

2006年3月期(第59期)

決算説明会

— 世にないことをやる会社 —

2006年4月28日

エステー化学株式会社

本日の説明内容



1. 2005年度業績結果
2. 2005年度ハイライト: 環境変化へ対応
3. 2006年度の基本戦略
4. 2006年度の重点取組み事項
5. 中長期ビジョン
6. 2006年度数値目標

1. 2005年度業績結果<連結>



増 収 減 益

	連結	計画比	前年比
売上高	461億円	103%	105%
営業利益	31億円	92%	84%
経常利益	26億円	93%	81%
当期利益	9億円	82%	54%

配当 22円 *前年据え置き

1. 2005年度業績結果<連結>



カテゴリー	売上	前年比	売上に占める割合
エアケア (消臭芳香剤)	203億円	105%	44%
衣類ケア (防虫剤)	102億円	104%	22%
ホームケア(その他)	39億円	96%	9%
湿気ケア (除湿剤)	25億円	100%	6%
ハンドケア (手 袋)	31億円	100%	7%
サーモケア(カイロ)	57億円	118%	12%
合計	461億円	105%	100%

1. 2005年度業績結果～営業利益増減～



【増加要因】

数量増 [エアケア、カイロ、衣類ケア等による]

製造コストリダクション

【減少要因】

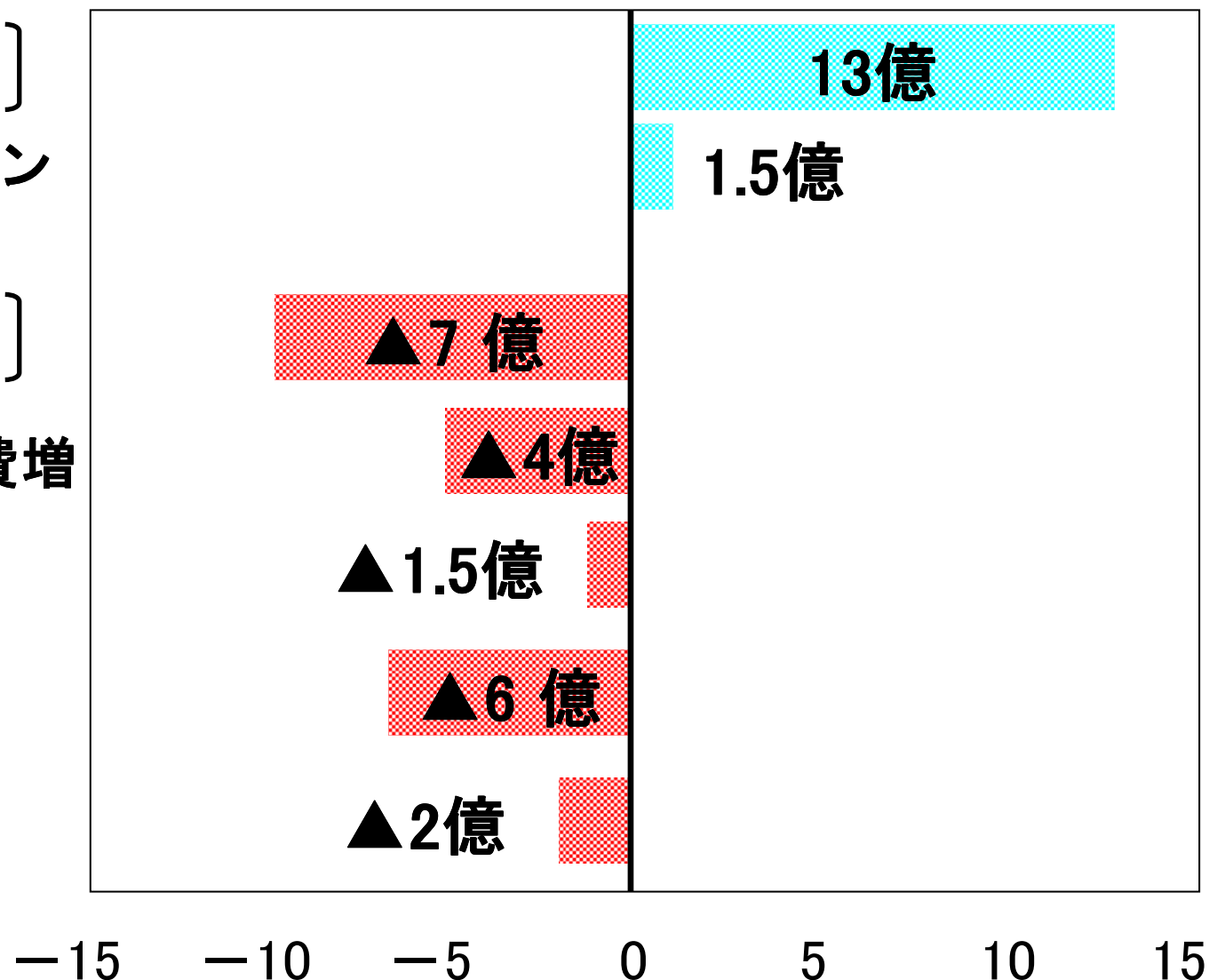
数量減 [既存エアケア品等による]

売上増による販管費増

原材料価格アップ

広告宣伝費の増加

売価下落



2. 2005年度ハイライト



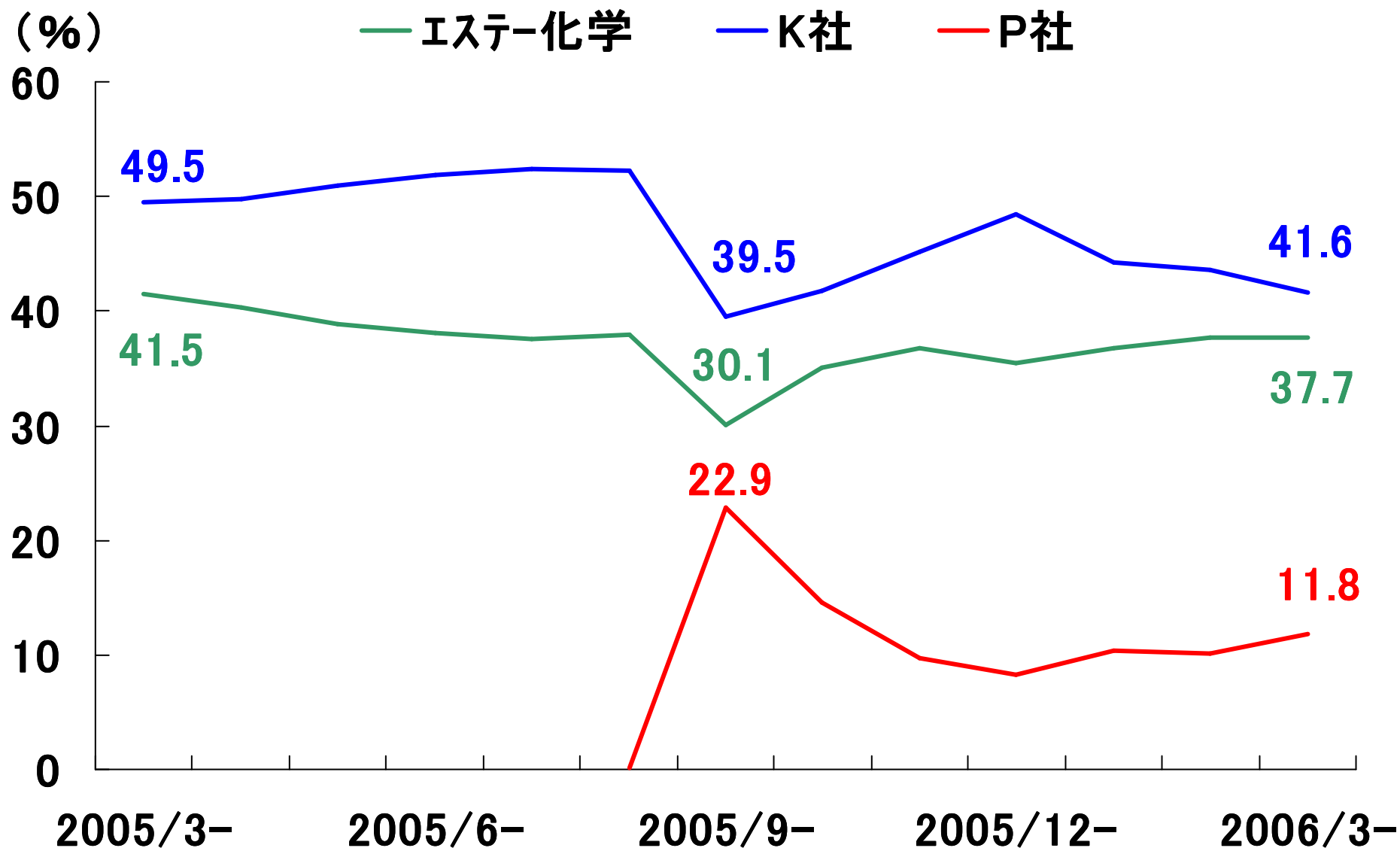
市場環境変化への対応：外資参入

・置くタイプのエアウォッシュ発売
⇒全社プロモーション展開！

・積極的かつ効果的なCM展開
⇒引き続き、ブランド認知に貢献！

⇒売上増＋競合他社とのシェア差縮小

2. 2005年度ハイライト ～エアケアシェア～



2. 2005年度ハイライト



市場環境変化への対応：原油価格高騰

☆原材料価格上昇を製造コスト削減で吸収

- ・原価管理委員会(昨年5月設置)
生産効率の向上に向けた、
部門横断的カイゼン取組み

3. 2006年度の基本戦略



**絞り込みと集中でV字回復
⇒ 株主還元努める**

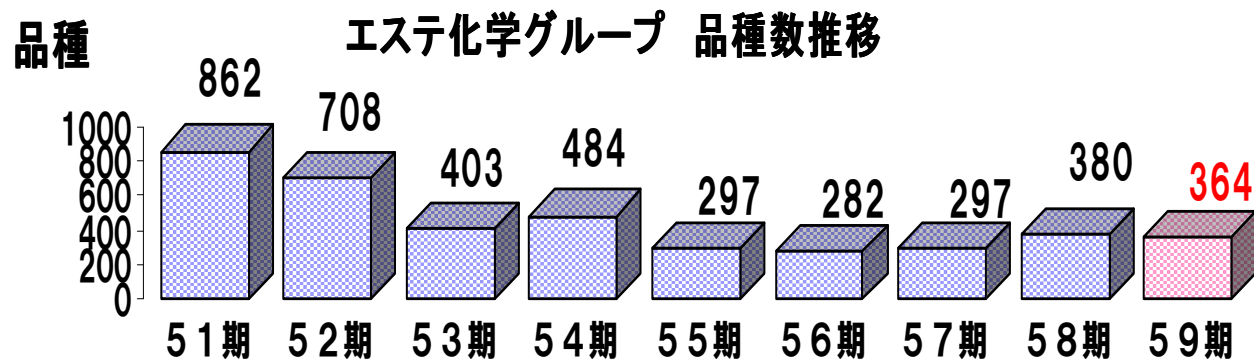
- ①商品の絞り込みとイノベーション
- ②営業面でのイノベーション
- ③製造面でのイノベーション
- ④グローバル展開
- ⑤グループ力強化
- ⑥ガバナンスの更なる強化

4. 2006年度の重点取組み



①商品の絞り込みとイノベーション

エステー化学グループ 品種数推移



60期目標

300品種へ削減

4. 2006年度の重点取組み



②営業面でのイノベーション

1. カテゴリー政策 —主カブランドの徹底販売—
 - ▶ 防虫剤、エアケア
2. 現場のチーム力増強
 - ▶ 店頭営業の活性化とエリア支援：
エステービジネスサポート（STB）設立（4月）
3. 価格政策
 - ▶ プライシング取組による適正販売

4. 2006年度の重点取組み



③製造面でのイノベーション

1. 「現場力」の強化と業務連鎖のカイゼン
 - ▶ (品質×スピード×コスト) × 持続性
2. 原価管理委員会(VA/VE研究会)によるコストの見直し
3. EDI業務の分社化(STB)による効率アップ

4. 2006年度の重点取組み



④グローバル展開

1. アジア市場での更なるプレゼンス向上

2. 米国市場への営業展開

▶ウォルマート3000店舗にて
「脱臭炭」「除湿剤」の販売開始（3月）

4. 2006年度の重点取組み



⑤グループ力強化

1. 既存子会社群の更なる飛躍

- ▶ 子会社エステートレーディング (S T T) を通じた新規チャネル開拓

2. S T B 設立 (グループ経営効率の向上)

- ▶ グループ共通基本業務の集約と営業現場支援強化

4. 2006年度の重点取組み



⑥ガバナンス体制の更なる強化

▶ 社外取締役を4名から5名へ

⇒ 社外：5名、 社内：3名

▶ 委員会設置会社として
今まで以上に適切な運営

5. 中長期ビジョン



**「いやし系ビジネス」展開で事業領域を
拡大し、永続的成長を目指す**

- ・当面の目標は、エアケアNO1
- ・「基本機能＋ α 」商品を開発・提供
- ・アライアンスとM&A

6. 2006年度(60期)数値目標<連結>



V字回復

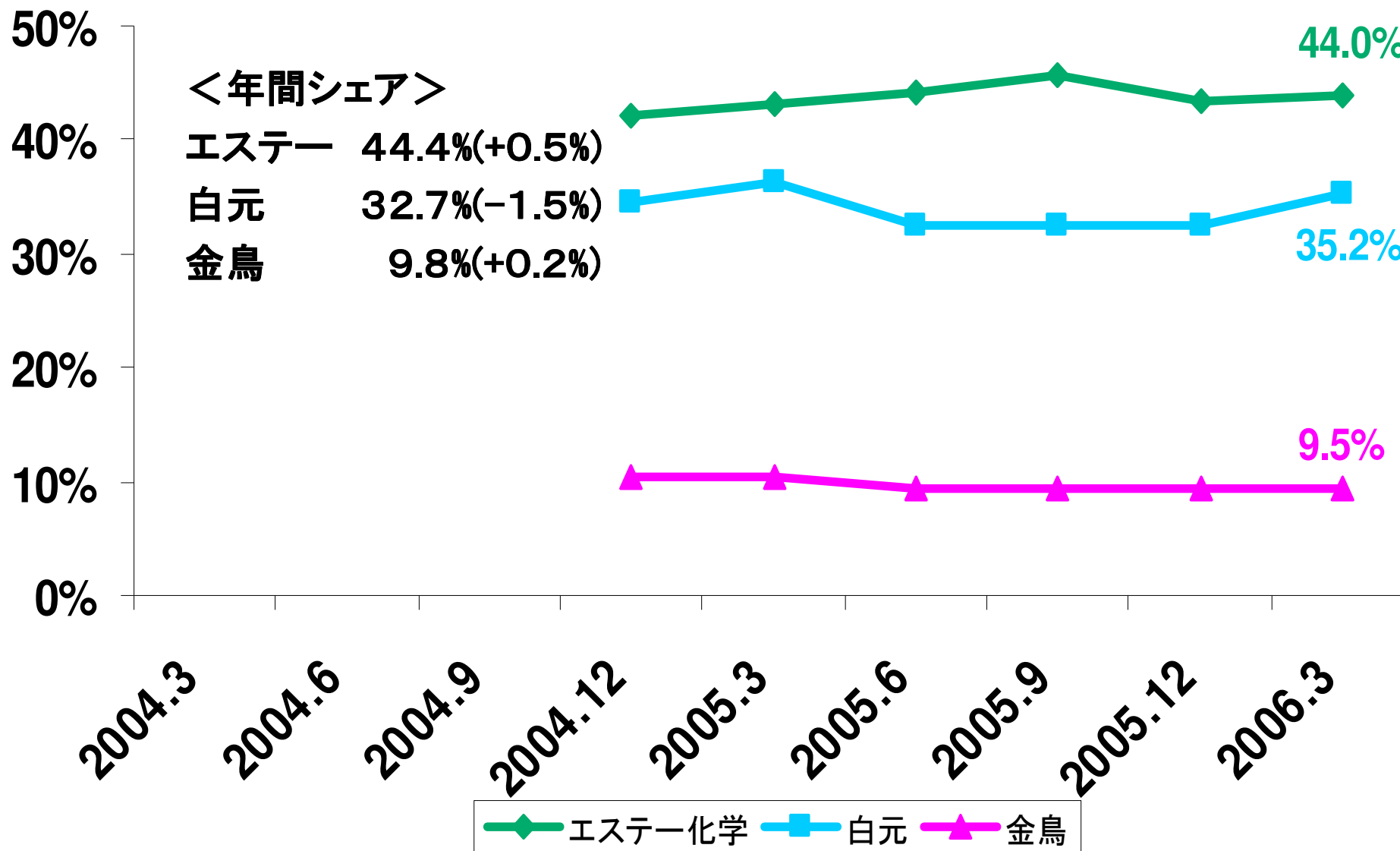
	連結	前年比
売上高	465億円	101%
営業利益	37億円	118%
経常利益	32億円	121%
当期利益	17億円	172%

本日は、ありがとうございました。

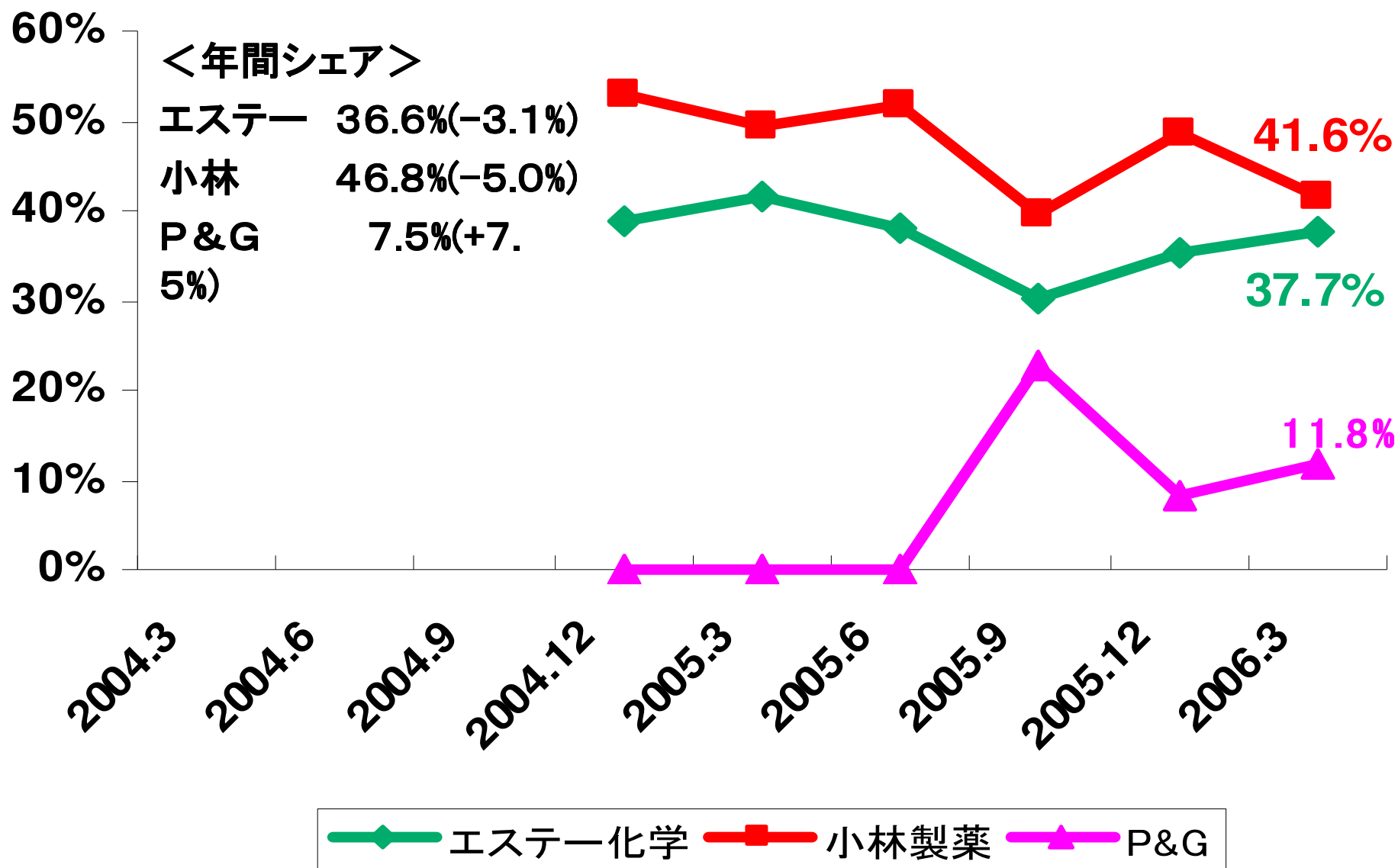
今後とも弊社をご支援賜りますようお願い申し上げます。



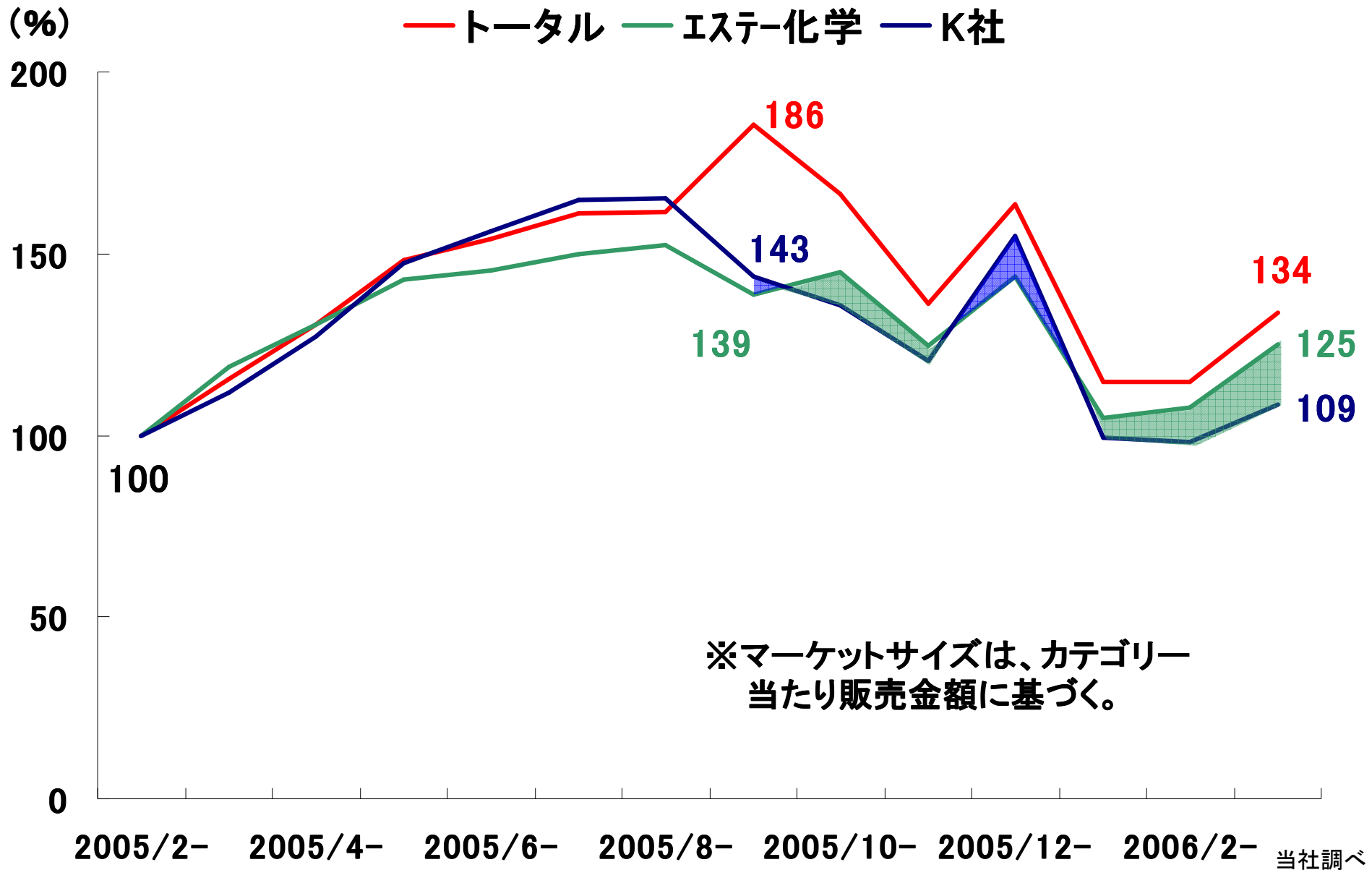
添付資料～防虫剤シェアトレンド～



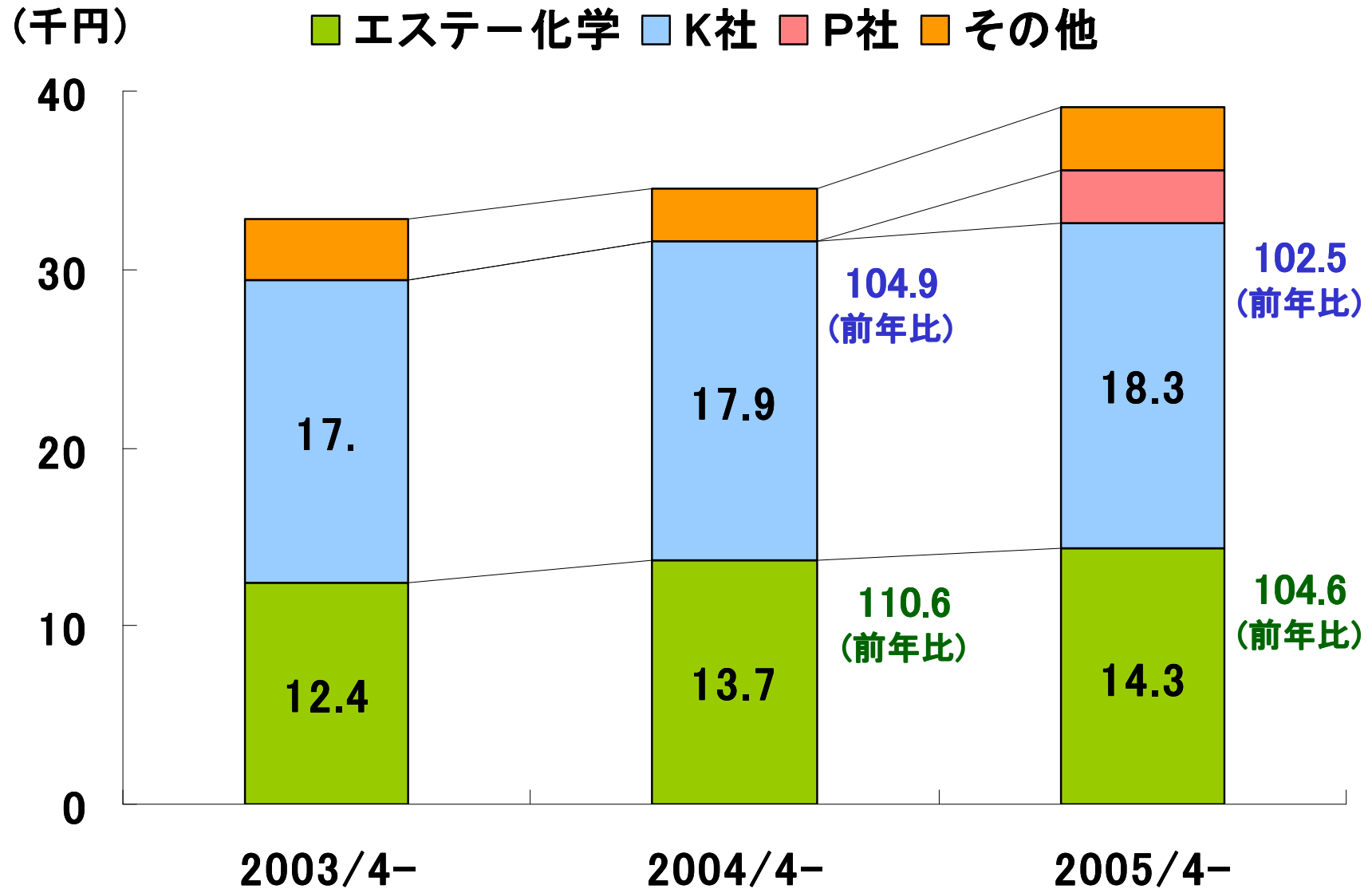
添付資料～消臭剤シェアトレンド～



添付資料～エアケアマーケットサイズ推移～



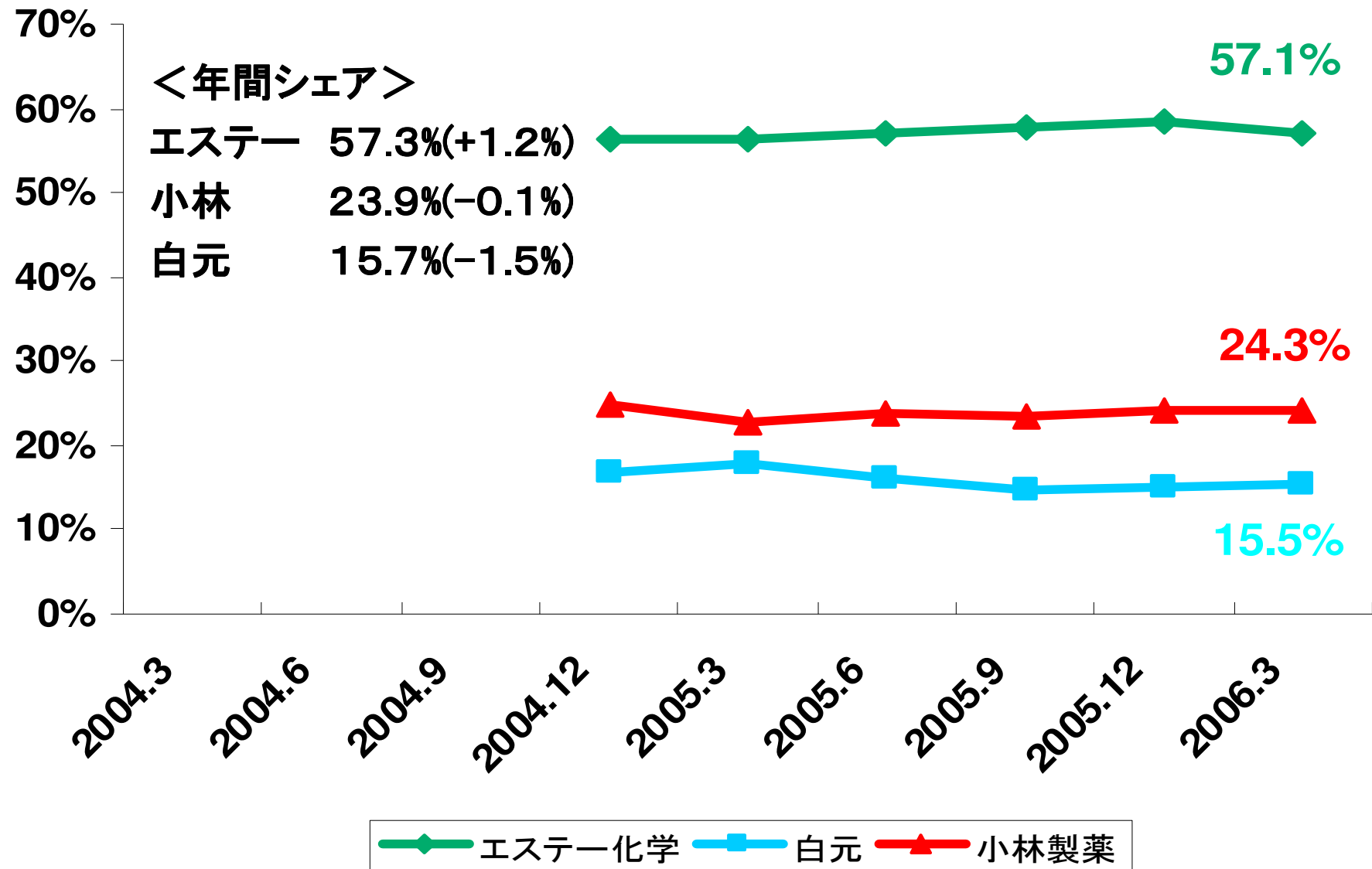
添付資料～エアケアマーケットサイズ推移～



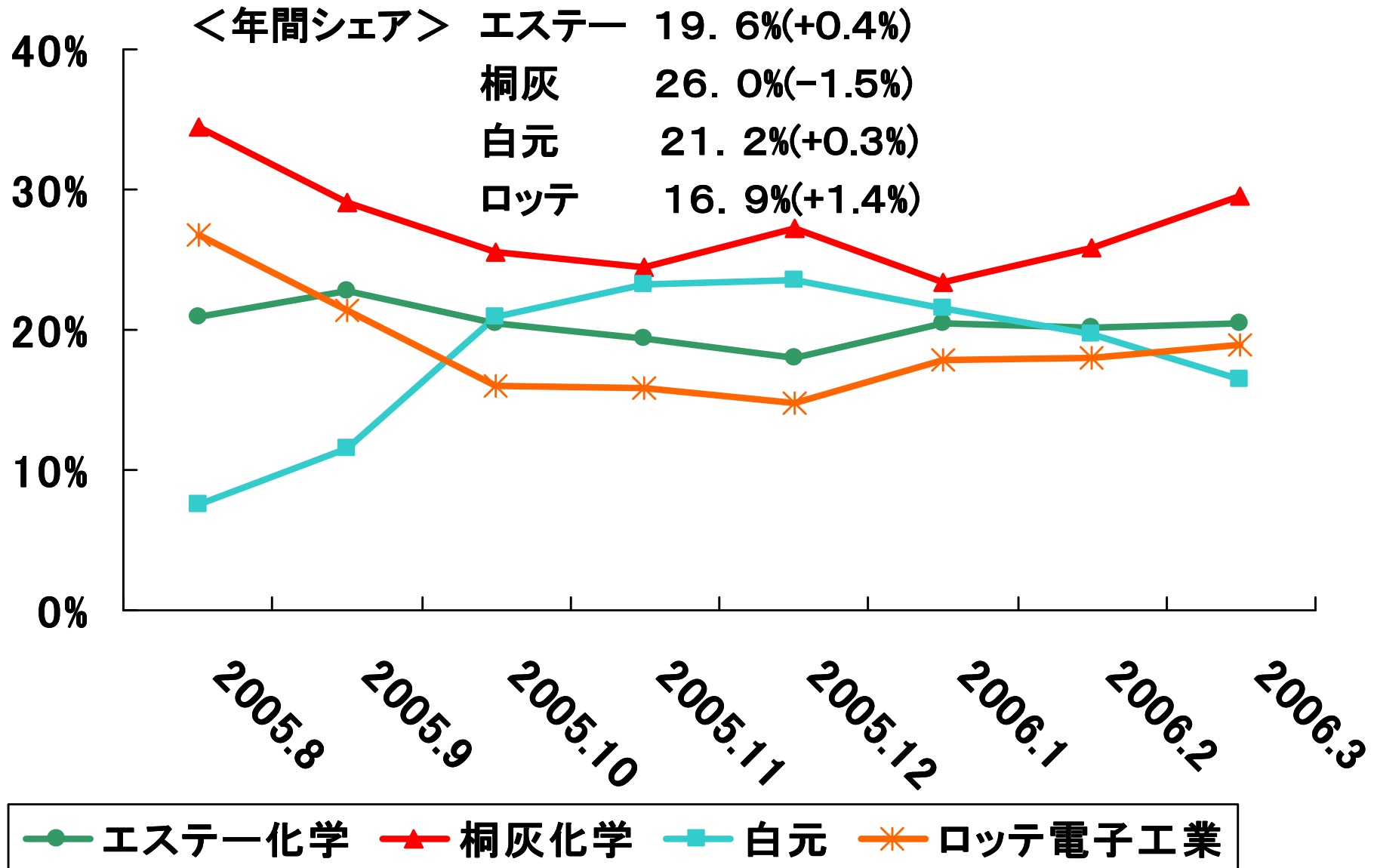
※マーケットサイズは、カテゴリ当たり販売金額に基づく。

当社調べ

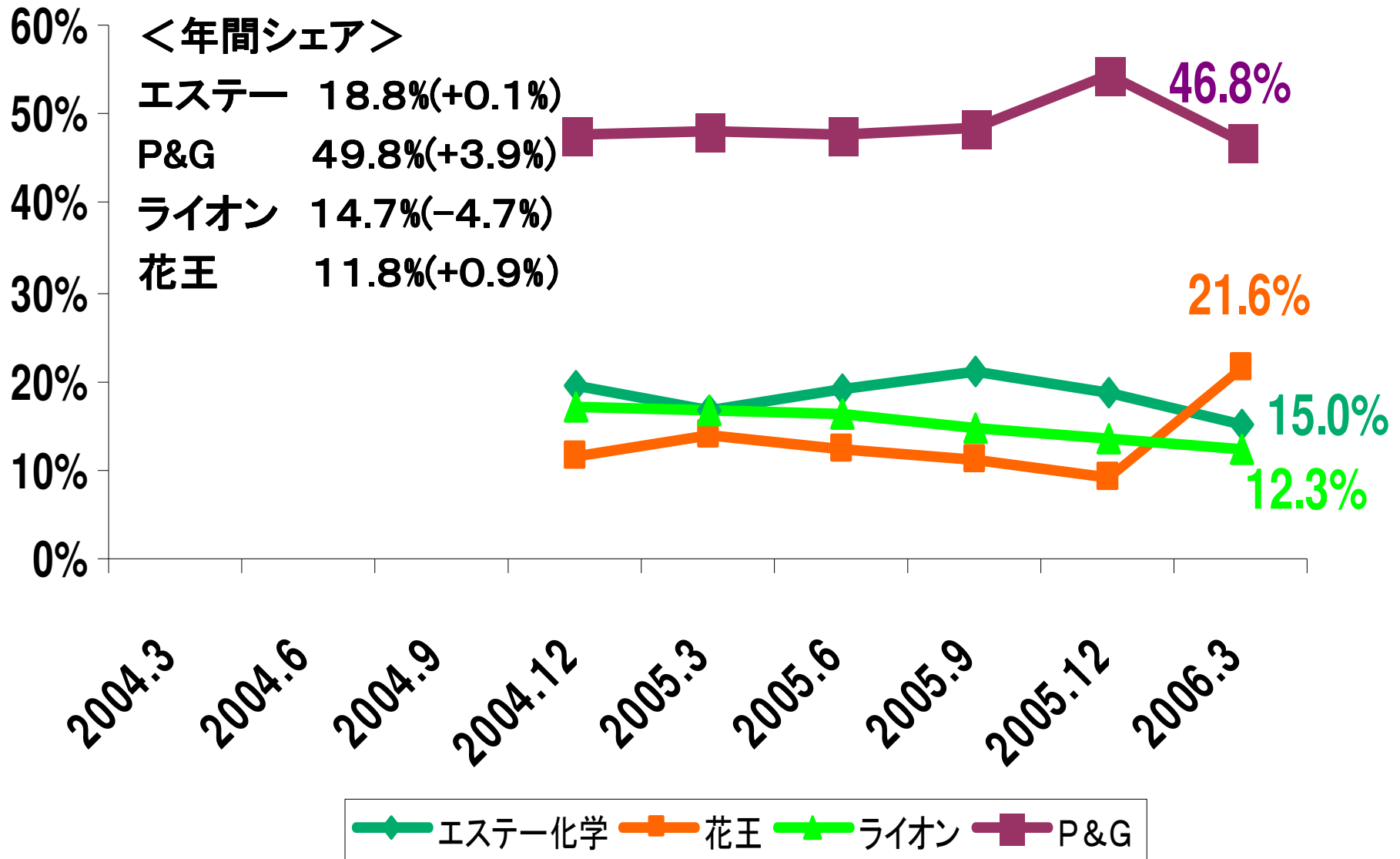
添付資料～脱臭炭シェアトレンド～



添付資料～カイロシェアトレンド～



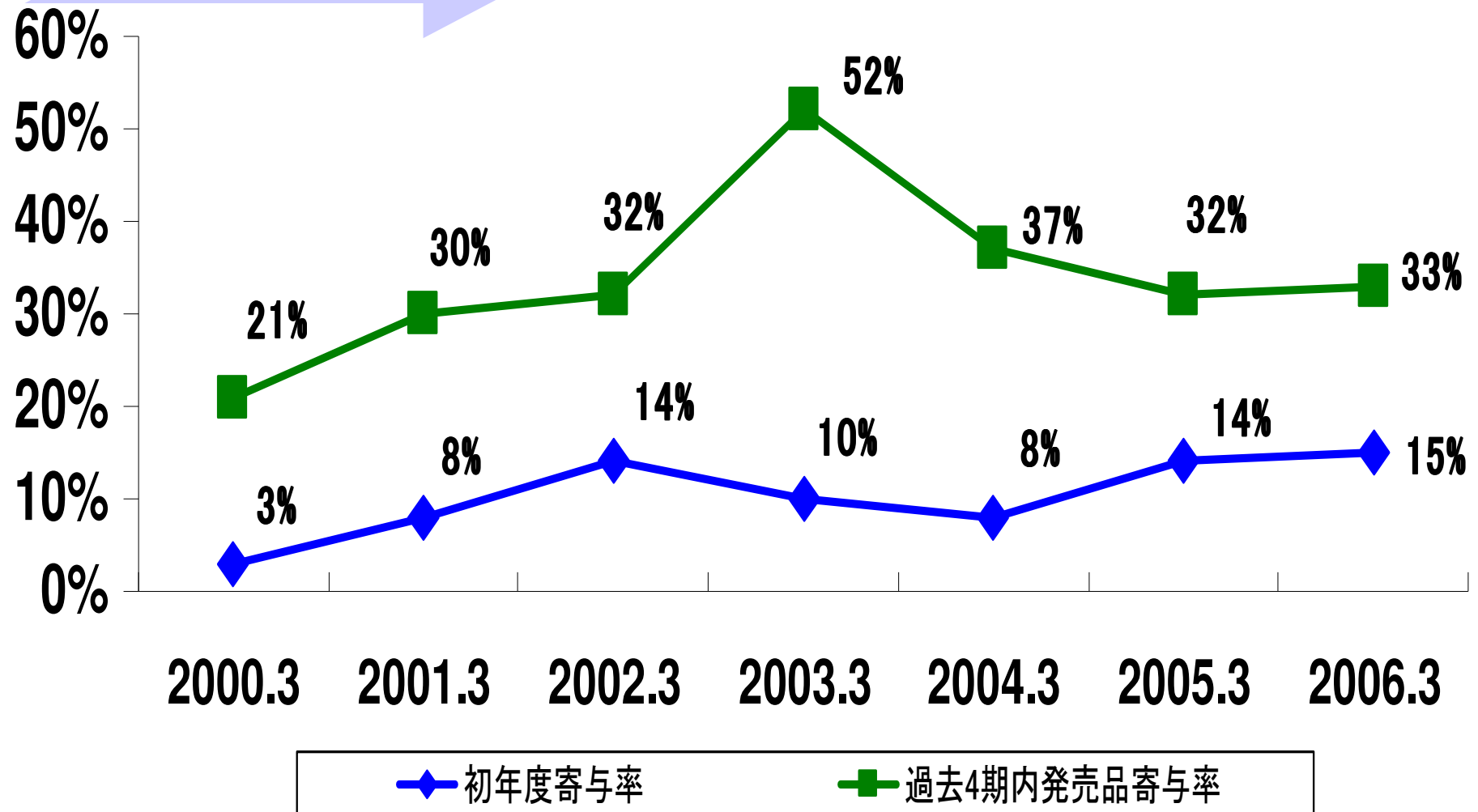
添付資料～自動食洗機用洗剤シェアトレンド



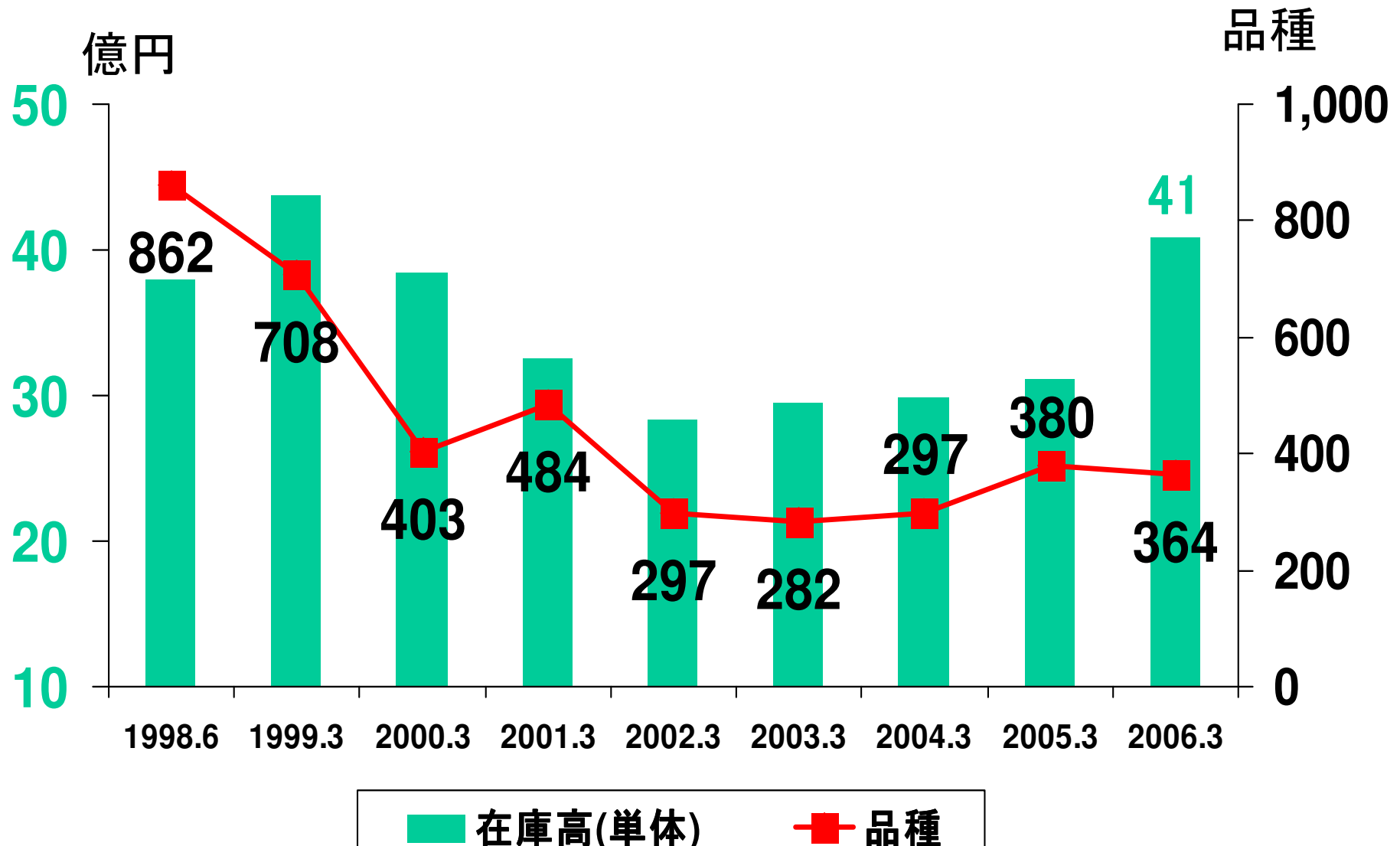
添付資料～新製品売上寄与率推移～



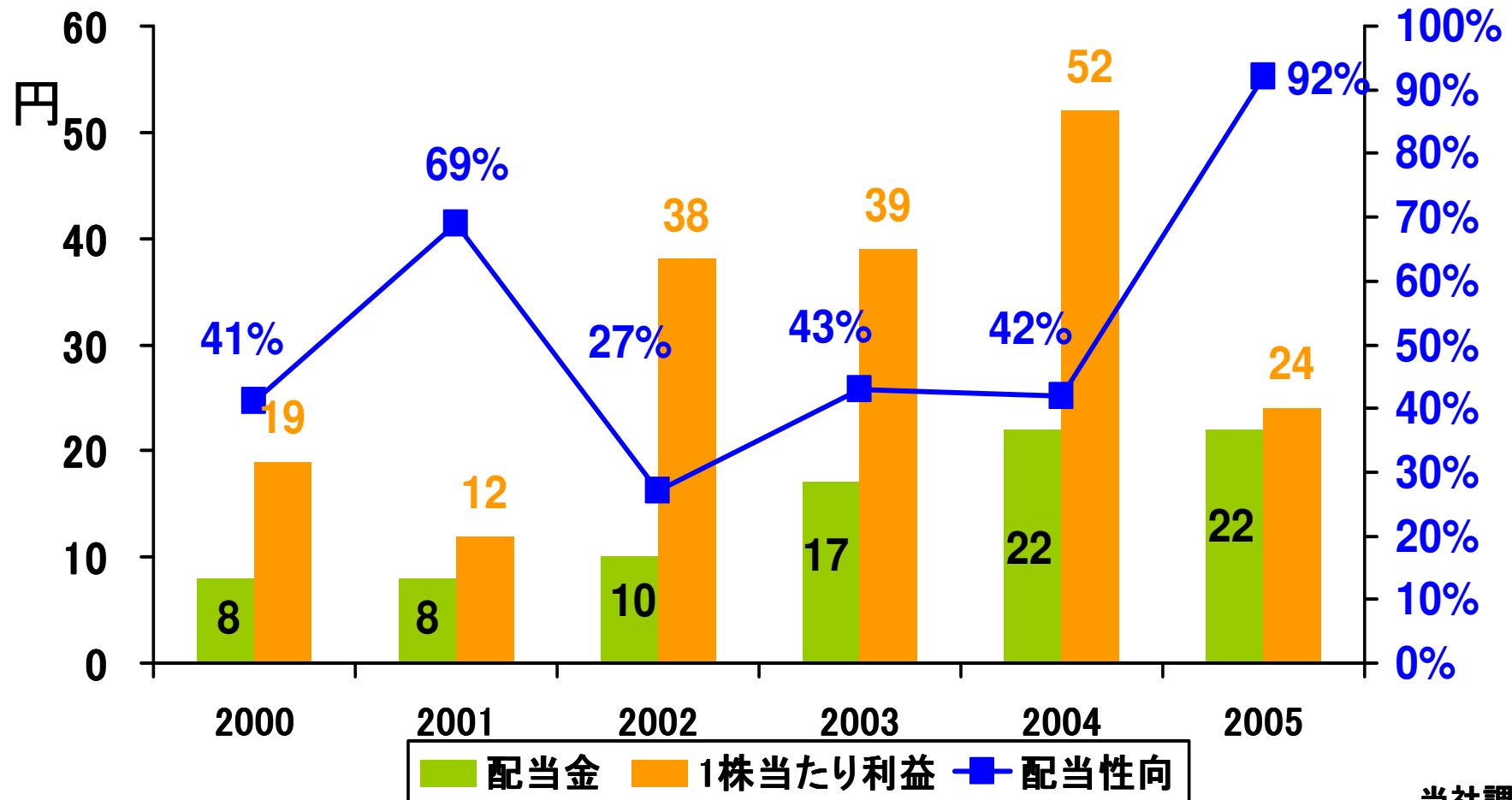
絞り込みの成果



添付資料～在庫高(単体)と品種(連結)～



添付資料～配当実績～



当社調べ

引き続き、高水準の配当を実施

添付資料～自己株取得状況～



自己株取得： 当期取得 0

**累計 : 518万株
(17年3月末と同じ)**

**消却 : 当期消却 0
(累計318万株)**

金庫 : 151万株

添付資料～健全な財務体質～

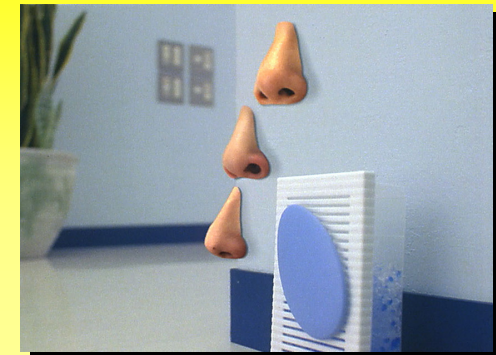


- 自己資本比率: 74% (連結)
- 剰余資金(※): 181億円(+10億円)

資産: 379億円

(※)現金、預金、有価証券の合計額

効果的なCM展開！～ブランド認知に貢献～



☆CM到達度：日本の全企業の中で第60位
生活雑貨部門で第6位
＜⇔広告宣伝費ランクは200位程度＞

(CM総合研究所調査・認定)