

統合報告書 2024

アース製薬株式会社
統合報告書 2024



〒101-0048 東京都千代田区神田司町2-12-1
TEL 03-5207-7451 (代表)
URL : <https://corp.earth.jp/>



用紙:印刷用紙は適切に管理され
た森林で生産されたことを示す
FSC®認証紙を使用しています。



インキ:100%植物性で生分
解性に優れた「植物油インキ」
を使用しています。



文字:見やすく読みまちがえ
にくいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。

発行 2024年8月

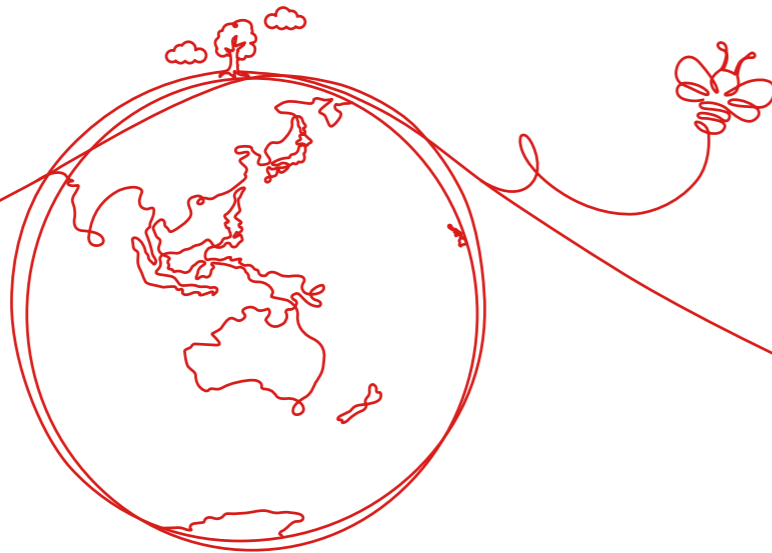
Printed in Japan

アースグループ 経営理念

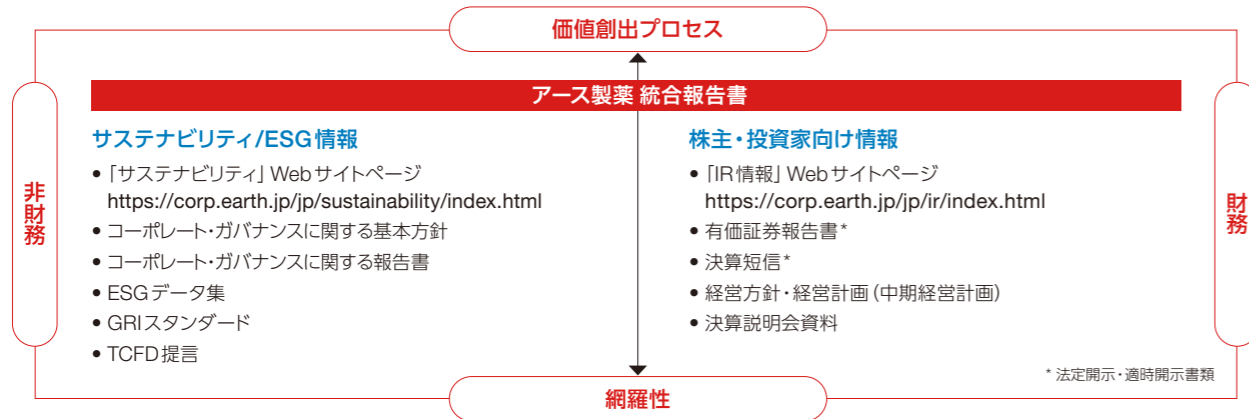
いのち
生命と暮らしに寄り添い、地球との共生を実現する。

We act to live in harmony with the Earth.

私たちの社名に掲げる「Earth(=地球)」には、人々の役に立つ商品の世界中に広めていきたいという先人の思いが込められています。私たちは、1892年の創業以来1世紀以上にわたり、人々の健康と快適な生活の実現に真摯に向き合い、高品質な商品を提供し続けることで、社会と共に着実な成長を遂げてきました。そして、これからも世界中のより多くの人々の暮らしに寄り添い、さらに豊かで快適な生活を実現できるよう貢献してまいります。



情報開示体系



対象期間 2023年度(2023年1月1日~2023年12月31日)
* 一部、同期間以降の活動内容を含みます。

対象組織 アース製薬株式会社および国内外のグループ会社
* ただし、一部の報告事項は、アース製薬単体について報告しています。

将来見通しに関する記述について

本報告書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、さまざま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ご承知おください。

* 記載の数値は、桁数未満を切り捨てたものになります。このため、合計値が個々の数値の合計と一致しない場合があります。

* 本レポートに記載されている製品名は、当社または提携会社の登録商標です。

* 本レポートに記載されているコメント情報などは、適切に入手されたものです。

参考にしたガイドライン

- 国際会計基準(IFRS)財団「国際統合報告フレームワーク」
- 経済産業省「価値協創ガイドライン」



目次

第1章 地球をキモチいい家にする	第5章 サステナビリティ実現のための戦略
2 At a Glance	38 多様な人材の活躍を支える職場の実現
4 お客様の声を活かして生まれたアースブランド	40 安心で快適な暮らしに貢献する製品・サービスの提供
6 地球と人に寄り添うアースの歴史	42 特集:日本発の革新的酸化制御技術「MA-Tシステム®」事業の推進で感染症トータルケアカンパニーへ
8 ステークホルダーエンゲージメント	44 気候変動への対応
第2章 快適を、創る	46 地球環境への配慮
10 社長メッセージ	48 持続可能な調達の推進
14 アース製薬の価値創造プロセス	第6章 サステナブル実現のための経営システム
16 アース製薬の価値創造プロセス解説	50 コーポレート・ガバナンス
第3章 サステナブルな経営戦略	55 社外取締役メッセージ
18 リスクと機会	56 リスクマネジメント
20 マテリアリティ	57 コンプライアンス
22 中期経営計画	58 役員一覧
28 財務戦略	第7章 データ
30 財務・非財務ハイライト	60 11カ年の主要財務・非財務データ
第4章 事業ポートフォリオ戦略	62 用語集/真正性表明
32 家庭用品事業	63 会社概要/株式情報
36 総合環境衛生事業	

編集方針

「アース製薬 統合報告書2024」は、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様へ、当社グループが創出する価値と、価値を創出し続けるための取り組みについてより一層ご理解いただくことを目的に制作しました。価値創造プロセスや事業、中期経営計画、マテリアリティへの取り組みなど、財務情報と非財務情報を一体的に報告することを主眼に置いて編集に当たっています。本報告書をもとに、ステークホルダーの皆様との対話を一層深めていければ幸いです。

社外からの評価

SOMPO サステナビリティインデックス
SOMPOアセットマネジメント株式会社独自のインデックス、「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に採用



東洋経済CSR企業ランキング
株式会社東洋経済新報社の「2023年版CSR企業ランキング」CSR評価において、「人材活用」、「環境」、「企業統治」、「社会性」でAAAを獲得、各項目で高評価を獲得



CDP
国際的な非営利組織であるCDPが実施する気候変動の取り組みと透明性を評価する調査において、気候変動・フォレスト・水セキュリティの3セクターのうちの気候変動でA-(A マイナス)評価を獲得



FTSE Blossom Japan Index status
環境、社会、ガバナンス(ESG)について優れた対応を行っている企業のパフォーマンスを測定するために設計されたESG投資指数であり、ESGに関する様々な基準を満たした企業で構成



健康経営優良法人2024~ホワイト500~
経済産業省と日本健康会議が共同で選ぶ「健康経営優良法人2024~ホワイト500~」に4年連続で認定



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index status
GPIFのESG投資におけるパッシブ運用のベンチマークとして採用されている「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」に採用



At a Glance

アース製薬は、安全で、安心で、使うほどに心地よい毎日を実現するため、暮らしの中に寄り添った事業を行っています。家庭用品事業と総合環境衛生事業の2つの事業を通して、人々の健康で快適な暮らしを支えます。

家庭用品事業 ▶ P.32

売上高
1,390億7百万円

売上高比率
82.7%
(2023年度)

※売上高には内部売上高を含みます。

強みと注力分野

圧倒的なトップシェアを誇る虫ケア用品を中心に、入浴剤やオーラルケア用品、衣類用防虫剤、掃除用品、ペット用品など、日用品の幅広い領域で製品を展開しています。機動力・組織力を活かした売り場展開力で国内市場の活性化を進めるほか、グローバル展開にも注力し、海外への輸出展開は約50カ国まで拡大しています。「お客様目線での製品開発」により社会のニーズに応え、社会から信頼される企業を目指しています。

主なグループ会社

(株)バスクリン、白元アース(株)、アース・ペット(株)

主要製品

虫ケア用品部門

液体蚊取り:アースノーモット
ハエ・蚊アゾール:アースジェット
ゴキブリ毒餌剤:ブラックキャップ
ゴキブリ用アゾール:
ゴキジェットプロ
虫よけ剤:サラテクト
置き型虫よけ:マモルーム



吊り下げ虫よけ:
アース虫よけネットEX
コバエ用捕獲器:コバエがホイホイ
園芸用殺虫殺菌剤:
アースガーデンやさお酢



日用品部門

入浴剤:バスクリン
入浴剤:きき湯
入浴剤:温泡
洗口液:モンダミン



ペット用品・その他部門

ペットフード:ファーストチョイス
ケア用品:JOYPET



総合環境衛生事業 ▶ P.36

売上高
290億73百万円

売上高比率
17.3%
(2023年度)

※売上高には内部売上高を含みます。

強みと注力分野

食品、医薬品から先端医療分野まで、異物混入や汚染から製品を守るために、「総合環境衛生管理」という独自のサービスを提供し、事業者の品質保証活動を支援しています。バックボーンとなっているのは、大塚グループのGMPと現場で培ってきた独自の技術・ノウハウです。彩都総合研究所(T-CUBE)では、AIを活用した捕虫・分析システムの開発や、酸化制御技術の「MA-Tシステム®」を利用した除菌・消臭の産業応用などにも取り組み、社会に貢献する革新的なイノベーションを生み出す核としての役割を果たしています。特に未来医療・先端医療においては、再生医療分野における専門人材の育成や衛生管理手法の開発およびNakanoshima Cross(未来医療国際拠点)への参画など、イノベーション創出に取り組んでいます。

主なグループ会社

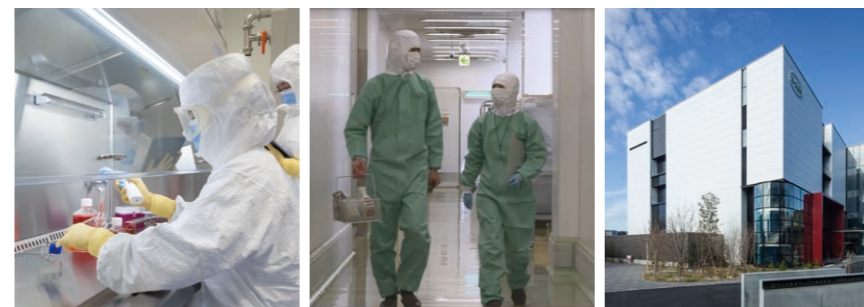
アース環境サービス(株)

主要サービス

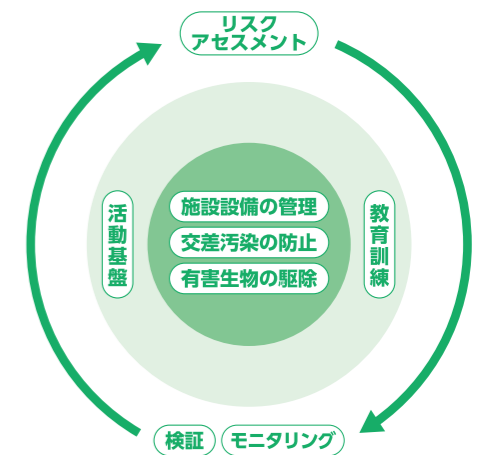
- ・各種環境モニタリング
- ・微生物・異物などの検査・同定
- ・ペストコントロール、微生物汚染防除
- ・サニテーション、特殊清掃
- ・品質保証システム構築・規格認証取得サポート、適合監査
- ・研修サービスなどの人材育成
- ・工場設計・建設サポート、ハード工事、ビルメンテナンス
- ・IoTシステム開発
- ・商品販売

総合環境衛生管理とは

独自に培ってきた技術・ノウハウ等をベースとした8つのアプローチをお客様ごとにオーダーメイドで構成する、総合的・体系的な衛生管理の支援サービスです。「環境ドクター」が事業所の衛生環境を診断し、問題点を浮き彫りにし、改善対策の処方箋を出し、治療・予防をしながら安全・安心な環境の維持・増進をサポートします。



8つのアプローチ



<p>売上高 1,583億44百万円 前年度比3.9% ↑</p>	<p>営業利益 63億70百万円 前年度比14.3% ↓</p>	<p>ROE 6.3% 前年度比2.3pt ↓</p>	<p>1株当たり年間配当金 118円 前年度比±0円 →</p>	<p>DOE 4.0% 前年度比0.2pt ↓</p>	<p>事業展開国数・拠点数 生産工場 4カ国 12拠点 現地法人 5カ国 商品の輸出先 アジア・中東・欧米を中心に約50カ国</p>
--	---	--	---	--	--

お客様の声を活かして生まれたアースブランド

アース製薬では、常に「お客様目線」を大切に、たゆまぬ新製品の開発と既存サービスの改良に取り組んでいます。市場シェアはお客様の支持率と考え、安心して快適な暮らしに貢献する製品・サービスを提供し続けます。

市場ポジション

● 虫ケア用品

国内シェア率

56.9%

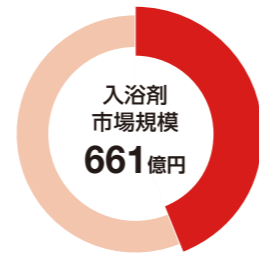


出所: インテージSRI+ 殺虫剤市場(園芸剤除く) 全国計・全業態計 2023年1月~12月 累計販売金額

● 入浴剤

国内シェア率

44.1%

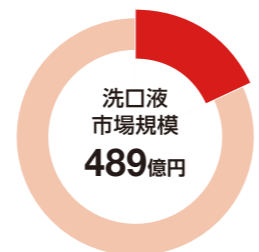


出所: インテージSRI+ 入浴剤市場 全国計・全業態計 2023年1月~12月 累計販売金額
※アースグループ(アース製薬、バスクリン、白元アース)

● 洗口液

国内シェア率

18.3%



出所: インテージSRI+ マウスウォッシュ(洗口液・液体ハミガキ)市場 全国計・全業態計 2023年1月~12月 累計販売金額

ベストセラー「バスクリン」

入浴剤 年間売上世界No.1としてギネス世界記録に認定(2019年)

発売50年を迎えるロングセラー「ごきぶりホイホイ」

1960年代、経営不振に陥り倒産の危機に直面していたアース製薬にとって、「ごきぶりホイホイ」は、成長の原動力となった製品です。住宅事情の変化により家屋内でのゴキブリ発生が暮らしの課題となった時代背景と重なり、1973年1月の発売後、生産能力を超えるほどの注文が殺到し、会社はこのひと夏で黒字転換を果たしました。1990年代には、類似品が数多く発売されていたものの、常にお客様目線での改良を重ねることで確固たる商品力を維持し続け、優位性を保ってきました。発売以来、今もなお国内ゴキブリ用捕獲器市場の約90%を占める製品であり、世界30カ国でも「HOYHOY」の名で販売されるなど、ゴキブリ捕獲器の代名詞として圧倒的な認知度を誇ります。



アースブランドを支える力

● 研究員数

318名

● 製造拠点

12カ所(グローバル)

● 全国販売網

約103,000件

※自社推計

● グローバル展開

世界 約50カ国へ輸出版売

● 「お客様のお気づきを活かす窓口部」対応件数

約9万件

● 総合環境衛生事業契約件数

15,208社

● 従業員満足度

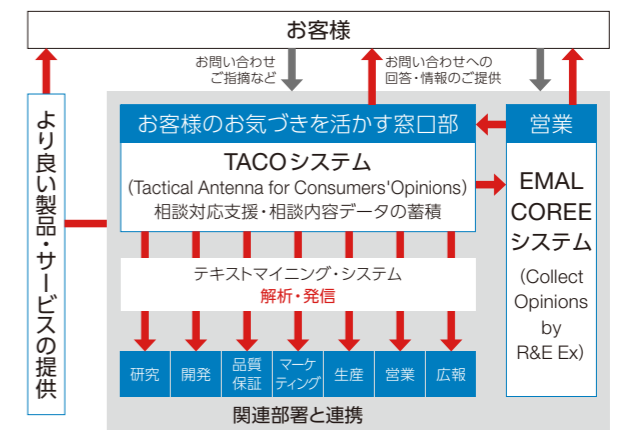
3.38

※「従業員満足度調査」による、現在の仕事・職場・上司・会社への総合的な満足度(平均点/5点満点)

お客様のお気づきを活かす仕組み

アース製薬では、お客様からの相談や申し出に迅速・丁寧に応えるため、独自のお客様対応システム「TACOシステム*」を構築しています。このデータベースには、「お客様のお気づきを活かす窓口部」やEMAL*が情報を登録する「COREEシステム」を通してお客様や小売店から収集した相談内容のデータが蓄積されます。関連部門が「お客様のお気づき」をより良い製品・サービスの提供に活用できるよう、「お客様のお気づきを活かす窓口部」がテキストマイニング・システムによる解析・発信を行っています。

※P.62「用語集」参照

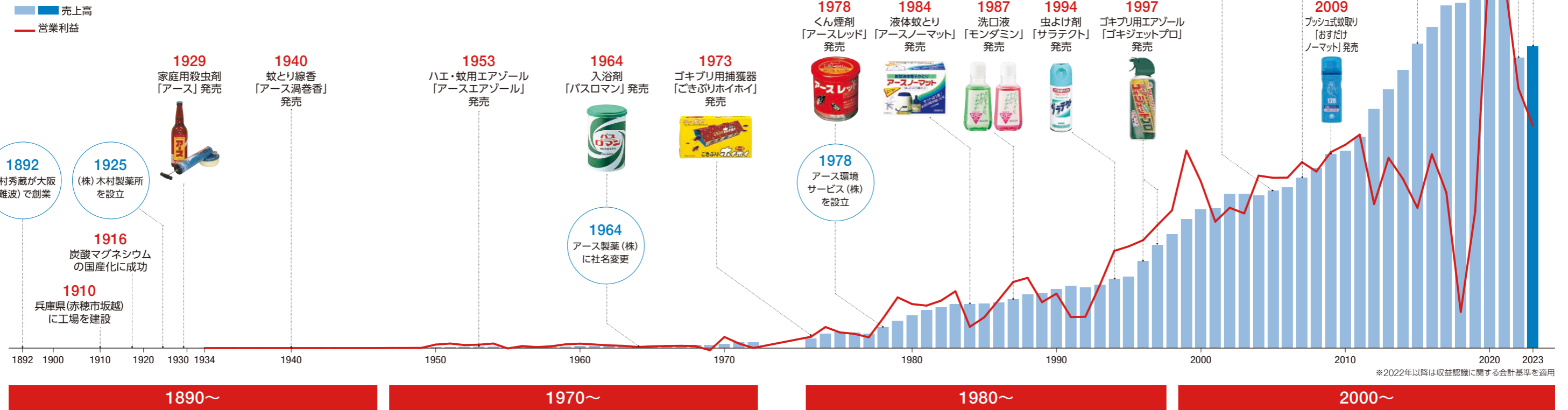


地球と人に寄り添うアースの歴史

いのち
「生命と暮らしに寄り添い、地球との共生を実現する。」
という経営理念のもと、1世紀以上、製品・サービスの開発と普及に取り組んでいます。

アース製薬は1892年の創業以来、「お客様目線」を大切に、新製品の開発と既存サービスの改良に真摯に向き合ってきました。国内外において、環境にも配慮しながら、人々の健康と快適な生活の実現に貢献し続け、社会と共に着実な成長を遂げています。

売上高・営業利益の推移



炭酸マグネシウムの国産化に成功

1916年、天然ゴムの耐久性を高める特性がある炭酸マグネシウムの国産化に成功。アース製薬の前身である木村製薬所はにがり産業のトップランナーとなりました。殺虫ニーズの高まりを受けて殺虫剤「アース」を発売。無料配布などの販促活動によりニーズ拡大に成功し、アース製薬の認知度が全国的に広まりました。

大塚グループの資本参加

アース製薬は経営危機の状態に陥り、1970年、経営再建のために取引のあった株式会社大塚製薬工場に資金援助を要請し、故大塚正富氏を社長に招聘しました。また、1973年には「ごきぶりホイホイ」が発売され、爆発的なヒットにより累積赤字を解消、起死回生を果たしました。

綿密な市場調査でグローバル展開を推進

1980年のARS CHEMICAL (THAILAND) CO.,LTD. (現Earth (Thailand) Co.,Ltd.) 設立を皮切りに、グローバル戦略を推進。国によって異なる生活習慣や嗜好性などを綿密に調査し、各国の特性に合わせたマーケティング活動を行っています。現在は世界約50カ国に製品を輸出しています。

「殺虫剤」から「虫ケア用品」へ

アース製薬の開発の歴史は、既存製品の改良の歴史とも言えます。競合製品を研究し、蒸気で薬剤を拡散させる「アースレッド」や強力な噴霧力の「ゴキジェットプロ」など、より効果のある製品を次々と開発。2017年には「虫ケア用品」という独自の用語を提唱し、消費者への配慮や製品の安全性、環境対応など、機能性の追求に留まらない製品開発に取り組んでいます。

海外展開

- 1980 ARS CHEMICAL (THAILAND) CO.,LTD.(現 Earth (Thailand) Co., Ltd.)を設立
- 1990 天津阿斯化学有限公司を設立
- 2004 アース環境サービス(株)が北京阿斯環境工程有限公司を設立
- 2005 安速日用化学(蘇州)有限公司を設立
- 2012 (株)白元が白元日用品製造(深圳)有限公司を設立
- 2015 安斯(上海)管理有限公司(現安斯(上海)投資有限公司)を設立
- 2016 アース環境サービス(株)が上海安瞬環境工程有限公司、Earth Environmental Service (Thailand) Co.,Ltd., ARS Environmental Service (Thailand) Co.,Ltd.を設立
- 2017 A My Gia Joint Stock Company (現 Earth Corporation Vietnam) を子会社化
- 2019 EARTH HOME PRODUCTS (MALAYSIA) SDN. BHD.を設立
アース環境サービス(株)が日商阿斯環境服務股份有限公司を設立
- 2020 アース環境サービス(株)がEarth Environmental Service Vietnam Co.,Ltd.を設立
- 2022 EARTH HOMECARE PRODUCTS (PHILIPPINES), INC.を設立

ステークホルダーエンゲージメント

アース製菓の事業活動は、「お客様」「社員とその家族」「サプライヤー」「株主・投資家」「地域社会」など、さまざまなステークホルダーの皆様を支えられています。各ステークホルダーの皆様と共有価値を創出するために、コミュニケーションを重視し、対話ができる環境づくりを目指しています。

ステークホルダー	ステークホルダーの期待・関心・ニーズ	アース製菓の責任	エンゲージメント手段	ステークホルダーと共有する価値	
				共有価値の事例	関連する資本
 <p>お客様 (消費者・お取引先様)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 新製品の開発 消費者のニーズの多様化に対する最適なサービス 日常生活における公衆衛生に関わる心配事に対する情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> お客様の生命と暮らしに寄り添い、製品・サービスを通じて良質で快適な暮らしを提供することに努めます。 お客様とのコミュニケーションを大切に、いただいた声をより良い経営に生かすことに努めます。 公正な取引に関連する法令や社内ルールを遵守します。 	<ul style="list-style-type: none"> お客様からお気づきを頂く窓口によるサポート 広告宣伝 ウェブサイトなどによる情報提供 営業活動を通じたコミュニケーション など 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客の悩み解決実績窓口対応件数 「お客様からお気づきを頂く窓口」から生まれた製品 安定した製品の供給 市場ニーズに即した製品の提供 サプライチェーンプラットフォーム 	 <p>社会・関係</p>
 <p>社員とその家族</p>	<ul style="list-style-type: none"> 安全な職場環境 働き方改革、柔軟な働き方の実現 ダイバーシティ エンゲージメント向上 モチベーションアップ 心理的安全性の確保 ワークライフバランスの実施 納得感のある評価、賞金 キャリア形成、キャリア教育 	<ul style="list-style-type: none"> アースバリュー「人がすべて」の価値観に基づき、社員間のコミュニケーションを大切に、社会とともに発展・成長します。 社員が働きがいや、やりがいをもって活躍できる職場を目指します。 	<ul style="list-style-type: none"> 社内報・イントラネット 各種研修の実施 ピアボーナス制度 個別目標管理 個別面談 など 	<ul style="list-style-type: none"> 有給休暇取得率の向上 女性管理職比率の向上 従業員満足度・組織力の向上 従業員1人あたり/単位時間あたりの売上高・営業利益率の向上 昇給 研修機会(リスキリング)の提供 健康管理、ヘルスリテラシーの向上 	 <p>人的/知的</p>
 <p>サプライヤー</p>	<ul style="list-style-type: none"> 低コスト・高品質 環境技術 生産性向上 人権や社会に配慮した調達 機会や健康の平等性 	<ul style="list-style-type: none"> 購買方針に基づき、公正に取引先を決定します。また、取引先の皆様にサステナビリティ活動を励行いただけるよう、サステナブル調達を推進します。 	<ul style="list-style-type: none"> 購買活動を通じたコミュニケーション CSRセルフアセスメントの実施 など 	<ul style="list-style-type: none"> お取引先様、ステークホルダーの皆様との提携による社会的責任の遂行 社会的信頼の向上(関係構築) 	 <p>社会・関係/自然</p>
 <p>株主・投資家</p>	<ul style="list-style-type: none"> 株主への適正な利益還元 遅延のない利払い・元本(借入金)の返済 企業価値(時価総額)の向上 新規事業の収益化 既存事業の収益性向上 	<ul style="list-style-type: none"> 適時・適切な情報開示により、説明責任を果たし、経営理念やビジョン、計画などの理解促進を図り、企業価値が適正に評価されることに努めます。 	<ul style="list-style-type: none"> 株主総会 機関投資家・アナリスト向け決算説明会 個別面談 ウェブサイトなどによる情報提供 施設見学会 など 	<ul style="list-style-type: none"> 配当 総還元性向 TSR(10年) 利子 元本返済 	 <p>財務</p>
 <p>地域社会</p>	<ul style="list-style-type: none"> 環境負荷低減 循環型社会の形成 	<ul style="list-style-type: none"> 国際社会との共生を目指し、保健衛生の向上、文化・スポーツの支援などに取り組み、社会に貢献します。 	<ul style="list-style-type: none"> 地域清掃活動 出張教室の実施 各種イベントの開催 各地方自治体との包括連携協定 出前授業 フィールドマーケティングや園芸の活動、グローバルフェスタ など 	<ul style="list-style-type: none"> 地球規模での感染症などの減少に寄与する取り組み 被災地、途上国や貧困者への寄付と支援への参画 製品の提供・啓蒙活動を通じた虫媒介感染症の拡大防止 防災に寄与する製品開発による地域貢献 インターンや訪問の受け入れ、学生の社会学習機会の創出 	 <p>社会・関係</p>
 <p>地球</p>	<ul style="list-style-type: none"> 環境負荷低減 生物多様性の保全 循環型社会の形成 	<ul style="list-style-type: none"> 地球環境にやさしい製品・サービスの提供を通じて、地球環境の保全に貢献します。 自然を正しく理解した上で、地球との共生を実現します。 	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素 脱プラスチック 生物多様性の保全活動 など 	<ul style="list-style-type: none"> アースECO基準に基づいた商品開発 脱炭素社会の実現 再生可能エネルギー化 水使用効率の向上 森林認証紙の使用 産業廃棄物のゼロエミッション 各種コンソーシアムや評価機関への対応と取り組み 外来生物の防除、森林保全、種の保存(生物多様性を守るための各種取り組み) 	 <p>自然</p>

社長メッセージ



アース製薬株式会社
代表取締役社長 CEO

川端克宜

急速な変化への対応が成長機会につながる

近年、気候変動が急激に進むなど、短期的・長期的にさまざまな変化が起きています。かつては、地球温暖化の進行はゆるやかでしたが、温暖化が課題としてフォーカスされた1997年に採択された世界初の気候変動枠組条約である京都議定書の頃と比べても、ここ数年は温暖化が加速し、生態系が大きく変化しているように感じています。また、2020年の新型コロナウイルス感染症の拡大も、人々の生活や行動様式に大きな変化をもたらしました。数年単位で大きな変化が起きているこの時代は、さまざまな面で企業に対して変化への対応が求められており、成長する絶好の機会だと捉えています。

「感染症トータルケアカンパニー」を実現するために必要な長期目線

アース製薬は様々な商品や取り組みを通して「感染症トータルケアカンパニー」を目指しています。特に、虫ケア用品に関しては、感染症を媒介する虫に対する長期的な視点での研究が不可欠です。

そのため、あらゆる虫を研究対象としています。例えば近

アース製薬の事業に大きく関わるのが、住環境の変化です。集合住宅を例にとると、明治以前の木造長屋から高度経済成長時代のコンクリート製の集合団地を経て、近年では気密性の高い高性能マンションも多くなりました。そして、冬でも床暖房やエアコンで室温が26℃ほどに設定され、乾燥するから加湿器を使う家庭が増えています。外は寒くてマフラーを巻いていても、家に帰ってきたら、Tシャツと短パンで過ごす夏のような環境が一年中整えられており、家の中で虫が越冬できる状況となっています。

年国内で注目を集めているトコジラミについても、アース製薬は何十年も前から研究を続けてきました。これほど長期間にわたって研究開発費を投入してきたのは、常に今だけでなく将来を見据えているからです。日本ではあまり問題視されていなかっただけで、グローバルではトコジラミが問題として存在

急激な社会の変化から生まれるお客様の悩みに柔軟に対応し、世界の人々の安全で快適な暮らしを実現するグローバルな「お悩み解決企業」を目指します

しており、やがて日本にも入ってくるという予見はできたのです。長年研究を続けてきたからこそ、従来の殺虫成分に抵抗をもったスーパートコジラミにも効く製品を当社だけがタイムリーに発売することができました。「さすがアースさん」と言っていたかもしれませんが、それだけ長い準備期間をかけてきたからこそ実現した製品です。

世界を感染症から守るためにアース製薬が大切にしている企業姿勢は、長期的かつ地球規模の視野をもって社会的な課題を見極め、課題解決につながる製品やサービスを提供すること。そしてそのための準備をし続けることです。短期の利益を追うということはあまりせず、過去からずっと長期の目線を大切にしてきました。50年先の未来のことは誰にも分かりません。もしかすると、日本にはかつて春夏秋冬があった、というような時代が来るかもしれないのです。虫ケア用品で収

益を上げている会社であるため、地球温暖化は歓迎だろう、などと言う人がいますが、そのようなことはありません。温暖化は異常気象や海面上昇などをもたらす地球規模の問題として捉えており、企業の責務として当然、CO₂排出量の削減などの温暖化対策は行っています。それとは別に、虫や生態系、もしくはカーボンニュートラルという視点から、何が課題になるかを予測し、それが自分たちの事業範囲に含まれるのであれば、起こり得るであろう事態に対して、研究を進めて準備をすることが大切です。継続的な研究によって知見が積み上がり、ほかの研究に生きる可能性もあるため、短期的な視点で効率だけを考えたら排除されてしまうような部分も決して無駄にはならないと考えています。何事においても準備をすること、言葉を変えると無駄を許容できることが大切だと考えており、アース製薬はそれができる会社だと自任しています。

前中期経営計画の総括と継続的な取り組み

2023年度は、3カ年の中期経営計画、「Act For SMILE COMPASS 2023」の最終年度でした。事業は継続しますが、どうしても中期経営計画は、3～5年といった一定の期間で区切るため、ある程度課題が残ることは想定しています。問題となるのは、計画を立てたものの着手できなかったという項目が残ることだと考えています。前・中期経営計画の3年間は、新型コロナウイルス感染症の蔓延という予期せぬ事態もあり、当初の想定どおりにいかないこともありました。しかし、コロナ禍の影響で達成できなかった海外戦略などの目標は、2026年度をターゲットとする新・中期経営計画「Act For SMILE COMPASS 2026」でも重点方針として継続しています。方針

を変更しないのは、進んでいる方向性が間違っていないと認識しているからです。課題は、環境が大きく変化中での3年から5年という中期的な時間軸との戦いです。

この数年を考えても、新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢、資材の高騰、為替の変動など、事業を取り巻く環境が大きく変化し続けています。そのような状況下で、前・中計期間では管理会計の導入による収益構造のより詳細な把握や基幹システムの刷新によって、抜本的な改革につなげる基盤を構築しました。新・中計期間においては、グループとしてさらにシナジーを創出するべくグループ再編にチャレンジし、グループの総力を結集してより強固なアースグループへと成長していきます。

アジアでの展開拡大に向けて変えてはいけないこと、変えるべきこと

経営理念である「^{いのち}生命と暮らしに寄り添い、地球との共生を実現する。」ことに向けて、今、当社が重視しているのは海外展開、とりわけアジアでの展開拡大です。ただ、アジアをひと

くくりすることなく、虫ケア用品をはじめとした当社展開カテゴリーで各国トップクラスの市場シェア獲得を目指します。

グローバルへの進出には、リスクの分散という側面もあり

社長メッセージ

ます。日本は、台風や豪雨、地震など自然災害のリスクが高い国です。一方アジアでは、国によっては地政学上のリスクが存在しますが、事業の中長期的な成長を目指す上で成長著しいアジアへの進出は不可避です。業績の安定のためにも、ある地域で業績が低迷したとしても、他の地域で補完できるような展開を目指しています。

海外でシェアを伸ばすためには、各国の文化や習慣、国民や歴史を知ることが大切です。日本で販売が好調なものであっても、ほかの国で同じような高評価を受けられるとは限りません。日本企業の良いところは、本当の「お客様目線」であり、各国の事情に合わせた製品開発ができることです。各国の共通項を探し出し、グローバルスタンダードとして統一することは、どこか無理が生じます。それぞれの国の事情を理解し、アース製薬が持つ基礎技術のどの部分が通用し、その国のやり方に適合できるかを考えることが最初の一手となります。

当社では、研究員が直接現地に赴いて一般家庭を訪問する

「お悩み解決」のために二度の感動を追求する

アース製薬の製品開発の根底にあるのは、お客様のお悩みを解決したいという思いです。環境や行動様式の変化は新たなお悩みにつながっています。例えばこの1~2年、夏場の気温上昇に伴って携帯型扇風機やネッククーラーの利用が急速に増えました。この行動様式の変化が新たなお悩みにつながるかもしれないと考え、変化に対応していくことは重要です。それもまた、当社が変わっていかねばならないことであり、過去の実績にこだわってはいけなくと私は考えています。

お客様のお悩みを解決するために、私は二度の感動を求めようと伝えています。一度目は、買う時の感動、つまりお客様自身が、ご自身のニーズに合う製品を見つけることができたという感動が購入につながります。さらに大切なのは二度目の

人的資本経営を支える柔軟な人財

私は、企業の成長の原動力は社員だと考えています。「アースバリュー」において“全員参画、コミュニケーション、人がすべて”と定めており、社員を「人財」と考え、人財マテリアリティを策定しています。「グループ経営強化によるコストシナジーの創出」「Well-beingを実現できる職場環境の整備・社内文化醸成」「経営・事業戦略に必要な人財の確保・育成」「多様な人財の自律したキャリア形成支援と仕組みの整備」の4つの人財マテリア

という、実地調査を重視しています。例えば、デング熱を媒介する蚊に対する恐怖心は、日本よりもタイの方が強いことが、調査会社のデータから分かります。では、その蚊に対してどのような殺虫剤の使い方をしているかについて現地調査をしたところ、殺虫剤の安全性を確かめるために、まずペットにかけてみるという生活習慣があったのです。そういった習慣的なことは、データだけでは決して分かりません。当社ではこのように、生活実態から研究開発を進めるという手法で、各国の文化に合わせて役立つ製品の開発を進めています。これは、当社の変えてはいけない製品づくりの文化だと認識しています。一方で、変えていかなければいけないこともあります。製造業を行う中で、情報機器の進化といった変化に対応し、これまで人力で行ってきたことを、ChatGPTなどの生成AIといったツールで代替するといったことは必要です。どこまで導入するかの見極めは難しいですが、最終的には人間が現地に行って目で見て判断するという部分は、変えてはいけない点だと考えています。

感動です。お悩みが解決されたという感動から次にまたこれを買いたいという気持ちになり、リピートにつながっていきます。アース製薬はメーカーではなく、「お悩み解決企業」なのです。

2021年に名称を変更し、社長直轄部門とした「お客様のお気づきを活かす窓口部」には、年間9万件以上のお問い合わせがあります。その大半は、お客様の困りごとに関するご相談であることは、当社の大きな特長だと認識しています。それらのお客様のお悩みを解決することが、当社の製品群が果たすべき役割です。お客様からいただいたご意見はデータベース化して全社で情報を共有し、より良い製品サービスがご提供できるよう、新製品の開発や製品改良につなげています。

リティを基に、長期・短中期、両方の視点で取り組みテーマを設定し、多様な人財が力を発揮できるよう、社員それぞれの能力強化に取り組んでいます。当社グループには多様な人財があり、多様な考え方があることが大切です。

実は、どういう人財に入社してほしいというこだわりは持っていません。私は応募者に選ばれる会社でありたいと考えています。そのためには、売上や利益だけでなく、多様な企業活

動を展開し、そこに共感して入社したいと思ってもらえることが必要です。そして、会社の側には、どのような人財でも受け入れる柔軟性が大切です。ダイバーシティと言われますが、

ステークホルダーの皆様とともに、支持率の高い「いい会社」を目指す

私は自身について、「こだわりがないことがこだわり」だとよく説明しています。会社の経営も、私が社長という役割を担っているだけで、1人で行っているわけではありません。役割にこだわらず、与えられている仕事以外でも皆で助け合える集団であること、そして社員がいい会社だと思ってくることが「いい会社」の条件だと考えています。人同士の関わりという点では、シンプルに自分がされてうれしいことは人にもする、されて嫌なことはしないという基本的なことを基準にしています。会社全体がそういう方向にいけば、おのずと「いい会社」という評価がついてくると考えています。

もう一つ、お客様視点からの「いい会社」という考え方も大切にしています。いい会社の条件は売上でも利益でもなく、消費者からの支持があることであり、それがシェアに現れると考えています。シェアとは、その製品を使ってお悩みを解決

これは男性・女性という性差の問題ではなく、様々な人財が多様な考え方を持って集まり、お互いを許容して受け入れる柔軟性があることを指すと考えています。

して感動いただいた数であり、そこに貢献できることを追求していきます。

アース製薬は2025年に創立100周年を迎えます。今後も、世界の人々の安全で快適な暮らしを守るため、ステークホルダーの皆様とともに「いい会社」を目指し、持続的な成長と企業価値の向上を実現してまいります。新たに発行するこの「統合報告書」が、当社の多様な事業活動をご理解いただく一助となりましたら幸いです。引き続き、より一層のご支援を賜りますよう、どうぞよろしくお願い申し上げます。

2024年3月

アース製薬株式会社
代表取締役社長 CEO

川端 克宜



アース製薬の価値創造プロセス

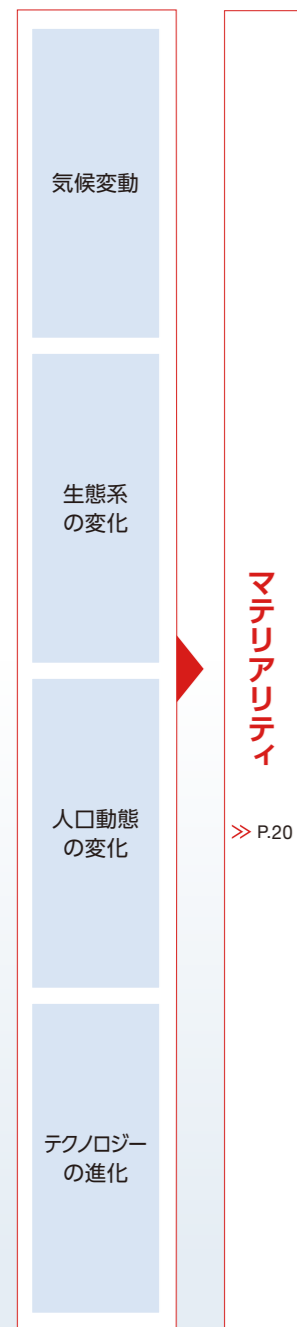
企業理念 いのち 生命と暮らしに寄り添い、地球との共生を実現する。

インパクト 地球との共生を実現し、快適な暮らしができる喜び



外部環境認識

>> P.18



インプット

>> P.4

- 財務資本**
 - 自己資本 665億円
 - 有利子負債 102億円
- 人的資本** (数値は2023年12月期)
 - 従業員数(連結) 4,788名
 - 研究開発部門に属する社員(連結) 318名
 - 女性従業員比率 40.4%
 - キャリア採用数 51名
 - 新卒採用数 104名
 - 総研修時間 41,259時間
- 知的資本**
 - 高付加価値製品の開発
 - 研究開発に関わる専門性の高い人材(新卒採用における修士以上の割合100%)
 - 産学連携、協力機関との研究
 - 保有特許件数 302件
 - TACOシステム*
 - 高い技術力と専門性を持つ環境ドクター 429名
- 製造資本**
 - 設備投資額 163億円 (2021~2023年 3年間累計)
 - 製造拠点 12カ所(グローバル)
 - 生産性の向上に資する生産管理システム
- 社会・関係資本**
 - サプライヤー 202社
 - 虫ケア市場シェアNo.1 (56.9%)^{※1}
 - 日本MA-T工業会*の設立
 - 全国販売網 約103,000件
 - 衛生管理支援サービスを提供するパートナー企業 675社
- 自然資本**
 - 水使用量(取水量) 98.0千㎡
 - エネルギー使用量 115,510GJ
 - CO2排出量(Scope1、2) 3,825t-CO2

※1 インターナショナル SRI+ 殺虫剤市場(園芸剤除く) 全国計・全業態計 2023年1月~12月 累計販売金額
*P.62用語集参照

ビジネスモデル

>> P.16



アウトプット

>> P.32



アウトカム / 将来価値創造に向けたアウトカム

>> P.5、60

経済的価値	社会的価値	環境価値(2030年数値)
<ul style="list-style-type: none"> 配当 118円 総還元性向 63.6% TSR(10年(累積)) 52.7% 	<p>経済的価値</p> <ul style="list-style-type: none"> 安定的かつ継続的な株主還元 グループシナジーによる企業価値の向上 <p>社会的価値</p> <ul style="list-style-type: none"> アジア地域の人々の衛生環境向上、快適な暮らしの実現 Well-beingを実感できる職場環境の整備・社内文化醸成 経営・事業戦略に必要な人財の確保・育成 多様な人財の自律したキャリア形成支援と仕組みの整備 	<ul style="list-style-type: none"> CO2排出量削減 再生可能エネルギー化 水使用効率の向上 10%向上 産業廃棄物のゼロエミッション

アース製薬の価値創造プロセス解説

アース製薬は、1892年の創業以来、人々の健康と快適な生活を実現するための製品の開発・製造・販売を行っています。衛生環境や安心・安全に対する意識など、これまでとはライフスタイルが様変わりする中、家庭用品事業と総合環境衛生事業の2つの事業を通して、事業分野の拡大にも挑戦しています。

1 ビジネスモデル

アース製薬のビジネスモデルは「製品開発」「生産管理」「営業戦略」「グローバル戦略」の4つの機能で、虫ケア用品を中心とした生活のお悩みを解消するものです。将来的には世界での安全で快適な暮らしの実現を目指しています。「製品開発」は、独自性の高い製品を生み出す要です(▶P.40)。「生産管理」では、前中計で掲げた戦略骨子である「モノシ・インフラの刷新」に向け、原材料調達/外注管理/生産管理/原価管理/品質管理と広範囲にわたる業務プロセスの効率化・高度化の実現を目的として新たに基幹システムを導入しました。2024年より運用を開始しており、今後もスループットを可視化しながらそれらを高める仕組みを構築し、収益、キャッシュ・フロー向上に寄与するよう、モノづくりのさらなる進化を今後も目指していきます。そして、「営業戦略」と「グローバル戦略」に基づく緻密な市場調査や業界屈指の営業部員数を活かした「お客様目線」での独創的な売り場づくりを行い、製品を国内外に販売しています。

2 インプット

2023年度末時点の自己資本は665億円、自己資本比率は50.3%、有利子負債は102億円であり、将来の環境変化に伴うリスクと機会に対応できるよう、健全な財務資本を維持しています。アースバリューに「人がすべて」を掲げるアース製薬にとって、連結で4,788名の人的資本は欠かすことのできない経営資源です。当社の競争優位性を支えるのは、研究開発部門に属する318名の社員による高付加価値製品の開発で、研究開発に関わる人材の新卒採用における修士以上の割合は100% (アース製薬単体) となっています。知的資本としては、2023年時点で302件の特許を保有しています。また、国内外に12カ所の製造拠点を有し、お客様にタイムリーに高品質な製品を提供する体制を構築しています。202社のサプライヤーや約103,000件*の全国販売網との良好な関係は、さまざまな価値を共創するために重要な社会・関係資本です。さらに、アース製薬では、「地球環境への配慮」をマテリアリティに掲げ、資源の有効活用と廃棄物削減による企業価値の向上にも取り組んでいます。

*自社推計



3 強み

■ 「虫」に関する圧倒的な専門知識

赤穂研究所にある生物研究棟は、他に類を見ない害虫研究施設です。国内外に生息するゴキブリ(約100万匹)やアリ、ハエ、蚊、ネズミなどの害虫約100種類を飼育しており、年間約90万匹を実験や研究に使用し、製品開発につなげています。近年の成果としては、既存薬剤に抵抗性を示す「抵抗性トコジラミ」に対して新たに駆除可能な製品を開発しました。製品の有用性に関する学会発表を行うなど、その専門性の高さはほかの研究者からも評価されています。

■ 全国に広がる販売網・営業力

アース製薬は、全国約103,000件の小売店や販売代理店を通じて製品を販売しています。パイヤーや店舗の担当者とのコミュニケーションを大切に、自社製品に限らず、小売店における製品カテゴリー全体の売上アップを考えた提案型営業や季節に合わせた提案を行っています。お客様との接点である店舗では、約210名の「EMAL(エマール)」によって季節や気候などの動向を踏まえた売り場づくりと、販売促進をサポートする体制を築いています。

4 アウトプット

家庭用品事業と総合環境衛生事業の2つの事業において、地球上すべての人々に必要とされる製品とサービスを提供し、人々の健康と快適な生活を実現します。家庭用品事業は、虫ケア用品や入浴剤、洗口液などが主力製品で、虫ケア用品と入浴剤*の国内シェア1位、タイにおいては虫ケア用品シェア2位など、お客様からの支持を獲得しています。総合環境衛生事業では、子会社のアース環境サービスが、食品、医薬品、医療、容器、包材、物流、倉庫など、多様な業種において異物混入や汚染を防ぎ、最適な衛生環境を維持・改善するためのサービスを提供しています。

*アースグループでの入浴剤シェア

5 アウトカム

当社は人々の生命の営みに寄り添い、さらに豊かで快適な生活を実現する製品やサービスを提供しています。気候変動や生態系の変化、テクノロジーの進化などに伴い、衛生環境や安心・安全に対する意識が大きく変化する中で、アースグループは地球環境に配慮しながら、お客様の健康と生活の向上に貢献する「お客様目線」を大切にモノづくりによって、高品質な製品、一歩先の快適さという価値を創造しています。人々のQOLの向上を実現し、事業を通じてお客様や株主の皆様、お取引先様、従業員、そして環境や地域社会など、すべてのステークホルダーの皆様へ、価値を提供していきます。

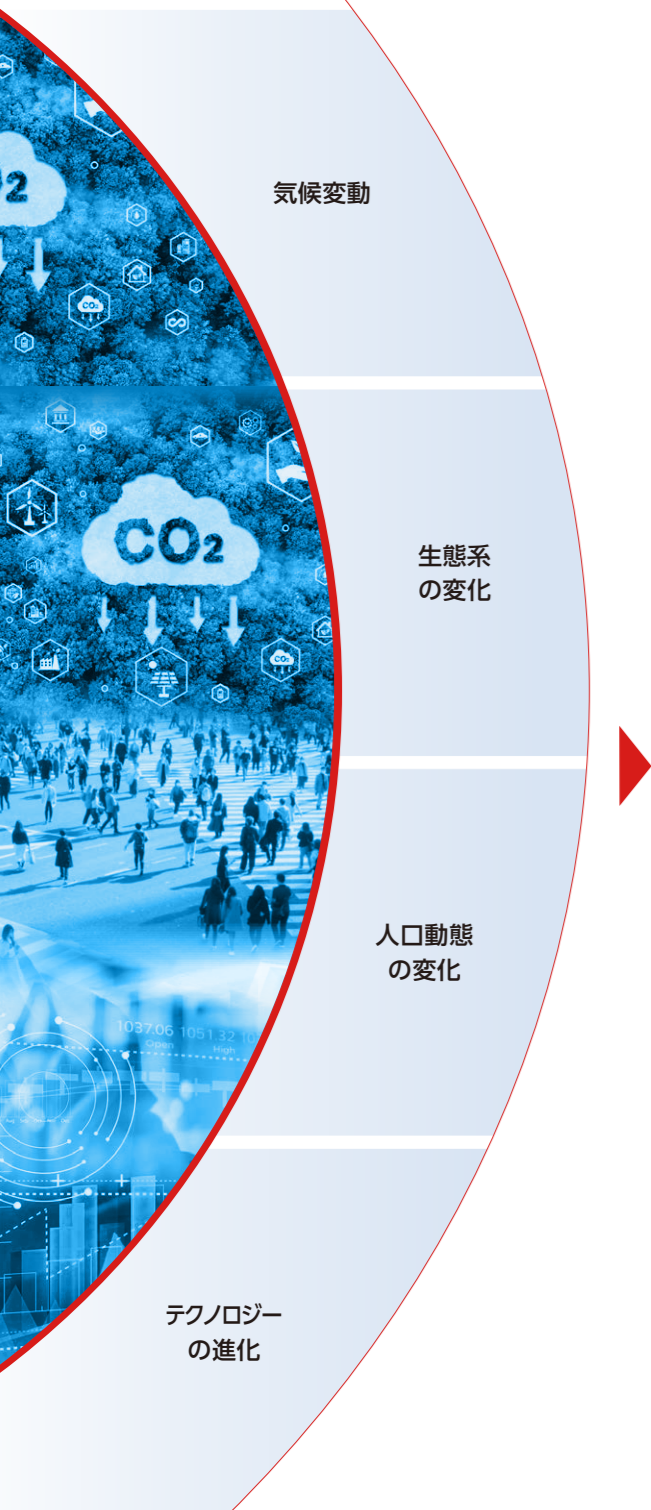
■ お客様目線での製品開発

「お客様のお気づきを活かす窓口部」にいただく年間約9万件の「お気づき」は、品質向上のための重要な情報であり、暮らしの課題に対するご意見を新製品の開発や既存品の改善に活用しています。また、お客様が実際に使用される状況を想定した試験の実施など、安心して使用いただける取り組みも行っています。

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%	○	森林認証紙 338t / 紙器全体 2,951t
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。

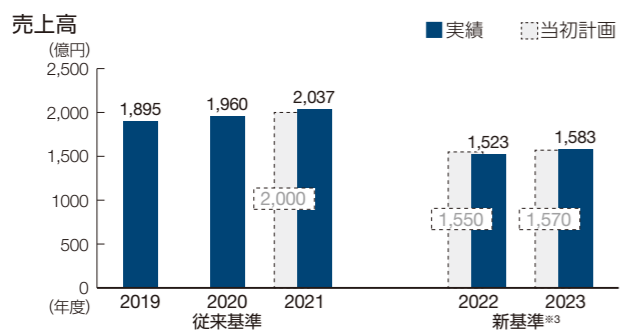
前・中期経営計画では、構造改革による「モノサシ・インフラの刷新」と、収益性向上を実現するための「アジア収益基盤の拡大」「ESG・オープンイノベーション」「コストシナジーの創出」を重点方針に掲げ、2020年のエクイティ施策により調達した資金をもとに、フィリピンの現地法人の買収や「BARTH」の事業譲受などのM&A、入浴剤「温泡」の生産設備増強をはじめとした設備投資、基幹システムの抜本的な刷新など、成長に向けた積極的な取り組みを進めてきました。

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

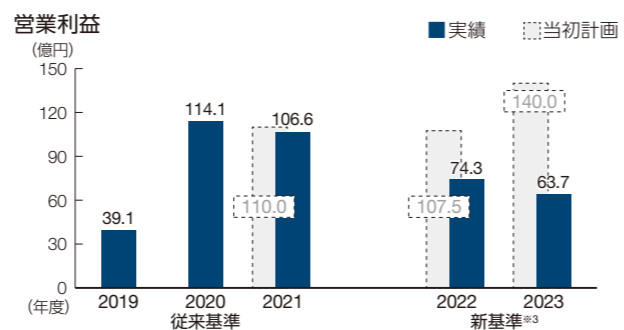
持続可能な成長と市場での競争優位性を確保するため、収益性の向上、返品率の改善に努めています。

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

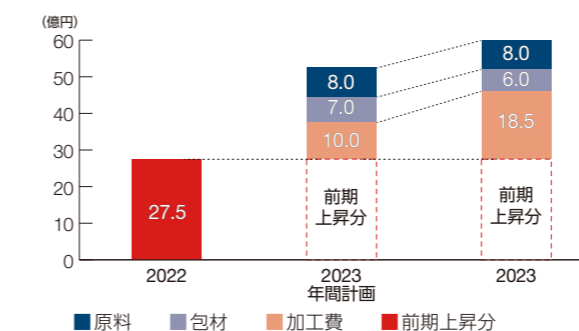
モノサシ・インフラの刷新	中期経営計画 (2021~2023) の重点方針		評価	
	アジア収益基盤の拡大	<ul style="list-style-type: none"> 展開各国にて市場シェア(支持率)を獲得 新規展開エリアの開拓を推進 	→	<ul style="list-style-type: none"> タイ・ベトナムでの売上・シェア拡大 ○ 新規展開エリアの開拓(マレーシア・フィリピン) △
	ESG・オープンイノベーション	<ul style="list-style-type: none"> SDGsの達成に貢献する課題解決へのチャレンジ 外部との連携によるオープンイノベーションの実現 	→	<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

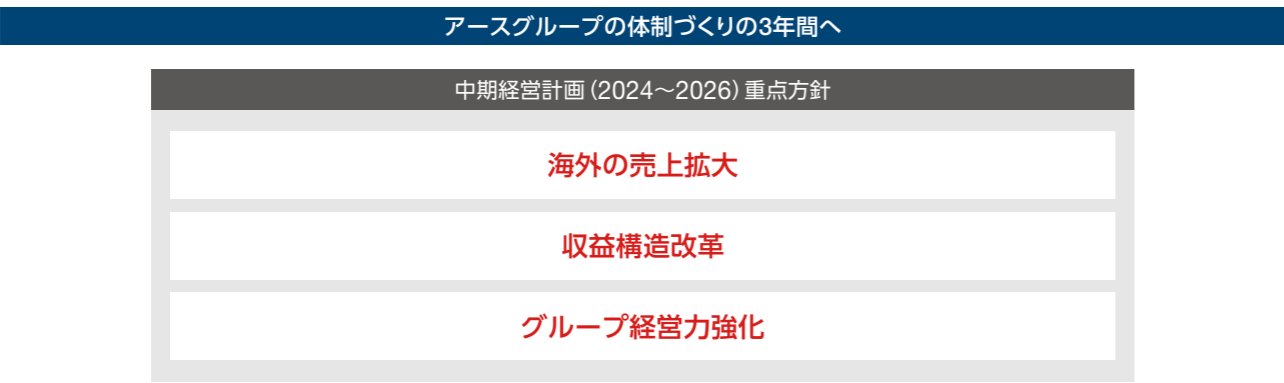
新・中期経営計画 Act For SMILE COMPASS 2026 (2024~2026)

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した一方、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

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

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。

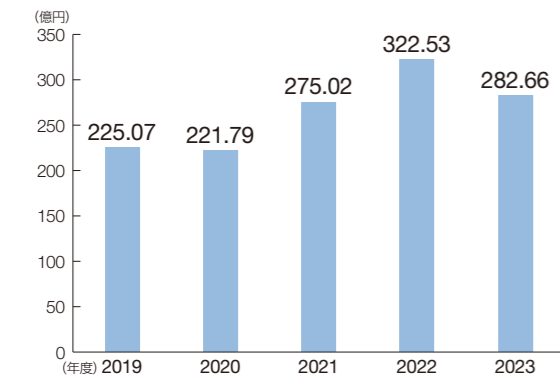
B/Sマネジメントによる資産効率の向上

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

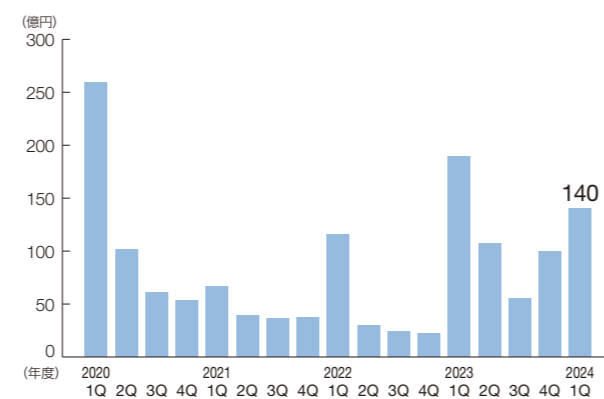
金負担も40億円軽減されており、成長に向けた借入枠のキャパシティ確保に貢献しています。

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



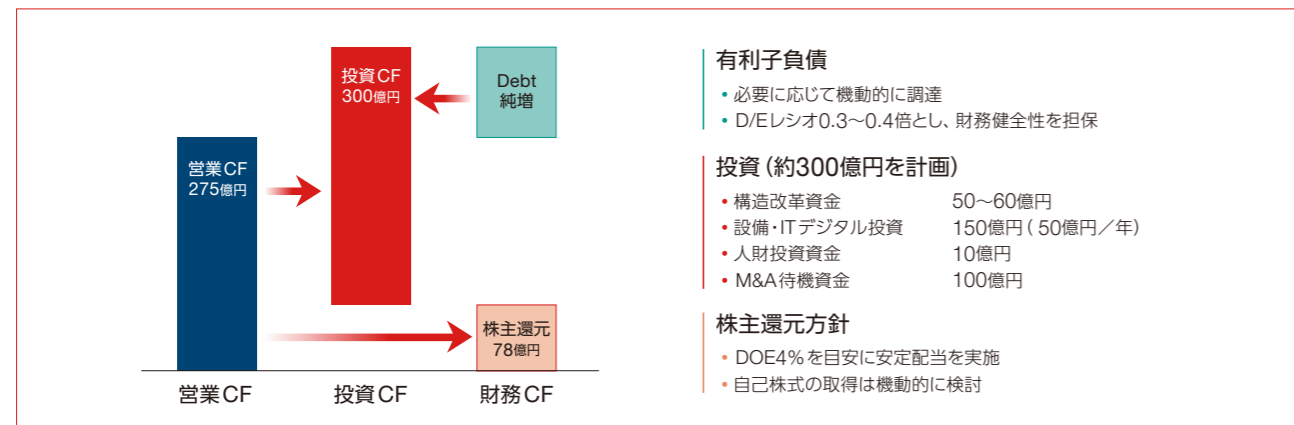
キャッシュアロケーション

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。

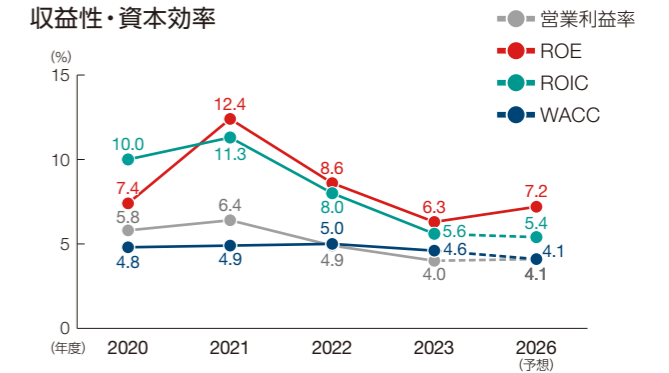
キャッシュアロケーション (24-26累計イメージ)



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。

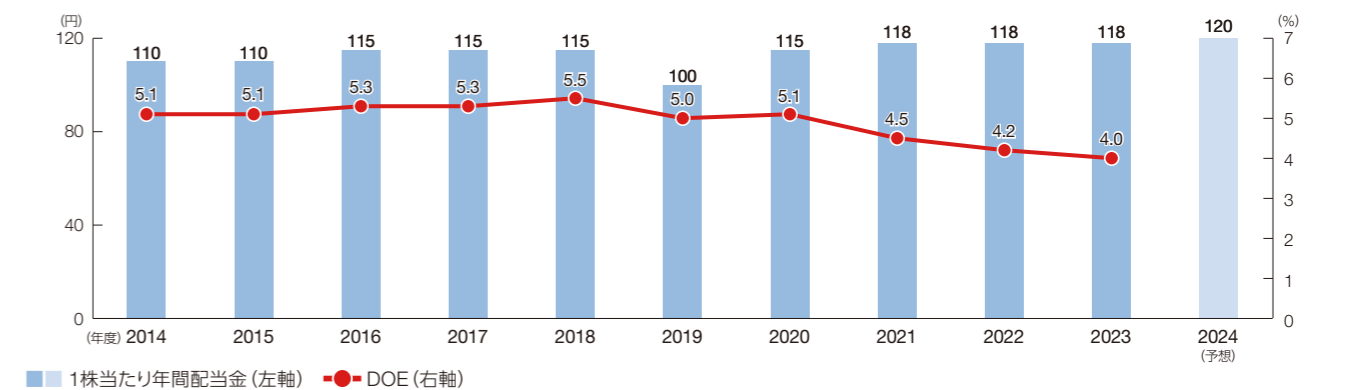
2023年12月期の配当については、1株当たり118円、DOEは4.0%となりました。また、2024年12月期の配当については、1株当たり普通配当118円に加えて、2025年に設立100周年を迎えるにあたり皆様の長年にわたるご支援、ご協力

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。

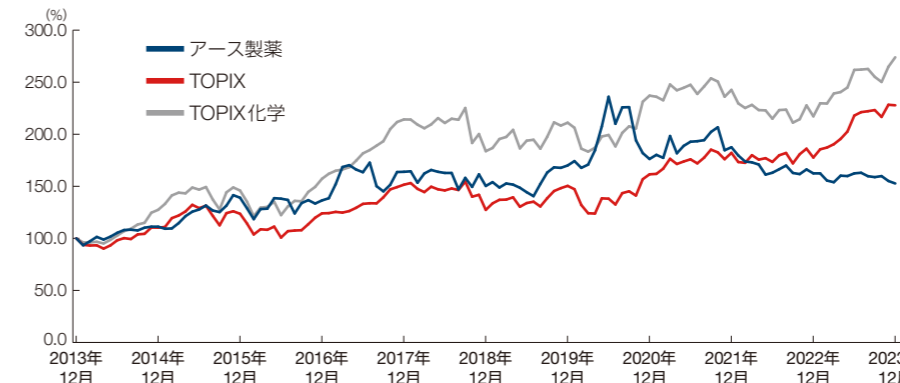
自己株式の取得についてはキャッシュの状況や株価推移に応じて機動的に検討しています。なお、2024年には総額20億円の自己株式取得を実施しました。

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

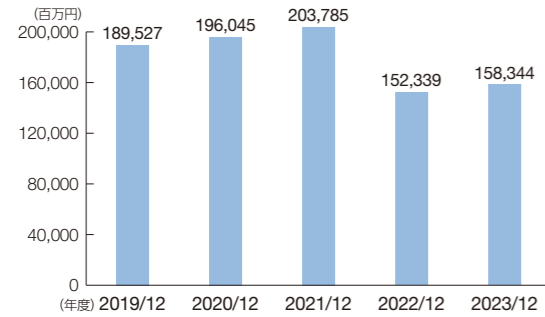


※ Total Shareholder Return (TSR): 株主総利回り。キャピタルゲインと配当を合わせた総合投資収益率。
 ※ TSRの計算は、アース製薬は累積配当額と株価変動により、TOPIXは配当の株価指数により算出 (Bloombergデータ等によりアース製薬作成)。
 ※ グラフの値は、2013年12月末日の終値データを100としてTSRによる時価を指数化したもの (保有期間は2023年12月未まで)。

財務・非財務ハイライト

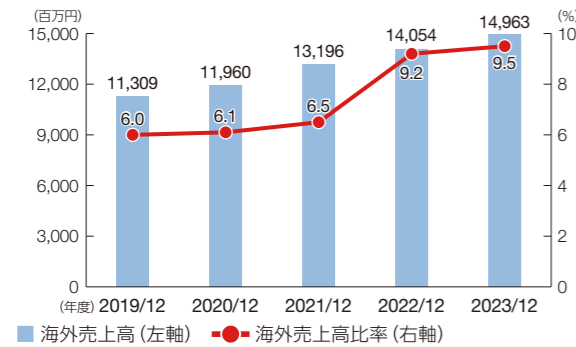
財務

連結売上高



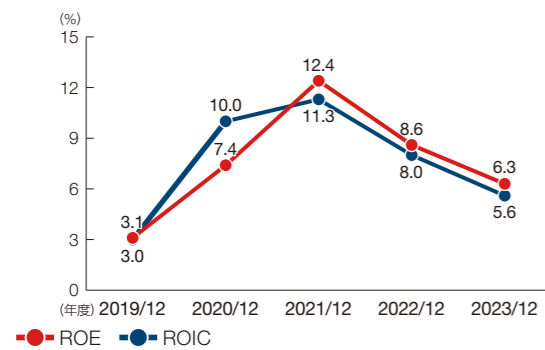
虫ケア用品の売上の増加や返品減少、ASEANでの売上伸長、総合環境衛生事業の売上成長などにより、売上高は1,583億44百万円(前期比3.9%増)となりました。

海外売上高／海外売上高比率



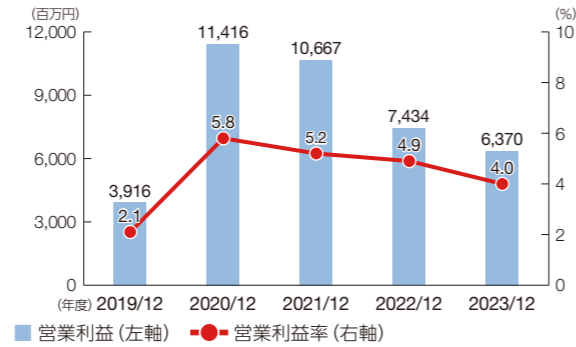
タイ・ベトナムを中心に虫ケア用品の売上成長が継続し、海外売上高149億63百万円(前期比6.5%増)、海外売上高比率9.5%(同0.3ポイント増)となりました。

ROE／ROIC



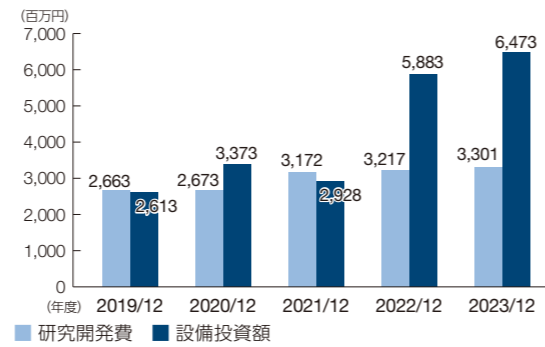
稼働力・収益性の低下に伴い、ROEが6.3%(前期比2.3ポイント減)、ROICが5.6%(同2.4ポイント減)となりました。

営業利益／営業利益率



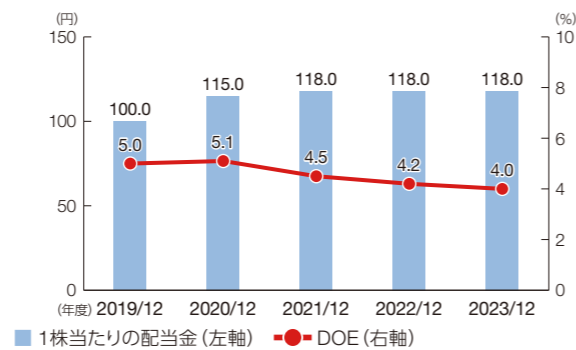
原材料価格の高騰などによる売上原価率の上昇、販管費の増加などが影響し、営業利益63億70百万円(前期比14.3%減)、営業利益率4.0%(同0.9ポイント減)となりました。

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。

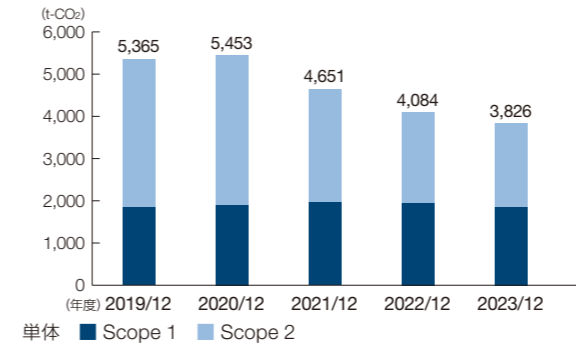
1株当たり配当金／DOE



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。

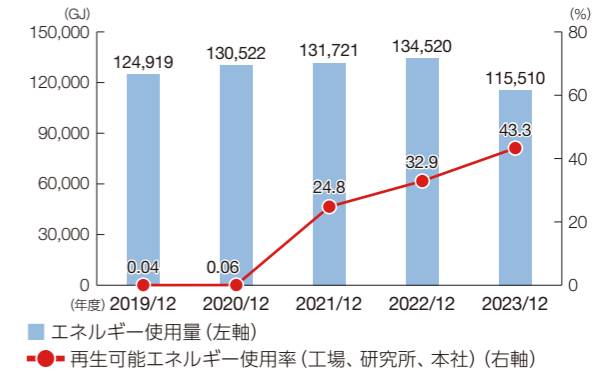
非財務

温室効果ガス排出量 (Scope1+2)



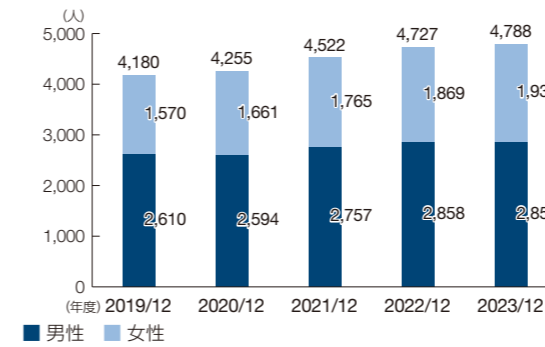
2023年4月に坂越工場内の生産棟で使用する電力を再生可能エネルギー由来電力に切り替えたことなどにより、温室効果ガス排出量は3,826t-CO2(前期比6.3%減)となりました。

エネルギー使用量／再生可能エネルギー使用率



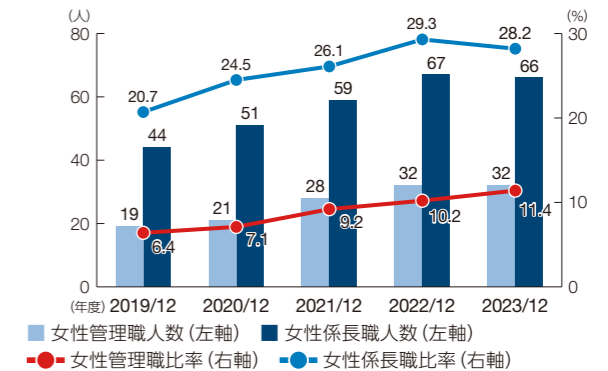
エネルギーの使用にあたって、省エネルギー化と再生可能エネルギー化の両面で気候変動の取り組みを進めています。工場では、2023年に電力の再生可能エネルギー化を完了しました。

従業員数 (連結)



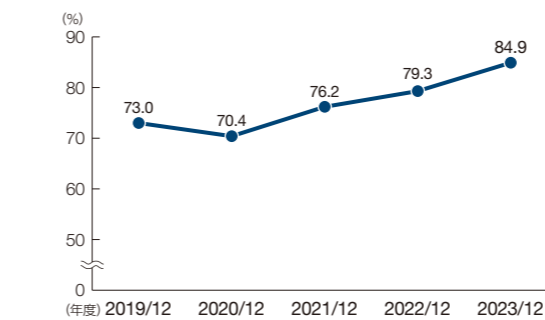
応募者の適性・能力に基づいて公正な採用選考を実施しています。計画的な人材の採用と育成、要員計画の精緻化などを行い、事業の拡大に向けた人材プール化を進めていきます。

女性管理職人数・比率／女性係長職人数・比率 (単体)



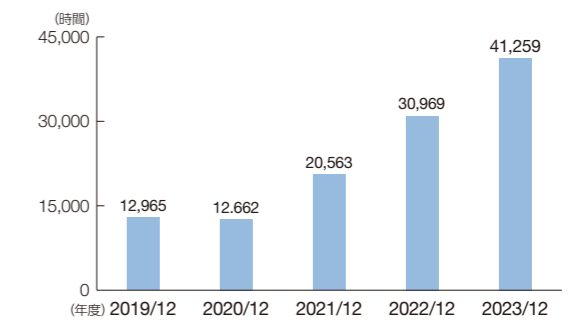
多様性こそ当社グループの成長の力であると認識し、2030年の女性管理職比率30%達成を目指して女性活躍推進施策を継続しています。2023年度の女性管理職比率は11.4%、係長職比率は28.2%となりました。

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。

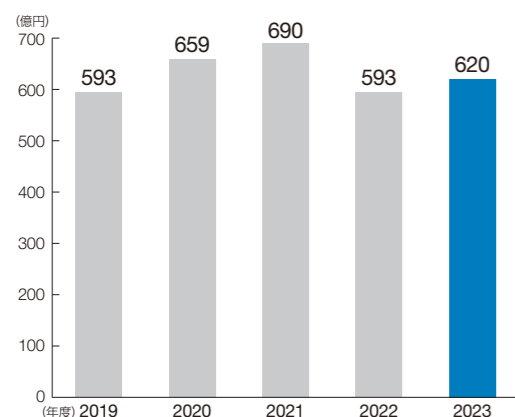
家庭用品事業

衛生環境や安心・安全に対する意識など、現代のライフスタイルは大きく様変わりし、より豊かで快適な暮らしを求める声も高まっています。創業以来100年、暮らしを支えるお手伝いをしてきたアース製薬は、虫ケア用品や入浴剤、オーラルケア用品などの日用品を通して、人々の快適な暮らしの実現に寄り添っています。



虫ケア用品

国内:虫ケア用品 売上高*



* 内部売上高含む
* 2022年より収益認識に関する会計基準を適用

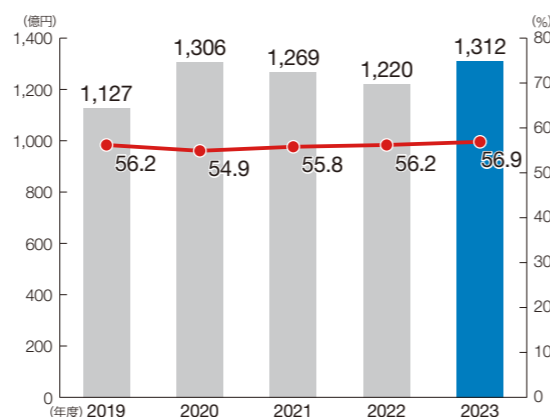
虫ケア用品部門では、ハエ・蚊、ゴキブリ、ダニなどの害虫を駆除、忌避する製品をメインに取り扱っています。売上高は620億31百万円(前期比4.5%増)と、当社全体の売上高の約37%を占めており、収益性の高いコア事業です。

「殺虫剤」は極めて安全性が高い製品であるにもかかわらず、薬剤の毒性が強そうなどのイメージがありました。製品の安全性などをお客様に正しく理解いただき、かつ安心して製品をお使いいただくため、2017年より呼称を「殺虫剤」から「虫ケア用品」に変更しました。

● 市場環境

地政学リスクの高まりを背景とした資源価格の高騰や為替変動、物価上昇に伴う消費低迷などの要因がある一方で、新型コロナウイルス感染症の拡大による消費者の行動様式の変容や、製品の高付加価値化・高単価化が進み、国内市場は拡大傾向にあります。当社は、お客様のニーズが多様に広がる

国内:虫ケア用品 市場規模・当社シェア推移



■ 虫ケア用品市場(左軸) ● アースシェア(右軸)

中、害虫の「駆除」だけでなく「予防」にフォーカスした製品をラインナップしており、国内市場で56.9%^{*1}の圧倒的なトップシェアを保持しています。「市場シェアはお客様からの支持率」と受け止めており、今後も新製品の開発や既存製品のたゆまぬ改良により、継続的なシェアの拡大を目指します。

● 取り組み

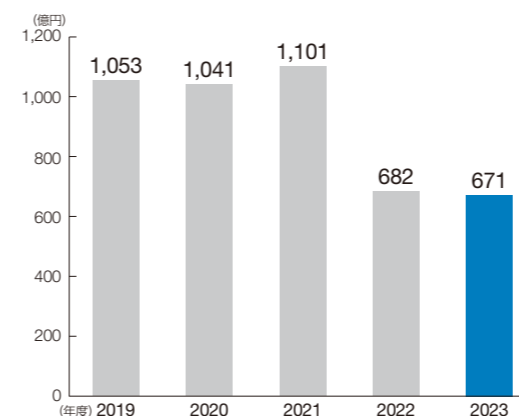
原材料価格高騰などの外部環境変化に対応し、収益性を高めていくため、製品の高付加価値化をさらに推し進めるとともに、価格改定も実施しています。また、虫ケア用品は季節性の高い製品ではありますが、昨年、販売期間が長期化していることを受け、流通上の商慣習である返品抑制に取り組んでいます。さらに、海外からの渡航者の増加を背景にした新たな害虫被害に対応し、宿泊施設などBtoB販路の開拓も積極的に行っています。

*1 インター・SRI+ 殺虫剤市場(園芸用殺虫剤除く) 2023年累計販売金額シェア



日用品

国内:日用品 売上高*



* 内部売上高含む
* 2022年より収益認識に関する会計基準を適用

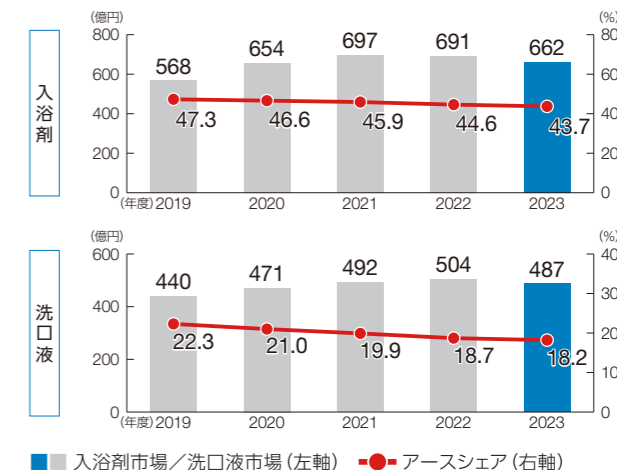
日用品部門では、入浴剤やオーラルケア用品、衣類用防虫剤、消臭芳香剤、住居用掃除用品、家庭用マスクなどお客様の健康で快適な暮らしを支える製品を幅広く取り扱っています。売上高は671億99百万円(前期比1.6%減)と、当社全体の売上高の約40%を占める第2の事業の柱です。

中でも入浴剤と洗口液が主力カテゴリとなっています。入浴剤では「バスクリン」「きき湯」「温泡」など数多くのブランドを有し、2023年からは「BARTH」の展開もスタートしました。洗口液では高い認知度を持つ「モンダミン」ブランドで展開しています。

● 市場環境

2020年からのコロナ禍による巣ごもり需要の恩恵を受けていましたが、新型コロナウイルスの5類移行に伴う外出機会の

主要カテゴリ 市場シェア状況



増加や消費者の節約志向などを受け、主力カテゴリの入浴剤や洗口液の市場規模が縮小し、競争が激化しています。こうした中、2023年度の国内入浴剤シェアは43.7%^{*2}、同じく洗口液は18.2%^{*3}となっています。

● 取り組み

今後、収益構造改革を目指して成長分野を見極め、製品ラインナップと在庫のスリム化を図ります。その上でブランドとSKU^{*4}の選択と集中やマーケティング投資配分の見直し、顧客起点でのマーケティングコミュニケーションの強化を行い、ブランド価値の向上に伴う収益力強化を図っていきます。

*2 インター・SRI+ 入浴剤市場 2023年累計販売金額シェア
*3 インター・SRI+ 洗口液市場 2023年累計販売金額シェア
*4 SKU:受発注、在庫管理を行うときの最小単位(Stock Keeping Unit)の略

EMAL

アース製薬は、お客様との接点である店舗での売り場づくりを大切にしています。季節や気候などの動向を踏まえた売り場づくりと販売促進をサポートする「EMAL」という独自のサポート体制を全国で築いています。

EMALは、全国各地で現地採用している従業員です。その地域の消費者でもあり、その方たちがお店を回って各店舗の担当者と話をし、お客様視点に立った新鮮で独創性のある売り場づくりを行っています。製品が持つ力に加え、独創的な売り場展開により、販売店の製品カテゴリー全体の売上向上にも貢献しています。

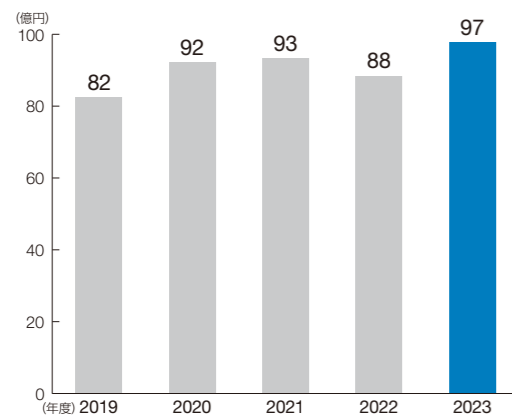
* EMAL:earthの「E」、merchandiseの「M」、actionの「A」、ladyの「L」の頭文字をとった造語。お客様目線で独創性のある売り場づくりや店頭販促を行うスペシャリスト。

家庭用品事業



ペット用品・その他

その他 売上高*



* 内部売上高含む
* 2022年より収益認識に関する会計基準を適用

ペット用の虫ケア用品や消臭剤、プレミアムフードに加え、首輪・玩具など幅広いラインナップを展開するアース・ペットでは、大切な家族であるペットとの暮らしを快適にすることを目的し、ペットの健康維持の大切さやQOLの向上について、商品と一緒に世界に向けて発信しています。

ペットケアの情報発信のためのアンテナショップ「あーす・ぺっとはうす」を開設し、新たな情報発信拠点を目指します。また、2023年には体験型研究施設「徳島ペットランド」を開設しました。ペットと触れ合えるスペースを備えた研究施設で、ペットやペットケア関連商品への理解を一層深めていただく場であり、今後、商品開発・サービス・情報提供のコア機関としてのユニークな地位を確立していきます。

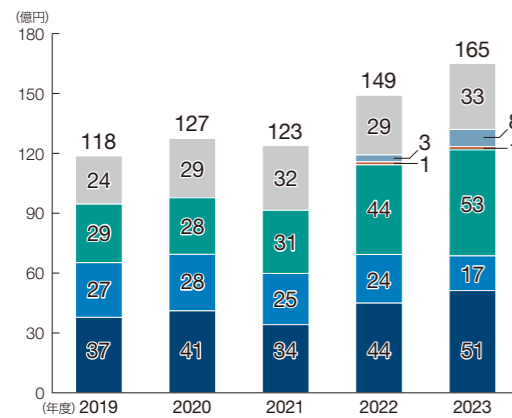
● 市場環境

ペットブームは落ち着きを見せていますが、飼い主のペットに対する健康意識の高まりを受けて、猫砂などのケア用品やプレミアムフードをはじめ、ペット関連市場は好調さを維持しています。



海外事業

海外 売上高*



■ タイ ■ 中国 ■ ベトナム ■ マレーシア ■ フィリピン ■ 輸出・越境EC

* 内部売上高含む
* 2022年より収益認識に関する会計基準を適用

1980年のタイへの進出を皮切りに、タイ、中国、ベトナム、マレーシア、フィリピンでは現地法人による積極展開を行っています。エリア戦略を強化し、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、マレーシア・フィリピンでは販路の拡大を目指しています。中国では、事業戦略を見直し、実店舗を展開する小売業への製品導入を重点的に行っています。また、世界約50カ国・地域に向けて製品を輸出しており、現地代理店との強固なパートナーシップを築いて国によって異なる生活習慣や嗜好性からニーズを掘り起こし、アースブランドの存在感を高めています。

海外における売上規模拡大に伴い、円滑な商品供給の確立と利益拡大に向けて各エリアの中長期計画と連動した全体最適の視点での生産供給体制を整備しています。

グローバルシフトに向けた人材強化も重要です。早くから海外マーケットで経験を積める体制づくりや、現地採用を含めた人材確保に注力していきます。

● 取り組み

アース製薬は、中国・ASEANを最重要ターゲットとし、現地法人による積極展開と輸出ビジネスの2軸で展開しています。タイでは虫ケア用品シェアNo.2を獲得しており、2026年にはシェアNo.1獲得を目指しています。輸出についてはサウジアラビアを中心とした中東、台湾、北米への展開を加速していきます。また、世界中にアースブランドを浸透させるため、統一されたグローバルブランドの確立を目指し、マーケティングも強化しています。

● タイ:Earth (Thailand) Co., Ltd.

アースグループ初の海外法人として1980年に設立。商品開発・生産・販売・物流までを一手に担う地域密着型のビジネスモデルで確固たる基盤を築いています。現地発の虫ケア用品ブランド『OASIS』など、“お客様目線”の商品育成に注力しています。海外初の虫ケア用品シェアNo.1へ向け、現地法人が一体となり取り組んでいます。タイでの知見を他国にも応用しながら、アジア・中東諸国を網羅する、グローバル戦略のハブの役割を果たしています。

● 中国:アース(上海)投資有限公司

中国市場での売り上げ拡大を目指し、2015年に設立。天津・蘇州にある工場2社などとも協働し、北京・上海・広州・深川の4大都市を主軸に販売活動を行っています。主力商品は、虫ケア用品ブランド『ARS安速(アース)』で、実店舗を展開する企業での販売強化に加え、ECチャネルでの顧客獲得を日本との連携で進め、中国でブランドを普及させることを見据えた活動をしています。

● ベトナム:Earth Corporation Vietnam

ベトナム国内で家庭用品を製造・販売していた現地法人を2017年に子会社化。全国700名体制の販売網により、国土が南北に長く、個人商店が7割を占める環境下でスムーズな配荷体制を整えています。主力商品の洗剤ブランド『Gift』

アースの現地法人設立国



を基盤にしなが、虫ケア用品市場の活性化のため、『ARS』ブランドの拡大・浸透を進めています。今後は、ASEAN諸国や日本向け製品の生産拠点化も視野に入れ、投資を積極化しています。

● マレーシア:EARTH HOME PRODUCTS (MALAYSIA) SDN. BHD.

2019年に現地法人を設立。温暖な気候を背景に、蚊が媒介する感染症リスクに対する虫ケア用品へのニーズが高い国の一つです。経済発展に伴う人々の衛生意識や消費意欲の向上により、アース製薬の強みである高付加価値商品が浸透する市場として成長が期待されています。

● フィリピン:EARTH HOMECARE PRODUCTS (PHILLIPPINES), INC.

前身企業を買収し、2022年に現社名に一新して事業を開始。アジア諸国同様、虫ケア用品や家庭用品のニーズが年々高まっており、著しい人口増加や高い経済成長に伴い将来にわたり成長が期待できる市場です。先行するタイおよびベトナムの工場との連携によりシナジーを生み出していきます。



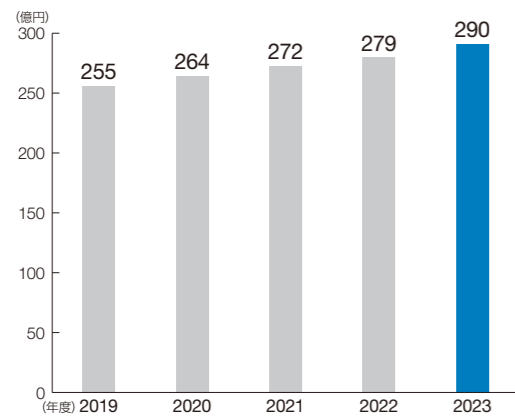
海外で取り扱っている虫ケア用品、日用品(一部)

総合環境衛生事業



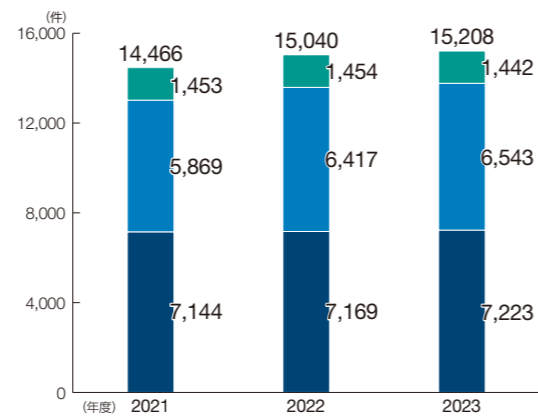
アース環境サービスが提供する総合環境衛生事業では、食品、医薬品、医療、容器、包材、物流・倉庫をはじめとした様々な業種業態において、異物混入や汚染を防ぎ、最適な衛生環境を維持・改善するためのサービスを提供して、お客様である企業の品質保証活動を支援しています。人々の健康で安全・安心な暮らしに、食品や医薬品、医療などのサプライチェーン全体を通して貢献しています。

総合環境衛生 売上高*



* 内部売上高含む
* 2022年より収益認識に関する会計基準を適用

総合環境衛生 年間契約件数推移

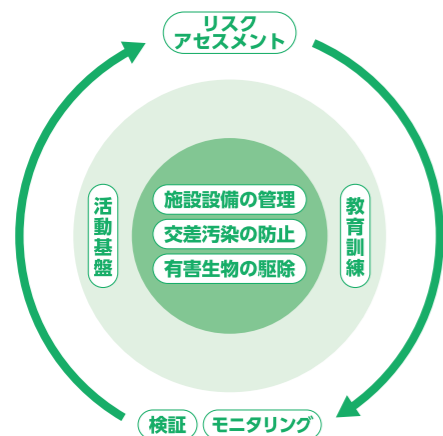


■ トータルヘルスケア ■ ペストコントロール ■ ビルメンテナンス
* ペストコントロール: 害虫・害獣駆除施工業務
* ビルメンテナンス: 建物内の清掃全般を含む管理

● 「総合環境衛生管理」とは

アース環境サービスが提供する衛生管理の支援サービス「総合環境衛生管理:トータルヘルスケアシステム」は、QMS、FSMS、PQS*などのさまざまなマネジメントシステムや、独自に培ってきた技術・ノウハウをベースとした「8つのアプローチ」で構成されています。「現場主義・科学的根拠・再現性」の3つの要素を“効果的に衛生管理を継続するための基本”に掲げ、

8つのアプローチ



8つのアプローチをお客様ごとのご要望や目標に合わせてオーダーメイドで構成した、総合的・体系的な衛生管理の支援サービスです。

また、自社開発の情報一元管理システム「ESCOEVO (エスコエボ)」は、現場の診断結果や改善状況をはじめ衛生管理に必要な膨大なデータをスピーディに分析し、見える化・共有することにより改善活動の効果を上げます。

* QMS: 品質マネジメントシステム、FSMS: 食品安全マネジメントシステム、PQS: 医薬品品質マネジメントシステム

● 環境ドクターによる支援

「環境ドクター」が衛生管理に関する最先端の知見と、ハイレベルな技術力でサービスを提供します。独自の教育訓練プログラムにより知識と技術を習得し、多種多様な現場での豊富な経験を積んだスタッフが「環境ドクター」として、事業所の衛生管理を診断し、問題点を浮き彫りにして、改善対策の処方箋を切り、治療・予防をしながら安全・安心な環境の維持・増進をサポートします。



● 市場環境

食品や医薬品、医療についての安全基準に対する国際的な調和の流れや、国内における法改正などを背景に、衛生管理がこれまで以上に強く求められています。主要なお客様である食品関連業界や医薬品関連業界、包装関連業界において異物混入対策などの衛生管理対策ニーズは高水準であり、専門的な知識や技術、ノウハウを提供する高品質な衛生管理サービスへのニーズが高い状況が続いています。

総合環境衛生事業は、年間契約をベースとした収益基盤の安定により、安定的な収益の創出を担っています。原価率の上昇や人財への積極投資に伴う人件費の増加があったものの、年間契約件数が伸長した結果、2023年度の売上高は290億73百万円(前期比3.9%増)、セグメント利益は14億51百万円(前期比1.5%増)となりました。

● 成果と課題

総合環境衛生事業は、需要の増加に伴い契約件数が年々増加し、収益を安定的に稼ぎ出す基盤構築が進みました。また教育訓練用細胞培養加工施設を活用し、彩都総合研究所を拠点に研究・開発や人財育成、IoT・AIなどのデジタル技術を

活用したサービスなど、お客様へのサービス向上・業務効率改善を目的とした投資を進めました。また農業分野への参入など新事業に向けたプロジェクトを立ち上げ、事業計画の立案・検討を行っていきます。

そのなかで課題としては、コンサルタント営業を行う技術営業への人財育成や業務効率の改善、施工作業の委託先であるパートナー企業の人的リソース不足の問題が挙げられています。

● 今後に向けて

当事業を手掛けるアース環境サービス(株)は、現在、上記課題解決のために新中期経営計画を検討中です。より高品質なサービスを提供するための体制づくりを行ってまいります。「技術力」「教育」「専門性」の3つの柱の確立、「環境ドクター」による品質保証を支援するサービスの錬磨、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の変革を経営ビジョンとして、アースグループの経営理念を実践します。

彩都総合研究所 T-CUBE

「彩都総合研究所 T-CUBE」はアース環境サービスの研究・開発、検査・同定、人材育成の中核拠点として、2016年に関西イノベーション国際戦略総合特区の認定を受け、大阪府茨木市に設立しました。さまざまな要素が交流し、結合し、広がって、無限に成長していくというコンセプトのもと、各界の研究者が集結し、産学官の多様なネットワークを使いながらイノベーションを創出する場として展開しています。近年ではAIを活用した捕虫・分析システムの開発や、酸化制御技術による除菌・消臭システム「MA-Tシステム®」の産業応用、教育訓練用細胞培養加工施設での再生医療分野の人財育成と科学的データ蓄積への取り組みなど、アースグループだけでなく社会全体に貢献する革新的なイノベーションを生み出す核としての役割を果たしています。

「Nakanoshima Gross (未来医療国際拠点)」への参画 ～未来医療・先端医療の早期実用化・産業化への取り組み～

アース環境サービスは、未来医療・先端医療におけるイノベーションを創出し、早期実用化・産業化を図ることで人々の健康に貢献することを目的に、「Nakanoshima Gross (未来医療国際拠点)」(大阪府大阪市)に参画しています。

彩都総合研究所(大阪府茨木市)に開設した衛生管理や環境維持が学べる「教育訓練用細胞培養加工施設」とも連携した取り組みで、サプライチェーンの確立など革新的な医療技術や創薬が社会に広く浸透するための土台作りや、未来医療を担う環境の最適化を図ってまいります。



多様な人財の活躍を支える職場の実現

アース製薬は、従業員を会社発展の原動力となる、価値あるかけがえのない資本として、「人材」ではなく「人財」と捉えています。従業員が成長と働きがいを実感できる職場こそが長期的な価値創造に繋がると認識しており、アースバリュー「人がすべて」の価値観に基づき、『アースポリシー・バリューに共感する多様な人財の活躍を支える職場環境の整備』の実現を目指しています。

マテリアリティ(重要課題)	重点テーマと主な施策	KPI	2023年度の実績	2023年度の評価
多様な人財の活躍を支える職場環境の実現	•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。	•2030年 女性管理職比率 30%以上	11.4%	○
	•年次有給休暇の取得を促進します。	•2030年 有給休暇取得率 70%以上を維持	84.9%	

※ ○:計画通り △:遅れあり

基本的な考え方と人財マネジメント

経営理念や経営目標を実現するための人財に対する施策を明文化するために、人権方針・労働慣行方針のもと、「アース人財理念」および「アース人財マネジメント方針」を策定して

います。長期・短中期の2つの視点から、4つの人財マテリアリティを抽出し、人財マネジメントの柱として人財戦略を策定、企業・事業が求める人財の供給・活躍を推進しています。

アース人財理念

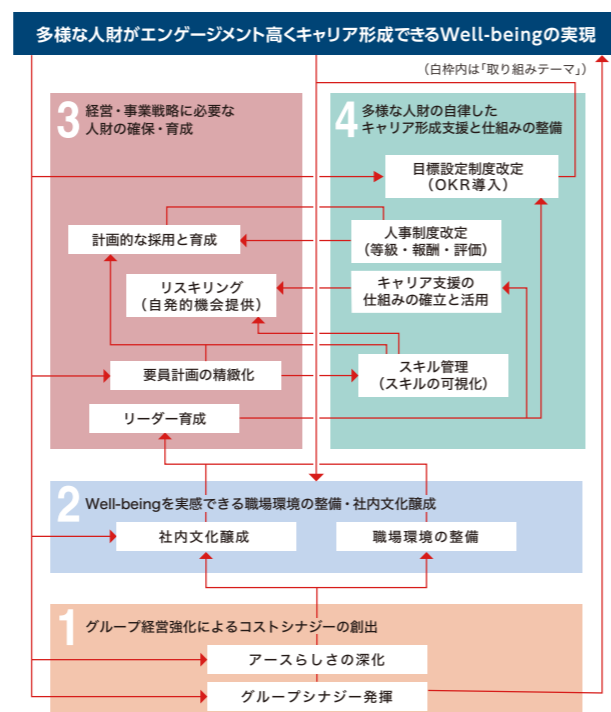
社員とともに成長します
=Challenge to Grow=
～一緒にチャレンジする働く仲間全員を大切にします～

アース人財マネジメント方針

アースポリシーを備えた人財を採用します。
アースポリシーを備える自律した人財を育成します。
チャレンジする人にやりがいのある仕事、チャンスを提供します。
成果を上げた人に厚く報います。
安心して働ける職場を整備します。
多様な働き方を実現します。

人財マテリアリティ

- グループ経営強化によるコストシナジーの創出
- Well-beingを実感できる職場環境の整備・社内文化醸成
- 経営・事業戦略に必要な人財の確保・育成
- 多様な人財の自律したキャリア形成支援と仕組みの整備



人的資本経営の実現に向けて

当社は、多様な人財がエンゲージメント高くキャリア形成できるWell-beingの実現を目指し、「中期経営計画 Act For SMILE COMPASS 2026」期間中には、人財マテリアリティ

への取り組みを通じて各種機能の統廃合による固定コスト削減、海外拡大に向けての人財プール化、海外・グループ企業管理強化という中期経営計画テーマを実現していきます。

多様な人財の確保・育成と自律したキャリア形成の支援

■ 人財育成方針

当社では、持続的な事業成長を実現するためには個々の継続した成長が不可欠と捉え、国籍や年齢などにかかわらず、すべての従業員が、アースグループのアースポリシー・バリューに共感しながら自律的にキャリア形成することを支援し、変化する事業環境下での挑戦を可能とする育成機会の提供に努めます。

■ DE&Iの推進

「人がすべて」という共通の価値観のもと、働く仲間の人権と多様性、個人の持つ能力や経験を尊重し、働きがいのある職場づくりを推進しています。多様性には、ジェンダー、人種や国籍、障がいの有無、年齢、性的指向・性自認、宗教・信条、価値観、キャリアや経験、働き方など様々な要素が含まれると捉えています。

■ 女性社員のさらなる活躍の推進と両立支援

2030年に女性管理職比率を30%以上とする目標に向けて、管理職候補者を対象としたキャリアを考える研修の実施などの取り組みを継続しています。両立支援施策にも力を入れ、ライフステージが変化しても働きやすい職場環境整備に取り組んでいます。また、育児休業取得も促進しており、2023年度の育児休業取得率は男女ともに100%を達成しました。



職場環境の整備

■ 職場環境整備方針

当社は、社員一人ひとりが独自の強みを十分に発揮し、活躍するためには、心身ともに健康であることが重要であると認識し、エンゲージメント高くwell-beingを実感しながら活躍できる職場環境の整備に積極的に取り組みます。

■ 従業員満足度

それぞれの施策の効果や人財と組織の状態を確認するために、2020年より従業員満足度調査を実施しています。2023年の総合満足度(現在の仕事・職場・上司・会社への総合的な満足度の平均点)は3.38/5(前年3.48)という結果となり、満足度の高い従業員がいる一方で、項目によってはそうでない従業員がいることも確認しています。今後は、意欲高く働く従業員が増えるよう、エンゲージメントサーベイを行い、従業員のモチベーション向上につながる施策を深化させていきます。

■ 人財育成と人財のプール化

自律した人財育成を目的として、従業員のモチベーションやキャリアアップ、知識と能力の向上を目指して、計画的に階層別研修や目的別研修を実施しています。今後はグローバル人財の受け入れ、育成にさらに力を入れ、事業貢献だけではなく、働く個々の継続成長へ寄与し、働く場として選ばれる企業を目指していきます。中期経営計画の重点方針の一つである「海外の売上高拡大」を達成するために、計画的な人財の採用と育成、要員計画の精緻化などを行い、海外事業の拡大に向けた人財のプール化も進めていきます。



チームラーニングによる英語研修の様子

■ チャレンジを応援する仕組みとキャリア形成の支援

従業員の評価にあたっては、上司とメンバーのコミュニケーションを重視しています。評価の透明性の確保と上司の説明責任を明確化し、納得して働ける環境づくりと、従業員の成長のサポートにつなげています。また、意欲ある従業員へのチャレンジする機会の提供、適材適所の人財配置、社内活性化を目的として、2019年から社内公募制度を実施しています。2023年12月末までに約20の部門で公募を実施しました。

■ 健康経営®の推進

従業員の健康管理を重要な経営課題と捉え、2019年にトップメッセージとして「アース健康宣言」を制定しました。従業員が健康でなければ企業に未来はないと考え、従業員とその家族が1日でも長く健康でいられるよう、健康経営を具体的に推進するために上席執行役員を責任者とする部署横断チーム「従業員と家族の健康を推進する委員会」を組織し、実務を執り行っています。各施策は戦略マップとKPIの検証に基づいて実行しています。各種健康セミナーや衛生講話などの情報発信や運動機会の提供、禁煙への取り組みや有給休暇取得の促進(2030年まで取得率70%以上継続が目標)などを行い、こうした活動が評価され、2021年から4年連続で「健康経営優良法人(ホワイト500)」に認定されています。



安心で快適な暮らしに貢献する製品・サービスの提供

アース製薬にとって、お客様目線に立った高品質で安心・安全な製品・サービスを提供し続けることが最も重要な社会的責任です。当社は、この社会的責任を確実に果たしていくことが、企業価値を保全・向上させるための絶対条件であり、当社の企業価値を形成する礎であると認識しています。

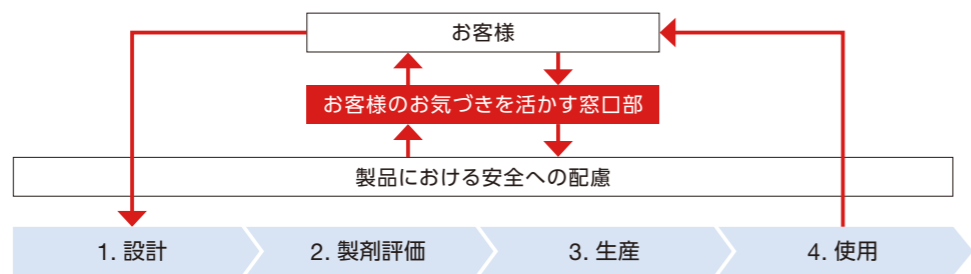
マテリアリティ (重要課題)	重点テーマと主な施策	KPI	2023年度の実績	2023年度の評価
安心で快適な暮らしに貢献する製品・サービスの提供	•お客様の満足と信頼を損ねる品質重大事故をゼロにするため、自社工場、製造委託先工場の定期品質監査実施率を向上させます。	定期品質監査実施率 100%を維持 (2023年、2026年、2030年)	100%	○
	•関連法令を遵守し、違反につながる重大事故をゼロにするため、教育訓練年間計画の実施率を向上させます。	教育訓練の実施率 100%を維持 (2023年、2026年、2030年)	100%	○

※ ○:計画通り ▲:遅れあり

基本的な考え方と推進体制

アース製薬では、お客様満足度の向上と信頼を守るために、お客様目線での品質を保証しています。関連法令の遵守はもとより、安心・安全な製品やサービスを提供するために、アース製薬独自の「品質マネジメントシステム」の考え方に基づき、品質に関する各国・各地の情報を把握し、製品の品質向上を

図ります。経営理念に基づき、製品開発、資材調達、生産、物流、販売、お客様とのコミュニケーションのバリューチェーン全体で、お客様に安心・安全な製品やサービスをお届けすることを追求しています。



1.設計	2.製剤評価	3.生産	4.使用
<p>お客様が実際に使用される状況を想定し、空気中の濃度の測定を独自に行うことで、適正な成分を適量使用し、効力と安全性を確保した設計を行っています。</p>	<p>何種類にもわたる毒性試験を実施し、安全性を担保しています。また薬機法、毒劇法など、各種法律*を遵守しています。</p>	<p>設計品質に基づき工程規格の設定を行います。その規格に対して試験を行い、合格した製品を出荷することで安全品質を保証します。</p>	<p>分かりやすい表示や誤使用防止機能などの製品説明を記載し、安全への配慮を行っています。ご家庭におけるお子様の誤使用を防止するための機能を設けています。</p>

*薬機法(旧薬事法)、毒物及び劇物取締法、化学物質審査規制法、化学物質排出把握管理促進法、高圧ガス保安法など

アース製薬の研究開発

■ 研究開発方針

アース製薬では「お客様目線」を重視し、有用な技術や素材を「誰のために」「どう使うか」を中心に研究開発を進めています。お客様自身も気づいていない日常生活の課題や不満を見つけ出し、独創的な製品によってお客様の生活習慣に変化をもたらす、社会の役に立つ製品を生み出し続けます。

「お客様のお気づきを活かす窓口部」から発信される「お客様のお気づき」は、開発・改良の重要なヒントとなっており、関

連部署がその部門視点で調査活用できるようにテキストマイニング・システムの普及を行っています。

■ 共同開発に関する取り組み

アース製薬では、害虫忌避を目的とし、各企業と共同で研究・開発を行っています。付加機能製品化を目指し、当社がこれまで培ってきた技術を応用し、各企業の皆様とともに、より良い環境と製品の創造を目指します。

■ 知的財産に関する考え方

研究開発で得られた成果を積極的に権利化することで競争優位性の確保に努めています。また、自社にとって有益な特許や意匠といった権利の維持、活用に取り組んでおり、2023年度は特許登録を44件行いました。

品質保証体制

法令に基づいた試験項目および製品機能に合わせた試験を実施しています。一度に大量の試験検体を有機溶剤・試薬で処理するものについては、試験の信頼性・業務の効率化・試験従事者の安全性を確保するため、処理作業の自動化を目指しています。

工場の衛生管理については、アース環境サービスのノウハウを活かした防虫・防鼠対策を実施しています。ネット帽の着

特許登録件数(2019年~2023年)

登録年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
登録件数	23	33	34	46	44

※登録基準日、日本のみ

用、粘着シートの活用、その場所にふさわしい服装への更衣などに加え、生産ラインでは目視検査やカメラ検査装置・金属検出器などを利用して異物検査を行っています。

さらに、QC(品質管理)勉強会や品質監査報告会などを通して工場と品質保証部門が連携することで、品質向上への取り組みを強化しています。

地域との連携による社会への貢献

■ 虫媒介感染症予防の推進

物流や人々の移動のグローバル化に伴い、熱帯地域の感染症も全世界へのリスク拡大が進んでいます。アース製薬では、グローバルな保健衛生問題である虫媒介感染症(マラリア、デング熱等)の予防に、当社の知見や技術、製品を積極的に活かしています。

■ 包括連携協定とフェーズフリーな商品の活用

虫媒介感染症対策や口腔衛生、除菌・消臭等のノウハウや、最新の技術を自治体に提供し、地域の課題解決に役立ていただくため、都道府県11件、特別区2件、市4件(2024年4月1日時点)の計17件と連携協定を締結しています。当社が開発する、災害時にも安心して使用できるフェーズフリーな商品

の提供による災害時における被災者の支援などを通して、社会課題の解決に取り組み、地域の人々と地域社会の持続的で健全な発展に貢献します。

■ 教育機関への虫の提供

研究部で飼育している100種類以上の昆虫類を、研究機関や学校の教育プログラムなどに教材として提供することで、科学の発展や人材育成に貢献しています。毎年、大学の研究室や高校・中学校の生物部等にクロゴキブリやチャバネゴキブリ、ヒトスジシマカなどの衛生害虫を中心に多数の飼育昆虫を提供し、研究や実験、授業、展示、写真撮影など、さまざまな用途に使用していただいています。2023年度で、23機関に昆虫5,123匹を譲渡しました。

Voice 従業員のコメント

お客様の声を品質改善に活かす

「お客様のお気づきを活かす窓口部」は、エンドユーザーであるお客様とのエンゲージメントの窓口です。年間約9万件のお問い合わせのうち、虫に関するものが65%ほどを占め、直接うかがったお客様のお困りごとを、当部からは「お客様のお気づき」として年報や月報、イントラサイトで社内に発信しています。お客様とのやり取りを通じて製品の使いづらさに気づくことも多く、「お客様のお気づき検討会*」などの会議で改善案の提案・実行を直接関連部署に働きかけています。最近では「ごきぶりホイホイ」の使いにくさを理解してもらうために、当部からの働きかけで経営陣に実際に組み立ててもらい、リニューアルが決定したこともありました。

当部からの一つの案件の発信が、幅広い階層の社員が「お客様目線」を意識することにつながっており、「お客様目線による市場創造」の実現に向けて大きく寄与しています。

※社団法人 消費者関連専門家会議 (ACAP) が望ましいとする経営トップの関与した会議。



お客様のお気づきを活かす窓口部 副部長
川人 展子

特集 日本発の革新的酸化制御技術 「MA-Tシステム®」事業の推進で感染症トータルケアカンパニーへ

アース製薬は、さらなる感染症対策ソリューションを提供できる感染症トータルケアカンパニーを目指しています。その経験と知見を活かし、日本発の革新的技術である「MA-Tシステム®」の普及を通して、世界規模で喫緊の課題となっている感染症対策への貢献を目指しています。

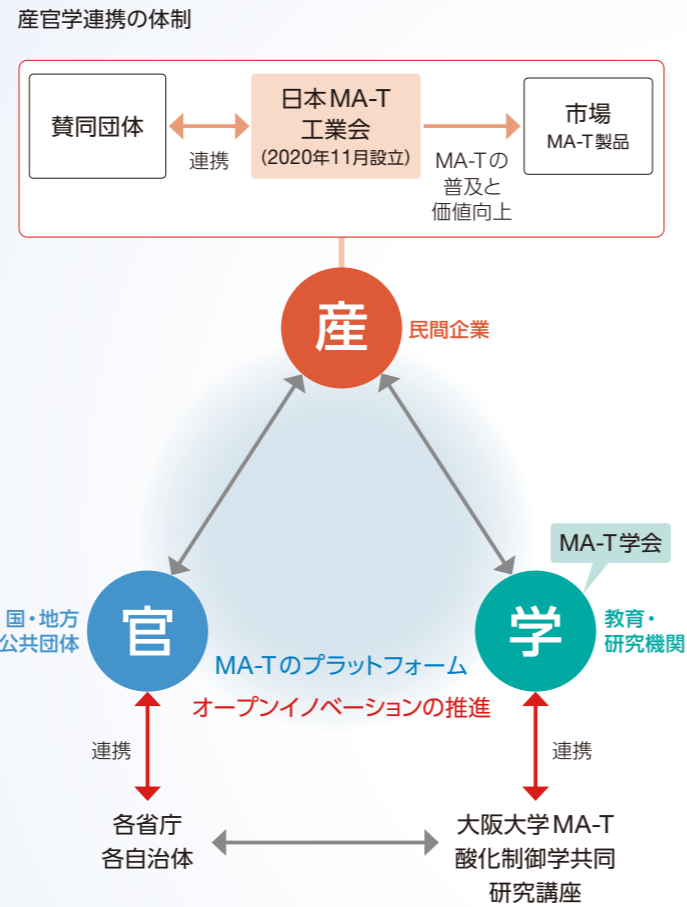
幅広い活用が期待される「MA-Tシステム®」

■ 「MA-Tシステム®」とは

「MA-Tシステム®(MA-T)」とは、Matching Transformation System®の略で、日本発の革新的技術である酸化制御の仕組み(システム)です。活性化の強弱を制御することで、ウイルスの不活化、種々の菌(細菌)の除菌など、広範な応用展開が可能です。また、活性度を制御することで高難度の化学反応の開拓や高分子の高機能化やデバイスへの応用、農業・医薬品への応用など、幅広い活用を想定しています。アース製薬のミッションは、MA-Tシステム®の社会的信用向上や、その仕組みを広く社会に伝えることだと考えています。

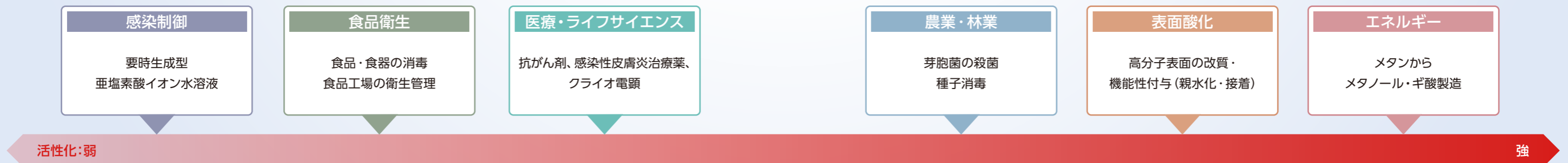
■ 日本MA-T工業会の活動

一般社団法人日本MA-T工業会は、MA-Tシステム®の産業創造による経済効果や社会課題解決の可能性を探ることを目的としたオープンイノベーションのプラットフォームです。日本MA-T工業会には、各分野のトップ企業を含む104社、賛同団体12団体(2024年3月末現在)が参画しています。アース製薬は、虫ケア用品の正しい知識の普及や、虫を媒介とした感染症患者を減らすべく世界各地で活動してきた経験と知見を活かし、同工業会の活動を通じてMA-Tシステム®の社会的信用向上に努め、世界規模で喫緊の課題となっている感染症対策に貢献しています。



活性化レベルの違いで応用展開が異なる「MA-Tシステム®」

活性化の強弱を制御することで広範な応用展開が可能



MA-Tシステム® 活用に向けた今後の取り組み

MA-Tシステム®は活性化レベルの違いで応用展開が異なり、感染制御分野からエネルギー分野まで、さまざまな分野での展開が期待されています。現在、感染制御分野での活用が先行しており、アース製薬ではMA-Tシステム®を活用した除菌消臭剤「Aqua Create Deo」や口腔ケア用品「MA-Tマウスクリーンジェル」や「N.actオーラルリムーバルジェル」を開発・販売しています。MA-Tシステム®は、ほぼ水に近い状態で、必要時に必要な分のみ水性ラジカルが反応し、ウイルスや菌が存在するときだけ姿を変えて攻撃・分解し、効果を発揮します。安全性と高い効果の両立は、MA-Tシステム®の最大の特長であり、そのメカニズムを採用した製品は、国内航空会社や病院・歯科医院・介護施設・自治体・プロ野球球団・劇団・遊園地・ホテル・ゴルフ場などで活用されています。

また、MA-Tシステム®は、抗がん剤をはじめさまざまな医薬品開発にも可能性を秘めており、大阪大学発ベンチャー「株

式会社 HOIST」は、MA-Tシステム®を活用した膀胱がん治療薬の開発を目指しています。表面酸化分野では、電子工業分野や創薬、ライフサイエンスなど、多岐にわたる産業で活用・応用されることが期待されています。MA-Tシステム®は光で活性化が最強になることが確認されており、大阪大学MA-T酸化制御学共同研究講座にて取り組み推進中です。エネルギー分野においては、MA-Tシステム®を用いて空気とメタンからメタノールを合成することに成功しています。この反応ではCO₂の排出がないため、脱炭素社会の実現に向けて早期の実用化に向けた取り組みを進めています。これらのMA-Tシステム®に関する基本特許を保持するアース製薬はMA-Tシステム®の社会実装に向けて、幅広い業界・企業の皆様とオープンイノベーションの取り組みを進めていきます。

詳細は日本MA-T工業会のウェブサイトをご覧ください。
<https://matjapan.jp/>

TOPICS 内閣府『第6回日本オープンイノベーション大賞』内閣総理大臣賞を受賞

アース製薬は、日本MA-T工業会、国立大学法人大阪大学などと共同で進める「MA-Tシステム®」の取り組みにおいて、内閣府による『第6回日本オープンイノベーション大賞』の内閣総理大臣賞を受賞しました。今回の受賞は、広範な社会実装が期待できる酸化制御技術「MA-Tシステム®」によるオープンイノベーションの推進や産学連携の取り組みが評価されたことによるものです。当社が主導的な役割を担い、「MA-Tシステム®」の社会実装や事業化促進に向けて、日本MA-T工業会とライセンスプラットフォームの構築を推進していきます。



2024年2月14日に開催された表彰式の受賞者による集合写真。アース製薬株式会社 代表取締役社長CEO 川端克宜(写真前列左から3人目)、高市早苗衆議院議員 内閣府特命担当大臣(写真前列左から4人目)

気候変動への対応

世界的に最も深刻な環境問題である気候変動の緩和とその適応は、中長期的に当社の事業の継続や拡大、そしてバリューチェーン全般に影響を及ぼす可能性があります。気候変動による平均気温の上昇や異常気象の激甚化などへの対応は、中長期的な企業価値に関わる経営課題であると認識しています。

マテリアリティ (重要課題)	重点テーマと主な施策	KPI	2023年度の実績	2023年度の評価
気候変動への対応	CO ₂ 排出量を削減します。	CO₂排出量削減 2020年度比で (Scope1,2)	29.8%削減	○
	電力の再生可能エネルギー化を進めます。	再生可能エネルギー化 ・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)	工場の再エネ化完了 (再エネ率56.3%)	○(△)

*テナントオフィスを除く ※ ○:計画通り △:遅れあり

基本的な考え方と推進体制

アース製菓は、「^{いのち}生命と暮らしに寄り添い、地球との共生を実現する」ことを目指す企業として、地球環境と調和した事業活動を行っています。代表取締役社長 CEO が CSR サステナビリティ推進委員会の委員長として、気候変動対応に関する方針策定、戦略立案、進捗状況についての管理・監督等の直接

的な責任を負っています。CSR サステナビリティ推進委員会で協議された内容や活動状況は定期的に経営層へ報告され、経営層による検討・意思決定が必要な重要事項については取締役会にて報告・検討されています。

第三者検証

「脱炭素社会の実現」に向けて、サプライチェーン全体の温室効果ガス排出量を把握することの重要性をアースグループ全体で認識しています。2023年度はアースグループ全体における GHG 排出量 (Scope1,2,3) の可視化を行い、さらに正確性を担保するため第三者検証を受けました。今後も気候変動対応をより強化し、当社グループの GHG 排出量を開示するとともに、カーボンフットプリント算定、排出量削減に向けた取り組みを実施していきます。



TCFD 提言に基づく情報開示

気候変動は、アース製菓にとつてリスクであると同時に、新たな収益機会につながる重要な経営課題です。気候変動への取り組みを積極的・能動的に行うことは、中長期的な当社の企業価値向上につながると考え、ステークホルダーと適切に協働し、当社のみならず社会全体に利益をもたらすことを目指します。当社は気候変動関連の財務情報開示の重要性を認識し、2022年にTCFD提言への賛同を表明し、TCFD提言に即した情報開示を行っています。



ガバナンス

気候変動関連事項のうち、重要事項については、代表取締役社長 CEO が取締役会に報告し、取締役会は、自社の戦略・事業計画やリスクマネジメント方針等の見直し・指示にあたり、コーポレートガバナンス推進委員会への諮問を経て、気候変動関連事項を考慮しています。また、気候変動関連事項に対処するための指標と目標に対する進捗状況について代表取締役社長 CEO が取締役会へ報告することで、取締役会による適切な監督が行えるよう体制を整えています。

■ 戦略

脱炭素への取り組みが進んだ1.5℃のシナリオと現状のまま社会が進んだ場合の現行(4℃)のシナリオをそれぞれ分析し、2030年における事業インパクト評価を行いました。シナリオ

分析により抽出された機会とリスクについて、財務インパクトやリスクへの対応策と機会実現策、アクションの方向性を定めています。

リスクと機会、財務インパクト (当社事業に与える影響度が「大」となる主な要因と対応)

分類	シナリオ	内容	指標	影響を受ける期間	対応
機会	4℃	気温上昇 当社の主要ビジネスである虫ケア用品への需要増および販売期間の長期化に伴う市場規模の拡大	売上高増加	短期 中期 長期	虫ケア用品 (活動) ・販売機会ロスの低減と資本効率の向上を両立する適正な在庫管理体制の構築 ・原材料・梱包材の安定調達のため、国内外問わず新規調達先の開拓を進め、複数購買体制を確立
		気温上昇 公衆衛生環境が整っていない地域において菌・パクトリアの増加による感染症が深刻化した場合、感染症リスクを解消する方法として当社技術の MA-T システム®を用いた製品が有効	売上高増加	短期 中期 長期	MA-T システム®適用製品 ・日本における社会実装を推進し、除菌市場でのブランド・商品認知を図る
機会	1.5℃	消費者の脱炭素意識 当社製品が環境に配慮したサステナブルなブランドとして認知拡大されていくことで、当社のブランド価値が向上し販売額が拡大	売上高増加	短期 中期 長期	以下の活動を行うことで、環境に配慮したサステナブルな企業としてブランド価値を向上 (活動) ・サーキュラーエコノミーへの賛同 ・植物由来などサステナブル原材料調達の加速 ・CO ₂ 排出量削減のためのリユースまたはリサイクル可能な容器への移行 ・ウォーターフットプリント低減への取り組み プラスチック ・容器や包装資材など製品当りに使用されるプラスチック量を削減 ・サプライチェーンの取り組みとして商品のボトルなどプラスチックのリサイクルを検討
リスク		パーム油需給バランス パーム油由来の原材料高騰による売上原価の上昇や、原材料不足による当社製品の供給不足	売上高減少 コスト増加	短期 中期 長期	・パーム油由来の原材料の安定調達に向けて、需給のひっ迫が想定される原材料の予定購買を実施するとともに、複数購買体制をとりながら国内外問わず調達先の開拓を推進 ・パーム油由来の原材料の使用量低減、品質基準に見合った代替原材料の発掘に向けた研究開発・処方変更を検討

(シナリオ分析の前提条件) 分析対象:アース製菓単体
分析範囲:原料調達を含めたサプライチェーン全体
時間軸:短期=1年(単年度計画と同期間) 中期=3年(中期経営計画と同期間) 長期=2030年(日本のNDCにおける中期目標と同期間)

🌐 シナリオ分析について詳細は当社ウェブサイトをご覧ください。
<https://corp.earth.jp/jp/sustainability/environment/tcfd/index.html>

■ リスクマネジメント

特定した気候変動関連のリスク・機会への対応方法および優先順位の策定にあたっては、CSR サステナビリティ推進部を中心に関連部署と連携し、それぞれ軽減・移転・受入・制御といった対応を検討します。またその検討結果は、経営戦略本部が代表取締役社長 CEO へ報告し、最終的に取締役会において決定されます。

■ 指標と目標

温室効果ガス排出量の削減に向けて、2030年の CO₂ 排出量と再生可能エネルギー比率について下記の目標を定めています。

指標と目標

	指標	目標	目標年
目標1	Scope1・2排出量 (エネルギー起源)	2020年度比 46%削減	2030年
目標2	再生可能エネルギー比率	電力全体の95%	2030年

地球環境問題への配慮

世界規模での環境汚染および資源不足の問題は、アース製菓の事業の持続可能性に直結する課題です。原材料調達から製品設計、調達、生産、使用、廃棄にいたるバリューチェーン全体で資源の有効活用と廃棄物削減に向けた当社の取り組みは、各段階における事業リスクの軽減のみならず、企業価値の向上と循環型社会の形成に貢献すると認識しています。

マテリアリティ (重要課題)	重点テーマと主な施策	KPI	2023年度の実績	2023年度の評価
地球環境問題への配慮	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	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	○
	<ul style="list-style-type: none"> 循環型社会を目指し、資源を有効に活用します。 	工場・研究所からの産業廃棄物等のゼロエミッション 2020年比で <ul style="list-style-type: none"> 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) 	調査見直し実施 最終処分率: 1.1%	○
	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<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、2030年) 	アースECO基準の設定	○

※ ○:計画通り ▲:遅れあり

基本的な考え方と推進体制

アース製菓は、あらゆる事業活動において地球環境問題に配慮し、環境負荷低減に貢献するため、水などの資源の使用量削減や循環、有効利用を実践し、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ています。

「アース製菓環境基本方針」に基づき、環境負荷の低減や循

環型社会の形成に向けて、製品開発、資材調達、生産、物流、販売のバリューチェーン全体で、地球温暖化防止、省資源、廃棄物削減、化学物質の削減や適正管理などに取り組んでいます。また、国内全事業所において環境省策定の環境マネジメントシステム「エコアクション21」の認証登録を受けています。

バリューチェーンを通じた環境負荷の低減

■ チーム横断型プロジェクトチームで環境配慮素材を研究

研究部では虫ケア、入浴剤、オーラルケア、海外製品など様々な研究チームのメンバーが集まって環境対応包材に関するプロジェクトチームを結成し、活動しています。環境対応包材の情報を集め、試作品の評価を実施するなど、活発に情報共有を行い、新たな製品開発に取り組んでいます。

■ 環境に配慮した製品開発

製品のライフサイクル全体での環境負荷低減を意識した3R [(Reduce (減量)、Reuse (再利用)、Recycle (循環処理))] の視点での製品開発に取り組んでいます。容器の形状の工夫などでこれまでに90アイテムの減容化を行い、2023年は、変更前のプラスチック使用量と比較して約346tの使用量を削減しました。また、詰め替え用製品の展開や再生プラスチック・再生紙の使用も推進しています。



トイレのスクリーミー!

■ アースECO基準の策定

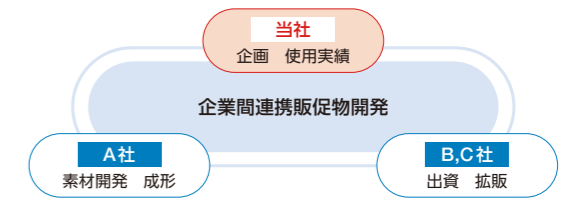
サステナブルな環境の取り組みに向け、環境配慮型の商品づくりを推進するため独自の環境基準「アースECO基準」を定めました。SDGsにおける17の目標のうち環境や製造に関連した6項目の達成を念頭に置いて設計されています。アースECO基準を満たす製品には「Act For ECO マーク」を表示し、環境に優しい製品であることを示しています。

アースECO基準 <https://corp.earth.jp/sustainability/environment/eco/index.html>

■ 企業間連携によるサステナブル販促物の開発

製品を吊り下げるハンガーディスプレイのフックに使われているプラスチック量を削減する取り組みを行っています。紙製のフックでは強度に課題があり、強度を維持したままプラスチック量を削減することが課題でした。A社が持つプラスチックに異素材を混ぜるフリーブレンドと呼ばれる技術により、プラスチック素材の51%をホタテの貝殻粉末に置換したフックを開発し、B、C社からは販売面での協力を受け、4社の連携を通

じて、ホタテの貝殻粉末を使った強度が高く環境に配慮したフックが誕生しました。当社が企画した環境に配慮した販促物を他社にも使用していただくことが、社会全体のプラスチック使用量の削減や、省資源、資源の有効活用、省廃棄、廃棄の分別、運搬時の効率向上につながると考えています。



水使用量の削減と循環

洗口液「モンダミン」や芳香剤「スッキーリ」など原材料として水を使用するほか、多くの生産ラインで品目切り替え時の洗浄作業で水を使用します。衛生面はもちろん、コンタミネーション(汚染)防止のため、生産ラインの徹底洗浄は欠かせませんが、日々の研究と改善に取り組み、水の使用量を削減しています。エアーによる洗浄や生産計画の最適化による洗浄回数の削減などを通して、水の使用効率を上げています。

水源別取水量

施設名	対象範囲	単位	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
上水	工場、研究所、本社	千m ³	93.2	103.4	97.5	101.6	98.0
地下水	工場、研究所、本社	千m ³	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
工業用水	工場、研究所、本社	千m ³	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	工場、研究所、本社	千m ³	93.2	103.4	97.5	101.6	98.0

生物多様性

アース製菓は、2023年11月に「生物多様性方針」を策定しました。生物多様性が経営上の課題の一つであり、それを保全することが地球(社会全体)と当社にとって長期的な利益になることを認識しています。生物多様性の損失を防ぐため、経営理念に基づき、当社およびサプライチェーン全体で生物多様性の保全とその持続可能な利用に向けて、ステークホルダーと協力しながら自然環境の保護や外来生物の対策、昆虫種の保存に取り組んでいます。

■ TNFD提言への賛同

TNFD(自然関連財務情報開示タスクフォース)の考え方に賛同し、TNFDフォーラムに参画しました。TNFDフォーラムは、自然資本や生物多様性におけるリスクや機会を評価し、開示するための枠組みを構築する国際的な団体で、TNFDのビジョンとミッションを共有し、サポートする組織です。TNFDフォーラムへ参画することで、世界的な課題である生物多様性保全に貢献していきます。

■ 参画団体

第三次生物多様性国家戦略では企業の参画が求められており、生物多様性の保全活動に積極的に取り組む企業として当社は関連イニシアチブに加盟し、国内外の生物多様性の保全に貢献することを目指しています。



生物多様性の保全について詳しくは当社ウェブサイトをご覧ください。
<https://corp.earth.jp/sustainability/environment/biodiversity/index.html>

持続可能な調達の推進

アース製薬は、すべてのお取引先様とのパートナーシップを構築し、公正・公平で倫理的な関係を保ちながら人権・安全衛生・環境に配慮した調達を推進することが、当社の企業価値創造につながるとともに社会全体の持続可能な発展に貢献すると考えています。お取引先様との連携により、サステナブル調達を実行していきます。

マテリアリティ(重要課題)	重点テーマと主な施策	KPI	2023年度の実績	2023年度の評価
持続可能な調達の推進	<ul style="list-style-type: none"> 環境などに配慮した製品包装材の調達を推進します。 	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) 	11.45%	○

※ ○:計画通り △:遅れあり

基本的な考え方、推進体制

アース製薬は、お取引先様とともに、社会全体の持続可能な発展に貢献することを目的に、「アースグループグローバル行動指針」を掲げ、サステナブル調達に取り組んでいます。近年の動向や国際社会の要請などに鑑み、2017年に制定したアースCSR調達ガイドラインを2020年8月に改定、その後サ

ステナブル調達ガイドラインへと改名しました。2023年8月にはサプライヤー行動規範を制定し、「お取引先様へのお願い」としてすべてのお取引先様へ周知を行っています。

🌐 お取引先様へのお願い https://corp.earth.jp/jp/sustainability/society/supply_chain/pdf/code.pdf

調達方針

- アース製薬は、全てのお取引先様に対し公正・公平で倫理的な関係を保ちながら、人権・安全衛生・環境に配慮した購買を行います。
- アース製薬は、お取引先様との信頼に基づいたパートナーシップを構築し、相互で持続的に成長しながら、社会との共生を目指します。

サステナブル調達ガイドライン

- 購買:法令・規範遵守** 私たちは、国内外の法令・国際的条約や社会規範を遵守し、企業倫理に基づいた購買を行います。
- 購買:製品の安全性・品質** 私たちは、製品の安全性と品質を確保するため、要求品質を満たす原材料の購買を行います。
- 購買:公正取引** 私たちは、全てのお取引先様に対して公平に窓口を開き、公正な購買を行います。
- 情報セキュリティ** 私たちは、調達活動に関わる秘密情報・個人情報厳格に管理します。
- サステナビリティへの取り組み** 私たちは、お取引先様とともに、人権擁護(差別禁止・長時間労働の排除等)・労働安全衛生・環境保全への取り組みを推進します。
- 得意先との信頼関係** 私たちは、お取引先様との信頼関係を構築し、相互の成長を目指した持続可能な取り組みを行います。

人権への取り組み

■ 国連グローバル・コンパクトへの賛同

2021年5月、アース製薬は国際連合が提唱する「国連グローバル・コンパクト」(UNGC)に署名し、参加企業として登録されました。UNGCは、各企業・団体が責任ある創造的なリーダーシップを発揮することによって、社会の良き一員として行動し、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組みです。UNGCが定める4分野(人権、労働、環境、腐敗防止)10原則に賛同し、その実現に向けて努力を継続していきます。



■ 人権方針

基本的人権を尊重し、人権尊重の取り組みを推進するため、2023年12月に、「アースグループ人権方針」を定めました。企業活動を行ううえで人権の尊重は不可欠であり、すべての

企業が果たすべき責任です。すべての役員・従業員が守るべき規範としてこれを徹底するよう努めます。また、サプライチェーンを含む当社の事業活動に関係するすべての人々の人権リスクを低減するため、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、人権を尊重するための取り組みを継続・推進します。さらに、「アースグループグローバル行動指針」に基づく行動を実践することで、事業活動を通じて生じる人権課題に対して、自らが人権侵害をしないことに加え、ステークホルダーによる人権侵害を助長しないよう、人権尊重の責任を果たします。

今後、潜在的な影響を含め、事業活動を進める上で顕在化した人権への負の影響を特定、評価、防止、軽減するために、人権デューデリジェンスなど、実効性のあるプロセスを策定実施するよう努めます。

🌐 アースグループ人権方針 https://corp.earth.jp/jp/sustainability/materiality-human-capital/pdf/human_rights_policy.pdf

健全なバリューチェーンの構築

継続的に高品質な製品やサービスをお客様に届けるためには、バリューチェーンにかかわる、様々なお取引先様との密接な連携が不可欠です。アース製薬では、お取引先様との信頼関係に基づくパートナーシップを構築し、環境や社会に配慮したバリューチェーンを確立し、安心・安全な製品やサービスを提供することで、相互の持続的な成長を実現します。

■ 安定的な物流の確保

トラックドライバーの不足や物流の2024年問題による輸送能力の低下といった社会課題への対応として、グループ会社である大塚倉庫の共通プラットフォームに参画し、物流の効率化を図つ

ています。倉庫や車両、ドライバーを共通化し、相性のいい商品を組み合わせることで配送時期や重量などの「ムラ」を抑え、車両の積載スペースや倉庫の保管スペース、ドライバーの人員を効率的に利用することにより、安定運用を実現しています。

バリューチェーン



お取引先様への周知活動

お取引先様には、自身の取り組み状況の再認識と継続的な改善・向上のために、CSRセルフ・アセスメント質問表への回答を依頼しています。この活動は2017年より実施し、2023年12月現在では、お取引先様202社中182社の原材料メーカー・生産委託先から回答を得ています。

これらのCSRセルフ・アセスメント質問表の回答・集計結果をもとに、個別面談などでお取引先様と結果を共有し、社会全体の持続可能な発展の貢献に努めています。今後も新規お取引先様に対しこの活動を継続していくとともに、間接的な取引先様に関しても同ガイドラインの主旨に沿った原材料の調達を進めていきます。

CSRセルフ・アセスメントの回答集計結果(2023年12月現在)

項目	得点率分布				
	A(100~80点)	B(79~60点)	C(59~40点)	D(39~20点)	E(19~0点)
コーポレートガバナンス	59%	24%	11%	6%	0%
人権	53%	25%	13%	10%	0%
労働	73%	17%	7%	3%	0%
環境	66%	17%	9%	8%	1%
公正な企業活動	60%	23%	11%	5%	0%
品質・安全性	78%	16%	3%	3%	0%
情報セキュリティ	71%	19%	7%	3%	0%
サプライチェーン	45%	32%	11%	11%	0%
地域社会	58%	25%	9%	7%	1%

環境に配慮した調達

当社では、容器や包装材をはじめとする省資源化や、外部環境に配慮した製品開発および調達をしています。調達ではマテリアリティの「持続可能な調達の推進」において、森林認証紙の使用率を目標に掲げています。「バスロマン」の紙缶をすべてFSC®認証紙(適切に管理されていると認められた森林から生産された木材や、適切な森林資源の使用につながるその他の原材料を使用して作られた紙)に変更し、その他の紙製の包材にも順次拡大しています。また生産現場では、受け

入れた原料の包装資材の廃棄削減を目指し、さまざまな原料荷姿の仕様変更を行っています。例えば「ブラックキャップ」用ピローフィルム*の荷姿を再検討し、パレット上で片段シート(底面・外周)やストレッチフィルム、ストretchフィルムで対応することにより、包装に使用されていた段ボール使用量の大幅な削減が可能となりました。

*ピローフィルム:ブラックキャップ内の製品を覆っている袋の材料

コーポレート・ガバナンス

アース製薬は、価値ある製品・サービスの提供によって市場の創造・活性化を図るため、迅速な経営の意思決定、業務執行の監視・監督、コンプライアンスの徹底、適時・適切な情報開示などを行うために、継続的なコーポレート・ガバナンスの強化を重視しています。ステークホルダーの皆様から価値ある企業として信頼を得ることに努めます。

マテリアリティ (重要課題)
経営基盤の強化

コーポレート・ガバナンスの進化

アース製薬は、持続的な成長と企業価値の向上のためには、透明性・客観性があり、迅速な意思決定を行う仕組みが不可欠だと考えています。経営環境の変化に機動的に対応し、迅

速な意思決定と経営における役割と責任の明確化を図るため、取締役の定員数を10名以下(現在は9名)、取締役の任期を1年としているほか、執行役員制度を導入しています。

コーポレート・ガバナンス強化の取り組み

2015年	独立社外取締役1名選任
2016年	「コーポレートガバナンス・ガイドライン」を制定
2018年	執行役員制度導入
2021年	経営体制強化のため社内取締役1名増員

2022年	女性取締役1名選任 社内取締役1名減、社外取締役1名増、 社外取締役比率33.3% 指名報酬委員会を設置 取締役会スキル・マトリックス公表
2024年	社内取締役1名減、社外取締役1名増 取締役会の社外取締役比率44.4%、女性比率33.3%

コーポレート・ガバナンス体制

当社は、コーポレート・ガバナンスの体制として監査役会設置会社を選択しています。取締役会や戦略協議会をはじめとした重要会議体において、迅速かつ適切に経営の意思決定を行うことに加え、社外取締役および監査役が、第三者的な観点から適切な助言・意見をするなど、監視・監督体制の強化を図っています。また、監査役会と内部監査部門である監査部ならびに会計監査人の密接な連携により、業務執行や会計等の状況を詳細に把握していることなどを総合的に勘案し、コーポレート・ガバナンスの有効性を十分に担保できるものと考え、現状の体制を採用しています。

■ 取締役会

取締役会は原則月1回開催されます。議論を活発かつ有効に行うため、取締役の員数の上限を10名と定め、取締役会での決議の独立性・客観性の確保に鑑み、複数名の独立社外役員を配しており、取締役の総員の3分の1以上(2024年度から4名)を独立社外取締役が占める体制としています。独立社外取締役は、独立した立場から自らの持つ幅広い見識や豊富な

経験をもとに、中長期的な企業価値の向上に資するよう、経営戦略等に対する的確な助言を行います。また、取締役会における重要な意思決定を通じた経営の監督、客観的な判断に基づく利益相反の監督等を行っています。

取締役会は、中期経営計画をコミットメントと捉え、年度計画を含め、計画未達成となった場合は原因分析を行い、分析内容を次期以降の計画に反映させる責務を負います。また、内部統制を有効に機能させることや、取締役や執行役員からの提案に対し、客観的な立場から適切な検討等を行っています。取締役会の審議項目数は、重要性を踏まえて適切に設定し、各議案の審議時間の十分な確保に努めています。

■ 監査役会

監査役会は3名(うち社外監査役は2名)で構成され、監査方針と年度監査計画に基づき、当社主要事業所および内外子会社への往査等を通じて業務監査を実施しています。また、定期的にと取締役会およびその他の重要会議への出席を通して組織的運営体制の監視を行っています。監査上の重要課題等

については、代表取締役社長をはじめとした取締役との面談により、意見交換を行っています。

監査役会は内部監査を行う監査部と相互に連携するとともに、会計監査人と定期的に会合を設けて、積極的に情報交換を行うなど緊密に連携し、監査の実効性を高めています。

■ 指名報酬委員会

指名報酬委員会は、社外取締役、代表取締役社長および社内取締役(うち独立社外取締役の人数が過半数)で構成しています。取締役の選任・解任や報酬、後継者計画に関する事項等については指名報酬委員会の諮問を経ることとするなど、重

要な事項に関する検討に際しては、説明責任を果たせるよう透明性・客観性の確保に努めています。

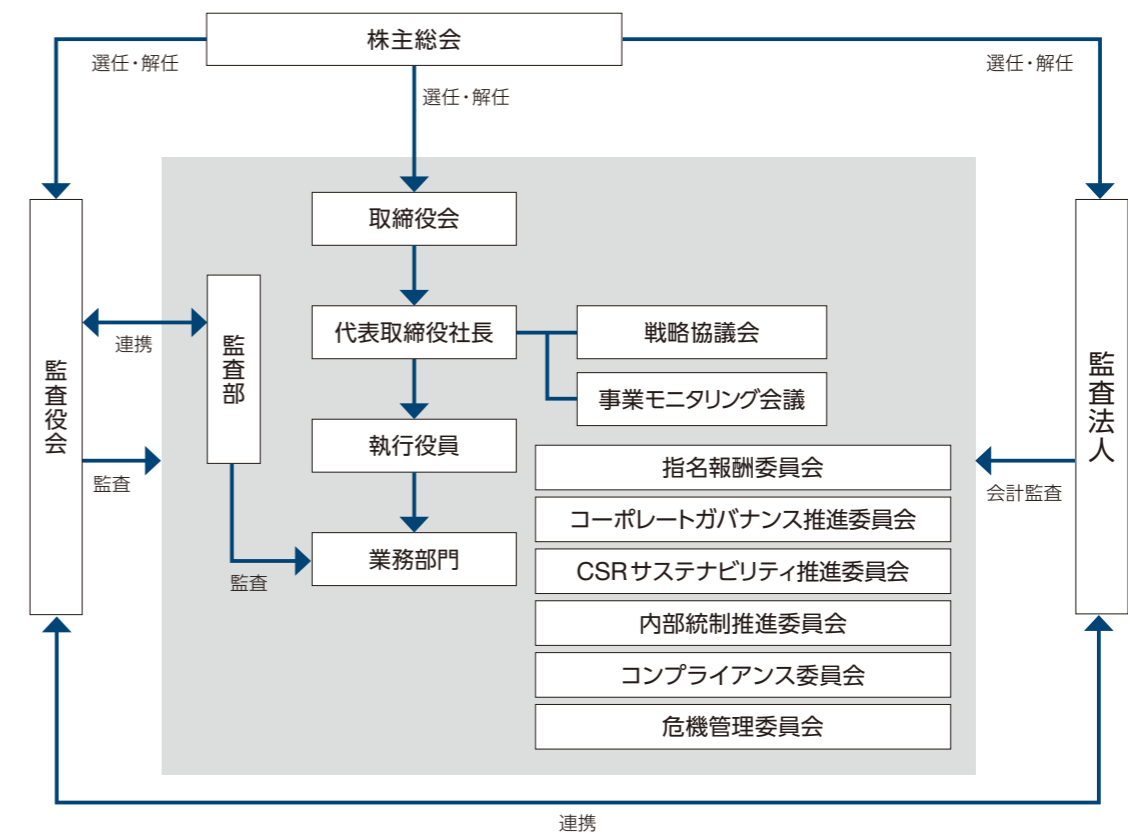
■ 執行役員

当社は執行役員制度を採用し、経営における役割と責任の明確化と、計画実行におけるスピードの向上を図っています。代表取締役社長が主催し、社長から指名された執行役員からなる「戦略協議会」では、取締役会に上程する事項について事前審議を行うほか、社長決裁事項のうち特に経営上の重要事項について審議する体制とし、適切な意思決定を行っています。

取締役会・諮問機関などの2023年開催実績

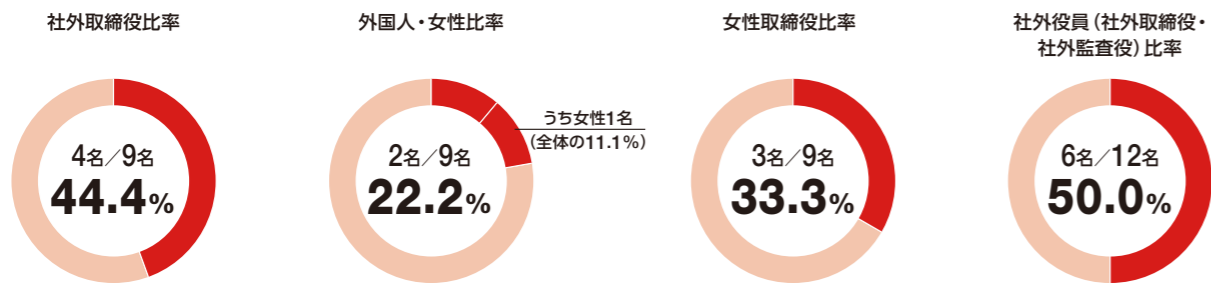
	開催回数	議題数	報告数	出席率(社内役員)	出席率(社外役員)
取締役会	12	34	55	100%	100%
監査役会	12	9	11	100%	96%
指名報酬委員会	2	4	0	75%	100%

コーポレート・ガバナンス体制図



コーポレート・ガバナンス

取締役会の構成 (2024年3月22日現在)



取締役・監査役の選任について

取締役には、当社の業務内容や市場環境などに精通し、豊富な経験を有する社内取締役と、他社での経営経験もしくは幅広い見識を有する独立社外取締役を選任しています。また、取締役会による監視・監督体制において多様性確保を目的に、外国籍の社外取締役および女性の社外取締役を選任しています。

また、当社が持続的に成長し、中長期的に企業価値を高め

ていくことを前提に、当社の取締役会に必要なスキルを特定し、取締役・監査役それぞれが有するスキル・知見などを一覧化したスキル・マトリックスを作成しています。なお、必要なスキルは定期的に見直していきます。

取締役・監査役の選任理由は、株主総会の招集ご通知をご覧ください。

🌐 取締役・監査役の選任理由 <https://corp.earth.jp/ir/stock/meeting/pdf/100-001.pdf>

取締役・監査役のスキル・マトリックス

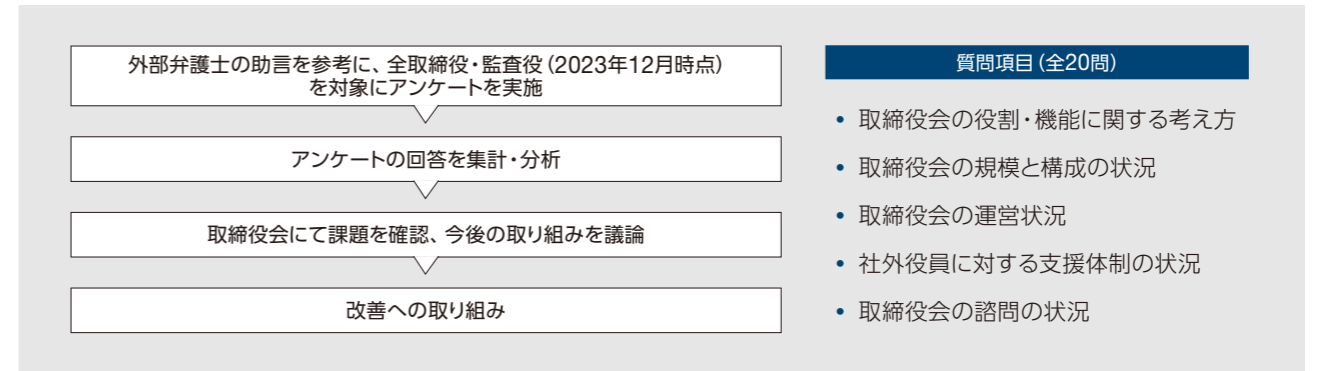
	氏名	経営経験	製品開発	営業・マーケティング	生産・調達	グローバル	ESG・サステナビリティ	人事・人財開発	法務・リスクマネジメント	財務・会計
取締役会長	大塚達也	○	○	○						
代表取締役社長	川端克宜	○	○	○			○			
取締役	降矢良幸			○	○					
取締役	唐瀧久明				○	○		○	○	
取締役	社方雄			○		○				
社外取締役	ハロルド・ジョージ・メイ	○	○	○		○	○			
社外取締役	三上直子	○	○		○					
社外取締役	ジャーマン・ルース マリー			○		○	○			
社外取締役	岡俊子	○				○		○	○	
常勤監査役	村山泰彦							○	○	
社外監査役	高野昭二									○
社外監査役	生川友佳子									○

取締役会の実効性評価

年に一度実施する取締役および監査役による取締役会の実効性評価では、さらなる実効性の向上に向けて課題抽出および解決に取り組んでいます。

2023年度は、2023年12月時点での取締役および監査役を対象にアンケートを実施し、取締役会の実効性を評価するとともに、今後の課題と取り組み事項を抽出しました。

分析・評価プロセス



質問項目 (全20問)

- 取締役会の役割・機能に関する考え方
- 取締役会の規模と構成の状況
- 取締役会の運営状況
- 社外役員に対する支援体制の状況
- 取締役会の諮問の状況

2023年度の
取り組み・評価

2023年度の取り組み・評価

アンケートの回答を分析した結果、取締役会の規模と構成や審議事項の事前共有、資料・分量の内容、会議の所要時間・時間配分、経営戦略・経営計画に関する審議、リスクを伴う議案の審議、社外取締役の積極的な発言といった点において、当社の取締役会はおおむね実効性が確保されていることを確認しました。また、前回の取締役会の実効性評価の際に挙げた課題に対して、次の取り組みを行いました。

①より効率的な議案審議に向けた対応

- 2023年は改善されたとの意見が多く見られました。また、以下の意見が寄せられました。
- 業績報告や人事関連事項に関する資料は、分かりやすく工夫されているため、効率化に寄与している
- 社外取締役に対して、付議事項に関する事前説明を継続して実施していることを評価する
- 定型書式を利用した資料作成や審議すべき点のより一層の明確化を求める

②指名・報酬決定プロセスに対する監督のさらなる充実

2023年から指名報酬委員会が運営を開始し、2回 (1月、3月) 開催され、代表取締役社長が取締役候補者の選定や個別の取締役の報酬額について、資料を示した上で同委員会に諮問しました。今後は、アンケートの意見も踏まえ、より実効的に機能する運営を目指します。

2024年度に向けた課題

- 今後の課題として、下記の項目が抽出されました。
- 審議の充実に向けた資料の書式整備およびスケジュールの管理

役員報酬制度

当社の役員の報酬等の額とその算定方法の決定に関する方針の決定権限は、取締役会が有しています。

当社の取締役の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るため、優秀な人財を確保するためにふさわしい報酬の水準を維持し、業績達成の動機づけとなる業績連動性がある短期インセンティブ (業績連動賞与) と株主の利益と連動した中長期インセンティブ (譲渡制限付株式報酬) を組み込んだ報酬体系としています。個々の取締役の報酬の決定の際は、各職責を踏まえた適正な水準としています。

社内取締役の報酬は、基本報酬、業績連動報酬、非金銭報

酬から構成されます。各取締役に対して支給する基本報酬は、役位、職責などに応じて当社の業績、従業員給与の水準を考慮し、総合的に勘案して年額を決定し、各月において支給します。業績連動賞与の額は、会社業績と各取締役の個別業績の両方の目標に対する達成割合を考慮して、基本報酬に対し0~30%程度の範囲となるように設定するものとしています。非金銭報酬は、長期的な企業価値の向上に対する意識を高めるため、役職に応じて基本報酬の0~50%の範囲で、自社株報酬を譲渡制限付株式として付与するものとしています。

なお、社外取締役の報酬は基本報酬のみとしています。

役員報酬の構成

基本報酬	短期インセンティブ (業績連動報酬)	長期インセンティブ (譲渡制限付株式報酬)
固定報酬	基本報酬に対し0~30%	基本報酬に対し0~50%

コーポレート・ガバナンス

取締役・監査役の報酬等の総額 (2023年)

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)				対象となる 役員の員数 (名)
		固定報酬	業績連動報酬	非金銭報酬等	退職慰労金	
取締役 (社外取締役を除く)	755	565	—	190	—	6
監査役 (社外監査役を除く)	15	15	—	—	—	1
社外役員	43	43	—	—	—	5

(注) 取締役 (社外取締役を除く。) 6名の報酬等の総額には、連結子会社からの役員報酬を含めています。

役員ごとの連結報酬等の総額等 (2023年)

氏名	連結報酬等の総額 (百万円)	役員区分	会社区分	連結報酬等の種類別の額 (百万円)			
				基本報酬	譲渡制限付 株式報酬	賞与	退職慰労金
大塚達也	143	取締役	提出会社	129	14	—	—
川端克宜	328	取締役	提出会社	225	84	—	—
		取締役	連結子会社 (株) バスクリン	4	—	—	—
		取締役	連結子会社 白元アース (株)	4	—	—	—
		取締役	連結子会社 アース・ペット (株)	4	—	—	—
		取締役	連結子会社 アース環境サービス (株)	4	—	—	—

(注) 連結報酬等の総額が1億円以上であるものに限定して記載しています。

役員のトレーニングと後継者計画

役員は少なくとも年1回、外部講師による研修会を受講するほか、必要に応じて外部の研修会に参加しており、研修会等への参加費用は当社が負担しています。また、将来の経営幹部候補に対して外部機関によるマネジメント研修の機会を提供しています。

代表取締役社長の後継者の選定については、その都度、経

営環境を踏まえた十分な検討を経て行っています。現時点において具体的な後継者計画は定めていませんが、後継者候補の育成に際しては、今後指名報酬委員会にて検討するとともに、経営上の重要な課題解決などを含め、社内での独自教育を通じて実施しています。

政策保有株式

取引先との安定的・中長期的な取引関係維持・強化等を目的に、中長期的な企業価値の観点から、政策投資として対象企業の株式を保有しています。保有意義が十分でないと判断される銘柄については縮減を図る方針とし、個別銘柄の評価額について、連結総資産の5%を上回らないこととしています。

取締役会では毎年、政策保有株式について中長期的な経済

合理性を検証し、株式保有の継続・拡充・縮小・廃止の判断を行います。2023年12月の取締役会では、政策的に保有する上場株式について、取得時点からの評価額の増減率や直近5年間の年平均増減率など定量面でのアプローチに加え、保有目的を確認するなど、保有に関する判断を適切に行いました。

社外取締役メッセージ

客観的な視点で支えるアース製薬の進化と未来

多様性に富む取締役会における議論を通して、アース製薬の成長と企業価値の向上に貢献していきます。



アース製薬の取締役会では、経営陣は、本当に「意見を交わしている」と感じられる、風通しの良い自由闊達な議論を行っています。また、経営陣に限らず、会社全体に意見のある人が発言しやすい雰囲気があり、新しいアイデアや事業構想が生まれやすい社風であるように思います。

取締役会は、2024年3月から社外取締役が4名になり、外国籍の方が2名、女性が3名と多様性に富む構成になりました。社内取締役とは異なる視点や専門性、経験に基づいた思考で、複数の社外取締役がそれぞれの意見を述べることで取締役会の議論を深めることにつながることで、取締役会で社外取締役が果たす役割は大きいと考えています。

2023年度の取締役会では、特に中期経営計画の策定について様々な議論がありました。収益性が悪化している品目やグループ内で重複している分野の整理、在庫削減、グループ再編など、構造改革に取り組んでいくための具体的な議論を、忌憚なく活発に行いました。事業ごとの利益率などの資料がしっかり準備されていたため、スムーズに議論に入ることができました。

アース製薬の虫ケア用品は、膨大な研究実績やノウハウに支えられた製品力で圧倒的なシェアを保っています。しかし、収益性の向上や今後のグループ全体の成長のためには、高付加価値製品の開発や、虫ケアに次ぐ第2、第3の成長の柱の育成が急務です。重点分野を検討して研究開発費を集中させ、根の張った新事業を育成していかなければいけません。

また、人材育成についても毎回のように議論になります。私からは、優秀な人材の定着には、公平な人事考課やフィードバックが重要だと進言しています。会社全体が人材戦略を持って全社横断的な評価を行えるよう、人事考課を行う側にもドラスティックな意識改革が必要です。評価の公平性を確保し、従業員がやりがいを感じられる環境を整えることにより、企業全体のパフォーマンスが向上し、持続的な成長の実現につながります。

気候変動によって世界の温暖化が進む中、虫ケアはなくてはならない事業分野であり、日本に限らず、世界的に成長が見込めると考えています。タイ・ベトナムに加え、マレーシア・フィリピンなどの成長著しいASEAN諸国への海外展開を進めていますが、海外比率は伸長の余地が大きく、言語・文化の壁を超えたマーケティングを推し進めていく必要があります。現地でのマーケティングに長けた人材が社内でも育ってきており、今後期待しています。

私は社外取締役として、客観的な視点を持って第2、第3の収益の柱となる事業をいかに育てていくか、そして海外展開をいかに成長させていくかを注視し、助言を行っていきます。

社外取締役

三上 直子

略歴

1983年味の素株式会社入社。2010年より株式会社シーボンにおいて企業経営および生産、品質保証など幅広い分野に携わる。2022年より当社社外取締役。

リスクマネジメント

基本的な考え方

アース製薬は、サステナビリティ経営において、ESGの視点で事業を取り巻くさまざまなリスクを認識しています。リスクに対する未然防止やクライシス発生に対する適切な対応、リ

スクから見いだされる事業機会の創出の観点からリスクマネジメントの必要性を認識し、さらなる経営基盤の強化を図ります。

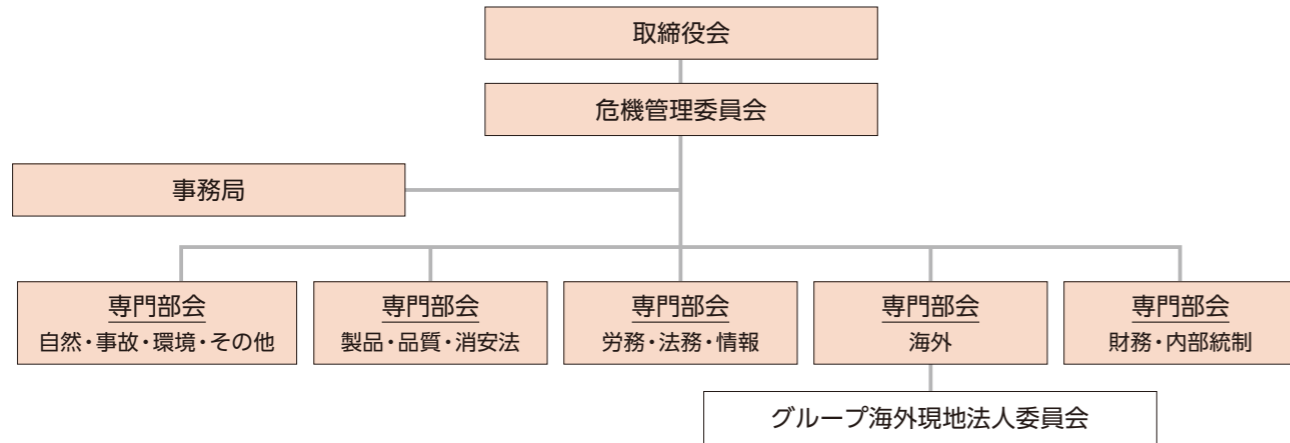
クライシスマネジメント

当社では「危機管理マニュアル」「BCP※1マニュアル」を策定し、社員への危機意識の浸透を促しています。現在は策定した事業継続計画(BCP)を機能させるためのマネジメント(BCM※2)に注力しています。2018年には、内閣官房国土強靱化推進室が

策定した「国土強靱化貢献団体の認証に関するガイドライン」に基づく、レジリエンス認証を取得しました。この認証をもとに、本社や研究所、工場などで災害発生時の対策に取り組んでいます。

※1 BCP: Business Continuity Plan
 ※2 BCM: Business Continuity Management

危機管理体制図



有価証券報告書 https://corp.earth.jp/ir/library/securities-report/pdf/23_4Q_houkokusyo.pdf

BCP、BCMの策定

さまざまな経営危機事象発生に伴う「社員の安全」「社会からの信用失墜」「経済的損失」が、経営に重大な支障をきたす可能性を十分に認識し、経営危機事象を未然に防止するために、組織的・体系的な対策を実践します。また、万が一危機が現実化してしまった場合でも、被害を最小限に留め、当事者・関係者が迅速に判断し行動できるようにするための原則・行動規範として「危

機管理基本規程」を明確化・共有化して、対策を講じています。

危機管理委員会では事業継続計画(BCP)を策定し、経営危機につながるリスクの洗い出しを行っています。また、BCP机上訓練を実施して、対策の見直しを行っています。従業員に対しては、定期的に教育訓練を実施し、危機意識の浸透を図っています。

情報セキュリティの取り組み

情報システム部にてISMS統括管理を実施し、「情報セキュリティ基本方針」を制定、情報セキュリティの重要性を周知しています。また、社員に対しては情報漏えいなどの事故につながるリスクを防止するために情報セキュリティ教育を定期的

に実施しています。ISMS委員会では、年間計画の策定、マニュアルの改訂、第三者外部監査機関の審査後評価をもとに改善策を話し合い、各部署にて研修を開催、リスクアセスメントも継続的に実施しています。2023年度は、情報セキュリティに関する重大な事故の発生はありませんでした。

セキュリティポリシー <https://corp.earth.jp/jp/security/index.html>

コンプライアンス

基本的な考え方と推進体制

アース製薬は、法務部門を担当する取締役を委員長として、組織横断的なコンプライアンス委員会を設置し、コンプライアンス上の課題や情報を共有し、全社的に活動を推進しています。コンプライアンス関連の情報誌「こんぶらサポート便」の配布や「コンプライアンス意識調査アンケート」の実施を行うほかアンケートで集約された情報を反映させ、実効性の高い

研修を実施しています。

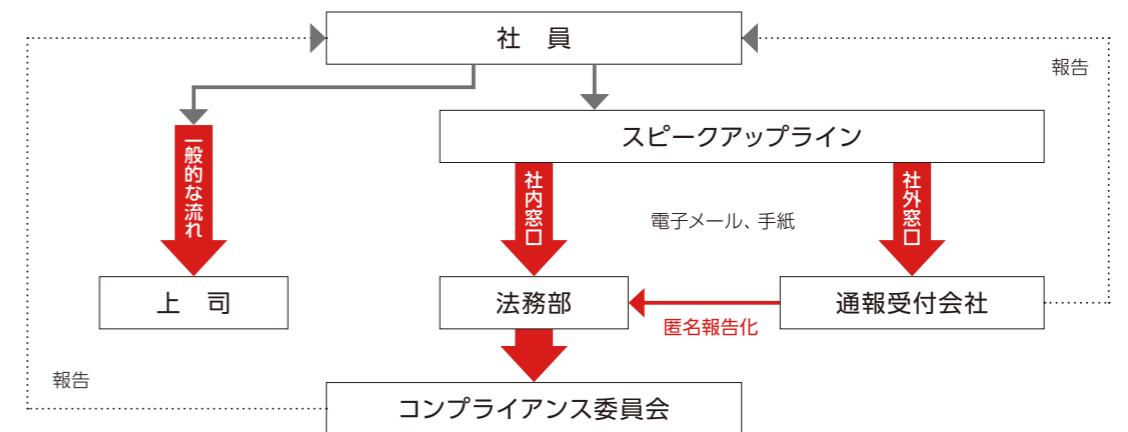
また、役員・社員(契約社員、派遣社員、パートタイム社員を含む)全員に対し、高い倫理観を持ち、法令などを遵守するため、当社における行動指針などを冊子にまとめて解説した「アース製薬行動指針」「行動指針解説書」を配付しています。

内部通報制度

社会により信頼され、真に価値ある企業であるためには、社内外に存在する問題を広く受け付け、積極的に解決していくことが大切だと考えています。社内に対しては、内部通報窓口として「スピークアップライン」を社内と社外の2カ所に設置し、業務に関わる問い合わせやルール違反の恐れがあることをコ

ンプライアンス委員会に通報できる体制を取っています。通報は電子メールや手紙でも受け付けており、社外窓口への通報は匿名でも可能です。退職後1年以内の方も利用でき、また、問い合わせや報告をした人が、社内で不利益な処分を受けることがないように保護しています。

スピークアップライン体制



外部通報窓口の設置

ガバナンス機能のさらなる強化のため、お取引先の方々から当社の法令および企業倫理(アース製薬行動指針、グローバル行動指針)遵守に関する問い合わせ・通報を寄せていただく受付窓口を設置しています。受付窓口は、当社が業務委

託および秘密保持契約を結んでいる第三者であるインテグレックス社に委託しています。相談・連絡者の希望するプライバシーは厳守され、通報等をしたことを理由に、通報された方やお取引先に対して不利益な取り扱いをすることはありません。

通報窓口の利用実績(単体・内部通報と外部通報の合計)

項目	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
コンプライアンス研修受講者数(人)	70	85	125	124	145
通報・相談件数*(件)	1	3	5	4	7
コンプライアンス違反件数(退職に至った事案)(件)	1	0	0	0	0

* ハラスメント・人間関係ホットラインの件数を含む。

役員一覧 (2024年3月22日現在)

取締役

● 取締役会出席回数 ● 指名報酬委員会出席回数 ● 所有株式数



おおつか たつや
大塚 達也
取締役会長

- 12回/12回(100%)
- 151,400株

略歴

1986年4月 大塚製薬(株)入社
1990年1月 当社入社
1990年3月 当社取締役
1992年3月 当社常務取締役
1994年3月 当社代表取締役専務取締役
1998年3月 当社代表取締役社長
2014年3月 当社取締役会長(現在)



かわばた かつのり
川端 克宜
代表取締役社長CEO

- 12回/12回(100%)
- 1回/2回(50%)
- 82,700株

略歴

1994年3月 当社入社
2011年3月 当社役員待遇営業本部大阪支店支店長
2013年3月 当社取締役マーケティング戦略本部本部長
2014年3月 当社代表取締役社長(兼)マーケティング戦略本部本部長
2015年3月 当社代表取締役社長(兼)マーケティング戦略本部本部長
2019年3月 (株)バスクリン取締役会長(現在)
アース・ベット(株)代表取締役社長
2021年3月 当社代表取締役社長CEO(現在)
白元アース(株)取締役会長(現在)
アース・ベット(株)取締役会長(現在)
アース環境サービス(株)取締役会長(現在)



ふる や よしゆき
降矢 良幸
取締役

- 12回/12回(100%)
- 39,600株

略歴

1985年3月 当社入社
2008年3月 当社役員待遇営業本部営業企画部部長
2012年2月 (株)バスクリン取締役
2014年3月 当社取締役営業本部営業企画部部長
2014年9月 白元アース(株)取締役
2015年1月 当社取締役営業本部本部長
2016年3月 当社常務取締役営業本部本部長
2018年3月 当社取締役専務執行役員営業本部本部長
2021年3月 当社取締役専務執行役員社長補佐
2023年3月 当社取締役社長補佐執行役員経営全般担当
2024年3月 当社取締役副社長執行役員(現在)

監査役

● 監査役会出席回数 ● 所有株式数



むらやま やすひこ
村山 泰彦
常勤監査役

- 12回/12回(100%)
- 6,400株

略歴

1979年3月 当社入社
2005年4月 当社監査室室長
2012年3月 当社管理本部人事部長
2013年6月 当社役員待遇管理本部人事部長
2018年3月 当社執行役員管理本部人事部長
2019年3月 当社常勤監査役(現在)



こうの しょうじ
高野 昭二
社外監査役

- 11回/12回(92%)
- 700株

略歴

1979年4月 リッカー(株)入社
1985年9月 (株)明光商会入社
1998年10月 中央監査法人入所
2002年4月 公認会計士登録
2007年7月 新日本監査法人(現EY新日本有限責任監査法人)入所
2016年7月 高野昭二公認会計士事務所開設
2017年3月 当社社外監査役(現在)
2017年11月 (株)インフォネット社外監査役(現在)

重要な兼職の状況
(株)インフォネット社外監査役




いくかわ ゆかこ
生川 友佳子
社外監査役

- 12回/12回(100%)
- 500株

略歴

1997年4月 オリックス(株)入社
1998年6月 齊藤会計事務所入所
2001年9月 公認会計士・税理士古本正事務所(現デロイトトーマツ税理士法人)入所
2003年3月 税理士登録
2012年7月 税理士法人トーマツ(現デロイトトーマツ税理士法人)ディレクター
2015年10月 生川友佳子税理士事務所所長(現在)
2015年12月 東亜バルブエンジニアリング(株)(現(株)TVE)社外監査役
2016年12月 東亜バルブエンジニアリング(株)(現(株)TVE)社外取締役(監査等委員)(現在)
2018年6月 KaimanaHila合同会社代表社員(現在)
2019年3月 当社社外監査役(現在)
2023年6月 グローリー(株)社外取締役(監査等委員)(現在)

重要な兼職の状況
(株)TVE社外取締役(監査等委員)、KaimanaHila合同会社代表社員、グローリー(株)社外取締役(監査等委員)



からたき ひさあき
唐瀧 久明
取締役

- 12回/12回(100%)
- 2回/2回(100%)
- 27,500株

略歴

1979年3月 当社入社
2006年3月 当社役員待遇安速日用化学(蘇州)有限公司董事(兼)総経理
2011年3月 当社取締役中国総代表
2015年6月 安速(上海)管理有限公司(現 安速(上海)投資有限公司)董事長
2015年9月 安速日用化学(蘇州)有限公司董事長
天津安速化学有限公司董事長
2016年3月 当社取締役管理本部本部長
2017年7月 アース・ベット(株)監査役
2018年3月 当社取締役上層執行役員管理本部本部長
2021年3月 当社取締役常務執行役員管理本部本部長
2023年3月 当社取締役最上執行役員管理部門担当(兼)管理本部本部長
2024年3月 当社取締役最上執行役員管理部門担当(現在)



しやかた たけし
社方 雄
取締役

- 12回/12回(100%)
- 6,800株

略歴

1988年4月 九州産業交通(株)(現九州産業交通ホールディングス(株))入社
1996年8月 久光製薬(株)入社
2006年3月 同社西日本統括部長
2009年9月 Hisamitsu Vietnam Pharmaceutical Co., Ltd. 会長(兼)社長
2012年6月 久光製薬(株)執行役員製薬事業部長
2015年5月 同社上層執行役員製薬事業部長
2019年5月 同社常務執行役員製薬事業部長
2021年1月 当社入社
2021年3月 当社取締役常務執行役員営業本部本部長
2023年3月 当社取締役最上執行役員セールス・マーケティング部門担当(兼)営業本部本部長
2024年3月 当社取締役最上執行役員営業・マーケティング部門担当(兼)営業本部本部長(現在)



ハロルド・ジョージ・メイ
社外取締役

- 12回/12回(100%)
- 2回/2回(100%)
- 一株

略歴

1987年1月 ハイネケン・ジャパン(株)入社アシスタント・ジェネラル・マネージャー
1990年4月 日本リーバ(株)(現ユニリーバ・ジャパン(株))入社アシスタント・ブランド・マネージャー
2000年4月 サンスタ(株)入社オーラルケア事業執行役員
2006年9月 日本コカ・コーラ(株)入社副社長(兼)マーケティング本部長
2008年11月 同社副社長(兼)チーフ・カスタマー・オフィサー
2014年3月 (株)タカラトミー入社経営顧問
2015年6月 同社代表取締役社長(兼)CEO
2018年5月 新日本プロレスリング(株)代表取締役社長(兼)CEO
2019年3月 当社社外取締役(現在)
2020年11月 (株)サンリオ顧問(現在)
2021年4月 アリナミン製薬(株)社外取締役(現在)
2021年12月 (株)コロナプラ社外取締役(現在)
2022年4月 パナソニック(株)社外取締役(現在)
2024年2月 キュービー(株)社外取締役(現在)

重要な兼職の状況
(株)サンリオ顧問、アリナミン製薬(株)社外取締役、(株)コロナプラ社外取締役、パナソニック(株)社外取締役、キュービー(株)社外取締役

執行役員

副社長 執行役員 **降矢 良幸**

上層執行役員 **三塚 剛**

執行役員 **藤本 秀史**

最上執行役員 **唐瀧 久明**

松下 弘征

坂本 泰範

社方 雄

堀山 範夫

桜井 克明

常務執行役員 **永松 孝之**

足達 拓実

梶 晃

貴島 浩史

久保 浩之

平松 淳

越智 俊享

佐藤 憲太郎

北村 浩二

谷口 広幸

和田 正治

山下 健吾

能宗 智和

郷司 功

山内 章

岡田 将太郎

川口 美香子

和田 守弘



みかみ なおこ
三上 直子
社外取締役

- 12回/12回(100%)
- 2回/2回(100%)
- 300株

略歴

1983年4月 味の素(株)入社
2007年4月 武蔵野大学客員教授
2010年1月 (株)シーボン入社栃木工場シニアマネージャー
2010年4月 同社栃木工場工場長
2011年6月 同社執行役員生産部担当
2012年6月 同社取締役生産部担当
2017年4月 同社取締役(兼)執行役員管理本部担当
2017年6月 同社常務取締役(兼)執行役員
2019年6月 同社代表取締役副社長(兼)執行役員
2020年1月 同社代表取締役社長(兼)執行役員商品開発本部担当
2021年6月 昭和産業(株)社外取締役(現在)
2022年3月 当社社外取締役(現在)

重要な兼職の状況
昭和産業(株)社外取締役



ジャーマン・ルース・マリー
社外取締役

- ー
- ー株

略歴

1988年12月 (株)リクルート入社
2000年12月 (株)スペースデザインズ入社
2012年4月 (株)ジャーマン・インターナショナル代表取締役社長(現在)
2012年6月 一般社団法人HRM協会理事(現在)
2019年6月 富士紡ホールディングス(株)社外取締役(現在)
2020年6月 (株)KADOKAWA社外取締役(現在)
2023年6月 公益財団法人日本女性学習財団理事(現在)
2024年3月 当社社外取締役(現在)

重要な兼職の状況
(株)ジャーマン・インターナショナル代表取締役社長、一般社団法人HRM協会理事、富士紡ホールディングス(株)社外取締役、(株)KADOKAWA社外取締役、公益財団法人日本女性学習財団理事



おか としこ
岡 俊子
社外取締役

- ー
- ー株

略歴

1986年4月 等松トウショウロスコンサルティング(株)入社
2000年7月 朝日アーサーアンドーゼン(株)入社
2002年9月 デロイトトーマツコンサルティング(株)(現アビームコンサルティング(株))プリンシパル
2005年4月 アビームM&Aコンサルティング(株)(現PwCアドバイザリー合同会社)代表取締役社長
2016年4月 PwCアドバイザリー合同会社パートナー
2016年6月 日立金属(株)(現(株)プロテリアル)社外取締役
2019年6月 (株)ハピネット社外取締役(現在)
2020年6月 ENEOSホールディングス(株)社外取締役(現在)
2021年4月 明治大学専門職大学院グローバル・ビジネス研究科専任教授(現在)
2021年6月 日立建機(株)社外取締役(現在)
2024年3月 当社社外取締役(現在)

重要な兼職の状況
(株)ハピネット社外取締役、ENEOSホールディングス(株)社外取締役、明治大学専門職大学院グローバル・ビジネス研究科専任教授、日立建機(株)社外取締役

11カ年の主要財務・非財務データ

*2022年より収益認識に関する会計基準を適用

財務指標	2013/12期	2014/12期	2015/12期	2016/12期	2017/12期	2018/12期	2019/12期	2020/12期	2021/12期	2022/12期	2023/12期	
会計年度末(単位:百万円)												
売上高	135,737	145,858	159,739	168,505	179,738	181,104	189,527	196,045	203,785	152,339	158,344	
海外売上高	4,722	5,305	5,791	6,734	9,198	9,986	11,309	11,960	13,196	14,054	14,963	
海外売上高比率(%)	3.5	3.6	3.6	4.0	5.1	5.5	6.0	6.1	6.5	9.2	9.4	
売上原価合計	84,979	91,150	101,241	104,870	111,636	113,727	119,109	117,094	121,451	89,870	94,719	
販売費及び一般管理費合計	45,311	49,864	54,481	58,085	63,645	66,340	66,501	67,535	71,666	55,034	57,254	
広告宣伝費	8,201	8,586	8,997	8,960	9,898	10,579	8,007	7,937	8,100	7,112	6,982	
人件費	13,260	14,026	15,074	16,295	16,838	17,707	18,478	20,253	20,882	20,685	21,607	
減価償却費	515	466	531	713	929	1,096	1,096	1,123	1,277	1,475	1,728	
のれん償却額	1,707	1,765	1,908	1,908	2,295	2,559	2,596	2,440	1,836	429	119	
研究開発費	2,037	2,227	2,328	2,682	2,695	2,900	2,663	2,673	3,172	3,217	3,301	
営業利益	5,446	4,843	4,016	5,549	4,456	1,036	3,916	11,416	10,667	7,434	6,370	
営業利益率(%)	4.0	3.3	2.5	3.3	2.5	0.6	2.1	5.8	5.2	4.9	4.0	
税金等調整前当期純利益	6,649	5,567	4,306	6,437	5,059	1,960	3,372	7,278	10,963	8,057	6,563	
親会社株主に帰属する当期純利益	2,986	1,705	1,165	3,364	2,205	△142	1,250	3,547	7,142	5,303	4,102	
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,026	6,380	3,791	8,089	9,175	369	10,022	24,590	4,814	3,901	7,524	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,419	△10,422	△5,969	△5,501	△13,995	△1,515	△3,990	△3,168	△3,220	△6,266	△10,135	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,058	3,489	1,180	△2,216	3,262	△3,203	△4,768	△4,938	△4,610	△4,464	4,893	
フリーキャッシュ・フロー	5,607	△4,041	△2,178	2,587	△4,819	△1,146	6,031	21,421	1,594	△2,364	△2,611	
会計年度末(単位:百万円)												
有形固定資産合計	17,727	23,879	26,761	28,431	29,643	29,215	28,220	28,030	27,551	29,483	31,383	
棚卸資産	16,865	22,228	23,216	23,159	22,629	23,782	22,507	22,179	27,502	32,253	28,266	
無形固定資産合計	14,596	14,450	12,703	12,132	19,256	16,180	13,143	6,268	4,276	5,355	8,774	
総資産	85,796	101,598	104,448	107,366	118,167	109,309	107,425	119,870	120,715	124,489	132,407	
負債合計	37,390	52,017	55,457	58,174	67,638	64,936	63,102	60,046	56,118	56,470	60,406	
借入金	5,564	11,452	15,148	15,503	22,254	22,764	20,717	5,290	3,698	2,200	10,000	
短期借入金	1,330	2,240	4,051	4,997	7,859	12,072	13,882	1,756	1,480	1,000	10,000	
一年以内返済予定長期借入金	1,408	2,206	3,066	2,667	4,041	3,882	3,284	1,314	1,018	1,200	0	
長期借入金	2,826	7,006	8,030	7,838	10,354	6,809	3,550	2,218	1,200	0	0	
純資産合計	48,406	49,580	48,991	49,192	50,529	44,372	44,322	59,823	64,596	68,018	72,000	
期末株価(円)	3,700	4,015	4,965	4,750	5,680	5,050	5,700	5,820	6,130	5,060	4,570	
1株当たり情報(単位:円)												
1株当たり純利益	147.86	84.47	57.69	166.60	109.20	△7.06	61.80	170.65	323.76	240.47	185.57	
1株当たり純資産	2,151.52	2,192.88	2,151.82	2,154.95	2,225.30	1,989.93	1,978.86	2,507.62	2,720.37	2,846.07	3,007.52	
1株当たり配当金	105.0	110.0	110.0	115.0	115.0	115.0	100.0	115.0	118.0	118.0	118.0	
収益性、バリュエーションに関する報告												
自己資本比率(%)	50.6	43.6	41.6	40.5	38.0	36.8	37.3	46.1	49.7	50.4	50.3	
ROE(%)	7.0	3.9	2.7	7.7	5.0	△0.3	3.1	7.4	12.4	8.6	6.3	
ROIC(%)	5.7	3.4	2.6	5.6	3.6	0.3	3.0	10.0	11.3	8.0	5.6	
D/Eレシオ(倍)	0.13	0.27	0.36	0.36	0.50	0.57	0.52	0.10	0.06	0.04	0.15	
DOE(%)	5.0	5.1	5.1	5.3	5.3	5.5	5.0	5.1	4.5	4.2	4.0	
PBR(倍)	1.72	1.83	2.31	2.20	2.55	2.54	2.88	2.32	2.25	1.78	1.52	
配当性向(%)	71.0	130.2	190.7	69.0	105.3	△1,628.9	161.9	67.4	36.4	49.1	63.6	
発行済株式総数	20,200,000	20,200,000	20,200,000	20,200,000	20,200,000	20,220,000	20,237,500	22,057,500	22,077,500	22,077,500	22,141,100	
非財務指標(単位)												
連結従業員数(人)	2,933	3,334	3,396	3,479	4,788	5,047	4,180	4,255	4,522	4,727	4,788	
女性管理職数*1(人)	4	7	13	14	15	16	19	21	28	32	32	
(女性管理職比率*2(%))	1.7	2.8	4.9	5.0	4.9	5.3	6.4	7.1	9.2	10.2	11.4	
一人当たり年間総労働時間(時間)	-	-	-	-	-	-	-	-	1,756	1,766	1,814	
有給休暇取得率*3(%)	-	-	-	-	63.3	74.3	73.0	70.4	76.2	79.3	84.9	
温室効果ガス排出量(Scope 1,2,3)*4(t-CO ₂)	5,553	5,693	5,785	5,583	7,341	6,297	5,448	5,453	1,035,784	978,120	1,079,694	
エネルギー使用量(GJ)	105,156	107,079	102,512	108,435	134,040	127,678	124,919	130,522	131,721	134,520	115,511	
水使用量(取水量)*5(千m ³)	48.6	43.5	42.6	48.3	77.6	81.2	93.2	103.4	97.5	101.6	98.0	
産業廃棄物排出量(t)	1,565	1,615	2,709	3,196	2,647	2,285	1,993	2,260	3,202	4,328	3,883	

*1 2022年までのデータは、該当年12月31日時点の執行役員(取締役除く、2017年までは役員待遇)、正社員、継続雇用契約社員の管理職相当者の女性数。2023年データは、2023年12月31日時点での正社員の管理職相当者の女性数。

*2 2022年までのデータは、該当年12月31日時点の執行役員(取締役除く、2017年までは役員待遇)、正社員、継続雇用契約社員の管理職相当者の女性数/全体数×100%で算出。2023年データは、2023年12月31日時点での正社員の管理職相当者の女性数/全体数×100%で算出。

*3 該当年12月31日時点の在籍者(休職、出向者除く)で該当年度中に有給休暇が付与された者を対象とし、対象者全員の、該当年に取得した有給休暇の日数合計/該当年度分として付与した有給休暇日数合計×100%で算出。

*4 2020年以前はScope3を含まず、2018年以前のScope1に本社のフロン類は含まず。Scope1,2の2023年12月期実績は2023年4月の法改正後の係数で算出。

*5 工場・研究所・本社・ActTerraceのみ(テナント入居の事業所を含まず)

用語集

用語	説明
アースECO基準	環境配慮型の商品づくりを推進するための当社独自の環境基準。「CO ₂ 削減への取り組みを」「限られた資源を大切に」「捨てる場所にまで配慮を」という考えのもと、SDGsにおける17の項目のうち、環境や製造に関連した6項目の達成を念頭に置いて設計。
お客様のお気づきを活かす窓口部	2021年4月1日より「お客様相談室」から部署名を変更。お客様が抱える暮らしの課題や製品に対するお客様の声を直接お聞きし、担当部署に的確に伝える重要な役割を担う。当社のポリシー「お客様目線による市場創造」を社内に更に浸透させるため、2018年より社長直轄部門に変更。
環境ドクター	衛生管理に関する最先端の知見とハイレベルな技術力を有するスタッフのこと。独自の教育訓練プログラムにより知識と技術を習得し、多種多様な現場での豊富な経験を持つスタッフが、お客様の事業所の衛生管理を診断し、問題点を浮き彫りにして、改善対策の処方箋を切り、治療・予防をしながら安全・安心な環境の維持増進をサポート。
総合環境衛生管理 (トータルヘルスケアシステム)	アース環境サービス(株)が提供する衛生管理の支援サービス。様々なマネジメントシステムや当社独自の技術・ノウハウをベースにお客様ごとにオーダーメイドで構成した、総合的・体系的な衛生管理の支援サービス。
日本MA-T工業会	MA-T®の産業創造による経済効果や社会課題解決の可能性を探ることを目的としたオープンイノベーションのプラットフォーム。
フェーズフリー	普段、身の回りにある物やサービスを日常時・非日常時(災害時)に関わらず生活の質を向上させ、私たちの生活や命を守ってくれるものにしてほしいという考え方。
虫ケア用品	ハエ・蚊、ゴキブリ、ダニなどの害虫を駆除、忌避する製品(殺虫剤)を指す言葉。「殺虫剤」は極めて安全性が高い製品であるにも関わらず、薬剤の毒性が強そうなどのイメージがあったため、製品の安全性に対するお客様の理解促進などを目的に、2017年より「虫ケア用品」に呼称を変更。
Act For ECO マーク	当社独自の環境基準「アースECO基準」を満たした商品に表示するマーク。
EMAL (エメール)	Earth Merchandising Action Ladyの略で、お客様目線で独創性のある売り場づくりや店頭販促を行う従業員。全国各地で現地採用し、その地域の消費者でもある立場から、お客様視点で季節や気候などを踏まえた売り場づくりと販売促進をサポート。
MA-Tシステム®	Matching Transformation System®の略で、日本発の革新的技術である酸化制御の仕組み。活性化の強弱を制御することで、ウイルスの不活化、種々の菌(細菌)の除去など、広範な応用展開が可能。
SKU	Stock Keeping Unitの略。製品を最小の管理単位で分類したもの。同一製品のサイズやパッケージ違いなどを分類し、受発注、在庫管理を行いやすくする。
TACOシステム	Tactical Antenna for Consumers' Opinionsの略。昆虫の触角機能のような敏感さで、お客様の声を蓄積し製品戦略に活かしたいという目的で命名。お客様からの相談や申し出に迅速・丁寧に応えるために構築した当社独自のお客様対応システム。お客様や小売店から収集した相談内容のデータが蓄積され、より良い製品・サービスの提供のために活用。

真正性表明

「アース製薬株式会社 統合報告書2024」発行にあたって

上席執行役員 経営戦略本部本部長
郷司 功

アース製薬は、ウェブサイトなどを通じ、中長期的な取り組みやサステナビリティ情報を提供してきました。このたび、投資家をはじめとするステークホルダーの皆様へ、当社の価値創造と持続的な成長に向けた課題解決に関する考え方や取り組みをお示しするため、初めて統合報告書を発行いたしました。本報告書を通じ、当社が経営理念に掲げる「生命と暮らしに寄り添い、地球との共生を実現する」を具現化するための道筋をご理解いただけますと幸いです。

会社概要

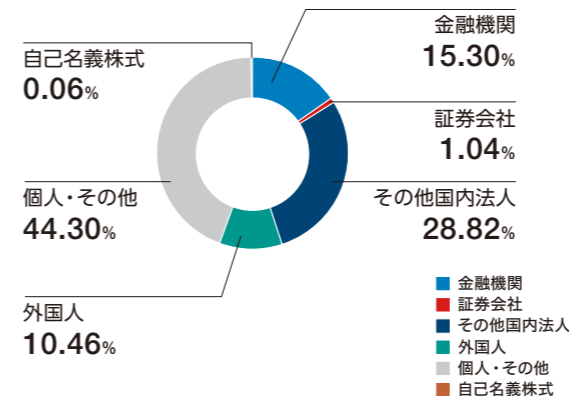
会社名	アース製薬株式会社 (英文名: Earth Corporation)
本社所在地	〒101-0048 東京都千代田区 神田司町2丁目12番地1
創業	1892年(明治25年)4月1日
設立	1925年(大正14年)8月26日
資本金	100億4,362万円
代表者	代表取締役社長CEO 川端 克宜
事業内容	医薬品、医薬部外品、医療用具、家庭用品などの製造・販売並びに輸出入
従業員数 (2023年12月31日現在)	連結: 4,788名 単体: 1,358名
URL	https://corp.earth.jp/
会計監査人	EY新日本有限責任監査法人

連結子会社	国内	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社バスクリン 白元アース株式会社 アース・ペット株式会社 アース環境サービス株式会社
	海外	<ul style="list-style-type: none"> Earth(Thailand)Co.,Ltd. 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 Earth Corporation Vietnam EARTH HOME PRODUCTS (MALAYSIA) SDN.BHD. EARTH HOMECARE PRODUCTS (PHILIPPINES), INC.

株式情報 (2023年12月31日現在)

上場証券取引所	東京証券取引所 (プライム市場)
証券コード	4985
発行可能株式総数	64,000,000株
発行済株式総数	22,141,100株
株主数	31,849名

所有者別株式分布状況



大株主の状況 (上位10社)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	2,228	10.07
大塚製薬株式会社	2,200	9.94
株式会社大塚製薬工場	1,948	8.80
アース製薬社員持株会	1,053	4.76
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	610	2.76
大鵬薬品工業株式会社	600	2.71
大塚化学株式会社	400	1.80
株式会社中国銀行	340	1.53
STATE STREET LONDON CARE OF STATE STREET BANK AND TRUST, BOSTON SSBTC A/C UK LONDON BRANCH CLIENTS-UNITED KINGDOM (常任代理人香港上海銀行東京支店)	310	1.40
HSBC BANK PLC A/C M AND G (ACS) VALUE PARTNERS CHINA EQUITY FUND	290	1.31

※自己株式(14,296株)を除く発行済み株式の総数に対する所有株式数の割合