

2014 年度決算発表 質疑応答

この質疑応答は、2015年2月5日（木）、2月6日（金）に開催した決算説明会（マスコミ向け、アナリスト・機関投資家向け）にて、ご出席の皆様からいただいた主なご質問をまとめたものです。理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

Q1.

今期の見通し 経常利益が減益になるのはなぜか？

A1.

雑収等の営業外収益が昨年より減る見込みがあるため。

Q2.

足元の業績はどうか。また今が厳しい場合下期で改善を目指していくのか。

A2.

1 月度も若干厳しい。新しいターゲット向けカタログ発行や商品の展開で 3 月、5 月が上乘せになっていけばよいと考えている。

Q3.

円安によって原価率が高くなったのか。またその際の価格転嫁について教えてほしい。

A3.

単純に価格転嫁はしていないが、開発段階で価格に反映していることはある。

現在、海外から直接輸入している商品分の決済に関しては、2 年先の為替予約をしている。今までは 5 円程度の上昇であれば吸収できていたが、10 円になれば急に値上げもできないため厳しい。

2014 年度（2012 年に予約）の為替上昇額は昨年対比で 10 円だった。今年度の変動は 5 円程度なので商品開発のなかで折りこんでいきたい。

円安に振れているトレンドは変わらず、例えば 10 円動くと 20 億円のインパクトになる。

今後は PB の開発、中国以外の国での商品開発など、付加価値のある商品開発につなげていきたい。

Q4.

50 代向けカタログを出すとのことだったが今までやっていなかったのか？

A4.

今までの通販だと 50 代向けのカタログまでは発刊していなかった。

50 歳代になるとお客様が徐々に減ってきていた。

新規・休眠顧客の掘り起こしと 離脱防止をはかる。

現在当社のカタログモデルである黒田知永子さんの露出度を上げるなど各施策を検討中。

当社は過去も今もマタニティ・ベビーの子育て世代が強く、子育てが終わるころになると離脱していた。

団塊ジュニア世代も出産時期を過ぎているのでこの世代を確保しておくことは重要と考えている。

Q5.

通販事業の売上の今後の見方について。スマートフォンはかなり伸びているが、その他は横ばいなのか。また、スマートフォンはコンバージョンを今後上げていくことが必要だと思うが、その取り組みについてどんなことをやっているのか。

A5.

スマートフォンのユーザビリティがまだまだ低いと考えており
画面遷移の改善、システムの改修をスピーディに繰り返すことに尽きるかと思っている。

Q6.

設備投資の金額の割振りについて。通販事業、ブライダル事業とどういう比率で設備投資を考えていくのか。

A6.

ブライダル事業は式場を1からつくと7~8億円かかる。新規出店も行って、居抜きタイプなど、設備投資を抑えているものもある。今後も毎年2店舗を予定しているので年間10億~15億程度かかる見込みとしている。

これは毎年同じように発生するのでそれ以外が通販の設備投資である。その中で今年度有形固定資産が増えているのは美濃加茂DCの設備投資、無形固定資産は通販事業のシステム開発等。

Q7.

ウエディング事業が好調の理由は？

A7.

新店も好調だが既存店の受注決定率を高めることができた。

集客数が一時下がっていたが、集客・マーケティング戦略を見直して集客が戻り決定率もよくなった。

今までは結婚情報誌に広告を出せばよかったが、見積もりサイトなどネット関連も多いため広告もネットで細かく出している。ネット&見積もりで最近では過去より式場見学件数が減っていて、3、4社見学だったものが2社くらいで決めるようになってきている。式場見学時点での努力が必要。