



2024年12月期 第1四半期 業績説明資料

2024/05/10

アース製薬株式会社



2024年12月期 第1四半期業績概要

業績説明をさせていただく前に、本日の開示でございますが、1Q決算短信、1Q業績説明資料、配当予想修正の3点を開示いたしました。

当社は2025年に設立100周年を迎えます。合わせて上場から20年目を迎える節目の年でもあり、これもひとえに本日ご参加いただいている資本市場関係者の皆さまをはじめ、様々な方のお力添えの賜物と深く感謝申し上げます次第です。

この感謝の意を表して、今回期末配当について2円の記念配当を実施することとし、これに伴い、今期の1株当たり期末配当を120円とさせていただくことを改めてお伝えさせていただきました。

それでは、2024年第1四半期の業績について説明します。

業績ハイライト



(単位：億円)

- 前期比では、売上高+12.3億円、営業利益▲5.5億円の増収減益
- 計画比では、売上高はカテゴリごとの入り繰りがあるものの、全体ではほぼ計画どおり
営業利益については、売上原価及び販管費の下振れにより、1Q時点では大幅上振れの状況

	23.1Q実績		24.1Q計画		24.1Q実績		比較			
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	前期差	前期比	計画差	計画比
売上高	408.1	100.0%	420.0	100.0%	420.4	100.0%	12.3	103.0%	0.4	100.1%
売上原価	230.6	56.5%	247.4	58.9%	238.5	56.7%	7.8	103.4%	▲ 8.8	96.4%
売上総利益	177.5	43.5%	172.5	41.1%	181.9	43.3%	4.4	102.5%	9.3	105.4%
販管費	122.2	29.9%	144.5	34.4%	132.1	31.4%	9.9	108.1%	▲ 12.4	91.4%
営業利益	55.3	13.6%	28.0	6.7%	49.7	11.8%	▲ 5.5	90.0%	21.7	177.8%
経常利益	56.4	13.8%	29.0	6.9%	51.4	12.2%	▲ 4.9	91.2%	22.4	177.5%
親会社帰属四半期純利益	38.8	9.5%	21.0	5.0%	35.3	8.4%	▲ 3.5	90.8%	14.3	168.1%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

2

1Qの業績ハイライトです。

売上高は420.4億円、営業利益は49.7億円となり、前期比では、売上高は12.3億円のプラス、営業利益は5.5億円のマイナスとなり、増収減益です。

一方、計画比では、売上高はカテゴリの入り繰りはあるものの全体ではほぼ計画どおりとなりました。また、売上原価及び販管費の計画下振れにより、営業利益は1Q時点で大幅な上振れとなりました。

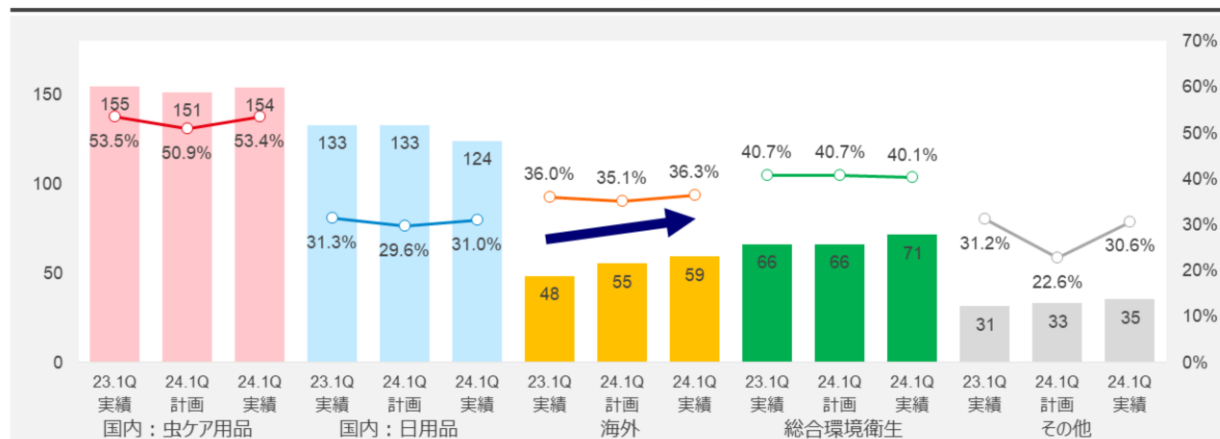
管理会計ベース 売上高・粗利率 (23vs24)



(単位：億円)

- 国内 虫ケア : 前期比横ばい、想定どおりの推移
- 国内 日用品 : 主力の入浴剤、口腔衛生用品が前期、計画をそれぞれ下回る
- 海外 : ASEAN、中国とも1Q時点では好調な推移
- 総合環境衛生 : 安定成長を継続

ポートフォリオ別売上高・粗利率



© Earth Corporation All Rights Reserved.

*当社管理会計ベース、内部相殺取引などの連結調整は含まない

3

管理会計ベースでの売上高と粗利率です。

前回の23年度の決算説明会より、国内虫ケア用品、国内日用品、海外、総合環境衛生事業、その他の5区分にて説明を行っています。

国内虫ケア用品（左側ピンクの棒グラフ）については、対前年で横ばいで、計画どおりの進捗となっています。

国内日用品（左より2つ目、水色の棒グラフ）については、厳しい状況が続いています。主力の入浴剤や洗口液が前年、計画ともに下回る状況となっています。

一方、海外（真ん中、黄色の棒グラフ）については、ASEAN、中国とも1Q時点では非常に好調に推移しています。

また総合環境衛生（右より2つ目、緑色の棒グラフ）についても、安定成長を継続しています。

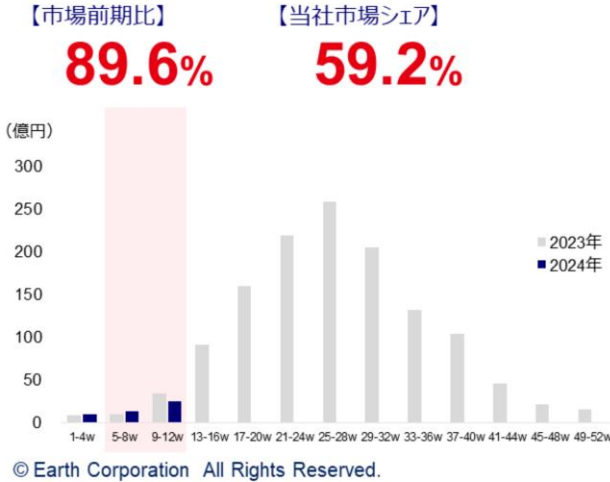
国内：虫ケア用品 事業の状況



- 市況：3月末時点では前期比89.6%と低調なスタートながら、3月末時点の市場規模が通年に占める割合は5%程度であり、4月以降の状況を注視
- 出荷：新製品寄与もありゴキブリ・不快害虫用が好調、価格改定品については概ね想定どおり

3月末時点の市場状況、当社市場シェア

注力新製品の動向



アース ゴキツシュ スツ、スゴい！

【計画比】 **142%**

価格改定品 (計59SKU) の動向

【前期比】 **+3.2億円** 【計画比】 **+0.7億円**

国内虫ケア用品についてです。

市場は、3月末時点ですと前期比89.6%と低調なスタートとなりました。この数字だけ見てしまうと低調なスタートに見えますが、進捗率としては5%程度のものであり、悲観するような内容ではありません。また、実際に4月以降は好天なども寄与し、足元では市場は前期を大幅に上回っている状況です。この状況の中、今期発売の新製品『アース ゴキツシュ』が計画に対して142%と好調な出荷となっております。また、今期は59SKUの虫ケア用品の価格改定を実施しており、これらも順調なスタートを切っています。

国内：日用品 事業の状況



- 主力の入浴剤・洗口液において競争環境が激化し、市場シェアが低下
- 中期経営計画で掲げる今後のブランド力強化に向けて、カテゴリ戦略の刷新、マーケティング投資の配分見直し等を検討中



© Earth Corporation All Rights Reserved.

一方、日用品については、昨年来厳しい状況が続いています。

先般ご説明しました中期経営計画の中で掲げているとおり、今後のブランド力強化に向けて、現在、カテゴリ戦略の刷新やマーケティング投資の配分の見直しなどを検討中です。第2四半期ないしは第3四半期の決算発表のタイミングではもう少し詳細にご説明できればと考えています。

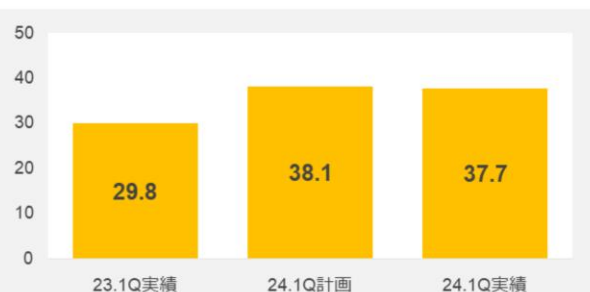
海外 事業の状況 (ASEAN)



(単位：億円)

ASEAN中核エリア (タイ・ベトナム)

- タイ**
 - 国内各チャネルでの売上拡大
 - OP-T市場開拓に向けてDepot増設、シェア・配荷件数拡大に貢献
 - 「ARS Mos shooter」7月末発売に向けた垂直立ち上げ準備
- ベトナム**
 - GT + 10%、MT + 33%の増収を達成
主力の住居用洗剤、虫ケア用品の伸長に加え、衣類用洗剤の新製品ローンチが寄与
 - 店頭販促施策の見直しによる商品売価安定、販促効率向上を図る



ASEAN展開拡張エリア (マレーシア・フィリピン)

- マレーシア**
 - 販促施策の実施が奏功し、1Q売上計画を大幅に達成、赤字幅縮小
 - 2Q以降、新製品の随時投入によりさらなる売上拡大を図る
- フィリピン**
 - 高収益の新製品ローンチにより売上増とともに収益性が改善
 - 販路構築に向けて、代理店網の拡大とともに現地BtoBルートの開拓を図る



© Earth Corporation All Rights Reserved.

6

海外の状況についてです。

海外については、次ページも含めて、ASEAN中核エリア、ASEAN展開拡張エリア、中国、輸出ビジネスの4区分で説明してまいります。

まず、ASEAN中核エリアの状況です。こちらはタイ、ベトナムが該当しており、いずれも順調に成長しています。

特にタイについては国内の各チャネルで売上が拡大しています。オープントレード (OP-T) の開拓に向けて、現在、デポを増設しています。これらが、マーケットシェアや配荷件数の拡大に寄与しています。加えて、先般発表いたしました、花王様との協働により「ARS Mos shooter」を7月末に発売予定でございます。垂直立ち上げに向けて鋭意進めている最中でございます。

ベトナムについても非常に好調に推移しています。GTは + 10%、MT + 33%と大幅な増収を達成しています。主力の住居用洗剤、虫ケア用品の伸長に加えて、新製品の衣類用洗剤も寄与しています。

続いてASEAN展開拡張エリアの状況です。こちらは、マレーシア、フィリピンが該当します。両現地法人とも1Q段階では計画を上回る順調な推移です。

海外 事業の状況 (中国・輸出ビジネス)



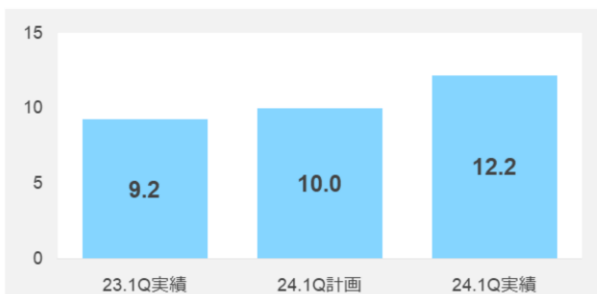
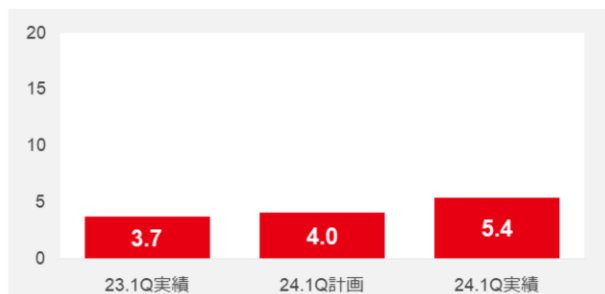
(単位：億円)

中国

輸出ビジネス

- 現地**
 - リアル店舗での売上拡大に戦略転換
 - 1Qでは+30%の増収を達成
 - 虫ケア用品における重点品目を設定し、リアル市場への配荷促進を図る
- 越境**
 - 前年1Qの特需の反動を受け、減収
 - 衣類用防虫剤、芳香剤など日用品の拡充を図る

- 中東**
 - 虫ケア用品を展開
 - 前年からの好調を継続し、主力品の先行投入に加え、新製品導入も寄与
- 香港**
 - 虫ケア用品、防虫剤・除湿剤をメインに展開
 - 前年の減収から復調し、1Qは大幅増収を達成
- 台湾**
 - 虫ケア用品をメインに展開
 - コバエ用、ゴキブリ用毒餌剤などブランド認知の進んだ商品をフックに、売上が安定して拡大



© Earth Corporation All Rights Reserved.

7

続いて、中国の状況です。(左側)

中国については前回の決算説明会で、事業環境が厳しいというお話をしたかと思います。その中で、リアル店舗での売上拡大に戦略転換をするなど、打ち手を打ってきました。その甲斐あってか1Q時点では対前年で30%の増収を達成しています。通期の計画達成に向けて、まだまだ油断するような状況ではありませんが、設定した重点品目について配荷促進を図ることで、売上拡大を図ってまいります。

輸出ビジネスに関しては、中東、香港での展開が非常に好調に推移しております。(右側)

特に1Q時点では、中東、香港、サウジアラビアが非常に向上に推移しています。

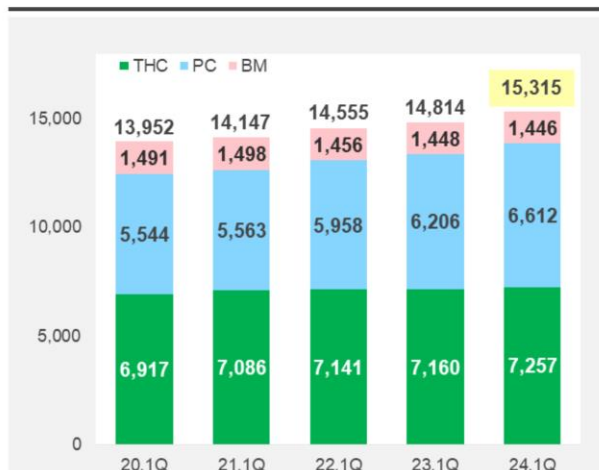
総合環境衛生 事業の状況



- 食品関連業界、医薬品関連業界を中心に高品質な衛生管理サービスへの需要が高まっており、契約件数が拡大を続ける順調な推移（前年同期比+501件）

総合環境衛生 年間契約件数推移

総合環境衛生 主な取り組み



© Earth Corporation All Rights Reserved.

- 再生医療業界への展開に向けた取り組み
- 食品安全マネジメントに関する監査・コンサルタント業務の強化
- DXの推進
システム子会社にて人手不足の解消につながるソフトウェアや顧客への価値提供ができるアプリケーションの開発を進める

8

総合環境衛生事業についてです。

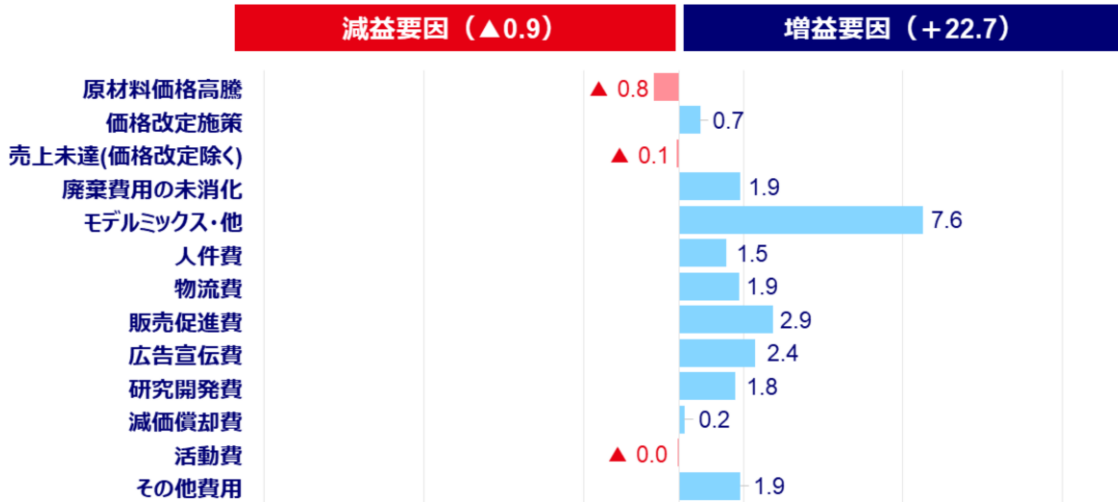
契約件数の拡大が順調に続いています。この背景には、高品質な衛生管理サービスへのニーズが非常に高まっていることがあり、安定した成長につながっています。

営業利益変動要因（計画比）



（単位：億円）

- 原材料価格高騰は当初想定範囲内で推移
- 原価影響の保守的な見立て、1Q時点での経費予算の未消化により、営業利益が大きく上振れ
- 経費については2Q以降での消化を見込む



© Earth Corporation All Rights Reserved.

9

計画に対する営業利益の変動要因についてです。

今期も過去2年ほどではありませんが、原材料価格高騰の影響を受ける想定としています。足元では、0.8億円ほど営業利益にネガティブな影響がありますが、価格改定施策による効果が0.7億円上振れしていることによりほぼカバーできている状況です。

その他、1Q段階では原価については、廃棄費用の未消化などがやや保守的な見立てであったこと、販売促進費、広告宣伝費、研究開発費などの経費が計画に対して未消化であり、大幅な増益となっております。

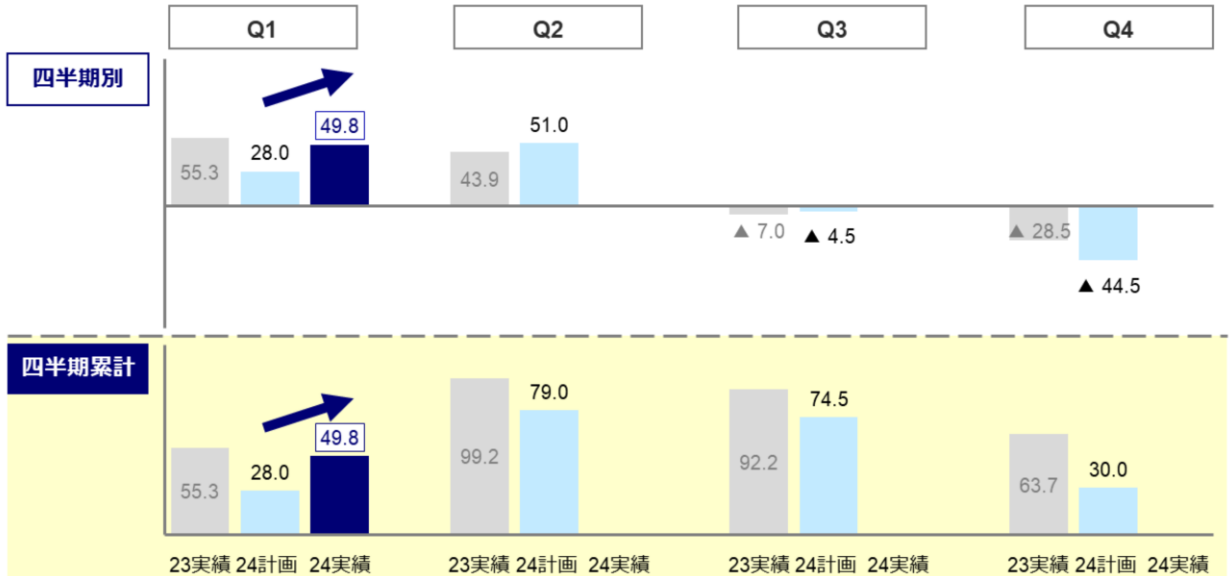
ただし、経費については2Q以降での消化を見込んでおり、実質的な増益幅としてはもう少し小さいものと認識しています。

営業利益の進捗（四半期別・累計）



（単位：億円）

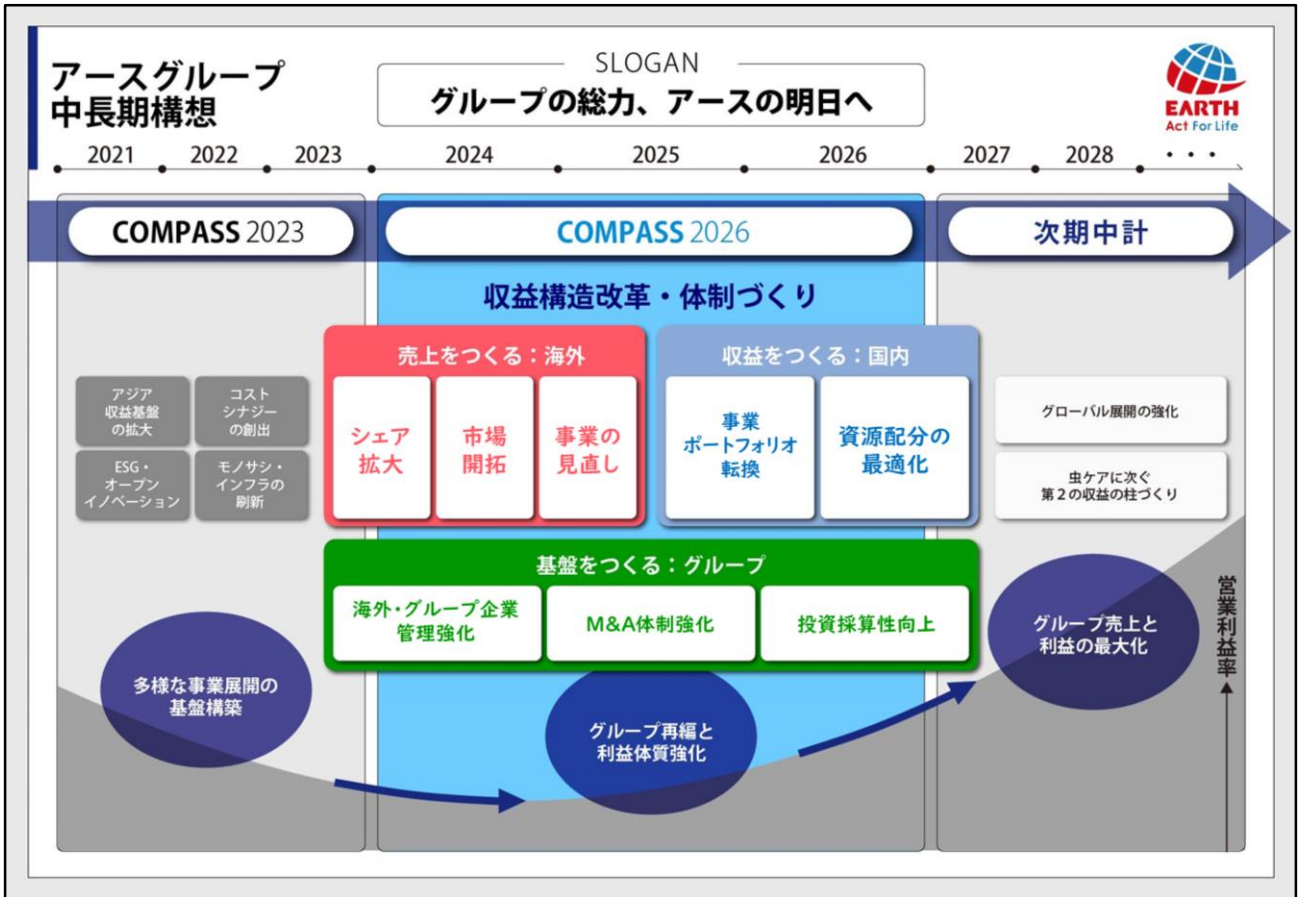
- 1Qの利益計画上振れは、原価の保守的な見立てと、経費予算の上期偏重によるもの
- 虫ケア用品の天候リスク、日用品の厳しい事業環境など、2Q以降の進捗を引き続き注視



© Earth Corporation All Rights Reserved.

四半期の営業利益の進捗についてです。

1Q段階では計画に対して大幅増益となっておりますが、先に説明のとおり実質的な増益幅はもう少し小さめであることに加え、2Q以降のリスク等も鑑み、現時点では慎重な見立てとしております。



先日ご説明しました中期経営計画の進捗について、簡単に触れたいと思います。

中期経営計画では、海外展開の強化、収益構造改革、グループ再編を3つの柱に掲げております。海外については、先ほどの説明のとおりであり、またグループ再編については2Q以降で改めて説明させていただきます。

ですので、次ページにて収益構造改革の進捗についてご説明いたします。

- **SKU削減**
 - ▶ カテゴリ戦略刷新の一環で、削減候補の絞り込みを実施
 - ▶ SKU30%削減目標に向けたリストを作成中
- **在庫圧縮に伴うCash効率改善**
 - ▶ 前年下期からの在庫圧縮、また基幹システムの刷新により本1Q時点のたな卸資産が前年同期比で▲50億円と大幅な圧縮を実現
 - ▶ Debt負担が40億円軽減、成長投資に向けたDebtキャパシティを確保
- **為替リスクヘッジ**
 - ▶ 急激な円安進行を受けて、為替予約による利益の下振れリスクヘッジを実施

まず、SKU削減に関しては、カテゴリ戦略刷新の一環として、削減候補の絞りこみを実施中です。SKU30%の削減目標に向けたリストを作成中という状況です。

続いて在庫圧縮に伴うキャッシュ効率の改善です。前年下期からの在庫の圧縮、また、刷新が完了し24年1月から稼働している基幹システムにより、1Q対比で50億円の在庫圧縮を実現しました。これに伴い、Debt負担も40億円軽減されており、今後の成長に向けたDebtキャパシティの確保に貢献しています。

また、昨今の急激な円安進行を受けて、リスクヘッジとして為替予約を実施します。

2024年 計画ハイライト



(単位：億円)

- 2024年2月13日公表の数値から変更なし
- 構造改革の推進に伴う一時的な費用の発生、人財投資の積極化に加え、注力カテゴリ（次の収益源を担う入浴剤・オーラルケア）への積極投資を実施

	2024 計画	ポイント	2023 実績
売上高	1,650	・ 管理会計上の5区分すべてで増収を計画 ・ 国内虫ケア用品では、今期も価格改定を実施	1,583
売上総利益	658.3	・ 原材料価格高騰による原価影響額：11億円を想定 ・ 国内虫ケア用品、日用品の収益性に影響	636.2
販管費	628.3	・ 構造改革関連費用として15億円を今期分として計上見込み ・ 人財投資に+16億円、ブランド育成投資に+11億円を見込む	572.5
営業利益	30.0	・ 構造改革の推進に伴い、一時的な減益となる	63.7
親会社株主帰属 当期純利益	17.9	・ 営業外収支は前年並みを想定 ・ 特別利益／損失に大きなものは想定していない	41.0
ROE	2.7%	・ 収益性の一時的な低下によるもの	6.3%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

13

最後に今期計画についてです。

現時点では2月13日に公表した計画から変更はありません。

1Q時点では、営業利益は計画に対して大幅上振れとなっております。しかしながら、2Q以降も好調であることを期待しつつも、虫ケア用品の天候リスクや日用品の厳しい事業環境、未消化分の経費の使用などもありますので、現時点では慎重な見立ては崩さず、営利計画30億円をやり遂げるという点を重視したいと考えています。

地球を、キモチいい家に。



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。

以上で第1四半期の業績説明を終了します。