

質疑・応答

Q1

2016年2月期の売上高予想における既存店と全店の組み立てを教えてください。

A1

エフ・ディ・シー・プロダクツグループ全体の2016年2月期は、既存店売上高は前期比104.2%、全店売上高は前期比108.9%を計画している。一方、「4°C」ジュエリー合計の2016年2月期の既存店売上高は前期比104.4%、全店売上高は前期比106.5%を計画している。

Q2

2016年2月期は「4°C BRIDAL」の出店を抑制することだが、第4次中期経営計画最終年度に向けて、「4°C BRIDAL」の現在の課題をどのように認識し、どのような強化策を採ろうとしているのか。

A2

「4°C BRIDAL」は2009年に展開して以来、大変好調に推移してきたが、2015年2月期の既存店売上高は前期比87.1%と苦戦した。商品面における課題は、「4°C BRIDAL」は定番比率が非常に高いブランドであったことから、新作開発を怠っていたことが最大の要因であったと認識している。

この課題に対し、各種新素材の開発等商品開発を徹底的にやり直した。新素材や商品群の開発に向けて検討をかさね、7~8月の需要期に備え、6月までに高価格帯・低価格帯の両方に向けて随時導入していく計画である。

販促面においては、「4°C BRIDAL」ではゼクシィを中心に集客を行っているが、ゼクシィ経由での来店者数が減少していることが挙げられる。その一方で、ネットで商品を見てから来店する顧客が増えている現状がある。これを踏まえて、HPのリニューアル等に取り組んだことで、足元は好調に推移している。また、今期の計画を保守的に組んでいることもあり、計画を大きく上回る状況となっている。今後はカタログの全面リニューアル、インターネットサイトの全面リニューアル、インターネット広告にも注力していく。

販売面についても全面見直しを図る。昨年の顧客の決定率が35%であり、残り65%の顧客に対する再アプローチ計画を4月から徹底して開始した。

これらの施策により、2016年2月期中には「4°C BRIDAL」を確実に回復させて、2017年2月期以降の出店につなげていきたい。

Q3

2016年2月期の販管費は前期比4.6%増加の見通しだが、これは売上高の伸び率を上回っている。おそらく、契約社員の正社員化による人件費の増加がその要因と思われるが、販管費の内訳を教えてください。また、2017年2月期以降の販管費の伸びは、売上高の伸び率以下に留まる見通しか。

A3

販管費は約10億円強増加する見通しだが、その主な内訳は人件費である。契約社員の正社員化等もあり、人件費は前期比5.3%、約4億円の増加となり、販管費増加分全体の約4割を占めている。それ以外では、エフ・ディ・シー・プロダクツを中心とした出店に伴う費用がある。借地借家料が前期比3%、減価償却・広告宣伝費がそれぞれ前期比4%の増加を計画しており、出店に伴う増加が主なものである。

なお、この2017年2月期、2018年2月期の販管費の伸び率は、売上高の伸び率見通しである6~7%の範囲内で抑えていきたいと考えている。

Q4

4月の足元の状況を教えてください。特に2015年2月期に苦戦した「4°C BRIDAL」は、4月に入って回復感が出ているのか。

A4

2014年3月は、消費税率引き上げ前の駆け込み需要により、ジュエリー事業の売上高の伸び率は2ケタとなった。今期に入り、2015年3月の「4°C」ジュエリーと「4°C BRIDAL」をあわせた売上高は、全店ベースで目標比100.3%、前年同月比85.2%、既存店ベースで目標比99.8%、前年同月比83.9%と、ほぼ計画通りに推移した。

4月足元の状況については、4月12日までの「4°C」ジュエリーと「4°C BRIDAL」をあわせた売上高は、曜日合わせを行ったうえで、全店売上高は前年同月比122.5%、既存店売上高は前年同月比119.3%で推移している。また、「4°C BRIDAL」のみの進捗では、全店売上高は前年同月比129.4%、既存店売上高は前年同月比120.0%と、計画以上に推移している。

第1四半期の「4°C」ジュエリーと「4°C BRIDAL」をあわせた既存店売上高は、前年を下回ると予測し、前年同期比98%にて計画しているが、現在のペースを維持することができれば、店舗売上は前年同期を上回り、増収となる見込みである。

Q5

第4次中期経営計画の事業ビジョンでは「EC事業の成長」を掲げているが、エフ・ディ・シー・プロダクツの売上高に占めるEC事業の割合はどのくらいか。また、同中期経営計画ではEC事業はどのくらいの目標を掲げているのか、そのための具体的な施策を教えてください。

A5

第65期におけるエフ・ディ・シー・プロダクツのEC事業の売上高は、8億7,408万円、前期比128%と好調に推移している。特に自社サイトでの売上が前期比138%と大幅に伸びている。エフ・ディ・シー・プロダクツの売上高280億円におけるECの比率は3.3%であるが、現在ブライダル市場にはまったく参入していない。

現在、ファッションジュエリーのECの構成比は5%程度であるが、一般的にファッションアパレルでは約10%が主流であることから、まずはファッションジュエリーのEC構成比を高めていきたい。

また、2017年2月期に「4°C BRIDAL」にてECを展開できるよう準備を開始した。目標数値は検討中であるが、着実に成長させていきたい。

三鈴におけるECの売上高は1億3,000万円、前期比132%であった。2016年2月期も110%以上の成長を目指していく。

Q6

第4次中期経営計画資料のP.7によると、ジュエリー事業の2016年2月期の営業利益率の計画値が前期を下回っている。その理由を教えてください。

A6

主な要因は、今回契約社員168名を正社員化したこと等による人的投資である。また、育児勤務が増えているなか、従来は通常勤務と代替シフトで対応してきたが、現在は、育児勤務者の人員数を通常勤務×0.7とし、シフト組みを行う形で育児勤務者を支援している。

販売力強化のための正社員化と育児支援を全面的に進めており、その分多少経費が増えているという状況である。

Q7

正社員化した社員が付加価値の高い仕事ができるようになるのは、いつからと見込んでいるのか。また、1人当たりの人的生産性をどのように上げていくのか。

A7

販売力の強化に関しては、これまでの経験上、2年目、3年目頃から力を発揮し始める場合が多いため、その時間軸で社内スクールも含めて人材を育成していく。

生産性に関しては、現在1人当たりの売上高を指標として位置づけている。正社員化した人員に対してのみの計測は行っていないが、計測方法も含めて正社員化の効果を検証していきたい。