



2026年12月期 第1四半期 決算説明資料

2026/05/13

アース製薬株式会社

エグゼクティブ・サマリー



FY26
1Q決算

売上高 : 479.1億円 (計画比 +2.2% +10.1億円)

営業利益 : 63.3億円 (計画比 +27.3% +13.5億円)

- 売上高 :
 - 国内虫ケア : 新製品を中心に出荷・消化ともに好調に推移
 - 国内日用品 : 入浴剤・口腔衛生は苦戦するも、収益性は改善
 - 海外 : エリアによって状況は異なるが、全体で増収
 - 総合環境衛生 : 契約件数の順調な増加により好調な推移
- 粗利 : 高単価製品へのシフト等、売上構成の変化により粗利率が改善
- 販管費 : 前年比では増加しているものの、計画内での運用

中東情勢に
よる影響

中東情勢緊迫化に伴う原材料価格の高騰や調達リスクの影響は、現時点では未織込

現時点で当期業績に与える合理的な算定が困難ではあるものの、想定される主なリスクに対し管理と対策を実施

蘇州安速
解散

当社の中国連結子会社である安速日用化学（蘇州）有限公司を解散・閉鎖

20年超にわたる供給体制を見直し、収益構造の抜本的改革を推進

中東情勢による定性的影響

- 中東情勢の緊迫化に伴い、エネルギー価格の変動や物流網の混乱が継続。現時点で当期業績に与える合理的な算定が困難ではあるものの、不透明な外部環境を想定し、以下のリスク管理と対応を実施。

	想定される主なリスク	対応方針
調達・生産	<ul style="list-style-type: none">原油・ナフサ価格上昇による溶剤・溶媒・容器・包装資材の調達難や遅延、コスト増	<ul style="list-style-type: none">調達数量に応じた生産調整仕様変更の実施
物流・供給	<ul style="list-style-type: none">航路変更に伴う海上運賃の高騰輸送リードタイム長期化に伴う欠品	<ul style="list-style-type: none">物流業者との強固な連携輸送ルートの見直し及び代替輸送の検討
収益性	<ul style="list-style-type: none">エネルギーコスト増に伴う製造経費の上昇為替（円安）進行による輸入コスト増	<ul style="list-style-type: none">コスト上昇分を反映した適正な価格転嫁の検討

安速日用化学（蘇州）有限公司の解散



- 2026年5月13日付で当社の中国連結子会社である安速日用化学（蘇州）有限公司を解散し、閉鎖することを決定。蘇州安速の工場で生産していた製品については、当社グループの他拠点への生産設備の移管等により供給を継続。

解散理由

① コスト環境の悪化

中国国内の経済成長に伴う人件費の高騰

② 優位性の減衰

長期にわたる円安の影響により、設立当初の優位性が減衰

③ 生産体制の最適化

中国国内における拠点の集約により、経営資源を効率化



20年超にわたる供給体制を見直し、**収益構造の抜本的改革を推進**



アース製薬

2026年12月期 第1四半期決算概要

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

営業利益率

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

アジア
収益基盤
の拡大




コスト
シナジー
の創出

ESG・
オープン
イノベーション

モノサシ・
インフラの
刷新

目指す事業ポートフォリオ

■ 国内、海外、総合環境衛生、MA-Tの4本柱による収益拡大を目指す

国内	海外	総合環境衛生事業	MA-T
季節性の影響を最小限に 企業の核となる収益を確保	ASEAN中心に 成長のドライバーとする	安定収益の確保	季節要因に左右されない 新規ビジネスを開拓
 <p>シェアNo.1の維持 (虫ケア用品、入浴剤)</p>  <p>日用品の収益確保 ・ 洗口液・ 消臭芳香剤 ・ 家庭用マスク</p>  <p>成長チャレンジ ・ 園芸用品 ・ ペット用品</p>	 <p>グローバルシェア 虫ケア用品No.2</p>  <p>24カ国にFocusした 展開拡大</p>  <p>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</p>	 <p>技術力・教育・専門性 の3つの柱の確立</p>  <p>「環境ドクター」による品質 保証支援サービスの錬磨</p>  <p>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</p>	 <p>液剤ビジネスでの 安定収益確保</p>  <p>ライセンスPFによる ビジネスモデル構築</p>  <p>社会課題の解決に 資するMA-T®技術の 社会実装</p>

決算ハイライト

- 計画比、前期比ともに、増収増益。
- 計画比では、売上高はカテゴリごとの入り繰りがあるものの全体で増収。
営業利益については、増収に伴う売上総利益の増加と、販管費の計画下振れにより上振れ。

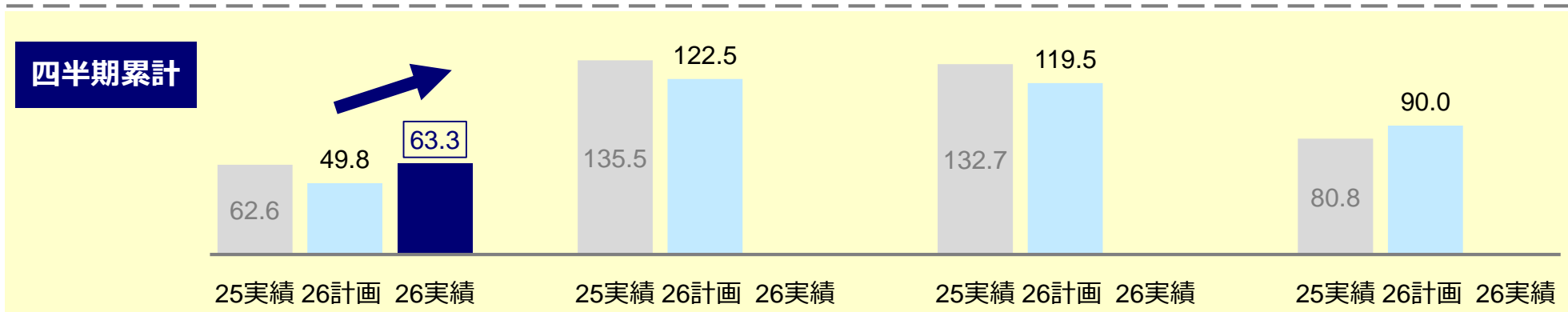
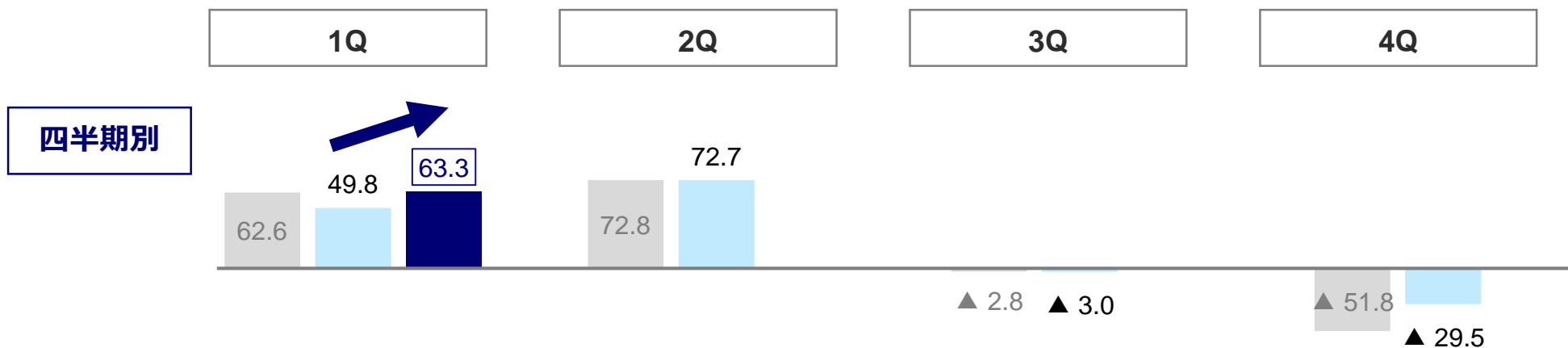
(単位：億円)

	25.1Q実績		26.1Q計画		26.1Q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	447.8	100.0%	469.0	100.0%	479.1	100.0%	31.3	107.0%	10.1	102.2%
売上原価	249.5	55.7%	263.0	56.1%	268.5	56.0%	18.9	107.6%	5.5	102.1%
売上総利益	198.2	44.3%	206.0	43.9%	210.6	44.0%	12.3	106.2%	4.6	102.2%
販管費	135.5	30.3%	156.2	33.3%	147.2	30.7%	11.6	108.6%	▲ 8.9	94.3%
営業利益	62.6	14.0%	49.8	10.6%	63.3	13.2%	0.6	101.1%	13.5	127.3%
経常利益	61.5	13.8%	50.0	10.7%	63.0	13.2%	1.4	102.4%	13.0	126.1%
親会社帰属四半期純利益	46.7	10.4%	34.5	7.4%	44.5	9.3%	▲ 2.2	95.3%	10.0	129.2%

営業利益の進捗（四半期別・累計）

（単位：億円）

- 1Q時点では増収による売上総利益の増加、販管費の計画内での推移などにより計画上振れ、前期比でも増益。



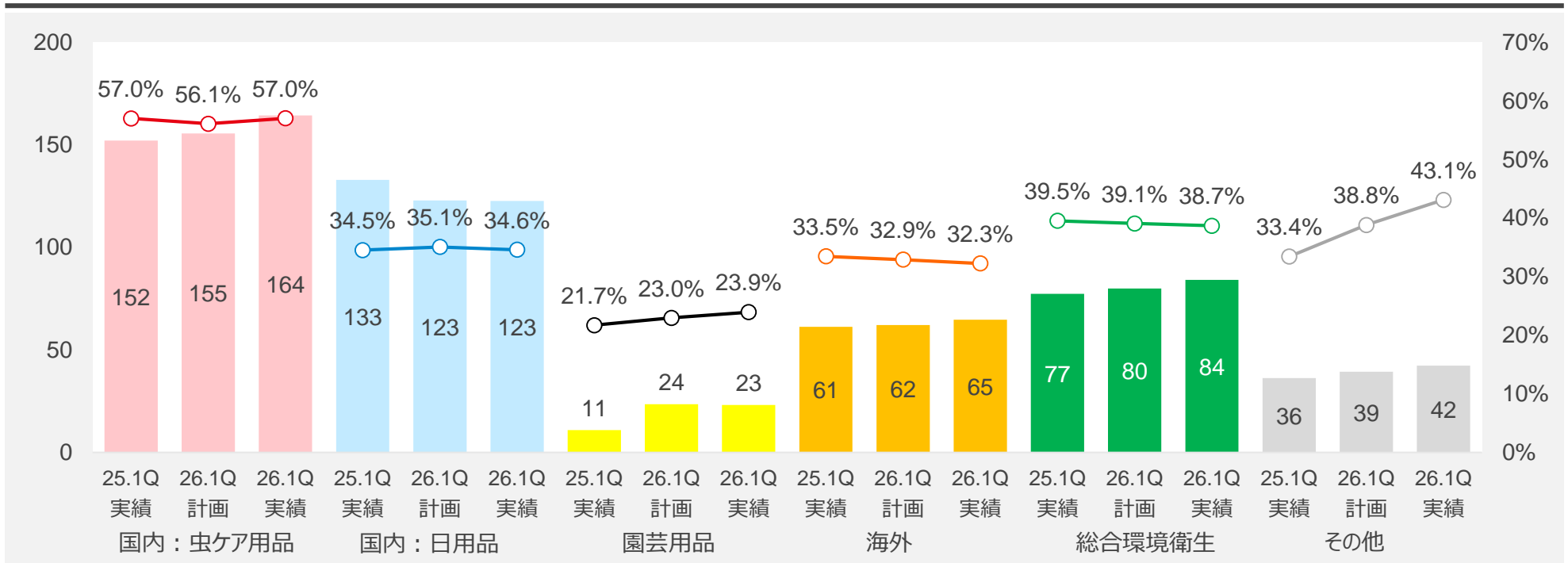
管理会計ベース 売上高・粗利率 (25vs26)



- 国内 虫ケア : 市場の好調な推移や新商品の順調な出荷などが寄与し増収
- 国内 日用品 : 入浴剤・口腔衛生は苦戦するも、収益性は改善
- 園芸用品 : プロトリーフの連結子会社化により増収、収益性も改善
- 海外 : エリアによってバラつきはあるが増収
- 総合環境衛生 : 安定的な成長を継続

ポートフォリオ別売上高・粗利率

(単位：億円)



国内：虫ケア用品 事業の状況

- 国内 虫ケア用品市場は前期比106.8%に拡大。3月末時点での年間進捗率は4.9%。
- 新商品『OH! ノーマット』をはじめ、出荷・消化ともに好調に推移。

3月末（12週）時点の市場状況、当社市場シェア

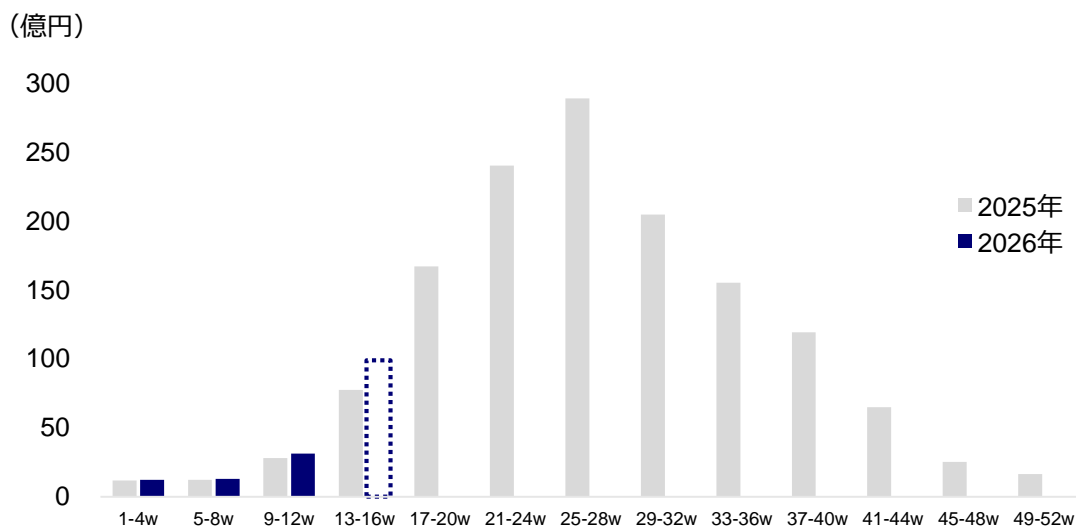
注力新製品の動向

【市場前期比】

106.8%

【当社市場シェア】

62.7% (+1.1pt)



『OH! ノーマット』シリーズ

計画比 **155%**



国内：日用品 事業の状況（口腔衛生）

- 市場全体は前年比106.2%に拡大する中、当社シェアは18.8%と昨年と同水準を維持。
- 『モンダミン』シリーズの消化は前年比109.1%と好調に推移したが、出荷は前年比98.7%と昨年を下回る。

3月末時点（12週）の市場状況、当社市場シェア（洗口液）

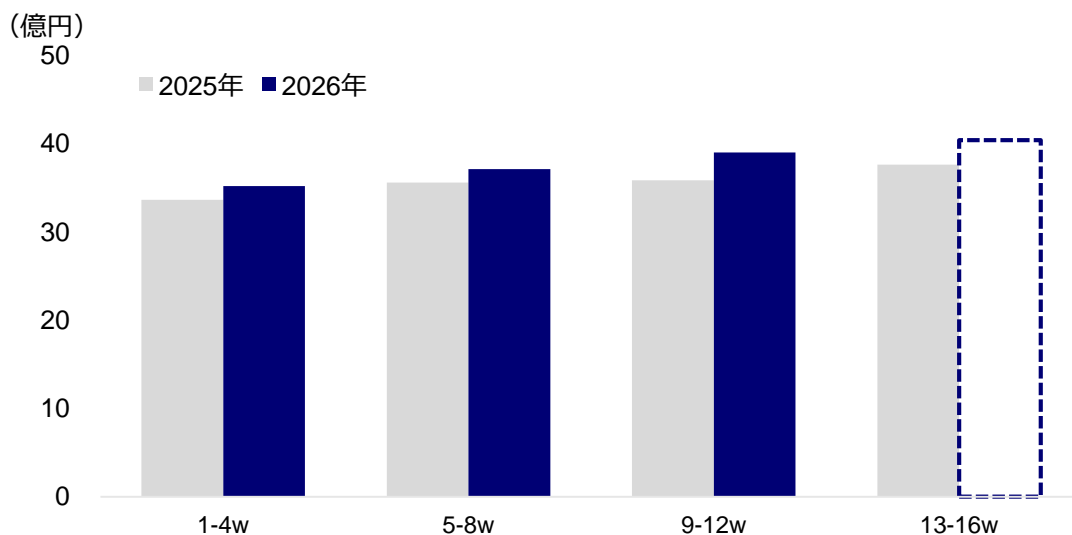
『モンダミン』シリーズの出荷動向

【市場前期比】

106.2%

【当社市場シェア】

18.8% (±0pt)



『モンダミン』シリーズ

前期比 98.7%

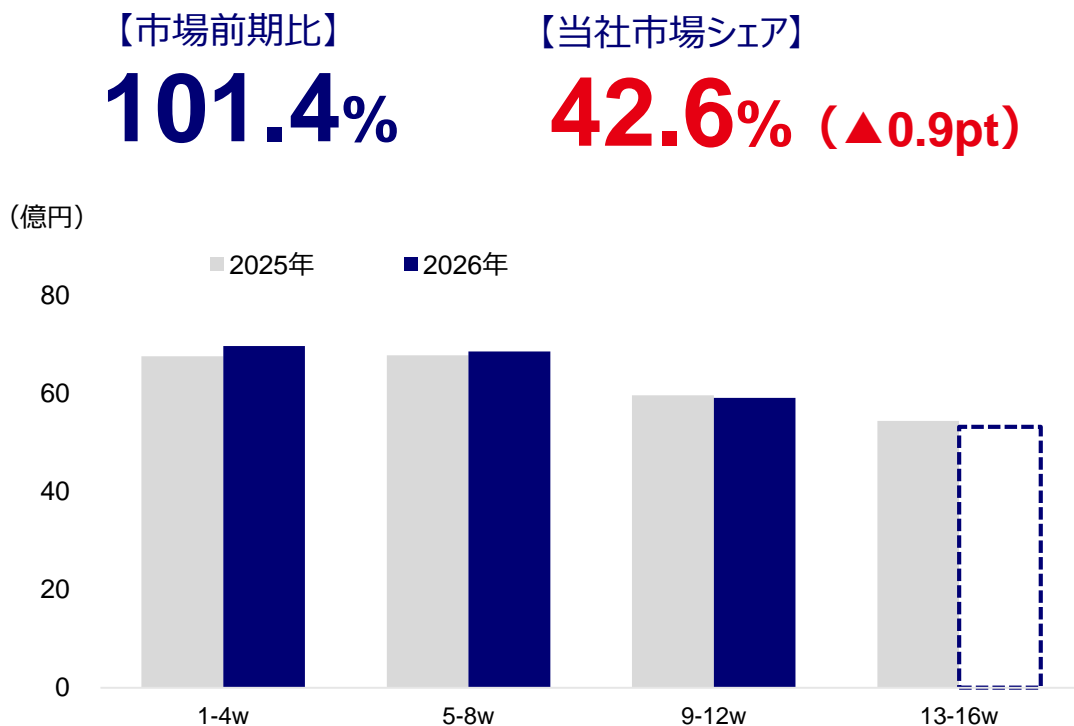


国内：日用品 事業の状況（入浴剤）

- 剤型によってバラつきが見られるが、市場全体は前年を上回る推移。エンジョイタイプが拡大する一方で、粉剤タイプは縮小が続く。
- 『バスロマン』、『バスクリン』などの粉剤タイプが前年を下回るが、基幹商品の『温泡』、高付加価値商品の『BARTH』などは前年から伸長。

3月末（12週）時点の市場状況、当社市場シェア

主力品の出荷動向



『温泡』

前期比 **106%**



『BARTH』

前期比 **108%**



海外 事業の状況 (ASEAN中核)

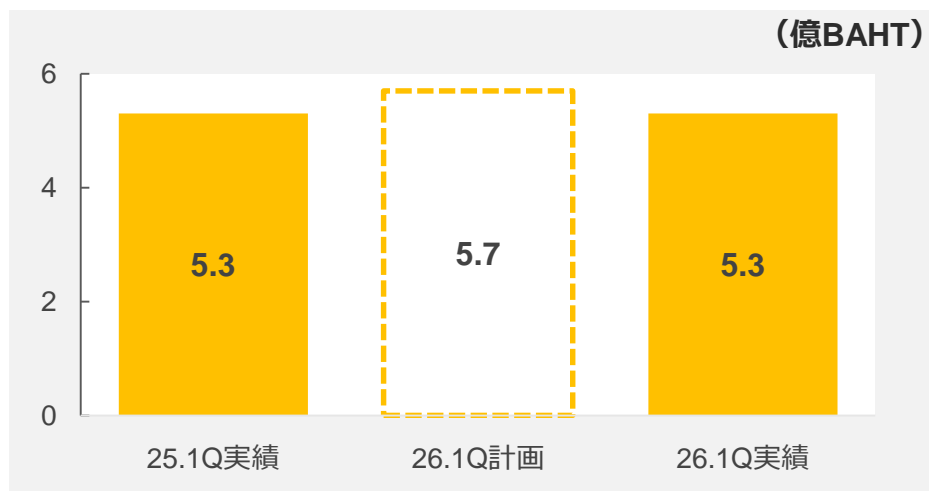
現地通貨ベース



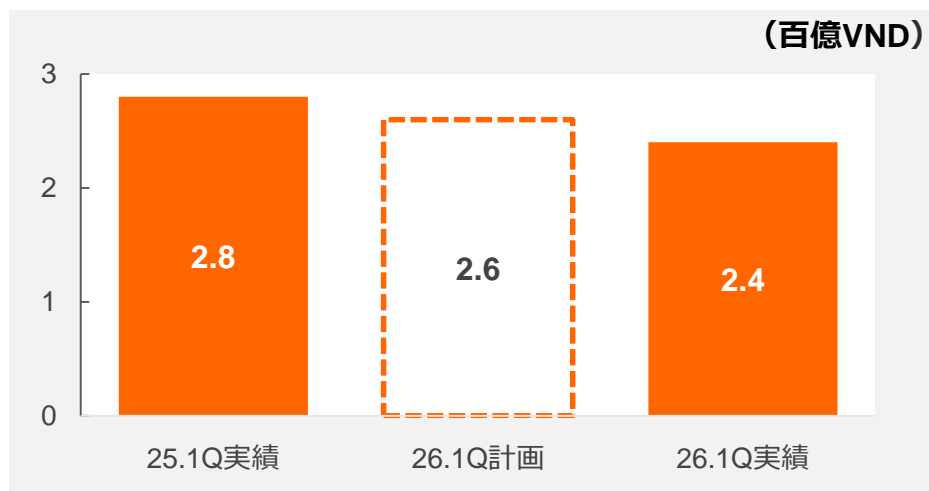
売上高

FY26 1Q状況

タイ



ベトナム



- タイ国内における虫ケア用品シェアNo.1を獲得
- カンボジアにおける不買運動に対して、生産地の変更を検討



- GIFTは堅調に推移している一方で、虫ケア用品が苦戦し、前年・計画ともに下回る
- ターゲット企業を選定し、棚割りの改善を実施



海外 事業の状況 (ASEAN展開拡張)

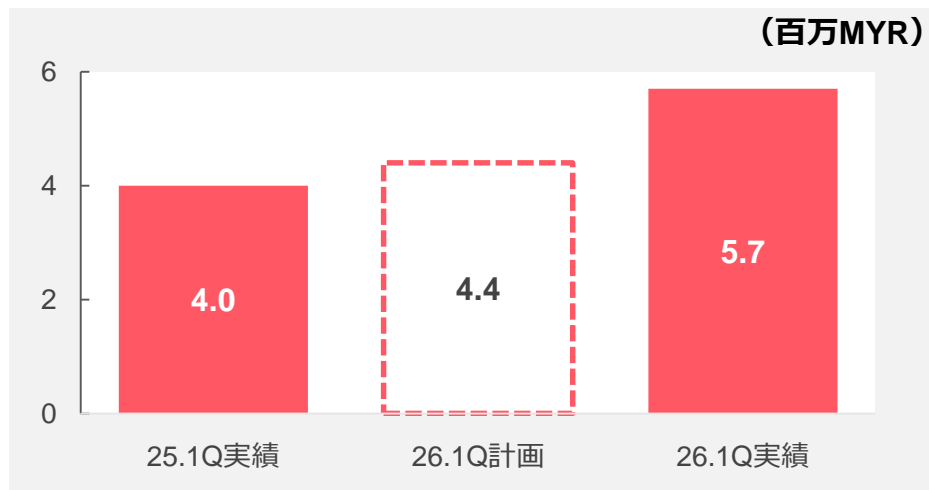
現地通貨ベース



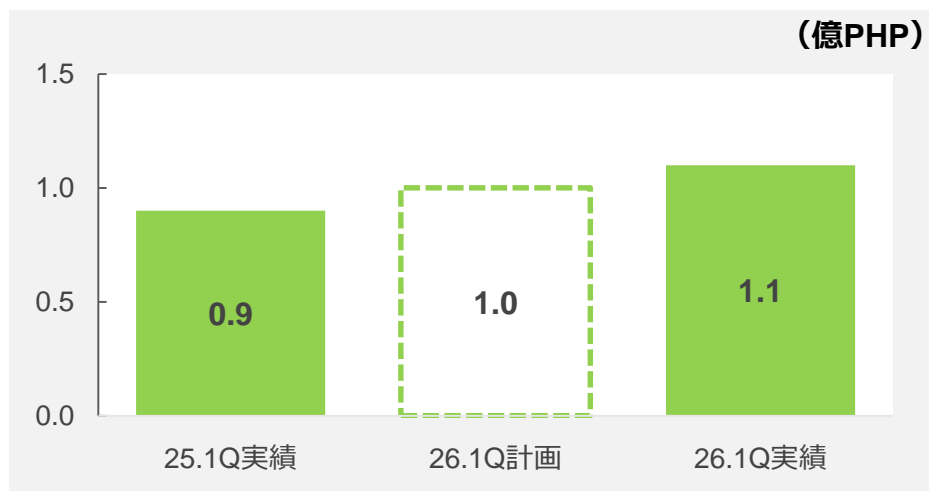
売上高

FY26 1Q状況

マレーシア



フィリピン



- 虫ケア用品・芳香剤とも好調に推移
- 複数の主要アカウントで定番品の採用増があり前年・計画ともに大きく上回る



- 昨年度の欠品問題は解消
- 市場規模の大きいエアゾールを中心に好調に推移し、前年・計画ともに上回る



海外 事業の状況 (中国、輸出)

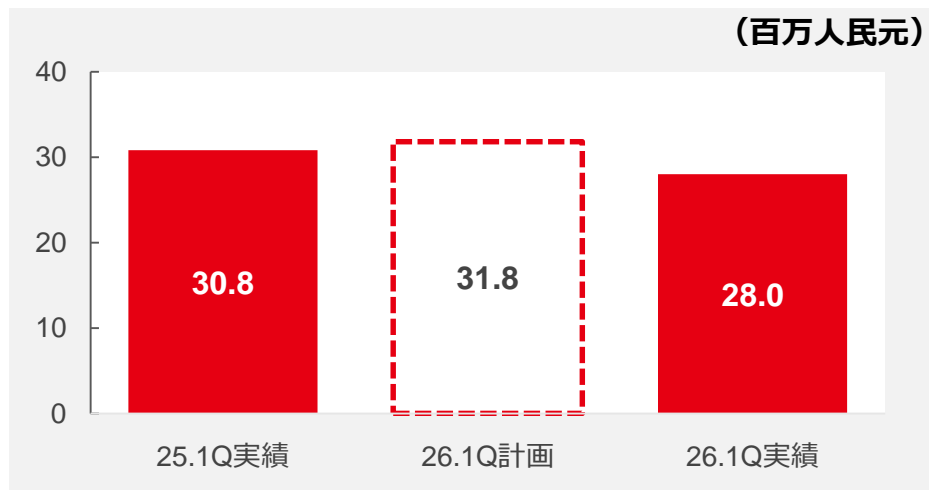
現地通貨ベース



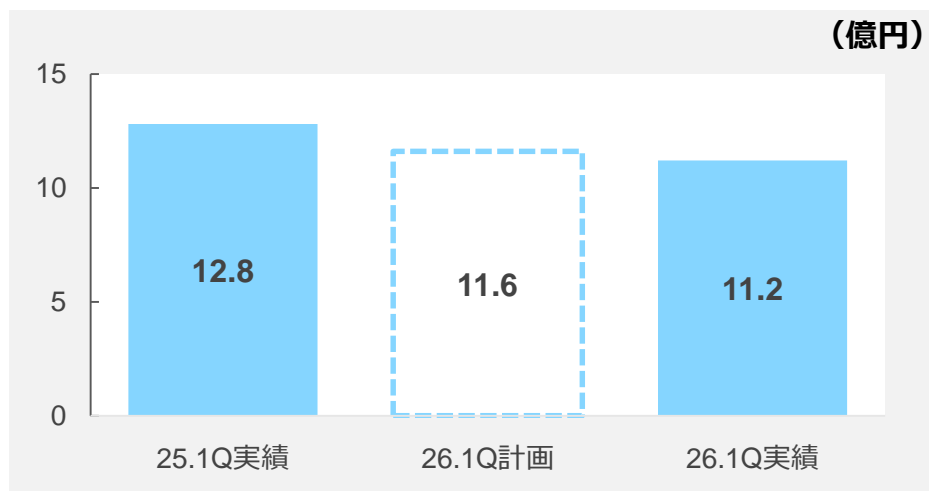
売上高

FY26 1Q状況

中国



輸出



- 虫ケア用品の立ち上げは概ね順調
- 新興チャネルにも注力



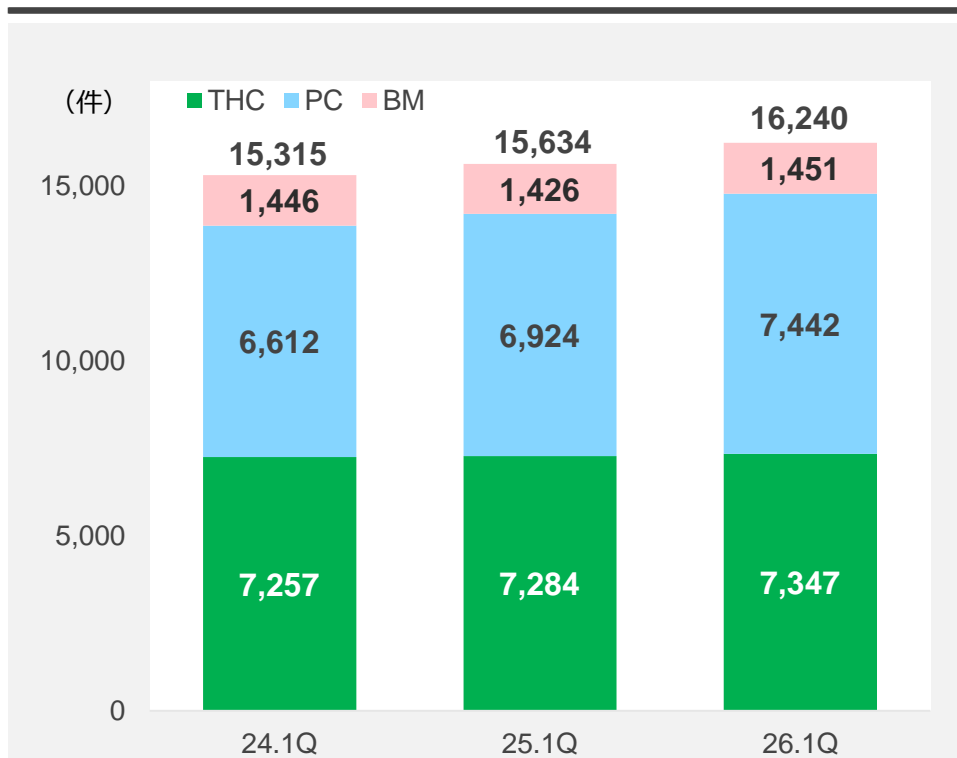
- 中東情勢の影響により、一部着荷が遅れており、サウジアラビア向けが計画、前年を大きく下回る
- その他の国は好調に推移



総合環境衛生 事業の状況

- 専門知識や技術・ノウハウをもって提供する衛生管理サービスへの需要増により契約件数が増加。
- 提供サービスの高度化に伴い、契約1件当たりの単価が上昇。

総合環境衛生 年間契約件数推移



実績好調な背景

外部要因

- 異物混入事件、国内の法改正などによる、顧客の衛生管理意識の高まり
- 製造業の設備投資の増加

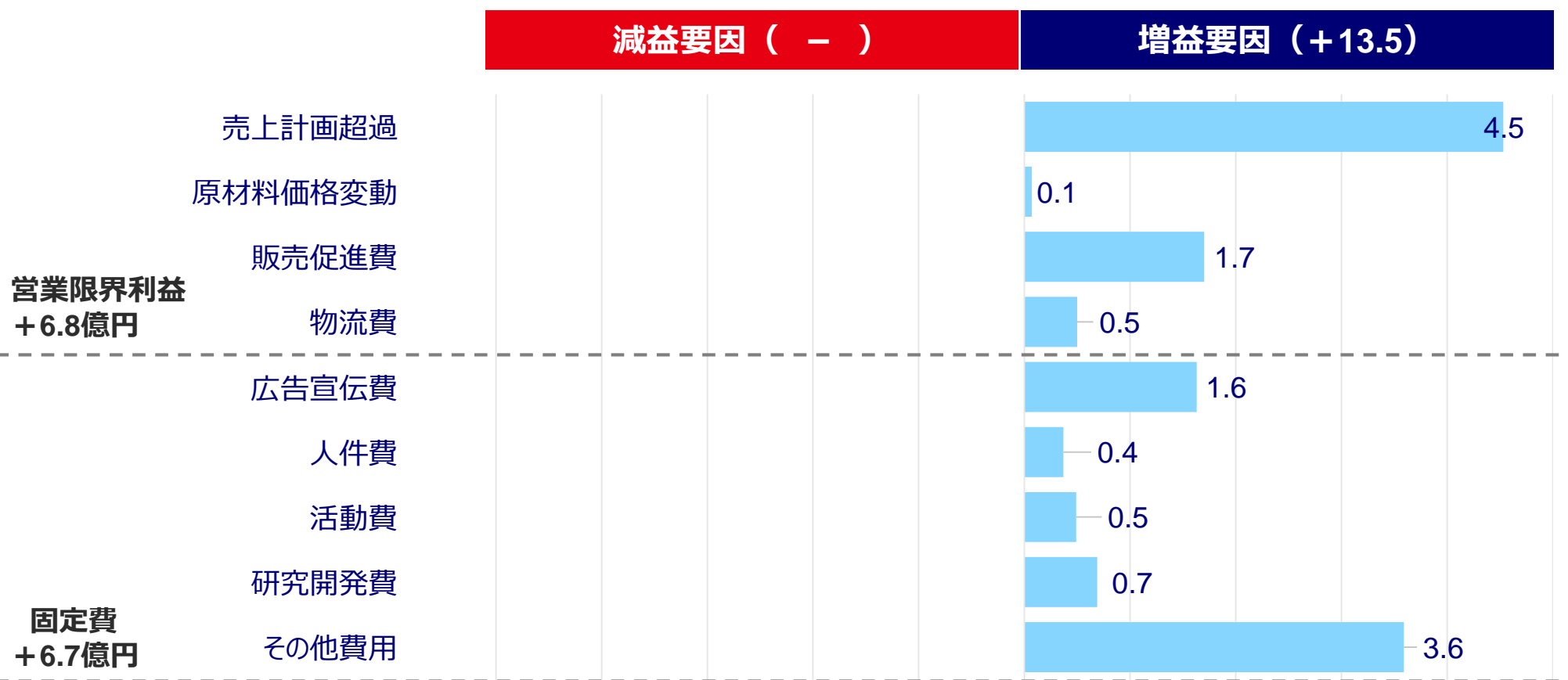
内部要因

- 専門性や技術開発力の強化に向けた投資の積極化
- ライフサイエンス分野向け検査設備の拡充

営業利益変動要因（計画比）

- 虫ケア用品を中心とした売上計画の達成が利益増に貢献。
- 販管費については、1Q時点では予算未消化。通年で計画通りの消化を見込む。

（単位：億円）



2026年 計画ハイライト

- 中東情勢の緊迫化により、生産・調達コストに影響を与える可能性があるものの、先行きが不透明な状況が継続。現時点では合理的な算定が不可能なため、期初計画から変更なし。

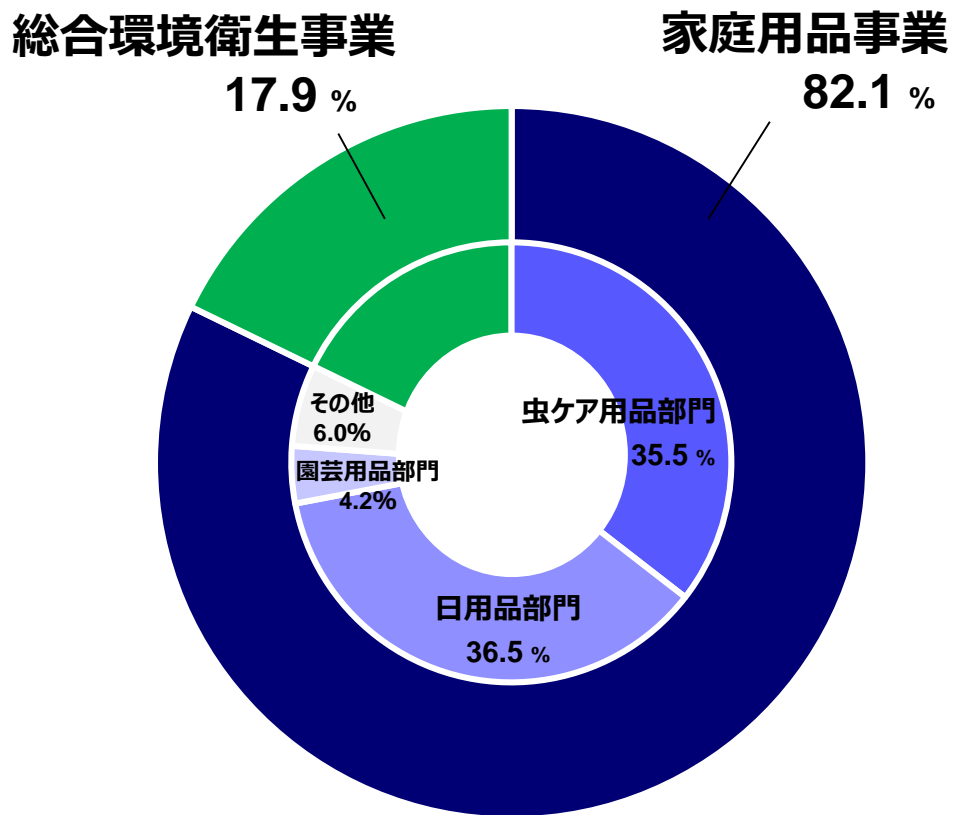
(単位：億円)

	2026 計画	ポイント	2025 実績
売上高	1,880	<ul style="list-style-type: none">国内・総合環境衛生：安定成長を持続海外：各国ともシェアにこだわり、現地通貨ベースで増収を計画	1,791.8
売上総利益	789	<ul style="list-style-type: none">高付加価値品へのシフト、調達コストダウンなどにより、利益率を改善	747.3
販管費	699	<ul style="list-style-type: none">シェア拡大に向けて、上期に広告宣伝投資を積極化バスクリン統合関連シナジーの発現	666.4
営業利益	90	<ul style="list-style-type: none">増益計画	80.8
親会社株主帰属 当期純利益	62	<ul style="list-style-type: none">営業外収益・費用に大きな変動なく、特別勘定も見込んでいない	52.3
ROE	8.1%	<ul style="list-style-type: none">収益改善、資本効率向上により、ROE8%を上回る水準へ	7.3%

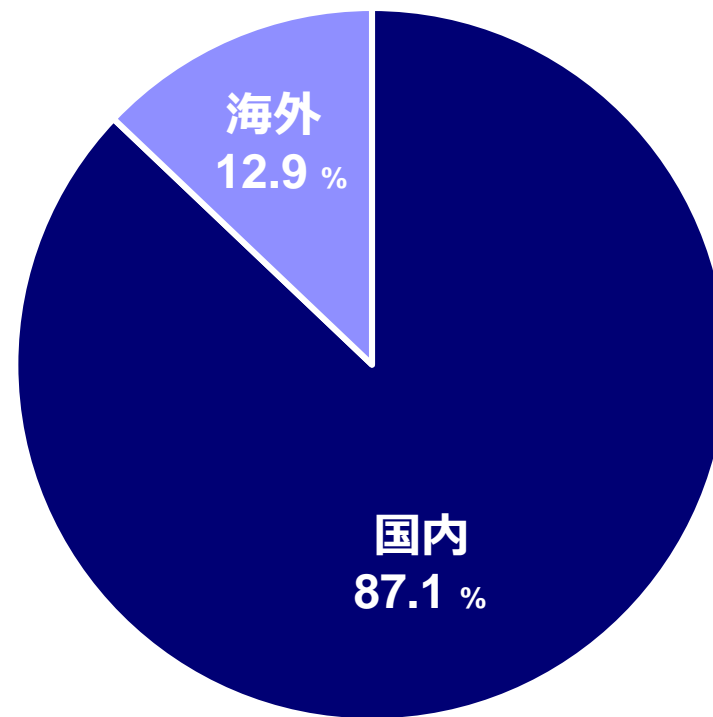
APPENDIX.

売上構成

事業部門別売上高



海外売上高



事業セグメントと主な製品

セグメント	主な製品・サービス				
家庭用品 事業	虫ケア用品	日用品	園芸用品	その他 (ペット・MA-T)	海外
					
総合環境 衛生事業	衛生管理支援サービスなどの年間契約をメインとするBtoB事業				粗利率 39.2 %
	各環境モニタリング	微生物・異物検査	害虫・害獣駆除	サニテーション・特殊清掃	年間契約 売上割合 65.1 %
品質保証システム構築	ビルメンテナンス	コンサルティング業務	商品販売		

家庭用品事業 市場規模 (国内)



カテゴリ	2025 市場規模	2025 当社シェア	推移																		
虫ケア用品	1,413 億円 (YoY +1.4%)	59.2 % (YoY +1.9pt)	<p>(億円)</p> <p>虫ケア用品市場規模 当社市場シェア</p> <table border="1"> <caption>虫ケア用品市場規模と当社市場シェア (2021-2025)</caption> <thead> <tr> <th>年</th> <th>市場規模 (億円)</th> <th>当社市場シェア (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021</td> <td>1,200</td> <td>59.2</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>1,250</td> <td>59.2</td> </tr> <tr> <td>2023</td> <td>1,300</td> <td>59.2</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>1,350</td> <td>59.2</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>1,400</td> <td>59.2</td> </tr> </tbody> </table>	年	市場規模 (億円)	当社市場シェア (%)	2021	1,200	59.2	2022	1,250	59.2	2023	1,300	59.2	2024	1,350	59.2	2025	1,400	59.2
年	市場規模 (億円)	当社市場シェア (%)																			
2021	1,200	59.2																			
2022	1,250	59.2																			
2023	1,300	59.2																			
2024	1,350	59.2																			
2025	1,400	59.2																			
入浴剤	710 億円 (YoY +3.5%)	41.5 % (YoY ▲1.0pt)	<p>(億円)</p> <p>入浴剤市場規模 当社市場シェア</p> <table border="1"> <caption>入浴剤市場規模と当社市場シェア (2021-2025)</caption> <thead> <tr> <th>年</th> <th>市場規模 (億円)</th> <th>当社市場シェア (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021</td> <td>650</td> <td>45.0</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>680</td> <td>43.5</td> </tr> <tr> <td>2023</td> <td>700</td> <td>42.5</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>700</td> <td>41.5</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>710</td> <td>41.5</td> </tr> </tbody> </table>	年	市場規模 (億円)	当社市場シェア (%)	2021	650	45.0	2022	680	43.5	2023	700	42.5	2024	700	41.5	2025	710	41.5
年	市場規模 (億円)	当社市場シェア (%)																			
2021	650	45.0																			
2022	680	43.5																			
2023	700	42.5																			
2024	700	41.5																			
2025	710	41.5																			
口腔衛生用品	488 億円 (YoY ▲2.6%)	18.5 % (YoY +0.3pt)	<p>(億円)</p> <p>口腔衛生用品市場規模 当社市場シェア</p> <table border="1"> <caption>口腔衛生用品市場規模と当社市場シェア (2021-2025)</caption> <thead> <tr> <th>年</th> <th>市場規模 (億円)</th> <th>当社市場シェア (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021</td> <td>450</td> <td>18.5</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>470</td> <td>18.5</td> </tr> <tr> <td>2023</td> <td>475</td> <td>18.5</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>480</td> <td>18.5</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>488</td> <td>18.5</td> </tr> </tbody> </table>	年	市場規模 (億円)	当社市場シェア (%)	2021	450	18.5	2022	470	18.5	2023	475	18.5	2024	480	18.5	2025	488	18.5
年	市場規模 (億円)	当社市場シェア (%)																			
2021	450	18.5																			
2022	470	18.5																			
2023	475	18.5																			
2024	480	18.5																			
2025	488	18.5																			

家庭用品事業 海外

■ 虫ケア用品 ■ 日用品

ASEAN 中核エリア

主な取扱商品

売上構成比

タイ



虫ケア用品
75%

ベトナム



日用品
76%

ASEAN 拡張エリア

主な取扱商品

売上構成比

マレーシア



日用品
62%

フィリピン



虫ケア用品
86%

中国・輸出

主な取扱商品

売上構成比

中国



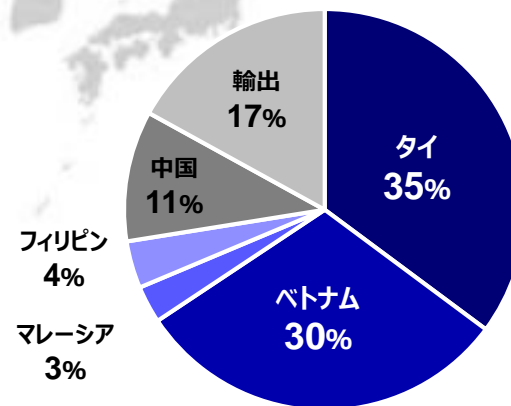
虫ケア用品
78%

輸出



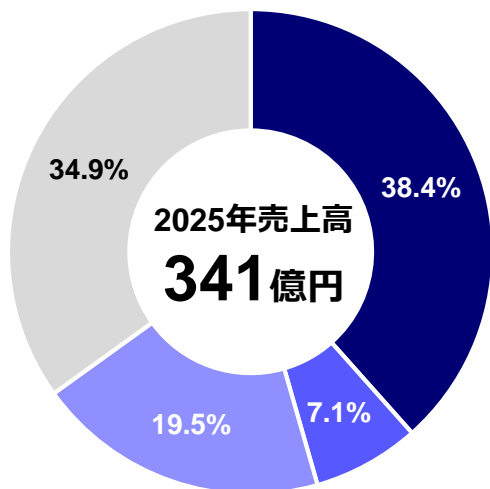
虫ケア用品
71%

地域別売上高



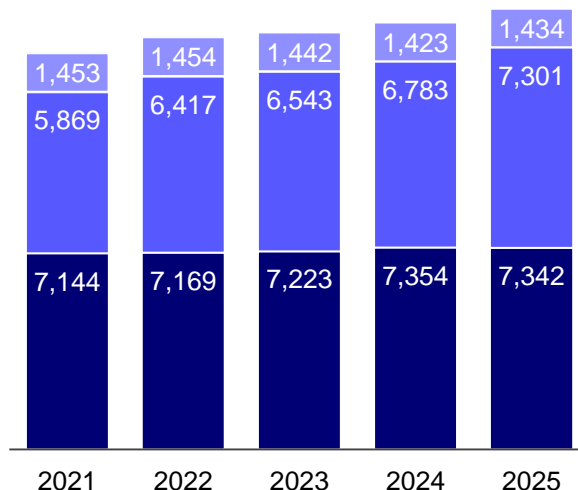
売上構成比

■ THC ■ PC ■ BM ■ 販売・その他



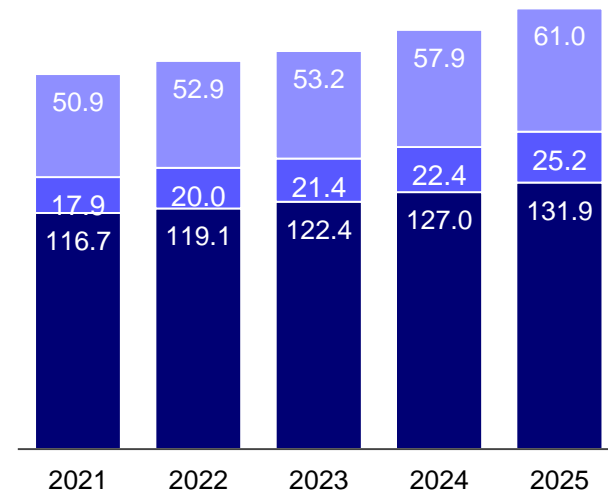
年間契約件数

■ THC ■ PC ■ BM (件)



年間契約保有金額

■ THC ■ PC ■ BM (億円)



*THC (Total Healthcare System)
総合環境衛生管理：オーダーメイドで構成する
総合的な衛生管理支援サービス

*PC (Pest Control)
害虫・害獣駆除施工業務

*BM (Building Maintenance)
建物内の清掃全般を含む管理









事業方針

唯一無二のMA-T[®]技術を活用した新しい収益基盤の構築

(基本特許を保有する強みを活かした中長期的な収益源確保の仕組み)

活性の強弱を制御することで、広範囲な応用展開が可能

	弱					強
	<ul style="list-style-type: none"> 菌やウイルスの除去 におい分子の分解 	<ul style="list-style-type: none"> 食品・食器の消毒 工場の衛生管理 	<ul style="list-style-type: none"> 芽胞菌の殺菌 種子消毒 	<ul style="list-style-type: none"> 感染性皮膚炎やがんへの治療薬 	<ul style="list-style-type: none"> 高分子表面の改質 機能性付与 (親水化・接着性) 	<ul style="list-style-type: none"> メタンからギ酸やメタノールを製造 (カーボンニュートラル) 
	除菌消臭	食品衛生	農業・林業	医療	表面酸化	エネルギー
進捗状況	雑貨・化粧品 発売済 ※医薬未取得	食添 開発中	開発中	がん治療薬 開発中	Eg-grid開発 (クライオ電顕用)	開発中 (バイオメタン→ メタノール・ギ酸)
アース収益	自社販売 OEM製造	自社販売 OEM製造	—	ライセンス収益	ライセンス収益	ライセンス収益

※ MA-Tシステム[®]: Matching Transformation Systemの略。日本発の革新的技術である酸化制御の仕組み (システム)

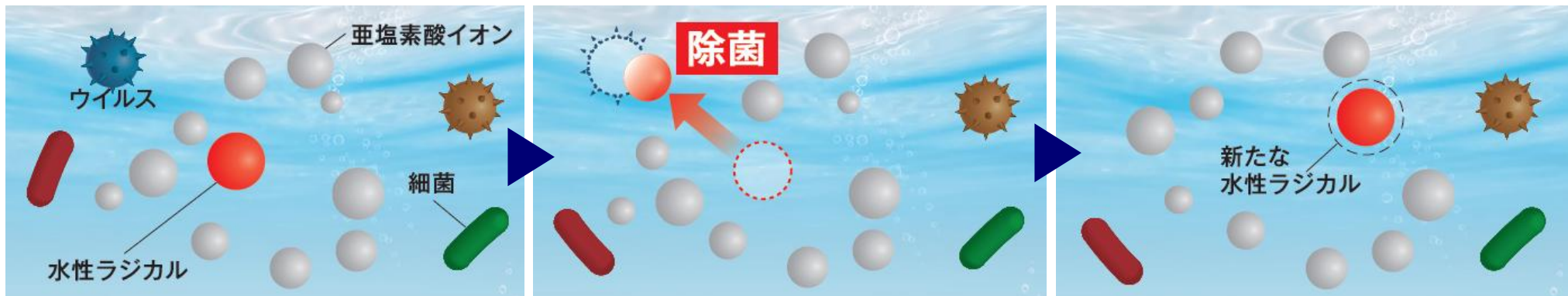
「要時生成型亜塩素酸イオン水溶液」

水を使う感覚で、安全性が高く
必要な時に必要なだけ、効果を発揮するシステム

① 成分の**99%が水**

② 水性ラジカル※が、必要な分だけ活性化し、**菌・ウイルス・悪臭成分を除去**

※ラジカル：酸化力（電子を奪う）が非常に高く、反応性が高い状態



MA-T®は、水の中に溶け込んでいる状態で、制御された「水性ラジカル」が1つ存在する仕組みを持つ

菌やウイルスがいた場合、「水性ラジカル」が菌やウイルスにぶつかることで除菌

MA-T®の制御により、新たに「水性ラジカル」が1つ形成され、菌やウイルスがなくなるまでMA-Tシステム®が機能し続ける

【参考】為替レートと為替感応度

単位：円

	(参考) 2025年12月期		2026年12月期			
	1Q実績	通期実績	1Q実績	前期比	通期計画	計画対比
米国 (USD)	149.52	156.56	159.88	107%	150.00	107%
中国 (CNY)	20.59	22.36	23.11	112%	21.00	110%
タイ (THB)	4.40	4.97	4.86	110%	4.50	108%
ベトナム (VND)	0.00586	0.00596	0.00603	103%	0.00530	114%
マレーシア (MYR)	33.81	38.66	39.22	116%	35.00	112%
フィリピン (PHP)	2.63	2.67	2.65	101%	2.60	102%
ユーロ圏 (EUR)	162.08	184.33	183.41	113%	170.00	108%

為替感応度

全通貨においておおよそ1%円安に振れた場合、利益に約6~7千万円のマイナス影響。



アース製薬

2026年12月期 1Q決算説明補足資料

【連結】損益計算書



(単位：百万円)

	2025年	2026年	2026年	前期増減	前期比	計画増減	計画比	2026年	
	1Q累計実績	1Q累計計画	1Q累計実績					年間計画	前期比
売上高	44,782	46,900	47,914	3,132	107.0%	1,014	102.2%	188,000	104.9%
売上原価	24,955	26,300	26,854	1,898	107.6%	554	102.1%	109,100	104.5%
売上総利益	19,826	20,600	21,060	1,234	106.2%	460	102.2%	78,900	105.6%
販売費及び一般管理費	13,556	15,620	14,722	1,165	108.6%	▲ 897	94.3%	69,900	104.9%
営業利益	6,269	4,980	6,338	68	101.1%	1,358	127.3%	9,000	111.3%
営業外収益	138	85	168	30	122.2%	83	198.8%	800	75.4%
営業外費用	248	65	202	▲ 45	81.7%	137	312.2%	250	98.2%
経常利益	6,159	5,000	6,304	145	102.4%	1,304	126.1%	9,550	107.4%
特別利益	349	—	0	▲ 349	0.0%	0	—	0	0.0%
特別損失	4	10	3	0	83.8%	▲ 6	36.0%	100	8.2%
税引前利益	6,505	4,990	6,301	▲ 204	96.9%	1,311	126.3%	9,450	117.0%
法人税等	1,770	1,495	1,789	19	101.1%	293	119.6%	2,829	155.7%
四半期純利益	4,735	3,494	4,512	▲ 223	95.3%	1,017	129.1%	6,620	118.4%
非支配株主帰属四半期純利益	57	44	54	▲ 2	96.0%	10	123.0%	420	118.9%
親会社株主帰属四半期純利益	4,678	3,450	4,457	▲ 220	95.3%	1,007	129.2%	6,200	118.4%
粗利率	44.3%	43.9%	44.0%	▲ 0.3pt		0.0pt		42.0%	
営業利益率	14.0%	10.6%	13.2%	▲ 0.8pt		2.6pt		4.8%	
四半期純利益率	10.4%	7.4%	9.3%	▲ 1.1pt		1.9pt		3.3%	

【連結】部門別売上高



(単位：百万円)

	2025年	2026年	2026年	前期増減	前期比	計画増減	計画比	2026年	
	1Q累計実績	1Q累計計画	1Q累計実績					年間計画	前期比
虫ケア用品部門 計	20,510	21,010	22,388	1,878	109.2%	1,378	106.6%	70,665	104.5%
口腔衛生用品	1,888	2,026	1,809	▲ 78	95.9%	▲ 216	89.3%	9,466	102.6%
入浴剤	6,127	5,582	5,512	▲ 615	90.0%	▲ 70	98.7%	25,084	94.7%
その他日用品	7,801	7,560	7,898	96	101.2%	337	104.5%	34,251	101.1%
日用品部門 計	15,817	15,169	15,220	▲ 597	96.2%	50	100.3%	68,802	98.8%
園芸用品部門 計	1,256	2,358	2,466	1,210	196.4%	108	104.6%	9,324	116.6%
ペット用品・その他部門 計	3,081	3,347	2,886	▲ 195	93.7%	▲ 461	86.2%	13,786	121.0%
家庭用品事業 計	40,665	41,886	42,962	2,297	105.6%	1,075	102.6%	162,579	103.8%
総合環境衛生事業 計	7,729	7,989	8,415	686	108.9%	426	105.3%	35,000	102.5%
内部売上高含む合計	48,394	49,876	51,378	2,983	106.2%	1,502	103.0%	197,579	103.6%
(調整分)	▲ 3,612	▲ 2,976	▲ 3,463	148		▲ 487		▲ 9,579	
総合計	44,782	46,900	47,914	3,132	107.0%	1,014	102.2%	188,000	104.9%

(構成比) ※分母は内部売上高を含む合計

虫ケア用品部門	42.4%	42.1%	43.6%	1.2pt		1.5pt		35.8%
日用品部門	32.7%	30.4%	29.6%	▲ 3.1pt		▲ 0.8pt		34.8%
園芸用品部門	2.6%	4.7%	4.8%	2.2pt		0.1pt		4.7%
ペット用品・その他部門	6.4%	6.7%	5.6%	▲ 0.7pt		▲ 1.1pt		7.0%
家庭用品事業	84.0%	84.0%	83.6%	▲ 0.4pt		▲ 0.4pt		82.3%
総合環境衛生事業	16.0%	16.0%	16.4%	0.4pt		0.4pt		17.7%

【連結】販管費



(単位：百万円)

	2025年	2026年	2026年	前期増減	前期比	計画増減	計画比	2026年	
	1Q累計実績	1Q累計計画	1Q累計実績					年間計画	進捗率
人件費	5,788	5,839	5,802	13	100.2%	▲ 36	99.4%	24,071	24.1%
運送費	1,135	1,436	1,328	192	117.0%	▲ 108	92.4%	6,320	21.0%
保管料	688	799	857	169	124.6%	58	107.3%	3,521	24.4%
広告宣伝費	896	1,539	1,376	480	153.6%	▲ 163	89.4%	11,267	12.2%
販売促進費	244	578	408	163	166.8%	▲ 170	70.6%	1,814	22.5%
研究開発費	763	840	771	7	101.0%	▲ 69	91.8%	3,614	21.3%
減価償却費	482	511	497	14	103.0%	▲ 14	97.2%	2,114	23.5%
のれんの償却費	31	48	48	17	156.3%	0	100.0%	194	25.0%
旅費交通費	347	385	327	▲ 19	94.3%	▲ 58	84.8%	1,713	19.1%
交際費	170	171	180	10	106.2%	9	105.5%	869	20.8%
支払手数料	405	615	462	56	113.8%	▲ 152	75.1%	2,195	21.0%
販売手数料	321	140	232	▲ 88	72.4%	92	165.6%	496	46.9%
雑費	133	179	125	▲ 8	93.9%	▲ 54	69.8%	1,190	10.5%
その他	2,146	2,532	2,303	156	107.3%	▲ 229	90.9%	10,517	21.9%
販売費及び一般管理費 計	13,556	15,620	14,722	1,165	108.6%	▲ 897	94.3%	69,900	21.1%
(構成比)									
人件費比率	12.9%	12.5%	12.1%	▲ 0.8pt		▲ 0.3pt		12.8%	
広告宣伝費比率	2.0%	3.3%	2.9%	0.9pt		▲ 0.4pt		6.0%	
研究開発費比率	1.7%	1.8%	1.6%	▲ 0.1pt		▲ 0.2pt		1.9%	

【連結】貸借対照表



(単位：百万円)

		2025年 1Q末	2026年 1Q末	期末比 増減額	2025年 期末	前期末対比 増減額
流動資産	現金及び預金	15,487	17,389	1,902	23,327	▲ 5,938
	売上債権	34,936	39,626	4,689	25,941	13,684
	棚卸資産	35,230	37,788	2,557	32,305	5,483
	その他	3,865	2,801	▲ 1,063	2,764	37
固定資産	有形固定資産	29,388	29,116	▲ 272	29,375	▲ 259
	無形固定資産	7,670	7,518	▲ 152	7,543	▲ 25
	投資その他の資産	22,008	28,144	6,136	28,124	20
資産 計	148,587	162,384	13,797	149,382	13,001	
流動負債	仕入債務	36,732	34,919	▲ 1,812	35,333	▲ 414
	短期借入金	15,547	21,544	5,997	7,554	13,990
	その他	16,424	18,356	1,932	20,066	▲ 1,710
固定負債	長期借入金	261	132	▲ 129	165	▲ 33
	その他	3,754	4,823	1,069	4,972	▲ 148
負債 計	72,720	79,776	7,056	68,092	11,684	
純資産	株主資本合計	62,645	65,305	2,659	63,573	1,731
	その他の包括利益累計額	7,423	11,126	3,703	11,345	▲ 219
	非支配株主持分	5,798	6,176	377	6,371	▲ 195
純資産 計	75,867	82,608	6,740	81,290	1,317	

【グループ各社】業績概況



(単位：百万円)

アース製薬			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	28,591	28,340	29,129
売上総利益	13,060	13,091	13,589
営業利益	5,575	4,248	5,433

白元アース			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	3,828	4,065	4,111
売上総利益	1,249	1,456	1,453
営業利益	1	144	194

プロトリーフ			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	-	1,100	923
売上総利益	-	340	234
営業利益	-	11	▲ 43

※アース製薬の25年実績は、便宜的に旧バスクリンの実績を単純合算して表記しています。

アース・ペット			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	1,655	1,716	1,741
売上総利益	523	641	701
営業利益	▲ 101	53	217

アース環境サービス			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	7,729	7,989	8,415
売上総利益	3,055	3,121	3,255
営業利益	212	200	281

Earth(Thailand)Co.,Ltd.			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	2,374	2,581	2,604
売上総利益	736	727	715
営業利益	308	186	237

Earth Corporation Vietnam			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	1,642	1,382	1,495
売上総利益	598	518	540
営業利益	64	40	42

EARTH HOME PRODUCTS (MALAYSIA)			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	138	157	225
売上総利益	49	53	81
営業利益	▲ 15	▲ 21	▲ 5

EARTH HOMECARE PRODUCTS (PHILIPPINES)			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	255	263	303
売上総利益	116	115	130
営業利益	▲ 23	▲ 11	12

安斯(上海)投資有限公司			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	636	667	647
売上総利益	276	224	237
営業利益	171	69	109

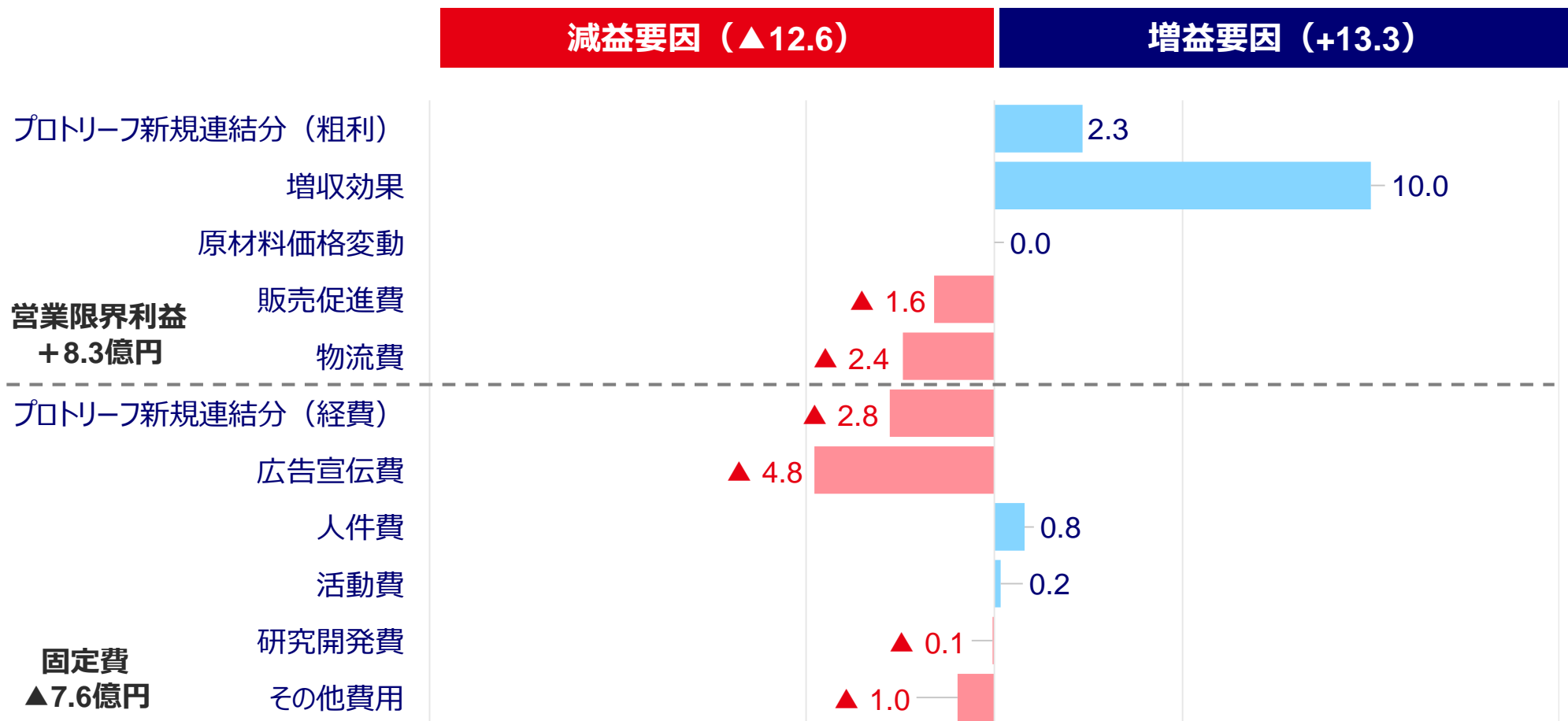
天津阿斯化学有限公司			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	1,214	1,217	1,350
売上総利益	222	273	267
営業利益	136	69	116

安速日用化学(蘇州)有限公司			
	25年1Q累計 実績	26年1Q累計 計画	26年1Q累計 実績
売上高	328	338	429
売上総利益	80	68	121
営業利益	42	29	58

営業利益変動要因（前期比）

（単位：億円）

- プロトリーフの新規連結に伴う経費の増加や広告宣伝費・物流費の増加はあるものの、虫ケア用品を中心とした増収効果、高単価製品へのシフトに伴い前期比で増益。

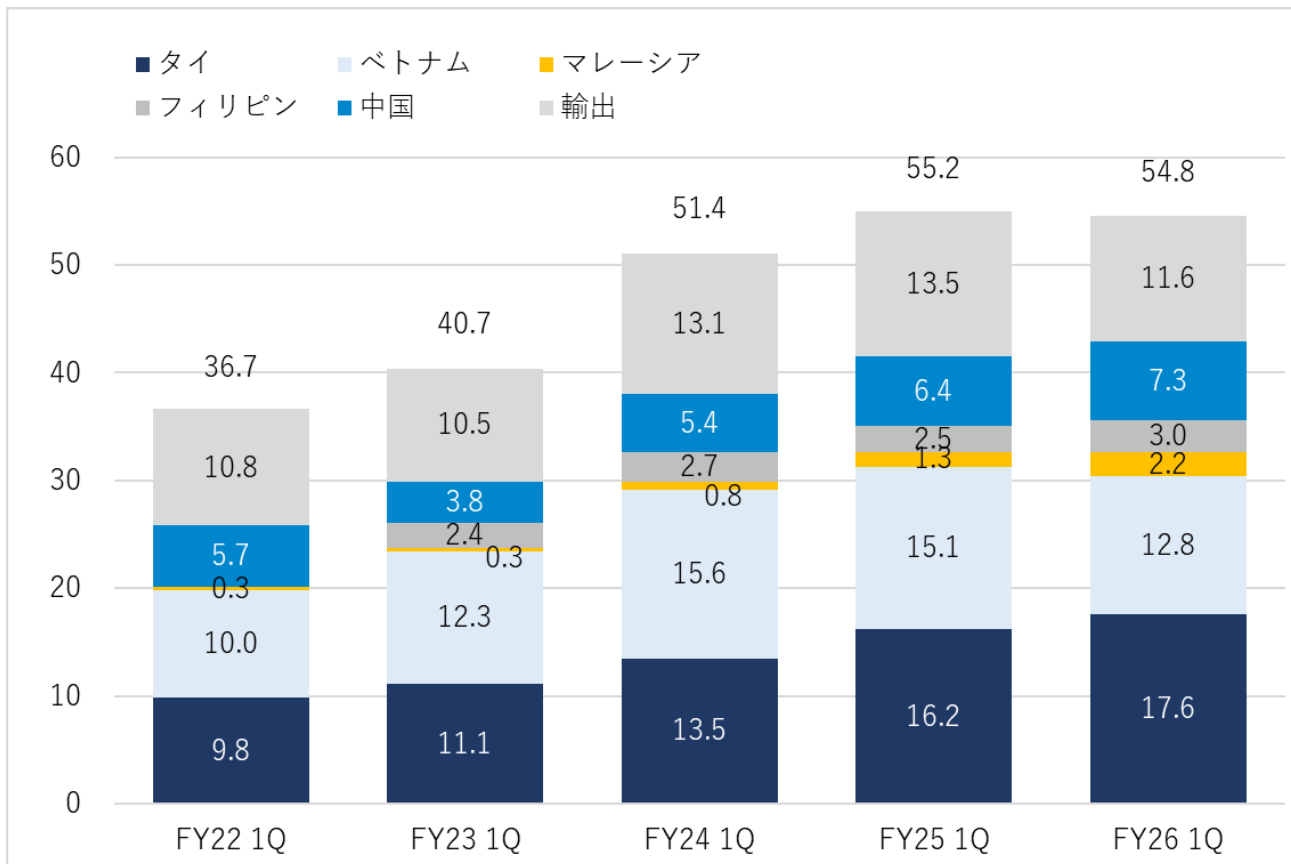


海外業績 (FY22-26 1Q累計実績)

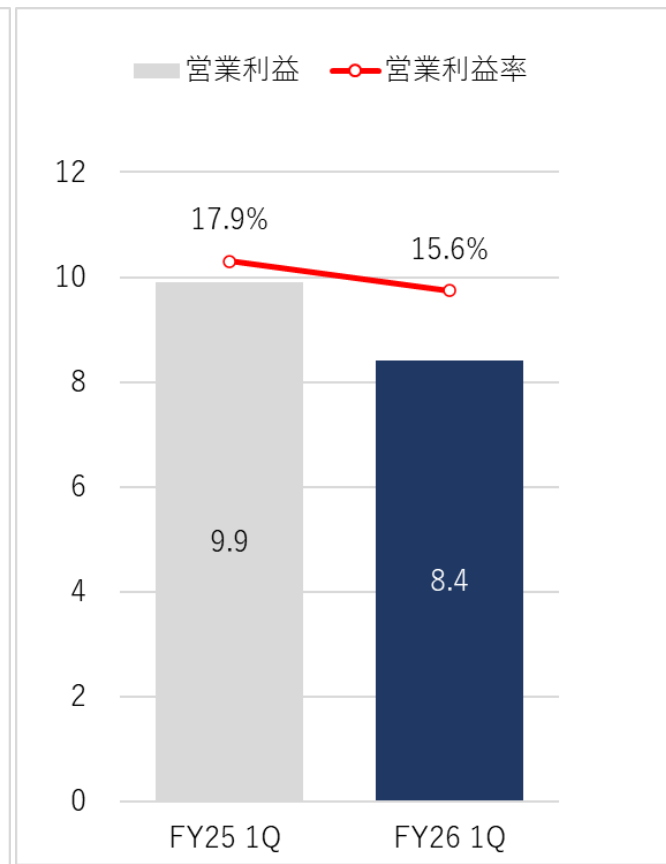


(単位：億円)

海外売上高 外部顧客向けのみ (内部相殺分除く)



海外営業利益 (単純合算)



【連結】 設備投資額・減価償却費

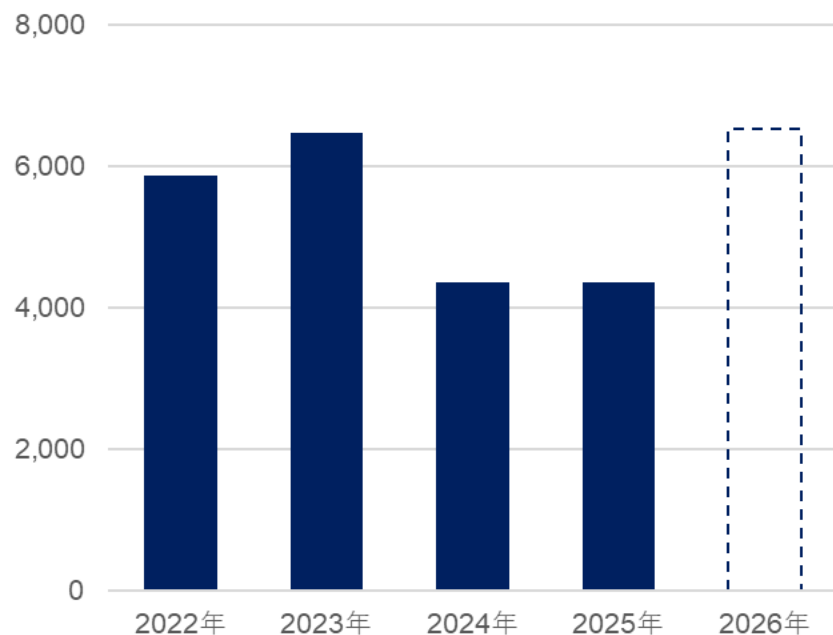


(単位：百万円)

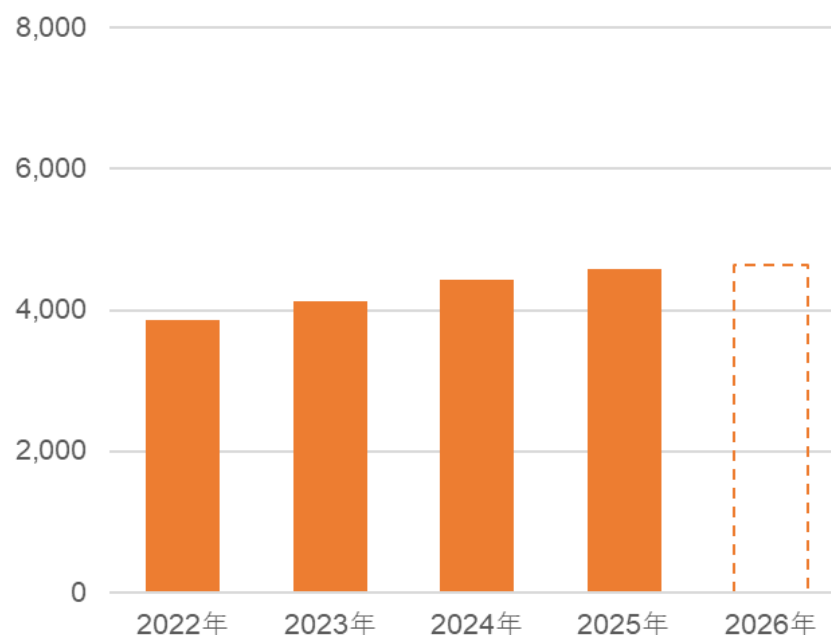
	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
(単位：百万円)	実績	実績	実績	実績	計画
設備投資額	5,883	6,473	4,376	4,374	6,536

	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
(単位：百万円)	実績	実績	実績	実績	計画
減価償却費	3,852	4,118	4,424	4,578	4,646

設備投資額



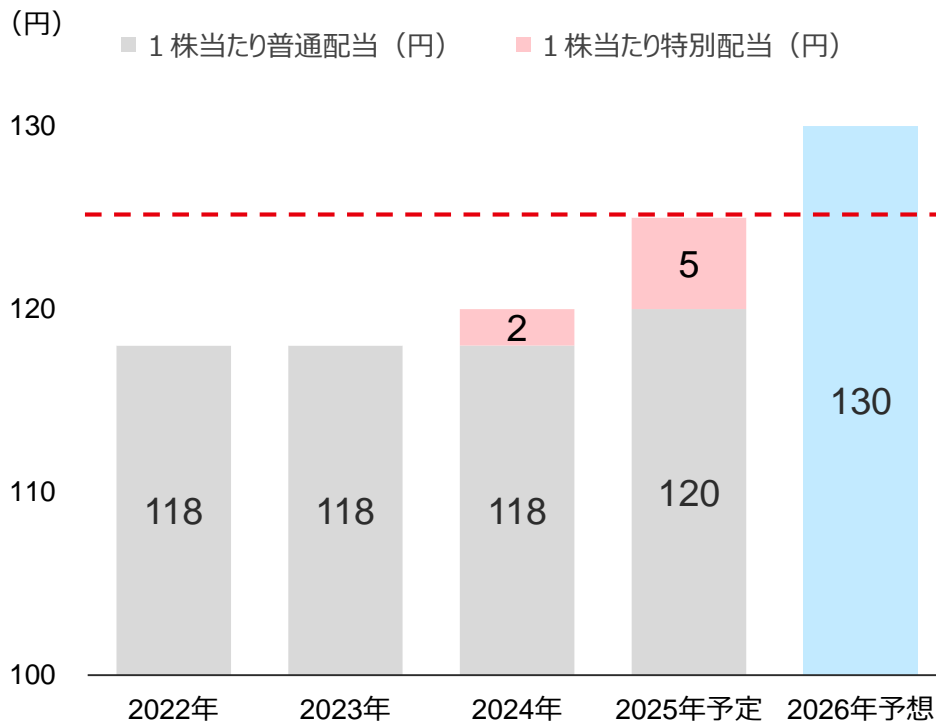
減価償却費



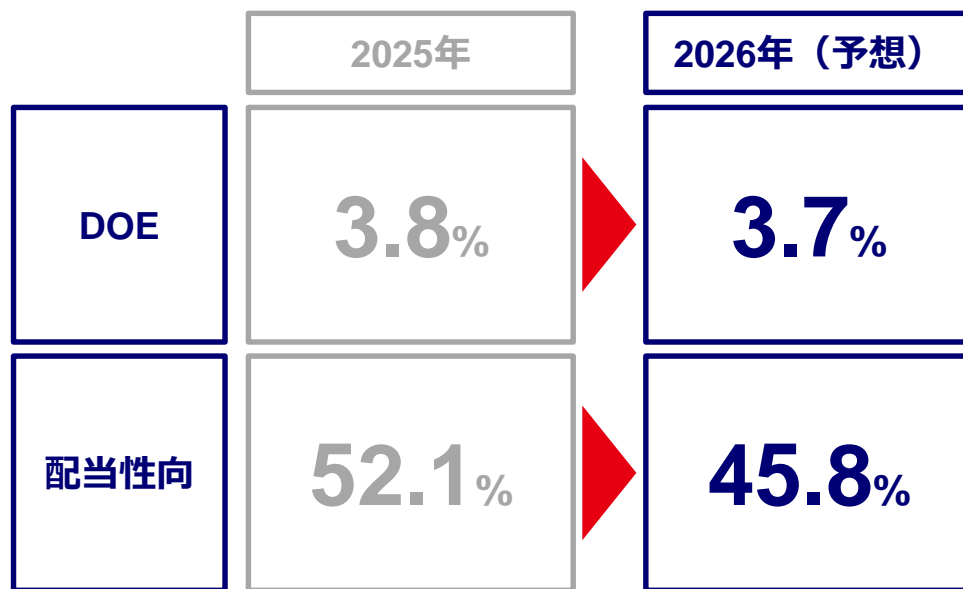
【株主還元ポリシー】

- 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
- 2026年の1株当たり配当金は、**5円増配の130円**を予定

1株当たり配当金推移



配当関連KPI



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。