

2019年12月期 第4四半期決算カンファレンスコール Q&A 概要
(2020年2月13日)

◆ 質問者：SMBC日興証券株式会社 竹内忍氏

Q1	新型コロナウイルスについて、中国の販売店や代理店の状況を伺いたい。
A1	日々状況が変化しており、徐々に営業を開始していますが、全部がフル稼働という状況にはありません。特にDIYに関しては、先ほど申し上げた通り、一定の影響を受けざるを得ません。 当資料を作成している段階から本日（2月13日）の夕方にかけても状況は変わっていますので、今後も大きな変化があればご報告いたします。また、IR情報ではありませんが、本日のプレスリリースにて中国に対する寄付を決定したことも発表していますので、併せてご参考ください。
Q2	新型コロナウイルスのDIYへの影響として、武漢周辺だけでなく中国全般で影響を受けているのか。
A2	その通りです。人の移動がかなり制限されている中、工事そのものやワンストップサービスなどに対する引き合いは、足元で少し弱いのが実態です。
Q3	資料 P9 のヒートマップにおいて、中国のDIYは市場が横ばいで、シェアが上がっている。地域や価格帯別の特色等の背景や詳細があれば、教えてほしい。
A3	中国のDIY事業は前年同期比+5%の増収です。市場全体はほぼフラットですので、当社のシェアは向上しています。 ご質問は、特級~4級の都市ごとの状況かと思いますが、引き続き1~2級が構成比の大半を占めており、特級及び3~4級の割合はそれぞれ同程度です。伸び率としては特級及び3~4級が大きく、構成比の大きい1~2級は他都市と比較すると伸び率は低くなっています。特級及び1~2級の塗り替え需要に対しては、ワンストップサービスを積極的に推進することで、第4四半期では高単価製品の販売増加につながり、売上はかなり貢献しています。 3~4級は構成比がまだ小さいものの、今後伸びる余地が大きいと考えています。全体として、大きなトレンドは変わっていないと認識しています。
Q4	DIYの3~4級都市の構成比について、通期もしくは第4四半期のイメージを伺いたい。
A4	申し訳ございませんが、資料に記載していない数字はフェアディスクロージャーの観点から開示しない方針です。今後は、事業戦略や市場のトレンドなどを中心に議論できればと考えていますので、ご理解のほどお願い申し上げます。

Q5	資料 P38 において、四半期ごとの業績推移を開示しているが、こちらは短信ベースの数字でよいのか。
A5	業績推移は短信ベースです。

Q6	四半期ごとの業績推移に関して、実質ベースの開示があればありがたい。
A6	実質ベースの開示については、日本基準 (J-GAAP) から国際基準 (IFRS) への移行や為替の影響などがあり、正確を期するには少し限界があります。その上で、ご要望は今後の検討材料とし、次回以降、なるべく分かりやすい開示につなげていきたいと思います。

Q7	中国における原材料費率は第 3 四半期から第 4 四半期にかけて大きな変化はなく、販促費等も第 3 四半期と第 4 四半期で大きな差はないのか。
A7	その理解で結構です。特に原材料費率は誤差の範囲と考えています。販管費は四半期で多少変動があり、例えば中国はプロモーションを今後も継続していきませんが、第 4 四半期で目一杯費用を使ったというわけではありません。

◆ 質問者：みずほ証券株式会社 吉田篤氏

Q1	中国の原材料の動向を確認したい。2020 年度の原材料価格は前期並みを想定しているとのことだが、石化系の樹脂や酸化チタン等の調達コストは上昇していないのか。
A1	先ほど申し上げた通り、需給の関係もありますが、ナフサなどの原材料価格は若干下がっています。また、当社の調達において、例えば武漢に特定の調達を依存している等の障害は特にありません。したがって、原材料費率は少なくとも上がることはない、と想定しています。 酸化チタン等の原料についても、契約によってかなり安定した価格での仕入が実現しています。武漢はリン酸と関わりのある材料を製造している会社があるのですが、当社の調達はありません。 繰り返しになりますが、何か特定の原材料について、急に需給が逼迫し価格が跳ね上がることもなければ、原材料が調達できないリスクも、少なくとも予見可能な将来においては無いとの報告を受けています。

Q2	新型コロナウイルスの影響で、材料メーカーの稼働率は低下しているのか。
A2	申し訳ございませんが、材料メーカーの稼働率までは把握していません。少なくとも私が報告を受けているのは、現時点での材料調達に問題がないという結果だけです。

Q3	オセアニアの業績について第3四半期の営業利益 29 億円を、通期業績から差し引くと第4四半期は 30 億円程度になり、ほぼ横ばいである。元々、第3四半期は1ヵ月分、第4四半期は3ヵ月分の業績と聞いていたが、横ばいの理由を教えてください。
A3	1月24日のテレフォンカンファレンスでもご説明しましたが、元々9月決算である DuluxGroup 社 (Dulux 社) の9月単月の1ヵ月分を当社第3四半期業績に組み入れました。9月の利益率は引当金の戻し入れなど諸々の調整がありますので、通常の利益率と比べるとかなり高めの数字が出ています。 一方、第4四半期については季節要因となります。12月はクリスマス等もあり、通常の利益率と比べれば低下する傾向にあります。2020年度の計画は償却前で12%弱になりますが、これが通年での実力の利益率と考えています。どうしても第3四半期の1ヵ月と、期末を加えた4ヵ月の中で凸凹があることを改めてご理解のほどお願い致します。

Q4	第3四半期の1ヵ月分と、第4四半期の3ヵ月分を比較すると、やはり第4四半期の利益水準の低さが気になるが、他に要因があれば伺いたい。
A4	先ほど申し上げた通りです。第4四半期は季節要因があるので通年と比べれば利益水準は低くなります。ガイダンスで示したように、通年でならせば12%弱(償却前)になります。

◆ 質問者：メリルリンチ日本証券株式会社 榎本尚志氏

Q1	資料 P19 に掲載されている Dulux 社の 2020 年度業績計画の前提を教えてください。決算短信では、2019 年度の実質的な売上収益は 1,381 億円なので、前年比+4~5%の伸びとなるが、その要因を伺いたい。また、2020 年度計画として営業利益が 170 億円と開示されているが、短信には 2019 年度の当期利益しか掲載されていないため、営業利益の伸び率と為替レートを教えてください。
A1	まず為替は 1 豪ドル=75 円を前提としています。2019 年の平均が約 74.72 円なので、為替要因による大きな変動は想定していません。 その中で売上収益は増収を予想しています。利益率については、マネジメントに対する残留手当等を 2020 年度に計上していることに加え、昨年は会計基準の差があること等から、同条件での比較が難しい状況ですが、いわゆる実力値ベースで見ると昨年と営業利益率はほぼ同じと考えています。 売上収益は 5~6%伸ばすものの、利益率は大きく変わらない計画ですが、営業利益額は増収分伸びる前提です。 Dulux 社はもともと 9 月決算であり、かつ会計基準も少し異なる中で前年対比を

	どう開示するか当社内で議論した結果、今回のレベルでの開示となりましたので、ご理解願います。
--	---

Q2	豪州では火災や洪水などの自然災害がかなり多いと思うが、その影響を考慮しても売上は伸びると考えてよいのか。
A2	森林火災は 2019 年 9 月から発生していますが、2019 年度の業績への影響は明確に現れていません。ただし、2020 年 1 月以降、特にガーデンケアやウッドデッキ向け等にはやはり多少の影響は出ると思いますが、新型コロナウイルスの影響度合いと同じレベルの自然災害ではないと現時点では考えています。 こちら大きな変化があればご報告しますが、現時点では、収益にプラスではないものの、著しく影響を受けることもないと思います。

Q3	Betek Boya 社 (Betek 社) の 2020 年度の売上収益計画 340 億円は、かなり伸びる前提であるが、背景や為替前提、営業利益等を前年度比で伺いたい。
A3	まず為替は 2019 年度の平均が 19.25 円であり、2020 年度は 18.24 円と計画しています。売上収益は実質ベースで約 25%伸びると見込んでいますが、営業利益については、1 月 24 日のテレフォンカンファレンスで申し上げた通り、買収後、戦略策定中のため広告費を抑制したことに加え、トルコリラ高の為替影響による原材料費の低減などの要因があり、2019 年度の 6 ヶ月間の利益率としては若干高めの実績となりました。 Betek 社はトルコのトップシェアメーカーですが、当社としてはシェアをさらに伸ばす絶好のタイミングと見て、積極的なテレビコマーシャルやプロモーションのために販管費を増やすことで売上収益を伸ばそうと考えています。 一方、営業利益については、昨年度は先ほど説明した要因で実力以上の数字であったため、実質ベースでは、ほぼ横ばいの約 31 億円 (通年) と計画しています。トルコについては、当社が買収を決断した 2018 年後半~2019 年前半にかけて経済的・政治的に非常に不安定で、かなり変動していましたが、2020 年度は、NIPSEA グループが全力を挙げてサポートし、積極的にシェアを獲得していきます。

◆ 質問者：ゴールドマン・サックス証券株式会社 中村修平氏

Q1	資料 P9 のヒートマップは第 4 四半期の状況だが、2020 年度の方向感も同様の形式で教えてほしい。
A1	P9 のヒートマップは新しい試みとして今回から作成しました。2019 年度のご質問は想定していましたが、2020 年度は想定していなかったため、多少の主観を交えて申し上げます。

	<p>自動車市場については、日本はやはり厳しめで軟調と見込んでおり、ヒートマップのカラーではダークブルーからライトブルーの間となり、若干シェアを落とす可能性があります。</p> <p>アジア（中国）の自動車は、新型コロナウイルスの影響が不透明なため、2020年度の見通しを出しにくい状況ですが、昨年第4四半期は中国の自動車市況が回復しポジティブに捉えていました。しかし、最終的な需要も含めて2020年度の市況は通年で下がると思います。ヒートマップのカラーとしてライトブルーなのかダークブルーとなるかは正直分かりません。当社としては、シェアは少なくとも横ばい、もしくはアップを目指します。</p> <p>米州の自動車についても、やはりライトブルーに近く、やや軟調と予想しています。ポジティブサプライズがあればいいですが、シェアは横ばいを前提としています。</p> <p>建築用市場は、日本において2020年に五輪需要が終わることや、（五輪開催に伴い）夏季は工事が止まる等、あまり良い市況ではないため、ライトブルー気味と思います。ただし、事業部は、むしろ軟調な市況でシェアをアップさせる心意気で取り組んでいます。</p> <p>オセアニアの建築は、市況がほぼ横ばいの中で、シェアアップを目指しています。米州（Dunn-Edwards社）は、市況もシェアもほぼ横ばいを見込んでいます。米州は2019年に西海岸エリアでの天候不順があったように、天候等の不確定要素はどうしても出てきます。大枠として大きく伸びるマーケットとは必ずしも捉えていませんが、シェアを維持するよう努力していきます。イメージにはなりますが、以上の想定をしています。</p>
--	---

Q2	Q1の想定であれば、日本市場での増益は難しいのか。
A2	<p>その通りです。1月21日の機関投資家様向けの説明会で詳しく説明しますが、2020年度の日本市場はグローバルカンパニーとしてのさまざまな基盤整備を計画していることに加え、自動車市況等を踏まえると一定程度の厳しさを想定せざるを得ないと考えています。</p> <p>したがって、日本セグメントが必ずしも増益となる前提はしていません。</p>

Q3	湖北省もしくは武漢周辺での売上はどの程度の規模なのか。昨年中国における売上収益は2,600億円弱かと思うが、その内の何割程度が新型コロナウイルスの影響を受ける地域の売上なのか教えてほしい。
A3	<p>中国全土ではNIPSEAグループ以外にも含めると50カ所以上の工場があります。その内の2つは湖北省、1つは河北省にあり、工場の規模には大小がありますが、数だけで言えば必ずしも大きな割合ではありません。一方、再開した工場の稼働</p>

	<p>率は約 3~4 割であり、非常にまだら模様であることは事実です。</p> <p>新型コロナウイルスの鎮静化に伴い稼働率が現状の 3~4 割から、一気に 8~9 割まで戻るかどうかも含めて、関連データの開示予定はありません。</p> <p>ただし、全体としては、新型コロナウイルスにより大きな影響を受けるわけではないと考えています。</p>
--	--

Q4	中国国内の地域ごとの売上構成比は、工場の分布状況と同じイメージと考えてよいのか。
A4	申し訳ございませんが、ご質問に関するデータは持ち合わせていません。

◆ 質問者：野村證券株式会社 岡寄茂樹氏

Q1	資料 P12 の NIPSEA 中国について、第 4 四半期の実質ベースの営業利益が 60 億円から 84 億円に増えている要因を教えてください。売上の上昇やインセンティブの増加、原材料価格の低下などが要因か。
A1	増収に加え、原材料費率が 4 ポイント改善しています。この 4 ポイントの改善は、単に市況だけではなくて、当社グループとしてのコストダウン効果、材料の見直しなど日々の改善活動の結果が現れています。原材料費率の低下は、これらの活動が非常に大きく貢献したと思います。

Q2	営業利益率の改善よりも原材料費率の改善が大きいですが、(売上を伸ばすための) 前向きなコストをかけた結果と理解してよいのか。
A2	その通りです。第 4 四半期で費用を抑えて利益を増やしたわけではなく、引き続きシェア獲得のために積極的な販促活動を行っています。ただし、当然のことながら戦略的に行っており、例えば、広告・プロモーションを打つべきかは現場で判断していますので、四半期によって費用の変動は出てきます。

Q3	中国事業では営業利益率の目標値を設定しているのか。
A3	特に中国においては最低限の利益率を維持しながらも、シェアを上げることを基本的な施策としています。営業利益率を大幅に犠牲にしてもシェアを取りに行くかという点では、当然バランスを図りますが、どちらかと言えば売上を伸ばしてシェアが向上することが、経営としての最重要課題と認識しています。

◆ 質問者：ジェフリーズ証券会社 東佳宏氏

Q1	中国で売上収益を伸ばしシェアを獲得していると思うが、欧米系の競合他社はむしろ利益率を重視して、値上げを行い、数量は低下する利益重視の戦略を選択している理解で正しいのか。
----	--

	正しい場合、なぜ御社は欧米系の競合他社とは真逆の戦略を選択しているのか。現在伸びている市場だから今のうちにシェアを獲得しておく戦略なのか、もしくは店舗網の密度が上がれば効率の改善によって利益回収ができるからなのか、あるいは自然体で営業していればシェアが獲得できる状況なのか、背景を教えてください。
A1	<p>競合他社の見方も徐々に変化しています。数年前は中国での一番の競合ブランドは AkzoNobel 社の Dulux ブランドでしたが、現在は比較的中国ローカル企業が競合してきています。これらの企業は必ずしも利益重視の戦略ではないため、競合するケースが増えています。</p> <p>そのような状況下、当社は伸長する中国市場でいかにプレゼンスを上げるかを重視しています。プレゼンスを上げるために多少費用を増やしたとしても、結果的には後々かなり利益に寄与すると考えています。ただし、この戦略を必ずしも永続的に行うわけではありません。市場の伸び率が鈍化するまでに最優位なポジションを取るために、当面はシェア向上を重視していきます。</p> <p>DIY 市場は比較的横ばいですが Project 市場は拡大しています。Project 事業は利益率が非常に高いわけではありませんが、塗料需要のロットが大きいことに加え、大手デベロッパーとの関係を強化することにより、インフラ投資を継続する中国において、当社が優位性を保ち、かつ向上させることができると考えています。</p>

◆ 質問者：モルガン・スタンレーMUFG 証券株式会社 藤田知未氏

Q1	日本事業における第4四半期の実質ベースについて、市況が多少悪いとはいえ利益水準が低いのではないかと。今後投資を実施することだが、具体的にどのような投資なのか。また、この投資は即効性がありすぐに固定費削減に現れるのか、それとも来期にかけては固定費の負担等が多少重くなるのか教えてください。
A1	ご指摘の通り、日本の利益率は満足していません。中長期的、サステナビリティの観点からの投資を考えています。したがって、即効性については現在まさに検討中であり、投資の考え方は2月21日の説明会で社長兼 CEO の田中正明からもう少し説明いたします。即効性を重視し、コストを削減して収益を改善するというよりは、しっかりと投資を行い、省力化あるいは従業員の高齢化等に対応した自動化を含めて、長期的に安定して成長可能な体制にしたいと考えています。

以上