



2025年12月期 業績説明資料

2026/02/13

アース製薬株式会社

エグゼクティブ・サマリー

FY25
決算

売上高 : 1,791.8億円 (当初計画比 102.4% + 41.8億円)

営業利益 : 80.8億円 (当初計画比 124.4% + 15.8億円)

- 虫ケア用品 : 新製品の貢献、価格改定効果などにより伸長
- 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 : タイやマレーシアがけん引し、概ね想定どおりの進捗
- 総合環境衛生 : 契約件数の順調な増加により好調な推移
- 粗利率の改善もあり、営業増益
- 特別損失の計上により、当期純利益は8月の上方修正計画をわずかに下回る

FY26
計画

売上高 : 1,880億円 (前期比 105.2% + 88.1億円)

営業利益 : 90.0億円 (前期比 111.3% + 9.1億円)

- 上期は積極投資など戦略的な施策による減益を見込む
- 上期の積極策効果に加え、コスト構造のスリム化により、通期で利益改善

増配

1株当たり配当 5円増配の130円を予定



アース製薬

2025年12月期 業績概要

業績ハイライト

(単位：億円)

- 増収増益、上方修正数値に対しても計画線で着地
- ①売上計画の達成に加え、②売上総利益率の計画対比改善により、計画達成
- 虫ケア用品の価格改定効果、総合環境衛生事業が売上をけん引

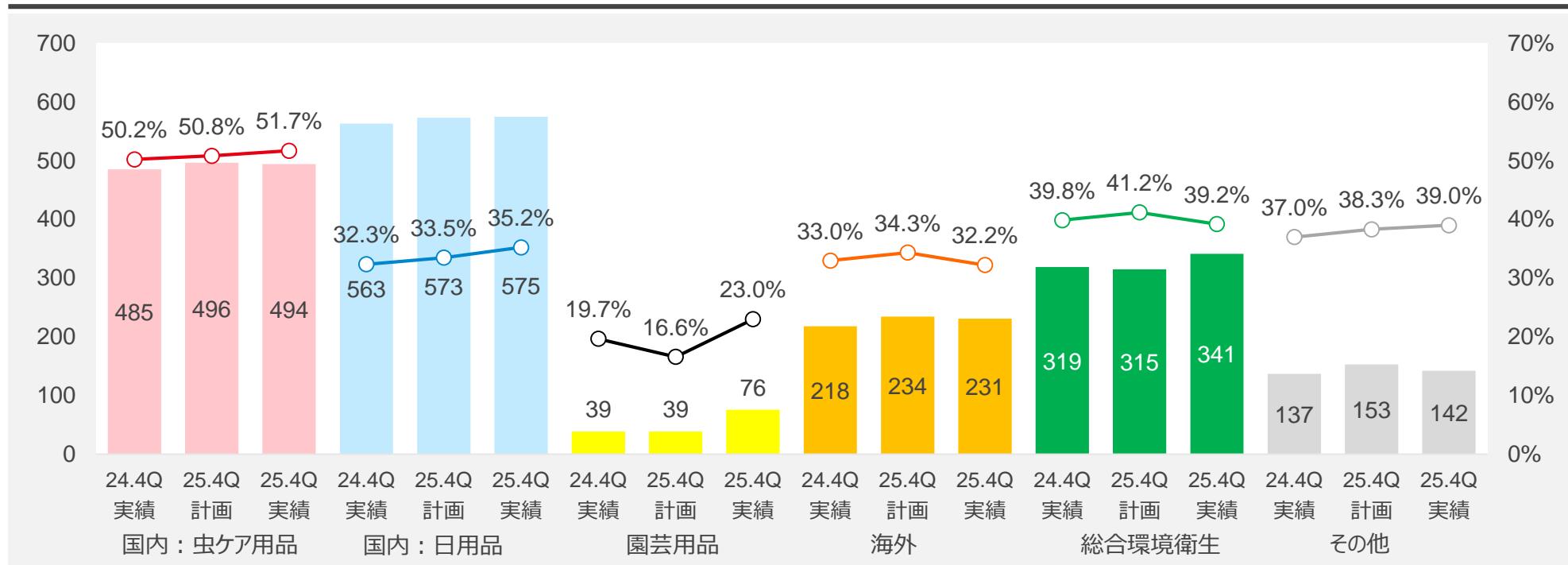
	24.4Q実績	25.4Q当初計画	25.4Q修正計画	25.4Q実績	比較					
	金額	金額	金額	金額	前期差	前期比	計画差	計画比	修正差	修正比
売上高	1,692.7	1,750.0	1,780.0	1,791.8	99.0	105.9%	41.8	102.4%	11.8	100.7%
売上原価	1,003.0	1,027.0	1,042.0	1,044.4	41.3	104.1%	17.4	101.7%	2.4	100.2%
売上総利益	689.6	723.0	738.0	747.3	57.6	108.4%	24.3	103.4%	9.3	101.3%
販管費	625.4	658.0	658.0	666.4	41.0	106.6%	8.4	101.3%	8.4	101.3%
営業利益	64.2	65.0	80.0	80.8	16.6	125.9%	15.8	124.4%	0.8	101.1%
経常利益	73.6	71.0	86.0	88.9	15.2	120.8%	17.9	125.3%	2.9	103.4%
親会社帰属当期純利益	34.7	43.0	53.0	52.3	17.6	150.7%	9.3	121.8%	▲ 0.6	98.8%
売上総利益率	40.7%	41.3%	41.5%	41.7%	1.0pt		0.4pt		0.2pt	
販管費率	36.9%	37.6%	37.0%	37.2%	0.2pt		▲ 0.4pt		0.2pt	
営業利益率	3.8%	3.7%	4.5%	4.5%	0.7pt		0.8pt		0.0pt	

管理会計ベース 売上高・粗利率 (24vs25)

- 国内 虫ケア : 増収及び価格改定効果により利益改善
- 国内 日用品 : 入浴剤・口腔衛生を中心に売上が伸長、収益性も改善
- 園芸用品 : プロトリーフの連結子会社化により売上が拡大、収益性の改善
- 海外 : エリアによってバラつきはあるが増収
- 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)



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鍛磨  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』

国内：虫ケア用品 事業の状況

(単位：億円)

- 国内 虫ケア用品市場は前期比101.4%に拡大
- 当社が実施してきた高付加価値製品の拡大や、価格転嫁施策の効果が着実に表れる
- 当社は市場シェアを1.9pt上昇し、市場成長をけん引

12月末時点の市場状況、当社市場シェア

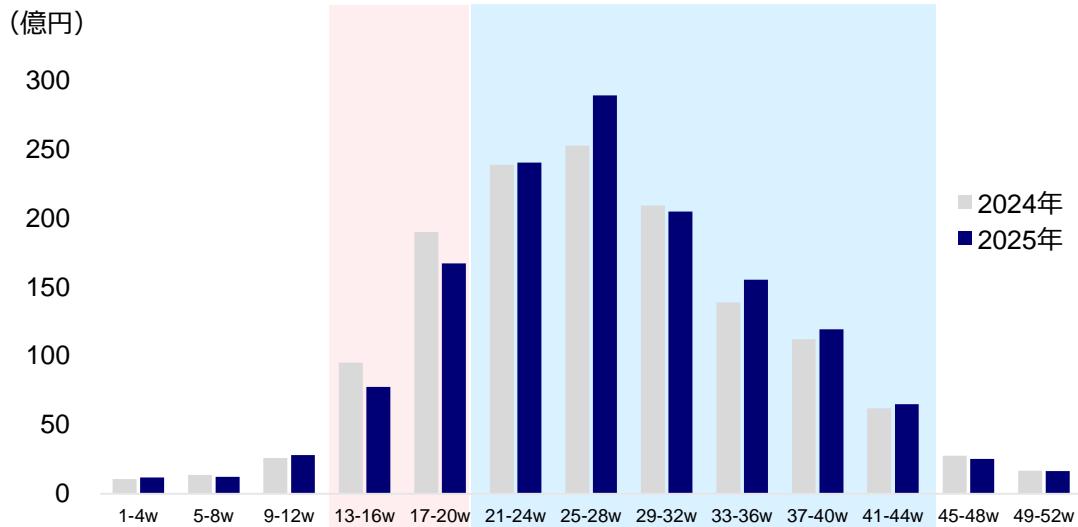
【市場前期比】

101.4%

(億円)

【当社市場シェア】

59.1% (+1.9pt)



注力新製品の動向

『はだまも』

計画比

115%

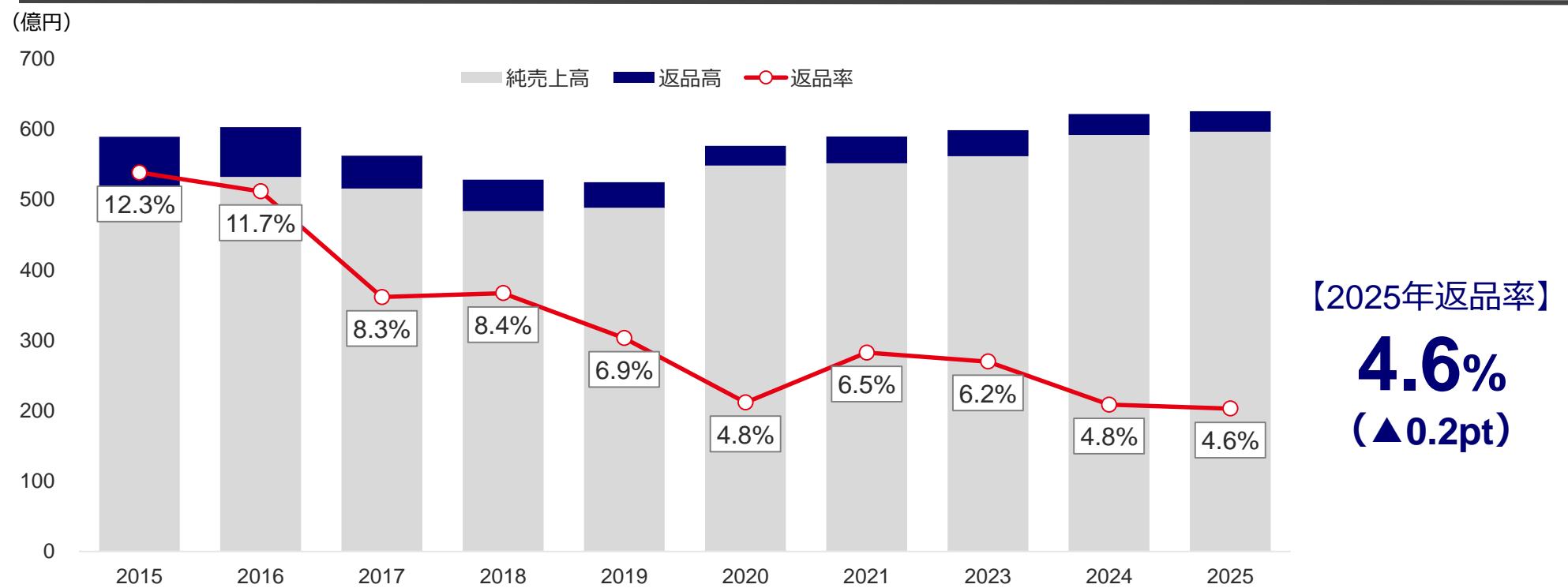


国内：虫ケア用品 事業の状況（返品）

(単位：億円)

- 返品率は金額ベースで4.6%と過去最良の水準まで低下、返品額も過去最少レベル
- 今後はこの水準の維持を基本に、店頭における販売機会の逸失リスクと、返品に伴うコスト負担のバランスを考慮していく

返品率（金額ベース）過年度推移

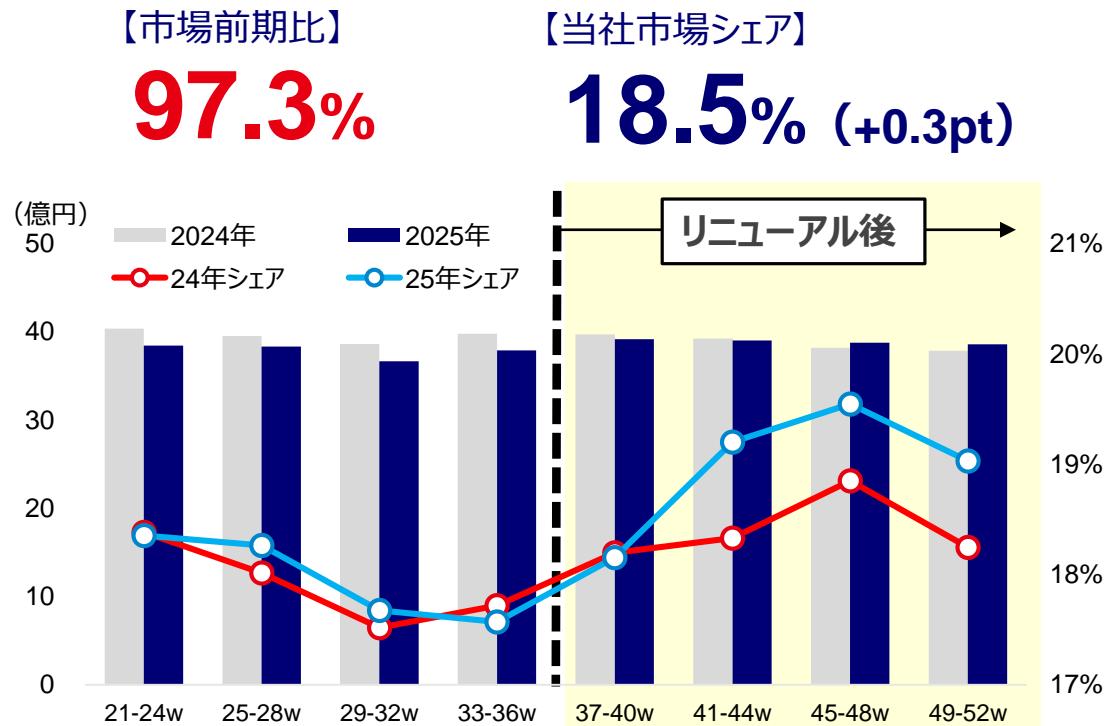


国内：日用品 事業の状況（口腔衛生）

(単位：億円)

- 『モンダミン』シリーズを大幅リニューアル、出荷は好調に推移
- 広告宣伝を積極的に投入、リニューアル後の初動が順調に推移し、シェアも上昇
- 当面のシェア目標20%に向けて、2026年以降も積極的な広告宣伝投資を実施

12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

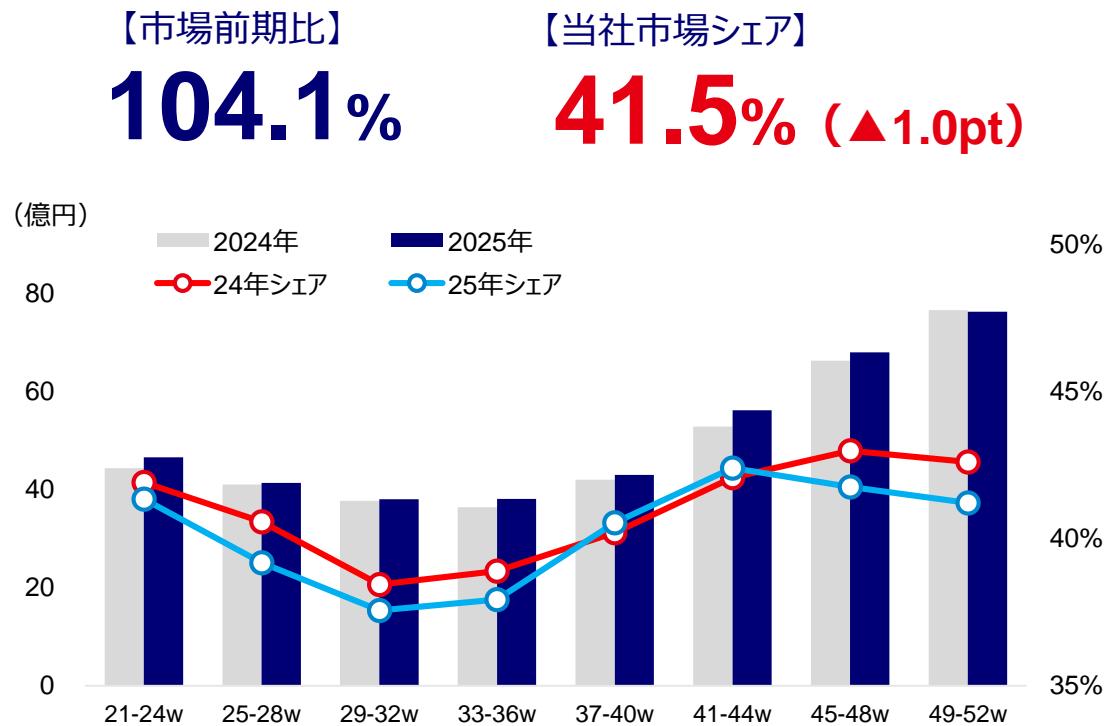


国内：日用品 事業の状況（入浴剤）

(単位：億円)

- 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
- 『バスロマン』、『バスクリン』など粉剤タイプの売上が前年を下回る一方で、『きき湯』、『BARTH』などの高単価・高付加価値商品は、引き続き伸長

12月末時点の市場状況、当社市場シェア



主力品の出荷動向

『温泡』

前期比 **104%**



『きき湯』

前期比 **104%**



『BARTH』

前期比 **106%**

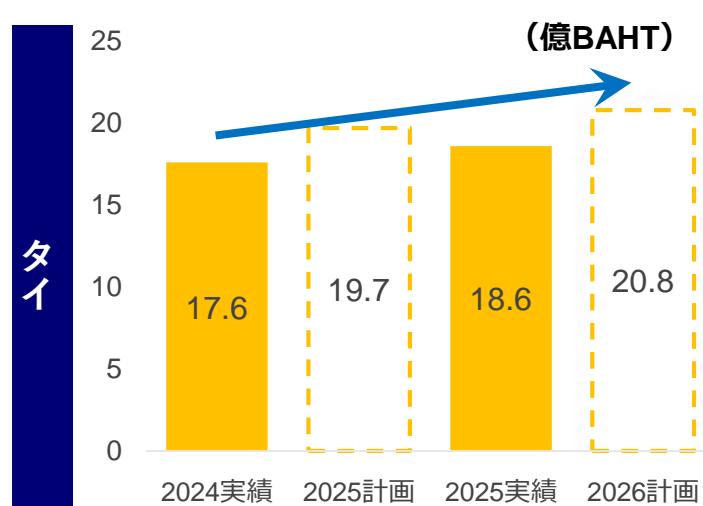


海外 事業の状況 (ASEAN中核)

現地通貨ベース



売上高



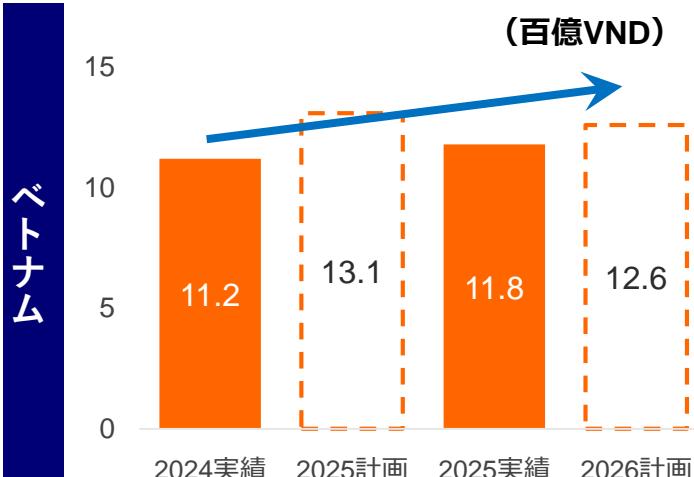
FY25状況

- 売上高は計画には至らなかったものの、前年を上回る
- 店頭での山積企画が奏功し、虫ケア用品 市場シェア拡大

FY26以降の取り組み

- 虫ケア用品 タイ国内シェアNo.1奪取
- MT : 山積企画の実施増強
- TT : Whole Saler配荷強化
- 原材料価格低減、生産効率向上による利益率改善

ベトナム



- 売上高は、上期の不振が響き、通期で計画を下回ったものの、前年を上回る
- 販管費コントロールにより、収益のビハインドを最小限にとどめる

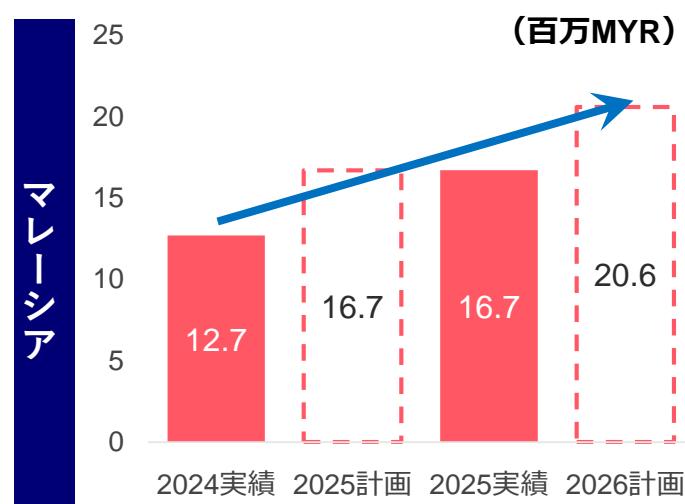
- 市場シェア拡大に向けて、店頭展開を強化、そのための人員を積極的に増強
- MT : 店受注の強化、TikTok
- GT : 山積企画の実施、フェイスシェア拡大
- 製品コストダウン取り組み

海外 事業の状況 (ASEAN展開拡張)

現地通貨ベース



FY25状況

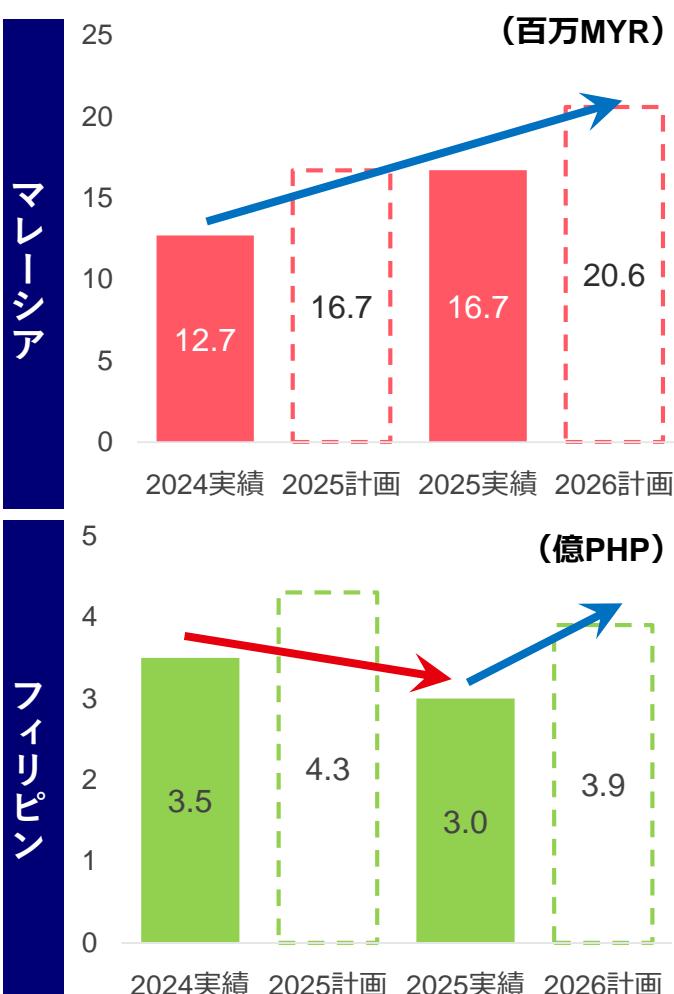


FY25状況

- 虫ケア用品・芳香剤とも好調に推移し、売上高は前年を上回り、計画どおり
- 主要アカウントにおける定番品の採用増、新製品のリストティング
- GT：代理店の変更、新規開拓

FY26以降の取り組み

- 引き続き、虫ケア用品・芳香剤を中心に行開
- 人口の多いエリアをターゲットにGTの新規開拓を実施
- フーマシーチャネルの深耕
- 限りなく黒字転換に近づく



- 欠品影響は解消し、最も厳しいタイミングは脱したが、影響をカバーしきれず、売上高は前年・計画とも下回る

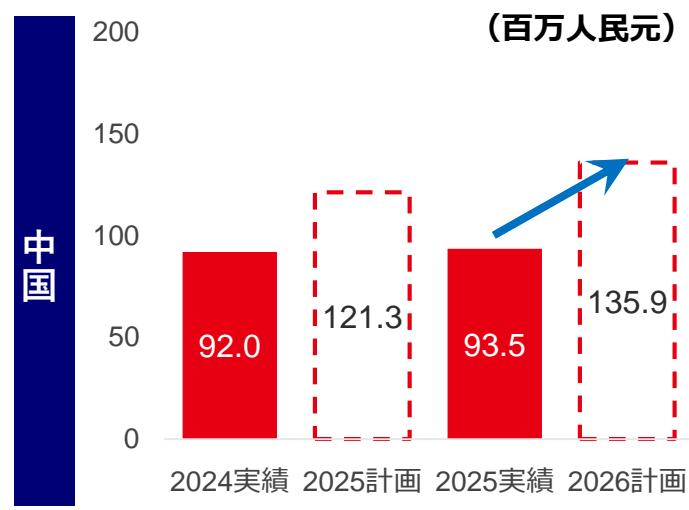
- 虫ケア用品の市場シェア拡大に向けて、エアゾール、蚊取線香、ベイトを重点品目として売上拡大を図る
- 販促費、広告宣伝費の効率化

海外 事業の状況 (中国、輸出)

現地通貨ベース



FY25状況

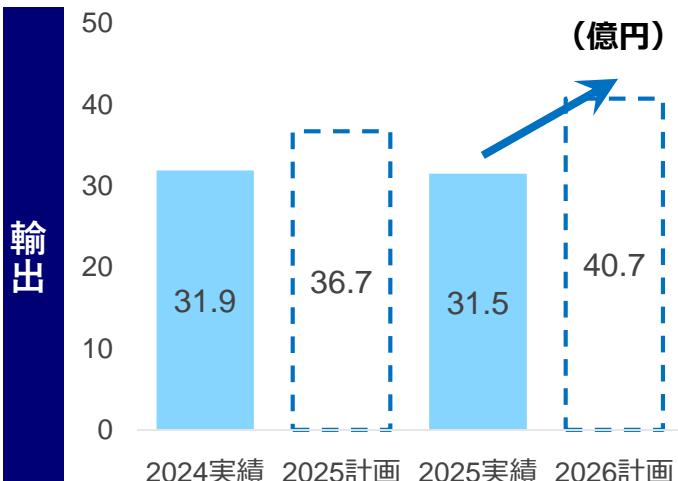


FY25状況

- 売上高は計画未達であるものの、虫ケア用品を中心に前年を上回る
- ベトナムで取り扱う住居用洗剤『GIFT』の販売を開始し、売上が上乗せ

FY26以降の取り組み

- 各エリアでの攻略企業を設定、採用品目を増やし、売上・シェアを高める
- 華南エリアの新規開拓、DrgやCVSなど新規業態の開拓を図る
- 物流合理化を含め、投資公司として利益改善を図る



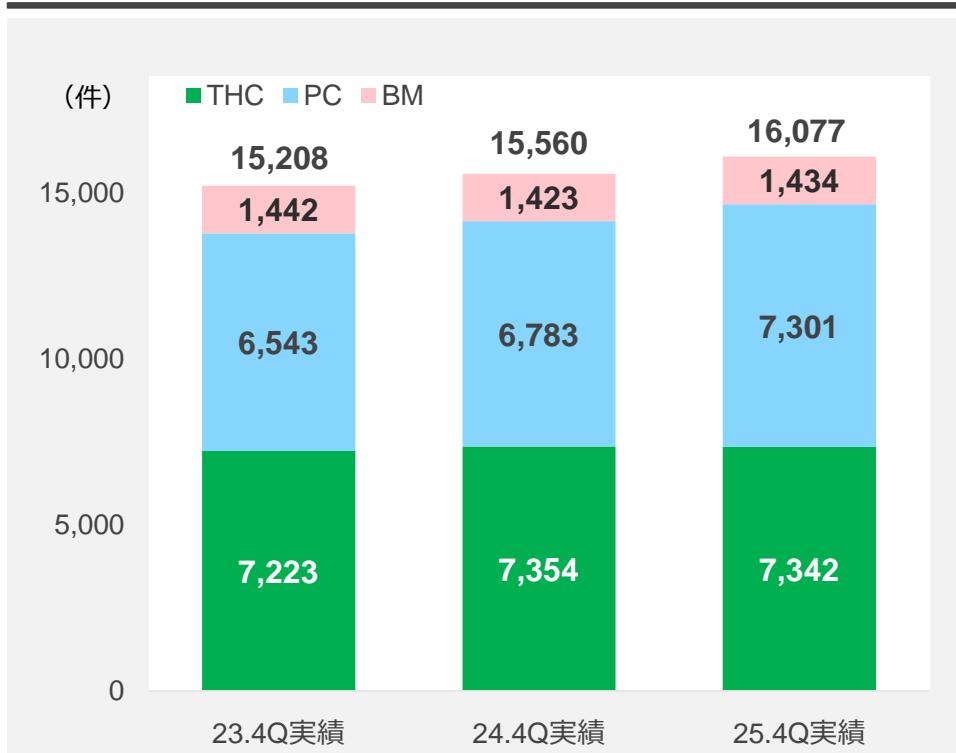
- 売上高は、サウジアラビア・香港における虫ケア市場の低迷が影響し、前年・計画ともに下回る
- 台湾は順調に売上拡大

- サウジアラビア：大手競合の取り扱いがなく、差別化された製品を市場に投入（ベイト剤）
- 香港：チャネルの開拓、代理店の取扱品目拡充により、店頭採用アイテムを増加
- 日系企業とのコラボレーション

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



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**
- 専門人財（環境ドクター）の育成
 - AI・IoT活用*の開発投資加速によるサービスの高付加価値化

*Pescle : AIとIoTを活用したクラウド型のリアルタイム小動物遠隔監視システムにより、顧客の遠隔技術指導体制を構築

MA-T 事業の状況

- マケイン研究所が主催する国際会議「Sedona Forum Tokyo」に参画。
- 約140名の日米財界、政界関係者、メディアが来場。各所にMA-T製品、説明POPを配置、『MA-T』による感染対策を実施。

スポンサー参加

GOLD-LEVEL SPONSORS



BRONZE-LEVEL SPONSORS



引用元：
Sedona Forum – Tokyo Forum Supporters & Partners

各国要人への『MA-T』認知拡大と感染対策



MA-T製品の設置



引用元：Sedona Forum



引用元：Sedona Forum



片山財務大臣

引用元：片山さつき氏 Facebookより

現・中計に対する進捗

■ 次期・中期経営計画に向けて、さらなる進化を図る

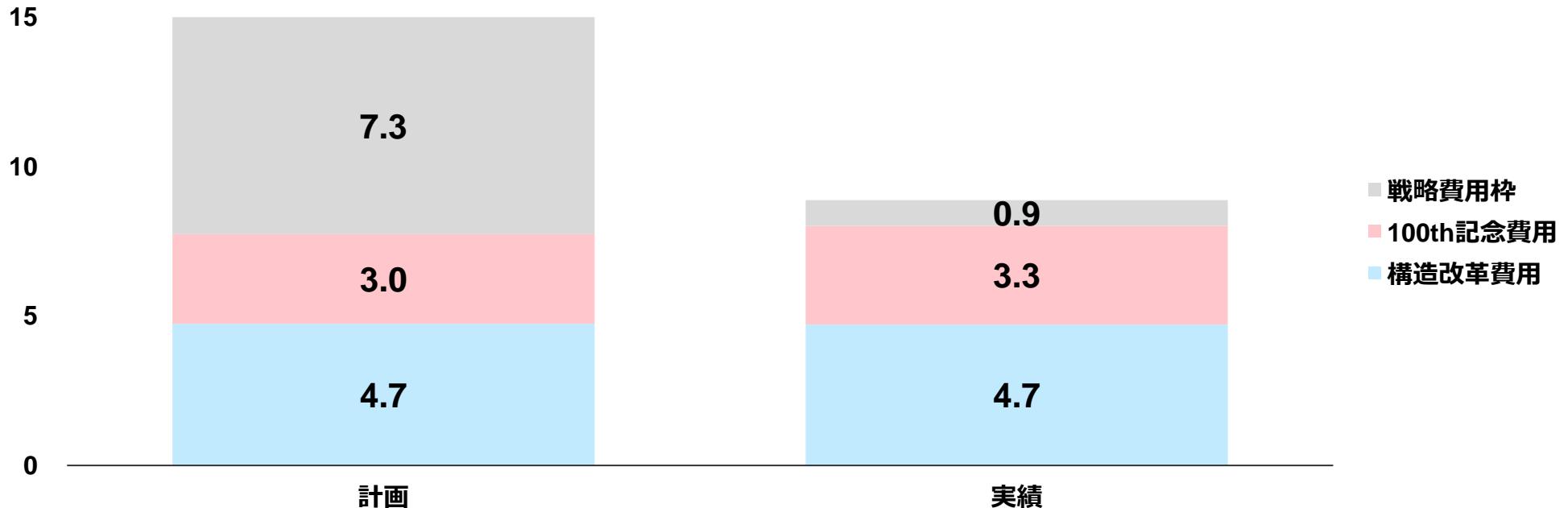
国内	海外	総合環境衛生事業	MA-T
季節性の影響を最小限に 企業の核となる収益を確保	ASEAN中心に 成長のドライバーとする	安定収益の確保	季節要因に左右されない 新規ビジネスを開拓
 シェアNo.1の維持 (虫ケア用品、入浴剤)  日用品の収益確保 ・洗口液・消臭芳香剤 ・家庭用マスク  成長チャレンジ ・園芸用品 ・ペット用品	 グローバルシェア 虫ケア用品No.2  24カ国にFocusした 展開拡大  グローバルブランド育成 ・虫ケア用品 ・オーラルケア ・消臭芳香	 技術力・教育・専門性 の3つの柱の確立  「環境ドクター」による品質 保証支援サービスの鍛磨  新分野へのサービス展 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
【現・中計に対する進捗状況*】	【現・中計に対する進捗状況】	【現・中計に対する進捗状況】	【現・中計に対する進捗状況】
			

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周年記念費用は概ね当初の想定どおりに使用
- 戰略費用枠を用いて、人件費（従業員への還元分）に振り分け

4Q累計の進捗状況

(単位：億円)

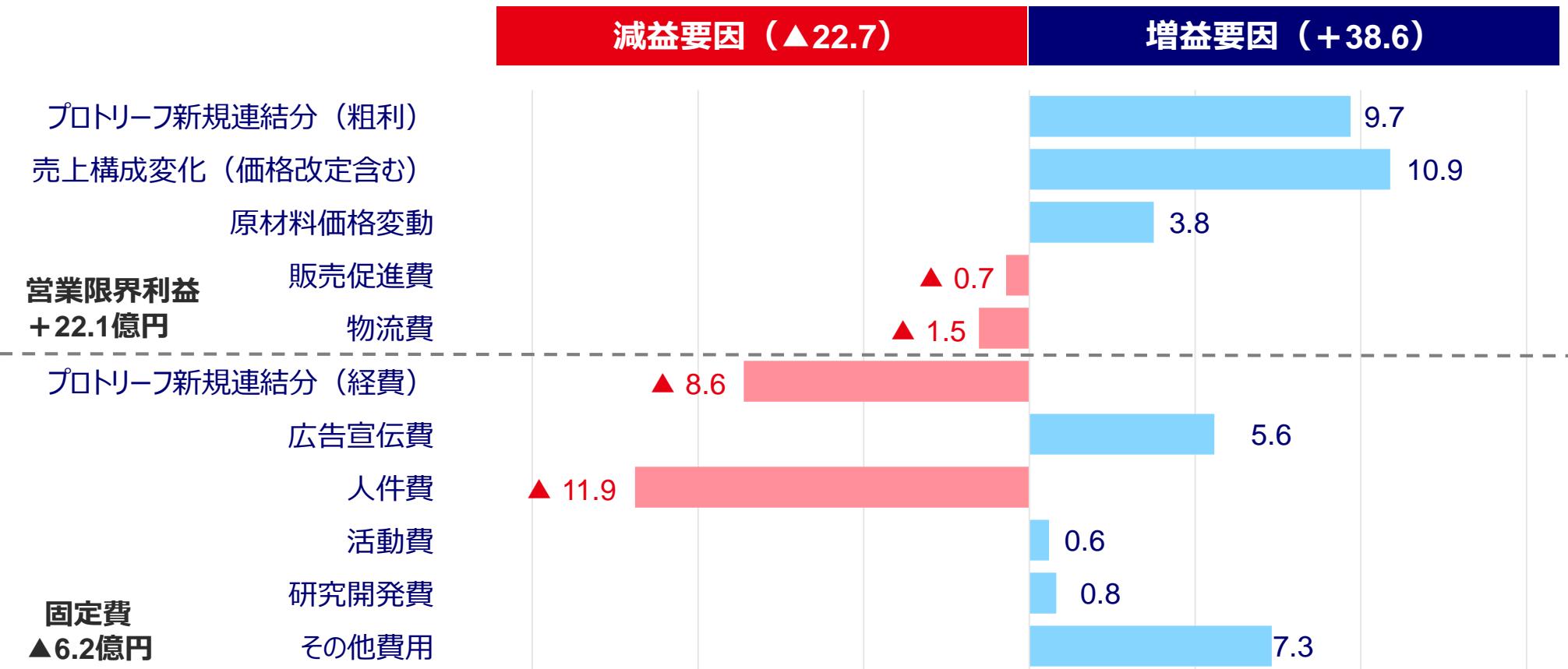


営業利益変動要因（計画比）

(単位：億円)

- プロトリーの新規連結に加え、売上構成変化などが利益の上振れに寄与
- 人件費については、好業績を背景に従業員への還元を実施した影響で計画を上回る

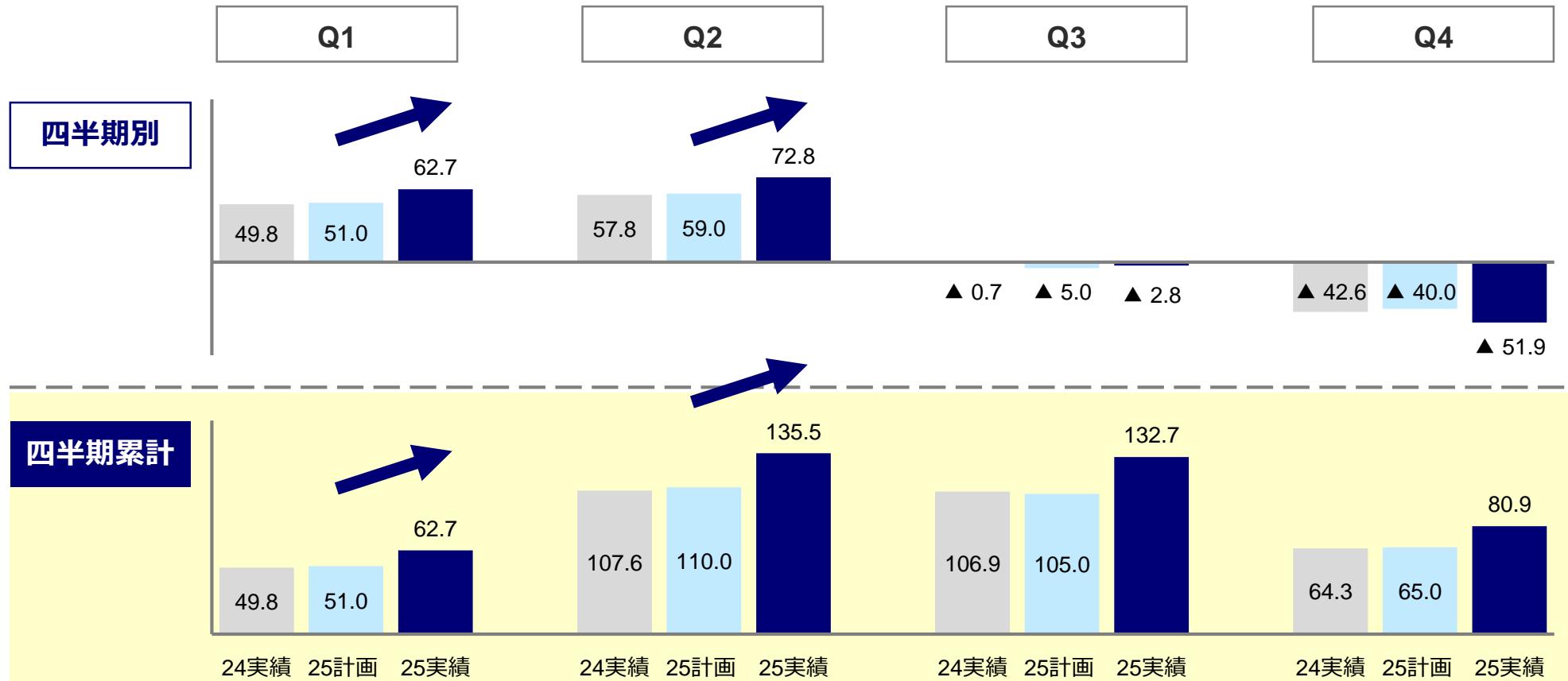
(単位：億円)



営業利益の進捗 (四半期別・累計) ※当初計画比

(単位：億円)

- Q4に計画外の従業員還元を実施したが、この影響を除くと計画どおりの推移



特別勘定について

- 特別利益 計：3.9億円、特別損失 計：12.1億円
- 8月の上方修正時にはアース・ペット関連の特別損失を想定しておらず、当期純利益は修正見通しに対してわずかな未達にとどまる

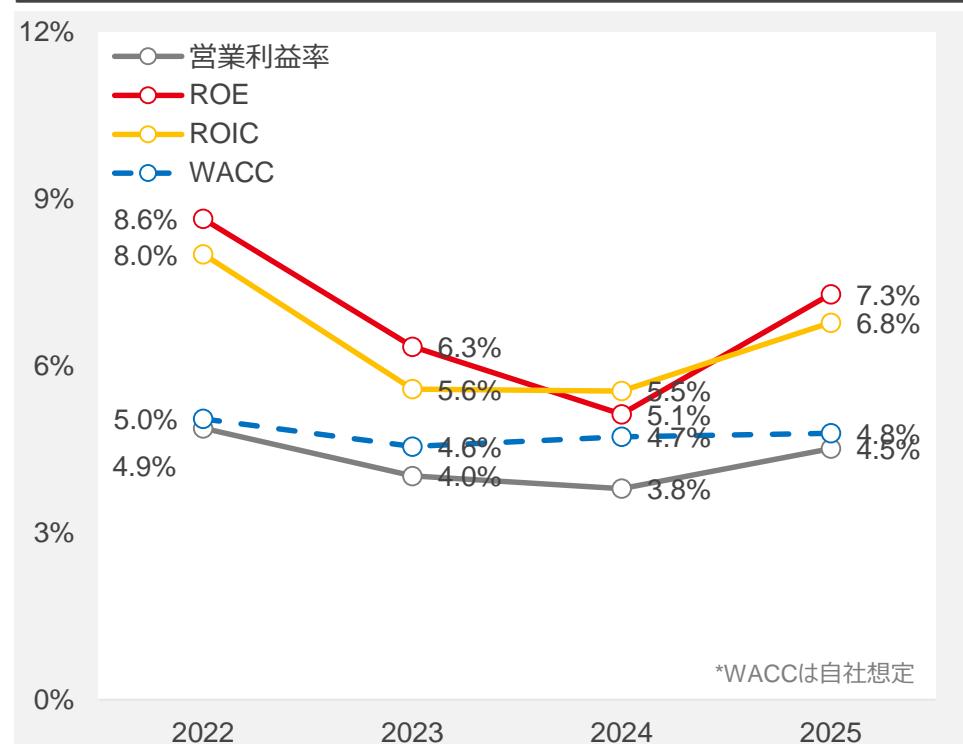
主な項目	発生時期	利益／損失額	内容詳細
プロトリーフ 株式追加取得	25.1Q	特別利益 +3.5億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 株式の段階取得に係る差益を計上
フィリピン 現地法人関連	25.2Q	特別損失 ▲2.9億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 追加出資分ののれんの減損
アース・ペット関連	25.4Q	特別損失 ▲3.6億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 沖縄猫砂製造事業の停止による固定資産の減損
バスクリン 吸収合併関連	25.4Q	特別損失 ▲2.9億円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 転進支援に伴う特別退職金など

収益性・資本効率の状況

(単位：億円)

- 収益性改善に伴い、ROE、ROICも改善、EVAスプレッド（ROIC-WACC）2.0ptに拡大
- Debtに関しても、財務健全性が十分に担保されている水準

収益性・資本効率



EBITDA・D/Eレシオ・Debt/EBITDA





アース製薬

2026年12月期 計画概要

2026年定量目標に対する進捗

利益指標の大半を1年前倒して達成

	2024年実績	2025年実績	前年増減	現中計計画
収益力	連結売上高 1,692億円	1,791億円	+ 99億円	1,700億円
	(海外売上高*) 売上比率 218億円 12.9%	230億円 12.9%	+ 13億円 ±0.0pt	250億円 14.7%
	営業利益 64.2億円	80.8億円	+ 16.6億円	70億円
	営業利益率 3.8%	4.5%	+ 0.7pt	4.1%
	当期純利益 34.7億円	52.3億円	+ 17.6億円	43.0億円
資本効率	ROE 5.1%	7.3%	+ 2.2pt	7.2%
	ROIC 5.5%	6.8%	+ 1.3pt	5.4%
	WACC ※自社想定 4.7%	4.8%	+ 0.1pt	4.1%
財務健全性	D/Eレシオ 0.07x	0.10x	+ 0.03x	0.3~0.4x
株主還元	DOE 3.9%	3.8%	▲ 0.1pt	4%台維持

中長期目標：入浴剤シェア50%の奪取



グループ再編の進捗



グループ経営力強化に向けた組織再編を推進

1



アース製薬



BATHCLIN

26年1月統合完了

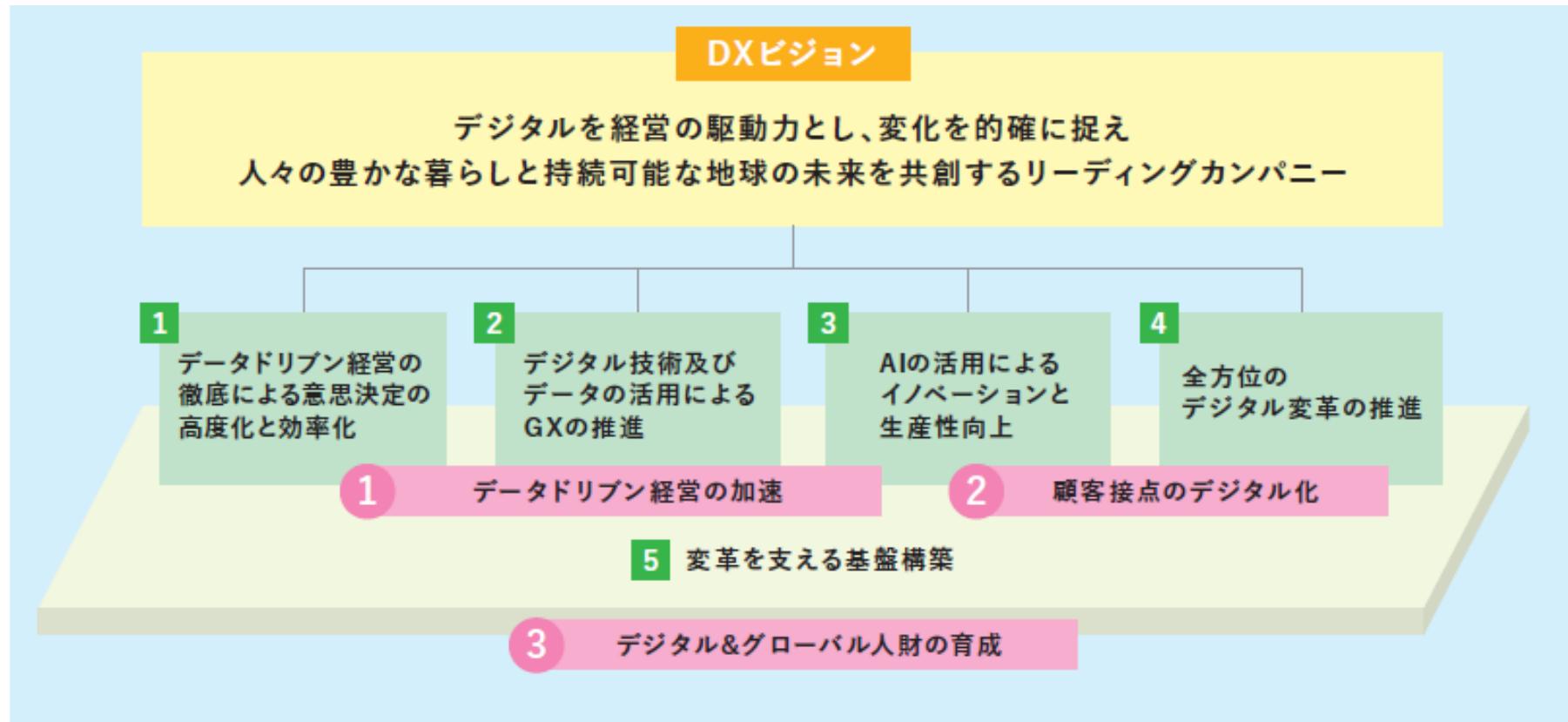
2

ホールディングス
機能の強化

本格検討開始

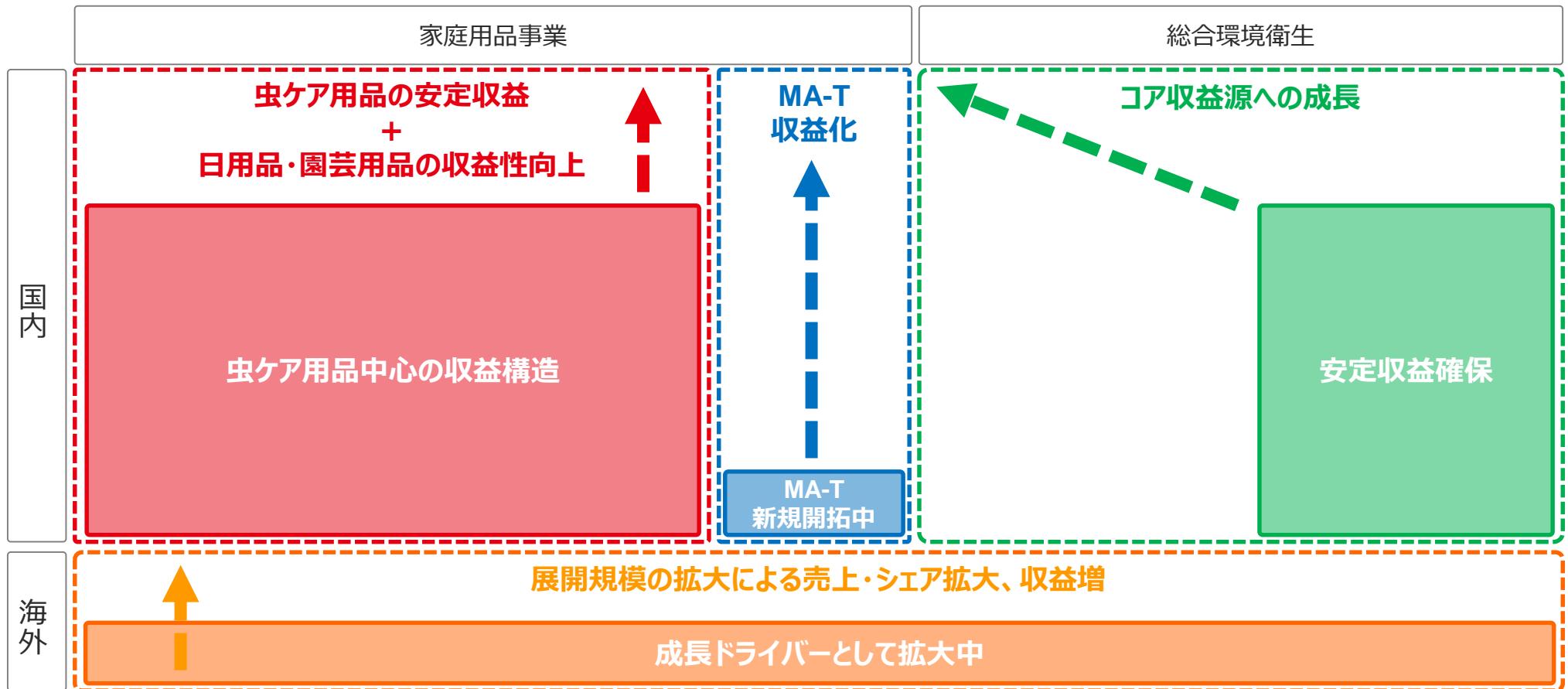
次期中計に先がけ認定取得、DX戦略策定中

DXビジョンと5つの中長期方針



次期中期経営計画の策定

複数の収益源を持つ強固な経営基盤の構築



2026年 計画ハイライト

現・中計の「仕上げ」かつ未来に繋ぐ節目の1年

(単位：億円)

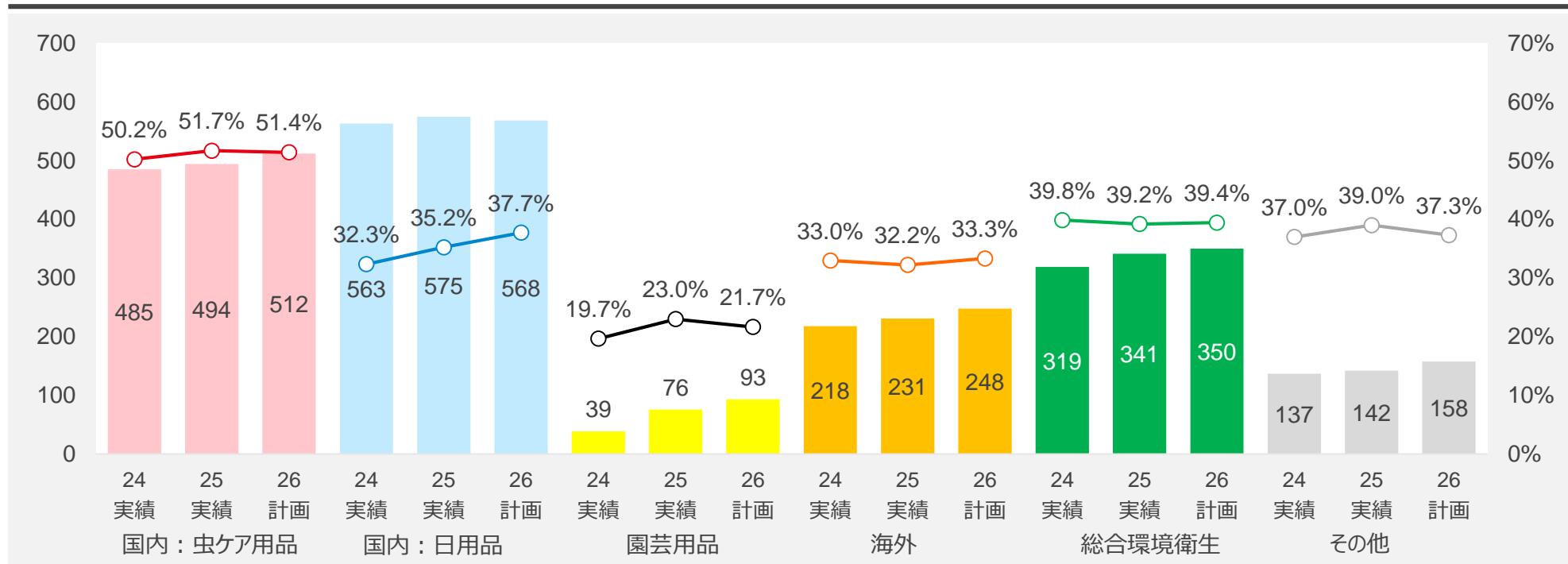
	2026 計画	ポイント	2025 実績
売上高	1,880	・ 国内・総合環境衛生：安定成長を持続 ・ 海外：各国ともシェアにこだわり、現地通貨ベースで增收を計画	1,791.8
売上総利益	789	・ 高付加価値品へのシフト、調達コストダウンなどにより、利益率を改善	747.3
販管費	699	・ シェア拡大に向けて、上期に広告宣伝投資を積極化 ・ バスクリン統合関連シナジーの発現	666.4
営業利益	90	・ 増益計画	80.8
親会社株主帰属 当期純利益	62	・ 営業外収益・費用に大きな変動なく、特別勘定も見込んでいない	52.3
ROE	8.1%	・ 収益改善、資本効率向上により、ROE8%を上回る水準へ	7.3%

管理会計ベース 売上高・粗利率 (2026計画)

- 国内 虫ケア : 市場をけん引する製品を投入、盤石のシェアのもと安定成長 + 収益確保
- 国内 日用品 : 入浴剤におけるバスクリン統合シナジーの発現 + 『モンダミン』の成長
- 園芸用品 : プロトリーフの年間寄与に加え、既存分も成長
- 海外 : ASEANを中心に成長を持続、海外売上比率の上昇を目指す
- 総合環境衛生 : 安定成長を継続、収益性も改善見込み

ポートフォリオ別売上高・粗利率

(単位 : 億円)

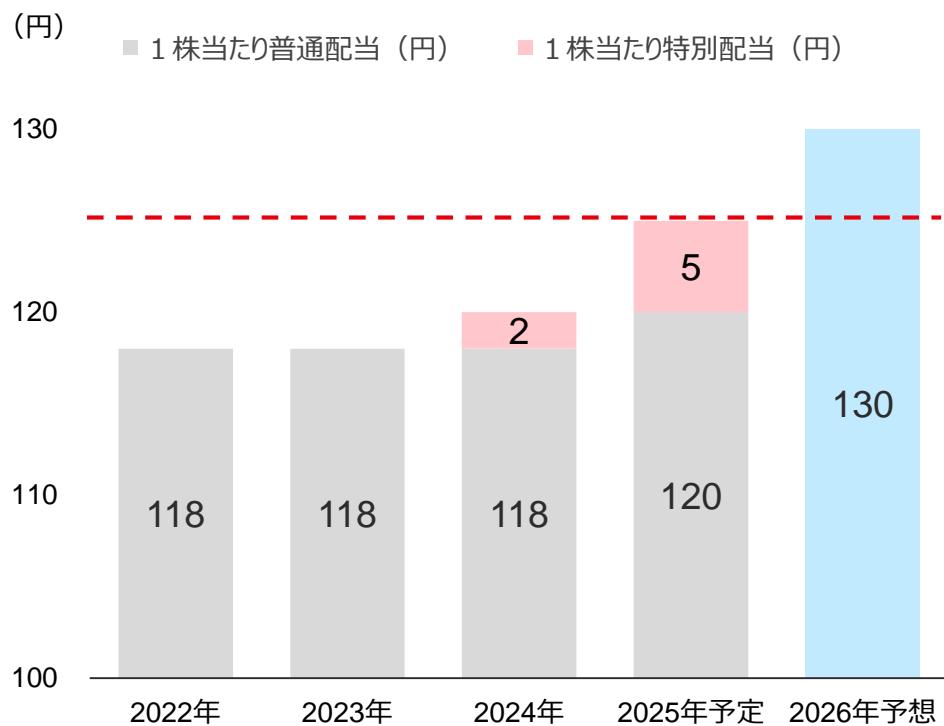


株主還元

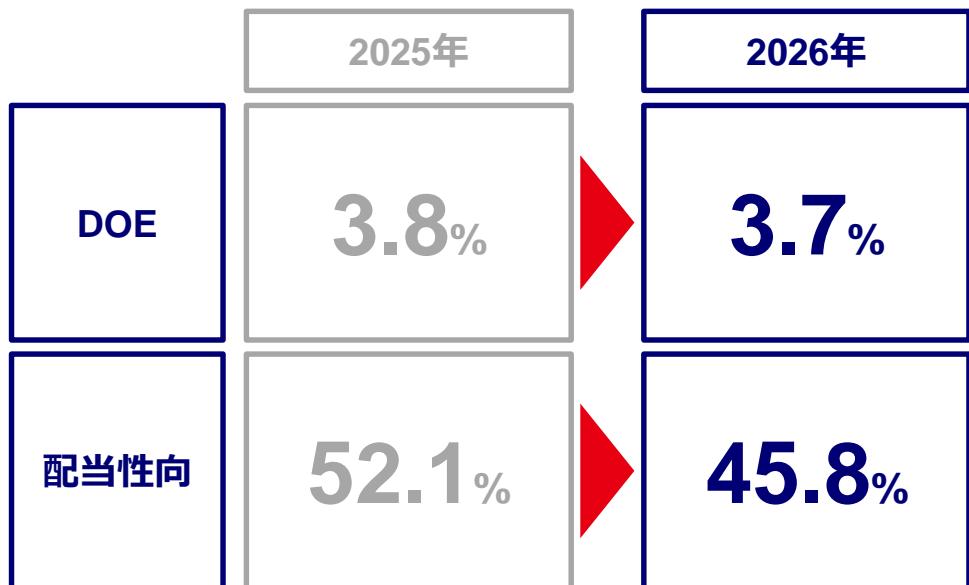
【株主還元ポリシー】

- 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
- 2026年の1株当たり配当金は、**5円増配の130円**を予定

1株当たり配当金推移



配当関連KPI





アース製薬

2025年12月期 4Q決算説明補足資料

【連結】損益計算書



(単位：百万円)

	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	前期増減	前期比	計画増減	計画比	26期末 年間計画	25期末比
売上高	169,278	175,000	179,182	9,904	105.9%	4,182	102.4%	188,000	104.9%
売上原価	100,309	102,700	104,448	4,139	104.1%	1,748	101.7%	109,100	104.5%
売上総利益	68,968	72,300	74,733	5,764	108.4%	2,433	103.4%	78,900	105.6%
販売費及び一般管理費	62,543	65,800	66,645	4,102	106.6%	845	101.3%	69,900	104.9%
営業利益	6,425	6,500	8,087	1,662	125.9%	1,587	124.4%	9,000	111.3%
営業外収益	1,043	850	1,060	16	101.6%	210	124.8%	800	75.4%
営業外費用	105	250	254	149	242.2%	4	101.9%	250	98.2%
経常利益	7,364	7,100	8,893	1,529	120.8%	1,793	125.3%	9,550	107.4%
特別利益	45	—	398	353	885.0%	398	—	0	0.0%
特別損失	1,462	370	1,216	▲ 246	83.2%	846	328.9%	100	8.2%
税引前利益	5,946	6,730	8,075	2,128	135.8%	1,345	120.0%	9,450	117.0%
法人税等	2,153	2,085	2,483	329	115.3%	398	119.1%	2,829	114.0%
当期純利益	3,792	4,644	5,591	1,799	147.4%	946	120.4%	6,620	118.4%
非支配株主帰属当期純利益	317	344	353	35	111.3%	8	102.5%	420	118.9%
親会社株主帰属当期純利益	3,475	4,300	5,238	1,763	150.7%	938	121.8%	6,200	118.4%
粗利率	40.7%	41.3%	41.7%		1.0pt	0.4pt		42.0%	
営業利益率	3.8%	3.7%	4.5%		0.7pt	0.8pt		4.8%	
当期純利益率	2.1%	2.5%	2.9%		0.9pt	0.5pt		3.3%	

【連結】部門別売上高

(単位：百万円)

	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	前期増減	前期比	計画増減	計画比	26期末 年間計画	25期末比
虫ケア用品部門 計	65,611		67,651	2,040	103.1%			70,665	104.5%
園芸用品部門 計	4,132		7,998	3,865	193.5%			9,324	116.6%
虫ケア用品 + 園芸用品部門 計	69,744	71,362	75,650	5,905	108.5%	4,287	106.0%	79,990	105.7%
口腔衛生用品	8,512	9,231	9,230	717	108.4%	▲ 1	100.0%	9,466	102.6%
入浴剤	25,104	25,615	26,489	1,385	105.5%	874	103.4%	25,084	94.7%
その他日用品	34,035	34,298	33,890	▲ 145	99.6%	▲ 408	98.8%	34,251	101.1%
日用品部門 計	67,653	69,145	69,610	1,957	102.9%	465	100.7%	68,802	98.8%
ペット用品・その他部門 計	11,516	12,586	11,392	▲ 124	98.9%	▲ 1,194	90.5%	13,786	121.0%
家庭用品事業 計	148,913	153,094	156,652	7,738	105.2%	3,558	102.3%	162,579	103.8%
総合環境衛生事業 計	31,888	31,500	34,148	2,260	107.1%	2,648	108.4%	35,000	102.5%
内部売上高含む合計	180,802	184,594	190,801	9,999	105.5%	6,206	103.4%	197,579	103.6%
(調整分)	▲ 11,524	▲ 9,594	▲ 11,619	▲ 95		▲ 2,024		▲ 9,579	
総合計	169,278	175,000	179,182	9,904	105.9%	4,182	102.4%	188,000	104.9%

(構成比) ※分母は内部売上高を含む合計

虫ケア用品部門	36.3%	35.5%	▲ 0.8pt		35.8%
園芸用品部門	2.3%	4.2%	1.9pt		4.7%
虫ケア用品 + 園芸用品部門	38.6%	38.7%	39.6%	1.1pt	1.0pt
日用品部門	37.4%	37.5%	36.5%	▲ 0.9pt	▲ 1.0pt
ペット用品・その他部門	6.4%	6.8%	6.0%	▲ 0.4pt	▲ 0.8pt
家庭用品事業	82.4%	82.9%	82.1%	▲ 0.3pt	▲ 0.8pt
総合環境衛生事業	17.6%	17.1%	17.9%	0.3pt	0.8pt

【連結】販管費

(単位：百万円)

	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	前期増減	前期比	計画増減	計画比	26期末 年間計画	25期末比
人件費	23,588	23,278	24,758	1,169	105.0%	1,479	106.4%	24,071	97.2%
運送費	4,853	5,062	5,492	638	113.2%	430	108.5%	6,320	115.1%
保管料	2,956	2,960	3,064	107	103.6%	103	103.5%	3,521	114.9%
広告宣伝費	9,002	10,496	9,946	943	110.5%	▲ 550	94.8%	11,267	113.3%
販売促進費	1,137	1,230	1,306	168	114.8%	75	106.1%	1,814	138.9%
研究開発費	3,452	3,669	3,597	145	104.2%	▲ 72	98.0%	3,614	100.5%
減価償却費	1,987	1,968	1,988	1	100.1%	20	101.0%	2,114	106.3%
のれんの償却費	146	124	176	30	120.5%	52	142.3%	194	109.9%
旅費交通費	1,588	1,770	1,704	116	107.3%	▲ 66	96.3%	1,713	100.5%
交際費	722	838	872	149	120.8%	33	104.0%	869	99.7%
支払手数料	1,630	2,015	1,810	179	111.0%	▲ 205	89.8%	2,195	121.3%
販売手数料	1,244	1,206	1,149	▲ 95	92.3%	▲ 57	95.2%	496	43.2%
雑費	819	1,443	918	99	112.1%	▲ 525	63.6%	1,190	129.6%
その他	9,411	9,732	9,860	449	104.8%	127	101.3%	10,517	106.7%
販売費及び一般管理費 計	62,543	65,800	66,645	4,102	106.6%	845	101.3%	69,900	104.9%

(構成比)

人件費比率	13.9%	13.3%	13.8%	▲ 0.1pt	0.5pt	12.8%	▲ 1.0pt
広告宣伝費比率	5.3%	6.0%	5.6%	0.2pt	▲ 0.4pt	6.0%	0.4pt
研究開発費比率	2.0%	2.1%	2.0%	▲ 0.0pt	▲ 0.1pt	1.9%	▲ 0.1pt

【連結】貸借対照表

(単位：百万円)

		2024年 期末	2025年 期末	期末比 増減額
流動資産	現金及び預金	17,007	23,327	6,320
	売上債権	25,521	25,941	420
	棚卸資産	29,885	32,305	2,419
	その他	2,658	2,764	105
固定資産	有形固定資産	31,443	29,375	▲ 2,068
	無形固定資産	7,428	7,543	115
	投資その他の資産	21,690	28,124	6,434
資産 計		135,636	149,382	13,746
流動負債	仕入債務	32,667	35,333	2,665
	短期借入金	5,000	7,554	2,554
	その他	20,210	20,066	▲ 143
固定負債	長期借入金	—	165	165
	その他	3,105	4,972	1,866
負債 計		60,983	68,092	7,108
純資産	株主資本合計	60,578	63,573	2,995
	その他の包括利益累計額	8,287	11,345	3,058
	非支配株主持分	5,786	6,371	584
純資産 計		74,652	81,290	6,638

【連結】キャッシュ・フロー計算書



(単位：百万円)

	2024年 期末	2025年 期末	前期比 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	13,964	10,795	▲ 3,168
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 5,280	▲ 3,759	1,521
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 9,901	▲ 1,016	8,884
現金及び現金同等物に係る換算差額	487	135	▲ 351
現金及び現金同等物の増減額	▲ 729	6,154	6,884
現金及び現金同等物の期首残高	17,505	16,775	▲ 729
現金及び現金同等物の期末残高	16,775	22,930	6,154

【グループ各社】業績概況

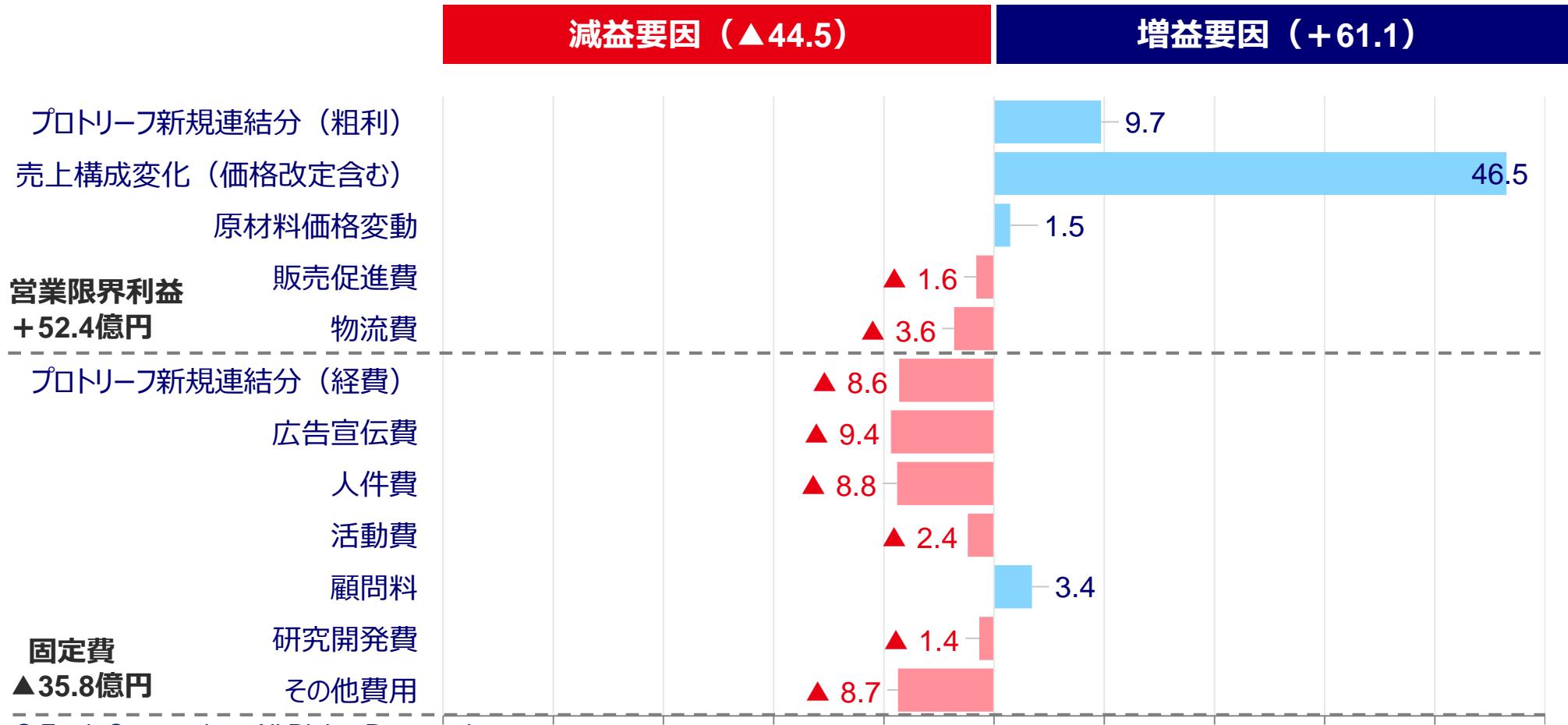
(単位：百万円)

アース製薬			バスクリン			白元アース		
24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績
売上高	85,902	88,580	88,423	14,695	14,788	14,674	17,443	18,311
売上総利益	36,018	37,894	39,498	5,377	5,449	5,468	5,667	6,179
営業利益	3,777	3,444	4,879	118	300	412	546	540
プロトリーフ			アース・ペット			アース環境サービス		
24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績
売上高		3,313	7,245	7,735	7,275	31,888	31,500	34,148
売上総利益		969	2,412	2,644	2,455	12,706	12,970	13,384
営業利益		106	47	89	89	1,500	1,500	1,530
Earth(Thailand)Co.,Ltd.			Earth Corporation Vietnam			EARTH HOME PRODUCTS (MALAYSIA)		
24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績
売上高	8,197	8,291	9,293	6,954	7,301	7,078	449	536
売上総利益	2,560	2,606	2,751	2,745	2,883	2,596	129	172
営業利益	786	843	688	587	661	534	▲ 133	▲ 102
安斯(上海)投資有限公司			天津阿斯化学有限公司			安速日用化学(蘇州)有限公司		
24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績
売上高	1,995	2,548	2,091	3,934	3,531	4,058	1,117	877
売上総利益	318	551	335	575	449	671	133	175
営業利益	▲ 323	▲ 283	▲ 264	27	24	32	▲ 27	14
EARTH HOMECARE PRODUCTS (PHILIPPINES)								
24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績	24期末 実績	25期末 当初計画	25期末 実績
			977	1,070	816			
			484	540	384			
			8	18	▲ 173			

営業利益変動要因 (前期比)

(単位：億円)

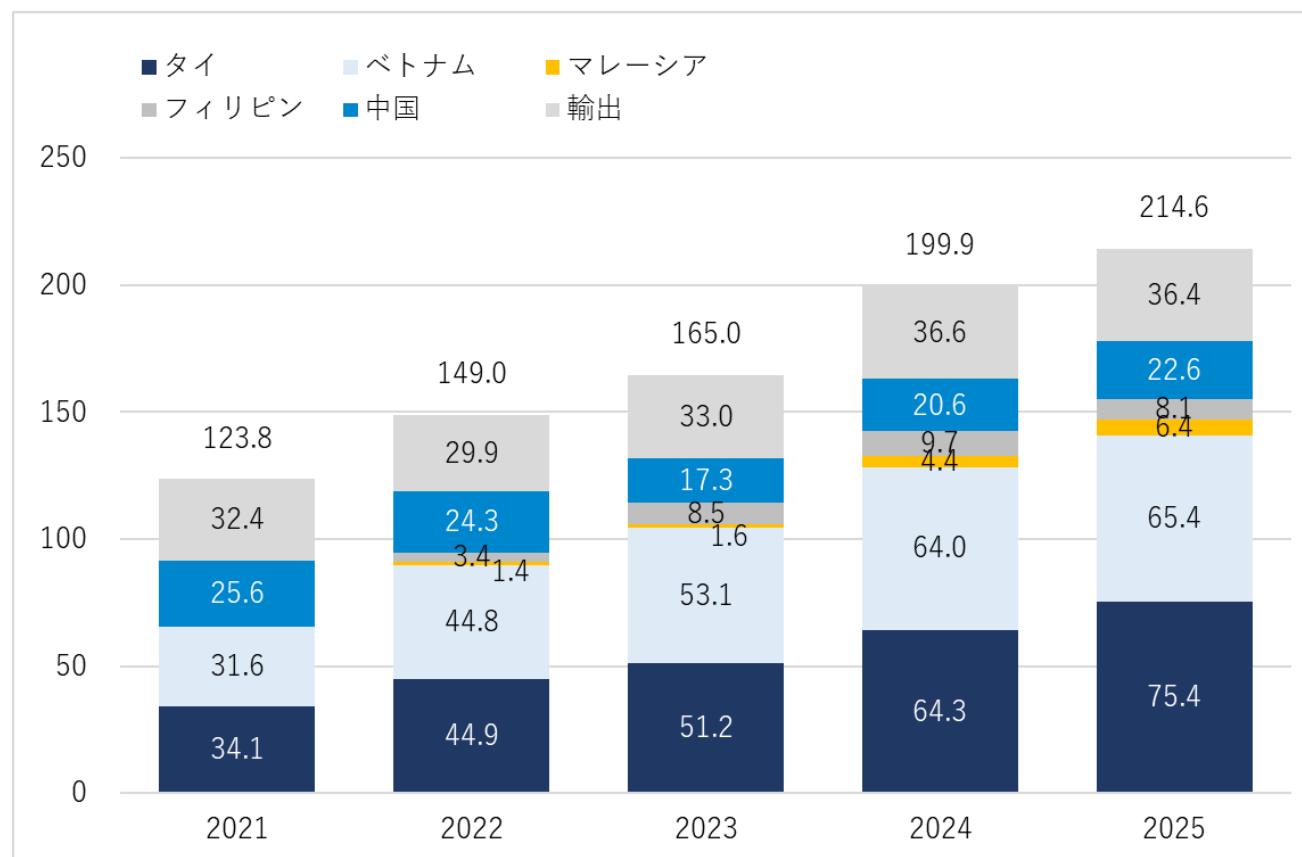
- 虫ケア用品を中心とした增收効果、高単価製品へのシフトに伴う増益が大きく寄与
- 人件費や広告宣伝費の増加はあるが、原材料価格の高騰は落ち着く



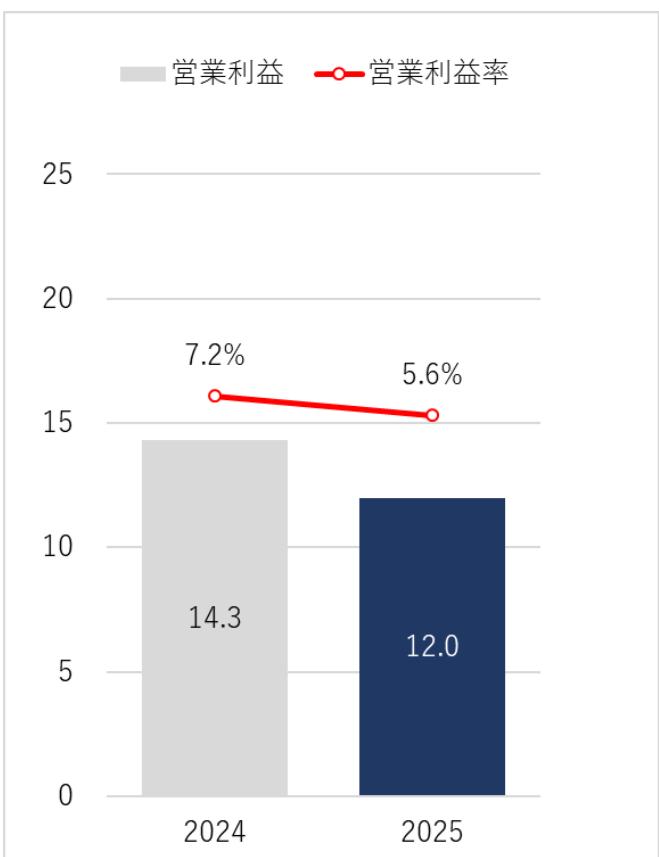
海外業績 (FY21-25 4Q累計実績)

(単位：億円)

海外売上高 外部顧客向けのみ（内部相殺分除く）



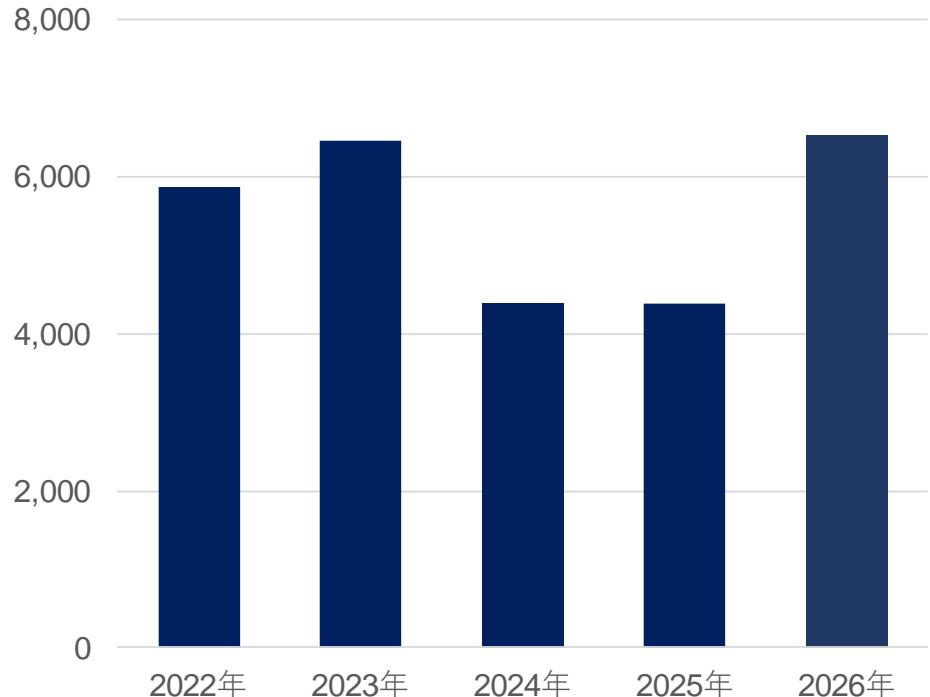
海外営業利益 (単純合算)



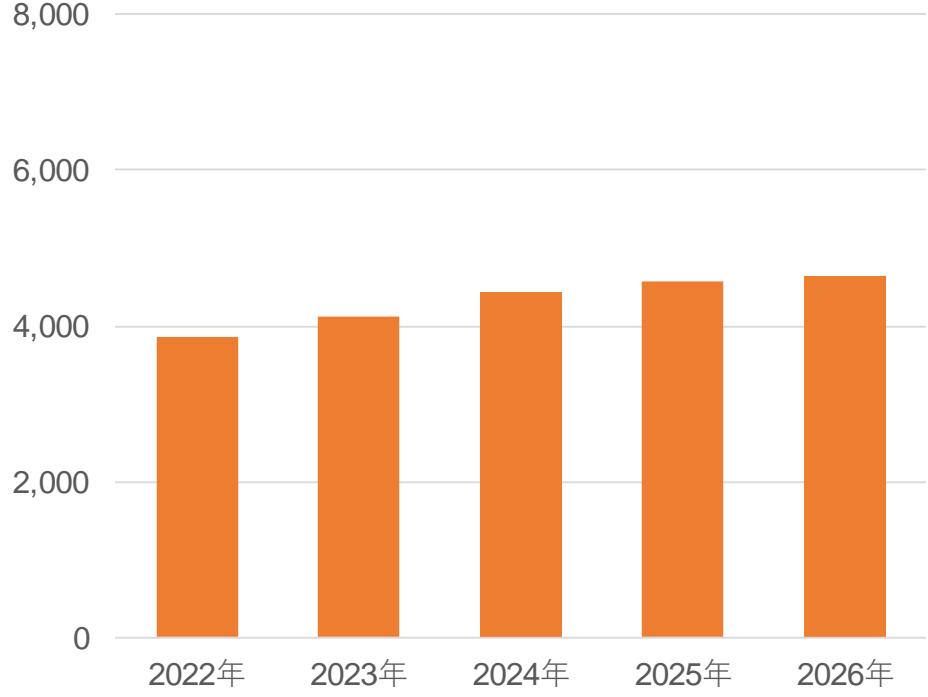
【連結】設備投資額・減価償却費

(単位：百万円)	2022年 2023年 2024年 2025年 2026年					(単位：百万円)	2022年 2023年 2024年 2025年 2026年				
	実績	実績	実績	実績	計画		実績	実績	実績	実績	計画
設備投資額	5,883	6,473	4,376	4,374	6,536	減価償却費	3,852	4,118	4,424	4,578	4,646

設備投資額



減価償却費



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。