

2024年2月期 第2四半期決算説明会（アナリスト・機関投資家向け/Zoom ウェビナー形式）

2023年10月3日（火）10:00~11:00

決算説明会における質疑応答の要旨です。ご理解いただきやすいように、内容は加筆・修正しています。

Q. 1点単価の方針について

A. 上期の1点単価は、適正な値入を確保するために新価格帯への移行を進めた結果、前年同期比109%となりました。単価上昇が順調に進んだ要因は、デジタル販促の活用により、お客様へ商品の付加価値を分かりやすく説明できたことです。その結果、仕入原価が上昇する中でも、適正な値入を確保できました。下期の1点単価も前年同期比で108~109%程度となる見込みです。来上期の1点単価については、今後も円安傾向が続くようであれば同様に上がっていくと思われれます。

Q. 今後の粗利と値入、値下の方針について

A. 値入の改善に対しては、社内の貿易部の活用や生産国比率の見直しを進めていきます。貿易部については、しまむら以外のアベイルやバースデイ事業でも活用していきます。値下は不良在庫を溜めずに在庫回転率を上げていくために必要な値下を計画的に行います。そのためにも適正な値入を確保し、目標の粗利益率を目指します。

Q. 暖冬における在庫リスクへの対応について

A. 秋物は当初から在庫を持ち過ぎないように対応しているため、在庫状況は問題ありません。初冬・冬物は、以前のようにシーズン前に全商品を作り込むのではなく、商品の売れ行きや気候に合わせて短期生産のスキームを活用した追加仕入を行うことにより、在庫の持ち過ぎを防ぎます。

Q. バースデイ事業の現状と今後について

A. バースデイ事業は、コロナ特需の反動により、大物玩具や寝具、衛生用品などの売上が落ち込んでいますが、第4四半期あたりから反動減は緩和されると思います。一方で、ジュニア向けのアウトターイ料や肌着は、JBを中心に売上を伸ばしています。今後も当社が得意としているファッション衣料の部分を伸ばしていくことで、コロナ特需の反動減を吸収していきます。

Q. 地方・郊外店舗での懸念事項について

A. 人口減少や高齢化が進む地方の店舗で地域シェアを上げるために、特価商品の地域限定仕入といった対応を行い、来店動機を高める施策を行っています。なお、地方・郊外で競合他社が撤退したケースでは、近隣の当社店舗の売上が大きく伸びており、地方でのシェアの奪い合いはより激しくなっていると思います。

Q. 2024 年度以降の業界全体の需要低下リスクについて

- A. 衣料品に関しては毎年一定の需要が必ずあり、トレンドをきちんと押さえた商品を提供していけば、この需要の取りこぼしはないと考えています。一方で、賃金環境が需要に与える影響は大きく、今後のリスクとして考えていく必要があります。

Q. 今期の出店計画見直しについて

- A. 出店数が減少するのは、収益性を重視して社内審議の段階で出店地を厳選した結果です。しまむら事業の売場面積 1,300 m²での出店やファッションモール形式での出店は、法規制等の理由で出店まで時間がかかるため、来期に開店がずれ込んだ物件もあります。また、他の企業と出店用地が競合するケースもあります。

なお、来期以降も出店拡大の方針に変わりはなく、しまむら事業のリロケーションを中心に、ファッションモール形式での複数事業出店や都心部への出店など、全方位で店舗開発を進めます。

Q. 次期中期経営計画の方針について

- A. この 3 年間は国内事業の基盤を固めてきたことで、今後も天候要因などのリスクは続きますが、利益が大きく崩れることはないと考えています。今後は、アベイル・バースデイの成長牽引事業を更に伸ばしていくことや、シャンブル・ディバロ・EC 事業の利益体質化などを進めて、事業ポートフォリオをより良い形へ組み替えていきます。また、2030 年 2 月期の 8,000 億円の売上高目標に対してプラスアルファする事業としては、次の海外出店国の調査を目的に、東南アジアへの越境 EC に取り組む計画です。

Q. 今後の株主還元の方針について

- A. 株主還元については、今期も取締役会と経営計画策定委員会で継続的に審議しています。今年の株主総会では、株主還元の方針が原因と思われる剰余金処分案への反対の議決権行使が増加しました。取締役会では、株主の意見にどう応えていくかということも重要視して審議を進めています。

以 上