

(証券コード：4920)

株式会社 日本色材工業研究所 会社説明会資料

2024年12月18日

代表取締役社長 最高執行責任者 (COO)
奥村 華代

常務取締役 企画・経理部長
霜田 正樹



人々の生活に色彩を提供し続け94年！
自社開発処方と仏国子会社2社を武器に
グローバル展開中の化粧品ODM

1. 日本色材とは
(事業概要・製品紹介など)
2. 中長期事業戦略ビジョン
3. 直近の業績・今期の見通し
4. 資本政策・株主還元

社長プロフィール

代表取締役社長 最高執行責任者（COO） 奥村 華代

1999年3月	当社入社
2011年5月	取締役就任
2011年6月	経営統括本部経営戦略部長
2014年12月	営業統括本部国際営業部長
2017年4月	経営統括本部経営企画部長
2020年11月	管理部長
2022年6月	専務取締役就任 総合企画本部長
2023年5月	代表取締役社長 兼 最高執行責任者(COO)就任(現任)



グループ概要：株式会社 日本色材工業研究所（日本色材、NSI）

会社名（商号）：株式会社 日本色材工業研究所

株式会社 日本色材工業研究所

：Nippon Shikizai, Inc.

代表者：代表取締役会長 奥村 浩士

：代表取締役社長 奥村 華代

所在地：東京都港区三田五丁目3号13番

資本金：100,000,000円

発行済株式数：2,099,376株（2024年2月29日現在）

従業員数：318名（外、平均臨時雇用290名）
（2024年2月29日現在）



つくば工場（茨城県）



1号棟



2号棟



3号棟



本社（東京/管理部門）

営業部
研究開発センター

広野台倉庫（神奈川県）



座間工場（神奈川県）



グループ概要：フランス子会社

Thepenier Pharma & Cosmetics S.A.S. (テブニエ社、TPC)

設立年月日 : 1973年4月
資本金 : 4,648,000ユーロ (2024年2月現在)
資本関係 : NSI (100%)
社長 : 蓼沼 直樹
従業員数 : 121名 (2024年 2月末現在)
本社・工場 : Route Departementale 912,
Saint-Langis-les-Mortagne (61400), France

設立年月日 : 2013年
資本金 : 1,145,000ユーロ (2024年2月末現在)
資本関係 : NSI (84.9%) , TPC (15.1%)
会長兼社長 : 蓼沼 直樹
従業員数 : 38名 (2024年2月末現在)
本社・工場 : 73 rue des Fougères , Saint-Cyr-en-Val 45590,
France



- 医薬品
- スキンケア
- メイクアップ化粧品-マスカラ
 - リキッドファンデーション
 - UV製品
 - パウダー製品



● Sales Office
● Production Factory

Nippon Shikizai France S.A.S. (日本色材フランス社、NSF)



- メイクアップ
 - 油性製品(口紅、チーク、グロス)
 - パウダー製品
 - アイライナー
- パレット製品

沿革

○創業94年の老舗化粧品ODMです！

2022 東京証券取引所の市場再編に伴い
東京証券取引所スタンダード市場に移行

単位：百万円 ■ (単体)売上高推移～2023年



※GMPとは「Good Manufacturing Practice」の略称で、「製造管理および品質管理の基準」のこと。

当社の取扱い製品分野

○メイクアップ領域を中心に広く化粧品分野を扱います！

スキンケア



スキンケアとは、肌を健やかに保ち、美しさを演出する化粧品のこと。

- クレンジング
 - 洗顔料
 - 化粧水
 - 美容液
 - クリーム
 - UVクリーム
- など

当社の取扱い範囲

メイクアップ



メイクアップとは、肌の上のにのせてより美しく見せる化粧品のこと。

- ベースメイク
 - 化粧下地
 - ファンデーション
 - コンシーラー
 - フェイスパウダー
 - ポイントメイク
 - アイシャドウ
 - アイブロウ
 - アイライナー
 - マスカラ
 - チーク
 - リップ・口紅
- など

中でも、「色材」
を扱うことが
得意！

当社の主な取扱い製品（メイクアップ中心に）

※写真は当社取扱い製品

肌をきれいに見せる、ファンデーション



化粧の土台、化粧下地



眉は全ての印象を決める！アイブロウ



目力強く、ライナー・マスカラ



シミそばかす隠す、コンシーラー



目元を華やかに、アイシャドウ



最後の仕上げ、フェイスパウダー



紫外線をブロック、UVクリーム



情熱的な唇に、リップ・口紅

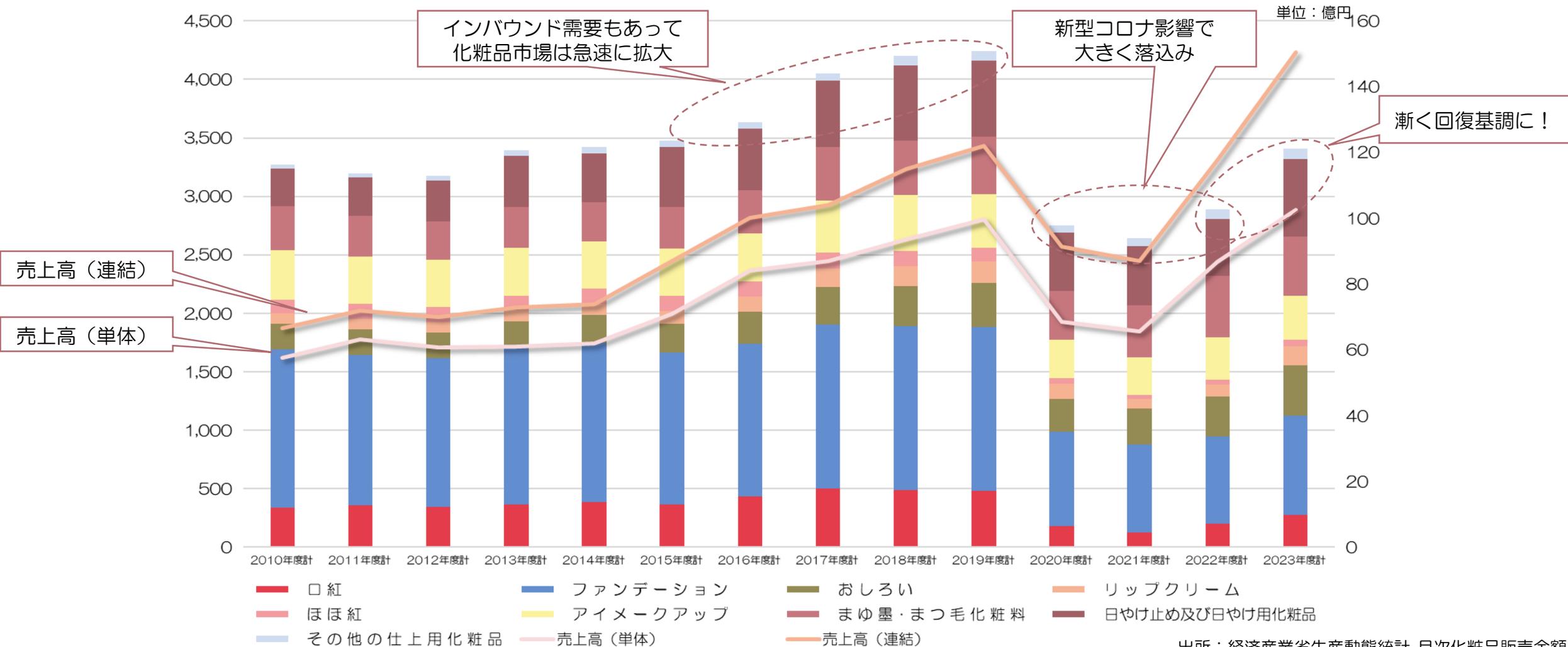


血色良い肌に、チーク・フェイスカラー



市場動向：分野別国内出荷動向・当社売上高推移

〇化粧品市場は、インバウンド需要もあって急激に成長した後、新型コロナの影響で一旦激減しましたが、漸く回復基調に！



出所：経済産業省生産動態統計 月次化粧品販売金額

化粧品ODM・OEMとは

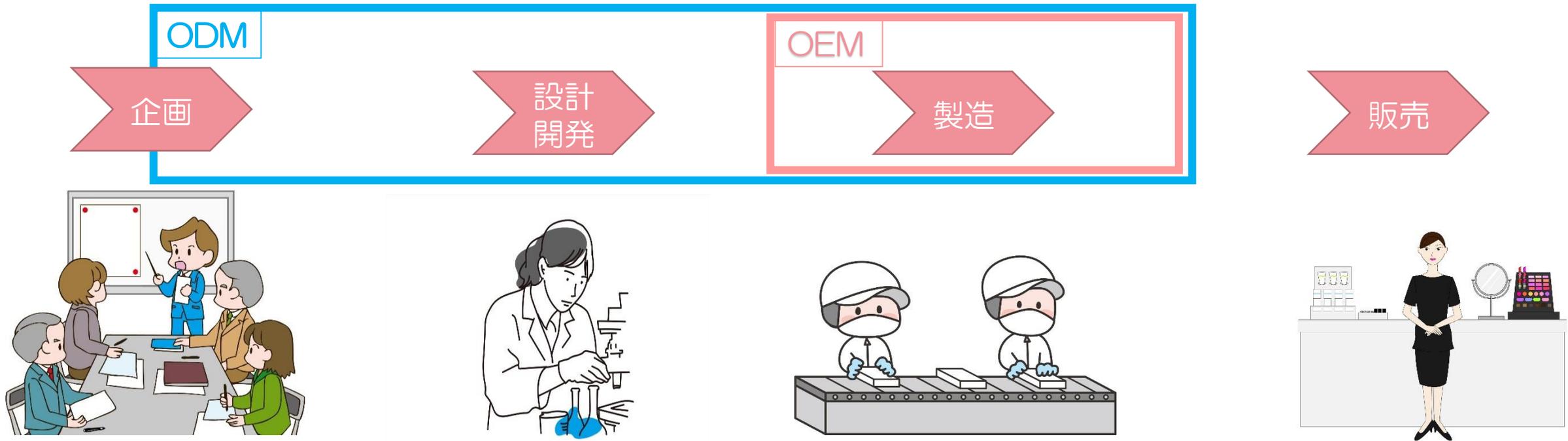
○製造受託のみでなく、設計開発した処方で優位性を持ち、他社と差別化された「ODM」を目指します！

化粧品受託製造-ODM(Original Design Manufacturer)・OEM(Original Equipment Manufacturer)

- ・ODM：発注元企業のブランド名で販売される製品の、企画・処方開発・製造等を行うこと
- ・OEM：発注元企業のブランド名で販売される製品を、発注元企業の指示通りに製造すること

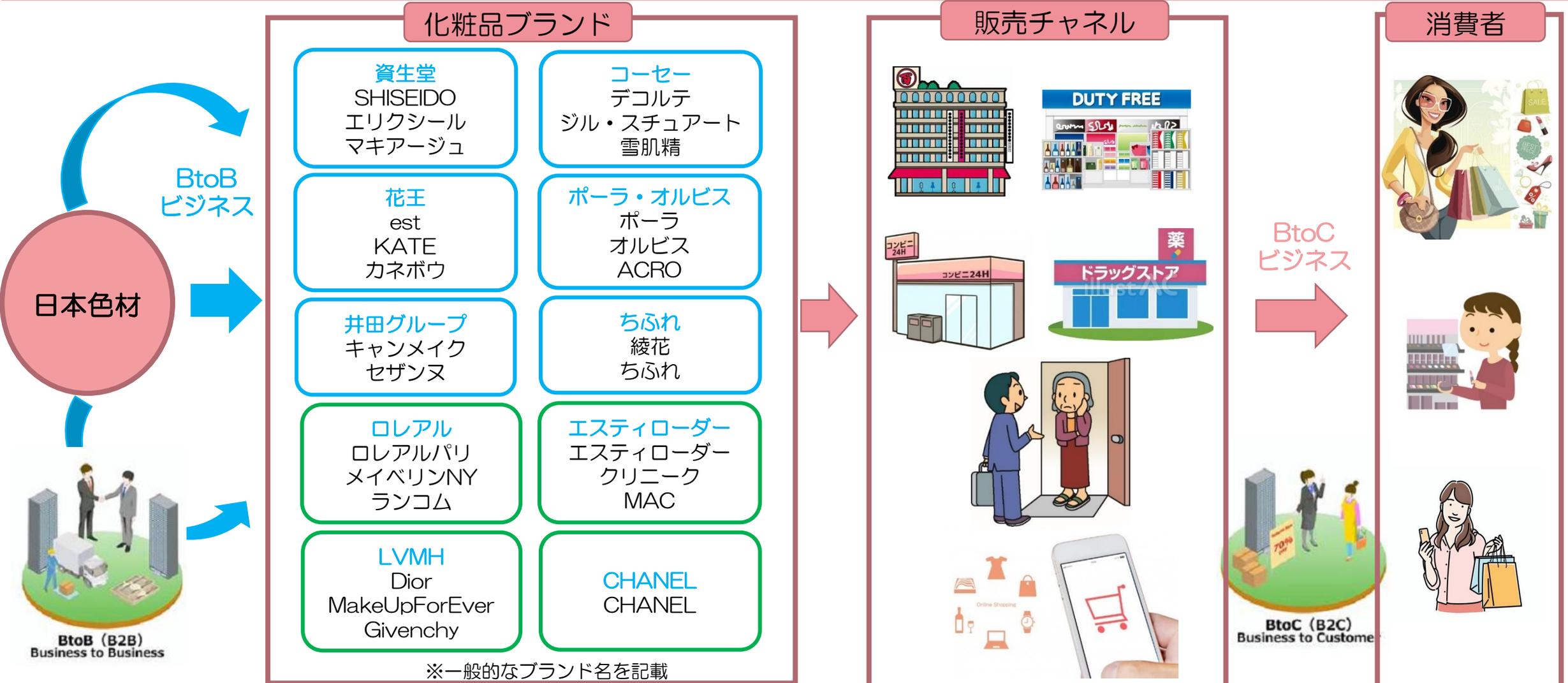
⇒日本色材は日本・フランスに工場を持ち、独自の開発処方を武器に、グローバルに展開するODMです。

化粧品生産・販売工程



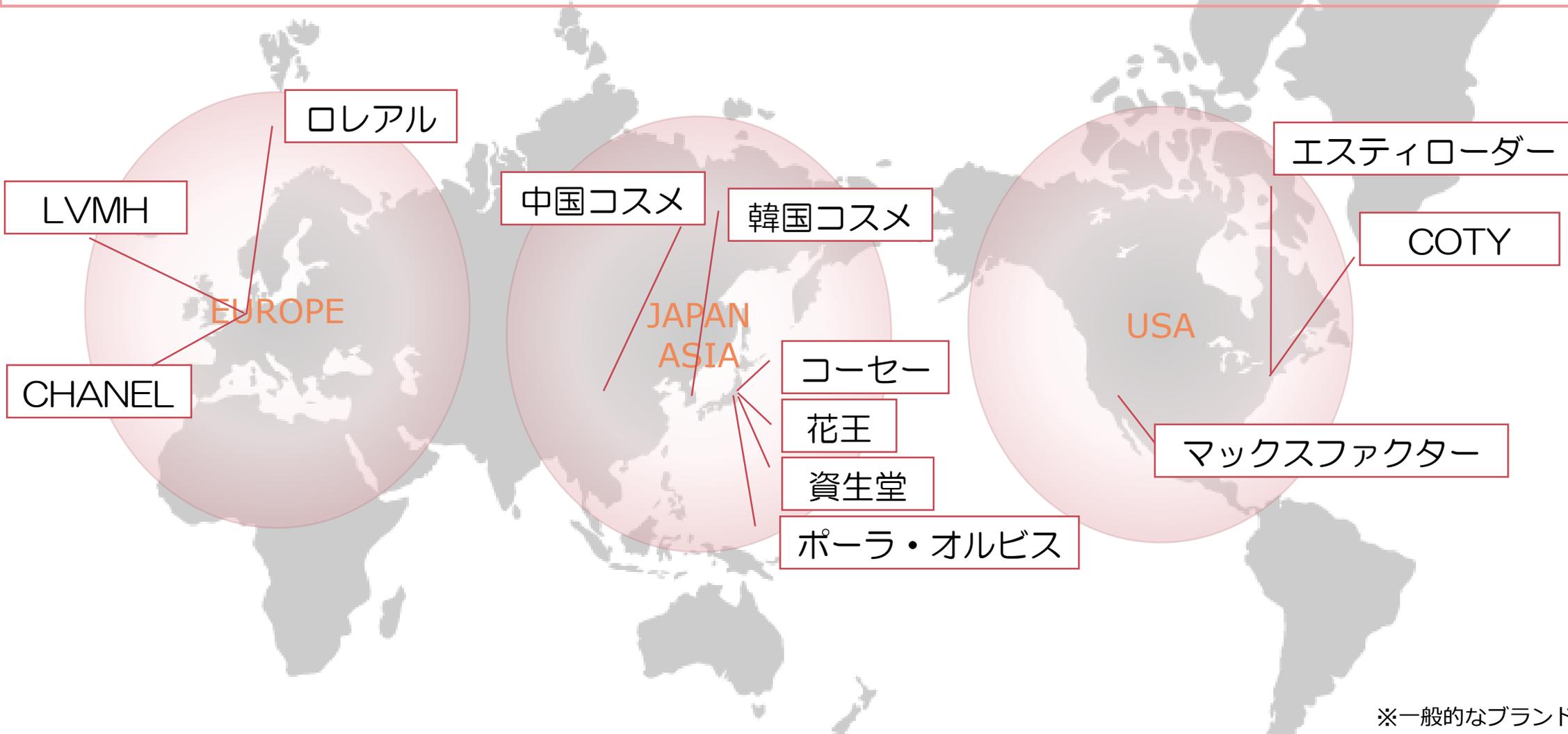
「黒子」として、皆さまの化粧ニーズに貢献 (B to B to C ビジネスモデル)

○当社の直接のお客様は各化粧品ブランドですが、様々なルートを経て、最終ユーザーは個人のお客様です！
 ・最終消費者のトレンドをフォローしつつ、各化粧品ブランドのニーズに対応する事で受注獲得を目指します



世界の化粧品ブランド・マーケットをフォロー

○世界中に様々な化粧品ブランドがありますが、欧州や米州の大手ブランドやアジアブランドもお取引先とする事で、グローバルな化粧品市場のトレンドをフォローします！



※一般的なブランド名を記載

日仏に生産拠点⇒メイド・イン・フランス、メイド・イン・ジャパンを可能に

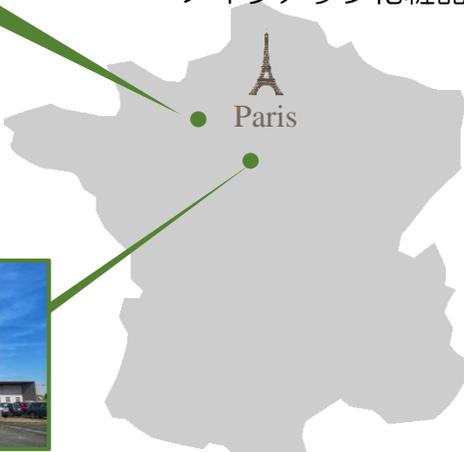
○大手ブランドのグローバル販売に対応するには、日本とフランスに拠点を持つ事が「強み」となります！



THEPENIER PHARMA & COSMETICS S.A.S. (テブニエ社、TPC)



- 医薬品
- スキンケア
- メイクアップ化粧品-マスカラ
- リキッドファンデーション
- UV製品
- パウダー製品



Nippon Shikizai France S.A.S. (日本色材フランス社、NSF)



- メイクアップ
- 油性製品(口紅、チーク、グロス)
- パウダー製品
- アイライナー
- パレット製品

フランス拠点を持つ強み

- ・フランスのグループ企業2社と国際営業部の連携で、欧米の流行/トレンドをフォロー。
- ・化粧品において世界で通用する「メイド・イン・フランス」と品質で定評のある「メイド・イン・ジャパン」双方への対応が可能に。

フランス拠点を持つ事で、先行する欧州の規制動向をキャッチ

○フランス拠点の情報収集力で、欧米のトレンドや、海外原料規制に対応したクリーン処方の開発が可能！

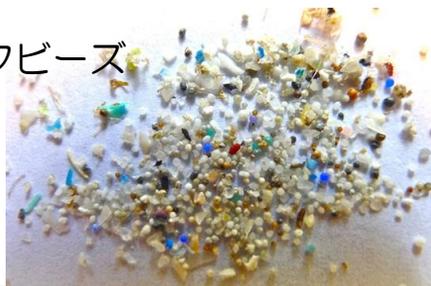
研究開発の 強み

- 欧州ではSDGs等への取り組みが先行し、各種規制も世界をリード。
- フランス拠点の情報収集力も活かして原料等に関する海外規制調査・分析力を強化、顧客のブラック・グレイリスト（使用不可／使用抑制原料リスト）などの要求への対応を推進。高機能なクリーン処方をあらゆる剤型で提供する事を可能に。



【環境】

マイクロプラスチックビーズ
紫外線吸収剤制限
シリコンフリー



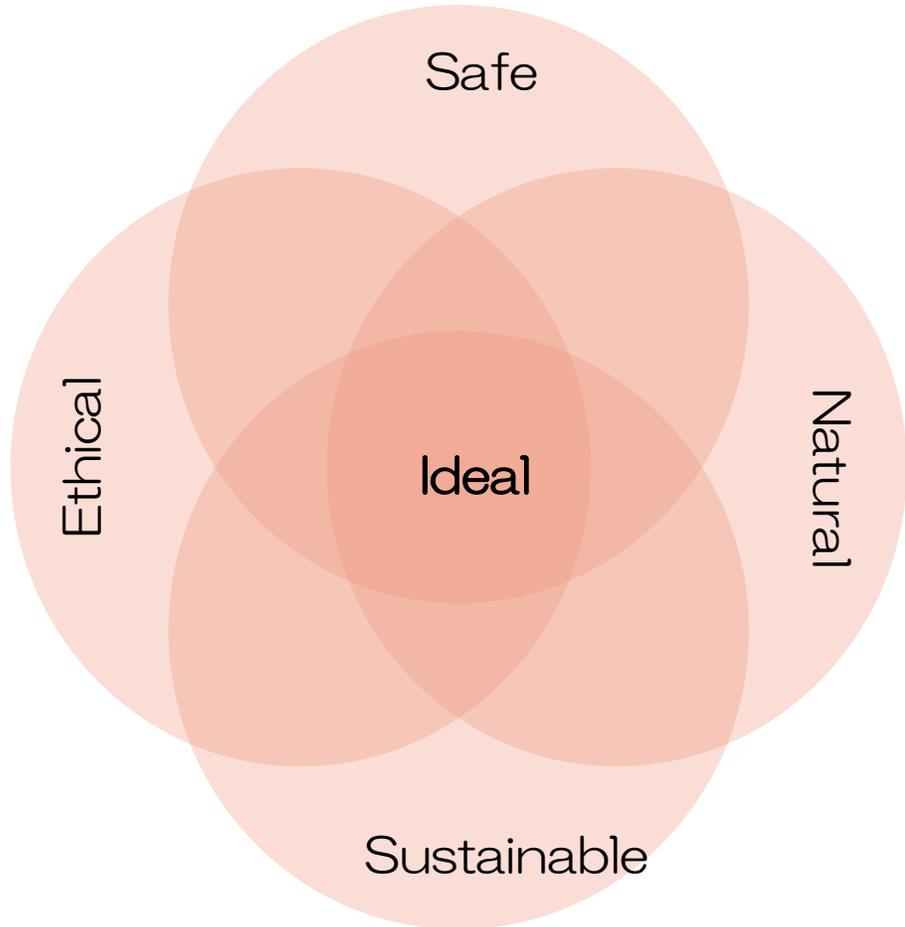
RSPO：認証パーム油



クリーン・ビューティーとは

○クリーン・ビューティーの潮流は不可逆と考え、グループ戦略の中心に！

4 Aspects of Clean Beauty



お客様のクリーン化ニーズに
合致した機能性処方の開発

1. 安全 (Safe)
2. 自然 (Natural)
3. 持続可能 (Sustainable)
4. 倫理的 (Ethical)

クリーン・ビューティーは複数の側面 (Aspect) を持っているが、いずれの側面から出発しても、理想 (Ideal) を目指すと他の要素が重なりはじめ、最終的には全てを兼ね備えた領域に到達する。理想に近づくほど開発難易度やコストは増大するため、現実的なポイントを探る必要がある。どこから出発するか、どの程度理想に近づけるかはお客様の要望によって変わる。

サステナビリティへの取り組み

○ 「クリーン・ビューティーに強い色材」としてサステナビリティにも積極的に取り組み！

- ・サステナビリティ委員会を設立、当社が取り組むマテリアリティ（重要課題）とKPIを明確化
- ・部門横断でKPI（指標）の実現に向けて取り組み中

マテリアリティ領域	項目	KPI（指標）
環境 	環境に配慮した製品作り	環境に配慮した処方設計の推進 自社購入パーム由来原料中の認証原料比率
	エネルギー消費量・温室効果ガスの削減	エネルギー使用量・CO2排出量の見える化
	資源の循環・ロスの削減	ペーパーレス化の推進
		生産・物流資材等のリサイクルによる廃棄物削減
パートナーシップ 	持続可能なサプライチェーンの構築	サプライヤーに対するサステナビリティ調査
	責任ある原料調達	責任ある調達に関する研修 新規原料採用時の重金属測定
	容器・パッケージ	サンプル提案容器のサステナブル化
持続可能なものづくり 	安心・安全な製品の提供	当社製造生産製品のリコール0件
	原料の消費抑制	バルク廃棄量率の低減
	継続的な従業員の教育	教育訓練時間
働き方・人財 	女性活躍	主任以上の従業員に占める女性の割合 男性育休取得率
	人財の確保と育成・定着	ウェルビーイング調査
		従業員定着率（3年後定着率）
	人権の尊重	多様性・差別・ハラスメント教育の実施

中長期事業戦略ビジョン

—2030年に向けて—

【中期事業戦略ビジョン(2022-2026)】 <『コロナからの復活・回復のモメンタムを持続し、更なる成長へ』>

[重点戦略①]競争優位にある「強み」製品の強化と拡大

[重点戦略②]クリーン・ビューティーへの積極取組

[重点戦略③]高収益体質への転換

※<ご参考>【中期事業戦略ビジョン(2012-2021)】

[コア戦略①]成長投資：生産能力増強（つくば工場第3期拡張）、生産性向上/省力化に向けた戦略投資

[コア戦略②]グローバル化加速化：マーケティング/R&D/生産活動のグローバル化推進

新型コロナの谷を
乗り越え、
成長ステージに

新中期事業戦略ビジョン
(2022-2026)

FY2026
連結売上高目標：
200億円

新型コロナ

創業
100周年

中期事業戦略ビジョン
第1フェーズ(2012-2016) 第2フェーズ (2017-2021)

第1フェーズ

- 生産能力増強期
(つくば工場)
- 海外生産能力拡張期
(NSF社買収)

第2フェーズ

- 生産能力拡大期
つくば工場第3期拡張
- グローバル加速期
フランス子会社連携強化

第3フェーズ
現行戦略
ビジョン
(2022-2026)

- 競争優位にある「強み」
製品の強化と拡大
- クリーン・ビューティー
への積極取組
- 高収益体質への転換

FY2011 FY2012 FY2013 FY2014 FY2015 FY2016 FY2017 FY2018 FY2019 FY2020 FY2021 FY2022 FY2023 FY2024 FY2025 FY2026 FY2027 FY2028 FY2029 FY2030

日本色材グループ企業理念

『私たちは、美しさと健康とを創りだすことで生活・文化の向上に貢献します。』

目指すべき2030年の姿

FY2022-2023

コロナからの復活と将来の成長に向けた
事業基盤の再構築

FY2024-2026

コロナからの復活・回復のモメンタムを
持続し、更なる成長へ

中期事業戦略ビジョン (2022-2026)

競争優位にある「強み」製品の 強化と拡大

- メイク領域をフルカバーできる守備範囲の広さを「強み」に積極的な営業展開
- マスカラ、口紅、ファンデーション、UV、パウダーなど、競争優位にある製品群をさらにブラッシュアップ
- メイク製品の処方技術を活かしたスキンケアなど高機能製品を提供
- 容器開発への取組/充填技術の高度化

クリーン・ビューティーへの 積極取組

- 全ての商品分野におけるクリーン処方や高付加価値製品の提供/ポートフォリオの拡充
- 顧客のクリーン化ニーズに合致した機能性処方の開発
- クリーン・ビューティー/サステナブル・ビューティーの実現に向けた組織体制の構築
- クリーン・ビューティー/サステナブル・ビューティー製品提供に向けた各種規制対応・認証の取得

高収益体質への転換

- 生産性・生産効率の向上/コスト競争力の強化
- つくば工場第3期拡張等により増強した設備能力のフル活用
- 生産需要に合わせたファシリティの弾力運用
- 外部コストの抑制

FY2026売上目標を
200億円レベルに高上げ

業績目標(FY2026)：連結売上高 **200億円レベル** (コロナ禍の終息・市場回復を想定)

基本戦略① (国内)

生産能力増強の推進/生産性向上
省力化に向けた戦略投資

基本戦略② (海外・仏国)

事業のグローバル化の加速化/親会社の
処方開発力を活かしたグループシナジーの最大化

基本戦略③ 組織・風土改革/人材育成

基本戦略④ ESG・サステナブル対応/安定した持続的経営基盤の構築

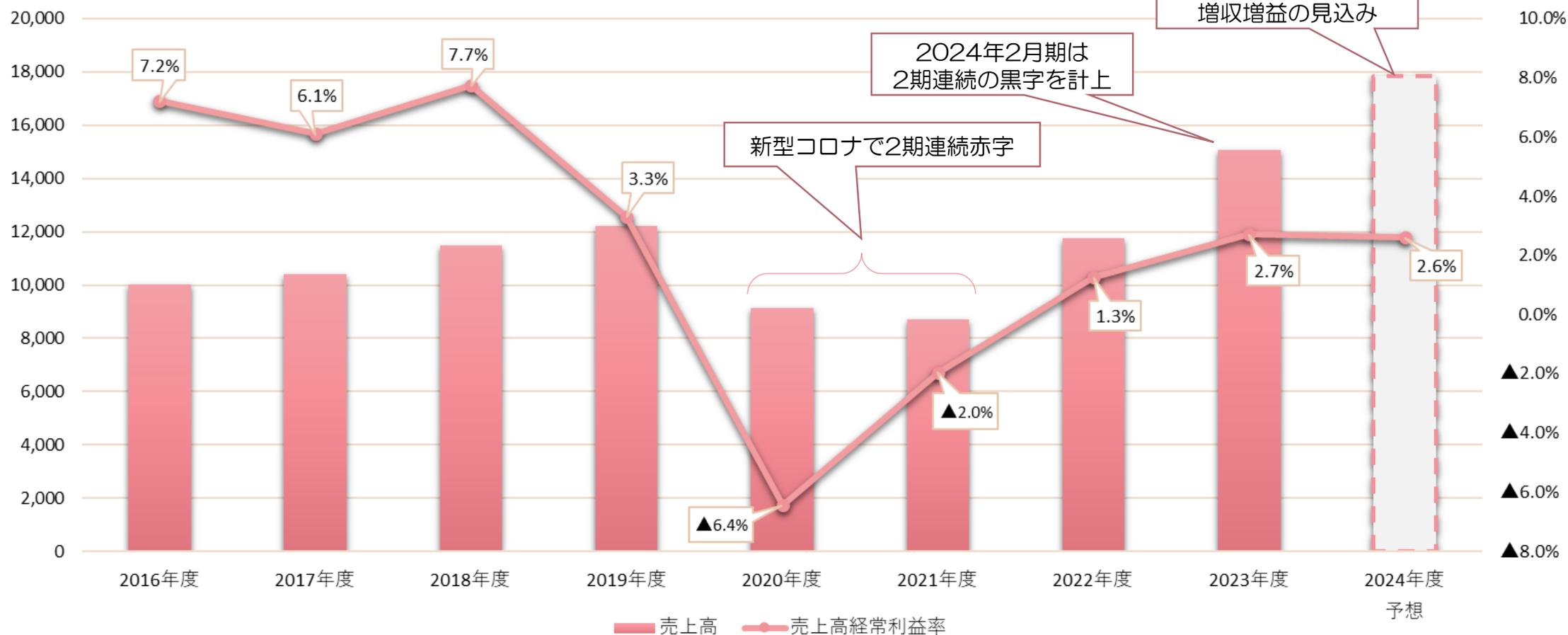
- 創業100周年
- メイクアップを中心に、グローバルに展開、機動力のある、「Only One OEM/ODM」
- 国内外の化粧品メーカーから最も信頼される化粧品OEM/ODM
- クリーン・ビューティー/サステナブル・ビューティーOEM/ODM No.1

連結業績の推移（2016年度以降）

○新型コロナによる赤字から復活して、2期連続黒字を計上！

■売上は、2期続いた新型コロナ影響の最悪期を脱して、2023年2月期から増収傾向が続き、新型コロナ以前の水準を超える
 ・能力増強投資で拡張した工場・設備の稼働を上げ、投資で高止まる各種コスト負担を打ち返し、黒字の定着・嵩上げを狙う

単位：百万円



2024年2月期 連結決算サマリー

注) NSI：日本色材工業研究所（単体）、TPC：テプニエ社、NSF：日本色材フランス社
 新型コロナ：新型コロナウイルス感染症（COVID-19）

売上高

日本(NSI)、仏国(TPC/NSF)共に新型コロナ影響が大きく軽減、受注が回復して設備稼働も向上、前期比28%の増収

- 日本：国内外各メーカーからの新製品を含む受注が回復・増加し、工場・設備の稼働は向上、増収に
- 仏国：医薬品・メイクアップ双方の受注が好調、大幅増収に

利益面

受注の回復で工場・設備稼働が改善して固定費を打ち返し、連結ベースで増益に

- 日本：採用難による工数不足からの外注増や各種インフレによる費用増はあるが、稼働向上が貢献して増益に
- 仏国：受注増、特に医薬品の大幅アップに伴う工場・設備稼働の改善が大きく貢献、大幅増益に

(百万円)	22年2月期 実績	23年2月期 実績	24年2月期 実績	前期比	
				増減	増減率
売上高	8,702	11,760	15,050	3,289	28.0 %
営業利益	▲ 267	161	441	279	173.0 %
売上高営業利益率 (%)	▲ 3.1 %	1.4 %	2.9 %	1.6 p	-
経常利益	▲ 171	148	407	259	174.9 %
当期純利益	▲ 122	246	398	151	61.6 %
減価償却費	785	796	855	58	7.4 %
EBITDA	517	958	1,297	338	35.3 %
EBITDAマージン (%)	5.9 %	8.2 %	8.6 %	0.5 p	

2025年2月期 2Q 連結決算サマリー

注) NSI：日本色材工業研究所（単体）、TPC：テプニエ社、NSF：日本色材フランス社
 新型コロナ：新型コロナウイルス感染症（COVID-19）

売上高

日本(NSI)・仏国(TPC/NSF)連結では、新製品も含めて受注が回復して設備稼働も向上、前期比29%の増収

■日本：国内海外各メーカーからの新製品受注の波と大口受注により工場・設備稼働は向上、増収に

■仏国：医薬品は堅調だがメイクアップは昨年の回復ペースが大きく鈍化してユーロ建ての売上は減収に(円建ては円安で増収)

利益面

受注の回復で工場・設備稼働が改善して固定費を打ち返し、連結ベースで増益に

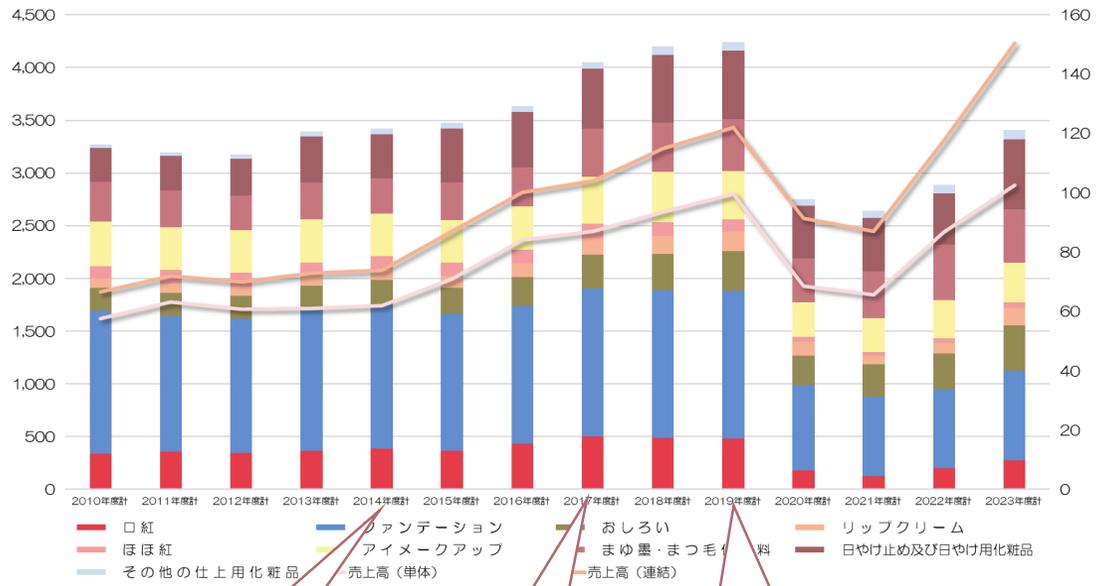
■日本：投資による諸費用の高止まりや各種インフレによる費用増はあるが、大口受注等による稼働向上で増益に

■仏国：売上高の減収に加えて人件費や諸物価の高騰もあり、営業損失に

(百万円)	24年2月期 2Q実績	25年2月期 2Q実績	前期比	
			増減	増減率
売上高	7,355	9,505	2,150	29.2 %
営業利益	286	489	203	70.9 %
売上高営業利益率 (%)	3.9 %	5.2 %	1.3 p	-
経常利益	272	424	152	56.0 %
当期純利益	217	252	35	16.4 %
減価償却費	401	438	36	9.2 %
EBITDA	688	928	239	34.8 %
EBITDAマージン (%)	9.4 %	9.8 %	0.4 p	-

化粧品需要拡大に対応した、つくば工場3期拡張工事

○化粧品需要拡大に対応すべく、つくば工場第3期拡張工事に取り組むも、稼働直後に新型コロナで需要激減！



1号棟稼働 2号棟稼働 3号棟新設・稼働

- つくば工場拡張：
- 1号棟 (2014年3月～)
 - 1階：受付事務所 2階、3階：生産ライン
 - 2号棟 (2017年5月～)
 - 1階：0次更衣室 テストライン他
 - 2階：間接事務所 試験室 3階：生産ライン
 - 3号棟 (2019年11月～)
 - 1階：倉庫、製造ライン 2階：生産ライン

＜つくば工場稼働＞
2014年に生産能力拡張策として新たに、つくば工場を設置

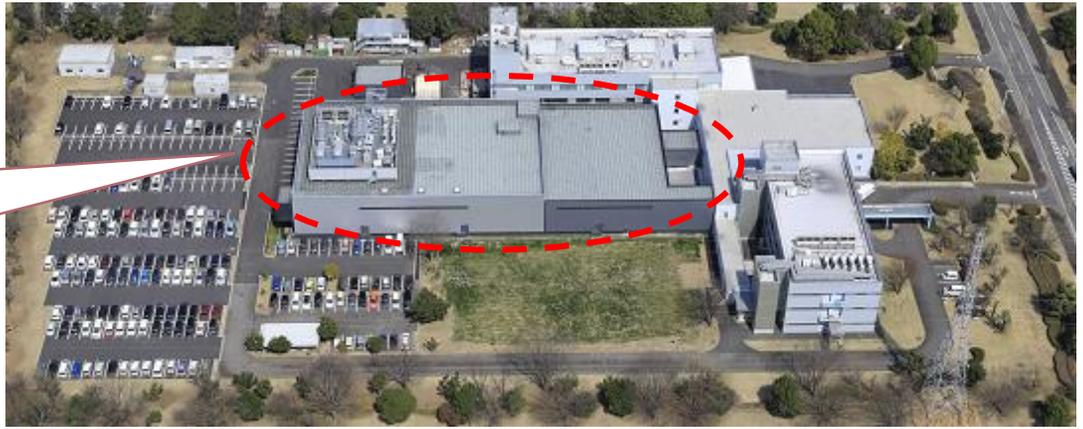
＜つくば工場3期拡張工事＞

- 座間工場に続く『国内二拠点目のバルク製造工場設置』
⇒BCP対策強化
- 北米向けOTC製品（cGMP）に準拠した生産エリアの設置
⇒OTC製品生産体制の強化

○新3号棟稼働直後に新型コロナで化粧品需要は激減

- 大型設備投資で固定費が膨らんだ所で受注が落ち、業績の大きな負担に

⇒足元、漸く稼働が上がり、投資効果を楽しむ、今後の稼働維持・向上が、当社の収益/収益性に貢献！



つくば3期
拡張工事で
新設した
3号棟

2025年2月期 通期連結業績予想

[運営方針] グループ全体

- 下期も、国内外共に化粧品需要は緩やかな回復を見込む
- 下期連結売上高は、新型コロナ明けからの受注の波が沈静化、大口受注も一服する事から、上期比で大幅減収を見込むが、通期では前期比18.4%の増収を見込む
- 下期損益は、国内で稼働が低下、原材料や労務費、各種経費の上昇が収益を圧迫する中で、フランス子会社でも見込んだ受注が剥落するなど化粧品受注が低迷して業績が下押し、下期連結損益は上期比で大幅悪化するが、通期では対前期で増益を見込む（当期純利益は、前期末の税金関連の一時要因剥落もあって減益に）

[運営方針] セグメント別

- 日本
- 受注の波の沈静化後の回復に向けて、お客様に積極的な営業攻勢を継続、着実な受注・稼働の回復を目指す
 - クリーン・ビューティーへの意識が高い欧米顧客を中心に、個別ニーズに対応した高付加価値製品を提案
- 仏国
- 医薬品分野：増強した設備を活用、マウスウォッシュ生産の拡大や既存分野での大型案件の獲得で収益嵩上げを目指す
 - 化粧品分野：NSIの処方・技術の強みをアピール、欧米顧客のメイド・イン・フランスのニーズに対応して挺入れを図る

	2025年2月期 通期業績予想				2024年2月期（前期）		
	現状予想 (2024/10/11)	上期 (実績)	下期 (計画)	上期比 増減	通期実績	増減	増減率(%)
連結売上高	17,821	9,505	8,316	-1,189	15,050	2,771	18.4%
（日本）※	12,579	6,888	5,691	-1,196	10,261	2,318	22.6%
（仏国）※	5,320	2,652	2,668	16	4,955	365	7.4%
営業利益	593	489	104	▲385	441	151	34.4%
経常利益	462	424	38	▲385	407	55	13.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	230	252	▲22	▲275	398	▲167	▲42.1%

※セグメント間の内部売上高を含めて記載しております。



○受注の波の沈静化を乗り越えて、再度成長ステージに

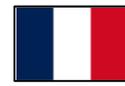
日本色材（NSI）



株式会社 日本色材工業研究所

- メイクアップ全般を扱いつつ、弊社“強み”製品の拡大を目指す提案型ODMに
 - ・ 上期は新型コロナ明けのお客様の新製品発売の動きに、自社処方での提案で対応、高水準の受注獲得
 - ・ 足元、受注の波は一旦沈静化、下期は上期比で受注水準が低下
 - ・ 需要は中期的には緩やかな回復・成長基調にあり、在庫一巡後は受注の持ち直しを予想、来期は下期水準からの再成長のステージに
 - ・ 強み分野であるクリーン・ビューティー対応処方の更なる開発・提案にも取り組んで、特に欧米メーカーからの大口受注獲得にも注力
- 生産設備の稼働向上で足元の受注増に対応
 - ・ 下期は一旦受注の波の沈静化で稼働が低下、生産体制を調整して利益確保に努めるが、来期以降の受注の持ち直しに、つくば3期等で増強した工場・設備の稼働向上で対応、業績の回復・向上を狙う
- 継続するインフレへの対応
 - ・ 全般的なインフレは収益の圧迫要因となっているが、今後も継続する見込み
 - ・ インフレに見合った賃金水準の着実な改善も、企業に対する社会的な要請
 - ・ 各種物価上昇の単価反映（新規・リピート）に関してお客様のご理解をいただくことで、低下した収益性の回復に努める
- 日本におけるクリーン・ビューティーODMのリーダーに





○グループ連携を強化してフランス子会社をサポート

テプニエ社（TPC）



- 医薬品OEMとして、大型案件受注、生産拡大に注力
 - ・ 医薬品はOEMとして顧客処方生産を受託
 - ・ 主力は薬用歯磨き、顧客の拡大に注力中
 - ・ 薬用マウスウォッシュ等、取扱い製品の拡大に取組み中
- 投資した設備を効率的に活用してコスト競争力を維持
 - ・ OEMとして、コストや納期、品質が競争力の源泉
 - ・ 投資した5t乳化釜（薬用歯磨き等）や、稼働を開始した液体20t釜（薬用マウスウォッシュ等）等を活用した、効率的な生産の実現とコスト圧縮で価格競争力を強化
 - ・ 医薬品に対応した追加の倉庫も稼働済み
- メイクアップやスキンケアも
 - ・ NSI処方を活かしたメイクアップや、現地処方のスキンケアにも取組み

日本色材フランス社（NSF）



- 2017年に買収したメイクアップ専門子会社
 - ・ 「メイド・イン・フランス」が可能なアドバンテージを最大限アピール、NSI開発処方製品を欧米ブランドに提案
- 従来のパウダー（買収当初から）と油性固形の生産に注力すると共に、取扱い剤型の拡大も図る
 - ・ パウダーや油性固形等で、欧米ブランドからの受注に対応できる設備を導入（処方、規模等）
 - ・ 将来的に、幅広いNSI処方に対応できる体制を整備
 - ・ GMPに適應した生産・品質保証体制の強化を図り、安定的な生産の確保を目指す
- 欧米ブランドは企画⇒生産のリードタイムも長く、導入した設備を活用した受注が伸びるのに時間を要して苦戦が続くが、財務的なサポートも継続して業績回復を目指す

◆ 親子間の連携を強化、グループ内の各種リソース（研究、技術、営業、品質、等）をフル活用

◆ 特に当面は、業績が低迷するNSFへの各種サポートを強化して業績回復を目指す

資本政策の考え方

○上場企業として持続的成長と企業価値向上を目指すべく、ROE2桁台を目指す！

- ・当面は、売上高利益率の改善、自己資本比率の改善、を重点課題/指標として運営

中長期的な目標

○ 資本効率（自己資本利益率：ROE）の維持・改善と、資本コストの抑制を通じて、持続的成長と企業価値向上を目指す

- ・ ROE目標：自社の資本コスト水準と一般的な投資家の期待水準に基づき、8%以上を維持しつつ、10%以上を目指す
- ・ 当面は、下記の①売上高利益率の改善、③自己資本比率の改善、を重点課題/指標として運営
- ー現状は、新型コロナによる赤字で自己資本を棄損した事で財務レバレッジが高まり、結果としてROEを押し上げ
- ⇒健全な財務基盤を再構築しつつ、資本効率を維持・改善する事を目指す

ROEの維持・改善：↑（8%以上を維持、10%以上を目指す）

（ROE（利益/自己資本）＝ ①売上高利益率 × ②資産効率 × ③財務レバレッジ）

①売上高利益率の改善	利益/売上高：↑	<ul style="list-style-type: none">・ 受注を獲得、工場の稼働を向上させ、つくば3期投資等で上昇した固定費を打ち返す・ 原材料費、人件費、光熱費、諸経費等のコスト上昇を、単価への反映で打ち返す
②資産効率の改善	売上高/資産：↑	<ul style="list-style-type: none">・ 工場の稼働を向上させ、全社として資産効率を向上させる・ 採用が困難な環境下、省力化投資を推進する
③自己資本比率の改善 （財務レバレッジ抑制）	自己資本/資産：↑	<ul style="list-style-type: none">・ 新型コロナによる業績悪化で毀損した自己資本を回復させ、財務安定性を回復させる・ 財務レバレッジ抑制はROE改善にはマイナスだが、売上高利益率と資産効率の改善で打ち返す

資本コストの抑制：↓

資本コストの抑制	<ul style="list-style-type: none">・ 強み分野を中心に受注を着実に獲得し、業績の安定を図る・ 決算説明会やホームページの情報開示資料の高度化等、IRの強化を推進する
----------	--

個人投資家の方々を対象とした会社説明会を開始

配当政策につきまして

<基本方針>

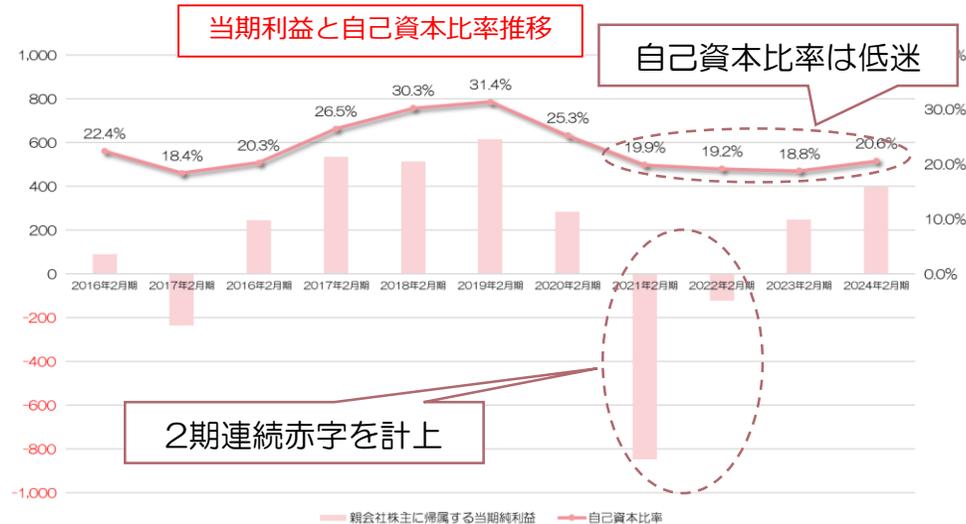
○当社は、資本効率の改善を通じて企業価値の向上を目指す中で、重要なステークホルダーである株主の皆様への利益還元を経営における重要課題の一つとして認識し、**継続的かつ安定した配当を実現することを基本方針**として、業績の伸展状況に応じて利益配当を行ってまいります。

<当面の方針と運営状況>

○株主の皆様の中長期的な利益には、**継続的かつ安定した配当**に加えて、**企業価値向上による株価の維持・上昇も必要**と考えております。そのためは、収益性の向上に加え、新型コロナウイルス影響による業績悪化で大きく下がった自己資本比率/財務安定性を回復させて、持続的成長を実現していくことも必要と認識しており（資本政策ご参照）、**配当の金額につきましては、利益の水準と自己資本の充実に向けた内部留保の双方を勘案した上で実施していく方針**です。

○新型コロナによる業績の悪化を受けて、**2021年2月期から2023年2月期は誠に残念ながら無配**とさせていただきました。2024年2月期は、業績が大きく回復、2期連続黒字を計上することができましたので、**1株当たり20円の復配を実施**させていただきました。

○2025年2月期は、**現時点、1株当たり20円の配当を予想**しておりますが、**今後の業績や自己資本比率の回復の度合いを勘案の上、継続的に検討**を重ねてまいります。



2024/2月期に漸く復配、今後も、自己資本比率の回復を実現しつつ、増配/配当性向の改善を目指す

株主優待につきまして

○当社は、当社の研究・技術開発を含めた商品開発や業務について、株主の方々により良くご理解をいただきたく、当社開発の化粧品を株主優待品として年1回配布させていただいております。

株主優待品につきましては、当社が開発したクリーン・ビューティー処方や機能に優れた化粧品を選び、株主の方々にご使用・体験いただけます様、努めております。

今後も継続してまいりますので、ご愛顧いただけます様、どうぞ宜しくお願いいたします。

<2024年 株主優待セット>

- **ヴェール オブ ソレイユ <日焼け止めエッセンス>**
(SPF50+ PA++++ 耐水性★★)
保湿美容液のようなうるおいテクスチャーで
紫外線をしっかりブロック
“攻めと守り”をかなえるUVカット美容液
- **ライク ア リキッド <ファンデーション>**
水使用でパウダーがリキッドに変化する
新感覚ファンデーション



【過去の株主優待品情報】 毎年素敵な化粧品セットをお届けします

2020年度



- ファンデーション
- スキンケアクリーム
- アイライナー

2021年度



- 化粧下地／美容液
- 美容液

2022年度



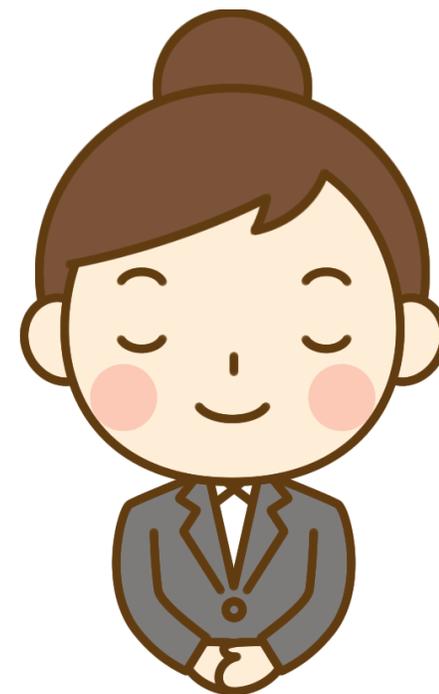
- 口紅
- メイク落とし

2023年度



- アイシャドウ/
ハイライト
- リップカラー／チーク

ご清聴ありがとうございました



【お問合せ先】

株式会社日本色材工業研究所
企画・経理部

TEL : 03-3456-0561 (代表)

E-mail : info2@shikizai.com

<http://www.shikizai.com/japanese/ir/index.html>



本資料は、作成時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであり、リスクや不確実性を含んでおります。そのため、実際の業績等がこれらと異なる可能性があります。万が一この情報に基づいて損害を被った場合でも、当社および情報提供者は一切の責任を負わないことをご承知おきください。

Appendix : 参考資料

株式会社日本色材工業研究所 概要

設立年月日	1957年3月（1930年創業）
代表取締役会長（CEO）	奥村 浩士
代表取締役社長（COO）	奥村 華代
資本金	100百万円（2024年2月現在）
上場証券取引所	東京証券取引所 スタンダード市場（証券コード：4920）
株式	発行済株式 2,099,376株
連結売上高	15,050百万円（2023年度）
連結従業員数	837名（グループ連結2024年2月末現在）
本社	東京都港区三田五丁目3番13号
事業所	本社1 国内2工場 仏国2工場
決算日	2月末日
事業内容	化粧品・医薬部外品の製造受託及び研究開発受託（ODM・OEM） （仏国：医薬品・化粧品の製造受託）

①. 競争優位にある“強み”製品の強化と拡大

- 新製品の受注の波への対応
 - 新型コロナ影響は略解消し、化粧品需要は緩やかな回復傾向、加えて新型コロナ禍で低調だった新製品発売が大きく回復、特に昨年春にマスク着用規制が解消したことから当社が“強み”とする口紅等の新製品発売も回復
 - お客様の新製品発売ニーズを反映し、大口受注もあって、当社の受注水準は急速に上昇、追加設備投資や請負・外注増、一部夜間操業も含めて対応し、お客様のニーズに対応
- 新製品発売ニーズへの処方提案強化
 - 上記のお客様の新製品発売ニーズに対し、当社開発処方を積極的に提案、受注の嵩上げに繋げる
- 容器対応力の強化
 - 容器対応能力を強化し、トラブルの原因究明などに対応し、お客様へのサービス向上を推進

②. クリーン・ビューティーへの積極取組

- 顧客ニーズに合った幅広い処方を提案
 - お客様のブラックリスト/グレーリストに対応した処方を開発、積極的に提案して受注を獲得、お客様のクリーン・ビューティー/SDGsへの取組みをサポートすると共に、最終消費者のお客様の健康・安全への要求にも応える
 - お客様の求めるクリーン度と機能のバランスに合った、幅広い処方の提案営業を推進
- サステナビリティ分野の取組みを推進
 - サステナビリティ委員会にて、環境/パートナーシップ/高品質な製品提供/働き方・人財の分野に亘る、当社のマテリアリティを策定、各分野での取組みを推進

③. 高収益体質への転換

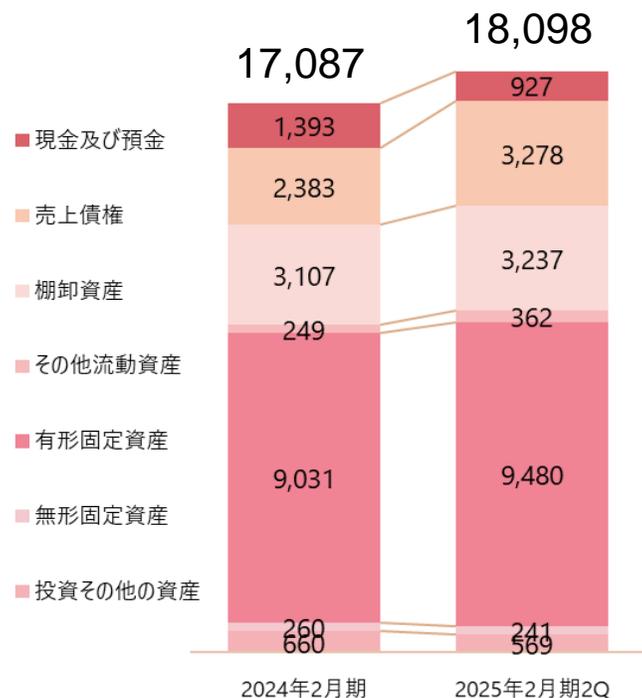
- 座間・つくば2工場の稼働向上
 - 新製品の波を受けた受注増に対し、新型コロナ前に投資したつくば3期拡張の稼働は大幅に向上、固定費を打ち返して増益に大きく貢献
 - 一方で、採用難により工数確保が困難で、急激な受注増に、外注・請負増で対応
 - 外注・請負増は外注加工費増を通じて変動費アップに繋がるが、請負増による内製工数増は一層の設備稼働の向上に寄与
 - 但し、下期は受注の波の沈静化で稼働は低下する見込みで、生産体制の調整でコストをコントロール、利益の確保に注力
- 適正な見積り価格の維持
 - インフレで原材料費・人件費・光熱費・各種経費が上昇し、収益を大きく圧迫
 - お客様とコミュニケーションを一層密に行い、新規受注に際して物価上昇を反映した見積りをお示しし、リピート受注に関しても人件費や諸物価の上昇を反映させていただくことで収益性の維持に努めると共に、見積りに見合った製品価値をご提供することで、お客様にご満足をいただけるよう鋭意取組み

- 営業活動によるキャッシュ・フローは営業運転資本急増で▲241百万円となり、設備投資を借入増と手元資金取り崩しで賄う
- ・黒字嵩上げで償却前利益が増えたが、増収に伴って営業運転資本も急増、営業活動によるキャッシュ・フローはマイナスに
 - ・新型コロナ前に増強した既存設備の活用に注力するも、工場稼働の上昇に伴い各種投資も増加、投資活動によるキャッシュ・アウトも増加
 - ・フリー・キャッシュ・フローは▲879百万円のマイナスとなり、借入金の増加と手元資金の取り崩しで賄う

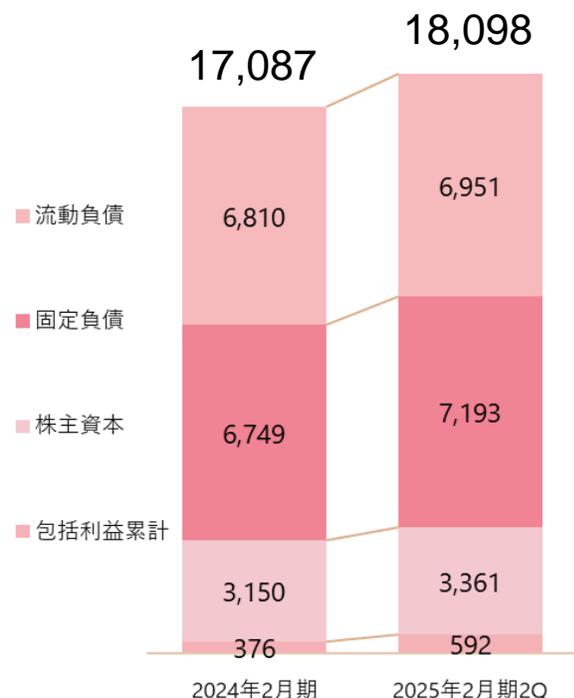
(百万円)	2024年2月期 通期	2024年2月期 第2四半期	2025年2月期 第2四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー (A)	1,251	877	▲ 241
内、税金等調整前当期純利益	286	271	424
内、減価償却費	855	401	438
投資活動によるキャッシュ・フロー (B)	▲ 438	▲ 300	▲ 637
内、有形固定資産の取得による支出	▲ 659	▲ 338	▲ 654
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 697	▲ 566	397
内、連結有利子負債の増減額	▲ 697	▲ 566	▲ 439
内、配当金の支払額	-	-	▲ 41
現金及び現金同等物に係る換算差額	32	29	33
現金及び現金同等物の増減額	147	39	▲ 448
フリー・キャッシュ・フロー ((A) + (B))	812	576	▲ 879
現金及び現金同等物の期末残高	1,375	1,268	927

- 総資産規模は、増収に伴う売上債権・棚卸資産増が大きく、170億円⇒180億円に増額
- 総資産は膨らんだものの、黒字計上による純資産積み増しにより、自己資本比率は20.6%⇒21.8%に若干改善

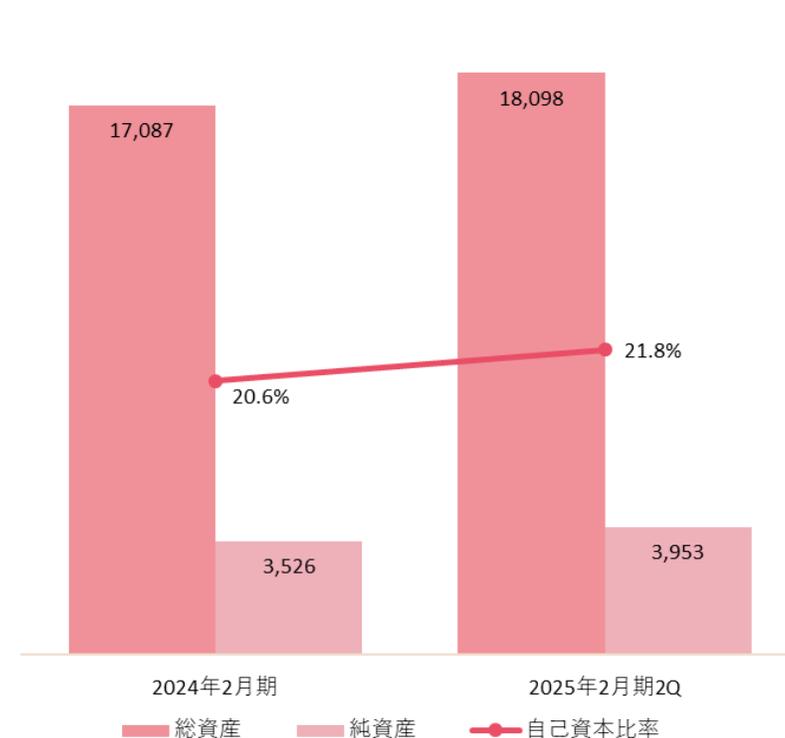
資産 (百万円)



負債/純資産 (百万円)



純資産/自己資本比率 (百万円)

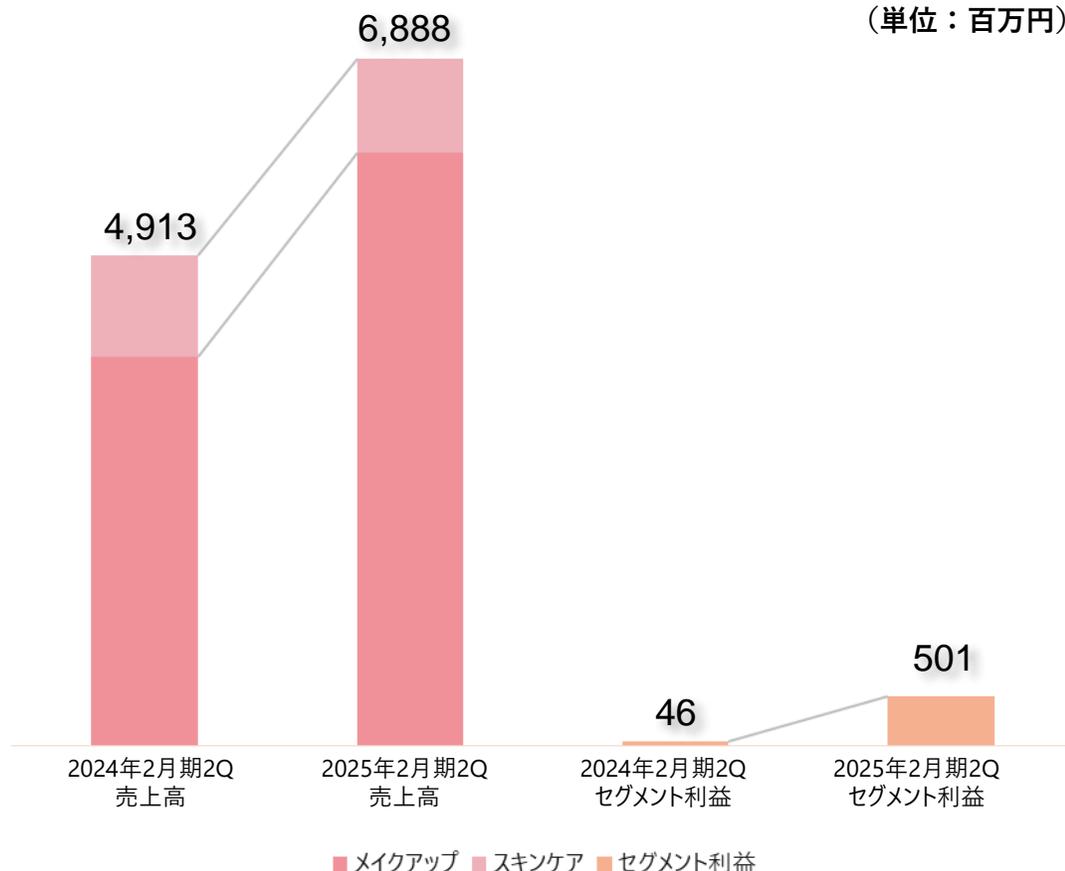




株式会社 日本色材工業研究所

売上高 前期比	6,888百万円 +40.2%	セグメント利益 前期比	501百万円 +983.5%
------------	--------------------	----------------	-------------------

（単位：百万円）



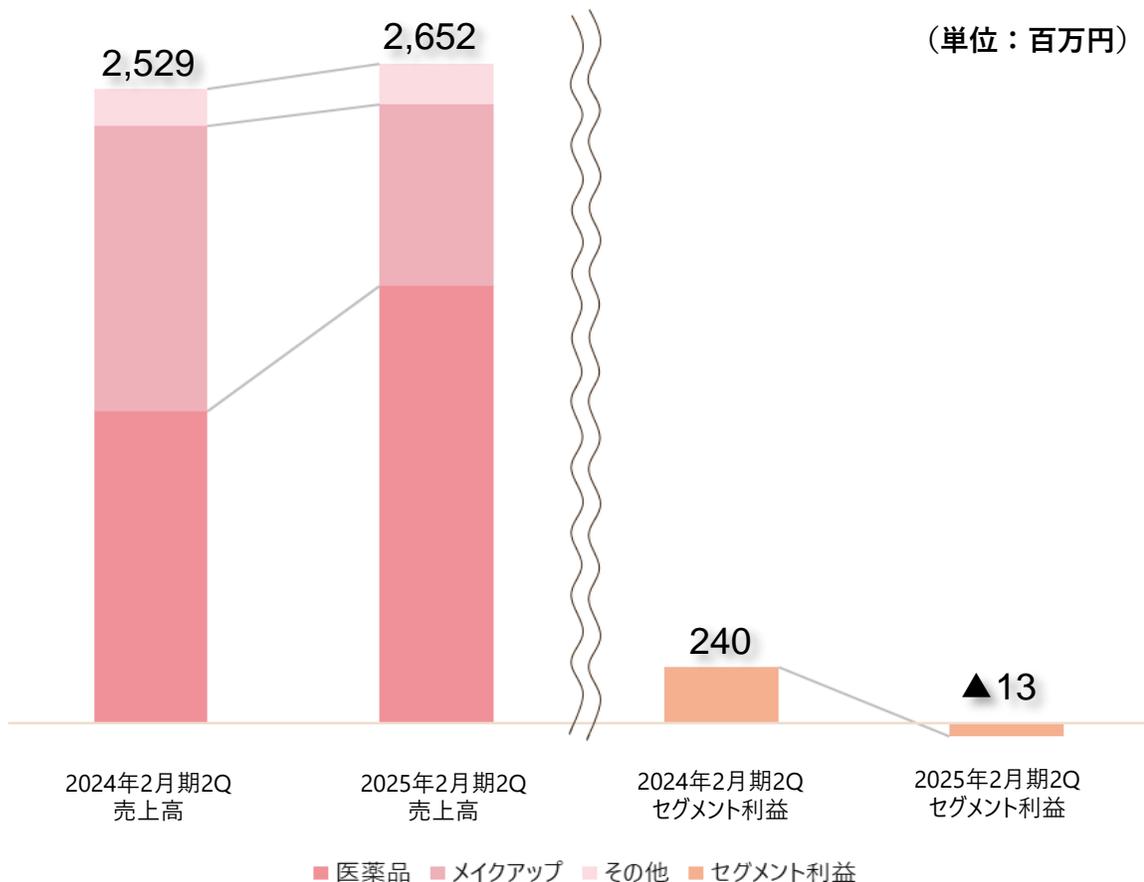
- 新型コロナ影響は解消、消費者のマインドも改善し、化粧品需要は、一部は未だに新型コロナ前を下回るが、回復の傾向が継続
- 国内外化粧品メーカーからの受注は、新型コロナ明けで新製品発売ニーズが高まり、特に口紅等の新規案件で回復、大口受注があった事もあり売上高は前期比40.2%の大幅増収
- 社内工数の確保が間に合わずに外注が増え、各種経費もインフレで上昇しているが、つくば3期拡張等で増強した生産設備の活用で上昇した諸費用を打ち返して、セグメント利益は501百万円と前期比で大幅増益に
- 化粧品需要は今後も引き続き緩やかな回復を予想するも、新型コロナ明けの受注の波は沈静化しつつあり、上期の大口受注も一服した事から、下期の受注は上期を大幅に下回り、減収減益となる予想





NIPPON SHIKIZAI FRANCE

売上高 前期比	2,652百万円 +4.9%	セグメント利益 前期比	▲13百万円 -
------------	-------------------	----------------	-------------



- 欧州では、化粧品や医薬品の需要も緩やかな回復基調にあるが、ロシアのウクライナ侵攻や混乱する中東情勢は、物価上昇等を通じて、日本以上に経済に影響
- 医薬品受注は堅調だが、化粧品は昨年の回復の勢いが一服して受注は大きく下振れ、売上高はユーロ建てで前期比減収（但し、円安の影響で円建ての売上高は4.9%の増収に）
- 売上高の実質減収に加え、高インフレによるコスト増や近年投資した設備能力増強に伴うコスト増もあって、セグメント利益は▲13百万円の赤字に
- 欧州では、景気動向は先行き不透明ながら、中期的には医薬品・化粧品共に需要は緩やかに成長すると見込み、強化した設備を活用した増収、黒字回復を狙う引続き、ロシアのウクライナ侵攻や中東での混乱が及ぼす影響（物価上昇、物流遅延、景気減速等）に留意



生産拠点の概要： 座間工場

敷地面積： 6,814 m²

延床面積： 8,967 m²

〈他に、広野台倉庫 (延床面積) 2,810 m²〉

従業員数： 283名 (2024年2月末現在 アルバイト・パート含む)

所在地： 神奈川県座間市

沿革： 1979 GMP基準に基づいた工場としてA棟新規設置

2003 ISO 9001:2000取得

2007 広野台倉庫 稼動

2018 ISO22716取得

座間工場



- 日本色材が開発する処方製品は全て製造可能
- 多種類の剤型の生産に対応可能

- 1979年以来日本色材の生産拠点の中心として稼働
- メイン工場であり各システムを先行して導入
- 生産管理システム・秤量システム

- 20年前よりISO取得によりQMSの整備が進み、
- 製品品質が安定した生産が可能

広野台倉庫



生産拠点の概要： つくば工場

敷地面積 : 34,902.20 m²
延床面積 : 15,763.11 m²
建物 : 1号棟 (2014年3月～)
1階：受付事務所 2階、3階：生産ライン
2号棟 (2017年5月～)
1階：0次更衣室 テストライン他
2階：間接事務所 試験室 3階：生産ライン
3号棟 (2019年11月～)
1階：倉庫、製造ライン 2階：生産ライン
従業員数 : 204名 (2024年2月末現在 アルバイト・パート含む)
所在地 : 茨城県つくば市

(ISO22716認証取得)



1号棟



2号棟



3号棟

• 2014年座間・吹田工場に加え能力拡張として設置
⇒バルク・充填・包装能力増強

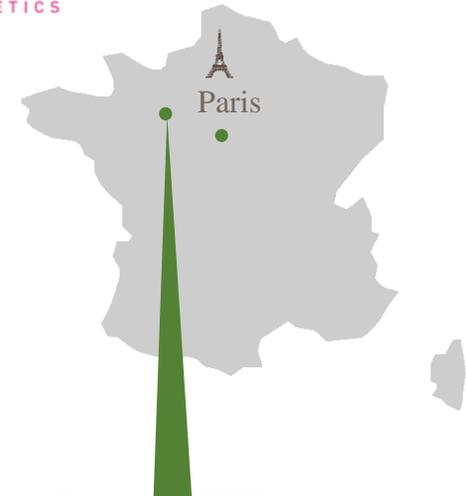
• 座間工場に続く『国内二拠点目のバルク製造工場設置』
⇒BCP対策強化

• ハード面から北米向けOTC製品 (cGMP) に準拠した
製造エリアの設置
⇒OTC製品生産体制の強化



生産拠点の概要： THEPENIER PHARMA & COSMETICS S.A.S. (テプニエ社、TPC)

- 設立年月日：1973年4月（2000年に買収）
- 資本金：4,648,000ユーロ（2024年2月現在）
- 資本関係：NSI 100%出資
- 社長：蓼沼 直樹
- 従業員数：121名（2024年2月末現在）
- 本社・工場：Route Departementale 912,
Saint-Langis-les-Mortagne (61400), France



生産拠点の概要： Nippon Shikizai France S.A.S. (日本色材フランス社、NSF)

設立年月日：2013年（2017年1月に買収）

資本金：1,145,000ユーロ（2024年2月末現在）

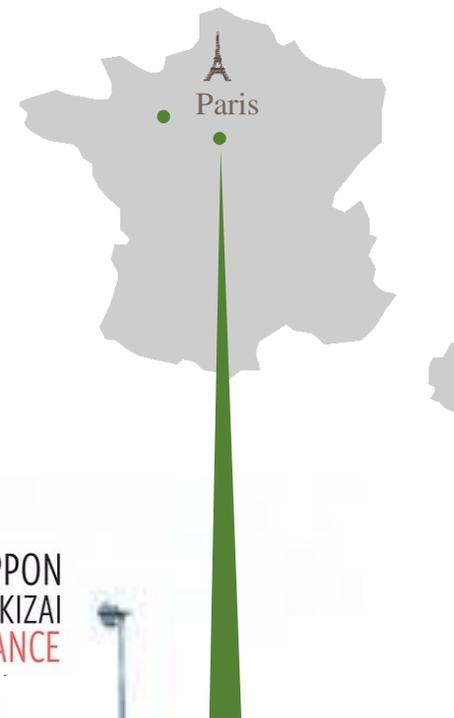
資本関係：NSI（84.9%）,TPC（15.1%）*

*TPCは当社の100%出資子会社

会長兼社長：蓼沼 直樹

従業員数：38名（2024年2月末現在）

本社・工場：73 rue des Fougères, Saint-Cyr-en-Val 45590, France



2017年1月26日、ORLEANS COSMETICS S.A.S.は
日本色材グループの一員になりました。



海外展開：海外展示会参加

Make Up in New York
2023年9月



Make Up in Paris
2024年 6月

