

株式会社ファンケル

2024年3月期 第1四半期 決算説明会 主な質疑応答(要旨)

1. 1Qの売上が計画を約11億円上振れた要因と、2Qの計画について。

⇒化粧品は期初計画比7億円弱、サプリメントは5億円弱の上振れとなった。化粧品は、ファンケル化粧品の卸で、新製品の「マイルドクレンジング オイル<ブラック&スムーズ>」や、セブン&アイとファンケルの共同開発ブランド「ボタニカルフォース」のリニューアルが好調だったことや、アテニア越境ECで618セールが初動から好調に推移したことが要因。サプリメントは、主力製品の「カロリーミット」「えんきん」「年代別サプリメント」が好調で、国内全チャネルで計画を上回った。2Qの計画は、今回上期の計画を修正しておらず、1Qで上振れた分を単純に減額したため保守的に見えるが、スローダウンする要素はなく、1Qと同程度の伸長を目指せると考えている。

2. 1Q実績は、国内市場全体のトレンドと比較しても伸びが強い。

化粧品市場、サプリメント市場の見立てと、ファンケルの状況は？

⇒化粧品市場は、今年5月のコロナ5類移行後、回復が鮮明になっており、苦戦していた中価格帯も足元では戻ってきている。外出が増えてマスクを外すようになり、当社もクレンジングやメイクが好調。サプリメントは、総務省の家計調査では3月、4月は前期比プラスに転じたが、5月は再びマイナスとなりやや弱含んでいる。ビタミン、ミネラルなどのベースサプリメントや、睡眠関連、女性関連、スキンケアが伸長しているが、ダイエットサプリメントは前年割れが続いている。その中でも、「カロリーミット」は堅調に推移している。また、市場には類似品がない「年代別サプリメント」をはじめ、様々な製品が好調で、市場のトレンドを上回っていると見ている。

3. 今回、通期計画を上方修正しなかった理由は？このままいけば、売上、利益ともに計画を上回ると見ているが、追加の投資を考えているのか？

⇒四半期ごとに細かい計画の見直しは行っていないため、通期の見通しは据え置いた。余程、利益が上振れそうな時は、来期に良いスタートを切るために経費を積み増して使用するかもしれないが、現時点では計画外の投資は考えていない。今期は広告宣伝費を効率化し、既存のお客様活性化のために情報誌の改革やアプリの改修など様々な取り組みを計画しており、まずはそれらをしっかり実行する。

4. 1Q のインバウンド売上は 5 億円と計画は上回ったが、大幅な伸びではない印象。
中国からの訪日客は思ったほど戻っていないが、今期のインバウンド売上 30 億円
達成の見通しは？

⇒1Q のインバウンド売上は 5 億円と、計画の 4 億円を上回り、中でもサプリメントが
想定以上に伸長した。中国のお客様の構成比は、ピーク時の 2019 年度が 9 割だった
のに対して、現状は 7 割程。ビザの発給がスムーズに進んでいないことや、団体旅行
が解禁されていない、また航空運賃が高いなどの原因により、本格的な回復には至っ
ていない。一方で、数年前と比べると、台湾、シンガポール、タイ、ベトナムのお客
様の割合が増えている。夏季休暇シーズンが本格化する 8 月以降は、中国からの訪日
客が増加すると予想しており、上期の計画 10 億円、下期の 20 億円は達成できると考
えている。

以 上