

2018年2月8日(木) 2017年度決算発表 大阪証券取引所

2018年2月9日(金)2017年度決算説明会での質疑応答

■ 1 (決算説明会資料 P12) 通販事業でジャンルごとの売上が軒並み前年比で下がっている中で今後柱になるのはどの分野になるのか？

インテリア。通販事業の他社が撤退する中で優位性があると思っている。

新たなターゲットとしては若年層、一人暮らしなどへのスマホをつかったアプローチを行っていきたい。

スマホを使ったインテリア相談を実現させるなど 新しいお客様に対してもアピールしていきたい。

さらに力を入れるのであれば育児ジャンルである。妊婦さん世代での紙カタログの集客が落ちてきている中、こちら商品には強みを持っているので集客の方法など検討していきたい。

アウターも悪いと言っているが通勤のスーツスタイルなどはいい。またホットコットなど機能的なものは優位性がある。婦人アウター系は絞り込むつもりだ。ただ、このファッションジャンルにはインナーや先ほど力を入れるといった育児ジャンルも含まれるので大きく下がることはないと思う。

グルメ、コスメなど他社が通販で優位性のあるのに当社が弱いものはもう少し頑張りたい。

■ 2 (決算説明会資料 P18) 来期営業利益の黒字部分で MD 改革等による利益改善部分が中計発表時より上乘せしているがこれは何か。

中計発表時点より保守的に見てる部分がもう少し現実的になった部分もあるが、大きく在庫処分をしたことで今期に持ち越す余剰在庫がない点大きい。

■ 3 媒体費の削減とあるが、2018年はカタログ部数をどれくらいまで削減するのか。

従来型のカタログよりももう少しページ数を減らして、お客様の手元に届く配布回数は減らさないで行こうと思っている。配布することでベルメゾンネットへの来店を促すようにしたい。

■ 4 2018年1月の販売状況はどうか

1月に春物を出しても売れないという実績があるので今年の1月はカタログを出していない。2月にカタログ発刊を全部ズラしたのでまだ本格的に立ち上がってない状況。そのため、前年と比較すると悪いが計画と比較するとほぼ計画に近い。

■ 5 早期退職について、人数が想定以上だったが現場は混乱していないか

部署によっては人員が減って苦勞している部署もあり影響が全くないわけではないが、スタッフ部門の退職者が多く、商品開発部門は少なかったため現場の実務にはあまり影響ない。

■ 6 在庫圧縮しながら売れるものは積んでいく形で進行していくのか

その通りである。カタログ通販時代は電話、はがきで注文されていて商品力に比例して売っていた。お客

様も何が売れているのか自分ではわからないまま注文されていた。今のネット時代は売れているものがサイトでわかることもあるため、売れているものが加速度的に売れ、売れないものは全く売れない。

そのため今までの売上予測が当たらなくなってきた。

ではどうするか、短サイクルにしてリードタイムを短くしてロットを小さくする。

当たった時の対応もできるようにする。やはり大きく売れるものは生地で積んでおくなど細かいことはやっている。ホットコットは一昨年にくらべてほぼ倍に近い数量になっている。

経営判断でこれだけ売りきる、という判断をしてある程度のプロモーション含め準備して対応していく。