フマキラー株式会社

2018年3月期 第2四半期
決算説明会

日用品質

フマキラー®

2017年12月1日

日用品質
フマキラー

目次

Ⅰ．決算概要

Ⅱ．通期予想

Ⅲ．今後の展開

Ⅳ．補足資料

Ⅰ．決算概要
（2018年3月期第2四半期）

日用品質 フマキラー

決算概要－連結売上・利益

- 広告費・販売推進費を中心に販管費の増加により減益
- 天候不順の影響もあり計画をやや下回ったが、概ね期初計画に沿った推移

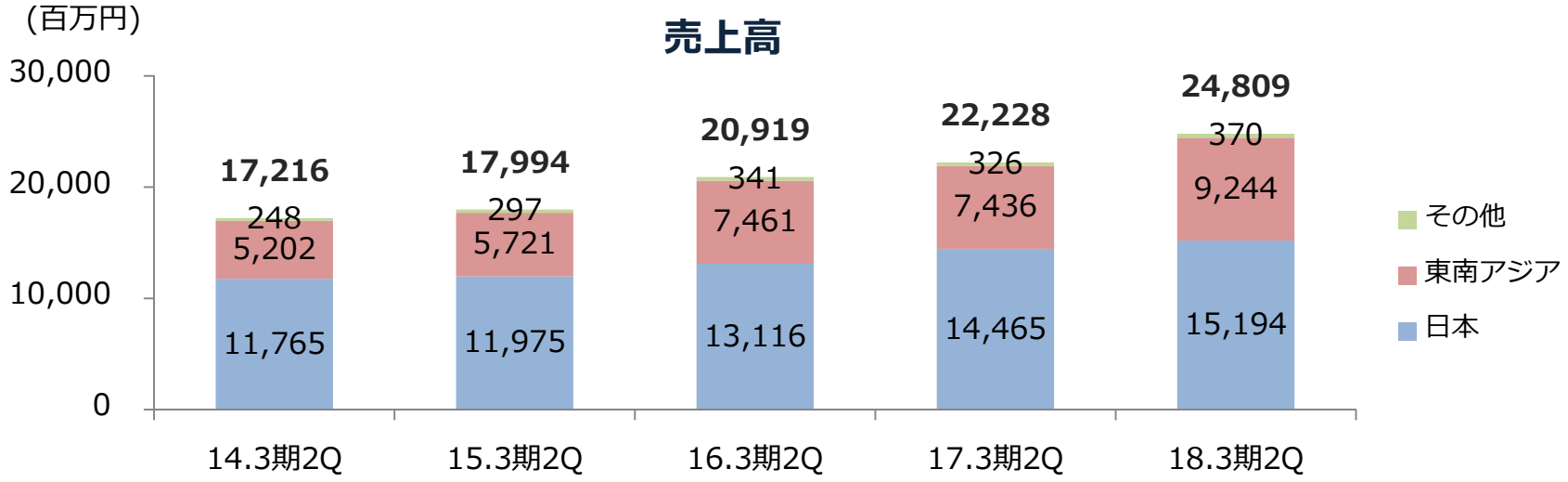
	17.3期2Q 実績		*18.3月期2Q 期初計画*		18.3期2Q 実績			
	金額 (百万円)	構成比 (%)	*金額 (百万円)*	*構成比 (%)*	金額 (百万円)	構成比 (%)	前年同期比(%)	計画比 (%)
売上高	22,228	100.0	*25,200*	*100.0*	24,809	100.0	111.6	98.4
売上総利益	7,582	34.1	*8,540*	*33.9*	8,248	33.2	108.8	96.6
営業利益	2,074	9.3	*1,810*	*7.2*	1,678	6.8	80.9	92.7
経常利益	2,094	9.4	*1,800*	*7.1*	1,704	6.9	81.4	94.7
親会社株主に帰属する当期純利益	1,302	5.9	*1,090*	*4.3*	1,040	4.2	79.9	95.4
1株当り利益	93.70円		*78.40円*		74.86円			

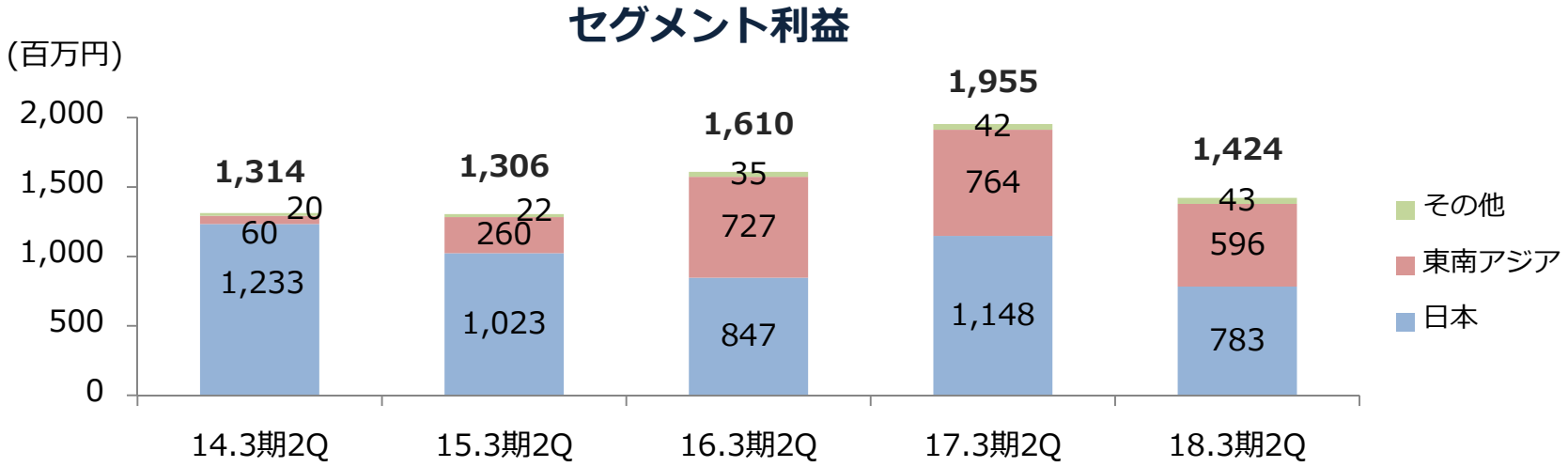
※売上総利益：返品調整引当金繰入前
17.3期2Qの1株当り利益は2017年10月1日に実施した株式併合を前期期初に行ったものと仮定して算定。期初計画も公表値を修正

日用品質 フマキラー

決算概要－セグメント情報

- 国内・海外ともに売上が順調に伸びる中、さらなるブランド力向上のため、広告費・販売推進費を大幅に増加させたため、セグメント利益は前年同期比減益





日用品質 フマキラー

決算概要－為替の影響

- 円安により海外からの仕入れコストがアップ
- 海外子会社は各通貨とも円安基調で推移し増益要因となるが、海外仕入は減益要因となり、全体的な影響は軽微。

(百万円)

	売上高	営業利益	備考
フマキラー	+22	▲70	輸出売上 +3、海外仕入 ▲73（減益）
海外子会社	+556	+44	
合計	+578	▲26	

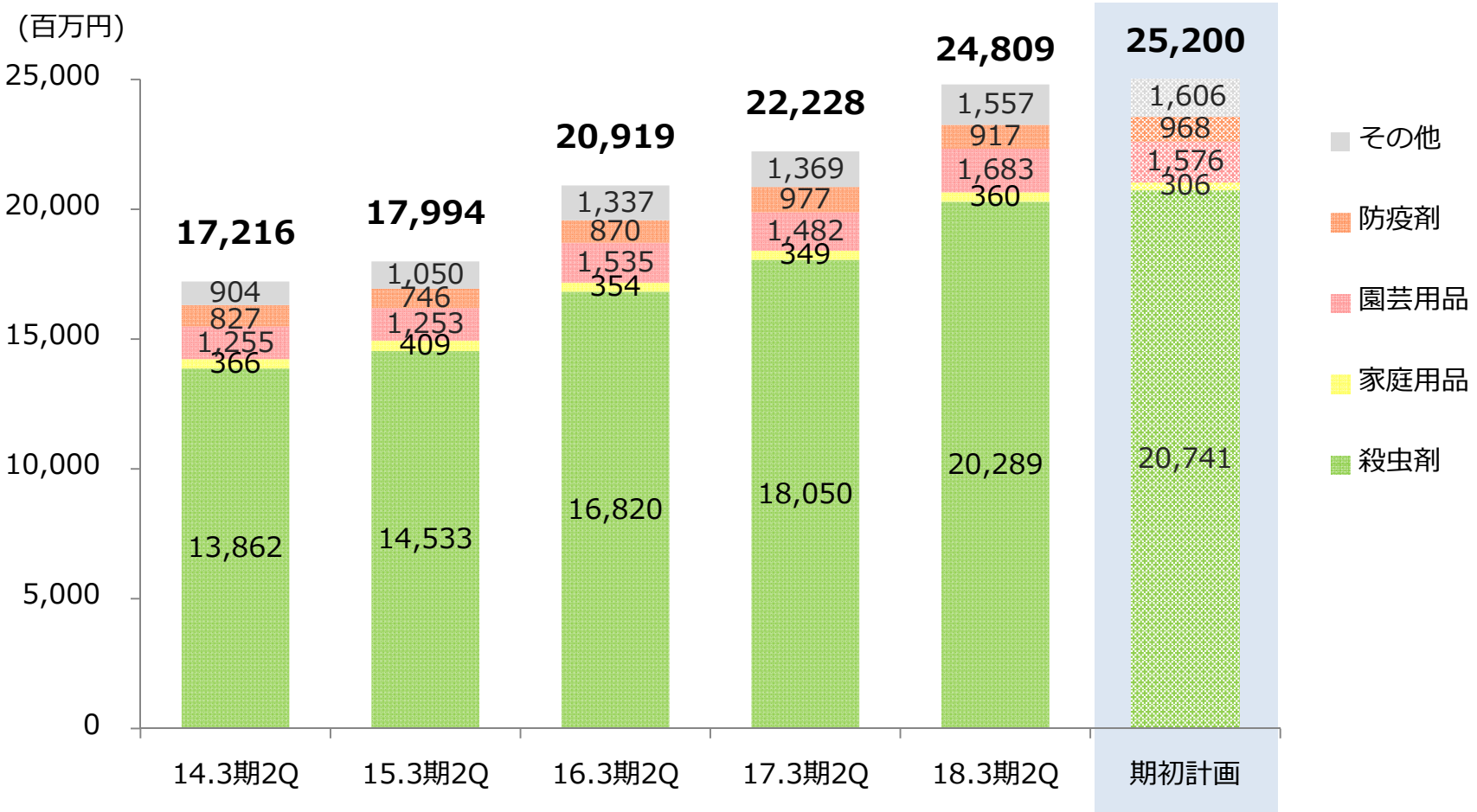
期末	16年6月	17年6月	17年12月計画
円/100ﾙﾋﾟｱ	0.78	0.84	0.82
円/リンギット	25.64	26.09	25.00
円/ルピー	1.53	1.73	1.62
円/ペソ	5.57	6.22	5.20

期中平均	16年6月	17年6月	18.3期計画
円/ドル	105.7	111.0	110.0
円/ユーロ	121.2	121.4	115.0

日用品質 フマキラー

決算概要－商品ジャンル別売上①

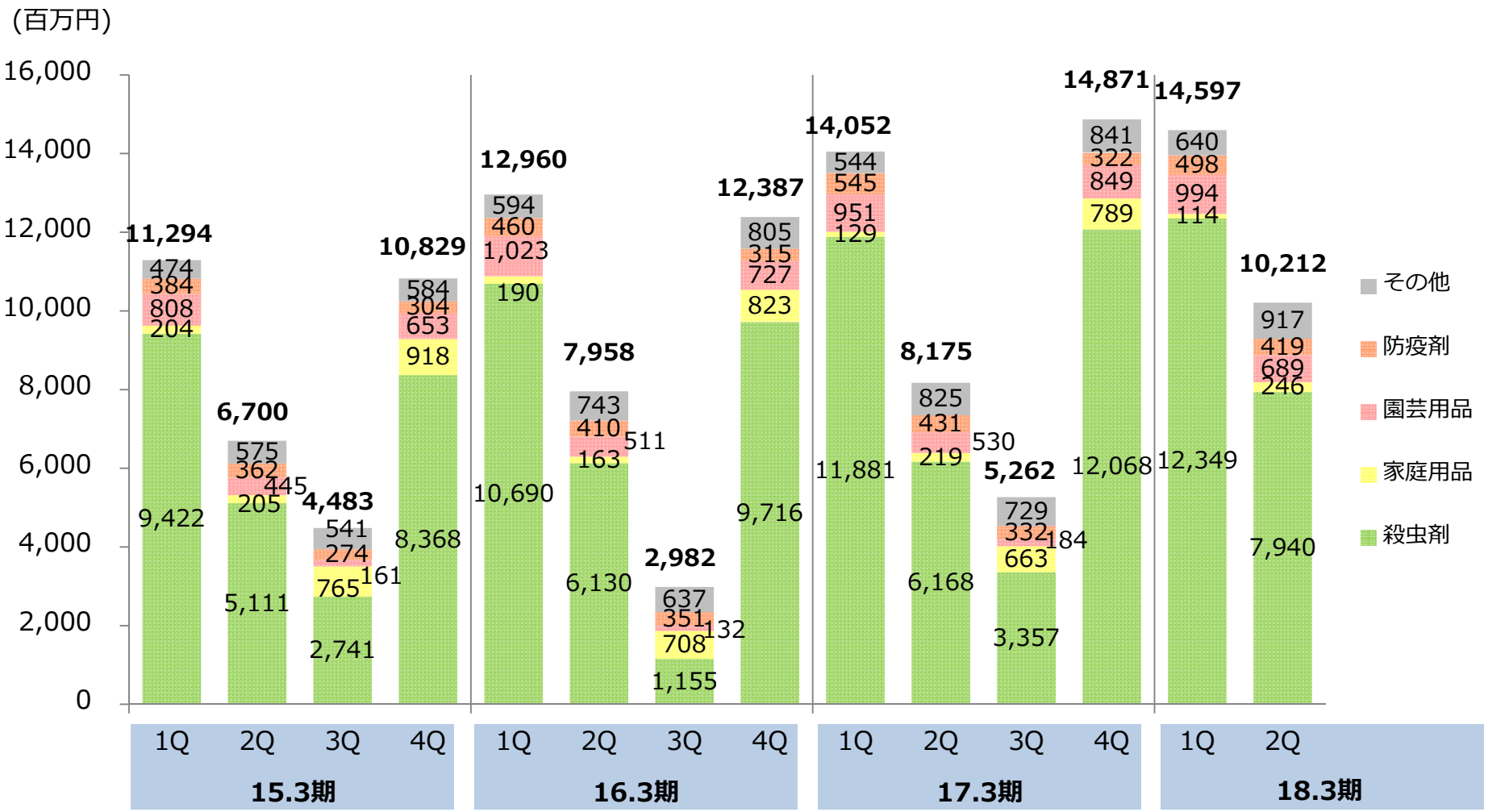
- 殺虫剤、園芸用品が、天候不順の影響を受けたものの、感染症対策の啓発活動の成果や海外売上の拡大により順調に推移
- 近年はシロアリ施工を中心とした「その他ジャンル」が安定して伸長



日用品質 フマキラー

決算概要－商品ジャンル別売上②

- 殺虫剤および園芸用品は、1Qやや伸び悩んだが2Qにカバー



日用品質 フマキラー

決算概要－売上高の増減要因

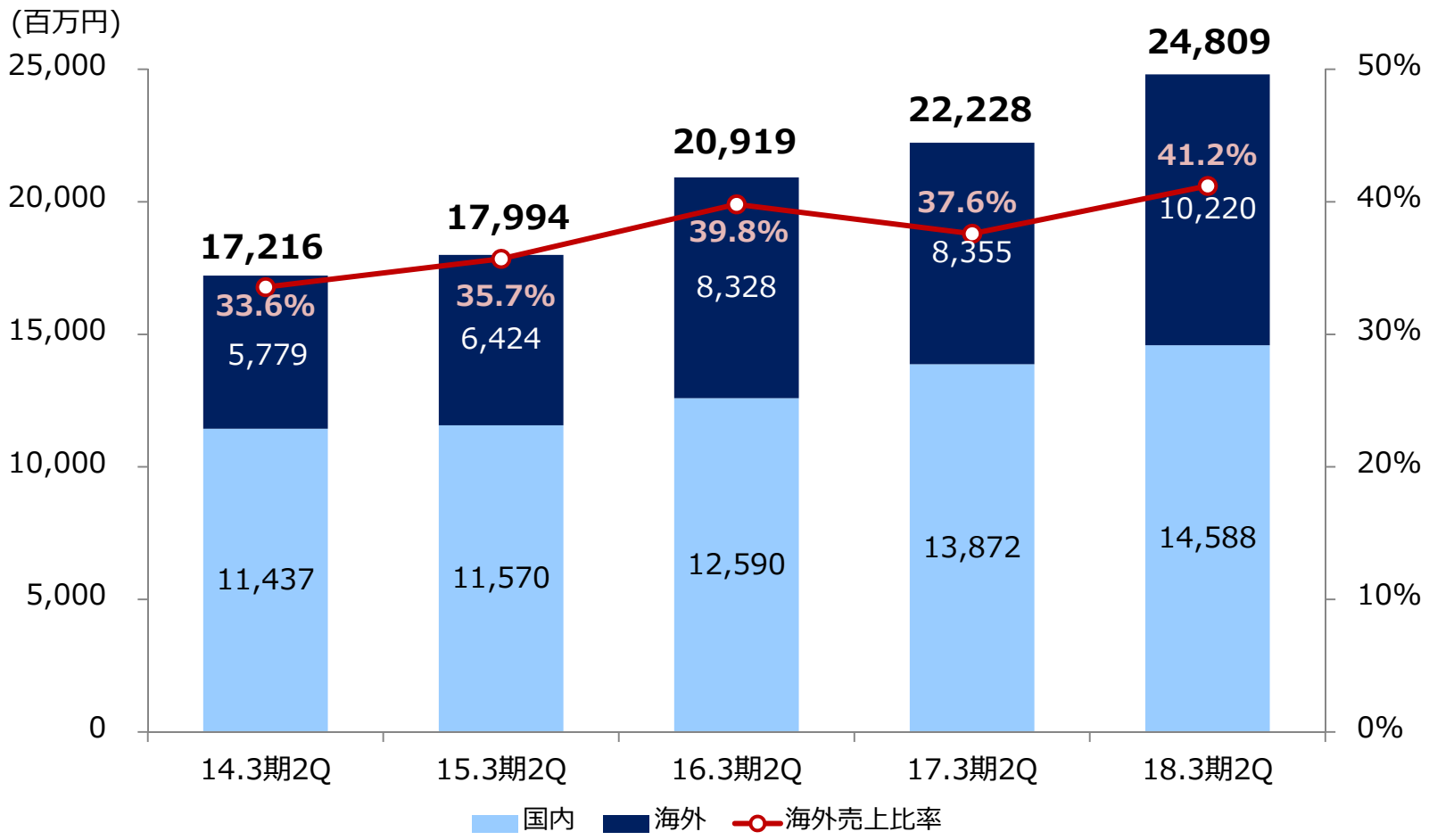
売上高差異の要因

ジャンル		前年同期比	要因
殺虫剤	国内	104.2%	・国内殺虫剤市場が前期比94%（当社推定）と縮小した中で、当社は3年連続となる伸び率No.1でプラスを維持 ・電池式、人体用虫よけスキンベープ、ゴキブリ駆除剤（ゴキブリワンプッシュやゴキブリベイト）等が牽引
	海外	122.1%	・インドネシアの子会社2社は、円換算で2ケタ増収を確保 ・フマキラーアジアグループは、マレーシア、ベトナムが拡大基調を維持し2ケタ増収
家庭用品		103.2%	・主力のアルコール除菌は引き続き競争激化の影響で微減 ・花粉関連の返品の減少により増収
園芸用品		113.6%	・殺虫殺菌剤は、4~5月の天候不順の影響を受けたものの、除草剤や「カダンシリーズ」の新製品が寄与
防疫剤 その他		105.5%	・防疫剤は減収 ・フマキラー・トータルシステムのシロアリ施工工事が好調
合計		111.6%	

日用品質 フマキラー

決算概要－国内/海外売上高

- 上期として初めて、海外売上高が100億円を突破
- 海外売上比率も初めて40%台に達した（通期では前期46.2%が最高）



日用品質

決算概要－国内販売状況（殺虫剤）

	殺虫剤
市場（末端価格）	1,000億円（前期比94%）　※当社推定（P50参照）
2017年新製品	17SKU
結果 （出荷ベース）	前期比 104.3% 電池式、スキンベープ、ゴキブリ、アリ、不快害虫等が牽引
課題	◆ 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 ◆ 大市場であるゴキブリカテゴリーにおいて消費者ニーズに合致した商品のさらなる拡売 ◆ デング熱やマダニによるＳＦＴＳ感染（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シリーズ、スキンベープの需要喚起 ◆ ヒアリ、アカカミアリなど特定外来生物に対する啓発及び市場変化に対する迅速な対応

日用品質

決算概要－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）	42億円（前期比99%） ※P52参照　　当社推定	15億円（前期比84%） ※P52参照　　当社推定
2016～17年新製品	1SKU	2SKU
結果（出荷ベース）	前期比 95%	返品額 前期比 89%
課題	➔ キッチン用アルコール除菌剤シェア目標50% ➔ 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新付加価値提案 ➔ 秋期ウイルス対策に向けた早期提案

日用品質
フマキラー

決算概要－国内販売状況（園芸用品）

	農薬ハンドスプレー	園芸用不快害虫	除草剤
市場（末端価格）	39億円（前期比99%） ※P53参照 当社推定	40億円（前期比104%） ※P53参照 当社推定	165億円（前期比106%） ※P53参照 当社推定
新製品	-	5SKU	2SKU
結果（出荷ベース）	前期比 96%	前期比 110%	前期比 157%
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	➔ 日本初の殺虫＆虫よけ除草剤の拡売 ➔ 天然由来成分製品の拡売 ➔ 粒剤の拡売

日用品質
フマキラー

決算概要－国内販売状況（FTS）

フマキラー・トータルシステム（FTS）

	シロアリ事業	衛生事業	木材保存事業
結果（出荷ベース）	112%	97%	57%
課題	施工事業の掘り起し 安心な薬剤の開発	衛生管理の拡大 効力のある薬剤開発	取引先と共同して 市場開拓

コンビニエンスストアの入り口に

レストラン入り口に

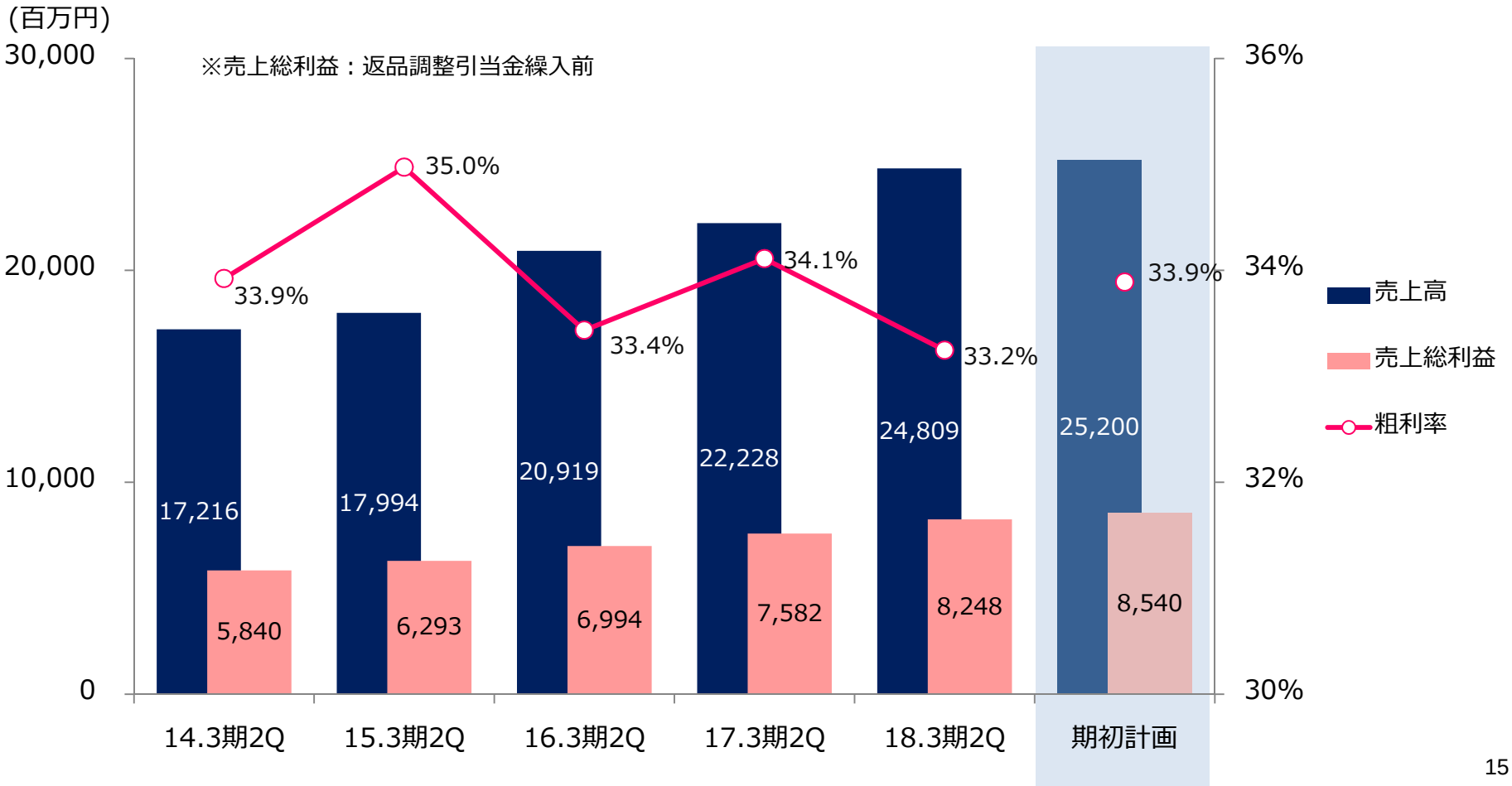
電池式の不快害虫用駆除器
ウルトラベープPRO

不快害虫用駆除器
ＦＵＭＡＫＩＬＬＡ　ＧＦ－１

日用品質 フマキラー

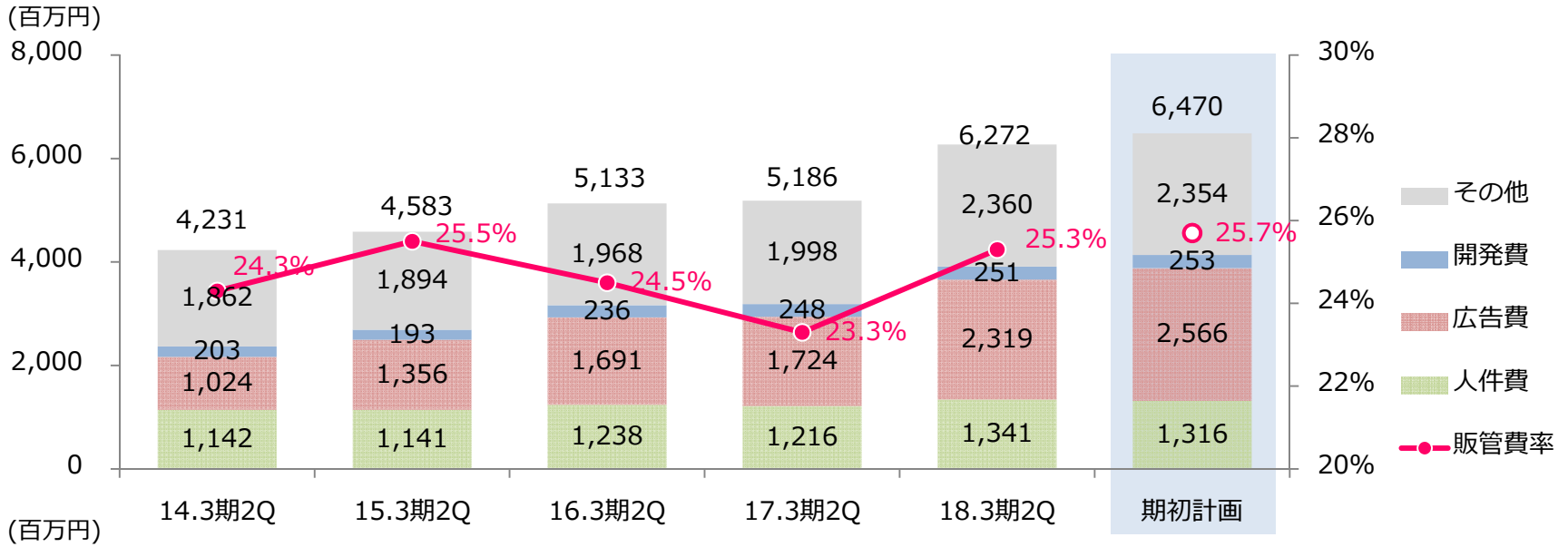
決算概要－売上総利益（粗利率）

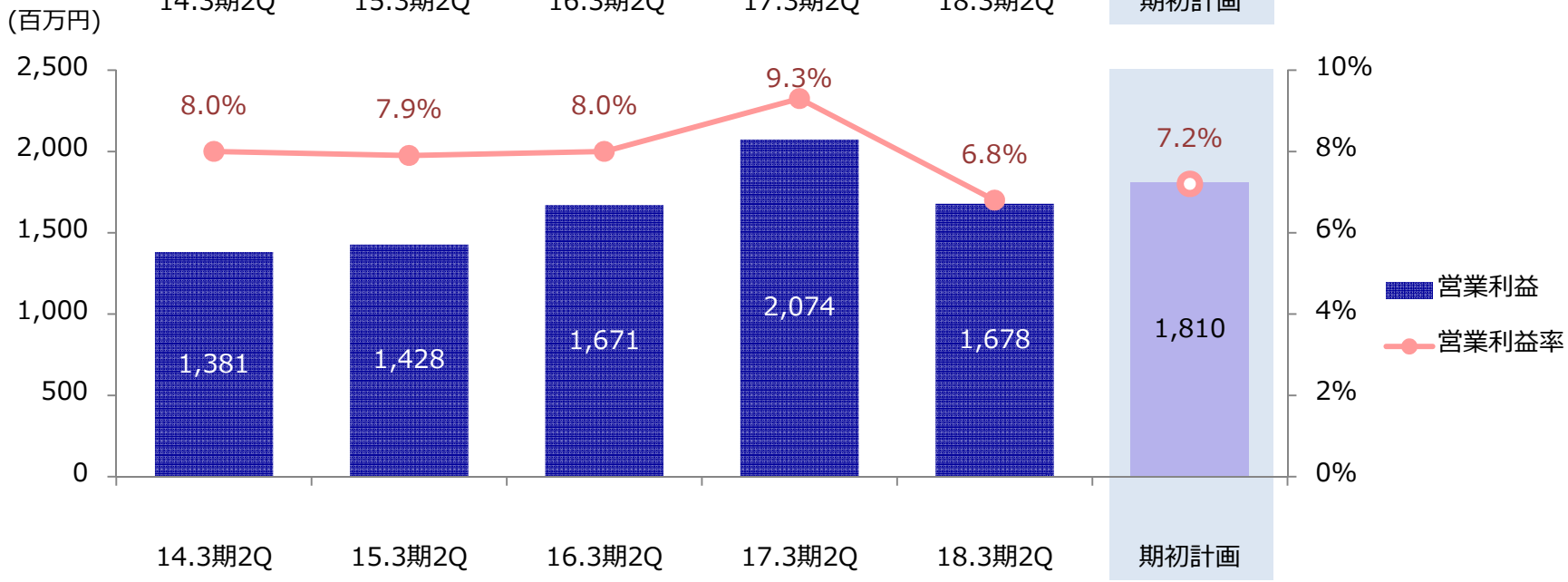
- 売上総利益は前年同期比108.8%の82.4億円
- 粗利率は33.2%と前年同期から0.9ポイント、期初計画から0.7ポイント低下。
  売上構成の変化、円安による原材料仕入価格の上昇等が影響



日用品質 フマキラー

決算概要―販管費・営業利益

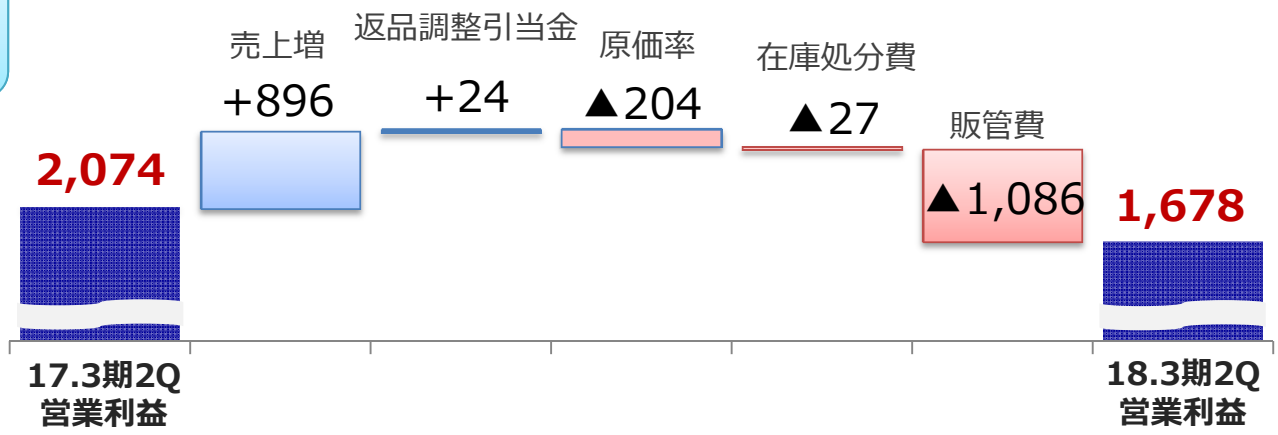




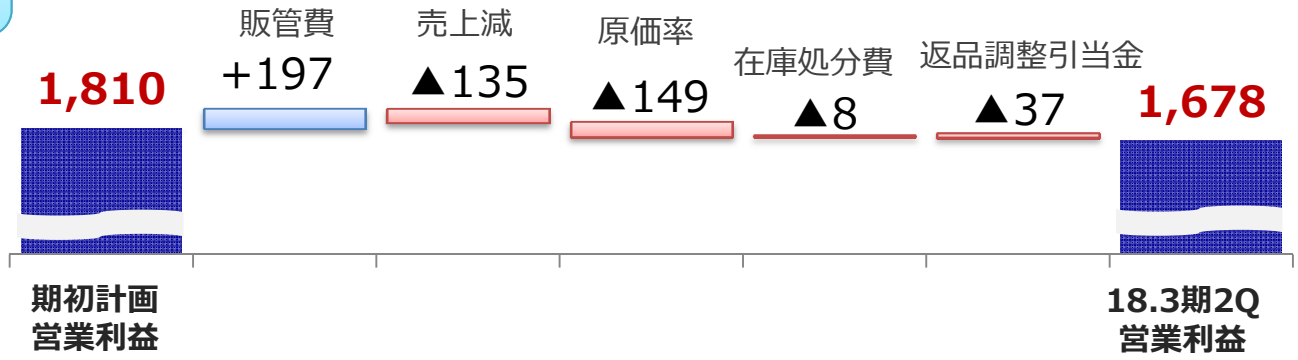
日用品質 フマキラー

決算概要―営業利益増減要因

前年同期比
▲397百万円



期初計画比
▲132百万円



日用品質 フマキラー

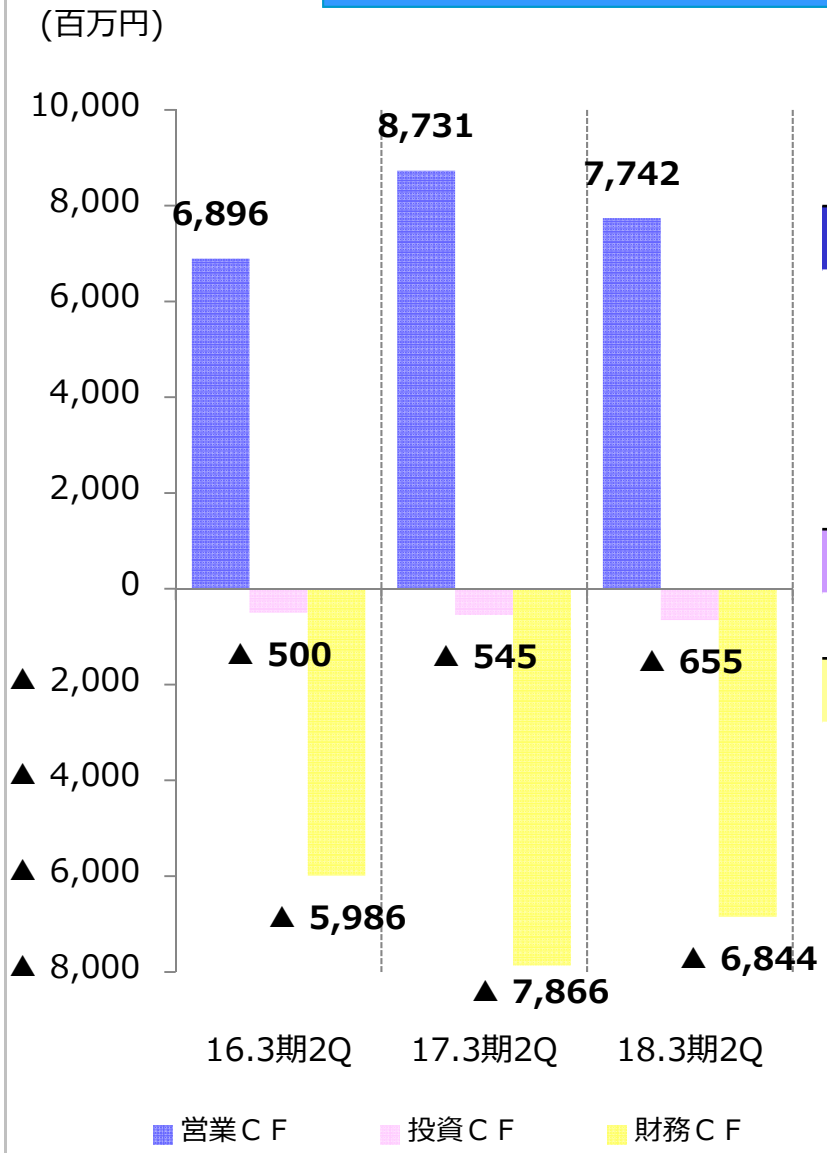
決算概要－貸借対照表

(単位：百万円)

	17.3期 2Q末	18.3期 2Q末	対17.3期2Q末増減	
流動資産	15,208	18,090	2,882	
現金及び預金	3,391	2,929	▲462	
売上債権	4,239	5,255	1,016	売上の増加による増加
たな卸資産	5,658	7,995	2,337	フマキラー単体で＋1,771百万円
固定資産	10,225	12,779	2,553	
有形固定資産	4,023	4,497	474	
無形固定資産	2,242	2,178	▲64	
投資有価証券	3,576	5,624	2,047	フマキラーアジア、フマキラーノモスの株式追加取得
資産合計	25,434	30,869	5,435	
流動負債	11,763	16,072	4,309	
買入債務	5,366	6,424	1,058	売上の増加による原材料仕入増加
固定負債	3,105	3,634	529	
有利子負債	2,767	5,757	2,989	子会社の株式追加取得、原材料仕入増等
負債合計	14,869	19,707	4,838	
純資産	10,565	11,162	597	
資本金	3,698	3,698	0	
負債純資産合計	25,434	30,869	5,435	

日用品質 フマキラー

決算概要－キャッシュ・フロー



（単位：百万円）

	17.3期2Q		18.3期2Q
営業キャッシュフロー	8,731	→	7,742
税金等調整前四半期純利益	2,094	→	1,680
売上債権減少額	4,993	→	5,151
棚卸資産減少額	742	→	1,269
仕入債務増減額（▲は減少）	139	→	▲543
投資キャッシュフロー	▲545	→	▲655
有形固定資産の取得	▲497	→	▲672
財務キャッシュフロー	▲7,866	→	▲6,844
短期借入金の純増減額	▲7,311	→	▲6,286
長期借入金の返済	▲186	→	▲182

Ⅱ．通期予想
（2018年3月期）

日用品質 フマキラー

通期予想－計画数値

- 上期未達分は来シーズンに向けた商品開発および営業強化により挽回可能な範囲内と認識。期初計画を変更せず

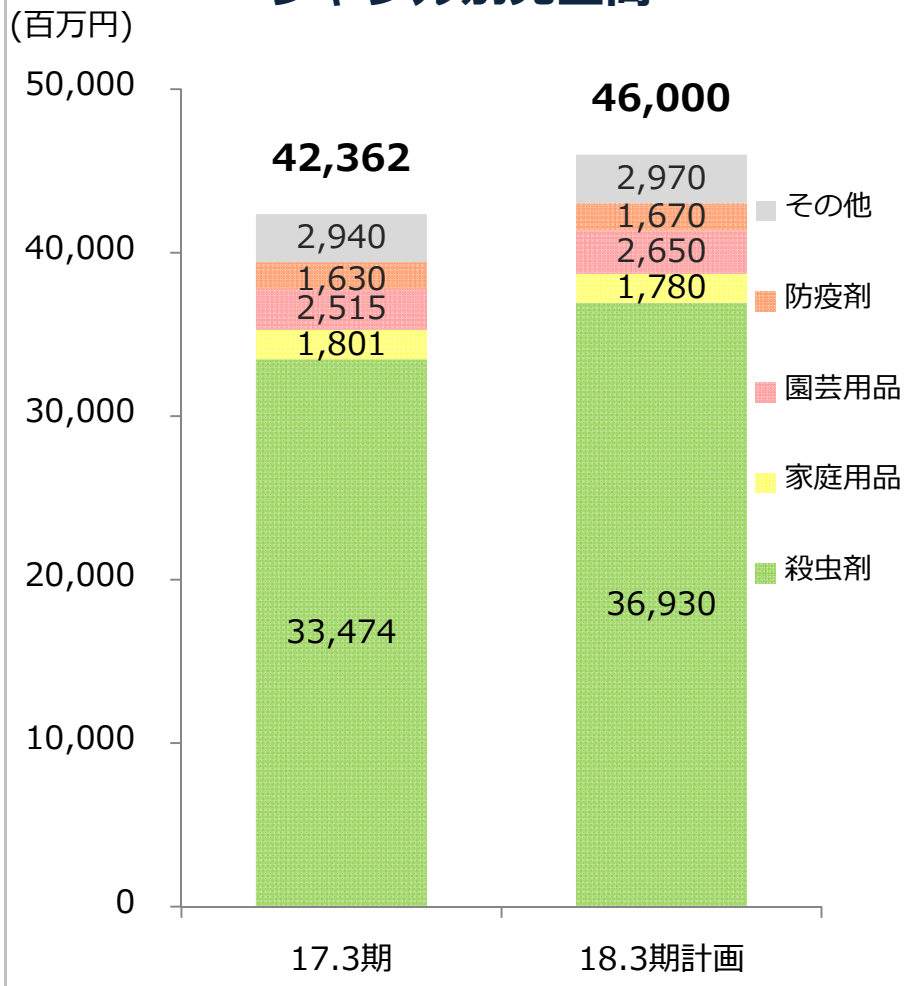
	17.3期実績 (百万円)	18.3期計画 (百万円)	対前期増減 (百万円)	前期比 (%)
売上高	42,362	46,000	3,637	108.6%
売上高総利益 (粗利率)	13,863 (32.7%)	15,960 (34.7%)	2,097	115.1%
販管費	11,472	13,500	2,028	117.7%
営業利益	2,277	2,460	183	108.0%
経常利益	2,407	2,600	193	108.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,387	1,480	92	106.6%

※売上総利益：返品調整引当金繰入前

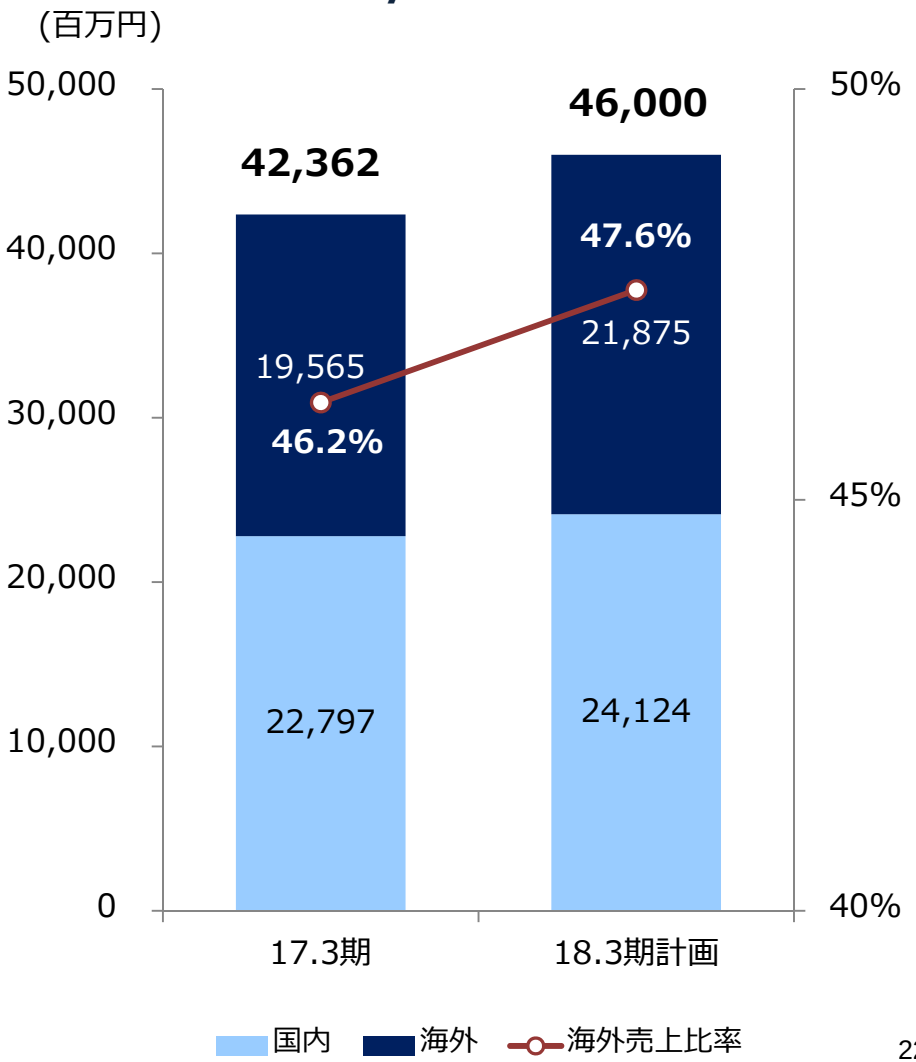
日用品質 フマキラー

今期予想－売上の内訳

ジャンル別売上高



国内/海外売上高

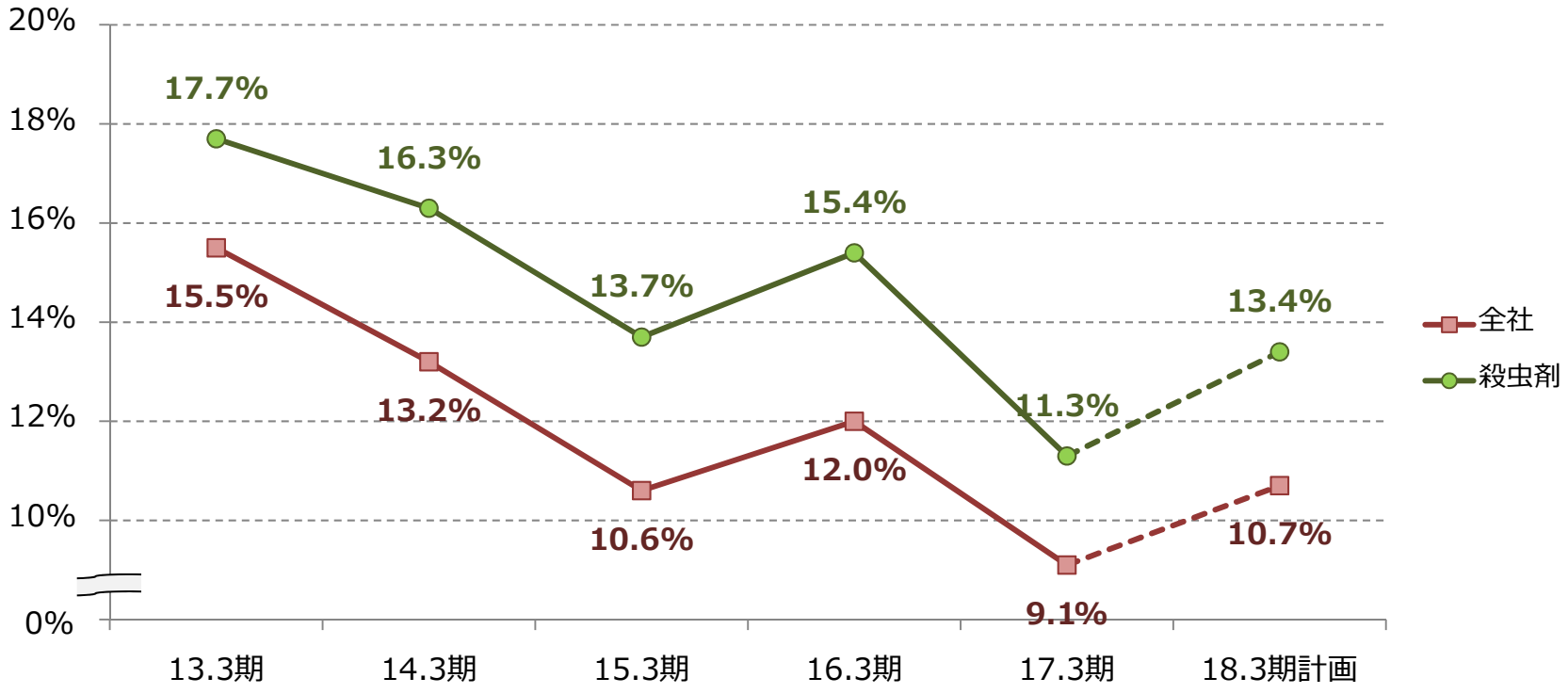


日用品質
フマキラー

主な経営指標－返品率

- 前期は天候にも恵まれ全社9.1%、2.9ポイント改善。
- 今期は殺虫剤の返品率を13.4%、全社10.7%と見込む。

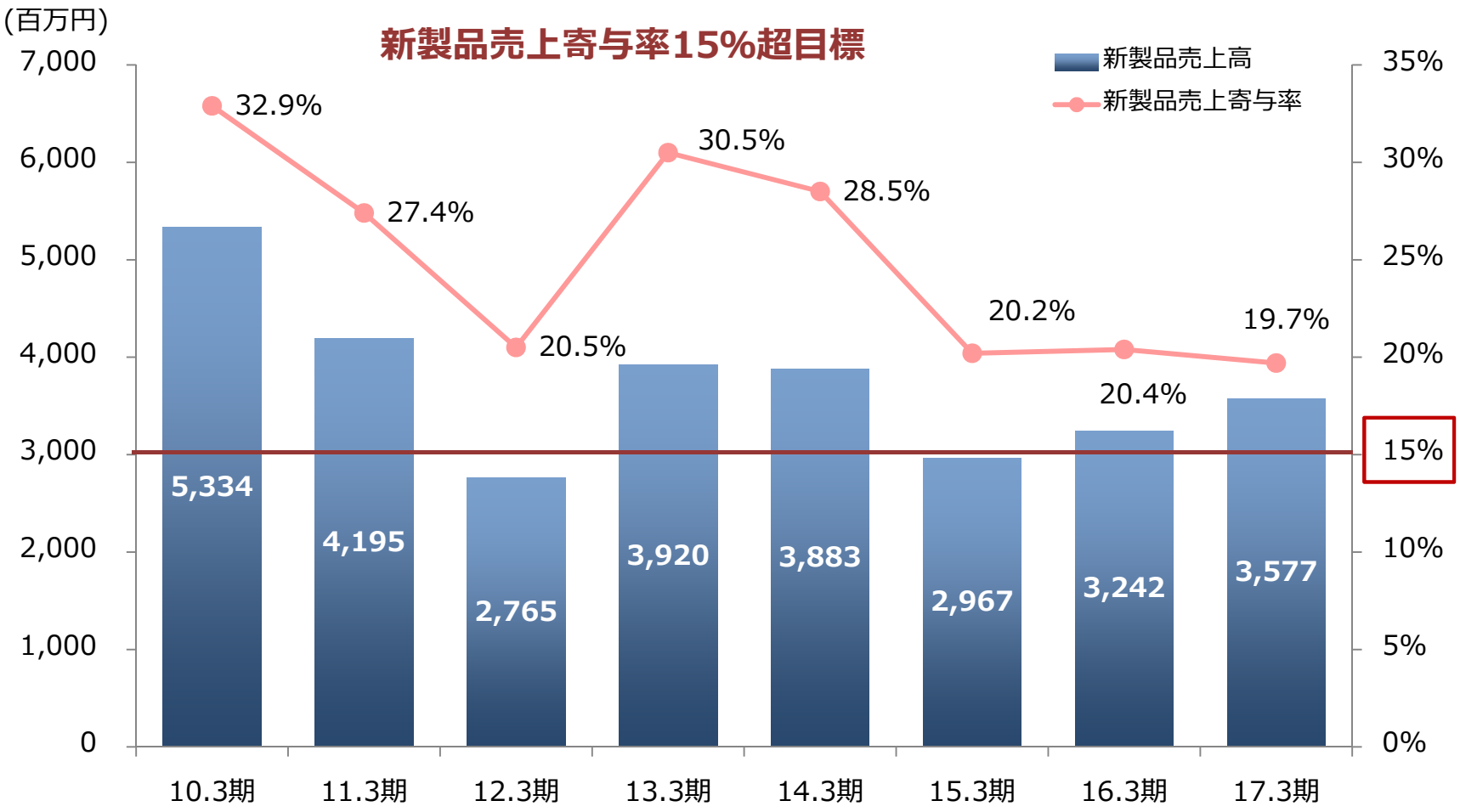
返品率（フマキラー単体）



日用品質 フマキラー

主な経営指標－新製品寄与率

- 前期は19.7%、今期も15%以上を目標とする



Ⅲ．今後の展開

日用品質
フマキラー

上期を振り返って

- 連結：海外および国内子会社は順調
  フマキラー単体の影響で前年同期、計画とも下回る

（百万円）

連結	実績	前年同期差	計画差	期初計画
売上高	24,809	+2,581	▲391	25,200
営業利益	1,678	▲397	▲132	1,810
経常利益	1,704	▲390	▲96	1,800
当期利益	1,040	▲262	▲50	1,090

- 単体：4~5月の天候不順の影響により計画未達

（百万円）

単体	実績	前年同期差	計画差	期初計画
売上高	13,940	+481	▲650	14,590
営業利益	650	▲351	▲240	890
経常利益	1,068	▲167	▲222	1,290
当期利益	775	▲119	▲135	910

日用品質 フマキラー

上期を振り返って

	国内	海外
上期総括	**① 主要３ジャンル** 1）殺虫剤 ➔ 天候不順が響き殺虫剤市場がマイナス成長となった中で、当社は増収を確保。 ➔ 「感染症対策4年目」として取り組みに成果、「プレミア」シリーズが順調 ➔ 人体用虫よけ「スキンベープ」の売上拡大 ➔ 「ゴキブリワンプッシュ」「ゴキファイタープロ」などのゴキブリ用が伸長。 2）家庭用品は微増 3）園芸用品は除草剤が寄与し＋12.4%（出荷ベース） **② FTSの住環境改善サービス事業の拡大**	**① 海外売上高は前年同期比122.3%の大幅増収** ➔ インドネシア、マレーシア、ベトナムが2ケタ超の成長 **② 広告費/販促費を大幅に増加し、売上の拡大と今後の成長へ投資** ➔ 海外子会社の広告費は+3.6億円
下期の取組課題	**① 来シーズンに向けた殺虫剤の商品開発と商談早期化への対応** ➔ 高付加価値商品の拡充 ➔ 在庫・返品対策 **② 家庭用品の販売** ➔ アルコール除菌 ➔ 花粉商材	**① 東南アジアは、既存域内でのシェアアップと新規市場を開拓** **② タイ、インド、メキシコの販売強化** **③ グローバルな研究開発体制強化**

日用品質
フマキラー

今期の重点政策

中長期的な取組課題

①売上高・利益の持続的な成長
②天候に左右されない強固な収益基盤づくり

上記課題に取り組む上での重点施策

商品開発力の強化

①効きめ訴求商品をはじめ新価値創造型商品で他社製品と差別化を図る
②通年型商品の開発

販売力・マーケティング力の強化

①重点、成長カテゴリーに経営資源を集中
②店頭実現の拡大

海外各拠点での事業の拡大

①地域・国に合わせた製品投入による市場深耕
②次世代マーケットの開拓

エステー社との協業の推進

日用品質
フマキラー

重点政策進捗状況と下期課題

	上期進捗	下期の取り組み
商品開発力の強化	①国内新製品 ➢ 殺虫剤17SKU、家庭用品1SKU、園芸用品9SKUの新製品発売 ②海外新製品 ➢ インドネシア･･･線香新香料、OP、エアゾールリニューアル ➢ マレーシア･･･マット、アリ ベイト ➢ タイ･･･OP新香料、エアゾールリニューアル、線香効力アップ ➢ ベトナム･･･エアゾール2SKU、線香1SKU	◆ 高効力、高付加価値商品の開発 ①国内 ➢ 新価値創造型商品の開発、通年型商品の開発 ➢ 2018年新製品の準備 ②海外 ➢ 上期新製品の拡売 ➢ 2018年新製品の準備
販売力・マーケティング力の強化	①国内 ➢ 危険害虫対策売り場　16,000店 ➢ 広告/販売推進費＋20.2% ②海外 ➢ 広告/販売推進費＋47.9%	①国内 ➢ 上期に続いて広告投下等でブランド強化、既存事業の育成 ➢ 既存取引先との関係強化、早期導入 ②海外 ➢ 広告投下等で販売強化
海外各拠点での事業の拡大	➢ インドネシア売上･･･前期比117%、計画比100% ➢ フマキラーアジア売上･･･前期比133%、計画比113%	➢ 年間売上利益計画の達成
エステー社との協業の推進	➢ 生産･･･物流、在庫管理	➢ 営業･･･政策発表会等の共同開催 ➢ 開発･･･香り研究 ➢ 生産･･･物流、在庫管理

日用品質

フマキラー

今期の重点政策－商品開発力の強化

- **新価値創造型商品の開発　新製品計27SKUの発売**
  1．確かな効き目のモノづくり
  2．安全・安心、天然志向のニーズに対応する新製品の開発
- **通年型商品の開発**
- **グローバルな研究開発体制の強化**

殺虫剤・・・

来シーズン向けの
新製品準備中　（１月発表予定）

家庭用品・・・

園芸用品・・・　13SKU（13SKUの新製品）

日用品質 フマキラー

今期の重点政策－販売力・マーケティング力の強化

1．重点、成長カテゴリーへ経営資源を集中

ブランドの強化と育成

2．店頭実現の拡大

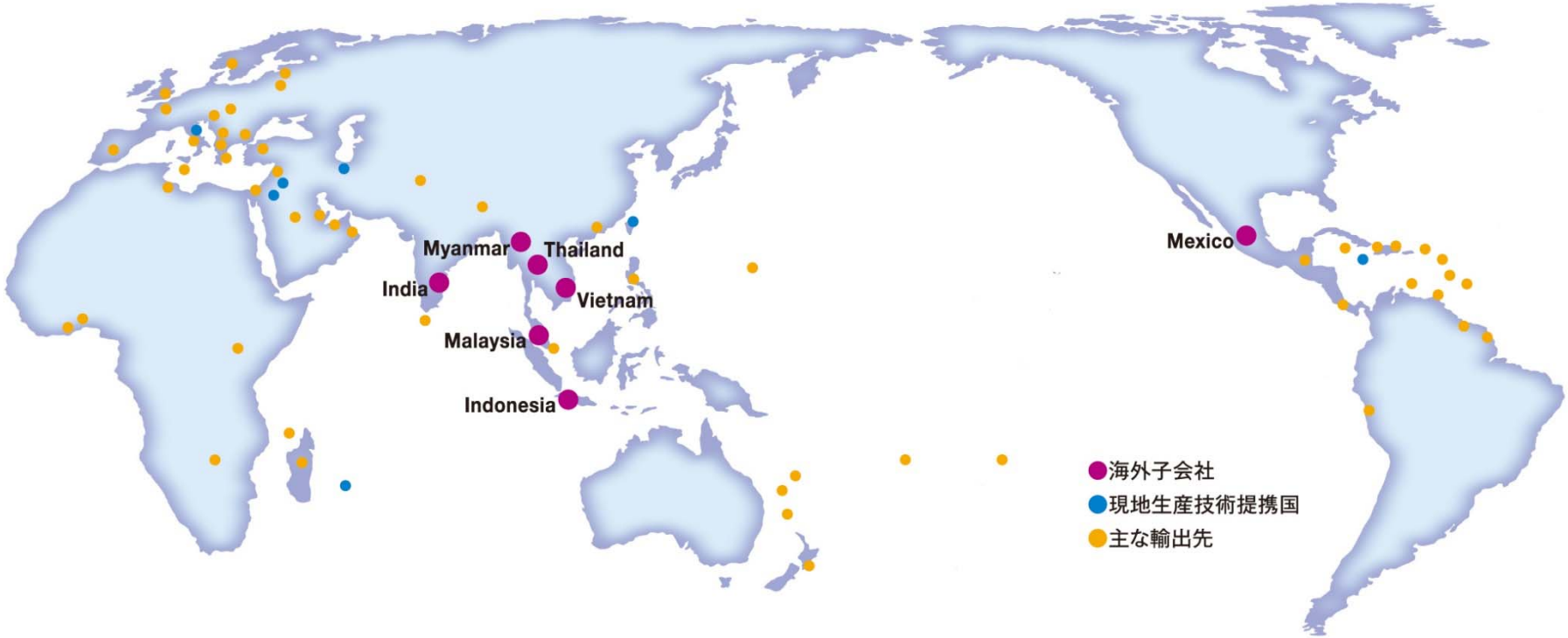
フィールド活動の強化

危険害虫対策、啓発活動　等

3．利益性を重視した販売活動の徹底

日用品質
フマキラー

今期の重点政策－海外事業の拡大



技術指導による現地生産
　　欧州・東南アジア・アフリカ・南米
　　など6ヵ国
輸出先　約55ヵ国
合計約70ヵ国

日用品質 フマキラー

今期の重点政策 – 海外拠点別の取組

国	取組内容
インドネシア	**【フマキラーインドネシア】** ➢ 線香市場シェアNo. 1 の堅持 ➢ 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) ➢ 生産体制の拡充(線香、エアゾール、ワンプッシュ) **【フマキラーノモス】** ➢ 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推進 ➢ エアゾールの商品力強化・SKU追加、ワンプッシュ新発売
マレーシア	➢ 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
ベトナム	➢ 殺虫剤シェアNo.1の維持、さらなるシェアアップ ➢ ブランドの強化・育成 ➢ 蚊取り線香等の販売強化、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

日用品質
フマキラー

今期の重点政策 – 海外拠点別の取組

国	取組内容
タイ	➢ 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 ➢ 生産性の向上とコストダウン
メキシコ	➢ 国内販路構築の取組強化 ➢ 店頭での販促活動強化 ➢ 線香とマットの売上シェア拡大
インド	➢ 販売網の再整備 ➢ エリアフォーカスの導入による配荷率アップ

日用品質
フマキラー

今期の重点政策 – 海外拠点別の取組

地域	取組内容
中南米	➢ ジャマイカではライセンス生産 ➢ ペルー等の代理店への輸出拡大と新規市場の開拓
欧州	➢ 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等の欧州に販売 ハンガリーでシェア第１位
中近東 アフリカ	➢ 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

出所：当社推定

日用品質 フマキラー

今期の重点政策 – 海外拠点別の取組

- 海外子会社の2017年売上は、円換算で前期比114%（単純合算）を計画

展開国	2016年通期 前期比	2017年上期 前年同期比	2017年通期 前期比計画
インドネシア（2社）	127%	117%	113%
マレーシア	104%	116%	109%
タイ	166%	164%	110%
ベトナム	110%	135%	109%
インド	94%	96%	125%
メキシコ	105%	120%	113%
海外合計	122%	121%	114%

日用品質 フマキラー

今期の重点政策 – エステー社との協業の推進

- エステー社との協業を継続
- 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）

- 政策発表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
- 営業支援システムの導入

②開発

- 新製品の上市
- 香りの研究

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

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

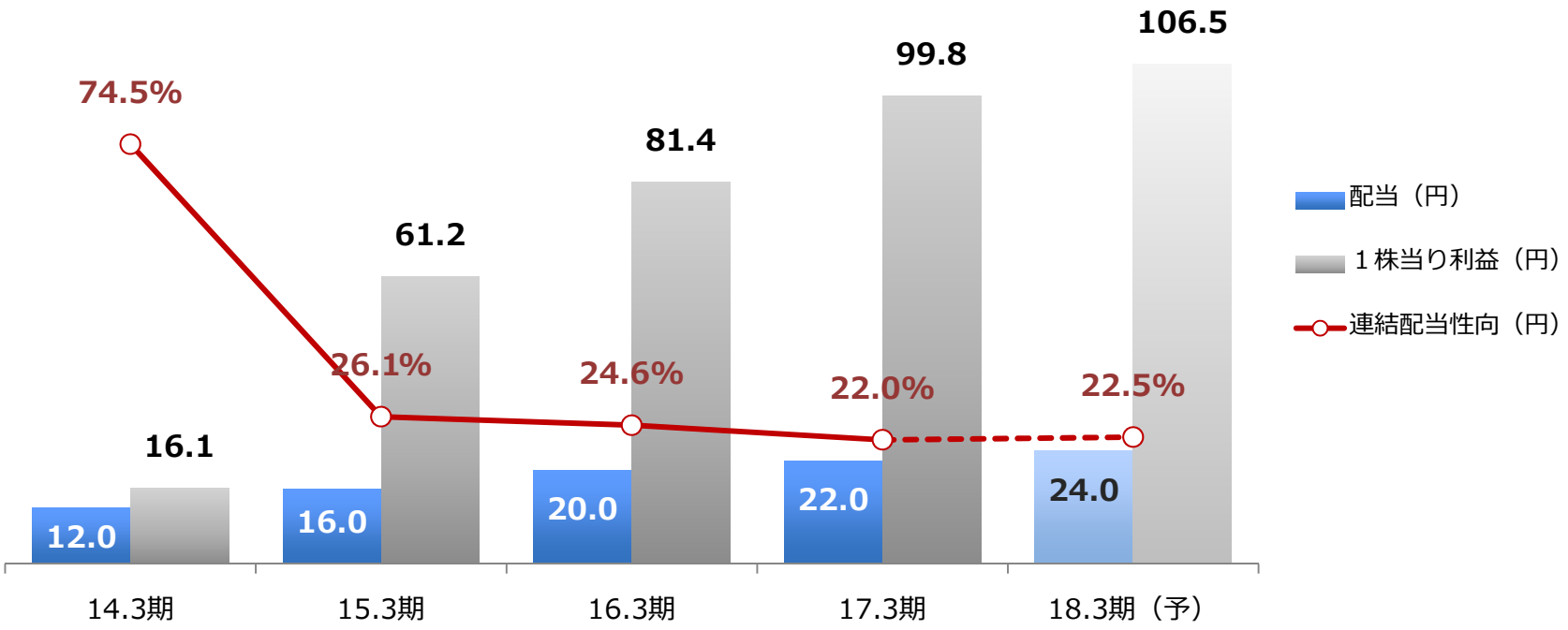
日用品質
フマキラー

配当について

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前期期初に行ったものと仮定して算定

日用品質

フマキラー®

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

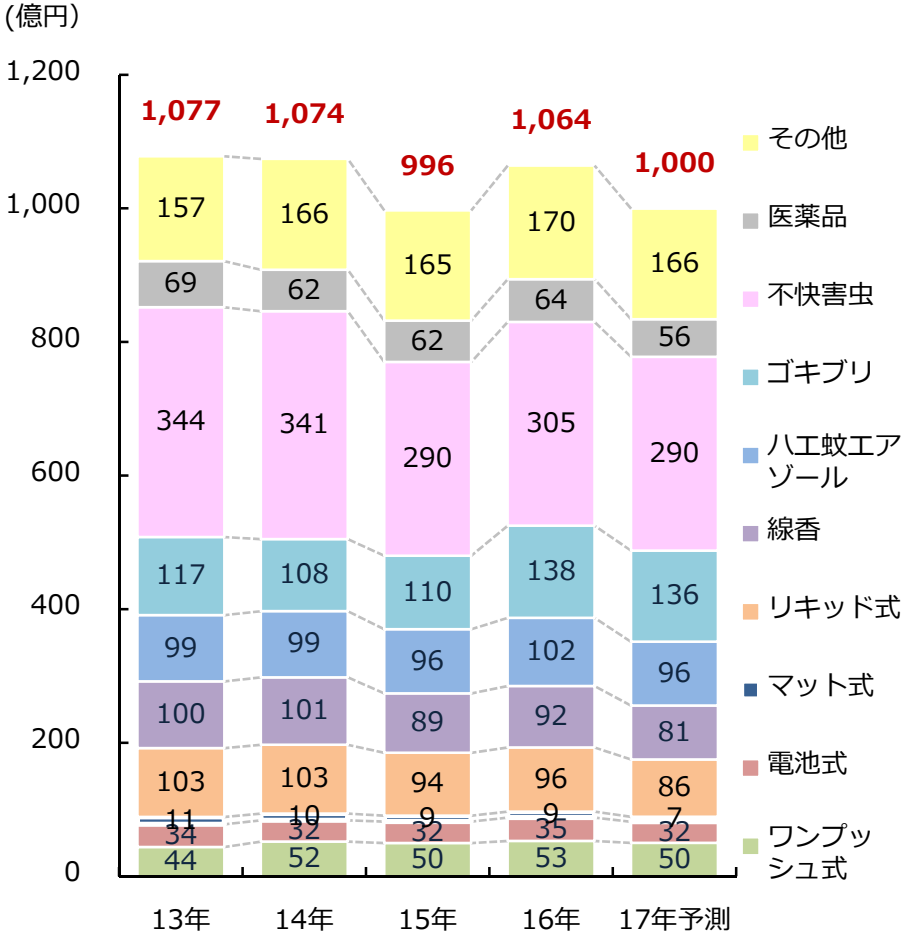
E-mail：k.sasaki@fumakilla.co.jp

Ⅳ. 補足資料

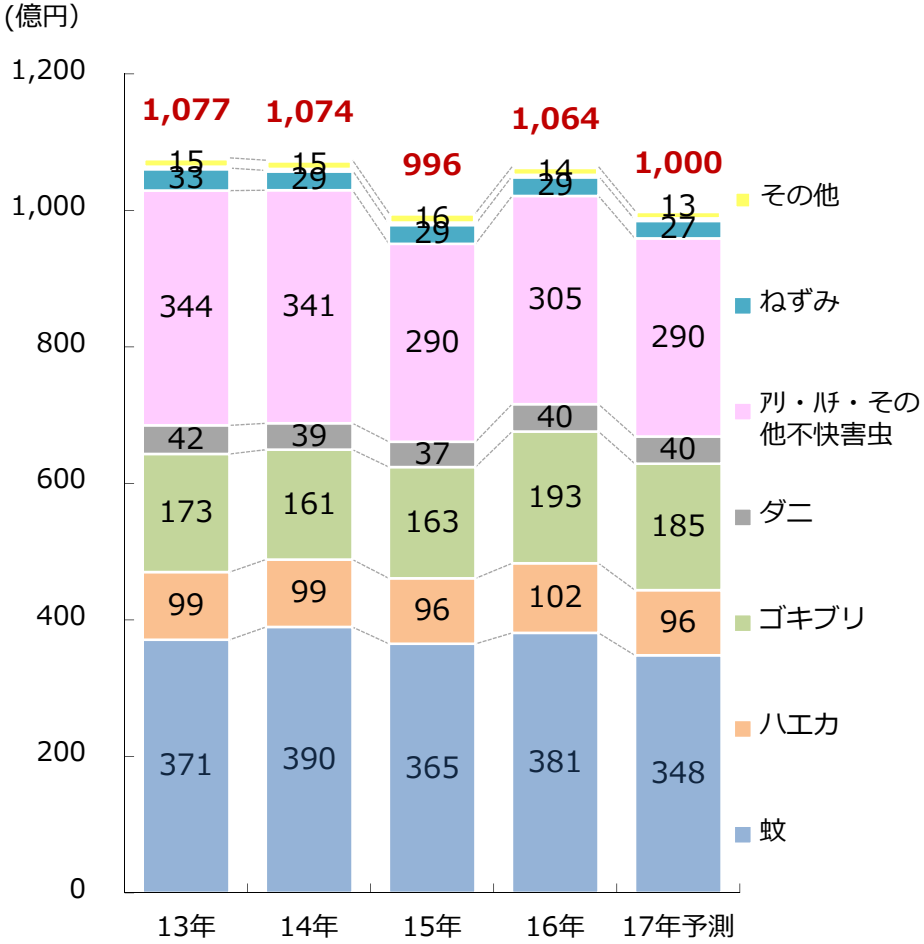
日用品質 フマキラー

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1,000億円（小売ベース）



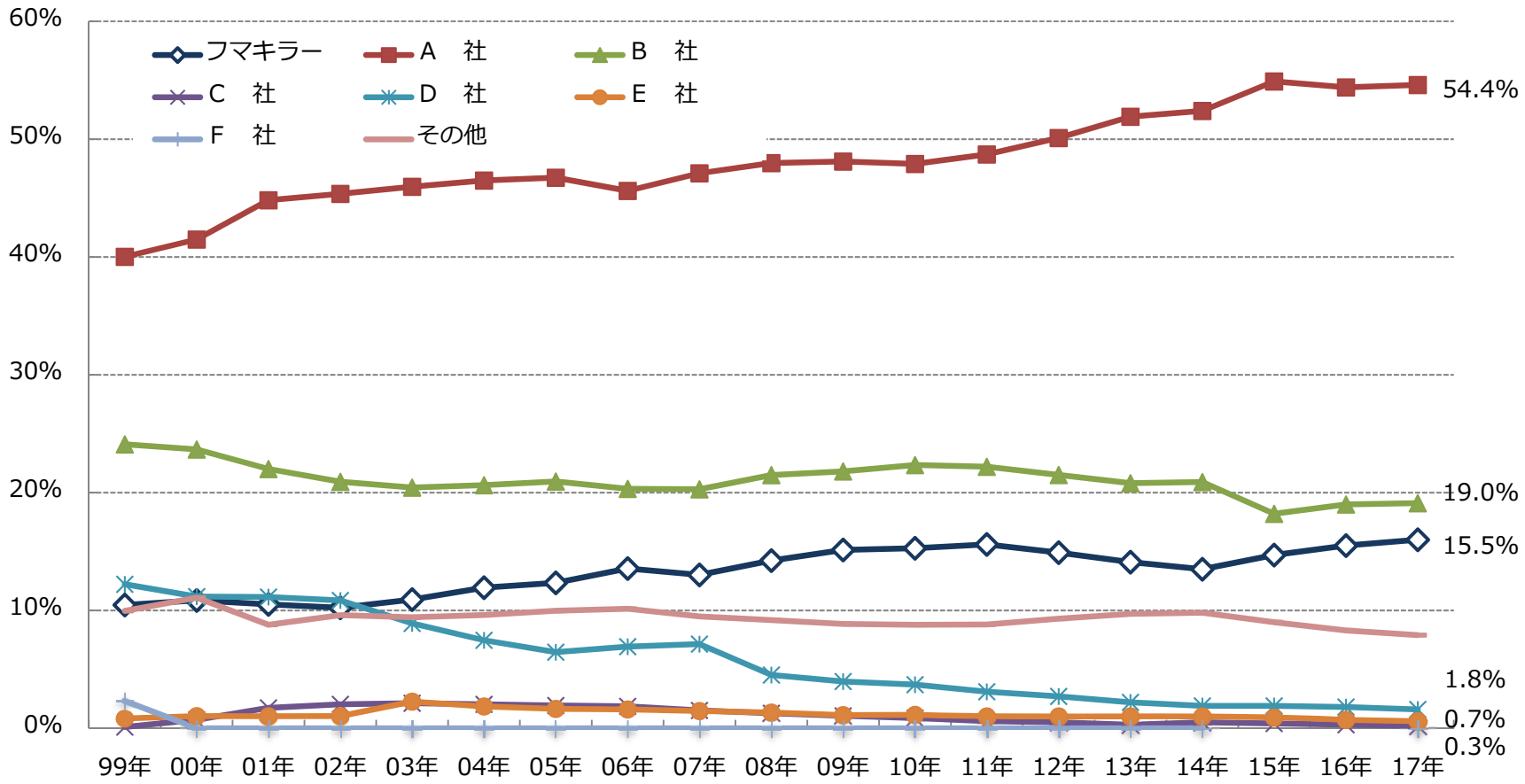
害虫別殺虫剤市場規模



出所：当社推定（末端価格）

日用品質

家庭用殺虫剤シェア推移



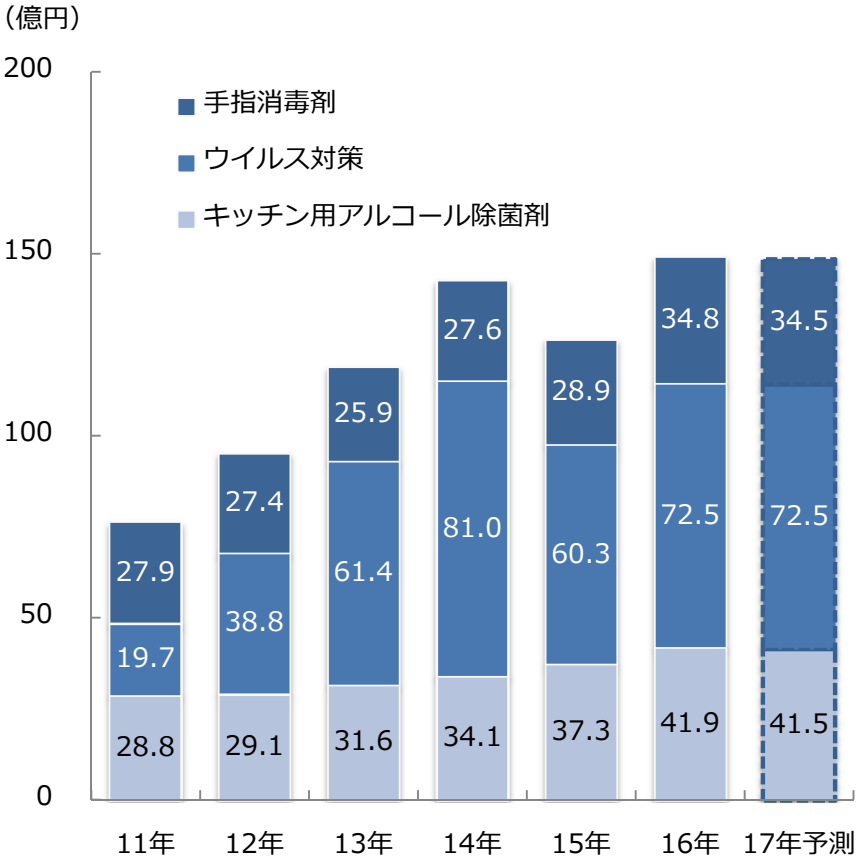
出所：当社推定

日用品質 フマキラー

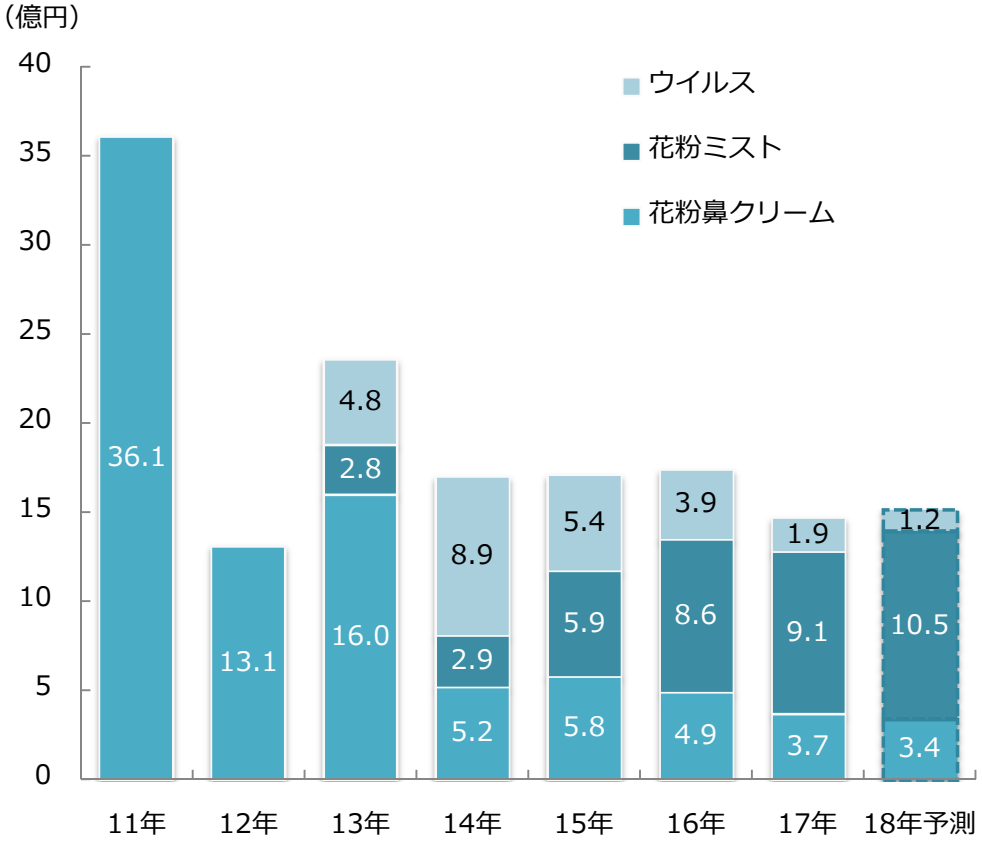
家庭用品市場規模―除菌剤・花粉

除菌剤市場

（当社関連商品）



アレルシャット関連市場

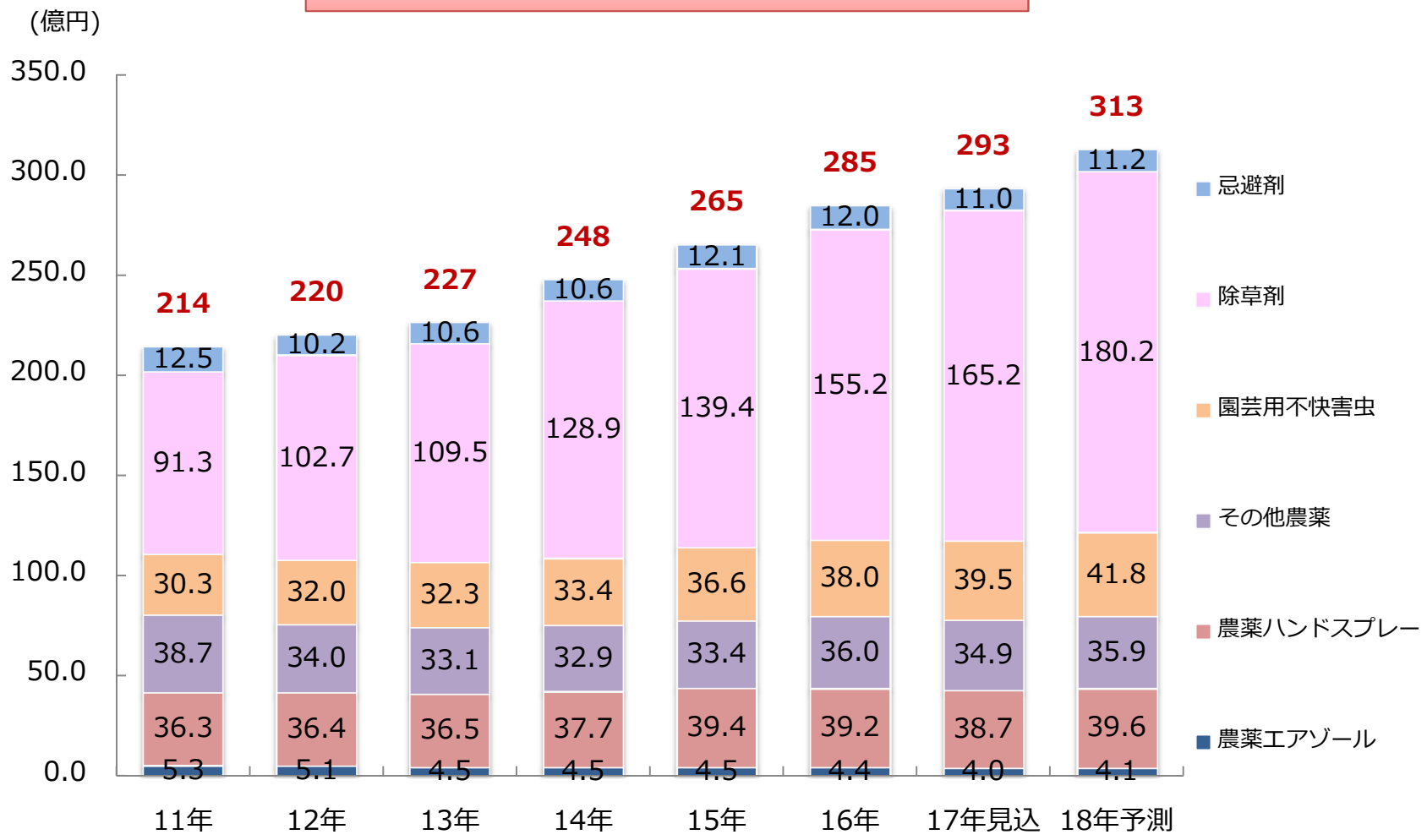


出所：当社推定（末端価格）

日用品質 フマキラー

園芸用品市場規模

園芸用品市場



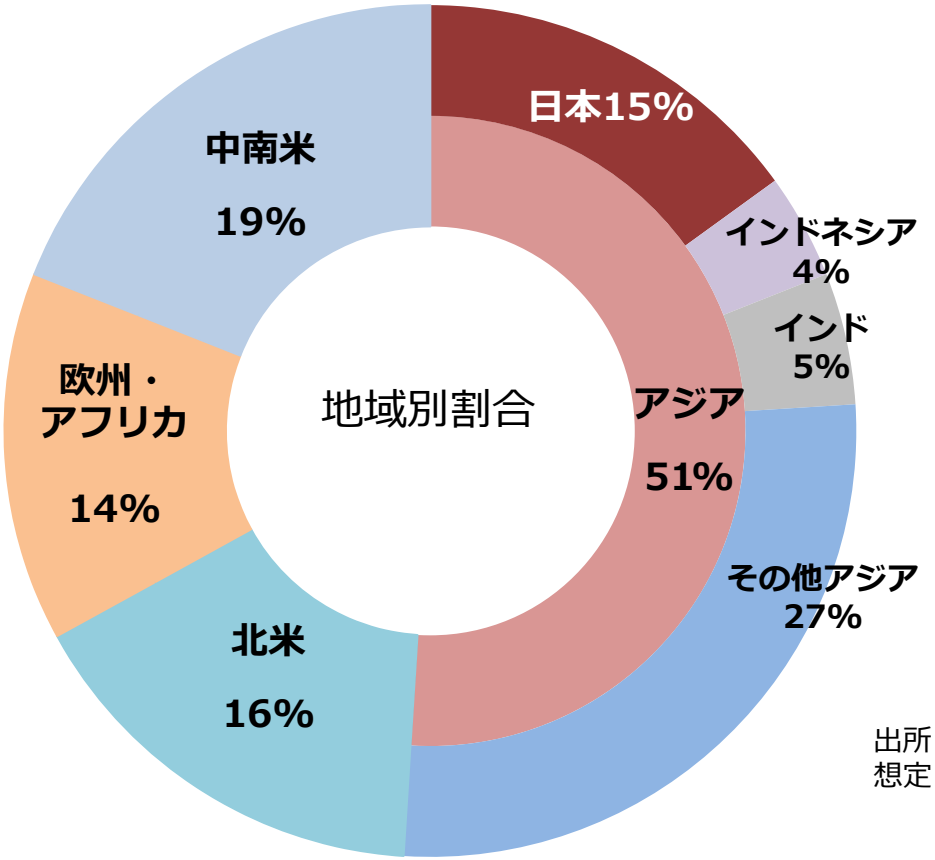
出所：当社推定（末端価格）※13年より項目追加

日用品質
フマキラー

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）



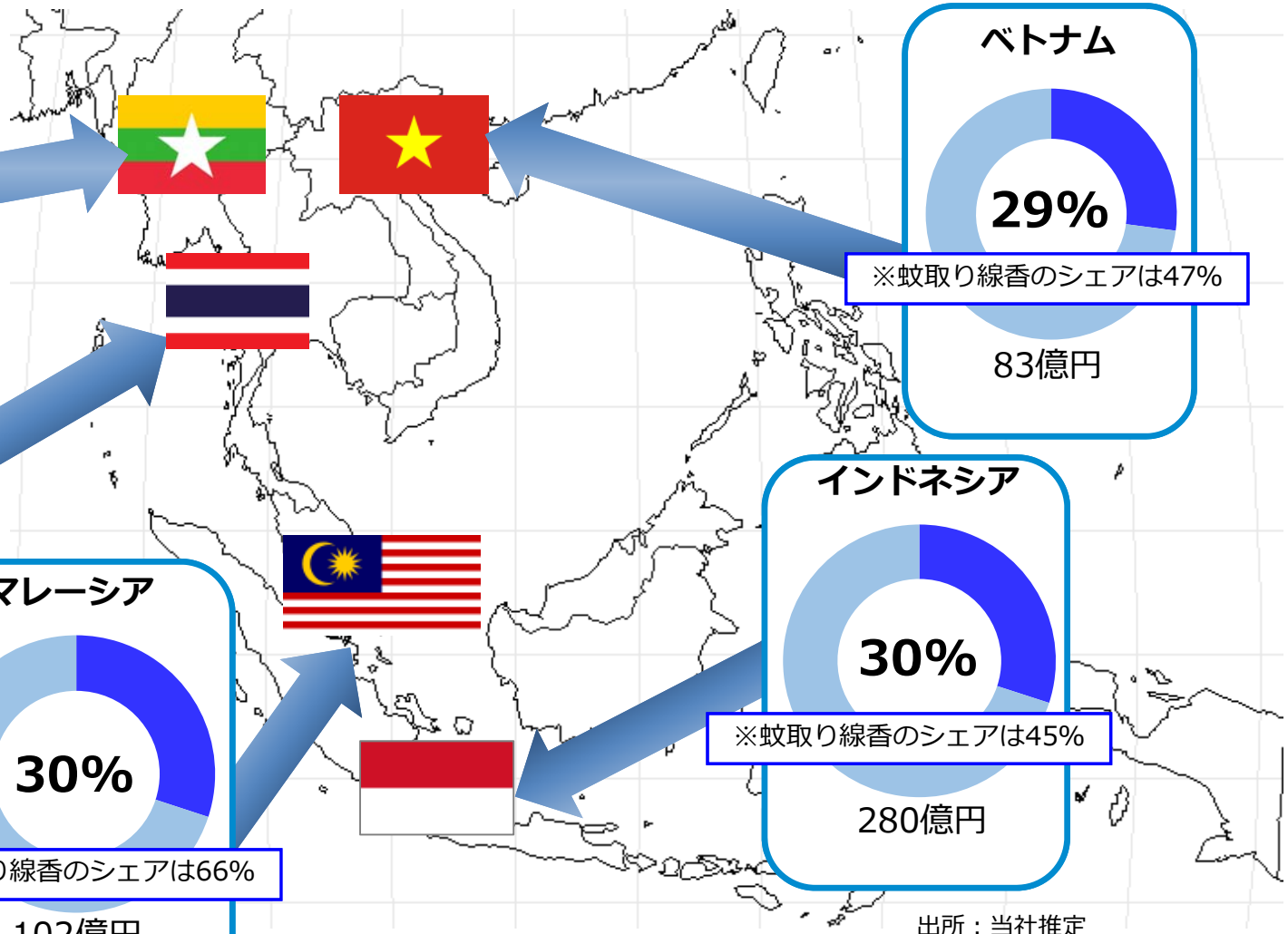
出所：当社推定
想定レート：１USドル＝110円

日用品質 フマキラー

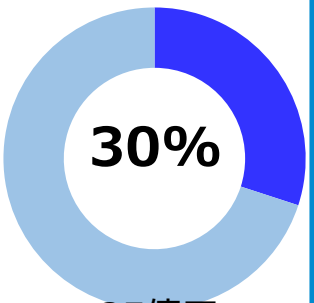
ASEANにおけるシェア

フマキラーグループの殺虫剤シェア

フマキラーグループ

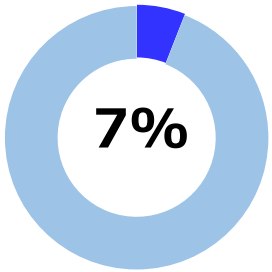


ミャンマー



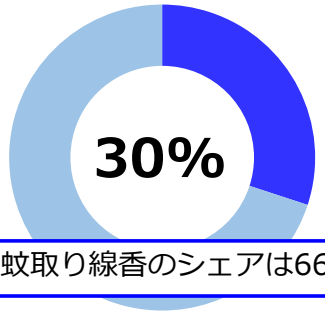
35億円

タイ



125億円

マレーシア



※蚊取り線香のシェアは66%

102億円

ベトナム

※蚊取り線香のシェアは47%

83億円

インドネシア

※蚊取り線香のシェアは45%

280億円

出所：当社推定
市場規模；末端価格ベース

日用品質 フマキラー

蚊が媒介する主な感染症

- 蚊が媒介する感染症による犠牲者数　年間72.5万人（WHO推計）

疾病名	推定患者数（年間）	推定死亡者数（年間）
マラリア	3億人	63.9万人
デング熱	1億人	2.2万人
ジカウイルス感染症	150万人	不明
チクングニア熱	138万人	191人
黄熱	17万人	3万人～6万人
日本脳炎	7万人	2万人
ウエストナイル熱	2,000人	146人
合計	4億人	71.1～74.1万人

出典；WHO及びODC(アメリカ疾病予防センター）統計データ

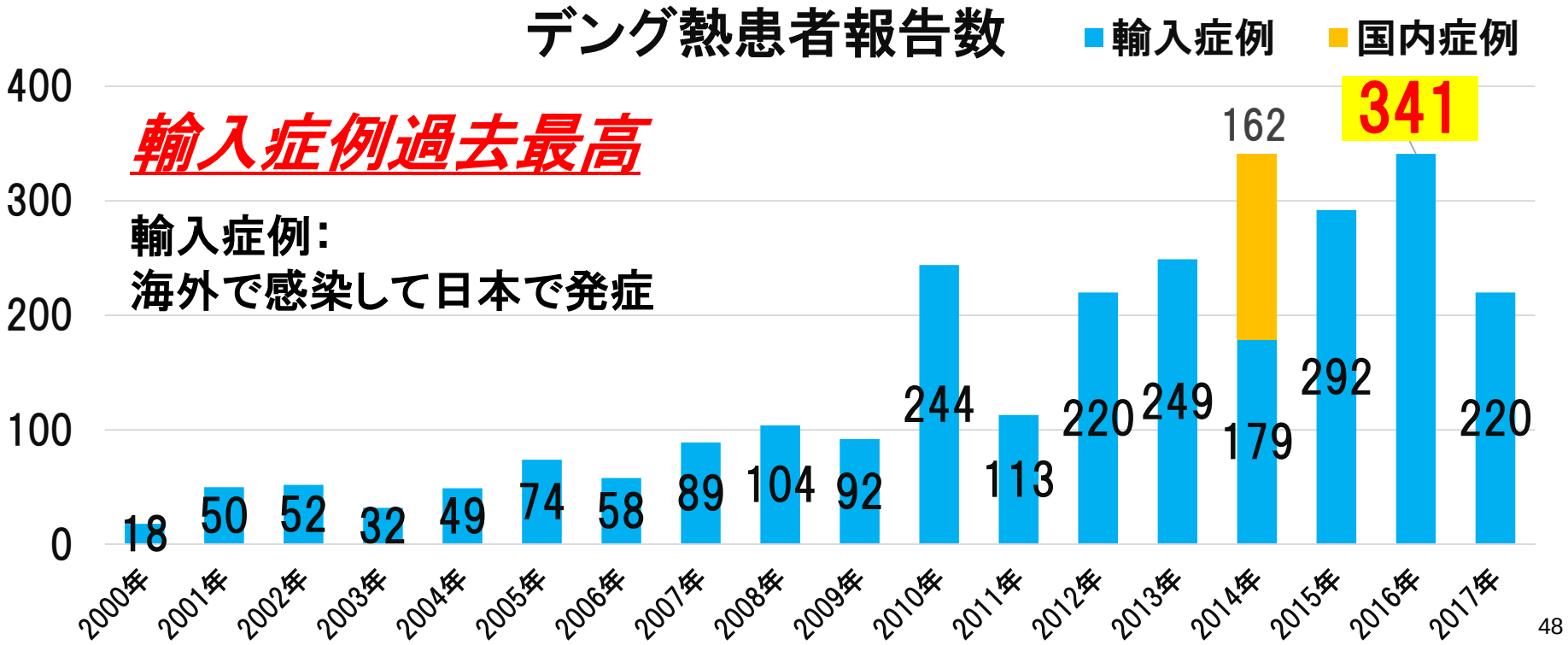
日用品質 フマキラー

日本での被害者数

ヒトスジシマカ　デング熱

昨年の日本人感染者は**341例**

うち**1例死亡**



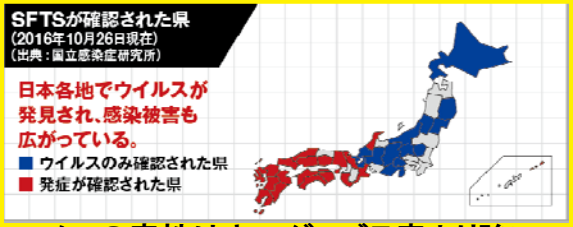
日用品質
フマキラー

その他の感染症

マダニ　SFTS感染（重症熱性血小板減少症候群）

日本の被害者数　累計死者数53名

西日本から東日本（石川県）に生息域拡大



メスの毒性はキングコブラ毒より強い

致死率 22.8%

その他の危険害虫

セアカゴケグモ（外来種）

全国へ被害拡大

ツマアカスズメバチ（外来種）

日本へ上陸

スズメバチ

アナフィラキシーショック　年間死者数23名

ヒアリ、アカカミアリ（外来種）

5月26日以降、7月27日までに10箇所で発見される

セアカゴケグモ

ツマアカスズメバチ

スズメバチ

ヒアリ