



(令和 4 年)2022年 9 月期第 1 四半期 決算補足説明資料

2022年 2 月 4 日

新日本製薬 株式会社
証券コード：4931
東証一部

2022年9月期第1四半期 決算発表サマリー

売上高

売上高 **9,273百万円** (前年同期比+8.1%*)

- 直近3期では、**最高水準の四半期売上高成長率**で進捗*
- **新日本製薬 単体の四半期成長率**でも前年同期比+5.6%と大きく上昇*
- **1Q計画を上回る**順調な進捗 (通期計画に対する**進捗率 25.1%**)

費用 ／ 利益

営業利益 **825百万円** (前年同期比▲0.3%)

- 育成ブランドを中心に**積極的なマーケティング投資**を実施
- 売上高が計画を上回ったことで、**各段階利益も計画を上回る**順調な進捗 (営業利益の通期計画に対する**進捗率 26.7%**)

1Q事業 ハイライト

- PERFECT ONE 「クッションファンデーション」による**新規顧客獲得が好調**
- PERFECT ONE FOCUS 「スムースクレンジングバーム」がコスメ批評誌で**最高評価を獲得**
- BODY AURA **商品ラインナップ**を拡充し、**新たな広告戦略**を開始

* : 新収益認識基準を適用した2021年9月期実績と比較

INDEX

1. 第1四半期決算概要
2. 第1四半期事業ハイライト
3. 2022年9月期計画
4. ESGへの取り組み

APPENDIX

1. 第1四半期決算概要

第1四半期決算概要

売上高 前年同期比+8.1%、直近3期で最高水準の四半期売上高成長率
 フラット・クラフトの連結効果を除いても、前年同期比+5.6%で成長

(単位：百万円)

項目	<参考> 2021/9期 1Q (個別) 従来基準	<参考> 2021/9期 1Q (個別) 新収益認識基準	2022/9期 1Q (連結) 新収益認識基準	前年同期比	
				差異	増減率
売上高	8,489	8,577	9,273	+695	+8.1%
化粧品	7,914	7,997	8,445	+448	+5.6%
ヘルスケア	574	580	827	+247	+42.6%
営業利益	828	828	825	▲2	▲0.3%
経常利益	859	859	831	▲27	▲3.2%
経常利益率	10.1%	10.0%	9.0%	▲1.0pt	—
(親会社株主に帰属する) 四半期純利益	590	590	547	▲43	▲7.3%

第1四半期決算概要 – 補足データ

オールインワン美容液ジェルシリーズの堅調な成長に加え、クッションファンデーションの販売拡大が貢献し、通信販売チャンネルが増収をけん引

(単位：百万円)

項目	<参考> 2021/9期 1Q (個別) 従来基準	<参考> 2021/9期 1Q (個別) 新収益認識基準	2022/9期 1Q (連結) 新収益認識基準	前年同期比	
				差異	増減率
<チャンネル別売上高>					
通信販売	7,850	7,939	8,447	+507	+6.4%
直営店舗・卸売販売	426	426	585	+159	+37.3%
海外販売	211	211	240	+28	+13.6%
<国内外EC売上高>					
国内外EC売上高	948	957	1,244	+287	+30.0%
<マーケティング投資>					
広告宣伝費	2,534	2,534	2,617	+82	+3.3%
販売促進費	891	891	1,224	+333	+37.4%
<オペレーションコスト>					
FFコスト*	989	1,083	1,081	▲2	▲0.2%
コールセンターコスト	647	647	639	▲8	▲1.3%

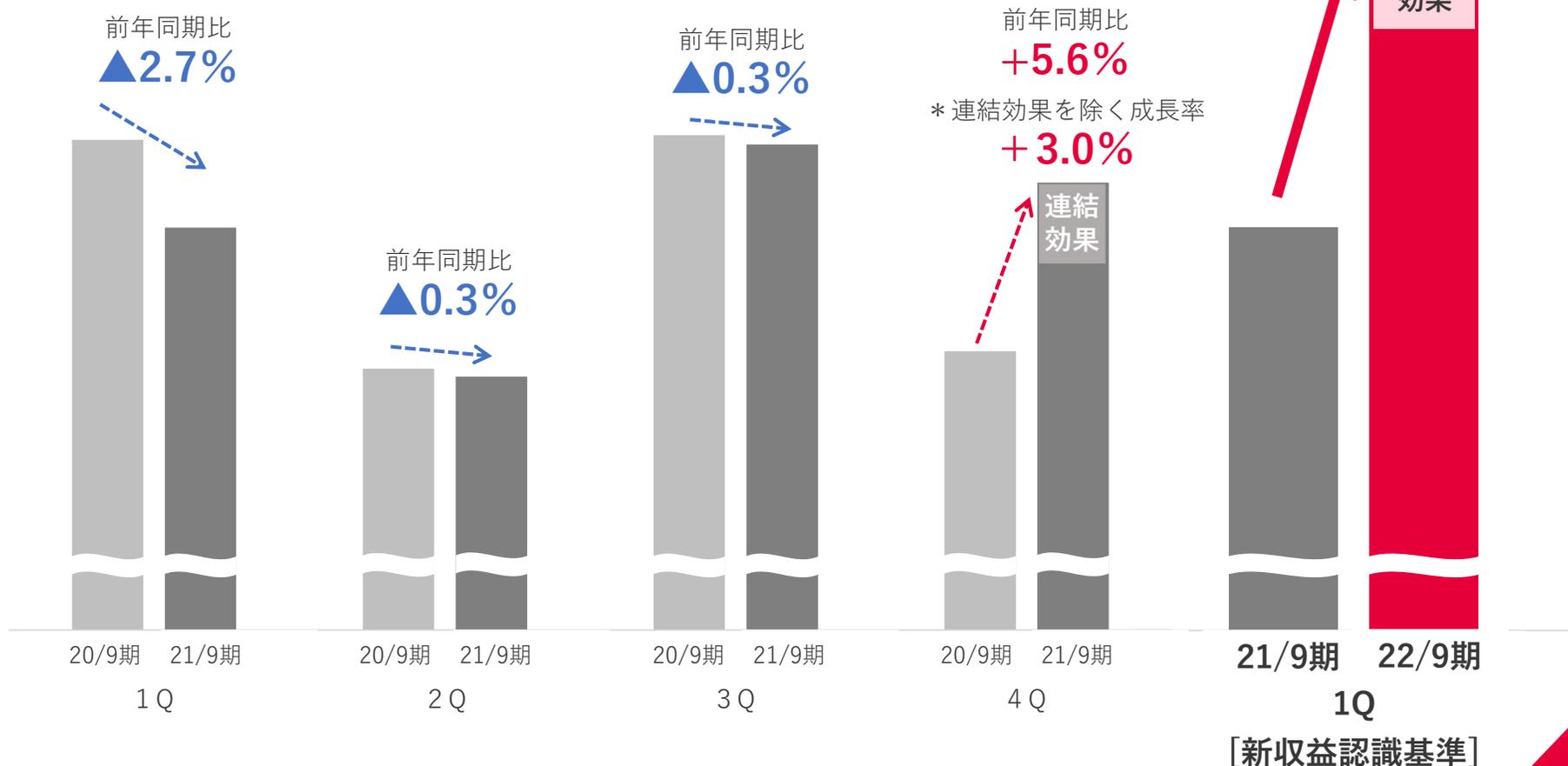
*：FFコスト＝フルフィルメントコスト

[参考]四半期売上高のコンディション

四半期売上高の成長率が大きく上昇
(2020年9月期以降では最高水準)

前年同期比
+8.1%

* 連結効果を除く成長率
+5.6%



第1四半期決算概要－営業利益増減要因分析

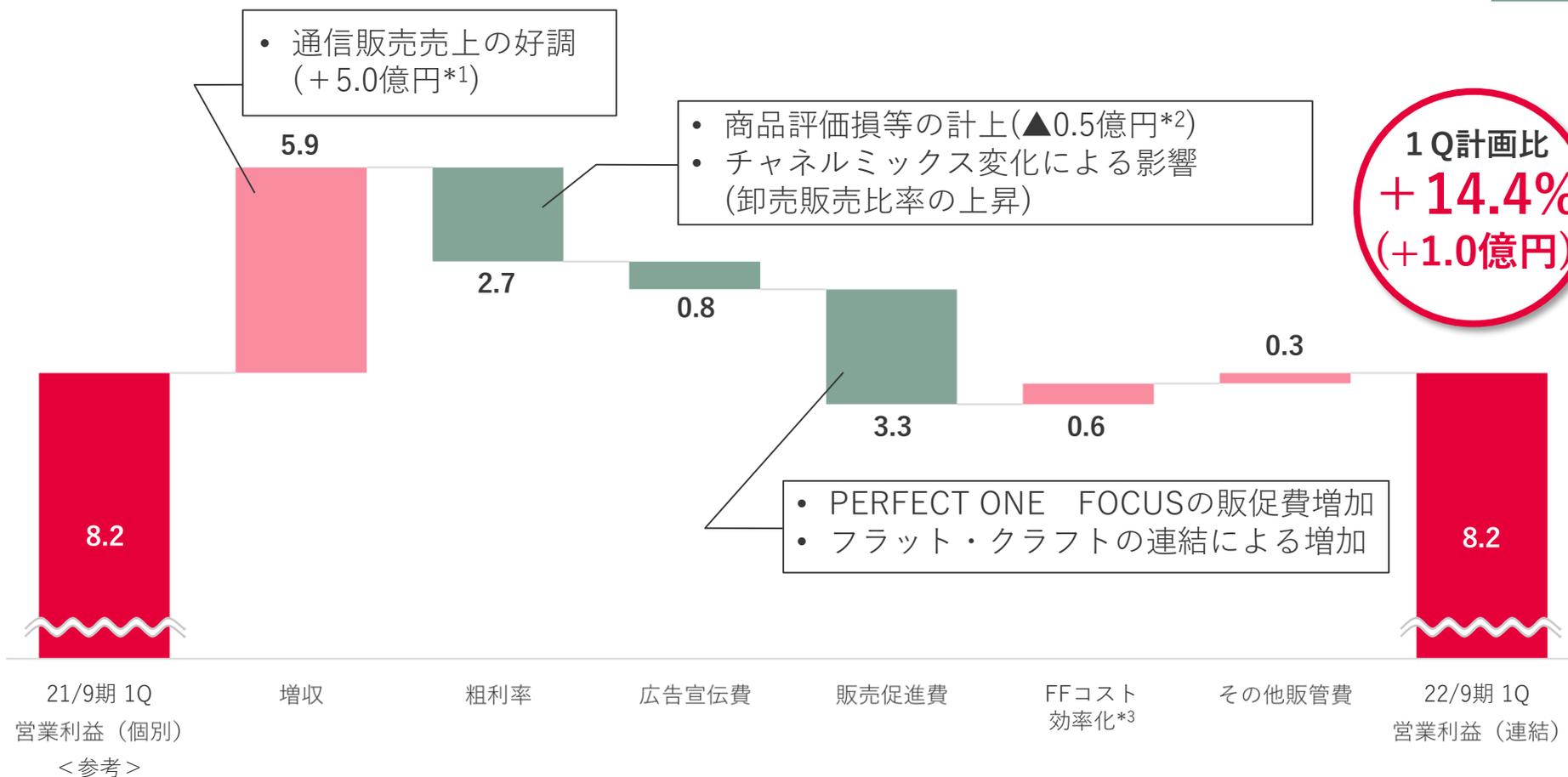
21/9期 第1四半期実績は新収益認識基準適用

通信販売チャネルの好調な進捗(前年同期比+5.0億円)が、増収効果5.9億円をけん引
営業利益は前年同期並みだが、1Q計画に対して+14.4%(+1.0億円)の進捗

(単位：億円)

増益要因

減益要因



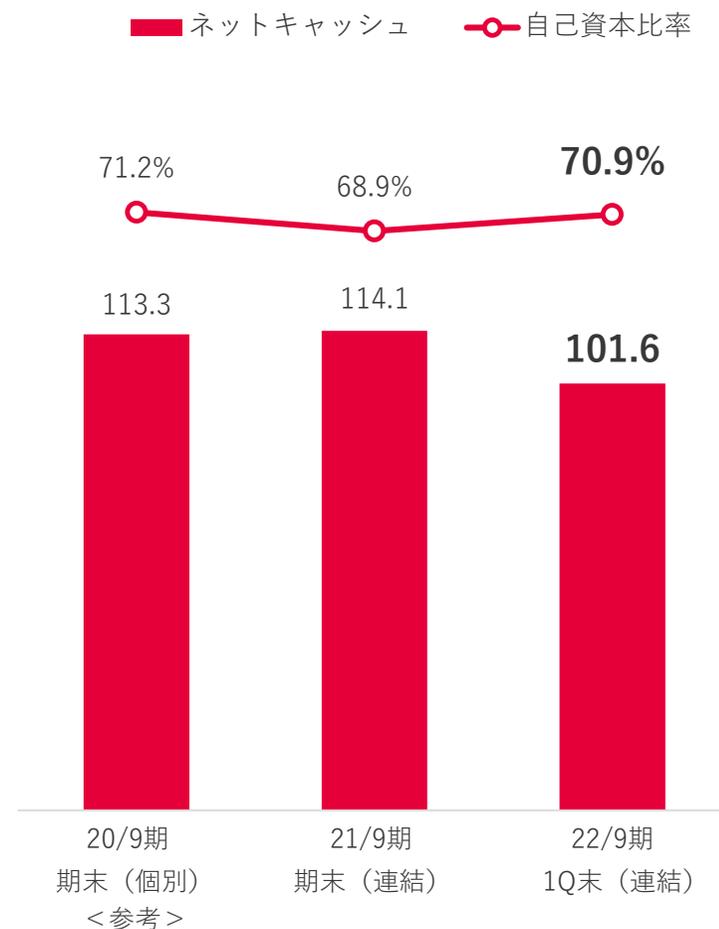
*1：22/9期 1Q 通信販売売上高の前年同期比差異 *2：22/9期 1Q 売上原価計上額
*3：FFコストのうち、発送配達費および代行手数料(決済手数料)の効率化効果

バランスシート of 状況

(単位：百万円)

(単位：億円)

項目	2020/9期末 (個別)	2021/9期末 (連結)	2022/9期 1Q末時点 (連結)	前期末比 差異
流動資産	16,211	18,528	17,747	▲780
現預金	12,271	13,652	12,304	▲1,347
売掛債権	2,607	3,196	3,068	▲128
棚卸資産	1,193	1,404	1,975	+570
固定資産	3,744	4,669	4,671	+2
総資産	19,956	23,197	22,419	▲778
負債	5,688	7,023	6,377	▲645
買入債務	509	527	614	+86
有利子負債	936	2,238	2,143	▲95
純資産	14,267	16,174	16,041	▲132
自己株式	▲299	▲852	▲784	+67
負債純資産合計	19,956	23,197	22,419	▲778

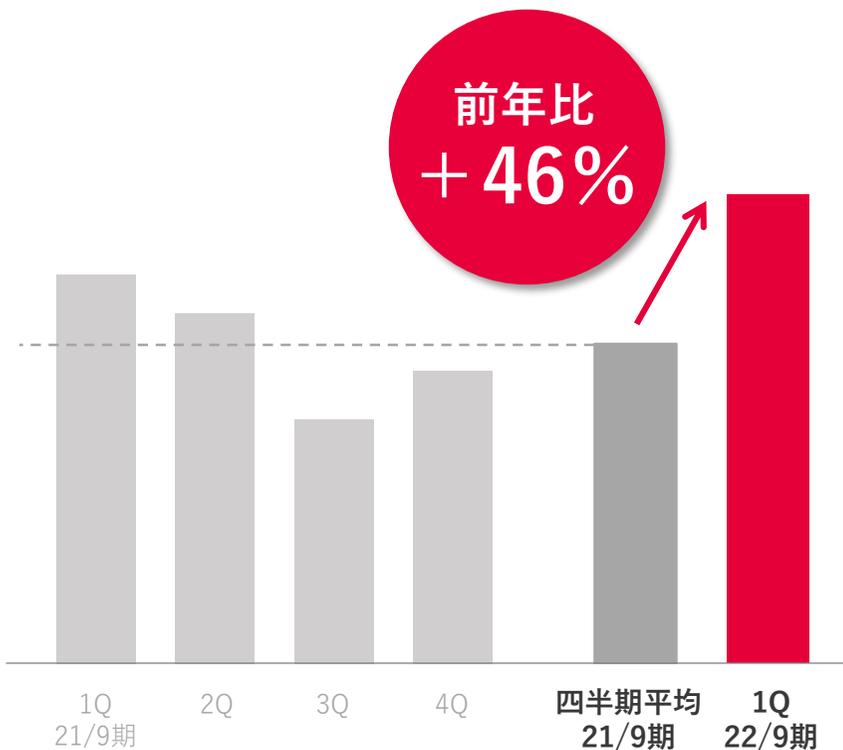


2. 第1四半期事業ハイライト

PERFECT ONE

クッションファンデーションによる新規顧客獲得が好調

新規顧客獲得が過去最高水準*



クッションファンデーションが
新規顧客獲得をけん引

顧客ニーズを満たす高い商品力

オールインワン
クッションファンデーション



- マスクへ色移りしにくく、カバー効果も高い
- 限定販売時に目標比約1.4倍で完売
- 顧客ニーズが高いと判断し定番商品化

*：通信販売チャネルにおいて

PERFECT ONE FOCUS

スムースクレンジングバームがコスメ批評誌で最高評価を獲得

広告・タイアップ一切なしの本音のコスメ批評誌「LDK the Beauty」2022年1月号にて、
毛穴クレンジング部門第1位、Bestbuy受賞、総合評価Aを獲得し、**認知度が拡大中**



受賞後、ECモールを中心に反響があり、販売拡大中

coming
soon

2022年4月に新ライン投入予定

20-30代の利用顧客拡大に向け、
ドラッグストアチャネルの展開拡大や
新たなプロモーション施策を計画

BODY AURA

商品ラインナップ拡充と新たな広告戦略の展開

日々のパフォーマンスの維持・改善をコンセプトに、
人々の身体づくりや健康管理をサポートするヘルスケアブランド

コロナ感染拡大でライフスタイルが変化する中、
体調を維持したい方や健康志向が高い30~40代のニーズに応える

商品戦略



PROTECT capsule 4,320円

- いつもと変わらない体調維持のための
オールインワンサプリメント

NEW



BOOSTER drink 2,200円/10本

- 身体抵抗力の改善や疲労の回復に
素早くアプローチできる栄養ドリンク

NEW



ENERGY tablet 4,320円

- エネルギーの産生をサポートする
ビタミンB1・B6配合のサプリメント

広告戦略



ドラッグストア2,500店舗へ展開中*
さらに1,000店舗へ導入決定済
プロモーション強化し認知拡大を推進

* : 2021年12月末時点

Fun and Health マーケティング投資を強化



ウエスト周りの
脂肪が気になる

毎日運動
したいけれど...

どんな栄養
が必要?

健康診断が
不安

Wのサポート成分を配合

植物性ナノ型乳酸菌 10億個* 配合	ビフィズス菌 10億個* 配合
--------------------------	-----------------------

※ 1包あたり/製造時

野菜の栄養も摂れる

国産野菜
配合

桑の葉 大麦若葉 明日葉 玉ねぎ*

※ 玉ねぎエキスとして配合

おいしく手軽に続けられる

1杯100mlの水に溶け、飲みやすい!
スッキリおいしい抹茶風味。

12週間で減少傾向!
肥満気味の方の

体重、内臓脂肪の
減少

をサポートする
エラグ酸配合の青汁。

消費者庁
届出済

マーケティング投資を強化し、
シニア世代の新規獲得やクロスセルを推進
新規顧客獲得件数は前年同期比2.3倍

Wellness Food 成長に向け新たな取り組みを加速



MCTオイル



GHEE x MCTオイル

EC ECモールへの展開を強化

楽天モールでの展開を開始

Amazonブラックフライデーに初出店

卸売 取扱い店舗数の拡大

GMS*大手やドラックストア、
バラエティショップとの新規取引を開始

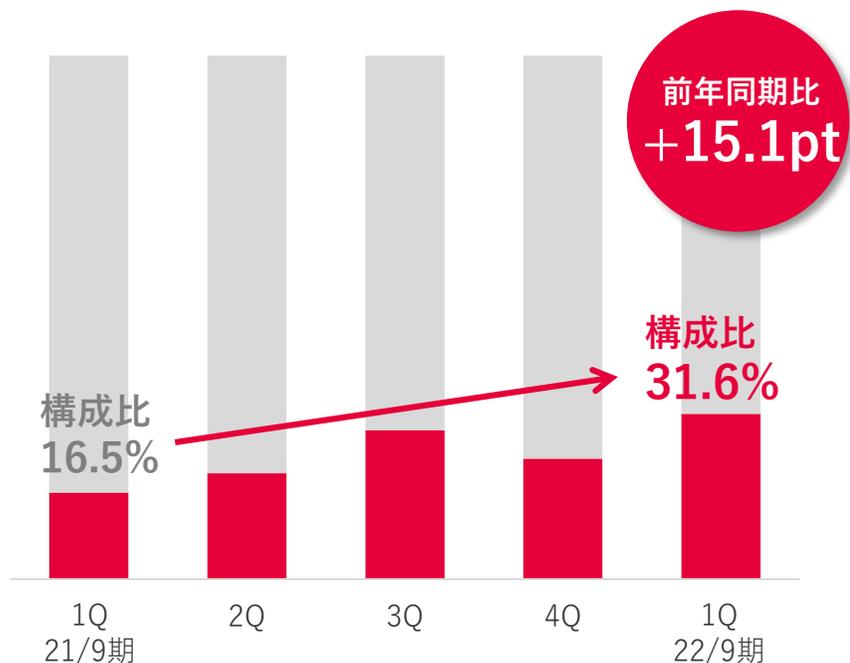
国内外ECチャンネル

パーフェクトワン利用者が国内外で順調に増加、EC化が加速



通信販売チャンネルにおける
EC新規獲得顧客の状況

■ EC新規獲得顧客 ■ 通販新規獲得顧客



デジタルマーケティング投資の強化により
EC利用顧客が増加

EC売上比率の拡大に向け順調に拡大中



ライブコマースを中心に認知拡大を強化



W11(ダブルブロン)売上高は前年比1.4倍

中国の売上高は前年同期比2.0倍

(コロナ拡大前の20/9期 1Q比 約1.2倍に回復)

3. 2022年9月期計画

2022年9月期計画

(単位：百万円)

項目	2021/9期 従来基準	2021/9期 新収益認識基準	2022/9期 新収益認識基準			通期計画の 前期比増減率
			1Q実績	上期計画	通期計画	
売上高	33,899	34,232	9,273	18,233	37,000	+8.1%
化粧品	31,521	31,840	8,445	16,763	34,052	+6.9%
ヘルスケア	2,378	2,392	827	1,470	2,947	+23.2%
営業利益	3,424	3,424	825	1,215	3,095	▲9.6%
経常利益	3,414	3,414	831	1,166	3,020	▲11.5%
経常利益率	10.1%	10.0%	9.0%	6.4%	8.2%	—
(親会社株主に帰属する) 当期純利益	2,317	2,317	547	794	2,067	▲10.8%

2022年9月期計画前提

(単位：百万円)

項目	2021/9期 従来基準	2021/9期 新収益認識基準	2022/9期 新収益認識基準			通期計画の 前期比増減率
			1Q実績	上期計画	通期計画	
<チャンネル別売上高>						
通信販売	30,930	31,272	8,447	16,026	32,143	+2.8%
直営店舗・卸売販売	2,054	2,045	585	1,610	3,516	+71.9%
海外販売	914	914	240	595	1,340	+46.5%
<国内外EC売上高>						
国内外EC売上高	4,117	4,153	1,244	2,604	5,399	+30.0%
<マーケティング投資>						
広告宣伝費	9,908	9,908	2,617	5,347	10,169	+2.6%
販売促進費	3,853	3,853	1,224	2,528	5,066	+31.5%
<オペレーションコスト>						
FFコスト	3,935	4,276	1,081	2,052	4,109	▲3.9%
コールセンターコスト	2,588	2,588	639	1,417	2,857	+10.4%

4. ESGへの取り組み

Governance／コーポレートガバナンスを強化

■ 女性社外取締役1名の増員による経営体制の強化 経営陣のスキルマトリックスを公表

- **女性社外取締役1名を増員し、経営体制のダイバーシティを推進**
- **取締役7名(うち社外取締役3名)及び監査役3名のスキルマトリックスを公表**

(参照) https://corporate.shinnihonseiyaku.co.jp/ir/ir_library/meeting

「第33回定時株主総会招集ご通知」 (2021.11.29)

■ 取締役会の実効性評価に関する結果の公表

- **実効性が適切に確保されていること、課題が改善されていることを確認**

(参照) <https://corporate.shinnihonseiyaku.co.jp/release/archives/category/ir>

「当社取締役会の実効性評価の結果概要に関するお知らせ」 (2021.11.16)

Environment / 脱炭素社会、環境保全の取り組みを推進

- PERFECT ONEのリブランディングに合わせ、CO2排出量を約60%削減する環境に配慮した新容器へ移行**
 - オールインワン美容液ジェルシリーズのうち、2021年10月1日にリニューアル新発売した**3商品の容器にグリーンナノ技術を採用**
 - プラスチック燃焼時に発生する**CO2排出量を約60%削減**
- 化粧箱に森林認証紙を採用、森林の環境保全の取り組みを推進**



2021年10月1日からリニューアル新発売したパーフェクトワン オールインワン美容液ジェルシリーズの容器

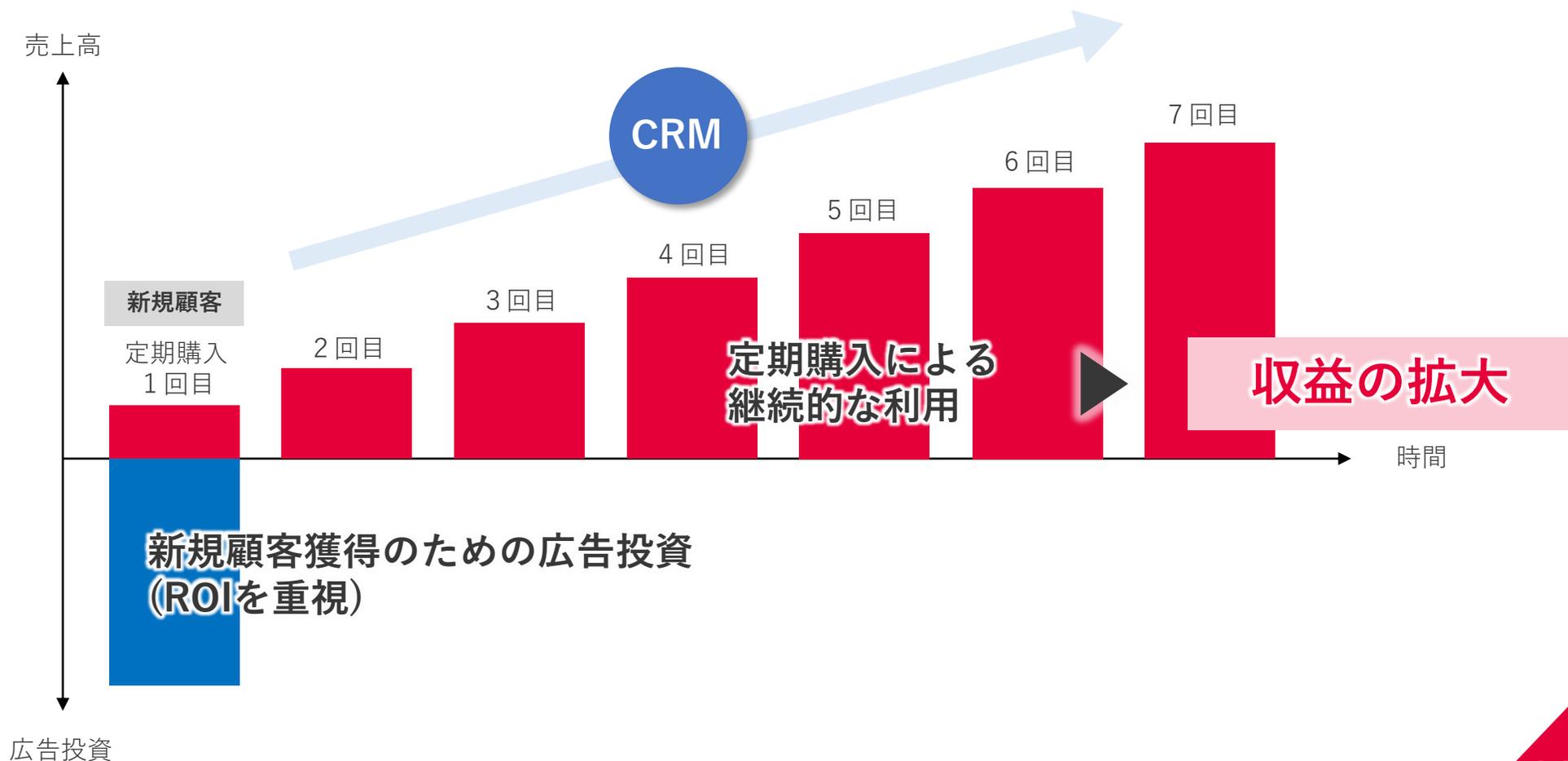
左)グリーンナノロゴマーク、右)パーフェクトワン スーパーモイスタージェルの化粧箱

APPENDIX

当社の強み：ストック収益型ビジネスモデル

商品の定期購入によるストック収益型のビジネスモデル

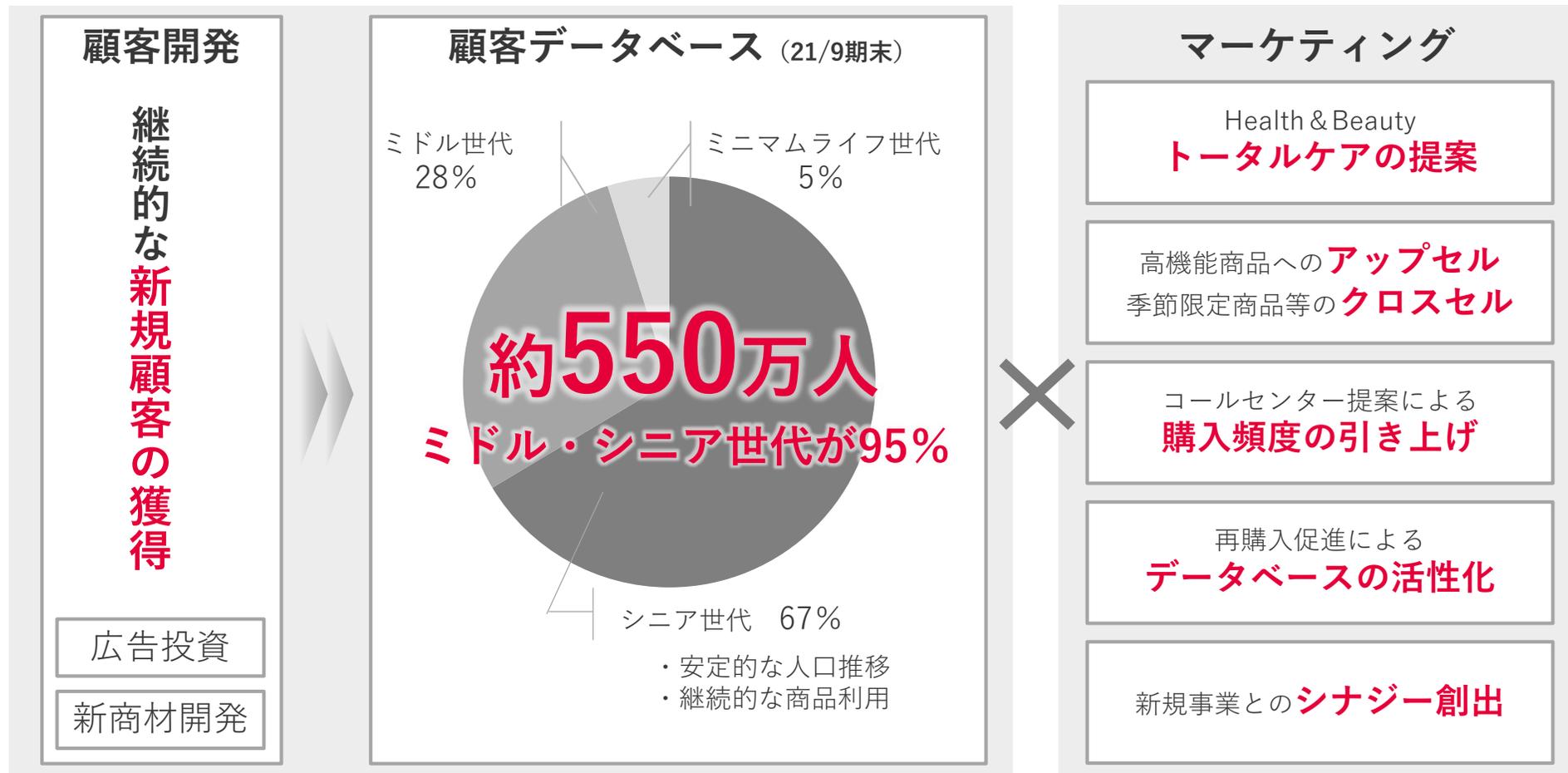
広告投資を先行させ、新規顧客を獲得することで**売上拡大の基盤を構築**



当社の強み：顧客データベースを活用したマーケティング

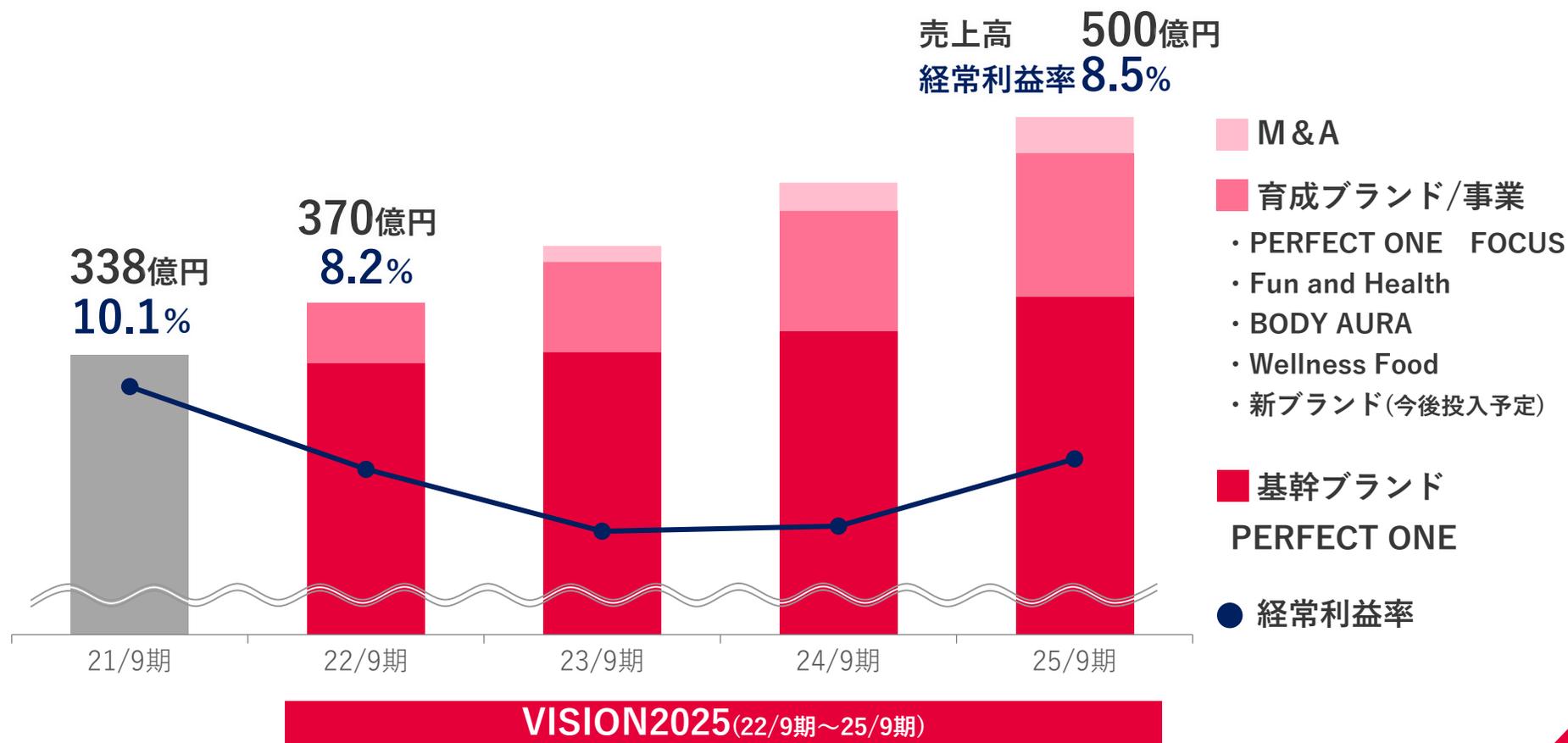
継続的な新規獲得によって蓄積した、約550万人の顧客データベースを活用

ミドル・シニア世代を中心に、顧客データベースの資産価値を最大化する戦略を実行



中長期成長イメージ（中期経営計画「VISION2025」）

2022年9月期は、中期経営計画「VISION2025」の初年度として、
育成ブランドや新規事業開発への投資を優先し、**事業の育成と成長力引き上げ**を推進



ビューティーケア領域 ブランド戦略

多様化する女性の生き方に寄り添う
シンプルステップで効果実感できるビューティーケアの提供



PERFECT ONE

2021.10
リブランディング

売上高 8 億円*

クレンジングソープ&リキッド

売上高 240億円*
安定成長フェーズ

5年連続 No.1
6,500店舗

オールインワン美容液ジェル

売上高 6 億円*
成長拡大フェーズ

NEW オールインワン
クッションファンデーション

PERFECT ONE
FOCUS

2021.9 新発売

LDK
第1位
毛穴クレンジング

NEW
スムースクレンジングバーム

NEW

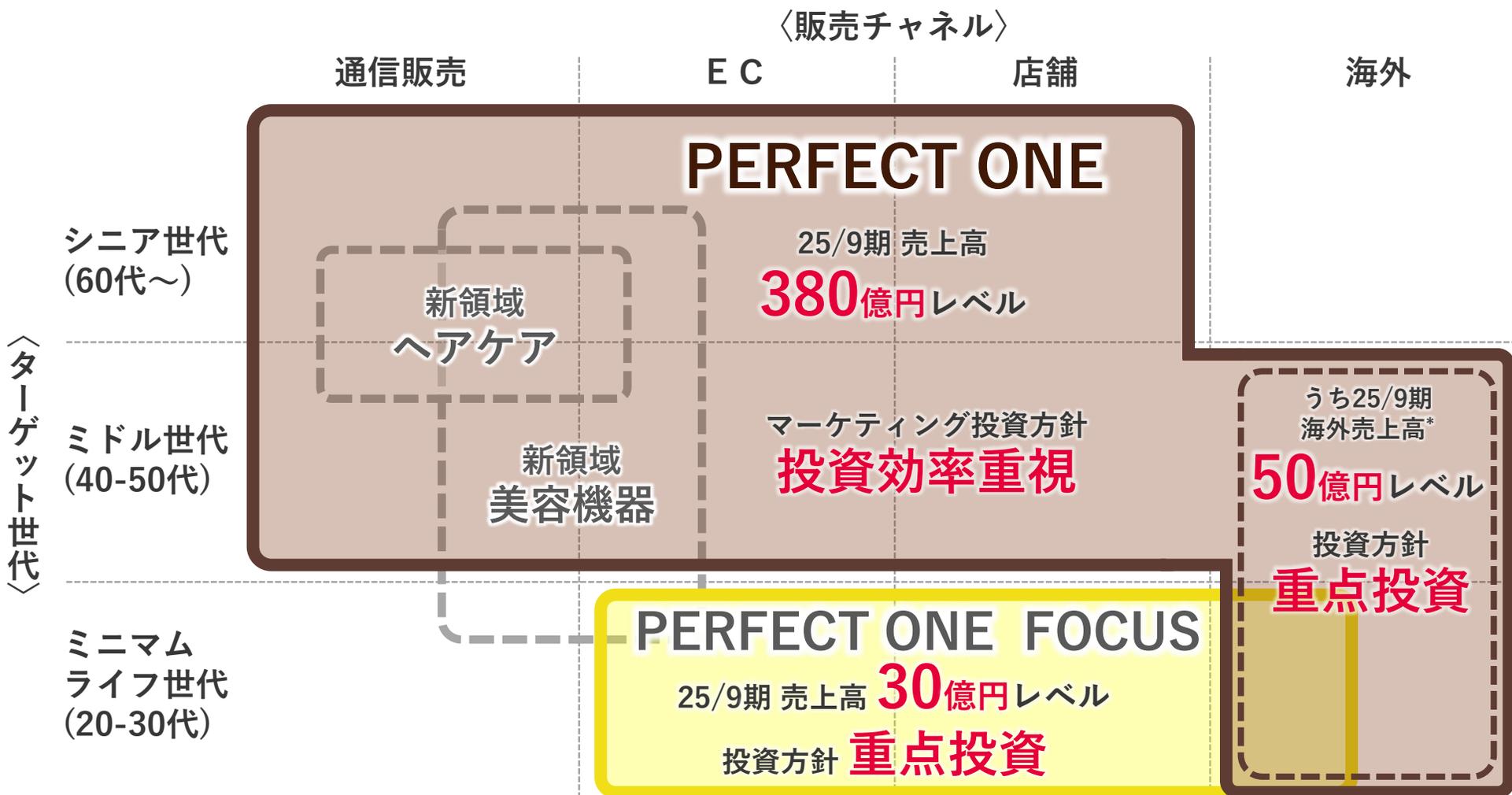
スムースウォーターリージェル

次のフェーズでの
展開を計画中

* : 2021年9月期売上高

ビューティーケア-事業ポートフォリオ

化粧品 売上高目標 **400億円** レベル (2025年9月期)



* : PERFECT ONE 25/9期売上高の内数、PERFECT ONE FOCUS売上高も含む

ヘルスケア領域 ブランド戦略

人生100年時代における**健康寿命の延伸**をサポートする
エビデンスに基づいた**効果を実感**できるヘルスケアの提供



Fun
and
Health



再成長フェーズ

- ・新規顧客の獲得
- ・クロスセル強化

身体の不調や悩みの解消を幅広くサポート

BODY
AURA



成長フェーズ

- ・MD拡充
- ・流通チャネル拡大

日々のパフォーマンスの維持改善をサポート

Wellness
Food



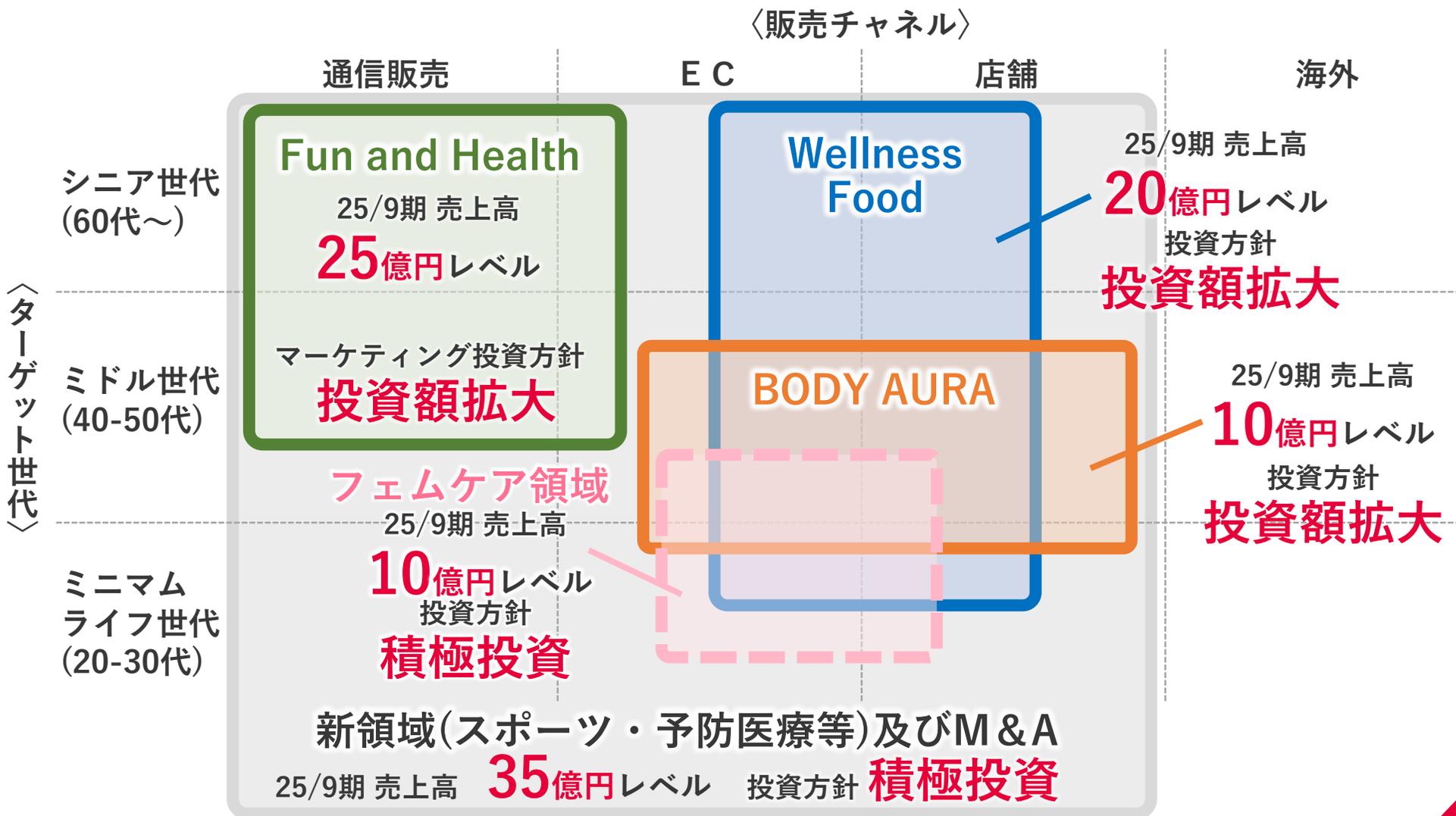
安定成長フェーズ

- ・ECチャネルの拡大
- ・MD拡充

日常の“食事”から健康をサポート

ヘルスケア-事業ポートフォリオ

ヘルスケア 売上高目標 **100億円**レベル (2025年9月期)



会社概要

社名	新日本製薬株式会社		
代表者	代表取締役社長CEO 後藤 孝洋		
設立年月	1992年3月		
本社所在地	福岡県福岡市中央区大手門一丁目4-7		
資本金	4,158百万円〔2021年12月31日現在〕		
役員構成	代表取締役社長CEO 後藤 孝洋	常勤監査役(社外)	善明 啓一
	専務取締役COO 福原 光佳	監査役(社外)	田邊 俊
	取締役 羽鳥 成一郎	監査役(社外)	中西 裕二
	取締役 田上 和宏		
	取締役(社外) 柿尾 正之		
	取締役(社外) 村上 晴紀		
	取締役(社外) 柚木 和代		
事業内容	化粧品、健康食品、医薬品の企画及び通信販売・店舗販売・卸売販売		
拠点	福岡（本社）、東京オフィス、直営店8店舗、吉塚オフィス、物流センター		
グループ会社	株式会社フラット・クラフト		
連結売上高	338.9億円〔2021年9月期〕		
連結総資産	224.1億円〔2021年12月31日現在〕		

ビジョン

世界中の人々の健やかで心豊かな暮らしを創造します

経営理念

お客さまには最高の満足と信頼を
社員には幸せと未来への夢を
私たちは社会に貢献する企業として
限りなく幅広い発展をめざします

ドメイン

One to One health & beauty-care.

データベースマーケティングによる
美と健康のライフスタイル創造カンパニー

沿革

年月	概要
1992年 3月	福岡県大野城市東大利に生活用品の企画・販売会社として株式会社新日本リビング（現 当社）を設立（資本金10,000千円）
1994年 7月	健康食品の通信販売を開始
1996年 6月	福岡県大野城市乙金東に本店を移転
2000年12月	基礎化粧品の通信販売を開始
2002年 4月	株式会社新日本リビングが新日本製薬株式会社に商号変更
2003年 3月	物流センターを福岡県福岡市博多区吉塚に開設
4月	福岡県福岡市博多区吉塚に本店を移転
2005年 5月	化粧品ブランド「R A f f I N E(ラフィネ)シリーズ」を発売
2006年 5月	福岡県福岡市中央区赤坂に本店を移転
5月	ラフィネ パーフェクトワンを発売
10月	薬用植物の栽培研究拠点である「岩国本郷研究所」を開設*1
11月	医薬品の通信販売を開始
2010年 3月	直営店舗1号店を福岡パルコに出店
7月	東京都千代田区内幸町に東京営業所開設（現 東京オフィス）
2012年 4月	「R A f f I N E(ラフィネ)シリーズ」の卸売販売を開始
2013年10月	福岡県福岡市中央区大手門に本店を移転
2014年 4月	化粧品ブランド名を「P E R F E C T O N E(パーフェクトワン)」へ変更
2016年12月	海外(台湾市場)で通信販売を開始
2017年 2月	第7回「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞 実行委員長賞を受賞
3月	パーフェクトワン オールインワン美容液ジェルシリーズがオールインワンスキンケア市場において国内売上NO.1*2を獲得
2018年 9月	中国市場で越境ECを開始
9月	台湾の人気情報番組「女人我最大」が主催するビューティーアワードにて最優秀賞、ならびに最佳新秀賞（新人賞）を受賞
2019年 6月	東京証券取引所マザーズに上場
2020年 1月	東京都千代田区の丸の内ビルディングに東京オフィスを移転
2020年12月	東京証券取引所市場第一部に市場変更
2021年 6月	株式会社フラット・クラフトの株式を取得し連結子会社化

* 1 : 2020年6月に吉塚オフィス（R&Dセンター）へ統合

* 2 : 富士経済「化粧品マーケティング要覧2017」（モイスタチャー部門およびオールインワン部門／メーカー、ブランドシェア2016年実績）

財務ハイライト

決算年月		2018年9月 (個別)	2019年9月 (個別)	2020年9月 (個別)	2021年9月 (連結)	2022年9月期1Q (連結)
売上高	百万円	31,210	33,570	33,728	33,899	9,273
経常利益	百万円	2,491	2,822	3,283	3,414	831
当期純利益	百万円	1,751	1,824	2,122	2,317	547
資本金	百万円	250	3,826	3,826	4,158	4,158
発行済株式総数	株	1,009,630	21,611,300	21,611,300	21,855,200	21,855,200
純資産額	百万円	4,191	12,758	14,267	16,174	16,041
総資産額	百万円	9,491	18,575	19,956	23,197	22,419
自己資本比率	%	43.6	68.7	71.2	68.9	70.9
自己資本利益率	%	51.8	21.6	15.7	14.5	—
配当性向	%	20.1	15.4	30.5	30.2	—
営業キャッシュ・フロー	百万円	1,415	1,992	2,920	2,071	—
投資キャッシュ・フロー	百万円	▲420	▲943	▲367	▲1,359	—
財務キャッシュ・フロー	百万円	▲419	6,567	▲851	672	—
現金及び現金同等物の 期末残高	百万円	2,954	10,576	12,271	13,652	12,304
従業員数(臨時雇用者除く、出向者含む)	名	361	354	330	309	—
1株当たり純資産額	円	409.58	590.37	662.97	747.07	—
1株当たり当期純利益	円	174.46	113.99	98.5	107.45	—
1株当たり配当額	円	35.00	17.50	30.00	32.5	—

過年度の経常利益は、会計方針の変更を遡及適用しています。

< 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、いくつかの前提に基づいたものであり、将来の計画数値や施策の実現を確約したり保証したりするものではありません。

< 本資料に関するお問い合わせ先 >

新日本製薬 株式会社 経営推進室

TEL:092-303-8318 FAX:092-720-5819

ご質問につきましては、新日本製薬HP お問い合わせフォームよりご連絡ください。

順次ご返信いたします。

<https://corporate.shinnihonseiyaku.co.jp/contact/>



新日本製薬