

株式会社ファンケル

2023年3月期 第2四半期 決算説明会 主な質疑応答(要旨)

1. 業績見通しの修正について。アップサイドポテンシャルとダウンサイドリスクを説明してほしい。

⇒上期の売上は前期比1.5%増、下期は同5%増で計画。上期は海外売上が12億円減となったが、下期は前期比で若干プラスで計画している。

国内は化粧品事業がやや控えめで、サプリメント事業がやや強気に見えると思うが、化粧品は、前期下期に主力の「マイルドクレンジング オイル」をリニューアルした影響でやや控えめにしたのと、店舗のマイナス影響が化粧品により多く残ると予測している。サプリメントは、「内脂サポート」「えんきん」に加え、「カロリミット」を強化する分大きく伸ばしていきたい。

2. ファンケル化粧品は、上期の国内売上は前期比5%増と堅調だが、通期の見通しは3%増で、お客様数が伸びている中、下期はなぜ減速するとみているのか？
一方、アテナは、2Qで減速したように見えるが、通期では5.1%増。3Q以降盛り返すということか？

⇒下期の化粧品の計画はやや低めと考えている。

ファンケル化粧品は、上期の伸びに対し下期1.5%増はやや低いのではという指摘だが、前期下期は、主力製品の「エンリッチプラス」、「マイルドクレンジング オイル」をリニューアルした影響で回復基調に入っていたので、やや今期の計画を控えめにした。

アテナは、2Qの国内売上は計画通り。前期比で横ばいだったのは、前期まで行っていた夏の施策が、割引率が高く、需要の先食いになっていたため、今期は収益性の観点から実施しなかったことが要因。下期は、上期のような要因がないため、回復すると考えている。

3. 営業利益の下方修正について。上期・下期の内訳とその要因を教えてください。

⇒通期で営業利益を6億円下方修正したが、上期の未達が2.5億円、下期が3.5億円。

下期の営業利益は、売上減額による粗利減で8.9億円ある一方、販管費で5.4億円コントロールすることで3.5億円の減額に留める。販管費は、広告費で2億円強、販促費で1億円、人件費で1億円を下げる計画。広告費は、売上貢献しないブランド広告の一部や、効果が見込めない海外の広告を抑制すること、下期にバッファとして計画した分を絞ることで効率化し、当初計画していたことはほぼやり切る。

4. アメリカや中国の消費動向を踏まえると、4Qの海外にはリスクがあるのではない
か？

⇒ボウシャは4Qも弱いとみており、2億円強引き下げた。

中国のサプリメントは1~9月で38%伸びており、急激に状況が悪くなることはない
と考えている。一方、アテニアの越境ECは若干、不透明感はあるかもしれない。

5. 来期の売上計画1,200億円はハードル高いと思う。本当に達成できるのか？
特に営業利益150億円についての実現可能性は？

⇒この計画は、コロナがここまで長期化すると考えていなかった時に立てており、ハー
ドルが高いのは事実。1Q決算時、来期の広告費は利益優先で下げるかもしれないと
説明したが、多くの投資家の皆様から、「せっかく右肩上がりでお客様が増えている
のに、ここでブレーキを踏むのはいかななものか」と声があり、来期の広告費はもう
一度検討したい。

以 上