



**(令和元年)2019年9月期第3四半期
決算補足説明資料**

2019年8月6日

- 1** 第3四半期決算報告
- 2** 事業概況
- 3** (参考)当社事業の紹介

- ✓ 新株予約権の権利行使による資本金2,880百万円の増加
- ✓ マザーズ市場への上場に伴う公募増資による資本金202百万円の増加

		2018年9月期		2019年9月期 第3四半期		前期末比	
		2018年9月末	構成比	2019年6月末	構成比	増減額	前期末比
資	流動資産	6,094	64.2%	12,943	77.6%	+6,848	212.4%
	固定資産	3,397	35.8%	3,739	22.4%	+341	110.1%
資産合計		9,491	100.0%	16,682	100.0%	+7,190	175.8%
負	流動負債	3,904	41.1%	3,845	23.1%	△59	98.5%
	固定負債	1,394	14.7%	1,315	7.9%	△79	94.3%
負債合計		5,299	55.8%	5,161	30.9%	△138	97.4%
純資産合計		4,191	44.2%	11,521	69.1%	+7,329	274.8%
負債純資産合計		9,491	100.0%	16,682	100.0%	+7,190	175.8%

✓ 売上高が順調に推移したことを受け、各段階利益は通期予想に対し順調に進捗

	2019年9月期 第3四半期		
	2018/10～2019/6	売上構成比	通期予想進捗率
売上高	25,376	100.0%	76.2%
売上原価	3,669	14.5%	
販売費及び一般管理費	19,107	75.3%	
営業利益	2,592	10.2%	99.7%
経常利益	2,546	10.0%	97.5%
四半期純利益	1,573	6.2%	89.8%

* 2018年9月期第3四半期において四半期財務諸表を作成していないため、前年同四半期との比較は行っておりません。

	2019年9月期 (通期)		
	2018/10~2019/9	売上構成比	前年同期比
売上高	33,319	100%	106.8%
営業利益	2,600	7.8%	104.3%
経常利益	2,612	7.8%	104.5%
当期純利益	1,753	5.3%	100.1%
1株当たり当期純利益	110円73銭	-	-

配当予想 (期末)

16円80銭

化粧品

- ✓ パーフェクトワン薬用ホワイトニングジェルの販売が好調
- ✓ 日焼け止めジェルやピーリングジェルの販売が好調に推移



[オールインワン美容液ジェル]
薬用ホワイトニングジェル



[日焼け止めジェル]
SPモイスターUV



[ピーリングジェル]
SPピーリングジェル

ヘルスケア
(健康食品・医薬品)

- ✓ 第4四半期に機能性表示食品の新商品を発売
- ✓ 来期以降のヘルスケア売上拡大に向けた取組みを進める



[機能性表示食品] Wの健康青汁
(2019年7月19日新発売)



[機能性表示食品] キョククリーフ
(2019年7月1日新発売)

<p>通 信 販 売</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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を 購入のお客様に対する他商品の併売促進が好調 ✓ ヘルスケア商品の販売強化が第4四半期の課題
<p>直 営 店 舗 販 売 ・ 卸 売 販 売</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 直営店舗の販売が好調 ✓ 販売代理店(卸売)の需要が堅調 ✓ 出店から1年以内の直営店舗における販売強化 (なんばマルイ店/2018年9月オープン、北千住マルイ店/2018年11月)
<p>海 外 販 売</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ SNSを活用したライブコマース等のプロモーション施策が 好調に推移 (中国)

(参考)
当社事業の紹介



シンプルスキンケアブランド「PERFECT ONE」を展開しています
主力のオールインワン美容液ジェルシリーズは、オールインワンスキンケア市場の
トップシェア商品として多くのお客さまにご利用いただいています

PERFECT ONE



化粧品の主なラインナップ

2000年に基礎化粧品の通信販売を開始した後、2006年に
前身のラフィネパーフェクトワンの販売を開始しました

2014年4月にはブランド名を「**PERFECT ONE**」へ
リブランディングし、現在ではオールインワン美容液ジェル、
化粧水、クレンジング・洗顔等の**シンプルスキンケア商品**を
展開しています



オールインワン美容液ジェルシリーズ

化粧水・乳液・クリーム・美容液・パック・化粧下地の6役を
1品で果たすオールインワン美容液ジェルシリーズは
オールインワンスキンケア市場における国内売上**No.1**^{*1}を
3年連続で獲得し、累計販売個数**5,000万**個^{*2}を突破しています

*1：パーフェクトワン オールインワンジェルシリーズとして

富士経済「化粧品マーケティング要覧2019」（モイスチャー部門及びオールインワン部門/メーカー、ブランドシェア2018年実績）

*2：2006年5月～2019年3月販売実績 ラフィネ パーフェクトワンシリーズを含む

人々の健康志向の高まりにより市場拡大が期待されるヘルスケア領域において、お客さまの健やかな毎日をサポートするために健康食品や医薬品を展開しています



健康食品の主なラインナップ

厳選した原料、当社の技術で、飲みやすさと品質にこだわった商品をお客さまへ提案しています

朝イチスッキリ！シリーズでは、国産素材20種類と乳酸菌、酵素をバランス良く配合した青汁である「朝イチスッキリ！青汁サラダプラス」を販売しています

機能性表示食品では、ひざ関節の曲げ伸ばしや柔軟性をサポートする「ロコアタックEX」を販売しています



医薬品の主なラインナップ

機能性素材を配合した医薬品をはじめ、さまざまな疾病や症状を改善へと導く商品を開発しています

からだの内側から肌を整えて、イボ・肌あれに有効なヨクイニンから成分を抽出し、飲みやすい錠剤にした「新日本製薬の生薬 ヨクイニンエキス錠SH」等を販売しています

当社の主力販売チャネルは、通信販売チャネルです

コールセンターのコミュニケーターは、お客さまのニーズやお悩みに合わせ、お客さま一人ひとりに合った商品のご提案と様々なサポートを行っています

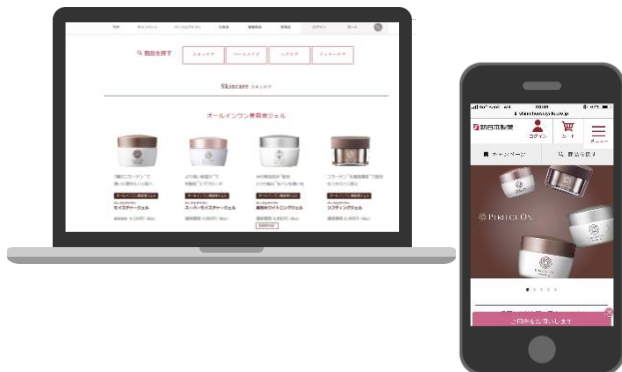
また、お客さまの商品購入実績やお客さまの声等の情報は、データベース化し蓄積しています



コールセンターの業務風景

テレビや新聞、雑誌等のメディアへ出稿している広告等を見てお問合せいただいたお客さまに対し、コールセンターのコミュニケーターが注文を受けるとともに、商品の提案と様々なサポートを実施しています

また、お客さまに商品を長くご利用いただくために、定期購入サービスをはじめとする「お買いものサービス」を提案しています



当社オンラインショップ(EC)

当社が管理・運営するオンラインショップ(EC)でも化粧品、健康食品及び医薬品を販売しています

24時間いつでもご注文いただけるオンラインショップを展開することで、お客さまの快適なショッピング環境を提供しています

直営店舗では、専門のビューティーアドバイザーが肌診断やカウンセリング等を実施し、対面によるお客さまのサポートを行っています

取扱店は、全国に550店*1を展開し、お客さまが商品をご購入いただきやすい環境を構築しています

また、東アジア地域を中心とした海外での販売を展開しています

*1 2018年9月30日時点



直営店舗の風景



取扱店の風景

直営店舗は全国の百貨店やショッピングセンターへ12店舗を出店しています

また、GMS*2やバラエティショップなどの取扱店舗及びネット通販や生協などの販売代理店を通じた卸売販売を展開しています

*2 General Merchandise Store



海外販売

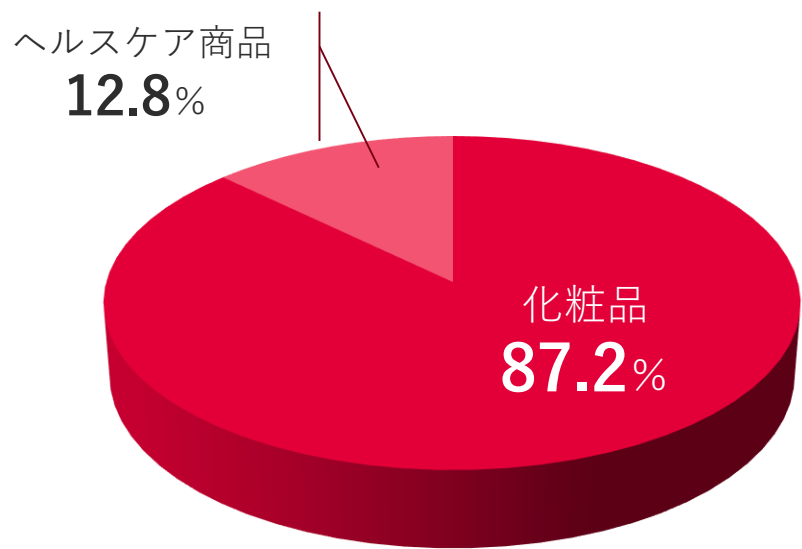
JAPAN INBOUND FESTIVALにて

2016年に台湾市場で通信販売を開始しました

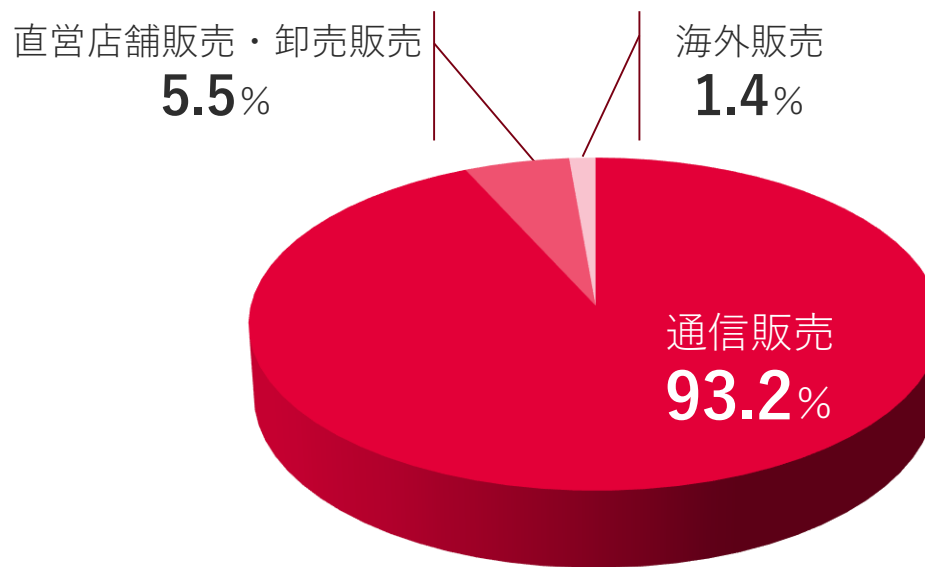
その後、2018年には香港市場での店舗販売、中国市場での越境EC、タイ市場での店舗販売を展開してきました

現在、日本ブランドへの評価や国内で培ったデータベースマーケティングのノウハウを活用し、アジア地域への展開を進めています

当社の売上高は、商品カテゴリー別では、化粧品の売上が全体の9割弱を占めています
また、販売チャネル別では、通信販売(EC含む)が全体の9割を超えています



商品別売上内訳*

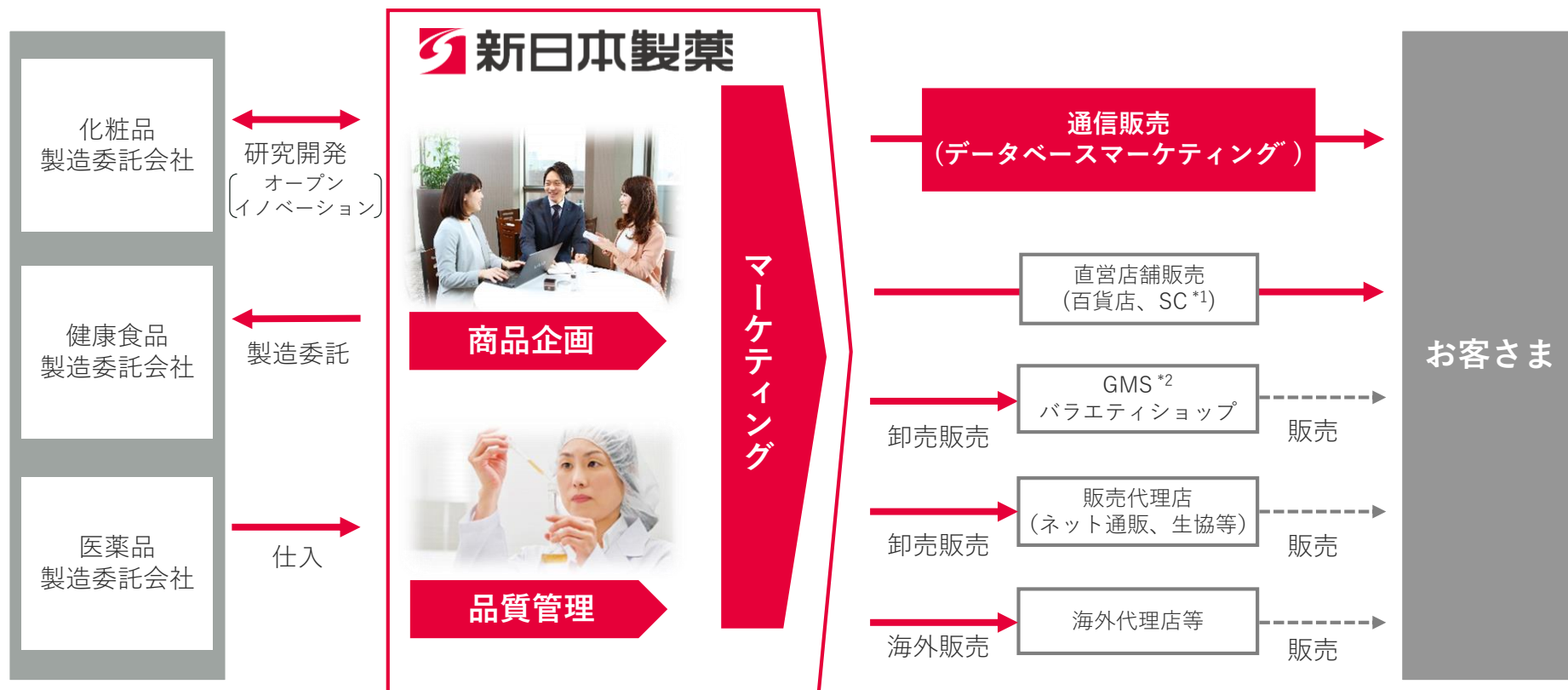


販売チャネル別売上内訳*

* : 2018年9月期実績

当社はデータベースマーケティングに基づき、化粧品を中心に美と健康に関する商品の研究開発・商品企画・販売を行うファブレスメーカーです

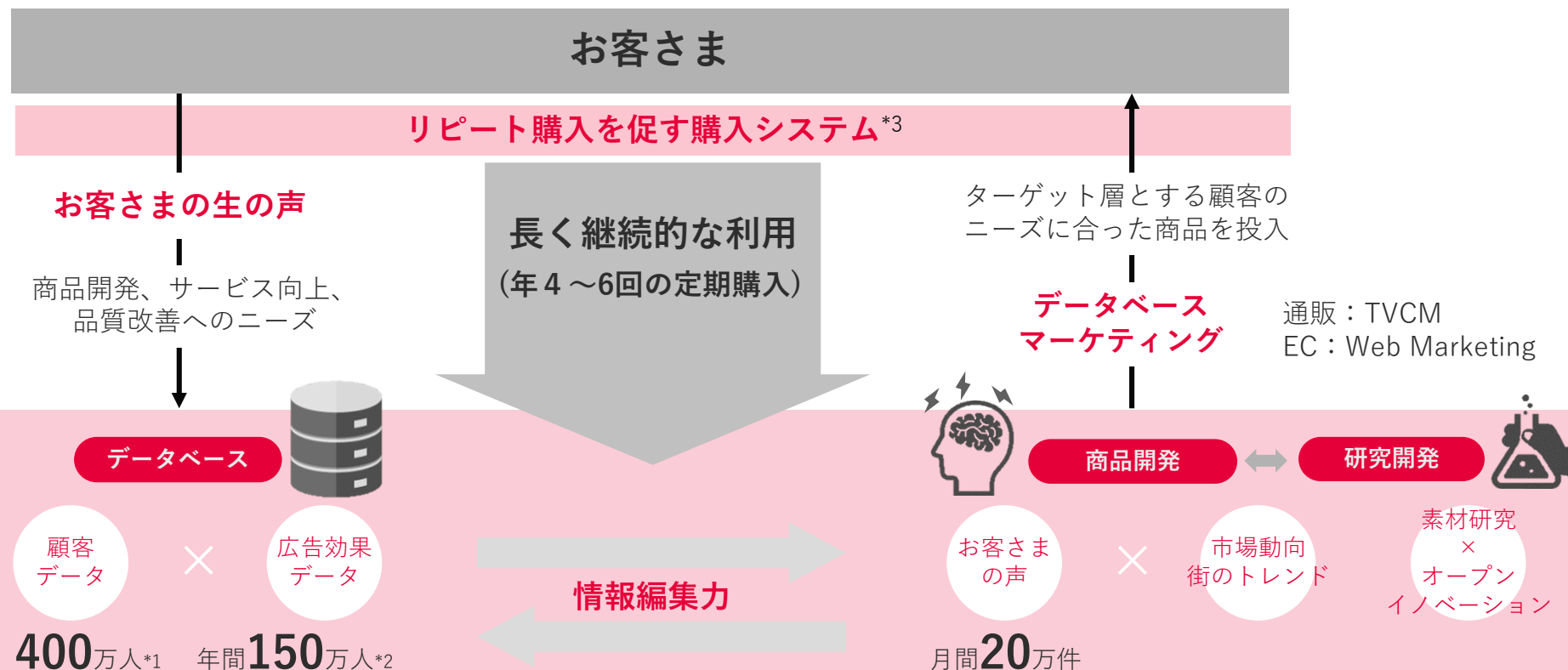
通信販売(データベースマーケティング)でお客さまへ直接、商品を販売しています



*1 ショッピングセンター

*2 General Merchandise Store

データベースマーケティングに基づいた商品開発と販売企画で顧客にマッチした商品を提供しています
同時に、お客様の生の声をデータベースに蓄積し、商品開発や品質改善、サービス向上に活用しています



*1: 2018年9月末時点

*2: 2018年9月期、年間利用顧客数

*3: お買いものサービス(定期購入制度、ステージ制度、ポイントサービス)



新日本製薬