



統合報告書2022  
(企業価値の創造報告書)

空気をかえよう

# 目次・編集方針

## 目次・編集方針

## エステーを知る

- 02 経営理念・ビジョン
- 03 エステーの強み
- 04 価値創造のあゆみ
- 05 事業別の状況
- 06 財務ハイライト
- 07 非財務ハイライト

## メッセージ

- 08 トップメッセージ
- 10 ステークホルダーエンゲージメント

## エステーの価値創造

- 13 企業価値創造の考え方
- 14 価値創造プロセス
- 15 マテリアリティと主な施策

## 事業活動

- 16 国内事業の取り組み
- 18 海外・新規事業の取り組み

## サステナビリティ活動

- 19 環境の取り組み
- 20 社会の取り組み

## ガバナンス

- 22 ガバナンスの取り組み
- 23 コーポレートガバナンスの取り組み

## 財務・非財務情報

- 31 財務情報
- 32 非財務情報・株式情報

## 会社情報

- 33 ロケーション
- 34 会社概要・グループ会社  
コミュニケーションツールの全体像



【編集方針】本報告書では、すべてのステークホルダーの皆様へ、エステーの企業価値の創造活動をお伝えし、当社グループをより深くご理解いただくことを目指しています。

対象期間は、2022年3月期（2021年4月1日～2022年3月31日）。グラフや表の年度表記については特に記載のない限り決算期（3月期）を表しています。対象組織は、当社および特に記載のない場合はエステー（連結）を表しています。その他、「エステーグループ」の記載はエステーグループ全体、「エステーグループ（国内）」はエステー（単体）および国内グループ会社、「エステー（単体）」はエステー（単体）を表しています。

参考にしたガイドラインは、Value Reporting Foundation（VRF）「国際統合報告フレームワーク」、経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」です。発行は、2022年11月。

【将来見通しに関する注意事項】本報告書には、将来の計画、戦略、業績などの記述が含まれております。これらは、現在入手可能な情報から当社が判断した見通しであり、様々な要因の変化によりこれらの見通しと大きく異なる結果となる可能性があります。

【市場規模・市場シェア】（株）インテージSRI+（金額ベース）「脱臭剤」（冷蔵庫のみ）2019年～2021年（3年間累計）、「食品用防虫剤」2018年～2021年（4年間累計）、「使いすてカイロ」（カイロ一般 目元用除く）2021年4月～2022年3月（1年間累計）、その他のカテゴリーの期間は2021年1月～12月（1年間累計）、「消臭芳香剤」（衣類用・ウイルス除去効果除く）、「防虫剤」（人形用除く）。

## 経営理念・ビジョン

# 空気をかえよう

社是は「誠実」。

当社グループはお客様に最も信頼される製品を提供することにより、社会に貢献することを経営理念としています。

空気をとおして暮らしを明るく元気にすることにより世界中のお客様や社会から愛される会社を目指しています。

# エスターの強み



消臭力



※(株) インテージSRI+(金額ベース)  
期間2021年4月~2022年3月



脱臭炭



※(株) インテージSRI+(金額ベース)  
期間2018年4月~2022年3月



米唐番



※(株) インテージSRI+(金額ベース)  
期間2017年4月~2022年3月



ムシューダ



※(株) インテージSRI+(金額ベース)  
期間2021年4月~2022年3月



ドライペット

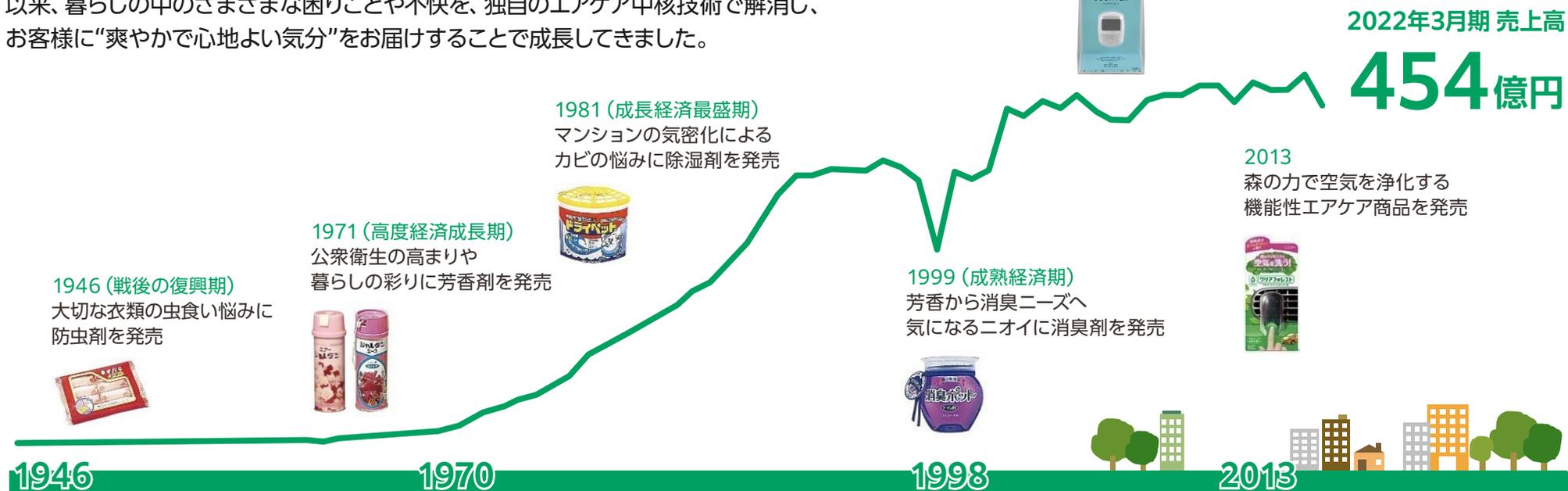


※(株) インテージSRI+(金額ベース)  
期間2021年4月~2022年3月

ニッチな市場で、独自性の強いブランドを数多く保有

# 価値創造のあゆみ

1946年に創業、着物の虫食いの悩みを解決するために、防虫剤の製造販売からスタートしました。以来、暮らしの中のさまざまな困りごとや不快を、独自のエアケア中核技術で解消し、お客様に“爽やかで心地よい気分”をお届けすることで成長してきました。



## 時代の変化に合わせた経営の変遷

### 【1946年～：創業期】 メーカーとして事業基盤を固める

戦後、大切な着物の虫食いに悲しむ女性がたくさんいました。創業者の一人・鈴木誠一は、その姿を見て1946年、前身企業であるエスター化学工業所を創立し、防虫剤の製造販売をスタートさせました。



### 【1970年～：成長期】 積極投資で新市場を創造する経営

1970年頃より、日本経済は成長を加速させます。それに伴い住環境は大きく変化し、新しい暮らしの悩みやニーズなどが登場してきました。1971年には芳香剤市場に参入し、1981年には新しく除湿剤市場を創造しました。また、タイ・台湾・フィリピンなどへの海外展開もスタートさせるなど、旺盛な需要を取り込むべく、積極的に投資を行っていきました。

### 【1998年～：成熟期】 筋肉質で機動的な経営

1990年以後、国内の人口増加が鈍化したのに伴い経済も停滞。それまでの拡大路線から筋肉質で機動的な体質への転換として、経営改革「絞り込みと集中」を行いました。現在の主要ブランド「消臭力」「脱臭炭」「米唐番」などは、この頃に誕生しています。



### 【2013年～：転換期】 探索と深化の経営

2010年代に入ると、時代はグリーンエコノミーへと大きく転換しました。消費者の価値観やライフスタイルの変化に対応する高付加価値商品やサービスを提供するとともに、CO<sub>2</sub>排出量削減や資源枯渇への対応、すべてのステークホルダーに配慮した経営を進めています。



# 事業別の状況

## エアケア(消臭芳香剤)



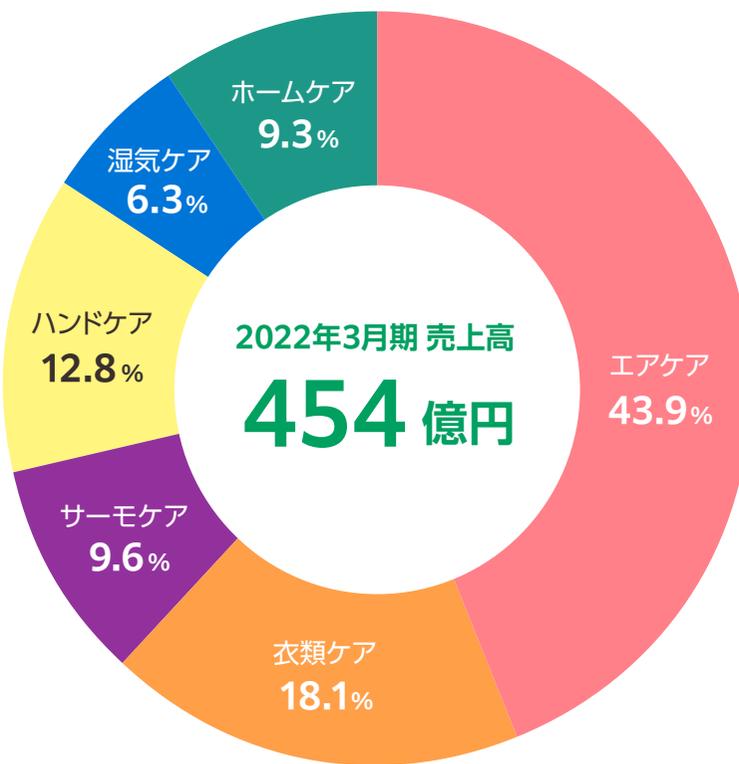
## サーモケア(カイロ)



## 湿気ケア(除湿剤)



カテゴリー別売上高構成比



## 衣類ケア(防虫剤)



## ハンドケア(手袋)



## ホームケア(その他)



# 財務ハイライト

## 売上高

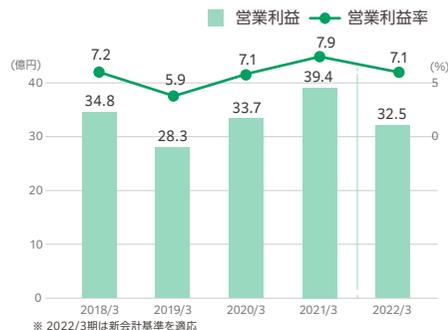
454億円



新型コロナウイルス感染症に伴う需要の落ち着きや価格変動の影響により手袋の販売量などが減少し減収となりました。

## 営業利益・営業利益率

営業利益 32億円  
営業利益率 7.1%



新型コロナウイルス感染症予防により抑制していた営業活動を徐々に回復させたほか、マーケティング費用を戦略的に投下したことなどにより減益となりました。

## 親会社株主に帰属する当期純利益

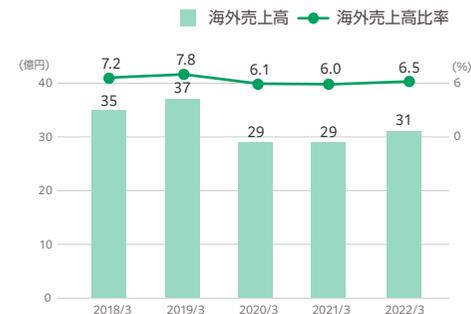
11億円



営業利益の減益に加え、特別損失にカイロ事業の減損損失を計上したことにより減益となりました。

## 海外売上高・海外売上高比率

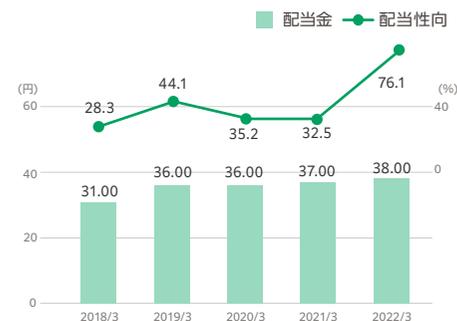
海外売上高 31億円  
海外売上高比率 6.5%



海外は構造改革を進める中、タイのエアケアが好調なほか、中国にも再参入したことなどにより増収となりました。

## 1株当たり配当金・配当性向

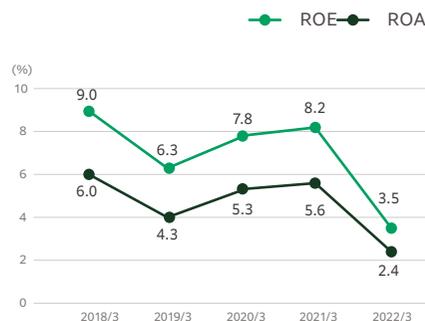
配当金 38円  
配当性向 76.1%



期末配当については、安定配当の基本方針のもと年間配当は38円、配当性向76.1%としました。

## ROE・ROA

ROE 3.5%  
ROA 2.4%



収益力の強化に努めましたが、特別損失に減損損失を計上したことにより改善という結果となりました。

## 研究開発費・設備投資額

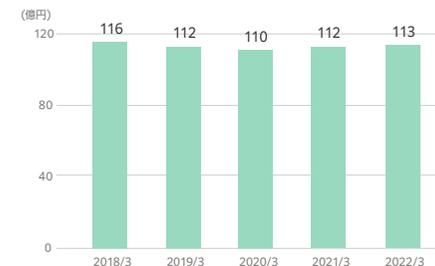
研究開発費 8.5億円  
設備投資額 26.9億円



研究開発は主に基礎研究の充実、設備投資では設備の新製品対応や生産能力の増強などを行いました。

## マーケティング費

113億円

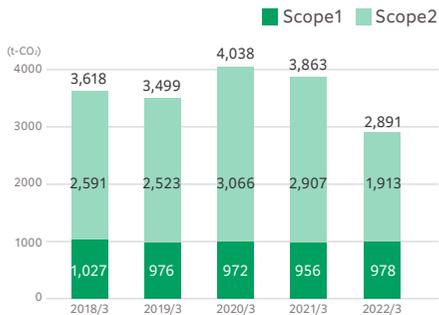


マーケティング費(広告宣伝・販売促進・拡販費)の内、販売促進としてデジタル広告などの費用を積極的に投下しました。

# 非財務ハイライト

## 総CO<sub>2</sub>排出量 (Scope1・2)

2,892t-CO<sub>2</sub>

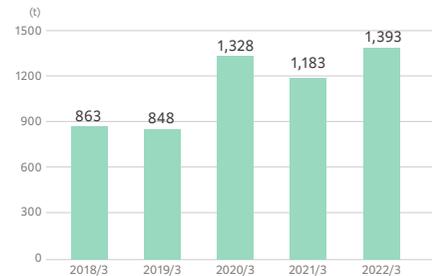


※ 対象組織はエスティーグループ（国内） ※ 総CO<sub>2</sub>排出量はScope1、Scope2の合計 ※ Scope2購入電力由来の算定では、再生エネルギー電力使用量は電力メーター別調整後排出係数を用い、またそれ以外の電力使用量は全国平均排出係数を乗じてその合計をCO<sub>2</sub>排出量とした

2020/3期は買収したエスティーマイコールが加わりCO<sub>2</sub>排出量が増加しましたが、購入電力の再生エネルギー化を推進しCO<sub>2</sub>排出量は減少傾向にあります。

## 廃棄物総排出量

1,393t

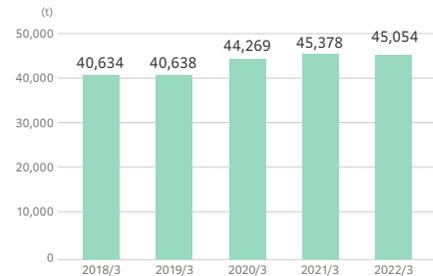


※ 対象組織はエスティーグループ（国内） ※ 数値は、四捨五入

エスティーマイコールの買収により2020/3期以降、廃棄物総排出量は増加しています。

## 水使用量

45,054t



※ 対象組織はエスティーグループ（国内）

エスティーマイコールの買収により2020/3期以降、水使用量は増加しています。

## 従業員数

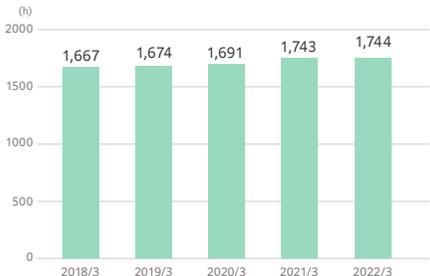
953人



エスティーマイコールの買収により2020/3期に、従業員数は増加しました。

## 1人当たり年間総実労働時間

1,744h

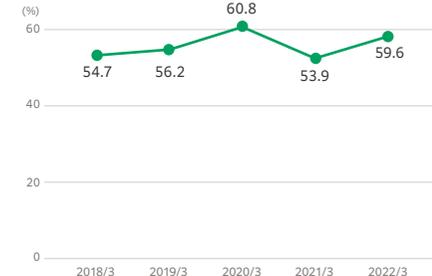


※ 対象組織はエスティーグループ（国内） ※ 1人当たり年間総実労働時間は正規社員の労働時間

足元は増加していますが、旧来の働き方から脱却し、労働時間を低減するなど健全な働き方とともに労働生産性の向上を推進しています。

## 年次有給取得率

59.6%

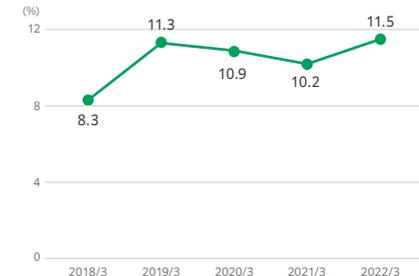


※ 対象組織はエスティーグループ（国内） ※ 年次有給取得率は正規社員の有給取得率

ワークライフバランスでは、年次有給休暇の取得を推奨する月間を年数回設定しており、継続して取り組んでいます。

## 女性管理職比率

11.5%



※ 対象組織はエスティーグループ（国内）

多様な人材の活躍のため、特に女性管理職比率アップを目標に掲げ、女性も働き続けやすい制度設計、キャリア研修などを推進しています。

## 企業好感度ランキング

138位



※ 企業好感度ランキングは日経企業イメージ調査・好感度ビジネスパーソン編より

ブランド価値経営では、企業好感度ランキングをベンチマークに150位前後の水準を指標としています。

# トップメッセージ



新機軸エアビズで市場を創出し、  
世界に展開します

リボーン元年(成長に向けた土台づくり)

代表執行役社長

鈴木貴子

## この10年間をふり返り

2013年4月に代表執行役社長を拝命し、2023年3月期で10年の節目を迎えます。就任以来、外部環境に左右されない経営基盤の構築を掲げ、時価総額1,000億円を目指してまいりました。就任当時は利益が漸減状態であり、最初の5年間は利益の改善を最優先に「利益志向経営」に舵を切りました。後半の5年間は成長戦略に軸足を移し、「トータル エアビズ 企業グループ」への脱皮を掲げて、海外・B2B・ECの市場開拓を進めるとともに、エアビズの新機軸開発に取り組みました。

利益改善については、「ブランド価値経営」を基本方針に商品のプレミアム化と不採算商品・事業の整理を進め、一定の成果が出たと考えています。一方で成長エンジンと位置付ける海外・B2B・ECの拡大は未だ途上であり、新規事業も業績に貢献できていないと認識しています。

さらに、2017年にマイコール社より譲り受けたカイロ事業は、新機軸製品開発と海外市場開拓が想定通りに進まず、当期は減損を計上しました。大幅減益を真摯に受け止めるとともに、これを機に経営改革の断行を決意しました。

## 激動の時代をチャンスと捉え

長引くコロナ禍とウクライナ危機、エネルギー・原材料価格の高騰と円安、地政学的脅威、相次ぐ自然災害と環境意識の高まり…。VUCAの時代に当社グループが存続していくためには、時代の劇的変化を掴みとり、チャンスに変えるしかありません。

今期は、リボン元年(成長に向けた土台づくり)の方針に掲げています。経営改革を断行し、あるべき将来像に向けて、戦略の見直しや資源再配分を徹底的に進め、グローバルな成長と新分野・新市場での事業創出を図る所存です。

また一方で、人類共通の貴重な資源である地球環境の保全に努め、介護やヘルスケア、ペットケア、フェムテックなど社会課題を解決する新規事業を育て、社名の由来の通りに社会のお役に立ち(SERVICE)信頼される(TRUST)企業として、永遠に存続できるか問い続けるガバナンス体制を築きあげてまいります。

将来のあるべき姿を明確化し、現状を正しく見つめ直すために、外部の有識者の方々を初めてお招きしてダイアログを実施いたしました。

## ステークホルダーの声に耳を傾けて

有識者ダイアログでは、投資家のほか環境・人権などのそれぞれの専門家の方より、環境・社会からの要請の高まりから生まれるビジネス機会や経営リスク、当社にとっての重要課題や先進企業の事例など、様々なご指摘やご助言をいただきました。

中でも、当社を取り巻く事業や経営環境、消費者の変化などを自社の成長に取り込むことの重要性や、その変化から生まれる新しい事業・経営リスクへのマネジメント体制の整備が急務であることを痛感しました。今後も継続的に当社経営へのご意見をいただき、社会の期待に応える新たなエステーを築いてまいりたいと思います。

## 新たなチャンスとリスクに、しなやかに対応する組織へ

改革の第一歩として、経営体制の大幅な刷新を行いました。

グローバルな成長を実現するためには、お客様第一主義に立ち返って、国内外の既存事業のブランド力強化と収益力向上を図る、グローバルマーケティング部門を新設しました。

新分野・新市場の事業創出に向けては、既存事業から独立した経営直轄の組織として新規事業開発室を新設しました。

さらに、グローバル基準のガバナンス体制として、経営企画、ESG推進、デジタルトランスフォーメーション(DX)、人事・総務、法務などの機能を束ね、ビジネス機会と経営リスクを一括してマネジメントする、企業価値創造部門に統合しました。

新たな組織体制のもと、ステークホルダーの皆様と対話を重ねながら、持続的な成長と企業価値の向上を図ってまいります。

## 「トータル エアビズ 企業グループ」を目指して

空気はご家庭の中だけでなく、オフィスや工場、病院や介護施設、商業施設や公共空間…。世界中の様々な空間に存在する共有資源です。独自のエアケア中核技術で、消臭のみならず、ヘルスケアやウエルネスなどの新たな分野でも人に快適な空気を追求し、日用品メーカーから脱皮して「トータル エアビズ 企業グループ」を目指します。

今後とも、倍旧のご支援を賜りますよう、宜しくお願い申し上げます。

# ステークホルダーエンゲージメント



サステナビリティの重要課題を討議・特定  
焦らず、しかし確実に  
本質的なサステナビリティ活動を  
推進します。

後列左より内藤英紀執行役、蔵元左近様、前田新造社外取締役、西田誠一常務執行役、  
前列左より野田弘子社外取締役、鈴木貞子社長、魚住隆太様、福田智美様



常務執行役 西田 誠一

## 重点課題を有識者とともに討議

エスティーはこれまで、お客様の声を大切にまいりましたが、さらに本質的にサステナビリティ経営を推進するため、当社グループのサステナビリティの重要課題(マテリアリティ)について、ステークホルダーの声を正しく理解し経営に組み込むとともに、当社に対する期待をうかがうことを目的として、有識者ダイアログを実施いたしました。

外部有識者として、環境・サステナビリティ経営に豊富な知識と経験を有する魚住サステナビリティ研究所・代表の魚住隆太様、人権・コンプライアンスの専門家であるオリック東京法律事務所・外国法共同事業・弁護士の蔵元左近様、投資家からは、ファンダメンタル、ESG、二つの観点から企業価値向上を積極的に推進されているラザード・ジャパン・アセット・マネジメントのシニア・ヴァイスプレジデントの福田智美様をお招きし、当社のマテリアリティに関してご意見をいただきました。

当社側からは鈴木社長をはじめ、関連部門の執行役として米本常務執行役(事業およびR&D部門担当)、内藤執行役(製造部門担当)のほか、取締役からは前田社外取締役、野田社外取締役の2名が参加し、有識者の皆様からのご意見を踏まえ積極的に討議いたしました。

## 取り組むべき重点課題へのご意見

ダイアログ当日は、当社グループで検討・抽出した重要課題案をもとにご意見をうかがいました。(次ページの図表1、図表2参照)

まず、環境の視点からは、基本的な環境経営基盤を充実す

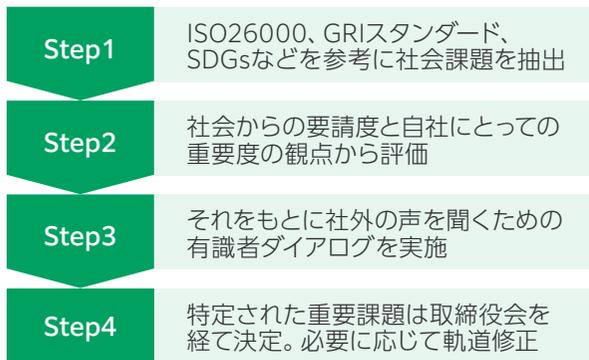
ることの重要性をアドバイスいただきました。具体的には、事業活動を通じた資源やエネルギーの投入量、および商品の提供や排出量などの全体像(マテリアルバランス)をグローバルで捉え、仕組みで管理・改善することの重要性をご指摘いただきました。さらに、当社のビジネス特性に応じた取り組みの重要性をご指摘いただき、気候変動対応として製品LCAや、商品・容器のプラスチックなどの資源循環・リサイクルの取り組みの強化などをアドバイスいただきました。

人権の視点からは、人権管理や責任ある調達を法制化する動きが加速しており、対応の不備が思わぬ人権問題への加担とみなされ、投資家からのダイベストメント、お客様の調達先から外されるリスクがあることなどをご説明いただきました。人権管理や責任ある調達はメーカーとしてのマテリアリティであり、方針の策定、体制の構築を急ぐ必要があることをアドバイスいただきました。

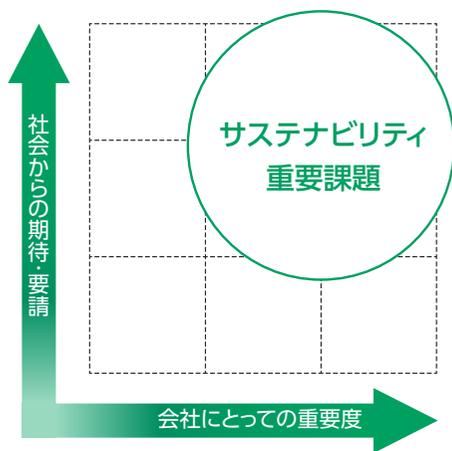
投資家の視点からは、企業価値の創造とESGの関係性について強い正の相関があることをご説明いただき、バックキャストによる戦略立案とガバナンス強化がひとつのストーリーになっていることの重要性をご指摘いただきました。さらに社会の変化を確実に捉え、そこから生まれる機会をどうビジネスに活かすか、また、変化がもたらすリスクを確実に管理し、しっかり説明責任を果たすことの重要性をアドバイスいただきました。

また、当社グループに対する期待として、「強みであるユニークな商品を開発する力(イノベーション力)を活用して、CO<sub>2</sub>排出量や化石資源を大幅に削減できる新しい商品やビジネスモデルの創出を期待している」「親しみやすく環境に良い

[図表1]重要課題抽出のプロセス



[図表2] 重要課題の評価・優先順位付けの考え方



商品を、分かりやすいテレビCMを通じて、多くの消費者に紹介し、環境やサステナビリティの重要性を広く訴求して欲しい」「焦らなくていいので、本質的な活動をしっかりと確実に進めて欲しい」などの温かい励ましのお言葉もいただきました。

今回のダイアログを通じて有識者の皆様からいただいた声をもとに社内で議論を重ね、最終的に当社グループの重要課題を右記の通り決定しました。(図表3参照) 今後は、これらの重要課題を解決するために、必要な方針・戦略・計画を立案し、全社を挙げて推進してまいります。また、今回決定した重要課題は、今後継続して実施するエンゲージメントや取り組みの進捗、経営環境の変化などにより、必要に応じて適時、軌道修正し、社会からの要請の変化に応じた重要課題に更新してまいります。

### 社外の声を共有し、経営に取り込む

今回のダイアログでは、サステナビリティのさまざまなテーマの重要性を改めて気付かされるとともに、長期経営戦略を検討する上での機会やリスクとして認識を新たにすることができました。また、社長をはじめ社外取締役、各担当執行役の全員とも共有を図ることができました。当社グループは、リボン元年(成長に向けた土台づくり)を今期の経営方針として位置付けています。今回できた共有認識は、当社グループが今後の活動を積極的に推進するにあたり、一つの道標としてとても重要な土台となりました。

当社グループは、今回いただいた有識者(ステークホルダー)

の皆様の声をもとに、時代の変化を自社の新しい成長機会として取り込むとともに、そこから発生する新しい経営リスクにも対応できるガバナンス体制の整備を推進し、社会の持続性に寄与することを通して、自社の持続的な発展と企業価値の向上を実現してまいります。

引き続き、ご指導・ご鞭撻の程、よろしくお願いいたします。

[図表3] 特定された重要課題

消費者の価値観、ライフスタイルの変化への対応
脱炭素社会への対応
資源枯渇・サーキュラーエコノミーへの対応
人権問題に関するビジネスリスクへの対応
多様な従業員が、やりがいを持ち、安心して働ける労働環境の構築
サプライチェーンにおけるESGリスク管理の強化
法令を超えた社会の要請への対応

# 企業価値創造の考え方

## これまで提供してきた価値

当社グループは創業以来、生活日用品市場において防虫剤「ムシューダ」、消臭芳香剤「消臭力」、カイロ「オンパックス」、除湿剤「ドライペット」、脱臭剤「脱臭炭」、米びつ用防虫剤「米唐番」など、住環境の変化や暮らしの困りごとに対して、独自性のある商品を通じて人々の暮らしに快適さや豊かさを提供してきました。

生活日用品市場は、人々の暮らしが続く限りなくなることはない生活密着の安定市場です。国内の人口は減少傾向にありますが、当社商品は家庭内のさまざまな部屋や場所で使用する商品であり、国内の総世帯数の推移を見ると現在も増加傾向にあり、堅調に推移しています。さらに、主力事業の消臭芳香剤市場などでは使用率は約6割の水準であり、今後も拡大する余地があるものと考えています。

## 経営環境の変化

現在、新聞紙面などでは、“サステナビリティ”や“SDGs”といった言葉を見ない日がありませんが、生活日用品市場でもCO<sub>2</sub>排出量削減や資源枯渇・サーキュラーエコノミーへの対応が大きな課題になっています。さらに、足元では新型コロナウイルス感染症により、私たちの働き方は一変し、消費者の購買行動や価値観・ライフスタイルにも大きな影響を及ぼしています。



ムシューダ



消臭力



オンパックス



ドライペット



脱臭炭



米唐番


 MoriLabo  
(花粉対策)

 エステーペット  
(猫用システムトイレ)

人々の暮らしに快適さや豊かさを提供

“社会と人々の暮らし”に快適さや豊かさを提供

## これから提供していく価値

当社グループは、こうした時代や社会の変化を機会と捉え、当社の強みである独自のエアケア中核技術や商品開発力・さまざまな現場力・コミュニケーション力を活かして、空気ビジネスの新機軸、社会の構造変化への対応、グローバル化の加速をキーワードに新しい価値を提供するとともに新市場を創造し、“社会と人々の暮らし”に快適さや豊かさを提供していきます。

例えば、新商品の開発では、天然の樹木成分を活用した「クリアフォレスト」を使用して新しい価値を創造しています。従来の“ニオイを取る”というソリューションから、花粉などのアレルギーやストレスといった現代人が持つ社会課題に対し、天然の木々が持つ力を活かした“機能性エアケア”という新しい価値を創造しています。さらに、市場あるいは業界にとらわれない新機軸によるビジネスモデル・エコシステムの開発などにも、積極的に取り組んでいます。

一方、リスク面では、脱炭素社会への対応としてCO<sub>2</sub>排出量削減、資源枯渇・サーキュラーエコノミーへの対応、人権問題に関するビジネスリスクへの対応のほか、それらを担う従業員についても多様性や、やりがいを持ち、安心して働ける労働環境の構築を進めています。

当社グループは、環境・社会の持続性に寄与するとともに、“社会と人々の暮らし”に快適さや豊かさを提供することをとおして、自社の持続的な成長と企業価値の向上を実現していきます。

# 価値創造プロセス

## インプット

### 社会・関係資本

企業好感度ランキング: 168位  
 営業利益: 3,945百万円  
 株価: 1,955円  
※ 全て2021/3期末の値

### 人的資本

従業員数: 連結953人  
 従業員数: エスターグループ(国内) 757人  
 社員数: 570人(うち女性: 209人)  
 非正規雇用: 187人(うち女性: 138人)  
※ 社員数・うち女性・非正規雇用・うち女性はエスターグループ(国内)

### 自然資本

燃料使用量: 14,718GJ  
 電気使用量: 6,499千kWh  
 水使用量: 45,054t  
※ 全てエスターグループ(国内)

### 財務資本

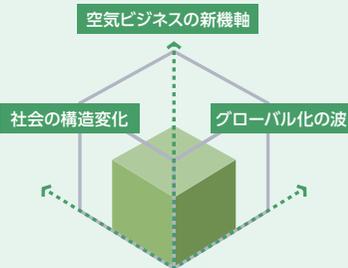
フリー・キャッシュ・フロー: 2,859百万円  
 有利子負債: 413百万円  
 自己資本比率: 70.4%  
※ フリー・キャッシュ・フローは2021/3期末の値

## 価値創造活動

### 事業活動

商品開発力・現場力・コミュニケーション力で暮らしを快適にする商品を製造販売

### 成長の方向性



### サステナビリティ



気候変動、資源循環、労働安全衛生、ワークライフバランス、ダイバーシティ・インクルージョン、人材育成、コンプライアンスなどへの取り組み

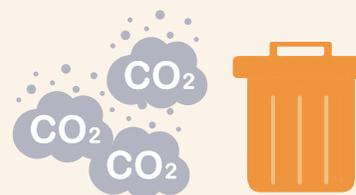
## アウトプット

### 商品



エアケア: 売上高199億円  
 衣類ケア: 売上高82億円  
 サーマケア: 売上高43億円  
 ハンドケア: 売上高58億円  
 湿気ケア: 売上高28億円  
 ホームケア: 売上高42億円

### 環境・社会への負荷



総CO2排出量(Scope1・2): 2,891t-CO2  
 廃棄物総排出量: 1,393t  
 1人当たり年間総実労働時間: 1,744h  
※ 全てエスターグループ(国内)

## アウトカム

### ベネフィット

独自のエアケア中核技術で暮らしの不快を解消し心地よい気分になる



企業好感度ランキング: 138位  
 営業利益: 3,250百万円  
 株価: 1,527円



# マテリアリティと主な施策

## マテリアリティ

消費者の価値観、  
ライフスタイルの変化への対応

- 脱炭素社会への対応
- 資源枯渇・サーキュラーエコノミーへの対応
- 人権問題に関するビジネスリスクへの対応
- 多様な従業員が、やりがいを持ち、安心して働ける労働環境の構築
- サプライチェーンにおけるESGリスク管理の強化
- 法令を超えた社会の要請への対応

## 主な施策

ビジネス

- ・天然 X 機能性を有するエアケア中核技術「クリアフォレスト」を活用した商品開発の強化
- ・新機軸によるビジネスモデル・エコシステムなどの開発を強化

環境	気候変動	・温室効果ガスの削減目標・マネジメント体制の再構築
	資源循環	・省資源、省プラスチック設計による取り組みの推進
社会	人権	・人権について、方針・マネジメント体制を整備
	労働安全衛生	・長時間労働の低減
	ワークライフバランス	・有給取得率の向上
	ダイバーシティ・インクルージョン	・女性が活用できる諸制度の整備、職場環境づくりの推進強化
	人材育成・能力開発	・新規ビジネスを創出・遂行する人材育成の強化
マネジメント	責任ある調達	・責任ある調達について、方針・マネジメント体制を整備
	ステークホルダーエンゲージメント	・ステークホルダーの声を経営に反映できる推進体制を整備 有識者ダイアログ、統合報告書

# 国内事業の取り組み

## エアケア(消臭芳香剤)



【市場シェア】消臭芳香剤3位(24%) 脱臭剤1位(81%)

【事業の特徴と強み】当社売上高の約4割を占める主力事業であり、今後成長を見込んでいる事業です。当社最大のメガブランド「消臭力」、炭の力で強力脱臭「脱臭炭」など、独自性の強いブランドを保有しています。

【市場環境】消臭芳香剤市場は成長市場です。高付加価値品は拡大傾向で、今後も市場を刺激することで成長が期待できます。

【当期の概況と今後の戦略】当期は、高付加価値品「消臭力」Premium Aromaが好調、新製品「消臭力」DEOXが寄与し、売上高は199億円となりました。今期は引き続き、主力ブランドの強みを活かすとともに、新製品で市場の活性化を図ります。

### 【売上高の推移】



## 衣類ケア(防虫剤)



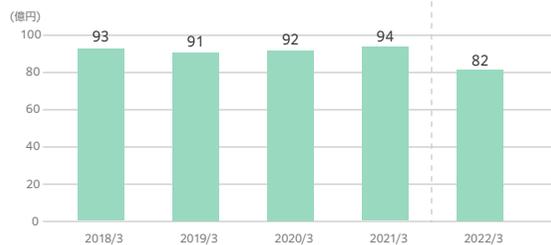
【市場シェア】防虫剤1位(52%)

【事業の特徴と強み】創業以来の事業で、エアケア事業と並ぶ最重要事業です。大切な衣類を虫食いから守る信頼のトップブランド「ムシューダ」「ネオパラ」などを保有しています。隣接市場であるダニよけ市場にも参入しています。

【市場環境】防虫剤市場は安定市場です。今後は、収納スタイルの変化など、多様なニーズへの対応がカギです。2021年は巣ごもり需要が落ち着き、平年並みになりました。隣接するダニよけ市場は拡大傾向にあります。

【当期の概況と今後の戦略】当期は、2021年春シーズンが平年並に推移したことにより、売上高は82億円となりました。今期は、多様化する収納スタイルに対応した商品で拡売を図ります。

### 【売上高の推移】



## サーモケア(カイロ)



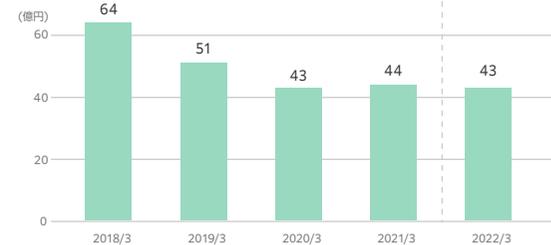
【市場シェア】カイロ3位(17%)

【事業の特徴と強み】冬場の商材で、春秋の防虫剤と連動した売場コントロールの役割も兼ねています。「オンパックス」、温熱ケアの「On Style」ブランドなどを保有しています。

【市場環境】カイロ市場は気候変動の影響が大きく、差別化が難しい市場です。今後は、温熱技術を活かした新分野・新市場に期待しています。

【当期の概況と今後の戦略】当期の冬シーズンは、年末年始からの冷え込みにより売上高は43億円となりました。今期は、生活環境・ライフスタイルの変化に対応した新しい付加価値、使用シーンを生活者に提案し、市場活性化を図ります。

### 【売上高の推移】



※ 2022/3期は新会計基準を適用

## 【ハンドケア(手袋)



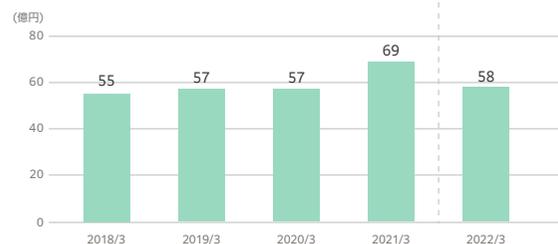
【市場シェア】 家庭用手袋2位(21%)

【事業の特徴と強み】 衣類ケア事業に続く、60年前からの息の長い事業です。家庭用手袋「ファミリー」、業務用手袋「モデルローブ」などを保有しています。破れやすい指先を強化した手袋などを展開しています。

【市場環境】 手袋市場は、新型コロナウイルス感染症による衛生意識が落ち着くとともに価格変動の影響により家庭用・業務用ともに減少しました。作業性を高めることに加え、機能強化や付加価値の提案がポイントです。

【当期の概況と今後の戦略】 当期は、衛生意識の落ち着きから手袋の需要もやや低調に推移し、売上高は58億円となりました。今期は引き続き、高付加価値品の提案で、ブランドの強化・育成を図ります。

### 【売上高の推移】



## 【湿気ケア(除湿剤)



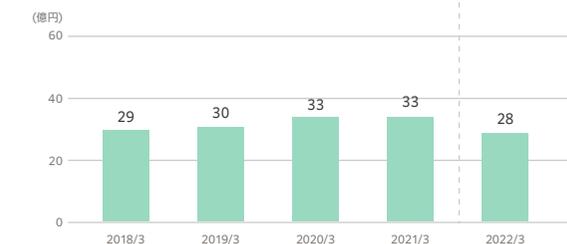
【市場シェア】 除湿剤1位(34%)

【事業の特徴と強み】 1981年の「ドライペット」発売以来、常に市場を牽引してきた事業です。主力ブランド「ドライペット」、除湿に脱臭機能を付加した「備長炭ドライペット」などを保有しています。つめかえタイプやシートタイプなど、充実したラインアップを展開しています。

【市場環境】 除湿剤市場は拡大傾向で、差別化が難しく、競争の激しい市場です。今後は、新しい用途や新機能などの付加価値の提案がカギです。

【当期の概況と今後の戦略】 当期は、前期の長梅雨の反動減により、売上高は28億円となりました。今期は、高付加価値品や省プラスチックの提案で市場の活性化を図ります。

### 【売上高の推移】



## 【ホームケア(クリーナー・その他)



【事業の特徴と強み】 ニッチなクリーナーや、その他育成中の新製品をまとめた事業です。「洗浄力」の各種クリーナー、米びつ用防虫剤「米唐番」など、独自性のある商品を保有しています。

【市場環境】 ニッチなクリーナー市場や米びつ用防虫剤市場は、新型コロナウイルス感染症による衛生・内食需要が継続し堅調に推移しています。

【当期の概況と今後の戦略】 当期は、衛生・内食需要により「米唐番」や「洗浄力」洗たく槽クリーナーが好調、新製品「新鮮番」も寄与し、売上高は42億円となりました。今期もさらなる成長のために、新しい領域への挑戦を展開します。

### 【売上高の推移】



# 海外・新規事業の取り組み

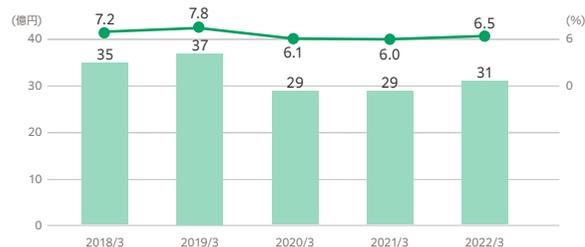
## 海外事業

グローバル化は、当社グループの考える重要な成長戦略のひとつです。足元では、新型コロナウイルス感染症の影響によりインバウンド需要は激減していますが、世界からの日本製品への信頼感は根強いものがあり、当社グループは国内の社会課題解決に向き合うことで培ったノウハウ・新技術を、グローバルへと展開していきます。

当期は、引き続き構造改革を戦略的に進めてきました。主な地域別の状況では、米国は新型コロナウイルス感染症の衛生意識の落ち着きから手袋需要が減少、アジアではタイにおいてエアケアが好調に推移するとともに、中国では新たにEC旗艦店を開設しエアケア、ホームケア商品の販売を開始したことにより、連結海外売上高は31億円(海外売上高比率6.5%)となりました。

今後は、新体制のもと地域としてはアジア地域、カテゴリーとしてはエアケアに注力し、グローバルな「トータル エアビズ 企業グループ」を目指していきます。

【海外売上高・海外売上高比率の推移】



## 資本業務提携の推進

資本業務提携の推進も、外部環境に左右されない経営基盤を構築するうえで、欠かすことのできない重要な成長戦略のひとつです。

当社グループの資本業務提携は、フマキラー(株)と2010年、NSファーファ・ジャパン(株)と2012年に、資本業務提携契約を締結しています。3社の事業が互いの強みであるビジネス領域(B2C・B2B)が異なることを活かし、相互の事業の発展・収益性の向上を目指しています。

主な提携の目的は、開発面では3社の研究技術・開発ノウハウを活かした共同研究開発など、営業面では国内外のチャネルの相互活用・販売促進サポート・共同取り組みなど、調達面では国内外の生産設備の相互利用・資材の共通化などによるコストダウン、物流面では物流インフラの共同利用によるコストダウンなどです。

今後は、時価総額1,000億円を目指して、グローバルな「トータル エアビズ 企業グループ」に資する資本業務提携の推進を進めていきます。



資本業務提携記者会見(2012年1月)

## 新規事業の開発

最後に、新規事業の開発はメーカーとして最も重要な成長戦略のひとつです。

これまで当社グループでは、独自のエアケア中核技術を活かした新分野・新市場の開拓に取り組んできました。天然の樹木成分を活用した「クリアフォレスト」を使用した花粉対策商品「MoriLabo」シリーズ、ペットのおしっこやウンチなどのニオイ問題を解決する「エステーペット」をはじめ、B2B市場ではホテルや旅館の客室向けの衣類・布製品用消臭ミスト「AirForest」シリーズや、業務用の除菌剤「Dr. CLEAN+」などを展開してきました。

今後は、新設された新規事業開発室のもと、新たな事業化プロセスを作り、これまでの既存事業の延長ではない新機軸によるビジネスモデルの開発や、新しいエコシステムへの参画といった外部との協業にも積極的に取り組んでいきます。



# 環境の取り組み

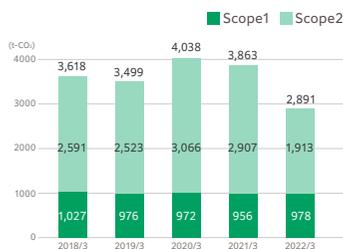
## 気候変動への取り組み

当社グループは、気候変動への対応を重要課題と捉え、事業活動を通じたCO<sub>2</sub>排出量削減に取り組んでいます。

CO<sub>2</sub>排出量削減の取り組みについて、製造面では生産設備や建物設備の省エネ化を進め、生産拠点およびオフィスでは、購入電力の再生エネルギー化を進めており、国内グループ全体(2022年3月31日現在)では32%が再生エネルギー由来の電力に切り替わっています。営業車などの社用車は、エネルギー効率の高いハイブリッド車の使用を進めています。輸送面では、トラック輸送から環境負荷の低い鉄道や船舶輸送へ転換する「モーダルシフト」を推進しており、2008年に「エコシップマーク」(エステー株式会社)、2015年に「エコレールマーク」(エステー株式会社九州工場)の認定を取得しています。また、トラック輸送では、外装箱規格の見直しによる積載効率向上、工場から倉庫への直送や他社との共同配送を推進しています。

今期より、GHGプロトコルベースでCO<sub>2</sub>排出量の算出を行っています。CO<sub>2</sub>排出量の削減目標についても同基準に基づき見直しを進めており、Scope3の算出も進めていく予定です。

### 総CO<sub>2</sub>排出量(Scope1・2)



※ 対象組織はエステーグループ(国内)  
 ※ 総CO<sub>2</sub>排出量はScope1、Scope2の合計  
 ※ Scope2購入電力由来の算定では、再生エネルギー電力使用量は電力メニュー別調整後排出係数を乗じ、またそれ以外の電力使用量は全国平均排出係数を乗じてその合計をCO<sub>2</sub>排出量とした

### TCFDへの対応

当社グループは、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)提言に基づき、気候変動課題への対応を進めており、気候関連が与える当社への影響(リスクと機会)について、「1.5~2℃シナリオ」および「4℃シナリオ」にて、シナリオ分析(定性評価)を行いました。引き続き、気候関連課題に対するリスク・機会への対応策の検討を行い、TCFD提言に従って情報開示を進めていきます。

## 資源循環への取り組み

当社グループは、お客様の暮らしに身近な商品を生産・販売するメーカーとして、限りある資源を大切にするために、容器包装における4R(Reduce、Reuse、Recycle、Renewable)を進め、プラスチック問題に取り組んでいます。当社グループの販売品には、約12,000t/年間のプラスチックが使用されているため、商品設計の見直しやつめかえ可能な商品を増やし、再生プラスチックやバイオマスプラスチックの使用を進めることで、石油由来プラスチック使用量の削減に取り組んでいます。また、使用後にどうしても残ってしまう廃棄されるプラスチックへの対応として、「Reuse」(再利用)・「Recycle」(再資源化)の仕組みの実証プロジェクトへ参加しています。

「Reduce」(削減)・「Renewable」(植物由来などの再生可能原料への転換)の取り組みとして、容器包装や商品設計についてのエステー独自の環境配慮基準を定め、基準を満たした商品には「みんなでエコ」マークを表示しています。

### 「みんなでエコ」マーク表示品の事例

お部屋の「消臭力」・トイレの「消臭力」の容器ボトルには、再生プラスチックが10%以上使用されています。



一般消費財容器などを繰り返し利用が可能な耐久性の高いものに替え、「Reuse」(再利用)する「Loop(ループ)」\*システムに参画しています。「Loop」用商品の容器は、プラスチックではなく、透明のガラス製容器を採用しており、イオンの店舗で販売されています。(※「Loop」: Loop Japan合同会社が展開する循環型ショッピングプラットフォーム)

2021年7月~12月に実施された、福岡県北九州市における使用済みプラスチックの回収実証実験「MEGURU BOX」プロジェクトに参画しました。北九州市や10社以上の企業・団体が連携し、北九州市内のスーパーや公共施設などで使用済みプラスチック容器を回収し、再資源化に向けた仕組みの実証に取り組みました。

## 社会の取り組み

### 従業員の健康・労働安全の取り組み

全ての従業員が心身ともに健康に働くことができるように、定期健康診断の目標受診率100%を目指し、受診を推進しています。定期健康診断とは別に、健康リスクの早期発見・早期治療を目的に、35歳以上の従業員を対象に人間ドックの受診を推奨し、検診費用を補助しています。その他に、乳がん・子宮頸がん・前立腺がん・脳ドック検診の受診を推奨し、検診費用を補助しています。また、産業界や産業保健師との面談や講話機会や、全従業員や配偶者・被扶養者も利用可能な悩み事相談窓口「エステー健康ほっとライン」(外部の専門心理士が対応)を設け、心身の健康・不調予防に取り組んでいます。禁煙への取り組みとして、2018年より就業時間内の禁煙、2022年より建屋内は完全禁煙化しました。

当社グループ全体で、労働安全管理体制の強化に取り組み、日本およびタイの自社工場(福島・埼玉・九州・栃木・タイ)、国内の主な外注工場で、安全管理点検を定期的を実施し、安全衛生管理システムの適切な運用、労働災害の防止に取り組んでいます。直接点検を頻繁に実施することが困難なタイ工場では、WEB会議システムを活用して点検を行っています。また、日本およびタイの自社工場が参加して行う「STR-MP」会議では、労働安全に関する意見交換を行い、各工場の労働安全活動に展開しています。

### 人材育成の取り組み

当期は管理職登用前の20代~50代従業員を対象としたリーダーシップ研修(年5回)を実施しました。また、今期は、20代~30代従業員から参加者を募集し、選抜・実行型研修「次世代変革プログラム(NEXT)」を開始しました。社外講師による経営、事業化に関する講義を受講しながら、事業アイデアを立案し、経営層へ提案、審査の結果、認められたアイデアは自ら事業化を目指します。

### ダイバーシティ・インクルージョン/ワークライフバランスの取り組み

多様な人材の活躍を目指し、新規事業の開拓・持続的な成長を進めるにあたり、キャリア人材の雇用を進めています。また、女性の管理職登用推進に向け、管理職登用前の20代~40代女性従業員を対象とした研修を2021年度は2回実施しました。

決算期	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3
女性管理職比率(%)	8.3	11.3	10.9	10.2	11.5
中途採用比率(%)	40.9	16.0	20.7	28.6	26.7
うち女性(人)	2	0	1	2	3
うち外国籍(人)	1	0	0	1	0
うち管理職(人)	1	1	0	5	5
障がい者雇用数(人)	7	9	14	15	13

※対象組織はエステーグループ(国内)

仕事と育児や介護との両立を支援するために、次世代育成支援対策推進法(次世代法)と女性の就業生活における活躍の推進に関する法律(女性活躍推進法)に基づく行動計画に沿った育児関連制度として育児休業制度、育児時短勤務制度、フレックスタイム勤務制度を整備しています。2021年の女性従業員の育児休業取得率は100%、男性従業員の配偶者出産休暇・育児休業取得者は2人で、出産した女性従業員の復職および出産から1年経過後の就業率は100%でした(離職ゼロ)。引き続き、従業員がそれぞれのライフステージの変化に対応しながら、働きやすい職場づくりを推進していきます。

出産	産前・産後休暇	産前6週間、産後8週間
	特別休暇・妻の出産	2日間(有給)
育児	育児休業	子が3歳に達するまで
	育児勤務時間	子が小学4年の始期まで、1日1.5時間まで短縮可能 子が中学1年の始期まで時差勤務可能(フレックス制度併用可)
	所定外労働の免除	小学校就学前の子を持つ社員が申請する場合、所定外労働を免除
	子の看護休暇	小学校就学前の、子のけがや病気の看護のため、時間単位で取得可能 就学前の子が1人の場合は年5日、2人以上の場合は年10日

## お客様への取り組み

### <品質保証、安心・安全の取り組み>

当社グループは、お客様へ「適正な品質」「安心・安全」な商品を提供することを目指し、商品の企画・設計・生産・販売を行っています。企画・設計・生産の各段階において、「原材料・処方(内容物)・容器包装・表示等」に関する安全性や有効性、環境・法適合性などを確認しています。

お客様へ提供する販売段階では、カスタマーファースト推進部門(お客様相談センター、品質保証グループ)にて、商品に関するお客様からの意見や情報を収集・分析し、品質改善に取り組み、万一当社商品に問題が発生した場合に備え、事故や被害への対応、行政およびお客様への情報開示、商品回収、再発防止を行う体制を構築しています。

尚、福島工場、埼玉工場、九州工場の防虫剤生産ラインは「ISO9001」の認証を取得し、栃木工場(エステーマイコール)は「ISO9001」、「ISO13485」を取得しています。

### <お客様の声に応える仕組み>

お客様からお寄せいただくご相談やご質問を商品の改良や課題の把握・対応に活用するため、「HOT VOICE REPORT」として経営層や関係部門へ報告しています。今期は、お客様相談センターで、経営層や関係部門の従業員が直接お客様のご相談やご意見を聞く「お客様の声体験会」を実施しています。また、ユーザー協会主催の電話対応コンクールに参加し、東京新宿地区大会で2021年度は優良賞、2022年度は優秀賞を受賞し、5年連続で地区大会に入賞しています。さらに、2022年度は初めて全国大会に出場するなど、お客様の満足・対応品質の向上に取り組んでいます。

### <暮らしに役立つ情報の発信>

お客様に向けて、毎日の暮らしをちょっと便利に、もっと楽しくする情報をオウンドメディア「暮らしにプラス」で発信しています。専門家の監修のもと、「ダニ対策」や「学校の除菌・衛生対策」、「花粉対策」などの暮らしに関するお役立ち情報や困りごとの対策について、情報発信しガイドブックを公開しています。



## 地域への取り組み

### <地域の子どもたちの教育実習の取り組み>

近隣地域の小中学生の職場体験学習の受け入れを実施しており、「ものづくり」の現場体験などを通して、メーカーの仕事やサイエンスに興味を持ってもらえるように取り組んでいます。また、新宿区の小学生向けに、夏休みのイベントとして「消臭剤づくり体験講座」を開催しました。(主催:公益財団法人 新宿未来創造財団)

### <文化支援活動の取り組み>

1998年より、文化支援活動として「全席無料招待制ミュージカル」を全国で主催しています。2020年は新型コロナウイルス感染症拡大の状況を受けやむなく公演を中止しましたが、2021年は人数制限や会場における徹底した感染対策などを行い公演を再開、2022年は宮城・北海道を除く6都市で公演を行い、多くのご来場者の皆様から感動の声が寄せられました。

### <地域との協働・支援の取り組み>

今期7月に、北海道が森林整備に取り組む企業と協働する「ほっかいどう企業の森林づくり」協定を、北海道釧路総合振興局と森林整備事業を行う株式会社北都(本社 北海道釧路市)との三者で締結しました。道有林釧路管理区内の整備区域のネーミングライツを取得し、当社からの寄付金を財源にトドマツの苗木を植樹し、森林整備を行っていきます。10月にはエステーの社員の他、地域の小学生を招いて植樹を行い、経済林経営やトドマツの活用・機能を学ぶ木育教室を開催しました。



ほっかいどう企業の森林づくり協定調印式



エステー社員と地域の小学生による植樹

# ガバナンスの取り組み

## コンプライアンス

### コンプライアンスに対する考え方

当社グループのコンプライアンスについては、法令にとどまらず、社内外の諸規則・倫理・社会規範を遵守し、経営理念・行動規範の実践により社会からの要請と期待に応え、皆様の信頼の維持・向上に努める考えです。

### コンプライアンス体制

当社グループはコンプライアンス委員会を設置し、委員会において審議、決定された事柄を代表執行役・執行役会・関連グループに報告するとともに、委員会の活動状況について監査委員会に報告しています。

### 社内啓蒙活動

社員のコンプライアンス意識のさらなる向上のため下記の活動を行っています。

行動規範や内部通報窓口の設置
コンプライアンス事例集をイントラネットに掲載
啓蒙のためのメールマガジン、ニュースを全社に送信(それぞれ毎月1回送信)
アンケートを全社に実施(年1回)
セルフチェックのためのコンプライアンステストを全社に実施(年2回)

## 内部統制

当社グループの内部統制については、組織の業務の適正性を確保するための体制整備を推進しています。組織の目的を有効的・効率的かつ適正に達成するために、ルールや業務プロセスを整備するとともに、常に社内外の声を把握し、改善を継続的に行います。

## リスク管理

### 当社グループが抱えるリスク

当社グループが抱えるリスクを認識し、リスクを適切に管理することは、事業の長期的な成功のために不可欠であり、経営の最重要課題の一つです。当社グループが抱える主要なリスクとしては、原材料価格の影響、自然災害や国際情勢による生産への影響、天候による販売の不確実性、新規事業などがあげられます。

### リスク管理体制

当社グループのリスク管理では、企業を取り巻く多様な経営リスクを未然に防止するとともに、万一の被害を最小限に抑えるための体制づくりを推進しています。リスク管理に係る規程を定め、子会社を含めたグループとしてのリスク管理委員会を設置し、リスク管理体制整備の推進とリスク発生時の対応のルール化に努めています。リスク管理委員会は、その活動を代表執行役と執行役会および監査委員会に報告し、監査室において、リスク管理が有効に機能しているか検証しています。

### 事業継続計画(BCP)の策定

当社グループの事業継続計画(BCP)については、災害時などの行動計画の整備を進め防災訓練を実施しています。

# コーポレートガバナンスの取り組み

## コーポレートガバナンスの考え方

当社グループは、企業と社会の持続的な相乗発展を目指しています。コーポレートガバナンスは、それを“監督する仕組み”であると考えています。経営の透明性・公正性を確保し、積極的な意思決定を支援するとともに適切な情報開示を行う環境を整えることが重要であると認識しています。

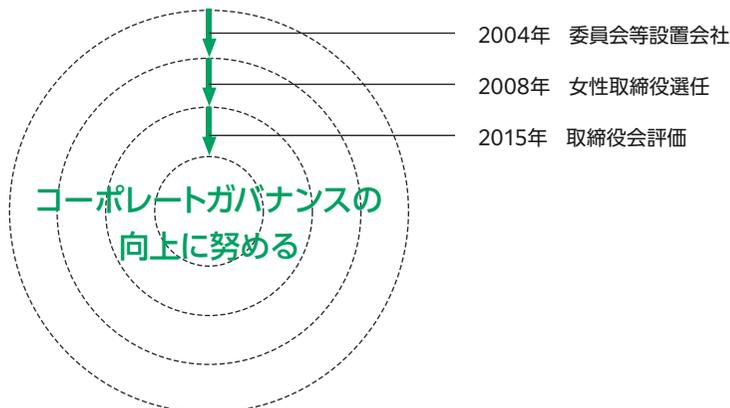
株主をはじめ、社会・環境から貴重な経営資源を預かっていることを認識し、ステークホルダーの皆様と協働して、社会・環境の持続可能な発展と中長期的な企業価値の創造を図り、説明責任を果たします。

## コーポレートガバナンス向上の取り組み

2004年6月には、取締役会の監督機能を高め、経営の質の向上、迅速な意思決定、機動的な業務執行を強化するために、透明性・公正性の高い委員会等設置会社(現 指名委員会等設置会社)に移行し、社外取締役を半数以上としました。

2008年6月には、初めて女性取締役を選任し、2022年6月には女性取締役比率40%となっています(執行役は9人中2人が女性)。さらに、経営・マーケティング・会計・法務など多様な知識・経験・スキルを持った社外取締役を選任しています。

2015年からは、さらなる実効性を高めるための取締役会評価も実施しています。



## コーポレートガバナンスの概要

(2022年3月期)

ガバナンス形態	指名委員会等設置会社
取締役の人数	10人
社外取締役の人数	5人(50%)
独立社外取締役の人数	5人(東京証券取引所指定として届出)
取締役会のダイバーシティ	女性取締役3人(30%)
取締役会の年間開催数	9回
取締役会の平均出席率	100%
取締役の任期	1年
取締役会議長とCEO	兼任
指名委員会	5人(社外:3人・委員長:社外・開催数:4回)
監査委員会	5人(社外:5人・委員長:社外・開催数:6回)
報酬委員会	3人(社外:2人・委員長:社外・開催数:4回)

## 役員報酬

報酬委員会が方針を定め、決議します。中長期的な企業価値の継続的な向上を目的に、役員と株主との利益の一致を目指し、執行役に対して毎期業績に連動してポイントを付与すると同時に、中長期インセンティブとして退任時に株式を給付する株式報酬制度を取っています。

(2015年4月30日の報酬委員会で改定)

(2022年6月21日現在)

## コーポレートガバナンスの体制

指名委員会等設置会社体制のもと、取締役会は経営における重要事項の決定と経営の監督機能に特化します。執行役は、業務執行権限を委譲されることにより、意思決定の迅速化と機動的な業務執行を図っています。各委員会は、取締役会の内部機関として社外取締役が過半数を占める「指名委員会」「監査委員会」「報酬委員会」の3委員会を設置し、それぞれが機能することで監督の実効性を高めています。



## 取締役会のスキルマトリクス

	経営戦略	人材育成	イノベーション	サステナビリティ	ブランド・知財戦略	マーケティング	グローバル経営戦略	IT・デジタル	財務・会計	サプライチェーンマネジメント	コンプライアンス・リスク管理
鈴木 貴子	○				○						
鈴木 喬	○	○									
恩蔵 直人	○		○		○	○					
宮川 美津子					○		○				○
前田 新造	○			○			○			○	
岩田 彰一郎	○		○			○		○			
野田 弘子		○		○					○		○
西田 誠一	○	○		○							○
米本 薫			○		○	○	○				
吉澤 浩一								○	○	○	

## 取締役会の構成

(2022年6月21日現在)

取締役	指名	監査	報酬	
取締役会議長	○			鈴木 貴子 ※
取締役	○			鈴木 喬 ※
取締役(社外) ★	○	○	●	恩藏 直人
取締役(社外) ★		●		宮川 美津子
取締役(社外) ★	●	○	○	前田 新造
取締役(社外) ★	○	○	○	岩田 彰一郎
取締役(社外) ★		○		野田 弘子
取締役				西田 誠一 ※
取締役				米本 薫 ※
取締役			○	吉澤 浩一 ※
10名(社外5名)	5名	5名	4名	

●委員長 ○委員 ※執行役兼務 ★独立社外取締役

## 執行役の管掌

(2022年6月21日現在)

執行役	担当	
代表執行役社長	経営全般担当	鈴木 貴子 ※
執行役会長	経営全般担当	鈴木 喬 ※
常務執行役	企業価値創造部門担当 兼 カスタマーファースト推進部門担当 兼 新規事業開発室担当 兼 経営変革担当	西田 誠一 ※
常務執行役	業務用事業担当 兼 エステーPRO株式会社 代表取締役社長	上月 洋
常務執行役	グローバルマーケティング部門管掌 兼 コーポレートコミュニケーション部門担当 兼 R&D部門担当 兼 海外グループ会社統括担当	米本 薫 ※
執行役	経営統括部門担当 兼 関係会社担当	吉澤 浩一 ※
執行役	営業部門担当 兼 国内営業本部本部長	橋本 成明
執行役	製造部門担当	内藤 英紀
執行役	グローバルマーケティング部門担当	進藤 眞孝

※取締役兼務

## 取締役一覧 (2022年9月末現在)



鈴木 貴子

### 略歴ならびに当社における地位および担当

1984年 4月 日産自動車株式会社入社  
 2001年 8月 LVJグループ株式会社  
 (現 ルイ・ヴィトン・ジャパン株式会社)入社  
 2009年 4月 株式会社シャルダン代表取締役  
 2010年 1月 当社入社  
 2010年 3月 同製造部門付マネージャー  
 2010年 4月 同執行役 カスタマー・サービス部門担当 兼  
 フレグランス・デザイン担当 兼 新規事業担当  
 2010年10月 同執行役 コーポレートスタッフ部門副部門長  
 (経営企画担当)兼 フレグランス・デザイン担当  
 2011年 4月 同執行役 グループ事業戦略担当 兼  
 フレグランス・デザイン担当  
 2011年 6月 同取締役 兼 執行役 グループ事業戦略担当 兼  
 フレグランス・デザイン担当  
 2012年 4月 同取締役 兼 執行役 グローバルマーケティング部門  
 特命担当  
 2013年 4月 同取締役 兼 代表執行役社長  
 2013年 5月 株式会社シャルダン取締役(現任)  
 2020年 3月 トラスコ中山株式会社 社外取締役(現任)  
 2021年 6月 当社 取締役会議長 兼 代表執行役社長(現任)  
 2022年 9月 株式会社キングジム 社外取締役(現任)

### 取締役会などへの出席状況

取締役会 9/9回 指名委員会 4/4回

### 重要な兼職の状況

トラスコ中山株式会社 社外取締役、株式会社シャルダン 取締役  
 株式会社キングジム 社外取締役

### 所有する当社株式数

515,088株



鈴木 喬

### 略歴ならびに当社における地位および担当

1984年 4月 日本生命保険相互会社 総合法人業務部次長  
 1985年 3月 当社入社  
 1986年 9月 同取締役 企画部長  
 1991年 2月 同常務取締役 管理担当  
 1997年 9月 同専務取締役  
 1998年 9月 同代表取締役社長 兼 営業本部長  
 2002年 8月 同代表取締役社長 兼 最高業務執行役員  
 2004年 6月 同取締役会議長 兼 代表執行役社長  
 2007年 4月 同取締役会議長 兼 執行役  
 2007年 6月 同取締役会会長 兼 執行役グループ戦略担当  
 2009年 4月 同取締役会会長 兼 代表執行役社長  
 2012年 4月 同取締役会会長 兼 代表執行役  
 2012年 5月 株式会社シャルダン監査役(現任)  
 2012年 6月 当社取締役会議長 兼 代表執行役会長  
 2021年 4月 一般財団法人ひよこ奨学財団 代表理事  
 2021年 6月 当社取締役 兼 執行役会長(現任)  
 2022年 3月 公益財団法人ひよこ奨学財団 代表理事(現任)

### 取締役会などへの出席状況

取締役会 9/9回 指名委員会 4/4回

### 重要な兼職の状況

公益財団法人ひよこ奨学財団 代表理事、株式会社シャルダン 監査役

### 所有する当社株式数

665,600株


**恩藏 直人**
**略歴ならびに当社における地位および担当**

1987年 4月 早稲田大学商学部 助手  
 1996年 4月 同大学商学部 教授  
 2004年 9月 同大学商学学術院 教授(現任)  
 2008年 9月 同大学商学学術院長 兼 商学部長  
 2010年 6月 当社 社外取締役(現任)  
 2013年 4月 早稲田大学理事  
 2015年 9月 株式会社キングジム 社外取締役  
 2018年 6月 株式会社ロッテ 社外取締役(現任)  
 2019年 4月 早稲田大学 常任理事(現任)

**取締役会などへの出席状況**

取締役会 9/9回 指名委員会 4/4回  
 報酬委員会 4/4回 監査委員会 6/6回

**重要な兼職の状況**

早稲田大学 常任理事、同大学商学学術院 教授、  
 株式会社キングジム 社外取締役、  
 株式会社ロッテ 社外取締役

**所有する当社株式数**

-株


**宮川 美津子**
**略歴ならびに当社における地位および担当**

1986年 4月 弁護士登録 西村真田法律事務所  
 (現 西村あさひ法律事務所)入所  
 1990年10月 TMI総合法律事務所入所  
 1994年 3月 米国ニューヨーク州弁護士資格取得  
 1995年 4月 TMI総合法律事務所パートナー(現任)  
 2005年 4月 慶應義塾大学法科大学院 講師  
 2008年 6月 当社 社外取締役  
 2012年 4月 ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス株式会社 監査役  
 2015年 6月 当社 社外取締役(現任)  
 2016年 6月 パナソニック株式会社 社外監査役  
 2019年 6月 三菱自動車工業株式会社 社外取締役

**取締役会などへの出席状況**

取締役会 9/9回 指名委員会 1/1回  
 監査委員会 6/6回

**重要な兼職の状況**

TMI総合法律事務所 パートナー

**所有する当社株式数**

-株



前田 新造

### 略歴ならびに当社における地位および担当

- 1970年 4月 株式会社資生堂入社
- 1996年 6月 同マーケティング本部化粧品企画部長
- 1997年12月 同国際事業本部アジアパシフィック地域本部長 兼  
資生堂アジアパシフィック株式会社 取締役社長
- 2001年 4月 同化粧品事業戦略本部推販部長
- 2003年 6月 同取締役執行役員 経営企画室長
- 2005年 6月 同代表取締役執行役員社長
- 2011年 4月 同代表取締役会長
- 2013年 4月 同代表取締役会長 兼 執行役員社長
- 2014年 4月 同代表取締役会長
- 2014年 6月 同相談役
- 2015年 6月 ユアサ商事株式会社 社外取締役(現任)
- 2015年 9月 株式会社東芝 社外取締役
- 2021年 6月 当社 社外取締役(現任)

### 取締役会などへの出席状況

取締役会 6/6回 指名委員会 3/3回  
報酬委員会 3/3回 監査委員会 4/4回

### 重要な兼職の状況

ユアサ商事株式会社 社外取締役

### 所有する当社株式数

-株



岩田 彰一郎

### 略歴ならびに当社における地位および担当

- 1973年 3月 ライオン油脂株式会社(現 ライオン株式会社)入社
- 1986年 3月 プラス株式会社入社
- 1992年 5月 同営業本部 アスクル事業推進室室長
- 1997年 3月 アスクル株式会社 代表取締役社長
- 2000年 5月 同代表取締役社長 兼 最高経営責任者(CEO)
- 2006年 6月 株式会社資生堂 社外取締役
- 2019年 9月 株式会社フォース・マーケティングアンドマネージメント  
代表取締役社長(現任)
- 2021年 6月 当社 社外取締役(現任)

### 取締役会などへの出席状況

取締役会 6/6回 指名委員会 3/3回  
監査委員会 4/4回

### 重要な兼職の状況

株式会社フォース・マーケティングアンドマネージメント 代表取締役社長

### 所有する当社株式数

-株



野田 弘子

### 略歴ならびに当社における地位および担当

- 1987年 4月 港監査法人(現 有限責任あずさ監査法人)入社
- 1987年 8月 プルデンシャル証券会社東京支店入社
- 1990年 3月 公認会計士登録 野田公認会計士事務所 代表(現任)
- 1992年 8月 インドスエズ銀行(現 クレディ・アグリコル・CIB)東京支店入社
- 2000年 6月 カナダ・コマース銀行東京支店入社
- 2006年 7月 株式会社ビジコム入社
- 2007年 9月 プロミネントコンサルティング株式会社 代表取締役
- 2010年 5月 プロビティコンサルティング株式会社 代表取締役(現任)
- 2014年 4月 亜細亜大学大学院アジア国際経営戦略科 非常勤講師(現任)
- 2019年 3月 三井海洋開発株式会社 社外取締役(現任)
- 2019年 3月 岡部株式会社 社外取締役(監査等委員)(現任)
- 2021年 6月 当社 社外取締役(現任)
- 2022年 6月 蝶理株式会社 社外取締役(現任)

### 取締役会などへの出席状況

取締役会 6/6回 監査委員会 4/4回

### 重要な兼職の状況

野田公認会計士事務所 代表、  
 プロビティコンサルティング株式会社 代表取締役、  
 亜細亜大学大学院アジア国際経営戦略科 非常勤講師、  
 三井海洋開発株式会社 社外取締役、  
 岡部株式会社 社外取締役(監査等委員)  
 蝶理株式会社 社外取締役

### 所有する当社株式数

-株



西田 誠一

### 略歴ならびに当社における地位および担当

- 1987年 4月 日本生命保険相互会社入社
- 2010年 6月 ニッセイ情報テクノロジー株式会社 取締役 経営企画部長
- 2011年 4月 同取締役 経営企画部長 兼 法務・コンプライアンス統括室長
- 2018年 4月 ニッセイ・リース株式会社 取締役 執行役員 経営企画部長
- 2020年 4月 当社出向 社長付 マネージャー
- 2020年 6月 同経営管理部門 マネージャー
- 2021年 4月 当社入社 執行役 経営管理部門担当
- 2021年 6月 同取締役 兼 執行役 経営管理部門担当
- 2021年 9月 同取締役 兼 執行役 経営管理部門担当 兼 経営企画室担当 兼 新規事業担当
- 2021年10月 同取締役 兼 執行役 経営管理部門担当 兼 経営企画室担当 兼 ESG推進室担当 兼 新規事業担当
- 2022年 4月 同取締役 兼 常務執行役 企業価値創造部門担当 兼 カスタマーファースト推進部門担当 兼 新規事業開発担当 兼 経営変革担当
- 2022年 5月 同取締役 兼 常務執行役 企業価値創造部門担当 兼 カスタマーファースト推進部門担当 兼 新規事業開発室担当 兼 経営変革担当(現任)

### 取締役会などへの出席状況

取締役会 6/6回

### 重要な兼職の状況

-

### 所有する当社株式数

1,000株



米本 薫

### 略歴ならびに当社における地位および担当

- 1982年 4月 ユニ・チャーム株式会社入社
- 2018年10月 当社入社 事業統括部門海外第2事業部 事業部長
- 2019年10月 同海外事業部門部門長 兼  
海外マーケティンググループマネージャー
- 2020年 4月 同執行役 海外事業部門担当 兼  
海外グループ会社統括本部本部長
- 2021年 4月 同執行役 海外事業部門担当 兼 海外グループ会社統括担当
- 2022年 4月 同常務執行役 グローバルマーケティング部門管掌 兼  
コーポレートコミュニケーション部門担当 兼  
R&D部門担当 兼 海外グループ会社統括担当
- 2022年 6月 同取締役 兼 常務執行役  
グローバルマーケティング部門管掌 兼  
コーポレートコミュニケーション部門担当 兼  
R&D部門担当 兼  
海外グループ会社統括担当(現任)

### 取締役会などへの出席状況

-

### 重要な兼職の状況

-

### 所有する当社株式数

-株



吉澤 浩一

### 略歴ならびに当社における地位および担当

- 1985年 4月 当社入社
- 2007年 4月 同財務・総務グループマネージャー
- 2009年 4月 同経営企画グループマネージャー
- 2010年 4月 同コーポレートスタッフ部門 副部門長 兼  
経営企画グループマネージャー
- 2012年 4月 同経営統括部門 経営管理本部副本部長 兼  
経営企画グループマネージャー
- 2013年 4月 同経営企画グループシニアマネージャー
- 2014年 4月 同執行役 経営戦略部門担当 兼  
関係会社担当 兼 経営企画グループマネージャー
- 2014年 6月 同取締役 兼 執行役 経営戦略部門担当 兼 関係会社担当
- 2017年 4月 同取締役 兼 執行役 経営戦略部門担当 兼 製造部門担当
- 2018年 4月 同取締役 兼 執行役 経営戦略部門担当 兼 関係会社担当
- 2018年 5月 NSファーファ・ジャパン株式会社 社外取締役
- 2019年10月 当社取締役 兼 執行役 経営戦略部門担当 兼  
経営管理部門担当 兼 関係会社担当
- 2021年 4月 同取締役 兼 執行役 経営統括部門担当 兼  
関係会社担当(現任)

### 取締役会などへの出席状況

取締役会 9/9回 報酬委員会 3/3回

### 重要な兼職の状況

-

### 所有する当社株式数

16,500株

# 財務情報

決算期	2013/3	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3
会計年度 (百万円)										
売上高 ※1・2・3	46,943	46,992	48,263	48,351	45,957	48,626	47,782	47,545	49,673	45,469
営業利益	1,799	2,131	1,812	2,341	2,854	3,480	2,839	3,374	3,945	3,250
経常利益	1,141	1,496	1,597	1,724	2,902	3,469	2,722	3,344	3,737	3,481
親会社株主に帰属する当期純利益	564	1,233	892	912	1,817	2,409	1,803	2,261	2,525	1,109
研究開発費	572	563	512	536	610	596	642	724	790	851
設備投資額	2,060	942	1,485	1,757	608	1,821	3,060	3,136	1,335	2,695
減価償却費	830	894	844	1,128	996	969	1,108	1,389	1,349	1,196
広告宣伝費	2,917	2,677	2,856	2,741	2,618	2,895	2,820	2,649	2,559	2,605
フリー・キャッシュ・フロー ※4	-944	2,624	369	1,856	4,528	834	-118	-46	2,859	996
会計年度末										
総資産	30,076	32,370	33,785	34,924	38,458	42,112	41,976	43,275	46,816	44,402
純資産	20,213	21,086	22,600	23,495	25,812	29,021	29,223	30,135	32,632	31,847
発行済株式数 (千株) ※5	21,715	21,852	21,850	21,699	21,876	22,062	22,112	22,152	22,205	22,227
財務指標 (%)										
売上高営業利益率	3.8	4.5	3.8	4.8	6.2	7.2	5.9	7.1	7.9	7.1
総資産当期純利益率: ROA ※6	1.9	4.0	2.7	2.7	5.0	6.0	4.3	5.3	5.6	2.4
自己資本当期純利益率: ROE ※7	2.9	6.1	4.2	4.1	7.6	9.0	6.3	7.8	8.2	3.5
自己資本比率 ※8	65.4	63.2	64.8	65.2	65.3	66.8	68.2	68.5	68.5	70.4
1株当たり情報 (円)										
当期純利益: EPS ※9	26.01	56.74	40.83	42.01	83.57	109.58	81.66	102.19	113.90	49.91
純資産: BPS ※10	905.84	936.06	1,001.84	1,049.58	1,148.41	1,285.01	1,295.38	1,337.42	1,445.14	1,407.03
キャッシュ・フロー ※11	60.66	92.52	75.49	88.71	122.33	146.94	126.62	158.74	168.51	100.26
配当金: DPS	22.00	22.00	22.00	22.00	24.00	31.00	36.00	36.00	37.00	38.00
配当性向 (%) ※12	84.6	38.8	53.9	52.4	28.7	28.3	44.1	35.2	32.5	76.1
株価 ※13	988	999	1,021	1,114	1,809	2,286	1,892	1,601	1,955	1,527

※1 2017年3月期より会計方針を変更

※2 2019年3月期より会計基準変更に伴い、2018年3月期より新会計基準で記載

※3 2022年3月期より会計基準を変更

※4 フリー・キャッシュ・フロー=営業活動によるキャッシュ・フロー+投資活動によるキャッシュ・フロー

※5 発行済株式数は自己株式を除く

※6 総資産当期純利益率 (ROA) = 親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 総資産 (期首・期末平均) × 100

※7 自己資本当期純利益率 (ROE) = 親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 自己資本 (期首・期末平均) × 100

※8 自己資本比率 = 自己資本 (期末) ÷ 総資産 (期末) × 100

※9 1株当たり当期純利益 (EPS) = 親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 発行済株式数 (期平)

※10 1株当たり純資産 (BPS) = 純資産 ÷ 発行済株式数 (期末)

※11 1株当たりキャッシュ・フロー = (親会社株主に帰属する当期純利益 + 減価償却費) ÷ 発行済株式数

※12 配当性向 = 1株当たり配当金 ÷ 1株当たり当期純利益 × 100 (連結ベースにて算出)

※13 株価は3月期末の終値

## 非財務情報

決算期	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3
環境					
総CO <sub>2</sub> 排出量 (t-CO <sub>2</sub> ) ※2	3,618	3,499	4,038	3,863	2,891
Scope1 (t-CO <sub>2</sub> )	1,027	976	972	956	978
Scope2 (t-CO <sub>2</sub> ) ※3	2,591	2,523	3,066	2,907	1,913
廃棄物総排出量 (t) ※4	863	848	1,328	1,183	1,393
水使用量 (t)	40,634	40,638	44,269	45,378	45,054
社会					
従業員数: 連結 (人)	952	948	1,032	997	953
従業員数: グループ国内 (人)	633	647	767	773	757
正規社員数 (人)	469	475	572	584	570
うち女性 (人)	138	147	199	211	209
非正規雇用 (人) ※5	164	172	195	189	187
うち女性 (人)	134	138	151	145	138
1人当たり年間総実労働時間 (h) ※6	1,667	1,674	1,691	1,743	1,744
年次有休取得率 (%) ※7	54.7	56.2	60.8	53.9	59.6
女性管理職比率 (%)	8.3	11.3	10.9	10.2	11.5
企業好感度ランキング (位) ※8	138	156	131	168	138
ガバナンス					
独立社外取締役比率 (%)	55.6	55.6	55.6	50.0	50.0
女性取締役比率 (%)	33.3	33.3	33.3	37.5	30.0

※1 対象組織は連結従業員数・企業好感度ランキング・独立社外取締役比率・女性取締役比率を除き  
エステグループ (国内)

※2 総CO<sub>2</sub>排出量はScope1、Scope2の合計

※3 Scope2 購入電力由来の算定では、再生エネルギー電力使用量分は電力メニュー別調整後排出係数を乗じ、  
またそれ以外の電力使用量分は全国平均排出係数を乗じてその合計をCO<sub>2</sub>排出量とした

※4 数値は、四捨五入

※5 非正規雇用は契約社員及び嘱託社員の合計

※6 1人当たり年間総実労働時間は正規社員の労働時間

※7 年次有休取得率は正規社員の有休取得率

※8 企業好感度ランキングは日経企業イメージ調査・好感度ビジネスパーソン編より

## 株式情報 (2022年3月31日現在)

### 株式の状況

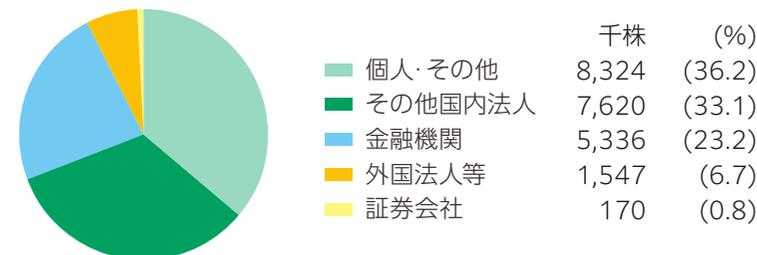
発行可能株式総数	-----	96,817,000株
発行済株式の総数	-----	23,000,000株
単元株式数	-----	100株
株主数	-----	20,643名

### 大株主

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社シャルダン	5,587	24.8
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,575	7.0
日本生命保険相互会社	1,336	5.9
みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 みずほ銀行口 再信託受託者 株式会社日本カストディ銀行	884	3.9
鈴木 喬	665	3.0
フマキラー株式会社	541	2.4
株式会社三菱UFJ銀行	524	2.3
鈴木 貴子	515	2.3
鈴木 幹一	500	2.2
有限会社鈴木幹一商店	433	1.9

(注)1.持株比率は、自己株式488千株を控除して計算しております。2.みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 みずほ銀行口 再信託受託者 株式会社日本カストディ銀行を名義人とする884千株は、株式会社みずほ銀行が保有する当社株式を退職給付信託として設定した同行の信託財産であります。

### 所有者別株式分布状況

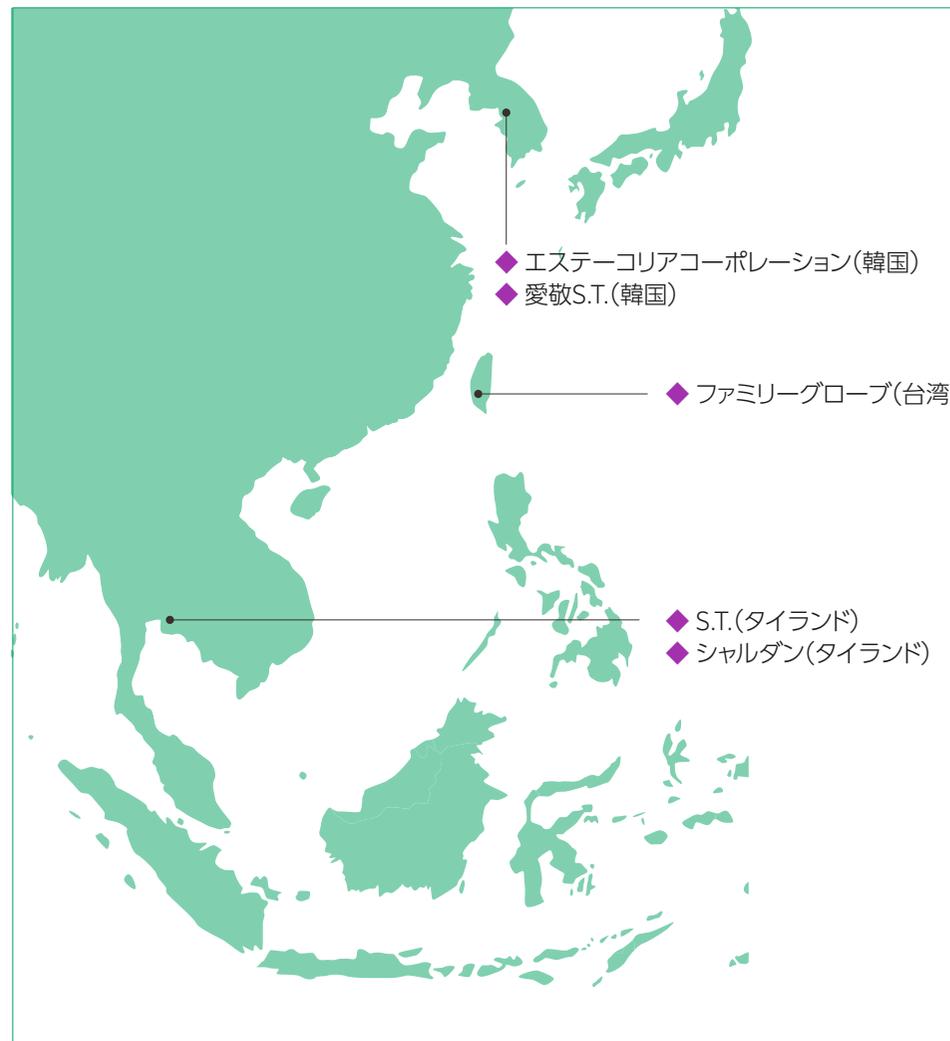


# ロケーション

## 日本



## グローバル



● 本社・営業拠点    ■ 製造拠点    ▲ 研究拠点    ◆ 主なグループ会社

## 会社概要・グループ会社 (2022年3月31日現在)

## コミュニケーションツールの全体像

### 会社概要

社名:	エステー株式会社 (英文社名:S.T. CORPORATION)
本社所在地:	〒161-8540 東京都新宿区下落合1-4-10 TEL 03 (3367) 6111 (代)
設立:	1948年8月31日
決算期:	3月31日
従業員数:	連結 953名 / 単体 450名 (パートタイマー・嘱託を除く)
上場証券取引所:	東京証券取引所 プライム市場

### グループ会社

連結子会社	非連結子会社
・エステーPRO(株)	・日本かおり研究所(株)
・エステービジネスサポート(株)	持分法適用会社
・エステーマイコール(株)	・愛敬S.T.(韓国)
・S.T.(タイランド)	・NSファーフア・ジャパン(株)
・ファミリーグローブ(台湾)	その他の関係会社
・エステーコリアコーポレーション(韓国)	・(株)シャルダン
・シャルダン(タイランド)	

#### ハイライト



統合報告書  
(財務・非財務サマリー情報)

#### 全体像



ホームページ  
(全体・最新情報)



コーポレートプロフィール  
インベスターズガイド  
(IR資料)

#### 専門データ



決算短信  
有価証券報告書  
(財務報告書)



招集通知  
(会社法資料)



コーポレート  
ガバナンス報告書  
(適時開示)

コミュニケーションツールは、Webサイトの「エステー資料室」に掲載しています。ご自由にご覧ください。

