

2022年12月期 第1四半期決算説明会 質疑応答の要約

2022年5月9日(月)に開催した2022年12月期 第1四半期決算説明会において、出席者の皆さまからいただいた質問をまとめたものです。弊社代表取締役 佐藤、常務取締役 五十島より回答させていただきました。

なお、回答内容につきましては、文書化するにあたり、IR担当より補足加筆させて頂いております。

Q1. SUZURIが前年同期比で減収となった要因は何か。また、テレビCMを行うということだが、通期計画の達成に向けてはどのような見通しになりそうか？

A1. 減収要因は大きく2点あり、1点目は巣ごもり需要が落ち着いたこと、もう一つは競合が増加している影響があげられます。

巣ごもり需要が落ち着いた影響については、ライブ・イベントの中止などを受けネット販売の需要が急激に拡大した2020年に比べてSUZURIでの販売も落ち着いてきています。また、アパレルで言えばお客様がオンラインではなく、外へ買い物に出かける動きも見え始めています。競合環境については、広告出稿を他社が開始しており、作品を出品するクリエイターもSUZURIだけではなく他のサービスへの出品もしていることから、競合が増えて他社サービスへの展開が多くなったことで減収につながったと考えております。

テレビCMについては、セール時期に合わせての展開を予定しており、通期業績へのインパクトとしては営業利益へのプラスに大きく作用するものではありませんが、年内に回収しきれる程度に実施をしたいと考えています。(佐藤)

Q2. SUZURIの競合相手はTシャツを中心に販売する企業との理解でいいか。また、SUZURIのプロモーションについては他サービスから費用を捻出する予定ではなく、SUZURIの予算内で利用するとの理解でいいのか？

A2. 競合他社もTシャツ以外のアイテムの取り扱いはしていますが、売れ筋はTシャツとみえています。SUZURIはTシャツだけを売りにしているサービスではないですが、今後、Tシャツにも注力する必要があると考えています。費用については、SUZURIの年内予算で回収しきれる範囲でのプロモーションを予定しています。(佐藤)

Q3. カラーミーショップは4月以降の料金改定を実施したが、競合他社も月額有料プランを展開し始めるなど、競争環境が変化してきていると思うが、流通トレンドに変化はあるか？

A3. 流通トレンドについては、足元で大きな変化はありません。フリープランを出してから、フリープランの申込み割合が多いため、新規契約については月額プランの利用が大きく増えるといった変化はありません。また、現状の月額プランの退会傾向については、退会自体はあるものの、件数としては当社の想定範囲内と考えており、結果として顧客単価は上昇傾向がみられます。

競合他社から当社への契約乗り換えが増えたり、逆に他社への移行が増えているといった状況は見られません。価格改定によって単価が増加していることはポジティブにとらえており、現状はフリープランの契約申し込みが多い状況ですが、今後は月額有料プランの魅力を打ち出すことで月額有料プランの契約件数増加を目指したいと考えております。(佐藤)

Q4. 業績の押し上げ要因としては、ホスティング事業と金融支援事業の成長が牽引するとみていいか。景気後退や電気代高騰、円安など社会情勢の影響はあるか。また、第1四半期はそういった影響はあまりないと思うが、今後はどうみればいいのか？

A4. 今後は円安の影響があると考えています。ドメインについては、ドル建てで調達をしているため、原価率が上昇する可能性があります。SUZURIについても、原油高の影響で原材料の価格が高騰しており、価格転嫁の状況によってはお客様の購買意欲に影響する可能性もあると思っています。

第1四半期では業績への影響はないほか、SUZURIについて新収益基準の適用により業績数字としてはそこまで目立たないかもしれませんが、第2四半期以降の消費トレンドがどうなるかはわからないため、そこは懸念を感じています。(佐藤)

現時点では景気悪化の影響は未知数ですが、金融支援事業の資金調達において、利率上昇の影響を受けた場合に、お客様の利用条件などを見直す可能性があると考えております。(五十島)

以上