

アース製薬株式会社
2024年12月期第2四半期決算説明会 質疑応答要旨

【収益構造改革について】

Q：上期の時点での構造改革の具体的な進捗状況を教えてください。今期の構造改革費用15億円のうち、どれだけ使用したのか、今後どれくらい使用する予定なのでしょう。今期、構造改革の施策のうち、前倒しできるものがあるのでしょうか。来期の構造改革の方向性含めて、今一度、ご説明ください。

A：結論から申し上げますと、3年間の構造改革計画の1年目が遅れていることはありません。取り組みを進めている結果として、想定していたより費用がかからなかったという状況で、利益の上振れに影響しています。グループ再編については、拙速に事を進めることは難しく、当初計画通りのスケジュールで進め、来期費用が発生する見込みです。15億円の使用状況については、選択と集中を図る中で、掛川工場で生産していた「バボナ」の生産停止に係る費用が想定より使わずに済みました。また、SKU削減を進めている中で、虫ケア用品は天候の後押しもあり、在庫を減らしつつ店頭消化が進み、思っていたより費用がかかっていません。

Q：期初計画の構造改革関連費用15億円、人財投資16億円、ブランド育成投資11億円の消化状況はいかでしょうか。

A：構造改革関連費用15億円に対しては、約半分程度を使用しています。在庫処分も想定通りに進んでおります。今後のこちらの費用の消化は動向を見ながら判断していきます。

Q：構造改革をスタートした時と改革を進めてきている現時点と比べて、マイナス面での変化はありますか。「BARTH」を買収されていますが、入浴剤は高価格帯域の競争環境も厳しくなっている危惧があります。また、入浴剤の回復に結構時間がかかっている印象もあります。こうした中で下期のリカバー策だけで対処できるのでしょうか。追加で費用をかけてでも取り組まなければいけないような事象は出てきていないのでしょうか。

A：今の段階でそういった事象は出てきていません。再編に伴う入浴剤カテゴリに対する見直しの実行は来年になります。下期の新製品の投入に伴う販促については、3Q、4Qの時点で見直す可能性はあります。「BARTH」については、昨年に類似品が多く発売されていて、特に下期が厳しい状況でした。その時に打った施策の効果が今、出てきていることに加え、類似品が撤退している状況であり、「BARTH」が改めて売れる状況になってきています。

Q：未使用となった費用はこのままキャッシュとして温存するのでしょうか。それとも何かやらなければいけない事象はあるのでしょうか。

A：ブランド育成のために当初計画外の費用を使いたいと考えています。

Q：貴社の実力値は100億円を超えるレベルだと考えています。2Qまでで営業利益が上ブレしているため、上ブレた分をSKU削減などに回していただき、早く構造改革が終わることを我々は期待しますが、2年や1年半で構造改革が終わることはないのでしょうか。

A：早く終わることはありません。施策によっては早く終わらせようと進めているものもあります。しかし、今回の収益構造改革の柱であるグループ再編は、会社の在り方を変えようとしており、拙速に進めることはできません。なので、3年の時間をいただきたいし、必ず3年でやり遂げます。

Q：期初に説明を受けた時点では、構造改革費用が発生するため、2年程度は30億円くらいの営業利益の水準が続くと認識していました。構造改革自体は3年かかるけれども、3年目の利益水準が100億円に戻るといったことはないのでしょうか。

A：戻すことを期待したいですが、2年くらいは再編にかかる費用もあるため、低い水準が続くとご認識ください。

Q：SKUの削減は計画に対してどのくらい進んでいるのでしょうか。

A：元々1,700SKUありました。同業他社様のSKU数と比較すると当社のSKU数は多く、筋肉質な体制にしていかなければ、昨今の原材料価格の高騰などに耐えられないと判断し、SKU削減し、コストシナジーを出していくことを考えました。現在、3割にあたる500SKUの削減は完了しました。一方で、今秋のように新製品の投入も引き続き行っていますが、過去に比べてSKU数は絞っています。また新製品の投入に併せて、収益性や機能欠落という観点で既存品の見直しを行い、今後も製品の集約を進めていこうと考えています。早く進めることができる部分は進め、製品面では、在庫圧縮ができキャッシュの創出が実績として表れていると考えています。

Q：理想の利益構造となるには何年後ぐらいで、その時の全体的な利益率はどのくらいになるとイメージされているのでしょうか。

A：MA-T®の展開次第と見ていますが、足元の進捗は悪くないです。考えている収益構造の姿は2030年ぐらいをイメージしています。イメージどおりになれば、その際の営業利益率は7%、8%といった水準を優に超えると思っています。

Q：SKUの削減は新製品の投入を進めることに影響はありますか。

A：新製品を投入する一方、既存品の中で効率の悪い製品の改廃を必ず行っています。より収益性に見合ったSKUのコントロールを今後も行っていく考えです。

以上