

## 2022年5月期第2四半期決算説明会

### <質疑応答>

質問者1:びっくりするくらい苦戦されたなという印象で、2Qの施策に関してはご説明いただいたと思うんですけども、そもそもTVでヒットが出にくくなっているようにも見えるんですけどもその事業環境がどういう風になったら好転するかとかですね、その後の動きに関しては御社としてどういう風に見ているか。またコロナ収束後にTVがどういう風に伸びていくかをもう少し詳しく教えていただきたいです。

飯田:TVショッピングの業界が、巣ごもり需要が一巡いたしまして、業界全体がデータを取っているわけではございませんが、あちこちの会社さんに伺いますと昨年よりは少し縮んでいると聞きます。ではその媒体費が安くなっているかといいますと逆に高くなっていてましてTVショッピングの環境はあまりよくない状況だと思います。ではなぜ高くなっているかと申しますと、従来のTVショッピングにはいなかった会社さん例えばワタミさんが宅食をTVショッピングで販売をしたりだとか、資産運用の会社さんがTVで勧誘をされたりだとかという異業種の方々がその波代の相場をあまり考慮されずに購入されますから、いま媒体費は高止まりしております。それにより環境自体は悪い環境であると思います。その中でどう戦っているのかですが、繰り返しになりますけども毛色の違う4~5アイテムをいわゆる採算性の合う商品ごときちっと常にポートフォリオを組むという形で持ったうえで、TVではそんなに収益はあげられないかもしれないが、それを他販路でもって売り上げることによって全体をもって収益を上げるというそういう戦略を今はとらざるを得ないとなっております

質問者1:もう一点関連するところで、御社は昔の生協の会社からずいぶん変わったなと思ったんですけども今後の延長線上で営業利益が10億を超えるというのはどういう風に組み立てたらいいのかという。こんな赤字の時に何を言ってんだとはなると思いますでしょうが今後の策としてはどんなようなものがあるのかを教えてくださいたいです。

飯田:私は成長のエンジンはTVショッピングと考えておりますのでここで着火しているいろいろマルチな販路で売り上げることで収益を上げていくというのは、当然これは一つ大きな戦略としてあります。それからもう一つは少しく事業を細分化してルート別に考えた時に生協ルートって非常に安定的に稼がせて頂けてる事業のルートになります。その中でも雑貨と化粧品と食品に分かれるのですが、化粧品の収益率が当然良いものですから、ここはアクセルを踏みたいと思っております。それによりまして私はそんなにお待たせすることなく営業利益10億を超えてくる会社になると思います。

質問者1:ありがとうございました。

質問者2:セールスマーケティング事業でもダイレクトマーケティング事業でも結構なのですが、最近通販事業者の中には商材とか資材の調達不足の問題を抱えている企業さんも何社かあるのですが、御社は生協あるいは通販事業に商品を供給するうえでもあるいは、自分たちで商品を開発して販売するうえでも今後の取扱商品に支障をきたすようなジャンルあるいは価格の見直しをしなければならないジャンルはありますか。

飯田:細かな数字での資料は手元にありませんが、とくに TV の商品というのが単品でおおきな売上を作り上げていますので、単品大量販売なので、これがまあだいたい中国でしか大量の生産は追いつかないものですから中国の工場で作って日本に持ってくるのですけども発注ごとの値段があがってきています。現地の人件費の高騰、原材料の高騰それから物流費の高騰それらで値あがってきていることに加えて足元はいいですけど円安傾向にありましたからそれらで少し安定性に欠けるというところはあります。ただ、商品が入ってこなくてお客様にご迷惑をおかけするということは今のところございませんし、これから先そういう心配のある商品があるかというところはそういう商品はございません

質問者2:多少原価率に影響が出たとしても価格への影響は当面ないだろうという認識でよろしいでしょうか。

飯田:はい。価格へ転嫁することは当面ございません。

質問者2:ありがとうございました。

質問者3:定期購入を引き上げたいとのことですがどんなアイテムが定期購入につながると考えてらっしゃいますでしょうか。足元 4 品ヒットが見込めるとのことですが定期購入にはつながりにくいイメージですがいかがでしょうか。

飯田:足元のヒット品 4 品につきましては売り切り型の商品ですから定期購入型の商品ではございません。今定期購入で売上を作っていますのは「熟成黒にんにく」という農産品に近いにんにくそのものなんですけども、これが売上を作っております。そして定期購入ですから化粧品か健康食品かそういったものになるかとは思いますが、いま化粧品で力を入れてる商品がございますからこちらをまず軌道に乗せていきたいと思っております。あと、まだ商品化はできていないんですけども定期購入に近いものでリカーリングというビジネスがあるのですが、こちらは販売した商品の中の消耗品の部分をずっと供給し続けられるという、例えばまもなく「VOLZAC」という卓上型の冷温水機をうまくいけば 5 月から 6 月くらいにリリースができるという見通しが立ってきているのですけども、機械を販売したお客様に定期的に販売できるというとかそういった理カーリングのビジネスであるとか今流行りのサブスク型なのか、1ヶ月に1個ずつお届けする定期購入型なのかそういった

たもので安定化させていく。したがって今足元では「熟成黒にんにく」と「スキンケア化粧品」が定期購入に結びついております。