

回答者:

代表取締役 社長執行役員 長谷部 佳宏

代表取締役 専務執行役員 根来 昌一

代表取締役 専務執行役員 西口 徹

上席執行役員 化粧品事業部門長 内山 智子

1) 営業利益増減分析の考え方について教えて欲しい。2026年は販売価格、数量ともに2025年実績を上回る計画となっているがその背景は？また販管費が大幅に増加している理由も教えて欲しい。

シェア拡大に伴い、価格改定による利益寄与が大きくなる。また2025年の下期から値上げした効果が、通年で寄与してくる。またトイレタリーを中心に2026年も値上げは継続していく。数量も成長が見込める分野でしっかりと伸ばしていく。販管費については2024年に実施した人財構造改革効果が一巡したことにより、2026年から費用の増加が直接コスト増につながる。具体的には人件費やDX関連投資を含む経費の増加を織り込んでいる。

2) 化粧品について、実績が会社計画を上回った理由と、2026年の見通し及びインバウンド売上の状況について教えて欲しい。

2025年実績

- ・ 全体の数量が伸びたことに加え、高付加価値品も順調に伸長
- ・ 固定費の削減
- ・ 中国事業の回復。数量増に加え、流通在庫をコントロールする体制が確立した事で価格も安定

2026年の見通し

- ・ 注力しているタイや欧米で市場成長を上回る2桁%の伸長を目指す
- ・ 中国は前年程の伸びは想定していないものの、安定成長する見通し
- ・ 日本でも数量増を見込む

インバウンド売上の状況

- ・ 日本では外交関係の影響が多少あるものの、日中一体運営を進めてきた事により中国本土やトラベルリテールでの拡販が期待できるため、化粧品事業全体では影響はほとんど無い想定

3) 営業利益の増加が、2026年の+179億円から2027年の+300億円に加速する理由を教えて欲しい。また海外事業の改善に関する費用は2026年の計画にどの程度織り込まれているのか。

2026年は海外グローバルコンシューマーカー（GC）事業の約3割を占める低収益事業について改善を図る。その成果が2027年に発現する見込み。加えて、スキンケア・ヘアケアにおける画期的な新製品や海外を中心とする化粧品の伸長、及びケミカルにおける電子材料事業の成長などが2027年の増益をけん引する見込み。なお海外GC事業の改善にかかる費用については、具体的な金額は非開示。ただし2026年の営業利益目標1,820億円に影響を及ぼす事はない。計画の内容も含め、今後開示が必要な事象が出てくれば進捗に応じてお伝えしていく。

4) 2025年GC事業実績の中で計画を下回った事業と、その事業の2026年見通しについて教えて欲しい。

欧州のヘアサロン向け製品及びインドネシアのファブリックケアが想定を下回った。ヘアサロン向け製品については、既に状況の改善に向けて動き始めている。ファブリックケアについては衣料用洗剤からビューティケアに事業ポートフォリオをシフトしていくとともに、販売チャネルの変更も進めていく予定。

ケミカルの実績が計画を下回った理由は？

2025年Q4に油脂価格が急落し、顧客の買い控えが発生した。出荷量が下がり在庫が膨らんだことに加え、在庫評価損を計上することになった結果、計画未達となった。但し、買い控えは今後解消する見通し。加えて米国新工場の本格稼働による物流コストの削減や、高付加価値品の投入により2026年は増益を見込んでいる。

5) 欧州での事業改善の中身を教えて欲しい。また2026年は欧米事業をどのように伸ばしていくのか、成長が加速する時期と合わせて教えて欲しい。

事業改善の中身についての詳細は開示できないが、海外におけるマーケティング手法を刷新し顧客のロイヤリティを引き上げていく。マーケティングの改革に加え、現在「JERGENS」や「JOHN FRIEDA」の改良を進めており、これらのブランドと好調な化粧品が欧米事業を牽引する見込み。なお成果が本格的に出てくるのは下期からという想定。

注意事項

本資料に記載されている内容は、決算説明会の質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証または約束するものではなく、また今後、予告無しに変更されることがあります。

また、業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。