

2022年第1四半期 決算説明会
アナリスト質疑応答（要旨）

Q：1-3月の実績を踏まえると、事業利益は1-6月の公表を上回るのでは？

A：1-3月の事業利益については、計画上、4-6月より高い水準で組んでおりましたが、概ね計画どおりの進捗で、1-6月についても年初公表の水準を見込んでいます。2Q以降は、原材料価格上昇の影響がさらに大きくなり、加えて、新基幹システムが予定どおり5月に稼働したことから、償却費も増加します。

Q：海外各国の売上について、1-3月の状況及び今後の見通しは？

A：東南アジアについて、タイは、1-3月の実質成長率は1.5%ですが、経済の回復に従って、徐々に高まってくるとみています。マレーシアの1-3月の高い実質成長率は、前年からの反動という部分もありますが、今後も10%近い成長は期待できると考えています。北東アジアについて、中国は、ECチャネルの代理店を変更したこともあり、成長がやや鈍化していますが、一過性であり、通年で低成長に留まることはないと考えています。ただ、上海のロックダウンの影響が、今後のマイナス要因として大きくなってくる可能性はあります。韓国は、経済的には平常を取り戻していますので、今後も計画している成長は確保できるとみています。

Q：原材料価格上昇の影響について、年初想定との1.5~2倍まで想定しているとのことだが、国内と海外どちらで影響が大きいのか？

A：年間を通じると、額としては若干海外の影響が大きくなると見えています。主に影響の大きな洗剤系の原料に関して、海外の会社はスポットで購入している比率が高いことから、国内に比べるとタイムラグが少なく、原材料上昇の影響がダイレクトに効いてきます。これから徐々に国内の影響が大きくなると思いますが、既に1-3月では国内の倍程の影響が海外で出ていることから、年間では海外の方が若干大きくなるとみています。

Q：原材料価格上昇に対する対応として、主に海外で販売価格を引き上げるとのことだが、既に実施しているのか？ また今後については？

A：1-3月は東南アジアの洗剤分野等で一部価格改定を行っています。今後についても、流通や販売チャネルの状況、また、その分野での競争ポジション等を考慮し、柔軟に対応していきます。

Q：国内の一般用消費財で販売価格の引き上げは行わないのか？ 他社動向等、値上げの環境について教えて欲しい。

A：国内の一般用消費財では、ペット用品の猫用トイレの砂など、非常にコストアップしている一部商品で出荷価格の見直しを行っていますが、トイレタリーについては原則として出荷価格の一律値上げは行っていません。当社参入の主要カテゴリーでは、他社においても

一律値上げの話はあまりなく、値上げを表明している企業も、取引先ごとに調整や交渉をしているのが実態ではないかとみています。他社の動き等も見ながらも、当社としては、高付加価値品へのシフトによる単価アップや店頭での販促プロモーションの見直し、追加のコストダウン施策等で利益の確保を目指します。

Q：原材料価格上昇に対する対応として、競争費の削減を継続した場合、中期的な成長に影響は出ないか？

A：今回の中期経営計画の趣旨は、事業を成長させ、そこからキャッシュを生んでいくというものですので、短期的な利益確保のための費用抑制は、あくまでも今年に限ってと考えています。今後、施策のローリングが必要になる可能性はありますが、本来の目指す方向に回帰していきます。

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。