ユニ・チャーム株式会社

2024 年 12 月期中間決算説明会

2024 年 8 月 7 日

質疑応答

Q：価値転嫁が想定以上に進んでいるということですが、決算説明資料 P6 の生産性改善等と増収効果のそれぞれにどのぐらい計上されているのでしょうか？

A：為替の変動等いろいろありますが、7%増収のうち、約 3 ポイントが価値転嫁の効果とみております。

Q：下期売上高の成長鈍化が少し気になるのですが、連結業績予想達成に向けてはどのぐらい確からしさがあるのでしょうか？

A：連結業績予想は比較的コンサバな数字でお示ししていますので、連結業績予想を割り込むような状況になっているわけではありません。今下期は日本も含めて新製品を 9 月以降も数多く出していくことで伸ばし、予定どおり着地できるだろうと思っています。

Q：タイ、インドネシア、ベトナムのベビーケアと中国フェミニンケアの下期の見立ては如何でしょうか？

A：アジアの下期は売上高 2 桁成長、10%超を見込んでおります。ベビーケアでは課題であるタイ、ベトナムは、回復するかたちで見込んでおります。また、中国フェミニンケアについては上期で予定どおりこれまでにない数の新商品を出していますので、それらをしっかり下期で拡販して下期に 2 桁成長していくことを見込んでおります。販売チャネルにおきましても、e コマース中心に伸ばすことが足元できていますので、下期でしっかり販売チャネルもグリップしながら、伸ばしていく計画になっています。そのため、年間通して当初予定どおりの成長はできると見ております。

Q：決算説明資料 P6 のその他費用は増える見通しだと思いますが、そういう部分も保守的な状況なのでしょうか？利益は社内計画に対して上振れで推移しているとうことなので、何か下期に減速するような要因があれば確認させていただけないでしょうか？

A：新しい要素という意味では、為替の変動があります。為替が変わってきているので、原材料価格に対して少しコンサバに見ています。上期は利益に対してプラスの効果がありましたが、下期については当初コストダウン効果が出るとみていたところ、昨今の変動のなかでそこを少し保守的に変えました。そのほか、インドの火災保険金が年内には入ってくると思います。これは計画の中には含まれておりません。

Q：日本事業は今期 1Q と比較して 2Q の増益率がカテゴリー別でも落ちており、特にペットケアの減益幅が大きくなっている状況ですが、5 月以降の国内の基幹システムトラブルの影響とペットケアの状況を補足していただけないでしょうか？

A：ペットケアの収益率低下の要因はパーソナルケア同様、ペットケアでも 2Q で多くの新商品を出し費用が発生しているためです。基幹システムトラブルの影響で現時点で計上してあるものは、イレギュラーで発生した物流費の約 4 億円ぐらいです。人海戦術で対応しましたので、労働時間が延びたりして人件費が増加していたりもしました。

Q：今期 1Q の価値転嫁は約 80 億だったと思いますが、今期 2Q はどのぐらいだったのでしょうか？また、年間の価値転嫁によって価格はどのぐらい引き上げられていて、特に日本で CPI が伸びているなか、来期の価値転嫁による価格上昇の余地はどのぐらいあると思われていますか？

A：今期 2Q の価値転嫁は今期 1Q と同様、約 80 億で、上期では約 160 億です。来期についても、値上げというよりも新製品の構成比の高まりによって利益増加が見込めます。毎年同様に、売上高

の 3 分の 1 ぐらいは新商品、リニューアル品になります。慎重に考えているのは価値転嫁の幅です。特に日本で価値転嫁が成功している大人用などでは継続できており、ベビー用紙オムツも好調ですが、急激に為替など外部環境が変化しているなかで、消費マインドは生活防衛のために消費を抑える消費者もいらっしゃるので、特に成熟市場では状況を見ながら調整していきます。来期も日本事業の売上高成長は 7%ぐらいを目標にする予定です。当初の計画どおり価値転嫁による価格アップを継続するかについては、この下期の状況を見ながらやっていきたいと思っており、今通期で価値転嫁した分と同じ額を日本事業でできるかは微妙なところがあると思っています。

Q：アジアにおいて販売チャンネルの変化への対応で後手に回っている地域とかあるのでしょうか？

A：総じて、オンラインのビジネスに関しては後手になっていると思いますが、裏を返せば、チャンスロスしているので、それをしっかり学べば、チャンスがあると思っています。最終的には商品力、ブランド力といった総合力になりますので、現地の人材採用強化のほか、オンライン、e コマース企業さんとの取り組み強化で成果がこれから出せると思っています。

Q：日本事業は当初減益で予想されていて、今期 1Q と比較して 2Q の 3 カ月間の YoY では横ばいだったと思いますが、今期業績予想では増収増益となっているのは、今期 2Q でシステムトラブルや物流費が発生しているなか、この辺りのコストが今期 3Q 以降減ってくるということなのでしょうか？

A：日本事業の利益は上期で好調でした。一番大きな効果は、新商品の売上と、それに伴う粗利額の増加でコストアップを吸収したことです。年間でも利益面で上振れる可能性はあると思います。アジアについては、為替の変動や原材料コストが上がる構造になることも踏まえて、少しコンサバにはしていますが、ネガティブに見ているわけではありません。中国、インド、インドネシアのフェミニンケアは好調で、シェアも高いので、計画からの大きな下ブレは考え辛いと思っています。7 月も良いスタートが切れています。

Q：ミャンマーに対して増資の実行を中止するリリースを開示されましたが、この背景を教えていただけないでしょうか？

A：価格や為替リスクを抑えるため、債権放棄するということにしました。ユニ・チャームとしては生活必需品なので、ミャンマーの消費者に対して商品を供給し続けることを主目的に事業は維持しますが、いずれにせよ影響は軽微です。

［了］