

株式の状況 (2013年9月30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	12,913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	5,537	25.3
日本生命保険相互会社	1,638	7.5
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
有限会社キャレーヌ	433	2.0
株式会社損害保険ジャパン	312	1.4

(注)1. 持株比率は、自己株式1,145千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	9,550	(41.5)
その他国内法人	8,058	(35.1)
金融機関	4,639	(20.2)
外国法人等	651	(2.8)
証券会社	98	(0.4)



株主メモ (2013年9月30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 http://www.st-c.co.jp/ ※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67期
第2四半期

2013年4月 1日から
2013年9月30日まで

「トドマツオイル」が
ニオイと汚れをキレイにする



空気浄化剤カテゴリーを
新しく創造します! ✨

北の大地・北海道のトドマツの森。その枝葉には、空気の汚れを浄化する成分が含まれていました。クリアフォレスト事業は、トドマツの森林整備時に排出される枝葉から空気をキレイにする森林成分を

取り出すことに成功し、空気の汚染物質(二酸化窒素等)を無害化する空気浄化剤を開発しました。「森の整備に貢献しながら、森の恵みを活かす。」環境課題解決型の新しい取り組みです。

空気浄化剤

「クリアフォレスト クルマ」

森林成分β-フェランドレン等が車内の空気汚染物質を無害するとともに、イヤなニオイを取り除きます。



エアコンルーバー用 シート下・サイドポケット用

●発売: 2013年10月 ●価格: オープン
●初年度販売目標: シリーズ計400万個

エステー 新製品情報

検索

ひよこ広場: 第66期(期末)株主アンケートのご報告: ご協力、ありがとうございました。

株主様の声: ひよこレポート

エステーコメント

見やすくて良い。読む側のことを良く考えている。

株主の声を沢山載せてほしい。

全ページ読んでいます。新製品情報は友人知人にも宣伝しています。

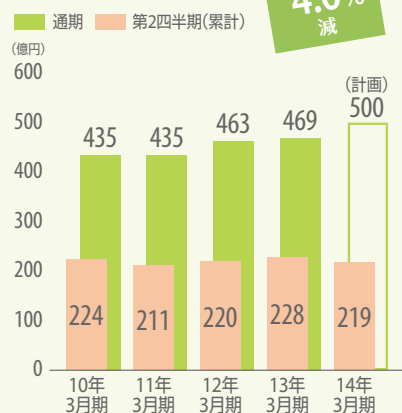
読みづらい。もう少し字を大きく。

ひよこレポートの紙質を落としてもよいのでは?

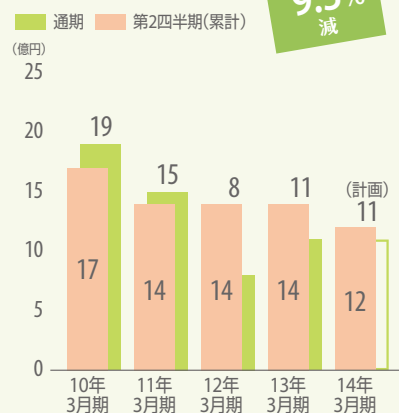
今回より、紙質や文字の大きさ、デザインを新聞風に変更し、コストを抑えました。

財務ハイライト (連結)

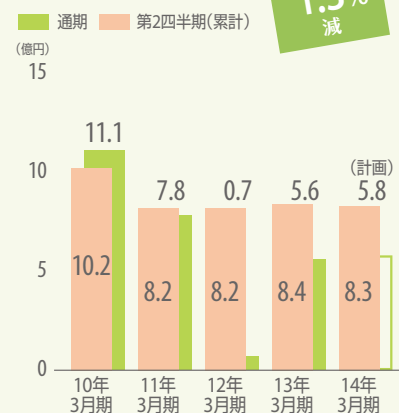
売上高



経常利益



四半期純利益



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。

1,000株以上の株主様 (基準日: 3月と9月の年2回)

※100株以上1,000株未満保有の株主様には1,000円相当の自社製品詰め合わせを(3月末日の年1回)実施しています。

株主優待の詳細はこちら

エステー 株主還元

検索

お届けは
12月中旬を予定



◆3,000円相当の自社製品詰め合わせ

© Disney

株主様の声: 株主優待

娘(29歳)が大ファンです。娘の薦めで株主になりました。

20年以上保有、長期保有者への特典を希望しています!

株主優待、夏に向けて“生ゴミ消臭”ととても助かります。

新製品を入れてもらっているのは嬉しいです。

期待はずれで残念。

化学物質過敏症の株主にも御配慮下さい。

鈴木喬会長:ご挨拶

日頃は大変お世話になっております。
これからの方向について、
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



強いものをますます強く

我社は戦後防虫剤の製造・販売を中心に誕生し、その後次々に新しい市場を創造して成長してきた会社です。

防虫剤(「ムシューダ」、「ネオパラ」等)は、世界で圧倒的なNo.1です(グローバル・ニッチ・No.1)。この秋はシェアを大幅に獲得し、50%寸前にまでなることができました。地域によっては50%を超えるところも出てきています。

約10年前に発売した冷蔵庫の脱臭剤

「脱臭炭」は、安定的にシェア70%を超える、同様に、お米の虫よけ「米唐番」も70%を超えるようになってきました。差別化された新製品を開発し、小さな市場でも圧倒的な存在感をもつ会社を目指しています。

クリアフォレスト事業スタート

産官学で長い間研究してきたクリアフォレスト事業からクルマ用製品がこの10月より発売になりました。この事業は、独立行政法人の森林総合研究所との共同研究にはじまり、独立行政法人科学技術振興機構、北海道庁などのご支援・ご協力を頂きながら生まれたものです。現在、二酸化窒素など、空気の汚染が問題となっています。クリアフォレスト事業では、「空気浄化剤」という新しいカテゴリーを創出するつもりです。ご期待ください。

株主様の声: 会長

親しみやすい会社でいて下さい。

総会に於いて鈴木喬会長に元気もらいました。

会長の著書の「あとがき」同感です。

資本業務提携を利用した施策がみられない。

買った時の半額になっている!

勤めている会社の社長も「エステーの会長が書いた“社長は少しバカがいい”を読んでみて下さい」と言っていた。

鈴木貴子社長:ご挨拶



暮らしを革新する商品をご提案し、皆様から愛される会社を目指してまいります。

取締役 兼 代表執行役社長 (COO)

鈴木貴子

はじめに

上半期は減収減益となりました。前期末3月の急激な気温上昇によりカイロの返品が期初に増加した影響と、消臭芳香剤市場全体の停滞により、主力の「消臭力」は好調に推移するも、それ以外のエアケア製品が低迷した結果、売上は前年同期比4%減となりました。一方、利益面では原価低減への様々な取り組みと高利益商材にフォーカスした営業施策が功を奏し、ほぼ前期並みの純利益を確保することができました。

メガブランド育成に向けて

既存品の育成に努めた当期は、安定した利益をもたらす主力ブランド「消臭力」「ムシューダ」に注力し、「強いものをより強く」の方針を徹底

いたしました。消臭芳香剤では秋に新たに「消臭力 大人の贅沢・至福」

シリーズ、「消臭力 香りバカンス」を追加しました。ユーザーの多様なニーズを満たす傘下製品の充実で、ブランド全体が好調に推移しております。消臭力新CM「ラッキー編」ではポルトガルの少年ミゲル君と演歌歌手さくらまやさんの新ユニットMarMeeが好評を頂き、本年8月度にCM総合研究所の「CM好感度ランキング」において作品別総合第2位にランキングされました。一方、香りつき製品で市場が広がる防虫剤では、春に発売した「かおりムシューダ」1年用が着実に店頭フェイスシェアを拡大し、「ムシューダ」ブランド全体で秋シーズンには大きく市場シェアを伸ばさせることができました。



新規事業「クリアフォレスト」では、排気ガスで汚れた車内の空気をキレイにする「クリアフォレスト クルマ」2品を10月に発売いたしました。イヤなニ

オイを取り除くだけでなく、汚れた空気を浄化する「消臭芳香剤を超えた、次世代のエアケア商品」として、今後育成してまいります。

海外市場では、ASEANに経営資源を集中投下し、現地に根差した製品開発・市場深耕を進めております。アジアで認知度の高い「SHALDAN」ブランドに統一し、エアケアの拡大を図ります。

経営のスリム化

当期よりスタートした「コストカットプロジェクト」は5年計画でロードマップを作成し、年度ごとの目標見通しづけを行いました。社内の慣習、基準を見直し、抜本

的なコストカットを実施してまいります。また下半期からは「SKU削減プロジェクト」を社長直轄で立ち上げました。部門を超えたチームで、増大する品種数・在庫を適正なレベルに保つ仕組みを構築する計画です。経営スリム化でムダを排しコスト低減努力を続ける一方で、生活者に新たな驚き・楽しさを与え暮らしを革新する商品を常にご提案し、ステークホルダーの皆様から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、どうぞよろしくお願い申し上げます。



消臭力CM「ラッキー編」

株主様の声:社長

経営者と株主の心が通じ合っているようで、好感が持てます。

エステーの消臭芳香剤が大好きです。今後ともよろしく。女社長ガンバレ!

同じ女性として、エステーの商品は家庭で使うので女性の視点というのは大切だと思います。

よく本社の前を通りますので親近感を覚えております。

新社長の鈴木様はお嬢様ですか? 続柄を知りたいです。

CMでは話題になっているのに、株価になかなか反映しないのが残念です。

株価が低迷しています。業績アップに頑張ってください。

知った人が貴社の社員らしく、とても良い人だったので、今よりも好く貴社を感じています。

新製品情報

※価格は税抜です。

憧れの地へ！香りと旅するハッピーバカンス！

◆消臭力「香りバカンス」 [玄関・リビング用]

至福のハワイアン
フラワーの香り



●発売：2013年9月
●価格：オープン



情熱のスパニッシュ
ローズの香り



神秘的なアラビアン
ムスクの香り



幻想的なオーロラ
ハーブの香り



開発者の声

旅行をキーワードに、「日常から解放され、ワクワク楽しい！」そんな気分をお部屋にしながら気軽に味わえる新しいシリーズです。

Point ① 憧れの国へ行った 気分になれる デザイン

それぞれの国や地域のコスチュームを身にまとった「ミッキー&ミニー」がパッケージに！

Point ② 思わず試したくなる 世界各国をイメージ した香りネーミング

世界各地の魅力的な香りをギュッと詰め込み、手に取りたくなるようなネーミングを採用！

Point ③ 箱のまま飾る



店頭陳列時



使用時

シリンクをはがせば、すっきり！

置く場所で選べる
両面デザイン！



© Disney

株主様の声:CM

CMが面白く興味を持ちます。社内の雰囲気を表しているようです。

熊雄の出番をもっと増やしてほしい。

消〜臭〜力〜もはや知名度は、エステー≒消臭力？

経営陣の方々自らTVで商品をアピールしてほしい。

TVCMなど知名度が高まり、製品も豊富。株主であることに誇りを持っています。

ソラフラワーからカラーシリーズが新登場！

◆消臭力「ソラフラワーカラー」 [玄関・リビング用]

より華やかに咲く濃密アロマ！ガラスボウルに浮かべた純白のソラフラワーに香りオイルを垂らせば、花が色づきリッチで贅沢な香りが広がります。

●発売：2013年10月
●価格：オープン
●初年度販売目標：本体100万個・つめかえ50万個



グレースピオニー

フリースシア

家事や屋外での作業時に、しっかり手肌を守る！

◆ファミリー[ビニール厚手タイプ]

指・手のひらを強化しているので、やぶれにくく、丈夫です。家事や屋外での作業時に洗剤・汚れ・寒さからしっかり手肌を守ることができる厚手タイプの手袋です。

Point
指と手のひらを強化！

●発売：2013年9月
●価格：オープン
●初年度販売目標：20万双



自分や家族へのご褒美に「プチ贅沢」が人気！

◆消臭力「大人の贅沢・至福」

一歩先のトレンドを捉えた大人の華やかな香りのご提案。玄関・リビング用には大人の贅沢・ミッドナイトベリーの香り、トイレ用には大人の至福・リッチアロマの香りが新登場！

●発売：2013年8月 ●価格：420円
●初年度販売目標：シリーズ計5,280万個



玄関・リビング用

トイレ用

コリや疲れを温めほぐす素肌に貼る温熱シート！

◆メディカルジーン[医療機器]

温熱シートは身体の曲線に沿って曲がってフィットするので、血行を良くし痛みを和らげ疲れをとります。肌に貼るシートタイプで、40℃前後の温度が6時間持続します。

●発売：2013年9月 ●価格：オープン
●初年度販売目標：肩用15万個・腰用10万個



腰用5枚

その他の新製品情報はこちら

エステー 新製品情報

検索



株主様の声:ミュージカル

高知のような地方では、ミュージカルを見る機会がないので、当たるのを望んでいます。

昨年、招待され孫と出かけました。ありがとうございました。

エステーコメント

多数の応募、ありがとうございました。ミュージカルは文化支援活動として行っていますのでご理解の程、よろしくお祈りいたします。一般募集(店頭・Web:4月受付開始)も併せて活用をお願いします。

財務諸表(連結)

Point 1 売上高

防虫剤は秋シーズン順調に推移し平年並みに回復しましたが、カイロの返品が増加したことなどにより、219億円(前年同期比4.0%減)と減収になりました。

Point 2 利益

原材料価格の上昇など経営環境が悪化する中、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、売上が伸び悩んだことなどにより、営業利益13億円(同16.7%減)、経常利益12億円(同9.5%減)、四半期純利益8億円(同1.3%減)と減益になりました。

Point 3 1株当たり情報

この結果、1株当たりの純利益は38.29円となり前年同期38.78円から減少しました。一方、1株当たりの純資産は前期末から33.91円増加し939.75円となりました。

連結貸借対照表(要旨)

(単位:百万円)

	当第2四半期 2013年9月30日現在	前期 2013年3月31日現在
資産の部		
流動資産	16,606	15,532
固定資産	14,601	14,543
有形固定資産	7,509	7,524
無形固定資産	189	166
投資その他の資産	6,901	6,853
資産合計	31,207	30,076
負債の部		
流動負債	8,370	8,057
固定負債	1,873	1,805
負債合計	10,243	9,862
純資産の部		
株主資本	20,649	20,008
資本金	7,065	7,065
資本剰余金	7,067	7,067
利益剰余金	8,302	7,661
自己株式	△1,787	△1,786
その他の包括利益累計額	△241	△337
新株予約権	91	108
少数株主持分	465	433
純資産合計	20,964	20,213
負債純資産合計	31,207	30,076

連結損益計算書(要旨)

(単位:百万円)

	当第2四半期 自2013年4月1日 至2013年9月30日	前第2四半期 自2012年4月1日 至2012年9月30日
売上高	21,960	22,883
売上総利益	10,238	10,511
営業利益	1,348	1,619
経常利益	1,281	1,416
税金等調整前四半期純利益	1,253	1,328
四半期純利益	831	842

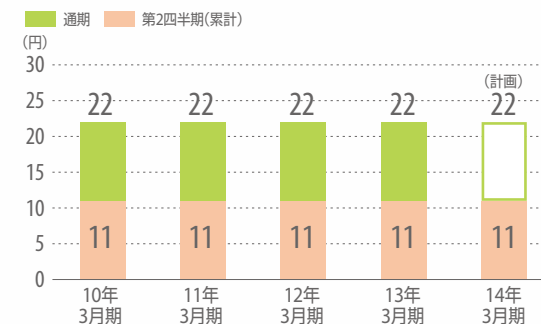
連結キャッシュ・フロー計算書(要旨)

(単位:百万円)

	当第2四半期 自2013年4月1日 至2013年9月30日	前第2四半期 自2012年4月1日 至2012年9月30日
営業活動による キャッシュ・フロー	△526	37
投資活動による キャッシュ・フロー	△449	△1,113
財務活動による キャッシュ・フロー	△214	△299
現金及び現金同等物に 係る換算差額	43	9
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	△1,146	△1,366
現金及び現金同等物の 期首残高	4,469	5,920
新規連結に伴う現金 及び現金同等物の増加額	25	—
現金及び現金同等物の 四半期末残高	3,348	4,554

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。



決算説明会の
動画配信中

社長
鈴木貴子

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・配当

他社に比べ簡単な感じが。

財務関連は見やすく、素人にも好感が持てます。

財務がいいのに、配当が少ない。

財務状態に一応安心していますが、知名度がもっとあってほしいと思う。

業績連動配当率も検討して下さい。

株価・商品とも安定しており大ファンです。欲を言うと、現水準で3%前後の配当が出せると、安定保有の個人株主がつくとと思います。

配当、株価など、上を望むとキリがないので、まあいいか!でもほしい!!

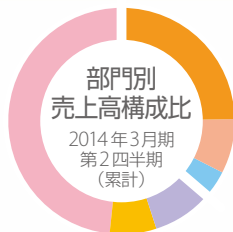
経営努力をして頂き、もう少し配当金をつけてほしいです。

部門別の概況(連結)

防虫・衛生関連事業の売上高は80億円(前年同期比3.5%減)となり、家庭環境関連事業の売上高は139億円(同4.4%減)となりました。

家庭環境関連事業 **63.5%**

- エアケア(消臭芳香剤) 48.1%
- 湿気ケア(除湿剤) 6.9%
- ホームケア(その他) 8.5%



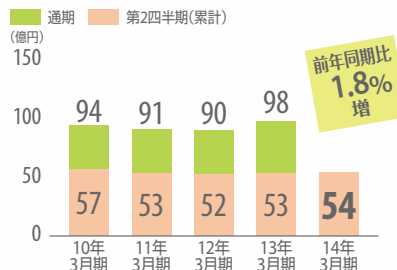
防虫・衛生関連事業 **36.5%**

- 衣類ケア(防虫剤) 24.8%
- ハンドケア(手袋) 7.7%
- サーモケア(カイロ) 4.0%

防虫・衛生関連事業

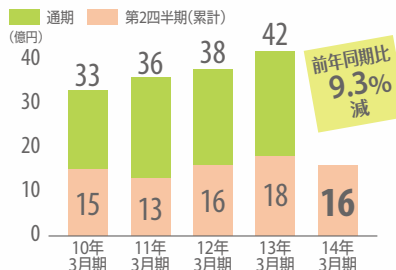
■ 衣類ケア(防虫剤) 部門

春発売の「かおりムシューダ」1年用は順調。秋シーズンの立ち上りは平年並みに安定的に推移。



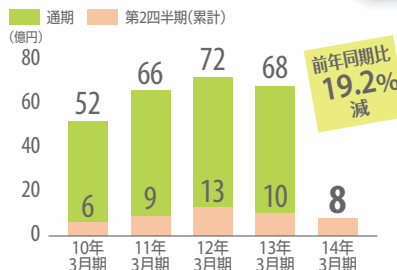
■ ハンドケア(手袋) 部門

海外で「中厚ビニール」「業務用ニトリルゴム」手袋等の売上が伸長。その他の製品の売上は低調。



■ サーモケア(カイロ) 部門

昨年末は寒波等の影響で売上を伸ばしたが、シーズン終了後の返品が増加し売上が減少。



海外の状況

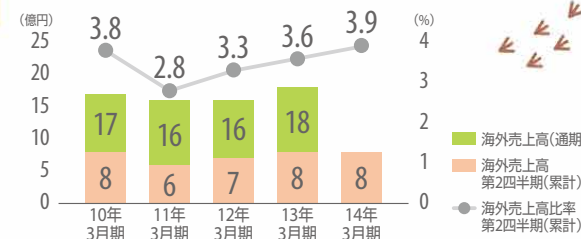
欧米

欧州・米国・豪州・ロシア等で、業務用・家庭用手袋の新規取引の拡大により売上が伸長。

アジア

香港は全カテゴリーで売上が伸長。韓国は新規チャネル(TVショッピング)で大きく伸長。

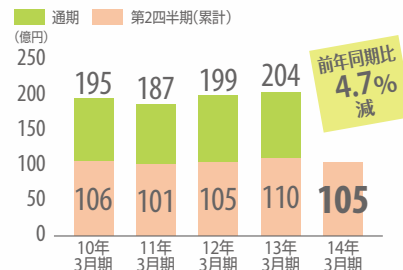
海外売上高の推移(連結)



家庭環境関連事業

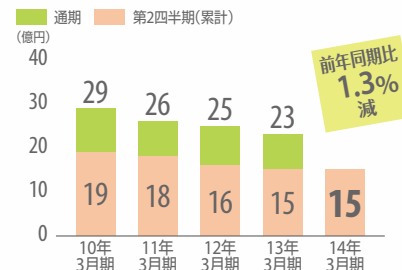
■ エアケア(消臭芳香剤) 部門

主力の「消臭力」ブランド、「脱臭炭」ブランドの売上は堅調。その他既存製品の売上が低調。



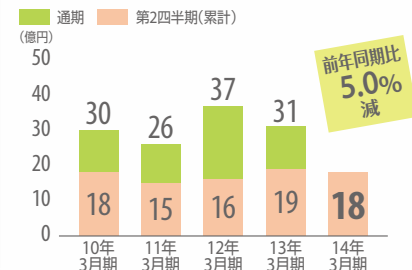
■ 湿気ケア(除湿剤) 部門

付加価値製品のシートタイプは堅調。低価格競争の激化により全般的に売上が低迷。



■ ホームケア(その他) 部門

お米の虫よけ「米唐番」等は順調。家庭用放射線測定器「エアカウンター」は一段落。



株主様の声: 製品

新製品が写真付きであり、お店で目にする、つい手にとってしまう。

ソラフラワー、おしゃれな器、本当に素敵な香りです。

ありそうでなかったゴミ消臭力が良かったです。

間伐材の枝葉から抽出した水を利用した商品。こんな商品を待っていました。

環境を考えると、是非詰め替え用消臭力!!

ゴム手袋で右手のみを販売して下さい。右手だけダメになり左手が残るから。

ムシューダのように日常生活に密着している商品の開発。

新製品だけでなく、現在販売中の製品についても、周知する必要があるのではないか。

エスターコメント

主な既存品は部門別の概況に掲載しています。