



企業価値の創造報告書2018
2018年3月期



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。

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。

社会と企業の持続的成長に向け、「独自のエアケア技術」を活かし
「社会の期待(価値創造)と要請(社会的責任)に応える」取組みを通して
社会と企業の相乗発展を図ります。

編集方針

本報告書は、エステ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テ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】 本レポートの対象組織は、当社及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)及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。

【対象期間】 2018年3月期(2017年4月1日～2018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】 2018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。

Contents

持続的成長に向けて 2 メッセージ 4 経営を支える仕組み 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



多様性こそ、持続的成長のドライバー

2015年、9月には「SDGs」、12月には「パリ協定」が採択されました。

これにより、経済の前提条件は大きく変化しました。

この新しい変化の時代、多様性で新市場を創造します。





※グラフは、期間初の2009年3月期を100%として指数化。2009年3月末～2018年3月末の直近10年間。

成長への「脱皮」

高収益体制の構築と、新たな成長への種まき

2018年3月期(当期)は経営方針「ブランド価値経営」のもと、引き続き「高収益体制の構築」を進めるとともに、「新たな成長への種まき」を行ってまいりました。

「高収益体制の構築」では、主力のエアケア(消臭芳香剤)の香り系商材「消臭力」Premium Aromaシリーズや「SHALDAN」FRAGRANCE、衣類ケア(防虫剤)の新製品などの高単価・高付加価値品の売上が好調に推移したほか、クリーナーの新ブランド「洗浄力」の立ち上げもあり、売上高は486億円(前期比6%増)となりました。

利益面では、高付加価値品の販売数量の増加や返品・製造コストの削減活動などにより、営業利益は34億円(同22%増)、経常利益は34億円(同20%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は24億円(同33%増)の増収増益となりました。

また、「新たな成長への種まき」では、高齢化社会に対応する介護市場向けブランド「エールズ」や、香りを使った新健康習慣「アロマサプリ」を立ち上げました。

「収益改善フェーズ」から「規模拡大フェーズ」へ

2019年3月期(今期)からは、新しい中期経営計画が始まります。当期までの「収益改善フェーズ」から、新たな「規模拡大フェーズ」へと移行します。成長に向けてまいった種を、今期からは育成してまいります。

新中期経営計画の育成重点ポイントは、次の5つです。

【新中期経営計画の育成重点ポイント】

- ① 既存事業シェアNo.1
- ② 新分野・新市場
- ③ 海外事業
- ④ サーモケア
- ⑤ 成長に向けた体制づくり

「既存事業シェアNo.1」では、衣類ケア(防虫剤)や湿気ケア(除湿剤)だけではなくエアケア(消臭芳香剤)、その他ニッチ商材の国内既存市場でもシェアNo.1を目指してまいります。

「新分野・新市場」では、業務用・介護用、クリアフォレスト事業、ECチャンネルなどの成長分野を育成してまいります。

「海外事業」では、戦略エリアに絞り込んで特定事業に集中し、グローバル展開を図ってまいります。

「サーモケア」では、既存・新規・海外の3つのキーワードで新しい温熱ビジネスを創造してまいります。

「成長に向けた体制づくり」では、生産体制の見直し、ワークスタイル変革、人材の多様性と育成などを行ってまいります。

「未来」は「今」の延長線上にあらず

当期は、最終利益で過去最高値を更新する一方で、様々な課題が見えてきた1年でもありました。今よりもさらにステップアップするためには、全員が自らの殻を破って大きく成長しなければなりません。今後も引き続き、倍旧のご支援を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

コーポレートガバナンスは、企業と社会の持続的な相乗発展を“支える仕組み”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、説明責任を果たしてまいります。

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・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、2018年6月には女性取締役比率33%となっています（執行役は8人中1人が女性）。さらに、マーケティングや会計など多様な知識・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。

役員の報酬について

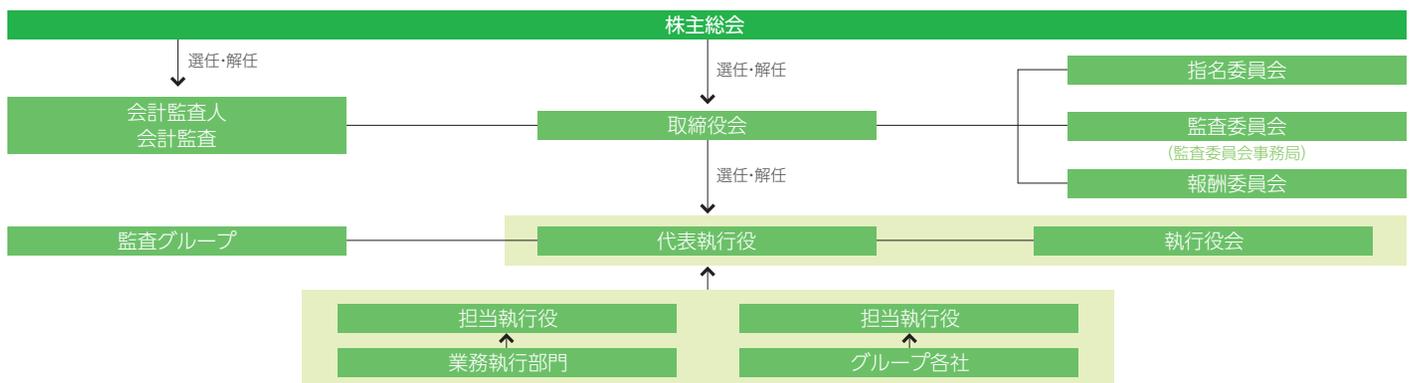
取締役及び執行役の報酬は、企業価値向上に資するための報酬設計としています。

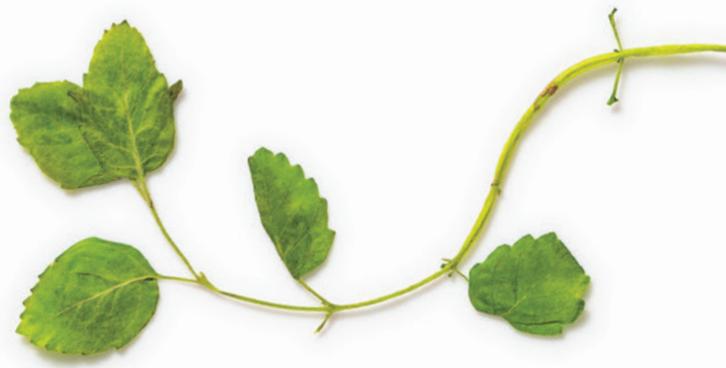
コーポレートガバナンスの概況

(2018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(社外:1人)
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)
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

(2018年6月19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



杉山 一雄 社外取締役



鈴木 貴子



石川 久美子



吉澤 浩一

取締役の構成

(2018年6月19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) ☆		○		杉山 一雄
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

(2018年6月19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

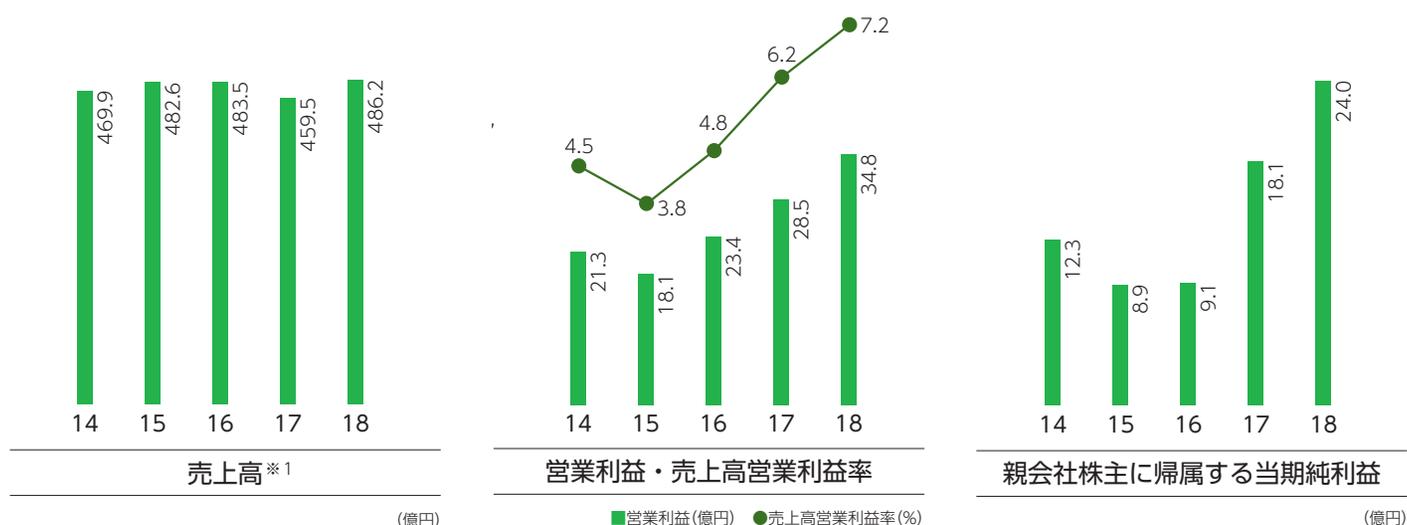
※取締役兼務

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



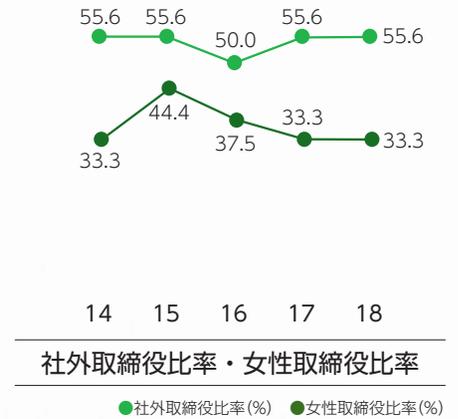
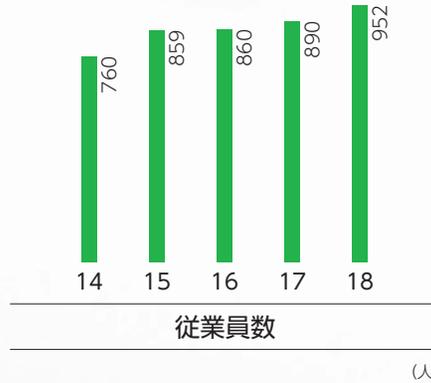
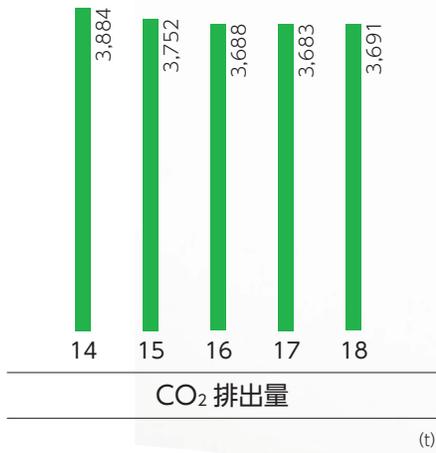
決算期(3月期)	2009	2010	2011	2012
会計年度 (百万円)				
売上高※1	¥44,879	¥43,545	¥43,580	¥46,354
営業利益	2,492	2,245	2,114	1,751
親会社株主に帰属する当期純利益	1,076	1,119	786	75
研究開発費	498	611	610	658
設備投資額	716	672	661	1,006
減価償却費	857	922	992	930
フリー・キャッシュ・フロー	944	2,137	-897	773
会計年度末				
総資産	27,616	29,029	30,010	30,286
純資産	19,029	19,965	19,971	19,701
発行済株式数 (千株) ※2	21,831	21,852	21,785	21,718
財務指標 (%)				
売上高営業利益率	5.6	5.2	4.9	3.8
総資産当期純利益率：ROA※3	3.8	4.0	2.7	0.3
自己資本当期純利益率：ROE※4	5.8	5.9	4.0	0.4
自己資本比率	67.5	67.2	64.9	63.4
非財務実績				
CO ₂ 排出量 (t) ※5	4,079	4,433	4,167	3,727
従業員数 (人)	619	611	630	647
女性取締役比率 (%)	12.5	11.1	12.5	25.0
社外取締役比率 (%)	62.5	66.7	62.5	50.0
株式実績 (円)				
1株当たり当期純利益	¥49.32	¥51.25	¥36.03	¥3.48
1株当たり純資産	853.81	892.46	893.74	884.45
1株当たり配当金	22	22	22	22
株価※6	940	1,046	916	1,025

※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:CO₂排出量の対象組織はエスエーグループ(国内) ※6:株価は3月期末の終値



エステーグループ(国内)



	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Revenue	¥46,943	¥46,992	¥48,263	¥48,351	¥45,957	¥48,626
Operating Income	1,799	2,131	1,812	2,341	2,854	3,480
Profit Before Tax	564	1,233	892	912	1,817	2,409
Income Tax Expense	572	563	512	536	610	596
Net Income	2,060	942	1,485	1,757	608	1,821
Minority Interest	830	894	844	1,128	996	969
Other Income	-944	2,624	369	1,856	4,528	834
Operating Assets	30,076	32,370	33,785	34,924	38,458	42,449
Operating Liabilities	20,213	21,086	22,600	23,495	25,812	29,021
Operating Equity	21,715	21,852	21,850	21,699	21,876	22,062
Operating Assets per Share	3.8	4.5	3.8	4.8	6.2	7.2
Operating Liabilities per Share	1.9	4.0	2.7	2.7	5.0	6.0
Operating Equity per Share	2.9	6.1	4.2	4.1	7.6	9.0
Operating Assets to Equity Ratio	65.4	63.2	64.8	65.2	65.3	66.8
Operating Assets	3,930	3,884	3,752	3,688	3,683	3,691
Operating Liabilities	663	760	859	860	890	952
Operating Equity	30.0	33.3	44.4	37.5	33.3	33.3
Operating Assets to Equity Ratio	50.0	55.6	55.6	50.0	55.6	55.6
Operating Assets per Share	¥26.01	¥56.74	¥40.83	¥42.01	¥83.57	¥109.58
Operating Liabilities per Share	905.84	936.06	1,001.84	1,049.58	1,148.41	1,285.01
Operating Equity per Share	22	22	22	22	24	31
Operating Assets to Equity Ratio	988	999	1,021	1,114	1,809	2,286

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
エアケア (消臭芳香剤)	[SHALDAN] BOTANICAL CM 	消臭芳香剤 (2位) 26% 脱臭剤 (1位) 79%	 42%	20,478 百万円 +4.3%
衣類ケア (防虫剤)	ムシューダ CM 	防虫剤 (1位) 51%	 19%	9,323 百万円 +4.3%
サーモケア (使いすてカイロ)		使いすてカイロ (2位) 16%	 13%	6,434 百万円 +12.3%
ハンドケア (手袋)		家庭用手袋 (2位) 24%	 12%	5,569 百万円 +5.3%
湿気ケア (除湿剤)		除湿剤 (1位) 39%	 6%	2,954 百万円 -0.4%
ホームケア (クリーナー・その他)			 8%	3,866 百万円 +13.9%

海外

海外売上高比率7%。成長ドライバーとして、グローバル対応を強化。

資本業務提携の推進

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。

新規事業を開発

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"> ● 市場は成長市場。 ● 香りを重視した商品は拡大傾向、今後も成長が期待できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「SHALDAN」BOTANICAL、「消臭力」Premium Aromaシリーズなどの香り系商材が好調に推移し売上高は増加。 ● 今期は引き続き、「SHALDAN」「消臭力」を軸に新規需要の開拓を図る。さらに、新規事業の育成にも取り組む。
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場は横ばい、安定市場。 ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2017年は春・秋の天候不順の影響や、2018年春の新製品などが好調に推移した結果、売上高は増加。 ● 今期は、積極的な販売促進を行うとともに、新しい収納スタイルの提案で新規需要の開拓を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 今後は、温熱技術を活かした新分野・新市場に期待。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● アライアンス商品。「オンパックス」などを保有。2017年12月マイコール(株)と事業譲渡契約締結。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2016年シーズン終了後の返品削減活動と、2017年シーズン立ち上がり時、ピーク期の冷え込みにより売上高は増加。 ● 今期は、積極的な販売促進と新しい価値の提案で需要の開拓・拡大を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 家庭用・作業用ともに市場は拡大傾向。 ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 衣類ケア事業に続く、60年前からの息の長い定番事業。 ● 家庭用手袋「ファミリー」、作業用手袋「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を展開。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 作業用手袋「モデルローブ」メカニックグローブや家庭用手袋「ファミリー」などが好調に推移し、売上高は増加。 ● 今期は引き続き、作業用・家庭用手袋の拡売を行い、ブランドの強化・育成を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場は拡大傾向。差別化が難しく、競争の激しい市場。 ● 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 主力ブランド「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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 高付加価値商品のシートタイプや「備長炭ドライペット」などに商品構成の見直しを行った結果、売上高は横ばい。 ● 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。
<ul style="list-style-type: none"> ● ニッチなクリーナー市場や米びつ用防虫剤市場は堅調。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 「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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 当期に立ち上げた新ブランド「洗浄力」モコ泡わトイレクリーナーなどが好調に推移した結果、売上高は増加。 ● 今後もさらなる成長のために新たな領域への挑戦を展開する。

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、特定事業、中核新製品に注力。

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。

「クリアフォレスト」「アロマサプリ」「エールズ」ブランドを育成。

サステナビリティの概況

社会の期待 (ビジネス・価値創造)

マテリアリティ	当期の概況と今後の戦略
<ul style="list-style-type: none">● 独自のエアケア技術の活用【社会課題の解決】 空気で暮らしを快適にする商品開発や、新技術を活用した空気を浄化する事業を推進しています。SDGs以降、「社会課題解決」への社会からの要請と期待は高まっており、エスケーグループは、こうした課題に取り組むことが企業価値の創造につながると考えています。	<ul style="list-style-type: none">● <<製品>>【健康的な生活の確保】 「空気浄化剤」の開発で平成30年度科学技術分野の文部科学大臣表彰「科学技術賞」を受賞(2018年4月17日)。● <<地域>>【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。

社会の要請 (社会的責任)

マテリアリティ	当期の概況と今後の戦略
<ul style="list-style-type: none">● 消費者への安心・安全な製品の提供【消費者課題】 生活日用品メーカーは、消費者の暮らしを快適にすることが社会的使命であり、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、消費者の満足や信頼を損なえば、企業は持続的な存続ができなくなります。エスケーグループは、このことを認識し、様々な取り組みを行っています。	<ul style="list-style-type: none">● 【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。● 【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。● 【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。● 【消費者データ保護及びプライバシー】 個人情報保護法の改正に対応。
<ul style="list-style-type: none">● 人材の確保と育成【労働慣行】 社会の人口構造の変化やグローバル化などの大きな転換期中、この変化に対応できる有用な人材の確保ができなければ、持続的な企業価値の創造ができなくなります。エスケーグループは、このことを認識し、雇用や労働環境の整備を進めています。	<ul style="list-style-type: none">● 【雇用及び雇用関係】 長時間労働の抑制として、業務の見直しやNO残業デーなどを継続。● 【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。● 【労働条件及び社会的保護】 今期より時間単位年休制度・積立休暇制度を導入。育児・介護時差勤務制度を条件緩和。● 【社会対話】 労働組合などとの対話を継続。● 【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。
<ul style="list-style-type: none">● 環境への製品、製造や物流プロセスを通じた取り組み【環境】 世界的に要請が高まっている気候変動への対応のほか、事業活動が影響を及ぼす様々な環境問題を見直し、それぞれについてより積極的に取り組んでいます。	<ul style="list-style-type: none">● 【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。● 【汚染の防止】 工場単位での廃棄物の削減を継続。● 【持続可能な資源の利用】 NO残業デーや部署別の空調管理、インフォモニターでの啓蒙活動などを継続。

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(2018年3月末)

連結 952名 単体 425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)
- ・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



企業価値の創造報告書2018 (日本語版/英語版)

すべてのステークホルダーの方に、
企業価値の創造活動がひと目でわかる
年次報告書(PDF版)としてまとめました。



企業情報Webサイト (日本語版/英語版)

すべてのステークホルダーの方に、
各冊子で紹介している内容に加え、
最新情報と企業の全体像がわかる
総合ツールとして、Webサイトに
まとめました。



コーポレート・プロフィール2018 (日本語版/英語版)

投資家の方に、企業の全体像の
詳細がわかる総合ツールとして、
データブック(PDF版)にまとめました。



企業価値の創造報告書2018・ 財務セクション (英語版)

同報告書の別冊として
最新年度の財務データをまとめた
データブック(PDF版)です。



インベスターズ・ガイド2018 (日本語・英語併記版)

投資家の方に、企業活動の
定量情報(10年間)をまとめた
データブック(PDF版)です。

決算短信及び各種報告書 (日本語版)

国内法令に準じた各種報告書(PDF版)です。



コミュニケーション・ツールは、エステー企業情報サイトの「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。