

アース製薬の価値創造プロセス

経営理念

いのち
生命と暮らしに寄り添い、地球との共生を実現する。

インパクト

地球との共生を実現し、
快適な暮らしができる喜び

外部環境認識

▶P.18

インプット

▶P.14

ビジネスモデル

▶P.14

アウトプット

▶P.15

アウトカム

将来価値創造に向けたアウトカム

▶P.15

気候変動

生態系
の変化

人口動態
の変化

テクノロジー
の進化

マテリアリティ

▶P.19



財務資本

- 自己資本 688億円
- 有利子負債 52億円



人的資本

(数値は2024年12月期)

- 従業員数(連結) 4,878名
- 研究開発部門に属する社員(連結) 347名
- 高い技術力と専門性を持つ環境ドクター* 470名
- 女性従業員比率 40.6%
- キャリア採用数 38名
- 新卒採用数 61名
- 総研修時間 39,466時間



知的資本

- 高付加価値商品の開発
- 研究開発に関わる専門性の高い人材
- 産学連携、協力機関との研究
- 保有特許件数 348件
- TACOシステム*



製造資本

- 設備投資額 167億円
(2022~2024年 3年間累計)
- 製造拠点 12カ所(グローバル)
- 生産性の向上に資する生産管理システム



社会・関係資本

- サプライヤー 209社
- 虫ケア市場シェアNo.1(57.3%)*1
- 日本MA-T工業会*の設立
- 全国販売網 約107,000件
- 衛生管理支援サービスを
提供するパートナー企業 700社



自然資本

- 水使用量(取水量) 123.2千㎡
- エネルギー使用量 125,161GJ
- CO2排出量(Scope1、2) 3,605t-CO2

*1 インターナショナルSRI+ 殺虫剤市場(園芸剤除く)
全国計・全業態計 2024年1月~12月
累計販売金額

*2 2020年比

*P.68「用語集」参照

日本からアジアへ
安全で快適な暮らしを実現

アジア地域の衛生環境向上・
快適な暮らしの実現

商品・サービスを通じて
日々の暮らしの質の向上を実現

虫ケア用品を中心として
生活のお悩みを解消

現在の
アース製薬

将来の
アース製薬

中期経営計画

[Act For SMILE COMPASS 2026]

海外の
売上拡大

収益
構造改革

グループ経営力
強化

アース製薬の強み ▶P.14

「虫」に関する
圧倒的な専門知識

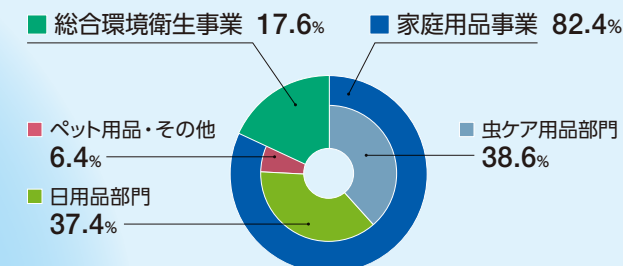
全国に広がる
販売網・営業力

お客様目線
での商品開発

価値創出を支える基盤

コーポレート・ガバナンス

事業部門別売上高



家庭用品事業 1,489億円

虫ケア用品
部門
697億円

日用品
部門
676億円

ペット用品・
その他部門
115億円



総合環境衛生事業 318億円



事業からの排出物

- CO2排出量(Scope1、2) 3,605t-CO2
- 産業廃棄物排出量 3,543t

経済的価値

- 1株当たり配当 120円
- 総還元性向 133.3%
- TSR(10年(累積)) 168.0%

社会的価値

人的

- 従業員エンゲージメントサーベイ B(全11段階)
- 有給休暇取得率 76.6%
- 女性管理職比率 11.8%

知的

- お客様のお気づきを活かす窓口部
対応件数 年間約9万件
- 独自知財を活かした商品の継続的な
商品開発(テネバナル、MA-Tシス
テム®)
- 特許登録件数 42件

社会・関係

- 商品の提供・啓蒙活動を通じて虫を
媒介とした感染症の拡大を防止
- 高品質な虫育成技術により研究試料
として公的機関などへの提供 27機関、19,357匹
- 防災に寄与する商品開発による地域
貢献
- 5年連続「健康経営優良法人2025~
ホワイト500~」に認定
- 「健康経営銘柄 2025」に初選定
- 総合環境衛生事業契約件数 15,560件

環境価値

- CO2削減率 33.9%減*2
- GHG排出量に関する第三者検証取得
- 水使用効率 0.6%向上*2
- 産業廃棄物最終処分率 1.1%

経済的価値

- 安定的かつ継続的な
株主還元
- グループシナジーによる
企業価値の向上

社会的価値

- アジア地域の人々の
衛生環境向上、快適な
暮らしの実現
- Well-beingを実感できる
職場環境の整備・
社内文化醸成
- 経営・事業戦略に必要な
人材の確保・育成
- 多様な人材の自律した
キャリア形成支援と
仕組みの整備

環境価値(2030年数値)

- CO2排出量46%削減*2
- 再生可能エネルギー率95%
- 水使用効率10%向上*2
- 産業廃棄物の
ゼロエミッション

アース製薬の価値創造プロセス解説

アース製薬は、経営理念である「地球との共生」の実現を目指し、人々の健康と快適な生活を支える商品の開発・製造・販売に取り組んでいます。衛生環境や安心・安全への意識が高まる中、家庭用品事業と総合環境衛生事業の両面から、社会の変化に対応しながら価値を提供し続けています。こうした取り組みを世界へと広げるべく、グローバル展開を強化しながら事業領域の拡大にも挑戦しています。

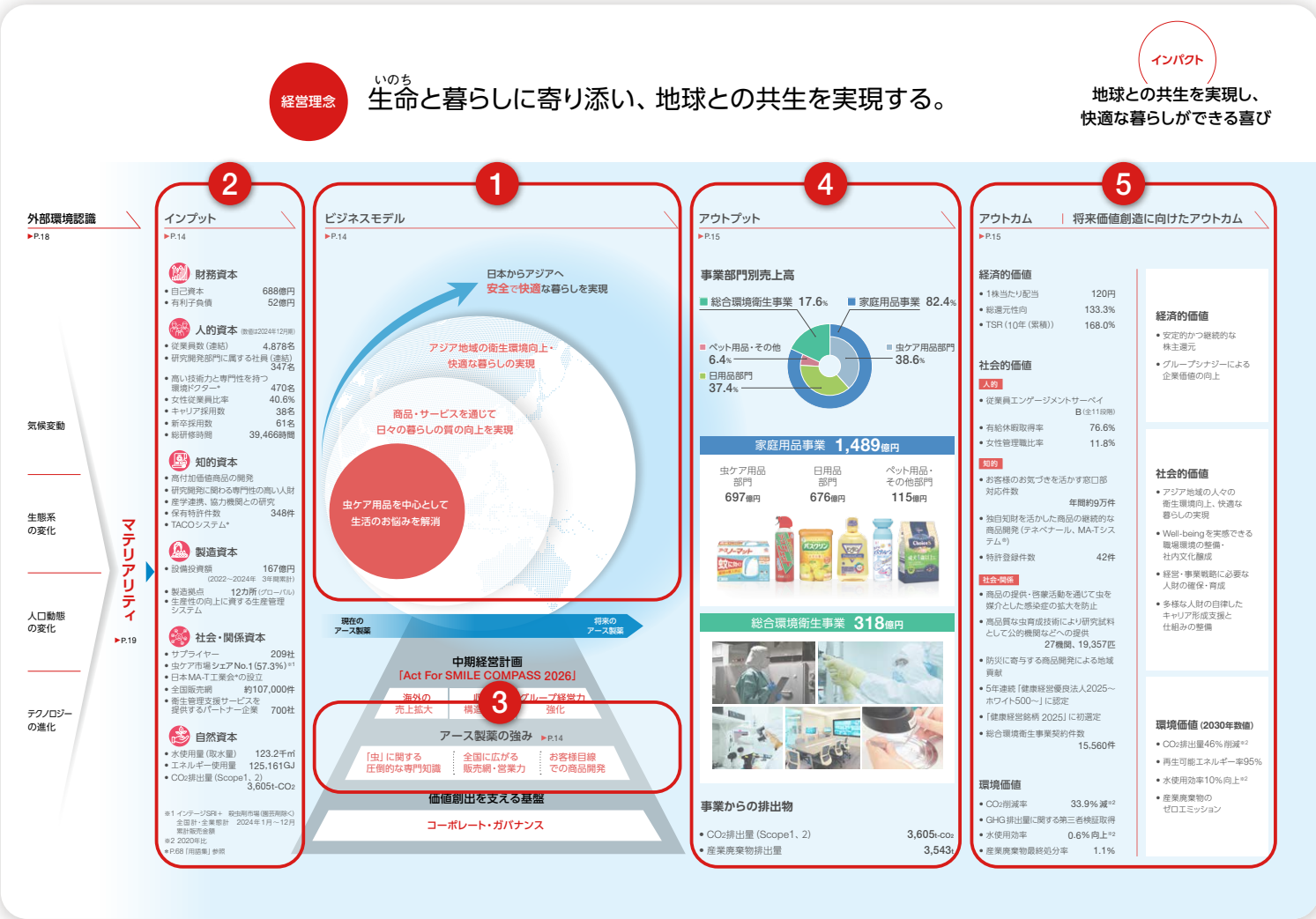
① ビジネスモデル

アース製薬のビジネスモデルは、お客様の衛生環境や住環境に関する悩みを解消する商品やサービスを、「家庭用品事業」と「総合環境衛生事業」の両面から提供し、安全で快適な暮らしを支えるものです。当社のビジネスは「研究開発・商品開発」「生産管理」「営業戦略」「グローバル戦略」の4つの機能からなります。「研究開発・商品開発」は、独自性の高い商品を生み出す要です(研究開発戦略[本部長メッセージ]▶P.32)。「生産管理」では、中期経営計画で掲げる収益構造改革の実現に向けて、業務プロセスの効率化・高度化のための基幹システムを導入し、2024年より運用を開始しています。今後もスループットを可視化しながらそれらを高める仕組みを構築し、収益、キャッシュ・フロー向上に寄与するよう、モノづくりのさらなる進化を目指します。そして、「営業戦略」と「グローバル戦略」に基づく緻密な市場調査や業界屈指の営業部員数を活かした「お客様目線」での独創的な売り場づくりを行い、日本からアジアへ向けて「快適な暮らし」を広げていくことを目指しています。

② インプット

2024年度末時点の自己資本は688億円、自己資本比率は50.8%、有利子負債は約52億円であり、将来の環境変化に伴うリスクと機会に対応できるよう、健全な財務資本を維持しています。アースバリューに「人がすべて」を掲げるアース製薬にとって、連結で4,878名の人的資本は欠かすことのできない経営資源です。研究開発を推進する347名の人財が、高付加価値商品などの開発に取り組み、当社の競争優位性を支えています(研究開発戦略▶P.34)。知的資本としては、2024年時点で348件の特許を保有しています。また、国内外に12カ所の製造拠点を有し、お客様にタイムリーに高品質な商品を提供する体制を構築しています。209社のサプライヤーや約107,000件*の全国販売網との良好な関係は、さまざまな価値を共創するために重要な社会・関係資本です。さらに、アース製薬では、「地球環境問題への配慮」をマテリアリティに掲げ、資源の有効活用と廃棄物削減による企業価値の向上にも取り組んでいます。

※自社調べ



③ 強み

「虫」に関する圧倒的な専門知識

赤穂研究所にある生物研究棟は、他に類を見ない害虫研究施設です。国内外に生息するゴキブリ(約100万匹)やハエ、蚊、ダニなどの生物約90種類以上を飼育しており、年間約43万匹を実験や研究に使用し、商品開発につなげています。近年の成果としては、既存薬剤に抵抗性を示す「抵抗性トコジラミ」に対して新たに駆除可能な商品を開発しました。商品の有用性に関する学会発表を行うなど、その専門性の高さはほかの研究者からも評価されています。

全国に広がる販売網・営業力

アース製薬は、全国約107,000件の小売店や販売代理店を通じて商品を販売しています。バイヤーや店舗の担当者とのコミュニケーションを大切にし、自社商品に限らず、小売店における商品カテゴリー全体の売上アップを考え、季節に合わせた提案を行っています。お客様との接点である店舗では、約200名の「EMAL(エマル)」によって季節や気候などの動向を踏まえた売り場づくりと、販売促進をサポートする体制を築いています。

お客様目線での商品開発

「お客様のお気づきを活かす窓口部」にいただく年間約9万件の「お気づき」は、品質向上のための重要な情報であり、暮らしの課題に対するご意見を新商品の開発や既存品の改善に活用しています。また、お客様が実際に使用される状況を想定した試験の実施など、安心して使用いただける取り組みも行っています。

ステークホルダーエンゲージメント

アース製菓の事業活動は、「お客様」「社員とその家族」「サプライヤー」「株主・投資家」「地域社会」など、さまざまなステークホルダーの皆様を支えられています。各ステークホルダーの皆様と共有価値を創出するために、コミュニケーションを重視し、対話ができる環境づくりを目指しています。

ステークホルダー		ステークホルダーの 期待・関心・ニーズ	アース製菓の責任	エンゲージメント手段	ステークホルダーと共有する価値	
					共有価値の事例	関連する資本
 お客様 (消費者・お取引先様)	当社は、BtoBおよびBtoCのビジネスを行っています。商品のユーザーには一般消費者や企業様があり、販売チャネルとなる卸業者、小売、ECサイトなどのお取引先様が、大切なお客様です。	●地域や文化、外部環境の変化に合わせた商品開発と提供 ●消費者のニーズの多様化に対する最適なサービスと商品の開発 ●日常生活の公衆衛生や商品に関する質問や疑問に対する迅速で的確な情報提供 ●人や環境に配慮した商品・サービス	●お客様の生命と暮らしに寄り添い、商品・サービスを通じて良質で快適な暮らしを提供することに努めます。 ●お客様とのコミュニケーションを大切にし、いただいた声をより良い経営に活かすことに努めます。 ●公正な取引に関連する法令や社内ルールを遵守します。 ●事業環境の変化に迅速に対応する体制を構築します。 ●速やかな情報提供、監査や情報開示依頼に協力します。	●お客様や事業環境の把握と人や環境に配慮した商品開発 ●営業活動を通じたコミュニケーション ●適正な在庫管理体制の運用 ●お客様のお気づきを活かす窓口やお問い合わせフォームの設置 ●広告宣伝 ●ウェブサイトなどによる情報提供 ●アンケートや評価機関対応による客観的指標への対応と取り組み開示 など	●お客様からお気づきを頂く窓口の対応件数 ●お客様のお声や社員の提案が活かされた商品 ●化学物質管理をはじめとする情報提供 ●お客様のニーズや事業環境の変化に合わせた商品開発 ●人や環境に配慮した商品開発と商品の提供 ●危機管理情報の開示 ●安定した商品の供給	 社会・関係
 社員とその家族	多様な人材の活躍は、当社の成長の原動力です。当社の従業員に加え、従業員を支えるご家族もまた、当社の価値を創造するステークホルダーです。	●安全な職場環境、心理的安全性確保 ●働き方改革、柔軟な働き方の実現 ●ダイバーシティ ●エンゲージメント向上 ●モチベーションアップ、充実したキャリア教育 ●ワークライフバランスの実施 ●納得感のある評価、賃金	●アースバリュー「人がすべて」の価値観に基づき、社員間のコミュニケーションを大切にし、社会とともに発展・成長します。 ●社員が働きがいや、やりがいをもって活躍できる職場を目指します。 ●従業員を支えるご家族が安心できる環境づくりに努めます。	●社内報・イントラネット ●各種研修の実施 ●ピアボナス制度 ●個別目標管理 ●個別面談 ●学習機会の提供や学習にかかる費用の補助 ●エンゲージメント調査 など	●有給休暇取得率の向上 ●女性管理職比率の向上 ●従業員満足度・組織力の向上 ●従業員1人あたり/単位時間あたりの売上高・営業利益率の向上 ●昇給 ●研修機会(リスキリング)の提供 ●健康管理、ヘルスリテラシーの向上	 人的／知的
 サプライヤー	調達・製造委託・物流全般・廃棄、インフラ提供、各種制作やコンサルティング支援をお願いするお取引先様は当社の重要なサプライヤーです。当社の事業は多くのお取引先様のご協力やご賛同により支えられています。	●適正で公正かつ倫理的な取引(コスト・納期・品質・指図・条件・コンプライアンスなど) ●人権、社会、環境への配慮 ●情報開示(SDS、化学物質関連) ●生産性向上 ●リスクマネジメント(BCP・機会・影響度など) ●取引することで共に成長できる関係	●調達方針に基づき、社会や環境に配慮し、持続可能な社会の実現に向け、公正なお取引引きおよび調達を実施します。 ●お取引先様と共に成長できる関係を構築すると同時に、それに賛同し、励行いただけるよう働きかけます。 ●業界を超えてイノベティブな取り組みを積極的に行います。	●購買活動を通じたコミュニケーション ●お取引先様との情報交換 ●CSRセルフアセスメントの実施 ●物流効率の向上と社会課題解決 ●コスト削減 ●原料や資源の使用削減と効率的利用 ●廃棄物削減 ●グループや社外との協力的交流とシナジーの創出 ●情報開示 ●サプライヤー行動指針 など	●セルフアセスメント取得率 ●CO2や資源の削減量 ●包材、認証紙使用量の開示:お取引先様、ステークホルダーの皆様との提携による社会的責任の遂行 ●マルチステークホルダー宣言&パートナーシップ構築宣言	 社会・関係／自然
 株主・投資家	株主の方々は、資本の提供や議決権の行使を通じて当社の経営基盤を支える重要なステークホルダーととらえています。また積極的な情報開示および対話を重ね、長期的な信頼関係を築いていきます。	●株主への適正な利益還元 ●遅延のない利払い・元本(借入金)の返済 ●企業価値(時価総額)の向上 ●新規事業の収益化 ●既存事業の収益性向上 ●情報開示や発信、および対話 ●計画や宣言へのコミットメント	●適時、適切な情報開示により、説明責任を果たし、経営理念やビジョン、計画などの理解促進を図り、企業価値が適正に評価されることに努めます。 ●ESG外部評価機関への誠実な対応を行います。 ●非財務情報の積極的な開示と指標化・定量化に努めます。	●株主総会 ●機関投資家・アナリスト向け決算説明会 ●個別面談 ●ウェブサイトなどによる情報提供 ●施設見学会 など	●配当 ●総還元性向 ●TSR(10年) ●利子 ●元本返済 ●報告書の発行	 財務
 地域社会	当社は、地域や自治体、非営利団体などが抱える社会課題を事業領域において解決し、地域社会に貢献することを目指しています。また、教育活動や啓発活動を行い、企業価値や商品価値の向上を実現する社会貢献活動を行います。	●地域との関わりと対話 ●地域への貢献や雇用促進 ●各種団体への積極的参画 ●パブリックコメントの発信 ●業種に縛られない積極的な交流とイノベティブな取り組み ●循環型社会の形成	●わかりやすい情報開示に努めます。 ●地域の皆さんに開かれた会社を目指します。 ●志を同じくする団体への賛同や加盟を積極的に行います。 ●消費者のニーズの多様化に対する最適なサービスと商品を開発します。 ●国際社会との共生を目指し、保健衛生の向上、文化・スポーツの支援などに取り組み、社会に貢献します。	●出張授業や学生受け入れの実施 ●各種イベントの参加と開催 ●各地方自治体との包括連携協定 ●寄付・支援 ●地域支援・清掃活動 など	●地球規模での感染症などの減少に寄与する取り組み ●被災地、途上国や貧困者への寄付と支援への参画 ●虫媒介感染症対策の啓発イベント、教育活動、商品提供 ●防災に寄与する商品開発による地域貢献 ●インターンや訪問の受け入れ、学生の社会学習機会の創出 ●サステナビリティ報告書やESGデータの開示 ●地域清掃活動 ●各地方自治体との包括連携協定	 社会・関係
 地球	気候変動、人口変動やグローバル化などにより、生物の生息域が変化し、生物多様性が脅かされ、それに伴い人間の生活も影響を受けます。さまざまな生物が共存する生態系である地球は、当社にとって大切なステークホルダーの1つです。	●環境負荷低減 ●法令を超えた認識と対応 ●コンソーシアムへの参画 ●積極的ガイドラインの策定や認識と行動 ●生物多様性の保全 ●循環型社会の形成 ●アニマルウェルフェア	●使用する化学物質による大気や水質、土壌の汚染を防止します。 ●原料として調達する資材が環境、人権を侵さないか、行動指針の遵守を徹底します。 ●消費者のニーズの多様化に対する最適なサービスと商品を開発します。 ●地球環境にやさしい商品・サービスの提供を通じた地球環境の保全を実施します。 ●自然を正しく理解した上で、地球との共生を実現します。	●脱炭素に向けた取り組み ●包装材や資源の使用効率の向上と削減 ●環境方針 ●化学物質管理方針 ●生物多様性の保全活動 など	●アースECO基準*に基づいた商品開発 ●カーボンニュートラルの実現へ ●再生可能エネルギー化 ●水使用効率向上 ●森林認証紙の使用率向上 ●産業廃棄物のゼロエミッション ●各種コンソーシアムや評価機関への対応と取り組み ●環境保全(アース坂越の森の保全など)、外来生物対策、飼育ノウハワを活かした昆虫種の保存 ●第三者保証 ●行政への報告	 自然

*P.68「用語集」参照

リスクと機会、マテリアリティ

アース製菓は、サステナビリティ経営を推進するにあたり、事業を取り巻くさまざまなリスクを認識し、リスクから見出される事業機会を特定しています。これらリスクと機会への取り組みを通して、マテリアリティ（重要課題）の解決を目指します。

●リスク ●機会

経営に重要な影響を与える外部要因

気候変動

生態系の変化

人口動態の変化

テクノロジーの進化

リスクと機会		取り組み
気候変動・生態系	● 気候変動による生態系の変化	・CO ₂ 排出量、廃棄物、化学物質使用における管理と報告 ・外来種や気候変動により影響を受ける生態系に対応する研究の強化 ・気候変動に対応する商品の開発とマーケティングの強化 ・環境衛生管理ニーズの高まりによる総合環境衛生事業の強化
	● 事業の高い季節性	・事業の柱を強化し、通年の収益安定の確保
	● パンデミックにおける事業への影響	・BCP、BCM強化
	● 循環型社会への順応	・リサイクルや環境配慮素材を使った開発
	● 外部環境の変化に合わせた研究・商品開発	・生物多様性の方針策定と取り組み ・害虫の正しい知識や予防対策の啓発 ・アクティビティに対応した商品群の拡充
人口動態	● 労働人口の減少による人財の確保	・働きやすい職場づくり ・自律したキャリア形成支援
	● ダイバーシティ&インクルージョン	・多様化する人財の活躍推進
	● 労働環境の整備	・人権方針、労働慣行方針の策定 ・健康経営に向けた活動推進
	● グローバルに市場が拡大	・アジア収益基盤の拡大のため商圏を拡大 ・積極的なグローバル人財の育成と採用
法的規制	● 国内外の事業に関する各種法規制への対応	・薬機法や化学物質規制などの対応 ・各種コンソーシアムへの参画による情報収集
	● 情報開示基準の変更にに対する対応	・投資家やお取引先様などのステークホルダーとの対話
サプライチェーン	● 原材料の代替性	・複数購買や代替原料の検討と開発
	● 品質に関するリスク	・自社および委託先工場の定期的な監査の実施 ・品質に関する教育活動の実施
	● サステナブル調達	・サプライヤー行動規範の改定
	● 原料価格高騰への対応	・グループ経営強化によるコストシナジーの創出
	● 物流環境変化への対応	・効率的な物流網の構築
IT・デジタル化	● 情報漏洩やセキュリティの脅威	・情報セキュリティの強化
	● モノづくりイノベーションの創出	・産学官や企業間の協業 ・MA-Tシステム®の使用拡大 ・知財戦略の強化
	● デジタル技術の活用	・業務の標準化や見える化による管理 ・生産体制強化のための、連携システム開発と導入 ・生成AIの導入や活用 ・IoTを活用したサービス提供

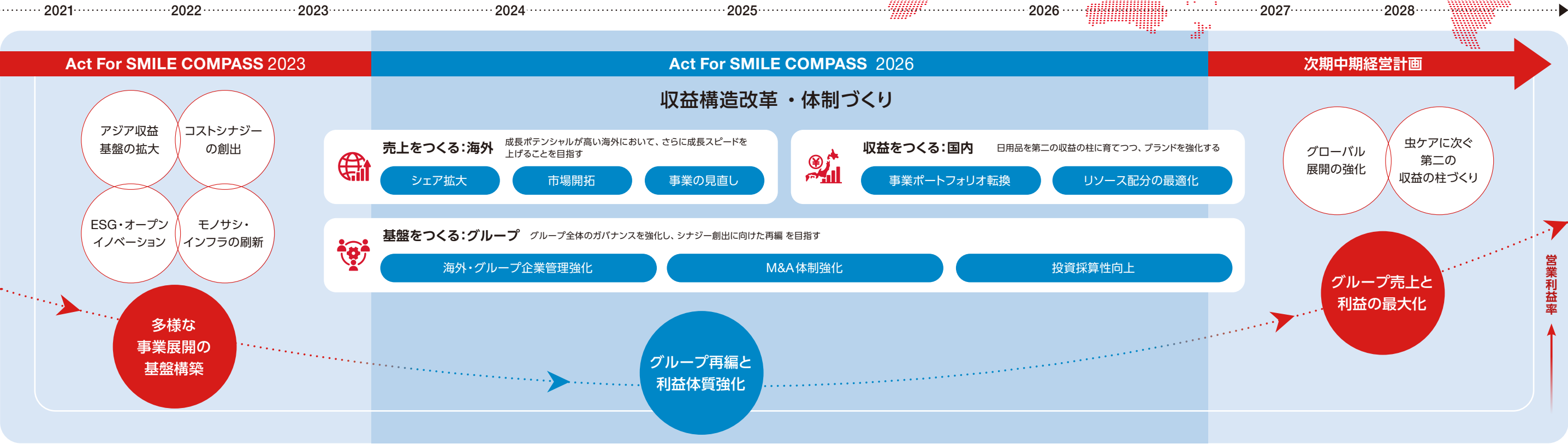
マテリアリティ特定のプロセス

1	課題の抽出	サステナビリティ分野における国際的なフレームワークやガイドライン等を参考に課題を抽出
2	マテリアリティ特定	CSRサステナビリティ推進委員会および部門長により、当社の方向性をふまえ、事業における課題の重要度を評価し、マテリアリティ(案)を作成
3	重要度の評価	経営層・社外取締役へのインタビューを経て、取締役会により審議の上、マテリアリティを承認

マテリアリティ (重要課題)	重点テーマと 主な施策	目標・KPI	目標・KPIの進捗 (2024年度実績)	
			実績	特記事項
気候変動への 対応	CO ₂ 排出量を削減 します。	● CO ₂ 排出量削減:2020年比で (Scope 1、2) ・14%削減 (2023年) ・28%削減 (2026年) ・46%削減 (2030年)	33.9%削減	－
	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: ・工場の再エネ化 [再エネ率60%] (2023年) ・研究所の再エネ化 [再エネ率90%] (2026年) ・オフィス*の再エネ化 [再エネ率95%] (2030年) ※テナントオフィスを除く	再エネ率66.7%	－
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。	● 水の使用効率の向上:2020年比で ・3%向上 (2023年) ・6%向上 (2026年) ・10%向上 (2030年)	0.6%向上	生産量やアイテム数増加 に伴い、品目切替時の 洗浄水の使用量が 増えたため
	循環型社会を目指し、資源を 有効に活用します。	● 工場・研究所からの産業廃棄物等の ゼロエミッション (最終処分率1%以下) ・処理委託先の状況調査・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)	最終処分率:1.1%	－
	アースECO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ECO基準設定 (2023年) ● アースECO基準対応商品の拡大と情報開示 の推進 (2026年、2030年)	情報開示に向け 取り組み実施中	アースECO基準は 2022年設定済
持続可能な 調達の推進	環境などに配慮した 製品包装材料の調達を推進 します。	● 森林認証紙の使用率 (重量): ・使用率を10%以上 (2023年) ・使用率を30%以上 (2026年) ・使用率を70%以上 (2030年)	17.9%	森林認証紙 525t／ 紙器全体 2,929t
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損ねる 品質重大事故をゼロにするた め、自社工場、製造委託先工 場の定期品質監査実施率を 向上させます。	● 定期品質監査実施率:100%を維持 (2023年、2026年、2030年)	100%	47カ所／47カ所
	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)	100%	28回／28回
多様な人財の 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)	76.6%	夏季計画年休 (拡大選択制) 有休奨励日設定 (年6日) 実施
	女性活躍推進のため、管理職 相当に占める女性の割合を上 昇させます。	● 女性管理職比率: ・10%以上 (2023年) ・18%以上 (2026年) ・30%以上 (2030年)	11.8%	35名／297名
経営基盤 の強化	－	－	－	－

中期経営計画

アース製薬は、「グループの総力、アースの明日へ」をスローガンに掲げ、中期経営計画を推進しています。アースグループの長期的な成長に向けて、国内事業で収益を確保しながら海外事業で新しい販路を開拓するとともに、シナジー創出に向けた組織機能の再編などグループ経営基盤を整備し、2027年以降の利益率向上を目指します。



中期経営計画 Act For SMILE COMPASS 2023 (2021～2023) の振り返り

成果と評価

	連結売上高	営業利益	当期純利益	ROE
目標*	1,570億円	140～160億円	100億円	13.0%以上
2023年度実績	1,583億44百万円	63億70百万円	41億2百万円	6.3%

※中期経営計画策定時

中期経営計画の重点方針と評価

中期経営計画 (2021～2023) の重点方針		評 価	
モノサシ・インフラの刷新	アジア収益基盤の拡大	展開各国にて市場シェア (支持率) を獲得 新規展開エリアの開拓を推進	タイ・ベトナムでの売上・シェア拡大 ○ 新規展開エリアの開拓 (マレーシア・フィリピン) △
	ESG・オープンイノベーション	SDGsの達成に貢献する課題解決へのチャレンジ 外部との連携によるオープンイノベーションの実現	SDGsに貢献する課題解決／MA-T®*社会実装 △ 廃棄・返品削減 ×
	コストシナジーの創出	一緒に取り組むほうが合理的なものは一緒に実施 バリューチェーン全体でシナジー・付加価値を創出	グループをまたぐコストシナジーの創出 ×
			管理会計進化による戦略立案精度の向上 ○ 基幹システムの刷新 ○

○:成果が出ている取り組み △:途中の取り組み ×:やりきれなかった取り組み

*P.68「用語集」参照

施策における成果と課題

2021年にスタートした中期経営計画「Act For SMILE COMPASS 2023」は、企業理念の実現に向けた基盤づくりと収益性の強化を図ることを目的に、4つの重点方針を掲げて推進しました。中計期間中は、新型コロナウイルス感染症の影響に加え、急激な円安や原材料価格の高騰など、当初想定を超える外部環境の変化に直面しましたが、持続的な企業価値向上に向けた土台を構築する取り組みを進めてきました。

「モノサシ・インフラの刷新」では、管理会計の導入や基幹システムの刷新など、事業インフラの抜本的刷新を実施しました。「アジア収益基盤の拡大」では、中国は外部環境の影響から厳しい状況でしたが、ASEANと輸出ビジネスにおいて着実な成長を遂げました。特にタイでは虫ケア用品の市場シェア No.2を獲得し、ベトナムでは主力の住居用洗剤を軸に虫ケア用品などを展開しています。一方でマレーシアやフィリピンは売上の拡大を進め認知度の向上に努めています。

家庭用品分野では虫ケア用品を中心に、高付加価値商品や価格改定による収益性の確保に努めました。しかし入浴剤や

洗口液においては、市場環境の変化や競争激化の影響もある中、ブランド投資が不十分となり、市場シェア低下の一因となりました。また、廃棄・返品削減やグループ横断でのコストシナジーの創出といった構造改革においても課題が残る結果となりました。

施策の一部は引き続き次期中期経営計画「Act For SMILE COMPASS 2026」に継承し、継続的な見直しと実行を通じて、さらなる企業価値の向上を目指していきます。

次期中期経営計画で目指すもの

- 成長ポテンシャルが高い海外事業において、さらに成長スピードを上げることを目指す
- 日用品 (入浴剤・洗口液) を第二の収益の柱に育てつつ、ブランドを強化する
- グループ全体のガバナンスを強化し、シナジー創出に向けた再編を目指す

中期経営計画

中期経営計画 Act For SMILE COMPASS 2026 (2024～2026)

アース製薬は、2025年に設立100周年を迎えました。次の100年に向けて、2024年からスタートした中期経営計画「Act For SMILE COMPASS 2026」は2027年以降の飛躍的な成長のための体制づくりの期間として位置づけ、個別最適からグループ全体最適へ至る新たなアースグループとしての体制づくりに取り組んでいます。

中期経営計画の位置づけ



2024年振り返り

中期経営計画では、国内の構造改革および日用品のブランド力向上により収益力の強化を図るとともに、海外事業を成長ドライバーと捉え、海外売上高の拡大を目指しています。

経営目標に関しては、売上の計画上振れに加え、原価および販管費の計画内進捗に伴い、大幅増益を達成しました。

計画発表時から掲げていたSKU*の削減や「選択と集中」といった経営資源の最適化は着実に進行しており、グループ全体での実行力の底上げを図っています。

これまで当社グループは、各社の独自性を尊重しながら運営を行ってきましたが、原材料価格の高騰など外部環境の変化に対応するため、グループ運営のあり方をこの3年間で見直すことを決断しました。現在、この方針のもとでバスクリン社の統合など組織再編を進めており、シナジー創出に向けた基盤整備を進行中です。

*P.68「用語集」参照

海外の売上拡大

海外事業を成長のドライバーと位置づけ、ASEANを中心に展開強化を図っています。現在、グローバル市場での虫ケア用品カテゴリにおいては第3位のポジションを確保するに至っていますが、第2位のポジション獲得を目指し、さらなる成長加速に取り組んでいきます。

中核市場のASEANでは、主力のタイ・ベトナムに注力。タイではシェア2位を確保し、首位獲得も視野に入っています。人口規模から大きな成長が期待されるベトナムでは、現地特性に応じた戦略を進めています。マレーシア・フィリピンでも新商品の投入を軸に売上は堅調に推移しており、黒字化を目指しています。

中国ではオフライン市場への重点品目導入が奏功し、戦略転換の成果が現れています。輸出面では、サウジアラビア、香港、台湾、北米で虫ケア用品が好調に推移。次なる現地法人設立に向けた検討も進めています。

目指す事業ポートフォリオ

国内	海外	総合環境衛生	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を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
シェアNo.1の維持 (虫ケア用品、入浴剤) 日用品の収益確保 ・洗口液・消臭芳香剤 ・家庭用マスク 成長チャレンジ ・園芸用品 ・ペット用品	グローバルシェア 虫ケア用品No.2 24カ国にFocusした展開拡大 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	技術力・教育・専門性の3つの柱の確立 「環境ドクター」による品質保証支援サービスの錬磨 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	液剤ビジネスでの安定収益確保 ライセンスPFによるビジネスモデル構築 社会課題の解決に資するMA-T®の社会実装
2025年の主な取り組み ● コア収益品の価格改定実施「アースノーマット」 ● WTP向上に向けた広告宣伝費の積み増し、マーケティング施策の積極化	2025年の主な取り組み ● 各国Top15アカウントの攻略 ● 虫ケアブランドの配荷拡大(エアゾール・虫よけ) ● 公的機関との接点拡大	2025年の主な取り組み ● 年間契約からの売上比率70%の実現 ● 彩都総合研究所を拠点に、技術開発、人材育成を強化	2025年の主な取り組み ● 社会実装の促進に向けた認知度拡大施策「大阪・関西万博2025」

収益構造改革

当社はコロナ禍後の急激な消費行動の変化に対応するため、日用品を中心にカテゴリの拡大を進めてきました。しかし、原材料価格の高騰や為替の不安定化、消費マインドの低下とブランド投資の分散により、入浴剤や洗口液など一部カテゴリでは市場シェアが低下しました。こうした課題に対し、当初目標のSKU 30%削減を前倒しで達成するなど「選択と集中」を強力に推進し、入浴剤・洗口液への投資配分も見直しています。加えて、虫ケア用品では価格改定や返品削減施策を進め、生産・販売管理の一元化によってキャッシュ・フローの改善にもつなげています。

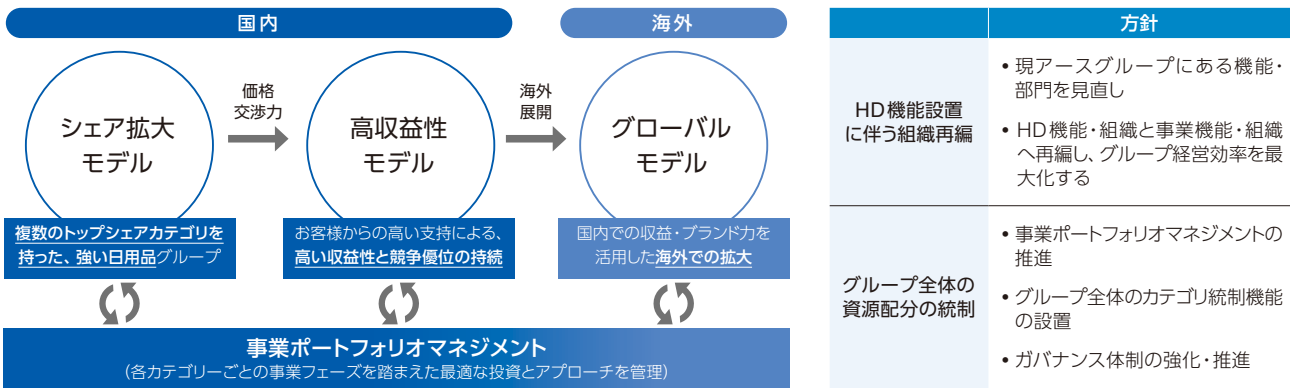
また今後は、収益構造の強化に向けてグループ全体での事業ポートフォリオマネジメントを推進していきます。収益の基盤である「国内」、成長ドライバーである「海外」、事業領域の異なる「総合環境衛生」、将来の収益の柱として期待している「MA-T®」の4つを事業の柱に据えていきます。ポートフォリオ

の変革に向けては、国内事業の効率化は不可欠です。そのため、盤石な虫ケア用品部門に次ぐ、第二の収益の柱とすべく、日用品部門においてグループ間での最適資源配分、グループ全体での経営管理体制の強化に取り組んでいます。

グループ経営力強化

当社は積極的なM&Aを通じて事業・商品領域の拡大を図ってきましたが、グループ全体でのコスト改革やシナジー創出は十分な成果に至っていません。この課題を踏まえ、「組織再編」「戦略的M&A」「投資採算性の向上」に取り組んでいます。当社とバスクリン社は2026年の経営統合に向けて、両社のシステム統合や経営資源の再配分を検討し、コストシナジーの創出を目指して、準備を進めています。グループ全体では収益性の改善に向けた取り組みのほか、資本効率にも重点を置き、資本コストを意識した経営を進めていきます。

構造改革により目指す姿



2026年定量目標と2024年実績

		2024年実績	2026年計画
収益力	連結売上高	1,692億円	1,700億円
	(海外売上高*1) 売上比率	217億円 12.9%	250億円 14.7%
	営業利益	64.2億円	70億円
	営業利益率	3.8%	4.1%
	当期純利益	34.7億円	43.0億円
資本効率	ROE	5.1%	7.2%
	ROIC	5.5%	5.4%
	WACC*2	4.7%	4.1%
財務健全性	D/Eレシオ	0.07x	0.3～0.4x
株主還元	DOE	3.9%	4%台維持

※1 当社管理会計ベース、内部相殺取引などの連結調整は含まない

※2 自社想定

財務戦略

事業環境が絶えず変化を続ける中、企業経営を支える財務は大きな役割を担います。中期経営計画「Act For SMILE COMPASS 2026」の主要テーマに掲げる収益構造改革の完遂、その先の柔軟かつ強固な財務基盤の構築に向けて、非財務資本が財務価値にどのように結びつくかを意識した戦略を構築しています。

2024年度財務状況の振り返り

「Act For SMILE COMPASS 2026」の初年度である2024年は、主要テーマに掲げている収益構造改革の一環として、取り扱いSKUの削減や虫ケア用品を中心とした価格改定を推進しました。また、2024年の初めに稼働開始した新たな基幹システムにより需給調整機能の強化を図りました。これらの取り組みは売上高・利益の改善に貢献し、EBITDAを安定的に創出する基盤となったことに加え、在庫の適正化に伴う棚卸資産回転期間の短縮(前期末比10.8日改善)、営業キャッシュ・フローの大幅増(同64.4億円増)など財務面での改善に大きく寄与しました。

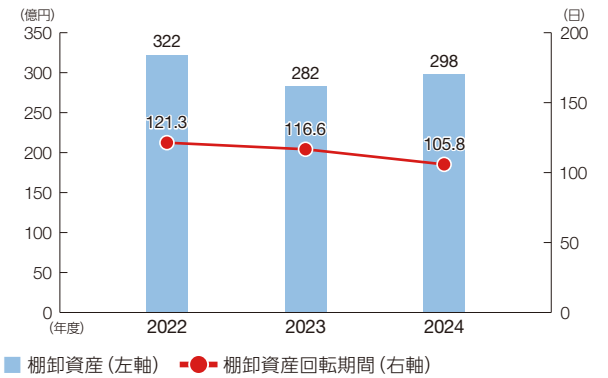
一方、投資については、当初計画に沿って着実に実施したこともあり、86億円のフリーキャッシュ・フローを獲得することができました。

こうした必要な運転資金の効率化を通じて前期末比で借入金を50億円圧縮しました。当社は虫ケア用品の製造販売など、季節性の高いビジネスを営んでいることから、運転資金については時期によって借入金を充当していますが、2024年末

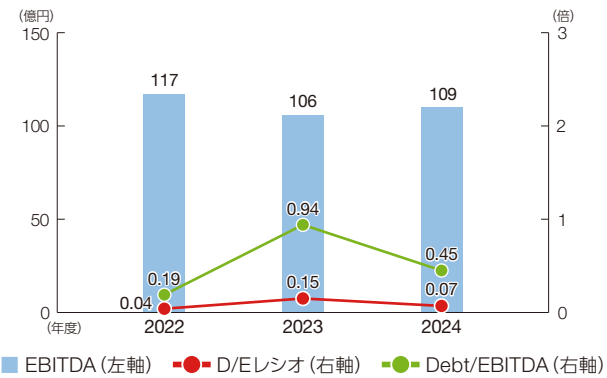
時点の借入金の水準はD/Eレシオで0.07倍、Debt/EBITDAで0.45倍と、運転資金分を考慮に入れても将来の戦略投資に備えて十分なキャパシティを確保しています。

資本効率については、コロナ禍といった特殊な環境下であった2020-2021年を特異値として除いても、近年は低下傾向にあり、優先的に対処すべき課題と認識しています。本中計では、収益性の改善に加えて借入金の有効活用を図ることで、財務の健全性を担保しつつEVAスプレッド(=ROIC-WACC)を2023年比0.3ポイント改善する考えです。2024年は、フィリピンの現地法人に関して、のれんおよび固定資産の減損損失を計上したほか、最適地生産に向けた体制構築の一環として実施した掛川工場の閉鎖に伴う減損損失を計上するなど、経営資源の「選択と集中」を図った一時的な影響で当期純利益が目減りし、結果としてROEおよびROICは前期に比べて低下しましたが、本業による利益貢献は想定以上の成果を出すことができました。

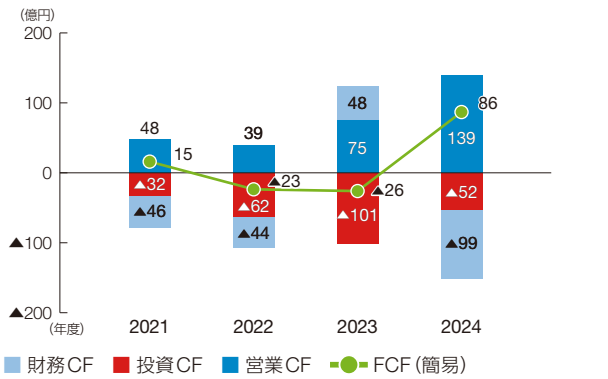
棚卸資産・棚卸資産回転期間



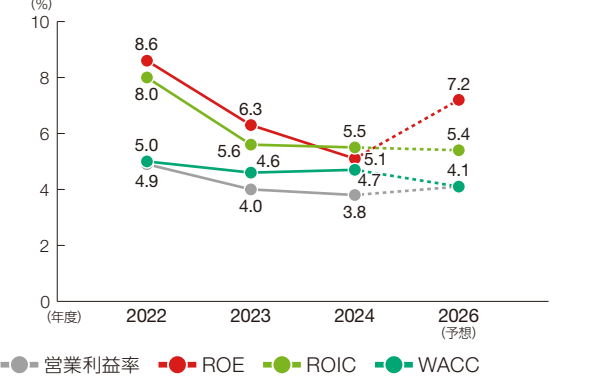
EBITDA・D/Eレシオ・Debt/EBITDA



連結FCF推移



収益性・資本効率

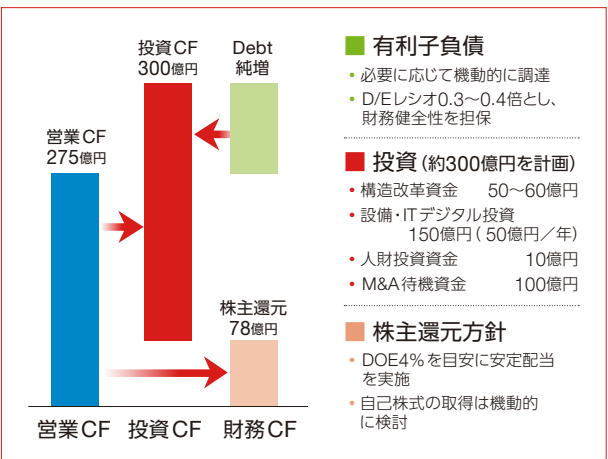


キャッシュアロケーション

本中計においては、成長に向けた投資の積極化を想定しています。2024年からの3年間で獲得を見込む約275億円の営業キャッシュ・フローに加えて、最適資本構成やWACCの低減を目指して借入金を有効活用し、総額300億円規模の投資を計画しています。具体的な使途として、生産設備増強、IT・デジタル投資はもとより、中期経営計画で掲げている構造改革やさらなる成長に向けたM&Aに機動的に対応できるよう準備しています。

2024年については、当初想定以上となる139億円の営業キャッシュ・フローを獲得し、投資も計画に沿って順調に進捗しました。戦略投資に対しては、資本コストを意識して設定したハードルレートをもとに投資判断を行うとともに、リターンについても適切なモニタリングを継続します。

キャッシュアロケーション (24-26累計イメージ)



株主還元方針

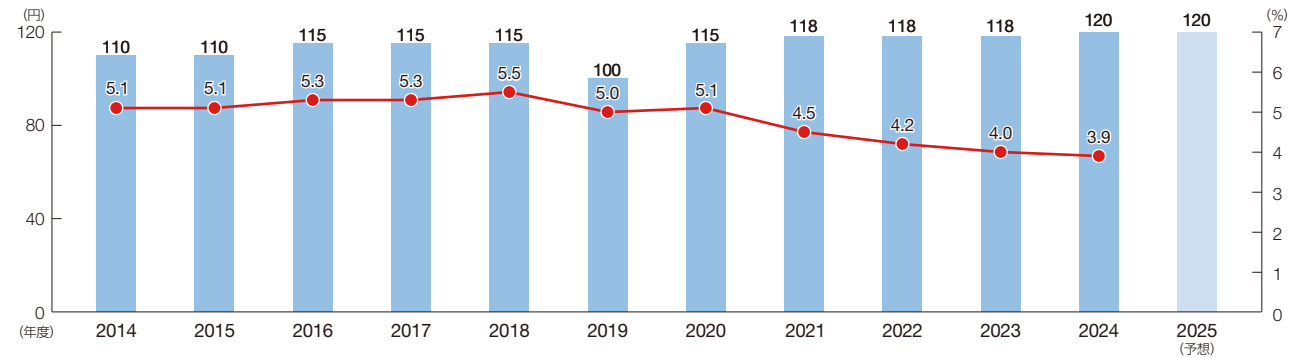
株主の皆様への利益還元は経営上の重要課題です。当社は持続的な成長および健全な経営体質の維持のための内部留保を確保しつつ、純資産配当率(DOE)4%台での還元を目安に安定した配当の継続に努めるほか、自己株式の取得についてはキャッシュの状況や株価動向に応じて機動的に検討する方針としています。

2024年12月期の配当については、1株当たり普通配当118

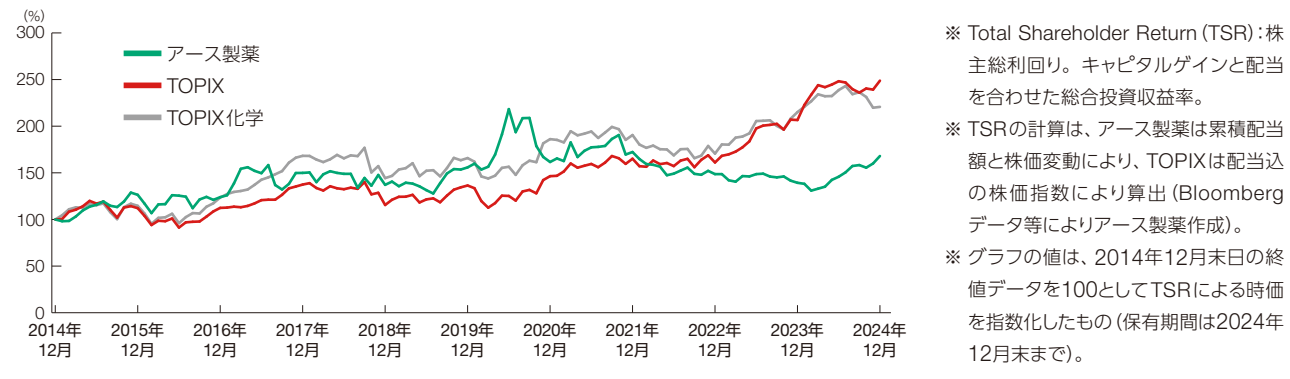
円に加えて、2025年に設立100周年を迎えるにあたり皆様の長年にわたるご支援、ご協力に感謝すべく1株当たり2円の記念配当を実施し、合計の配当額を1株当たり120円としました。これによるDOEは3.9%となりました。

合わせて、2024年3月から7月にかけて総額20億円の自己株式取得を実施するなど、機動的な株主還元に努めました。

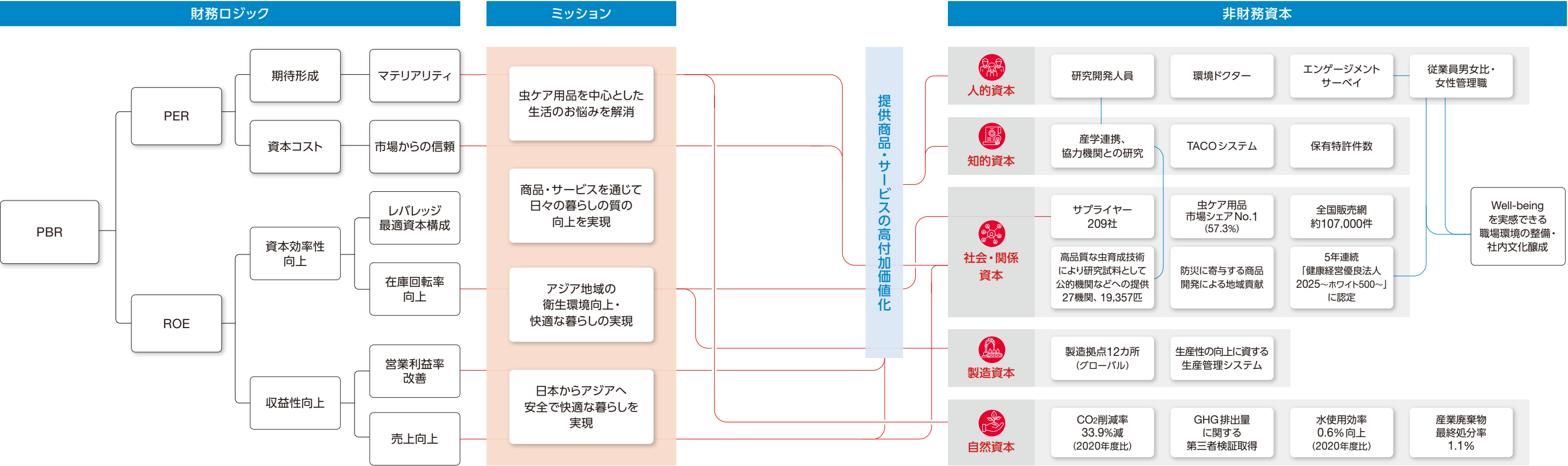
1株当たり年間配当金／DOE



TSR



非財務資本と財務価値の結びつき



当社は経営にサステナビリティの要素を組み込み、統合思考の経営を実践していくにあたり、非財務資本がもたらす価値が重要であることを強く認識しています。当社では、IIRCの定める5つの非財務資本(人的資本、知的資本、社会・関係資本、製造資本、自然資本)がどのように財務価値に結びつか可視化に取り組み、ロジックツリーを構築しました。

上で示す図のように、非財務資本の間でも密接に関連しながら、当社のミッションを通して財務価値に結びつき、容易には調達することのできない資本であればあるほど、そこから生み出される価値は高いものであると考えています。今後の課題は、これら非財務の取り組み成果が、将来の企業価値にどの程度結びつくのか定量化することです。当社の企業としての価値や将来性について適切にご理解いただく上で、サステナビリティ推進部門をはじめとする関連部門との連携を図り、財務・非財務の両面でステークホルダーの皆様に適切な情報を発信していくことに努めます。

人的資本

当社の経営理念体系におけるアースバリューにて「人がすべて」と掲げるとおり、人的資本への投資を特に重視しています。研究開発人員や環境ドクターといった専門性の高い人財の採用・育成を充実させることで、提供する商品やサービスの価値を高めることにつながっています。また、今後はDXを推進できる人財の育成も不可欠になるでしょう。

一方で、マテリアリティに掲げている女性管理職比率の向上をはじめ、各種の福利厚生施策の推進を含めた従業員とのエンゲージメントの向上など、Well-beingを実感できる職場環境の整備・社内文化の醸成に努めています。

知的資本

モノづくり・サービス提供の根幹をなす資本として重要視しています。専門性の高い研究開発人財が産学連携や協力機関との研究を進めることで、高度な知的ノウハウが蓄積される土壌が醸成されています。こうした活動の成果が300を超える保有特許件数につながり、商品の差別化に貢献しています。

もう一つ大切にしているのは「お客様目線」です。当社で

は、年間約9万件のお客様からのお問い合わせをTACOシステムを通じて「お客様のお気づき」として取りまとめ、ここから着想を得て、お客様の潜在ニーズもしくは顕在しているニーズにお応えした商品の提供につなげています。

社会・関係資本

当社を取り巻くさまざまなステークホルダーとの関係性も財務価値の創造に深く関与しています。

200社以上のサプライヤーとの協業により、適正な品質が担保された原材料・資材等のタイムリーかつ安定的な供給が実現される結果、商品在庫の適正化が図られています。また、全国に広がる販売網を通じてお客様に商品をお届けし、お客様からの支持率である市場シェアについて高水準を実現しています。

一方で、虫の育成技術を活かした公的機関への研究試料の提供、さらには防災に寄与する商品開発や、自治体との包括連携協定の締結により、学術の発展や地域に貢献し、企業としての信頼の獲得につながっています。

製造資本

当社は、国内外計12カ所の製造拠点を有しています。今後グローバル展開を推進していく上で、最適地生産を図る体制が構築されています。特に海外においては「地産地消」の実現により、輸送タイムラグの軽減や現地での雇用創出に貢献しています。また、2024年に基幹システムの刷新を図り、生産性の向上に資する生産管理システムを構築しています。

自然資本

経営理念「生命と暮らしに寄り添い、地球との共生を実現する。」にあるとおり、当社のビジネスは自然環境と密接に関わっています。特に、気候変動およびこれらの緩和とその適応は、中長期的に当社の事業継続に影響を及ぼす可能性があります。

こうした気候変動への対応を経営上の重要課題として捉え、脱炭素社会への移行に貢献するため「CO2排出量の削減」を図るとともに、地球環境問題への配慮に向けて「水使用効率の向上」や「産業廃棄物の最終処分率の低減」に取り組んでいます。これらの取り組みは、適切な企業姿勢として、将来の期待形成につながるものと考えています。

アース製薬の人的資本経営



堀山 範夫 上席執行役員
管理本部副本部長 兼 人財マネジメント部部长

齋 有希子 管理本部
人財マネジメント部ウェルビーイング推進課 課長

人財マテリアリティ策定の背景と目的

堀山 当社は、2024年の中期経営計画策定のタイミングで、新たに「人財マテリアリティ」を策定し、全社的に運用を始めました。この背景には、「人がすべて」という当社の価値観の根幹に根ざすモットーがあります。2021年に人事部を人財マネジメント部に改称したのもその一環で、「人財理念」や「人財マネジメント方針」を制定し、当社は社員と共に成長していくという軸をより明確に打ち出しました。ただ、正直なところ、当時は人的資本経営という考え方にまで視野を広げられていなかったのが実情です。その後、社会的な関心の高まりや当社の進むべき道を考慮した結果、人的資本経営の必要性を強く認識しました。

齋 具体的には、社内の中期経営計画と連携を図るために、人事部門と経営戦略部門が一体となって方針を整理し、人財マテリアリティを明文化しました。また、これと同時にサステナビリティ部門や法務部門と共同で人権方針やダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン方針などの関連方針の策定も



進め、人財関連の制度や考え方については全社的な協力を得ながら整備していきました。人財マテリアリティの4つの柱である「グループ経営強化」「Well-being」「人財育成」「キャリア形成支援」は、いずれも経営理念を起点に定めた重要なテーマです。

堀山 自分たちの取り組みが「当社のあるべき姿に対してどうか」と問い続けた結果、人的資本における中長期の目指す姿と短中期の課題が明確になったと思っています。

目指す人財像とポートフォリオの方向性

齋 当社の目指す人財像については、短中期と長期でそれぞれ定義を行いました。長期的には、アースポリシー・アースバリューに共感し、多様性を尊重しながら持続的に価値を生み出す人財。そして短中期では、中期経営計画に基づき、国内外の事業課題に柔軟に対応できる専門性と現場力を備えた人財を想定しています。

堀山 現在はグローバル展開の強化に伴い、海外市場への対応力がますます求められています。そのため、語学力はもちろん、営業や開発の実務経験を積んで、現場の変化に対応できるグローバル人財が必要です。過去より当社は、営業担当であれば社員自ら売場を巡回して棚を獲得していくようなフットワークの軽いスタイルが強みです。現在、東南アジアをはじめとする海外事業では、まさに1件1件店舗を回るような営業を行っており、営業経験者でそうした「アースらしさ」を持つ人財が多数いることは、競争優位の源泉になると考えています。

タレントマネジメントシステムを活用したスキルの可視化

堀山 2024年からは、人財データベースを構築するために、以前から利用しているタレントマネジメントシステムをさらに活用し、社員のスキル、職務経歴、志向なども一元管理できるようにデータ登録を進めています。これまで把握できていなかった情報を見える化することで、社員一人ひとりに合った育成や配置をより戦略的に検討することに役立てていきます。

齋 アース製薬単体での運用からスタートしていますが、将来的にはグループ各社への拡張が必要だと感じています。スキル体系の整備や評価制度の試行も検討が必要で、組織全体としてのスキルバランス策定や後継者計画にも活用できるような内容への充実が求められています。

堀山 データを整備することで、人財投資の判断が属人的でなくなる点も、企業としての透明性・納得性の向上につながると考えています。

キャリア支援とリスクリングの仕組み構築

齋 これからは、グローバル人財をはじめ、現在から将来に向けて必要な人財像を部門ごとに定義し、人財のスキルや志向を把握する仕組みづくりが必要です。ポートフォリオに基づいた計画的な人財の整備が、持続可能な組織基盤の構築につながると考えています。

堀山 タレントマネジメントシステムでは、これまでの異動履歴や中途採用者の職務経歴などもデータベース化を進めています。そのデータを活用して人財の自律的なキャリア形成を支援するため、相談体制の整備もこれから進めていきたいと考えています。自分のキャリアに迷ったとき、誰かに相談できる仕組みがあるだけで、社員は一步踏み出しやすくなるでしょう。いわば「キャリア支援相談窓口」のような形で、社員の希望や強みを把握し、部門長とも連携しながら、異動や新しい挑戦につなげていくようなイメージです。そうすることで、離職の防止だけでなく、会社としての活力も高められると考えます。

齋 2024年7月にはオンライン動画学習支援を開始し、誰もが学び続けられ、リスクリングに柔軟に対応できる環境づくりも進めています。管理職に向けたスキル定義の検討も必要で、階層別研修体系の見直しも並行して進行中です。

Well-beingとダイバーシティ推進の実践

堀山 健康経営の観点では、グループや健康保険組合とのコラボヘルスに加え、当社独自の施策として、内外部健康相談窓口の充実や、ヘルスリテラシー向上施策など、家族を含めたサポート体制を強化しています。こうした取り組みが評価され、「健康経営銘柄2025」に初選定されました。社員が健康で、安心して長く働ける環境を整えることは、企業の持続性を支える基盤と言えるでしょう。

齋 私が入社した当時は女性の管理職が少なく、結婚や出産を機に退職する女性社員も多くいました。当時に比べれば女性管理職も増え、随分働きやすい職場環境になっていると感じますが、それでももまだ道半ばです。育児・介護をしながら働

く人を性別に関係なく支える体制が不可欠で、休暇制度や費用面での補助なども充実させています。最近では、男性社員の育児休業取得も増え、柔軟な勤務制度の活用者も多く、社内文化も徐々に変わりつつあると実感しています。

堀山 そうした制度面の整備に加え、エンゲージメントサーベイの結果も丁寧に分析し、課題に応じた改善策を講じていく必要があります。エンゲージメントサーベイは、今まで実施してきた満足度調査から移行し、2024年度にスタートしたばかりなので具体的な対応はこれからですが、目指すのは、社員全員が「この会社においてよかった」と実感できる職場です。



齋 社長の川端も「社員にはアース製薬を過ごしやすい会社と思ってほしい、好きでいてほしい」と言っています。そのためにはWell-beingを実現し、健康で生き生きと働ける職場づくりを実現することが求められます。私はWell-being推進担当として、健康的にそれぞれの人財が活躍できるような環境づくりに取り組んでいきます。

理念浸透と「アースらしさ」の継承

堀山 最終的に当社の持続的な成長の鍵となるのは、「会社を好きになってもらうこと」です。そのために経営理念やアースバリューの浸透を非常に重視しています。50年先、当社で働いていることを誇りに思い、理念を行動につなげていく「アースらしさ」を受け継いだ人財が当社に集まっていれば、会社は存続できていると思っています。

齋 日常業務の中で当社の価値観を共有できる仕掛けとしては、会議冒頭の説明や、社員手帳への記載、さらにはピアボーンラス制度のハッシュタグ設定などを通じて、おのずと理念に触れる機会を増やしています。

堀山 理念を単なる標語ではなく、意思決定や行動の指針として活用していく、そうした文化が根付いてこそ持続的な成長が実現できると感じています。時代の変化に応じて進化していく人的資本経営が実現できるよう、我々も環境整備や人財育成に力を尽くしていきます。

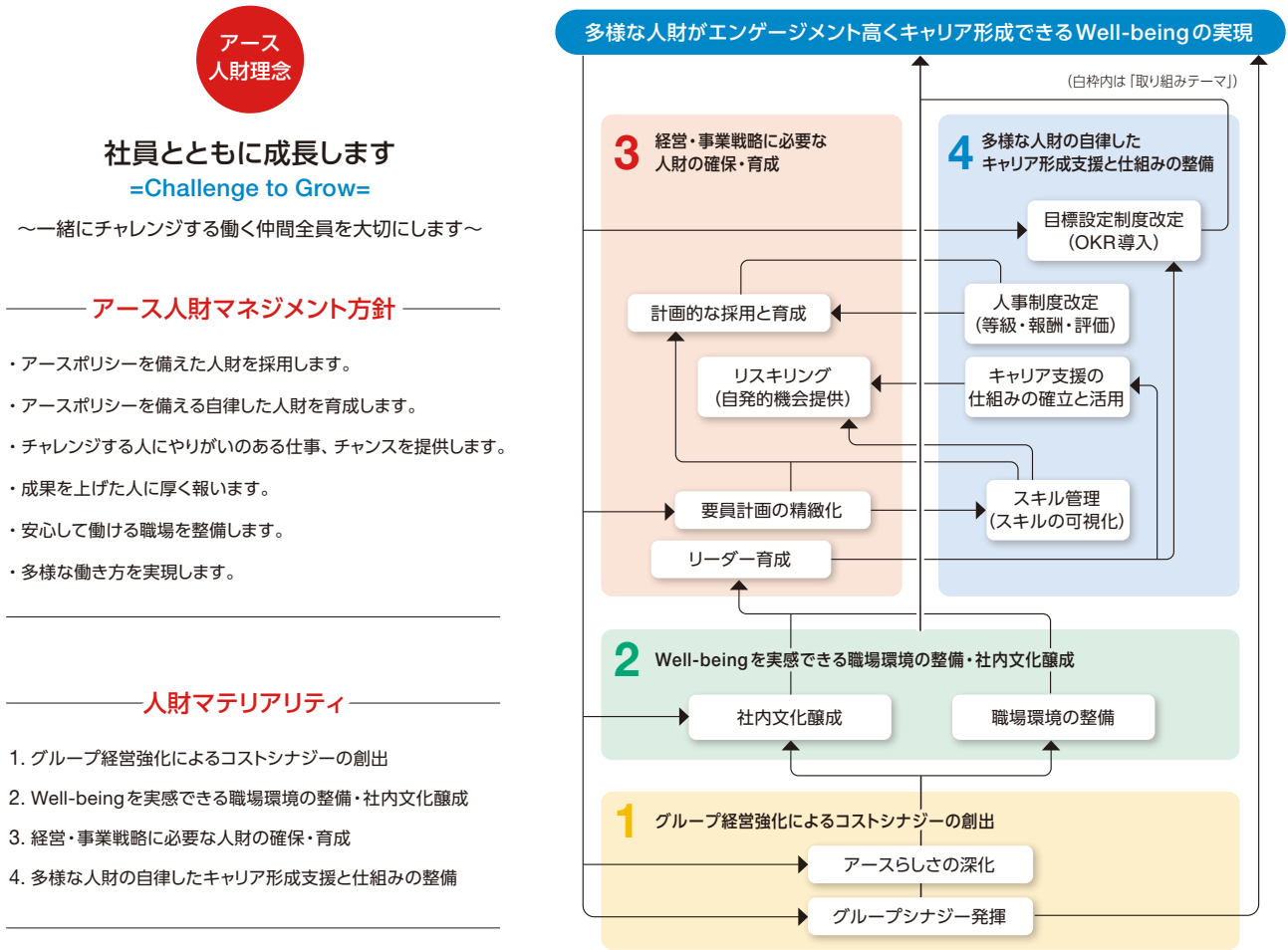
アース製菓は、従業員を会社発展の原動力となる、価値あるかけがえのない資本として、「人材」ではなく「人財」と捉えています。従業員が成長と働きがいを実感できる職場こそが長期的な価値創造につながると認識しており、アースバリューの1つ「人がすべて」の価値観に基づき、『アースポリシー・アースバリューに共感する多様な人財の活躍を支える職場環境の整備』の実現を目指しています。

マテリアリティ (重要課題)	重点テーマと主な施策	目標・KPI	2024年度の実績
多様な人財の活躍を支える職場の実現	●女性活躍推進のため、女性管理職相当に占める女性の割合を上昇させます。	●2030年 女性管理職比率30%以上	11.8%
	●年次有給休暇の取得を促進します。	●2030年 有給休暇取得率70%以上を維持	76.6%

人的資本経営の実現に向けた基本的な考え方

アース製菓では、経営理念および経営目標の実現に向け、「アース人財理念」と「アース人財マネジメント方針」を策定し、人権方針や労働慣行方針と合わせて、人財施策の基本方針を明文化しています。中期経営計画「Act For SMILE COMPASS 2026」の策定にあたり、長期・短中期の2つの視点から抽出した4つの人財マテリアリティを人財マネジメント

の柱に据え、持続的成長を支える戦略を展開しています。「多様な人財がエンゲージメント高くキャリア形成できる Well-beingの実現」を目指し、各種機能の統廃合による固定費削減や海外人財の育成・活躍、グループ経営体制の強化といった中期経営計画の重点テーマに貢献するため各施策を行っています。



研究開発戦略 [本部長メッセージ]



お客様が潜在的に不便と感じられている
お悩みに真摯に向き合い、
安全・安心と快適さを提供し続けます

常務執行役員
研究開発本部本部長
永松 孝之

開発におけるアース製薬の独自性について

アース製薬では「お客様目線」を重視し、有用な技術や素材を「誰のために」「どう使うか」を中心に研究開発を進めています。お客様自身も気づいていない日常生活の課題や不満を見つけ出し、独創的な商品によってお客様の生活習慣に変化をもたらし、社会の役に立つ商品を生み出し続けています。

研究開発で独自性を生み出すポイントは、3つあります。まず、使った瞬間に今ある商品と明らかに違う強力な性能があって、ずっと使いたいとお客様に思われる商品を開発すること。「置いたその日から1年間効く」ブラックキャップはその一例です。

次に、お客様が、見たときと使ったとき、二度感動がある商品を開発すること。例えば、「ゴキジェット」や「アースジェット」と

いった商品は、ノズルの部分がピストルのようになっていて、見た瞬間に感動があります。さらに、その形にすることによって噴射力が強く、使いやすくなっていることに、二度目の感動があります。

3つ目は、進歩性があり、既存品と差別化された商品を開発することです。1から100にする場合（既存商品のアイデアや完成度を高める）には、多くの人が意見を述べるのですが、0から1を作り上げる（まったく新しい商品を作り出す）のはハードルが高い。そのハードルを越えるために、研究開発を担当する社員本人が店頭で市場調査を行う、取引先との商談に入るなど、お客様の立場の視点と研究員としての視点、両方を持つことが強みにつながると考えています。

商品開発のプロセスと技術力

商品化のプロセスは以下のようになっています。

営業・マーケティング・研究開発・調達の部署はそれぞれの会議に加え、合同の会議も行っています。例えば営業とマーケティングは月例会議を行い、商品の説明や販売方法について検討しています。

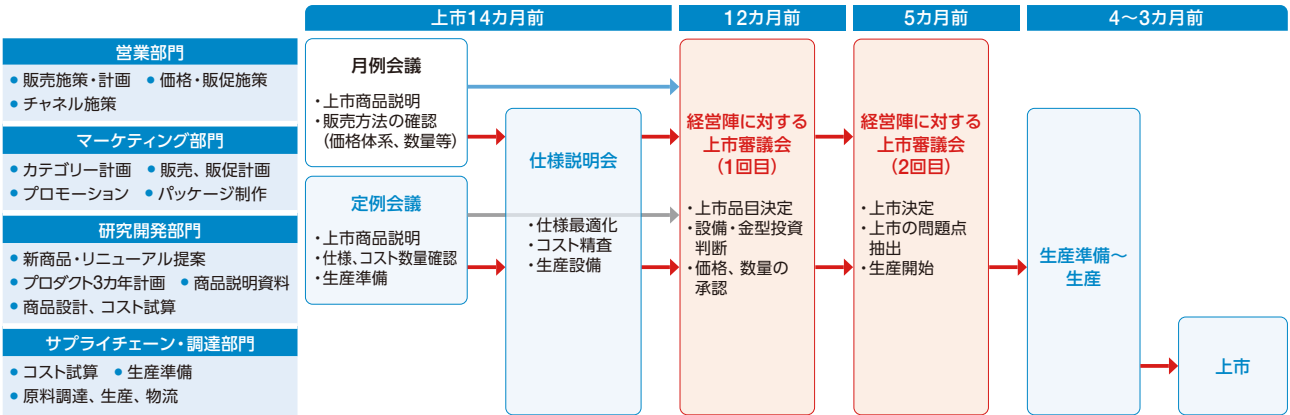
研究開発部門の中では新商品創出提案会議を行い、若い研究員を中心に他ジャンルの研究を担当している社員同士がアイデアを出し合い発表する場を、年に2回設けています。また、カテゴリごとの新商品提案会の中で、中・長期で深く研究したいと考えているテーマを発表する場もあり、多くの研究員がプレゼンする機会を多く設けることでアイデアの創出とモチベーションアップを図っています。ほかにも、マーケティング部門との戦略を研究開発部門内でより推敲して具現化するカテゴリ戦略会議などがあります。

このように、複数の会議を通じて、次々と新商品やリニュー

アルのアイデアが生まれる仕組みを構築しています。重要なのは、こうして生まれた発想をいかにスピーディーに形にし、商品として成功に導くかという点です。さまざまな社員から出されるアイデアに対して、最初の段階でどのように既存品と差別化でき、お客様の課題を解決するポイントがあるかを見つけていきます。ポイントが明確になれば、ゴールも最初の段階で設定できます。その後は、報告書をチェックしながら、進捗状況を細かく管理し、開発スケジュールを徹底的に管理することで、スピード感のある開発が可能になります。

また、90種類以上の害虫を飼育する「生物飼育室」のメンバーも、研究開発の社員たちが制限なく実験・開発を行える素地を常に整えてくれています。研究員が難防除な薬剤抵抗性レベルの高い害虫や日常生活で遭遇頻度の低い虫の評価をしたい場合でも、すぐにラボで評価できる、虫ケア用品の研究において、メンバーの下支えの力は強いと思っています。

商品化プロセスについて



こういった取り組みの結果、2024年度の新商品・リニューアル商品は国内で179商品、海外で148商品となりました。今後はマーケティング施策および営業施策と連動した、より

成功確率が高く効率的な商品上市に向けた社内上市プロセスのブラッシュアップにも努めていきます。

部門間連携と企業文化

今、世の中全体として新しい大ヒット商品が生まれにくくなっている中で、これまでもメリットであった部門間の連携をさらに強めていかなければならないと感じています。会社の規模が大きくなるほど、部門ごとに方向性が分かれていき、それぞれの部署で独自の論理や考え方が生まれてきます。社員に全社的な視点を持ってもらうためには、今よりもコミュニケーションを多くとって、その差分を埋めてもらう必要があると感じています。

アース製薬では、「全員参画、コミュニケーション、人がすべて」という社内の価値観に則り、研究部員は若手社員の段階から他部門と積極的に相談、交渉をしながら商品上市に向けて準備を行います。コミュニケーションを活発にし、自由な発

想や新しい意見が新商品開発に寄与する仕組みです。

また、虫ケア用品に関する報告・発表会であっても、必ずほかのカテゴリ開発者や他部門の社員も出席し、その場で意見を交わすようにしています。これは、例えば界面活性剤の使い方一つにしても、園芸では「葉に薬剤が広がりやすい」という特性があるなら、その特性をさまざまなほかの商品にも応用できるのではないかと、といった連想が自然にできる感覚を大切にしてほしいと考えているからです。

一人ひとりが個別に物事を考えてモノづくりを進めるのではなく、情報を共有し合い、さまざまな視点からビジネスのヒントを得ることが社内会議の大きな目的であると考えています。

循環型社会の実現と商品の未来に向けて

循環型社会の実現を考える上では、ボランティアのような支援型のみではなく、お客様にとっての新たな価値、そして最終的に企業の利益にどう返っていくか、その仕組みを考えることが重要だと考えます。

例えば、天然ハッカ油を配合し、化学合成の殺虫成分を使用していない「アースゴキブリよけ キッチン収納・食器棚用」のように、当社しか承認が取れていない独自性の高い商品があります。この開発には様々な天然成分から原料の管理も含めて成分を選定し、厚生労働省から薬事承認を取得した上で、安定的に製造し、供給できる体制を作らなければなりません。研究開発を行う社員にも、「どういう未来を想像し、お客様が

その商品を使用したことによって、世の中にどのような価値が得られるのか」を徹底的に求めています。

また、「人にも植物にもやさしい」視点として、園芸関係も非殺虫の農薬が必要とされています。当社は、「バイオスティミュラント」と呼ばれる、植物自体の防御力を強くし、虫を寄せ付けない効果がある農薬を生み出し、その成果を論文化したり、学会で発表を行っています。

ただ、こういった画期的な商品を作っても、お客様の手に届かなければ、売上にはつながりません。先ほどお話しした通り、開発数は増えてきていますから、その中で高い確率で経営的な結果を得られる仕組みを作ることがこれからの課題と考えています。

研究開発戦略

アース製薬では、人々の健康と快適な生活の実現を目指して、クオリティの高い安全な高付加価値商品を創造しています。研究開発にあたっては、常に「お客様目線」に立ち、めまぐるしく変わる国内外の市場環境や消費者志向に対応した開発スピードをもって、基礎研究から商品開発まで幅広く取り組んでいます。

アース製薬の研究開発

研究開発方針

アース製薬では「お客様目線」を重視し、有用な技術や素材を「誰のために」「どう使うか」を中心に研究開発を進めています。お客様自身も気づいていない日常生活の課題や不満を見つけ出し、独創的な商品によってお客様の生活習慣に変化をもたらし、社会の役に立つ商品を生み出し続けます。

「お客様のお気づきを活かす窓口部」から発信される「お客様のお気づき」は、開発・改良の重要なヒントとなっており、関連部署がその部門視点で調査活用できるようにテキストマイニング・システムの普及を行っています。

▶ P.45 お客様の声を活かしたお客様目線の徹底

多様な研究開発人材

当社では、赤穂研究所や彩都総合研究所〈T-CUBE〉といった研究開発拠点を中心に、基礎研究から商品開発まで幅広い研究開発人材を有し、多様なニーズに対応した商品を研究・開発しています。(株)バスクリン、白元アース(株)、アース・ペット(株)、タイ、ベトナムの研究施設で日夜研究を進めており、その成果をベースに組織の壁なく共有や相談をしています。また年に一度、各社の研究成果を報告し、そこから新商品アイデアを創出する取り組み(Inspire One Earth)を実施しています。

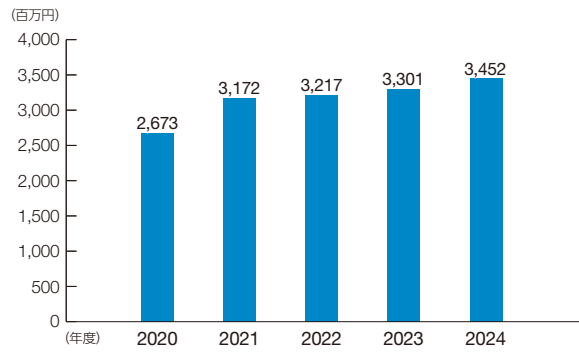
研究開発人材のバックグラウンドとしては、化学系、生物系の中でも昆虫関連、植物関連、薬学、有機合成、栄養化学、遺伝学など多岐にわたる分野の出身者が多く、様々な視点と高い専門性を持っています。

主な研究・開発分野は虫ケア用品のほか、これまで培ってきた技術やノウハウを活かし、家庭園芸商品から日用品分野に至るまで多岐にわたります。総合環境衛生事業では、微生物検査、異物検査、遺伝子同定に関する研究のほか、防虫防鼠に関連する商品や除菌・消毒技術の開発、さらには新たな技術・サービスの研究や開発も行っています。

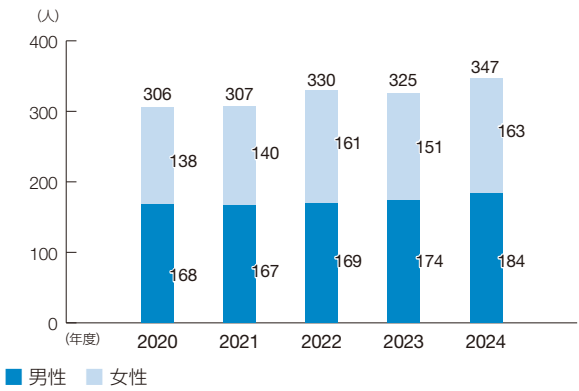
アイデアを呼び込む工夫と充実の研究施設

世代や役職、部門間の壁に関係なく、だれでも自由に意見を述べられる企業風土を創るため、当社では「オープンドアポリシー」という企業精神に則り、オフィスと廊下の仕切りを取り

研究開発費の推移



研究開発部門に属する社員数(連結)の推移



払っています。研究室内の壁を物理的に少なくすることで、自然とコミュニケーションが活性化し、自由な発想や新しい意見を生み出しています。

また、年間100種類以上もの新商品を市場に送り出す当社の開発力を支えているのが、充実した研究設備です。一般家庭を再現した各種試験室では用途に応じて効果を確認しています。また、園芸商品の効果をテストするための温室・菜園も完備しています。生物飼育室では90種以上の害虫を飼育し、害虫駆除にまつわるあらゆるニーズに応えるため、日々生態の研究を重ねています。



坂越工場内の研究施設は、年間100種類以上新商品を送り出すアース製薬の原動力

知的財産に関する考え方

当社は知的財産を重要な経営資源と捉え、事業戦略、研究開発戦略と一体的に知的財産戦略を推進することで、競争優位性の確保、事業拡大、収益向上を目指しています。知的財産を広く活用することで当社の革新的な技術を保護し、その技術に裏付けされた独創的な商品や、社会課題を解決するイノベティブな商品を市場に届けることで、持続可能な社会に貢献できると考えています。

商品開発の初期段階から研究開発部門、マーケティング部門、知的財産部門が連携し、開発過程で生まれた技術、デザイン、ネーミング、キャッチフレーズ等を保護するため、適切なタイミングで、複数の知的財産を活用する「知財ミックス」を推進、実行しています。

「知財ミックス」により、市場に投入される独創的な商品の技術、デザインを特許権・意匠権で保護し、同時にブランド育成を進め、商標権で保護することで、長くお客様に選ばれ、愛される商品づくりに貢献できると考えています。

グローバル知財活動の推進

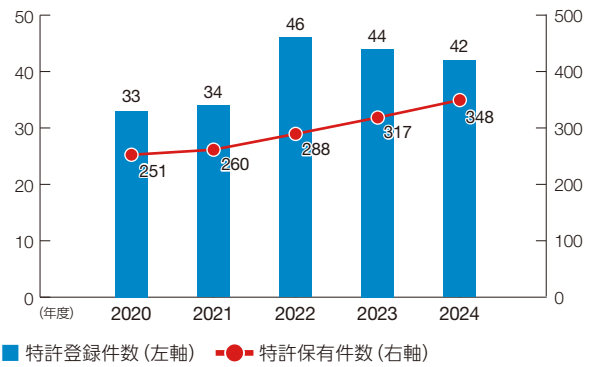
成長ポテンシャルの高い海外事業において、さらに成長スピードを加速させ、グローバル展開を強化していくためには、当社グループ全体の事業展開を支えるグローバル知財活動の推進が不可欠です。

特に、模倣品の発生は消費者の安全で快適な暮らしを脅かし、当社ブランドイメージの毀損につながるため、模倣品対策は重要な課題と認識しています。この問題に対し、当社はECサイトの模倣品を監視し、排除に取り組んでいます。また、当社と現地グループ会社が緊密に連携して模倣品対策と商品のブランド価値保護を進めています。

知的財産活動の実績

事業強化と将来の事業推進に貢献する、知的財産活動のさらなる拡大・充実を目指します。

特許登録件数・特許保有件数の推移



※特許保有件数:登録された特許権のうち、消滅していない権利の総数

培ってきた衛生管理の技術でイノベーション創出

2018年、アースグループにおいて総合環境衛生事業を展開しているアース環境サービスは未来医療・先端医療におけるイノベーションを創出し、早期実用化・産業化を図ることで人々の健康に貢献することを目的に「Nakanoshima Cross」(大阪府大阪市)に参画しました。衛生管理の分野で培った知識や技術、衛生管理や環境維持(設備構造を含む)が学べる日本で唯一の衛生管理に特化した教育訓練用CPC* (彩都総合研究所〈T-CUBE〉内)を活かし、未来医療を担う環境の最適化を図ることで、より安全で効率的な医療技術や生産現場の開発をサポートしていきます。

※CPC(Cell Processing Center):細胞培養加工施設

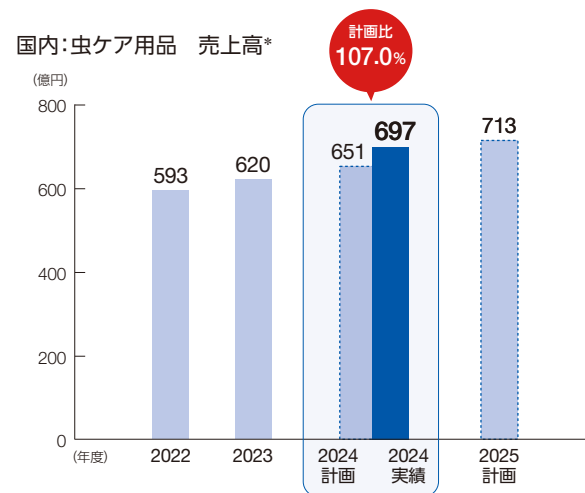
たゆまぬ研究開発と技術の蓄積で圧倒的なシェアを維持



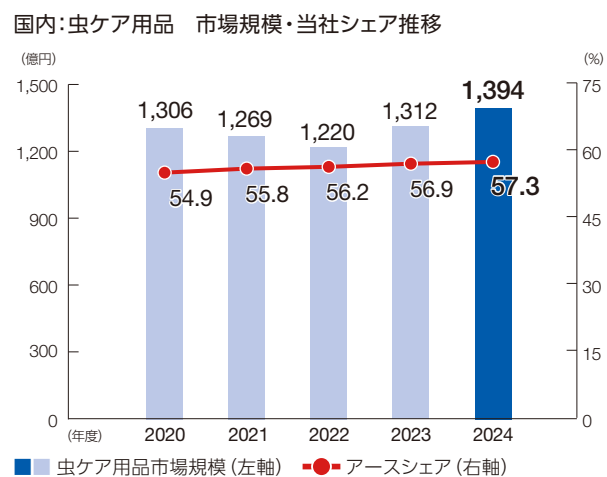
【ごきぶりホイホイ】 1960年代、経営不振に陥り倒産の危機に直面していたアース製薬にとって、「ごきぶりホイホイ」は、成長の原動力となった商品です。1970年代、住環境の変化によりゴキブリの生息域が屋内となり多くの人の悩みとなりました。そこで当社はトリモチをヒントに開発を開始。1973年1月の発売後は生産能力を超えるほどの注文が殺到し、会社はこのひと夏で黒字転換を果たしました。そこから「足ふきマット」や「デコボコシート」など、捕獲力を向上させるさまざまな改良を経て現在の姿に至っています。1990年代には、類似品が数多く発売されていたものの、常にお客様目線での改良や機能強化を重ねることで確固たる商品力を維持し続け、優位性を保ってきました。発売以来、今もなお国内ゴキブリ用捕獲器市場の約90%を占める商品であり、世界30カ国でも「HOYHOY」の名で販売されるなど、ゴキブリ捕獲器の代名詞として圧倒的な認知度を誇ります。

家庭用品事業

衛生環境や安心・安全に対する意識など、現代のライフスタイルは大きく様変わりし、より豊かで快適な暮らしを求める声も高まっています。設立以来100年にわたり、暮らしを支えるお手伝いをしてきたアース製薬は、虫ケア用品や入浴剤、オーラルケア用品などの日用品を通して、人々の快適な暮らしの実現に寄り添っています。



* 内部売上高含む



■ 虫ケア用品市場規模 (左軸) ● アースシェア (右軸)

虫ケア用品部門では、ハエ・蚊、ゴキブリ、ダニなどの害虫を駆除、忌避する商品をメインに取り扱っています。売上高は697億44百万円と、当社全体の売上高の約39%を占めており、収益性の高いコア事業です。

かつて使用していた「殺虫剤」という呼称は、安全な薬剤を使用しているにもかかわらず薬剤の毒性を強調する印象があったため、お客様に商品の安全性などを正しく理解いただき、かつ安心して商品を使用していただけるように2017年より「虫ケア用品」に変更しています。

● 市場環境

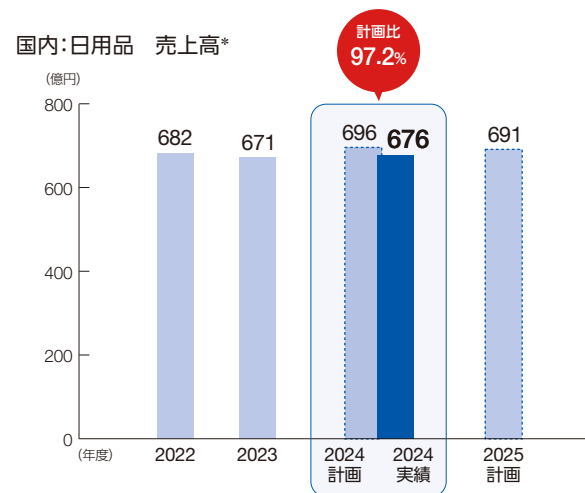
虫ケア用品の市場規模は、2020年のコロナ禍における巣ごもり需要をピークに下降傾向となっていました。2023年から再び上昇に転じています。気候の変化を受けて虫ケア用品の販売期間が長期化する中、年間を通じた予防ニーズの高まりに合わせた新商品の好調な出荷や商品の価格改定の効果を受け、お客様の支持を得て市場シェアも57.3%*1まで伸長しました。

※1 インテージSRI+ 殺虫剤市場 (園芸用殺虫剤除く) 2024年累計販売金額シェア

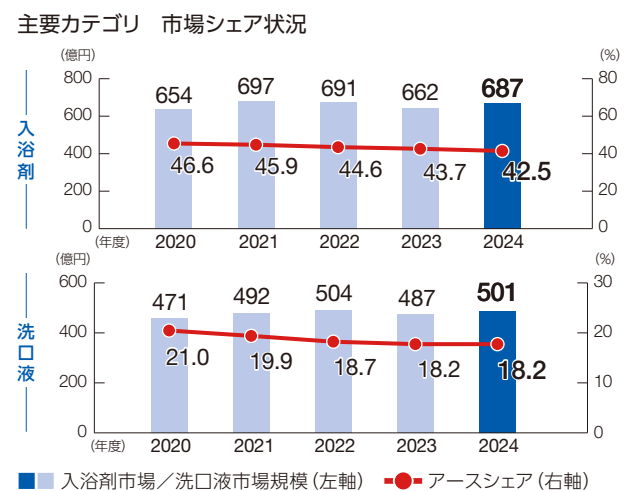
● 中計達成に向けた戦略と進捗

最も需要の高まる夏季の高温と残暑による販売期間の長期化などにより、市場が拡大しました。主力カテゴリのゴキブリ用、不快害虫用商品、虫よけ商品の販売が好調となりました。また、2024年発売の新商品の出荷が計画を上回ったほか、価格改定の効果も業績に寄与しました。さらに、経営課題である返品削減については、返品率が2023年12月期の6.2%から2024年12月期の4.8%へと低下しました。

今後は「アースノーマット」などのコア収益品をはじめとした価格改定の実施と新商品の投入により、当社の収益の柱として安定的な売上拡大を目指します。中期経営計画では、環境負荷の低減を目指し、虫ケア用品の返品を将来的にゼロとする方針を掲げています。前中期経営計画で構築した基幹システムを活用し、需給調整機能の強化を通じて、廃棄ロスの抑制とキャッシュ・フローの健全化を進めています。今後も引き続き、収益性の向上を推進していきます。



* 内部売上高含む



■ 入浴剤市場 / 洗口液市場規模 (左軸) ● アースシェア (右軸)

日用品部門では、入浴剤やオーラルケア用品、消臭芳香剤、掃除用品など、人々の健康で快適な暮らしを支える商品を販売しています。機動力・組織力を活かした売場展開力を武器に国内市場の活性化を進め、幅広い世代・用途に合わせた多彩な商品をお届けしています。暮らしの中に溶け込み、一步先の快適さをお届けすることを大切に、モノづくりを進めています。

● 市場環境

入浴剤・洗口液の市場はコロナ禍による一時的な需要増とその後の落ち着きを経て、回復傾向に転じました。これは、消費者のニーズの変化に対応して各社が商品の付加価値向上などへ取り組んだことによるものです。こうした中、2024年度の国内入浴剤シェアは42.5%*2、同じく洗口液は18.2%*3となりました。

※2 インテージSRI+ 入浴剤市場 2024年累計販売金額シェア

※3 インテージSRI+ 洗口液市場 2024年累計販売金額シェア

● 中計達成に向けた戦略と進捗

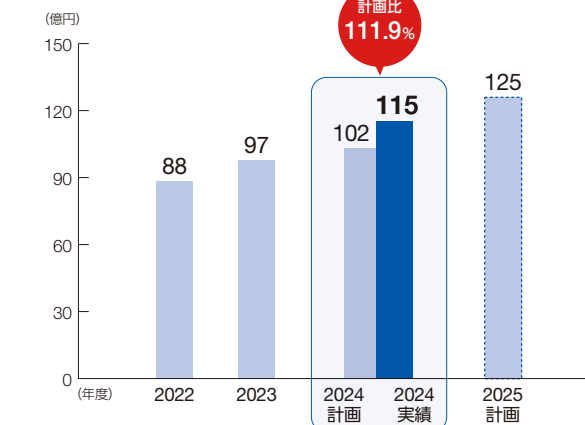
原材料価格高騰の影響による原価上昇、物価上昇による消費マインドの冷え込みなどにより、外部環境は大きく変化しました。一方でコロナ禍を背景にした急激な消費者の行動変容に対応すべく積極的なカテゴリ拡大を進めてきましたが、ブランド投資が分散したことで資源配分が不十分となり、日用品部門の主力カテゴリである入浴剤や洗口液の市場シェアが低下しました。この状況に対応すべく、「ブランド・SKUの“選択と集中”」「ブランド価値の向上」といった施策に取り組んでいます。

入浴剤は広告宣伝の投下量を増やし、SNSを活用したキャンペーンを実施したことにより店頭消化の促進につながりました。また併せて、収益性の改善に向け、既存品の処方変更などの取り組みも進めています。洗口液では、モンダミンシリーズとして、若年層にターゲットを絞った「ダモン」を発売し、好評を博しています。今後は企画品などのSKU削減を進め、収益性の改善に努めていきます。

家庭用品事業

ペット用品・
その他

ペット用品・その他 売上高*



* 内部売上高含む

ペット用品を中心に、MA-T®、清涼飲料水などを販売しています。ペット用の虫ケア用品や消臭剤、プレミアムフードなどを扱うアース・ペットでは、大切な家族であるペットとの暮らしを快適にすることを目指し、ペットの健康維持の大切さやQOLの向上について、商品と一緒に世界に向けて発信しています。また、MA-T®は国土強靱化担当大臣賞の受賞や日本MA-T工業会としての大阪・関西万博への出展などを通して認知度の拡大に向けた取り組みとともに、協力企業との事業展開も進めています (特集 ▶ P.42)。

● 市場環境

ペット用品分野においては、飼い主のペットに対する健康意識の高まりやペットの住環境の充実等を受け、一頭あたりにかける費用は増加傾向にあり、ペット関連市場は堅調さを維持しています。

● 中計達成に向けた戦略と進捗

成長ポテンシャルの高い海外市場を主要な成長ドライバーと位置づけています。計画の実現に向け、「現地法人を基盤とした成長戦略の推進」「各エリアの中長期計画と連動したサプライチェーンの整備」「成長を支える人財の強化」といった取り組みを進めています。特にタイでは、虫ケア用品シェアNo.2を獲得しており、近い将来のNo.1獲得を目指しています。また、世界中にアースブランドを浸透させるため、統一されたグローバルブランドの確立を目指し、マーケティングも強化しています。

● タイ:Earth (Thailand) Co., Ltd.

アースグループ初の海外法人として1980年に設立。商品開発・生産・販売・物流までを一手に担う地域密着型のビジネスモデルで確固たる基盤を築いています。現地発の虫ケア用品ブランド『OASIS』など、“お客様目線”の商品育成に注力しています。海外初の虫ケア用品シェアNo.1へ向け、現地法人が一体となり取り組んでいます。タイでの知見を他国にも応用しながら、アジア・中東諸国を網羅する、グローバル戦略のハブの役割を果たしています。

● 中国:安斯(上海)投資有限公司

中国市場での売り上げ拡大を目指し、2015年に設立。天津・蘇州にある工場2社などとも協働し、北京・上海・広州・深圳の4大都市を主軸に販売活動を行っています。主力商品は、虫ケア用品ブランド『ARS安速(アース)』で、実店舗を展開する企業での販売強化に加え、ECチャネルでの顧客獲得を日本との連携で進め、中国でブランドを普及させることを見据えた活動をしています。

● ベトナム:Earth Corporation Vietnam

ベトナム国内で家庭用品を製造・販売していた現地法人を2017年に子会社化。全国700名体制の販売網により、国土が南北に長く、個人商店が7割を占める環境下でスムーズな配荷体制を整えています。主力商品の洗剤ブランド『Gift』を

アースの現地法人設立国



基盤にしなが、虫ケア用品市場の活性化のため、『ARS』ブランドの拡大・浸透を進めています。今後は、ASEAN諸国や日本向け商品の生産拠点化も視野に入れ、投資を積極化しています。

● マレーシア:EARTH HOME PRODUCTS
(MALAYSIA) SDN. BHD.

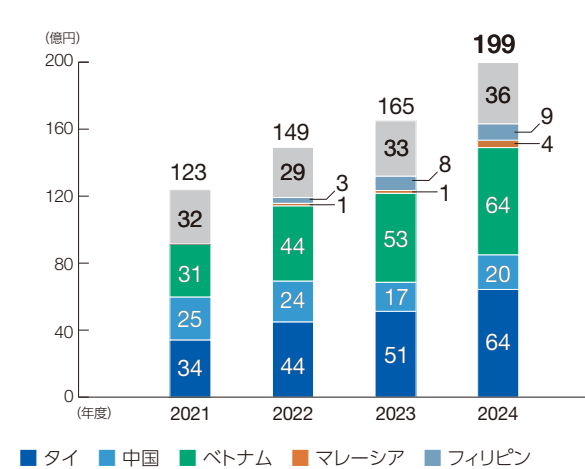
2019年に現地法人を設立。温暖な気候を背景に、蚊が媒介する感染症リスクに対する虫ケア用品へのニーズが高い国の一つです。経済発展に伴う人々の衛生意識や消費意欲の向上により、アース製薬の強みである高付加価値商品が浸透する市場として成長が期待されています。

● フィリピン:EARTH HOMECARE PRODUCTS
(PHILIPPINES), INC.

前身企業を買収し、2022年に現社名に一新して事業を開始。アジア諸国同様、虫ケア用品や家庭用品のニーズが年々高まっており、著しい人口増加や高い経済成長に伴い将来にわたり成長が期待できる市場です。先行するタイおよびベトナムの工場との連携によりシナジーを生み出していきます。

海外事業

海外 売上高*



■ タイ ■ 中国 ■ ベトナム ■ マレーシア ■ フィリピン
■ 輸出・越境EC

* 内部売上高含む

アース製薬は、1980年のタイ進出以来、海外事業の拡大を進めており、現在では、タイ、中国、ベトナム、マレーシア、フィリピンにおいて、現地法人による積極展開を行っています。エリア戦略を強化し、タイ・ベトナムでは売上とともに収益・市場シェア拡大を推進、マレーシア・フィリピンでは販路の拡大を目指しています。中国では、事業戦略を見直し、実店舗を展開する小売業への商品導入を重点的にを行っています。また、輸出では、世界約40カ国・地域に向けて商品を輸出しており、現地代理店との強固なパートナーシップを築いて国によって異なる生活習慣や嗜好性からニーズを掘り起こし、アースブランドの存在感を高めています。

海外における売上規模の拡大に伴い、円滑な商品供給体制の確立と利益拡大に向けて各エリアの中長期計画と連動した全体最適の視点での生産供給体制を整備しています。

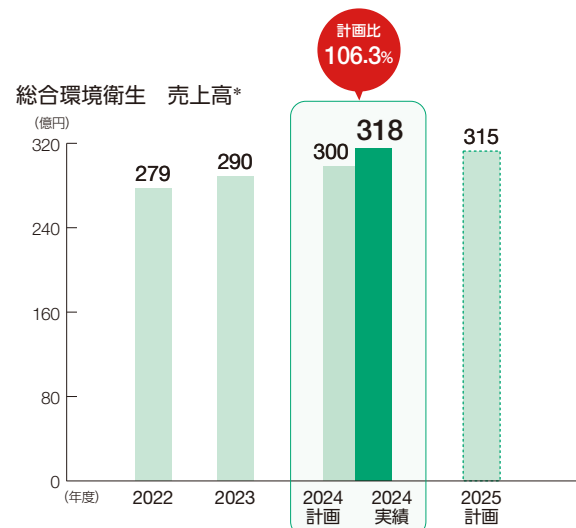
グローバルシフトに向けた人財強化も重要です。早くから海外マーケットで経験を積める体制づくりや、現地採用を含めた人財確保にも注力しています。



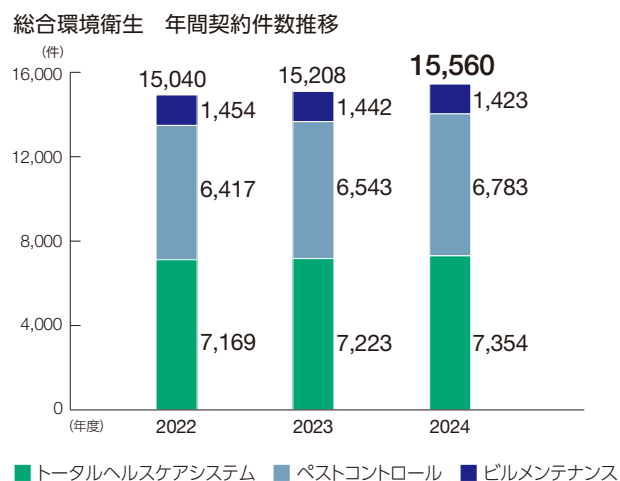
海外で取り扱っている虫ケア用品、日用品(一部)

総合環境衛生事業

総合環境衛生事業では、食品、医薬品、医療、容器、包材、物流、倉庫をはじめ、様々な業種業態において、微生物汚染や虫などの異物混入を防ぎ、最適な衛生環境を維持・改善するため、科学的な調査と専門知識に基づいたコンサルティングから施工まであらゆるサービスを提供しています。サプライチェーン全体を通して事業所の品質保証活動を支援することで、人々の健康で安全・安心な暮らしに貢献しています。



* 内部売上高含む



■ トータルヘルスケアシステム ■ ペストコントロール ■ ビルメンテナンス

* トータルヘルスケアシステム (総合環境衛生管理) : オーダーメイドで構成する、総合的・体系的な衛生管理の支援サービス

* ペストコントロール : 害虫・害獣駆除施工業務

* ビルメンテナンス : 建物内の清掃全般を含む管理

主要サービス

- ・各種環境モニタリング
- ・微生物・異物などの検査・同定
- ・ペストコントロール、微生物汚染防除
- ・サニテーション、特殊清掃
- ・品質保証システム構築・規格認証取得サポート、適合監査
- ・研修サービスなどの人材育成
- ・工場設計・建設サポート、ハード工事、ビルメンテナンス
- ・IoTシステム開発
- ・商品販売

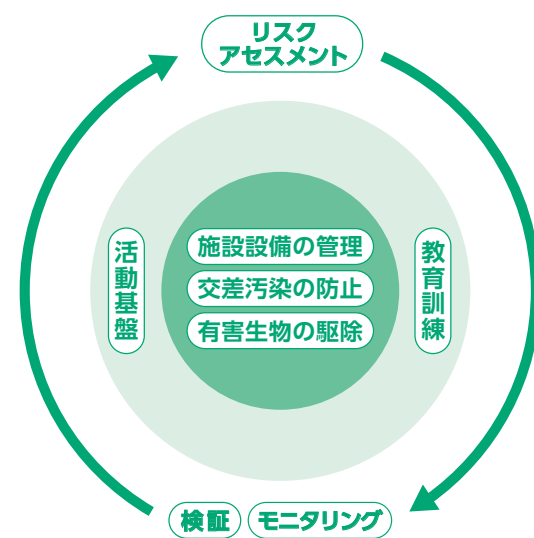
● 「総合環境衛生管理」とは

アース環境サービスが提供する衛生管理の支援サービス「総合環境衛生管理:トータルヘルスケアシステム」は、QMS、FSMS、PQS*1などのさまざまなマネジメントシステムや、独自に培ってきた技術・ノウハウをベースとした「8つのアプローチ」で構成されています。「現場主義・科学的根拠・再現性」の3つの要素を“効果的に衛生管理を継続するための基本”に掲げ、8つのアプローチをお客様ごとのご要望や目標に合わせてオーダーメイドで構成した、総合的・体系的な衛生管理の支援サービスです。

また、自社開発の情報一元管理システム「ESCOEVO (エスコエボ)」は、現場の診断結果や改善状況をはじめ衛生管理に必要な膨大なデータをスピーディに分析し、見える化・共有することにより改善活動の効果を上げます。

*1 QMS、FSMS、PQS : 品質マネジメントシステム、食品安全マネジメントシステム、医薬品品質マネジメントシステム

8つのアプローチ



現場調査風景

● 環境ドクターによる支援

独自の教育訓練プログラムにより知識と技術を習得し、多種多様な現場での豊富な経験を積んだスタッフが、「環境ドクター」として衛生管理に関する最先端の知見と、ハイレベルな技術力でサービスを提供しています。事業所の衛生管理を診断し、問題点を浮き彫りにして、改善対策の処方箋を切り、治療・予防をしながら安全・安心な環境の維持・増進をサポートします。

● 市場環境

食品や医薬品、医療についての安全基準に対する国際的な調和の流れや、国内における法改正、異物混入事故の発生などを背景に、高品質な衛生管理サービスへのニーズは依然として高水準にあります。製造業における設備投資の増大や衛生関連コストの復調が追い風となった一方、世界情勢の悪化により人件費の上昇や資機材の価格高騰が加速しています。

● 中計達成に向けた戦略と進捗

差別化された衛生管理サービスを提供するため、能力開発センターによる社員向け教育を充実させ、マネジメント基礎能力の向上を図っています。また、2024年度は専門性や技術開発力の強化に向けた投資を積極化し、契約の維持・拡大と適正な利益の確保に努めました。特に、食品工場における製造ラインの洗浄業務においては、安全に十分に配慮しながらも適正な利益確保を図りました。JFS規格適合証明では監査件数が増大、新規規格JFS-B Plusにおける初の監査会社に登録されました。

研究開発分野においては、分析センター東日本ラボを千葉県千葉市に移転・集約し、ライフサイエンス分野向けの検査設備を拡充しました。新規商材ではAIを活用した監視システム「Pescle*2」のシリーズとして、虫を対象とした「Pescle Insects*3」を新たに上市しています。

*2 Pescle (ペスクル) : AIとIoT技術を活用したクラウド型のリアルタイム小動物遠隔監視システム。

*3 Pescle Insects (ペスクル インセクト) : Pescleシリーズの第2弾。飛翔昆虫の捕獲数を自動でカウントし、時間ごとの傾向を可視化。



微生物検査風景

Voice

事業所の衛生環境だけでなく、生活者のこちよい暮らしも守る環境ドクター

アース環境サービスの環境ドクターは、さまざまな業種や業態における異物混入や汚染を防ぐため、最適な衛生環境を維持し改善する活動を行っています。衛生管理に関する最先端の知見とハイレベルな技術力で、お客様の困りごとを的確に理解し、本質的な課題解決をサポートしています。

具体的には、お客様の事業所を定期的に訪問して衛生環境のモニタリングや問題点の洗い出しを行い、改善・予防対策の立案、その実施および改善状況を確認します。改善・予防対策は、その基盤づくりから施設設備の管理、有害生物の駆除、教育訓練まで多岐にわたります。

大阪・関西万博の会場で発生したユスリカの対策では、アース製薬とともに現場を調査し対策立案のアドバイスをを行いました。メーカーであるアース製薬と現場のプロである環境ドクターが協働することで幅広い分野で迅速な課題解決ができるのではと、アースグループの大きな可能性を感じました。

今後も環境ドクターとして生活者の皆様のこちよい暮らしを守り、社会や地域、ひいては地球の環境の課題解決にも貢献したいと考えています。



礒山 裕美

アース環境サービス (株)
上席執行役員
営業本部 副本部長

特集

MA-Tシステム®の社会実装で「健康」と「快適な暮らし」を追求

「MA-Tシステム® (MA-T®)」は、除菌消臭剤から食品衛生、農業、医療、表面酸化、エネルギーなど、広範な分野の社会課題を解決する仕組みで、アース製薬が基本特許を保有しています。次に起こりうるパンデミックへの備えに加え、サステナビリティ社会やカーボンニュートラルの実現に対しても大きく貢献できる技術です。当社は、その社会的意義や当社のポートフォリオ変革に向けて、社会的課題解決企業への進化を実現できる可能性を持った技術であると考え、大阪大学との共同研究に取り組んでいます。

MA-Tシステム®の概略と活用分野

MA-T®とは「Matching Transformation System®」の略で、日本発の革新的酸化制御技術（仕組み）です。亜塩素酸ラジカルの活性化の強弱を制御することで、感染症対策、環境負荷低減、カーボンニュートラル対策といった多岐にわたる分野で活用できます。

MA-T®は下記の6分野での展開が可能です。例えば、除菌消臭分野では、MA-T®を活用することで除菌力と安全性の高さを両立することができ、除菌剤やペットの口腔ケアへの活用

などが進んでいます。表面酸化の分野では、例えば、プラスチックと金属が接着剤なしでピタッと貼り付けたりきれいにはがしたりすることができる技術で実用化が進んでいます。エネルギー分野では、牛の糞尿から出るメタンガスをメタノールにする場合、通常数百度や数百気圧といったエネルギーが必要になるところ、MA-T®を利用すると大きなエネルギーを使わずに常温常気圧下でメタノールを作り出すことができるという技術を開発中です。

ライセンスプラットフォームを活用したアース製薬の取り組み

MA-T®は当社が特許を保有しているものの、当社単独ではできることが限られています。MA-T®の普及をオープンイノベーションで進め、MA-T®活用プラットフォームの構築を目的に、2020年に一般社団法人日本MA-T工業会を設立しました。現在では各分野のトップ企業や賛同団体、合計112社（2025年4月末現在）が日本MA-T工業会に加盟しています。産官学の連携により、MA-T®の仕組みを自動車産業や医療、農業など、さまざまな分野のビジネスに拡大していくことを目指します。

工業会では、MA-T®の社会実装を推進するため、ライセン

スプラットフォームを構築し、会員企業の事業活動を支援する仕組みとして運用をスタートさせました。多くの会員企業に利用いただくことが、MA-T®の普及・発展につながり、さらなる技術革新が期待されています。

こうした工業会での取り組みを通じて社会実装を拡大させるとともに、アース製薬としても、さまざまな分野の企業と連携し、MA-Tシステム®を活用した事業の拡大を目指しています。分野によって進捗は異なりますが、社会実装の加速に向けて同時並行的に取り組みを進めていきます。

分野ごとの開発進捗とアース製薬における収益化状況

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						
	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 (フライオ電顕用)	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®の社会実装例

● アニコムグループ×アース製薬

MA-T®を活用することにより疾患予防の実現にチャレンジ。「ペット用MA-T®口腔ケアジェル」を通じた「予防実現」に挑戦し、その知見をヒト医療にも展開することですべての生命をさらに「健康」にすることを目指す。



● (株)ヤマシタ×アタム技研(株)×アース製薬

MA-T®をすすぎに利用することで過酢酸による消毒・脱水工程をカット。洗浄時間の短縮や、機器1台での洗浄処理能力向上を実現。安全性の高い液剤でマットレスの劣化を防ぎ、廃棄品を減らすリデュースの領域にも対応。



MA-Tシステム®の受賞例（ジャパン・レジリエンス・アワード2025 国土強靱化担当大臣賞受賞）

アース製薬が社会実装を進めるMA-T®と(株)シリウスの洗身装置「switle BODY」との連携の取り組みが、ジャパン・レジリエンス・アワード2025※にて国土強靱化担当大臣賞を受賞しました。福祉避難所における感染対策・二次感染防止を目的に、研究機関・社会福祉法人・民間企業の連携を図りレジリエンス社会の構築に貢献した取り組みが評価され、今回の受賞に至りました。「switle BODY」とMA-T®の併用により、高い除菌消臭効果による肌の衛生維持が期待されるだけでなく、機器内部の衛生管理も向上します。避難所でも寝具を

濡らさずに洗身が可能となり、介護負担の軽減やプライバシーの保護を実現できます。



MA-T®を活用した洗身用具「switle BODY」

※ ジャパン・レジリエンス・アワード：一般社団法人レジリエンスジャパン推進協議会が主催する、強くてしなやかな国、地域、人、産業づくりに貢献する企業や団体を評価・表彰する制度。

📶 国土強靱化担当大臣賞について（内閣官房ホームページ） https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kokudo_kyoujinka/award/index.html

大阪・関西万博『大阪ヘルスケアパビリオン』『ミライのヘルスケア』ゾーンに出展

アース製薬が設立・主導する日本MA-T工業会は、大阪・関西万博「大阪ヘルスケアパビリオン」の「ミライのヘルスケア」ゾーンに出展しています。MA-T®のブースでは、ミライの口腔ケアの一部を体験いただけるような展示やMA-T®を活用した「MA-T®シャワーゲート」の設置などを行っています。MA-T®が社会実装されることで、ミライの「口腔ケア」「環境ケア」が変化した姿を体験してもらう展示をイメージしました。万博を機会に、今後もMA-T®技術の世界への発信を目指していきます。



MA-T®の展示ブース

安心で快適な暮らしに貢献する製品・サービスの提供

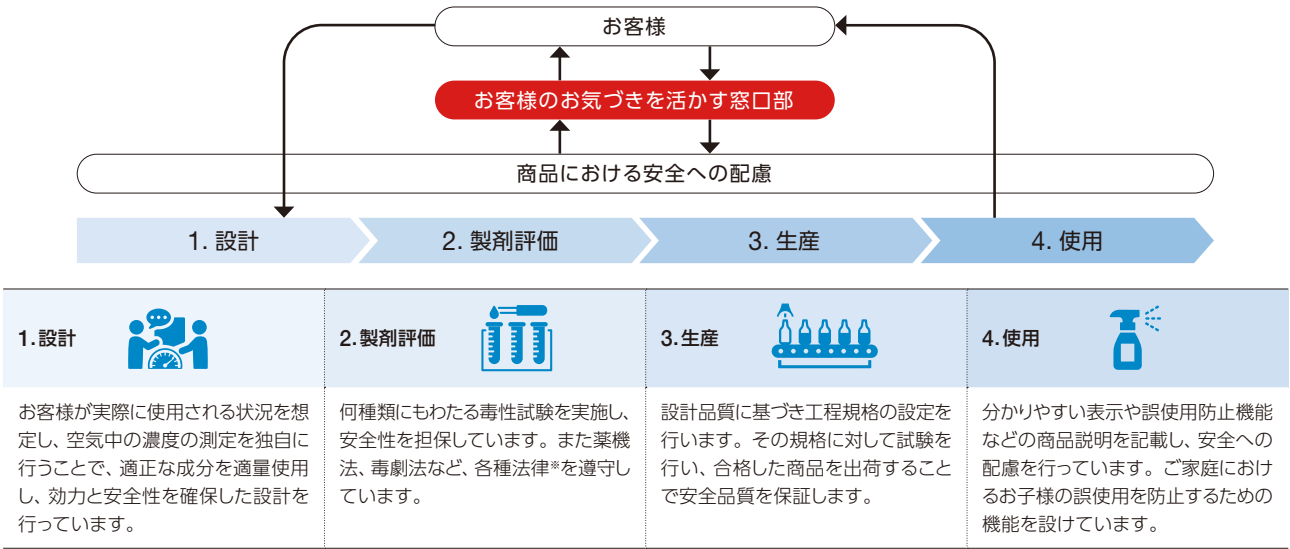
アース製薬にとって、お客様目線に立った高品質で安心・安全な商品とサービスを提供し続けることが、最も重要な社会的責任です。当社は、この社会的責任を確実に果たしていくことが、企業価値を保全・向上させるための絶対条件であり、当社の企業価値を形成する礎であると認識しています。

マテリアリティ (重要課題)	重点テーマと主な施策	目標・KPI	2024年度の実績
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損ねる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期品質監査実施率を向上させます。	定期品質監査実施率 100%を維持 (2023年、2026年、2030年)	100 %
	●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)	100 %

基本的な考え方と推進体制

アース製薬では経営理念に基づき、商品開発、資材調達、生産、物流、販売のバリューチェーン全体で、お客様に安心・安全な商品やサービスをお届けしています。

関連法令の遵守はもちろん、お客様目線で安心・安全な商品やサービスの提供を通じて新たな価値を創造します。また、独自の「品質マネジメントシステム」の考え方に基づき、品質に関する各国・各地の情報を把握し、商品の品質向上を図ります。



※薬機法 (旧薬事法)、毒物及び劇物取締法、化学物質審査規制法、化学物質排出把握管理促進法、高圧ガス保安法など

品質の保証と向上

原料は、適切な試験項目と方法に基づいて評価を行っています。また商品は、法令に基づいた試験項目および商品機能に合わせた試験を実施しています。

試験にはさまざまな検査・分析機器を使用しますが、一度に大量の試験検体を有機溶剤・試薬で処理するものを対象に、試験の信頼性・業務の効率化・試験従事者の安全性を確保することを目的として、処理作業の自動化を目指しています。例として、入浴剤「温泡」の有効成分含量測定用検体において外部機器メーカーと直接やり取りを行い、当社の試験内容に沿った独自設計の自動処理装置を設計・作製・運用し、試験時に使用する有機溶剤使用量・廃棄物削減にも貢献しています。工場の衛生管理については、アース環境サービス (株) のノウハウを活かした防虫・防鼠対策を実施。ネット帽の着用、粘着シートの活用などに加え、生産ラインでは目視検査やカメラ検査装置・金属検出器などを利用して異物検査を行っています。さらにQC (品質管理) 勉強会や品質監査報告会などを通して工場と品質保証部門が連携することで、品質向上の取り組みを強化しています。

安心で快適な暮らしに貢献する製品・サービスの提供	https://corp.earth.jp/jp/sustainability/society/service_provision/index.html
お客様目線の取り組み	https://corp.earth.jp/jp/sustainability/society/service_provision/customer/index.html

お客様の声を活かしたお客様目線の徹底

「お客様のお気づきを活かす窓口部」は、エンドユーザーであるお客様との関係性を築く窓口です。年間9万件近く寄せられる困りごとは「お客様のお気づき」として開発・改良の重要なヒントとなっており、関連部署が調査・活用できるようにテキストマイニング・システムの普及を行っています。また、社内報・イントラサイトで発信したり、「お客様のお気づき検討会*」などの会議で、当部から改善案の提案・実行を直接関連部署に働きかけを行ったりすることもあります。

当部からの案件の発信が、さまざまな立場の社員が「お客様目線」を意識することにつながっており、「お客様目線による市場創造」の実現に向けて大きく寄与しています。

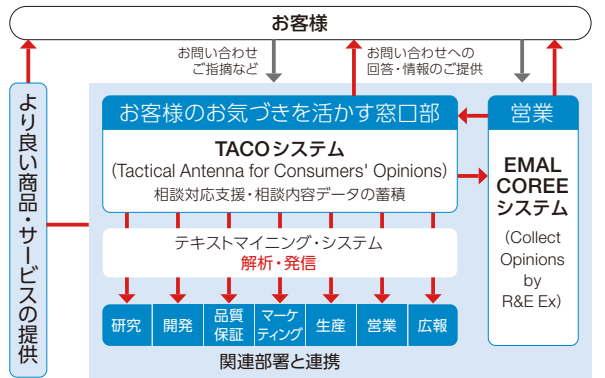
※公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP) が望ましいとする経営トップの関与した会議。

お客様のお気づきを活かす仕組み

当社では、お客様からの相談や申し出に迅速・丁寧に応えるため、独自の対応システム「TACOシステム*」を構築していま

す。このデータベースには、「お客様のお気づきを活かす窓口部」の社員や、店頭の従業員であるEMAL*が情報を登録する「COREEシステム」を通して、お客様や小売店から収集した相談内容のデータが蓄積されます。この登録・集約されたデータを基に関連部署に情報を発信し、「お客様目線」でより良い商品・サービスの提供に役立てています。

※P.68「用語集」参照



お客様への安心・安全の提供

殺虫成分フリーの安心・安全な社会に役立つ商品開発

2021年8月に発売した「アース シラミとりローション」は、日本では40年ぶりに承認された新規シラミ駆除剤です。沖縄ではアタマジラミの被害が深刻な状況にあり、多くの子どもたちが長い間苦しんでいます。そのほとんどのアタマジラミは殺虫成分に抵抗性 (薬剤が効かない性質) を持ち、従来のシラミとりシャンプーでは駆除できず、お客様や医師から「抵抗性アタマジラミにも効く商品」が求められていまし

た。ピレスロイド系殺虫成分に抵抗性を持つアタマジラミに対して、欧米では殺虫剤フリーのシラミ駆除剤が開発・使用されています。当社はその有効成分である「ジメチコン」に着目し、優れた駆除効果と安全性、べたつかない使いやすさを両立した「アース シラミとりローション」を開発しました。これからも、安心で安全でかつ社会に役立つ商品開発を進めていきます。



社会課題解決や地域との連携による安心・快適な暮らしへ

虫媒介感染症対策の推進

マダニが媒介する感染症「重症熱性血小板減少症候群 (SFTS)」の感染者数が全国的に増加傾向にあり、蚊などの衛生害虫が媒介する感染症への警戒心が強まっています。当社では、虫が媒介して罹患する恐れのある感染症 (マラリア、デング熱等) 対策に関して、当社の知見や技術、商品を活かして積極的に取り組んでいます。虫媒介感染症対策啓発活動として、アウトドアイベントやスポーツ競技の会場内に「虫ケアステーション」を出展し、虫よけ剤による予防と効果的な使い方を提案。また、さまざまな「キケンな虫」について科学技術館等で授業を行い、地域の子どもの健康を

守り、安心・安全な生活への寄与を目指しています。

包括連携協定による地域課題の解決

虫媒介感染症対策、口腔衛生、除菌・消臭等のノウハウや最新の技術を提供することにより、保健衛生・福祉・環境・防災・まちづくりなど、多岐にわたる地域の課題解決に役立てようと、自治体との包括連携協定を行っています。現在では19自治体と連携協定を締結しています (2025年1月実績)。

キケンから守る取り組み	https://corp.earth.jp/jp/sustainability/society/service_provision/protect/index.html
-------------	---

気候変動への対応

世界的に最も深刻な環境問題である気候変動による平均気温の上昇や異常気象の激甚化などへの対応は、中長期的なアース製薬の事業の継続や拡大、また、バリューチェーン全体に影響を及ぼす可能性があります。それらへの対応は、中長期的な企業価値に関わる経営課題であると認識しています。

マテリアリティ (重要課題)	重点テーマと主な施策	目標・KPI	2024年度の実績
気候変動への対応	●CO ₂ 排出量を削減します。	CO₂排出量削減 2020年度比で (Scope1,2) ●14%削減 (2023年) ●28%削減 (2026年) ●46%削減 (2030年)	33.9%
	●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 ●工場の再エネ化「再エネ率60%」(2023年) ●研究所の再エネ化「再エネ率90%」(2026年) ●オフィス*の再エネ化「再エネ率95%」(2030年)	66.7%

※テナントオフィスを除く

基本的な考え方と推進体制

アース製薬は、「^{いのち}生命と暮らしに寄り添い、地球との共生を実現する。」理念に基づき、地球環境と調和した事業活動を行っています。CSRサステナビリティ推進委員会を設置し、気候

変動対応に関する方針策定、戦略立案、目標と指標の策定等についての協議を行い、内容や活動は定期的に経営層へ報告されています。

TCFD 提言に基づく情報開示

気候変動は、当社にとってリスクであると同時に、新たな収益機会につながる重要な経営課題です。これらの取り組みを積極的・能動的に行うことは、中長期的な当社の企業価値向上につながると考え、ステークホルダーと適切に協働し、社会全体に利益をもたらすことを目指します。当社は気候変動関連の財務情報開示の重要性を認識し、2022年にTCFD提言への賛同を表明。提言に即した情報開示を行っています。



ガバナンス

気候変動関連事項のうち重要事項については、代表取締役社長CEOが取締役会に報告します。取締役会は自社の戦略・事業計画やリスクマネジメント方針等の見直し・指示にあたり、

コーポレートガバナンス推進委員会への諮問を経て、気候変動関連事項を考慮しています。

リスクマネジメント

特定した気候変動関連のリスク・機会への対応および優先順位の策定にあたっては、CSRサステナビリティ推進部を中心に関連部署と連携し、それぞれ軽減・移転・受入・制御といった対応を検討します。また、その検討結果は経営統括本部が代表取締役社長CEOへ報告し、最終的に取締役会において必要な対応方針を決定します。

指標と目標

気候変動に関する温室効果ガス排出量の削減に向けて、2030年のCO₂排出量 (Scope1、2) と再生可能エネルギー比率について、下記の目標を定めています。

指標と目標

	指標	目標	目標年	2024年度の実績
目標1	Scope1、2排出量 (エネルギー起源)	2020年比 46%削減	2030年	33.9%
目標2	再生可能エネルギー比率	電力全体の95%	2030年	66.7%

リスクと機会、財務インパクト (当社事業に与える影響度が「大」となる主な要因と対応)

分類	シナリオ	内容	指標	影響を受ける期間	対応
機会	4℃	気温上昇 当社の主要ビジネスである虫ケア用品への需要増および販売期間の長期化に伴う市場規模の拡大	売上高増加	短期 中期 長期	虫ケア用品 〈活動〉 ・販売機会ロスの低減と資本効率の向上を両立する適正な在庫管理体制の構築 ・原材料・梱包材の安定調達のため、国内外問わず新規調達先の開拓を進め、複数購買体制を確立
		気温上昇 公衆衛生環境が整っていない地域において菌・パフテリアの増加による感染症が深刻化した場合、感染症リスクを解消する方法として当社技術のMA-Tシステム®を用いた商品が有効	売上高増加	短期 中期 長期	MA-T システム®適用商品 ・日本における社会実装を推進し、除菌市場でのブランド・商品認知を図る
	1.5℃	消費者の脱炭素意識 当社商品が環境に配慮したサステナブルなブランドとして認知拡大されていくことで、当社のブランド価値が向上し販売額が拡大	売上高増加	短期 中期 長期	以下の活動を行うことで、環境に配慮したサステナブルな企業としてブランド価値を向上 〈活動〉 ・サーキュラーエコノミーへの賛同 ・植物由来などサステナブル原材料調達の加速 ・CO₂ 排出量削減のためのリユースまたはリサイクル可能な容器への移行 ・ウォーターフットプリント低減への取り組み プラスチック ・容器や包装資材など商品当たりで使用されるプラスチック量を削減 ・サプライチェーンの取り組みとして商品のボトルなどプラスチックのリサイクルを検討
リスク		パーム油需給バランス パーム油由来の原材料高騰による売上原価の上昇や、原材料不足による当社商品の供給不足	売上高減少 コスト増加	短期 中期 長期	・パーム油由来の原材料の安定調達に向けて、需給のひっ迫が想定される原材料の予定購買を実施するとともに、複数購買体制をとりながら国内外問わず調達先の開拓を推進 ・パーム油由来の原材料の使用量低減、品質基準に見合った代替原材料の発掘に向けた研究開発・処方変更を検討

〈シナリオ分析の前提条件〉 分析対象:アース製薬単体
分析範囲:原料調達を含めたサプライチェーン全体
時間軸:短期=1年(単年度計画と同期間) 中期=3年(中期経営計画と同期間) 長期=2030年(日本のNDCにおける中期目標と同期間)

シナリオ分析について詳細は当社ウェブサイトをご覧ください。 <https://corp.earth.jp/jp/sustainability/environment/tcdf/index.html>

第三者保証

「脱炭素社会の実現」に向けて、サプライチェーン全体の温室効果ガス排出量を把握することの重要性を、アースグループ全体で認識しています。アースグループ全体におけるGHG排出量算定 (Scope1、2、3) を行い、さらに正確性を担保するため第三者保証を受けています。今後も気候変動対応をより強化し、当社グループのGHG排出量を開示するとともに、カーボンフットプリント算定、排出量削減に向けた取り組みを実施していきます。

カーボンニュートラルを目指す

脱炭素社会の実現に向けて、当社は2050年カーボンニュートラルを目指し、電力の見える化システムの導入による省エネ活動、サプライチェーン全体におけるCO₂排出削減や社員

気候変動への対応 https://corp.earth.jp/jp/sustainability/environment/climatechange_correspondence/index.html



一人ひとりの削減意識の向上に向けた啓発など日々の事業活動でさまざまな取り組みを進めています。

地球環境問題への配慮

バリューチェーン全体に関わる環境問題に配慮することは、アース製菓の持続可能性に直結する課題です。資源の有効活用と廃棄物削減に向けた取り組みは、原材料調達から商品設計、生産、使用、廃棄にいたる各段階における事業リスクの軽減のみならず、企業価値の向上に貢献するものであると認識しています。

マテリアリティ(重要課題)	重点テーマと主な施策	目標・KPI	2024年度の実績
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。	水の使用効率向上 2020年比で ●3%向上(2023年) ●6%向上(2026年) ●10%向上(2030年)	0.6%向上
	●循環型社会を目指し、資源を有効に活用します。	工場・研究所からの産業廃棄物等のゼロエミッション(最終処分率1%以下) ●処理委託先の状況調査・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)	最終処分率： 1.1%
	●アースECO基準を定め、環境に配慮した商品の拡大を推進します。	●アースECO基準設定(2023年) ●アースECO基準対応商品の拡大と情報開示の推進(2026年、2030年)	情報開示に向け 取り組み実施中

基本的な考え方と推進体制

アース製菓は、環境問題を当事業のみならず地球の持続可能性に直結する課題と捉え、あらゆる事業活動において地球環境保全に配慮し、人々の暮らしに貢献することを宣言しています。「アース製菓環境基本方針」に基づきバリューチャー

ン全体で環境負荷低減に取り組み、「アースECO基準」を定め環境に配慮した商品の拡大を推進しています。また、国内全事業所において環境省策定の環境マネジメントシステム「エコアクション21」の認証登録を受けています。

水使用量の削減と循環

主力生産拠点の坂越工場、赤穂工場、さらに併設する研究所で発生した排水の放流に当たっては、法令等で定められた排出基準よりもさらに厳しい自主基準を設定し、法令順守を徹底しています。また、人と水との関わりを考え、産官学民等の多様な主体の連携による良好な水環境の活用・保全を通じて持続可能な地域社会の実現を目指す、環境省発足のWater Projectや、海洋プラスチック問題の解決を目指すCLOMAに加盟し、活動しています。

生産ラインにおける水使用量の削減

当社では原材料として水を使用するほか、多くの生産ラインについて品目切り替え時の洗浄作業で水を使用します。衛生管理や汚染防止のためのラインの徹底洗浄は欠かせませんが、日々改善に取り組み使用量削減に努めています。2019年より錠剤タイプの入浴剤「温泡」の洗浄方法を見直しています。従来行っていた品目切り替え前後の色や濁り成分の有無による温水での洗浄だけではなく、エアーによる洗浄を始め、2024年は水使用量を2023年比で294t削減しました。

取水量

施設名	対象範囲	単位	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
上水	工場、研究所、本社	千㎡	103.4	97.5	101.6	98.0	123.2

廃棄削減と循環型社会を目指す

リサイクルを促すために

これまで商品は再出荷できるもの以外は廃棄していましたが、廃棄を減らすため同じ種類の廃棄物を圧縮し、コンパクトにすることで有価物として回収してもらう方法を取り入れてい

ます。例えば4パレット分の線香缶を1ブロックに圧縮し有価物として回収してもらうとともに、かさが減ることで輸送する際のCO₂削減にもつながっています。

マテリアルリサイクル(固形燃料化)

プラスチックボトルを使った商品などは、今まで内溶液を含め廃棄していましたが、液は回収して廃液処理し、プラスチッ

ク製のボトルやキャップなどは粉砕処理後、固形燃料生成の原料としており、2024年は70.19t相当が活用されています。

バリューチェーンを通じた環境負荷の低減

チーム横断型プロジェクトチームで環境配慮素材を研究

当社の研究開発部門は、環境対応包材に関するプロジェクトチームを結成し、活動をしています。日々技術が進歩している環境対応包材の情報を集め、試作品の評価などを実施しています。このチームには、虫ケア、入浴剤、オーラルケア、海外商品など複数の研究チームのメンバーが集まっており、定期的な情報共有の場を設け、新たな商品開発に取り組んでいます。

環境に配慮した商品開発

近年のお客様の環境に対する意識の高まりを受け、3R(Reduce(減らす)、Reuse(再利用)、Recycle(循環処理))の視点で環境負荷低減を目指した商品開発に取り組んでいます。リデュース視点では82アイテムが該当し、変更前のプラスチック使用量と比較し約318トン



生物多様性保全

当社は、ネイチャーポジティブ(自然再興)の実現を目指し、生物多様性の維持・回復・創出に向けた取り組みを推進するため、当社の「環境方針」の下に「生物多様性方針」を策定しました。本方針では、生物多様性保全に向けた国際的な動向を踏まえ、サプライチェーン全体における生物多様性に関するリスクと機会、および依存と影響を把握し、生物多様性損失の回避・軽減、および復元・再生へ貢献することなどを定めています。

生物多様性の損失を防ぐため、経営理念に基づき、当社およびサプライチェーン全体で生物多様性の保全とその持続可能な利用に向けて、ステークホルダーと協力しながら取り組み推進に努めます。

TNFD提言に基づく情報開示

2023年にはTNFD(自然関連財務情報開示タスクフォース)への賛同を表明し、自然資本や生物多様性におけるリスクや機会を評価し、開示するための枠組みを構築する国際的な組織であるTNFDフォーラムに参画しました。

アースECO基準の策定

当社は、サステナブルな環境の取り組みの実現に向け、環境配慮型の商品づくりを推進するため独自の環境基準「アースECO基準」を定めました。SDGsにおける17の目標のうち環境や製造に関連した6項目の達成を念頭に置いて設計されています。アースECO基準を満たす商品には「Act For ECO」のロゴが表示されており、「モンダミンプレミアムケア」の大容量パウチや「マモルーム」など多数の商品に付与され、環境に優しい商品であることを示しています。

📶 アースECO基準 <https://corp.earth.jp/jp/sustainability/environment/eco/index.html>

生物多様性保全に関する対応

地球の生物多様性を守るためには現状を知ることが大切です。当社は、生き物が暮らす森を保護することはもちろん、調査にも力を入れています。生産拠点である坂越工場は瀬戸内海に面し、自然豊かで緑地が多く存在しており、敷地内緑地の調査によって多くの生き物や希少種が確認されました。それらを踏まえ、2024年3月に自然共生サイトに認定され管理計画を立て、調査と保全活動を継続しています。

また、一度絶滅した生物種は二度と元には戻りません。そのため、これ以上数を減らしたり、環境が悪化したりしないように心がける必要があります。当社は絶滅の危機に瀕した昆虫種を保存する活動を行っています。さらに、人間の健康や農林業、漁業に影響をもたらす外来生物の対策にも貢献しています。

📶 生物多様性の保全について詳しくは当社ウェブサイトをご覧ください。
<https://corp.earth.jp/jp/sustainability/environment/biodiversity/index.html>



昆虫種の保存活動をしているコバンムシ

持続可能な調達

アース製菓は、経営理念を実現すること自体がサステナビリティ活動の実施であると考えています。その中において調達活動は地球との共生なくしては成り立たないものであり、その実現のためにはサステナブル調達の取り組みを、お取引先様とともに推進していく必要があると考えています。すべてのお取引先様とのパートナーシップを構築し、倫理的かつ公平な関係を保ちながら人権・労働慣行・環境に配慮した調達を推進し、当社の企業価値創造と社会全体の持続可能な発展に貢献します。

マテリアリティ(重要課題)	重点テーマと主な施策	目標・KPI	2024年度の実績
持続可能な調達の推進	●環境などに配慮した製品包装材料の調達を推進します。	森林認証紙の使用率(重量) ●使用率を10%以上(2023年) ●使用率を30%以上(2026年) ●使用率を70%以上(2030年)	17.9%

基本的な考え方と推進体制

アース製菓は、お取引先様とともに社会全体の持続可能な発展に貢献することを目的として「アースグループ グローバル行動指針」を掲げ、サステナブル調達に取り組みます。「サステナブル調達ガイドライン」を制定し、2023年にはサプライヤー行動規範を制定、「お取引先様へのお願い」としてすべてのお取引先様に項目の遵守や周知を行うほか、お取引先様自身の

取り組み状況の再認識と継続的な向上のために、CSRセルフ・アセスメント質問表への回答を依頼しています。

📶 お取引先様へのお願い	https://corp.earth.jp/jp/sustainability/society/supply_chain/pdf/code.pdf
📶 調達方針、サステナブル調達ガイドライン	https://corp.earth.jp/jp/sustainability/society/supply_chain/index.html

持続可能なバリューチェーンの構築



「責任ある調達」を通して 社会課題の解決とビジネスの成長を両立する

山下 健吾
上席執行役員 グローバルSCM本部本部長 CSCO

アース製菓は、お客様に安心して商品をお届けするため、すべてのサプライチェーンのプロセスにおいて「責任ある調達」を心がけています。また、地球環境や物流に関する社会課題の解決を目指し、温室効果ガス排出量削減にも取り組んでいます。特に、お客様と協働し、商品の輸配送における車両台数やドライバーの待機時間の削減に取り組んでいます。

一例として、物流事業者様や他メーカー様と協働する、九州ー関東間のフェリー往復混載輸送が挙げられます。これは、各社様との出荷スケジュールの調整を通じて、積み込み・積み下ろしにおけるドライバーの待機時間を削減し、安定した運用を実現できています。この取り組みにより、年間31トン(19.0%)のCO₂削減、ドライバー拘束時間を年間250時間(15.4%)、車両台数を年間39台(28.9%)削減する効果を生み出しました。これがゴールではありませんが、こうした積極的な取り組みを推進していきます。

従来のサプライチェーンは品質安全・サービス・コスト・キャッシュの観点でトレードオフを管理し、お客様に安心・安全をお届けするのが使命でした。しかし、昨今の環境・市場・労働環境の変化に対応するため、持続可能なサプライチェーンの構築が不可欠となっています。この実現に向け、関係部署だけでなくお客様とも継続的に対話し、明確な目的意識のもと、部門や会社を超えた改善活動を進めています。

また、広義のサプライチェーン人材の育成、従業員が自分らしく働ける環境づくり、心理的安全性の構築、そして外部との協働機会の創出も同時に重視しています。これまでの慣習にとらわれず、より高い視座で目的やゴールを設定し、新たな挑戦を積極的に行います。

今後も「社会課題の解決とビジネスの成長を両立する」という目的のもと、日々進化を追求してまいります。

持続可能なバリューチェーンの構築

継続的に高品質な商品やサービスをお客様に届けるためには、バリューチェーンに関わるさまざまなお取引先様との密接な連携が欠かせません。当社は、お取引先様との信頼関係を構築し、相互の成長を目指した持続可能な取り組みを行っています。

安定的な物流の確保

労働人口の減少によるトラックドライバーの不足、輸送能力

の低下による配送の遅延といった恒常的社会課題に対して、グループ会社である大塚倉庫の共通プラットフォームに参画し、物流の効率化を図っています。また、原材料の納入形態を変更することで省資源化や輸送効率の向上に取り組んでいます。そのためにはお取引先様との連携が重要であり、環境などサステナブル調達に対する考え方を理解していただきながら進めています。

お取引先様への周知活動

お取引先様にお願いしているCSRセルフ・アセスメント質問票への回答依頼について、2024年12月現在では、お取引先様209社中189社の原材料メーカー・生産委託先から回答を得ています。ご協力をいただいたCSRセルフ・アセスメント質問表の回答・集計

結果をもとに、個別面談などでお取引先様と結果を共有し、社会全体の持続可能な発展への貢献に努めています。今後も新規のお取引先様へ、この活動を継続し、また、間接的なお取引に関して同ガイドラインの主旨に沿った原材料の調達を進めていきます。

CSRセルフ・アセスメントの回答集計結果(2024年12月現在)

項目	得点率分布				
	A(100～80点)	B(79～60点)	C(59～40点)	D(39～20点)	E(19～0点)
コーポレートガバナンス	58%	24%	11%	7%	0%
人権	52%	25%	12%	11%	0%
労働	72%	17%	8%	3%	0%
環境	64%	17%	11%	8%	1%
公正な企業活動	61%	22%	12%	5%	0%
品質・安全性	78%	16%	3%	3%	0%
情報セキュリティ	70%	20%	7%	3%	0%
サプライチェーン	45%	31%	11%	13%	0%
地域社会	58%	24%	10%	8%	1%

人権への取り組み

国連グローバル・コンパクトへの賛同

2021年5月、当社は国際連合が提唱する「国連グローバル・コンパクト」(UNGC)に署名し、参加企業として登録されました。UNGCは各企業・団体が責任ある創造的なリーダーシップを発揮することによって、社会の良き一員として行動し、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組みです。その実現に向けて努力を継続していきます。



人権方針

基本的人権を尊重し、人権尊重の取り組みを推進するために2023年12月「アースグループ人権方針」を定めました。人権尊重が重要な社会責任であることをすべての役員・従業員が認識し徹底するように努めます。また、サプライチェーンを

含む当社の事業活動に関係するすべての人々の人権リスクを低減するため、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、人権を尊重するため取り組みを継続・推進します。さらに「アースグループ グローバル行動指針」に基づき行動実践することで、事業活動を通じて生じうる人権課題に対して、自らが人権侵害をしないことに加え、ステークホルダーによる人権侵害を助長しないよう、人権尊重の責任を果たします。

今後、事業活動を進めるうえで顕在化した人権への負の影響を特定、評価、防止、軽減するために、人権デューディリジェンスのほか、実効性のプロセスを策定・実施できるよう努めていきます。

📶 アースグループ人権方針	https://corp.earth.jp/jp/sustainability/society/human_rights/pdf/human_rights_policy.pdf
---------------	---

コンプライアンス

基本的な考え方

アース製薬では、組織横断的な「コンプライアンス委員会」を設置し、課題や情報の共有、当社グループが遵守する行動指針の制定、企業倫理・法令遵守のための情報提供や社員教育の実施を推進しています。原則として毎月2回、コンプライアンス関連の情報誌「こんぷらサポート便」を全社員に配信し、意識の向上に努めていることに加え、「コンプライアンス意識調査アンケート」の実施により、研修の実効性を高めています。

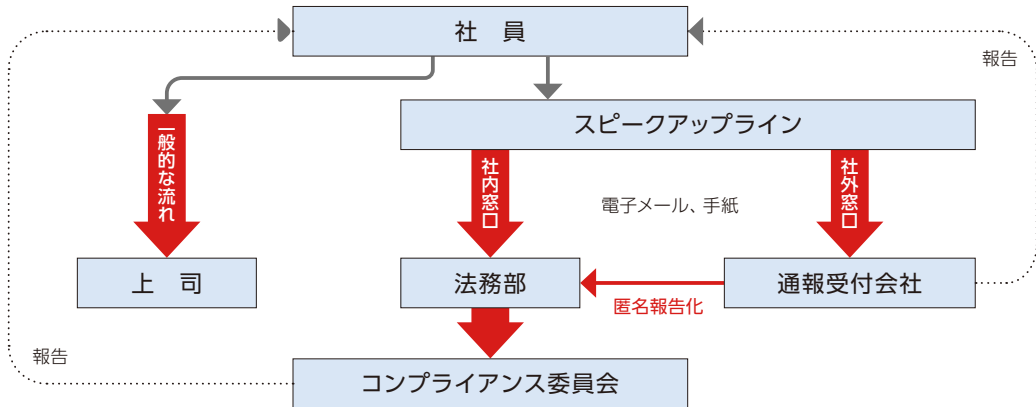
また、役員・社員（契約社員、派遣社員、パートタイム社員を含む）全員に対して、高い倫理観を持ち法令などを遵守するよう、「アース製薬行動指針」「行動指針解説書」を配付しています。さらに、社会の一員として、これらを規範に良識ある行動を促すため、計画的に各種会議体や研修を通して指導および啓発を行っています。

内部通報制度

当社がより信頼され、真に価値ある企業であるために、社内外に存在する問題をより広く受け付け、解決することが必要だと考えています。当社は内部通報窓口として「スピークアップライン」を、法務部が管轄する社内の相談窓口と社外の第三者機関窓口の2カ所に設置しています。業務に関わる問い合わせ

やルール違反を通報でき、社外窓口への通報は匿名でも可能で、退職後1年以内の方も利用できます。また、問い合わせや報告をした人が、社内で不利益な処分を受けることがないように保護しています。2024年度の通報・相談件数は5件、コンプライアンス違反件数は0件でした。

スピークアップライン体制



外部通報窓口の設置

ガバナンス機能のさらなる強化のため、お取引先の方々から当社の法令および企業倫理（アース製薬行動指針、グローバル行動指針）遵守に関する問い合わせ・通報（以下「通報等」）を受け付ける窓口を設置しています。受付窓口は当社が業務

委託および秘密保持契約を結んでいる第三者であるインテグレックス社に委託しています。プライバシーは厳守され、通報等をしたことを理由に通報された方やお取引先に対して不利益な取り扱いをすることはありません。

通報窓口の利用実績（単体・内部通報と外部通報の合計）

項目	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
コンプライアンス研修受講者数（人）	85	125	124	145	142
通報・相談件数*（件）	3	5	4	7	5
コンプライアンス違反件数（退職に至った事案）（件）	0	0	0	0	0

※ ハラスメント・人間関係ホットラインの件数を含む。

リスクマネジメント

基本的な考え方

アース製薬はサステナビリティ経営において、ESGの視点で事業を取り巻くさまざまなリスクを認識しています。リスクに対する未然防止やクライシス発生に対する適切な対応、リス

クから見いだされる事業機会の創出の観点からリスクマネジメントの必要性を認識し、さらなる経営基盤の強化を図ります。

クライシスマネジメント

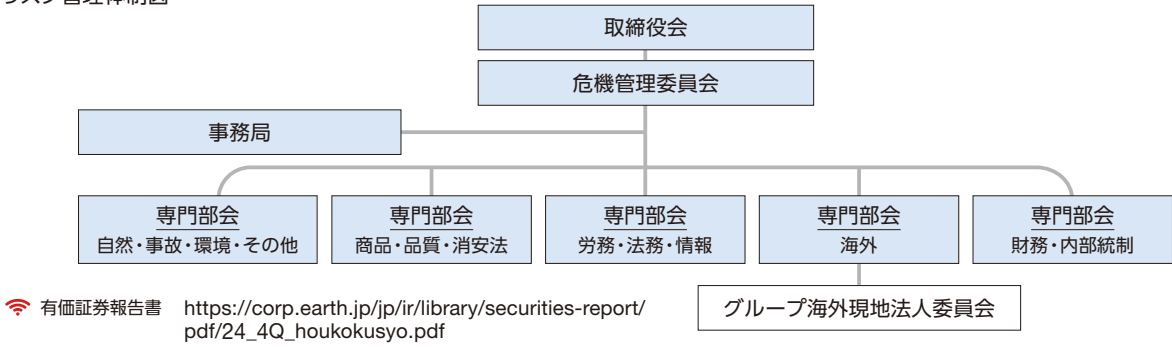
当社では、事業継続計画（BCP※1）を機能させるためのマネジメント（BCM※2）を推進しています。また、「危機管理マニュアル」「BCPマニュアル」を策定し、社員への危機意識の浸透を促しています。大規模災害時における被災地への支援、避難

場所指定と輸送力協定の締結の取り組みから、内閣官房国土強靱化推進室が策定したレジリエンス認証を取得しました。この認証を基に災害発生時の対策に取り組んでいます。

※1 BCP: Business Continuity Plan

※2 BCM: Business Continuity Management

リスク管理体制図



BCP、BCMの策定

様々な経営危機事象発生に伴う「社員の安全」「社会からの信用失墜」「経済的損失」が重大な支障をきたす可能性を十分に認識し未然に防止するために、組織的・体系的な対策を実践します。また、万が一危機が発生した場合に、被害を最小限に留め、当事者・関係者が迅速に判断し実行するための規範とし

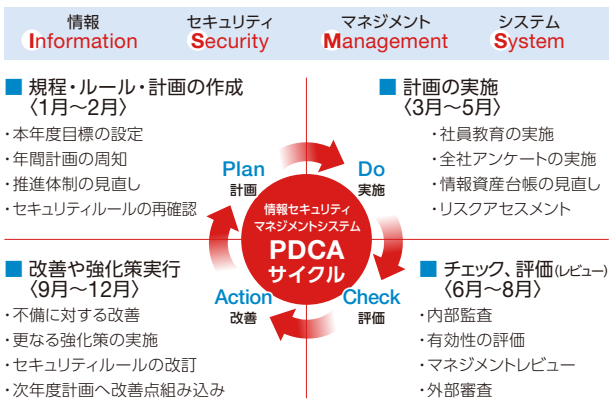
て「危機管理基本規程」を共有しています。BCPの策定後、危機管理委員会では机上訓練を行って対策の見直しを行っています。従業員に対しては、定期的に教育訓練を実施し、危機意識の浸透を図っています。

情報セキュリティの取り組み

当社は、ISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）を導入し、情報セキュリティの強化と継続的な改善に取り組んでいます。この取り組みは、当社におけるあらゆる情報資産を、事故や災害、サイバー攻撃等の脅威から守ることを目的とし、重大なセキュリティインシデントにつながるリスクを排除することで事業継続性の確保および社会的な信頼の獲得に努めています。また、ISO/IEC 27001認証を継続して取得しており、国際的な基準に基づいた情報セキュリティ管理体制を維持しています。

セキュリティポリシー <https://corp.earth.jp/jp/security/index.html>

ISMSのPDCAサイクル



社外取締役メッセージ



コーポレート・ガバナンスの実効性を高めるために

社外取締役
ハロルド・ジョージ・メイ

中期経営計画の3つの柱について、社外取締役として特に注目している観点と、進捗に対する評価をお聞かせください。

中期経営計画は、社内外、特に投資家やアナリストにも「伝える」ことが重要です。その意味で、アース製菓が数多くの戦略から、「海外の売上拡大」「収益構造改革」「グループ経営力強化」の3つに絞ったことは、非常に評価できます。

社外取締役の役割は、こうした戦略をマクロな視点で中長期的に見極めることだと考えています。海外の企業では、企業の方針性そのものを左右する「戦略 (Strategy)」と、より短期的な施策である「戦術 (Tactics)」が明確に区別されます。中期経営計画の進捗を評価する際には、1年単位ではなく、3年、5年、あるいは10年という長期的視点で見ることが必要だと感じています。

評価の際には、目標の妥当性、競合状況の変化、消費者マインドといった長期トレンドに加え、会社を動かす原動力である社員のモチベーションの状況も重視しています。これらは取締役会等でも指摘し、議論を深めています。

実際の進捗としては、「海外の売上拡大」はすでに売上高の10%を占めるまでに成長し、「収益構造改革」ではSKUの削減が順調に進行中です。一方、「グループ経営力強化」の面でも子会社の統廃合が進みつつありますが、社員のモチベーション維持や、統合効果 (シナジー) をどのように得られているかといった点については、今後も注視していく必要があると考えています。

取締役会での議論にあたって、社外取締役としてどのような視点を重視し、ご自身のご経験をどう活かされているのでしょうか。

アース製菓の取締役会は、各役員のバックグラウンドが多様で、多角的かつ実質的な議論が行われている点が特徴的です。特に、成長投資や資本政策といった重要な意思決定においては、役員ごとにリスクの捉え方や判断軸が異なり、それが議論の深みを生んでいます。また、ITシステムの活用による「見える化」によって、売上や生産に関するデータを役員間でリアル

タイムに共有し、共通の情報基盤のもとで意思決定が行われています。

当社独自の取り組みとして、取締役会に上程される議案について社外取締役のみで実施する事前勉強会があり、リスクを判断する観点からは非常に大切な取り組みであり、実際の審議にも大きく寄与しています。また、この事前勉強会には

必要に応じて、担当部門の責任者に説明を求めることもあり、役員会では聞きづらい現場の率直な声を拾う貴重な機会にもなっています。

私は、株価や配当といった将来的な企業価値にすべての成果が反映されると考えており、資本コストの議論においても、その影響を最優先に据えています。もちろんファイナンスの視点も重視しますが、最終的には株価にどのように反映されるかを意識しながら発言しています。

また、マーケティングの経験を活かし、商品開発会議や商品戦略会議といった社内会議にも参加し、発言しています。例

えば、同一カテゴリーに自社商品が過度に集中している状況に対し、SKUの絞り込みを提言しました。これは、消費者に対して自信のある商品を明確に打ち出し、生産効率の向上にもつなげる狙いがあります。

人的資本については、「人財理念」や「人財マネジメント方針」を定め、さまざまな取り組みを進めています。ホワイト500の認定を受けたことは、当社の人財戦略が着実に機能している証左といえます。現在は、全社員の評価制度のあり方について役員会で議論を深めており、男女比や年齢構成といった多様性に関する問いかけも、長期的視点から行っています。

アース製菓に関して注目している点や、現時点での課題意識についてお聞かせください。

アース製菓という企業ブランドは、すでに一定の浸透を果たしていると感じています。だからこそ今後は、個々の商品ブランドへの投資を強化していくべきだと考えます。「ブランドヘルス (知名度・好感度・マーケットシェア・ブランドイメージ)」の視点を重視し、これを定期的に評価することが重要です。

私が注目しているのが、「MA-Tシステム®」です。現在はまだ業績への貢献は小さいものの、特許は当社が保有しており、将来的な企業ブランド価値の源泉となり得る存在です。こうしたユニークな取り組みを活かしながら、長期的な視野でブランド力を高めていくべきだと考えています。

また、サクセッションプランについても、より一層注力すべ

きだと思えます。外資系企業では、社長をはじめ部下を持つ全ての社員が、複数の候補者を育てることがリーダーの重要な役割とされています。現在のアース製菓では、製造部門出身の取締役が不在であり、こうした状況が適切か議論をしています。各ポジションに対して複数の後継者を計画的に育てる体制を整えることが、将来的な経営の安定性と企業価値向上に直結すると考えています。



社外取締役として、サステナビリティや市場・投資家との対話についてどのように評価されていますか。

アース製菓では、統合報告書の作成をはじめ、株主や投資家とのコミュニケーションが積極的に行われていると感じています。一方、IRマーケティングの観点からは、今後さらに海外の機関投資家への積極的な情報発信や、個人投資家を対象とした懇談会など、開示・対話の機会を拡大していくべきだと考えます。機関投資家からの要望に応じて、社外取締役として社内役員を介さずに直接対話する機会もあります。こうした対話は、

社外からの率直な視点を伝える貴重な場だと感じています。

企業の方向性を短期間で大きく変えることは難しいものです。だからこそ、5年、10年先を見据えて、どのように企業を変えていくのかという視点が欠かせません。イノベーションを起こし続けるための無形資産の構築や活用を、社外取締役として長期的な視野で戦略的に捉え、助言や評価を行っています。

略歴

ニューヨーク大学修士課程修了後、ハイネケン・ジャパン (株)、日本リーバ (株) (現ユニリーバ・ジャパン (株)) などの企業にて、ブランド戦略およびマーケティング業務に従事。サンスター (株) オーラルケア事業執行役員、日本コカ・コーラ (株) 副社長、(株) タカラトミー代表取締役社長兼CEOを歴任し、経営改革、業績回復、ブランド価値の向上に寄与。その後、新日本プロレスリング (株) 代表取締役兼CEOに就任し、国際展開および事業成長をけん引。日本国内外の消費財・エンターテインメント業界において豊富な実務経験を有するとともに、経営、グローバルブランド戦略、組織改革に関する高い見識を有する。現在はキュービー (株) など複数の企業において社外取締役等を務める。

コーポレート・ガバナンス

アース製菓は、価値ある商品・サービスの提供によって市場の創造・活性化を図り、ステークホルダーの皆様から価値ある企業として信頼を得ることに努めており、迅速な経営の意思決定、業務執行の監視・監督、コンプライアンスの徹底、適時・適切な情報開示などを行うために、継続的なコーポレート・ガバナンスの強化を重視しています。

マテリアリティ(重要課題)
経営基盤の強化

アース製菓のコーポレート・ガバナンスの特長と進化

当社は、持続的な成長と企業価値の向上に向けて、透明性・客観性を備えた迅速な意思決定体制の確立が重要であると認識しています。取締役の定数を10名以下(現在9名)、任期を1年とするとともに、執行役員制度を導入することで、経営環境の変化への機動的な対応と、経営における役割・責任の明確化を図っています。執行役員は、代表取締役社長CEO川端克宜が主催する「戦略協議会」において、取締役会に上程する事項について事前審議を行うほか、社長決裁事項のうち特に経営上の重要事項について審議する体制とし、適切な意

思決定を期しています。

コーポレート・ガバナンス体制としては監査役会設置会社を採用し、取締役会および戦略協議会を中心に重要事項の意思決定を行う一方、社外取締役・監査役による第三者的視点からの助言や監督を通じて、経営の透明性と健全性を高めています。さらに、監査役会、監査部(内部監査)および会計監査人が密接に連携し、業務執行や会計の実態を的確に把握する体制を構築することで、ガバナンスの実効性を確保しています。

コーポレート・ガバナンス強化の取り組み

2015年	独立社外取締役1名選任
2016年	「コーポレートガバナンス・ガイドライン」を制定
2018年	執行役員制度導入
2021年	経営体制強化のため社内取締役1名増員

2022年	女性取締役1名選任 社内取締役1名減、社外取締役1名増 社外取締役比率33.3% 指名報酬委員会を設置 取締役会スキル・マトリックス公表
2024年	社内取締役1名減、社外取締役1名増 取締役会の社外取締役比率44.4%、女性比率33.3%

各機関の役割

取締役会

当社の取締役会は、原則として月1回開催されます。議論を活発かつ有効に行うため、取締役の員数の上限を10名と定め、取締役会での決議の独立性・客観性の確保に鑑み、複数名の独立社外役員を配しており、取締役の総員の3分の1以上(2024年度から4名)を独立社外取締役が占める体制としています。

独立社外取締役は、独立した立場から自らの持つ幅広い見識や豊富な経験をもとに、中長期的な企業価値の向上に資するよう、経営戦略等に対して的確な助言を行います。また、取締役会における重要な意思決定を通じた経営の監督、客観的な判断に基づく利益相反の監督等を行っています。

取締役会で議論された主な事項

- 株主総会に関する事項(株主総会の招集および議案の決定など)
- 役員・組織・人事に関する事項(取締役、監査役、執行役員の選任など)
- グループ経営全般に関する事項(中期経営計画の策定、グループ再編、M&Aの検討など)
- 決算および財務に関する事項(決算承認、株主還元施策の実施など)

監査役会

監査役会は3名(うち社外監査役は2名)で構成され、監査方針と年度監査計画に基づき、当社主要事業所および内外子会社への往査等を通じて業務監査を実施しています。また、定期的に取り締役会およびその他の重要会議への出席を通して組織的運営体制の監視を行っています。監査上の重要課題等については、代表取締役社長をはじめとした取締役との面談に

より、意見交換を行っています。

監査役会は内部監査を行う監査部と相互に連携するとともに、会計監査人とは定期的に会合を設けて、積極的に情報交換を行うなど緊密に連携し、監査の実効性を高めています。

2024年の重点的な監査項目は、経営方針・経営計画の部門浸透状況、内部統制の構築・運用状況、会計監査の相当性、コーポレート・ガバナンス体制の構築・管理状況でした。

指名報酬委員会

指名報酬委員会は、社外取締役、代表取締役社長および社内取締役(うち独立社外取締役の人数が過半数)で構成しています。取締役の選任・解任や報酬、後継者計画に関する事項

等については指名報酬委員会の諮問を経ることとするなど、重要な事項に関する検討に際しては、説明責任を果たせるよう透明性・客観性の確保に努めています。

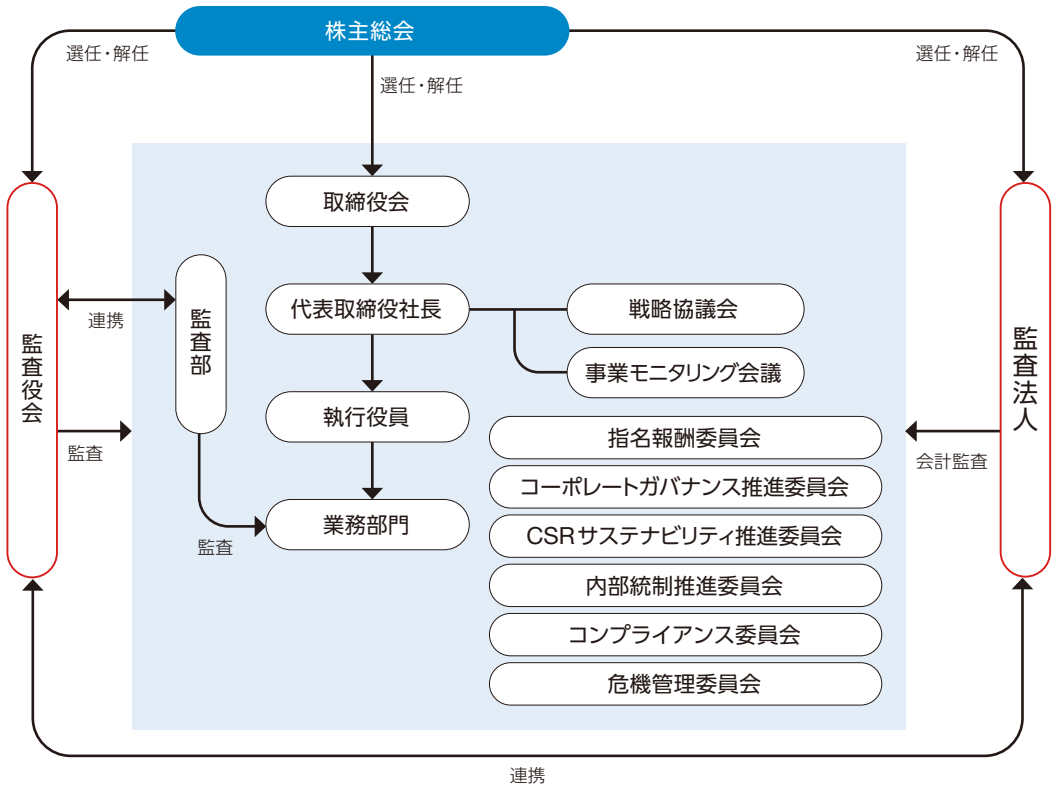
執行役員

当社は執行役員制度を採用し、経営における役割と責任の明確化と、計画実行におけるスピードの向上を図っています。代表取締役社長が主催し、社長から指名された執行役員からなる「戦略協議会」では、取締役会に上程する事項について事前審議を行うほか、社長決裁事項のうち特に経営上の重要事項について審議する体制とし、適切な意思決定を行っています。

取締役会・諮問機関などの2024年開催実績

	開催回数	議題数	報告数	出席率(社内役員)	出席率(社外役員)
取締役会	13	36	51	94.1%	100.0%
監査役会	12	8	13	100.0%	91.7%
指名報酬委員会	2	2	0	75%	100.0%

コーポレート・ガバナンス体制図



コーポレート・ガバナンス

取締役会での具体的な議論

取締役会では、中期経営計画を重要なコミットメントと位置づけ、未達成の場合にはその原因を分析し、次期計画に反映する責務を担います。さらに、内部統制の有効性確保や、取締役・執行役員からの提案に対する客観的な検討を実施し、重要性に応じた審議項目の設定と十分な審議時間の確保に努めながら議論を行っています。

スキル・マトリックス

当社が持続的に成長し、中長期的に企業価値を高めていくことを前提に、当社の取締役会に必要なスキルを特定し、取締役・監査役それぞれが有するスキル・知見などを一覧化したスキル・マトリックスを作成しています。なお、必要なスキルは定期的に見直していきます。

取締役・監査役のスキル・マトリックス

	氏名	経営経験	製品開発	営業・マーケティング	生産・調達	グローバル	ESG・サステナビリティ	人事・人財開発	法務・リスクマネジメント	財務・会計
取締役会長	大塚 達也	○	○	○						
代表取締役社長	川端 克宜	○	○	○			○			
取締役	降矢 良幸			○	○					
取締役	唐瀧 久明				○	○		○	○	
取締役	社方 雄			○		○				
社外取締役	ハロルド・ジョージ・メイ	○	○	○		○	○			
社外取締役	三上 直子	○	○		○					
社外取締役	ジャーマン・ルース マリー			○		○	○			
社外取締役	岡 俊子	○				○		○	○	○
常勤監査役	村山 泰彦							○	○	
社外監査役	生川 友佳子									○
社外監査役	林 達郎									○

スキルの選定理由

①経営戦略など重要事項の判断に際してベースとなるスキル

経営経験 人事・人財開発 法務・リスクマネジメント 財務・会計

②職務執行の監督に際して、当社グループの事業運営に対する深い理解と専門性

製品開発 営業・マーケティング 生産・調達

③市場の求め、経営・事業環境の変化に対応するスキル・知見

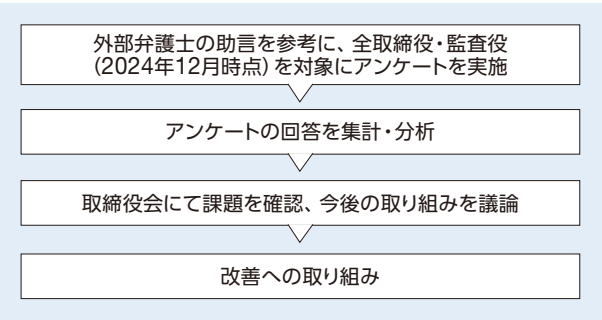
グローバル ESG・サステナビリティ

取締役会の実効性評価

年に一度実施する取締役および監査役による取締役会の実効性評価では、さらなる実効性の向上に向けて課題抽出および解決に取り組んでいます。

2024年度は、2024年12月時点での取締役および監査役を対象にアンケートを実施し、取締役会の実効性を評価するとともに、今後の課題と取り組み事項を抽出しました。

分析・評価プロセス



2024年度に向けた課題

今後の課題として、下記の項目が抽出されました。

- 審議の充実に向けた資料の書式整備およびスケジュールの管理

2024年度の取り組み・評価

アンケートの回答を分析した結果、取締役会の規模と構成(多様性)や審議事項の事前共有、資料の分量・内容(リスク情報)、会議の開催時間・時間配分、社外取締役に対する支援体制(付議事項の事前説明、監査役との意見交換)といった点において、当社の取締役会は概ね実効性が確保されていることを確認しました。

前回の取締役会の実効性評価の際に挙げた課題「審議の充実に向けた資料の書式整備およびスケジュールの管理」に対して、次の取り組みを行いました。

- スケジュール管理の面で、通年の日程表の事前共有に加え、取締役会開催の1週間前に予定議案をオブザーバー含む出席予定者に通知しました。
- 書式整備の面で、各取締役が付議事項に関連した事前準備ができるように、取締役会招集通知の書式を変更しました。

これらの取り組みにより、付議事項に関するリスク情報や責任範囲等の情報提供について「当期は改善されたので、現状の範囲で提供してほしい」とのアンケートの回答を数多く得ました。

2025年度に向けた課題

取締役会開催に先がけて実施する、社外役員に対する付議事項の事前説明に対して積極的な評価を得ています。一方、取締役会における審議の一層の充実に向けて、事前説明の場において出た意見を要約し、取締役会での説明時に共有することが課題として挙げられました。

また、参加者の効率性を高めるため、事前説明をオンラインで実施することも課題として挙げられました。

取締役・監査役の選任について

取締役には、当社の業務内容や市場環境などに精通し、豊富な経験を有する社内取締役と、他社での経営経験もしくは幅広い見識を有する独立社外取締役を選任しています。また、取締役会による監視・監督体制において多様性確保を目的に、外国籍の社外取締役および女性の社外取締役を選任しています。

取締役候補の指名に関しては、代表取締役社長がこれまで

の業績、経験、能力等を勘案した上で作成した候補者案を、独立社外取締役が過半数を占める指名報酬委員会に諮問し、十分な検討期間を設けた上で取締役会にて決定します。取締役・監査役の選任理由は、株主総会の招集ご通知をご覧ください。

📶 取締役・監査役の選任理由 <https://corp.earth.jp/jp/ir/stock/meeting/pdf/101-001.pdf>

コーポレート・ガバナンス

役員報酬制度

当社の役員の報酬等の額とその算定方法の決定に関する方針の決定権限は、取締役会が有しています。

当社の取締役の報酬は、企業価値の持続的な向上を図るため、優秀な人財の確保にふさわしい報酬の水準を維持し、業績達成の動機づけとなる業績連動性がある短期インセンティブ(業績連動賞与)と株主の利益と連動した中長期インセンティブ(譲渡制限付株式報酬)を組み込んだ報酬体系としています。個々の取締役の報酬の決定の際は、各職責を踏まえた適正な水準としています。

社内取締役の報酬は、基本報酬、業績連動報酬、非金銭報

酬から構成されます。各取締役に対して支給する基本報酬は、役位、職責などに応じて当社の業績、従業員給与の水準を考慮し、総合的に勘案して年額を決定し、各月において支給します。業績連動賞与の額は、会社業績と各取締役の個別業績の両方の目標に対する達成割合を考慮して、基本報酬に対し0～30%程度の範囲となるように設定するものとしています。非金銭報酬は、長期的な企業価値の向上に対する意識を高めるため、役職に応じて基本報酬の0～50%の範囲で、自社株報酬を譲渡制限付株式として付与するものとしています。

なお、社外取締役の報酬は基本報酬のみとしています。

取締役・監査役の報酬等の総額 (2024年)

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額 (百万円)				対象となる 役員の員数 (名)
		固定報酬	業績連動報酬	非金銭報酬等	退職慰労金	
取締役 (社外取締役を除く)	703	537	1	141	24	6
監査役 (社外監査役を除く)	15	15	0	—	—	1
社外役員	53	53	—	—	—	7

(注) 取締役 (社外取締役を除く。) 6名の報酬等の総額には、連結子会社からの役員報酬を含めています。

役員ごとの連結報酬等の総額等 (2024年)

氏名	連結報酬等の 総額 (百万円)	役員区分	会社会区分	連結報酬等の種類別の額 (百万円)			
				基本報酬	譲渡制限付 株式報酬	賞与	退職慰労金
大塚 達也	146	取締役	提出会社	132	13	0	—
川端 克宜	301	取締役	提出会社	229	53	0	—
		取締役	連結子会社 (株) バスクリン	4	—	—	—
		取締役	連結子会社 白元アース (株)	4	—	—	—
		取締役	連結子会社 アース・ペット (株)	4	—	—	—
		取締役	連結子会社 アース環境サービス (株)	4	—	—	—

(注) 連結報酬等の総額が1億円以上であるものに限定して記載しています。

役員のトレーニングと後継者計画

役員は少なくとも年1回、外部講師による研修会を受講するほか、必要に応じて外部の研修会に参加しており、研修会等への参加費用は当社が負担しています。また、将来の経営幹部候補に対して外部機関によるマネジメント研修の機会を提供しています。

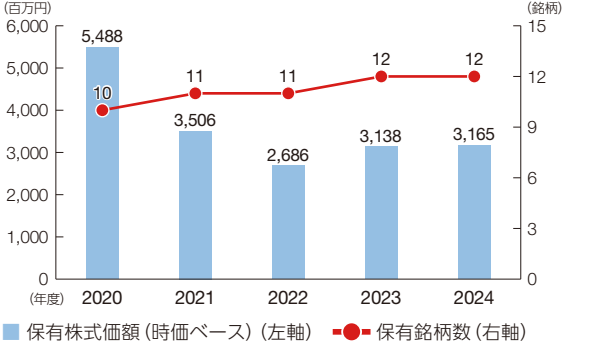
代表取締役社長の後継者の選定については、その都度、経

営環境を踏まえた十分な検討を経て行っています。現時点において具体的な後継者計画は定めていませんが、後継者候補の育成に際しては、今後指名報酬委員会にて検討するとともに、経営上の重要な課題解決などを含め、社内での独自教育を通じて実施しています。

政策保有株式

当社は、取引先との安定的・中長期的な関係維持・強化を目的とし、中長期的な企業価値の観点から政策保有株式を保有しています。一方で、保有意義が十分でないと判断される銘柄については縮減を図る方針であり、個別銘柄の評価額は連結総資産の5%を超えないよう管理しています。取締役会では毎年、保有株式の経済合理性を定量・定性両面から検証し、継続・拡充・縮小・廃止の判断を実施しています。2024年12月の取締役会では、上場株式の評価額の増減率や過去5年間の平均変動率に加え、保有目的の妥当性などの判断を適切に行いました。

政策保有株式数の推移 (上場株式、時価ベース)



投資家との対話

当社は、社長をはじめとするトップのコミットメントのもと、投資家やあらゆるステークホルダーの皆様と良好な関係を構築するためのコミュニケーション活動を重要視しています。透明性高く説明責任を果たすことにより当社への信頼と共感を高め、中長期的な企業価値を理解していただくことを目指しています。

ステークホルダーの皆様からいただいたご意見は、経営層に還流し、持続的な企業価値の向上に取り組んでいきます。

主なテーマや株主・投資家の関心事項

- ・中期経営計画の概要
- ・収益構造改革の進捗状況
- ・グループ組織再編、ガバナンスのあり方
- ・足元の事業環境と将来見通し
- ・新規事業に関する今後の構想

2024年度対話実績

実施内容	頻度	対応者
決算説明会	3回 (2月、8月、11月)	代表取締役社長CEO 取締役副社長執行役員 上席執行役員
決算フォローアップミーティング	2回 (5月、8月)	上席執行役員 経営管理部 (IR担当)
セルサイドアナリスト向けスモールミーティング	2回	代表取締役社長CEO 上席執行役員 経営管理部 (IR担当)
社長1on1ミーティング	11回	代表取締役社長CEO 上席執行役員 経営管理部 (IR担当)
個別ミーティング	109回	経営管理部 (IR担当)

役員一覧 (2025年3月27日現在)

取締役

● 取締役会出席回数 ● 指名報酬委員会出席回数 ● 所有株式数



おおつか たつ や

大塚 達也

取締役会長

● 10回/13回 (77%)

● 154,400株

1986年 4月 大家製薬 (株) 入社
1990年 1月 当社入社
1990年 3月 当社取締役
1992年 3月 当社常務取締役
1994年 3月 当社代表取締役専務取締役
1998年 3月 当社代表取締役社長
2014年 3月 当社取締役会長 (現在)



かわばた かつのり

川端 克宜

代表取締役社長CEO
(兼)グループ各社
取締役会長

● 13回/13回 (100%)

● 1回/2回 (50%)

● 83,100株

1994年 3月 当社入社
2011年 3月 当社役員待遇営業本部大阪支店支店長
2013年 3月 当社取締役ガーデニング戦略本部本部長
2014年 3月 当社代表取締役社長 (兼)ガーデニング戦略本部本部長
2015年 8月 当社代表取締役社長 (兼)マーケティング総合戦略本部本部長
2019年 3月 (株) パスクリン取締役会長 (現在)
アース・ベット (株) 代表取締役社長
2021年 3月 当社代表取締役社長CEO (現在)
白元アース (株) 取締役会長 (現在)
アース・ベット (株) 取締役会長 (現在)
アース環境サービス (株) 取締役会長 (現在)



ふる や よしゆき

降矢 良幸

取締役

● 12回/13回 (92%)

● 46,600株

1985年 3月 当社入社
2008年 3月 当社役員待遇営業本部営業企画部部長
2012年 2月 (株) パスクリン取締役
2014年 3月 当社取締役営業本部営業企画部部長
2014年 9月 白元アース (株) 取締役
2015年 1月 当社取締役営業本部本部長
2016年 3月 当社常務取締役営業本部本部長
2018年 3月 当社取締役常務執行役員営業本部本部長
2021年 3月 当社取締役専務執行役員社長補佐
2023年 3月 当社取締役社長補佐執行役員経営全般担当
2024年 3月 当社取締役副社長執行役員 (現在)

監査役

● 監査役会出席回数 ● 所有株式数



むらやま やすひこ

村山 泰彦

常勤監査役

● 12回/12回 (100%)

● 6,600株

1979年 3月 当社入社
2005年 4月 当社監査室室長
2012年 3月 当社管理本部人事部部长
2013年 6月 当社役員待遇管理本部人事部部长
2018年 3月 当社執行役員管理本部人事部部长
2019年 3月 当社常勤監査役 (現在)



いくかわ ゆ か こ

生川 友佳子

社外監査役

● 10回/12回 (83%)

● 600株

1997年 4月 オリックス (株) 入社
1998年 6月 齊藤会計事務所入所
2001年 9月 公認会計士・税理士古本正事務所 (現デロイトトーマツ
税理士法人) 入所
2003年 3月 税理士登録
2012年 7月 税理士法人トーマツ (現デロイトトーマツ税理士法人)
ディレクター
2015年10月 生川友佳子税理士事務所所長 (現在)
2015年12月 東亜バルブエンジニアリング (株) (現 (株) TVE) 社外監
査役
2016年12月 東亜バルブエンジニアリング (株) (現 (株) TVE) 社外取
締役 (監査等委員)
2019年 3月 当社社外監査役 (現在)
2023年 6月 グローリー (株) 社外取締役 (監査等委員) (現在)
重要な兼職の状況
生川友佳子税理士事務所所長、グローリー (株) 社外取締役 (監査等
委員)



はやし たつろう

林 達郎

社外監査役

● 一回

● 0株

1986年 9月 監査法人中央会計事務所入所
1989年 3月 公認会計士登録
1992年 5月 Coopers&Lybrand (現PwC) ドイツフランクフルト事務
所出向
1995年 9月 中央監査法人東京事務所
2005年 7月 中央青山監査法人社員登録
2007年 8月 新日本監査法人 (現EY新日本有限責任監査法人) パー
トナー
2016年 7月 日本公認会計士協会出向 品質管理レビューアー
2018年 7月 EY新日本有限責任監査法人札幌事務所
2024年 7月 公認会計士林達郎事務所所長 (現在)
2025年 3月 当社社外監査役 (現在)
重要な兼職の状況
公認会計士林達郎事務所所長



からたき ひさあき

唐瀧 久明

取締役

● 13回/13回 (100%)

● 2回/2回 (100%)

● 32,500株

1979年 3月 当社入社
2006年 3月 当社役員待遇安速日用化学 (蘇州) 有限公司董事 (兼) 総
経理
2011年 3月 当社取締役中国総代表
2015年 6月 安速 (上海) 管理有限公司 (現 安速 (上海) 投資有限公司)
董事長
2015年 9月 安速日用化学 (蘇州) 有限公司董事長
天津阿斯化学有限公司董事長
2016年 3月 当社取締役管理本部本部長
2017年 7月 アース・ベット (株) 監査役
2018年 3月 当社取締役上席執行役員管理本部本部長
2021年 3月 当社取締役常務執行役員管理本部本部長
2023年 3月 当社取締役最上執行役員管理部門担当 (兼) 管理本部
本部長
2024年 3月 当社取締役最上執行役員管理部門担当 (現在)



しゃかた たけし

社方 雄

取締役

● 13回/13回 (100%)

● 11,700株

1988年 4月 九州産業交通 (株) (現九州産業交通ホールディングス
(株)) 入社
1996年 8月 久光製薬 (株) 入社
2006年 3月 同社西日本統括部長
2009年 9月 Hisamitsu Vietnam Pharmaceutical Co., Ltd. 会長
(兼) 社長
2012年 6月 久光製薬 (株) 執行役員製薬事業部長
2015年 5月 同社上席執行役員製薬事業部長
2019年 5月 同社常務執行役員製薬事業部長
2021年 1月 当社入社
2021年 3月 当社取締役常務執行役員営業本部本部長
2023年 3月 当社取締役最上執行役員セールス・マーケティング部門
担当 (兼) 営業本部本部長
2024年 3月 当社取締役最上執行役員営業・マーケティング部門担当
(兼) 営業本部本部長
2024年10月 当社取締役最上執行役員営業本部本部長 (現在)



ハロルド・
ジョージ・メイ

社外取締役

● 13回/13回 (100%)

● 2回/2回 (100%)

● 0株

1987年 1月 ハイネケン・ジャパン (株) 入社アシスタント・ジェネラル・
マネージャー
1990年 4月 日本リーバ (株) (現ユニリーバ・ジャパン (株)) 入社
アシスタント・ブランド・マネージャー
2000年 4月 サンスター (株) 入社オーラルケア事業執行役員
2006年 9月 日本コカ・コーラ (株) 入社副社長 (兼) マーケティング本部長
2008年11月 同社副社長 (兼) チーフ・カスタマー・オフィサー
2014年 3月 (株) タカラトミー入社経営顧問
2015年 6月 同社代表取締役社長 (兼) CEO
2018年 6月 新日本プロレスリング (株) 代表取締役社長 (兼) CEO
2019年 3月 当社社外取締役 (現在)
2020年11月 (株) サンリオ顧問 (現在)
2021年 4月 アリナミン製薬 (株) 社外取締役
2021年12月 (株) コロプラ社外取締役
2022年 4月 パナソニック (株) 社外取締役
2024年 2月 キューピー (株) 社外取締役 (現在)
2025年 4月 パナソニック (株) 顧問 (現在)
重要な兼職の状況
(株) サンリオ顧問、パナソニック (株) 顧問、キューピー (株) 社外取締役

執行役員

副社長 執行役員	降矢 良幸	上席執行役員	三塚 剛	執行役員	坂本 泰範
			松下 弘征		桜井 克明
最上執行役員	唐瀧 久明		堀山 範夫		梶 晃
	社方 雄		足達 拓実		平松 淳
			久保 浩之		和田 正治
常務執行役員	永松 孝之		谷口 広幸		能宗 智和
	貴島 浩史		山下 健吾		山内 章
	越智 俊享		郷司 功		岡田 将太郎
	佐藤 憲太郎		川口 美香子		和田 守弘
					郡 英雄
					大野 廣之



み か み なお こ

三上 直子

社外取締役

● 13回/13回 (100%)

● 2回/2回 (100%)

● 600株

1983年 4月 味の素 (株) 入社
2007年 4月 武蔵野大学客員教授
2010年 1月 (株) シーボン入社栃木工場シニアマネージャー
2010年 4月 同社栃木工場工場長
2011年 6月 同社執行役員生産部担当
2012年 6月 同社取締役生産部担当
2017年 4月 当社取締役 (兼) 執行役員管理本部担当
2017年 6月 同社常務取締役 (兼) 執行役員
2019年 6月 同社代表取締役副社長 (兼) 執行役員
2020年 1月 同社代表取締役副社長 (兼) 執行役員商品開発本部担当
2021年 6月 昭和産業 (株) 社外取締役 (現在)
2022年 3月 当社社外取締役 (現在)
2024年 3月 (株) クラレ社外取締役 (現在)
2025年 3月 キリンホールディングス (株) 社外取締役 (現在)

重要な兼職の状況
昭和産業 (株) 社外取締役、(株) クラレ社外取締役、キリンホールディ
ングス (株) 社外取締役



ジャーマン・
ルース マリー

社外取締役

● 10回/10回 (100%)

● 100株

1988年12月 (株) リクルート入社
2000年12月 (株) スペースデザイン入社
2012年 4月 (株) ジャーマン・インターナショナル代表取締役社長
(現在)
2012年 6月 一般社団法人HRM協会理事 (現在)
2019年 6月 富士紡ホールディングス (株) 社外取締役 (現在)
2020年 6月 (株) KADOKAWA社外取締役 (現在)
2023年 6月 公益財団法人日本女性学習財団理事 (現在)
2024年 3月 当社社外取締役 (現在)

重要な兼職の状況
(株) ジャーマン・インターナショナル代表取締役社長、一般社団法人
HRM協会理事、富士紡ホールディングス (株) 社外取締役、
(株) KADOKAWA社外取締役、公益財団法人日本女性学習財団理事



おか とし こ

岡 俊子

社外取締役

● 10回/10回 (100%)

● 0株

1986年 4月 等松・トウシュロコンサルティング (株) 入社
2000年 7月 朝日アーサーアンドーセン (株) 入社
2002年 9月 デロイトトーマツコンサルティング (株) (現アビームコン
サルティング (株)) プリンシパル
2005年 4月 アビームM&Aコンサルティング (株) (現PwCアドバイ
ザリー合同会社) 代表取締役社長
2016年 4月 PwCアドバイザリー合同会社パートナー
2016年 6月 日立金属 (株) (現 (株) プロテリアル) 社外取締役
2018年 6月 ソニー (株) (現ソニーグループ (株)) 社外取締役
2019年 6月 (株) ハビネット社外取締役 (現在)
2020年 6月 ENEOSホールディングス (株) 社外取締役 (現在)
2021年 4月 明治大学専門職大学院グローバル・ビジネス研究科
専任教授 (現在)
2021年 6月 日立建機 (株) 社外取締役 (現在)
2024年 3月 当社社外取締役 (現在)

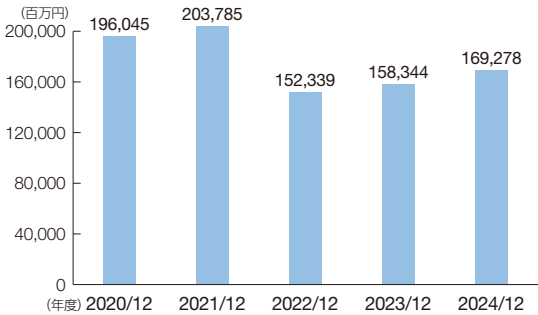
重要な兼職の状況
(株) ハビネット社外取締役、ENEOSホールディングス (株) 社外取締役、
明治大学専門職大学院グローバル・ビジネス研究科専任教授、
日立建機 (株) 社外取締役

財務・非財務ハイライト

財務

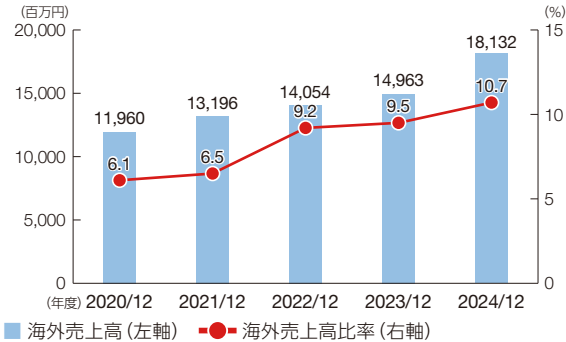
※2022年より収益認識に関する会計基準を適用

連結売上高



販売最盛期における夏の高温と残暑による虫ケア用品の売上増加、ASEANや輸出での売上伸長と総合環境衛生事業の売上成長があり、売上高は1,692億78百万円(前期比6.9%増)となりました。

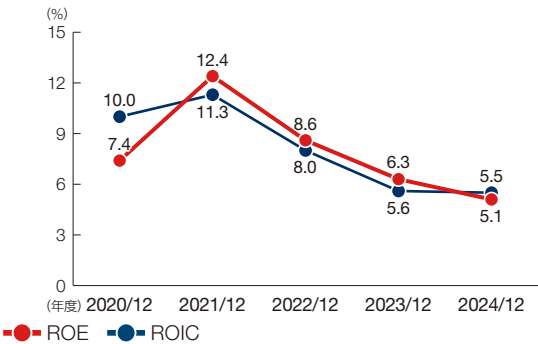
海外売上高＊／海外売上高比率



現地法人、輸出ともに好調に推移し、海外売上高181億32百万円(前期比21.2%増)、海外売上高比率10.7%(同1.2ポイント増)となりました。主力となるタイとベトナムでは、お客様の支持(シェア)を得ることを目標に活動を進めています。

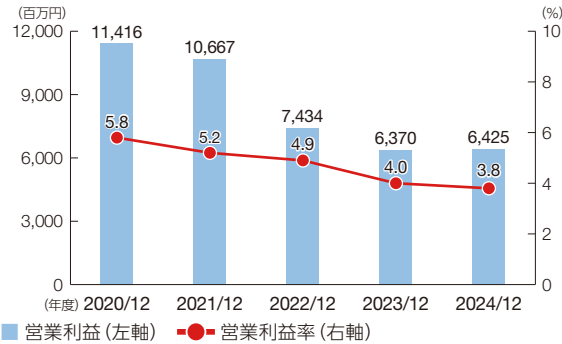
＊ 外部顧客向けのみ。

ROE／ROIC



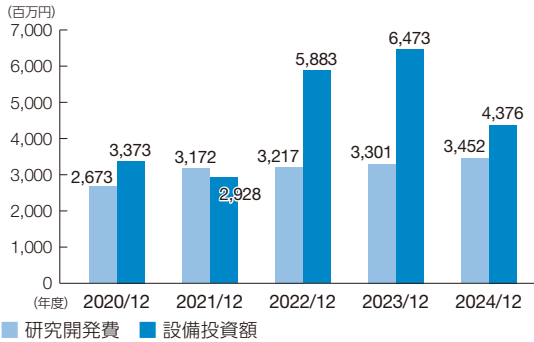
減損損失の計上に伴う当期純利益の減少により、ROEは5.1%(前期比1.2ポイント減)となりました。なお、ROICは5.5%(前期比0.1ポイント減)とほぼ横ばいを維持しています。

営業利益／営業利益率



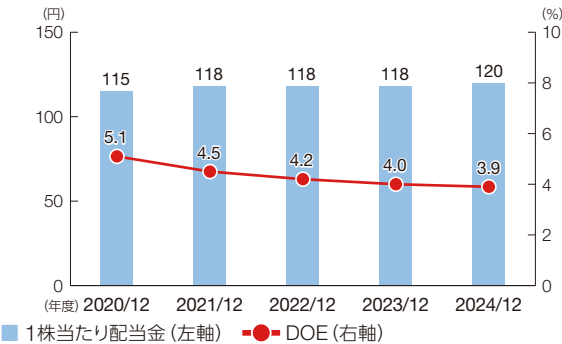
原材料価格高騰の長期化や販売費及び一般管理費の増加がありましたが、増収に伴う売上総利益の増加により、営業利益64億25百万円(前期比0.9%増)となりました。

研究開発費／設備投資額



非財務の価値を高める研究開発投資を行い、研究開発費は34億52百万円となりました。設備投資は、アース・ペット(株)の沖縄工場の建屋、生産設備に加え、当社の入浴剤「温泡 デカまる」の生産設備の更新と金型および研究機器等の購入で、総額43億76百万円となりました。

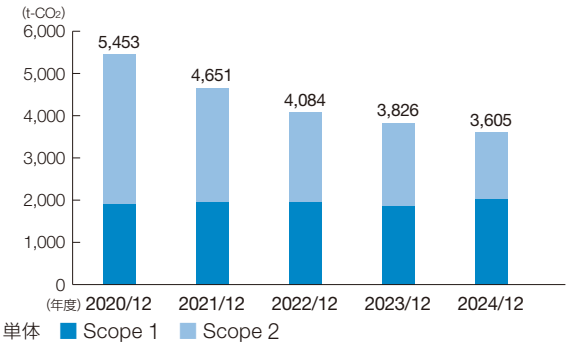
1株当たり配当金／DOE(純資産配当率)



当期の業績および今後の成長に向けた必要資金などに鑑み、普通配当(118円)に加えて、設立100周年を迎えるにあたり皆様の長年にわたるご支援・ご協力に感謝すべく記念配当(2円)を実施し、2024年12月期の1株当たり配当は120円、DOE:3.9%となりました。

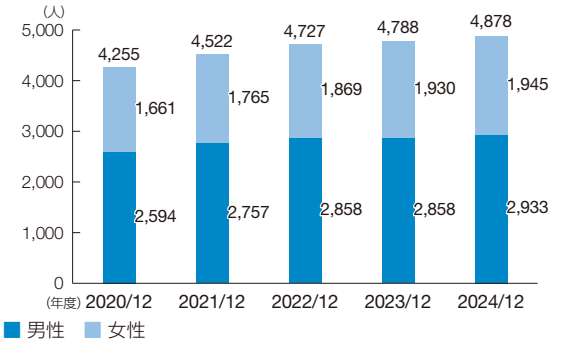
非財務

温室効果ガス排出量 (Scope1+2)



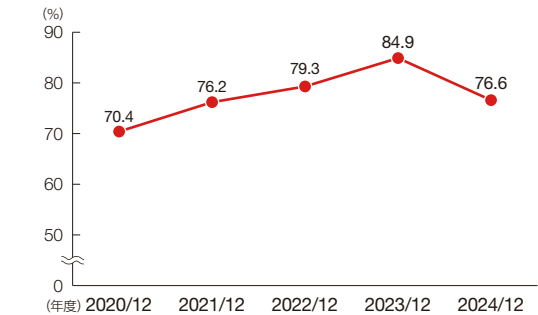
日々の省エネ活動や坂越工場内の生産棟で使用する電力の再生可能エネルギー由来電力への切り替えなどにより、温室効果ガス排出量は3,605 t-CO₂(前期比5.8%減)となりました。

従業員数 (連結)



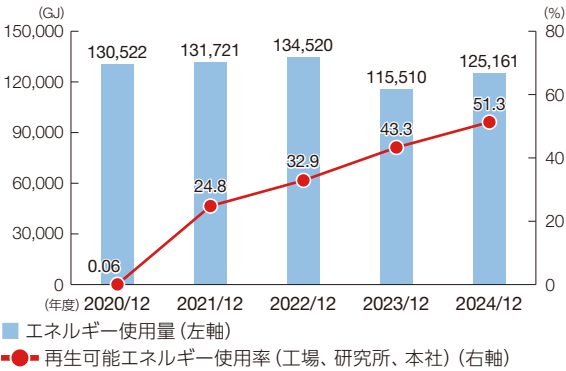
多様な人材の受け入れを推進し、応募者の適性・能力に基づいて公正な採用選考を実施しています。また、外国籍社員の採用枠の設定を行うなど、計画的な人材の採用と育成を展開、要員計画の精緻化を行い、国内外の事業課題に柔軟に対応できる専門性と現場力を備えた人材を確保することを目指し、事業の拡大に向けた人材のプール化を進めています。

有給休暇取得率 (単体)



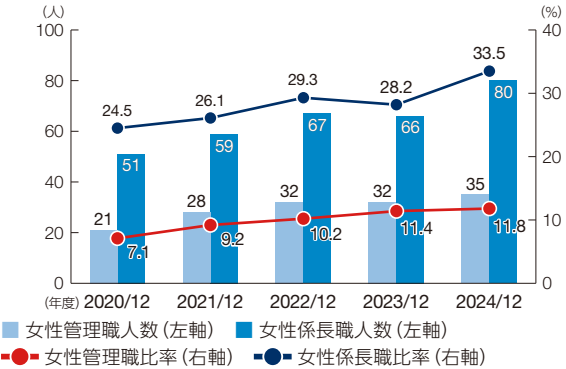
多様な人材の活躍を支える職場の実現を目指し、柔軟な働き方ができる制度の導入や休暇取得の促進に取り組んでいます。2024年度は人間ドックを就業時間中受診可能としたことなどの影響もあり取得率が低下しましたが、引き続き有給休暇取得奨励日の活用など取得促進策を実施していきます。

エネルギー使用量／再生可能エネルギー使用率



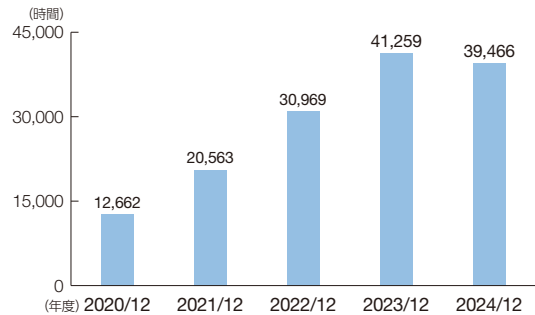
エネルギーの使用にあたって、省エネルギー化と再生可能エネルギー化の両面で気候変動の取り組みを進めています。工場では、2023年に電力の再生可能エネルギー化を完了しました。

女性管理職人数・比率／女性係長職人数・比率 (単体)



2030年の女性管理職比率30%達成を目指し、管理職候補者を対象としたキャリア研修の実施や、キャリアプランシートによる自律的なキャリア形成への意識付けを図り、2024年度の女性管理職比率は11.8%、係長職比率は33.5%となりました。

総研修時間 (単体)



自律した人材育成を目的として、2024年度は階層別研修の見直しや、オンライン学習の機会提供を行い、人材育成の基盤整備を進めました。総研修時間は39,466時間と前期比1,793時間減少しておりますが、次年度はオンライン研修の充実、階層別研修のさらなる見直しを図り、リスキリングの機会もより多く提供いたします。

11力年の主要財務・非財務データ

*2022年より収益認識に関する会計基準を適用

財務指標	2014／12期	2015／12期	2016／12期	2017／12期	2018／12期		2019／12期	2020／12期	2021／12期	2022／12期	2023／12期	2024／12期
会計年度末(単位:百万円)												
売上高	145,858	159,739	168,505	179,738	181,104		189,527	196,045	203,785	152,339	158,344	169,278
海外売上高 ^{*1}	5,305	5,791	6,734	9,198	9,986		11,309	11,960	13,196	14,054	14,963	18,132
海外売上高比率(%)	3.6	3.6	4.0	5.1	5.5		6.0	6.1	6.5	9.2	9.5	10.7
売上原価合計	91,150	101,241	104,870	111,636	113,727		119,109	117,094	121,451	89,870	94,719	100,309
販売費及び一般管理費合計	49,864	54,481	58,085	63,645	66,340		66,501	67,535	71,666	55,034	57,254	62,543
広告宣伝費	8,586	8,997	8,960	9,898	10,579		8,007	7,937	8,100	7,112	6,982	8,559
人件費	14,026	15,074	16,295	16,838	17,707		18,478	20,253	20,882	20,685	21,607	23,588
減価償却費	466	531	713	929	1,096		1,096	1,123	1,277	1,475	1,728	1,987
のれん償却額	1,765	1,908	1,908	2,295	2,559		2,596	2,440	1,836	429	119	146
研究開発費	2,227	2,328	2,682	2,695	2,900		2,663	2,673	3,172	3,217	3,301	3,452
営業利益	4,843	4,016	5,549	4,456	1,036		3,916	11,416	10,667	7,434	6,370	6,425
営業利益率(%)	3.3	2.5	3.3	2.5	0.6		2.1	5.8	5.2	4.9	4.0	3.8
税金等調整前当期純利益	5,567	4,306	6,437	5,059	1,960		3,372	7,278	10,963	8,057	6,563	5,946
親会社株主に帰属する当期純利益	1,705	1,165	3,364	2,205	△142		1,250	3,547	7,142	5,303	4,102	3,475
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,380	3,791	8,089	9,175	369		10,022	24,590	4,814	3,901	7,524	13,964
投資活動によるキャッシュ・フロー	△10,422	△5,969	△5,501	△13,995	△1,515		△3,990	△3,168	△3,220	△6,266	△10,135	△5,280
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,489	1,180	△2,216	3,262	△3,203		△4,768	△4,938	△4,610	△4,464	4,893	△9,901
フリーキャッシュ・フロー	△4,041	△2,178	2,587	△4,819	△1,146		6,031	21,421	1,594	△2,364	△2,611	8,683
会計年度末(単位:百万円)												
有形固定資産合計	23,879	26,761	28,431	29,643	29,215		28,220	28,030	27,551	29,483	31,383	31,443
棚卸資産	22,228	23,216	23,159	22,629	23,782		22,507	22,179	27,502	32,253	28,266	29,885
無形固定資産合計	14,450	12,703	12,132	19,256	16,180		13,143	6,268	4,276	5,355	8,774	7,428
総資産	101,598	104,448	107,366	118,167	109,309		107,425	119,870	120,715	124,489	132,407	135,636
負債合計	52,017	55,457	58,174	67,638	64,936		63,102	60,046	56,118	56,470	60,406	60,983
借入金合計	11,452	15,148	15,503	22,254	22,764		20,717	5,290	3,698	2,200	10,000	5,000
短期借入金	2,240	4,051	4,997	7,859	12,072		13,882	1,756	1,480	1,000	10,000	5,000
一年以内返済予定長期借入金	2,206	3,066	2,667	4,041	3,882		3,284	1,314	1,018	1,200	0	0
長期借入金	7,006	8,030	7,838	10,354	6,809		3,550	2,218	1,200	0	0	0
純資産合計	49,580	48,991	49,192	50,529	44,372		44,322	59,823	64,596	68,018	72,000	74,652
期末株価(円)	4,015	4,965	4,750	5,680	5,050		5,700	5,820	6,130	5,060	4,570	5,600
1株当たり情報(単位:円)												
1株当たり純利益	84.47	57.69	166.60	109.20	△7.06		61.80	170.65	323.76	240.47	185.57	158.26
1株当たり純資産	2,192.88	2,151.82	2,154.95	2,225.30	1,989.93		1,978.86	2,507.62	2,720.37	2,846.07	3,007.52	3,162.24
1株当たり配当金	110.0	110.0	115.0	115.0	115.0		100.0	115.0	118.0	118.0	118.0	120.0
収益性、バリュエーションに関する報告												
自己資本比率(%)	43.6	41.6	40.5	38.0	36.8		37.3	46.1	49.7	50.4	50.3	50.8
ROE(%)	3.9	2.7	7.7	5.0	△0.3		3.1	7.4	12.4	8.6	6.3	5.1
ROIC(%)	3.4	2.6	5.6	3.6	0.3		3.0	10.0	11.3	8.0	5.6	5.5
D/Eレシオ(倍)	0.27	0.36	0.36	0.50	0.57		0.52	0.10	0.06	0.04	0.15	0.07
DOE(%)	5.1	5.1	5.3	5.3	5.5		5.0	5.1	4.5	4.2	4.0	3.9
PBR(倍)	1.83	2.31	2.20	2.55	2.54		2.88	2.32	2.25	1.78	1.52	1.77
配当性向(%)	130.2	190.7	69.0	105.3	-		161.9	67.4	36.4	49.1	63.6	75.8
発行済株式総数(株)	20,200,000	20,200,000	20,200,000	20,200,000	20,220,000		20,237,500	22,057,500	22,077,500	22,077,500	22,141,100	22,209,900
非財務指標(単体)												
連結従業員数(人)	3,334	3,396	3,479	4,788	5,047		4,180	4,255	4,522	4,727	4,788	4,878
女性管理職数 ^{*2} (人)	7	13	14	15	16		19	21	28	32	32	35
(女性管理職比率 ^{*3} (%))	2.8	4.9	5.0	4.9	5.3		6.4	7.1	9.2	10.2	11.4	11.8
平均年間給与(円) ^{*4}	-	-	-	-	-		-	-	7,412,204	7,194,496	6,618,912	6,803,017
労働者の男女の賃金の差異(%) ^{*5}	-	-	-	-	-		-	-	-	-	64.0	66.7
一人当たり年間総労働時間(時間)	-	-	-	-	-		-	-	1,756	1,766	1,814	1,848
有給休暇取得率 ^{*6} (%)	-	-	-	63.3	74.3		73.0	70.4	76.2	79.3	84.9	76.6
温室効果ガス排出量(Scope 1,2,3) ^{*7} (t-CO2)	5,693	5,785	5,583	7,341	6,297		5,448	5,453	1,035,785	978,120	1,079,694	1,243,867
エネルギー使用量(GJ)	107,079	102,512	108,435	134,040	127,678		124,919	130,522	131,721	134,520	115,510	125,161
水使用量(取水量) ^{*8} (千m³)	43.5	42.6	48.3	77.6	81.2		93.2	103.4	97.5	101.6	98.0	123.2
産業廃棄物排出量(t)	1,615	2,709	3,196	2,647	2,285		1,993	2,260	3,202	4,328	3,883	3,543

※1 外部顧客向けのみ。

※2 2022年までのデータは、該当年12月31日時点の執行役員(取締役除く、2017年までは役員待遇)、正社員、継続雇用契約社員の管理職相当者の女性数。2023年データは、2023年12月31日時点での正社員の管理職相当者の女性数。

※3 2022年までのデータは、該当年12月31日時点の執行役員(取締役除く、2017年までは役員待遇)、正社員、継続雇用契約社員の管理職相当者の女性数／全体数×100%で算出。2023年データは、2023年12月31日時点での正社員の管理職相当者の女性数／全体数×100%で算出。

※4 平均年間給与は、賞与及び基準外賃金を含む。

※5 「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(2015年法律第64号)の規定に基づき算出。

※6 該当年12月31日時点の在籍者(休職、出向者除く)で該当年度中に有給休暇が付与された者を対象とし、対象者全員の、該当年に取得した有給休暇の日数合計／該当年度分として付与した有給休暇日数合計×100%で算出。

※7 2020年以前はScope3を含まず、2018年以前のScope1に本社のフロン類は含まず。Scope1,2の2023年12月期実績は2023年4月の法改正後の係数で算出。

※8 工場・研究所・本社・ActTerraceのみ(テナント入居の事業所を含まず)

用語集

用語	説明
アースECO基準	環境配慮型の商品づくりを推進するための当社独自の環境基準。「CO ₂ 削減への取り組みを」「限られた資源を大切に」「捨てるところにまで配慮を」という考えのもと、SDGsにおける17の項目のうち、環境や製造に関連した6項目の達成を念頭に置いて設計。
お客様のお気づきを活かす窓口部	2021年4月1日より「お客様相談室」から部署名を変更。お客様が抱える暮らしの課題や商品に対するお客様の声を直接お聞きし、担当部署に的確に伝える重要な役割を担う。当社のポリシー「お客様目線による市場創造」を社内にさらに浸透させるため、2018年より社長直轄部門に変更。
環境ドクター	衛生管理に関する最先端の知見とハイレベルな技術力を有するスタッフのこと。独自の教育訓練プログラムにより知識と技術を習得し、多種多様な現場での豊富な経験を持つスタッフが、お客様の事業所の衛生管理を診断し、問題点を浮き彫りにして、改善対策の処方箋を切り、治療・予防をしながら安全・安心な環境の維持増進をサポート。
総合環境衛生管理（トータルヘルスケアシステム）	アース環境サービス（株）が提供する衛生管理の支援サービス。様々なマネジメントシステムや同社独自の技術・ノウハウをベースにお客様ごとにオーダーメイドで構成した、総合的・体系的な衛生管理の支援サービス。
日本MA-T工業会	MA-T®の産業創造による経済効果や社会課題解決の可能性を探ることを目的としたオープンイノベーションのプラットフォーム。
虫ケア用品	ハエ・蚊、ゴキブリ、ダニなどの害虫を駆除、忌避する商品（殺虫剤）を指す言葉。「殺虫剤」は極めて安全性が高い商品であるにも関わらず、薬剤の毒性が強そうなどのイメージがあったため、商品の安全性に対するお客様の理解促進などを目的に、2017年より「虫ケア用品」に呼称を変更。
EMAL（エメール）	Earth Marchandising Action Ladyの略で、お客様目線で独創性のある売り場づくりや店頭販促を行う従業員。全国各地で現地採用し、その地域の消費者でもある立場から、お客様視点で季節や気候などを踏まえた売り場づくりと販売促進をサポート。
MA-T®	Matching Transformation System®の略で、日本発の革新的技術である酸化制御の仕組み。亜塩素酸イオンから必要な時に必要な量の水性ラジカルを生成させ、活性化の強弱を制御することで、ウイルスの不活化、種々の菌（細菌）の除去など、広範な応用展開が可能。
SKU	Stock Keeping Unitの略。商品を最小の管理単位で分類したもの。同一商品のサイズやパッケージ違いなどを分類し、受発注、在庫管理を行いやすくする。
TACOシステム	Tactical Antenna for Consumers' Opinionsの略。昆虫の触角機能のような敏感さで、お客様の声を蓄積し商品戦略に活かしたいという目的で命名。お客様からの相談や申し出に迅速・丁寧に応えるために構築した当社独自のお客様対応システム。お客様や小売店から収集した相談内容のデータが蓄積され、より良い商品・サービスの提供のために活用。

真正性表明

「アース製薬株式会社 統合報告書2025」発行にあたって	
上席執行役員 経営統括本部本部長	
郷司 功	
アース製薬では、投資家をはじめとするステークホルダーの皆様に、当社の価値創造と持続的な成長に向けた課題解決に関する考え方や取り組みをお示しするため、「統合報告書」を2024年より発行しています。	
「統合報告書2025」では、中期経営計画「Act For SMILE COMPASS 2026」の進捗に向けた国内外での「お客様目線」での開発・販促戦略、グローバルな市場シェアの成長、また、こうした事業推進を支える人財育成の取り組みなどについても詳しくお示ししています。本報告書を通して、当社が経営理念に掲げる「生命と暮らしに寄り添い、地球との共生を実現する」道筋をご理解いただければ幸いです。	
アース製薬は100年の歴史を持つ企業として、これまで築いてきた価値を大切にしながら、グループ全体の力を結集し、急激な社会の変化に柔軟に対応し続けていきます。そして、次の100年に向けてステークホルダーの皆様とともに新たな価値を創造しながら、企業価値の向上に努めてまいります。今後とも皆様との対話を大切に、情報開示の充実性を図ってまいりたいと思いますので、本報告書につきましても忌憚のないご意見をお寄せいただければ幸いです。	
最後に、本報告書は経営統括本部内の経営管理部・CSRサステナビリティ推進部が中心となり作成いたしました。私は編集責任を負う上席執行役員として、制作プロセスが正当であり、記載内容が正確であることを、ここに表明いたします。	

会社概要

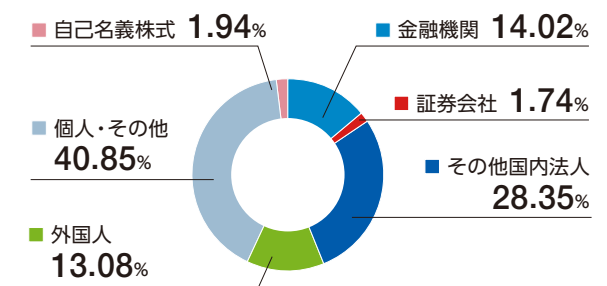
会社名	アース製薬株式会社 (英文名:Earth Corporation)
本社所在地	〒101-0048 東京都千代田区 神田司町2丁目12番地1
創業	1892年(明治25年)4月1日
設立	1925年(大正14年)8月26日
資本金	101億9,274万円
代表者	代表取締役社長 CEO 川端 克宜
事業内容	医薬品、医薬部外品、医療用具、家庭用品などの製造・販売並びに輸出入
従業員数 (2024年12月31日現在)	連結:4,878名 単体:1,393名
URL	https://corp.earth.jp/
会計監査人	EY新日本有限責任監査法人

連結子会社	国内	・株式会社バスクリン ・白元アース株式会社 ・アース・ペット株式会社 ・ペットフード工房株式会社 ・アース環境サービス株式会社 ・株式会社プロトリーフ
	海外	・Earth(Thailand)Co.,Ltd. ・安斯（上海）投資有限公司 ・天津阿斯化学有限公司 ・安速日用化学（蘇州）有限公司 ・Earth Corporation Vietnam ・EARTH HOME PRODUCTS (MALAYSIA) SDN.BHD. ・EARTH HOMECARE PRODUCTS (PHILIPPINES), INC.

株式情報（2024年12月31日現在）

上場証券取引所	東京証券取引所（プライム市場）
証券コード	4985
発行可能株式総数	64,000,000株
発行済株式総数	22,209,900株
株主数	30,877名

所有者別株式分布状況



大株主の状況（上位10位）

株主名	持株数(株)	持株比率(%)※
大塚製薬株式会社	2,200,000	10.10
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,987,000	9.12
株式会社大塚製薬工場	1,948,500	8.94
アース製薬社員持株会	1,060,300	4.86
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	652,900	2.99
大鵬薬品工業株式会社	600,000	2.75
HSBC BANK PLC A/C M AND G (ACS) VALUE PARTNERS CHINA EQUITY FUND	410,000	1.88
大塚化学株式会社	400,000	1.83
株式会社中国銀行	340,600	1.56
大塚エステート株式会社	239,370	1.09

※自己株式(432,335株)を除く発行済株式の総数に対する所有株式数の割合