

2025年3月期（第78期） 第1四半期 決算資料



2024年8月6日
エステー株式会社

増収減益

	連結	売上比	前年比	計画比
売上高	104.9億円	100.0%	107.7%	94.0%
営業利益	▲1.3億円	-	-	-
経常利益	▲0.2億円	-	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	▲0.5億円	-	-	-

	2024.3月期		2025.3月期	
	実績	売上比	実績	売上比
売上高	97.4億円	100.0%	104.9億円	100.0%
売上原価	61.1億円	62.8%	65.0億円	61.9%
売上総利益	36.2億円	37.2%	39.9億円	38.1%
販売管理費	35.2億円	36.2%	41.3億円	39.4%
営業利益	1.0億円	1.0%	▲1.3億円	-

2025.3月期1Q 業績ハイライト <連結>【カテゴリー別売上高】

カテゴリー		売上高	前年比	構成比
エアケア	(消臭芳香剤)	49.5億円	104.0%	47.2%
ペットケア	(猫用トイレ用品)	6.0億円	-	5.7%
衣類ケア	(防虫剤)	18.0億円	115.7%	17.2%
ホームケア	(フードケア・ クリーナー 他)	11.0億円	101.5%	10.6%
湿気ケア	(除湿剤)	9.4億円	97.7%	9.0%
サーモケア	(カイロ)	▲0.2億円	-	▲0.3%
ハンドケア	(手 袋)	11.0億円	97.8%	10.6%
合計		104.9億円	107.7%	100.0%

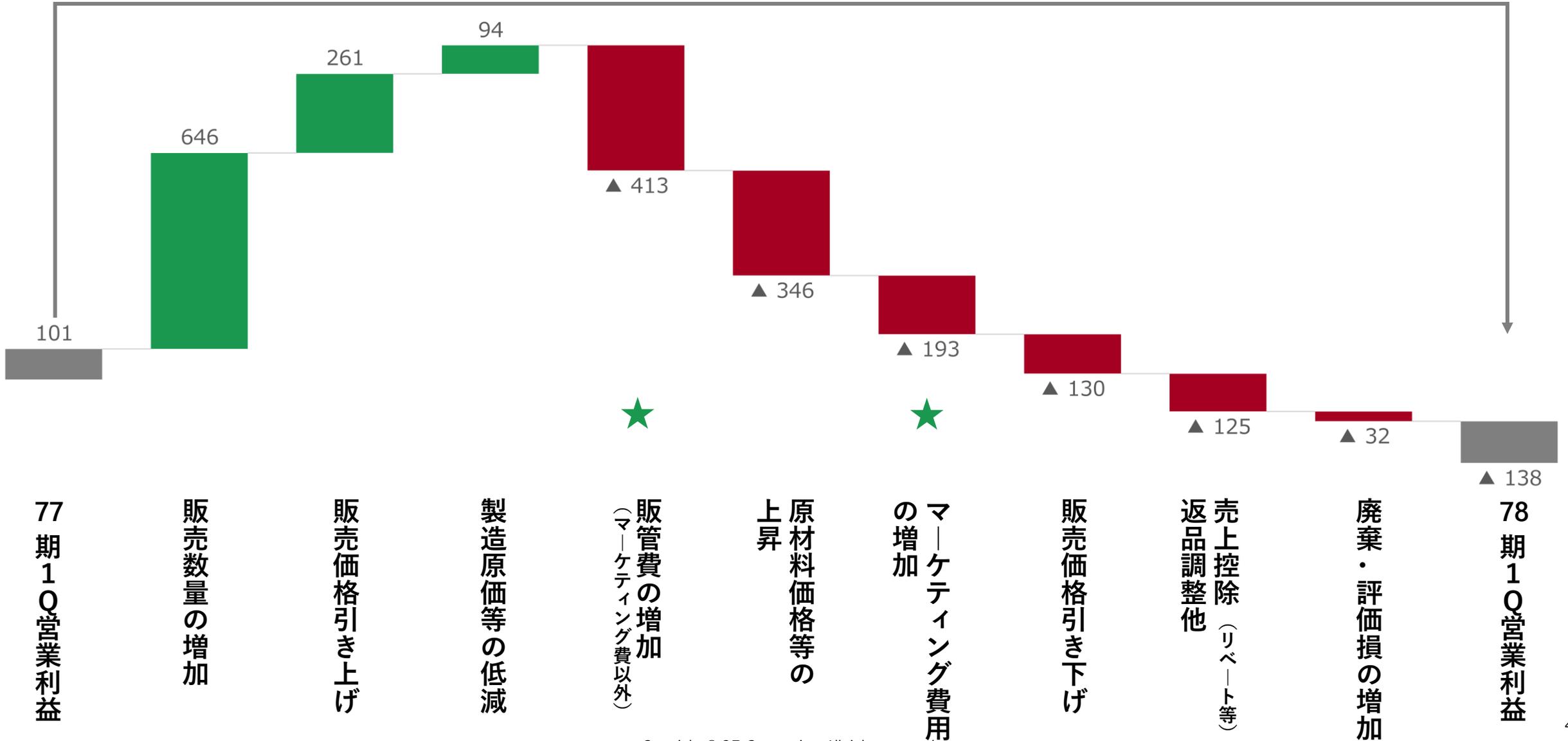
(注) 対前年同四半期増減率はペットケア (猫用トイレ用品) 組替後の数値と比較しています。ペットケア (猫用トイレ用品) の対前年同四半期増減率は1,000%を超えるため「-」と表記しています。

2025.3月期1Q 営業利益の増減要因 <連結>

単位：百万円

営業利益の増減 2.4億円減少

★は、次ページで補足説明

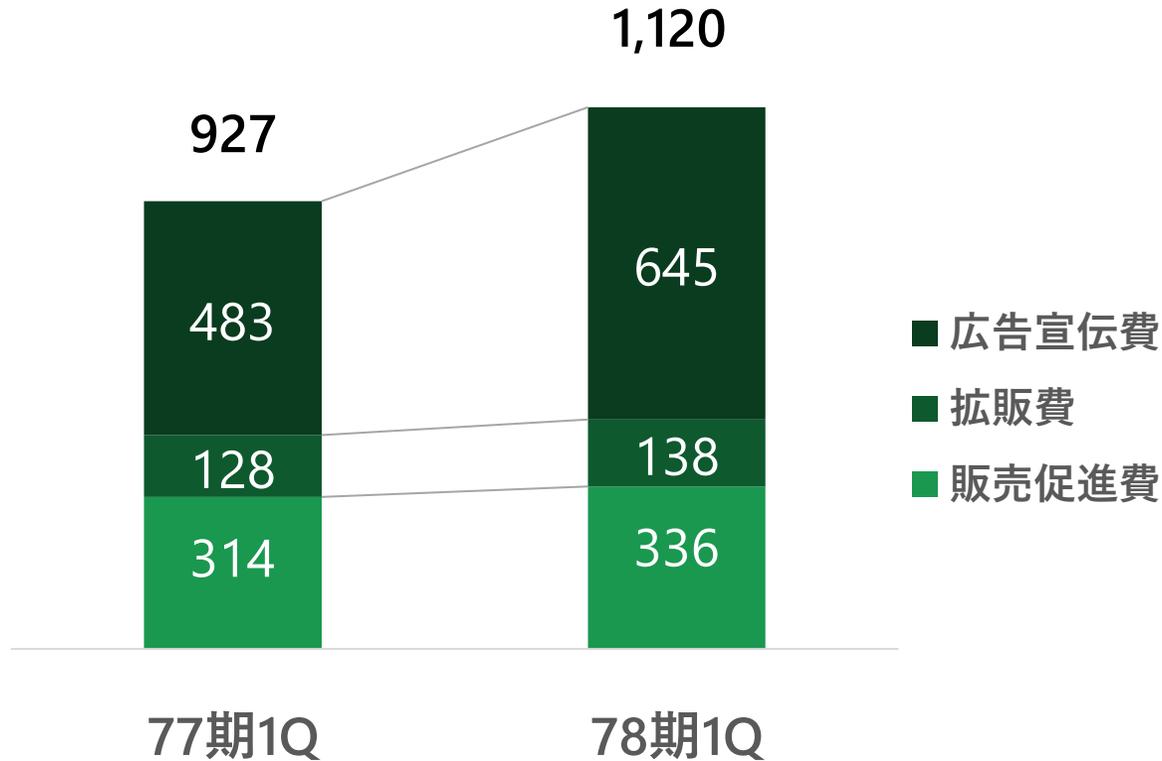


2025.3月期1Q 販売管理費の内訳 <連結>

単位：百万円

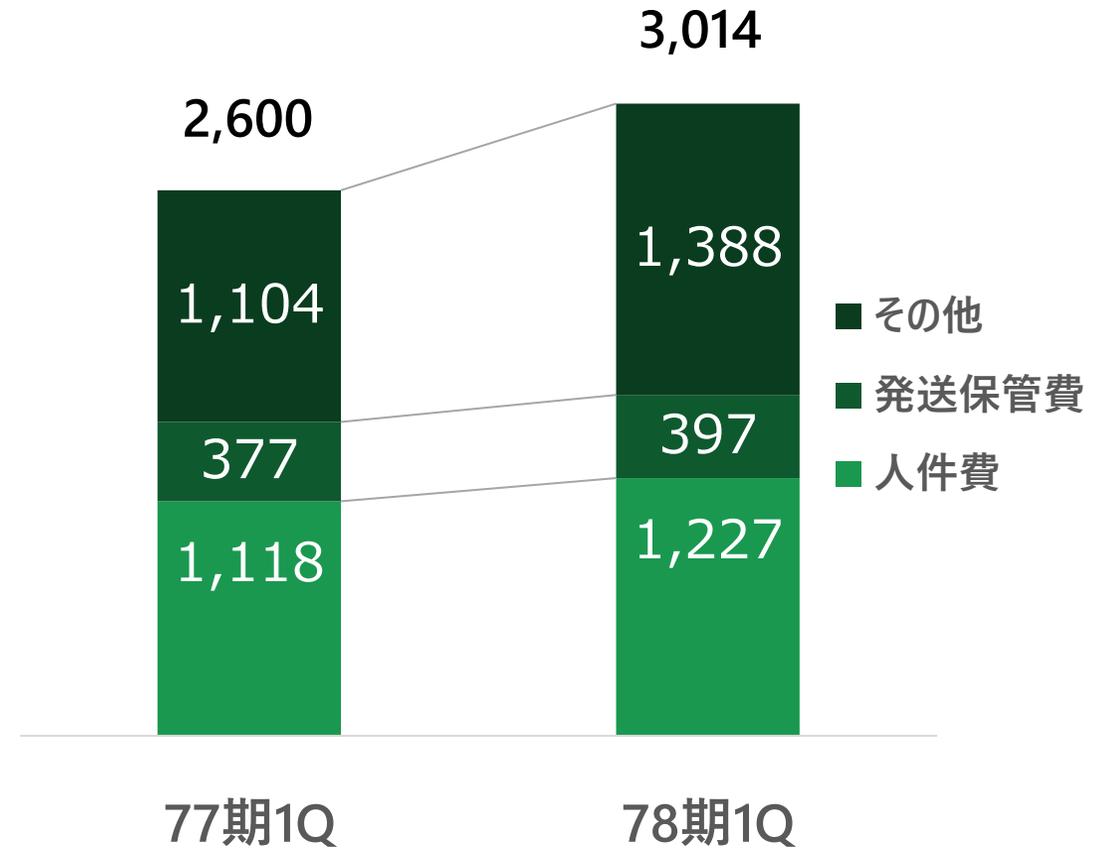
マーケティング費用

193百万円増加



マーケティング費以外 (基盤強化等)

413百万円増加



2025.3月期1Q 業績サマリ

売上高は前期比で107.7%でしたが、製造原価高騰や円安の影響、販売管理費（主にマーケティング費用、人件費、中期経営計画とパーパス策定における制作費用など）の増加により、営業利益は▲138百万円となりました。

<売上高>

- ・エアケアは「消臭力 Premium Aroma」シリーズや「消臭カクリアビーズ」が好調を維持しましたが、今春発売した新製品「消臭力コンパクト」は売上貢献するも計画には未達、さらに既存品の低迷により、前期比では104.0%も計画は未達となりました。
- ・ペットケアは、6月より、花王から譲り受けた「ニャンとも清潔トイレ」の販売を開始したことで、ペットケア全体では前期より+562百万円となりました。
- ・衣類ケアは2-3月の需要が4月以降にスライドしたことに加え、主力品の「ムシューダ 引き出し・衣装ケース用」「ムシューダ クローゼット用」などが売上増に貢献したことで、前期比は115.7%となりました。
- ・サーモケアは前シーズンの返品増により前期比▲218百万円となりました。

<売上総利益率>

- ・原材料価格の上昇と、円安の影響で仕入れコストの上昇がありましたが、衣類ケアの販売数量増加等の商品ミックスの効果により売上総利益率は前期差で0.9ポイント改善しました。

<販売管理費>

- ・マーケティング費用は、新製品「消臭力コンパクト」のTVCM投入等により、広告宣伝費が161百万円増加しました。
- ・人件費は、給与の増加と積極的なキャリア採用により、108百万円増加しました。
- ・その他販管費においては、中期経営計画とパーパス策定に伴う制作費用等により、284百万円増加しました。

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%

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。



エステ株式会社 <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。