



空気をかえよう

私たちは経営理念や社是を、皆様とともに共有し信頼関係を深め、
「世にない商品の開発」で、革新的な新製品・新事業を創造し、
空気を通して、お客様の暮らしを明るく元気にすることを目指しています。

私たちの強みは、「グローバル・ニッチ・No.1」を目指し、
消臭芳香剤「消臭力」、防虫剤「ムシューダ」、脱臭剤「脱臭炭」、除湿剤「ドライペット」など、
生活日用品の中でもニッチ市場に特化したユニークなブランドを数多く保有していることです。

2015年9月、国連では「持続可能な開発目標(SDGs)」の採択に向け、議論が進められています。

私たちは、新機軸「空気の質をかえるクリアフォレストの技術」を通じて、
“エスティーらしさ”を活かした社会的課題解決型市場(健康・高齢化対応)を創造してまいります。

本書は、持続的な企業と社会の相乗発展と、企業価値の向上を目指した
暮らしの空気をかえる事業活動や、社会全体の空気をかえる取り組みなど、
私たちが、これから目指す方向性について掲載しています。

Contents

マネジメント&ガバナンス	2
事業の概況	10
財務・非財務ハイライト	12
会社概要/コミュニケーション・ツールの全体像	13

将来見通しに関する注意事項:本報告書には、将来の計画、戦略、業績などに関する記述が含まれております。
これらは、現在入手可能な情報から当社が判断した見通しであり、今後の経済情勢、事業環境、需要、為替レートの変動などにより、実際の業績がこれらの見通しと大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。
(注)記載のグラフや表における年度表記については、特に記載のない限り決算期(3月期)を示しています。



私たちは、“空気を通して暮らしを明るく元気にします”

取締役 兼 代表執行役社長(COO)

鈴木貴子

【経営方針】 私たちのビジネスは経営理念と社是のもと、空気を通してお客様の暮らしを明るく元気にする事です。経営方針は、従来の「強くて速い会社(絞り込みと集中、世にない商品の開発、スピード経営)」を継承するとともに、ブランド価値経営を掲げており、企業と社会の持続的な相乗発展を目指しています。



経営理念

- 社会に対する奉仕と信頼を使命とし、絶えず製品の改良を図り顧客に最も信頼され得る製品または異色ある製品たらしめること。
- 企業の永遠の繁栄を図り、従業員が希望と誇りを持ち一生を賭して悔ゆるところなき職場たらしめること。
- 常に和と礼儀を重んじ、お客様をはじめとした様々な関係者、さらには社会全般から最も信頼され得る最高の会社たること。

【レビュー】 現在、主力であるエアケアのシェアは、国内No.2(世界No.5)、その他カテゴリーでも独自性の強いブランドを数多く保有(国内シェアNo.1・2)しています。海外売上高比率は7%で、ASEAN地域を中心に拡大を図っています。事業環境は、市場競争の激化や原材料価格の不透明感が続いています。一方で、お客様の生活意識の変化や環境意識や健康志向の高まり、人口減少や高齢化社会の進行といった社会的課題の増大が見られます。



本社ショールーム

【長期戦略】 私たちの目標は、経営環境の変化に左右されない強い事業基盤の構築です。①国内エアケア市場でシェアNo.1(世界No.4)、②革新的な新規市場の創造、③海外市場ではASEANでプレゼンスを確立、④営業利益率10%を掲げています。私たちの戦略は、ブランド価値経営です。①新製品・新規事業・海外新市場で「顧客の創造」に努め、②ワンベクトルものづくり、トータルコストカットにより「高収益体制」を構築し、③事業部制・人事制度・E(環境)S(社会)G(ガバナンス)強化で「基盤整備」を図ります。



本社エントランス

【株主還元】 配当は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ます。自己株式の取得は、株主価値や資本効率の向上などを目的として弾力的に考えていきます。2015年3月期(以下「当期」)の配当金は22円。2016年3月期(以下「今期」)の配当金も22円を予定しています。

ガバナンス

【コーポレート・ガバナンスの考え方】取締役会は、コーポレート・ガバナンスを、企業と社会の持続的な相乗発展を支える仕組みであると考えています。株主をはじめ、すべてのステークホルダーの皆様のために、透明性・公正性があり、価値創造に向けた積極的な意思決定を行う仕組みを整えることにより、社会の発展に寄与し、企業を持続的に成長させることができると考えています。株主への受託者責任の自覚と株主の権利・平等性の確保を認識し、適切な対応・説明責任を果たしてまいります。

【コーポレート・ガバナンス体制の変遷】2004年6月には、取締役会の監督機能を高め、経営の質の向上、迅速な意思決定、機動的な業務執行を強化するために、透明性・公正性の高い委員会等設置会社に移行し、社外取締役を過半数としました。

2008年6月には、初めて女性取締役を選任し、今期は女性取締役比率38%となっています(執行役も10人中2人が女性)。

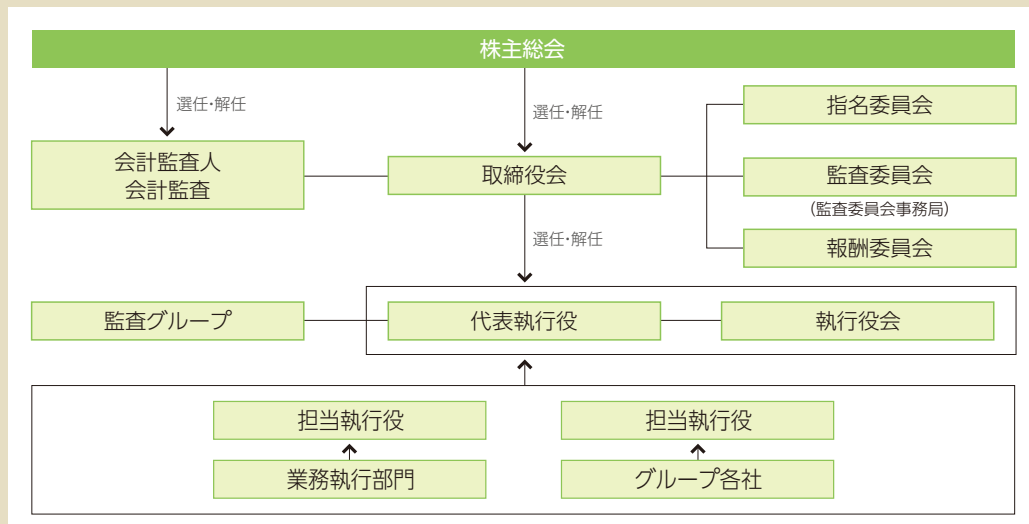
さらに、経営やマーケティング、会計など多様な知識・経験・スキルを持った独立社外取締役を選任しています(経済産業省主催「平成25年度ダイバーシティ経営企業100選」に選定)。

2015年は、実効性を高めるための取締役会評価も実施します。

2004年 ↓ 委員会等設置会社
2008年 ↓ 女性取締役選任
2015年 ↓ 取締役会評価

コーポレート・ガバナンスの
向上に努める

【コーポレート・ガバナンス体制】



持続的な企業価値創造の考え方を聞かせてください

【サステナビリティの考え方】 私たちが長期にわたり事業を継続するためには、健全な経済・環境・社会のもと、企業と社会の良好な関係が欠かせません。私たちは、ステークホルダーの皆様からの要請や期待に応えるために、基本的な責任としてのCSRに取り組むとともに、事業活動を通じたエステラしい価値創造を行い、サステナビリティの実現を目指します。それにより、企業と社会の持続的な相乗発展が図られ、企業価値の向上・株主価値の増大が可能になると考えています。

【戦略とサステナビリティの構成】

項目	主な取組み	内容
価値創造のCSR	汚れた空気を浄化する事業	汚染された空気を無害化し健全にするクリアフォレスト事業を推進。
	空気を快適にする商品開発	暮らしを豊かにする商品の提供で社会のニーズへ適応。
基本的な責任としてのCSR	環境 製品を通じた取組み 製造・物流プロセスを通じた取組み	パッケージや包装、製造や物流プロセス等を見直し環境への負荷を軽減。 品質管理や適切な情報提供、お客様相談窓口の設置。
	消費者 安全で安心な製品の提供	
	人材 ダイバーシティ(多様性)の推進 感性を豊かにする従業員教育(世界一周研修) コンプライアンスの啓蒙	多様性の推進や人材育成、コンプライアンスの啓蒙により社会からの信頼を維持・向上させる体制づくり。
	地域 教育機関への教育支援 ミュージカルを主催	主要顧客の活性化と、地域コミュニティの教育支援。

【執行役の管掌】

(2015年6月16日現在)

執行役	担当	
代表執行役会長	経営全般担当	鈴木 喬 ※
代表執行役社長	経営全般担当	鈴木 貴子 ※
常務執行役	事業本部統括担当 兼 防虫・除湿事業本部 本部長 兼 手袋事業本部 本部長	紺田 司
常務執行役	経営管理部門担当 兼 製造部門担当	石川 久美子 ※
常務執行役	営業部門担当	上月 洋
執行役	ホームケア事業本部 本部長	鹿毛 康司
執行役	エアケア事業本部 本部長	北原 雅美
執行役	経営戦略部門担当 兼 関係会社担当	吉澤 浩一 ※
執行役	R&D部門担当	辻 幹夫
執行役	国際部門担当 兼 海外グループ会社統括担当	早坂 敬一

※取締役兼務

【社外取締役の構成】 持続的な企業価値創造のためには、多様な知識・経験・スキルを持つ社外取締役による監督・助言が重要であると考えています。社外取締役の現在の構成は、下記の通りです。

	経営・戦略	マーケティング	グローバル経営	サステナビリティ	会計・実務	コンプライアンス リスク管理
恩藏 直人	○	○		○		
鈴木 幹一		○				
有賀 文宣					○	
宮川 美津子			○	○		○

選任と解任の仕組みは、会社法に則り指名委員会が内容を決定し、株主総会で決議します。

【役員報酬】 報酬委員会が方針を定め、決議します。役員が中長期的な企業価値の継続的な向上を目指し、株主の皆様と利益を共有することができる報酬制度に2015年4月30日の報酬委員会で改定しました。株主の皆様との利益の一致を目指し、執行役に対して毎期業績に連動してポイントを付与すると同時に、中長期インセンティブとして退任時に株式を給付する株式報酬制度を取っています。

【取締役の構成】

(2015年6月16日現在)

取締役	指名	監査	報酬	
取締役会議長	○			鈴木 喬 ※
取締役(社外)★	◎	○	◎	恩藏 直人
取締役(社外)	○			鈴木 幹一
取締役(社外)★		◎	○	有賀 文宣
取締役(社外)★	○	○		宮川 美津子
取締役	○			鈴木 貴子 ※
取締役			○	石川 久美子 ※
取締役				吉澤 浩一 ※
8名(社外4名)	5名	3名	3名	

◎委員長 ○委員 ※執行役兼務 ★独立社外取締役



鈴木 喬



恩藏 直人



鈴木 幹一



有賀 文宣



宮川 美津子



鈴木 貴子



石川 久美子



吉澤 浩一

企業価値創造を実現する仕組みを聞かせてください

【バリュー】 私たちは、経営理念や行動規範がエステーの価値創造の源泉であり、ブランド価値経営の最も重要な資本であると考えています。

法令や社内外の諸規則・倫理の遵守はもちろん、エステーのバリューの実践こそが、空気を通してお客様の暮らしを明るく元気にすることにほかならないと考えています。私たちは、それらを実現させるために下記の施策を行っています。

【バリューの浸透策】 2010年からスタートしたSTR(エステー一流経営改革)において、全社で経営理念や行動規範を行動と一致させる取り組みを導入し、目標設定・業績評価や階層別教育などとの連動を進めています。さらに、行動規範カードの配布や朝礼で唱和するなど、日々の意識づけも行っています。



STR風景

【組織体制】 今期より、事業毎のマーケティング強化を目的に事業部制に移行しました。縦軸を事業別に、横軸を機能別のマトリックス組織に変え、より迅速にお客様に対応できる体制を整えました。

【事業部制 マトリックス】

防虫・除湿事業本部	エアケア事業本部	ホームケア事業本部	手袋事業本部
		R&D部門	
		製造部門	
		コーポレート・コミュニケーション部門	
		営業部門	
		グループ会社	

【指標】 コンパクトな会社を維持しつつ、「世にない商品の開発」で新市場を創造し競争優位(高い利益率)を獲得するとの観点から、財務面は投資効率の指標・非財務面では企業ブランド調査などを指標として検討しています。

【バリュー浸透策の監督】 報酬委員会が定期的にレビューを行います。同委員会が、目標設定・業績評価などをチェックし、取締役会に報告し、議論いたします。

【従業員の不利益防止策】 通報窓口として既にヘルプラインが設置されています。今後は、さらに独立性を高めるための整備を検討してまいります。

【社外取締役の独立性】 取締役会の実効性を高めるためには、社外取締役の独立性が重要であると認識しています。2010年より独立社外取締役を選任し、現在は社外取締役4人中3人が基準を満たしています。独立性の基準は、東京証券取引所の基準を採用しており、現在は独自の基準を検討しています。

【独立社外取締役の有効な活用】 さらに、取締役会の監督機能を高めるため、コーポレートガバナンス・コードにもとづき、今期より筆頭独立社外取締役の選出、独立社外取締役のみによる定期会合も検討してまいります。

【取締役のトレーニング】 取締役会の教育については現在、新任時に実施していますが、今後は必要に応じてすべての社外取締役に対して適時検討していく考えです。

リスクの考え方を聞かせてください

【リスク対応】 リスクを認識し適切に管理することが事業の持続的な成長のための重要課題の一つと考えています。リスク管理では、企業を取り巻く多様な経営リスクを未然に防止するとともに、万一の被害を最小限に抑えることを目的としています。規程を定めグループ全体でリスク管理委員会を設置し、リスク管理の体制整備とリスク発生時の対応のルール化を進めています。主なリスクには、競争環境の激化、海外での事業活動、原材料価格の影響、天候不順による影響、自然災害の影響などがあります。



リスク管理委員会風景

【コンプライアンス】 社会の法令・諸規則・倫理・社会規範を守り責任を果たすことは、企業が事業活動を行う上での基本であると考えとともに、社会から求められる期待に応えていくことで、すべてのステークホルダーからの信頼性の維持・向上を目指しています。

株主との対話促進の考え方を聞かせてください

【株主との対話促進】 私たちは、持続的な成長のためには、投資家・株主との建設的な対話が重要であると認識しています。そのために、対話を促進するための体制を下記の通り整えてまいります。

責任者	経営戦略部門担当執行役
対話担当部署	人事・総務グループ及び広報グループIR担当
対話を補助する体制	経営企画、経理財務、人事総務、法務など関連部署が連携し補助を行う
個別面談以外の方法	ホームページ「企業情報サイト」の充実と、「エステー資料室」、「IRニュース」に開示物を掲載
フィードバックの方法	対話後にレポートを作成し、取締役会・経営陣に報告するとともに、いつでも閲覧できるようにデータベースに管理
インサイダー情報の管理	内部情報管理規程を整備している



エステー資料室画面

最後に、これらの取り組みにより企業と社会の持続的な相乗発展を図り、企業価値の向上・株主価値の増大を目指してまいりますので引き続き、よろしくお願いいたします。

【リスク対応の監督】 リスク管理委員会が定期的開催され、その活動を代表執行役・執行役会および監査委員会に報告し、監査委員会が取締役会に報告しています。

【コンプライアンス体制の監督】 コンプライアンス委員会は定期的開催され、審議・決定事項を、代表執行役・執行役会・関連グループと監査委員会に報告し、監査委員会が取締役会に報告しています。


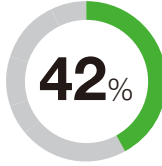

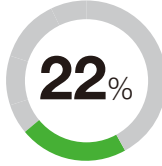

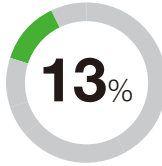

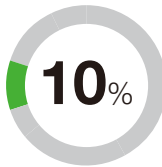

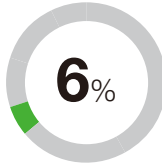

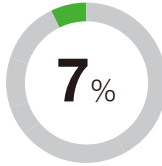
【株主との対話促進の体制整備】 取締役会が方針を検討・承認するとともに、定期的に見直しをする仕組みを整えてまいります。

【コーポレート・ガバナンスの概要】 当期の取締役会の活動状況は、下記の通りです。

(2015年3月期)

ガバナンス形態	委員会設置会社(指名委員会等設置会社)
取締役の人数	9人
社外取締役の人数	5人(56%)
独立社外取締役の人数	2人(東京証券取引所指定として届出)
取締役会のダイバーシティ	女性取締役4人(社外:2人)
取締役会の年間開催数	10回
取締役会の平均出席率	100%
取締役の任期	1年
取締役会議長とCEO	兼任
指名委員会	5人(社外:3人・委員長:社外)
監査委員会	4人(社外:4人・委員長:社外)
報酬委員会	3人(社外:2人・委員長:社外)

事業の概況

事業内容	保有ブランド	マーケットシェア	売上構成比	売上高 / 前年比
エアケア (消臭芳香剤)	消臭力CM 	消臭芳香剤 (2位) 30% 脱臭剤 (1位) 75%	 42%	20,318 百万円 -0.7%
衣類ケア (防虫剤)	ムシューダCM 	防虫剤 (1位) 48%	 22%	10,404 百万円 +0.8%
サーモケア (使い捨てカイロ)		使い捨てカイロ (2位) 19%	 13%	6,093 百万円 +1.4%
ハンドケア (手袋)		家庭用手袋 (2位) 24%	 10%	5,069 百万円 +16.9%
湿気ケア (除湿剤)	ドライペットCM 	除湿剤 (1位) 34%	 6%	2,941 百万円 +17.0%
ホームケア (クリーナー・その他)	米唐番CM 		 7%	3,434 百万円 +2.8%

グローバル対応強化 海外売上高比率7%。もうひとつの成長ドライバーとして、グローバル対応を強化。

資本業務提携の推進 フマキラー(株)、NSファーファ・ジャパン(株)と資本業務提携契約を締結。

新規事業の推進 2011年、研究機関と共同で研究・開発した技術ブランド「クリアフォレスト」をスタート。

市場環境	事業の特徴と強み	当期の概況と今後の戦略
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場は成長市場。2014年度は、消費増税後の反動減の影響などにより足踏み状態。 ● 香りを重視した商品と車用は拡大傾向、今後も成長が期待できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 当社売上高の42%を占める主力部門であり、今後成長を見込んでいる部門。 ● 当社最大のメガブランド「消臭力」や炭の力で強力脱臭「脱臭炭」など、独自性の強いブランドを保有。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主力ブランド「消臭力」の新製品などが売上に寄与したが、消費増税後の反動減の影響をカバーできず、売上は減少。 ● 今期は、香りを重視した商品と車用に注力。主力ブランド「消臭力」の拡充と、より香りを楽しむブランド「SHALDAN」の提案で、新規需要の開拓を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場は横ばい、安定市場。 ● 今後は、収納スタイルの変化など、多様なニーズへの対応がカギ。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 創業以来の事業で、エアケア部門と並ぶマーケティングの最重要部門。 ● 大切な衣類を虫食いから守る信頼のトップブランド「ムシューダ」「ネオパラエース」などを保有。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費増税後の反動減の影響はあったが、積極的な販売促進やパッケージのリニューアルなどにより、売上は増加。 ● 今期は、主力ブランド「ムシューダ」の吊り下げタイプを拡充するなど、多様なニーズに対応し、さらなるシェア拡大を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場は気候変動の影響が大きい。差別化が難しく競争の激しい市場。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 冬場の商材。春秋の防虫剤と連動した売場コントロールの役割も兼ねる。 ● アライアンス商品。2003年7月よりマイコール(株)の「オンパックス」などを保有。品質に定評があり、足まわり商品が強み。 	<ul style="list-style-type: none"> ● シーズンの立上りは比較的温暖だったが、販売価格の見直しなどにより、売上は増加。 ● ブランドの強化・育成を図るとともに、新規需要の開拓・拡大を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 家庭用・業務用ともに市場は拡大傾向。 ● 作業性を高めることに加え、機能強化や付加価値の提案がポイント。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 衣類ケア部門に続く、60年前からの息の長い定番部門。 ● 家庭用手袋「ファミリー」、業務用手袋などを保有。破れやすい指先を強化した手袋や突き刺しに強いニトリルゴム製の手袋を展開。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内・海外市場における業務用手袋が伸長した結果、売上は増加。 ● ブランドの強化・育成を図るとともに、新規需要の開拓・拡大を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場は横ばい。差別化が難しく、競争の激しい市場。 ● 今後は、新しい用途や新機能などの付加価値の提案がカギ。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 1981年の「ドライペット」発売以来、常に市場を牽引してきた部門。 ● 主力ブランド「ドライペット」、除湿に脱臭を付加した「備長炭ドライペット」などを保有。つめかえタイプやシートタイプなど、充実したラインアップを展開。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主力ブランド「ドライペット」のタンクタイプやシートタイプなどが好調に推移し、売上は増加。 ● 今期は、備長炭の入った付加価値製品のリニューアルなどにより、新規需要の創出を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● ニッチなクリーナー市場や米びつ用防虫剤市場は堅調。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ニッチなクリーナーや、その他育成中の新製品をまとめた部門。 ● 「ウルトラパワーズ」「おひさまの洗たく」などのニッチなクリーナー、米びつ用防虫剤「米唐番」など、独自性のある商品を保有。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 米びつ用防虫剤「米唐番」や海外市場の売上が伸長したことにより、売上が増加。 ● 今後もさらなる成長のための、新しい領域への挑戦を展開する。

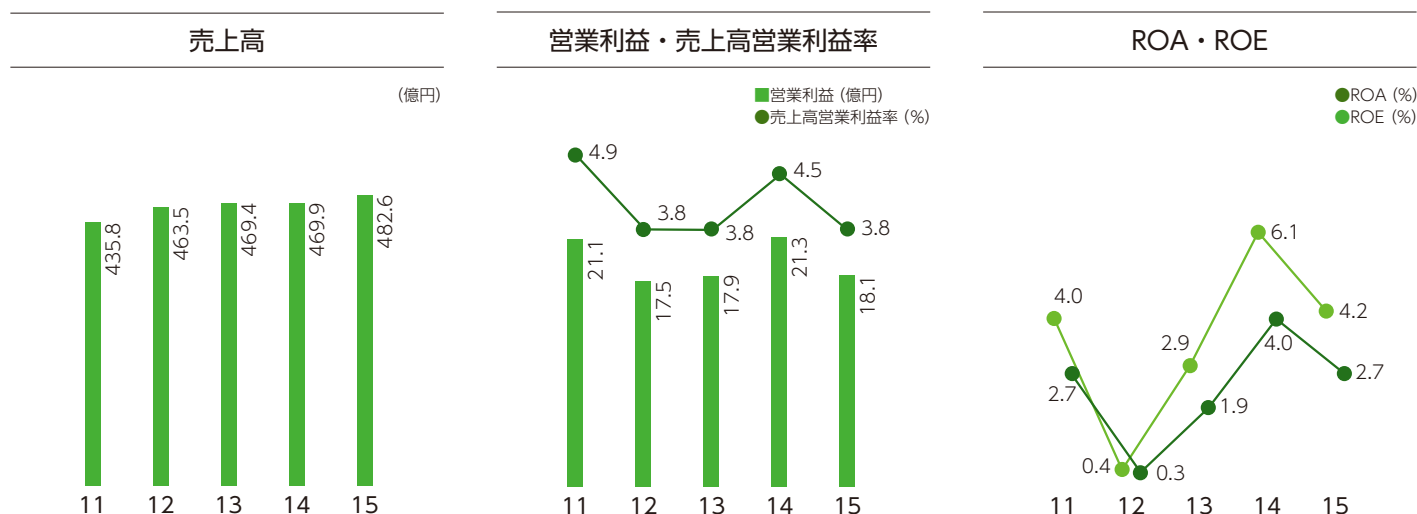
海外は、戦略エリアと展開カテゴリーを絞り込む。戦略エリアはASEANに、展開カテゴリーはエアケアに絞り込む。

3社の事業領域が互いに補完関係にあることを活かし、3社事業の発展・収益性の向上を図る。

2013年にはクリアフォレスト事業部を設置。空気の質をケアする「空気浄化剤」という新しい市場を創造する。

マーケットシェアは、株式会社インテージ「SRI カテゴリーによってフィルターあり」(1~12月で集計、使いすてカイロのみ4~3月で集計)。

財務・非財務ハイライト



決算期(3月期)		2014	2015
会計年度 (百万円)	売上高	¥46,992	¥48,263
	営業利益	2,131	1,812
	当期純利益	1,233	892
	研究開発費	563	512
	設備投資額	942	1,485
	減価償却費	894	844
	フリー・キャッシュ・フロー	2,624	369
会計年度末	総資産	32,370	33,785
	純資産	21,086	22,600
	発行済株式数 (千株)	21,852	21,850
財務指標 (%)	売上高営業利益率	4.5	3.8
	総資産当期純利益率*1 : ROA	4.0	2.7
	自己資本当期純利益率*2 : ROE	6.1	4.2
	自己資本比率	63.2	64.8
非財務実績	CO ₂ 排出量 (t)	3,884	3,752
	従業員数 (人)	760	859
	女性取締役比率 (%)	33.0	44.0
	社外取締役比率 (%)	56.0	56.0
株式実績 (円)	1株当たり当期純利益	¥ 56.74	¥ 40.83
	1株当たり純資産	936.06	1,001.84
	1株当たり配当金	22	22
	株価*3	999	1,021

※1:総資産当期純利益率(ROA)=当期純利益÷総資産(期首・期末平均)×100

※2:自己資本当期純利益率(ROE)=当期純利益÷自己資本(期首・期末平均)×100

※3:株価は3月期末の終値

会社概要

社名

エステー株式会社

(英文社名:S.T. CORPORATION)

本社所在地

〒161-8540

東京都新宿区下落合1-4-10

TEL.03(3367)6111(代)

設立

1948年8月31日

決算期

3月31日

資本金

70億6,550万円

従業員数(2015年3月末)

連結 859名 単体 402名

(パートタイマー・嘱託を除く)

上場証券取引所

東京証券取引所 市場第一部

主なグループ会社

- ・エステートレーディング(株)
- ・エステービジネスサポート(株)
- ・S.T.(タイランド)
- ・ファミリーグローブ(台湾)
- ・エステーコリア
- ・日本かおり研究所(株)
- ・エステーグローブ(株)
- ・シャルダン(フィリピン)
- ・愛敬S.T.(韓国)
- ・シャルダン(タイランド)
- ・コーポレーション(韓国)

コミュニケーション・ツールの全体像



コミュニケーション・ツールは、エステー企業情報サイトの「エステー資料室」に掲載しています。ご自由にご覧ください。



〒161-8540 東京都新宿区下落合1-4-10
<http://www.st-c.co.jp/>



FSC®森林認証紙にノンVOCインキ(石油系溶剤0%)で印刷されています。

発行: 2015年9月