

2020年10月26日
株式会社アダストリア

2021年2月期第2四半期決算 FAQ

9月30日（水）の2021年2月期第2四半期決算発表後、メディア、アナリスト、機関投資家のみなさまからいただいた主なご質問をまとめました。

■業績について

Q. 緊急事態宣言解除以降のリアル店舗の状況について知りたい。

A. 6月3日までにすべての国内リアル店舗の営業が再開し、一部店舗で1時間程度の短縮営業を実施しているものの、ほぼ平常通りの営業状況となっています。

■在庫について

Q. シーズン在庫の状況を知りたい。

A. 春夏在庫の消化を順調に推し進めた結果、前年に比べても在庫水準が減っており、来期に持ち越す在庫も少ない状態です。秋冬在庫については、時間をかけて生産するものについては調達を抑えて、例年よりクイックレスポンスの枠を多めにとり、柔軟に対応できるようにしています。

■ECについて

Q. 街中の人出が増えてきているが、ECの売上に影響があるか。

A. 上期、特に第1四半期においては、外出を控えた方の利用増加および自社EC施策の強化により、EC売上高は前年同期比で大幅に伸長しました。第2四半期以降、徐々に街中の人出が増える中でも、生活スタイルの変化などからECでのお買い物需要は継続しており、さらに自社EC施策を継続的に打つことで、EC売上は順調に伸長しています。

Q. EC戦略・強化施策を知りたい。

A. 店舗スタッフがライフスタイル情報を発信する「STAFF BOARD」を軸に、リアル店舗とオンラインを融合した顧客接点の拡大を目指しています。量の面では、「STAFF BOARD」参加スタッフ人数を増加し、掲載コンテンツ量を増やしています。質の面では、「STAFF BOARD」参加スタッフに対してスタイリング撮影やライブ配信のオンライン勉強会を実施し、クオリティを高めています。また、各スタッフのコンテンツ経由の購入履歴などをデータ化・分析して参加スタッフへフィードバックすることで、さらなる量と質の向上に活かしていきます。

Q. オムニチャネルサービスはいつ導入されるか。

A. With コロナ時代を見据えて、サービス開発の内容や優先順位を改めて検討した結果、これまで進めてきた「店頭受取」「店頭試着」などの「実店舗への来店」を軸にしたサービス開発も進めながら、オンライン上の顧客体験価値を上げるサービスに優先的に対応することとしています。

■海外について

Q. 海外の地域別の状況について知りたい。

A. 新型コロナウイルス感染症拡大の影響が大きかった香港、韓国、米国は減収となりましたが、影響の少なかった台湾はほぼ前年並みで推移し、ニコアンド上海旗艦店が堅調な中国は増収となりました。その中でも、中国では商品や運営のローカライズが順調に進み、話題になるような商品づくりと現地で有名なインフルエンサーを起用するなどで、日本発ライフスタイルブランドとしての認知度を着実に上げ、2020年12月には2号店のオープンも決定しました。

以 上