



美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。

2025年 9 月期第 3 四半期 決算補足説明資料

2025年 8 月 5 日

新日本製薬 株式会社
証券コード：4931
東証プライム

2025年9月期第3四半期決算発表サマリー

売上高

売上高 **30,733百万円** (前期比+3.8%)

- 売上高はDBマーケティング*の強みを活かしヘルスケアが伸長、**前年同期を上回る**
- 化粧品はマーケティング投資をオフラインからECへ再配分し、前年同水準の着地
- ヘルスケアは投資を強化したFun and Healthの好調継続により**前期比+32.6%の成長**

費用
／
利益

営業利益 **3,888百万円** (前期比+20.4%)

- 営業利益は**計画を上回り進捗**、通期計画に対しても上回る見込み
- マーケティング投資は効率を重視し、**好調ブランドへ重点的に再配分**
- 継続的な効率化により収益基盤を強化し、積極的なマーケティング投資へ繋げる

3Q事業
ハイライト

- PERFECT ONEのECは前年同期を上回る、LTV最大化とミドル世代獲得で再成長へ
- FOCUSは前年同期を上回る成長、商品ローンチサイクルを加速し競争力を強化
- Fun and Healthは**好調トレンド継続で大幅成長**、更なる追加投資で売上拡大をめざす
- Wellness Foodは子会社のフラット・クラフト合併によりシナジー効果最大化へ

INDEX

1. 第3四半期決算概要
2. 第3四半期事業ハイライト
3. 2025年9月期計画

APPENDIX

1. 第3四半期決算概要

第3四半期決算概要

化粧品はオンラインからECへマーケティング投資を戦略的に再配分したことで、前年同水準で着地
ヘルスケアは投資を強化した「スリモアコーヒー」の好調継続により前年同期比**+32.6%の成長**
営業利益はFOCUSとFun and Healthの増収効果及びコスト構造改革により計画を上回る

(単位：百万円)

項目		2024/9期 3Q	2025/9期 3Q	前年同期比	
				差異	増減率
売上高		29,606	30,733	+1,127	+3.8%
	化粧品	25,468	25,246	▲221	▲0.9%
	ヘルスケア	4,138	5,487	+1,349	+32.6%
営業利益		3,230	3,888	+658	+20.4%
	営業利益率	10.9%	12.7%	+1.7pt	—
経常利益		3,211	3,921	+709	+22.1%
(親会社株主に帰属する) 四半期純利益		2,169	1,880	▲289	▲13.3%

第3四半期決算概要－補足データ

通信販売は好調なFun and HealthとFOCUS、PERFECT ONEのEC売上高が伸長し増収

卸販売はPERFECT ONEの展開店舗数拡大とFOCUSの新商品導入効果により大きく成長

マーケティング投資は効率を重視しFun and Healthと化粧品ECを中心に重点的に再配分

継続的なコスト効率化により収益基盤を強化し、積極的なマーケティング投資へ繋げる

(単位：百万円)

項目	2024/9期 3Q	2025/9期 3Q	前年同期比	
			差異	増減率

<チャネル別売上高>

通 信 販 売	27,110	27,905	+795	+2.9%
卸 販 売	2,588	2,912	+323	+12.5%
海 外 販 売	▲92	▲84	+8	▲8.8%

<国内外EC売上高*¹>

国 内 外 E C 売 上 高	5,973	6,963	+990	+16.6%
-----------------	-------	-------	------	--------

<マーケティング投資>

広 告 宣 伝 費	8,403	8,578	+175	+2.1%
販 売 促 進 費	3,802	4,202	+399	+10.5%

<オペレーションコスト>

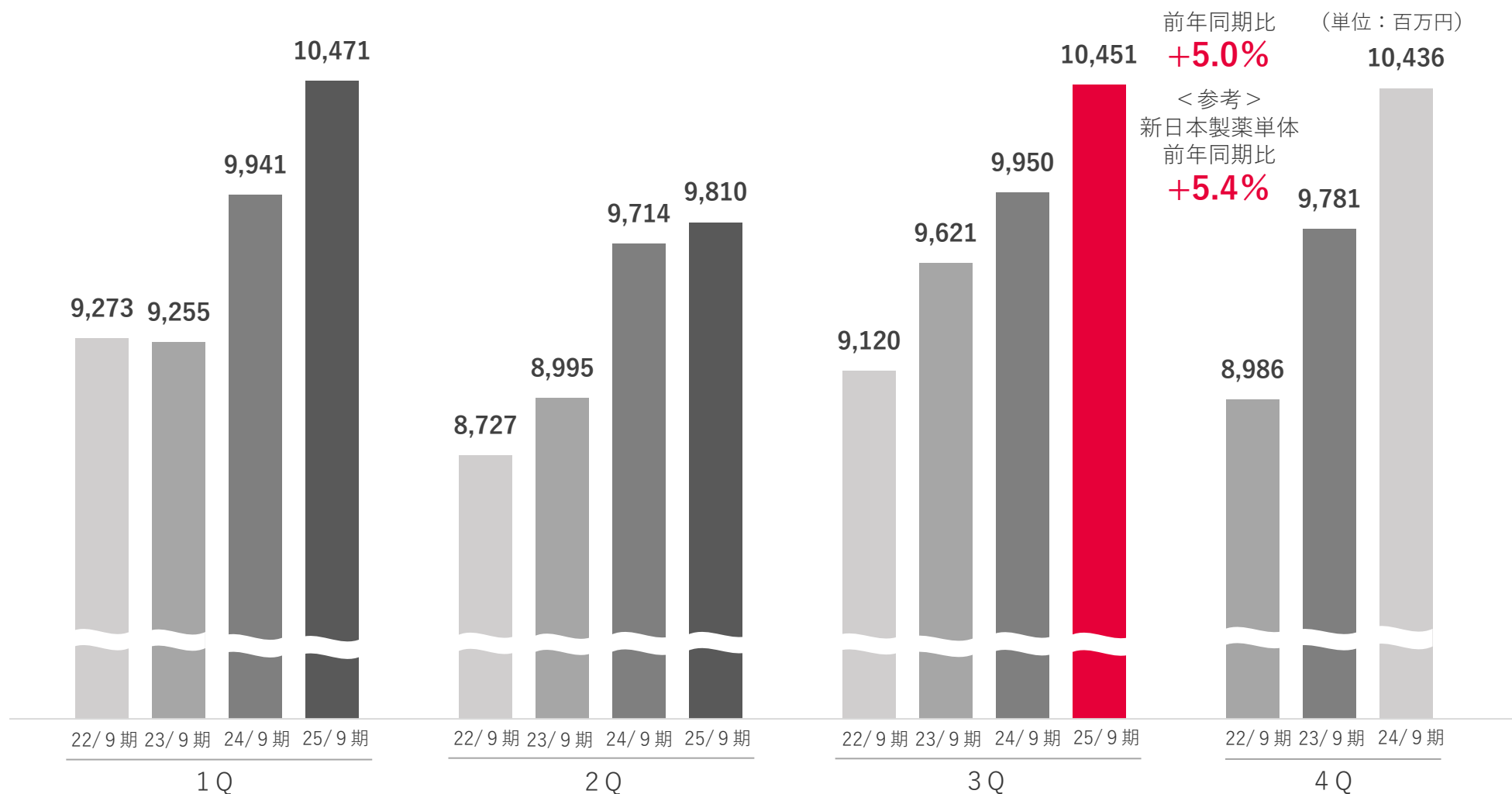
F F コ ス ト * ²	3,154	3,018	▲135	▲4.3%
コ ー ル セ ン タ ー コ ス ト	1,769	1,708	▲61	▲3.5%

* 1：チャネル別売上高の通信販売における国内EC売上高と海外販売におけるEC売上高の合計 * 2：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

各四半期で前年同期を上回り成長を継続

3Qはマーケティング投資を重点的に再配分したFun and HealthとFOCUSの成長で、**連結で+5.0%増収**

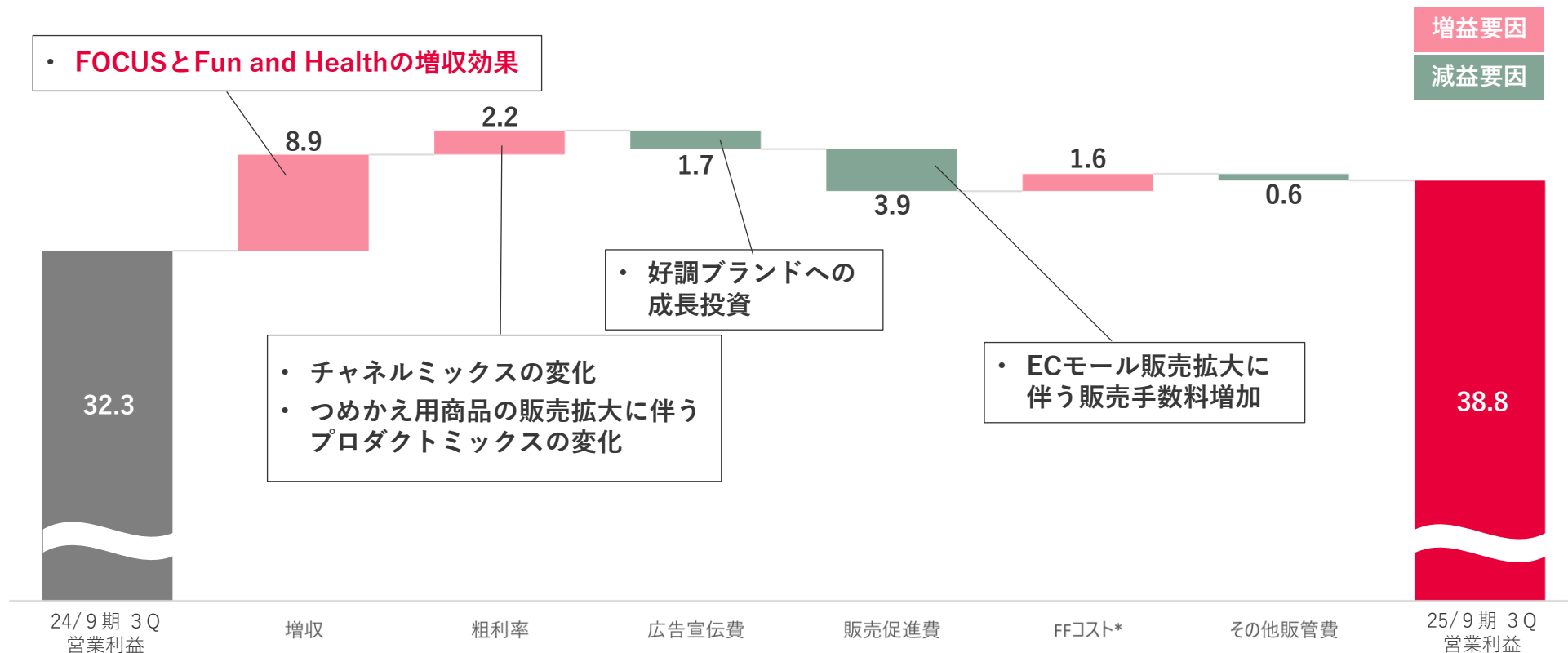


決算概要－営業利益 増減要因分析

FOCUSとFun and Healthの増収効果及びコスト構造改革が増益に貢献

Fun and Healthを中心とした**好調ブランド**へマーケティング投資を強化したことや
ECモール手数料の増加等が減益要因となるものの**+20.4%の大幅増益で着地**

(単位：億円)



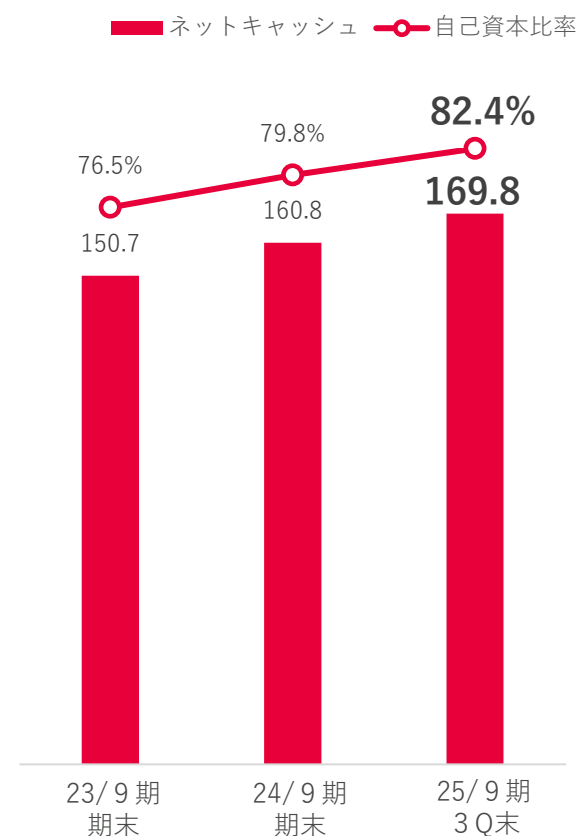
*：FFコストのうち、発送配達費および代行手数料(決済手数料)の前年同期比差異

バランスシートの状況

(単位：百万円)

項目	2023/9 期 期末	2024/9 期 期末	2025/9 期 3 Q末	前期末 差異
流動資産	21,254	23,062	23,240	+178
現金	15,518	16,341	17,107	+766
売掛債権	3,171	4,291	3,418	▲872
棚卸資産	2,092	2,028	2,383	+355
固定資産	4,247	4,160	3,593	▲566
のれん	818	712	—	▲712
総資産	25,501	27,222	26,834	▲388
負債	5,840	5,430	4,697	▲733
買入債務	946	548	718	+169
有利子負債	446	254	120	▲133
純資産	19,661	21,792	22,137	+344
自己株式	▲647	▲529	▲1,378	▲848
負債純資産合計	25,501	27,222	26,834	▲388

(単位：億円)



2. 第3四半期事業ハイライト

中期経営戦略「Growth Next 2027」 マーケティング投資方針

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の最大化に貢献する



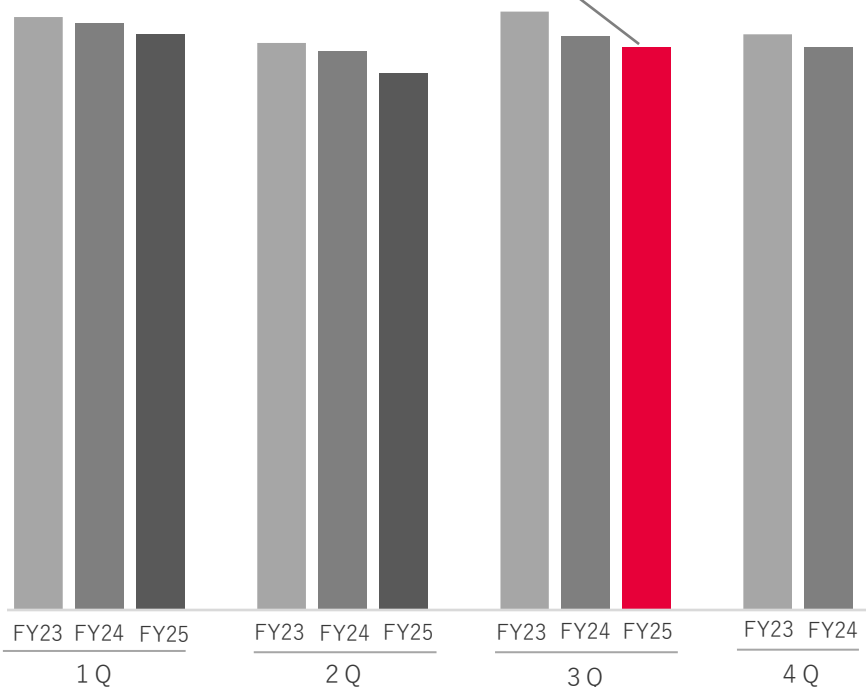
PERFECT ONE

ECは前年同期を上回る、LTV最大化とミドル世代獲得で再成長へ

ECへのマーケティング投資の再配分や新商品発売強化により、EC売上高は前年同期を上回る
 オフライン広告の役割を新規顧客の獲得に加え「EC施策との連携」や「ミドル世代の認知拡大」へ進展
 LTV最大化とオフライン広告の活用及び新商品発売を通じミドル世代獲得による再成長をめざす

PERFECT ONE 四半期売上高の推移

- ・マーケティング投資再配分によるオフライン販売の減収
- ・つめかえ用商品販売拡大による売上単価減少等



■ **トレンド×VOC×独自価値** ミドル世代向け新商品投入を加速

新発売

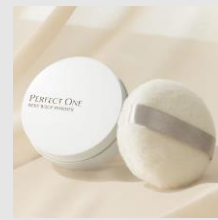
薬用ホワイトニング
クレンジングパック



2025年6月15日発売

新発売

SPシルキーボディパウダー
(夏用特別品)



2025年7月15日発売

リニューアル

オールインワンジェル

Coming
Soon

2025年秋予定

■ オフライン広告を通じた連携によりEC売上高が成長



QRコードから
ECへ誘導



PERFECT ONE FOCUS

前年同期を上回る成長、商品ローンチサイクルを加速し競争力を強化

バーム市場におけるブランドシェア*が拡大、好調トレンドと新商品発売により前年同期を上回る

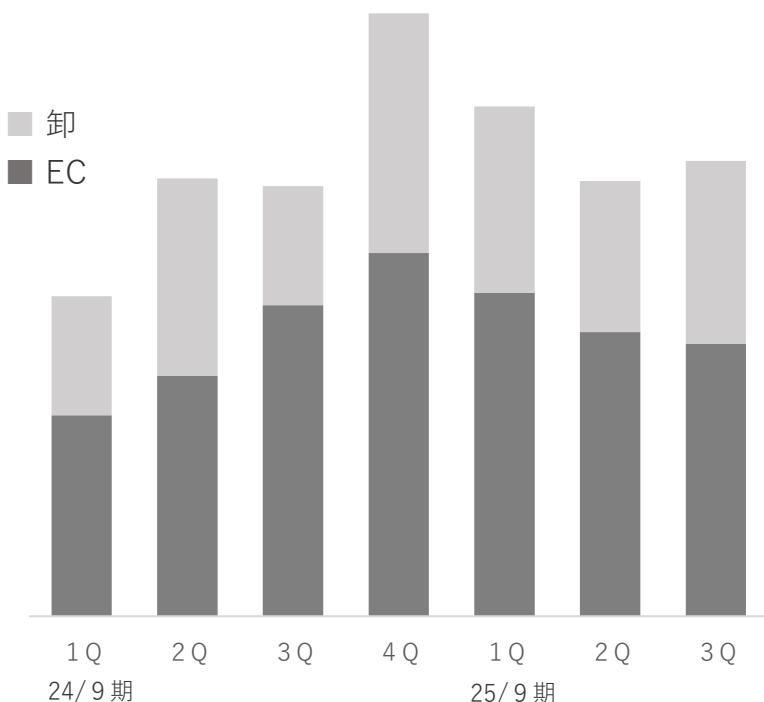
卸販売はVCチャージスムースマスク導入効果で大きく成長、4Qでは更なる展開店舗数拡大を予定

ECは競争激化により一時的な減収だが、スピードを重視した商品開発を強化し商品ラインナップ拡充へ

国内FOCUS 四半期売上高の推移

■ 有名人・インフルエンサーを起用した認知拡大を推進

■ VCチャージスムースマスク 各種媒体でベストコスメ5冠獲得



■ **トレンド×VOC×独自価値** 新商品投入によるラインナップ拡充

新発売



**VCハイドラ
クリアクレンジングオイル**
2025年9月1日発売予定
発売以来好調のクレンジングバームに続き、**FOCUSブランド初の
オイルクレンジング発売**

マイルドピーリング×角栓・皮脂ケア
で毛穴レスな素肌に導く

**マスク新アイテム追加投入で
売り場スペースの拡大へ**

新発売

**Coming
Soon**

2025年11月
発売予定
新成分配合の
マスク発売で
更に市場開拓
をめざす

*：富士経済「化粧品マーケティング要覧 2025」（クレンジングバーム部門／メーカー、ブランドシェア2024年実績）

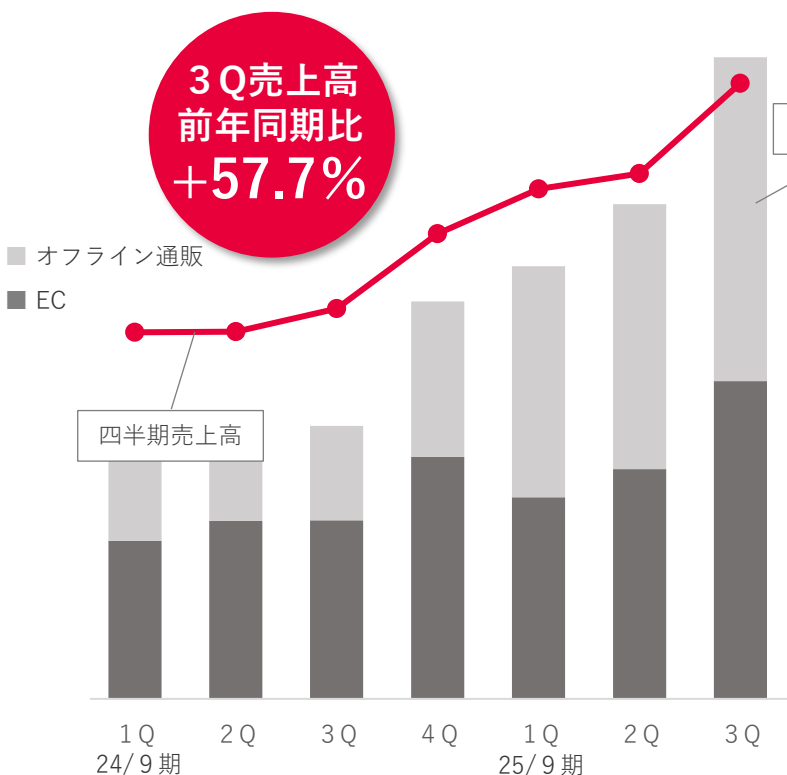
Fun and Health

好調トレンド継続で大幅成長、更なる追加投資で売上拡大をめざす

Wの健康青汁の安定成長とスリモアコーヒー新規獲得好調により **+57.7%の大幅成長**

通信販売・卸販売含め全社売上のドライバーとして、最も好調なスリモアコーヒーに追加投資を行う
新商品のサプリメントを9月発売予定、エイジングケア等の新カテゴリ開拓による更なる成長を図る

Fun and Health 四半期売上高と新規獲得件数の推移



■ Wの健康青汁が国内売上
3年連続No.1*¹を獲得



■ 雑誌anan「カラダにいいもの大賞」
主力商品がW受賞*²



■ スリモアコーヒーの卸販売開始
ドラッグストアにてスリモアコーヒー
の展開開始
自社の広告効果で3,200店舗展開決定
今後、更なる展開店舗数拡大へ



*1: TPCマーケティングリサーチ調べ(2024年のメーカー出荷) *2: 「anan」2025年4月9日発売「カラダにいいもの大賞2025・春」より

卸販売 展開店舗数拡大による着実な成長

卸販売チャネルの戦略

【基本方針】

1 店舗当たり売上高の拡大を重視した店舗数拡大

店舗	方針			
ドラッグストア	当社の顧客データベースや広告を活用した販促の取り組みを推進し、 卸販売の拡大をリード 展開店舗数推移 <table><tr><td>24/9月末 920店舗</td><td>25/6月末 1,920店舗</td><td>25/9月末 2,000店舗 目標</td></tr></table>	24/9月末 920店舗	25/6月末 1,920店舗	25/9月末 2,000店舗 目標
24/9月末 920店舗	25/6月末 1,920店舗	25/9月末 2,000店舗 目標		
バラエティショップ 総合スーパー (GMS)	SNSマーケティングの活用 店頭販売強化 顧客データベースや広告を活用した販促による 着実な成長			
免税店 (空港・市中)	インバウンド需要を獲得し、 グローバルでのブランド認知度向上へ			

- ドラッグストア展開店舗数増により売上高が拡大
- 都心部を中心としたインバウンド向けのテスト販売が好調に推移し、継続して拡大予定

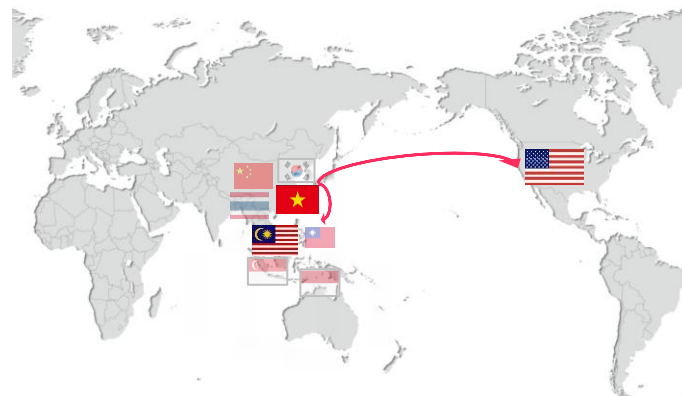
海外販売 投資効率の良いコンテンツの分析が進む

中期経営戦略「Growth Next 2027」経営方針

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

米国

- ヒットコンテンツ及びヒットメディアの分析が進み、今後も精度を高めたフィジビリティの継続を推進する
- 米国取り扱いSKU数を増やし、各商品のテストマーケティングの幅を拡大する



アジア

- 4Qからマレーシアにて越境ECを開始、ベトナムは来期から自社サイトとモールを順次開始予定
- 帰国後にリピート購入できる仕組みを構築し、拡大するインバウンド需要を越境ECにて海外販売の成長へ繋げる

Wellness Food

2025年10月、子会社のフラット・クラフトを新日本製薬へ吸収合併

グループ全体のナレッジの共有によるシナジー効果最大化で、好調なヘルスケア領域の拡大を図る

チャネル間の連携によるオペレーションの改善や

新日本製薬の強みであるデータベースマーケティングと通信販売のナレッジを活かした販路拡大をめざす

新日本製薬

670万人以上の顧客データ
ベースへのクロスセル

オペレーション
改善・効率化

通信販売の
ナレッジ

商品開発力

広告投資の資金力
広告展開のナレッジ

Fun&Health



F	L	A
+	C	R
A	F	+

フラット・クラフト

独自価値の高い
高品質な商品

食品分野における
卸売の販売力

グローバル視点の素材・環境へのこだわり

特に

オペレーションの効率化と
通信販売のナレッジを活かした
EC販売拡大でシナジーを創出していく



Wellness Food



日本にはない独自価値を持った高品質な商品を
通信販売で培ったナレッジを活かし、販路拡大をめざす

3. 2025年9月期計画

2025年 9 月期計画

売上高は、好調なFun and Healthの成長と新たな施策の展開により**通期計画達成をめざす**
営業利益は**通期計画を上回る見込み**、「スリモアコーヒー」を中心に、好調ブランドや
新商品・新規事業へ機動的にマーケティング投資の再配分を実行
なお、継続的な効率化を図ることで収益基盤を強化し、積極的なマーケティング投資へ繋げる

(単位：百万円)

項目			2024/ 9 期 実績	2025/ 9 期		通期計画の 前期比差異	通期計画の 前期比増減率
				3 Q実績	通期計画		
売 上 高			40,043	30,733	42,000	+1,956	+4.9%
	化粧品		34,288	25,246	35,500	+1,211	+3.5%
	ヘルスケア		5,755	5,487	6,500	+744	+12.9%
営業利益			4,176	3,888	4,500	+323	+7.7%
	営業利益率		10.4%	12.7%	10.7%	0.3pt	—
経常利益			4,103	3,921	4,520	+416	+10.2%
(親会社株主に帰属する) 当期純利益			2,795	1,880	3,100	+304	+10.9%

2025年 9 月期計画前提

通信販売は、好調なFun and Healthと化粧品EC売上高の成長に向けた取り組みを強化
卸販売は、PERFECT ONEの 1 店舗当たり売上高の向上とFOCUS新商品を中心とした成長を見込む
海外販売は通期計画に対して遅延だが、グローバル展開に向けた基盤構築を着実に推進する

(単位：百万円)

項目	2024/ 9 期 実績	2025/ 9 期		通期計画の 前期比差異	通期計画の 前期比増減率
		3 Q実績	通期計画		
<チャネル別売上高>					
通 信 販 売	36,361	27,905	37,060	+698	+1.9%
卸 販 売	3,759	2,912	4,840	+1,080	+28.7%
海 外 販 売	▲77	▲84	100	+177	—
<国内外EC売上高>					
国 内 外 E C 売 上 高	8,337	6,963	9,310	+972	+11.7%
<マーケティング投資>					
広 告 宣 伝 費	11,274	8,578	11,000	▲274	▲2.4%
販 売 促 進 費	5,269	4,202	5,650	+380	+7.2%
<オペレーションコスト>					
F F コ ス ト	4,195	3,018	4,400	+204	+4.9%
コ ー ル セ ン タ ー コ ス ト	2,394	1,708	2,490	+95	+4.0%

APPENDIX

各市場における当社商品の位置づけ

オールインワン市場

国内売上シェア
NO.1 *1

オールインワン市場
2024年(実績)

市場規模1,302億円*2



クッションファンデーション市場

国内売上シェア
NO.2 *3

クッションファンデーション市場
2024年(実績)

市場規模372億円*2



クレンジングバーム市場

国内売上シェア
NO.2 *4

クレンジングバーム市場
2024年(実績)

市場規模227億円*2



機能性表示食品 青汁市場

機能性表示食品
青汁市場シェア
NO.1 *5

青汁市場（機能性表示食品）
2024年(実績)

市場規模129億円*5



*1：パーフェクトワンフォーカスシリーズ含む：富士経済「化粧品マーケティング要覧2025」（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2024年実績）

*2：富士経済「化粧品マーケティング要覧 2025」（オールインワン部門、クッションファンデーション部門、クレンジングバーム部門）

*3：富士経済「化粧品マーケティング要覧 2025」（クッションファンデーション部門／ブランドシェア2024年実績）

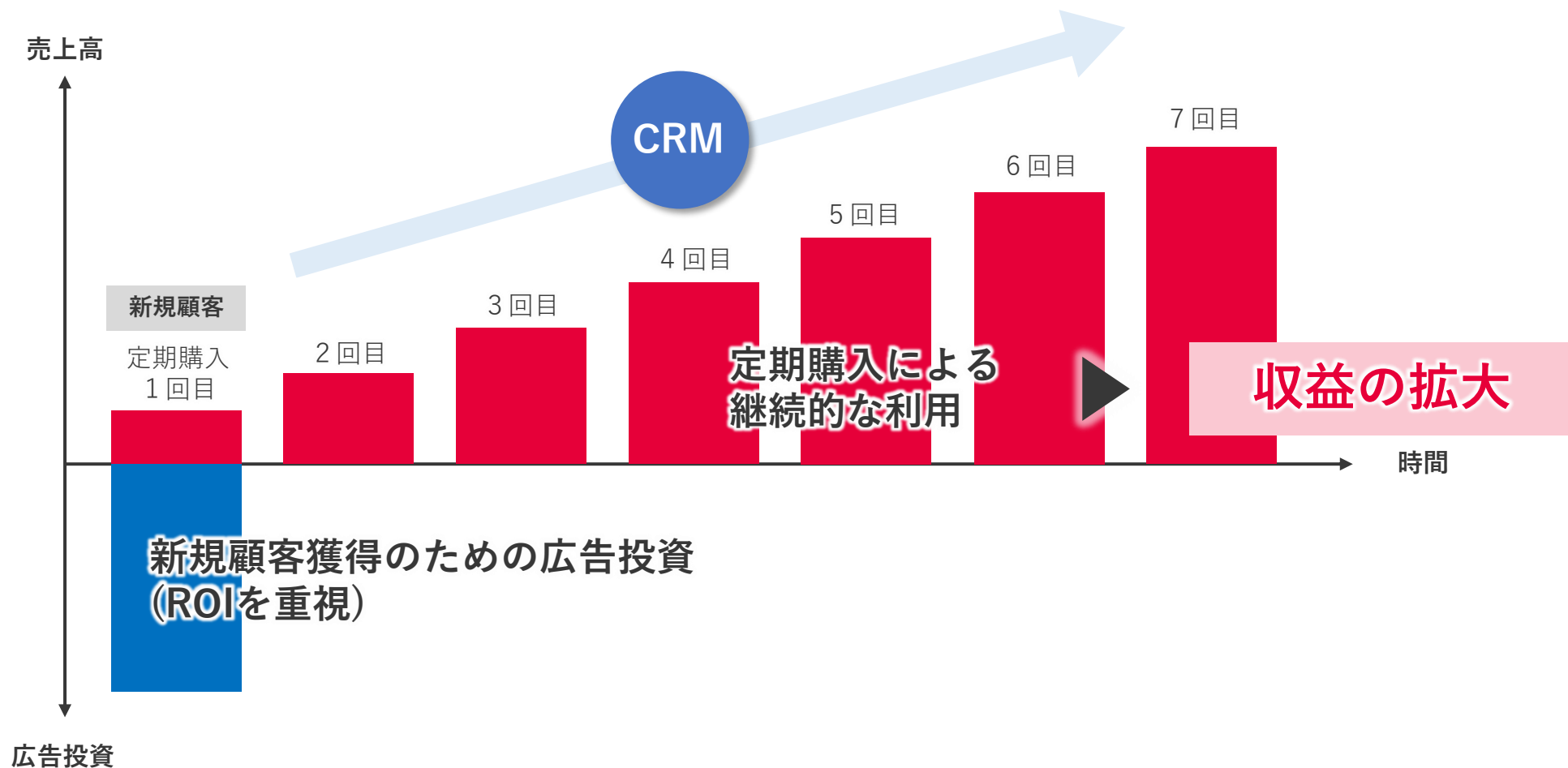
*4：富士経済「化粧品マーケティング要覧 2025」（クレンジングバーム部門／メーカー、ブランドシェア2024年実績）

*5：TPCマーケティングリサーチ調べ（2024年のメーカー出荷）

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

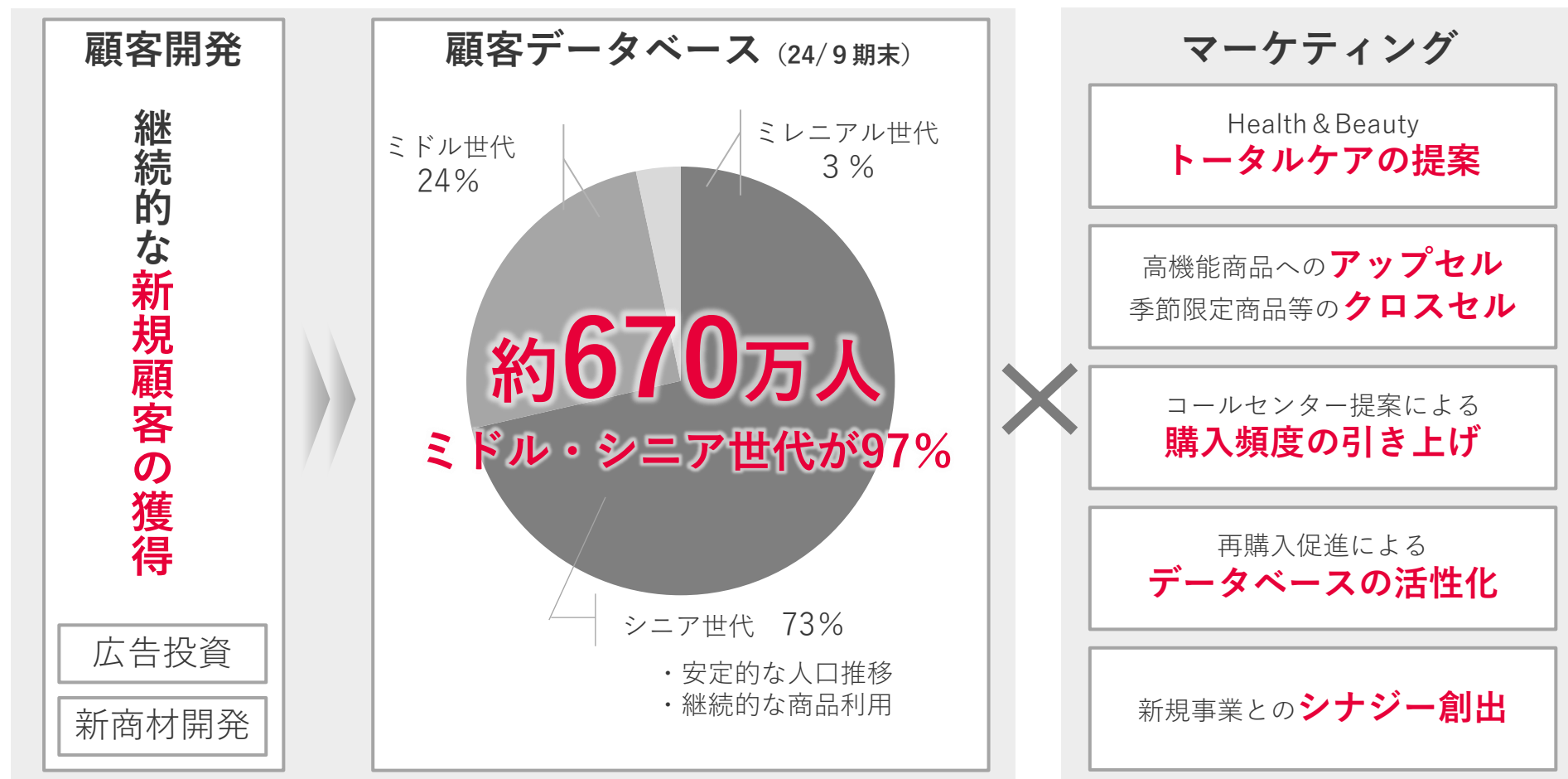
広告投資を先行させ、新規顧客を獲得することで**売上拡大の基盤を構築**



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670万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

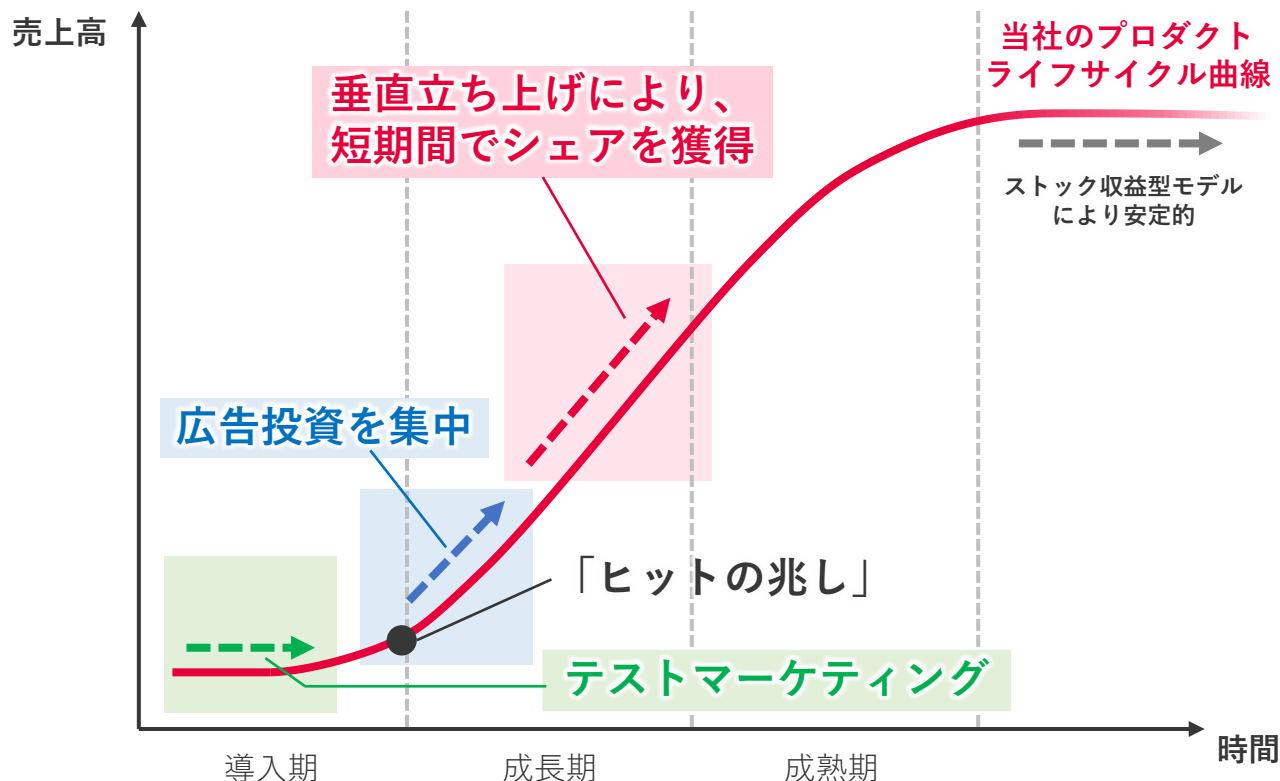


当社の強み：通信販売チャネルの「販売力」

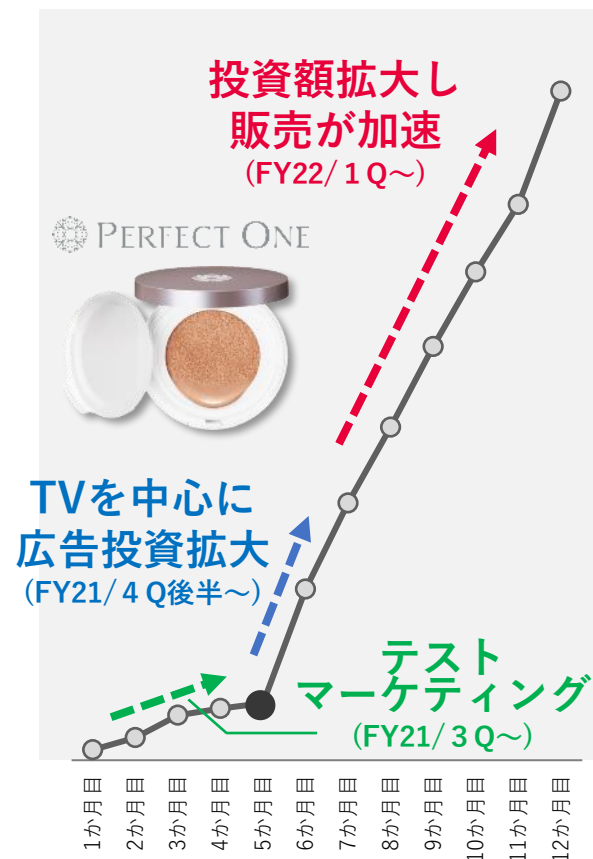
新商品を素早く開発し、導入期はテストマーケティングのPDCAサイクルを高速で回転させる

「**ヒットの兆し**」が見えた瞬間に**広告投資を集中**させることで、競争環境が厳しくなる前に、
短期間で**一気に市場シェアを獲得**する

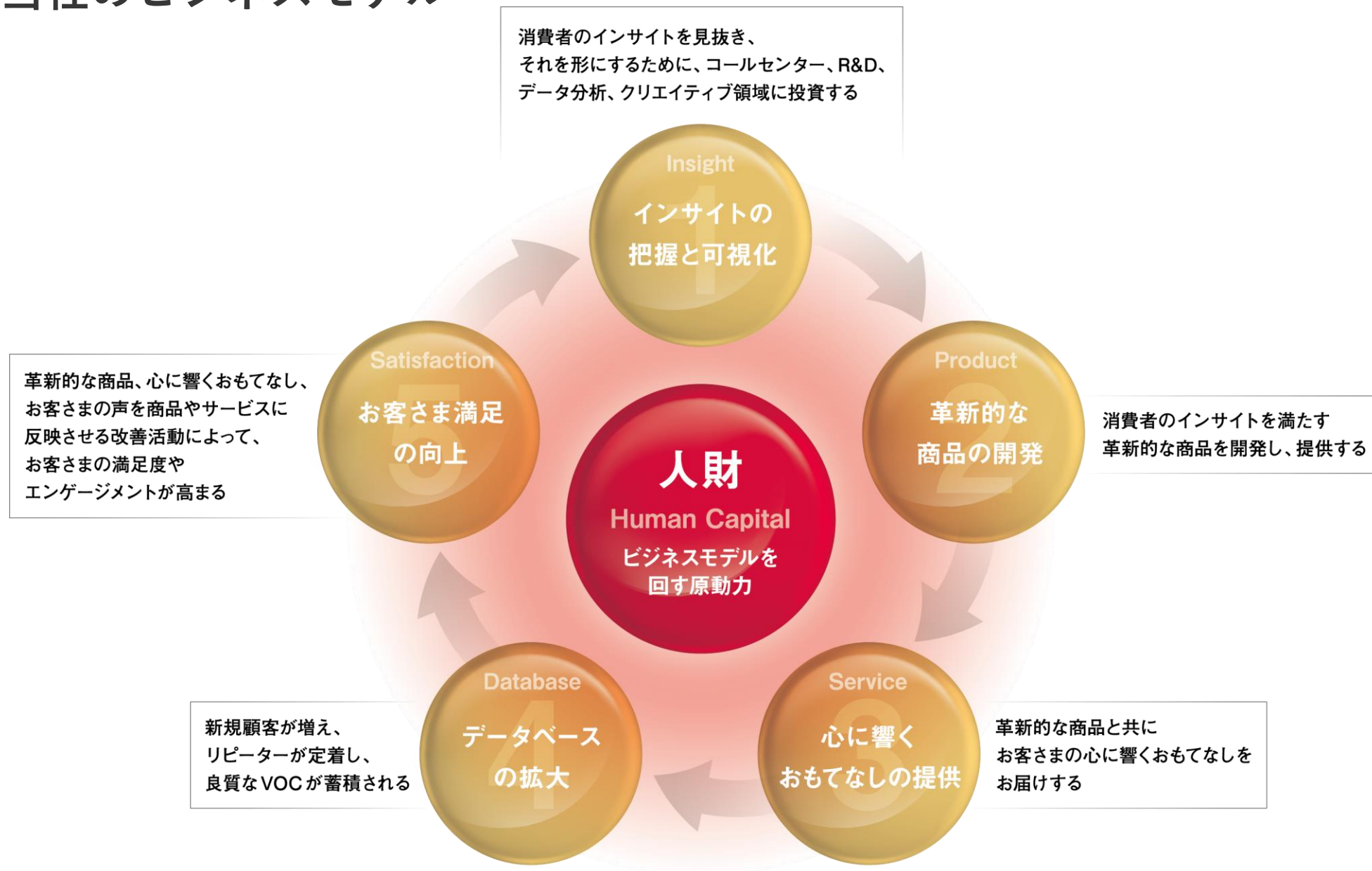
当社通信販売チャネルのプロダクトライフサイクルマネジメント



[参考]：クッションファンデーションの累計売上高の推移



当社のビジネスモデル



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〔2025年6月30日現在〕		
役員構成	代表取締役社長CEO 後藤 孝洋 専務取締役COO 福原 光佳 社外取締役 安田 幸代 社外取締役 南谷 朝子 社外取締役（常勤監査等委員） 善明 啓一 社外取締役（監査等委員） 田邊 俊 社外取締役（監査等委員） 中西 裕二		
事業内容	化粧品、健康食品、医薬品の企画及び通信販売・卸販売		
拠点	福岡（本社）、東京オフィス、吉塚オフィス、物流センター、糸島コールセンター		
グループ会社	株式会社フラット・クラフト、PERFECT ONE US Co.,Ltd.		
連結売上高	400.4億円〔2024年 9 月期〕		
連結総資産	268.3億円〔2025年6月30日現在〕		

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

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 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市場において国内売上NO.1*2を獲得
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
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分の見直しにより、東京証券取引所の市場第一部からプライム市場に移行
2023年 7月	米国にPERFECT ONE US Co.,Ltd.を設立
2024年 4月	糸島コールセンターを福岡県糸島市に開設

* 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		2021年 9 月 (連結)*	2022年 9 月期 (連結)	2023年 9 月期 (連結)	2024年 9 月期 (連結)	2025年 9 月期 3 Q (連結)
売上高	百万円	33,899	36,107	37,653	40,043	30,733
経常利益	百万円	3,415	3,487	3,721	4,103	3,921
当期純利益	百万円	2,323	2,357	2,394	2,795	1,880
資本金	百万円	4,158	4,158	4,158	4,158	4,158
発行済株式総数	株	21,855,200	21,855,200	21,855,200	21,855,200	21,855,200
純資産額	百万円	16,180	17,918	19,661	21,792	22,137
総資産額	百万円	23,240	23,857	25,501	27,222	26,834
自己資本比率	%	68.8	74.4	76.5	79.8	82.4
自己資本利益率	%	14.5	14.0	12.9	13.6	—
配当性向	%	30.2	30.0	29.6	34.7	—
営業キャッシュ・フロー	百万円	2,071	2,287	3,468	2,097	—
投資キャッシュ・フロー	百万円	▲1,359	▲496	▲208	▲382	—
財務キャッシュ・フロー	百万円	672	▲1,093	▲2,101	▲902	—
現金及び現金同等物の 期末残高	百万円	13,652	14,351	15,518	16,341	—
従業員数(臨時雇用者除く、出向者含む)	名	309	302	307	316	—
1 株当たり純資産額	円	747.34	826.51	906.72	1,006.66	—
1 株当たり当期純利益	円	107.72	109.91	111.37	129.69	—
1 株当たり配当額	円	32.50	33.00	33.00	45.00	—

*：株式会社フラット・クラフトとの企業結合に係る暫定的な会計処理の確定による見直し後の実績を適用しています

＜ 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 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。