

## 株式の状況 (2015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 15,994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	25.6
日本生命保険相互会社	1,336	6.1
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 資産管理サービス信託銀行株式会社	884	4.0
鈴木 喬	682	3.1
フマキラー株式会社	541	2.5
株式会社三菱東京UFJ銀行	524	2.4
鈴木 幹一	500	2.3
藤井 弘	441	2.0
有限会社鈴木幹一商店	433	2.0
鈴木 貴子	424	1.9

(注) 1. 持株比率は、自己株式1,149千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 資産管理サービス信託銀行株式会社を名義人とする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	9,578	(41.6)
その他国内法人	8,020	(34.9)
金融機関	4,527	(19.7)
外国法人等	699	(3.0)
証券会社	175	(0.8)



## 株主メモ (2015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
株主名簿管理人及び 特別口座 口座管理機関	東京都中央区八重洲一丁目2番1号 みずほ信託銀行株式会社
公告方法	電子公告 <a href="http://www.st-c.co.jp/">http://www.st-c.co.jp/</a> ※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頂く必要があります。

※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68期

2014年4月 1日から  
2015年3月31日まで

ステキがはじまる  
エレガントな香り!

### Point

可愛らしさを残しながら上品で上質な香り。「フルーティー×フローラル」で濃密で魅惑的な香りが誕生しました。

レディ ピオニー		アプリコット ピオニー
ムーンライト シャボン		ラフランス ホワイトリリー
アンティーク チェリー		チェリー すみれ

●発売: 2015年3月 ●価格: オープン  
●初年度販売目標: 375万個

エステー 新製品情報

検索

## デザインと香り 消臭力 ステキプラス新登場



<レディピオニーの香り> <ムーンライトシャボンの香り> <アンティークチェリーの香り>

デザイン性を重視した、「ステキ」なものに囲まれた空間造りや、こだわりのインテリアで暮らしを楽しんでいる大人女子のための新製品。エレガントな香りやデザインを楽しむことのできる消臭芳香剤です。

消費意欲の高い女性、特に増加する「トレンドに敏感な20~30代」や「常に新たな自分づくり・自分磨きに積極的な30~40代」をターゲットに、ちょっと「ステキ」がプラスされる商品ラインナップのご提案です。

### 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頂き、ありがとうございます。

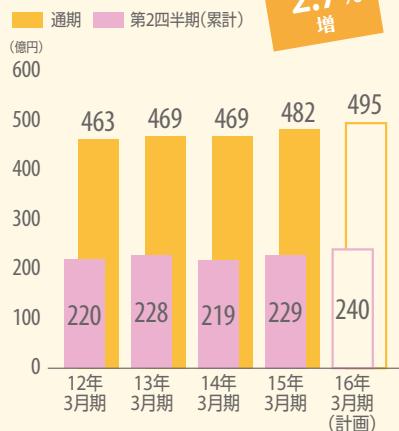
私たちは、より一層のIR活動の充実を目的に、アンケートを実施しています。アンケート結果は、抜粋をひよこレポートのひよこ広場として定期的に紹介しています。ぜひ、アンケートにご協力をお願いします。

アンケートハガキは、株主優待品に同封されています。  
※アンケートハガキは、ミュージカルの応募ハガキも兼ねています。

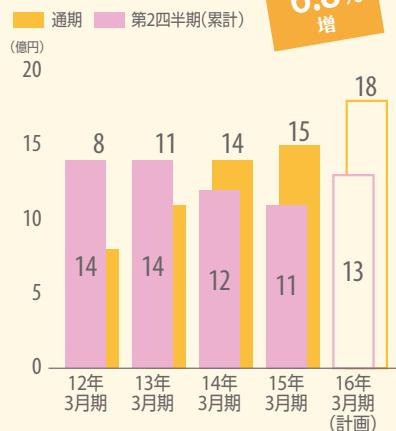
第68期(第2四半期)株主優待アンケートから株主様の声をご紹介します。▶▶▶

## 財務ハイライト (連結)

### 売上高



### 経常利益



### 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。

6月16日に  
発送予定

#### 1,000株以上の株主様

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)



#### 100株以上1,000株未満の株主様

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

新製品が試せて良い。

車用芳香剤を入れてほしい!

知らなかった物に興味を持った。

宝石箱感覚で開けるのが楽しい。

どの商品を第一に考えているのか伝わらず残念。

初めての優待。有難う。

香りに好き嫌いがあるので一考。

## 鈴木喬会長:ご挨拶

日頃は大変お世話になっております。  
弊社の事業継続への考え方について、  
お耳にいれさせていただきます。

取締役会議長 兼 代表執行役会長 (CEO)

鈴木 喬

### 価格から価値の競争へ

20年以上にわたった低価格競争から脱却するために、この春から価格も一段高めのプレミアム商品を市場に投入しました。売れ行きは順調です。消費者の購買行動が変化しておりますので、これからは一層、「価値に応じた価格」を追求してまいります。

### 権限委譲でDNAを継承

2015年4月より、商品カテゴリーを機軸に9事業部を編成し、事業部長の下にマーケターとコントローラー

を置いて、それぞれが独立会社のように運営することにいたしました。例えていえば、従来1人の大社長がやっていたことを9人の小社長がそれぞれ分担してやろうというわけです。

### 事業継続のために

弊社はこの15年間、いかなる災害に対しても事業が継続でき、人命の損傷が生じないように、投資を継続してまいりました。今回の埼玉工場の防災拠点化で、安全安心体制が完成いたします。

さらに、埼玉工場をSTMセンター

(Science, Technology, Training & Manufacturing) と命名し、研究開発、教育訓練、内外工場のハブ工場としての技術開発、首都圏向けの生産等、多目的に活用します。

### 研究開発体制の充実

消費者が求める以上の価値ある「世にない商品」を提供すべく、研究開発体制を充実していきます。



### 株主様の声: 会長

10年以上エステー製品を利用させて頂き幸せです。

ご健闘を祈ります。

シンプルイズベスト。品数を絞って製品効率を高めて。

友人がうちの冷蔵庫用の脱臭剤を気に入り、購入したそうです。

武士のダンスCMが心に残っています。

## 鈴木貴子社長:ご挨拶

### 『利益志向経営』へ転換を

取締役 兼 代表執行役社長 (COO)

鈴木貴子



### 2015年3月期の業績

個人消費低迷の1年でしたが、除湿剤・手袋の販売増が寄与して売上高は伸長しました。原材料費の高騰

に対して徹底的な原価低減に努め約1億円のコストダウンを実現した一方で、在庫圧縮を推し進めた結果、原価率が上昇し、営業利益は前期比マイナスとなりました。

### 市場の創造と拡大に努めています

消臭芳香剤は、前期は消費増税の影響でマーケットが縮小しましたが、2015年2月に発売した数量限定企画品「消臭力 プレミアム アロマ」は、シャンパンボトルを思わせるデザインと天然アロマを使用した上質な香りで、既存シリーズより高単価ながら好調な販売を記録。また3月にはパーソナルな領域を大切に女性のための新製品「ステキプラス」を発売し、アロマキャンドルのようなデザインと香りにご共感いただき、順調に売上・シェアを拡大中です。「クルマの消臭力 クリップタイプ」も同じく春に新発売し、女性ドライバーの増加で成長する車用エアケア市場の中で、新CMを追い風に販売を伸ばしております。

主要取引先との取り組み強化を図った防虫剤、除湿剤は、ともにシェアを大きく伸ばしました。防虫剤は50%超の市場トップシェアを独走中、除湿剤は13年ぶりのテレビCMの効果もあって首位を奪回し、4月以降も40%を超えてシェア拡大中です。北海道トドマツの間伐材から抽出した天然樹木液の空気浄化機能・抗酸化作用・森林浴効果を活用する新規事業「クリアフォレスト」は、ホテル・空港ラウンジ・レストラン等の空間にアロマを提供する企業への原料供給、アパレル企業との共同開発等、他業種コラボレーションを通じて新しい顧客との接点づくりに励んでいます。海外市場は、タイと台湾の売上増に加え、欧州の新規顧客獲得と米国の手袋の売上拡大が寄与し、海外売上比率が7.2%となりました。アジア

市場はASEANに特化し、基盤インフラ構築と最適チャネル開発を進めております。インドネシアでは100軒以上もの現地家庭訪問調査を実施して、市場深耕に取り組みました。



TV CM: ムシューダ

### 4月から事業部制がスタートしました!

前期下期から組織改編に向けて準備を進め、4月から新体制がスタートしました。カテゴリー別に9事業部を設立し、『防虫・除湿』、『エアケア』、『ホームケア』、『手袋』の4つの事業本部に括りました。研究・開発から

生産、販売まで、事業部に横串をさす形で一貫通型の高収益体制を構築し、お客様が欲しいと思う商品を値ごろな価格でご提供した上で適正な利益を確保する『ワンベクトルものづくり』を推進します。常にお客様を向いて迅速に行動し、愛される会社を目指してまいります。引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

#### 事業部制 マトリックス

防虫・除湿 事業本部	エアケア 事業本部	ホームケア 事業本部	手袋 事業本部
	R&D部門		
	製造部門		
	コーポレート・コミュニケーション部門		
	営業部門		
	グループ会社		



#### 株主様の声: 社長

スーパー・薬局等で見かける製品にエステーがあると、そちらに手がいきます。

そろそろ違うジャンルの商品開発をしていただきたいですね。将来に向かって。

株価をあげる施策を。

高齢者向けの商品開発等は如何ですか?

株主優待を含め、アンケートの声が活かされ、好感が持てる。

家内が買い続けていますよ。

匂いでインフルエンザを防ぐ、花粉症が軽減できるなどの研究開発はどうか。環境や生活必需品など。

貴社のご繁栄を心から願っております。

## 財務諸表(連結)

### Point 1 売上高

エアケアは消費増税後の反動減をカバーできませんでしたが、衣類ケアや湿気ケアなどのその他カテゴリーが好調に推移した結果、売上高は482億円(前期比2.7%増)となりました。

### Point 2 利益

製造コストや販売費及び一般管理費の削減に取り組みましたが、為替による原材料価格の影響等により、営業利益18億円(同14.9%減)、雪害による受取保険金の収入等により経常利益15億円(同6.8%増)、当期純利益8億円(同27.7%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40.83円となり前期56.74円から減少しました。一方、1株当たり純資産は前期末から65.78円増加し1,001.84円となりました。

### 連結貸借対照表(要旨)

(単位:百万円)

	当期 2015年3月31日現在	前期 2014年3月31日現在
<b>資産の部</b>		
流動資産	20,221	18,956
固定資産	13,563	13,414
有形固定資産	8,109	7,554
無形固定資産	219	192
投資その他の資産	5,234	5,667
資産合計	33,785	32,370
<b>負債の部</b>		
流動負債	9,008	8,965
固定負債	2,176	2,318
負債合計	11,184	11,283
<b>純資産の部</b>		
株主資本	21,873	21,318
資本金	7,065	7,065
資本剰余金	7,067	7,067
利益剰余金	9,394	8,837
自己株式	△1,653	△1,651
その他の包括利益累計額	16	△863
新株予約権	80	95
少数株主持分	628	536
純資産合計	22,600	21,086
負債純資産合計	33,785	32,370

### 連結損益計算書(要旨)

(単位:百万円)

	当期 自2014年4月1日 至2015年3月31日	前期 自2013年4月1日 至2014年3月31日
売上高	48,263	46,992
売上総利益	20,028	20,012
営業利益	1,812	2,131
経常利益	1,597	1,496
税金等調整前当期純利益	1,535	1,637
当期純利益	892	1,233

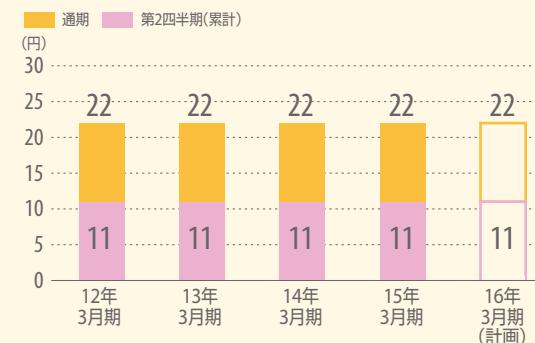
### 連結キャッシュ・フロー計算書(要旨)

(単位:百万円)

	当期 自2014年4月1日 至2015年3月31日	前期 自2013年4月1日 至2014年3月31日
営業活動による キャッシュ・フロー	2,136	2,110
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,767	514
財務活動による キャッシュ・フロー	△613	△465
現金及び現金同等物に 係る換算差額	32	73
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	△212	2,232
現金及び現金同等物の 期首残高	6,727	4,469
新規連結に伴う現金及び 現金同等物の増加額	31	25
非連結子会社との合併に伴う 現金及び現金同等物の増加額	37	—
現金及び現金同等物の 期末残高	6,584	6,727

### 配当

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

エステー 株主・投資家情報

検索



### 株主様の声:業績・株主還元

もう少し株価が動いても良いのではないですか…。

年2回の優待品を楽しみにしています。

配当をもう少し上げて欲しい。

優待品を100株・500株・1000株として500株も年2回で追加して欲しい。

なかなか株価は上昇しないな。

安定配当を望みます。

消臭プラグずっと使っています。継続して販売をお願いします。

女性社長ならではの堅実性に加えて意外性も打ち出してください。株主は株価上昇を期待。

利益をあげ、当社の株価を上昇するようにして下さい。

# 部門別の概況(連結)

防虫・衛生関連事業の売上高は215億円(前期比4.4%増)となり、家庭環境関連事業の売上高は266億円(前期比1.4%増)となりました。

家庭環境関連事業 55.3%

- エアケア(消臭芳香剤) 42.1%
- 湿気ケア(除湿剤) 6.1%
- ホームケア(その他) 7.1%



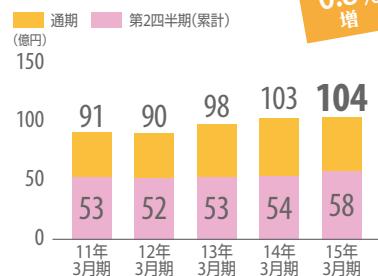
防虫・衛生関連事業 44.7%

- 衣類ケア(防虫剤) 21.6%
- ハンドケア(手袋) 10.5%
- サーモケア(カイロ) 12.6%

## 防虫・衛生関連事業

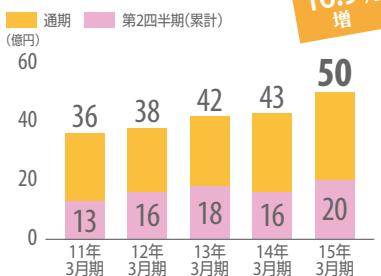
### 衣類ケア(防虫剤)部門

消費増税後の反動減の影響はありましたが、リニューアルや積極的な販売活動等により売上高は増加。



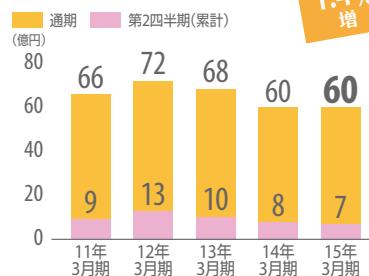
### ハンドケア(手袋)部門

中厚ビニール手袋を中心に海外市場で伸長。業務用ニトリル手袋等も引き続き伸長した結果、売上高は増加。



### サーモケア(カイロ)部門

シーズン立ち上がりの冷え込みや販売価格の見直し等の施策により売上高は増加。



## 海外の状況

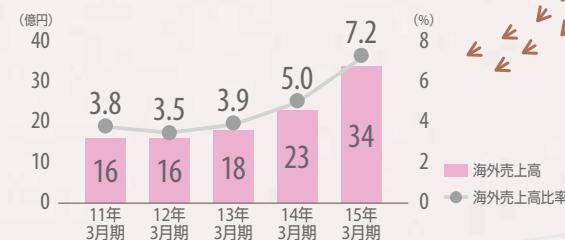
### 欧米

欧州・米国は、手袋ビジネスの拡大により売上高が伸長しました。

### アジア

韓国は新規ビジネス分をカバーできず売上高は減少しましたが、タイ・台湾は好調に推移した結果、売上高が伸長しました。

海外売上高の推移(連結)



## 家庭環境関連事業

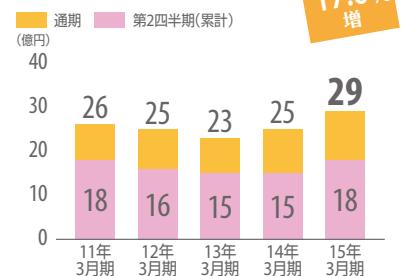
### エアケア(消臭芳香剤)部門

「消臭力」シリーズの新製品は売上に寄与しましたが、消費増税後の反動減の影響を吸収できず売上高は減少。



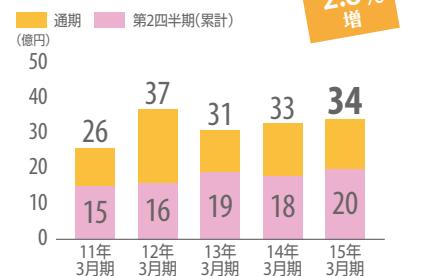
### 湿気ケア(除湿剤)部門

「ドライペット」のタンクタイプ、シートタイプが好調に推移したことにより売上高は増加。



### ホームケア(その他)部門

お米の虫除け剤「米唐番」等が伸長。その他既存品も好調に推移した結果、売上高は増加。



## 株主様の声・製品

消臭力アクアソープが好みですが、新しい香りも楽しみたい。

時々香りが強く感じる。もう少し弱い方が良いのでは。

芳香剤にお香のように少々臭いがキツク感じる製品があっても…。少し物足りない感じがする。

ムシューダはつい選んでしまう。

冷蔵庫の脱臭剤は有難い。無くなっていても気付かない事も。

除湿剤が役立つ。クツの除湿センサーの紙が取れやすい。

右手のみの手袋を販売して。

貼るオンパックスは10時間持続があり嬉しい!

ある時期に商品が消滅して不便さを感じる。

## 新製品情報

エアコンの風にのせて車内をしっかり消臭!

### ◆クルマの消臭力 【クリップタイプ】

クリップを車のエアコン送風口に取り付けるだけでふんわり香りが広がり、車内をまるごと消臭する、クルマ用エアコン送風口クリップタイプの消臭芳香剤です。香りの種類は、アクアブルー、フローラル、シトラスの3タイプ。

●発売：2015年3月 ●価格：オープン  
●初年度販売目標：530万個



クルマ用空気浄化剤に置くタイプが新登場!

### ◆クリアフォレスト [置くタイプ]

森のメカニズムで空気をきれいにする「クリアフォレスト」。北海道のトドマツから抽出した天然森林オイルがイヤなニオイを消臭し、排ガス成分(NO<sub>2</sub>)も除去します。

●発売：2015年4月 ●価格：オープン  
●初年度販売目標：24万個



デザインとブランドロゴを刷新してリフレッシュ!

### ◆ドライペット [シートタイプ]

衣類収納の湿気対策に! こもりがちな湿気をとって大切な衣類を守る薄型シートタイプの除湿剤です。

●発売：2015年2月 ●価格：オープン  
●初年度販売目標：215万個



衣類をたっぷり収納できて、見た目スッキリ!

### ◆ムシューダ まとめて防虫カバー

衣類を数着入れることができる防虫カバーなので、衣類を虫だけでなくホコリやカビ・色あせから守りながら、スッキリ収納することができます。

●発売：2015年2月 ●価格：オープン  
●初年度販売目標：20万個



その他の新製品情報はこちら

エステー 新製品情報

検索



## コラム

ホームページには暮らしを楽しく快適にするお役立ち情報を掲載しています。今回のコラムでは、その中から消臭の仕組みについてご紹介します。

エステー くらしにプラス 検索



ココが知りたい!

## 身近な疑問



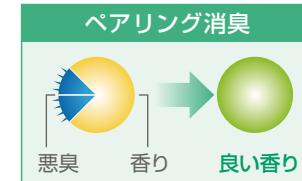
R&D部門  
研究グループ

Q 悪臭や気になるニオイを消臭する方法について教えてください。

悪臭や気になるニオイを消す方法は、主に4つあります。なるべく分かりやすく、ご紹介しましょう。

- ①化学的消臭法：悪臭成分を化学反応によってニオイのない成分に変える方法です。身近なものでは、お茶のポリフェノールや、重曹、クエン酸などがあります。
- ②物理的消臭法：悪臭成分を吸い込んで取り去ってしまう方法で、身近な例では「炭」。冷蔵庫の脱臭剤に良く使われる備長炭、活性炭などがあります。

③感覚的消臭法：2つの方法があり、1つ目は「マスクング法」で、強い香りで悪臭を感じないようにします。強い香りは好き嫌いが分かれるため、次第に使われなくなっています。2つ目は、「ペアリング消臭」です。これは、悪臭をいい香りの一部分として取り込んで、さらにいい香りに変える方法です。これは、強い香りは必要なく、軽くてさわやかな香りで気になるニオイを消します。



④生物的消臭方法：トイレや生ごみ臭などは雑菌が生み出すニオイ。この雑菌の繁殖を抑えて悪臭の発生を抑制します。多くの消臭芳香剤は、この複数の消臭法をあわせて使うことで、消臭効果をアップしています。特にペアリング消臭は、広く効果を発揮できるので現在の消臭芳香剤の主流の技術となっています。

エステーでは「CSR活動」の一環として抽選で100組200名の株主の皆様をご招待!



2万人の鼓動  
赤毛のアン  
ミュージカル  
TOURS

ミュージカルの取り組みはエステーの文化支援活動として、1998年より地域の子供たちを出演者として公募し、チケットを販売しない招待スタイルでオリジナル・ミュージカルを開催しています。株主様には、その中から抽選で100組200名様をご招待していますので、皆様のご理解とともにご応募をお待ちしております。

応募締切

2015年6月30日(火)必着



※株主優待に同封されているアンケートハガキにてご応募ください。

### 公演スケジュール

- 札幌 8/16(日) 札幌市教育文化会館
- 名古屋 8/24(月) 日本特殊陶業市民会館
- 仙台 8/17(月) 東京エレクトロンホール宮城
- 大阪 8/25(火) オリックス劇場
- 大宮 8/19(水) 大宮ソニックシティ
- 広島 8/26(水) 上野学園ホール
- 東京 8/20(木) 新宿文化センター
- 福岡 8/27(木) 福岡市民会館
- 東京 8/21(金) 新宿文化センター

スペシャルサイト公開中!

詳しくは、ホームページの「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。

