

海外事業説明会 主な質疑応答(要約)

2025年3月25日(金)16:00-17:15

回答者:

常務取締役 村井正浩

取締役 岡崎晴通

■利益水準について

1. 米国における黒字化の目安と、海外事業における長期的な利益水準の目安について教えてほしい。
現在社内で検討中であり、確信をもって説明できるタイミングになればアップデートさせていただきたい。

■韓国について

2. 韓国におけるナンバーワンに向けどのようなことを取り組む必要があるか。
韓国において現在ナンバーワンである現地企業とは1.5倍程度のシェアの差があると推定しているが、若手サロンにおけるシェアや勢いは当社の方があると考えている。ナンバーワンに向けては、パーマ市場の獲得が重要である。韓国において一般的なデジタルパーマに現状の商材では対応できていないため、専用品の開発を進めている。現状、日本でパーマの売上比率は高くないもののノウハウは有しているため、現地の美容室とTAC製品開発を行うことで競合優位性ある製品を投入していく。投入時期は明言できないが、来年以降になる。
3. 韓国におけるナンバーワンを目指すに際し、利益水準はどのように考えるべきか。
過去は人員不足の中で事業を展開していたが、現在では人員の充足が進んでいることで、現在の利益が概ね適正水準であると考えている。代理店の販売網が機能していることで、自社の営業人員を大きく増やしていく必要はないと考えている。

■米国について

4. 資料4pに記載されている米国と韓国の市場規模の差は人口の差と比べても大きく見えるが、何が要因と考えているか。
美容室におけるサービスや店販品の単価は米国の方が高いことに起因すると推定している。
5. 米国において生産拠点を設ける可能性はあるか。
現在はタイと日本から製品を供給しているが、長期的な可能性については排除していない。米国は大きな成長が見込める地域と考えているが、それだけでなく中南米にも大きな市場があるので、そこへの製品供給を踏まると、将来的に検討を行う可能性もある。

■中国について

6. 中国において利益率が低下しているが、どのように回復させていくか

トップラインの回復を美容室への活動によって実現させるほか、中国工場の稼働向上も重要である。元々カラー用に建設した工場であるが、ヘアケア製品の生産体制整備や、工場と併せて R&D も設置しているので、現地専用品の開発・生産を行うことで稼働率向上を目指す。

■その他

7. 海外展開におけるリスク要因は何か

基本的には代理店を通じた美容室への販売を行っているので、競合メーカーによる代理店の買収がリスクとなりうる。一方で、子会社で展開している地域については輸入自体は可能であるので、突如事業がストップするというようなことはない。

以上

注意事項

本資料に記載の内容は、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。