

フマキラー株式会社

2023年3月期 決算説明資料

日用品質



2023年6月6日

I. 決算概要

II. 今期予想と今後の展開

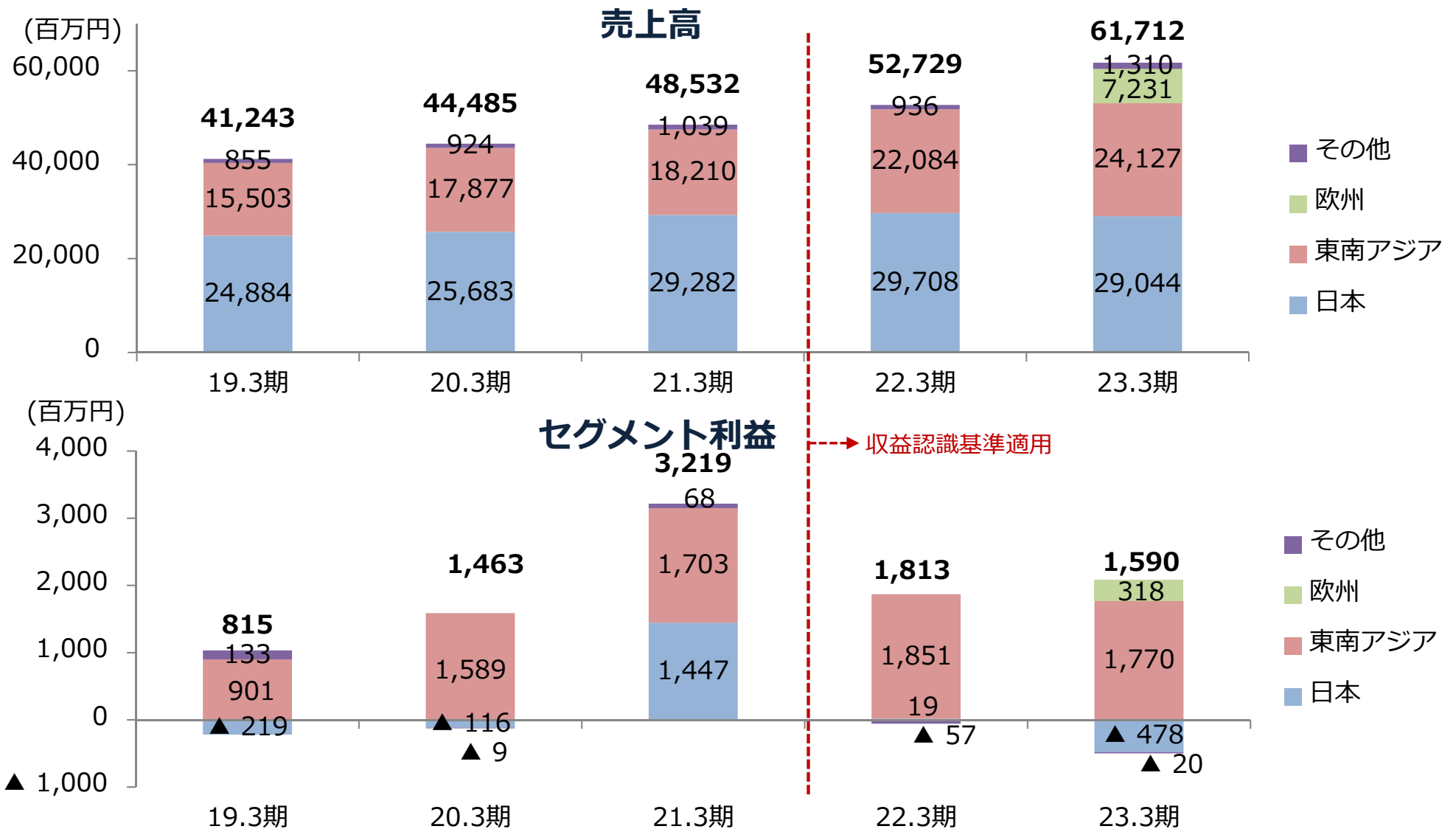
III. 補足資料

I. 決算概要 (2023年3月期)

- ▶ 欧州の新規連結、円安により海外売上が拡大し大幅増収だが、原材料費の高騰により減益
- ▶ 当期純利益は役員退職慰労金、FSブルームの減損損失により前期比半減

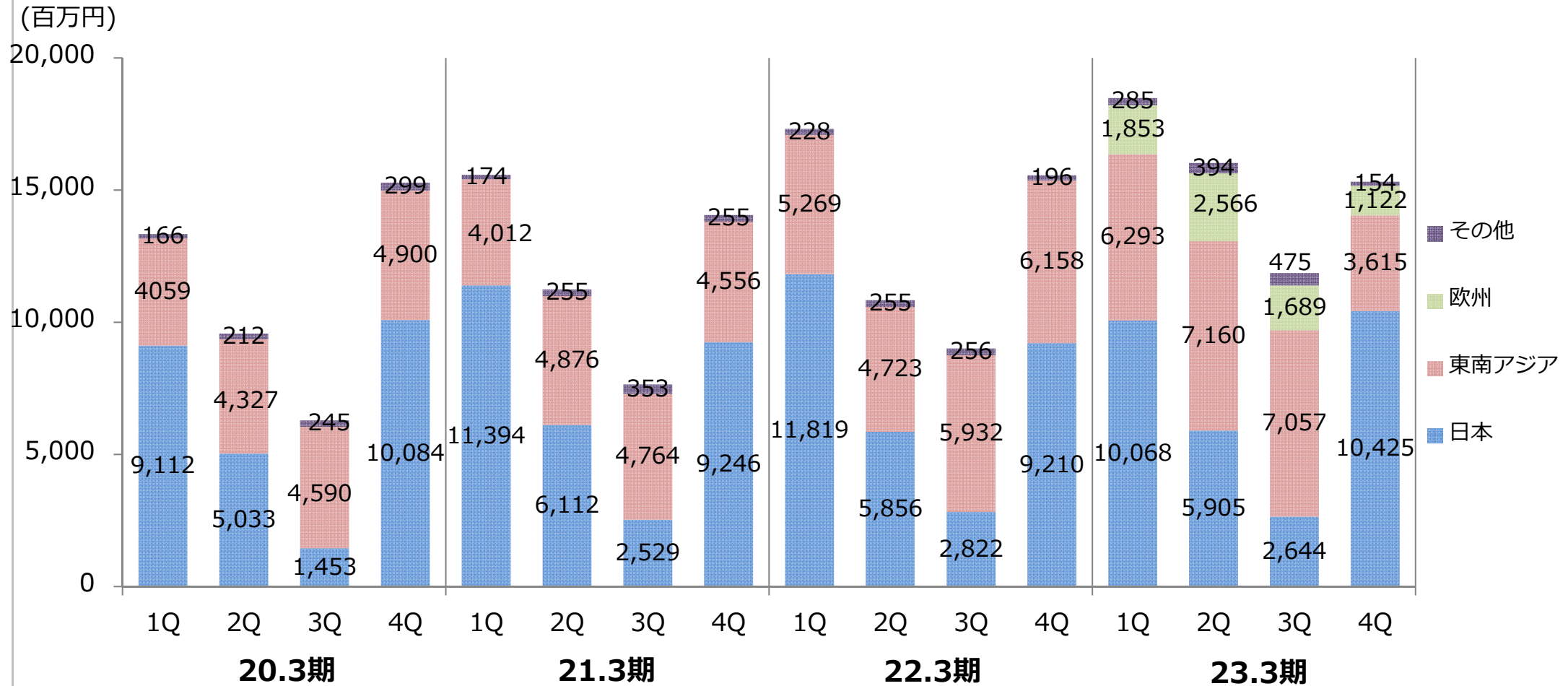
	22.3期 実績		23.3期 2Q時修正計画		23.3期 実績			
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	計画比 (%)	前期比 (%)
売上高	52,729	100.0	64,850	100.0	61,712	100.0	95.2	117.0
売上総利益	15,664	29.7	19,848	30.6	17,741	28.7	89.4	113.3
営業利益	2,183	4.1	2,064	3.2	1,894	3.1	91.8	86.8
経常利益	2,541	4.8	2,399	3.7	2,315	3.8	96.5	91.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,391	2.6	961	1.5	668	1.1	69.5	48.1
1株当たり利益	84.42円		58.28円		40.58円			

- ▶ 日本では、殺虫剤売上の減収と円安による海外仕入商品、原材料費のアップにより赤字に
- ▶ 東南アジアは、価格転嫁を進めるも原材料費高騰が続き増収減益



決算概要 – 四半期別セグメント別売上

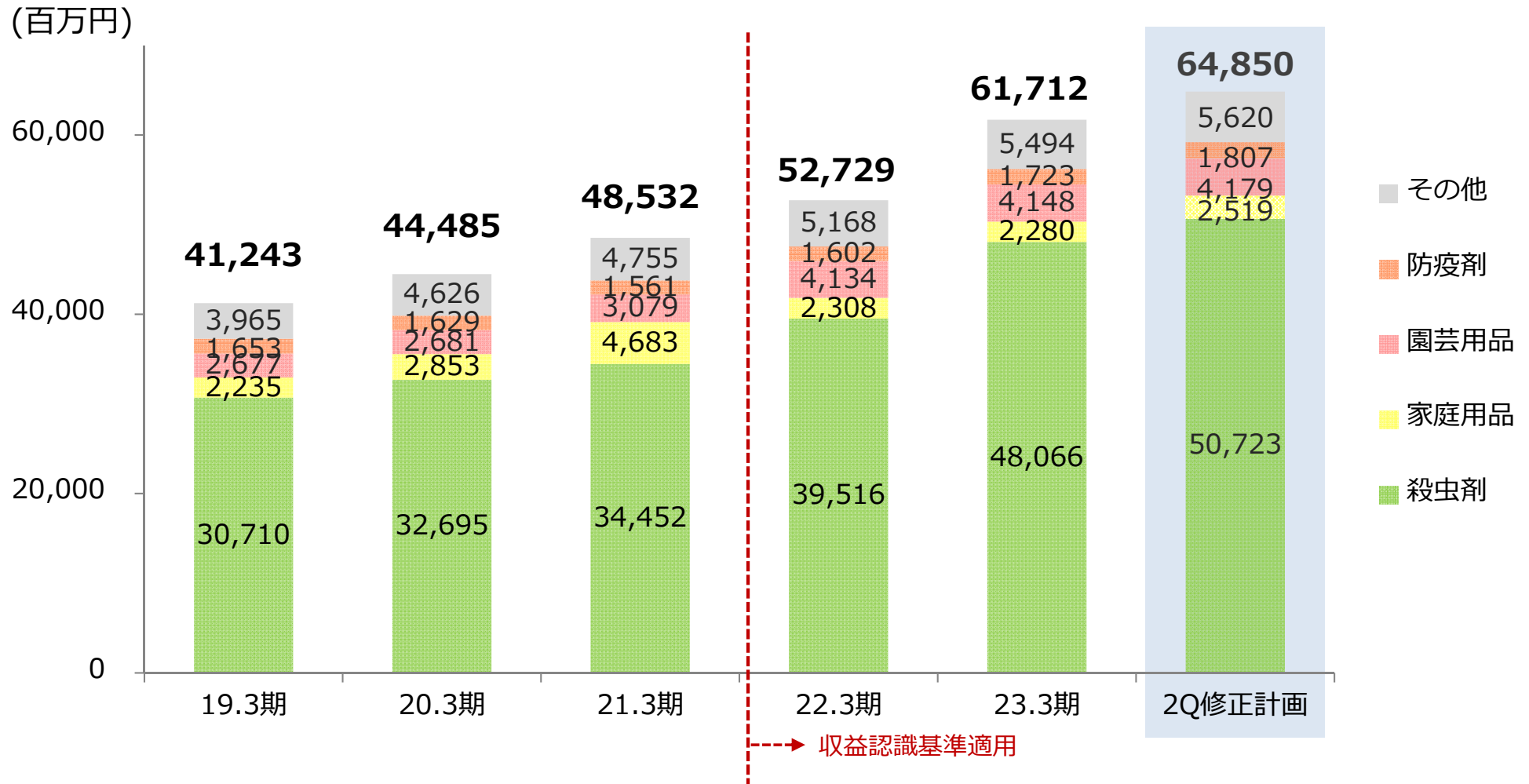
➡ 23.3期 4Q 東南アジアは3Qまでは円安だったが、4Q決算の円貨換算洗い替え時の2022年12月末レートが円高に振れたことから、3Qまでの為替影響分が減収となり売上が▲16.6億円減少



※22.3期以降は収益認識基準適用

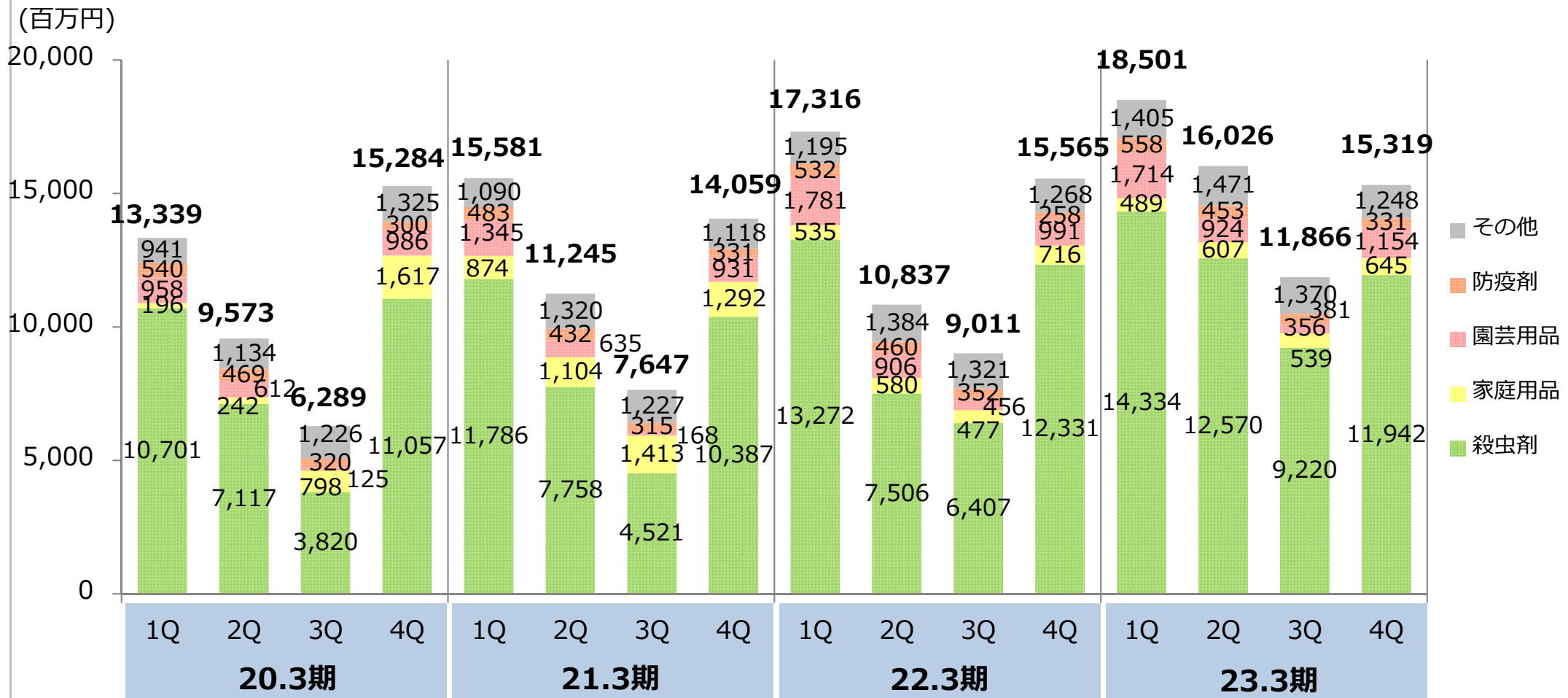
決算概要 – ジャンル別売上

- 前期比では、新規連結の欧州事業の寄与、円安効果も加わった東南アジアの伸長により、17.0%増収
- 2Q時の修正計画に対しては、為替が円高に振れたことにより殺虫剤が大幅未達



決算概要 – 四半期別ジャンル別売上

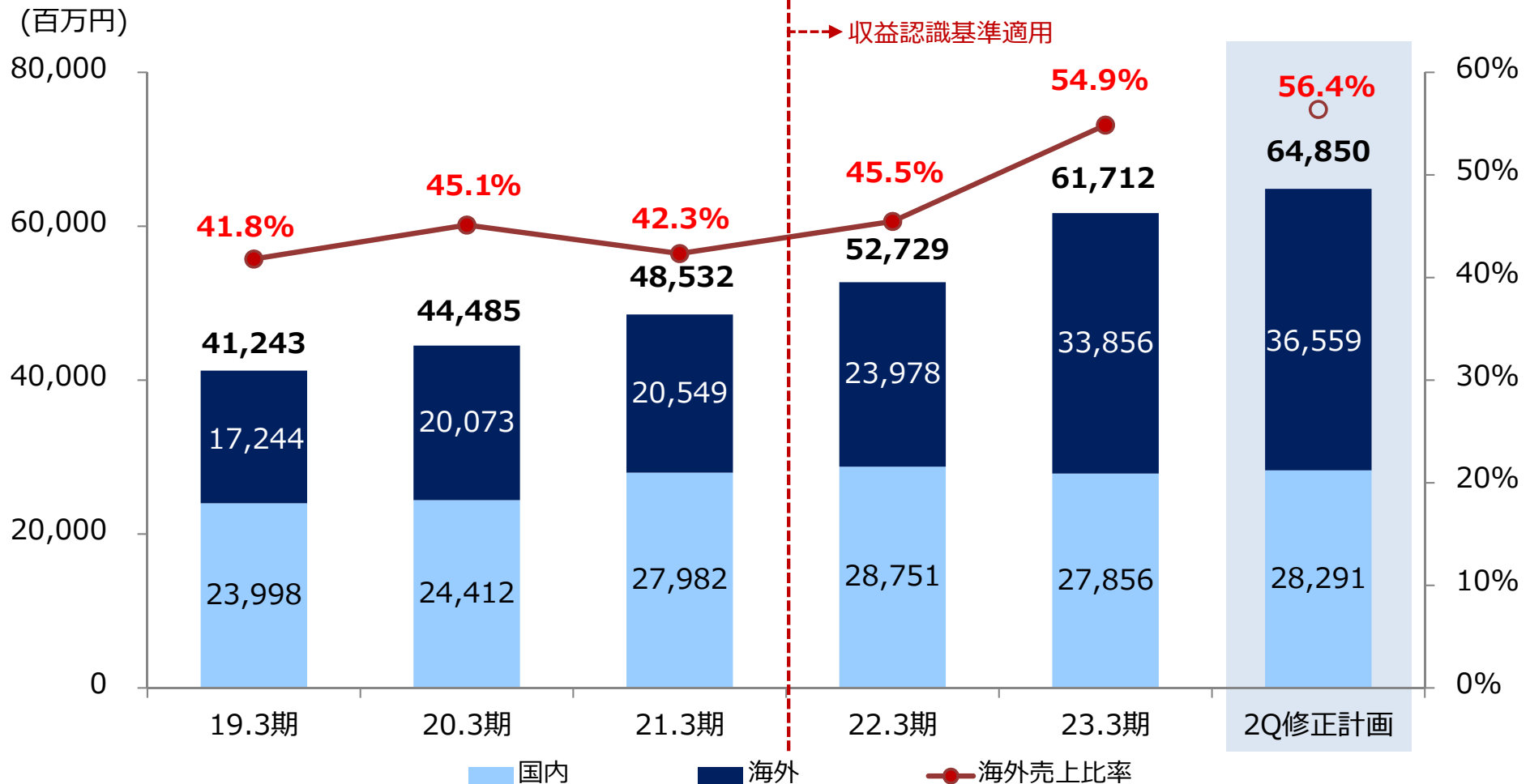
➡ 殺虫剤において4Qの売上が前年同期を下回る。国内の売上高は前期を上回ったが、海外子会社の年間売上について、期末（2022年12月）レートで洗い替えした影響



※22.3期以降は収益認識基準適用

決算概要 – 国内/海外売上高

- 国内は、殺虫剤の落ち込みが影響
- 海外は、欧州の新規連結の追加などにより、海外売上比率は初の50%超となる54.9%
修正計画に対しては、各通貨が想定より円高になったことで未達となった
現地通貨ベースでは堅調



➡ 為替による業績への影響は、売上高で+1,851百万円、営業利益で▲311百万円

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	+180	▲410	海外売上+19、海外仕入▲429
海外子会社	+1,672	+100	インドネシア（2社）+56、アジア+49、ミャンマー▲2、インド0、メキシコ▲3、イタリア0
合計	+1,851	▲311	

期末レート

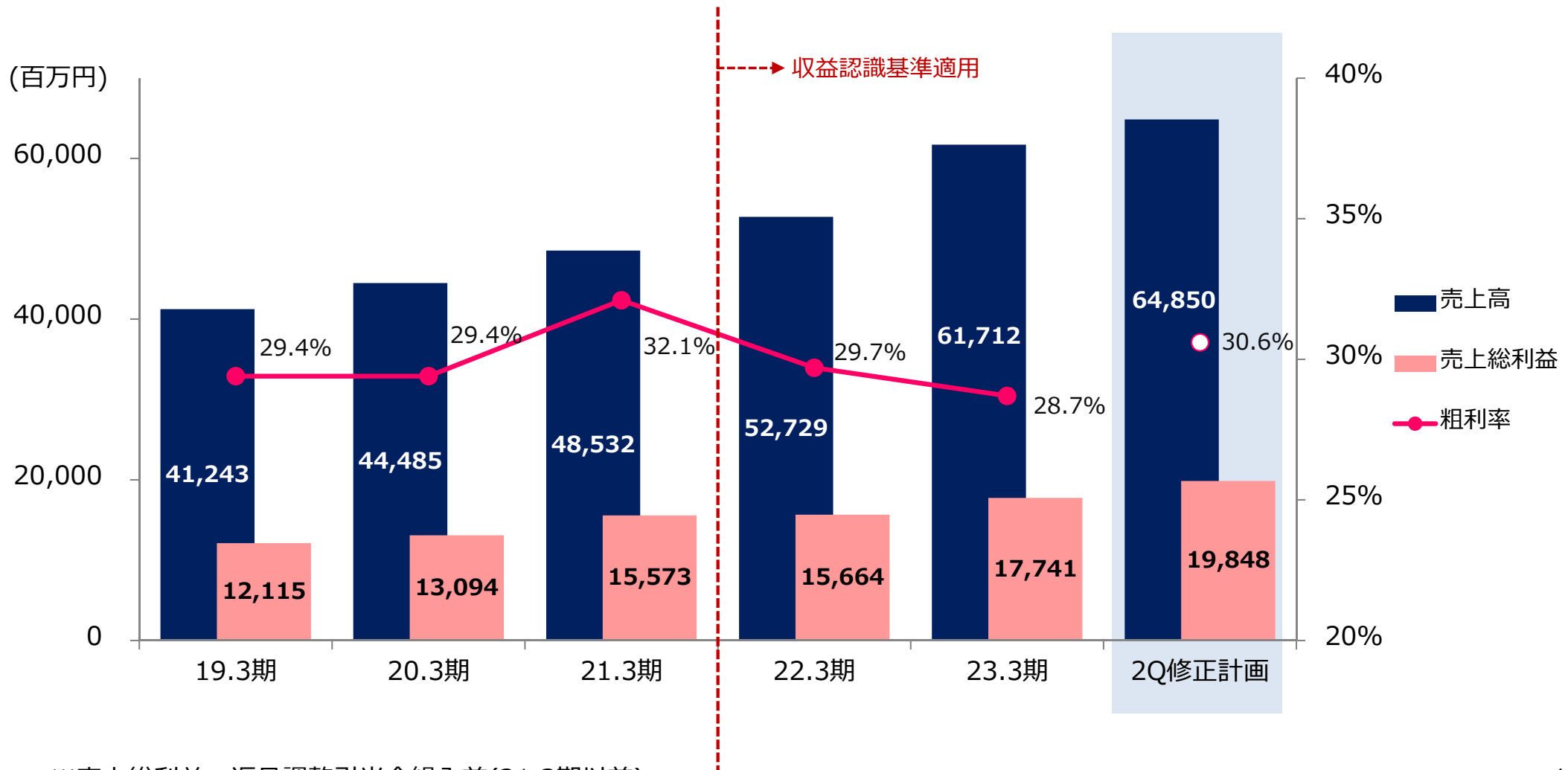
期末	20年12月	21年12月	22年12月
円/100ルピア	0.73	0.81	0.850
円/リングgit	25.59	27.59	30.09
円/ルピー	1.41	1.54	1.651
円/ペソ	5.20	5.59	6.81

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	134.66
円/ユーロ	124.25	131.01	141.38

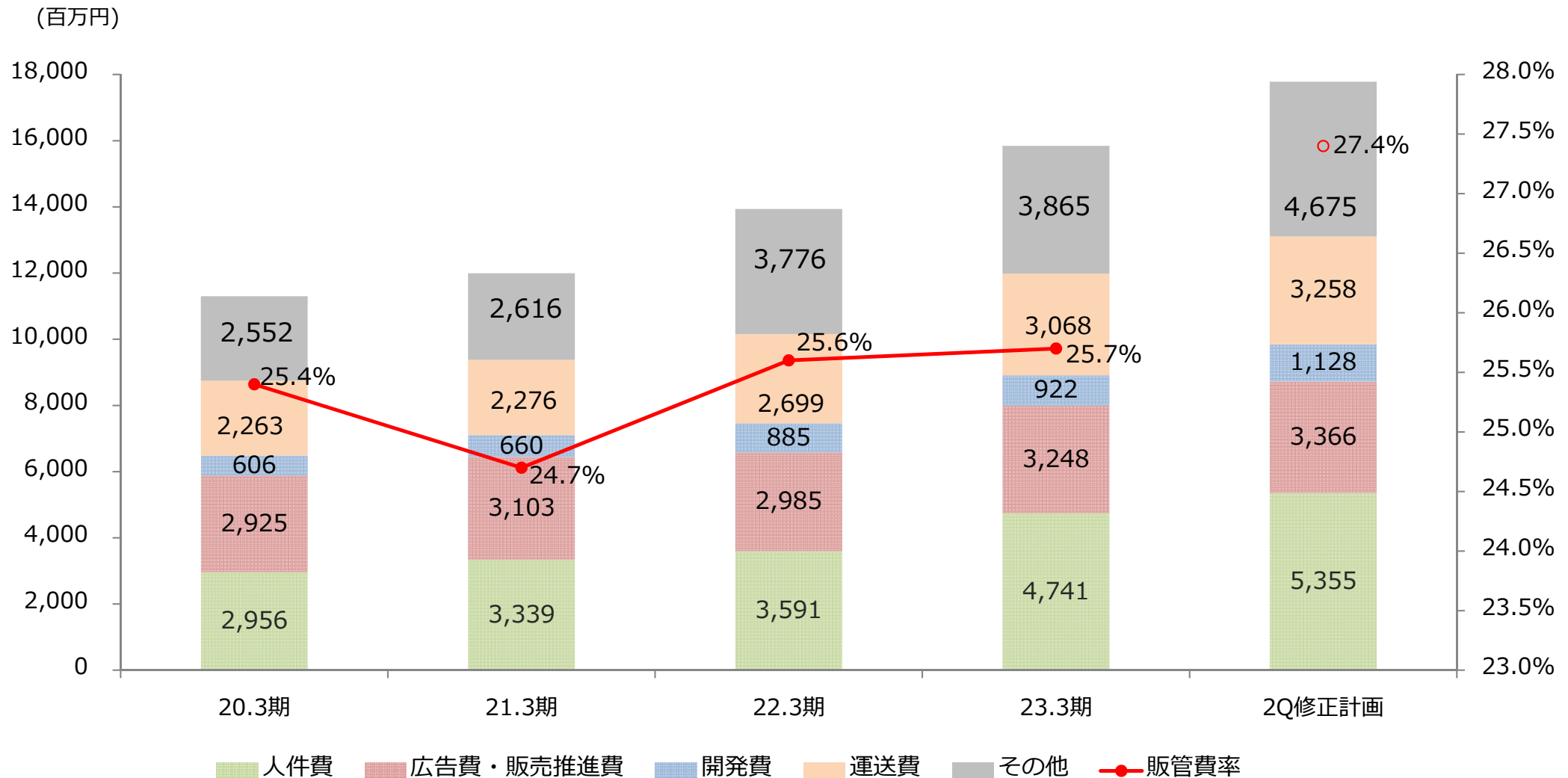
決算概要 - 売上総利益 (粗利率)

- 売上総利益率は前期比1.0pt 低下。計画比では1.9pt悪化
- 原材料価格の高騰などが影響

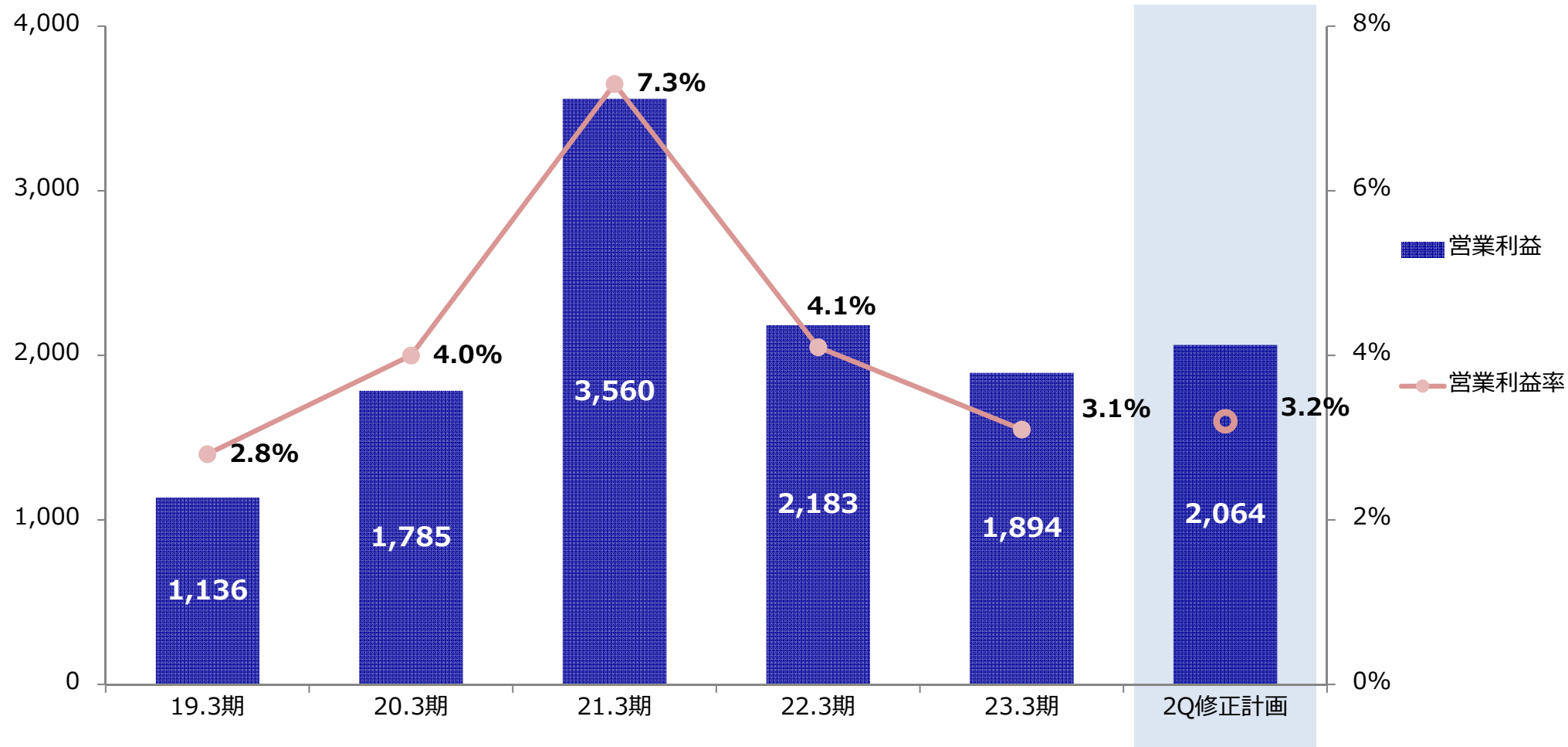


※売上総利益：返品調整引当金繰入前(21.3期以前)

- 新規連結会社の増加に伴い経費はいずれも増加
- 売上増とエネルギー価格の上昇により物流コストが大幅増

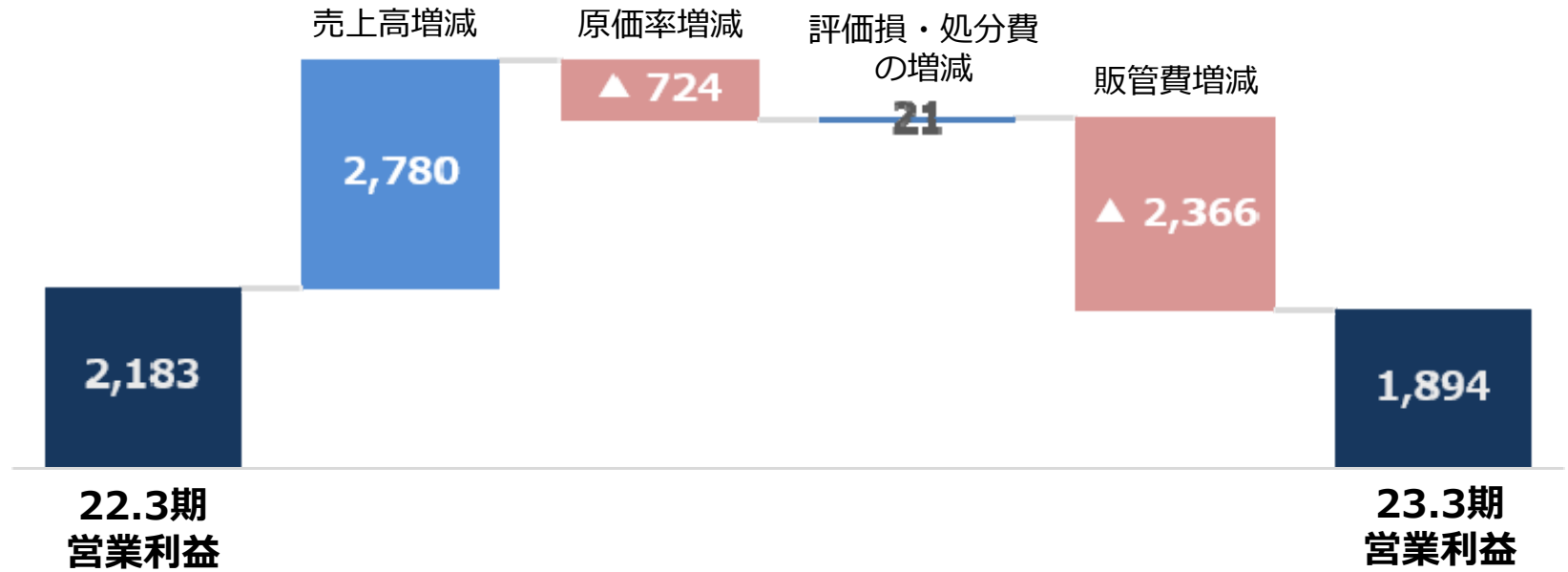


(百万円)

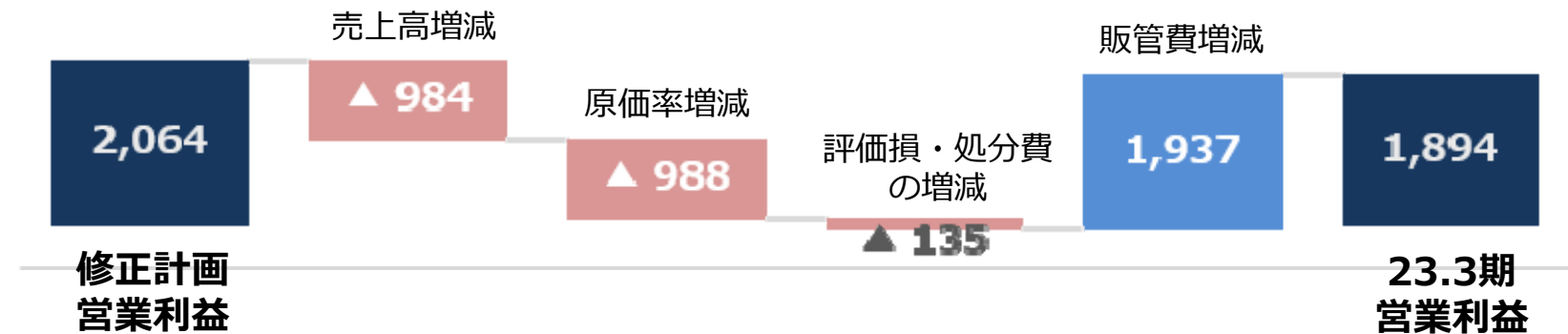


決算概要—営業利益増減要因

前期比
▲289百万円



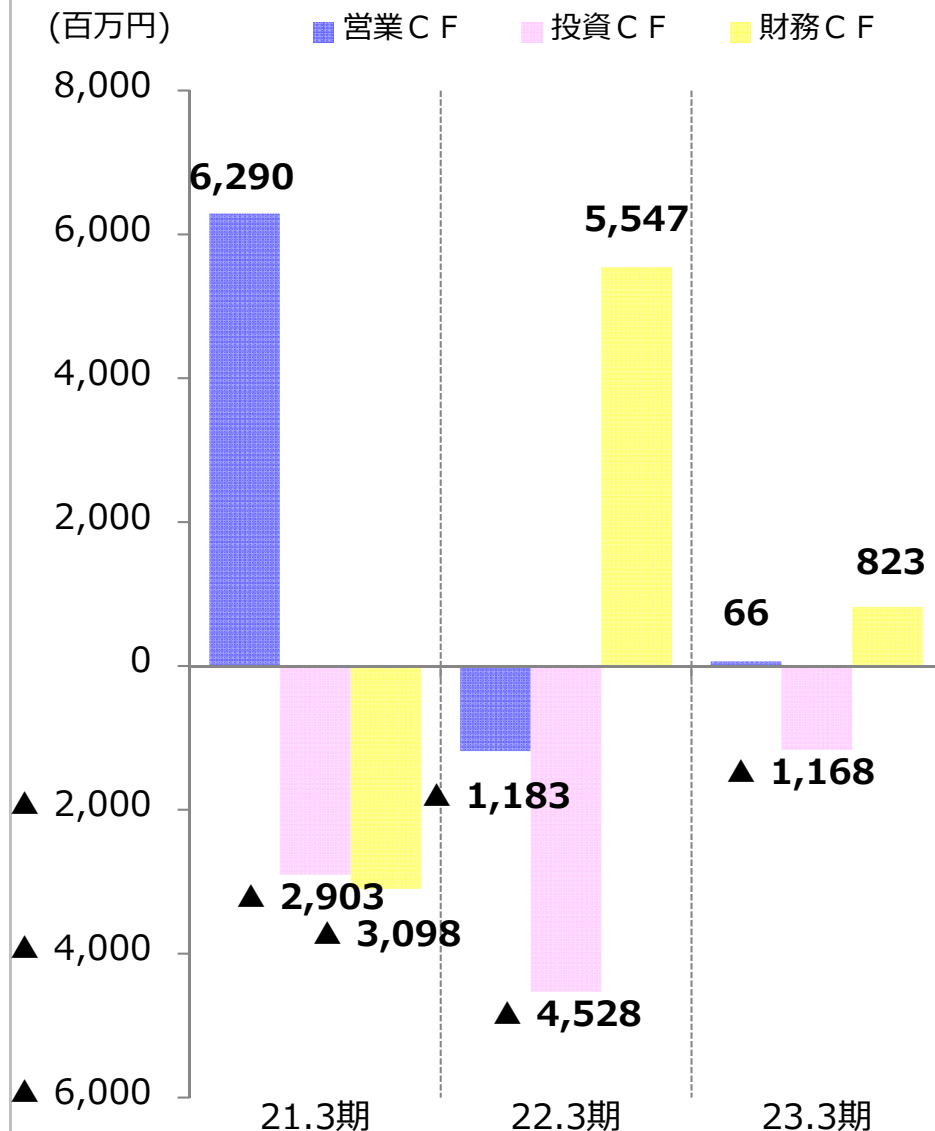
修正計画比
▲170百万円



	22.3期末	23.3期末	対22.3期末増減	
流動資産	34,926	38,193	3,267	
現金及び預金	6,742	6,919	177	
売上債権	13,777	16,336	2,559	単体 +1,662
たな卸資産	12,841	12,792	▲49	
固定資産	19,594	19,177	▲417	
有形固定資産	10,123	10,225	102	
無形固定資産	3,685	3,155	▲530	のれん ▲356
投資有価証券	5,784	5,795	11	
資産合計	54,520	57,370	2,850	
流動負債	30,475	31,512	1,037	
買入債務	9,308	9,039	▲269	単体 ▲150
固定負債	2,877	2,968	89	
有利子負債	14,260	15,892	1,632	単体 +1,542
負債合計	33,352	34,480	1,128	
純資産	21,167	22,890	1,723	
資本金	3,698	3,698	0	
負債純資産合計	54,520	57,370	2,850	

決算概要 - キャッシュ・フロー

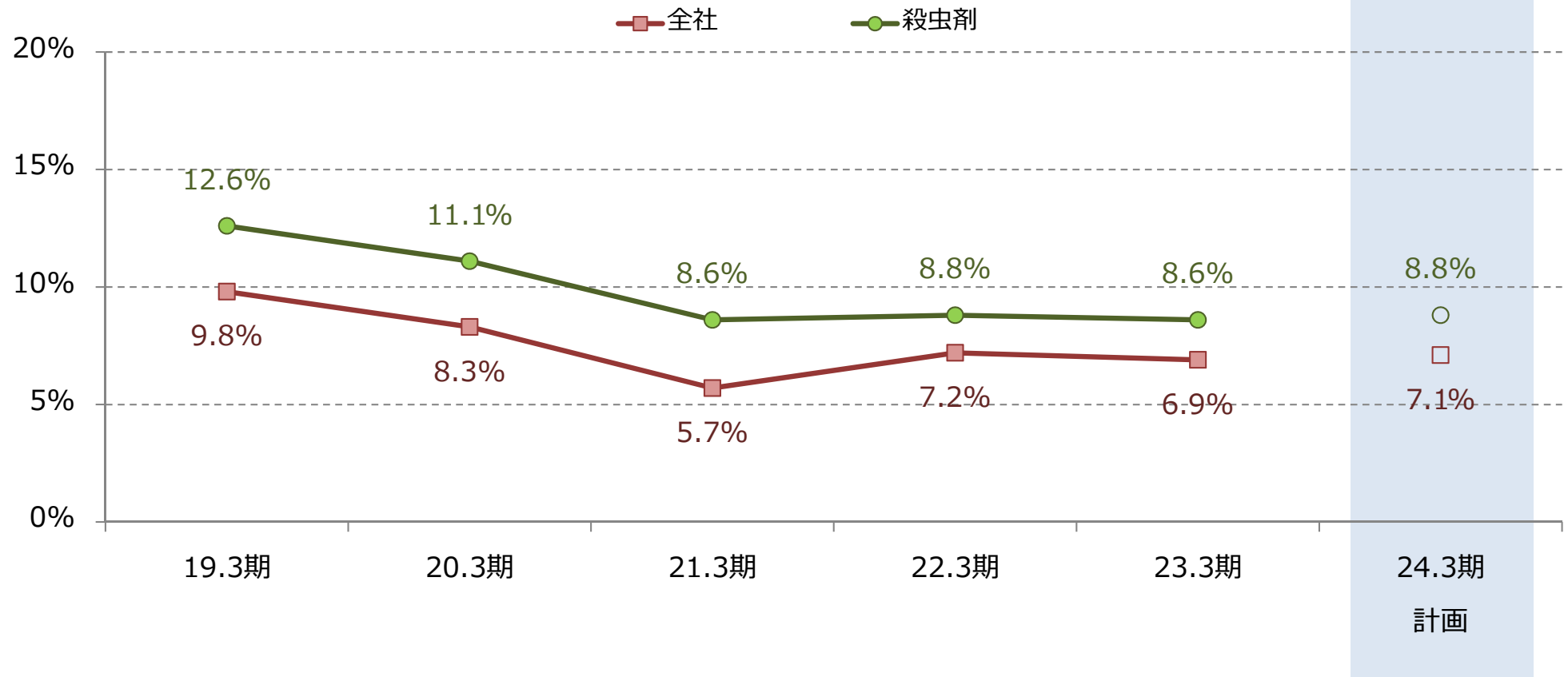
(単位：百万円)



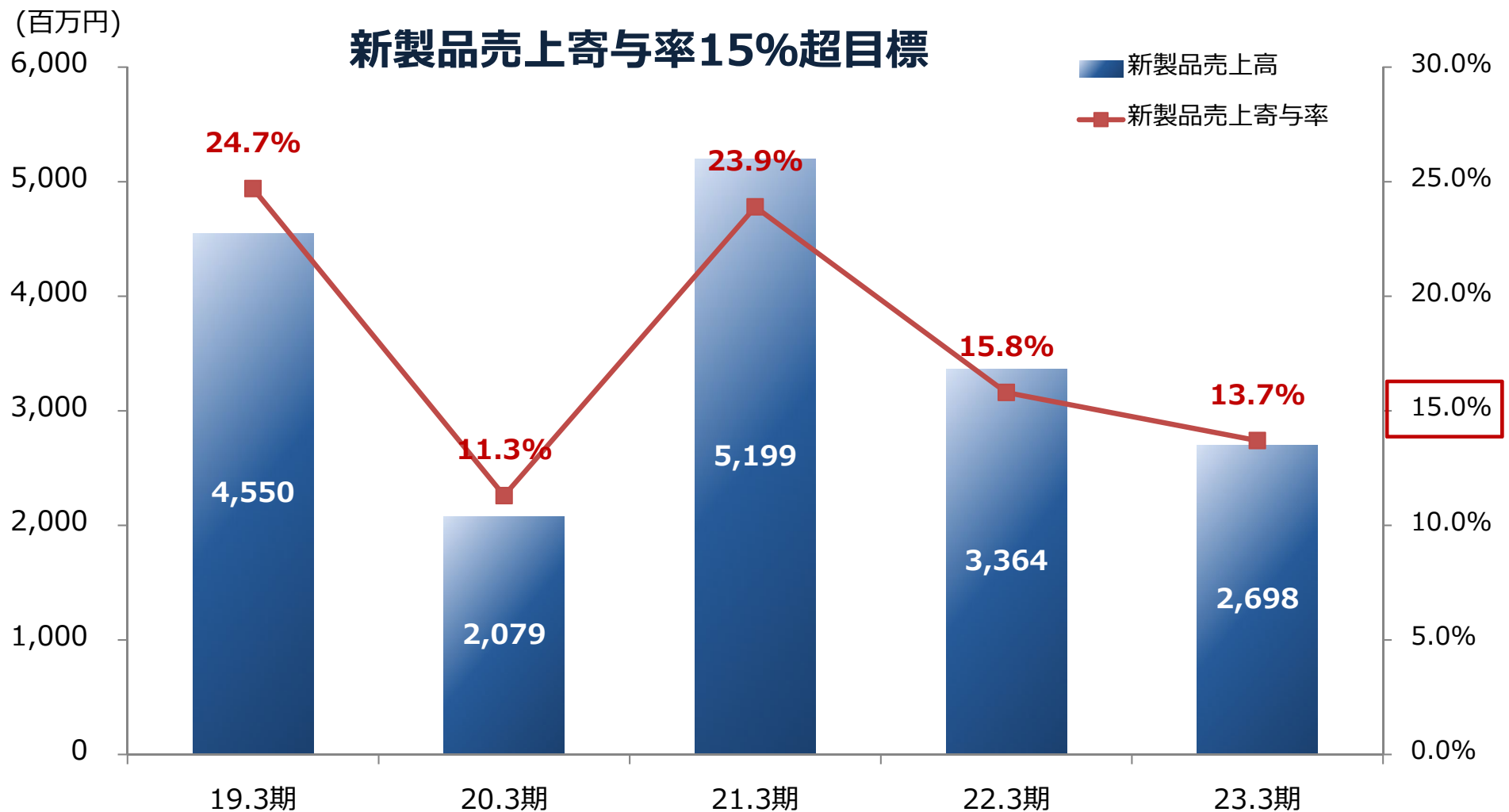
	22.3期		23.3期
営業キャッシュフロー	▲1,183	→	66
税金等調整前当期純利益	2,665	→	1,715
減価償却費	1,224	→	1,463
売上債権増減額(▲は増加)	▲188	→	▲2,197
棚卸資産増減額(▲は増加)	▲1,763	→	364
仕入債務増減額(▲は減少)	▲1,192	→	▲578
未払金増減額(▲は減少)	▲942	→	▲408
投資キャッシュフロー	▲4,528	→	▲1,168
有形固定資産の取得	▲1,345	→	▲1,064
子会社株式の取得	▲2,667	→	-
財務キャッシュフロー	5,547	→	823
短期借入金の純増減額	6,145	→	1,596

➡ 殺虫剤の返品率は8%台で安定。全社でも7%前後と抑制されている

返品率（フマキラー単体）



➡ 2023年3月期は13.7%と目標に若干届かず、今期も15%以上を目標とする



Ⅱ. 今期予想と今後の展開 (2024年3月期)

23.3期総括

①国内事業

- 原材料価格高騰により収益性が悪化。今シーズンに向け価格改定を行ったものの、実売への効果は4Qのみで限定的
- 殺虫剤、家庭用品、園芸用品が伸び悩む一方、防疫剤・その他が着実に増収を継続

②東南アジア/イタリアの状況

- 東南アジアは現地通貨ベースで着実な成長を続けている。原材料高による価格転嫁を実施
- Zapi社を買収。2021年に増資したフマキラーヨーロッパと合わせ欧州事業強化の布石

今後の課題

①原材料価格

- 国内 値上げによる価格転嫁と生産性の向上のため効率化と集中化を実施
- 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

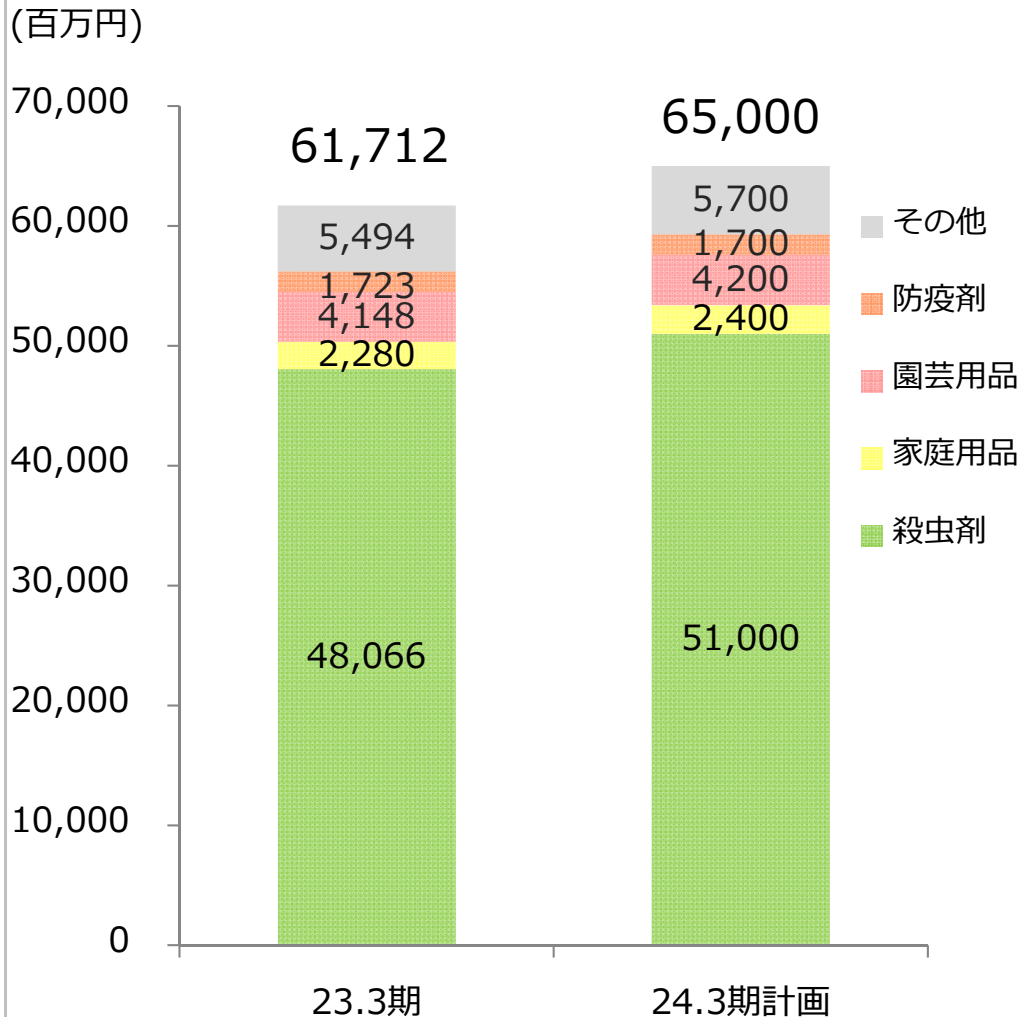
②海外事業を軸とした成長戦略

- 東南アジアは、各国で殺虫剤のシェアアップを図る
- 欧州における販路拡大、Zapi社とフマキラーヨーロッパとの連携強化

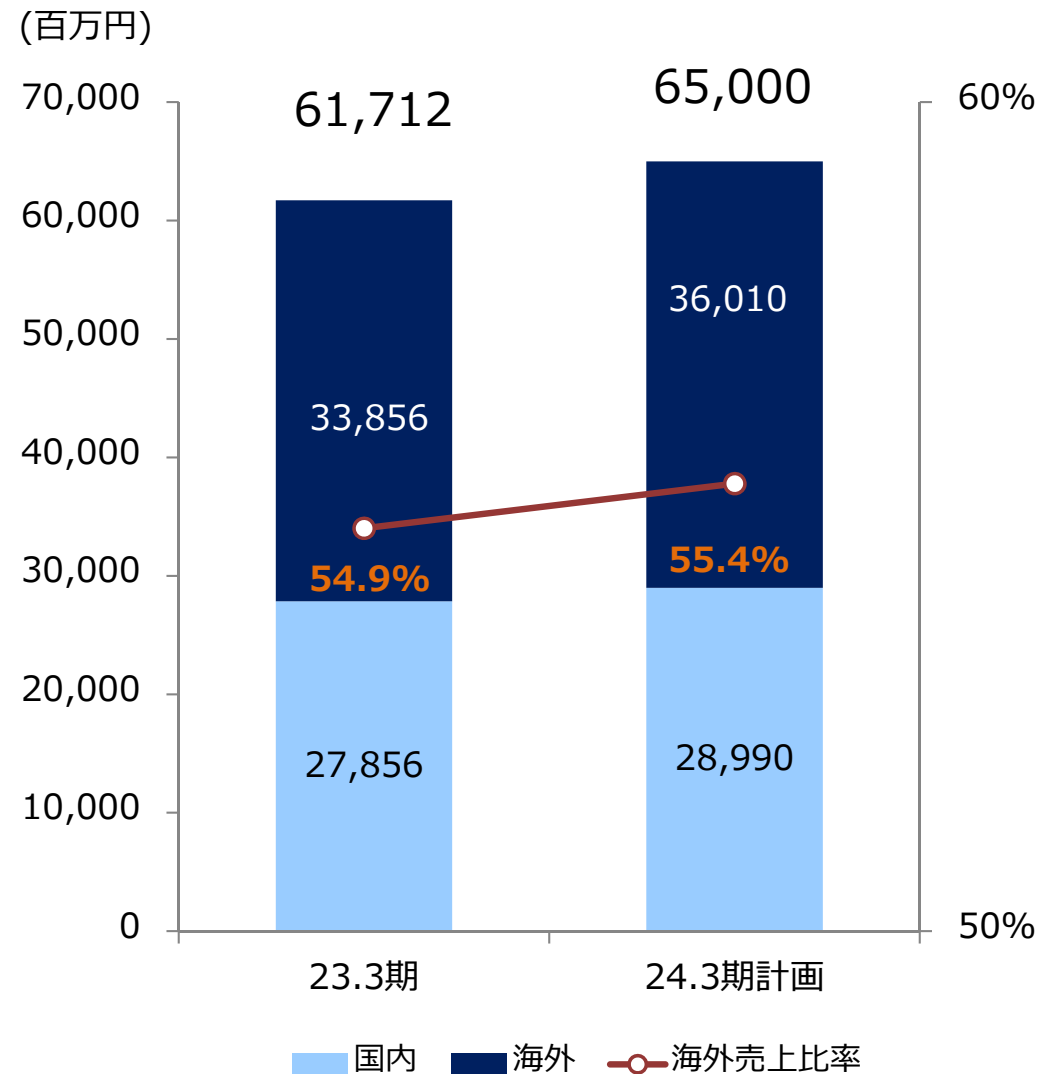
- 売上高は、国内販売の回復と海外子会社が引き続き伸長を計画し増収
- 利益率は、国内販売増による生産数量増などから原価率改善を見込む
- 23年3月期の特別損失計上がなくなり、当期純利益は大幅増

	23.3期実績 (百万円)	24.3期計画 (百万円)	対前期増減額 (百万円)	前期比 (%)
売上高	61,712	65,000	+3,288	105.3
売上総利益 (粗利率)	17,741 (28.7%)	20,400 (31.4%)	2,659 (+2.7pt)	115.0
販管費	15,847	17,700	+1,853	111.7
営業利益	1,894	2,700	+806	142.5
経常利益	2,315	3,050	+735	131.7
親会社株主に帰属 する当期純利益	668	1,800	+1,132	269.1

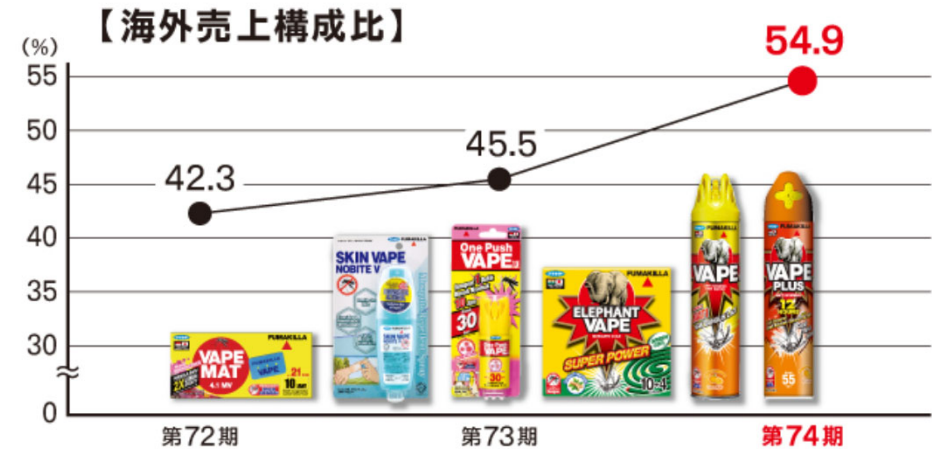
ジャンル別売上高



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)



東南アジア

インドネシア、マレーシア、タイ、
ベトナム、ミャンマー

生産拠点：8 開発研究拠点：2

- 30年以上前に進出したインドネシアを軸に各国でシェアを確立
- フマキラーグループの生産拠点としての役割も担う

欧州

イタリア

生産拠点：1 開発研究拠点：1

- ザピ、フマキラーヨーロッパの2社体制
- 欧州市場の販路開拓をさらに強化

サステナビリティへの取り組み



「企業活動そのものがSDGs」を合言葉にプラスチック削減やモーダルシフトで環境負荷軽減を図っています。

バイオマス資源の活用

バイオマス複合素材容器を採用。容器の設計も見直し、軽量化することでプラスチック量を当社従来品と比較し約45%削減



紙製POPシールの採用

自社商品のPOPシールを紙製に変更しプラスチックの使用料を削減



エコルールマークの取得

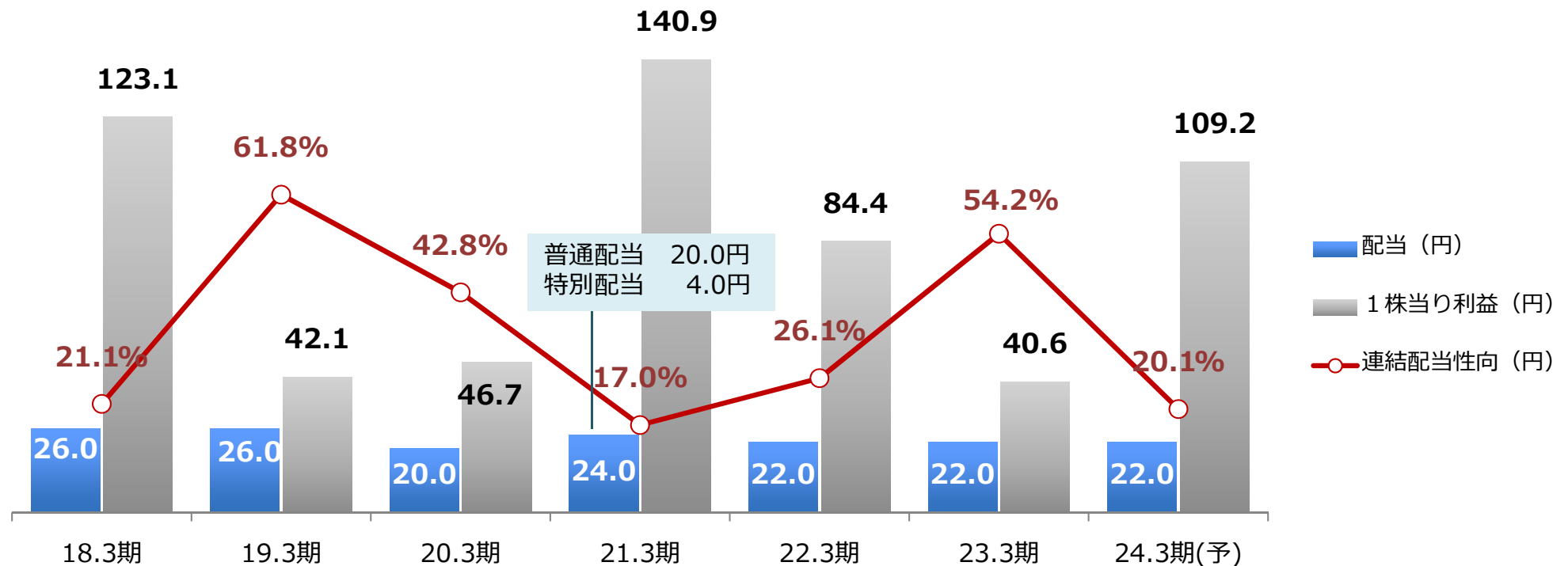
鉄道貨物輸送によるCO2排出量削減による「環境負荷低減」の更なる推進



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

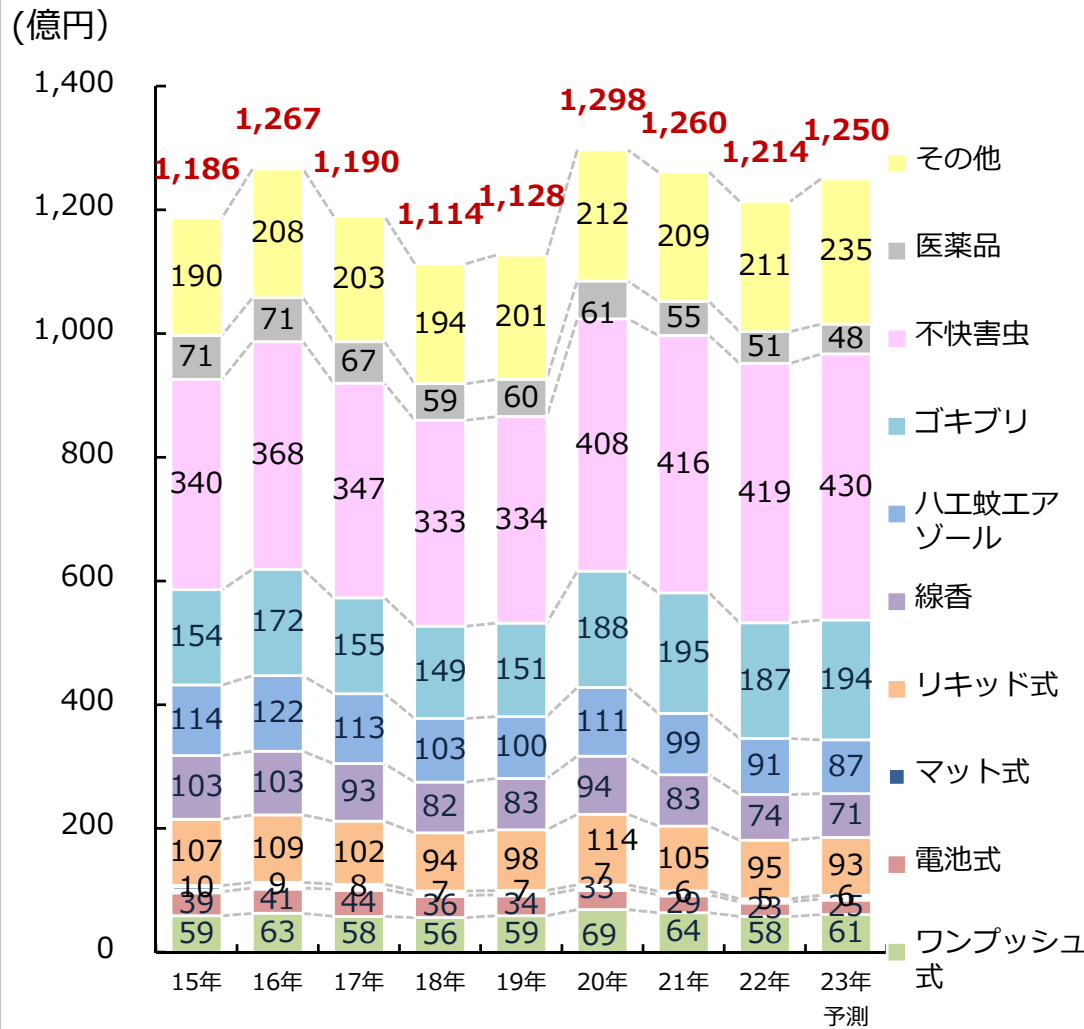
Ⅲ. 補足資料

ジャンル別 売上高増減要因

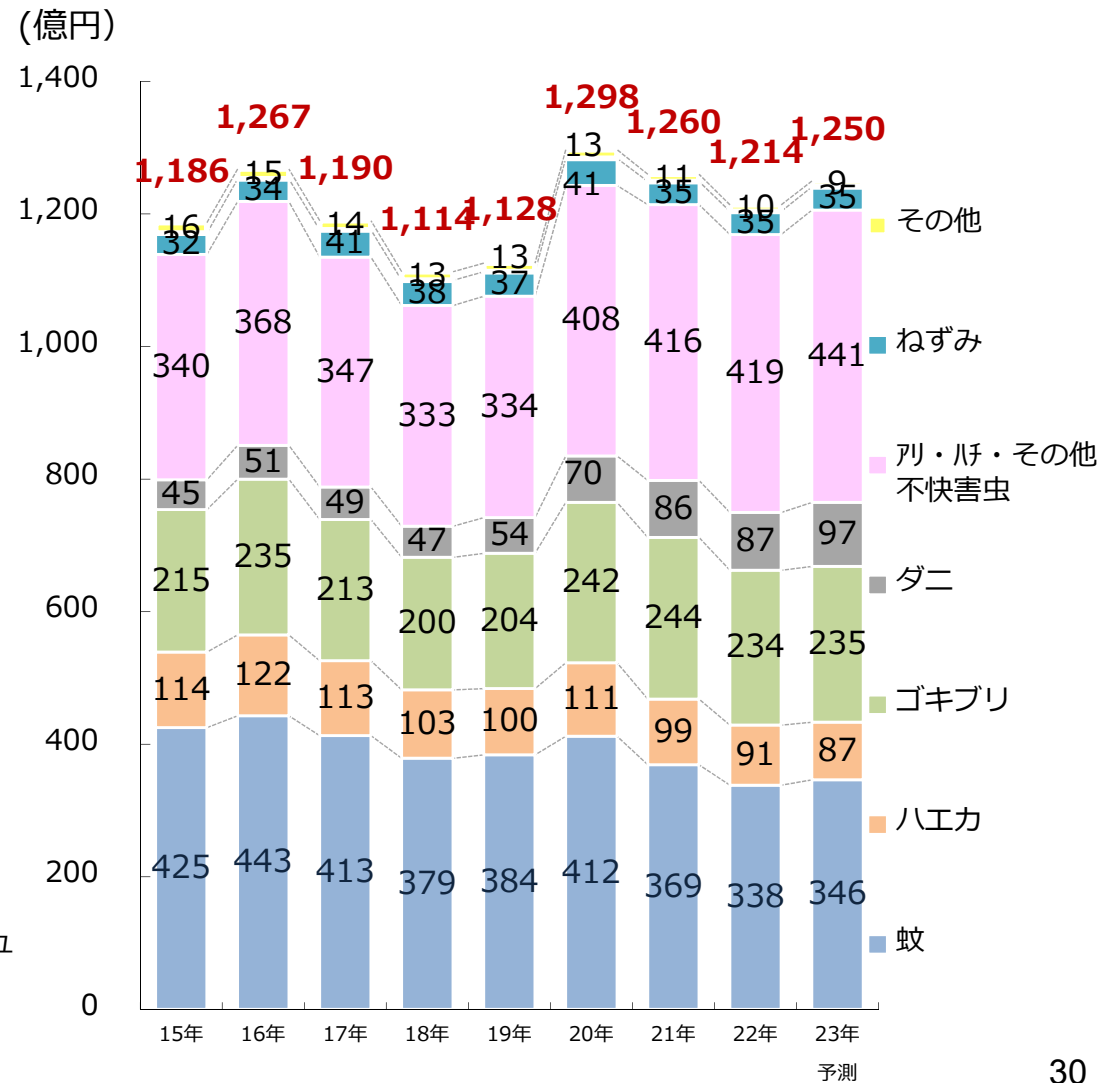
ジャンル		前期比	要因
殺虫剤	国内	91.7%	<ul style="list-style-type: none"> 最盛期の5月~6月が低気温で市場が縮小したことから大幅減
	海外	141.2%	<ul style="list-style-type: none"> イタリア事業が新規連結となり大幅増 東南アジア各国も現地通貨ベースで堅調 為替の影響(円安)を受けたことから円貨が増加
家庭用品		98.8%	<ul style="list-style-type: none"> アルコール除菌剤の反動減は一段落
園芸用品		100.3%	<ul style="list-style-type: none"> 国内殺虫剤同様に天候条件に恵まれなかったものの除草剤が好調
防疫剤 その他		106.6%	<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		117.0%	

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

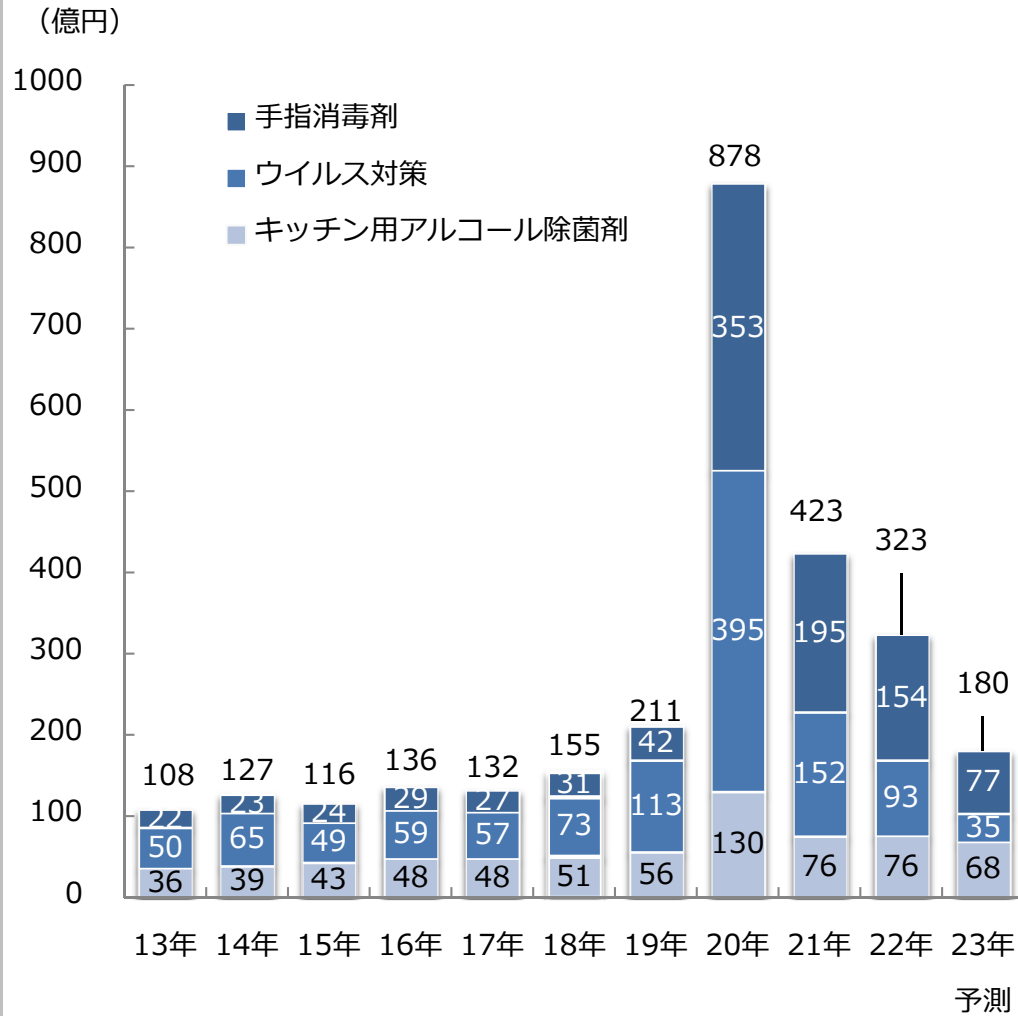


※データ出典 インテージ社SRI+(2020年1月～)

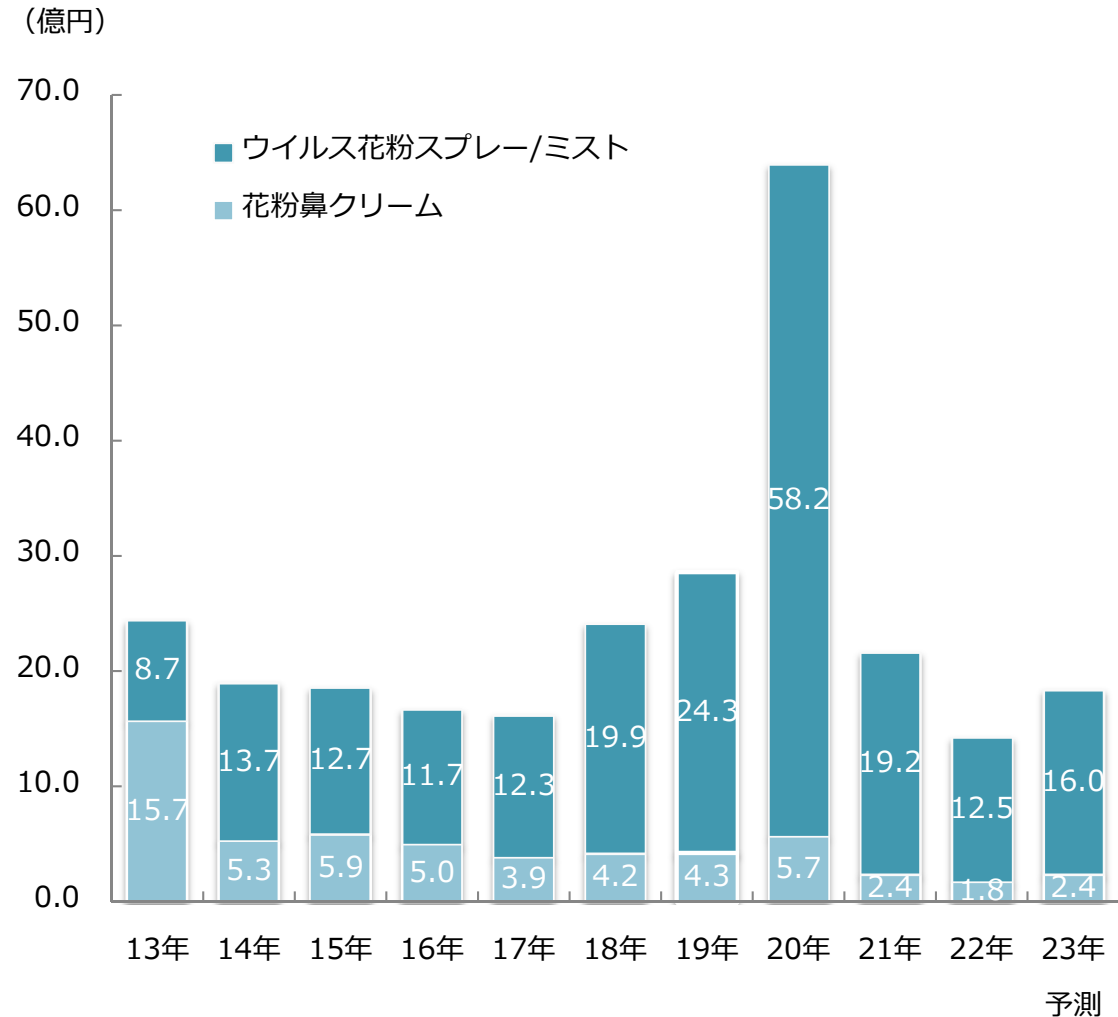
家庭用品市場規模—除菌剤・花粉

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)

