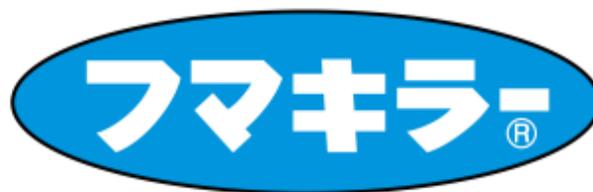


フマキラー株式会社

2016年3月期 決算説明会

日用品質



2016年6月1日

I. 決算概要

II. 今期予想

III. 今後の展開

IV. 補足資料

I . 決算概要

- **4期連続増収増益**、売上高・利益(営業・経常・純利益)とも**過去最高を更新**。
- 売上総利益率が低下したものの、大幅な営業増益を達成。
- 為替影響は、前期比売上高▲2,235百万円、営業利益▲323百万円。

	15年3月実績		16年3月期初計画		16年3月期実績			
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	計画比 (%)
売上高	33,308	100.0	35,000	100.0	36,288	100.0	108.9	103.6
売上総利益	10,859	32.6	11,860	33.8	11,410	31.4	105.5	96.2
営業利益	1,447	4.3	1,520	4.3	1,865	5.1	128.9	122.7
経常利益	1,562	4.8	1,650	4.7	1,973	5.4	126.3	119.6
親会社株主に帰属 する当期純利益	852	2.5	870	2.4	1,131	3.1	132.8	130.0
1株当り利益	30.60円		31.28円		40.68円			

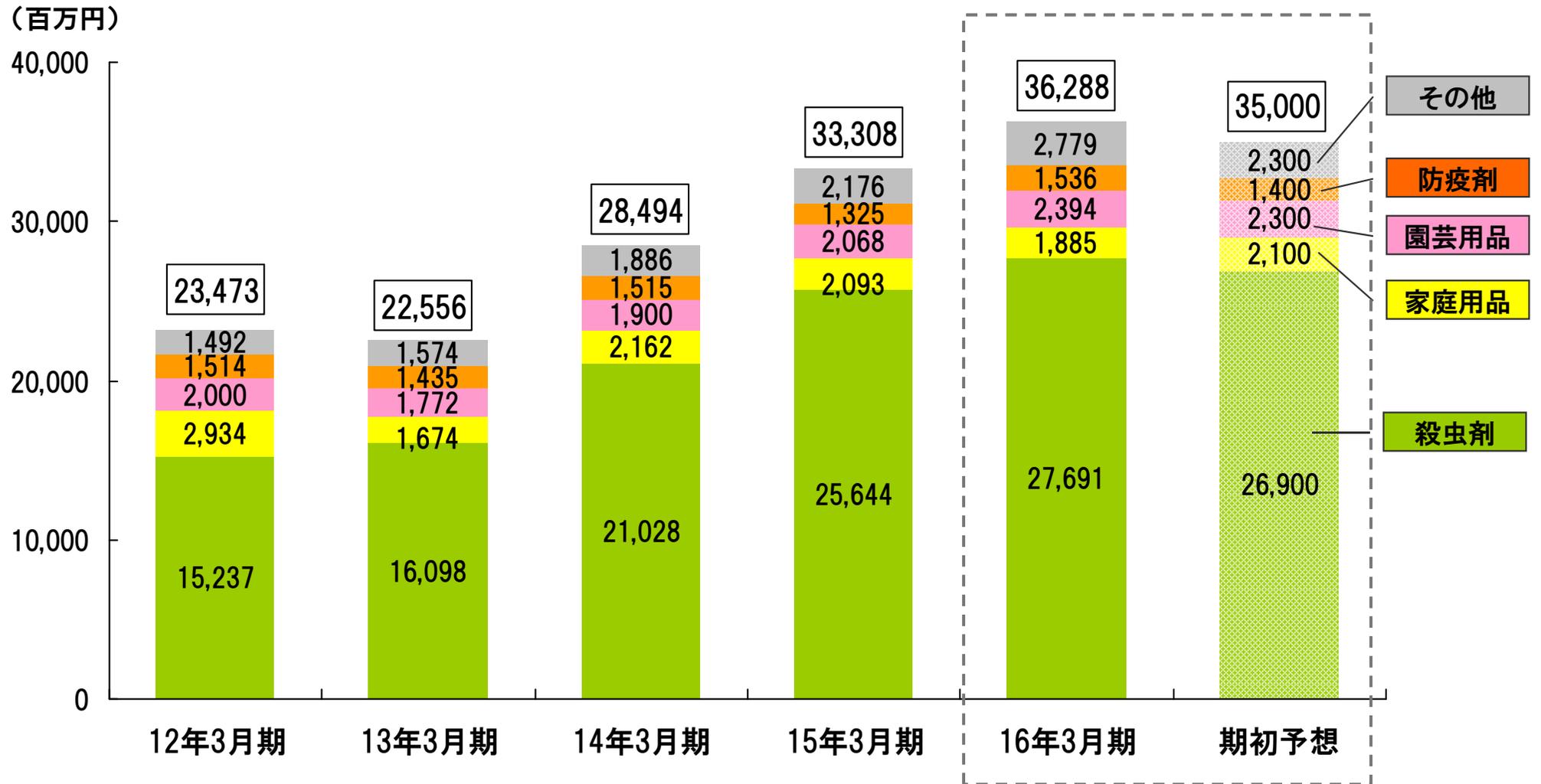
※売上総利益:返品調整引当金繰入前

決算概要－売上高の増減要因

売上高差異の要因(百万円)

	対前年同期	要因
殺虫剤	+2,047	・国内 +1,101 電池式や効きめプレミアムシリーズ等新製品が貢献 ・海外 +946 東南アジア事業が好調。円高による目減りをこなして増収
家庭用品	▲208	・アルコール除菌関連は堅調 ・花粉関連の競争激化と返品増加により純売上減少
園芸 他	+1,140	・園芸+326、防疫剤+211、 その他+602(子会社のシロアリ施工工事売上増)
合計	+2,980	

	対期初計画	要因
殺虫剤	+791	・国内+770 電池式や効きめプレミアムシリーズ等新製品が貢献 ・海外 +21 東南アジア各国の通貨下落の影響を受けるも増収
家庭用品	▲214	・アルコール除菌関連は堅調 ・花粉関連の競争激化と返品増加により純売上減少
園芸 他	+710	・園芸+94、防疫剤+136、 その他+479(子会社のシロアリ施工工事売上増)
合計	+1,288	



⇒各ジャンル概況は次ページで説明

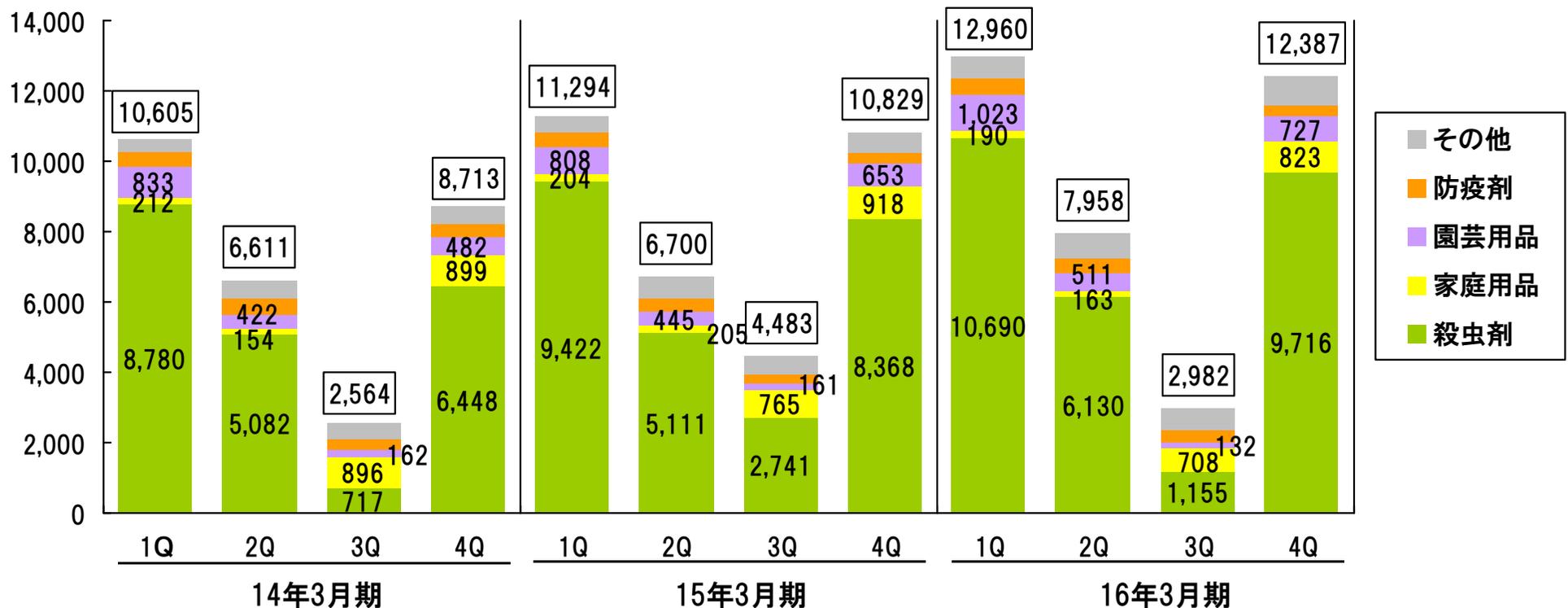
■ 殺虫剤 ⇒ 国内は、上期は最盛期の6～8月の天候不順、3Qは前期の Dengue 熱による特需の反があったが、効きめプレミアムなどの差別化商品が好調。また、今夏に向けた商戦が好調で4Qの売上が拡大。

円高の影響はあるが海外も順調。季節性の抑制にも貢献。

■ 家庭用品 ⇒ アルコール除菌関連商品は堅調だったが、花粉関連商品が苦戦。

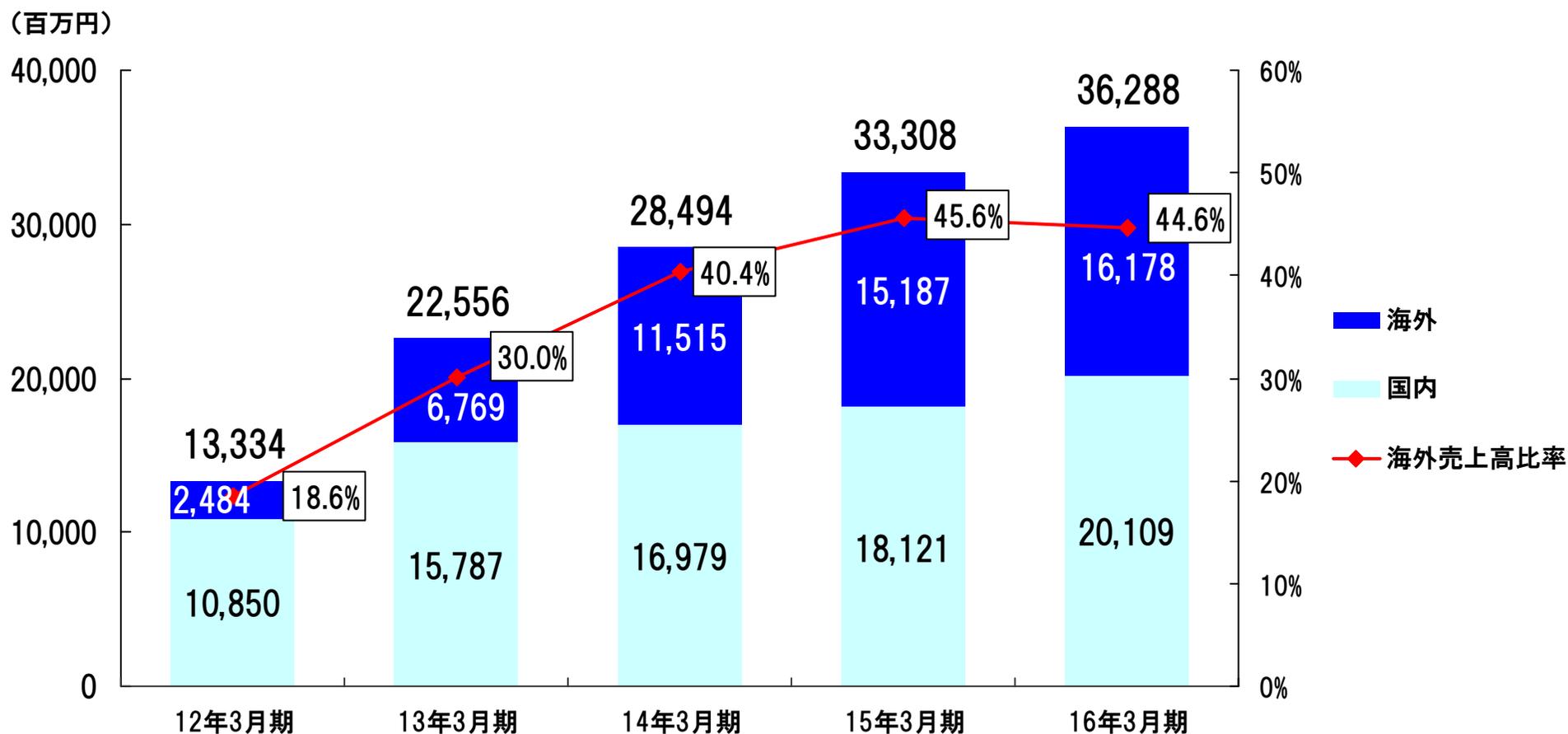
■ 園芸用品 ⇒ 不快害虫殺虫剤やイヌネコ忌避剤等が牽引。需要期の1Q、4Qがともに好調。

(百万円)



決算概要－国内/海外売上高

- 国内売上高は+11.0%。
- 海外売上高は+6.5%。現地通貨ベースでの伸びは+21%と高水準。
- 上記の結果、海外売上高比率は44.6%と前期比1.0ポイント低下。



殺虫剤

	殺虫剤	
市場(末端価格)	996億円(前期比92.7%)	※当社推定
2015年新製品	33 SKU	
結果 (出荷ベース)	前期比 109.7% プラス;電池式 156%、スキンベープ 138%、 マイナス;おすだけベープ 84%、設置型虫よけ 79%	
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・新製品の投入で市場活性化 ・商品力強化と売上シェアの拡大 ・デング熱やマダニによるSFTS(重症熱性血小板減少症候群)などの感染症、セアカゴケグモなど危険害虫に対して、高効力のフマキラープレミアムシリーズを上市、需要喚起 	



家庭用品

	アルコール除菌剤	花粉関連商材
市場(末端価格)	126.5億円 ※当社推定	17.4億円 (アレルシャット関連市場) ※当社推定
2014~15年新製品	1SKU	2SKU
結果(出荷ベース)	前期比103%	返品額;前期比120%
課題	キッチン用アルコール除菌スプレーのシェアNo.1、目標60%	消費者認知の強化 返品削減対策

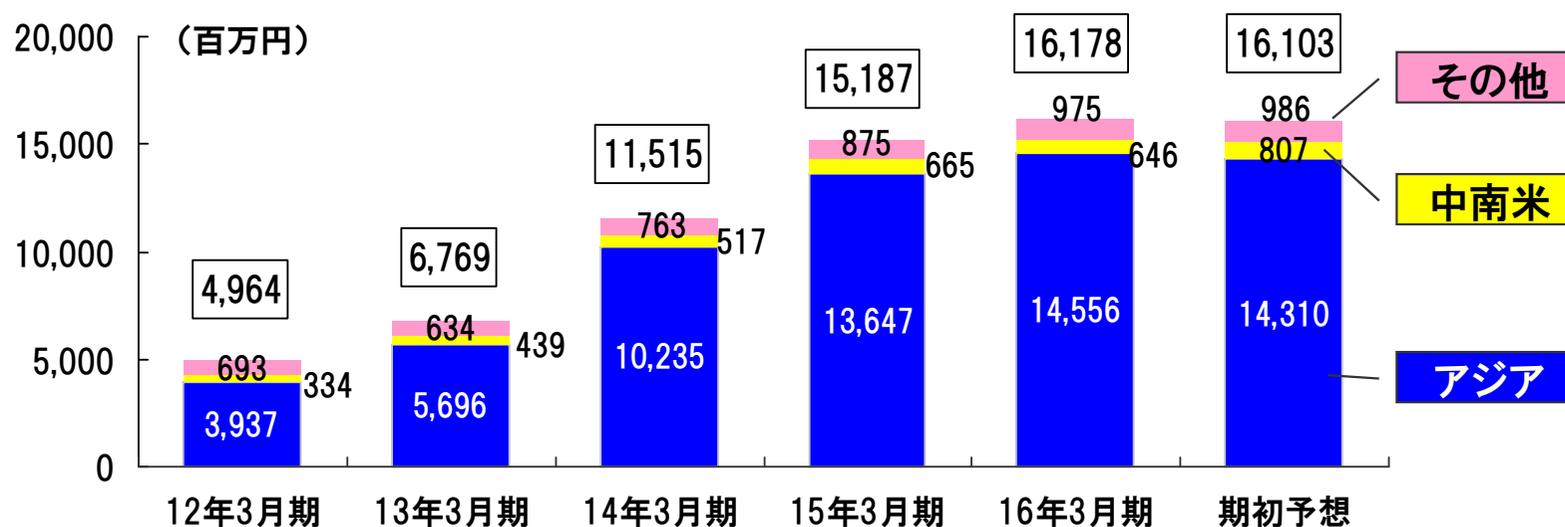


園芸用品

	農薬ハndsプレー	園芸用不快害虫	除草剤
市場(末端価格)	40億円 ※当社推定	36億円 ※当社推定	131億円 ※当社推定
新製品	1SKU	3SKU	—
結果 (出荷ベース)	前期比110%	前期比127%	前期比110%
課題	・安心/安全/予防を テーマに需要喚起	・価格競争に対し商 品力強化	・天然由来成分製品 (オレンジパワー)の拡売 ・粒剤の適用拡大



- アジアは、現地通貨ベースで伸び、東南アジア各国の通貨下落の影響を受けるも増加。
- 中南米は、メキシコが現地通貨ベースで伸びたが、全体では為替の影響を受けたこともあり微減。



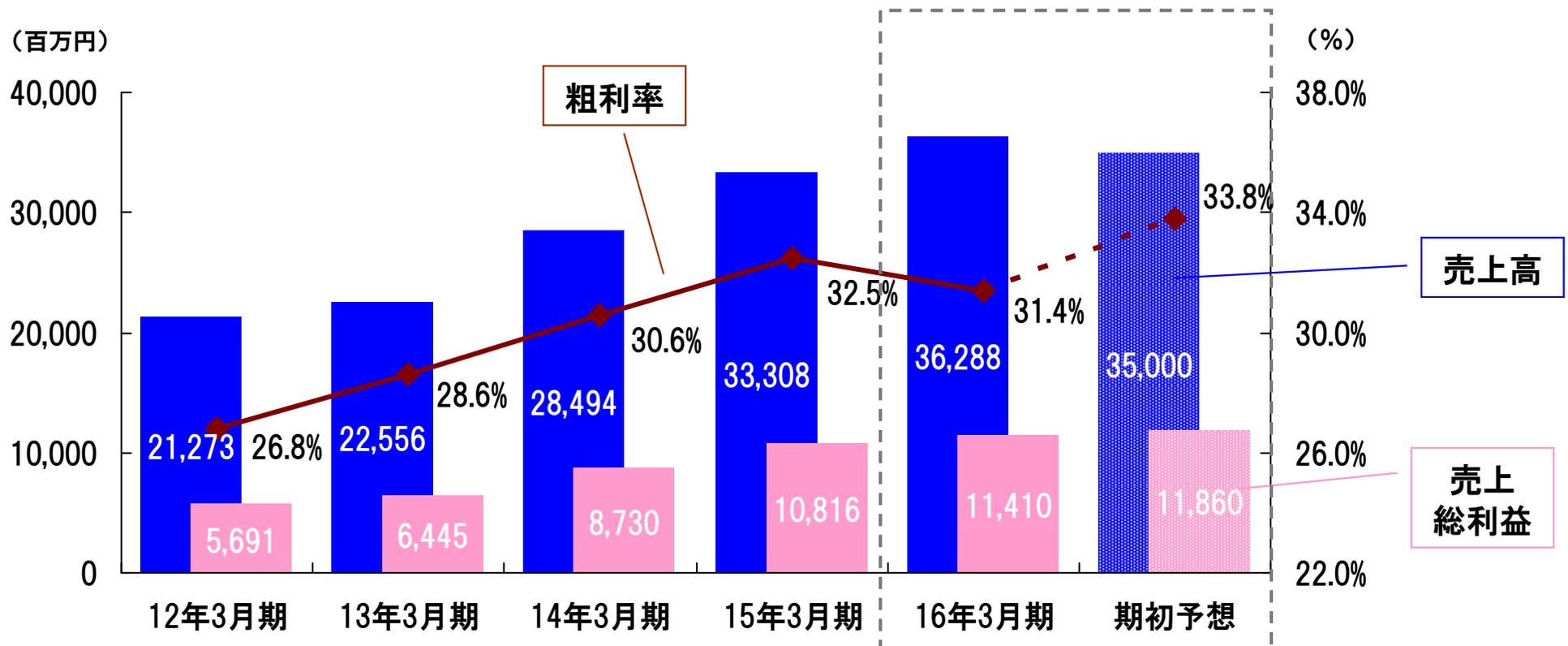
● 為替レートの連結売上影響額 ▲2,235百万円 営業利益影響額 ▲323百万円

期末	2014/12	2015/12	売上影響額 (百万円)
円/100ルピア	0.970 →	0.880	▲1,045
円/リングgit	34.44 →	28.13	▲1,133
円/ルピー	1.90 →	1.82	▲11
円/ペソ	8.15 →	6.99	▲86

期中平均	2015/3	2016/3	売上影響額 (百万円)
円/ドル	111.33 →	119.95	+51
円/ユーロ	136.44 →	131.47	▲11

決算概要 – 売上総利益(粗利率)

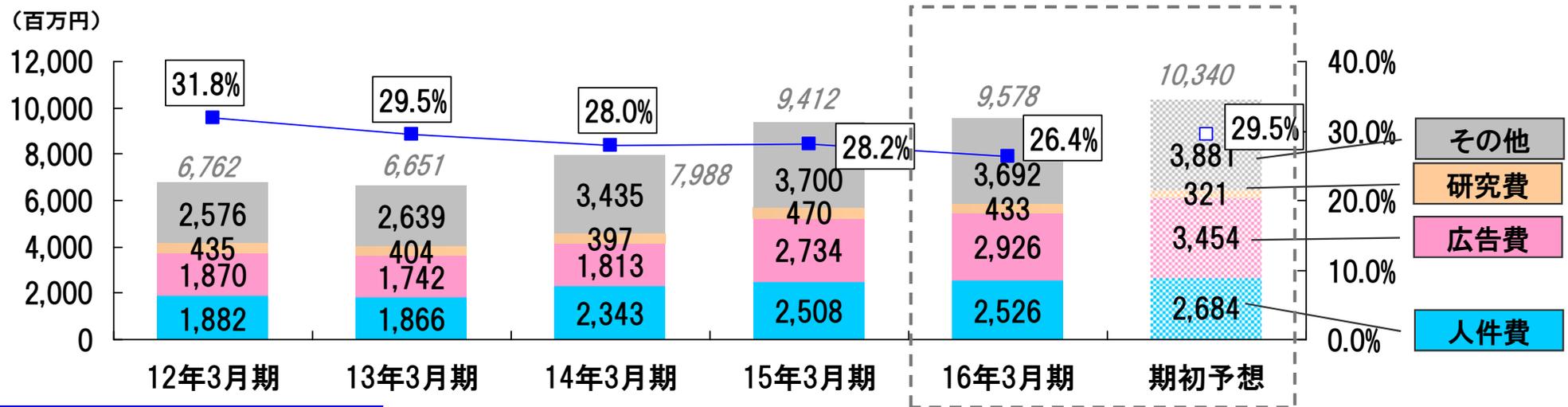
- 売上高総利益率は前年同期比1.1ポイント低下、計画比2.4ポイント低下。
- 競争激化に加え、為替変動による原材料等仕入価格の上昇等が影響。
- 計画比では、上記要因に加え15年3月期と同水準の処分費計上を行ったことで期初計画を下回る粗利率。



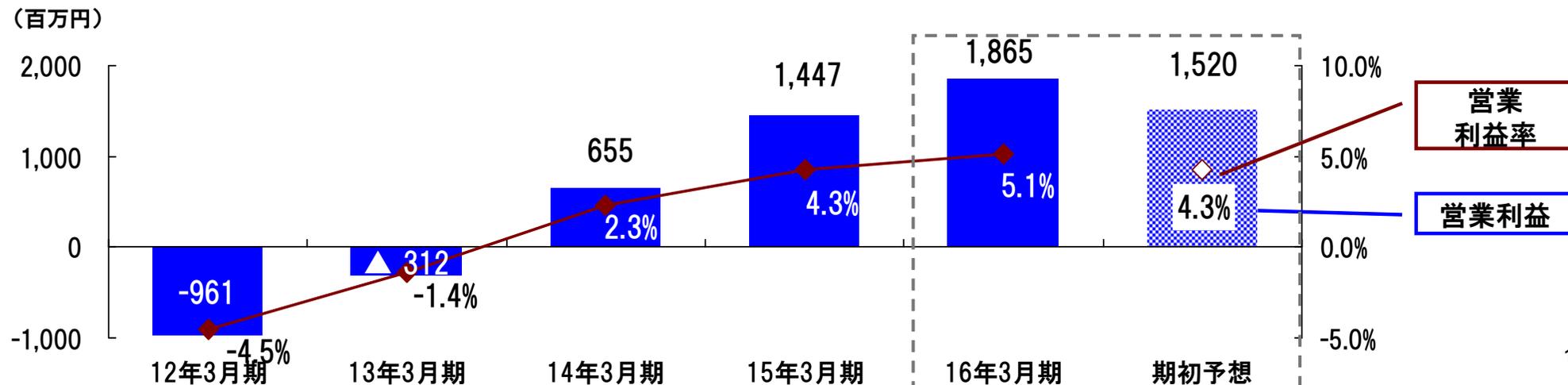
※売上総利益:返品調整引当金繰入前

- 広告費の効率的な運用などにより、販管費は売上高の伸びに対し微増にとどまる。
- 営業利益率は0.8ポイント改善し5.1%。

販管費・販管費率

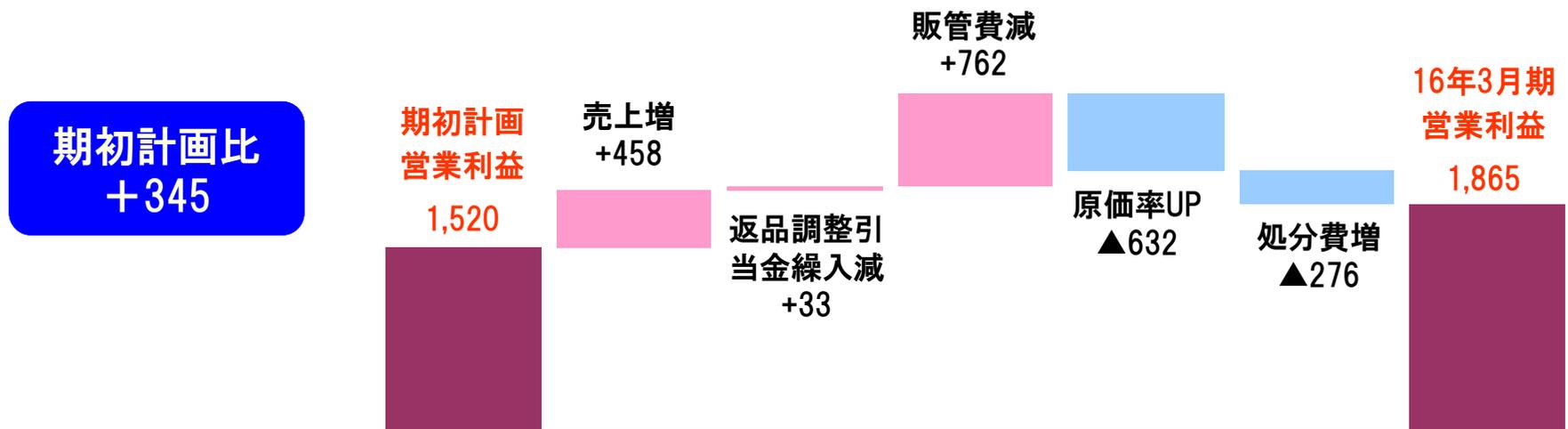
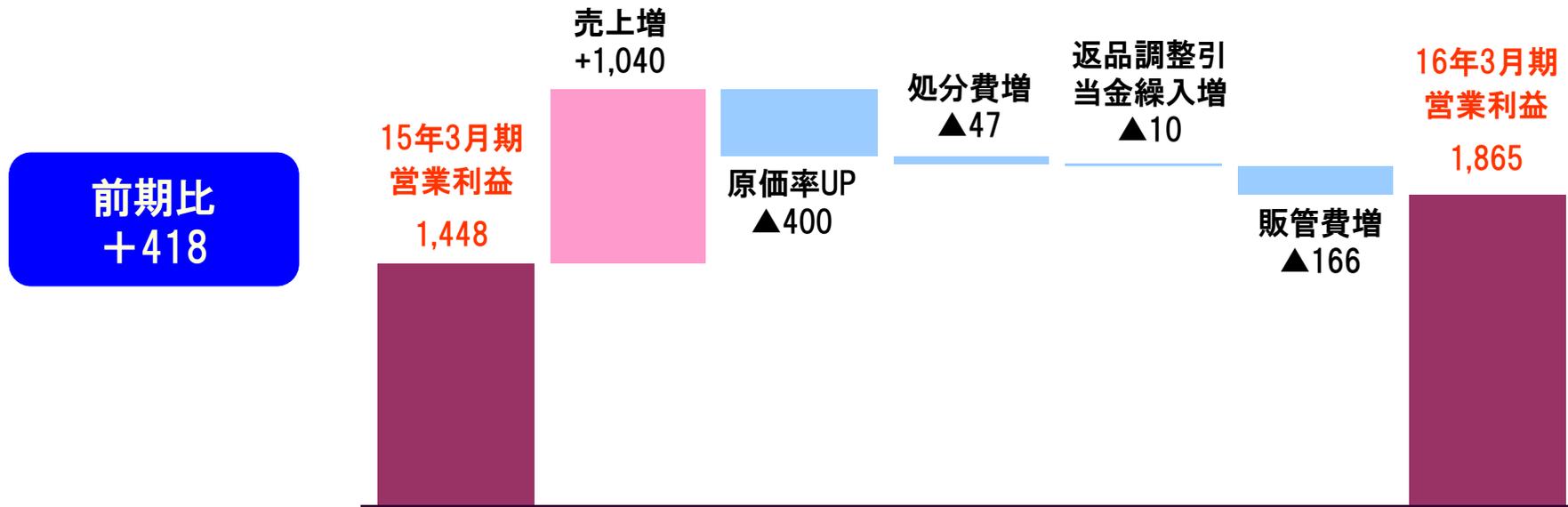


営業利益・営業利益率



営業利益増減要因

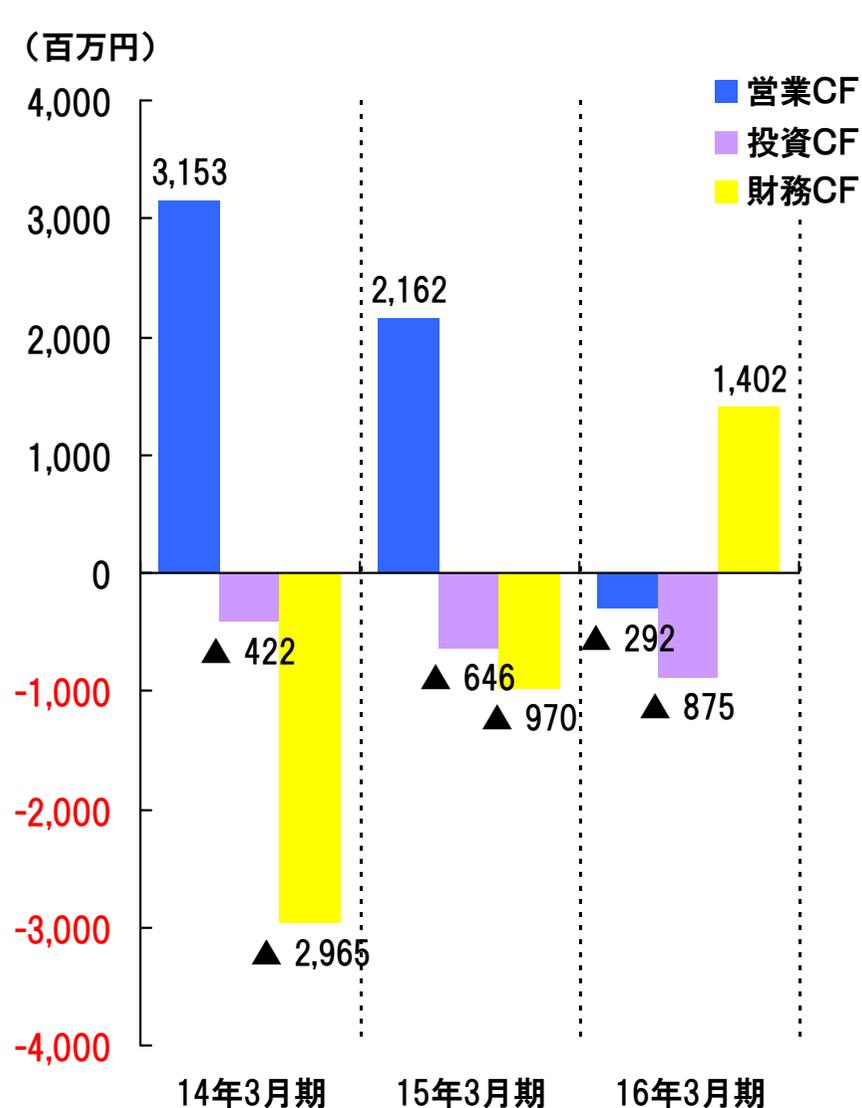
(単位:百万円)



(単位:百万円)

	15年3月末	16年3月末	対15年3月末増減	
流動資産	18,310	21,021	+2,711	
現金及び預金	3,147	3,196	+49	
売上債権	8,278	9,492	+1,213	4Q売上拡大にともなう増加、うち単体1,115百万円増
たな卸資産	5,414	6,589	+1,175	4月以降の出荷に向けた増産、うち単体999百万円増
固定資産	11,499	10,604	▲894	
有形固定資産	4,427	4,132	▲294	
無形固定資産	3,201	2,553	▲648	のれん、商標権の償却
投資有価証券	3,525	3,536	+11	
資産合計	29,809	31,626	+1,817	
流動負債	15,762	18,057	+2,295	
買入債務	5,135	5,326	+191	
固定負債	3,820	3,323	▲496	
有利子負債	8,585	10,353	+1,767	生産・営業活動の活発化にともなう短期運転資金の増
負債合計	19,582	21,381	+1,798	
純資産	10,226	10,245	+18	
資本金	3,698	3,698	0	
負債純資産合計	29,809	31,626	+1,817	

決算概要ーキャッシュ・フロー



(単位:百万円)

	15年3月 期末	16年3月 期末
営業キャッシュフロー	2,162 →	▲292
税金等調整前当期純利益	1,578 →	1,983
売上債権減少額	▲698 →	▲1,513
棚卸資産減少額	▲325 →	▲1,369
仕入債務増加額	1,066 →	305
投資キャッシュフロー	▲646 →	▲875
有形固定資産の取得	▲482 →	▲744
財務キャッシュフロー	▲970 →	1,402
短期借入れによる収入	10,128 →	11,156
借入金返済による支出	▲10,803 →	▲9,063

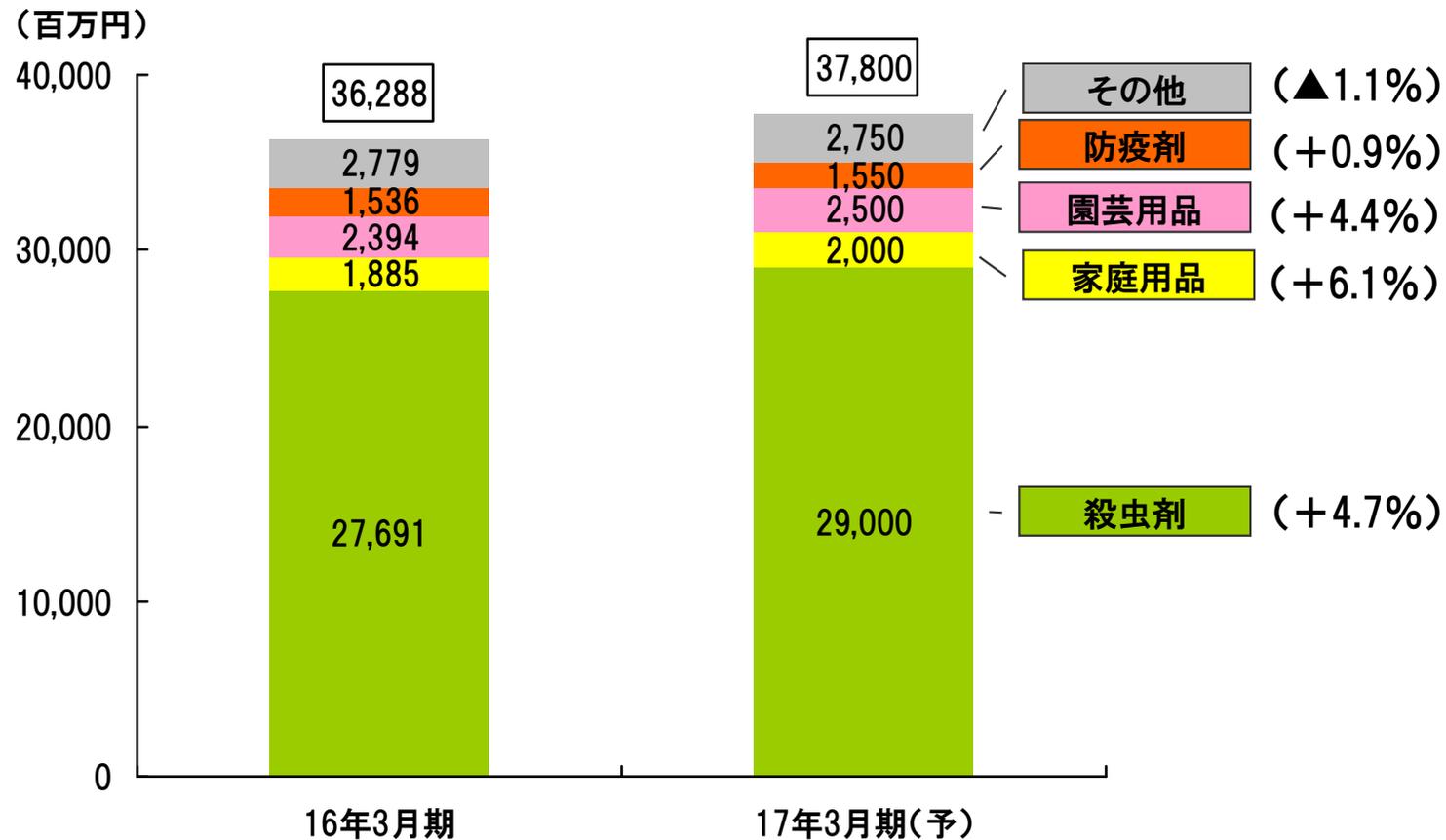
Ⅱ. 今期予想

- 売上は国内・海外とも増収を見込み、前期比104.2%、1,512百万円増の37,800百万円
- 原材料価格の低下などによる粗利率改善を見込む一方、将来への布石として、国内・海外ともに広告宣伝費を積極的に投下。
- その結果、営業利益はほぼ前期並みの微減と予想。
- 経常利益は営業外収支の増加により増益、当期利益は税金費用の増加により若干の減益予想。

	16年3月期実績 (百万円)	17年3月期予想 (百万円)	前期増減 (百万円)	前期比 (%)
売上高	36,288	37,800	+1,512	104.2
売上総利益 (粗利率)	11,410 (31.4%)	12,960 (34.3%)	+1,549 (+2.9pt.)	113.6
営業利益	1,865	1,840	▲25	98.6
経常利益	1,973	2,020	+47	102.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,131	1,090	▲41	96.4

※売上総利益：返品調整引当金繰入前

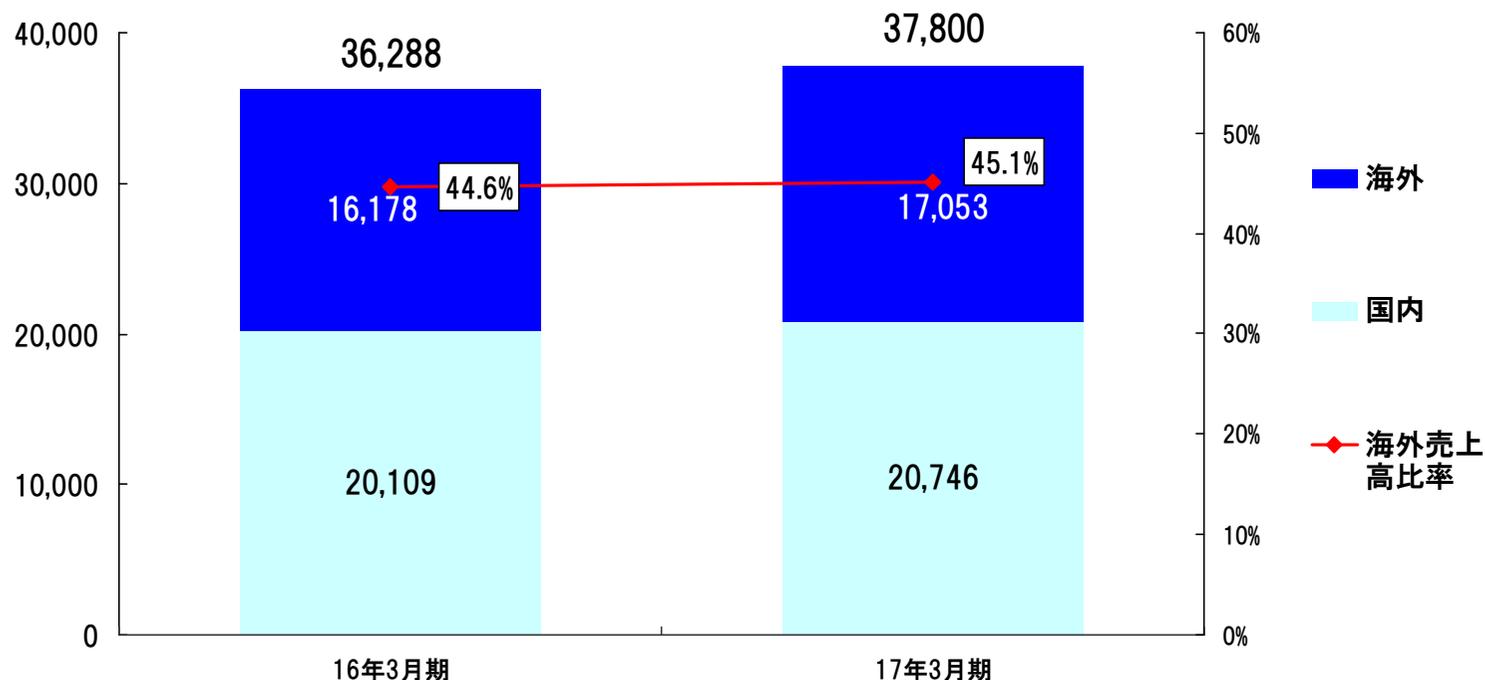
- 殺虫剤は、引き続き海外を伸ばすとともに、国内も高付加価値品、成長分野に絞ったメリハリのある展開で増収を維持。
- 家庭用品は、引き続きアルコール関連・花粉関連商
- 園芸用品は園芸用殺虫剤・除草剤といった主力商品を中心とした販売戦略を推進。



今期予想 — 国内・海外売上、海外地域別売上

- 国内は、殺虫剤を中心に+3.2%の増収を見込む。
- 海外は、インドネシアを中心に+5.4%の増収を見込む。
- 海外売上比率は、前期対比 0.6%増の45.1%を見込む。

(百万円)



< 国別売上順位見込み >

- 1 インドネシア
- 2 マレーシア
- 3 ベトナム
- 4 タイ
- 5 メキシコ
- 6 イタリア
- 7 インド
- 8 ヨルダン
- 9 ジャマイカ
- 10 モーリシャス

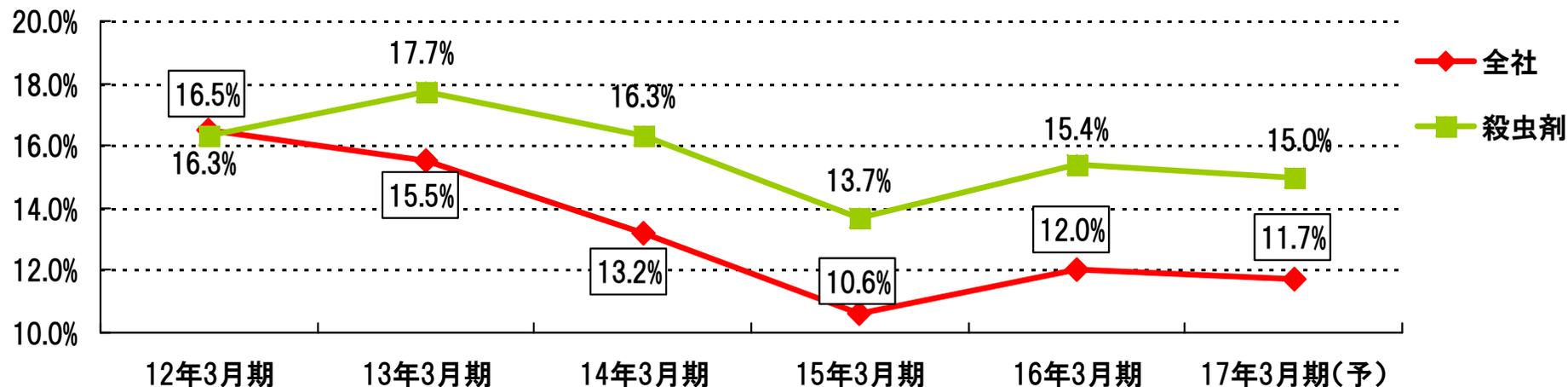
● 為替レートの影響額 ▲1,236百万円

営業利益影響額 +140百万円

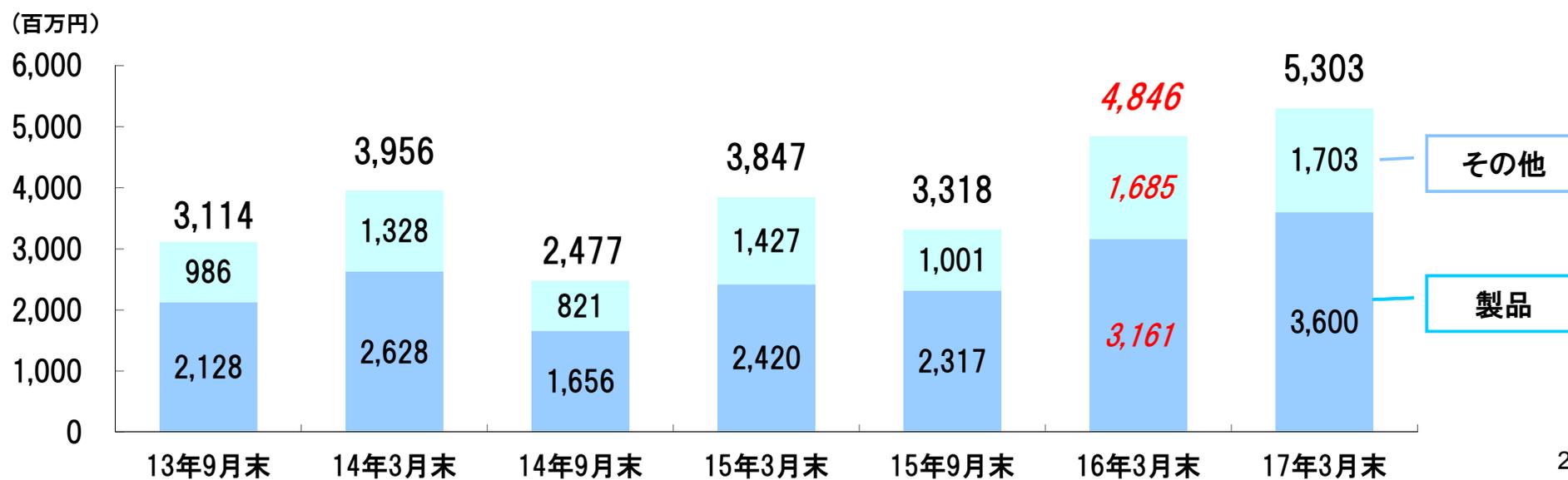
	2015/12 (実績)		2016/12 (見込み)
円/100ルピア	0.880	→	0.815
円/リンギット	28.13	→	27.06
円/ルピー	1.82	→	1.64
円/ペソ	6.99	→	6.47

	2016/3 (実績)		2017/3 (見込み)
円/ドル	119.95	→	110.00
円/ユーロ	131.47	→	120.00

返品率(フマキラー単体)

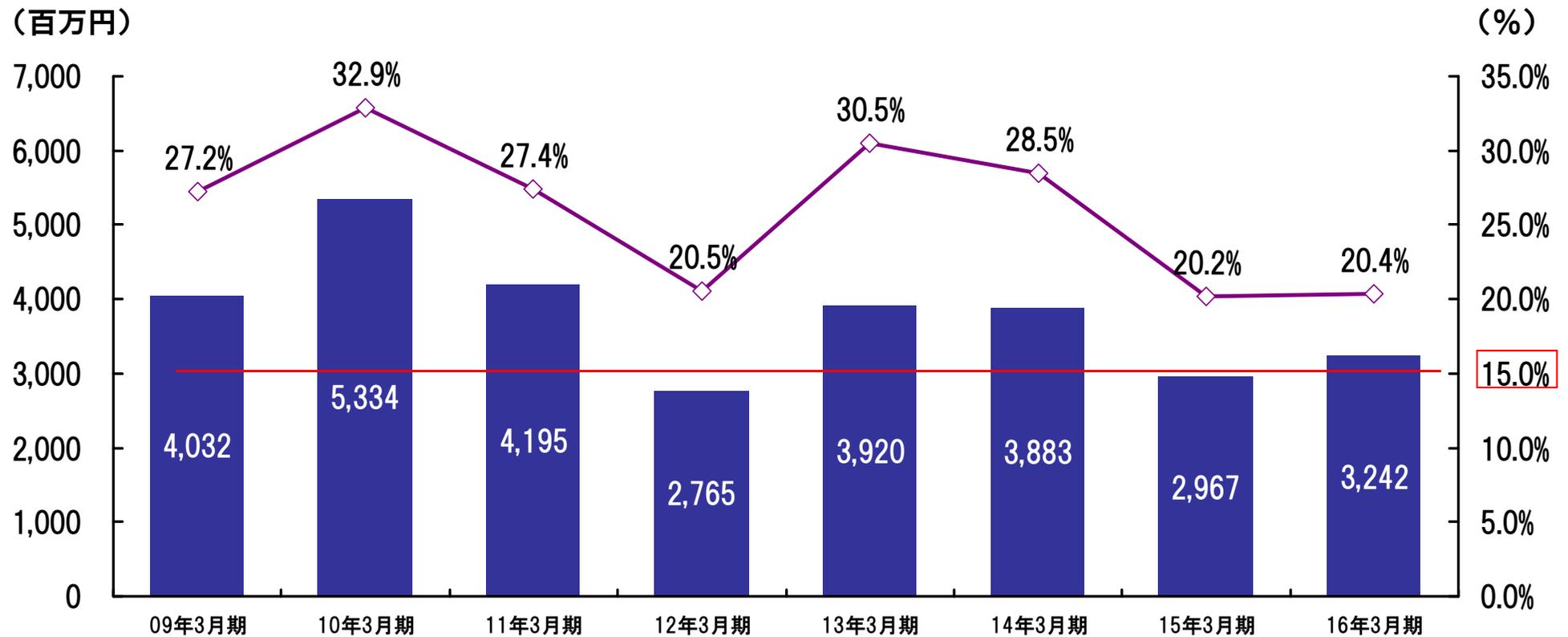


期末総在庫金額(フマキラー単体)



新製品売上高と寄与率(フマキラー単体)

新製品売上寄与率15%超目標



※新製品にはリニューアル品を含む

Ⅲ. 今後の展開

2016 フマキラー紹介ビデオ



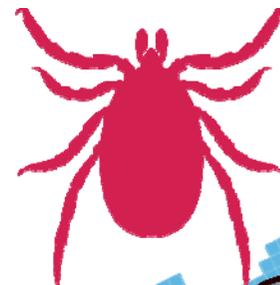
2015年 感染症対策元年としてスタート



デング熱

- 媒介昆虫：ネッタイシマカ、ヒトスジシマカ
- 潜伏期間：3~14日(多くは3~7日)
- 症状：発熱で始まり、頭痛、眼高痛、筋肉痛、関節痛
- 治療法：対症療法が中心 / ワクチンも予防薬もない

2014年、69年ぶりに国内感染が確認され、被害が拡大した。



SFTS (重症熱性血小板減少症候群)

- 媒介虫：マダニ
- 潜伏期間：6日~2週間
- 症状：発熱と消化器症状(おう吐、下痢など)が中心で、倦怠感、リンパ節腫脹、出血症状など
- 治療法：対症療法が中心 / ワクチンも予防薬もない

2015年12月2日時点では、患者数166名そのうち死者数44名。



セアカゴケグモ

1995年に大阪府で初めて発見された特定外来生物。以降、生息域は全国各地に広がり、2014年には都内で初めて生息を確認。翌2015年には北海道北見市でメス1匹が見つかった。

咬まれると強く痛み、まれに発熱やけいれんが起こることも。



ジカウイルス感染症

- 媒介昆虫：ネッタイシマカ、ヒトスジシマカなど
- 潜伏期間：3~12日
- 症状：頭痛、発疹、発熱、背中への痛み等
- 治療法：対症療法が中心 / 有効なワクチンはない

妊娠中の感染と胎児の「小頭症」との関連が疑われている。



ツマアカスズメバチ

2012年に長崎県対馬市で働きバチが初めて確認された。攻撃性が非常に高く、特にミツバチを好む。繁殖力も高い。2015年には福岡県北九州市で営巣が確認された。

刺害のほか、養蜂業・農業への被害が懸念される。



アルゼンチンアリ

1993年に日本で初めて確認された特定外来生物。女王アリの繁殖力は高く、働きアリの成長速度も速いことから、年々生息域が広がっている。

食べ物にたかる、在来のアリを駆逐するなどの被害を及ぼす。



命のそばに。
フマキラー

害虫に対する不安から、人々を守る。
「命のそばに。プロジェクト」を実施。



殺人生物ランキング

- 第14位 サメ 10人
- 第14位 オオカミ 10人
- 第12位 ライオン 100人
- 第12位 ゾウ 100人
- 第11位 カバ 500人
- 第10位 ワニ 1,000人
- 第9位 サナダムシ 2,000人
- 第8位 回虫 2,500人
- 第5位 淡水の巻貝(住血吸虫症) 10,000人
- 第5位 サシガメ(シャーガス病) 10,000人
- 第5位 ツェツェバエ(睡眠症) 10,000人
- 第4位 イヌ(狂犬病) 25,000人
- 第3位 ヘビ 50,000人
- 第2位 人間 475,000人



出典: gatesnotes (The blog of Bill Gates)



蚊 第1位 725,000人

統計が取れない地域も合わせると推定すると、**約150万～200万人**

マラリア

- 媒介昆虫：ハマダラカ
- 潜伏期間：7～40日
- 症状：発熱、悪寒、倦怠感、頭痛、筋肉痛、関節痛
- 治療法：抗マラリア薬を投与

毎年世界中で約2億人が感染し、約66万人が死亡している。

デング熱

- 媒介昆虫：ネツタイシマカ、ヒトスジシマカ
- 潜伏期間：3～14日(多くは3～7日)
- 症状：発熱で始まり、頭痛、眼窩痛、筋肉痛、関節痛
- 治療法：対症療法が中心 / ワクチンも予防薬もない

2014年、69年ぶりに国内感染が確認され、被害が拡大した。

チクングニア熱

- 媒介昆虫：ネツタイシマカ、ヒトスジシマカなど
- 潜伏期間：3～7日
- 症状：急性の発熱と関節痛、発疹
- 治療法：対症療法が中心 / ワクチンも予防薬もない

アフリカ、東南アジア、南アジアの国々で流行している。

西ナイル熱

- 媒介昆虫：アカイエカ、チカイエカ、ヒトスジシマカ
- 潜伏期間：2～14日
- 症状：発熱、頭痛、背部痛、筋肉痛、筋力低下、食欲不振、発疹
- 治療法：対症療法が中心 / ワクチンも予防薬もない

交流の多いアメリカからの輸入感染が増える可能性も？

ジカウイルス感染症

- 媒介昆虫：ネツタイシマカ、ヒトスジシマカなど
- 潜伏期間：3～12日
- 症状：頭痛、発疹、発熱、背中痛み等
- 治療法：対症療法が中心 / 有効なワクチンはない

妊娠中の感染と胎児の「小頭症」との関連が疑われている。

日本脳炎

- 媒介昆虫：コガタアカイエカ
- 潜伏期間：7～14日
- 症状：発熱、頭痛、吐き気、おう吐、めまい、意識障害
- 治療法：対症療法が中心

ワクチン接種率の低下により再び感染者が増える可能性も？

「日本人の命を守る」という強い使命感、効きめにとことんこだわった製品



単位:百万円

	連結			
	実績	前期増減	計画増減	期初計画
売上高	36,288	+2,980	+1,288	35,000
営業利益	1,865	+418	+345	1,520
経常利益	1,973	+411	+323	1,650
当期利益	1,131	+279	+261	870

	単体			
	実績	前期増減	計画増減	期初計画
売上高	19,117	+1,567	+817	18,300
経常利益	1,035	+203	+185	850
当期利益	812	+233	+222	590

	国内	海外
16年3月期 総括	<ul style="list-style-type: none"> ①「感染症対策元年」として取り組みに成果 「効きめプレミアム」シリーズが好調 ②人体用虫よけ「スキンベープ」の売上拡大 ③訪日客のインバウンド需要による 売上増 電池式の売上増加 ④設置型虫よけの売上落ち込み ⑤フマキラー・トータルシステムの増収 	<p>現地通貨ベースでは、海外売上高は+21%の大幅増収</p> <ul style="list-style-type: none"> ①インドネシアは好調を持続 ②フマキラーアジアおよびノモスは、収益力が改善
今後の課題	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 在庫・返品対策 出荷時期の早期化に対応した管理の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 東南アジアは、既存域内でのシェアアップとともに新規市場を開拓 ➤ グローバルな研究開発体制の見直し ➤ タイ、インド、メキシコの強化

1. 新価値創造型製品の開発及び開発体制の強化
2. 販売・マーケティングの強化
3. コスト低減、収益力強化
4. 海外事業の拡大と強化
5. エステー、NSファーファ・ジャパンとの協業

■ 成長市場へ差別化された商品を投入

1. 殺虫剤市場でカテゴリーシェアNo.1、No.2を狙えるような新製品の上市
2. 安全・安心、天然志向のニーズに対応する新製品の開発
3. 除菌・衛生予防分野、花粉アレルギー対策商品で新製品を開発

■ 新価値創造型商品の開発と継続的な商品改良

殺虫剤 ... 13 SKU(13SKUの新製品)



家庭用品... 3 SKU(3SKUの新製品)



園芸用品... 8SKU(8SKUの新製品)+花卉販売(ガーベラ)



1. ブランドの強化と育成(フマキラー、ベープ、カダン等)
2. 成長カテゴリー商品(殺虫剤では電池、ワンプッシュ、人体虫よけ等)を中心とした売り場提案とお取り組み商談
3. 生活シーン別のカテゴリー提案
4. 販売情報の活用によるマーケティング力の強化
5. 利益性を重視した販売活動の徹底

1. 高付加価値商品の新規開発
2. 販売品目の重点化による販売効率の向上
3. 返品率の改善
4. 在庫の削減
5. 製造原価のコストダウン
6. 海外調達を含めた効率的な生産体制の確立

中長期戦略

- ① 成長著しいアセアン市場での事業基盤の強化。中期的には、既存進出国に経営資源を集中、各国内でのシェアアップを図る。
- ② インドネシアでの成功体験をもとにした展開(エリアフォーカス等)と、地域特性に合わせた展開。
- ③ ①②にメドが立った段階で、グローバルな事業拡大を目指す。



重点政策(今期)

- ① フマキラーインドネシア、フマキラーノモスの成長加速
 - － エアゾール、ワンプッシュ、電気リキッド売上シェアの拡大
 - － 線香のシェアとして50%以上の圧倒的なNo.1を目指す
- ② フマキラー主導によるアジアグループの経営管理体制強化
 - － 新製品投入、製品ラインナップ強化
 - － 生産効率改善
- ③ インド、メキシコは引き続き事業基盤強化を図り、安定して利益を出せる体質をつくる
- ④ 輸出・ライセンスビジネスの深耕

ASEAN

※拠点ごとの業績詳細は補足資料ご参照

国	業況	取り組み内容
インドネシア	2016年(2社合計) 売上 10,557百万円 経常利益 1,093百万円 シェア(実績) 30%	<p>【フマキラーインドネシア】</p> <ul style="list-style-type: none"> 成長3カテゴリーの強化(エアゾール、ワンプッシュ、電気リキッド) 線香の売上シェア拡大により線香市場シェアの圧倒的No.1の確立 生産体制の拡充(線香、ワンプッシュ、エアゾール) <p>【フマキラーノモス】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内線香及びエアゾールのチャネル/セールス/販促戦略推進 蚊取り線香の生産性の向上とコストダウン 商品力強化と製品ラインナップの拡大
マレーシア	2016年 売上 2,345百万円 経常利益 62百万円 シェア(実績) 27%	<ul style="list-style-type: none"> 蚊取り線香やエアゾールを中心とした商品力強化、新製品投入による市場拡大 販売網の整備と収益力の強化

今期の重点政策－海外拠点別の取り組み

国	業況	取り組み内容
ベトナム	2016年 売上 3,096百万円 経常利益 163百万円 シェア(実績) 26%	<ul style="list-style-type: none"> • ブランドの強化・育成 • 蚊取り線香や殺虫エアゾールの販売強化、新製品投入による製品ラインナップ強化 • 生産効率改善とコストダウン、収益力強化
タイ	2016年 売上 1,236百万円 経常損失 ▲10百万円 線香シェア(実績) 14%	<ul style="list-style-type: none"> • 蚊取り線香を中心とした製品ラインナップ強化と売上拡大 • ノンコイル製剤の販売強化 • 販売網の整備と収益力の強化 • 生産性の向上とコストダウン

その他拠点

国	業況	取り組み内容
メキシコ	2016年 売上 571百万円 経常利益 23百万円	<ul style="list-style-type: none"> • 国内販路構築の取組強化 • 店頭での販促活動強化 • マットの売上シェア拡大
インド	2016年 売上 286百万円 経常利益 28百万円	<ul style="list-style-type: none"> • 販売網の再整備 • エリアフォーカスの導入による配荷率のアップ

- エステー、NSファーファ・ジャパンとの協業を継続
- 新たなコンセプトの製品開発、販路開拓、効率的なサプライチェーンの構築を推進

①営業(国内)

- 政策共有会や商談会におけるコラボレーション
- 販促サポート業務の共同取り組みや販売チャネルの相互活用の強化等

③国内生産・物流

- 国内の生産受委託拡大
- 物流拠点の再編によるコスト削減

②開発

- 新製品の上市
香りの研究

フマキラー
(2016年春KawaiiSelect
スキンベープミスト)



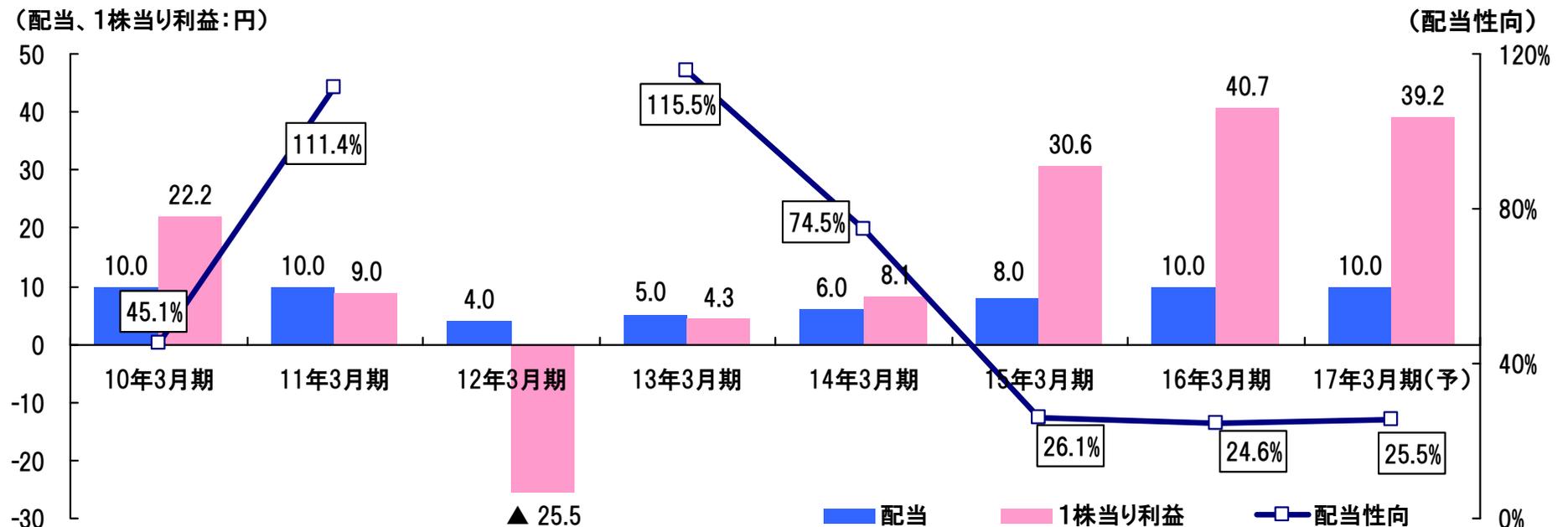
④海外生産・販売

- 海外(インドネシア)での生産受託
- 当社海外販売網の活用による海外事業の基盤構築

配当に関する基本方針

株主様に対する利益還元として、業績・将来の事業展開や内部留保などを総合的に勘案し、安定的かつ継続的な配当を行っていくことを経営の重要課題として位置づけています。

配当及び連結配当性向の推移



※2012年3月期は最終赤字のため、
連結配当性向は非表示

日用品質



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可能性があることをご承知おき下さい。

《本資料に関するご照会先》

フマキラー株式会社

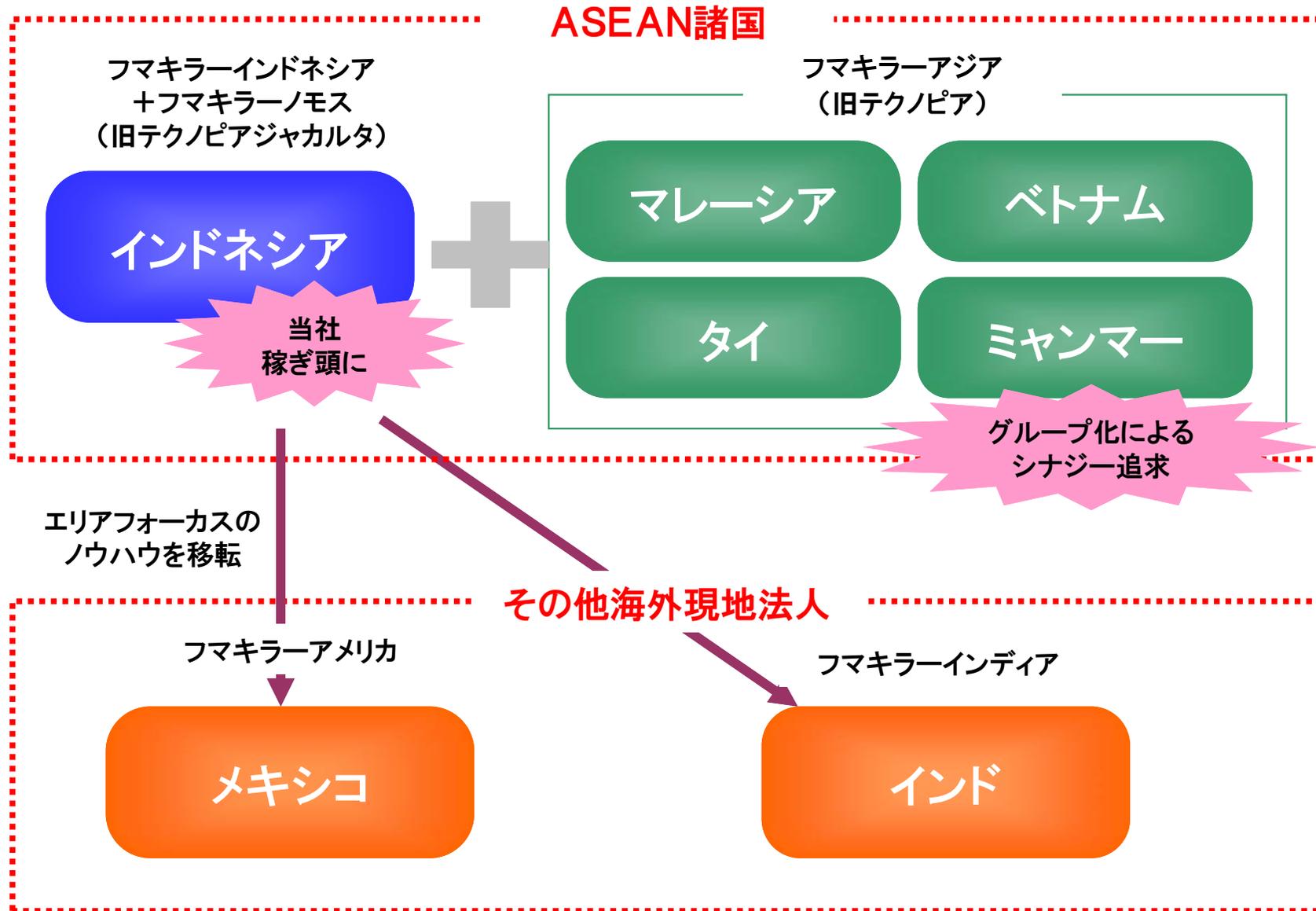
取締役 管理本部長 佐々木 高範

TEL :0829-55-2111

FAX :0829-55-0712

E-mail :k.sasaki@fumakilla.co.jp

IV. 補足資料



■ 海外子会社	8社（7カ国8工場）	
インドネシア	フマキラーインドネシア	1990年(平成 2年)設立
	フマキラーノモス	2002年(平成14年)設立
インド	フマキラーインドゥア	1996年(平成 8年)設立
メキシコ	フマキラーアメリカ	2007年(平成19年)設立
マレーシア	フマキラーマレーシア	1976年(昭和51年)設立
ベトナム	フマキラーベトナム	1994年(平成 6年)設立
タイ	フマキラータイランド	1999年(平成11年)設立
ミャンマー	ミャンマーテクスコープ	1997年(平成 9年)設立

■ 技術指導による現地生産

欧米・東南アジア・アフリカ・中近東など6カ国

■ 輸出先 約55カ国

合計約70カ国

地域	市場動向・競合	当社の取り組みと状況
東南アジア	ほとんどの国でSCジョンソン(SCJ)がシェアNo.1。国によりレキットベンキーザー(R&B)や地場のメーカーがNo.2。 インドネシアではSCJ、HIT、 当社の3社拮抗の状況 。	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主力のインドネシアは、OPVの成功によりエアゾールのシェア19%に拡大。また蚊取り線香ではシェア41%(FI+FN)でNo.1(※当社推定)。 ■ ASEAN諸国に注力。競争が益々激化しているが、現在の製品の品質優位性を訴求してシェアを伸ばし、さらに今後の成長のために新製品の投入準備を行う。
その他アジア	中国では地場メーカーが強い。SCJが2位で約13%のシェア。インドは地場のゴードレージに続きSCJとR&B。	<ul style="list-style-type: none"> ■ インドにおいてもインドネシア同様にエリアフォーカスや極小店への配荷を行い、営業活動の差別化を進めている。
中南米	SCJが圧倒的に強い。多くの国で過半数のシェアを持っている。続いてR&B。	<ul style="list-style-type: none"> ■ メキシコは、子会社により重点的に市場開拓。 ■ ジャマイカでライセンス生産。 ■ ペルーなどの代理店への輸出拡大と新規市場の開拓
欧州	SCJがNo.1、ヘンケルが2位でその中にVapeが含まれる。	<ul style="list-style-type: none"> ■ イタリアでライセンス生産。マット、リキッドではVapeブランドがNo.1。 ■ イタリアのライセンシーがハンガリーなどの欧州に販売。ハンガリーで第1位。
中近東・アフリカ	R&BとSCJが強い。(85)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中近東ではレバノンで第1位、ヨルダンで第2位、その他バーレーン、UAEなどへ輸出。 ■ アフリカではケニア、モーリシャス、マダガスカル、マヨットへ輸出

海外事業—輸出・ライセンスビジネスの深耕

イタリアにおいてマット、リキッドの販売が好調でトップシェアを維持。電池式など新製品の強化が課題。ハンガリーが好調であるが、他のスペインなどの大市場での展開が課題。

ジャマイカ、ペルーでマットとリキッドを伸ばしながら新たにエアゾールも投入して売上を伸ばす。中南米・カリブ諸国で新規市場を開拓して売上を伸ばす。

台湾は線香で伸ばす。香港はリキッドの展開を強化する。

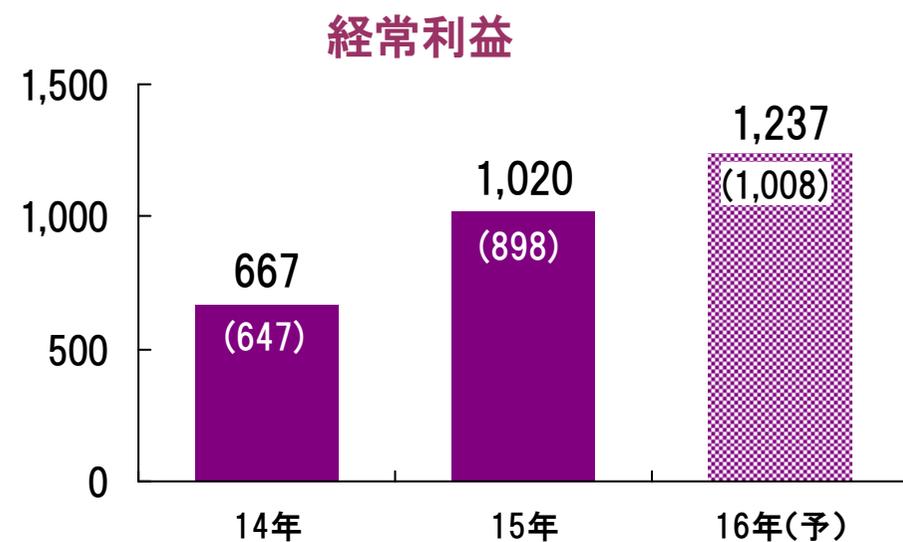
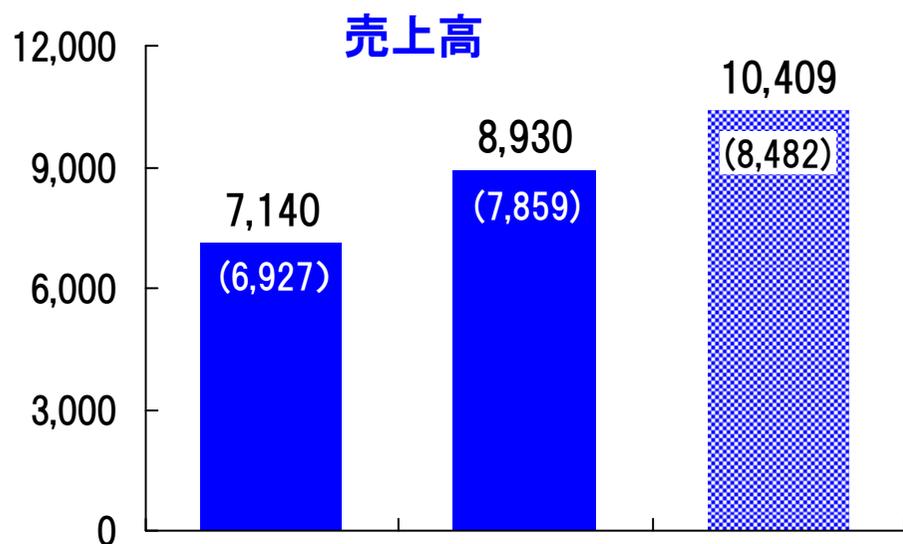
ヨルダン、UAEなどでマット・リキッドの新器具を伸ばし、販売をてこ入れする。レバノンの線香を伸ばす。

モーリシャスなど島嶼部での販売が好調。引き続き線香とマットで売り上げ伸ばす。



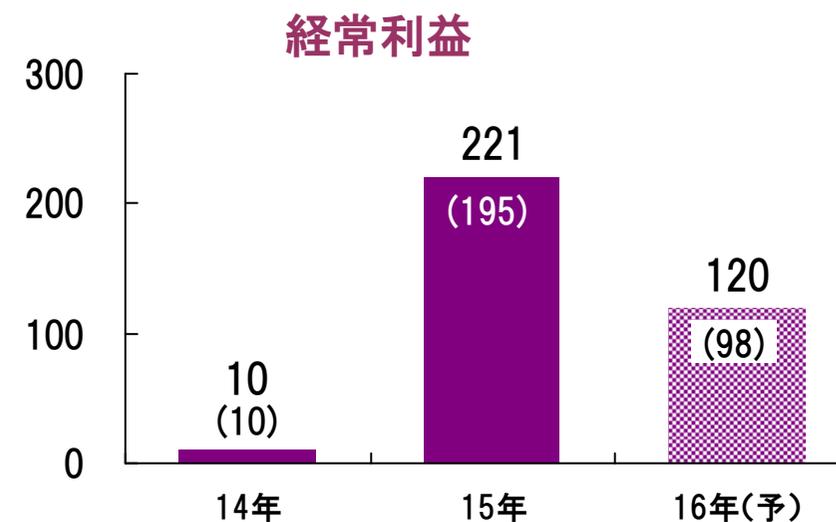
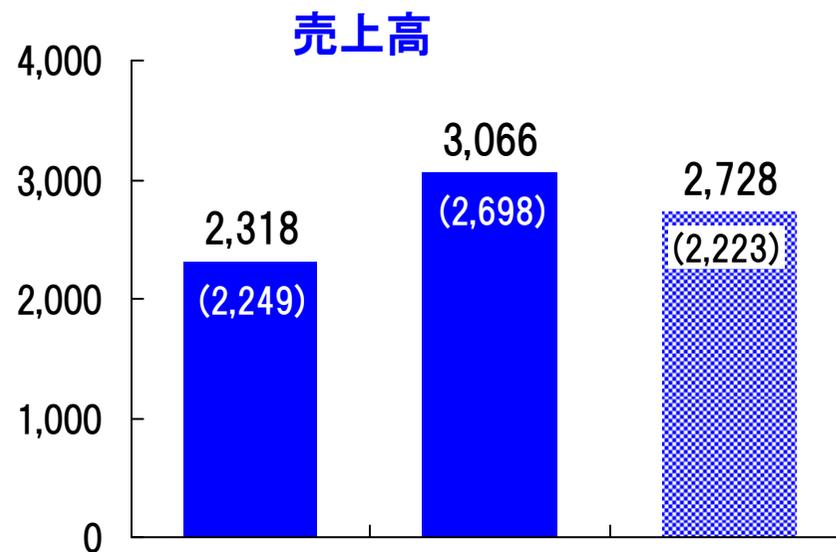
フマキラーインドネシア業績

単位：億ルピア
(カッコ内は円ベース：百万円)



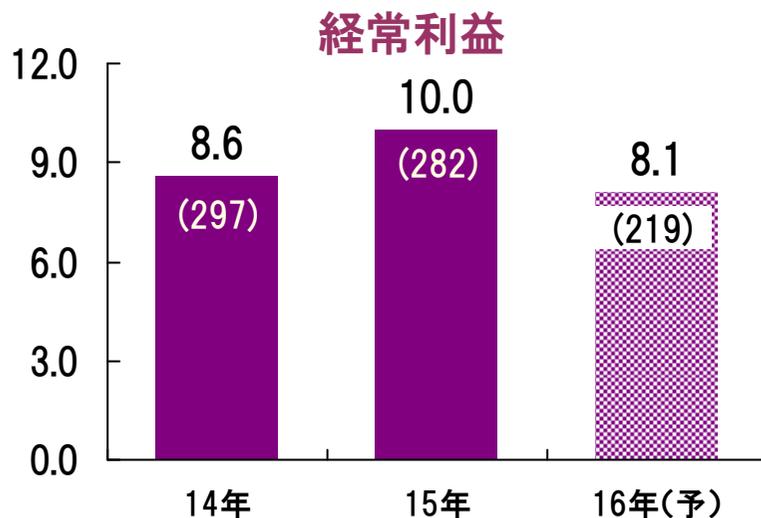
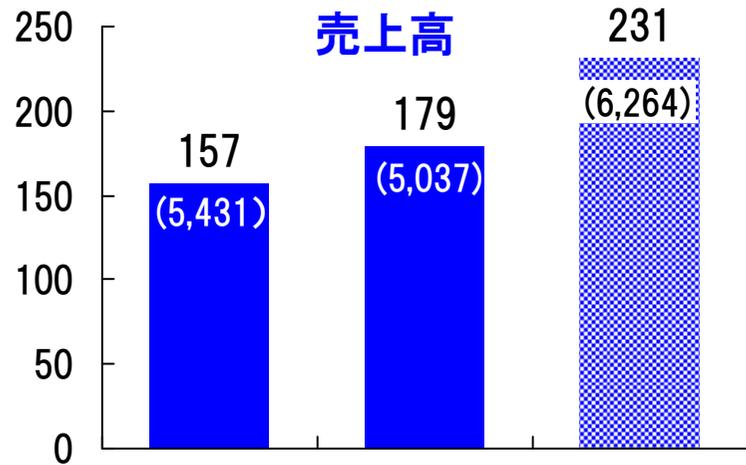
フマキラーノモス業績

単位：億ルピア
(カッコ内は円ベース：百万円)



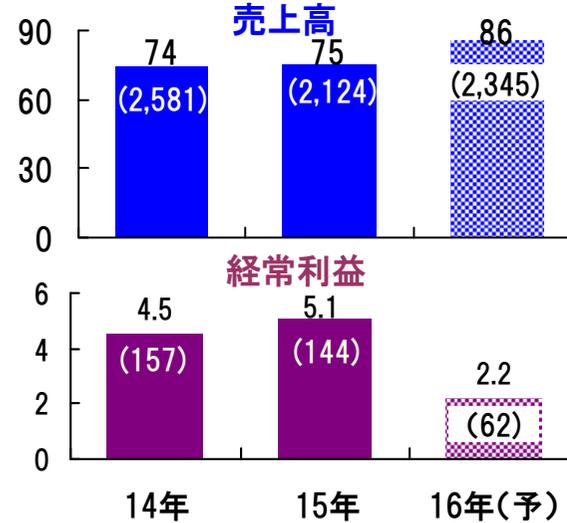
フマキラーアジア業績

単位：百万マレーシアリンギット
(カッコ内は円ベース：百万円)



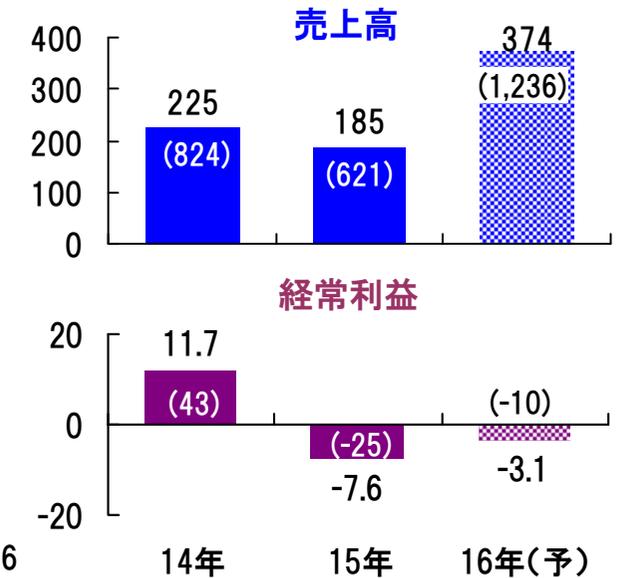
マレーシア

単位：百万マレーシアリンギット
(カッコ内は円ベース：百万円)



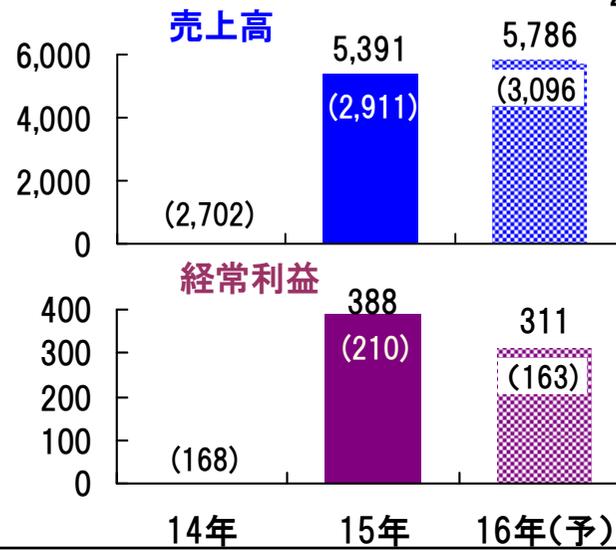
タイ

単位：百万バーツ
(カッコ内は円ベース：百万円)



ベトナム

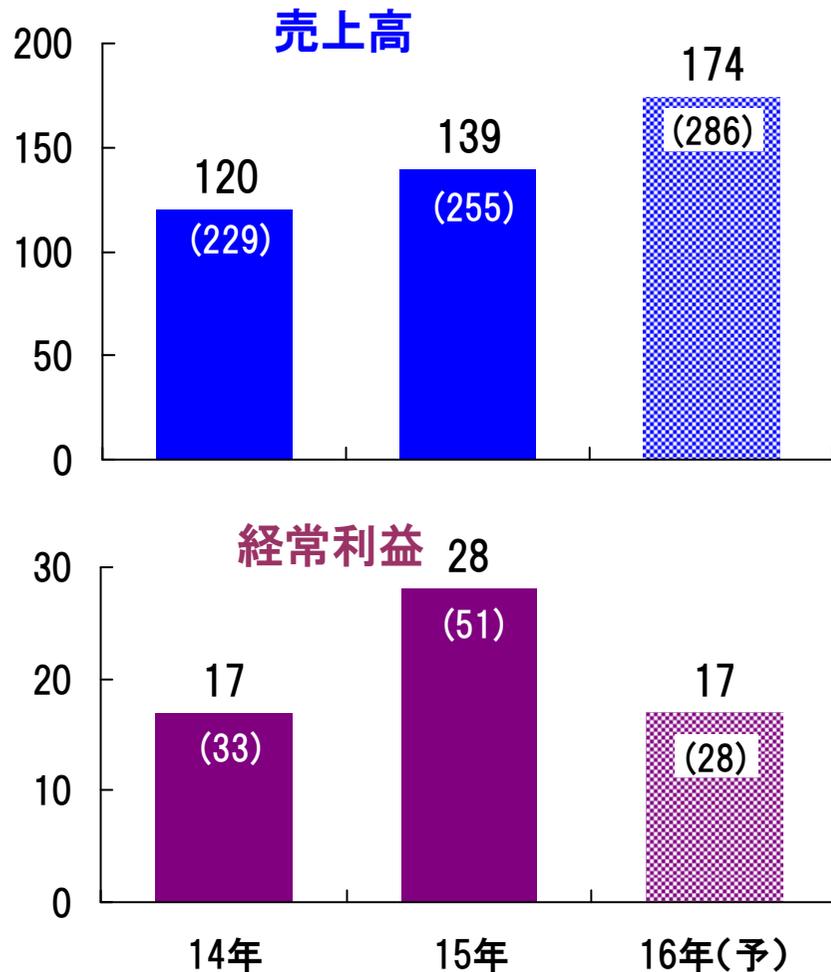
単位：億ドン
(カッコ内は円ベース：百万円)



※15年よりベトナムドンに変更

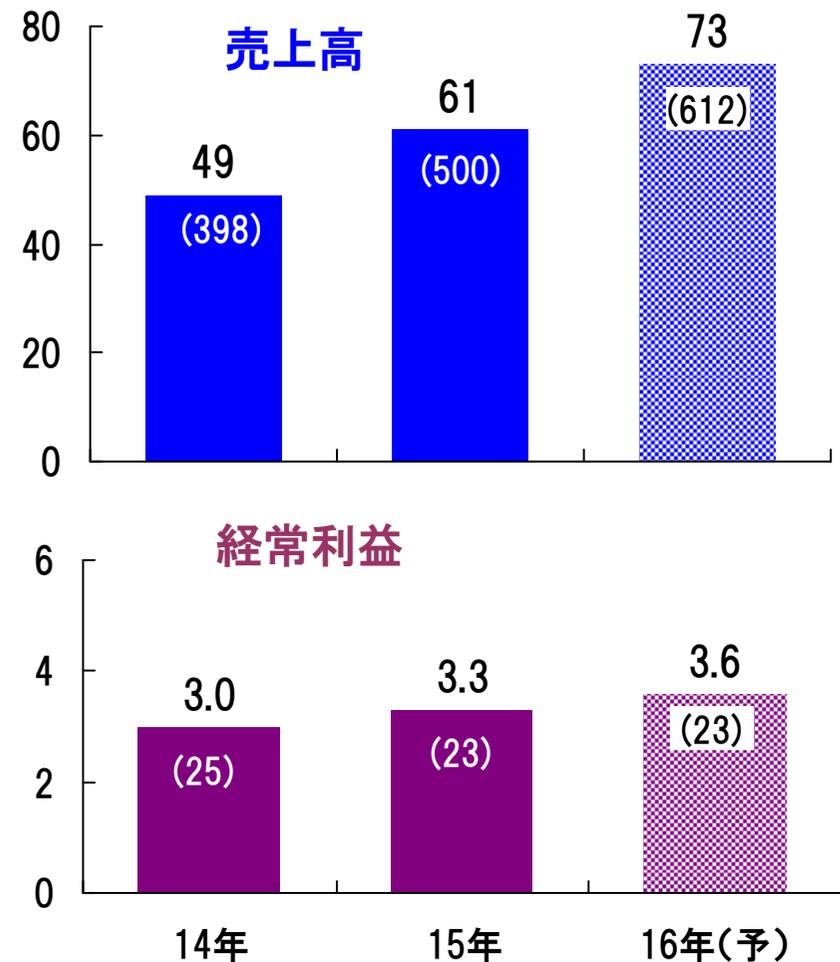
フマキラーインディア業績

単位：百万ルピー
(カッコ内は円ベース：百万円)



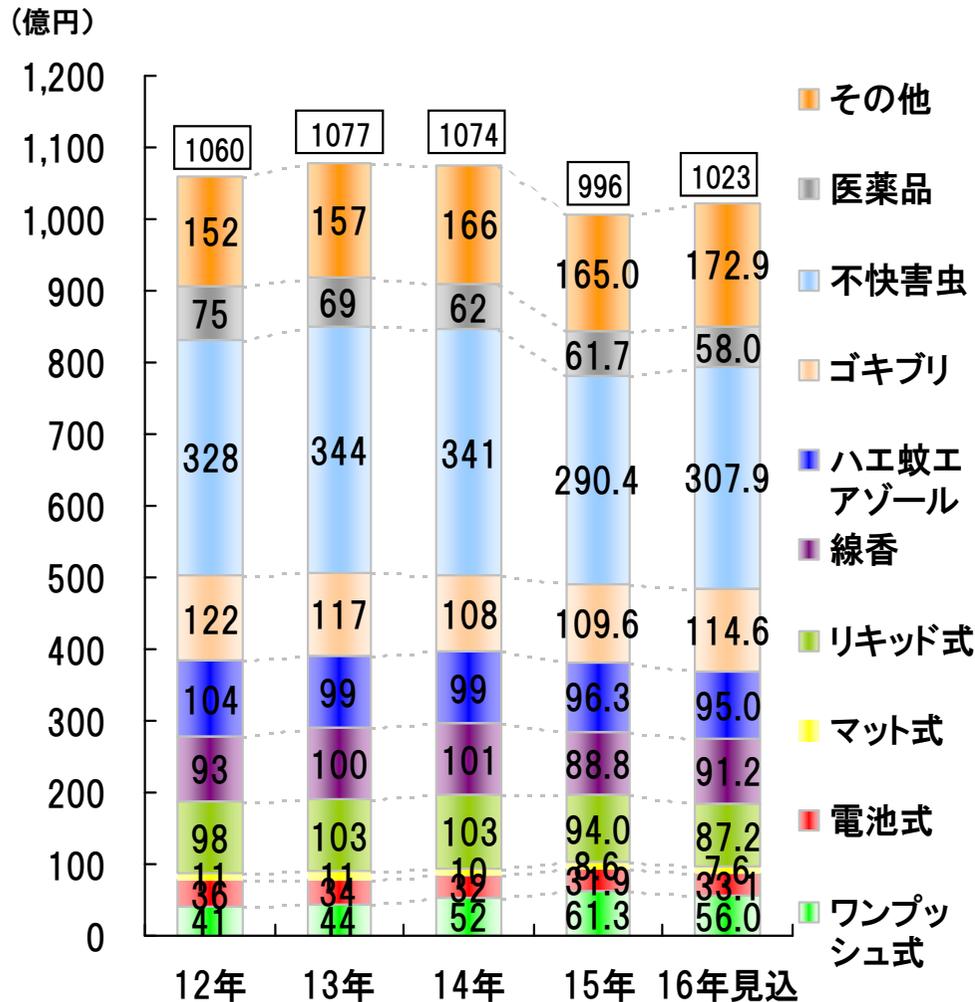
フマキラーアメリカ業績

単位：百万ペソ
(カッコ内は円ベース：百万円)

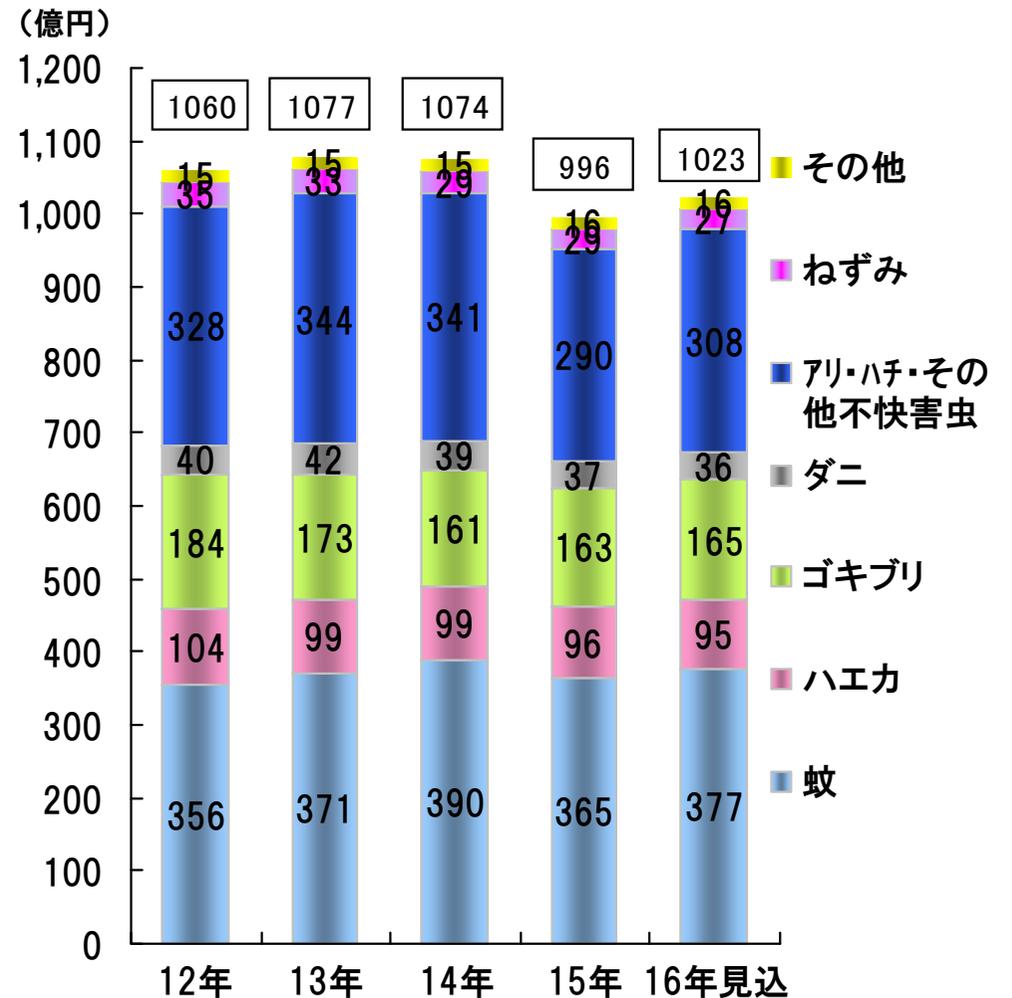


家庭用殺虫剤市場規模—国内

国内・家庭用殺虫剤市場規模
年間約1,000億円(小売ベース)

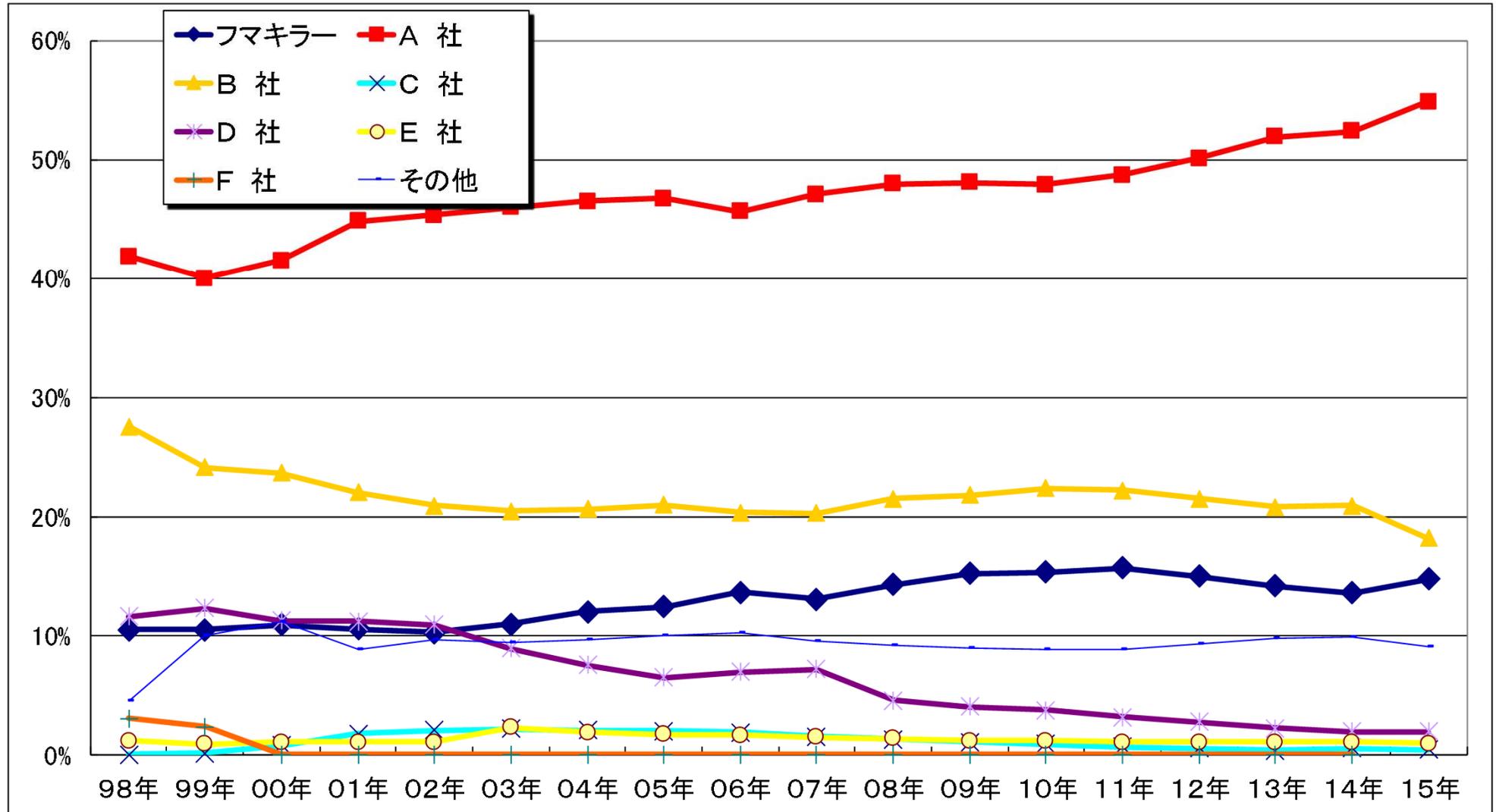


害虫別殺虫剤市場規模



出所: 当社推定(末端価格)

家庭用殺虫剤シェア推移



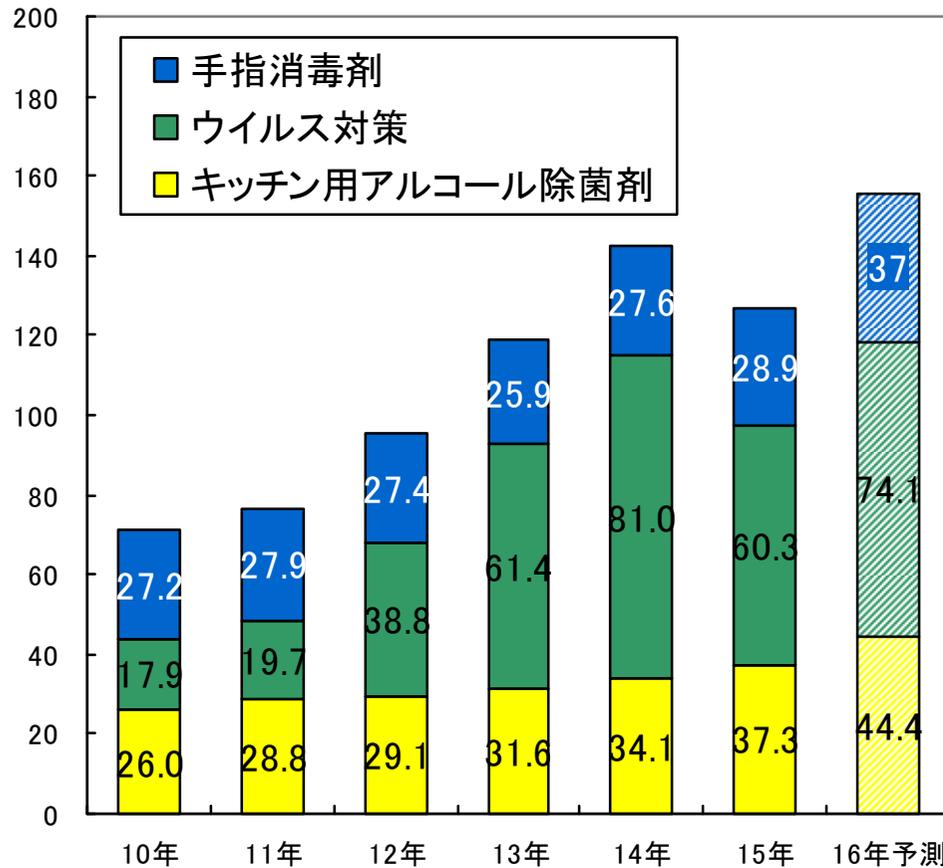
出所: 当社推定

家庭用品市場規模—除菌剤、花粉

除菌剤市場

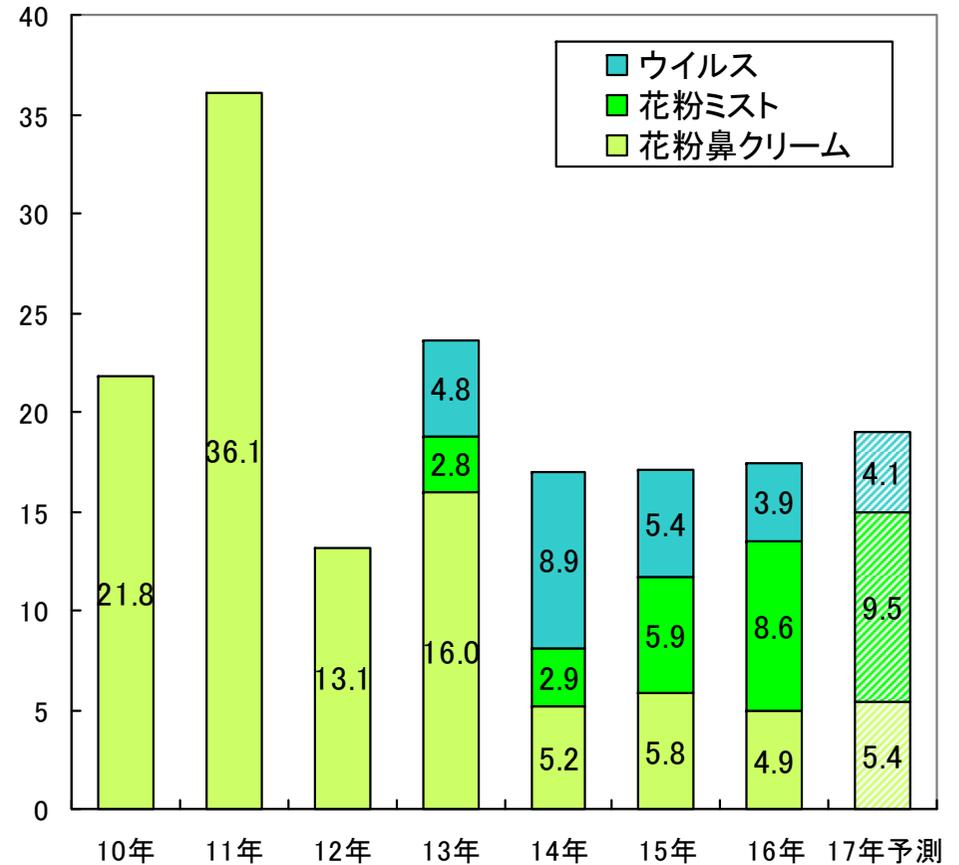
(当社関連商品)

(億円)



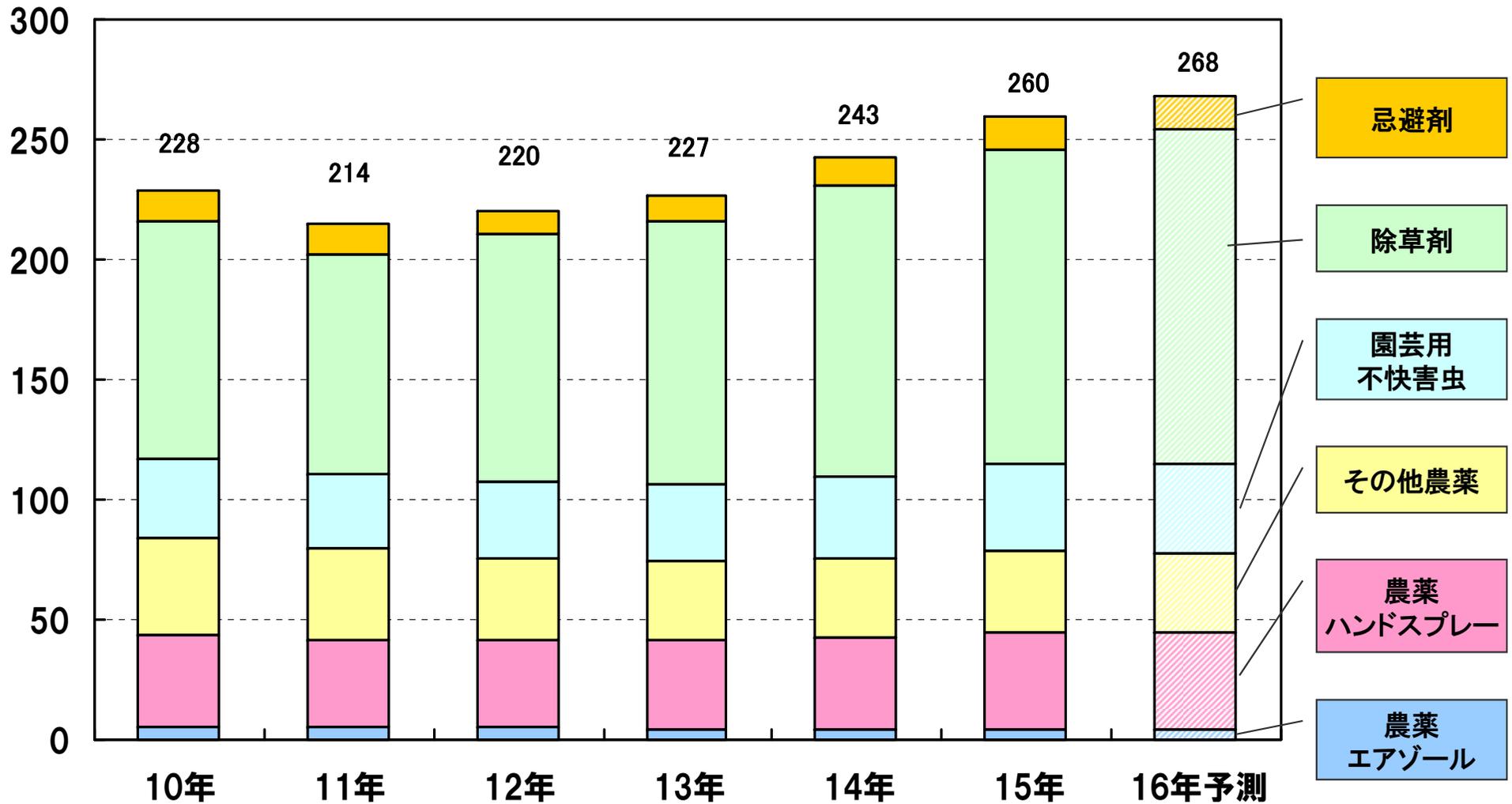
アレルシャット関連市場

(億円)



園芸用品市場

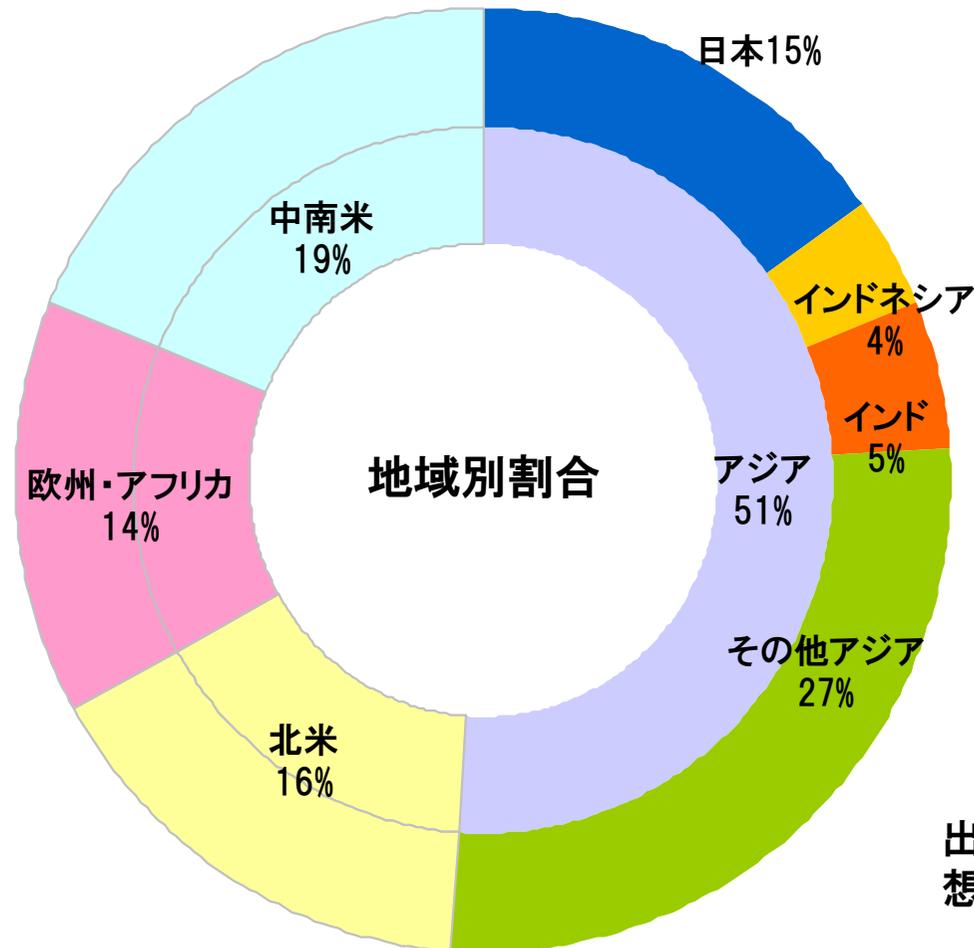
(億円)



家庭用殺虫剤市場規模—世界

■ 世界の殺虫剤市場は約7,440億円。市場の51%はアジアが占める。

全世界・家庭用殺虫剤市場規模(日本含む)
年間約7,440億円(末端価格)



出所：当社推定
想定レート：1USDドル=110円

蚊が媒介する主な感染症

病名	推定患者数	公表されている推定死亡者数
ウエストナイル熱	2,205人 (2014年)	97人
黄熱	20万人 (年間)	3万人
チクングニア熱	776千人 (2014年1月-10月)	152人
デング熱	5千万人～1億人 (年間)	2万1千人
日本脳炎	6万8千人(年間)	2万4百人
マラリア	2億1400万人 (2015年)	438千人
ジカウイルス感染症	50万人～150人 (2015年)	不明

出典;アメリカ疾病予防センター(CDC)統計データ
WHO

デング熱・重症型デングの特徴

デング熱

- 潜伏期間は2～15日(多くは3～7日)、発症期間は2～7日間程度
- 突然の発熱、激しい頭痛、関節痛、筋肉痛、発疹等が起こる
- 発熱は2～7日以内に治まる
- 特別な治療法はなく対症療法が主体となる
- 感染した人が未感染の蚊への感染源となるのは4～5日間(最長12日)

重症型デング 特徴

- デングウイルス感染後、デング熱とほぼ同様に発症して経過した患者の一部において、突然に、血漿漏出と出血傾向を主症状とする重症型デングとなる
- 重症型デングは、適切な治療が行われないと死に至る疾患である。致死率は国により、数パーセントから1パーセント以下と様々である
発熱は2～7日以内に治まる
- 世界的には、年間約50万人程度が重症型デングに至りそのうち約1万人(重症型デングの約2.5%)が死に至る

出典:厚生労働省ホームページ http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/kekkaku-kansenshou19/dengue_fever.html

厚生労働省検疫所ホームページ <http://www.forth.go.jp/moreinfo/topics/2014/03250910.html>

http://idsc.nih.gov/idwr/kansen/k04/k04_50/k04_50.html

http://idsc.nih.gov/idwr/kansen/k04/k04_50/k04_50.html

<http://www.forth.go.jp/moreinfo/topics/2013/09100938.html>

ジカウイルス感染症の特徴

ジカウイルス感染症

- 潜伏期間は3～12日
- 頭痛、発疹、発熱、背中痛み等、デング熱より症状は軽く、発熱しても微熱程度
- ウイルスに感染しても2割の人しか症状が出ない(不顕性感染)
- ジカウイルス感染症の後にギラン・バレー症候群の発症や、ジカウイルスの流行地域で小頭症の新生児が増加していることが報告されている
- 血液感染や性交渉での感染も報告されている

小頭症

- ブラジルでは妊婦がジカウイルスに感染することで胎児が感染し、小頭症児が多発している
- ジカウイルス感染症と関係する可能性の高い、又は先天性の感染が示唆される小頭症やその他の胎児奇形が、ブラジル(1,168人)、カーボヴェルデ(2人)、コロンビア(7人)、フランス領ポリネシア(8人)、マルティニーク(3人)、パナマ(3人)の合計6か国から報告されている
- 世界保健機関(WHO)は、2016年3月8日、妊婦は流行地域への渡航をすべきでないと勧告

ギランバレー症候群

- 13の国と地域でギラン・バレー症候群(GBS)の発生率の増加、および/またはGBS患者でのジカウイルス感染の検査確認が報告されている

出典:厚生労働省ホームページ <http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000109881.html>

厚生労働省検疫所ホームページ <http://www.forth.go.jp/topics/2016/05230958.html>

<http://www.forth.go.jp/topics/2016/04261323.html>

国立感染症研究所ホームページ <http://www.niid.go.jp/niid/ja/kansennohanashi/6224-zika-fever-info.html>