

## 第 34 回定時株主総会における質疑の概要

(2023 年 6 月 26 日開催)

### 【1】事前質問

本年より、株主様からの事前質問の受付を行いました。  
寄せられた事前質問の中から、本総会において 2 件のご質問に回答いたしました。

#### ●事前質問 1

第 2 号議案「取締役（監査等委員である取締役を除く。）4 名選任の件」に関し、女性の取締役を選任すべきではないか。

回答（回答者 松崎社長）

当社の役員構成においては、女性の社外取締役を 2 名、女性の執行役員を 1 名選任しています。また、店長を除く課長以上の女性管理職比率は 22.4%であり、2026 年 3 月末までに当該比率を 30%まで引き上げることを目標としています。現在も社内の意思決定において女性幹部および管理職の意見を十分に取り入れておりますが、引き続き女性役員の登用についての議論、検討を進めてまいります。

#### ●事前質問 2

株主総会の招集通知が、従来よりも簡素化されたが、その理由を聞きたい。

回答（回答者 松崎社長）

2022 年 9 月 1 日に、改正会社法が施行されたことを受け、本総会より、株主総会関連資料をインターネット上で提供しています。そのため、送付した資料は、招集通知の一部を抜粋したいわゆるサマリー版となります。従前と同様の株主総会資料のお受け取りをご希望される株主様は、所定の書面交付請求のお手続きをいただくようお願いいたします。

### 【2】会場でいただいたご質問

本総会の会場において、以下のとおり 8 名の株主様よりご質問をいただき、回答をいたしました。

#### ●質問 1

当社のオリジナル製品は中国での生産品が多いが、カントリーリスクも踏まえた今後の生産体制について聞きたい。

回答（回答者 松崎社長）

現在の生産地域のシェアは、中国が 47%、日本が 23%、アセアン諸国が約 30%となっておりますが、様々なリスクを踏まえ、主力取引先と連携を強化し生産地域を分散するなど、リスクのバランスを取りながら運営をしていきたいと考えています。

●質問2

円安の影響で日本の消費者の購買力の低下が懸念されるが、国内店舗のインバウンド比率および海外展開の展望を聞きたい。

回答（回答者 松崎社長）

2023年3月末日時点の売上構成におけるインバウンド売上の比率は1.2%でしたが、直近は同2%弱まで回復しています。これに加え、中国の方の訪日が本格的に再開した暁には、同4%から5%に拡大すると見込んでいます。海外の状況といたしましては、台湾の営業が想定を上回る状況で推移しており、この実績を踏まえ中国本土の展開に繋がりたいと考えており、現在、台湾で約15億円程度の売上規模であります。長期的に海外全体で100億円規模まで伸ばしていきたいと考えています。

●質問3

日本の人口減少が問題となっており、年代ごとに購買動向も変化していくことが予想される中、どのような対策を講ずる予定であるか。

回答（回答者 松崎社長）

少子高齢化の進行は避けられない状況と捉えた上で、アパレル領域以外にも業容を拡大し、年齢層を問わず価値提供を進めていきます。アパレル領域については、若年層に向けたブランド開発を進めるとともに、既存事業についても商品構成を変える等により成長の余地があると考えています。加えて、デジタル投資を含む業務効率化を進めながら、国内のみならず海外のお客様への価値提供を最大化してまいります。

●質問4

当社のオリジナル製品と仕入品の構成比率および海外展開におけるMD戦略について聞きたい。

回答（回答者 松崎社長）

全社の商品構成比率は、オリジナル製品が60%、仕入品が40%の状況であり、各ブランドで適正なバランスを見極めながら、全体としては現在の構成比率を維持していきたいと考えています。海外展開においては、日本と同様の商品構成が取りにくい国や地域があることから、オリジナル製品を中心にしつつ、一定比率の仕入品を加える日本同様のセレクトの形態で運営をしてまいります。

●質問5

当社は、創業時期は路面店からスタートし、商品構成はカルチャーや文化的要素を意識した戦略を取っていたが、現在はトレンドや品質に注視し、ファストファッションの要素も取り入れた戦略にシフトしていると感じている。これからもセレクトショップとして拘る部分や、一定層の顧客に向けた価値提供の取組みについて聞きたい。

回答（回答者 松崎社長）

現在は、レーベルや出店地域により、細やかに商品構成を変えるなどの施策を採っており、オリジナル製品で賄えない価値を仕入品で提供しています。本来はオリジナル製品の比率を100%にすることを目指してはおりますが、オリジナル製品のみではお客様への価値提供が満たされていない点を課題として認識しており、当社オリジナル製品の付加価値をさらに高めていきたいと考えています。

●質問6

台湾、中国と海外進出を進めているが、カントリーリスクが懸念される中でアセアン進出の検討状況および中国進出を決めた理由を聞きたい。

回答（回答者 松崎社長）

アセアン諸国について検討の必要性があると捉えておりますが、台湾展開で得た学びを最も活かせる地域として中国本土を選択しています。また、中国本土の富裕層に当社が提供する高付加価値が伝わりやすいという仮説を持っており、中長期に亘り、中国本土での展開を進めていきたいと考えています。カントリーリスクについては、常に状況を把握し、対策を調査しながら、都度、柔軟な対応を採ってまいります。

●質問7

昨期と比較し店舗数および従業員数が減少している中で売上が伸びている理由および業容拡大に向けた施策を聞きたい。

回答（回答者 松崎社長）

コロナ禍の期間中、全店舗の約17%にあたる不採算店舗の撤退をしましたが、1店舗当たりの収益向上を目的に、店舗業務のOMO化や効率的なシフト運営などオペレーションの見直しを進め、全体の生産性が高まったことで売上の増加に繋がりました。新中期経営計画の実行においては、新ブランドと既存ブランドのMD変更等により約100店舗の出店を予定しており、縮小均衡から出店拡大に転じ、業容を拡大していきたいと考えています。

●質問8

女性管理職が育児休暇や産前産後の休業を経て、復職後に、再度管理職に就いている割合および復職後に活躍できる体制の整備状況について聞きたい。

回答（回答者 松崎社長）

女性管理職の復職後の再就任の比率については開示をしていないため回答を控えますが、復職後に改めて管理職に就いている例が多数あります。また、女性管理職のメンバーへ個別にヒアリングを実施し、女性活躍の妨げになる課題等の洗い出しを進めるなど、引き続き女性の活躍推進に必要な体制の整備を進めていきたいと考えています。

以上