

2019年1月31日 決算説明会 質疑応答 (抜粋)

Q：売上総利益率（粗利率）悪化はなぜ起こっているのか？

A：前年（2017年度）から粗利率は合計で $\Delta 1.4$ ポイント。内訳は、値上による配送料率上昇で $\Delta 0.6$ ポイント、販売された商品の売上構成変化（商品ミックス）やボリュームディスカウントを行う購買管理システム事業（大企業連携）売上比率拡大で $\Delta 0.3$ ポイント、他は海外ロイヤリティ等によるもの。
計画から粗利率は合計で $\Delta 0.6$ ポイント。値上による配送料率上昇で $\Delta 0.2$ ポイント、他は海外ロイヤリティ等によるもの。

Q：海外ロイヤリティはなぜ粗利率を下げているのか？

A：米国親会社のネット通販事業へ当社よりノウハウを提供してロイヤリティを受取っている。ロイヤリティ額は当該事業の売上に一定の比率を乗じて算定するが、営業利益のレベル等も算定に影響する。米国親会社のネット通販事業の売上は順調に成長しているものの、更なる成長拡大のため費用をかけて体制強化を行っており、それにより営業利益レベルが低下し当社のロイヤリティ受取額が下がった。ロイヤリティ額の減額は、直接的に当社の粗利減となる。

Q：2019年度売上計画の前提は？マクロ経済環境悪化はどの程度織込んでいるのか？

A：マクロ経済環境の悪化は、直近の当社売上においてその影響が出ていないため、売上計画に織込んでいない。前年度からの営業日数減（ゴールデンウィークの休日数増の影響等）は計画に織込んでいる。消費税率アップも前回（2014年）と同程度の影響を売上計画に織込んでいる。

以上