

2027年2月期第1四半期決算説明会 質疑応答（要旨）

（2026年7月16日実施）

- 【質問】 元来、健康や美容に関するニッチな悩みに応える商品を提供していたと思うが、今後は商品開発方針を変え、より大きなマーケット向けの商品を投入していくという理解で正しいか。
- 【回答】 大きなマーケット向けの商品を投入していくということではない。従来どおり、マーケットとしては大きかったとしても、そのなかでニッチな分野を開拓していくという方針は変わらない。
- 【質問】 新規顧客獲得人数が好調であるが、その要因をどのように分析しているのか。
- 【回答】 ECサイトにおいて売れると想定される商品のみを厳選して販売しているがその確度が高まってきていることに加え、広告クリエイティブの精度向上により適切な広告展開できたことが寄与したと考えている。
- 【質問】 新規顧客獲得人数の推移は、期首時点で想定していたものなのか。
- 【回答】 若干ではあるが、期首時点の想定を上回る結果となった。
- 【質問】 メイクアップや食品等の商品が増えることによる原価への影響や、今後の商品構成比についてどのように考えているのか。
- 【回答】 食品ジャンルは原価率が高くなる傾向にあるため、当社の商品構成に占める割合が大幅に高まることは想定していない。一方、メイクアップジャンルについては原価率の面で同様の懸念はないため、今後商品構成比を高めていく考えである。
- 【質問】 メイクアップや食品ジャンル以外で、このビジネスモデルに適したジャンルがあれば教えてほしい。
- 【回答】 商品開発体制が整ってきたことから、医薬品や医療機器等のジャンルにも注力していく。
- 【質問】 昨今の物価や原材料価格の高騰を踏まえ、中期経営計画の達成を阻害するリスクとしてどのようなものを想定しているのか。
- 【回答】 原材料価格等の上昇による影響はリスクとして認識しているものの、現時点では、中期経営計画の目標を見直す必要がある水準とは考えていない。今後も事業環境や市場動向に応じて、必要な対応を講じていく考えである。
- 【質問】 薬機法に基づく化粧品の広告規制について、これまで禁止されていた数値データや使用体験談の表現が解禁されるとの報道があったが、これによる貴社や業界への影響をどのように見ているのか。
- 【回答】 業界全体として、特にスキンケア市場における成長機会の拡大を期待している。数値的なエビデンスや使用体験談を発信できるようになれば、商品の特長や使用による効果・効能を、これまで以上に分かりやすく訴求できるようになり、顧客の需要喚起につながると考えている。
- 次に当社への影響としては、化粧品業界における従来のマーケティング戦略が大きく変化する可能性があり、当社にとって追い風になると考えている。これまでは、具体的な効果・効能を言及できないため、タレントや芸能人を活用したイメージ戦略を展開することがメインの販促方法となっており、資金力に優れた大企業に比較的に有利な構図となっていた。これが、商品そのものの効果・効能に言及できるようになると、必ずしもイメージ戦略を必要とせず中小企業にとっては優位に働くと考えている。
- 【質問】 流通株式時価総額の基準達成に向けた今後の施策と、スタンダード市場への移行の検討状況について教えてほしい。
- 【回答】 当社としては、業績の向上及び株主還元の充実に努めることが、流通株式時価総額の基準達成につながると考えている。また、万が一の場合に備え、スタンダード市場への移行についても検討を進めている。

【質問】 中期経営計画の最終年度である 2028 年 2 月期の目標達成確度をどのように考えているのか。

【回答】 商品開発や販売・集客の体制整備が進んでいることから、以前と比べ、達成確度は高まっていると考えている。

(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。