



2024年12月期 業績説明資料

2025/02/13

アース製薬株式会社

皆さま、こんにちは。社長の川端でございます。

本日（2025年2月13日）15:30に2024年12月期の決算を開示いたしました。
本日は、24年の業績概要について説明した後、中期経営計画の初年度の振り返り、2025年の計画概要についてご説明させていただきます。

私からの説明の後、皆さまからの質問にお答えしたいと思います。
よろしく願いいたします。

それでは説明に移ります。



2024年12月期 業績概要

2024年12月期の業績概要について説明いたします。

業績ハイライト



(単位：億円)

- 増収増益、当初計画比で売上高・利益とも上回る
(11月修正対比：売上高+12.7億円、営業利益+4.2億円)
- ①売上計画の達成に加え、②原価率及び③販管費の計画内の進捗により、計画達成
- 虫ケア用品の価格改定効果、総合環境衛生事業、海外事業等が売上をけん引

	23.4Q実績		24.4Q当初計画		24.4Q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	1,583.4	100.0%	1,650.0	100.0%	1,692.7	100.0%	109.3	106.9%	① 42.7	102.6%
売上原価	947.1	59.8%	991.6	② 60.1%	1,003.0	③ 59.3%	55.8	105.9%	11.4	101.2%
売上総利益	636.2	40.2%	658.3	39.9%	689.6	40.7%	53.4	108.4%	31.3	104.8%
販管費	572.5	36.2%	628.3	38.1%	625.4	36.9%	52.8	109.2%	③ ▲ 2.8	99.5%
営業利益	63.7	4.0%	30.0	1.8%	64.2	3.8%	0.5	100.9%	34.2	214.2%
経常利益	67.9	4.3%	35.6	2.2%	73.6	4.4%	5.7	108.4%	38.0	206.9%
親会社帰属当期純利益	41.0	2.6%	17.9	1.1%	34.7	2.1%	▲ 6.2	84.7%	16.8	194.1%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

2

売上高は1,692.7億円、営業利益は64.2億円と増収増益となり、当初計画に対しても大幅な増収増益となりました。また、昨年11月に公表した修正計画に対しても売上高、営業利益ともにプラスとなりました。

売上高においては、様々な営業施策を行った結果であり、また営業利益についても売上増に伴う売上総利益の増加、虫ケア用品の価格改定効果などの取り組みの成果が表れたものと考えています。

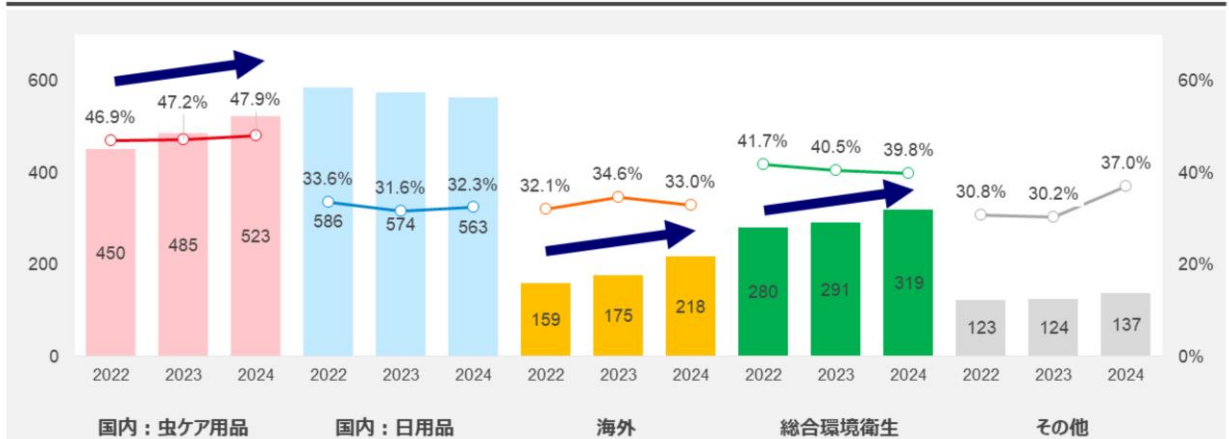
管理会計ベース 売上高・粗利率



(単位：億円)

- 国内 虫ケア : 市場の成長をけん引、増収及び価格改定効果により利益改善
- 国内 日用品 : 売上は微減ながら、施策効果により粗利率が改善、粗利額は前年並み
- 海外 : ASEANの好調さがけん引し、40億円超の大幅売上増を実現
- 総合環境衛生 : 期初からの契約件数・金額が好調に増加し、着実に計画達成

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各ポートフォリオの状況を2022年からの3年間の推移で示しています。

主力となる国内虫ケア用品の拡大の他、国内日用品がかねてからテコ入れをしなければいけないということもあり、昨年来より取り組みを進め、売上は微減ですが、粗利率が改善しています。

海外は、中計の一丁目一番地とし、将来の成長に向けた種まきのフェーズは終わり、200億円台にまで売上が拡大するに至りました。ただ、目標はまだ先にあります。目標に向けて順調に進んでいる状況です。

総合環境衛生については、300億円を超える売上規模になっており、当社の主力事業として成長しています。契約件数等の順調な増加により売上が伸びていますが、昨今の人件費の高騰があり利益率は若干低下傾向にあります。想定内の状況であり、次なる手を打っていきたいと考えています。

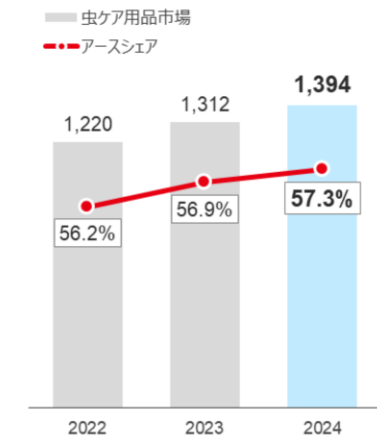
国内：虫ケア用品 事業の状況



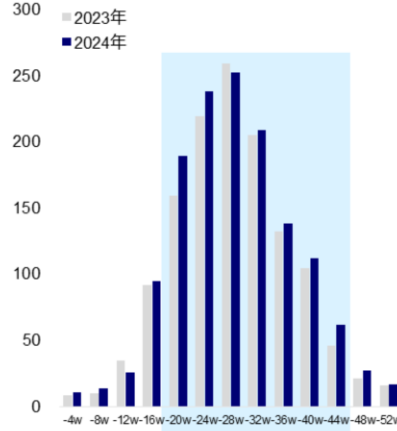
(単位：億円)

- 好調な天候、価格改定の実施により、市場は前年を上回る
- シーズン序盤から晩期にかけて前年を上回る出荷、特にシーズン晩期にかけて伸長
- 残暑の長期化によるシーズン後半の店頭消化と年間定番商品化の取り組みにより、返品率が低下

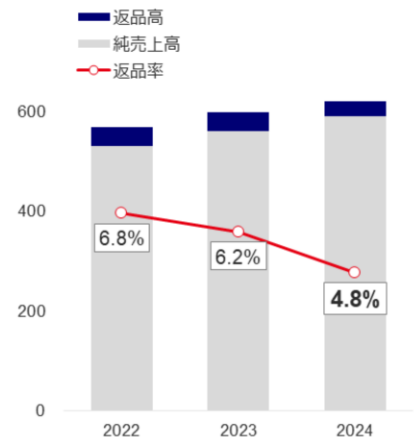
市場規模・当社市場シェア推移



市場販売動向（4週別）



返品率推移



© Earth Corporation All Rights Reserved.

4

国内の虫ケア用品事業についてです。

左側にマーケット状況を示しています。マーケットは2020年のコロナ禍にピークとなり、一時下降傾向となりましたが、再び上昇に転じています。商品単価が高くなっていることや、予防ニーズが注目されていることに合わせた商品展開ができてきていることによって、お客様の支持を得ることができ、当社シェアも57.3%まで伸ばすことができました。

虫ケア用品の市場は温暖化の影響を受け、販売期間が従来より長くなっています。そのため、消費者様だけでなく、小売店様にとっても虫ケア用品は年中商品になりつつあります。こうした状況が真ん中のグラフより見て取れるかと思えます。

虫ケア用品の年中商品になりつつあることに伴い、返品も減少してきています。

国内：虫ケア用品 事業の状況

- ゴキブリ用、不快害虫用、虫よけ用品が市場の伸びをけん引する傾向は継続
- 市場のニーズを踏まえた新製品の伸長や価格改定の効果が寄与

新製品の動向



アース ゴキッシュ
スツ、スゴい！

【計画比】
176%

ゼロナイト
ゴキブリ・トコジラミ用1プッシュ式スプレー

【売上*貢献額】
2.7億円

価格改定効果 (計83SKU)



【計画比】
+13.4億円

© Earth Corporation All Rights Reserved.

*当社出荷ベース

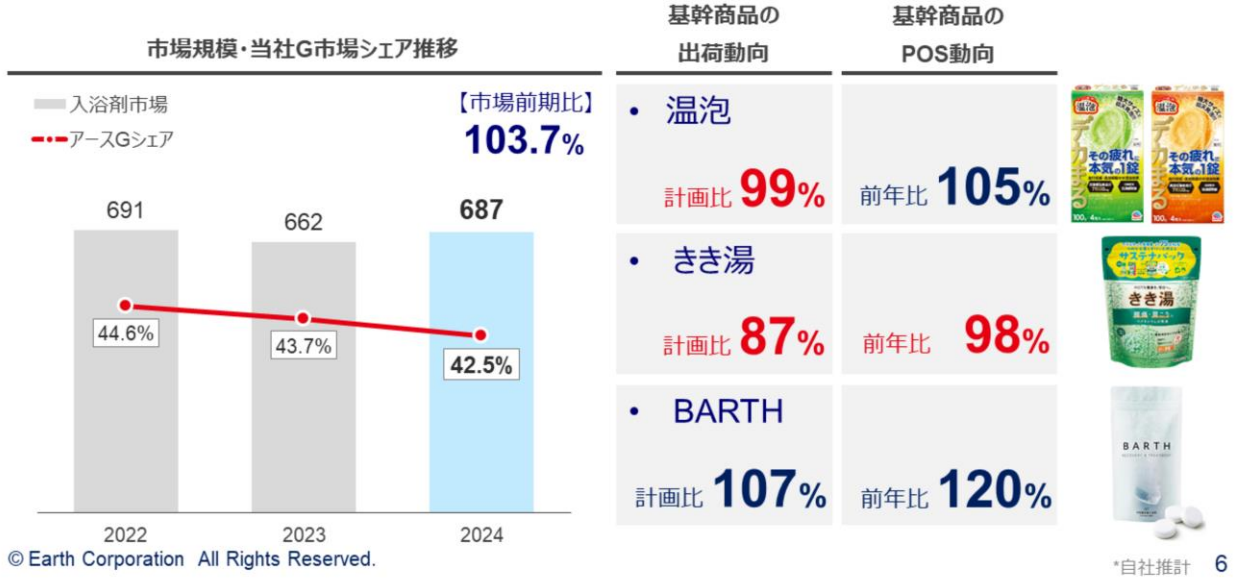
5

2024年もカテゴリーリーダーとして、市場にない、付加価値のついた新製品を積極的に投入しました。「アース ゴキッシュ スツ、スゴい！」「ゼロナイト ゴキブリ・トコジラミ用」は代表的な新製品ですが、しっかり業績へ貢献しています。また、当社も原材料価格高騰の影響を受けており、そこに対応するための価格改定を実施しています。きちんと説明をしながら取り組んでおり、プラスの効果がでています。

国内：日用品（入浴剤） 事業の状況



- 宣伝投下量の増加、SNSを活用したキャンペーンの実施により、店頭消化が促進
- 収益性の改善に向け、既存品の処方変更などの取り組みを継続



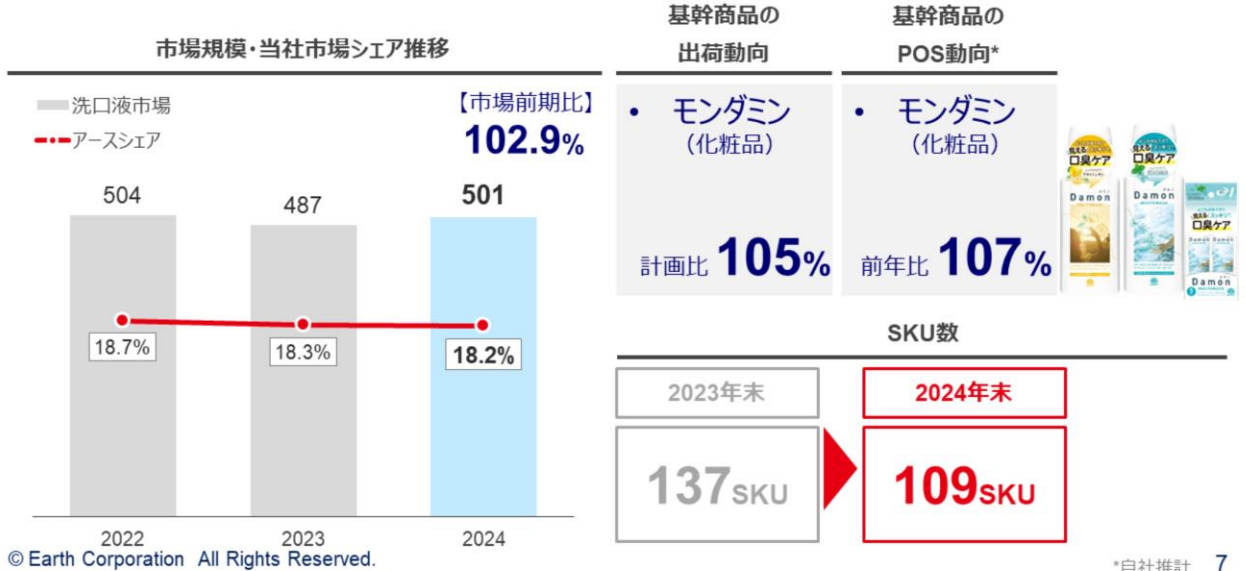
国内日用品の主力である、入浴剤と洗口液は手を打たなければいけない事業となっています。

入浴剤市場において、当社グループはトップシェアではあるものの、年々シェアを落としている状況です。昨年はメイン商材の「温泡」「きき湯」の見直しを進め、「温泡」であれば「デカまる」という商品を発売しました。発売から3ヶ月程度が経過していますが、出荷動向も下げ止まり、また、POS動向も改善傾向となりました。今期はこの施策が1年分（12ヶ月分）の業績に寄与してくるものと期待しています。足元の入浴剤事業も好調に進んでいます。

国内：日用品（洗口液） 事業の状況



- 若年層向け商品『ダモン』の寄与により出荷が良化。また、モンダミンシリーズの店頭消化も改善
- 企画品などのSKU削減を進め、収益性の改善に努める



続いて、洗口液についてご説明いたします。

こちらを手を打たなければいけない事業だということがわかっています。2段階にはなりますが、昨秋にモンダミンシリーズとして、若年層にターゲットを絞った『ダモン』を発売しました。発売から3ヶ月が経ち、本商品の効果が表れており、想定以上にお客様に受け入れていただけていると認識しています。こちらは今期は1年分（12か月分）の業績へ寄与するとみています。

また併せて、本丸である「モンダミン」のてこ入れを進めてまいります。今期中に皆さまにご説明ができると思っています。

総じて、良い方向に向かっておりますので、油断することなく取り組んでまいります。

海外 事業の状況 (ASEAN中核)



(単位：億円)

- 海外売上高は200億円超に成長、中期経営計画の最重点テーマとして順調な進捗
- タイ：前期比110.2%、ベトナム：前期比118.8%と円貨ベースで大幅増収達成

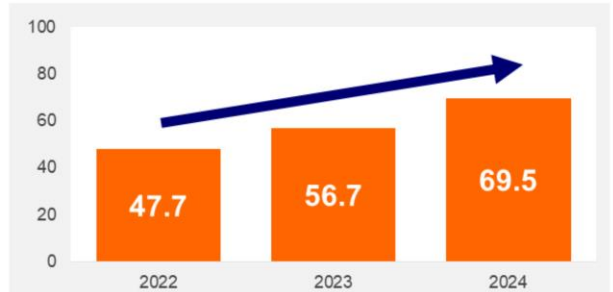
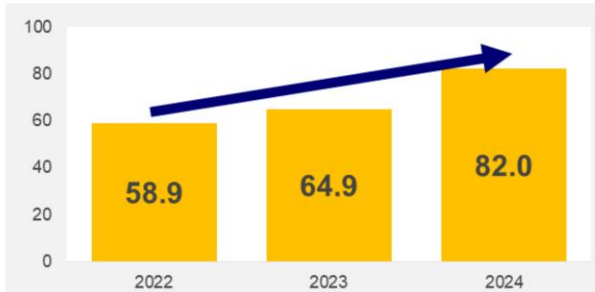
タイ

- 円貨ベース、現地通貨ベースともに売上計画を達成
- 主要アカウント向けの伸びが顕著
- 虫ケアシェアNo.2を維持
- 「ARS Mos Shooter」の導入



ベトナム

- 円貨ベースで売上計画達成、現地通貨ベースはほぼ計画並み
- 提案強化によりMT向けが伸長
- 住居用洗剤、消臭芳香剤が順調に成長
- 基幹システムを導入



© Earth Corporation All Rights Reserved.

8

海外の状況についてです。

2025年は売上高200億円がベースになり、現地法人、輸出ともに順調に進んでいる状況です。

主力となるタイとベトナムについては、国は異なりますが、日本と同様にお客様の支持（シェア）を得るということを目指して活動を進めています。

タイは花王様と協業している商品も進めています。また、シェアもNo.2にまでなっています。日本と同様に近い将来、No.1を獲得できると考えています。

ベトナムは、為替影響もあり現地通貨ベースでは計画並みの着地となっています。ベトナムは人口規模等を考えて、タイを追い抜く状況にあるのではないかと考えており、タイとは違った方法で取り組みを進めてまいります。

海外 事業の状況 (ASEAN展開拡張、中国、輸出)



(単位：億円)

- マレーシアは好調、フィリピンはのれん・無形固定資産の減損はしたが、売上成長を持続
- 中国は23年の大幅減収の反動、輸出はサウジアラビア向け売上が10億円規模へ成長

展開拡張エリア (マレーシア・フィリピン)

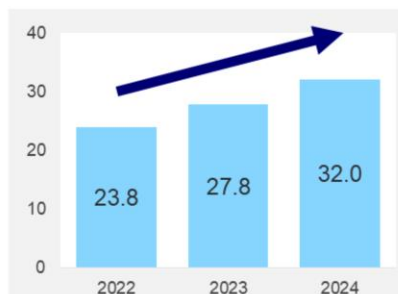
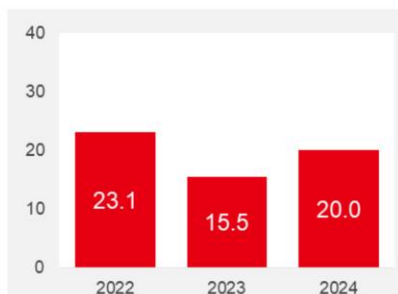
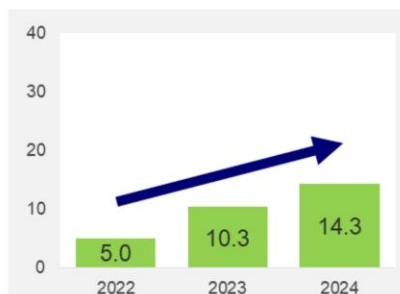
- マレーシア：主要アカウントにおける定番品の採用増により、虫ケア用品・芳香剤とも順調に伸長
- フィリピン：配荷軒数の伸長に伴い増収を達成

中国

- 円貨ベースで売上計画達成
- 虫ケア用品、衣類用芳香剤が売上に寄与
- オフラインチャネル向けに重点販売5品目の導入を進める

輸出

- サウジアラビア、香港、台湾を中心に虫ケア用品が好調に進捗
- 北米ではAmazon向け中心に堅調な推移



© Earth Corporation All Rights Reserved.

9

続いて、ASEAN展開拡張エリア、中国、輸出についてです。

フィリピンについては2024年12月期に減損を計上し、仕切り直しという状況になっていますが、懸念はありません。近い将来には、マレーシアとフィリピンは黒字化を成し遂げたいと思っています。

中国は、苦しい状況が続いていましたが、戦略を見直した成果が着実に発現しています。しかしながら、まだまだできる事はあると考えています。現在の取り組みに対する手応え感がありますので、2025年はさらに取り組み成果を出していきたいと考えています。

輸出は、次の現地法人化の候補エリアの模索も並行して進めています。サウジアラビア、香港、台湾といったエリアの他、北米での展開の道筋が出来上がりつつあります。現地法人の取り組みとは異なりますが、重要な事業として進めています。

こうした海外の取り組みを進めて、200億円規模となりました。更なる売上拡大を目指して、進めてまいります。

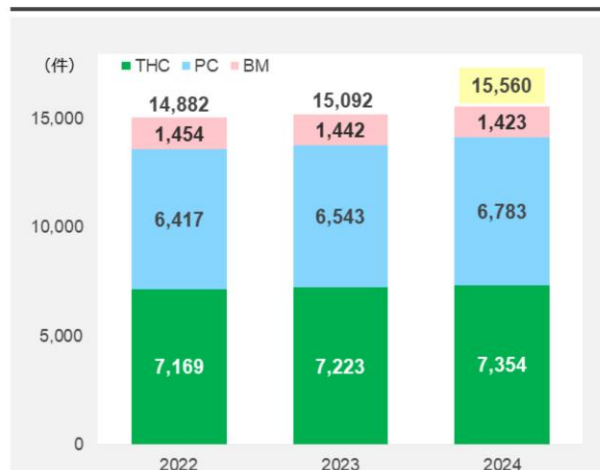
総合環境衛生 事業の状況



- 前期比+28億円、計画比+18億円の大増収を実現し、売上300億円を上回る事業に成長
- 専門的な知識や技術、ノウハウをもって提供する衛生管理サービスへの需要増加に伴い、契約件数と契約金額が着実に増加

総合環境衛生 年間契約件数推移

実績好調な背景



© Earth Corporation All Rights Reserved.

外部要因

- 異物混入事件、国内の法改正などによる、顧客の衛生管理意識の高まり
- 製造業の設備投資の増加、衛生関連コストの復調

内部要因

- 能力開発センターによる社員向け教育の充実 → マネジメント基礎能力の向上
- 専門性や技術開発力の強化に向けた投資の積極化
- ライフサイエンス分野向け検査設備の拡充

10

総合環境衛生事業についてです。

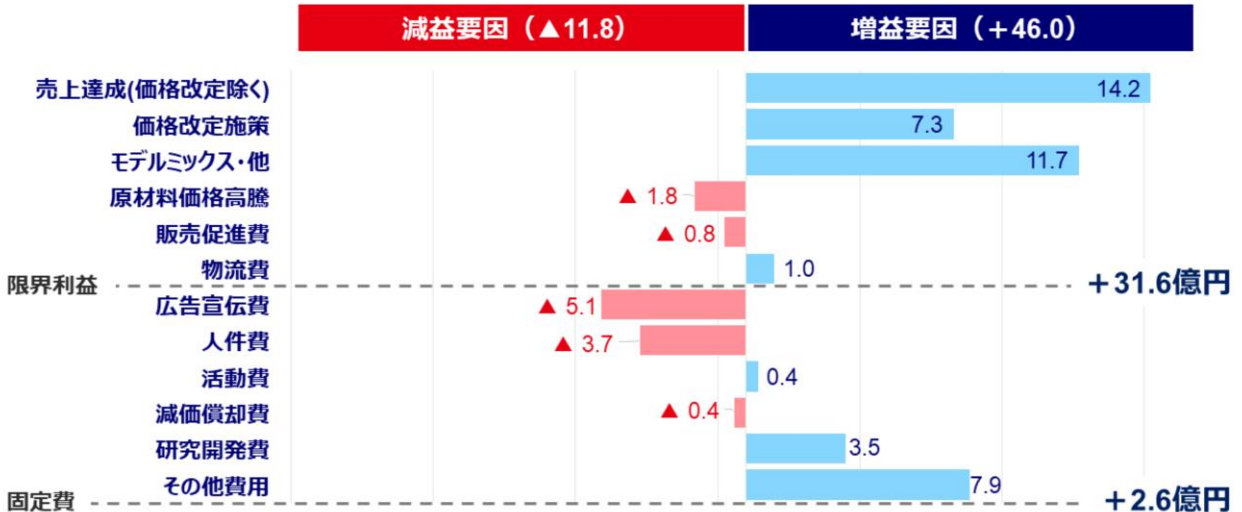
当社は、家庭用品事業と総合環境衛生事業の2大事業を運営しております。本事業はノウハウ事業となります。お客様にサービスを利用いただき、サービスに対してご納得いただいた結果が契約件数につながっているものと思います。2大事業と位置付けておりますので、今後も更なる売上拡大を目指してまいります。

営業利益変動要因（計画比）



（単位：億円）

- 原材料価格高騰は計画を上回る影響を受けているものの、価格改定施策の効果により吸収
- 下期日用品の施策に伴い、広告宣伝費の追加投入を実施
- 構造改革費用は当初計画を下回り、その他費用含めてトータルで増益要因となる



© Earth Corporation All Rights Reserved.

11

計画比での営業利益の変動要因についてご説明します。

2024年も原材料価格の高騰を受けましたが、価格改定等の施策を講じ、吸収することができています。また、変動要因に対しては管理会計上の指標である営業限界利益や固定費を意識しながら、減益と増益、それぞれ要因の進捗把握に努めています。25年も引き続き、営業利益の進捗管理は細かく行っていく考えです。

特別損失の計上

- 当期純利益の減益の主な要因として、2024年に特別損失14.6億円を計上
- 現状のキャッシュへの影響はない

項目	内容詳細
フィリピン現地法人の のれん及び無形固定資産の 減損損失	<ul style="list-style-type: none">• 2021年の株式取得時の想定から、事業環境が変化• のれん及び無形固定資産について減損損失を計上
掛川工場の減損損失	<ul style="list-style-type: none">• 2023年の工場操業停止以後、敷地の活用について検討• 今般、掛川工場の敷地・建屋の譲渡が決定したことを受け、簿価と評価額の差額について減損損失を計上
その他	<ul style="list-style-type: none">• 固定資産除却損• 関係会社株式評価損 など

業績説明の最後となりますが、特別損失の計上について説明いたします。

中計にもありますが、生産面の統廃合を進めることの一環として掛川工場の操業停止に伴う譲渡により減損を計上することになりました。また、フィリピン現地法人についても、更なる成長を進めるために24年に減損を計上することに踏み切りました。

特別損失の計上金額は14.6億円となりますが、いずれもキャッシュへの影響はございません。



中期経営計画 初年度振り返り

ここまで2024年の業績について説明してまいりました。

ここからは、現在進めている中期経営計画の振り返り、また2025年以降の業績見通しについて説明いたします。

中期経営計画 収益見通し



(単位：億円)

- 2024年は虫ケア用品の天候の後押しもあり、実力値の営業利益は**55億円程度と想定**、価格改定効果など「稼ぐ力」が高まり、中計公表時の見立てと比べると利益が改善
- 2025年は実力値ベースで10億円の営業利益改善、2026年は目標値からの上振れを狙う



© Earth Corporation All Rights Reserved.

14

まず中計の説明に入る前に、当初の中計計画についてご説明します。

本中計の3か年は外部環境の変化も鑑みて、社内体制を構築し直すということを宣言させていただきました。次のステップに向けて、この中計3か年は我慢をしつつも、費用を使いながら、体制を作り直す時期と考えています。

本スライドのピンク色部分が営業利益を示しています。2024年の営業利益の当初予想は30億円にまで減少する見立てでした。その代わりに、体制をしっかりと構築し、2026年以降は利益をしっかりと出していく考えであります。そうした中、2024年は中計の施策は行いながら、若干の追い風を受け、営業利益は64億円となりました。一方、市場環境の恩恵を除いた、当社の実力値は、当社試算とはなりますが、55億円程度ではないかとみています。64億円との差分が天候の追い風分だと考えています。

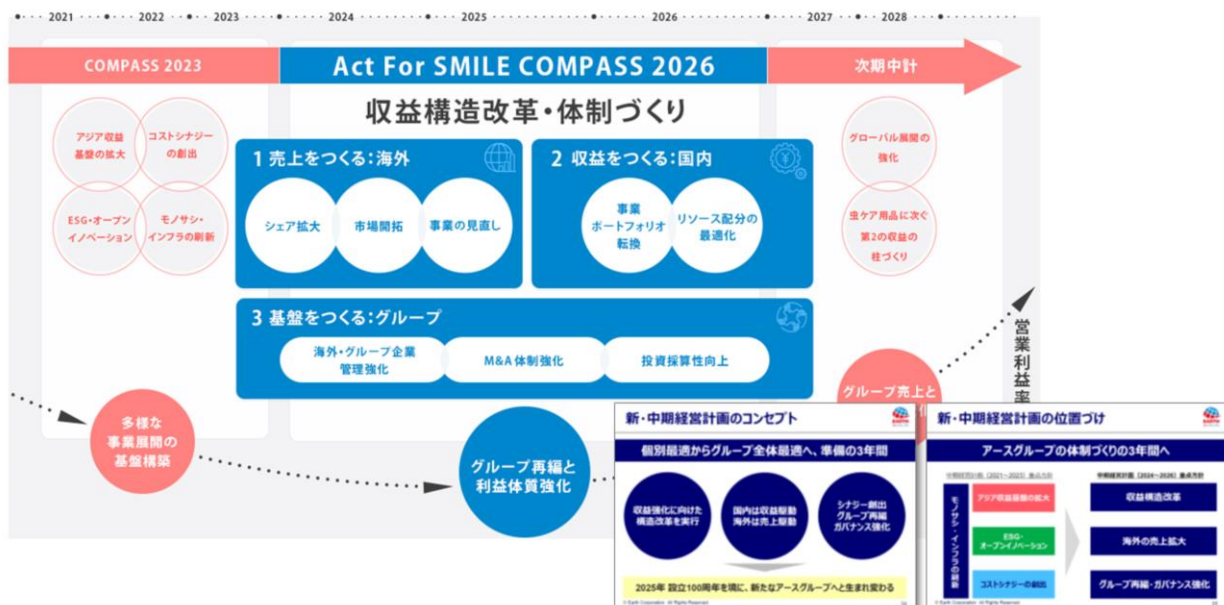
もちろん、追い風が無い想定で事業を進めてはいますが、追い風分が無くても24年の営業利益は当初想定よりプラス25億円を生み出すことができる力がついていると思っています。この55億円をベースとして、2025年は10億円程度のプラスを目指したいと考えています。24年のように外部環境が良くなれば、更なる上振れを目指すことはできます。

当初、24年から25年は30億円の営業利益計画で改革をやり切るという説明をしましたが、そのレベルを超える会社の力がついてきたのではないかと見ています。26年は70億円という計画ですが、これを超える利益が出せる体質になってきたと思っています。

2024年2月 新・中期経営計画を公表



S L O G A N
グループの総力、アースの明日へ

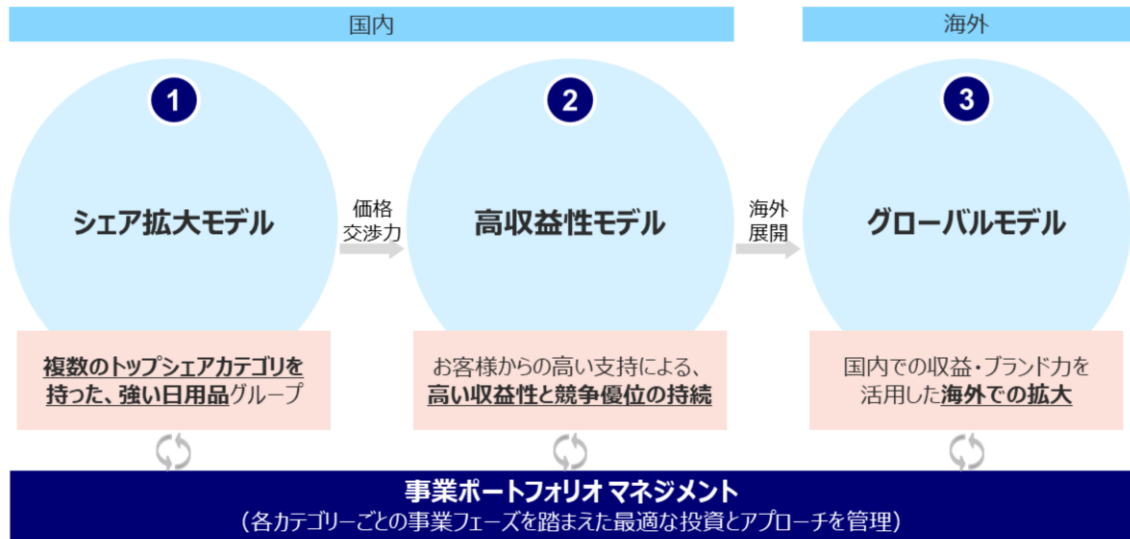


© Earth Corporation All Rights Reserved.

繰り返しのようになりますが、本中計では、収益構造改革を行い、体制づくりを行ってまいります。利益が出ていると構造改革が進んでいないのではないかと指摘されることもありますが、当初掲げている方針や施策は全て実行に移しています。実行した上での、2024年の結果だと理解いただきたいと思います。

構造改革により目指す姿

- 『より強いアースグループ』に向けて、事業ポートフォリオの最適化と資源配分の再編を目指す



構造改革により目指す姿です。

シェアの拡大を行った上で価格交渉できる力を蓄え、高収益モデルを目指していきます。そして、海外展開で成長を加速させていきます。今は、国内と海外で取り組み内容を分けて進めています。

こうした目指す姿の実現に向けて、事業ポートフォリオの最適化と資源配分の再編を行っていきます。

1

ホールディングス
体制への移行

2



グループのさらなる成長に向けて、資源の最適分配を目指す

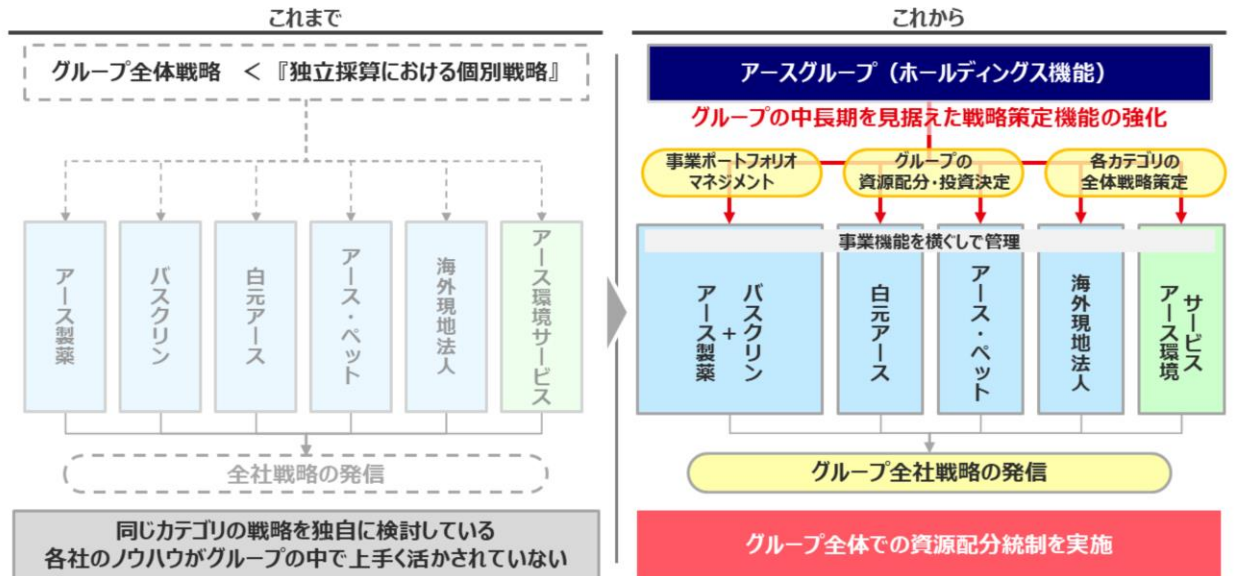
2024年11月に公表した通り、グループ再編を進めています。

ホールディングス体制への移行と当社とバスクリンの統合に向けて、当初公表した通りに準備を問題なく進めている最中です。

ホールディングス体制への移行により目指すこと



- 全社戦略立案のサポート機能設置及びグループ全体の資源配分の最適化により、「迅速な意思決定」・「経営管理体制の強化」・「経営資源の選択と集中」を実現する体制を構築



© Earth Corporation All Rights Reserved.

ホールディングス体制の移行についてです。

現状の体制をベースに良い部分と悪い部分をしっかりと見極めながら考えたところ、当社にとって、ホールディングス体制に移行していくことが良いのではないかと判断しています。経営のスピードが落ちるといわれることもありますが、当社の場合はホールディングス体制にするほうが、より経営のスピードが上がるという判断をしています。今は各社が横並びで存在し、各社が独立採算で各社の判断で事業を進めている現状があります。ホールディングス体制を作ること、しっかりとしたグループ全体での戦略を立て、グループがもつ資源をホールディングスがコントロールしていきます。スピード感をもってやっていくことを目指しているところです。

原材料価格高騰への対応



(単位：億円)

- 2022年からの3年間では、まだ全ての影響額を打ち返すには至らないものの
2025年には、価格改定施策の効果により累計での影響額をカバーできる見込み

原材料価格高騰の利益影響 vs コストダウン+価格改定効果

	原材料価格高騰の利益影響	コストダウン+価格改定効果	差額
2022年	▲27.5億円	6.0億円	
2023年	▲32.5億円	25.0億円	
2024年	▲12.8億円	27.2億円	
2025年見込	▲6.9億円	22.6億円	
累計	▲79.7億円	80.8億円	+1.1億円

© Earth Corporation All Rights Reserved.

19

続いて、収益構造改革の具体的な中身とその結果について説明します。
まず、原材料価格高騰への対応です。

2022年から原材料価格高騰の影響が始まり、2025年も6.9億円の影響があると想定しており、22年から25年までの累計で79.7億円の影響を受けることとなります。何も手を打たなければ、約80億円の利益の圧迫を受けたこととなります。コストダウンや価格改定を行いながら、影響を緩和する努力をしています。2025年もすでにお客様と交渉し、価格改定を進めています。こうした取り組みの結果、25年までの累計で80.8億円の効果を生み出すことができ、原材料価格高騰の影響をカバーできる見込みとなりました。

SKU削減

- 当初目標としていた『SKU30%削減』は前倒しで達成
- 在庫回転日数が短縮し、Cashの増加に貢献
- 更なるSKU効率化を進める一方、伸長カテゴリ/チャネル向けのローンは続けていく



© Earth Corporation All Rights Reserved.

20

また、SKU削減を並行して進めています。

中計の施策として30%の削減を掲げていました。3年間かけて進めていく想定でしたが、2024年一年間で30%削減を前倒しで達成することができています。

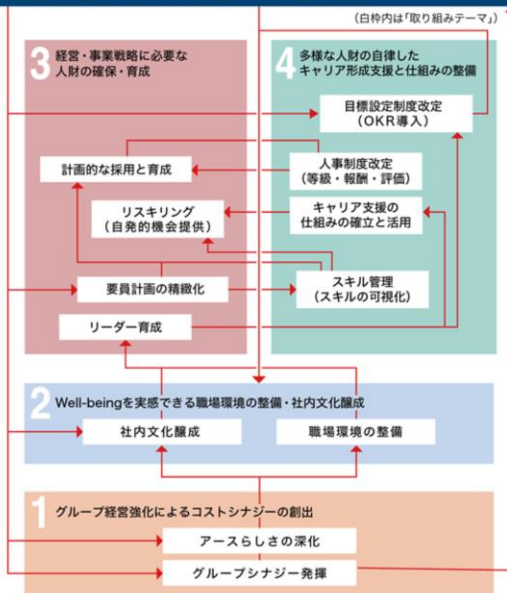
それによって、在庫回転日数は10日以上低下、また在庫増減によるキャッシュも改善するなど、着実な成果が生まれました

前倒しでできたので、今後は削減しないというわけではなく、更に踏み込んで削減できる部分は進めていこうと考えています。

人的資本経営実現に向けた取り組み

■ 人財マテリアリティ（下記1～4）に基づく取り組みテーマを実行中

多様な人財がエンゲージメント高くキャリア形成できるWell-beingの実現



【2024年取り組み一例】

2. Well-beingを実感できる職場環境の整備・社内文化醸成

- エンゲージメントサーベイの実施による取り組み課題の明確化

3. 経営・事業戦略に必要な人財の確保・育成

- グローバル人財のプール化に向けた要員計画の精緻化の推進
- 階層別研修の見直し
- オンライン学習制度の充実

4. 多様な人財の自律したキャリア形成支援と仕組みの整備

- OKR導入
- キャリア形成支援のための仕組み整備（人財データベースでのスキル管理拡大）

中計の推進に向けて、人的資本は欠かせません。

当社では、人財マテリアリティに基づいて、取り組みを推進しています。

一例を挙げますと、ウェルビーイングの面では、これまでの従業員満足度調査からエンゲージメントサーベイに進化させ、より今後の課題を明確にしていくことに取り組んでいます。また、経営人財の育成の一環や、キャリア形成を支援するための取り組み、仕組みの整備を図っております。

ESG関連 外部機関からの評価



■ ESG関連の取り組みを加速しており、各機関からの評価などが向上

社外からの評価



S&P Global

MSCI、FTSE、S&P Globalは近年対応を進め、徐々に評価が向上



構成銘柄への採用



FTSE Blossom Japan Index



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

© Earth Corporation All Rights Reserved.

22

こちらはESG関連のご報告になります。

きちんと外部からの評価も受けながら、事業を進めています。

ここ数年、開示に注力した結果、外部機関からの評価も少しずつ上がってきており、正しい理解につながっていると感じています。もちろん、評価のために取り組んでいるわけではございませんが、正しく認識していただくことで、結果的に企業価値の向上につながれば幸いです。

2026年定量目標に対する進捗



- トップラインは2026年目標に近い水準、海外比率も順調に上昇
- 収益の更なる改善を目指す

		2023年実績	2024年実績	前年増減	2026年計画
収益力	連結売上高	1,583億円	1,692億円	+109億円	1,700億円
	(海外売上高*) 売上比率	175億円 11.1%	217億円 12.9%	+42億円 +1.8pt	250億円 14.7%
	営業利益	63.7億円	64.2億円	+0.5億円	70億円
	営業利益率	4.0%	3.8%	▲0.2pt	4.1%
	当期純利益	41.0億円	34.7億円	▲6.2億円	43.0億円
資本効率	ROE	6.3%	5.1%	▲1.2pt	7.2%
	ROIC	5.6%	5.5%	▲0.1pt	5.4%
	WACC ※自社想定	4.6%	4.7%	+0.1pt	4.1%
財務健全性	D/Eレシオ	0.15x	0.07x	▲0.08x	0.3~0.4x
株主還元	DOE	4.0%	3.9%	▲0.1pt	4%台維持

© 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

23

中計で示している2026年目標に対する進捗についてご説明します。

2024年を数値面から振り返りますと、このような状況です。

売上高については、既に中計の目標で示した水準に近いところまで来ており、あとは収益をどのように改善していくかということになっております。

資本効率については、23年比較ではやや低下していますが、これは想定内です。後ほどお話ししますが、ROEについては2026年の目標値に向けて順調に進んでいく見込みです。

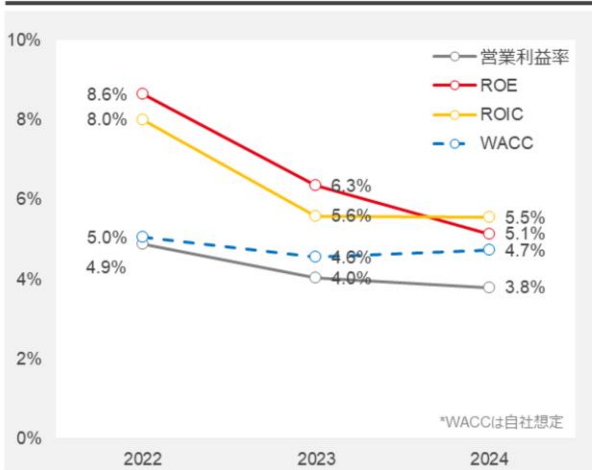
収益性・資本効率の状況



(単位：億円)

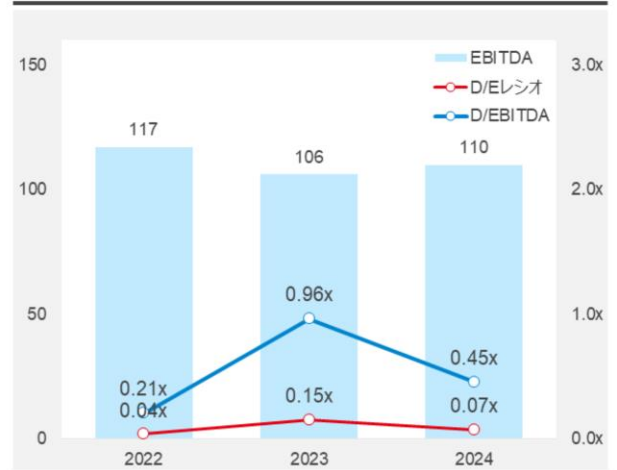
- ROICはほぼ前年並み、想定WACCは若干上昇し、EVAスプレッドは前年比微減の状況
- 一方で在庫効率の向上など、運転資本の効率化に伴いDebtが減少、Debt/EBITDAも改善

収益性・資本効率



© Earth Corporation All Rights Reserved.

EBITDA・D/レシオ・Debt/EBITDA



24

資本効率について、ビジュアル化したのがこちらになります。

ROE、ROICの両方をしっかり把握しながら経営を進めている状況です。ROICについてはほぼ前年並みの一方、WACCはやや上昇した結果、EVAスプレッドは23年比で微減の状況です。一方、在庫効率の向上など、運転資本の効率化に伴い、借入金が増加、Debt/EBITDAも改善しました。



2025年12月期 計画概要

2025年の計画について、次以降説明いたします。

目指す事業ポートフォリオ



■ 国内、海外、総合環境衛生、MA-Tの4本柱による収益拡大を目指す

国内	海外	総合環境衛生事業	MA-T
季節性の影響を最小限に企業の核となる収益を確保	ASEAN中心に成長のドライバーとする	安定収益の確保	季節要因に左右されない新規ビジネスを開拓
 シェアNo.1の維持 (虫ケア用品、入浴剤)  日用品の収益確保 ・洗口液・消臭芳香剤 ・家庭用マスク  成長チャレンジ ・園芸用品 ・ペット用品	 グローバルシェア 虫ケア用品No.2  24カ国にFocusした展開拡大  グローバルブランド育成 ・虫ケア用品 ・オーラルケア ・消臭芳香	 技術力・教育・専門性の3つの柱の確立  「環境ドクター」による品質保証支援サービスの錬磨  新分野へのサービス展開と持続的に成長し続ける事業基盤への変革	 液剤ビジネスでの安定収益確保  ライセンスPFによるビジネスモデル構築  社会課題の解決に資するMA-T®技術の社会実装
【今期の主な取り組み】 <ul style="list-style-type: none"> コア収益品の価格改定実施『アースノーマット』 WTP向上に向けた広告宣伝費の積み増し、マーケティング施策の積極化 	【今期の主な取り組み】 <ul style="list-style-type: none"> 各国Top15アカウントの攻略 虫ケアブランドの配荷拡大(エアゾール・虫よけ) 公的機関との接点拡大 	【今期の主な取り組み】 <ul style="list-style-type: none"> 年間契約からの売上比率70%の実現 彩都総合研究所を拠点に、技術開発、人材育成を強化 	【今期の主な取り組み】 <ul style="list-style-type: none"> 社会実装の促進に向けた認知度拡大施策『大阪・関西万博2025』

© Earth Corporation All Rights Reserved.

26

目指す事業ポートフォリオは変わらず、国内、海外、総合環境衛生、MA-Tの4本柱で収益拡大を目指します。

国内でしっかりと利益を担保しながら、海外で将来の利益を稼いでいく。国内、海外をしっかりと分けて進めています。そして、総合環境衛生事業も着実に取り組んでいき、2大事業の一つに育て上げていきます。また、将来の種まきとして取り組みを進めているMA-Tについても、着実に売上規模を拡大させています。累損の解消を目指し、当社グループの将来の利益に貢献していくことを期待しています。

これら4つの領域において、足元でやらなければいけないこと、少し先の将来に向けてやらなければいけないこと、そして、さらにその先の遠い未来に向けてやらなければいけないこと、全ての部分に対して取り組んでいきたいと思っています。

2025年 計画ハイライト



(単位：億円)

- バスクリンとの経営統合準備など、構造改革の推進に伴う一時的な費用（15億円）を見込む
- 人件費、広告宣伝費を中心に固定費が増加する一方で、『稼ぐ力』の増大により前期を上回る営業利益を確保できる見込み

	2025 計画	ポイント	2024 実績
売上高	1,750	・ 中期経営計画で掲げた目標を一年前倒して達成	1,692
売上総利益	723.0	・ 価格改定に伴う収益性向上が寄与 ・ 原材料価格高騰の影響は、過年度に比べて限定的	689.6
販管費	658.0	・ WTP向上に向けて広告宣伝費を24年比15億円積み増し ・ 構造改革費用含む一時費用として15億円を計画	625.4
営業利益	65.0	・ 一時費用の発生、将来成長に向けた費用増をこなし、 2024年並みの利益計画を見込む	64.2
親会社株主帰属 当期純利益	43.0	・ 営業外収支は保守的に見積もり ・ 特別利益／損失に大きなものは想定していない	34.7
ROE	6.2%	・ 24年比で+1.1ptの改善見込み ・ 中期経営計画目標に対して順調な推移を見込む	5.1%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

27

2025年の計画数値はこちらになります。

26年の中計最終年度に向けた進捗として25年はこのような計画となりました。売上高は1,750億円、前期比103%の計画で、中計目標を一年前倒して達成する見込みです。稼ぐ力は着実に進んでいると思っています。しっかりと2026年の中計最終年度に向けて今期を仕上げたいと思っています。

また、今期は現時点では大きな特別損失は見込んでおりません。ROEを6%台に改善させていこうと思っています。

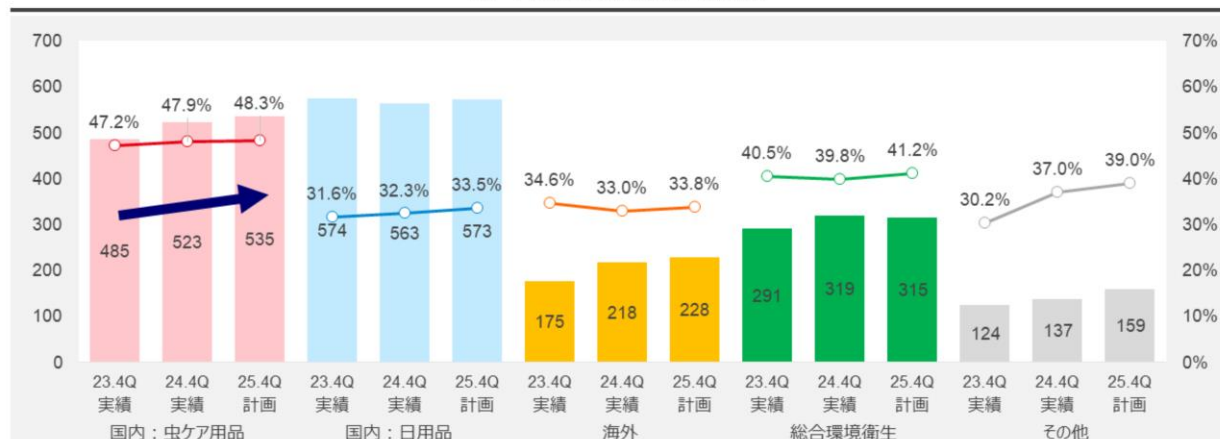
管理会計ベース 売上高・粗利率 (24vs25)



(単位：億円)

- 国内 虫ケア : 既存ブランドの強みを生かした価格改定の実施により、増収増益見込み
- 国内 日用品 : 広告宣伝の積極投入を図り、FY23並みの売上と収益性向上を両立
- 海外 : 売上成長ドライバーとして、今期も継続成長を見込む
- 総合環境衛生 : 売上は保守的な計画、収益性の改善を見込む

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

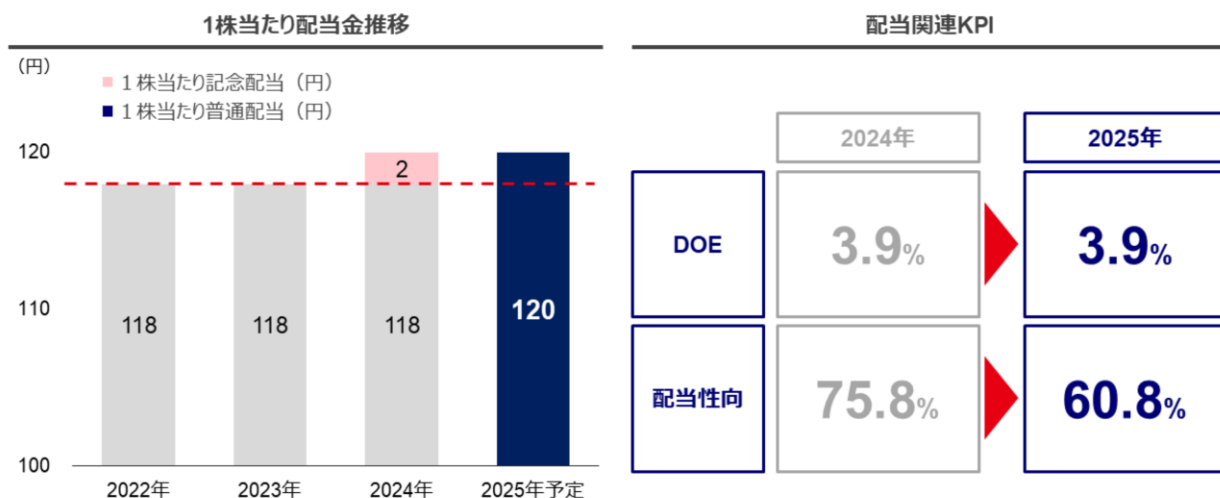
28

こちらは管理会計ベースです。

国内、海外、その他は増収計画、総合環境衛生はやや保守的な計画としています。これ以上の成果が出せるように取り組んでいこうと思っています。

【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
- 2025年の1株当たり配当金は、**実質2円増配の120円**を予定



© Earth Corporation All Rights Reserved.

29

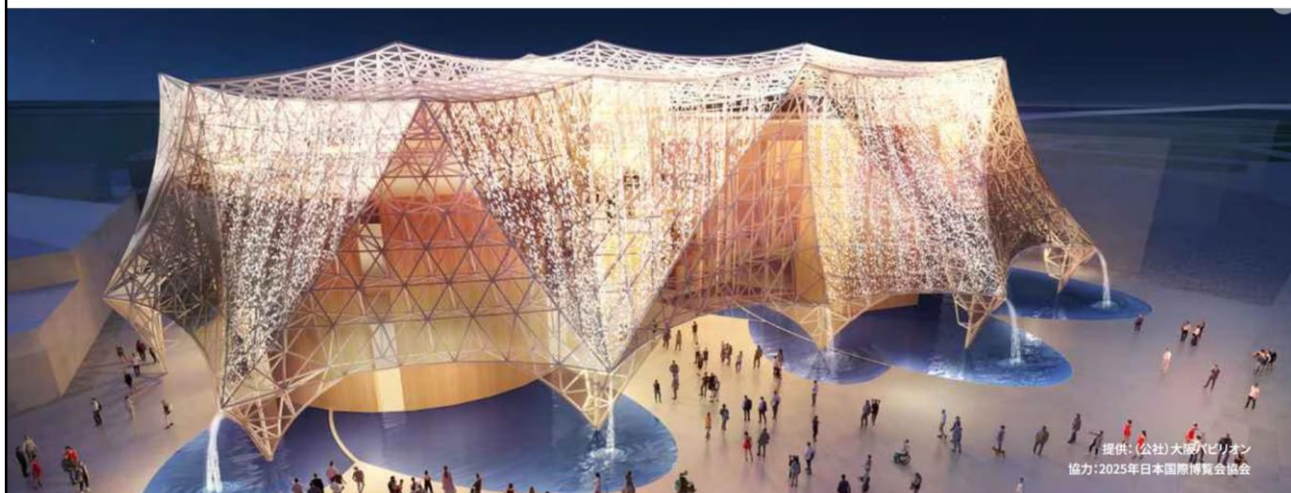
株主還元についてです。

重要な方針と捉え、安定配当をベースに考えております。

DOE4%台というKPIを出しておりますが、2024年と2025年は3.9%と若干割り込んでいることは認識しています。2024年は2円の記念配当を実施しています。2025年は、120円をベースと考え、配当を予定しています。

一般社団法人日本MA-T工業会は2025年大阪・関西万博『大阪ヘルスケアパビリオン』
『ミライのヘルスケア』ゾーンに出展いたします。

～MA-Tによるミライの口腔ケアと環境ケア/ペットと家族の笑顔を創る～



Osaka
Healthcare
Pavilion
Nest for Reborn



日本MA-T工業会

最後に、トピックスとしてご紹介します。

今年は大阪万博が開催されます。

大阪ヘルスケアパビリオンの『ミライのヘルスケア』ゾーンにMA-Tが出展しております。国からの評価もありMA-Tが万博にも採用されています。

ぜひ、機会があれば万博でご覧いただき、社会認知度を上げていければと思っておりますので、紹介させていただきました。

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。

以上で説明を終わります。
ご清聴ありがとうございました。