

2019年第1四半期 決算説明会
アナリスト質疑応答（要旨）

【業績について】

Q：1Qの業績については想定通りか？上期の公表達成に向けては大幅に業績を伸ばさなければならぬのでは？

A：1Q実績については、連結トータルでは概ね想定ラインとみています。公表達成のためには4-6月に、売上では4%強の増収が必要ですが、国内はオーラルケア、ビューティケア、リビングケアなどの好調な分野で引き続き伸長が見込まれ、海外についても、東南アジアの順調な拡大に加え、中国の回復が寄与するものとみています。これらにより上期の目標は達成可能と考えています。

Q：一般用消費財事業の減益も想定内か？

A：1Qは、「クニカアドバンテージ NEXT STAGE ハミガキ」や「チャーミーMagica 酵素+」などの大型新製品の発売があり、競争費用の投下が行われたため減益となっていますが、想定内です。

Q：苦戦したファブリックケアは2Q以降どう挽回していくのか？

A：洗濯用洗剤は、市場の単価下落が戻りつつありますが、1Q順調だった超コンパクトタイプの液体洗剤をメインに進める方針に変更はありません。苦戦した液体レギュラー洗剤についても4月に「トップクリアリキッド」のリニューアルを行い、新たに抗菌タイプを追加しました。併せて、2月にリニューアルした柔軟剤の育成を図ることによって、ファブリックケア全体での底上げを図っていきます。

Q：2Q以降の原材料影響の見通しは？

A：年初の想定では、前半は利益に対してマイナス要因とみていましたが、1Qは市況が想定を下回ったこともあり海外を中心に増益要因となりました。ただ、足下の原油価格は上昇基調にあることから、2Q以降も増益要因になるかについては不透明です。

【海外事業について】

Q：海外の利益が大幅に増え利益率も国内並みとなっているが、要因及び今後の見通しは？

A：昨年構造改革を進めた中国が着実に利益増に貢献しているのに加え、売上成長が続く東南アジアでは数量増とコストダウンの相乗効果で利益が増加しています。また、予防歯科活動の推進等によるオーラルケアの伸長など、パーソナルケア分野の構成が高まっていることも利益率の上昇に寄与しています。国内に比べ数量の拡大、コストダウンの余地がまだあることから、さらなる利益率の上昇も期待されますが、原材料価格の影響も受けるため、慎重に見通す必要があると考えています。

【その他】

Q：インバウンドでは中国の新EC法の影響はあったか？

A：インバウンドは昨年同期を3億円程度下回ったとみています。全てが中国の新EC法の影響かどうか詳細までは把握できませんが、薬品の一部では影響を受けています。

Q：2Qにおける消費増税対策については？

A：駆け込み需要が本格化するのは3Qに入ってからとみており、前回増税時の動向を踏まえ、需要を確実に取り込めるよう、準備を進めます。増税後も高付加価値品の投入など、需要を喚起するような施策の検討を行ってまいります。

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。