



企業価値の創造報告書2017
2017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ことです。
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。

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】 2017年3月期(2016年4月1日～2017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】 2017年7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

経営戦略 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

家庭用手袋
マーケットシェア(2位)

24%

使いすてカイロ
マーケットシェア(2位)

17%

防虫剤
マーケットシェア(1位)

50%



除湿剤
マーケットシェア(1位)

38%

脱臭剤
マーケットシェア(1位)

79%

消臭芳香剤
マーケットシェア(2位)

26%

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)。

社会の構造変化やグローバル化の波など、経営環境は変化しています。
私たちは、そうした変化に適応できる強い事業基盤の構築を目指し、
顧客の創造、高収益体制、経営基盤の整備を進めています。

「ブランド価値経営」成長の方向性

空気ビジネスの新機軸

社会の構造変化

グローバル化の波

新技術による
市場創造

既存技術で
新市場へ

グローバル
対応強化

「ONEエステー」で成長軌道へ

事業マトリックス制で利益が大幅改善

2017年3月期は、経営方針「ブランド価値経営」のもと前期に引き続き高収益体制を目指し、事業マトリックス制をさらに推進してきました。各事業の見える化が進み収益管理の徹底が図られた結果、収益は大きく改善しました。新製品では、香り系の商材が好調で「SHALDAN」フレグランスや「消臭力」Premium Aromaシリーズなどの売上が寄与した他、消臭剤でも「消臭力」トイレ用の機能プラスシリーズなどの高単価・高付加価値品が売上に貢献した結果、売上高は459億円(前期比2.9%増)となりました。

また、利益面では販売数量の増加や高付加価値商品の販売強化、コスト面では、継続して取組んでおります返品や製造コストの削減効果が現れた他、在庫や製品数の絞り込みに取組んだ結果、営業利益は28億円(前期比21.9%増)、経常利益は29億円(前期比68.3%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は18億円(前期比99.2%増)となりました。

高収益体制の構築と、新たな成長への種まき

2018年3月期(今期)は、中期経営計画の最終年度です。今期、私たちは「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」を行ってまいります。

「高収益体制の構築」では、市場拡大「エアケア事業で市場拡大」、シェア拡大「既存事業で市場活性化」、利益志向「利益構造の改革を継続」を引き続き進めてまいります。

「新たな成長への種まき」は、「既存技術を活用した新市場への進出」、「新技術による市場創造」、「グローバル対応強化」の3つの方向性で成長を図ります。

「既存技術を活用した新市場への進出」としては、超高齢化社会のニーズにこたえて介護用品の新ブランド「エールズ」が誕生しました。独自の消臭技術を駆使して、介護現場の不満・不便の解消に取り組めます。

「新技術による市場創造」としては、香りの持つ生理作用に着目した新ブランド「アロマサプリ」を立ち上げ、アロマオイルを使った新しい健康習慣の提案を行います。また、もう1つの新技術「クリアフォレスト」では、2016年7月に欧州オーガニック認証を取得しており、新しい市場の開拓を進めています。

「グローバル対応強化」では、タイをハブとして戦略エリアであるASEAN地域に注力してまいります。

「ONEエステー」の実現に向けて

私たちの今期方針は「ONEエステーで成長軌道へ」です。

事業マトリックス制をさらに進化させ、これまで別組織だった国内・海外の営業部門を1つに統合するとともに、支援部門のサポートを強化しました。

また風土改革として「ワークスタイル変革」を推進します。私たち自身が仕事とプライベートの均衡を保ち、幸せな生活を送らなければ、お客様を幸せにする商品を生み出すことはできません。無駄な仕事の断捨離や柔軟な働き方の導入などを進めることで生産性を高め、持続可能な企業基盤を築いてまいります。

これらにより、新分野・新市場を成長軌道に乗せ、さらに大きく躍進する所存です。今後も引き続きご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

取締役 兼 代表執行役社長(COO)

鈴木貴子



取締役一覧

(2017年6月14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

(2017年6月14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

(2017年6月14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 兼 第1・2事業本部 本部長	紺田 司
常務執行役	経営管理部門担当 兼 関係会社担当	石川 久美子 ※
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 製造部門担当	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

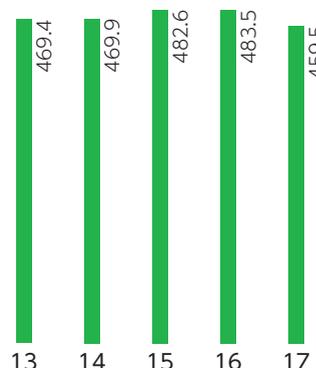
内部統制については、組織の業務の適正性を確保するため体制整備を推進しています。組織の目的を有効・効率的かつ適正に達成するために、ルールや業務プロセスを整備するとともに、常に社内外の声を把握し、改善を継続的に進めています。リスク管理については、経営の最重要課題と考えており、会社を取り巻く多様な経営リスクの未然防止、万一の被害の最小

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、エステー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

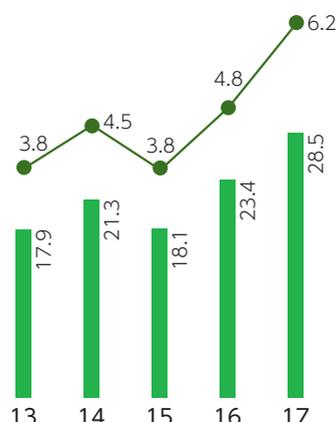
売上高※1

(億円)



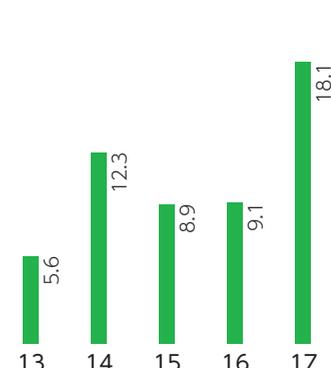
営業利益・売上高営業利益率

■営業利益(億円) ●売上高営業利益率(%)



親会社株主に帰属する当期純利益

(億円)



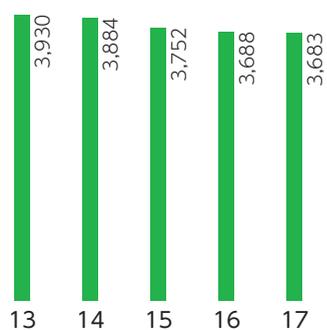
決算期(3月期)	2008	2009	2010	2011
会計年度 (百万円)				
売上高※1	¥47,005	¥44,879	¥43,545	¥43,580
営業利益	3,218	2,492	2,245	2,114
親会社株主に帰属する当期純利益	1,295	1,076	1,119	786
研究開発費	489	498	611	610
設備投資額	648	716	672	661
減価償却費	936	857	922	992
フリー・キャッシュ・フロー	3,655	944	2,137	-897
会計年度末				
総資産	28,392	27,616	29,029	30,010
純資産	19,144	19,029	19,965	19,971
発行済株式数 (千株) ※2	21,813	21,831	21,852	21,785
財務指標 (%)				
売上高営業利益率	6.8	5.6	5.2	4.9
総資産当期純利益率：ROA※3	4.2	3.8	4.0	2.7
自己資本当期純利益率：ROE※4	6.1	5.8	5.9	4.0
自己資本比率	65.6	67.5	67.2	64.9
非財務実績				
CO ₂ 排出量 (t) ※5	4,398	4,079	4,433	4,167
従業員数 (人)	607	619	611	630
女性取締役比率 (%)	12.5	12.5	11.1	12.5
社外取締役比率 (%)	62.5	62.5	66.7	62.5
株式実績 (円)				
1株当たり当期純利益	¥54.08	¥49.32	¥51.25	¥36.03
1株当たり純資産	853.90	853.81	892.46	893.74
1株当たり配当金	22	22	22	22
株価※6	1,264	940	1,046	916

※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テーグループ(国内) ※6:株価は3月期末の終値

CO₂ 排出量

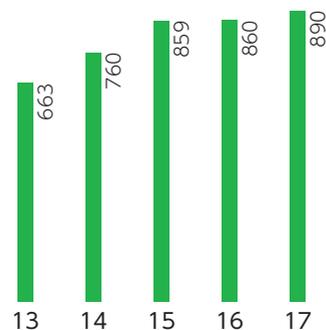
(t)



エステーグループ(国内)

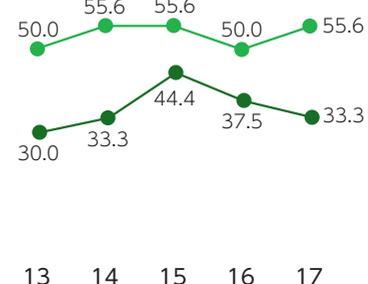
従業員数

(人)



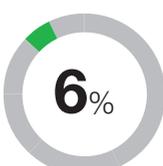
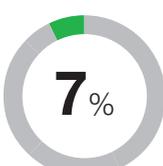
社外取締役比率・女性取締役比率

●社外取締役比率(%) ●女性取締役比率(%)



2012	2013	2014	2015	2016	2017
¥46,354	¥46,943	¥46,992	¥48,263	¥48,351	¥45,957
1,751	1,799	2,131	1,812	2,341	2,854
75	564	1,233	892	912	1,817
658	572	563	512	536	610
1,006	2,060	942	1,485	1,757	608
930	830	894	844	1,128	996
773	-944	2,624	369	1,856	4,528
30,286	30,076	32,370	33,785	34,924	38,458
19,701	20,213	21,086	22,600	23,495	25,812
21,718	21,715	21,852	21,850	21,699	21,876
3.8	3.8	4.5	3.8	4.8	6.2
0.3	1.9	4.0	2.7	2.7	5.0
0.4	2.9	6.1	4.2	4.1	7.6
63.4	65.4	63.2	64.8	65.2	65.3
3,727	3,930	3,884	3,752	3,688	3,683
647	663	760	859	860	890
25.0	30.0	33.3	44.4	37.5	33.3
50.0	50.0	55.6	55.6	50.0	55.6
¥3.48	¥26.01	¥56.74	¥40.83	¥42.01	¥ 83.57
884.45	905.84	936.06	1,001.84	1,049.58	1,148.41
22	22	22	22	22	24
1,025	988	999	1,021	1,114	1,809

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)	消臭力 CM 	消臭芳香剤 (2位) 26% 脱臭剤 (1位) 79%	 43%	19,640 百万円 +3.5%
衣類ケア (防虫剤)	ムシューダCM 	防虫剤 (1位) 50%	 19%	8,938 百万円 -1.4%
サーモケア (使いすてカイロ)		使いすてカイロ (2位) 17%	 13%	5,727 百万円 +15.8%
ハンドケア (手袋)		家庭用手袋 (2位) 24%	 12%	5,290 百万円 +3.1%
湿気ケア (除湿剤)		除湿剤 (1位) 38%	 6%	2,966 百万円 -5.4%
ホームケア (クリーナー・その他)			 7%	3,394 百万円 -0.4%
海外	海外売上高比率7%。もう1つの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。			
新規事業を開発	新機軸「クリアフォレスト」がオーガニック認証を取得。新分野を開拓。			

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)。
 売上高 / 前年比は、2017年3月期の会計方針の変更に伴い新しい会計方針で記載。

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割を占める主力部門であり、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"> ● 高付加価値商品「SHALDAN」フレグランス、「消臭力」Premium Aromaシリーズ、機能プラスシリーズが好調に推移し売上高は増加。 ● 今期は引き続き、「消臭力」「SHALDAN」を軸に市場拡大を図る。さらに、新しい成長への種まきにも取り組む。
<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、エアケア部門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"> ● 前年の春・秋シーズンは堅調、今春は低気温で売上のピークが今期にずれ込んだ結果、売上高は減少。 ● 今期は、ブランドの強化・育成を図るとともに、新しい収納スタイルの提案で新規需要の開拓・拡大を図る。
<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。 ● 認知・使用率の低い用途や若年層への提案がポイント。 	<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。2003年7月よりマイコール(株)の「オンパックス」などを保有。品質に定評があり、特に足まわり商品が強み。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 記録的な暖冬にみまわれた前々期に比べ売上が回復した結果、売上高は増加。 ● 今期は引き続き、足まわり商品に注力するとともに店頭での販売促進を行い、新規需要の開拓・拡大を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 家庭用・業務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"> ● 衣類ケア部門に続く、60年前からの息の長い定番事業。 ● 家庭用手袋「ファミリー」、業務用手袋「モデルロープ」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"> ● 業務用ニトリルゴム手袋や家庭用ビニール手袋「ファミリー」ハンドフルールなどが好調に推移し、売上高は増加。 ● 今期は引き続き、家庭用・業務用手袋の拡売を行うなど、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"> ● 政策としてポリウムゾーン商品から高付加価値商品にシフトさせた結果、売上高は減少。 ● 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。 ● 「ウルトラパワーズ」「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"> ● 「米唐番」や「ウルトラパワーズ洗たく槽クリーナー」は堅調、その他商材の売上が減少し、売上高は減少。 ● 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。
<p>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、エアケア、中核新製品に注力。</p>		
<p>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。</p>		
<p>介護現場の不満・不便を解消する「エールズ」、香りを使った新しい健康習慣「アロマサプリ」の2ブランドを立ち上げ。</p>		

社会の要請や期待に誠実に応え、企業と社会の相乗発展を目指します

私たちはサステナビリティを、「企業と社会の相乗発展の取組みである」と考えています。私たちは、社会・環境から貴重な経営資源を預かって事業を行っており、それらは「正しく運営」されることを期待して委託されたものであると認識しています。私たちは、それらの期待に応えるために、「社会の期待（“エスティーラシス”を活かした価値創造）」と、「社会の要請（社会的責

任）」に取り組めます。そして、対話を通して、社会に会社を正しく理解してもらい継続的な支援を得て、ともに相乗発展を目指します。サステナビリティの概況は、ステークホルダーの皆様からの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ィーグループの双方にとって重要度の高い情報（マテリアリティ）を掲載しています。

サステナビリティの考え方	マテリアリティ	当期の概況と今後の戦略
社会の期待 (価値創造)	<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。国連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、エスティーグループは、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】 新規技術は、「クリアフォレスト」ブランドがB2Bビジネスを開始。オーガニック認証、花粉症関連の特許を取得。 既存技術は、2017年春に介護向け新ブランド「エールズ」を立ち上げ。 ● <<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。
	<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。エスティーグループは、このことを認識し、様々な取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、支援、並びに苦情及び紛争の解決】 お客様相談室が第20回企業電話対応コンテスト(公益財団法人日本電信電話ユーザ協会主催)で3年連続で「優秀賞」を受賞(「シルバーランク企業」に認定)。 ● 【消費者データ保護及びプライバシー】 個人情報を継続的に管理。
社会の要請 (社会的責任)	<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。エスティーグループは、このことを認識し、雇用や労務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】 産休や育休、短時間勤務などの推進を継続。 ● 【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(2017年3月末)

連結 890名 単体 415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



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。