



2021年12月期 業績説明資料

説明要旨

2022/02/16

代表取締役社長CEO 川端克宜

アース製薬株式会社

アース製薬の川端です。
2021年の業績と22年の計画についてご説明いたします。



2021年12月期 決算概要

2021年業績



(単位：億円)

- 営業微減益となるものの、2020年に続き増収、営業利益100億円超を確保
- 純利益は過去最高を大幅に更新し、ROEも12%超に上昇

	2020 実績	2021 計画	2021 実績	ポイント
売上高	1,960	2,000	2,037	<ul style="list-style-type: none">・ 売上高2,000億円突破・ 虫ケア用品、入浴剤など主要カテゴリーでの増収がけん引
売上総利益	789.5	818.0	823.3	<ul style="list-style-type: none">・ 想定以上の返品に伴い、会計上の評価減を計上・ 粗利率 計画比▲0.5pt
販管費	675.3	708.0	716.6	<ul style="list-style-type: none">・ 人件費、研究開発費など将来成長に向けた投資を強化・ 販促費は数量増に伴うもの、宣伝費は期末の追加投入
営業利益	114.1	110.0	106.6	<ul style="list-style-type: none">・ 営業利益100億円超を2期連続で確保・ 2020年以降、収益水準が切りあがる
親会社株主帰属 当期純利益	35.4	70.0	71.4	<ul style="list-style-type: none">・ 2020年はベトナム現地法人関連の特別損失あり・ 過去最高益を達成
ROE	7.4%	12.0%	12.4%	<ul style="list-style-type: none">・ 資本効率の向上が進む

© Earth Corporation All Rights Reserved.

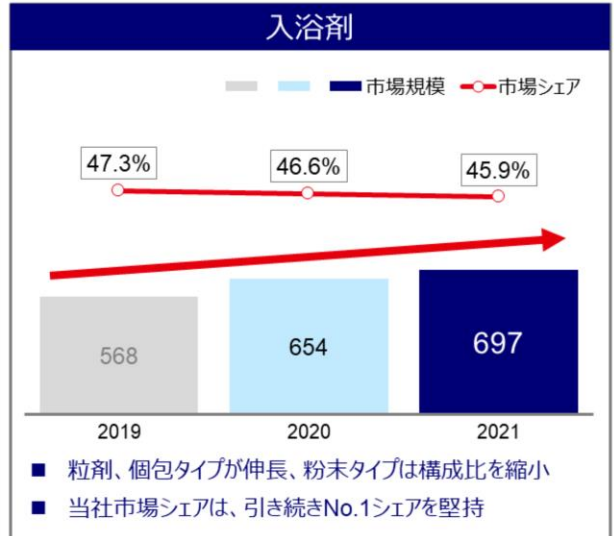
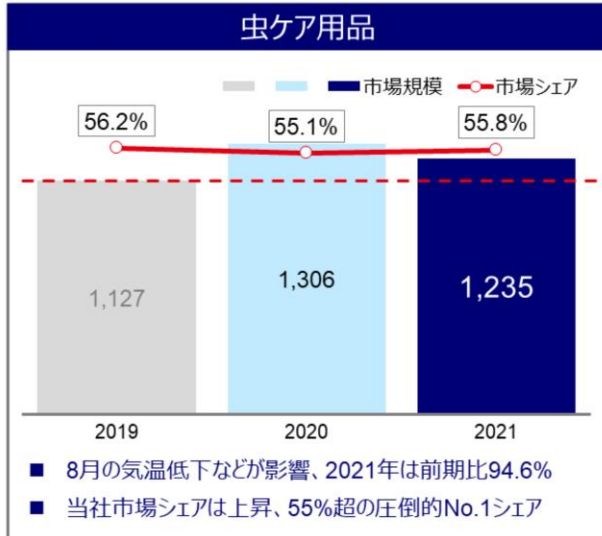
2

こちらの資料は2021年の業績です。
イレギュラーなことが随時起こっていますので、今後も肅々と対応していきます。

2021年 国内 主要カテゴリーの市場状況



- 虫ケア用品・入浴剤ともコロナ禍前と比較して拡大、生活様式の変容による需要は継続
- 2021年の虫ケア用品の市場縮小は、天候影響に伴う下振れによるもの



© Earth Corporation All Rights Reserved.

*データソース：自社推計 3

この資料は国内主要カテゴリーの市場状況です。

コロナが当社事業にどのような影響を及ぼしたのかとご質問を受けますが、当社の大きな事業の柱は虫ケア用品になります。虫ケア用品のシェアを伸ばしていくことが一つの方針になるかと思います。2019年から2020年は新型コロナウイルスが流行し出した年であり、あまり使いたくない言葉ですが、“想定外”の状況となりました。需要に対する供給が追いつかず、品切れを起こしてしまい、1%弱のお客様の支持率（市場シェア）を落としてしまいました。この反省を活かし、2021年は製品量を増やしていく方針といたしました。製品在庫を増やした結果、返品も増えましたが、これについては今期以降改善を図っていきたくと考えています。製品量を増やしてお客様のニーズに対応した結果、シェアが上がったということになりますので、この点は戦略通りに進んだと考えています。

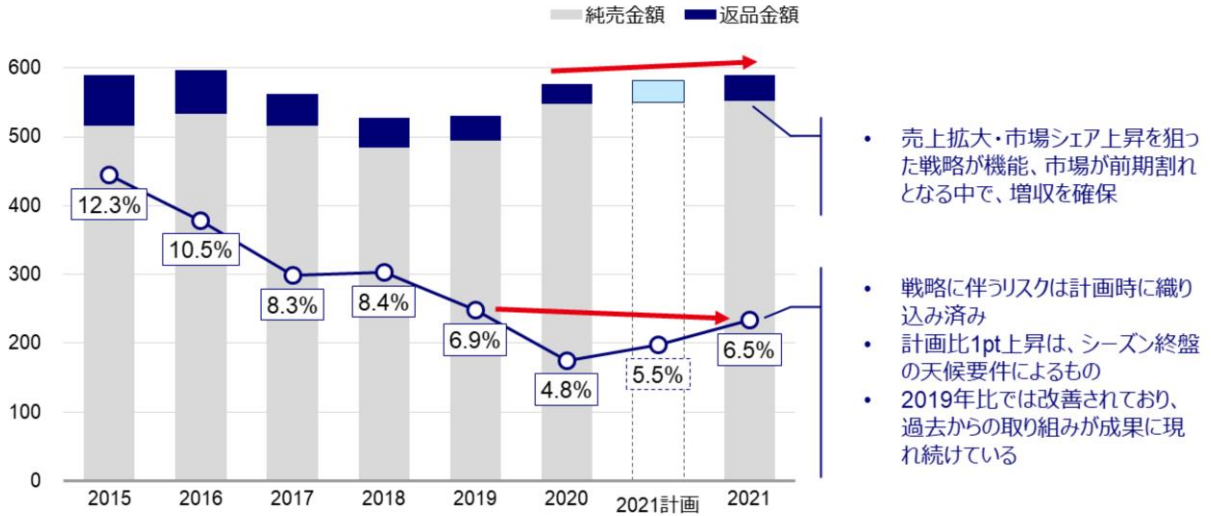
入浴剤については、コロナ禍で外出自粛をされたお客様が多数いらっしゃったので、ここへの対応を進めておりましたがシェアを落としておりますので、弁明の余地はございません。市場が上がっておりますが、当社グループは市場の伸びに追いついていないというのが現状ですので、再度、シェアを上げる取り組みを進めていかなければいけないと考えております。

2021年 国内 虫ケア用品の返品状況



(単位：億円)

- 2020年の市場拡大をトップラインの上昇機会と捉え、在庫を厚めに持ち、市場の需要に対応
- 当初計画時から増加を想定していたが、シーズン終盤の気温低下により増加に拍車がかかった
- 虫ケア用品返品率：6.5%（前期比+1.7pt）、返品増加額：10億円



- 売上拡大・市場シェア上昇を狙った戦略が機能、市場が前期割れとなる中で、増収を確保
- 戦略に伴うリスクは計画時に織り込み済み
- 計画比1pt上昇は、シーズン終盤の天候要件によるもの
- 2019年比では改善されており、過去からの取り組みが成果に現れ続けている

© Earth Corporation All Rights Reserved.

4

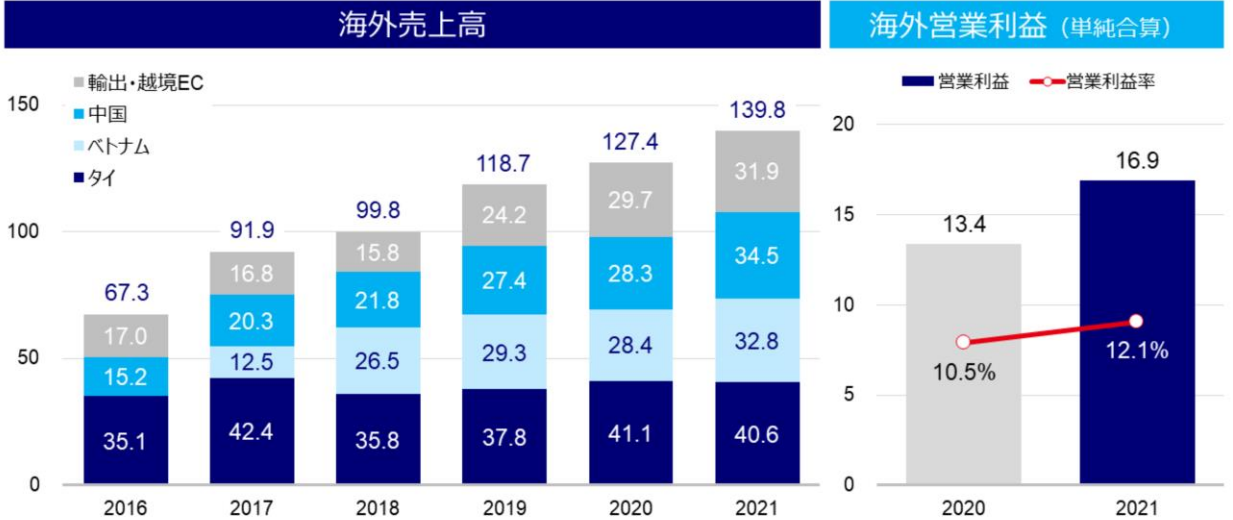
2019年から2020年にかけて返品率が減少しているように見えますが、需要に対して供給が追いついておらず欠品を起こしました。この年はシーズン晩期でもモノが売れる状況でしたが、製品を供給できておらず返品率が下がりました。ただし、商売の中身を見た時にシェアを落としたという現実がありましたので、2021年に対しては少し返品率を上げて、製品量を確保する方針で進め、功を奏しました。しかし、8月以降の天候不順によって、想定していた返品率5.5%より、1pt上昇いたしました。これは戦略の結果ですので、深刻には捉えていません。2019年から2020年に対しての返品率と2021年の返品率を勘案した中で、2022年は6%程度の水準が当社にとって適正な水準ではないかと考えています。

2021年 海外業績 (越境EC分含む)



(単位：億円)

- タイ : 売上高は減少したものの、収益構造改革の成果により、増益を実現
- ベトナム : コロナ影響でサプライチェーンが停滞するも増収を確保、工場固定費の増加により減益
- 中国 : EC向け販売好調、売上・利益ともに増加



© Earth Corporation All Rights Reserved.

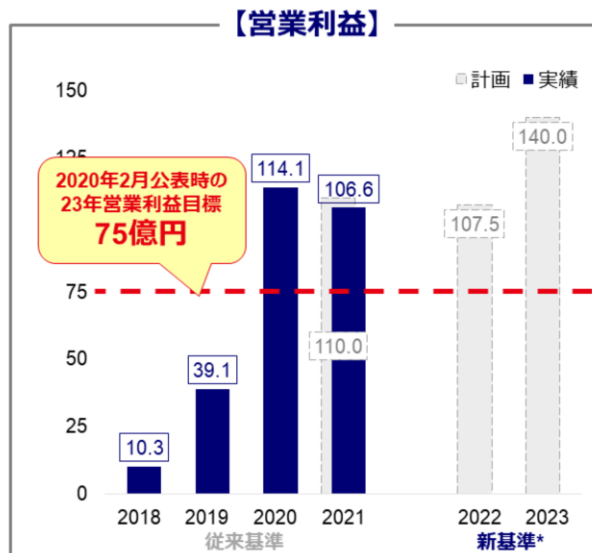
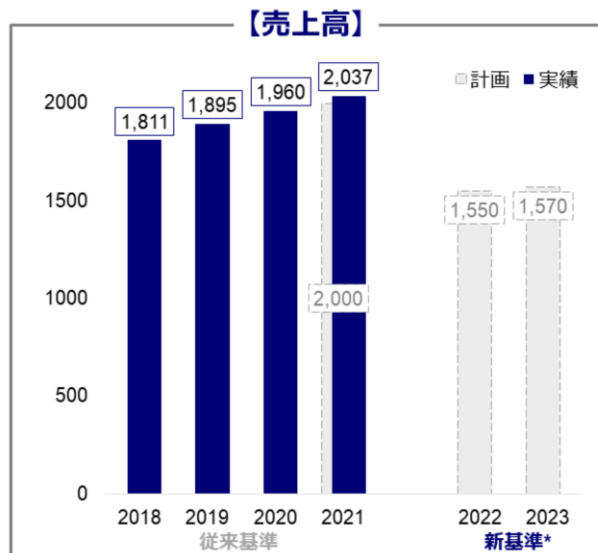
新型コロナウイルスの影響で海外はロックダウンとなり、当社も思うような活動ができませんでした。ただし、海外は投資フェーズから回収フェーズに入っていますので、今のところ新型コロナウイルスのプラスの影響がマイナスの影響を上回っている状況です。日本円で、売上高約140億円、営業利益約17億円となっていますが、本来であればもう少し上振れできたのではないかと考えています。一方で、22年以降は徐々に新型コロナウイルスの状況が改善してくれば、加速度的に良くなると思いますので、海外については中計の一丁目一番地においていますので、アクセルを踏んでいきたいと思っています。



2022年12月期 計画概要

(単位：億円)

- コロナウイルスの影響に伴う生活様式の変容など外部環境の変化を成長のチャンスと捉え、2021年2月、中期経営計画2023定量目標を上方修正（営業利益：75億円 ➡ 140億円）
- 初年度は概ね計画通り。天候や環境変化の影響はあるが、“目的地”は変えずに進めていく。



© 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

7

2021年に中計を発表しており、骨子に大きな変更はございません。

今期より新収益認識基準が適用になりますので、見た目の売上高については若干減少しているように見えますが、これはあくまで前提条件の話であるので、出していく数値は変わるものではありません。目的地は変えずに進めていきたいと考えています。

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

	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

(参考) 従来基準

© Earth Corporation All Rights Reserved.

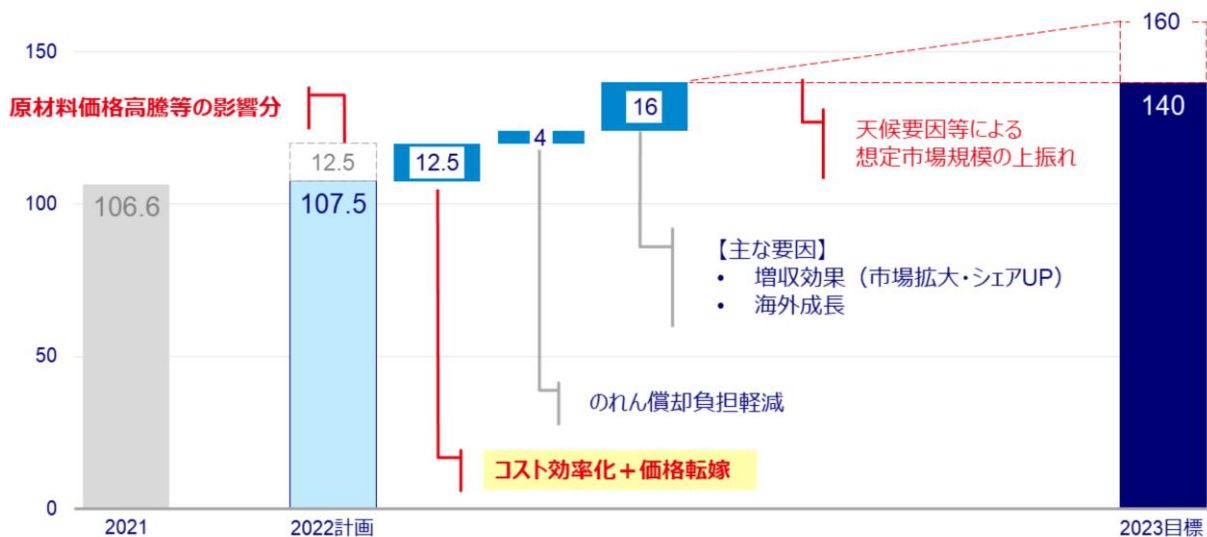
8

2022年は、売上高1,550億円、売上総利益668.5億円、販管費561億円、営業利益107.5億円を計画しています。最終利益は72.8億円と過去最高益を更新する見込みで進めております。当初から経営指標については、様々な見方・角度があるので何を重要視するかという問題はありますが、当面は資本効率を重視した経営を進めていきたいという考えがございますので、ROEから変更せず今期も12%台の水準を維持していきたいと思っております。

また、資料の右側に従来基準での計画値を併記しています。昨年度、当社グループは皆様のおかげをもちまして、売上高2,000億円を突破いたしました。同じ基準で22年計画値を見た場合、売上高2,110億円となりますことをご理解いただきたいと思います。

(単位：億円)

- 立案当時の前提に基づけば、22年の営業利益計画は120億円と中計達成に向けて順調な水準
- 天候や環境変化など不測の事態にも対応し、計画達成に向けて進んでいく



© Earth Corporation All Rights Reserved.

9

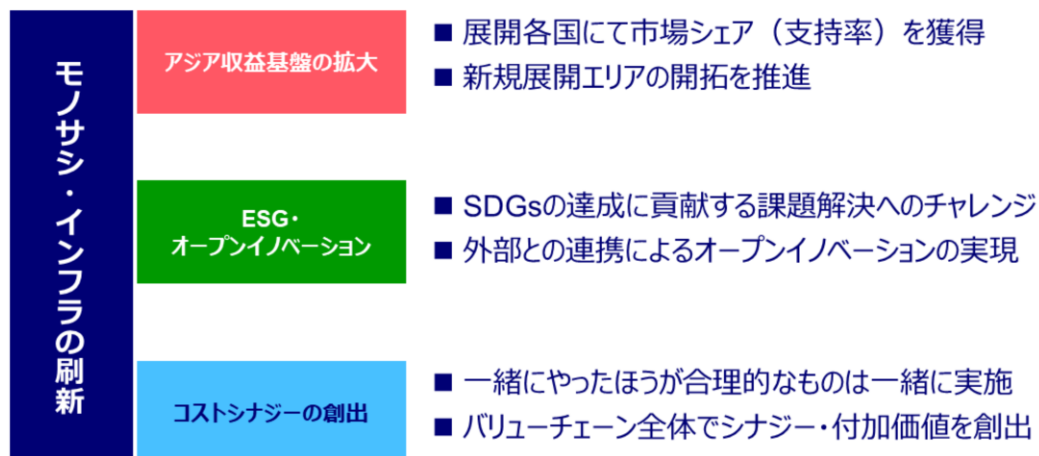
先ほど、目的地を変えないという話をさせていただきました。

昨今、外部環境の変化が激しく、航海に出て急に嵐が来たというような状況にありますが、目的地を変えないというのは意地で言っているわけではありません。今期は、当社含めグループ各社がシビアな見立てを立てており、この結果107.5億円の利益が出せると考えています。2021年の営業利益106.6億円から微増となっています。原材料価格の高騰、海上運賃の高騰、為替等があり、約12.5億円を22年の計画値に織り込んでいます。コストダウン等の対応で相殺を図りながら、のれん償却負担の軽減、本来的に事業としてやるべき増収効果による利益貢献を見込んでいる分が16億円になります。これらを積み上げていくことで140億円は達成できると考えております。一つ懸念になるのが、12.5億円の原材料価格高騰等の影響分です。1年かけて当社単独でできる部分と販売店様や卸店様等、様々な関係者への対応が必要になってくるかと思っておりますので、競合他社の状況も見ながら、価格転嫁をするべきところは行っていきます。しかし、価格転嫁ありきで考えるのではなく、メリハリをつけて進めていき、最終的には価格転嫁という対応も視野にしながら140億円を達成したいと思っております。



企業価値向上に向けた取り組み

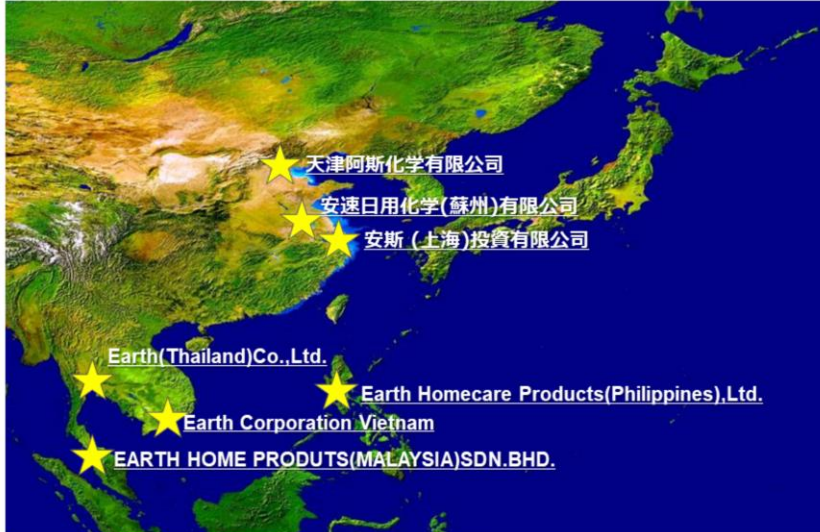
- 外部環境は変化しているが、進むべき道筋、目的地は変わらない。
- 「アジア」、「サステナビリティ」、「シナジー」をキーワードに会社の構造を改革し、企業価値を高める



従来から掲げている中計は、アジアを中心とした海外での収益確保、ESGを中心としたオープンイノベーションを横ぐしを通しながら着実に進めていくこと、そして、グループ経営のメリットであるコストシナジーを創出することを骨子にしています。これらを行う上でベースとなるモノサシ・インフラの刷新を行うということは、かねてよりご説明のとおりです。

アジア収益基盤の拡大

- 現在、ASEAN・中国に拠点を設置（連結子会社 計7社） ※22年 新規連結予定2社含む
- 現地に根ざした経営を進め、現地ニーズに見合った製品を開発・導入することにより、各国での市場シェアを高めて、売上・利益を拡大することを基本とする



© Earth Corporation All Rights Reserved.

※ カンボジア・ラオス・ミャンマー

12

【注力展開エリア】

・ 既存展開エリア

- ▶ タイ
- ▶ ベトナム
- ▶ 中国
- ▶ サウジアラビア

・ 新規開拓エリア

- ▶ マレーシア
- ▶ フィリピン
- ▶ CLM*

アジア収益基盤の拡大において、M&Aありきで進んではおりませんが、既存展開国のタイ・ベトナム・中国・サウジアラビアを基盤としながら、21年からフィリピンをM&Aによって進出しました。また、一昨年より展開を始めたマレーシアが新型コロナウイルスの影響を受けて展開が遅れていますが、22年から本格的に稼働させていきたいと考えています。CLM（カンボジア・ラオス・ミャンマー）は次の戦略的に展開する国として掲げています。このような国を中心に海外の成長戦略を描いていきます。

海外展開：中国

- 虫ケア用品をメインに、売上規模の成長と着実な利益貢献を両立
- 投資会社としての強みを活用、生産～販売の一元管理など事業効率を高めていく
- 中長期：中国EC市場における『安速』ブランドシェアNo.1の獲得を目指す

■ 注力チャネル

- ・ EC

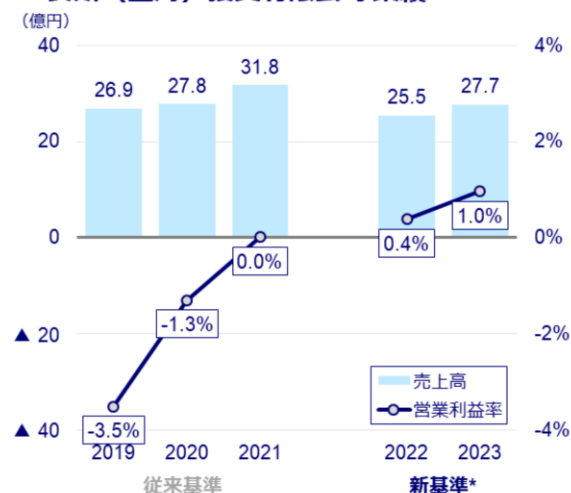
■ 注力カテゴリー

- ・ 虫ケア：ゴキブリ駆除（ECでは既にNo.1）
- ・ 虫ケア：ダニ用、虫よけ、コバエ対策品
- ・ 日用品：洗口液、除湿剤

■ 今期以降の取り組み

- ・ ECチャネルへの特化
EC販売比率を75%以上に向上
- ・ 製造拠点としての利益貢献
サプライヤーの新規開拓、製造原価低減などによる原材料価格高騰の影響軽減

■ 安速（上海）投資有限公司 業績



© 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

中国はこの国特有の特殊事情にどのように対応していくかが最重要になります。当社は、生産工場を天津と蘇州に配しておりますが、上海の現地法人が投資有限公司として経営を一括して中国国内のシェア拡大につなげていきます。中国の向上は日本向け製品の生産を担っておりましたが、それだけではだめですので、一元管理を進めております。その中で、「安速」ブランドを育て、中国国内でシェアNo.1を獲得していきます。注力チャネルはECチャネルとし、販売比率は75%程度を目指して進めていきたいと考えています。一昨年から中国は投資フェーズから回収フェーズに入っている段階ですので、引き続き新製品をローンチしながら、中国国内においても日本と同様シェアの拡大に努めてまいります。

- 収益構造改善フェーズから、事業拡大フェーズに再度舵を切る
- タイ国内市場におけるプレゼンス拡大に向けて、市場シェアを高める

■ 注力チャネル

- OP-T、MTチャネル、TTチャネル

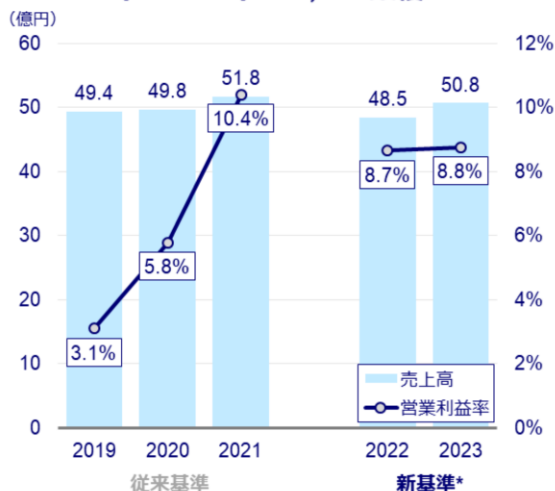
■ 注力カテゴリー

- 虫ケア用品 市場シェアNo.2の獲得
- 芳香剤
- 洗口液

■ 今期以降の取り組み

- Depotビジネスの伸長
- 現地経営人財の育成

■ Earth (Thailand) Co.,Ltd. 業績



© 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

14

タイは、当社が進出してから最も歴史の古い国であり、様々なトライアンドエラーを繰り返しながら今日に至っています。既に収益が出ているフェーズではありますが、確実に虫ケア用品のシェアNo.1獲得が視野に入っています。この達成のために欠けているパーツは何かを、現地法人と共に取り組んでおります。海外特有であるセントラルと地方での取り組みにおいて、昨年より地方の取り組みを一から構築し直しています。そのモデルが軌道にのり、利益が出てきている状況です。新型コロナウイルスのロックダウンが空けてくる今期から新しいモデルを作っていくと考えています。同国でのシェアNo.1を目指し進めているところです。

海外展開：ベトナム



- コロナウイルスによる一時的な経営への影響を払しょくし、安定経営を持続
- 将来的に生産拠点化を図り、製造原価の抜本的な低減による利益貢献を見込む
- 中長期：洗剤・虫ケア用品でベトナム国内市場No.1製品の育成を目指す

■ 注力チャネル

- ・ MTチャネル、EC

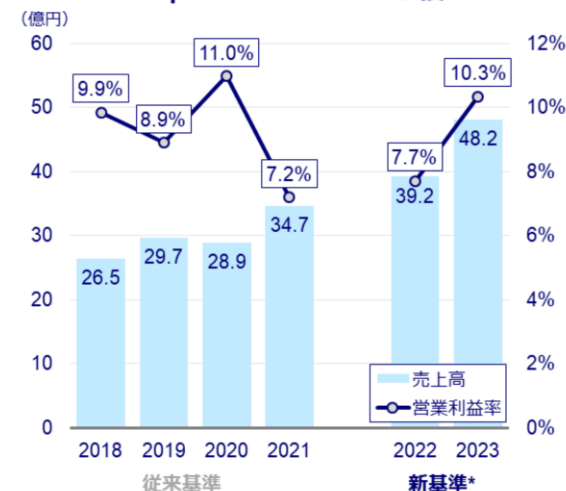
■ 注力カテゴリー

- ・ 虫ケア用品
- ・ 洗口液
- ・ 除菌関連

■ 今期以降の取り組み

- ・ 収益性の改善
製品価格の値上げ
プロモーション施策の見直し
- ・ 虫ケア用品のプレゼンス拡大
現地法人内売上構成比50%に引き上げ
市場シェア：10%を目指す

■ Earth Corporation Vietnam 業績



© 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

15

ベトナムはタイのような段階にはありません。シェアもまだ低いため、注力するチャネルを見極めて進めていきます。また、2021年はタイ以上にロックダウンの影響が厳しい一年でしたので、この反動で今期は市場が活性化していきだろうと読んでいます。これにより当社にもプラスの影響が出てくると思われます。その中で、お客様に支持いただける製品を投入していけるかを検討していく段階になろうかと思えます。あわせて、ベトナムはASEANで中心となる生産拠点化を図っています。ベトナムを中心に当社のASEAN戦略をアクセルを踏んでいきたいと考えています。そのことによりベトナムの収益もより一層出せると思えます。タイとは異なった戦略で進めていきたいと思えます。

マレーシア：Earth Home Products (MALAYSIA) SDN.BHD.

- 2019年に現地法人設立も、コロナウイルスの影響を受け、本格展開に遅れ
- 向こう3年以内での完全黒字化実現

■ 注力チャネル

- ・ GT、地方MT、EC

■ 注力カテゴリー

- ・ 虫ケア用品
- ・ 芳香剤 (OASISブランド)
- ・ ファブリックスプレー

■ 今期以降の取り組み

- ・ 虫ケア用品の本格投入・OASISブランド拡充 年内7SKUの発売・配荷目標の達成
- ・ 製造コストダウンに向けたOEM生産検討 粗利率の改善

フィリピン：Earth Homecare Products (Philippines) ,Ltd.

- 現地ローカル企業のM&A実施により、2022年より新規展開開始
- 事業基盤の構築を進める

■ 注力チャネル

- ・ MTチャネル、EC

■ 注力カテゴリー

- ・ 虫ケア用品
- ・ 芳香剤

■ 今期以降の取り組み

- ・ 事業開始に向けた基盤構築 各種ライセンス取得、資産譲渡、株式取得を速やかに実施

マレーシアは2019年に現地法人を設立後、新型コロナウイルスが流行いたしました。その間も粛々と製品登録等を進めており、中国、タイ、ベトナムとは異なりますが、フィリピンとあわせて、2～3年以内に黒字化を目指していきます。

この2国に関しては、将来のASEANにおける収益創出のための投資フェーズと捉えていますので、積極的な投資を進めていきたいと思えます。

フィリピンについてはM&Aで同国No.3のブランドを買っていますので、No.2へ押上げながら、次なる重要拠点の一つと捉え積極的に進めていきたいと思えます。

以上が各国の状況となります。海外は非常に良くなってきているという手応えを持っています。全ての現地法人、輸出に共通して言えることですが、海外研究部という部署を設立しております。日本で成功した製品をもっていくのではなく、海外のモノづくりとして各現地法人が市場調査を行い、新製品のローンチに向け日本のアース製薬がサポートする体制が上手く機能してきております。ですので、まずもって製品を出せる力がついたということは各国に言えることだと思えますので、これを数字としてしっかり体現化していく2022年になろうかと思っています。

MA-T : 関連する権利を保持

- 広範な応用展開が可能であり、当社が標榜するCSV経営にマッチ
- 収益構造変化の可能性を見据え、スムーズな社会実装に向けたプラットフォームの構築を進める

【略称】 **MA-T** (Matching Transformation System®)

世界で初めて発見された酸化制御触媒と酸化制御反応システム



© Earth Corporation All Rights Reserved.

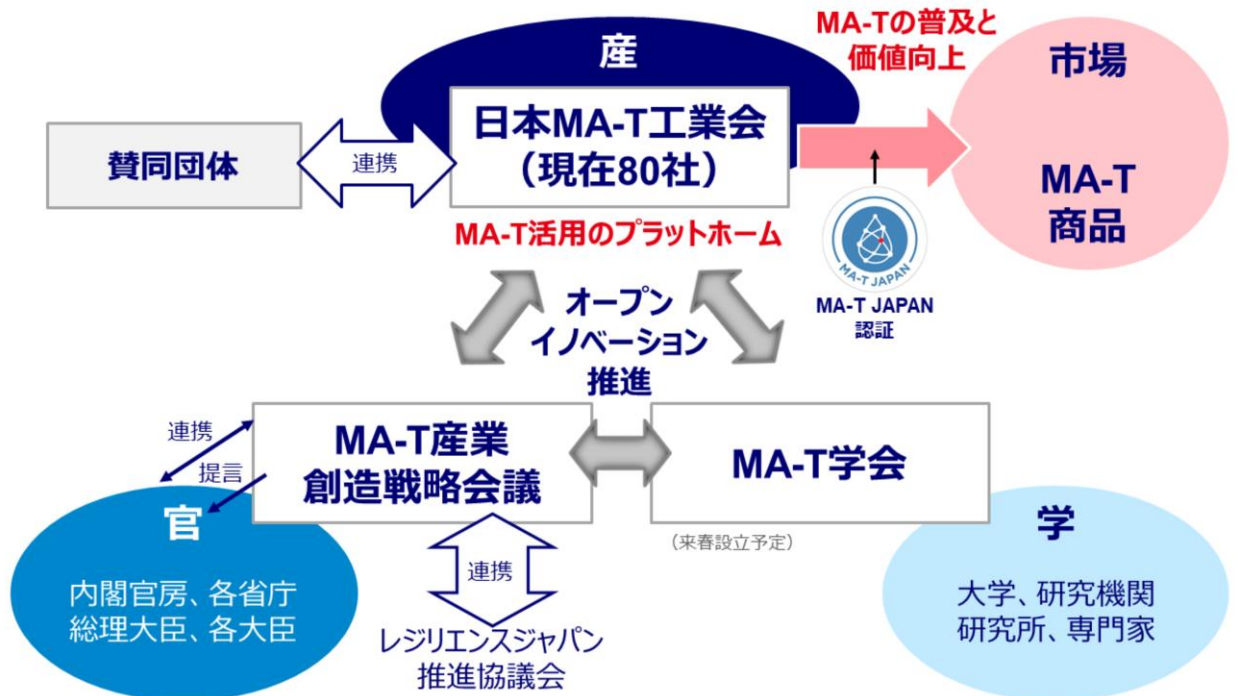
17

ここでMA-Tシステム®について説明したいと思います。

海外を一つの収益基盤とするべく進めておりますが、その先の当社の成長のためにMA-Tシステム®の取り組みを進めています。MA-Tシステム®の取り組みを始めた頃に新型コロナウイルスの流行が拡大し始めましたので、MA-Tシステム®=新しい除菌・消臭剤だと思われがちです。このあたりを含めてご説明したいと思います。

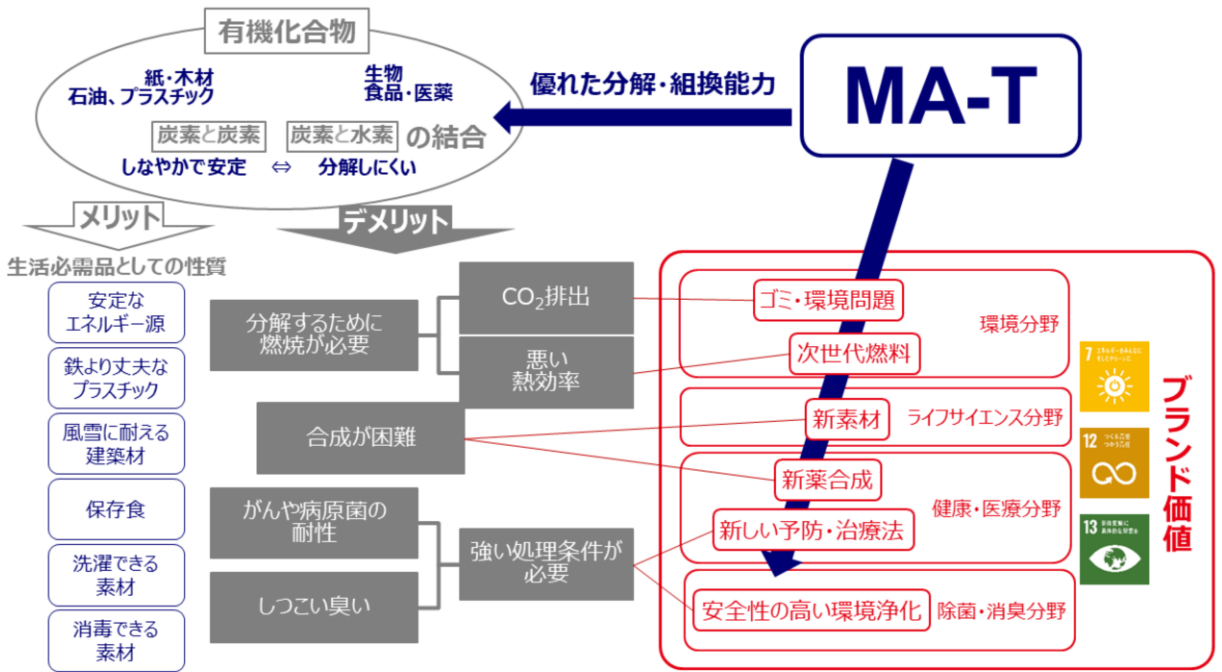
まずMA-Tシステム®はシステムのことを指し、除菌・消臭剤を指す言葉ではありません。酸化制御を行う技術・仕組みのことを指しております。一番弱い仕組みで使うと除菌消臭の分野で使用でき、一番強い仕組みで使うとエネルギー分野に使えます。これを全て広範囲に使用する国内での権利を当社が保有しています。将来の収益ベースにあうようにオープンイノベーション等を踏まえて取り組んでいきますが、一番申し上げたいのはMA-Tシステム®を当社が発信することによって、当社が従来より言い続けているCSV経営のベースとつながっているということです。その上で、このMA-Tシステム®が将来の収益にのってほしいのではないかと考え、今、トライアンドエラーを始めたばかりです。

MA-T : 産官学連携での展開



除菌消臭分野でMA-Tシステム®を活用するのであれば、当社のみで完結しますが、そうではありません。メイドインジャパンで非常に優れたシステムのため、当社だけで進めていくのではなく、日本の財産として多くの方々に使っていただきたいと考え、協働プラットフォームを作らせていただいております。それが、日本MA-T工業会です。現在志を同じくした80社の企業様の加盟いただいております。ここを通して、MA-Tシステム®が活用できる分野を模索し、社会実装できるように目指していきます。あわせて、官とも緊密に連携しながら、国策としてMA-Tシステム®が幅広く使えるようになると日本全体の強靱化にもつながると考えております。このようなことを第三者機関含め、当社や他社の技術を駆使し、大学あるいは研究機関等が共に一緒になってやっていくという、トライアングルを回していくことが大切であり、展開をしているところです。

MA-T : 優れた特性の活用・SDGsへの貢献

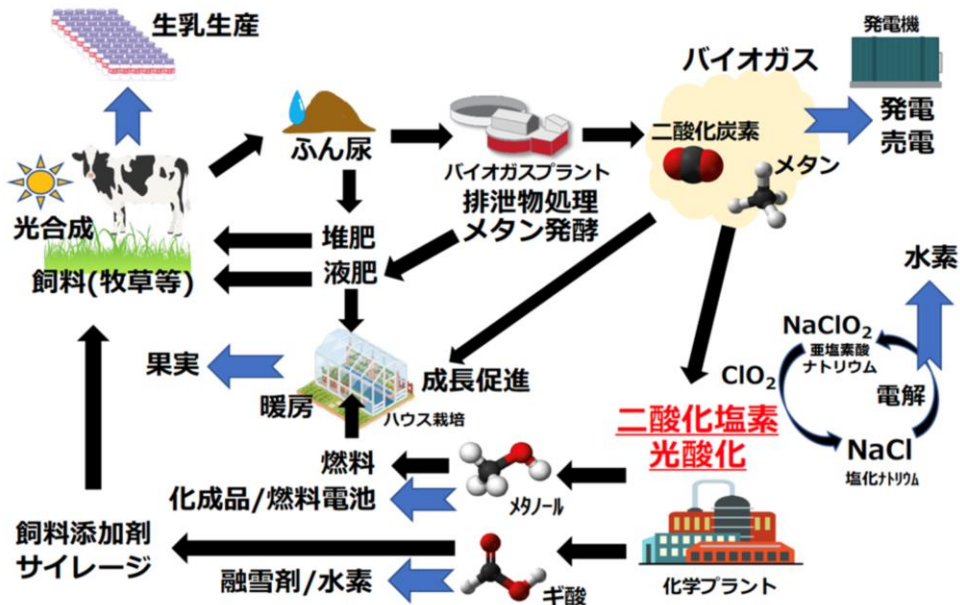


© Earth Corporation All Rights Reserved.

世の中の物体は有機化合物で殆どできています。現在、脱プラスチックや脱炭素が叫ばれています。それを分解するという過程で、MA-Tシステム®を使うことによって、CO₂の排出や熱効率の課題を解決できる剤としてMA-Tシステム®を展開しています。カーボンニュートラルといった問題があるから取り組むのではなく、当社のCSV経営にMA-Tシステム®が大きく寄与できるのではないかと思います、自信をもって取り組んでおります。

MA-T : 循環型酪農への活用事例イメージ

■ 牛のふん尿から出るメタンガスを常温常圧でメタノールへ



© Earth Corporation All Rights Reserved.

一例のご紹介です。

例えば、牛の糞尿から出るメタンガスをメタノールに変換する時に燃やす必要があります。MA-Tシステム®を使うことで、燃やすことなくメタノールに変えることができます。この仕組みを社会実装できるのではないかと、北海道興部町と取り組んでいることがエネルギー分野での活用例となります。直ぐに出来ることと出来ないことがあります。有機化合物を分解する過程において温暖化の原因になる物質の発生を解決する剤としてMA-Tシステム®があることをご理解いただきたいと思います。

感染症と気候変動リスクへの対応をめざす



世界経済フォーラム発表 2021年度版「グローバルリスク報告書」より

「今後10年間で最も影響が大きいグローバルリスク」トップ10

1位：感染症	感染症	
2位：気候変動対策(緩和と適応)の失敗		カーボンニュートラル
3位：大量破壊兵器		
4位：生物多様性の喪失と生態系の崩壊	感染症	カーボンニュートラル
5位：自然資源の危機		カーボンニュートラル
6位：人為的な環境損害		カーボンニュートラル
7位：雇用や生活の危機	感染症	
8位：極端な気象現象	感染症	カーボンニュートラル
9位：債務危機		
10位：ITインフラの故障		



MA-T工業会の 取組範囲



© Earth Corporation All Rights Reserved.

21

今後10年間で最も影響が大きいグローバルリスクとして、新型コロナウイルスといった感染症が1位となっています。地球温暖化といった気候変動など、様々なことがリスクとして挙げられています。その中で当社が目指すMA-Tシステム®の他、虫媒介含めて、企業活動そのものがこういったことの解決を目指すことができ、そのことが評価を受けるならば、これ以上有難いことはないと思います。引き続き、このようなことを取り組みながら企業価値の向上も進めていきたいと思っています。結果的にこういったことが多ければ気候変動に対することも十分に説明できると考えています。

アースの技術を アートのために

今、芸術鑑賞という文化が、感染症のために脅かされています。
「文化遺産の保全」は、SDGsにも採択されている、
世界的に重要なテーマのひとつ。
私たちアース製薬は、マラリアをはじめとした、
虫が媒介する感染症対策だけでなく、
人体に安全な除菌技術の開発支援にも取り組んでいます。
それは、成分の99%以上は水で出来ているのに、
ウイルスや菌には除菌効果を発揮する「MA-Tシステム」。
効き目がありながら、
人には優しく安全な「虫ケア用品」にこだわってきた、
私たちだからこそ生み出した技術だと、自負しています。
今回、フェルメールをはじめとした作品を日本に迎えるにあたり、
アルコールと違って引火しない、
MA-T除菌剤「N.act / A2Care」を、安全な作品輸送と、
心地よい鑑賞環境づくりのために提供させていただきます。
アートを心から楽しむという体験。
それも、アース製薬が守りつづけた地球資産のひとつです。
アース製薬は「ドレスデン国立古典絵画館所蔵 フェルメールと17世紀オランダ絵画展」を応援しています。



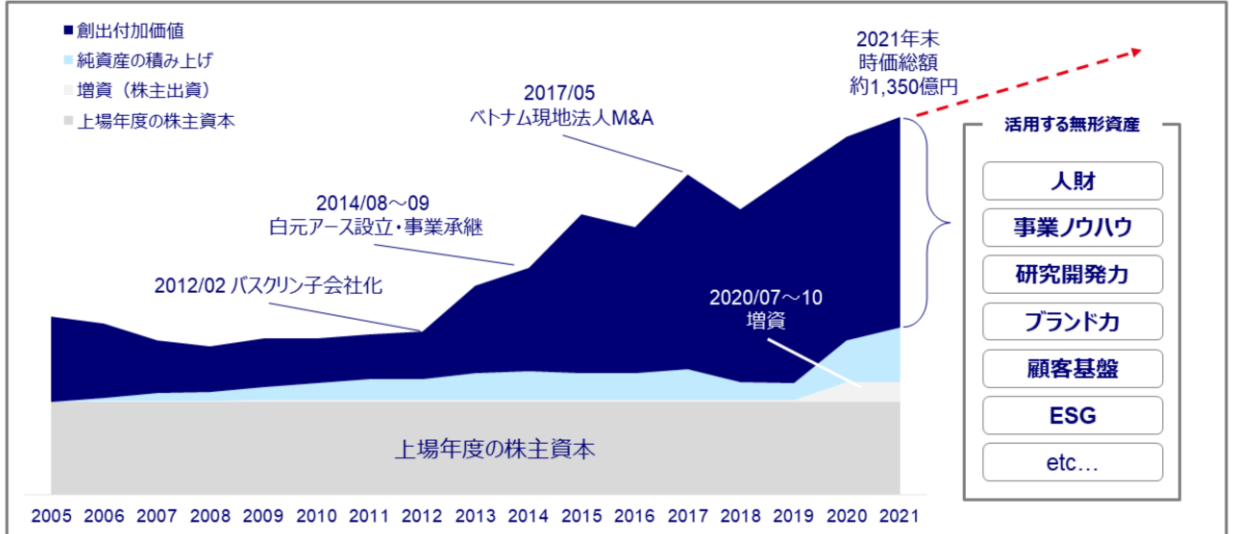
直近のトピックスのご紹介です。

協賛させていただいており、展示会に来場されるお客様の手指の消毒にMA-Tシステム®を活用いただきます。また、絵画を輸送する際にもMA-Tシステム®が採用され、開催することができました。この取り組みはSDGsそのものではないかと思ひますし、消費者の皆様にも伝わっていけば良いと思っております。

アース製薬の企業価値の認識



- 当社の企業価値 = 株主資本簿価 + これまでに創出した付加価値
- 非財務資本を事業成長の根幹と捉え、企業価値向上における重要な要素と認識



© Earth Corporation All Rights Reserved.

PBRで表される部分は経営として意識をします。しかし、大事なのは株主資本簿価である部分から、いかに企業価値を上げていくことができるかということです。そのために経営をやるわけではありませんが、結果的にそこを重要視していきたいと思っています。様々な要素はありますが、当社は経営のベースに人をおいていますので、人財が将来の価値を作っていくことを意識をして社員の意識を統一しながら、開示していきたいと思っています。そこに書くのは、非財務資本、無形資本といわれる部分をより一層開示することを今期以降目指していきたいと考えています。

サステナビリティに関する取り組み



- ワーキンググループの設置、グループスタディの実施などボトムアップ型のアプローチを採用
- “やらされる”のではなく、主体的な関与により、社員が企業価値向上の担い手となることを意識

【サステナビリティ基本方針】

- アース製菓は、「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で、ステークホルダーの皆様と協働して、サステナビリティを巡る課題に取り組み、持続的な企業価値の向上とサステナブルな社会の構築に貢献します。

【5つのマテリアリティ】



【当期の取り組み】

- **非財務KPIの設計**
 - ・ 特定した5つのマテリアリティに沿ってKPIを設計・運用する
 - ・ 本年上期中の設定を目指す
- **TCFDの枠組みに基づく開示**
 - ・ サステナビリティ推進委員会中心に開示項目、必要データなど検討中
 - ・ 2023年3月までに対応予定

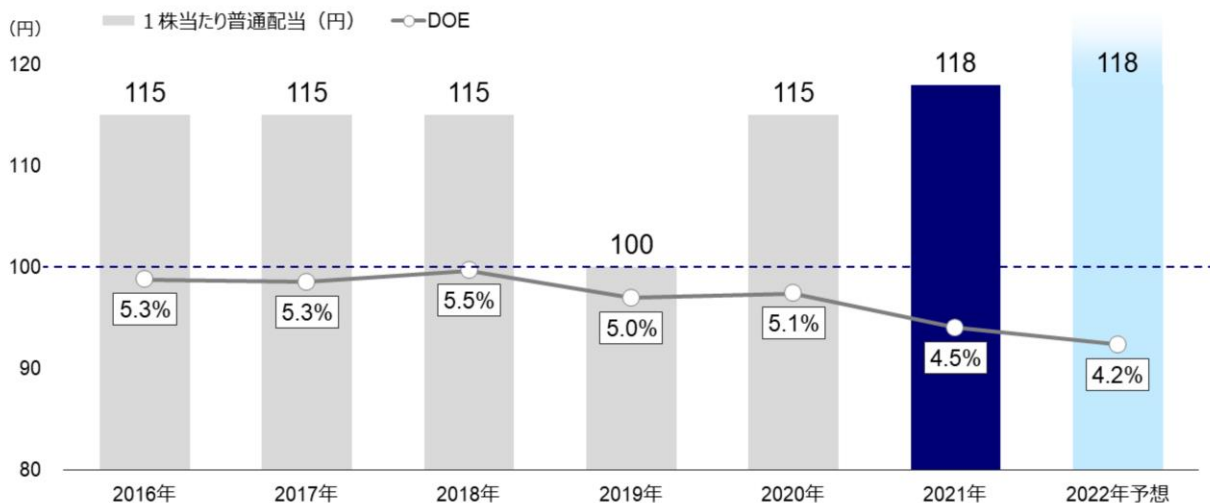
サステナビリティに関する現状の取り組みについてです。

サステナビリティは経営の重要な要素として捉えています。地球環境の現状を踏まえて、こういったことを取り組みますということは簡単ですし、対外的に発表していくことも重要です。しかし、それを体現化していくのは社員ですので、やらされるのではなく自らが自分ごととして捉えるやり方をとっていきたくと思っています。ですから、ワーキンググループを設置し、社員一人一人が意識して、結果的に経営層と考えが合致することが大事だと思っています。基本方針に落とし込みながら、社員一人一人まで、サステナビリティを浸透させることが当社の経営をさらに盤石にして、将来の価値を作っていくということを理解しながら取り組んでいきたいと考えています。このようなことができれば、必然的に非財務のKPIも作っていけるのではないかと考えています。

まだまだ取り組みを始めたばかりですので、説明するには不十分な点多いかと思いますが、次回以降、サステナビリティの進捗についても注目いただき、当社をみていただければと思います。

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.

25

株主還元は経営の重要事項として捉えています。経営の健全化の中で内部留保と将来の成長投資を踏まえ、どちらに偏ることなく、配当性向とDOEの2軸の指標を用いていきます。日頃から支えて下さる皆様にしっかりと還元していくことを第一にしながら、今期も配当はしっかり出していきたいと思っております。ですので、昨年もこのタイミングでは配当金額は115円とご説明したかと思っております。しかし、計画を達成した時には118円以上の配当金額を出していければよいと考えています。そのような経営を目指して取り組んでまいりたいと思っておりますので、株主の皆様におかれましては引き続き厚いご支援をいただければ有難いなと思っております。

以上で説明を終わります。

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。