

2024年8月9日(金)16:00-17:00

回答者:

代表取締役社長 坂下秀憲

常務取締役 村井正浩

■2Qの実績について

1. 経費の期ずれについての評価 これは下期に消化していく見通しなのか
その通り。当期中に使う見込みである。期ずれの要因を除くと、2Qの営業利益は計画並みの水準で推移している。
2. 説明資料5ページにある「その他経費」の中身について教えてほしい
減価償却費や旅費交通費などが中心。

■日本の実績について

3. 日本の成長率について、下半期への持続性をどう考えているか
通期業績予想達成に向け、持続していくと見ている。ヘアケアの好調が、染毛剤の遅れを十分カバーできる見込み。
4. 染毛剤について、ヴィラロドラカラー、髪色と眉色の連動提案の施策の結果と今後の考え方について教えてほしい
ヴィラロドラカラーは、今年に入ってからフィールドパーソンによる拡販を開始。第1四半期時にフィールドパーソンは商品学習を行い、第2四半期から本格的な販売活動に移行。窓口軒数の増加など一定の効果がみられるが、リピートが遅れている。美容室に対するカラー教育の促進によって、売上の押し上げを見込む。
髪色と眉色の連動については、提案のコンセプト自体は高く評価されたものの、発売した弊社アイブロウ製品を用いて、他社染毛剤との連動を行うパターンが見られている。弊社染毛剤との連動性が必ずしも強くなかったことで、アイブロウ製品は好調である一方で染毛剤の導入には十分至らなかった。
ヘアカラーについては、グレイカラーは好調であるがファッションカラーに課題があると認識している。販売戦略だけではなく、製品開発やブランディングを含めた抜本的な改革を行っていく必要があり、すでに社内で検討を開始しているところである。
5. 製品カテゴリ別の売上構成比が、染毛剤で低下、ヘアケアで向上することによる、プロダクトミックスの課題に対処することのことだったが、現状で染毛剤とヘアケアの間でどれほどの収益性の差があるのか？また、ヘアケアの収益性が染毛剤に追い付くタイミングはどのように考えているか
染毛剤とヘアケアの粗利率には従来5ポイントほどの差があったが、2024年上期では約2ポイントに近づいている。ヘアケアの収益性は即座に高まるわけではないが、高付加価値製品の好調によって改善

傾向にある。

特に、当社の主力ヘアケアブランドである「オー ज्या」については、染毛剤と同等の粗利率を有しており、最近のオー ज्याの新製品については、高付加価値製品であることによってさらに高い粗利率となっている。当社では、1年間の売上のうち、新製品の売上が約10%を占めている。このような新商品への新陳代謝を繰り返し替えてしていくほか、収益性が悪化している既存品の価格改定を行うことによって徐々にヘアケアの収益性を向上させていく。既存品の価格改定については来年から実施する。

■海外の実績について

6. 中国について、現地通貨ベースでも計画対比でビハインドだと思われるが、下期に向けての考え方を教えてほしい

中国についてはもともと9%の売上高成長を通期で見込んでいたが、その水準への到達は難しいと考えている。春節後に美容室への来客が鈍化しており、その影響を受けている。マクロの影響が大きいため、下期について明確な成長率の見立てなどはお話できないが、日本や韓国などの好調で中国の成長鈍化をオフセットしていく。

7. 米国の売上高成長率は2Qで2%のようだが、これは景況感の影響か

米国については、代理店の仕入れタイミングや新製品発売タイミング等によって、クォーターではボラティリティが出やすい。景況感の影響ではないと考えている。

以上

注意事項

本資料に記載の内容は、決算説明会の質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証するものではなく、今後予告なく変更される可能性があります。

また、業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。