

2016年2月4日、5日 2015年度決算発表での主な質疑応答

■ 中期経営計画を見直しとのことだが、その他（新規）事業が当初の計画からとても減っているがなぜか。保育園運営等の育児事業がうまくいっていないのか？

最初の計画策定時、ルネージュダイレクト（主婦の友ダイレクト）の売上が現在は通信販売事業であるが、当時は不明確だったためその他事業に入れて見込んでいたため。

■ 決算説明会資料 P12 の月次売り上げの部分、4月で 100.6%というのは昨年の反動減を考えるとうまくいっていないのではないか。それほど増税の影響はあるのか。

反動減をいつまでも理由にしていられないと思っている。販促施策のミスもあり、お客様が離れており、複合的な要因かと思っている。ネット通販の参入が多くなり、節約志向でもっと安いものを探される方もおられると思う。競争は激しくなっている。そういう意味で「選ばれていない」という認識があるので、プライベートブランドを強力に推進していき、商品を認知していただくと思っている。その点では選択していただけるチャンスである。

■ ワタベウエディング社との取組みは業績に反映されていないのか。

今は持分法適用部分での反映。ワタベウエディング社自身も売上の回復途上である。組数が5倍になると言ったが、名簿を使っていけるかなどは個人情報のやりとりの契約などを9月以降の話で、まだはじまってない。先方は3月末決算のため、今後、取組みをより進めていく予定。

■ 今期カタログ部数を増やすのはなぜか。

2015年の売上の減の要因の一つは急激に売り場面積を減らしたことから、一時的ではあるが売り場面積を増やすことが必要だと思っている

■ SPAは原価率は低いのか。

もともと直輸入というのもあり的背景を押さえた取り組みなので在庫も問題が起こらない形である。原価率として大きく改善するものはないが、今後SPAブランドの拡大を図っていく。

■ 上期の決算説明会にて、品番を減らした事と、とった価格戦略が悪かったとの事だが、下期はどういった価格戦略をとってどういった結果だったか。そして今期以降の価格戦略について伺いたい

上期のときに説明した内容が下期で急に改善したわけではない。上期は円安に振れて単純に値上げしてしまったものが全然売れなかったこと、低価格帯の商品を単品の損益で判断してしまい低価格帯の商品を減らしてしまっていた。

前者に関しては今年度見直して 値上げするものは付加価値をつけ、取り組んでおり改善している。

低価格帯の商品を減らしてしまったことに関しては、下期で一部見直せるものについては見直し、特にネットのみで取り扱う商品で買いやすい価格帯のものも取り入れていった。16年についても買いやすい価格

帯の商品も取り組んでいきたい。

■ 今期は営業利益が上期は 1 億円 下期は 15 億円とのばす計画だが、取り組みに時間がかかるのか

上期が悪い理由は主にブライダル事業の比率が非常に高くなってきたからである。ブライダル事業が下期型、秋（第 3Q）で利益を得る事業になっているためにアンバランスな計画になっている
通販事業がしっかり稼げるようになればその下期型の事業であることはなくなってくると考えている。

■ 直近の 1 月等の業績はどうか。暖冬の影響もあると思うが今年の 1 月が悪かった分、いいのか。1 Q ではどれくらいのマイナスを見込んでいるのか

1 Q の計画は開示していない。1 月はほぼ計画に近い状況である。順調ではないけれど去年ほど最悪のスタートではない。

■ 去年やった施策を戻すと去年の状態にもどるだけかと思うが、軌道修正をはかるのか。それともプラスαで何かを考えているのか。カタログの売り場面積を急激に減らしたことの反省ということで面積を増やすと戻るだけではないのか？

カタログの売り場面積を増やすことは前年急激に減らしたことの反省でやらなければならないと思うが、長期的に見ると前向きな施策ではないと思っている。通販事業では商品力をあげ、EC の販売力をあげていくのが大事だと思っている。これがしっかりできるまでの緊急対応と思っている。