2027年3月期
第２四半期　決算説明会

2026年11月12日

エステー株式会社

代表執行役社長　上月 洋

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

① ２Q決算概要のご報告

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

2027年3月期 2Q 業績サマリ

増収増益 ※営業利益は減少	● 売上は、手袋、エアケア等の貢献により増加 ● 営業利益、経常利益は、減少 ● 純利益は、投資有価証券売却益により増加
売上総利益 減少	● エアケア等の一部商品で値上げによる改善があったものの、中東情勢の影響による全般的な原材料のコスト増により減少
販売管理費 増加	● 広告宣伝費は、前年同期のCM出稿一部差し止めの反動もあり、増加

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

増収増益　※営業利益は減少

	連結	売上比	前年同期比	計画比
売上高	246.4億円	100.0%	102.0%	97.4%
営業利益	8.0億円	3.3%	43.8%	57.6%
経常利益	10.5億円	4.3%	53.1%	66.2%
親会社株主に帰属する中間純利益	17.1億円	7.0%	127.9%	171.3%

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

2027年3月期 2Q 業績ハイライト <連結>

	2026年3月期2Q		2027年3月期2Q		
	実績	売上比	実績	売上比	前年同期比
売上高	241.5億円	100.0%	246.4億円	100.0%	102.0%
売上原価	144.8億円	60.0%	154.1億円	62.6%	106.5%
売上総利益	96.7億円	40.0%	92.2億円	37.4%	95.4%
販売管理費	78.3億円	32.4%	84.2億円	34.2%	107.5%
営業利益	18.4億円	7.6%	8.0億円	3.3%	43.8%

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

2027年3月期 2Q 業績ハイライト <連結>【カテゴリー別売上高】

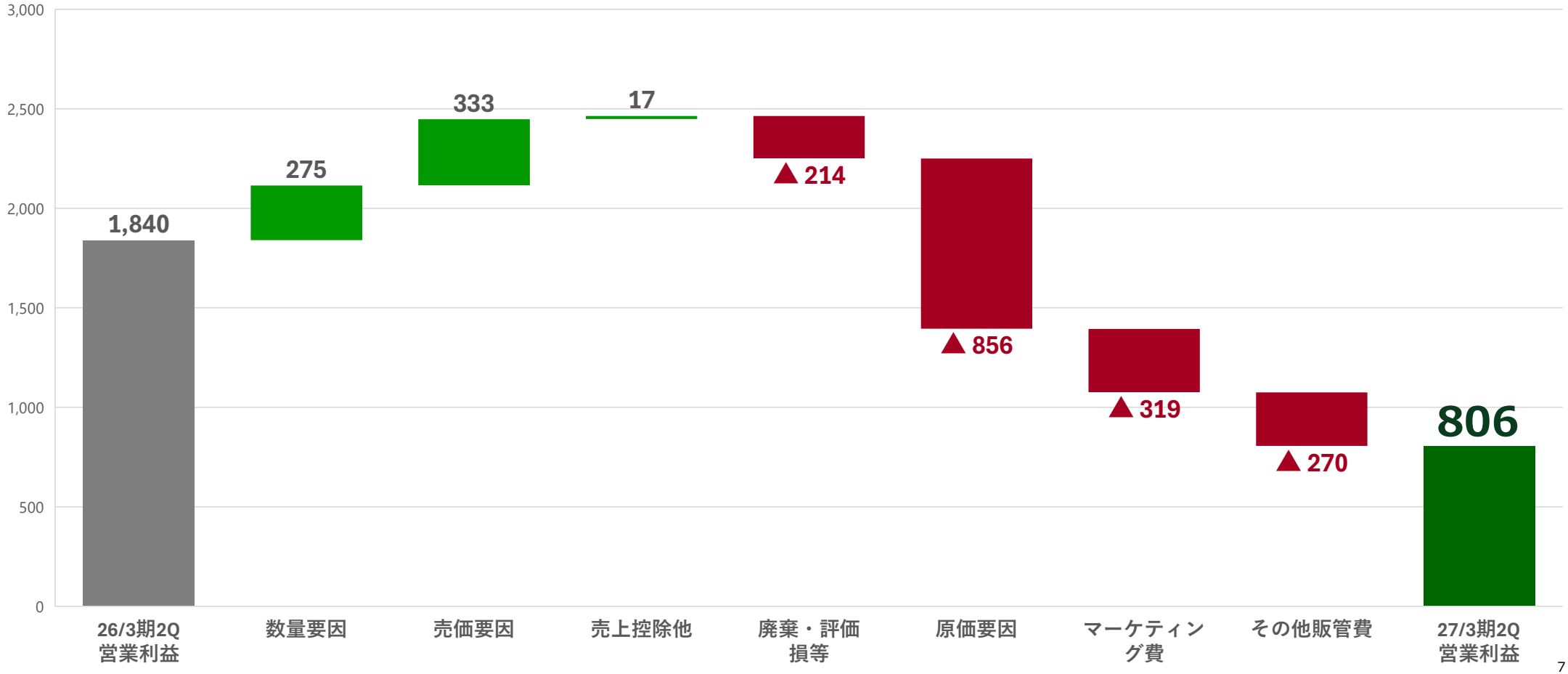
カテゴリー		売上高	前年同期比	構成比
エアケア	（消臭芳香剤）	115.2億円	101.4%	46.8%
ペットケア	（猫用トイレ用品）	19.7億円	105.9%	8.0%
衣類ケア	（防虫剤）	36.7億円	99.9%	14.9%
ホームケア	（フードケア・クリーナー他）	23.7億円	94.2%	9.7%
湿気ケア	（除湿剤）	17.9億円	107.8%	7.3%
サーモケア	（カイロ）	5.5億円	83.1%	2.2%
ハンドケア	（手袋）	27.3億円	114.6%	11.1%
	合計	246.4億円	102.0%	100.0%

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

2027年3月期 2Q 営業利益の増減要因 <連結>

営業利益増減要因（前年同期差）▲10億円

単位：百万円



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

2027年3月期 2Q 営業利益の増減要因の詳細

【数量要因】＋2億75百万円

販売数量の増加

+275百万円

- **数量要因で貢献したのは手袋、ペットケア、エアケア**
  - ✓ 手袋はニトリル手袋の需要増で、使い切り手袋や業務用手袋が増加
  - ✓ ペットケアは、チップ・シートの数量増が利益に貢献
  - ✓ エアケアは値上げの影響により主力の「消臭力」玄関・リビング用/トイレ用の数量が減少するも、高付加価値品「消臭力」クリアビーズ イオン消臭プラスや新製品が数量増



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

2027年3月期 2Q 営業利益の増減要因の詳細

【売価要因】＋3億33百万円

販売価格の引上げ ＋513百万円	● 主な価格改定品  25年9月～  26年2月～  26年8月～  25年8月・26年8月
販売価格の引下げ ▲179百万円	● 返品・廃止品の処分による価格引下げ等

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

2027年3月期 2Q 営業利益の増減要因の詳細

【原価要因】▲8億56百万円

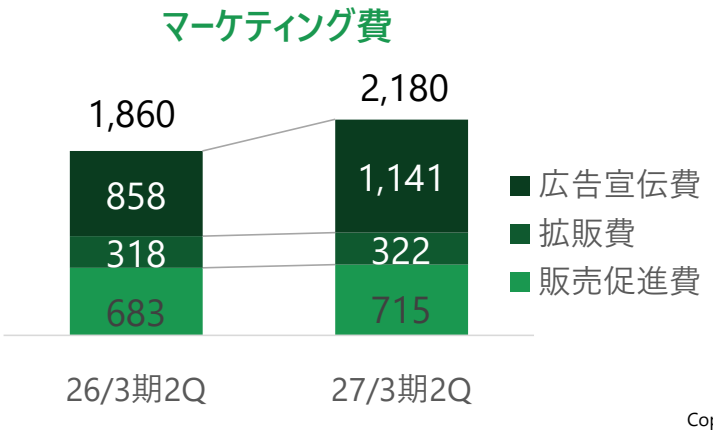
製造原価等の低減 +108百万円	● 材質変更等の仕様見直し ● 調達先変更や海外調達の追加等
原材料価格等の上昇 ▲964百万円	● 中東情勢の影響による仕入値上げが主な要因 ・プラスチック成形品、化学原料などの価格上昇 ● 人件費高騰による加工賃の上昇や労務費の増加は継続

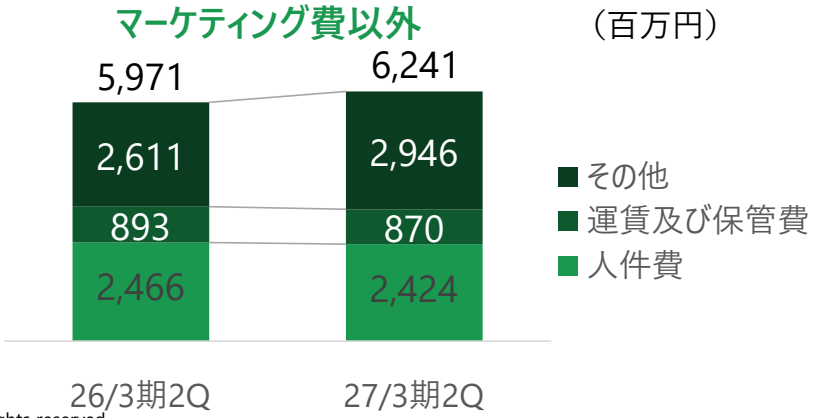
Copyright © S.T. Corporation. All rights reserved.

2027年3月期 2Q 営業利益の増減要因の詳細

【販管費】▲5億89百万円

マーケティング費 ▲319百万円	● 広告宣伝費は昨年一部CM出稿を差し止めた反動 ● 80周年を機にアウターブランディングを実施
それ以外の販管費 ▲270百万円	● 80周年を機にインナーブランディングを実施 ● 研究費を拡充





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

創立80周年を起点として企業ブランドを再定義

新・企業スローガン

つぎ、なにつくろう

エステー

インナーブランディング

全社決起総会



アウターブランディング

企業広告



新価値提案へ

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

2027年3月期 2Q 主力事業の状況

エアケア
（消臭芳香剤）

- **エアケアの売上は、増加**
  - ✓ 消臭芳香剤市場規模は引き続き拡大中
  - ✓ 高付加価値品「消臭力ＰＡシリーズ」玄関・リビング用/トイレ用、「消臭力クリアビーズ イオン消臭プラス」の伸長つづく
  - ✓ 新製品の発売も、計画にはとどかず
  - ✓ 脱臭剤の売上は前年並み

★「PA」・・・「Premium Aroma」　（以降も同様）















「市場規模」出典：
株式会社インテージ「SRI+」推計販売規模
「消臭芳香剤」（衣類用・車用・ウイルス除去効果・加湿効果・二酸化塩素発生除く）
2025年10月～2026年9月（1年間累計）
※市場の定義はエステー独自設定です
（記載データをご利用の場合は、注釈の記載をお願いします）

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

2027年3月期 2Q 主力事業の状況

エステー

ペットケア

- **ペットケアの売上は、増加**
  - ✓「mofusand」とのコラボ等によりシステムトイレ本体の拡販を推進、数量前年同期比122％
  - ✓ チップ・シートも増加
  - ✓ 販路は、引き続きＥＣ中心
  - ✓ 為替や中東情勢の影響を受け、売上総利益率は低下

ニャンとも清潔トイレ







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

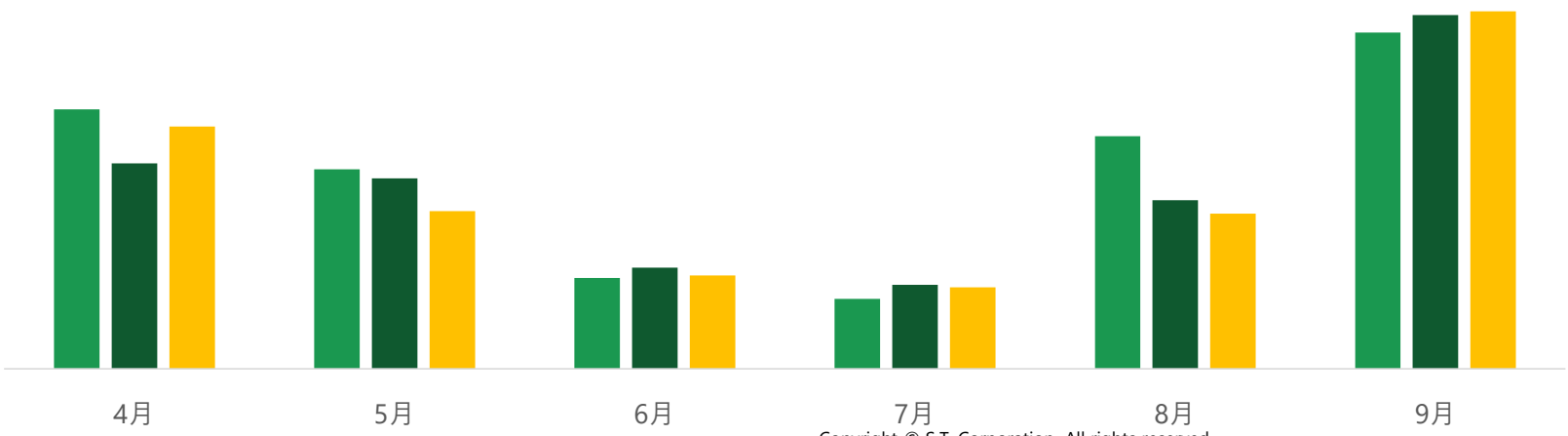
2027年3月期 2Q 主力事業の状況

衣類ケア
（防虫剤）

- **衣類ケアの売上は、前年同期並み**
  - ✓「ムシューダ NOTEシリーズ」は引き続き伸長
  - ✓ 主力品「ムシューダ 引き出し・衣装ケース用」103％、「ムシューダ クローゼット用」105％（※）

（※）売上前年同期比（エステー単体＋エステーPRO）

＜**防虫剤月別売上**＞収益認識基準適用前





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

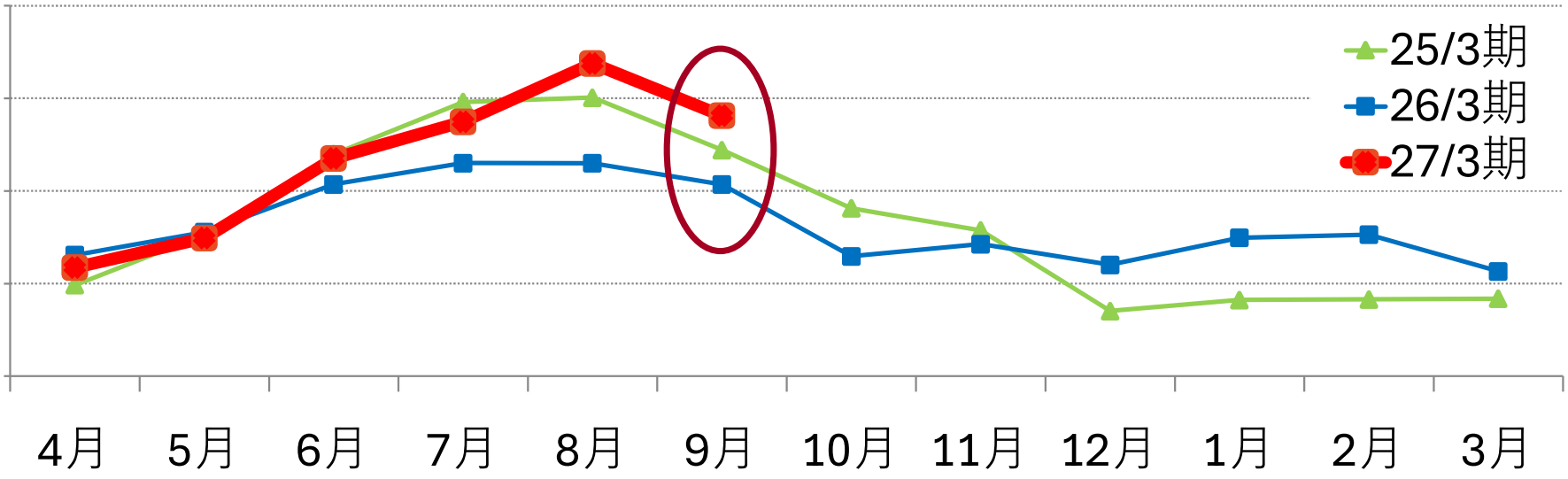
2027年3月期 2Q 在庫の状況

在庫削減
SKU削減

- 26年9月末在庫金額は、前年同月比111%と増加
  - 主にエアケア製品
- SKU数は、741→782と増加

＜月別製商品在庫金額推移＞

※9月末在庫は、エステー単体＋エステーPRO。原価法

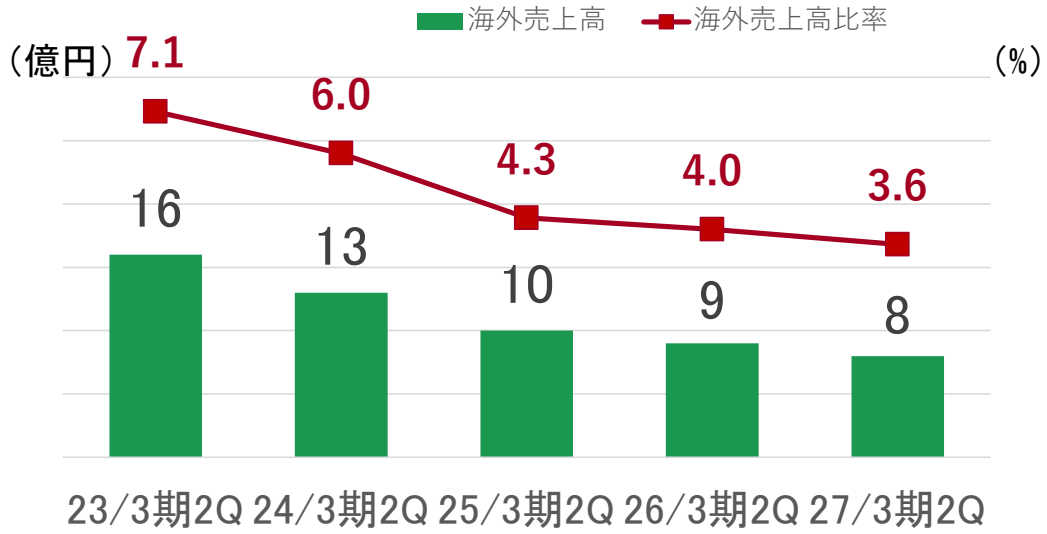


Copyright © S.T. Corporation. All rights reserved.

2027年3月期 2Q 海外事業、BtoB事業の状況

海外売上高の推移

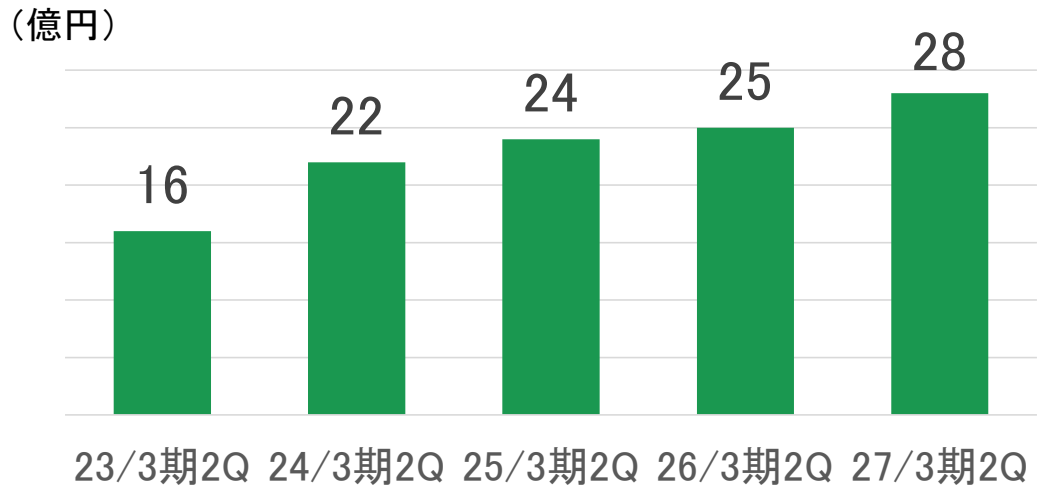
エステーグループ連結（収益認識基準適用後）



- ASEANの代理店政策の見直しを実施

BtoB事業 売上高の推移

エステーPRO株式会社単体（収益認識基準適用後）



- エアケア・手袋が伸長

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

② 中期経営計画～SMILE 2027～

＜2024年4月～2027年3月＞

最終年度の計画再修正と取り組み内容

既存事業の構造的見直しと次期中計への基盤構築

外部環境の悪化による計画未達を受け、抜本的な
収益構造改革と成長領域へのシフトを加速させます。

01
計画の再修正
中東情勢悪化等による原価高騰を受け、
中期経営計画SMILE 2027最終年度目標を再設計。

02
構造的見直し
製造と販売、商品開発プロセスの抜本的改革
による既存事業の利益確保を図る。

03
成長基盤の育成
BtoBコーティングサービスと空間ビジネスの拡大、
海外におけるペットケア事業の積極展開。

04
資本政策の実行計画
次期中期経営計画SMILE 2030に向け、
TOPIX対応を含む資本政策の実行計画を策定中。

中期経営計画 SMILE 2027 計画の修正

会社方針および全体戦略

数値目標再修正

【パーパス】　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。

【10年後のありたい姿】　くらしと社会を豊かにするウェルネスカンパニーへ

成長マトリックスに基づいた4象限の戦略

既存ビジネスの拡充	既存ビジネスの進化	BtoB・海外チャネル強化	新規ビジネスの創出
ブランド力のさらなる強化 カテゴリー再定義で収益拡大	ペットケアを主力事業へ育成 エアケア新価値商品の上市	BtoBは手袋から空気ビジネスへ 海外はASEAN集中へ	クリアフォレストの活用 社会課題解決ビジネスの創出

目標再修正：売上高520億円⇒500億円、営業利益25億円⇒12億円、ROE 5.3％⇒6.1％

【2Qの概況】

・中東情勢悪化を機に原価率が大幅に上昇

・販売数量増や販管費削減、価格改定でカバーしきれず

構造変革が必要

①既存事業2つの収益構造改革プロジェクト
売り方とつくり方の改革で営業利益率改善へ

②BtoB のさらなる事業拡大
コーティング事業の拡大、
かおり空間プロデュース事業の基盤強化

③新価値創出型のR&D体制へ
アイデア創出プロセスを刷新、新価値創出体制へ

④次期中計につながる新規・海外ビジネス
パイロットテストから事業化へ、M&Aも視野

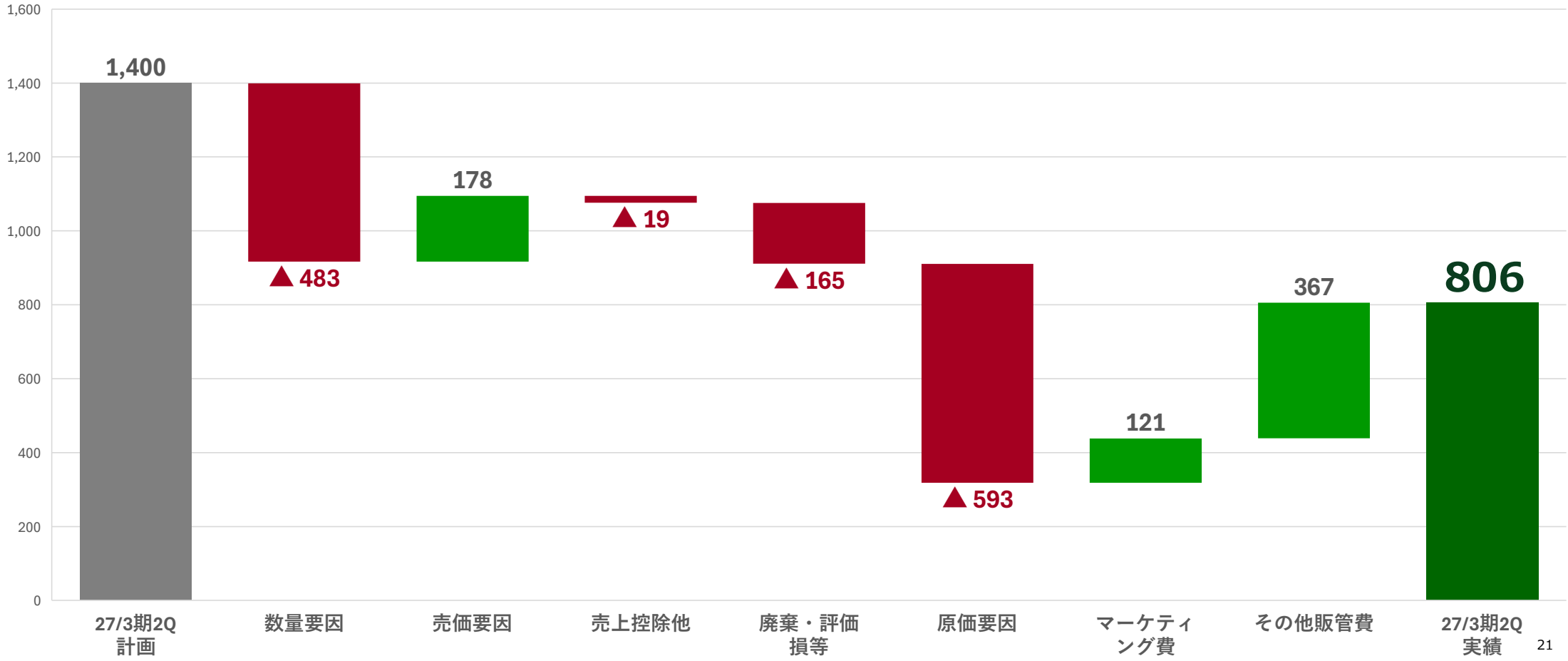
既存事業を構造的に見直すと共に、次期中計への成長基盤を構築し、収益力の向上を図る

営業利益の増減要因＜2027/3期2Q 計画差＞

中東情勢の影響等による原価上昇と販売数量の計画未達によるマイナスを価格改定や販管費の抑制等ではカバーできず。

営業利益増減要因（計画差）▲593百万円

単位：百万円



財務目標の進捗

中期経営計画SMILE 2027最終年度は期初の修正計画を再修正。既存事業の構造的見直しと次期中計に向けた基盤強化を図る。

	2024/3期	2025/3期	2026/3期実績	2027/3期 修正計画	2027/3期 再修正
売上高	444億円	481億円	484億円	520億円	500億円
営業利益	13億円	16億円	19億円	25億円	12億円
営業利益率	3.0%	3.4%	4.1%	4.8%	2.4%
EBITDA	26億円	31億円	36億円	43億円	30億円
ROE	3.9%	8.6%	4.9%	5.3%	6.1%

中期経営計画SMILE 2027クロージングに向けて

①既存事業2つの収益構造改革プロジェクト
つくり方と売り方の改革で営業利益改善

2 つのプロジェクトで通期営業利益5億円を見込む。

取り組み	つくり方変革プロジェクト	主な施策
サプライチェーン整流化	○	• 需要予測精度アップ • 生産弾力性の確保
物流効率化	○	• 配送方法の見直し
原価低減	○	• 調達の見直し等による原価低減

通期営業利益見通し
1.9億円
SCM最適化
返品ロス極小化
個装、外装最適化
物流の効率化

取り組み	売り方変革プロジェクト	主な施策
プライシング（価格戦略）	○	• 拡販費の削減と適正な価格設定

通期営業利益見通し
3.1億円
拡販費の抑制
価格改定

中期経営計画SMILE 2027のクロージングに向けて

②BtoB のさらなる事業拡大
「空間ビジネス」の推進

物販に加え、新たな成長ドライバーとなるサービス領域の基盤づくり

		2027/3期 計画	2027/3期2Q進捗	残期（半年）の主な取り組み
空間ビジネス	コーティングサービス	新規施工獲得により ＋7,000室	**ホテル等新規ルート開拓 40施設商談⇒下期成約**	**代理店を活用し 1.5万室商談実施**
	かおり空間プロデュース	新規施設導入により ＋100施設	**リフィールは計画通りも デバイスは計画未達**	**リースモデルの拡充 自社デバイスを開発**

人的リソース集中	新規事業や空間ビジネスに特化したチームが**4月に始動**
プロセスの効率化と確度の向上	デジタルマーケティング強化（リード獲得の仕組とマーケティングオートメーション） プッシュ型からプル型の営業スタイルへ転換⇒**上期は準備、下期より本格稼働**

中期経営計画SMILE 2027のクロージングに向けて

- 中期を踏まえた新規商品の上市計画を立案、クリアフォレストを活用した社会課題解決型ビジネスの事業化を進める。

③新価値創出型のR&D体制へ
アイデア創出プロセスを大幅刷新、新価値創出へ

新しい価値を量産し、新製品を創出

消費者のインサイトに向き合い、
「400打席100安打会議」を毎週1回実施し、
新しい価値・アイデアを大量に生み出し、
中期の新規商品上市計画を立案

2027年 春より
順次、新製品を投入

④次期中計につながる新規・海外ビジネス
パイロットテストから事業化へ、M&Aも視野

＜新規事業＞

“トドマツ抽出成分”を活用した社会課題解決

「畜産分野」における事業開発（ニオイ対策）
- 全国約5.5万戸の畜産農家という広大な市場
- 各自治体からの明確な現場ニーズあり
- 事業化に向けタスクフォースを設置

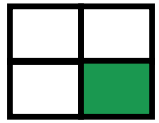
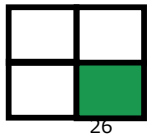
＜海外＞

タイの機能強化とペットケア領域への注力

タイの商品開発機能を強化⇒遅延
ペットケア領域のチャネル開発は進行中
M&Aも視野に成長戦略を立案

事業ポートフォリオ戦略の状況①

- エアケアは新製品が売上計画未達のため事業収益への貢献度が低い。ペットケアはブランド強化し、販促強化と販促で計画達成を目指す。

	2027/3期2Q 売上高計画比	2027/3期2Qの状況	残期（半年）の主な取り組み	【4象限】
力強い成長へ投資を集中	エアケア（売上高計画比95.8%）	・競合の新製品や価格訴求等の販促攻勢の中、新製品は計画未達。 ・消臭機能に特化した商品の需要増。	・「消臭力」ブランドの再定義と消臭機能に特化した**高付加価値商品上市。** **・消臭力プレミアムアロマ等の価格改定。**	
		・かおり空間プロデュースではリースモデル等新しい販売方法へのシフトを開始。 ・アジア重点5か国における配荷力の高い代理店への再編を進める。	・BtoBインバウンドマーケティングを強化し、オリジナルデバイスの導入や**リースモデルの拡充**を図る。 ・日系グループ企業との取り組み強化。	
		・中東情勢悪化を受けた供給制限や定番棚の減少により全体の収益が低迷。 ・主力品「消臭力」の価格改定に伴い、数量減。	・定番シェアの拡大によるベースアップ。 ・年末需要拡大期の販促強化。 **・消臭力トイレ用スプレーの価格改定。**	
	ペットケア（売上高計画比97.6%）	・競合の販促攻勢の環境下でトイレ本体はキャラクター活用等により好調に推移。 ・専門店攻略は進むも、計画に対する遅れが生じる。	**・新たなコミュニケーション展開**に合わせ、プロモーション動画を集中投下する。 ・トイレ本体セットは**ホームセンターへの集中攻略、専門卸との連携**によりチップ・シートの配荷を拡大。	
		・海外(タイ・韓国など)における販売開始も、貢献度は低い。	・専門代理店との新規取引開始。 ・新たな事業展開を準備中。	

事業ポートフォリオ戦略の状況②

- キャッシュを稼ぐ衣類ケア・ホームケアは売上計画未達により収益性が低下。不採算商品の削減を進めていく。

【4象限】



		2027/3期2Q 売上高計画比	2027/3期2Qの状況	残期（半年）の主な取り組み
キャッシュフロー創出力を徹底強化		衣類ケア（売上高計画比95.0%）	・天候不順による需要分散や物価高での買い控えによるシェアの流出が発生。 ・NOTE新製品や防虫カバーの計画未達や返品増により計画を下回る。	・**主力品「ムシューダ」無香タイプの販売強化**に回帰し、シェア奪取へシフト。 ・ホームセンターを中心とした「収納ケア」の包括提案を展開し、秋の売場獲得と返品の削減を徹底。
		ホームケア（売上高計画比90.2%）	・「米唐番」は前年同期の米の供給不安による特需の反動と食品スーパー等新規チャネル開拓の遅れにより計画未達。 ・「洗浄力」ブランドの計画未達も響く。	・「フードケア」商品の**食品スーパー米売場での関連展開**や、未導入店への配荷を徹底。 ・需要変動に迅速に対応すべく生産能力増強の設備投資を行い安定供給体制を図る。
		湿気ケア（売上高計画比105.1%）	・梅雨や９月の記録的降水量等の天候要因で需要は拡大、シェアも伸長。 ・収納ケアとの関連展開不足が課題。	・好調な除湿剤の安定供給。 ・防虫剤と連動し**「収納ケア」の売場を拡大。**
収益性・成長性で戦略転換を見極め		サーモケア（売上高計画比97.1%）	・前シーズンの返品増により計画未達。 ・天候与件によりシーズン立ち上がり遅延	・利益率改善のために再度価格改定。 ・**不採算SKUを削減。**
		ハンドケア（売上高計画比110.1%）	・中東情勢影響の原材料高騰に対し価格転嫁を行うも、予防的買い増しや駆け込み需要あり。	・「フードケア」商品としてのタッチポイント拡大を図り、**食品スーパー中心に売場を拡大。**

基盤強化の進捗と残期の取り組み

- 基盤強化は概ね計画どおりの進捗。人財戦略の実効性やDX・AI活用を財務価値向上につなげていく。

	2027/3期2Qの状況	残期（半年）の主な取り組み
人財戦略	**◆人的資本強化と人財マネジメント基盤整備** ・求める人財像の再定義と全社浸透活動開始 ・求める人財像を軸とした「採用・育成・評価・配置・登用」の再構築開始 ・新規事業創出プログラム「Next～Build～」：新規事業創出・事業化人財の育成の取り組み実施	**◆勝てる戦略組織への進化と評価制度再構築** ・SMILE 2030/2033中計達成のために成長戦略を確実に実行するための「勝てる戦略組織」の構築開始 ・挑戦と成果に報いる評価制度の再構築開始 ・「Next～Build～」発の新規事業化検証
DX・AI活用	**◆統合情報PF構築活動とDX人財教育の実施** ・統合情報PF構築に向けた販売活動のデータ化。 ・生成AI活用で業務効率化。（3.7時間/人・月） ・e-ラーニングによるデジタルリテラシー底上げ。	**◆データ可視化による情報・組織連携・生産性向上** ・商品開発管理システム構築と営業活動データ活用。 ・生成AI活用で業務効率化。（10時間/人・月） ・階層別教育実施によるDX推進者育成。
リスクマネジメント	**◆リスク管理体制の構築と足元のリスク対応** ・BCMの見直し実施。 ・サイバー攻撃対応BCP策定。 ・サイバーセキュリティの周知・教育実施。	**◆リスク管理体制の構築と足元のリスク対応** ・全社で迅速かつ組織的な対応ができる体制の構築。 ・地政学リスクへの対応。 ・サイバーセキュリティの周知・教育・訓練の実施。
サステナビリティ対応	**◆Scope3算定進行、責任ある調達活動開始** ・Scope3主要Cat算定と削減施策検討を実施。 ・責任ある調達活動として、SAQや面談・訪問を通してサプライヤーのCSR対応度を把握。	**◆ESG管理体制の強化** ・Scope 1・2 削減及びScope3削減に向け事業推進・商品設計面の施策を検討し、実績開示を行う。 ・サプライヤーの改善対応のフォローアップ及びSAQ実施の対象企業を拡大する。

キャッシュアロケーションの進捗

- 2024年6月に注力事業であるペットケアにM&A投資。今期は、人財育成やDX推進、AI活用への積極投資、８月に自社株取得を実施。

投資の原資	キャッシュアロケーション進捗		2026年3月期までの概要
借入の活用※(+α)	高付加価値領域への成長投資(80億円+α)	非連続的な成長に必要なM&A等の活用	- ペットケア事業「ニャンとも清潔トイレ」製造・販売事業を取得（2024） - URALAA(株)（旧・フォレストデジタル）(株)トレッタキャッツの株式購入
手元資金活用(~30億円)		価値創造力の強化：研究開発の強化	- 研究シーズ探索プロジェクト、知財戦略の強化
営業CF（110億円）		価値創造力の強化：人財の確保、育成	- 専門性の高い人財確保と育成（教育費・求人募集費）
		事業ポートフォリオ再構築	- タイの手袋製造事業の撤退
	生産性向上投資(25-30億円)	DXの推進	- 営業活動データベース構築、AI活用と教育費用、会計ソフトウェア取得
		生産体制の構築	- 脱臭炭・消臭力の製造ライン投資、新製品の金型投資
	株主への還元(～30億円)	配当と自社株買い	- 安定配当を基本とした株主還元の充実（DOE 3%を目安） - 自社株取得（23.9億円・2026年8月）

上記に該当しない活動：投資有価証券の売却、固定資産売却等　※借入(20億円)

2027年3月期 計画 <連結>　※2026年11月11日業績予想修正 を反映

エステー

増収増益 ※営業利益は減少

	連結	前年比
売上高	500億円	103.1%
営業利益	12億円	60.4%
経常利益	16億円	66.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	20億円	123.8%

年間配当 46円 予定 *配当性向 46.8%

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

既存事業の構造的見直し

◆高価格・高付加価値商品に特化

⇒低粗利商品の削減

◆拡販費削減とマーケティング費の実効性

⇒マーケティングROIの向上

◆サプライチェーンコストの削減

⇒返品・販売ロス・配送コスト減

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

TOPIX移行措置銘柄指定に対する当社の対応方針について

流通株式および流通時価総額の推移

基準日→	2022/3/31	2023/3/31	2024/3/31	2025/3/31	2026/3/31
流通株式数（千株）	10,695	10,694	10,666	10,838	10,972
流通株式比率（%）	46.5	46.5	46.4	47.1	47.7
株価（事業年度末前３か月間の平均終値：円）	1,527	1,551	1,551	1,489	1,530
流通時価総額（百万円）	16,329	16,584	16,544	16,142	16,792

※**当社推計**。数字は四捨五入

クリアすべきラインとのギャップは大きいが、中長期での“再評価”を目指す。

「時価総額の向上」と「流動性の向上」に向け、資本効率（ROE）の改善、政策保有株式の縮減など具体的施策と企業価値向上のロードマップについては今後検討。



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。