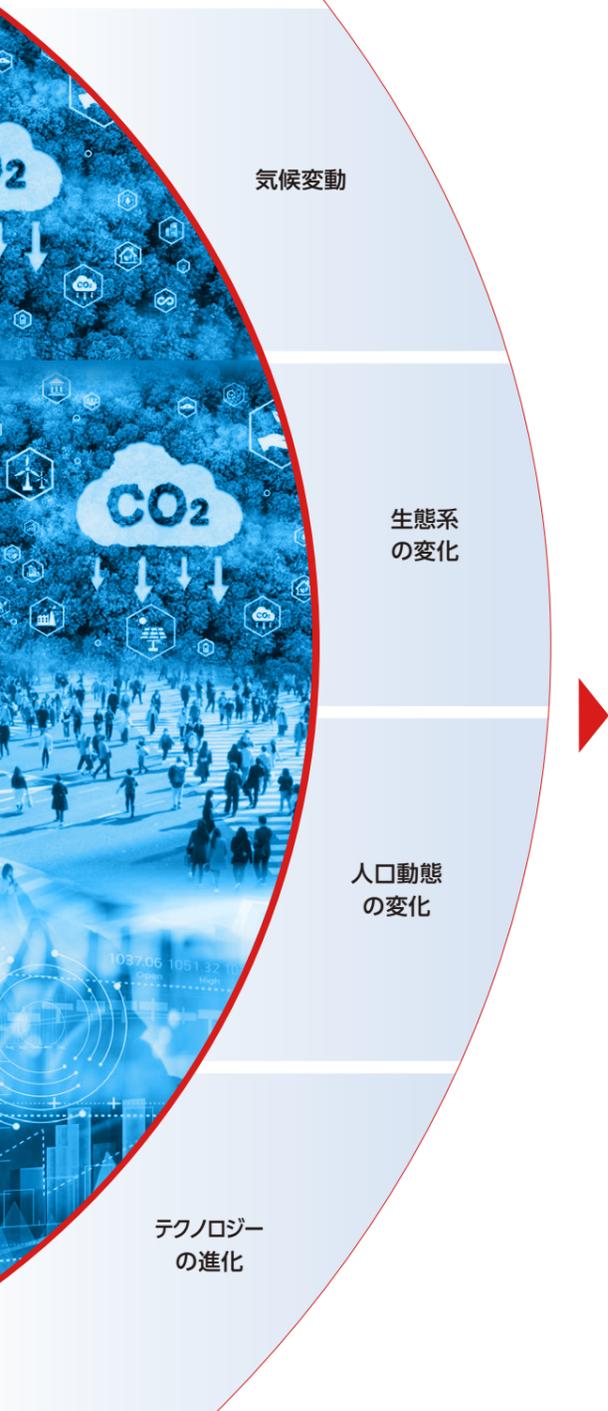


リスクと機会

アース製薬は、サステナビリティ経営を推進するにあたり、事業を取り巻くさまざまなリスクを認識し、リスクから見出される事業機会を特定しています。これらリスクと機会への取り組みを通して、マテリアリティ(重要課題)の解決を目指します。

経営に重要な影響を与える外部要因



リスクと機会		取り組み	マテリアリティ (重要課題)
● リスク ● 機会			
気候変動・生態系			
● 気候変動による生態系の変化		<ul style="list-style-type: none"> CO₂排出量、廃棄物、化学物質使用における管理と報告 外来種や気候変動により影響を受ける生態系に対応する研究の強化 気候変動に対応する商品の開発とマーケティングの強化 衛生環境ニーズの高まりによる総合環境衛生事業の強化 	気候変動への対応
● 事業の高い季節性		<ul style="list-style-type: none"> 事業の柱を強化し、通年の収益安定の確保 	地球環境問題への配慮
● パンデミックにおける事業への影響		<ul style="list-style-type: none"> BCP、BCM強化 	
● 循環型社会への順応		<ul style="list-style-type: none"> リサイクルや環境配慮素材を使った開発 	
● 外部環境の変化に合わせた研究・製品開発		<ul style="list-style-type: none"> 生物多様性の方針策定と取り組み 害虫の正しい知識や予防対策の啓蒙 アクティビティに対応した製品群の拡充 	持続可能な調達の推進
人口動態			
● 労働人口の減少による人財の確保		<ul style="list-style-type: none"> 働きやすい職場づくり 自律したキャリア形成支援 	安心で快適な暮らしに貢献する製品・サービスの提供
● ダイバーシティ&インクルージョン		<ul style="list-style-type: none"> 多様化する人財の活躍推進 	
● 労働環境の整備		<ul style="list-style-type: none"> 人権方針、労働慣行方針の策定 健康経営に向けた活動推進 	
● グローバルに市場が拡大		<ul style="list-style-type: none"> アジア収益基盤の拡大のため商圏を拡大 積極的なグローバル人財の育成と採用 	多様な人財の活躍を支える職場の実現
法的規制			
● 国内外の事業に関する各種法規制への対応		<ul style="list-style-type: none"> 薬機法や化学物質規制などの対応 各種コンソーシアムへの参画による情報収集 	経営基盤の強化
● 情報開示基準の変更に対する対応		<ul style="list-style-type: none"> 投資家やお取引先様などのステークホルダーとの対話 	
サプライチェーン			
● 原材料の代替性		<ul style="list-style-type: none"> 複数購買や代替原料の検討と開発 	経営基盤の強化
● 品質に関するリスク		<ul style="list-style-type: none"> 自社および委託先工場の定期的な監査の実施 品質に関する教育活動の実施 	
● サステナブル調達		<ul style="list-style-type: none"> サプライヤー行動規範の改定 	
● 原料価格高騰への対応		<ul style="list-style-type: none"> グループ経営強化によるコストシナジーの創出 	
● 物流環境変化への対応		<ul style="list-style-type: none"> 効率的な物流網の構築 	
IT・デジタル化			
● 情報漏洩やセキュリティの脅威		<ul style="list-style-type: none"> 情報セキュリティの強化 	経営基盤の強化
● モノづくりイノベーションの創出		<ul style="list-style-type: none"> 産学官や企業間の協業 MA-Tシステム®の使用拡大におけるマーケティング強化 知財戦略の強化 	
● デジタル技術の活用		<ul style="list-style-type: none"> 業務の標準化や見える化による管理 生産体制強化のための、連携システム開発と導入 生成AIの導入や活用 IoTを活用したサービス提供 	

マテリアリティ

アース製薬は、ステークホルダーの皆様のご期待にお応えし、当社グループが長期にわたり発展し続けるためには、さまざまな社会課題の企業活動への影響を認識、評価し、経営上の重要課題を明確にする必要があると考え、2021年にマテリアリティ(重要課題)を定めました。

マテリアリティ特定のプロセス

1	課題の抽出	サステナビリティ分野における国際的なフレームワークやガイドライン等を参考に課題を抽出
2	マテリアリティ特定	CSRサステナビリティ推進委員会および部門長により、当社の方向性をふまえ、事業における課題の重要度を評価し、マテリアリティ(案)を作成
3	重要度の評価	経営層・社外取締役へのインタビューを経て、取締役会により審議の上、マテリアリティを承認

カテゴリ	マテリアリティ(重要課題)	重点テーマと主な施策	目標・KPI	SDGsとの対応	短期目標(2023年度)実績			
					目標	実績	評価*	特記事項
環境	気候変動への対応	CO ₂ 排出量を削減します。	<ul style="list-style-type: none"> CO₂排出量削減:2020年比で(Scope 1、2) <ul style="list-style-type: none"> ・14%削減(2023年) ・28%削減(2026年) ・46%削減(2030年) 		CO ₂ 排出量14%削減	29.8%削減	○	-
		電力の再生可能エネルギー化を進めます。	<ul style="list-style-type: none"> 再生可能エネルギー化: <ul style="list-style-type: none"> ・工場の再エネ化 [再エネ率60%] (2023年) ・研究所の再エネ化 [再エネ率90%] (2026年) ・オフィス*の再エネ化 [再エネ率95%] (2030年) <p style="text-align: right;">*テナントオフィスを除く</p>		工場の再エネ化完了(再エネ率60%)	工場の再エネ化完了(再エネ率56.3%)	○(△)	工場の再エネ使用量の減少(掛川工場の休止などにより、再エネ率は60%に届かず)
	地球環境問題への配慮	モノづくり(研究開発から生産)にかかわる水の使用効率を向上させます。	<ul style="list-style-type: none"> 水の使用効率の向上:2020年比で <ul style="list-style-type: none"> ・3%向上(2023年) ・6%向上(2026年) ・10%向上(2030年) 		水使用効率3%向上	3.5%向上	○	-
		循環型社会を目指し、資源を有効に活用します。	<ul style="list-style-type: none"> 工場・研究所からの産業廃棄物等のゼロエミッション ・処理委託先の状況調査・見直し(2023年) ・工場と研究所のゼロエミッション(2026年) ・工場と研究所のゼロエミッションの維持(2030年) 		処理委託先の状況調査・見直し	処理委託先に処理方法、埋め立て処分状況等をヒアリングの上、見直しを継続実施中	○	最終処分率:1.1%
持続可能な調達の推進	アースECO基準を定め、環境に配慮した製品の拡大を推進します。	アースECO基準を設定(2023年)	<ul style="list-style-type: none"> アースECO基準設定(2023年) アースECO基準対応製品の拡大と情報開示の推進(2026年、2030年) 		アースECO基準設定	達成	○	2022年設定済み
		環境などに配慮した製品包装材の調達を推進します。			<ul style="list-style-type: none"> 森林認証紙の使用率(重量): <ul style="list-style-type: none"> ・使用率を10%以上(2023年) ・使用率を30%以上(2026年) ・使用率を70%以上(2030年) 	森林認証紙使用比率10%以上	11.45%	○
社会性	安心して快適な暮らしに貢献する製品・サービスの提供	お客様の満足と信頼を損ねる品質重大事故をゼロにするため、自社工場、製造委託先工場の定期品質監査実施率を向上させます。	<ul style="list-style-type: none"> 定期品質監査実施率:100%を維持(2023年、2026年、2030年) 		品質監査実施率100%	100%	○	36カ所 / 36カ所
		関連法令を遵守し、違反につながる重大事故をゼロにするため、教育訓練年間計画の実施率を向上させます。	<ul style="list-style-type: none"> 教育訓練の実施率:100%を維持(2023年、2026年、2030年) 		教育訓練実施率100%	100%	○	15カ所 / 15カ所
	多様な人材の活躍を支える職場の実現	年次有給休暇の取得を促進します。	<ul style="list-style-type: none"> 有給休暇取得率:70%以上を維持(2023年、2026年、2030年) 		有給休暇取得率70%以上	84.9%	○	夏季計画年休(拡大選択制)有休奨励日設定(年5日)実施
		女性活躍推進のため、女性管理職相当に占める女性の割合を上昇させます。	<ul style="list-style-type: none"> 女性管理職比率: <ul style="list-style-type: none"> ・10%以上(2023年) ・18%以上(2026年) ・30%以上(2030年) 		女性管理職比率10%以上	11.4%	○	32名 / 281名
ガバナンス	経営基盤の強化	-	-		-	-	-	-

* ○:計画通り、△:遅れあり

中期経営計画

中期経営計画 Act For SMILE COMPASS 2023 (2021~2023) の振り返り

アース製薬は、持続的な企業価値向上に向け、中期経営計画「Act For SMILE COMPASS 2023」に取り組んできました。より柔軟で筋肉質な体質への強化を目指して4つの重点方針に基づいた施策に取り組み、成長のための基盤づくりを実現しました。

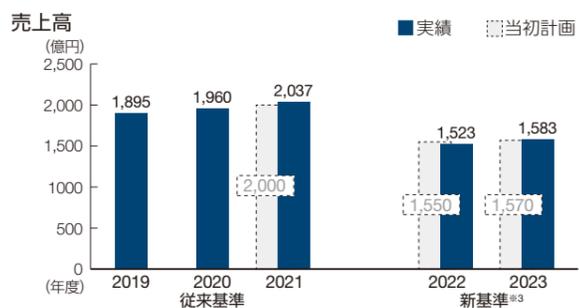
前・中期経営計画では、構造改革による「モノサシ・インフラの刷新」と、収益性向上を実現するための「アジア収益基盤の拡大」「ESG・オープンイノベーション」「コストシナジーの創出」を重点方針に掲げ、2020年のエクイティ施策により調達した資金をもとに、フィリピンの現地法人の買収や「BARTH」の事業譲受などのM&A、入浴剤「温泡」の生産設備増強をはじめとした設備投資、基幹システムの抜本的な刷新など、成長に向けた積極的な取り組みを進めてきました。

外部環境の面では、コロナ禍における巣ごもり需要を背景に、虫ケア用品や入浴剤の市場が拡大したものの、急激な円安の進行や原材料価格の高騰等といった、想定外の変化がありました。

こうした中、虫ケア用品は高付加価値製品の発売や価格改定などにより、収益性を維持することができました。加えて、システム投資や管理会計の導入を推進し、今後の改革に向けた基盤を整えました。しかしながら、入浴剤や洗口液では需要の移り変わりや競合の参入による競争環境の激化に加え、日用品の展開カテゴリの多角化などが収益性の低下につながりました。これらの結果、掲げていた利益目標は未達に終わり、依然として収益性に課題を残していると認識しています。

	目標※1	2023年度実績	評価
連結売上高	1,570億円	1,583億44百万円	○
営業利益	140~160億円	63億70百万円	×
当期純利益	100億円	41億2百万円	×
ROE	13.0%以上	6.3%	×

※1 中期経営計画策定時



■ 筋肉質な経営体質への転換

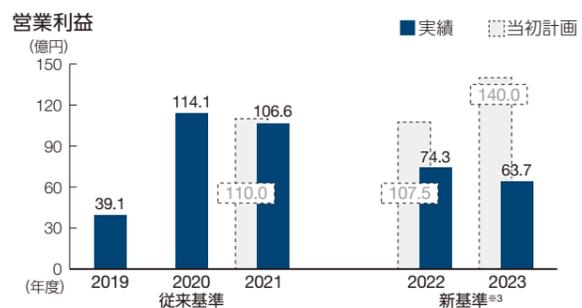
持続可能な成長と市場での競争優位性を確保するため、収益性の向上、返品率の改善に努めています。

国内の虫ケア用品部門は、天候に左右される部分があるものの、売上は緩やかな伸長傾向にあり、高い収益性で安定している当社のコア収益源です。原材料価格高騰の影響を受ける中、国内トップメーカーとして価格改定を実施し、収益性の確保に努めました。また、過去より取り組んでいる返品率の削減について、直近の返品率は6.2%にまで改善してきているものの(2013年11.8%)、さらなる改善の余地があると考えています。

国内日用品については、コロナ禍における需要増を受けてカテゴリを拡大してきたものの、ブランド投資が分散し、当部門の主力である入浴剤や洗口液への資源配分が不十分となり、市場シェアの低下の一因となりました。今後は各製品の収益性等を考慮し、展開カテゴリやSKUの選択と集中を行うことで効率化を進めていきます。

海外においては、中国では順調な成長から一転、外部環境の変化を背景とした市場の減速に伴い、2023年には大幅に業績が低下しましたが、ASEANと輸出ビジネスでは売上成長を遂げることができました。タイでは虫ケア用品の市場シェアNo.2を獲得し、トップシェア獲得を目指した取り組みを進めています。ベトナムでは主力の住居用洗剤の堅調さを基盤に、虫ケア用品や洗口液の積極的な展開を進めています。ASEANを中心に積極的に事業を展開し、海外の売上は175億円※2となり、全体の10%強を占める割合となっています。売上は拡大傾向ですが、各国にそれぞれ成長課題が残る状況であり、今後は各国の実態に即した戦略を展開していきます。

※2 当社管理会計ベース



※3 「収益認識に関する会計基準」の適用により売上高を従来基準から組み替えて表記

中期経営計画の重点方針と評価

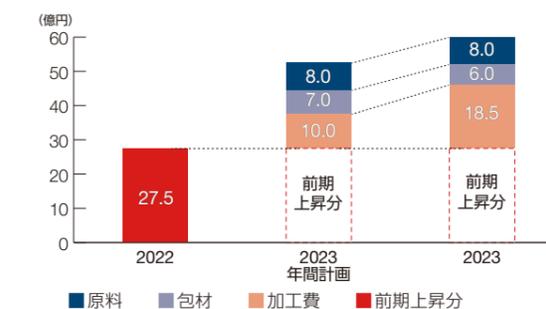
モノサシ・インフラの刷新	中期経営計画 (2021~2023) の重点方針		評価	
	アジア収益基盤の拡大	<ul style="list-style-type: none"> 展開各国にて市場シェア(支持率)を獲得 新規展開エリアの開拓を推進 	→	<ul style="list-style-type: none"> タイ・ベトナムでの売上・シェア拡大 ○ 新規展開エリアの開拓(マレーシア・フィリピン) △
	ESG・オープンイノベーション	<ul style="list-style-type: none"> SDGsの達成に貢献する課題解決へのチャレンジ 外部との連携によるオープンイノベーションの実現 	→	<ul style="list-style-type: none"> SDGsに貢献する課題解決/MA-T社会実装 △ 廃棄・返品率の削減 ×
	コストシナジーの創出	<ul style="list-style-type: none"> 一緒に取り組むほうが合理的なものは一緒に実施 バリューチェーン全体でシナジー・付加価値を創出 	→	<ul style="list-style-type: none"> グループをまたぐコストシナジーの創出 × 管理会計進化による戦略立案精度の向上 ○ 基幹システムの刷新 ○

○:成果が出ている取り組み △:途中の取り組み ×:やりきれなかった取り組み

■ 原材料価格等の高騰への対応と価格改定

原材料価格高騰については、2022年からの2年間で約60億円の影響を受けました。原材料や包材、資材にとどまらず、外注加工費などへも幅広く影響を受けたことで、金額規模が拡大し、当社の業績に大きな影響を与えています。また、当社のビジネスには季節性があります。そのため、製品の備蓄生産を行うことで原材料価格高騰の影響が表面化するまでにタイムラグが生じ、2024年以降にも影響が残る想定です。2023年はその影響度合いの軽減策として、価格改定施策に取り組み、虫ケア用品を中心に21億円の利益貢献を果たすことができました。2024年以降も引き続き虫ケア用品を中心に価格改定を実施していくとともに、日用品についても、ブランド価値の向上に取り組んでいきます。

原価上昇



価格転嫁効果

30億円 → 21億円
利益インパクト目標

■ カテゴリの多角化を推進

コロナ禍における消費者の行動変容を背景に、除菌・介護・住居用洗剤など、新規カテゴリへの進出を図りました。住居用洗剤の「パブルーン」はSNSでも話題になり、売上が伸ばした成功事例ですが、多くは市況の変化の影響を受け、収益性が低下しています。またカテゴリの多角化を推進した一方で、ブランド投資が分散しており、マーケティング資源の選択と集中や、注力カテゴリにおけるブランド強化、いわゆるファンづくりに課題があると認識しています。

新規展開カテゴリにおけるローンチ商品(一例)



■ 抜本的改革に向けた基盤づくり

資本コストや非財務KPIといった新たな評価指標(モノサシ)への対応を踏まえ、社内の各種制度や規程、あるいは業務プロセスやシステムといった事業インフラを抜本的に刷新してきました。特に、基幹システムの刷新により、需給計画の精度向上による収益改善に貢献するシステムを構築し、サプライチェーンマネジメントの効率化を実現しました。生産から販売までの一気通貫での管理と、管理会計の進化によるカテゴリ別・事業部別収益の可視化と連動して、予実管理の精緻化を図ります。この仕組みをベースに、事業ポートフォリオの再編を行っていきます。一方、コロナ禍の影響から、描いていたグループのコストシナジーの創出という取り組みには至っておらず、2024年以降の課題となっています。

アースグループの中長期構想

アースグループの長期的な成長に向けて、海外事業等の成長領域を支えるガバナンス体制の構築や、シナジー創出に向けた組織機能の再編等、グループ経営基盤を整備し、2027年以降の利益率向上を目指します。

SLOGAN **グループの総力、アースの明日へ**



中期経営計画

新・中期経営計画 Act For SMILE COMPASS 2026 (2024~2026)

アース製薬は、2025年に設立100周年を迎えます。2024年から始まる中期経営計画は、個別最適からグループ全体最適へ至る準備の3年間と位置付け、この100周年を機に、新たなアースグループへ成長していく体制づくりを行っていきます。

新・中期経営計画で目指すもの

- 成長ポテンシャルが高い海外事業において、さらに成長スピードを上げることを目指す
- 日用品を第二の収益の柱に育てつつ、ブランドを強化する
- グループ全体のガバナンスを強化し、シナジー創出に向けた再編を目指す

新・中期経営計画の位置づけ



■ 海外の売上拡大

前・中期経営計画に引き続き、成長ポテンシャルの大きい海外市場をアースグループの成長ドライバーと位置付けており、「現地法人を軸にした成長戦略の遂行」「各エリアの中長期計画と連動したサプライチェーンの整備」「成長を支える人財の拡充」といった強化策を掲げています。

現地法人がある、タイ、中国、ベトナム、フィリピン、マレーシアを中心にエリア戦略を強化しています。タイ・ベトナムでは売上とともに収益・市場シェア拡大を推進し、マレーシア・フィリピンでは販路拡大と事業基盤の構築を推進しています。特にタイでは、虫ケア用品、消臭芳香剤、オーラルケア用品に注力しており、確固たるブランド地位を築いています。中でも虫ケア用品は、近い将来でのタイ国内の市場シェアNo.1の獲得を見据え、積極的な拡大を進めます。また、デング熱予防活動の展開により、「ARS」ブランドの価値向上を図っていきます。ベトナム

ムでは主力の住居用洗剤の売上の好調さを基盤に、虫ケア用品、消臭芳香剤、洗口液の配荷軒数の増加を推進しています。

展開拡張エリアと定めているマレーシアでは、2019年に現地法人を設立したものの、コロナ禍の影響で業績は当初想定を下回って推移しています。今後、販路の再構築に向け、代理店との契約見直しを実施し、主力小売業への商品の導入の強化と新規チャネルの開拓を推進していきます。同じく、展開拡張エリアであるフィリピンでは、2022年のM&Aにより事業をスタートしており、既存のチャネルと商品を軸に、虫ケア用品の投入を進めるほか、新規チャネルの開拓を推進しています。

中国では、急速な環境変化を受けて事業戦略を見直し、実店舗を展開する上位小売企業への営業強化を行います。さらに、輸出事業もサウジアラビアを中心とした中東をはじめ、台湾や北米といったエリアへの展開を加速するとともに、各エリアにおける成功事例の横展開も加速させていきます。

売上の拡大に伴い、生産供給能力の拡大が求められます。円滑な商品供給体制の確立と利益拡大に向けて、グループ間・エリア間でのリソースを活用しながら、各エリアの中長期計画と連動した全体最適の視点でのサプライチェーン体制の整備を行います。また必要に応じて、新たなM&Aを含めた生産体制と物流網の構築を進めていきます。

また、海外の売上、事業拡大のためにはグローバルシフトに向けた人財の強化が欠かせません。人財マテリアリティの中でも最優先課題として、グローバル人財の育成と現地採用を含めた人財確保を積極的に推進していきます。

■ 収益構造改革

当社の基盤・土台である虫ケア用品の収益をしっかりと確保しつつ、日用品においても収益を稼ぎ出すカテゴリを増やし、第二の収益の柱の育成を目指すことに加え、前・中期経営計画で実現した管理会計の導入や基幹システムの構築の活用によるさまざまなコストの見直しを進めていきます。「ブランド・SKUの“選択と集中”」「ブランド価値およびWTP^{*4}の向上」「虫ケア用品 返品率低減」に取り組んでいきます。

コロナ禍の消費者の行動変容を背景に展開カテゴリの拡張を進め、新たな可能性を見出せた一方、競争が厳しいカテゴリがあり、収益性の悪化の一因になりました。これらを踏まえて改めて注力カテゴリを定めるとともに、収益性と将来の成長性を考慮し、SKU30%削減を目標として効率化を目指します。また、マーケティング投資の配分を見直し、日用品の主力である入浴剤・口腔衛生カテゴリへの積極投資を行います。

入浴剤や洗口液においては市場シェアが低下傾向にあるなど、厳しい状況が続いています。当社の製品・ブランドの棄損

2026年定量目標

2026年計画		
収益力	連結売上高	1,700億円
	(海外売上高 ^{*5}) 売上比率	250億円 14.7%
	営業利益	70億円
	営業利益率	4.1%
	当期純利益	43.0億円

はありませんが、お客様に長く愛されるブランドとなるために、お客様にとってのブランド価値を再定義し、取り組み施策の効果を高めるために、ブランドKPIの再設計およびコミュニケーション施策のモニタリング強化により、施策改善の精度を高めていきます。

また、虫ケア用品の返品ゼロを目標に向けて、業界を挙げて取り組み、返品削減を実施し、環境負荷の低減にも貢献します。

^{*4} WTP(Willingness to Pay:支払意思額)

■ グループ経営力強化

当社は積極的なM&Aを進め、事業及び製品領域を拡大してきました。一方で、グループ、国内外をまたいだコスト改革、シナジー創出については、これまでも取り組んできたものの、十分な成果を生み出すに至りませんでした。こうした課題を受け、新・中期経営計画では「組織再編によるコストシナジーの創出」「戦略的M&A」「投資採算性の向上」を掲げて取り組んでいきます。

グループ全体最適の視点で組織の再編・機能の統廃合を推進し、コストシナジーを生み出すべく、再編プロジェクトを立ち上げ、準備を進めています。

また、アースグループにおける課題解決の手段の一つとしてM&Aを位置付けており、積極的な検討と推進体制を構築していくことに加え、M&Aのロング/ショートリストの再整備やPMI推進体制の刷新を行っていきます。併せて、投資後のモニタリングを着実に実施し、課題の早期発見と解決に向けた打ち手の協議を行う体制を強化していきます。

2026年計画		
資本効率	ROE	7.2%
	ROIC	5.4%
	WACC	4.1%
財務健全性	D/Eレシオ	0.3~0.4x
株主還元	DOE	4% 台維持

^{*5} 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

財務戦略

この先の事業環境について著しい変化が容易に想定される中、変化への対応力を磨く上で財務は大きな役割を担います。中期経営計画「Act For SMILE COMPASS 2026」の主要テーマに掲げる収益構造改革を完遂することはもちろん、柔軟かつ強固な財務基盤の構築に努めます。

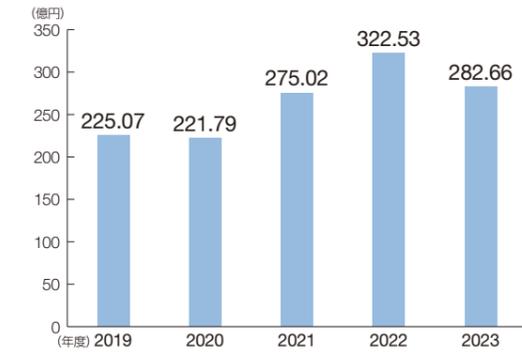
B/Sマネジメントによる資産効率の向上

強固な財務基盤のもと筋肉質な経営を目指すにあたり、在庫の最適化、極小化によるキャッシュ・フロー改善を目指しています。基幹システムの刷新による需給調整機能の強化などを背景に在庫縮減を推し進め、2023年末の在庫は前期に比べて40億円圧縮することができました。これにより借入

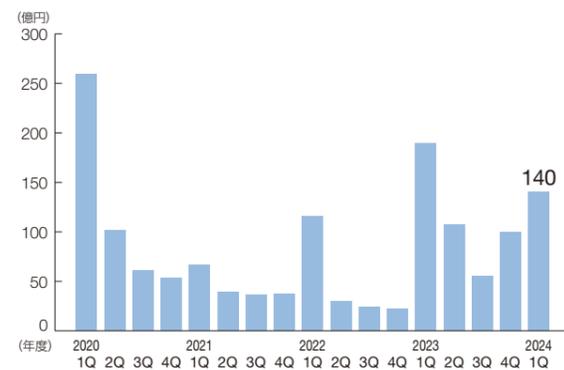
金負担も40億円軽減されており、成長に向けた借入枠のキャパシティ確保に貢献しています。

在庫効率化については、まだ改善の余地があります。収益構造改革で掲げる各種施策と密接な関連がありますが、在庫回転日数をKPIとして改善に取り組んでいます。

棚卸資産



四半期別借入金の推移



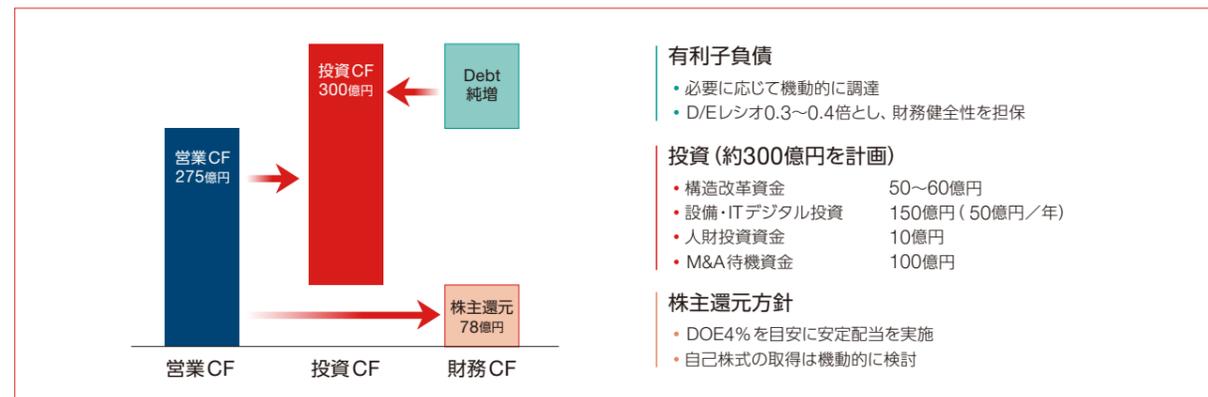
キャッシュアロケーション

中期経営計画では、成長に向けた投資を積極化します。2024年からの3カ年で約275億円の営業キャッシュ・フローの獲得を見込んでいる一方、投資の原資として借入金も活用しながら、300億円規模の投資を計画しています。具体的には生産設備の増強、IT・デジタル、人材に対して投資するほか、中期経営計画で掲げる構造改革や、将来のM&Aに向けた

待機資金として準備しています。

戦略投資に対しては、投資判断を厳格に行う必要があります。これら一つひとつの投資案件に対して、資本コストを意識して設定するハードルレートをもとにした投資判断を徹底するとともに、リターンを適切にモニタリングします。

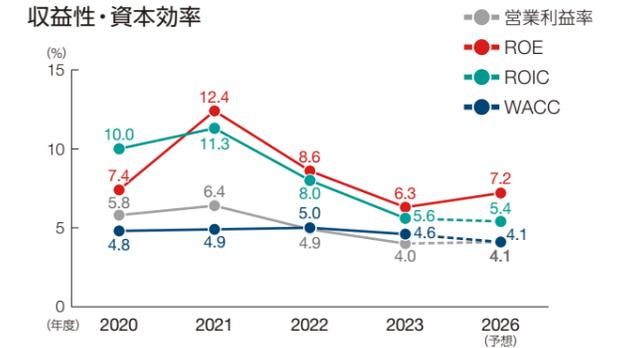
キャッシュアロケーション (24-26累計イメージ)



資本効率

投資のモニタリングに際して資本効率の観点は不可欠です。当社の収益性は2021年をピークに低下傾向にある一方、WACCは5%前後で推移している状況です。収益性の改善に向けて収益構造改革を断行することはもちろんですが、資本効率の観点からは、投資機会の拡大に対して借入金を有効活用することで、財務の健全性は担保しつつWACCの低減を図り、中期経営計画最終年度である2026年のEVAスプレッドを0.3ポイント改善する考えです。

収益性・資本効率



株主還元方針

株主の皆様への利益還元は経営上の重要課題です。当社は、持続的な成長および健全な経営体質の維持のための内部留保を確保しつつ、純資産配当率 (DOE) 4%台での還元を目安に安定した配当の継続に努めています。

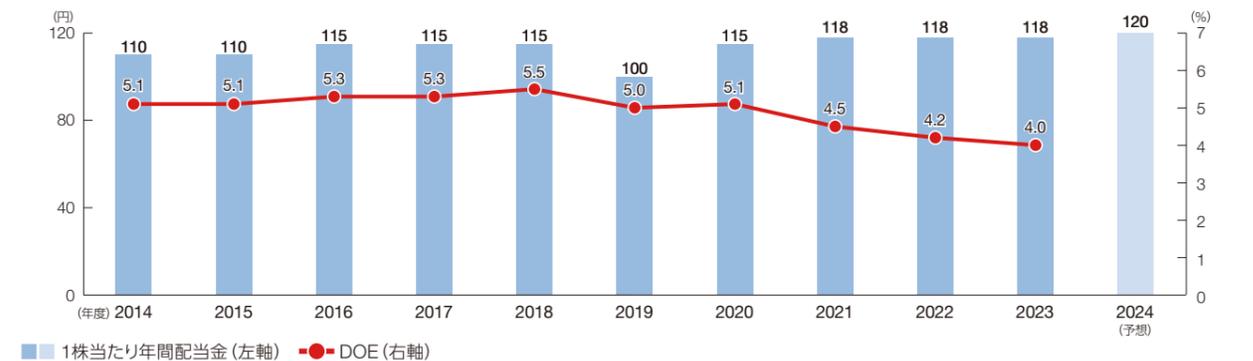
2023年12月期の配当については、1株当たり118円、DOEは4.0%となりました。また、2024年12月期の配当については、1株当たり普通配当118円に加えて、2025年に設立100周年を迎えるにあたり皆様の長年にわたるご支援、ご協力

に感謝すべく1株当たり2円の記念配当を実施します。これに伴い期末配当額は1株当たり120円とする予定です。

自己株式の取得についてはキャッシュの状況や株価推移に応じて機動的に検討しています。なお、2024年には総額20億円の自己株式取得を実施しました。

当社は中期経営計画で掲げる収益構造改革、事業ポートフォリオの改善に取り組むことで、柔軟かつ強固な財務基盤の構築を目指していきます。

1株当たり年間配当金 / DOE



TSR

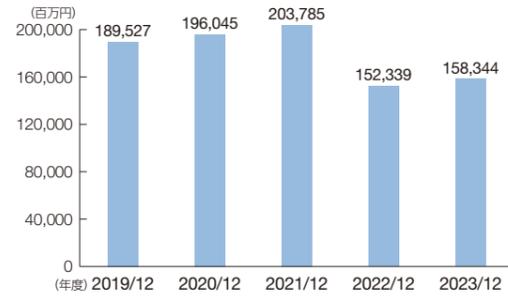


※ Total Shareholder Return (TSR): 株主総利回り。キャピタルゲインと配当を合わせた総合投資収益率。
 ※ TSRの計算は、アース製薬は累積配当額と株価変動により、TOPIXは配当の株価指数により算出 (Bloombergデータ等によりアース製薬作成)。
 ※ グラフの値は、2013年12月末日の終値データを100としてTSRによる時価を指数化したもの (保有期間は2023年12月未まで)。

財務・非財務ハイライト

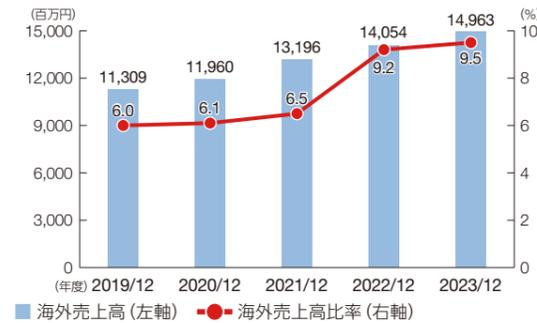
財務

連結売上高



虫ケア用品の売上の増加や返品の減少、ASEANでの売上伸長、総合環境衛生事業の売上成長などにより、売上高は1,583億44百万円(前期比3.9%増)となりました。

海外売上高／海外売上高比率



タイ・ベトナムを中心に虫ケア用品の売上成長が継続し、海外売上高149億63百万円(前期比6.5%増)、海外売上高比率9.5%(同0.3ポイント増)となりました。

ROE／ROIC



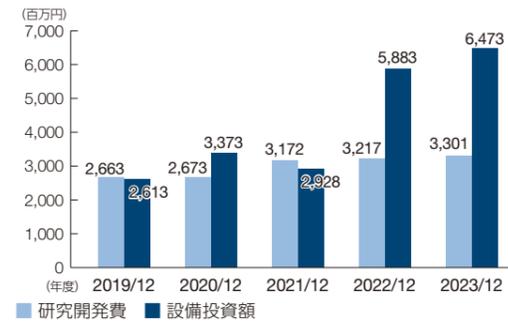
稼働力・収益性の低下に伴い、ROEが6.3%(前期比2.3ポイント減)、ROICが5.6%(同2.4ポイント減)となりました。

営業利益／営業利益率



原材料価格の高騰などによる売上原価率の上昇、販管費の増加などが影響し、営業利益63億70百万円(前期比14.3%減)、営業利益率4.0%(同0.9ポイント減)となりました。

研究開発費／設備投資額



めまぐるしく変わる国内外の市場環境や消費者志向に対し提供のタイミングを逃さない開発スピードを目指し、研究開発費は33億1百万円となりました。設備投資は、基幹システムの更新と入浴剤「温泡」生産ラインなどの生産設備、金型及び研究機器等の購入等で総額64億73百万円(工事ベース)となりました。

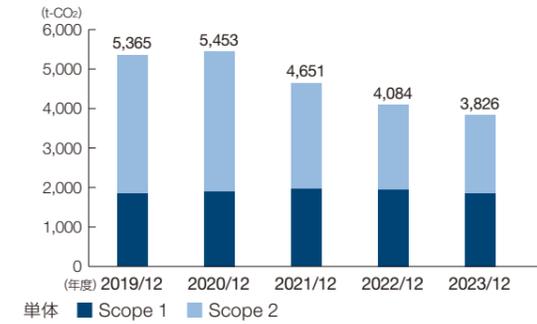
1株当たり配当金／DOE



当期の業績および今後の成長に向けた必要資金などに鑑み、配当は118円(DOE:4.0%)としました。安定的かつ継続的な実施を目的にDOE(純資産配当率)4%台での還元を目安としていきます。

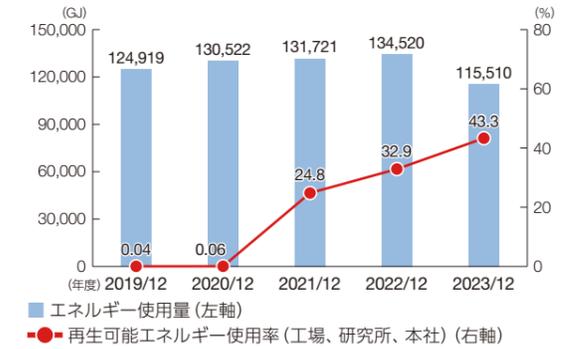
非財務

温室効果ガス排出量 (Scope1+2)



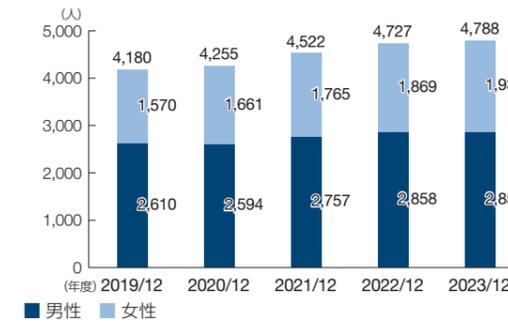
2023年4月に坂越工場内の生産棟で使用する電力を再生可能エネルギー由来電力に切り替えたことなどにより、温室効果ガス排出量は3,826t-CO2(前期比6.3%減)となりました。

エネルギー使用量／再生可能エネルギー使用率



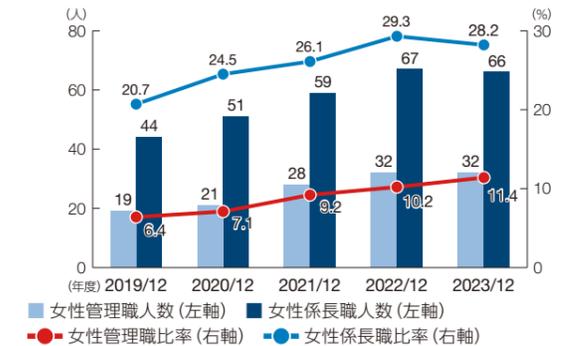
エネルギーの使用にあたって、省エネルギー化と再生可能エネルギー化の両面で気候変動の取り組みを進めています。工場では、2023年に電力の再生可能エネルギー化を完了しました。

従業員数 (連結)



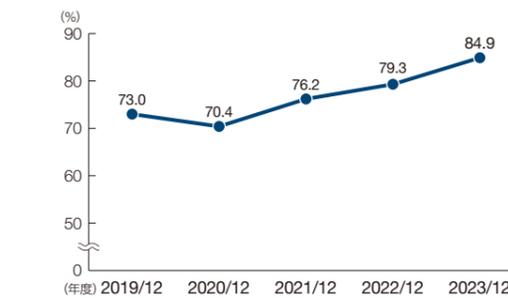
応募者の適性・能力に基づいて公正な採用選考を実施しています。計画的な人材の採用と育成、要員計画の精緻化などを行い、事業の拡大に向けた人材プール化を進めていきます。

女性管理職人数・比率／女性係長職人数・比率 (単体)



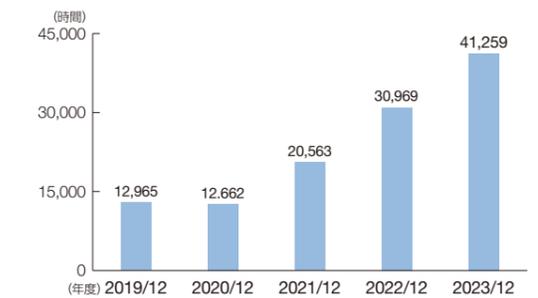
多様性こそ当社グループの成長の力であると認識し、2030年の女性管理職比率30%達成を目指して女性活躍推進施策を継続しています。2023年度の女性管理職比率は11.4%、係長職比率は28.2%となりました。

有給休暇取得率 (単体)



多様な人材の活躍を支える職場の実現を目指し、柔軟な働き方ができる制度の導入や休暇取得の促進に取り組んでいます。2023年度は夏季休暇の計画年休や有休奨励日の設定などの施策を実施し、有給休暇取得率が84.9%に向上しました。

総研修時間 (単体)



自律した人材育成を目的として、計画的に階層別研修や目的別研修を実施しています。2022年度からは新任管理職を対象とした労務管理研修や、キャリア採用の社員に対し他部署とのコミュニケーションや良好な対人関係の構築をサポートする研修も実施しています。