

アース製薬株式会社
2025 年 12 月期第 3 四半期決算説明会 質疑応答要旨

【業績予想修正に対する進捗について】

Q：（決算説明資料 P3：決算ハイライト）計画比で売上高 15.5 億円、営業利益 27.7 億円の上振れと記載がありますが、これは期初計画比でしょうか。

（決算説明資料 P11：営業利益変動要因）こちらのページの計画比も期初計画比でしょうか。

A：こちらは期初計画に対する計画比になっています。

Q：（決算説明資料 P3：決算ハイライト）第 2 四半期時点で開示した業績予想の修正における営業利益は 80 億円であり、15 億円の上方修正でした。第 3 四半期時点で営業利益は 27.7 億円上振れていますが、差額の 12.7 億円は第 4 四半期で費用を使用していくという認識で間違いないでしょうか。

A：第 3 四半期時点での期ズレとなっている、広告宣伝費や固定費もあるので、そういった部分は第 4 四半期以降で使用していく見込みです。また来期を見据えた先行投資なども考えております。

Q：第 2 四半期決算発表時に業績予想の修正を開示したが、その売上高、営業利益に対する進捗はいかがでしょうか。また上振れ、下振れの可能性はどうでしょうか。

A：業績予想修正後の見通しとの比較は公表していませんが、順調に進んでいると認識いただければと思います。第 3 四半期時点では大きな変動はありません。

第 4 四半期で業績に影響の大きい返品に関しても、業績予想修正後の見込みと大きな乖離はないと考えています。日用品、海外の状況、経費の進捗などは変動要因の一つになり、多少の凸凹はありますが、大きく通期見通しを変えるような影響を及ぼすものは現段階ではありません。

【営業利益について】

Q：（決算説明資料 P12：構造改革費用を含む一時費用の進捗）一時費用として計画している合計 15 億円に対して、現段階では 5 億円の使用に留まっていますが、年間での見通しはどう考えていますか。

A：構造改革費用と 100 周年記念費用は計画で 7.7 億円となっていますが、こちらは計画通り、もしくは若干超過すると見込んでいます。一方で戦略費用に関しては、現時点では計画に対して大幅に未使用となっています。現段階で詳細は確定していませんが、枠内で使用を進めていく見込みとなっています。

Q：(決算説明資料 P11：営業利益変動要因) 物流コストが計画から上振れていますが、足元では石油の価格が下がってきていると認識しています。来年も物流コストの上昇トレンドが継続するのか、積載効率の改善などで物流費は来年抑えられそうか、来期の見通しを教えてください。

A：現在来期予算を作成中ですので詳細はお答えできませんが、全体感をお答えさせていただきます。物流費は現在高騰が進んでいる中で、効率化に向けて取り組みを進めていますが、増益側に働くということは想定していません。

Q：(決算説明資料 P12：構造改革費用を含む一時費用の進捗) 本年度、戦略費用予算は 7.3 億円、構造改革費用 4.7 億円を計画していますが、来期も同様のイメージをしていますか？

A：構造改革費用に関しては、来年 1 月にバスクリンを統合し、多少の費用が生じることは考えられますが、本年度に比べると大きく減少する想定です。戦略費用については、一定程度は必要になりますが現段階では具体的な数値の開示は差し控えさせていただきます。

Q：本年度も虫ケア用品の価格改定が好調に推移したと思うが、流通の再編も好影響に働いていると考えています。この点も含めて外部要因については来期以降どう考えていますか。

A：流通の再編は、高い市場シェアを誇る当社にとってポジティブに働いていると感じています。虫ケア用品に関しては、天候要因によるところもあり予測できない部分もありますが、当社がコントロールできること、例えば市場シェアを高める、製品の価格を維持するなどの取り組みを進めてまいります。

【日用品について】

Q：(決算説明資料 補足資料 P17：【連結】部門別売上高) 口腔衛生用品が前期比で 10 億円増収となっていますが、来期の成長性はどのように考えていますか。また、国内日用品のトップラインについての自信度とその根拠を教えてください。

A：口腔衛生用品の部分は、モンダミンのリニューアルの成果による効果が大きいです。出荷、消化ともに順調に推移しており非常に手ごたえもあるので、来期も成長を期待しています。口腔衛生用品以外にも、入浴剤において、バスクリン統合に伴うマーケティング施策の充実・効率化などが寄与すると考えています。

Q：(決算説明資料 P4：管理会計ベース売上高・粗利率 (24vs25)) 日用品の粗利率が大きく改善していますが、これはモデルミックスなのか、価格改定によるものなのか、教えてください。

A：モデルミックスの影響もありますが、大きく寄与しているのは単品収益性の改善です。モンダミンはリニューアルに伴い、処方の変更やパッケージの効率化により収益性が改善しています。また入浴剤の処方変更もプラスに寄与しています。

Q：(決算説明資料 P4：管理会計ベース売上高・粗利率 (24vs25)) 日用品における成長は価格転嫁でなく数量によるものなのでしょうか。収益性の向上も価格転嫁ではなく、処方の変更などという

認識でよいでしょうか。

A：はい、その通りです。数量の伸長と、収益性の改善による影響が大きいです。

【海外事業について】

Q：海外について、輸出でサウジアラビア、香港における虫ケア市場の低迷とありますが、要因は天候なのか、競合なのか、何になりますか。また、どのように対応していくのでしょうか。

A：主要因は、天候による市場の低迷になります。ただこれまで長期間にわたり成長してきた部分なので、大きな心配はしていません。

Q：東南アジアでは苦しい状況となっていますが、競争環境の激化など状況に変化があるのか教えてください。

A：SC Johnson 社など高いシェアを誇る企業がありますが、チャンスは大きいと考えています。タイでは現在市場シェアが No2 であり、No1 の獲得も間近に迫っています。タイでの成功事例をもとに他国での展開を行うことで成長が見込めると考えています。

Q：（決算説明資料 補足資料 P21：海外業績（FY21-253Q 累計実績））今期の営業利益率が前年度から下がっていますが、来期はプラスが見込めるのでしょうか。

A：今期の大きな要因はベトナムにおける計画未達による利益減です。現在営業体制の見直しと強化を行っていますので、来期以降は再度成長が見込めると考えています。

以上