

個人投資家様向け 会社説明資料

日華化学株式会社

【証券コード：4463】

代表取締役 社長執行役員 江守 康昌

2021年6月29日

A photograph of the exterior of a modern NICCA building. The building has a light-colored, vertically-slatted facade. The NICCA logo is visible on the upper part of the building. The sky is blue with some clouds.

1. 会社概要・事業概要

---p3

2. 成長戦略

---p17

3. 直近決算概要・業績予想

---p29

4. 株主様還元

---p36



1. 会社概要・事業概要

所在地・創立

本社／福井県福井市

創立／1941年(昭和16年)

事業内容

繊維他各種産業用界面活性剤、および化学品、化粧品等の製造・販売

資本金

28億98百万円

連結売上高

411億円（2020年12月期）

従業員数

連結 1,496名 単体 607名(2021年3月31日)

上場取引所

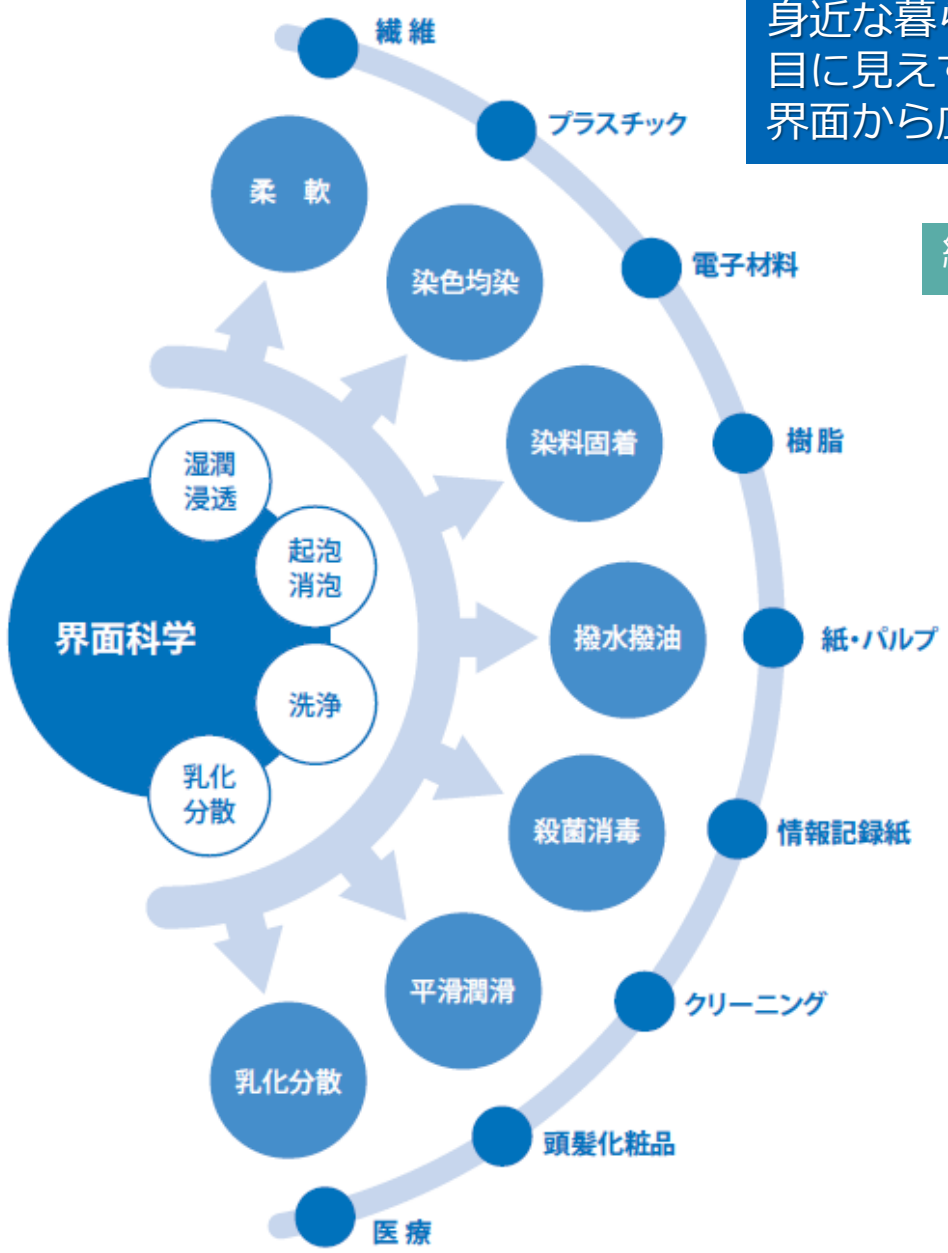
東証 1 部、名証 1 部

経営理念

お客様、社員、株主、そして社会から信頼され選ばれる企業を目指す



身近な暮らしのいたるところに、日華化学の技術が使われています。
目に見えず、普段は気がつかないけれど、どこかでお役に立っている。
界面から広がる日華化学のテクノロジーはこれからも快適な暮らしを支え続けます。



繊維加工分野



世界の Apparel が求める環境配慮型撥水加工にも

カーシートの難燃加工、日焼け・色あせ防止加工にも

環境に配慮した人工皮革加工にも

カーテンやカーペット等の難燃・防汚加工にも

汗を素早く吸収してスグ乾く、スポーツウェアの吸汗速乾加工にも

機能材料分野



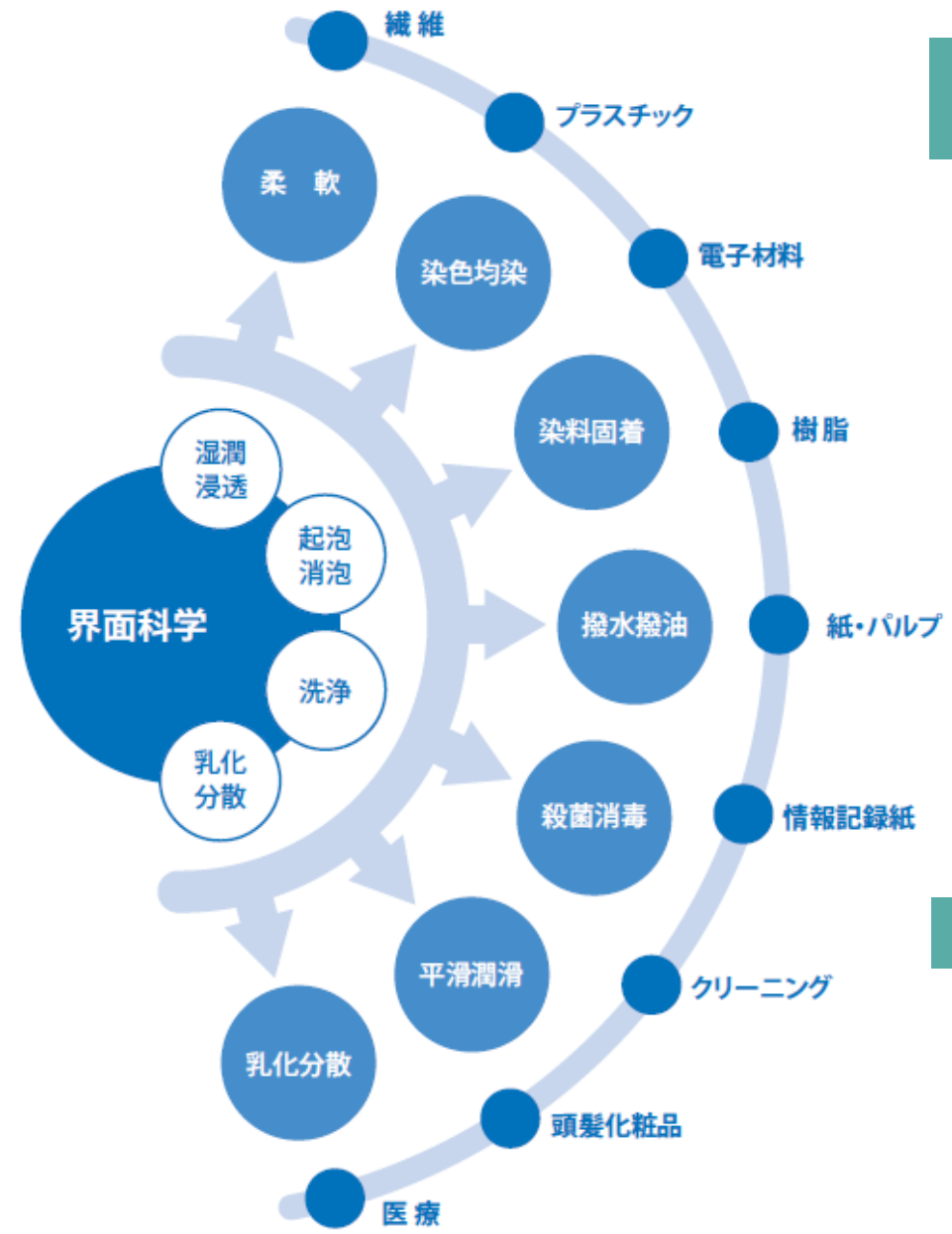
汗のニオイや菌の繁殖を抑える肌着の抗菌消臭加工にも

環境配慮型の車両用低温洗浄剤も

新幹線に使われる汚れが落ちやすく環境にやさしいメンテナンス洗浄剤も

雑誌・新聞紙のリサイクルに不可欠なインクを取り除く脱墨加工にも

航空券や乗車券などさまざまなチケット類の感熱紙にも



クリーニング・ メディカル分野



クリーニング店向けの
洗剤・撥水剤などにも

ホテルや病院のリネン
洗浄にも

衛生的な生活のための
必需品、ハンドソープ
など手指消毒製品にも

手術中に活躍する医療
用器具等の洗浄にも

先端素材分野



半導体シリコンウエハ
ー加工に使われる各種
加工薬剤も

化粧品分野



デジタルデバイスや半
導体に使われる先端材
料も

美容室で使われるプロ
使用のヘアケア製品や
ヘアカラー製品も

美容室で人気のキュー
ブ型スタイリング剤も

美容室・サロンでのヘ
ッドスパ用シャンプー
やオイルなども

界面 = 異なった性質を持つ 2 つの物質の間に存在する境界面

活性剤 = 界面において機能を発揮して性能を高める物質

天然(系)の界面活性剤としては・・・

- ・卵の黄身に含まれる卵黄レシチン

マヨネーズは卵黄レシチンの働き（卵と油がきれいに混ざる）

- ・石鹼

紀元前に油脂 + 土灰（アルカリ剤）から作られた

昭和初期頃より、洗濯や身体の洗浄だけでなく繊維工業で
使用されはじめ、高度経済成長により繊維以外の産業分野
での需要が拡大、応用研究が進んだ



セパレートドレッシングのイメージ



界面活性剤の機能の代表例

A) 乳化・分散



界面活性剤



水と油が均一に
混ざり合う

B) 湿潤・浸透



界面活性剤



糸が濡れやすく
なり水中に沈む

他にも・・・

- C) 起泡・消泡
- D) 洗浄
- E) 柔軟・平滑
- F) 帯電防止
- G) 防錆
- H) 均染・固着
- I) 殺菌

2つの事業領域を持つ化学品メーカー

国内
トップシェア

化学品事業

国内
トップシェア

繊維加工用薬剤



クリーニング
&メディカル用薬剤



製紙関連薬剤



先端素材関連化学品



国内
トップシェア
(脱墨剤)

化粧品事業

プロフェッショナル向け頭髪用化粧品

ヘアケア剤



スタイリング剤



ヘアカラー剤



パーマ剤





**海外9つの国と
地域に拠点展開**

50年超

1968 台湾



1971 韓国



1974 タイ



1974 インドネシア



1988 アメリカ



1993 広州



2002 浙江



2002 上海



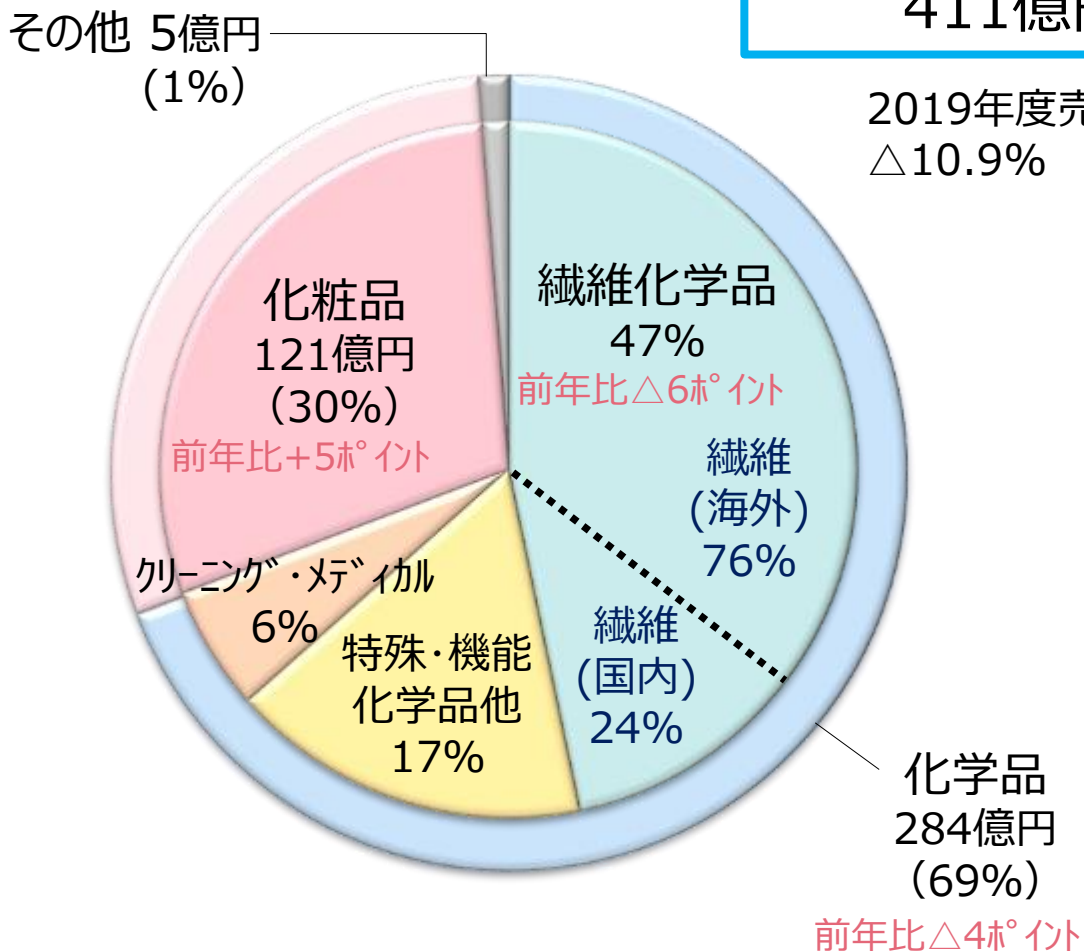
2004 ベトナム



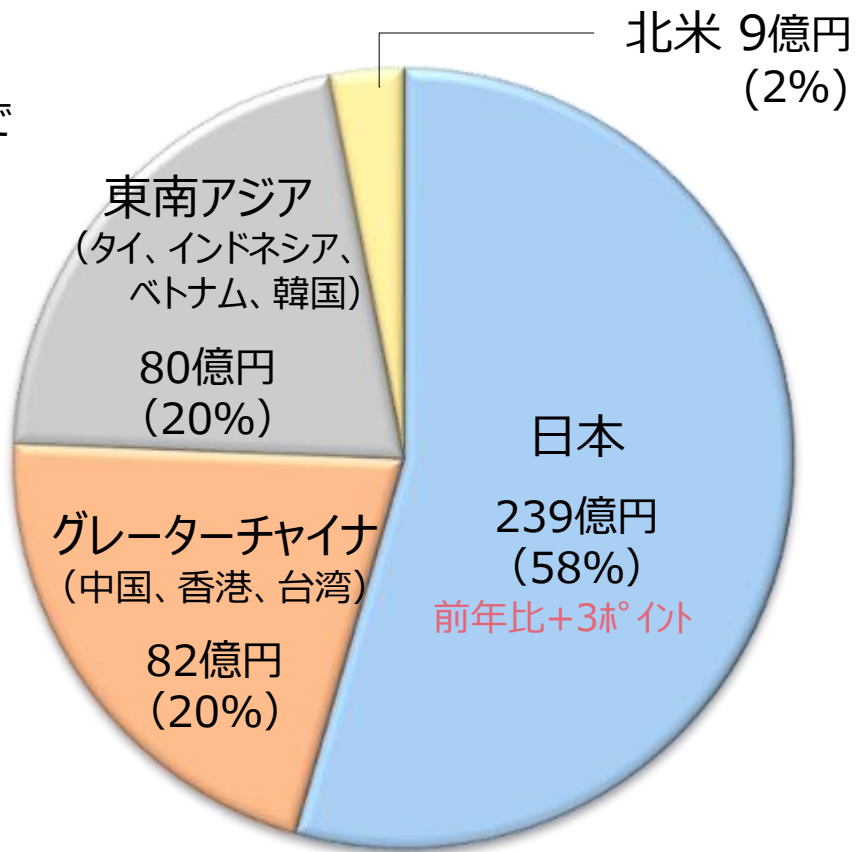
- 2011 蒂美妮（北京） 国際商貿
- 2012 DEMI KOREA
- 2014 ダッカ事務所／バングラデシュ
- 2020 NICCA INDIA

事業所・所在地別 売上高比率

【事業別売上高比率】



【所在地別売上高比率】



※売上高は億円未満四捨五入
%は小数点以下四捨五入

2つの事業領域を持つ化学品メーカー

国内
トップシェア

化学品事業

国内
トップシェア

繊維加工用薬剤



クリーニング
&メディカル用薬剤



製紙関連薬剤



先端素材関連化学品



国内
トップシェア
(脱墨剤)

化粧品事業

プロフェッショナル向け頭髪用化粧品

ヘアケア剤



スタイリング剤



ヘアカラー剤



パーマ剤



＜日華化学の強み＞

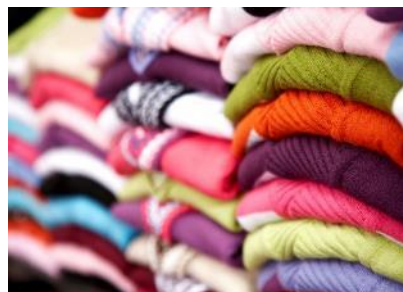
- 世界のお客様の悩みや課題をグローバルネットワークで解決
- 繊維加工工程全てにわたる製品ラインナップと技術知見を有する

＜繊維加工工程＞



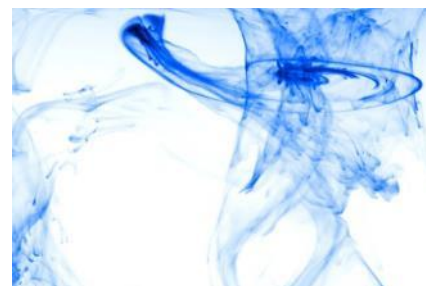
精練
漂白

糸・生地を洗う
(ゴミ・油を洗い流す)
⇒ 染まりにくさ防止



染色

糸・生地を染める
(均等に染める)
⇒ 色ムラ防止



ソーピング
フィックス(固着)

余分な染料を洗い流す
染料を落ちにくくする
⇒ 洗濯等による
色落ち防止



機能加工

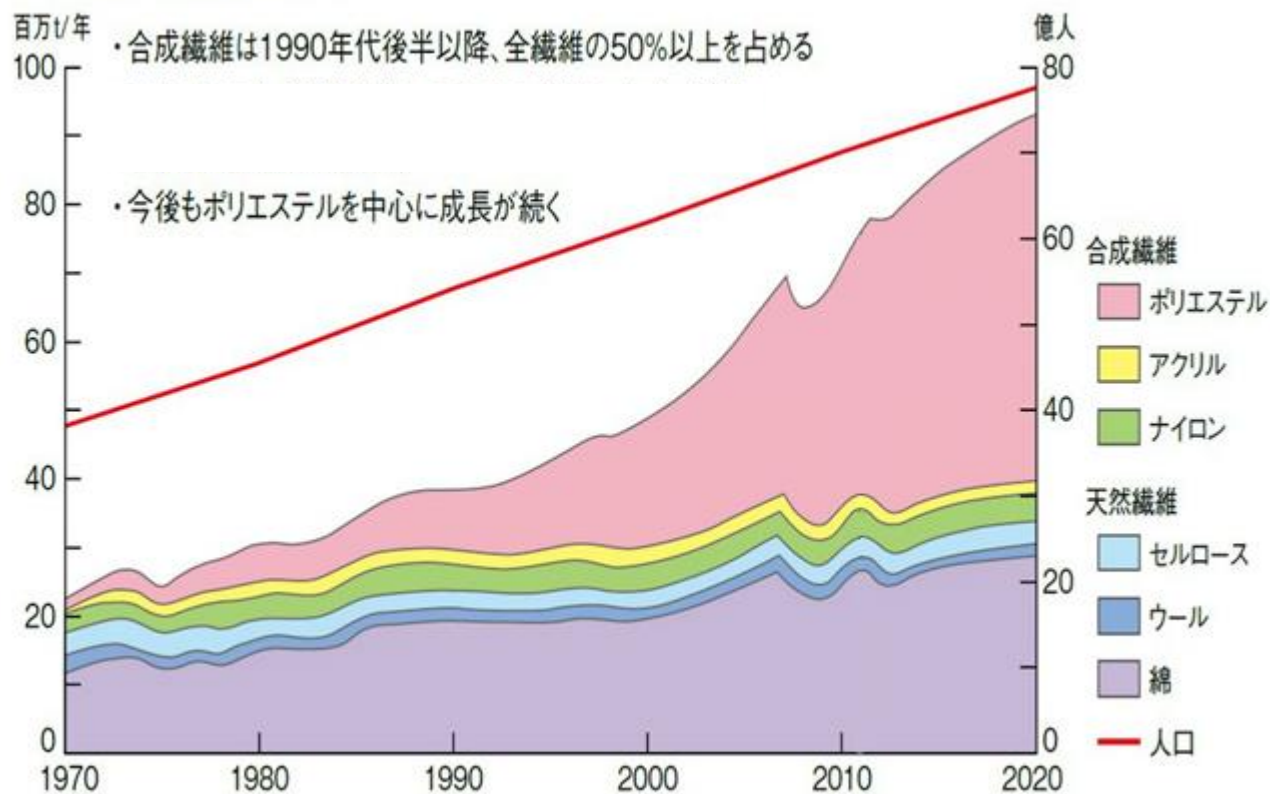
機能性を付与する
撥水・撥油、難燃、
帯電防止、抗菌、
消臭、柔軟仕上他

注力

新興国の経済成長と世界的な人口増加で繊維産業は更に成長

人口増加に伴う繊維生産量の伸び

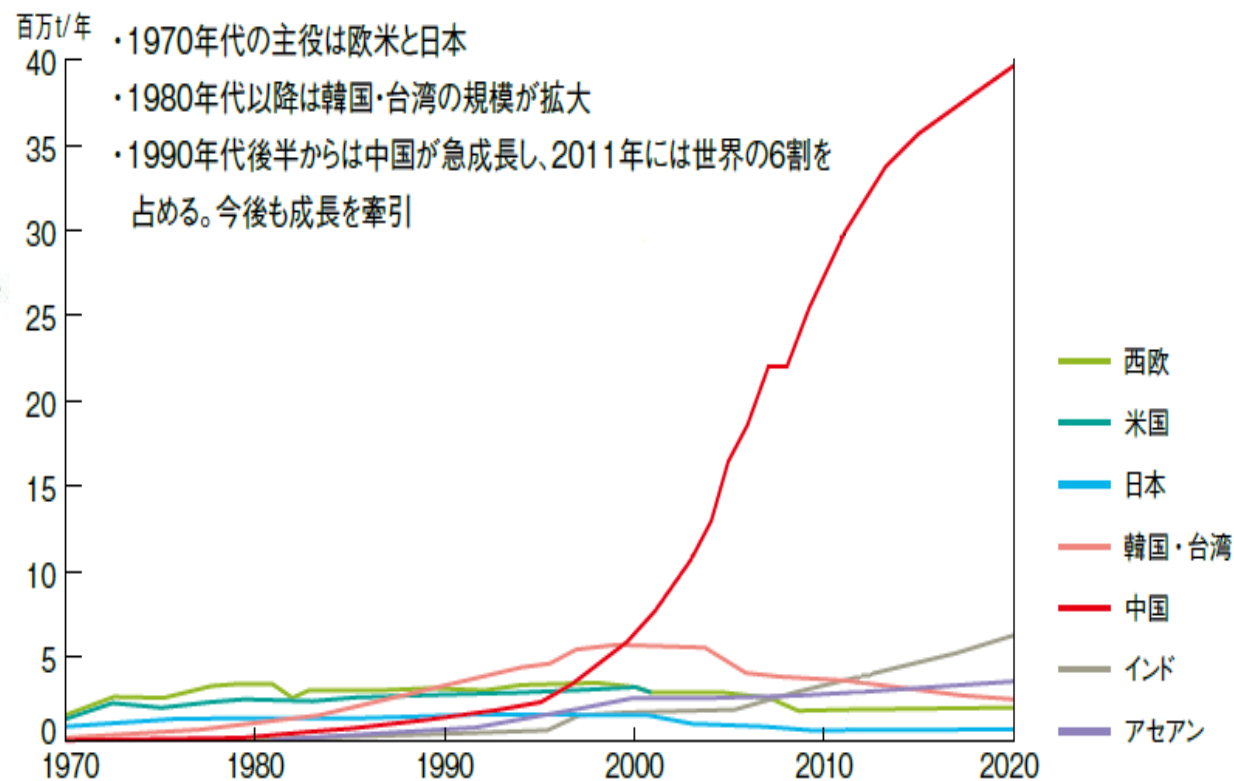
■世界の主要繊維生産量



出展：繊維産業の現状及び今後の展開について（経済産業省、2013年）

繊維生産は中国を中心とするアジアで成長

■主要国・地域の合成繊維生産量



出展：繊維産業の現状及び今後の展開について（経済産業省、2013年）

2つの事業領域を持つ化学品メーカー

国内
トップシェア

化学品事業

国内
トップシェア

繊維加工用薬剤



クリーニング
& メディカル用薬剤



製紙関連薬剤



先端素材関連化学品



国内
トップシェア
(脱墨剤)

化粧品事業

プロフェッショナル向け頭髪用化粧品

ヘアケア剤



スタイリング剤



ヘアカラー剤



パーマ剤



＜美容室向け＞毛髪用化粧品の総合ブランド(主力)

毛髪科学の理論の裏付けによる研究開発力に強み
髪健康と美しさを追求

ヘアケア・スカルプケア剤

シャンプー、トリートメント等



デミ



“ UTAU (ウタウ) ”

スタイリング剤

ワックス、スプレー等



“ ウェーブ デザインキューブ ”

ヘアカラー剤、パーマ剤



ヘアカラー “ アソート アリア C ”

＜美容室向け＞髪と頭皮の高級エイジングケアブランド

＜ODM事業＞相手先ブランドでの受託生産

EroL

イーラル



イーラル(株)が
販売

ODM = 相手先ブランドで設計から製造まで請け負う

主に子会社（山田製薬）にて展開

The background is a collage of four images: top-left shows the exterior of a modern building with a vertical slat facade and the NICCA logo; top-right shows a close-up of a ceiling with horizontal white slats; bottom-left shows a low-angle view of the building's facade; bottom-right shows an interior view of a modern office space with desks, chairs, and glass partitions.

2. 成長戦略

全社基本ビジョン

『世界中のお客様から最も信頼されるイノベーション・カンパニー』

3つの経営軸

Innovation



イノベーションにより
新しい社会課題を解決する

Efficiency



積極的にデジタル化を推進し
徹底的な効率化を図る

Sustainability



持続可能な社会に貢献する
強く活気ある企業集団の実現

新中期経営計画では、5つの全社基本戦略によって、不確実性の高い経営環境でも
着実に成長するためのトランスフォーム＝『INNOVATION25』を成し遂げる

新中計スローガン

『INNOVATION25』

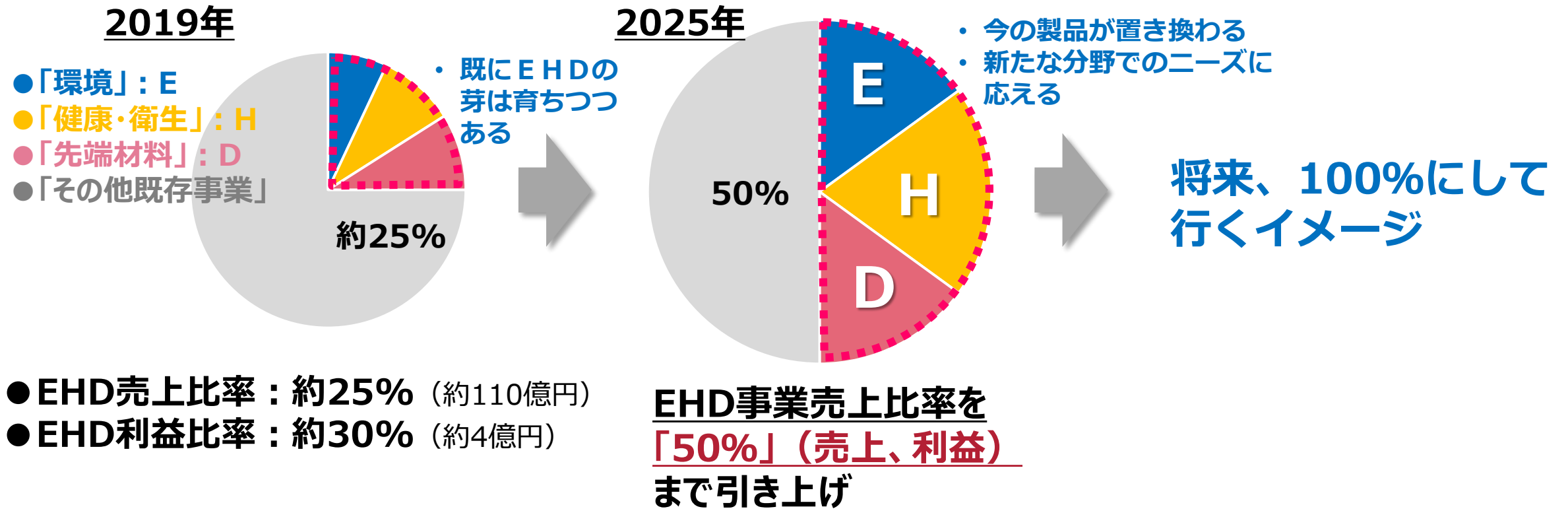
全社基本戦略

- | | | |
|---|----------------------------------|----------------|
| 1 | 事業構造の大転換：「環境」「健康・衛生」「先端材料」領域への注力 | Innovation |
| 2 | 生産性改革：デジタルトランスフォーメーションの積極推進 | Efficiency |
| 3 | 財務基盤の強化：安定して成長投資できる強い財務基盤の構築 | |
| 4 | サステナブル経営の推進：持続可能な社会への貢献 | Sustainability |
| 5 | 大家族主義の進化：ダイバーシティの推進と全社員の働きがい向上 | |

全社基本戦略①：『事業構造の大転換』

「環境 Environment」「健康・衛生 Health」「先端材料 Digital」の3領域（EHD事業）に軸足を置いた事業構造に大きく転換し、社会課題の解決に貢献する

- 国内の新製品開発テーマはすべて「EHD事業」に紐づくものにし、付加価値の高い製品・技術開発に注力
- 連結売上高に占める「EHD事業」売上高比率を、現状の「25%」から、25年に「**50%**」まで引き上げる



環境

Environment

売上高

2019-2023
CAGR : 21.3%

(億円)

30

2019

65

2023

基本方針／技術基盤／具体的取り組み

- 地球環境に関する社会的課題を解決する事業に注力することで、持続可能な社会と循環型経済の実現に貢献
- 合成・製造プロセス関連技術（低分子・高分子）、アンチエイジング・化粧品処方技術等を応用
- 自然由来成分、天然系素材、バイオ系原料を用いた製品開発や「二酸化炭素排出削減に貢献する」製品の開発に注力。また、環境に配慮した容器・包装材料の使用を積極的に推進

人工皮革用水系ポリウレタン

カーシート/ソファ/シューズ
/医療用手袋



フッ素フリー系撥水剤

高機能アパレル・
スポーツブランド衣料他



「髪も、世界も、美しく。」

『EraL』全面リブランディング
サステナブルブランドへ
美容室専売化粧品



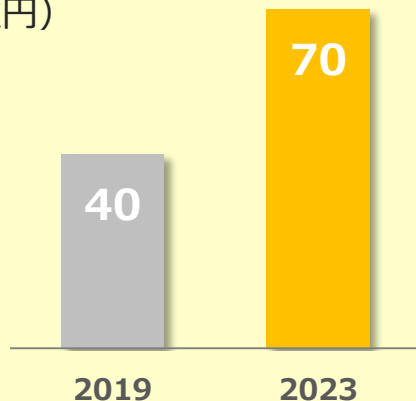
注力領域②：『健康・衛生』



売上高

2019-2023
CAGR : 15.0%

(億円)

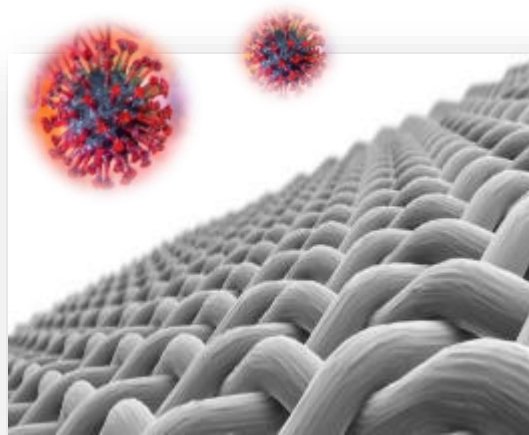


基本方針／技術基盤／具体的取り組み

- 社会的ニーズが高まっている衛生関連製品の開発、事業化を迅速に推進するとともに、
次世代医療や感染症対策を注力領域と定め、世界中の人々の健康と豊かな暮らしに貢献
- 精密有機合成、精密重合技術をはじめ、抗菌・抗ウイルス評価や病理細胞検査技術を応用
- 2020年に「生活・環境衛生事業開発室」を新設し、事業部を横断した組織体制で生活・環境衛生関連事業を強力に推進

抗菌・抗ウイルス加工薬剤

繊維製品、フィルム、塗料、
クリーニング



毛髪科学で髪を健康に美しく

ヘアケア、スカルプケア、
スタイリング



次世代体外診断薬キット

医療分野の洗浄領域拡張

保湿成分配合手指消毒剤



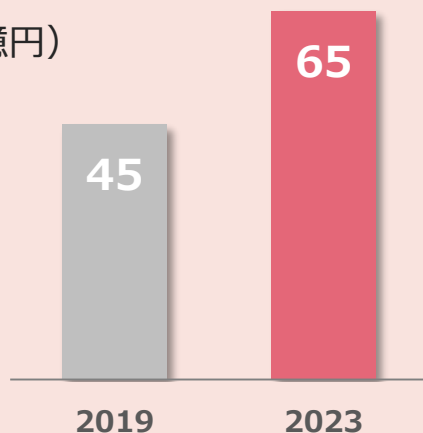
注力領域③：『先端材料』



売上高

2019-2023
CAGR : 9.6%

(億円)



基本方針／技術基盤／具体的取り組み

- デジタル社会の加速により、デジタルデバイスや半導体需要が拡大する中、**先端情報技術分野で必要とされる技術・材料**領域で新規事業を創出・育成し、先端材料関連事業を第3の柱にする
- 当社の強みである**モノマー誘導技術、ポリマー合成技術、AO付加技術、フッ素関連合成・製造プロセス技術**等を応用
- 先端材料関連事業を強力に推進するため、2021年「**スペシャリティケミカル事業部**」を新設

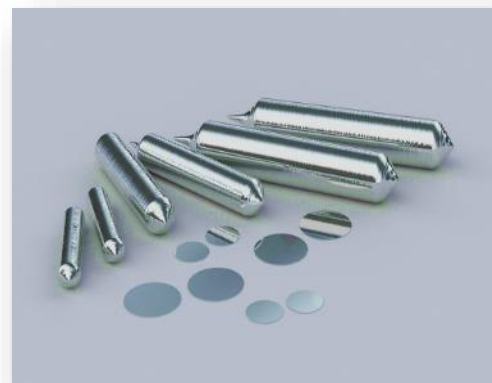
高機能フッ素系高分子材料

次世代通信高周波・低誘電材料
フッ素系材料・キャパシタ用材料他



半導体向けシリコンウェーハ加工薬剤

半導体用シリコンウェーハ
切削用水溶性クーラント剤他



特殊樹脂原料

光学部品、センシングデバイス
ドローン、次世代モビリティ他



全ての業務でデジタル化を積極的に推進し、一人当たり生産性を大きく向上させる

- AI、RPAなどのデジタル化技術に積極投資し、
2025年までに一人当たりの生産性（付加価値）を「30%以上」向上（2020年度比）させる
- 既存業務の抜本的な効率化を図り、EHD事業を推進するための新たな業務に取り組む
- お客様とのコミュニケーションの質と量を飛躍的に高め、イノベーションを加速させる
- 各部門毎に、関連重点指標を設定し改善を図ってゆく
例）研究開発：研究開発効率性、EHD事業関連の開発比率など



全社基本戦略③：『財務基盤の強化』

2020年に改善された財務体質を維持しながら、不確実性の高い環境にあっても、成長投資を機動的に実施していく

基本方針

● 財務体質・基盤の強化

収益力の強化とBSの圧縮による財務基盤の安定

● 成長投資

大型投資フェーズから収益による回収フェーズへ

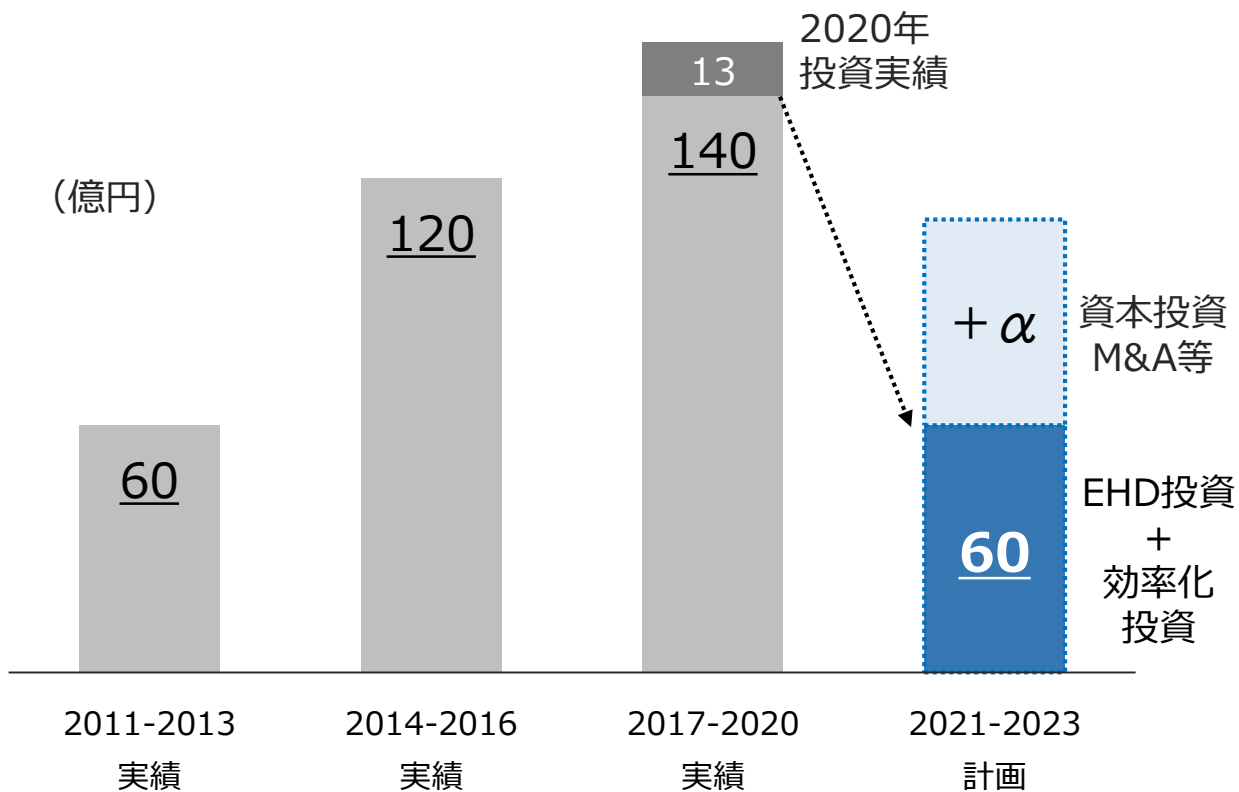
3か年経営目標

(2023年度連結目標数値)

- 収益力の強化 : ROS・ROE 5%以上
- 財務基盤の強化 : ROA 4.5%以上

● 成長投資額（2021～2023年）：約60億円

- EHD事業関連投資 : 約30億円
- DX効率化推進投資 : 約10億円



「2030年、グループ全体のCO₂実質排出量30%削減※2018年比」を、新たに経営目標に加え、持続可能な社会の実現へ貢献

具体的取り組み

【環境】 地球環境をもっときれいに



【くらし】 より健やかな暮らしに



【社会】 社会をより豊かに



これからさらに推し進める取り組み

CO₂実質排出量30%削減 –

- 電力使用量削減
- 再生可能エネルギーへの切替
- 環境負荷の少ない製品開発

EHD事業の成長

- アパレル産業への、環境に配慮した染色加工ソリューション
- 生活環境衛生分野向け製品開発
- サステナブルパッケージの推進
- 地球に優しい原料の利用

ダイバーシティの推進

- 女性社員や新興国の現地社員がいきいきと活躍できる場や仕組みを整える
- シニアが活躍できる多様な働き方を創出
- 時間や場所に捉われない働くスタイルの改革

多様な人材が集い、高いモチベーションで持てる力を最大限発揮できるように“大家族主義”を進化させる

ダイバーシティの深耕

●『人材』の多様性

- **女性**～やる気と能力のある女性が積極的にキャリアアップを目指す
- **シニア**～働き方を複線化
- **優秀な外国人**～次世代の現地マネジメント人材候補として選抜し育成

●『働き方』の多様性

- **場所**～リモートワークを今後も積極推進。圧倒的な効率性向上
- **時間**～自らの生活に合わせて時間を選び仕事に取り組める勤務体系
- **自己研鑽の機会**～社外でもビジネススキルやヒューマンスキルを積極的にみかく機会の提供



厳しくも
温かい
大家族主義



社員の『働きがい』の向上

● 3つの『働きがい』を高める

全社員の
やりがい

- 社会貢献度の高いEHD事業
- 数多くの褒賞機会 など

貢献度の
高い社員の
満足度

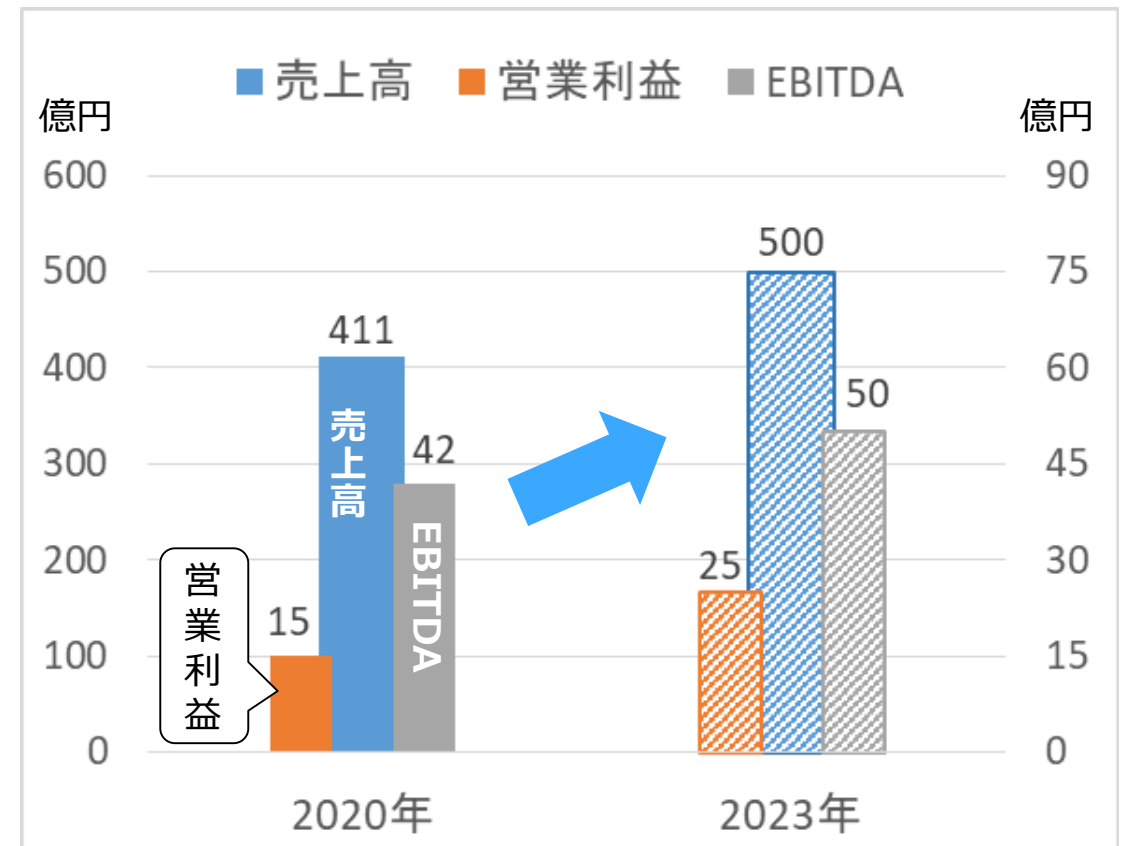
- メリハリのある評価と報酬配分 など

やる気ある
人材の
積極的チャレンジ

- 様々な役職や社内プロジェクトメンバーの公募 など

不透明な経営環境を考慮し、数値目標は、2023年度を最終年度とする
『3か年経営目標』を設定

□ 売上高	: 500億円
□ 営業利益	: 25億円
□ EBITDA	: 50億
□ ROS (営業利益)	: 5%以上
□ ROE (当期純利益)	: 5%以上
□ ROA (営業利益)	: 4.5%以上





3. 直近決算概要・業績予想

減収増益

単位：百万円

	2019年度	2020年度	増減率
売上高	46,191	41,179	△10.9%
営業利益 (営業利益率)	1,395 3.0%	1,416 3.4%	+1.5%
経常利益	1,334	1,645	+23.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	900	1,044	+16.0%
年間配当（円）	16	10	-

売上高（△10.9%、化学品△15.9%、化粧品+6.8%）

- ・一部の事業を除き多くの事業、展開地域で新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた
- ・特に繊維化学品事業においてその影響は顕著であった
- ・生活・環境衛生事業分野の需要が拡大した
抗菌・抗ウイルス剤、撥水剤(メディカルガウン用途)、手指消毒剤
- ・山田製薬ODM事業は手指消毒剤関連が大幅増となり、ヘアケア大口顧客からの受注が回復した

営業利益（+1.5%、化学品△41.5%、化粧品+33.4%）

- ・抜本的なコストダウンを断行した
休業実施、残業削減、テレワーク積極取組み、役員報酬削減・返納、設備投資見直し 等
- ・売上ポートフォリオが変わったことで利益率が向上した
- ・化学品は減価償却費増の影響も大きかった

中国の市況・自動車分野が回復を見せ、半導体ウェハ・コロナ対応薬剤分野・ODM分野が好調も
繊維加工全体・サービス産業関連分野はコロナ禍の影響を受けており、先行きは依然不透明

■ 事業分野外部環境等（新型コロナウイルス感染症の影響含む）

繊維加工	日本		カジュアル衣料小売りの一部で回復を見せているものの、国内生産主体の中高級アパレルは厳しさが続き回復は依然不透明
	海外		中国はアパレル消費・生産とも大きく回復基調 厳しさは続くも欧米アパレルも一部回復してきており、生産拠点であるアセアンも上向き傾向
自動車	日本・海外		販売 QoQ／日本(軽含)+4.5% (+5.6万台)、中国+77% (+220万台)、米国(小型トラック含)+11% (+39万台) と中国を中心に回復が力強い
製紙	日本		家庭紙・衛生紙は堅調、新聞紙等再生紙需要減継続
クリーニング	日本		クリーニング店は在宅勤務の影響大、ホテル・飲食店は緊急事態宣言の影響により来店客数低調 3回目の緊急事態宣言の影響懸念あり
半導体ウェハ	日本		スマホなどのモバイル、PCなどのコンピュータ向け需要伸長
生活・環境 衛生関連	日本		抗菌・抗ウイルス剤／需要、用途が拡大している 手指消毒剤／需要が大きく伸長したものの、足元では落ち着きを見せている 医療用洗浄剤／病院の外来・入院患者数は依然厳しい状況
ヘアケア化粧品	日本		年初からの都市部での緊急事態宣言等もあり、コロナ禍の影響がまだ大きくなかった前年1Q比で美容室来店客数は低調。一方、今後の回復を見越したODM需要は好調に推移。
	海外		韓国／日本より早くコロナ禍の影響が出た前年1Q比でも美容室来店客数は回復には至っていないが急激に回復を見せている
数値指標 (前年比)	為替		期中平均 円/米ドル・106.23円で2.7%円高、中国元4.8%円安、ウォン4.3%円安
	国産ナフサ	—	1Q予想/39,100円(QoQ△7.0%)、2Q予想/47,000円(+88%)

コロナ禍の影響を受けたものの、一部の事業分野で回復が見られ、新規分野等での販売が伸長した事から増収となり、コストダウンと相まって大幅な増益となった

単位：百万円

	2020年度 第1四半期	2021年度 第1四半期	前期比	
			増減額	増減率
売上高	10,476	11,496	+1,020	+9.7%
営業利益 (営業利益率)	136 1.3%	702 6.1%	+565	+414.7%
経常利益	170	827	+656	+386.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	104	1,034	+929	+889.0%

化学品事業、化粧品事業共に増収となり、コストダウンも相まって各事業とも大幅増益となった

単位：百万円

セグメント	2020年度 第1四半期		2021年度 第1四半期		前期比		前期比	
	売上高	セグメント利益	売上高	セグメント利益	売上高	増減率	セグメント利益	増減率
化学品	7,598	268	7,792	396	+194	+2.6%	+127	+47.6%
化粧品	2,749	344	3,613	791	+863	+31.4%	+446	+129.7%
その他	127	3	90	-8	△36	△28.9%	△12	—
消去等	-	-480	-	-476	-	-	+3	—
合 計	10,476	136	11,496	702	+1,020	+9.7%	+565	+414.7%

2021年 2月12日発表

単位：百万円

	2020年度 実績	2021年度 予想	前期比	
			増減額	増減率
売 上 高	41,179	43,500	+2,320	+5.6%
営 業 利 益 (営業利益率)	1,416 3.4%	1,500 3.4%	+83	+5.9%
経 常 利 益	1,645	1,500	△145	△8.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,044	1,300	+255	+24.5%
年間配当（円）	10	12	—	—

セグメント別 通期業績予想

2021年 2月12日発表

単位：百万円

セグメント	2020年度 実績		2021年度 予想		前期比		前期比	
	売上高	セグメント利益	売上高	セグメント利益	売上高	増減率	セグメント利益	増減率
化学品	28,496	842	31,000	1,050	+2,503	+8.8%	+207	+24.6%
化粧品	12,175	2,250	12,000	2,100	△175	△1.4%	△150	△6.7%
その他	506	43	500	50	△6	△1.3%	+6	+15.9%
消去等	-	-1,720	-	-1,700	-	-	+20	-
合 計	41,179	1,416	43,500	1,500	+2,320	+5.6%	+83	+5.9%



4. 株主様還元

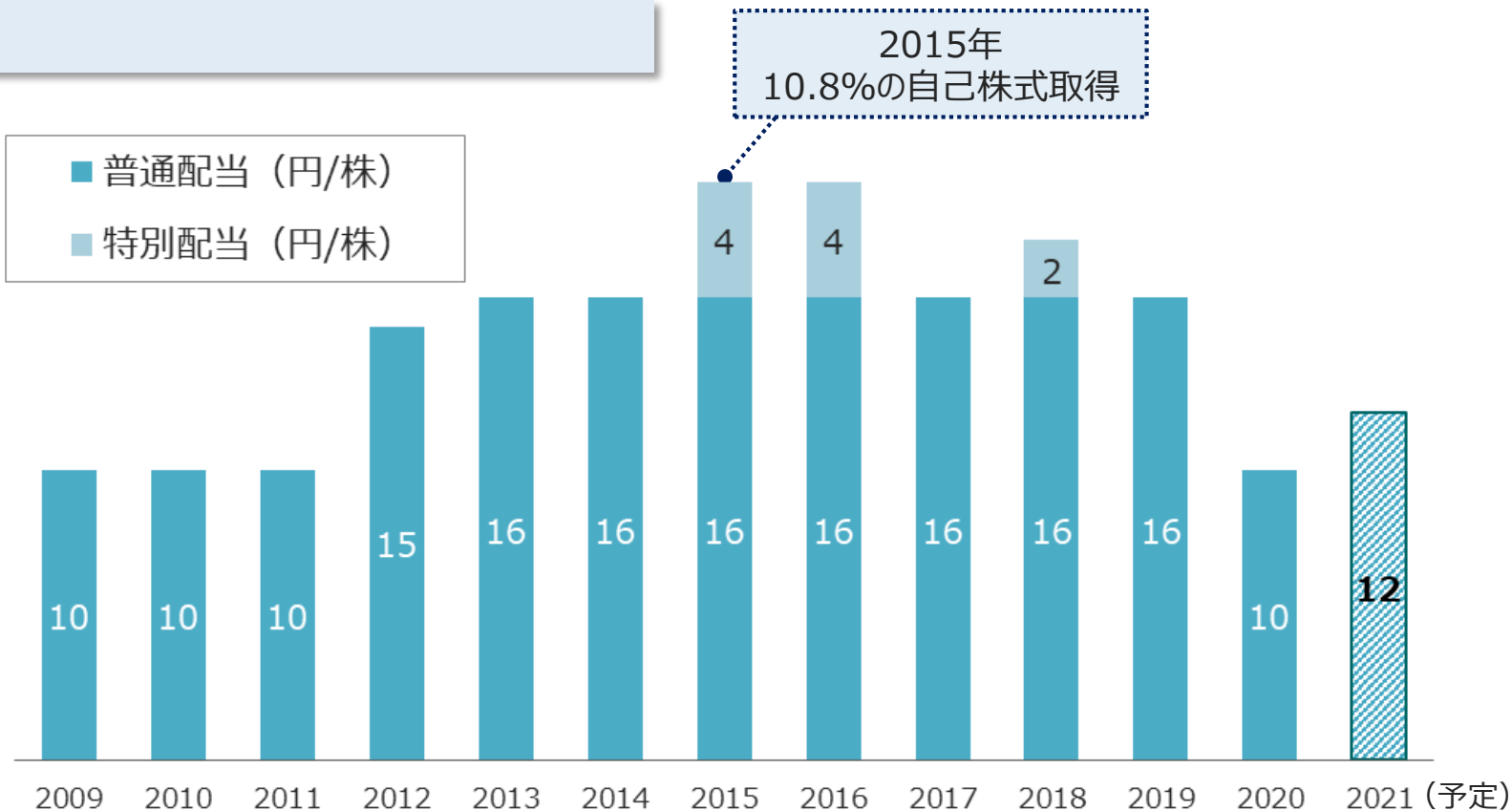
株主還元基本方針

当社は、株主の皆様に対し安定的な配当を継続して実施するとともに、各期の業績と将来の成長のために必要な投資や今後の事業展開等を総合的に勘案し、剰余金の配当を決定しております

今後も、「株主の皆様への利益還元」「財務体質の強化」「収益力向上を目指した資本の有効かつ戦略的な活用」のバランスを取りながら、その一層の充実に努めてまいります

配当金推移

1株あたり配当金推移



株主優待制度

(毎年12月末日基準)

保有株数	優待内容
500株以上～1,000株未満	当社のヘアケア・スタイリング商品の中から 合計5,000円以内で自由選択
1,000株以上～3,000株未満	当社のヘアケア・スタイリング商品の中から 合計7,000円以内で自由選択
3,000株以上	当社のヘアケア・スタイリング商品の中から 合計12,000円以内で自由選択

金額はメーカー希望小売価格（税込）



Activate Your Life



【将来の見通しに関する注意事項】

当資料に記載されている計画及び目標等の将来に関する記述は、すべて発表日時点において当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づき作成したものであり、実際の業績等は、経済情勢の変動等様々な不確定要因により、将来に関する記述とは異なる可能性があります。

問い合わせ先：経営企画本部 IR担当

<https://www.nicca.co.jp>

