

2025年12月期 第3四半期 決算説明資料

2025/11/11



アース製薬株式会社

- アース製薬の山本でございます。
- 本日（2025年11月11日）15:30に2025年12月期 第3四半期決算を公表いたしました。
- このミーティングでは、その内容について説明をさせていただきます。
- その後、皆さまからのご質問にお答えしたいと思います。
- それでは、説明に移ります。



2025年12月期 第3四半期決算概要

- はじめに、第3四半期の業績概要です。

決算ハイライト



- 前期比 増収増益
- 計画比 売上高はプロトリーフの新規連結分がプラスに寄与
営業利益は、粗利率の改善と販管費の未使用・期ズレにより計画を達成

(単位：億円)

	24.3Q実績		25.3Q計画		25.3Q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	1,348.5	100.0%	1,414.0	100.0%	1,429.5	100.0%	80.9	106.0%	15.5	101.1%
売上原価	791.2	58.7%	820.5	58.0%	818.9	57.3%	27.6	103.5%	▲ 1.5	99.8%
売上総利益	557.3	41.3%	593.5	42.0%	610.6	42.7%	53.2	109.6%	17.1	102.9%
販管費	450.5	33.4%	488.5	34.5%	477.8	33.4%	27.3	106.1%	▲ 10.6	97.8%
営業利益	106.8	7.9%	105.0	7.4%	132.7	9.3%	25.8	124.2%	27.7	126.4%
経常利益	110.4	8.2%	110.0	7.8%	136.0	9.5%	25.6	123.2%	26.0	123.7%
親会社帰属四半期純利益	72.3	5.4%	71.0	5.0%	90.2	6.3%	17.8	124.7%	19.2	127.1%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

2

- 売上高は1,429.5億円、営業利益は132.7億円と、増収増益となりました。
- 計画に対して、売上高はカテゴリごとに状況は異なりますが、プロトリーフの新規連結分がプラスに寄与したこともあって計画を上回り、営業利益については、粗利率の改善や、販管費の未使用また期ズレにより、大幅に上振れる結果となりました。

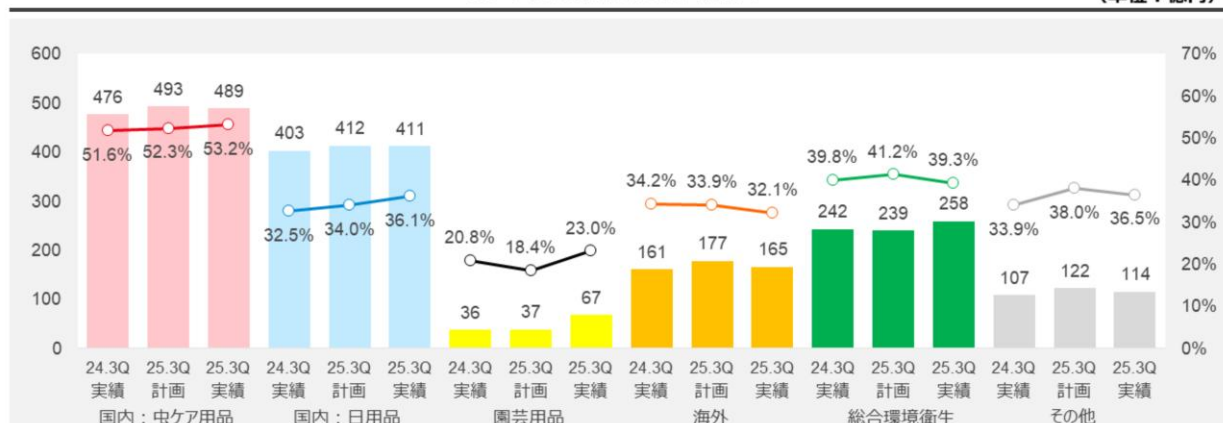
管理会計ベース 売上高・粗利率 (24vs25)



- 国内 虫ケア : 増収、価格改定効果により利益改善
- 国内 日用品 : 売上微増、入浴剤・口腔衛生を中心に収益性が改善
- 園芸用品 : プロトリーフの新規連結に伴い、売上が増加し収益性も改善
- 海外 : モデルミックスにより粗利率は低下したが、全体では増収
- 総合環境衛生 : 安定的な成長を継続

ポートフォリオ別売上高・粗利率

(単位: 億円)



© 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

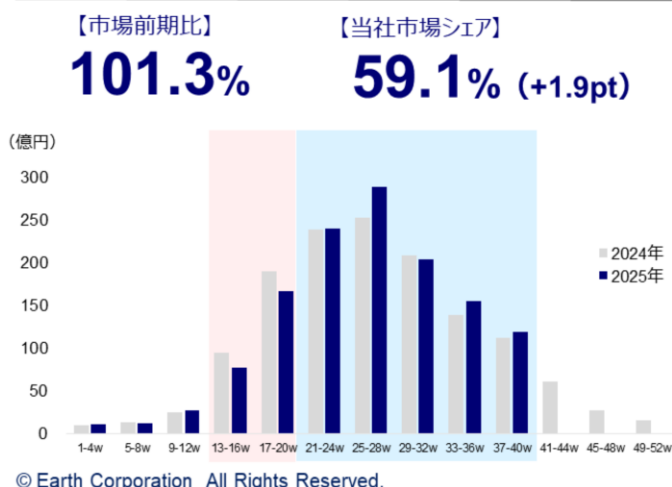
- 各ポートフォリオの状況について、管理会計ベースでご説明します。
- なお、今期から株式会社プロトリーフを連結したことに伴い、従来は虫ケア用品の中に含んでいた園芸用品の業績を区分しています。
- 国内虫ケア用品については、増収を達成し、価格改定効果などにより収益性も改善しています。
- 国内日用品について、売上微増の中、入浴剤・口腔衛生を中心に収益性が改善しました。
- 園芸用品については、プロトリーフの新規連結により売上が増大し、収益性も改善しています。
- 海外については、折れ線グラフから見ると収益性が低下したように見えますが、モデルミックスの影響によるものです。売上高に関しては、全体では増収となりました。
- 総合環境衛生については、引き続き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：5月中旬以降の好天が継続し、9月末時点では前期比101.3%と伸長
- 出荷：新製品を含んだ、虫よけ剤・ゴキブリ・不快害虫カテゴリの製品が寄与
- 売上構成の変化により粗利率が改善

9月末時点の市場状況、当社市場シェア

注力新製品の出荷動向



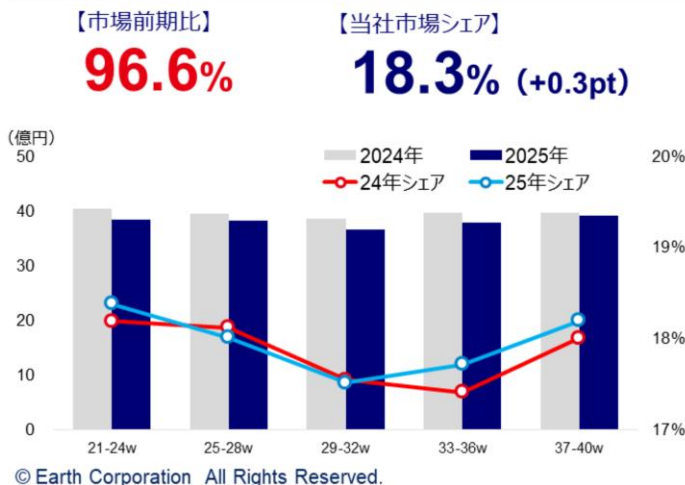
- 国内の虫ケア用品の状況について説明いたします。
- 9月末時点の市場についてです。5月中旬以降から天候が回復し、以降9月にかけて前年を上回る推移が続き、前期比101.3%となりました。その中で当社シェアは59.1%と1.9ポイントのプラスとなっています。中間期では市場前期比が99%と前年を少し下回っておりましたが、9月末段階では市場はさらに伸長し前年を上回る結果となりました。
- 製品戦略や価格改定施策が着実に成果となって表れたものと考えています。
- また、当社が注力している新製品について、虫よけ剤の『はだまも』が計画比108%と好調に推移しました。

国内：日用品 事業の状況（口腔衛生）

- 『モンダミン』シリーズを大幅リニューアル、出荷の初動は極めて好調に推移
- 広告宣伝を積極的に投入、リニューアル後の消化は順調に推移し、シェアは上昇

9月末時点の市場状況、当社市場シェア（洗口液）

『モンダミン』の出荷動向



- ・ モンダミン（レギュラー）

前期比 **113%**



- ・ モンダミン（プレミアムケア）

前期比 **132%**

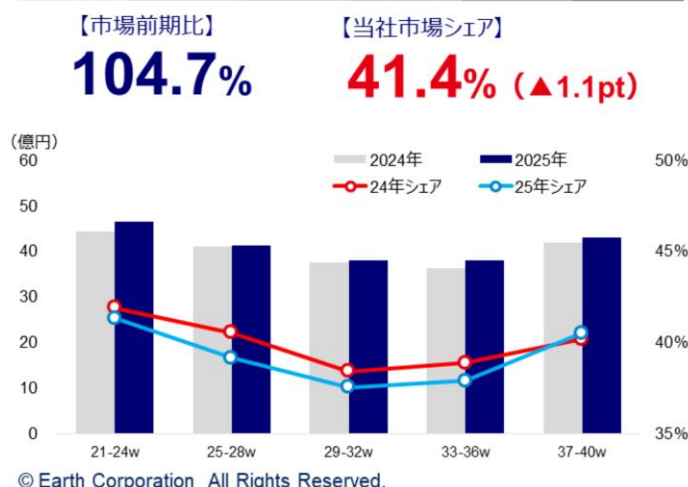


- ・ 続いて、国内日用品の状況について説明いたします。
- ・ まず、口腔衛生用品についてです。
- ・ 9月末時点の市場は、前期比96.6%と前年を下回る推移となっております。
- ・ 当社では、この8月に『モンダミン』シリーズの大幅リニューアルを実施しました。それに伴い、初回出荷を含めた初動も非常に好調に推移しました。
- ・ また、9月以降に広告宣伝を積極投入したこともあり、出荷・消化ともに伸長しました。
- ・ シェアは18.3%と0.3ポイントのプラスを確保しました。また、足元ではシェアが昨年を大幅に上回るなど、大きな成果を得られていると考えています。
- ・ 『モンダミン』の出荷動向については、大幅リニューアル施策が寄与し、レギュラータイプは前期比113%、プレミアムタイプは前期比132%と大きく成長しました。

国内：日用品 事業の状況（入浴剤）

- 剤型によってはバラつきが見られるが、市場全体は前年を上回る推移
- 『きき湯』、『BARTH』などの高単価・高付加価値商品は、引き続き伸長
- 『OFFFROM』などの秋季新製品による売上が寄与

9月末時点の市場状況、当社市場シェア



主力品の出荷動向



- 続いて、入浴剤の状況です。
- 9月末時点の市場につきまして、中間期時点と同様に、市場そのものは引き続き好調に推移し、前期比104.7%となっています。ただ、剤型によって好不調にバラつきが見られ、当社が極めて高いシェアを有している粉剤タイプが前年を下回る一方で、高付加価値・高価格帯の製品が伸びています。
- こうした環境下で、当社は市場シェア41.4%とシェアを約1ポイント落としております。既に公表のとおり、来年1月からバスクリンを統合しますが、改めてマーケティング施策の充実・効率化を図り、シェアの回復に努めてまいります。

海外 事業の状況 (ASEAN中核)



(単位：億円)

タイ

- 円貨ベースで前年・計画ともに達成
- 主要アカウント向けの伸びが順調
- 虫ケア用品 市場シェアNo.2を維持



© Earth Corporation All Rights Reserved.

ベトナム

- 現地通貨ベースでは前年を上回る
- 構成比の高いGTチャネル向け売上高の未達に対して、営業組織の安定化によるリカバーを図る



*現地法人の売上高ベース 7

- 続いて、海外の状況です。
- まずは、ASEAN中核エリアに位置付けているタイ、ベトナムの状況です。
- タイについては、主要アカウント向けが順調に伸びており、円貨ベースで前年・計画とも上回りました。また、タイ国内でのシェアはNo.2を維持し、近い将来のNo.1を目指し、取り組みを進めており、順調に推移しています。
- ベトナムについては、グラフ上では前年を割っていますが、こちらは円貨ベースでのグラフとなり、現地通貨ベースでは前年を上回りました。ベトナム国内で構成比の高いGTチャネル向け売上高が未達となりました。
- 営業体制の安定化を図り、今期のリカバー、来年以降への成長へと繋げていきます。

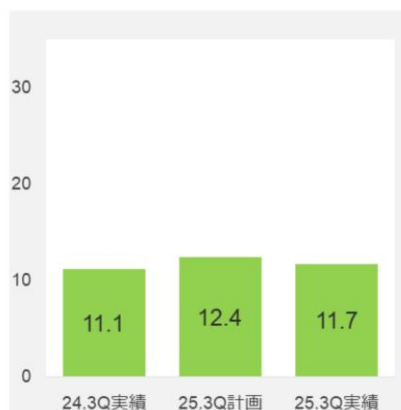
海外 事業の状況 (ASEAN展開拡張、中国、輸出)



(単位：億円)

展開拡張エリア (マレーシア・フィリピン)

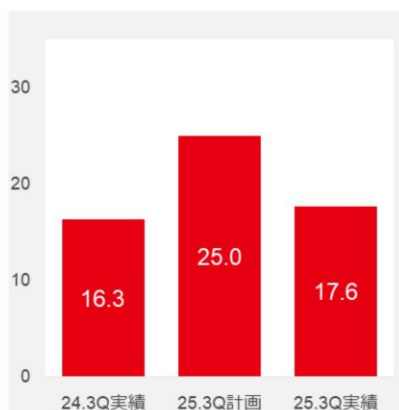
- マレーシア：主要アカウントにおける定番品の採用増により、虫ケア用品・芳香剤とも好調
- フィリピン：欠品は解消傾向、代替策の企画品を発売したがカバーしきれず



© Earth Corporation All Rights Reserved.

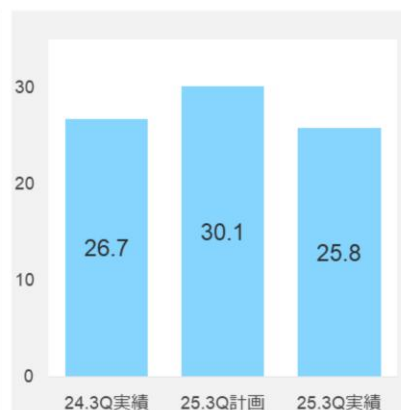
中国

- 虫ケア用品を中心に、計画未達なもの前年を上回る推移
- 今秋、ベトナムで取り扱う住居用洗剤『GIFT』の販売を開始し、売上の上乗せを図る



輸出

- サウジアラビア・香港における虫ケア市場の低迷が影響
- 台湾では順調に推移



*現地法人の売上高ベース 8

- 続いて、ASEAN展開拡張エリア、中国、輸出についてです。
- マレーシアは、主要なアカウントにおいて定番品の採用が増加するなど、製品の採用が進み、虫ケア用品や芳香剤など順調に成長しました。
- フィリピンについては、従前よりお伝えしていましたが、商品の欠品については解消傾向にありますが、影響をリカバーするために発売した企画品が想定を下回る推移となりました。
- 中国については、シーズン序盤の虫ケア用品の売場の立ち上がりが遅れたことが影響し、計画未達ではありますが、前年は上回りました。この秋から、ベトナムで取り扱っている住居用洗剤『GIFT』の販売を開始しており、売上の上乗せを期待しています。
- 輸出については、コアエリアであるサウジアラビア・香港の虫ケア用品市場が低調であり、その影響を受けました。一方、台湾での事業は順調に推移しています。

総合環境衛生 事業の状況



- 専門知識や技術・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により、契約件数が増加
- 提供サービスの高度化に伴い、契約1件当たりの単価が上昇

総合環境衛生 年間契約件数推移



© Earth Corporation All Rights Reserved.

実績好調な背景

- 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
- 内部要因**
 - 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
 - AIを活用した監視システムの上市

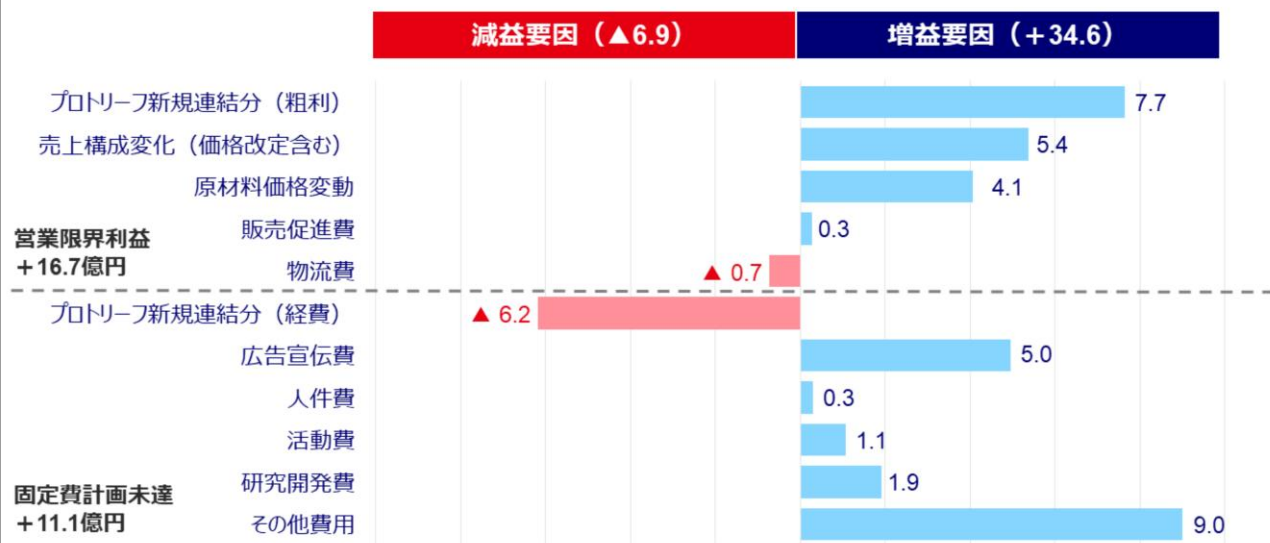
9

- 続いて、総合環境衛生事業の状況です。
- 総合環境衛生事業については、家庭用品事業と並んで2大事業のひとつとして捉えており成長期待も非常に高い事業として考えています。
- 年間契約件数も順調に増加を続けるなど、安定成長を続けています。
また、提供サービスの高度化に伴い契約1件当たりの単価も上昇しています。
- こちらは衛生管理サービスへのニーズの高まりを背景に、当社の専門知識や技術などの高いサービス品質が受け入れられ、契約件数が拡大していることが主な要因です。
- また、提供サービスの品質向上に向けて、検査設備の拡充やAIの活用なども進めています。

営業利益変動要因（計画比）

- プロトリーフの新規連結に加え、価格改定効果を含む売上構成変化が利益の上振れに寄与
- 固定費の未消化分の一部は4Qに消化する

（単位：億円）



© Earth Corporation All Rights Reserved.

10

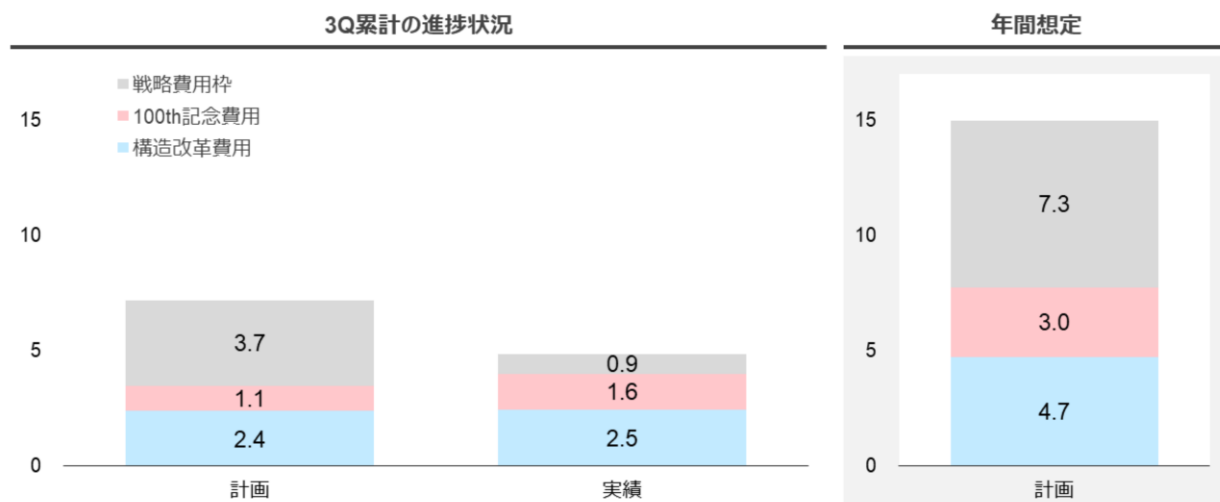
- こちらは、営業利益の変動要因について計画対比を示したものです。
- 全体的に増益側に振れていますが、プロトリーフの新規連結に加えて、価格改定効果を含む売上構成変化が利益の上振れに寄与しています。
- また、広告宣伝費などの販管費の未消化もしくは期ズレといったところも、一部第4四半期に消化する計画ではありますが、この第3四半期に関して言えば大きな増益要因の一部です。
- 減益側には、プロトリーフ新規連結分(経費)で、マイナス6.2億円とありますが、これは当然増益側で粗利がありますので、トータルでは1.5億円のプラスというように捉えていただければと思います。

構造改革費用を含む一時費用の進捗



- 収益構造改革にかかる費用、100周年記念費用については、使用タイミングの前後はあるものの、期末に向けて想定どおりに進捗
- 戦略費用については、想定枠内で必要に応じて投入する

(単位：億円)



© Earth Corporation All Rights Reserved.

11

- こちらは、構造改革を含む一時費用の進捗状況を示したものです。
- 右側に年間の計画値を記載していますが、従前よりお伝えしている通り、年間では15億円を想定しており、内容は大きく3つに分けています。
- 水色が構造改革費用、ピンクが100周年記念費用、グレーが戦略費用です。
- 3Q累計の進捗状況について説明します。
- 構造改革費用については、計画2.4億円に対して実績が2.5億円とほぼ計画通りとなりました。
- 100周年記念費用は、1.1億円に対して1.6億円と計画を上回っているように見えますが、これは計上タイミングのずれなどがあり、実質計画とは大きく乖離はありません。
- 戦略費用については、当初計画していた、M&A関連費用などが現状発生しておらず未使用となりました。一方で、バスクリンの経営統合にかかる費用等々が生じていくこともあるので、年間では計画値に近づいていくと想定しています。

通期業績見通し



(単位：億円)

■ 2Qに上方修正した内容から変更なし

2025 計画		2025修正	差額	予想修正の主な要因	2024 実績
売上高	1,750	1,780	+30.0	・ (株)プロトリーフ連結子会社化による寄与	1,692
売上総利益	723.0	738.0	+15.0	・ 価格改定効果や売上構成の変化により、当初見込んでいた粗利率から改善する見込み	689.6
販管費	658.0	658.0	0.0	・ 上期の予算未消化分は一部使用 経費の効率化を図り、(株)プロトリーフ分を吸収	625.4
営業利益	65.0	80.0	+15.0		64.2
親会社株主帰属 当期純利益	43.0	53.0	+10.0		34.7
ROE	6.2%	*7.6%	+1.4pt		5.1%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

*2025年8月8日公表の連結業績予想修正値をベースにしたシミュレーション値 12

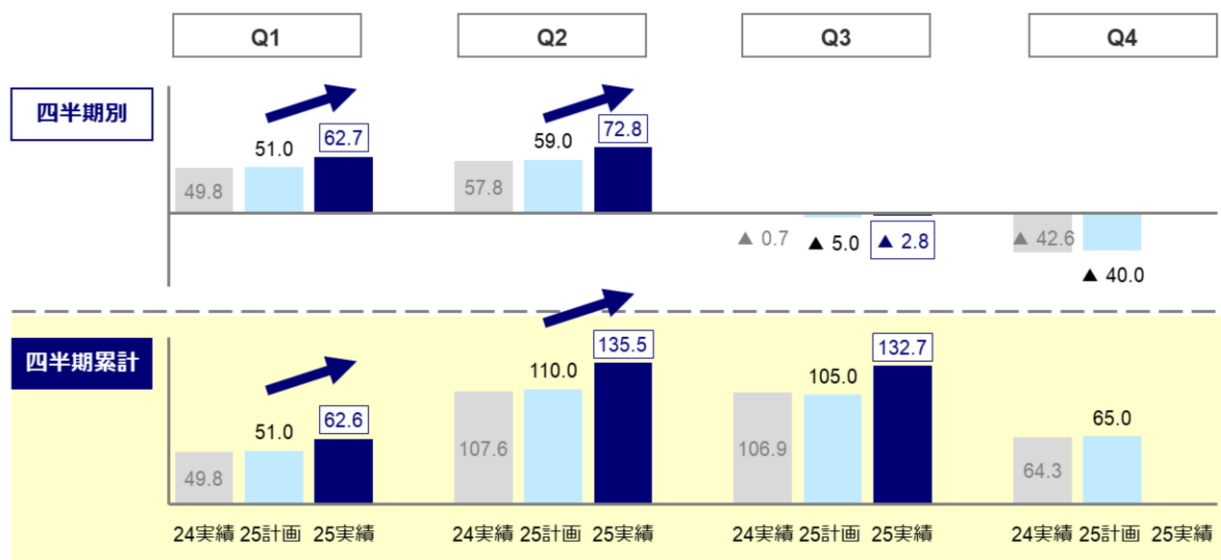
- ・ 続きまして、通期の業績見通しについてです。
- ・ 中間期に公表した通期業績予想の修正の内容から変更はありません。
- ・ 売上高は1,780億円、営業利益は80億円で着地する見通しとしています。

営業利益の進捗（四半期別・累計） ※当初計画



（単位：億円）

■ Q3は計画に対して大きなブレなく順調に進捗



© Earth Corporation All Rights Reserved.

13

- 最後に営業利益の進捗についてです。
- Q1、Q2と計画に対して大幅に上振れて進捗していました。
Q3は営業利益はマイナスとなっていますが、計画に対しては若干上振れて推移しています。
- 通期の業績見通しという部分に関しては、Q4が非常に重要になってきますが、業績に大きなインパクトのある返品も注視して取り組んでまいります。

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。

- 以上で説明を終わります。