

(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

2025年7月17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95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



NIPPON SHIKIZAI



NIPPON SHIKIZAI FRANCE

本日の発表内容

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（2025年2月28日現在）	
従業員数	：322名（外、平均臨時雇用304名） （2025年2月28日現在）	



つくば工場（茨城県）



1号棟



2号棟



3号棟

広野台倉庫（神奈川県）



座間工場（神奈川県）



本社（東京/管理部門）



営業部
研究開発センター

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 : 4,648,360ユーロ (2024年12月末現在)
資本関係 : NSI (100%)
社長 : 夢沼 直樹
従業員数 : 125名 (2025年2月末現在)
本社・工場 : Route Departementale 912,
Saint-Langis-les-Mortagne (61400), 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

設立年月日 : 2013年
資本金 : 1,390,000ユーロ (2024年12月末現在)
資本関係 : NSI (100%)
会長兼社長 : 夢沼 直樹
従業員数 : 39名 (2025年2月末現在)
本社・工場 : 73 rue des Fougères, Saint-Cyr-en-Val 45590,
France



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95年の老舗化粧品ODMです！



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、肌の上にのせてより美しく見せる化粧品のこと。

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



肌をきれいに见せる、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

目元を華やかに、アイシャドウ

血色良い肌に、チーク・フェイスカラー

情熱的な唇に、リップ・口紅

紫外線をブロック、UVクリーム

最後の仕上げ、フェイスパウダー

シミそばかす隠す、コンシーラー

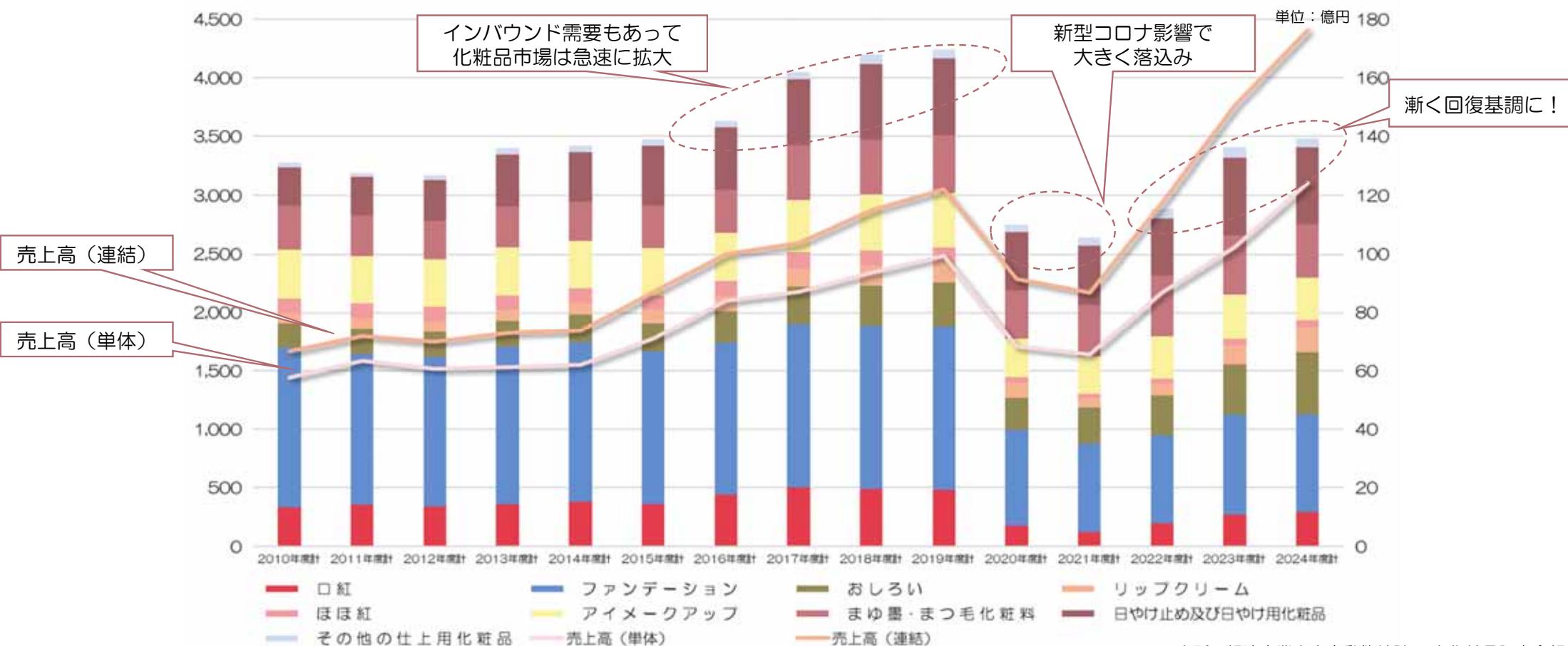
THEPENIER PHARMA & COSMETICS

NIPPON SHIKIZAI

NIPPON SHIKIZAI FRANCE

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

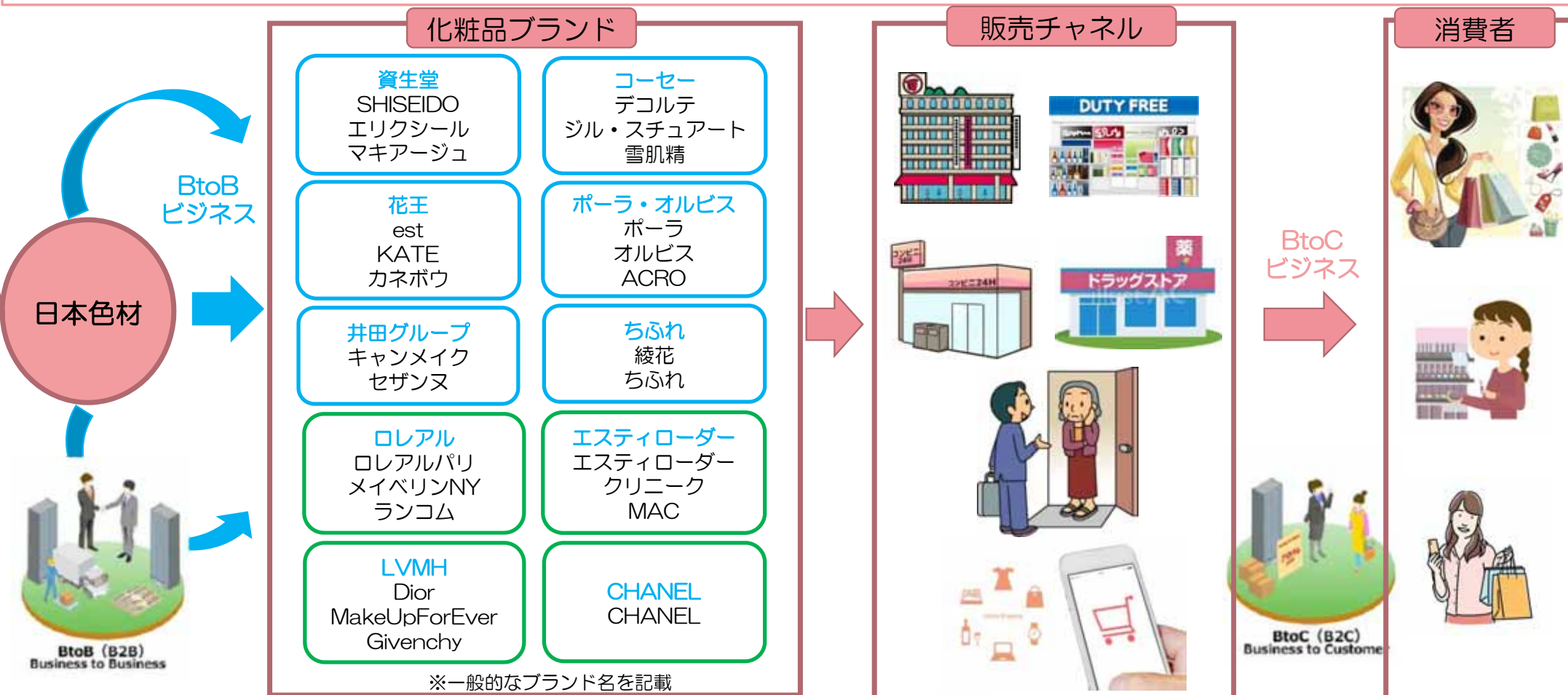
⇒日本色材は日本・フランスに工場を持ち、独自の開発処方を武器に、グローバルに展開する**ODM**です。

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



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！



つくば工場



本社



新研究
センター



研究
センター



座間工場

- Sales office
- Production facility



THEPENIER PHARMA & COSMETICS S.A.S. (テプニエ社、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。



NIPPON SHIKIZAI



NIPPON SHIKIZAI FRANCE

日仏連携での営業活動 / グローバルなニーズへの対応



○「色材」としてグローバルな肌色に対応

- ・大手ブランドのグローバルなニーズに対応するには、幅広い肌色に同じ感触・機能で対応する、高い技術が必要。



OMake Up in Paris (2025/6) での出展

- ・「メイド・イン・フランス」/「メイド・イン・ジャパン」双方への対応が可能なことを、海外の大手ブランドに直接アピール。

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・グレーリスト（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】

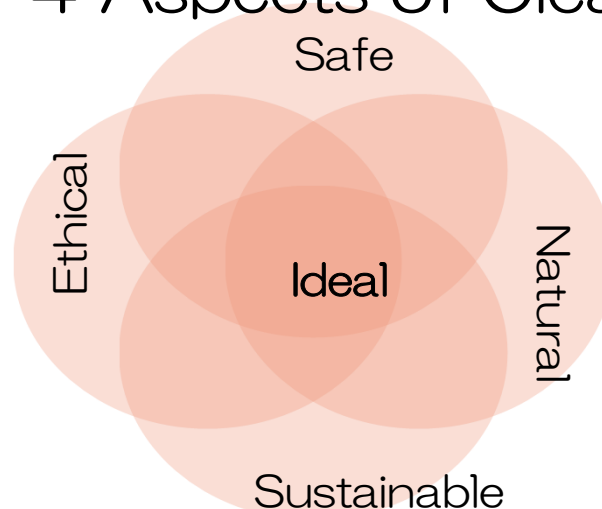
マイクロプラスチックビーズ
紫外線吸収剤制限



RSPO：認証パーム油

クリーン・ビューティーの考え方

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)

サステナビリティへの取組み①

中期事業戦略ビジョン(2022-2026)

クリーンビューティーへの積極取組

○2024年度サステナビリティ委員会設置⇒マテリアリティ・KPI設定し活動推進

1. KPI実現にむけて、定量的な目標を設定、
全社一丸となりサステナビリティを推進

詳細は次ページ

2. 参画するイニシアティブ



3. 第三者評価機関を通じた化粧品メーカーとの
サステナビリティ情報の連携

Sedex² | Member



サステナビリティへの取り組み②

○サステナビリティ委員会で、当社のマテリアリティ（重要課題）とKPI、長期目標を明確化、部門横断で目標の達成に向けて取り組み

マテリアリティ領域	項目	K P I（指標）	目標（長期）
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	・ 環境対応処方のモニタリングを実施
		自社購入パーム由来原料中の認証原料比率	・ 2030年度までに100%
	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	・ 2026年度までに2023年度比10%削減
	資源の循環・ロスの削減	ペーパーレス化の推進	・ 2026年度までに2024年度比6%削減
		生産・物流資材等のリサイクルによる廃棄物削減	・ 物品毎のリサイクル量のモニタリングを実施
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	・ 2026年度までに回収率80% ・ 2030年度までに回収率90%
	責任ある原料調達	責任ある調達に関する研修	・ 2026年度までに調達部門の参加率100% ・ 2030年度までに全社員に実施
		新規原料採用時の重金属測定	・ 2026年度までに実施率70% ・ 2030年度までに実施率100%
	容器・パッケージ	サンプル提案容器のサステナブル化	・ 2030年度までに100%
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件数	・ リコール ゼロ
	原料の消費抑制	バルク廃棄量率の低減	・ 2026年度までに15%削減 ・ 2030年度までに30%削減
	継続的な従業員の教育	教育訓練時間	・ 2026年度までに正社員1人当たり24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	・ 2026年度までに50%
		男性育休取得率	・ 2026年度までに75%
	人財の確保と育成・定着	ウェルビーイング調査	・ 2026年度 従業員の幸せ指数60
		従業員定着率(3年後定着率)	・ 2026年度 正社員75% ・ 2026年度 正社員以外65%
	人権の尊重	多様性・差別・ハラスメント教育の実施	・ 2026年度までに参加100%

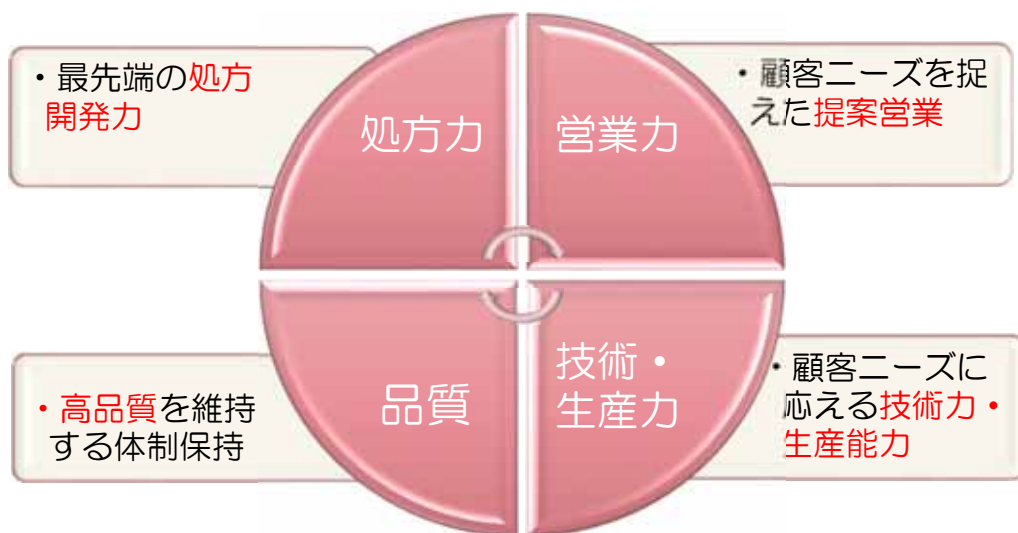
日本色材の「強み」とは

＜当社の目指す姿＞

グローバルに展開、機動力のある「Only One ODM」

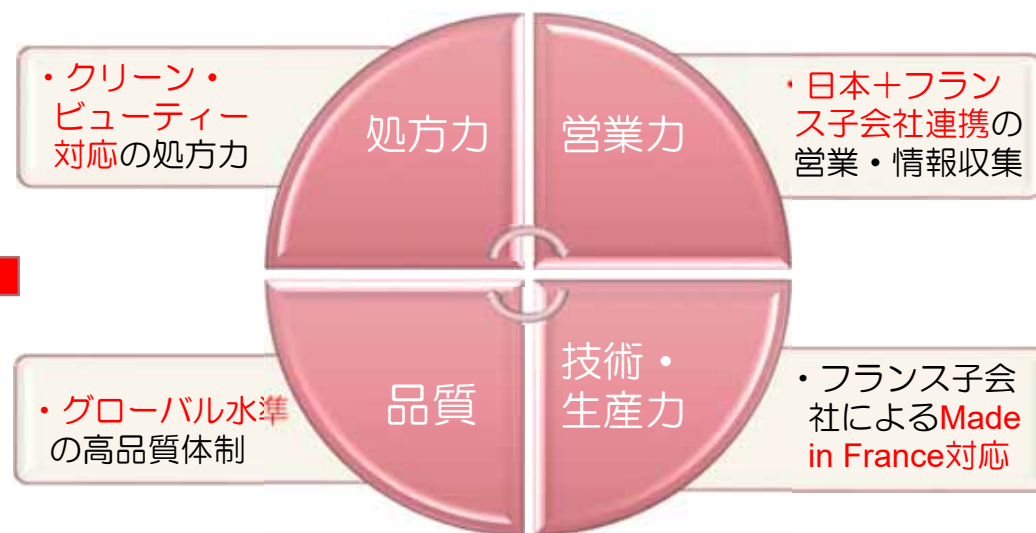
国内・日系

⇒創業95年の業界での実績
とお客様からの信頼



国際・非日系

⇒欧米大手ブランドからの
信頼獲得と実績積み上げ



売上上位顧客：有価証券報告書より（売上10%以上）

○私共は「黒子」として、原則、お客様のお名前を開示する事ができませんが、「有価証券報告書」の中で、連結売上高の10%以上を占めるお客様については毎年開示させていただいております

○欧米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！

<2005～2024年（約20年）の開示企業例>

【国内企業】

- (株)井田ラボラトリー
（「キャンメイク」等を販売）
- 佐藤製薬(株)
（「エクセルーラ」等を販売）
- (株)セザンヌ化粧品
（「セザンヌ」等を販売するお客様）
- 花王(株)
（「ソフィーナ・エスト」等を販売するお客様）

【海外企業】

- EL APSC(株) USA
（「エスティー・ローダー」等を販売する米国のお客様
のアジア太平洋サプライチェーン拠点）
- Parfums Christian Dior SA
（「ディオール」等を販売するフランスのお客様）

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

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

創業
100周年

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



NIPPON SHIKIZAI



NIPPON SHIKIZAI FRANCE

中長期事業戦略ビジョン

—2030年に向けて—

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

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

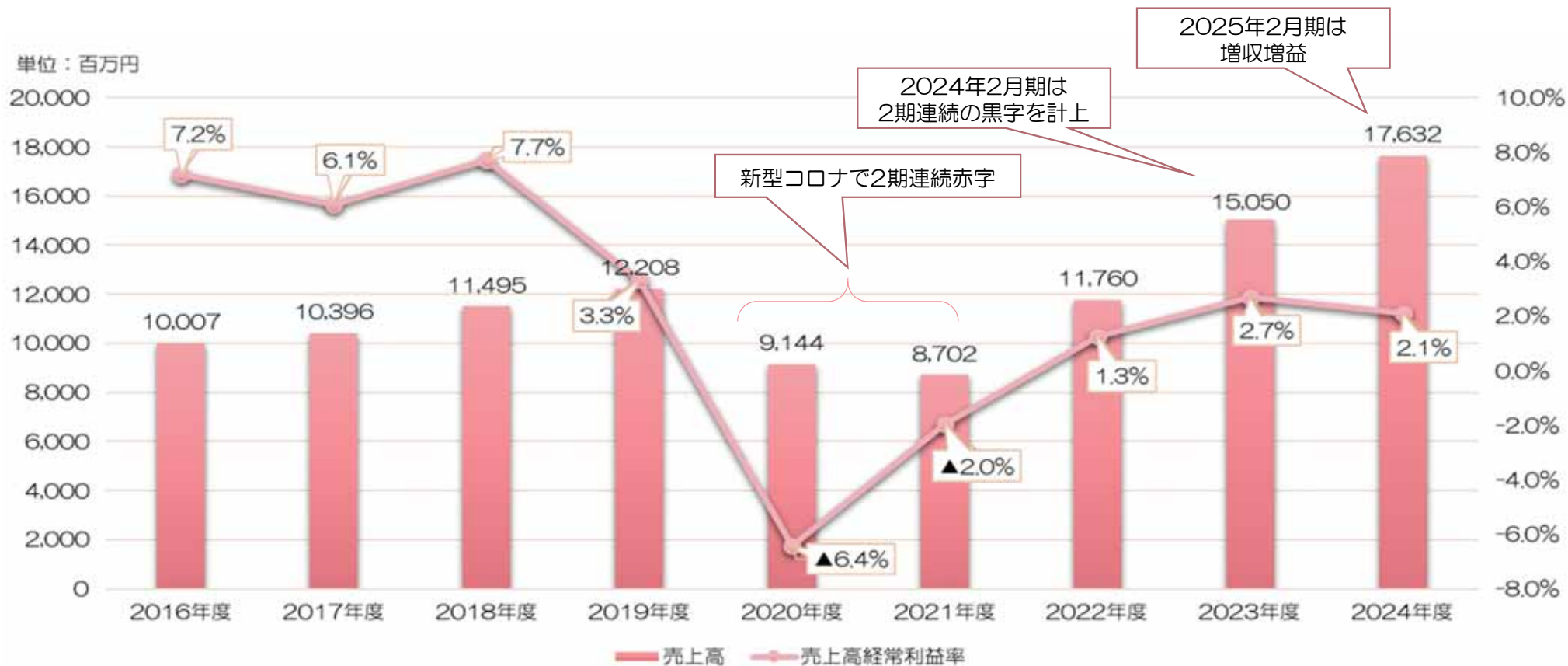
基本戦略④ ESG・サステナブル対応 / 安定した持続的経営基盤の構築

- 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、3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
- ・特に国内は、能力増強投資で拡張した工場・設備の稼働向上で固定費を打ち返し、大幅黒字を計上



2025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)連結では、特に上期に受注が大きく回復して設備稼働も向上、前期比17%の増収
 ■日本：国内メーカーからの新製品受注の波と海外からの大口受注で上期は大きく増収となるも、下期は沈静化
 ■仏国：医薬品は堅調だがメイクアップは回復ペースが鈍化して受注が減り、ユーロ建ての売上は減収に(円建ては円安で増収)

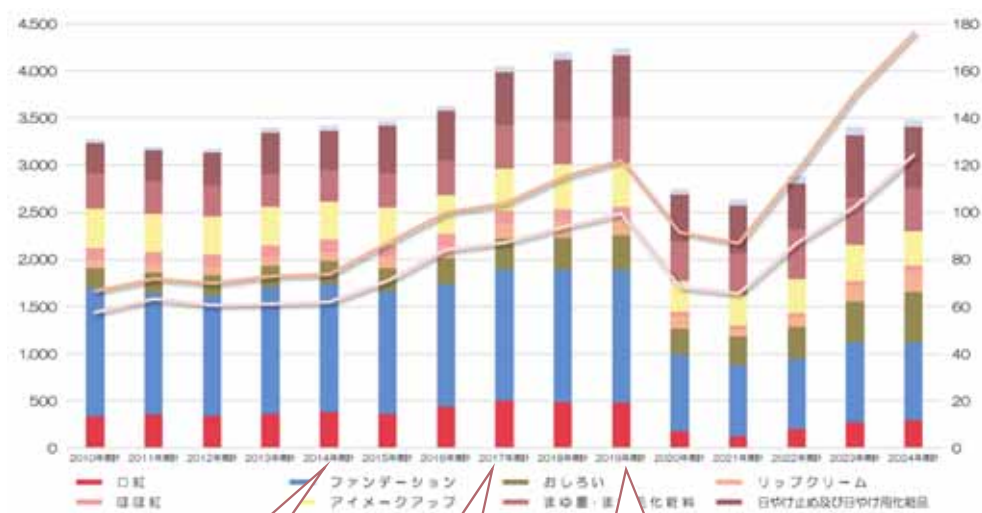
利益面

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、連結ベースで営業増益に
 ■日本：投資による諸費用高止まりや各種インフレによる費用増はあるが、上期の稼働向上が増益に大きく寄与
 ■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を計上
 営業外要因（支払利息増、為替差損等）と前期一時要因（税効果等）により、経常利益と当期純利益は減益に

(百万円)	24年2月期 実績	25年2月期 修正予想	25年2月期 実績	前期比		予想比	
				増減	増減率	増減	増減率
売上高	15,050	17,821	17,632	2,582	17.2 %	▲ 189	▲ 1.1 %
営業利益	441	593	489	47	10.8 %	▲ 104	▲ 17.6 %
売上高営業利益率(%)	2.9 %	3.3 %	2.8 %	▲ 0.2 p	-	▲ 0.6 p	-
経常利益	407	462	367	▲ 40	▲ 9.9 %	▲ 95	▲ 20.6 %
当期純利益	398	230	216	▲ 181	▲ 45.7 %	▲ 14	▲ 6.2 %
減価償却費	855		908	53	6.2 %		
EBITDA	1,297		1,398	100	7.8 %		
EBITDAマージン(%)	8.6 %		7.9 %	▲ 0.7 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

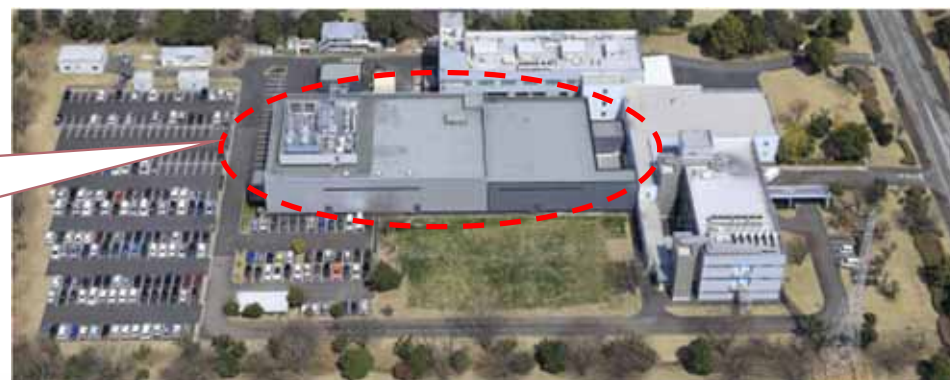
○新3号棟稼働直後に新型コロナで化粧品需要は激減

・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、投資効果享受、

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



2026年2月期 通期連結業績予想

[運営方針] グループ全体

- 2026年2月期も、国内・海外の経済は全般的には緩やかな成長を続け、化粧品需要も緩やかな回復・成長を見込む
- 連結売上高は、特に国内で受注の波が沈静化、2025年2月期下期比では回復基調なるも、通期では前期比4.3%の減収を見込む
- 通期全体では対前期で稼働が低下、原材料費や人件費、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化粧品受注の回復が遅れて業績の低迷が継続、連結黒字を維持するものの、対前期では減益を見込む
- 親会社株主に帰属する当期純利益は、一部不動産の売却益を見込み（2025年4月11日開示）、対前期で増益を見込む

[運営方針] セグメント別

- 日本**
- お客様のニーズを捉え「強み」分野を中心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：マウスウォッシュ設備の着実な立上げ、既存分野での案件嵩上げによる設備稼働向上で収益嵩上げを目指す
 - 化粧品分野：NSIの処方・技術を活かした欧米顧客からのメイド・イン・フランス受注の獲得で業績の挺入れを図る

2026年2月期 通期業績予想				2025年2月期 (前期)	2026年2月期 (実績)
(百万円)	今回予想 (2025/4/11)	前期比 増減	前期比 増減率(%)	通期実績	1Q実績 (2025/7/15)
連結売上高	16,877	▲755	▲4.3%	17,632	3,976
(日本) ※	11,282	▲1,160	▲9.3%	12,442	2,899
(仏国) ※	5,662	398	7.6%	5,263	1,099
営業利益	411	▲77	▲15.9%	489	86
経常利益	276	▲90	▲24.7%	367	75
親会社株主に帰属する 当期純利益	411	194	90.1%	216	50

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
 - ・ 前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、受注獲得に向け全社一丸に
 - ・ クリーン・ビューティー対応処方の開発・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
 - ・ 前期の受注の波は沈静化、2026年2月期は前期比で大きく受注水準が低下
 - ・ 但し、需要は中期的には緩やかな回復基調にあり、在庫一巡後は受注の持ち直しを期待
 - ・ 弊社「強み」分野を中心に、積極的な提案営業で業績の回復・成長を目指す
- 前期の受注増には、増強した生産設備の活用・稼働向上で対応
 - ・ 前期はお客様からの受注拡大に、つくば3期等で増強した工場・設備稼働の向上で対応し、業績は大幅に向上
 - ・ 将来的に受注嵩上げに努め、設備投資時に見込んだ稼働水準を安定的に実現、固定費を打ち返して利益実現を目指す
- 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（ベア・業績連動賞与）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・リピート共）に関してお客様のご理解をいただくことで、悪化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



フランス子会社の課題認識と将来への取り組み



○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、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）



NIPPON SHIKIZAI FRANCE

- 2017年に買収したメイクアップ専門子会社
 - ・ NSI開発処方製品を欧米ブランドに提案
 - ・ 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
- 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（処方、規模）を導入
 - ・ 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
- 欧州は新型コロナ明けの受注の波が既に一巡、引続き受注水準が伸びず、苦戦を継続、財務的なサポートも継続

◆ 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



NIPPON SHIKIZAI



NIPPON SHIKIZAI FRANCE

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

ROEは、FY2023：12.2%⇒
FY2024：5.9%に低下したが、
再度8%以上を狙う

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・改善する事を旨とする

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：↑	・ 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：↑	・ 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：↑	・ 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：↓

自己資本比率は、FY2023：20.6%⇒FY2024：22.5%と徐々に回復

資本コストの抑制	・ 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
----------	---

会社HPをリニューアル

個人投資家の方々を対象とした会社説明会を開始、年2回ペースの継続を計画

株式報酬制度（J-ESOP）の導入につきまして

○当社は、当社の株価や業績と従業員の処遇の連動性をより高め、経済的な効果を株主の皆様と共有することにより、株価及び業績向上への従業員の意欲や士気を高めるため、従業員に対して自社の株式を給付するインセンティブ・プラン「株式給付信託（J-ESOP）」を導入致します（2025/7/15適時開示「株式給付信託（J-ESOP）の導入に関するお知らせ」もご参照）

<企業価値向上に向けたインセンティブ・プラン導入>

○当社は「中期事業戦略ビジョン」に基づく施策の実行を通じて、「持続的成長と企業価値の向上」の実現を目指して取り組んでおりますが、今まで以上に、全社一丸となって取り組むために、「株式給付信託（J-ESOP）」を導入致します。

<インセンティブ・プラン導入の目的>

- ①. 中長期目標としての「企業価値向上」を共有化
 - ・従業員が当社株式を保有することで、単年度の期間損益のみでなく、中長期の成長・企業価値向上を自らのメリットとして共有
- ②. 業績・株価への関心度向上
 - ・業績向上を通じた株価向上への意識を高め、業績や経営への関心度を向上
- ③. グループ・企業の一体感・帰属意識の醸成
 - ・中長期目標を共有することで、今まで以上に一体感や帰属意識を向上

○当社は、役員を対象とした、当社株式による株式報酬制度の導入についても検討中です。

<インセンティブ・プラン「株式給付信託（J-ESOP）」の概要>

- ・予め当社が定める株式給付規程に基づき、一定の要件を満たした正社員に対して当社株式を給付する仕組み
- ・当社は正社員に対して職位や勤続年数等に応じてポイントを付与し、一定の条件により受給権を取得したときに当該付与ポイントに相当する当社株式を給付
- ・正社員に対し給付する株式については、予め信託設定した金銭等により将来分も含めて取得し、信託財産として分別管理
- ・信託の設定時期、金額等の詳細は、決定次第お知らせいたします

株式給付信託（J-ESOP）の仕組み（概要）



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。そのためには、収益性の向上に加え、新型コロナ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2021～2023年2月期は誠に残念ながら無配とさせていただいた後、2024年2月期に業績が回復し1株当たり20円の復配を実施させて頂き、**2025年2月期も1株当たり20円の配当（配当性向：19.4%）を実施**させていただきました。

○2026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、増配/配当性向の改善を目指してまいります。**



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。

<2025年 株主優待セット>

- **グロウスブラッシュバーム <バーム状美容液>**
「油性技術×スキンケア」3STEPの感触、溢れる美容液に W ビタミンの有効成分配合
触るとバーム、塗ると クリーム、塗り広げると美容成分が溢れるバーム状美容液、バーム特有のべたつきのない、サラッとした使用感が特徴です。美容液成分がお肌に潤いを与え、バームならではの密着力の高い油分が潤いを閉じ込めることで、保湿&エモリエントのW効果で乾燥からお肌を守ります。
- **ブライトニングプライマー S <化粧下地>**
医薬部外品 美白/抗炎症/SPF50+/PA++++/UV耐水性★★
汗・水に強い処方設計で、日頃のメイクからアクティブシーンまで様々な場面でお使いいただけます。また、内包された水溶性保湿成分がお肌にうるおいを補給し、エモリエント成分が潤いを閉じ込めることで、乾燥感なくご使用いただけます。3色のパールをバランス良く配合することで上品で透明感のあるお肌を演出します。メイクとスキンケアの両方を兼ね備えたアイテムをお楽しみください。



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

<https://shikizai.com/>



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	17,632百万円（2024年度）
連結従業員数	862名（グループ連結2025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）

「中期事業戦略ビジョン(2022-2026)」 「重点戦略」の進捗状況と取組み①

2025年2月期
決算補足説明資料より

①. 競争優位にある「強み」製品の強化と拡大

- 回復する受注への対応
 - ・新型コロナ解消を受けてお客様も新製品発売への取組みを強化、当社もお客様のニーズにお応えすることで2025年2月期上期の売上高が大きく拡大。特に口紅・リップクリーム等の受注が増加し、「強み」分野の一つとして設備投資も含めて対応
- 「強み」分野での積極対応
 - ・化粧品市場が正常化、会社全体の稼働が向上する中、「強み」分野に経営資源を重点的に投下、効率性を改善しつつ競合先との受注競争に勝ち残り、受注嵩上げを目指す
 - ・日本の人口が長期減少傾向にある中、当社グループの中長期的な成長を実現すべく、海外大手化粧品メーカー等との取引を拡大すべく、営業力の強化やフランス子会社との連携強化を推進
- 容器対応力の強化
 - ・容器対応能力を強化、処方と容器セットでの提案に取組み、トラブルの原因究明などにも対応し、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、マテリアリティ/KPIを策定、中長期目標を設定して年度毎の進捗をフォローし、組織横断で取組みを推進

「中期事業戦略ビジョン(2022-2026)」 「重点戦略」の進捗状況と取組み②

2025年2月期
決算補足説明資料より

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
 - ・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設備稼働の一層の向上/固定費打ち返しに大きく貢献
 - ・足元、受注の波は沈静化するも、今後も受注水準の嵩上げに努め、安定的に生産設備の稼働を上げ、投資時に見込んだ収益性を確保すべく注力
- インフレへの対応継続
 - ・インフレで原材料費・光熱費・各種経費の上昇が継続、インフレに対応したベアで人件費も上昇していく中で、新規受注に際して物価上昇を反映した見積りを提示すると共に、リピート受注時も人件費や諸物価の上昇を反映させていただき、適正な価格転嫁を実現することで収益性の維持に注力
 - ・お客様とのコミュニケーションを密に保ち、価格に見合った製品価値をご提案・ご理解いただくことで、お客様にご満足いただけるよう鋭意取組み

2025年2月期 連結キャッシュ・フロー

2025年2月期 決算補足説明資料より

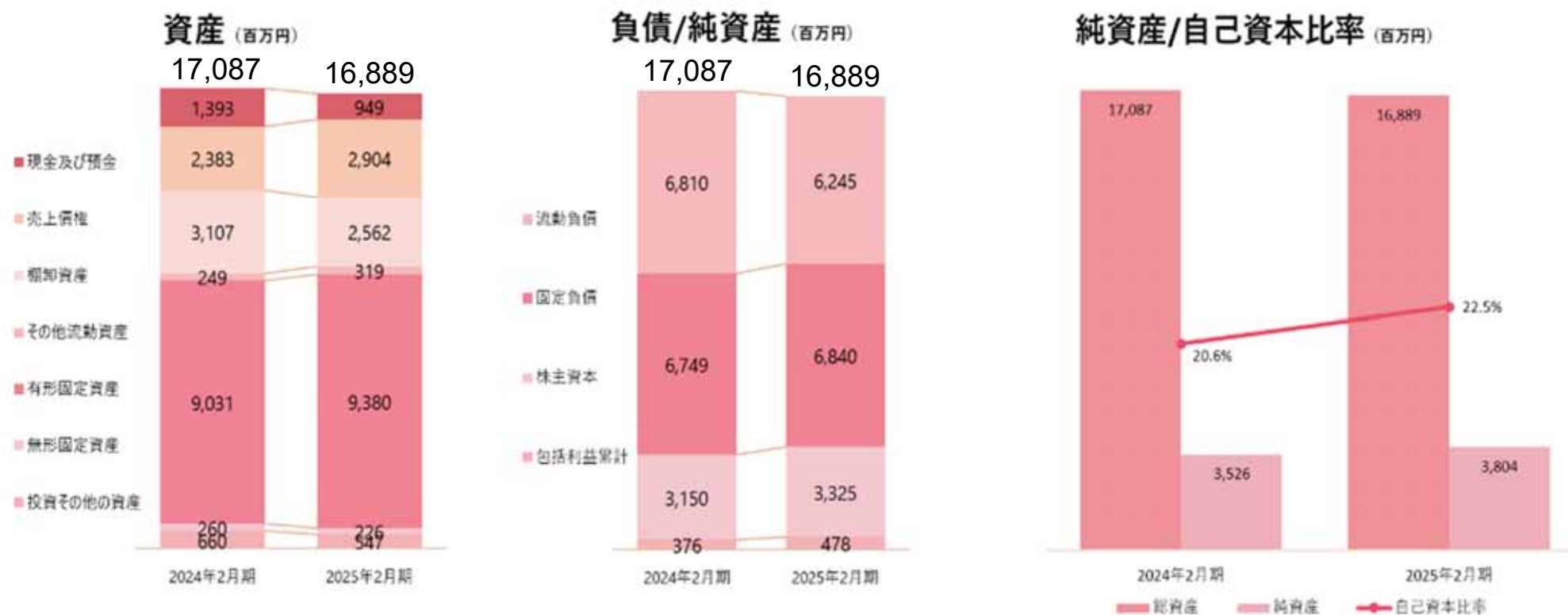
- 営業活動によるキャッシュ・フローは黒字計上で567百万円を計上、手元資金取り崩しと合わせて設備投資を賄う
- ・黒字の嵩上げで償却前利益が増えたが、増収に伴って営業運転資本も増加、営業活動によるキャッシュ・フローは減少
 - ・新型コロナ前に増強した既存設備の活用に注力するも、工場稼働の上昇に伴い各種投資も増加、フランス子会社における設備投資もあって、投資活動によるキャッシュ・アウトも増加
 - ・フリー・キャッシュ・フローは▲544百万円のマイナスとなり、手元資金の取り崩しで賄う

(百万円)	2023年2月期 通期	2024年2月期 通期	2025年2月期 通期
営業活動によるキャッシュ・フロー (A)	615	1,251	567
内、税金等調整前当期純利益	188	286	372
内、減価償却費	796	855	908
投資活動によるキャッシュ・フロー (B)	▲ 252	▲ 438	▲ 1,111
内、有形固定資産の取得による支出	▲ 273	▲ 659	▲ 1,139
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 413	▲ 697	95
内、連結有利子負債の増減額	▲ 412	▲ 697	137
内、配当金の支払額	0	0	▲ 41
現金及び現金同等物に係る換算差額	27	32	21
現金及び現金同等物の増減額	▲ 23	147	▲ 426
フリー・キャッシュ・フロー ((A) + (B))	362	812	▲ 544
現金及び現金同等物の期末残高	1,228	1,375	948

2025年2月期 連結貸借対照表

2025年2月期 決算補足説明資料より

- 総資産規模は、売上債権や有形固定資産は増加したが、棚卸資産や現預金の減少で、170⇒168億円に微減
- 利益計上による純資産積み増し（35⇒38億円）により、自己資本比率は20.6%⇒22.5%に改善



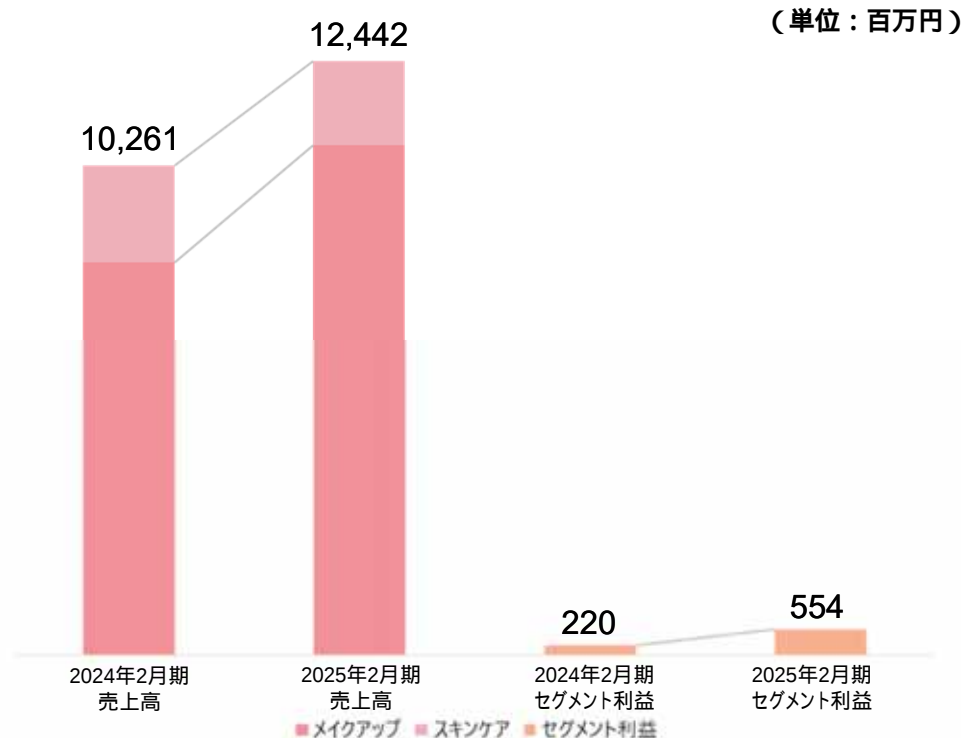
2025年2月期 セグメント概況（日本：NSI）

2025年2月期 決算補足説明資料より



株式会社 日本色材工業研究所

売上高 前期比	12,442百万円 +21.3%	セグメント利益 前期比	554百万円 +151.4%
------------	---------------------	----------------	-------------------



※セグメント間の内部売上高を含めて記載しております。

- 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、下期には一旦沈静化したものの通期売上高は前期比21.3%の増収
- 社内工数の確保が間に合わずに外注が増え、人件費や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554百万円と前期比で大幅増益に
- 新型コロナ明けの受注の波は一服、2025年度は一旦減収減益を予想するも（2024年度下期よりは改善）、化粧品需要は今後も引き続き緩やかな回復を予想、引続き中長期的な業績の改善を目指す



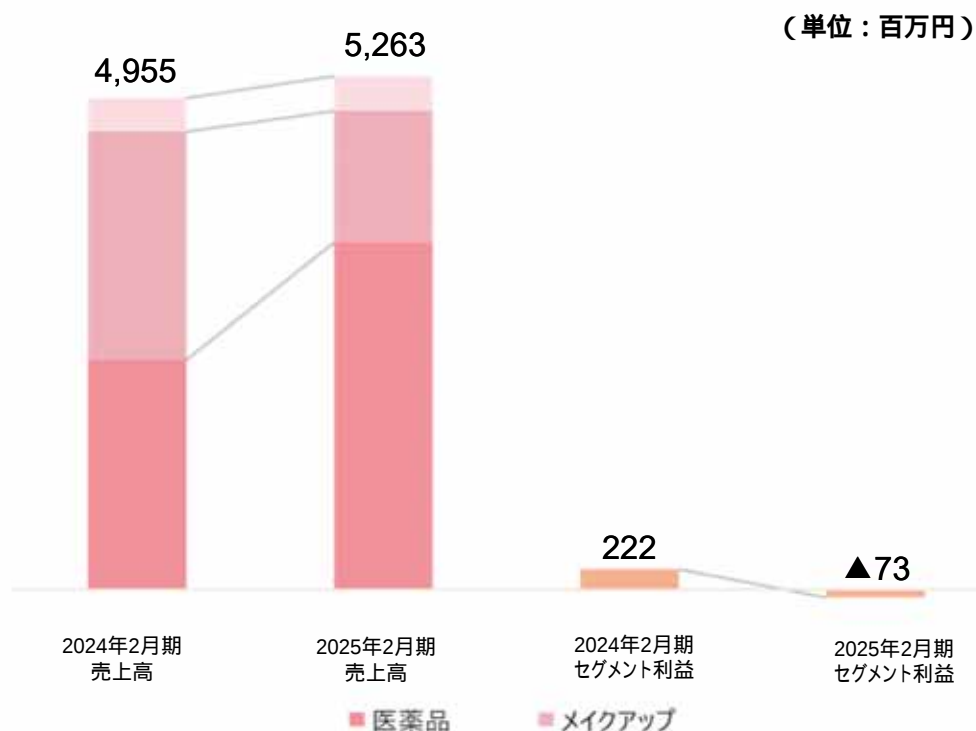
2025年2月期 セグメント概況（仏国：TPC、NSF）

2025年2月期 決算補足説明資料より



NIPPON SHIKIZAI FRANCE

売上高 前期比	5,263百万円 +6.2%	セグメント利益 前期比	▲73百万円 ▲133.0%
------------	-------------------	----------------	-------------------



※セグメント間の内部売上高を含めて記載しております。

- 欧州では、医薬品や化粧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、日本以上に経済に影響
- 医薬品受注は堅調だが、化粧品は受注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6.2%の増収に）
- 売上高の実質減収と高インフレによるコスト増に加え、近年の設備能力増強投資に伴うコスト増や稼働低迷もあって、セグメント利益は前期比大幅減の▲73百万円の赤字に
- 欧州では、景気動向が先行き不透明な中、中長期的には医薬品・化粧品共に需要は堅調に推移すると見込むが、足元は低調に推移。業績は低迷しているが、強化した設備を活用した増収、利益嵩上げを狙う
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、金利変動、物流遅延、景気減速等）に留意



NIPPON SHIKIZAI



NIPPON SHIKIZAI FRANCE

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： 296名 （2025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 稼働

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 : 202名 (2025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

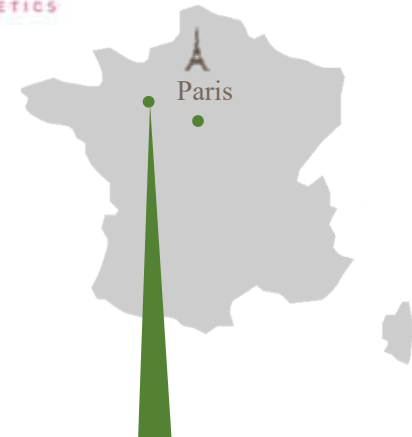
- 座間工場に続く『国内二拠点目のバルク製造工場設置』
⇒BCP対策強化

- 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



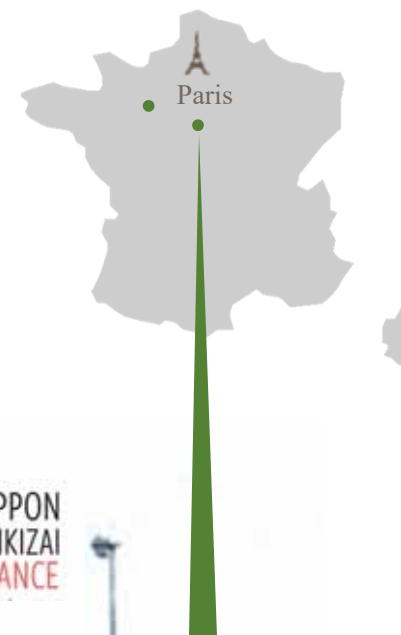
生産拠点の概要： THEPENIER PHARMA & COSMETICS S.A.S. (テプニエ社、TPC)

設立年月日 : 1973年4月 (2000年に買収)
資本金 : 4,648,360ユーロ (2024年12月現在)
資本関係 : NSI 100%出資
社長 : 蓼沼 直樹
従業員数 : 125名 (2025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：1,390,000ユーロ（2024年12月末現在）
資本関係：NSI（100%）
会長兼社長：夢沼 直樹
従業員数：39名（2025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。

ORLEANS
cosmetics



NIPPON
SHIKIZAI
FRANCE



海外展開：海外展示会参加

Make Up in Paris
2025年 6月

