

2023年5月10日

小林製薬株式会社 2023年12月期第1四半期 決算説明会 質疑応答要旨

Q：営業利益の増益（+4.5%）は想定より良かったのか？

A：期初想定では前年並で見ていたが、一時的な在庫増の影響（インバウンド需要や製品値上げへの備蓄や暖冬による海外カイロ不振等）により想定以上に利益が出た。

Q：今期の業績予想は営業利益が減益だが、第2四半期以降の営業利益の見通しは？

A：特に下期にかけて広告費を増やすなど、今後成長投資のための費用増を見込んでいるため、通期では減益になる見通し。

Q：第1四半期は、海外において熱さまシートやアンメルツの製品供給不足で広告費が計画通り使えなかったとのことだが、第2四半期以降の国際事業の広告費の見通しは？

A：今後の製品の供給状況次第だが、積極的に増やしていく。

Q：第2四半期以降の国際事業の売上の見通しは？

A. 東南アジアの熱さまシートは、今後の各種感染症の流行次第だが、ある程度落ち着いてくると見ている。一方で、中国は昨年ロックダウンの反動増を見込んでいるため、トータルでは好調が続くと見ている。

Q：インバウンド需要の1-3月の月別の状況は？

A：各月とも2019年比で約50%戻ってきている。金額では、1月と2月が3億円強、3月が4億円強。現在は韓国や台湾からの訪日客による売上がメインで、中国大陸からの訪日客による売上は1割程度。

Q：インバウンド需要は、公表数値に織り込んでいる7億円を既にクリアしているが、年間ではどのくらいになると見ているのか？また、その場合の利益への影響は？

A：今後の訪日外国人数の動向次第だが、今のペースのままいくと40~50億円になる見通し。今後さらに中国大陸からの訪日客が戻ってくれば、もう少し増えるかもしれない。ただし、コロナ前にインバウンドで人気だった製品のうち、現在では中国現地で購入できるものも一部あるため、2019年比で100%にまでは戻らないと見ている。

利益へ影響については、期初時点では、もしインバウンド需要が年間30億円戻ってくれば、出た利益の6~7割は広告や成長投資に回し、残りの3割（約5億円）を営業利益として残す計画だと説明していた。もし今後、それ以上にインバウンド需要が戻ってきた場合、出た利益のうち営業利益として残す割合は3割よりも多くなると思うが、インバウンド以外の国内の動向や海外の状況次第で変わるため、具体的な数字については今後精査していく。

Q：インバウンド需要を除く国内事業が弱い理由は？また、今後の見通しは？

A：製品やカテゴリーによって要因は様々。例えば芳香消臭剤は、外出制限の緩和に伴っておうち時間が減ったことによる市場の低迷や、競争激化などが影響している。また、様々な品目で昨年下半年から広告費を減らしていることに加え、物価高騰による消費者マインドの低下なども影響していると思われる。

今後は、新製品発売に加え、広告費を増やしたり、製品リニューアルを進めたりすることによって国内事業を伸ばす。

Q. 今年の原材料値上がりの影響額は年間 26 億円で見ている中、第 1 四半期の影響額が 3 億円しかなかったのはなぜか？

A. 原材料値上がりは出荷したときに計上される。第 1 四半期は他の四半期に比べて売上規模が小さいことと、原材料値上がりの影響を多く受けているカイロの売上が少ないことなどが影響して少なく見えるが、足元も光熱費や人件費の上昇に伴って原材料メーカーや OEM メーカーからの値上げ要請は続いており、厳しい状況は続くとしている。

Q. 製品値上げの状況は？

A. 製品値上げは今年春から本格的にスタートしているが、大半が 4 月からで、実際に消費者に今回の値上げを受け入れていただけるかはもう少し期間を見てもないと判断が難しい。

Q. 成長投資のための費用を今年 13 億円予定しているが、順調に行っているのか？

A. 成長投資費用の中には DX 推進や新規事業創出、M&A 関連の費用などが含まれているが、それぞれ想定通り進捗している。

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。