



2024年12月期 第2四半期 決算説明会

2024/08/21

代表取締役社長CEO 川端克宜

アース製薬株式会社

- **2024年12月期 第2四半期業績概要**
- **中期経営計画の進捗／下期の取り組み**
- **通期業績見通し**



アース製薬

2024年12月期 第2四半期業績概要

業績ハイライト



(単位：億円)

- 増収増益
- 売上の計画上振れに加え、①原価率及び②販管費の計画下振れにより、利益計画達成
- 販促費使用の進捗遅れ、廃棄関連費用の未消化、販管固定費の期ズレが発生しており、これらは下期に発生する見込み

	23.2Q実績		24.2Q計画		24.2Q実績		比較			
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	前期差	前期比	計画差	計画比
売上高	903.2	100.0%	947.0	100.0%	970.9	100.0%	67.6	107.5%	23.9	102.5%
売上原価	513.4	56.8%	546.4	① 57.7%	556.9	57.4%	43.4	108.5%	10.5	101.9%
売上総利益	389.8	43.2%	400.5	42.3%	413.9	42.6%	24.1	106.2%	13.4	103.4%
販管費	290.6	32.2%	321.5	34.0%	306.4	31.6%	15.8	105.4%	▲ 15.1	② 95.3%
営業利益	99.2	11.0%	79.0	8.3%	107.5	11.1%	8.3	108.4%	28.5	136.2%
経常利益	104.2	11.5%	82.0	8.7%	113.3	11.7%	9.1	108.8%	31.3	138.3%
親会社帰属中間純利益	70.4	7.8%	54.5	5.8%	76.4	7.9%	6.0	108.6%	21.9	140.3%

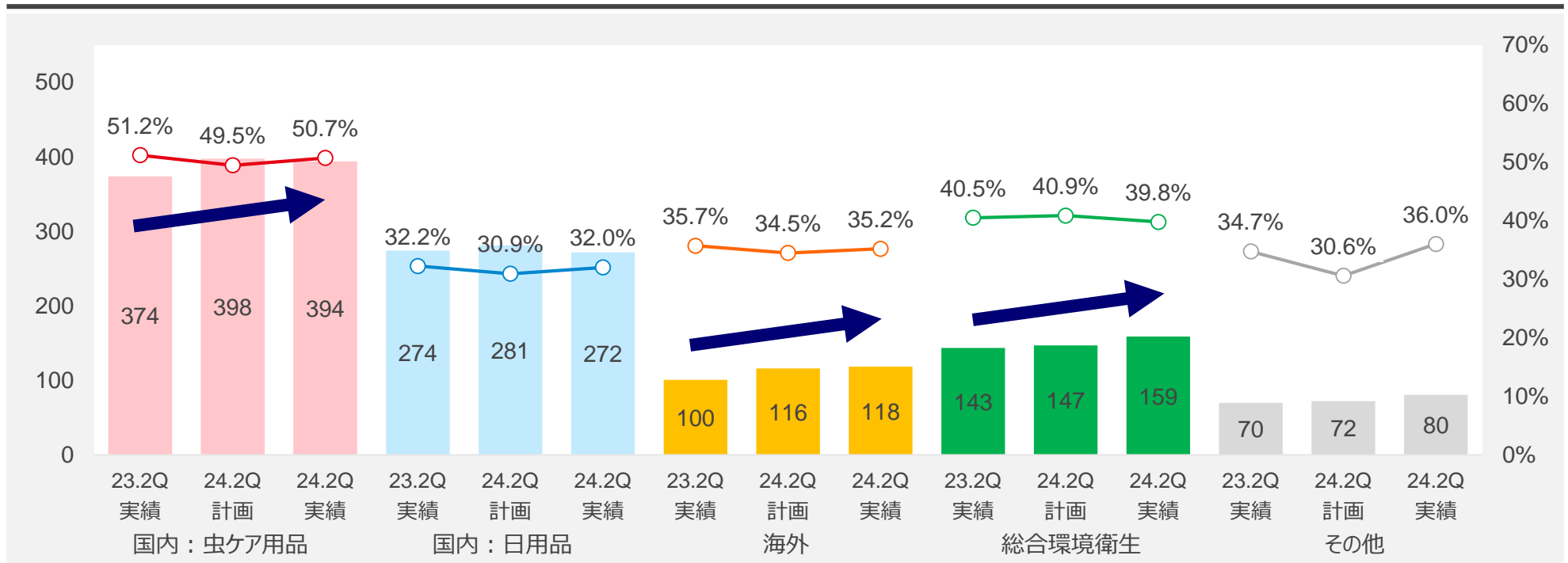
管理会計ベース 売上高・粗利率 (23vs24)



(単位：億円)

- 国内 虫ケア : 売上はほぼ計画どおり、利益率は想定を上回る推移
- 国内 日用品 : 入浴剤、口腔衛生用品が売上計画を下回る
- 海外 : ASEAN、中国とも順調
- 総合環境衛生 : 契約件数・金額の増加に伴い、好調な推移

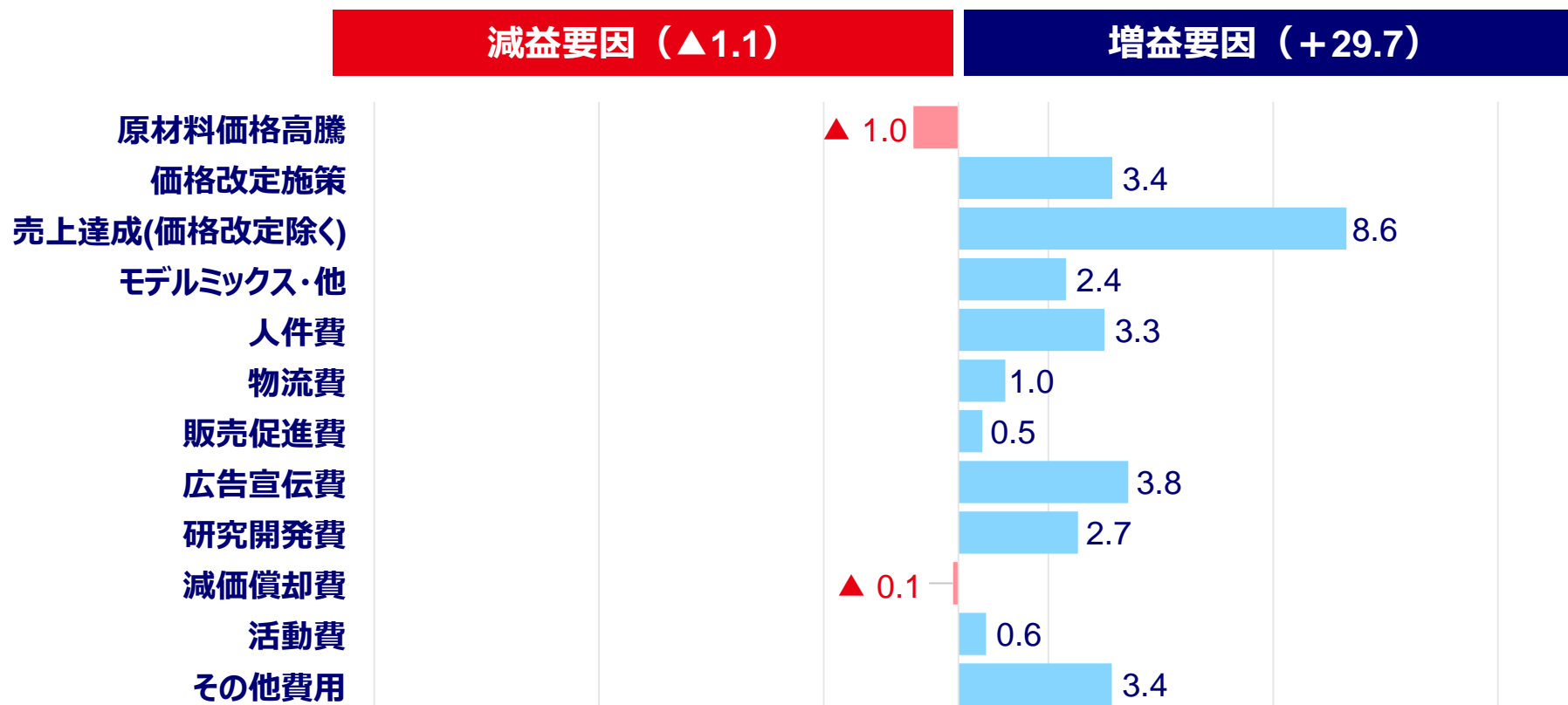
ポートフォリオ別売上高・粗利率



営業利益変動要因（計画比）

（単位：億円）

- 2Q時点において、原材料価格高騰の影響は価格改定施策効果により吸収
- 売上計画の達成に伴う粗利益の増加に加え、販管費の期ズレ・計画下振れにより大幅増益

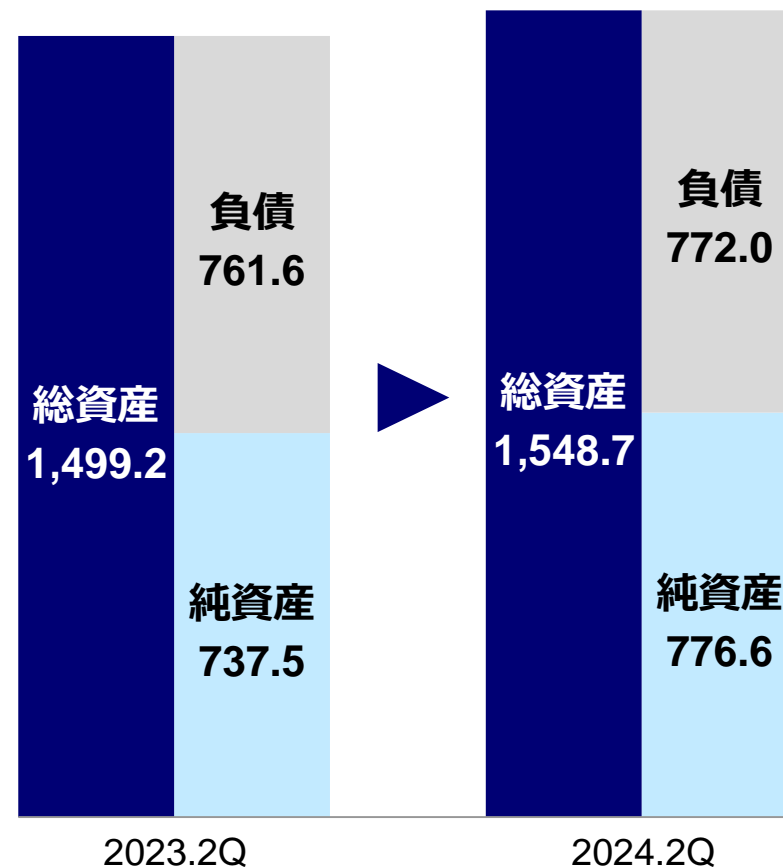


連結：財政状態

(単位：億円)

- ① たな卸資産 (▲43億円) : 前年下期以降の在庫圧縮による効果が発現
- ② 借入金 (▲37億円) : 在庫圧縮に伴うキャッシュ負担軽減に伴う

	2023.2Q	2024.2Q	増減
総資産	1,499.2	1,548.7	+49.4
現金及び預金	187.2	236.0	+48.7
売上債権	381.1	394.0	+12.8
たな卸資産	336.4	293.4	▲43.0 ①
有形固定資産	311.4	314.5	+3.0
無形固定資産	80.5	87.7	+7.1
投資その他の資産	176.0	195.1	+19.0
負債	761.6	772.0	+10.3
仕入債務	383.0	413.4	+30.3
借入金	107.2	70.0	▲37.2 ②
純資産	737.5	776.6	+39.0
自己資本比率	45.7%	46.6%	+0.9pt





中期経営計画の進捗／下期の取り組み

アースグループ 中長期構想

SLOGAN

グループの総力、アースの明日へ



2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 ...

COMPASS 2023

COMPASS 2026

次期中計

収益構造改革・体制づくり

売上をつくる：海外

収益をつくる：国内

シェア
拡大

市場
開拓

事業の
見直し

事業
ポートフォリオ
転換

資源配分の
最適化

グローバル展開の強化

虫ケアに次ぐ
第2の収益の柱づくり

基盤をつくる：グループ

海外・グループ企業
管理強化

M&A体制強化

投資採算性向上

グループ売上と
利益の最大化

多様な事業展開の
基盤構築

グループ再編と
利益体質強化

営業利益率

収益構造改革の進捗

- 収益構造改革に向けた取り組みは着々と進む
- 一部、成果が発現しているものもあるが、多くは来期以降の発現を想定

取り組み内容

- 入浴剤・口腔衛生への積極投資
- マーケティング費用の最適化

- ブランド・SKUの選択と集中

- 製販連携強化
(サプライチェーン構造改革)

進捗・今後の取り組み

- 上期の苦戦を受け、下期リカバー策を準備
- 日用品へのマーケティングリソース配分の比重を高め、ブランド及び販売強化のための施策を打つ

- SKUの削減は順調に進捗
- ブランドの選択と集中について、取り組み余地あり

- 2023年下期の在庫圧縮により、CF改善
- 需給調整の精緻化により、更なるキャッシュ効率改善を見込む

『攻め』と『守り』の構造改革 ～今後の取り組み～

- 『攻め』= 将来成長と『守り』= 事業効率の向上を両立させる構造改革を推進
- グループ再編に向けた協議は想定どおり進捗、詳細は3Qの説明会にて公表予定

『攻め』の構造改革

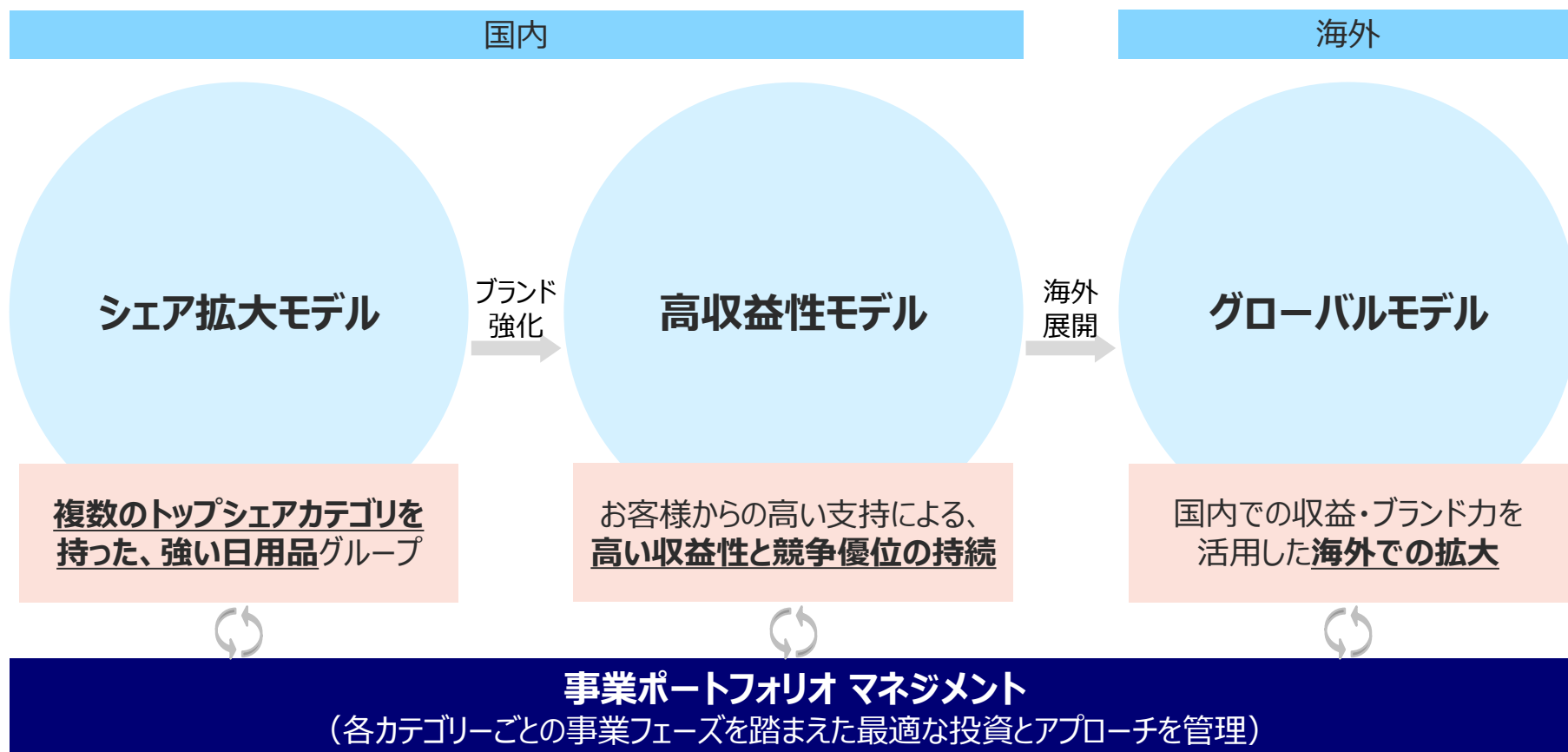
- 更なる収益拡大に向けた全面的な価格政策見直し（価値に見合った価格）
- 返品・廃棄削減に向けた虫ケア・日用品の需給・販売政策見直し
- 国内、海外、総合環境衛生、MA-Tの4本柱で事業ポートフォリオ再編
- 積極的な財務戦略とM&A展開

『守り』の構造改革

- 再編プロジェクトチームの発足
→ 再編に向けた協議を実施中
- 採算性の低い資産・ブランドの整理
- グローバルガバナンスの強化
 - ・ グローバル生産戦略部発足
 - ・ 海外管理体制の強化
- M&A推進・投資採算管理体制の強化
- 在庫削減によるキャッシュフローの改善

構造改革により目指す姿

- より強いアースグループの実現に向けて
シェア拡大を行った上で、ブランド強化による収益性向上を図り、海外展開で成長を加速



目指す事業ポートフォリオ

- 現状は、国内虫ケア用品への収益依存度が高い
- 将来的に、国内、海外、総合環境衛生、MA-T関連を4つの柱で収益を拡大する

国内



シェアNo.1の獲得

- ・ 虫ケア用品
- ・ 入浴剤
- ・ 防虫剤



プレゼンス拡大による
収益確保

- ・ 洗口液
- ・ 消臭芳香剤
- ・ 家庭用マスク



成長チャレンジカテゴリ

- ・ 園芸用品
- ・ ペット用品

海外



グローバルシェア
虫ケア用品No.2目標



現地法人・輸出合わせ
24カ国にFocusした
展開拡大



グローバルブランド育成

- ・ 虫ケア用品
- ・ オーラルケア
- ・ 消臭芳香剤

総合環境衛生



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
ける事業基盤への変革

MA-T



液剤ビジネスでの
安定収益確保



ライセンスPFによる
ビジネスモデル構築



社会課題の解決に
資するMA-T®技術の
社会実装

下期の取り組み | 虫ケア用品の新製品上市

- 被害が拡大しているスーパーコジラミへの対策商品を緊急発売
- 秋冬の虫ケア用品需要の高まりを受けて、虫ケア用品の新製品を秋季に発売、業績の季節性の緩和に向けて、虫ケア用品の年間商材化、通年での売場確保を促進する



New

ゴキブリ まるごと 駆除

ゼロナイト アース 1プッシュ式スプレー

空間・すき間に プッシュするだけ!

1年に1度は徹底ケア

アース史上効果最長

虫暴れゼロで駆除

1 Push Type Roach & Bed Bug Killer

© 虫ケア用品1プッシュ式スプレーにおいて

日本唯一

スーパー(抵抗性) トコジラミ にはコレ!

アース ゼロナイト 1プッシュ式スプレー

約60 回分

EARTH

※おちやんと入った家が、おちやんと入った家庭にぞ

- 「1年に1度」の徹底ケア（アース史上効果最長）
- 従来の薬剤が効きにくい抵抗性ゴキブリやスーパーコジラミにも効く！
- 空間・すき間にプッシュするだけ！

防除用医薬部外品

下期の取り組み | 日用品のリカバー策

- 当初計画外の新製品・企画品ローンチにより、売上・利益の底上げを図る
- コミュニケーション施策の新規実施など含め、マーケティング費用の投入配分を高める

入浴剤



口腔衛生用品 (洗口液)



下期の取り組み | 追加の価格改定施策

- 収益性改善に向けて、消臭芳香剤『スッキーリ!』ブランドの価格改定（計53SKU）を実施
- CMの投入による製品価値の訴求など、販売のバックアップにより価格改定をスムーズに実現させる

対象SKU（一例）



スッキーリ! トイレ用



スッキーリ! お部屋用



トイレのスッキーリエア!



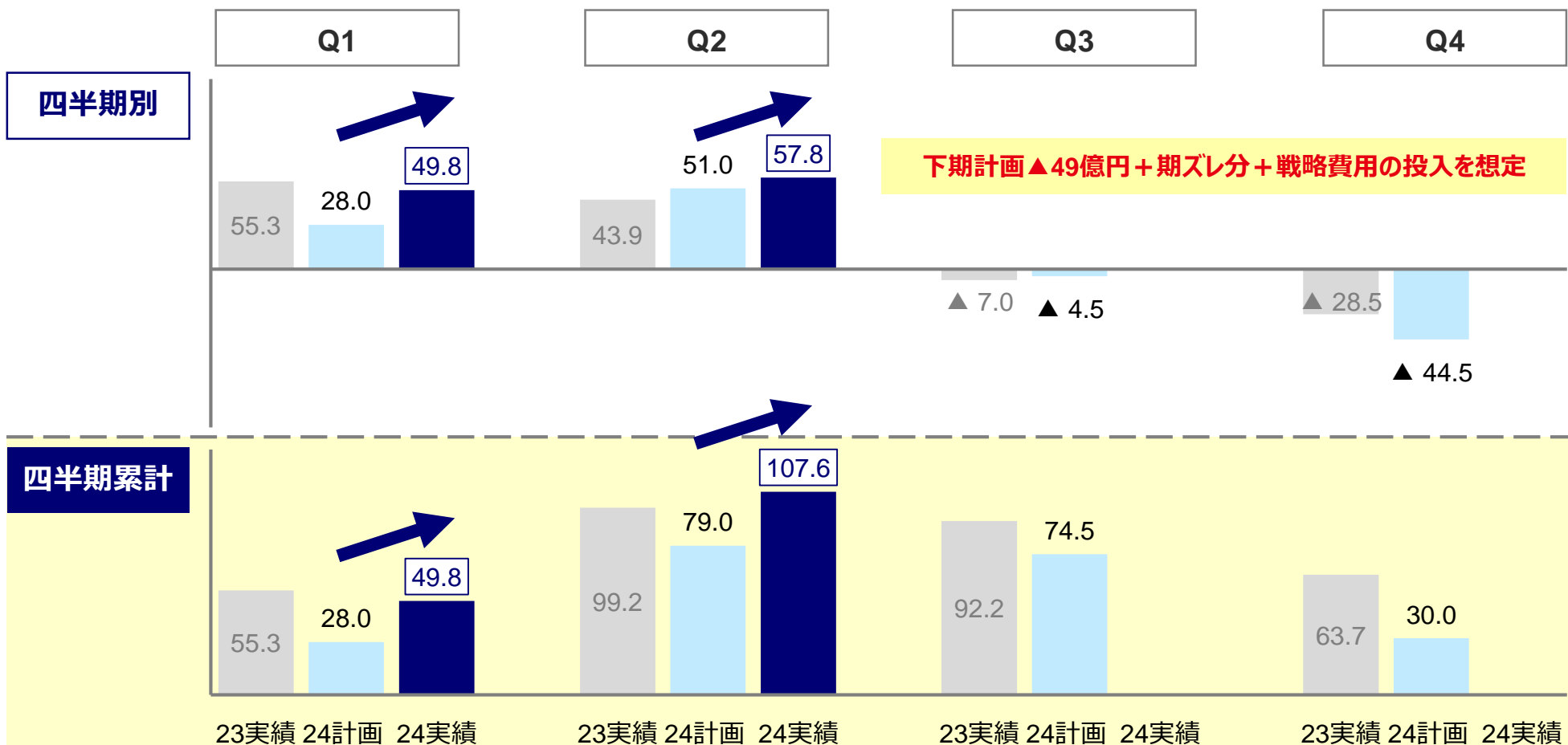
アース製薬

通期業績見通し

営業利益の進捗 (四半期別・累計)

(単位：億円)

- 下期も上振れに期待するものの、①天候リスク、②予算原価に対する上振れ、③上期未使用分経費の使用に加え、④販促・広告の戦略的投入を考慮



2024年 業績見通し



(単位：億円)

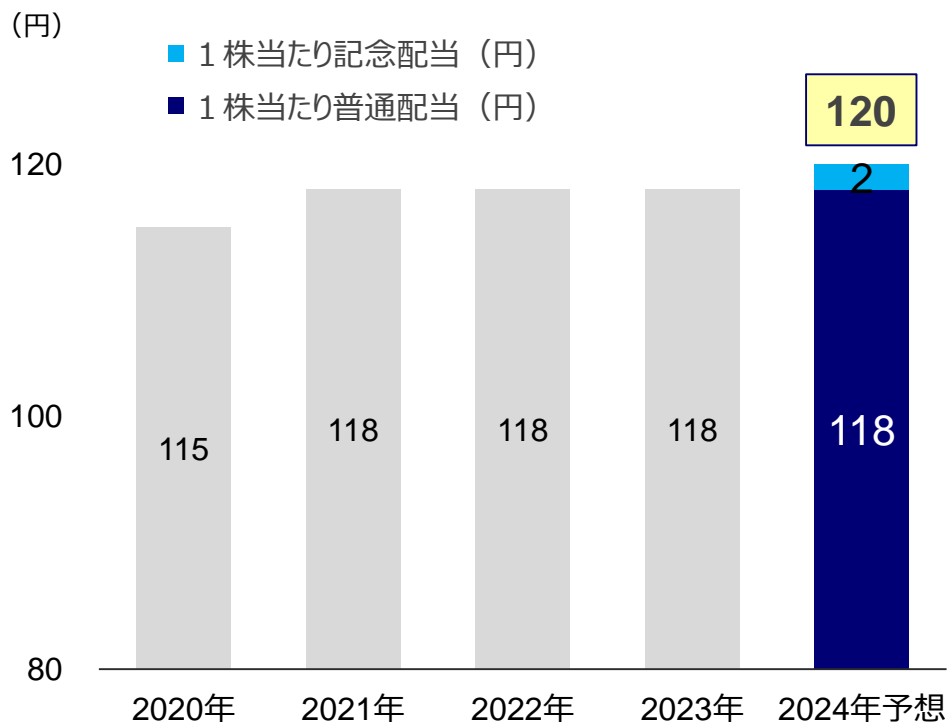
- 期末業績の上振れを期待しつつ、現時点では2024年2月13日公表の数値から変更しない
- 業績見立てについてはリスクシナリオを含めて検討中であり、なるべく蓋然性を高めて開示する

	2024 計画	ポイント	2023 実績
売上高	1,650	<ul style="list-style-type: none">・ 管理会計上の5区分すべてで増収を計画・ 国内虫ケア用品では、今期も価格改定を実施	1,583
売上総利益	658.3	<ul style="list-style-type: none">・ 原材料価格高騰による原価影響額：11億円を想定・ 国内虫ケア用品、日用品の収益性に影響	636.2
販管費	628.3	<ul style="list-style-type: none">・ 構造改革関連費用として15億円を今期分として計上見込み・ 人財投資に+16億円、ブランド育成投資に+11億円を見込む	572.5
営業利益	30.0	<ul style="list-style-type: none">・ 構造改革の推進に伴い、一時的な減益となる	63.7
親会社株主帰属 当期純利益	17.9	<ul style="list-style-type: none">・ 営業外収支は前年並みを想定・ 特別利益／損失に大きなものは想定していない	41.0
ROE	2.7%	<ul style="list-style-type: none">・ 収益性の一時的な低下によるもの	6.3%

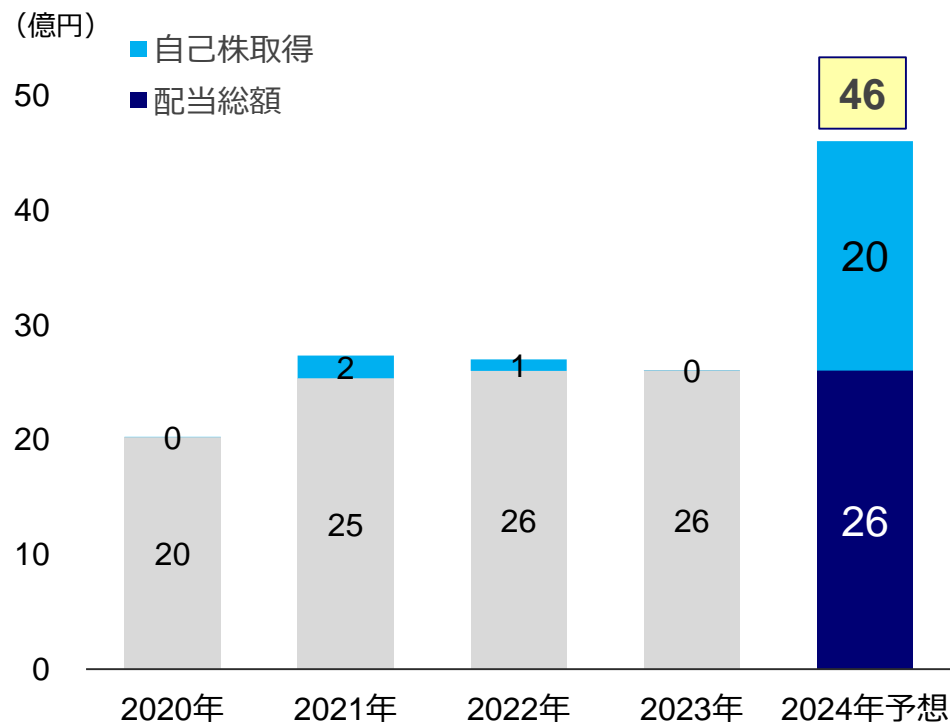
株主還元

- 還元方針：DOE4%を目安に安定配当を実施、増配・自己株取得については機動的に検討
- 2024年の1株当たり配当金は、2円の記念配当を実施することで120円を予定
- 自己株式の取得完了（20億円、41.7万株、発行済株式総数に占める割合：1.9%）

1株当たり配当金推移



総還元（配当金額+自己株取得）



地球を、キモチいい家に。



EARTH
Act For Life

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