

2023年12月期第3四半期累計決算説明会（電話会議）

2023年11月8日（水）

16:00-16:55

回答者:

代表取締役 専務執行役員 根来 昌一

取締役 専務執行役員 西口 徹

コーポレート戦略部門 IR部長 渡部 満泰

1) 構造改革費用のうち人財構造改革のためQ4に約250億円計上することだが、この取り組みの内容や決定に至ったプロセスを教えてください。

キャリア支援とは、社員のキャリアプランやライフスタイルに合致した機会の提供を行うこと。社内外の新たな職場で働くための教育支援や、自由定年を活用した「特別キャリア支援プラン」等の経済的支援を行う。自由応募制のため人数規模の想定は難しいが、エンゲージメントサーベイ結果における社員の社外キャリアの関心度の高さや、特別加算支援金の規模を考慮し、この金額を見積もった。

250億円のほとんどが特別加算支援金なのか？

全てではないが、その費用が主体。

人財構造改革による固定費削減効果はどの程度か？

構造改革による利益改善効果300億円のうち、半分が固定費削減（減損含む）、残りが限界利益の改善。

2) Q3累計のコア営業利益は会社計画に対してどうだったか？

計画に対し50億円以上上回った。

また、原材料安、値上げが計画以上に進んだことがプラスに寄与している。販管費についても対計画で+60億円だが、処理水影響に伴い中国でのマーケティング費用を控えたことや、東南アジアで利益改善を優先し無理な売上拡大を抑えるためマーケティング費用を節減したことが大きい。

通期のコア営業利益目標1,200億円の達成確度は？

中国化粧品事業に処理水影響のリスクはあるが、1,200億円の目標達成を目指す。

3) 化粧品事業は減益だが、地域別に分けて説明してほしい。

減益幅が最も大きいのは中国。グローバルでG11ブランドの売上構成比は73%まで増え、中国を除けば、構造改革は順調に進んでいる。

日本の化粧品事業の増収率が低い理由を教えてください。

中国関連（中国本土、越境EC、トラベルリテール）の売上を除くと、5%近く伸びており順調。また、注力するG11ブランドの売上伸長はグローバルで+2%、日本は+11%。

4) Q3にケミカル事業の限界利益が改善した理由を教えてください。

米国の業績が改善した上、高付加価値製品が貢献したため。業績は改善の方向に向かっているが、まだ力強さはない。

5) ハイジーン&リビングケア事業はQ3にコア営業利益が82億円改善したが、ファブリック&ホームケアとサニタリーの内訳は？ベビー用紙おむつの構造改革の効果が出てきているのか？

Q3のファブリック&ホームケアのコア営業利益率は17%程度まで改善した。ベビー用紙おむつの減損による効果は2024年度以降に出てくるので、現状ではまだ出ていない。

国内のベビー用紙おむつの生産体制最適化の内容を教えてください。

将来の需要見込みに沿って国内全体の生産体制の最適化を図り、減損損失を計上した。必要に応じて今後工場のライン数を減らしていく。

日本から中国に輸出するベビー用紙おむつに対して、処理水影響はあるのか？

影響は出ている。

6) Q4のトイレタリー製品の戦略的値上げ効果見込みは対前年+90億円とのことだが、Q3に比べて規模感が下がる理由を教えてください。

Q4も値上げ効果は継続して発生するが、昨年のQ4は大きく値上げを実施したため前年差で見ると規模感が下がっているように見える。なお、期初時点では100%の品目で値上げを実施することを目指すとお伝えしたが、現状では70%まで達成。

値上げ対象品目を100%にする目標に変更はないか？

広げていきたいが、紙製品でプライベートブランドと競合するカテゴリーもあり、100%の品目での値上げの実現は難しい。また、値上げのカバー率は重要だが、ハイジーン&リビングケア事業に比べてヘルス&ビューティケア事業は限界利益率が高い商品が多い。無理に値上げをすることで数量が減ると、利益が減少することになる。値上げだけでなく、高付加価値品比率も高めながら利益改善を目指す。

7) 原材料コストが対計画で+50億円と見通しが変わった理由は？

最も大きいのは原油価格の低下によるもの。時間差で国産ナフサ価格が下期に下がる方向にあるため、プラスチックを中心とした包装材料のコストは当初想定よりプラスに寄与すると見込む。

2024年の原材料コストの見通しは？

今年とほぼ同程度のコストを想定。中東情勢を鑑みると、コストが下がるよりも上昇リスクの可能性が高い。

Q3累計の売上は対計画でどうか？

コンシューマープロダクツ事業の売上もほぼ計画通り。売上進捗が弱く見えるのは利益改善を優先したため。戦略的値上げや東南アジアでも販売の効率化を行っている。

売上に対する処理水影響はどの程度か？

トイレットリー製品も一部影響を受けているが、最も影響が大きいのは化粧品で数十億円のネガティブインパクト。

Q4の売上の進捗は？

コンシューマープロダクツ事業は中国の影響が大きく前年割れの見込み。国内は順調で市場よりも伸長している。

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。