



Safety & Quality

アース製薬株式会社

2010年12月期 (第87期)

決算説明会

2011年 2月16日 (水)

代表取締役社長 大塚 達也

2010年12月期 業績ハイライト

売上高・利益 過去最高を更新

(単位:百万円)

	2009年 実績	2010年 計画	2010年 実績	前期比		計画比	
				増減	%	増減	%
売上高	101,736	105,557	103,478	1,741	101.7%	▲2,078	98.0%
営業利益	5,611	6,018	5,821	210	103.7%	▲196	96.7%
(営業利益率)	5.5%	5.7%	5.6%	+0.1pt		▲0.1pt	
経常利益	6,008	6,433	6,370	361	106.0%	▲63	99.0%
(経常利益率)	5.9%	6.1%	6.2%	+0.2pt		+0.1pt	
当期純利益	3,082	3,255	3,434	351	111.4%	178	105.5%
(当期純利益率)	3.0%	3.1%	3.3%	+0.3pt		+0.2pt	

※ 大塚ホールディングス株式会社の新規上場に伴い、当社保有の同社株式を売出し、売却益250百万円を特別利益に計上しております。

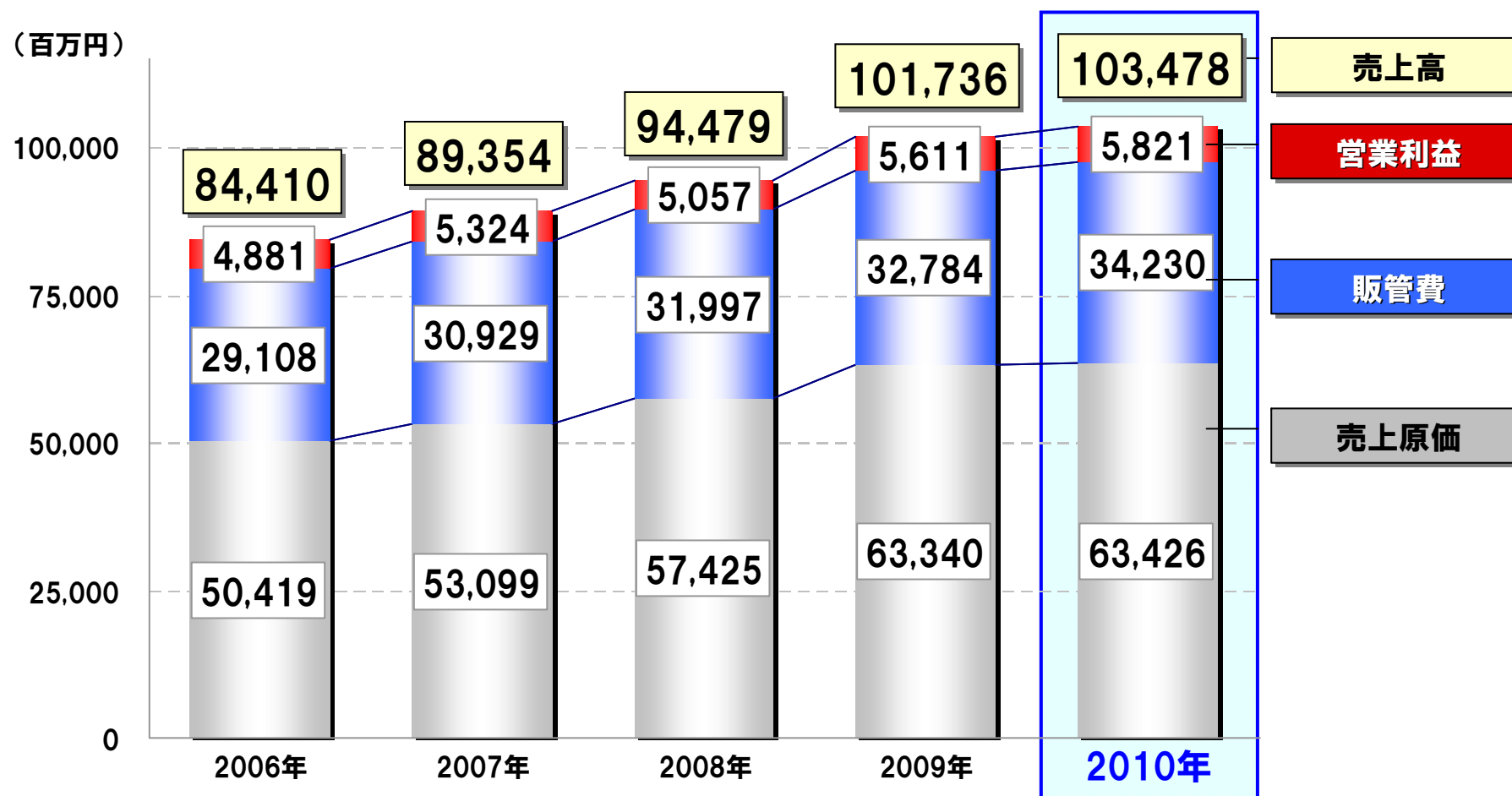
セグメント・部門別売上高

(単位:百万円)

	2009年	2010年	2010年	前期比		計画比	
	実績	計画	実績	増減	%	増減	%
家庭用医薬品殺虫剤	5,579	5,294	5,490	▲88	98.4%	196	103.7%
家庭用一般殺虫剤	35,329	36,379	36,297	967	102.7%	▲82	99.8%
殺虫剤部門 計	40,908	41,673	41,787	878	102.1%	113	100.3%
口腔衛生用品	24,523	25,137	25,233	710	102.9%	96	100.4%
入浴剤その他	16,135	17,718	15,528	▲606	96.2%	▲2,189	87.6%
日用品部門 計	40,658	42,855	40,762	103	100.3%	▲2,093	95.1%
ペット用品部門	3,009	3,218	3,061	51	101.7%	▲157	95.1%
その他製商品部門	961	964	1,310	348	136.2%	345	135.9%
【家庭用品事業 計】	85,539	88,712	86,921	1,382	101.6%	▲1,791	98.0%
【総合環境衛生事業】	16,197	16,844	16,556	359	102.2%	▲287	98.3%
合計	101,736	105,557	103,478	1,741	101.7%	▲2,078	98.0%

業績の推移（2006～2010年）

- 売上高・営業利益 過去最高
- 2010年 原価横ばい、販管費増加





セグメント別概要

【家庭用品事業】



セグメント別 業績ハイライト

増収・増益

(単位:百万円)

	2009年 実績	2010年 計画	2010年 実績	前期比		計画比	
				増減	%	増減	%
外部売上高	85,539	88,712	86,921	1,382	101.6%	▲1,791	98.0%
内部売上高	516	520	566	50	109.8%	46	109.0%
(売上高 合計)	86,055	89,232	87,488	1,433	101.7%	▲1,744	98.0%
売上原価	55,003	56,447	54,900	▲103	99.8%	▲1,547	97.3%
(売上原価率)	63.9%	63.3%	62.8%	▲1.2pt		▲0.5pt	
売上総利益	31,051	32,785	32,588	1,536	104.9%	▲197	99.4%
(売上総利益率)	36.1%	36.7%	37.2%	+1.2pt		+0.5pt	
販管費	26,206	27,589	27,503	1,296	104.9%	▲86	99.7%
(販管費比率)	30.5%	30.9%	31.4%	+1.0pt		+0.5pt	
営業利益	4,844	5,195	5,084	239	105.0%	▲110	97.9%
(営業利益率)	5.6%	5.8%	5.8%	+0.2pt		±0.0pt	

(消去又は全社に関する影響を除く)

当期業績のポイント

■ 当期業績へのプラス要因

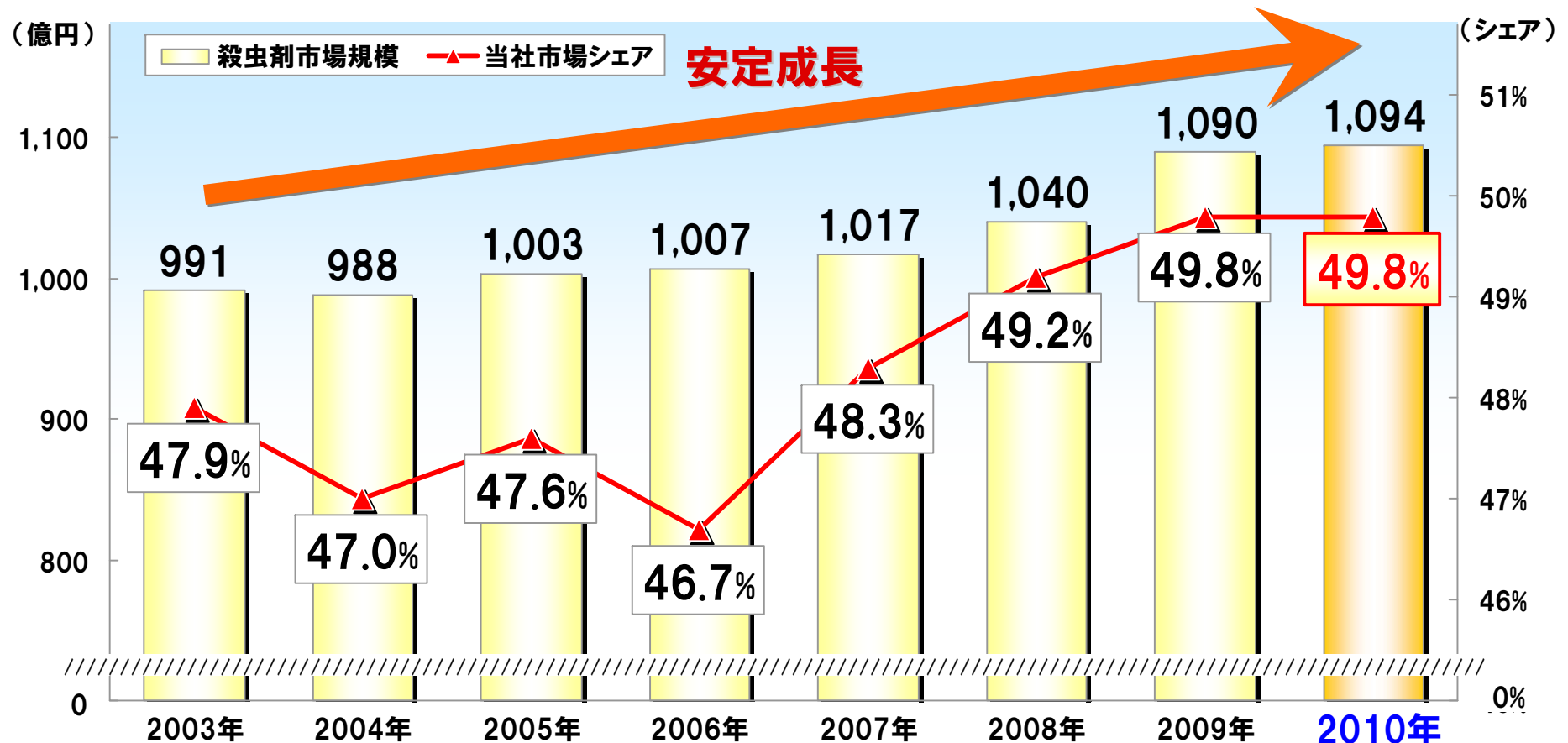
- 成長カテゴリーにおける新製品の売上寄与
- 殺虫剤返品率の改善（**1.5pt改善**）
- コストダウンによる原価低減

■ 当期業績へのマイナス要因

- インフルエンザ特需の消失、「**ミューズ**」売上減
- マーケティング費用の増加

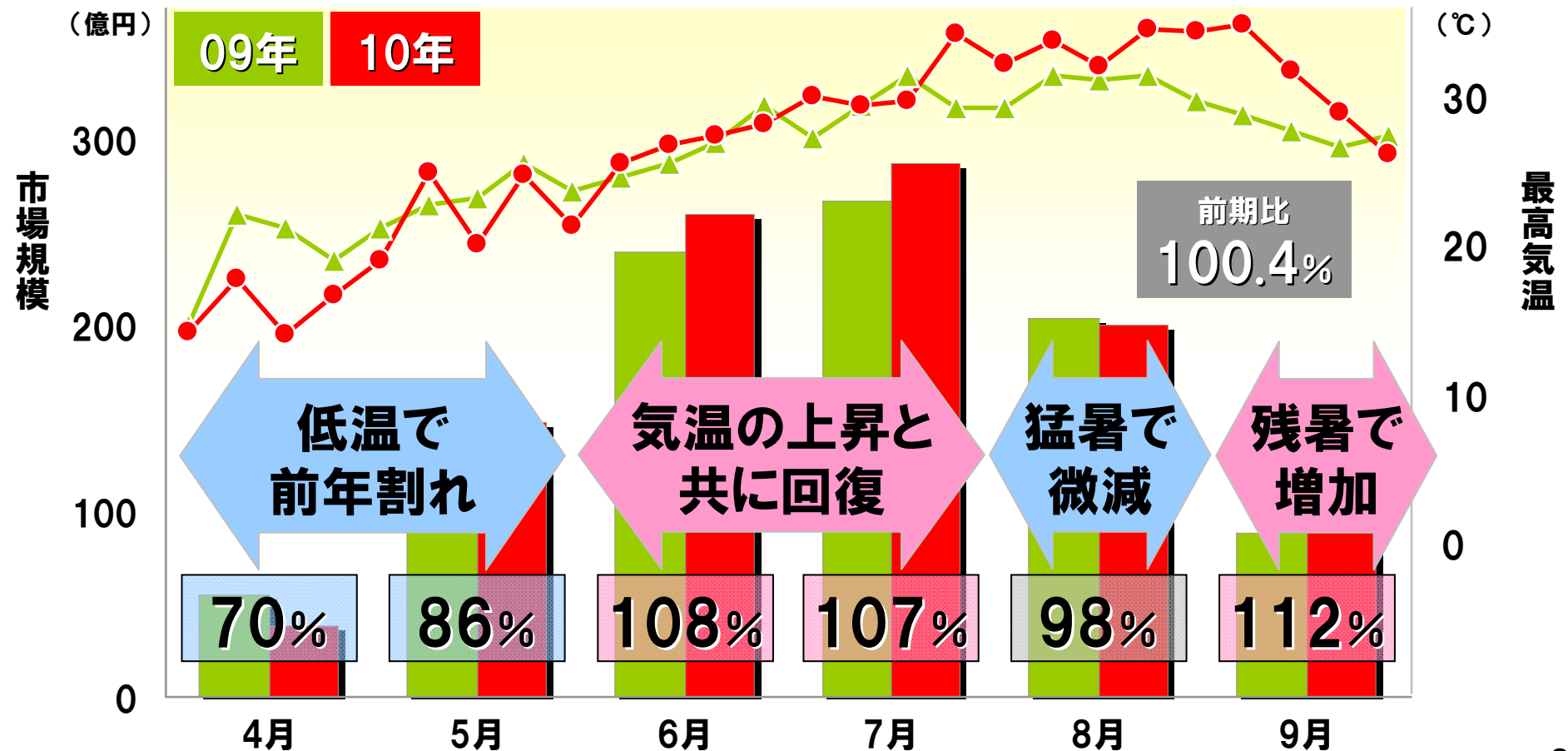
家庭用殺虫剤 市場規模・シェア

- 市場規模 **1,094億円**（前期比 100.4%）
- 当社シェア **49.8%**（前期比 ± 0.0pt）



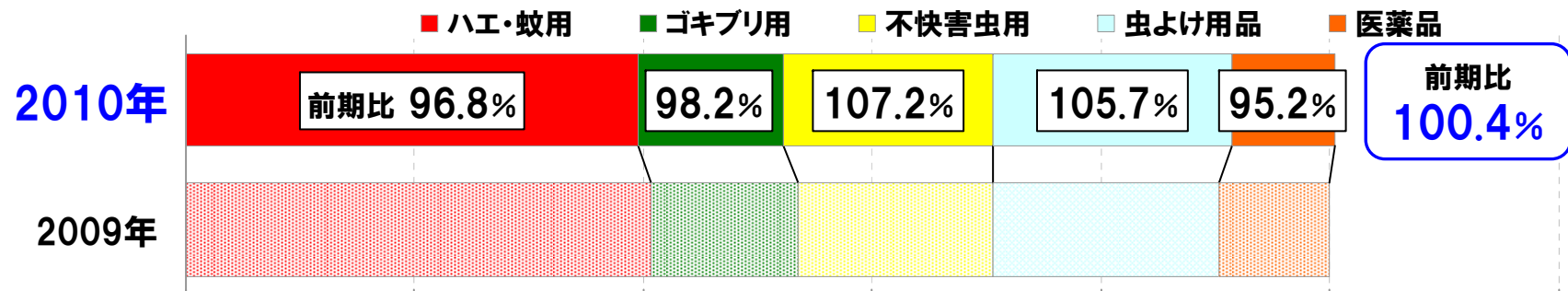
家庭用殺虫剤市場 月別動向

- 前半 : 天候不順・低温などによる**低調な推移**
- 中盤～ : 記録的猛暑・残暑による**市場の急回復**



家庭用殺虫剤市場 カテゴリー別

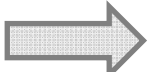

■ 「忌避・予防」ニーズの高まりにより 不快害虫用殺虫剤・虫よけ用品が拡大



	市場販売高(前期比)		市場構成比			当社市場シェア		
	全体	当社	2009年	2010年	増減	2009年	2010年	増減
ハエ・蚊用	96.8%	96.0%	40.6%	39.4%	▲1.2pt	49.2%	48.8%	▲0.4pt
ゴキブリ用	98.2%	98.7%	12.9%	12.5%	▲0.4pt	58.5%	58.8%	+0.3pt
不快害虫用	107.2%	108.5%	17.0%	18.2%	+1.2pt	59.5%	60.2%	+0.7pt
虫よけ用品	105.7%	110.1%	19.8%	20.8%	+1.0pt	31.2%	32.5%	+1.3pt
医薬品	95.2%	93.4%	9.6%	9.0%	▲0.6pt	61.9%	60.7%	▲1.2pt
合計	100.4%	100.4%	100.0%	100.0%	—	49.8%	49.8%	±0.0pt

家庭用医薬品殺虫剤 売上状況

- 売上高 前期比 **98.4%**
- 緩やかな減少傾向が続く

	前期比	主な要因
くん煙剤 「アースレッド」 (第2類医薬品)	 100%	くん煙剤市場 前期比 97.4% 当社シェア:57.2% 前期比 ▲0.6pt 店頭売場の強化
樹脂蒸散剤 「バポナ」 (第1類医薬品)	 84%	樹脂蒸散剤市場 前期比 77.0% 第1類医薬品指定による取扱店舗の減少




(単位:百万円)

	2009年 実績	2010年 計画	2010年 実績	前期比	計画比
家庭用医薬品殺虫剤	5,579	5,294	5,490	98.4%	103.7%
家庭用一般殺虫剤	35,329	36,379	36,297	102.7%	99.8%
殺虫剤部門 計	40,908	41,673	41,787	102.1%	100.3%

家庭用一般殺虫剤 売上状況 ①

- 売上高 前期比 **102.7%**
- 新製品の寄与・返品削減による売上増

	前期比	主な要因
ハエ・蚊用	 98%	ハエ・蚊用市場 前期比 96.8% 新製品 「おすだけノーマット」は売上貢献したが、「アースノーマット」の売上減が影響
ゴキブリ用	 104%	ゴキブリ用市場 前期比 98.2% 「ゴキジェットプロ」・「ブラックキャップ」が売上増に貢献

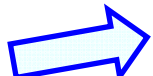
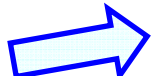


(単位:百万円)

	2009年 実績	2010年 計画	2010年 実績	前期比	計画比
家庭用医薬品殺虫剤	5,579	5,294	5,490	98.4%	103.7%
家庭用一般殺虫剤	35,329	36,379	36,297	102.7%	99.8%
殺虫剤部門 計	40,908	41,673	41,787	102.1%	100.3%

家庭用一般殺虫剤 売上状況 ②

- 売上高 前期比 **102.7%**
- 新製品の寄与・返品削減による売上増

	前期比	主な要因
不快害虫用	 113%	アリ駆除剤 売上増 新製品 「コバエこないアース」が売上に寄与
虫よけ用品	 110%	「バポナ虫よけネットW」など 設置型虫よけ剤の売上が大きく伸長
園芸用殺虫剤	当期より 本格展開開始	新製品 21アイテムによる売上寄与

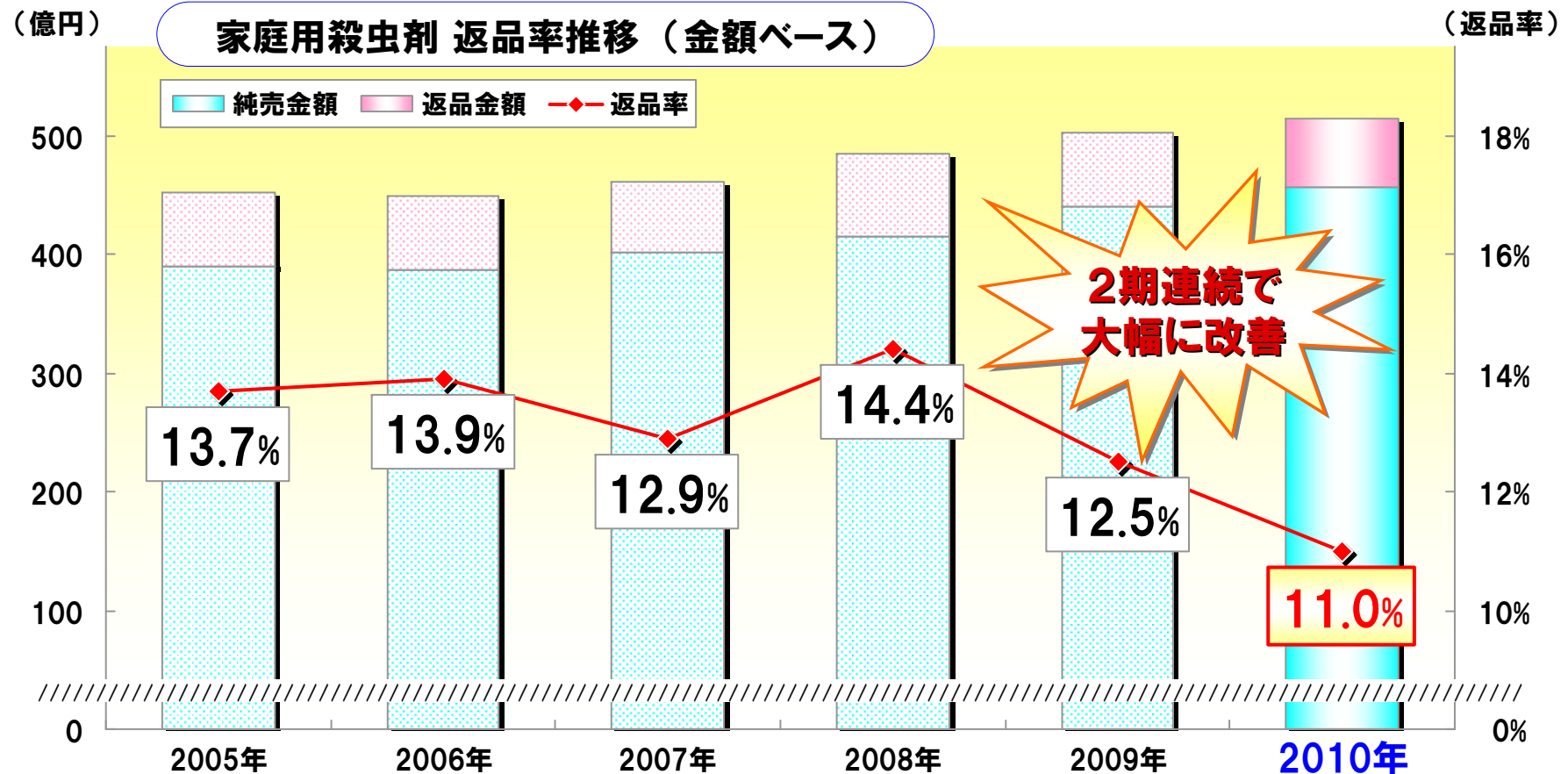


(単位:百万円)

	2009年 実績	2010年 計画	2010年 実績	前期比	計画比
家庭用医薬品殺虫剤	5,579	5,294	5,490	98.4%	103.7%
家庭用一般殺虫剤	35,329	36,379	36,297	102.7%	99.8%
殺虫剤部門 計	40,908	41,673	41,787	102.1%	100.3%

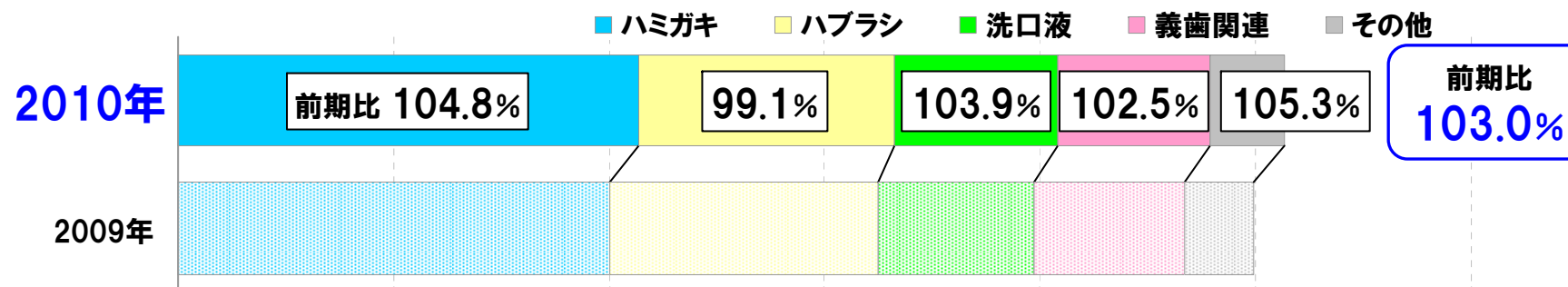
家庭用殺虫剤 返品推移

- 殺虫剤返品率 **11.0%**（前期比 **1.5pt改善**）
- 2期連続で返品率が改善し、収益増に貢献



口腔衛生用品 市場動向

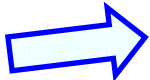

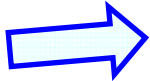

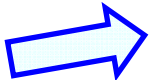

- 市場規模 前期比 **103.0%**
- ハミガキ・洗口液・義歯関連用品が拡大



	市場販売高(前期比)		市場構成比			当社市場シェア		
	全体	当社	2009年	2010年	増減	2009年	2010年	増減
ハミガキ	104.8%	105.9%	40.1%	40.8%	+0.7pt	9.4%	9.5%	+0.1pt
ハブラシ	99.1%	99.1%	24.9%	24.0%	▲0.9pt	3.5%	3.5%	±0.0pt
洗口液	103.9%	101.8%	14.5%	14.7%	+0.2pt	19.3%	18.9%	▲0.4pt
義歯関連	102.5%	102.8%	13.9%	13.8%	▲0.1pt	61.8%	62.0%	+0.2pt
その他	105.3%	—	6.4%	6.6%	+0.2pt	—	—	—
合計	103.0%	103.7%	100.0%	100.0%	—	16.1%	16.2%	+0.1pt

口腔衛生用品 売上状況

- 売上高 前期比 **102.9%**
- 「モンダミン」・「ポリデント」・「シュミテクト」が寄与

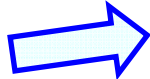





	前期比	主な要因	
洗口液・他 (モンダミンシリーズ)	 102%	「モンダミン」売上増	
義歯関連用品	 101%	「ポリデント」売上増 啓蒙活動の継続による需要の増加	
ハミガキ・ハブラシ	 108%	「シュミテクト」売上増 リニューアルによるユーザー層の拡大	

(単位:百万円)

	2009年 実績	2010年 計画	2010年 実績	前期比	計画比
口腔衛生用品	24,523	25,137	25,233	102.9%	100.4%
入浴剤その他	16,135	17,718	15,528	96.2%	87.6%
日用品部門 計	40,658	42,855	40,762	100.3%	95.1%

入浴剤その他 売上状況

- 売上高 前期比 **96.2%**
- 新型インフルエンザ特需の消失が大きく影響

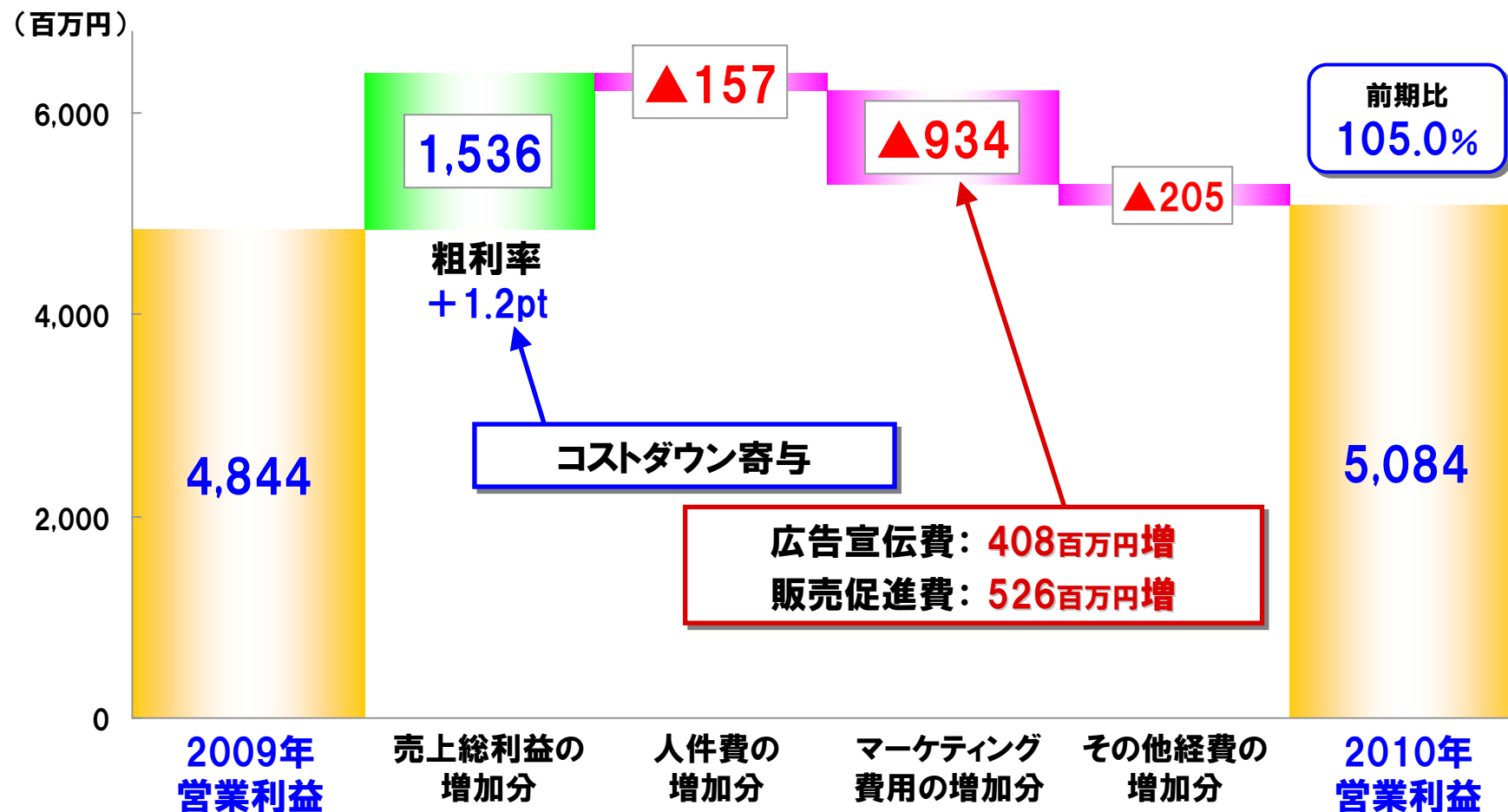
	前期比	主な要因	
入浴剤	 103%	「バスロマン」売上増 新製品「ウルモア」売上寄与	
芳香剤 防虫剤	 133%・124%	新製品「エアーウィック i モーション」 新製品「ピレパラアース 柔軟剤の香り」が売上寄与	
ハンドソープ	 66%	液体ハンドソープ市場 前期比 90.2% 流通段階での過剰在庫が発生	

(単位:百万円)

	2009年 実績	2010年 計画	2010年 実績	前期比	計画比
口腔衛生用品	24,523	25,137	25,233	102.9%	100.4%
入浴剤その他	16,135	17,718	15,528	96.2%	87.6%
日用品部門 計	40,658	42,855	40,762	100.3%	95.1%

営業利益の増益要因

コストダウンによる売上総利益の増加





セグメント別概要

【総合環境衛生事業】



セグメント別 業績ハイライト

増収・微減益

(単位:百万円)

	2009年 実績	2010年 計画	2010年 実績	前期比		計画比	
				増減	%	増減	%
外部売上高	16,197	16,844	16,556	359	102.2%	▲287	98.3%
内部売上高	157	155	136	▲20	86.8%	▲18	88.0%
(売上高 合計)	16,355	17,000	16,693	338	102.1%	▲306	98.2%
売上原価	8,992	9,348	9,200	208	102.3%	▲147	98.4%
(売上原価率)	55.0%	55.0%	55.1%	+0.1pt		+0.1pt	
売上総利益	7,363	7,652	7,493	130	101.8%	▲158	97.9%
(売上総利益率)	45.0%	45.0%	44.9%	▲0.1pt		▲0.1pt	
販管費	5,917	6,164	6,061	144	102.4%	▲102	98.3%
(販管費比率)	36.2%	36.3%	36.3%	+0.1pt		±0.0pt	
営業利益	1,445	1,487	1,431	▲13	99.0%	▲55	96.3%
(営業利益率)	8.8%	8.8%	8.6%	▲0.3pt		▲0.2pt	

(消去又は全社に関する影響を除く) 19

当期業績のポイント

■ 増収要因

- **THC契約 件数・保有金額の増加**

■ 減益要因

- **持続的成長に向けた人員増強による
人件費の増加**

カテゴリー別 売上高内訳

■ THCの売上拡大・構成比上昇

(単位:百万円)

	2009年 実績	2010年 計画	2010年 実績	前期比	計画比
THC (トータルヘルスケア)	5,758	5,965	6,038	104.9%	101.2%
構成比	35.2%	35.1%	36.2%	+1.0pt	+1.1pt
PC (ペストコントロール)	2,589	2,620	2,514	97.1%	96.0%
構成比	15.8%	15.4%	15.1%	▲0.8pt	▲0.4pt
BM (ビルメンテナンス)	3,937	4,008	4,026	102.3%	100.4%
構成比	24.1%	23.6%	24.1%	±0.0pt	+0.5pt
販売その他	4,071	4,407	4,115	101.1%	93.4%
構成比	24.9%	25.9%	24.7%	▲0.2pt	▲1.3pt
総合環境衛生事業	16,355	17,000	16,693	102.1%	98.2%

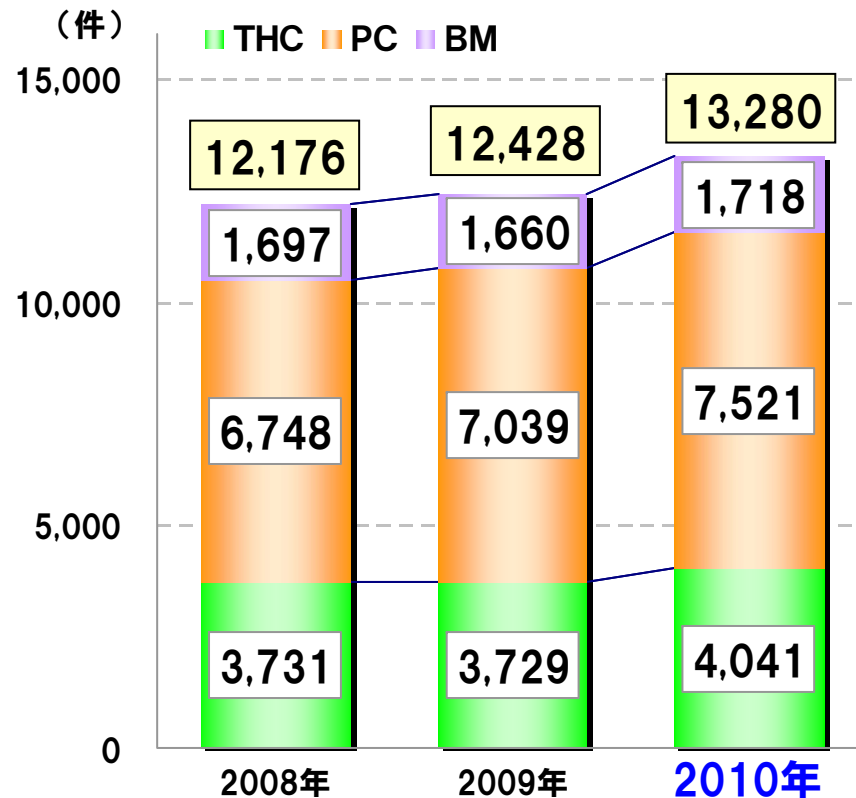
※ THC: Total Health Care 異物混入・汚染の防止など品質保証の総合コンサルティングサービス

(内部売上控除前) 21

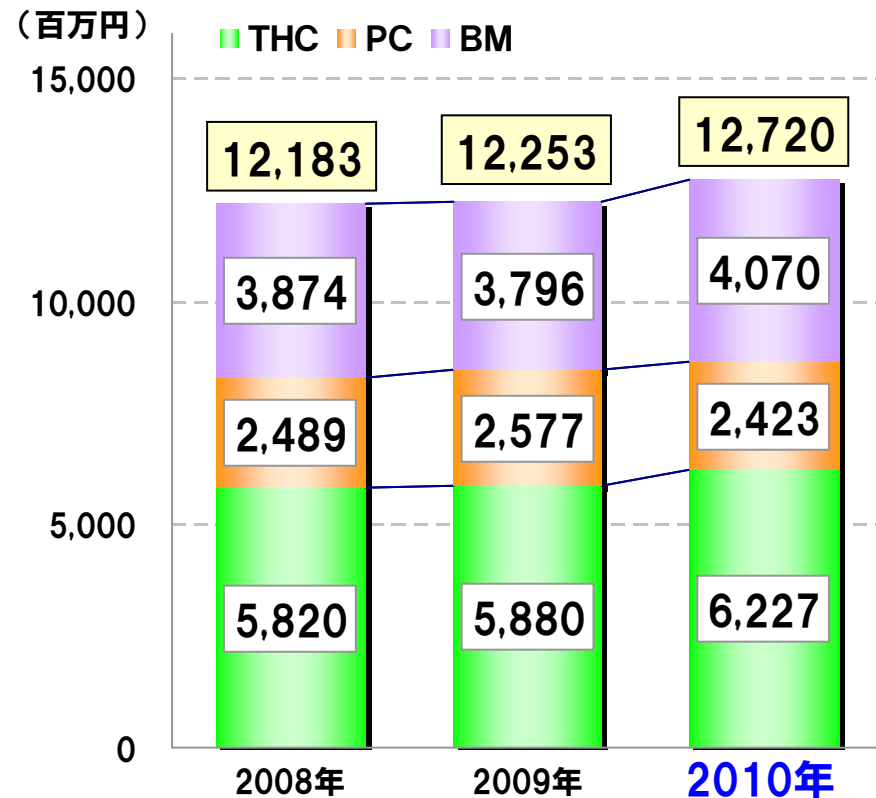
年間契約保有状況

- 年間契約件数 : 13,280件 (前期比 +852件)
- 年間契約保有金額: 12,720百万円 (前期比 +467百万円)

【カテゴリー別年間契約件数】

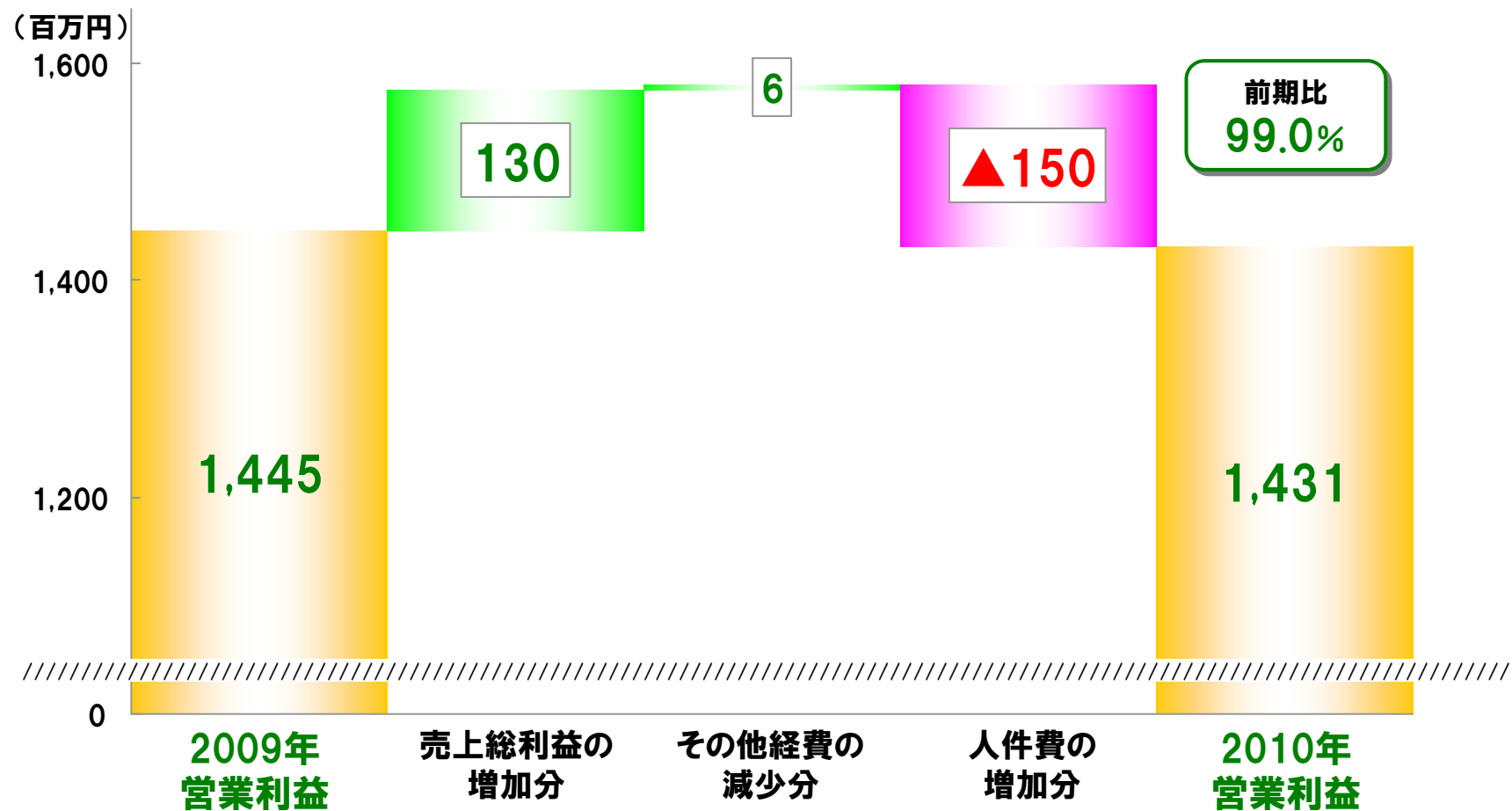


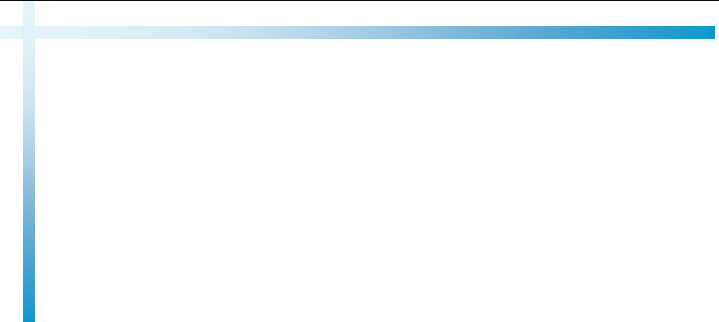
【カテゴリー別年間契約保有金額】



営業利益の減益要因


人件費の増加が利益を圧迫





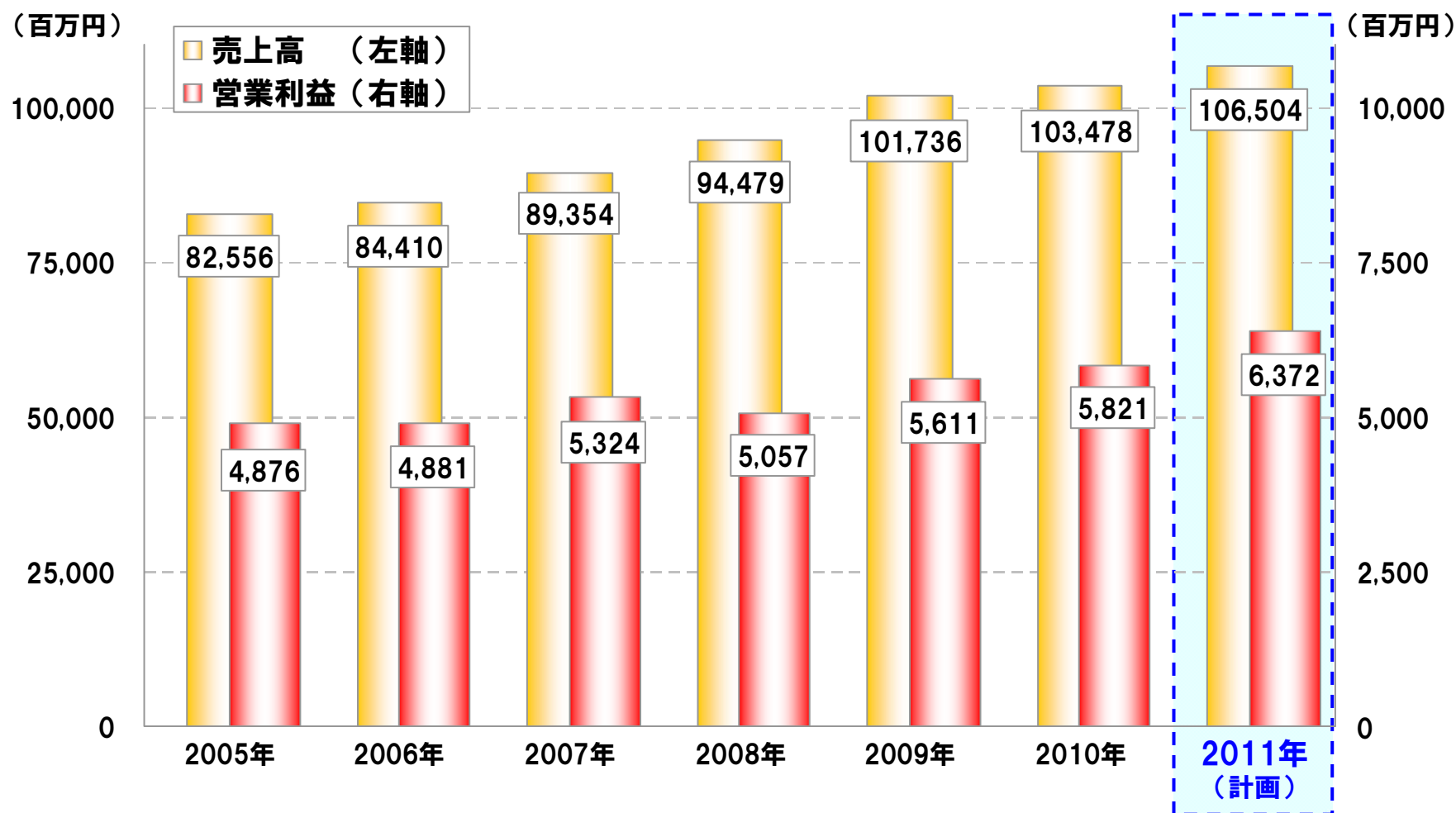
今後の方針

2011年度業績見通し



今後の方針

『安定的成長の継続』を目指す



今後の戦略

“安全、安心、快適な生活空間の創造”

— お客様の満足感・信頼感の向上 —

1. 成長基盤の確立

2. 収益基盤の確保

1. 成長基盤の確立

創造的・革新的な製品の開発

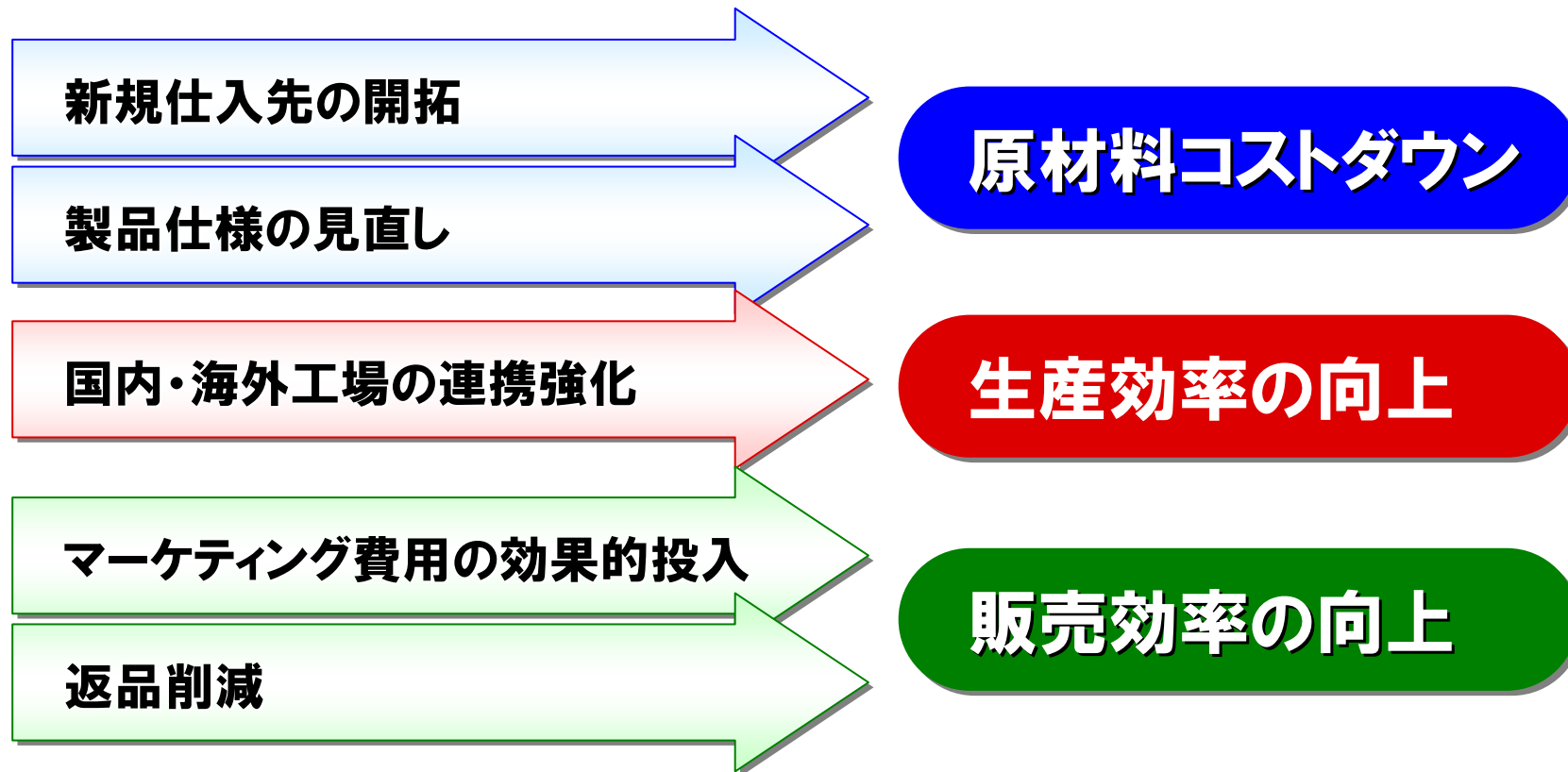
- 研究開発体制の充実
- マーケティング力の強化

経営資源の有効活用

- ブランド価値の向上
- 海外展開への投資

2. 収益基盤の確保

コスト削減の推進



2011年 取り組み課題

■ 新製品発売による売上拡大

■ 園芸用品の展開強化

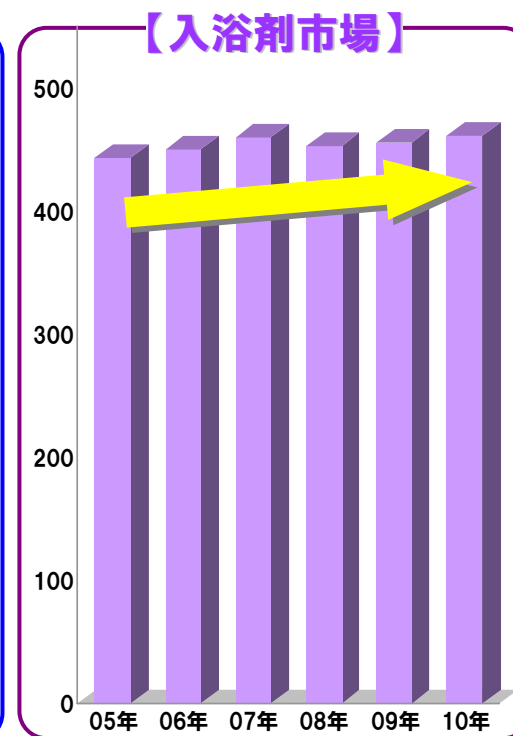
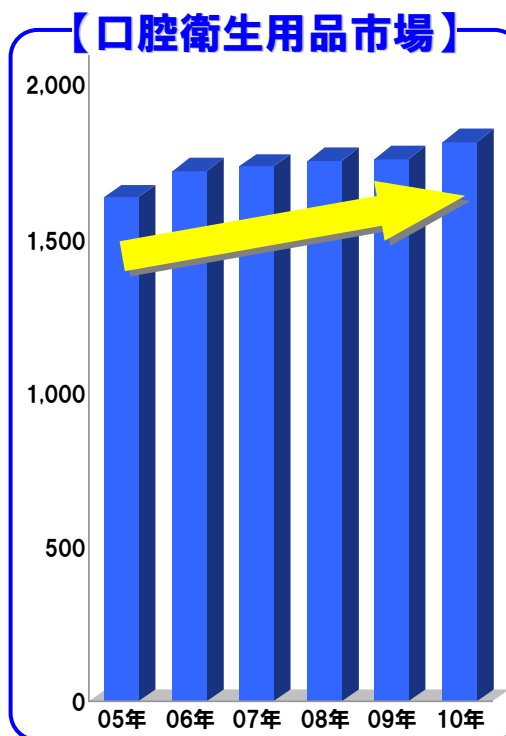
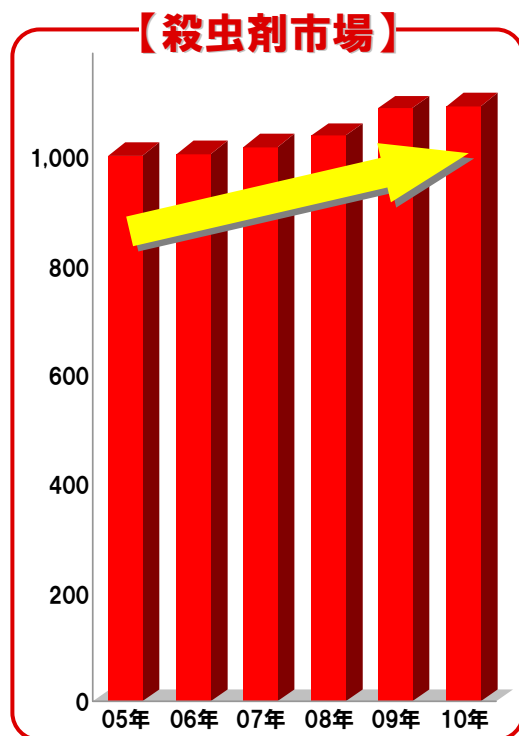
■ コスト削減の推進

■ THC^{*}展開の拡大

① 新製品発売による売上拡大

新製品37品目 成長市場に投入

(単位:億円)



※ 自社推計

2011年 新製品販売計画 **48億円**

② 園芸用品の展開強化

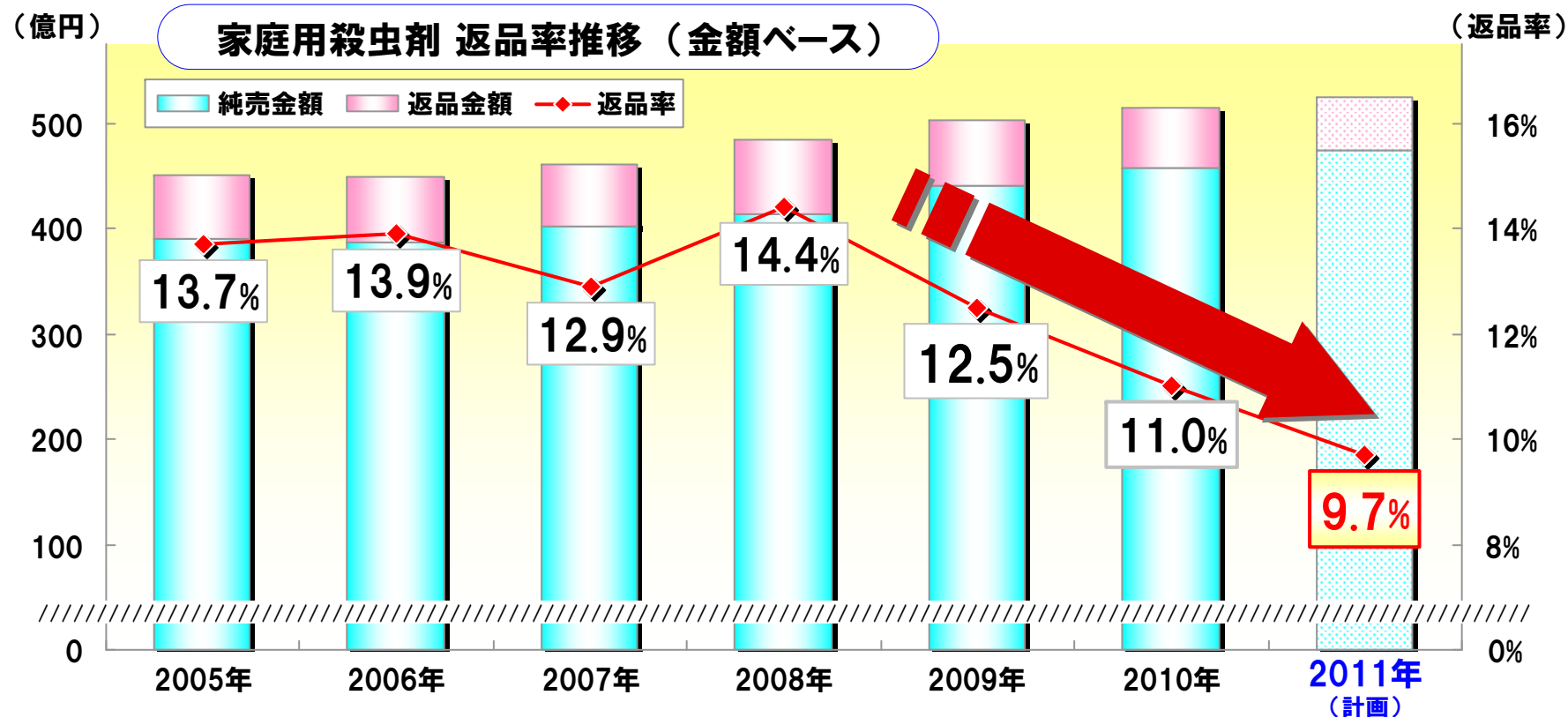
製品ラインナップの充実



2011年 園芸用品 16アイテム新発売

③ コスト削減の推進

更なる返品削減への注力



2011年 殺虫剤返品率目標:9.7%

④ THC展開の拡大

収益性の高いTHC契約に集中

他社とは差別化されたサービスの開発
ニーズの把握による顧客満足度向上
人材採用・育成による営業体制の強化

THC契約の新規獲得による売上拡大

2011年 業績計画（連結）

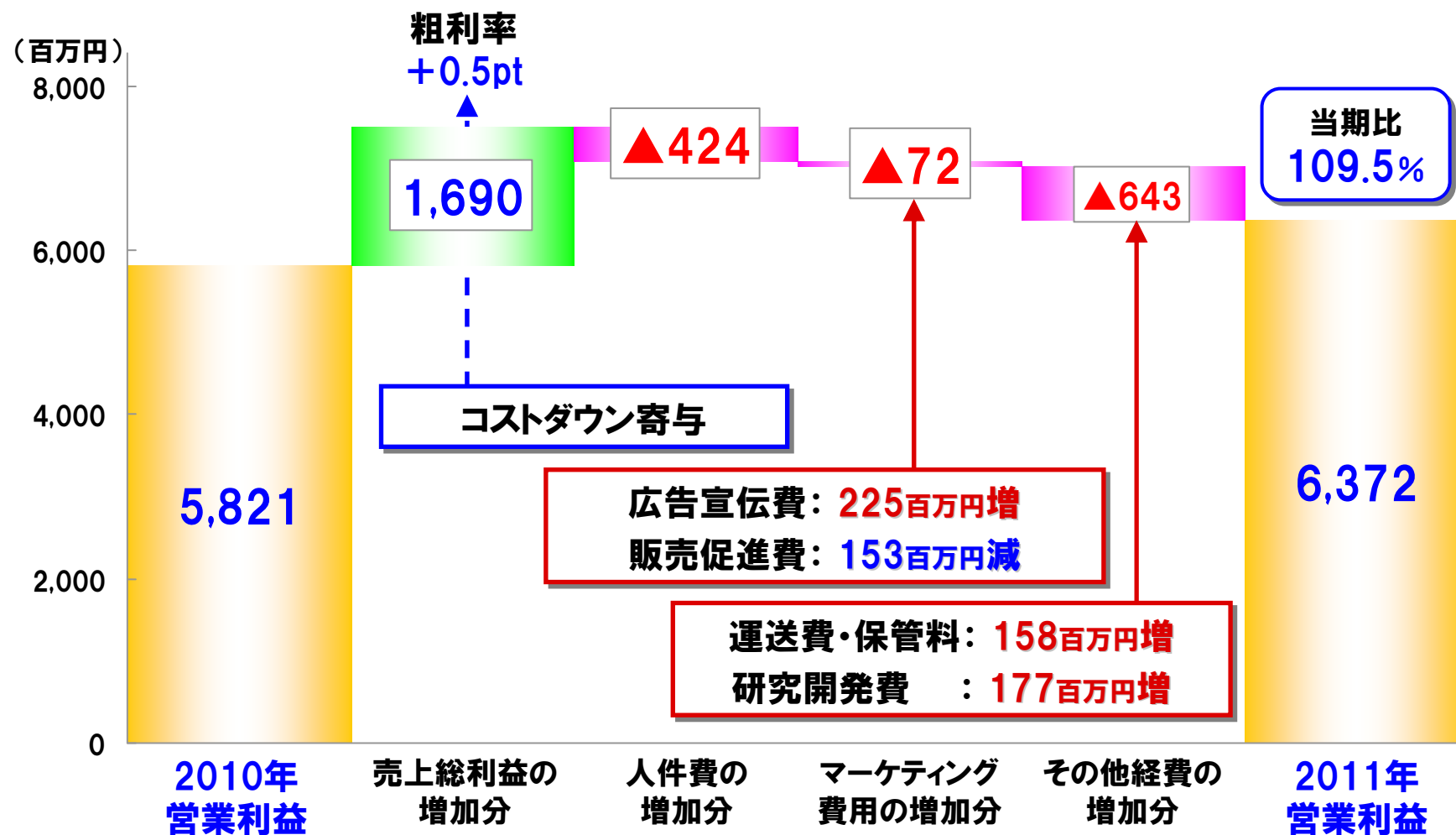
売上・利益ともに安定的な成長を目指す

（単位：百万円）

	2010年 実績	2011年 計画	当期比	
			増減	%
売上高	103,478	106,504	3,025	102.9%
営業利益	5,821	6,372	551	109.5%
（営業利益率）	5.6%	6.0%	+0.4pt	
経常利益	6,370	6,610	240	103.8%
（経常利益率）	6.2%	6.2%	±0.1pt	
当期純利益	3,434	3,584	150	104.4%
（当期純利益率）	3.3%	3.4%	±0.0pt	

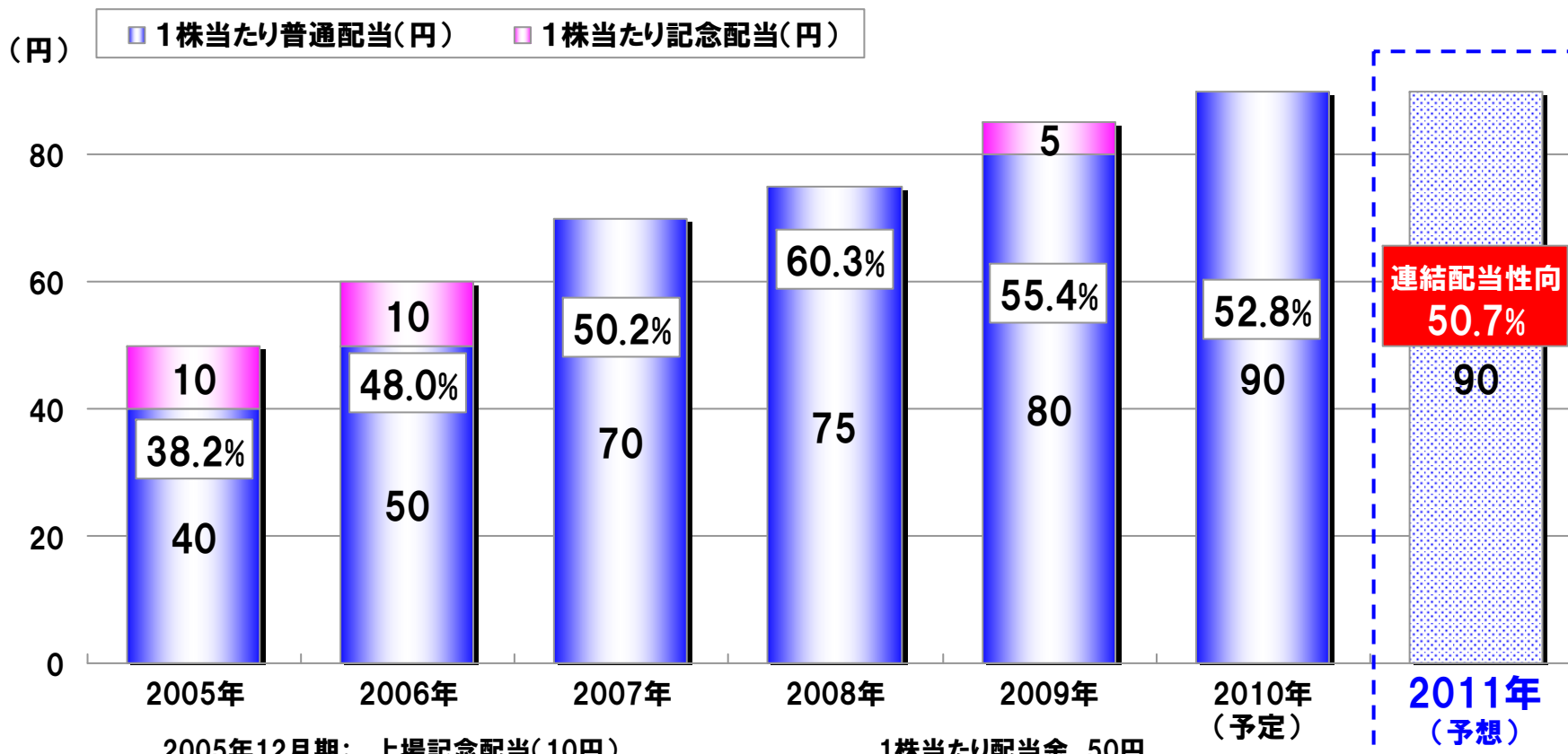
2011年 営業利益計画（連結）

増収・コストダウン効果による増益



配当方針・1株当たり配当金

- 連結配当性向**40%以上**を目標に還元
- 2011年配当金：**1株当たり普通配当 90円**を予定



2005年12月期： 上場記念配当(10円)

1株当たり配当金 50円

2006年12月期： 一部指定記念配当(10円)

1株当たり配当金 60円

2009年12月期： 連結売上高1,000億円達成記念配当(5円)

1株当たり配当金 85円

**ご清聴ありがとうございました。
今後とも当社をご支援賜りますよう
よろしくお願い申し上げます。**



Safety & Quality

アース製薬株式会社

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。

2010年12月期決算説明会 説明補足資料

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。

【連結】損益計算書 前年対比

(単位:百万円)

	2009年 実績		2010年 実績		前期比		
	金額	構成比	金額	構成比	増減	構成比	%
売上高	101,736	100.0%	103,478	100.0%	1,741	—	101.7%
売上原価	63,340	62.3%	63,426	61.3%	86	▲1.0pt	100.1%
売上総利益	38,396	37.7%	40,052	38.7%	1,655	+1.0pt	104.3%
販管費	32,784	32.2%	34,230	33.1%	1,445	+0.9pt	104.4%
人件費	10,467	10.3%	10,777	10.4%	309	+0.1pt	103.0%
広告宣伝費	7,145	7.0%	7,557	7.3%	412	+0.3pt	105.8%
販売促進費	4,057	4.0%	4,583	4.4%	526	+0.4pt	113.0%
その他	11,114	10.9%	11,312	10.9%	198	±0.0pt	101.8%
営業利益	5,611	5.5%	5,821	5.6%	210	+0.1pt	103.7%
営業外収益	618	0.6%	612	0.6%	▲6	±0.0pt	98.9%
営業外費用	221	0.2%	63	0.1%	▲157	▲0.1pt	28.7%
経常利益	6,008	5.9%	6,370	6.2%	361	+0.3pt	106.0%
特別利益	24	0.0%	256	0.2%	232	+0.2pt	1,066.9%
特別損失	64	0.1%	78	0.1%	14	±0.0pt	121.6%
税引前当期純利益	5,967	5.9%	6,547	6.3%	579	+0.4pt	109.7%
法人税等	2,473	2.4%	2,687	2.6%	214	+0.2pt	108.7%
少数株主利益	412	0.4%	425	0.4%	13	±0.0pt	103.2%
当期純利益	3,082	3.0%	3,434	3.3%	351	+0.3pt	111.4%

【連結】損益計算書 計画対比

(単位:百万円)

	2010年 計画		2010年 実績		計画比		
	金額	構成比	金額	構成比	増減	構成比	%
売上高	105,557	100.0%	103,478	100.0%	▲2,078	—	98.0%
売上原価	65,150	61.7%	63,426	61.3%	▲1,724	▲0.4pt	97.4%
売上総利益	40,406	38.3%	40,052	38.7%	▲354	▲0.4pt	99.1%
販管費	34,388	32.6%	34,230	33.1%	▲158	+0.5pt	99.5%
人件費	10,740	10.2%	10,777	10.4%	36	+0.2pt	100.3%
広告宣伝費	7,466	7.1%	7,557	7.3%	91	+0.2pt	101.2%
販売促進費	4,388	4.2%	4,583	4.4%	194	+0.2pt	104.4%
その他	11,793	11.2%	11,312	10.9%	▲481	▲0.3pt	95.9%
営業利益	6,018	5.7%	5,821	5.6%	▲196	▲0.1pt	96.7%
営業外収益	489	0.5%	612	0.6%	123	+0.1pt	125.2%
営業外費用	74	0.1%	63	0.1%	▲11	±0.0pt	85.1%
経常利益	6,433	6.1%	6,370	6.2%	▲63	+0.1pt	99.0%
特別利益	4	0.0%	256	0.2%	251	+0.2pt	5,232.6%
特別損失	35	0.0%	78	0.1%	43	+0.1pt	225.6%
税引前当期純利益	6,403	6.1%	6,547	6.3%	144	+0.2pt	102.3%
法人税等	2,724	2.6%	2,687	2.6%	▲36	±0.0pt	98.7%
少数株主利益	423	0.4%	425	0.4%	1	±0.0pt	100.5%
当期純利益	3,255	3.1%	3,434	3.3%	178	+0.2pt	105.5%

【連結】損益計算書 2011年計画

(単位:百万円)

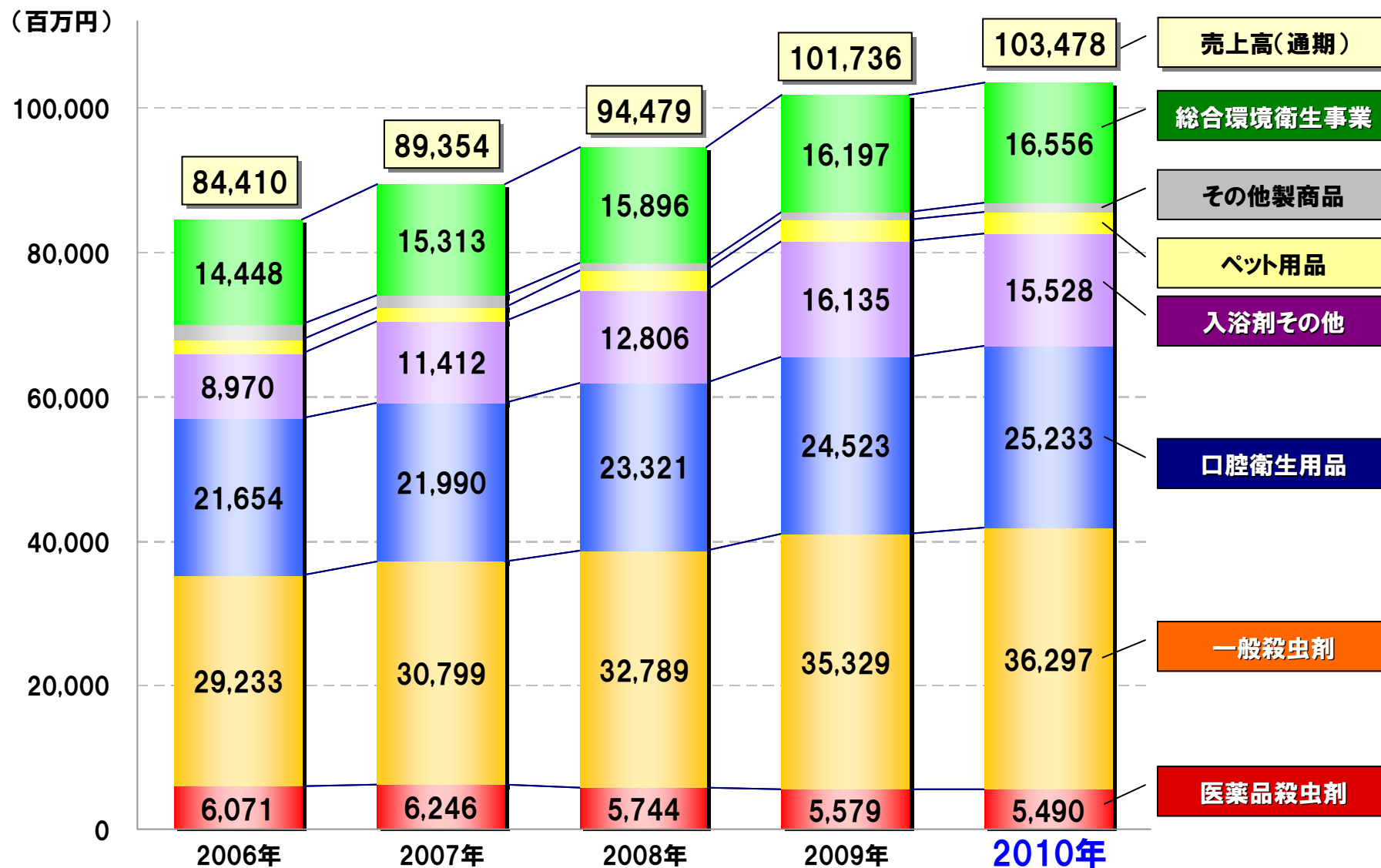
	2010年 実績		2011年 計画		前期比		
	金額	構成比	金額	構成比	増減	構成比	%
売上高	103,478	100.0%	106,504	100.0%	3,025	—	102.9%
売上原価	63,426	61.3%	64,761	60.8%	1,335	▲0.5pt	102.1%
売上総利益	40,052	38.7%	41,742	39.2%	1,690	+0.5pt	104.2%
販管費	34,230	33.1%	35,369	33.2%	1,139	+0.1pt	103.3%
人件費	10,777	10.4%	11,201	10.5%	424	+0.1pt	103.9%
広告宣伝費	7,557	7.3%	7,783	7.3%	225	±0.0pt	103.0%
販売促進費	4,583	4.4%	4,429	4.2%	▲153	▲0.3pt	96.7%
その他	11,312	10.9%	11,955	11.2%	643	+0.3pt	105.7%
営業利益	5,821	5.6%	6,372	6.0%	551	+0.4pt	109.5%
営業外収益	612	0.6%	494	0.5%	▲118	▲0.1pt	80.7%
営業外費用	63	0.1%	256	0.2%	192	+0.2pt	403.4%
経常利益	6,370	6.2%	6,610	6.2%	240	+0.1pt	103.8%
特別利益	256	0.2%	400	0.4%	143	+0.1pt	156.1%
特別損失	78	0.1%	167	0.2%	88	+0.1pt	211.5%
税引前当期純利益	6,547	6.3%	6,843	6.4%	296	+0.1pt	104.5%
法人税等	2,687	2.6%	2,820	2.6%	133	±0.0pt	104.9%
少数株主利益	425	0.4%	438	0.4%	12	±0.0pt	103.0%
当期純利益	3,434	3.3%	3,584	3.4%	150	±0.0pt	104.4%

【連結】部門・分野別売上高 2011年計画

(単位:百万円)

	2010年実績		2011年計画		前期比		
	金額	構成比	金額	構成比	増減	構成比	%
家庭用医薬品殺虫剤	5,490	5.3%	5,233	4.9%	▲257	▲0.4pt	95.3%
家庭用一般殺虫剤	36,297	35.1%	37,816	35.5%	1,518	+0.4pt	104.2%
殺虫剤部門 計	41,787	40.4%	43,049	40.4%	1,261	±0.0pt	103.0%
口腔衛生用品	25,233	24.4%	25,682	24.1%	449	▲0.3pt	101.8%
入浴剤その他	15,528	15.0%	15,796	14.8%	267	▲0.2pt	101.7%
日用品部門 計	40,762	39.4%	41,478	38.9%	716	▲0.4pt	101.8%
ペット用品部門	3,061	3.0%	3,424	3.2%	362	+0.3pt	111.8%
その他製商品部門	1,310	1.3%	1,049	1.0%	▲260	▲0.3pt	80.1%
【家庭用品事業 計】	86,921	84.0%	89,002	83.6%	2,080	▲0.4pt	102.4%
【総合環境衛生事業】	16,556	16.0%	17,502	16.4%	945	+0.4pt	105.7%
合計	103,478	—	106,504	—	3,025	—	102.9%

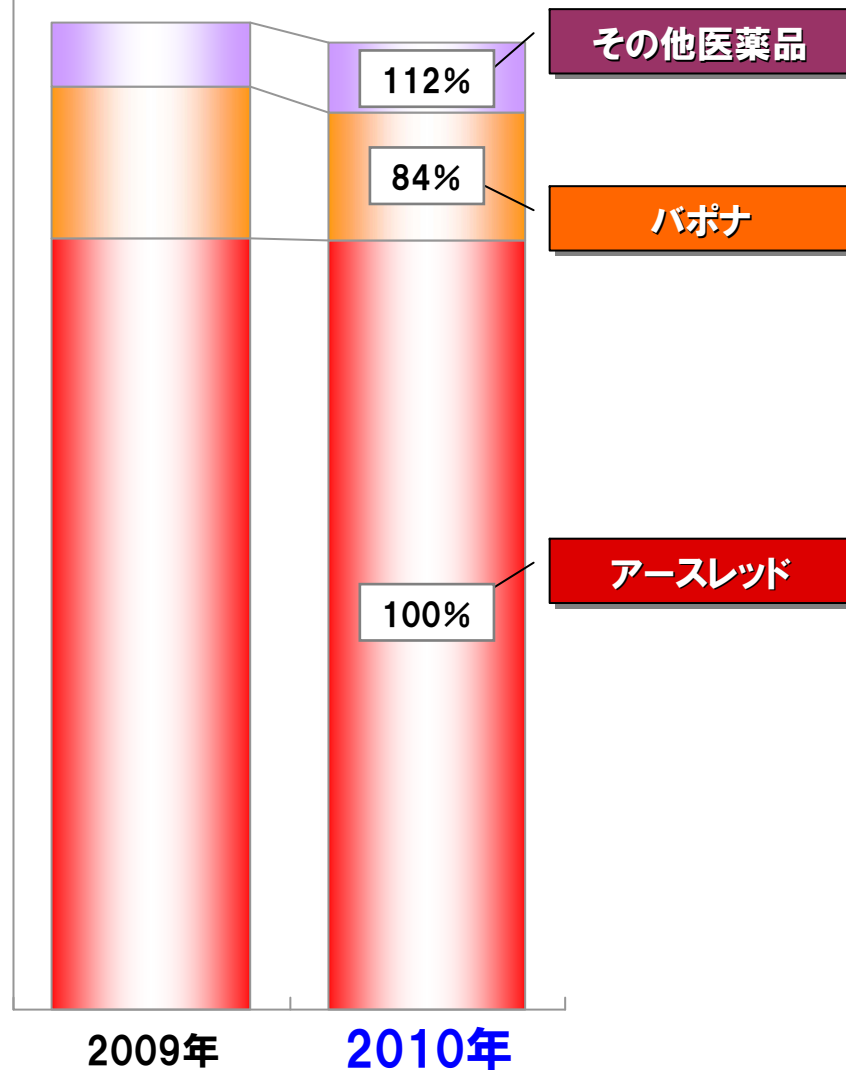
【連結】分野別売上高推移



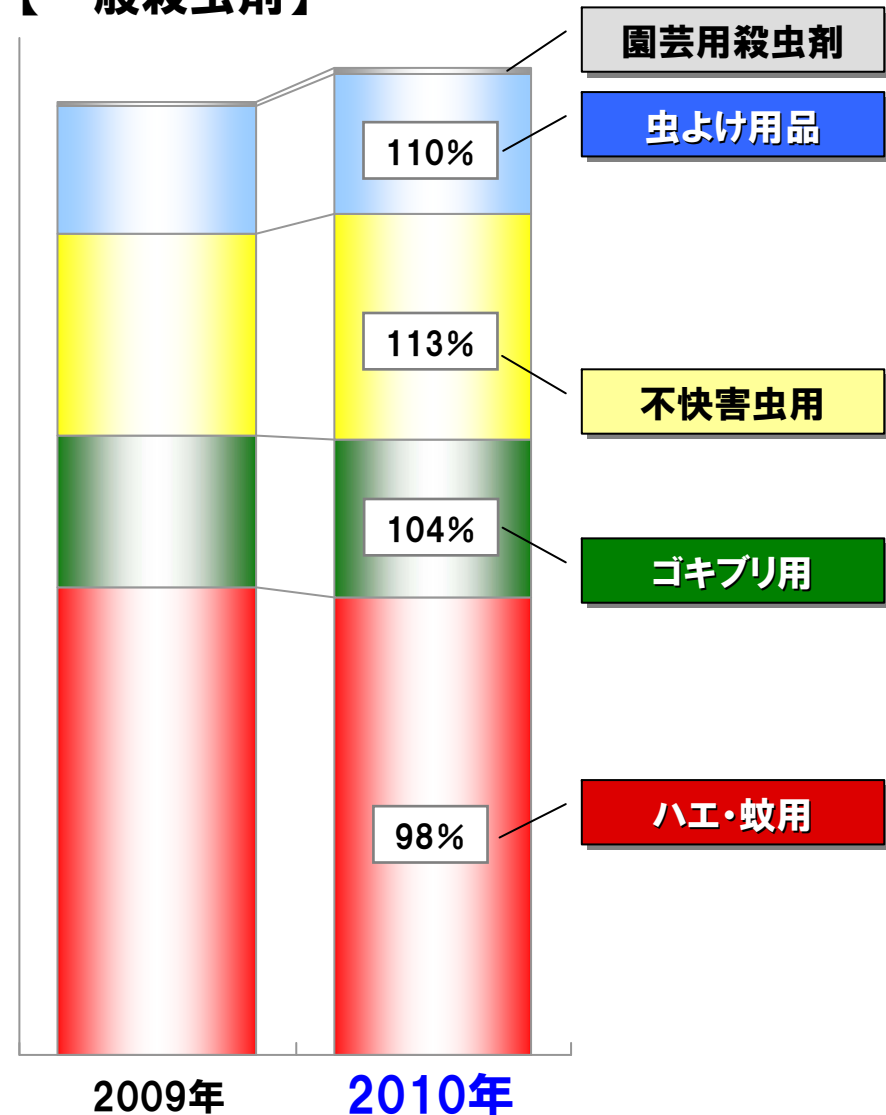
※ 2008年度より、それまで殺虫剤部門に含めていたペット用殺虫剤分野をペット用品部門に独立。2007年以前の実績については遡及修正済み。

【家庭用品事業】カテゴリー別売上高（殺虫剤）

【医薬品殺虫剤】



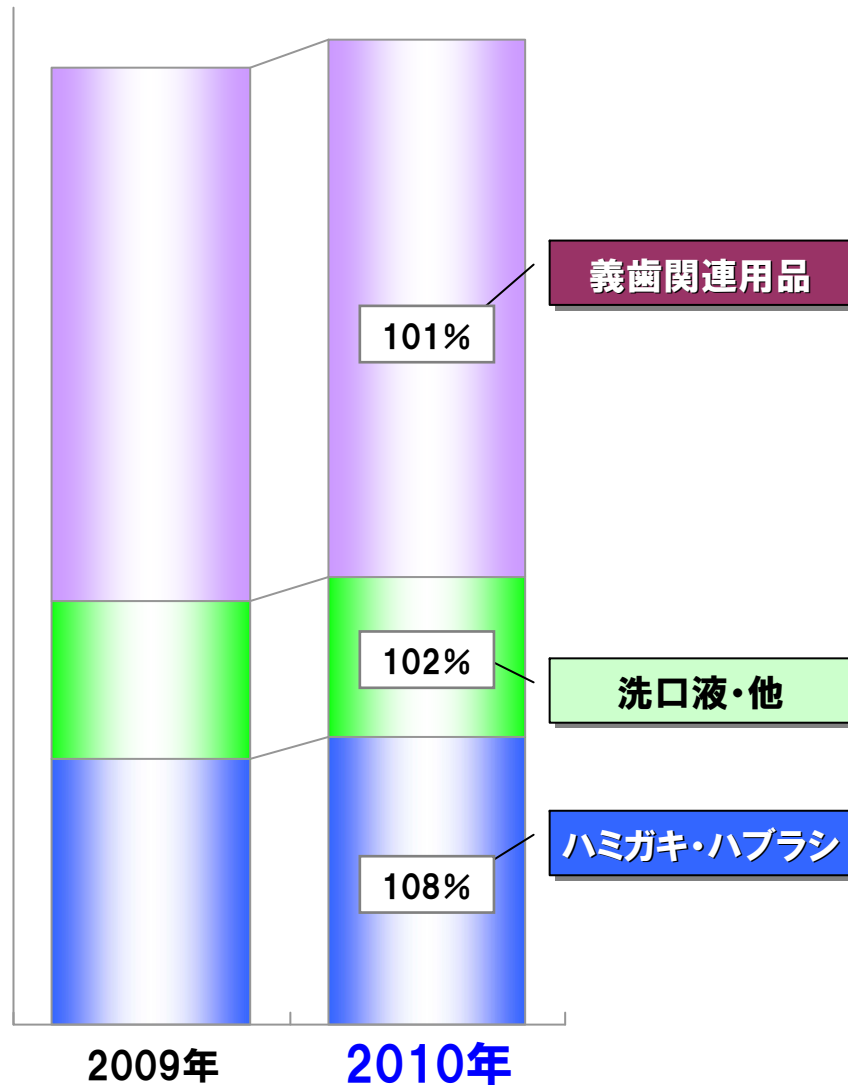
【一般殺虫剤】



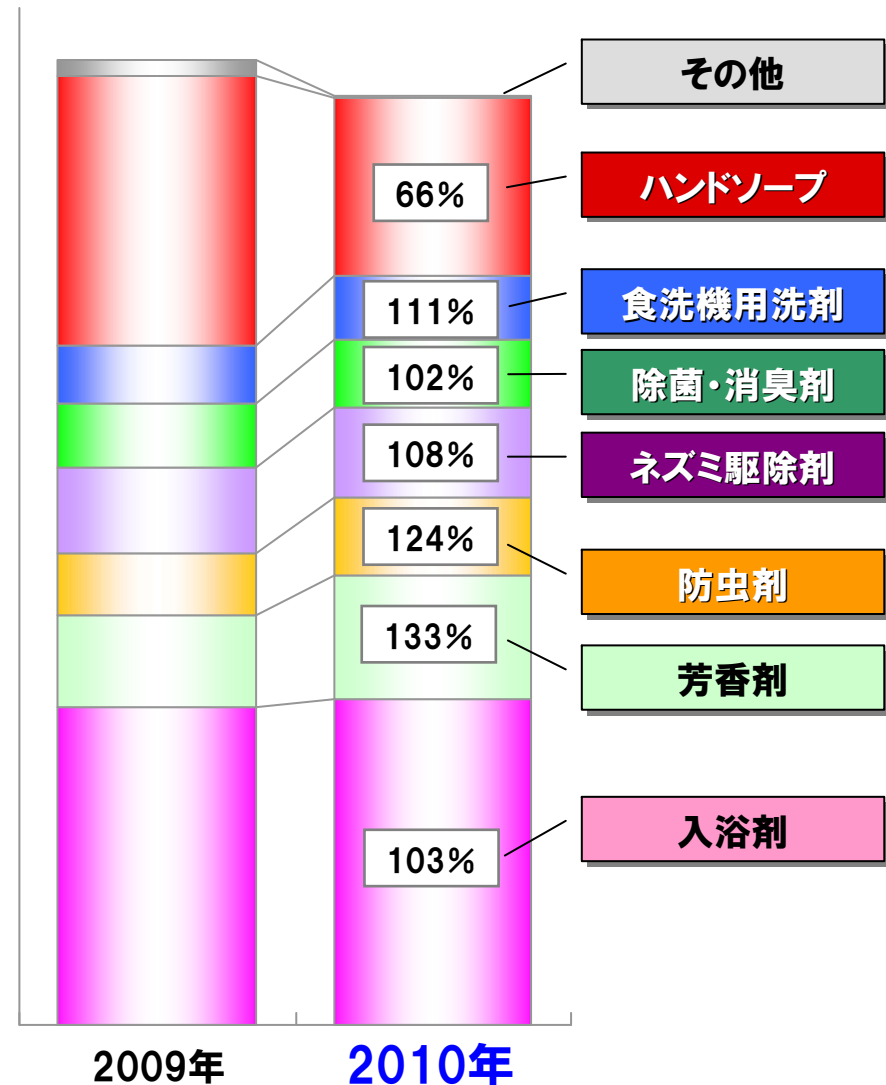
※ アース製薬単体 決算ベース

【家庭用品事業】カテゴリー別売上高（日用品）

【口腔衛生用品】

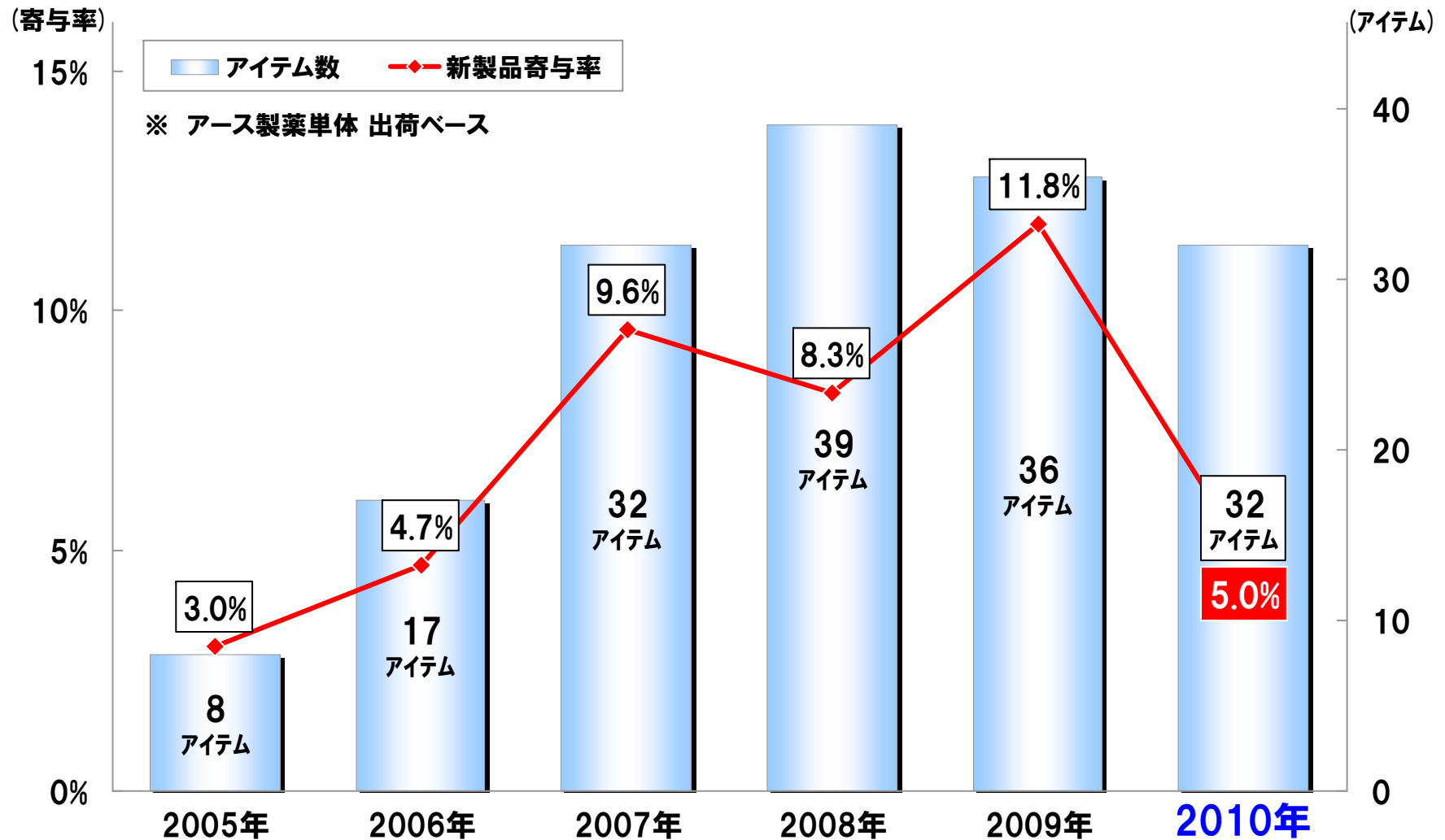


【入浴剤その他】



※ アース製薬単体 決算ベース

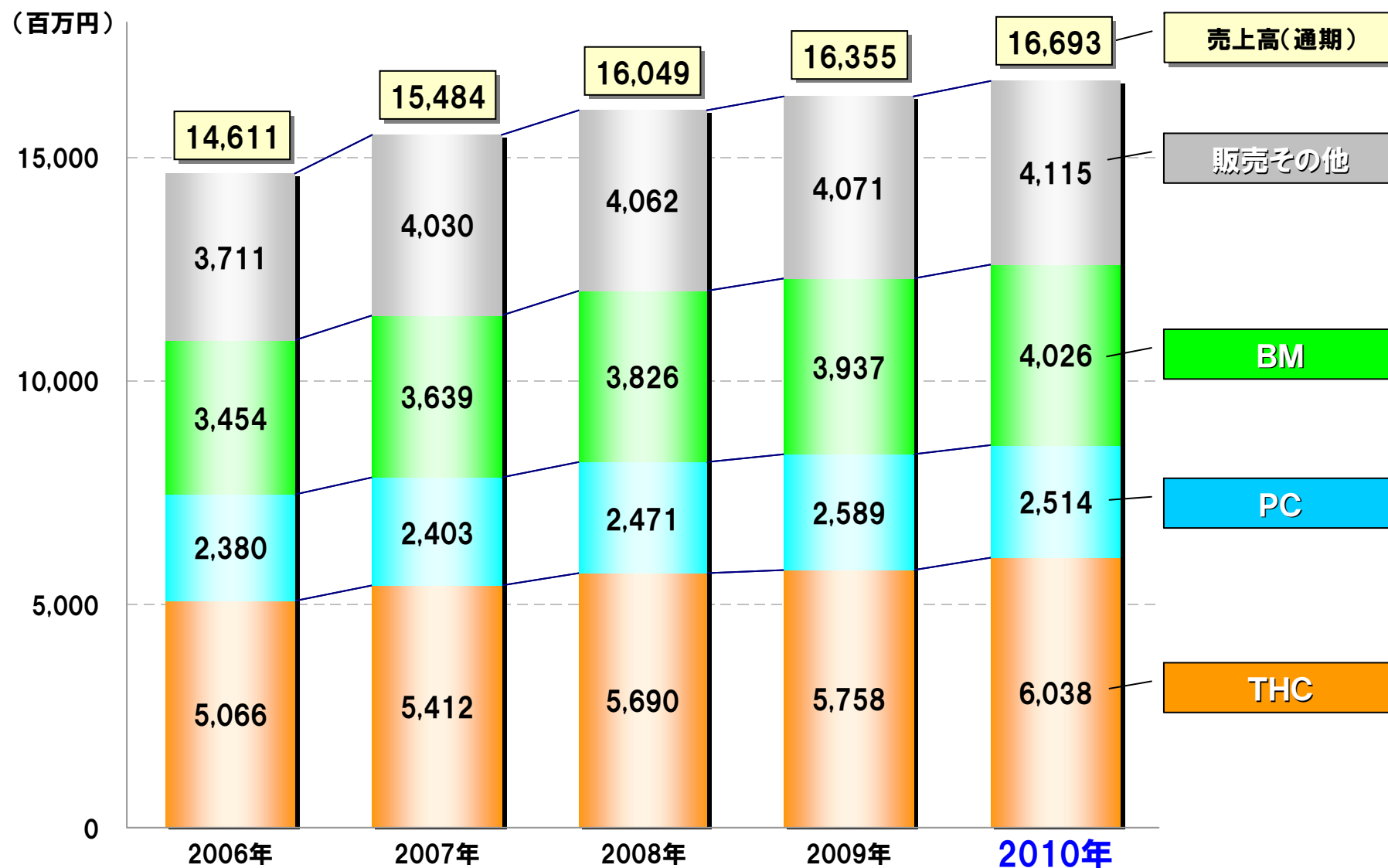
【家庭用品事業】新製品寄与率（家庭用殺虫剤）



※ アース製薬単体 出荷ベース

※ 家庭用殺虫剤 新製品寄与率 = 「家庭用殺虫剤の当期発売新製品売上高」 ÷ 「家庭用殺虫剤全体の売上高」

【総合環境衛生】カテゴリー別売上高推移



※ 内部売上高控除前