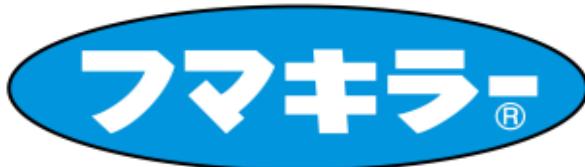


フマキラー株式会社

2024年3月期 第2四半期
決算説明資料

日用品質



2023年12月7日

I . 決算概要

II . 通期予想と今後の展開

III . 補足資料

I. 決算概要 (2024年3月期第2四半期)

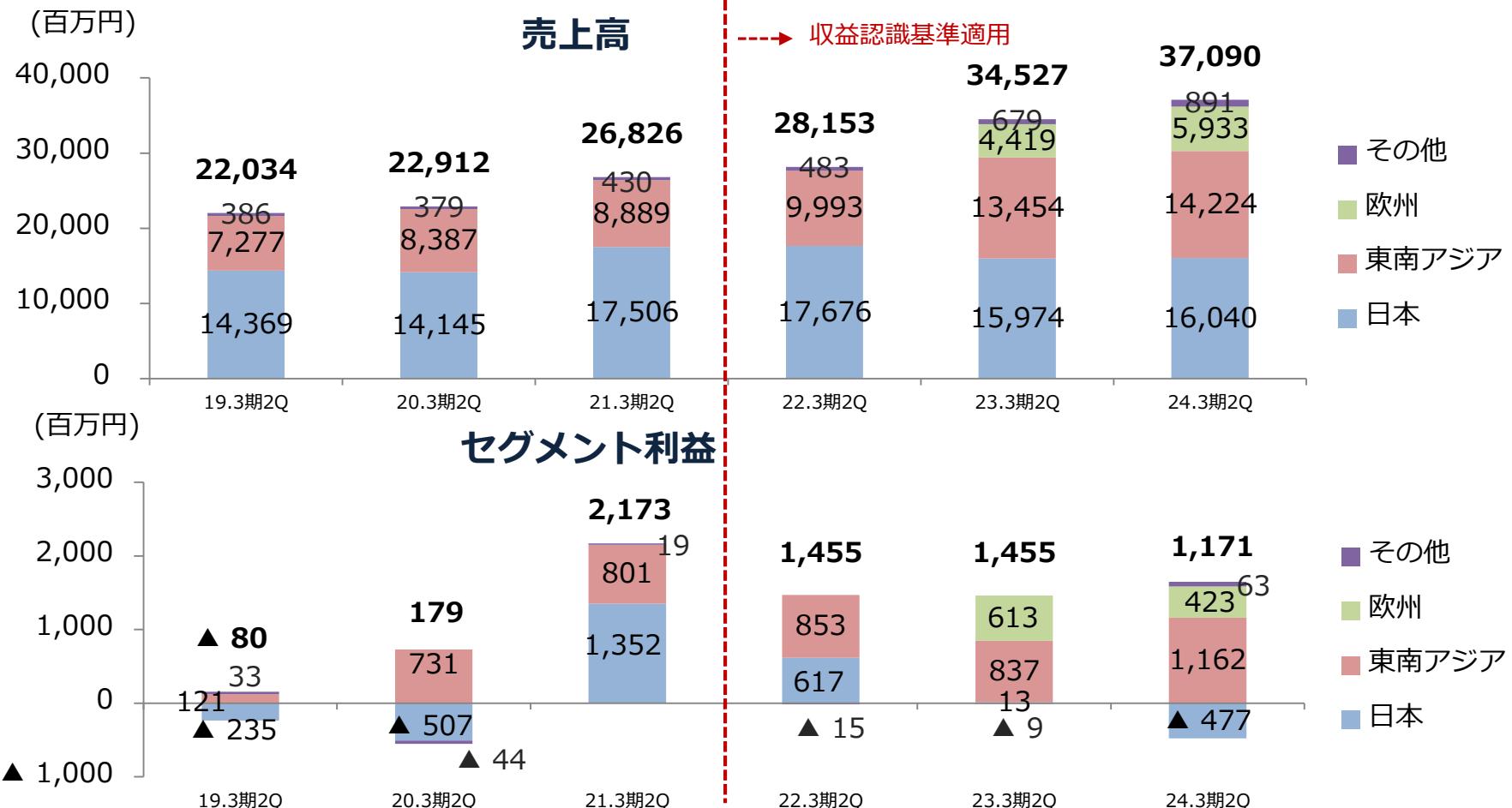
決算概要－連結売上・利益

- 殺虫剤は、外出機会の増加にともなう国内売上の拡大、海外は底堅い需要に円安効果が加わり増収となり、家庭用品・園芸用品のマイナスを補う
- 利益面では、原材料価格が想定以上に上昇し、期初計画を下回る

	23.3月期2Q 実績		24.3月期2Q 期初計画		24.3月期2Q 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 (%)	前年同期 比(%)	計画比 (%)
売上高	34,527	100.0	37,000	100.0	37,090	100.0	107.4	100.2
売上総利益	10,325	29.9	11,700	31.6	10,570	28.5	102.4	90.3
営業利益	1,606	4.7	2,200	5.9	1,428	3.9	88.9	64.9
経常利益	1,818	5.3	2,350	6.4	1,764	4.8	97.0	75.1
親会社株主に帰属する 四半期純利益	659	1.9	1,400	3.8	897	2.4	136.1	64.1
1株当たり利益	40.00円		84.94円		54.45円			

決算概要 - セグメント情報

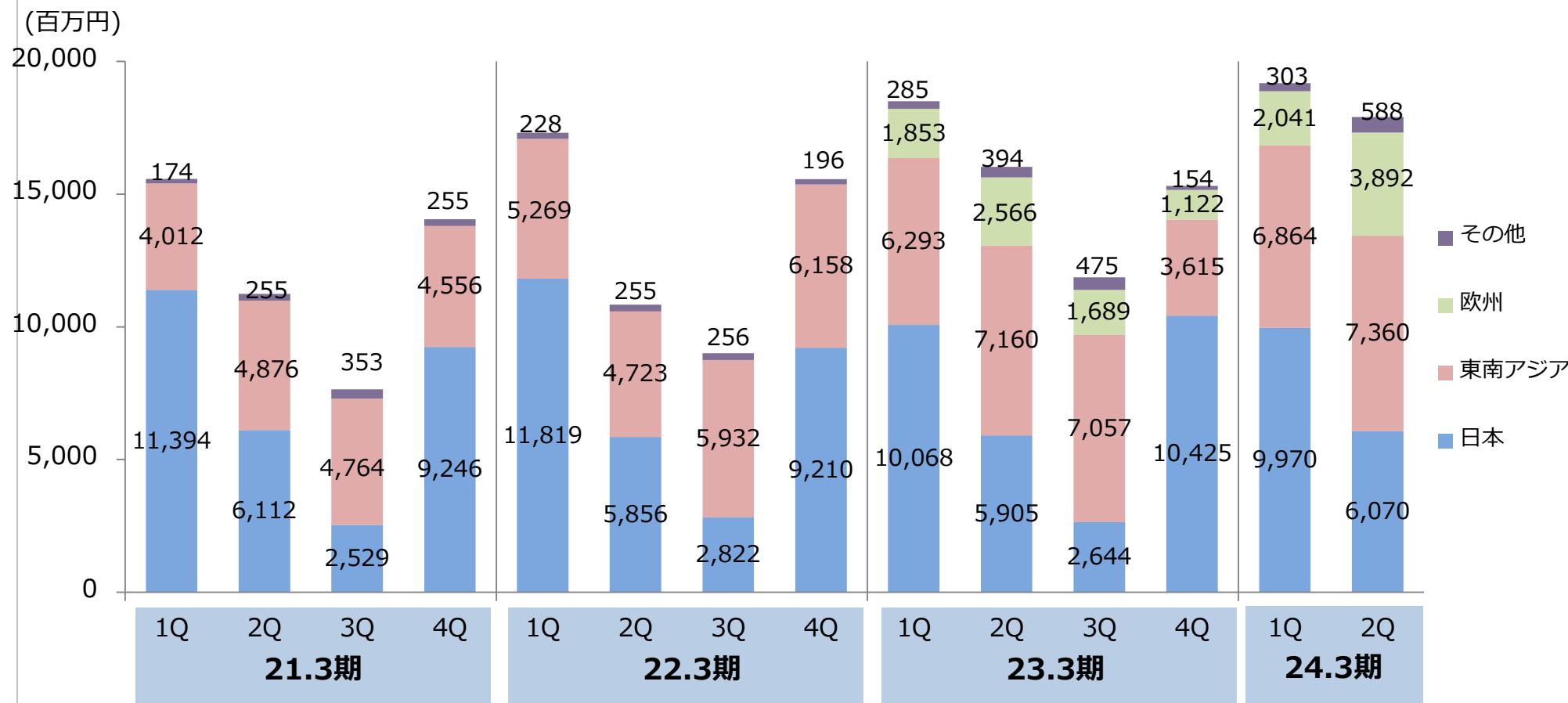
- 日本は、売上は前年同期並みとなった一方で、円安の影響を受け利益悪化
- 東南アジアは現地通貨ベースで前年同期を上回り、さらに円安によるメリットを享受
- 欧州は、ヨーロッパの売上が増加したが、ヨーロッパ、ザビ共に原価率がアップし利益悪化



※欧州セグメントは、22.3期以前はその他に含みます

決算概要 – 四半期別セグメント別売上

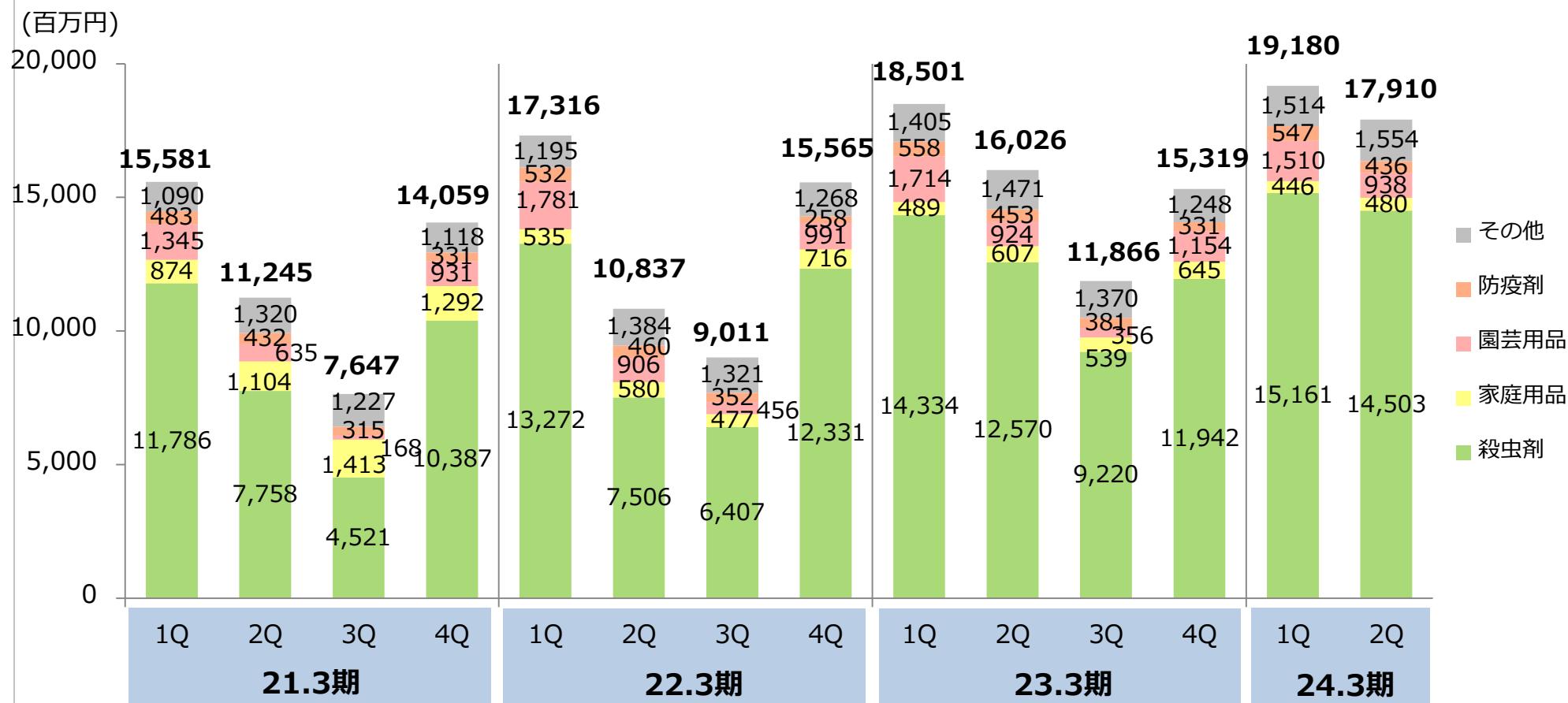
- ◆ 日本セグメントは、最盛期の1Qが減収
- ◆ 欧州セグメントは、ヨーロッパの売上が大きく伸長
- ◆ その他セグメントは、Fアメリカの売上が大きく伸長



※22.3期以降は収益認識基準適用

決算概要 - 四半期別ジャンル別売上

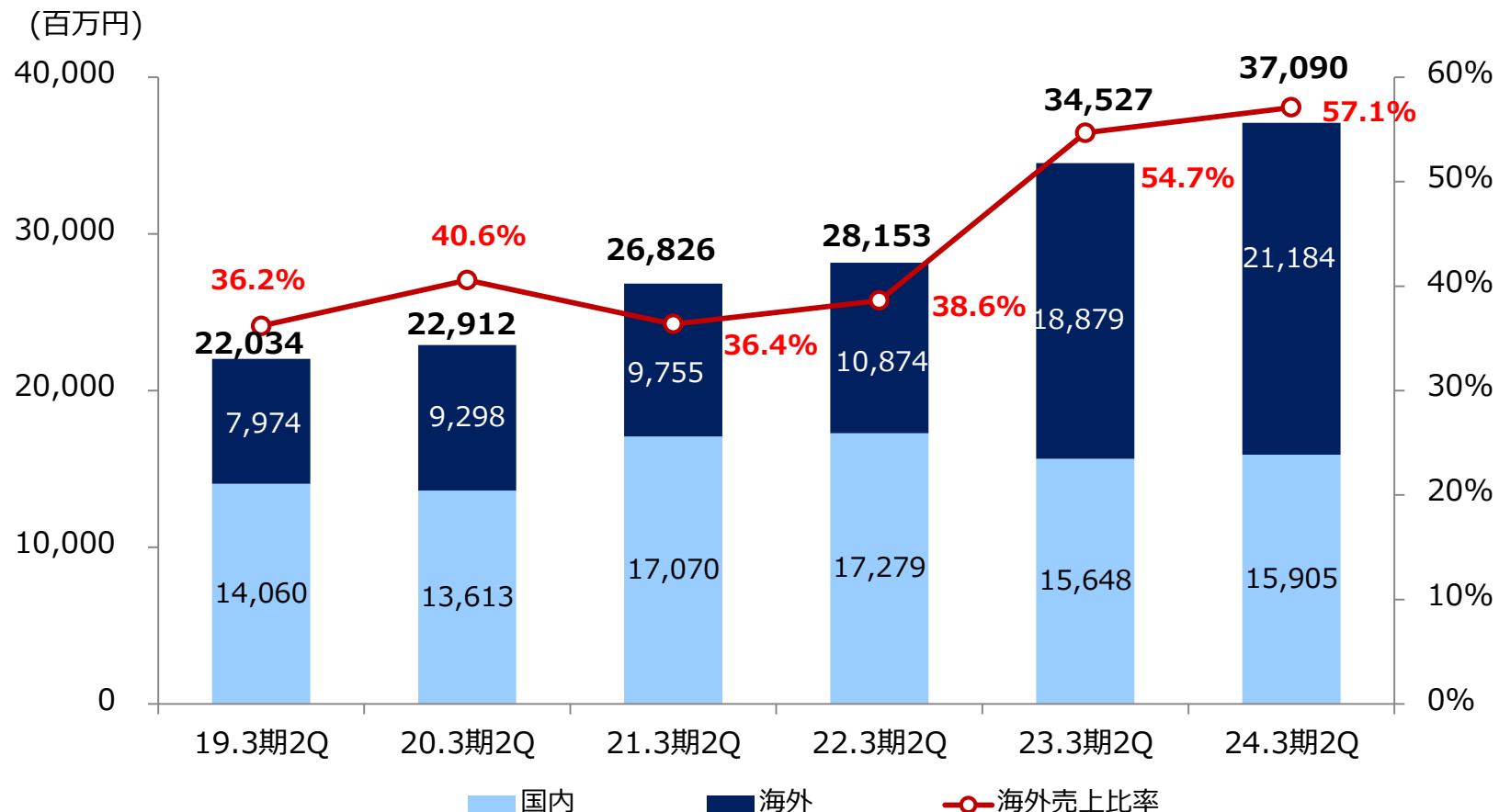
- 国内殺虫剤は1Qは前期並み、2Qは残暑の影響もあり伸長
- 海外はインドネシア、イタリアなど主力市場の売上が現地通貨堅調、円安効果も加わり増収
- 家庭用品はアルコール除菌需要が一服、園芸用品は巣ごもり需要の反動から、国内市場の影響を受けて減収



※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

- 海外売上比率は57.1%と2.4pt上昇



※22.3期以降は収益認識基準適用

決算概要 - 為替の影響

◆ 為替による業績への影響は、売上高で+1,114百万円、営業利益で+21百万円

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	▲69	海外売上+1、海外仕入▲70
海外子会社	+1,095	+90	インドネシア（2社）+36、アジア▲4 インド+0、メキシコ+11、ミャンマー+12 イタリア+35
合計	+1,114	+21	

期末レート

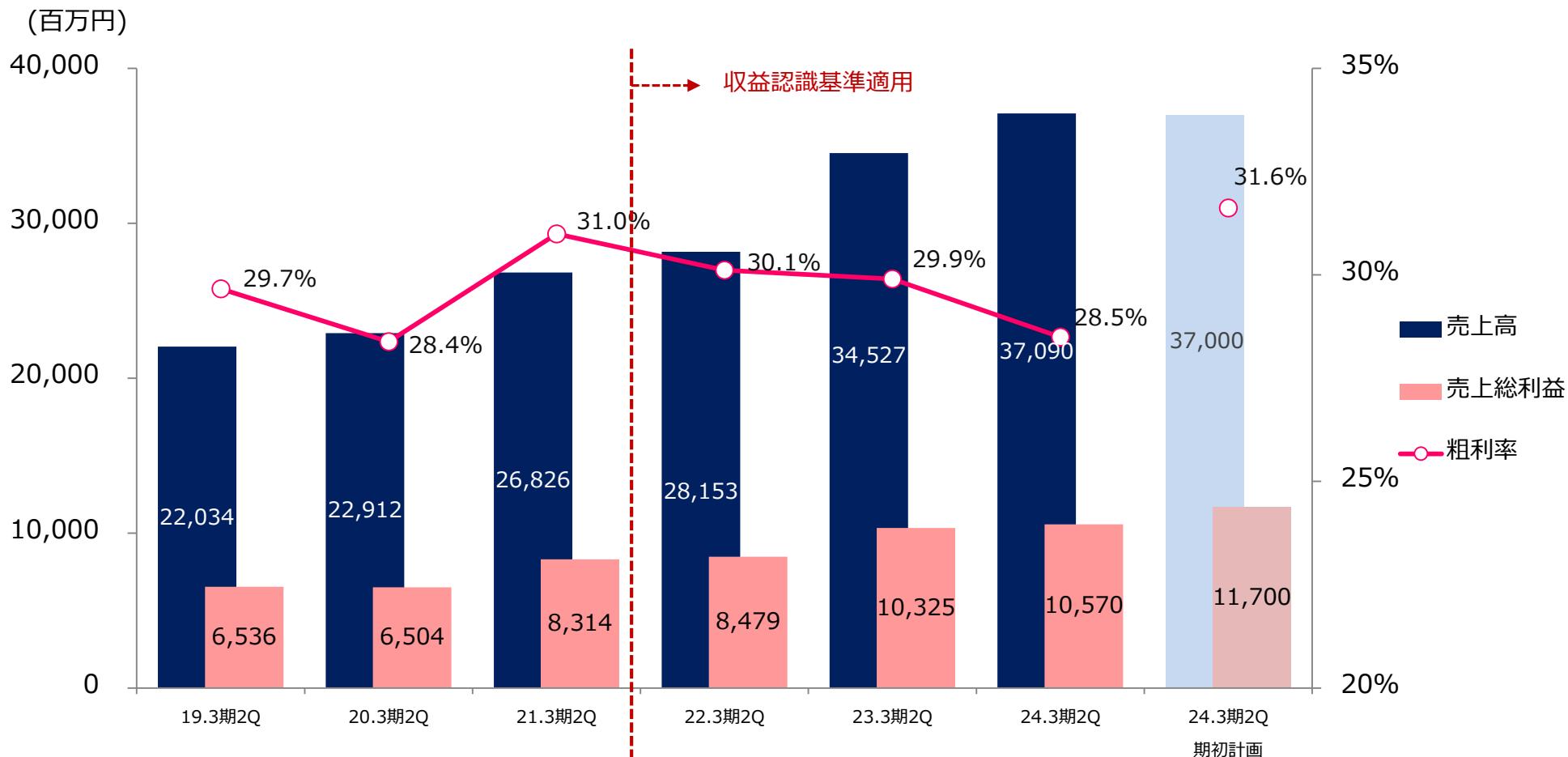
期末	22年6月	23年6月	23年12月 計画
円/100ルピア	0.920	0.970	0.912
円/リングギット	31.24	30.96	30.50
円/ルピー	1.78	1.80	1.75
円/ペソ	7.19	8.47	8.03

期中平均レート

期中平均	22年4-9月	23年4-9月	23年4月 -24年3月 計画
円/ドル	133.04	140.51	145.02
円/ユーロ	136.52	149.70	153.89

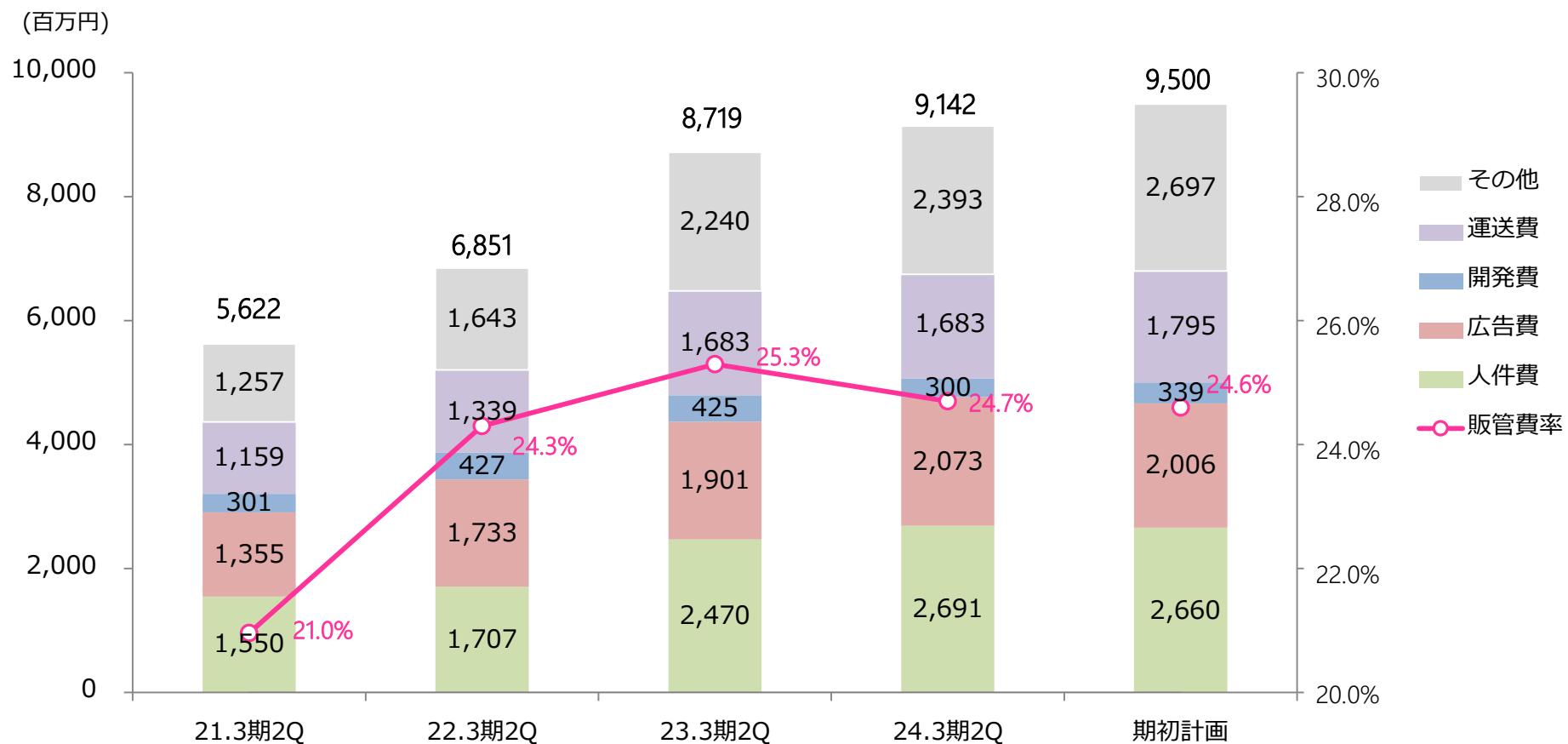
決算概要 - 売上総利益 (粗利率)

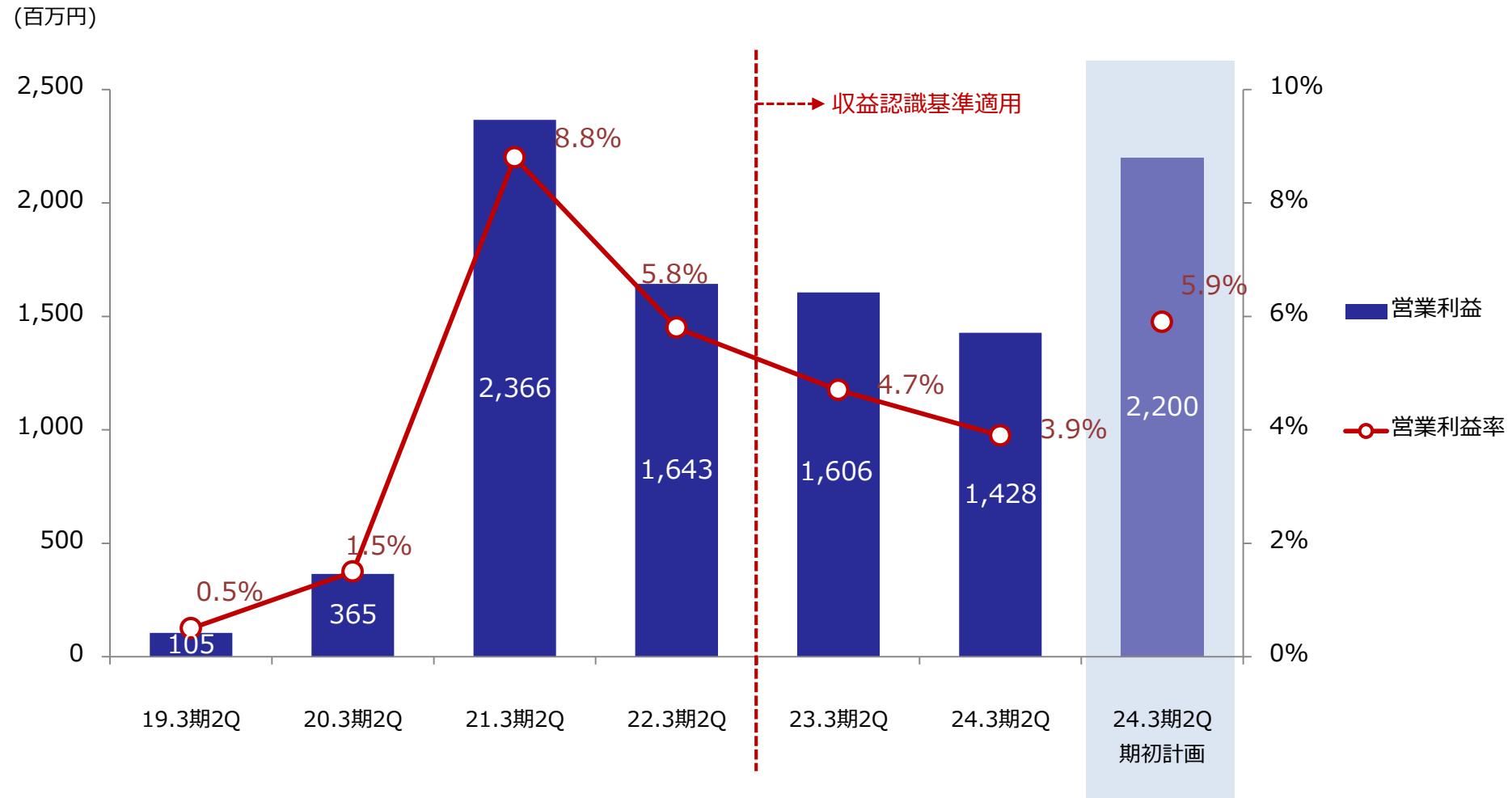
- ◆ 売上総利益率は、1.6ptの改善見込みに対し1.5pt悪化（計画比3.1ptの悪化）
- ◆ 国内は原材料価格が高止まると考えていたが、円安影響もありさらに上昇
- ◆ 欧州においては、ウクライナ情勢の影響が長引いたことによる原材料高が粗利を圧迫



※売上総利益：返品調整引当金繰入前(21.3期以前)

- 為替の影響により海外子会社の販管費が全体的に増加
- 欧州事業の本格化により人件費が増加



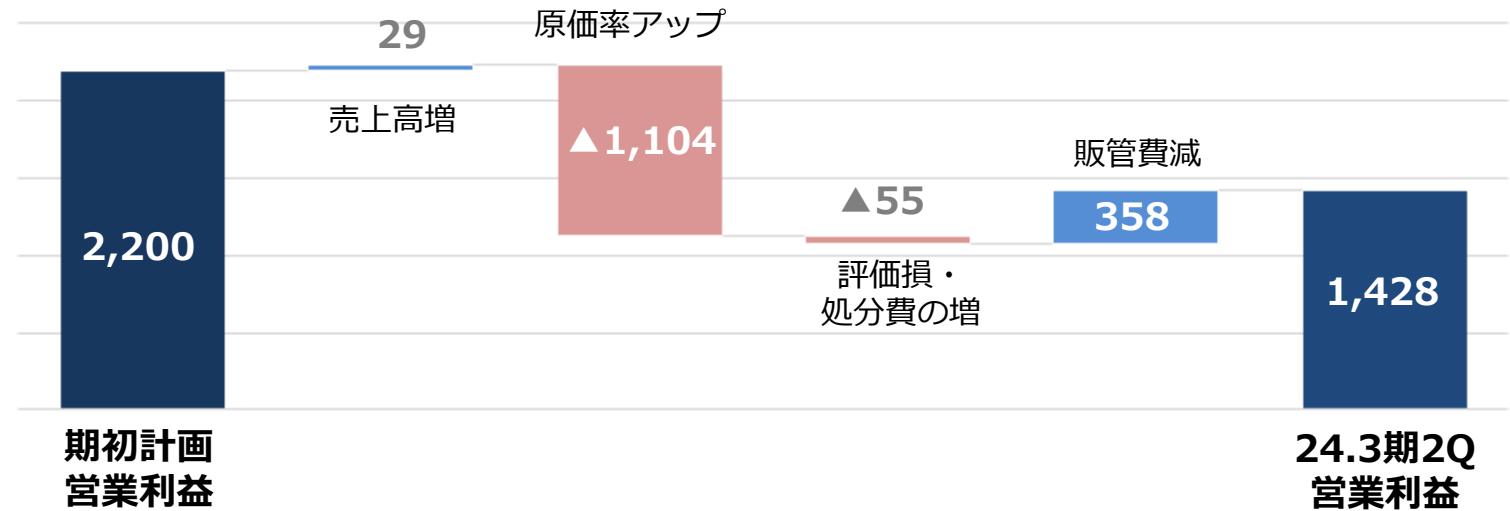


決算概要—営業利益増減要因

前年同期比
▲178百万円



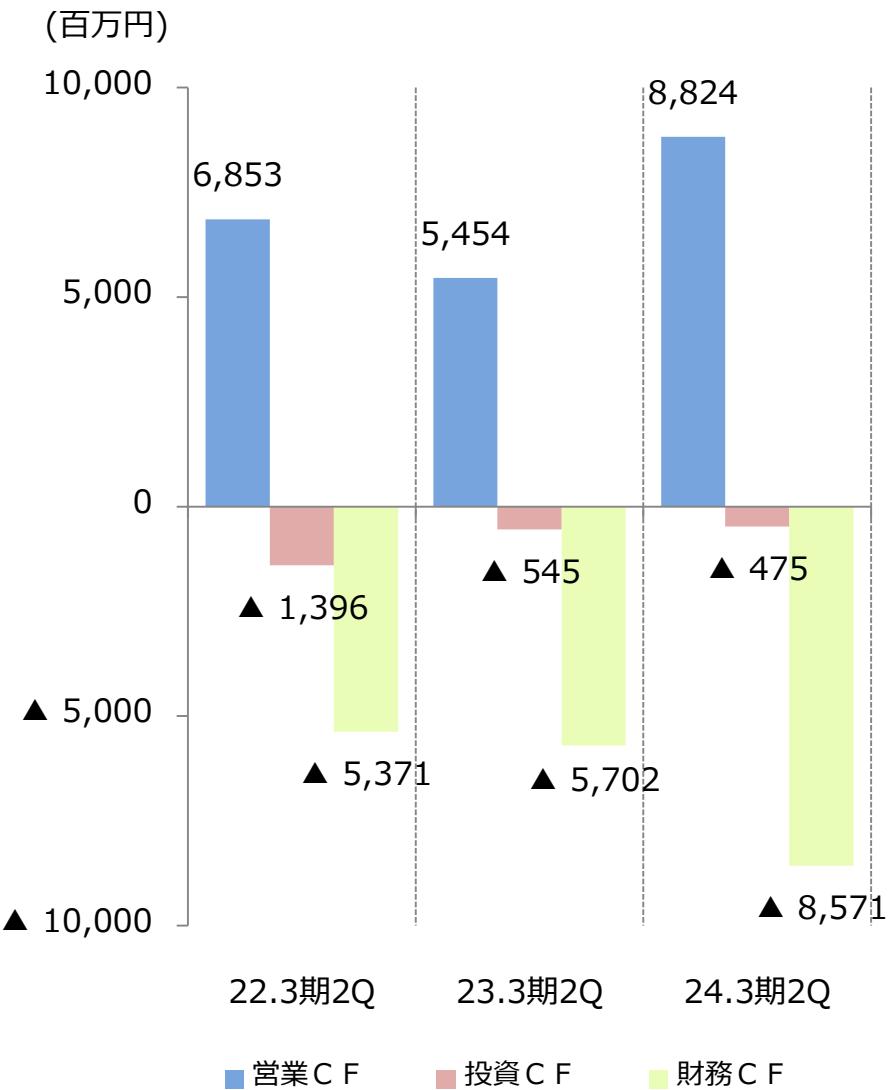
期初計画比
▲772百万円



決算概要－貸借対照表

	23.3期2Q末	24.3期2Q末	対23.3期2Q末増減	(単位：白万円)
流動資産	31,690	35,013	3,323	
現金及び預金	6,506	7,238	732	
売上債権	11,305	14,611	3,306	ヨーロッパ +1,304、単体 +826
たな卸資産	11,708	11,004	▲704	単体在庫 ▲779
固定資産	20,072	20,200	128	
有形固定資産	10,533	10,408	▲124	
無形固定資産	3,840	3,572	▲268	
投資有価証券	4,604	5,221	617	
資産合計	51,762	55,213	3,450	
流動負債	25,176	26,437	1,261	
買入債務	8,093	9,793	1,700	単体 +821、ヨーロッパ +506
固定負債	3,252	3,459	206	
有利子負債	9,257	8,042	▲1,215	単体 ▲2,057、ヨーロッパ +318、ザビ +275
負債合計	28,429	29,896	1,467	
純資産	23,333	25,316	1,983	
資本金	3,698	3,698	0	
負債純資産合計	51,762	55,213	3,450	

決算概要 - キャッシュ・フロー



(単位：百万円)

	23.3期 2Q	→	24.3期 2Q
営業キャッシュフロー	5,454	→	8,824
税金等調整前四半期純利益	1,549	→	1,778
売上債権減少額	3,133	→	2,086
棚卸資産減少額	2,058	→	2,663
仕入債務増減額（▲は減少）	▲1,666	→	451
投資キャッシュフロー	▲545	→	▲475
有形固定資産の取得	▲589	→	▲407
財務キャッシュフロー	▲5,702	→	▲8,571
短期借入金の純増減額	▲5,010	→	▲8,084

II. 通期予想と今後の展開 (2024年3月期)

24.3期上期総括

国内

- 値上げによる粗利確保を図るも、原材料価格の高止まりによる原価増を吸収できず
- 為替が期初計画前提に対し大きく円安となり、粗利を押し下げる

東南 アジア

- インドネシアは着実に成長、現地通貨ベースでも增收
- ベトナムは現地通貨ベースでは減収も円貨では增收
- マレーシア、タイは現地通貨ベース、円貨ベースともに減収

欧州

- フマキラーヨーロッパは事業の本格化2年目で大幅增收
- ザビは殺鼠剤市場の縮小もあり減収

国別売上高 前年同期増減 (23年1月-6月)

	インドネシア	ベトナム	マレーシア	タイ	ミャンマー	イタリア
現地通貨	↗	↘	↘	↘	↗	↗
円貨	↗	↗	↘	↘	↗	↗

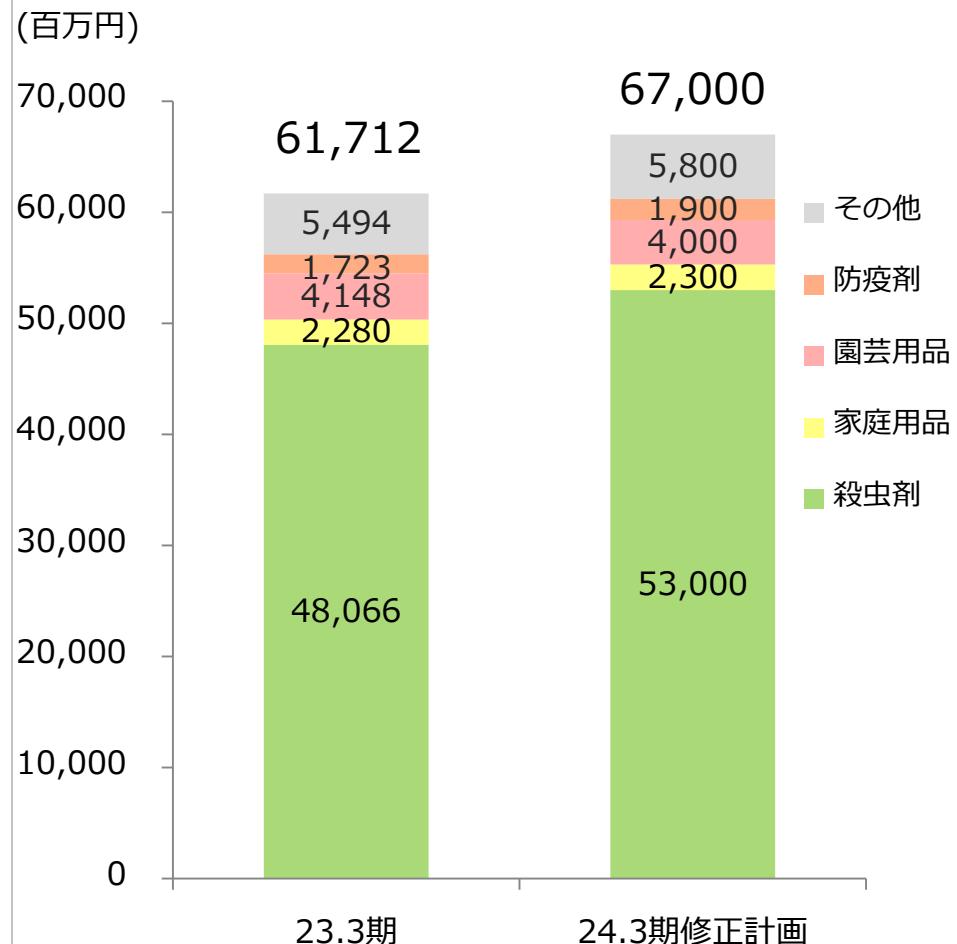
通期業績予想

- 上期実績および足もとの市場動向や外部環境を考慮し、通期予想を修正
- 下期ベースでは、売上・利益とも期初計画を上回る見通し

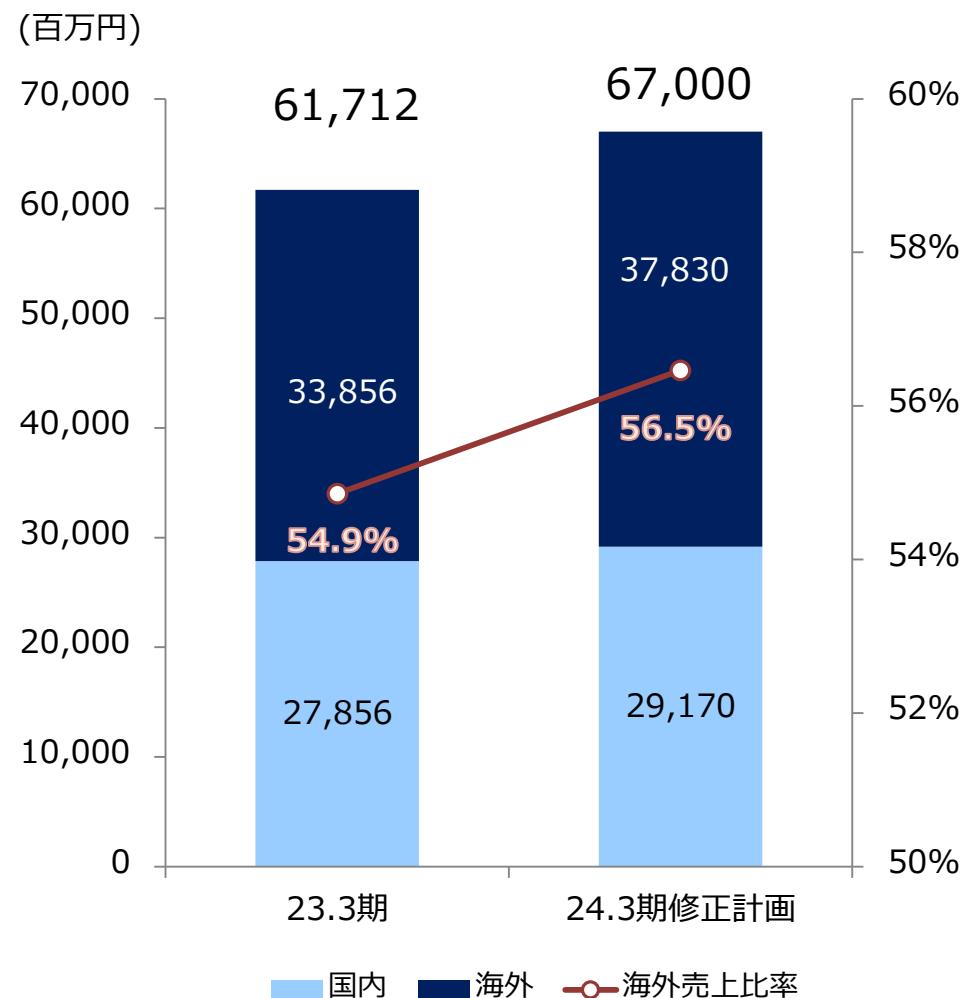
	23.3期実績 (百万円)	24.3期期初 計画(百万円)	24.3期計画 (百万円)	対前期増減額 (百万円)	前期比 (%)
売上高	61,712	65,000	67,000	+5,288	108.6
売上総利益 (粗利率) (%)	17,741 (28.7%)	20,400 (31.4%)	20,000 (29.9%)	+2,259 (+1.2pt)	
販管費	15,847	17,700	17,900	+2,053	
営業利益	1,894	2,700	2,100	+206	110.9
経常利益	2,315	3,050	2,600	+285	112.3
親会社株主に帰属 する当期純利益	668	1,800	1,500	+832	224.3
1株当たり利益	40.58円	109.21円	91.01円		

通期予想 - ジャンル別売上

ジャンル別売上高



国内/海外売上高



今後の課題と取り組み

①原材料価格

- 国内 殺虫剤を中心に値上げによる価格転嫁を追加実施(2024年1月出荷分より)
- 海外 更なる商品群への価格転嫁・追加での値上げを実施

②国内販売強化

- 殺虫剤 好調なEC販売の更なる強化
- 家庭用品(アレルシャットの拡売)、園芸用品(新製品投入)の販売強化

③海外事業を軸とした成長戦略

- 東南アジア各国での殺虫剤の更なるシェアアップ
- 欧州における販路拡大、フマキラーヨーロッパとザビとの連携強化

EC販売の更なる強化

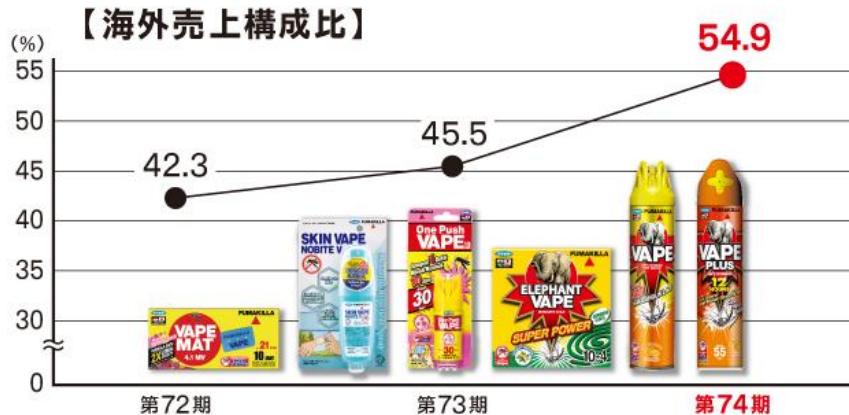
①国内ECチャネルによる販売を強化

- 品揃えの充実
- 弊社オンラインショップの活用
- オフシーズンの殺虫剤需要

②越境ECによる海外向けの販売を強化

- 海外子会社のない国でも
製品の購入機会を創出

The screenshot shows the homepage of the FUMAKILLA ONLINE SHOP. At the top, there are links for '会員登録' (Member Registration), 'マイページ' (My Page), and 'お問い合わせ' (Contact). Below the header, a banner for 'FUMAKILLA ONLINE SHOP' features a large yellow circle with the text '効果1.8倍' (Effect 1.8 times) and an image of a house with a child. The main navigation menu includes categories like '殺虫剤' (Insecticide), '家庭用品' (Household Goods), and '園芸用品' (Garden Goods). A calendar for December 2023 and January 2024 is displayed below the menu. The right side of the page features several promotional banners for various products, such as 'ウルトラベープ PRO' (Ultra Beeper PRO) and 'ハエ・蚊・ゴキブリにこれ1本!' (For flies, mosquitoes, and cockroaches, one bottle is enough!).



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

- 33年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

- フマキラーヨーロッパ、ザビの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

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

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



エコレールマークの取得

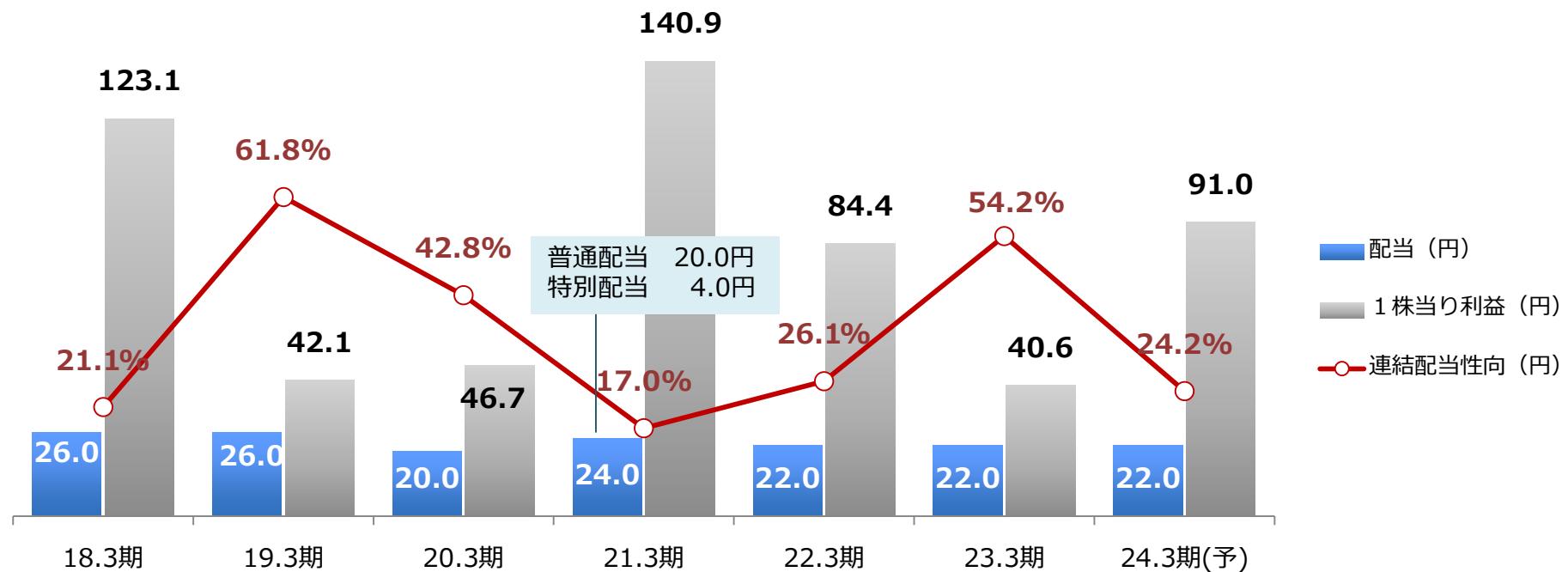
鉄道貨物輸送によるCO2排出量削減による「環境負荷低減」の更なる推進



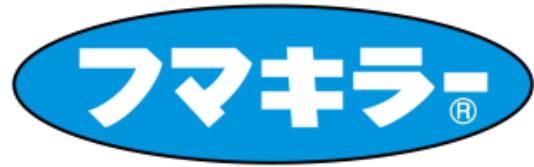
配当に関する基本方針

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

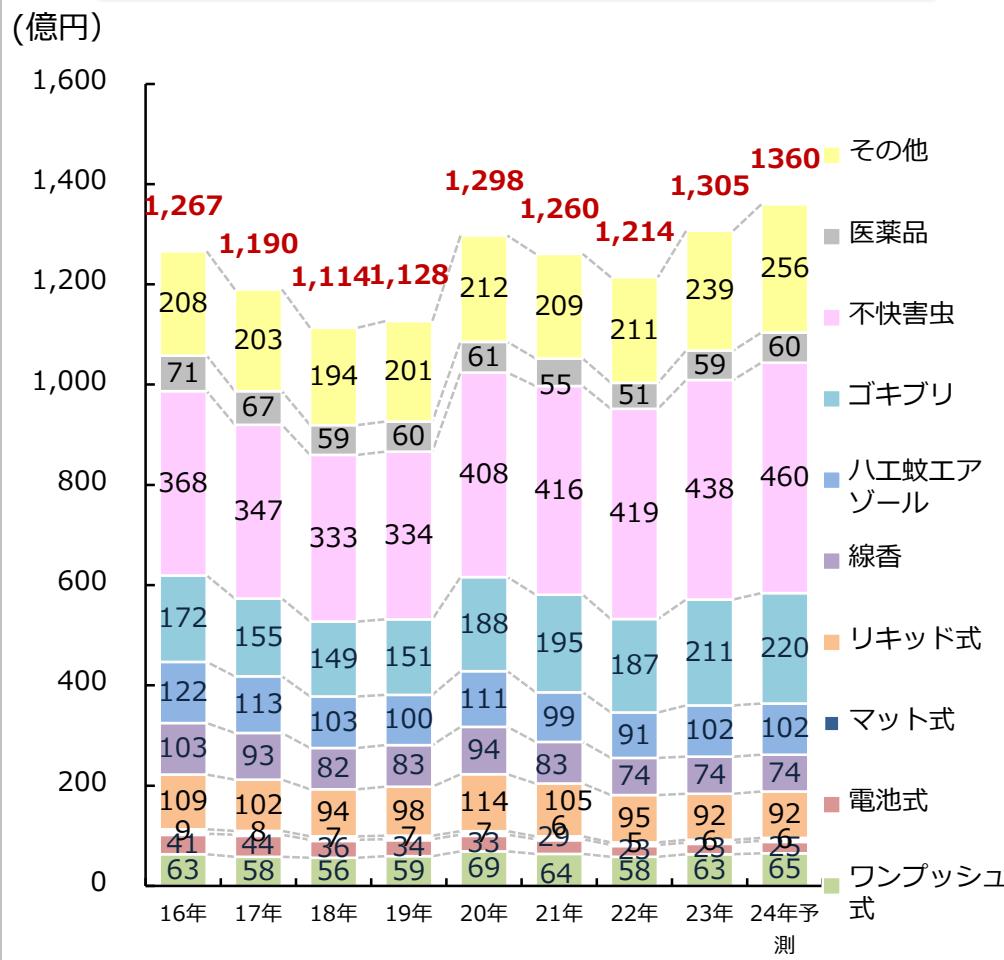
FAX : 0829-55-0712

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

III. 補足資料

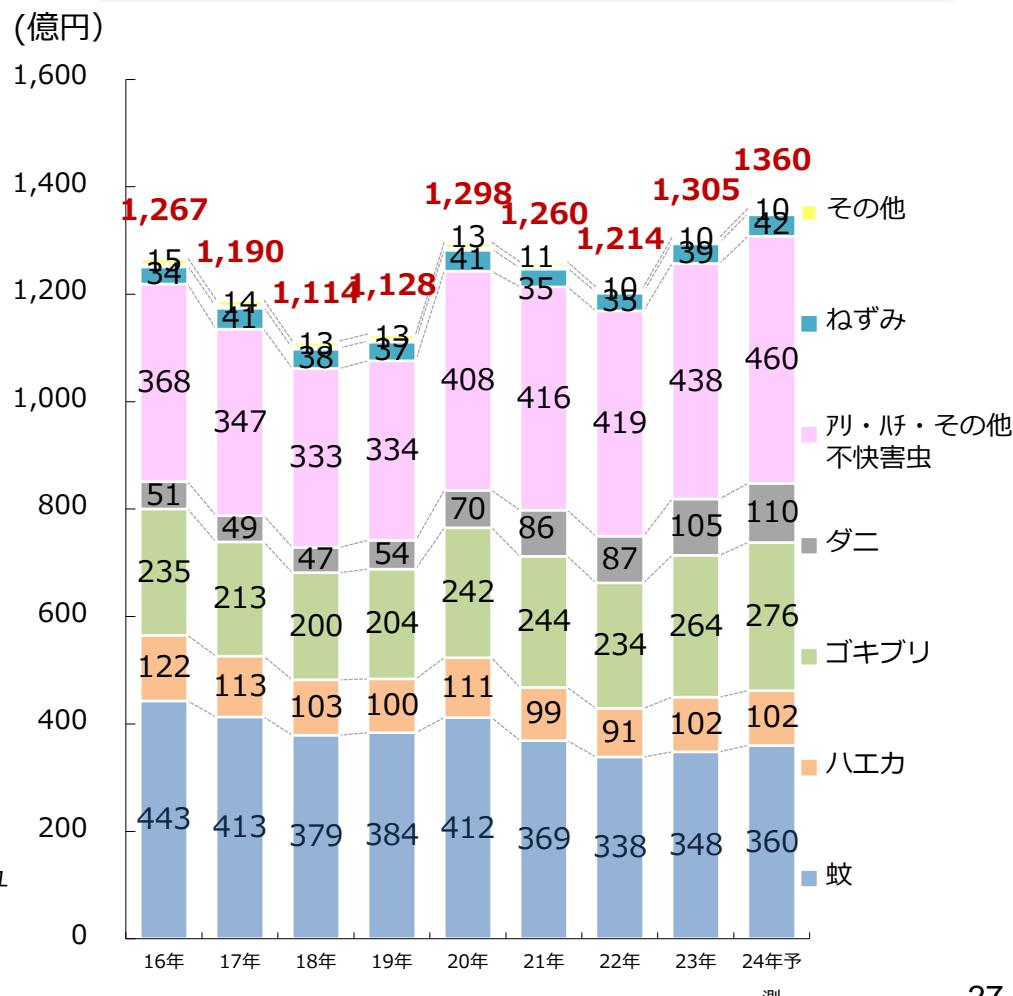
家庭用殺虫剤市場規模－国内市場

国内・家庭用殺虫剤市場規模
年間約1,300億円（小売ベース）



※データ出典インテージ社SRI+（2020年1月～）

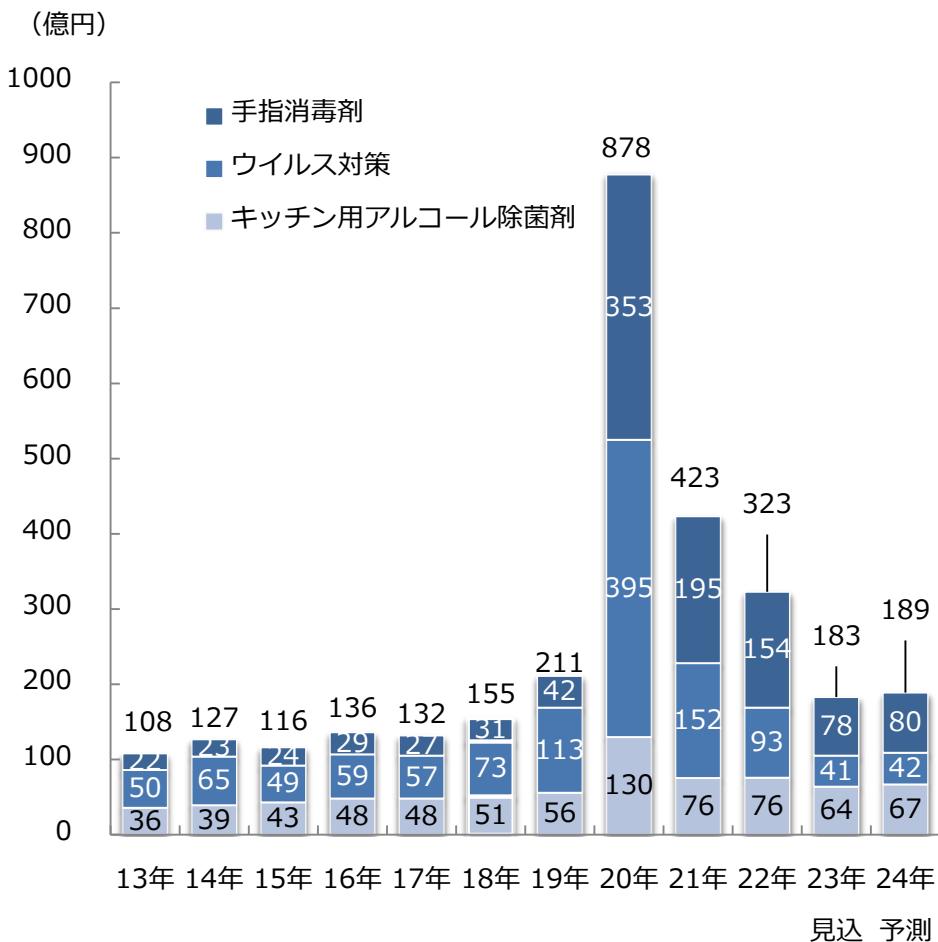
害虫別殺虫剤市場規模



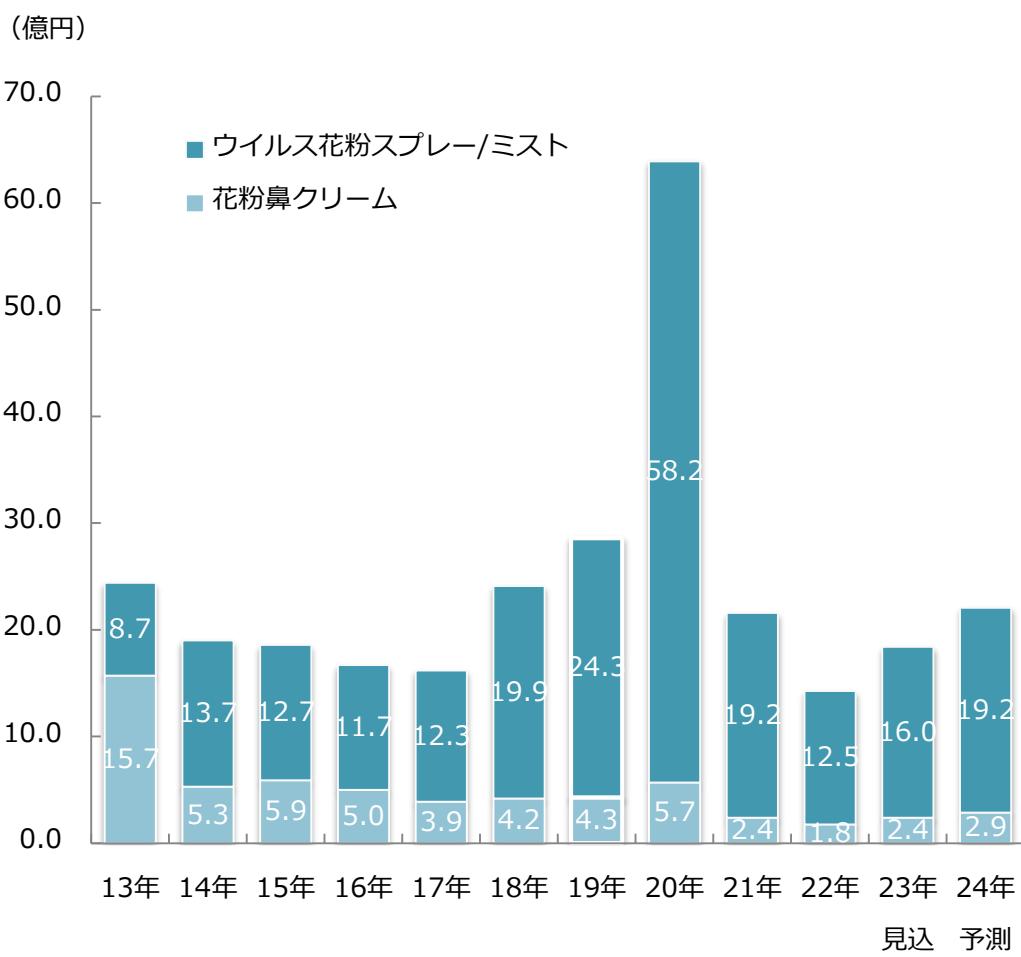
家庭用品市場規模—除菌剤・花粉

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

