

小林製薬株式会社 2021年12月期第1四半期 決算説明会 質疑応答要旨

Q：第1四半期の広告宣伝費を昨年より5億円減らしたのは想定通りか？また、広告宣伝費と販売促進費は通期でどのくらい使う計画か？

A：第1四半期の広告宣伝費は想定よりも減らした。通期では今後の売上次第だが、昨年より約10%増やす予定。販売促進費は昨年と同水準を予定。

Q：広告宣伝費は通期では昨年より増やす計画の中、なぜ第1四半期の広告宣伝費は減らしたのか？

A：新型コロナウイルスの感染拡大の影響もあり、1~2月の売上が想定より悪かったことが主な要因。

Q：今年は国際事業の広告宣伝費を大きく増やす計画だが、どのタイミングから増やすのか？

A：主に下期を増やす予定。

Q：第1四半期の新製品の貢献額（+6億円）は想定通りか？

A：想定では+8億円程度を見込んでいたため、想定よりは悪かった。ウィズコロナのニーズに対応した新製品の進捗が良くなかったこと等が主な要因。

Q：今年に入ってから新型コロナウイルスの感染者が増えてきたことで、除菌衛生関連品の需要に変化はあったか？今後の見通しは？

A：感染者が増えてきたことによる変化はあまりなく、いまの感染状況が続く限り、今後も同じような傾向が続くと見ている。

Q：新型コロナウイルスによる需要増の影響（+9億円）が想定より良かった要因は何か？

A：この+9億円の中には、花粉の飛散が増えたことによるアイボンやハナノアの需要増の影響や、今年3月に発売した液体ブルーレットやオードムーゲの新製品のプラスオンが含まれている。それらの影響を除けば概ね想定通り。

Q：新型コロナウイルスによる需要増の影響が昨年に比べて半減した要因は何か？

A：昨年2~3月に大きな需要増が見られたサラサーティやのどぬ〜るぬれマスク、熱さまシート等のプラス影響が今年は全く無かったため。

Q：国際事業のカイロが好調だった要因は天候以外に何かあるか？

A：天候以外の大きな要因は特に無い。

Q：中国は第2四半期以降も2桁成長を続けられると見ているのか？

A：そのとおり。

Q：米中関係悪化による影響は？

A：当社の事業への影響は今のところ見られないが、今後の動向については注視していきたい。

Q：第1四半期の熱さまシートの売上と前年比を国内・国際に分けて教えてほしい。

A：国内事業は約2億円で前年比約30%、国際事業は約7億円で前年比約50%。

Q：熱さまシートは風邪の罹患者の減少に伴い、需要も減っているということだが、暑さ対策のために使用されている割合はどのくらいなのか？

A：日本では約半分が暑さ対策として使われているが、中国をはじめ、海外は大半が発熱対策として使われている。

Q：通販事業はずっと利益率が低い状態が続いているが、どのように改善していくのか？抜本的な改善策を次回決算説明会で何らか示してほしい。

A：第1四半期は広告効率が改善したり、定期顧客人数が増えたりすることで売上が伸長した。今後もその傾向は続くとしており、好調なサプリメントを中心に広告投下をしていくことで売上・利益ともに伸ばしていく予定。収益性の改善策については、次回決算説明会で何らか示せるよう検討する。

Q：国内事業の営業利益率が伸長している要因は何か？

A：広告宣伝費を削減したことと、昨年の償却方法変更に伴う一括償却の反動が主な要因。

Q：第1四半期の売上利益が計画より良かった要因は何か？

A：売上・利益ともに10億円程度上振れした。売上は国内外のカイロが好調だったことが主な要因。利益は広告宣伝費の削減に加え、コロナ感染拡大により、旅費交通費や支払手数料等の当初予定していた経費を使わなかったことが大きい。

Q：新型コロナウイルスの感染が長期化することで、新製品開発への影響や今後の経費の使い方についてどう見ているか？

A：開発については様々ところで影響が出ているが、出来るものは代替法も含め、工夫しながら進めている。また、現在の新型コロナウイルスの感染状況が続けば、旅費交通費や交際費等の経費はあまり使わない傾向が続くと見ている。

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。