

## 2023 年 5 月期決算説明会

### <質疑応答>

質問者 1：ジャンル別売上のエンターテインメントの増減について、△18 億円の中身を教えてくださいたいです。また今期はこのジャンル別売上はどのように変化していきますでしょうか。ビューティーにつきましては、韓国コスメの貢献があるかと思いますがエンターテインメントはいつ頃プラスを見ていけばよろしいでしょうか。

長野：ご質問ありがとうございます。エンターテインメントの増減の中身につきましては、ダイレクトマーケティング事業における TV ショッピングが主となっております、一番象徴的なのは「スピードヒート温熱ベスト」という商品の売上の減収が比重として非常に大きいです。今後もダイレクトマーケティング事業は減収の見通しでございますのでエンターテインメントにつきましてはまだ下がるだろうと見込んでおります。逆にヘルスケア（食品売上を含む）、ビューティー（化粧品）で売上を伸ばしていきたいと考えております。

高橋：追加で補足いたします。終わった期でビューティー（化粧品）は全社売上の 34.8%、エンターテインメント（雑貨）は 32.5%、ヘルスケア（食品）29.0%、その他 I T ソリューションが 3.7%ございました。これが進行期はビューティー（化粧品）が 40.6%まで比率があがっていき、ヘルスケア（食品）が 28.5%、エンターテインメント（雑貨）が 26.8%でエンターテインメントは 32.5%から 26.8%まで下がる見込んでおります。

質問者 2：ありがとうございます。韓国コスメは終わった期で 21 億円だったのですが前年売上はいくらでしたでしょうか。また、今後 5 億更に伸ばすというのはブランドで伸ばすのか新しい店舗を増やすのかなど教えてください。それから他の化粧品のブランドはどのように貢献していきますでしょうか。

長野：はい。ご質問ありがとうございます。まず韓国コスメの前期売上（2022 年 5 月期）ですが 9 億 6 千 9 百万からスタートし 21 億 7 千 2 百万となります。進行期のところですが、どれでどう増やすかとお申しますと、ブランドでも増やし、商品も増やし、チャンネルも増やしますがブランド毎でそれぞれ戦略を立てており、中期経営計画の P22 にございますようなミルフィーユの図になるようにしてまいります。

また他のブランドにつきましては、大きくは見込んでおりませんが Tottio というカラーシャンプー・カラートリートメントシリーズは今注目をしております。LB などのメイクアップ品はまだ需要が回復しておらず減収を見込んでおり、たまご化粧品・シミノケアシリーズなど生協様で好調な商品につきましては、そのマーケットで伸ばしていきたいと考えております。

質問3：営業利益の計画につきまして、先ほど同程度で今後も見通されると仰っていましたが、MIX 改善などは見込めないのでしょうか。販売管理費はどこを削減見込みでしょうか。

長野：当社で申しますとセグメントでかなり粗利益率が変わります。ダイレクトマーケティング事業の粗利率は非常に高く、ここが下がることで全体の粗利率も下がります。セールスマーケティング事業はコスメを増やし改善する見込みではあるものの全体のバランスとしては変わらずで見込んでおります。減収するのにどうやって利益を出すかというところにつきましては赤字を伴った売上というのが未だございます。TVショッピング、韓国コスメの直営店です。こちらをひとつづつ減らしたり改善したりすることで結果として利益を浮き上がらせるというように計画しております。

質問4：新中計の目標達成に向けて初年度で躓いた場合の対策はどのようなものがございますか。

長野：ご質問ありがとうございます。月並みの回答となってしまい恐縮ですが達成させるつもりで取り組んでおりますので達成させることに邁進して参りたいと思います。

質問5：旧中計が未達となったので何かあればと思ったのですが。

長野：旧中計につきましては当初の予想を大きく外し、反省しておりますしお恥ずかしい限りでございます。その現実を受け止め今回の中期経営計画を発表させていただきました。またローリングプランでございますので新規のチャレンジを重ねていくなかで新しい芽が出てくれば中期経営計画の中身も変わってくると思います。