

2024年3月期第2四半期決算説明会 質疑応答要旨

※ご理解いただきやすいよう、内容について加筆修正し要旨を抜粋しています。

Q:外部環境や内部環境の中で上手く進んでいる点と進んでいない点は何か

A:上手く進んでいる点

- ・回復している市場の中で商品構成の変更や新商品の投入が奏功している

上手く進んでいない点

- ・内部環境として、人員不足や人材育成の点で営業や開発が遅れていること
- ・製造部門における投資（開発や自動化）の遅れ

Q:人員不足へ対応する施策は何か

A:副業人材等、外部人材の積極的な活用

Q:外部人材活用による具体的な効果について

A:期中の参画のため具体的な成果は出ていないが下期から来期にかけて効果が出るものと考えている。

Q:外部人材の活用で業績が向上するのか

A:まだ人数は少ないがそのための仕事を実施している。

Q:現状の実績では中期経営計画の数字に対し物足りないが据え置くのか

A:利益面や指標に関しては順調、売上高の目標値は高いが達成に努める。

Q:成長投資について相当の規模と想定してもいいか

A:財務面で利益剰余金もようやく黒字化した中で、今の段階で大型の投資は考えていない。

Q:万博の収益への効果はいつからか、売上等の規模感はどのくらいか

A:2024年4月から2025年9月まで会場外の土産市場及び一般市場で販売する。会期中は会場内へも供給する予定。現時点で規模感を掴むことは難しいが、アイテム数は今のところ10点、状況に応じ追加の予定。参考として愛知万博時は会期中6か月の供給（会場外と会場内売店へ納品）のみであったが約10億円の規模。

Q:万博関連商品の単価、利益率はどの程度か

A:ライセンス商品なので比較的高い金額設定となり 800~1,500 円程度、自社企画商品なので取扱商品の中では高い利益率となる。

Q:人員の課題がある中で、万博に対して人員確保はどうするのか

A:現時点では増員したマーケティング部員で対応出来ているが販売開始に向け更に増員を予定している。過去のイベント対応と同様、組織再編等でシフトを行いつつ期間限定の採用と長期的な採用も織り交ぜ増員する。こちらに人員を取られ既存事業の売上が維持できないということは無い。

Q:高付加価値商品とも言える地域産品使用商品の今後の増加状況はどうか

A:下請け・協業メーカーともに人員不足でありこの解消とともに新商品投入のペースも上がる見通し。

Q:土産物の単価が上がってもその分買う点数が減り、利益に影響しないか

A:付加価値を求めて購入する傾向が主流となっており、値上げを行っても売上は落ちていないため付加価値を更に高め利益を追求する。

Q:一人当たりの購入金額が増えているのか、継続性についてどう考えるのか

A:一人当たりの単価は増えているため売上は増加している。観光土産においては、価格以上に付加価値を求める傾向は継続するものと考えており、商品の充実を更に図り購入率を高めていく。

Q:日本人、インバウンドとも（価格に対する考え方は）同じような傾向か

A:インバウンドの価格帯はもう少し高いが傾向は同じと捉えている。

以上