
79期中間（2025年9月期末） 株主様アンケート集計結果

2026年3月27日(金)
エステー株式会社

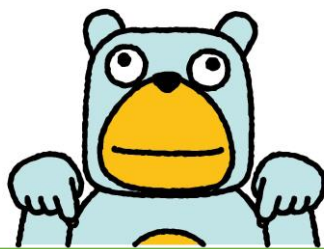
実施概要

2025年12月～2026年1月に実施した株主アンケートには83名の株主様からご回答をいただきました。

アンケートの集計結果をご報告いたします。

株主様の貴重なご意見とご要望は、今後の取り組みの参考にさせていただきます。

アンケートへご協力いただき誠にありがとうございました。



集計期間 : 2025年12月5日～2026年1月31日

回答者数 : 83名(122名)

対象株主数 : 2,142名(2,178名)

回答率 : 3.9%(5.6%)

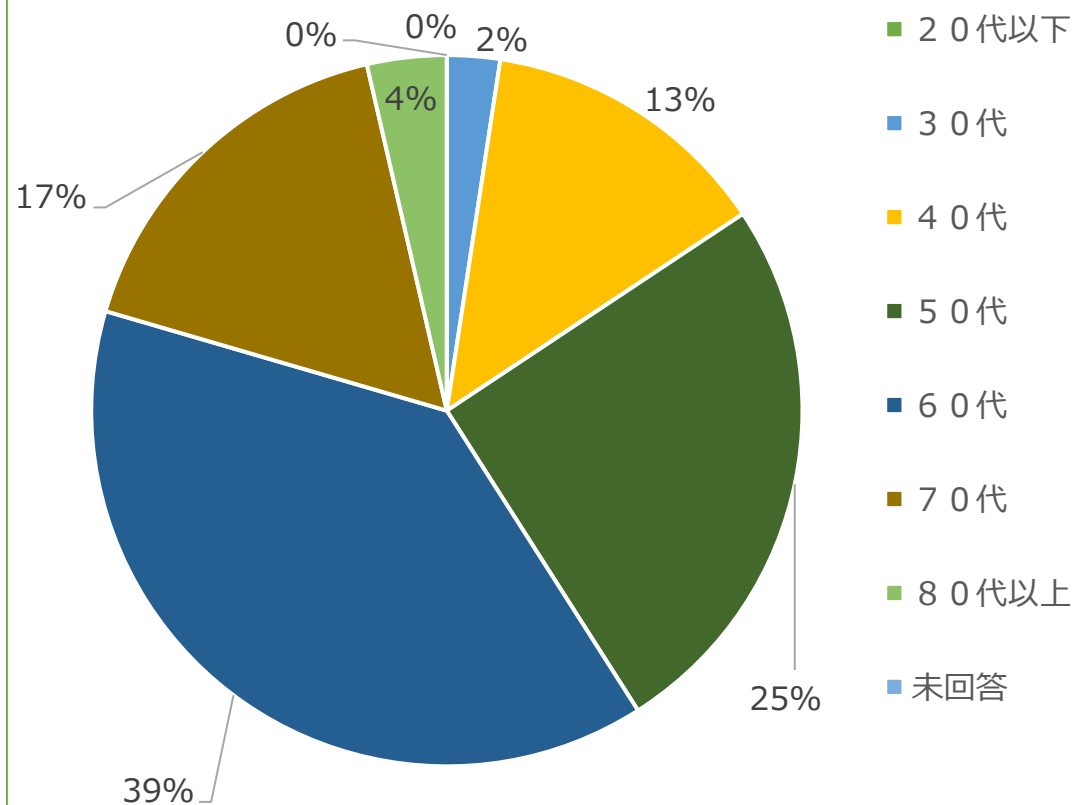
方法 : 株主優待品に同封

※カッコ内は前年実績

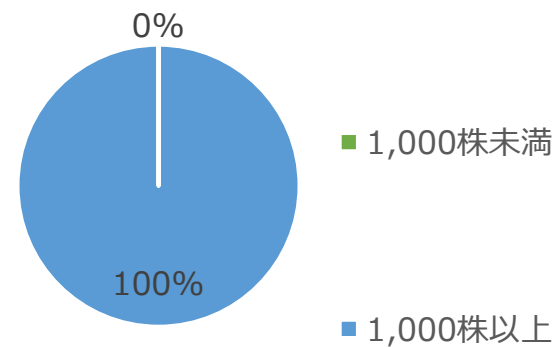
回答頂いた株主様の属性

株主様の年代別分布を見ると50代、60代の株主様が多く分布していることがわかります。

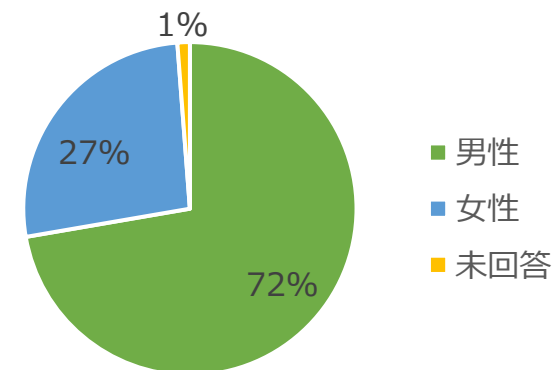
年代別構成比率



保有株数



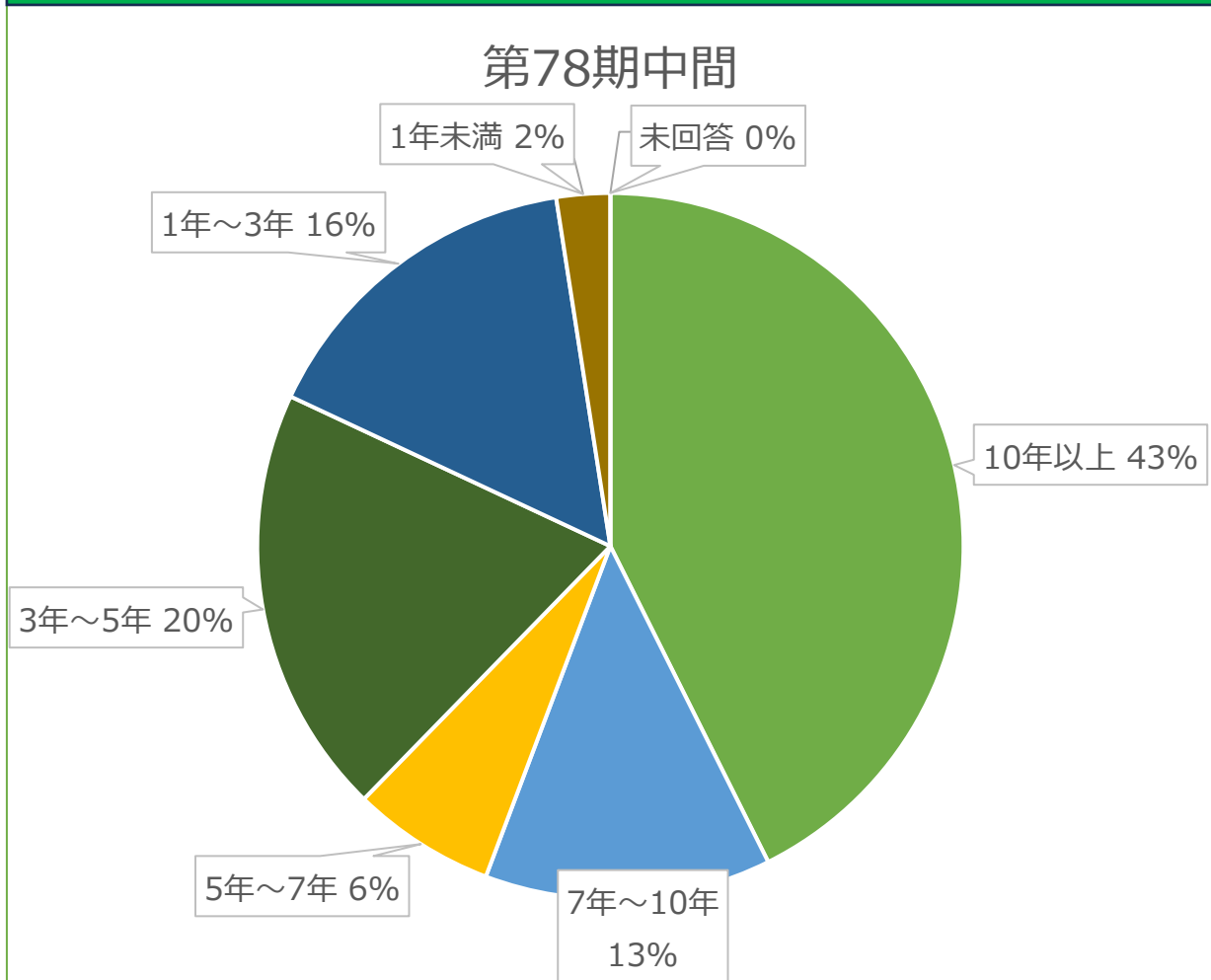
性別構成比率



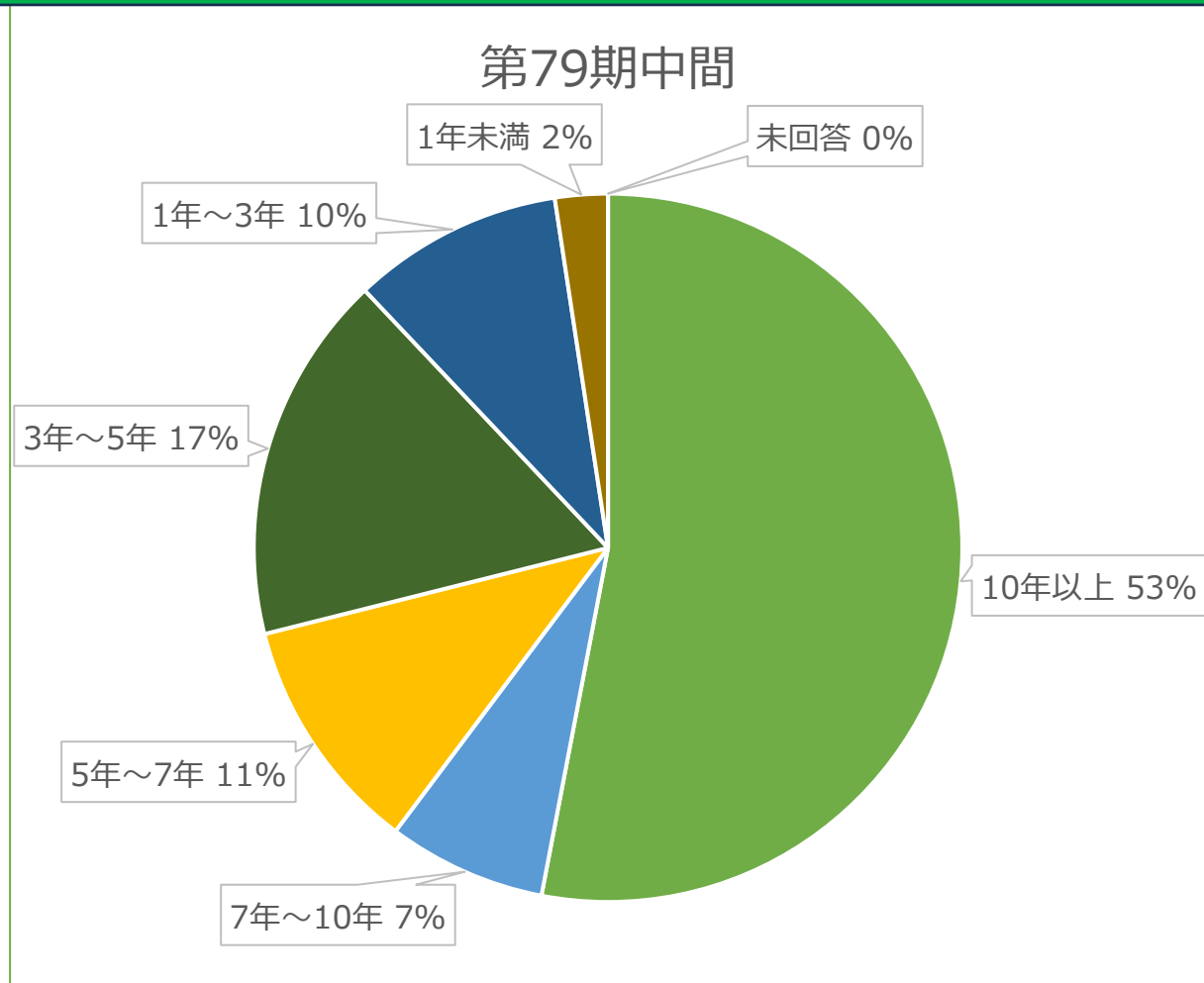
有効回答数=83

Q1：当社株式を何年保有していますか？

長期保有（10年以上）の株主様が増加していることがわかります。



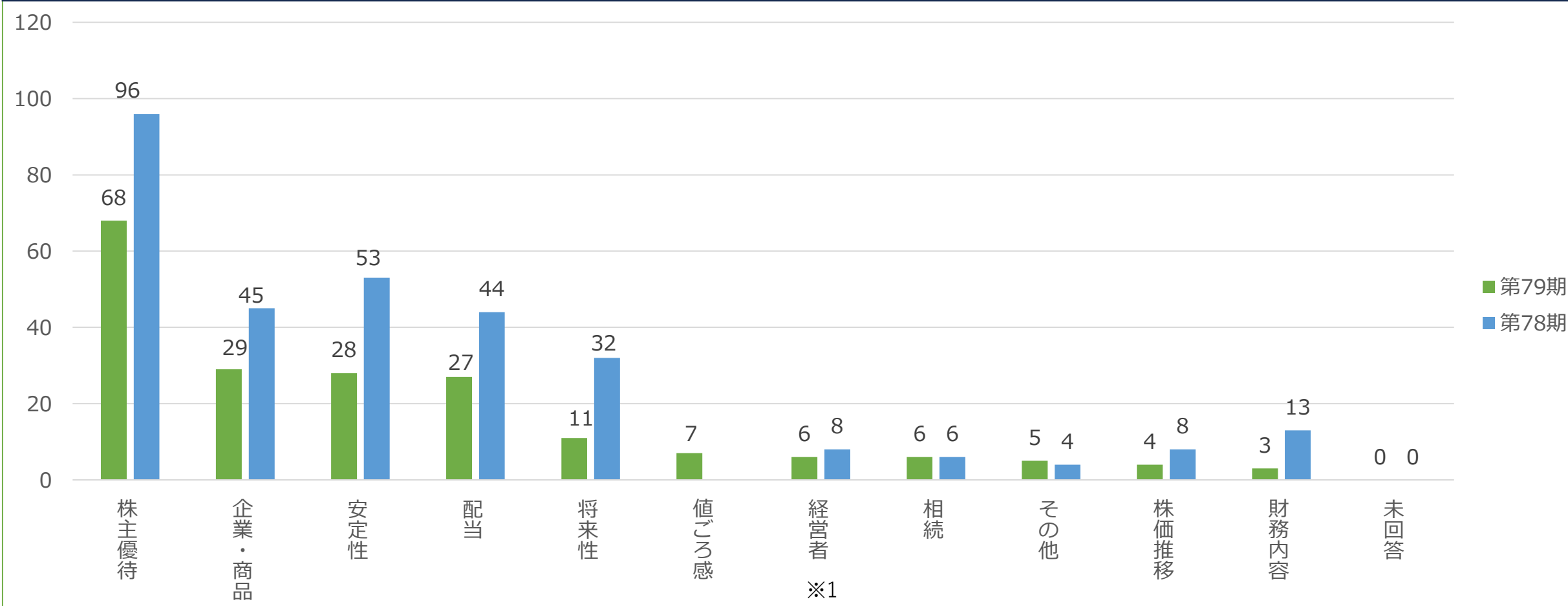
有効回答数=122



有効回答数=83

Q2：当社株式を購入された理由をお選びください。（複数回答可）

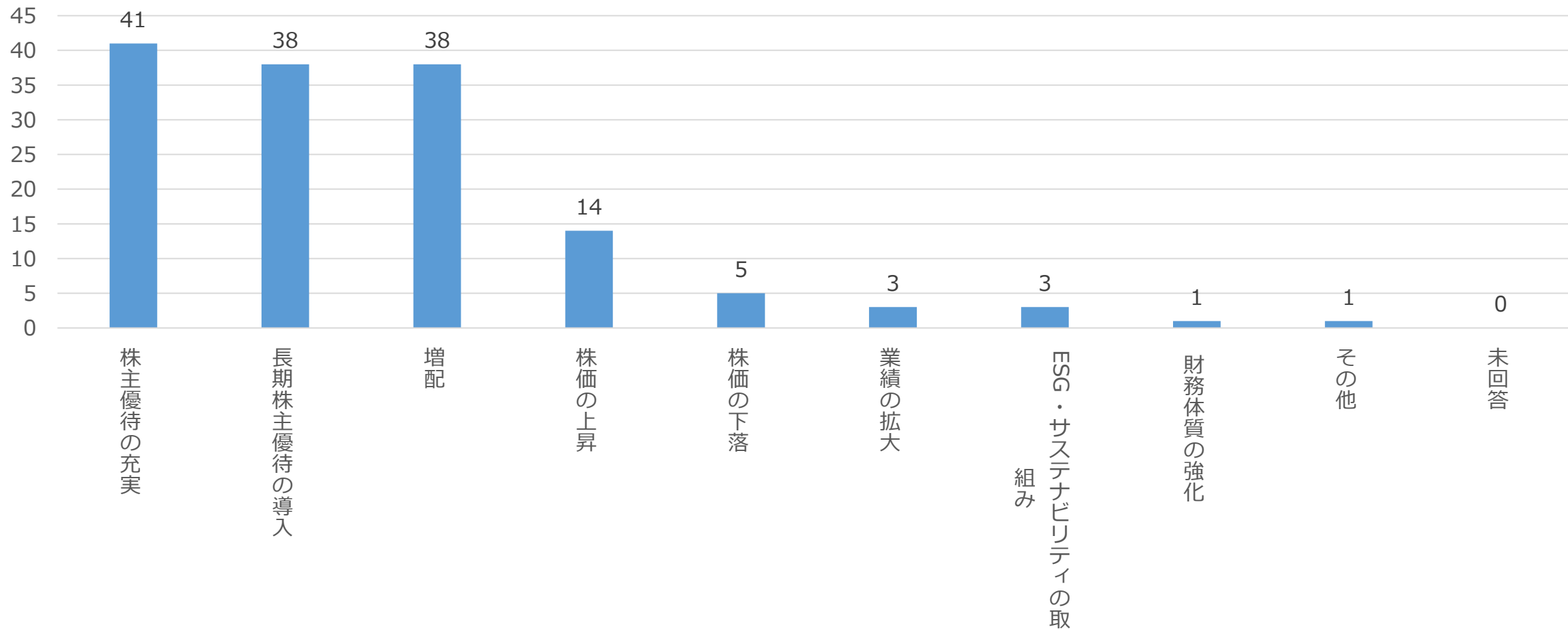
①株主優待、②企業・製品、③安定性の順に支持が分布し、前回と同様に株主優待への期待が大きいことがわかります。



※1：新設項目
有効回答数（78期）＝309
有効回答数（79期）＝194

Q3：当社株式へ投資額を増やすとしたら何を重視しますか？（複数回答可、新設質問）

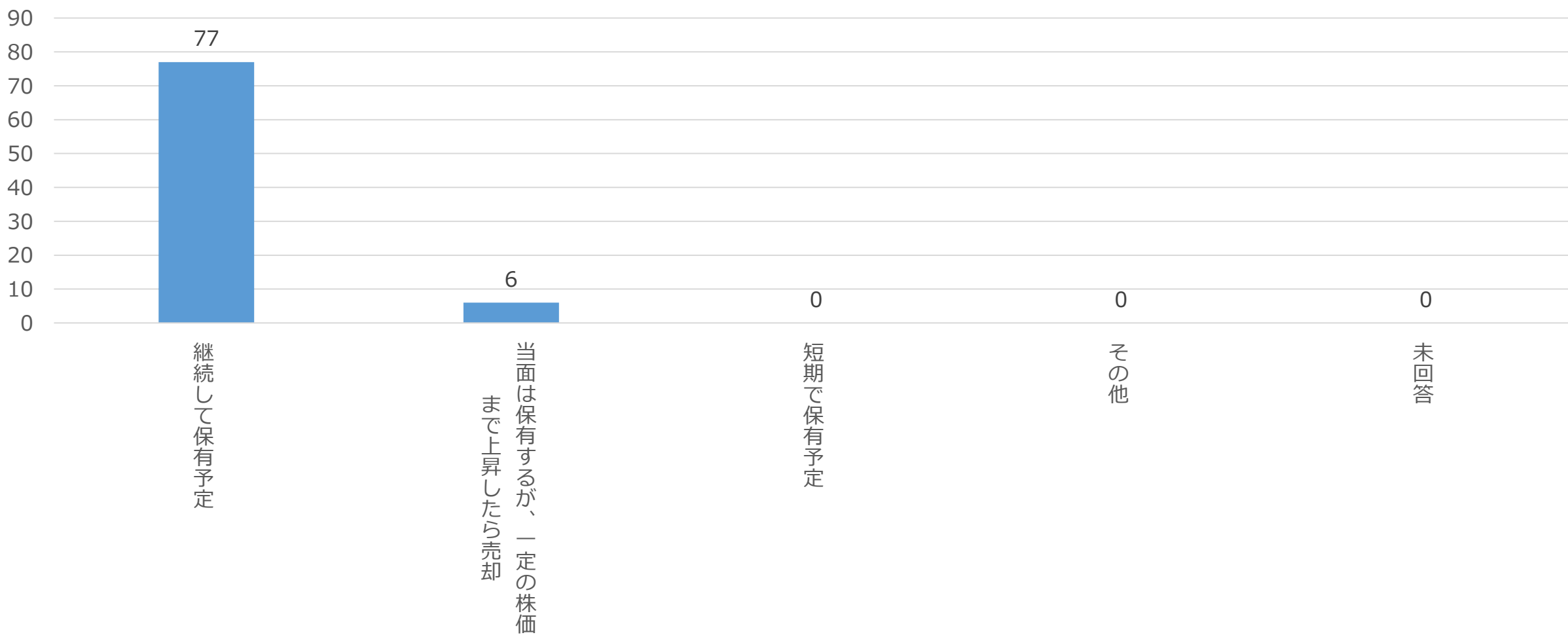
上位の回答から、株主様への還元の更なる充実が投資増加につながる可以看出ます。



有効回答数=144

Q4：当社株式を保有し続けるご予定ですか？（新設質問）

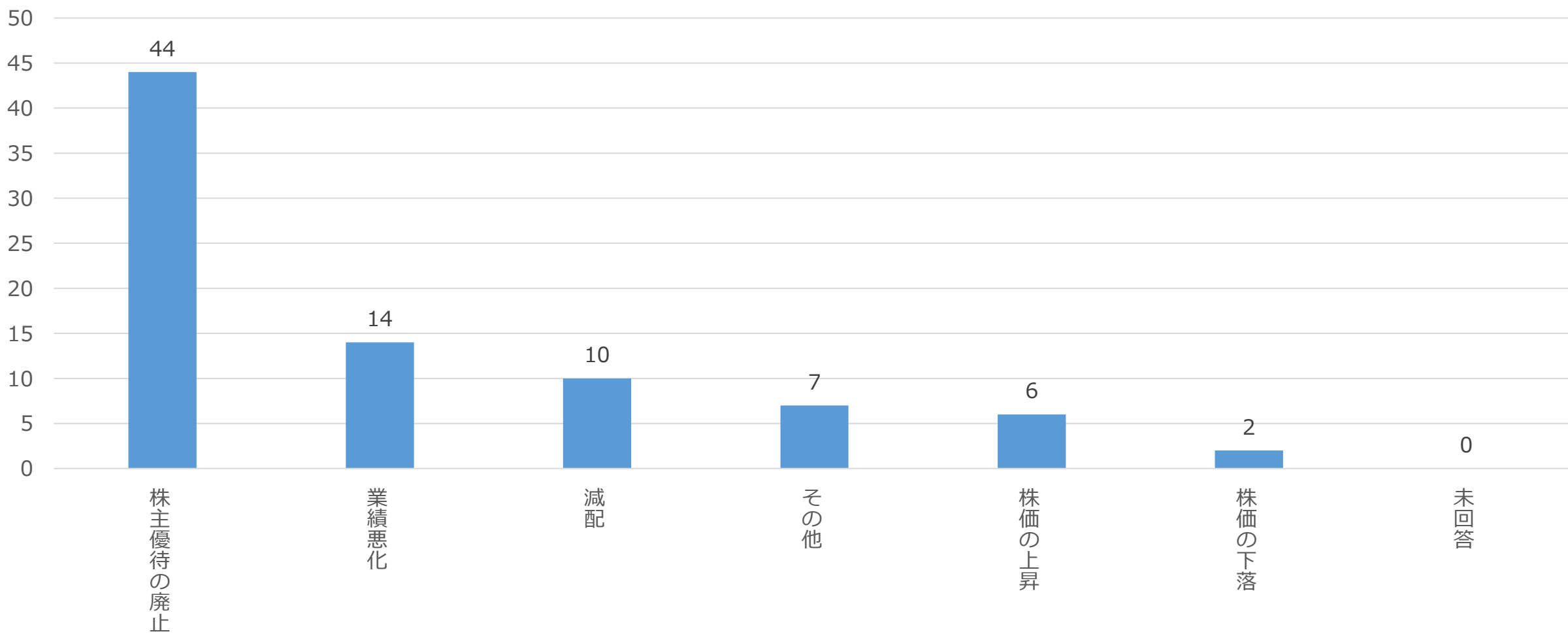
圧倒的に長期での保有を予定されており、株主優待の存在が背景にあると推察されます。



有効回答数=83

Q5：売却するとしたらその理由は何ですか？（新設質問）

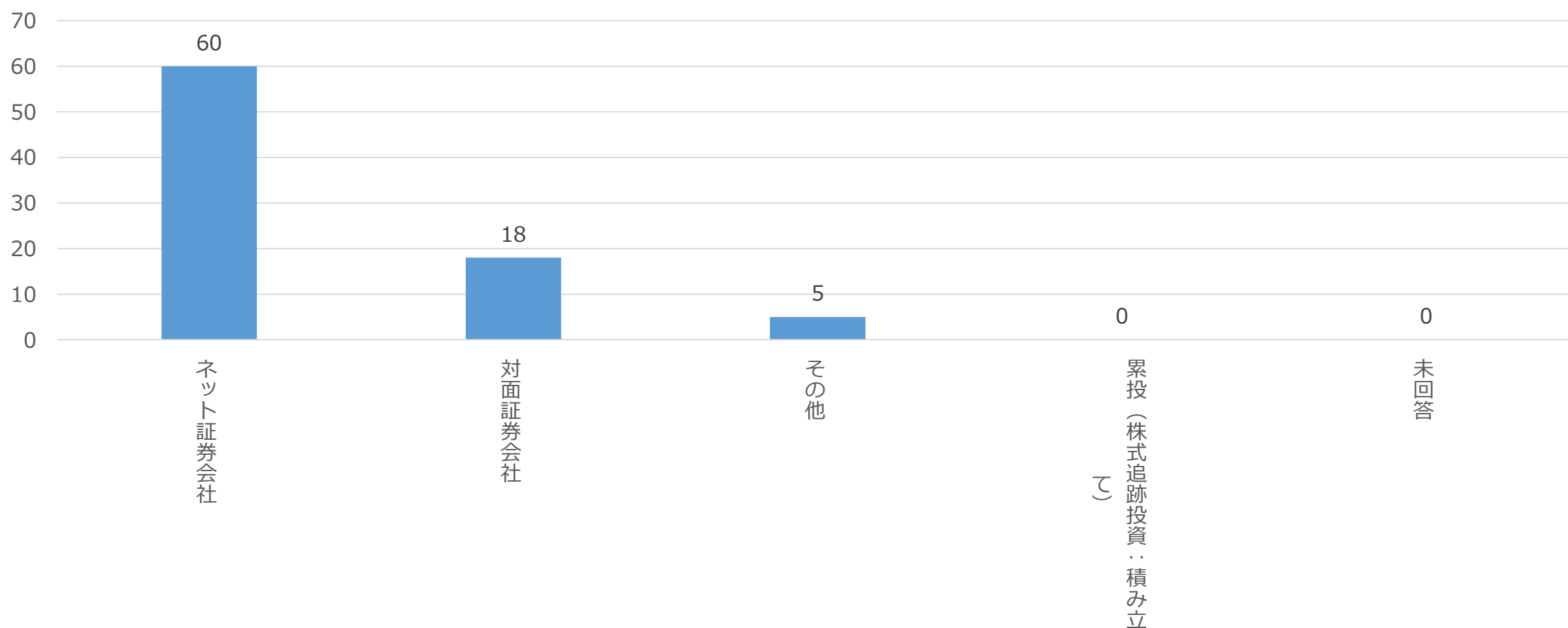
優待の廃止は、株式保有のインセンティブをなくすことを意味しているとわかります。



有効回答数=83

Q6：普段株式をどのように購入されていますか？（複数回答可、新設質問）

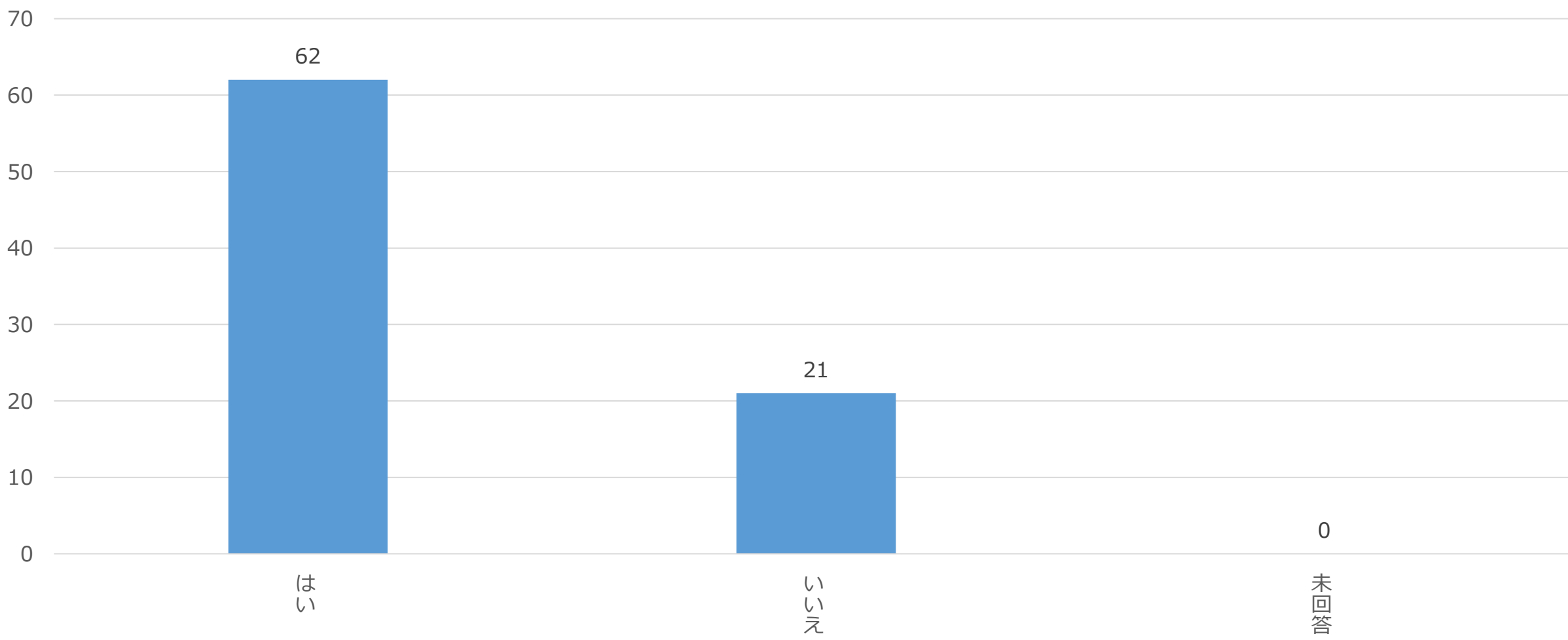
株式の購入ルートは圧倒的にネット証券であり、インターネットの活用が有効であることがわかります。



有効回答数=83

Q7：ご自身で当社の製品を購入していますか？（新設質問）

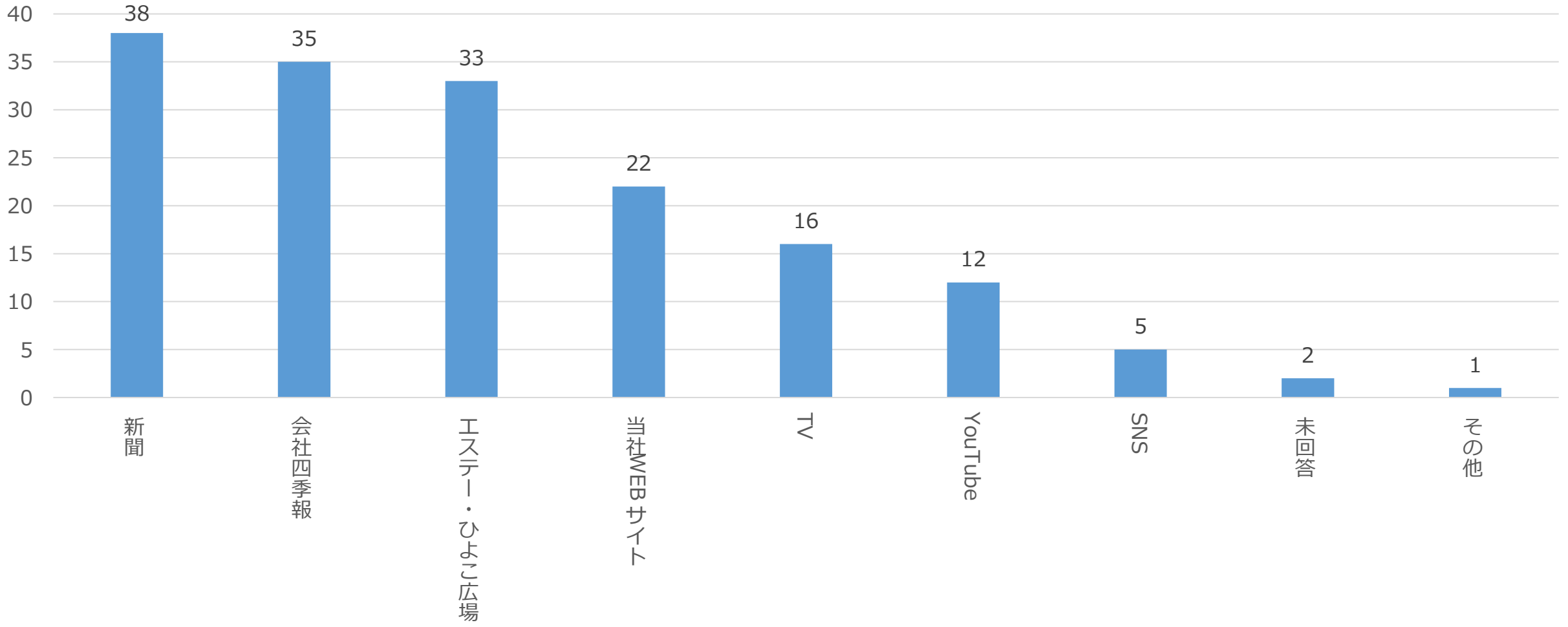
株主様の多くは当社製品のユーザーであることがわかります。株主優待への関心も納得できます。



有効回答数=83

Q8：あなたが利用する情報媒体をお選びください。（複数回答可、新設質問）

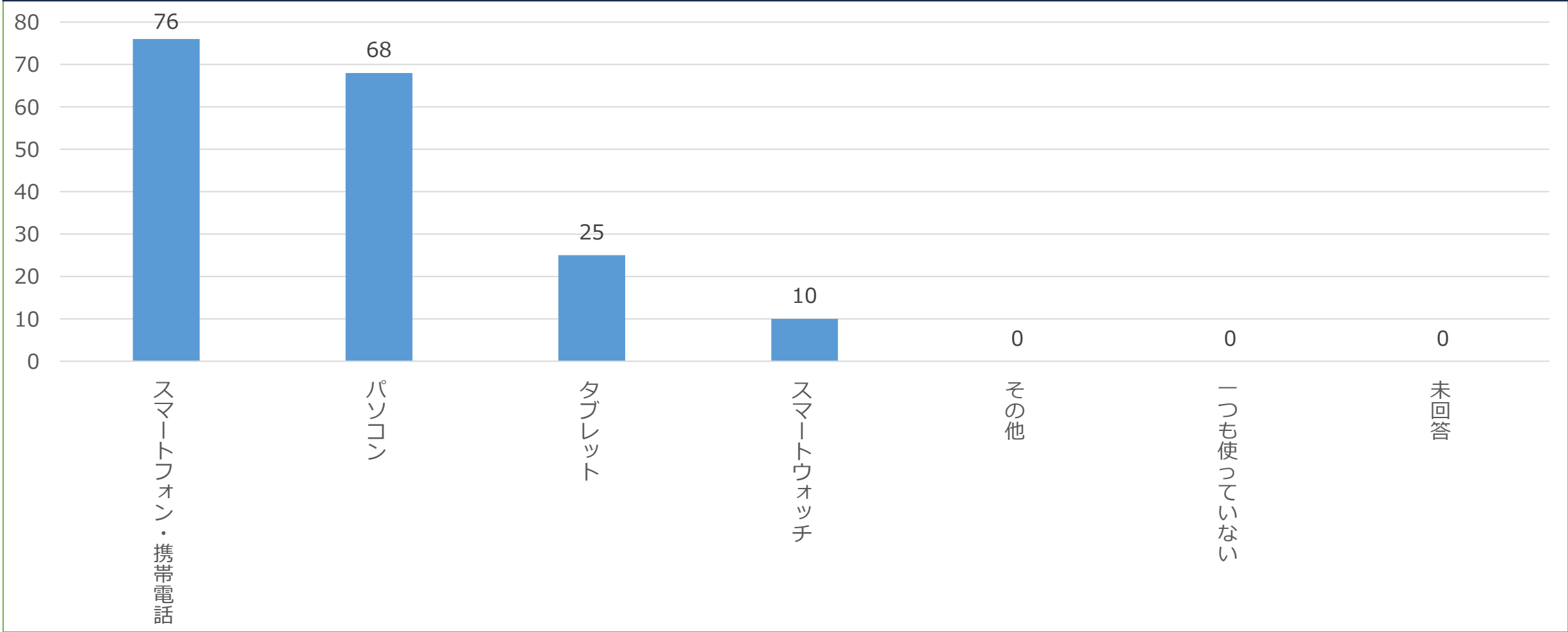
情報入手ツールとして「エステー・ひよこ広場」（株主様専用ウェブサイト）が活用されていることがわかります。



有効回答数=164

Q9：あなたが利用しているものをお選びください。（複数回答可、新設質問）

インターネットの利用媒体はスマートフォンがトップであることが推察されます。



有効回答数=179

Q10：パーパスについて、エスターらしいとお考えですか？ご感想をお聞かせください。

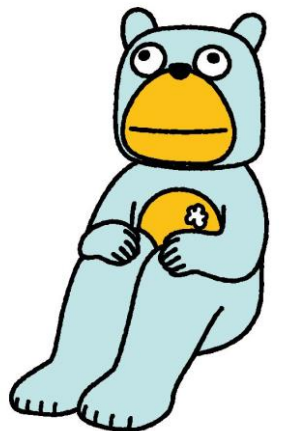
「とても良いと思う」など好感を持っていた一方で「アピール不足」という旨の意見がありました。

＜以下、アンケート結果抜粋＞

- とてもいいと思います。
- 商品を見てると、「こころに響くアイデア」という点で、エスターらしいと思います。ふふっと笑顔に、のんびりして、エスターらしいです。
- やさしさのあふれた表現で、とても良いと思います。特別ではなく、自然にそばにあれば、ちょっとした幸せを運んでくれます。
- アピールが足りないと思います。取り組みが周知されていないと感じます。



2024年5月に、「こころに響くアイデアで、ふとした瞬間を、ふふっと笑顔に。」をパーパスとして制定しました。今後さらなる浸透を目指します。



Q11 : 「経営について」ご感想のほか、ご意見・ご要望などをお聞かせください。

堅実、安定という声がある一方で株価対策、新製品開発への期待の声がありました。

＜以下、アンケート結果抜粋＞

- 堅実であると思う。
- 株価対策を常に念頭に置いて経営を行ってほしいと思います。
- 成長投資頑張ってください。
- 新製品の検討に予算を振って、他社の追従を抑える取り組みを継続していくことが大事だと思います。

頂きましたご意見は経営層を含め、社内で共有しております。
貴重なご意見をありがとうございます。



Q12 : 「配当・株主優待について」ご感想のほか、ご意見・ご要望などをお聞かせください。

増配、優待品の充実・バリエーションの増加を希望する声がありました。

＜以下、アンケート結果抜粋＞

- 長期保有の株主優待を設定していただきたい。
- 毎回新しい香りを楽しめるのでよい。
- 新製品を積極的に入れて欲しい。また、香りにかかわる製品は、サンプル的なモノで試し利用ができると良いと思います。
- 長期保有の場合、10年、15年、20年の区切りに記念品等を(ひよこちゃんグッズ等) いただけたら嬉しい。
- 配当をもう少し増やしてほしいと思います。

頂きましたご意見は経営層を含め、株主優待の所管部署等社内にて共有しております。
貴重なご意見をありがとうございます。



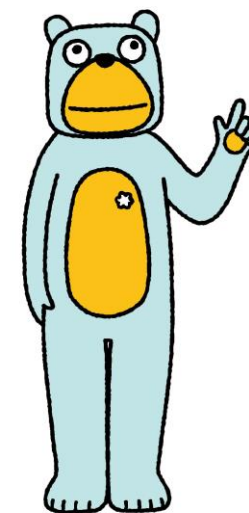
Q13 : 「製品について」ご感想のほか、ご意見・ご要望などをお聞かせください。

品質やブランドの信頼や長年のご愛顧の声がある一方、新製品への期待の声がありました。

＜以下、アンケート結果抜粋＞

- ・ アロマの消臭剤は香りがよく、気に入ってます。
- ・ デザイン性をあげて、インテリアにしたいくなる芳香剤とか消臭剤になると嬉しい。
- ・ エステー商品は安心です。

頂きましたご意見は経営層を含め、社内で共有しております。
貴重なご意見をありがとうございます。
なお製品情報は当社製品サイト (<https://products.st-c.co.jp/>) を参照ください。



Q14 : 「エステー・ひよこ広場について」ご感想のほか、ご意見・ご要望をお聞かせください。

「エステー潜入シリーズ」（動画）において好評を頂いた一方で、関心がない旨の声もありました。

＜以下、アンケート結果抜粋＞

- ・ 読みやすく、好きです。
- ・ 大変とは思いますが、映像系コンテンツは、わかりやすいと思います。
また、最初にポイントやダイジェストを挟むとより興味が持て最後まで見ようと思えてきます。
- ・ 特にありません。



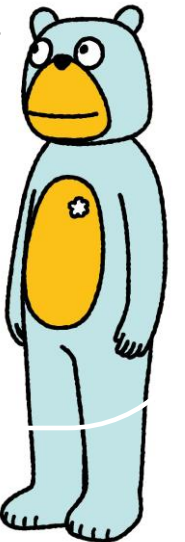
※「エステー・ひよこ広場」は、株主様とのコミュニケーション強化を目的とした株主様専用ウェブサイトです。

頂きましたご意見は経営層を含め、社内で共有しております。
貴重なご意見をありがとうございます。

当社ウェブサイトの「くらしにプラス」では、毎日のくらしのお役立ち情報と、
当社製品の活用方法などを紹介しておりますので、是非ご覧ください。

<https://products.st-c.co.jp/plus/>

くらしに **プラス**



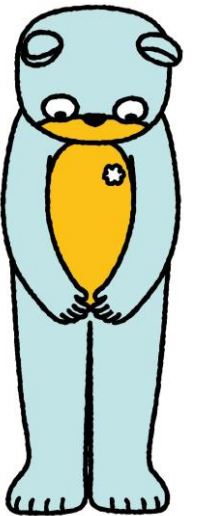
Q15 : 「CM・PRについて」ご感想のほか、ご意見・ご要望などをお聞かせください。

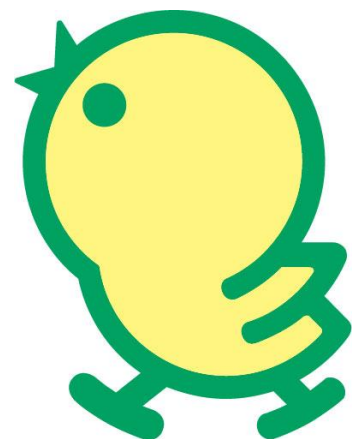
CMへ好感を持っていた一方で、テレビ以外の媒体への展開を指摘する意見がありました。

＜以下、アンケート結果抜粋＞

- 独創的なCMがインパクトがあり、つい見てしまう。
- 少しユーモアを持たせたCMは、イメージが残りやすいと思います。また、次のコンテンツがどうなるか楽しく見れるポイントになっていると感じます。
- ムッシュダのCMはついみてしまう。
- TVCMが流れると内容をよく見てしまいます。
- 10・20代の方はSNSなどを見ているようなので、テレビよりもそちらに力を入れても良いかも。

頂きましたご意見は経営層を含め、広告に関する所管部署等社内にて共有しております。
貴重なご意見をありがとうございます。





空 気 を か え よ う

エスデー