



ユニ・チャーム株式会社

2023年12月期 第2四半期決算説明会

2023年8月7日

質疑応答

Q： 価値転嫁の進捗状況についてお伺いします。今期下期の価値転嫁計画を約50億円引き下げされておりますが、価値転嫁が上手くいっているところと、上手くいっていないところを教えてくださいませんか？また、来期も価値転嫁は継続して実行していくのでしょうか？

A： 今期上期に価値転嫁が実行できたのは、連結売上高の約3割です。平均単価で約3%価格を上げることができました。進捗が良いのは日本です。一方、価値転嫁が難しかったのは海外のベビーケアです。下期については連結売上高の約4~5割で新製品やリニューアル品により価値転嫁を進めていきます。商品によりますが、例えば大人用やペット用品だと2桁以上価値転嫁が実行できています。フェミニンケアやベビーケアは約1~3%ぐらいですので、平均するとやはり3%台の価値転嫁になると思っています。来期以降については下期の状況を見ながら、価値転嫁を検討していきます。単純値上げではなく、新しい商品や新しいカテゴリーなどで市場を創造していきます。例えば、日本では「妊活ライナー」といったフェムテックに近い新しいカテゴリーも出していく予定です。売上構成は小さいため、連結売上高や利益、全体に与える影響は軽微ですが、新商品は連結売上高の約3割を見込んでいます。ご承知のとおり、当社は常に新製品を積極的に出していくことが強みでもありますので、価値転嫁は継続できると考えています。

Q：需要は景気にはあまり左右されないというお話しをいただきましたが、価値転嫁に消費者はきちんとついてきている手応え感がおありなののでしょうか？例えば地域やカテゴリーによって手ごたえに差はないのでしょうか？

A：やはりカテゴリーの差はあります。必需度が高いものはしっかり消費者はついてきてくれます。当社の商品力の高さやオンリーワンのカテゴリーはセオリーどおり伸び率が非常に高いです。一方、ベビーケアやフェミニンケアの汎用セグメントはどんどんやめていっていますが、これら商品は価格抵抗力が非常に低く、利益を失ってしまう傾向が出てきています。時としてそうした商品が現れる構造なので、全体のポートフォリオをプレミアムタイプにシフトしていています。特に中国のフェミニンケアやベビーケアはボリュームを追わずに利益の額を優先するフェーズに、シフトしていています。需要については、商品を出す前にまず消費者とキャッチボールをしながら反応を見て価格決めていくという検証はあらゆる国でやっています。また、競合の動きのようなものは途中で対応する必要性があります。例えばタイは DSGT 買収以来、プレミアムタイプとエコノミータイプの 2 ブランドで対応しており、タイ市場でボリュームの成長が見込めないなか、エコノミータイプも含めて値上げでカバーしようとしたのですが、やはり値上げでは難しく、新製品やリニューアルでの価値転嫁でないと結果的に消費者が移ってしまうことに気付いたため、今期下期のタイのベビーケアについては、トップラインをしっかりカバーして、シェアを取りにいく政策に転換していています。需要で一番怖いのはコモディティ化です。アメリカのディスポーザブルカテゴリーのように、安い方が良いという消費者マインドになることは絶対に避けていこうと思っています。日本の消費者は当社商品を認めてくれているので、結果的に日本の利益率が上がっていると思っています。成長している大人用排泄ケア用品とペットケアが順調なところもありますが、需要は消費者のマインドに基づいたものなので、コモディティにならないように、安ければなんでも良いという発想に消費者がならないように、アジアで頑張っていきたいと思います。

Q：中国フェミニンケアが今期上期に回復しましたが、今期下期はどのようにみておけば良いでしょうか？また、中国フェミニンケアは価値転嫁にどのぐらい貢献したのでしょうか？

A：もっとも価値転嫁に貢献したのは日本です。なかでも大人用排泄ケア用品が貢献しました。日本の売上高の約 40%を占めるウェルネスケア事業でしっかり価値転嫁ができました。そのほか、売上高の約 14%を占めるペットケア事業でも価値転嫁ができました。中国のフェミニンケアは昨年 2022 年 4Q に納品を進めた在庫を消化する必要があるなか、思うように進められなかったため、今期 1Q が低調となりました。中国全体のキャッシュフローの問題もありましたが、平均で 2%程度値上げを実施した結果、上期は 7%増収となり、2Q は V 字回復しました。今期下期の中国フェミニンケアにつきましても引続き 2Q の好調さを維持すると考えております。今秋口から発売

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



となるリニューアル品が上期にかけて出ていることなども寄与し、年間を通じて当初想定しているような売上高はしっかりとつくれると考えております。

Q: 中国の流通在庫をためる動きがあった点について、今後影響はないのでしょうか？

A: COVID-19 が拡大したら消費者は在庫をためる動きをしますが、影響はないと思っております。

Q: インドネシアの市場含め状況は如何でしょうか？

A: インドネシアの吸収体事業は原価率が高いため、当社も他社も値下げの余地が限られています。参入しているメーカー全てが利益率を上げるといったことが共通の課題であり続けています。脆弱なインドネシアルピアの影響を受けやすい状況です。それでも当社が順調なのは新商品やリニューアル品を継続的に市場に出し続けている結果だと思っています。また当社は高いシェアを維持し続けており、流通と長い間関係を築き、業界総資産拡大という共通の的として長年実施してきていることが環境変化に対しては非常に有利だと考えております。

Q: 原材料についてお伺いします。当初の見通しから円安に進み、原油もあまり下がっている感じもないなかで、購入方法など工夫されている部分を教えていただけないでしょうか？

A: 原材料コストの約9割は原油由来なので、原油のマーケットプライスに影響されるのは事実です。コスト構造の中核を占めるのは不織布であり、それを作るメーカーは安定的な購入をお約束するところを探すといった選別が始まっていると感じています。そのため、中長期で常に商談し続け、常に先の需要を共有しています。

Q: アジアのベビーケアの収益性についてお伺いします。タイとベトナムでこの1年ぐらい不調が続いている一方、インドが黒字化してアジアのベビーケアが増益になっている点は御社の強みだと思っておりますが、今後、アジアのベビーケアの収益性はどうか改善されていくのでしょうか？

A: 理想的には2桁の利益率は取れると思っています。今後は、インドとアフリカでボリュームをとっていきたいと考えています。アフリカは当面、利益が出ませんが、子供はたくさんいるので、フェミニンケア事業と上手くポートフォリオを組み合わせ、ベビーケア事業への投資の赤字を吸収し、バランスを取りながら中長期でアフリカ市場を進めていきたくと思っています。利益率はプレミアム商品に拘れば出せますが、ベビーケア事業をアフリカで成長させていくためには、当社の強みでもあります生活者が生まれてからご高齢になるまでの過程、また、ペットも含めてのご提案の強みを活かして進めていきます。好調なブラジルも経営者をローカライズすることで肌感覚を大切に、現場の方達も育成して、商談もしていただくことで外国人である日本人にはできないことを

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



やっています。アジアのベビーケア事業もインドの成長に伴い改善していくと考えています。カンボジアやインドシナ半島も人口が多いため、5 ヶ国で利益が確保できるような事業構造にしていきたいと考えています。

Q: 今回原材料高騰の見立てを当初約 110 億円から約 59 億円に修正されていますが、修正された約 59 億円の想定オイルレートは何ドルぐらいなのでしょう？また、来期はどのぐらいのメリットを時点で見込まれていらっしゃるのでしょうか？価値転嫁につきましても当初年間約 357 億円から今期約 307 億円に修正されていますが、原料が安くなった場合、来期は値段を下げる可能性があるのでしょうか？

A: ドバイ市況では今期下期については 1 バレル平均約 79 ドルです。来期については足元少し上昇傾向にはありますが、今期上期の原材料を交渉したときの平均レートが 1 バレル約 98 ドルです。足元のレートがもし仮に続くのであれば、需給のバランスなどありますが、交渉自体はポジティブに働く可能性はあるかと思えます。価格については元に戻す可能性はきわめて低いです。価値転嫁した商品を買ってもらい、そして賃上げをするといったグッドサイクルで健全な方向性には持っていきたいと考えています。

[了]

脚注

会話は[Q]は質問、[A]は回答を示す

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

