

小林製薬株式会社 2025 年 12 月期第 3 四半期 決算説明会 質疑応答要旨

Q: 20ページの利益見通しについて。第3四半期累計で営業利益が計画を40億円上回っているが、第4四半期の広告費を中心とした追加投資を考慮しても、通期で利益は残るのではないかと見ているが、どのように考えているか？

A: 第3四半期累計の上振れ要因のうち、広告費（+14億円）は第4四半期で消化予定ですが、新棟投資（+2億円）はスケジュール遅延によるもので利益として残る見込みです。品質投資（+6億円）も精査・効率化の結果、大部分が残ると考えています。原材料の値上がり（+3億円）も想定より軽微だった影響で残る見込みです。

「その他」（+33億円）の内訳は主に販促費・支払手数料・研究開発費ですが、販促費は第3四半期までに使わなかった分は第4四半期に使い切る予定です。一方、支払手数料や研究開発費はテーマ絞り込みによる影響で、一部が残ると見ており、「その他」の約半分（16億円程度）は残ると試算しています。

一方で、第4四半期は売上リスクも見ております。特にカイロの季節要因（暖冬リスク）や中国大陆の回復の遅れなどです。

現時点では、こうしたコストマネジメントによる利益上振れ要因と、売上の下振れリスクが相殺し合うと見ており、通期見通しは据え置いています。

Q: 第4四半期に見込んでいる売上リスクについて、現時点で既に顕在化しているもの（例：暖冬でカイロが売れていない等）はあるか？

A: 11月の現時点において、顕在化している特定のリスクはありません。あくまで潜在的なリスクとして織り込んでいます。

Q: 第3四半期単体の国内において、製品カテゴリー別、特にヘルスケアの状況について伺いたい。特にオーラルケアが好調に見えるがどうか？

A: ヘルスケアについては、広告再開の影響で第3四半期（7-9月）は弱かったものの、足元では立ち直りが見えてきており、良いサインと捉えています。

オーラルケアについては、昨年の糸ようじの回収の反動が出ている面があります。

Q：第3四半期（7-9月）の3ヶ月間における、海外の地域別（アメリカ、中国大陸、東南アジア）の売上状況は？

A：アメリカはカイロの滑り出しが非常に好調です。

中国大陸は苦戦が続いていますが、流通在庫（熱さまシート等）の解消が進んでいます。足元10月は前年超えの動きもあり、底打ち感が出てきていますが、引き続き注視します。

東南アジアは、出荷タイミングのズレで一時的に数字が変動することはありますが、セ ルアウト（実売）は堅調であり、有望な成長エリアと捉えています。

Q：東南アジアは第3四半期累計で減益だが、第3四半期（7-9月）の3ヶ月間だけで見れば順調だったということか？

A：はい、その通りです。国際事業全体としても、第3四半期の3ヶ月間だけで見れば前年比プラスで推移しています。

Q：上期時点で下期売上に50億円（国内10億、海外40億）の下振れリスクがあると聞いていた。第3四半期累計で30億円下振れているが、通期でのリスクの見方を更新してほしい。

A：売上リスクについては、第4四半期単体で最大30億円、通期では最大60億円の下振れリスクがあると見ています。その内訳は、以前（国内10億、海外40億）から更新となり、国内10億、海外50億（カイロの季節要因、中国大陸の回復の遅れ等）と考えています。

Q：通期のリスク（最大60億円）が主に海外とのことだが、国内については順調に回復しつつあるという理解でよいのか？

A：はい、国内については順調に推移し始めており、第3四半期までの計画比下振れが、通期でさらに拡大することはないと考えています。

Q：国内に関しては大きな懸念はなく、来期は回復軌道に乗るという感触を得ているか？

A：その通りです。国内の広告効果が上がってきている実感があり、この傾向が来期も続くと考えています。

Q：紅麹事案の前後で、ブルーレットなどの日用品のシェアに変化はあるか？

A：日用品のシェアについては、紅麹事案や広告停止の影響はほぼなく、堅調に推移しました。

Q：販促費と広告費については来期はどのように使用する見込みか？

A：販促費率（対売上高）は来期以降も現在の水準を維持する考えです。

国内の広告費率（対売上高）については、構造改革で掲げた通り、2023年比で2割の効率改善を目指しています。

Q：国内の広告費率（対売上高）の改善について、第3四半期時点での進捗は？

A：第3四半期（7月）にTV広告を本格再開したばかりで、当初は認知度回復の施策も必要だったため、進捗は2023年比で1割減程度にとどまっています。今後、第3四半期の結果を検証し、さらに改善を進めます。現状は再開直後のため効率改善途上で少し多めになっています。

Q：また、国内の第3四半期（7-9月）の評価と、第4四半期の見通しについても教えてほしい。

A：国内の7-9月の売上は、広告再開の遅れや効果発現のタイムラグにより、期初想定より立ち上がり弱かったものの、足元の9月・10月では計画にキャッチアップしてきています。

Q：SKUの最適化について。実施時期、対象分野、売上への影響、在庫削減などキャッシュ面への効果について、現時点での考えを教えてください。

A：SKU最適化は数が多いため、今期からできるところから着手しており、来年中には大半を完了させる計画です。対象は特定の分野に偏っておらず、全方位で基準に基づき選定しています。

削減対象は生産回数が少ないものや採算が悪いものが中心のため、売上への大きな影響は軽微と試算しています。一方、在庫削減やスペース効率化など、キャッシュ面での改善効果は期待しており、利益貢献も念頭に進めていきます。

Q: SKU削減により、来期（2026年）は第1四半期あたりから利益率が改善していくと期待してよいのか？

A: 利益率改善への期待はありますが、現時点で具体的な数値的影響は精査中です。

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。