



令和2年8月18日

各 位

会社名 新日本製薬株式会社  
代表者名 代表取締役社長 後藤 孝洋  
(コード番号：4931 東証マザーズ)  
問合せ先 取締役 田上 和宏  
(TEL. 092-720-5800)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

○ 開催状況

開催日時	令和2年8月17日(月) 13:00
開催方法	機関投資家向け令和2年9月期第3四半期決算説明動画を配信 質問については別途問い合わせメールにて受け付け、個別に回答
開催場所	オンデマンド配信
説明会資料名	(令和2年)2020年9月期第3四半期決算補足説明資料

【添付資料】

決算説明動画において使用した資料

以 上



(令和 2 年)2020年 9 月期第 3 四半期  
決算補足説明資料

新日本製薬 株式会社  
証券コード：4931  
東証マザーズ

## 売上高

**売上高** **25,573百万円**(前年同期比+0.8% 通期見通し進捗率73.1%)

- 計画進捗は下回るが化粧品売上の伸長により前年同期比では増収
- 消費増税と新型コロナウイルス感染症の影響は限定的
- 国内ECは好調を維持し、海外ECでは中国を中心に回復基調

## 利益

**営業利益** **2,552百万円**(前年同期比▲1.6% 通期見通し進捗率81.0%)

- 前年同期比は減益ではあるが、計画に対しては好調に進捗
- オペレーションコストの効率化は順調に推移
- 消費者動向を見極めるためマーケティング投資を一時的に抑制
- 通期見通しは据え置き（当期純利益は前期比+10%で着地の見通し）

## 成長戦略

### 新たな成長戦略

- シワ改善と美白効果のオールインワンジェルを今秋発売予定
- アフターコロナの新時代に向け、新たに「Smart Health Care事業」を立ち上げ

- 1 第3四半期決算概要
- 2 2020年9月期決算見通し
- 3 事業の概況
- 4 成長戦略
- 5 ESGへの取り組み

## APPENDIX



1. 第3 四半期決算概要

- 売上高は前年同期比1.9億円の増収（増減率+0.8%）となりました
- 新型コロナウイルス感染症による影響は限定的で、化粧品売上が堅調に推移しました
- 損益面では、上期にマーケティング投資を強化したことにより、営業利益は前年同期比▲1.6%となりましたが、**通期見通しに対しては好調に進捗しています**

（単位：百万円）

項目	2019/9期 3Q	2020/9期 3Q	前年同期比		2020/9期 通期見通し	通期見通しに 対する進捗率
			差異	増減率		
売上高	25,376	25,573	+196	+0.8%	35,000	73.1%
化粧品	23,066	23,542	+475	+2.1%	32,607	72.2%
ヘルスケア商品	2,310	2,030	▲ 279	▲12.1%	2,392	84.9%
営業利益	2,592	2,552	▲ 40	▲1.6%	3,150	81.0%
経常利益	2,546	2,549	+3	+0.1%	3,130	81.5%
経常利益率	10.0%	10.0%	0.0p	—	8.9%	—
当期純利益	1,573	1,593	+19	+1.2%	2,010	79.3%

- チャンネル別売上高では、直営店舗・卸売販売、海外販売が新型コロナウイルス感染症の影響を一部受けましたが、影響を受けていない通信販売がけん引しました
- 国内外EC売上高では、特に**国内ECが売上拡大をけん引し、前年同期比+22%**となりました
- 4月以降は消費者動向を見極めるため、マーケティング投資を計画に対して一時的に抑制しました
- オペレーションコストは、**FFコスト\*、コールセンターコスト共に効率化が計画通りに進捗しました**

(単位：百万円)

項目	2019/9期 3Q	2020/9期 3Q	前年同期比		2020/9期 通期見通し	通期見通し に対する 進捗率
			差異	増減率		

### <チャンネル別売上高>

通信販売	23,366	23,540	+173	+0.7%	31,794	74.0%
直営店舗・卸売販売	1,563	1,546	▲17	▲1.1%	2,443	63.3%
海外販売	446	487	+40	+9.1%	762	63.9%

### <国内外EC売上高>

国内外EC売上高	2,070	2,539	+469	+22.7%	3,235	78.5%
----------	-------	-------	------	--------	-------	-------

### <マーケティング投資>

広告宣伝費	7,470	7,643	+172	+2.3%	10,993	69.5%
-------	-------	-------	------	-------	--------	-------

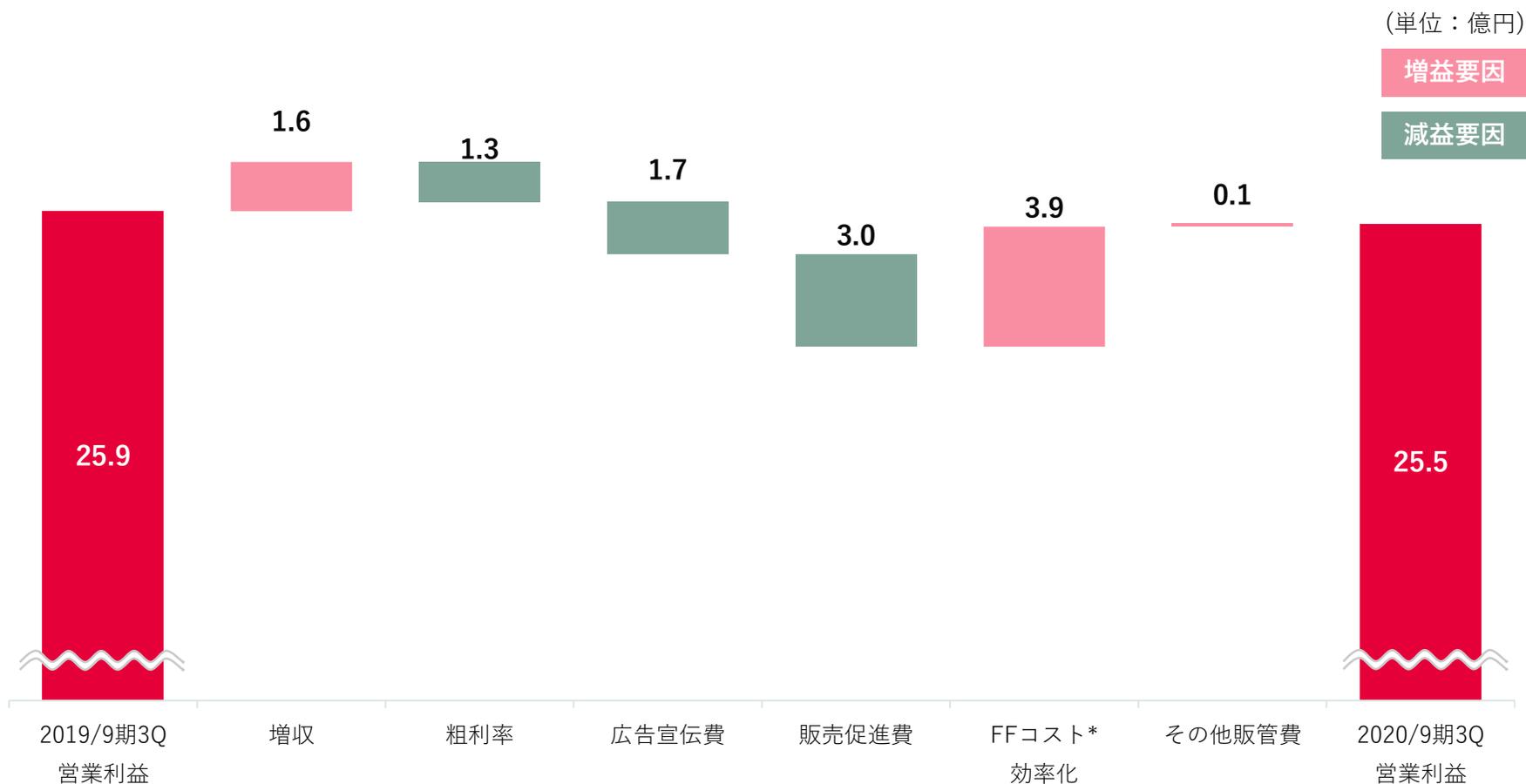
### <オペレーションコスト>

FFコスト*	3,684	3,200	▲483	▲13.1%	4,219	75.9%
コールセンターコスト	2,356	2,219	▲137	▲5.8%	3,102	71.5%

\*：FFコスト＝フルフィルメントコスト

# 第3四半期決算概要-営業利益増減要因分析

- 化粧品の売上拡大による増収効果とFFコスト削減による効率化が増益に貢献しました
- 広告宣伝費などのマーケティング投資は、売上拡大に向けて上期に積極的に実施した一方、第3四半期は消費者動向を見極めるため一時的に抑制した結果、営業利益は前年とほぼ同等の着地となりました



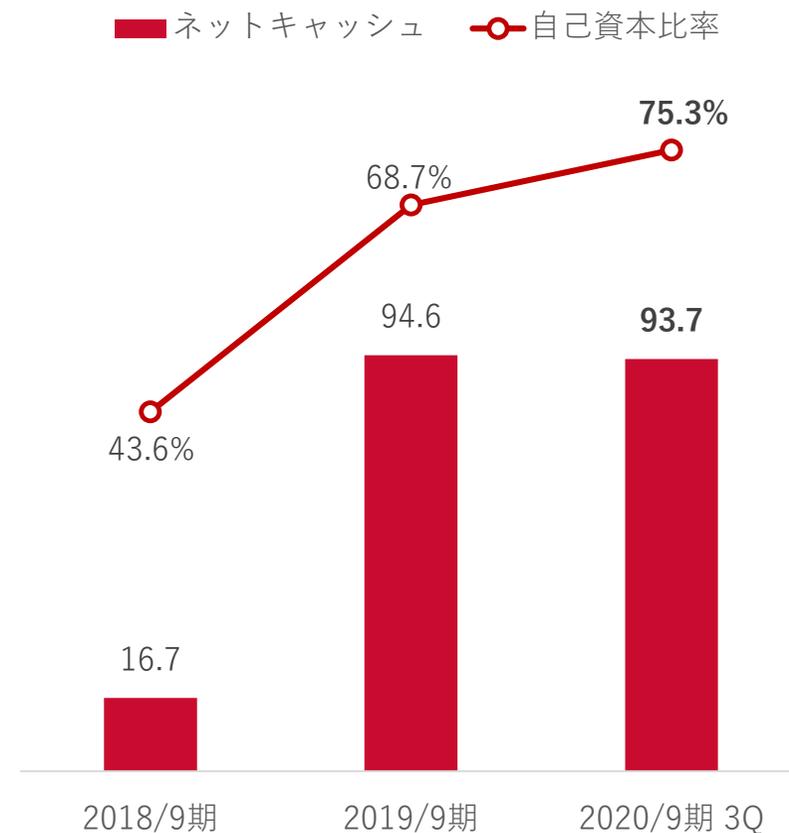
\*：FFコスト＝フルフィルメントコスト

- 自己株式の取得を5/14～6/23に取得総額299百万円分、実施しました
- ネットキャッシュ93億円と、**成長投資に向けた潤沢な現預金を保有しています**
- 100億円の当座貸越及びコミットメントライン契約を締結し、**安定的な資金調達に備えています**

(単位：百万円)

項目	2018/9期 期末	2019/9期 期末	2020/9期 3Q末時点	前期末比 差異
流動資産	6,094	14,693	<b>14,362</b>	▲ 330
現預金	2,954	10,576	<b>10,354</b>	▲ 221
売掛債権	2,099	2,913	<b>2,730</b>	▲ 183
棚卸資産	901	1,063	<b>1,168</b>	104
固定資産	3,397	3,882	<b>3,793</b>	▲ 89
総資産	9,491	18,575	<b>18,156</b>	▲ 419
負債	5,299	5,817	<b>4,438</b>	▲ 1,378
買入債務	360	416	<b>268</b>	▲ 147
有利子負債	1,284	1,109	<b>979</b>	▲ 129
純資産	4,191	12,758	<b>13,717</b>	958
自己株式	—	—	<b>▲299</b>	▲ 299
負債純資産合計	9,491	18,575	<b>18,156</b>	▲ 419

(単位：億円)



## 2. 2020年9月期決算見通し



- 通期見直しは当初予想を据え置きます
- 商品カテゴリー別では、通信販売チャネルの化粧品の売上伸長を想定しています
- 節約意識の高まりや、マスク着用の習慣化など新しい生活様式の定着により手軽に賢くスキンケアができるオールインワン化粧品の需要拡大を見込んでいます
- ヘルスケア商品は、健康維持や免疫力向上への関心の高まりから需要拡大を見込んでいます

(単位：百万円)

項目	2018/9期	2019/9期	2020/9期		通期見通しの 前期比 増減率	通期見直しに 対する 進捗率 (①÷②)
			3Q実績 (①)	通期見直し (②)		
売上高	31,210	33,570	25,573	<b>35,000</b>	+4.3%	73.1%
化粧品	27,209	30,575	23,542	<b>32,607</b>	+6.6%	72.2%
ヘルスケア商品	4,001	2,994	2,030	<b>2,392</b>	▲20.1%	84.9%
営業利益	2,493	2,864	2,552	<b>3,150</b>	+10.0%	81.0%
経常利益	2,499	2,828	2,549	<b>3,130</b>	+10.7%	81.5%
経常利益率	8.0%	8.4%	10.0%	<b>8.9%</b>	+0.5p	—
当期純利益	1,751	1,824	1,593	<b>2,010</b>	+10.2%	79.3%

- 第3四半期実績を踏まえたチャネル別売上高の通期見通しの前提に変更はありません
- マーケティング投資は獲得効率を基に媒体を選定し、特に好調な国内ECへの投資を拡大する予定です
- オペレーションコストは、FFコスト\*効率化を計画通りに進める予定です

(単位：百万円)

項目	2018/9期	2019/9期	2020/9期		通期見通しの 前期比 増減率	通期見通し に対する 進捗率 (①÷②)
			3Q実績 (①)	通期見通し (②)		

## <チャネル別売上高>

通 信 販 売	29,080	30,804	23,540	<b>31,794</b>	+3.2%	74.0%
直営店舗・卸売販売	1,703	2,151	1,546	<b>2,443</b>	+13.5%	63.3%
海 外 販 売	426	614	487	<b>762</b>	+24.2%	63.9%

## <国内外EC売上高>

国 内 外 E C 売 上 高	2,490	2,816	2,539	<b>3,235</b>	+14.9%	78.5%
-----------------	-------	-------	-------	--------------	--------	-------

## <マーケティング投資>

広 告 宣 伝 費	9,763	10,245	7,643	<b>10,993</b>	+7.3%	69.5%
-----------	-------	--------	-------	---------------	-------	-------

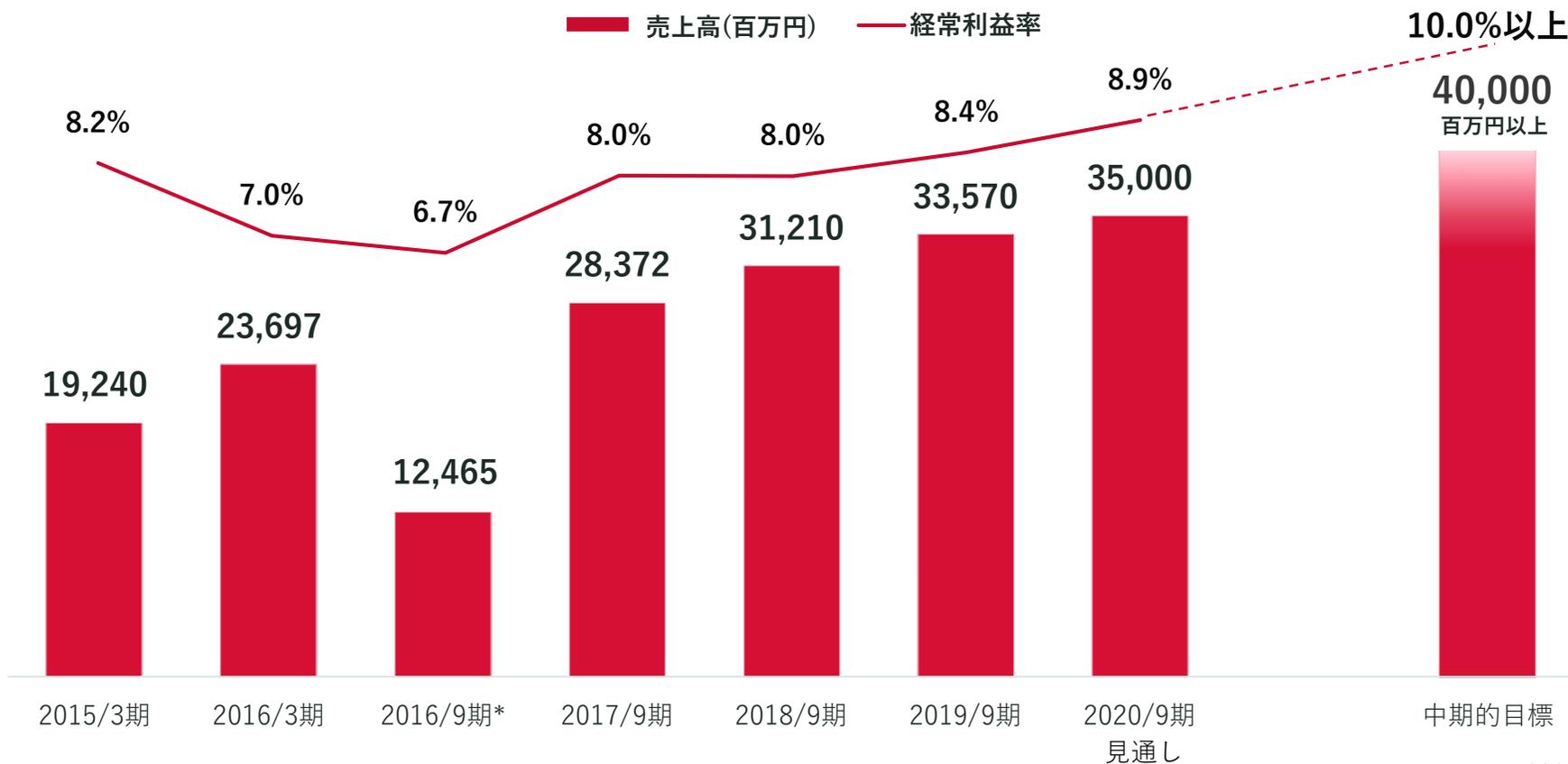
## <オペレーションコスト>

F F コ ス ト *	4,497	4,575	3,200	<b>4,219</b>	▲7.8%	75.9%
コールセンターコスト	2,957	3,082	2,219	<b>3,102</b>	+0.6%	71.5%

\*：FFコスト＝フルフィルメントコスト

売上高 **400億円以上**  
経常利益率 **10%以上**

の早期達成を実現し、さらなる成長をめざしてまいります



\* : 2016/9期は6カ月決算

### 3. 事業の概況

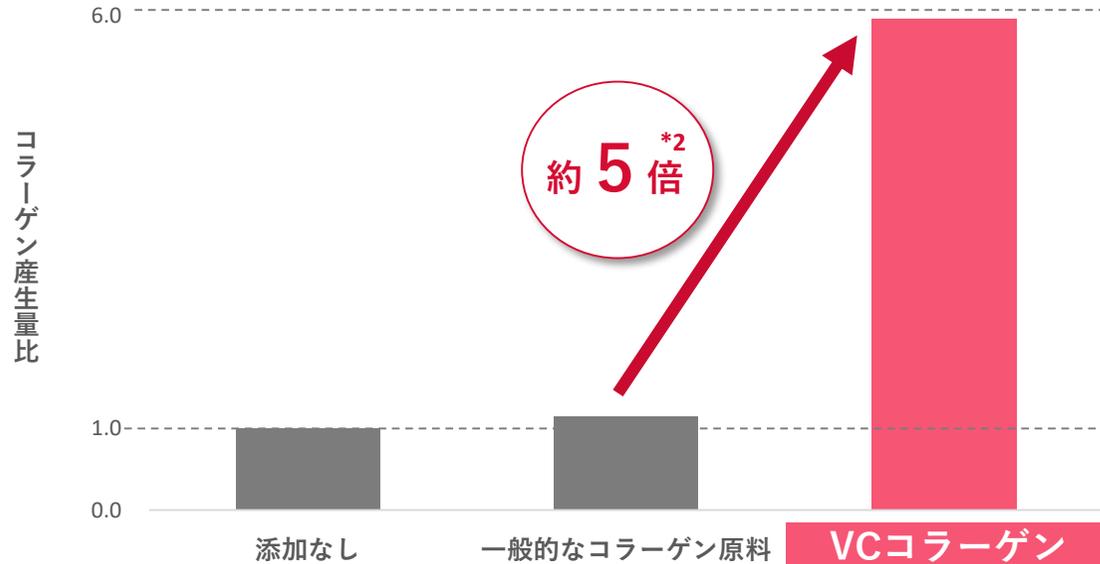
- 新たな機能性コラーゲン原料製造方法の特許取得
- 在宅時間増加に伴うご提案効果の高まり
- 季節限定商品の販売目標数量を3カ月連続で達成
- ECの新規顧客獲得が好調
- 直営店舗・卸売販売の近況
- 海外事業の近況



# 新たな機能性コラーゲン原料製造方法の特許取得\*<sup>1</sup> ～世界初・新日本製薬オリジナル原料「VCコラーゲン」～

- 生体内でコラーゲンをつくるために必要な補酵素「ビタミンC」と美しい肌をつくり出す「コラーゲン」を結合させた**新たな機能性コラーゲン原料「VCコラーゲン」**の開発に成功しました
- コラーゲンが持つ保湿作用とビタミンCが持つ抗酸化作用に加え、一般的なコラーゲン原料と比較して、**約5倍\*<sup>2</sup>の「コラーゲン産生促進作用」を持つ**ことを確認しました

線維芽細胞のコラーゲン産生量の比較  
(添加なしを1としたときの比率)

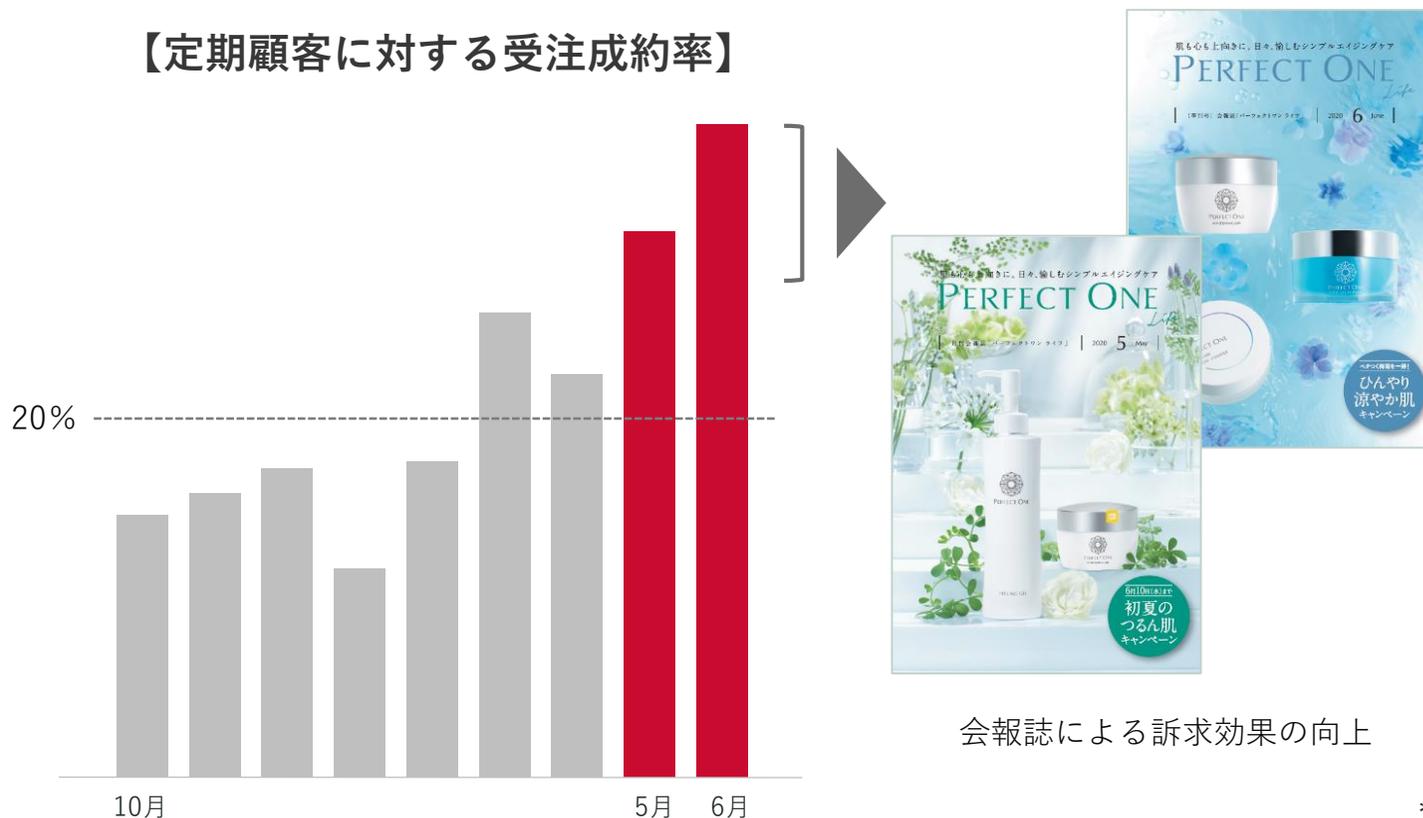


※イメージ

\* 1 : 「化粧料の製造方法」特許取得 (2020年7月2日) \* 2 : 自社にて細胞を用いた評価を実施

- コールセンターにおける定期顧客に対する受注成約率\*が5、6月に2カ月連続で過去最高値を更新いたしました
- 在宅時間の増加に伴い会報誌による訴求効果が高まったことが要因と考えられます
- コミュニケーターによるお客さまとの対話を重視した商品提案の質と機会が向上したことも要因と考えられます

## 【定期顧客に対する受注成約率】



コミュニケーターの提案

\* : 有効受電件数に対する商品の追加購入件数の割合

- リピーターのお客さまへ、パーフェクトワンブランドより発売した季節限定商品のクロスセルが好調に推移し、**販売目標数量を達成**いたしました
- マスク着用による肌荒れなどのお悩みや、季節特有のお悩みに合わせた商品展開により、多くのお客さまにご好評いただきました

## 【4月】

### SPバリアミスト



2層の潤いバリアで花粉やほこりから肌を守り、メイク崩れもブロックするミスト状化粧水

## 【5月】

### SPピーリングジェル



古い角質を手軽に洗浄・除去し、キメの整ったクリアな肌へ整える洗浄料

## 【6月】

### SPスキンケアスノーパウダー

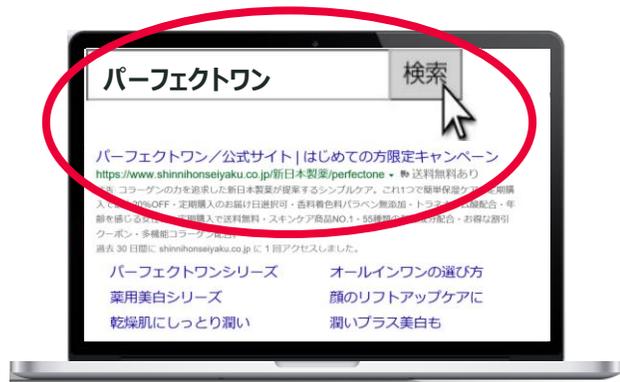


昼も夜も24時間使用でき、肌に清涼感を与えながら、汗や皮脂を抑えるスキンケアパウダー

\*：メラニンを含む古い角質による

- リスティング広告による新規顧客獲得が好調に推移しております
- また、オフライン通販の広告枠を有効活用したオンライン・オフライン連携による新規顧客獲得も引き続き順調に推移しております

## 【リスティング広告の実例】



## 【オンライン・オフライン連携施策の実例】



QRコードを読み込み商品購入WEBページを表示

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、直営店舗および一部の取扱店舗が休業しておりましたが、5月後半より徐々に営業を再開いたしました
- 直営店舗では休業中に、**お客さまとのリレーションシップ対策**として、顧客データベースに基づくDMの送付やお電話でのご注文受付など、ご利用促進を行いました

## 【直営店舗における販売促進施策】

〒0000-0000



### 代引き送料無料キャンペーン

**本状ご到着後～2020年 〇月〇日 まで**  
 ※代引きにつき millennia ポイントは付きません。あらかじめご了承ください。

日頃よりパーフェクトワンそごう横浜店をご愛顧いただいている皆さまへ  
 配送料無料のキャンペーンを実施しております。  
 ご来店が難しい、長時間のご滞在が困難な場合は、是非お気軽にご連絡くださいませ。  
**直通: ×××-×××-××××**  
 ※お支払いは、代金引換配送にて承ります。  
 皆さまのご利用を心よりお待ちしております。

パーフェクトワンそごう横浜店 スタッフ一同

ご来店が難しいお客さまへ  
 商品お届けキャンペーンのご案内送付

〒0000-0000



### Spring coffret

春の乾燥・紫外線対策コフレを華やかなポーチでお届け!  
**保湿&プロテクトコフレ**

①専用ホワイトニングジェル [医薬部外品] 75g  
 ○お好きなジェルに変更可能  
 ②専用ホワイトニングBBクリーム 25g [SPF40 PA+++] [医薬部外品] #1  
 CCクリーム 25g [SPF25 PA+++]  
 SPロンキータッチファンデーション (ルフィル&ケース) [SPF30 PA+++]

③SPリファースト 48mL (限定品)  
 [メイク崩れにも強くなる] プロテクトミストです。  
 ④オリジナルポーチ

**限定品**  
**リニューアル**

**価格 税込8,580円**  
 \*上記価格は基準でホワイトニングジェルとセットでご購入いただく場合の価格です。

2020年4月1日(水)～なくなり次第終了

※1 メラニンの生成を抑え、シミ・ソバカスを防ぐ、肌を潤いを守る。

トリートメントシャンプーが、本音で評価する雑誌「LDK the Beauty(2020年11月号)」にて  
**コスメ・オブ・ザ・イヤーを受賞!** **総合評価「A+」獲得!**

※2 加水分解コラーゲンPG-プロピルメチルシランジオール(保湿成分) ※3 当社製薬品誌(2019年9月発売品との比較)

シャンプー	ヘアパック
コンディショナー	頭皮ケア
トリートメント	速乾剤
トリートメントシャンプー	速乾剤

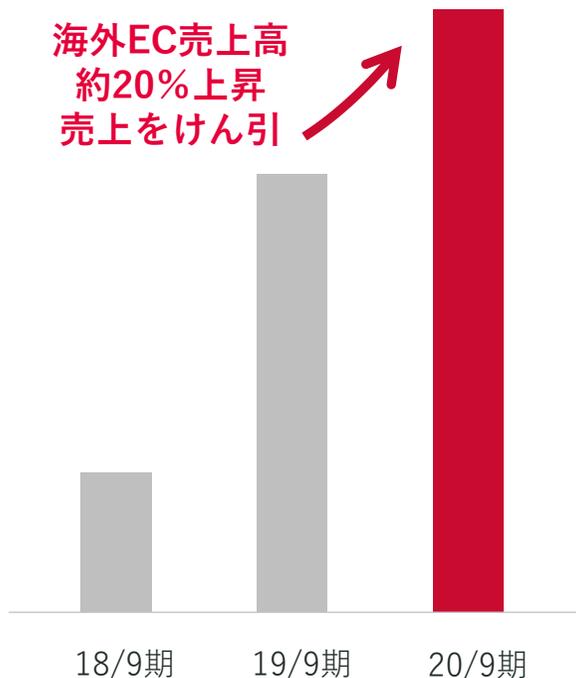
400mL 税込2,640円

販売促進DMの送付

- 各国とも4月以降の経済活動の再開に伴い、**海外EC販売の売上伸長がけん引**し新型コロナウイルス感染症の影響から徐々に回復しております
- 中国の大型ECイベント「618」は堅調な売上となりました
- 6月1日には、**ベトナムでの展開を開始いたしました**

## 【海外販売EC売上伸長率】

海外EC売上高  
約20%上昇  
売上をけん引



## 【中国】



天猫  
PERFECT ONE購入ページ



出店ECモール



## 【ベトナム】



ECモールでの販売  
Lazadaベトナム、Shopee

## 4. 成長戦略

- パーフェクトワンブランドのさらなる成長
- 新たなヘルスケア事業の立ち上げ
- EC・デジタル展開の加速
- 海外事業の拡大



# パーフェクトワンブランドのさらなる成長 シワ改善と美白効果のオールインワンジェル

- 4年連続市場シェアNo.1\*のオールインワンジェルシリーズから、今秋、新商品を発売予定です
- 機能性化粧品市場でのシェア拡大と、パーフェクトワンブランドのさらなる成長へ向けて発売以降に積極的な広告投資を実施し、販売拡大をめざします

 PERFECT ONE

シワ改善

美白



[医薬部外品 (承認申請中)]

シワ改善と美白効果のオールインワンジェル

発売時期 : 2020年秋頃発売予定

\* : ※富士経済「化粧品マーケティング要覧2017/2018/2019/2020」

(モイスタ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2016/2017/2018/2019実績)

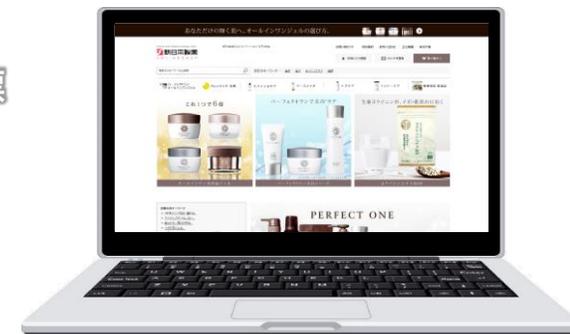
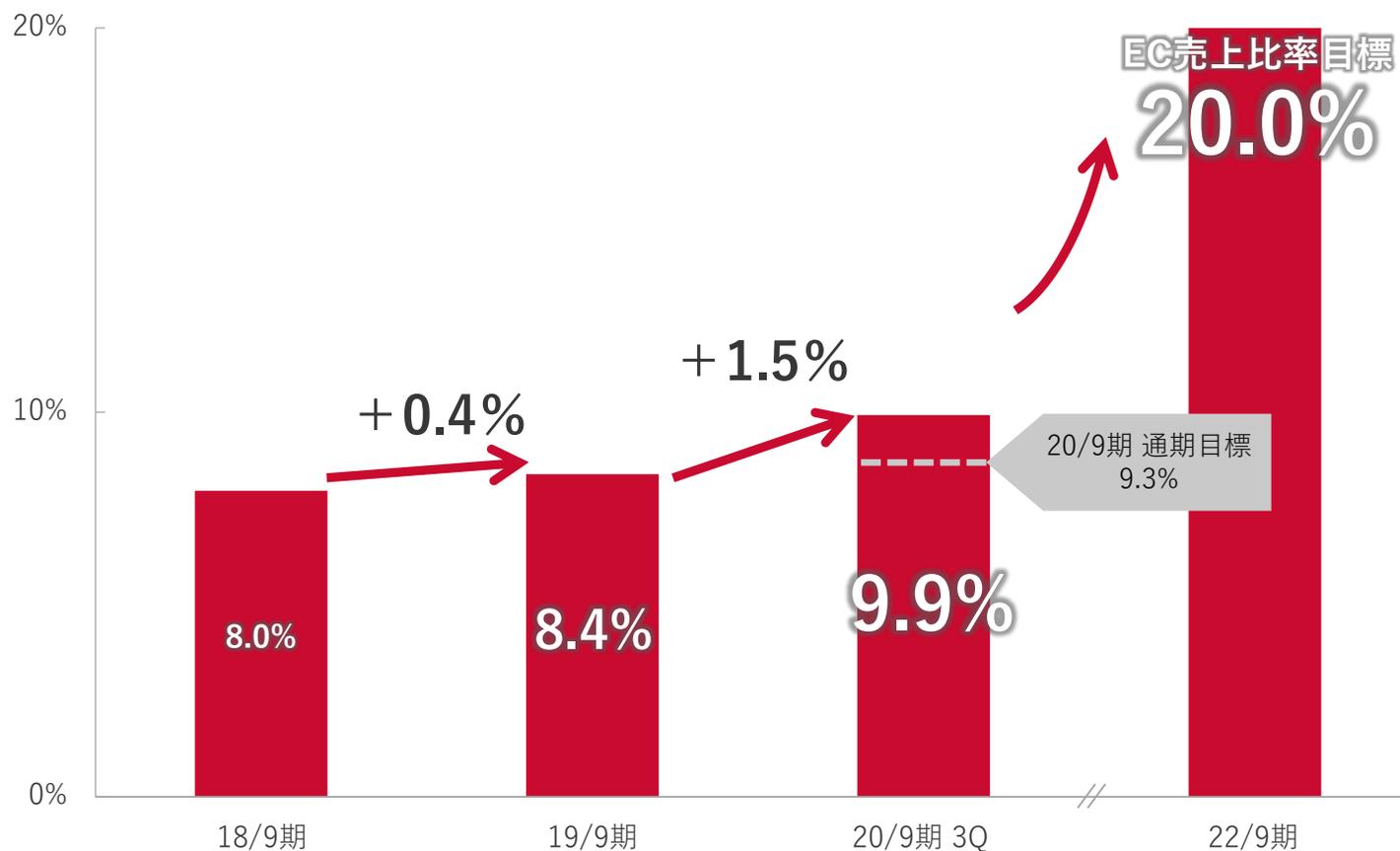
- 新型コロナウイルスの経験を経て、個人の価値観は“自律”へと大きくシフトし、ヘルスケア領域では、自身で予防する「セルフディフェンス」がテーマになっています
- 当社はアフターコロナの新時代に向け、個人の“自律したヘルスケア”を支える新たな事業を今秋、開始予定です

## 革新的なメソッドでブランドを構築



2020年秋より順次ローンチ予定

- 今般のホームショッピング習慣の定着を追い風として、EC化をさらに加速させるための施策を拡大します
- 自社ECサイトや自社スマートフォンアプリを活用し、ECの新規顧客獲得を進めてまいります



# 海外事業の拡大

- 世界の経済活動状況に留意しつつ、中国を中心として海外事業をさらに拡大させ、グローバルスタンダードブランドへの成長をさらに加速させてまいります



New! Viet Nam 2020/6~



## China 2018/3~



Next! United States



Thailand 2018/11~



Taiwan 2016/12~

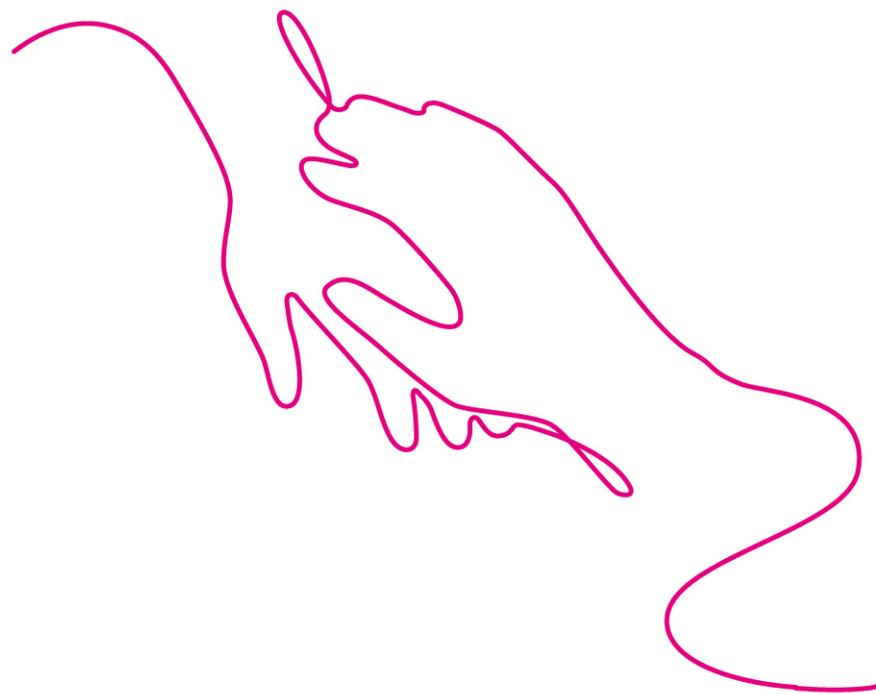


Singapore 2019/9~



Hong Kong 2018/6~

## 5. ESGへの取り組み



- 当社は、“社会に貢献する企業”という理念のもとに、今、私たちにできることから取り組んでまいります
- MAKE IT BLUE JAPAN実行委員会の活動に賛同し、新型コロナウイルス感染症の脅威の最前線でたたかう医療従事者の皆さまに、青のライトで感謝とエールを送る「#LIGHT IT BLUE」に参加し、本社のエントランスのライトを青に変更しました
- 同様に、医療・介護従事者の皆さまにエールを送る福岡市の取り組み「#FridayOvation」に参加し、毎週金曜日の正午に感謝の拍手をおくりました
- 福岡市および福岡市社会福祉協議会へマスクと当社商品を寄贈しました
- 令和2年7月豪雨被害への義援金を、各自治体を通じて被災者の方へ寄贈しました
- 国際医療ボランティア団体「ジャパンハート」の令和2年7月豪雨被害における活動を支援するための募金を社内で実施しました



本社ビルを青くライトアップした様子



社内で実施した募金の様子



義援金贈呈式の様子



## 新日本製薬

### < 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 経営企画部 IR・広報課

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/>