

フマキラー株式会社

2021年3月期 決算説明資料



2021年6月2日

I. 決算概要

II. 今期予想と今後の展開

III. 補足資料

I . 決算概要 (2021年3月期)

決算概要－連結売上・利益

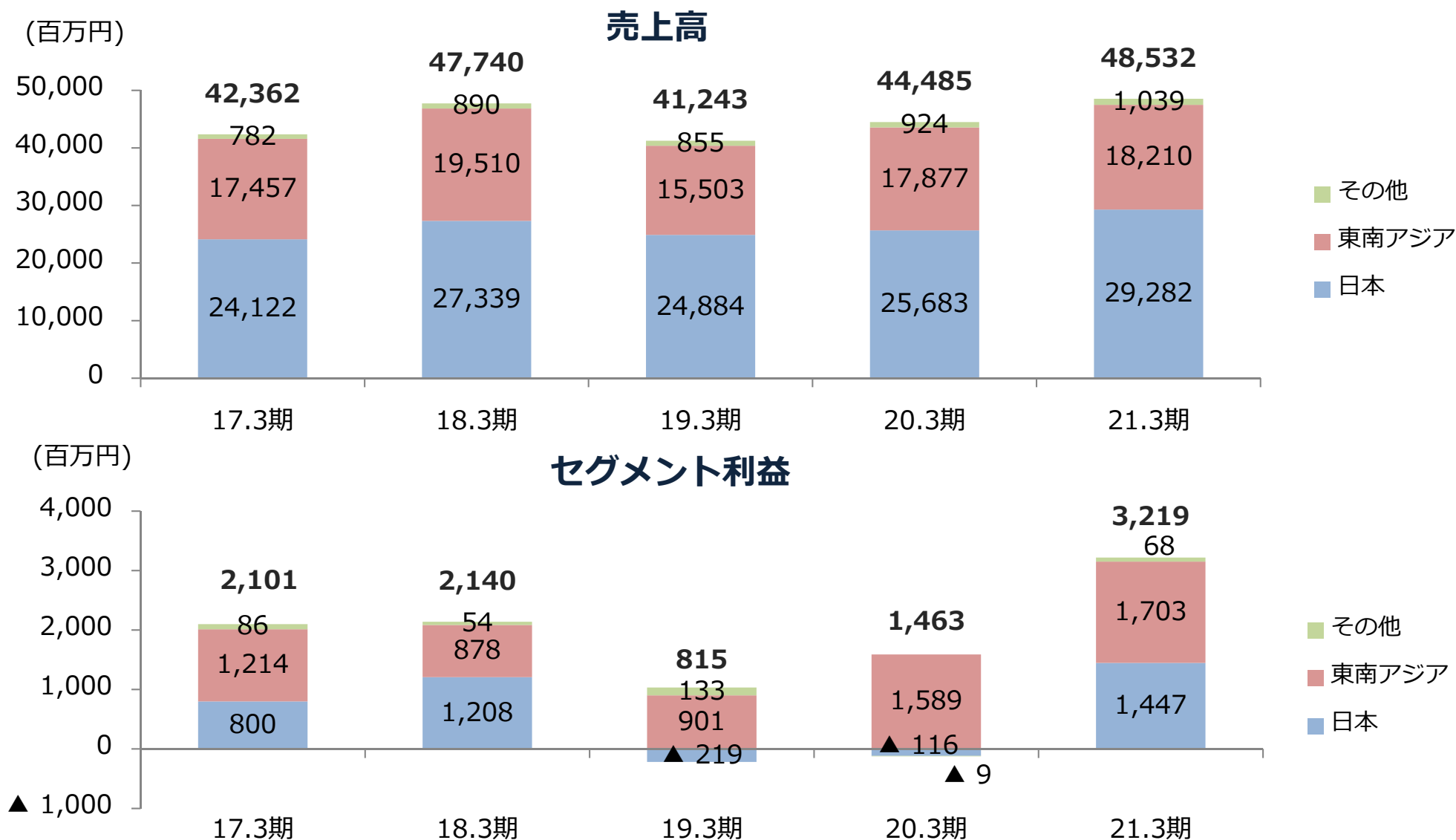
- 新型コロナウイルス感染症対策としてアルコール除菌関連商品の需要が拡大
- 期初計画では、下期以降新型コロナウイルスの収束を前提としていたが、下期も感染対策やニューノーマルでの需要が継続。3月、4月に2度の上方修正
- 4/30修正発表時は監査中だったため、監査の過程で数字が変動
- 連結では売上・利益とも過去最高

	20.3期実績		21.3期実績		
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	44,485	100.0	48,532	100.0	109.1
売上総利益	13,094	29.4	15,573	32.1	118.9
営業利益	1,785	4.0	3,560	7.3	199.4
経常利益	2,021	4.5	3,852	7.9	190.6
親会社株主に帰属 する当期純利益	770	1.7	2,321	4.8	301.5
1株当たり利益	46.72円		140.86円		

参考		
20.8.7 期初計画	21.3.11 修正予想	21.4.30 修正予想
44,500	49,000	48,763
13,600	15,996	15,689
2,200	3,080	3,763
2,500	3,310	4,039
1,300	2,050	2,486
78.87円	124.37円	150.86円

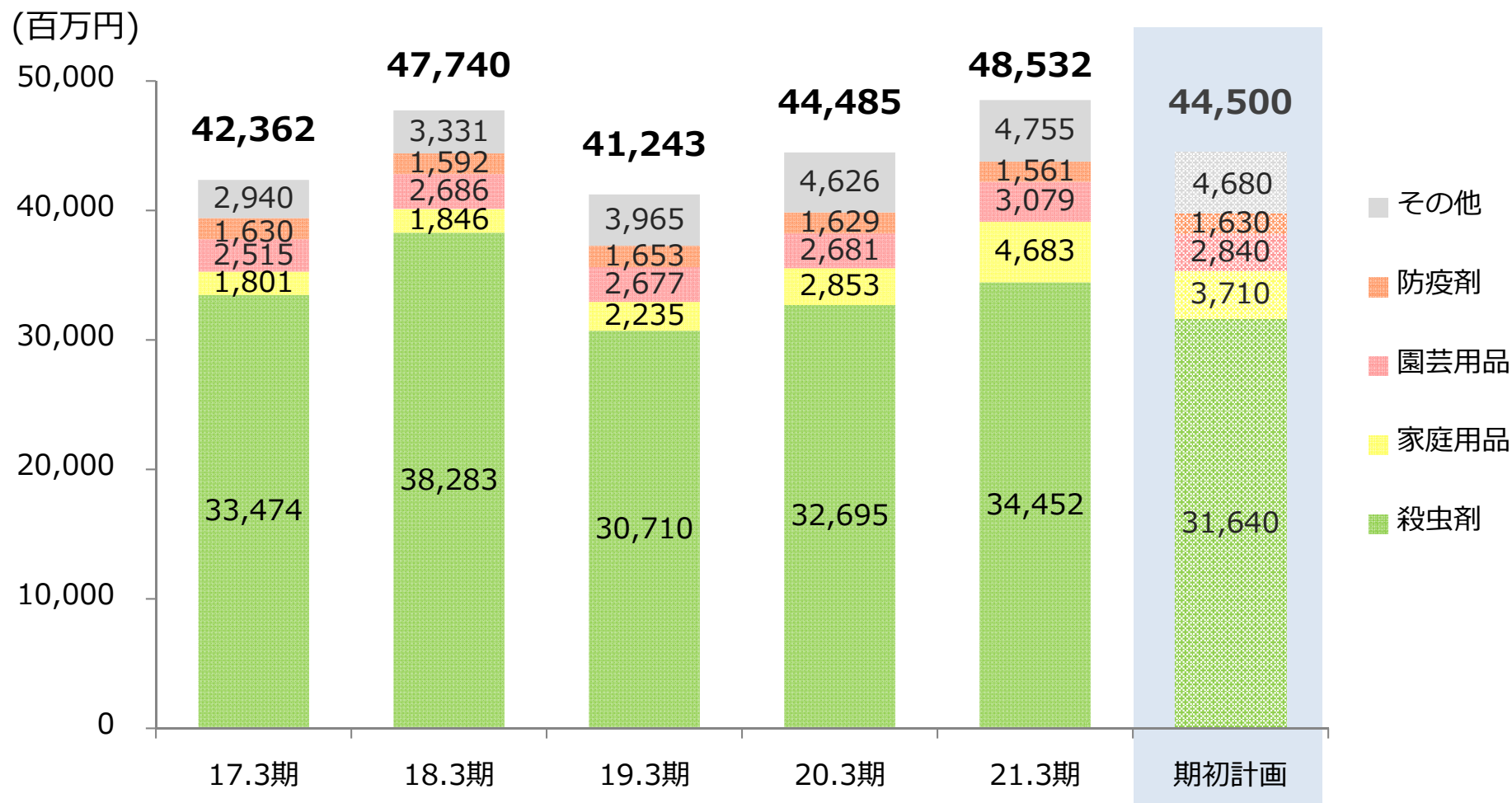
※売上総利益：返品調整引当金繰入前

- 国内は、コロナ禍でのアルコール除菌関連商品の需要等で売上・利益とも急拡大
- 海外は、為替のマイナス影響を吸収し増収増益を維持



決算概要－商品ジャンル別売上①

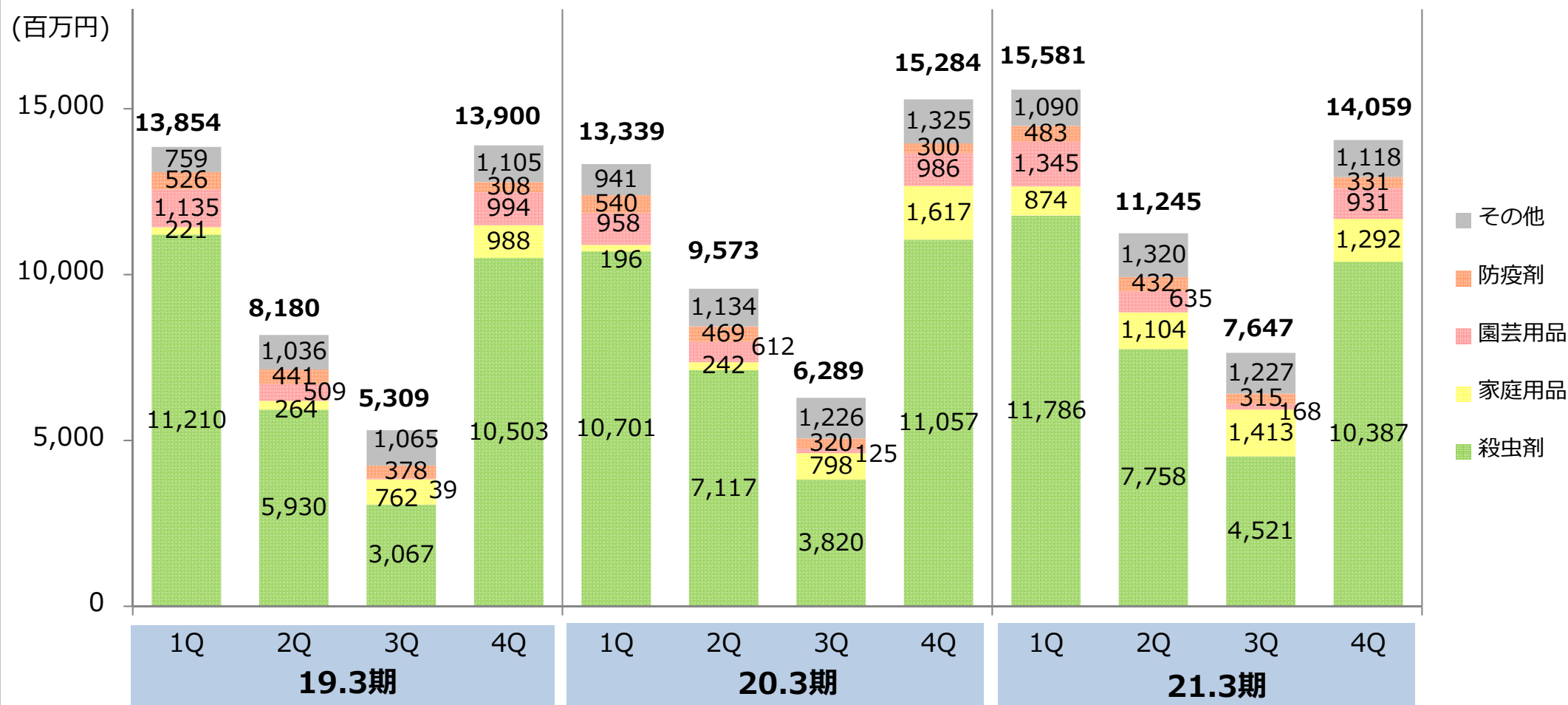
- ➡ 対前期比では、新型コロナウイルス感染症対策として家庭用品、在宅時間の増加により殺虫剤、園芸用品の売上が増加
- ➡ 期初計画（1Q時公表）比では、海外殺虫剤で見込んでいたコロナの影響が限定的だったことと為替影響等のマイナスが縮小。家庭用品は計画以上の伸長により大幅に上回った



決算概要－商品ジャンル別売上②

➡ 3Qまで前期を大幅に上回った一方、4Qは殺虫剤、家庭用品とも前年同期を下回った

- 殺虫剤は、東南アジアにおける為替の円換算によるマイナス
- 家庭用品は、前期アルコール除菌剤関連商材の売上増の反動が大きい

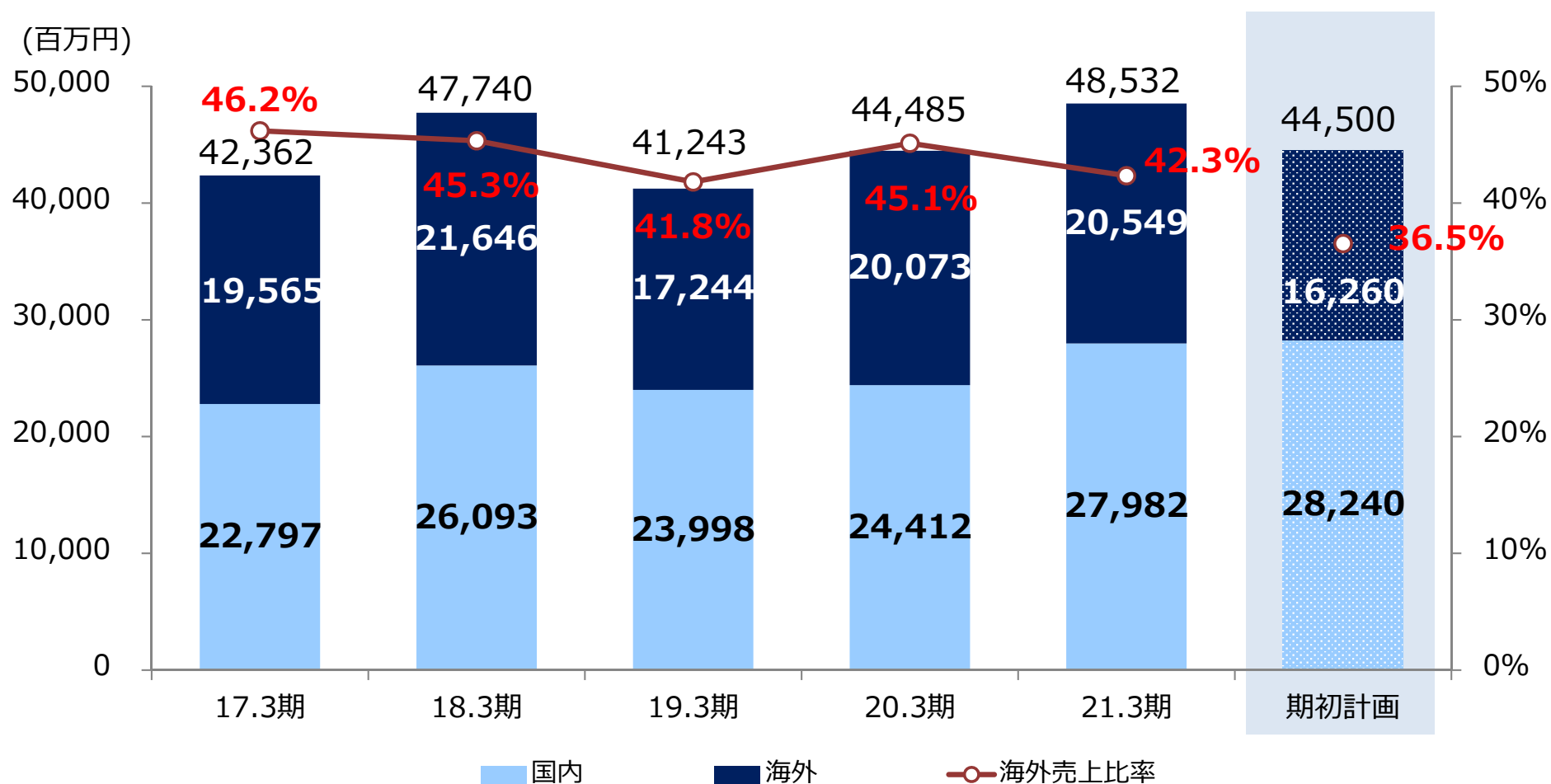


決算概要 – 売上高の増減要因

ジャンル		前期比	要因
殺虫剤	国内	110.0%	➡ コロナ禍による巣籠り需要もあり販売が好調 ➡ 返品についても、店頭での消化が順調で減少した
	海外	102.4%	➡ 各国とも現地通貨で前期を上回る ➡ 一方で為替の影響を受けたことから円貨では目減りした
家庭用品		164.1%	➡ 新型コロナウイルス感染症の影響によりアルコール除菌剤等の需要が高まり大幅な増収
園芸用品		114.8%	➡ コロナ禍による巣籠り需要もあり販売が好調
防疫剤 その他		101.0%	➡ フマキラー・トータルシステム(株)のシロアリ施工工事が引き続き好調 ➡ 防疫剤については微減
合計		109.1%	

決算概要－国内/海外売上高

- 国内はほぼ計画通りに推移。海外はコロナの影響が東南アジア各国で限定的であったこと、為替の影響が想定ほど大きくならなかった等から計画を大幅に上回った
- 海外売上比率は2.8ポイント低下



➡ 為替による業績への影響は、売上で▲1,389百万円、営業利益で▲38百万円

為替変動による売上・利益増減額

(百万円)

	売上高	営業利益	備考（営業利益）
フマキラー	▲19	+107	海外売上▲2、海外仕入+109
海外子会社	▲1,370	▲145	インドネシア（2社）▲118、アジア▲19、 インド、メキシコ各▲4
合計	▲1,389	▲38	

期末レート

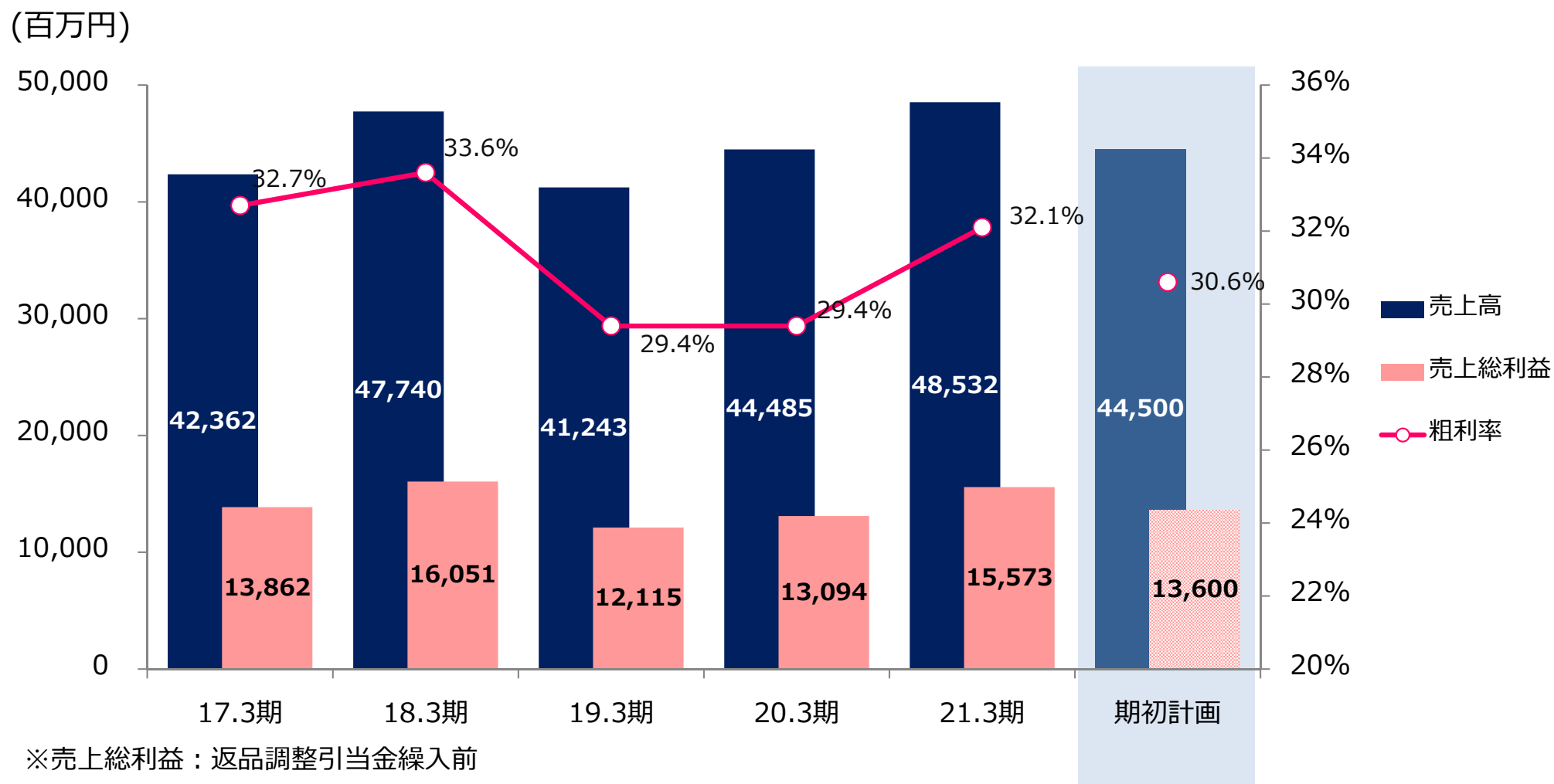
期末	19年12月	20年12月	21年12月
円/100ルピア	0.79	0.73	0.71
円/リングgit	26.60	25.59	24.88
円/ルピー	1.54	1.41	1.39
円/ペソ	5.82	5.20	4.82

期中平均レート

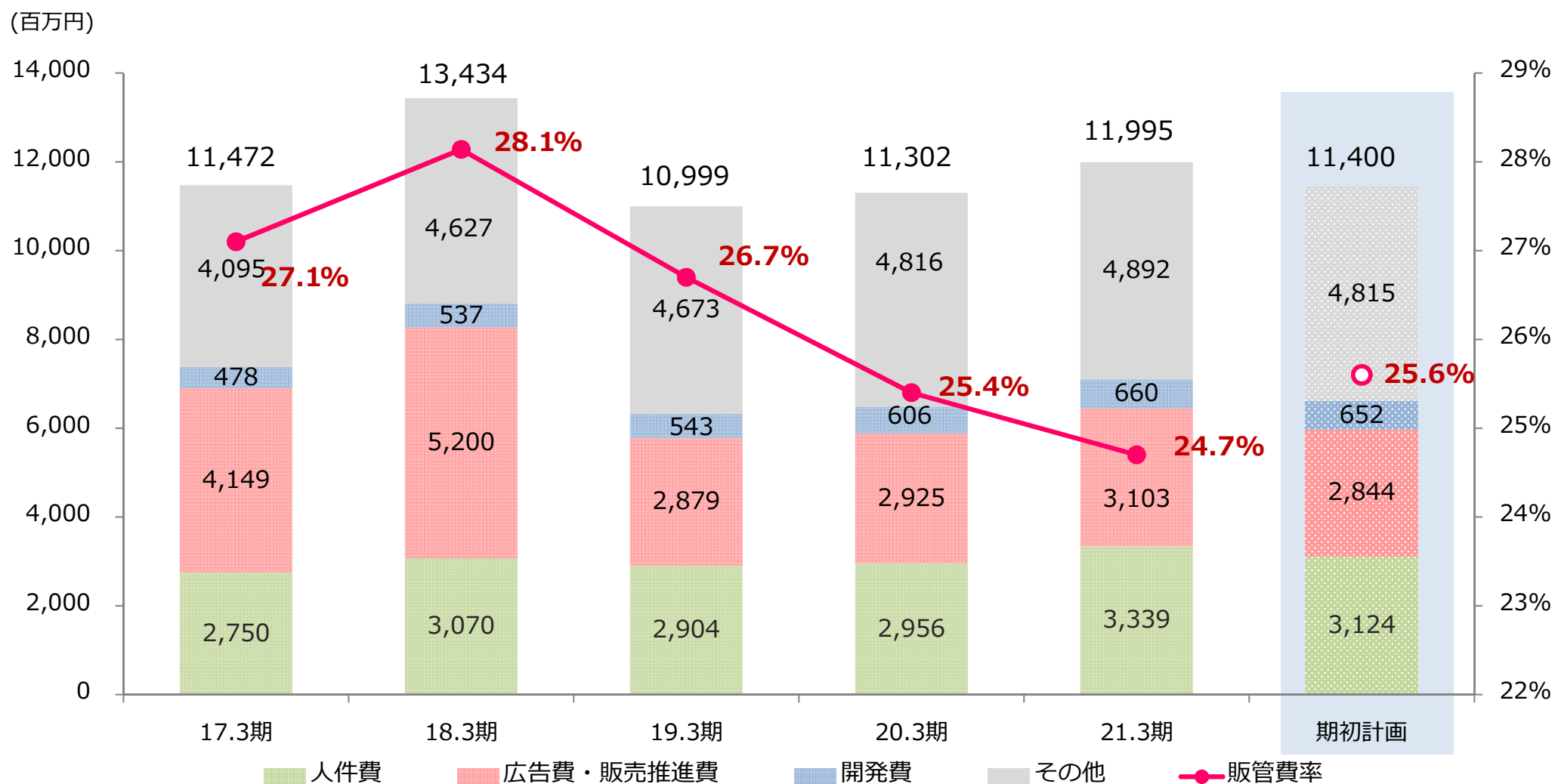
期中平均	20.3期 (19年4-3月)	21.3期 (20年4-3月)	22.3期 (21年4-3月)
円/ドル	108.83	105.89	100.00
円/ユーロ	121.45	124.25	120.00

決算概要－売上総利益（粗利率）

➡ 売上増による粗利率改善、返品率の改善により売上高総利益率は、前期比、計画比ともに大きく改善

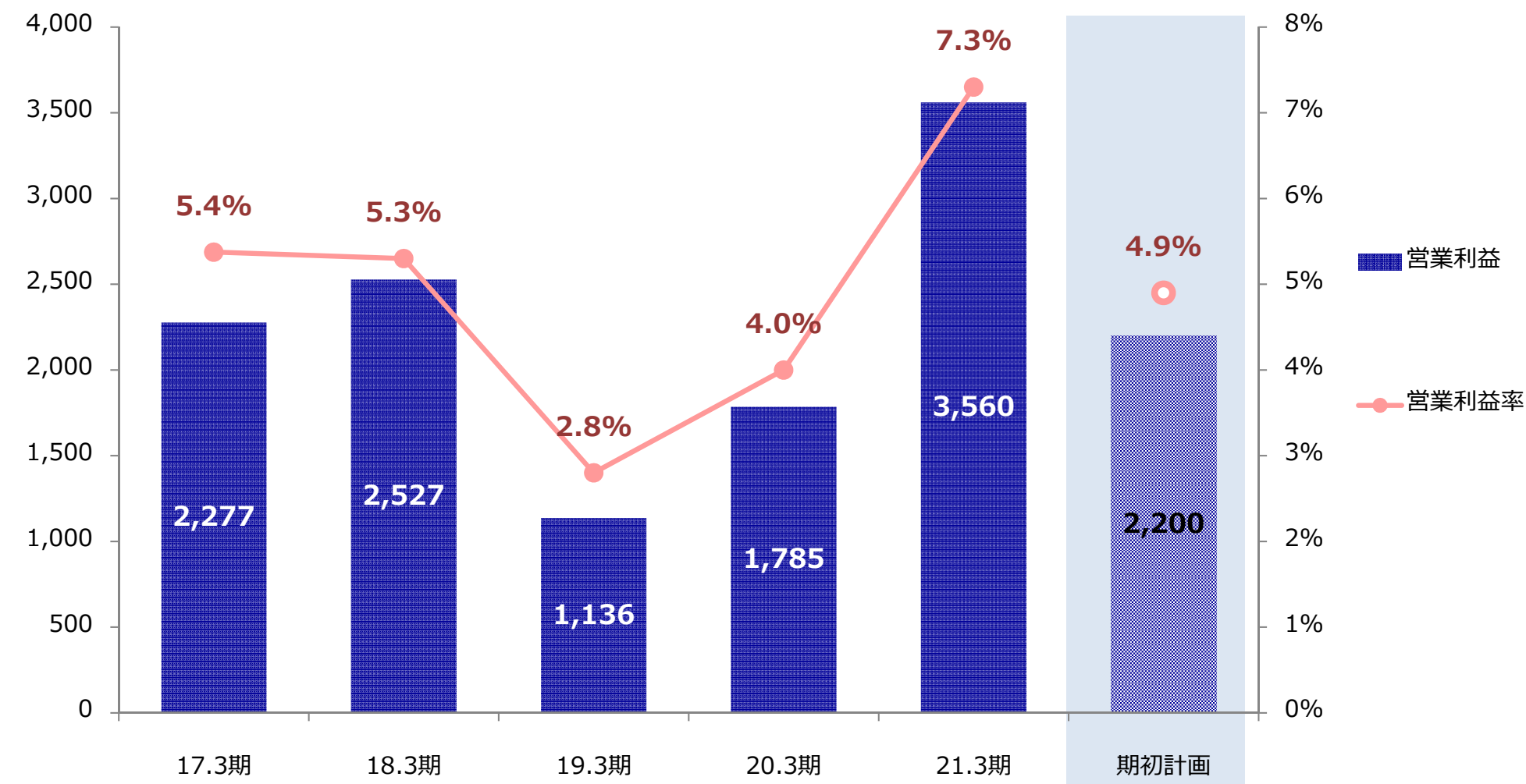


➡ 対売上高では、全体的に効率化の進展と増収効果により、販管費率は0.7pt改善



- ➡ 営業利益率は3.3ポイント改善
- ➡ 単体の売上増加に伴い収益率が改善

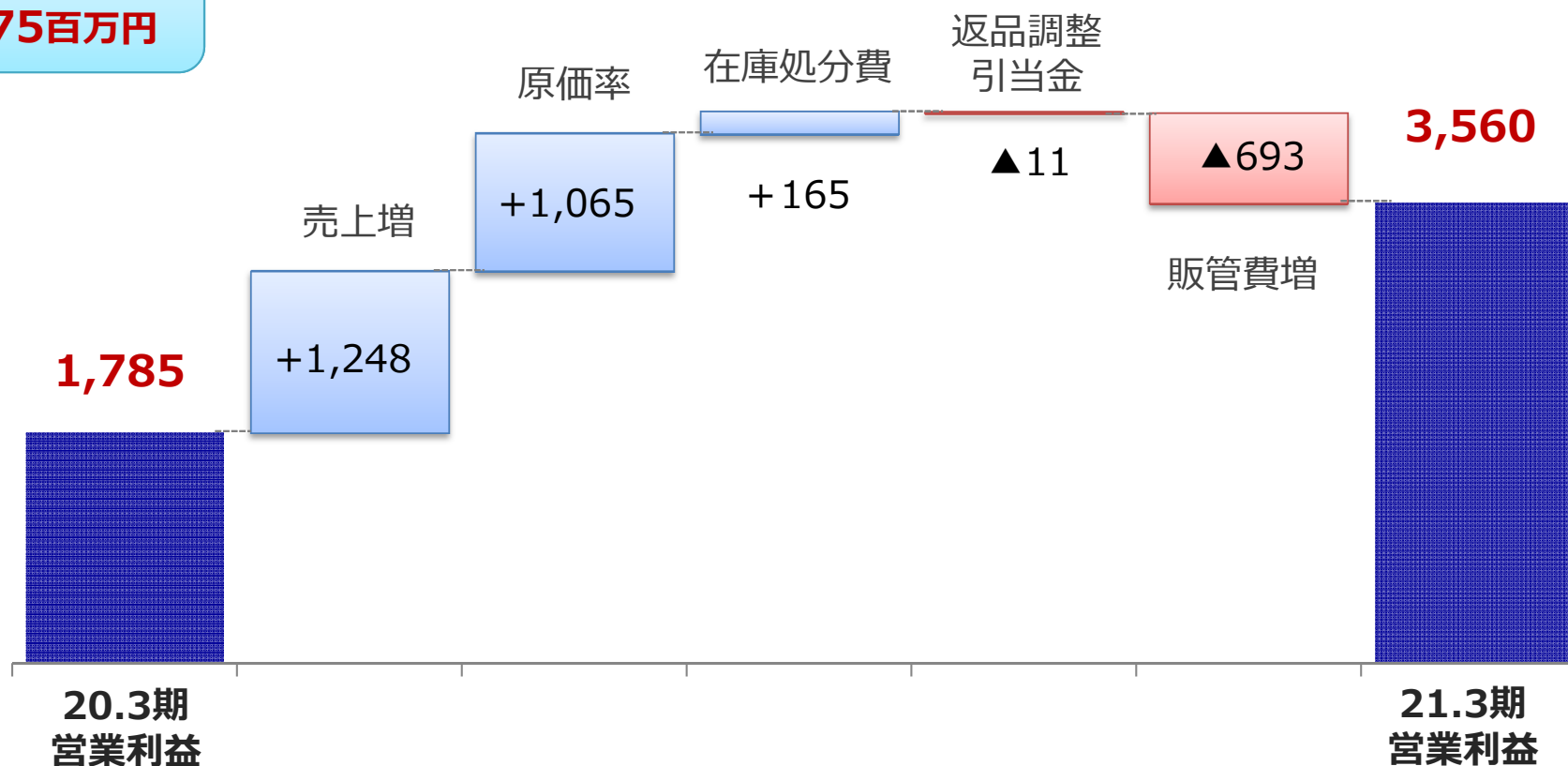
(百万円)



決算概要—営業利益増減要因

前期比

+1,775百万円



決算概要－貸借対照表

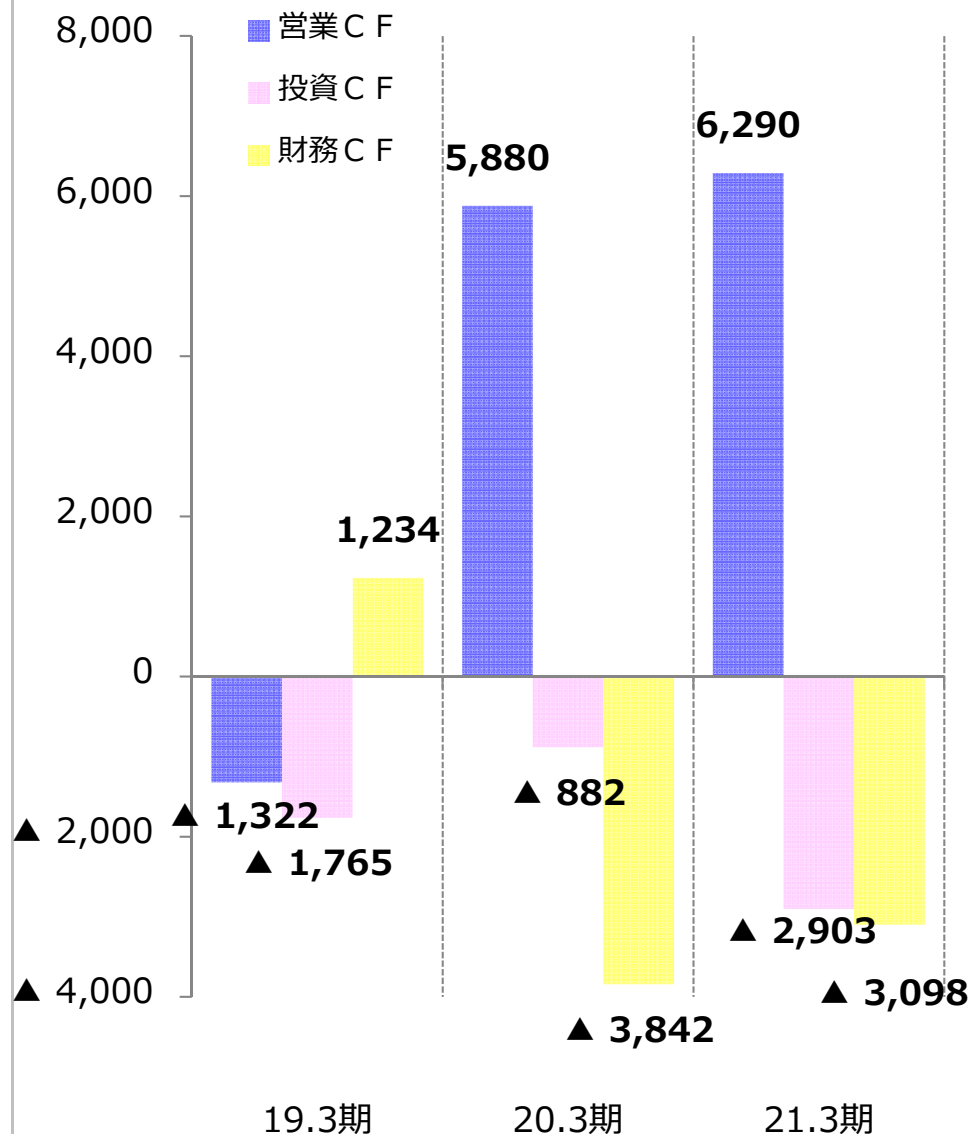
(単位：百万円)

	20.3期末	21.3期末	対20.3期末増減	
流動資産	26,863	29,866	3,003	
現金及び預金	6,281	6,578	297	
売上債権	12,232	12,303	71	
たな卸資産	7,544	9,404	1,860	単体の在庫増
固定資産	12,962	16,306	3,344	
有形固定資産	5,295	8,466	3,171	ブレーンズ・パーク建設
無形固定資産	1,748	1,513	▲235	
投資有価証券	5,410	5,726	316	
資産合計	39,826	46,172	6,346	
流動負債	20,871	24,112	3,241	
買入債務	5,729	9,572	3,843	
固定負債	1,789	2,236	447	
有利子負債	9,904	7,264	▲2,640	借入金返済
負債合計	22,660	26,348	3,688	
純資産	17,165	19,823	2,658	
資本金	3,698	3,698	±0	
負債純資産合計	39,826	46,172	6,346	

決算概要－キャッシュ・フロー

(百万円)

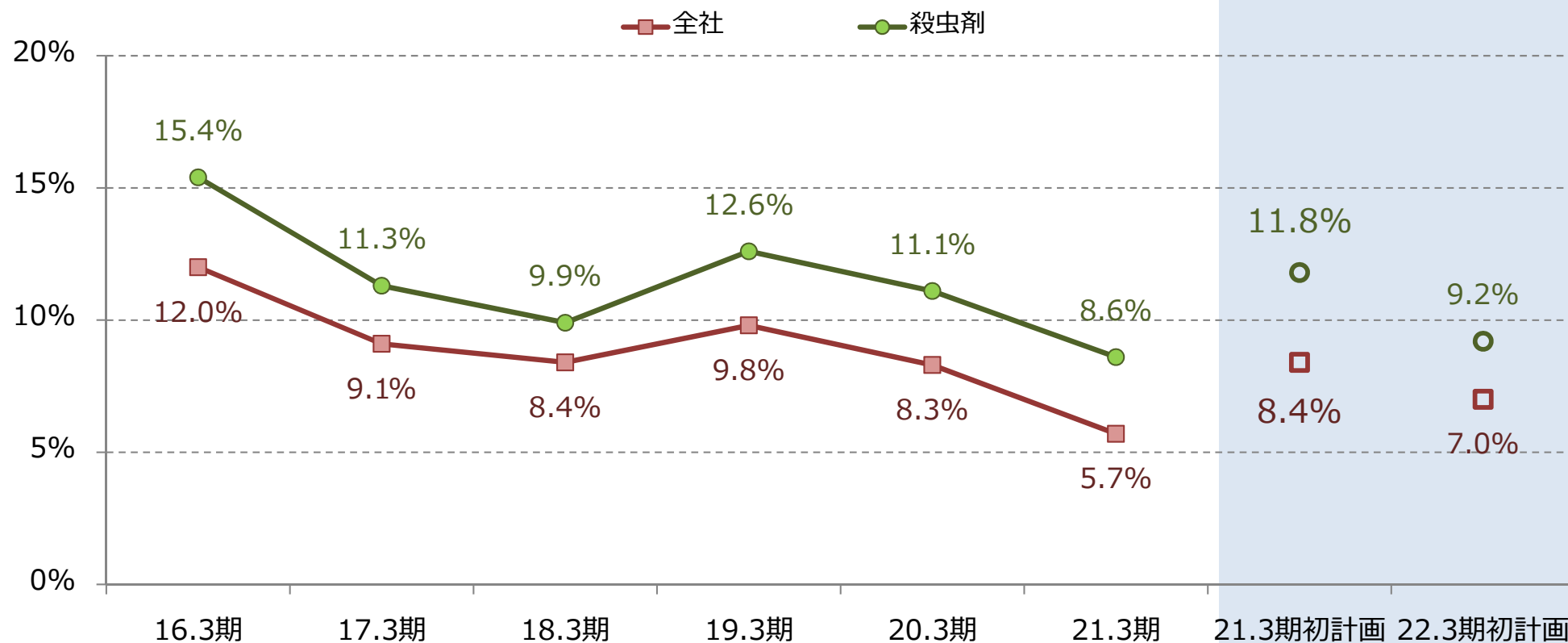
(単位：百万円)



	20.3期		21.3期
営業キャッシュフロー	5,880	→	6,290
税金等調整前当期純利益	1,946	→	3,749
減価償却費	949	→	833
売上債権増減額(▲は増加)	430	→	▲261
棚卸資産増減額(▲は増加)	2,458	→	▲1,993
仕入債務増減額(▲は減少)	▲451	→	3,898
未払金増減額(▲は減少)	27	→	1,140
投資キャッシュフロー	▲882	→	▲2,903
有形固定資産の取得	▲694	→	▲2,885
財務キャッシュフロー	▲3,842	→	▲3,098
短期借入金の純増減額	▲3,229	→	▲2,626

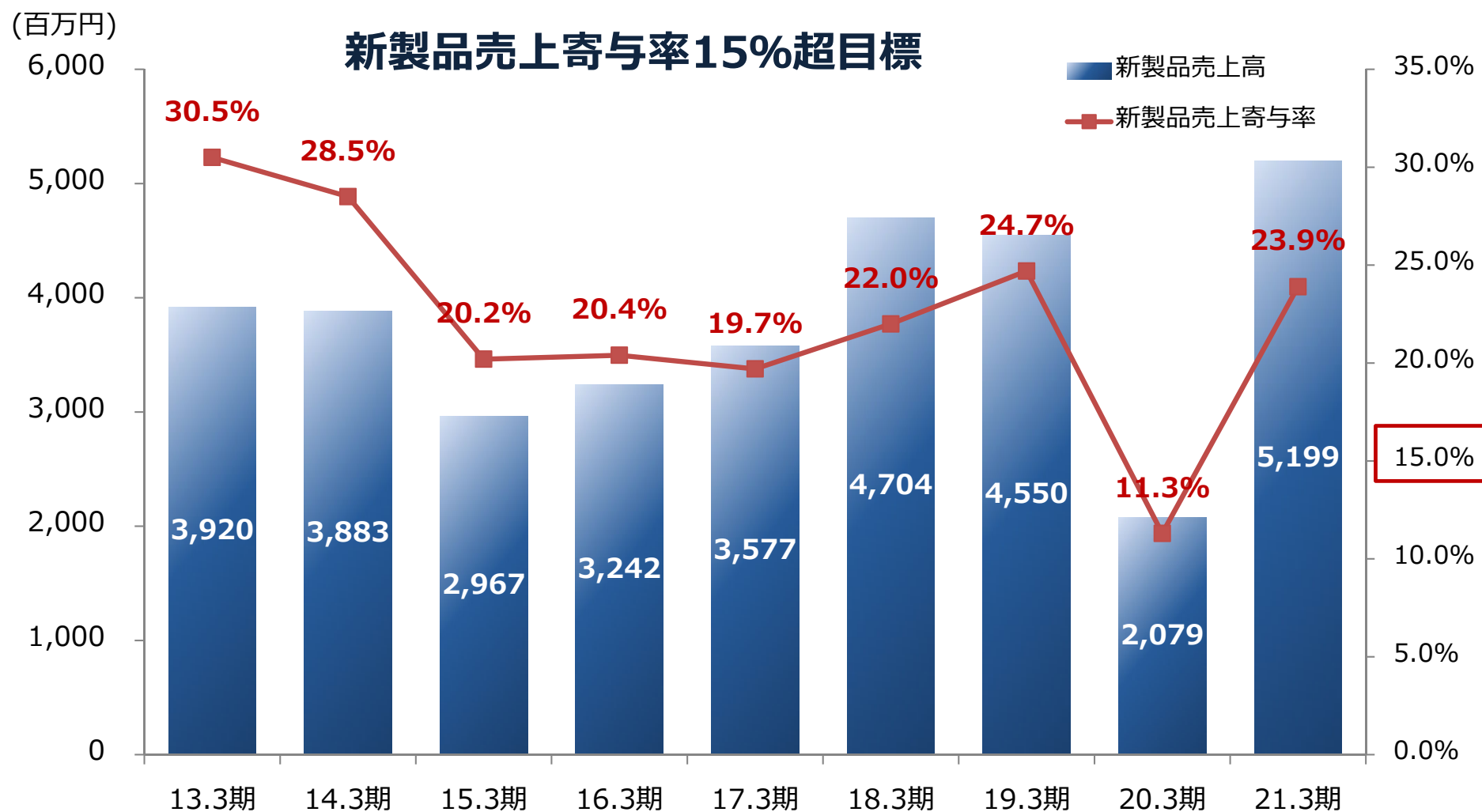
➡ 20.3期に残暑が厳しく店頭消化が進んだが、21.3期も天候に恵まれ売上高の増加とともに店頭消化が進み返品率が低下した

返品率（フマキラー単体）



主な経営指標－新製品寄与率

➡ 2021年3月期は23.9%、今期も15%以上を目標とする



Ⅱ. 今期予想と今後の展開 (2022年3月期)

21.3期総括

①新型コロナウイルスの影響による生活様式の変化で需要拡大

- 巣ごもり消費として、殺虫剤・園芸用品も増収
- アルコール除菌関連商品の需要拡大

②海外は為替の影響吸収し増収増益を確保

- 新型コロナウイルスに関しては、東南アジア各国で影響は最低限
- インドネシア中心に現地通貨ベースで順調に推移
- 当初計画は為替・輸出売上を東南アジア中心に保守的に見ていたため、大幅に上振れ

今後の課題

①アフターコロナへ向け、新たな生活様式に生まれた需要を定番へ

- シンジェンタジャパン株式会社よりフラワー（花卉）事業を譲受、園芸用品の強化

②従来からの成長戦略の継続とブラッシュアップ

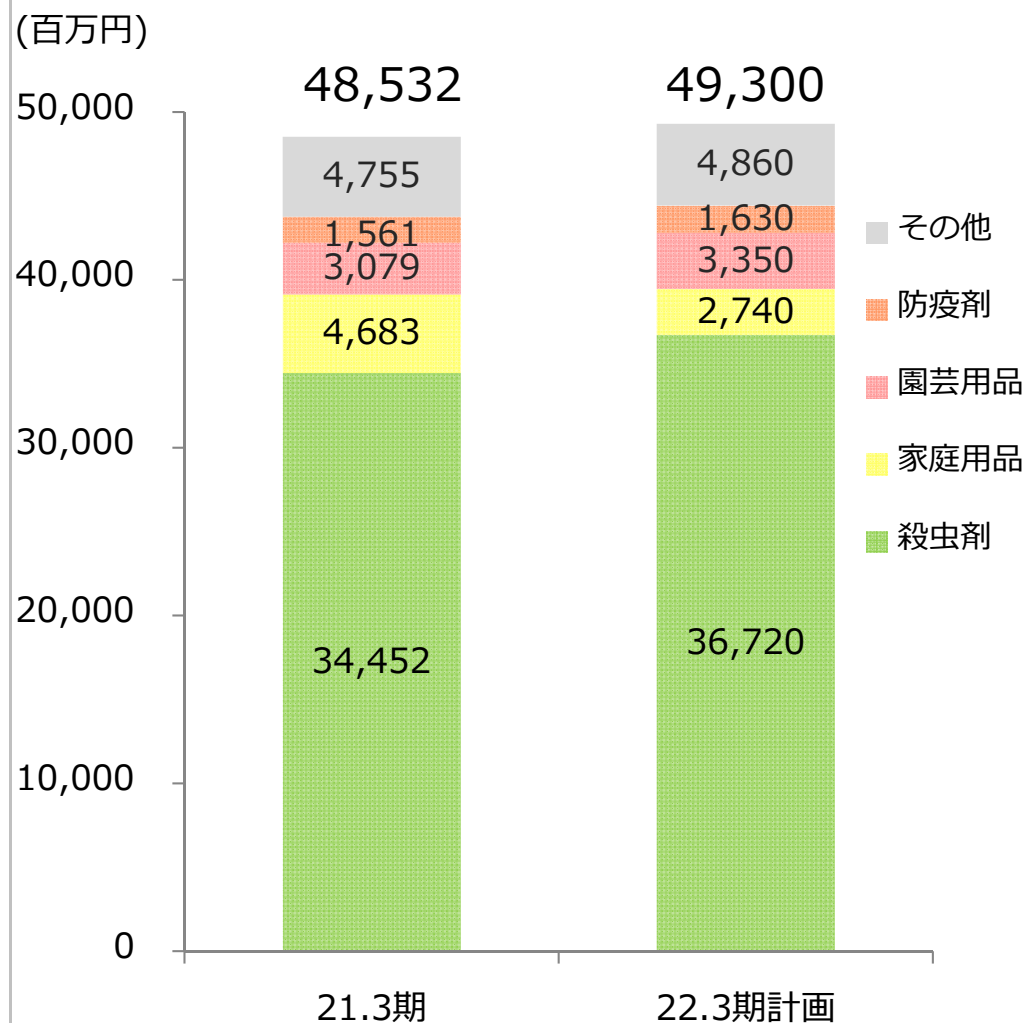
- ➡ 新型コロナウイルスの影響は引き続き不透明。殺虫剤・園芸用品は引き続き増加傾向に推移するものとみるが、アルコール除菌剤は前期からの反動を見込む

	21.3期実績 (百万円)	22.3期計画 (百万円)	対前期増減額 (百万円)	前期比 (%)
売上高	48,532	49,300	(+768)	(101.6)
売上総利益 (粗利率)	15,573 (32.1%)	15,400 (31.2%)	(▲173) (▲0.9pt)	(98.9)
販管費	11,995	12,600	(+605)	(105.0)
営業利益	3,560	2,800	(▲760)	(78.7)
経常利益	3,852	3,250	(▲602)	(84.4)
親会社株主に帰属 する当期純利益	2,321	1,980	(▲341)	(85.3)

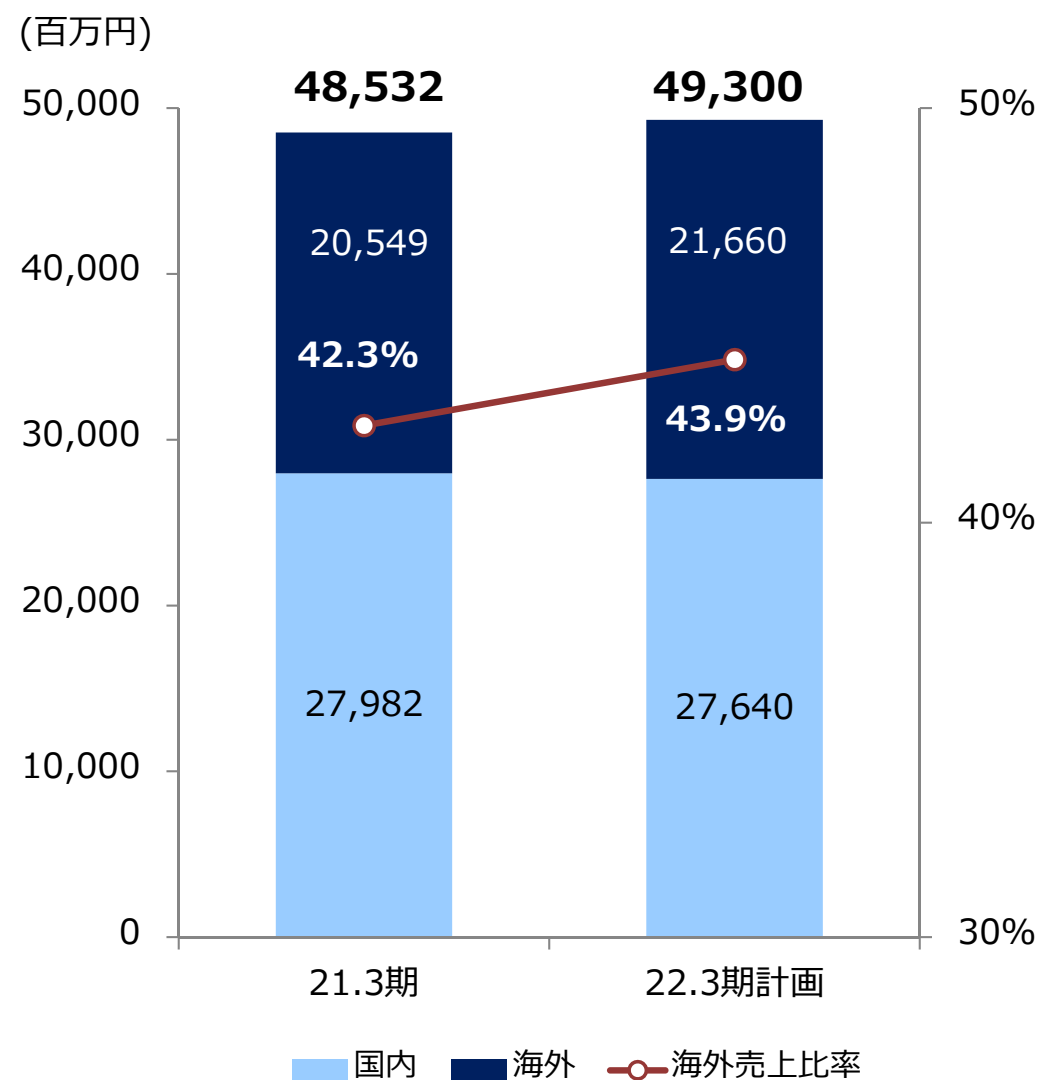
※売上総利益：返品調整引当金繰入前

今期より「収益認識に関する会計基準」適用のため、前期比較の数値は参考値

ジャンル別売上高



国内/海外売上高



項目	取り組み課題
日本のフマキラーグループ の課題 (日本国内の課題)	➤ 画期的で魅力的な新商品の開発 ➤ 高品質で効率的な生産 ➤ 研究開発体制及び生産体制の強化 ➤ 販売力の強化と流通チャネルの拡大 ➤ ウイルス・細菌・アレルギーなどのリスクへの対策商品の提案強化
海外のフマキラーグループ の課題 (海外の課題)	➤ 国内と海外子会社間の連携強化とグループシナジー効果の向上 ➤ インドネシアの研究開発体制の強化 ➤ 海外事業の拡大と収益力の強化
収益力と財務状況の改善	➤ 国内外での商品アイテムの見直し ➤ 製品原価の低減 ➤ 在庫の適正化 ➤ 製品価値に基づいた適正価格での販売 ➤ 販管費の効率的運用(マーケティング費用含む)



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS 命・暮らし・環境で守る、フマキラーのCSR活動。

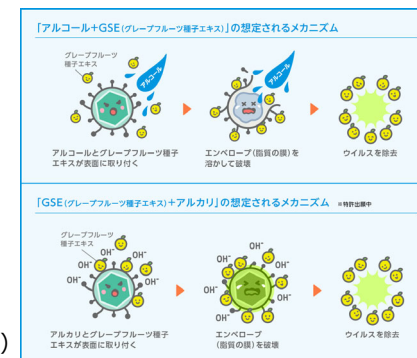
3 すべての人に健康と福祉を



■高効力製品の開発・販売

新型コロナウイルスに対する効果を確認

コロナウイルスに効くメカニズム（自社HPより）



■研究拠点を新たに着工

■感染症についての啓発活動を実施

アジア・アフリカ感染症会議参加

開催の様子（日経BPより）



アンチデング熱キャンペーンの実施（アジア地域）

キャンペーンマーク



4 質の高い教育をみんなに



■フマキッズこども研究所

PLAY ACTIVE! コロナ禍の夏休み自由研究や子供達の活動を応援。



12 つくる責任 つかう責任



13 気候変動に具体的な対策を

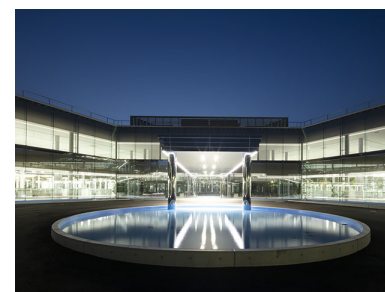


■エコレールマーク取得



ブレーンズ・パーク稼働

ブレーンズ・パーク（全体図）



- 建設場所：当社広島工場（広島県廿日市市梅原）敷地内
- 建築面積：約5,335m²
- 延床面積：約8,175m²
- 内容：研究開発及び生産に関する施設等
（生産に関する施設として、液剤工場の新設を予定）
- 稼働開始：2021年5月(研究開発棟)

ブレーンズパーク稼働-インドネシア



- 建設場所：インドネシア
- 内容：研究開発に関する施設
- 稼働開始：2021年6月

ミャンマー工場建設

エアゾール工場



事務所棟



- 内容：エアゾール工場・事務所棟
- 稼働時期：ミャンマー国内の政情不安

コロナの影響等により稼働開始を延期

(稼働開始可能となり次第、速やかに稼働開始予定)

FSブルームの設立について

FSブルーム株式会社

日用品質
フマキラー®



syngenta

[フラワー事業]



企業ロゴコンセプト

植物が彩りをもって成長する様を
表現しました。

種苗ビジネス



リテールビジネス



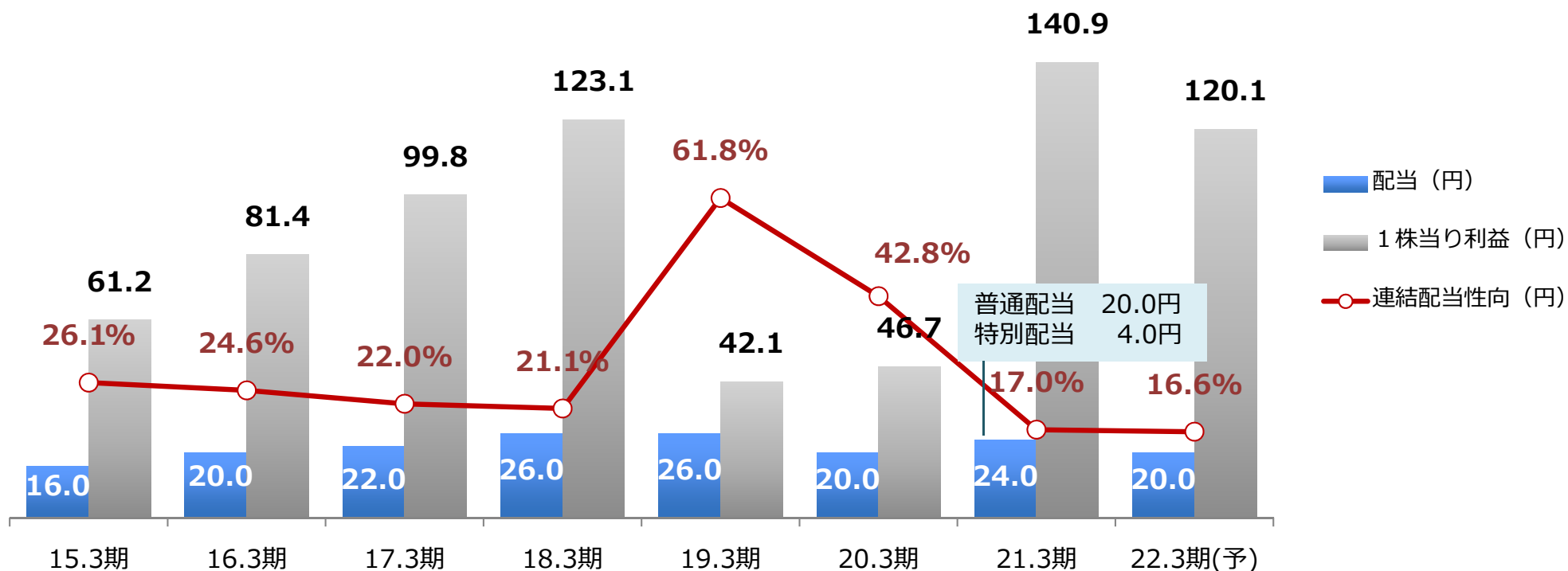
植栽ビジネス



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



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 郷原 和哉

TEL : 0829-55-2111

FAX : 0829-55-0712

E-mail : kazuya-gobara@fumakilla.co.jp

Ⅲ. 補足資料

国内販売状況（殺虫剤）

	殺虫剤
市場（末端価格）	1,298億円（前期比115%） ※データ出典インテージ社SRI+(2020年1月-12月)
2021年新製品	15SKU
結果 （出荷ベース）	前期比 108.7% 新型コロナを発端としたインバウンド需要減の影響を受けたが、巣ごもり需要、最盛期の天候にも恵まれ、既存品ならびに新商品虫よけバリアSP、コバエワンプッシュが大きく寄与。一方で梅雨明けが遅くハチは不振だった。
課題	➤ 天候に左右されにくいカテゴリー提案、高付加価値商品の投入による市場活性化 ➤ 国内外ECビジネスの拡大、成長カテゴリーへの積極投資、売上シェアの拡大 ➤ ID-POS、ビッグデータ、消費者調査の活用 ➤ 店頭実現力の強化 それに伴うフィールドスタッフの増員 ➤ ヒアリやセアカゴケグモ、ツマアカスズメバチ等の特定外来生物に対する啓発及び自治体との連携、市場変化に対する迅速対応 ➤ ポストコロナ時代におけるニューノーマルに向けた、購買行動インサイトの分析深耕、持続可能な働き方改革の移行



国内販売状況（家庭用品）

	キッチン用アルコール除菌剤	花粉関連商材
市場（末端価格）	130億円（前期比232%） ※P.47参照 当社推定	64億円（前期比223%） ※P.47参照 当社推定
2020～21年新製品	7SKU	3SKU
結果（出荷ベース）	前期比 204.7%	返品額 前期比 28.4%
課題	➤ キッチン用アルコール除菌剤シェア目標40% ➤ 若年～新主婦層の取り込み ➤ 新規購入及びリピート購入者獲得に向けた商品訴求 ➤ 競争激化に伴う単価下落への対応	➤ 需要喚起、消費者認知の強化 ➤ 返品削減、年間定番訴求 ➤ 安眠サポートなどの付加価値提案 ➤ 秋期ウイルス対策に向けた早期提案 ➤ ウイルス・細菌・花粉のトータル対策提案



国内販売状況（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）	約56億円 （前期比113.4%） ※P.38参照 当社推定	約58億円 （前期比117.5%） ※P.38参照 当社推定	約310億円 （前期比110.5%） ※P.38参照 当社推定
2020～21年 新製品	3SKU	2SKU	1SKU
結果（出荷ベース）	前期比 117.0%	前期比 111.9%	前期比 115.2%
課題	➡ 安心/安全/予防をテーマに需要喚起	➡ 危険害虫に対し商品力強化 ➡ オールパーパス不快害虫剤の強化	➡ 天然由来成分製品、長期持続型製品の拡売 ➡ 粒剤の拡売



海外国別売上高・利益

現地通貨ベース

前期比(%)

展開国	売上高		営業利益	
	2019年 実績	2020年 実績	2019年 実績	2020年 実績
インドネシア（2社）	114	105	151	108
マレーシア	109	117	黒字転換	130
タイ	117	131	赤字	黒字転換
ベトナム	106	142	128	162
インド	92	115		
メキシコ	111	128		

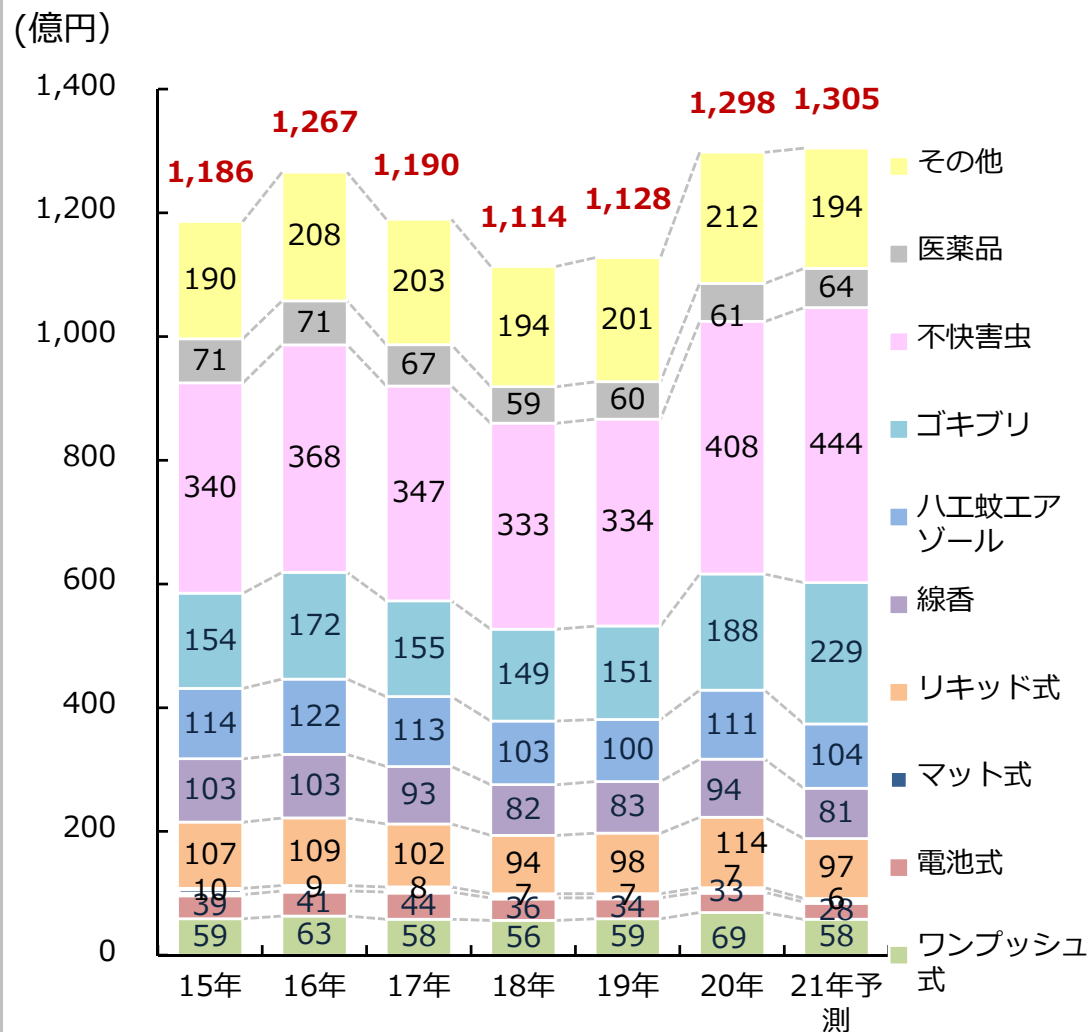
円換算

前期比(%)

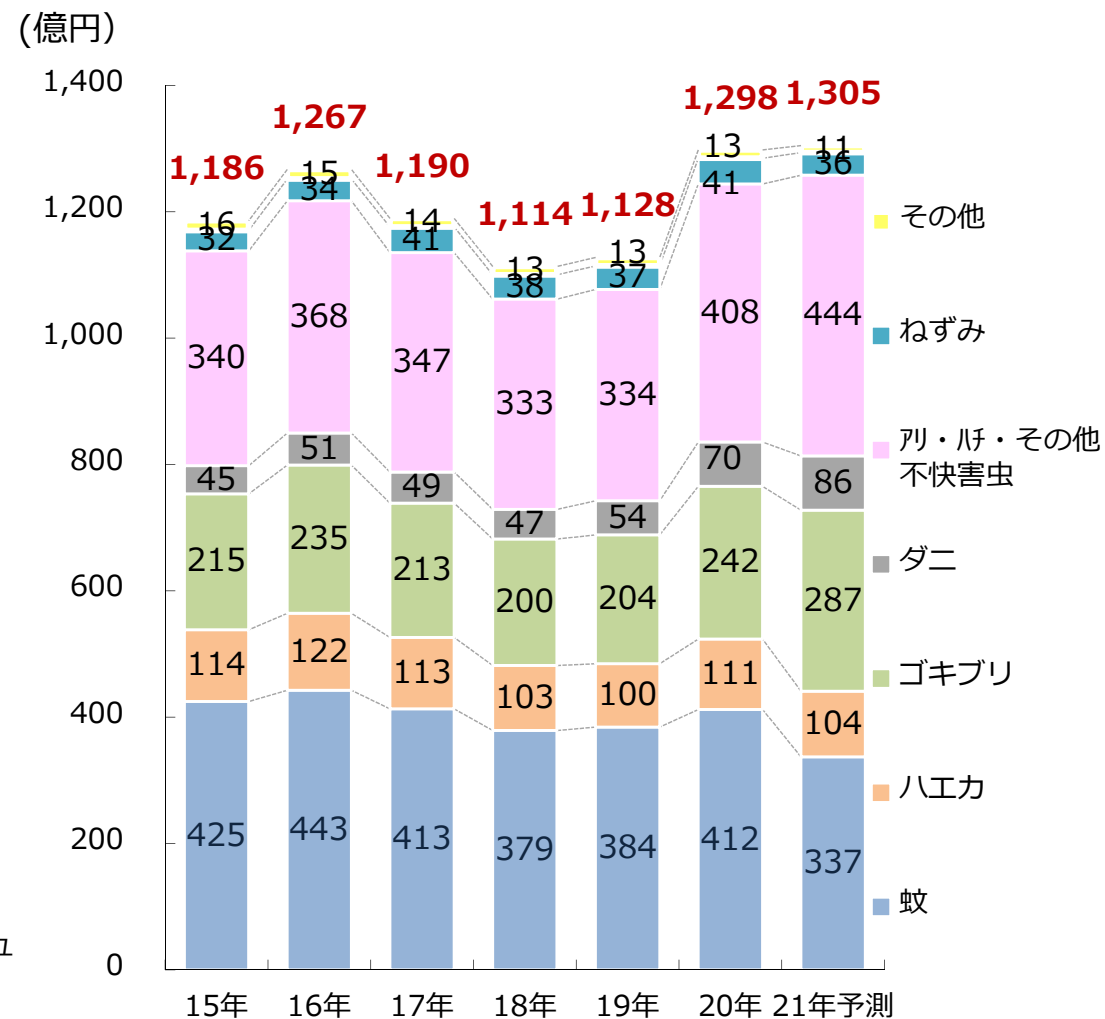
展開国	売上高		営業利益	
	2019年 実績	2020年 実績	2019年 実績	2020年 実績
インドネシア（2社）	118	98	157	101
マレーシア	109	113	黒字転換	125
タイ	125	123	赤字	黒字転換
ベトナム	105	134	127	153
インド	90	105		
メキシコ	114	115		
海外合計(単純合算)	115	104		

家庭用殺虫剤市場規模－国内市場

国内・家庭用殺虫剤市場規模
年間約1,300億円（小売ベース）



害虫別殺虫剤市場規模

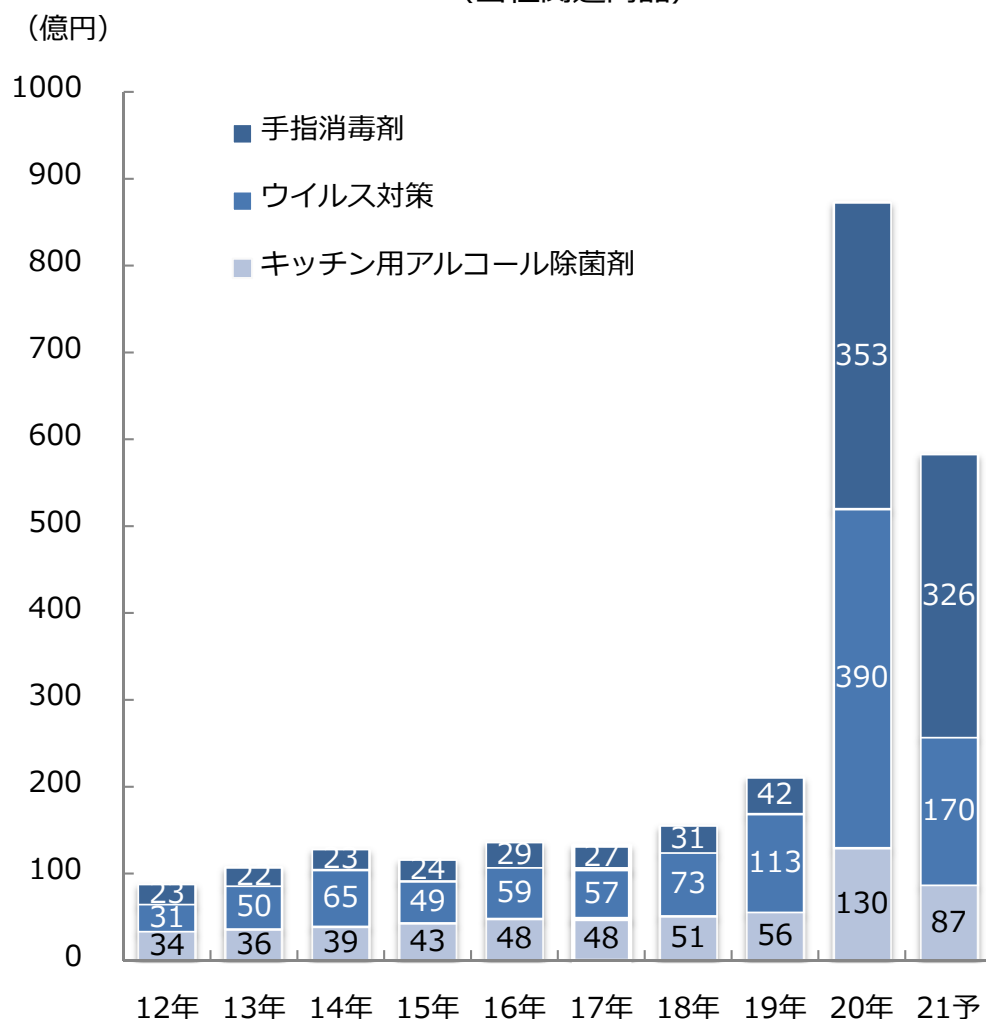


※データ出典インテージ社SRI+(2020年1月-12月)

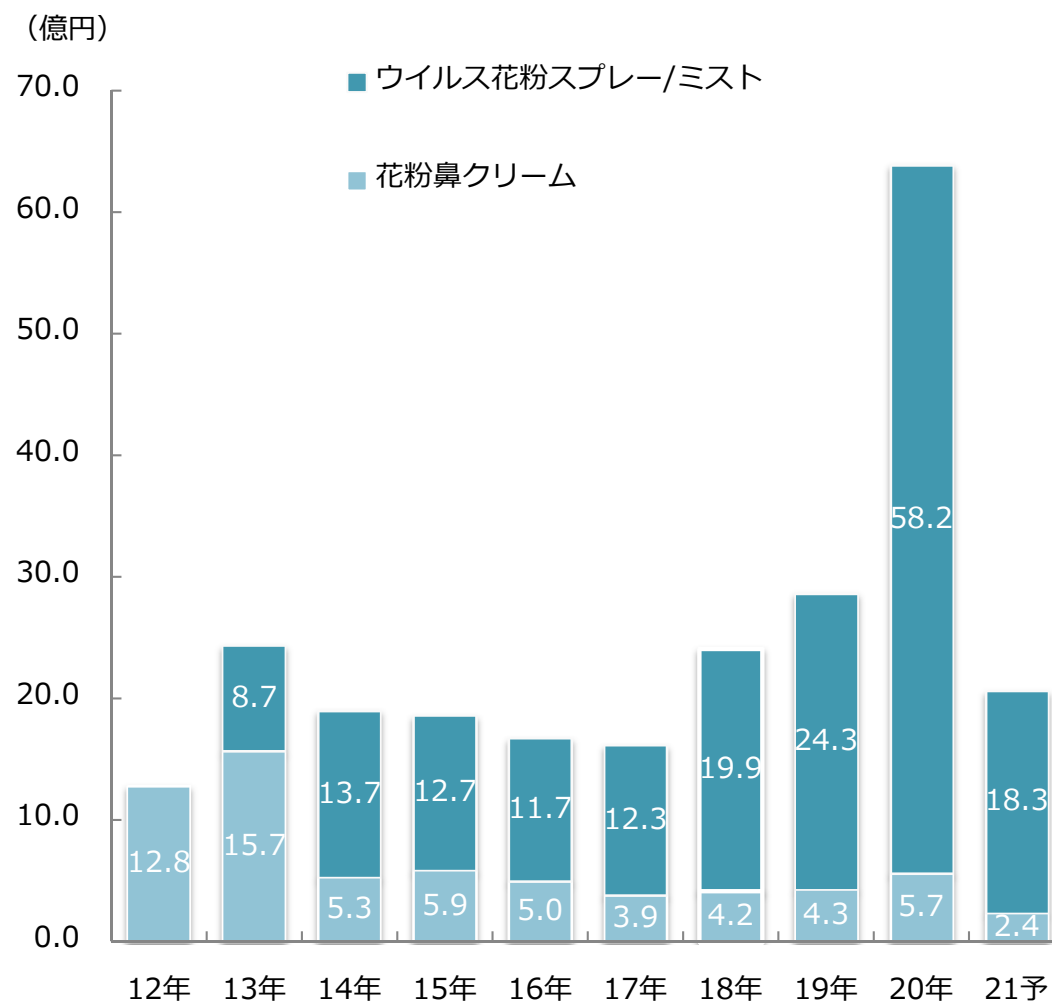
家庭用品市場規模—除菌剤・花粉

除菌剤市場

(当社関連商品)



アレルシャット関連市場



園芸用品市場規模

