個人投資家向け経営・事業説明会 質疑応答（要旨）
（2026 年 10 月 20 日実施）

【質問】 「HACKTICK」ブランドについて、今後「SALONMOON」のようにオフラインで展開する可能性はあるか。

【回答】 将来的にはドラッグストア等でのオフライン展開も視野に入れているが、優先的に取り組んでいるわけではなく、現時点では具体的な取り組みは進めていない。今後、商品の販売規模が拡大し、ドラッグストア等から引き合いがあった場合には、対応を検討していく考えである。

【質問】 2026 年 12 月にも「HACKTICK」ブランドの新商品が発売される予定だが、ブランド戦略はいつ頃から検討していたのか。

【回答】 ブランド戦略については、約１年前から検討を開始した。従来の商品単位での新規顧客獲得に加え、一度獲得したお客様に継続して商品をご利用いただき、さらに同一ブランドの複数商品を購入いただけるような関係を構築する必要があると考え、ブランド戦略に取り組むこととした。

【質問】 ブランド戦略は中期経営計画を達成するための戦略となるのか。

【回答】 進行中の「中期経営計画 2028」においては、ブランド戦略は掲げていない。従って、中期経営計画を達成するための戦略ではなく、将来的に売上高 1,000 億円規模を目指す上での長期的な事業戦略として位置づけている。
従来の商品単位での新規顧客獲得を中心とした手法だけでは、さらなる事業規模の拡大には限界があると考えており、ブランドを通じてお客様との継続的な関係を構築することで、長期的な事業拡大につなげていきたいと考えている。

【質問】 プライム市場の上場維持について、2026 年４月 14 日の IR で示した最優先事項とする方針に変更はないか。

【回答】 方針に変更は無く、プライム市場の上場維持に向けて、引き続き最大限の取り組みを進めていく方針である。

【質問】 中期経営計画の達成確度は、以前と比較して高まっているか。

【回答】 FY2027 1Q 時点との比較では、現状は概ね想定どおりに進捗しているため、中期経営計画の達成確度についても大きな変化はないと認識している。

【質問】 現在の株主優待利回りは非常に高い水準となっているが、今後の株主優待制度についてどのように考えているか。

【回答】 現状、結果的に株主優待利回りが非常に高い水準となっているが、当社が株主優待を充実させている背景には、株主と商品ユーザーの重複が少ないという課題がある。当社には約 13 万人の株主と約 30 万人の定期購入ユーザーがいるものの、両者の重複が少ないため、株主の皆様にも当社商品をご利用いただき、商品ユーザーの皆様にも当社の株主になっていただくことで、双方のつながりを強化していきたいと考えている。
株主優待として商品及び金券を提供しているのも、まずは当社商品を実際にお試しいただき、その良さを知っていただくことが目的である。今後も基本的な方針を変更する予定はなく、株式だけでなく商品についても関心を持っていただけるよう取り組んでいく。

【質問】 FY2027 1Q に発生した受注残は FY2027 2Q 末時点で概ね解消されたとのことだが、受注残が発生した要因は何か。また、今後も同様の事象が発生する可能性はあるか。

【回答】 FY2027 1Q に発生した受注残については、現時点で解消している。発生要因は、主に新商品の注文数が当初の販売予測を上回ったことである。需要予測の精度は向上しているものの、新商品については想定以上の注文が入る場合がある。

当社では過剰在庫の保有を避けるため、販売予測を保守的に見積もる傾向があり、今後も新商品の発売数が増加する中で、一定程度の受注残が発生する可能性はある。
ただし、受注残は既に注文をいただいているものであり、商品のお届けまでに一部キャンセルが発生する可能性はあるものの、その割合は大きくない。そのため、受注残による売上機会の損失は限定的であり、当社としては大きな問題とは認識していない。

【質問】 これまで実施してこなかったブランド戦略を、このタイミングで開始する理由について教えてほしい。
【回答】 これまではブランド戦略の必要性をあまり感じておらず、お客様はブランドではなく個々の商品の価値によって購入を判断するという考えのもと、商品の特徴や効果を訴求することで売上高及び利益を拡大してきた。
一方、今後さらに事業規模を拡大していく上では、商品単体の訴求だけでなく、ブランドに対する認知や信頼を高め、継続的に購入いただけるお客様を増やしていくことが重要になると考えている。
ブランド戦略の必要性は企業規模や事業特性によって異なるものの、将来的に売上高 1,000 億円規模を目指す上では不可欠になると考えており、その実現に向けて現時点から取り組みを開始している。

(注)
本資料は説明会での質疑応答をそのまま書き起こしたものではございません。
内容をご理解いただきやすいよう、当社の判断により一部加筆・修正を加えておりますので、ご了承ください。