

2024年12月期第2四半期 決算説明会

小林製薬株式会社

代表取締役社長

山根 聡

2024.8.8

紅麴関連製品に関して

この度は、当社紅麴関連製品に関してお客様やお取引先様をはじめ、当社に関係する様々な皆様に多大なるご迷惑、ご心配をお掛けしており、改めて深くお詫び申し上げます。

お亡くなりになられた方のご冥福をお祈りするとともに、ご遺族の皆様にご心からお悔やみ申し上げます。また、現在も入院中、治療中の方の一刻も早いご回復をお祈り申し上げます。

紅麹コレステヘルプ等に関する事例数

2024年8月4日時点

| | | | |
|-------------------------|---------------|---------|----|
| 死亡が関連する お問合わせ数 ※1 | 撮取の実態なし ※2 | 207 | |
| | 撮取実態確認中 | 5 | |
| | 詳細調査対象 ※3 | 107 | |
| | (内訳) | 調査継続 ※4 | 32 |
| | | 調査完了 | 21 |
| | | その他 ※5 | 54 |
| (合計) | 319 | | |
| 入院 ※6 | 467 (301) | | |
| 通院 検査入院を含む ※6 | 1,819 (1,394) | | |
| 受診者計 入院+通院 ※6 | 2,286 (1,695) | | |
| 健康相談の件数 | 約10,300件 | | |
| 全ての受付数 健康相談以外のお問合わせを含む | 約147,000件 | | |

- ※1 件数の表示方法の変更前に公表していた5事例を含む
- ※2 紅麹コレステヘルプ等を撮取していなかったことが確認された件数
- ※3 確認の手続きの対象となる件数
- ※4 現在詳細調査中の件数
- ※5 詳細調査の同意が取得できない等のため調査が困難な件数
- ※6 カッコ内は腎関連疾患のみの件数

(「入院」「通院」「受診者計」「健康相談の件数」「全ての受付数」は、のべ数)

代表取締役の異動（2024年7月23日発表）

■ 小林 一雅（前代表取締役会長）

7月23日付で代表取締役会長及び取締役を辞任し、特別顧問に就任

■ 小林 章浩（前代表取締役社長）

8月8日付で代表取締役社長を辞任し、取締役 補償担当に就任

■ 山根 聡（前専務取締役）

8月8日付で代表取締役社長に就任

2024年7月23日付リリース「事実検証委員会の調査報告を踏まえた取締役会の総括について」での指摘事項も踏まえ、下記5つの課題に全社を挙げて取り組んでまいります。

- ① 被害者の方々への謝罪と補償
- ② 品質安全確認と再発防止
- ③ 企業理念、企業風土の見直し
- ④ 経営体制の抜本的改革
- ⑤ 従業員との対話

「品質と安全を第一に考える」という意識と感度を更に高めるため、以下の施策を実施してまいります。

- ・意思決定における多様な視点の確保
- ・同質性の排除
- ・リスクマネジメント体制の再整備

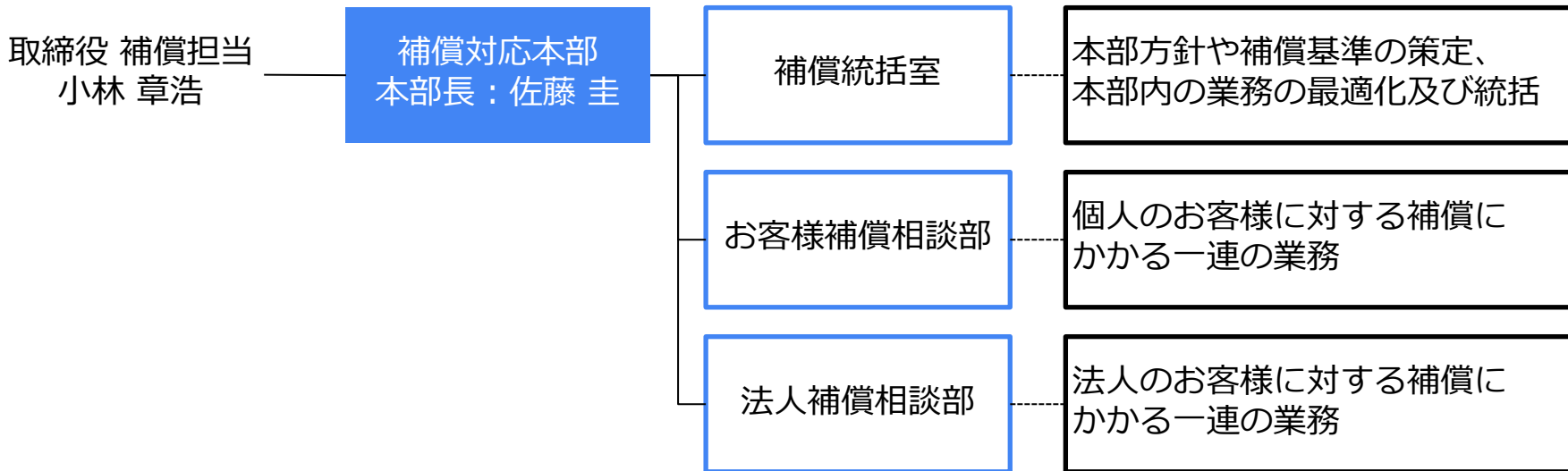
→執行役員会と取締役会との連携強化

→品質と安全を第一に考えるための組織の見直しと再編

→執行役員会のあり方の見直し

→取締役会議長を社外取締役の中から選定

補償専任組織として7月1日付で補償対応本部を立ち上げており、誠心誠意、補償の対応を行ってまいります。



補償関連の業務を補償対応本部に集約・一元化してお客様への対応を迅速かつ適切に進められる体制といたしました

当社製品の摂取によって健康被害にあわれたお客様に対する補償を開始いたします。

■対象製品

2024年3月27日付で大阪市保健所より回収命令を受けた当社製品（当社の紅麹コレステヘルプ等）のうち、プベルル酸を含有することが確認された、または可能性のある各製品

■対象となるお客様

ご提出いただく医師の診断書の内容等を総合的に勘案して、対象製品の摂取と腎関連疾患およびその他の症状の間に因果関係が認められるお客様

■補償開始予定日/ご連絡先

2024年8月19日からの受付開始を予定

紅麹関連製品お客様対応センター 0120-663-272

※受付時間：土日祝を含む9-21時

当社製品の摂取によって健康被害にあわれたお客様に対し、誠実かつ適切な内容の補償を行ってまいります。

| | | | |
|---|-------------|---|-----------------------------|
| ① | 医療費・交通費 | お客様の症状（※）の治療に要した医療費（初診料・検査費用・診断書作成費用を含む）および交通費の実費をお支払いいたします ※対象製品の摂取との間に因果関係がある症状。以下同じ。 | 随時お支払い |
| ② | 慰謝料 | お客様の症状によって受けられた精神的苦痛に対する補償として、過去の裁判例等を参考に法律専門家の意見も踏まえて設定した基準をもとに、お客様の症状等を総合的に考慮の上、個別に金額を算定しお支払いいたします。 | 補償内容にご同意いただき 次第、速やかにお支払い |
| ③ | 休業補償 | お客様の症状によって休業しなければならなかったことにより生じた収入の減少に対する補償として、当社所定の手続に従って個別に金額を算定しお支払いいたします。 | |
| ④ | 後遺障害による逸失利益 | お客様の後遺障害によって将来得られたはずの収入が減少した場合、後遺障害による逸失利益の補償として、過去の裁判例等を参考に法律専門家の意見も踏まえて設定した基準をもとに、お客様の症状等を総合的に考慮の上、当社所定の手続に従って個別に金額を算定しお支払いいたします。 | |

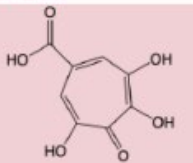
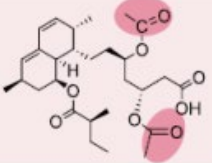
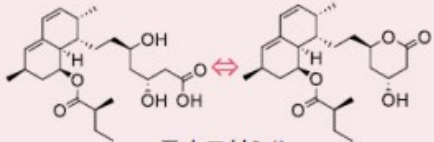
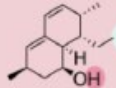
本日リリースのとおり、当社は紅麴事業から撤退することを決定いたしました。

(撤退の理由)

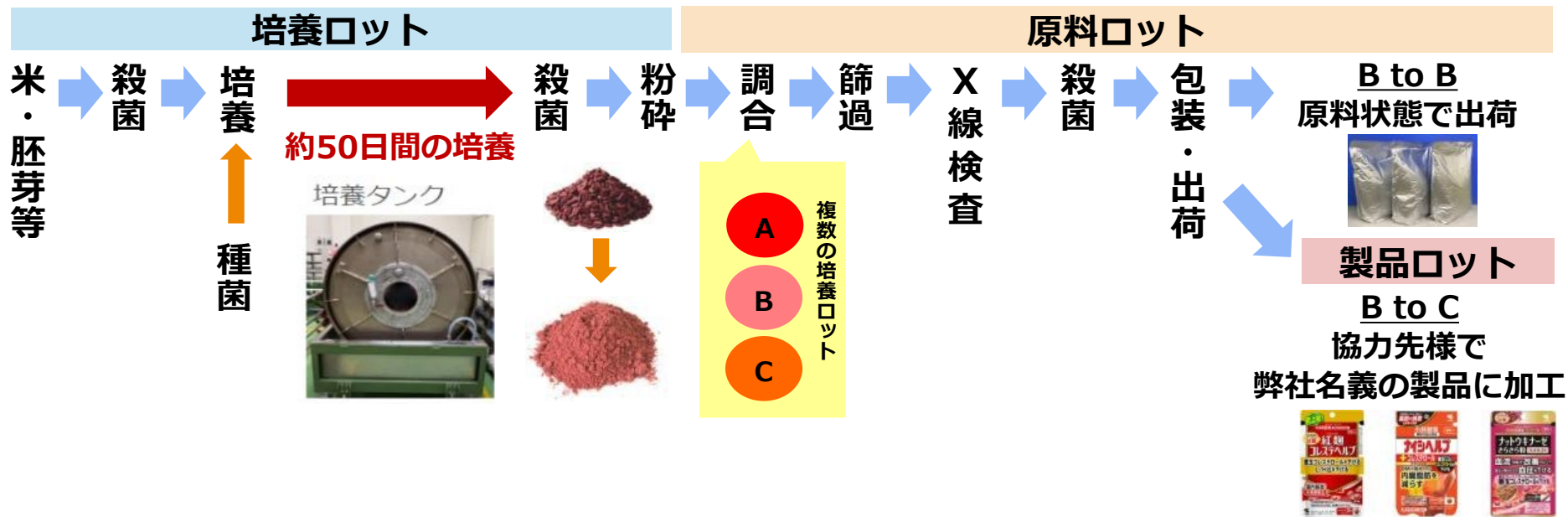
- ・ 重大な健康被害を引き起こし、社会にご迷惑をお掛けしていること等を踏まえ、2024年8月8日開催の取締役会において、本事業撤退を決議いたしました。
- ・ なお、本事業撤退後におきましても、引き続き、被害に遭われたお客様及び取引先様への補償、原因究明等の対応は進めてまいります。また、紅麴関連製品に係る製造ラインの問題点を全て洗い出し、再発防止策を講じることが企業としての使命であると判断し、これらについても継続して実施してまいります。

当社は引き続き、厚生労働省及び国立医薬品食品衛生研究所が主導する原因究明に協力しておりますが、現時点では**原因の特定に至っておりません**。

なお、原因究明の途中経過が5月28日に公表され、**紅麹の培養中に青カビが混入・増殖することで、フベルル酸などの化合物を産生し、健康被害が生じた可能性が指摘されています**。

| 化合物 | 特性 | 発生機構 | 腎毒性 |
|--|---|--|------------------------------------|
| ①フベルル酸  | | 和歌山・大阪双方の工場から採取された青カビ(<i>Penicillium adametzioides</i>)が、コメ培地を栄養源として産生 | ①が腎障害を引き起こすことを動物実験(ラット)で確認済 |
| ②化合物Y (C ₂₈ H ₄₂ O ₈)  | ・モノコリンKと基本骨格が類似  モノコリンK (酸型) (ラクトン型) | 和歌山・大阪双方の工場から採取された青カビ(<i>Penicillium adametzioides</i>)が、単独では産生しないが、紅麹菌との共培養によりモノコリンKを修飾して生成 | ①～③を含む製品が腎障害を引き起こすことを動物実験(ラット)で確認済 |
| ③化合物Z (C ₂₃ H ₃₄ O ₇)  特定中 | ・既知の天然化合物ではないと推定される。 | 化合物Yと同様の機序について確認中 | |

紅麹製造ラインは約50日間の培養期間が特徴的で、その長い培養工程で青カビが混入・増殖した結果、プベルル酸等が産生したと推定しています。加えて衛生管理や手順書の不備、品質管理上のリソース不足等も原因の1つと考えています。



本日お伝えしたい内容

本来であれば、今回の紅麴の問題の直接的な原因を確定させて、それに対する再発防止策をご説明するべきですが、原因の特定に至っていないので、再発防止策は改めて説明させていただきます。

一方で、紅麴以外の製品で、同様の健康被害を発生させるようなリスクが無いかの確認を進めておりますので、現時点の進捗をご報告いたします。

当社工場で製造している他製品の品質確認（中間報告）

当社工場は、一定の公的基準（GMP、ISO等）を遵守して製造しておりましたが、改めて、安全性を確認する為、まずは**口から摂取する製品**の製造ラインについて自主点検を行いました。

今後は**第三者機関の監査を年内までに実施予定**です。

桐灰小林製薬
ISO9001/ISO13485
(カイロ※)



富山小林製薬
GMP、健康食品GMP
(医薬品、サプリメント、雑貨品※等)



仙台小林製薬
GMP、QMS
(医薬品、医療機器、雑貨品※等)



愛媛小林製薬
(衛生用品等※)



大阪工場：閉鎖
(紅麹培養工程)



アロエ製薬
GMP
(医薬品等)



梅丹本舗：製造停止（点検中）
(紅麹培養工程、サプリメント)



※カイロ、衛生用品、雑貨品の工場・製造ラインは、今回の自主点検の対象外です。2025年1月末点検完了予定です。

自主点検目的：紅麹問題と同様の健康被害リスクがあるか、の確認

まず、当社その他製品の製造ラインには、**紅麹同様の培養工程（カビが増殖しやすい工程）が無いことを再確認しました。**

その上で、自主点検を以下3つの内容で実施いたしました。

1. 当社工場の衛生管理、手順書等の管理・運用における点検 （口から摂取する全製品：サプリメント、医薬品、等）

→重篤な健康被害発生に繋がる、製造上の運用リスクは無いか？

2. 当社工場に勤務する全従業員への実態調査の実施

→重篤な健康被害発生に繋がる、潜在的な品質管理リスクは無いか？

3. 化学的試験（青カビ増殖試験、プベルル酸分析試験）

→当社工場製造の“口から摂取する製品”に、青カビが増えない事、市場流通している製品にプベルル酸が入っていない事の確認

1. 当社工場の衛生管理、手順書等の管理・運用における点検

<自主点検品目>

口から摂取する全製品（サプリメント、医薬品、等）

<自主点検内容>

- ・異物、菌などの混入、カビ毒など未知成分の産生リスクが無いか
- ・工場の衛生基準は適切に設定され、運用ができているか
（GMP基準、及び準ずる運用、衛生管理教育、等）
- ・手順が定められ、製造記録を残せる運用ができているか
（手順書、記録書等の整備状況）
- ・手順書の内容通り製造ができているか

<結果>

ただちに重篤な健康被害を発生させるリスクは認められませんでした。
しかし、一部の製造工程や管理基準において、運用を見直すべき箇所がいくつか発見されており、現在改善を進めております。

2. 当社工場に勤務する全従業員への実態調査の実施

事実検証委員会の調査報告書から、**紅麴製造ラインでは一部現場任せの品質管理があったり、常態的な人手不足が指摘**されました。

そこで、同様のリスクが無いかが、全工場従業員を対象に調査を実施しました。

<調査項目>

- ・曖昧な基準で品質に関する判断がなされることがあるか。
- ・品質に関する判断において、**ダブルチェックなどのルールが存在していない、等単独で判断がなされることがあるか。**
- ・製造現場で、品質管理に問題が発生するような**人員不足が発生**しているか。
- ・その他、ご自身が実際に経験した品質管理上の問題はありますか。

<結果>

現時点では**重篤な品質不具合や健康被害に繋がる事象は認められませんでした。**
しかし一部製造ラインに関しては**人手不足や試験項目の曖昧さ等の指摘が寄せられておりますので、会社としてしっかり受け止め一つ一つ丁寧に改善してまいります。**

例：省人化、生産効率の追求で作業員負担増 → 対策案：生産スピードを落とす、等

3. 化学的試験（青カビ増殖試験、フベルル酸分析試験）

当社工場製造の“口から摂取する製品”に関して、以下の試験を実施しています。

1. 実験的に青カビを製品に植え付けても、増殖しない事の確認（以下A～E）
2. 市場に流通している製品で、“フベルル酸”が含まれていない事の確認（以下A～D）

<試験品目>

- A：大阪工場製造品目（閉鎖前）
- B：梅丹本舗製造品目
- C：他の当社工場製造の、サプリメント、等
- D：他の当社工場製造の、漢方薬
- E：他の当社工場製造の、上記以外の口から摂取する製品

<結果>

“口から摂取する製品”で、1. 青カビは増殖せず、2. 市場に流通している製品からもフベルル酸は検出されませんでした。

本日までの当社工場の自主点検結果から、紅麴以外の製品において、重篤な健康被害発生リスクは、現時点認められませんでした。

しかし全ての問題を抽出できているとは思っておりませんので、さらに全社一丸となって製造現場に向き合える体制を構築し、改善を進めてまいります。

(具体例)

- ・生産の効率化やコスト削減の活動を一旦凍結させ、安心・安全を第一とした品質強化活動にリソースを配分していきます。
- ・部門横断（本社・工場・研究等）の品質強化チームを発足し、工場でのモノづくり課題抽出と改善活動を、8月下旬から取り組んでまいります。
- ・第3者機関の監査視点を強化、更なる安全確認・改善を進めてまいります。

今後については、**現在検討中の再発防止策に、今回の自主点検結果の内容も踏まえて、網羅的に策定し、内容がまとまり次第公表していく予定です。**

2024年12月期第2四半期 決算業績報告

小林製薬株式会社

執行役員 CFOユニット ユニット長
中川 由美

2024.8.8

国内事業

（カッコ内の数字は対前期）

トータルでは▲30億（▲5.2%）の減収。

- ・ 訪日客の増加に伴ってインバウンド需要の増加（+21億）
- ・ 「Sawaday+ & Emotion」や「ヒプキュア」などの新製品が貢献（+19億）
- ・ 紅麴関連製品の回収や広告中止の影響で、既存品が減収（▲48億）
- ・ 暖冬によるカイロ返品増（▲10億）
- ・ 通販の定期購入解約による減収（▲11億）



国際事業

（カッコ内の数字は対前期 ※為替影響含む）

トータルでは円安による為替換算影響もあり+26億（+16.7%）の増収。

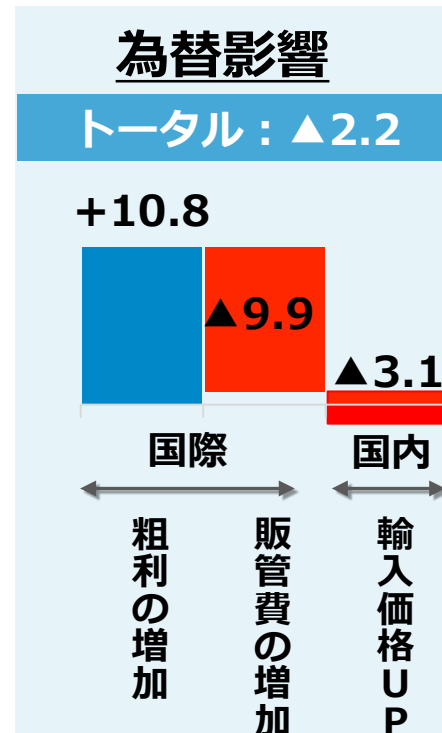
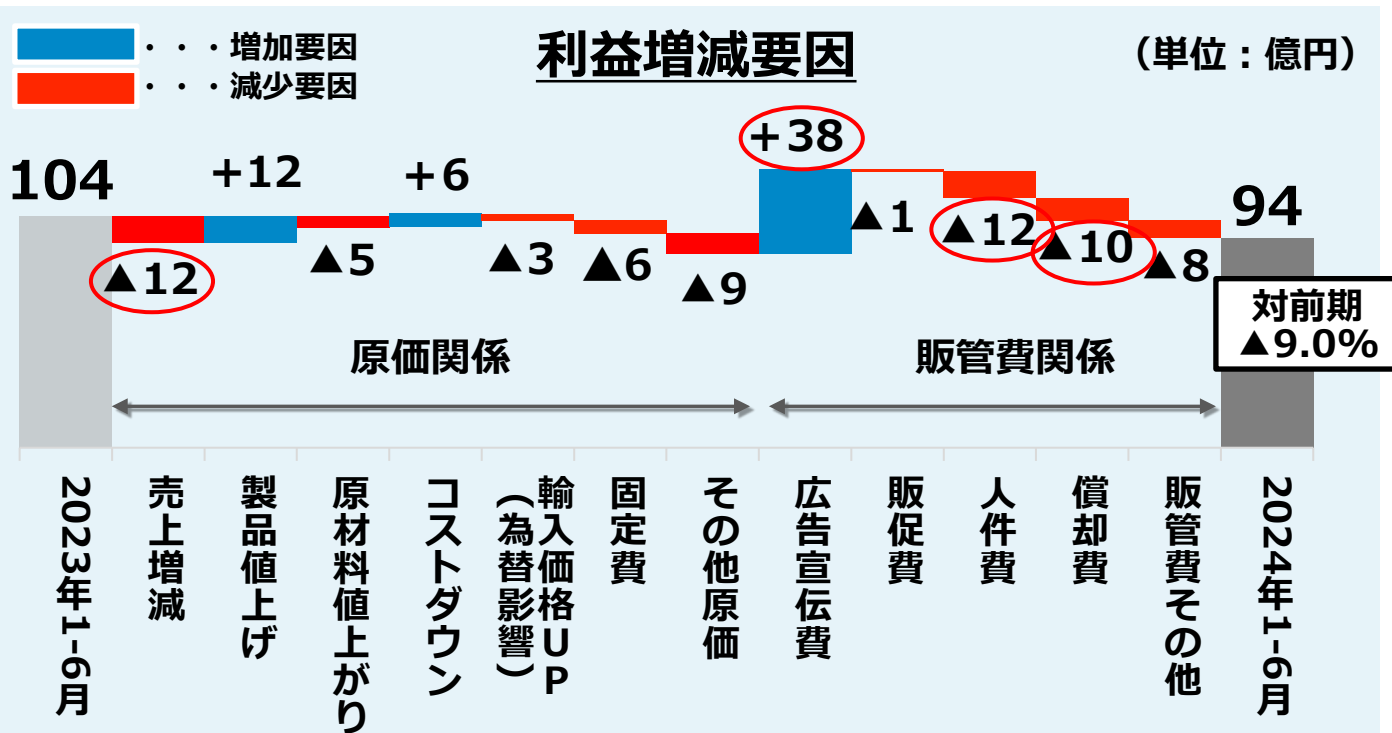
- ・ 米国 : 昨年M&AしたFocus社が貢献し増収（+22億）
- ・ 中国大陸 : 広告停止の影響により減収（▲6億）
- ・ 香港地域 : 中国大陸からのインバウンド需要の反動で微減収（▲0.2億）
- ・ 東南アジア : 各国で熱さまシートが好調で増収（+6億）

紅麴関連製品回収等に伴う特別損失40億円(上期計79億円)を計上。

| (単位：億円) | 2023年 | | 2024年 | | | | | |
|----------|-------|------|-------|--------|-------|------|--------|-------|
| | 4-6月 | 1-6月 | 4-6月 | | | 1-6月 | | |
| | 金額 | 金額 | 金額 | 対前期 | 利益率 | 金額 | 対前期 | 利益率 |
| 売上高 | 401 | 736 | 366 | ▲8.7% | - | 731 | ▲0.7% | - |
| 売上総利益 | 231 | 424 | 198 | ▲14.5% | 54.0% | 407 | ▲4.1% | 55.7% |
| 営業利益 | 53 | 104 | 44 | ▲16.9% | 12.1% | 94 | ▲9.0% | 13.0% |
| 経常利益 | 60 | 111 | 49 | ▲17.2% | 13.6% | 104 | ▲6.6% | 14.3% |
| 当期純利益 | 42 | 78 | 4 | ▲89.2% | 1.3% | 14 | ▲81.7% | 2.0% |
| EBITDA ※ | 67 | 131 | 64 | ▲3.7% | 17.7% | 133 | +1.0% | 18.2% |

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

広告中止で利益を押し上げた一方、売上減や人件費増の影響に加え、23年10月にM&AしたFocus社の償却費増も影響し、減益で着地。



ヘルスケアは苦戦するも、日用品は伸長。カイロ・通販は減収

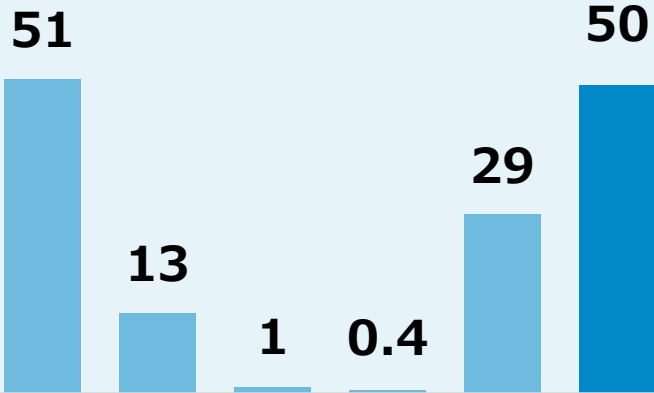
| (単位：億円) | | 2023年 | | 2024年 | | | |
|---------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|
| | | 4-6月 | 1-6月 | 4-6月 | | 1-6月 | |
| | | 金額 | 金額 | 金額 | 対前期 | 金額 | 対前期 |
| 売上高 | ヘルスケア | 168 | 309 | 143 | ▲15.3% | 298 | ▲3.5% |
| | 日用品 | 130 | 212 | 128 | ▲1.6% | 214 | +1.1% |
| | カイロ | 9 | 17 | 2 | ▲69.2% | 7 | ▲60.1% |
| | 通販 | 19 | 38 | 11 | ▲41.4% | 27 | ▲28.7% |
| | 合計 | 328 | 577 | 286 | ▲12.9% | 547 | ▲5.2% |
| 営業利益計 | | 57 | 93 | 59 | +4.0% | 97 | +5.1% |
| (率) | | 17.4% | 16.1% | 20.8% | - | 17.9% | - |

紅麹の影響を一部受けつつも、訪日客の増加に伴い、コロナ前並みで推移。

コロナ禍で発売した新製品でインバウンドの兆候が見られるものも。

インバウンド売上の推移

(単位：億円)



19年 1-6月 20年 1-6月 21年 1-6月 22年 1-6月 23年 1-6月 24年 1-6月

新たな兆候のある新製品



外国語POP展開



インバウンド売上ランキング

| 順位 | 2019年 1-6月 | 2024年 1-6月 |
|----|------------|------------|
| 1 | 命の母 | ナイトール |
| 2 | サカムケア | 命の母 |
| 3 | ブレスケア | 栄養補助食品 |
| 4 | アンメルツ | のどぬ~る |
| 5 | のどぬ~る | メガネクリーナー |

中国大陸・香港地域の減収、Focus社の償却費等が影響し、
 トータルは増収減益（為替影響：売上高+17億円、営業利益+0.8億円）

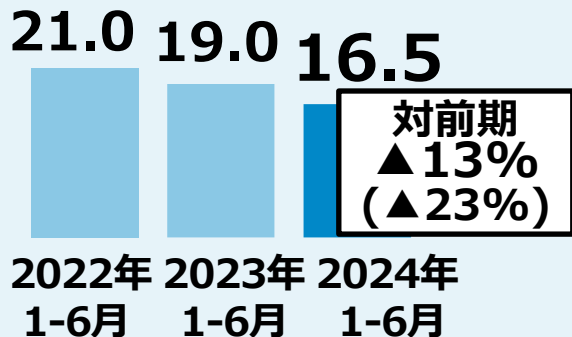
| (単位：億円) | | 2023年 | | 2023年 | | | | | |
|---------|-------|-------|------|-------|--------|---------------|------|--------|---------------|
| | | 4-6月 | 1-6月 | 4-6月 | | | 1-6月 | | |
| | | 金額 | 金額 | 金額 | 対前期 | 対前期 (為替除く) | 金額 | 対前期 | 対前期 (為替除く) |
| 売上高 | 米 国 | 19 | 46 | 30 | +53.5% | +35.0% | 69 | +48.4% | +31.4% |
| | 中国大陸 | 19 | 40 | 13 | ▲31.1% | ▲36.9% | 34 | ▲15.5% | ▲21.2% |
| | 香港地域 | 8 | 14 | 7 | ▲10.7% | ▲21.4% | 14 | ▲1.3% | ▲12.8% |
| | 東南アジア | 15 | 38 | 17 | +10.8% | +2.8% | 44 | +16.6% | +8.4% |
| | そ の 他 | 8 | 15 | 11 | +31.2% | +16.6% | 19 | +23.2% | +8.7% |
| | 国 際 計 | 71 | 155 | 79 | +11.3% | ▲0.2% | 181 | +16.7% | +5.6% |
| 営業利益計 | | ▲4 | 8 | ▲15 | - | - | ▲4 | - | - |
| (率) | | - | 5.6% | - | - | - | - | - | - |

カイロが暖冬で苦戦するも、医薬品・その他は23年10月にM&AしたFocus社の連結影響や為替の影響もあり増収。

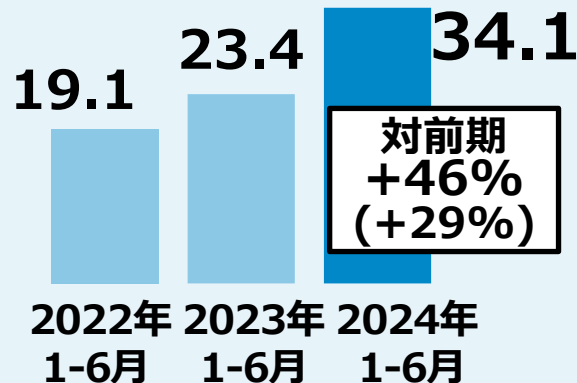
(単位：億円)

売上高 ※括弧内の%は為替除き

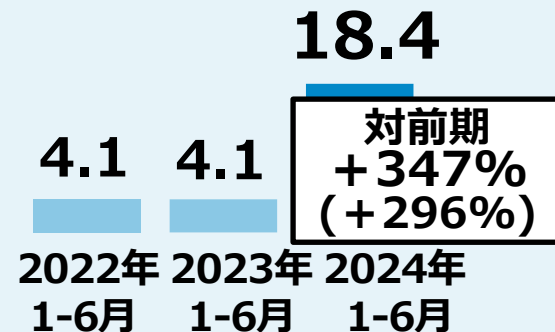
カイロ



医薬品



その他

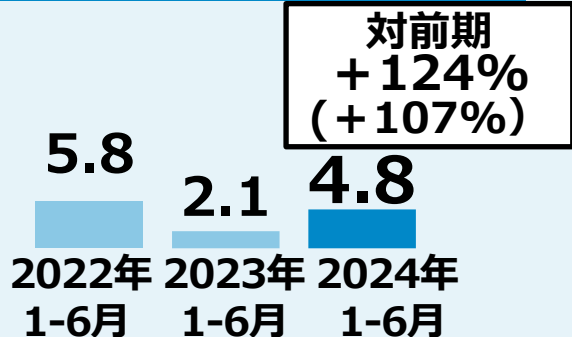


中国大陸は広告を中止している影響で、全体的に苦戦。
カイロは昨年、無返品契約への切替に伴う出荷抑制があり、その反動で増収。

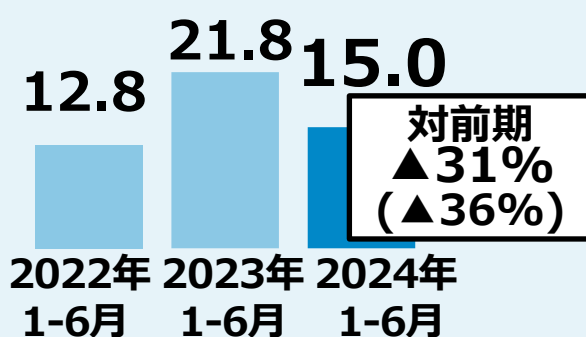
(単位：億円)

売上高 ※括弧内の%は為替除き

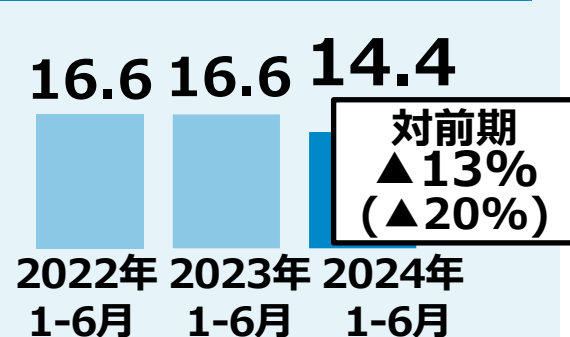
カイロ



熱さまシート



その他



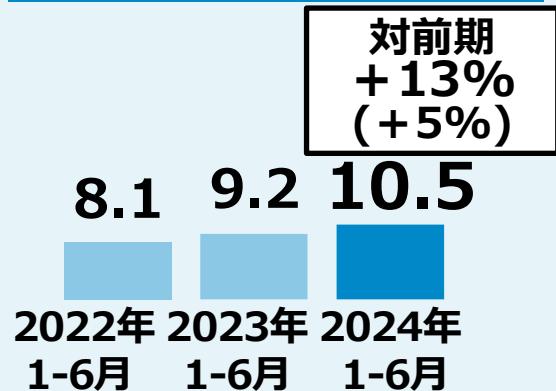
医薬品はアンメルツが好調。

熱さまシートは各種感染症拡大により需要が伸び増収。

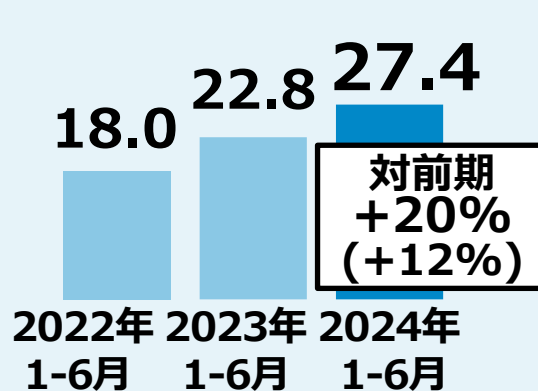
(単位：億円)

売上高 ※括弧内の%は為替除き

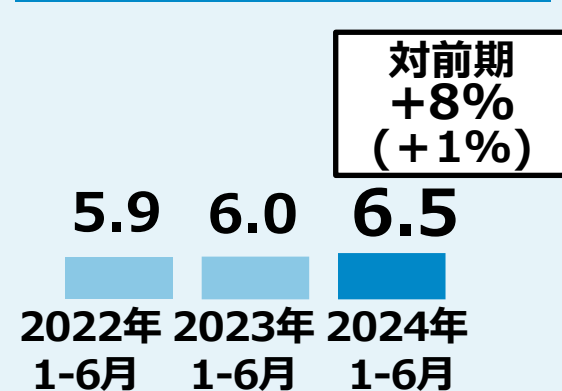
医薬品



熱さまシート



その他



2023年の製品値上げによる店頭売価・販売数量への影響は想定通り。
2024年も208SKUの製品値上げを実施予定。

2023年の値上げ品目 (204SKU)

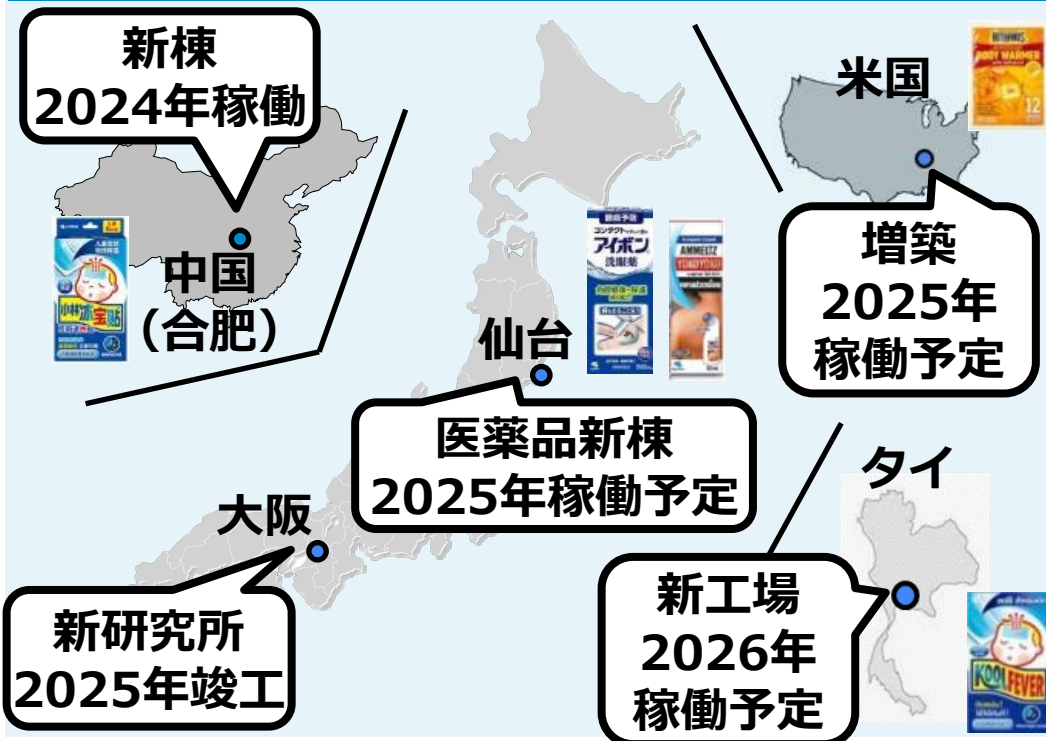


2024年の値上げ品目 (208SKU ※予定含む)



大型設備投資、新製品開発も計画通り進捗

大型設備投資の状況



新製品開発

年間発売数KPI = 30品目

春15品を
発売



秋17品を
発売予定



前提

- ・中止している国内の広告は、年内再開しない想定
- ・インバウンドは期初想定通り（年間95億円）
- ・特別損失は上期計上分（79億円）を年間で織り込む。
※今後発生する費用がある場合には、追加で計上される可能性がある。
- ・為替は期初と比べて円安で想定（米ドル:150円（期初:135円））

期初想定との主な差異

（数字は対期初想定）

- ・売上 : 連結 ▲165億円（国内▲145億円、国際▲20億円）
- ・営業利益 : 売上減 ▲120億円 ※操業の影響や製品構成の影響を含む
広告減 +125億円
その他 ▲28億円 ※主なものは為替影響、廃棄費、物流費等

通期の見通し

| (単位：億円) | 2023年12月期 実績 | 2024年12月期 業績予想 (最新) | | | 2024年12月期 期初計画 |
|------------|-----------------------|------------------------|--------|-------|-----------------------|
| | 金額 | 金額 | 対前期 | 利益率 | 金額 |
| 売上高 | 1,734 | 1,690 | ▲2.6% | - | 1,856 |
| 営業利益 | 257 | 240 | ▲6.9% | 14.2% | 263 |
| 経常利益 | 273 | 255 | ▲6.7% | 15.1% | 275 |
| 当期純利益 | 203 | 121 | ▲40.5% | 7.2% | 205 |
| EBITDA ※1 | 317 | 319 | +0.4% | 18.9% | 342 |
| EPS | 268.16円 | 162.77円 | ▲29.3% | - | 275.76円 |
| ROE | 10.1% | 5.7% | - | - | 10.0% |
| 配当 | 101円 (中間43円、期末58円) | 102円 (中間43円、期末59円) | - | - | 103円 (中間44円、期末59円) |
| 国内事業売上高 | 1,304 | 1,205 | ▲7.7% | - | 1,350 |
| 国際事業売上高 ※2 | 422 | 480 | +13.5% | - | 500 |

※1 EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

※2 為替レート：150円/米ドル、21.0円/中国元

まずは補償と再発防止策をしっかりと進め、品質と安全を第一に、小さな信頼をひとつずつ積み重ねてまいります。

そのうえで、今後長期の目線で企業価値を向上させるべく、品質並びに人的資本を第一とする投資判断のあり方、事業ポートフォリオの再編の検討、キャッシュアロケーション・株主還元の方角性の見直し等、今後の発表に向け検討を進めてまいります。



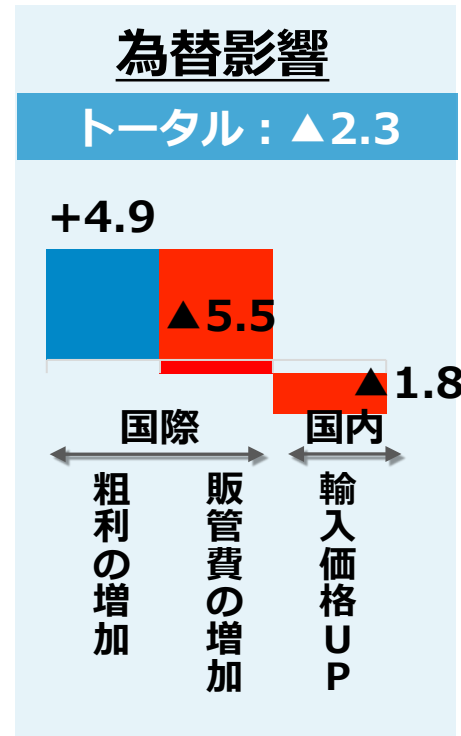
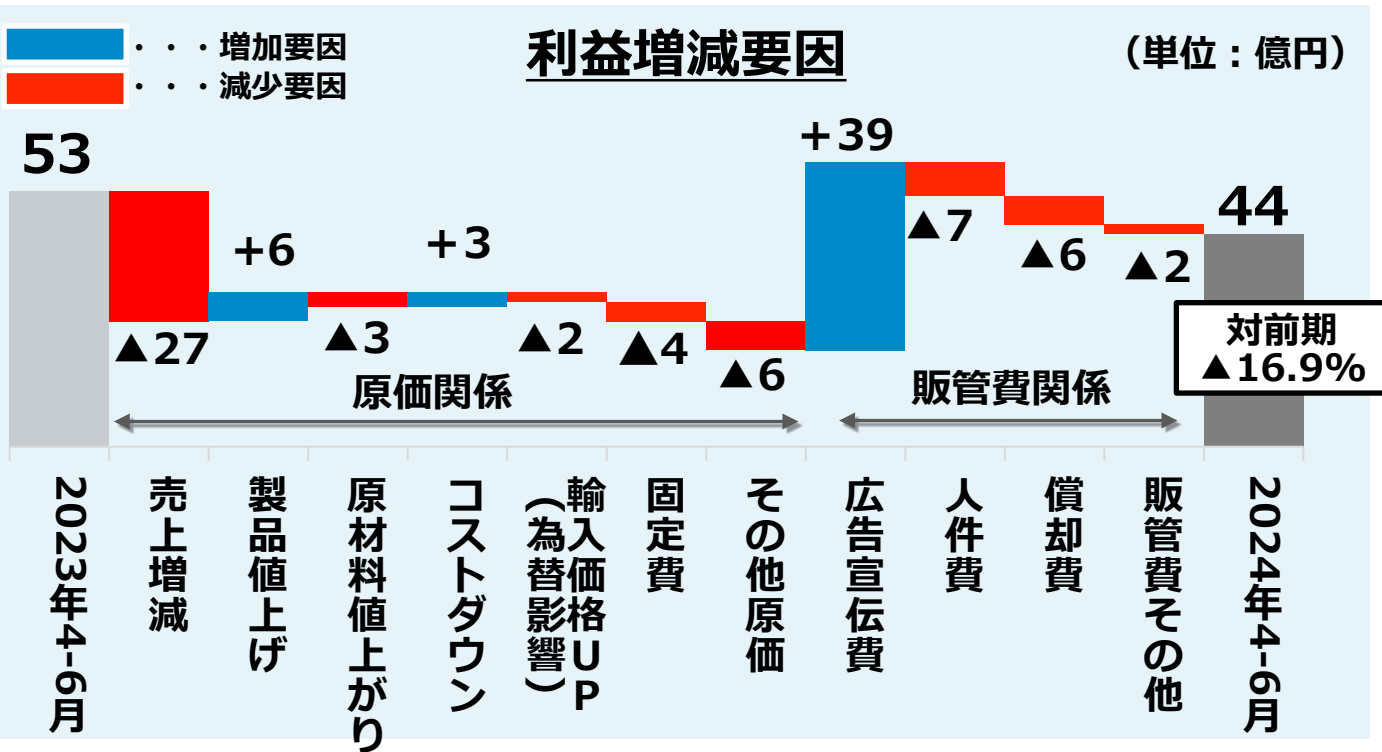
<注意事項>

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。

従って、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結果となる可能性があることをご承知おきください。

参考情報

第2四半期（4-6月）実績

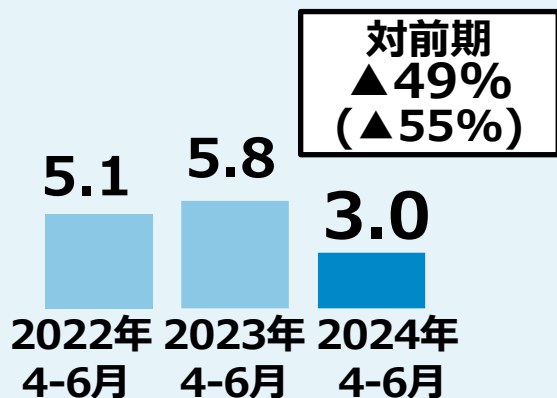


第2四半期 (4-6月) 実績

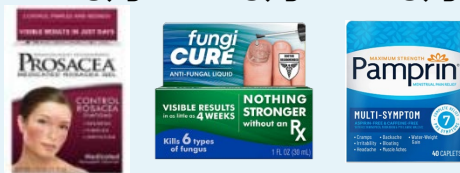
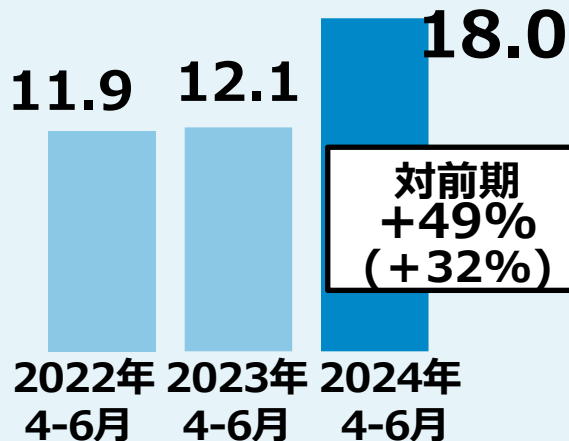
(単位：億円)

売上高 ※括弧内の%は為替除き

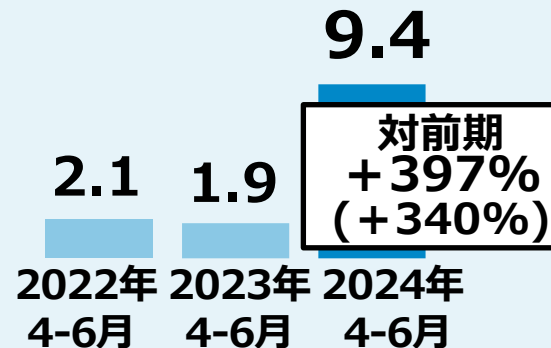
カイロ



医薬品



その他



第2四半期（4-6月）実績

（単位：億円）

売上高 ※括弧内の%は為替除き

カイロ

対前期
+22%
(+13%)

0.7 0.5 0.6

2022年 2023年 2024年
4-6月 4-6月 4-6月

熱さまシート

10.3

5.6

5.2

対前期
▲50%
(▲53%)

2022年 2023年 2024年
4-6月 4-6月 4-6月

その他

8.1

8.4

7.5

対前期
▲12%
(▲18%)

2022年 2023年 2024年
4-6月 4-6月 4-6月

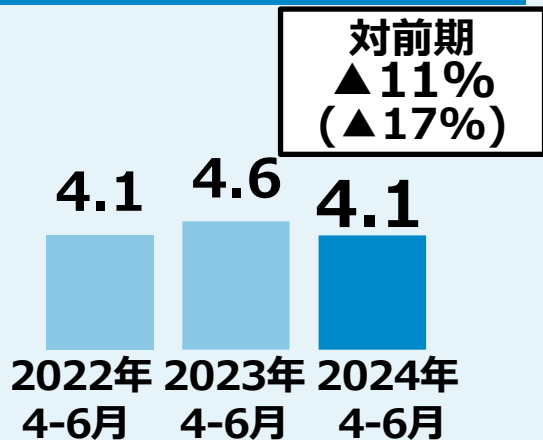


第2四半期（4-6月）実績

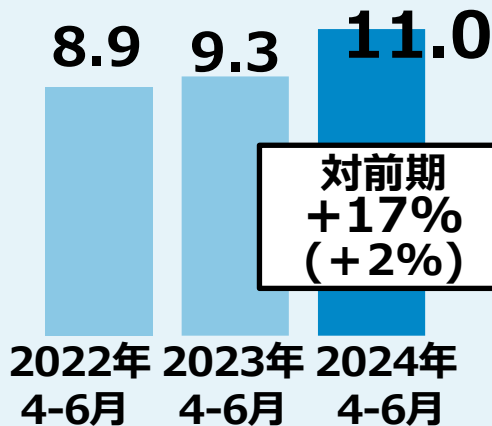
（単位：億円）

売上高 ※括弧内の%は為替除き

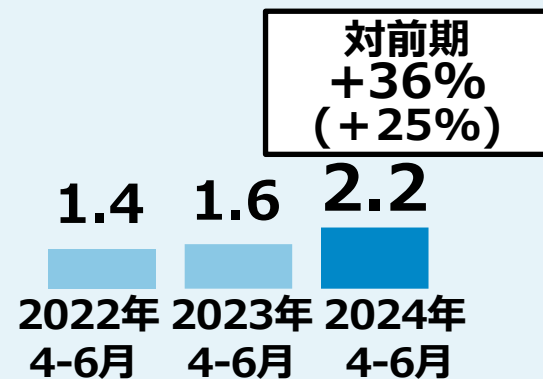
医薬品



熱さまシート



その他



| (単位：億円) | 2024年 | | | | |
|---------|-------|-------|--------|-------|--------|
| | 1-3月 | 4-6月 | | 1-6月 | |
| | 金額 | 金額 | 対前期 | 金額 | 対前期 |
| 売上高 | 364 | 366 | ▲8.7% | 731 | ▲0.7% |
| 売上総利益 | 209 | 198 | ▲14.5% | 407 | ▲4.1% |
| 率 | 57.4% | 54.0% | - | 55.7% | - |
| 営業利益 | 50 | 44 | ▲16.9% | 94 | ▲9.0% |
| 率 | 13.8% | 12.1% | - | 13.0% | - |
| 経常利益 | 54 | 49 | ▲17.2% | 104 | ▲6.6% |
| 率 | 15.0% | 13.6% | - | 14.3% | - |
| 当期純利益 | 9 | 4 | ▲89.2% | 14 | ▲81.7% |
| 率 | 2.7% | 1.3% | - | 2.0% | - |

| (単位：億円) | 2024年 | | | | |
|---------|-------|------|--------|------|--------|
| | 1-3月 | 4-6月 | | 1-6月 | |
| | 金額 | 金額 | 対前期 | 金額 | 対前期 |
| 広告宣伝費 | 32 | 15 | ▲71.7% | 48 | ▲44.2% |
| 率 | 9.0% | 4.2% | － | 6.6% | － |
| 販売促進費 | 9 | 8 | ▲2.2% | 17 | +9.0% |
| 率 | 2.5% | 2.4% | － | 2.4% | － |

| (単位：億円) | 2023年 6月末 | 2023年 9月末 | 2023年 12月末 | 2024年 3月末 | 2024年 6月末 |
|-------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| 流動資産 | 1,686 | 1,713 | 1,583 | 1,384 | 1,323 |
| 現金及び預金 | 911 | 871 | 715 | 624 | 520 |
| 受取手形及び売掛金 | 379 | 445 | 530 | 376 | 351 |
| 有価証券 | 83 | 83 | 83 | 83 | 83 |
| たな卸資産 | 278 | 284 | 220 | 269 | 308 |
| 固定資産 | 979 | 996 | 1,091 | 1,228 | 1,299 |
| 有形固定資産 | 431 | 451 | 476 | 603 | 657 |
| 無形固定資産 | 134 | 133 | 216 | 219 | 225 |
| 投資その他の資産 | 413 | 410 | 398 | 405 | 416 |
| 資産合計 | 2,665 | 2,709 | 2,674 | 2,612 | 2,622 |

| (単位：億円) | 2023年 6月末 | 2023年 9月末 | 2023年 12月末 | 2024年 3月末 | 2024年 6月末 |
|-----------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| 流動負債 | 489 | 475 | 561 | 509 | 459 |
| 支払手形及び買掛金 | 105 | 102 | 87 | 94 | 87 |
| 短期借入金 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 未払金 | 184 | 184 | 250 | 177 | 171 |
| 固定負債 | 90 | 88 | 65 | 53 | 65 |
| 純資産合計 | 2,085 | 2,146 | 2,048 | 2,049 | 2,097 |
| 資本剰余金 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 利益剰余金 | 1,973 | 2,017 | 2,056 | 2,023 | 2,028 |
| 自己株式 | ▲136 | ▲136 | ▲247 | ▲247 | ▲247 |
| 負債純資産合計 | 2,665 | 2,709 | 2,674 | 2,612 | 2,622 |

| (単位：円) | 2023年 1-12月 | 2024年 1-3月 | 2024年 1-6月 | 2024年 1-12月 予測 |
|--------|----------------|---------------|---------------|----------------------|
| 米ドル | 140.6 | 148.6 | 152.2 | 150.0 |
| 中国元 | 19.8 | 20.6 | 21.0 | 21.0 |

セグメント別業績（国内事業）①

| (単位：億円) | 2024年 | | | | |
|---------|-------|-------|--------|-------|-------|
| | 1-3月 | 4-6月 | | 1-6月 | |
| | 金額 | 金額 | 対前期 | 金額 | 対前期 |
| 売上高 | 261 | 286 | ▲12.9% | 547 | ▲5.2% |
| 売上総利益 | 147 | 155 | ▲18.3% | 303 | ▲9.2% |
| 率 | 56.6% | 54.4% | — | 55.5% | — |
| 営業利益 | 38 | 59 | +4.0% | 97 | +5.1% |
| 率 | 14.7% | 20.8% | — | 17.9% | — |

| | | | | | |
|-------|------|------|--------|------|--------|
| 広告宣伝費 | 25 | 4 | ▲90.6% | 29 | ▲59.0% |
| 率 | 9.8% | 1.4% | — | 5.4% | — |
| 販売促進費 | 4 | 4 | ▲16.1% | 8 | ▲4.0% |
| 率 | 1.7% | 1.5% | — | 1.6% | — |

| (単位：億円) | 2024年 | | | | |
|---------|-------|------|--------|------|--------|
| | 1-3月 | 4-6月 | | 1-6月 | |
| | 金額 | 金額 | 対前期 | 金額 | 対前期 |
| ヘルスケア | 155 | 143 | ▲15.3% | 298 | ▲3.5% |
| 医薬品 | 82 | 72 | ▲14.0% | 154 | ▲2.7% |
| 食品 | 17 | 13 | ▲43.7% | 30 | ▲26.4% |
| オーラルケア | 39 | 41 | ▲4.9% | 81 | +5.2% |
| スキンケア | 15 | 16 | ▲9.8% | 31 | +1.2% |
| 日用品 | 85 | 128 | ▲1.6% | 214 | +1.1% |
| 衛生雑貨品 | 24 | 30 | +2.7% | 54 | +4.2% |
| 芳香消臭剤 | 52 | 87 | ▲2.1% | 140 | +1.1% |
| 家庭用品 | 8 | 10 | ▲8.1% | 19 | ▲6.3% |
| カイロ | 4 | 2 | ▲69.2% | 7 | ▲60.1% |
| 通販 | 16 | 11 | ▲41.4% | 27 | ▲28.7% |

セグメント別業績（国際事業）①

| (単位：億円) | 2024年 | | | | |
|---------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 1-3月 | 4-6月 | | 1-6月 | |
| | 金額 (億円) | 金額 (億円) | 対前期 (%) | 金額 (億円) | 対前期 (%) |
| 売上高 | 101 | 79 | +11.3% | 181 | +16.7% |
| 売上総利益 | 59 | 41 | +4.4% | 101 | +15.5% |
| 率 | 58.8% | 51.7% | — | 55.7% | — |
| 営業利益 | 10 | ▲15 | — | ▲4 | — |
| 率 | 10.4% | — | — | — | — |
| 広告宣伝費 | 7 | 11 | +9.5% | 18 | +33.0% |
| 率 | 7.1% | 10.1% | — | 10.1% | — |
| 販売促進費 | 4 | 4 | +19.4% | 8 | +26.4% |
| 率 | 4.5% | 5.3% | — | 4.9% | — |

セグメント別業績（国際事業）②

| (単位：億円) | 2023年 | | | | | | |
|---------|-------|-------|---------|---------------|-------|--------|---------------|
| | 1-3月 | 4-6月 | | | 1-6月 | | |
| | 金額 | 金額 | 対前期 | 対前期 (為替除き) | 金額 | 対前期 | 対前期 (為替除き) |
| 米国 | 38.7 | 30.4 | +53.5% | +35.0% | 69 | +48.4% | +31.4% |
| 中国 | 28.0 | 20.6 | ▲25.0% | ▲32.3% | 48.6 | ▲11.7% | ▲19.0% |
| 中国大陸 | 21.0 | 13.3 | ▲31.1% | ▲36.9% | 34.3 | ▲15.5% | ▲21.2% |
| (店頭) | 13.3 | 6.1 | ▲35.2% | - | 19.5 | ▲16.2% | - |
| (大陸EC) | 6.2 | 4.8 | ▲50.9% | - | 11.1 | ▲18.8% | - |
| (越境EC) | 1.4 | 2.3 | - | - | 3.7 | +1.6% | - |
| (EC比率) | 36.5% | 54.0% | - | - | 43.3% | - | - |
| 香港地域 | 7 | 7.2 | ▲10.7% | ▲21.4% | 14.2 | ▲1.3% | ▲12.8% |
| 東南アジア | 27.0 | 17.3 | +10.8% | +2.8% | 44.4 | +16.6% | +8.4% |
| シンガポール | 1.9 | 0.7 | ▲24.2% | ▲40.2% | 2.6 | +10.1% | ▲5.4% |
| マレーシア | 8.6 | 4.7 | ▲25.7% | ▲32.9% | 13.3 | +6.1% | ▲0.3% |
| タイ | 7.0 | 4.9 | +35.0% | +26.6% | 12.0 | +30.1% | +22.1% |
| インドネシア | 2.7 | 4.0 | +141.1% | +134.1% | 6.7 | +29.0% | +20.9% |
| フィリピン | 3.5 | 1.7 | ▲21.2% | ▲27.8% | 5.2 | +43.1% | +30.3% |
| 台湾地域 | 3.2 | 1.1 | +41.7% | +32.1% | 4.4 | ▲11.4% | ▲18.1% |
| その他 | 8.0 | 11.0 | +31.2% | +16.6% | 19.1 | +23.2% | +8.7% |