

株式の状況 (2022年3月31日現在)

▶ 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

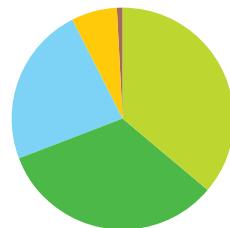
株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社シャルダン	5,587	24.8
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	1,575	7.0
日本生命保険相互会社	1,336	5.9
みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 みずほ銀行口 再信託受託者 株式会社日本カストディ銀行	884	3.9
鈴木 喬	665	3.0
フマキラー株式会社	541	2.4
株式会社三菱UFJ銀行	524	2.3
鈴木 貴子	515	2.3
鈴木 幹一	500	2.2
有限会社鈴木幹一商店	433	1.9

(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

	千株	(%)
個人・その他	8,324	(36.2)
その他国内法人	7,620	(33.1)
金融機関	5,336	(23.2)
外国法人等	1,547	(6.7)
証券会社	170	(0.8)



株主メモ (2022年3月31日現在)

証券コード	4951
事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月
定時株主総会の基準日	毎年3月31日
剰余金の配当の基準日	毎年3月31日、9月30日
単元株式数	100株
株主名簿管理人および 特別口座 口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目3番3号 みずほ信託銀行株式会社
公告方法	電子公告 https://www.st-c.co.jp/ ※電子公告を行えない事由が生じたときは、 日本経済新聞に掲載。

▶ お問い合わせ先

	証券会社に口座を お持ちの場合	特別口座の場合
郵便物送付先		〒168-8507 東京都杉並区和泉2-8-4
電話 お問い合わせ先	お取引の証券会社 などになります。	0120-288-324 (フリーダイヤル)
お取扱店		みずほ信託銀行株式会社 本店および全国各支店 みずほ証券株式会社 本店および全国各支店
ご注意	未払配当金の支払(※)、支払明細発行については、右の「特別口座の場合」の郵便物送付先・電話お問い合わせ先・お取扱店をご利用ください。	単元未満株式の買取以外の株式売買はできません。証券会社などに口座を開設し、株式の振替手続を行っていただく必要がございます。

※未払配当金のみ、みずほ銀行全国本支店でもお取扱いたします。



証券コード: 4951

株主様とエステーを結ぶコミュニケーション誌

ひよこレポート

第75期

2021年4月 1日から
2022年3月31日まで

悪臭をブロックする「消臭力」DEOXに 玄関用が新登場!

靴の臭いや足の臭いなど、玄関はトイレに並んで、臭いが最も気になる場所。そんな玄関に潜む“臭いストレス”を解消するために、“レセプターブロック消臭”で悪臭を消臭する「消臭力」DEOXから玄関用が新登場!レセプターブロックは、鼻の奥にある臭いセンサー(レセプター)に香り分子が先回りすることで、嫌な臭いを感じる前にブロックする消臭技術です。

- 発売: 2022年4月 ●価格: オープン
- 初年度販売目標: シリーズ計230万個

その他の新製品情報はこちら

エステー 新製品情報

検索



ひよこ広場: 株主様とのコミュニケーションページ

いつもアンケートにご協力いただき、ありがとうございます。

私たちは、より一層のIR活動の充実を目的に、アンケートを実施しています。アンケート結果の抜粋を、ひよこレポートのひよこ広場として定期的に紹介しています。ぜひ、アンケートにご協力をお願いします。



第75期(第2四半期)株主優待アンケートから株主様の声をご紹介します。

ご挨拶

Reborn

リボーン元年

代表執行役社長

鈴木貴子

環境激変の中、
主力事業は堅調

2022年3月期(当期)は、新型コロナウイルス感染症の感染状況の変化に伴う手袋の需要減や梅雨時の降水量減による除湿剤の低調で、売上高は前期比*99.1%となりましたが、高付加価値品の伸長でエアケア・衣類ケア等の主力事業は堅調に推移しました。主力品の部材内製化や処方変更による製造原価低減で原価率は改善するも、SNSを始めとするデジタルマーケ



TVCM: 消臭力

ティング費用や研究費等の増額で営業利益は減益、さらにサーモケア事業の減損を特別損失に計上したことにより最終利益は大幅減益となりました。

サーモケア事業の
減損を機に戦略の見直し

サーモケア事業は、暖冬傾向の継続と国内市場の競争激化で既存品カイクが低迷および新型コロナウイルスの影響による海外展開の見直しと新機軸サーモケア製品の展開遅れにより、当初の事業計画と実績が乖離しました。財務の健全性の維持を第一とする会計方針に則り、当期はのれんの未償却分や製造設備の回収可能額まで減損損失を計上しました。今後、サーモケア事業は抜本的な戦略の見直しを図ります。

組織体制の大幅刷新

新年度を迎え、「お客様第一」を徹底する組織への転換を図り、役員および組織体制の大幅刷新を行いました。まず国内外のマーケティング戦略を一元化して「グローバルマーケティング部門」に再編するとともに、未来を拓く市場創造力強化に向けて、既存の各部門から独立した「新規事業開発室」を新たに立ち上げました。また、ガバナンス・リスク管理体制を強化しつつ、部門横断でサステナビリティ経営を推進するために、「企業価値創造部門」を新設しました。さらにカスタマーファースト推進部門を新設し、全社ワンベクトルでお客様に向き合う「トータル マーケティング カンパニー」に生まれ変わり、持続的成長と長期的な企業価値創造を目指します。

今後の取り組み

今期は新体制で4つの基本戦略に取り組み、次の成長に向けた土台を築きます。

1. 既存事業収益構造の
抜本的見直し

エアケアNo.1とグローバル成長、衣類ケアでの新需要の取り込み

2. 成長領域へのリソース集中

低収益商品の見直しと成長領域へのリソース再配分

3. 事業開発体制の明確化

新規事業開発室による新たな事業化プロセス、市場創造のマーケティング開発

4. 長期ESG戦略の策定と開示

企業価値創造部門による長期ESG戦略策定、戦略人事

資源価格高騰に対して、
コストダウンを徹底

ウクライナ情勢や20年ぶりの円安が資源価格高騰に拍車をかけ、今期は原材料価格の上昇を7億円見込んでいますが、主力品・部材の内製化や仕様変更と高付加価値品へのシフトによるコストダウンで吸収し、原価率は改善を見込んでいます。

2023年3月期の見通し

今期は成長に向けた積極投資(デジタルマーケティング費用や調査・研究費、人材育成費等の増額、新基幹システムの減価償却費)により減益を見込んでおりますが、配当は年間40円へ増配を予定しております。どうか倍旧のご支援を賜りますよう、宜しく申し上げます。

*2022年3月期より「収益認識に関する会計基準(以下、「新基準」)」を適用。前期に「新基準」を適用したと仮定し算出しています。

株主様の声



社長・会長

アンケートに回答した意見ができるのは楽しい。

社会的に正しい会社であり続けてください。

社会的に必要とされる会社を目指した経営をされていると思います。

真面目な経営方針に安心。

トータル・マーケティング・カンパニーと言う考えに期待。

経営すること、大変なご努力だと思ふ。

日本のために頑張っている欲しい。

頑張っていると嬉しいです。

更なる環境配慮商品の開発に期待。

品質に関することは十分に注意していただきたいです。

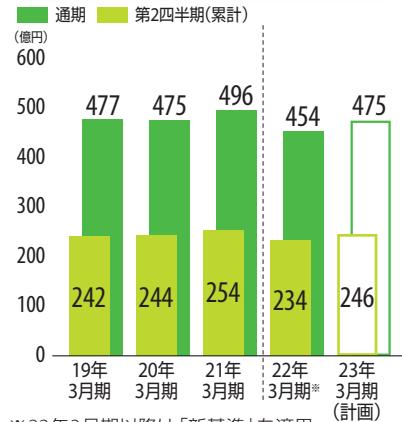
目先のデザイン性より長く愛される製品づくりをして。

スーパーに行くとエステの製品が溢れる。それを見て嬉しく応援してます。

新しい風を入れ売れ筋を増やしてください。

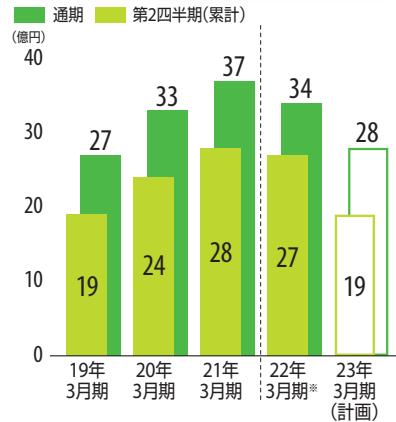
財務ハイライト(連結)

売上高

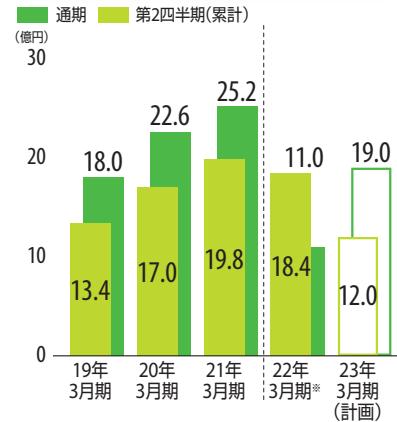


※22年3月期以降は「新基準」を適用

経常利益



親会社株主に帰属する当期純利益



株主優待

事業への理解促進と
長期保有の株主様の
増加を図ることを目的
として実施しています。

1,000株以上
保有の株主様

3,000円
相当の製品
詰め合わせ

基準日:
3月と9月の
年2回

株主優待のお問い合わせは
☎ 0120-331-343

6月22日～7月29日
月～金 9時～18時
(土日祝は除く)



100株以上
1,000株未満
保有の株主様

1,000円
相当の製品
詰め合わせ

基準日:
3月の年1回

株主優待の詳細はこちら

エステー 株主還元

検索

株主様の声



株主優待

普段買わない物が送られてくるから、お試して使えて商品の良し悪しがわかる。

長期保有者には何か特典をつけられればいいと思う。

優待品を使って、つつい街でも買ってしまおう!

買い増ししていききたい。目指すは、1000株。

株主優待1000株はハードルが高いです。

決まった商品でなく、選べたらなお良い。

単位を300株にしているだけで、すぐ買い増しするんですけど。

株主も製品開発に寄与できるような行動ができればと思います。

香りのあるものは使わないので、処分に悩む。

お米に入れる虫よけは、使わないうちも増えているのでは。

優待で新商品など知って楽しいです。

“全員満足”は難しいですが、少しずつ工夫していきます!

コラム

2022年春 ペットケア用品市場へ初参入 エステーペット

新ブランド「エステーペット」を立ち上げ 独自の技術で、ペットの臭い問題を解決



グローバルマーケティング部門
藤平 諭志

グローバルマーケティング部門の藤平と申します。今回のコラムでは、2022年春に立ち上げた新ブランド「エステーペット」と第一弾製品について、開発の背景を紹介させていただきます。

● 伸長するペット関連市場

ペット関連市場は、近年ペットを飼う家庭が増えたことで現在は約5千億円強の規模となっています。中でも、トイレ用シート、猫砂、消臭剤、脱臭剤などの排泄に関連するペットケア用品は、約800億円強の規模にまで成長しています。また、こうした増加傾向は、コロナ禍によってさらに拍車がかかり、現在も急速に拡大しています。

● 新ブランド「エステーペット」

エステーは、近年ペットを飼育する家庭が増える中で解決されていない臭い問題に着目し、独自の北海道トドマツの間伐材を活用した「クリアフォレスト」の消臭成分がペットの排泄臭に効果的に作用することから、新たにペット用品市場に参入することにしました。

● 第一弾「エステーペット 実感消臭トイレ」シリーズ

今春は第一弾として、猫用システムトイレの「エステーペット 実感消臭本体セット」「エステーペット 実感消臭チップ」「エステーペット 実感消臭シート」を発売しました。猫のトイレの臭いに効果の高い北海道産トドマツの粉体を配合し、「消臭力」との共同開発により圧倒的消臭



エステーペットの詳細はこちら

エステーペット

検索



効果を実現、リビングに置いてても臭いが気にならずに安心して使うことができます。

● 最後に

“消臭のエステー”というコーポレートイメージに、ペットケア事業を想起させる新ブランドとして「エステーペット」を立ち上げ、空気を通してペットとの快適な生活空間を提供します。今後とも、ご支援のほど、よろしく願いいたします。



上：猫用システムトイレ「エステーペット 実感消臭本体セット」
下左：「エステーペット 実感消臭チップ」
下右：「エステーペット 実感消臭シート」

財務諸表(連結)

Point 1 売上高

当期は、新型コロナウイルス感染症による巣ごもり需要や衛生意識の高まりによる需要が落ち着いた結果、売上高は454億円(前期を「新基準」で推計すると前期比0.9%減)となりました。

Point 2 利益

緊急事態宣言下での活動抑制から少しずつ活動が回復したほか、マーケティング費用を戦略的に投下したことにより、営業利益32億円(同17.6%減)、経常利益34億円(同6.8%減)、親会社株主に帰属する当期純利益11億円(同56.1%減)となりました。

Point 3 1株当たり情報

この結果、1株当たり当期純利益は49.91円となり、前期の113.90円から減少しました。1株当たり純資産は前期末から38.11円減少し1,407.03円となりました。

連結貸借対照表(概要)

(単位:百万円)

	当期 2022年3月31日現在	前期 2021年3月31日現在
資産の部		
流動資産	26,105	26,483
固定資産	18,296	20,333
有形固定資産	10,120	10,458
無形固定資産	1,444	1,907
投資その他の資産	6,731	7,967
資産合計	44,402	46,816
負債の部		
流動負債	10,700	11,761
固定負債	1,853	2,422
負債合計	12,554	14,183
純資産の部		
株主資本	30,070	30,043
資本金	7,065	7,065
資本剰余金	7,047	7,036
利益剰余金	16,978	16,982
自己株式	△1,020	△1,040
その他の包括利益累計額	1,204	2,046
新株予約権	-	2
非支配株主持分	573	540
純資産合計	31,847	32,632
負債純資産合計	44,402	46,816

連結損益計算書(概要)

(単位:百万円)

	当期 自2021年4月1日 至2022年3月31日	前期 自2020年4月1日 至2021年3月31日
売上高	45,469	49,673
売上総利益	17,804	21,315
営業利益	3,250	3,945
経常利益	3,481	3,737
税金等調整前当期純利益	1,700	3,685
親会社株主に帰属する当期純利益	1,109	2,525

連結キャッシュ・フロー計算書(概要)

(単位:百万円)

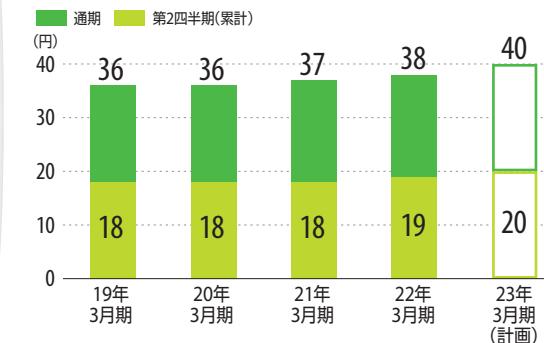
	当期 自2021年4月1日 至2022年3月31日	前期 自2020年4月1日 至2021年3月31日
営業活動による キャッシュ・フロー	2,666	4,423
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,669	△1,563
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,075	△1,152
現金及び現金同等物に 係る換算差額	90	2
現金及び現金同等物の 増減額	11	1,709
現金及び現金同等物の 期首残高	11,831	10,122
現金及び現金同等物の 期末残高	11,843	11,831

*当期は「新基準」を適用



配当

継続的な安定配当を基本としながら業績に連動した配当政策を進めていきます。



業績・決算説明会動画はこちら

〈配当に関する取締役会決議のご通知について〉

当社企業情報サイト(“エステー 株主還元”でご検索ください)にてご案内させていただいております。期末配当に関しましては、2022年5月20日開催の当社取締役会において、下記のとおり決議いたしました。

期末配当金 1株につき金19円
効力発生日ならびに支払開始日 2022年6月6日(月)

株主様の声



兎に角、株価を改善して下さい。

株価が下がります。なんとかして下さい。

株価にも配慮しながらの経営をお願いできればと思います。

安定した商品開発と財務内容の健全性を維持してってください。

配当の充実を期待します。

配当は高いに越したことはありません。

安定的に成長し、長く配当と優待をいただく事を願っています。

株主優待が良いので配当は東証1部の平均であれば良いと思います。

安定した経営で配当利回り・優待の充実を期待したい。

少しずつでも連続増配となれば長期保有も報われる気がします。

段々と増配期待しております。

配当が少ない。家族持ち合いだからか?

部門別の概況(連結)

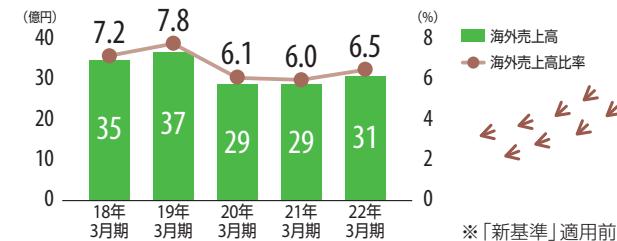
当社グループの事業セグメントは、「生活日用品事業」の単一セグメントとなっています。カテゴリー別の業績につきましては以下のとおりです。



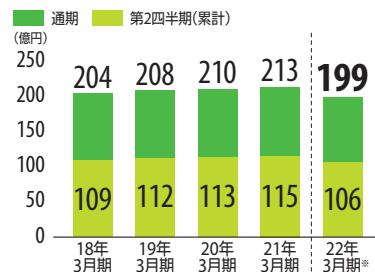
海外の状況

海外ビジネスは、当期も引き続き構造改革を戦略的に進めてきました。米国は衛生意識の薄まりから手袋需要が一服、アジアはタイのエアケアが好調に推移するとともに中国にも再参入した結果、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。

海外売上高及び海外売上高比率の推移(連結)

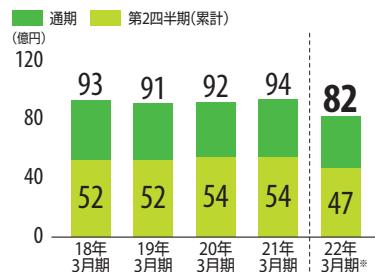


エアケア(消臭芳香剤)部門



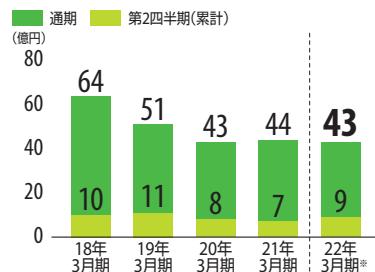
高付加価値品「消臭力」Premium Aromaや「消臭力」DEOXのラインナップの追加が寄与し売上高は199億円となりました。

衣類ケア(防虫剤)部門



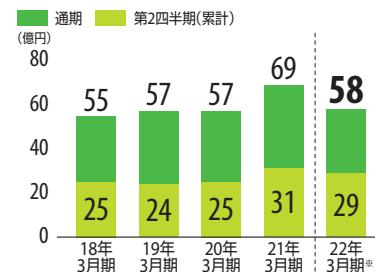
「ムシューダ」ダニよけのシートタイプを新たに拡売しましたが、コロナ禍における巣ごもりでの衣替え需要が落ち着き、その反動減もあり売上高は82億円となりました。

サーモケア(カイロ)部門



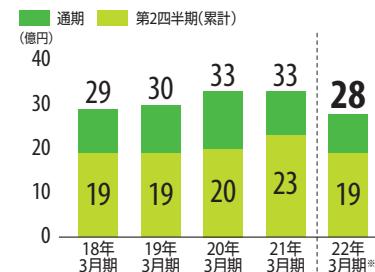
「オンボックス」のパッケージを刷新し「On Style」の育成を進めてきましたが、市場環境が厳しく売上高は43億円となりました。

ハンドケア(手袋)部門



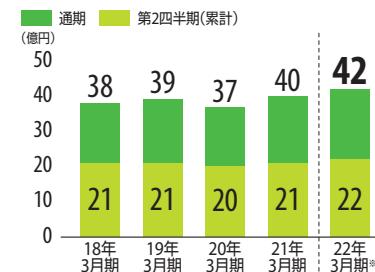
衛生意識の高まりによる需要が落ち着いたことなどにより売上高は58億円となりました。

湿気ケア(除湿剤)部門



環境対応を訴求していく取り組みを進めている他、高付加価値品へシフトしていく中で低粗利品を縮小し、売上高は28億円となりました。

ホームケア(その他)部門



「洗浄力」や「米唐番」が堅調に推移した他、「洗浄力」ではシュワッと洗たく槽クリーナーが好調だったことなどにより売上高は42億円となりました。

*22年3月期は「新基準」を適用

株主様の声



安定のヒヨコマークで、ハズレはないと思っています。

液漏れとの兼ね合いもあると感じますが、廃棄の際に分別に苦労する。

商品名を動詞に!

他が真似できないエステーしかない商品が必要。

消臭力は我が家のあちこちにあります。

御社の靴や服の湿気をとる商品を愛用しています。

防虫剤の「おわり」を開発した人スゴい! ホントわかりやすい。

手袋が破れにくく、長持ち! 品質が素晴らしいと思います。

トイレの洗剤で泡の出る商品、リピートしてる。

医療用、介護用の商品を充実させ、病院、介護施設での活躍を期待しています。

CMの最後に流れる「エステー」という言葉が耳に残るので良い。

CMIとはぼけていてほんわかする。

新製品情報

人気の高いアロマシリーズに新しい香りが仲間入り

◆「消臭力」Premium Aroma 玄関・リビング用

植物精油を配合し創りあげたアロマシリーズ。植物本来のみずみずしい香りがお部屋に広がります。香りはスイートオレンジ&ベルガモット、レモングラス&バーベナ、リリー&ジャスミンの3種。

- 発売：2022年2月 ●価格：オープン
- 初年度販売目標：220万個



“みんなでエコ”環境に配慮した商品第一弾!

◆「消臭力」クリアビーズ イオン消臭プラス

イオン効果による化学的消臭力を高める新処方で消臭効果がアップしました。さらに、容器に環境配慮素材を採用して、新しく生まれ変わりました。

- 発売：2022年3月 ●価格：オープン
- 初年度販売目標：本体・つめかえ合計285万個



冷蔵庫の野菜室に置くだけ、野菜まとめてシャキッ!



◆野菜長持ち「新鮮番」

冷蔵庫の野菜室に置いておくだけで、“炭酸ガス”が野菜の老化原因である呼吸を緩やかにし、野菜を新鮮に保つ鮮度保持剤です。美味しく最後まで食べ切り、家庭内のフードロスにも貢献します。

- 発売：2022年4月 ●価格：オープン
- 初年度販売目標：50万個

容器デザイン・パッケージをリニューアル!

◆「ムシューダ」ウォークインクローゼット専用

2畳までのウォークインクローゼットに吊るすだけで、約1年間安定した効果を発揮し、大切な衣類を虫から守る衣類用防虫剤です。本体容器の横幅がスリムになり、より使用しやすくなりました。

- 発売：2022年2月 ●価格：オープン
- 初年度販売目標：シリーズ計92.5万個



防カビ効果が追加になりました!

◆「ムシューダ」BOTANICAL

大切な衣類を虫からもカビからも守り、植物由来香料配合で収納空間に上質な香りがふわっとやさしく広がります。ペパーミント&ベルガモットの香り、ラベンダー&ゼラニウムの香りの2種。

- 発売：2022年4月 ●価格：オープン
- 初年度販売目標：85万個



サイズ別の品揃えを拡充!

◆「ファミリー」極うす手

拡大する使いきり手袋市場に対応するため、極うす手手袋にS・M・Lサイズを拡充しました。ビニール、ニトリルゴムの2種。

- 発売：2022年1月 ●価格：オープン
- 初年度販売目標：30万双



驚きの吸湿力に加え脱臭効果もプラス

◆「備長炭ドライペット」クリア

除湿に加え、気になる臭いを脱臭する「備長炭ドライペット」シリーズに、スタンドバックのスタイリッシュな除湿剤「備長炭ドライペット」クリアを新たにラインナップ。

- 発売：2022年2月 ●価格：オープン ●初年度販売目標：30万個



ひよこ広場では新製品に多くの声をいただき、ありがとうございました。新製品情報は、当社サイトもぜひご覧ください。



その他の新製品情報はこちら

エステー 新製品情報

検索

文化支援活動「ミュージカル」に
抽選で75組150名の株主の皆様を
ご招待します!



2万人の鼓動
ミュージカル
赤毛のアン

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、今期もご招待する人数を半減させ徹底した感染対策を実施した上で開催する予定です。本公演の開催については、新型コロナウイルス感染症の状況を見て公演実施可否の判断を行いますので、ご了承ください。詳しくは、当社ホームページをご覧ください。

エステーは1998年より、文化支援活動として、チケットを販売しない招待スタイルでオリジナル・ミュージカルを上演しています。その公演に今回は抽選で75組150名の株主様をご招待しますので、皆様のご理解とともにご応募をお待ちしております。

ミュージカルの応募はこちら

エステー ひよこ広場

検索



<https://st-c.premium-yutaiclub.jp/>

応募締切

2022年7月19日(火)
23:59登録完了分まで

公演スケジュール

●仙台	8/18(木)	電力ホール
●札幌	8/20(土)	札幌市民(カナモト)ホール
●川口	8/22(月)	川口リリア
●東京	8/23(火)	新宿文化センター

●東京	8/24(水)	新宿文化センター
●福岡	8/26(金)	福岡市民会館
●広島	8/27(土)	広島文化学園HBGホール
●大阪	8/28(日)	メルパルク大阪
●名古屋	8/29(月)	日本特殊陶業市民会館 (フォレストホール)

スペシャルサイト公開中!

詳しくは、当社ホームページ内の「赤毛のアン」ページをご覧ください

舞台制作過程など、
本公演当日までの
最新情報を随時
ご紹介しています。

