



2025年9月期 決算説明会資料

2025年11月25日

粧美堂株式会社
(証券コード：7819)

2025年9月期 決算説明会サマリー



売上高 221億円（前期比+5.7%） 営業利益14.6億円（同比+45.5%）

- ◆ 2025年9月期において、近年推進してきた商品戦略を中心とする施策を継続した結果、利益率が大幅に改善し、営業利益は14.6億円（同比+45.5%）、経常利益は14.7億円（同比+52.7%）と14年ぶりに**過去最高益を更新**しました。また、**営業利益ベースで5期連続の増収増益を達成**しました。
- ◆ 企業経営を取り巻く環境は、原材料価格、人件費、物流費、市中金利の上昇に伴う金融費用の増加など、引き続き厳しいものになりました。しかしながら、NB事業では「Only SHOBIDO」にこだわったモノづくりが奏功し、粗利率の高いNB売上高が**81億円（前期比+25.7%）に拡大**し、PB事業では、新たな協力工場の開拓によりコスト削減と品質向上を両立致しました。その結果、売上総利益率は31.9%と前年 から5.6ポイント上昇しました。物流費、販売促進費及び人件費の増加を吸収。結果として、**営業利益は14.6億円（同比+45.5%）の、経常利益は14.7億円（同比+52.7%）**と大幅に増加しました。
- ◆ 2026年9月期は、売上高は230億円（同比+4.0%）、営業利益16億円（同比+8.9%）を見込み、事業面では、NBとPBの両輪による成長モデルを深化させ、EC専売商品や高単価商品の開発を推進。データ分析・在庫最適化・業務効率化をさらに加速し、**経営資源の最適化とコスト構造改革**を継続し、「Only SHOBIDO」ブランドによる 高収益体制の確立を進めます。

2025/9期決算の概要

- ◆ 自社企画商品、特に主力カテゴリー（メイク関連化粧品・キャラクターコスメ・服飾雑貨）が好調に推移し、ピコモンテ・ジャパンの子会社化による寄与もあり、売上高は221億円（前年比＋5.7%）で5期連続の増収となりました。
- ◆ 営業利益は大幅な粗利率改善で、販売促進費や物流費増を吸収し、14.6億円（同比＋45.5%）となり、過去最高益を更新しました。
- ◆ 親会社株主に帰属する当期純利益はビューティードア株式譲渡益を計上等により、9.7億円（同比＋26.4%）となりました。

(百万円)	24/9期		25/9期		対前年比 (%)
	金額	構成比	金額	構成比	
売上高	20,919	100.0%	22,122	100.0%	+5.7%
うち自社企画商品	17,850	85.3%	19,605	88.6%	+9.8%
売上総利益	5,504	26.3%	7,064	31.9%	+28.3%
販売管理費	4,494	21.5%	5,594	25.3%	+24.5%
営業利益	1,010	4.8%	1,469	6.6%	+45.5%
経常利益	967	4.6%	1,478	6.7%	+52.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	773	3.7%	977	4.4%	+26.4%

販売管理費

- ◆ **販売管理費**は、55.9億円（前期比＋24.5％）となりました。売上拡大に伴い販売促進費や物流費が増加し、ピコモンテ社買収に伴う人件費が上乗せとなりました。
- ◆ **販売促進費**は、今後の成長を見据え、高利益率のEC販売の拡大に積極的に投資したことを主因に、前年比＋36.0％となりました。
- ◆ **物流費**は、12.9億（同比＋16.6％）となりましたが、3PL業者を活用した物流効率改善によりコスト上昇を最小化しました。

（百万円）	24/9期	25/9期	前年比（％）
販売管理費	4,494	5,594	＋24.5％
人件費	1,719	2,125	＋23.6％
販売促進費	588	799	＋36.0％
広告宣伝費	176	225	＋27.8％
物流費	1,108	1,292	＋16.6％
減価償却費	195	218	＋11.4％
一般管理費ほか	706	933	＋32.2％

B/S&キャッシュフロー

B/S	(百万円)	24/9期	25/9期	差
	流動資産	10,331	12,158	1,827
	棚卸資産	2,062	2,477	415
	固定資産	4,095	4,162	66
	資産合計	14,427	16,321	1,893
	有利子負債	4,708	5,072	364
	その他負債	3,143	3,437	294
	負債合計	7,851	8,510	658
	純資産合計	6,575	7,810	1,235

C/F	(百万円)	24/9期	25/9期	差
	税金等調整前純利益	1,068	1,542	473
	減価償却費	203	224	20
	その他増減	-440	-849	-408
	営業CF	832	918	85
	投資CF	-395	214	610
	フリーCF	436	1,132	696
	財務CF	-811	-507	303

B/S

- ◆ **純資産**は78億円（+12.3億円）となりました。
利益剰余金の積み上げ（+6.5億円）に加え、繰延ヘッジ損益の改善や非支配株主持分（ピコモンテ・ジャパン寄与）増加により財務基盤が強化。財務の健全性を維持しつつ成長を支える構造です。

C/F

- ◆ **営業CF**は9.1億円（+0.8億円）となり、運転資金の増加を吸収しながら営業CFを拡大しました。
- ◆ **投資CF**は子会社株式の売却収入が寄与し、2.1億円（+6.1億円）となりました。
- ◆ **財務CF**は▲5.0億円（+3.0億円）となりました。

2025/9期レビュー

業態別売上高 総括

- ◆ バラエティストア、ディスカウントストアは、インバウンド需要の後押しもあり前期対比20%近い伸びとなりました。
- ◆ 均一ショップ向けは、案件ごとの採算性を重視して選別的に受注を行ったことにより減収となりました。

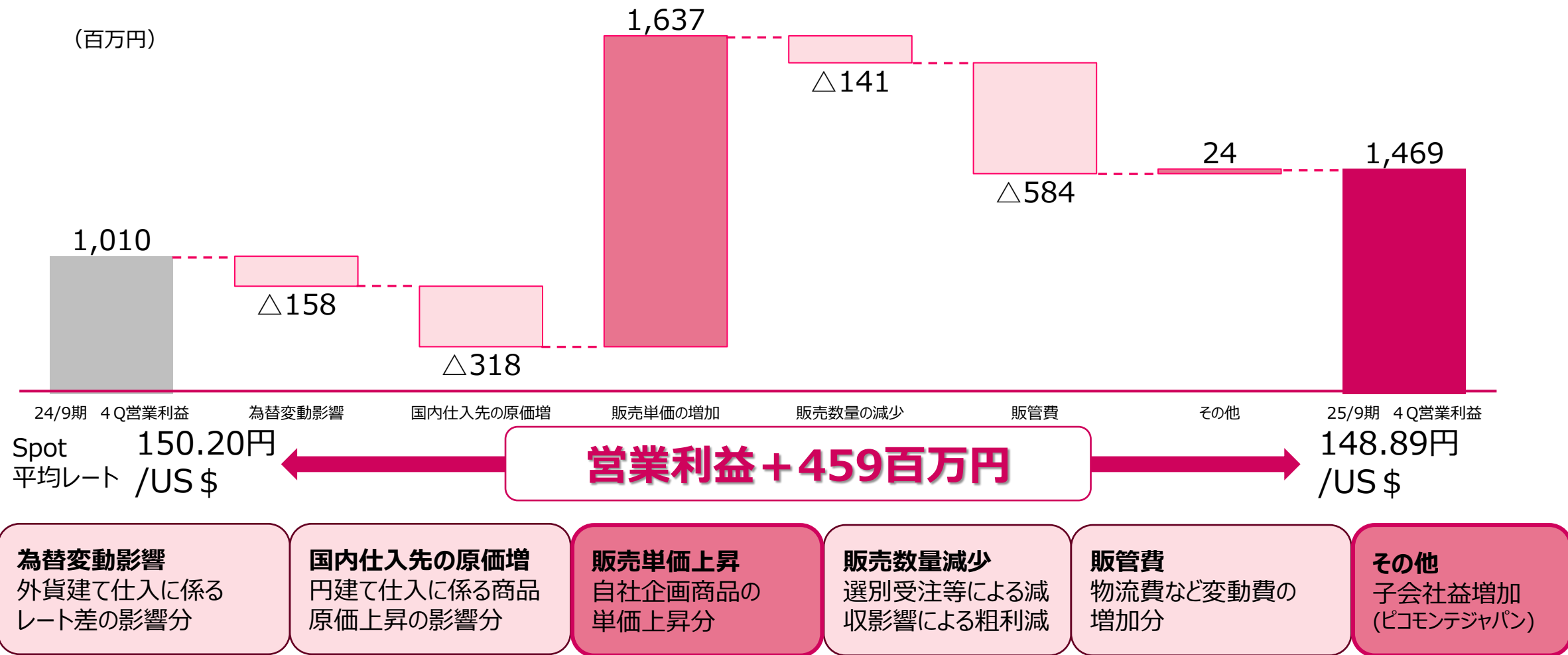
(百万円)	24/9期	25/9期	前年比(%)
総合スーパー	1,450	1,405	-3.1%
バラエティストア	1,903	2,271	19.3%
ドラッグストア	1,731	1,864	7.7%
卸売業者	1,423	1,440	1.2%
ディスカウントストア	4,757	5,689	19.6%
ネット通販	1,941	2,125	9.5%
均一ショップ	5,365	4,750	-11.5%
その他	2,345	2,575	9.8%

商品別売上げ動向

- ◆ 化粧品はNB商品を中心に人気キャラクターをあしらった商品や大手食品会社とのコラボ商品が好調に推移したことに加え、ピコモンテ・ジャパンの寄与により増収となり、88.5億円（前期比＋9.2%）となりました。
- ◆ 化粧雑貨は化粧品同様にキャラクター商品やコラボ商品などは好調に推移しましたが、全体としては69.7億円（同比＋1.0%）の微増となりました。
- ◆ コンタクトレンズ関連は前期の中国孫会社におけるECビジネスの撤退の影響で22.4億円（同比▲10.5%）となりました。
- ◆ 服飾雑貨はキャラクターをあしらった一部販売先向けやテーマパーク向けのバック・ポーチ類などのPB商品が好調に推移し、27.9億円（＋24.6%）となりました。

（百万円）	24/9期	25/9期	構成比	前年比 （%）
化粧品	8,105	8,850	40.0%	+9.2%
化粧雑貨	6,907	6,976	31.5%	+1.0%
コンタクトレンズ関連	2,508	2,244	10.1%	-10.5%
服飾雑貨	2,240	2,792	12.6%	+24.6%
その他	1,158	1,258	5.7%	+8.6%

連結営業利益の昨対増減要因

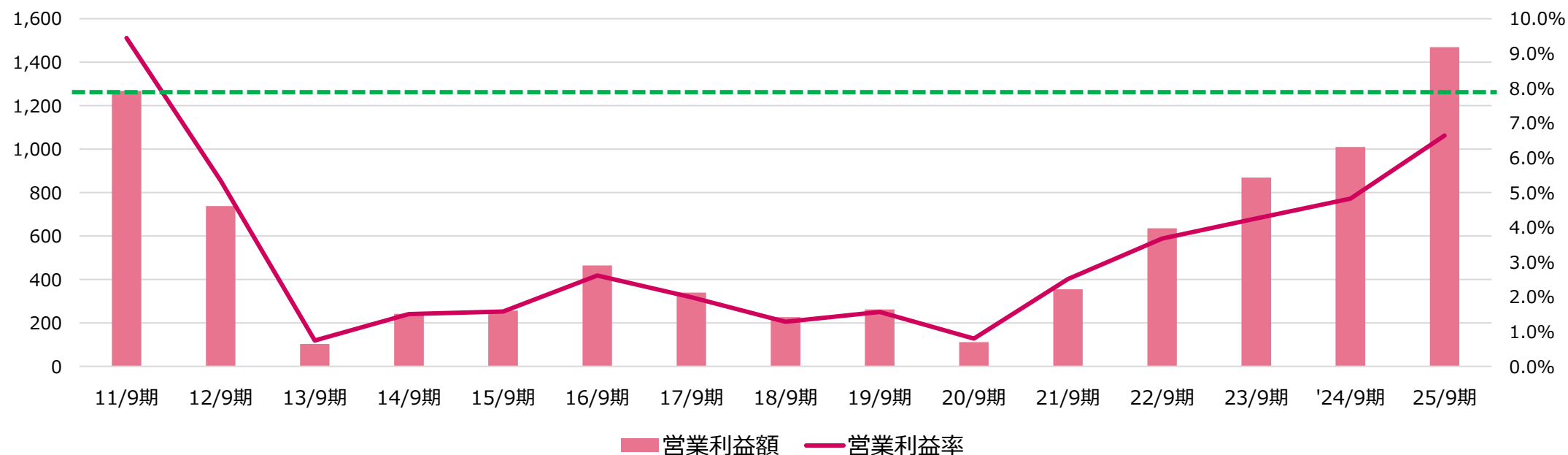


* 上記試算は社内管理用数値を一定の前提の下で用いており、財務上の数値とは必ずしも一致しません。

■ 過去数年間の利益率の改善について

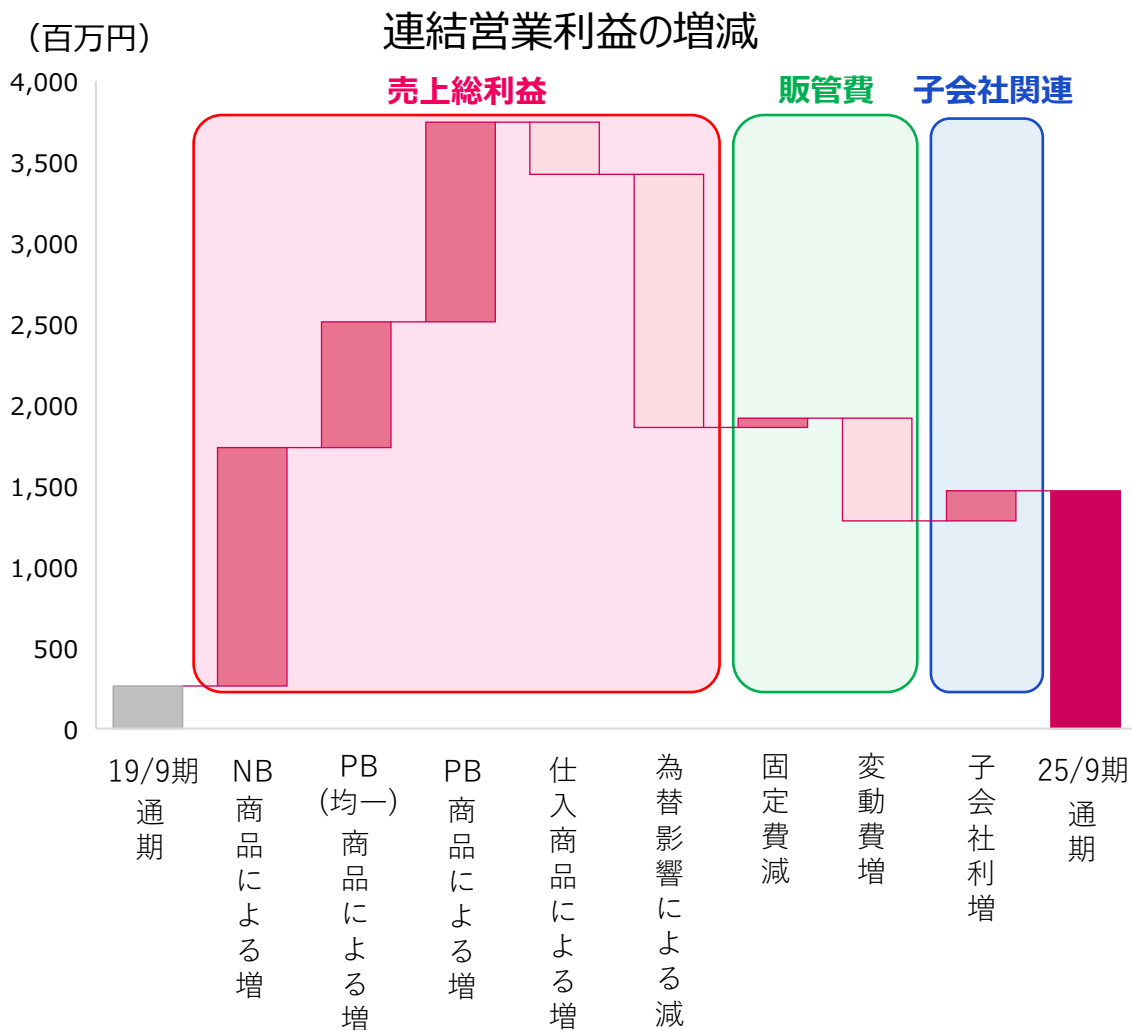
14年ぶりに過去最高益を更新

連結営業利益額と利益率の推移



- ◆ 2011年9月期以来、14年ぶりの最高益更新となりました。
- ◆ 5期連続の増収増益（営業利益ベース）を達成しました。

社内改革後の業績改善について【2019-2025】



◆ 販売単価大幅上昇

- ◆ NB商品、PB商品（均一向け除く）で単価が大きく上昇
- ◆ PB商品（均一向け）では販売数量が大きく拡大
- ◆ 自社単価増加効果は売上総利益で+31億円増
- ◆ 円安が約30円進行による原価16億円増を跳ね返した
- ◆ 子会社を除いた粗利率は+1.9%増

◆ 粧美堂本体での経費率は2.6%減

- ◆ 人件費は人員圧縮により1.5億円減少（一方で成果主義の徹底により平均年収は+23%増）
- ◆ 物流費は自社物流から3PL業者へ業務移管した事により経費コントロール

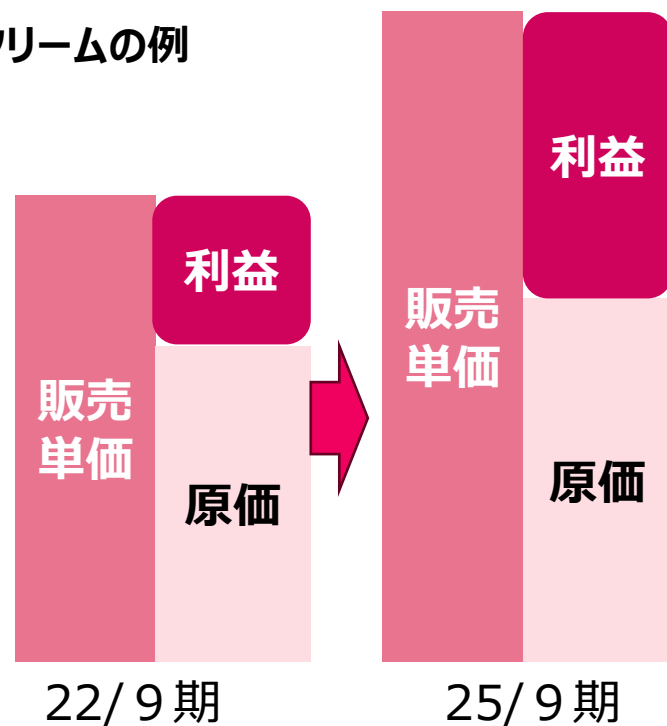
◆ グループ再編

- ◆ 不採算であった中国現地事業の撤退
- ◆ ピコモンテ社の連結等により増加

* 上記試算は社内管理用数値を一定の前提の下で用いており、財務上の数値とは必ずしも一致しません。

NB商品の付加価値向上

*リップクリームの例



3年間で

販売単価1.3倍、販売数量6倍、原価3%増
➡粗利額は10倍に

◆ Only SHOBIDO戦略

こだわったモノづくりにより、原価の高騰を上回り
単価向上を実現

◆デザイン性の向上

◆新規IPの開拓

等により原価上昇分を上回る利益の拡大が可能に



©2025 MORINAGA & CO.,LTD.



©Kabaya

SHOBIDOブランド価値の向上



◆ 高単価商品

正規販売店



USB充電式



◆ 注目カテゴリ

・キッズコスメ



・ブラインドコスメ



・束感まつげシリーズ



・ジェルネイル

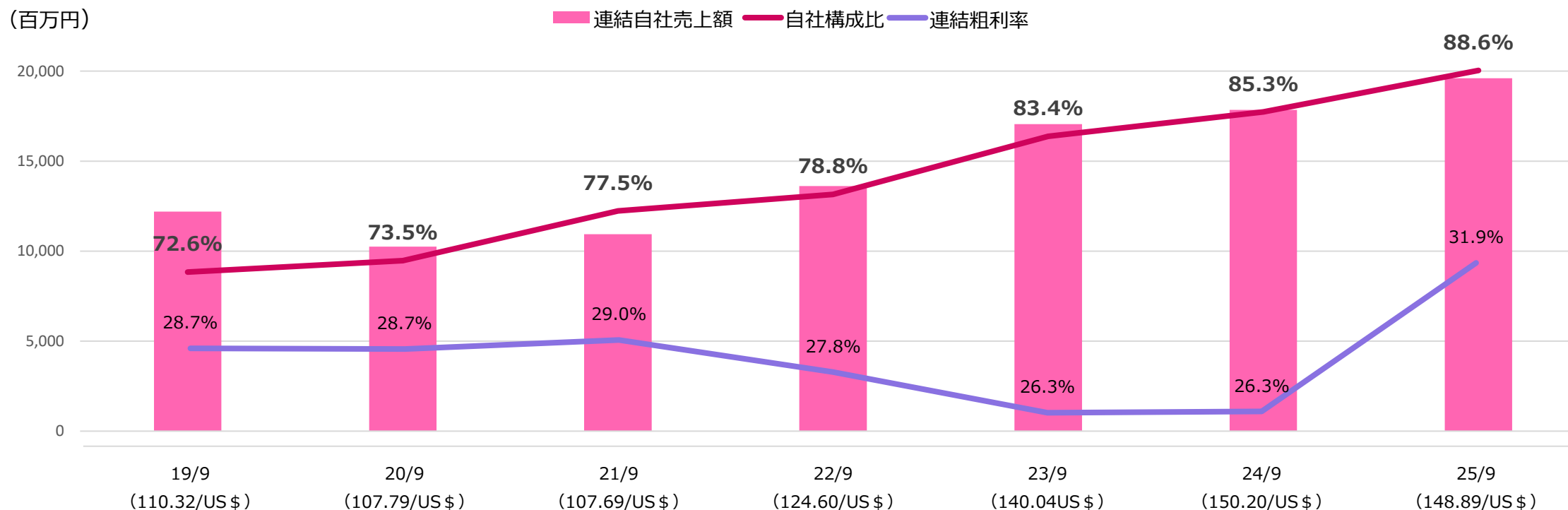


SHOBIDOブランド価値の向上



- ◆ 自社企画商品売上額は1.6倍、同比率は16ポイント増と大きく増加。
- ◆ これらを主要因に連結全社での粗利率は円安進行に反して大きく改善。

自社企画商品売上額と連結粗利率の推移



* 記載の為替レートは各会計期間の月末平均レート

トピック

- キッズコスメ市場への取組みについて
- ライセンスビジネスについて

キッズコスメ市場の拡大

◆ 市場動向・消費者トレンド

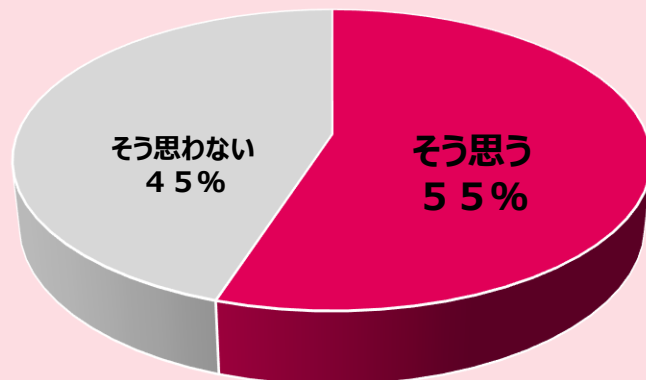
出展：東洋経済オンライン 月刊トイジャーナル ampule

- ・キッズコスメ市場は年々拡大傾向 ……**2023年市場規模：約80億円（前年比120%）**
- ・Z世代・ミレニアル世代の母親と娘が親子でメイクを一緒に楽しむ傾向
- ・一方で54%の母親が「**トラブルが心配**」と回答。

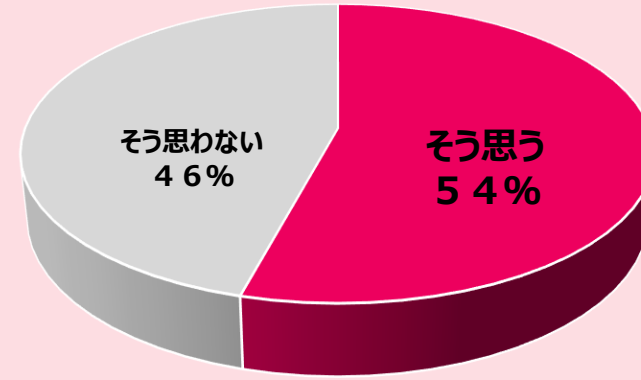
◆ 粧美堂の取り組み・強み 『Petit Recipe（プチレシピ）』展開。

- ・**安全設計**（水性・石けんで落とせる・低刺激性など化粧品メーカーならではの配慮）
- ・**キャラクターとの親和性**が高い
- ・**市場を牽引するメーカーとして認知**（「おもちゃ」から「化粧品」としての認識⇒販路拡大）

Q1.子どもと一緒にメイクを楽しみたい



Q2. 肌荒れやアレルギーなどのトラブルが心配



キッズコスメ市場への取組みについて



■公開日：2025年3月19日
■媒体名：「THE TIME.」（TBSテレビ）
プチマーケティング部コーナー「小学生メイク特集」

おもちゃから「本格コスメ」へ…進むメイクの低年齢化。キッズコスメを展開するメーカーが驚いた保護者の反応とは



キッズコスメブランド「プチレシビ」(写真提供: 粧美堂株式会社)

親への優しさも追求。おもちゃカテゴリーから「本格コスメ」にシフト



「プチレシビ」リップカスターディック(写真提供: 粧美堂株式会社)

■公開日：2024年10月11日
■URL：おもちゃから「本格コスメ」へ…進むメイクの低年齢化、キッズコスメを展開するメーカーが驚いた保護者の反応とは

キッズコスメ市場を牽引するメーカー3社に話を聞く

本格キッズコスメを手掛ける化粧品メーカーはキッズコスメ市場をどう見ているのか

粧美堂

- ✓ 自社ノウハウを活かした本格キッズコスメを展開、「プチレシビ」も好評
- ✓ 親層の子どものメイクに対する容認度は半々。安全性のアピールが一層必要
- ✓ 「美」か「遊び」か、起点的違いが多様な商品を生み、市場が活性化していく

約80年「美」と向き合ってきた化粧品メーカー粧美堂は、自社のノウハウを活かしてキッズコスメを展開しており、人気キャラクターの商品に加え、オリジナルキッズコスメブランド「プチレシビ」も手掛け大変好評となっている。商品企画部の島田浩之氏と佐藤裕之氏に話を伺った。

本誌 貴社で展開しているキッズコスメについて教えてください。

島田 当社は、約20年前からキッズコスメを開発しており、毎年コスメメーターとして取り組んでいるノウハウを活かした商品づくりをしています。現在はアンパンマン、リップ、ネールといった基本のラインナップを揃えており、キャラクターや動物をモチーフにした商品も展開しています。また、表に描いても裏に描いても使えるような、両面使えるような商品も展開しています。

本誌 表と裏の両方に使えるような商品、これはどのような商品ですか？

島田 表と裏の両方に使えるような商品、これはどのような商品ですか？

本誌 表と裏の両方に使えるような商品、これはどのような商品ですか？

■公開日：2025年5月1日
■媒体名：月刊トイジャーナル
「注目が高まるキッズコスメ特集」



「大人も使える」がキーワードに

また、同社の強みは、ターゲットである女性と同じ目線を持つ開発体制にある。商品企画を担当するマーチャンダイザー（MD）には積極的に女性を起用し、デザインも女性が担当している。消費者と同じ目線で市場トレンドを捉え、プロの発想力を加えることで斬新な商品を生み出している。

さらに、自社ブランド商品の開発部署とOEM商品の制作部署に、それぞれ専属のMD・デザイナーを配置し、企画・開発から生産・販売、在庫管理まで一貫体制を構築。

同社の強みである、ディズニーやサンリオ、ポケモン、など有名キャラクターのライセンスと掛け合わせて、自社ブランドの好評商品をキャラクター仕様でOEM展開したり、OEMで培った知見を自社商品に活用したりするなど、社内開発の強みを最大限に活用している。



チークやアイシャドウ、リップグロスが一体となったパレット (写真: 粧美堂提供)

■公開日：2025年10月25日
■URL：「3歳からメイク」「親も一緒に楽しめる仕様に」急成長する《キッズコスメ市場》を背景に、いま化粧品業界に起きている"異変"消費・マーケティング | 東洋経済オンライン

キッズコスメ市場への取組みについて



◆ キッズコスメにご興味があるお子さま・親御さまに対する啓蒙活動



2025年8月8日 江東区豊洲文化センター「キッズコスメ教室」

◆ 美容専門SNSからもキッズコスメに関する情報発信を活発化



キッズコスメのプチレシビに、リニューアルアイテムと大人向けのカラーを使用した「リボン」が登場♥
リニューアルアイテムはパレットやリップグロスなど、全5アイテムがそれぞれ4色展開でラインナップ♥
大人向けカラーのアイテムはリップとパレットが登場してるよ✿
販売中だから探してみてね💡



午後5:30・2025年10月17日・6.6万 件の表示

■ LIPS

インフルエンサーによる信頼性の高いクチコミと、LIPS編集部が作成したランキングを提供する日本最大級のコスメ・美容サービス
2024年全141カテゴリにおいて各カテゴリ内で支持された商品を選出。

■ 媒体：X ■ アカウント名：@lipsjp ■ 投稿日：2025年10月17日（金）

ライセンスビジネス



©Kabaya



©Kabaya

■ライセンス契約先：カバヤ食品株式会社

■「しなこプロデュース セボンスターマシュマロ」

カバヤ食品株式会社の玩具菓子『セボンスター』のペンダントをモチーフにしたマシュマロを、「原宿系バズるスイーツクリエイター しなこ」をプロデューサーに迎え、しなこプロデュースによるセボンスターマシュマロ（ブルー）」「しなこプロデュース セボンスターマシュマロ（パープル）」を発売。

■公開日：2025年2月26日

■URL：[お菓子売り場の宝石『セボンスター』と、原宿系バズるスイーツクリエイター『しなこ』がコラボ！しなこプロデュースのセボンスターマシュマロが新発売 3月1日より原宿にて先行発売決定！](#)



©CANDY・A・GO・GO

■ライセンス契約先：株式会社CANDY・A・GO・GO

■【Chibi ぬいおすわりマスコットとは】おすわりのかたちをした手のひらサイズマスコット。

「Chibi ぬいおすわりマスコット」はバンダイナムコノイの人気のぬいぐるみシリーズ「Chibiぬいぐるみ」のマスコットシリーズです。約座りH11cmの鞆にもつけやすい手のひらサイズ。デザインはキャラクター（アーティスト）本人を忠実に再現することに重きをおきつつ、ぬいぐるみとしてもカワイイデフォルメを追求しています。

■公開日：2025年10月28日

■URL：[大人気インフルエンサー「しなこ」が『Chibi ぬいおすわりマスコット』になって登場！！](#)



■ライセンス契約先：偕成社

■「あかちゃんのおそびえほん」について

きむらゆういち氏原作の人気絵本シリーズ「あかちゃんのおそびえほん」シリーズは、1988年の刊行以来、親子のふれあいをテーマに幅広い世代に愛され続けているロングセラー絵本です。ページをめくるときに楽しい仕掛けが登場し、赤ちゃんの「笑顔」を引き出す絵本として多くのご家庭に親しまれています。

■公開日：2025年11月6日

■URL：[「あかちゃんのおそびえほん」シリーズの商品化ライセンス業務開始のお知らせ 株式会社偕成社と粧美堂株式会社が業務委託契約を締結 | 粧美堂株式会社のプレスリリース](#)

2026/9期業績見込み

2026/9期業績見込み

(百万円)	25/9期実績	26/9期予想	前年比 (%)
売上高	22,122	23,000	+4.0%
営業利益	1,469	1,600	+8.9%
経常利益	1,478	1,550	+4.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	977	930	-4.8%
一株当たり利益	74.03	70.40	----
一株当たり配当	28.00	30.00	----

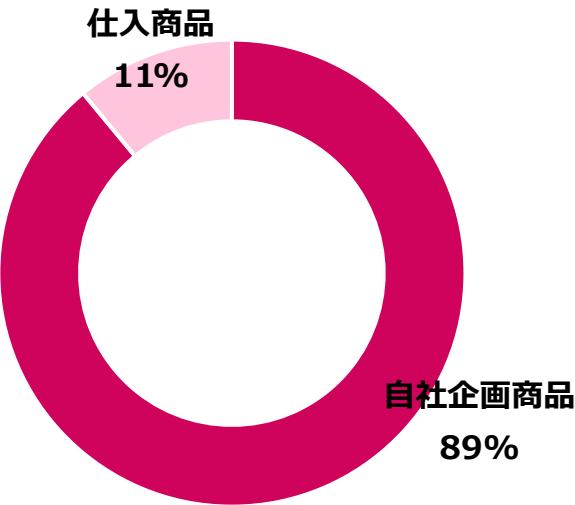
- ◆引き続き、「粧美堂ブランド」価値の向上とモノづくりの深化、N BとP Bの両輪による成長モデルの確立、E C販売の拡大に注力し、またD X推進などで更なる生産性の向上に取り組むことで継続的な収益向上を目指します。

ご参考

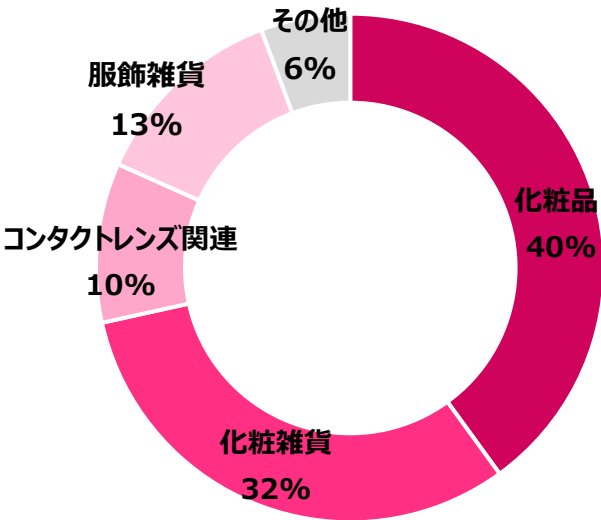
1. 過年度データ
2. 株価チャート

売上構成（2025/9期）

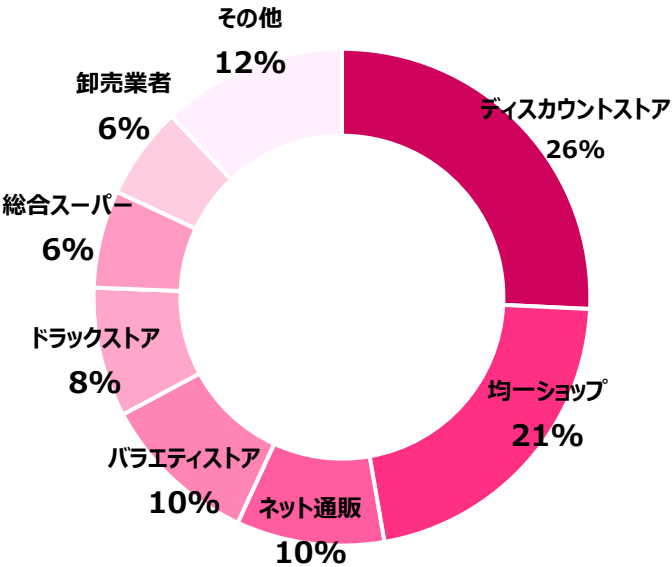
自社企画商品売上比率



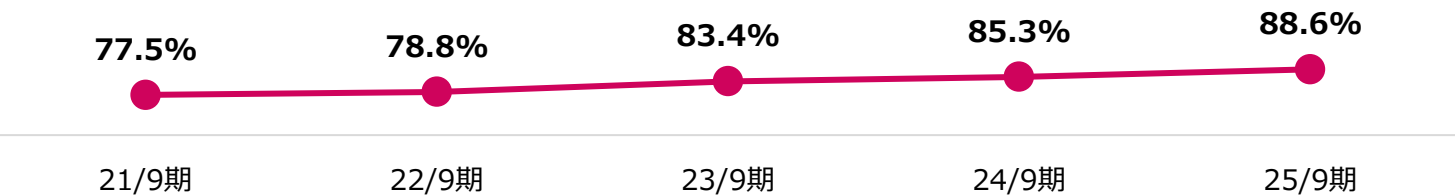
商品分類別売上構成比



業態別売上構成比



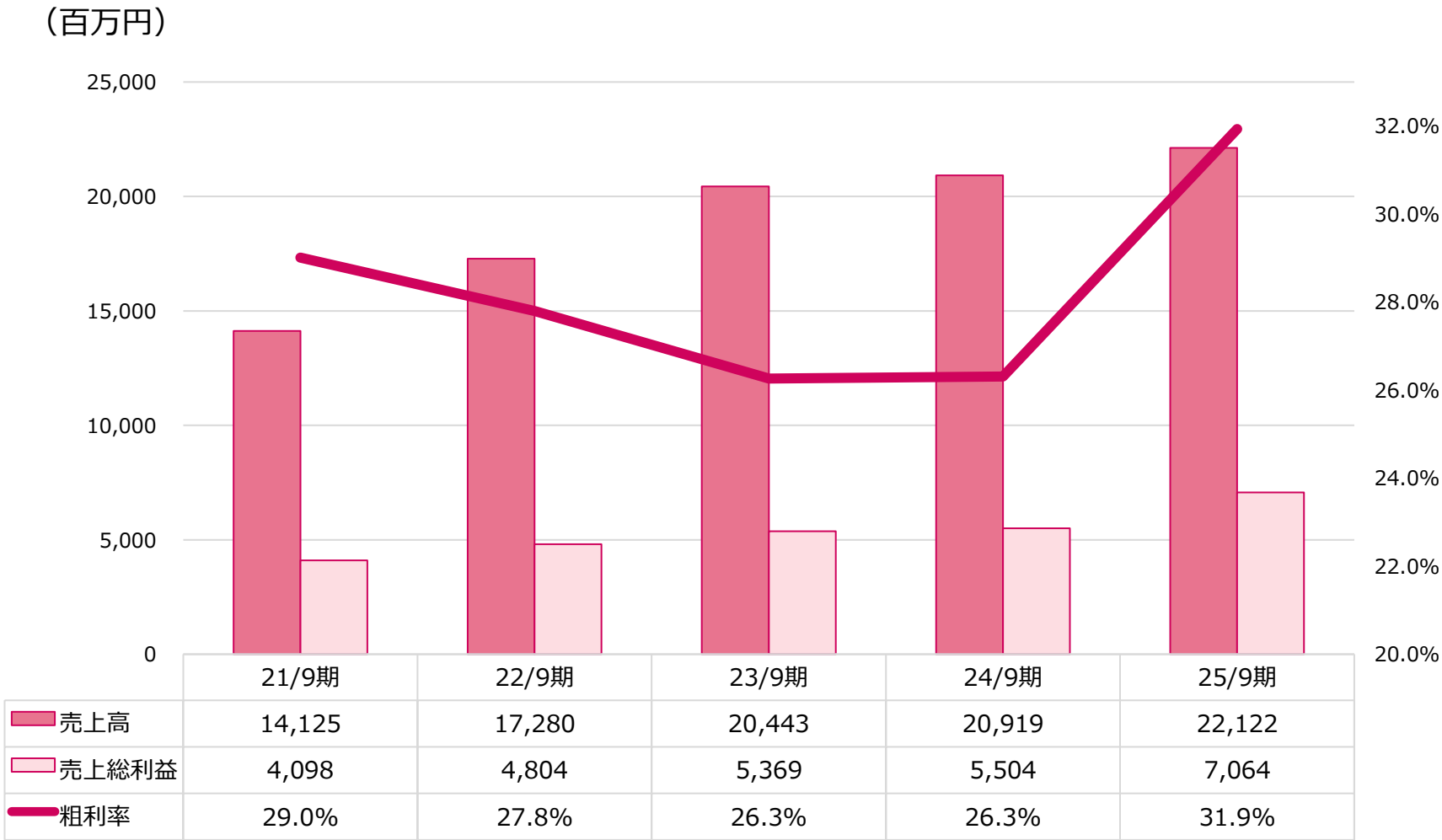
自社企画商品売上構成比



売上構成（連結）

(百万円)	21/9期	22/9期	23/9期	24/9期	25/9期
売上高計	14,215	17,280	20,443	20,919	22,122
自社企画商品	10,946	13,620	17,048	17,850	19,605
自社企画商品比率	77.5%	78.8%	83.4%	85.3%	88.6%
製品及びサービス別					
化粧品	4,278	6,105	7,906	8,105	8,850
化粧雑貨	4,904	5,774	6,449	6,907	6,976
コンタクトレンズ関連	2,689	2,521	2,535	2,508	2,244
服飾雑貨	1,570	1,963	2,514	2,240	2,792
その他	773	915	1,038	1,158	1,258
業態別					
総合スーパー	1,339	1,464	1,526	1,450	1,405
バラエティストア	1,202	1,574	1,635	1,903	2,271
ドラッグストア	1,551	1,613	1,633	1,731	1,864
卸売業者	955	954	1,125	1,423	1,440
ディスカウントストア	3,013	4,284	4,931	4,757	5,689
ネット通販	1,280	1,523	1,576	1,941	2,125
均一ショップ [○]	2,449	3,746	5,561	5,365	4,750
その他	2,425	2,119	2,453	2,345	2,575

売上高、粗利額、粗利率推移（通期）



株価チャート (2024/11-2025/11)



■ SHIBA-Upプロジェクトで人工芝片から製作されたベンチを贈呈（企業版ふるさと納税）



（左：ベンチに記載されたSHIBA-Upロゴと寄附元の表示／右：寄附したベンチ3基）

■ 「ヴィーナスアカデミー」との産学協同プロジェクトの一環として、新ブランド「Bell LaFata（ベル ラファータ）」を開発



■ 日本最大級JC・JK・JDの文化祭「シンデレラフェス2025」に出展！



<https://cinderellafes.com/>

■ 定額制コンタクトレンズサービス「dicon（ダイコン）」が「リベ大お金の勉強フェス2025」へ出展



<https://libefes.com/>



■YouTubeでIR動画を公開



◆ 成長戦略の裏側を解説

- ・インバウンド
- ・為替リスク対応
- ・OEM事業進捗
- ・ECビジネス強化
- ・コンタクトサブスク

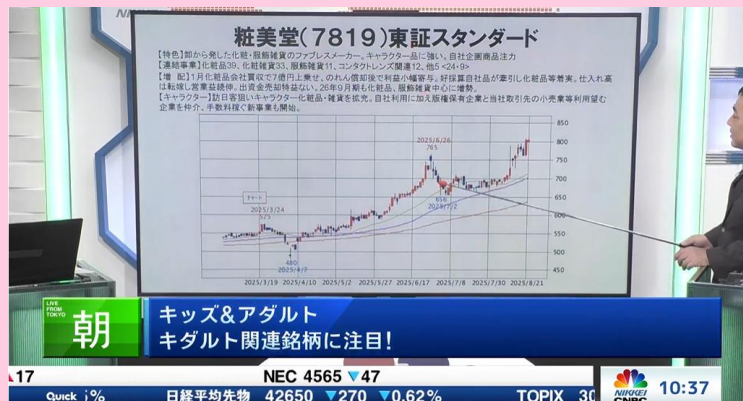
◆ 6.8万回再生

動画URL: 【粧美堂 決算】寺田社長が語る成長戦略の裏側 決算のプロの徹底解説付き | スバリ質問! あの企業の〇〇

■WEBラジオ・Youtube



■日経CNBC ライセンスビジネス・キダルト銘柄



■フィスコ 企業調査レポート



本資料で使用したデータは、社内管理用の数値が含まれ、その正確性・他データとの整合性を保証するものではありません。

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。

本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。



お問い合わせ先
総務人事部 IR担当
TEL : 03-3472-7890