



# 2026年12月期 第1四半期 決算説明資料

2026/05/13

**アース製薬株式会社**

- 本日15:30に発表いたしました、2026年12月期第1四半期の決算についてご説明いたします。

# エグゼクティブ・サマリー



FY26  
1Q決算

**売上高** : 479.1億円 (計画比 +2.2% +10.1億円)

**営業利益** : 63.3億円 (計画比 +27.3% +13.5億円)

- 売上高 :
  - 国内虫ケア : 新製品を中心に出荷・消化ともに好調に推移
  - 国内日用品 : 入浴剤・口腔衛生は苦戦するも、収益性は改善
  - 海外 : エリアによって状況は異なるが、全体で増収
  - 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 : 高単価製品へのシフト等、売上構成の変化により粗利率が改善
- 販管費 : 前年比では増加しているものの、計画内での運用

中東情勢に  
よる影響

**中東情勢緊迫化に伴う原材料価格の高騰や調達リスクの影響は、現時点では未織込**  
現時点で当期業績に与える合理的な算定が困難ではあるものの、想定される主なリスクに対し管理と対策を実施

蘇州安速  
解散

**当社の中国連結子会社である安速日用化学（蘇州）有限公司を解散・閉鎖**  
20年超にわたる供給体制を見直し、収益構造の抜本的改革を推進

# 中東情勢による定性的影響



■ 中東情勢の緊迫化に伴い、エネルギー価格の変動や物流網の混乱が継続。現時点で当期業績に与える合理的な算定が困難ではあるものの、不透明な外部環境を想定し、以下のリスク管理と対応を実施。

	想定される主なリスク	対応方針
調達・生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>原油・ナフサ価格上昇による溶剤・溶媒・容器・包装資材の調達難や遅延、コスト増</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>調達数量に応じた生産調整</li> <li>仕様変更の実施</li> </ul>
物流・供給	<ul style="list-style-type: none"> <li>航路変更に伴う海上運賃の高騰</li> <li>輸送リードタイム長期化に伴う欠品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>物流業者との強固な連携</li> <li>輸送ルートの見直し及び代替輸送の検討</li> </ul>
収益性	<ul style="list-style-type: none"> <li>エネルギーコスト増に伴う製造経費の上昇</li> <li>為替（円安）進行による輸入コスト増</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コスト上昇分を反映した適正な価格転嫁の検討</li> </ul>

- 業績について説明する前に、昨今の中東情勢による影響について、簡単にお話しします。
- ご承知のとおり、エネルギー価格の変動や物流網の混乱などが継続しており、先行きも未だ不透明な状況です。
- 現時点で、業績に与えるインパクトの合理的な算定はなかなか難しいのですが、次のようなリスク管理と対応を実施しています。
- 調達・生産に関しては、溶剤、溶媒、容器、包装資材の調達難や調達遅延、またコスト増が懸念されます。足元すぐに商品の生産が滞るといことはございませんが、原材料等の調達数量に応じた生産調整や、商品の仕様変更により対応することを検討しています。
- 物流面では、航路変更に伴う海上運賃の高騰や、輸送リードタイムの長期化による欠品リスクが一般的にあります。物流業者との連携により対応を図ってまいります。
- 収益性について、まだはっきりとした金額は申し上げにくいものの、やはりある程度の影響は受けるものとみています。このコスト上昇に対応すべく、適切な価格転嫁についても検討しております。

# 安速日用化学（蘇州）有限公司の解散



- 2026年5月13日付で当社の中国連結子会社である安速日用化学（蘇州）有限公司を解散し、閉鎖することを決定。蘇州安速の工場で生産していた製品については、当社グループの他拠点への生産設備の移管等により供給を継続。

## 解散理由

① コスト環境の悪化	中国国内の経済成長に伴う人件費の高騰
② 優位性の減衰	長期にわたる円安の影響により、設立当初の優位性が減衰
③ 生産体制の最適化	中国国内における拠点の集約により、経営資源を効率化



**20年超にわたる供給体制を見直し、収益構造の抜本的改革を推進**

- 続いて、本日決算と同時に開示しました、安速日用化学（蘇州）有限公司の解散に関するお知らせについて説明します。
- 当社は2005年に、中国・蘇州に日本市場向け製品の生産拠点として、同社を設立しました。
- 20年にわたり、日本向けに製品を安定供給してまいりましたが、中国の経済成長に伴う人件費の高騰に加え、円安によるコスト競争力の低下など、設立時の優位性が損なわれる状況となりました。
- こうした環境下において、蘇州工場での収益改善にも取り組んでまいりましたが、中国国内における拠点集約による生産体制の最適化を図ることが最善と判断し、安速日用化学（蘇州）有限公司の解散を決定しました。
- 同工場で生産していた品目については、当社グループの他の拠点に移管します。
- 業績への影響については現在精査中です。影響の概要が判明次第、必要に応じてお知らせいたします。



## 2026年12月期 第1四半期決算概要

---

- それでは、改めて1Qの業績について説明します。

# アースグループ 中長期構想

SLOGAN

グループの総力、アースの明日へ



2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 ...

COMPASS 2023

COMPASS 2026

次期中計

収益構造改革・体制づくり

売上をつくる：海外

収益をつくる：国内

シェア  
拡大

市場  
開拓

事業の  
見直し

事業  
ポートフォリオ  
転換

資源配分の  
最適化

グローバル展開の強化

虫ケアに次ぐ  
第2の収益の柱づくり

基盤をつくる：グループ

海外・グループ企業  
管理強化

M&A体制強化

投資採算性向上

グループ売上と  
利益の最大化

多様な事業展開の  
基盤構築





グループ再編と  
利益体質強化

営業利益率

- 本年は、現・中期経営計画の最終年度となっております。
- 中央に記載する、売上・収益・基盤づくりに邁進し、次期中計にてさらなる成長を遂げるための1年として考えています。

# 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

- 目指すポートフォリオについても、2月の決算説明会でお話した内容から変更はありません。
- 国内、海外、総合環境衛生、MA-Tを4本の柱として、収益拡大を目指してまいります。これは、次期中計でも変わることはありません。

# 決算ハイライト



- 計画比、前期比ともに、増収増益。
- 計画比では、売上高はカテゴリごとの入り繰りがあるものの全体で増収。  
営業利益については、増収に伴う売上総利益の増加と、販管費の計画下振れにより上振れ。

(単位：億円)

	25.1Q実績		26.1Q計画		26.1Q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	447.8	100.0%	469.0	100.0%	479.1	100.0%	31.3	107.0%	10.1	102.2%
売上原価	249.5	55.7%	263.0	56.1%	268.5	56.0%	18.9	107.6%	5.5	102.1%
売上総利益	198.2	44.3%	206.0	43.9%	210.6	44.0%	12.3	106.2%	4.6	102.2%
販管費	135.5	30.3%	156.2	33.3%	147.2	30.7%	11.6	108.6%	▲ 8.9	94.3%
営業利益	62.6	14.0%	49.8	10.6%	63.3	13.2%	0.6	101.1%	13.5	127.3%
経常利益	61.5	13.8%	50.0	10.7%	63.0	13.2%	1.4	102.4%	13.0	126.1%
親会社帰属四半期純利益	46.7	10.4%	34.5	7.4%	44.5	9.3%	▲ 2.2	95.3%	10.0	129.2%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

7

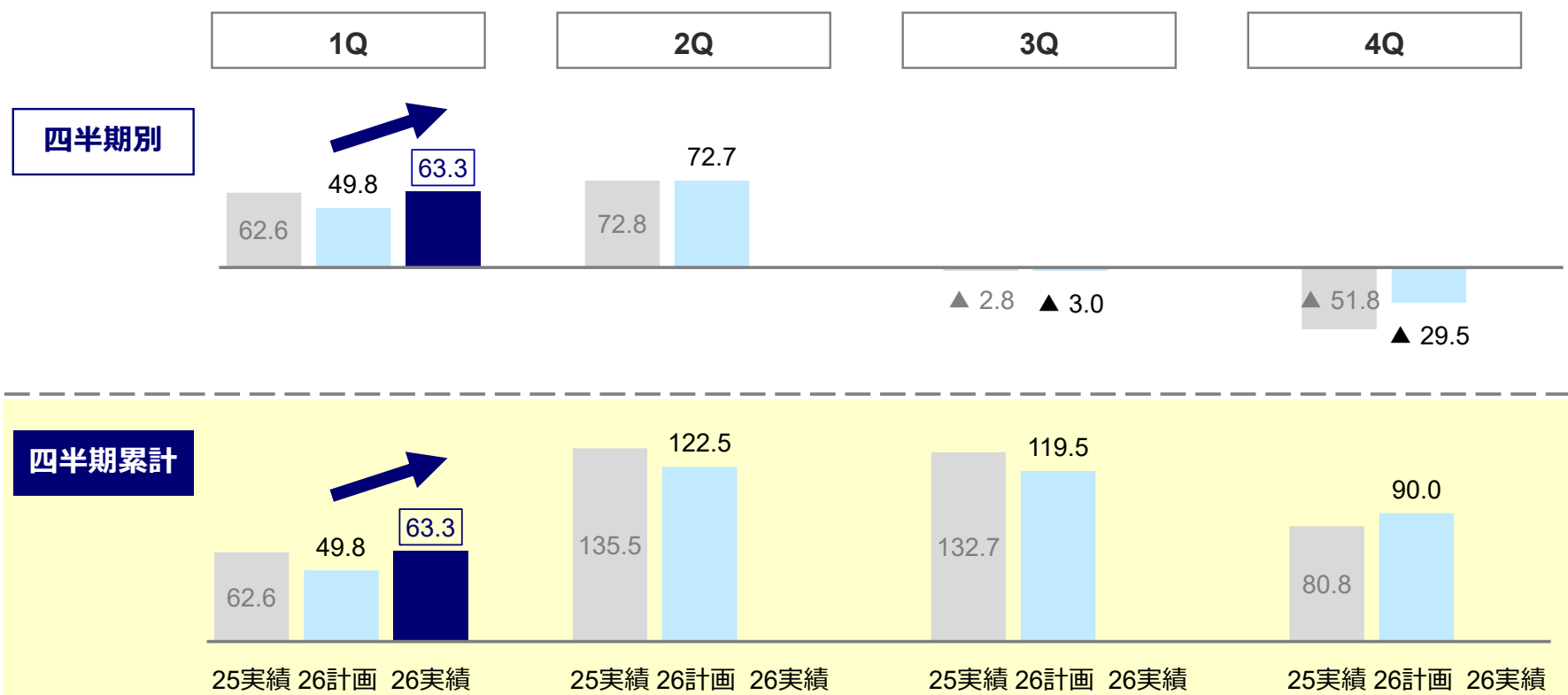
- 1Qのハイライトについてです。
- 売上高は479.1億円、営業利益は63.3億円と増収、増益となり、計画も達成いたしました。

# 営業利益の進捗（四半期別・累計）



(単位：億円)

■ 1Q時点では増収による売上総利益の増加、販管費の計画内での推移などにより計画上振れ、前期比でも増益。



© Earth Corporation All Rights Reserved.

- こちらは、四半期ごとの営業利益をお示したものです。
- 計画立案時には、バスクリン経営統合に伴う費用や、広告宣伝費を上期に重点投入すること、また物流費の高騰などを想定し、1Qは減益計画としておりました。
- ただ、足元では、売上計画の達成による粗利益の増加に加え、販管費の期ズレなどもあり計画を上回っている状況です。
- 中東情勢によるコスト増を見越して、今後の販管費の運用について、少し様子を見る部分もありますが、成長に必要な費用はしっかりと投入していく考えです。

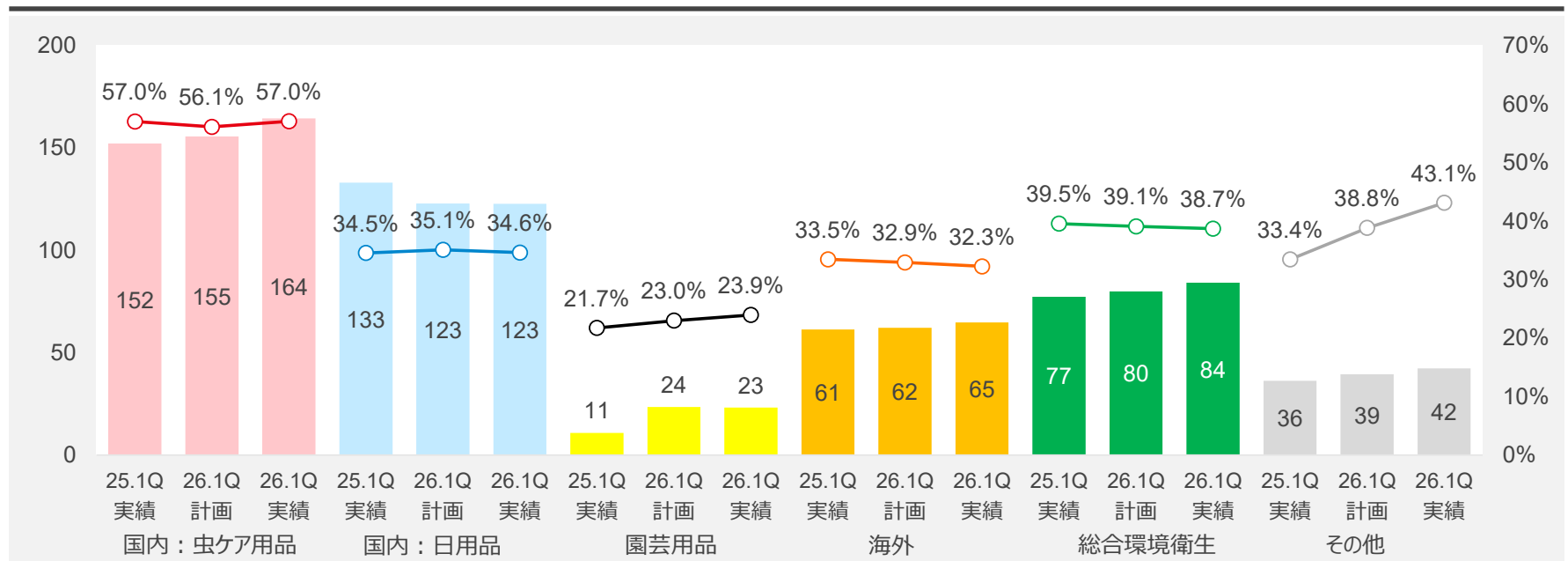
# 管理会計ベース 売上高・粗利率 (25vs26)



- 国内 虫ケア : 市場の好調な推移や新商品の順調な出荷などが寄与し増収
- 国内 日用品 : 入浴剤・口腔衛生は苦戦するも、収益性は改善
- 園芸用品 : プロトリーフの連結子会社化により増収、収益性も改善
- 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 9

- こちらは、管理会計ベースの状況です。
- 国内虫ケア用品については、市場の立ち上がり好調なことに加え、新製品も順調に出荷が進み、増収となっています。
- 国内日用品について、入浴剤、口腔衛生で若干苦戦をしている状況です。
- 園芸用品については、プロトリーフのPL連結が昨年2Qから開始しましたので、1Q時点は丸々寄与分として加わっています。これに加え、既存の園芸用品も好調な推移です。
- 海外については、エリアによってバラつきがありますが、円換算ベースでは増収となっています。
- 総合環境衛生については、安定成長を継続しています。

# 国内：虫ケア用品 事業の状況



- 国内 虫ケア用品市場は前期比106.8%に拡大。3月末時点での年間進捗率は4.9%。
- 新商品『OH! ノーマット』をはじめ、出荷・消化ともに好調に推移。

3月末（12週）時点の市場状況、当社市場シェア

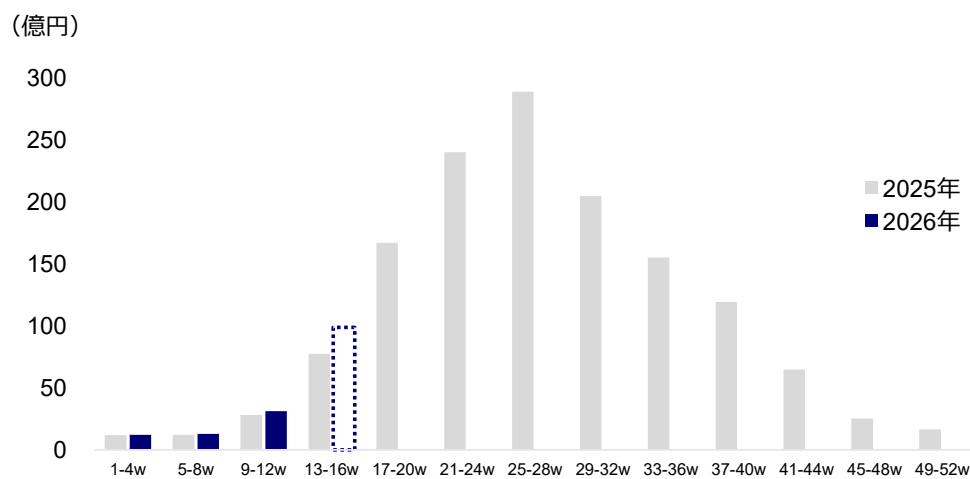
注力新製品の動向

【市場前期比】

**106.8%**

【当社市場シェア】

**62.7% (+1.1pt)**



© Earth Corporation All Rights Reserved.

『OH! ノーマット』シリーズ

計画比 **155%**



10

- カテゴリ別に、少し細かく見ていきます。
- 虫ケア用品については、3月末時点の市場が前期比106.8%と良い立ち上がりとなりました。
- すでに4月が終わっておりますが、4月も好調な推移となっております。
- 新製品については、『OH! ノーマット』が順調に出荷されており、計画比1.5倍超となっております。
- もちろん、シーズンの最盛期はこれからですので油断はできませんが、まずは好調なスタートとなりました。

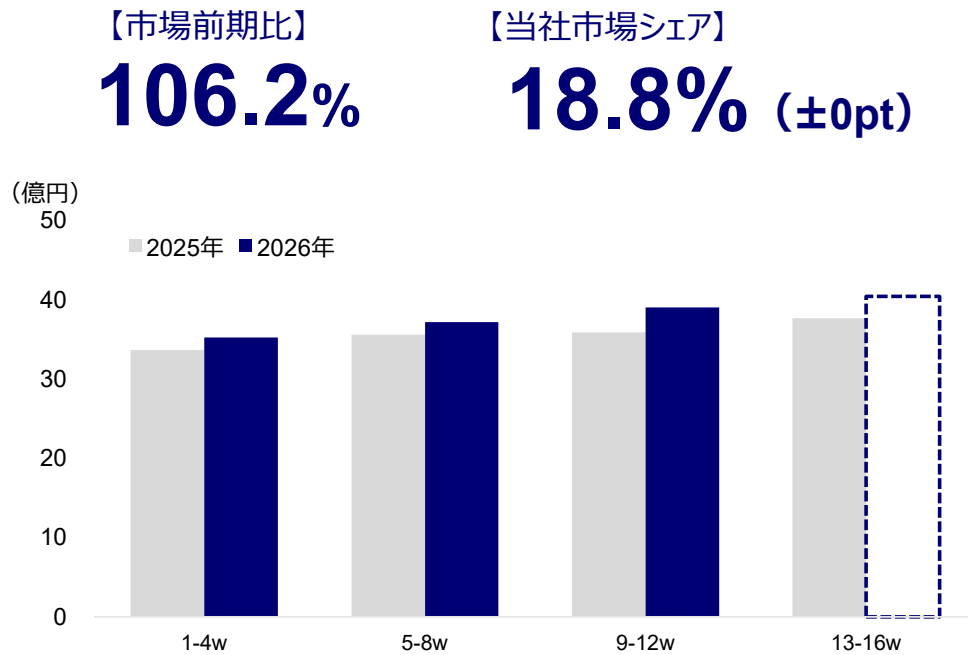
# 国内：日用品 事業の状況（口腔衛生）



- 市場全体は前年比106.2%に拡大する中、当社シェアは18.8%と昨年と同水準を維持。
- 『モンダミン』シリーズの消化は前年比109.1%と好調に推移したが、出荷は前年比98.7%と昨年を下回る。

3月末時点（12週）の市場状況、当社市場シェア（洗口液）

『モンダミン』シリーズの出荷動向



© Earth Corporation All Rights Reserved.

- 続いて、日用品の状況です。
- 口腔衛生用品について、洗口液の市場は前期比106.2%と順調であり、当社シェアも18.8%と前年同水準となっています。
- 特に昨年リニューアルを行った『モンダミン』については、しっかりと店頭消化が進んでいますが、出荷については一時的な在庫調整もあり、やや前年を下回っている状況です。

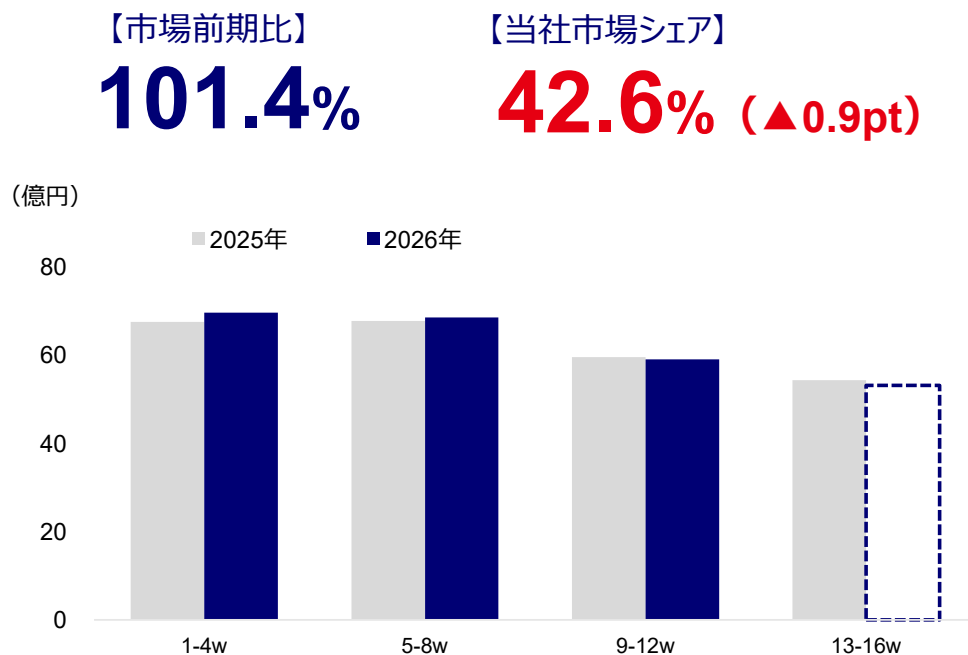
# 国内：日用品 事業の状況（入浴剤）



- 剤型によってバラつきが見られるが、市場全体は前年を上回る推移。エンジョイタイプが拡大する一方で、粉剤タイプは縮小が続く。
- 『バスロマン』、『バスクリン』などの粉剤タイプが前年を下回るが、基幹商品の『温泡』、高付加価値商品の『BARTH』などは前年から伸長。

3月末（12週）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 **106%**

『BARTH』

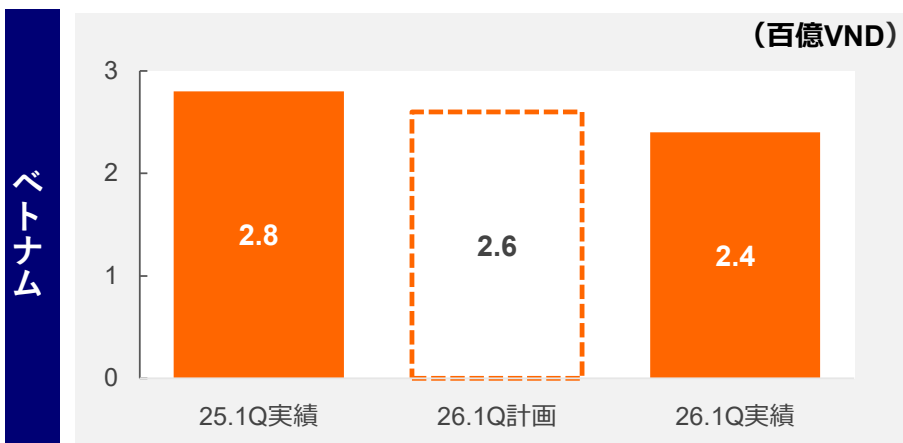
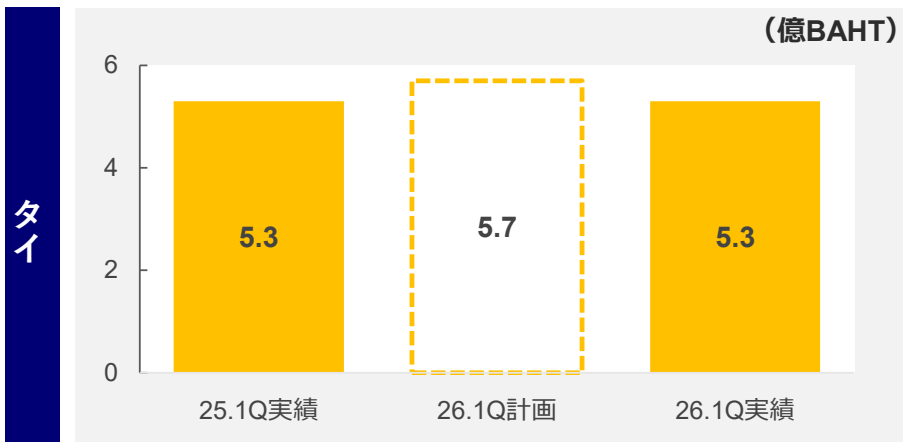
前期比 **108%**

© Earth Corporation All Rights Reserved.

- 入浴剤について、市場は剤型によってばらつきが見られるものの、前年を上回る推移となっています。特にエンジョイタイプが拡大していますが、一方で、当社が得意する粉剤タイプについては緩やかな縮小が続き、その結果としてシェアを落としている状況です。
- 主力品の出荷については、『バスクリン』、『バスロマン』などの粉剤タイプが前年を下回っておりますが、『温泡』、『BARTH』といった商品は順調に伸長しています。

## 売上高

## FY26 1Q状況



- タイ国内における虫ケア用品シェアNo.1を獲得
- カンボジアにおける不買運動に対して、生産地の変更を検討



- GIFTは堅調に推移している一方で、虫ケア用品が苦戦し、前年・計画ともに下回る
- ターゲット企業を選定し、棚割りの改善を実施



© Earth Corporation All Rights Reserved.

\*現地法人の売上高ベース 13

- 続いて、海外の状況です。こちらは現地通貨ベースで説明いたします。
- タイについては、前年並みの推移となっています。タイ国内において虫ケア用品シェアNo.1を獲得することができました。ここに満足することなく、お客様の支持率であるシェアをさらに伸ばしていく考えです。一方で、カンボジアにおける不買運動は継続しており、こちらはネガティブな影響を受けています。生産地の変更なども視野に入れて、当社の製品をお客様にしっかりとお届けできるようにしてまいります。
- ベトナムについては、1Q段階ではやや苦戦している状況です。洗剤『GIFT』は堅調に推移しておりますが、虫ケア用品が前年・計画を割っています。こちらは、攻略ターゲットとする企業を戦略的に選定し、棚割り改善を図ることで、売上のリカバーにつなげてまいります。

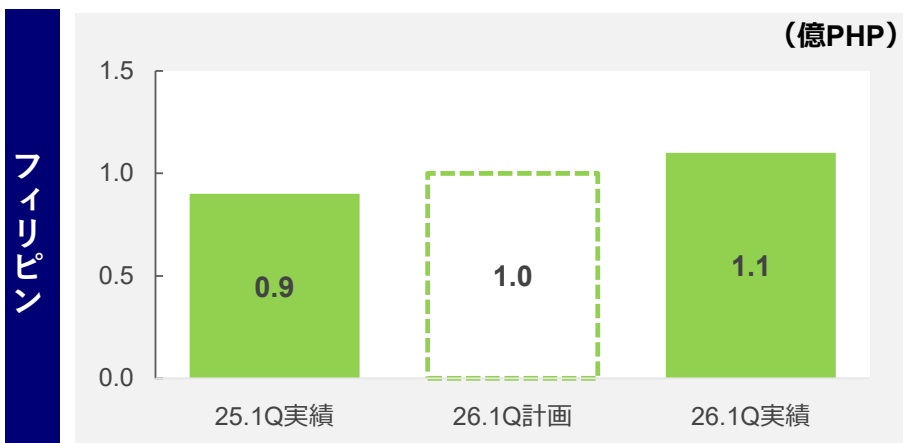
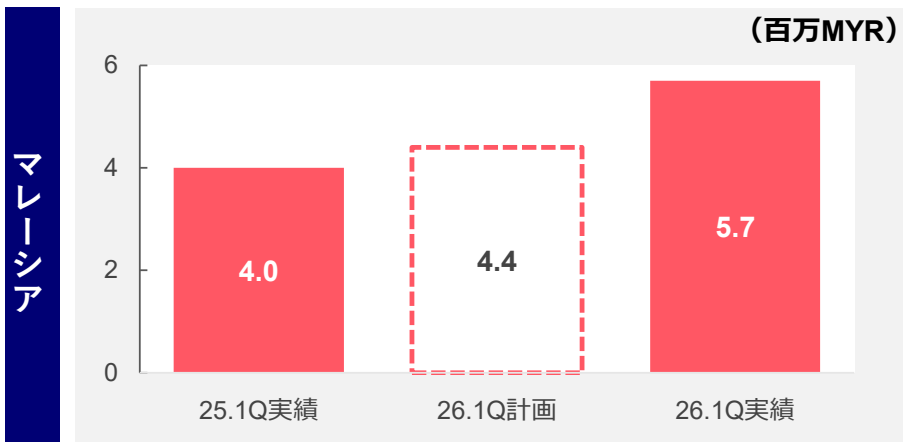
# 海外 事業の状況 (ASEAN展開拡張)

現地通貨ベース



## 売上高

## FY26 1Q状況



- 虫ケア用品・芳香剤とも好調に推移
- 複数の主要アカウントで定番品の採用増があり前年・計画ともに大きく上回る



- 昨年度の欠品問題は解消
- 市場規模の大きいエアゾールを中心に好調に推移し、前年・計画ともに上回る



© Earth Corporation All Rights Reserved.

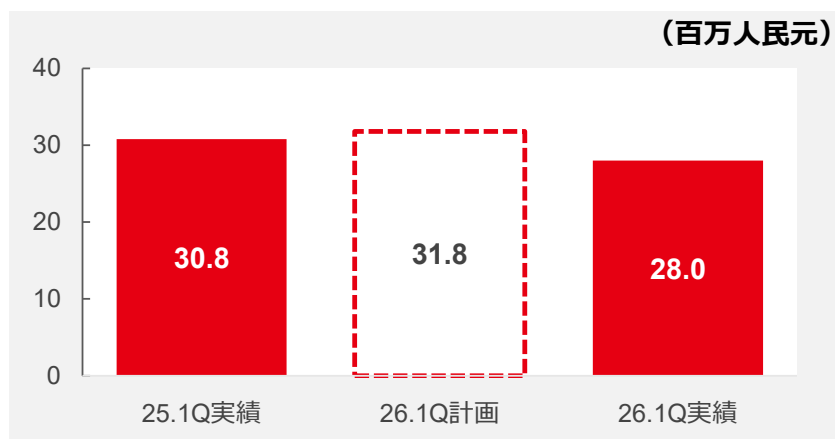
\*現地法人の売上高ベース 14

- 続いてマレーシアの状況です。
- こちらは、非常に好調に推移しております。虫ケア用品、芳香剤とも好調であり、特に複数の顧客にて定番品の採用が増加するなど、前年、計画ともに大きく上回っています。
- フィリピンについては、昨年重荷になっていた欠品問題が解消し、市場規模の大きなエアゾールを中心に売上が伸びている状況です。

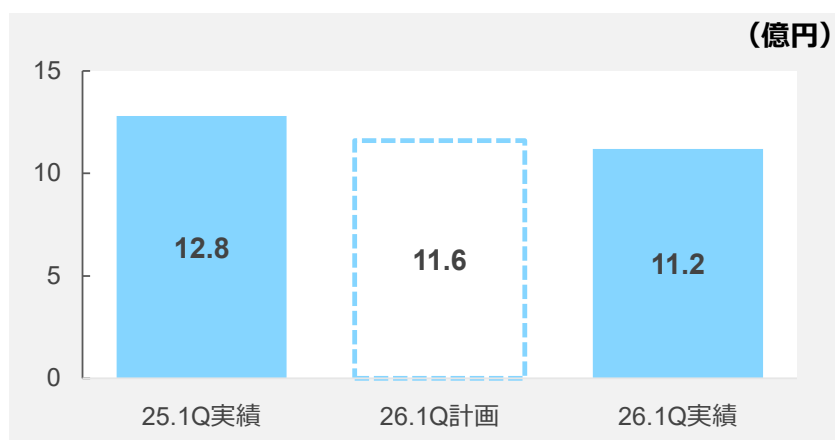
## 売上高

## FY26 1Q状況

中国



輸出



- 虫ケア用品の立ち上げは概ね順調
- 新興チャネルにも注力



- 中東情勢の影響により、一部着荷が遅れており、サウジアラビア向けが計画、前年を大きく下回る
- その他の国は好調に推移



© Earth Corporation All Rights Reserved.

\*現地法人の売上高ベース 15

- 中国については、売上が前年、計画ともに若干下回っておりますが、十分にカバーできる状況とみています。虫ケア用品の立ち上げは概ね順調に推移しており、またフォーマーなど新興チャネルへの展開にも注力している状況です。
- 輸出については、中東情勢の影響から、主力のサウジアラビア向けにおいて着荷されないという事象が起きており、前年・計画に対して下回っています。一方で、その他の国への輸出については好調であり、サウジアラビア向け輸出のマイナス影響を最低限にとどめている状況です。

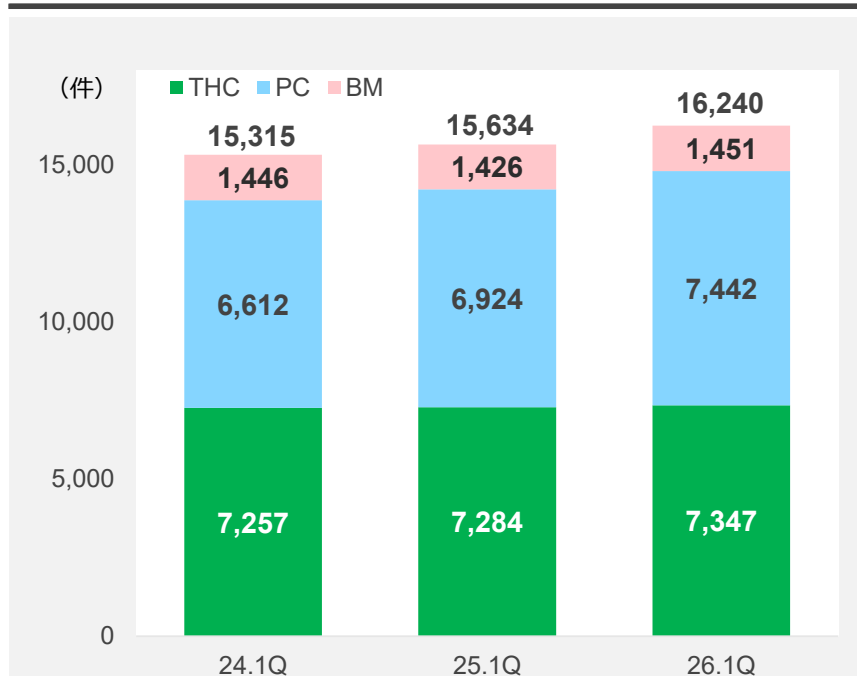
# 総合環境衛生 事業の状況



- 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

© Earth Corporation All Rights Reserved.

16

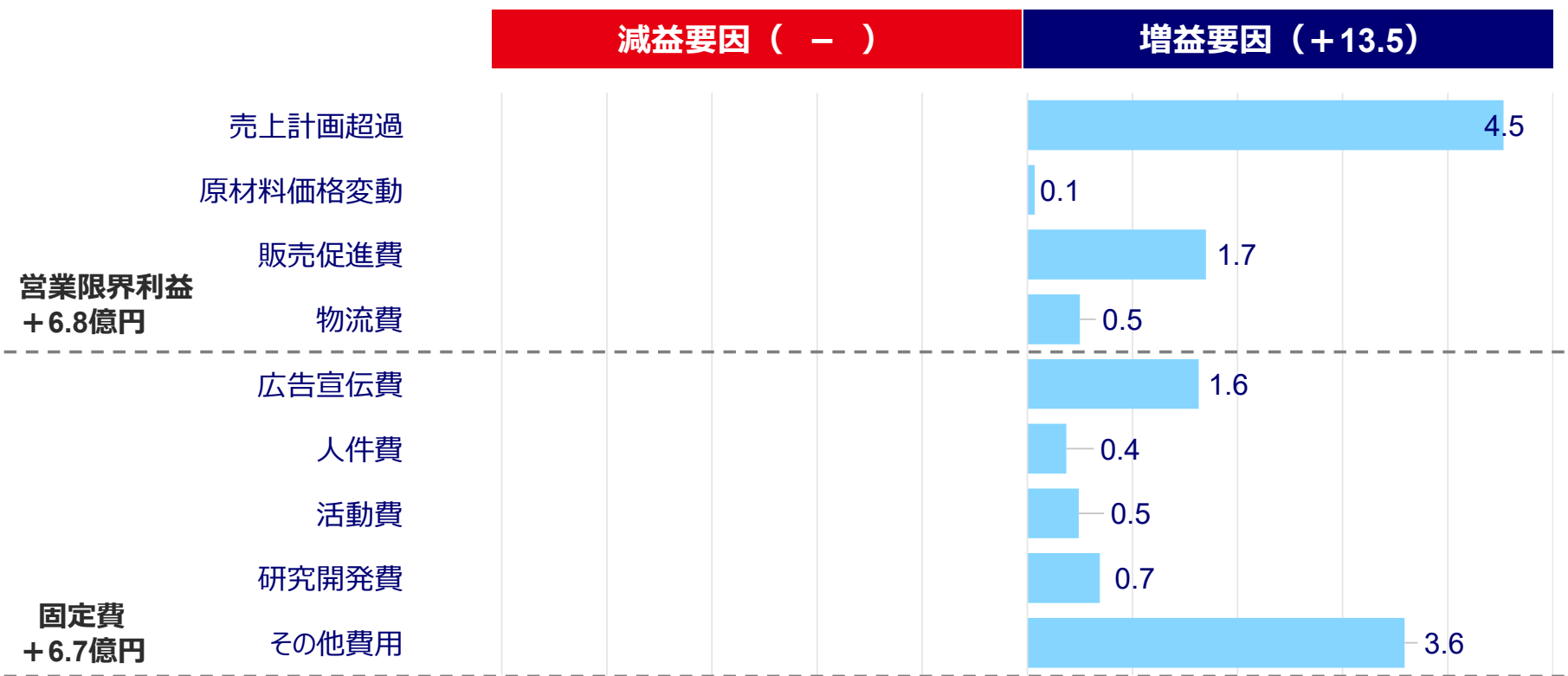
- 総合環境衛生事業については安定成長を続けています。
- こちらは衛生管理サービスへのニーズの高まりを背景に、当社の専門知識や技術などの高いサービス品質が受け入れられ、契約件数が拡大していることが主な要因です。
- また、提供サービスの品質向上に向けて、検査設備の拡充やAIの活用なども進めています。

# 営業利益変動要因（計画比）



- 虫ケア用品を中心とした売上計画の達成が利益増に貢献。
- 販管費については、1Q時点では予算未消化。通年で計画通りの消化を見込む。

（単位：億円）



© Earth Corporation All Rights Reserved.

17

- 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。
- ご覧の通り、売上計画の超過に伴う粗利益の増加、経費の計画内運用など、増益要因ばかりの状況です。
- 冒頭でお話したとおり、販管費はあくまで期ズレであり、必要なところにはしっかりと使用していきます。

# 2026年 計画ハイライト



■ 中東情勢の緊迫化により、生産・調達コストに影響を与える可能性があるものの、先行きが不透明な状況が継続。現時点では合理的な算定が不可能なため、期初計画から変更なし。

(単位：億円)

	2026 計画	ポイント	2025 実績
売上高	1,880	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内・総合環境衛生：安定成長を持続</li> <li>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</li> </ul>	1,791.8
売上総利益	789	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	747.3
販管費	699	<ul style="list-style-type: none"> <li>シェア拡大に向けて、上期に広告宣伝投資を積極化</li> <li>バスクリン統合関連シナジーの発現</li> </ul>	666.4
営業利益	90	<ul style="list-style-type: none"> <li>増益計画</li> </ul>	80.8
親会社株主帰属 当期純利益	62	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	52.3
ROE	8.1%	<ul style="list-style-type: none"> <li>収益改善、資本効率向上により、ROE8%を上回る水準へ</li> </ul>	7.3%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

18

- 最後に、今期の計画についてです。
- 1Qは計画に対して上振れとなりましたが、中東情勢が今後どのような影響を及ぼすか不透明であり、予断を許さない状況と考えています。
- その中で、まずは期初に皆様とお約束した計画をしっかりとやり遂げることに注力いたします。現段階で計画を修正することはありません。
- 以上、簡単ではございますが、説明を終わります。

地球を、キモチいい家に。



**EARTH**  
Act For Life

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。