

2025年3月期（第78期）  
**第2四半期 決算説明会**



2024年11月7日

**エステー株式会社**

代表執行役社長 上月 洋

# 本日の説明内容

- ① 2Q決算概要のご報告
- ② 通期業績見通し
- ③ 中期経営計画の進捗  
SMILE2027

# 2025.3月期(第78期)2Q 業績サマリ

## 増収減益

- 売上高は、残暑の長期化の影響で衣類ケア・サーモケアの期ズレがマイナス要因となったものの、ペットケアの増加分とエアケアの高付加価値品が売上増に貢献
- 営業利益は、販管費の増加により前年割れだが計画通り

## 売上総利益 増

- 円安による仕入価格の上昇に伴うコストアップなどはあったものの、売上総利益は前年比で増加

## 販売管理費 増

- 広告宣伝費は戦略的な配分により抑制
- 人件費、減価償却費、その他販管費の増加

## 特別利益を計上

- 株式会社シャルダン合併による負ののれん発生益11億円を計上

# 増収減益

営業利益計画は達成

	連結	売上比	前年比	計画比
売上高	241.4億円	100.0%	105.4%	97.4%
営業利益	12.1億円	5.0%	88.4%	101.1%
経常利益	15.0億円	6.2%	83.1%	111.3%
親会社株主に帰属する 中間純利益	20.4億円	8.5%	169.0%	110.4%

# 2025.3月期(第78期)2Q 業績ハイライト <連結>

	連結	売上比	前年比
売上高	241.4億円	100.0%	105.4%
売上原価	146.6億円	60.7%	105.1%
売上総利益	94.7億円	39.3%	105.8%
販売管理費	82.6億円	34.2%	109.0%
営業利益	12.1億円	5.0%	88.4%

# 2025.3月期(第78期)2Q 業績ハイライト <連結>【カテゴリー別売上高】



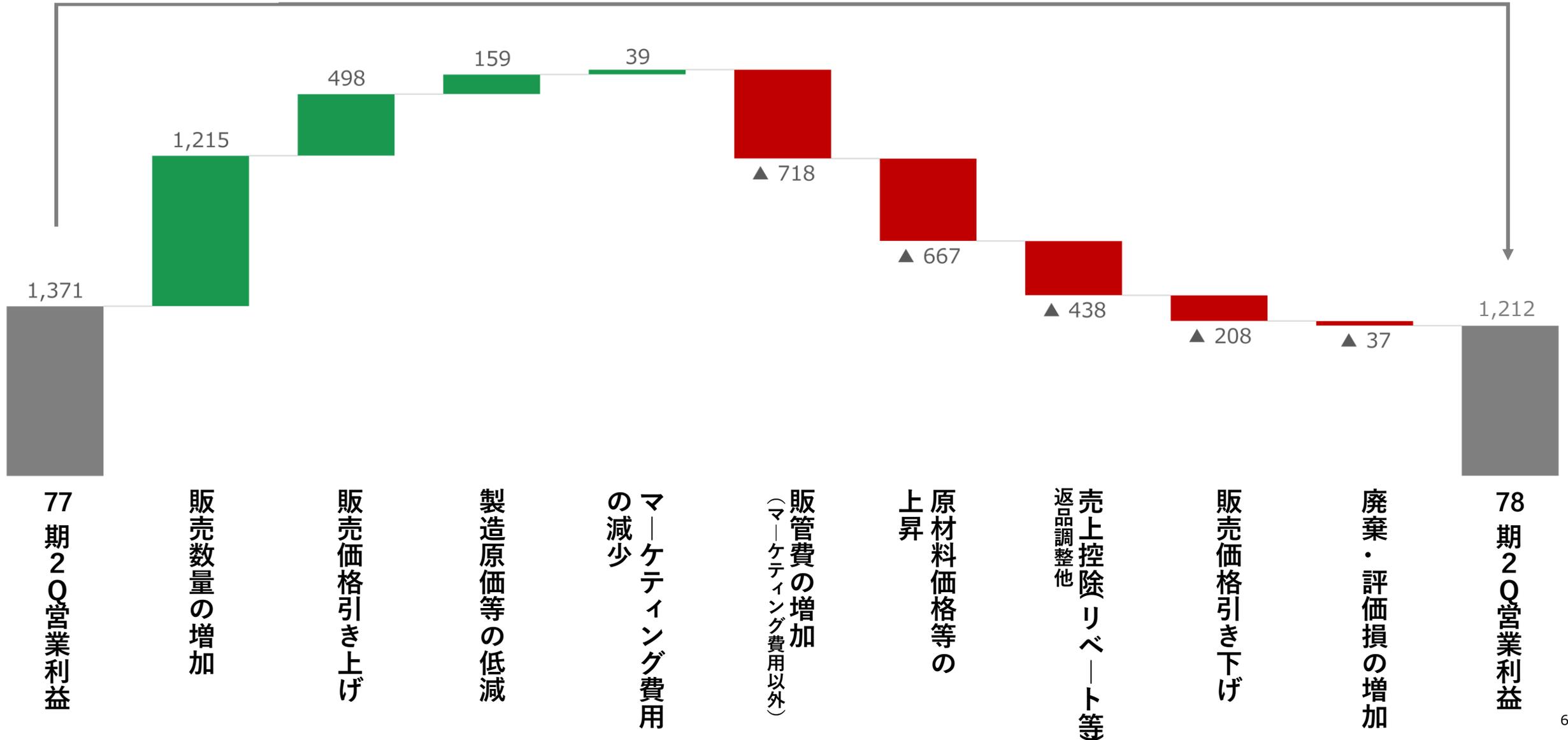
カテゴリー		売上高	前年比	構成比
エアケア	(消臭芳香剤)	110.8億円	103.2%	45.9%
ペットケア	(猫用トイレ用品)	16.7億円	-	6.9%
衣類ケア	(防虫剤)	39.0億円	96.9%	16.2%
ホームケア	(フードケア・クリーナー他)	24.0億円	102.5%	10.0%
湿気ケア	(除湿剤)	18.1億円	94.5%	7.5%
サーモケア	(カイロ)	8.2億円	68.0%	3.4%
ハンドケア	(手袋)	24.2億円	94.2%	10.1%
合計		241.4億円	105.4%	100.0%

(注) 対前年中間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）の対前年中間期増減率は1,000%を超えるため「-」と表記しています。

# 2025.3月期(第78期)2Q 営業利益の増減要因 <連結>

単位：百万円

営業利益の増減 1.5億円減少

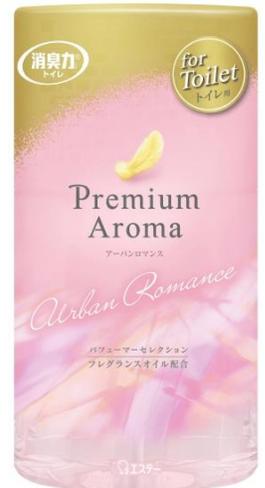
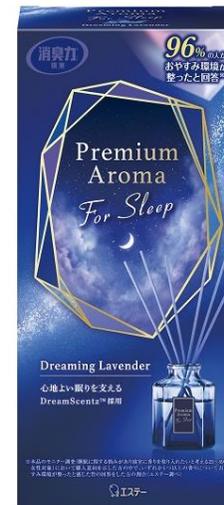


# 2025.3月期(第78期)2Q 営業利益の増減要因の詳細

販売数量  
の増加  
+12.1億円

- 数量要因で最も貢献したのはペットケア
- エアケアは「消臭力 P A」などが貢献

★「PA」・・・「Premium Aroma」  
(以降も同様)



# 2025.3月期(第78期)2Q 営業利益の増減要因の詳細

販売価格  
要因  
+2.9億円

- 販売価格の引き上げ（値上げ）で+4.9億円
  - 一方で廃止品の処分による価格引き下げ等の影響で▲2.0億円



# 2025.3月期(第78期)2Q 営業利益の増減要因の詳細

## 【原価要因】▲5.0億円

製造原価等  
の低減  
+1.5億円

- 処方変更
- 環境に配慮した成形容器の見直し
- 成形パーツの仕様見直し

原材料価格等  
の上昇  
▲6.6億円

- プラスチック成形品、化学原料など
- 為替変動による影響
- 人件費高騰による加工賃の上昇

# 2025.3月期(第78期)2Q 営業利益の増減要因の詳細

## 販管費

(マーケティング費用・それ以外)

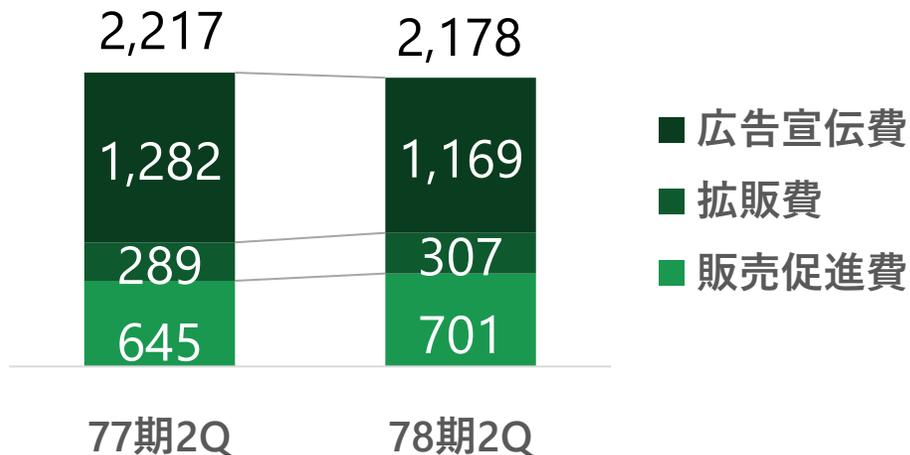
▲6.7億円

マーケティング費用は抑制(+0.3億円)、その他の販管費の増加(▲7.1億円)

※上記以外のマーケティング費用として売上控除のリベート等が増加(▲4.3億円)

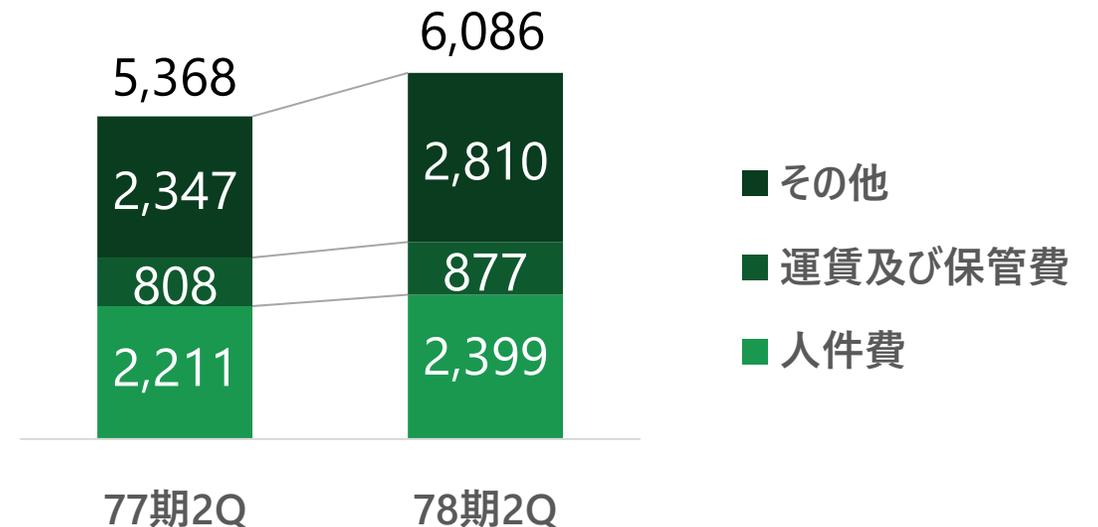
- 広告宣伝費は戦略的な配分により抑制
- ペットケア積極攻勢で、販売促進費増加
- 人件費、運賃及び保管費の増加
- その他は、減価償却費(のれん)、中期経営計画策定に伴うパーパス制作費、DX強化、等

マーケティング費用



マーケティング費用以外

(百万円)



# 2025.3月期(第78期)2Q 主力事業の状況

## エアケア (消臭芳香剤)

### エアケアは、売上増加

- 消臭芳香剤市場シェアは前年比 2 ポイント増、順位は年間 1 位をキープ ※
- 高付加価値品「消臭力PA」部屋用、トイレ用、ForSleep寝室用が売上増
- 24年3月発売の新製品「消臭力コンパクトトイレ用」は売上貢献も計画未達
- 脱臭剤は、売上減少。コロナ禍の内食需要が一段落。



※出典：  
株式会社インテージ「SRI+」金額シェア（メーカー別）  
「消臭芳香剤」  
衣類用・ウイルス除菌効果・二酸化塩素発生・クルマ用、いずれも除く

シェアは、2024年4月～9月（6カ月累計）  
順位は、2023年10月～2024年9月（1年間累計）

「消臭力PA」ForSleepスティック  
24年3月発売

「消臭力PA」部屋用・トイレ用  
24年9月パッケージリニューアル



# 2025.3月期(第78期)2Q 主力事業の状況

## ペットケア (猫用トイレ用品)

### 「ニャンとも清潔トイレ」の販売開始で、売上が上乘せ

- 「ニャンとも清潔トイレ」の販売が好調 売上は計画比125%
- 販路はE Cを強化



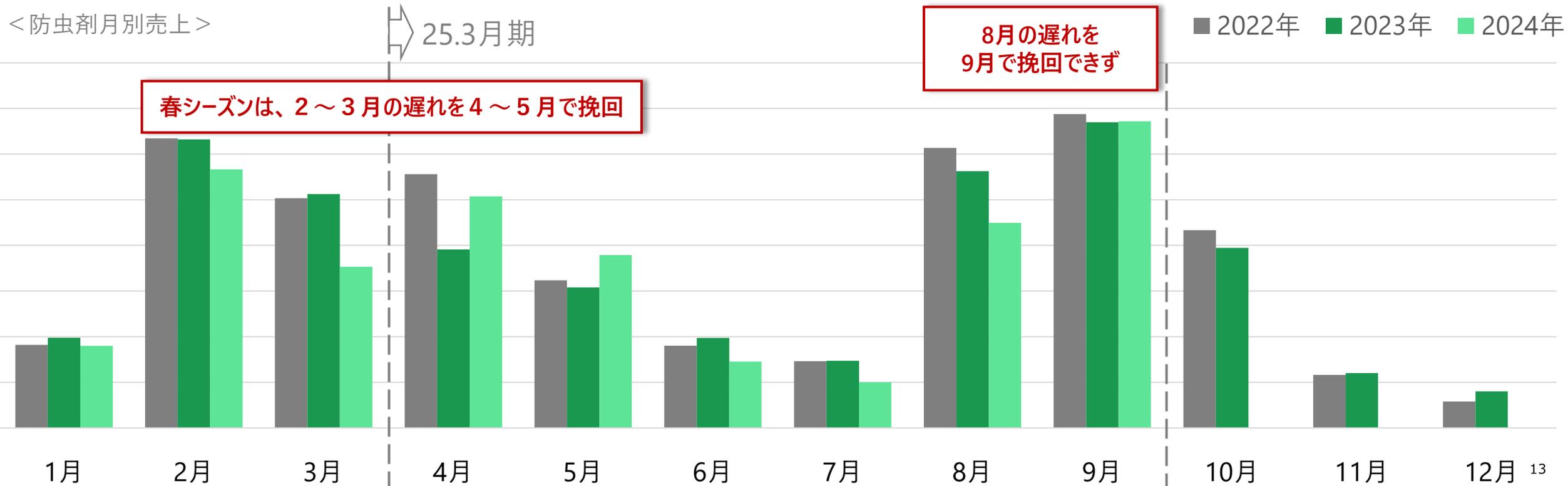
# 2025.3月期(第78期)2Q 主力事業の状況

## 衣類ケア (防虫剤)

### 衣類ケアは、売上減少

- 春シーズンは2～3月の遅れを4～5月で挽回
- 秋シーズンは、残暑長期化の影響で8月の遅れを9月で挽回できず
- 「ムシューダNOTE」「ムシューダPA金木犀の香り」で市場活性化も、市場シェアは微減

<防虫剤月別売上>

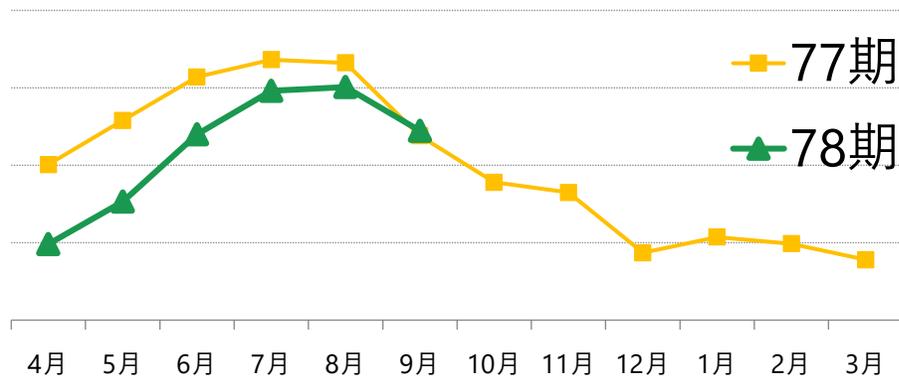


# 2025.3月期(第78期)2Q 在庫の状況

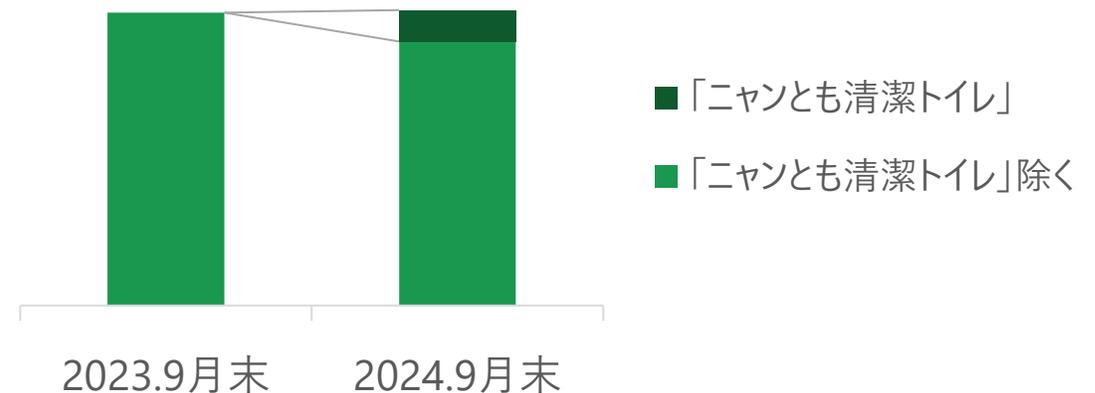
## 在庫削減 SKU削減

- 25.3月期第2四半期末の在庫は、前年同月比101%で微増
  - 防虫剤・カイロの販売時期のズレにより在庫滞留
  - 「ニャンとも清潔トイレ」譲受に伴い在庫増
  - 一方、手袋の過剰在庫・廃止品在庫の処分を実施
- 【23.8月末時点でのSKU数3割削減】目標を達成。  
「ニャンとも清潔トイレ」を除くと、在庫金額は前年同月比90%

<月別製商品在庫金額推移> 4月～3月



<9月末棚卸金額> 前年・本年



# 本日の説明内容

- ① 2Q決算概要のご報告
- ② 通期業績見通し**
- ③ 中期経営計画の進捗  
SMILE2027

**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**

# 2025.3月期「主力事業の回復」

売上総利益  
のさらなる  
向上

## 絞り込みと集中で「稼ぐチカラ」を強化

### 衣類ケア（防虫剤）

- 引き続き、衣替えピークの分散化対応
- 若年層向け施策：「ムシューダNOTE」の拡売、デジタルプロモーション

### エアケア（消臭芳香剤）

- 年末需要期は、高付加価値商品へ販売促進策を集中
- 来春、高付加価値新製品投入



来春新製品発売予定



# 2025.3月期「成長けん引事業に注力」

## ペットケア (猫用トイレ用品)

### 販路拡大 & 販売促進による顧客の維持・拡大へ

- 新規のお客様の獲得、トイレ本体の拡売
- エスターの販売力を生かした販路拡大と販売促進

2024年7月猫用トイレを、全国22の保護猫団体に寄贈  
引き続き活動が続けていきます



## 保護ネコ応援 プロジェクト



7日間で猫ちゃんが慣れなかつたら  
エスター猫ちゃん想い  
**全額返金**  
キャンペーン

まずは1回  
試してニャ!

ニャンとも清潔トイレ エスターペット 実感消臭

※ニャンとも清潔トイレまたはエスターペット 実感消臭 本体セットを7日間以上設置して、猫ちゃんが使い続けてくれた場合に限り返金。  
※それぞれトイレ本体のみ対象です。

レシート 2024年10月15日(火)～ 申込 2025年1月24日(金)  
有効期間 2025年1月14日(火) 締切日

花王株式会社製のニャンとも清潔トイレは  
キャンペーン対象外となります。

# 2025.3月期「原価高騰対策の取組み」

## 原価高騰 対策

以下の品目で出荷価格の値上げを予定 2025年2月

- 「消臭カトイレ用スプレー」
  - 「ドライペットシートタイプ」
- } 約 7 ~ 10%

### コストダウンの実施

- 調達方法の変更による効率化を進め、原価削減を推進
- 原材料の共通化、単品当たりの調達量拡大によるコスト抑制



## 增收増益

	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	25億円	196.1%

**年間配当 44円 予定** \*配当性向 39.0%

# 本日の説明内容

- ① 2Q決算概要のご報告
- ② 通期業績見通し
- ③ 中期経営計画の進捗**  
SMILE2027

## 既存市場・既存ニーズ

### 既存ビジネスの進化

ペットケア事業を主力事業へ育成  
エアケア高付加価値商品・新ブランドに注力

投資優先度：高

営業利益額 +16億円～

## 新規市場・新ニーズ

### 新規ビジネスの創出

クリアフォレストを活用した新ビジネスモデル創出  
D2Cビジネスの構築、  
社会課題解決ビジネスのパイロットテスト

投資優先度：中

3 か年は投資期間

### 既存ビジネスの拡充

ブランド力のさらなる強化  
カテゴリー再定義による収益拡大  
SKU削減・コスト削減・環境対応

投資優先度：低

営業利益率 +1pt～

### B2B・海外チャネルの強化

B2Bは手袋から空気ビジネスへ転換  
海外事業はASEAN（タイ）集中へ

投資優先度：中

営業利益額 +6億円～

## 持続的な成長を支える基盤強化

財務戦略

人財戦略

DX・AI活用

リスクマネジメント

サステナビリティ対応

# 計画の進捗

## 既存市場・既存ニーズ

### 既存ビジネスの進化

- 「ニャンとも清潔トイレ」をフックとしたペットケアの展開
- エアケア高付加価値商品の開発中

新規技術・商品

## 新規市場・新ニーズ

### 新規ビジネスの創出

- フェムケアの新ブランド「ルナマイン」発売
- クリアフォレストの活用：エステー×スズキ「Air Forest YOWAN車用エアケアキューブ」を共同開発
- 自治体との地方創生とビジネス可能性を模索

既存技術・商品

### 既存ビジネスの拡充

- 高付加価値ライン「消臭力PA」や、「米唐番」が好調
- 衣類ケアは既存ユーザーの確保と新規ユーザーの獲得の両立

### B2B・海外チャネルの強化

- B2Bは、手袋からエアケアヘシフト
- B2Bで、エアケア・カイロの新製品強化
- 海外は、収益力の低い中国越境EC旗艦店を閉鎖（24年9月末）

# 「持続的な成長を支える基盤強化」の進捗

## 人財戦略

- 次世代変革プログラム「NEXT」  
- 今秋、第3期始動

NEXT 2期生発案アイデアの  
PoCを実施  
(JAPANドラッグストアショー)

PoC (Proof of Concept : 概念実証)



## DX・AI活用

- 統合情報プラットフォーム構築「SCRUMプロジェクト」
- ST版生成AI「STAiBLE」整備

# 「持続的な成長を支える基盤強化」の進捗

## 財務戦略

- 中期経営計画SMILE2027の財務目標達成に向け、過去10年の財務分析から資本効率性の改善策を策定中
- ペットケアへの投資によるキャッシュアロケーション見極め

## リスクマネジメント

- 景品表示法にもとづく措置命令に対する具体的な再発防止策の策定と社内教育の徹底

## サステナビリティ対応

- 27.3月末「Scope3」実績開示に向け、算定方針を決定
- 今月より算定作業を開始

① かおり×ウェルネスで価値を創出

② メリハリある事業PF戦略

③ 持続的な成長を支える足腰を強化

# 「①かおり×ウェルネスで価値を創出」の進捗

## 新規事業

### < 進捗 >

- フェムケアの新ブランド「ルナマイン アロマスティック」  
発売（24年11月）
  - ゆらぎがちな女性をサポート
- クリアフォレストの活用：エステー×スズキ  
「Air Forest YOWAN(エアフォレスト ヨワン) 車用エアケアキューブ」  
を共同開発、2025年春までに発売を予定
  - 車の移動を不快に感じる方に向けて、快適な車内空間をサポート
- 福井県と「包括連携協定」を締結
  - 地域の活性化や魅力の発信、県民の健康増進などの推進



## 「②メリハリある事業PF戦略」の進捗

### 事業再生

サプライチェーンのコスト構造を洗い出し→収益性向上

- ハンドケア 海外の生産ラインの抜本的見直し  
高収益SKUへの絞り込み
- サーモケア 第一弾はSKU数・在庫の大幅絞り込みと  
コスト削減・生産体制の見直し

# 「統合報告書2024」

- 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応および事業戦略・経営基盤強化の方針・取り組み内容については、「統合報告書2024」にて開示しております。

[https://www.st-c.co.jp/ir/files/20241004\\_1.pdf](https://www.st-c.co.jp/ir/files/20241004_1.pdf)

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。



空気をかえよう

エステー

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。