

2024年2月期 決算説明会 質疑応答（要旨） (2024年4月16日実施)

- 【質問】 新規顧客獲得人数について、FY2024 4Qは3Qより増加しているが、会社としての評価はどうか。
- 【回答】 FY2024 4Qの新規顧客獲得人数は3Qと比較して17%増加しており、この増加は一過性のものではないためポジティブに捉えている。ただし、今後も増加するとは言い切れないため、慎重に見ていく必要がある。
- 【質問】 FY2024 4QはQonQで新規顧客獲得人数が増加しているのに、FY2025が減収予想であるのはどのように解釈すればよいか。
- 【回答】 FY2025の業績予想は、新規顧客獲得人数についてFY2024 4Qの状況が継続する前提として算出している。FY2024 1Qの新規獲得はかなり好調であったため、FY2025 1Qは前年同期比で新規獲得が下回る。年間で見てもFY2024 1Qを上回る新規獲得とはならないため、結果として減収を見込む。ただし、FY2024 4Qの状況からさらに下がることは想定しておらず、FY2024 3Qで底を打った認識。
- 【質問】 新規顧客獲得人数の増加について、内部要因・外部要因のそれぞれの影響はどのくらいあるか。
- 【回答】 ほぼ内部要因であり、外部要因の影響はないと認識している。広告、販売ページ等のクリエイティブによる影響が大きい。以前は、広告の疲弊に対するアプローチに課題があったが、解消されつつある。一方で、現在は広告をクリックした後の販売ページの疲弊に対処しきれていない。
- 【質問】 数年前には取り扱う商品数を増加させて業績拡大を図る戦略を掲げていたと思うが、直近の戦略としては商品数増加ではなく、既存商品のクリエイティブを強化することで拡大に取り組むという戦略ということであっているか。
- 【回答】 FY2025について、上期は既存商品のクリエイティブ強化による売上拡大に取り組む予定、下期以降は新品投入も検討したいが現時点では未定。
- 【質問】 FY2025に人員を2割程度増加するということが、外部からの知見も取り入れる予定はあるか。
- 【回答】 マーケティングに関する教育については、自社の体制が整備できているので、引き続き社内での育成を行う予定。
- 【質問】 FY2024 4Qは返品・キャンセルは落ち着いたのか。広告表現の最適化は終了したのか。
- 【回答】 返品・キャンセルはピーク時に比べて減少したものの、完全に落ち着いてはいない状況。当社ユーザーのなかには年齢層の高い方も多くいらっしゃるため、そうした方々の誤認識等を誘発しないよう、広告表現の最適化は引き続き対応している。
- 【質問】 販売ページのクリエイティブのレベル改善が進んだとのことだが、FY2025は販売促進費等を縮小するのは何故か。
- 【回答】 計画は、直近の新規顧客状況が継続する前提で作成している。FY2025の業績予想はFY2024 4Qの新規顧客状況を使用しているが、これが続くと前年を下回る予想となる。意図的に販売促進費等を縮小しているわけではなく、あくまでも現在のペースが続いたら結果として縮小してしまうだろうという予想である。
- 【質問】 紅麹の影響について、健康食品全般などに逆風がありそうだが、当社も影響はありそうか。
- 【回答】 当社への影響はほぼない。
- 【質問】 FY2025は2割程度の増員が予定されているが、FY2024はどの程度増員したのか。
- 【回答】 パートタイマーやアルバイトの方を含め40名程度、約2割程度の増員を行った。

【質問】 販売ページのクリエイティブ改善とは何か。

【回答】 販売ページは顧客に購入してもらうことが目的であるため、より購入意欲が湧くようなコンテンツ・内容・ページの作成、遷移前の広告とのストーリー展開を行う。さらに、購入率が高い販売ページを作成できたとしても一定期間を経過すると「疲弊（見飽きられる）現象」が生じユーザーの反応が悪化していくため、視点や切り口を変えた新鮮な販売ページを次々と作成する必要がある。

【質問】 新規事業企画室について、現在何名在籍しており、電子タバコ以外に開発・販売中の商品はあるか。

【回答】 新規事業企画室の在籍人数、開発商品等については公表していないため、回答は控える。

【質問】 初回割引の導入、解約の状況などから LTV は FY2023 に比べると下がっているのではないか。それに伴い上限 CPO も下がっているのでは。

【回答】 LTV は施策や商品ごとに異なるが、その状況については公表を控える。なお、仮に LTV が低下した場合、それに合わせて上限 CPO も引き下げて調整している。新規獲得 1 件当たりの利益額は減少するが利益率は変わらない。

（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。