「24年度総括及び25年度方針」説明会を開催　やよい

24年9月期の売上高は17億9000万円

専門店・Eコマースともに大幅伸長

売上高・営業利益は二桁のプラス成長
25年度のスローガンは「選ばれるやよい」

関西の有力化粧品専門店「やよい」（本社：兵庫県西宮市、福来芙美子社長）は10月4日、ホテル京阪 京橋 グランデ（大阪市都島区）で「24年9月期総括及び25年9月期方針」説明会を開催、同社従業員やメーカー関係者ら78名が出席した。24年9月期は17億9000万円、前年比30・4％の大幅増で着地。そのうち専門店事業が同16・6％増、Eコマース事業が同36・2％増と、いずれも高い二桁成長を示し、26年度に売上高20億円達成を目指す「中期経営計画」1年目は上々の成果で終了した。同社の西尾勝太副社長は「数字は大事な要素だが、それ以上にやよいが皆様に信頼され期待され続ける存在であることが成長の鍵を握っている」と語り、25年度も、さらなる成長加速へ邁進する姿勢を示した。

「24年9月期総括及び25年9月期方針」説明会は午後2時にスタート。はじめに福来芙美子社長が登壇し「3月には京阪モール本館2階のやよいを改装し、さらにEthical&SEA（エシカルシー）をオープン、その後8月には（京阪モール1階にある）アルビオン ドレッサーを改装するなど、皆様に多大なるご協力をいただいたおかげで前に進むことができた。感謝申し上げる。また新規ブランドとしてSHISEIDO及びポール&ジョーを導入、美容部員さんはじめ店のスタッフがお客さま一人ひとりに寄り添った活動を実践し、日々努力を続けている。詳細は西尾から伝えるが、これからのやよいもお願い申し上げる」と述べた。

福来芙美子社長

続けて、西尾勝太副社長が24年9月期（23年10月～24年9月）業績及び25年9月期方針を発表。まずは20年度から24年度までの5年間を振り返り、「売上高は3億5000万円から17億9000万円に、営業利益も500万円から1億3000万円と、この5年間で驚くべき成長を遂げることができた。そのなかでも最もうれしい変化は、数字よりも〝やよいの見え方〟にある。老舗の化粧品専門店から、さらに成長を期待していただけるビューティーカンパニーとして評価いただけるようになったのではないかと。これもひとえに、今まで築き上げてきた信頼と実績のおかげだと感謝している」と取引先への謝意を表した。

西尾勝太副社長

24年度は売上高17億9000万円（前年比30・4％増）で年間計画17億円を達成。営業利益は、人材投資に加え、改装や新規出店、自社ECサイトなどへの投資等があったが、1億3000万円（同20・3％増）で着地した。

やよいでは西宮の本店でEコマースの運営もしており、事業別で見ると専門店事業が同16・6％増、Eコマース事業はさらにそれを上回る同36・2％増と、リアルとEコマースの双方が高い二桁成長を示した。

取扱いメーカー各社の24年度動向では、「資生堂、コーセー、花王が全体を引っ張る形で売上を伸ばした。なかでも資生堂、コーセーが過去最高売上を更新。花王もKANEBOが実績を大きく伸ばし、過去最高売上に迫る勢いを見せた」と西尾副社長は手応えを語り、資生堂・コーセー・花王が〝限界を突破した〟と表現した。

メーカー別に詳しく見てい

くと、資生堂は近年、好調を維持している「クレ・ド・ポーボーテ」（同33・8％増）が今年も躍進し実績を牽引。新規導入した「SHISEIDO」も順調に新規客を増やし、資生堂全体では同27・7％増の高い二桁伸長を達成した。コーセーは「コスメデコルテ」（同17・3％増）を中心に売上を伸ばし、同15・5％増で着地。昨年念願の1億円を突破し売上シェアNo.1に躍り出たが、今年もシェア1位を死守した。

花王は、リサージ及びトワニーが苦戦したものの、グローバル「KANEBO」が同55・5％増と昨年比1・5倍の躍進を示し、全体としても同25・2％増のプラス成長に転換。香椎化粧品は前年マイナスとなったが着実に顧客創りを進めており、ピアスは今年3月にアクセーヌを新規導入したことと、カバーマークが堅調な伸びを示し、計画比には届かなかったものの同24・8％増を達成した。

アルビオン（京阪モール1階で「アルビオン ドレッサー」を運営）は24坪から29坪に増床リニューアルを実施。1ヵ月半ほど休業していたにも関わらず、8月の改装の際に新規導入したポール&ジョーが貢献し、同3・1％増と前年をクリア。同社7年ぶりの新規出店となった「エシカルシー」は初年度苦戦したが、顧客創りが着々と進んでいる状況で、次年度さらに活動を強化していく。

専門店事業の活動内容として良かった点は、AI活用による業務の効率化が進んだことに加え、コーセーが10月から台帳の電子化を開始。資生堂、花王も年内に台帳レス化を進め業務の効率化を目指す。

西尾副社長は「新規が伸び悩むと売上に響くと言われているため、当社でも新規数は重要な要素として見ている。今年は新規実績が約1万500人、前年比17％増の成果を残すことができた。この結果はやよいの活動の〝賜物〟であり、全員の日々の弛まぬ努力や頑張りがこの17％増という数字を生んだ」と社員と美容部員の取り組みを高く評価した。

一方で、前年比36・2％増の二桁伸長を示したEコマース事業については、制度品メーカーを中心にいずれも高い伸びを示したほか、最重要ポイントとなるアクセス数（同40・3％増）や新規購入（同27・0％増）が好調に推移。また、2年連続で関西エリアのベストショップの称号である「ショップ・オブ・ジ・エリア」を受賞したほか、お買い物マラソン初日の最も流通額が動くタイミングで、デイリーランキング総合2位を獲得。さらに、楽天市場ならではのコンテンツ「楽天NATIONS」ではリーダー店舗に選ばれ、15店舗中13店舗が目標を達成するなど、歴代トップ3にランクインする好成績を収めた。

西尾副社長は「Eコマース事業においては新メンバーが加入し体制を強化したことで、発送可能数が大幅に向上。役割分担ができるようになり、結果、顧客満足度の上昇に繋がった」と今後はよりサービスの充実を図っていくと強調。さらに今期開設した自社ECを軸にOMO戦略を推進していく意向も示した。

そのほか、今期の活動として、社員の賃上げを実現できたことや採用力を強化する目的で10月1日にコーポレートサイト（yayoi-beauty.com）を開設したこと等を挙げた西尾副社長は「業界内での発信力を強化するため、ブログをスタートした。100記事までは毎日投稿していく」とブログでやよいの知名度・信頼度をさらに上げ、新たな出会いに繋げていきたいと語った。

25年度の目標は売上高20億円の突破
〝私たちならできる！〟をモットーに邁進

引き続き第二部ではやよいの中期経営計画（24年～26年）の経過報告が行なわれた。

中期経営計画最終年の26年に目指す経営目標（指標）としては、売上高20億円（24年度17億9000万円）、営業利益率7％～9％（同7・2％）、社員数23名～25名（同27名）、社員年収中央値400万円〈時給換算2085円〉（同370万円〈同1927円〉）を掲げ、1年目にあたる24年度は「順調に数字を積み上げることができた」と手応えを語った。

そして、25年度のスローガンを「選ばれるやよい」とし、「顧客に選ばれる（マーケティングで未来を拓く）、取引先に選ばれる（信頼とブランドを築く）、社員に選ばれる（魅力ある職場と採用力で人を育む）やよいを目指す」と西尾副社長は力を込めた。

そのうえで、25年9月期の全体計画として、売上高20・3億円（同13・5％増）、内訳として専門店事業同11・1％増、Eコマース事業同14・3％増を示した。

最後に「目の前の数字をみると、正直厳しいのでは、と思う方もいるかもしれないが、今の私たちの姿は5年前には想像できなかった。しかし、毎年売上を着実に積み上げ、年間目標を達成し、さらに事業も拡大、新しいことにも積極的に挑戦し大きく成長することができた。これからより険しい山に挑もうとしているが、これまで築いてきた信頼、期待、そしてチャレンジするマインドがあれば〝私たちならできる！〟と本気で思っている」と25年9月期に向けて強い意気込みを示した。

次いで、24年度、やよいへの貢献度が高かった人を評価する表彰式を実施。受賞者は以下の通り。

▼新人賞（やよいでのキャリア1年半未満の人）＝やよいEコマース事業部・江里口しおりさん、▼美容スタッフ

（6頁へつづく）