

ジャパンクラフトホールディングス株式会社
個人投資家向けオンライン会社説明会 質疑応答要旨
〔2023年3月31日(金)、4月1日(土)開催〕

Q. 客数の回復遅れは接客が悪いためという評判を聞くが改善されているのか？

A. ご心配をおかけし申し訳ございません。お客様から頂戴した接客に関するご意見を社内で共有し、カスタマーサービス部門も設置し都度改善を図っております。至らない点があるかもしれませんが、お客様のご意見を真摯に受止め店舗運営に活かすよう引き続き取り組んでまいります。

Q. 株価が下がった理由や株価上昇に対する取組を教えてください

A. 株価の下落につきましては、株主の皆様にご迷惑をお詫び申し上げます。株価につきましては、市場における投資家の皆様の評価でございますので、その妥当性について申し述べることは控えさせていただきますが、コロナ需要沈静化以降、業績が芳しくないことに対する厳しい評価と受止めております。まずは最優先で黒字体質化への取組みを進め、その先の成長性を投資家の皆様にご評価いただくことが重要と考えております。新中期経営計画の達成へ向けて、従来の手づくり領域の事業を軸に、新ビジネス領域での事業を定着させ、成長基盤構築に努めてまいります。株主還元も重要施策と位置付け、足元では株主優待の充実化を図っております。株主の皆様のご期待に応え、中長期的な株式価値の向上に全力で取り組んでまいります。

Q. ソーイング強化について教えてください

A. 資料 19 ページで紹介した事例がソーイング強化の象徴的な取り組みです。これまでのクラフトハートトーカイ店舗では、入園入学用品やバッグなど小物づくりの提案力、ニットソーイング教室運営、マシン販売・サポート力を強みとしておりました。一方で、洋服作りのためのオリジナル生地の商品揃えが課題でありましたが、今回人気テキスタイルメーカーの有輪商店とコラボし、着心地にこだわった高品質なオリジナル生地を開発しました。ソーイングは 100 円ショップと差別化でき、手芸専門店の強みを発揮できる分野であるため、今回のような取り組みを通じて、ソーイングの魅力をお客様にお伝えし、新たなファンを作っていくことが重要と考えております。

Q. 競合他社と比べて強みと考える商品・サービス等は何ですか？

A. クラフトハートトーカイは、手芸専門店の全国展開により培ってきた、手芸に造詣の深いスタッフの提案・サポート力と、ロイヤルティの高い顧客基盤を有しております。店舗面積は競合他社と比較すると小型が多く、店頭の商品揃えに課題もありますが、EC サイトで商品揃えを充実させ、EC サイトで注文して店頭で受取るサービスを実施するなど、EC サイトと実店舗が一体となった購入環境の提供に取り組んでおり、オムニチャネル化が当社の強みにしていける分野と考えております。また、(株)日本ヴォーグ社が有する書籍を通じた商品・サービスの提案力・訴求力を具備している手芸専門店が当社だけであり大きな強みと自負しております。お客様に当社を選んでいただけるよう、グループ各社の強みを活かした新しい魅力を提案していくことが重要と考えております。

Q. ECサイトの強化はどのように進めるのか？

A. 店舗網再編により実店舗数が減少するなか、EC サイトはそれを補完する形で強化しております。現在、実店舗以上の品揃えとし、EC サイトで注文して店頭で受け取るサービス等を行っておりますが、今後も EC サイトと実店舗が一体となった購入環境を整備してまいります。また、現在、藤久(株)が運営する EC サイト「クラフトハートーカイ.com」はリニューアルを予定しており、作品レシピと商品を紐づけるなど、商品だけでなく、作品提案型のオンラインショップへ生まれ変わる予定です。お客様の創作意欲を刺激するようなサイトとし、購買に繋げていきたいと考えております。

Q. 株主優待券の有効期限が短いため1年程度にできないか？

A. 貴重なご意見ありがとうございます。当社の株主優待券はお客様の使い勝手が重要と考えております。株主様からのご意見をもとに、株主優待の充実化を引き続き検討してまいります。

以上