



2023年12月期 第2四半期業績説明資料

2023/08/08

代表取締役社長CEO 川端克宜

アース製薬株式会社

エグゼクティブ・サマリー



23.2Q決算

売上高 : 903億円 (計画比96.6% ▲31億円)

営業利益 : 99.2億円 (計画比91.9% ▲8.8億円)

- 虫ケア用品はシェア上昇に伴い増収となるが、計画未達
- 日用品は外部環境変化に伴い、入浴剤・マスクが減収・計画割れ
- 原材料価格高騰の影響は価格改定施策でリカバリーしたが、売上構成の変化が利益に影響
- 経費は計画の範囲内で進捗
- 海外はASEAN中心に成長、中国は前年・計画ともに下回る厳しい推移

下期見通し

上期の利益計画未達分は十分にリカバリー可能、通期業績見通しは変更しない

- 下期取り組み内容
 - 虫ケア用品の下期計画上振れ、返品削減
 - 価格改定施策の追加実施
 - 秋季新製品発売、リニューアルの実施
 - 経費コントロールの実践



アース製薬

2023年12月期 第2四半期業績概要

業績ハイライト



(単位：億円)

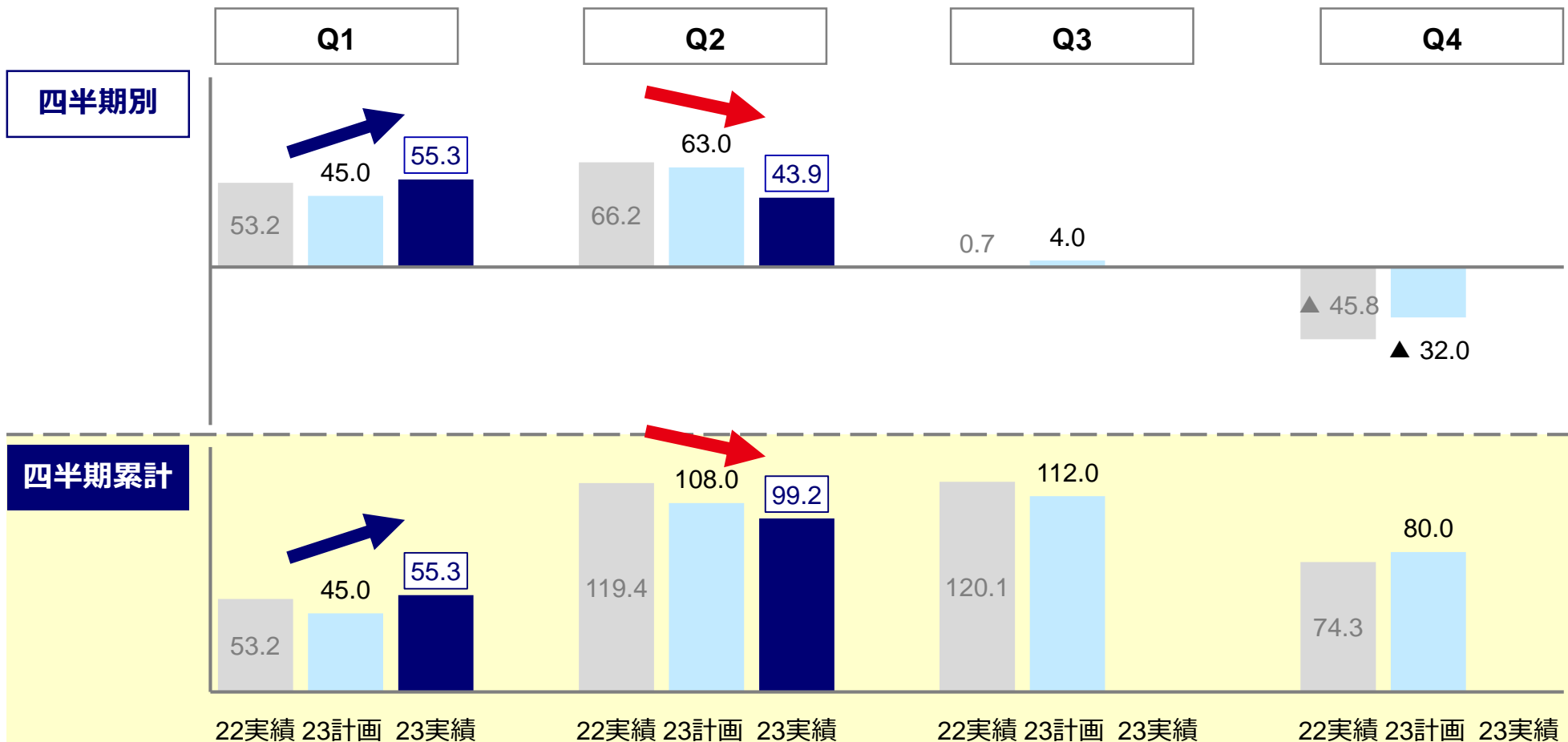
- 増収・営業減益、計画に対して売上・利益とも下回るが、下期のリカバリーが可能な範囲
- 国内虫ケア用品はシェア上昇に伴い前年を上回る一方、日用品は入浴剤・マスク中心に苦戦
- 原材料価格高騰の影響は価格改定施策でリカバーしたが、売上構成の変化が利益に影響

| | 実績 | 計画比 | 前年同期比 | ポイント |
|-----------------|--------------|--------|--------|---|
| 売上高 | 903.2 | 96.6% | 101.1% | <ul style="list-style-type: none">虫ケア用品は計画未達なものの、前年を上回る推移入浴剤、マスクの減収・計画未達の影響 |
| 売上総利益 | 389.8 | 94.9% | 97.6% | <ul style="list-style-type: none">価格改定効果：前期比+23.2億円、計画比▲5.6億円売上構成の変化の影響で粗利率が計画を下回る |
| 販管費 | 290.6 | 95.9% | 103.8% | <ul style="list-style-type: none">広告宣伝費、研究開発費の期ズレ分も含み、一般的に予算の範囲内で推移 |
| 営業利益 | 99.2 | 91.9% | 83.1% | <ul style="list-style-type: none">2Q時点では計画未達となるも、リカバリー可能な水準 |
| 親会社帰属 四半期純利益 | 70.4 | 102.0% | 82.0% | <ul style="list-style-type: none">計画比で税負担が軽減、純利益計画達成 |

営業利益の進捗（四半期別・累計）

（単位：億円）

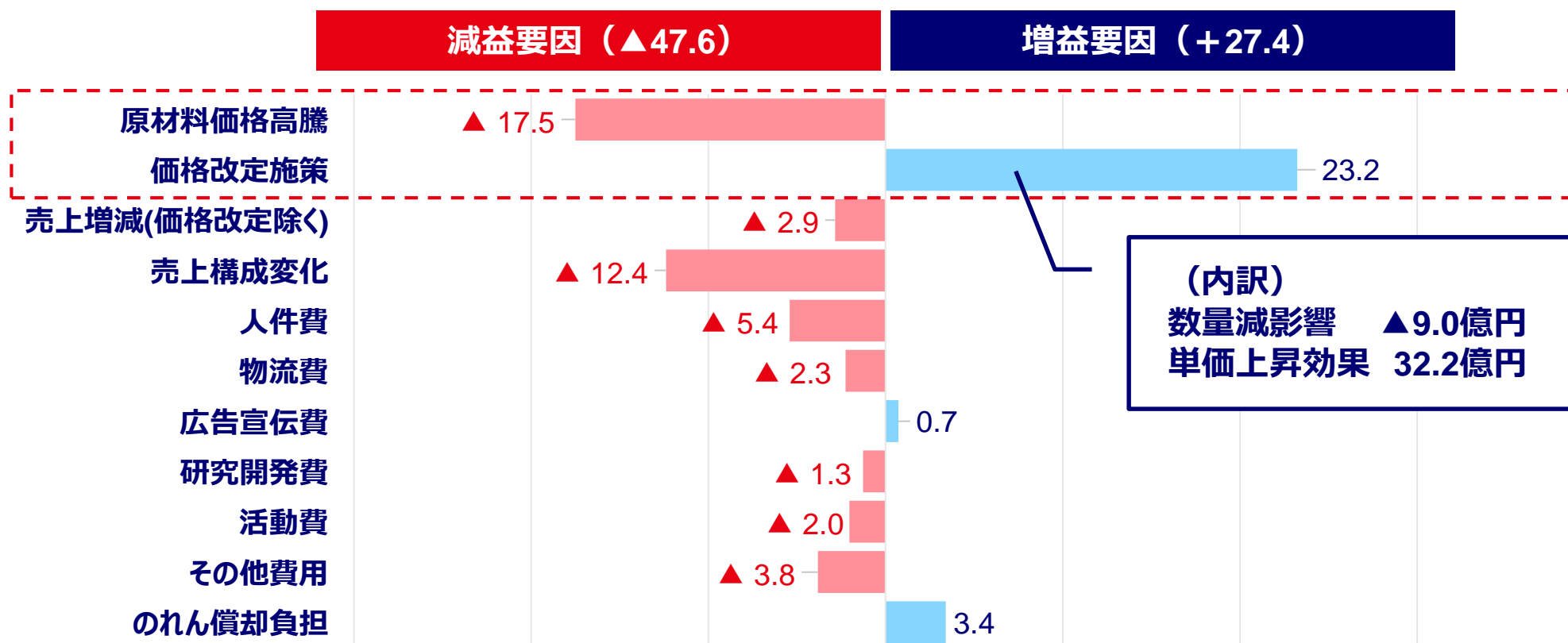
- 第2四半期（4～6月）の利益計画未達が上期業績に影響
- 原材料価格高騰の影響は下期以降緩やかになる想定



営業利益変動要因（前年同期比）

（単位：億円）

- 原材料価格高騰の影響（▲17.5億円）は価格改定施策（+23.2億円）によりカバー
- 価格改定により対象品目の数量は前期比85%となったが、単価上昇効果が上回る
- 価格改定品を除いた部分の売上構成の変化や各種販管費の増加が利益を圧迫



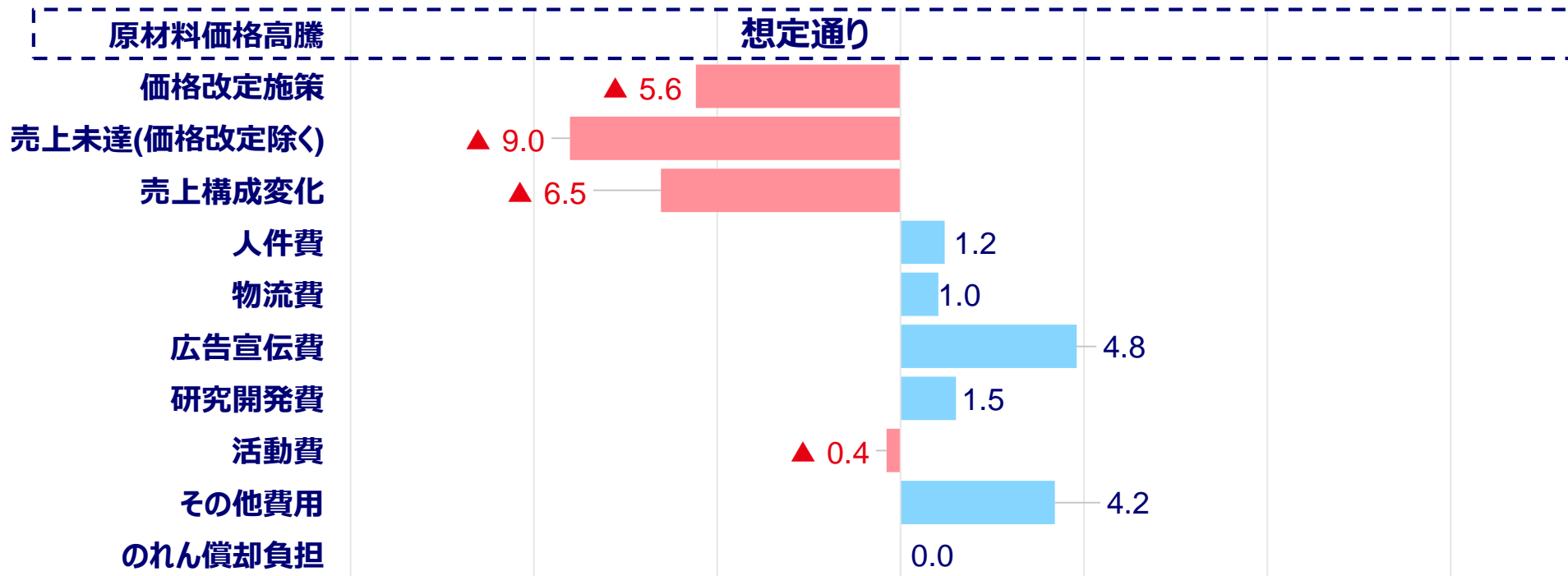
営業利益変動要因（計画比）

（単位：億円）

- 価格改定施策により単価は想定どおり上昇したが、対象商品の数量は計画比93%と未達
- 収益性の高い製品群の売上計画未達及び売上構成変化の影響が、利益を圧迫
- 費用については計画の範囲内で進捗

減益要因（▲21.5）

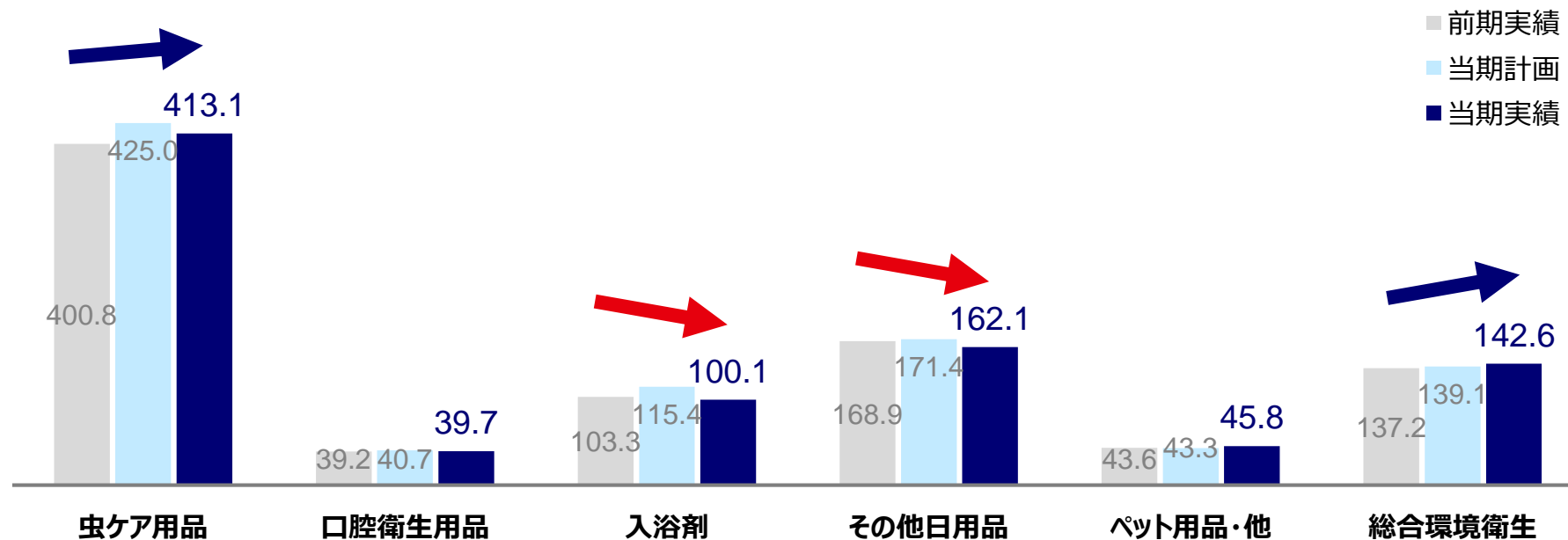
増益要因（+12.8）



部門別売上高

（単位：億円）

- 虫ケア用品 : 国内は前年を上回り、海外ではASEAN中心に成長
- 日用品 : 事業環境変化に伴う入浴剤・マスクなどの減収・計画割れが影響
- 総合環境衛生 : 年間契約の獲得が順調に進んだことで増収



| | | | | | | |
|------|-------|------|-------|------|------|------|
| 前期差額 | +12.2 | +0.5 | ▲3.2 | ▲6.8 | +2.1 | +5.3 |
| 計画差額 | ▲11.9 | ▲0.9 | ▲15.3 | ▲9.3 | +2.4 | +3.6 |

国内虫ケア用品の状況

*外部顧客向け（内部相殺分除く）

6月末の市場状況、当社市場シェア

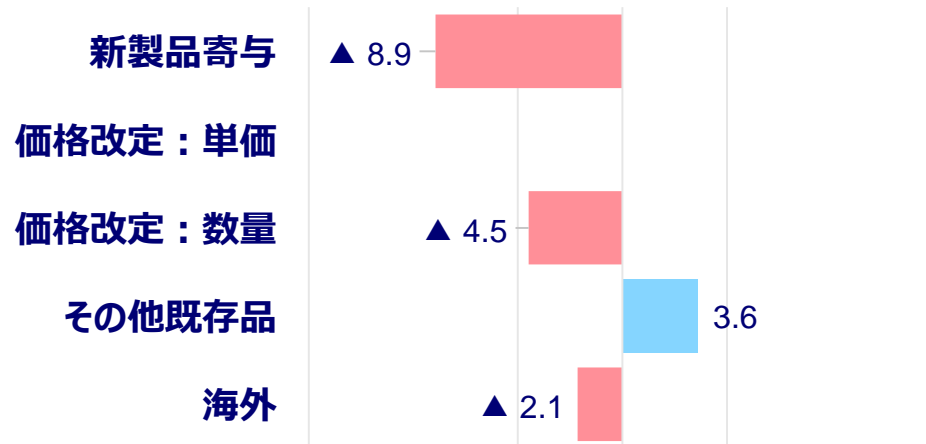
【市場前期比】

【当社市場シェア】

100.3% **57.3% +0.9pt**

- 気温は過去5年平均に比べて、やや高めの推移
- ハエ・蚊用、虫よけ用が前年を下回る一方で、ゴキブリ用、不快害虫用が市場の伸びをけん引

売上増減要因（計画比）



新製品の動向

- マモルームエッセンス パール

計画比 **185%**



- マモルームエッセンス スティック

計画比 **88%**



基幹商品の動向

- ブラックキャップ

計画比 **101%**



- アースノーマット

計画比 **94%**



国内入浴剤の状況

*外部顧客向け（内部相殺分除く）

6月末の市場状況、当社市場シェア

【市場前期比】

【当社市場シェア】

93.0% **45.1% ▲2.0pt**

- コロナ禍に伴う需要の盛り上がりが一段落、市場は前年を下回るも、コロナ前の規模は上回る
- 主要剤型が前年を下回る一方、エンジョイ・子ども向け商材のみ伸長

新製品・BARTHの動向

- 温泡 Kids

計画比 **110%**



- 中性重炭酸入浴剤 BARTH

計画比 **88%**



基幹商品の動向

- 日本の名湯シリーズ

計画比 **99%**



- きき湯

計画比 **91%**



- 温泡

計画比 **85%**



- バスクリン・バスロマン

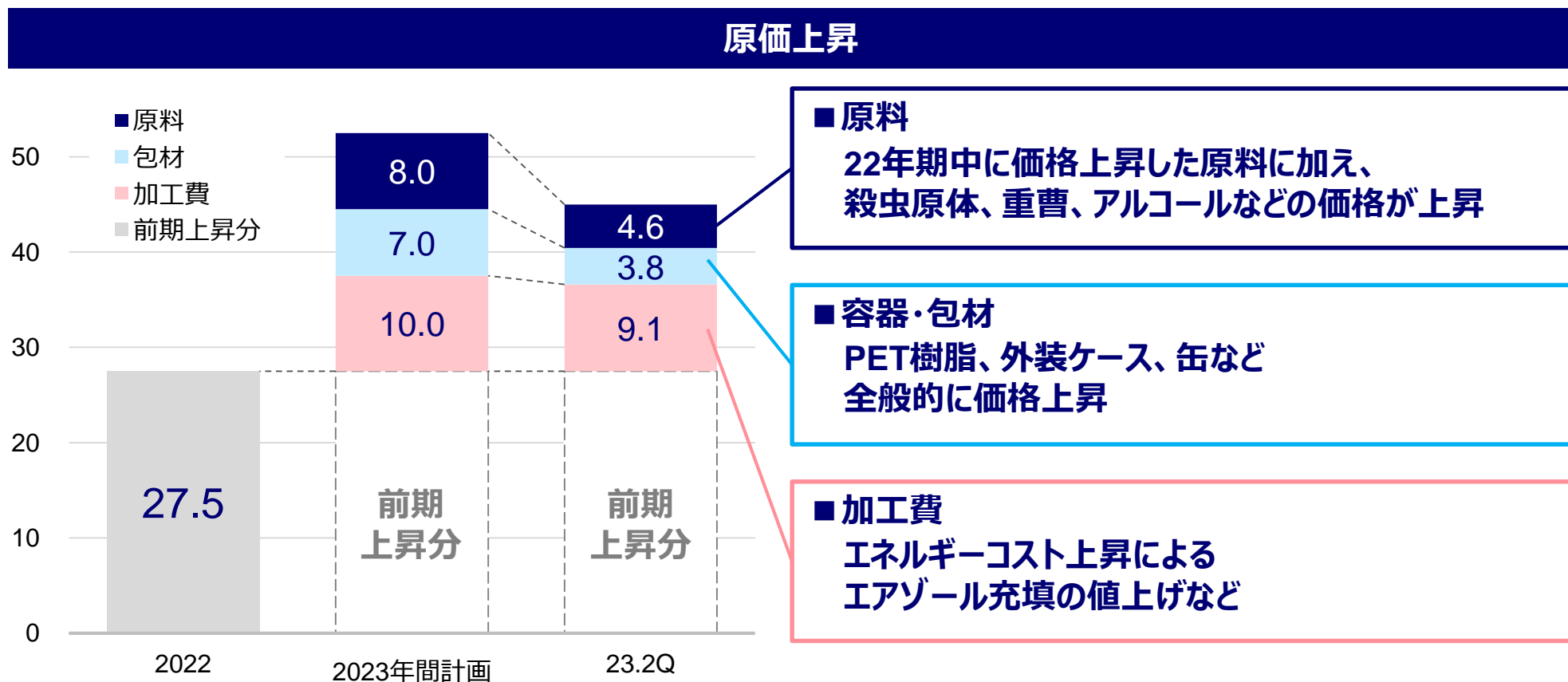
計画比 **85%**



原価の状況

(単位：億円)

- 年間25億円の影響額に対して2Q時点の影響額は17.5億円
- 当初から影響は上期に偏ることを前提としており、概ね想定通りの進捗



販管費の状況

(単位：億円)

- 広告宣伝費・研究開発費の期ズレなどはあるものの、
全般的に予算の範囲内に収まり、2Q時点では計画比▲12.3億円

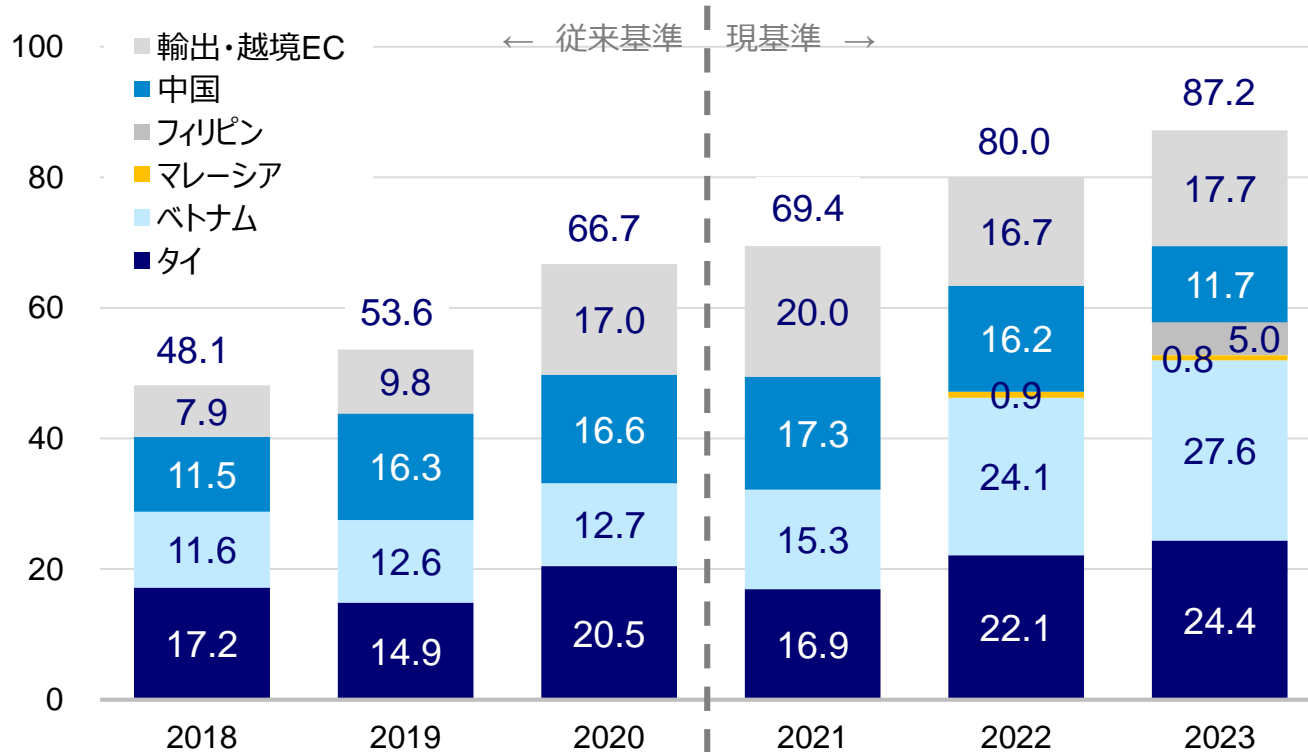
| | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 計画対比 | ポイント |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|--------------------|
| 人件費 | 101.7 | 108.3 | 107.1 | ▲ 1.2 | |
| 運送費 | 23.1 | 24.9 | 23.3 | ▲ 1.5 | |
| 保管料 | 13.1 | 14.6 | 15.1 | 0.5 | 在庫増に伴う増加 |
| 広告宣伝費 | 42.7 | 46.8 | 42.0 | ▲ 4.8 | 期ズレ分含む |
| 販売促進費 | 5.9 | 6.3 | 5.5 | ▲ 0.8 | |
| 研究開発費 | 14.2 | 17.0 | 15.5 | ▲ 1.5 | 期ズレ分含む |
| 減価償却費 | 7.1 | 7.9 | 7.9 | 0.0 | |
| のれんの償却費 | 4.2 | 0.8 | 0.8 | 0.0 | BARTH分ののれんの償却費は暫定値 |
| 旅費交通費 | 5.9 | 7.2 | 7.2 | 0.0 | |
| 交際費 | 2.6 | 2.9 | 3.3 | 0.3 | |
| 支払手数料 | 6.2 | 8.8 | 7.0 | ▲ 1.7 | 支払ロイヤリティの減少など |
| 販売手数料 | 6.6 | 6.7 | 6.1 | ▲ 0.5 | |
| 雑費 | 3.4 | 6.1 | 3.9 | ▲ 2.2 | |
| その他 | 43.2 | 44.6 | 45.9 | 1.1 | |
| 販管費 計 | 279.9 | 302.9 | 290.6 | ▲ 12.3 | |

海外業績

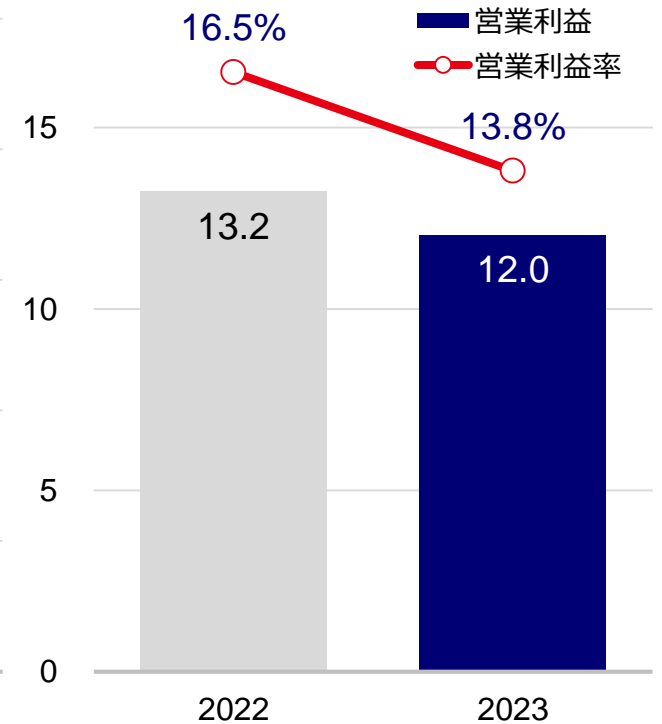
(単位：億円)

- タイ（前期比 110%）・ベトナム（同 114%）中心に順調に成長
- 中国（前期比 72%）はECでの販売不調が影響
- 原材料価格高騰の影響は落ち着くも、中国の販売不振が影響し、2Q時点の営業利益率は低下

海外売上高（越境EC含む）

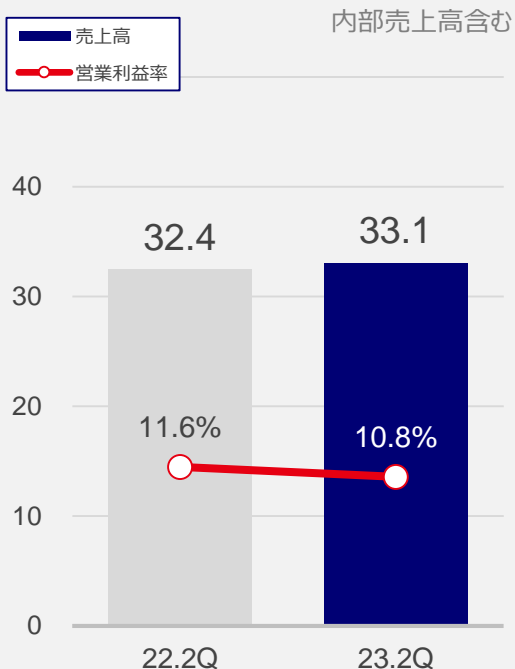


海外営業利益（単純合算）



国別詳細：タイ

現地法人業績（億円）



現地通貨ベースでの実質的な売上前期比：96%

2Qまでの振り返り

- 虫ケア、芳香剤で順調にシェア拡大
- 実質前期割れの主な要因は、内部売上高の減少
- 原材料価格高騰トレンドが落ち着き、粗利率改善
- 販管費は計画内でコントロール

今後の取り組み

- 23年虫ケア用品市場シェア19.0%（シェアNo.2）へ向け、チャネル別の営業強化
- 粗利改善に向けた取り組み
 - 原材料価格交渉
 - セカンドサプライヤ開拓
 - 生産性向上
- 芳香剤カテゴリーの価格改定
➡売価10～15%

展開カテゴリー

- 虫ケア用品
- 芳香剤
- マウスウォッシュ

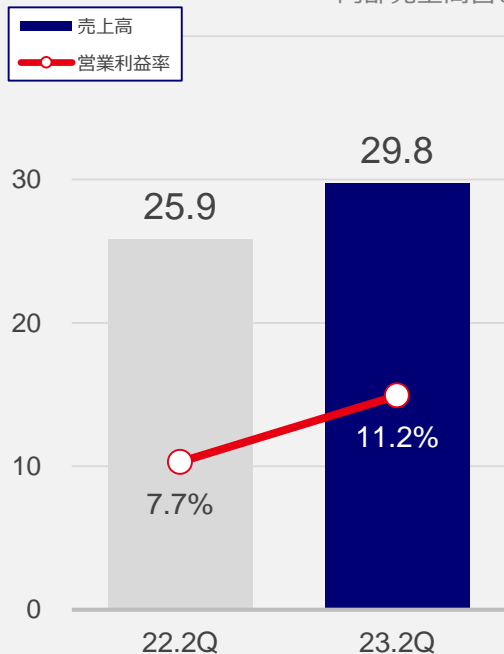


国別詳細：ベトナム

現地法人業績（億円）

現地通貨ベースでの実質的な売上前期比：110%

内部売上高含む



2Qまでの振り返り

- 展開カテゴリで売上が好調に推移
- MTに対する虫ケア用品の棚割り改善提案により、店頭展開数を拡大
- 原材料価格高騰トレンドが落ち着き、粗利率改善
- 増収に伴い、営業増益達成と共に、営業利益率改善

今後の取り組み

- 配荷件数の拡大による市場シェアの上昇を目指す
 - 虫ケア：8.8%→11% (No.3)
 - 芳香剤：20.7%→24% (No.2)
- モンダミンの導入企業数の拡大

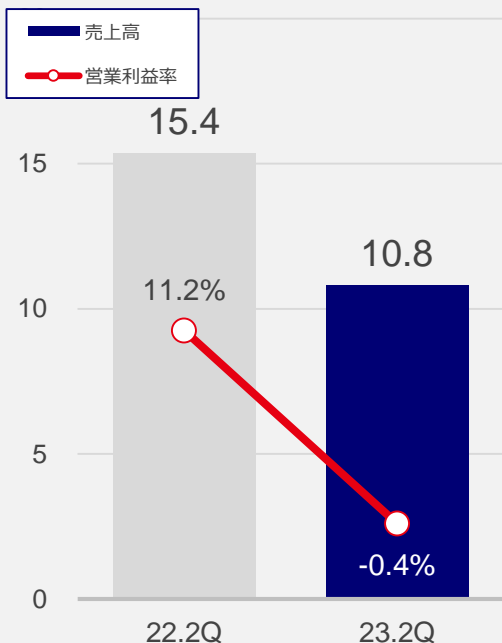
展開カテゴリ

- 洗剤
- 芳香剤
- 虫ケア用品



国別詳細：中国

現地法人業績（億円）



展開カテゴリー

- 虫ケア用品
- 日用品
- 洗口液

現地通貨ベースでの実質的な売上前期比：72%

2Qまでの振り返り

- 「618セール」はカテゴリーごとに売上げ格差が生じ、2大プラットフォームでの売上は大幅減
- 618セールに伴い販促費を投下し、販促費率上昇
- COVID-19の規制撤廃の反動により、活動費等が増加

今後の取り組み

- 展開カテゴリーの製品の在り方を見直し
 - SKU数の見直し、削減
 - 洗口液、洗剤などの年間定番商品の展開
- 京東以外のECチャネルの活用とリアルチャネルの展開強化
- システム導入によるコストの適正管理

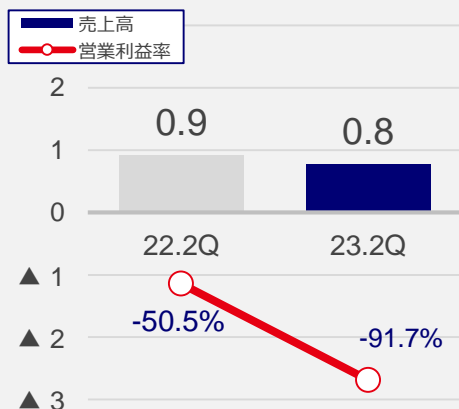


国別詳細：マレーシア・フィリピン

現地法人業績（億円）

現地通貨ベースでの実質的な売上前期比：84%

マレーシア



2Qまでの振り返り

今後の取り組み

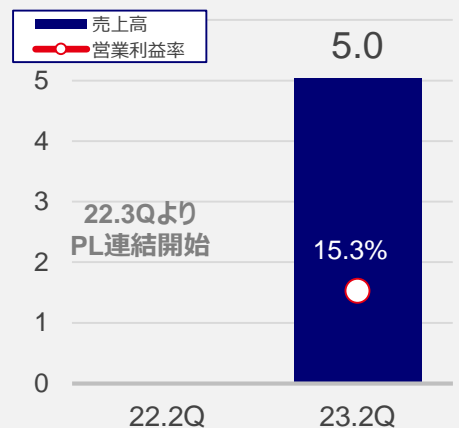
- 営業人員不足により計画通りの営業活動できず
- (その他)
- 2019年に現地法人設立。直後にCOVID-19が拡大し、実質的に活動休止
- 2022年より新規にPL連結を開始

- 人員増を進め、営業体制を構築
 - 商談件数UP
 - 配荷件数UP
 - 市場の80%を占める西マレーシアエリアの強化
- 棚割り提案
- 取扱いSKU数の増加

現地法人業績（億円）

現地通貨ベースでの実質的な売上前期比：—

フィリピン



計画に対する進捗

下期以降の取り組み

- 計画以上の売上、営業利益を獲得
- リスティングフィーとの見合いから、新製品投入を厳選して実施
- (その他)
- 現地ローカル企業のM&A実施、株式66.7%取得

- 虫ケア内の参入カテゴリーの拡大
 - 蚊取り線香、虫よけ
- 小売の業態ごとに得意とする商材に合わせた提案
- 既存品の納品件数UP
- 棚割り提案・改善



今後の取り組み・通期業績見通し

価格改定施策の追加実施

- 入浴剤、洗口液の一部について、9月から価格改定を追加実施（当初計画外）
- 単品の価格改定幅は5～7%

対象商品（一例）



『温泡』各種



『モンダミン プレミアムケア』各種（1,080mL以上）

対象商品

45sku

秋季新製品発売・リニューアルの実施

- 秋季新製品は当初計画に織り込んでおらず、追加の売上・利益貢献を見込む
- 秋冬の虫ケア用品需要を掘り起こし、新たな市場を創造する意欲的な新製品をローンチ
- 入浴剤では、主力品の大型リニューアルにより下期の計画を上回る売上を見込む

虫ケア用品



日用品



通期計画の達成に向けて



(単位：億円)

- 2Q時点の営業利益は99.2億円（計画比▲8.8億円）だが、
足元の状況や今後の取り組みにより、下期でのリカバリーは十分に可能と考える

| 内容 | ポイント |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">虫ケア用品の下期計画上振れ | <ul style="list-style-type: none">7月の出荷が計画を上回る好調な推移流通在庫は順調に消化しており、返品の良い化が見込まれる秋冬の虫ケア用品売場の拡張、無返品アイテムの拡大に取り組む |
| <ul style="list-style-type: none">価格改定施策の追加実施（9月～） | <ul style="list-style-type: none">日用品（入浴剤、モンダミン）45SKUの価格改定を実施単品の価格上昇幅は5～7% |
| <ul style="list-style-type: none">計画外の新製品・企画品の発売『きき湯』リニューアルによる売上増 | <ul style="list-style-type: none">秋冬の虫ケア用品需要の開拓『きき湯』の抜本的なリニューアルを実施計画に織り込まれていない新製品を含み、計36SKU発売 |
| <ul style="list-style-type: none">経費コントロール | <ul style="list-style-type: none">在庫適正化による保管料の削減予算内容の精査 |

2023年 計画ハイライト

前回発表から修正なし



(単位：億円)

■ 下期の取り組み、リカバリー施策を踏まえ、2023年2月公表の計画から変更なし

| | 2023 計画 | ポイント | 2022 実績 |
|------------------|---------|---|---------|
| 売上高 | 1,600 | <ul style="list-style-type: none">販売数量増、高単価製品のローンチ、価格改定、海外成長虫ケア用品市場は2022年並みを前提 | 1,523 |
| 売上総利益 | 665.0 | <ul style="list-style-type: none">原材料価格高騰の影響想定（▲25億円）を価格改定施策により吸収 | 624.6 |
| 販管費 | 585.0 | <ul style="list-style-type: none">引き続き、適切なコストコントロールを実施将来成長に向けて、人件費を積み増し | 550.3 |
| 営業利益 | 80.0 | <ul style="list-style-type: none">前期比+5.6億円営業利益率5%の確保 | 74.3 |
| 親会社株主帰属 当期純利益 | 54.0 | <ul style="list-style-type: none">微増益 | 53.0 |
| ROE | 8%台 | <ul style="list-style-type: none">資本効率を意識し、最低限のROE目標を掲げる | 8.6% |

株主還元

【株主還元ポリシー】

- 安定配当をベースに、業績や内部留保の水準に応じて、増配・自己株買いなど機動的に検討
- KPI : DOE（純資産配当率）4～5%

配当関連KPI

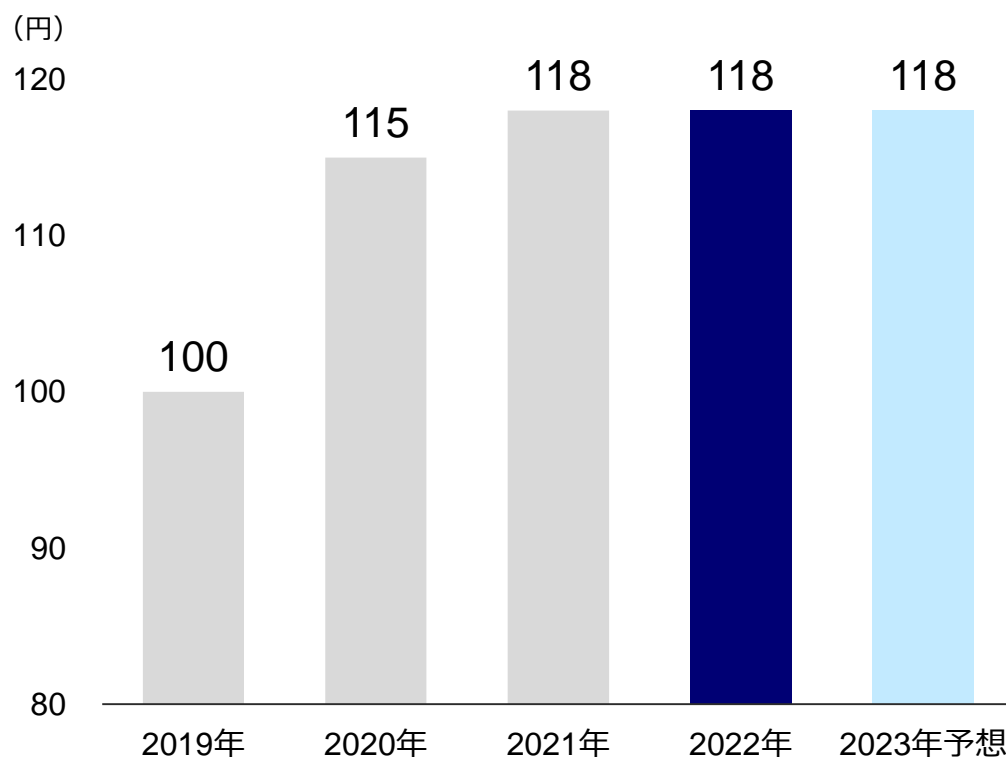
DOE（純資産配当率）

2022年
4.2% → **4%台**
2023年予想

連結配当性向

2022年
49.1% → **48.2%**
2023年予想

1株当たり配当金推移



Social

- 健康経営優良法人2023 ホワイト500に3年連続認定



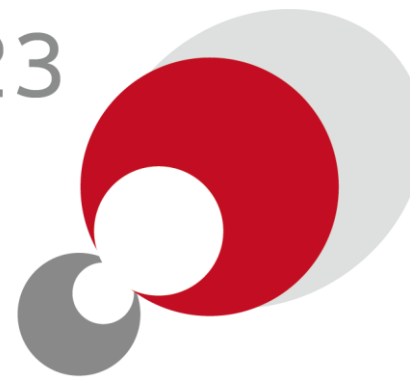
2023
健康経営優良法人
Health and productivity
ホワイト500

[アース製薬が「健康経営優良法人2023ホワイト500」に3年連続認定 \(earth.jp\)](http://earth.jp)

ESG投資

- SOMPOサステナビリティ・インデックスの構成銘柄に初めて選定

2023



Sompo Sustainability Index

[「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に選定 \(earth.jp\)](http://earth.jp)



アース製薬

2023年12月期 2Q業績説明補足資料

【連結】損益計算書



(単位：百万円)

| | 2022年 | 2023年 | 2023年 | 前期比 | 計画比 | 2023年 | |
|-------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|--------|
| | 2Q累計実績 | 2Q累計計画 | 2Q累計実績 | | | 年間計画 | 進捗率 |
| 売上高 | 89,305 | 93,500 | 90,329 | 101.1% | 96.6% | 160,000 | 56.5% |
| 売上原価 | 49,372 | 52,402 | 51,346 | 104.0% | 98.0% | 93,500 | 54.9% |
| 売上総利益 | 39,933 | 41,097 | 38,982 | 97.6% | 94.9% | 66,500 | 58.6% |
| 販管費 | 27,991 | 30,297 | 29,060 | 103.8% | 95.9% | 58,500 | 49.7% |
| 営業利益 | 11,941 | 10,800 | 9,921 | 83.1% | 91.9% | 8,000 | 124.0% |
| 営業外収益 | 796 | 200 | 543 | 68.2% | 271.6% | 600 | 90.5% |
| 営業外費用 | 23 | 100 | 42 | 176.4% | 42.2% | 300 | 14.1% |
| 経常利益 | 12,714 | 10,900 | 10,422 | 82.0% | 95.6% | 8,300 | 125.6% |
| 特別利益 | 23 | 0 | 5 | 23.1% | | 0 | |
| 特別損失 | 69 | 50 | 64 | 92.2% | 128.4% | 80 | 80.2% |
| 税引前利益 | 12,668 | 10,850 | 10,364 | 81.8% | 95.5% | 8,220 | 126.1% |
| 粗利率 | 44.7% | 44.0% | 43.2% | ▲ 1.6pt | ▲ 0.8pt | 41.6% | |
| 営業利益率 | 13.4% | 11.6% | 11.0% | ▲ 2.4pt | ▲ 0.6pt | 5.0% | |
| 税前利益率 | 14.2% | 11.6% | 11.5% | ▲ 2.7pt | ▲ 0.1pt | 5.1% | |

【連結】部門別売上高



(単位：百万円)

| | 2022年 | 2023年 | 2023年 | 前期比 | 計画比 | 2023年 | |
|---------------|---------|---------|---------|--------|--------|----------|-------|
| | 2Q累計実績 | 2Q累計計画 | 2Q累計実績 | | | 年間計画 | 進捗率 |
| 虫ケア用品部門 計 | 44,086 | 45,633 | 44,435 | 100.8% | 97.4% | 61,713 | 72.0% |
| 口腔衛生用品 | 3,950 | 4,083 | 3,992 | 101.1% | 97.8% | 8,442 | 47.3% |
| 入浴剤 | 11,865 | 13,154 | 11,605 | 97.8% | 88.2% | 28,518 | 40.7% |
| その他日用品 | 17,941 | 18,013 | 17,013 | 94.8% | 94.4% | 34,016 | 50.0% |
| 日用品部門 計 | 33,757 | 35,251 | 32,612 | 96.6% | 92.5% | 70,977 | 45.9% |
| ペット用品・その他部門 計 | 4,709 | 5,008 | 4,984 | 105.8% | 99.5% | 9,465 | 52.7% |
| 家庭用品事業 計 | 82,553 | 85,892 | 82,032 | 99.4% | 95.5% | 142,156 | 57.7% |
| 総合環境衛生事業 計 | 13,800 | 13,981 | 14,343 | 103.9% | 102.6% | 28,500 | 50.3% |
| 内部売上高含む合計 | 96,353 | 99,873 | 96,376 | 100.0% | 96.5% | 170,656 | 56.5% |
| (調整分) | ▲ 7,048 | ▲ 6,373 | ▲ 6,046 | | | ▲ 10,656 | |
| 総合計 | 89,305 | 93,500 | 90,329 | 101.1% | 96.6% | 160,000 | 56.5% |

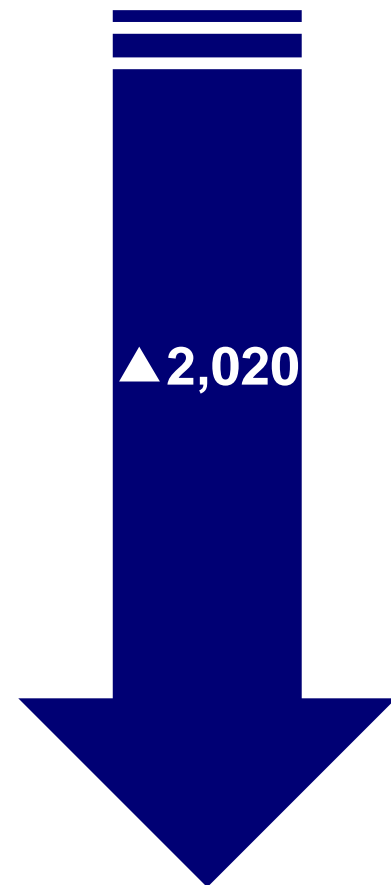
(構成比)

| | | | | | | |
|-------------|-------|-------|-------|---------|---------|-------|
| 虫ケア用品部門 | 45.8% | 45.7% | 46.1% | 0.4pt | 0.4pt | 36.2% |
| 日用品部門 | 35.0% | 35.3% | 33.8% | ▲ 1.2pt | ▲ 1.5pt | 41.6% |
| ペット用品・その他部門 | 4.9% | 5.0% | 5.2% | 0.3pt | 0.2pt | 5.5% |
| 家庭用品事業 | 85.7% | 86.0% | 85.1% | ▲ 0.6pt | ▲ 0.9pt | 83.3% |
| 総合環境衛生事業 | 14.3% | 14.0% | 14.9% | 0.6pt | 0.9pt | 16.7% |

連結：営業利益変動要因（前期比）

（単位：百万円）

11,941 **2022.2Q 実績**



9,921 **2023.2Q 実績**

<内訳>

| | |
|------------------|--|
| 売上総利益の減少 ▲950 | <ul style="list-style-type: none"> 売上増減（価格改定の影響除く） ▲285 価格改定効果 +2,323 売上構成の変化 ▲1,239 原材料価格・為替変動の影響 ▲1,750 |
| 販管費の増加 ▲1,069 | <ul style="list-style-type: none"> 人件費の増加 ▲542 物流費の増加 ▲226 広告宣伝費の減少 +72 販売促進費（売上控除以外）の減少 +43 旅費・交際費などの活動費 ▲204 のれんの償却費 +340 その他（支払手数料・減価償却費など） ▲552 |

+は増益要因、▲は減益要因

連結：営業利益変動要因 (計画比)

(単位：百万円)

10,800

2023.2Q 計画

<内訳>

| | |
|---------------------|--|
| 売上総利益の下振れ ▲2,115 | <ul style="list-style-type: none"> 売上計画未達 (価格改定の影響除く) ▲902 価格改定効果 ▲558 売上構成の変化 ▲654 原材料価格・為替変動の影響 - |
| 販管費の予算内執行 +1,238 | <ul style="list-style-type: none"> 人件費の計画下振れ +120 物流費の計画下振れ +103 広告宣伝費の未使用・期ズレ +480 研究開発費の未使用・期ズレ +151 旅費・交際費などの活動費 ▲38 のれんの償却費 +1 その他 +421 |

9,921

2023.2Q 実績

+は増益要因、▲は減益要因

【連結】販管費



(単位：百万円)

| | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 前期比 | 計画比 | 2023年 年間計画 | 進捗率 |
|---------|-----------------|-----------------|-----------------|--------|--------|---------------|-------|
| 人件費 | 10,173 | 10,835 | 10,715 | 105.3% | 98.9% | 21,795 | 49.2% |
| 運送費 | 2,315 | 2,493 | 2,337 | 101.0% | 93.7% | 4,821 | 48.5% |
| 保管料 | 1,314 | 1,465 | 1,518 | 115.5% | 103.6% | 2,793 | 54.4% |
| 広告宣伝費 | 4,276 | 4,684 | 4,204 | 98.3% | 89.8% | 7,452 | 56.4% |
| 販売促進費 | 594 | 635 | 551 | 92.8% | 86.8% | 1,071 | 51.4% |
| 研究開発費 | 1,426 | 1,704 | 1,553 | 108.9% | 91.1% | 3,821 | 40.6% |
| 減価償却費 | 715 | 794 | 796 | 111.3% | 100.3% | 1,653 | 48.2% |
| のれんの償却費 | 423 | 84 | 83 | 19.6% | 98.8% | 207 | 40.1% |
| 旅費交通費 | 590 | 721 | 723 | 122.5% | 100.3% | 1,456 | 49.7% |
| 交際費 | 261 | 296 | 332 | 127.2% | 112.2% | 532 | 62.4% |
| 支払手数料 | 620 | 882 | 708 | 114.2% | 80.3% | 1,653 | 42.8% |
| 販売手数料 | 661 | 677 | 618 | 93.5% | 91.3% | 1,405 | 44.0% |
| 雑費 | 348 | 615 | 394 | 113.2% | 64.1% | 1,549 | 25.4% |
| その他 | 4,275 | 4,412 | 4,528 | 105.9% | 102.6% | 8,292 | 54.6% |
| 販管費 計 | 27,991 | 30,297 | 29,060 | 103.8% | 95.9% | 58,500 | 49.7% |

(構成比)

| | | | | | | |
|---------|-------|-------|-------|---------|---------|-------|
| 人件費比率 | 11.4% | 11.6% | 11.9% | 0.5pt | 0.3pt | 13.6% |
| 広告宣伝費比率 | 4.8% | 5.0% | 4.7% | ▲ 0.1pt | ▲ 0.4pt | 4.7% |
| 研究開発費比率 | 1.6% | 1.8% | 1.7% | 0.1pt | ▲ 0.1pt | 2.4% |

【連結】貸借対照表

(単位：百万円)

| | | 2022年 期末 | 2023年 2Q末 | 期末比 増減額 | 2022年 2Q末 | 2Q対比 増減額 |
|--------------|-------------|----------------|----------------|---------------|----------------|--------------|
| 流動資産 | 現金及び預金 | 14,772 | 18,724 | 3,951 | 21,739 | ▲ 3,014 |
| | 売上債権 | 24,163 | 38,114 | 13,951 | 37,223 | 891 |
| | たな卸資産 | 32,253 | 33,645 | 1,392 | 29,147 | 4,498 |
| | その他 | 2,772 | 2,620 | ▲ 152 | 2,809 | ▲ 188 |
| 固定資産 | 有形固定資産 | 29,483 | 31,148 | 1,664 | 28,501 | 2,647 |
| | 無形固定資産 | 5,355 | 8,059 | 2,703 | 4,788 | 3,270 |
| | 投資その他の資産 | 15,688 | 17,609 | 1,921 | 15,916 | 1,692 |
| 資産 計 | | 124,489 | 149,922 | 25,433 | 140,125 | 9,797 |
| 流動負債 | 仕入債務 | 35,525 | 38,303 | 2,777 | 38,834 | ▲ 530 |
| | 短期借入金 | 2,200 | 10,720 | 8,520 | 2,284 | 8,435 |
| | その他 | 15,615 | 24,722 | 9,106 | 25,426 | ▲ 703 |
| 固定負債 | 長期借入金 | 0 | 0 | 0 | 720 | ▲ 720 |
| | その他 | 3,129 | 2,418 | ▲ 711 | 1,903 | 514 |
| 負債 計 | | 56,470 | 76,164 | 19,693 | 69,168 | 6,995 |
| 純資産 | 株主資本合計 | 59,631 | 64,365 | 4,734 | 62,916 | 1,449 |
| | その他の包括利益累計額 | 3,163 | 4,198 | 1,035 | 3,289 | 908 |
| | 非支配株主持分 | 5,224 | 5,194 | ▲ 29 | 4,750 | 443 |
| 純資産 計 | | 68,018 | 73,758 | 5,739 | 70,956 | 2,802 |

【連結】キャッシュ・フロー計算書



(単位：百万円)

| | 2022年 2Q末 | 2023年 2Q末 | 前年同期比 増減額 | 2022年 期末 |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 6,686 | 4,336 | ▲ 2,350 | 3,901 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▲ 3,173 | ▲ 6,415 | ▲ 3,242 | ▲ 6,266 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | ▲ 3,642 | 5,651 | 9,294 | ▲ 4,464 |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | 713 | 378 | ▲ 335 | 447 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 584 | 3,951 | 3,366 | ▲ 6,381 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 21,027 | 14,772 | ▲ 6,254 | 21,027 |
| 新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加 | 126 | — | ▲ 126 | 126 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 21,739 | 18,724 | ▲ 3,014 | 14,772 |

【連結】 設備投資額・減価償却費

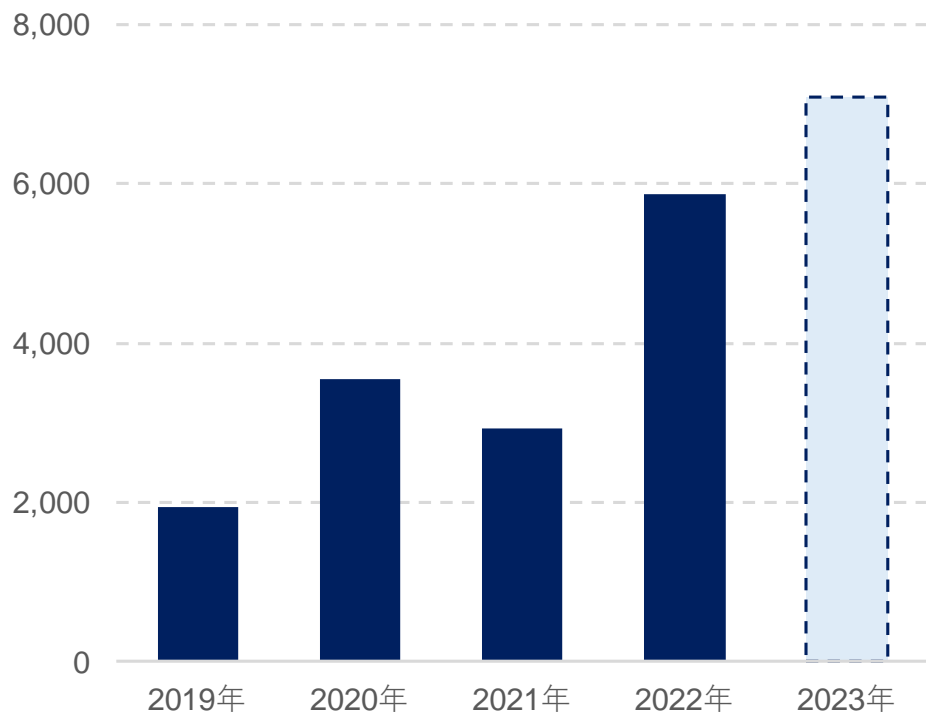


(単位：百万円)

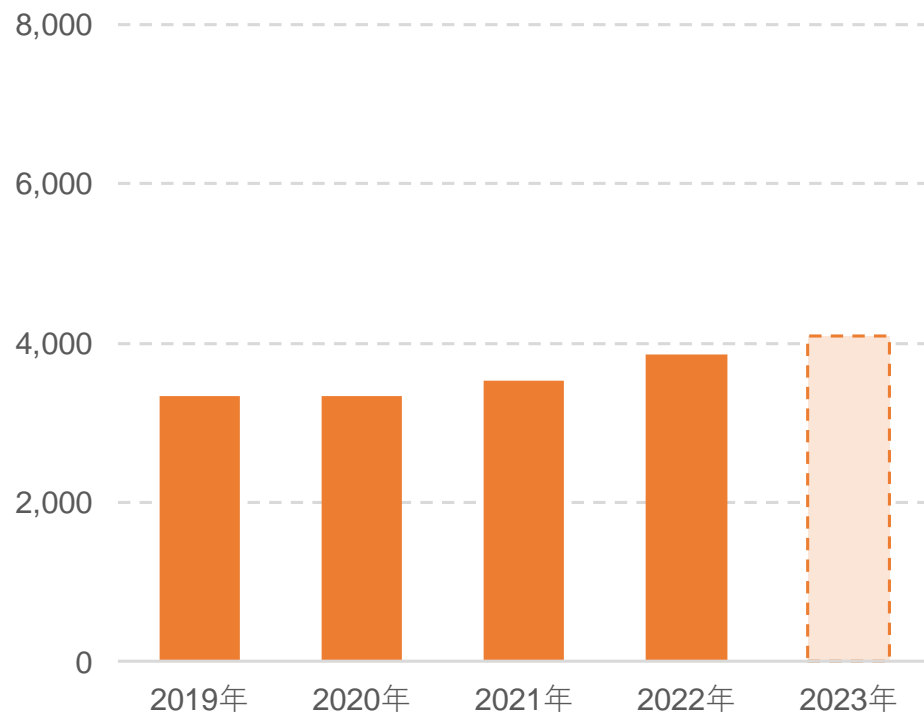
| | 2019年 実績 | 2020年 実績 | 2021年 実績 | 2022年 実績 | 2023年 計画 |
|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 設備投資額 | 1,953 | 3,548 | 2,928 | 5,878 | 7,100 |

| | 2019年 実績 | 2020年 実績 | 2021年 実績 | 2022年 実績 | 2023年 計画 |
|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 減価償却費 | 3,334 | 3,334 | 3,537 | 3,853 | 4,100 |

設備投資額



減価償却費



【グループ各社】業績概況



(単位：百万円)

| アース製薬 | | | | バスクリン | | | 白元アース | | | アース・ペット | | |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------------------|-----------------|-----------------|--------------------------------|-----------------|-----------------|---------------------------------------|-----------------|-----------------|
| (単位：百万円) | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 |
| 売上高 | 51,479 | 55,320 | 52,149 | 7,425 | 7,803 | 7,143 | 9,605 | 10,272 | 8,951 | 3,402 | 3,571 | 3,563 |
| 売上総利益 | 23,417 | 24,713 | 23,073 | 3,179 | 3,072 | 2,680 | 3,208 | 3,221 | 2,894 | 1,485 | 1,388 | 1,370 |
| 営業利益 | 9,052 | 8,838 | 7,955 | 652 | 499 | 129 | 571 | 266 | 149 | 459 | 152 | 236 |
| Earth(Thailand)Co.,Ltd. | | | | Earth Corporation Vietnam | | | EARTH HOME PRODUCTS (MALAYSIA) | | | EARTH HOMECARE PRODUCTS (PHILIPPINES) | | |
| (単位：百万円) | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 |
| 売上高 | 3,243 | 3,210 | 3,305 | 2,588 | 2,694 | 2,978 | 92 | 139 | 77 | 0 | 454 | 504 |
| 売上総利益 | 943 | 920 | 994 | 953 | 1,048 | 1,217 | 26 | 36 | 8 | 0 | 193 | 244 |
| 営業利益 | 375 | 274 | 358 | 200 | 234 | 333 | ▲ 46 | ▲ 70 | ▲ 71 | 0 | 16 | 77 |
| 安斯(上海)投資有限公司 | | | | 天津阿斯化学有限公司 | | | 安速日用化学(蘇州)有限公司 | | | アース環境サービス | | |
| (単位：百万円) | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 | 2022年 2Q累計実績 | 2023年 2Q累計計画 | 2023年 2Q累計実績 |
| 売上高 | 1,535 | 1,411 | 1,080 | 2,269 | 1,779 | 1,668 | 909 | 805 | 610 | 13,800 | 13,981 | 14,343 |
| 売上総利益 | 491 | 352 | 337 | 387 | 238 | 279 | 174 | 138 | 94 | 5,761 | 5,741 | 5,808 |
| 営業利益 | 171 | 32 | ▲ 4 | 214 | 47 | 103 | 81 | 40 | 12 | 790 | 630 | 773 |

地球を、キモチいい家に。



EARTH
Act For Life

本資料で記述している将来予測および業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、様々な要因の変化により実際の業績は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御承知おき下さい。