

## 株式会社ファンケル

### 2024年3月期 第3四半期 決算説明会 主な質疑応答(要旨)

1. 上期の決算発表では、営業利益は計画に対して約10億円上振れていたが、今回、通期見通しが5億円の上方修正となった要因は？

⇒本来であれば営業利益で10億円規模の増額修正を目指していたが、3Qは原発処理水放出の影響で上期までの勢いがやや鈍化したこともあり、5億円の上方修正となった。費用面では、4Qの広告費は前期より減らす一方、販促費は増やす予定である。

2. 3Qの粗利率は前期から改善したが、4Qは前期より悪化する見通しなのはなぜか？

⇒3Qの粗利率は68.4%と、前期比で1.7%改善した。その要因は、①中国サプリメントの原発処理水対応で、日本の水産由来原料を使用した製品を、外国産原料に切り替えて想定以上に生産量が増えたことによる生産効率の改善、②相対的に粗利率が高い直販チャンネル（通販・店舗）の売上構成比が72.7%と、前期の69.8%から向上したこと、③海外の決算期の期ズレにより、売上原価に3億円の期ズレが発生したこと

の3点。  
③は、4Qの売上原価に計上されるため、下期の中では相殺される。

3. アテニアの海外で、KOL (Key Opinion Leader) のプロモーション正常化にはもう少し時間がかかるとのことだが、どれくらいで正常化すると考えているか？

⇒昨年のW11は、原発処理水の影響でKOLが日本ブランドの取扱いを控え、十分なプロモーションができなかったが、10月後半にはトップKOLによるライブコマースを実施した。プロモーションが一切できなくなることも想定したが、当初の予定の半分ほどは実施できた。ただし、ライブコマースのトーンがこれまでより消極的になっている印象で、一昨年までのような効果は出ていない。

今後は、トップKOLだけでなく、中堅のKOLも活用し、徐々にプロモーションを増やしたい。

4. サプリメントは粗利率の高い製品が売れている印象だが、長期的には営業利益率は上がると考えられるか？

⇒通期の営業利益率は、化粧品、サプリメントともに13%台を見込む。サプリメントの原価低減の取り組みが進んだことや、粗利率の高い製品が売れるようになり、ようやくサプリメントの営業利益率が化粧品に追いついてきた印象である。

#### 5. 来期以降の広告費の考え方は？

⇒今期、国内の広告費は、自社通販のレスポンス広告を引き下げる一方、外部通販を強化している。また、お客様とのつながりを強化するために販促費を増やし、一定の成果を上げていることに自信を持っている。

来期について、現時点で確定的なことは言えないが、国内の広告費は、今期同様に効率的に使用し、大きく増やすことは考えていない。ただし、今年4月にファンケル化粧品の若年層向け新スキンケア「toiro」の発売もあり、製品ごとにメリハリをつけていきたい。海外は、下期以降は原発処理水の影響により中国でのプロモーションが十分にできなかったが、来期は強化したい。

また、販促費は国内、海外ともに増やし、お客様のロイヤルティを高めていきたい。

以 上