

アース製薬株式会社

2022年12月期第2四半期決算フォローアップミーティング 質疑応答要旨

Q：下期計画に対してアップするコストはどれくらいを見込んでいるのでしょうか。

A：下期において原材料価格高騰の影響でアップするコストは7億円を見込んでいます。為替の影響は原材料価格高騰でアップするコストの中に含まれています。

Q：上半期の営業利益未達額が▲13億円となり、加えて下期では▲7億円の影響が見込まれ、通期で▲20億円の未達の可能性があります。通期計画達成に向けて、今後何かしらの策を講じ、吸収していくというお考えでしょうか。

A：ご認識の通りです。具体的には、新製品と価格転嫁で約7億円、経費のコントロールと追加のコストダウンで約3~4億円、虫ケア用品の復調と返品削減で約5~7億円、グループ会社の上積みで約3億円を目指しています。

Q：通期計画達成に向けて、新製品による売上拡大や価格転嫁、虫ケア市場の復調等を想定されています。各施策の見込み額の実現性をどのようにお考えでしょうか。

A：新製品や価格転嫁については、ある程度見えている数字を出しているため確度は高く、また、上振れる可能性を含んでいます。虫ケア用品の復調については、天候要件が大きく影響するため、実現できるとは言い切りがたい。しかし、返品削減の取り組みは継続的に実施しており、返品削減によるリカバリーの実現度合いは高いと思っています。また、天候の兼ね合いで出荷と消化がどの程度進むかは、現時点では流動的な状況になっています。経費コントロールやコストダウンは自助努力によるものため、しっかりと進めていきます。

Q：虫ケア用品市場における貴社のシェアは高いにも関わらず、虫ケア用品の値上げを今下期から実施しない理由を教えてください。

A：虫ケア用品の販売最盛期が上期に偏重するため、このタイミングで値上げを行っても影響が小さい。また、虫ケア用品の年間の購買頻度は1~2回のことが多く、期中に値上げをすることが消費者や卸・代理店に対して不誠実な対応になってしまうと考えています。

Q：秋から除湿剤や保湿剤の価格転嫁を予定されていますが、品目数など具体的に教えていただけますか。

A：除湿剤の主力製品や保湿剤で価格転嫁を行う予定です。具体的なSKU数等の回答は差し控させていただきます。先に回答したリカバー策のうち、価格転嫁のみで約2億円を想定しています。

Q：ペット用品の値上げは予定してないのでしょうか。

A：昨年にSKUの削減や輸入ペットフードの値上げを実施しているため、今期は現状を維持する予定です。

Q：7月末時点の虫ケアと入浴剤の累計でのマーケット状況を教えてください。

A：7月末で虫ケア用品マーケットは対前年で95.5%です。1-6月の96.4%から若干低下していますが、昨年8月お盆明け以降のマーケットの厳しさからすると、今年は回復の余地はあると考えています。入浴剤マーケットは6月末で前年比101%となっており、7月もほぼ同じ水準となっています。

Q：POSデータからも7月の虫ケアマーケットは厳しく、今後も厳しい状況が続くと思われま
す。8月は出荷が完了しているため、下期は返品の動向次第になろうかと考えていますが、いかが
でしょうか。

A：8月も全く出荷をしないわけではありませんが、金額規模は小さくなります。そのため、これ
からは返品を抑制することに考えをシフトさせる必要があります。

Q：入浴剤の売上が計画対比で下回っている要因を教えてください。競合他社が影響しているの
でしょうか、それともマーケットの状況に起因しているのでしょうか。

A：計画を強めに設定していたことが要因として考えられます。対前年では2.8億円のプラスにな
っているため大きな懸念は持っていません。また、マーケットシェアが僅かながら低下してい
るものの、誤差の範囲内と考えており、心配はしていません。

Q：原材料価格の動向に対して、どのようにお考えでしょうか。

A：原材料価格の今後の動向については予測が難しいです。ただし、今下期に与える影響額につい
ては、凡その予測はできています。来期以降の動向は引き続き注視が必要と考えています。

Q：P8記載の各原材料の構成比や影響度合い等を教えてください。

A：濃グリセリンが約2割、コハク酸・重曹が約2割強となっており、大部分を占めています。い
ずれも通期計画との差異想定額▲10億円に対しての割合です。

Q：貴社の事業において代表的な通貨の前提と為替感応度を教えてください。

A：通貨の前提は資料8ページに記載していますので、[そちら](#)をご覧ください。期中で想定レート
の変更はしていません。当社の事業上、人民元での取引割合が大きく、円に対して1人民元上
昇すると、約1.5億円の利益へのマイナス影響があります。

Q：濃グリセリンやLPG、樹脂は国内調達、または世界市況で価格が変動すると思われま
す。人民元の影響が大きいのは、中国から何を仕入れているからなのでしょう。

A：虫ケア用品の原体や半製品の他、グループ会社が製造したマスク等も仕入れており、年間数十
億円規模の輸入をしています。

Q：中国での生産面でのロックダウンの影響はないのでしょうか。

A：生産は順調に進んでいます。

Q：中国の W11 では虫ケア用品が売れる可能性はあるのでしょうか。

A：W11 のタイミングで虫ケア用品を販売するのは季節的には厳しいですが、洗口液や防虫剤、除湿剤といった日用品は売れる可能性はあると考えています。しかしながら、中国のロックダウンによる虫ケア用品の低調さをカバーするには至らないと考えています。カバーするために無理な販促を行うのではなく、適正な価格を保ち来期以降の成長につなげる戦略をとる方針です。

Q：宣伝広告費は計画通りに使う想定か。

A：現時点では計画通りに使用する予定です。

Q：秋発売の新製品の中で特に注力している製品は何ですか。

A：その他日用品の“デオッシュ”。トイレの消臭効果に特長を持った製品で、積極的な販促を行う予定です。

以上