

小林製薬株式会社 2022年12月期第2四半期 決算説明会 質疑応答要旨

- Q. 今期の想定外コストアップ分（+23億円）は、何で幾らずつ吸収する予定か？
- A. 海外の製品値上げで約2億円、広告販促費の調整で約16億円を予定。国内の製品値上げについてはまだ2品目と少ないため、今期業績への影響はごくわずか。
- Q. 国内の製品値上げは、来期以降具体的にどのような品目を予定しているのか？
- A. 具体的な品目については現時点では申し上げられないが、他の品目でも検討を継続しており、来期は国内外合わせて約10億円の利益貢献を目指している。
- Q. 今年の秋の新製品の品目数が少ないが、その要因と今後の見通しを教えてください。
- A. テスト販売や市場性調査をクリアできずに、直前で発売延期となったものもあり、品目数が減ってしまった。ただ、新製品の初年度寄与率は、2～3年前は3%台だったが直近は回復傾向にあり、また、発売したものはしっかりと市場に定着させられる実力がついてきている。今後、デジタル技術を絡めた製品やサービスの拡充を図り、大学や他社との連携を強化するなどして開発のレベルをさらに高め、発売品目数を増やせるよう努める。
- Q. デジタル技術を活用した製品・サービスというのは具体的にどのようなことをイメージしているのか？
- A. スマホなどを活用することで、その製品の効果や機能をモニターしながら満足度を高めていけるような、そのようなサービス付きの商品開発を考えている。
- Q. 国内事業は上期+2.1%の増収だったが、少し伸び悩んでいるように思える。その理由について教えてください。
- A. ユニークな新製品が発売できていないことが主な要因だと考えている。
- Q. 国内の売上が伸び悩んでいるのは広告費を減らしているからではないか？今後の広告戦略について教えてください。
- A. 近年はテレビ広告の効率が悪くなってきており、Web広告にも力を入れている。そうやって広告費を効率よく使い、一方では増益も確保しながら、国内の売上を伸ばしていきたい。
- Q. 様々なものが値上がりしている中、消費者の購買意欲が低下していると思うが、それによる影響はどうか？
- A. これまでも、何度か同様の経済危機や景気悪化があったが、売上が伸びるものもあれば低下するものもあり、それらがうまくカバーし合うことで、安定して業績を伸ばしてきた。一方で、今回のケースは、新しいものにトライしようという消費者の意欲が

低下しているように感じている。それが新製品のテスト販売にも影響し、クリアできない品目が出ているように思う。今後はWeb広告も活用しながら、消費者の購買意欲を高められるよう努める。

**Q. 今期の営業利益目標270億円の達成見込みについて教えてほしい。**

A. 原材料値上げを中心としたコストアップは下期の方がより厳しい状況になる見通しで、270億円の達成のハードルは期初に比べて高くなってきているが、当期純利益の増益はなんととしても達成したい。

**Q. 昨今の原材料高騰を受け、コスト削減と環境対策の両面から、もっと脱プラスチックを加速させるべきではないか？**

A. 消費者に選好してもらえそうな製品アイデアを今後拡充していくことで、脱プラスチックの取り組みを強化し、形にして見せていきたい。

**Q. 経営課題について従業員が語り合う場を作った背景は、従業員からのボトムアップのアイデアが足りていない、ということからか？**

A. ボトムアップでもっと従業員の意見を取り入れないといけないという思いもあるし、トップからももっと方向性を明示していかないといけないと考えている。

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。