



ユニ・チャーム株式会社

2021年12月期第1四半期決算説明会（2021年5月14日）

質疑応答（サマリー）

Q：冒頭でご説明された保険金の受領はインドのアーメダバード工場の保険金収入でしょうか？また、その保険金は、会計上どこに計上されているのでしょうか？

A：今回、1Qに入金できた保険金は、昨年6月に焼失した工場、アーメダバード工場に据え付け途中の設備の保険金です。これはインドの工場全体をカバーしている保険契約とは別に、日本から出荷しているときに据え付け、引き渡しまでの保険ですので、保険契約が違います。日系の保険会社さんが中心で進められたということもあって、比較的レスポンスよく払っていただけたというものになります。会計上はその他の収益に計上されております。

Q：利益は想定以上の進捗で上回っているということですが、社内想定をどれだけ上回ったのでしょうか？1Qのコア営業利益の想定はどのぐらいだったのでしょうか？

A：当社では四半期でマネジメントをしておりません。半期マネジメント計画に対して約10億～20億ほど上振れていると思っていただいたら良いかと思えます。

Q：日本事業はペット関連商品が順調に推移し、クリーン&フレッシュは二桁減収と伺いましたが、日本のカテゴリー別の1Qの動向を数字で教えてください。

A: 大人用が 10%弱増収。フェミニンケアが約 15%減収。ペットケアが逆に 10%強増収。ベビーケアが 10%弱減収。C&F は 20%近くの減収です。

Q: 昨年、特需があったものはある程度落ちたけれども、ペットや大人用といった中計含めて注力していくようなところは、順調に伸びているのでしょうか？

A: はい。そうです。

Q: グローバルで P&G や、KC が一部地域で原材料高もあって値上げを表明していますが、御社も先ほどおっしゃられていたように、下期で想定以上に原材料高が効いてくる中で、日本はなかなか値上げとかは難しいのかなとは思いますが、その他の地域についてはそういうことを考えておられたりするのでしょうか？原材料高を受けての御社の方針について教えてください。

A: 国によって状況は大きく違いますが、当然、競合の動きを見ながら値上げできる環境のところは値上げしてまいります。そうでないところも、特に商品のリニューアルですとか、新商品の上市に合わせて適正な価格を提案していくという活動になってくると思います。

Q: 値上げしやすい国とか、そうではない国とかあるのでしょうか？

A: ブラジルや、特にアジア、ASEAN はカテゴリーにもよりますが、もともと当社がプレミアム、パンツ型中心で展開している地域は比較的、値上げはできるのではないかと考えております。

Q: 現段階では決めていないが、できるようだったら下期あたりから値上げしていく可能性があるということでしょうか？

A: そうです。国によって、消費者の購買意向が価格の安いラインに流れているところもありますので、状況を見ながら対応していくことになります。

Q: 先ほど、利益が上振れたというお話しがありましたが、売上も少し上振れたのでしょうか？

A: 売上は若干、未達ぐらいです。

Q: では、利益が上振れた要因はどのような計画に対してどういうところにあったのでしょうか？

A: 原材料価格がまだこの 1Q の段階では安い価格で仕入れができていたという影響が約 8 億円程度ありました。また、昨年 2020 年の 1Q は COVID-19 の影響から衛生関係の収益率の高いものが伸びておりましたが、この 1Q も同じような傾向で、日本の中でも高収益の商品が伸び、プロダクトミックスが変わっているというのが、利益構造の変化ということで挙げられます。

Q: 原材料で 8 億円ポジティブだったのは、計画に対して 8 億円上に出たということでしょうか？

サポート

日本 03-4405-3160 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

A: 前年 1Q に比べて 8 億円ポジティブです。

Q: 利益の進捗が今回、10 億から 20 億円ぐらい上回ったとおききしましたが、原材料やプロダクトミックスが変わった以外にあれば教えてください。

A: その他、一般的な活動費といわれるものがあります。前年 1 月～3 月は、まだ動けておりましたが、前年と比較して店頭活動や、当然、出張などは減ってはおります。経費の使い方によるコストダウンもございます。

Q: 原材料が安い価格で仕入れられたとのことですが、2Q からも続きそうでしょうか？それとも 2Q からは厳しくなるのでしょうか？原材料はトータルでどのくらいネガティブになるのでしょうか？

A: 当社の場合、主に半期ごとに値決め交渉をしており、まさに今、その最中ということもあって、金額的なところはまだ見えてきておりません。そのため、下期に関してはお伝えできませんが、非常に厳しい状況だというのは分かっております。2Q は、1Q の流れの中になりますので、徐々にという部分はあり、多少はそのメリットが効いてきます。売上関係に関しましても、できるだけ下期のものを上期に前倒しで出荷できればと思っております。

Q: マスクはどのぐらい売上があったのでしょうか？また、マスクについては在庫問題などないのでしょうか？

A: マスクは、前年同期比 12 億円増収となっております。昨年この時期は非常に需要が強かった一方、供給が追いついていなかったということで十分に出荷できておりませんでした。体制がその後整備され、前年に比べますと供給できる体制になっておりますので、マスクについては約 30%弱程、前年同期に比べ売上は増えております。また、店頭と併せて施設、病院関係向けの業務用についても売上が増えております。一般企業向けの備蓄用についても増えております。一時、中国製の安い商品が店頭に並んでおりましたが、そういう商品よりも当社の国内産のマスクを使っただけの十分な数量が、供給できるようになっております。ウェットティッシュにつきましては逆に昨年の特需に対して、20%近く減収となっております。在庫の問題もあるかと思いますがマスクとは裏腹の状況になっております。

Q: 1Q が思ったより良かったように見えますが、通期予想に対しては達成可能でしょうか？もしくは上振れる可能性もあるのでしょうか？

A: 通期に対しては、原材料が非常に上がりそうということが分かっておりますので、今のところは当初の業績予想値を達成できるものと考えております。

サポート

日本 03-4405-3160 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



Q: マスクは1Qで50億ぐらいの売上があったのではないかと思いますのですが、昨年の1Qも2Qもそこまで大きな差はないので、この50億が年間でクォーター毎に出てくるというようなイメージでもよろしいのでしょうか？御社計画15%ぐらいの増収計画だったと思うので、少し上振れ気味でくるのかなと思うのですが、持続性についてウェットティッシュ含め教えてください。

A: マスクの供給はフルキャパシティで継続しておりますので、この1Qの状況が継続できるものと思っております。また、海外からの引き合いもありますので、金額はそれほど大きくならないとは思いますが、日本からの輸出も増えてくると思います。ウェットティッシュに関しては、昨年の下期に少し流通在庫が増えた関係もあって、今、少し減っていますが、今の金額水準で推移するのではないかと考えております。

Q: マスクの方が伸び方も規模も大きいので、今年はプラスになる感じでしょうか？

A: はい。マスクのほうが当社の強み、差別性という意味では、非常に受け入れられやすいかと思えます。

Q: 先ほど、そのプロダクトミックスのところで、日本の中でも上がっているとおっしゃっておられましたが、フェミニンとかはマイナスだったと思います。大人用とマスクが伸びたことで、プロダクトミックスは去年比でも上がっているという理解でよろしいでしょうか？

A: そうです。あとは、ペットケアです。フェミニンケアが減収というのは利益的には厳しいですが、それ以外のところの伸びがそれをカバーしたということになります。

Q: タイの1Qは昨年、日本のように特需があったと思いますが、それでも今年の1Qで増収が続いております。これにはどういう背景があるのでしょうか？また、東南アジアはCOVID-19もまだ続いていると思うのですが、今後の見方についてもアップデートしていただけないでしょうか？

A: タイについては、2極化が進んでおります。もともとのユニ・チャームの法人ユニ・チャーム・タイランドと、後で買収したDSGがございますが、どちらかというDSGのほう为好調で、合計するとタイはプラスに転じております。DSGのほうは価格ライン的にはエコノミータイプになりますので、タイの市場では、今、エコノミータイプのラインが伸びているという結果になっています。

Q: 足元の感染状況から特にリスクはなさそうですが、経済も強くないと思うので、DSGがドライバーに、通期でも引っ張っていくような感じになるのでしょうか？

サポート

日本 03-4405-3160 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

A: そうですね。コロナの感染状況はなかなか予測し難いところですが、生活衛生用品が急激に止まることはないと思います。また、ロックダウンしている地域でもこういう商品については販売が継続できていますので、それほど大きな影響というのは、考えにくいと思います。

Q: ASEAN 地域それぞれ主要各国で事業オペレーションは4月に入っても滞っていないのかというのを確認させていただけないでしょうか？また、インドは1Qでインドネシアからの出荷はしたけれども、それでも供給不足というお話をいただきましたが、今後もこういう供給不足の状態が続いてしまうと思うべきなのでしょうか？それとも、他の国からも輸出が始まり、よりキャッチアップをしてくるようなイメージを持って良いのでしょうか？今のCOVID-19の感染との兼ね合いでオペレーションが回っているのかと併せて教えてください。

A: インドの状況は急激に感染拡大したということで厳しい状況ではありますが、先ほどご説明しましたように、当社の衛生日雑に関しては、物が届けば販売はできているという状況です。インドの工場火災によって供給に制限がかかっておりましたが、それについても昨年以降、各国からの輸入で徐々に売上については伸びてきています。3Qの後半からは、ニムラナ工場が完成する予定で進んでおりますので、それができれば、計画には織り込んでおりますが、順調に売上は伸びると見ております。タイについては4月の状況を見ても、昨年の4月単月と比べて120%近い売上になっています。インドネシアについても二桁近い売上になっています。特にインドは、もともと昨年4月は完全にロックダウンで、工場までロックダウンになっているような極端な月でもありましたので、200%近い増収になっております。また、サウジアラビア、中東は105%、106%ぐらい伸びております。中国はほぼ横ばいですが、全般的に昨年の4月と比べて減っているところは少ないと見ています。ミャンマーは金額的なインパクトが非常に少ないですが、そういうところは別にしまして、売上に関しては順調ではないかなと思っております。

Q: 併せて、ベトナムの状況を少し教えていただけないでしょうか？去年の頭ぐらまで、キンバリークラークさんの攻勢が厳しく、その後、御社も新しい商品を出して、シェアが落ちてきたと伺っていましたが、1Qの伸び率が一桁前半%ぐらいなので、もう少し盛り返せるのかなと思っています。今、ベトナム市場がどうなのか教えてください。

A: ベトナムは、今おっしゃっていただいたとおり、ベビーケアも回復し、ローカル通貨ベースで、前年同期比で8%増収になっています。ベトナムが一桁前半の増収というのは、ティッシュをもともと作っておりましたが、それが大きく減った影響でベトナムトータルでは一桁前半となりました。内訳で言いますと、ベビーケアが8%増収、ヘルスケア、大人用が16%増収、フェミニンケアが2%増収で、それぞれ、回復していると見ております。

サポート

日本 03-4405-3160 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



Q：日本のヘルスケアが約10%増収ということでしたが、マスクが含まれるのでしょうか？また、大人用にも反動があったのでしょうか？

A：はい。マスクが含まれます。また、大人用については、店頭は多少反動がございましたが、業務用が伸び、プラスになっています。

Q：マスクの店頭の動きを見ていると、御社は業務用途や法人用途が多く、店頭はかなり落ちていると思っています。今の業務用の構成比は何%ぐらいになっているのでしょうか？今年も店頭・一般用途の構成が落ちたとしても、業務用ルートで売る予定があるなどのご説明をもう少し具体的にしていただけませんか？

A：店頭は、前年比で若干減ってはおりますが、思ったより減ってはおりません。当社は最近までフル生産が継続していたため供給がかなりでき、店頭シェアを約14%まで上げてきております。昨年末が12%ぐらいだったので2ポイントぐらい上げています。これから、コンビニやドラッグといったまだ埋めきれないところの店頭を成長させることはできると考えていますが、業務用については、実は、非常に競争としては厳しい状況で、中国の廉価品が、今、受け入れられるようなマーケットになっているところがあります。そこに対するコスト競争力のある商品の供給を今後、進めていきますが、マスクの中のウエートとしては、そんなに高くは見込んでおりません。どちらかというと店頭をまだまだ伸ばせると、当社はみております。

Q：需給が正常化すれば、最大手の御社のシェアが上がるのは確実だと思いますが、3月時点のマーケットの週次の売上を見ていると、平均してマーケットはこのままいくと、3割ぐらいは落ちそうな感じでした。その中で御社がものすごくシェアを上げたとしても、業務用ルートが増えていくと解釈していました。店頭が3割ぐらいい落ちた場合、業務用を伸ばさなくても大丈夫なのでしょうか？

A：これから店頭の商品も、新しい商品をまた出していきますので、そういったところで少しずつシェア取っていきます。先日発売した、SMART COLORのマスクもカニバリもせずに、シェア伸ばすことが今できております。この新商品によって約1ポイント今回シェアを伸ばすことができました。夏場にまた新商品が出ると思いますので、そのあたりでもまたシェアを伸ばしていきます。

Q：即時売り切れの顔がみえマスクは貢献がすごくあるのでしょうか？

A：ほぼ手作業で作っておりますので、非常にいい需要はいただいているのですが、数が難しい状況です。

サポート

日本 03-4405-3160 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



Q：顔がみえマスクがミックスに貢献したりしないのでしょうか？

A：まだ、貢献はできない状況です。

Q：前年同期比でマスクが増えています。4Qから見ると、それほど大きく増えているようには見えません。これは店頭と業務用で見ると、どのような動きになっているのでしょうか？特に12月から増産効果が出ていたと思いますので、このあたりご説明をお願いいたします。

A：供給は24時間体制でやっておりますので、多少、流通在庫の関係もあるかと思えます。今、お話をしましたように、新しい商品 SMART COLOR ですとか、業務用に関してはチャネルの問題はありますけれども企業の備蓄用や災害向けといった新しい取り組みというのも行っておりますので、そういうのも含めてトータルで伸ばしていくということで、今、予定をしております。

Q：改めて通期の原料の考え方についてですが、もともと御社は通期25億マイナスと見ておられて、先ほど、下期で30~35億で見てらっしゃるといってお話だったので、上期は5~10億ぐらい原料安がまだプラス要因として働くという前提だったと思っています。それに対して、今回、1Qだけで8億円出てきているので、この部分が思ったよりも出てきているというお話しかと思えます。もともと1Qも原料安効果はプラスで出る前提だったという理解で正しいのでしょうか？

A：上期1Qの原料は当初下がると見ておりましたが、さらにそれ以上に下がりました。

Q：売上が若干未達だったのは、何億円ぐらい未達だったのでしょうか？

A：ほぼ計画どおりで数%です。

Q：インドネシア事業のプラス3%を、ベビーとフェミニンなどで分けて教えていただけますか？

A：ローカル通貨でベビーが2%プラス。フェミニンがほぼフラット。ヘルスが15%プラスです。

Q：インドネシアも感染がまた続いています。年間のご計画達成に対していかがでしょうか？

A：日本と同様に COVID-19 の感染具合は、各国、時々で変わりますが、やはりワクチンが普及するにつれて、そういうリスクというのはなくなっていくのではないかと思います。今のところ、それによって急速に店頭で売れなくなるとか、物流が停滞するというようなことは、インドネシアでは聞いていませんので、急激に悪化するということは考えにくいと思います。

Q：インドネシアは年間で円貨と現地通貨、それぞれどのぐらいの成長で見ているのでしょうか？

A：円貨は二桁強で、十数%の成長を計画しています。現地通貨では5%です。

サポート

日本 03-4405-3160 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



Q：中国の営業利益率はどのくらいだったのでしょうか？フェミニンケアが伸びているので、去年よりは改善するとみているのですが、如何でしょうか。

A：中国事業全体で1Qは24%ぐらいです。

[了]

サポート

日本	03-4405-3160	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わないものとします。

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 03-4405-3160 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

