



企業価値の創造報告書2019  
2019年3月期

空気をかえよう



## 空気をかえよう

私たちのビジネスは、空気を通して暮らしを明るく元気にする事です。  
ニッチに特化し、「聞いてわかる、見てわかる、使ってわかる」を  
商品開発のキーワードに、お客様づくりを行ってきました。

私たちの強みは、消臭芳香剤「消臭力」、防虫剤「ムシューダ」、脱臭剤「脱臭炭」、  
除湿剤「ドライペット」など、ニッチな市場で高いマーケットシェアを占める  
独自性の強いブランドを数多く保有していることです。

現在、経営環境は環境問題の深刻化や社会の構造変化、  
グローバル化の波など大きく変化しておりますが、  
私たちはそうした変化に対応できる強い事業基盤の構築を目指しています。

持続的成長に向け、独自のエアケア技術を活かし  
社会の期待(事業)と要請(サステナビリティ)に応える取り組みをとおして  
社会と企業の相乗発展を図ります。

### 編集方針

本報告書は、エスケーグループの事業活動の年次報告書として、企業価値創造の取り組みについて掲載しています。ステークホルダーの皆様から寄せられるご意見やご要望などを参考に、ステークホルダーの皆様とエスケーグループの双方にとって重要度の高い情報(財務・非財務)を掲載しています。

【報告範囲】 P13のコミュニケーション・ツールの全体像をご覧ください。

【対象組織】 本報告書の対象組織は、当社及び特に記載のない場合はエスケー(連結)を表しています。その他、「エスケーグループ」の記載はエスケーグループ全体、「エスケーグループ(国内)」はエスケー(単体)及び国内グループ会社、「エスケー(単体)」はエスケー(単体)を表しています。

【対象期間】 2019年3月期(2018年4月1日～2019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。

【発行日】 2019年6月発行

【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、今後の経済情勢、事業環境、需要、為替レートの変動などにより、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。

除湿剤  
マーケットシェア(1位)

40%



防虫剤  
マーケットシェア(1位)

54%



家庭用手袋  
マーケットシェア(2位)

25%



脱臭剤  
マーケットシェア(1位)

81%



消臭芳香剤  
マーケットシェア(2位)

25%



使いすてカイロ  
マーケットシェア(2位)

16%

マーケットシェアは、株式会社インテージ[SRI カテゴリーによってフィルターあり](1~12月で集計、使いすてカイロのみ4~3月で集計)。

Contents

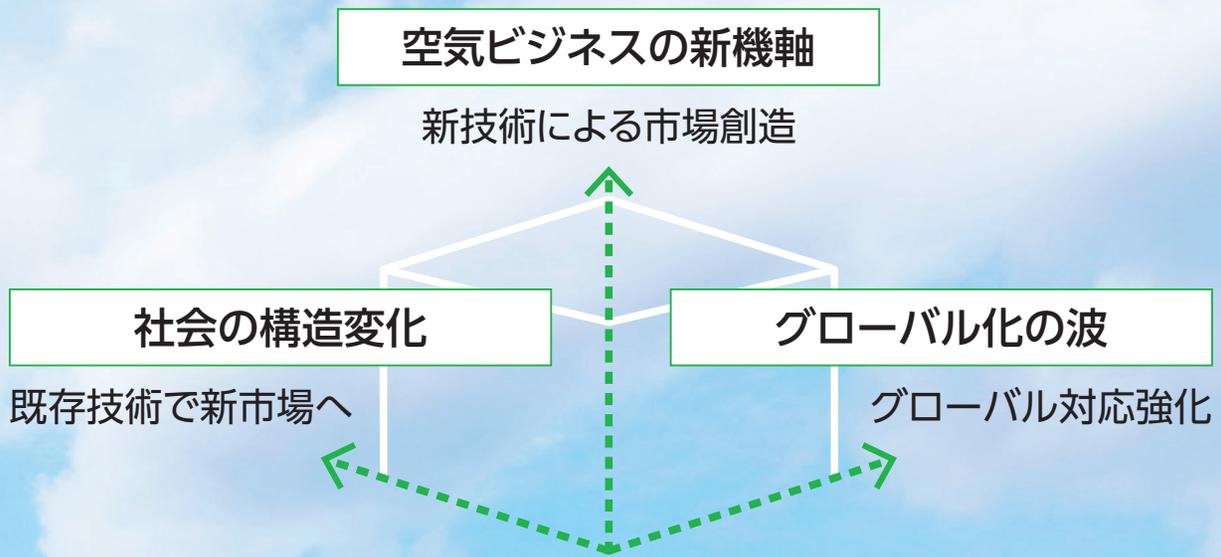
サーモケアを成長けん引事業へ 2    メッセージ 4    経営を監督・支える仕組み 6    財務・非財務ハイライト 8    事業の概況 10  
サステナビリティの概況 12    会社概要/コミュニケーション・ツールの全体像 13

## 2019年4月 エステー マイコール株式会社が事業を開始

2019年3月期(当期)から始まった新中期経営計画では、前中期経営計画でまいた新分野・新市場の種を、次の収益の柱へと育成します。2020年3月期(今期)は、4月からエステー マイコール株式会社が事業を開始しました。成長の方向性では、「既存技術で新市場へ」にはヘルスケア市場に「On Style」を「グローバル対応強化」には海外にサーモケア製品を展開していきます。



# 経営環境に左右されない強い事業基盤構築



## ブランド筋力増強で脱皮

### 成長の種まきから育成へ

2019年3月期(当期)は経営方針「ブランド価値経営」のもと、新しい中期経営計画が始まり「成長の種まきから育成へ」と軸足を移してまいりました。その結果、高単価・高付加価値品は引き続き概ね伸ばしましたが、記録的な暖冬の影響でカイロ市場が低調に推移したほか、防虫剤の春シーズンのピークが季節要因により期をまたいだ結果、売上高は477億円(前期比2%減)となりました。

また利益面では、売上高が期初計画から乖離したことにより、成長のために行った投資を吸収しきれず、営業利益は28億円(同18%減)、経常利益は27億円(同22%減)、親会社株主に帰属する当期純利益は18億円(同25%減)の減収減益となりました。

新しい成長分野の育成では、「クリアフォレスト」の技術を活用したヘルスケアブランド「Morilabo」から花粉対策製品を上市しました。

### 2020年3月期(今期)の取り組み

今期は、新中期経営計画の2年目にあたります。初年度の総括としては、①エアケア・海外事業の計画未達 ②カイロが暖冬の影響で売上未達 ③一部原材料費、販売・管理費の上昇により成長投資を吸収できなかった事を反省点ととらえています。

今期は、過年度の反省を踏まえ、次の5つの重点ポイントについて取り組んでまいります。

#### 今期の重点ポイント

- ① 主力ブランド育成・強化
- ② 新分野・新市場
- ③ 海外 成長への基盤づくり
- ④ サーモケア 成長事業へ
- ⑤ 成長に向けた体制づくり

①「主力ブランド育成・強化」②「新分野・新市場」は、初年度の戦略を引き続き継続します。③「海外 成長への基盤づくり」は、タイ事業の基盤を見直し巻き返しを図ってまいります。④「サーモケア 成長事業へ」は、今期より新工場が稼働しR&D・生産体制が整いました。本年をサーモケア元年と位置づけ当該事業を成長ドライバーへと育成してまいります。最後の⑤「成長に向けた体制づくり」では、成長のための設備投資などの利益構造の改革を継続するとともに、ワークスタイル変革・多様性ある組織づくりなどの未来へ向けた体制構築を進めてまいります。

### ブランド筋力増強で脱皮

当期は、様々な課題を再認識した1年でありました。今期は、それらの課題を解決し、さらなる成長を目指して社員全員でブランド筋力を強化し従前の殻を破って成長してまいります。今後も引き続き、倍旧のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表執行役社長(COO)

鈴木貴子



## コーポレートガバナンス

私たちは、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企業の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。

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、社外取締役を過半数としました。2008年6月には、初めて女性取締役を選任し、2019年6月には女性取締役比率33%となっています(執行役は9人中1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・スキルを持った独立社外取締役を選任しています(経済産業省主催「平成25年度ダイバーシティ経営企業100選」に選定)。2015年からは、実効性を高めるための取締役会評価を実施しています。

### コーポレートガバナンス体制の変遷

2004年6月、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・

### 役員の報酬について

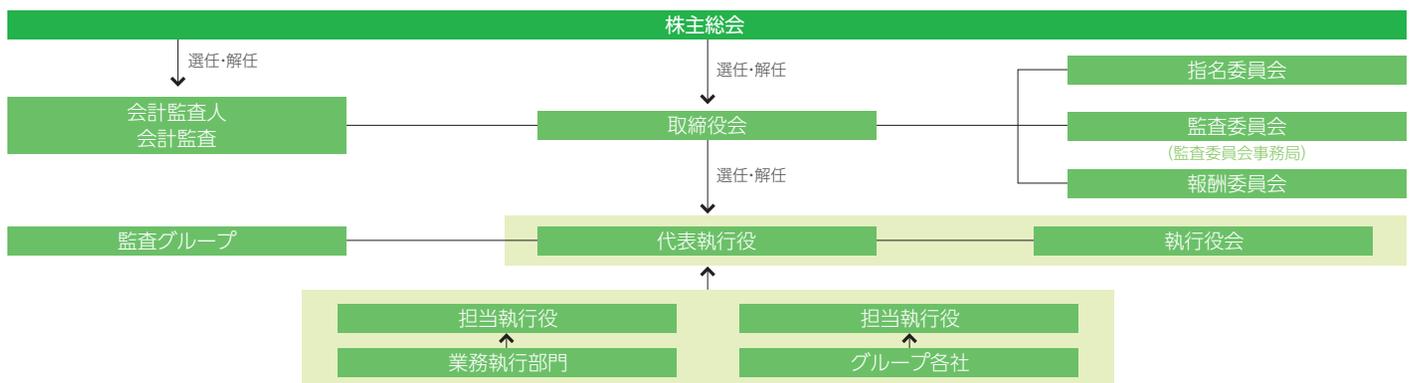
取締役及び執行役の報酬は、企業価値向上に資するための報酬設計としています。

### コーポレートガバナンスの概況

(2019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	9人
社外取締役の人数	5人(56%)
独立社外取締役の人数	4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(33%)
取締役会の年間開催数	8回
取締役会の平均出席率	99%
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)
監査委員会	4人(社外:4人・委員長:社外)
報酬委員会	3人(社外:2人・委員長:社外)

### コーポレートガバナンス体制



## 取締役一覧

(2019年6月18日現在)



鈴木 喬 取締役会議長



恩藏 直人 社外取締役



鈴木 幹一 社外取締役



宮川 美津子 社外取締役



渡邊 紀征 社外取締役



有賀 文宣 社外取締役



鈴木 貴子



石川 久美子



吉澤 浩一

## 取締役会の構成

(2019年6月18日現在)

取締役	指名	監査	報酬	
取締役会議長	○			鈴木 喬 ※
取締役(社外) ☆	◎	○	◎	恩藏 直人
取締役(社外)	○			鈴木 幹一
取締役(社外) ☆	○	○		宮川 美津子
取締役(社外) ☆		◎		渡邊 紀征
取締役(社外) ☆		○	○	有賀 文宣
取締役	○			鈴木 貴子 ※
取締役			○	石川 久美子
取締役				吉澤 浩一 ※
9名(社外5名)	5名	4名	3名	

◎委員長 ○委員 ※執行役兼務 ☆独立社外取締役

## 執行役の管掌

(2019年6月18日現在)

執行役	担当	
代表執行役会長	経営全般担当	鈴木 喬 ※
代表執行役社長	経営全般担当	鈴木 貴子 ※
常務執行役	事業統括部門担当	紺田 司
常務執行役	営業部門担当 兼 国内営業本部 本部長	上月 洋
執行役	エグゼクティブクリエイティブディレクター	鹿毛 康司
執行役	経営戦略部門担当 兼 関係会社担当	吉澤 浩一 ※
執行役	R&D部門担当	辻 幹夫
執行役	営業部門 海外営業本部 本部長 兼 海外グループ会社統括担当	早坂 敬一
執行役	経営管理部門担当	椎名 正明

※取締役兼務

## リスク管理・コンプライアンス

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体制整備を推進しています。組織の目的を有効・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、改善を継続的に行っています。リスク管理については、経営の最重要課題と考えており、会社を取り巻く多様な経営リスクの未然防止、万一の被害の最小

化、再発防止などを行うための体制づくりを推進しています。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・社会規範を遵守するとともに、エステグループの経営理念・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・向上に努めています。

## 財務・非財務ハイライト



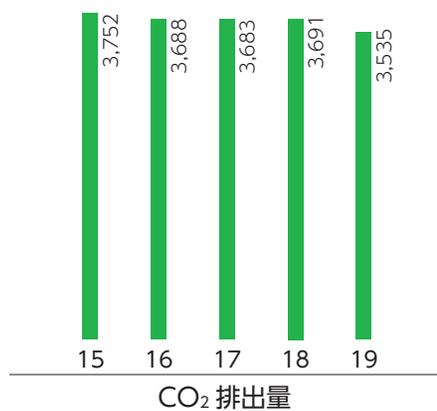
決算期(3月期)	2010	2011	2012	2013
<b>会計年度 (百万円)</b>				
売上高※1	¥43,545	¥43,580	¥46,354	¥46,943
営業利益	2,245	2,114	1,751	1,799
親会社株主に帰属する当期純利益	1,119	786	75	564
研究開発費	611	610	658	572
設備投資額	672	661	1,006	2,060
減価償却費	922	992	930	830
フリー・キャッシュ・フロー	2,137	-897	773	-944
<b>会計年度末</b>				
総資産	29,029	30,010	30,286	30,076
純資産	19,965	19,971	19,701	20,213
発行済株式数 (千株) ※2	21,852	21,785	21,718	21,715
<b>財務指標 (%)</b>				
売上高営業利益率	5.2	4.9	3.8	3.8
総資産当期純利益率：ROA※3	4.0	2.7	0.3	1.9
自己資本当期純利益率：ROE※4	5.9	4.0	0.4	2.9
自己資本比率	67.2	64.9	63.4	65.4
<b>非財務実績</b>				
CO <sub>2</sub> 排出量 (t) ※5	4,433	4,167	3,727	3,930
従業員数 (人)	611	630	647	663
女性取締役比率 (%)	11.1	12.5	25.0	30.0
社外取締役比率 (%)	66.7	62.5	50.0	50.0
<b>株式実績 (円)</b>				
1株当たり当期純利益	¥51.25	¥36.03	¥3.48	¥26.01
1株当たり純資産	892.46	893.74	884.45	905.84
1株当たり配当金	22	22	22	22
株価※6	1,046	916	1,025	988

※1：2017年3月期より会計方針変更 ※2：発行済株式数は自己株式を除く ※3：総資産当期純利益率(ROA)=当期純利益÷総資産(期首・期末平均)×100

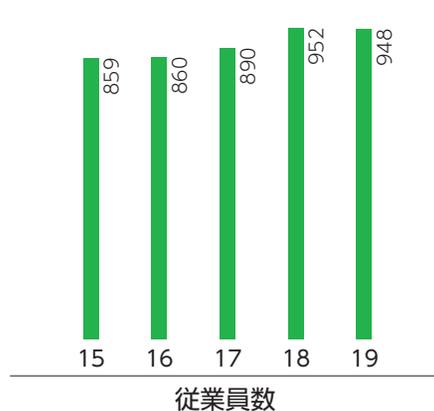
※4：自己資本当期純利益率(ROE)=当期純利益÷自己資本(期首・期末平均)×100 ※5：CO<sub>2</sub>排出量の対象組織はエステーグループ(国内) ※6：株価は3月期末の終値

※7：2019年3月期の会計基準の変更に伴い、2018年及び2019年は新しい会計基準で記載

エステーグループ(国内)



(t)

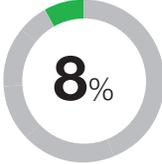


(人)



2014	2015	2016	2017	2018	2019
¥46,992	¥48,263	¥48,351	¥45,957	¥48,626	¥47,782
2,131	1,812	2,341	2,854	3,480	2,839
1,233	892	912	1,817	2,409	1,803
563	512	536	610	596	642
942	1,485	1,757	608	1,821	3,060
894	844	1,128	996	969	1,108
2,624	369	1,856	4,528	834	-118
32,370	33,785	34,924	38,458	42,112	41,976
21,086	22,600	23,495	25,812	29,021	29,223
21,852	21,850	21,699	21,876	22,062	22,112
4.5	3.8	4.8	6.2	7.2	5.9
4.0	2.7	2.7	5.0	6.0	4.3
6.1	4.2	4.1	7.6	9.0	6.3
63.2	64.8	65.2	65.3	67.3	68.2
3,884	3,752	3,688	3,683	3,691	3,535
760	859	860	890	952	948
33.3	44.4	37.5	33.3	33.3	33.3
55.6	55.6	50.0	55.6	55.6	55.6
¥56.74	¥40.83	¥42.01	¥83.57	¥109.58	¥81.66
936.06	1,001.84	1,049.58	1,148.41	1,285.01	1,295.38
22	22	22	24	31	36
999	1,021	1,114	1,809	2,286	1,892

## 事業の概況

事業内容	主な製品	マーケットシェア	売上構成比	売上高 / 前年比
<b>エアケア</b> (消臭芳香剤)	消臭力CM 	消臭芳香剤 (2位) <b>25%</b> 脱臭剤 (1位) <b>81%</b>	 <b>44%</b>	<b>20,808</b> 百万円 +1.6%
<b>衣類ケア</b> (防虫剤)	ムシューダCM 	防虫剤 (1位) <b>54%</b>	 <b>19%</b>	<b>9,109</b> 百万円 -2.3%
<b>サーモケア</b> (使いすてカイロ)		使いすてカイロ (2位) <b>16%</b>	 <b>11%</b>	<b>5,146</b> 百万円 -20.0%
<b>ハンドケア</b> (手袋)		家庭用手袋 (2位) <b>25%</b>	 <b>12%</b>	<b>5,775</b> 百万円 +3.7%
<b>湿気ケア</b> (除湿剤)		除湿剤 (1位) <b>40%</b>	 <b>6%</b>	<b>3,001</b> 百万円 +1.6%
<b>ホームケア</b> (クリーナー・その他)			 <b>8%</b>	<b>3,940</b> 百万円 +1.9%
<b>海外</b>	海外売上高比率8%。成長の柱として、グローバル対応を強化。			
<b>資本業務提携の推進</b>	フマキラー(株)、NSファーファ・ジャパン(株)と資本業務提携契約を締結。			
<b>新規事業を開発</b>	独自のエアケア技術を活かした新分野・新市場の開拓。			

マーケットシェアは、株式会社インテージ「SRI カテゴリーによってフィルターあり」(1~12月で集計、使いすてカイロのみ4~3月で集計)。

市場環境	事業の特徴と強み	当期の概況と今後の戦略
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市場は成長市場。</li> <li>● 香りを重視したカテゴリーは拡大傾向、今後も成長が期待できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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。</li> <li>● 当社最大のメガブランド「消臭力」、より香りを楽しむ「SHALDAN」、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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「消臭力」Premium Aromaシリーズなどの高付加価値商品が好調に推移し売上高は増加。</li> <li>● 今期は引き続き、主力ブランドの強みを活かし、市場の活性化を図る。さらに、新規事業の育成にも取り組む。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市場は横ばい、安定市場。</li> <li>● 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 創業以来の事業で、エアケア事業と並ぶマーケティングの最重要事業。</li> <li>● 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」「ネオパラエース」などを保有。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 季節要因により春シーズンのピークが決算期をまたいだ結果、売上高は減少。</li> <li>● 今期は、販売促進を積極的に進めるとともに、新しい収納スタイルの提案で新規需要の開拓を図る。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市場は気候変動の影響が大きい。差別化が難しく、競争の激しい市場。</li> <li>● 今後は、温熱技術を活かした新分野・新市場に期待。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 冬場の商材。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る。</li> <li>● 使いすてカイロ「オンパックス」、冷え対策の「On Style」ブランドなどを保有。</li> <li>● 2019年4月、新工場が稼働しR&amp;D・生産体制が整う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 記録的な暖冬の影響で使いすてカイロの市場が低調に推移した結果、売上高は減少。</li> <li>● 今期は、サーモケア元年として温熱技術を活用した新しい価値の提案で新分野・新市場の創造を開始する。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 家庭用・作業用ともに市場は拡大傾向。</li> <li>● 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 衣類ケア事業に続く、60年前からの息の長い定番事業。</li> <li>● 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。破れやすい指先を強化した手袋や突き刺しに強いニトリルゴム製の手袋などを展開。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 機能を高めた業務用手袋などが好調に推移し、売上高は増加。</li> <li>● 今期は引き続き、高付加価値商品の業務用・家庭用手袋の提案で、ブランドの強化・育成を図る。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市場は拡大傾向。差別化が難しく、競争の激しい市場。</li> <li>● 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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。</li> <li>● 主カテゴリー「ドライペット」、除湿に脱臭を付加した「備長炭ドライペット」などを保有。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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新しい収納スタイルの新提案「ドライペット」クリアが売上に寄与し売上高は増加。</li> <li>● 今期は引き続き、高付加価値商品に注力し、新規需要の開拓・拡大を図る。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ニッチなクリーナー市場や米びつ用防虫剤市場は堅調。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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。</li> <li>● 「洗浄力」「おひさまの洗たく」などのニッチなクリーナー、米びつ用防虫剤「米唐番」など、独自性のある商品を保有。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新製品の「MoriLabo」が売上に寄与したほか、「洗浄力」モコ泡わトイレクリーナーが好調に推移した結果、売上高は増加。</li> <li>● 今後もさらなる成長のために新しい領域への挑戦を展開する。</li> </ul>

海外は、戦略エリアへ集中。タイをハブにASEANへ。拠点インフラを強化し、成長のための基盤づくりを進める。

3社の事業領域が互いに補完関係にあることを活かし、3社事業の発展・収益性の向上を図る。

森の天然成分「クリアフォレスト」の技術を使ってヘルスケア市場で「MoriLabo」、BtoB市場で「Air Forest」を展開。

## サステナビリティの概況

### 社会の期待に応える（新市場の創造）

内容	当期の概況と今後の戦略
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>健康への取り組み</b> SDGs以降、社会からは社会課題解決への期待が高まっています。私たちは、こうした課題に対し強みの“独自のエアケア技術”で取り組みます。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● &lt;&lt;製品&gt;&gt;【健康的な生活の確保】 森の天然成分「クリアフォレスト」の技術で花粉対策製品「MoriLabo」を発売。</li><li>● &lt;&lt;地域&gt;&gt;【持続可能な産業化(新規雇用)、持続可能な森林の経営】 北海道庁との包括連携協定により、トドマツの利用促進・知名度向上と地域の産業振興を継続。</li></ul>

### 社会の要請に応える（サステナビリティ活動）

内容	当期の概況と今後の戦略
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>顧客への取り組み</b> 私たちは、生活日用品メーカーとして消費者の暮らしを快適にすることが使命であり、同時に安心・安全な製品・サービスの提供が重要な責務であると考えています。万一、こうした消費者からの信頼を失えば、社会に存続することを許されなくなります。私たちはこのことを認識し、消費者への安心・安全な製品の提供に取り組みます。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 【消費者の安全衛生の保護】 品質管理などを行うPL委員会を定期的に継続。</li><li>● 【公正なマーケティング、情報及び契約慣行】 ウェブサイトに商品・お役立ち情報、品質情報などの掲載を継続。</li><li>● 【消費者に対するサービス及び支援並びに苦情及び紛争の解決】 お客様相談室で、製品のよくある質問や使用方法、苦情などのサポートを継続。</li><li>● 【消費者データ保護及びプライバシー】 個人情報保護法に基づき、管理体制を整備し定期的に確認を行う。</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>従業員への取り組み</b> 2015年以降、社会は「CO<sub>2</sub>格差ゼロ社会」へ向け大きく変化しています。もし、この変化に対応できる有用な人材が確保できなければ、継続的な企業価値の創造ができなくなる恐れがあります。私たちはこのことを認識し、人材の確保と育成に取り組みます。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 【雇用及び雇用関係】 長時間労働の抑制として、業務の見直しなどを継続。</li><li>● 【職場における人材育成及び訓練】 eラーニングなど、教育プログラムを継続。</li><li>● 【労働条件及び社会的保護】 時間単位年休制度、積立休暇制度、育児・介護時差勤務制度の条件緩和などを推進。</li><li>● 【社会対話】 労働組合などとの対話を継続。</li><li>● 【労働における安全衛生】 事業継続計画(BCP)のもと、防災訓練など点検・是正・改善を継続。</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>環境への取り組み</b> この社会の変化は、環境面ではより深刻度を増しています。私たちは、事業活動が環境に及ぼす影響を抑えるために、製品や製造・物流プロセスを見直し、環境への負荷低減に取り組みます。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 【気候変動緩和及び適応】 モーダルシフト化、営業車のハイブリッド化の推進を継続。</li><li>● 【汚染の防止】 工場単位での廃棄物の削減を継続。</li><li>● 【持続可能な資源の利用】 部署別の空調管理、インフォモーターでの啓蒙活動などを継続。</li></ul>

## 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

### 資本金

70億6,550万円

### 従業員数(2019年3月末)

連結 948名 単体 435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 市場第一部

### 主なグループ会社

- ・エステートレーディング(株)
- ・エステービジネスサポート(株)
- ・エステーマイコール(株)
- ・S.T.(タイランド)
- ・ファミリーグローブ(台湾)
- ・エステーコリアコーポレーション(韓国)
- ・日本かおり研究所(株)
- ・シャルダン(タイランド)

## コミュニケーション・ツールの全体像



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。



〒161-8540 東京都新宿区下落合1-4-10  
<http://www.st-c.co.jp/>



FSC®森林認証紙にノンVOCインキ(石油系溶剤0%)で印刷されています。