

2016年12月期第2四半期決算説明会主な質疑応答

質疑応答

Q：フュージョンパートナー様との今後の関係、取り組みについて簡単に伺いたい。また、協業に関し、具体的にどのような分野を想定しているのか。

A：フュージョンパートナー様とは今後について検討を開始した状況であり、具体的なものをご説明できる状況にはない状況です。先方からはいくつか提案をいただいております、あらゆる可能性を現在模索中という状況です。

Q：2016年第2四半期（4-6月期）が前年に対して減益になっている背景は何か。

A：2015年6月に一時利益（本社原状回復に関する償却費の戻入益）が21百万円程度発生していたためです。

Q：四半期ごとの季節性について教えてください。

A：弊社の特性は3月末、6月末、9月末、12月末に売上高が集中する傾向にあります。特に12月末と3月末が売上高の比率としては大きくなる傾向がある。今期についても12月末研修予定の案件が多数あるため、その傾向は変わらない。

Q：四半期ごとの販管費（販促費）の傾向について傾向はあるのか。

A：販促費については進捗を見ながら調整する方向で考えている。上期については少しドライブ気味に使ったが、下期については利益水準を勘案しながら少しブレーキを踏みつつある状況です。

Q：クラウドの比率は開示されておりますが、ストックの比率は開示されておりますでしょうか。

A：対外的には開示していない。ただ、ストック収入は全般的に増加の傾向にある。

Q：フィールド事業の好調な背景をもう少し詳しく教えてほしい。

A：消費財メーカーには元々店頭周りを担当している社員がいます。しかし、現在消費財メーカー様は人手不足で正社員をいかに効率的に働かせるかが科出合いとなっています。そのような中、小売店頭周り様々な業務は消費財メーカーの正社員の方々にとって少し負荷が高く、生産性の面でむしろ外部委託したほうがよいのではないかという認識が年々高まっています。弊社のフィールド事業はそのニーズをとらえて、正社員の方々が行っていた業務を弊社の全国の主婦が訪問単価性という、いわゆる時給や日給など固定コストではなく、何件お店を回ったのか、何アイテム扱ったのかというカウントに応じて料金が決まってくるという変動費型のアウトソーシングを受け持っています。一方、同業他社は派遣社員が派遣されて、ある程度固定のコストが発生してくるケースが多い。弊社ではそのあたりを極力変動費化させるということで、コストダウンを図ることができる。そのため、消費財メーカー様にとって非常に、メリットがあるご提案ができています、というのが、好調な背景です。