

# 2021年3月期 第2四半期決算説明会 上期実績

2020年11月13日  
副社長 齊藤 雅也

---

# 2021年3月期第2四半期の概況

## □ 概況

- 新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大の影響により、減収となったものの、営業利益、経常利益は増益。

## □ 国内市場

- 外出自粛の影響で日やけ止めなどは減収となったが、「メラノCC」や「デオコ」など話題の商品は好調持続。
- 子会社が売上・利益に貢献。
- インバウンド需要は急減。
- 販促広告費の効率的活用。

## □ 海外は減収減益

- インドネシアや台湾、ベトナムなどは堅調なもの、中国や香港などが減収減益。
- 欧米諸国も減収。

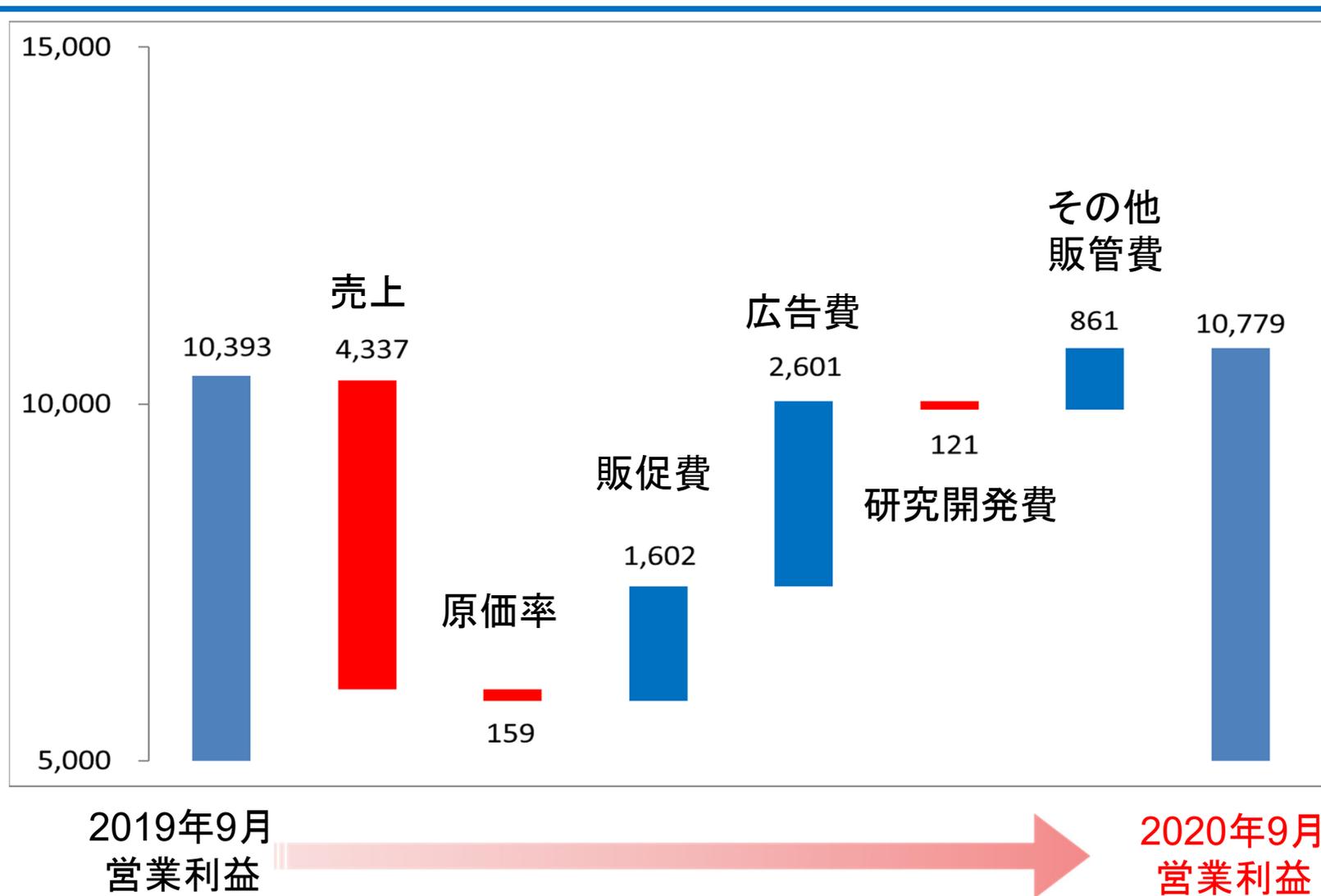
# 連結損益

(単位 百万円,%)

	2021年3月期 第2四半期	売上高比	2020年3月期 第2四半期	増減額	増減率
売上高	83,004	100.0	90,428	△7,423	△8.2
売上原価	33,996		36,862	△2,866	△7.8
原価率	41.0		40.8		
販管費	38,228	46.1	43,172	△4,943	△11.5
販促費	9,304	11.2	10,907	△1,602	△14.7
広告費	8,265	10.0	10,867	△2,601	△23.9
研究費	3,475	4.2	3,353	121	3.6
その他	17,182	20.7	18,043	△861	△4.8
営業利益	10,779	13.0	10,393	386	3.7
経常利益	11,090	13.4	10,883	206	1.9
親会社株主に帰 属する純利益	6,178	7.4	7,305	△1,126	△15.4

為替レート:USDドル=107.19円(前年同期 109.26円)

# 連結営業利益の増減



# 報告セグメント別売上

(単位:百万円、未満切捨、%)

		2018年9月期		2019年9月期		2020年9月期			
		金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高		87,259	100.0	90,428	100.0	83,004	100.0	△ 7,423	△ 8.2
報告セグメント	日本	56,637	64.9	58,409	64.6	55,356	66.7	△ 3,053	△ 5.2
	アジア	21,058	24.1	22,403	24.8	19,338	23.3	△ 3,064	△ 13.7
	アメリカ	4,228	4.9	4,315	4.8	3,787	4.6	△ 527	△ 12.2
	ヨーロッパ	4,347	5.0	4,387	4.9	3,691	4.4	△ 696	△ 15.9
	計	86,271		89,515		82,173		△ 7,341	△ 8.2
その他		987	1.1	912	0.9	830	1.0	△ 82	△ 9.0

※ 売上高は外部顧客に対するものです

# 報告セグメント別営業利益

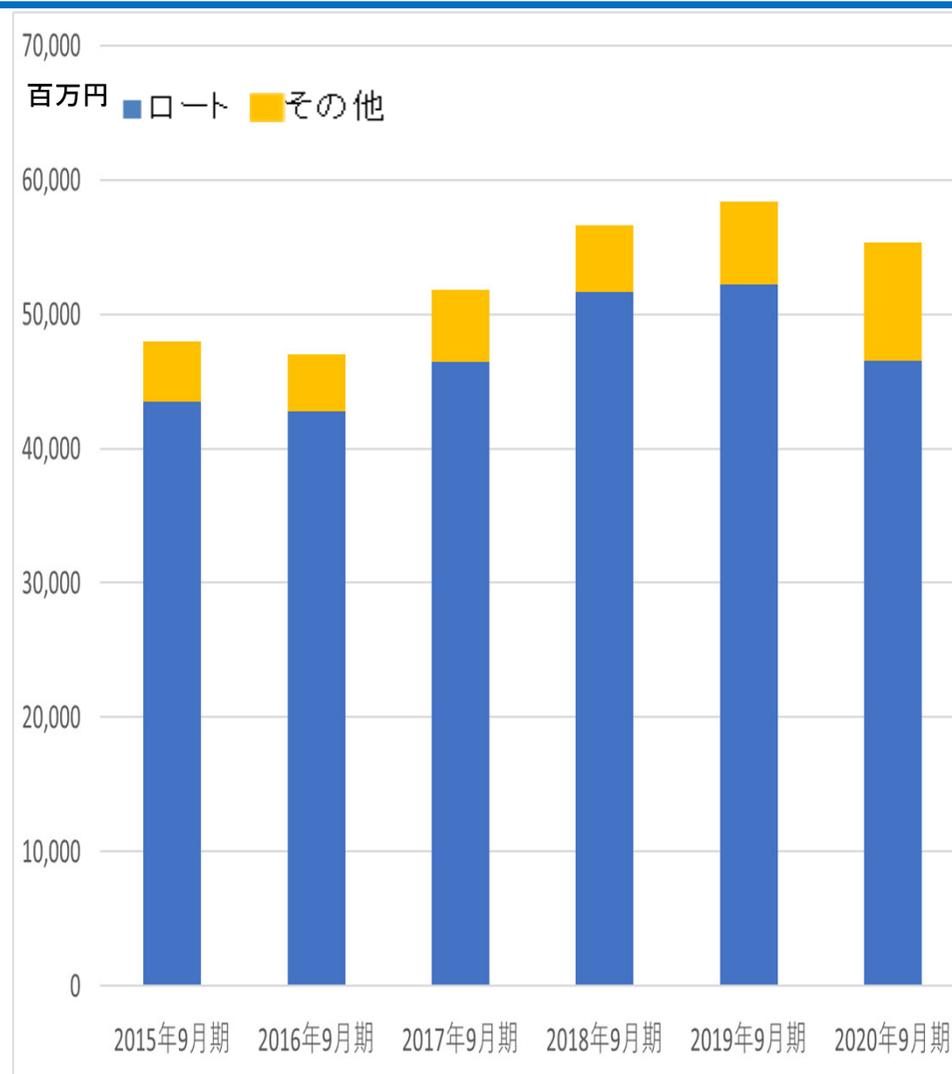
(単位: 百万円、未満切捨、%)

	2018年9月期		2019年9月期		2020年9月期				
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率	
営業利益	10,710	100.0	10,393	100.0	10,779	100.0	386	3.7	
報告セグメント	日本	7,633	71.3	7,098	68.3	7,797	72.3	699	9.9
	アジア	2,503	23.4	3,222	31.0	2,690	25.0	△ 531	△ 16.5
	アメリカ	△ 98	△ 0.9	△ 182	△ 1.7	△ 88	△ 0.8	93	—
	ヨーロッパ	292	2.7	60	0.6	248	2.3	187	308.7
	計	10,331		10,199		10,649		449	
その他	77	0.7	60	0.6	40	0.4	△ 19	△ 32.9	
調整額	301	2.8	133	1.3	89	0.8	△ 43		
為替レート (USD/円)	109円29銭		109円26銭		107円19銭				

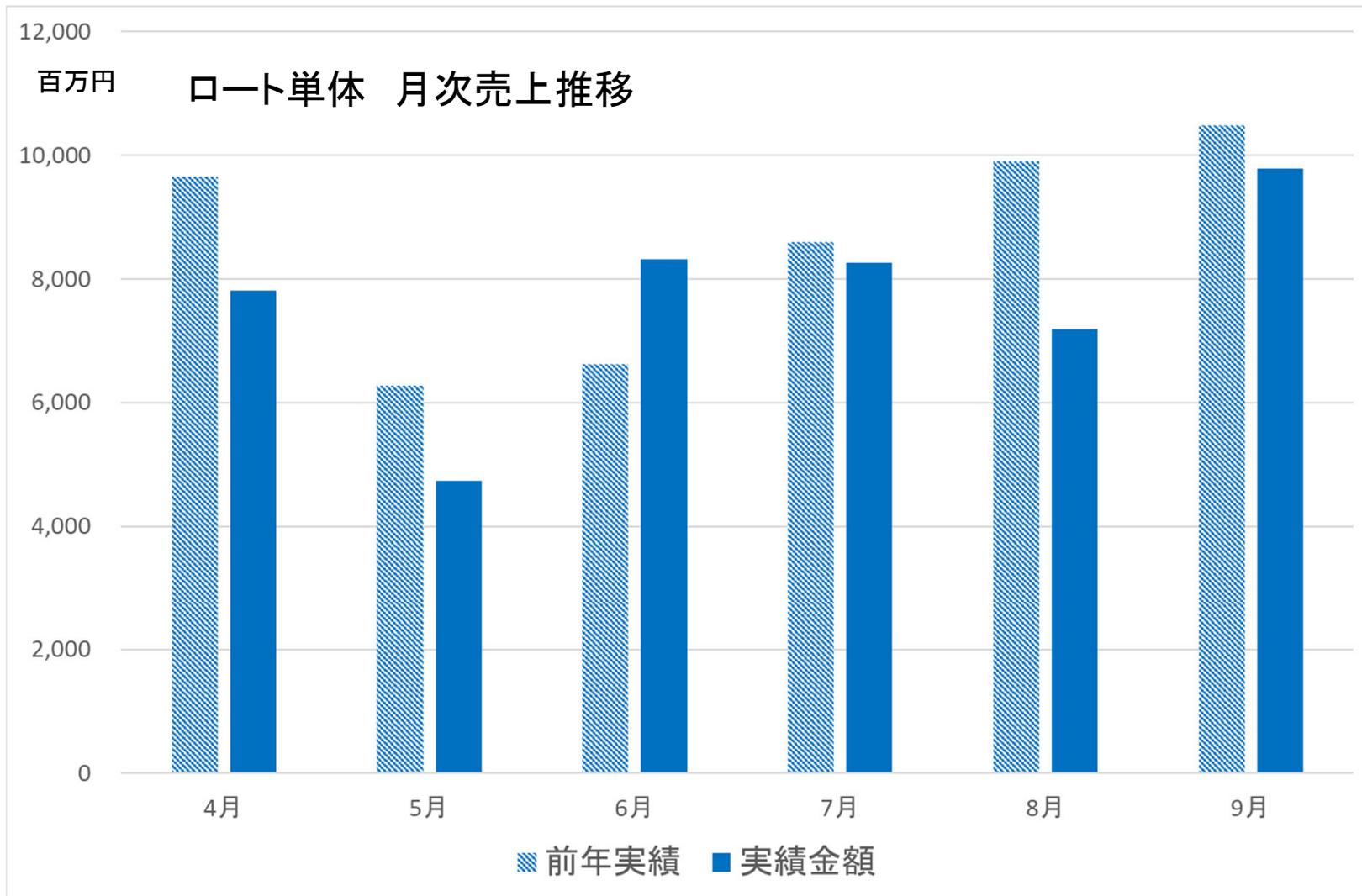
※ 売上高は外部顧客に対するものです

## 日本 減収増益

- 外出自粛により、日やけ止め、リップクリーム、コンタクト関連品が減収
- デオコなど話題の商品は堅調
- 日本点眼薬研究所などが貢献
- インバウンド需要は急減
- 昨年の消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減



# ヘルスケア関連売上の推移



# 新型コロナウイルスの影響

## □新しい生活様式

### □外出自粛の影響

□日やけ止め 約18億円 △23.0%減

□コンタクトレンズ関連品 約26億円 △30.9%減

□セルフメディケーションの進展

### □マスク着用文化

□リップクリーム 約33億円△18.7%減

## □インバウンド需要の急減

15億6百万円 ⇒ 6億50百万円 △56.8%減

□越境ECサイトは堅調

# 話題の商品群

## □ SNSで話題

### □ DEOCO



### □ メラノCC



## □ 高額目薬との連動した店頭展開で好調持続する「ロートV5粒」

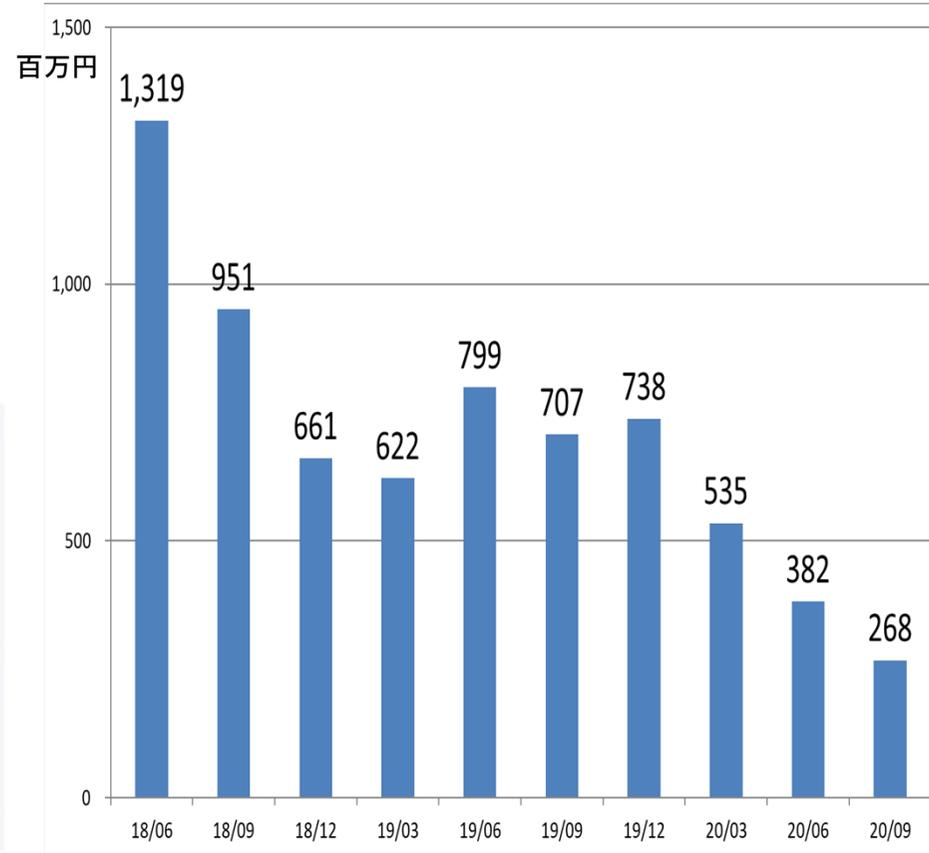


# インバウンド需要は急減

インバウンド売上 約6.5億円 (前年同期比 △8.5億円)



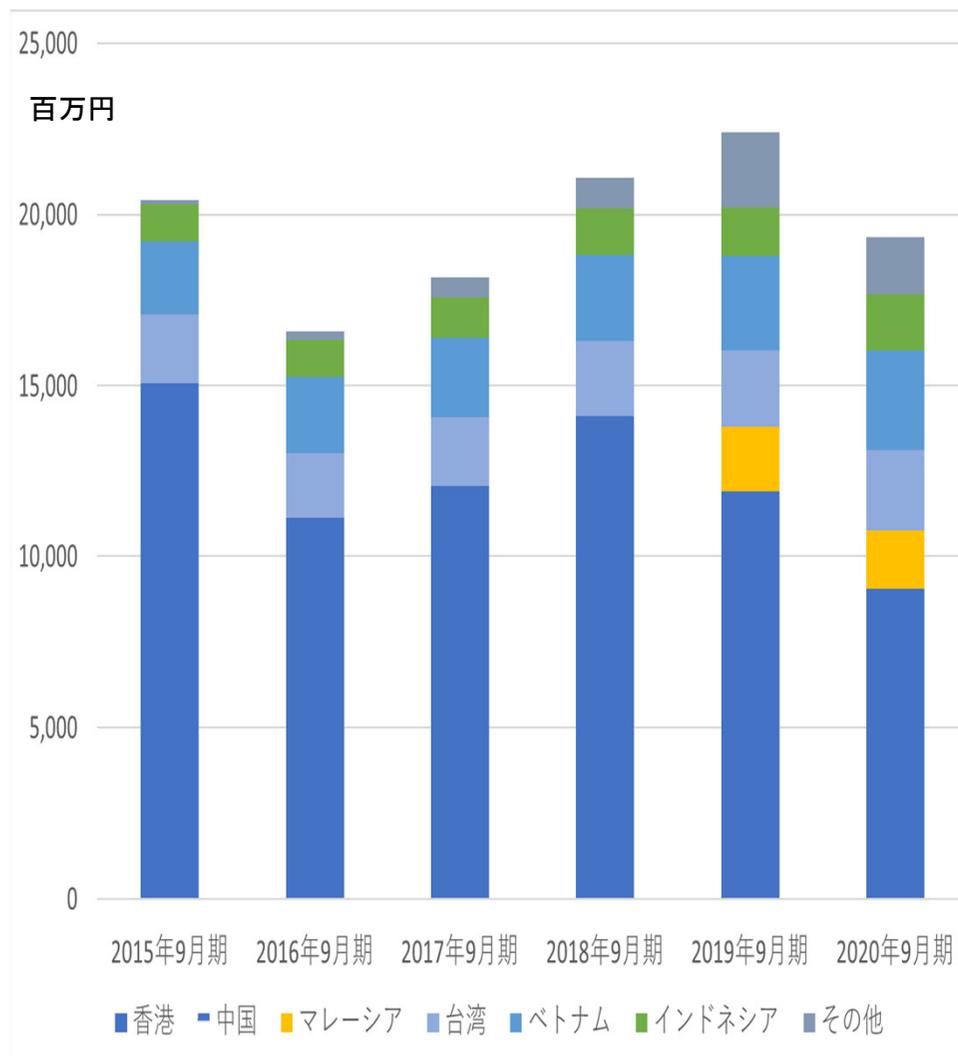
越境ECが健闘



インバウンド関連四半期売上の推移

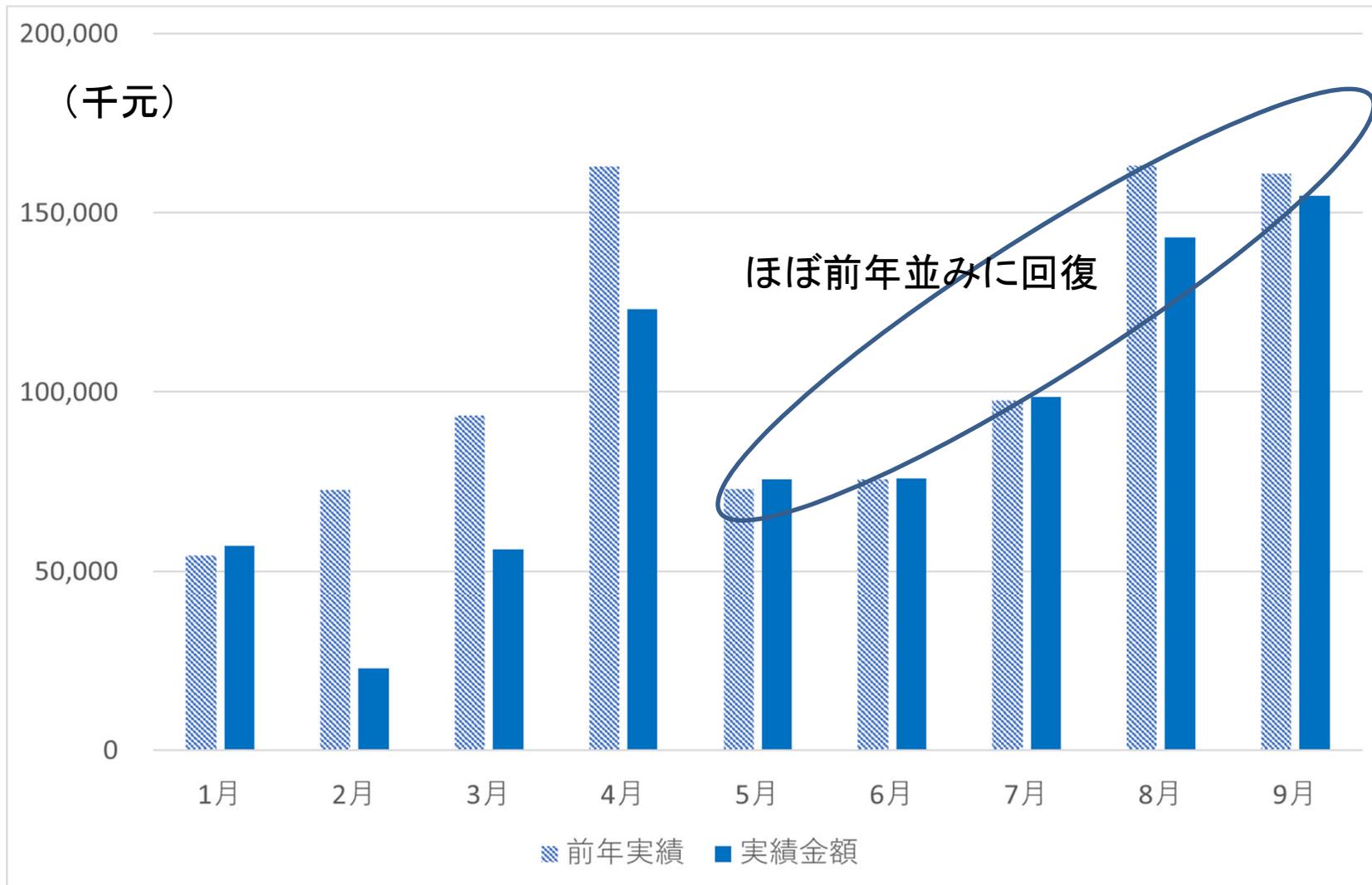
# アジア 減収減益

- 新型コロナの影響
  - 主力の中国・香港が減収
  - 台湾・インドネシアは増収
  - ベトナム国内向けは増収を確保
- スキンケアが減収
  - 日やけ止め
  - リップクリーム
  - 男性用化粧品
  - ハダラボ
- 目薬は堅調



※2019年9月期より、フラット連結を導入  
 以前はマレーシアは、香港・中国に含まれる

# 中国子会社の月次売上推移



## アジア 減収減益

売上高	193億38百万円	前年同期比	△13.7%減
営業利益	26億90百万円	同	△16.5%減

□ 主力の中国・香港が大幅な減収

□ 台湾・インドネシアは増収。

□ 中国	△23%減	(△19%減)	12月決算
□ 香港	△16%減	(△15%減)	2月決算
□ マレーシア	△8%減	(△3%減)	2月決算
□ ベトナム	△3%減	(△1%減)	12月決算
□ 台湾	6%増	(4%増)	2月決算
□ インドネシア	15%増	(19%増)	12月決算

( ) 現地通貨比較

# アメリカ・ヨーロッパ 他

## □アメリカ

売上高 37億87百万円 前年同期比 △12.2%減  
営業利益 △88百万円損失 (△1億82百万円損失)

- 外出自粛の影響もあり、目薬等が減収
- メンソレータム軟膏は好調



## □ヨーロッパ

売上高 36億91百万円 前年同期比 △15.9%減  
営業利益 2億48百万円 (同308.7%増)

- 化粧品が主力のDAX社が減収





# 2021年3月期 第2四半期決算説明会 通期見通しと持続的成長への取り組み

2020年11月13日  
代表取締役会長  
代表取締役社長

山田 邦雄  
杉本 雅史

# ポイント

---

- 新型コロナの影響で減収減益見通し
    - Withコロナへの対応
      - ECチャネルの強化
      - 漢方薬へ注力
    - アジア・中国での取り組み
      - Wイレブンに向けた販促活動
  - 通期業績予想は据え置き
  - 17期連続増配予定
-

# 通期 業績見通し

(単位:百万円、未満切捨,%)

	2019年3月期	売上比	2020年3月期	売上比	2021年3月期 予想	売上比	増減額	前期比
売上高	183,582	100.0	188,327	100.0	183,000	100.0	△ 5,328	△ 2.8
営業利益	20,812	11.3	23,085	12.3	21,800	11.9	△ 1,286	△ 5.6
経常利益	18,970	10.3	22,735	12.1	22,100	12.1	△ 636	△ 2.8
親会社株主に帰属 する当期純利益	9,799	5.3	15,410	8.2	14,000	7.7	△ 1,411	△ 9.2
1株当たり 当期純利益(円)	86.00		135.13		122.73			

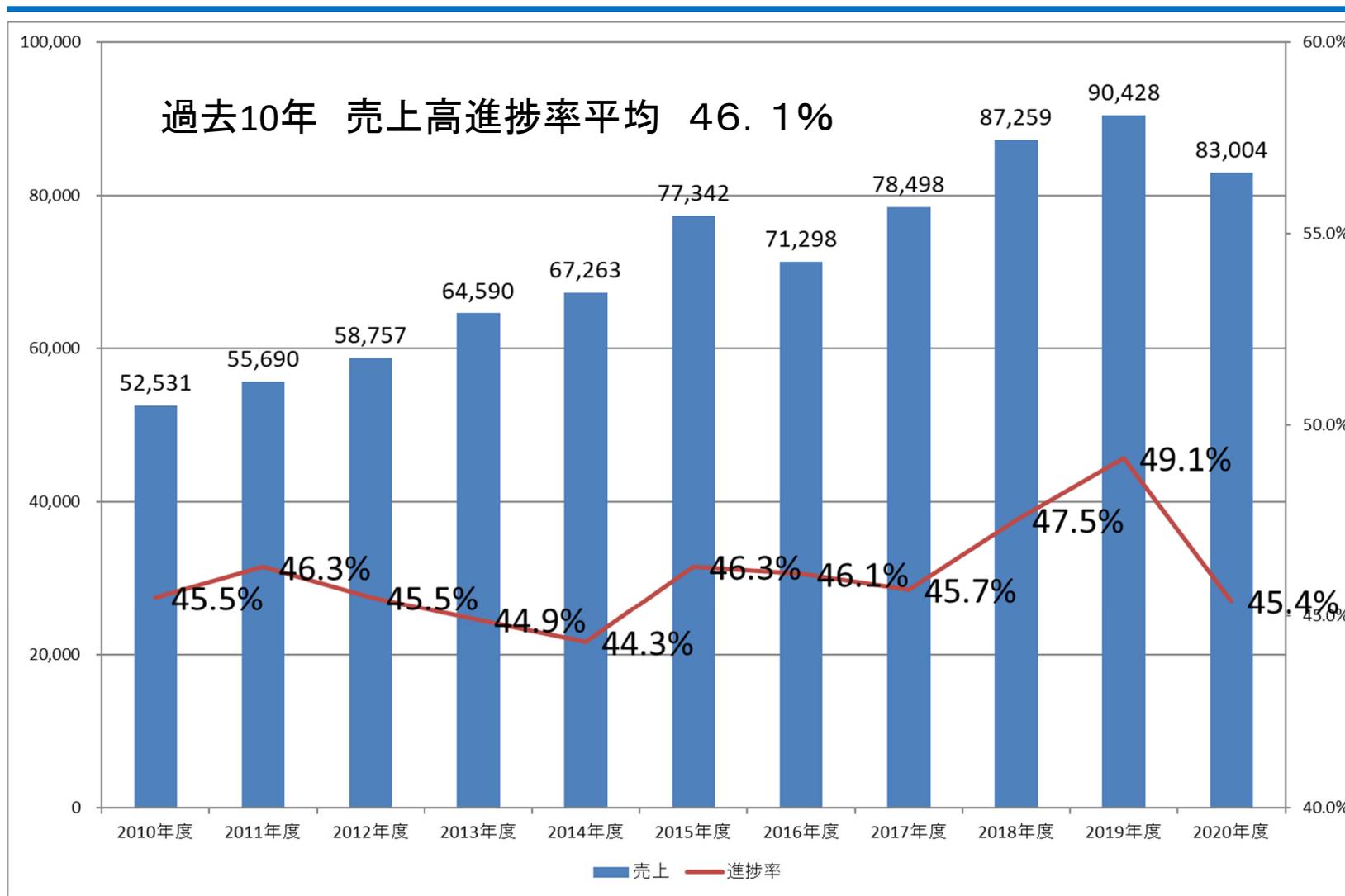
為替レート  
 USD/円

110円48銭

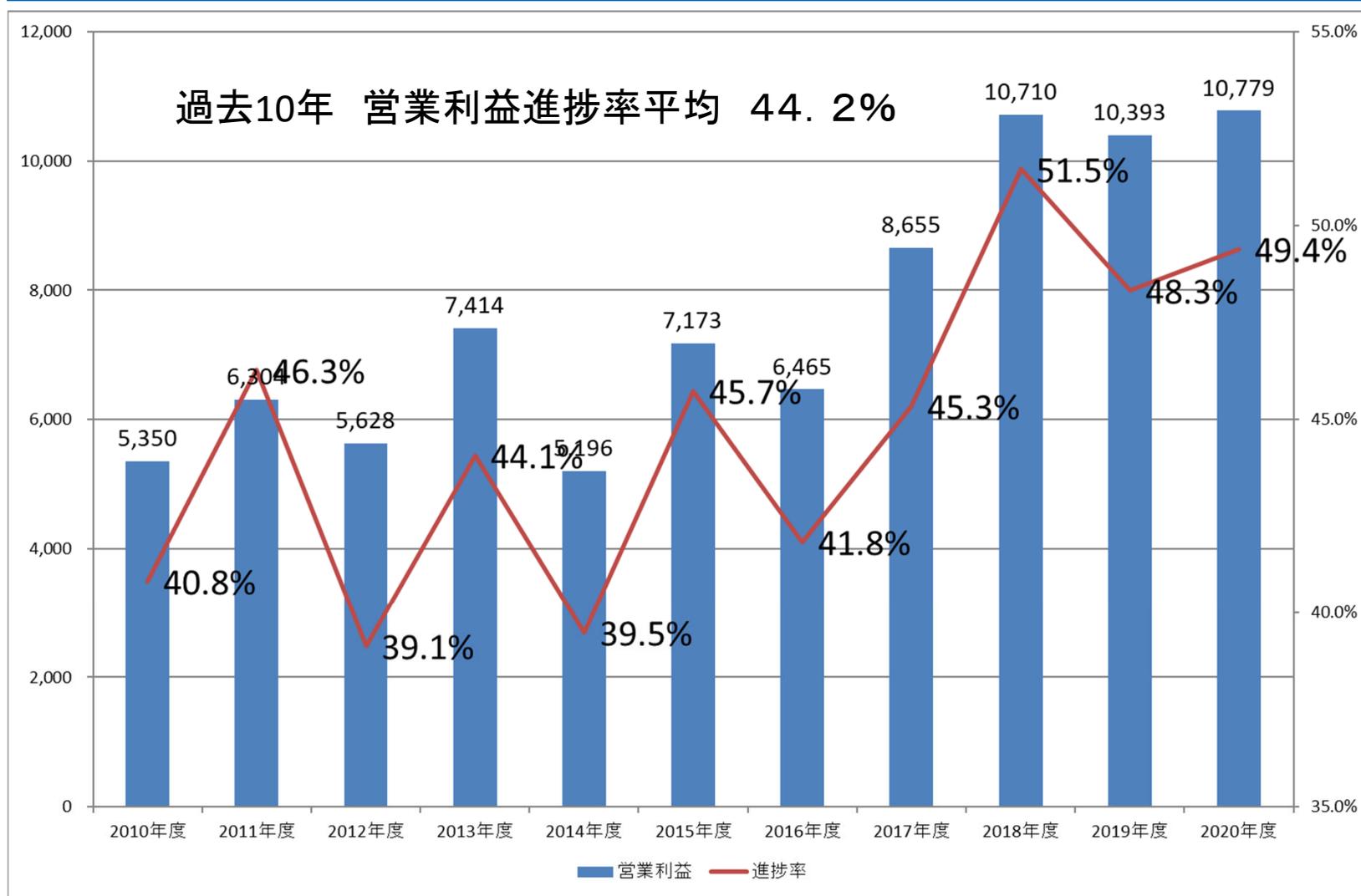
109円05銭

107円

# 売上高と進捗率



# 営業利益と進捗率



# 報告セグメント別売上予想

(単位:百万円、未満切捨,%)

		2019年3月期		2020年3月期		2021年3月期			
		金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高		183,582	100.0	188,327	100.0	183,000	100.0	△ 5,328	△ 2.8
報告セグメント	日本	112,166	61.1	115,767	60.3	115,100	62.9	△ 668	△ 0.6
	アジア	51,664	28.1	52,971	28.8	50,200	27.4	△ 2,772	△ 5.2
	アメリカ	9,293	5.1	9,121	5.2	8,200	4.5	△ 922	△ 10.1
	ヨーロッパ	8,555	4.7	8,740	4.8	7,800	4.3	△ 941	△ 10.8
	計	181,679		186,601		181,300	99.1	△ 5,302	△ 2.8
その他		1,903	1.0	1,726	1.0	1,700	0.9	△ 27	△ 1.5
為替レート (USドル/円)		110円48銭		109円05銭		107円			

※ 売上高は外部顧客に対するものです

# 報告セグメント別営業利益予想

(単位:百万円、未満切捨,%)

		2019年3月期		2020年3月期		2021年3月期			
		金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
営業利益		20,812	100.0	23,085	100.0	21,800	100.0	△ 1,286	△ 5.6
報告セグメント	日本	13,181	63.3	14,852	64.3	14,000	64.2	△ 853	△ 5.7
	アジア	6,497	31.2	7,220	31.3	7,200	33.0	△ 21	△ 0.3
	アメリカ	286	1.4	283	1.2	0	0.0	△ 284	—
	ヨーロッパ	352	1.7	217	0.9	200	0.9	△ 18	△ 8.0
	計	20,317		22,573		21,400		△ 1,174	
その他		163	0.8	142	0.6	100	0.5	△ 43	△ 29.8
調整額		330	1.6	369	1.6	300	1.4	△ 70	
為替レート (USドル/円)		110円48銭		109円05銭		107円			

# Withコロナへの対応

## □ ECチャネルの強化

### □ 通販強化ブランド

- Auna
- Skio
- ロートV5粒
- セノビック



### □ Amazon、Lohaco

日やけ止めなどが苦戦するものの、増収を確保



## □ 漢方薬へ注力

- リハビリに含まれる「補中益気湯」は、術後・病後の弱った身体の回復に効果的な漢方薬。ドリンクタイプも追加。



# 中国での取り組み

□ ECサイトの強化 EC比率 35%

□ 独身の日キャンペーン 先行予約好調！

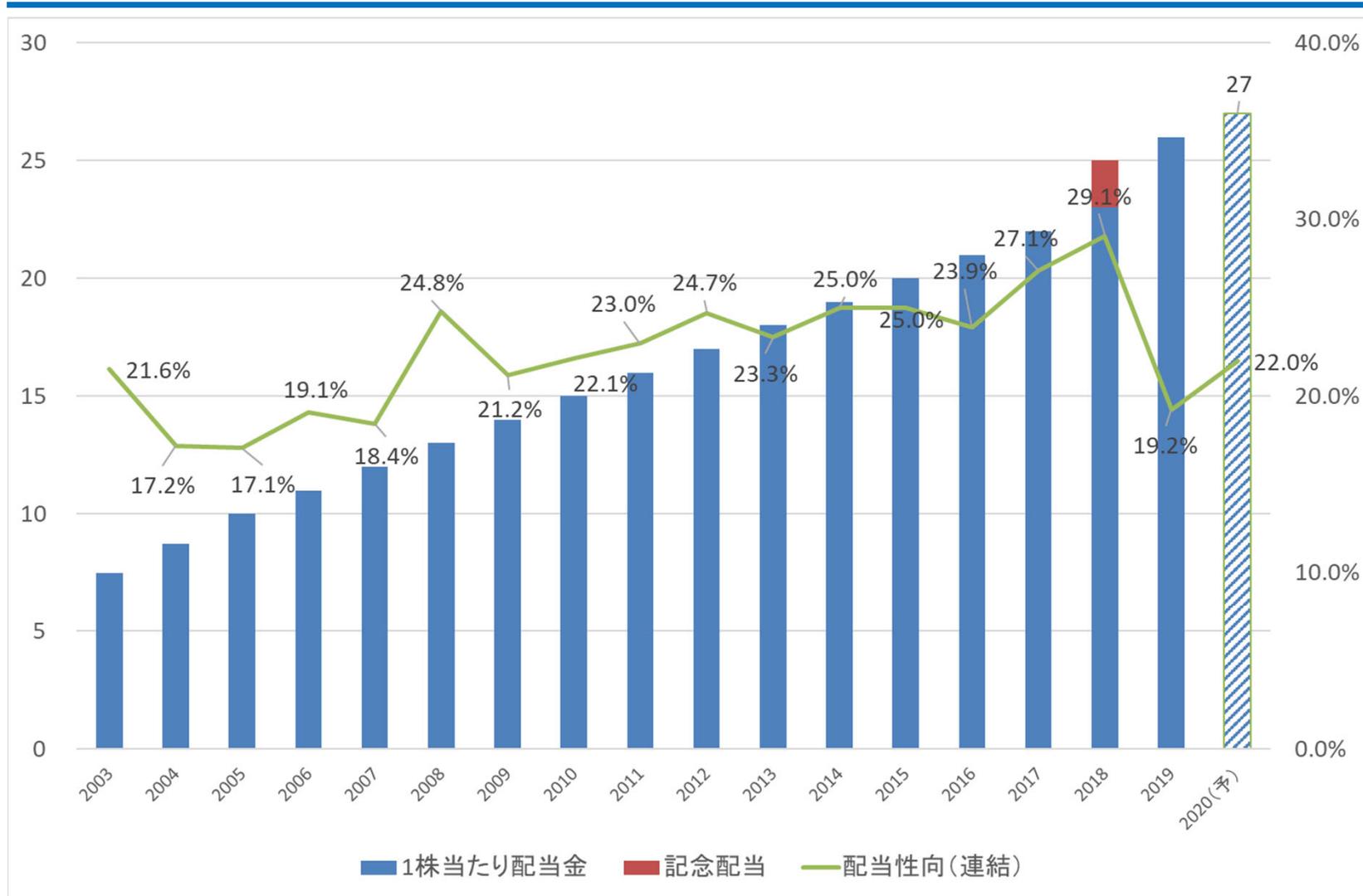
Phase 1 Pre-heat  
10.21-10.31, 2020

Phase 2 Booming  
11.01-11.08, 2020

Phase 3 Big day  
11.09-11.11, 2020



# 17期連続増配予定



# 持続的成長と 社会的課題解決に向けて

# 中長期の持続的成長への取組

□ 3次元的な組織で新たな連携

□ 再生医療・眼科医療用医薬品の取組

□ 再生医療の進捗

□ 眼科医療用医薬品への展開

□ ESH経営の推進

□ 健康寿命の延伸

□ 環境保全の取組



• 働き方改革

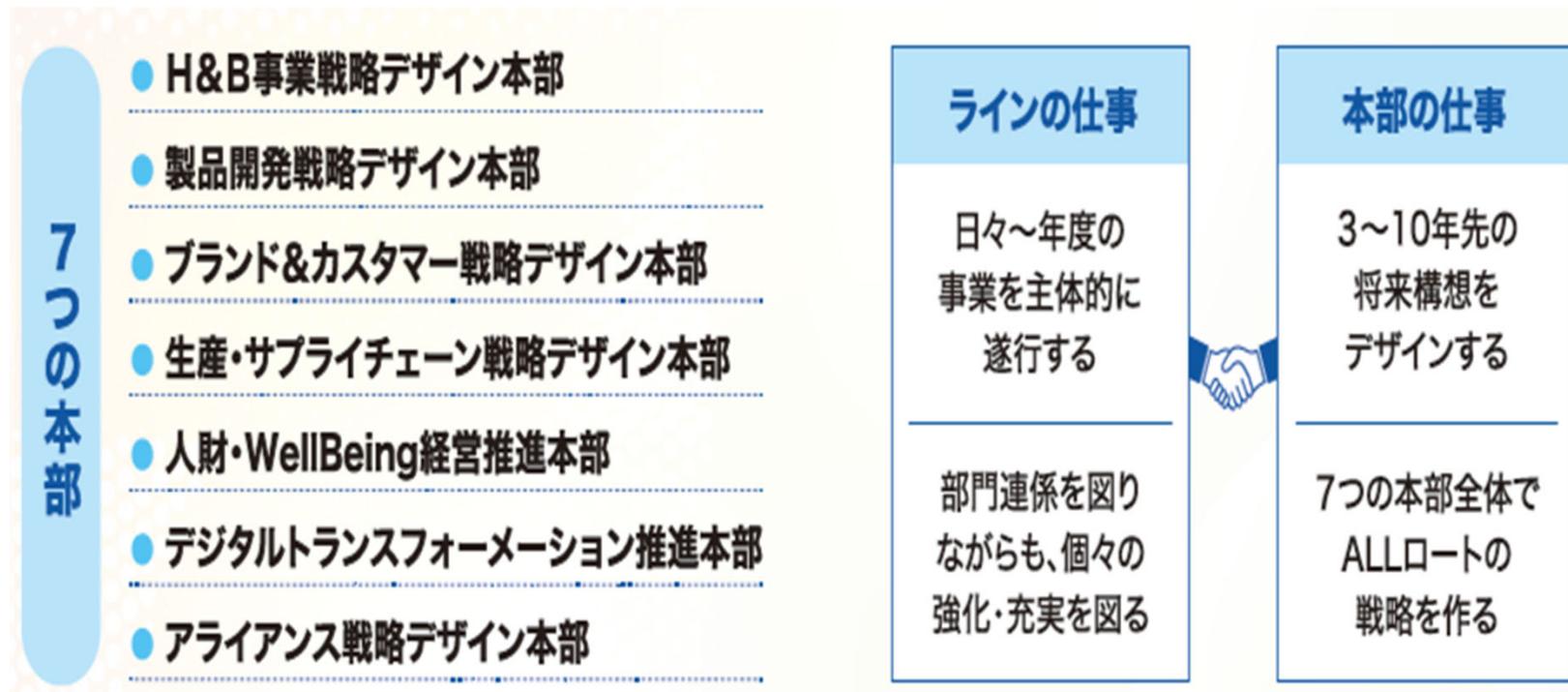
• DXの推進

Connect for Well-being

## 3次元的な組織で新たな連携

□ 全部門をサポート・コネクトする部門横断型の7つのデザイン本部を設立

□ 長期的な戦略をカテゴリーごとに検討！



# 働き方改革

## 企業経営のパラダイムシフト ～一人ひとりの中にある可能性を引き出す取組～

### 働きがい

モチベーションとエンゲージメント向上

- 柔軟な働き方の推進
- 社内ダブルジョブ制度(兼任)
  - 自発型プロジェクト

【健康経営の推進】

### 人材育成

企業の枠を超えて活躍できる人材育成

- 多様なキャリアの推進
- 兼業制度の解禁
  - 高度な専門性

【次世代リーダー育成】

### ダイバーシティ

多様な個性・価値観の受容

- 外国籍の採用
- 女性活躍の推進

【多様な社員によるイノベーションの創出】

# デジタルトランスフォーメーションの取組

社員が輝き、イキイキと働いて、  
多くのチャレンジをするための余力を増やし、  
将来の利益と成長を生み出していきます。

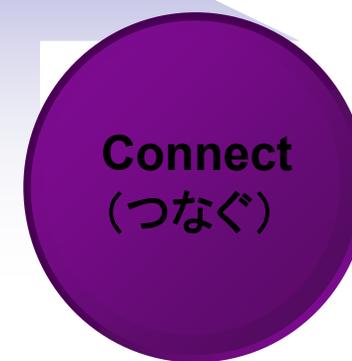
## デジタルリテラシーの底上げ



お客様を見て知って、  
考え、価値を届ける。

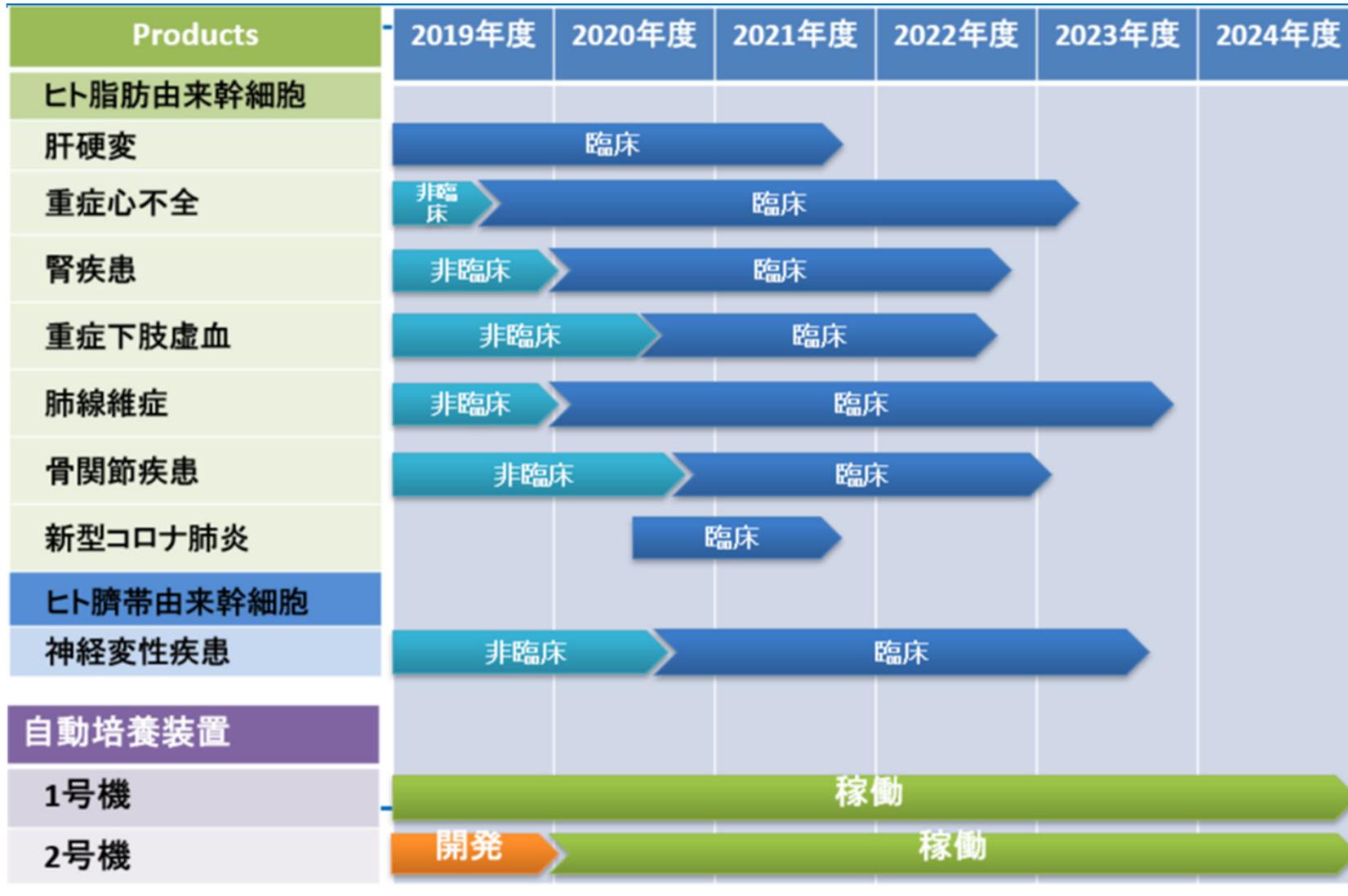


新しい研究や斬新な  
アイデアを生み、  
未来への種をまく。



社員～情報～会社、  
～お客様をつなぐ。

# 再生医療の進捗(2020年9月)



# 「健康」でつなぐ長寿社会を実現する

□コアバリュー＝健康



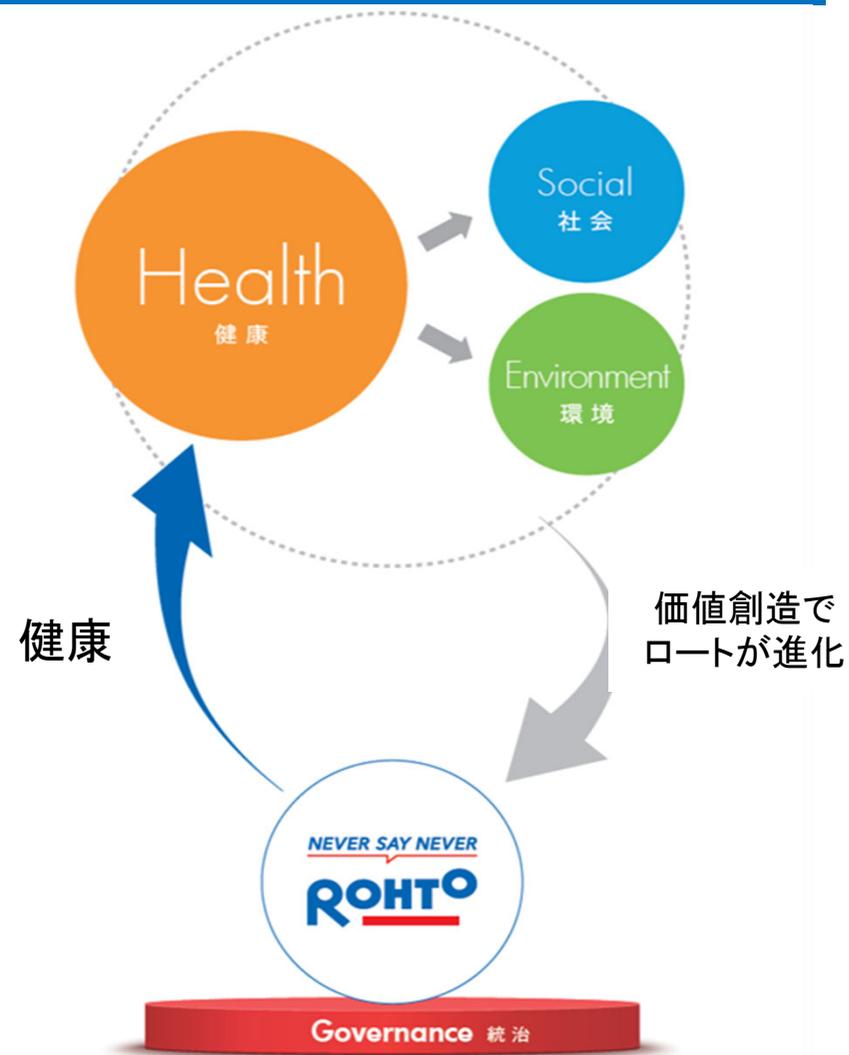
□健康視点から商品  
開発・製造をする



□商品・サービスを通  
じて「健康」を届ける



□全てのステークホル  
ダーと連携し「ESH」  
を推進



(Social)

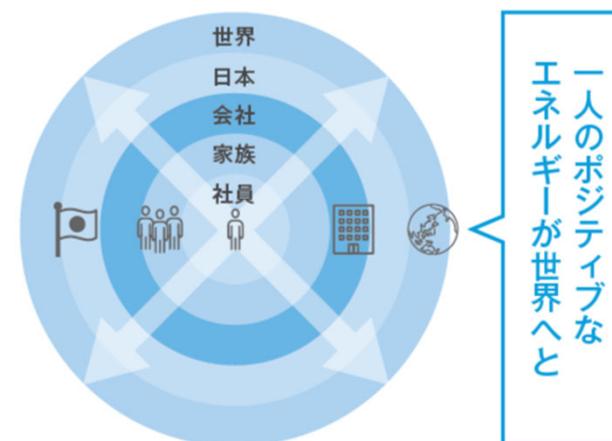
## 健康経営宣言

### □ 社員の健康から社会の健康へ

□ 禁煙率99.9%

### □ 健康社内通貨「ARUCO」

□ 健康的な生活習慣の実施状況に応じてコイン(社内通貨)が貯まり、心身の健康づくりにつながる幅広い用途で利用できます。



貯める

1日8,000歩&早歩き20分



使う

ARUCO 獲得♪  
ア ル コ

「円」には交換できないけれど  
専用サイト内で、さまざまな商品(モノ)  
と交換したり、健康診断のオプション検査  
にも使えちゃう!

(Environment)

# 人も地球も健康に

## □地球の健康

- 環境に配慮した原材料
  - マイクロプラスチックビーズへの対応
  - パーム油原料の活用

## □ オリジナル環境マークの制定



## □廃棄ロス削減の取組

### □ リサイクルプログラム



地球も肌も潤う  
リサイクルプログラム



- 商品の廃棄ロス削減を目的とした「Go Ethical」にて、「肌ラボ」極潤プレミアムシリーズの取り扱いを開始。

# Connect for Well-being

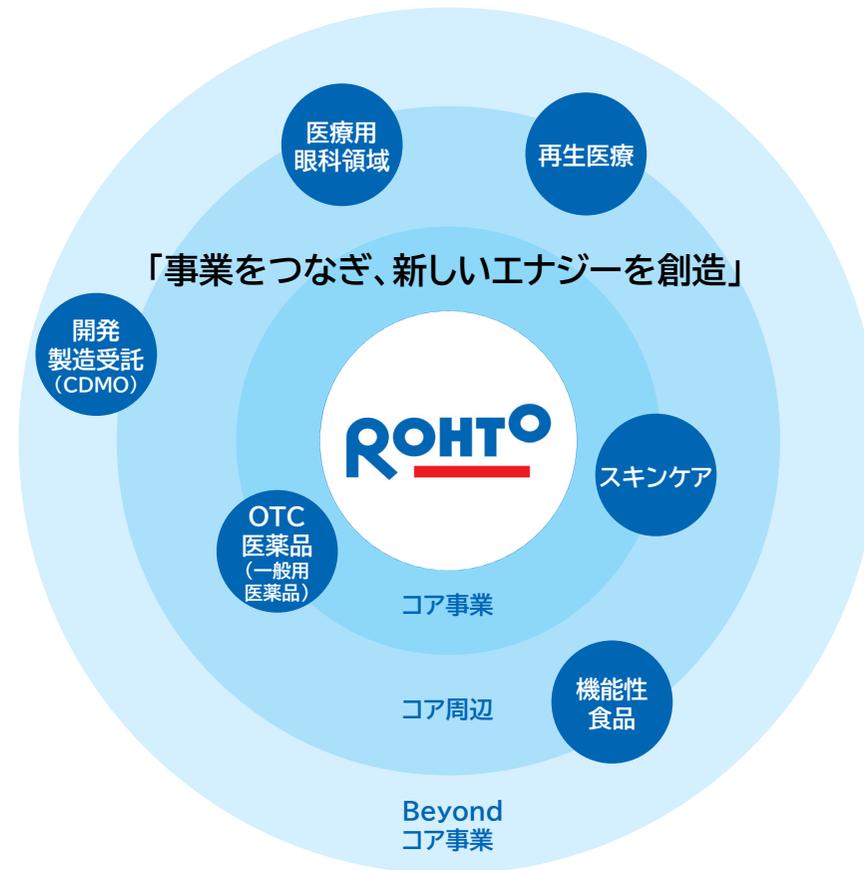
## □ OTCリーディングカンパニーへ進化

- スキンケア領域
- 機能性食品

## □ 医療用医薬品

- 再生医療
- 眼科領域

## □ 開発製造受託



## 新たなる成長ステージへ



### ＜注意事項＞

この資料に記載されている当社の現在の業績、計画、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、これらは現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいております。したがって、実際の業績は様々な要因の変化により記述している将来見通しとは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。