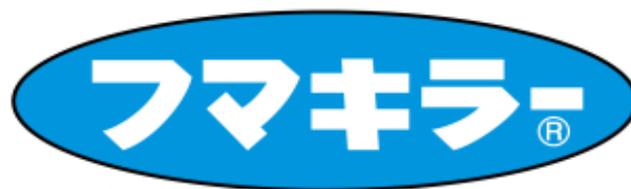


フマキラー株式会社

2022年3月期 決算説明資料

日用品質



2022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

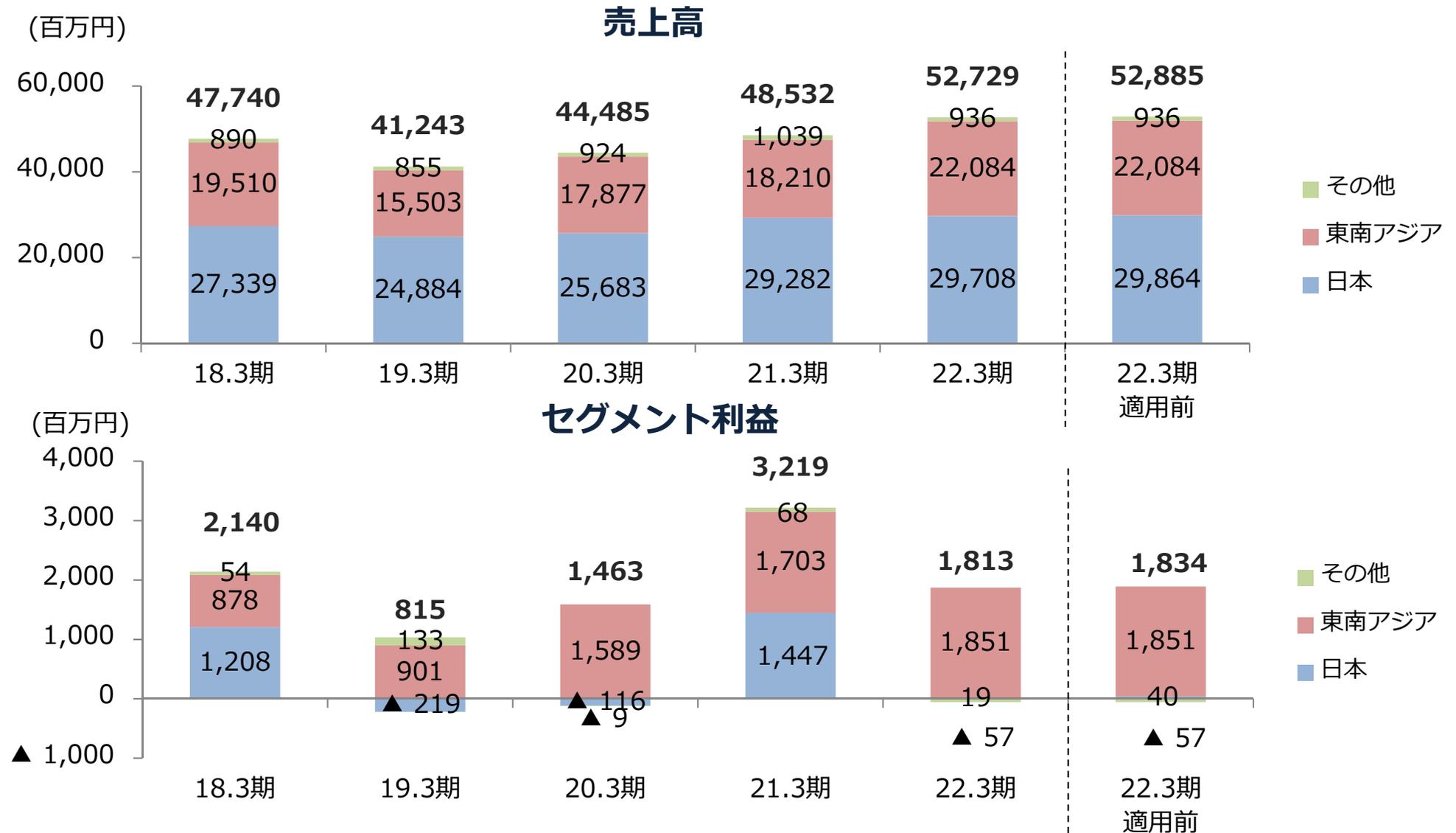
I. 決算概要 (2022年3月期)

- 売上高は順調。特に海外売上高が現地通貨ベースでの増収に加え、円安も寄与
- 収益性の高い家庭用品が大幅減収となったことと原材料価格の高騰を受け営業減益

	21.3期 実績		22.3期 期初計画		22.3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 (%)	計画比 (%)	収益認識 基準適用前 (百万円)	前期比 (%)
売上高	48,532	100.0	49,300	100.0	52,729	100.0	107.0	52,885	109.0
売上総利益	15,573	32.1	15,400	31.2	15,664	29.7	101.7	15,783	101.4
営業利益	3,560	7.3	2,800	5.8	2,183	4.1	78.0	2,301	64.6
経常利益	3,852	7.9	3,250	6.6	2,541	4.8	78.2	2,583	67.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,321	4.8	1,980	4.0	1,391	2.6	70.3	1,425	61.3
1株当たり利益	140.86円		120.13円		84.42円				

※21.3期は売上総利益：返品調整引当金繰入前

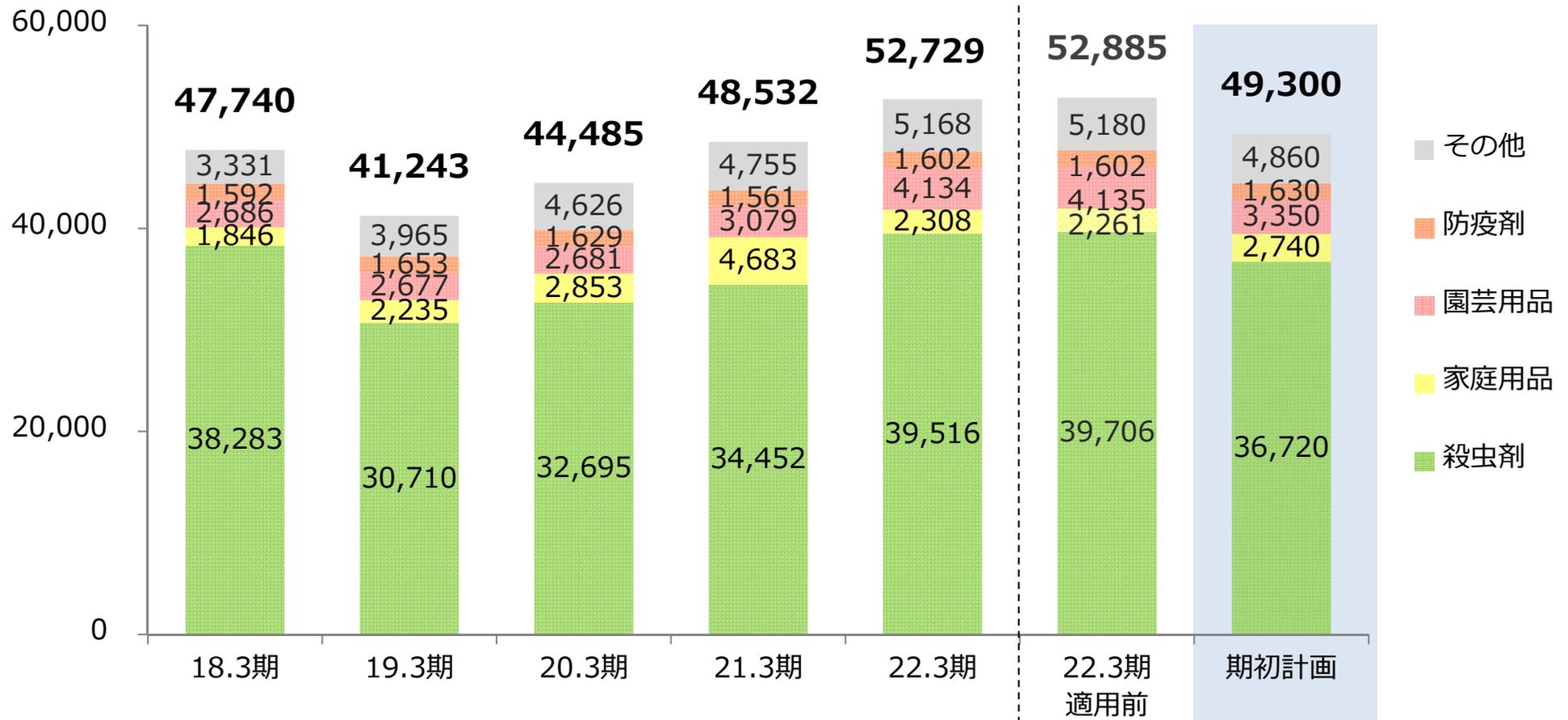
- ▶ 日本では、売上構成の変化と円安による海外仕入への影響、販管費増による大幅減益
- ▶ 東南アジアは、原材料費上昇に対して価格改定も進捗。円安効果も大きく増益を確保



決算概要 – 商品ジャンル別売上①

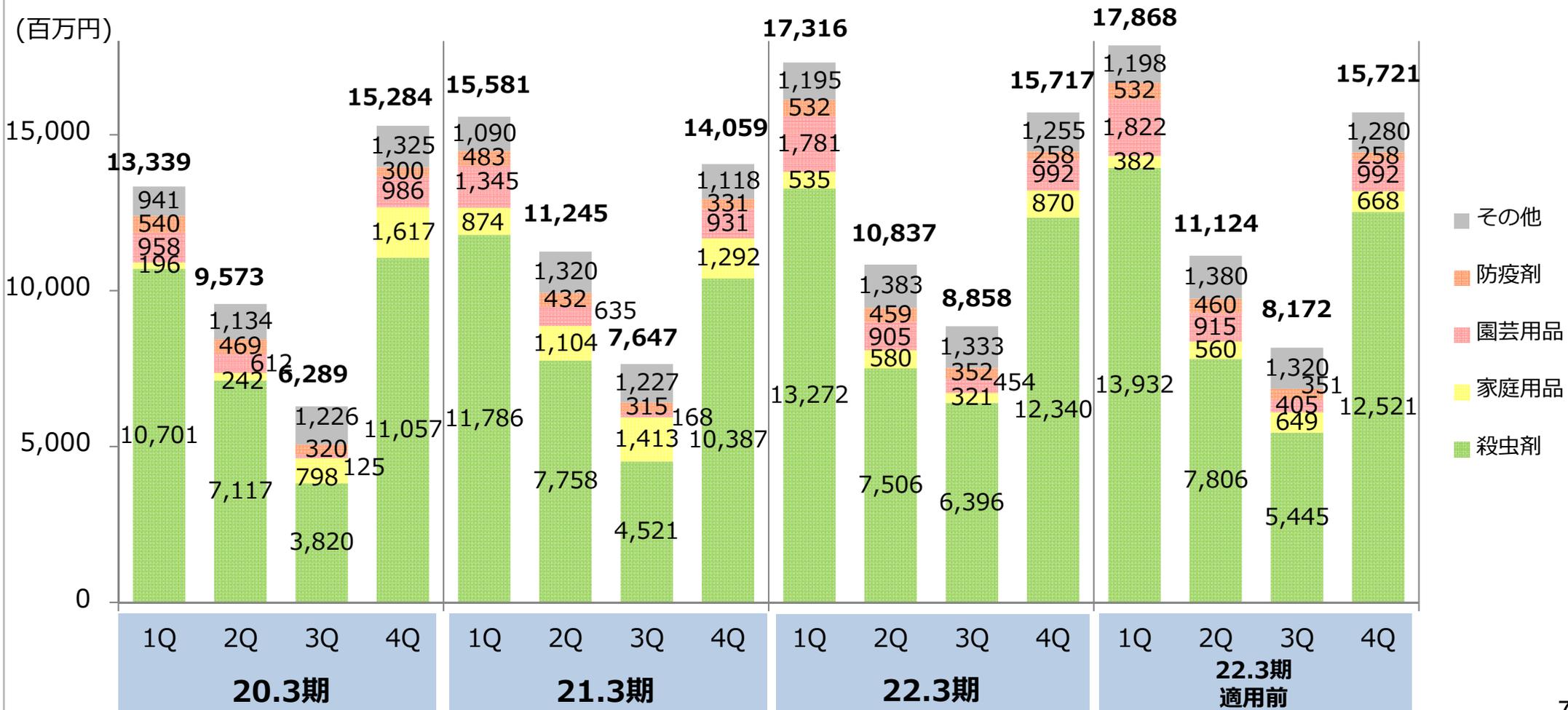
- 対前期比では、家庭用品がアルコール除菌関連商材の新型コロナウイルス感染対策需要の反動減、花粉関連商材の返品増で前期比半減。その他のジャンルは前期実績を上回る
- 期初計画比においても、家庭用品が苦戦。原材料費の高騰に対しては、海外では価格転嫁が進展したものの、国内については23.3期以降に価格改定を予定

(百万円)



決算概要 - 商品ジャンル別売上②

- 殺虫剤は、国内・東南アジアでの売上が拡大
- 家庭用品は、アルコール除菌関連の前期急拡大の反動と花粉商材の返品増で売上が大幅減
- 園芸用品・防疫剤・その他は好調を継続

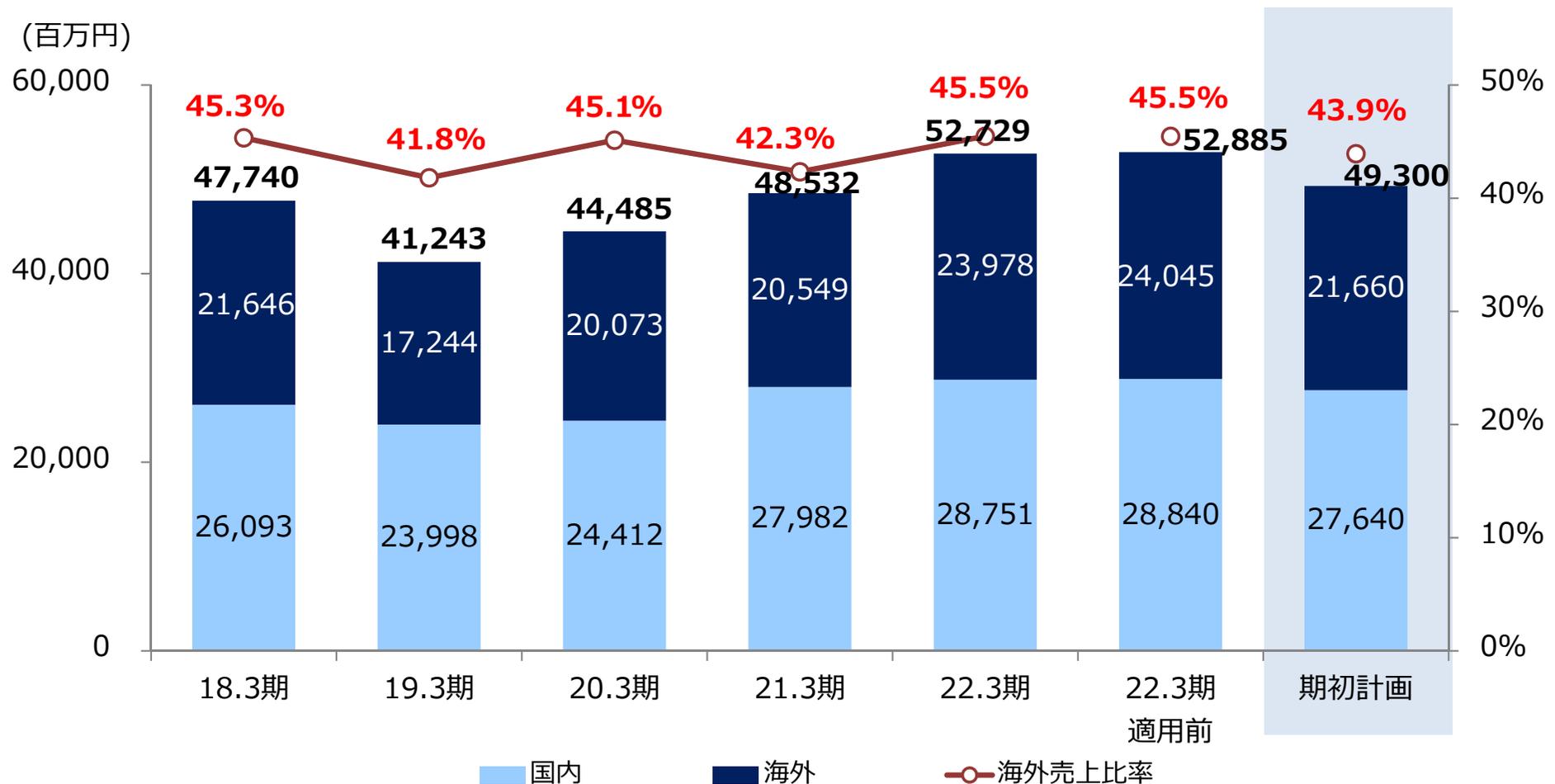


決算概要 – 売上高の増減要因

ジャンル		前期比	要因
殺虫剤	国内	112.8%	<ul style="list-style-type: none"> ➡ 4月～7月の天候条件が良く販売が好調 ➡ 2月～3月の殺虫剤早期展開も引き続き好調
	海外	116.9%	<ul style="list-style-type: none"> ➡ 各国とも現地通貨で前期を上回る ➡ 為替の影響(円安)を受けたことから円貨が増加
家庭用品		48.3%	<ul style="list-style-type: none"> ➡ アルコール除菌剤が前期からの反動減で大幅な減収 ➡ 花粉関連商品の返品増による減収
園芸用品		134.3%	<ul style="list-style-type: none"> ➡ FSブルームの売上が加わった ➡ 除草剤を中心に主力商品が年間を通じて好調
防疫剤 その他		107.4%	<ul style="list-style-type: none"> ➡ 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 ➡ 防疫剤も増加
合計		109.0%	

決算概要 – 国内/海外売上高

- 国内は家庭用品が計画を下回ったものの、園芸用品を中心に売上堅調。海外は現地通貨ベースでの好調に加え、円安による円換算時の売上増も大きい
- 海外売上比率は3.2ポイント上昇



➡ 為替による業績への影響は、売上高で+2,189百万円、営業利益で▲9百万円

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	+49	▲207	海外売上+4、海外仕入▲211
海外子会社	+2,140	+198	インドネシア（2社）+151、アジア+45、 インド▲1、メキシコ▲4、ミャンマー+7
合計	+2,189	▲9	

期末レート

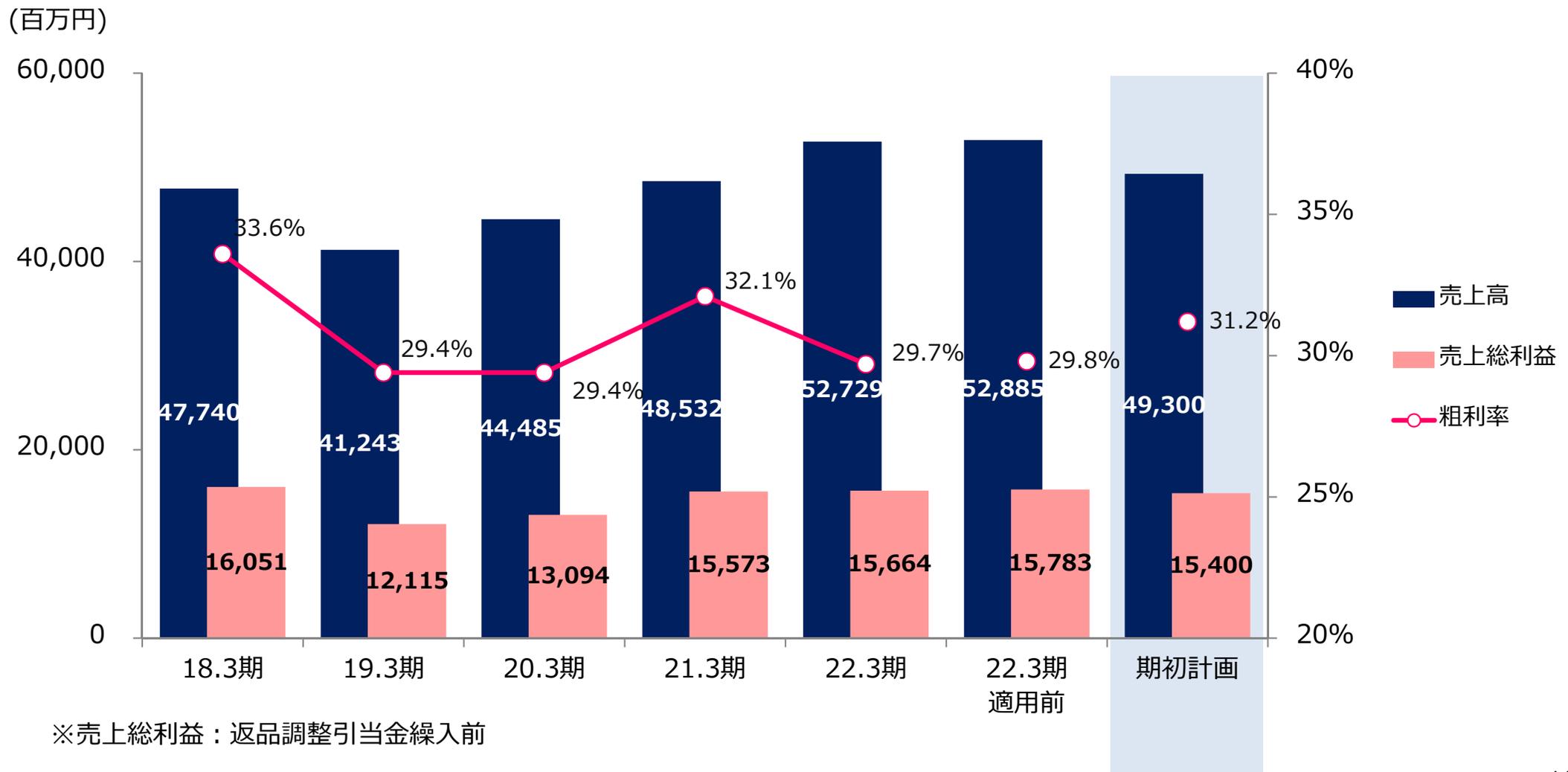
期末	20年12月	21年12月	22年12月
円/100ルピア	0.73	0.81	0.863
円/リングgit	25.59	27.59	28.69
円/ルピー	1.41	1.54	1.65
円/ペソ	5.20	5.59	6.13

期中平均レート

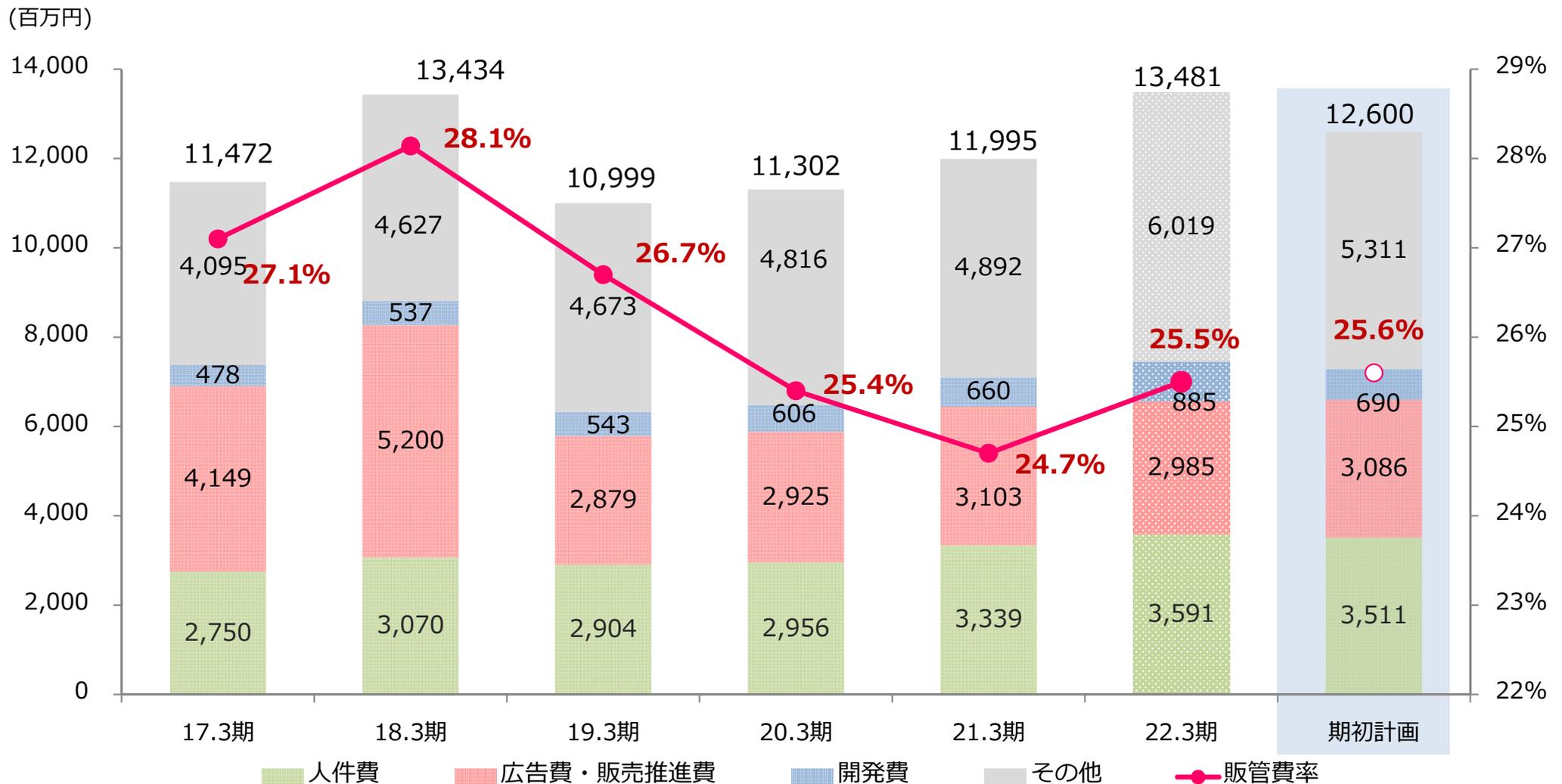
期中平均	21.3期 (20.4-21.3)	22.3期 (21.4-22.3)	23.3期 (22.4-23.3)
円/ドル	105.89	112.15	124.99
円/ユーロ	124.25	131.01	131.68

決算概要 - 売上総利益（粗利率）

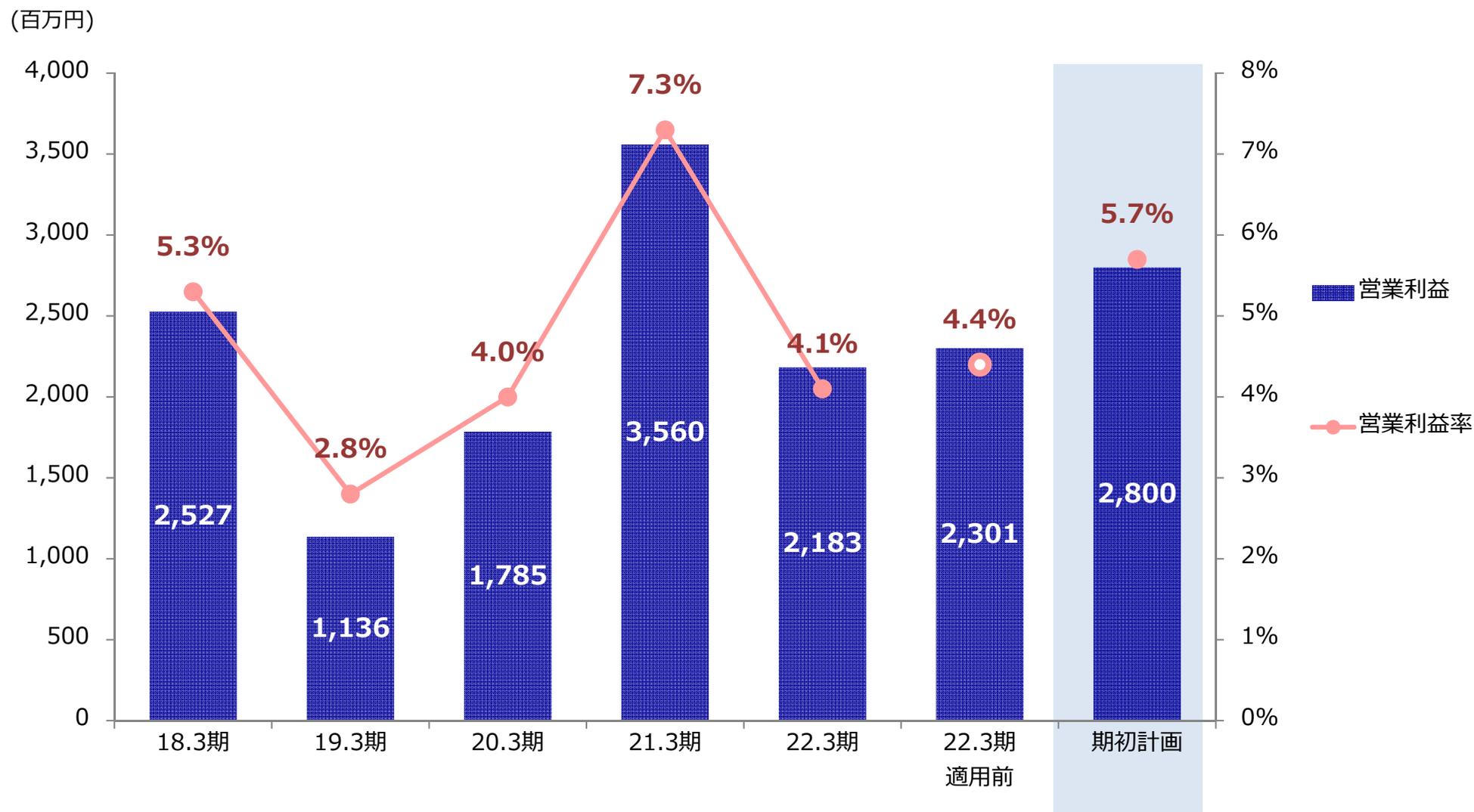
➤ 売上高が大きく増加した一方、①原材料高が進み全体的に原価率が上昇したこと、②収益性の高い家庭用品の売上構成比が大きく低下したことで、売上高総利益率は低下



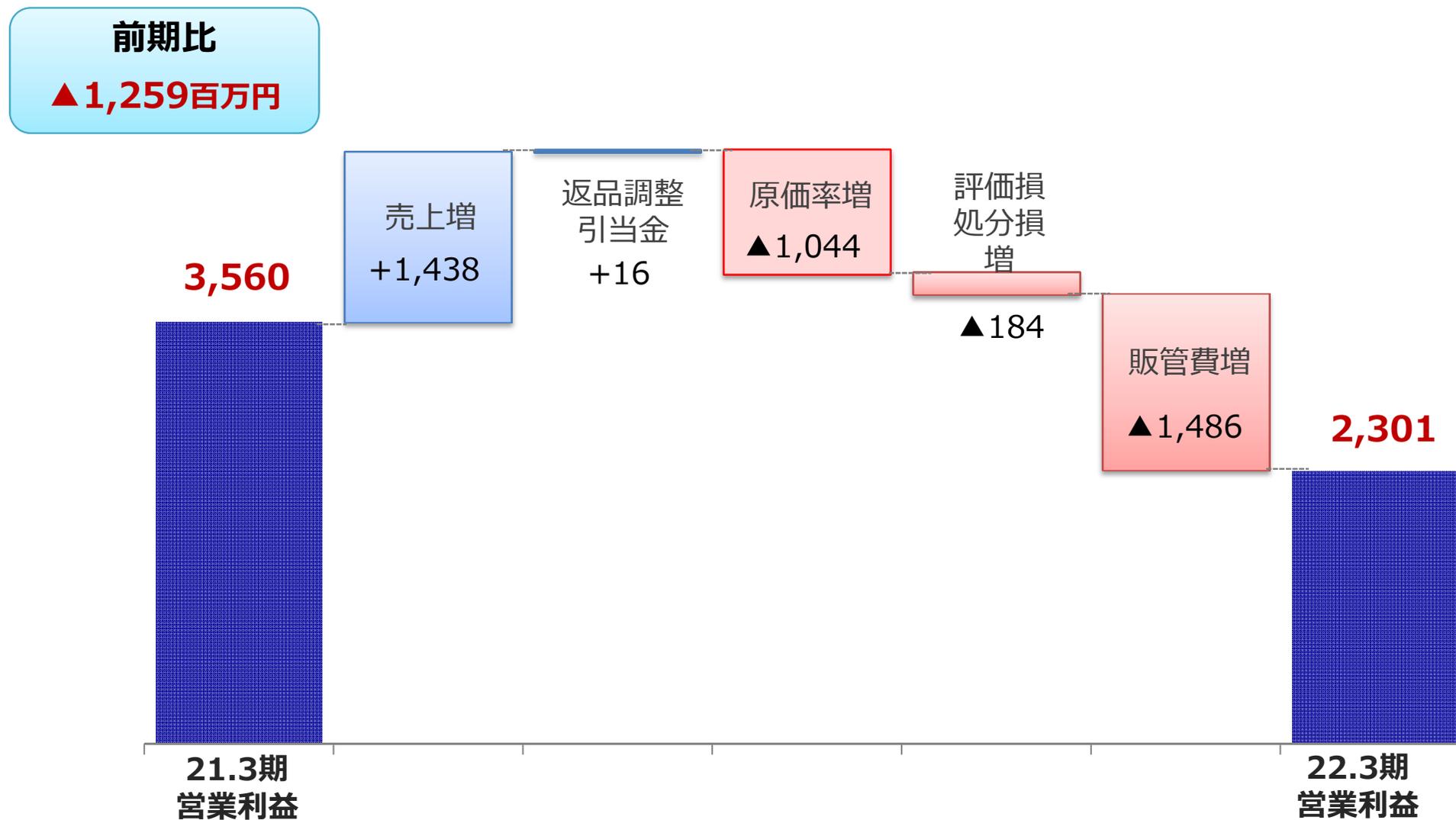
➡ 対売上高では、運送コストの増加などもあり販管費率は0.9pt増加



➡ 原価率・販管費率とも上昇したことで、営業利益率は2.9ポイント低下（収益認識基準適用前）



収益認識基準適用前営業利益の前期増減要因

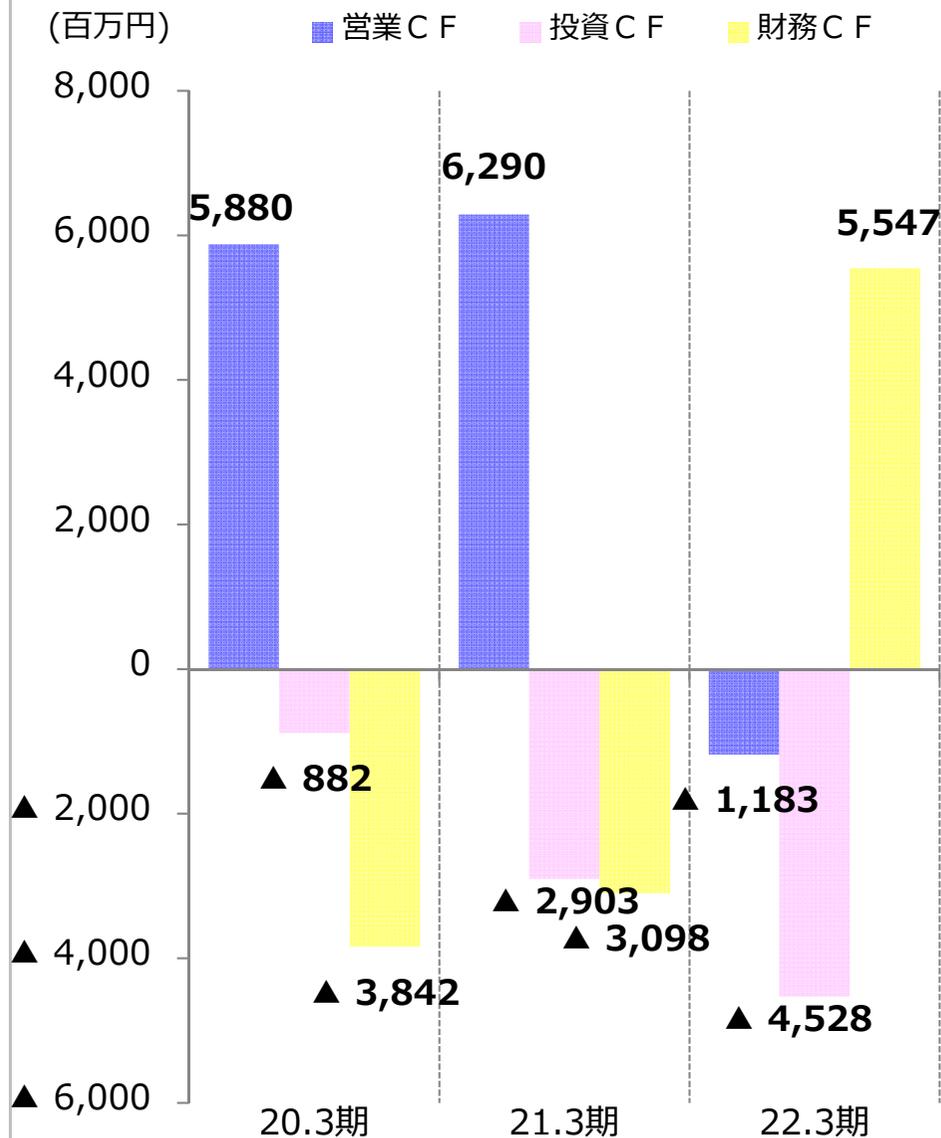


(単位：百万円)

	21.3期末	22.3期末	対21.3期末増減	
流動資産	29,866	34,881	5,015	Zapi及びTrezeta新規連結（以降はZapi）+2,154
現金及び預金	6,578	6,742	164	
売上債権	12,303	13,778	1,475	
たな卸資産	9,404	12,094	2,690	単体在庫は+348、東南アジアでの増加、新規連結による増加
固定資産	16,306	19,340	3,034	Zapi+1,847
有形固定資産	8,466	9,602	1,136	
無形固定資産	1,513	3,500	1,987	のれん+1,760（FSブルーム、Zapi）
投資有価証券	5,726	4,937	▲789	
資産合計	46,172	54,222	8,050	Zapi+4,001
流動負債	24,112	30,475	6,363	Zapi+1,471
買入債務	9,572	9,309	▲263	
固定負債	2,236	2,717	481	Zapi+742
有利子負債	7,264	14,261	6,997	
負債合計	26,348	33,193	6,845	Zapi+2,214
純資産	19,823	21,028	1,205	
資本金	3,698	3,698	0	
負債純資産合計	46,172	54,222	8,050	

決算概要 - キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

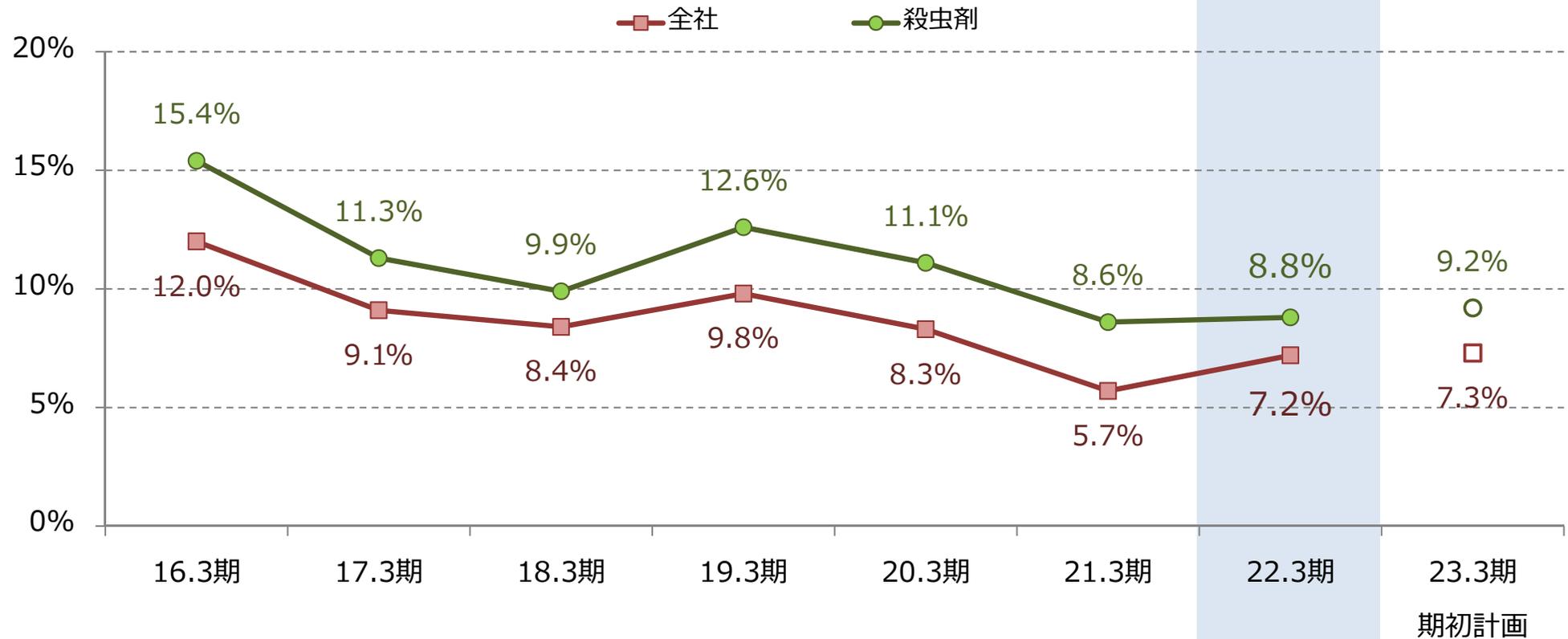


	21.3期		22.3期
営業キャッシュフロー	6,290	→	▲1,183
税金等調整前当期純利益	3,749	→	2,665
減価償却費	833	→	1,224
売上債権増減額(▲は増加)	▲261	→	▲188
棚卸資産増減額(▲は増加)	▲1,993	→	▲1,763
仕入債務増減額(▲は減少)	3,898	→	▲1,192
未払金増減額(▲は減少)	1,140	→	▲942
投資キャッシュフロー	▲2,903	→	▲4,528
有形固定資産の取得	▲2,885	→	▲1,345
子会社株式の取得	-	→	▲2,667
財務キャッシュフロー	▲3,098	→	5,547
短期借入金の純増減額	▲2,626	→	6,145

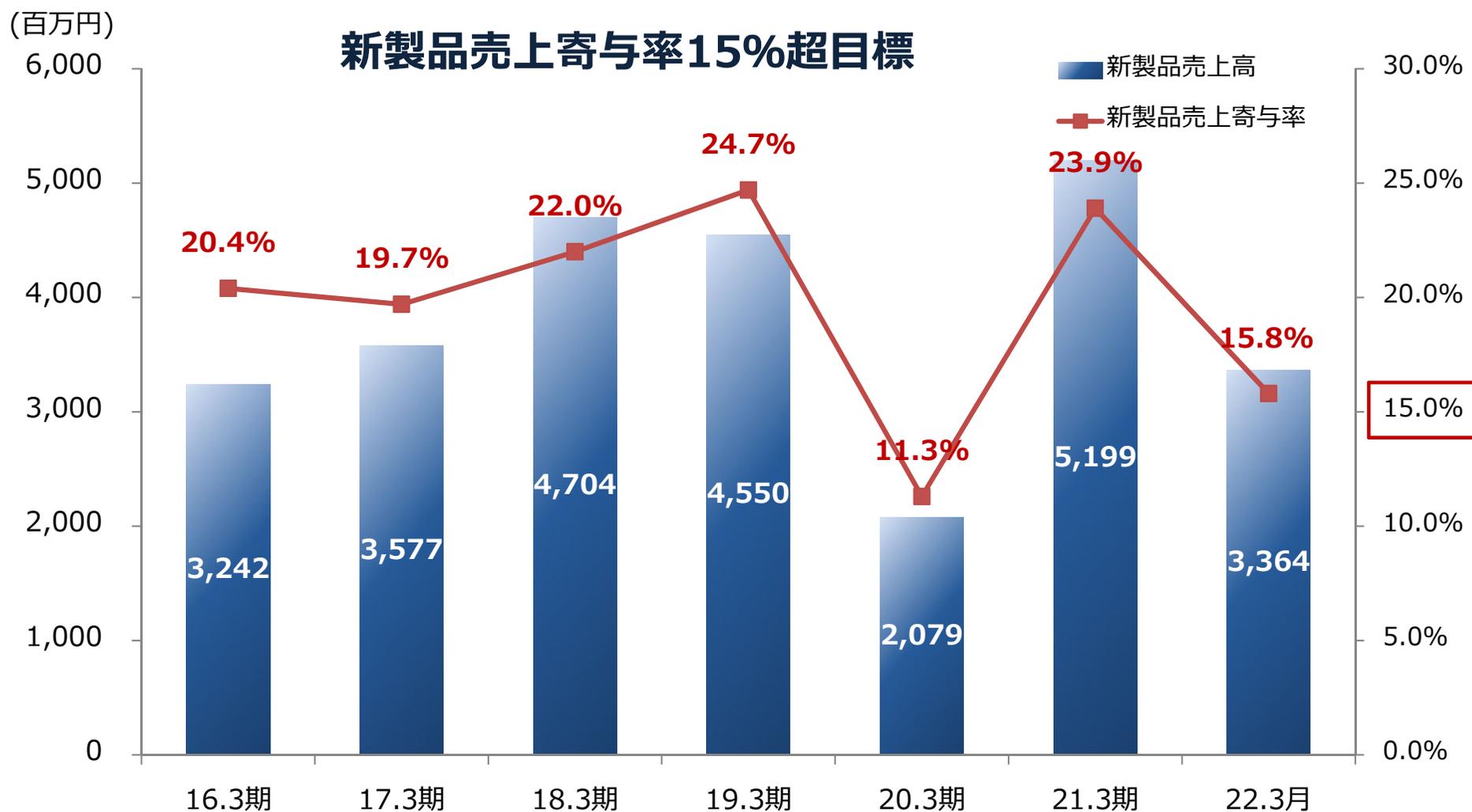
主な経営指標 - 返品率

- ➡ 21.3期に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。22.3期は殺虫剤の返品率は8%台を維持したが、花粉関連の返品が増加し全社では1.5pt.上昇

返品率（フマキラー単体）



➡ 2022年3月期は15.8%、今期も15%以上を目標とする



Ⅱ. 今期予想と今後の展開 (2023年3月期)

22.3期総括

- ①国内は殺虫剤・園芸用品が春先の好天と残暑の影響で好調。一方で家庭用品は反動減
 - 殺虫剤・園芸用品は春先の好天と残暑の影響で売上増
 - アルコール除菌関連商品は特需一巡による反動減。利益影響大
 - 原材料高が収益圧迫
- ②東南アジアが現地通貨でも順調に拡大
 - 東南アジアを中心に現地通貨ベースで順調に推移
 - 円安の影響で円貨では大幅増収
 - 原材料価格の上昇は大きいが価格改定が進捗

今後の課題

- ①原材料価格の高騰への対策
 - 国内 新製品・リニューアル品で吸収し、より一層の生産性の効率化・集中化を実施
 - 海外 更なる商品群への価格転嫁・追加での値上げを検討・実施
- ②国内外買収企業（事業）とのシナジーの早期創出
 - 伊Zapi社の株式取得、連結子会社化にともない欧州への販路開拓を強化など
 - 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

➡ 前期から続いて東南アジア事業が牽引し、欧州事業が純増

	22.3期実績 (百万円)	23.3期計画 (百万円)	対前期増減額 (百万円)	前期比 (%)
売上高	52,729	64,800	(+12,071)	(122.9)
売上総利益 (粗利率)	15,644 (29.7%)	20,000 (30.9%)	(+4,335) (+1.2pt)	(127.7)
販管費	13,481	17,500	(+4,019)	(130.0)
営業利益	2,183	2,500	(+317)	(114.5)
経常利益	2,541	2,930	(+389)	(115.3)
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,391	1,870	(+479)	(134.4)

フマキラーの欧州事業

1970年代よりイタリアでの殺虫剤販売の事業を開始

2021年まではライセンス供与でVAPEブランドを展開

2022年からはフマキラーヨーロッパでVAPEブランドを継続販売

新規連結会社の概要

①Zapi Industrie Chimiche S.p.A.

事業内容：イタリアを中心に欧州で殺虫剤等の製造・販売

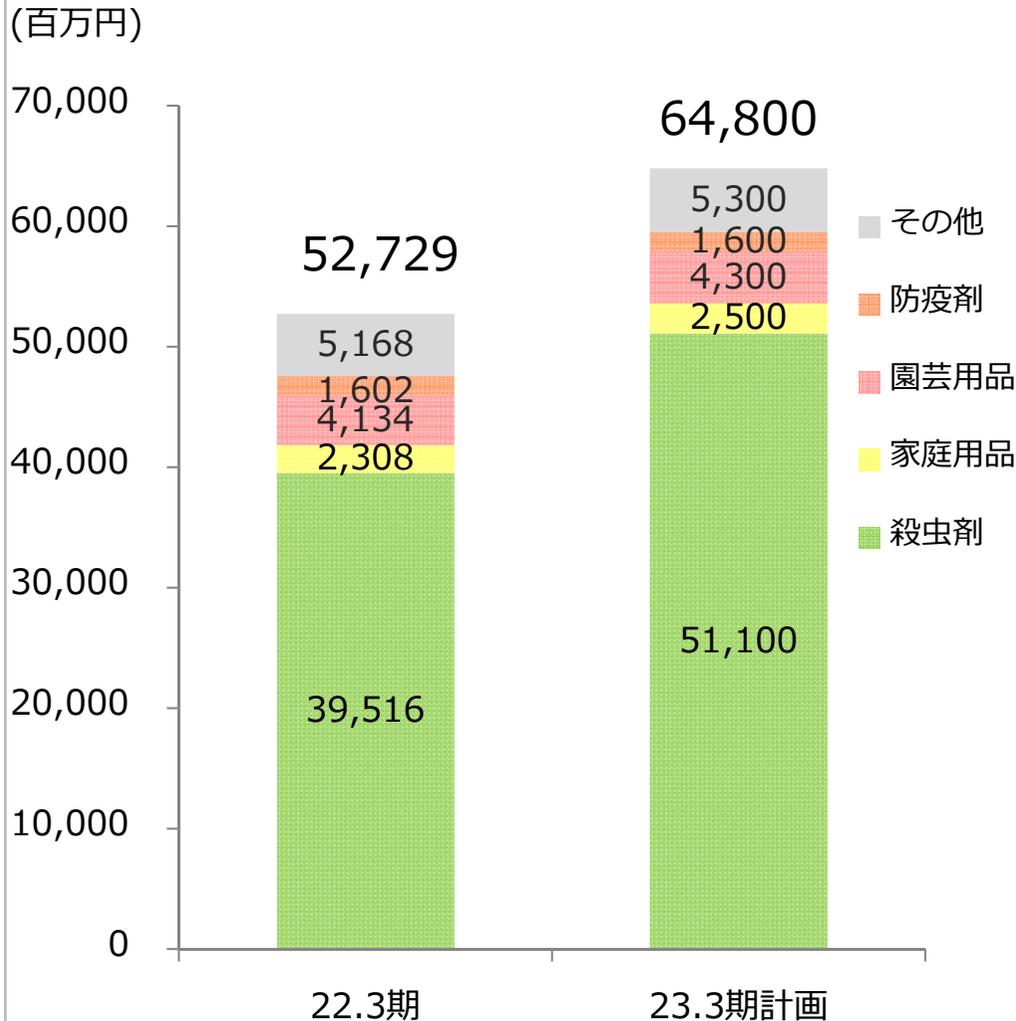
イタリアでの園芸店での販売に強み

シナジー：Zapi社の販売チャンネルに、フマキラーグループの製品開発力を生かした商品を投入し拡販することで欧州における事業基盤を築く

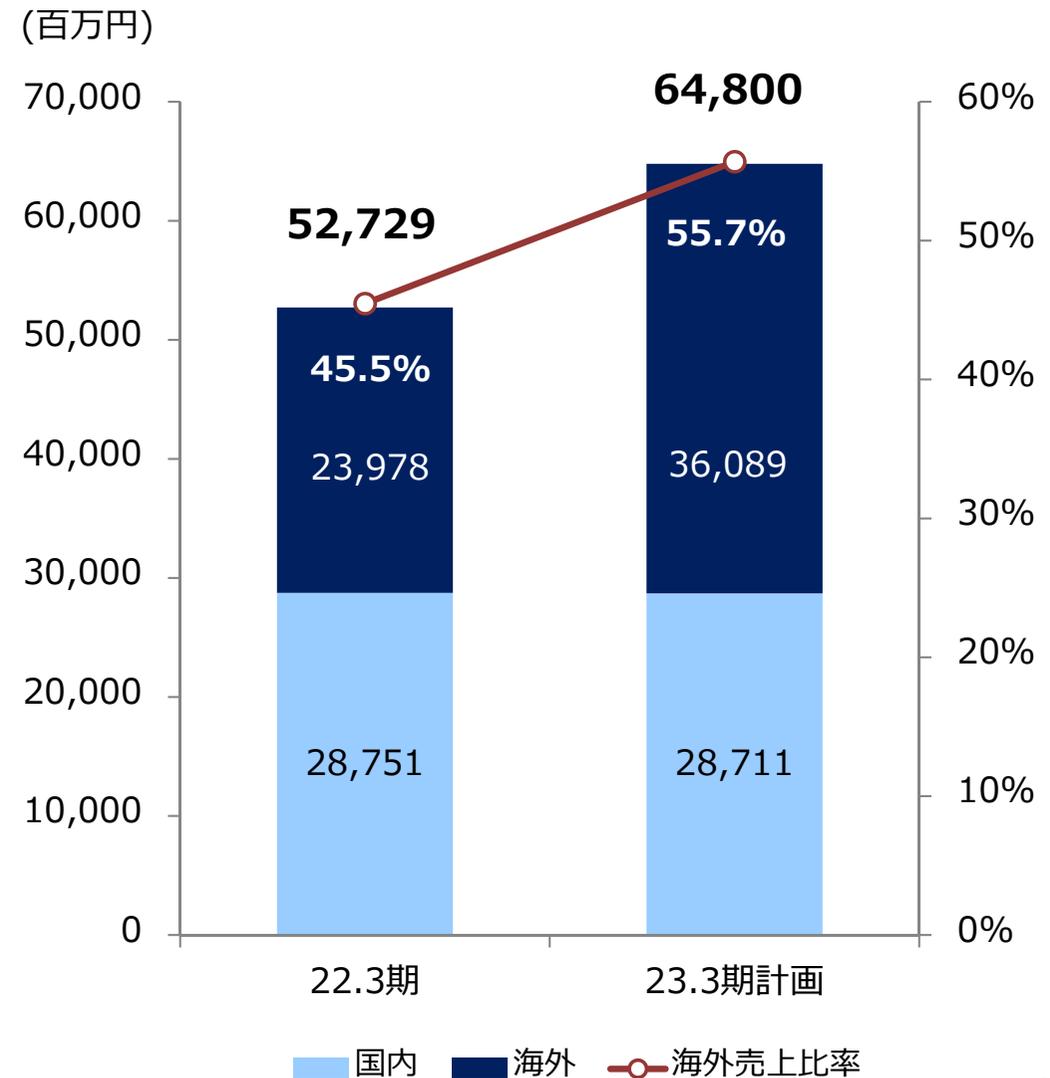
②Trezeta Immobiliare S.r.L

事業内容：Zapi社の工場（土地・建物）を所有し、Zapi社に賃貸

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)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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 ➤ 欧州市場における事業基盤の強化
収益力と財務状況の改善	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 国内外での商品アイテムの見直し ➤ 製品原価の低減(原材料価格高騰に対する対応含む) ➤ 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。



■ 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



開発棟及び生産施設 (広島)



開発研究棟 (インドネシア)



■ エコレールマーク取得



■ 感染症についての啓発活動を実施

日経・FT感染症会議参加



■ フマキッズこども研究所



コロナ禍の夏休み自由研究や子供達の活動を応援。



「TEAM EXPO2025 共創チャレンジ」に参加



■ 高効率熱媒ヒーターの導入

PT.FUMAKILLA NOMOS (インドネシア)



■ アンチデング熱キャンペーン

アジア地域を中心として展開

キャンペーンマーク



■ 食品ロスの削減

食品用除菌スプレーを通じた取り組み



■ 農業女子プロジェクト

農林水産省の取り組みに参画



ミヤンマー工場建設

エアゾール工場



事務所棟

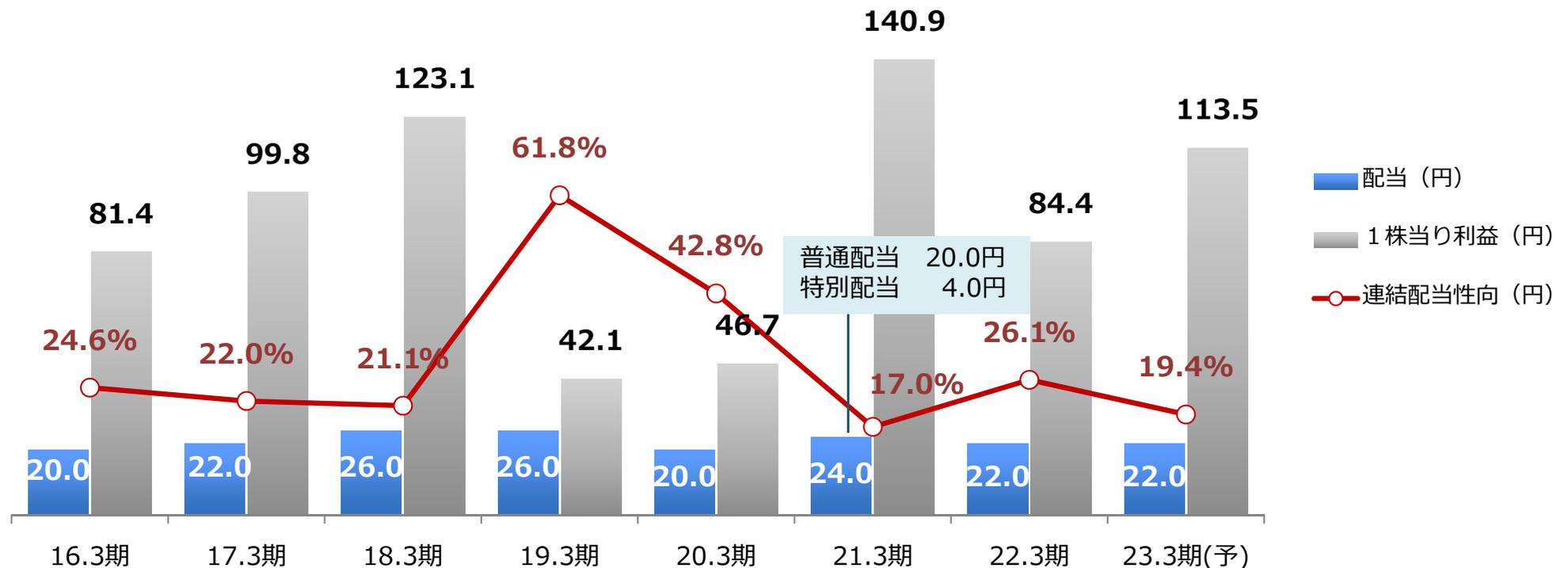


- 内容：エアゾール工場・事務所棟
- 稼働時期：2022年後半から稼働開始予定

配当に関する基本方針

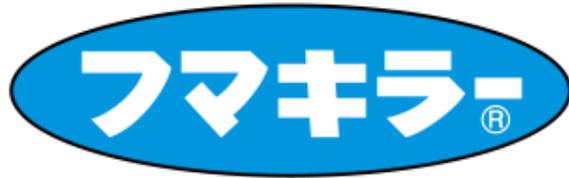
株主様に対する利益還元として、業績・将来の事業展開や内部留保などを総合的に勘案し、安定的かつ継続的な配当を行っていくことを経営の重要課題として位置づけています

配当及び連結配当性向の推移



※17.3期以前の1株当たり利益および配当は2017年10月1日に実施した株式併合を考慮して遡及修正

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

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	
	2020年 実績	2021年 実績	2020年 実績	2021年 実績
インドネシア (2社)	105	110	108	96
マレーシア	117	112	130	102
タイ	131	115	黒字転換	赤字転落
ベトナム	142	109	162	92
インド	115	60		
メキシコ	128	90		

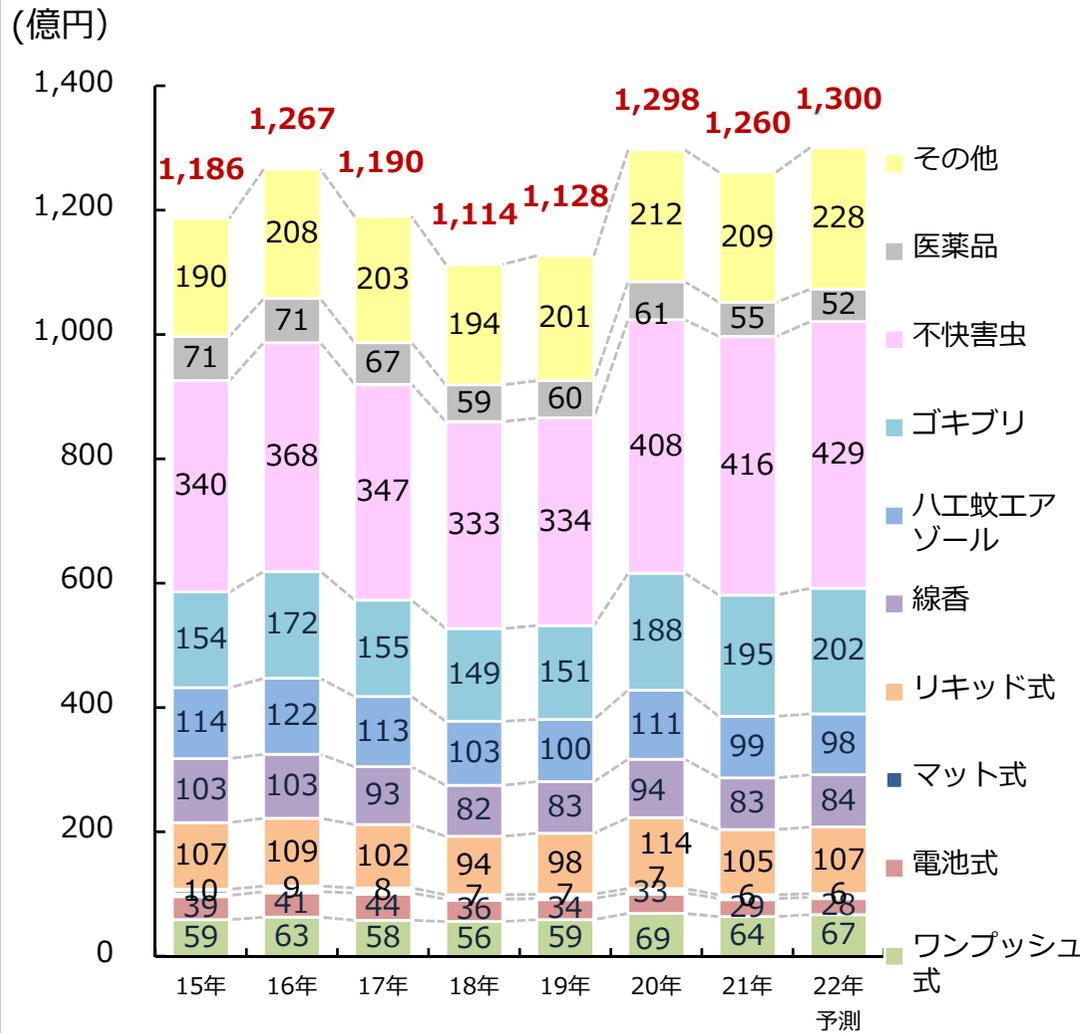
円換算

前期比(%)

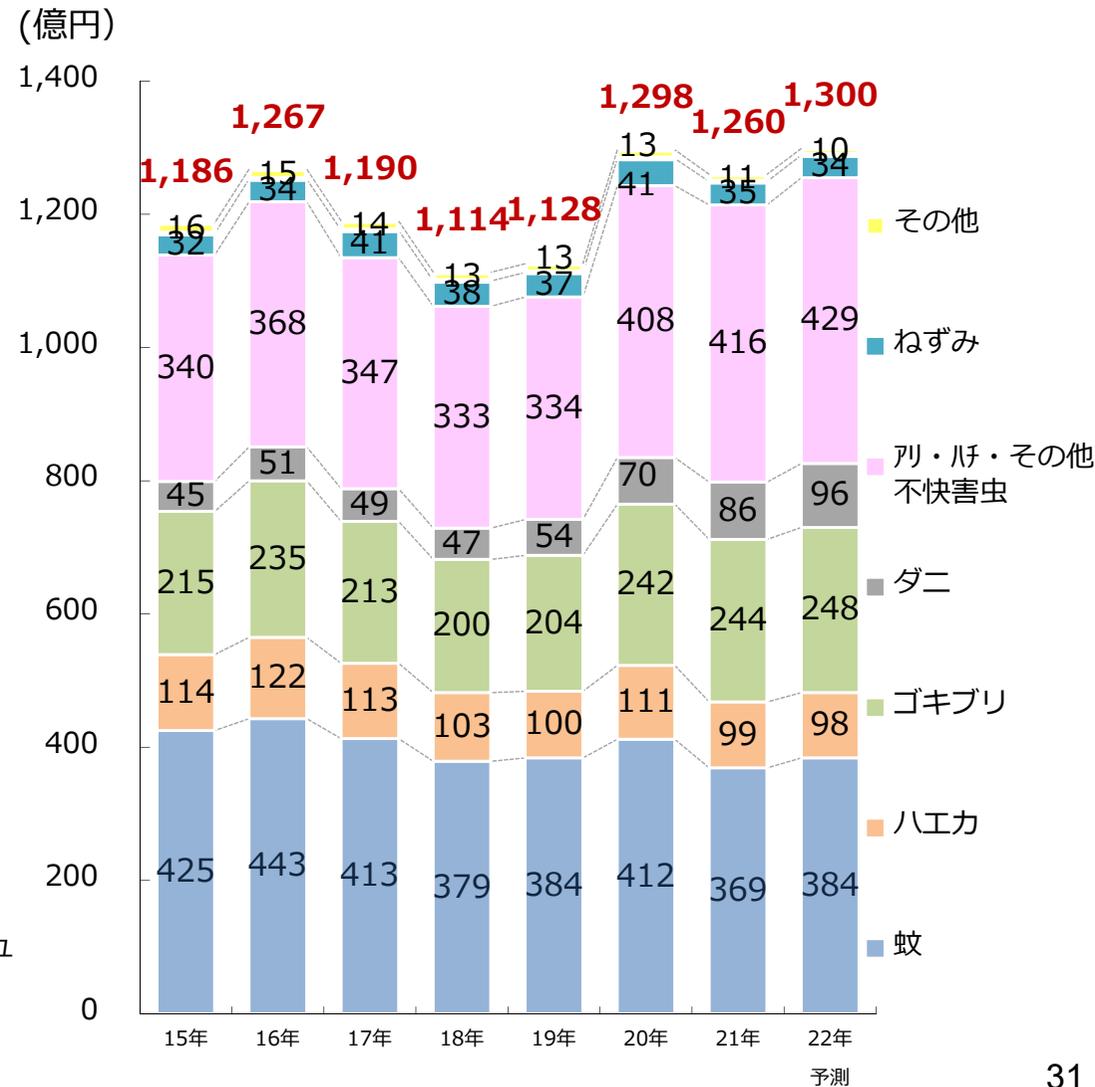
展開国	売上高		営業利益	
	2020年 実績	2021年 実績	2020年 実績	2021年 実績
インドネシア (2社)	98	121	101	106
マレーシア	113	121	125	110
タイ	123	115	黒字転換	赤字転落
ベトナム	134	123	153	105
インド	105	66		
メキシコ	115	97		
海外合計(単純合算)	104	119		

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

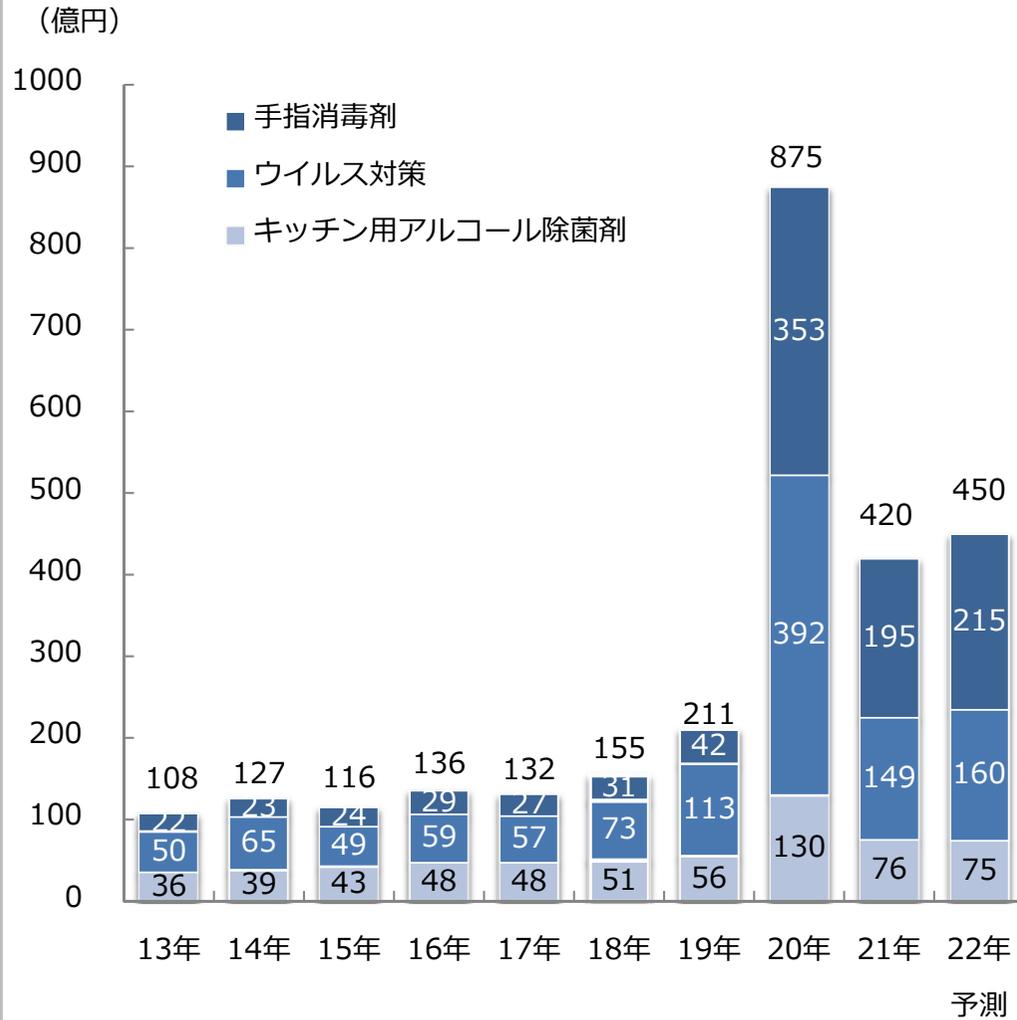


※データ出典 インテージ社SRI+(2020年1月～)

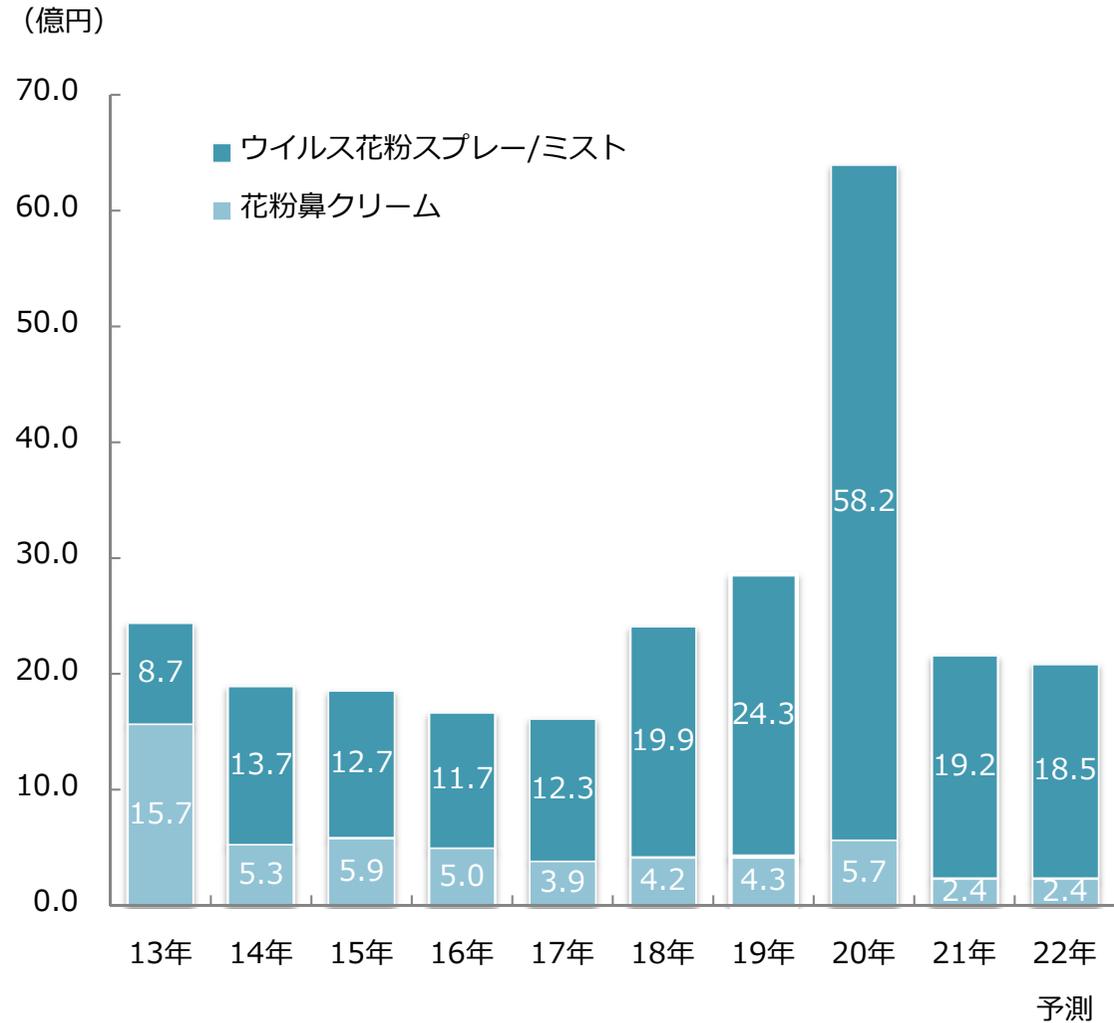
家庭用品市場規模—除菌剤・花粉

除菌剤市場

(当社関連商品)



アレルギー関連市場



園芸用品市場規模

園芸用品市場

(億円)

