

株式会社ファンケル

2024年3月期 決算説明会・新中計 主な質疑応答(要旨)

1. 小林製薬株式会社の「紅麹」問題による、2024年度の業績への影響は？

⇒当社製品では「コレステサポート」に「紅麹」を使用しているが、小林製薬の紅麹原料は一切使用していない。3月22日の報道直後は、定期登録の解約数が一時増えたが、4月中旬以降は報道前の状況まで落ち着いている。報道がピークアウトしてきたことや、メールマガジンやアプリなどで当社の製品の品質・安全性を保証する体制を伝え、お客様にご理解いただけたと考えている。卸でも、一時POSは落ち込んだものの、直近では回復傾向にある。

本件による今期の業績への影響は、1Qのサプリ売上で4億円程度のマイナスに留まる見通し。(通販△1.5億円、店舗△0.5億円、卸△2.0億円)

前期「コレステサポート」は全社を挙げて拡販に取り組み、2023年度の売上は9億円(前々期比+130%)まで伸長した。今期も1Qで広告を計画していたが、実施時期を見直すことによる費用減で、営業利益には大きな影響はない見通し。

2. 新中計(3カ年計画)の妥当性は？

⇒計画は、保守的でもストレッチでもなく、妥当と考えている。国内はインバウンドを除くと年率4%の成長、店舗は同1%弱の成長を見込む。この3年間は化粧品、サプリメントともに多くの新製品発売を予定していることを考えると、無理のない計画である。

通販は、年率5%強の成長と他のチャネルより少し高めだが、自社通販は既存のお客様とのつながりを深めるマーケティングで成果が出始めていることや、外部通販で年率8%強の成長は達成可能なことを考えると、妥当である。

2026年度のインバウンド売上は66億円と、ピーク時の2018年度の5割強の水準で計画している。今後、団体旅行が増加することや、訪日ビザの申請が緩和されることが考えられるほか、コロナ前と比べると、中国でのサプリメントの認知度が高まっていることから、サプリメントでの成長が期待できる。

海外は、年率12.1%の成長を計画している。前期は、中国サプリメントやアテニアの越境ECで原発処理水放出の影響が大きかったが、今期はその影響が小さくなることで、再び成長させていく。

3. 新中計における海外の売上計画の内訳は？

⇒海外売上は、3年間で約40億円伸ばす計画。内訳は、化粧品で+15億円、サプリメントで+25億円。化粧品は、アテニアで+15億円、ブランシックで+5億円。サプリメントは、国薬との取り組みで+20億円、国薬以外のビジネスや、ベトナムなど

ASEAN 進出などの新たな展開で+5 億円を計画している。

4. 2026 年度の化粧品、サプリメントの営業利益率を 16% 台で計画しているが、どのようにして達成させるのか？

⇒当社のビジネスは限界利益率が高く、売上増による営業利益率の改善効果が大きい。現在、化粧品、サプリメントともに、研究・生産・商品企画部門が三位一体となり、原価低減に向けて取り組んでおり、今後の原価率改善も期待できる。また、海外は卸販売を中心に考えており、当社にとって収益性の高いモデルのため、海外売上を伸ばすことが事業全体の営業利益率改善につながる。

以 上