

2023年2月期決算説明会質疑応答サマリー

質疑応答

Q1: 順調に成長しているEC事業の状況と今後の取り組みについて、具体的に知りたい。

A1: ジュエリー事業におけるEC事業は、成長分野の大きな柱の一つと位置付けている。当期(2023年2月期)のEC事業の売上高は、前期比112%の22億4,000万円であった。当期はオフィシャルサイトのフルリニューアルを行い、自社サイトの提供価値が高まった。

今期(2024年2月期)のEC事業の売上高は24億7,000万円、前年比110%の2桁伸長を計画している。利便性の向上に加えて、体験価値の訴求によるカスタマーエクスペリエンスをオンラインの売り場においても提供し、ブランド価値向上につなげていく。それにより、EC事業はジュエリー事業の利益面における構造改革の役割を果たしていく。

Q2: ブライダルマーケットの現状を教えてください。また、それを踏まえた今後のブライダルジュエリーの戦略を具体的に聞かせてほしい。

A2: ブライダルマーケットの昨年(2022年度)の婚姻組数は54万人の統計予測であったが、実際には51万人とほぼ横ばいの状況であった。2023年度の統計予測は56万人と出ているが、当社は前年並みの51万人と予測している。業態別には、百貨店では海外ブランドとの競合、路面店では国内の専門店との競合があり、厳しい競争状況は続くと予測している。

今後のブライダルの成長戦略については、ブライダル専門店は、店舗集約により収益改善を図る。横浜ランドマークプラザ店や銀座本店などの都市型店舗は、大型改装で基幹店化を進めていく。地方店舗は閉店やトラフィックの良い場所への移転を検討する。閉店店舗の売上の一部は近隣の百貨店等の既存店で吸収できると考えている。

Q3: 当期(2023年2月期)はジュエリーの値上げを複数回実施されたが、消費者の反応はどのようなものであったか。また、今期(2024年2月期)も引き続き値上げの可能性があれば、それは業績予想に織り込まれているのか。

A3: 当期は地金で平均約20%の資材高騰があった。自助努力として、生産管理コストの削減、物流の効率化等に取り組んだが、コスト増を吸収することができなかつたため、約10%強の上代変更を実施した。駆け込み需要もさほどなく、上代変更後の影響も軽微であった。

また、今期も地金の高騰が現在も続いているため、5月1日から上代変更を一部行うことを店頭等で告知している。

Q4: 今期(2024年2月期)のジュエリー事業の既存店売上高、およびアパレル事業のアーヂュの「パレット」の既存店売上高、それぞれの前期比見通しを教えてください。

A4: ジュエリー事業の当期(2023年2月期)の既存店売上高実績は、前期比101.2%であった。ファッションジュエリーが前期比109%と着実に伸長した一方、ブライダルジュエリーは環境変化に対する戦

2023年2月期決算説明会

2023年4月14日 16:30~17:30

略の遅れから、前期比 88.6%であった。この結果をふまえ、今期の既存店売上高は、前期比 100.1%と確実に達成可能な計画を立てている。内訳は、ファッションジュエリーは前期比 102.9%、ブライダルジュエリーは前期比 93.3%である。

一方、「パレット」の当期の既存店売上高実績は前期比 102.1%と引き続き着実に伸長した。今期は前期比 101.9%の計画を立てている。ジュエリー事業、アパレル事業共に既存店は堅調に伸長している。

Q5: ブライダルへの追い風が吹いている今年の状況を踏まえ、2024年2月期の業績予想をどのように想定しているのか。

A5: 例年並みの苦戦を予測している。2023年度の婚姻組数は56万人に対して当社の予測は例年並みで51万人である。そのため、2024年2月期業績は保守的に予想している。

Q6: ジュエリー事業の海外展開について、現在どのように考えているのか。

A6: 国内の人口減少が予測される未来において、海外市場での再展開は当社にとって重要な戦略の一つである。中長期的な海外展開の方針について、来年3月からスタートする第7次中期経営計画を策定するにあたり、議論を進めている段階である。

以上