

アース製薬株式会社

2023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

【2Q業績について】

Q：営業利益の下ブレ分8.8億円をカテゴリー別に分けて、教えてください。

A：厳密な数値の回答は差し控えさせていただきますが、対計画では虫ケア用品と入浴剤のマイナスが大きくなっています。しかしながら、虫ケア用品は足元の状況が対前年を上回っているため、取り返すことが可能な範囲だと考えています。

Q：国内の虫ケア用品市場が前年並みの水準であり、かつ、シェアもアップしているのであれば、計画以上の売上になっていると思われそうですが、計画を下回っている要因を教えてください。

A：シーズン序盤の4～5月のマーケットが前年を下回っていました。そのため、この時期に通常では売れる商品（アースノーマットなど）の出荷に影響し、計画未達につながりました。ただし、当社が公表しているシェアはセルアウトの状況を反映しています。一方で、売上はセルインの状況になります。そのため、セルアウトは順調に進んでいますが、セルインが計画を下回っていますので、流通在庫の水準は低下していますので、今後の返品低下に期待ができます。

Q：今上期業績へのBARTH事業の損益影響はどの程度でしょうか。

A：詳しい数値の回答は差し控えますが、大きな影響には至っていません。

Q：4～6月のQ2期間だけでは、売上と営業利益共に未達となる一方で販管費は計画以上に使用しています。販管費の使用に対する考え方を教えてください。

A：計画に対して未使用になった販管費の項目は、広告宣伝費や研究開発費の期ズレの他、固定費が多くなっています。そのため、現時点の売上が計画通りに進捗していないからといって、下期にかけて全ての費用を使用しないという訳ではありません。ただし、何をどのように使用していくかといことを厳しく精査していき、最終的に営業利益目標を目指すという考え方は変わりません。

【通期見通しについて】

Q：第2四半期時点のビハインドは下期の取り組み等で十分リカバーできると考えている理由を教えてください。

A：第2四半期の営業利益ベースで8.8億円のビハインドとなっています。ここに対しては、下期で取り返すべく施策を立案しています。詳しくは、8/9(水)の決算説明会にて社長よりご説明いたします。

参照：2023年12月期第2四半期オンライン決算説明会説明要旨

https://corp.earth.jp/jp/ir/library/financial-report/pdf/23_2Q_Webinar_script.pdf

Q：第2四半期時点で売上が計画比で約30億円、下ブレしている一方で、販管費が計画内で収まっています。販管費コントロールも視野に入れて、通期の営業利益目標の達成を目指すのでしょうか。

A：通期の営業利益目標達成は目指しています。その過程において、結果的に計画に対して販管費が未執行となったり、売上が計画通りに進捗しないとあったことはあるかと思いますが。しかしながら、営業利益目標を達成させるため、下期に各種施策を用意しています。

Q：今第2四半期で短期借入金が100億円に増加しています。貴社は毎年キャッシュフローが際どい水準になっています。そのため、次の説明会時に財務戦略を説明いただきたいと思います。

A：承知いたしました。当社は備蓄生産をするため、毎年4月、5月に借入金が増える傾向にあります。今年は、入浴剤の生産設備の増強、基幹システムに関する支払い、BARTHの事業譲受に係る費用の支払いが重なり一時的に短期借入金が増えました。なお、7月には60億円程度にまで減少しています。しかしながら、キャッシュの水準に対する借入金の割合などに対して疑問を持たれている方もいらっしゃると思いますので、次期中計の発表のタイミングでご説明したいと思います。

【在庫について】

Q：貴社の棚卸資産の水準は年によって変動すると思います。おそらく在庫回転日数が2か月程度だと、計画並みの返品があると予測していますが、理想とする在庫水準はどのくらいでしょうか。

A：棚卸資産は当第2四半期では、前年と比較して45億円程度増加しています。ここには今年3月に当社に参画したBARTH分も含まれています。とは言え、増加傾向にはあるため、生産調整などの対策を進め、期末に向けては、今の在庫期間の半分くらいを目指し、低減させていく方針です。

【原材料価格高騰影響について】

Q：今後、原料や容器・包材の価格の影響度合いは小さくなると思われませんが、加工費に変化が見られません。通期では加工費は10億円の上昇を見込まれていますが、上期時点で9.1億円の影響額となっています。今後の加工費の見通し、抑制策を教えてください。

A：エネルギーコストや人件費が関連する加工費が一番上昇しています。一方、ご指摘の通り、原料等の影響度合いは緩和傾向にあります。原価の内容によって、多少の見立ての違いはありますが、トータルで見た場合は25億円の通期想定に対して、17.5億円の実績は想定通りのため、現時点では期末に向けても想定通りに進むと考えています。

【虫ケア用品について】

Q：国内の虫ケア市場が7月末時点で100%を上回っている状況との説明でしたが、昨年同時期の市場は大変低調だったことを受けて、現時点の市場状況を楽観視するのは危ないのでしょうか。

A：23年7月末時点の累計の市場は上振れて推移しています。8月以降の動向や今後の返品状況は現時点では見通せないため、安心していただけるような説明は難しいですが、現時点の市場動向はプラスの効果が出ています。

Q：国内の虫ケア用品と入浴剤の6月末累計のマーケットを教えてください。併せて、4～6月の3か月間の状況も教えてください。

A：虫ケア用品は100.3%、入浴剤は93.0%です。資料に記載している数値は6月末累計の数値です。虫ケア用品は1～3月の影響が非常に小さいため、6月末累計の数値を4～6月の数値と読みかえてください。入浴剤は1～3月の状況より4～6月のほうが少し回復している状況です。

【入浴剤について】

Q：7月末時点の入浴剤マーケットの状況を教えてください。

A：累計で94%です。

Q：入浴剤の今後の取り組みはどのような内容でしょうか。下期で挽回は可能でしょうか。

A：下期は、「きき湯」の大幅なリニューアル等によって、プロモーションを実施しながら、市場の活性化等を行っていきます。挽回できるような施策を準備しています。

Q：業績説明資料の8ページでは、価格改定による数量減が4.5億円のマイナスとなっています。価格改定によって数量減は想定しているものの、計画よりマイナス幅が大きくなったのはどのような理由からでしょうか。消費者の反応が何か違ってきているのでしょうか。

A：弊社も価格改定策を立案する段階で、アイテムごとに数量減は想定していました。しかしながら、その見立てより下ブレしたのが4.5億円のマイナスになった要因になっています。これが、単純に価格改定だけの影響なのか、または天候要件も影響しているのかといった分析にはまだ至っていません。

以上