

質疑・応答

Q1

ジュエリー事業、アパレル事業それぞれの荒利益率の改善要因を教えてください。特にジュエリー事業はプラチナ価格等の原価が下がったことが増益に寄与していると思われるが、どのくらい改善したのか。また、下期は原価の改善をどのように想定しているのか。

A1

ジュエリー事業の荒利益率は上期で0.7%改善した。プラチナの1グラム当たり平均相場をみると、2015年度上期は4,359円であったのに対し、2016年度上期は3,627円と732円ほど価格が下がっている。その結果、特に素材の99%以上がプラチナである4°C BRIDALの荒利益率は、前年同期に比べ2.8%改善した。下期のプラチナ価格は上半期平均の3,627円に対し、ほぼ横ばいに推移すると見ている。

アパレル事業については、アスティグループでは生産管理のあり方を結果管理から予測管理に大きく変更した結果、生産管理ロスを大幅に軽減でき、荒利益率が大幅に改善した。(株)アージュはデイリーファッション「パレット」の店頭在庫の適正化を図ったことで、特に婦人商品の荒利益率が大幅に改善した。下期も引き続き厳しい経営環境下での運営となることが予測されるが、現在の施策を継続して取り組んでいく。

Q2

8月にブライダルリング専門ECサイトをスタートさせたが、現在の状況と手応えを教えてください。

A2

ブライダルリングについては、実物の商品を見ることなくオンラインにて購入されるお客様はまだ多くないと考えていることもあり、今期の計画では業績影響は殆ど見込んでいない。特に広告等を行っていないが、8月のサイトリリース以降、既に100件近いお客様からご試着用リングの貸し出し依頼があり、そのお客様が店舗へご来店されるケースもある。9月以降もサンプル貸し出し数は増加しており、来期以降は当ECサイトの認知度の高まりに伴う売上高の拡大を目指していきたい。

Q3

中国の出店の現状と今後の出店に対して、どのような手応えがあるのかを教えてください。

A3

今期に入り、日本国内全体のインバウンド需要の売上は低下している。中国の小売りはアパレルを含めて2016年は厳しい状況が続いている。そのような状況のなか、当社の取り扱う商品は高額

品ではなく、中間層をターゲットとしていることもあり、1月～9月の累計売上高は前年同期比99.8%まで回復しており、9月単月の足元をみても手応えのある推移となっている。今後については、上海、西安にて新規出店を計画しており、出店拡大により売上を伸ばしていく。

Q4

参考資料「9. ジュエリー事業 ブランド別・商品別売上高」によると、4℃ BRIDAL が前年同期比3.5%減、4℃ジュエリーが同0.7%減となっている。4℃ BRIDAL はピュアプラチナの商材でアイテム数を拡充する等の対策を講じているが、4℃ジュエリーはどのような対策を考えているのか教えてほしい。

A4

4℃ジュエリーのギフト需要は堅調に推移しており前年同期をクリアしたが、景況感を受けて自家需要が減少している。今後については、リーズナブルな価格帯の商品や中間価格帯の商品を充実させる他、ゾーン内ブランドとして比較的単価の高い商品を展開している4℃ Pregence では、現在の平均価格8～9万円に対して、5～6万円前後のゴールド・プラチナ商材を開発中である。また、クリスマス限定商品の展開にも注力していく。客数はしっかり確保できているので、今後は客単価が低下するという前提の下、客数拡大に向けてエターナルシルバーの新作をさらに大幅に投じるなど、売上拡大を図っていく。

Q5

海外ラグジュアリーブランドの価格引き下げの動きは、御社にとってどのような影響があるのか教えてほしい。

A5

基本的にはそれほど影響を受けていない。高島屋におけるブライダル関連の中心価格帯が約50万円から200万円であるのに対し、当社のブライダル商品の中心価格帯は平均で20数万円であり、あまり競合とはならない。ティファニーが4℃に隣接する形で全国に展開していることもあり、ティファニーからは多少の影響を受ける可能性もあるが、ティファニーの店舗が隣接していた方が当社の売上が上がる傾向がある。ティファニーに来店したお客様がその後に4℃の店舗を訪れると、その圧倒的な品ぞろえに魅力を感じ、当社商品を選んでいただけるケースも非常に多く、その傾向も続いている。海外ラグジュアリーブランドは今後、値下げだけではなく日本の市場にあわせた価格設定による商品展開も強化してくる可能性があるため注視していきたい。

Q6

郊外型SC向けブランド「MAISON JEWELL」の出店を再開しようとしているが、今の課題は何か。今後はブライダルジュエリー中心の店舗として出店を再開させていくのか、それともブライダルジ

ュエリー以外を強化してから出店スピードを上げていくのか。

A6

「MAISON JEWELL」は現在、イオンモールにのみ展開している。ブライダル需要が非常に高く、当上期のブライダル商品における既存店売上高は前年同期比 143%の推移となっている。また、ファッションジュエリーの認知度も上がってきており、ファッションジュエリーにおける既存店売上高は前年同期比 120%の推移となっている。今後もブライダルジュエリー単独ではなく、ファッションジュエリーも取り扱う。「MAISON JEWELL」は都心に出なくても地元の買いやすい場所でリラックスしてブライダル品を購入したいという顧客ニーズをつかみつつある。これまで出店を凍結して MD 修正を行ってきたが、1 店舗当たりの売上規模の拡大ができてきたので出店を再開し、当下期にはイオンモール広島府中に出店する計画である。年商1億円の店舗作りなど1店舗当たりの売上規模のさらなる拡大が最大の課題である。損益分岐点は6,000万円強であり、既存の店舗は損益分岐点をクリアできそうである。今後については、イオンモールの契約形態が主に定期借地であることから、現在は各所にエントリーしながら、来春以降の更新時期にあわせた出店に向け交渉をしている。