

アース製薬株式会社
2025 年 12 月期第 2 四半期決算説明会 質疑応答要旨

【営業利益について】

Q：今期、プロトリーフ社の業績は何か月分が含まれるのでしょうか。また、のれんや商標権の額や償却年数についても教えてください。

A：今第 2 四半期には 3 か月分の売上と利益が計上され、のれんを含めて 1 億円強の利益だとお考えください。また、決算説明資料の「営業利益変動要因（計画比）」のページに記載している費用面のマイナス 3.7 億円にはのれんは含まれておりません。実際ののれん額は約 3 億 4,900 万円で、5 年償却となります。よって、年間の償却額は約 7,000 万円となり、今第 2 四半期の 3 か月間には約 1,700 万円が影響しています。さらに商標権は全てのれんに含んでいます。

Q：（決算説明資料 P15：営業利益変動要因（計画比））過去の同様の資料では減益要因も多くみられましたが、今回は増益要因に偏っています。プロトリーフ社の連結によって減益要因が出ることは想定でき、それを除いて考えた場合でも増益要因だけしかないのでしょうか。これまでとグラフの見え方が違ってきたように感じています。

A：その通りです。目指していた実績になっていると思っています。やはり計画立案時には、価格改定時のお客様の動向が不透明だったので、効果を保守的に見立てていました。ですが実際には、施策が上手く実行できた成果が表れ、実績や上方修正につながったと認識しています。

Q：上期の営業利益が 25 億円上振れていますが、プロトリーフ社の利益が大きな影響がないとした場合、修正後の通期営業利益は上期のプラス 25 億円分がそのままスライドし、下期はほぼ当初計画通りという考え方でいいのでしょうか。

A：ご認識の通りです。

Q：市場が悪くても価格改定は順調。下期は気温が高いことが想定でき、加えて、返品や通年需要の増加が想定されるため、下期の計画が上振れる可能性はないのでしょうか。

A：下期の計画が上振れる可能性はあります。ただし、天候や返品といった不安要素が残っています。基本的にはこうした不安要素にも対応できるよう取り組んでいきますが、無視はできません。また、モンダミンのリニューアルを含めて、国内日用品事業は大きく取り組みを加速させています。海外事業についても今のところは順調ですが、何が起こるかわかりません。こうした不安要素がありますが、現時点では、順調な状況の見込みがたっているため業績修正に至ったということです。

【通期業績予想の修正について】

Q：（決算説明資料 P17：通期業績予想の修正（25/8/8））このタイミングでの業績予想を修正した背景や修正の主な要因の考え方を改めて教えてください。売上はプロトリーフ社の連結分を除けば計画通りでいいでしょうか。また売上総利益は保守的な計画のため若干増え、販管費はプロトリーフ社分の増加を見込んで変更していないため、プロトリーフ社分を除いた販管費は当初計画に対しては未消化。こうした状況を踏まえて営業利益が 15 億円のプラスになるという考え方でいいでしょうか。

A：今回、このタイミングで業績予想修正を行ったのは、それだけ自信があるということだと認識ください。また、修正の考え方はご認識の通りです。加えて、当初計画立案時との違いでは、価格改定の効果や高単価商品の伸長による売上構成の変化があり、粗利率が改善する見込みになりました。国内の虫ケア市場が芳しくない中、当社だけが伸ばせているということも要因として考えられるかと思います。

Q：貴社だけが虫ケア用品を伸ばせている理由は何でしょうか。

A：お客様目線での商品開発に尽きると思います。

【虫ケア用品について】

Q：大阪・関西万博でのユスリカ発生や中国広東省でのチクングニア熱の拡大など、虫が関連するこうした問題に対して貴社の商機はないのでしょうか。

A：大阪・関西万博については大阪府との連携協定がベースに知事の発言があり、当社が対応できる範囲で対策の協力をさせていただいています。総合環境衛生事業を手掛ける、アース環境サービス社とも連携し、状況を検証しながら当社グループの製品を活用して進めています。しかしながら、この事象自体が当社業績へ大きな影響があるかと言えば、そこまで影響はありません。これによって当社製品の広告につながればいいなとは思いますが、また、中国の事例については現時点では当社としての商機は無いと考えています。仮に国内での感染の可能性が出てきた場合に何かしらの影響は出てくるかもしれません。

Q：日本の気候が熱帯化してきている中、冬場の通年化の需要は今後伸びていく可能性があると感じます。また、中国のチクングニア熱のような事例も出てくる中、貴社の事業環境は好転しているという認識でいいでしょうか。

A：ご認識の通りで問題ないかと思います。

Q：6月と7月では国内虫ケア市場の動向が大きく変わっていると感じています。貴社の状況を含めて、市場環境をどのように認識されていますか。

A：研究段階のこともあるのではっきりは申し上げられませんが、暑すぎると蚊の活動は減ります。ただ、日中の暑い時には蚊は葉の裏で休んでいたりするだけで、夕方以降になると蚊の活動が始まります。蚊は産卵のために人を刺します。昨年までは7月～8月に刺していたのが、時期がどんどんずれてくる。ですので、年間を通してみると同じです。懸念することはないと考え

ています。

【日用品について】

Q：新モンダミンの海外展開について詳細を教えてください。

A：中国とフィリピンでは新しいロゴで、日本に先んじて発売を開始しています。一方、タイやベトナムでは現行のモンダミンのロゴを浸透させている最中であることや国の規制等の問題もありますので、2027年～2028年を目途に新しいロゴに変えていく予定です。また、輸出事業においても台湾ではすでに新しいロゴで発売をスタートしています。このように海外では足並みを揃え、マーケティング活動や営業を行っていますので、今後、海外の状況についてもご説明してまいります。

Q：日本での今後のモンダミンのシェアの上がり方をどのように想定されていますか。

A：38年前からモンダミンを発売し、現在のシェアは18%程度となっています。過去からご支持いただいている方々の年齢層が高くなってきている状況があり、若年層の開拓をし、シェアNo.1を目指すということを目的に、フルリニューアルを行います。用途欠落を起こさないようにSKUの見直しも並行して行っています。店頭やテレビCM等で今後沢山目にさせていただく機会が増えるかと思います。

Q：（補足資料 P37：【グループ各社】業績概況）白元アースの増収増益の理由とその持続性について教えてください。

A：虫ケア用品とは違う季節性ビジネスであり、気温に直結します。夏場の冷却剤は気温の上昇に伴って販売が伸びていきます。白元アースは様々なカテゴリーを手掛けていますが、現時点では冷却剤や保冷剤が業績にインパクトしているとお考えください。

【費用について】

Q：（決算説明資料 P27：構造改革費用を含む一時費用の進捗）2Qの構造改革費用（特に戦略費用枠）は計画に対して使わなかったという理解でいいのでしょうか。また、使わなかった理由を教えてください。加えて、年間想定額が変わっていないため、通年では使用する見込みなのでしょうか。

A：戦略費用はM&A等の準備金です。いつ発生するかわかりませんが、予算として用意をしています。上期では発生しませんでした、下期には発生するかもしれません。ただ、無理やり使うことはしません。

Q：期初に構造改革を行う中で特別損失に認められるようなものでも営業費用に一旦は計上していると説明いただきました。現状、特別損失に関係するような事象が発生していることはありませんか。

A：そのような事象はありません。もちろん、適正な会計処理を実施する中で、販管費または特別損失のいずれかに計上される場合が想定されます。こうしたことも含めて、現時点では通年で

の構造改革費用の想定は変更しておりません。

【その他】

Q：最近の小売業の再編を受け、トップメーカーとして貴社にプラスになるようなことが起きていませんか。

A：こうした再編に対応できる体制は、ここ１年、２年で作れるものではありません。ドラッグストアやホームセンターといった小売業の主力企業のうち、どの企業がトップになっても問題ないように、当社は営業を行っています。当社の営業が強いのは、こうした状況も見越して取り組んできているからです。今、その成果が出てきていると理解いただいて結構だと思います。

以上