

株式会社ファンケル

2024年3月期 第2四半期 決算説明会 主な質疑応答(要旨)

1. 店舗や外部通販で、新たなお客様層の獲得に成功している要因は？

⇒有楽町マルイ店や京阪モール店は、若年層をターゲットにし、若いお客様が気軽に立ち寄りやすく、セルフで製品を試すことができる店装にリニューアルした。また、若年層に人気の洗顔、クレンジング、アクネケア、ボディミルクなどを全面に打ち出している。

外部通販の上期売上は前期比20%増と伸長した。楽天は30~40代女性、Amazonは男性、Qoo10は若年層の女性など、モールごとに異なるユーザー特性に合わせたプロモーションや、製品育成に取り組んでいる。

2. 今期のインバウンドの売上計画30億円に変更はあるか？

⇒上期のインバウンド売上は11億円と、計画の10億円を上回った。国慶節は、航空運賃が高騰したため一時的に鈍化した。これはコロナ前から同様の傾向である。今後、航空運賃が下がれば、団体旅行客も増えると期待している。下期の計画は20億円で、通期の売上計画30億円に現時点では変更はない。

3. 原発処理水放出の影響は？

⇒2Qは、アテナアの海外で2.5億円のマイナス影響があった。8月半ばまでは好調に推移し、W11向けの出荷も進んでいたが、8月後半の原発処理水放出以降に一時出荷を見合わせた。下期は、KOLのライブコマースが当初の予定通り実施できないことや在庫調整により、3Qで2億円、4Qで0.5億円のマイナス影響を見込む。小規模なKOLを活用したライブコマースの回数を増やし、できるだけカバーしたい。

国薬は、決算期が3ヵ月ずれているため上期への影響はなく、3Qで9億円、4Qで6億円のマイナス影響を見込む。W11に向けて製品を出荷予定だったが、一時出荷を止めていた。

ただし、現地での不買運動や風評被害の影響は少なく、それほど影響が長引くことはないと考えている。また、日本の水産由来原料を使用した製品の輸入が禁止されているため、外国産原料への切り替えも進めており、年内には完了できる見込み。

4. 国薬との契約内容を見直した理由は？

⇒これまで、国薬とパートナーシップを組み、越境EC中心に事業を拡大してきたが、今後、「ファンケルヘルスサイエンス」ブランド以外の新たなブランドを展開する際に、国薬以外の企業と組むことで、新たな事業展開が可能になる。なお、国薬とは引き続き友好的な関係性を維持しており、原発処理水問題に対しても毎日ミーティン

グを行い、解決に向けて取り組んでいる。

以 上