

小林製薬株式会社 2026 年 12 月期第 2 四半期 決算説明会 質疑応答要旨

Q: 国内事業における第2四半期単体での広告投資の効果と、製品値上げによる数量(セルアウト)への影響を教えてください。

A: 広告を継続投入した製品(ヘルスケア関連製品群等)については、おおむね計画通り店頭消化(セルアウト)を伸ばすことができています。一方で、第2四半期(4-6月)は、中東情勢の影響に伴う出荷コントロールや広告販促の抑制、前期における自社通販終了に伴う反動、さらには季節的要因(カイロ、夏物製品の苦戦)等が重なり、広告投資の効果が一時的に相殺される形となっています。値上げによる数量への影響については、ブランドによって一部で数量の落ち込みが見られるものの、その多くは値上げによる増収効果が数量減の影響を上回っており、売上への実質的な影響は軽微であると判断しています。

Q: 下期における国内広告費の見通しと、通期計画に対する売上の考え方はどうか。

A: 下期の国内広告費全体は計画通りに推移する予定です。期初計画の時点で、下期の広告費は前年同期比で約20億円減少する見込み(前年同期の広告本格再開の反動)となっており、その計画に沿って効率的な運用と売上の確保を進めてまいります。

Q: 国内事業の第2四半期累計(上期)における売上高が期初計画比で15億円未達となったが、その主な要因の内訳を教えてください。

A: 中東情勢に伴う影響(欠品抑制のための定番品出荷コントロール、一部企画品中止による機会損失)、季節品の影響(カイロの暖冬影響、暑さ対策品の冷夏影響等)、および自社通販終了に伴う影響等によるものです。

Q: 国内季節品における上期の売上未達分は、下期に挽回可能か。

A: 第1四半期のカイロや、第2四半期(4-6月)の暑さ対策製品など、上期に発生した季節品の売上計画未達については、製品の性質上、下期に同じ季節品で直接取り戻す(挽回する)ことのハードルは低くはありません。下期は、その他の注力製品や好調な海外事業等を通じて全体でのカバーに努めてまいります。

Q: 国内売上の上期未達分や中東情勢の影響(下期マイナス5億円)がある中、通期の売上予想を据え置いた背景と、その挽回策を教えてください。

A: 国内事業については上期のビハインドがあり、足元でやや厳しい状況を認識しています。一方で、国際事業、特に中国大陸における販売(熱さまシートやアンメルツ等)が極めて好調に推移しており、国際事業の伸長によって国内のマイナス分を一定程度挽回できると見込んでいます。また、米国事業については、上期に製造委託先での一時的な生産遅延(ヘルスケア製品)が響き減収となりましたが、下期には生産供給が回復する見通しです。下期は米国で需要が高まる主力のカイロ事業の本格的な貢献も期待できるため、通期では計画通りの売上確保できると判断し、通期売上予想を据え置いています。

Q: ヘルスケア製品群の国内広告効果のグラフ(8ページ)において、広告再開後の伸び率(消化動向)が頭打ちになっているように見えるが、想定範囲内か。

A: 中東情勢の影響を除けばほぼ想定通りです。引き続き効果的な広告投資を継続してまいります。

Q: 国内・国際で進めている大幅なSKU削減計画(それぞれ全体の26%に相当)について、利益に対する定量的な効果やその意義を教えてください。

A: SKU削減が利益に与える直接的なプラス影響は、それほど大きくはありません。本取り組みの最大の目的は、製造ラインの切替回数削減や、管理工数(原料廃番時の処方変更に伴う試験品目の削減等)の低減を通じた「社内リソースの創出」にあります。今回の構造改革や安心・安全なものづくりの強化に向けて、追加のコストをかけることなく貴重な人的・経営的リソースを捻出することは当社の大きな課題であり、本施策がその解決に中長期的に大きく寄与すると考えています。

Q: 削減対象となるSKUの、現在の売上および利益における実際の規模はどの程度か。

A: 国内における削減対象の約290品目の売上規模としては合計で約40億円弱となりますが、利益はほぼ出ていない状況です。これら削減対象の売上については、既存の残存アイテムや代替品への移行によってほぼカバー可能であると判断し、計画を進めています。

Q: 国際事業の売上は回復している一方、為替影響を除く実質の赤字幅が拡大している。米国、中国大陸、東南アジアの各地域における具体的な収益性改善策と黒字化への時間軸はどうか。

A: 国際事業は固定費の負担が大きいため、基本的には売上を伸ばしてこれを吸収することが収益性改善の基本路線です。各地域の改善策および方向性は以下の通りです。

- 中国大陸: 組織・人員および拠点の最適化(固定費の削減)を既に実施しており、その効果が出始めています。筋肉質な収益構造への転換を図り、2028年の売上高目標85億円の早期達成を目指します。
- 米国: 現地開発を積極的に進めるため、初期段階で海外駐在員を多く送り込んだことで固定費が重くなっていますが、今後はその効率化を進めます。また、のれん償却費が来期(2027年)には約10億円減少するため、これが利益改善に大きく貢献します。
- 東南アジア: 各国の売上規模が現在20億～30億円程度と発展途上にあるため、まずはトップラインの拡大に注力し、規模の経済による収益性向上を図ります。

国際事業全体での黒字化の時間軸としましては、今後2～3年の短期的なスパンで赤字を脱し、黒字化へ転換する見通しを持っています。

Q: 6月末のバランスシート(決算短信)において、商品及び製品(在庫)が前期末に比べて大幅に増加している背景を教えてください。

A: 在庫回転日数自体はむしろ改善傾向にありプラスの効果が出ているものの、それを上回る要因として、①冬期に向けたカイロの季節的なつくりだめ、②中東情勢に伴う調達遅延や欠品リスクを回避するための前倒し製造(つくりだめ)、③原材料や固定費の上昇等による製造原価自体の増加(単価アップ)、の3点が大きく影響したことで前期末比で在庫が増加しています。

Q: 中東情勢の影響に備えて「つくりだめ」をした在庫水準は、下期に向けて正常化していくのか。

A: 3月～4月頃は原材料が数ヶ月先にどの程度確保できるか見通せない不透明な時期があり、防衛的な在庫積み増しを行いました。現在は当時と比較して、原材料調達の先行きがかなりクリアになってきているため、下期に向けて在庫水準の正常化を図っていく方針です。

Q: 下期の利益計画維持に向けた全社的な「経費コントロール15億円」の取り組みについて、具体的な内容と、今後の事業運営や品質等に与える懸念はないか。

A: 15億円の経費コントロールは、各事業部からボトムアップで積み上げた具体的な削減リストに基づいて試算しています。削減内容は「品質安全ファースト」の体制に一切影響を与えない範囲に限定し、以下のような不要不急の経費を対象としています。

- 外部委託費用(外注費)の緊急性と必要性に基づく再精査
- 旅費・交通費の抑制(人数、頻度、適切性の見直し)
- 各事業部における施策や実施時期の見直し(来年以降への延期など)

これらを確実に実行することで、事業や組織に悪影響を与えない形での利益捻出を図ります。取り組みの中には一過性のものだけでなく、恒久的な効率化につながる効果も期待しています。

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。