

2013年3月期(第66期)

# 決算説明会

2013年4月30日

エステー株式会社



# 世にないことをやる会社

代表執行役会長 鈴木 喬

# 決算概要のご報告 新年度の経営方針

代表執行役社長 鈴木 貴子

① 決算概要のご報告

② 新年度の経営方針

## 増収増益

	連結	計画比	前年比
売上高	469億円	98%	101%
営業利益	17億円	82%	103%
経常利益	11億円	76%	136%
当期純利益	5億円	66%	747%
包括利益	10億円		

**配当 22円** \*前年据え置き

# 2013.3期 業績ハイライト <連結>



	2012.3期		2013.3期	
	実績	売上比	実績	売上比
売上高	463億円	-	469億円	-
売上原価	273億円	59.0%	277億円	59.1%
売上総利益	190億円	41.0%	192億円	40.9%
販売管理費	172億円	37.2%	174億円	37.1%
営業利益	17億円	3.8%	17億円	3.8%

# 2013.3期 業績ハイライト <カテゴリー売上高>



カテゴリー	売上高	前年比	構成比
エアケア (消臭芳香剤)	204億円	103%	44%
衣類ケア (防虫剤)	98億円	109%	21%
サーモケア (カイロ)	68億円	95%	14%
ハンドケア (手袋)	42億円	111%	9%
ホームケア (その他)	31億円	83%	7%
湿気ケア (除湿剤)	23億円	92%	5%
合計	469億円	101%	100%

## 営業利益の増減 前年比48百万円増加

### 【増加要因】

販売数量増加等による増加

購買・製造原価等の低減等

その他

### 【減少要因】

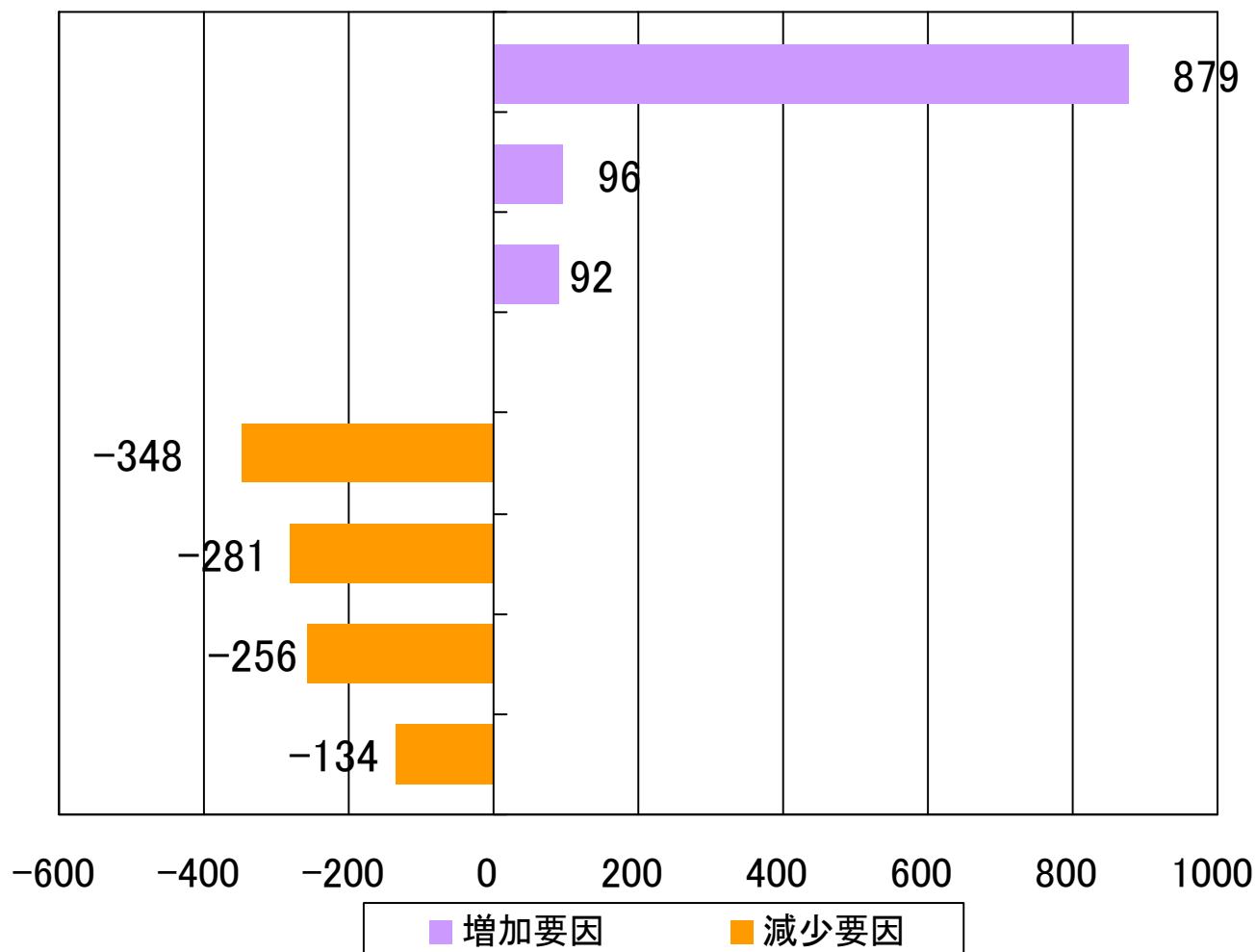
マーケティング費の増加

特定製品の価格引き下げ

棚卸評価損・廃棄損等の影響

原材料価格の上昇等

(単位:百万円)

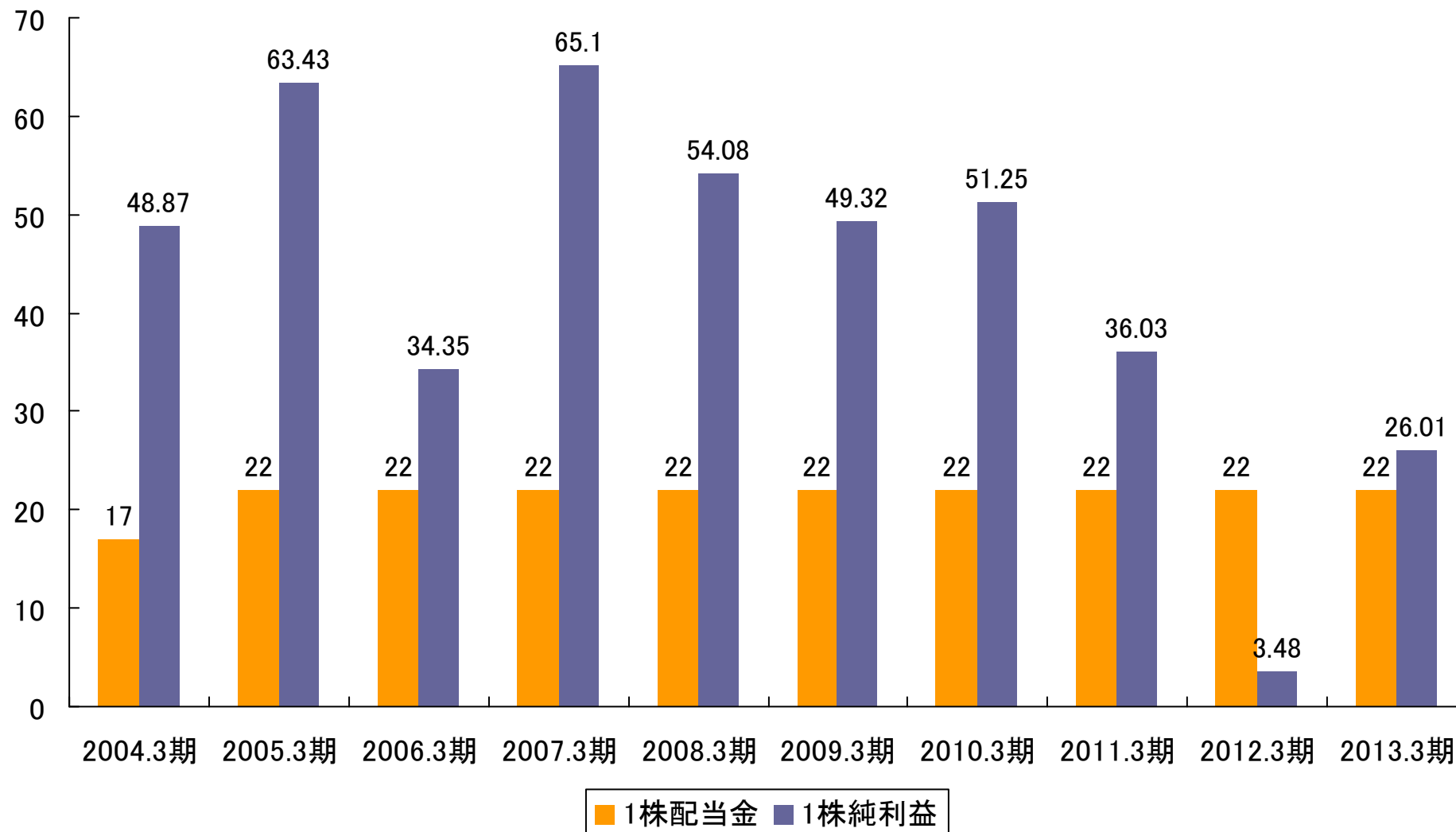




# 2013.3期 配当〈連結〉



(単位:円)



## 主カブランド「消臭力」が好調！

(前年比)

• エアケア売上高 103%



• 消臭カブランド 110%



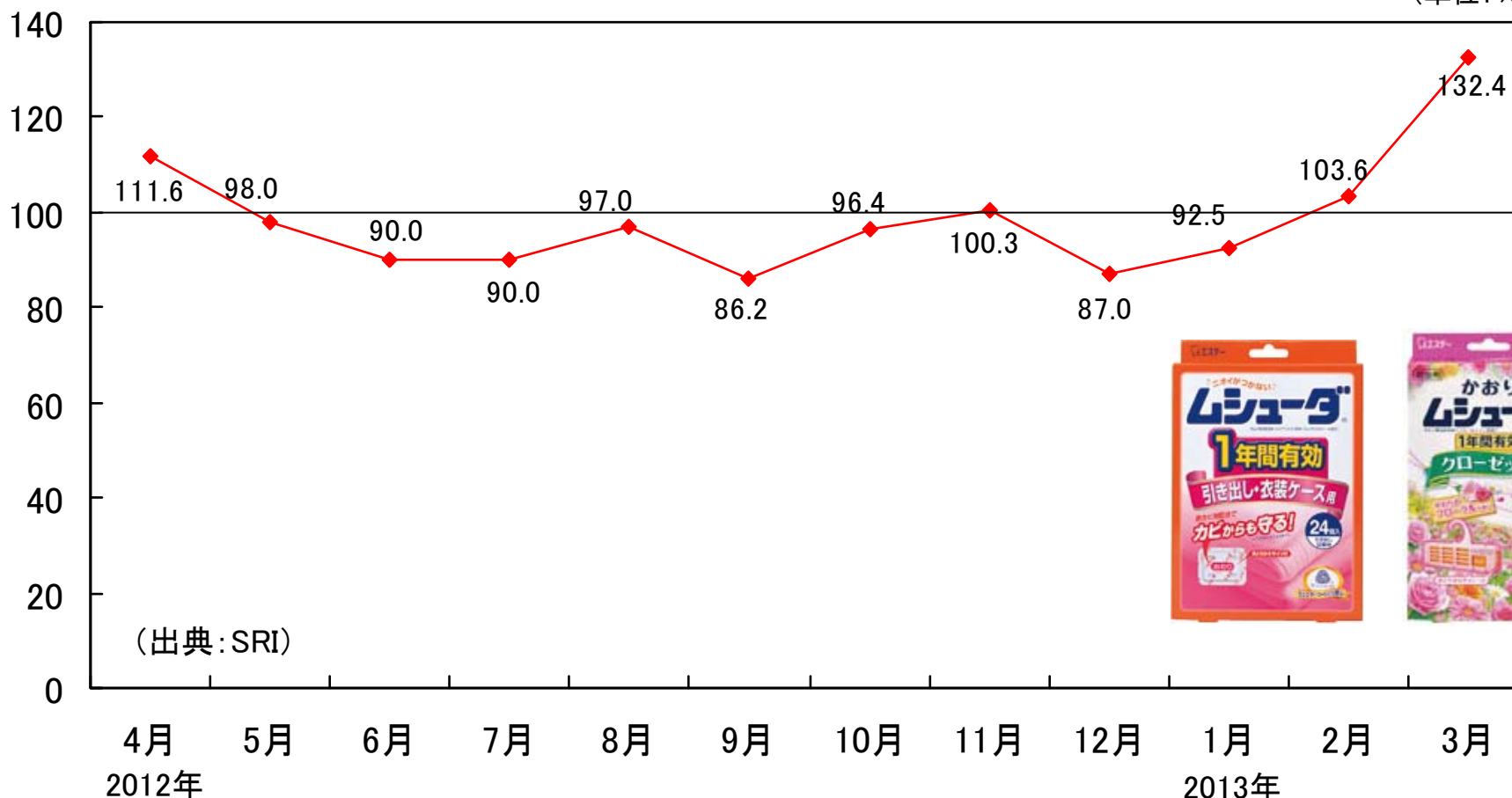
# CMが好調！



## 防虫剤は平年並みに回復！

防虫剤の販売金額(前年比)

(単位：%)



(出典：SRI)

## ホームケアが減少

# エアカウンターが減速（28万個）



被災地域の小学校で行われた  
放射線の授業風景

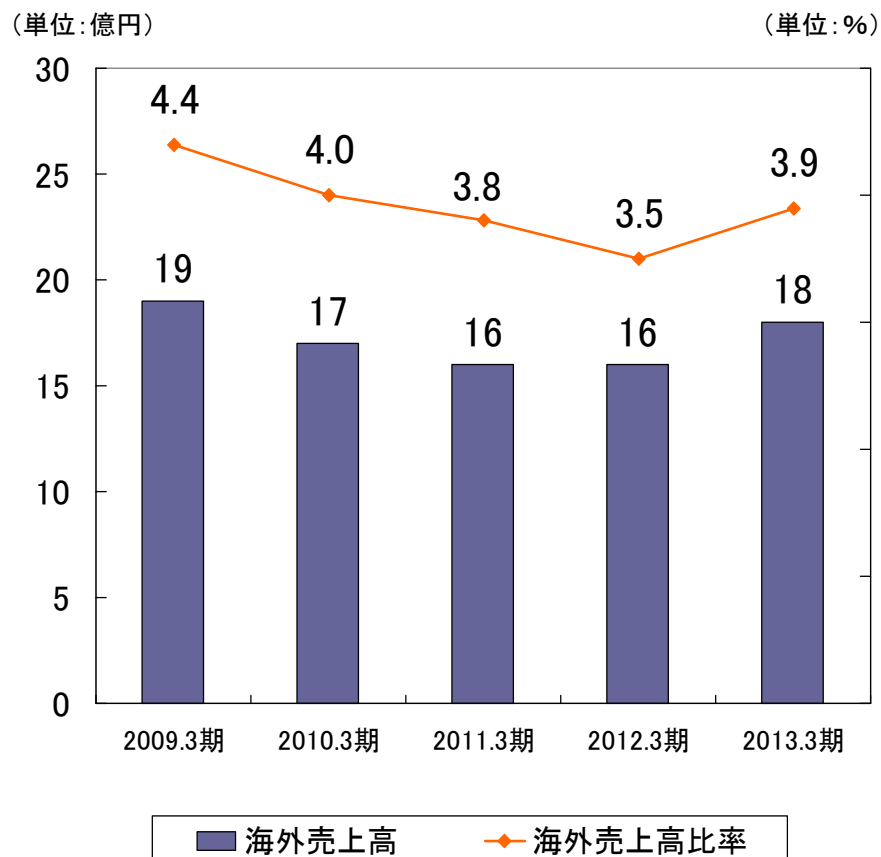


## 売上原価率は横ばい

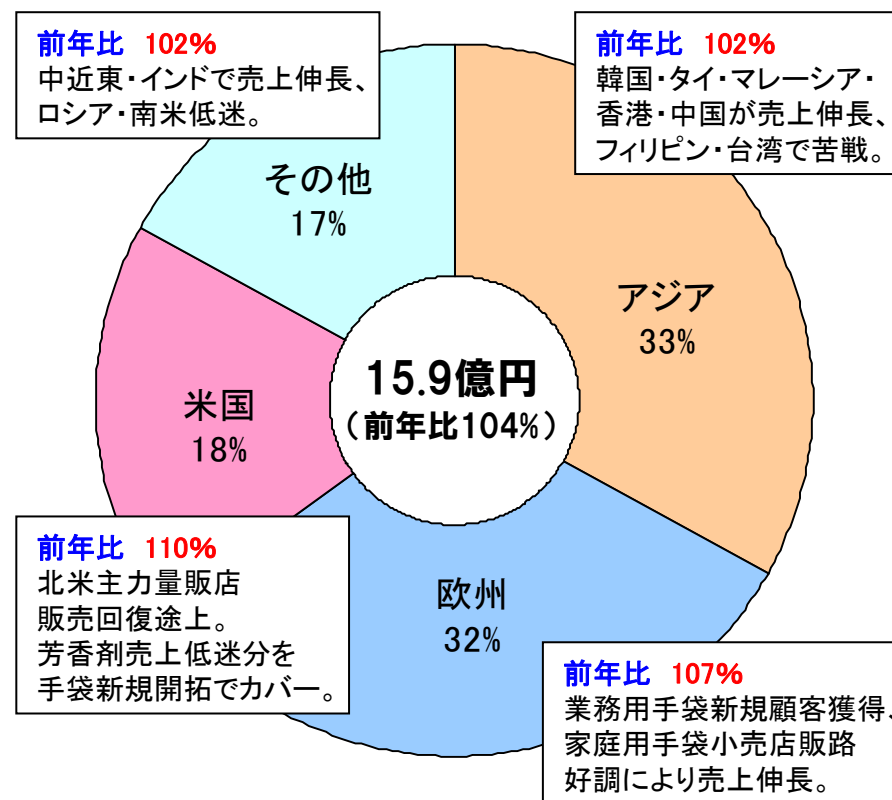
売上原価率  $59.0\%$   $\Rightarrow$   $59.1\%$   
(2012.3期) (2013.3期)

## 海外は反転攻勢へ！

### 海外売上高の推移(連結)



### 海外売上高の構成比(個別)



① 決算概要のご報告

② 新年度の経営方針



**3G**

**Growth**

**Global**

**Group**

# ブランディング

# 新年度の経営方針

⇒高収益体制を目指す

⇒STRを全社展開

# 高収益体制を目指す

- ① 既存品の継続的育成
- ② 新規事業の推進
- ③ グローバル強化

# ① 既存品の継続的育成

⇒成長市場：消臭芳香剤  
消臭カブランドを拡大



⇒利益の源泉：防虫剤  
ムシューダブランドを強化



## ② 新規事業の推進

### ⇒クリアフォレスト事業の育成

- ・「モイストペット」(12年9月)
- ・「消臭力 優しい森」(13年3月)



## ③ グローバル強化

⇒ エリアの絞り込み

⇒ ブランドの絞り込み

経営資源を集中投入

# STRを全社展開

⇒ワンベクトルものづくり

⇒全社員が経営に参画



# コストカット プロジェクト

## 増収増益

	連結	前年比
売上高	500億円	106.5%
営業利益	19億円	105.6%
経常利益	11億円	103.4%
当期純利益	5億円	102.7%

**配当 22円 予定 \*配当性向82.4%**

# 愛される会社を目指して

本日はありがとうございました。<http://www.st-c.co.jp/>



【見通しに関する注意事項】当資料に記載されている内容は、種々の前提に基づいたものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。