



企業価値の創造報告書2020
2020年3月期

空気をかえよう



空気をかえよう

私たちのビジネスは、空気を通して暮らしを明るく元気にする事です。
ニッチに特化し、「聞いてわかる、見てわかる、使ってわかる」を
商品開発のキーワードに、お客様づくりを行ってきました。

当社の強みは、消臭芳香剤「消臭力」、防虫剤「ムシューダ」、脱臭剤「脱臭炭」、
除湿剤「ドライペット」、米びつ用防虫剤「米唐番」など、ニッチな市場で
高い市場シェアを占める独自性の強いブランドを数多く保有していることです。

現在、経営環境は環境問題の深刻化や社会の構造変化、
グローバル化の波など大きく変化しておりますが、
私たちは、そうした変化に対応できる強い事業基盤の構築を進めています。

これからは、独自の空気ビジネスの新技术を活かし、
社会の期待と要請に応える取り組みを通して社会と企業の相乗発展を図り
グローバルに展開する空気ビジネス総合グループを目指していきます。

編集方針

本報告書は、エステールグループの事業活動の年次報告書として、企業価値創造の取り組みについて掲載しています。ステークホルダーの皆様から寄せられるご意見やご要望などを参考に、ステークホルダーの皆様とエステールグループの双方にとって重要度の高い情報(財務・非財務)を掲載しています。

【報告範囲】 P13のコミュニケーション・ツールの全体像をご覧ください。

【対象組織】 本報告書の対象組織は、当社及び特に記載のない場合はエステール(連結)を表しています。その他、「エステールグループ」の記載はエステールグループ全体、「エステールグループ(国内)」はエステール(単体)及び国内グループ会社、「エステール(単体)」はエステール(単体)を表しています。

【対象期間】 2020年3月期(2019年4月1日～2020年3月31日)

グラフや表の年度表記については特に記載のない限り決算期(3月期)を表しています。

【発行日】 2020年6月発行

【将来見通しに関する注意事項】 本報告書には、将来の計画、戦略、業績などの記述が含まれております。これらは、現在入手可能な情報から当社が判断した見通しであり、今後の経済情勢、事業環境、需要、為替レートの変動などにより、これらの見通しと大きく異なる結果となる可能性があります。

家庭用手袋
マーケットシェア(2位)

23%



防虫剤
マーケットシェア(1位)

54%



除湿剤
マーケットシェア(1位)

42%



使いすてカイロ
マーケットシェア(2位)

16%



消臭芳香剤
マーケットシェア(2位)

25%



脱臭剤
マーケットシェア(1位)

82%

マーケットシェアは、株式会社インテージ「SRI カテゴリーによってフィルターあり」(1~12月で集計、使いすてカイロのみ4~3月で集計)。

Contents

「成長の種まきから育成へ」は継続 2 メッセージ 4 経営を監督・支える仕組み 6 財務・非財務ハイライト 8 事業の概況 10
サステナビリティの概況 12 会社概要/コミュニケーション・ツールの全体像 13

外部環境に左右されない経営基盤の構築

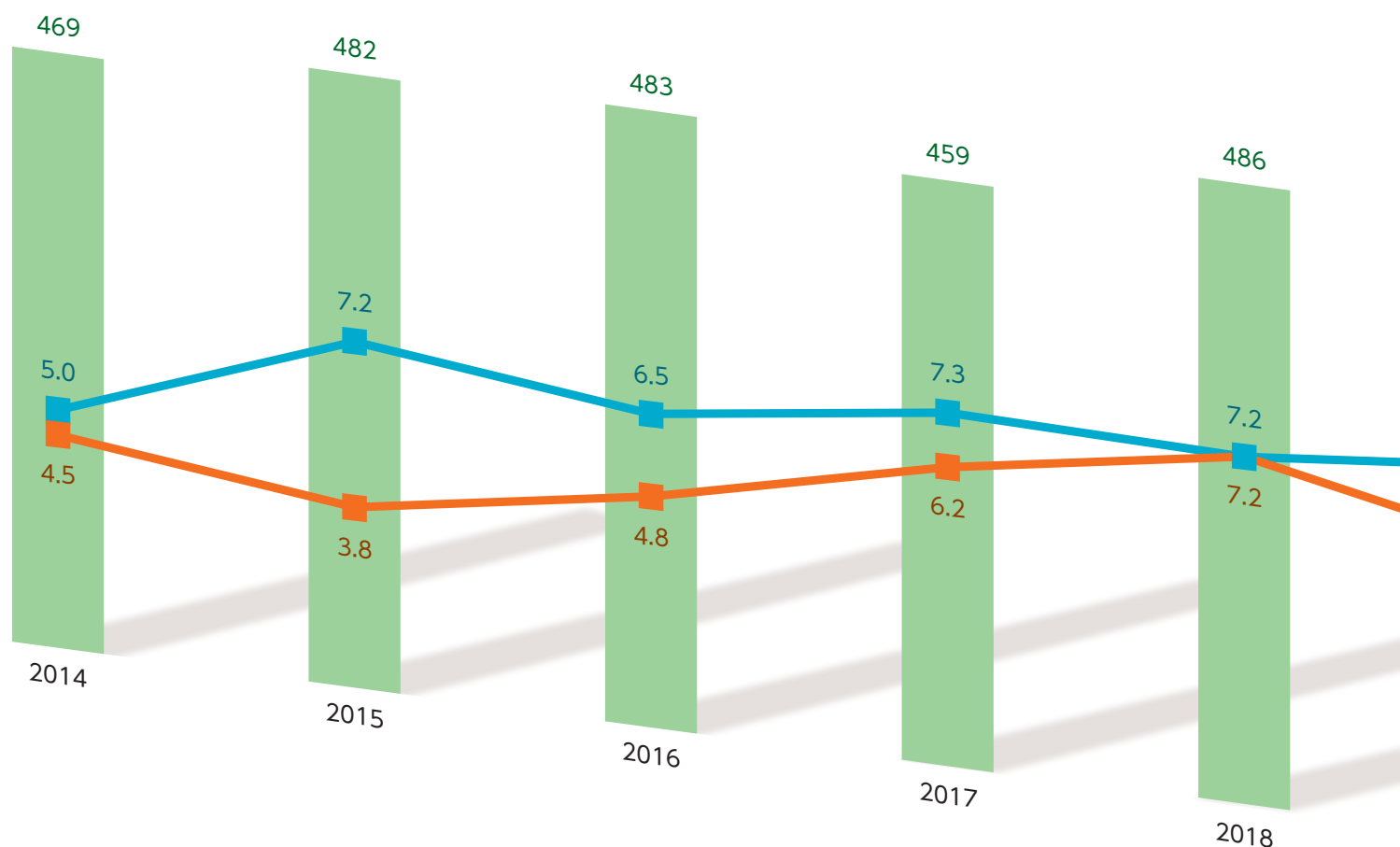
2021年3月期(今期)は、第2次中期経営計画の最終年度にあたります。

今回の中期経営計画では「成長の種まきから育成へ」として売上・利益の伸長に取り組んできました。

しかし、2020年3月期は、主力事業は堅調に推移したもののいくつかの課題も見えてきました。

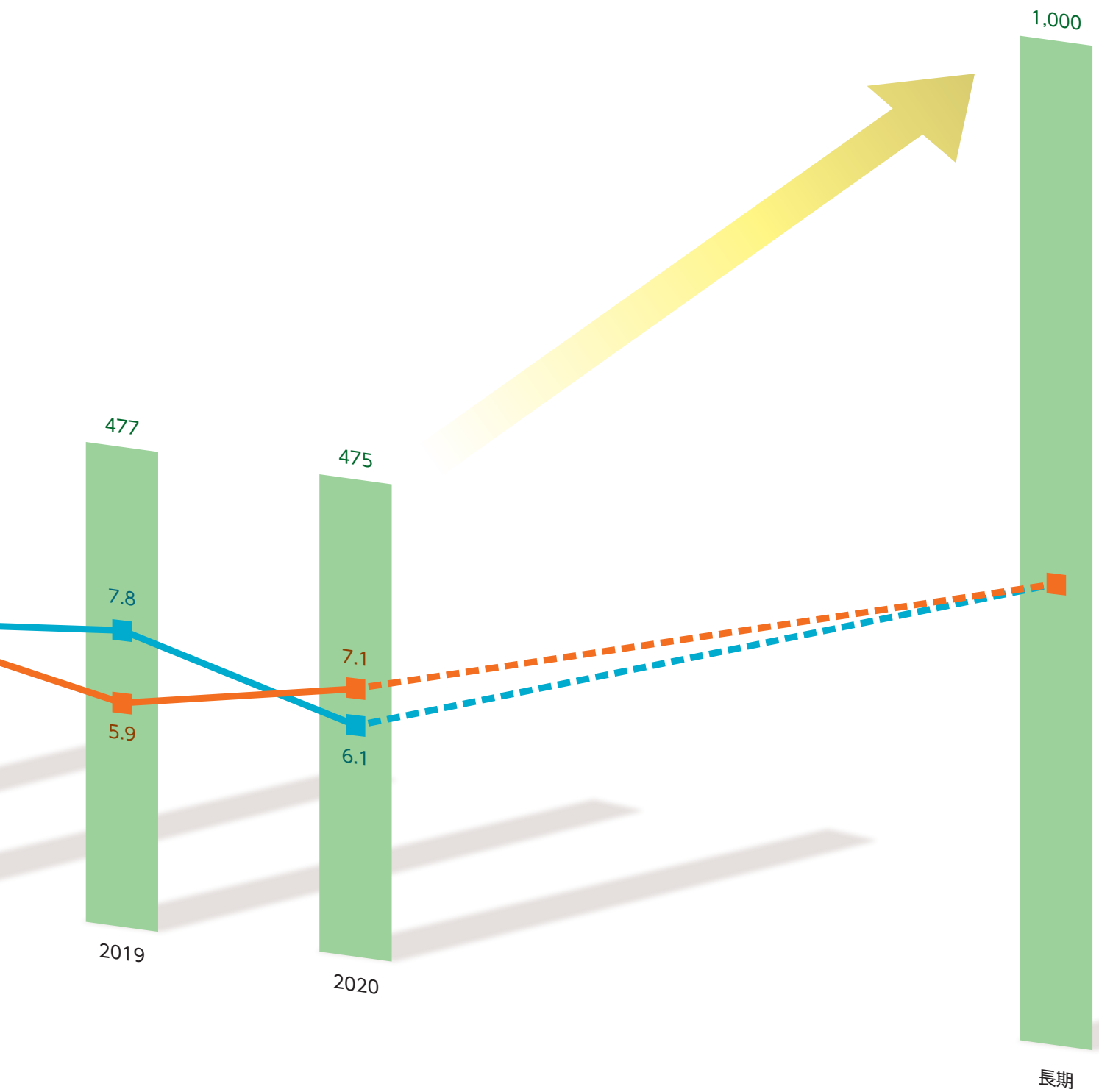
今期はそれらの課題を修正し、もう一度「成長の種まきから育成へ」に向けて再挑戦していきます。

利益水準は維持しつつ、粘り強く成長への投資を押し進めていきます。



■ 売上高(億円) ■ 営業利益率(%) ■ 海外売上高比率(%)

2017年3月期より会計方針変更



環境激変の今こそ、「脱皮」につなげます

2020年3月期(当期)のふりかえり

当期は経営方針「ブランド価値経営」のもと、第2次中期経営計画「成長の種まきから育成へ」の2年目として、引き続き売上・利益の伸長に注力してまいりました。消費増税の影響は概ね想定通りに推移し、国内のエアケアや衣類ケアなどの主力事業は堅調だったものの、記録的な暖冬の影響でカイロ市場が低調に推移したほか、海外事業の構造改革を戦略的に進めたことなどにより、売上高は475億円(前期比0.5%減)となりました。

また利益面では、主力事業の高付加価値品の伸長やコストダウン、カイロ事業の自社工場稼働に伴う原価低減が図れたことなどにより、営業利益は33億円(同19%増)、経常利益は33億円(同23%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は22億円(同25%増)と前期に対して減収増益となりました。

新型コロナウイルス感染症の影響は、一部製品で需要の増加はみられたものの全体としては概ね軽微でした。

当期の総括としては、売上高の計画未達、消費増税の影響は概ね想定通り、カイロ市場は暖冬の影響で低迷、海外事業は戦略的に構造改革に着手、売上原価率は原材料・仕様変更・内製化などにより改善、の5つと考えています。

2021年3月期(今期)の取り組み

今期は、第2次中期経営計画の最終年度にあたります。引き続き先行きの不透明感が継続する中、経営方針「既存事業の“深化”と新分野・新市場の“探索”」に取り組んでまいります。当期に見えてきた課題を修正し、次の5つの重点ポイントに取り組む考えです。

既存事業の“深化”と新分野・新市場の“探索”

- ① 主力ブランドのさらなる深化
- ② 新分野・新市場の探索
- ③ サーモケア 成長への基盤づくり
- ④ 海外事業 構造改革
- ⑤ 成長に向けた体制づくり

①「主力ブランドのさらなる深化」引き続き主力ブランドの強みを活かし、市場の活性化とシェア拡大を図ってまいります。

②「新分野・新市場の探索」トップ主導で新規事業を牽引してまいります。③「サーモケア 成長への基盤づくり」季節変動リスクに左右されない通年商品の拡充を図ってまいります。④「海外事業 構造改革」戦略をゼロベースで見直し、“見切りと創造”を進めてまいります。⑤「成長に向けた体制づくり」引き続き利益の構造改革を継続するとともに、未来へ向けた成長投資として研究開発などへも積極的に投資してまいります。

環境激変の今こそ「脱皮」

当期は前年に引き続き、いくつかの課題を再認識した1年でありました。今期は、それらの課題に対処、この環境激変を事業基盤の「脱皮」と持続的成長につなげ、第2次中期経営計画を締めくくってまいります。今後も引き続き、倍旧のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表執行役社長(COO)

鈴木貴子



コーポレートガバナンス

私たちは、企業と社会の持続的な相乗発展を目指しています。コーポレートガバナンスは、それを“監督する仕組み”であると考えています。経営の透明性・公正性を確保し、積極的な意思決定を支援するとともに適切な情報開示を行う環境を整えることが重要であると認識しています。株主をはじめ、社会・環境から貴重な経営資源を預かっていることを認識し、ステークホルダーの皆様と協働して、社会・環境の持続可能な発展と中長期的な企業価値の創造を図り、説明責任を果たします。

公正性の高い委員会等設置会社(現 指名委員会等設置会社)に移行し、社外取締役を半数以上としました。2008年6月には、初めて女性取締役を選任し、2020年6月には女性取締役比率37.5%となっています(執行役は7人中2人が女性)。さらに、経営・マーケティング・会計・法務など多様な知識・経験・スキルを持った社外取締役を選任しています(経済産業省主催「平成25年度ダイバーシティ経営企業100選」に選定)。2015年からは、実効性を高めるための取締役会評価を実施しています。

コーポレートガバナンス体制の変遷

2004年6月、取締役会の監督機能を高め、経営の質の向上、迅速な意思決定、機動的な業務執行を強化するために、透明性・

役員の報酬について

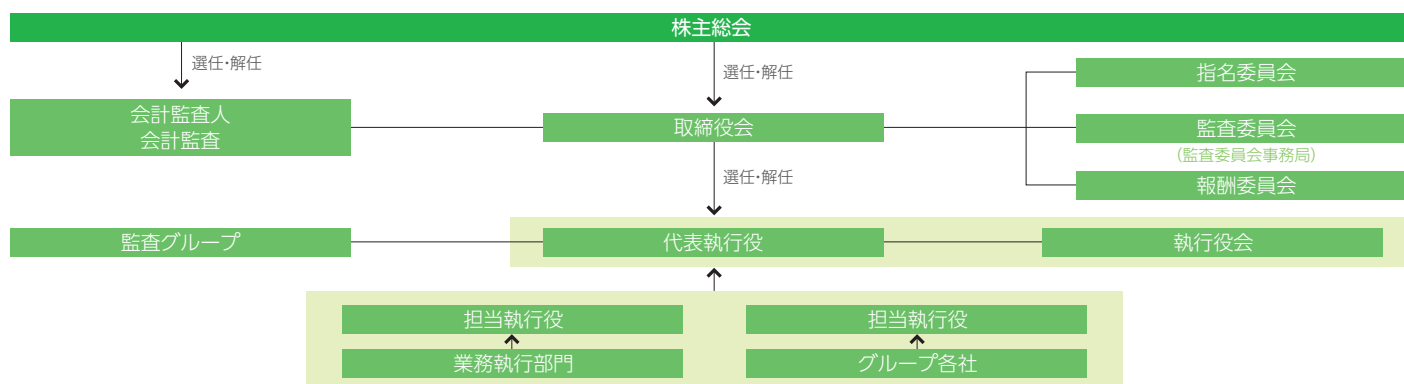
取締役及び執行役の報酬は、企業価値向上に資するための報酬設計としています。

コーポレートガバナンスの概況

(2020年3月期)

ガバナンス形態	指名委員会等設置会社
取締役の人数	9人
社外取締役の人数	5人(56%)
独立社外取締役の人数	4人(東京証券取引所指定として届出)
取締役会のダイバーシティ	女性取締役3人(33%)
取締役会の年間開催数	7回
取締役会の平均出席率	98%
取締役の任期	1年
取締役会議長とCEO	兼任
指名委員会	5人(社外:3人・委員長:社外)
監査委員会	4人(社外:4人・委員長:社外)
報酬委員会	3人(社外:2人・委員長:社外)

コーポレートガバナンス体制



取締役一覧

(2020年6月17日現在)



鈴木 喬 取締役会議長



恩藏 直人 社外取締役



宮川 美津子 社外取締役



渡邊 紀征 社外取締役



有賀 文宣 社外取締役



鈴木 貴子



石川 久美子



吉澤 浩一

取締役会の構成

(2020年6月17日現在)

取締役	指名	監査	報酬	
取締役会議長	○			鈴木 喬 ※
取締役(社外)	◎	○	◎	恩藏 直人
取締役(社外) ☆	○	○		宮川 美津子
取締役(社外) ☆	○	◎		渡邊 紀征
取締役(社外) ☆		○	○	有賀 文宣
取締役	○			鈴木 貴子 ※
取締役			○	石川 久美子
取締役				吉澤 浩一 ※
8名(社外4名)	5名	4名	3名	

◎委員長 ○委員 ※執行役兼務 ☆独立社外取締役

執行役の管掌

(2020年6月17日現在)

執行役	担当	
代表執行役会長	経営全般担当	鈴木 喬 ※
代表執行役社長	経営全般担当	鈴木 貴子 ※
常務執行役	事業統括部門担当 兼コーポレートコミュニケーション部門担当 兼 EC事業本部担当	上月 洋
常務執行役	R&D部門担当 兼 製造部門担当 兼 購買部門担当	紺田 司
執行役	経営戦略部門担当 兼 経営管理部門担当 兼 関係会社担当	吉澤 浩一 ※
執行役	営業部門担当 兼 国内営業本部本部長	椎名 正明
執行役	海外事業部門担当 兼 海外グループ会社統括本部本部長	米本 薫

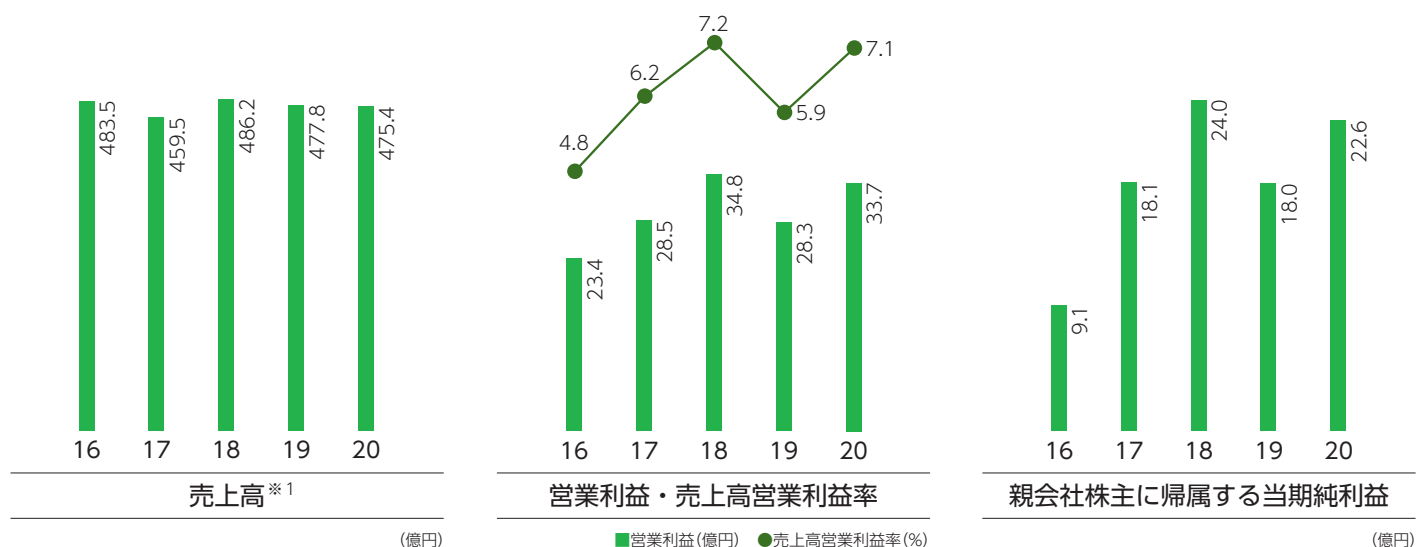
※取締役兼務

リスク管理・コンプライアンス

内部統制については、組織の業務の適正性を確保するため体制整備を推進しています。組織の目的を有効・効率的かつ適正に達成するために、ルールや業務プロセスを整備するとともに、常に社内外の声を把握し、改善を継続的に行っています。リスク管理については、経営の最重要課題と考えており、会社を取り巻く多様な経営リスクの未然防止、万一の被害の最小

化、再発防止などを行うための体制づくりを推進しています。コンプライアンスについては、法令にとどまらず、社内外の諸規則・倫理・社会規範を遵守するとともに、エステグループの経営理念・行動規範の実践により、社会からの要請と期待に応え、皆様の信頼の維持・向上に努めています。

財務・非財務ハイライト



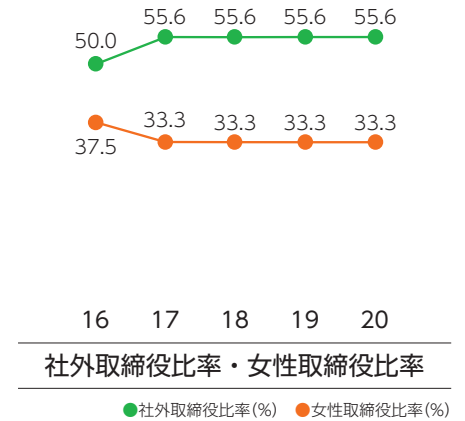
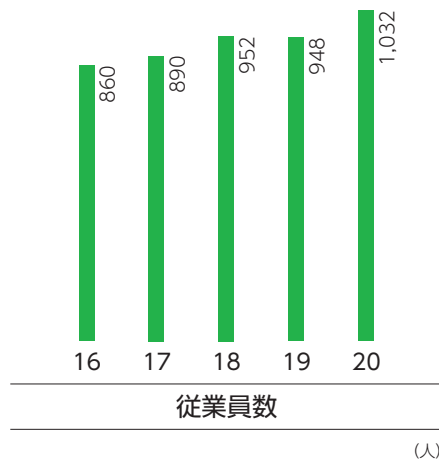
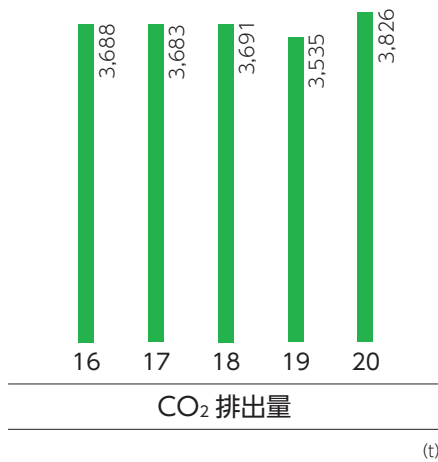
決算期(3月期)	2011	2012	2013	2014
会計年度 (百万円)				
売上高※1	¥43,580	¥46,354	¥46,943	¥46,992
営業利益	2,114	1,751	1,799	2,131
親会社株主に帰属する当期純利益	786	75	564	1,233
研究開発費	610	658	572	563
設備投資額	661	1,006	2,060	942
減価償却費	992	930	830	894
フリー・キャッシュ・フロー	-897	773	-944	2,624
会計年度末				
総資産	30,010	30,286	30,076	32,370
純資産	19,971	19,701	20,213	21,086
発行済株式数 (千株) ※2	21,785	21,718	21,715	21,852
財務指標 (%)				
売上高営業利益率	4.9	3.8	3.8	4.5
総資産当期純利益率：ROA※3	2.7	0.3	1.9	4.0
自己資本当期純利益率：ROE※4	4.0	0.4	2.9	6.1
自己資本比率	64.9	63.4	65.4	63.2
非財務実績				
CO ₂ 排出量 (t) ※5	4,167	3,727	3,930	3,884
従業員数 (人)	630	647	663	760
女性取締役比率 (%)	12.5	25.0	30.0	33.3
社外取締役比率 (%)	62.5	50.0	50.0	55.6
株式実績 (円)				
1株当たり当期純利益	¥36.03	¥3.48	¥26.01	¥56.74
1株当たり純資産	893.74	884.45	905.84	936.06
1株当たり配当金	22	22	22	22
株価※6	916	1,025	988	999

※1：2017年3月期より会計方針変更 ※2：発行済株式数は自己株式を除く ※3：総資産当期純利益率(ROA)=当期純利益÷総資産(期首・期末平均)×100

※4：自己資本当期純利益率(ROE)=当期純利益÷自己資本(期首・期末平均)×100 ※5：CO₂排出量の対象組織はエステグループ(国内) ※6：株価は3月期末の終値

※7：2019年3月期の会計基準の変更に伴い、2018年以降は新しい会計基準で記載

エステーグループ(国内)



	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Revenue	¥48,263	¥48,351	¥45,957	¥48,626	¥47,782	¥47,545
Operating Profit	1,812	2,341	2,854	3,480	2,839	3,374
Profit Before Tax	892	912	1,817	2,409	1,803	2,261
Income Tax Expense	512	536	610	596	642	724
Net Income	1,485	1,757	608	1,821	3,060	3,136
Minority Interest	844	1,128	996	969	1,108	1,486
Equity Income	369	1,856	4,528	834	-118	-46
Operating Assets	33,785	34,924	38,458	42,112	41,976	43,275
Operating Liabilities	22,600	23,495	25,812	29,021	29,223	30,135
Operating Equity	21,850	21,699	21,876	22,062	22,112	22,152
Operating Assets per Share	3.8	4.8	6.2	7.2	5.9	7.1
Operating Liabilities per Share	2.7	2.7	5.0	6.0	4.3	5.3
Operating Equity per Share	4.2	4.1	7.6	9.0	6.3	7.8
Operating Assets to Equity Ratio	64.8	65.2	65.3	67.3	68.2	68.5
Operating Assets	3,752	3,688	3,683	3,691	3,535	3,826
Operating Liabilities	859	860	890	952	948	1,032
Operating Equity	44.4	37.5	33.3	33.3	33.3	33.3
Operating Assets to Equity Ratio	55.6	50.0	55.6	55.6	55.6	55.6
Operating Assets	¥40.83	¥42.01	¥83.57	¥109.58	¥81.66	¥102.19
Operating Liabilities	1,001.84	1,049.58	1,148.41	1,285.01	1,295.38	1,337.42
Operating Equity	22	22	24	31	36	36
Operating Assets to Equity Ratio	1,021	1,114	1,809	2,286	1,892	1,601

事業の概況

事業内容	主な製品	マーケットシェア	売上構成比	売上高 / 前年比
エアケア (消臭芳香剤)	消臭力CM 	消臭芳香剤 (2位) 25% 脱臭剤 (1位) 82%		21,078 百万円 +1.3%
衣類ケア (防虫剤)	ムシューダCM 	防虫剤 (1位) 54%		9,266 百万円 +1.7%
サーモケア (使いすてカイロ)		使いすてカイロ (2位) 16%		4,324 百万円 -16.0%
ハンドケア (手袋)		家庭用手袋 (2位) 23%		5,758 百万円 -0.3%
湿気ケア (除湿剤)		除湿剤 (1位) 42%		3,319 百万円 +10.6%
ホームケア (クリーナー・その他)	米唐番CM 			3,797 百万円 -3.6%

海外

海外売上高比率6%。成長の柱として、グローバル対応を強化。

資本業務提携の推進

フマキラー(株)、NSファーファ・ジャパン(株)と資本業務提携契約を締結。

新規事業を開発

独自の空気ビジネスの新技术を活かした新分野・新市場の開拓。

マーケットシェアは、株式会社インテージ「SRI カテゴリーによってフィルターあり」(1~12月で集計、使いすてカイロのみ4~3月で集計)。

市場環境	事業の特徴と強み	当期の概況と今後の戦略
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場は成長市場。 ● 高付加価値品は拡大傾向、今後も市場を刺激することで成長が期待できる。 ● 除菌消臭についての消費者意識が新型コロナウイルス感染症の影響で高まっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 当社売上高の約4割を占める主力事業であり、今後成長を見込んでいる事業。 ● 当社最大のメガブランド「消臭力」、より香りを楽しむ「SHALDAN」、炭の力で強力脱臭「脱臭炭」など、独自性の強いブランドを保有。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費増税の影響は小幅。「消臭力」Premium Aromaシリーズなどの高付加価値品が好調に推移し売上高は増加。 ● 今期は引き続き、主力ブランドの強みを活かすとともに、新製品で市場の活性化を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場は横ばい、安定市場。 ● 今後は、収納スタイルの変化など、多様なニーズへの対応がカギ。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 創業以来の事業で、エアケア事業と並ぶマーケティングの最重要事業。 ● 大切な衣類を虫食いから守る信頼のトップブランド「ムシューダ」「ネオパラ」などを保有。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費増税の影響は想定通り。'19春シーズンは低調だったものの、秋シーズンは好調に推移し売上高は増加。 ● 今期は、販売促進を積極的に進めるとともに、新しい収納スタイルの提案や隣接市場の開拓で新規需要の開拓を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場は気候変動の影響が大きい。差別化が難しく、競争の激しい市場。 ● 今後は、温熱技術を活かした新分野・新市場に期待。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 冬場の商材。春秋の防虫剤と連動した売場コントロールの役割も兼ねる。 ● 使いすてカイロ「オンパックス」、冷え対策の「On Style」ブランドなどを保有。 ● 2019年4月、新工場が稼働しR&D・生産体制が整う。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 記録的な暖冬の影響で使いすてカイロの市場が低調に推移した結果、売上高は減少。 ● 今期は、温熱技術を活用し、気候変動の影響を受けない通年商品の拡充に注力する。
<ul style="list-style-type: none"> ● 国内は家庭用・業務用ともに市場は拡大傾向。海外の業務用は価格競争が激化。 ● 作業性を高めることに加え、機能強化や付加価値の提案がポイント。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 衣類ケア事業に続く、60年前からの息の長い定番事業。 ● 家庭用手袋「ファミリー」、業務用手袋「モデルロープ」などを保有。破れやすい指先を強化した手袋や突き刺しに強いニトリルゴム製の手袋などを展開。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内は新型コロナウイルス感染症予防への意識の高まりから伸長、一方、海外は価格競争の激化により低調に推移し、売上高は減少。 ● 今期は引き続き、高付加価値商品の提案で、ブランドの強化・育成を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場は拡大傾向。差別化が難しく、競争の激しい市場。 ● 今後は、脱コモディティ化に向けた付加価値の提案がカギ。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 1981年の「ドライペット」発売以来、常に市場を牽引してきた事業。 ● 主力ブランド「ドライペット」、除湿に脱臭を付加した「備長炭ドライペット」などを保有。つめかえタイプやシートタイプなど、充実したラインアップを展開。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 使い捨てタイプや高付加価値品のシートタイプなど、全般的に好調に推移した結果、売上高は増加。 ● 今後は、高付加価値品や環境配慮型製品に更に注力し、ブランドの強化育成を図る。
<ul style="list-style-type: none"> ● ニッチなクリーナー市場や米びつ用防虫剤市場は堅調。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ニッチなクリーナーや、その他育成中の新製品をまとめた事業。 ● 「洗浄力」「おひさまの洗たく」などのクリーナー、米びつ用防虫剤「米唐番」など、独自性のある商品を保有。「エールズ」ブランドで、家庭用介護用品を展開中。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新型コロナウイルス感染症の影響で内食が進み「米唐番」は伸長、一方、「MoriLabo」は低調に推移し売上高は減少。 ● 今後もさらなる成長のために新しい領域への挑戦を展開する。

海外は、戦略的に構造改革に着手。戦略をゼロベースで見直し、海外事業の再編を行う。

3社の事業領域が互いに補完関係にあることを活かし、3社事業の発展・収益性の向上を図る。

森の機能性アロマ「クリアフォレスト」の技術を使ってヘルスケア市場で「MoriLabo」、BtoB市場で「Air Forest」を展開。

サステナビリティの概況

社会の期待に応える（新市場の創造）

内容	当期の概況と今後の戦略
<p>● 健康への取り組み</p> <p>近年、社会からは社会課題解決への期待が高まっています。私たちは、こうした課題に対し強みの“独自の空気ビジネスの新技术”で取り組みます。</p>	<p>● <<製品>>【健康的な生活の確保】</p> <p>森の機能性アロマ「クリアフォレスト」の技術で「MoriLabo」花粉対策製品を発売。</p> <p>● <<地域>>【持続可能な産業化(雇用創出)、持続可能な森林の経営】</p> <p>北海道庁との包括連携協定により、トドマツの利用促進・知名度向上と地域の産業振興を継続。</p>

社会の要請に応える（サステナビリティ活動）

内容	当期の概況と今後の戦略
<p>● 顧客への取り組み</p> <p>私たちは、生活日用品メーカーとして消費者の暮らしを快適にすることが使命であり、同時に安心・安全な製品・サービスの提供が重要な責務であると考えています。万一、こうした消費者からの信頼を失えば、社会に存続することを許されなくなります。私たちはこのことを認識し、消費者への安心・安全な製品の提供に取り組みます。</p>	<p>● 【消費者の安全衛生の保護】</p> <p>品質に関する議論を行うPL委員会を定期的に継続。</p> <p>● 【公正なマーケティング、情報及び契約慣行】</p> <p>ウェブサイトに商品・お役立ち情報、品質情報などの掲載を継続。</p> <p>● 【消費者に対するサービス及び支援並びに苦情及び紛争の解決】</p> <p>お客様相談室で、製品のよくある質問や使用方法、苦情などのサポートを継続。</p> <p>● 【消費者データ保護及びプライバシー】</p> <p>個人情報保護法に基づき、管理体制を整備し定期的に確認を行う。</p>
<p>● 従業員への取り組み</p> <p>2015年以降、社会は「CO₂・格差ゼロ社会」へ向け大きく変化しています。もし、この変化に対応できる有用な人材が確保できなければ、継続的な企業価値の創造ができなくなる恐れがあります。私たちはこのことを認識し、人材の確保と育成に取り組みます。</p>	<p>● 【雇用及び雇用関係】</p> <p>長時間労働の抑制として、業務の見直しなどを継続。</p> <p>● 【職場における人材育成及び訓練】</p> <p>eラーニングなど、教育プログラムを継続。</p> <p>● 【労働条件及び社会的保護】</p> <p>時間単位年休制度、積立休暇制度、育児・介護時差勤務制度、テレワークやフレックスタイム制度などの多様な働き方を推進。</p> <p>● 【社会対話】</p> <p>労働組合などとの対話を継続。</p> <p>● 【労働における安全衛生】</p> <p>事業継続計画(BCP)のもと、防災訓練など点検・是正・改善を継続。</p>
<p>● 環境への取り組み</p> <p>この社会の変化は、環境面ではより深刻度を増しています。私たちは、事業活動が環境に及ぼす影響を抑えるために、製品や製造・物流プロセスを見直し、環境への負荷低減に取り組みます。</p>	<p>● 【気候変動緩和及び適応】</p> <p>モーダルシフト化、営業車のハイブリッド化の推進を継続。</p> <p>● 【汚染の防止】</p> <p>工場単位での廃棄物の削減・リサイクルと、省エネルギー活動を継続。</p> <p>● 【持続可能な資源の利用】</p> <p>部署別の空調管理、インフォモニターでの啓蒙活動などを継続。製品設計での省ゴミ、省プラスチックなどを推進。</p>

会社概要

社名

エステー株式会社

(英文社名:S.T. CORPORATION)

本社所在地

〒161-8540

東京都新宿区下落合1-4-10

TEL.03(3367)6111(代)

設立

1948年8月31日

決算期

3月31日

資本金

70億6,550万円

従業員数(2020年3月末)

連結 1,032名 単体 442名

(パートタイマー・嘱託を除く)

上場証券取引所

東京証券取引所 市場第一部

主なグループ会社

- ・エステートレーディング(株)
- ・エステービジネスサポート(株)
- ・エステーマイコール(株)
- ・S.T.(タイランド)
- ・ファミリーグローブ(台湾)
- ・エステーコリアコーポレーション(韓国)
- ・日本かおり研究所(株)
- ・シャルダン(タイランド)
- ・ZETA S.R.L.(イタリア)

コミュニケーション・ツールの全体像

ハイライト



企業価値の創造報告書

(日本語/英語)

企業価値の創造活動が、ひと目でわかる年次報告書。

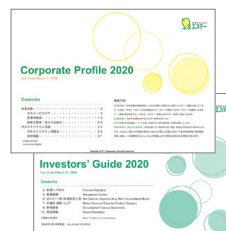
全体像



コーポレート・サイト

(日本語/英語)

企業の全体像と常に最新情報が掲載されている総合ツール(Web)。



コーポレート・プロフィール

(日本語/英語)

インベスターズ・ガイド

(日本語・英語併記)

企業価値の創造活動の全体像を掲載している総合ツール(PDF)。

専門データ



企業価値の創造報告書・財務セクション

(英語のみ)

同報告書の別冊として、財務情報の詳細をまとめた専門データ(PDF)。



各種報告書

(日本語のみ)

法定開示及び決算説明資料などの専門データ(PDF)。

コミュニケーション・ツールは、Webサイトの「エステー資料室」に掲載しています。ご自由にご覧ください。



〒161-8540 東京都新宿区下落合1-4-10
<https://www.st-c.co.jp/>



FSC®森林認証紙にノンVOCインキ(石油系溶剤0%)で印刷されています。