

アース製薬株式会社
2022年12月期 オンライン決算説明会 質疑応答要旨

【虫ケア用品事業について】

Q：2023年の虫ケア市場は前年並みの前提ですが、貴社の売上伸び率はいかがですか。そのうち値上げ効果、数量をわけてご説明ください。

A：弊社の売上伸び率は22年比で104%を想定しています。虫ケア用品49SKUの価格改定を実施しますが、価格改定による効果は売上上昇分の半分と見込んでいます。価格改定により数量は微減する見込みですが、価格改定によるプラス効果のほうが大きいと見込んでいます。価格改定による数量減を新製品のローンチなどによって補い、計画は達成できるものと考えています。

【海外事業について】

Q：海外の市況について、競争環境や市場特性など含めて、ポテンシャルや懸念をどのように考えていますか。

A：海外の虫ケア用品市場では、海外の大手企業が存在します。しかし、国ごとのシェアを見ると、ノウハウや技術面では、他社に負けない技術を当社は持っていると思っています。あとは、製品を市場に投入し拡大していく力があるかになりますが、こちらも十分勝算があると考えており、海外は今後も伸ばせると考えています。

【中期経営計画について】

Q：次期中期経営計画の概略を教えてください。

A：今期は現中期経営計画を進めながら、そこからの課題等を洗い出し、次に繋げる年にしたいと考えています。海外売上高500億円を掲げるので、そのために必要な資源を投入しようと考えています。戦略面はこれまでの取り組みでも手応えを感じていますので、継続していきたいと思います。また国内の成長については、ここ数年の異常気象や新型コロナウイルス感染症拡大を受け、虫ケア一本足打法から抜け出せていないと感じました。そのため、次期中計では日用品部門でしっかりと利益が確保できるようにテコ入れをしていきたいと考えています。現在でも取り組んでいますが、さらに経営資源を集中させながら、成長戦略（利益の戦略）を組みたいと考えています。虫ケア用品部門と同等レベルの利益率を創出できる日用品部門、海外に成長させたいと思います。加えて、サステナビリティも重要になってきますので、より取り組みを具現化していきたいと思います。こうした内容を深掘りした中計の内容になるかと思っています。

Q：現状の営業利益率5%についてどのようにお考えでしょうか？さらに高めるお考えはありますか。

A：今期に営業利益率5%は必ず達成したいと考えています。次期中計期間中には7~8%へ引き上げたいと思います。その先の目標については会社の状況や製品パフォーマンス等を考慮して考えていきます。

【価格改定について】

Q：さまざまなインフレにより小売業側もかつてより、値上げに理解があるという話も聞かれますが、どのようにお感じになっていますか。

A：小売業各社様のトップと会話をすると、値上げを受け入れる体制が整いつつあると感じます。また、小売業様自体も PB ブランドを手掛けてメーカーの側面を持っている企業もあるため、当社をはじめとしたメーカーの置かれている状況にも理解を示していただけているとも感じています。これまでは「どのように安く売るか」という話題が多かったのですが、昨今の状況下では「どのようにして価格改定をするか」という話が多くなってきます。小売業様と協力して価格改定を進めていきたいと考えています。弊社の価格改定は、お客様の節約志向の影響が出ない製品を見極め、そこに対して深く踏み込んでいくという、狭く深くという方針で進めようと考えていました。しかし、広く浅く実施したほうがいいのかもかもしれないとも考えています。価格改定自体は行いますので、どちらかの戦略ですぐに対応できるように進めてまいります。

Q：御社の製品群の中で、消費者がもっとも節約志向がでているだろうと思われるのはどこですか。

A：虫ケア用品や洗口液は我慢できないものだと思いますので、入浴剤だと思います。完全に使用を止めるまではいかなくとも、単価の安い製品への切り替えや使用頻度を減らすなどは起こり得るだろうと考えています。

Q：今、小売業様が日用品メーカーに期待している、または、不満があることはどのようなことだと思いますか。

A：日用品カテゴリー全体で適正な価格になるために、どこか1社だけが価格改定を行うのではなく、当カテゴリーに属する企業が協力して価格改定を行ってほしいと望まれているように感じます。これによって小売業様も適正に利益創出ができるようになりますので、業界全体での協力が必要だと思います。

Q：価格転嫁については方法が色々あると思いますが、今期計画する68SKUについては、単純値上げが中心で実施するのでしょうか。可能な範囲でご説明をお願いします。

A：68SKUのみならず、それ以外のSKUについても順次価格改定を検討していきます。今期までの原材料価格高騰による影響額は約52億円になっています。弊社の場合は、影響が顕在化するまでにタイムラグが発生します。ですので、前期に受けた影響分は今期に吸収し、今期に受ける影響分は来期に吸収するという前提で検討しています。今回の68SKUは、価格改定してもお客様に受け入れていただける可能性が高いと想定されるものを対象にしています。全体的に原材料価格が高騰していますので、68SKU以外にもお客様へのご協力を仰がないといけない状況になるかと思っています。

Q：虫ケア業界の同業他社の価格改定の状況を教えてください。貴社が先行値上げを実施することによって、シェアを落とすリスクを懸念しています。

A：虫ケア用品の他社は当社と同じく原材料高騰の影響を受けています。そのため、各社様も対象

製品の選定など、価格改定の実施に向け準備を進めていらっしゃるようです。同じように原材料高騰の影響分を価格改定される方針のようです。また、弊社が先行値上げでシェアを落とすということは懸念していません。各社様とも同じように価格改定を実施するため、条件は同じになっています。

【その他】

Q：2023年度計画されている71億円の設備投資の中身・投資先等について可能な範囲でお教えください。

A：2022年に引き続き入浴剤製造ラインの拡充（15億円程度）、基幹システム構築（20億円程度）、各グループ会社の設備投資を計画しています。

Q：MA-Tシステム®について進捗を教えてください。

A：MA-Tシステム®の認知度は依然低い状況にございますが、去年はメディアへの露出やプロ野球パ・リーグとMA-T工業会との公式衛生パートナーシップ協定の締結等を進めています。また、MA-T工業会へ加盟いただいている企業も各業界の日本のトップ企業に加盟いただき、100社を超えています。学術振興に関してはMA-T学会を設立し、大阪大学や東京大学の先生方に各分野におけるMA-Tシステム®の研究を深めていただいています。今後は、介護や医療分野の感染対策、リフォームや特殊清掃、畜産分野での消臭などで展開したいと考えています。加えて、新しいMA-Tシステム®の研究も進めていきたいと考えています。さらに、IPビジネスでの展開としては、医療や口腔分野での取り組みを進めています。

Q：政府が従業員の賃上げを要請していると思いますが、貴社はどのように対応されますか。

A：人件費は費用ではなく投資だと考えていますので、賃上げは検討していきます。

以上