

株式会社ファンケル

2022年3月期第3四半期 決算説明会 主な質疑応答(要旨)

1. 3Q（10-12月）における市場の状況は？足元の1月の状況も教えてほしい。

⇒店舗は、特に11月後半から回復の兆しがあり、リニューアルした「マイルドクレンジング オイル」が好調だった。12月まで上向きなトレンドは続いたが、1月はオミクロン株の影響が出始めており、まん延防止措置が発令されて以降、売上が弱くなってきている。店舗は、しばらく厳しい状況が続くとみている。通販チャンネルで送料無料施策を1月中旬から急遽スタートしており、店舗売上の落ち込みは通販チャンネルでカバーしていきたい。

2. アテニアが順調だが、アテニアによりフォーカスして、業績を伸ばしていく考えはあるか？

⇒アテニアは、今期、急成長している。「ドレススノー」のヒット、外部通販の好調に加え、越境ECが3Q累計で前期比70%成長を果たし、年間では17~18億円規模まで拡大する見込み。ここへの投資は引き続き強化する。

3. 4Qも売上を伸ばすことを最優先に、マーケティング費用をかけていくと思うが、通期の営業利益120億円はコストコントロールによって達成する意向はあるか？

⇒通期の営業利益は達成したいと考えている。3Qに広告宣伝を強化したことで、少し明るい兆しが出ているため緩めるべきではないと考えており、引き続き広告宣伝を強化していきたい。

4. 7月以降、特商法や薬機法の改訂で、他社では広告宣伝が思うようにできないという話を聞くが、通販事業への影響は？

⇒影響は全くない。サプリメントを中心に広告表現の在り方を検討する委員会を設けており、法規制が厳しくなっても問題にはなっていない。

5. 来期の成長ドライバーを教えてください。

⇒化粧品事業は引き続きアテニアに期待している。ファンケル化粧品は、今期、卸チャンネルで成長したため、さらに伸ばすことは厳しいが、積極的に拡販できるような新製品でカバーしたい。ボウシャも今期は前期の半分まで売上を落としており、来期はプラスに転じるとみている。サプリメントは、下期の広告宣伝効果が来期に出てくるため、卸チャンネルは挽回できるとみている。中国越境ECも引き続き、Weibo、WeChatなどのSNSを中心としたプロモーションで伸ばせるのではないかと期待している。

以上