

アース製薬株式会社

2023年12月期第3四半期決算フォローアップミーティング 質疑応答要旨

【3Q業績について】

Q：虫ケア用品部門の粗利は高いと考えていますが、今回、虫ケア用品部門が通期では計画通りなのにも関わらず、プラス効果が無いのはなぜでしょうか。

A：虫ケア用品部門は通期ではほぼ計画並みと見込んでいます。しかしながら、価格改定の効果が想定通りにはいかなかったこと、虫ケア用品の中で売上構成の変化が起きていることが影響しているためです。

Q：虫ケア用品で高付加価値品を昨年あたりから投入し、ゼロデナイトなどは売れていると認識していました。高付加価値品の新製品を投入している中、新製品の売上寄与がマイナスとなっているのは、どのような理由からでしょうか。

A：今期の新製品の中でも売れていない製品もあります。計画が強めであったというのは事実としてあります。また、販売施策のズレがあったことも売上寄与に結び付かなかった要因として考えられます。具体的には、製品の価格設定に若干のズレがありました。ゼロデナイトは、競合品が少なくマーケットシェアもある程度ありますので、一定の売上は取れていますが、計画には満たなかったという状況です。

Q：今第3四半期に初めて「持分法による投資損失」を計上していると思いますが、この内容と適用した会社はどのような会社なのか、教えてください。

A：従来非連結としていた、アースヘルスケア(株)を当第3四半期から持分法適用の範囲に含めました。同社は、歯科医院を検索・予約などを行う歯科情報サイトの運営を行っています。

【原価の状況について】

Q：23年度の原材料価格高騰影響の当初想定は25億円とし、その中に5億円の為替影響額が含まれていたと記憶しています。3Q時点での為替影響額はどのくらいなのでしょう。また、今期の原材料価格高騰の影響額はどのくらいになると見込まれていますか。

A：原材料価格高騰の影響額と為替影響額を厳密に切り分けることができません。例えば、海外からの仕入時に価格に既に為替分が含まれているケースもあります。ですので、正確な影響額を算出できませんが、凡そ1桁億円の後半というイメージを持っていただければよいかと思います。また、今期の原材料価格高騰の影響額は、為替影響の増加分を含めて、35億円前後と見込んでいます。

【入浴剤部門について】

Q：10月までの入浴剤のマーケット状況を教えてください。また、11月以降のマーケット状況の見立ても併せて教えてください。

A：10月末累計の入浴剤のマーケットは前期比で約95%です。気温が高いことが影響しており、

今シーズンのスタート時期ではありますが、低めのスタートとなっています。11月以降は、気温の高い日もありつつも、徐々に気温が下がってきています。入浴剤と気温はある程度の相関関係がありますので、今後のマーケット状況に期待したいと思っています。

Q：通期の修正計画には10月の入浴剤マーケットの状況も反映しているのでしょうか。

A：リスクを見積り、見立てています。

Q：3Q時点のBARTHの売上とオーガニック成長率について教えてください。

A：計画に対して9割くらいの実績となっています。また、前年比でも9割くらいの伸びとなっています。

Q：BARTHは前年に対して下回って推移している理由を教えてください。

A：様々な競合品が出てきている状況があり、一時的に売上が落ちているという認識です。短期的にはマイナスになりますが、高価格帯・高付加価値品というマーケットが盛り上がっているということでもありますので、中長期的にはプラスの効果があると思っています。当社がやるべき事は、BARTHのプレゼンスを獲得するための施策に取り組んでいくことと考えています。

【口腔衛生用品部門について】

Q：口腔衛生用品のマーケットが落ちた理由、市場シェアが落ちた理由を教えてください。

A：マーケットは前期比で5pt程度のダウンとなっています。当社の市場シェアは、0.5pt程落ちています。マーケットが落ちている理由は、生活防衛意識の影響などと明確な関連性を見いだせておらず、分析中という状況です。当社のシェアダウンについては、競合品に対して売り負けていますが、実際の店舗の売場を見る限りでは、棚から落ちているような様子は見取れません。また、競合品が価格戦略に出ている様子も見受けられません。しかし、ブランド認知を上げるためのCM投下といった施策が若干足りていない状況で、シェア低下につながっているのではないかと考えています。

【海外事業について】

Q：海外各国のQ3の現地通貨ベースでの成長率を教えてください。

A：タイは+6.6%、ベトナムは+18%、中国は約-50%となっています。

Q：中国のマイナス成長の背景に処理水問題や滞留在庫の問題などはあるのでしょうか。

A：処理水の問題で予定していたKOLのイベントが中止になったということはありません。しかし、今の中国現法は処理水問題の影響などがあるから不調になっているという訳ではありません。今1Q時点からご説明していますが、中国現法のたて直しを図っている最中です。詳細については次期中計でご説明させていただきます。

【通期業績予想の修正について】

Q：対計画の売上で入浴剤は 17 億円、口腔衛生用品は 3 億円の未達。一方で、売上の未達幅以上にこれらカテゴリーの粗利の未達幅が大きくなっている理由を教えてください。

A：売上構成の変化や為替影響を含む原材料価格高騰の影響が要因です。為替影響と原材料価格影響は正確に切り分けができません。例えば、入浴剤の主原料である芒硝、重曹は海外から仕入れているものもあります。そのため、為替影響を含んだ価格となってしまいます。加えて、入浴剤の分包タイプ（アソートタイプ）は製造工程数が多くなり、収益性が上がりにくくなっています。また、口腔衛生用品も原材料価格の高騰の影響を受けています。足元では原材料価格は落ち着いてきています。しかし、現在の PL 上に影響してくるのは昨年同期あたりに仕入れた原材料の価格になっています。これが当初想定よりも影響額として大きく出てしまいました。こうした影響から売上の未達幅以上に粗利の未達幅が大きくなっています。

Q：説明資料 P16 の「過剰在庫の削減」について教えてください。どのカテゴリーの製品が在庫になっているのか。また、削減に伴う費用は Q4 以降にも影響があるのでしょうか。

A：日用品部門の製品で一定期間、不動になっているものがメインの在庫になっています。これらを保管してコストがかさむより、キャッシュ化を優先させるために削減に取り組んでいます。P16 に記載の 5 億円の一部はすでに PL に計上済みです。

Q：在庫圧縮に係る特殊費用は発生しているのか。また、来期はこの費用が無くなり、どのくらいの効果が見込めるのでしょうか。

A：過剰在庫の削減は来期以降も継続的に対応していくことも視野に入っているため、来期に関連費用が無くなるということは明言できません。来期の対応については、現在、詳細を詰めている段階のため、改めてご説明させていただきます。

Q：今後、更なる在庫の適正化の余地はあるのでしょうか。

A：その通りです。適正在庫の水準などについては課題と認識し、今後も議論していきます。

Q：3Q 累計では計画対比で営業利益は約 20 億円の未達で、Q3 だけでは 11 億円の未達だったと認識しています。現状の未達分と今回発表された通期業績予想の修正営業利益の差額の入り繰りを教えてください。修正営業利益の差額（30 億円）から 3Q 累計の営業利益未達分（約 20 億円）を差し引いた分（約 10 億円）は、過剰在庫の削減に伴う費用（5 億円）と経費コントロールによって削減された費用の一部の使用分が背景にあるという認識で間違いありませんか。

A：概ねご理解の通りです。Q3 の計画比での営業利益は約 11 億円の未達です。ここから Q4 で計画に対して下ブレる要因として、過剰在庫の削減費用、経費の追加の使用分に加えて、日用品部門の売上計画に対する未達になろうかと考えています。

Q：原材料価格高騰の影響額は 2Q 時点では計画通りになっていた一方で、Q3 で 5 億円の影響が発生したと理解しています。修正計画には、この Q3 に発生した 5 億円分しか織り込まれてお

らず、Q4に発生する影響額は織り込まれていないのでしょうか。4Q以降の業績を考える上で利益のハードルとなる要因は他にありますか。

A：原材料価格高騰の影響はQ3だけで5億円の影響が発生しましたので、ご理解の通りです。今回の修正予想値は現時点で見積もることができる範囲の中で算出しており、保守的に考えています。

Q：業績説明資料P16に記載されている、「グループ会社の計画未達リスク」の計画差が7.8億円となっています。グループ会社の業績に対するガバナンスを向上させることはできないのでしょうか。

A：当社としては何もせずに計画差が拡大したという状況ではありません。グループ会社の統制という観点からも、当社単体だけでなくグループ会社含めて、自力でコントロールできるものは進めています。しかし、今回の未達リスクの背景には、入浴剤の市場環境や中国の経済状況の影響が自力でコントロールした分を超えてしまったということがあります。

Q：来期以降、売上を伸ばしていくための注力点はどこになるのでしょうか。

A：今期、虫ケア用品部門は計画並みの進捗をしており、来期以降も着実に伸ばしていくことができると考えています。一方で、今回の修正計画に対しては国内日用品の未達（△37億円）が大きく影響しており、この部門へのテコ入れが24年以降の成長に貢献するかと考えています。ただ、具体的な戦略等は新中計発表時にご説明させていただきます。

以上