

2024年3月期（第77期）

決算説明会

2024年5月8日

エステー株式会社

代表執行役社長 上月 洋



「MoriLaboシリーズ」措置命令について



① 決算概要のご報告

② 新年度の経営戦略

■ 減収減益

■ 衣類ケア売上減少、エアケア計画未達

■ 研究開発とペットケア事業への投資

■ 不良在庫の処分

減収減益

	連結	売上比	計画比 (業績修正前)	前年比
売上高	444億円	-	95.9%	97.6%
営業利益	13億円	3.0%	54.8%	55.5%
経常利益	19億円	4.3%	68.9%	70.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	12億円	2.9%	67.1%	69.7%
親会社株主に係る 包括利益	16億円			82.5%

配当42円 (前期40円)

2024.3期 業績ハイライト <連結>



	2024.3期		
	実績	売上比	前年比
売上高	444億円	-	97.6%
売上原価	280億円	63.1%	98.0%
売上総利益	164億円	36.9%	96.8%
販売管理費	150億円	33.9%	103.7%
営業利益	13億円	3.0%	55.5%

2024.3期 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	前年比
エアケア	(消臭芳香剤)	202億円	45%	103%
衣類ケア	(防虫剤)	71億円	16%	89%
サーモケア	(カイロ)	42億円	9%	90%
ハンドケア	(手袋)	56億円	13%	97%
湿気ケア	(除湿剤)	28億円	7%	97%
ホームケア	(その他)	43億円	10%	101%
合 計		444億円	100%	98%

営業利益 10.7億円減少

増加要因

販売価格引上げによる増加

製造原価等の低減

廃棄損・棚卸資産評価損等の減少

マーケティング費用の減少

1,776

367

178

152

減少要因

原材料価格等の上昇 ▲ 1,567

販売数量の減少 ▲ 708

販管費（マーケティング費以外）の増加 ▲ 686

販売価格引下げによる減少 ▲ 309

売上控除（リベート等） ▲ 276

単位：百万円

既存コア事業に集中し高収益化

原価高騰対策の取組み

成長領域への取組みは継続

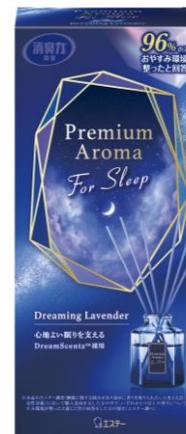
ESG時代を生き抜くための基盤作り

高付加価値品を中心に前年超

Premium Aromaシリーズが128%と伸長 ForSleepなど新製品が寄与

消臭力PA ForSleep

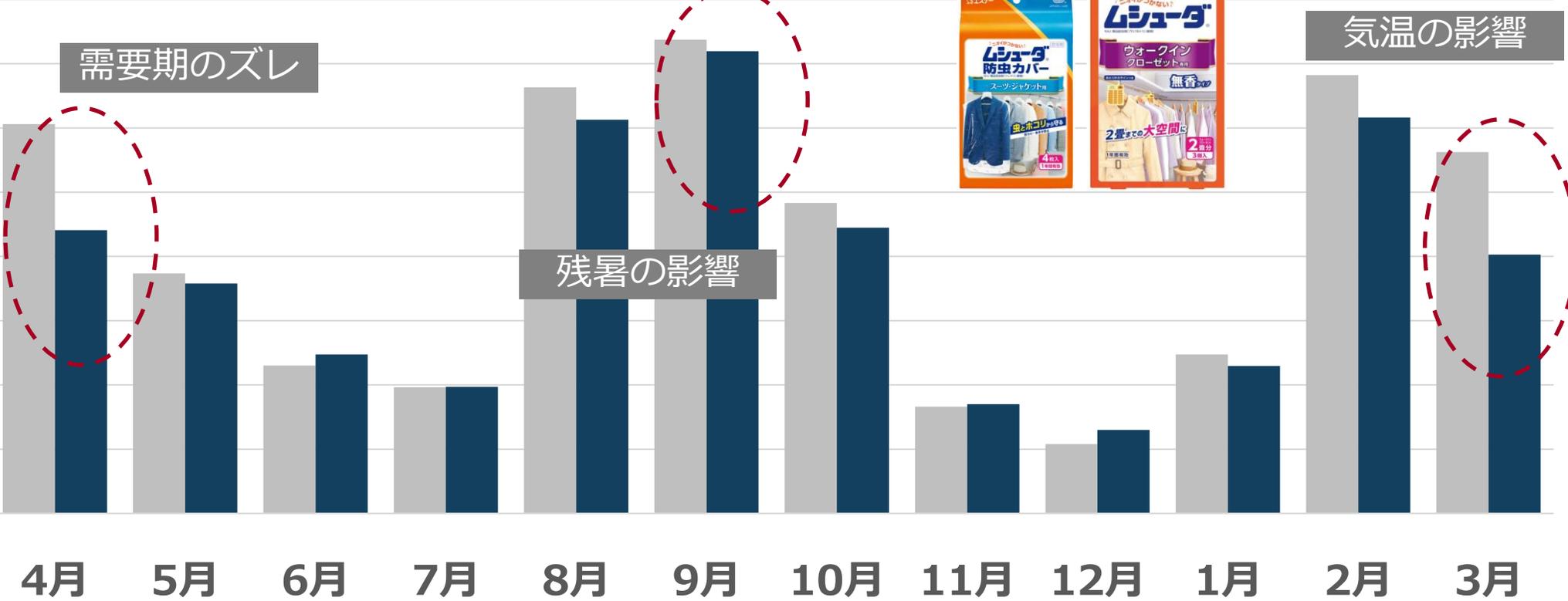
消臭力コンパ°外



購入機会減少により売上減少

エステー 防虫剤月別出荷金額

マーケット前年比については、DS: 純インテージSR1+M 指標、推計販売規模金額 カチゴリー: 防虫剤(人形用除く) 春シーズン: 2023年2~6月、秋シーズン: 2023年8~11月



春の衣替えシーズン2-6月
マーケット 前年比 91.0%

秋の衣替えシーズン8-11月
マーケット 前年比 98.5%

売価引き上げるも、上昇

売上原価率

62.8%

(2023.3期)



63.1%

(2024.3期)

商品ミックス悪化・原材料高騰・為替変動

粗利額の増減（国内）

カイロ	前年比146%
消臭カスプレー	前年比101%
米唐番	前年比113%
脱臭炭	前年比94%



プレミアムエアケア好調も実績は前年割れ

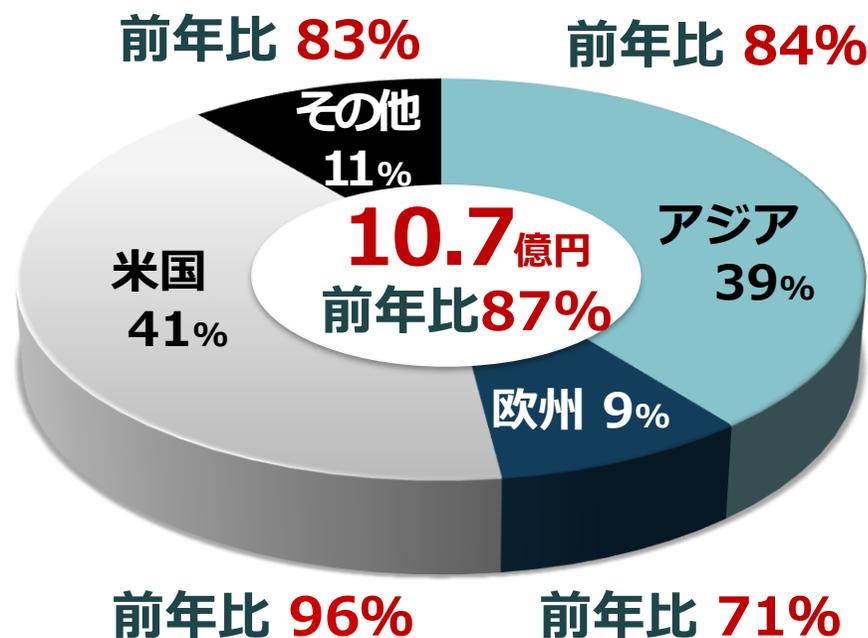
海外売上高の推移(連結)

単位:億円

収益認識基準適用前



海外輸出売上高の構成比(個別)



B2B事業は伸長

売上前年比 102%

企業向けカタログ通販（EC）注力

エアケアの構成比が拡大中



24年3月末までに約 2 割削減

SKU数

8 5 0

(2023.8月末)



6 5 8

(2024.3月末)

これも含めて期末在庫金額
前年比10%の削減

成長市場「ペット事業」投資へ

「ニャンとも清潔トイレ」事業譲受 (2024年6月予定)

① 決算概要のご報告

② 新年度の経営戦略

成長けん引事業に注力

主力事業の回復

原価高騰対策の取組み

ESG時代を生き抜くための基盤作り

「ニャンとも清潔トイレ」 6月発売



安定した顧客基盤と収益を確保

高付加価値のプレミアムアロマ強化

ウェルネス領域をさらに育成 (消臭力^oプレミアムアロマForSleep)



「消臭力コンパクト」の育成



若年層向け新製品の発売予定

お客様との接点の増加

衣替えピークの分散化対応

「ムシューダNOTE」の育成

デジタルプロモーションの活用



各事業の販路の拡大

B2B：空気ビジネス事業の拡大

**EC：お客様特性への対応
特にペットケア事業**



海外：タイのプレミアムエアケア育成

コストダウンの取り組み継続

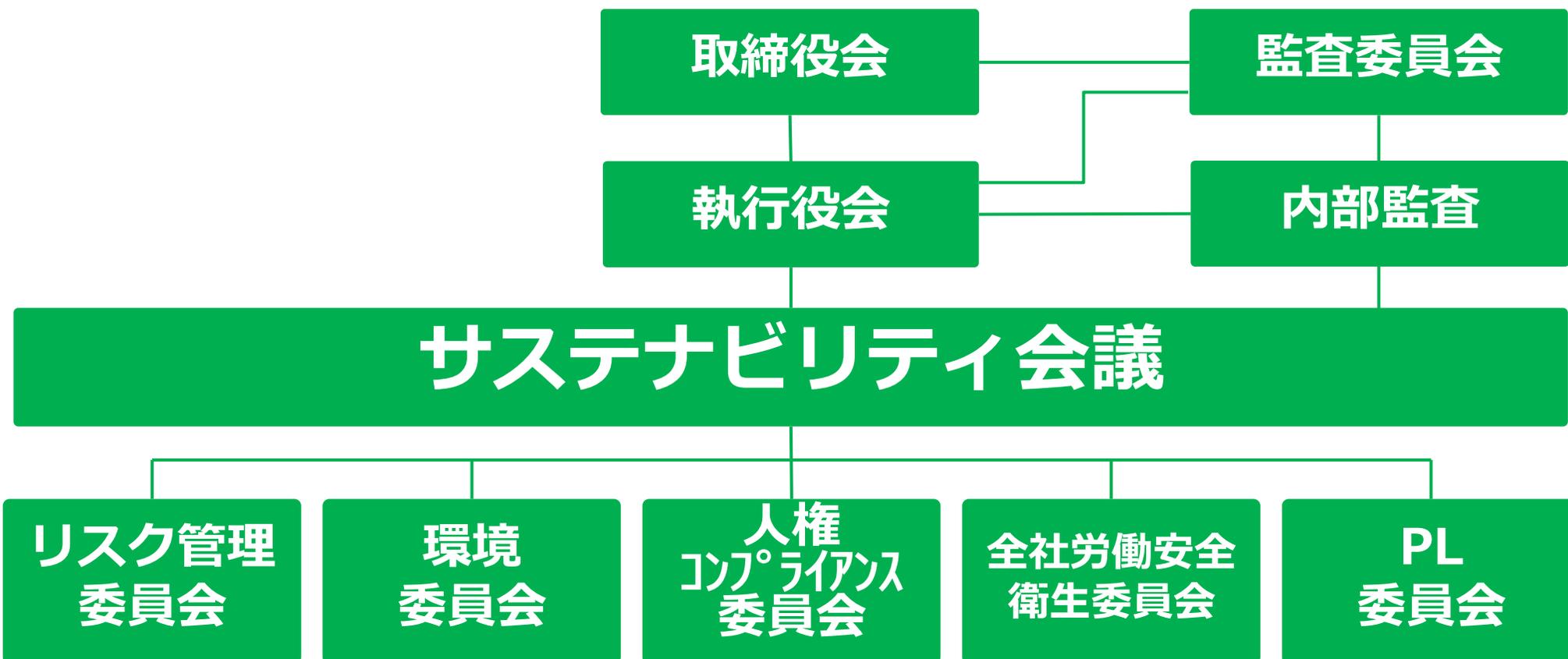
SKU削減×高付加価値戦略

一部製品の値上げ

製造原価低減策（処方・仕様変更）



サステナビリティに対する ガバナンス体制の強化



徹底したお客様ファースト

品質統括本部の設置

お客様相談室は社長直轄



販売数量の増加により + 7 億円

増加要因

販売数量の増加

販売価格引き上げによる増加

製造原価等の低減

減少要因

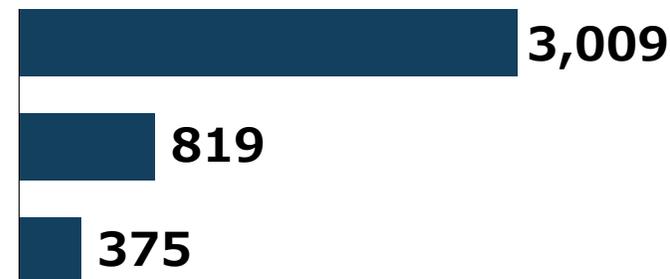
販管費の増加(マーケティング費以外) ▲ 2,177

売上控除 (リベート等) ▲ 842

原材料価格等の上昇 ▲ 326

マーケティング費用の増加 ▲ 125

廃棄・評価損の増加 ▲ 70



単位：百万円

増収増益

	連結	前年比
売上高	492億円	110.6%
営業利益	20億円	149.1%
経常利益	23億円	119.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	14億円	109.8%

配当 44円 予定

*配当性向 70.0%

中期経営計画の開示

**5月20日（月） 概要を情報開示
（当社ホームページ・プレスリリース）**

**5月23日（木） 詳細説明会
（アナリスト様・報道関係者様向け）**

全員経営で、 新たな価値を創造する会社へ



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。