

2019年第3四半期 決算説明会
アナリスト質疑応答（要旨）

【業績について】

Q：消費税増税前の駆け込み需要はどれくらいで、想定に対してはどうだったのか？

A：新製品の導入効果などもあり、明確な数字の算定はできませんが、7-9月の一般用消費財事業の増販70億円のうち、およそ7~8割が駆け込み需要によるものと推計しており、想定より若干少なかったとみています。

Q：駆け込み需要への対応で、流通在庫は溜まっていないか？

A：当社が把握している流通在庫について過剰になっているという認識はありません。10月に入ってから当社から卸店、卸店から小売店への出荷について、想定以上のマイナスは生じていません。

Q：駆け込み需要の反動減についてはどうみている？

A：前回2014年は約130億円（日本基準）の駆け込み需要に対して、その後6ヶ月程度の反動があり、差し引き20億半ばから30億円のプラスが残りました。今回もプラス部分は同程度を見込んでいます。

Q：1-9月の事業利益は計画に対してどうだったのか？駆け込み需要が想定を下回ったのであれば利益も会社計画以下だったのか？

A：1-9月の事業利益の年間公表に対する進捗は約75%です。駆け込み需要があったものの、例年の進捗水準を考えても概ね想定内の水準と認識しています。

Q：駆け込み需要が想定を下回り、韓国の事業環境が悪化した中、利益進捗は計画通りというのはどういところで補ったのか？

A：トータルコストダウンの推進や全体の費用バランスの見直し等によって吸収しています。

Q：販管費、特にマーケティング費用が減少しているが、その背景は？また持続性はあるか？

A：費用の効率化を進めることによって販管費全体の削減が進んでいます。また、7-9月では宣伝費が減少しましたが、駆け込み需要への対応のため、店頭プロモーションにシフトしたことで売上控除販促費の増加（粗利の減）につながった部分もあります。

Q：インバウンドの売上について、3Qまでの累計はどれくらいになったか？

A：推計値になりますが、およそ40億円弱と認識しています。年間では50億円程度を見込んでいます。

Q：インバウンドの減少が続いているが、（インバウンド構成比の高い）薬品分野の減収幅が1-6月に比べるとかなり縮小しており、7-9月では横ばいになっている。資生堂薬品から譲り受けたフェルゼア等の効果もあるかと思われるが、内容を教えて欲しい。

A：薬品分野の1-9月は9.7%の減収でしたが、昨年末に譲渡した殺虫剤の影響を除くと2.3%の減収となり、7-9月だけでみると6%の増収になっています。駆け込み需要、目薬の新製品効果、8月から当社に移管したフェルゼア、インクロンの貢献によるものです。

Q：4Qの一般用消費財事業については、差し引きで高い目標になると思われるが、どうやって売上を上げていくのか？

A：8月に見直した一般用消費財事業の年間売上予想 2,235 億円を達成するには、10-12 月で前年比 +1.8%の成長が必要です。3Qの新製品が好調なのに加え、4Qでも新製品の投入を予定しており、堅調に推移するものとみています。

Q：8月に見直した事業利益増減の年間見通しに変化はないか？

A：売上構成変化や原材料影響、競争費用の増減等に若干の変動はあるかと思いますが、基本的に大きな変化はないと想定しています。

【海外事業について】

Q：海外主要4カ国（タイ、マレーシア、韓国、中国）の現地通貨ベースでの売上の状況は？

A：各国の具体的な数字は開示していませんが、タイは1-9月微増、マレーシアは1-6月GDP成長を上回る成長でしたが、7-9月は昨年現地の税制改正に伴う特需があった反動で前年を下回りました。1-9月でも前年をやや下回っています。韓国は7月以降事業環境が悪化したこともあり、1-9月で1桁台のマイナスとなりました。中国は20%以上の成長が続いています。

Q：7-9月海外事業の売上減 23 億円のうち韓国分はどれくらいか？

A：具体的な数字は開示していませんが、減収のかなりの部分を占めています。

Q：7-9月でみると韓国は2桁のマイナスか？

A：7-9月では2桁以上のマイナスでした。当社製品は不買運動の直接的な対象にはなっていないものの、店頭プロモーション、新製品の投入等において大きな影響が出ました。

Q：韓国はいつ底を打ちそうか？4Qで収まるのか、来年上半年まで続きそうか？

A：現地の情報では、回復の兆しはあるようですが、いつのタイミングで底を打つか、いつから復活してくるのかについては、現時点では流動的と考えています。

Q：7-9月の海外事業の減益は韓国の影響が大きいのか？海外事業のマージンの考え方は？

A：7-9月の海外事業の利益率は7.6%で、前年同時期から0.6P低下しました。韓国、マレーシアの減収が影響しています。1-9月の利益率は7.3%で前年から0.8P改善しています。ホームケア分野のコストダウンや、中国での売上成長、パーソナルケア比率の上昇などで、セグメント全体としての利益率は改善が続いています。

以上

【注意事項】

本資料で記述している内容は、決算説明電話会議の質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性、完全性を保証するものでなく、今後、予告なく変更される可能性があります。

また、将来予測や業績見通しなどに関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を約束する趣旨のものではありません。

そのため、様々な要因の変化により実際の業績は記述している将来見通しとは大きく異なる可能性があることを御承知おき下さい。