

株主メモ

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

剰余金の配当 …………… 剰余金の配当は毎年3月31日現在の株主に、また中間配当を支払う場合は毎年9月30日現在の株主にそれぞれお支払いいたします。

株主名簿管理人 …………… 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

同事務取扱場所 …………… 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 本店証券代行部

郵便物送付先お問合せ先………… 〒135-8722 東京都江東区佐賀一丁目17番7号
みずほ信託銀行株式会社 証券代行部
電話 0120-288-324(フリーダイヤル)

※2009年1月5日より、当社株主名簿管理人であるみずほ信託銀行への郵便物送付先が、
移転のため以下の通り変更となります。
〒168-8507 東京都杉並区和泉二丁目8番4号

同取次所 …………… みずほ信託銀行株式会社 全国各支店
みずほインベスターズ証券株式会社 本店及び全国各支店

単元株式数 …………… 100株

公告方法 …………… 日本経済新聞

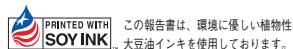
決算公告ホームページのご案内…… 当社の決算公告は、当社ホームページ(<http://www.st-c.co.jp/ir/>)に掲載しておりますので、
こちらでご覧いただけます。

株券電子化についてのお知らせ

2009年1月より株券が電子化されます。そのため株式に関するお手続きに変更または制限がある場合がございますのでご注意ください。詳しくは、上記「お問合せ先」にお問合せください。
なお、証券会社等をご利用されている場合は、引き続きご利用の証券会社等へご連絡願います。



〒161-8540 東京都新宿区下落合1-4-10 TEL.03-5906-0731(代表)



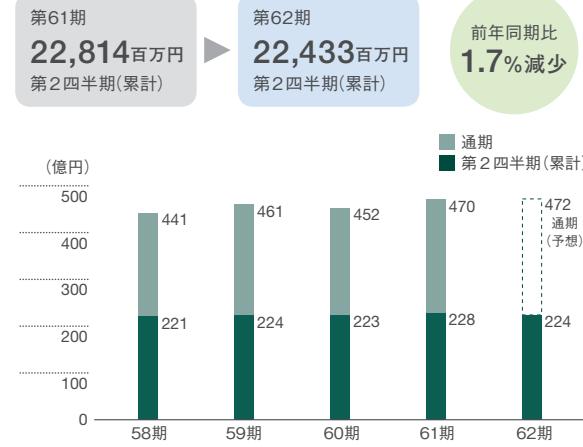
証券コード: 4951

第62期中間 ひよこ Report

2008年4月1日から2008年9月30日まで



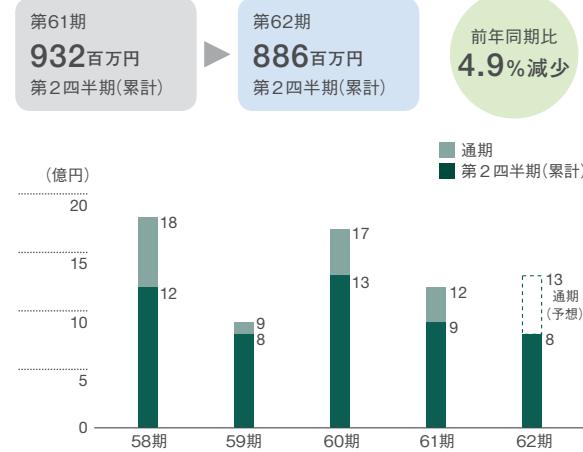
売上高



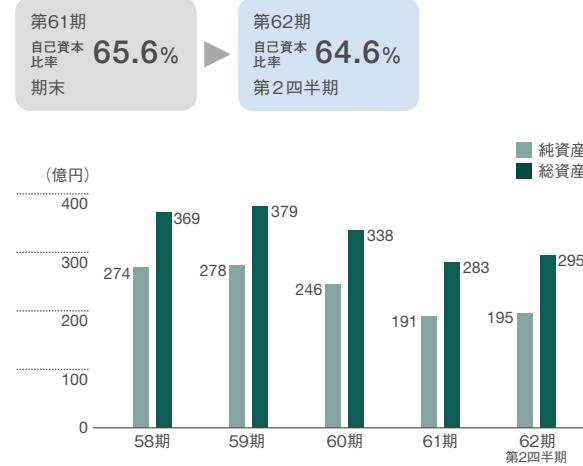
経常利益



四半期純利益



純資産・総資産



株主の皆様には、ますますご健勝のこととお慶び申し上げます。
日頃の温かいご理解とご支援に厚く御礼申し上げます。
当社の近況ならびに今後の方向につきましてご報告いたします。

■ 当社の近況

この上期を振り返りますと、原油価格の異常と思える高騰により原材料コスト等の上昇が経営に大きく影響を及ぼし、また世界金融恐慌といえる金融情勢の変動による実需経済への波及が深刻に論じられる中、当社グループ(当社及び連結子会社)は、商品やサービスを通じて、お客様の生活に「癒しと感動」を提供し続ける企業活動をしてまいりました。

こうした状況の中、当社の近況としましては、第一に主力のエアケア(消臭芳香剤)市場において、広告宣伝と店頭販売とを連動させた効率的な販売促進活動を行った結果、主力ブランドの『消臭力』や今後も市場拡大が期待できる『消臭プラグ』は増収となりましたが、それ以上に内外大手トイレタリーメーカーとの競争が激化したことにより、既存ブランドである『エアウォッシュ』、『消臭ポット』の売上が落ち込み、減収となりました。

第二に、衣類ケア(防虫剤)部門、湿気ケア(除湿剤)部門、サーモケア(カイロ)部門においては、季節要因に左右されることも少なく順調に推移し、増収となりました。

第三に、原油価格のさらなる高騰により、コストアップの波が押し寄せてきており、資材価格上昇の影響が大きく出てきております。

第四に、当社の重点課題であるグローバル戦略では東欧における売上高は順調に伸びたものの、米国や欧州等における売上高の伸び率が、為替の影響等により鈍化した結果、減収となりました。

■ 今後の方向

今期も、現場力を強めた全体最適を重視した会社へと変革するために、①「効率化経営」②「成長経営」③「意識改革の推進」に取り組み、業務改革を各組織にて実施してまいりました。

当社はこの3つの方針のもと、業務執行のスピードを高め、変化に

慧敏に対応し、自らが変化していくことにより、激しい競争に勝ち抜き、利益ある持続的成長の実現を目指してまいります。

当社を取り巻く経営環境は、原材料価格の高騰や、個人消費の動向が不透明な中、今後も厳しい状況が続くものと思われま。しかしながら、常に危機感を持って事業に取り組むことで、着実に企業価値の向上に努めていく所存であります。

また、当社の利益配分の方針は、引き続き安定配当を基本方針としながら、企業体質強化のための積極的な投資を行い、成長力・収益力を向上させ、業績に連動した配当政策を進めてまいります。

なお、今期の配当金につきましては、業績予想ならびに利益配分に関する基本方針を勘案し、前期同様、年22円の配当を計画しております。

株主・投資家の皆様には、従来と変わらぬご支援・ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

2008年12月

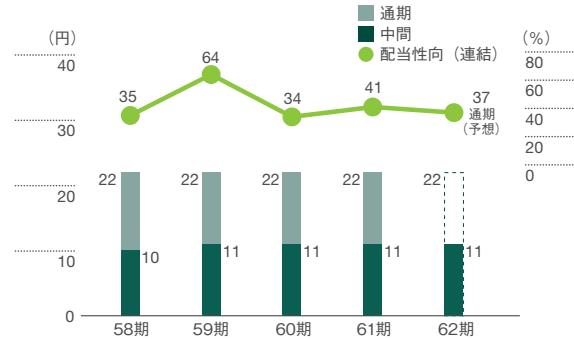


取締役兼代表執行役社長 小林 寛三

株主還元は、「配当政策」、「株主優待」、「自己株式の取得」の3つを基本方針としております。「配当政策」は、安定配当を基本方針としながら業績に連動した配当政策を進めていく考えです。「株主優待」は、当社製品の体験を通して当社事業への理解を深めていただくとともに、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おります。また「自己株式の取得」は、株主価値の向上・資産のスリム化等を目的に積極的に進めてまいります。

■ 配当について

当社では中間と期末の年2回、配当を実施しております。当事業年度の中間配当につきましては、四半期純利益の状況や株主利益の状況を考慮し、1株当たり11円の配当を実施いたします。なお、当事業年度の年間配当金といたしましては、1株当たり22円(うち期末配当11円)・配当性向(連結)37%の配当を予定しております。



■ 株主優待について

当事業年度の中間の株主優待といたしましては、割当基準日(9月末日に当社株主名簿及び実質株主名簿に記載または記録)に当社株式を1,000株以上保有の株主様を対象として、3,000円相当の当社製品詰合せを送付させていただきます。なお、お届けは12月中旬を予定しております。

<株主優待内容>

- 100株以上~1,000株未満:
当社製品詰合せ(1,000円相当)・年1回(期末)
- 1,000株以上:
当社製品詰合せ(3,000円相当)・年2回(中間・期末)

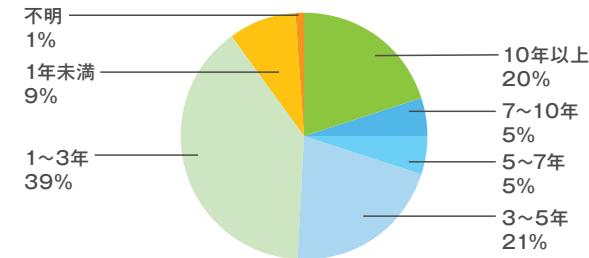


<中間の株主優待品>
自動でシュバット消臭プラグ・脱臭炭・ムシューダ防虫カバー・備長炭ドライベットの
パワーズ重曹ブラッシュ・はる ミニ・オンパックス・ファミリービニール薄手手袋

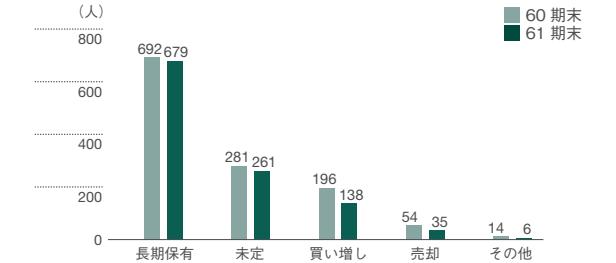
株主アンケート集計結果

第61期「ひよこReport」でお願いいたしましたアンケートに、1,082名の株主の皆様からご回答をいただきました。厚く御礼申し上げます。下記にて、アンケート結果の一部をご報告させていただきます。(構成比は小数点第一位を四捨五入)

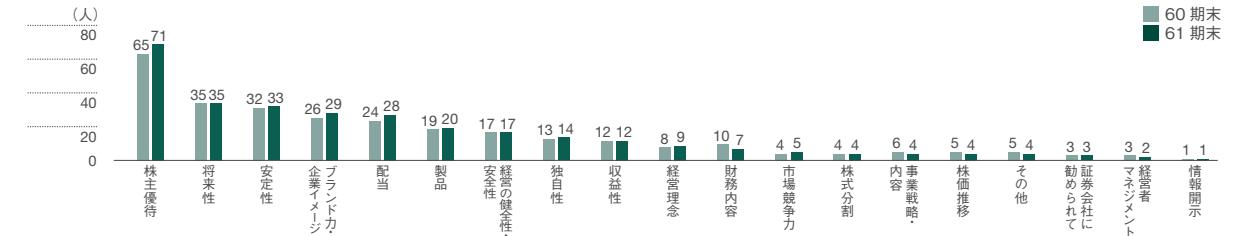
当社株主歴別構成(61期末)



当社の株式に対する方針(複数回答)



当社株式を購入された理由(複数回答)



「今回の事業報告書の感想その他ご意見、ご要望」には、「ひよこReport」に関するご意見をはじめ、商品やCMに関するご意見、温かい励ましの声等様々なご意見、ご要望をいただき、ありがとうございました。今後の経営の参考にさせていただきたいと存じます。なかでも、当社の株主優待と将来性(成長性)に期待をいただいていると感じました。これまでも株主重視の考えのもと、株主還元を積極的に進めてまいりましたが、今後も成長性とのバランスを取りながら、ご好評いただいている株主優待の一層の充実等に努めてまいりますので、引き続きご支援賜りますようお願いいたします。

2008年秋の新製品は、お客様のニーズをとらえ革新的なアイデアと新しい機能をそなえた製品をラインナップしています。既存のパワーブランドを強化するとともに、“世にない商品”を生み出すことでマーケットを拡大し、お客様に「癒しと感動」をお届けします。

時間がくるとびり新鮮ミストを噴霧
電池式自動消臭スプレー
「自動でシュパッと消臭プラグ」

初年度
販売目標 | 本 体:100万個
つけかえ:120万個

【発売日】2008年7月18日
【価 格】本体:1,470円(税込) つけかえ:462円(税込)



■ 特徴

一定の間隔で自動的に香り新鮮ミストを噴霧して、部屋を消臭する新しいタイプの消臭芳香剤「自動でシュパッと消臭プラグ」。ニオイのこもりがちな玄関や洗面所、トイレなどに、いつでも消臭効果とフレッシュな香りを広げる電池式自動消臭スプレーです。

香りは〈マイルドソープの香り〉、〈ピュアフローラルの香り〉の2タイプで、それぞれ「つけかえ」をラインナップしています。噴霧される間隔を、30分間に1回(Hi)、45分間に1回(Mid)、60分間に1回(Lo)の3段階に切替えられる「香り調節レバー」により、好みの香りの強さに設定したり、「噴霧ボタン」により消臭芳香効果を好きなときに手動で高めることもできます。



■ 開発者の声

多くのお客様から寄せられた「いつでもフレッシュな空気を実感したい」という声に対応するために開発しました。「自動でシュパッと消臭プラグ」では、常に高い消臭効果と持続性を実感していただくため、一定のタイミングで自動的に消臭芳香ミストを噴霧するという従来にはない高いパフォーマンスを実現させました。

2008年7～9月の電子式消臭芳香剤の市場規模は前年比170%と大きく伸長し、高い機能をそなえた消臭芳香剤へのニーズの高まりを顕著に表しています。こうしたお客様のニーズをとらえた商品開発により、今後も消臭芳香剤マーケットのさらなる拡大を目指します。

インテリアにも合うモノトーンデザインの新・消臭力
「お部屋の消臭力」と「トイレの消臭力」“ホワイト&ブラック”シリーズ

初年度
販売目標 | お部屋の消臭力:合計 1,700万個
トイレの消臭力:合計 2,000万個

【発売日】2008年9月26日 【価格】441円(税込)

■ 特徴

ロングセラー製品「お部屋の消臭力」と「トイレの消臭力」に新たなデザインと香りを提案する“ホワイト&ブラック”シリーズが登場。シンプルなモノトーンデザインとほのかな香りでお部屋やトイレをコーディネートします。香りはやさしさをキーワードにした〈ホワイトブーケ〉の香りと、高級感・大人をキーワードにした〈ブラックローズ〉の香りの2種類をそれぞれラインナップしています。

ギュッと引き締め、パッと開放!
「セルフケア 立体着圧ソックス 5本指タイプ」

初年度
販売目標 | 合計 5万足

【発売日】2008年10月3日
【価 格】オープンプライス(実勢価格1,980円前後・税込)

■ 特徴

「セルフケア 立体着圧ソックス5本指タイプ」は、履くだけで足を適度に引き締めつつも、指先は5本指タイプで心地よい開放感が得られる立体着圧ソックスです。部位別着圧設計により、すね、ふくらはぎ、足首前面、足首後面と脚の形に合わせた4段階の着圧力でコントロールし立体的に引き締めます。また、指先は一本一本独立しているため足先はムレにくく、紀州備長炭繊維を使用しているので優れた消臭効果も発揮します。



■ 開発者の声

ライフスタイルや価値観の多様化によりインテリアやファッションにこだわりをもつ主婦層が増加していることを踏まえ、インテリアとしても人気の高い“ナチュラルな白”と“高級感ある黒”にマッチする“ホワイト&ブラック”シリーズを開発しました。これまでにないデザインと香りで「消臭力」ブランドの新しい世界を提案します。



■ 開発者の声

女性の美容と健康をサポートする「セルフケア 立体着圧ソックス」シリーズに、さらに新しい機能を追求し、女性に人気の高い“5本指”タイプを開発しました。女性の「種類別靴下所有率調査」によると5本指タイプのソックス所有率は48%で、「指先が自由に動くので開放的で気持ちがいい」、「ムレにくく快適」などの理由から、多くの女性に支持されています。こうしたニーズをとらえ、より一層の癒しを提供します。

■ 営業の経過及び成果

当第2四半期の連結業績につきましては、「効率化経営」「成長経営」「意識改革の推進」の方針のもと、引き続き企業ブランドの確立・経営基盤の一層の強化に努めるとともに、商品やサービスを通じて、お客様の生活に「癒しと感動」を提供する企業活動を続けてまいりました。

売上面におきましては、革新的な新製品の投入や店頭サポート活動の強化による市場シェアの拡大と売上の伸長に努めました。この結果、衣類ケア(防虫剤)部門、ハンドケア(手袋)部門、サーモケア(カイロ)部門、湿気ケア(除湿剤)部門はいずれも順調に売上を伸ばしたものの、厳しい消費の冷え込み等の影響により、主力のエアケア(消臭芳香剤)部門とホームケア(その他)部門の売上が伸び悩んだため、減収となりました。利益面におきましては、前期同様、製造部門を中心としてコスト削減活動に取り組みましたが、原油価格高騰に伴う資材価格の上昇や「棚卸資産の評価に関する会計基準」の適用等の影響により、売上総利益率は低下いたしました。また、マーケ

ティング費用を抑制するなど経費削減にも努めましたが、一部製品回収を実施したことによる費用の増加等により、減益となりました。

以上の結果、売上高は224億33百万円(前年同期比1.7%減)となり、営業利益は18億19百万円(前年同期比17.1%減)、経常利益は16億3百万円(前年同期比20.1%減)、四半期純利益は8億86百万円(前年同期比4.9%減)となりました。

■ 下期の主な取り組み

下期の戦略につきましては、引き続き「コスト削減」と「利益創出」を図ってまいります。

なかでも重点戦略といたしまして、上期に売上が伸び悩んだエアケア市場の活性化に注力してまいります。

エアケア市場の活性化策としましては、積極的に企画品や新製品等を投入するとともに店頭プロモーションを強化し、消臭芳香剤市場の拡大を図ってまいります。

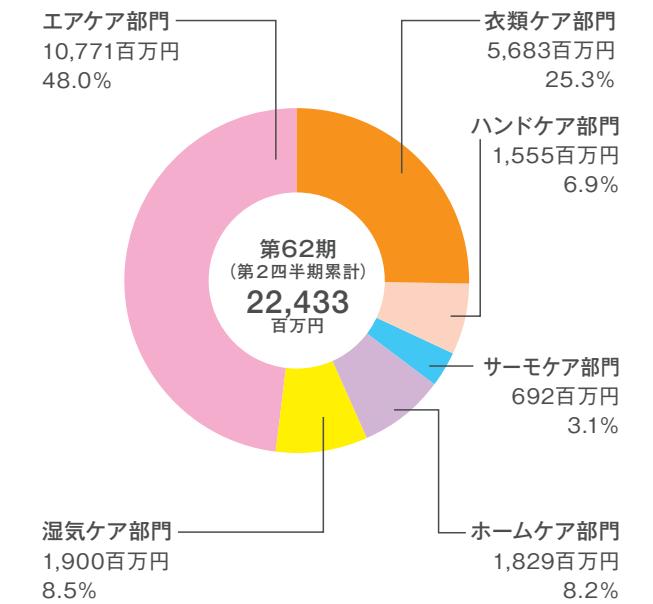
具体的には、今秋発売の「消臭力」や「消臭ポット」の“ハロウィ

ン”シリーズが完売するなど季節イベントが定着してきたこともあり、クリスマスをはじめとする冬の需要期に向けた冬限定の企画品「消臭力」や「消臭ポット」の“ハッピーウィンター”シリーズを投入しています。さらに、発売以来好調に売上を伸ばしている「自動でシュバツと消臭プラグ」や「消臭力」“ホワイト&ブラック”シリーズなどを再度プロモーション展開してまいります。また、マーケティング費の効率化では、企画品・新商品の投入と併せて広告宣伝費、拡販費、販売促進費等のマーケティング費の最適化を図り、好感度の高いCMに合わせて店頭プロモーションを展開し、売上・利益の最大化を目指してまいります。

<ハッピーウィンターシリーズ>



部門別売上高構成比



■ グローバル展開

グローバル展開につきましては、「東南アジアにおいてエアケアを中心とした市場深耕によるプレゼンスを確立し、欧米においてはアライアンスを活用した拡充を進める」という方針のもと、第62期(2008年4月)より国際部門を新設し、体制を強化しました。将来の目標といたしましては、連結売上高の10%を目指しております。

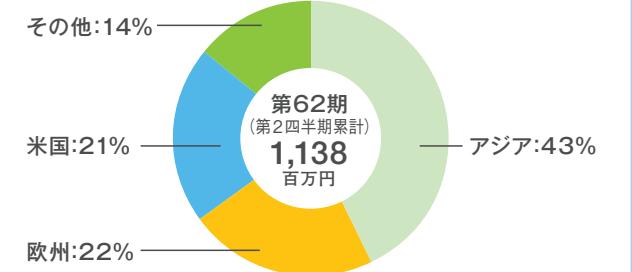
当第2四半期の海外売上高(連結)につきましては、東欧に

おける売上高は順調に伸びたものの、米国や欧州等における売上高の伸び率が、為替の影響等により鈍化した結果、売上高は11億61百万円(前年同期比9.2%減・海外売上高比率5.2%)となりました。下期の戦略といたしましては、引き続きエアケアを中心とした韓国やその他アジア地域の市場深耕に注力してまいります。

海外売上高の推移(連結)



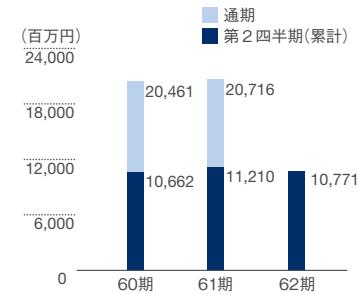
海外売上高の構成比(個別)



家庭環境関連事業

■ エアケア (消臭芳香剤) 部門

エアケア(消臭芳香剤)部門の売上高は、冷蔵庫用脱臭剤「脱臭炭」が売上、シェアともに伸長したほか、新製品「消臭ポットジュエリア」や電池式自動消臭スプレー「自動でシュパッと消臭プラグ」等が売上に寄与しましたが、厳しい消費の冷え込みの影響や一部既存品の売上が低調に推移したことなどから107億71百万円(前年同期比3.9%減)となりました。



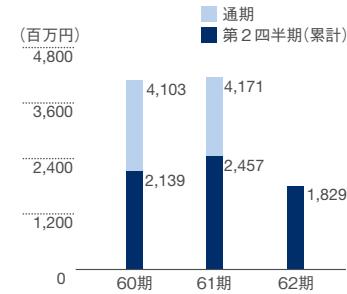
■ 湿気ケア (除湿剤) 部門

湿気ケア(除湿剤)部門の売上高は、梅雨時から夏にかけて降水量が多かったことなどにより、シートタイプの除湿剤に加え、タンクタイプの除湿剤「ドライベツスキット」等を中心に売上が好調に伸びし19億円(前年同期比14.6%増)となりました。



■ ホームケア (その他) 部門

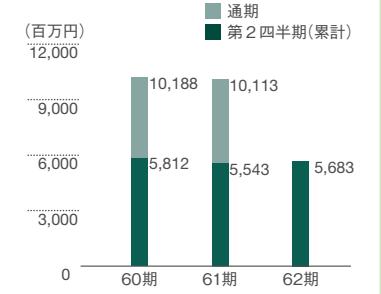
ホームケア(その他)部門の売上高は、お米の虫除け「米唐番」やはっ水・はっ油スプレー「スコッチガード」の売上が好調に推移するとともに、今春発売の自動食器洗い機専用洗剤「フレッシュアップ」も売上に貢献しましたが、前連結会計年度までの販売委託契約商品の売上がカバーできなかったことなどにより、ホームケア部門全体では18億29百万円(前年同期比25.5%減)となりました。



防虫・衛生関連事業

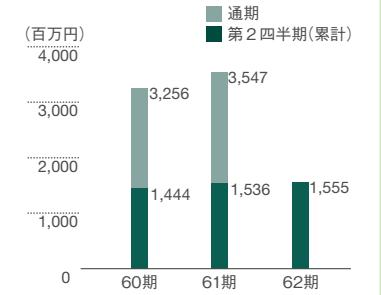
■ 衣類ケア (防虫剤) 部門

衣類ケア(防虫剤)部門の売上高は、主力ブランド「ムシューダ」の1年用やクローゼット用等を中心に順調に推移したほか、防虫効果に消臭と香りの付加価値がついた新ブランド「ビコーダ」も売上に貢献し、56億83百万円(前年同期比2.5%増)となりました。



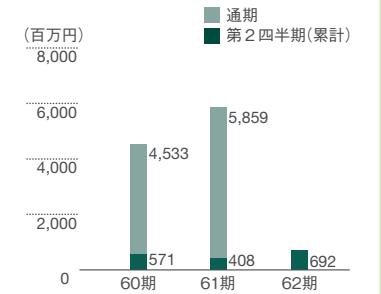
■ ハンドケア (手袋) 部門

ハンドケア(手袋)部門の売上高は、一部既存品が低迷しましたが、薄手ビニール手袋やニトリルゴム手袋、使い捨てポリ手袋が順調に推移したことにより、15億55百万円(前年同期比1.2%増)となりました。



■ サーモケア (カイロ) 部門

サーモケア(カイロ)部門の売上高は、前シーズン終了後の返品抑制政策が奏効したことや、秋以降のシーズンに向けて営業を早めにスタートしたことなどにより出足が好調に推移し、6億92百万円(前年同期比69.7%増)となりました。



■ 四半期連結貸借対照表(要旨)

(単位:百万円)

	当第2四半期 2008年9月30日現在	【参考】 前期 2008年3月31日現在
資産の部		
流動資産	17,657	16,079
現金及び預金	5,834	6,007
受取手形及び売掛金	6,733	4,297
有価証券	190	493
たな卸資産	4,291	4,620
繰延税金資産	374	362
その他	259	317
貸倒引当金	△26	△18
固定資産	11,853	12,312
有形固定資産	6,880	7,070
建物及び構築物(純額)	2,280	2,348
土地	3,395	3,392
その他	1,204	1,329
無形固定資産	498	457
投資その他の資産	4,474	4,785
投資有価証券	2,622	2,988
繰延税金資産	340	291
その他	1,551	1,546
貸倒引当金	△41	△41
資産合計	29,510	28,392

(単位:百万円)

	当第2四半期 2008年9月30日現在	【参考】 前期 2008年3月31日現在
負債の部		
流動負債	8,313	7,580
支払手形及び買掛金	4,964	4,530
未払金	1,866	1,866
その他	1,482	1,184
固定負債	1,667	1,667
退職給付引当金	1,198	1,201
役員退職慰労引当金	88	84
再評価に係る繰延税金負債	380	380
その他	—	0
負債合計	9,980	9,248
純資産の部		
株主資本	19,524	18,883
資本金	7,065	7,065
資本剰余金	7,067	7,067
利益剰余金	16,452	15,833
自己株式	△11,061	△11,082
評価・換算差額等	△454	△257
その他有価証券評価差額金	421	541
土地再評価差額金	△549	△548
為替換算調整勘定	△325	△250
新株予約権	39	27
少数株主持分	419	489
純資産合計	19,529	19,144
負債純資産合計	29,510	28,392

■ 四半期連結損益計算書(要旨)

(単位:百万円)

	当第2四半期 自 2008年4月 1日 至 2008年9月30日	【参考】 前第2四半期 自 2007年4月 1日 至 2007年9月30日
売上高	22,433	22,814
売上原価	12,274	12,137
売上総利益	10,159	10,676
販売費及び一般管理費	8,339	8,481
営業利益	1,819	2,195
営業外収益	249	322
営業外費用	465	509
経常利益	1,603	2,007
特別利益	0	0
特別損失	7	285
税金等調整前四半期純利益	1,596	1,722
法人税、住民税及び事業税	698	743
法人税等調整額	3	31
少数株主利益	8	14
四半期純利益	886	932

■ 四半期連結キャッシュ・フロー計算書(要旨)

(単位:百万円)

	当第2四半期 自 2008年4月 1日 至 2008年9月30日	【参考】 前第2四半期 自 2007年4月 1日 至 2007年9月30日
営業活動によるキャッシュ・フロー	75	303
投資活動によるキャッシュ・フロー	△343	407
財務活動によるキャッシュ・フロー	△291	△356
現金及び現金同等物に係る換算差額	△13	15
現金及び現金同等物の増減額	△573	370
現金及び現金同等物の期首残高	5,184	8,111
現金及び現金同等物の四半期末残高	4,611	8,482

「四半期業績報告」に関する適用初年度の対応について

- 当期から金融商品取引法に基づく四半期報告制度が導入されました。適用される会計基準や用語等が、当四半期に係る財務情報と前年同期に係る財務情報との間で異なりますが、本冊子における数値比較の利便性を考慮し、主要な財務項目を並べて記載することといたしました。前年同期に係る数値やグラフは参考データとしてご確認ください。
- 本冊子の財務数値のうち、損益計算書およびキャッシュ・フロー計算書につきましては、期初からの累計値を用いています。

Point

売上は、衣類ケア、ハンドケア、サーモケア、湿気ケアが好調に推移したものの、厳しい消費の冷え込み等の影響により、主力のエアケアとホームケアが伸び悩んだ結果、前年同期比1.7%減の減収となりました。

Point

利益面では、原油価格高騰に伴う資材価格の上昇や会計基準の変更等により、売上総利益率が低下しました。また、マーケティング費用の抑制など経費削減にも努めましたが、一部製品回収等の影響により、営業利益は前年同期比17.1%減、経常利益は前年同期比20.1%減、四半期純利益は前年同期比4.9%減となりました。

当社ホームページ「IR情報」

<http://www.st-c.co.jp/ir/>

当社ホームページでは、機関投資家や個人投資家の皆様に、当社の経営内容や将来展望、経営理念や財務諸表・適時開示情報等をより深くご理解いただくためにIRのページを設けております。



第2四半期決算説明会 動画配信中

ご希望の方にIRメールの配信サービスを行っております。

株式の状況

(2008年9月30日現在)

Stock Information

株式の総数

(ア)発行可能株式の総数 96,817,000 株
 (イ)発行済株式の総数 29,500,000 株
 (ウ)単元株式数 100 株

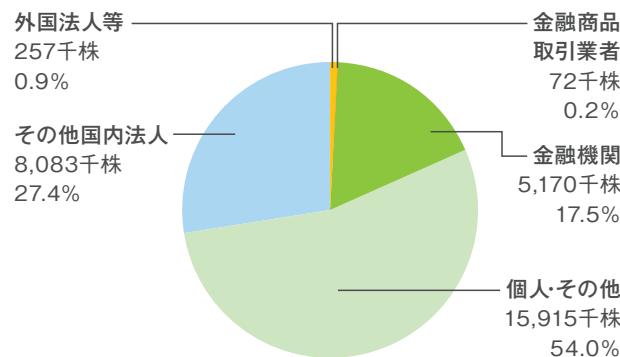
■株主数 8,109 名

大株主

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社シャルダン	4,674,424	15.8
日本生命保険相互会社	1,671,195	5.7
みずほ信託退職給付信託 みずほ銀行口 再信託受託者 資産管理サービス信託	884,000	3.0
鈴木 喬	812,600	2.8
有限会社ファミル	780,000	2.6
株式会社三菱東京UFJ 銀行	681,124	2.3
鈴木 誠一	582,000	2.0
鈴木 明雄	485,000	1.6
有限会社キャレーヌ	433,000	1.5
株式会社損害保険ジャパン	416,000	1.4

(注)1.当社は自己株式7,671千株(26.0%)を有しております。
 2.みずほ信託退職給付信託 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



会社概要

(2008年9月30日現在)

Corporate Data

会社の概要

設立 1948年8月31日
 資本金 7,065,500千円
 従業員数 従業員 ※臨時従業員
 連結 620名 165名
 単体 375名 73名
 ※平均人員、パートタイマー・嘱託を含む

事務所

本社 〒161-8540
 東京都新宿区下落合1-4-10
 TEL. 03-5906-0731(代表)
 支店 札幌、仙台、関東(埼玉)、東京、名古屋、
 大阪、広島、福岡
 営業所 横浜、金沢、高松
 工場 福島、埼玉、九州(福岡)
 R & D センター 東京

役員一覧 (2008年10月1日現在)

取締役

取締役会会長(指名委員) 鈴木 喬
 取締役(社外)(指名委員・監査委員・報酬委員) 梶原 保
 取締役(社外)(指名委員・報酬委員) 野呂 正則
 取締役(社外)(監査委員) 小門 裕幸
 取締役(社外)(指名委員・監査委員) 前原 輝幸
 取締役(社外)(監査委員) 宮川美津子
 取締役(指名委員) 小林 寛三
 取締役(報酬委員) 嶋田 洋秀

執行役

代表執行役社長 マーケティング部門担当 小林 寛三
 常務執行役 製造部門担当 影浦 憲章
 常務執行役 コーポレートスタッフ部門担当 嶋田 洋秀
 執行役 営業本部長 加藤 孝彦
 執行役 営業本部副本部長兼大阪支店長 城ノ戸真一
 執行役 関係会社担当兼
 エステートレーディング株式会社代表取締役社長 北原 雅美
 執行役 国際部門担当 早坂 敬一
 執行役 グループ戦略担当 鈴木 喬

トピックス

Topics

奇想天外で話題性の高いテレビCM

当社では、お客様に支持されるユニークで話題性の高い宣伝活動に取り組んでおります。2008年5月に発表された「平成19年度CM好感度白書・第19回日本のベスト・アドバイザー(主催:CM総合研究所)」にて、当社が「CM-Branding 評価トップ企業50社」の第33位に認定されました。これは、1年間で多くの方々の共感を得た年間CM好感度において2,073社から選出されるものです。また最近では、メルヘンな世界観の「お部屋の消臭力」「お菓子の家」篇やクマが登場する奇想天外な「ムシューダ」「歯医者」篇、殿様でおなじみの「自動でシュパッと消臭プラグ」「歓喜の舞」篇など、それぞれが月例CM好感度調査・生活雑貨部門にて2位を獲得するなどし、新聞や雑誌などでも大きな話題となっています。今後も世にないテレビCMを展開し、パワーブランドの育成と製品の売上げ拡大を目指してまいります。

エステー宣伝部ドットコムURL <http://www.st-sendenbu.com/>



“2万人の鼓動 TOURS ミュージカル「赤毛のアン」”

今年も8月の夏休みに、“2万人の鼓動 TOURS ミュージカル「赤毛のアン」”を全国主要8都市で主催し、延べ16,096人の観客を動員して大盛況にて幕を閉じました。主人公のアン役をつとめた島谷ひとみさんや、養母役の安奈淳さんをはじめとする実力派俳優たちが、全国オーディションで選ばれた子供たちとともに本格ミュージカルを熱演しました。ミュージカルのテーマには、スタッフ、キャスト、観客など、ミュージカルに関わる総勢2万人の全ての方が「TOURS」の一員として、熱い想いや舞台の楽しさを共有できたらという思いがこめられています。公演当日は、舞台上のキャストと観客が一緒に踊って舞台を作り上げる一幕を演出し、会場全体が一体となり、まさに参加型のミュージカルにふさわしい光景となりました。



中学校生の職場体験を実施

9月16日～18日の3日間、当社にて新宿区落合中学校の2年生2名の職場体験を受け入れました。2人の生徒さんには、会社の成り立ちや職種などへの理解を深めていただくとともに、広報部と宣伝部において「消臭プラグ」新CMの撮影現場を見学したり、新製品発表の準備、マスコミの取材対応に立ち会うなど、実体験を通じて、働くことの意義や充実感を学んでいただきました。当社では、このような職場体験を通じて将来を担う中学生がさまざまな職種に関心を持ち、将来の進路選択に役立てていただけることを願って、今後も学校教育との関わりに積極的に取り組んでまいります。

