

2006年3月期(第59期)

中間決算説明会

—世にないことをやる会社—

2005年10月28日

エステー化学株式会社

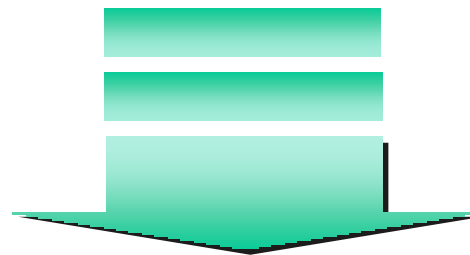
1.5 9期上期総括



< 市場環境の激変 >

原油価格高騰

外資の市場参入



市場変化への
迅速かつ適切な対応

2. 上期ハイライト



エアケアNO1に向けて 市場創造型の消臭剤を発売 (2月)



エアウォッシュ



どこでも電池の消臭プラグ

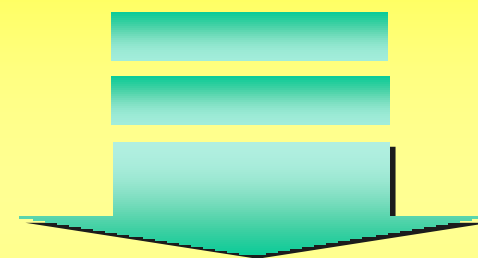
2. 上期ハイライト



置くタイプのエアウォッシュ」発売 (8月22日)



スタート好調



エアケアの売上
拡大に貢献

2. 上期ハイライト



エアケア市場への外資参入 (8月29日)

9月のエアケアの市場規模が
対前年 3割拡大

エスター化学も、8～9月の
エアケア全体の売上が 2割アップ

2. 上期ハイライト



全てのCMが大ヒット~ブランド認知に貢献~

上期成果



生活雑貨部門で常にベスト10にランクイン (200ブランド中)
消臭剤では全て1位
日本の全企業の中でCM到達度49位 (上期)

(CM総合研究所調査 認定)

利益重視経営の推進

1. 高利益商品への重点的取組み

防虫剤好調 < 売上反転 >

2. 更なるコスト削減

部門横断的取組み (営業、製造、開発)

・VA/VE強化

3. 適正価格での適正販売

・プライシング取組みの徹底

3. 上期業績結果



売上、利益とも計画達成

| | 連結 | 計画比 | 前年比 |
|------|-------|------|------|
| 売上高 | 224億円 | 100% | 102% |
| 営業利益 | 23億円 | 104% | 97% |
| 経常利益 | 22億円 | 111% | 98% |
| 当期利益 | 8億円 | 107% | 68% |

中間配当 11円 *対前年中間期 1円増配

3. 上期業績結果～カテゴリー別売上～



| カテゴリー | 売上 | 前年比 | 売上に占める割合 |
|-------------|-------|------|----------|
| エアケア (消臭剤) | 110億円 | 105% | 49% |
| 衣類ケア (防虫剤) | 59億円 | 106% | 27% |
| ホームケア (その他) | 21億円 | 95% | 10% |
| 湿気ケア (除湿剤) | 16億円 | 98% | 7% |
| ハンドケア (手袋) | 14億円 | 88% | 6% |
| サーモケア (カイロ) | 2億円 | 72% | 1% |
| 合計 | 224億円 | 102% | 100% |

3. 上期業績結果 ~ 営業利益の主な増減要因 ~



増加要因

衣類ケア、エアケアの数量増加効果
販管費の圧縮
製造コストの抑制

+ 4億

+ 3億

+ 1億

+ 0億

減少要因

内製比率低下、仕入比率上昇
広告宣伝費の増加

5億

2億

3億

合計

1億

3. 上期業績結果



減損会計の影響 (連結)

| | |
|---------|-------|
| 遊休資産の減損 | 1.6億円 |
|---------|-------|

| | |
|-----------|-------|
| 長期前払費用の減損 | 5.3億円 |
|-----------|-------|

| | |
|----|-------|
| 合計 | 6.9億円 |
|----|-------|

4. 下期の取組み



**置くタイプのエアウォッシュ」
11月より8割増産**

消臭力」 絶好調

競争こそ 進歩の母」

4. 下期の取組み



引き続き、利益重視の経営を展開

引き続き、株主還元に努める

**企業価値向上に向け
アライアンスやM & Aを検討**

4. 下期の取組み



通期見通しは、年初見込みどおり

| | 連結 | 前年比 |
|------|-------|------|
| 売上高 | 450億円 | 102% |
| 営業利益 | 34億円 | 91% |
| 経常利益 | 28億円 | 87% |
| 当期利益 | 12億円 | 66% |