

株式会社ファンケル

2021年3月期第3四半期 決算説明会 主な質疑応答(要旨)

1. 業績の下方修正について。通販、店舗ともに下方修正したのはなぜか？店舗はコロナ第3波が影響しているが、通販の下方修正の理由を化粧品、サプリメントで分けて説明して欲しい。

⇒3Qの売上高は全体で15億円未達。4Qで35億円、通期では50億円引き下げた。4Qの35億円の引き下げのうち、化粧品が23億円、サプリメントが11億円で、化粧品が厳しい状況。サプリメントは少し計画が高かった。

チャンネル別には、通販で11億円、店舗で12億円を引き下げ。通販は、少し高い目標過ぎた。通販の引き下げ額11億円のうち約7割が化粧品である。

店舗は12億円引き下げたが、コロナ感染拡大で4Qが厳しいとみており、こちらも化粧品を中心に引き下げた。

2. 4Q計画について。緊急事態宣言は2月で解除される前提か？
あるいは長引く前提か？

⇒緊急事態宣言が計画通り2月に解除されたとしても、急に都心の店舗にお客様が戻るとは考えにくい。春のセールも少し控えめになるのではないかと心配している。

3. 通販のレスポンス広告の効率化によって新規のお客様の獲得数は減ったが、単価が上がったことで新規のお客様の売上は増えた。
新規の数が減ったことは、来期以降の売上のベースに影響しないか？

⇒来期以降の売上を押し下げる要因にはならない。通販のレスポンス広告は非常に難しい。新規を多く取れば良いわけではない。例えば、「マイルドクレンジング オイル」を初回限定500円で訴求すれば、多くの新規獲得ができるが、1回しか購入されないお客様が多くなる。

ブランドと親和性のあるお客様、広告の表現に心を動かしてくださるお客様、そういう方を獲得しないと2回目以降の継続に繋がらない。

4. 「免疫サポート」について。流通チャンネルで17,000店に配荷し、初期出荷で3億円あったとのことだが、通販、店舗の売上はどのくらいか？

⇒「免疫サポート」は、12月17日に発売したが、流通はそれより前に出荷があり、ドラッグストア、コンビニを中心に17,000店舗に配荷している。

発売から12月末までで約4億円の売上。そのうち、流通で3.2億円。残り8,000万

円が通販と店舗。

5. 中国サプリメント市場は、年率10%成長とのことだが、2020年、2021年はコロナによる健康意識の向上でさらに成長率が加速すると考えているか？

⇒中国サプリメント市場は、ますます拡大する。ファンケルは保健食品15アイテムを展開できれば、リアル店舗含め相当な市場を獲得できる可能性があり、まだまだ伸ばせると考えている。

6. 海南島で保健食品の販売を開始したが、当初数億円の寄与と聞いていた。それは予定通りか？

来期は保健食品が15品目まで拡大するため、初期出荷は相当大きくなると期待してよいか？

⇒今回販売するタイミングがズレたことで、海南島の免税店の販売も「亜鉛」1品のみとなっている。本来であれば、多くの商品群を発売したかった。

来期、保健食品を拡大した際の初期出荷には期待している。

以 上