



2022年12月期 第2四半期 業績説明資料

2022/08/05

アース製薬株式会社

・ 業績の状況 ※ 前期実績は本年の基準を適用したと仮定し、調整

- ▶ 売上高 : 893億円、計画比▲ 2.4%、前期比*+ 2.0%
- ▶ 営業利益 : 119億円、計画比▲10.2%、前期比*▲11.7%
- ▶ 通期業績見通しについては、現時点で当初計画を据え置く

・ カテゴリー別の状況

- ▶ 虫ケア : 高価格帯の新製品は出荷好調も、天候影響により市場は低調な推移
- ▶ 日用品 : 概ね計画通りの進捗、その他日用品が増収をけん引

・ 海外の状況

- ▶ 中国 : ロックダウン影響により、業績低迷
- ▶ ASEAN : タイ・ベトナム中心に好調、マレーシア、フィリピンへの新規展開加速

業績につきまして、前期は本年基準（新収益認識基準）を適用したと仮定した数値です。売上高は893億円、対計画では▲2.4%、対前期は2.0%の増収です。営業利益は119億円となり、対計画、対前期ともに▲10%超の未達となっています。しかし、現時点では通期業績見通しは据え置きます。

カテゴリー別では、虫ケア用品は高価格帯製品の出荷は順調に推移しましたが、天候の影響を受け市場は低調となっています。一方、日用品は概ね計画通りの進捗となっており、特にその他日用品が伸びており、増収をけん引しています。

海外の状況です。中国は上海のロックダウン影響が如実に表れ、業績は低迷しています。一方、当社が注力しているASEANは、タイとベトナムが非常に好調に推移していることに加え、マレーシア、フィリピンが新規展開を加速しています。

- **原材料価格高騰、為替変動による影響**

- ▶ 2Q計画に対しての影響額：3億円
- ▶ 通期計画に対しての影響額：10億円程度を想定
- ▶ 足元の為替動向が続いた場合、年間計画に対して3～4億円を想定

- **通期業績見通し**

- ▶ 現時点では当初計画を据え置く

原材料価格高騰、為替変動による影響についてです。

当社においては2Q時点で対計画3億円のネガティブ影響があります。現在の状況が継続すると、通期計画に対しては10億円のネガティブ影響があると想定しています。これらの影響額に含まれますが、現状の為替レートが続くと、年間計画に対して3～4億円のネガティブ影響があると見込んでいます。



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

4

売上高は893億円、計画比97.6%となり、実質的な前期比は102%となりました。
売上総利益は399.3億円、計画比は94.4%となっております。一方、販管費は279.9億円、計画比96.5%と予算内で執行されています。
この結果により、営業利益は119.4億円という状況です。

総売上高・返品高・売上控除

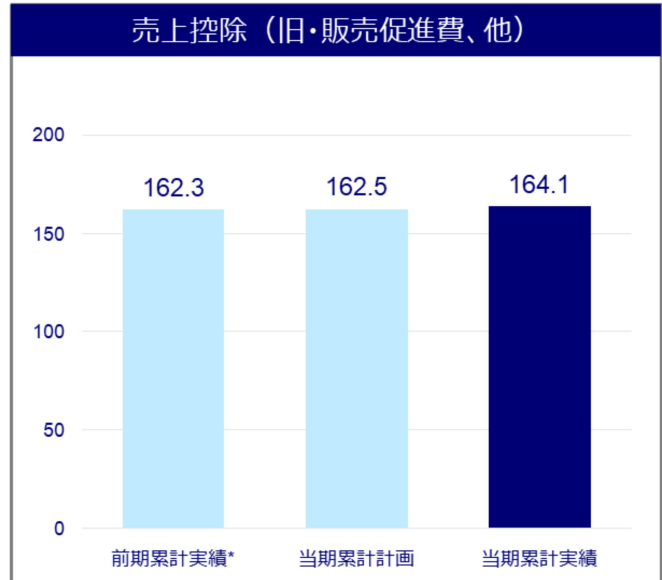


(単位：億円)

- 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

5

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。

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。下期において、返品高がどのように推移するかがポイントとなってきます。

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。

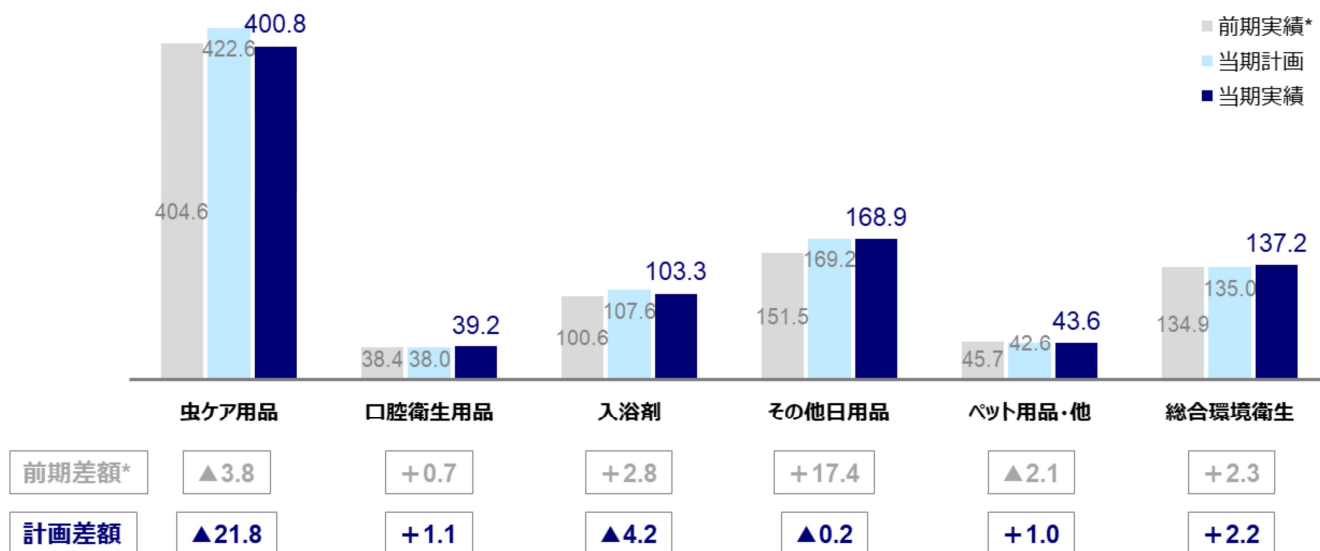
部門別売上高



*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

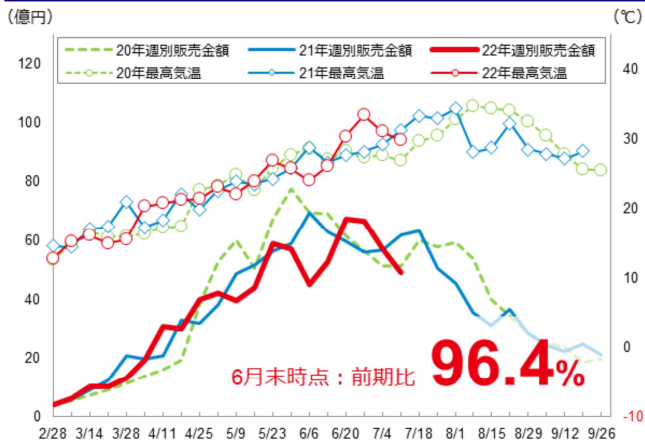
こちらは、部門別の売上高です。

虫ケア用品は、販売最盛期に入る5月下旬から6月中旬にかけて、最高気温が前年を下回るなど天候影響により、市場が低調に推移しており、2Q時点では前年・計画ともに下回っています。一方、日用品や総合環境衛生事業は、前年を上回り、好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%

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%**



© Earth Corporation All Rights Reserved.

7

こちらは、国内虫ケア用品の状況です。

虫ケア用品のマーケット状況を左側の折れ線グラフでお示しています。マーケットの動向は、6月末で対前年96.4%となっています。このマーケットは天候、また気温推移に非常に左右されます。5月下旬から6月中旬にかけての気温低下が、虫ケア用品の最盛期に影響し、芳しくない結果となりました。しかしながら、7月から8月の虫ケア用品の復調も見込んでいますので、あきらめずに粛々と進めていきたいと思えます。

主力のハエ・蚊用、ゴキブリ用が前年を下回っていますが、ダニ用、不快害虫用、虫よけ用品が好調に推移し、市場シェアは56.4%で、前年同期比0.4ptのプラスと着実に上昇させています。

資料右側には、基幹商品と新製品の動向を記載しています。

アースノーマットが計画比12%ダウン、虫よけネットEXについても計画比11%ダウンとなっています。7月、8月で巻き返し、返品削減に注力していきます。

一方で、今期発売した新製品のマモルームが計画比178%、ゼロデナイトが計画比230%と計画を大幅に上回っており、虫ケア用品市場が厳しい中、高価格帯の商品であっても価値に見合えばしっかりと売れるということが証明でき、当社の売上をけん引しています。

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

通期計画との差異想定

【価格高騰している主な原材料・包材】

利益影響額

▲3億円

利益影響額

▲10億円

- 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

続いて原価の状況ですが、昨今の環境変化による影響を受けています。

原材料価格については、パーム油由来のもの、また原油価格に連動する原材料を中心に高騰しており、加えて、海外から調達するものについては為替変動の影響も受けています。

2Q時点での計画との差異額は為替変動の影響も含み、トータルで3億円程度と認識しています。また、通期計画との差異額は10億円と想定しています。

価格高騰しているものは、主にモンダミンや液体入力剤の原料である濃グリセリン、入浴剤の主な原料であるコハク酸、重曹、エアゾール製品で使用されるLPG等となります。

為替レートは予算レートから変更はございません。ですので、6月末レートと比較すると15~25%ほど円安が進行している状況です。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。

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	2022年	2022年	計画対比	ポイント
	2Q累計実績*	2Q累計計画	2Q累計実績		
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

9

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。

一部科目、広告宣伝費等は実施時期想定のみずれなどがありますが、年間では計画通りに使用する想定でいます。

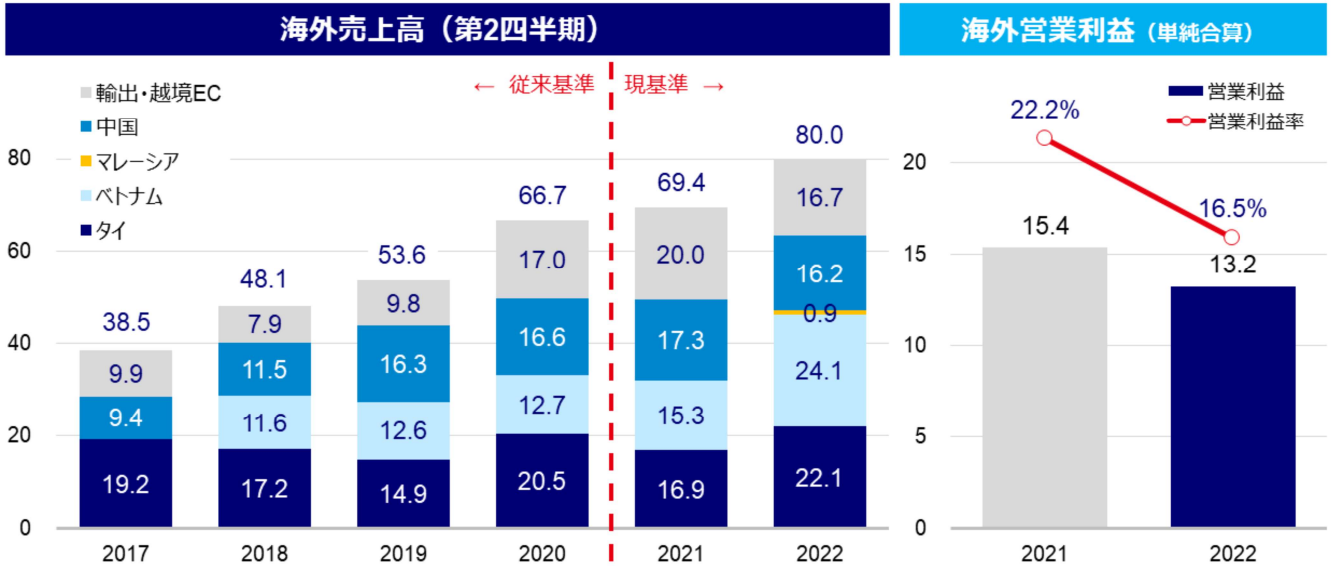
また、バスクリンののれんの償却が1Qで終了していますので、2Q以降はのれん償却費の負担額が軽減されます。

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 10

こちらは海外の状況です。

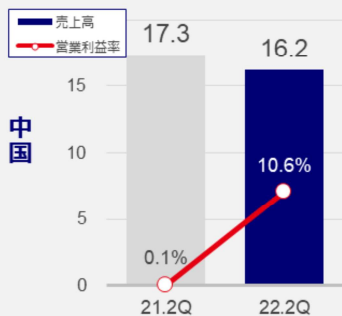
会計基準の影響を除いた実質的な売上前期比は115%となっており、特にタイ・ベトナムが好調です。一方、中国に関連する部分が厳しく、越境ECや中国現法の売上が低調となっています。上海のロックダウンは、6月に実質的に解除されましたが、まだ完全回復には至っていません。これに伴い、海外営業利益率（単純合算）は低下しています。

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か月間)
 - 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 11

国別の状況について、まず中国の状況です。

上海のロックダウンの影響で、物流の停滞、発注してもお客様の手元に商品が届かず購買に結び付かない等の状況が続き、当初計画に対して芳しくない状況が続いています。下期以降について、アフターコロナを見据えた展開に移行していきます。

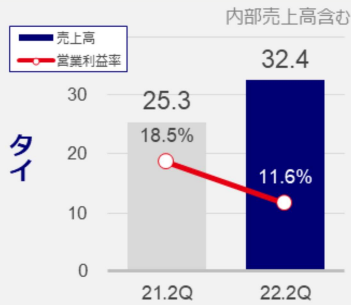
今期に関しては、市場全体が完全回復に至っていない中で、一定程度の収益を確保しつつ、効果的な販促活動を行っていきます。ただし、W11はリソースを投下し、売上拡大を目指していきます。

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

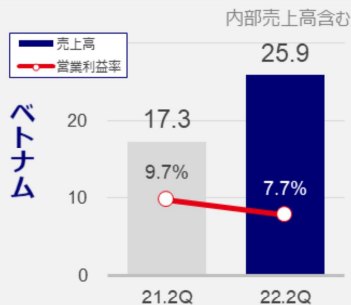


下期の取り組み

- OP-T (地方) チャンネルの展開強化
- 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 12

タイは国内での売上が拡大しており、非常に好調です。虫ケア用品では市場シェアがNo.2に上昇しました。従来は3番手グループに属していましたが、完全に抜け出しました。また、原材料価格高騰や為替変動の影響は徐々に表れてきましたが、トップラインの上昇と経費コントロールにより上期の利益計画を達成することができました。

下期も引き続き、地方チャンネルの展開強化を進めるとともに、公的機関や小売業と連携したCSR活動により関係をより強固にし、タイ国内におけるタイ現法（アースタイランド）のプレゼンスを高めていきます。

ベトナムについても、タイ同様に好調に推移しています。

前3Qから4Qはコロナ影響で大変苦戦をしました。今3Q以降は前年比で上振れを期待しています。また、原材料価格高騰などの影響が徐々に顕在化してきていますので、現地で取り扱っている床用、食器用クリーナーの価格改定を行っています。改定幅は製品価格の10%です。これによって、原材料価格高騰による利益の圧迫をカバーします。

海外業績 (国別状況 : マレーシア・フィリピン)



© Earth Corporation All Rights Reserved.

13

マレーシアは2019年に現法を設立した矢先にコロナの影響を受けました。ですので、実質的には2022年からのスタートになります。新製品のローンチが計画通り進み、また、計画を上回る売上を獲得できています。下期に向けては、虫ケア用品以外に芳香剤の新製品ローンチを予定しています。また、販路拡大に向けたプロモーションは継続するとともに、収益性の改善にも取り組んでまいります。

フィリピンについては、3QよりPLに加わります。

既に開示のとおり、現地ローカル企業のM&Aを実施し、株式を66.7%取得しました。今後については、製品の投入によりフィリピンで形成されていない市場を創出し、アースのプレゼンスを高めていきます。また、既存品の生産移管などの統合シナジーについては継続して検討しています。



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.

15

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などで想定を上回る影響を受ける見込みですが、計画外の新製品ローンチによるトップライン成長やコスト抑制などによりリカバリーしていきます。

■ 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

この秋には、計画外の新製品も含めて計66SKUをローンチし、売上拡大を目指します。これらによる売上高目標は26億円を見込んでいますが、計画に含んでいない目標は11億円強です。経費の見える化を進めている中で、経費コントロールは着実に進めていきます。また、国内においても一部の日用品で価格転嫁を先行で実施し、海外でも既に価格転嫁を実施していますので、カバー策として盛り込んでいます。

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 17

こちらがこの秋に発売する新製品の一部です。
入浴剤やモンダミン、芳香剤など幅広いカテゴリーで新製品を発売します。

説明は以上となります。
今後の経営の方向性等については、8/10(水)に社長の川端よりご説明させていただきますので、そちらをご覧ください。

ご清聴ありがとうございました。

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。