

アース製薬株式会社
2025年12月期決算説明会 質疑応答要旨

【業績、販管費実績・計画について】

Q：2025年12月期に計上された従業員への還元策による業績への影響と、本件に関する2026年12月期の考え方を教えてください。

A：2025年12月期は創業100周年という節目の一年でありました。また、価格転嫁施策の成果や天候の追い風もあり想定以上の業績を収めることができましたので、従業員に報いるべく2桁億円規模を従業員へ還元しました。今期は業績計画の進捗にもよりますが、人件費は通常の賞与レベルで計画しているため、計画上は人件費のベースが下がった状態からスタートすることになり、利益面ではプラスに働くと認識しています。

Q：（決算説明資料：P27）今期計画の販管費が前期比で約33億円増加する主な要因は何でしょうか。

A：具体的には、広告宣伝費の積み増し、特に新製品への広告宣伝投資、デジタル・オンライン広告の強化を考えています。また、初任給の引き上げを含む人件費の増加を見込んでいます。バスクリン社との統合による営業活動の効率化などシナジーも創出されますが、それ以上に成長のための投資を優先する計画としています。

【国内事業（虫ケア・日用品）について】

Q：（決算説明資料：P28）国内虫ケア用品の粗利率が前期比で微減（-0.3pt）となる計画の意図を教えてください。また、2025年の国内虫ケア用品の市場シェアについては2024年から+1.9pt拡大していると思いますが、今後の展望をどう考えていますか。

A：過去3年間継続してきた価格転嫁施策は一定の成果を収めました。今期は価格転嫁を予定せず、「価格の維持」と「数量の拡大」に軸足を置くフェーズに入ります。無理なシェア拡大を追求のではなく、現在の高いシェア（59.1%）を維持・コントロールしながら、収益の安定化を図るための計画です。「シェアとは、お客様からの支持率の結果である」と考えており、私たちが自信を持って送り出す新製品がお客様に真に受け入れられ、その結果として自然にシェアが上がっていくという循環を大切にしたいと考えています。無理やりにシェアを引き上げようと余計な費用を使うのではなく、お客様の支持に基づいて盤石なシェアを維持・拡大していくことが必要であると考えています。

Q：日用品カテゴリー（口腔衛生・入浴剤等）の収益性についてはどう見えていますか。粗利率が順調に上がっている要因とその持続性について教えてください。

A：モンダミンや入浴剤などの主要カテゴリーで、過去の価格転嫁施策が着実に浸透し、粗利率が向上しています。市場全体での値上げも進んでいることから、当社の価格競争力は相対的に高まっており、今期も堅調な推移を見込んでいます。

【バスクリン社統合による影響について】

Q：バスクリン社との統合に伴う生産ラインの最適化やバックオフィスの機能強化について、PL（販管費等）への定量的な効果はいつ頃示される予定でしょうか。

A：統合による効果には、短期的に刈り取れるものと、中長期的な検証が必要なものが混在しています。短期的な成果については、上期の決算説明を目的に、ある程度の数値的なお話ができると考えています。中長期のプロジェクトについては、2年前から着手しておりますが、より精緻な効果検証を行うためにもう少しお時間をいただく予定です。いずれにしましても、数値化したものは随時、明確になった段階から透明性をもってご説明してまいります。

Q：売上のシナジーについて、営業窓口の一本化による取引条件の改善や棚割（陳列）の獲得状況など、具体的な成果はすでに出ているのでしょうか。

A：統合前から2社間で部門間プロジェクトをスタートし、連携して交渉を進めてきました。その成果は、すでに昨年の秋冬から今春の棚割に明確な結果として現れています。本年1月からは営業窓口も正式に一本化されており、交渉力がさらに強化されています。この秋冬商戦にかけても、一本化によるポジティブな成果がより一層加速していくものと確信しています。

【海外事業・グループ会社について】

Q：海外事業の進捗状況および今期の収益性の計画はいかがでしょうか。また、海外事業の情報開示の方針・予定についても教えてください。

A：フィリピンでは欠品問題が発生し、利益面で大きなマイナスとなりましたが、現在この欠品問題は既に解消しています。今期はこれがプラス要因となり、利益率を押し上げる見込みです。また、現在海外事業全体の粗利率は33%程度ですが、これはグループ内部向けの輸出等が含まれているためです。各現地法人はグループ内部売上を除くと40%程度の粗利率目標を掲げており、自社工場での生産効率向上や製品ミックスの適正化により、収益性を上昇させていく計画です。

投資家の皆様からご要望の多い海外事業の数値開示については、本年上半期以降を目的に、より詳細な情報を公開できるよう検討を進めてまいります。

Q：（補足資料：P6）白元アース社の業績が好調に推移していますが、昨年度の夏物商品の貢献状況や、今後の展望はいかがでしょうか。

A：防虫剤や除湿剤は、市場低迷の影響を受けていますが、一方で昨今の夏は非常に暑く期間も長いことから、冷却剤が非常に好調に推移し、業績に大きく貢献しました。入浴剤については手頃な価格帯の商品を中心にお客様の支持を得ており、2桁成長を記録しています。マスクについては、低価格帯の商品というよりも、「小顔に見えるマスク」などの付加価値を持たせたシリーズが非常に好調です。今後の展望について、冷却剤、入浴剤、マスクを中心に業績をしっかりと積み上げ、防虫剤や除湿剤については、今の市場トレンドに合わせて維持していく計画を組んでいます。

【総合環境衛生事業について】

Q：総合環境衛生事業の長期的な成長可能性をどう見ていますか。競争優位性や次期中期経営計画での位置づけを教えてください。

A：総合環境衛生（BtoB コンサルティング）業界において、当事業を営んでいるアース環境サービスは既にシェア No.1（自社推計）の地位を確立しています。当社の強みは独自のノウハウと人財教育にあります。これにより、価格競争に巻き込まれることなく、高単価であっても「アースに任せたい」と言っていただけるスキームを構築できています。市場には依然として多くの拡大余地が存在しており、次期中期経営計画では、本事業を「グループの2大事業」の一つとして明確に位置づけます。海外展開の加速も含め、中期的には売上ベースでさらに100億円規模の上積みは十分に可能であると考えており、具体的な目標数値については次期中計の策定に合わせて公表する予定です。

【DXについて】

Q：DX推進について、定量面での事例があれば教えてください。

A：2025年7月にDX認定を取得し、現在は具体的なKPIの策定やAI活用の戦略構築を進めています。これらが固まり次第、成長戦略の一環として開示する予定です。

以上