

2022年12月期 業績説明資料

2023/02/13

代表取締役社長CEO 川端克宜



アース製薬株式会社

皆さま、こんにちは。アース製薬の川端です。

本日は、2022年12月期の業績について、資料に沿って説明いたします。

よろしくお願いいたします。



2022年12月期 業績概要

業績ハイライト



(単位：億円)

- 実質的に増収減益ながら、売上・利益ともに計画未達（会計基準変更の影響を除く）
- 天候不順に伴う虫ケア用品市場の低迷、原材料価格高騰・為替変動による影響を大きく受ける

「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	1,523	98.3%	102.4%	・ 虫ケア用品・入浴剤が売上減となるも、 その他日用品や海外の売上成長がカバー
売上総利益	624.6	93.4%	96.7%	・ 原材料高騰影響：前期比▲27.5億円、計画比▲15億円 ・ 収益性の高い虫ケア用品の売上構成比低下
販管費	550.3	98.1%	99.8%	・ コストコントロールを実施し、計画比▲10.6億円の圧縮
営業利益	74.3	69.2%	78.4%	・ 大幅減益
税引前 当期純利益	80.5	73.9%	82.4%	・ 特筆すべき営業外収支・特別損益なし

© 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

3

業績ハイライトについてです。

去年は計画に対して未達となり、非常に苦しい実績となりました。売上高は前年を超えることができていますが、各段階利益では思うように達成できませんでした。

こうした状況が期中で判明しておりましたので、販管費のコントロールを行いました。コスト増を吸収できず営業利益は減益となりました。

2023年1月30日に開示した業績予想数値とほぼ変わらない着地となりました。

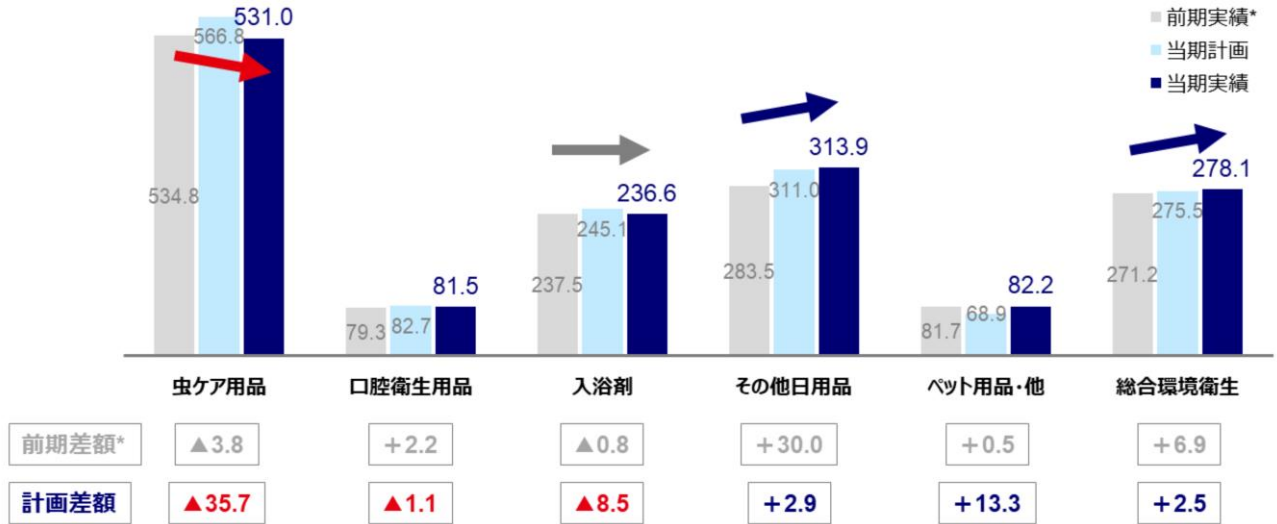
部門別売上高



*外部顧客向け（内部相殺分除く）

（単位：億円）

- 虫ケア用品の減収、計画未達が業績に影響
- 入浴剤は微減収ながら高水準を維持、その他日用品はニッチ商材のヒットにより大幅増収
- 総合環境衛生事業は順調に売上を拡大



© 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

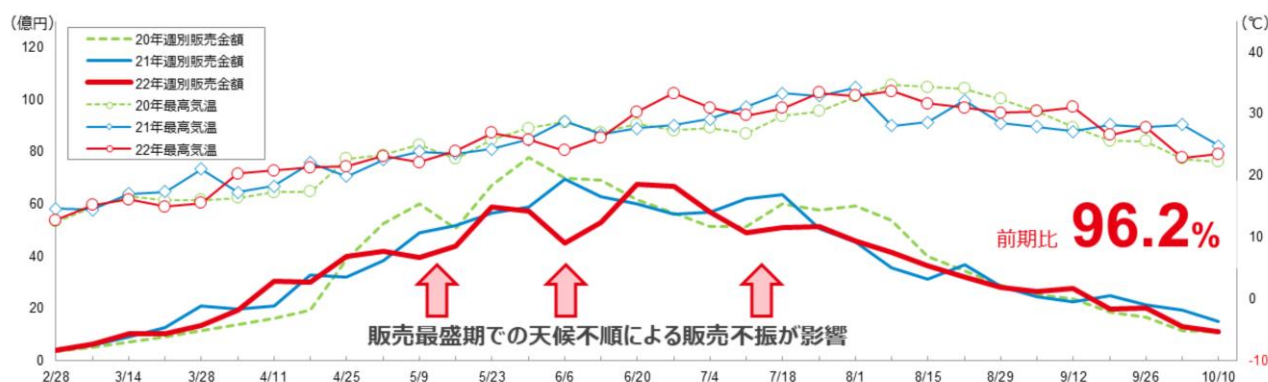
4

部門別売上高についてです。

虫ケア用品部門が非常に苦しい一年となりましたが、それ以外の部門は悪い状況にはなっていないと考えています。しかしながら、依然として虫ケア用品部門が当社全体の業績へ与える影響が大きいと改めて痛感しました。

事業環境や事業ポートフォリオの変革が続けているところですので、今期もこの変革を続けていきたいと感じているところです。

国内虫ケア用品の状況



当社市場シェア

55.9% ➡ 56.3% +0.4pt

市場：カテゴリー別販売状況

- ハエ・蚊用、ゴキブリ用が前年を下回る
- ダニ・不快害虫用、虫よけ用品は微増

基幹商品の動向

- ・ アースノーマット

計画比 87%



- ・ 虫よけネットEX

計画比 87%



国内虫ケア用品の状況です。

お陰様でシェアNo.1をいただいております。マーケットをけん引しなければいけないという立場にありながらも、2020年から始まった新型コロナウイルス感染症による当業界への追い風は少しずつ目減りをしている状況です。

コロナ前には完全には戻っておりませんので、2023年は真価が問われる年になろうかと考えています。

シェアはお客様からの支持を表していると常々申し上げています。2022年のシェアは0.4ポイントと、僅かですが拡大を続けておりますので、当社製品がお客様からの信頼を失っているとは思っておりません。

原材料や物流費等の高騰影響から当社も逃れられることができなくなっており、2023年から価格改定を行います。2022年は高単価製品が市場に受け入れられるかのテストの意味を含め、高単価製品の発売を行いました。その結果も踏まえ、2023年は臆することなく進めて参りたいと考えています。

原価の状況

- 原材料、包材などの全般的なコストアップに加え、為替変動が影響し、利益を圧迫
- 対前期：27.5億円、対計画：15億円のコストアップ要因

原材料価格高騰の影響

当初計画の前提

前提との差異額

【価格高騰している主な原材料・包材】

利益影響額

利益影響額

▲12.5億円

▲15億円

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 of 当初想定との差異

為替変動による影響

通貨	予算レート	実績レート	予算比
人民元	17.15	➡ 19.01	+10.8%
USD	111.00	➡ 132.70	+19.5%
THB	3.38	➡ 3.80	+12.4%
VND	0.00505	➡ 0.00555	+9.9%

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

計画比5億円のコストアップ

© Earth Corporation All Rights Reserved.

原価の状況についてです。

当初計画と大きく乖離し、見立てが甘かったという点は反省すべきかと思っております。

当初計画段階の12.5億円、加えて15億円の超過があり、合計で27.5億円の影響となりました。

原価高騰は2022年で収束するとは考えておりません。2023年はさらに高騰すると予想し計画を立てています。

取り組み成果：高価格帯製品の売上貢献



- 新製品ローンチを通じて、高価格帯の市場を開拓
- 特に虫ケア用品市場においては、高付加価値・高価格帯製品が受け入れられる土壌を形成

『マモルーム』（蚊用・ダニ用）



【売上計画比】

1.7倍 + 3億円

[おうちの中をダニや蚊と出会わない“あんしん”空間へ - mamoroom \(earth.jp\)](https://earth.jp/mamoroom)

© Earth Corporation All Rights Reserved.

『イヤな虫ゼロデナイト』



【売上計画比】

2.3倍 + 3億円

[イヤな虫ゼロデナイト - 虫ストレスゼロへ | アース製薬 \(earth.jp\)](https://earth.jp/iyana-mushi-zero-denaito)

2023年は価格改定を行うものの、想定以上に市場を縮小させたり、お客様離れを起こすと、メーカーの独りよがりになってしまいます。

そのため、昨年、高価格帯・高付加価値のマモルーム、ゼロデナイトを発売させていただき、想定以上の結果を出すことができました。お客様にこういった製品が受け入れられる土壌を形成できたと感じています。

この結果を2023年の取り組みに落とし込んでいきたいと考えています。

取り組み成果：秋季発売新製品の貢献



- 機動的な製品開発により、秋季に計画外の新製品を追加ローンチ
- 想定を上回る売上寄与

秋季発売新製品（抜粋）



【計画外新製品による売上*寄与額】

当初想定

実績

11億円 → 15億円

© Earth Corporation All Rights Reserved.

*当社出荷ベース

8

2022年秋に新製品をローンチいたしました。これらは計画には含めておらず、想定を上回る実績を出すことができました。

なお、この新製品は原材料価格の高騰を踏まえた価格でローンチしています。

今期も手応え感を持ちながら、新製品をローンチしていきたいと思っています。

取り組み成果：海外展開の規模拡大



(単位：億円)

- ASEAN中心に順調に拡大を続け、海外展開全体の売上高は前期比119.1%
- マレーシア・フィリピンの新規連結：+4.9億円、オーガニック成長+為替：+19.0億円
- 原材料価格・海上運賃の高騰、輸出の不振などにより、収益性は低下



© 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

9

海外の状況についてです。

海外は中計の一丁目一番地としており、新型コロナの影響も受けながらも、シェアの拡大など、成長を続けています。

マレーシア、フィリピンの現地法人を新規に連結したことによる売上寄与もあり、概ね順調に伸ばすことができています。

しかし中国だけは、2022年はゼロコロナ政策の影響で不調に終わりました。2023年はその反動があるものと想定しております。

取り組み成果：コストコントロール

(単位：億円)

■ 業績動向に応じた適切なコストコントロールの実施により、計画比▲10.6億円

	2021年 4Q累計実績*	2022年 4Q累計計画	2022年 4Q累計実績	計画対比	ポイント
人件費	208.8	209.1	206.8	▲ 2.2	昇給は計画通り、採用計画>キャリア採用人員
運送費	42.7	44.4	45.0	0.5	エネルギー価格の上昇
保管料	23.8	25.1	25.6	0.5	在庫の増加
広告宣伝費	83.9	81.2	73.9	▲ 7.2	業績動向に応じたコントロール実施
販売促進費	5.7	10.7	10.2	▲ 0.4	
研究開発費	31.7	33.8	32.1	▲ 1.6	
減価償却費	12.7	13.8	14.7	0.8	
のれんの償却費	18.3	4.5	4.2	▲ 0.2	株バスクリン のれんの償却が22.1Qで終了
旅費交通費	10.9	13.9	13.1	▲ 0.7	
交際費	3.3	4.7	5.2	0.4	
支払手数料	14.6	13.7	13.2	▲ 0.4	
販売手数料	8.1	12.4	14.1	1.6	
雑費	6.9	10.2	8.0	▲ 2.2	
その他	80.0	83.4	84.2	0.5	
販管費 計	551.4	560.9	550.3	▲ 10.6	

© 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 10

外部環境の影響は致し方ないものの、自助努力で対応できることはやらなければいけないと考えており、コストコントロールを行っています。

2022年も計画内で収めることができ、当社グループ内にはやりきる力があるということを申し上げることができま

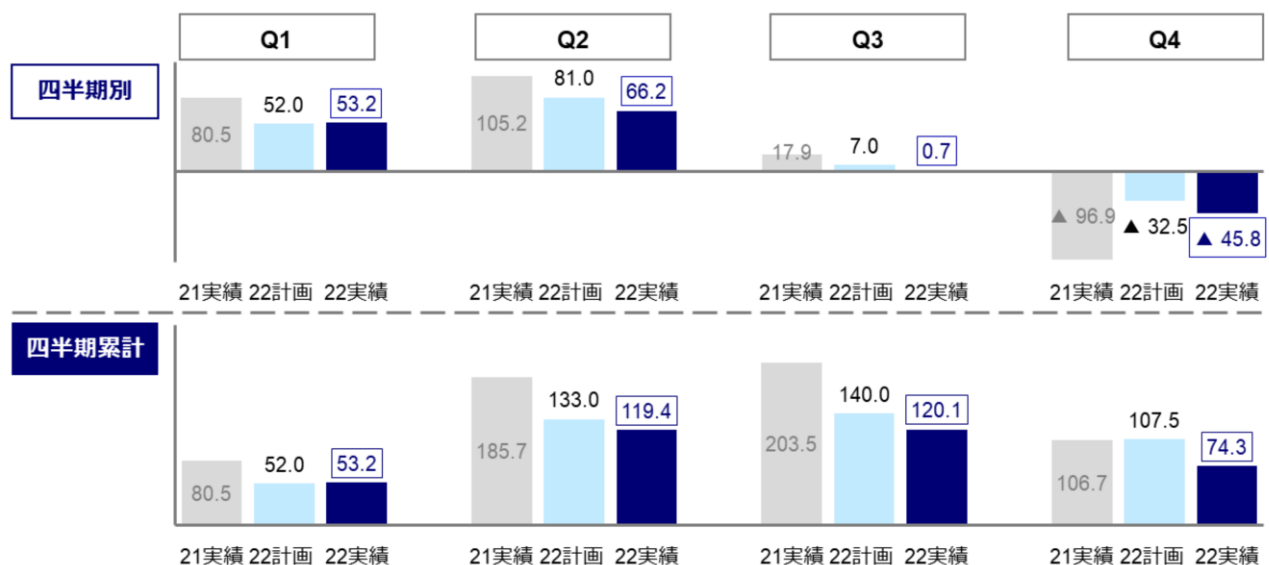
す。2023年も状況を見ながら、計画内に収めるように取り組んでいきたいと思

取り組み成果：四半期ごとの利益の平準化



(単位：億円)

- 販促費の適時計上により、業績の季節性が緩和
- 第4四半期（10-12月）の利益については、まだ改善の余地あり



© Earth Corporation All Rights Reserved.

11

当社は虫ケア用品を主要な収益源としており、季節変動があるため、どうしても四半期ごとの利益にばらつきが出ます。

このばらつきを平準化するために2022年から取り組みを進めています。四半期ごとの計画に達しなかった部分は反省し、2023年の下期（Q3、Q4）は改善余地があります。

しかし、全ての四半期において平準化できるという手応え感がありますので、2023年は取り組みを更に深掘りしてまいります。



2023年12月期 計画概要

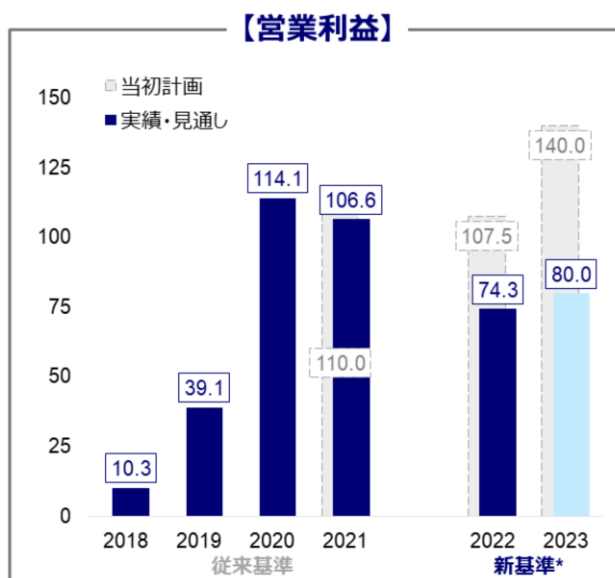
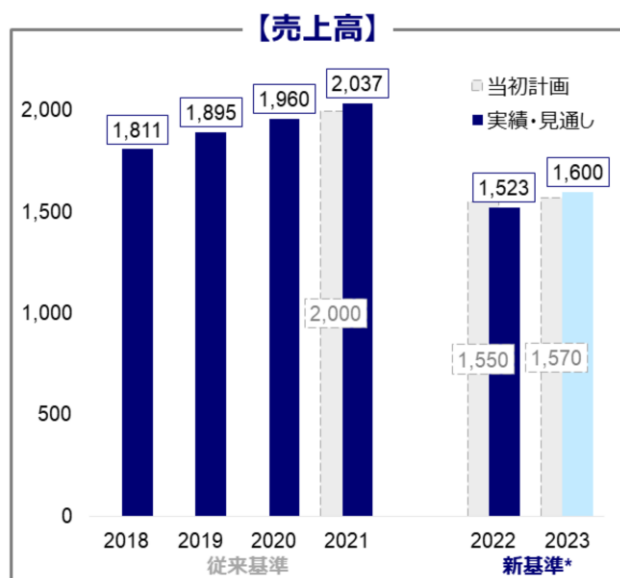
続いて、2023年の計画について説明いたします。

2022年は想定が異なり計画が未達となったことに対しては反省すべき点もあります。

しっかりと今期に反省を活かして、経営を推し進めてまいりたいと思います。

(単位：億円)

- 中期経営計画立案時の前提から外部環境が大きく変化
- 掲げている利益目標は一旦取り下げるが、取り組む方向性に変化はない



© Earth Corporation All Rights Reserved.

※ 「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

13

中期経営計画の進捗について説明します。

今期のグループ全体の売上は1,600億円を目指します。一方、営業利益は想定以上の原材料価格高騰の影響を受けるなど、当初の前提から外部環境が大きく変化したことを受け、一度まき直しを図ります。

コロナ禍の特需要因を見極めながら、2023年営業利益計画は連結で80億円を目指します。決して低く見積もっているわけではありません。

次期中期経営計画が2028年に向けて始まります。取り組みの着実な実行と業績を出しつつも、一度掲げた定量目標（営業利益140～160億円）は次期中計に持ち越したいと考えています。

海外、MA-T、新たな収益の柱となる事業（PDR事業、ニューチャネル事業など）への投資は続けながら、2023年はグループ力を上げていきたいと考えています。

今期は営業利益率5%は確実に達成していきたいと考えており、そのために価格改定を確実に実行していくフェーズに入っていきます。

2023年 計画ハイライト

(単位：億円)

- 持続的な成長に向けた投資による将来収益の拡大と収益構造改革による増益確保を両立する
- 2022年に引き続き、原材料価格高騰の影響を受けるが、価格改定施策により対応

2023 計画		ポイント	2022 実績
売上高	1,600	・ 販売数量増、高単価製品のローンチ、価格改定、海外成長 ・ 虫ケア用品市場は2022年並みを前提	1,523
売上総利益	665.0	・ 原材料価格高騰の影響想定（▲25億円）を価格改定施策により吸収	624.6
販管費	585.0	・ 引き続き、適切なコストコントロールを実施 ・ 将来成長に向けて、人件費を積み増し	550.3
営業利益	80.0	・ 前期比+5.6億円 ・ 営業利益率5%の確保	74.3
親会社株主帰属 当期純利益	54.0	・ 微増益	53.0
ROE	8%台	・ 資本効率を意識し、最低限のROE目標を掲げる	8.6%

© Earth Corporation All Rights Reserved.

14

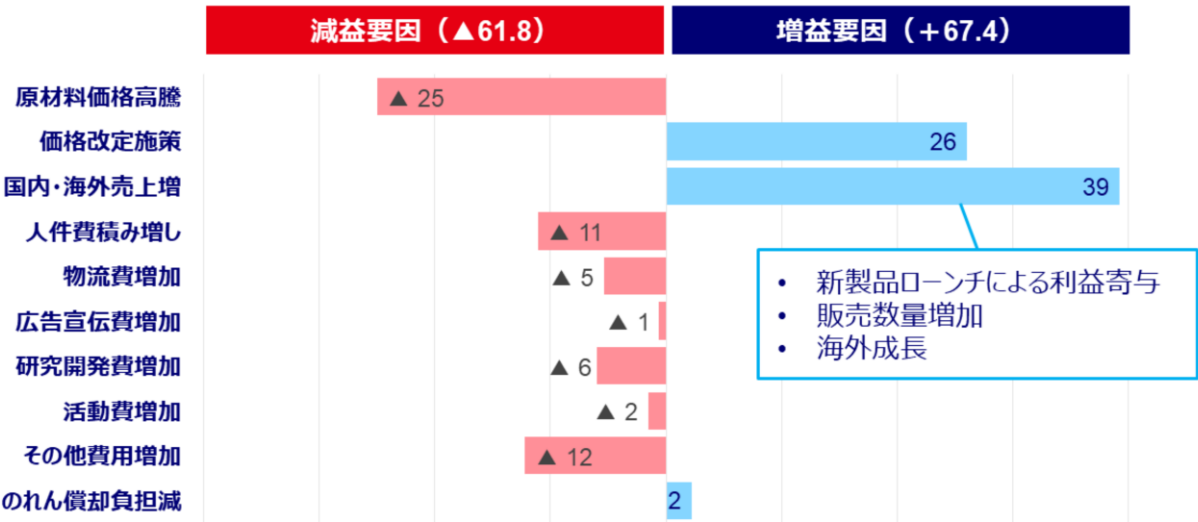
2023年の計画です。

1,600億円の売上を目指し、販管費をコントロールし、またお客様に支持される新製品を投入しながら、営業利益80億円（営業利益率5%）を目指していきます。

2023年 営業利益変動要因

(単位：億円)

- 原材料価格の高騰による影響は、価格改定施策により吸収
- 国内・海外の売上成長に伴う利益増を見込む一方で、成長に必要な費用は適切に使用
- のれんの償却負担が2億円軽減



© Earth Corporation All Rights Reserved.

15

営業利益の変動要因です。

原材料価格高騰の影響は、25億円の減益要因として見込んでおります。2022年に加えて更にマイナス影響を受ける想定です。

2022年は見立てが甘かったため、今期は25億円を最大と見積もり、最悪の事態を想定しながら進めてまいります。

一方で、価格改定でマイナス影響を吸収する見立てとしています。しかし、お客様との対話次第になりますので、若干の余裕を持ちながら、原材料価格高騰影響は吸収してまいります。

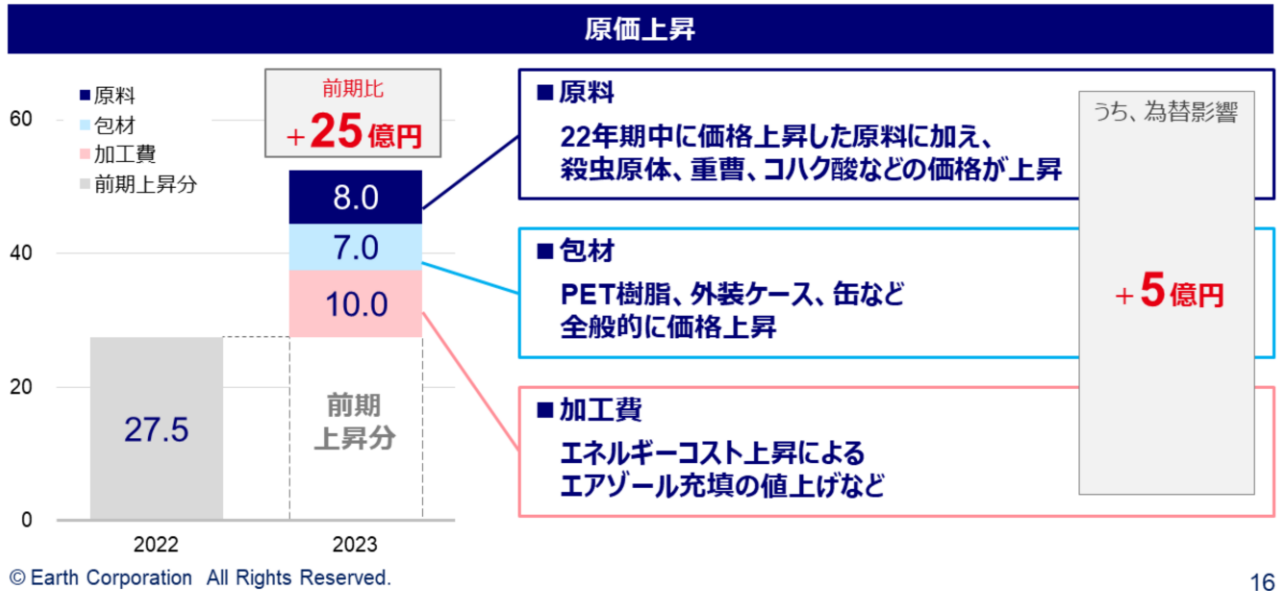
加えて、国内外の新製品のローンチによる利益寄与などによって、利益創出を目指していきます。

減益要因に人件費が含まれていますが、従来よりコストとは捉えておりません。ですので、人財への投資は継続してまいりたいと思っています。

想定する原価上昇

(単位：億円)

- 原料、包材、加工費などの全般的な上昇に加え、2022年中の為替変動も影響
- 原材料価格高騰・為替変動による影響額を **+25億円** と見込む



16

原材料価格高騰の影響を分解したものがこちらです。

25億円の内訳は、原料8億円、包材7億円、加工費10億円と見込んでいます。うち為替影響は5億円と見立てておりますが、外部要因によって変動するため、見立てより上振れる可能性はゼロではありません。

「価値に見合った価格」での販売

- 価格改定により、2023年度の原価上昇影響を吸収
- これまでに形成した高付加価値・高価格帯製品が受け入れられる土壌に、差別化された新製品をローンチし、単価上昇による売上拡大を見込む

価格改定の実施（23年春季）

【対象商品数】

虫ケア用品

49SKU

日用品

19SKU

※ 秋季にも追加の価格改定施策を予定
(今回の計画には含まず)

【利益寄与額】

+ 26億円

高付加価値新製品のローンチ



【新製品売上*計画】

+ 40億円

© Earth Corporation All Rights Reserved.

*当社出荷ベース 17

従来の価値に見合った価格に戻すという表現に変えながら、価格改定をまいります。

虫ケア用品49SKU、日用品19SKU、合計68SKUのアイテムにおいて、今回、価格改定を行います。

実施時期など状況を見ながら、26～30億円の利益寄与を目指していきます。

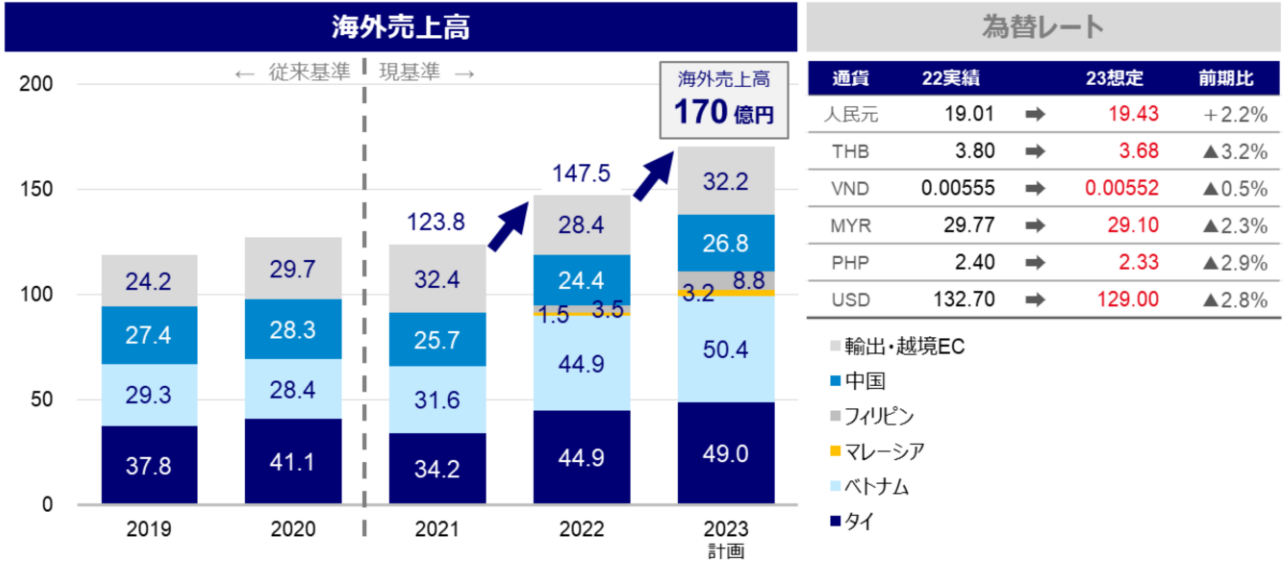
一方で製品戦略においては、全ての製品を高価格で販売するわけではありません。新製品は、ローンチ基準を見直し、利益を生み出す仕組みを作りながら進めてまいります。先ほど2022年の新製品の成功例を説明しました。引き続き、2023年も利益を生み出せるようにローンチしてまいります。

また、下期の新製品は計画には含めておりませんので、状況を見ながら、下期も対応していきたいと考えています。

海外成長 ～アジア収益基盤の拡大～

(単位：億円)

- 展開国も増え、売上規模は着実に拡大しているが、成長余地は大きい
- 中期的な海外成長実現に向けて、組織改編（グローバル海外統括本部の設置）を実施
- 各国での市場シェア獲得、利益を伴う売上規模の拡大を重視



18

各国課題はございます。各国の詳細は参考資料をご覧ください。

国ごとの営業施策、販路、新製品ローンチなどが滞っている状況にはありませんので、依然として成長段階にあると考えています。

加えて、2023年の中国は前期の反動から、プラスの成長を見込んでいます。中国の情勢もありますが、マイナスになる要素は少ないと見ています。グローバル海外統括本部を立ち上げていますので、更にアクセルを踏んでいきます。

具体的施策では、ベトナムで展開している「GIFT」ブランドを、今期よりASEANの他国に展開していきます。

海外売上高170億円を下限として、上振れを目指していきます。



© Earth Corporation All Rights Reserved.

19

BARTH事業についてです。

2023年3月1日よりBARTH事業として発足します。今期、アースグループの一つの財産として仲間入りします。

このブランドはバスタイムからスリープタイムまで、ワンランク上のナイトルーティンを提案するライフスタイルブランドとして、既に認知をされています。当社グループになっても、BARTHの良い部分はアースグループに取り入れ、BARTHに足りない部分はアースグループから提供し、シナジーを生み出していきたいと考えています。

【戦略的意義】

・ BARTHの「世界観」・「ブランド価値」の獲得

- ▶ BARTHは、「美容」・「睡眠」・「リカバリー」を切り口にお客様の潜在ニーズを喚起し、バスタイムからスリープタイムまでの「ナイトルーティン」を訴求し、独自の世界観を確立
- ▶ 本事業譲受により、入浴剤をはじめとする“製品”そのものに加え、これまでに構築した独自の世界観・ブランドおよびマーケティングノウハウを獲得する

【将来構想】

・ ノウハウを活かした収益性の向上／既存製品とのシナジー発揮

- ▶ BARTHの「デザイン性」、「機能性」、「コンセプト」、「中～高価格帯」による差別化で創られた世界観をベースに、「BARTHブランド」×「当社既存 or 新規カテゴリー」の製品を生み出し、高価格帯での製品展開による収益性の向上を視野に入れる。
- ▶ 当社既存カテゴリーにおいてもシナジー発揮を目指す

今回の事業譲受は、BARTHの持つ世界観やブランド価値を獲得することを目的としています。しかし、入浴剤の「BARTH」に留めることは想定していません。これまでBARTHが築いてきた世界観が非常に重要です。

当社グループは高付加価値製品を広めることを苦手としています。一方で、BARTHは高付加価値・高単価製品ブランドであるため、こういった部分をノウハウを得ることができると考えています。

また、芳香剤やマウスウォッシュなど、BARTHが持ちえない知見をアースグループは持っています。今後はこういった知見を活用し、新たにBARTHブランドとして製品を生み出していくことを目指しています。

双方の良い部分を見つけ出し、早期にシナジー効果を狙っていきたいと考えています。

そのための一年となり、今後のアースグループの成長を担う部分になります。国内の成長戦略として活用していきたいと考えていますので、期待いただきたいと思います。

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（8%を目安に案件ごとのリスクを考慮）を設定し、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	★	---	---	---	---	---	---	---
・ 『BARTH』事業譲受	・ 事業成長に向けたブランドラインナップの拡張				事業譲渡 ☆ 契約締結	クロージグ ★ (予定)	---	---	---
・ 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			---	---	★			

こちらは投資案件の進捗状況です。

大きなアップデートはありませんが、2022年はフィリピンのM&AやBARTHの事業譲受を行っています。

また、基幹システムの刷新やニーズに対応するために生産ラインの増設なども行っています。

案件ごとのハードルレートを設定し、議論のモノサシとしながら、成長のための投資を進めてまいります。

【株主還元ポリシー】

- 安定配当をベースに、業績や内部留保の水準に応じて、増配・自己株買いなど機動的に検討
- KPI : DOE（純資産配当率）4～5%

配当関連KPI

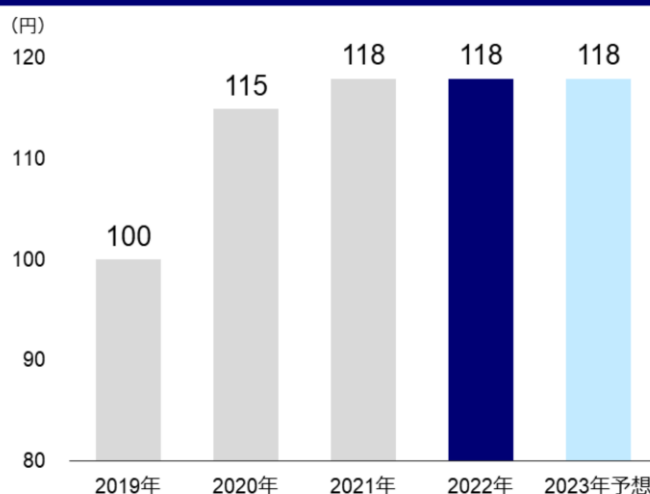
DOE（純資産配当率）

2022年 2023年予想
4.2% → 4%台

連結配当性向

2022年 2023年予想
49.1% → 48.2%

1株当たり配当金推移



© Earth Corporation All Rights Reserved.

22

最後に株主還元についてです。

非常に重要な経営課題と考えています。安定配当をベースに業績や内部留保の水準に応じて、増配ベースを保ちたいと考えています。2022年は118円とし、2023年も118円を最低ラインとし、118円以上を目標に経営を進めてまいります。

自社株買いなど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。

引き続き、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

地球を、キモチいい家に。



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

以上で、説明を終わります。

成長のスピードを止めるつもりはありません。2020年から始まったコロナ禍を経て、次の成長戦略を進めていきます。必要な部分には投資を行い、しっかりと利益を出せる会社になったという自負もあります。次期中計に向けては、新たな局面の中で強い推進力を持てるように進めてまいります。

引き続き、ご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

ご清聴ありがとうございました。