

## 質疑・応答

### Q1

今回の三鈴の売却について、事業の撤退基準はあったのか。また、売却を決定した経緯や理由を教えてください。

### A1

特に明確な撤退基準はなかった。アパレル SPA 事業を展開する三鈴の M&A は、ジュエリー SPA 事業とともに当社グループの成長の両輪を担う事業として成長することを期待していた。しかし、昨今のアパレル市場の悪化を鑑み、当社が講じられる施策が限られていることから、三鈴の将来や三鈴で働く社員のことも考えたときに、他グループにて再建を図った方が望ましいという判断に達し、今回の譲渡を決定した。

### Q2

2016年2月期の三鈴の営業損失はどのくらいであったか。

### A2

2016年2月期の三鈴の業績は売上高 48 億 7,000 万円、営業損失 8,680 万円であった。

### Q3

2017年2月期のジュエリー事業の業績予想、売上高の前期比 6.8% 増に対して、営業利益は前期比 5.1% 増にとどまっている。荒利益と販管費の見通しと、増収率に対し営業増益率の方が低くなっている理由を教えてください。

### A3

予算については保守的な組み立てとしている。2017年2月期においては、4°Cのブライダル商品と4°CBLIDALのMDを統合し、一元管理していくことで効率化の推進とサービスの向上を図る。当施策を推し進めるにあたり、商品の入れ替え等も発生するため、売上高は前期比 6.8% 増の見通しに対し、荒利益率は前期比▲0.2%で予算組みをしている。一方、経費率は前年並みの 52.5% での予算を立てている。また、4°Cブランド価値向上に対する投資として 1 億円の予算を計上している。具体的には、より4°Cブランドを磨き上げていくために広告宣伝投資を予算化した。そのほかにも出店、改装に伴う経費増もあり、営業利益率は前期比若干マイナスの予算を立てている。

### Q4

3月の月次情報では、エフ・ディ・シー・プロダクツのアイテム別売上高前年比において、ジュエリーの既存店売上高は前年同期比 3.4% 減であった。これは一過性のものか、それとも景況感を受け

てのものかについて教えて欲しい。また、ブランド別の状況、特にブライダルジュエリーはエンゲージリングとマリッジリングとに分けて動向を教えてください。

**A4**

3月のエフ・ディ・シー・プロダクツのジュエリー事業は、既存店売上高が前年同期比97.5%、ECを含めると99.3%であった。4°C BRIDALの既存店売上高は前年同期比85.7%、百貨店を中心に展開をしている4°Cジュエリーの既存店売上高は前年同期比100.9%、4°Cジュエリー合計で既存店売上高は前年同期比95.9%という結果であった。canal4°Cの既存店売上高は前年同期比102.3%であった。3月が低調であったのは、前年4月にダイヤモンド価格の上昇に対し小売価格の変更を行ったために、前年3月には駆け込み需要が発生していたことが要因の一つとして挙げられる。なお、駆け込み需要の影響は、4°C BRIDALで大きく出たととらえている。4月に入り、昨日までの段階では、4°C BRIDALが前年同期比105.2%、4°Cジュエリーが104.0%、4°Cジュエリー合計が104.4%、canal4°Cが104.5%、全店で105.6%、ECを含めると106.6%と回復してきている。4月後半はもう少し伸びると予想し、4月はほぼ計画どおりに推移すると見ている。このことから、当社は3月の低迷は一過性のものととらえている。4°Cジュエリーのブライダルの既存店売上高は3月実績で前年同期比98.4%と善戦し、予算を上回った。エンゲージリングとマリッジリングの内訳は、4°Cジュエリーでエンゲージリングが前年同期比97%、マリッジリングが99%で、両方ともそれほど大きな差異はなかった。4°C BRIDALはエンゲージリングが前年同期比78%、マリッジリングが90%、canal4°Cはエンゲージリングが前年同期比102.6%、マリッジリングが85.6%であった。

**Q5**

5月からのジュエリーの値下げの背景を教えてください。

**A5**

当社は地金等、素材の価格変動に伴い、上代(商品の小売価格)の変更を行っている。目安としては、10パーセント以上の地金の価格変動が生じた場合には検討を行っている。業界の動向について、競合他社も同様に推移するものと推察するが、当社はそれを意識してはいない。会社として価格に対する信頼性を大切にしており、様々な外部要因の変化に対し、誠実に価格変更の対応を行うというスタンスである。