



2022年12月期 オンライン決算説明会

2023/02/14

アース製薬株式会社



2022年12月期 業績概要

経営管理部の坂本です。私から22年業績につきましてご説明申し上げます。

1月30日の業績修正後のフォローミーティング、また2月13日の開示後の決算フォローミーティングでもご説明申し上げますので、本日は、要点のみのご説明とさせていただきます。

宜しくお願いいたします。

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

2

業績ハイライトについてです。

22年12月期の連結売上高は、前期比102.4%の1,523億円、売上総利益は、96.7%の624.6億円という結果となりました。売上総利益は、約21億円の減少となりました。

販管費は98.8%と前期よりも低減を図りましたが、売上総利益減少分まではカバーしきれず、営業利益は、78.4%の74.3億円となりました。前期の営業利益が95億円でしたので、約20億円低下する結果となりましたが、その大きな要因としては、原価高騰の影響が、想定を大きく上回ったことによります。

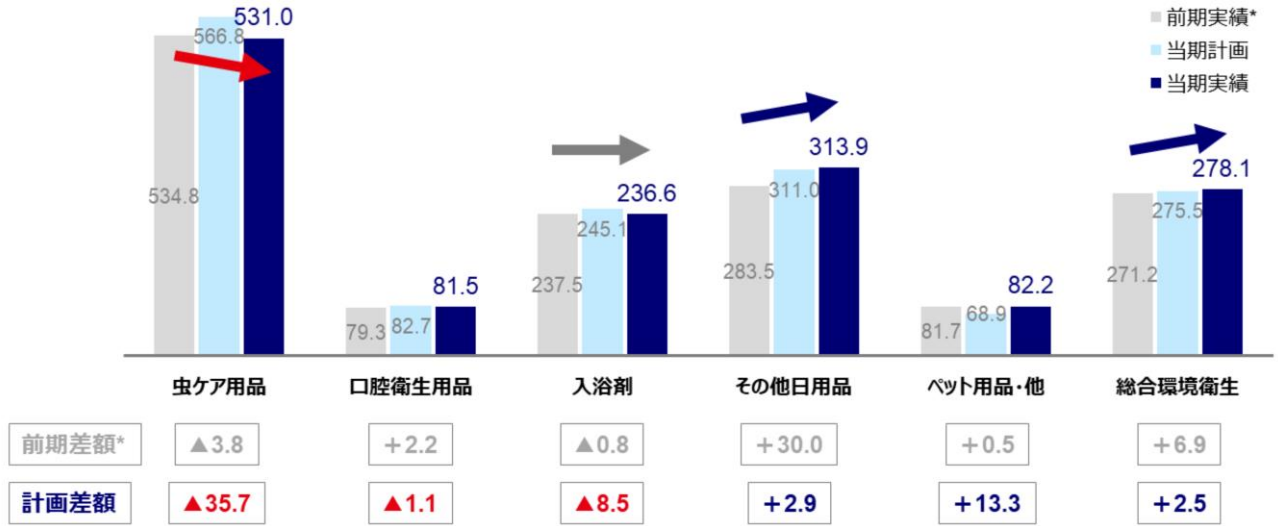
部門別売上高



*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

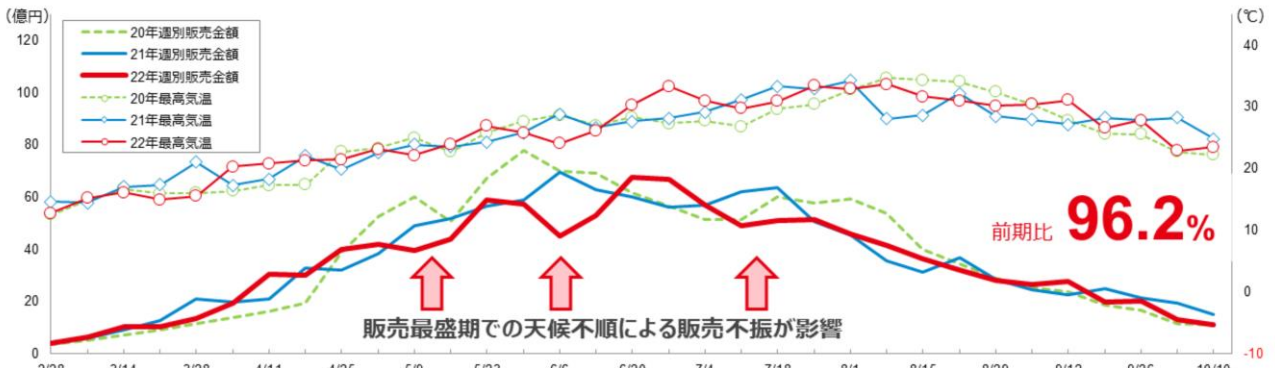
3

続きまして、部門別売上高についてです。

虫ケア用品部門は前期比で3.8億円の減少となりました。市場は96%と、4ポイント縮小しています。計画比は35.7億円の未達であり、これが全体の売上未達に影響を及ぼしています。

それ以外の部門はご覧の通りです。

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%**



虫ケアについての状況です。

市場は96.2%と3.8ポイント減少しましたが、当社市場シェアは0.4ポイント伸ばしております。販売最盛期の天候不順の影響が、虫ケアの売上全体に影響し、当社主力製品も計画比未達となっております。

一方、成果として、高価格・高機能製品へのシフトも進んでおります。

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

利益影響額

▲12.5億円

前提との差異額

利益影響額

▲15億円

【価格高騰している主な原材料・包材】

- 濃グリセリン（モンダミン・入浴剤）
- コハク酸・重曹（入浴剤）
- LPG（エアソール）
- 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	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%

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
- 計画比5億円のコストアップ

© Earth Corporation All Rights Reserved.

5

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。当初計画段階では、12.5億円を計画に含めておりました。加えて15億円の超過があり、22年につきましては、合計で27.5億円の影響を受けました。

原価高騰は2022年で収束するというわけではなく、2023年はさらに同レベルの高騰も予測しております。

依然として原油関連もありますが、樹脂、紙関連も、製造コストの増加、ユーティリティー関連（特に電気料金）の増加を予測しております。

調達コストについては、収益悪化へ影響を持ち越さないために、しっかり計画に織りこんだ上で、事業構造のさらなる強化を前倒しで進めることが本年の重要課題と位置づけております。

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 \(earth.jp\)](#)

『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 \(earth.jp\)](#)

© Earth Corporation All Rights Reserved.

6

高価格帯製品の売上貢献として、取り組み成果をご説明します。

22年は、高価格帯・高付加価値の製品マモルーム、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ております。

虫ケア用品市場において、こういう製品が受け入れられる土壌を形成できたことは大きな成果と認識しておりますし、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

7

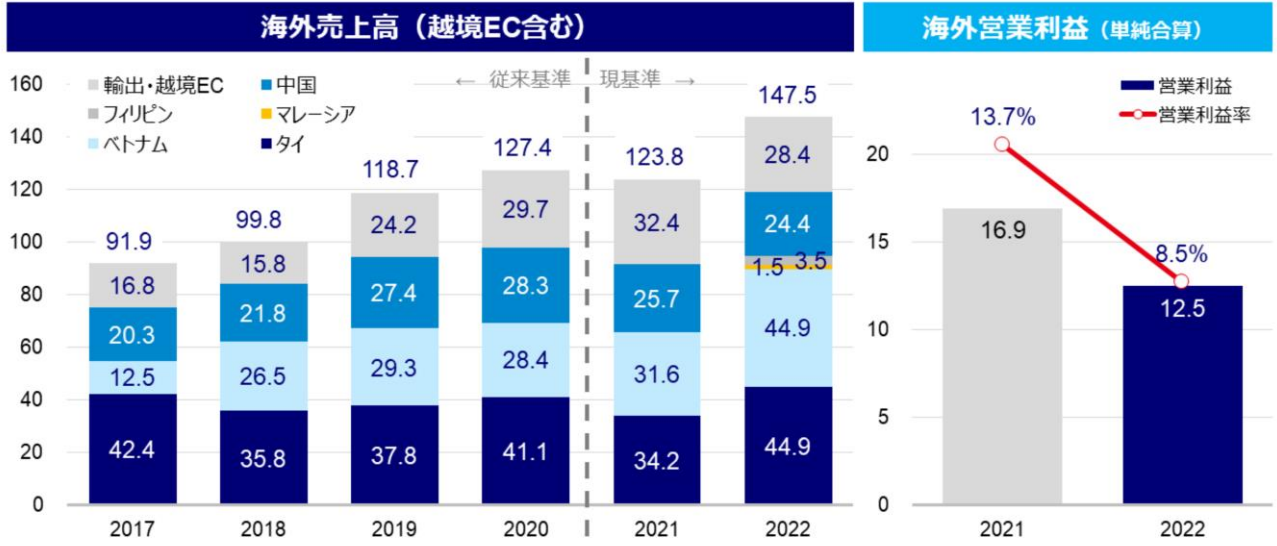
2022年秋に新製品をローンチいたしました。これらは計画には含めておらず、想定を上回る実績（15億円）を出すことができました。なお、この新製品は原材料価格の高騰を踏まえた価格でローンチしています。今期も手応え感を持ちながら、新製品をローンチしていく計画としております。

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

8

海外の状況についてです。

海外全体の売上では、前期比119.1%、金額は、23.7億増の147.5億円という結果となりました。

エリア別では現地通貨ベースで、中国▲10%、タイ+19%、ベトナム+29%となりました。今期よりマレーシア、フィリピンの新規連結したことで、売上寄与もありました。

営業利益率は低下しておりますが、構造的に粗利が高い輸出が大幅に減少したことが要因です。

加えて、原価高騰、エネルギー価格、販促・マーケティング費用増も起因し、営業利益率は若干減少しています。

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

9

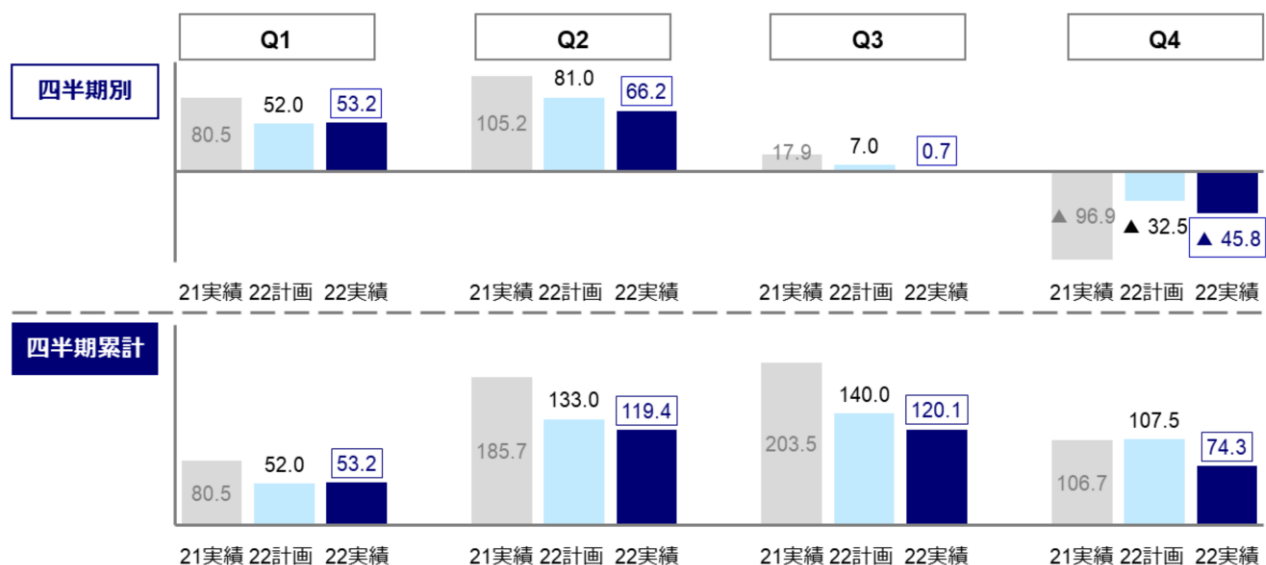
コストコントロールについては、ご覧のとおりです。

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.

10

2022年2月の計画発表時に、四半期別の損益の平準化についてご説明しました。依然として、当社は虫ケア用品を主要な収益源としており、季節変動があります。このばらつきを平準化するために、費用関連（特に販促費）の適時計上を行っております。

第4四半期では、21年実績96.9億円から、22年実績45.8億円となり、赤字幅は縮小しました。しかし、計画とは乖離がございますので、まだ改善すべき点があり、今後も取り組みを進めてまいります。

以上、2022年についてのご説明とさせていただきます。



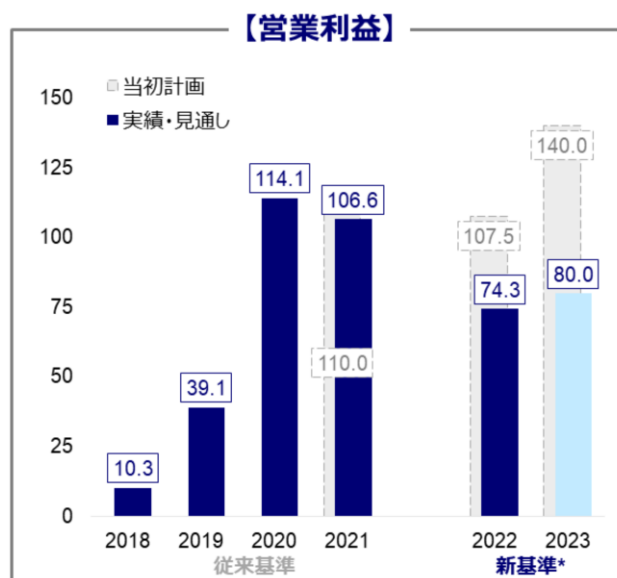
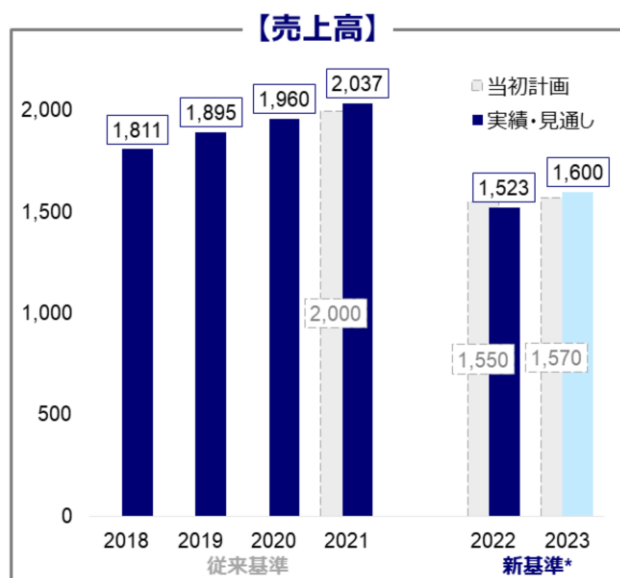
2023年12月期 計画概要

皆さま、こんにちは。川端でございます。

ホームページに掲載しております、業績説明動画と重複する部分はあろうかと思いますが、ご説明させていただきます。

(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

12

2023年度は現中計の最終年度であるため、定量目標に対しては諦めずに最後まで目指すというのが本来の姿かと思えます。

しかしながら、前提が大きく変化しています。中計の骨子や取り組み内容について変わることはありませんが、定量目標についてはまき直しを図りたいと考えています。今期末までに2028年までの次期中計の策定を行いますので、今の前提を鑑みながら次の成長に向けた戦略を組み直していきます。

私は、申し上げたことは何が何でもやりきるとい性格ではありますが、今期は我慢して、コンサバな目標とし達成したいと考えています。掲げた目標を達成することは経営の重要なポイントだと考えています。今期の目標は消極的だと言われるとそれまでですが、そうではなく、着実な成長を遂げるために確実に達成できる計画にしました。詳しい成長戦略は後ほどご説明いたしますが、海外含め様々な施策を考えています。トップラインの成長含めて、2028年の成長に向けて、売上2,000億円（新収益認識基準ベース）を再度目指したいと考えています。

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.

13

2023年の計画ハイライトについてです。営業利益80億円は必ず達成したいと考えています。先ほど坂本からも説明があったように、コロナ禍で得た利益、元に戻る部分などを鑑みても、全体的な水準は上がってきているとは考えています。

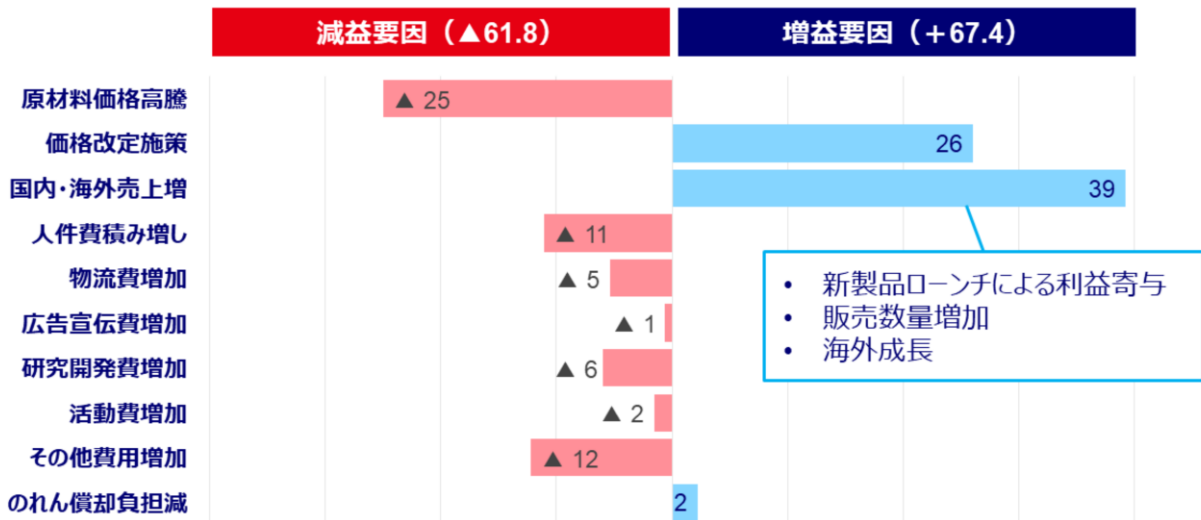
今期、営業利益80億円を達成し、早期に100億円体制を目指すための初年度としたいと思います。ROEなどの各種指標はもちろんのこと、営業利益率5%については将来的に7~8%を早期に達成することを考えながら、経営を進めていきたいと考えています。

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.

14

今期も原材料価格高騰は25億円の影響を見込んでいます。前期は、当初計画に12.5億円を織り込んでいたものの、想定外の状況によって追加の影響が発生いたしました。為替変動は不透明な状況ではありますが、原材料価格高騰の影響額は多めに見立てています。また、今夏に発売する製品は、昨年に入れた原材料を使用し製造するため、今期にも原材料価格高騰の影響が残ると見えています。

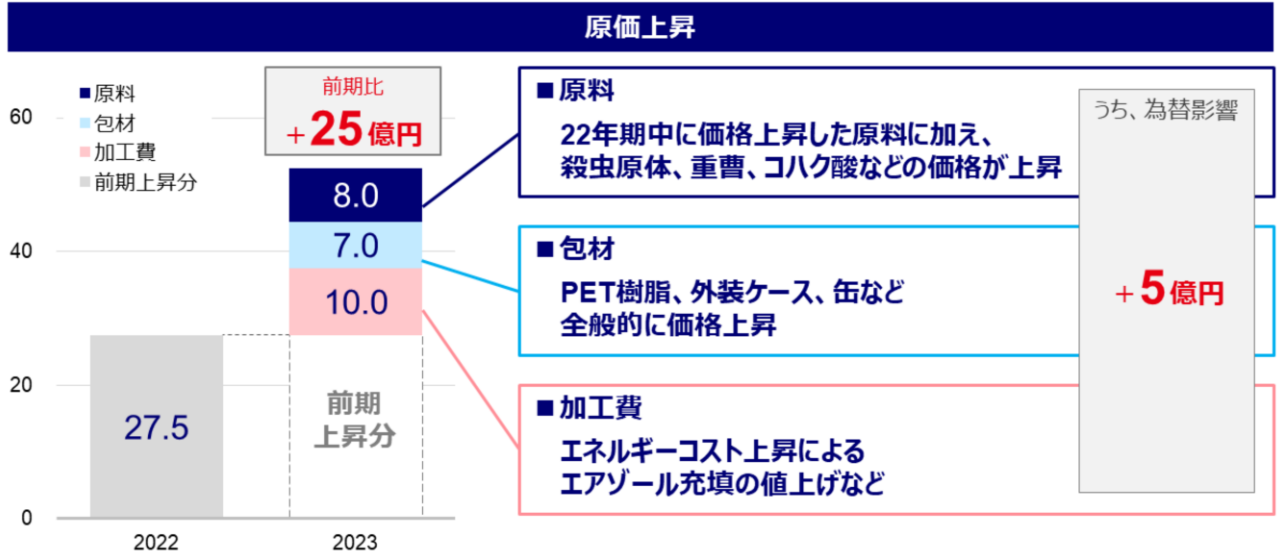
人件費については、コストではなく投資と捉え、賃金アップなども考えながら進めてまいります。

その他、減益要因となりうる部分をカバーするために価格改定を実行し、26億円分の利益寄与を目指します。加えて、新製品のローンチや海外成長などで39億円の利益創出を計画しています。

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



© Earth Corporation All Rights Reserved.

15

2022年期中に価格上昇した原材料に加えて、直近でも価格が上昇しています。そういった内容を積み上げ、今期は25億円の影響を見込んでいます。そのうち、為替影響は5億円と見立てています。昨年の為替状況も考慮して、可能な限りマイナスな状況を想定し、想定レートを高めに設定しています。

「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壤に、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 16

当社のセクター、カテゴリーに限らず、海外に比べて日本全体の価格が安くなっています。原材料価格高騰に伴うインフレもあり、価格改定を行っていきたくと考えています。インフレが無くても、価格が少し安いと感じていましたので、適正な価格、価値に見合った価格に戻すという考えの元、価格改定を進めていきます。

去年は「マモルーム」や「ゼロデナイト」の販売によって、価値に見合った製品であれば高価格であっても、お客様に受け入れられるということは実証済みのため、臆することなく価格改定を実施していきます。また、全ての製品ではなく、製品を見極めながら対応していきます。現時点で価格改定が決定しているのは、虫ケア用品49SKU、日用品19SKUの合計68SKUとなります。秋には、入浴剤や洗口液での価格改定を検討していますので、今期では80～100SKUの価格改定を実行していく考えです。利益寄与は68SKUで26億円と見込んでおり、秋の価格改定も含めると30億円程度になろうかと考えています。秋分のプラス4億円は計画には織り込んでいません。

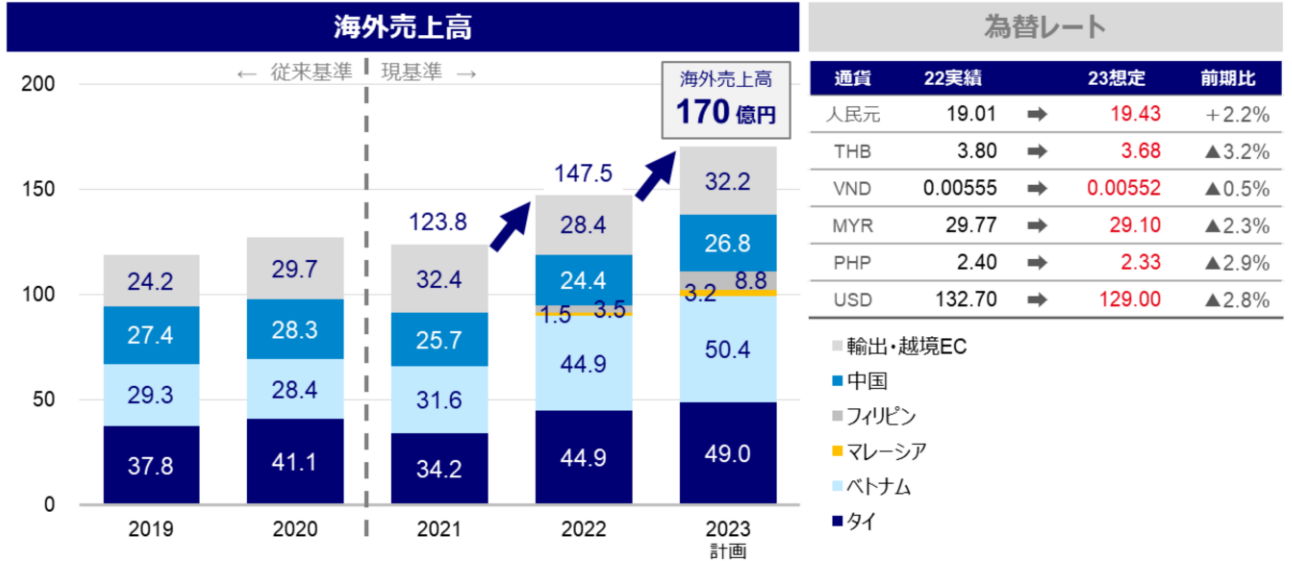
その他に高価格帯新製品のローンチも行います。これらの製品は原材料価格高騰などを織り込んでいます。通常の営業努力によって稼いでいきたいと思えます。

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



© Earth Corporation All Rights Reserved.

17

次期中計において、海外売上高500億円を目指すことを社内外に発表していますが、その足掛かりとして組織体制や人財への投資など、様々な打ち手を講じていきたいと考えています。基本的に成長の原動力は海外にあると考えていますし、一丁目一番地として捉えており、国ごとの成長の手応え感があります。昨年実績では、中国以外は想定通りの成長をし、シェアも上昇させています。更に製品を投入しながら、成長を加速させていきます。

ASEANの各国での製品の横展開も図ってまいります。具体的には、ベトナムで展開している住洗剤ブランド「GIFT」が同国内でブランド認知が定着していますので、タイやフィリピンへの展開も進めていきます。加えて、来月より社内で中国を強化するプロジェクトを発足させ、中国を大きく伸ばしていくと考えています。



© Earth Corporation All Rights Reserved.

18

BARTH事業についてです。2023年3月より、BARTHブランドが当社のブランドとして仲間入ります。

BARTHは入浴剤ブランドとして注目されがちで、当社の入浴剤ブランドのプレゼンスを高めていく一助になるという点は確かです。しかし、バスタイムからスリープタイムまでの価値創造を行うBARTHブランドが当社グループに入ることは、入浴剤ブランドの幅が広がることその他、芳香剤や洗口液、虫ケアなどをBARTHブランドとして発売することができれば、BARTHブランドは高単価製品であるため、高単価へシフトすることができ、シナジーを生み出すことができると考えています。

現在のBARTHブランドでの売上や利益の2~3倍を次期中計中に創出できるように目指していきます。

【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

BARTHから高価格帯製品の展開のノウハウや世界観、ブランド価値を得ることができます。一方、BARTHは当社が持ちうる製品知見を得ることができ、シナジーを生み出すことができます。

今期より利益貢献を目指していきます。

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	クローニング ★ (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			---	---	---	---	---	---

© Earth Corporation All Rights Reserved.

20

新たに加わった投資案件はありません。案件ごとにハードルレートを設定し、将来の利益に見合った投資を進めていきます。成長戦略に基づいた投資は今後も行っていきます。

株主還元



【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

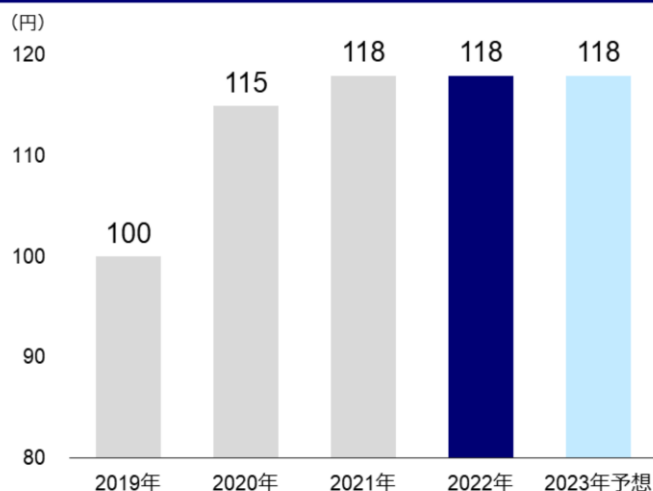
DOE（純資産配当率）

2022年
4.2% → **4%台**
2023年予想

連結配当性向

2022年
49.1% → **48.2%**
2023年予想

1株当たり配当金推移



© Earth Corporation All Rights Reserved.

21

最後に株主還元についてです。

2022年も118円とさせていただきたいと思います。DOEと配当性向を鑑みて、据え置きとさせていただきました。経営の重要な施策の一環ですので、配当の原資をしっかりと稼ぎ、今期も118円を最低ラインとして、118円以上を目標に経営を進めてまいります。

配当以外の還元方法も、株主の皆様の利益を損なわないように、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。

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。

簡単な説明になりましたが、以上で、説明を終わります。

ご清聴ありがとうございました。