

## 2023年2月期 第2四半期決算説明会 質疑応答（要旨） （2022年10月17日実施）

- 【質問】 これまで取り組んできた「クリエイティブ部門の整備や教育」は目標としていた状態に達したか。
- 【回答】 完全ではないが、良い状態になってきている。社員一人ひとりの新規獲得に関する評価制度を整備した影響が大きい。
- 【質問】 第2四半期連結会計期間は既存製品が好調だったようであるが、季節要因やリオープニング（新型コロナウイルスのワクチン接種進展等による経済活動の再開）等の一過性的な要因があったのか。
- 【回答】 内部要因の影響であり、一過性の要因はほぼない。
- 【質問】 第2四半期連結会計期間の新規獲得件数は月を追うごとに増加しているが、今後も同様のトレンドが続くと想定しているのか。
- 【回答】 実力はついてきているが、断言はできない。
- 【質問】 新規獲得からの定期顧客へ定着率や解約率について、従来から変化はあるか。
- 【回答】 毎月データ計測を行っているが、現状変化はない。
- 【質問】 2023年2月期第2四半期のECモールの売上比率はどの程度か。
- 【回答】 ECモールの売上高は、売上高全体の10%程度。
- 【質問】 業績を上方修正したが、配当は年間1.5円から増配はあるか。
- 【回答】 通期の業績を確認しつつ、検討する。
- 【質問】 円安による原価アップに対して、値上げ対応を進めるとのことだが、現状の円安水準でもカバーが可能で、原価率のアップを回避できるか。
- 【回答】 円安の状況にもよるため回答を控える。ただし、円安の影響を受けているのはSALONMOONが主であり、北の快適工房は影響が少ないため、全体での影響は軽微。
- 【質問】 第2四半期連結会計期間においてROASが悪化した要因は何か。初回購入時の割引による影響のためか、それとも先行投資で回収するのは5か月目に当たるからか。
- 【回答】 ROASが低下傾向にある要因は、「商品単価は低いが、LTVが高く上限CPOを高く設定できる商品」の新規獲得比率が増えたことによるものであり、収益性が悪化しているわけではない。

（注）

本資料は説明会での質疑応答をそのまま書き起こしたものではありません。

よりご理解いただけるよう当社の判断で、一部加筆・修正を加えているものであることをご了承ください。