

2025年2月期 第2四半期決算説明会 質疑応答（要旨） (2024年10月17日実施)

【質問】 北の快適工房の新規顧客獲得人数について、2024年5月が減少した理由及び6月が増加した理由は何か。

【回答】 大きな理由はなく、波の範囲である。

【質問】 クリエイティブ部門の底上げのために、社内教育、研修体制の整備や改善、人材採用強化を行うということだが、それによってBLPやHLPはどのように改善するのか。

【回答】 BLPやHLPの良し悪しで購入率が変わるうえ、良い物であっても疲弊（見飽きられて数字が悪化する現象）が生じる。そのため、良い物を次々に作り出していく必要があるが、スキルが属人化しており作成可能なメンバーが少ない。採用や教育によって、こうした人材を増やすことで作成量が増加し、疲弊にあわせて新しいBLPやHLPに切替えることが可能になる。

【質問】 クリエイティブ部門の底上げについては、いつ頃までに課題が解消する見込か。

【回答】 具体的な解消時期は申し上げられない。

【質問】 「発売後にヒットするための数値的条件」について、具体的に知りたい。

【回答】 対象の商品を買いたいかどうか5段階で回答するアンケート形式の外部テストを実施し、購入意欲がある選択肢の割合が一定レベルを超えると「売れる可能性が高い」と判断する。ここ数年で発売&順調に成長している商品群は、上述の数値部分が飛び抜けて高く、ある程度確度が高いと判断している。

【質問】 商品開発では外部テスト①、外部テスト②という2段階のテストを実施しているということだが、それぞれのフェーズまで進行しているアイテム数はどの程度あるのか。

【回答】 外部テスト①が20～30商品、外部テスト②が10商品程度である。

【質問】 商品ラインナップの拡充による業績への寄与に1～2年かかる理由を知りたい。

【回答】 上述の外部テストは商品の「企画」フェーズであり、これらを通過してはじめて「開発」へと移行する。高品質な商品を担保するため厳格かつ多数の商品開発基準を満たす必要があるため、最低でも発売までには1年程度は必要となる。

【質問】 上期の粗利率（売上総利益率）が上がっている理由を知りたい。

【回答】 粗利率の高い商品の売上比率が高かったため。

（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。