

# 2025年12月期 業績説明資料

2026/02/13



**アース製薬株式会社**

- 皆さま、こんにちは。社長の川端でございます。
- 2月13日に2025年12月期の決算を開示いたしました。
- 本日は、25年の業績概要について説明した後、2026年の計画概要についてご説明させていただきます。
- 私からの説明の後、皆さまからの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 業績概要

---

- はじめに、2025年12月期の業績概要について説明いたします。

# 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	

© Earth Corporation All Rights Reserved.

2

- 売上高は1,791.8億円、営業利益は80.8億円と増収増益となり、当初計画に対しても大幅な増収増益となりました。
- また、昨年8月に公表した修正計画に対しても売上高はプラス11.8億円、営業利益はプラス0.8億円といずれも上回りました。
- 売上高については、過年度からの価格改定が着実に実を結んでいることに加え、プロトリーフの新規連結、総合環境衛生事業の着実な成長が寄与しております。

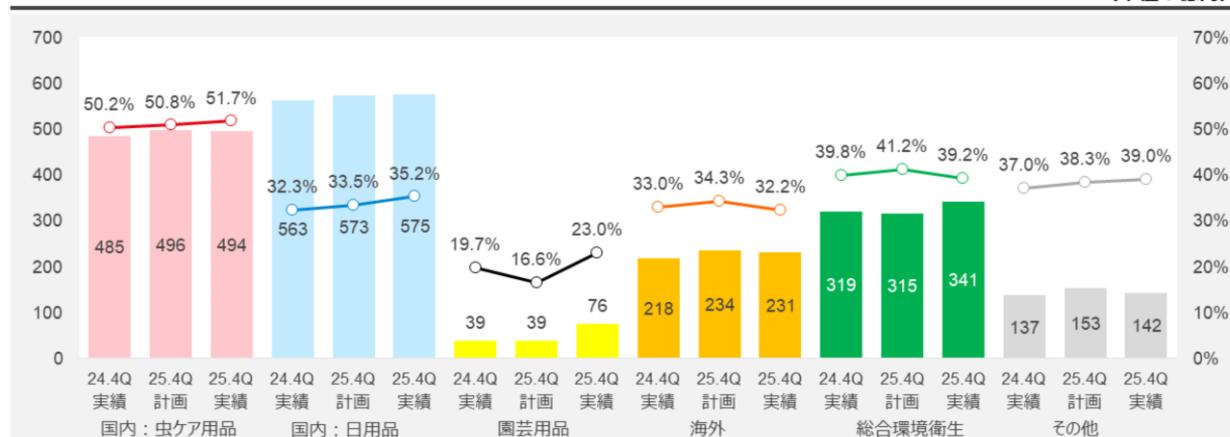
# 管理会計ベース 売上高・粗利率 (24vs25)



- 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)



© 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。
- 国内虫ケア用品については、過去からの価格改定効果が着実に表れ、増収かつ利益が改善しています。
- 国内日用品については、課題が残っている部分はありますが、入浴剤・口腔衛生用品を中心に売上が伸長し、収益性も改善しました。
- 園芸用品については、プロトリーフ社の新規連結により売上が拡大、収益性も改善しています。
- 海外については、エリアによってばらつきはありますが、全体では増収となりました。
- 総合環境衛生については、安定成長を持続しています。

# 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錬磨 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
<b>【今期の主な取り組み】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>コア収益品の価格改定実施『アースノーマット』</li> <li>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</li> </ul>	<b>【今期の主な取り組み】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>各国Top15アカウントの攻略</li> <li>虫ケアブランドの配荷拡大(エアゾール・虫よけ)</li> <li>公的機関との接点拡大</li> </ul>	<b>【今期の主な取り組み】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>年間契約からの売上比率70%の実現</li> <li>彩都総合研究所を拠点に、技術開発、人材育成を強化</li> </ul>	<b>【今期の主な取り組み】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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』</li> </ul>

© Earth Corporation All Rights Reserved.

4

- こちらは、過去から皆様に説明しているスライドになります。
- 当社は国内、海外、総合環境衛生、MA-T®の4つのポートフォリオで事業を進めています。
- 以降は、このポートフォリオに沿って、現状のステージを含めて説明いたします。

# 国内：虫ケア用品 事業の状況

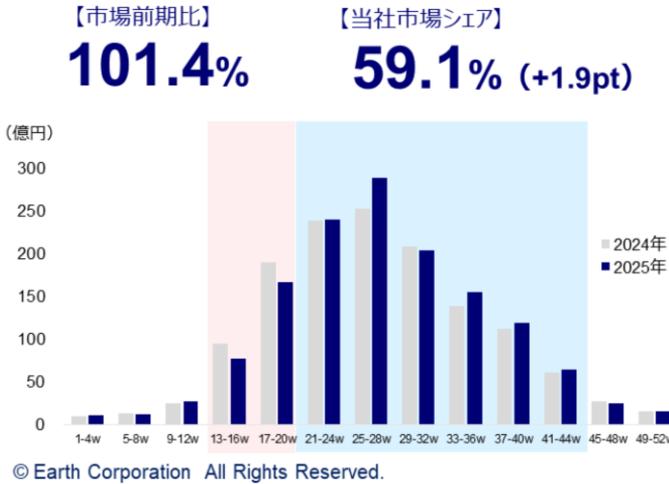


(単位：億円)

- 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

注力新製品の動向



『はだまも』  
計画比 **115%**

- はじめに、国内の虫ケア用品の状況です。
- 国内市場が前期比101.4%と拡大する中、当社は、高付加価値製品の拡大や、価格転嫁などの施策効果により、お客様からの支持率も向上しています。結果として、市場シェアは59.1%と前期比で1.9ポイント上昇し、市場の成長をけん引しました。

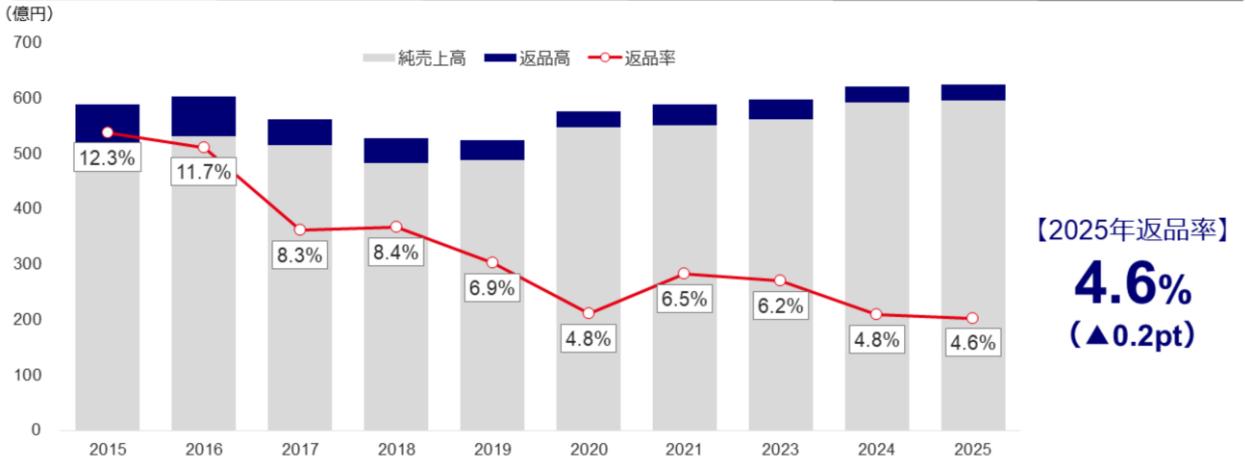
# 国内：虫ケア用品 事業の状況（返品）



（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



© Earth Corporation All Rights Reserved.

6

- こちらは、虫ケア用品の返品の状況です。
- 季節品ということで返品は過去からの課題であり、返品削減に向けて率先して取り組んでいます。
- 本年の返品率は金額ベースで4.6%と過去最良の水準まで低下し、返品額も過去最少レベルとなりました。社内・お取引様との様々な施策が返品率の低下につながっています。
- 結果として、2015年には12%台であったものが、ここまで下がってきました。
- 今後についてはこの水準の維持を基本としながら、一方で販売機会の逸失リスクと、返品に伴うコスト負担、ESG対応など様々なバランスを考慮していきます。
- どの水準が適正なのか、次期中計では皆様にお示しできるように、取り組みを進めていきます。

# 国内：日用品 事業の状況（口腔衛生）

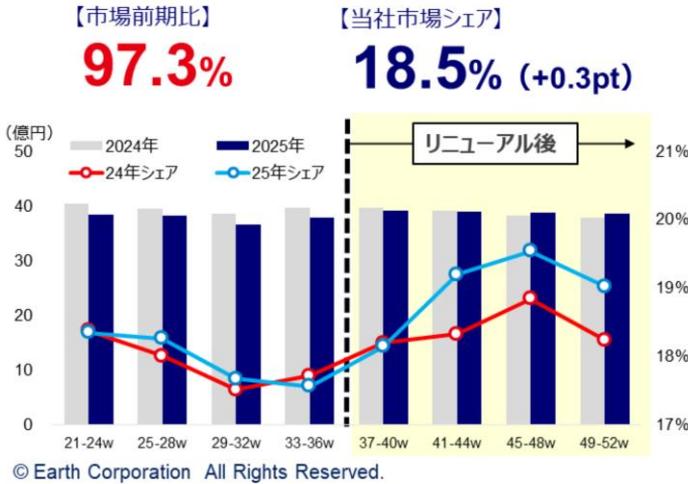


(単位：億円)

- 『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



7

- 続いて日用品の状況です。
- 口腔衛生用品については、前回の説明会で申し上げたとおり、8月に『モンダミン』の大幅リニューアルを実施しました。リニューアルではありますが、実質的には新製品を発売するのと同様であり、広告宣伝の積極的な投入や、営業戦略を含めた全社をあげた取組みが奏功し、シェアも高まるなど、リニューアル後の初動は順調であったと評価しています。
- 当面のシェア目標である20%の達成に向けて、2026年も引き続き勝負の年であり、良かった部分は継続して取組み、積極的な投資を続けてまいります。
- また、このリニューアルによりコストダウンも図っており、今後の利益貢献にも期待しています。

# 国内：日用品 事業の状況（入浴剤）

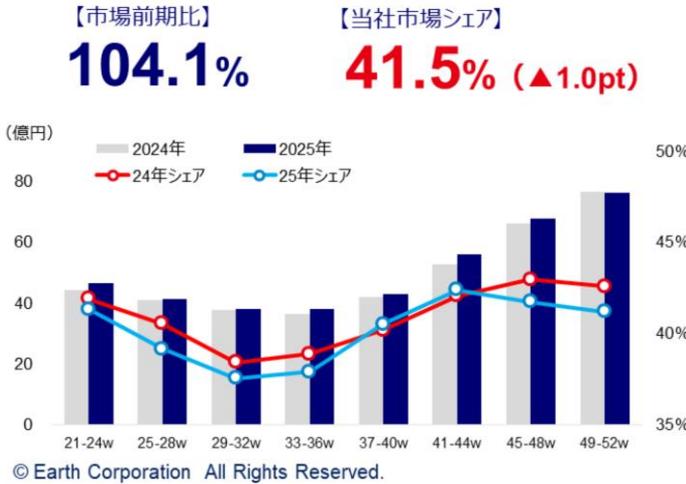


(単位：億円)

- 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%**

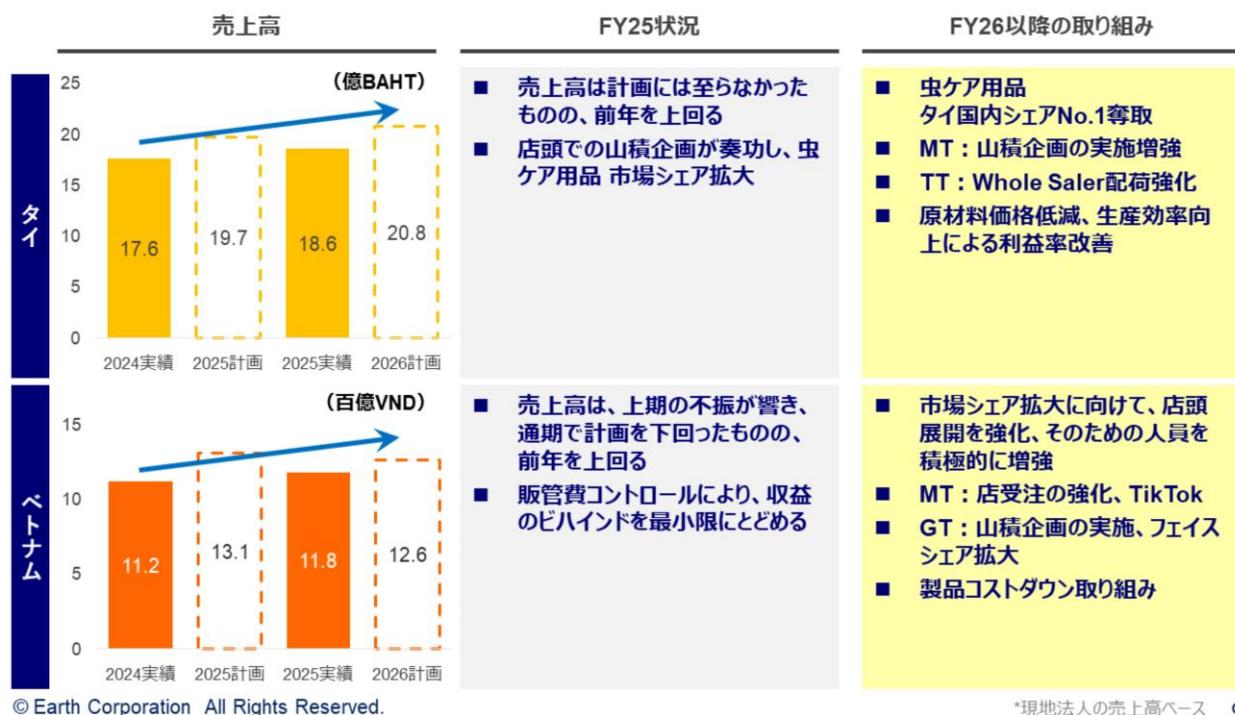
『BARTH』  
前期比 **106%**

8

- ・ 入浴剤について、こちらは課題の1つだと認識しています。
- ・ カテゴリーで見えていくと、『きき湯』や『BARTH』などの高単価商品は伸長しました。
- ・ 一方で、『バスロマン』や『バスクリン』といった粉末タイプの売上が前年を下回り、これらの影響もあってシェアを落としています。
- ・ こちらについては、当社としても課題と捉えており、この解決策の一つとして、今回バスクリンの統合を実施したのも事実です。2026年以降で、統合効果をしっかりと発揮していきます。

# 海外 事業の状況 (ASEAN中核)

現地通貨ベース



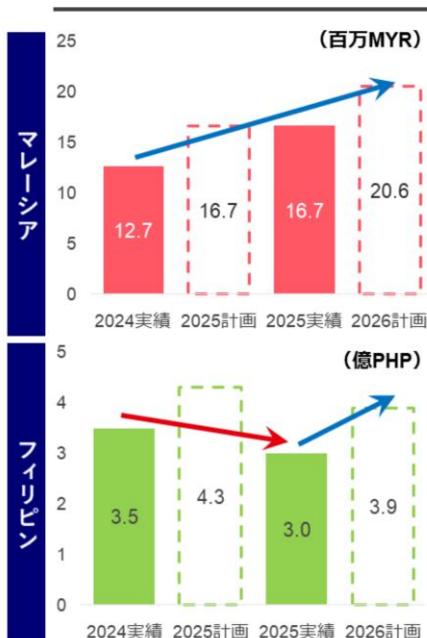
- 続いて、海外の状況です。
- 国ごとの説明をしていきます。なお、グラフで示す売上高は現地通貨ベースとなっています。
- まず、タイですが、売上高は計画には至らなかったものの、前年は上回り着実に成長しています。
- タイに限ったことではありませんが、日本と同じように現地に存在する小売業との直接商談ということに取り組んでおり、これが目に見える形で数字で表れてきています。
- 以前から申し上げている通り、いよいよシェアナンバーワンが手に届くところまで来ております。
- また、利益面では、原材料価格の低減や生産効率の向上による利益率改善を図ります。
- ベトナムについては、上期の営業体制変更に伴う一時的な落ち込みもあり、通期では計画を下回りましたが、前年を上回る売上高となりました。また、利益面では販管費のコントロールにより、収益面でのビハインドを最小限にとどめています。
- 営業体制の変更が完了しておりますので、シェアの拡大に向けて、タイと同様に店頭中心にお客様目線での取り組みを続けてまいります。

# 海外 事業の状況 (ASEAN展開拡張)

現地通貨ベース



FY25状況



© Earth Corporation All Rights Reserved.

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、新製品のリスティング
- GT：代理店の変更、新規開拓

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

FY26以降の取り組み

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

- 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

\*現地法人の売上高ベース 10

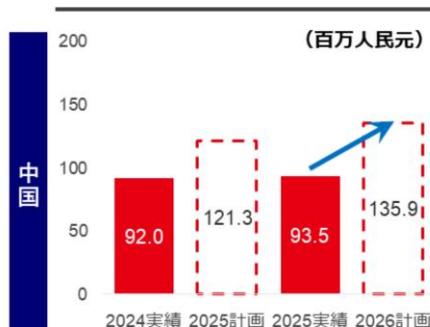
- 続いて、マレーシアの状況です。
- 主要品目である虫ケア用品、芳香剤とも好調に推移し、売上は計画どおり増収となりました。
- 現地法人の設立から始まりましたが、順調に進んでいます。
- マレーシアにおいても、お客様目線・販売店目線での取り組みを踏襲して取り組みを進めます。
- マレーシアについては、自社で一から現地法人を設立してスタートしましたが、順調にシェア拡大、商品上市もできており、計画を達成しており、黒字化も視野に入っています。
- フィリピンについては、25年は欠品問題があり非常に苦労した1年でした。現在、欠品による影響は解消し、最も厳しいタイミングは脱しましたが、通期の売上高は前年・計画とも下回る結果となりました。
- 今後に向けて、まずは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、ベイト剤を重点品目として売上拡大を図ります。また、販売促進費・広告宣伝費の効率化を図ります。

# 海外 事業の状況 (中国、輸出)

現地通貨ベース



FY25状況

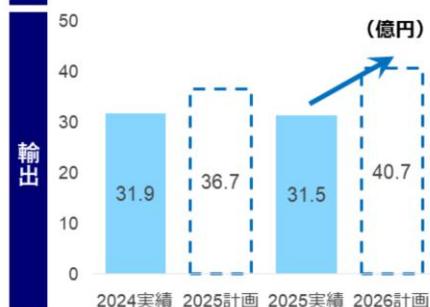


FY25状況

- 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、投資会社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

© Earth Corporation All Rights Reserved.

\*現地法人の売上高ベース 11

- 中国については様々な要因がありますが、前年比では伸長しています。
- ポテンシャルを考えると、伸長の余地はあると考えていますが、外部要因も大きく、近くの国でありながらも、一番遠い国というような感覚もあり、様々な観点から見極めながらできることを着実に取り組んでまいります。
- また、ベトナムで販売している住居用洗剤の『GIFT』の販売も始めています。
- 中国は、当社としても歴史が古いエリアになっております。
- 天津からスタートし、そこから蘇州、上海と3拠点を持っておりませんが、物流の合理化等も含めて、更なる取り組みを進めていきます。
- 輸出については、売上規模の大きなサウジアラビア、香港において、虫ケア用品市場の低調な推移のあおりを受けたことで、売上高は前年・計画ともに下回りました。一方、台湾では順調に売上を拡大しています。
- 輸出ビジネスについては、現法ビジネスと若干違う側面を持っておりませんが、現地法人を展開する次のターゲット国に成り得る国であるのかも精査しながら、引き続き取り組んでまいります。
- 海外に関しては、改善すべきことをしながら、規模拡大、利益拡大を目指して、次期中計に向けて引き続き取り組みを強化して進めていきます。

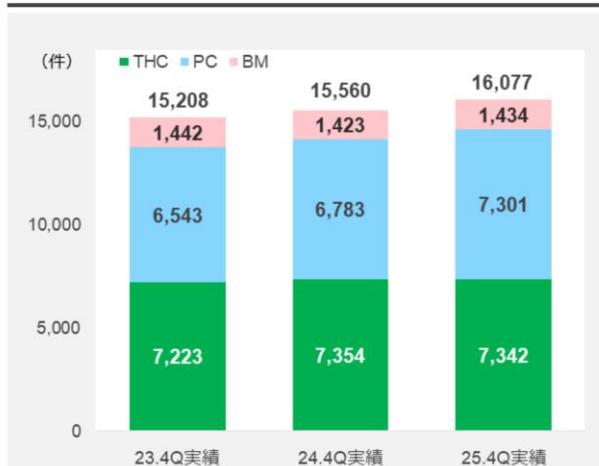
# 総合環境衛生 事業の状況



- 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

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

© Earth Corporation All Rights Reserved.

THC : Total Health Care (総合衛生管理サービス)、PC : Pest Control (防虫管理)、BM : Building Maintenance (ビルメンテナンス) の略 12

- 続いて、総合環境衛生事業の状況です。
- こちらは冒頭申し上げたとおり、安定成長を持続しています。
- 衛生管理サービスに対する需要の増加により、契約件数が増加していることに加え、提供するサービスの高度化に伴い、契約1件当たりの単価が上昇しました。
- この背景には、衛生管理意識の高まりに加え、製造業における設備投資の回復も寄与しています。また、内部要因としては、専門人財である環境ドクターの育成により、人財の層が厚くなっていること、さらには、AIやIoTを活用したサービスの開発によるサービスの高付加価値が挙げられます。

# 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

© Earth Corporation All Rights Reserved.

## 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



片山財務大臣

引用元：片山さつき氏 Facebookより

- 続いてMA-T®の状況です。
- MA-T®については、できるだけ早い投資回収を目指して動いております。
- アースグループの将来の収益源となるように、取り組みを進めていますが、現状は引き続き認知拡大を図るフェーズにあります。
- トピックとして、先日、ジョン・マケイン上院議員の理念を受け継ぐ超党派シンクタンク、マケイン研究所が主催する国際会議「セドナ・フォーラム東京」に参画しました。
- このフォーラムには、日米財界、政界関係者など約140名が来場されたのですが、その中で、各所にMA-T製品や説明POPを配置し、MA-Tによる感染対策を実施しました。
- グローバルな場での活動を精力的に行うことで、国際社会への貢献にもつながっていくものと考えております。

# 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錬磨 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】
○	△	◎	○

© Earth Corporation All Rights Reserved.

14

- さて、ここまで4つのポートフォリオ別に説明してまいりましたが、現・中計期間が残り1年を切る中、現状の進捗について評価しました。
- 国内に関しては、順調に来ていると考えています。虫ケア用品の市場拡大、シェア上昇がある一方で、日用品には課題感が残っています。25年は『モンダミン』のリニューアルを手掛け、26年は入浴剤を手掛けていくというように取り組みは進んでいます。園芸用品でも成長をしており、概ね想定どおりのプロセスとなっています。
- 海外については、△としています。実際に、タイでは国内シェアNo.1が視野に入り、ベトナム、マレーシアでも売上規模は着実に拡大していますが、成長戦略の一丁目一番地として高い目標を掲げており、期待を込めた評価としています。
- 総合環境衛生事業については、当初想定よりも強い手ごたえを感じています。高い増収ペースを維持するだけでなく、事業環境や提供サービスの差別化などが進んでおり、今後の更なる成長に期待できる状況です。
- MA-T®については、○としています。大阪万博へのパビリオン出展をはじめ、認知拡大に向けた取り組みは順調に進んでおり、まだ収益貢献には至っておりませんが、これまでに蒔いてきたビジネスの種も徐々に芽が出始めている状況です。

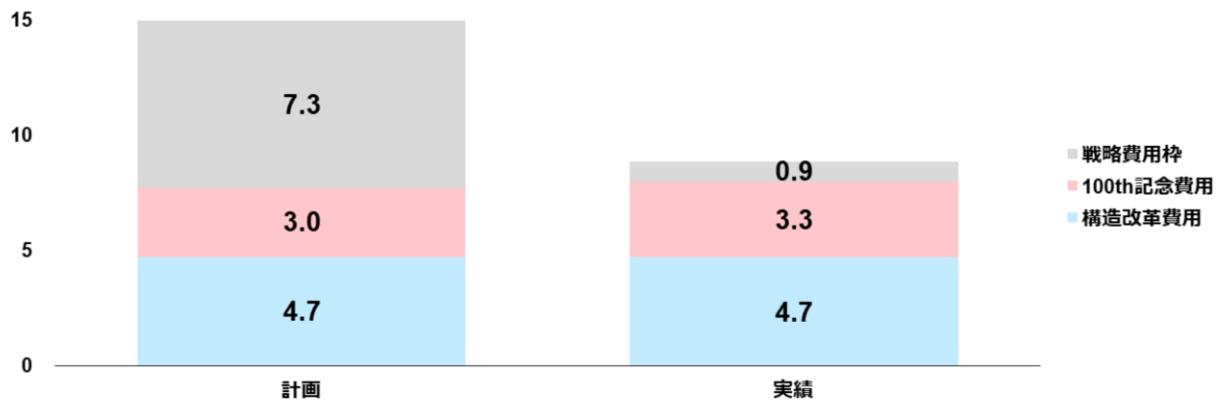
# 構造改革費用を含む一時費用の進捗



- 収益構造改革にかかる費用、100周年記念費用は概ね当初の想定どおりに使用
- 戦略費用枠を用いて、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)



© Earth Corporation All Rights Reserved.

15

- こちらは、構造改革費用を含む一時費用の進捗です。
- これまでも説明してきましたとおり、2025年はバスクリン統合に係る構造改革費用や、100周年記念に関する費用を計上しています。どちらも、概ね当初の想定どおりに使用しており、大きなブレはありませんでした。
- 戦略費用については、M&A待機資金などを想定していましたが、結果としては案件化するものが想定よりも少なかったです。一方で、25年は期中での業績予想の上方修正を行うなど、業績が好調であったこともあり、この枠を従業員への還元に振り分けた格好となりました。

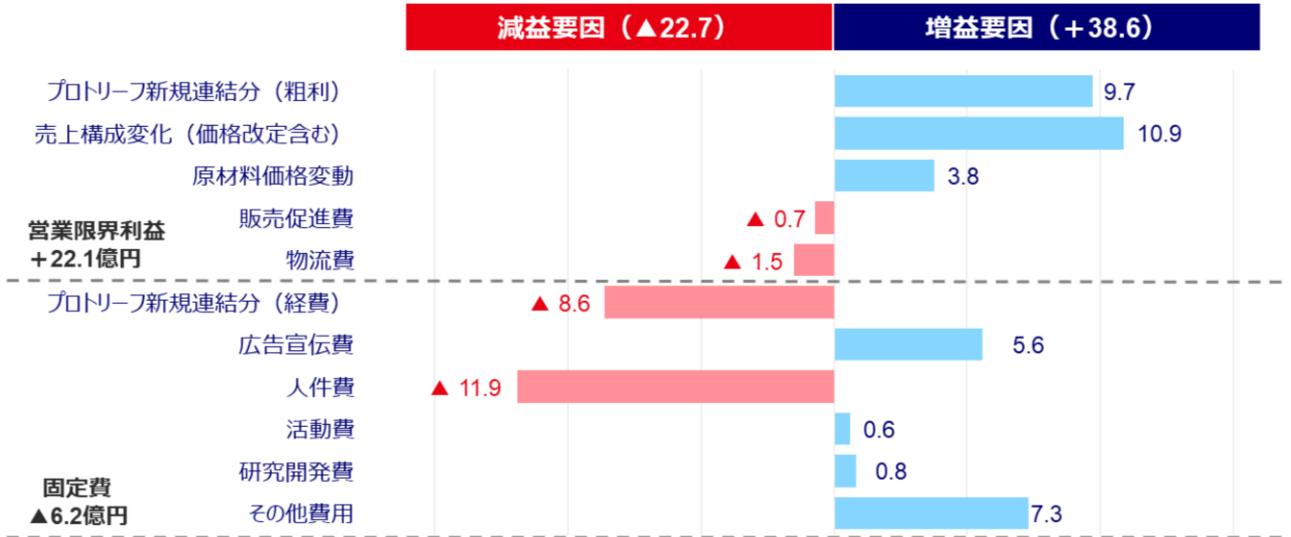
# 営業利益変動要因（計画比）



（単位：億円）

- プロトリーフの新規連結に加え、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）



© Earth Corporation All Rights Reserved.

16

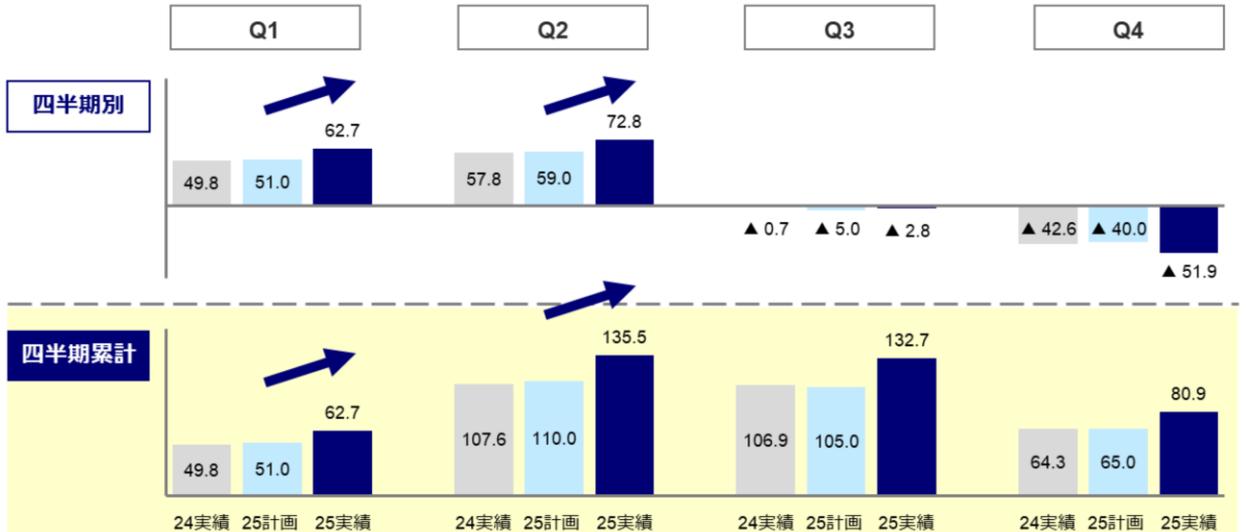
- こちらは、営業利益の変動要因について計画対比を示したものです。
- 増益側の要因としては、プロトリーフの新規連結による影響に加え、価格改定効果や売上構成変化による利益貢献などトップラインに依拠するところが大きいです。
- 減益要因で人件費の項目が大きく伸びていますが、こちらは先にお伝えのとおり、計画外で従業員に還元したことが影響しております。

# 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



© Earth Corporation All Rights Reserved.

17

- こちらは、四半期ごとの営業利益の進捗状況を図に示したものです。
- 第4四半期だけを見ると、▲40億円の計画に対して、▲51.9億円の実績となりましたが、このブレの大半は計画外の人件費によるもので、この影響を除くと計画どおりの推移となりました。

# 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	・ 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	・ 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	・ 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	・ 転進支援に伴う特別退職金など

© Earth Corporation All Rights Reserved.

18

- ・ 特別利益・特別損失の計上について、簡単に説明します。
- ・ 2025年の特別利益は3.9億円に対して、特別損失は12.1億円となりました。
- ・ プロトリーフの株式追加取得による特別利益、またフィリピン現地法人ののれんの減損については、2Q時点で既にお話している内容です。
- ・ この4Qに、アース・ペット関連で特別損失3.6億円、バスクリンの統合に関連して2.9億円の特別損失をそれぞれ計上しました。
- ・ 特に、アース・ペット関連の特別損失については、8月の上方修正時に想定しておらず、上方修正に対して当期純利益のみ若干の未達となった主な要因となりました。

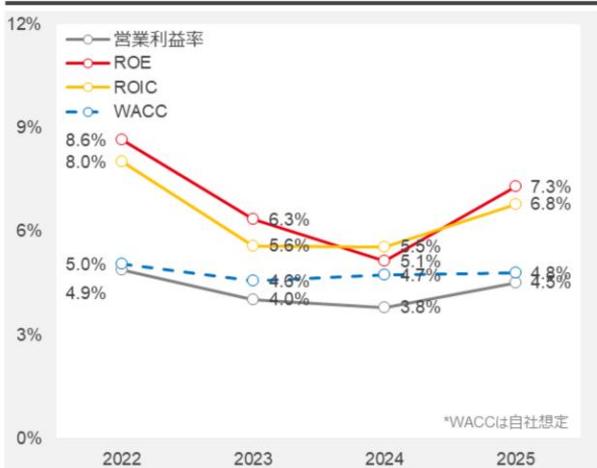
# 収益性・資本効率の状況



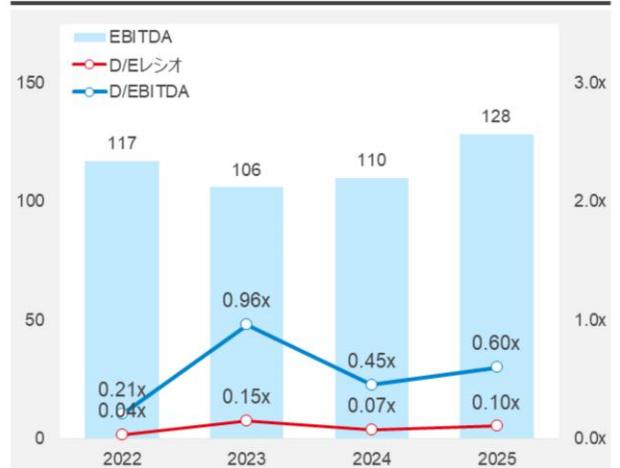
(単位：億円)

- 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



© Earth Corporation All Rights Reserved.

19

- こちらは、収益性と資本効率の状況を示したものです。
- 収益性改善に伴いまして、ROEやROICも着実に改善し、ROICとWACCの差分であるスプレッドも2ptまで拡大しました。借入に関しても、財務健全性が十分に担保されている状況です。
- ただ、資本効率はここがゴールではなく、もう少し高いところを目指せると考えています。



## 2026年12月期 計画概要

---

- 続いて、2026年の計画について説明いたします。

# 2026年定量目標に対する進捗



## 利益指標の大半を1年前倒しで達成

	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*)	218億円	230億円	+13億円	250億円
	売上比率	12.9%	12.9%	±0.0pt	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%
資本効率	当期純利益	34.7億円	52.3億円	+17.6億円	43.0億円
	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

© 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

21

- 2025年を数値面から振り返りますと、このような状況です。
- 既に、現・中計で示している利益指標の大半を1年前倒しで達成している状況ではございますが、一方で、定性的な取り組みでは、まだやるべきことがあるのも事実です。

# (株)バスクリンの吸収合併



## 中長期目標：入浴剤シェア50%の奪取



© Earth Corporation All Rights Reserved.

22

- バスクリン統合については、従業員・お得意先のところも踏まえ、しっかりと準備をしてきて、この1月から実際に統合が始まりました。
- PMIという意味においては、まだまだ今スタートしたところであり、隅々まで目を配らせながら、統合効果を生み出していきます。
- 最大の目的はやっぱり入浴剤のシェア50%、虫ケアに次ぐ本当の意味での当社グループの柱にしていくために取り組みを進めていきます。
- 進捗については2Q時点、あるいは今期が終わった時点でどうなっているのかということも踏まえて皆様に共有をさせていただければと思います。

# 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

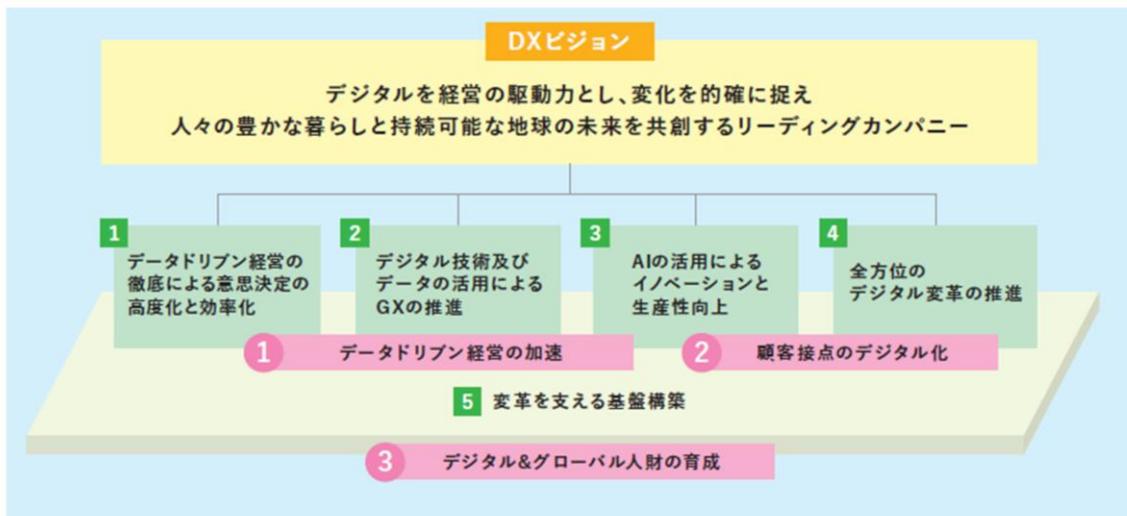
© Earth Corporation All Rights Reserved.

23

- グループ再編の進捗ということで現中計で2つの大きなことに取り組むということでお話をさせていただいておりました。
- 一つは、バスクリン社の統合です。
- これについては、PMIは今まさに取り組んでいるところですが、計画通り統合は完了しました。
- 残る一つはホールディングス機能の強化です。
- こちらについては、バスクリンの統合とともに並行して行っておりますが、いよいよ今期、皆さまにも具体的にお伝えするようになっていこうかと思えます。
- ホールディングス機能といえば、グループ経営における司令塔機能と考えておりますので、今のグループ運営の中でさらにグリップを強化していくために、機能配置を検討し、実行していきます。

## 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



© Earth Corporation All Rights Reserved.

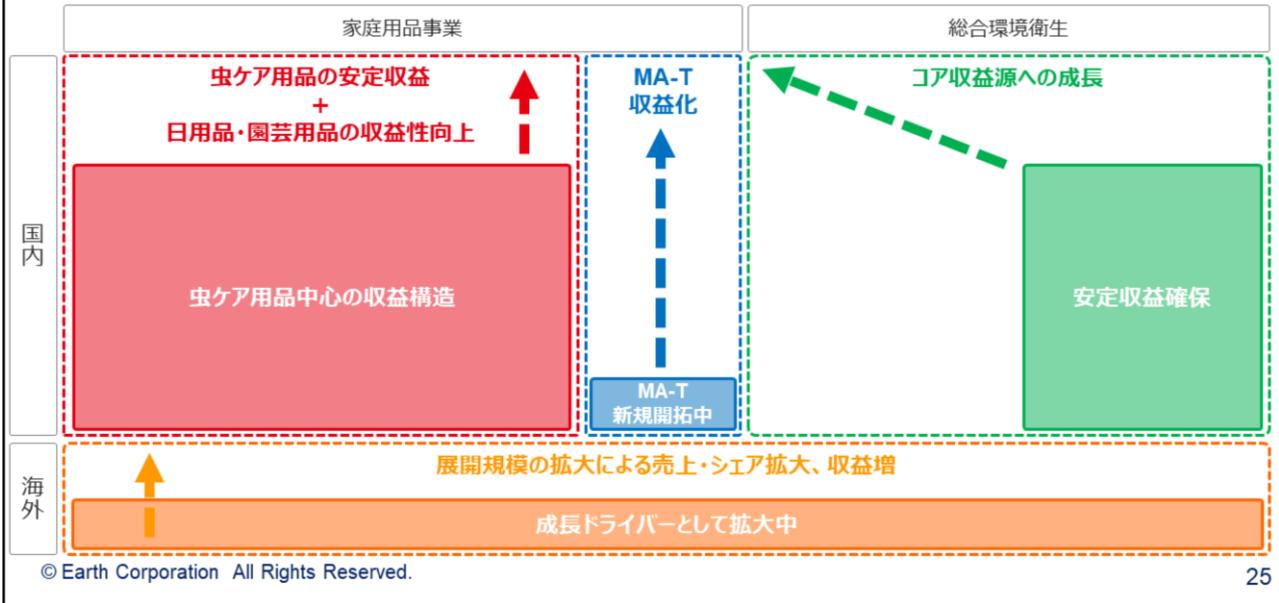
24

- 続いて、DXについての取り組みです。
- DXの取り組みについては、現中計あるいは次の中計において、避けては通れない部分と認識しています。
- 次期中計の策定に先駆けて、昨年7月にDX認定を取得しました。これは、取得をするのが目的ではありませんが、DXへの取り組みは全社の成長に向けて不可欠と考えているので、まずはDX認定の取得をいたしました。
- あらゆる業務の中でDXの推進、AIの活用を徹底しています。
- 経営は生き物であって、トライアンドエラーの繰り返しではありますが、しっかりとデータドリブン経営の基盤を構築することで、さらに経営の効率化を図っていきます。

# 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



- 2025年度は今中計の定量数値を1年前倒しで達成しています。
- 2026年は2027年から始まる次期中期経営計画につないでいく1年と考えています。
- やり残したことはないのか、課題はないのかを再度しっかりと考えていながら、基本方針は変わらず、4つのポートフォリオを拡大していく、つなぎの1年として取り組みを進めます。
- 国内での安定成長をテコにしつつ、海外を成長ドライバーに位置付けていきます。
- 総合環境衛生事業は、2030年までの成長プランを描いており、アースグループの2大事業の一つとして引き続き強化を図ってまいります。
- MA-T®については認知拡大フェーズから収益拡大フェーズに向けての取り組みを進めていきます。次期中期経営計画では、収益フェーズに移行していく大事な期間になると考えています。

## 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	<b>1,880</b>	・ 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、現地通貨ベースで増収を計画	1,791.8
売上総利益	<b>789</b>	・ 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	<b>699</b>	・ シェア拡大に向けて、上期に広告宣伝投資を積極化 ・ パスクリン統合関連シナジーの発現	666.4
営業利益	<b>90</b>	・ 増益計画	80.8
親会社株主帰属 当期純利益	<b>62</b>	・ 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	<b>8.1%</b>	・ 収益改善、資本効率向上により、ROE8%を上回る水準へ	7.3%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

26

- こちらは、2026年の業績計画です。
- 売上高1,880億円、営業利益90億円の達成に向けて、取り組みを進めます。
- また、ROEについては、8%を上回る水準となる見込みです。
- 今期については、現・中期経営計画の仕上げであるとともに、次の中計をしっかりと見据えながら取り組みを進める1年としてまいります。

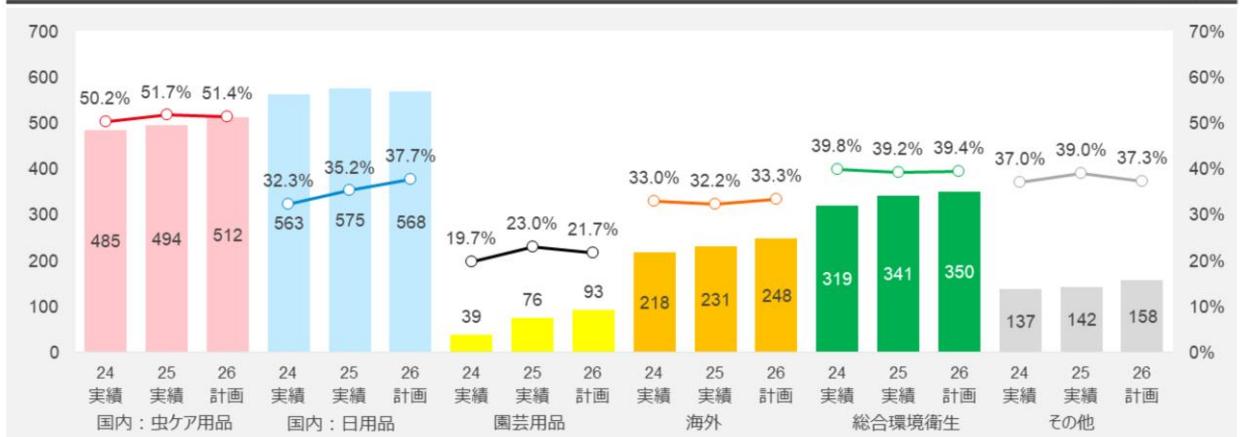
# 管理会計ベース 売上高・粗利率 (2026計画)



- 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)



© Earth Corporation All Rights Reserved.

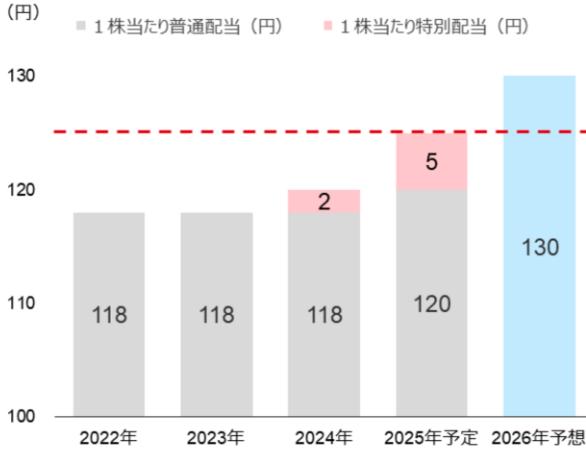
\*当社管理会計ベース、内部相殺取引などの連結調整は含まない 27

- こちらはポートフォリオ別の管理会計ベースでの計画となります。
- 国内虫ケア用品については、市場成長をけん引する製品を投入し、60%に迫る盤石のシェアのもと、安定成長と収益確保を両立します。
- 日用品では、入浴剤におけるバスクリン統合シナジーの発現に加え、『モンダミン』の成長を実現します。
- 園芸用品については、昨年連結したプロトリーフが年間寄与することに加え、既存の商品も成長を見込んでいます。
- 海外については、ASEANを中心に成長を持続し、海外売上比率の上昇を目指します。
- 総合環境衛生事業については、安定成長を続け、収益性も改善する見込みです。

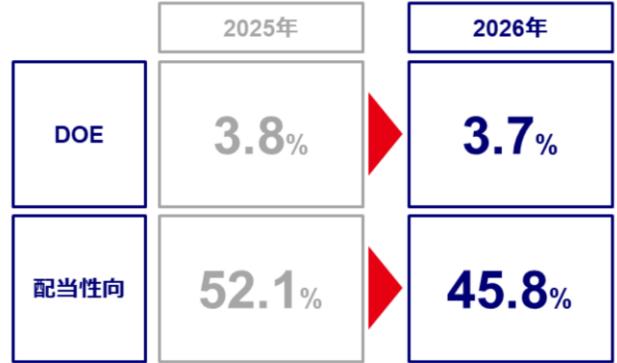
## 【株主還元ポリシー】

- 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



© Earth Corporation All Rights Reserved.

28

- 最後に株主還元について説明します。
- 25年の配当については既にお示しのとおり、特別配当5円を含めた125円とさせていただきます。
- 26年については、先に説明した業績計画をしっかりとやり遂げることを前提に、5円増配の普通配当130円をお支払いする想定です。
- これによるDOEは3.7%、配当性向は45.8%と想定しています。

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。ご清聴ありがとうございました。