

2020 年 12 月期 第 1 四半期電話会議 要旨

【ご留意事項】

「電話会議要旨」は電話会議にご参加になれなかった方々のためのご参考です。 電話会議での発表内容全文ではなく、当社の判断による要約であることをご了承下さい。

また、本資料に記載の業績見通し等の将来予測に関する記述については、現在入手可能な情報に鑑みてなされた当社の仮定および判断に基づくものであり、これには既知または未知のリスクおよび不確実性ならびにその他の要因が内在しており、それらの要因による影響を受ける恐れがあります。

【日時】 2020 年 6 月 4 日 16 時 30 分 開始

【登壇者】 2 名

経営戦略本部 経営戦略室 チーフマネージャー

金田 聖治

経営戦略本部 経営戦略室 マネージャー

金塚 康夫

金塚：本日はピジョン株式会社の電話会議にご参加頂き、ありがとうございます。

本日の電話会議には、経営戦略室の金田と金塚が参加しております。

これより、金田から当社第 1 四半期の決算に関しましてご説明した後、質疑応答を行います。

会議の資料に関しましては、事前にお送りさせていただいておりますので、ご覧いただきますようお願い申し上げます。

それでは、説明を開始いたします。

金田：皆さん、こんにちは。ピジョン経営戦略室の金田です。

まず、当社第 1 クォーター決算、当初 5 月 14 日を予定しておりましたが、6 月 4 日という今日まで遅延してしまいましたことにつきまして、お詫び申し上げます。

それでは、業績に入る前にまずコロナ禍での当社グループの状況をお伝えし、そこから業績の概要というかたちで説明を進めていきたいと思っております。

お手元の補足説明資料のスライドの資料とともにお聞きください。

新型コロナウイルスに対する取り組み①

当社グループは、従業員とその家族をはじめ、全てのステークホルダーの健康と安全を最優先事項とし、新型コロナウイルスへの感染拡大防止に最大限取り組んでおります。

**グループ全体での感染者は無し
(6月3日時点)**

**各国の販売拠点・工場では、政府や地方自治体の
要請・指導に基づき適切な対策を実施済**

お客様

- ・妊娠中や産後ママ・パパへの SNS での情報発信

取引先

- ・商品の安定供給 (特に衛生・消毒関連商品)

社員と社会 の安全 (一例)

- ・妊娠中の社員は原則在宅勤務に (日本：2月中旬～)
- ・学校休校に伴い積立休暇利用条件を緩和 (日本：2月下旬～)
- ・店頭販売員活動の中断 (日本：2月下旬～)
- ・社員へのマスクや消毒商品の配布 (各国拠点)
- ・事務系スタッフの在宅勤務体制の構築 (各国拠点)
- ・社員の雇用の維持 (各国拠点)
- ・コロナ感染防止策を徹底した新しい行動様式の構築 (各国拠点)
- ・休暇期間の変更 (タイ。政府のソンクラン休暇期間変更に倣う)



▲食堂でも対面を避けて座る (タイ)



▲工場の消毒回数をより頻回に (トルコ)

©Pigeon Corporation All Rights Reserved. | Strictly Confidential

3

当社、新型コロナウイルスに対する取り組みとしては、従業員やそのご家族、それから全てのステークホルダーの健康と安全を最優先事項とし、感染拡大に最大限取り組んでおります。

おかげさまで、6月3日時点で、グループ全体での感染者はありません。また、各国販売拠点・工場では、政府や地方自治体の要請・指導に基づき、適切に対策を実施しています。

お客様に対しましても、グループ各社で妊娠中や産後のママ・パパへの SNS での情報発信等々、様々な取り組みを実施しております。また、お取引先につきましても、商品の安定供給に最大限努めています。

社員と社会の安全についても、例えば日本では、妊娠中の社員は2月下旬から原則在宅勤務体制としております。また、ベビーカーの販売には、店頭での販売員活動は非常に重要ではありますが、販売員さんの安全を考慮し、2月下旬から店頭活動を中止する対策を実施しております。

その他、様々な社員への対策もとりながら、安全に配慮しながら進めております。

新型コロナウイルスに対する取り組み②

当社グループは、「この世界をもっと赤ちゃんにやさしい場所にする」という存在意義のもと、私たちだからこそできる社会への活動を行っていきます。

ママや赤ちゃん、そのご家族へ（一例）

- ・ SNSを活用したママ・パパへのお悩み相談（日本）
- ・ 母乳育児セミナーをオンラインで実施（マレーシア）
- ・ シンガポールで住み込みで働くマレーシア人のママのグループへ、母国に住む子供へ母乳を届けるための母乳保存バッグや搾乳器などの無償提供
- ・ 各種SNSを通じた新生児ケアの情報提供、悩み相談やライブ配信（中国）
- ・ 自社ウェブサイト内にコロナ禍での育児や、妊娠期を心地よく過ごすための特集ページを掲載（アメリカ）



▲オンラインの母乳育児セミナー（マレーシア）



©Pigeon Corporation All Rights Reserved. | Strictly Confidential



▲ランシノ社ウェブサイト内のCOVID-19特集（アメリカ）



▲SNSを活用した育児情報の提供（中国）

4

さらに、ママや赤ちゃん、そのご家族に対しては、日本におきましては SNS を活用したお悩み相談や、マレーシアでは母乳育児セミナーをオンラインで実施する取り組みをしております。

また、シンガポールでは、同国に住み込みで働くマレーシア人のママのグループが、国境封鎖によって帰国できず、授乳できなくなってしまったということで、母乳冷凍保存バッグを使用してマレーシアの我が子へ母乳を届ける活動をしている方々がいます。ピジョンにはこの母乳保存バッグ

の支援依頼が来ており、母乳保存バックを無償提供しています。これはほんの一例ですが、それ以外にも様々な活動に取り組んでおります。

新型コロナウイルスに対する取り組み③

今も最前線で働き続けるエッセンシャルワーカーの皆さんへ（一例）

- ・（頻繁な手指消毒への手荒れ対策に）ハンドローションの寄付（日本）
- ・COVID-19救援に参加する医師と看護師の家庭へベビー用品の寄付（中国）
- ・抗菌ハンドジェルや医療用ガウンを医療機関などに寄付（中国）
- ・（マスクの跡をケアするための）ラノリンクリームの寄付（スペイン）
- ・ソーシャルメディア上でエッセンシャルワーカーへの感謝を伝える投稿を定期的に発信（アメリカ・ヨーロッパ）



©Pigeon Corporation All Rights Reserved. | Strictly Confidential



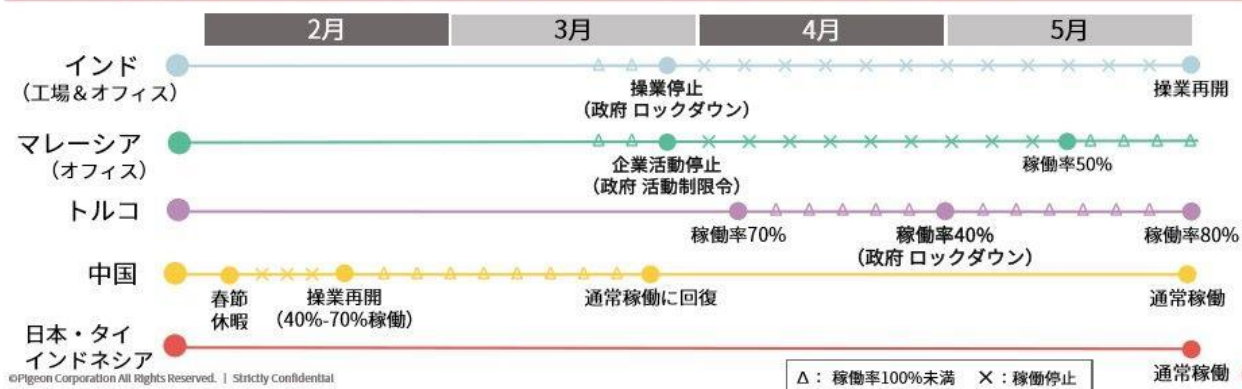
5

それ以外も、エッセンシャルワーカーの皆様に対しましても、様々な商品の提供や寄付をさせていただくなど、様々な取り組みをしています。

コロナ禍における各拠点のタイムライン（5月末時点）

- ・2月中旬：中国の工場2社が操業再開（40-70%の稼働）
- ・3月下旬：中国工場2社が通常稼働に回復。一方、インドとマレーシアでは政府のロックダウンが開始され、工場・オフィスともに操業停止に
- ・4月下旬：トルコ政府によるロックダウンが開始され、工場の稼働率が40%まで下がる
- ・5月下旬：インド工場の操業再開（生産再開は6月以降）。マレーシアも50%ほどの稼働まで回復
- ・日本やタイ、インドネシアの工場は、2月から5月末まで通常稼働（万全なコロナ感染防止対策を実施済）

・世界各国の当社販売拠点は、政府の要請、指示に基づき、在宅勤務体制のもとで稼働



6

そんな状況の中、コロナ禍における当社各拠点の稼働状況を 1 枚にまとめております。

まず、工場ですが、2 月中旬まで中国の工場 2 社が操業を止めており、以降徐々に再開、3 月下旬で通常稼働に回復しております。一方で、この時期はインドとマレーシアでは、政府のロックダウンが開始され、工場・オフィスともに操業を停止した状況です。

4 月下旬には、今度はトルコで政府によるロックダウンが開始されました。工場の稼働率につきましては 40%ほどまで下げて対応しております。

5 月下旬に、インド工場の操業はようやく再開しました。現在、通常稼働に向けて少しずつ動き始めている状況です。

マレーシアは工場ではなく販社ですが、こちらもオフィスを稼働停止しておりましたが、5 月中旬以降回復しており、現在は 50%ほどの活動まで回復してきています。

それ以外、日本やタイ、インドネシアの工場ですが、こちらは一部在宅勤務等もありましたが、通常どおりの稼働を続けてきた状況です。

また、世界各国の当社の販売拠点は、政府の要請、指示に基づき在宅勤務体制を実施するなど対応しておりましたが、こちらは先ほどのマレーシアを除きまして、基本的には稼働を続けていたという状況です。

ビジョン株式会社(7956) 2020年12月期 第1四半期決算短信

(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書
(四半期連結損益計算書)
(第1四半期連結累計期間)

(単位:百万円)

	前第1四半期連結累計期間 (自 2019年2月1日 至 2019年4月30日)	当第1四半期連結累計期間 (自 2020年1月1日 至 2020年3月31日)
売上高	25,458	22,836
売上原価	12,594	11,483
売上総利益	12,863	11,352
返品調整引当金戻入額	30	41
返品調整引当金繰入額	40	55
差引売上総利益	12,854	11,337
販売費及び一般管理費	8,352	7,933
営業利益	4,501	3,403
営業外収益		
受取利息	47	42
助成金収入	—	379
その他	64	211
営業外収益合計	111	632
営業外費用		
支払利息	1	1
売上割引	116	56
為替差損	6	40
その他	28	73
営業外費用合計	153	171
経常利益	4,459	3,864
特別利益		
固定資産売却益	1	0
投資有価証券売却益	113	33
特別利益合計	115	33
特別損失		
関係会社株式売却損	—	37
固定資産売却損	1	9
固定資産除却損	9	10
特別損失合計	10	56
税金等調整前四半期純利益	4,563	3,841
法人税、住民税及び事業税	1,232	1,015
法人税等調整額	122	△107
法人税等合計	1,355	907
四半期純利益	3,208	2,933
非支配株主に帰属する四半期純利益	68	63
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,140	2,869

このような稼働状況を踏まえた上で、第 1 クォーターの業績概況についてご説明させていただきます。

ちなみに前期比較ですが、昨年、決算期変更を行っておりますので、ここでの前年比較は、昨年は日本国内の業績のみ 2 月から 4 月までの 3 カ月間になります。今期は、日本は 1 月から 3 月までのこの 3 カ月間が第 1 クォーターですので、1 カ月の月ずれが起きている事をご承知おきください。

その中で前期差ですが、グループ全体としては、売上高がマイナス 26.2 億円、総利益ではマイナス 15.1 億円、営業利益はマイナス 10.9 億円、最終純利益はマイナス 2.7 億円という結果でした。

2020 年 12 月期 第 1 四半期 セグメント別実績

Net Sales by Segment for FY Dec.2020 Q1 (Consolidated)

(単位：百万円) (¥ millions)

	19/12 第1四半期 (国内 2-4月) Q1 of Dec/2019 (Result for Last Year Q1 : Japan:Feb-Apr)						20/12 第1四半期 (国内 1-3月) Q1 of Dec/2020 (Japan:Jan-Mar)						
	売上高 Net Sales	構成比 % of total	総利益 Gross Profit	総利益率 GP margin (%)	セグメント利益 Segment Income	セグメント利益率 OP margin (%)	売上高 Net Sales	構成比 % of total	前期比：率 % of growth	総利益 Gross Profit	総利益率 GP margin (%)	セグメント利益 Segment Income	セグメント利益率 OP margin (%)
連結計上額	25,458	100.0%	12,854	50.5%	4,501	17.7%	22,836	100.0%	89.7%	11,337	49.6%	3,403	14.9%
日本事業 Japan Business	12,692	49.9%	5,187	40.9%	1,420	11.2%	11,456	50.2%	90.3%	4,578	40.0%	889	7.8%
中国事業 China Business	7,990	31.4%	4,309	53.9%	2,884	36.1%	7,148	31.3%	89.5%	3,814	53.4%	2,407	33.7%
シンガポール事業 Singapore Business	3,799	14.9%	1,442	38.0%	828	21.8%	3,333	14.6%	87.7%	1,346	40.4%	669	20.1%
ランシノ事業 ※ Lansinoh Business*	3,279	12.9%	1,939	59.1%	478	14.6%	3,040	13.3%	92.7%	1,695	55.8%	399	13.1%
セグメント間取引消去 Elimination of internal trading between segments	-2,304	-9.1%	—	—	—	—	-2,141	-9.4%	—	—	—	—	—
【以下参考試算値/Reference】													
旧 国内ベビー・ママ事業 Former Dom.Baby & Mother Care Business	9,093	—	4,384	48.2%	1,560	17.2%	7,801	—	85.8%	3,696	47.4%	961	12.3%
旧 子育て支援事業 Former Child Care Services Business	992	—	126	12.8%	20	2.1%	981	—	98.9%	171	17.5%	63	6.4%
旧 ヘルスケア介護事業 Former Health & Elder Care Business	1,752	—	567	32.4%	118	6.7%	1,763	—	100.6%	582	33.0%	136	7.8%

※ランシノ上海の売上等は、ランシノ事業に含まれています

*The sales for Lansinoh Shanghai is included in Lansinoh Business Segment

ビジョン株式会社

PIGEON CORPORATION

売上高の要因ですが、ここはやはりコロナウイルスの影響です。日本のインバウンド消費の減速等で、日本事業が対前期でマイナス 12.3 億円となったことが一番の要因です。

2020 年 1 2 月期 第 1 四半期海外地域別売上高（概算）
Overseas Business Sales by Region (FY Dec. 2020 Q1)

(百万円) (¥millions)

Regions	19/12 第 1 四半期(前年同期) Year of Dec. 2019 (Result for Last year Q1)	20/12 第 1 四半期 Year of Dec. 2020 (Result for Q1)	前期比 YoY Change
中国(含む香港) China (incl.Hong Kong)	7,212	6,475	89.8%
その他アジア Other Asian Countries	2,206	2,111	95.7%
アジア合計 Total of Asian Countries	9,419	8,586	91.2%
北米 North America	2,163	2,045	94.5%
欧州 Europe	733	669	91.3%
中近東 Near and Middle East	783	682	87.1%
その他地域 Other Regions	168	186	110.7%
レート (対USD) Currency Rate (US\$1)	110.21	108.97	
レート (対CNY) Currency Rate (1CNY)	16.32	15.61	

2020 年 1 2 月期 第 1 四半期 その他アジア国別・地域別売上高（概算）
Sales for Other Asian Countries and Regions (FY Dec. 2020 Q1)

(百万円) (¥millions)

Countries / Regions	19/12 第 1 四半期(前年同期) Year of Dec. 2019 (Result for Last year Q1)	20/12 第 1 四半期 Year of Dec. 2020 (Result for Q1)	前期比 YoY Change
台湾 Chinese Taipei	156	127	81.4%
韓国 Korea	425	530	124.7%
シンガポール Singapore	215	226	105.1%
マレーシア Malaysia	269	201	74.7%
インドネシア Indonesia	509	464	91.2%
タイ Thailand	253	224	88.5%
インド India	141	85	60.3%

ビジョン株式会社
 PIGEON CORPORATION

海外につきましても、人民元および US ドルなどが対前年で円高傾向となったことで、売上でおおよそマイナス 4.5 億円の為替影響が出ています。また、コロナウイルスの影響によって、中国事業では主に 2 月の影響が大きく、中国自体は 3 月から回復基調には入っているものの、1 クォーター累計としては前期に届きませんでした。シンガポール事業もやはり 3 月から影響が出始めるなど、各国で現地通貨ベースでも前期減収となったところが影響しております。

総利益につきましては、売上の減収に加え、日本や中国などで消毒剤、洗剤、ウェットティッシュといったものに、かなり強い需要がありました。一方で、高利益商品である哺乳びん・乳首は減少したため、販売商品構成によって原価率が悪化しています。

日本事業もインバウンド需要低下によって、日本の工場での原価率も上昇し、全社での総利益率が 0.8 ポイントほど悪化、総利益として 15.1 億円の減収となりました。

営業利益につきましては、販管費自体はグループ全体でマイナス 4.1 億円となりましたが、総利益減収分を吸収するには至らず、全体で 11 億円ほどの減収です。

販管費が比較的減少していない理由ですが、まずは中国を除く各国でのコロナ影響は、実際は 3 月からというところが多く、1 月、2 月は通常どおりマーケティング活動等を実施していたということが影響しています。

それから、中国ですが、このコロナ禍で物流が混乱していた状況もあり、通常よりも物流費用が増加したところが要因です。

参考までに足元の状況は、中国に関しては、4 月以降も順調に回復基調です。一方で、日本、欧米、そして特に東南アジア、中近東は、やはりコロナ影響が 4 月以降さらに悪化している部分があり、全社としては厳しい状況です。

コロナ禍における今後の見通し予測

新型コロナウイルス感染症の収束時期はもちろん、収束後の各国の企業活動や消費動向の回復のスピードと度合いが重要要因と予測。

事業	業績への影響要因	業績への影響が小さいケース	業績への影響が大きいケース
全世界	新型コロナウイルス感染症の収束時期	各国で下半期の早い段階で収束基調	エリアによっては感染拡大、第2波、第3波の到来 物流や企業活動、個人の生活に大きな制限が継続
日本	・インバウンド需要 ・日本の消費動向	2020年下半期の早い段階から徐々に回復	2020年いっぱい停滞
中国	国内の消費動向	下期以降、消費は急激に回復し、 いわゆる「リベンジ消費」も旺盛になる	消費は回復傾向になるが、 2020年いっぱい「コロナ前」の水準には戻らない
シンガポール ・インド ・マレーシア	企業活動の制限	下期以降、通常通り企業活動が復帰	感染拡大が続き、物流や企業活動、 個人の生活に大きな制限が継続的に出る
ラテン ・アメリカ ・ヨーロッパ	アメリカ国内、 ヨーロッパ各国の 消費動向	感染拡大に歯止めがかかり、 個人消費支出が回復基調になる	2020年いっぱい、 個人消費支出は過去最低の水準で推移する

その他の影響要因：原材料価格の高騰、取引先やサプライヤーの企業活動の回復、為替レート

©Pigeon Corporation All Rights Reserved. | Strictly Confidential

7

【参考】通期の業績見通し

新型コロナウイルス感染症による影響は、第1四半期連結累計期間以降も続く事が予想されるため、本日時点で当社が入手可能な情報に基づき、業績予想を算出。（2020年6月4日に東証にリリース開示済）

	売上高	営業利益	経常利益	親株主に帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想 (A)	百万円 109,000	百万円 18,100	百万円 18,100	百万円 12,600	円 銭 105.23
今回修正予想 (B)	98,500～102,400	13,400～15,500	13,900～16,000	9,600～10,900	80.17～91.03
増減額 (B - A)	▲10,500～▲6,600	▲4,700～▲2,600	▲4,200～▲2,100	▲3,000～▲1,700	▲25.05～▲14.20
増減率 (%)	▲9.6～▲6.1	▲26.0～▲14.4	▲23.2～▲11.6	▲23.8～▲13.5	▲23.8～▲13.5
【参考】前期実績 2019年12月期*	100,017	17,072	17,284	11,538	96.37
【参考】前期実績 2019年12月期 (12カ月換算)	103,514	17,213	17,367	11,594	96.82

*2019年12月期に決算期を変更し、経過期間となる2019年12月期は2019年2月1日から2019年12月31日までの11ヶ月間を連結対象期間としています。

8

現時点においては不確実な要素が多く、具体的な試算が難しい状況ではありますが、現段階で当社が入手可能な情報を基に、そこから二つの前提条件で、業績予想の修正をさせていただきました。

二つの前提条件につきましては、補足説明資料の中にもある通り、「影響が小さいケース」は、各国で下半期の早い段階で、このコロナ感染症が収束基調に向かう場合です。一方、「影響が大きいケース」は、今年後半までかなりコロナの影響が長引く場合です。

日本においては、特にインバウンド需要、また日本の消費動向の回復が下期の早い段階で実現するか、あるいは今年いっぱい影響が残るのかというところです。またシンガポールエリア、特にインドやマレーシアですが、企業活動・物流等がやはり早い段階で回復してくるのか、年度いっぱいまで影響が続いていくのかというところです。

なお業績予想は引き続き精査中であり、ある程度状況が見えた段階で適宜開示していきたいと考えています。

以上となります。

質疑応答

＊質問内容を事業別に分けた上で、質疑応答を掲載しております。

【修正計画関連】

Q.修正計画について、影響が小さいケース、影響が大きいケースの詳細を教えてください。

A.まず各国あるいは地域で状況が違う。当社としては一旦、日本や中国、シンガポールといった各エリアとして、回復時期が下期の早い段階（7月～8月辺り）から回復してくるのか、それとも今期いっぱいまでコロナ影響が残るのか、という二つのパターンで試算をしている。

Q.日本のインバウンド売上は、前年比で、「影響が大きいケース」「影響が小さいケース」のそれぞれでどの程度を予測しているのか。

A.従来は、当社商品群別の売上実績と日本市場の伸長度からインバウンド部分を推測していたが、今期1クォーターの状況は、一部の商品での特需と、訪日観光客の減少が同時に起きたため、従来法でのインバウンド推測が難しい状況になった。

一方で、インバウンド試算に関しては、以前から一層の精度向上に取り組んでおり、現在、「インバウンド店舗の売上」という部分で、ある程度精度のあるデータを把握することが可能になってきている。従って今後はこの数字を「インバウンド情報」として提示させていただきたい。

従来の推測方法では、インバウンドの売上全体として前期通期（11カ月）で約56億円とお伝えしていたが、このインバウンド店舗の売上だけに換算すると、前期は通期（11カ月）で約33億円。昨年の第1クォーターが約12億円、今年の第1クォーターが約5億円となり、今期は半分以下の状況。

昨年の第2クォーター以降は、第2クォーターが約10億円、第3クォーターで約7億円、第4クォーター（2カ月分）で約4億円、3カ月換算にすると約6億円。

「影響が大きいケース」はこの第 2 クォーター以降の部分がほぼ無くなる、つまり第 2 から第 4 クォーター分として 23 億円ぐらいが消えるような想定。昨年通期（12 ヶ月で）35 億円に対して、今期第 1 クォーターが 5 億円ぐらいなので、（以降のインバウンドが無いと想定した場合）対前年では通期でマイナス 85%ほどになる計算。

「影響が小さいケース」でも、前期第 2 クォーターの 10 億円はやはり厳しく、第 3 クォーター以降で売上が徐々に回復してくるという想定。ある程度第 3 クォーターで売上が計上されたとして、対前年通期でマイナス 70%ぐらい。

Q. 修正計画の下限と上限で、日本、中国、シンガポール、ランシノ各事業の売上成長率を教えてください。

A. 各セグメントの内訳までは、まだお伝えできる内容は無い。あくまでもイメージとして、まず日本事業は、「影響が小さいケース」で前年から日本事業としてマイナス 5%ぐらい。「影響が大きいケース」では、マイナス 10%を超える程度と想定。

中国については、「影響が小さいケース」でほぼ前年並み、「影響が大きいケース」は前年を割る想定。

Q. インバウンドが前期比マイナス 85%等の前提でも、日本全体では同マイナス 5%~10%程度になるのは、日本国内の消費がかなり回復するという事か。

A. 今回から開示している「インバウンド店舗売り」は、昨年で年間約 35 億円となり、国内のベビー・ママの売上の 10%程度のインパクト。従って、この部分がある程度下がっても、全体への影響は小さいという状況。

Q. 修正計画の中国における「業績の影響が大きいケース」には何のリスクを入れているのか。

A. コロナウイルス影響の第 2 波、第 3 波といったところが、中国でも起こる可能性を見ている。

今回のコロナウイルスの影響は大きく、また E コマース比率が顕著に高まっている状況。E コマースの物流状況によってはコロナウイルス第 2、3 波の影響を乗り越える可能性もあるが、それに伴い市場構造が変化する可能性もあり、この状況で今後の予測は難しい。ただ、現在の中国の消費動向は、コロナ影響がある程度収束した中では底堅いものがあるとしている。

Q.日本と中国、またそれ以外のエリアで、需要と供給のどちらを懸念しているのか。

A.国によって状況は異なり、前提条件設定も難しいところで試算している。

大きくは、日本は「需要」の懸念。インバウンドの減少、外出自粛に起因するベビーカー・抱っこひも等の国内消費動向などがある。一方哺乳びん等の必須アイテム需要は問題ないとしている。

中国は「供給」のリスクを考えている。その他海外でも、供給のリスクのほうが大きくなる可能性がある。

【日本事業】

Q.日本のウェットティッシュ、ベビースキンケア、哺乳器の売れ筋や、今後のプロダクトごとの方向感を教えてほしい。

A.日本でもウェットティッシュ、消毒液等が非常に伸びた。逆に、やはり訪日観光客数が激減しているため、インバウンド需要の大きな哺乳びん・乳首、スキンケア、特にももの葉ローションなどはかなり厳しく、販売構成比を下げている。

この哺乳びんやスキンケアの動向は、インバウンド需要の激減が主要因になっており、今後も訪日観光客がいつ戻ってくるかというところに、ある程度連動してくると思われる。

一方で、特需は、ある程度日本の状況が回復してくれば徐々に落ち着いてくる状況と見ている。このような特需商品は利益率が低い商品で、粗利率としては特需が収まることで少し良くなる方向にはなると考えている。

Q. 今回の特需品である消毒用品等の第 1 クォーター売上はどの程度か。また家庭内在庫による反動減に関してはどうか。

A. 前期からの売上高伸長率では、ベビーの洗浄・消毒液がプラス 33%、ベビーのウェットティッシュがプラス 31%。この二つが非常に伸びている。家庭内在庫に関しては、たまっている可能性も多少あると認識しており、この特需はあまり続かないと見ている。現状のセルアウトの状況を見ると、ある程度落ち着いてきた感はある。

【中国事業】

Q. 中国の第 1 クォーターは現地通貨ベースでどういう伸びだったか、また E コマースとオフラインの状況について教えてほしい。

A. 中国の現地通貨ベースでは、売上としてはマイナス 8%というところ。2 月は半月ほど操業停止状態、3 月ではだいぶ回復基調になったものの、2 月のマイナス分を 3 月の一カ月で取り戻すのは難しかった状況。ただし、第 1 クォーターのセルアウトは前期並みの進捗。反面、物流の混乱等もあり、セルインとしては厳しかった。

中国の E コマースについては、第 1 クォーターの（セルアウト）比率はオンラインが 57%、オフラインが 43%という状況で、オンラインの比率が上がってきている。これは 1 月～3 月の平均値であり、直近の 3 月だけだとオンラインが 60%を超えている。

全体ではセルアウトは前期比 100%となっているが、オンラインは前期比でプラス 15%、オフラインが逆にマイナス 14%。

Q. 中国での第 2 クォーター以降の中国のマージンの見通しはどうか？

A. 第 1 クォーターで中国の利益率が下がっている要因は二つ。一つは販売商品構成。哺乳びん・乳首の構成が下がっており、洗剤系、スキンケア、消毒液等が増えている。もう 1 つは物流の混乱等々で、物流経費等が増加している。

商品構成については、この 2 月、3 月の混乱で、特需的な商品トレンド・優先輸送があったが、今後は少しずつ元に戻っていくだろうと考えている。

物流費用等々についても、混乱が解消していくにつれ、改善してくると考えている。一方で、E コマースの比率は上昇しており、こちらは粗利も高いが、やはり物流費やその他経費等もかかるので、販管費については、やや高い傾向がもうしばらく続くのではないかと考えている。

Q.中国の哺乳器、ベビースキンケアの傾向について見通しを教えてください。

A.第 1 クォーターでは、哺乳びん・乳首の構成比が一時的に減少している。スキンケア商品はこのコロナ禍で洗浄系の特需商品等が含まれており、かなり伸びている状況。背景にはこの第 1 クォーターでは優先的に消毒液や洗浄剤等が優先的に配送された状況があり、哺乳びん・乳首は第 2 クォーター以降で、徐々に構成が回復してくると見込んでいる。

一方で、スキンケアについては、4 月以降もまだ順調と聞いているため、今後は状況が戻れば、またこの 2 カテゴリーがけん引役になると思う。

Q.中国の 3 月以降の状況はどうか。

A.中国は 2 月でかなり落ち込んだ。そこから比較すると、かなり回復している。対前年と比較しても、3 月は大きく伸びている。4 月もその流れを受けて、順調に回復している。

Q.コロナウイルス影響により、中国の病産院活動では今どんな取り組みをしているか。

A.病産院内で今までやっていたセミナーを、オンラインに切り替えて実施している。中国はオンラインの使い方が非常にうまく、病産院活動は止めることなく継続できている状況。

Q.中国でオンラインが急速に増えていることによって、競争状況に変化はあるか。

A.細かい情報はまだ報告を受けていないが、急速に当社のシェアが落ちるなどの状況は聞いていない。ただ、第1クォーターは一時的に消毒関係等の消耗品系が優先的に運ばれたところがあり、今までと比較しづらい状況。第2クォーターが締まったところで、はっきり見えてくると思う。

Q. 中国の新しいスキンケアの Ssence の生産や進捗はどうか。

A. 予定どおり開発が進んでいる。この6月18日のEコマースのイベント前後で発売を開始する予定で、最終調整に入っている。

【ランシノ事業】

Q.ランシノ北米の状況はどうか？

A.アメリカオフィスは、基本的には在宅勤務体制の中で進めているが、物流に関しては外部に委託をして進めており、出荷そのものは通常通り。

【その他】

Q.グローバルで、コロナ影響によって出生数はどうなると見ているか。

A.予想は難しい。当社としては、一時的には出生数は下がる状況と見ている。

こういった健康的不安を抱えると、なかなか妊娠をして病院に行こうという心理にはならないと思う。もちろん、これはコロナ影響がきちんと収束し、通常どおりに戻れば、意識としては回復してくると思う。

以 上