



2025年6月2日

各 位

会社名 オカモト株式会社  
代表者名 代表取締役社長執行役員 岡本邦彦  
(コード番号：5122 東証プライム)  
問合せ先 取締役常務執行役員 田中祐司  
(TEL 03-3817-4121)

### 2025年3月期決算に関する質疑応答について

当社が2025年5月30日（金）に開催いたしました2025年3月期決算発表会での質疑応答の要旨は以下のとおりです。

※本資料の記載の内容は決算発表会での質疑応答をそのまま書き起こしたのではなく、ご理解いただきやすいように一部加筆修正をしております。あらかじめご了承ください。

- Q. コンドームの市場は成長市場でありオカモトは薄さの技術で勝負ができると思うが、アジア以外の欧米での積極的な展開は考えているか。
- A. それぞれの地域毎に強いブランドがあるので、各地の消費者に届くような切り口を考えている。例えば数年前フランスで、処方箋があればコンドームが支給されるという政策に着目し投資した結果、シェアを獲得した。時間は必要だと考えているが、積極的な展開は行う予定だ。
- Q. 他にない特長がある製品があれば、海外でも一気にマーケットを取れる可能性がある。海外のコンドーム事業について、どれくらいの期間でどれくらいの成長を目指しているか。
- A. 今までの10年で見ると着実に成長している。一足飛びに成長するということにはならないが、ブランド認知度を高め着実に伸ばしていきたい。
- Q. コンドームの海外展開においてFDA等、許認可の難易度は？
- A. 医療機器という観点からすると専門的な知見が必要。費用は予算に組み込んでいるが、国によっては許認可が下りるのに1年～1年半がかかる。知見、経験の蓄積はあるが、時間がかかるのが現状。
- Q. ゼロワン、ゼロゼロスリーは海外でも戦える商品だと思うが、製造のキャパシティは問題になるのか。
- A. キャパシティ拡充は設備投資に組み込み済みで、昨年日本とタイの工場については増強している。特に高価格帯への投資は継続する。中国の工場も活用していく。
- Q. リサイクルビジネスの見通しは。
- A. 製造の中で出るロスを徹底的に再利用等で減少させたり、リサイクル材を使用した製品を生み出したりしている。ご理解をいただけるお客様へご購入いただき、確実に売り上げは伸びている。

Q. 米国の関税政策についての対策や想定はあるか。

A. 基本的には関税の増加額分についてはお客様のご理解を得ることが必要。内部努力を上回る分はお客様にご理解いただく形になる。

Q. 国内外の設備投資を積極的にするというので省力化という発言があったが、省力化が中心で増産はしないのか。

A. 省力化することは生産性の効率化になるので、増産に繋がると考えている。省力化することで既存設備の徹底的な効率化に努める。

Q. 岡山工場の活用について教えて欲しい。

A. 西日本に拠点が無かったので、生活用品関係の半製品を岡山工場で作成し加工したり、フィルム関係の拠点倉庫として活用する予定。

Q. PBRは1.0前後で推移している。単年のフローからは成長に向けた資本投下はされていることは見受けられるが、今後アセットを軽くしてPBRやROEを改善する意味合いでも、ストックされた現預金や有価証券などを活用していくことは考えているか。

A. 資産の効率を良くして株価向上に繋げるのは経営の基本だと考えている。ただ、過去からのストックを短期的にまとめて売却処分することが必ずしもベストなソリューションにはならないと考えている。政策保有株式については、不必要と判断した場合は適宜処分を行い、それを設備投資等必要と思われる事業に積極的に投下している。また、M&Aも積極的に考えているが、経営ノウハウを持っていない畑違いの分野には進まずに、当社がマッチすると判断したところに投資していく。

Q. 自動車内装材、コンドーム、手袋について、それぞれ市場動向と今後の見通しを教えて欲しい。

A. 自動車内装材については、当社は日系メーカーが売り上げの大半を占めているので、中国市場での日系メーカーの苦戦の影響は大きい。現地系メーカーへの拡販も図っているが、今期も日系メーカーの状況次第であることは大きくは変わらない見込み。北米は足元の実需として悪くはないが、通商政策如何であり不透明な状況。

コンドームについては、比較的堅調であり、基本的には市況は経済状況にリンクしている。国内人口が減少している中で、持ちこたえている産業なのでは。中国では景気減速の影響が市況にも出ており、高価格帯品は堅調だが、中～低価格帯品は厳しい。高価格帯と低価格帯への二極化が進んでいる。

手袋については、市況は厳しい。最大の理由はコロナ禍においてサプライヤーが増えたため、過当競争が起きていること。当時は世界的に手袋不足を解消するために助成金や補助金が出て平時から見れば過剰に製造されていたので、その影響が残っている。

Q. コンドームについて。昨期、高級コンドームやアジア圏に注力したことは間違っていないと思うが、結果としては物足りなく感じる。今後3年の見通しを教えて欲しい。

A. アジア圏を伸ばしきれなかった面はある。中国の景気減速の影響はあるが、ASEAN諸国で想定に届かなかった。今後、中国以外のアジア諸国で売上を伸ばすことは必須であると考えており、この地域に対するプロモーションは今期も積極的に行っていく。許認可があるのでスパンは3年よりは長くなるが、目標に対してリカバーしたい。

Q. 社外取締役は消費者市場に通じている人材がない。そういったスキルを持った社外取締役は必要ではないか。

A. 現在の社外取締役の方々は事業再生等に通じており、今回1名新任候補の方は、非常にアクティブで様々な業界に携わっている。現状でも幅広い知見で間違いなく当社の力になってもらえると考えている。

以 上