



# 2022年12月期 第1四半期 フォローアップミーティング資料

アース製薬株式会社

- 「収益認識に関する会計基準」の適用に伴う影響
  - ▶ 販促費の未払計上実施に伴い、四半期ごとの営業利益が従来基準から変化
  - ▶ 年間累計の営業利益に対する影響は軽微
- **22.1Q 業績の状況**
  - ▶ 売上高 : 386億円、年間計画に対して大きな不安なし
  - ▶ 営業利益 : 53億円、粗利未達も、販管費の予算内執行により、概ね計画どおり
- **原材料価格高騰、為替変動による影響**
  - ▶ 原材料価格高騰の影響は、年間計画に対して数億円程度を見込む
  - ▶ 為替変動の影響は、年間計画に対して2~3億円を想定
- **Topic・他**
  - ▶ 虫ケア用品、入浴剤とも4月末時点での市場は好調に推移
  - ▶ 今期発売新製品は順調な出荷
  - ▶ ESGマテリアリティ及び非財務KPIを設定

© Earth Corporation All Rights Reserved.

本日の説明の概要です。

はじめに、今期から適用している「収益認識に関する会計基準」につきまして、業績の見た目にどのような影響を及ぼすか、改めてお話しいたします。

続いて、第1四半期の業績について、ポイントとなる項目を中心に説明し、その後、直近の状況をトピックとしてご紹介いたします。



## **「収益認識に関する会計基準」の適用に伴う影響**

---

2022/05/18

まず、収益認識に関する会計基準の適用に伴う影響を説明します。

# 年間での想定影響



(単位：億円)

- 仲介取引、販売促進費の売上控除などにより、PL上は売上高・売上原価・販管費の見た目の数値に影響、営業利益以下の影響は軽微
- BSへの影響は軽微

	2021年実績 (従来基準)	2022年計画 (従来基準)	仲介取引分	販売促進費 (売上控除分)	2022年計画 (新基準)
売上高	2,037	2,110	▲ 378	▲ 182	1,550
売上原価	1,214.5	1,259.5	378		881.5
販管費	716.6	743.0		182	561.0
営業利益	106.6	107.5			107.5

© Earth Corporation All Rights Reserved.

こちら、本年2月の決算説明の際にも触れた内容になりますが、年間での影響額を示した資料となります。

新基準の適用により、仲介取引について、実質のマージン分のみを売上計上するほか、従来、販管費に計上していた販売促進費の大部分を売上から控除する処理となります。

このため、PL上は売上高、売上原価、販管費の見た目に影響しますが、営業利益以下の段階利益への影響は軽微です。

なお、今回の計画数値について、従来基準ベースとの比較しますと、売上高で▲560億円、売上原価で▲378億円、販管費で▲182億円となっています。

# 販売促進費（売上控除）の計上タイミング



- 収益の実態をより適時に把握し、販促費の効率化を図るため、システムを構築
- 販促費の変動費用を販売計画に紐づく販促費用計画から合理的に見積もり、収益から控除  
これにより、収益管理（部門別・取引先別）を強化した効率的なマーケティング施策を実施

## 販促費管理システム構築・運用（2019年～）

- 企業別、製品別の2軸で管理
- 「何に（どこに）」、「どれだけ」、「どのように」を明確にし、適切な効果検証が可能に

## システム+過去実績ベースによる管理精度UP

- 適切な販促費管理により、販促費の使途・期間が明確化される
- 販売予測・販促条件を過去実績に照らし、各取引における販促費の見積りを高精度で行い、売上計上のタイミングで売上控除

## 収益管理の仕組み再構築（2021年～）

- 事業部別、製品カテゴリ別の2軸で可視化
- より適時に、より精緻に収益状況を把握し、どのような状況下でも適切な施策を講じる
- 事業ポートフォリオ再編、資源配分の土台

**収益の実態を  
より適時に把握できる体制へ**

© Earth Corporation All Rights Reserved.

もう一つ、今期から販売促進費の計上タイミングが変わります。

収益管理を進めていく上で、より適時に収益の実態を把握することを目的に、販促費管理システムの構築を2019年より進めてまいりました。このシステムにより、小売業別（企業別）・製品別の2軸で「何に（どこに）」、「どれだけ」、「どのように」、販促費を活用するかを明確にし、適切な効果検証を経た販促費の効率化を可能としました。

この内容も含め、2021年より収益管理の仕組みを再構築しております。いわゆる管理会計を用いて、事業別、製品カテゴリ別の2軸で収益実態が可視化を進めており、今後の資源配分施策を検討していく上でのベースを構築しております。

その上で、今期から販売予測や販促条件を過去実績に照らし、各取引における販促費の見積りを高い精度で行うことが可能となり、売上計上のタイミングで販促費を売上から控除することといたしました。

より収益の実態を把握できる体制が整い、販促費の計上のタイミングを変えることとなりました。

# 四半期別 販売促進費計画

従来基準比較\*



(単位：億円)

- 今期より販売促進費の計上は、概ね売上高に比例したカーブを描くと想定  
 ➔ 季節性の高い売上推移に対して、費用計上がリンクし、従来に比べて利益が平準化
- 売上増に加え、強化カテゴリーへの投下などを踏まえ、販売促進費の増加を見込んでいる



© Earth Corporation All Rights Reserved.

\*2022年の計画数値を2021年以前の会計基準に置き換えて比較

この処理の変更により、従来は、赤の点線で示しているとおおり、期末に販促費が増えるカーブとなっていました。青の点線で示しているとおおり、今期計画では、季節性の高い売上推移に対して、費用の計上が概ねリンクしていき、四半期ごとの利益がこれまでに比べて平準化するようになります。

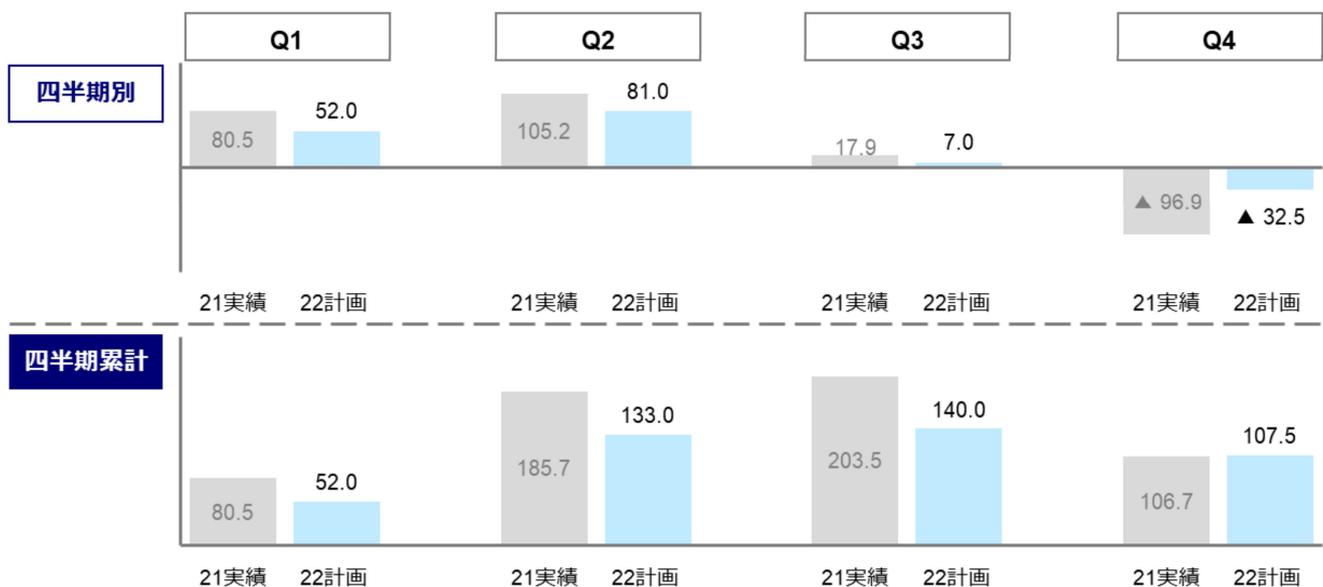
なお、下段の数値は前期と今期計画の差額を示しています。トータルでは約18億円のプラスとなっており、今期は販促費を増やす計画としております。売上の増加分に加え、強化カテゴリーへの投下などを考慮したものであります。こちらは販促費の処理とは別の話となりますので、ご承知おきください。

# 営業利益計画（四半期別・累計）



（単位：億円）

■ 見た目上、第1～3四半期の営業利益は前年比で減少する計画だが、年間累計での影響は軽微



© Earth Corporation All Rights Reserved.

こうしたことから、四半期別の営業利益につきましては、従来基準で表記された2021年の実績に比べて、第1四半期から第3四半期で見た目上減少しますが、第4四半期で大幅に改善する計画となっており、年間累計での影響は軽微となりますので、その旨ご認識ください。



## 2022年12月期 第1四半期業績

---

2022/05/18

続いて、第1四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)

- 売上・粗利は計画を若干下回ったが、販管費が予算内で執行され、営業利益は概ね計画どおり
- 原材料価格高騰による影響は2Q以降に顕在化見込み

「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	386.0	99.2%	104.2%	・ 実質的な前期比104%と着実に成長 ・ 虫ケア用品・入浴剤はわずかに未達も、概ね順調
売上総利益	173.6	97.0%	101.7%	・ 売上未達に加え、為替変動の影響を受ける ・ 原材料価格高騰の影響は2Q以降に徐々に顕在化
販管費	120.4	94.8%	106.5%	・ 計上期ズレなどあるが、予算内で確実に執行
営業利益	53.2	102.4%	92.2%	・ 1Q計画達成
税引前 四半期純利益	56.1	109.5%	94.8%	・ 為替差益など計画立案時に想定していないプラス分あり

© 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

売上高は386億円、計画比99.2%と概ね計画に沿って進んでいます。なお、実質的な前期比は104%と着実に成長しています。

売上総利益は173.6億円、計画比は97.0%となっておりますが、これは売上の未達と為替の影響によるところが大きいです。

原材料価格高騰の影響は多少ありますが、第2四半期以降により顕在化する見込みです。

一方、販管費は120.4億円、計画比94.8%と予算内で執行されています。

これらにより、営業利益は53.2億円、計画比102.4%と達成しております。

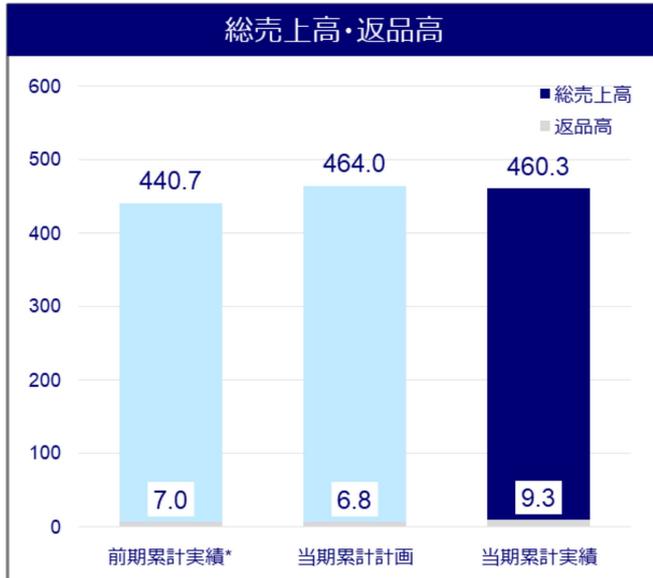
全体を通しては大きな想定外もなく、計画に対してインラインで進んでいる状況です。

# 総売上高・返品高・売上控除

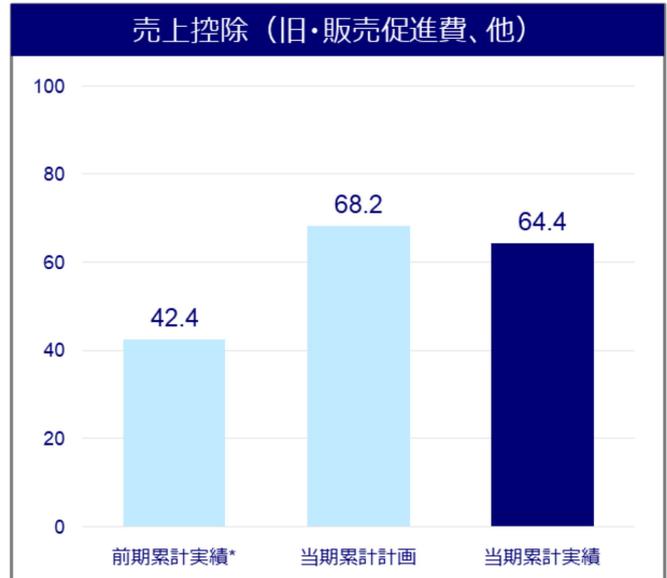


(単位：億円)

- 同一基準で比較した実質的な総売上高は前年を上回り、計画にはわずかに未達
- 返品高は前年、計画ともに上回るが、現時点では大勢に影響しない
- 売上控除額については、計画の範囲内



© 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。

前期実績については、本年の基準を適用したと仮定した場合の参考値としており、同一基準で比較しております。

総売上高は前年を約20億円上回り、計画にはわずかに及ばなかったものの順調です。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。

販促費の売上控除分については、先ほどの説明のとおり、計上タイミングが変わっているため、前期に比べると約22億円の増加となっておりますが、計画の範囲内で進行しております。

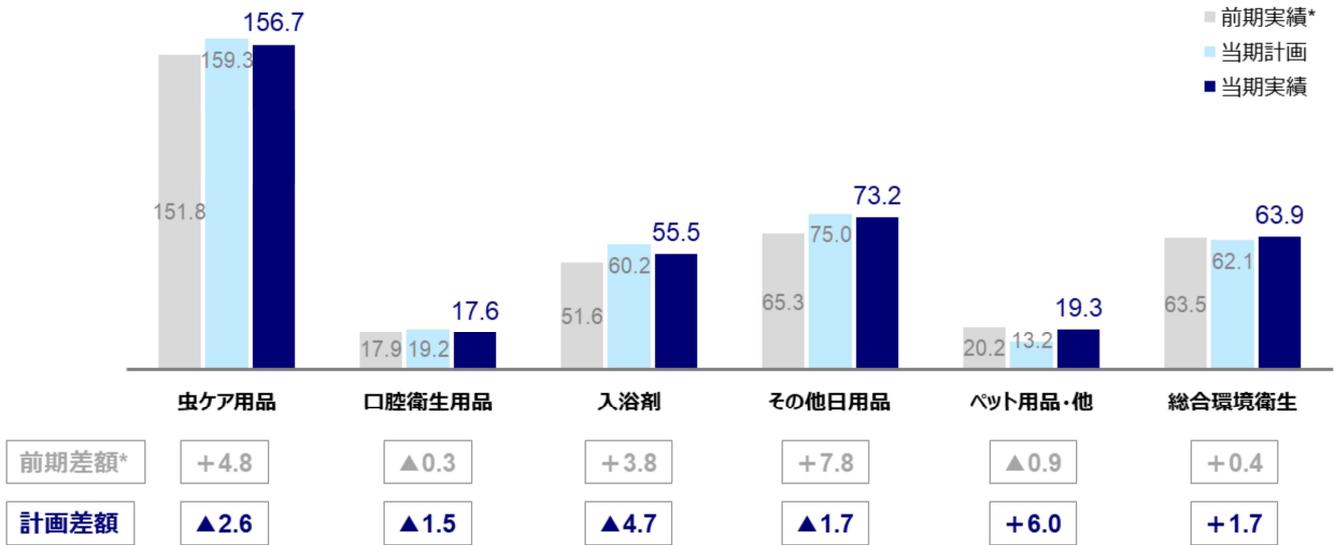
# 部門別売上高



\*外部顧客向け（内部相殺分除く）

（単位：億円）

- 虫ケア用品については、初動がやや鈍かったものの想定範囲内
- 入浴剤は好調に推移しているが、計画を高め設定していたこともあり未達となっている



© 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。

各部門とも計画に対してはわずかに未達となっておりますが、対前年比で比較しても、主力の虫ケア用品や入浴剤、またその他日用品が増収をけん引しております。

# 原価の状況

- 急激な円安進行やウクライナ情勢などを背景に、原材料価格高騰及び為替の影響は、当初計画よりもやや厳しい見通しだが、追加施策の実施によりコスト負担を軽減
- 中国のロックダウンによる資材調達・物流などの業績への影響は、現状軽微と判断

## 原材料価格高騰の影響

- 洗口液、入浴剤で使用する主要原料の価格が世界的な需要増等により高騰（パーム由来など）
- 原油・ナフサ高騰により、溶剤・樹脂・紙などの価格も高騰



### 【対策】

- 複数社購買の実施（品質担保、安定調達）
- 処方変更による代替品の活用
- 追加コスト削減施策の実施（包装簡素化など）

## 為替の影響

通貨	予算レート		3月末レート	予算比
人民元	17.15	➡	19.26	+12.3%
USD	111.00	➡	122.39	+10.3%
THB	3.38	➡	3.68	+8.9%
VND	0.00505	➡	0.00533	+5.5%

- 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2~3億円のコストアップの可能性

© Earth Corporation All Rights Reserved.

原価の状況について、昨今の環境変化による影響はある程度受けると見込んでいます。

影響する内容としては、原材料価格の高騰と為替変動に二分されます。

原材料価格については、パーム由来を含め、洗口液や入浴剤で使用する主要な原料の価格が、世界的な需要の増加などにより高騰しているほか、原油やナフサの高騰により、溶剤・樹脂・紙などの価格も上がっています。

こちらに対しては、まず資材調達ができずに製品供給が滞ることを避けるため、複数社購買を実施するほか、処方の変更による代替品の活用も進めています。

また、日々コストダウンの種を探索しており、包装の簡素化などの追加コスト削減施策を進めています。

為替変動については、ご承知のとおり急激な円安が進行しており、計画立案時にこのような事態は想定しておりませんでした。

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2~3億円のコストアップの可能性がります。

このように、原価に関する現状の見通しは、当初計画に対してやや厳しくなっておりますが、現状の増収基調や追加コストダウン等で十分に吸収可能と考えております。

# 販管費の状況



(単位：億円)

- 1Q時点では、各費用とも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、予算立案時の前提と実際の計上タイミングの期ズレによるもの

	2021年	2022年	2022年	計画対比	計画との差異のポイント
	1Q累計実績*	1Q累計計画	1Q累計実績		
人件費	47.2	50.8	49.8	▲ 0.9	
運送費	8.7	9.4	9.5	0.1	
保管料	5.3	6.0	5.9	0.0	
広告宣伝費	6.7	9.8	6.9	▲ 2.9	計上タイミングの期ズレ
販売促進費	4.4	2.3	2.8	0.5	
研究開発費	6.5	7.4	6.6	▲ 0.8	予算立案時の前提との実施時期の相違
減価償却費	3.0	3.4	3.4	0.0	
のれんの償却費	4.7	4.3	4.2	0.0	
旅費交通費	2.1	3.2	2.5	▲ 0.7	コロナウイルスによる行動制限の解消を前提とした予算組み
交際費	0.5	0.7	0.8	0.1	
支払手数料	3.5	3.2	2.9	▲ 0.2	
販売手数料	0.8	3.5	3.6	0.1	
雑費	1.0	1.5	1.1	▲ 0.3	
その他	18.6	21.5	20.4	▲ 1.5	予算立案時の前提との実施時期の相違
<b>販管費 計</b>	<b>113.0</b>	<b>127.0</b>	<b>120.4</b>	<b>▲ 6.5</b>	

© 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。

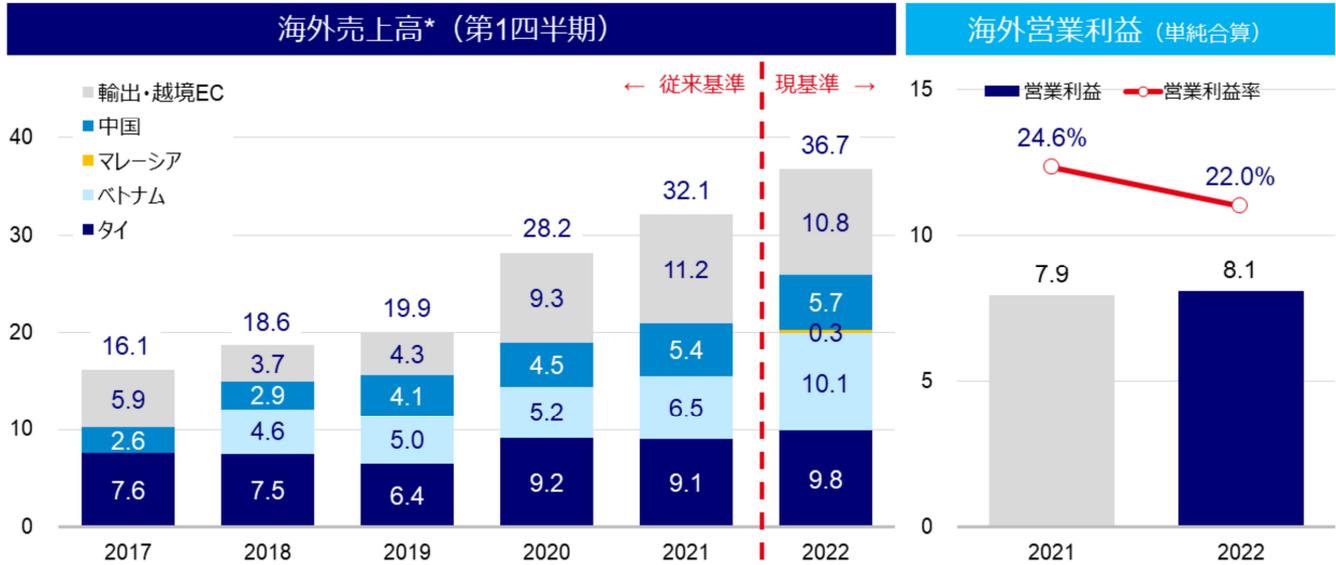
先の説明と重複しますが、各科目とも概ね予算内で適切に執行されています。  
一部、実施時期想定のずれなどもありますが、大きく想定と異なるものではありません。

# 海外業績 (越境EC分含む)



(単位：億円)

- 実質的な売上前期比：116% 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
- 中国のロックダウンによる影響について、2Q以降も引き続き注視



© Earth Corporation All Rights Reserved.

\*2021年までの実績は従来基準ベース

こちらは海外の状況です。

実質的な売上前期比は116%と好調に進捗しています。  
単純合算での利益率については、若干低下しておりますが、これは、国内からの輸出、とくに越境EC分が前期を下回っている影響です。

# 海外業績 (国別状況)



## 中国

### 【業績】

- 売上高：実質\*前期比 96%
- 前年割れは想定内、1Q時点では概ね計画通り

### 【コロナ関連】

- ロックダウンにより2Q以降の業績は不透明

## タイ

### 【業績】

- 売上高：実質\*前期比 111%
- 経済のリカバリー優先を背景にタイ国内での展開が好調に推移
- Depot設置によるきめ細やかなビジネスが奏功

## ベトナム

### 【業績】

- 売上高：実質\*前期比 134%
- 虫ケア用品、洗剤ともに計画を上回り順調
- 経済のリカバリーを優先していることもあり、今後も好調を持続できる見込み

## マレーシア

### 【業績】

- 22.1Qより新規連結
- 計画を上回る売上推移
- 虫ケアエアゾール、虫よけ剤、消臭芳香剤など新製品7SKUの発売により、売上拡大を図る

© Earth Corporation All Rights Reserved.

\*現地通貨ベース

国別の状況についてです。

中国は現地通貨ベースでの実質的な前期比は96%となっています。

第1四半期時点での前期割れは当初から想定していたものです。

ロックダウンの状況について、先日、6月に解除されるという報道もありましたが、これによる第2四半期以降の業績への影響は不透明であり、引き続き注視が必要な状況です。

タイは実質前期比111%と好調に進捗しています。

国内経済のリカバリーを優先する政策に加え、デポ設置によるきめ細やかなビジネスが奏功しています。

ベトナムは虫ケア用品、洗剤ともに計画を上回り、実質前期比134%となっています。

足元でも30%以上の成長を維持しており、今後も好調を持続できる見込みです。

マレーシアについては、今期から新規連結となります。

まだまだ連結業績に与えるインパクトは小さいですが、現状、計画を上回る売上推移となっており、今後新製品ローンチにより更なる売上拡大を目指します。



## Topic

---

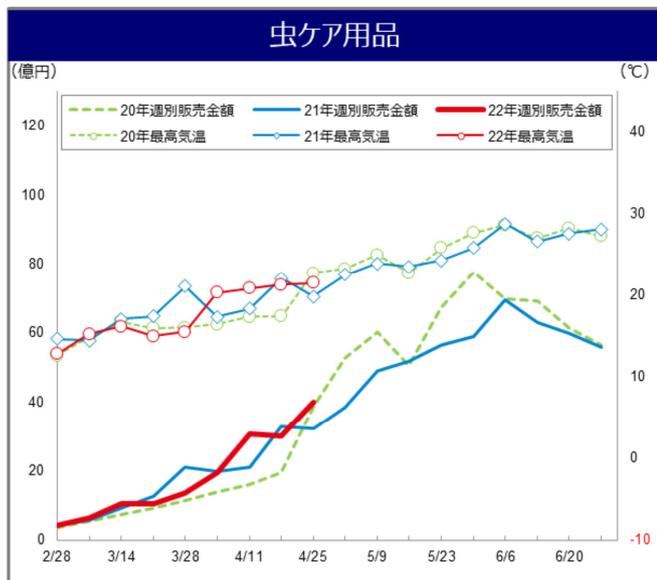
2022/05/18

さて、ここまで第1四半期業績について説明してまいりましたが、ここからはトピックをご紹介します。

# Topic : 国内 虫ケア用品市場動向 (4月末時点)



- 市場前期比 : 102.0%
- 当社市場シェアは57.5% (前年同期比+0.7pt) と着実に上昇
- ダニ用、不快害虫用が好調に推移、市場での構成比を高めている



	市場 前期比	アースシェア			市場構成比		
		21.1Q	22.1Q	増減	21.1Q	22.1Q	増減
ハエ・蚊用	101.3%	59.9%	61.1%	+1.2pt	18.5%	18.3%	▲0.2pt
ゴキブリ用	87.7%	58.6%	59.6%	+1.0pt	19.1%	16.5%	▲2.6pt
ダニ・ 不快害虫用	106.7%	54.4%	56.1%	+1.7pt	24.8%	25.9%	+1.1pt
虫よけ用品	112.3%	49.4%	50.6%	+1.2pt	25.9%	28.5%	+2.6pt
ネズミ用	92.2%	64.0%	62.4%	▲1.6pt	6.2%	5.6%	▲0.6pt
くん煙剤・他	96.4%	75.2%	75.9%	+0.7pt	5.5%	5.1%	▲0.4pt
合計	102.0%	56.8%	57.5%	+0.7pt	100.0%	100.0%	—

© Earth Corporation All Rights Reserved.

\*データソース : SRI+

足元の国内の虫ケア用品市場の動向です。

4月末時点では市場が前期比102.0%と前年を上回る推移です。

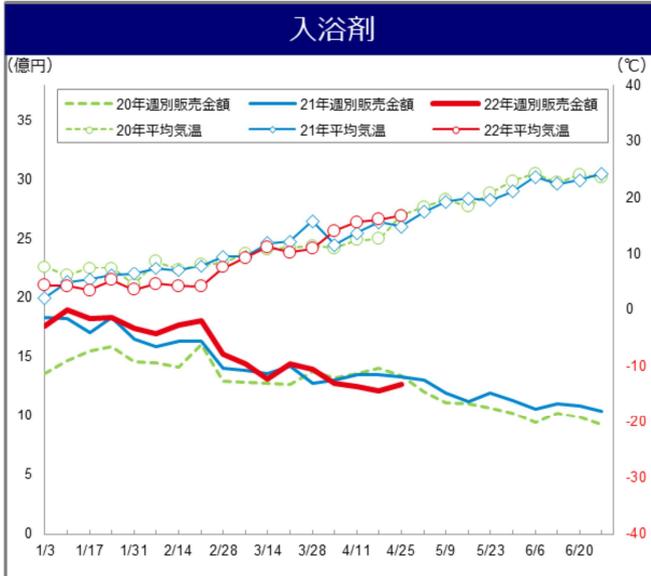
特徴的なのは、ダニ用や不快害虫用の好調さです。

その中で当社は市場シェアを着実に高めております。後ほどご紹介する新製品に加え、店頭での展開シェアをしっかりと確保できていることが、好調につながっています。

# Topic : 国内 入浴剤市場動向 (4月末時点)



- 市場前期比 : 102.4%
- 当社市場シェアは46.2% (前年同期比▲1.0pt)
- 分包タイプ、個包バラタイプが好調に推移



© Earth Corporation All Rights Reserved.

	市場 前期比	アースグループシェア			市場構成比		
		21.1Q	22.1Q	増減	21.1Q	22.1Q	増減
粉末タイプ	100.9%	83.6%	82.7%	▲0.9pt	17.3%	16.8%	▲0.5pt
粒剤タイプ	104.7%	68.7%	66.5%	▲2.2pt	13.8%	14.0%	+0.2pt
分包タイプ	107.5%	63.4%	67.3%	+3.9pt	8.4%	8.7%	+0.3pt
液体タイプ	101.3%	34.0%	33.8%	▲0.2pt	10.1%	10.1%	+0.0pt
錠剤タイプ	95.3%	33.9%	34.3%	+0.4pt	37.9%	35.4%	▲2.5pt
個包バラ	122.5%	13.0%	10.3%	▲2.7pt	12.0%	14.5%	+2.5pt
合計	102.4%	47.2%	46.2%	▲1.0pt	100.0%	100.0%	—

\*データソース : SRI+

こちらは入浴剤の市場動向です。

同じく4月末時点の市場前期比は102.4%となっています。  
当社グループシェアは46.2%と1pt低下していますが、ハイシーズンの秋冬にかけてシェア回復を目指します。

# Topic : 新製品動向 (4月末時点)



- マモルーム、ゼロデナイト、Puritureなど、春季発売新製品が実質的な増収に貢献
- 計画を大幅に上回る好調な状況

マモルーム



計画比  
**231%**  
参考) 店頭売価  
**1,600円**

ゼロデナイト



計画比  
**315%**  
参考) 店頭売価  
**3,000円**

Puriture



計画比  
**93%**  
参考) 店頭売価  
**1,600円**

© Earth Corporation All Rights Reserved.

\*当社出荷ベース

新製品の動向です。

中でも、マモルーム、ゼロデナイト、Puritureなどの高価格帯の新製品が好調に推移しております。

特に、マモルーム、ゼロデナイトについては既に当初の年間目標を上回って出荷され、ここまでの増収に大きく貢献しています。また、この3品の共通点は、非常に高い店頭売価であることです。高付加価値の製品を市場に出すことによって、市場の活性化にもつながっております。

# Topic : サステナビリティ



## マテリアリティと非財務KPIの設定

### ■ マテリアリティに紐づく非財務KPIを設定

マテリアリティ (重要課題)	2030年目標	KPI	SDGs
気候変動への対応	●全ての拠点におけるCO2排出量を削減します。	●CO2排出削減：2020年比で (Scope 1、2) ・14%削減 (2023年) ・28%削減 (2026年) ・46%削減 (2030年)	13
地球環境問題への配慮	●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率： ・工場の再生可能エネルギー化率【再生可能90%】 (2023年) ・研究所の再生可能エネルギー化【再生可能95%】 (2026年) ・オフィスの再生可能エネルギー化【再生可能95%】 (2030年) <small>*サテライトオフィスを除く</small>	7, 13
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。	●水の循環効率の向上：2020年比で ・3%向上 (2023年) ・6%向上 (2026年) ・10%向上 (2030年)	6, 7, 13
持続可能な調達の実現	●アースE CO基準を定め、環境に配慮した製品の拡大を推進します。	●工場・研究所からの産業廃棄物等のゼロエミッション： ・始発委託先の状況調査・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)	12, 13
持続可能な調達の推進	●アースE CO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E CO基準概要： →別表 (アースE CO基準) 参照	12, 13
持続可能な調達の推進	●環境などに配慮した包装材料の調達を推進します。	●森林認証品の使用率： ・使用比率を10%以上 (2023年) ・使用比率を30%以上 (2026年) ・使用比率を70%以上 (2030年)	12, 13
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ねがう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額品質監査実施率を向上させます。	●定額品質監査実施率： 100%を維持 (2023年、2026年、2030年)	8, 11, 12
安心で快適な暮らしに貢献する製品・サービスの提供	●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)	4, 8, 11, 12
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。	●有給休暇取得率： 70%以上を維持 (2023年、2026年、2030年)	5, 8, 10, 11, 12

[アース製薬のマテリアリティ \(earth.jp\)](http://earth.jp)

© Earth Corporation All Rights Reserved.

## 「健康経営優良法人2022 ホワイト500」認定

### ■ 当社取り組みが評価され2年連続で認定



2022  
健康経営優良法人  
Health and productivity  
ホワイト500

#### 【具体的な取り組み】

- ・ 「アース健康宣言」制定 (2019年10月)
- ・ M3PSP (エムスリー ペイシェント サポート プログラム) 導入
- ・ 「風しん」抗体検査の実施
- ・ 新型コロナウイルス職域接種セミナー
- ・ ストレッチセミナー/アイケアセミナー
- ・ 禁煙セミナー・禁煙チャレンジプログラム
- ・ 女性の健康セミナー

[アース製薬が「健康経営優良法人2022ホワイト500」に認定社員とその家族の心身の健康増進に配慮した取り組みが評価され2年連続で認定 \(earth.jp\)](http://earth.jp)

トピックスのご紹介の最後です。

サステナビリティに関連して、当社では昨年12月にマテリアリティを設定し、その後これに紐づいたKPIを設定しました。

また、健康経営優良法人ホワイト500に2年連続で認定されております。

詳しくは当社Webサイトをご参照ください。

アース製薬のマテリアリティ

<https://corp.earth.jp/jp/csr/outline/vision/pdf/sustainability-materiality.pdf>

健康経営優良法人2022ホワイト500

<https://corp.earth.jp/jp/news/2022/pdf/20220406-01.pdf>

当社のサステナビリティ開示の取り組みは、着実にその歩を進めております。皆さまに適切にご理解いただけるよう、より一層の開示の充実に取り組んでまいります。

# 投資に対する考え方



- 総資産の10～15%のCashを確保しつつ、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）  
正のエクイティ・スプレッドを実現する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.

当社グループでは、営業キャッシュフローをどのような成長投資へ振り向けるのかなどについて、以前より説明させていただいております。

現状、キャッシュ水準が高く感じられるかもしれませんが、総資産の10～15%程度と認識しています。

収益成長につなげるための投資として、22～23年の投資状況を記載しています。

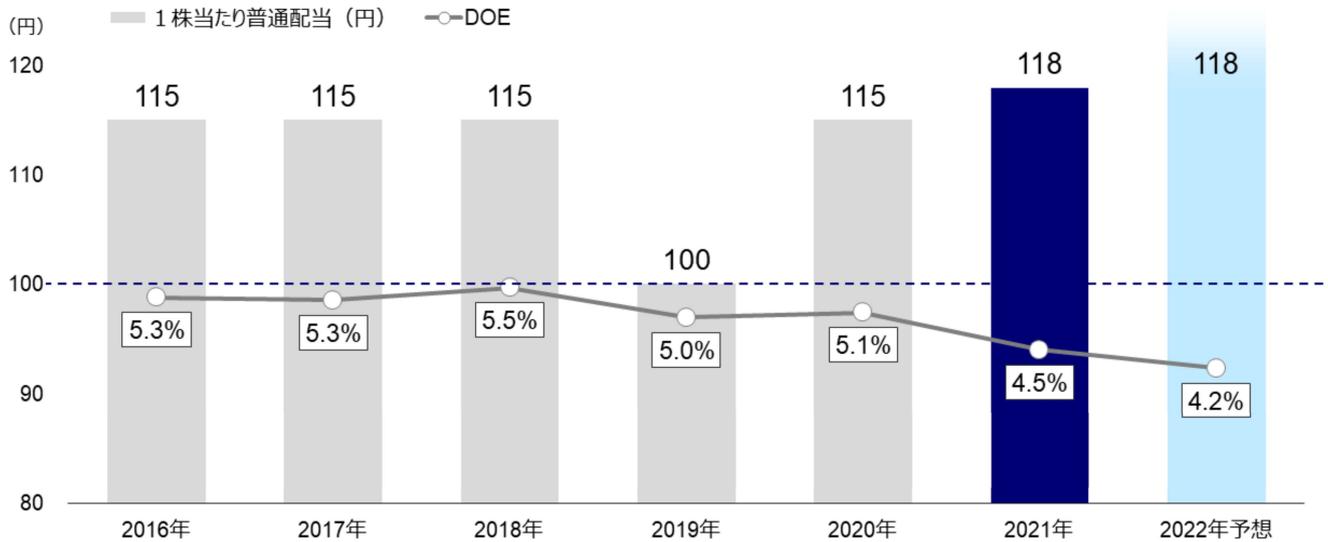
各案件の詳細な説明は割愛いたしますが、資本効率を上げるために、それぞれの案件でハードルレート（7%が目安）を設定し、社内で効果やリターンを協議する体制をとっています。実際に数件の案件は遡上から落ちています。

このように投資についても着実に進めていきたいと考えています。

# 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.

当社はDOEを採用し、安定的な配当を目指しています。  
キャッシュロケーションを見ながら、機動的な自己株式の取得を検討していきたいと考えています。  
また、早い段階で総還元性向を公表していきたいと思っています。

地球を、キモチいい家に。



**EARTH**  
Act For Life