

小林製薬株式会社 2021年12月期第2四半期 決算説明会 質疑応答要旨

Q：国際事業の第2四半期（4-6月）の売上を総括するとどうか？

A：米国や中国など、経済が回復傾向にある地域は好調だったが、東南アジアは新型コロナウイルスの影響で需要が落ち込んでいる熱さまシートの構成比が高く、未だ感染拡大も続いているため厳しかった。

Q：東南アジアは新型コロナウイルスの変異株が流行しているにも関わらず、第1四半期よりも第2四半期の売上が改善しているように見える。その理由は何か？

A：コロナ影響が一巡して4-6月は前年を超えているが、売上構成比の高いマレーシアやタイは前年割れが続いており、まだまだ厳しい状況が続くと見ている。

Q：中国の熱さまシートの現状と今後の見通しは？

A：中国は新型コロナウイルスの感染が落ち着いており、マスクを着用していない人も増えてきたことから、風邪等の罹患者が増え、熱さまシートの需要が戻りつつある。今後は夏の暑さ対策としての需要喚起にも注力し、伸ばしていきたい。

Q：中国のその他品目（カイロ・熱さまシート以外）の売上は、第1四半期よりも第2四半期の方が伸び率は鈍化しているが、その理由は何か？

A：主力のサラサーティランジェリー洗剤や消臭元は順調に伸びているが、ケシミンなどの一部製品が苦戦していることが主な要因。全体的には好調を維持できている。

Q：中国における開発会議はこれまでどのようにしており、今回どのように変えたのか？

A：従来は中国現地法人での部門間連携が上手くいっておらず、各部門の意見が十分反映しきれないまま開発を進めていたが、今回その連携強化を図った。

Q：中国の新製品の発売時期を日本と同じ春秋の年2回に統一したが、その理由は？

A：これまでは十分に商談期間を取れないまま発売することがあったが、今後は商談期間をしっかりと取ることで、新製品導入時の配荷スピードが上がるを見ている。

Q：インバウンド需要が無くなった分、中国本土でその売上を取り戻すことはできないのか？

A：インバウンド需要で売れていたのは多くが医薬品だが、現在中国の成長を牽引しているのは日用品。そのため、失ったインバウンドの売上をそのまま取り戻すのは難しい。一方で、医薬品は承認に時間がかかるが、諦めずに1品1品導入を目指していく。

Q：国際事業の第2四半期は、米国のAlva社を除くと売上が+32%も伸びているのに利益が赤字（▲6億）なのはなぜか？

A：第2四半期は毎年カイロの返品があり、利益が出にくい。また、売上の構成比も下期に比べて上期の方が低いため、固定費を吸収しきれないことも主な要因。

Q：通販事業はこれまで投資してきた費用も含めると収益性が悪く、今後も継続すべき事業ではないと思うがどう考えているのか？

A：当社にしかないユニークな新製品の開発を進めなければ、収益性は高まってこないと考える。最近はやや新製品テーマも増えてきたので、今後はそれらをしっかり育成していくことで、収益性も改善していけると期待している。

Q：自社株買いに対する考え方について教えてほしい。

A：資本効率や他の株主還元策とのバランスを見ながら機動的に行っていきたい。今回は増配で配当性向を高めたが、今後も株主還元については強化していきたい。

Q：国内事業は、昨年大きく広告宣伝費を減らし、今年も昨年と同水準だが、今後それで本当に売上を伸ばしていけるのか？

A：Web広告も含め、トータルで広告効率を高めていくことで売上を伸ばしていきたい。

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ございません。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。