

2024年7月期第3四半期

決算説明会質疑応答要旨



プレミアアンチエイジング株式会社

2024年6月17日

2024年7月期第3四半期 決算説明会質疑応答要旨 (2024年6月13日開催)

【ご留意事項】

「決算説明会質疑応答要旨」は、説明会での質疑をそのまま書き起こしたのではなく、ご参加いただけなかった方々向けに、当社の判断で簡潔にまとめたものです。

1. 売上の減少が続いているがいつ下げ止まると見ているか？

来期（2025年7月期）中には、売上のダウントレンドを止めて反転させたいと考えており、第4四半期にはさまざまな投資を予定している。まず新しいチャレンジとして、新チャネルの開拓や新ブランド・既存ブランドにおける新商品の開発にスピードをあげて取り組んでいる。また顧客基盤の強化を進め、CRM施策を通じてロイヤルカスタマーの増加に注力する。さらにCPO/LTVの関係を見極めながら、関係が良くなれば新規獲得投資のアクセルを踏んでいく。これらは再成長をドライブする施策と考えている。また財務体質の強化にも対応する予定。これらの施策を通じ、来期中には再成長及び利益体質基盤の確立を実現したい。

2. 通期業績予想を据え置いたが、第4四半期には10億円の営業損失を見込んでいるのか？通期業績の上振れ・下振れのリスクをどのように見ればよいか？

繰り返しになるが、第4四半期にはいくつかの投資を予定している。

- ① CPO/LTVの関係が良くなれば、積極的に新規獲得投資のアクセルを踏む
- ② 新チャネル・新ブランドの開発に対する投資を進める
- ③ 昨年度の在庫の評価損や第2四半期のシステムの減損等で株主・投資家の皆さまにご心配をおかけしたが、再度、財務の総点検を実施する。ただし、現時点で昨年度末や上半期のような大きなコストの発生を認識しているわけではない

これらの投資を予定していることから、通期の業績予想は変えていない。ただ、下振れするようなリスクは見込んでいない。

3. リカバリー事業の好調が続いているが、第3四半期に利益率が低下した理由は何か？

リカバリー事業に関しては、サプライチェーン・マネジメントを強化し安定的な製品の供給体制が整ったので、第3四半期以降、デジタルマーケティングを通じた広告・販促投資を増やしている。3月からは新ブランドアンバサダーのイモトアヤコさんとのプロジェクトを通じ、ベネクスブランドや製品の特長をはじめ、ユーザー・ベネフィットや効果効能、使用シーンの理解等を促進するコミュニケーションを推進している。積極的な広告投資を始めたばかりで、まだ売上伸長が伴っていない部分もあるが、今後は広告の配信の仕

方や訴求方法をチューニングし、コストに見合う売上成長を図っていく。

4. リカバリー事業の今後の成長をどのように見ればよいか？

リカバリーウェア市場は拡大期にあり競争も激しくなっているが、市場を上回る成長を実現しシェア拡大を図っていく。この先の成長については、2桁を少し上回る売上成長と2桁の利益率を目指していきたい。

以上

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

- ✓ 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- ✓ それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- ✓ 成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクとして、通販化粧品市場の動向に影響を受けることがあります。積極的なプロモーションの推進や顧客の潜在ニーズを探り、商品企画に活かすことにより、当社製品の競争力を維持することに努めております。また、その他のリスクについては有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

【お問い合わせ先】

コーポレートコミュニケーション本部

mail : ir@p-antiaging.co.jp