



美と健康の「新しい」で、笑顔あふれる毎日をつくる。

2026年 9 月期第 3 四半期 決算補足説明資料

2026年 8 月 7 日

新日本製薬 株式会社
証券コード：4931
東証プライム

2026年9月期第3四半期決算発表サマリー

売上高

売上高 **32,153百万円** (前年同期比+4.6%)

- **四半期売上高(4-6月)は過去最高の116億円**、ROI重視の投資を継続し全社成長へ
- ヘルスケアの**Fun and Health**は中計目標100億円を1年前倒しで達成見込み
- 化粧品は**FOCUS**の戦略的新商品の投入と**プロモーション施策**が奏功し顧客層拡大
PERFECT ONEはECが増収傾向も、投資抑制の影響と卸販売の計画遅れにより減収着地

費用
／
利益

営業利益 **3,746百万円** (前年同期比▲3.7%)

- 好調ブランドを中心に前年度を上回る積極投資を実施
これにより4Qにおいても売上拡大を想定し、**通期営業利益50億円達成**を見込む
- オペレーションコストは効率化が継続し、収益基盤の強化に貢献

3Q事業
ハイライト

- 積極投資により新規獲得数は前年を大きく上回り推移、データベース拡大が加速
- PERFECT ONEはEC売上高は堅調に推移、新商品投入により新規顧客獲得をねらう
- FOCUSはバームが好調、プロモーション施策も奏功し四半期売上高は過去最高
- Fun and Healthはスリモアコーヒーが好調を継続、中計の売上目標前倒しで達成へ

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. 2026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

売上高はROIが高いヘルスケアへの集中投資が奏功し **+4.6%増収**

ヘルスケアは**新規獲得数が過去最高**を記録し **+57.1%**の大幅増収、4Q以降もさらなる成長を想定

化粧品は**FOCUSがプロモーションによる新商品話題化で増収**も、PERFECT ONEが投資抑制により減収

2Qに引き続き好調ブランドに対する投資を実行、4Qの売上拡大で通期営業利益50億円達成を見込む

(単位：百万円)

項目		2025/9期 3Q	2026/9期 3Q	前年同期比	
				差異	増減率
売上高		30,733	32,153	+1,419	+4.6%
	化粧品	25,246	23,531	▲1,715	▲6.8%
	ヘルスケア	5,487	8,621	+3,134	+57.1%
営業利益		3,888	3,746	▲142	▲3.7%
	営業利益率	12.7%	11.7%	▲1.0pt	—
経常利益		3,916 [*]	3,805	▲111 [*]	▲2.8% [*]
(親会社株主に帰属する) 四半期純利益		1,880	2,618	+737	+39.2%

*：2026/9期1Qより表示方法の変更を実施。当該表示方法の変更を反映した組替え後の数値を用いて算出。

第3四半期決算概要－補足データ

通信販売は**Fun and Health**の大幅成長が増収をけん引、EC売上過去最高の**FOCUS**も貢献し **+4.7%**

卸販売は話題化が進んだ**FOCUS**と**スリモア**コーヒーが増収、PERFECT ONEは投資抑制により減収

海外販売は売上の着実な積み上げが継続、販売開始したヘルスケアで国内成功事例を活かし売上拡大へ

マーケティング投資はROIを重視し、好調ブランドに対し前年を上回る積極投資を実行

(単位：百万円)

項目	2025/9期 3Q	2026/9期 3Q	前年同期比	
			差異	増減率

<チャネル別売上高>

通 信 販 売	27,905	29,226	+1,320	+4.7%
卸 販 売	2,912	2,844	▲67	▲2.3%
海 外 販 売	▲84	82	+166	—

<国内外EC売上高*1>

国 内 外 E C 売 上 高	6,963	8,229	+1,265	+18.2%
-----------------	-------	-------	--------	--------

<マーケティング投資>

広 告 宣 伝 費	8,578	9,652	+1,074	+12.5%
販 売 促 進 費	4,202	4,228	+26	+0.6%

<オペレーションコスト>

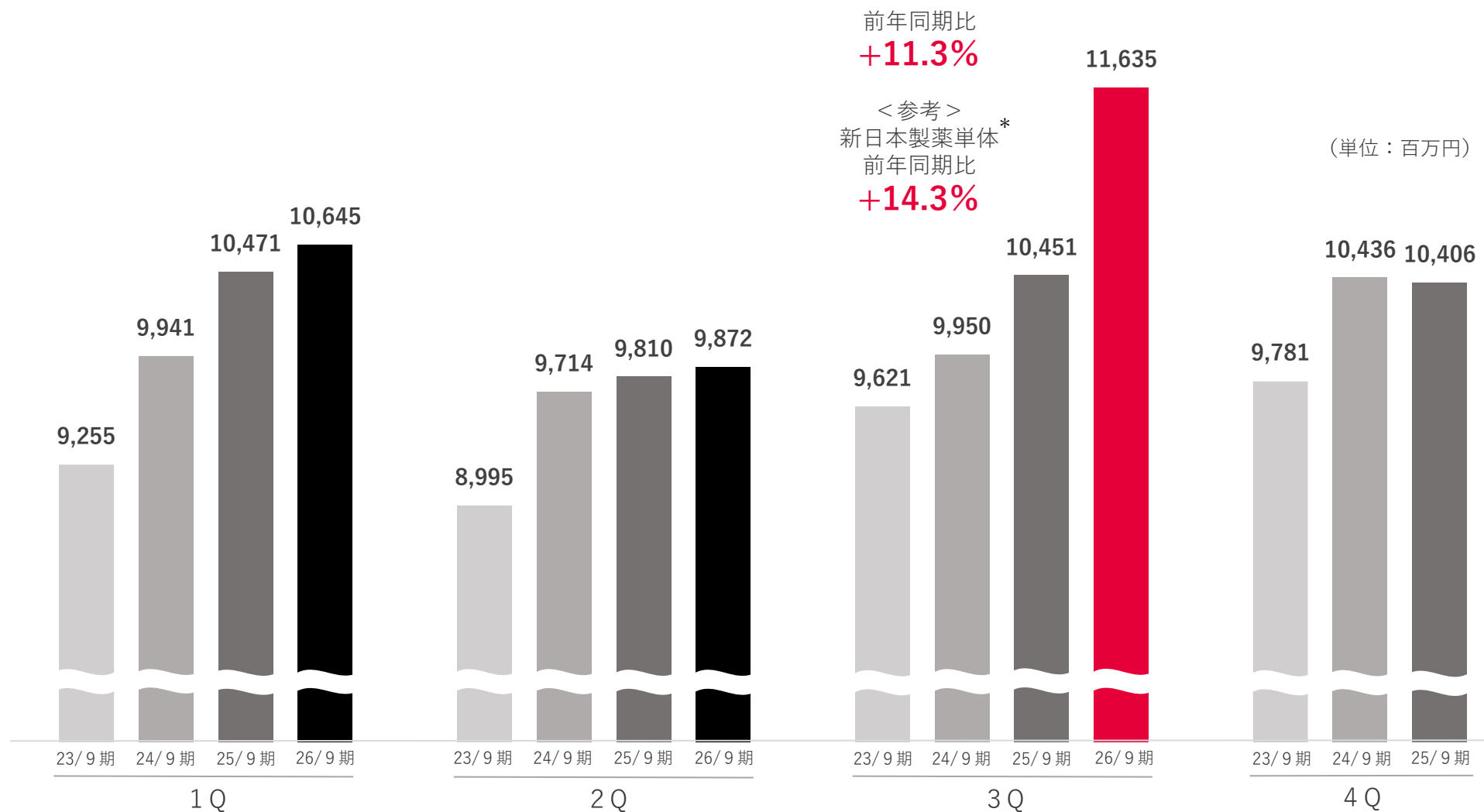
F F コ ス ト *2	3,018	3,027	+9	+0.3%
コ ー ル セ ン タ ー コ ス ト	1,708	1,669	▲38	▲2.3%

*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

四半期売上高は過去最高の116億円



*：2025年10月1日より株式会社フラット・クラフトを吸収合併

決算概要－営業利益 増減要因分析

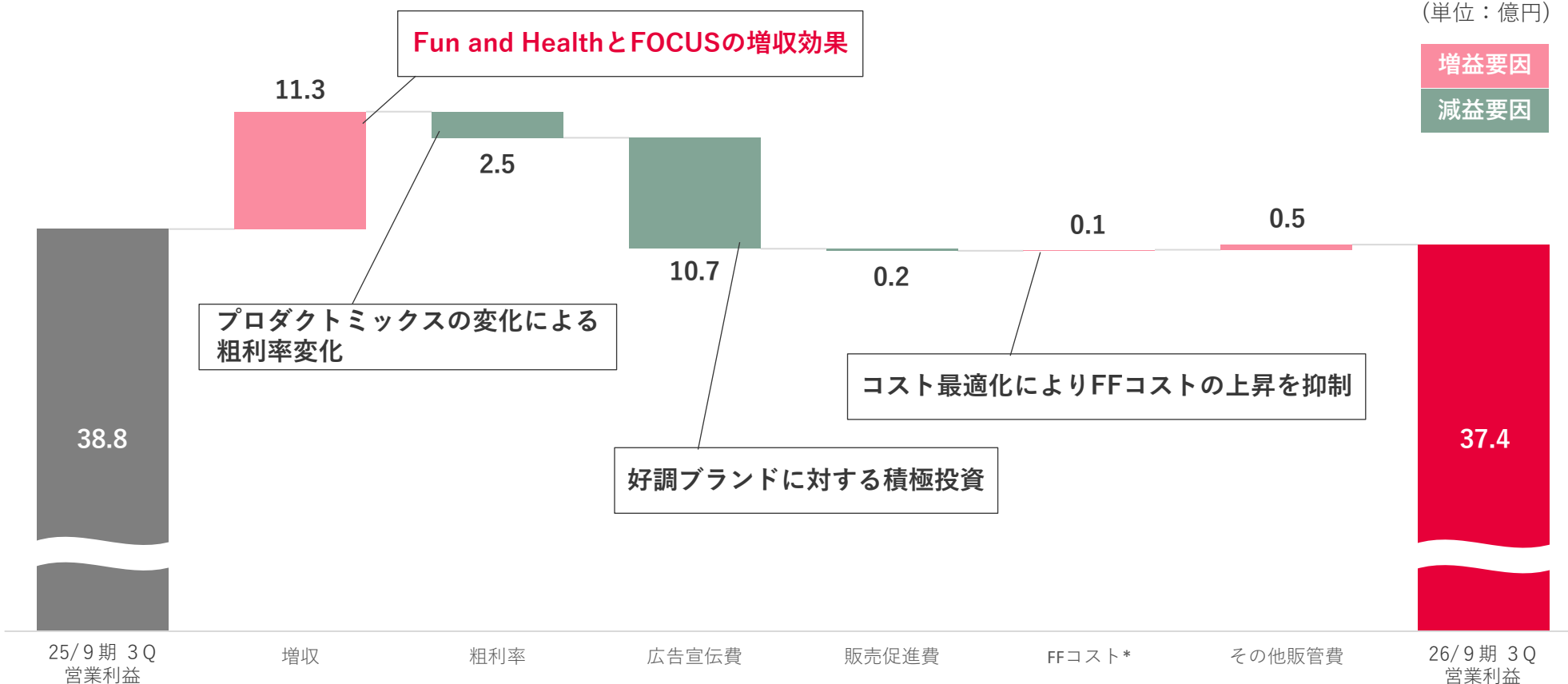
Fun and HealthおよびFOCUSにおける増収効果が増益をけん引

売上拡大により出荷件数が増加も、コスト最適化が進展しFFコストの上昇を抑制

前年を上回り実施した戦略的投資が大きな減益要因となるが、

4 Qにおける売上拡大を想定し、**通期営業利益は50億円達成**を見込む

(単位：億円)

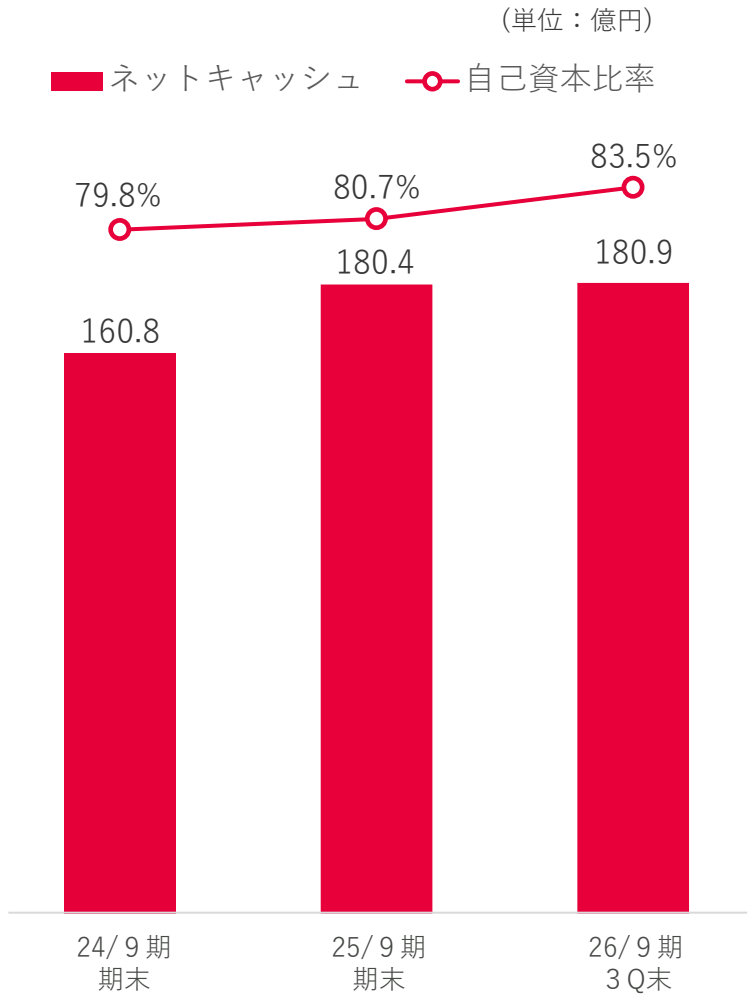


*：FFコストのうち、発送配達費および代行手数料(決済手数料)の前年同期比差異

バランスシートの状況

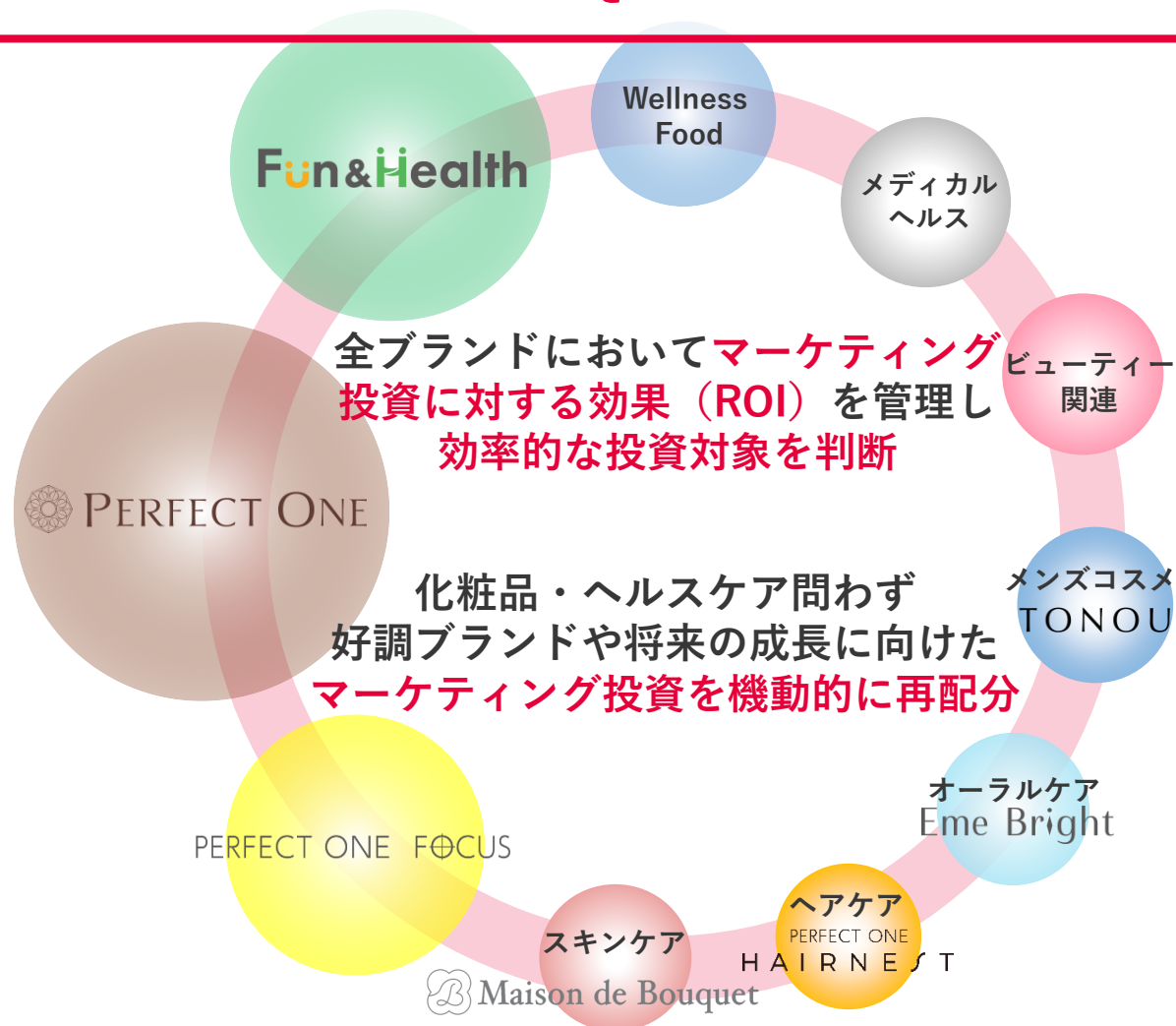
(単位：百万円)

項目		2024/9 期 期末	2025/9 期 期末	2026/9 期 3 Q末	前期末 差異
流 動 資 産		23,062	24,020	25,228	+ 1,207
	現 預 金	16,341	18,118	18,094	▲23
	売 掛 債 権	4,291	3,342	3,605	+ 262
	棚 卸 資 産	2,028	2,133	2,703	+ 569
固 定 資 産		4,160	4,230	3,801	▲428
	の れ ん	712	—	—	—
総 資 産		27,222	28,251	29,030	+ 778
負 債		5,430	5,442	4,794	▲648
	買 入 債 務	548	653	853	+ 199
	有 利 子 負 債	254	76	—	▲76
純 資 産		21,792	22,809	24,236	+ 1,426
自 己 株 式		▲529	▲1,363	▲1,286	+ 76
負 債 純 資 産 合 計		27,222	28,251	29,030	+ 778



中期経営戦略「Growth Next 2027」 マーケティング投資方針

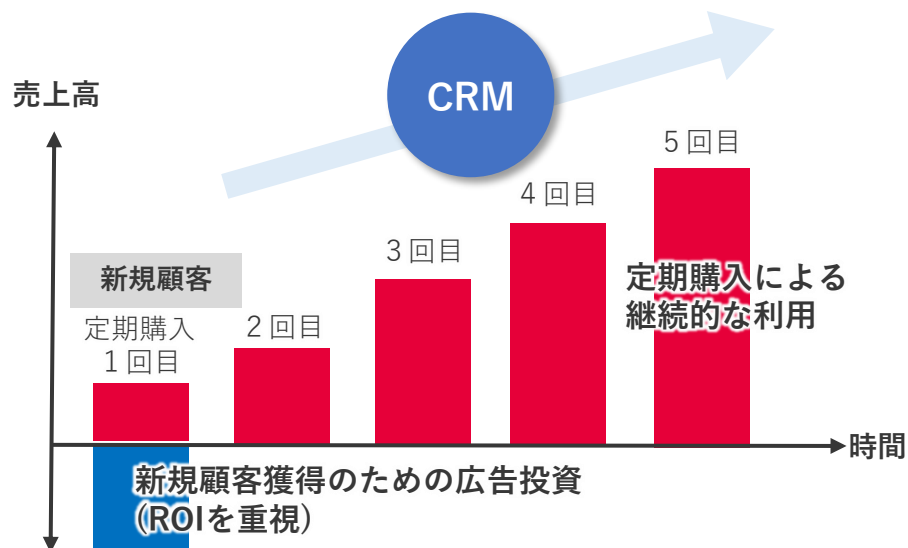
データベースマーケティングを進化させ、
お客さま満足度とQOLの最大化に貢献する



データベースマーケティングの強化で売上拡大へ

定期販売モデル

〈継続的な関係構築を重視したビジネスモデル〉



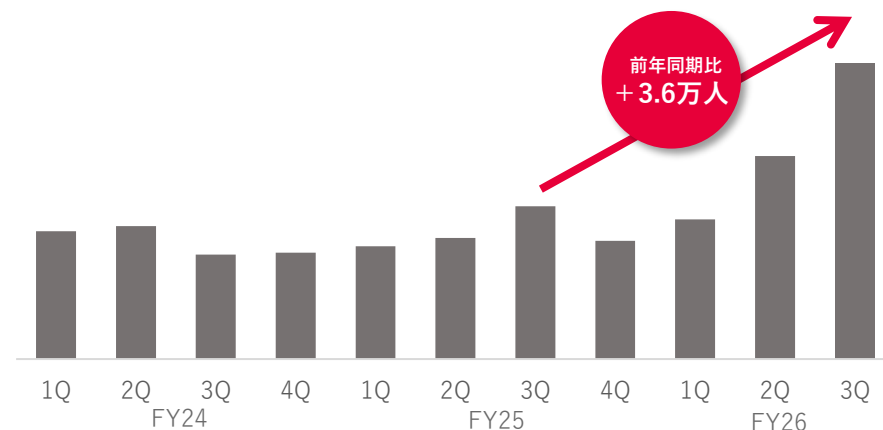
ROIの高い好調ブランドへの投資集中

効率的な新規顧客の獲得

安定した売上基盤となる定期顧客の増加

持続的かつ収益性を伴う全社成長を実現

定期顧客数推移



LTV向上



豊富なデータベースを活かした
美と健康のトータル提案で
クロスセル・アップセルを実施

2. 第3四半期事業ハイライト

PERFECT ONE

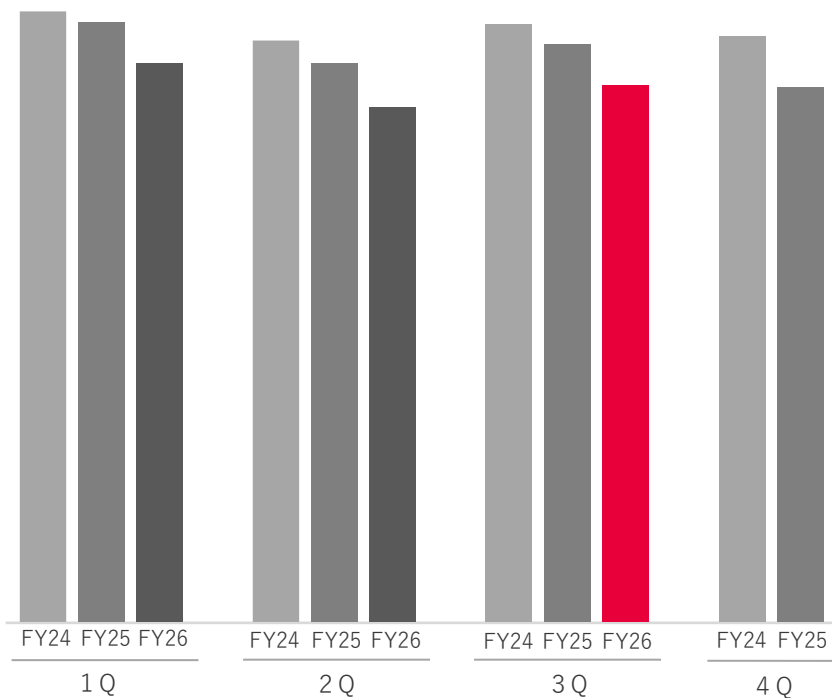
EC売上高は堅調に推移、新商品投入により新規顧客獲得をねらう

ROIを重視した投資抑制によりブランド売上は減収だが、EC売上高は増収傾向

4Qはオールインワン美容液ジェルシリーズへの新商品投入により、新規顧客獲得をねらう

合わせて、当社の強みであるCRMの強化や新商品の開発により、定期顧客のLTV向上を図る

PERFECT ONE 四半期売上高の推移



■ オールインワン美容液ジェルシリーズが国内売上10年連続No.1^{*1}獲得



■ ブランド20周年記念で6月に発売したグロウ&カバークッションファンデーション クールの初動好調

20th Anniversary
PERFECT ONE



トレンド×VOC×独自価値

ブランド誕生20周年を記念し発売

NEW

アクアキープジェル

2026年7月15日発売



うるおい先行処方
みずみずしく透明感^{*2}のある肌へと導く
「保水」に着目した
オールインワン
シリーズの新定番商品

NEW
限定品

ハーバルベールナイトクリーム

2026年7月15日発売



夏の紫外線による乾燥
ダメージをケアする
夜用クリーム
べたつきにくい使用感
でうるおいを守り、
なめらかな肌へ導く

* 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2017～2026」（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2016～2025年実績）

* 2：うるおいを与えることによる

PERFECT ONE FOCUS

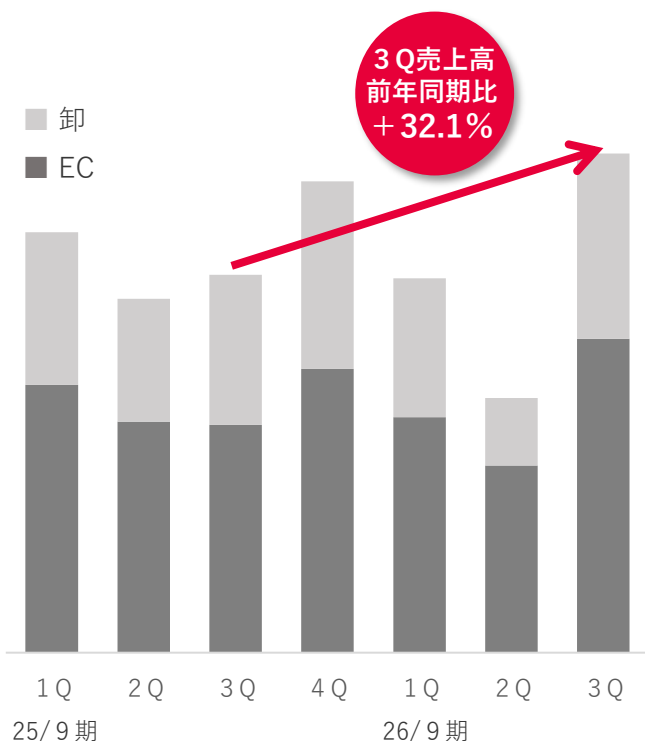
バームが好調、プロモーション施策も奏功し四半期売上高は過去最高

新発売およびリニューアルしたクレンジングバームが好調、幅広い顧客層への認知拡大でEC売上高は増収

ECでの話題化が卸販売チャネルへも波及し、ブランドの四半期売上高は過去最高

4 Q以降も新商品を継続投入し、成功事例を活かし毛穴ケアブランドとしてさらなる成長拡大をめざす

国内FOCUS 四半期売上高の推移



- 人気インフルエンサーやアイドルを起用したプロモーションを実施
大手ECモールでは販売開始から数日で予定数が完売し、過去最高の話題化に成功



スムースクレンジングバーム カーミング
初動は計画を上回り推移

トレンド×VOC×独自価値 ブランド成長を支える新商品の開発・投入

NEW

スキんクリアピールセラム

2026年9月1日発売

毛穴・角栓をケアする毛穴用美容液

蓄積した角栓・皮脂・黒ずみ^{*1}を拭き取りですっきりオフ

高濃度マイルドピール処方^{*2}で、剥がさずやさしく角質をケア

世界初^{*3}の独自コラーゲンを含む8種のビタミン^{*4}など
トレンド成分を贅沢に配合
毛穴悩みにアプローチ



NEW

シートマスク

2026年10月発売予定

Coming Soon

リニューアル

クレンジングバーム

2026年10月発売予定

Coming Soon

*1：汚れ *2：マンデル酸、グラコノラクトン、カプリロイルサリチル酸（整肌成分）

*3：サクシノイル加水分解コラーゲンアスコルビルリン酸Na（保湿成分）を世界で初めて新日本製薬が化粧品原料として登録。新日本製薬調べ

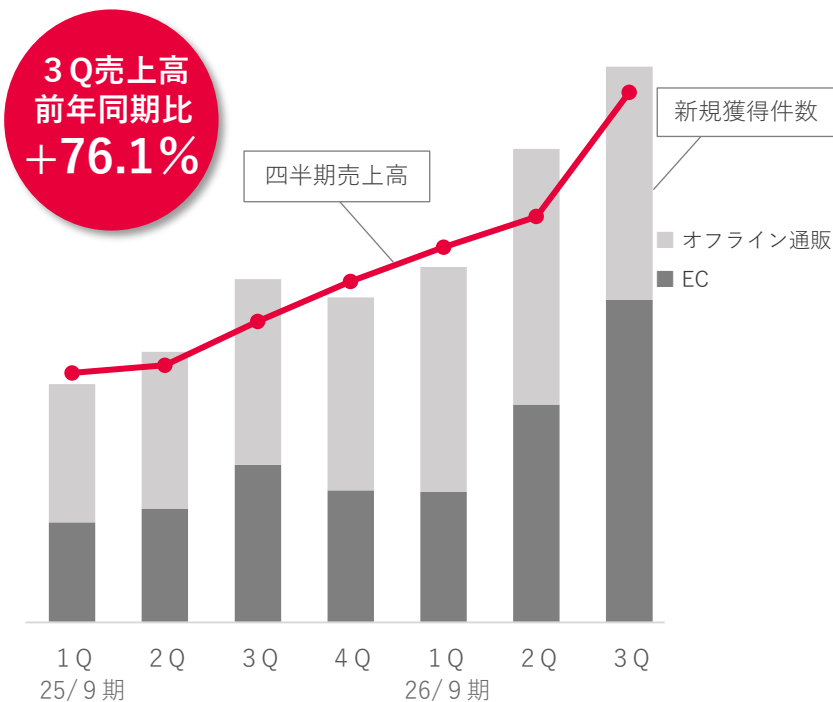
*4：サクシノイル加水分解コラーゲンアスコルビルリン酸Na、グリコシルヘスベリジン、パンテノール、ナイアシナミド、セチル2-グリセリルアスコルビン酸、ビスグリセリルアスコルビン酸、3-O-エチルアスコルビン酸、ミリスチル3-グリセリルアスコルビン酸（保湿成分）

Fun and Health

スリモアコーヒーが好調を継続、中計の売上目標前倒しで達成へ

好調なスリモアコーヒーへの集中投資を継続した効果により、売上高は計画を大幅に上回り推移
 定期顧客も順調に増加し持続的な成長基盤の構築が進展、中計の売上目標を1年前倒しでの達成を見込む
 Wの健康青汁は、強固な定期顧客基盤に加えてECでの広告投資を行い、さらなる成長を図る

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
機能性表示食品青汁国内売上
4年連続No.1*を獲得



- データベースの活用により
化粧品とのクロスセルが進展

トレンド×VOC×独自価値

次の柱となる商品の開発を実行

NEW おやすみキレイ

[機能性表示食品]
2026年7月15日発売



睡眠の質（眠りの深さ）、肌弾力、
肌のバリア機能（うるおいを保つ
力）をトリプルケア

NEW 赤の美活スムージー

[機能性表示食品]
2026年9月発売予定



自然由来の14種類の野菜や果実を
配合。冷え、むくみ、肌、脂肪
などを複合的にケア

バスケア

2026年9月
発売予定

Coming
Soon

海外販売 米国で主力商品の展開を開始

米国

- 化粧品取扱SKUを拡充
FOCUSの新クレンジングバームや
シートマスクを販売開始



- スリモアコーヒーを
外部モールで販売開始
米国での認知拡大をめざす



商品名「LiteShape Balance Coffee」

アジア

- 中国ではWの健康青汁とスリモアコーヒーの売上が好調
スリモアコーヒーラテはテストマーケティングを拡大中
- 台湾では顧客データベース獲得に向け、
ECサイトやSNSを通じ新規顧客獲得の取り組みを推進中

卸販売 FOCUS、Fun and Healthが好調

PERFECT ONE

- 国内ブランドを取り巻く厳しい市場環境に加え、
広告投資抑制の影響もあるが、新商品を起点に
店頭展開の再活性化を推進

FOCUS

- タレントを起用した
プロモーション施策の影響もあり、
バームシリーズの売上が好調



Fun and Health

- スリモアコーヒーは
展開店舗数が約12,000店舗へ拡大、
卸販売チャネルをけん引
- 卸販売の**四半期売上高が過去最高**



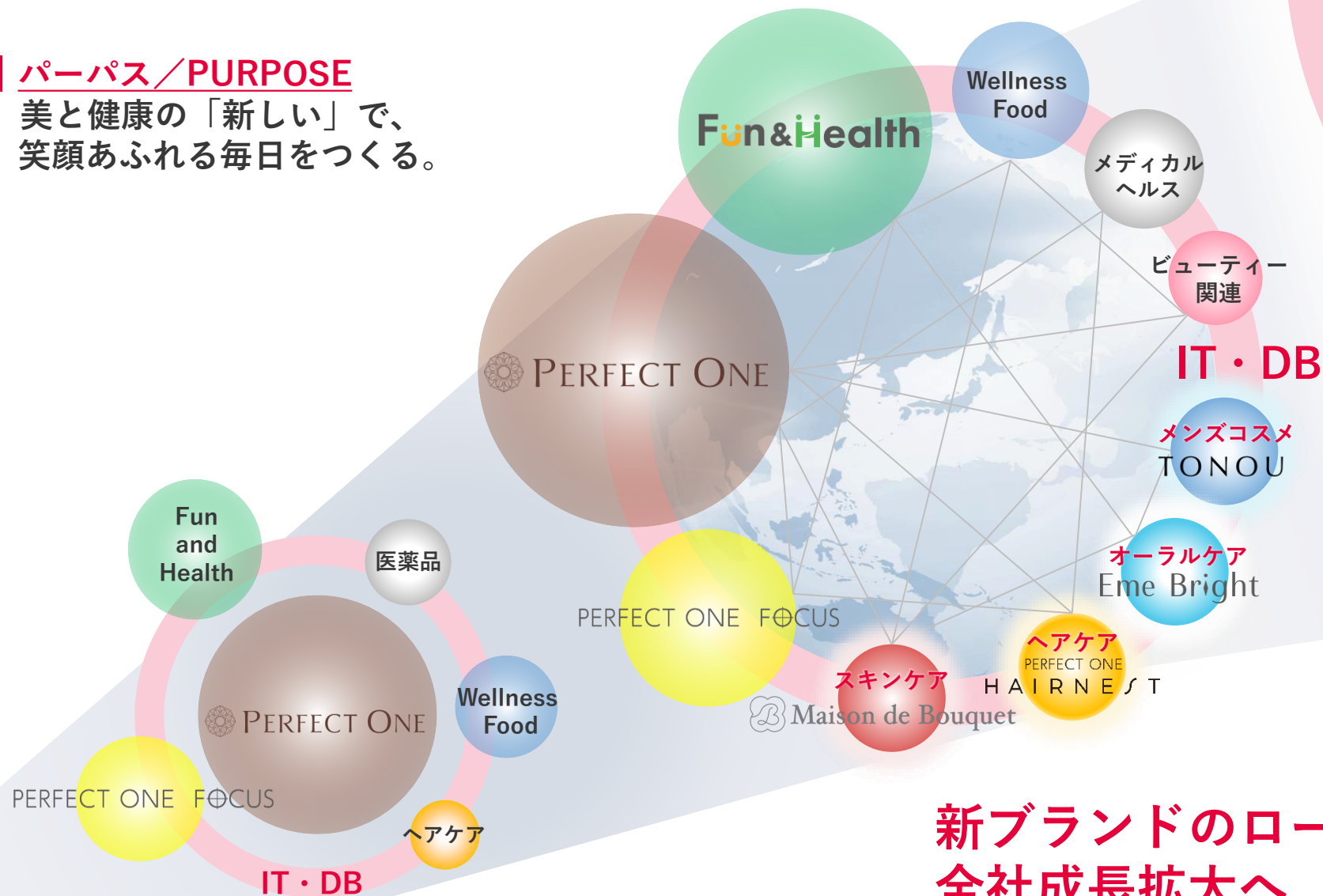
Wellness Food

- TV番組での特集をフックに
アマニ油の売上が卸販売、ECともに増加

中長期的な事業展開イメージ

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。



新ブランドのローンチで
全社成長拡大へ

オーラルケア新ブランド「Eme Bright」誕生

「美と健康」領域において、日常のあらゆる面でお客さまの生活に寄り添うための新ブランドをローンチ
第1弾は、年齢とともに増加する歯ぐきの悩みや歯周病リスクに着目し、薬用歯みがき粉を発売
美と健康の「新しい」価値提供を拡大し、全社成長を加速させる



口もとから輝く人生を。

Eme Bright

トレンド×VOC×独自価値

NEW エミーブライト
ディープクリアペースト

2026年9月14日発売予定

- 日本初*¹歯と歯ぐきのケアに必要な8種のビタミン*²を配合した薬用歯みがき粉
- 口内環境のケア意識と高価格帯商品への関心が高い層をターゲット
- 歯周炎（歯槽膿漏）、歯を白くする、口臭予防など9つの効能・効果

* 1：TPCマーケティングリサーチ調べ（2026年2月時点）

* 2：ニコチン酸アミド、アスコルビン酸、D-パントテニルアルコール、リボフラビン(湿潤剤)、酢酸D,L- α -トコフェロール、塩酸ピリドキシン(有効成分)、ビタミンA油(油脂剤)、天然ビタミンE(製品の抗酸化剤)

新商品・新ブランドの取り組み

トレンド×VOC×独自価値

PERFECT ONE HAIRNEST



NEW

パーフェクトワンヘアネスト ヘアカラートリートメント

2026年7月15日発売

- スカルプナノシャンプー、スカルプナノエッセンスに続く第3弾は、市場拡大が続く
白髪用ヘアカラートリートメント
- 高い染毛力を求めるお客さまの声をもとに開発
自宅で手軽に白髪ケアと艶髪ケアを同時に叶える

Maison de Bouquet



NEW

メゾンドブーケ ミルクローション

2026年9月1日発売予定

- 30～40代向けスキンケア新ブランドの
第2弾は、最も需要がある化粧水
- 化粧水層×乳液層の2層式ローション
乾燥やごわつきなど大人の肌悩みにアプローチ

3. 2026年9月期計画

2026年 9 月期計画

売上高は**好調ブランドへの積極投資により全社的な顧客基盤を強化、4 Q以降も持続的な増収を図る**
化粧品は戦略的新商品の投入とプロモーション施策を加速させることで再成長をめざす
ヘルスケアは**Fun and Healthの中計目標100億円を 1 年前倒し達成見込み、来期も成長トレンド継続へ**
営業利益はROIを重視した投資を継続、4 Qにおける売上拡大で**通期計画50億円達成を見込む**

(単位：百万円)

項目		2025/ 9 期 実績	2026/ 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		41,140	32,153	45,000	+3,859	+9.4%
	化粧品	33,370	23,531	35,300	+1,929	+5.8%
	ヘルスケア	7,769	8,621	9,700	+1,930	+24.8%
営業利益		4,782	3,746	5,000	+217	+4.6%
	営業利益率	11.6%	11.7%	11.1%	▲0.5pt	—
経常利益		4,877 [*]	3,805	5,020	+142 [*]	+2.9% [*]
(親会社株主に帰属する) 当期純利益		2,554	2,618	3,400	+845	+33.1%

*：2026/ 9 期 1 Qより表示方法の変更を実施。当該表示方法の変更を反映した組替え後の数値を用いて算出。

2026年 9 月期計画前提

通信販売は引き続き**オフライン・EC**ともに**新規獲得を推進し、データベース拡大による売上増加を図る**
卸販売はスリモアコーヒ－の展開店舗数拡大と、FOCUSのECとの相乗効果によりチャネル成長へ
海外販売は化粧品に続いてヘルスケアの販売を開始、国内成功事例の横展開による事業成長をめざす
FFコストは配送効率等のコスト最適化を継続して推進、収益基盤の強化を行う

(単位：百万円)

項目	2025/9 期 実績	2026/9 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	37,138	29,226	39,690	+2,551	+6.9%
卸 販 売	4,063	2,844	5,140	+1,076	+26.5%
海 外 販 売	▲62	82	170	+232	—

<国内外EC売上高>

国 内 外 E C 売 上 高	9,571	8,229	12,290	+2,718	+28.4%
-----------------	-------	-------	--------	--------	--------

<マーケティング投資>

広 告 宣 伝 費	11,310	9,652	12,090	+779	+6.9%
販 売 促 進 費	5,897	4,228	6,350	+452	+7.7%

<オペレーションコスト>

F F コ ス ト	4,037	3,027	4,350	+312	+7.7%
コ ー ル セ ン タ ー コ ス ト	2,267	1,669	2,340	+72	+3.2%

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
2025年(実績)

市場規模1,300億円*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 *4

青汁市場（機能性表示食品）
2025年(実績)

市場規模125億円*4



クレンジングバーム市場

国内売上シェア
NO.2 *3

クレンジングバーム市場
2025年(実績)

市場規模207億円*2



機能性表示食品 粉末・顆粒インスタントコーヒー市場

機能性表示食品
粉末・顆粒インスタント
コーヒー市場シェア
NO.1 *5

ダイエット関連市場
2025年(予測)

市場規模1,340億円*6



*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2026」（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2025年実績）

*2：富士経済「化粧品マーケティング要覧 2026」（オールインワン部門、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 2026」（クレンジングバーム部門／メーカー、ブランドシェア2025年実績）

*4：【対象商品】機能性表示食品 青汁（2025年販売主要95製品）【調査概要】2025年1月-12月の売上をIR・POS・広告・取材などにより算出。TPCマーケティングリサーチ調べ

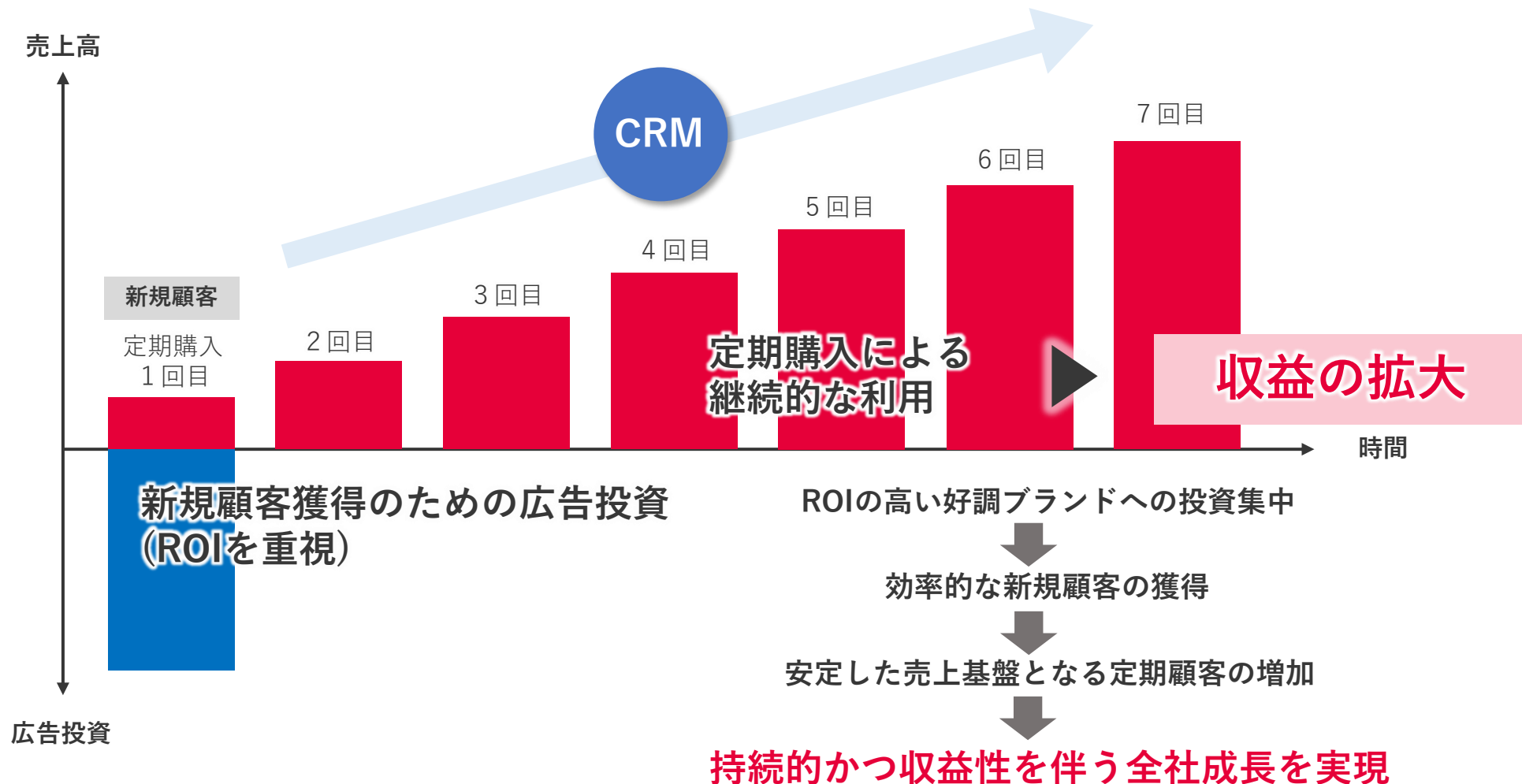
*5：【対象商品】機能性表示食品 粉末・顆粒インスタントコーヒー（対象期間中販売45製品）【調査概要】2024年10月～2025年9月の売上をIR・POS・広告・取材などにより算出。TPCマーケティングリサーチ調べ

*6：H・Bフーズマーケティング便覧 2025 No.1機能志向食品編（サプリメント）及び H・Bフーズマーケティング便覧 2025 No.2健康志向食品編（明らかに食品・ドリンク類）のデータをもとに自社独自算出

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660万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

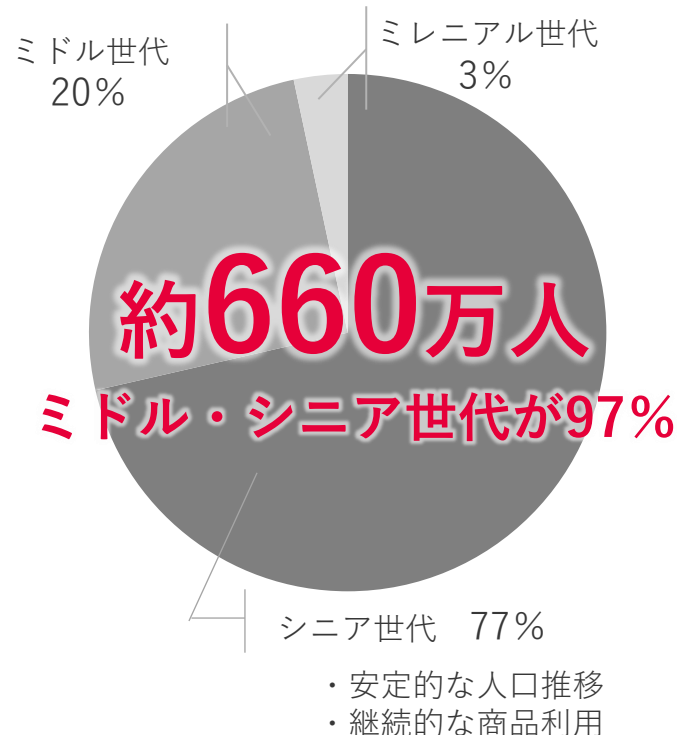
顧客開発

継続的な新規顧客の獲得

広告投資

新商材開発

顧客データベース (25/9 期末)



マーケティング

Health & Beauty
トータルケアの提案

高機能商品への**アップセル**
季節限定商品等の**クロスセル**

コールセンター提案による
購入頻度の引き上げ

再購入促進による
データベースの活性化

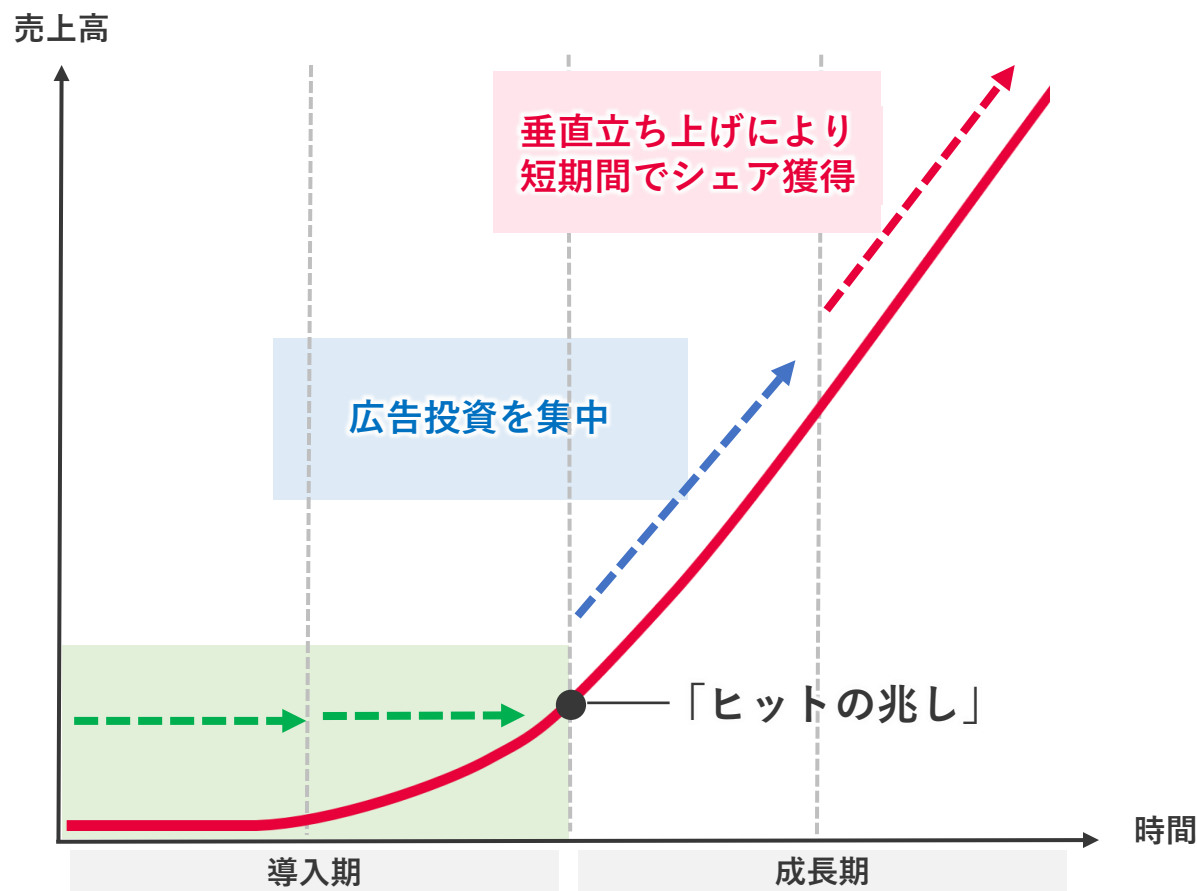
新規事業との**シナジー創出**

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

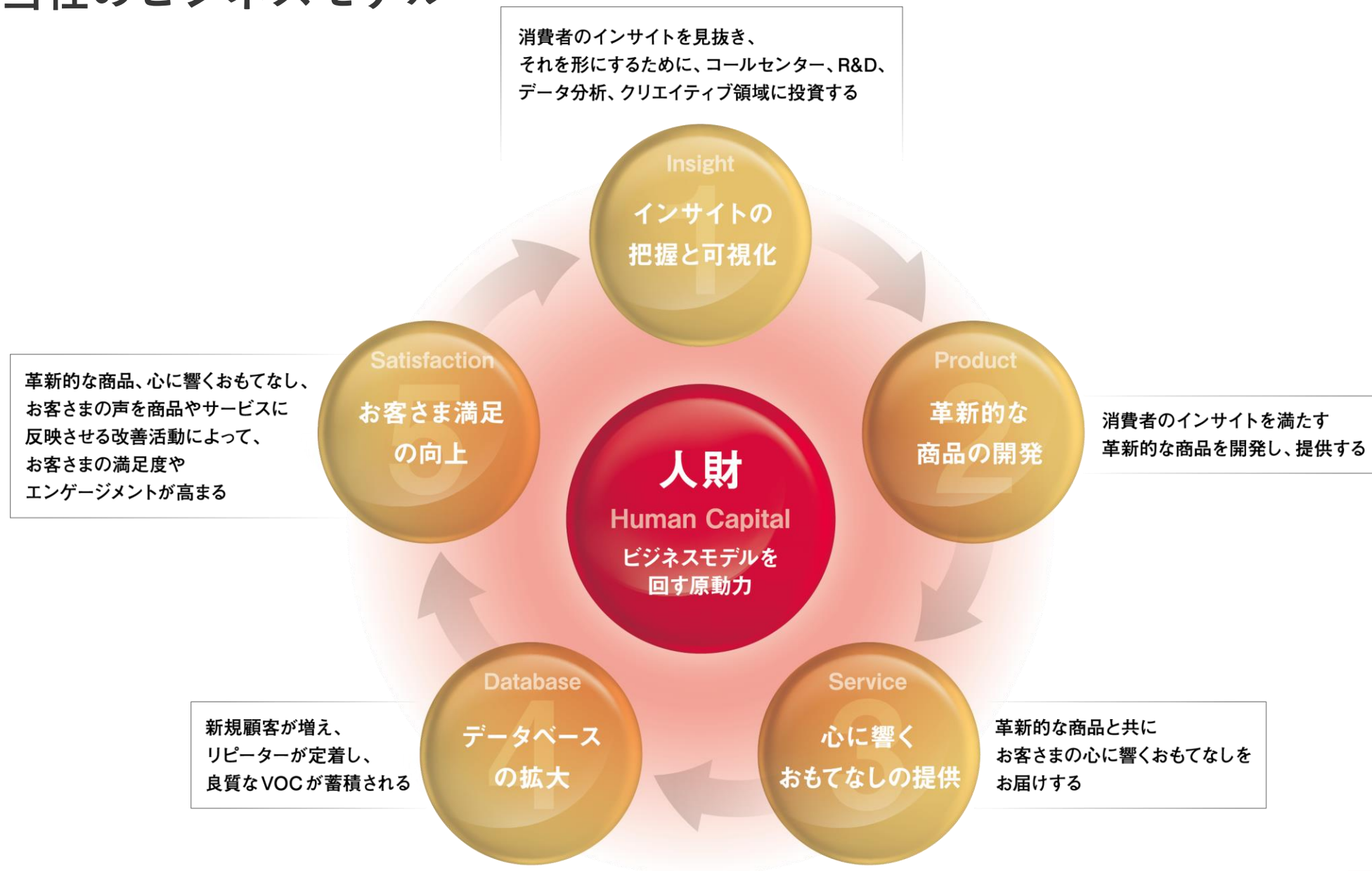
当社通信販売チャネルのプロダクトライフサイクルマネジメント



[参考]：スリモアコーヒーの
累計売上高の推移



当社のビジネスモデル



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 9 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	PERFECT ONE US Co.,Ltd.		
連結売上高	411.4億円〔2025年 9 月期〕		
連結総資産	290.3億円〔2026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
2025年10月	株式会社フラット・クラフトを吸収合併

* 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		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 (連結)	2026年 9 月期 3 Q (連結)
売上高	百万円	36,107	37,653	40,043	41,140	32,153
経常利益	百万円	3,490*	3,652*	4,110*	4,877*	3,805
当期純利益	百万円	2,357	2,394	2,795	2,554	2,618
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	17,918	19,661	21,792	22,809	24,236
総資産額	百万円	23,857	25,501	27,222	28,251	29,030
自己資本比率	%	74.4	76.5	79.8	80.7	83.5
自己資本利益率	%	14.0	12.9	13.6	11.5	—
配当性向	%	30.0	29.6	34.7	43.2	—
営業キャッシュ・フロー	百万円	2,287	3,468	2,097	4,690	—
投資キャッシュ・フロー	百万円	▲496	▲208	▲382	▲1,794	—
財務キャッシュ・フロー	百万円	▲1,093	▲2,101	▲902	▲2,098	—
現金及び現金同等物の 期末残高	百万円	14,351	15,518	16,341	17,118	—
従業員数(臨時雇用者除く、出向者含む)	名	302	307	316	316	—

1 株当たり純資産額	円	826.51	906.72	1,006.66	1,078.69	—
1 株当たり当期純利益	円	109.91	111.37	129.69	120.48	—
1 株当たり配当額	円	33.00	33.00	45.00	52.00	—

*：2026/9 期 1 Qより表示方法の変更を実施。当該表示方法の変更を反映した組替え後の数値を用いて算出。

＜ 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

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。