

2022年12月期 第2四半期 業績説明資料

アース製薬株式会社

皆さま、こんにちは。アース製薬代表取締役社長の川端です。

本日は2022年12月期第2四半期の決算、通期の見通しやその達成に向けての施策についてご説明いたします。



2022年12月期 第2四半期業績

第2四半期の業績について説明いたします。

業績ハイライト



(単位：億円)

- 2Q時点では実質的に増収・減益、営業利益は計画に対して10%の未達
- 原材料価格高騰・為替変動による影響が徐々に顕在化

「収益認識に関する会計基準」適用後

	実績	計画比	前期比*	ポイント
売上高	893.0	97.6%	102.0%	： 虫ケア用品は市場の低調に影響され、想定を下回る推移 ： 海外はASEANが好調に推移
売上総利益	399.3	94.4%	99.8%	： 原材料価格高騰・為替変動による利益影響：▲3億円 ： セールスマックス
販管費	279.9	96.5%	105.6%	： 計画の範囲内で適切に運用 ： 一部の科目で期ズレあり、期末にかけて調整を検討
営業利益	119.4	89.8%	88.3%	： 2Q計画に対して13.6億円の未達 ： 下期にリカバリ策を準備
税引前 四半期純利益	126.6	95.2%	91.5%	・ 為替差益：5.3億円

© Earth Corporation All Rights Reserved.

*前期実績について、本年の基準を適用したと仮定した場合の参考値

第2四半期決算の結果は増収減益となりました。営業利益は計画に対して約10%の未達となっています。昨今の原材料の価格高騰や為替影響が徐々に顕在化してきている状況です。

売上高は主力の虫ケア用品が市場の低調さの影響を受け、想定を下回っていますが、その他日用品等は好調に推移しており、前年を上回る結果となっています。ただ、計画比では未達となっています。

売上総利益は原材料価格高騰等の影響によって想定より3億円程度の追加インパクトがあり、計画比は94.4%となっております。

販管費は計画内で執行されており、問題はないと考えています。

これらによって、営業利益は119.4億円となっています。

総売上高・返品高・売上控除

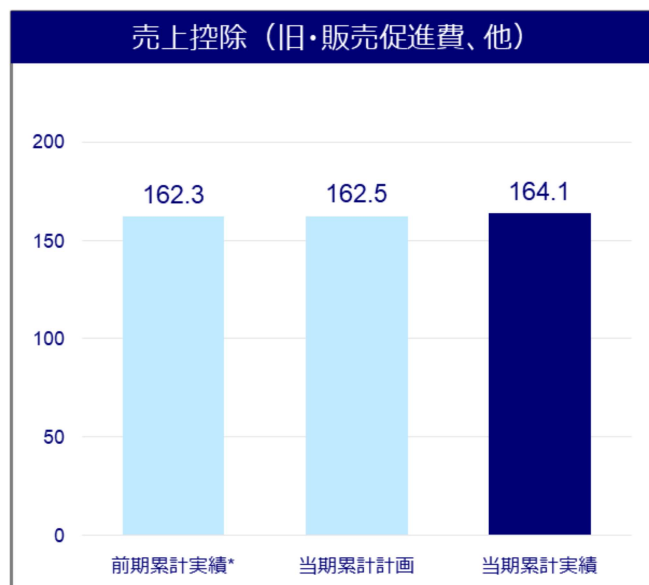


(単位：億円)

- 総売上高は前年を上回るものの、計画未達
- 返品高は前年、計画ともに上回っているが、この時点では大勢に影響なし
- 総売上高に占める売上控除の比率は、計画に対して微増だが概ね想定通り



© Earth Corporation All Rights Reserved.



*前期実績について、本年の基準を適用したと仮定した場合の参考値

こちらは、売上高関連の前期及び計画対比です。

総売上高は前年を約21億円上回りましたが、計画には26億円の未達となっています。
2Q時点では返品高は若干増加していますが、現時点では大勢に影響ありません。
販促費など売上から控除される科目については、前年・計画とほぼ同水準となっています。

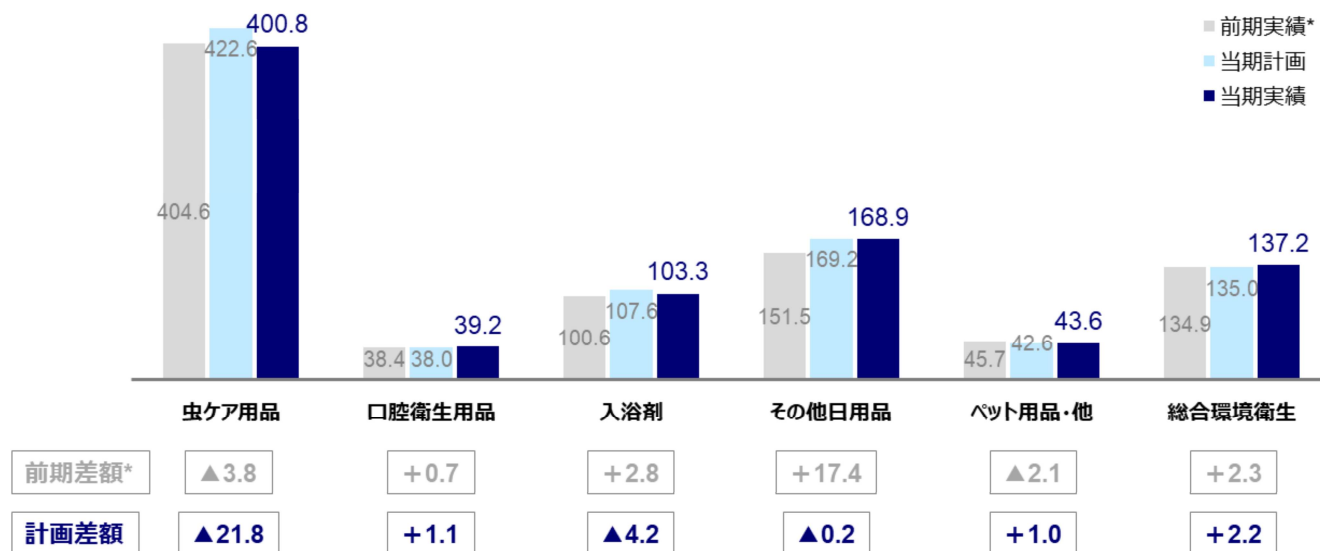
部門別売上高



*外部顧客向け（内部相殺分除く）

（単位：億円）

- 虫ケア用品は市場の低調な推移による影響を受け、2Q時点では、前年・計画ともに下回る
- 日用品、総合環境衛生事業については、全体的に好調に推移



© Earth Corporation All Rights Reserved.

*前期実績について、本年の基準を適用したと仮定した場合の参考値

こちらは、部門別の売上高です。

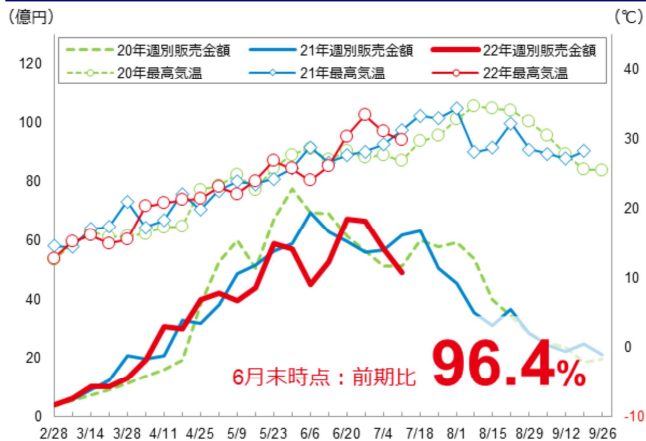
虫ケア用品の市場が非常に低調でした。6月末時点で、主力の虫ケア用品は前年比、計画比ともに下回っています。

その他、日用品や総合環境衛生事業は順調に推移しています。

国内虫ケア用品の状況



市場動向



- ハエ・蚊用、ゴキブリ用が前年を下回る
- ダニ・不快害虫用、虫よけ用品は好調に推移

当社市場シェア（6月末時点）

56.0% ➡ 56.4%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

基幹商品の動向

- ・ アースノーマット

計画比 **88%**



- ・ 虫よけネットEX

計画比 **89%**



新商品の動向

- ・ マモルーム

計画比 **178%**



- ・ ゼロデナイト

計画比 **230%**



こちらは、国内虫ケア用品の状況です。

非常に不安定な気候が続いており、読みにくい状況となっています。6月末時点で市場は100%を切り、96.4%となりました。ただし、常に申し上げている通り、お客様からの指示率であるシェアは前年から上昇し、56.4%となっています。シェアの観点から考えると、今年投入している製品戦略は間違っていないと考えています。

6月末では、基幹商品のアースノーマットや虫よけネットEXが計画を下回っています。

一方で来期以降の布石となる、今期発売した高付加価値の新製品であるマモルームとゼロデナイトが計画を大幅に上回り、非常に順調です。来期以降考えている価格転嫁への自信にもつながり、また、高付加価値化ということも考えて下期に向けて取り組んでいきたいと考えています。

原価の状況



- パーム油由来の原材料、原油価格に連動する原材料を中心に高騰
- 海外調達品目における為替変動の影響（海上運賃等の単価への反映含む）も受ける

原材料価格高騰の影響

2Q計画との差異額

利益影響額

▲3億円

通期計画との差異想定

利益影響額

▲10億円

【価格高騰している主な原材料・包材】

- ・ 濃グリセリン（モンダミン・入浴剤）
- ・ コハク酸・重曹（入浴剤）
- ・ LPG（エアゾール）
- ・ 樹脂（製品全般の容器・フィルムなど）

為替レートの当初想定との差異

通貨	予算レート		6月末レート	予算比
人民元	17.15	⇒	20.38	+18.8%
USD	111.00	⇒	136.68	+24.3%
THB	3.38	⇒	3.85	+13.9%
VND	0.00505	⇒	0.00583	+15.4%

為替変動による影響

- ・ 取引規模の関係から、最も影響を受けるのは人民元の為替変動
- ・ 現状のレートのまま年間推移すると計画比3～4億円のコストアップの可能性

© Earth Corporation All Rights Reserved.

続いて原価の状況について掘り下げてご説明いたします。

今期影響を受けるであろうと予想していた原材料価格高騰分等を当初計画にもある程度織り込んでいました。しかし、想定以上の原材料価格の高騰影響があり、半期では3億円、通期では10億円の追加影響があると見込んでいます。

一方、為替変動については年初計画時点ではこれほどまでの円安進行を予想していませんでした。当社の場合、取引規模の観点から最も為替変動の影響を受けるのは人民元なのですが、仮に現状のレートが年間推移すると、計画比で3～4億円のコストアップの可能性がります。

下期については、こういった状況を踏まえ、計画外の製品のローンチ等の追加施策によってリカバーを確実に行ってまいります。

販管費の状況



(単位：億円)

- 2Q時点では、各費用とも概ね予算の範囲内で適切に執行
- 未達となっている項目の大半は、計上タイミングの期ズレによるもの

	2021年 2Q累計実績*	2022年 2Q累計計画	2022年 2Q累計実績	計画対比	ポイント
人件費	96.8	104.0	101.7	▲ 2.2	
運送費	21.5	23.2	23.1	0.0	
保管料	12.2	13.2	13.1	▲ 0.1	
広告宣伝費	42.0	47.0	42.7	▲ 4.3	投入タイミングの計画との期ズレによる下振れ
販売促進費	6.4	4.9	5.9	0.9	
研究開発費	13.4	15.3	14.2	▲ 1.0	
減価償却費	6.1	6.8	7.1	0.2	
のれんの償却費	9.5	4.3	4.2	▲ 0.1	株バスクリン のれんの償却が22.1Qで終了
旅費交通費	5.0	6.9	5.9	▲ 1.0	
交際費	1.4	2.8	2.6	▲ 0.2	
支払手数料	7.1	7.4	6.2	▲ 1.2	
販売手数料	2.1	6.5	6.6	0.0	
雑費	3.4	4.0	3.4	▲ 0.6	
その他	38.2	43.7	43.2	▲ 0.4	
販管費 計	265.1	290.0	279.9	▲ 10.0	

© Earth Corporation All Rights Reserved.

*前期実績について、本年の基準を適用したと仮定した場合の参考値

販管費の状況です。

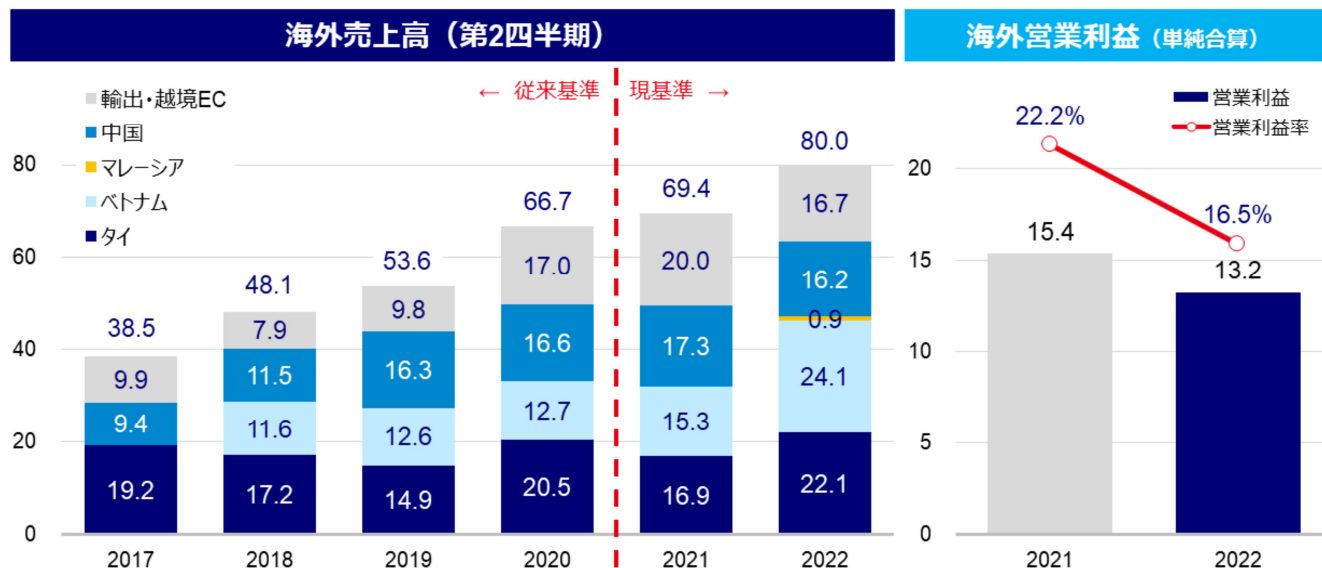
各科目とも概ね予算内で適切に執行されていますので、大きな問題はないと考えています。

海外業績 (越境EC分含む)



(単位：億円)

- 売上前期比*：115% タイ・ベトナム中心に好調
- 国内からの輸出売上が前年を下回っていることが影響し、利益率は若干低下
- 上海のロックダウンは実質的に解除されたものの、完全回復には至っていない



© Earth Corporation All Rights Reserved.

*前期実績について、本年の基準を適用したと仮定した場合の参考値

中計の1丁目1番地に掲げている海外の状況について、ご説明いたします。

日本や海外で新型コロナウイルスによるロックダウンなど懸念事項はございましたが、海外事業全体は順調に推移しています。2Q時点で実質的な売上前期比は115%となっております。

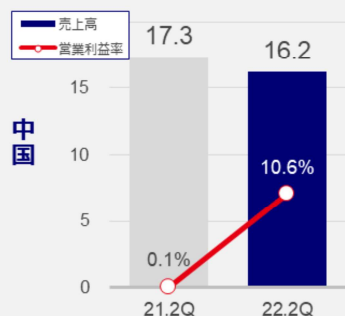
一方、利益率については国内からの輸出が前期を下回っている影響もあり低下しております。

海外業績 (国別状況：中国)



現地法人業績* (億円)

現地通貨ベースでの実質的な売上前期比：78.7%



計画に対する進捗

- ロックダウン影響により、物流の停滞や取引先の経営不振などイレギュラーが発生
- ECチャネルでの売上拡大を目指し、全体的には低調であった618イベントにて前年を上回る売上を達成



下期の取り組み

- COVID-19 終息後を見据えた展開
- 収益確保を前提とした有効な販促活動
- ECチャネルの継続強化
W11イベントでの売上拡大

参考) ロックダウンによる影響

- ロックダウン期間：3/末～5/末（実質2ヵ月間）
 - 物流の停滞・倉庫への出入庫不可
 - ECチャネル：配送困難のため、消費に影響
 - 華東エリア：得意先への配送が困難、広州など遠隔地からの輸送により対応も運送費増
- 6月以降ロックダウンは実質解除されたものの、完全回復には至っていない

© Earth Corporation All Rights Reserved.

*前期実績について、本年の基準を適用したと仮定した場合の参考値

国別の状況、まず中国の状況です。

各国の現法の中で最も新型コロナウイルスの影響を受けているのが中国です。先ほど海外事業全体は順調と申しあげましたが、中国は厳しい状況になっています。

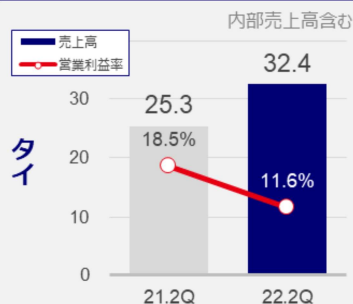
上海のロックダウンの影響で物流の停滞が起こり、殆ど営業活動ができませんでした。6月に入りロックダウンは実質的に解除され、少し上向きの傾向は出てきておりますが、楽観視はできません。現地とコミュニケーションを取りながら、下期の取り組みを進めつつ、アフターコロナを見据えた展開も進めていきます。

海外業績（国別状況：タイ・ベトナム）



現地法人業績*（億円）

現地通貨ベースでの実質的な売上前期比：114.5%



計画に対する進捗

- タイ国内売上が順調に拡大
- 虫ケア用品 市場シェアNo.2へ上昇
- 原材料価格高騰、為替変動による影響が徐々に顕在化するが、販管費コントロールにより、利益計画は達成

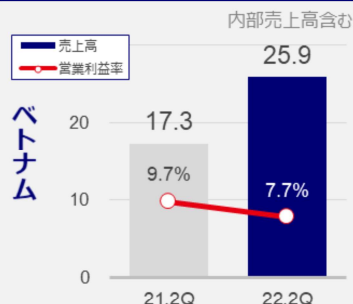


下期の取り組み

- OP-T（地方）チャネルの展開強化
- 公的機関・近隣小売業と連携したCSR活動の実施

現地法人業績*（億円）

現地通貨ベースでの実質的な売上前期比：128.2%



計画に対する進捗

- ベトナム国内売上が順調に拡大
- 原材料価格高騰などにより収益性は計画に対してやや下振れるも、上期の利益計画は達成



下期の取り組み

- 床用、食器用クリーナーの値上げ
➡ 製品価格の10%程度
- 原価高騰による影響をカバーする費用コントロールの実施

© Earth Corporation All Rights Reserved.

*前期実績について、本年の基準を適用したと仮定した場合の参考値

こちらはタイとベトナムの状況です。

この2か国は非常に順調です。

タイについては、主力の虫ケア用品のシェアがNo.2に上昇しました。いよいよタイでもNo.1シェアを目指せるポジションと手応えがありますので、さらにアクセルを踏んでいきたいと考えています。

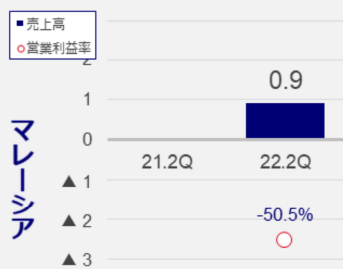
ベトナムについてもタイと同様に好調に推移していますが、タイとは状況が違います。出している製品も異なりますので、虫ケア用品のポジションを確立していくと同時に、他の国では出していない食器用クリーナー等のカテゴリーを確実に伸ばしていきます。

海外業績（国別状況：マレーシア・フィリピン）



現地法人業績（億円）

現地通貨ベースでの実質的な売上前期比：—



計画に対する進捗

- 新製品ローンは予定通り実施、計画以上の売上高を獲得
- 物流コストやブランド浸透のためのプロモーション費用が増加するが、トップライン成長に伴い、利益は計画通りの水準



下期の取り組み

- 芳香剤の新製品ローンチ
- 販路拡大に向けたプロモーション
- 収益性改善・売価改善

現地法人業績（億円）

現地通貨ベースでの実質的な売上前期比：—

フィリピン
22.3QよりPL連結開始

計画に対する進捗

- 現地ローカル企業のM&A実施、株式66.7%取得



下期以降の取り組み

- 製品投入による市場形成
- 統合シナジーの発現（既存品の生産移管など）

© Earth Corporation All Rights Reserved.

続いて、新しく進出したマレーシアとフィリピンについてです。

中国、タイ、ベトナムと異なりスタートアップの段階で、課題も多い状況です。しかし、投資をしっかりと行っていきながら、他の現法と同様に利益を創出できる体制づくりの一年としていきたいと考えています。まだ2か国とも収益ベースにはのっていませんが、概ね計画通りの進捗となっています。



2022年12月期 通期業績見通し

続いて、通期の業績見通しに関する説明です。

2022年 通期業績見通し



(単位：億円)

- 原材料価格の高騰や為替変動など、想定を上回る影響を受けるが、**通期見通しは変更しない**
- 計画外の新製品上市によるトップライン成長、コスト抑制などのリカバリー施策を準備

2022年 計画



(単位：億円)

- 原材料価格高騰の影響を受けるほか、成長に向けて必要な費用を適切に投入
- 厳しい環境下の中、100億円超の営業利益かつ過去最高の純利益を目標とする

2021年12月期
業績説明資料より再掲載

	2022 計画	ポイント	2021 実績	2022 計画
売上高	1,550	・ 実質 +73億円、平年並みの天候を前提とした市場予測 虫ケア用品返品率：6.5% ➡ 6.0%へ	2,037	2,110
売上総利益	668.5	・ 原材料価格高騰によるコスト増：▲12.5億円と想定 粗利増は確保するものの、利益率は若干の低下見込み	823.3	850.5
販管費	561.0	・ 研究開発、基幹システムの改修に係る費用など 将来成長に向けた費用を積み増し	716.6	743.0
営業利益	107.5	・ 2021年と同水準の営業利益を確保	106.6	107.5
親会社株主帰属 当期純利益	72.8	・ 過去最高益	71.4	72.8
ROE	12%台	・ 2021年と同等の資本効率を目指す	12.4%	12%台

© Earth Corporation All Rights Reserved.

(参考) 従来基準

8

© Earth Corporation All Rights Reserved.

現段階では、通期の業績見通しは変更いたしません。

原材料価格の高騰や為替変動によって、当初計画を上回り、10億円の追加影響を受ける見込みですが、その点を盛り込んだ上で、一部商品の価格転嫁や計画外の新製品ローンチ等によってリカバリーしていきます。

通期計画の達成に向けた取り組み



■ 当初計画外の新製品発売による売上拡大

- ・ 当初計画には含めていないものも含め、秋に日用品の新製品66SKUをローンチ
- ・ 売上高目標：26億円

■ 経費コントロールの実施

- ・ 収益確保に向けた効率的な経費の活用を実施
- ・ ただし、持続的な成長に必要な費用は積極的に投じる

■ 価格転嫁の先行実施

- ・ 除湿剤、保温材など一部の日用品でこの秋から実施予定
- ・ 海外では既に実施スタート

© Earth Corporation All Rights Reserved.

取り組みについてご説明します。

「当初計画外の新製品発売による売上拡大」については、当初計画からは約10億円の上乗せを目指しています。66SKUを今下期にローンチする予定です。

「経費コントロールの実施」については、収益確保に向けた効率的な経費の活用を実施します。我々でコントロールできる部分であるため、しっかりと管理し、予算内で執行していきたいと考えています。一方、企業の成長のために必要な費用は積極的に投じていきます。

「価格転嫁の先行実施」について、一部日用品は今秋から実施し、加えて海外では既に実施しています。

秋季発売新製品

■ 66SKUのローンチ、売上高*目標：26億円

入浴剤



口腔衛生用品



その他日用品



© Earth Corporation All Rights Reserved.

*当社出荷ベース

こちらがこの秋に発売する新製品の一部です。



今後の経営の方向性

今後の経営の方向性についてご説明します。

価格転嫁の方針

市場拡大はトップメーカーの責務

■ 高価格帯製品の売れる土壌づくり



原材料価格高騰・為替変動

原価の状況

- パーム油由来の原材料、原油価格に連動する原油中心の高騰
- 海外調達品目における為替変動の影響（為替の準備への反映含む）も受ける



■ 2023年 虫ケア用品を中心に価格転嫁を実施

- ・ 購入頻度、価格弾力性、市場シェア、当社業績への影響を総合的に判断
- ・ 価格転嫁の実施により、営業利益率を+1pt程度押し上げる想定

© Earth Corporation All Rights Reserved.

価格転嫁に関する方針です。

この下期より一部商品で価格転嫁を実施することはお伝えしました。これによって余分な利益を稼ぐことは全く考えておりませんが、現状の環境下で受けている影響の中で、当社のみが我慢をしても仕方ありません。流通など関係者の皆様としっかりと対話をしながら、来年は価格転嫁を実施していきたいと考えています。

価格転嫁をするにあたり、高付加価値商品の投入も考えておりますし、高付加価値商品が売れるという手応えも感じています。このような商品が消費者様に受け入れられることは小売業様にとってもプラスになると思います。

来期は価格転嫁により営業利益を1ポイント程度、金額ベースでは15億円程、押し上げたいと考えています。

投資案件の進捗状況



- 資本効率を意識し、収益成長に向けた投資を実施
- 案件ごとにハードルレートを設定（7%を目安に案件ごとのリスクを考慮）
投資採択基準に基づく意思決定プロセスを適切に運用

【投資の状況】

主な投資案件	目的	2022年				2023年			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
・ フィリピン現地法人M&A	アジア収益基盤の拡大の一環	★	---	---	---	---	---	---	---
・ 基幹システムの刷新	生産・調達・販売物流など 多岐にわたる領域での効率化	---	---	---	---	---	---	---	★
・ 排水処理場の耐震補強	BCP対応	---	---	---	---	---	---	---	★
・ 入浴剤 生産ライン増設	需要増加に対応した 生産キャパシティの拡大	---	---	---	---	---	---	---	★
・ 虫ケア用品 生産ライン増設	需要増加に対応した 生産キャパシティの拡大	---	---	---	---	---	---	---	---
・ 徳島ペットランド・新研究棟建設	研究施設等の刷新による 製品開発力の増強	---	---	---	---	---	---	---	---

© Earth Corporation All Rights Reserved.

こちらは投資案件の進捗状況です。

2023年までの投資については大きなアップデートはございませんが、しっかりと資本効率を意識し、収益成長に向けて実施することを大原則としています。今後も案件ごとにハードルレートを設定し、判断してまいります。

Social

■ モナッシュ大学と寄付協定締結

- ・ 豪モナッシュ大学の研究者らによって設立されたワールド・モスキート・プログラムと協働して、ベトナムでの蚊媒介感染症の予防を支援。
- ・ 同大学と予防活動に関する寄付協定を締結し、当社の虫ケア用品開発の知見やノウハウを活用。



アース製薬が豪モナッシュ大学と寄付協定を締結 [\(earth.jp\)](http://earth.jp)

■ コスメバンクプロジェクトに参画

- ・ 経済的理由などで化粧品を手に入れない方へ賛同企業から寄贈された化粧品・日用品を届けるプロジェクト。
- ・ 環境負荷の軽減と社会課題の解決の一助になることを期待し、アドバイザリーボード企業として参画



アース製薬が「コスメバンクプロジェクト」に参画 [\(earth.jp\)](http://earth.jp)

Governance

■ 大幸薬品株式会社の株式の売却

- ・ 政策保有株式に関する継続的な見直しの一環
- ・ 売却手法については、現時点で検討中
- ・ 大幸薬品とは業務提携契約を継続
MA-Tの社会普及に向けた協働を進めていく

当社が保有する大幸薬品株式会社の株式の売却及び業務提携契約の継続に関するお知らせ [\(earth.jp\)](http://earth.jp)

■ 指名報酬委員会の設置

- ・ CGC 補充原則 4-10-1の求めに対応
- ・ 独立社外取締役が過半を占める構成とし、
 - 取締役の報酬に関する事項
 - 取締役の選・解任に関する事項
 - 後継者計画に関する事項 などについて
 取締役会の決議前に諮問するプロセスを経る

© Earth Corporation All Rights Reserved.

ESGについてのトピックスです。

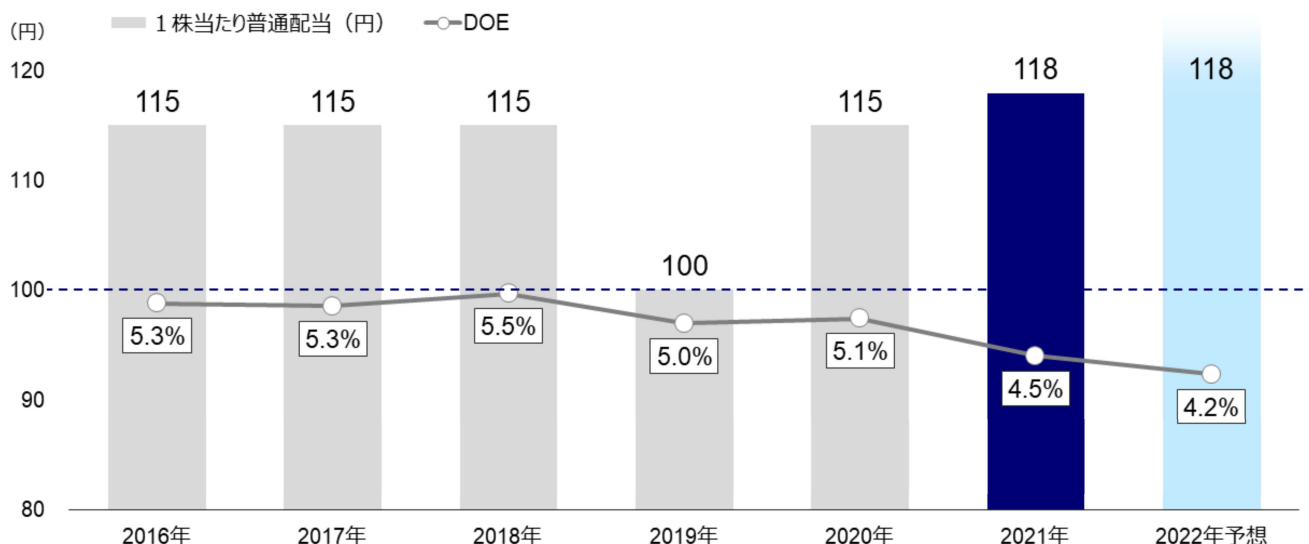
「S」については、モナッシュ大学の研究者によって設立されたワールド・モスキート・プログラムと共同し、ベトナムでの蚊媒介感染症の予防を支援すべく、モナッシュ大学と寄付協定を締結しました。
また、環境負荷の軽減と社会課題の解決を期待し、コスメバンクプロジェクトに参画しています。

「G」については、先般公表のとおり、政策保有株式として保有していた大幸薬品の株式を売却することを決議しました。こちらは継続的な見直しの一環であり、売却手法については現在検討中です。なお、大幸薬品とは業務提携契約を継続し、今後MA-Tの社会普及に向けた協働を進めてまいります。
もう一つのトピックとして、指名報酬委員会を設置しました。こちらはガバナンス・コードの求めに対応したもので、独立社外取締役が過半を占める組織とし、取締役の報酬や選・解任に関する事項などについての諮問機関として活動してまいります。

株主還元



- 純資産配当率（DOE）4～5%を目安に配当
- 2022年予想 1株当たり配当金118円、DOE4.2%、連結配当性向35.8%
- 業績や必要な内部留保の水準に応じて、増配・自己株買いなど機動的に検討



© Earth Corporation All Rights Reserved.

最後に株主還元についてです。

DOEと配当性向を重視することになりなく、DOE4～5%を目安に配当をしております。
この観点から昨年度は、3円増配し、118円の配当を実施させていただきました。今期は118円を下限として、更なる増配を目指したいと考えておりますので、引き続きよろしくお願いいたします。

配当以外の還元方法については、アセットアロケーションの観点から検討を進めてまいります。

地球を、キモチいい家に。



本資料で記述している将来予測および業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、様々な要因の変化により実際の業績は記述している将来見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることを御承知おき下さい。

簡単な説明であったかと思いますが、今考えていることや下期以降の取り組み課題等をしっかりと実行に移していきたいと思っております。

以上で、説明を終わります。
ご清聴ありがとうございました。