



美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。

中期経営計画「Growth Next 2027」

2024年11月12日

新日本製薬 株式会社
証券コード：4931
東証プライム

2024年9月期 決算発表サマリー

2024年
9月期売上高 **40,043百万円** (前期比+6.3%)営業利益 **4,176百万円** (前期比+11.3%)

- 四半期売上高は上場来最高を更新、売上高・営業利益ともに計画を達成
- 化粧品はFOCUSが計画以上の成長で**+2.7%**
ヘルスケアはFun and Healthの好調により**+35.0%**
- チャンネル別では、海外販売がマイナスだが通信販売と卸販売が成長

2025年
9月期
計画売上高 **42,000百万円** (前期比+4.9%)営業利益 **4,500百万円** (前期比+7.7%)

- PERFECT ONEの増収と、育成ブランドの成長により**+4.9%の増収**をめざす
- 投資効率の向上およびコスト構造改革を推進し、**増益と利益率向上**をめざす

中期経営計画
Growth
Next 2027

- 27/9期に**売上高520億円、営業利益60億円、営業利益率11.5%**を目標とし**全社戦略「トレンド×VOC×独自価値戦略」**のもと4つの重点活動を実施

- ① PERFECT ONEのターゲットを拡大しミドル世代獲得
- ② DBマーケティング強化による新規事業・新商品でLTV最大化
- ③ 米国を中心としたグローバル成長戦略の展開
- ④ 新商品・新サービス強化による事業成長の加速

はじめに

当社は、前中期経営計画「VISION2025」期間中の2022年にパーパスを策定しました。

取り巻く環境は激しく変化する時代です。

社員をはじめとするステークホルダーの皆様とこのパーパスを共有し、持続的な成長と環境・社会課題の解決に貢献する取り組みを進めてまいります。

全社員が理解し実践することで、新中期経営計画の達成およびパーパスの実現をめざしてまいります。

■ フィロソフィー／PHILOSOPHY



■ パーパス／PURPOSE

美と健康の「新しい」で、
笑顔あふれる毎日をつくる。

■ 経営理念／MISSION

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

■ バリュー／VALUE

感動創造 creating inspiration

■ 行動指針／CREDO

私たちは、
挨拶 笑顔 利他の心を大切にします
傾聴 共感 感謝の姿勢を徹底します
挑戦 変化 成長の志向で行動します

INDEX

1. VISION2025の総括

2. Growth Next 2027

1. VISION2025の総括

前中期経営計画「VISION2025」の総括

成果

国内PERFECT ONEの拡大（通信販売・ECチャネル）

- 3STEP戦略の開発と拡大により顧客単価が大幅増加
- デジタルマーケティング強化によるECデータベース拡大

育成ブランドの拡大（FOCUS、Fun and Health）

- FOCUS、Fun and Healthは計画を大幅に上回る成長
- 売上比率20%を超え、PERFECT ONE集中型からの脱却

課題

PERFECT ONEのチャネル拡大（卸販売・海外チャネル）

- 新型コロナ影響、カントリーリスク顕在化で遅延
- 卸販売は生産性に課題、海外は強みを活かす戦略を実行できず

新規事業・M&Aの実行

- 計画に織り込んでいたが、大型案件の実施に至らなかった
- DBマーケティング*と親和性の高い案件を具体化できず

Growth Next 2027へ

当社の強みを
「DBマーケティング*」
「定期販売モデル」
と再定義

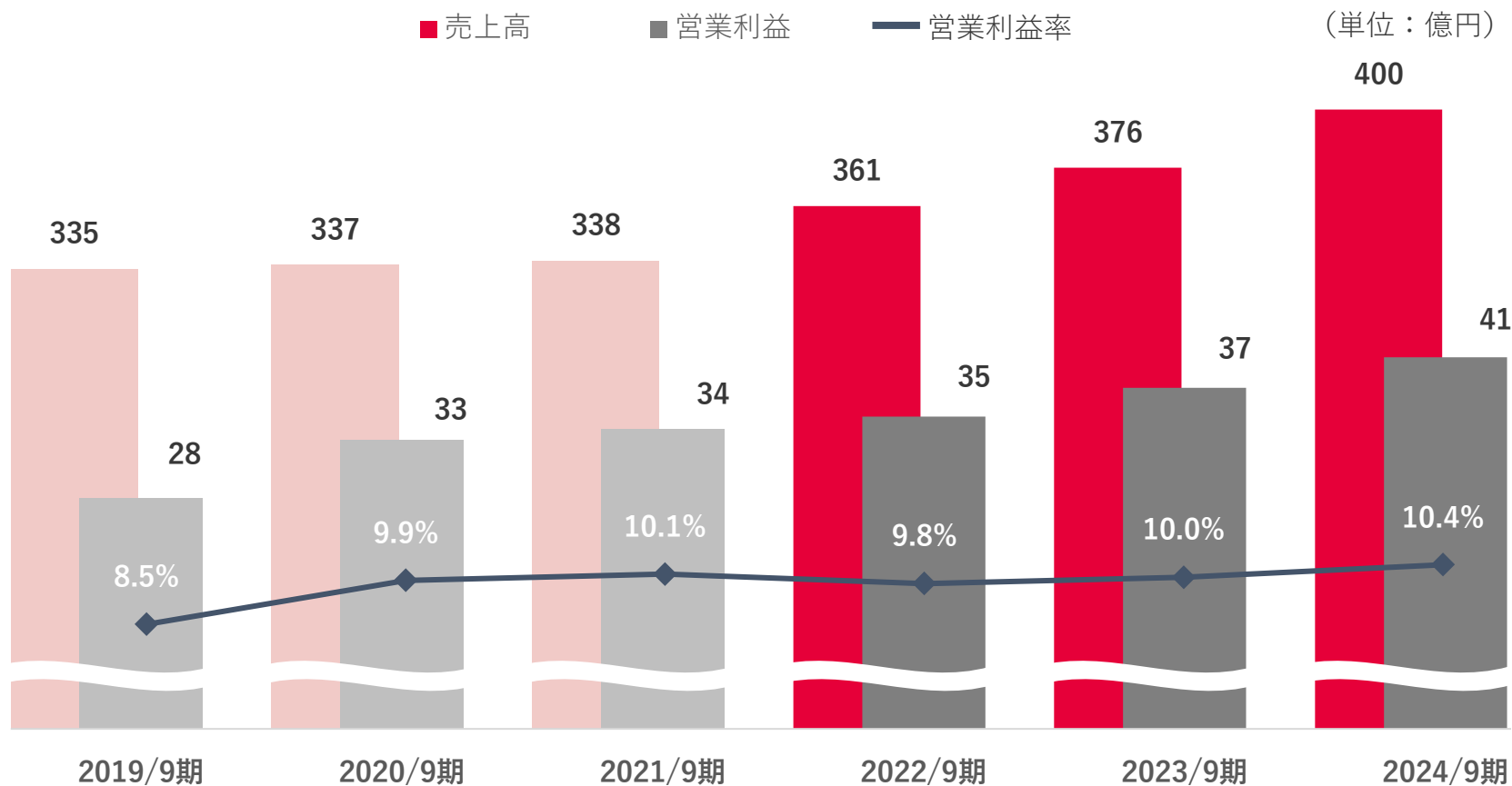
グループシナジーを
最大限活用できる
領域にて成長拡大

新たな成長戦略のもと、
事業をさらに
飛躍させるための
新中期経営計画へ

業績推移

上場後3ヵ年

VISION2025



2. Growth Next 2027

Growth Next 2027_位置づけと経営方針

Growth Next 2027の位置づけ

美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。

- ▶ 長期ビジョン実現に向けた、グローバル展開における**基盤固めの期間**として
全社戦略である「**トレンド×VOC*1×独自価値**」を実現する商品開発の推進加速
- ▶ **パーフェクトワンのブランド力を高め、グローバルでの競争力を強化**
- ▶ **FOCUS、Fun and Healthに次ぐ、次なる育成ブランドへの成長投資を行う**

経営方針

- ▶ Health & Beautyライフケアプラットフォーム構想のもと、
次世代リーディングカンパニーをめざし**データベースマーケティングを進化させ、
お客さま満足度とQOL*2の最大化に貢献する**
- ▶ **EC、卸販売チャネル強化で各ブランドの成長拡大を強力に推進していく**
- ▶ **米国を起点に、世界中どこにいても利用できる商品の提供およびサービス体制の構築**

中期経営目標

中期経営計画「Growth Next 2027」 2027年9月期

(連結)
売上高 520億円
営業利益 60億円
営業利益率 11.5%

(単位：億円)

ブランド別	2024/9期	2025/9期	2027/9期	CAGR (24/9期-27/9期)
PERFECT ONE	302.0	308	330	+3.0%
FOCUS	39.9	46	69	+20.0%
Fun and Health	46.6	52	100	+29.0%
Wellness Food	10.9	13	20	+22.4%
その他	1.0	1	1	+4.7%
合計	400.4	420	520	+9.1%

中期経営目標

< 重要経営指標 >

(単位：億円)

	2024/9期	2025/9期	2027/9期	CAGR (24/9期-27/9期)
① ヘルスケア売上高	57.5 (構成比：14%)	65	120 (構成比：23%)	+27.8%
② 海外売上高	▲0.7 (構成比：-%)	1	20 (構成比：4%)	—
③ 国内外EC売上高 ^{*1}	83.3 (構成比：21%)	91	166 (構成比：32%)	+25.8%
④ 育成ブランド売上高 ^{*2}	98.3 (構成比：25%)	112	190 (構成比：37%)	+24.5%

*1：国内EC売上高及び海外EC売上高の合計 *2：PERFECT ONEを除く売上高合計

Growth Next 2027でのさらなる成長目標

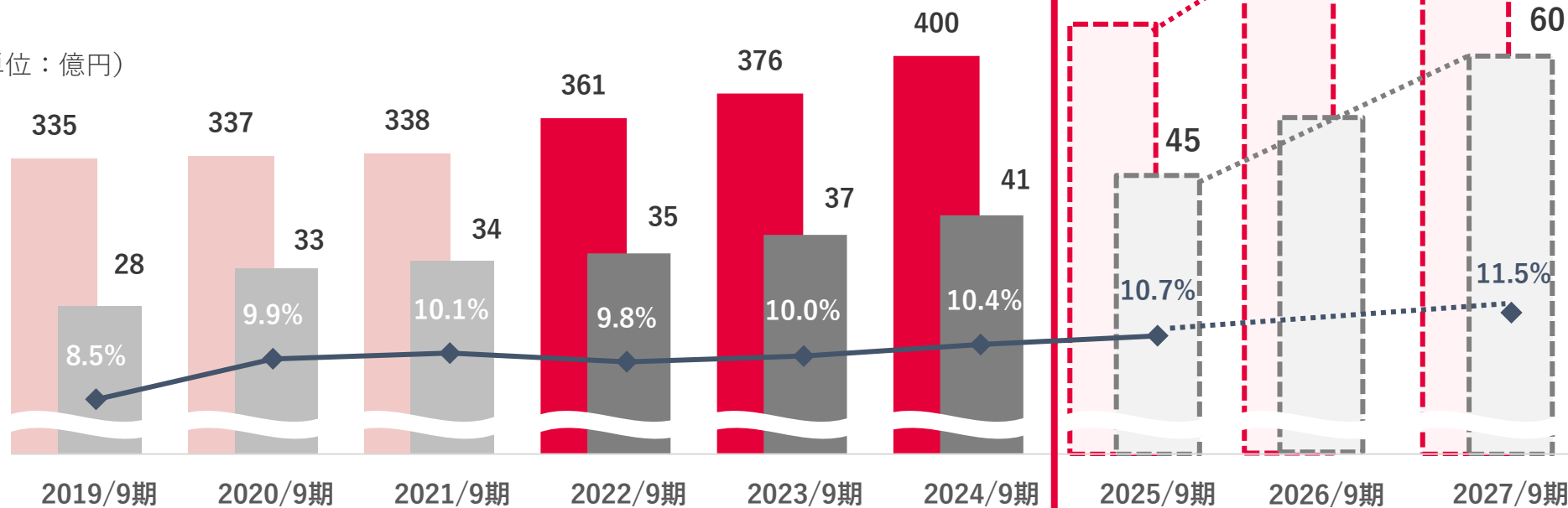
上場後3ヵ年

VISION2025

Growth Next 2027

■ 売上高 ■ 営業利益 — 営業利益率

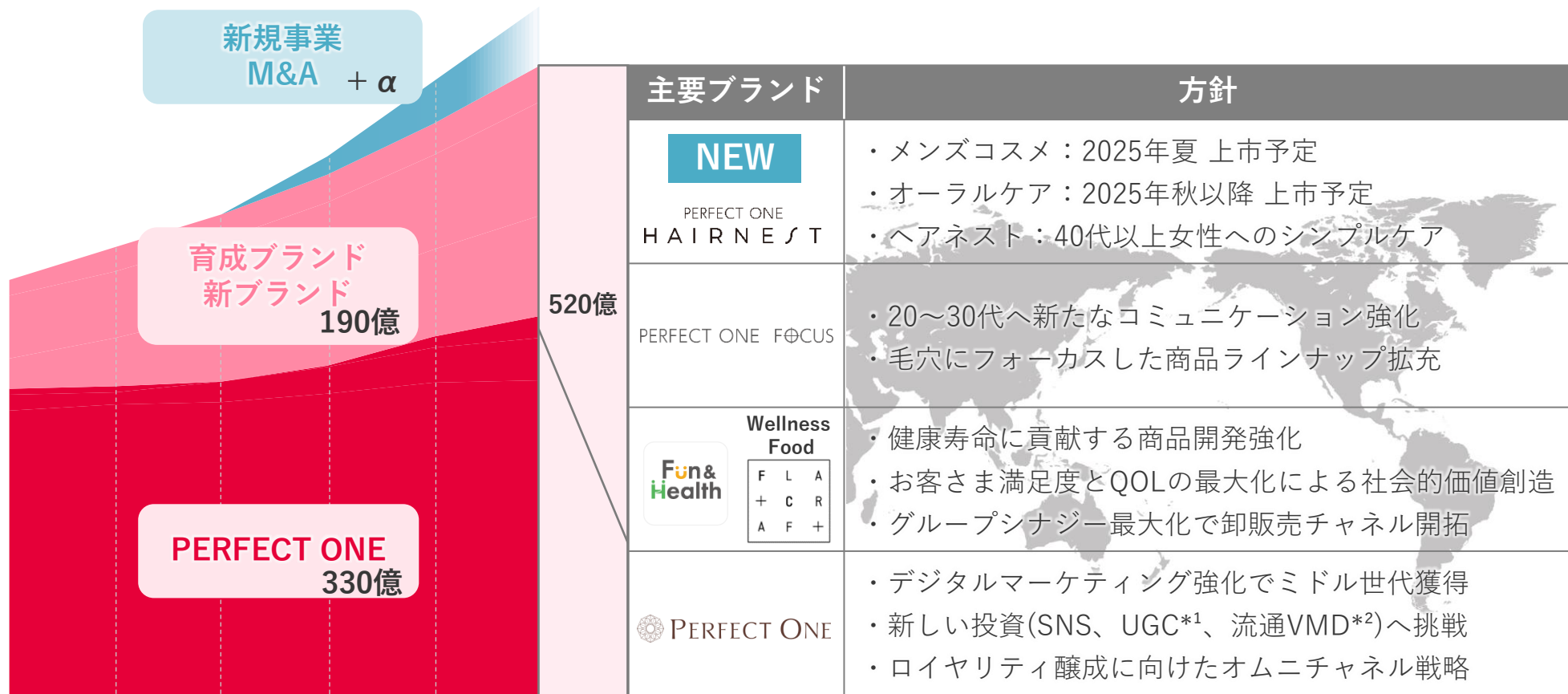
(単位：億円)



Growth Next 2027_成長戦略

全社戦略

- 育成ブランド/新事業はFOCUS/F&H中心に**トレンド×VOC×独自価値戦略**で第3の柱へ
- **パーフェクトワンのブランド力強化、スピーディーな開発からDBマーケティングでのシェア拡大まで**



FY22 FY23 FY24 FY25 FY26 FY27

VISION2025

Growth Next 2027

**グローバルでPERFECT ONEと育成ブランドの拡大を図り
連結売上高520億/営業利益60億をめざす**

*1：User Generated Contents 利用者によって製作されるコンテンツのこと

*2：Visual Merchandising 視覚的な販売戦略のこと

Growth Next 2027_重点活動

Growth Next 2027へ

当社の強みを
「DBマーケティング」
「定期販売モデル」
と再定義

グループシナジーを
最大限活用できる
領域にて成長拡大

新たな成長戦略のもと、
事業をさらに
飛躍させるための
新中期経営計画へ

Growth Next 2027_重点活動

①

PERFECT ONEのターゲットを拡大しミドル世代獲得

- 全世代へ一気通貫したパーフェクトワンブランドに
- スキンケアからオーラルケアやボディケアへと拡充しトータルビューティブランドへ進化

②

DBマーケティング強化による新規事業・新商品でLTV最大化

- お客さまとの出会いを増やし、美と健康の分野で全方位へ挑戦、お客さま満足度とQOLの最大化に貢献
- DBマーケティングを通して、新しいお客さまにフィット感のある新規事業/新商品開発を強化

③

米国を中心としたグローバル成長戦略の展開

- さらなる成長のため、米国を起点とした新規市場の拡大、グローバルでのパーフェクトワンのブランド力強化
- アジアでECモールや越境ECでのフィジビリティ開始

④

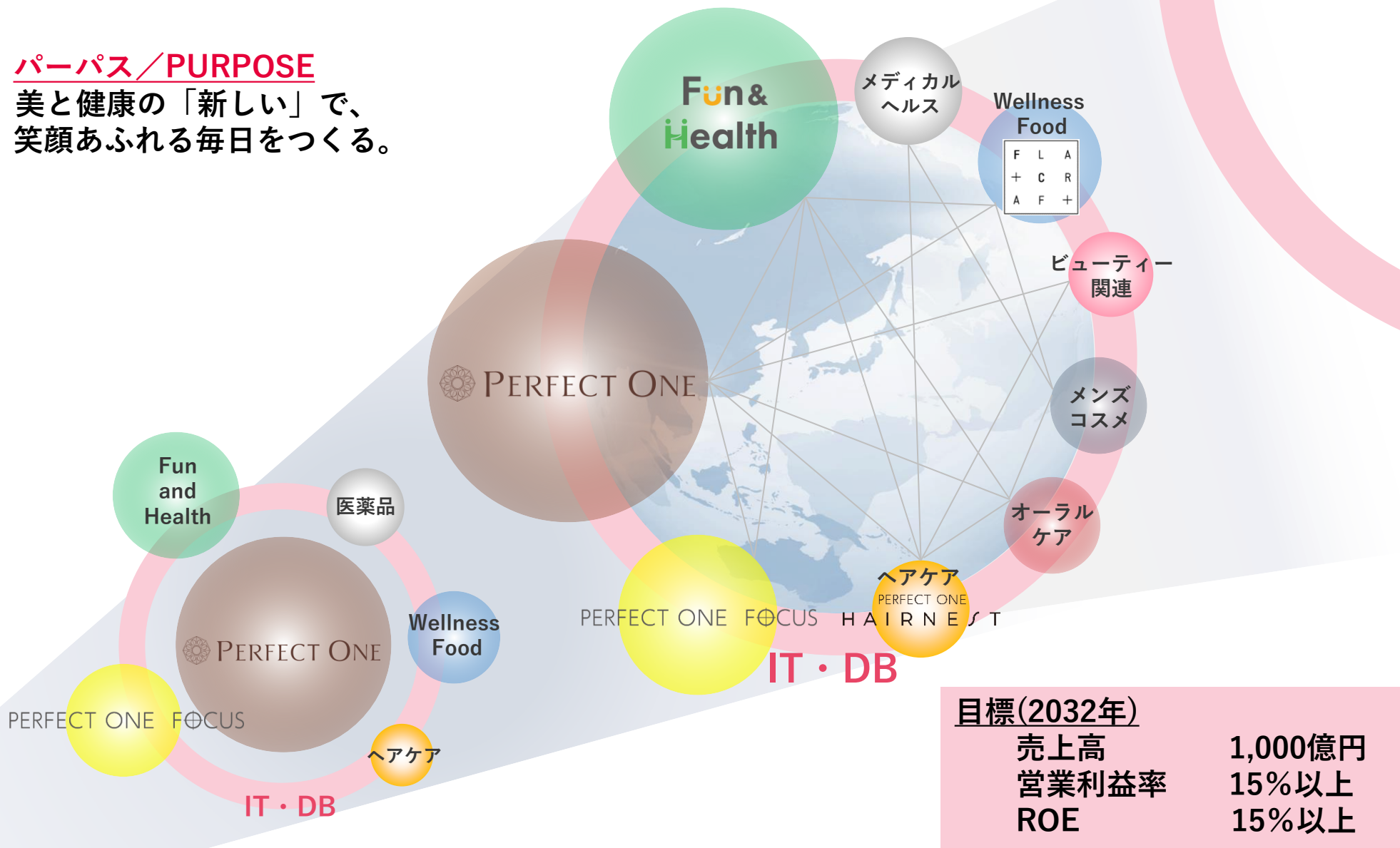
新商品・新サービス強化による事業成長の加速

- 世代やライフステージに合わせた新商品/新サービス展開
- 開発スピード・ヒット率向上のメソッドを推進加速

2032年に向けた事業展開イメージ

パーパス/PURPOSE

美と健康の「新しい」で、
笑顔あふれる毎日をつくる。



目標(2032年)	
売上高	1,000億円
営業利益率	15%以上
ROE	15%以上

2024年

2027年

2032年~

事業ポートフォリオ_概要

化粧品

ヘルスケア

PERFECT ONE

(40代以上)



シンプルケアこそ、
肌本来の美しさへ

PERFECT ONE FOCUS

(10~30代)



世界中から厳選した
植物成分であなたの
美しさを花開かせる

PERFECT ONE
HAIRNEST

(40代以上)



薬用植物の「根」の
力に着目した、
大人女性のための
シンプルヘアケア

メンズコスメ
2025年夏 上市予定

(全世代)

NEW

男性の
肌運命を変える
スマート
サイエンスケア

Fun&Health

(40代以上)



元気の素で、笑顔
あふれる毎日を。

Wellness
Food

F L A
+ C R
A F +

(全世代)



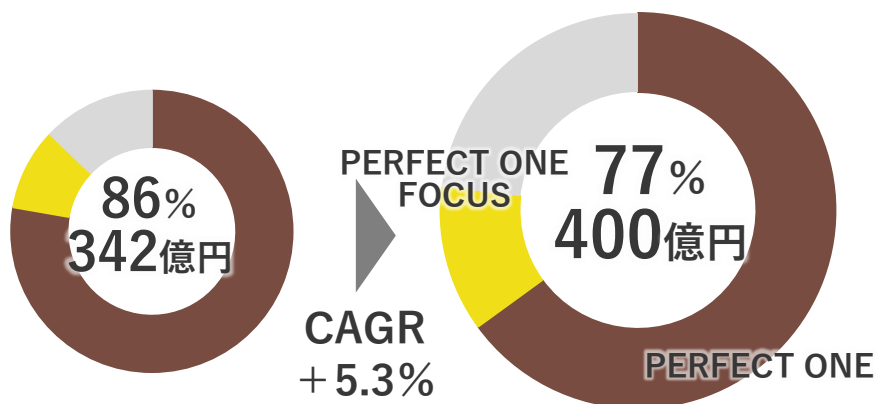
次の時代の
ライフスタイルを

オーラルケア
2025年秋以降 上市予定

(全世代)

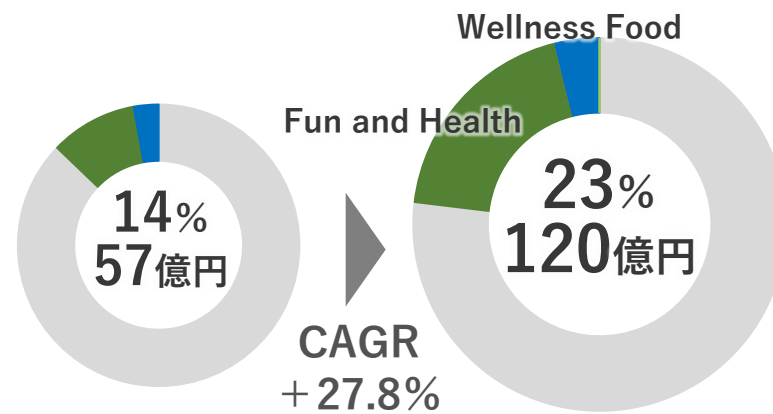
NEW

口もとの
見た目悩みを解決し
笑顔と自信に満ちた
“わたし”を叶える
オーラルエイジングケア



24/9期

27/9期



24/9期

27/9期

ブランドビジョン

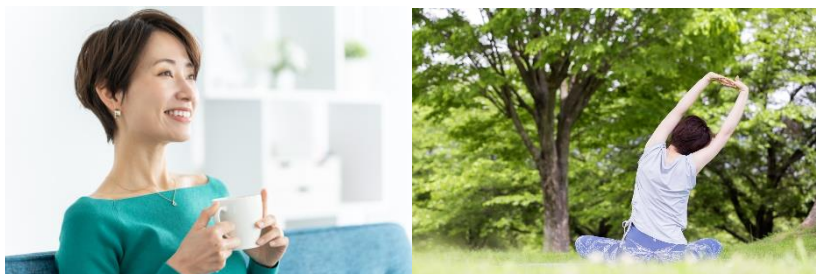
PERFECT ONE



世界中の女性の美しさを叶える
オールインワンビューティーブランド

- ・「美」の追求を続けたトータルビューティーブランドへ
- ・バス&ボディーケア、ハンド&フットケア等へのラインナップ拡充

Fun and Health



お客さまのお悩みに寄り添い
人生を豊かにするヘルスケアブランド

- ・人生100年時代における「健康」寿命に貢献する商品開発
- ・運動、睡眠、肥満等のお悩みを解決し、笑顔あふれる毎日へ

FOCUS



20～30代の毛穴悩みにフォーカスした
グローバルコスメブランド

- ・20～30代毛穴ケアのグローバルNo.1ブランドへ
- ・最先端技術とトレンドを取り入れ、バームに続く商品を展開拡大

Wellness Food



ワンランク上の健康を叶え、新たなライフ
スタイルを提案するウェルネスフードブランド

- ・「美と健康」の領域との連動、親和性を追求した商品開発
- ・トレンド×VOCを捉え、半歩先の世界観を食卓へ

Growth Next 2027_戦略

Growth Next 2027_戦略全体像

パーパスに基づく一貫した取り組みで、持続的な成長と企業価値の最大化へ

全社戦略

トレンド × VOC × 独自価値戦略

～スピーディーな商品開発からDBマーケティングでのシェア拡大～

パーパスの実現へ
向けた戦略強化

重点活動

①	②	③	④
PERFECT ONE のターゲット 拡大	DBマーケティング 強化による LTV最大化	米国を中心とした グローバル 成長戦略の展開	新商品・ 新サービス 強化

事業戦略

成長戦略	ブランド戦略	チャネル戦略
------	--------	--------

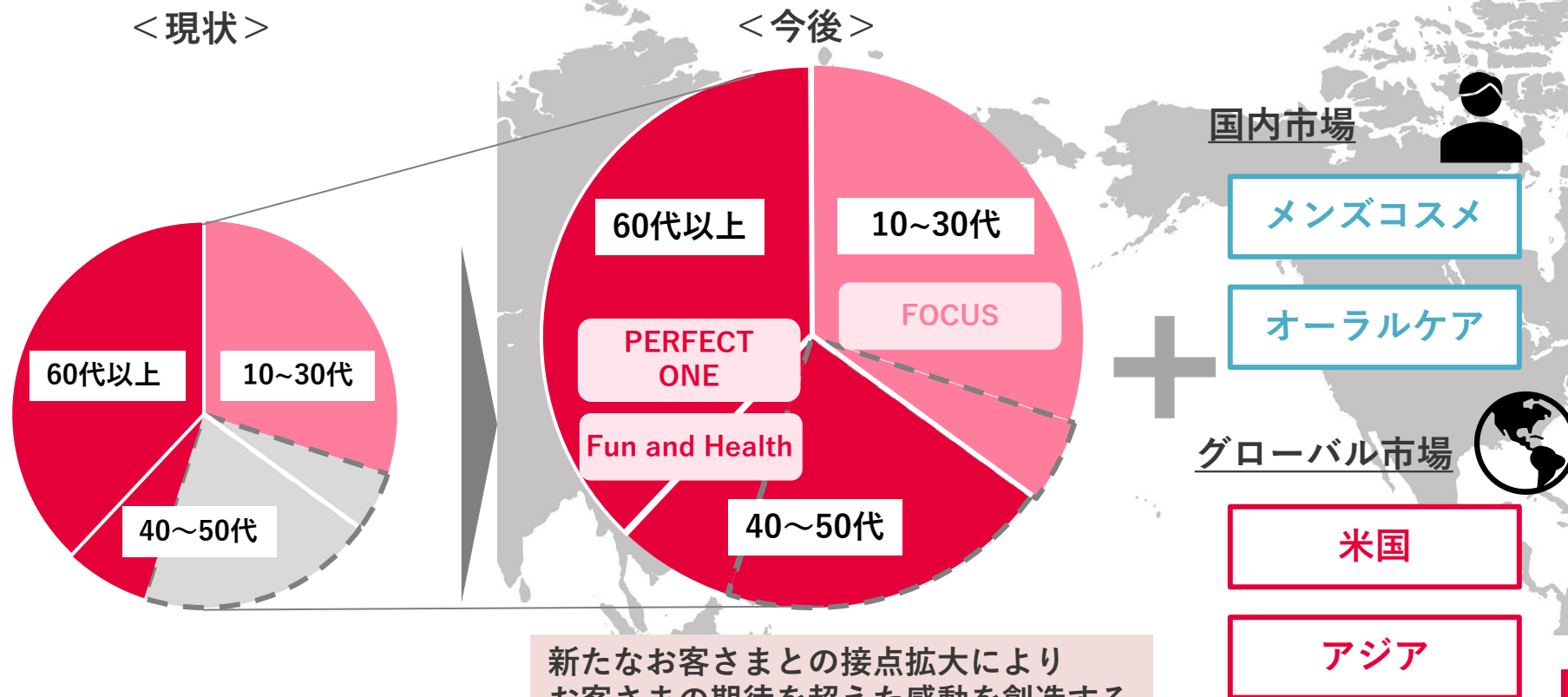
全社基盤強化

IT・デジタル 拡大	人財資本経営	コスト 構造改革	財務戦略
---------------	--------	-------------	------

重点活動①

PERFECT ONEのターゲットを拡大しミドル世代獲得

項目	重点活動
顧客ポートフォリオ拡大	<ul style="list-style-type: none"> PERFECT ONEのターゲットを拡大しミドル世代獲得 スキンケアからオーラルケアやボディケアへと拡充し、トータルビューティブランドへ進化
単価アップ LTV最大化	<ul style="list-style-type: none"> DBとCRMを活用し、新規事業・新商品でLTV最大化 美と健康の分野で全方位へ挑戦、お客さま満足度とQOLの最大化に貢献



新たなお客さまとの接点拡大により
お客さまの期待を超えた感動を創造する

チャネル戦略（通信販売・EC・卸販売）

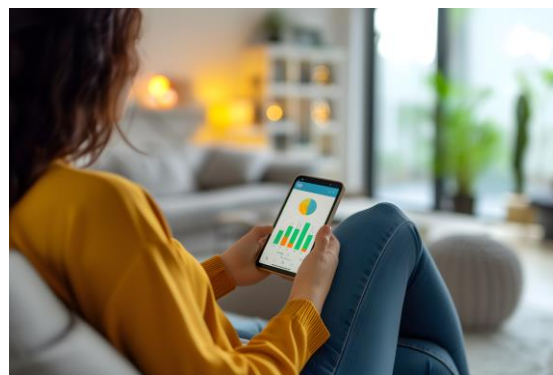
通信販売



媒体の変化に合わせた投資戦略変更とロイヤリティ醸成によるLTV最大化

- ・多様なメディアでの新規獲得モデル構築
- ・コミュニケーション刷新、顧客価値創造

EC



メディアMIXでの新規獲得強化とデジタル活用で最適なCRM設計

- ・SNS活用での認知、拡大、UGC増産
- ・40代DB拡大とデジタルアプローチ強化

卸販売



店頭VMDとリテールメディアを活用した新しい購買体験

- ・デジタル施策を活用し、トライアル、リピートユーザーの戦略的な創出
- ・インバウンド需要獲得によるグローバルでのブランドロイヤリティ向上

顧客感動創出に向け、オムニチャネル構築を目指す

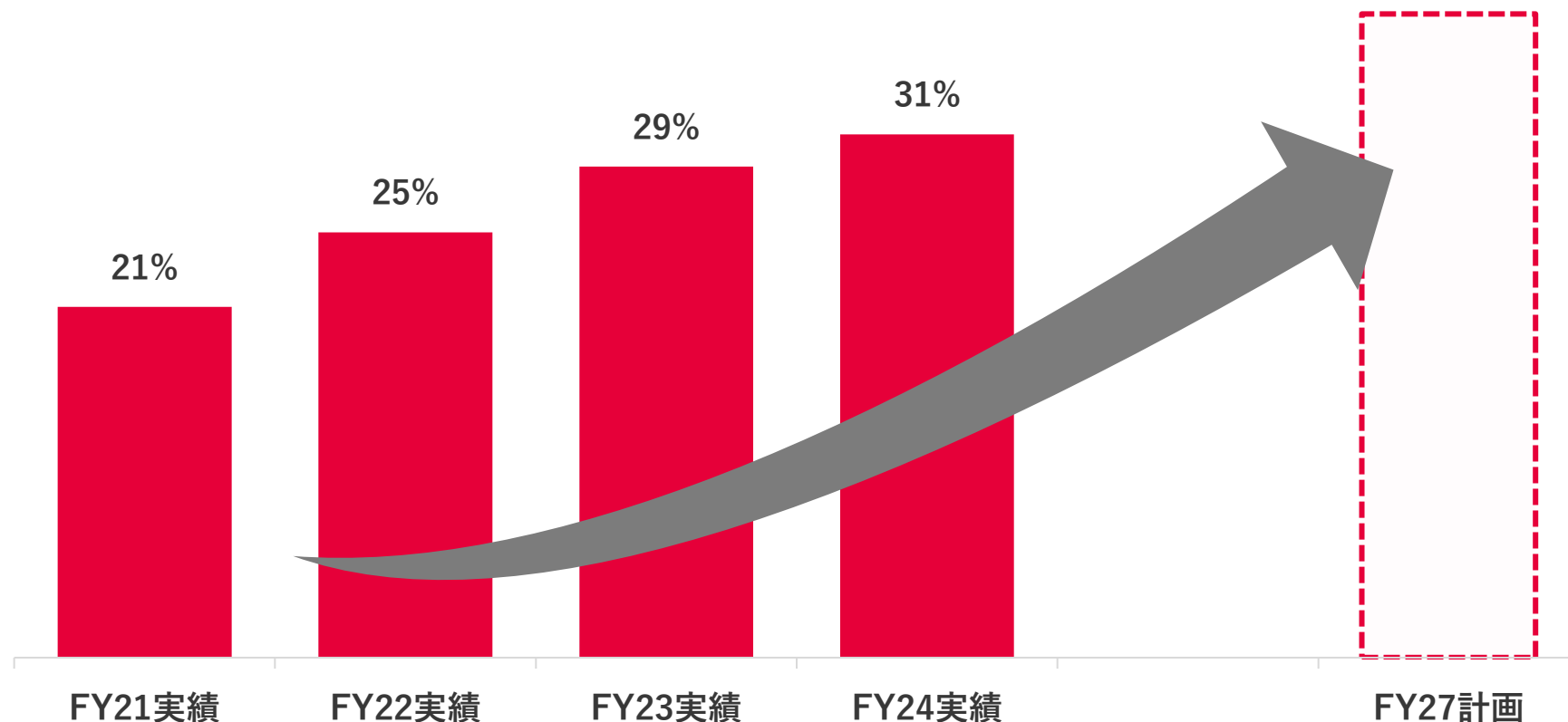
**お客さま一人ひとりのニーズに合わせたコミュニケーションのもと、
ブランドとして統一したシームレスな購買体験の実現**

重点活動②

DBマーケティング強化による新規事業・新商品でLTV最大化

前中計期間において、新たな販売手法として3STEP戦略を展開しクロスセル売上が継続的に増加した。今後も強みであるDBマーケティングを強化し、新ブランドとのクロスセルによる売上拡大をめざす。

クロスセル売上比率の推移*



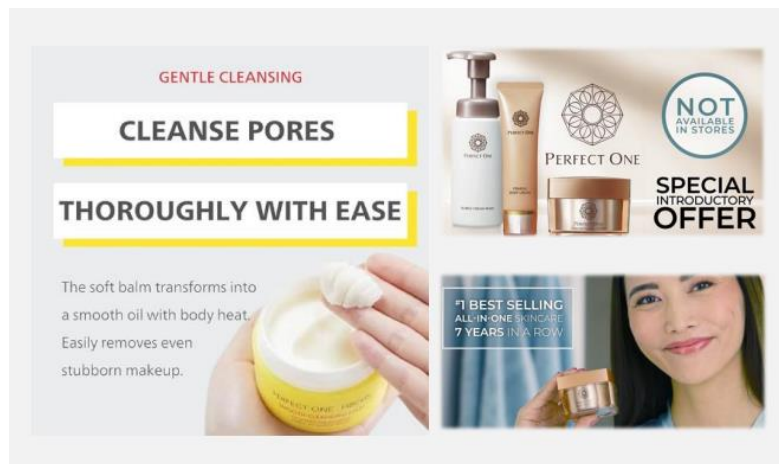
*：コスメ定期顧客数に対する複数定期顧客占有率の推移

重点活動③

米国を中心としたグローバル成長戦略の展開

米国

アジア



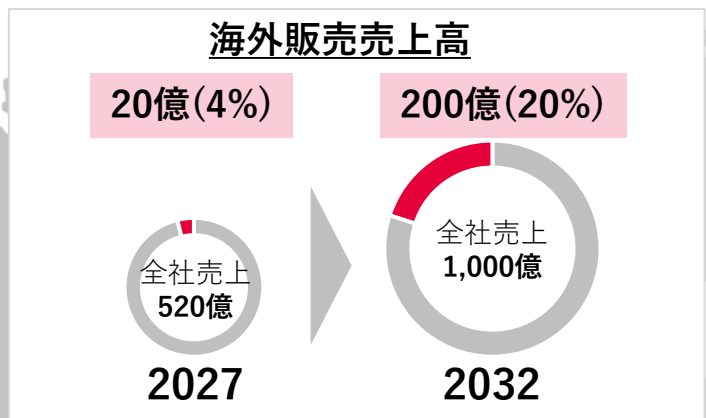
PERFECT ONE、FOCUSのグローバルでのブランド力を高めるための基盤構築

- ・米国で未開拓であるオールインワン市場に向け PERFECT ONE、FOCUSをグローバルスタンダードへ
- ・通販事業を主力とする企業におけるグローバル展開の先駆者となるべく米国でマーケティング手法を確立

現地との強固なパートナーシップを構築し、成長の芽に対し、スピーディーな展開拡大

- ・ローカライズ×多国展開戦略・戦術の確立、ECモールや越境ECでのフィジビリティスタディ開始
- ・DBマーケティングを活用しアジア域内に向けた水平展開とリソース強化

グローバル成長戦略



米国
女性人口1.7億人

- ・ 世界一の化粧品市場
- ・ TVとWebの広告市場規模が大きく、当社との親和性が高い
- ・ 30歳以下の人口比率が高く、FOCUSの展開が見込める



重点活動④


新商品・新サービス強化による事業成長の加速

人的リソースおよびITへの投資強化により、新商品・新サービス開発のしくみを構築



ヒット商品開発

AI活用により
「トレンド×VOC×独自価値」
を捉えた商品開発精度の向上



開発リードタイム短縮

お客様満足度の最大化に向け
スピーディーな商品開発ができる体制と
しくみを構築



研究開発の強化

特許取得や素材開発による
独自価値の創造



顧客ロイヤリティの強化

カテゴリーやチャネルを超えた
お客様サービスの刷新

全社基盤強化

IT・デジタル拡大



- デジタルマーケティングを中心とした顧客データベース資産価値の最大化
- マーケティング力×商品開発力を最大化するためのデータ分析基盤構築

人財資本経営



- HRテック活用で人財ポートフォリオ可視化、能力を最大限発揮できる環境作り
- 「人事制度」「人財創出」「Well-being経営」で人財資本経営の実現

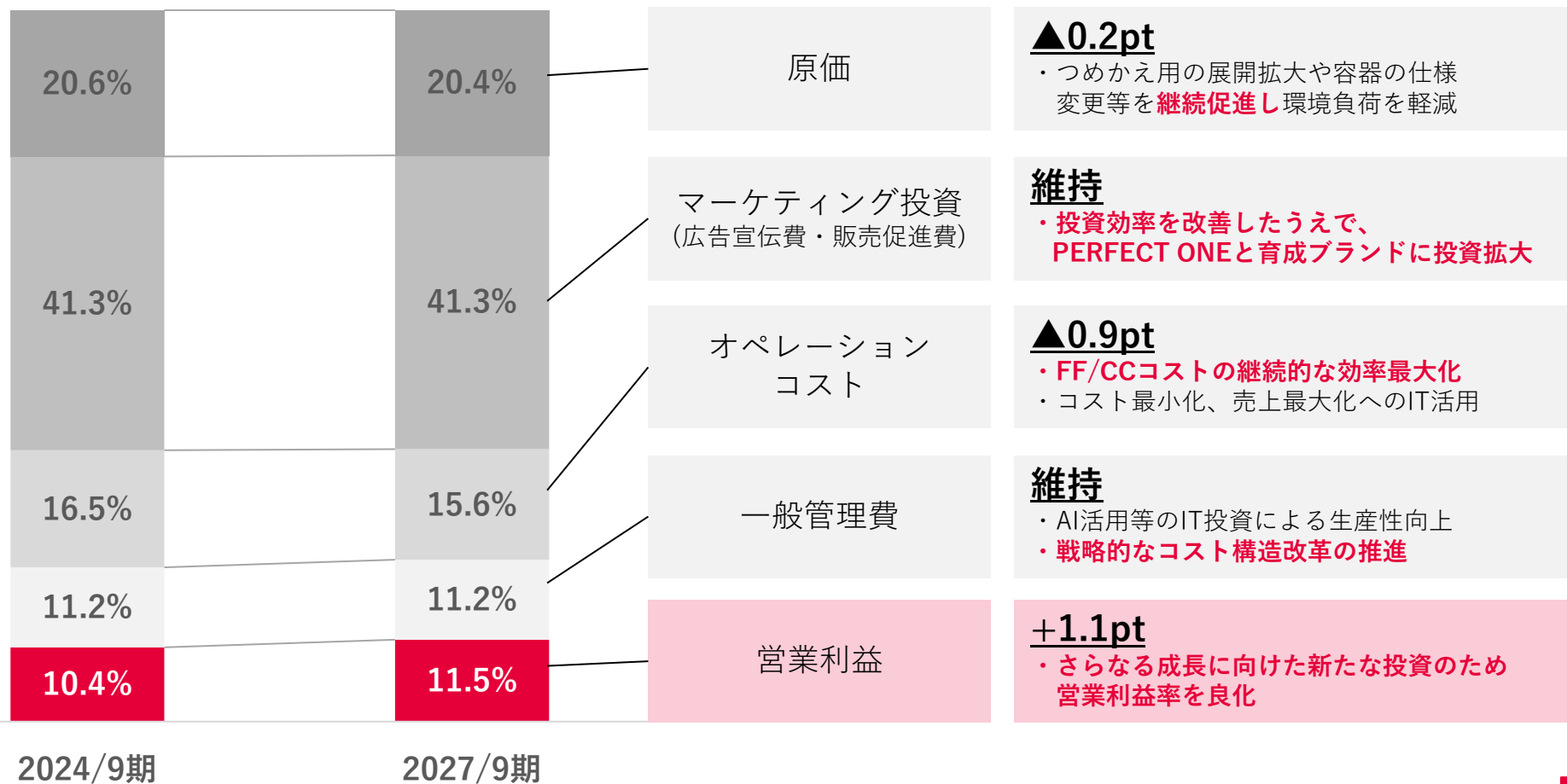
コスト構造改革



- 原価/CC/FFを中心に、戦略的、継続的なオペレーションコスト削減、効率化
- AI活用等のIT投資による生産性向上

全社基盤強化 コスト構造改革

今後も戦略的にコスト構造改革を実施することで、持続的な成長に向けた原資を確保
つめかえ用の展開拡大や配送方法の最適化等による省資源・省エネで社会課題の解決へ



全社基盤強化 財務戦略－資本効率を意識した経営

オペレーションコスト効率化による営業利益率の向上により27/9期のROE目標を15.0%以上とする
効率性とレバレッジは現在以上の水準をめざす

24/9期

27/9期

ROE

13.6%

15.0%以上

収益性

当期純利益 ÷ 売上高

7.0%

営業利益率10.4%

- 成長戦略
- コスト構造改革

8.0%以上

営業利益率11.5%以上

効率性

売上高 ÷ 総資産

1.5倍

商品回転率19.7
固定資産回転率9.6

- 在庫適正化

1.5倍以上

商品回転率19.7以上
固定資産回転率13.8以上

レバレッジ

総資産 ÷ 自己資本

1.3倍

配当性向34.7%
(記念配当含む)

- 配当性向の引き上げ

1.2倍以上

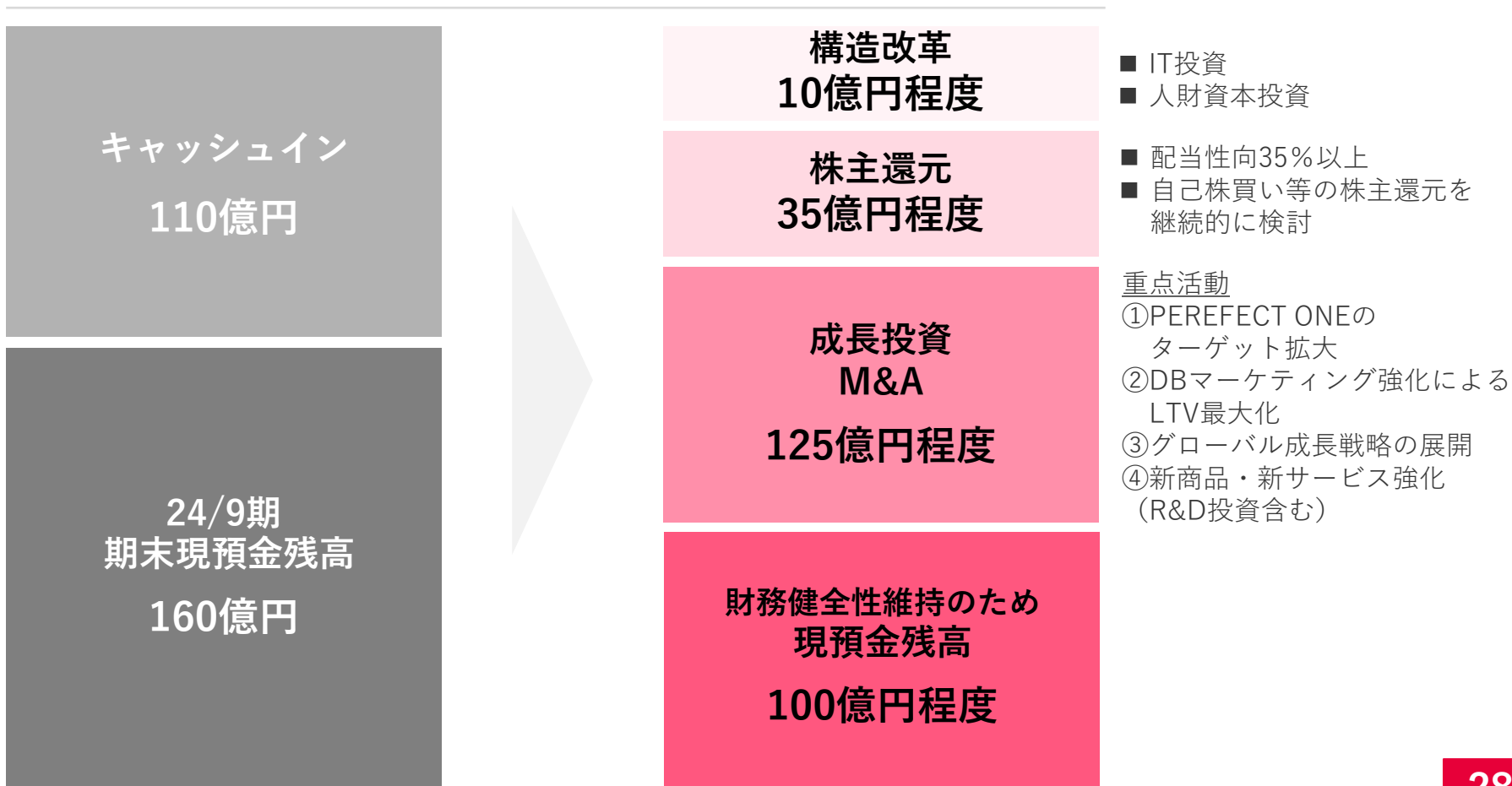
配当性向35%以上

財務戦略－財務基盤の健全性に配慮した積極的な成長投資

創出したキャッシュを、中長期の目標達成に向けた成長投資へ戦略的に投下する

M&Aは経営直下のプロジェクトチームを立ち上げ、当社の強みと親和性の高い案件の実現に取り組む

270億 (2025/9期～2027/9期累計)



財務戦略－株主還元強化

Growth Next 2027の策定に伴い、資本効率改善の一環および株主還元強化のため配当方針を変更

<変更前>

将来の事業展開のための投資と健全な財務体質を維持するために必要な内部留保を確保した上で、継続的かつ安定的に業績に応じた利益配分を行う

<変更後> 配当方針

将来の事業展開のための積極的な成長投資に必要な内部留保を確保した上で、連結配当性向35%以上を基本とし、継続的かつ安定的に業績に応じた利益配分を行う

自己株式取得

+

配当性向35%以上
(2025/9期より)

+

ファンづくり
のための
株主優待

サステナビリティへの取り組み

サステナビリティ基本方針

限らない未来を

当社グループは
『美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。』
というパーパスのもと

地球環境や社会を取り巻く課題の解決をめざし、ステークホルダーの皆さまとともに
持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

2030年
資源使用量の削減 30%
(2022年比)
環境に配慮した容器の採用や
販促物の効率化など

2050年
カーボンニュートラルの実現

Well-being経営の推進

従業員満足度の向上

2030年
女性管理職比率 30%以上

最後に

中期経営計画「Growth Next 2027」では、
100年繁栄し続ける企業となるための基盤固めを行います。

『美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。』
というパーパスの実現をめざし、当社の強みを活かしてさらに飛躍してまいります。



< 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 IR・広報室

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

美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。