

株式会社ファンケル

2022年3月期第2四半期 決算説明会 主な質疑応答(要旨)

1. 上期の売上が未達になったが、コロナの影響がない通販も未達になった。通販の状況について教えてほしい。

⇒計画比では10億円弱の未達。コロナの影響がもう少し落ち着いていると予想していたが、外出自粛による化粧品の使用機会の減少が大きかった。また、我々が思っていた以上に、「エンリッチ」、「内脂サポート」のリニューアル前の買い控えの影響があった。

2. 上期の売上が下振れた理由として、リニューアル前の買い控えの影響があったとの説明だったが、リニューアル後の手ごたえを教えてほしい。

⇒リニューアル前に対象製品の売上が落ちることは分かっていたが、そのリカバリーが弱かったと反省している。

「エンリッチ」は非常に良い製品ができたと考えており、既にTVCMも行い、大規模プロモーションが動いており、手ごたえを感じている。

「内脂サポート」は、リニューアルはしたが大規模プロモーションは11月開始のため、そのタイミングからの巻き返しを大いに期待している。TVCMに起用しているタレントの方の好感度も高く、良いCMができた。

「マイルドクレンジング オイル」は当社で最も大きな売上を誇る製品。上期にプロモーションをしなかったことで売上は厳しかったが、下期はしっかり広告投下していく計画で期待している。

3. 下期は必要な広告投資をしながらも、上期同様、費用をコントロールすることで、利益を達成していくという方針は変わらないと考えていてよいのか？

⇒売上は環境の変化次第でやや厳しいかもしれない。しかし、経費について、特に広告費に関しては、下期は上期に比べ18億円多く、前期に対しても10億円多く使用する予定で、広告費を使用した上で、利益を出すという意味である。

4. 中国サプリメント事業について。保健食品の追加9品目の申請が難航し、年内の発売が難しいとのことだが、通期の中国サプリメント事業の売上計画を増額修正している背景を教えてほしい。

⇒保健食品で売上を大きく伸ばしたいと思っはいるが、一方で越境ECもまだまだ拡大余地がある。「年代別サプリメント」、「コラーゲン」以外に、日本で売れている「カ

ロリミット」、「えんきん」、「内脂サポート」は、もっと売れると考えており、それらをしっかり販売することで、当初、目論んでいた保健食品の売上が稼げないとしても、3年後の中国サプリメント事業の売上計画 60 億円は軽く超えたいと考えており、国薬と鋭意詰めている。

5. アテニアと中国サプリメントの越境 EC が好調な理由はなぜか？

⇒アテニアは主力製品である「スキנקリア クレンジング オイル」が非常に好調で、5月に発売したウォーター剤形の「スキנקリア クレンジング アクア」も伸長した。トップ KOL を起用し、WeChat をはじめとする SNS でのプロモーションを強化している。また、6.18 や W11 のセールでは中国ならではの限定セット品を販売するなどの打ち手がうまくいっている。

サプリメントは、当社と国薬の連携がうまく取れるようになったことが功を奏しており、W11 セールに向けては、TikTok の動画を日本側で制作して現地へ提供するなど、当社が積極的にマーケティングにも関わる体制を構築している。

以 上