

2020年2月4日

小林製薬株式会社 2019年12月期 決算説明会 質疑応答要旨

Q：新型コロナウイルスによる日本のインバウンドと中国ビジネスへの影響は？

A：インバウンドではのどぬ〜るぬれマスクが売れている。前年の1月はインフルエンザが流行して大きく売れたため、前々年1月との比較で見ると約2倍売れている。のどぬ〜るスプレーも2月に入って売れてきている。一方、インバウンドの売上構成は半分以上が中国人なので、もし長引くようであれば10億円くらいマイナスになる可能性はあるが、現時点ではそれを公表数値に織り込んではいない。中国ビジネスについては非常に好調なので、影響は少ないとみている。

Q：2020年春の新製品は9品目しかなく少なかったが、これはどう見れば良いのか？

A：あと2品目ほど発売できそうなものがあったが、最終的なテストをクリアできず、直前で発売延期を決めたものもあった。そうした製品も含め、今年秋の新製品はいつものところ多くなると見ており、そこに期待している。

Q：広告費を前年から約8億円減らしているが、具体的に何を減らしたのか？2020年度の広告費はどのくらい使う計画か？

A：11~12月のテレビ広告を減らした。10月頃にその広告枠を買い付けるが、その時点での当期純利益の着地見込みに合わせて買い付け額を調整した。2020年度は2019年と同じくらいの広告費を使う計画にしている。

Q：中国では熱さまシート以外にどういった製品が伸びているのか？また、今後の成長持続性はどうか？

A：日本から中国に輸出しているインバウンド品が伸びている。例えばブレスケアの場合、2019年はインバウンドが減ったが、その代わり中国国内でECを中心に売上が伸びており、インバウンドが減った分の受け皿となっている。そういった製品が他にも多く出てきているので、中国はまだまだ伸ばしていけると考えている。

Q：新製品の4年寄与率が20.2%（2018年）から16.3%（2019年）に下がっているが、これは新製品の発売数が減った影響か？また、今後は20%以上に高める計画だが、どのように高めていくのか？

A：5年前に発売し、その後育成して伸ばしてきた新製品が2019年の4年寄与率ではカウントされなくなり、それに代わる新製品が育てられていないことが要因。また、過去3年ほど新製品の数が少なかったことも影響している。今後は半期に2つ、確実に市

場に定着させられる製品を発売し、それを育成していくことで 20%を達成したい。

Q：ここ数年は新製品開発のハードルを高くして新製品の発売数が減ったが、そのハードルを高くしたままだと今後も発売数の増加は見込めないのではないかと今後 3 年間はどのような方針なのか？

A：まずは市場に定着させられる製品を発売できるかが大事なので、それがある程度できるようになってきたらハードルを下げることもあるかもしれない。

Q：日本と中国とで連携していくため、今年新たな部門を作ったということだが、具体的に何をするのか？

A：例えば 2019 年にインバウンドで売れたブルーレットデコラルという製品があるが、これまでは限られた在庫の中で、国内事業と国際事業とがその在庫を取り合う形になっていた。本来であれば両者がうまくバランスを取りながら、日本と中国で同時にマーケティング策を打って育成しないといけないが、これまではそれが出来ず効率が悪かった。そのため、日本と中国が連携してマーケティング策を打ち、仕掛けていくための専任の部隊を作った。

Q：国際事業の営業利益率は 4.3%（2018 年）から 6.5%（2019 年）に改善しているが、その要因は何か？また、今後 3 年間の計画はどうか？

A：2019 年は広告費や販促費を抑制したため利益率が改善した。今後 2 年間は中国での OTC 医薬品発売に向けて先行投資をするため利益率が一旦下がるが、3 年後の 2022 年は 2019 年と同水準の営業利益率を目指す。

Q：今後 3 年間に日本で発売予定の新製品は、現時点でどれくらい見えているのか？

A：医薬品は 3 年先、芳香剤やブルーレットなどの日用品は 2 年先、食品やオーラルケアはその中間くらいです。そのため、2 年先までしか見えていないカテゴリーはこれからアイデアを出して、3 年先の売上に貢献できる新製品を開発していく。

Q：研究開発費は今後 3 年間でどれくらい使う予定か？

A：2019 年は売上に対する研究開発費の比率は 4.2%だったが、今後はヘルスケア領域を中心に投資をしていき、3 年後は 4%半ばくらいになる予定。

Q：中国の OTC 医薬品は 3 年後に 4 億円を目指すとのことだが、今年発売する 1 品目だけで 4 億円を目指すのか？

A：2020 年～2021 年にかけて発売する予定の 2 品目が中心となる。

以上

【注意事項】

本資料に記載されている内容は、説明会での質疑応答内容をそのまま書き起こしたのではなく、当社の見解により加筆・修正等を加えて要約したものであり、その情報の正確性・完全性を保証するものではなく、今後予告なく変更されることがございます。なお、業績見通しや将来予測に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な不確定要因により大きく異なることがある旨、ご了承ください。