

2022年3月期（第75期）

第2四半期 決算説明会

2021年10月28日

エステ株式会社

代表執行役社長 鈴木 貴子



前年比較は、「収益認識に関する会計基準」をもとに推計

① 決算概要のご報告

② 下期の取り組み

「言った事を成す」組織へ

- **減収減益**
- **新型コロナウイルス感染症に伴う需要は一服するも底上げ**
- **高付加価値商品の伸長と手袋の価格政策により粗利率が改善**

減収減益

	連結	当初計画比	前期に新基準を適応したと仮定した増減率
売上高	234億円	95.4%	99.0%
営業利益	25億円	99.4%	98.1%
経常利益	27億円	100.6%	96.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	18億円	102.5%	93.5%
親会社株主に係る 四半期包括利益	13億円		

配当19円

(前年同期18円)

2022.3期Q2 業績ハイライト <連結>



	2022.3期Q2		前期に新基準を 適応したと 仮定した売上比
	実績	売上比	
売上高	234億円	-	-
売上原価	135億円	57.6%	58.8%
売上総利益	99億円	42.4%	41.2%
販売管理費	73億円	31.4%	30.1%
営業利益	25億円	11.0%	11.1%

2022.3期Q2 業績ハイライト <カテゴリー別売上高>



カテゴリー		売上高	構成比	前期に新基準を 適応したと 仮定した増減率
エアケア	(消臭芳香剤)	106億円	46%	99%
衣類ケア	(防虫剤)	47億円	20%	100%
サーモケア	(カイロ)	9億円	4%	101%
ハンドケア	(手袋)	29億円	12%	97%
湿気ケア	(除湿剤)	19億円	8%	87%
ホームケア	(その他)	22億円	10%	112%
合 計		234億円	100%	99%

営業利益の増減 0.4億円減少

増加要因

販売価格引上げによる増加

419

購買・製造原価等の低減

222

その他

182

減少要因

原材料等の価格の上昇 -376

マーケティング費の増加

-243

棚卸評価損・廃棄損等の増加

-152

販売数量減少による低下

-101

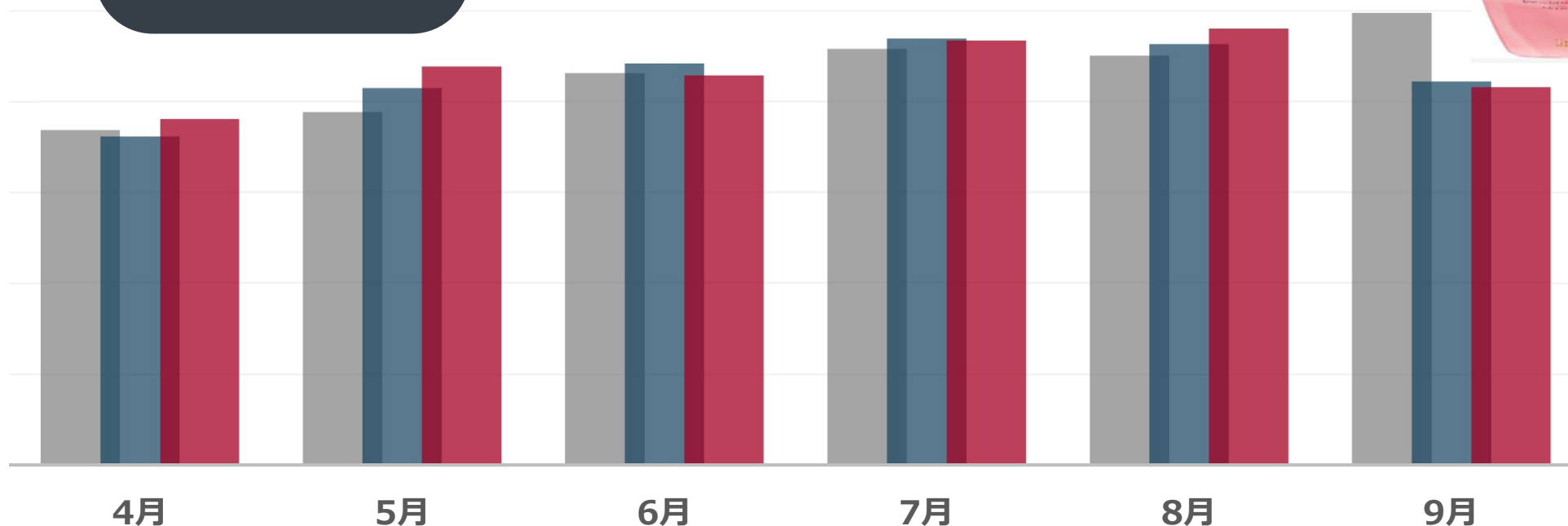
単位：百万円

高付加価値品が堅調に推移

【4-9月 前年比】 市場101.5% **エステー103.5%**



新用途拡大



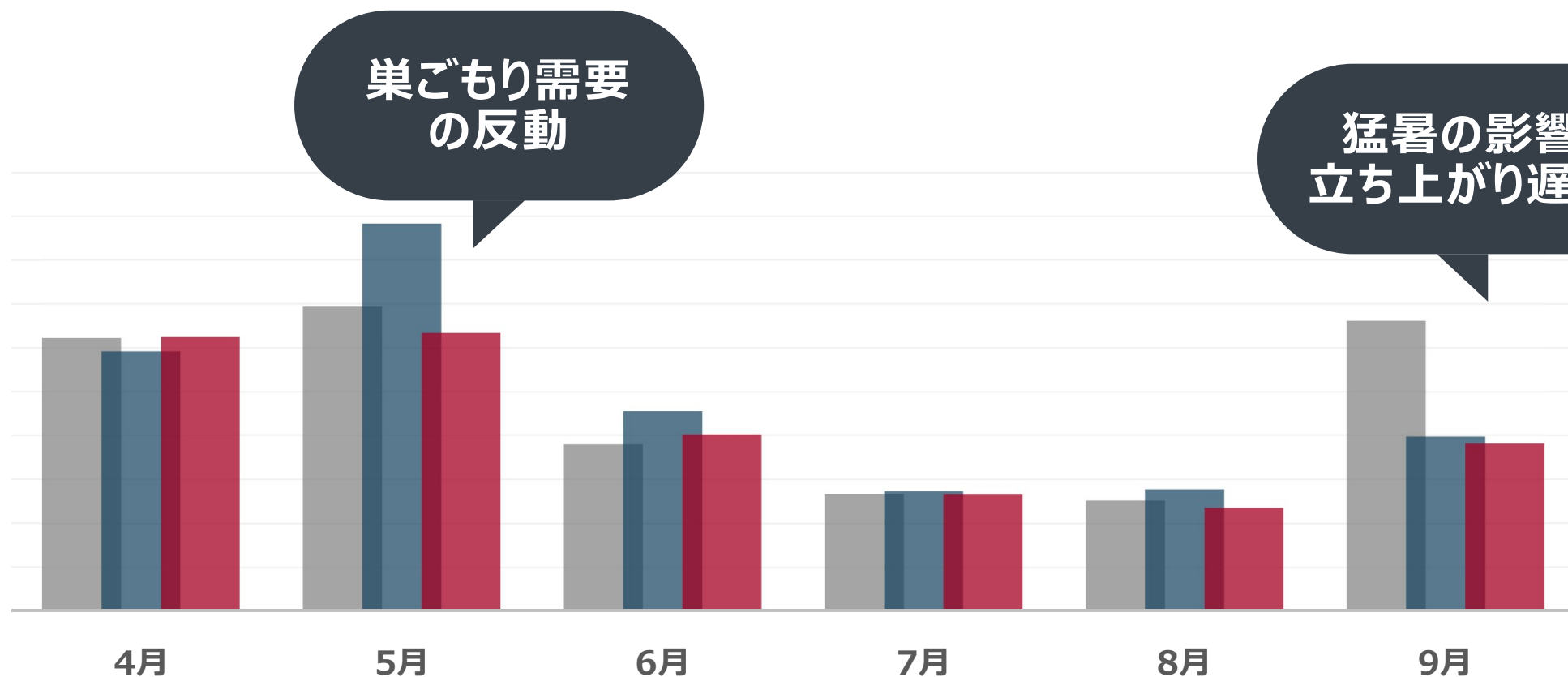
出典：株式会社インテージ S R I +
消臭芳香剤・車含む
推計販売規模（金額）

■ 2019年 ■ 2020年 ■ 2021年

Copyright © S.T. Corporation. All rights reserved.

巣ごもり需要は落ち着き 平年並みに

【4-9月 前年比】 市場88.3% **エスター89.2%**



出典：株式会社インテージ S R I +
防虫剤（人形用除く）
推計販売規模（金額）

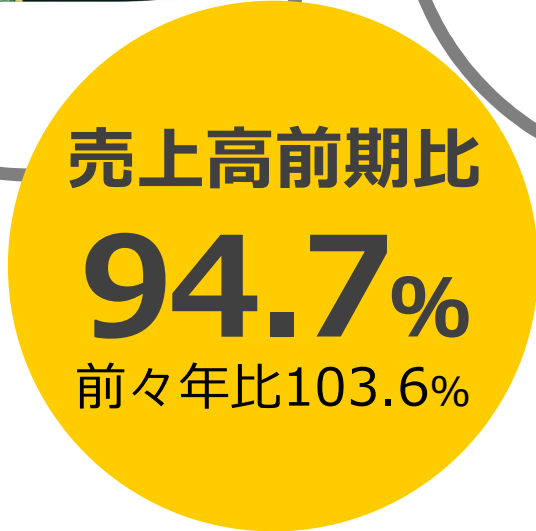
■ 2019年 ■ 2020年 ■ 2021年

衛生・巣ごもり需要は 一服するも底上げ

手袋



脱臭炭



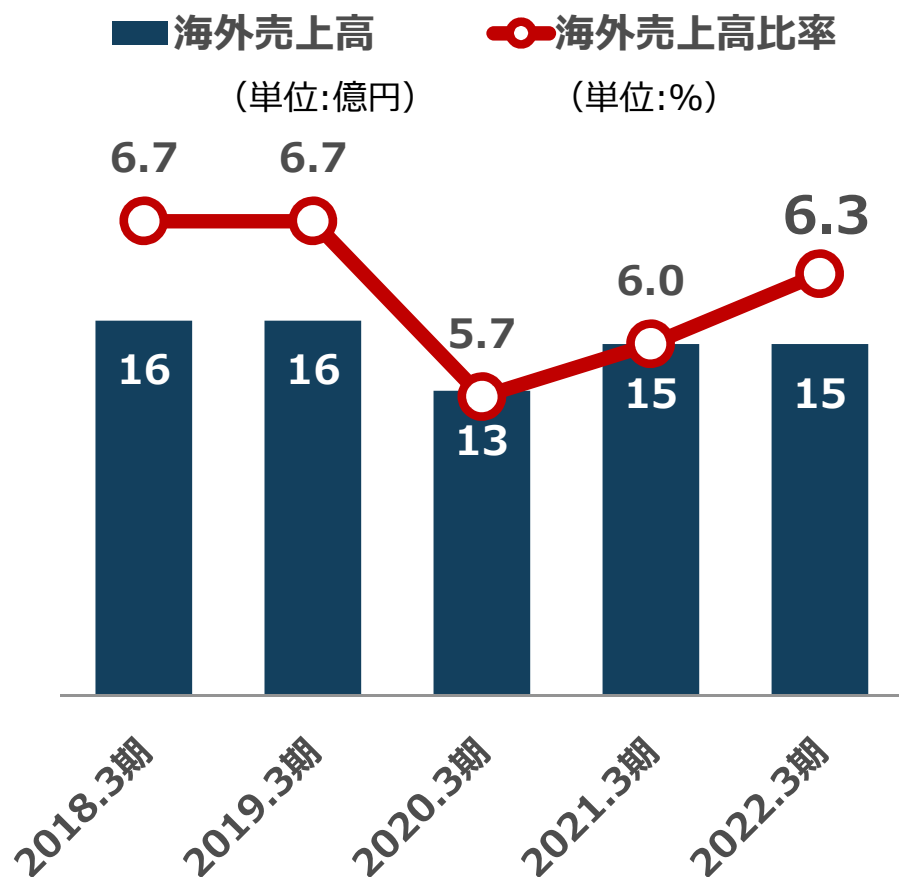
米唐番



収益認識基準適用前

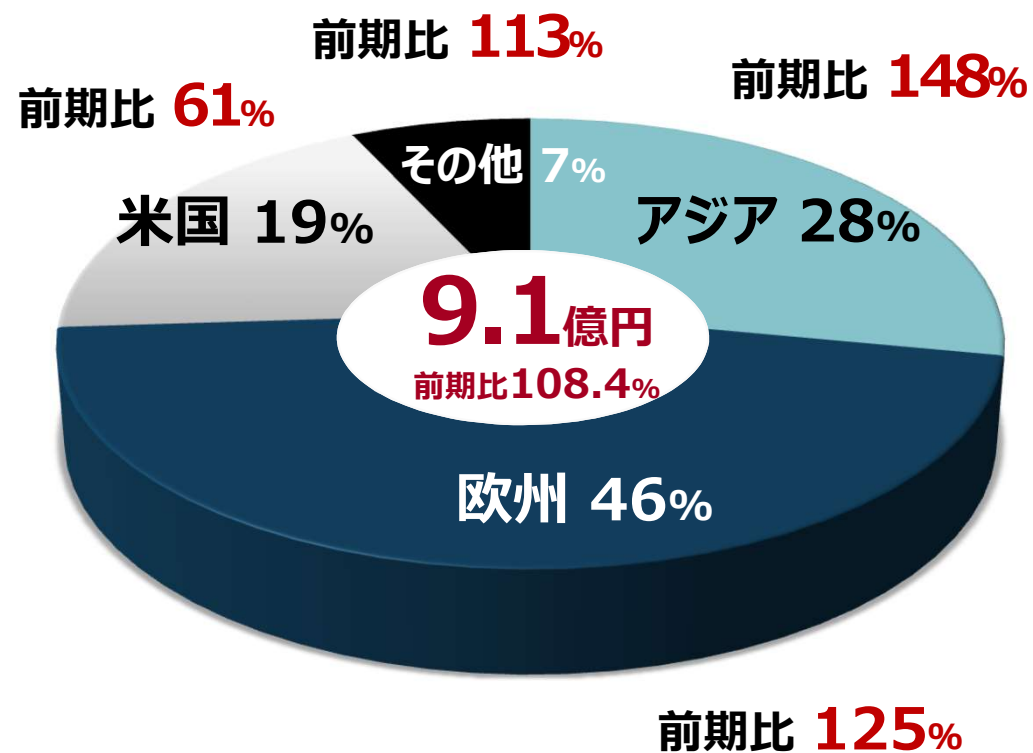
構造改革の中 手袋輸出が牽引

海外売上高の推移(連結)



収益認識基準適用前

輸出売上高の構成比(個別)



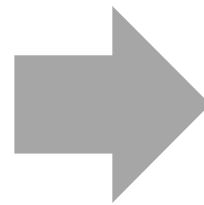
売上原価率 改善

売上原価率

58.8%

(2021.3期Q2)

新基準を適応したと
仮定した場合の原価率



57.6%

(2022.3期Q2)

① 決算概要のご報告

② 下期の取り組み

既存事業収益構造の盤石化

成長エンジンへのリソース強化

新分野・新市場への参入・育成

DXとESG経営で経営基盤の強化

組織能力の向上

既存事業シェアNo.1 利益最大化

エアケア

高付加価値・高機能化・ラインナップ強化



衣類ケア

隣接カテゴリーでのプレゼンスアップ



原価率低減・コストカット

海外・B2B・EC・サーモケア



海外

構造改革中



B2B

事業構造見直し
体制強化



EC

EC向け専売品
展開・販促強化



サーモケア

フェムテック商品
NB強化

将来への種まき

1

クリアフォレスト 新事業始動



2

業務用除菌剤市場 での販路拡大



3

未来型エアケア 商品開発に着手



次世代に向けた経営基盤構築

1 基幹システム本稼働で
業務改革始動へ

2 DXで生産性向上

3 時代に合わせた
ワークスタイル変革

4 ESG推進室始動
取組み活動加速

ESGの取り組み

空気をかえようAction2030

〈環境〉

「みんなの地球の
空気のために」

- ・脱炭素化の推進
- ・再資源化の推進

〈社会〉

「明るく元気なくらしのために」

- ・誰もが明るく元気になる
取り組みの推進
- ・働く社員が明るく元気になる
取り組みの推進

〈ガバナンス〉

「誰に対しても、
『誠実』で最も信頼される
会社であるために」

- ・透明性と実効性のある
体制の構築

持続的成長に向けて



- ① マーケティング人材開発
- ② 人事構造改革による組織力強化
- ③ 多様性によるイノベーション創出

前期に新基準適応と仮定 増減率106.3%

増加要因

売価の引き上げ

販売数量増加等による増加

購買・製造原価等の低減

減少要因

原材料価格の上昇等

マーケティング費の増加

その他

-1,431

-345

-693

1,568

656

460

単位：百万円

収益認識に関する会計基準 適用後

実質、増収増益へ

	2022.3期	前年比	前期に新基準を 適応したと 仮定した増減率
売上高	475億円	-	103.2%
営業利益	38億円	-	106.3%
経常利益	39億円	-	104.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	27億円	-	107.3%

配当 38円 予定 *配当性向 31.2%

「言った事を成す」組織へ

愛される会社を目指して



エステー株式会社 <https://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。