

デミ コスメティクス 新ブランド登場!

ヘアカラーを楽しむ女性のためのトータルケアブランド

Trencia ▶ トレニージュ



4月
発売

ヘアカラーを楽しむためには自宅でのケアも大切。ヘアカラーからホームケアまでのトータルケアで、カラーが映える美しいツヤ髪へ。

ビジネスマンをサポートするメンズコスメブランド

ELEVATE ▶ エレバート



5月
発売

見た目を綺麗に、一日中清潔感をキープ。皮脂・汗や風、暑さにも負けず、独自処方スタイルキープして仕事のやる気も向上させます。

カラーデザインの幅が広がるヘアカラーブランド

FUSIONIST ▶ フュージョニスト



6月
発売

独自の技術で髪をいたわりながら、髪の内部と表面で染まるスピードが違うダブルレイヤー処方。よりきれいな色、特徴的なツヤ感を表現。

GLOBE

グローブ



外部環境の変化に影響された上半期。
今後の成長見据え、着実に基盤整備を。

株主優待品のご案内

当社では株主の皆様のご支援にお応えするために、また当社に対しましてより深いご理解をいただきたく株主優待制度を導入しております。

今春は対象となる株主様に右記の優待品をお届けいたしました。来春のヘアケア商品は未定ですが、2020年4月上旬に発送予定です。どうぞご期待ください。

- 100株以上保有 QUOカード 1,000円分
- 1,000株以上保有 QUOカード 1,000円分 + デミ コスメティクス ヘアケア商品

1,000株以上保有の株主様



QUOカード
1,000円分

(写真)
NICCA
イノベーション
センター内
各フロア



デミ コスメティクス
ヘアケア商品
「ハレマオ」
左: シャンプー
250ml ¥1,600 (税抜)
右: ヘアトリートメント
240g ¥2,600 (税抜)
※メーカー希望小売価格

会社概要 (2019年6月30日現在)

- 商号 日華化学株式会社
本社所在地 福井県福井市文京4丁目23-1
創立 1941年9月15日
資本金 28億9,854万5千円
従業員数 1,514名(連結) 606名(個別)
事業所 本社・NICCA イノベーションセンター
支店/東京・大阪・名古屋
営業所/仙台・広島・福岡
工場/福井(化粧品)
鯖江・関東・鹿島(化学品)
物流センター/鯖江
デミヘアサイエンススクエア/福井・東京・大阪・名古屋・福岡
- 国内関係会社 ●山田製薬株式会社 ●コスメラボ株式会社 ●イーラル株式会社
●株式会社レラコスメチック ●大智化学産業株式会社
●江守エンジニアリング株式会社 ●ソルベイ日華株式会社
- 海外関係会社 ●日華化学研究(上海)有限公司
●DEMI (BEIJING) INTERNATIONAL TRADING CO., LTD.
●香港日華化学有限公司 ●DEMI KOREA CO., LTD.
●ニッカ U.S.A., INC. ●ニッカ KOREA CO., LTD.
●PT.インドネシアニッカケミカルズ ●日華化学(中国)有限公司
●台湾日華化学工業股份有限公司 ●STC ニッカ CO., LTD.
●ニッカ VIETNAM CO., LTD. ●広州日華化学有限公司
●連結対象子会社 ●持分法適用関連会社

株主メモ

- 事業年度 毎年1月1日から12月31日まで
定時株主総会 毎年3月下旬
基準日 定時株主総会・期末配当 毎年12月31日
中間配当 毎年6月30日
株主名簿管理人 東京都千代田区丸の内1丁目4-1
三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先 〒168-0063 東京都杉並区和泉2丁目8-4
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
電話照会先 フリーダイヤル 0120-782-031
取次事務は三井住友信託銀行の本店および全国各支店で行っております。
上場証券取引所 東京証券取引所 市場第一部
名古屋証券取引所 市場第一部
単元株式数 100株
証券コード 4463

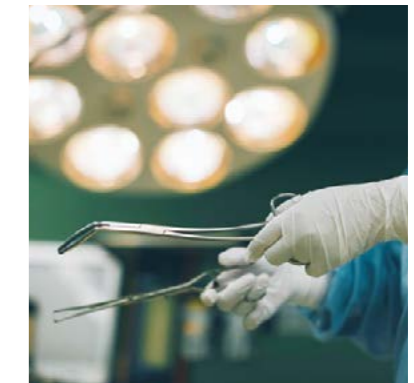
【住所変更、単元未満株式の買取・買増等のお申し出先について】
株主様の口座のある証券会社にお申し出ください。なお、証券会社に
口座がないため特別口座を開設されました株主様は、特別口座の
口座管理機関である三井住友信託銀行にお申し出ください。
【未払配当金の支払について】三井住友信託銀行にお申し出ください。

表紙写真説明

- ①「トレニージュ」のホームケアラインナップ
- ②洗浄剤や消毒剤が利用される医療器具イメージ
- ③「エレバート」の研究開発メンバー
- ④水系ウレタン樹脂が使われているNICのソファ
- ⑤日本初のZDHC主催セミナーの様子



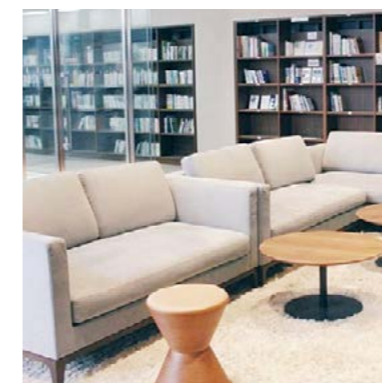
事業概況のご報告
TOP MESSAGE



NICCA REPORT
「夢工場」の実現で
「水系ウレタン」事業を推進



NEXT INNOVATION
デミ初のメンズブランド
「ELEVATE」
高技術力を活かした
医療器具向け「洗浄剤」



財務・株式の状況
TOPICS



株主の皆様へ



代表取締役社長

江守康昌

株主の皆様におかれましては、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

2019年12月期(第106期)第2四半期決算概況についてご報告申し上げます。

当第2四半期連結累計期間におけるわが国経済は、雇用環境の改善傾向が持続し、設備投資マインドも堅調を維持した一方、米中貿易摩擦の影響や中国経済の悪化により世界的に景気減速の様相を見せており、景気先行きに不透明感が強まっております。また、世界的な環境規制の強化、化学品規制の動向、金融資本市場の変動、原油価格の上昇など、引き続き注視が必要な状況が続いております。

このような中、当社化学品事業においては、ベトナムや南西アジアにおける市場開拓、半導体加工薬剤の販売が好調に推移し、業務用クリーニング薬剤の販売が堅調に推移した一方、主力である繊維加工用薬剤は暖冬や米中貿易摩擦、中国環境規制などの影響により中国を中心に需要が伸び悩みました。また、昨年来の中国原料供給不足が長引いたことで情報記録紙用薬剤が販売減となり、対アジア通貨円高による影響も受けました。

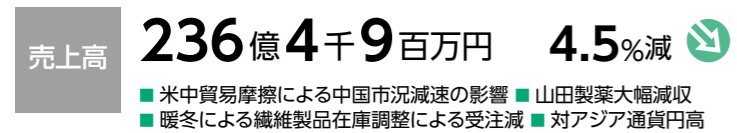
化粧品事業においては、主力のデミ コスメティクスが、主力ヘアケアブランドの拡販や新商品発売により堅調に推移した一方、デミ コリアが韓国市場環境の影響を受け、また山田製薬のODM事業における大口顧客の在庫影響により大幅売上減となりました。

この結果、中期経営計画「INNOVATION19」の最終年度である2019年度上半期の業績は、前年同期比で売上高は4.5%減、経常利益は46.2%減となり、大変厳しい結果となりました。

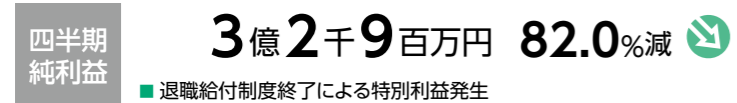
2019年度下半期も外部環境は引き続き厳しい状況が続くと予想されることから、2019年度通期業績予想を、売上高は480億円へ、営業利益及び経常利益は16億円へ下方修正いたしました。当下半期は、次の中期経営計画に繋がる極めて重要な半年間と認識しております。当中期経営計画での全社経営戦略「イノベーションの推進」「グローバルネットワークの強化と拡大」「勝ち続ける」経営基盤の構築」に着実に取り組み、激変する経営環境に左右されない強固な経営基盤の構築を図ってまいります。

引き続き、変わらぬご支援とご指導を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

▶ 2019年12月期(第106期)第2四半期決算概況

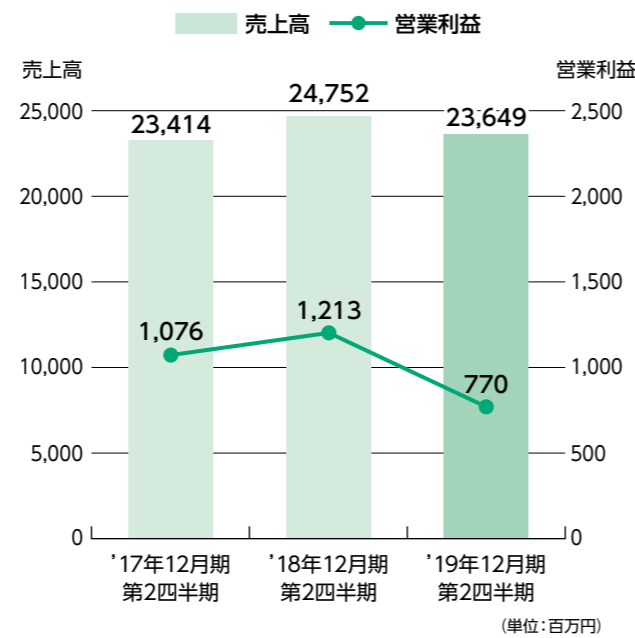


親会社株主に帰属する

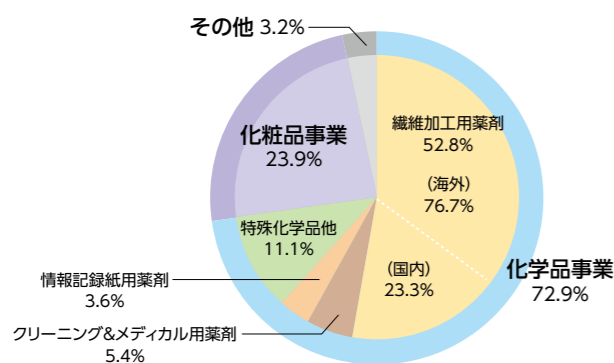


※上記はすべて第2四半期累計期間における連結の情報です。
※記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。※%表示は前会計年度比です。

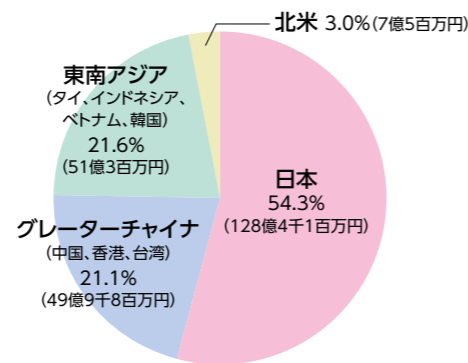
[売上高・営業利益の推移]



【事業別売上高比率】



【地域別売上高比率】



化学品事業



繊維加工用薬剤

- ・繊維加工の一連の工程(製織・製編から精練・漂白・染色・捺染・仕上まで)を網羅する多様な薬剤
- ・人工皮革・合成皮革向けのウレタン樹脂等

情報記録紙用薬剤

- ・プリント用薬剤や、ラベル、チケット、タグ等の高性能感熱紙に使用される顕色剤、増感剤



クリーニング&メディカル用薬剤

- ・クリーニング店向けの薬剤、医療用器具の洗浄剤等

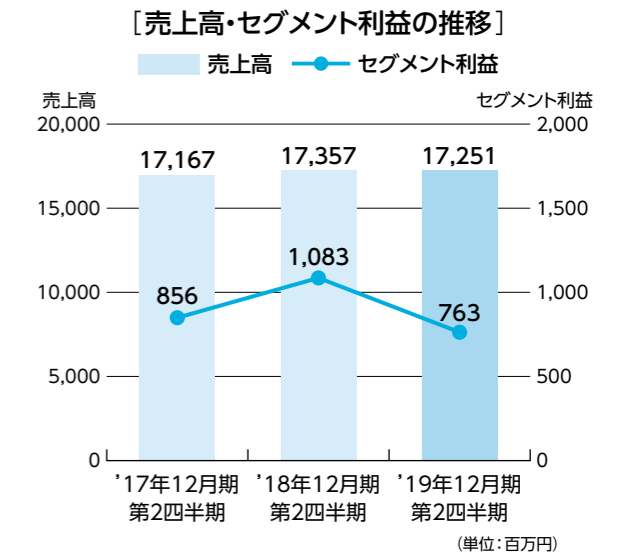
特殊化学品他

- ・製紙用薬剤、合成ゴム、プラスチック素材、電子材料加工時に使用される界面活性剤等



- +
- +
-
-

ベトナムや南西アジアでの市場開拓、大智化学産業における半導体加工薬剤の販売が好調に推移し、業務用クリーニング薬剤の販売も堅調に推移した一方で、主力の繊維加工用薬剤は、暖冬や米中貿易摩擦、中国環境規制などの影響により、中国を中心に需要が伸び悩みました。また、昨年来の中国原料供給不足が長期化したことで、情報記録紙用薬剤の販売が影響を受け、対アジア通貨円高の影響もあり、売上高・セグメント利益ともに減少しました。



化粧品事業

DEMI **Erol**

美容室向け髪用化粧品

- ・「デミ」「イーラル」ブランドで、シャンプー、トリートメント等のヘアケア剤等を提供

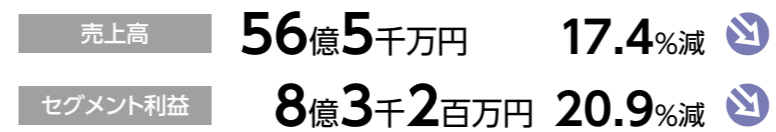
ODM・OEM

- ・髪用化粧品の相手先ブランド受託生産

一般通販

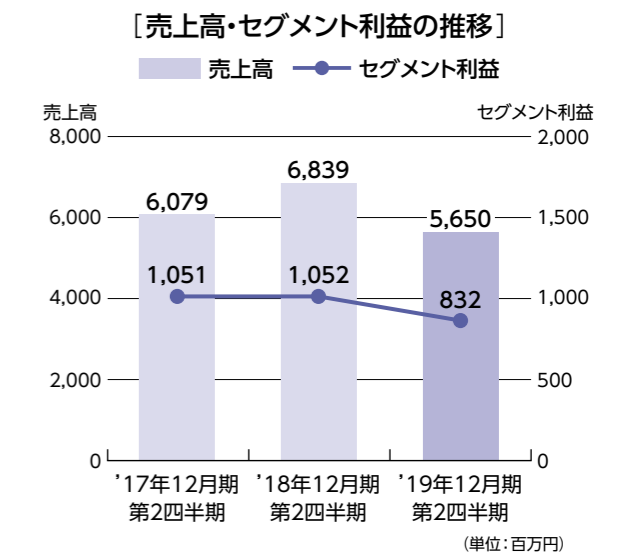
ansage

- ・フェイシャル基礎化粧品ブランド「アンサーージュ」のインターネットによる通信販売



- +
-
-

国内美容サロン業界全体は伸び悩んだものの、デミ コスメティクスは主力ヘアケアブランドの拡販によりヘアケアカテゴリーを順調に伸ばすとともに、新商品発売により売上を伸ばし、全体では堅調に推移いたしました。一方で、デミ コリアが韓国市場環境の影響を受け売上高は微減となり、また山田製薬における化粧品ODM(製造受託)事業が大口顧客の市場在庫の影響を受け大幅に売上減となったことから、売上高及びセグメント利益ともに減少しました。



※上記はすべて第2四半期累計期間における連結の情報です。※記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。※%表示は前会計年度比です。



代表取締役社長
え もり やす まさ
江守 康昌

外部環境の変化に大きく影響された上半期。今後の成長見据え、基盤整備を着実に進める。

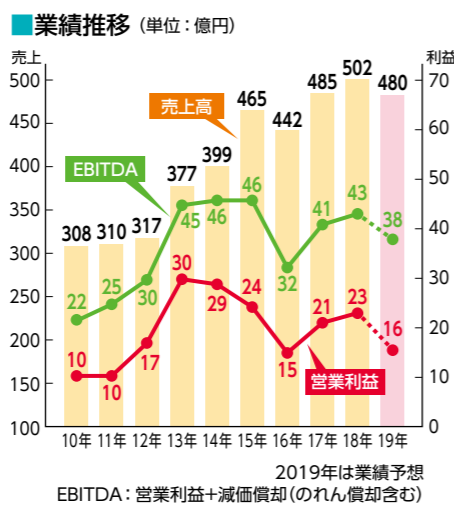
2019年12月期(第106期)の上半期(1月~6月)連結業績は、売上高236億4千9百万円(前年同期比4.5%減)、営業利益7億7千万円(同36.5%減)、経常利益6億8千1百万円(同46.2%減)となりました。

この結果をどのように捉え、下半期(7月~12月)および来期以降に向けてどのような経営のかじ取りを行っていくのか。代表取締役社長・江守康昌が語ります。

減収減益も取り組みは前進

上半期は前年同期と比べて減収減益の結果となり、大変厳しい半年間でした。売上高が減少した主な要因として、化学品事業では、まず米中貿易摩擦の影響などにより中国経済が減速し、主力である繊維加工用薬剤の需要が伸び悩んだことが挙げられます。また、2018年から2019年にかけて暖冬だったことや、今年3月に起きた化学工場の爆発事故などにより、中国全土で環境規制と安全生産監督がさらに強化された事で、化学工場や染色加工場の操業停止が相次ぎ、需要減に拍車を掛けました。情報記録用薬剤でも、これらの影響もあり昨年来の原料供給不足が想定以上に長く続いたことや、アジア通貨に対しての円高も減収の要因となりました。化粧品事業では、山田製

薬(※1)が手がけるODM(※2)事業(化粧品製造受託事業)において大口顧客の市場在庫が過多となった影響を受け、大幅に売上げが減少しました。こうした売上高の減少によって利益が減少したほか、中国から



の調達コスト増なども利益を圧迫する要因となりました。

減収減益の要因は当社グループを取り巻く事業環境の変化によるところが大きく、上半期に続いて下半期はさらに厳しくなると見込み、2019年12月期の通期業績予想については売上高を480億円へ、営業利益及び経常利益は16億円へ、親会社株主に帰属する当期純利益は10億円へと下方修正しました。しかし、決して当社グループの取り組みが後退しているわけではありません。後でも述べるように、「NICCA イノベーションセンター(NIC)」を活用したオープンイノベーションの推進、鹿島工場(※3)第2工場の竣工(詳細についてはP5-6をご覧ください)、ベトナム・南西アジアにおける市場開拓など、今後の飛躍に向けた基盤整備は着々と進んでおり、引き続き2025年を最終年とする長期経営計画「INNOVATION25」の達成に向け全力を尽くす考えです。

化学品事業はベトナムなどで好調

事業別で上半期を振り返りますと、化学品事業の主力である繊維加工用薬剤に関しては、ベトナムやバングラデシュでの市場開拓が好調でした。このうちベトナムは中国、インドネシアに続く、繊維製品の製造拠点として急成長を遂げています。その原動力となっているのは台湾系、韓国系、中国系の企業であり、我々のグローバルネットワークを活かし、台湾・韓国・中国の子会社と連携しながら、販売拡大につなげています。繊維産業が成長を続けているバングラデシュでも着実に業容拡大しており、当社の高付加価値技術を提供することでインドも含めた西南アジアの繊維業界に貢献していく考えです。

また、今年2月には、フッ素フリー系撥水剤(※4「ネオシード」と有機溶剤を使わない水系ウレタン樹脂(※5)「エバファノール」の実績ある二つの環境対応製品について、より機能性を高めた新製品を投入し、新技術提案と相まってお客様のニーズや社会から

の求めに対応しているところ。特に、水系ウレタン樹脂については、先ほど述べた鹿島工場第2工場の竣工により、高まる需要にお応えできる増産体制が整備できました。

このほか、半導体ウエハーの製造工程で用いるクーラント剤(※6)を製造する大智化学産業(※7)も好調を維持しています。米中貿易摩擦などの影響を受け半導体業界の先行きは楽観視できない状況ですが、同社の水溶性クーラント剤は環境に優しい製品として支持が高く、引き続き当社グループの電子材料分野を引っ張っていかれると期待しています。

また、クリーニング・メディカル事業も、クリーニング用薬剤のインバウンド効果、メディカル関連洗浄分野の伸張により堅調に推移しました。来年の東京オリンピック・パラリンピックを控え、ますますインバウンド効果等が期待でき、環境衛生意識の高まりによりメディカル関連洗浄は需要も増えていることから、成長が見込める分野です。



今年7月にバングラデシュで行った繊維加工技術セミナーの様子。アパレルブランド、染色加工場などから250名以上が参加。

化粧品事業は国内デミが堅調

化粧品事業では、主力である美容室専売品のデミ コスメティクスが、国内美容業界全体が伸び悩む中、主力ヘアケアブランドの拡販により順調にシェアを伸ばしました。合わせて、今年4月から6月にかけて、相次いで3つの新商品シリーズを発売しました(概要については裏表紙をご覧ください)。ヘアカラーからホームケアまでトータルでカバーできるアイテムをそろえた「トレニー

ジョ」、当社初のメンズブランド「エレベート」(詳細についてはP7をご覧ください)、よりきれいな色、特徴的なツヤ感を表現するヘアカラー「フュージョニスト」です。多くの新商品を集中して発売するのは久しぶりですが、昨今の消費者ニーズの変化に対し効果的なタイミングで上市することができ、今後の業績拡大に貢献してくれると見込んでいます。

一方、デミ コリア(※8)では韓国の経済状況の影響を受けて、売上高が微減となりました。美容室向け化粧品は、美容師さんがヘアカラーなどの施術に使う「業務用」と、美容室の利用客に販売する「店頭販売用」(店販品)に大別されます。店頭販売品については昨今の日韓関係の状況もあり、今後の売れ行きが懸念されますが、業務用については技術的な優位性もあり、それほど大きな影響は受けないと見込んでいます。当面は業務用の販促活動に注力していく考えです。

山田製薬についてはODM事業をさらに拡大する方針です。ただし、一部の顧客に売上げが偏っているのは経営上のリスクになりかねないため、今後も引き続き顧客をより多く獲得することに注力し、今回の減収分の売上げをカバーするとともに、経営リスクを分散させていきます。

成長への仕掛けも次々と

今年は「改変期」と位置づけて2017年から取り組んできた中期経営計画「INNOVATION19」の最終年に当たるわけですが、この3年間は将来の確実な成長のために経営基盤を固めてきました。

2017年11月に開所したNICもその一つで、今年7月末までに8,700人を超えるお客様が来場されました。これをきっかけに、近い将来花開きそうなテーマを含めいくつものプロジェクトが立ち上がるなど、オープンイノベーションが進行しています。NICでは、日本で初めてZDHC(※9)が主催するセミナーを開催したり、全国からクリエイターが集まるイベントが開かれたり、開所前には思ってもみなかったことが起きています。今後こうした



若手デザイナーなど全国から専門性の異なるメンバーが集まるプロジェクトイベント「XSCHOOL」がNICで開催された時の様子。

我々の想定を超える出会いから、新たなビジネスの芽が出てくると期待しています。

また、化粧品事業では、今年5月に山田製薬かすみがうら工場の隣地を取得しました。今後の事業成長に必要な化粧品生産のグランドデザインを描く上で自由度が増し、より効率の高い生産体制を築くことが可能となりました。

さらに、繊維以外の用途に使われるウレタン樹脂、分散技術を活用したナノダイヤモンド(※10)、フェムトリアクター(※11)によるナノ材料といった新規事業の成長スピードを上げ、きっちりと取り組んで成果に繋げていくことで2025年を最終年度とする長期経営計画「INNOVATION25」が達成できると考えています。

今年5月には、「戦略企画本部」を新設し、「INNOVATION25」の達成や当社グループの持続的な成長に向け、特に重要な経営課題の解決に取り組むほか、2020年から2022年までの次期中期経営計画「INNOVATION22」の策定にも取りかかります。昨今の事業環境の変化を鑑み、2025年を見据えて改めて課題を整理し、具体的な計画を練る予定です。

株主の皆様におかれましては、引き続きご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

用語解説

【※1】山田製薬
1910(明治43)年創業(本社:東京都中央区)。1995(平成7)年に当社が買収した100%子会社。ヘアケア、スキンケア、口腔ケア、消毒剤等の受託製造販売を手がけています。

【※2】ODM
Original Design Manufacturingの略で、相手先のブランドで当社が剤のレシピをはじめとした製品設計から製造までを担当すること。

【※3】鹿島工場
鹿島臨海工業地帯の一角(茨城県神栖市)にある非イオン界面活性剤などの中核工場。グループ会社などへの原料生産拠点としての役割も担っています。

【※4】撥水剤
繊維加工工程の中で、繊維に水分をはく機能性を付与する加工薬剤。従来の撥水機能は主にフッ素化合物によるものでしたが、環境等への影響懸念によりフッ素フリー系撥水剤が求められています。

【※5】水系ウレタン樹脂
人工皮革、塗料、接着剤などで使用されるウレタン樹脂は溶剤系、水系に大別でき、環境負荷低減のために水系品が求められています。

【※6】クーラント剤
半導体ウエハーなどの製造加工で、切断の際の摩擦抵抗を抑える薬剤。油性が主流でしたが、引火性の問題などがあり、大智化学産業(※7参照)が他社に先駆けて水溶性製品を開発しました。

【※7】大智化学産業
1966(昭和41)年創業(本社:東京都中央区)。2015年に当社が買収した100%子会社。半導体ウエハーなどの加工用水溶性クーラント剤(※6参照)のトップメーカー。

【※8】デミ コリア
2012(平成24)年、韓国に設立した100%子会社。韓国の美容室市場でデミ コリアの商品を販売しています。

【※9】ZDHC
2011(平成23)年に発足した国際的な環境認証団体(本部:オランダ)で、世界的なアパレル・スポーツブランド企業が加盟。日本企業として初加盟した当社では、ZDHC方針に基づき有害物質の使用を自主的に制限するなどの活動を行っています。

【※10】ナノダイヤモンド
粒子の大きさがナノ(10億分の1)メートル大の人工ダイヤモンド。当社ではナノダイヤモンドを付着させたフィルムを使った透過型スクリーンを製品化しています。

【※11】フェムトリアクター
千兆分の1リットルサイズの小さな化学合成をコントロールする技術のこと。当社ではこの技術を活用し、金属を生成、分散させる技術を研究しています。

環境に優しい高付加価値技術と「夢工場」の実現で ニーズが高まる「水系ウレタン」事業を推進。

日華化学は、「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」を目指し、長期経営計画「INNOVATION25」の達成に向けた戦略を推し進めています。計画の中で、将来の日華化学を担う重要戦略製品のひとつに位置づけられているのが「水系ウレタン樹脂」で、本年5月にはメイン生産拠点として鹿島工場第2工場が竣工しました。

ウレタン事業の最前線について、化学品部門長として事業推進の指揮をとる片桐進と、プロダクション部門長として化学品の生産拠点を統括する三井彰弘に聞きました。



取締役 常務執行役員
化学品部門長
片桐 進



執行役員
プロダクション部門長
三井 彰弘

広がるビジネスチャンス

——水系ウレタン樹脂とはどのような素材なのか。

片桐●ウレタン樹脂は、わたしたちの生活の身近なところでクッション材や断熱材、塗料、接着剤、人工皮革など、さまざまにかたちを変えて使われている素材です。原料の組み合わせによって、柔らかくしたり硬くしたりと多彩な機能を持たせることができます。

ウレタン樹脂は従来より有機溶剤（トルエン、ジメチルホルムアミドなど）を使用した「溶剤系ウレタン樹脂」が主流ですが、人体や環境に対する安全性に懸念がもたれています。健康・環境への配慮や法規制強化が進む中でニーズが高まってきたのが、当社が得意とする有機溶剤を含まない「水系ウレタン樹脂」です。

——ウレタン樹脂市場の動向を教えてください。

片桐●ウレタン樹脂市場は約10兆円規模で、そのうち水系ウレタン樹脂は900億円を占めており、今後さらなる成長が期待できます。

近年、ウレタン樹脂を使用するメーカー各社が、有害化学物質の排出をゼロにすることを目標に掲げています。目標達成のためには、各工程の製造工場での新たな設備投資によって環境負荷を減らすという選択肢もありますが、それよりも原料を一新する、すなわち有害化学物質を安全性の高い代替物質に切り替えていこうという動きが世界的なトレンドとなっています。そして環境問題に熱心な欧米だけでなく、アジアでも有機溶剤に対する規制強化が始まり、水系ウレタン樹脂を使用した製品展開が進んでいることから、ビ

ジネスチャンスは広がっています。

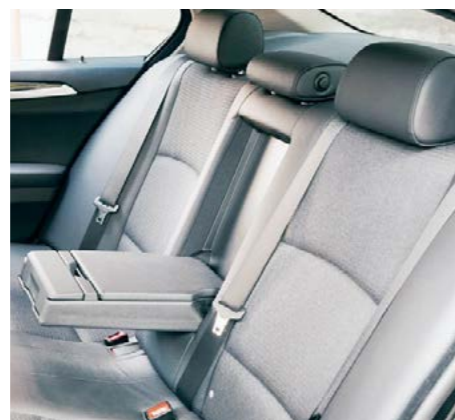
こうしたハイエンド層を狙う当社のシェアは今現在1%で売上も約10億円で過ぎませんが、2025年には40～50億円を目指しています。

先駆的な取り組みで業界をリード

——ウレタン事業における日華化学の強みは何でしょうか。

片桐●当社では40年近く前から、コア技術である乳化分散技術と有機合成技術を駆使して水系ウレタン樹脂の研究開発を積み重ねてきました。環境や健康に対する社会的な要求が強まる中、溶剤系ではなく水系へのニーズがますます高まっています。こうした背景から、水系ウレタン事業を当社の長期経営計画「INNOVATION25」において、重要戦略のひとつに位置づけています。

現在は主にカーシートやソファ、シューズ、バッグなどのファッションアイテムに使用される人工皮革用の水系ウレタン樹脂を製造・販売しています。人工皮革は、ナイロンやポリエステルを素材とした不織布にウレタン樹脂を含浸させて固めることで作られます。当



カーシートやシューズなど身近なところで使われているウレタン樹脂

社の技術力の代表的な例を挙げると、カーシートでは耐摩耗性、耐衝撃性、抗張力に優れるなどの「機能性」に加え、滑らかな肌触りや適度な柔軟性など「風合いの良さ」なども実現しています。また、アパレルでも快適な着心地と高級感、意匠性を並立させるなど、お客様のニーズに合わせた水系ウレタン樹脂を設計することはもちろん、染色、撥水、防炎といった仕上げ処理など社内の他の技術と組み合わせてトータルソリューションを提供できることが、私たちの大きな強みとなっています。

鹿島工場第2工場が竣工

——鹿島工場第2工場の立ち上げと、水系ウレタン樹脂の生産体制について教えてください。

三井●当社ではこれまで、水系ウレタン樹脂は主に鯖江工場で生産を行ってきましたが、大量受注・生産に対応できる体制の確立と、国内の生産機能の集約を目的に計画し



たのが鹿島工場第2工場（以下、新工場）です。新工場は2018年4月に着工し、2019年5月に竣工しました。地上5階建てで延べ床面積は3,636㎡、水系ウレタン樹脂のほか、界面活性剤の原料となるエステル化製品などを生産し、生産能力は年間5,000tです。

新工場の完成と製法の見直しにより、水系ウレタン樹脂の生産能力はこれまでの約4倍へと大幅にアップしました。現在はテスト生産を続けていますが、今後本格生産がスタートし、さらなる生産量の拡大が見込まれた際には、必要に応じてロボットやIoTなどの省力化・自動化設備を導入するなどして、一人当たりの生産性をアップしていきたいと考えています。

なお新工場の稼働に伴い、老朽化した関東工場の生産を停止し、国内の生産拠点を鹿島工場と鯖江工場の2拠点に集約することで、工場間のモノやヒトの移動が減り、全体として業務効率がより高まりました。

「夢工場」を目指して

——新工場のコンセプトを教えてください。

三井●近年、製造業を取り巻く環境は大きく変化しています。環境に優しい工場が求められ、消費するエネルギーの削減や排出される環境負荷物質の削減など、各種規制が強化されています。また当社では顧客ニーズが高度化し、多品種生産や細かな仕様変更へのスピーディーな対応が欠かせない状況です。一方で、関東工場をはじめとする生産拠点では、場所によって作業動線が複雑だったり、社員の負担が大き

かったりという課題がありました。

より効率的で高品質なもののづくりの追求と、より安全で働きやすい作業環境の整備は、当社グループが持続的な企業成長を目指す上での両輪となります。こうしたことから新工場のコンセプトは、社員が働くことに夢や喜び、誇りを見出せる「夢工場」の実現としました。

——「夢工場」に盛り込んだものは何ですか？

三井●現場の社員を中心に夢工場委員会を組織し、具体的な姿を検討する中で明確になったのが「Plant ZERO」というビジョンで、これは、①人の移動②品質不良③3K環境④設備トラブル⑤廃棄物の5つの“ZERO”を目指していくものです。新工場の設計にあたっては、効率的な人員配置と動線の確保、生産ラインの高度化、設備更新に対



5月に竣工した鹿島工場2工場外観

応できるフレキシビリティの確保、構内物流のオートメーション化、排水処理設備の増強などにより、“Plant ZERO”にできる限り近づけました。

完成した新工場を見渡すと、最新の設備を備えた環境で、社員皆がモチベーションを高く持ち、生き生きと働いてくれています。

高付加価値分野で勝ち抜く

——「夢工場」のコンセプトは、全社的に拡大させていくのでしょうか。

三井●夢工場は当社グループのこれからの生産体制を象徴するモデル工場です。働きやすく安全・安心な作業環境を整えたこと

で社員満足度が高まり、年齢や性別を問わず優秀な人材の確保と定着が可能になると実感しています。このことは、より高品質で効率的なものづくりにつながり、顧客満足度の向上へつながっていくと期待しています。

新工場の完成はゴールではなく、当社全体が夢工場を実現するためのひとつの通過点です。新工場のコンセプトづくりや工場稼働後の実践を通じて得たノウハウの一部は、ブラッシュアップしながら、鯖江工場や海外工場へと応用展開していきます。夢工場は、当社の水系ウレタン事業を加速させ、国際競争の中で勝ち続ける原動力となるでしょう。

——今後どのような戦略で水系ウレタン樹脂のシェア拡大を図っていくのでしょうか。

片桐●新工場の誕生により、水系ウレタン事

業を推進していく供給基盤が整いました。競合他社は大量生産することを基本とした汎用品をターゲットとしているのに対し、当社は高付加価値分野、ハイエンド製品に焦点を当てています。今後は人工皮革以外の用途でも、高い技術レベルに裏付けられた高付加価値を訴求し、環境意識の高い世界のビッグブランドに納得し、選んでもらえるようなアプローチをしていきたいと考えています。

目指すは、得意分野を絞り込んで国際的に評価を得ていく「グローバル・スペシャリティ・ニッチ」です。当社が蓄積した高い技術力をもってすれば、それは実現できると確信しています。ぜひ今後にご期待下さい。

ELEVATE

Aiming for heights

2019年5月発売 /
● 当社初のメンズブランド | エレベート |

業界初の技術で、スタイルをキープし消臭する デミ初のメンズブランド「ELEVATE」誕生。

美容室向け髪化粧品のデミ コスメティクスは、拡大する男性美容市場を背景に、20代後半～40代のビジネスパーソンをターゲットとしたメンズブランド「ELEVATE(エレベート)」を5月に発売しました。シャンプー、カラーコンディショナー、スタイリング剤の計8アイテムをラインナップし、男性ならではの髪の悩みに応えます。研究開発に携わった二人に、商品の特徴や開発の経緯について聞きました。

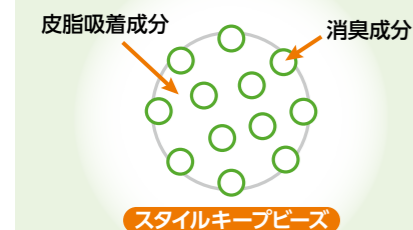
業界初「気になる時間」に効果

美容室専売品として複数のブランドを展開するデミで、ELEVATEは初の独立したメンズブランドです。「高める」を意味するブランド名が示すように、働く男性の清潔感を高め、見た目もキャリアもさらなる高みへと引き上げる一、これがコンセプトです。第1弾の商品群として、シャンプー、カラーコンディショナー、スタイリング剤をリリースしました。

皮脂をしっかり落としながらも頭皮にやさしい洗浄成分・デシルグルコシドを配合したシャンプーは、毛穴汚れやスタイリング剤をすっきり洗い流し、ボリュームの出やすい状態に髪を整えます。

カラーコンディショナーは、染料が髪に吸着するメカニズムで、自宅で使用できるうえナチュラルに白髪をほかしていけるのが特徴で、白髪染めをしていない方にも使用いただけます。

■ スタイルキープピーズによる 消臭・セット力維持のメカニズム



スタイルキープピーズは、無数の微細な穴があいているマイクロカプセル微粒子です。時間が経つと頭皮から分泌される皮脂が毛髪の上へ移行し、髪の根元から重くなるのがヘアスタイルが崩れる原因の一つです。

スタイルキープピーズは穴に内包された消臭成分(カキタンニン)が徐々にその効果を発揮し、穴の空洞の中に皮脂が吸着されるため、皮脂やニオイが気になる時間にごそ、セット力と消臭効果を実感いただけます。



ELEVATE商品ラインナップ

ワックス、ジェルなどのスタイリング剤は、業界初の技術「スタイルキープピーズ」(※左下コラム参照)を配合したことにより、長時間にわたって高いセット力と消臭効果を維持します。これは「午後から夕方にかけて頭皮のニオイが気になる」「時間が経つと皮脂によりスタイルが崩れてしまう」という男性ならではの悩みを解決するものです。

男性による男性のためのブランド

ELEVATEを立ち上げた背景には、メンズコスメ・スキンケア市場の拡大があります。成熟した美容業界にあって、美容室を利用する男性の増加もあり、メンズコスメ市場は2000年代に入ってから10年で約2倍の規模に成長し、今もそれが続く有望市場です。また男性客はリピーターとなる可能性が高いことから、美容室にとっては追加提案や店頭販売のアプローチをするチャンスが広がっています。

女性向け商品の開発で多くの実績と経験がある当社ですが、ELEVATEのターゲットは男性であることから、一般男性を対象にしたアンケート調査を行ったうえ、かねてから培っていた国内トップ美容室との協力体制をフル活用して美容師さんの意見を吸い上げ、コンセプトを決定したうえで商品開発に取り組みました。

研究開発チームの編成にも特徴があり、



デミ コスメティクス カンパニー 化粧品研究部

主任
町田 逸人

サブリーダー
藤井 義宣

「男性による男性のための商品開発を」と、シャンプー、スタイリング剤などそれぞれ得意な剤型が異なり、ターゲット層と同世代の男性研究員4名がチームを組みました。これは女性研究員が多く活躍するデミでは珍しいケースです。ターゲット層に近い私たちが直接美容室を訪問して最新の情報に触れ、商品化のアイデアを出し、自らモニターとなって使い心地や機能を検証することで、技術をしっかりとユーザー視点での価値に落とし込めたと思います。一方で髪化粧品の重要な要素である「香り」は、男性の嗜好だけでなく、女性の意見も反映させました。またスタイルキープピーズは、福井県内の機能材料メーカーとの共同研究で生まれた機能性



毛髪科学研究所での研究風景

素材で、今回の開発は社外の技術も取り入れたオープンイノベーションの好例だと手応えを感じています。

ELEVATEは発売からまだ日は浅いのですが、私たちがこだわって開発した機能は、各美容室から高い評価をいただいています。私たちとしても、拡大する男性美容市場という、デミにとっての新たな領域を開拓できるツールを提供できたと自負しています。

この9月にはブランド第2弾として、スキンケアとフェイシャルケアのアイテムを投入します。それらに続く第3弾も構想中で、美容室を訪れる男性客の心を掴むブランドを育てるべく、取り組んでいきたいと思っています。

確かな技術力で医療器具向け「洗浄剤」を展開。 高付加価値市場で存在感を高める。

日華化学では化学品事業の一つとして、医療器具用の洗浄剤や消毒剤を製造、販売しています。これは当社が業務用クリーニング薬剤や金属用薬剤の開発で長年培ってきた技術を掛け合わせて生まれた製品で、2012年に研究開発と販路開拓を本格化し、後発での市場参入にもかかわらず右肩上がり業績を伸ばしています。医療分野へ進出した経緯や当社の製品が支持される理由などについて、開発を担う二人に話を聞きました。



界面科学研究所 商品開発研究部

クリーニング&メディカル開発担当部長
兼メディカル開発グループリーダー

高木 俊夫

メディカル開発グループ
サブリーダー

中村 尚良

技術とサービスに高い評価

医療器具の中には注射針のように使い捨てにするものと、メスや鉗子(かんし)※1、クーパー※2、ピンセットなどのように、使用後に洗浄・消毒・滅菌をして再利用する器具があります。後者は主に専用の機械を使用して洗浄しますが、当社ではこの際に用いられる洗浄剤や消毒剤を開発、製造し、主にODM※3で供給しています。供給先は医療用洗浄機メーカーや海外製の洗浄機を輸入販売する商社、医療器具洗浄の受託会社などです。後発での市場参入ということもあって、現在の推定シェアは約3%にとどまっていますが、供給先の数も、1社当たりの取引額も着実に増加しています。

市場において当社が存在感を増している要因は、①医療器具に付着した血液をしっかりと落とす「洗浄力」、②ステンレスやアルミ、真ちゅうなど医療器具に使われている素材への悪影響や劣化を抑制する「腐食防止性」、③洗浄機の故障の原因となる起泡を抑制する「抑泡・消泡性」、④長期にわたって品質が変わらない「品質安定性」等を兼ね備えた製品づくりにあります。これら4項目を満たすことができるのは、何よりも当社



洗浄剤には医療器具を浸漬させて使うタイプ(写真)と洗浄機に投入して使うタイプがあります。

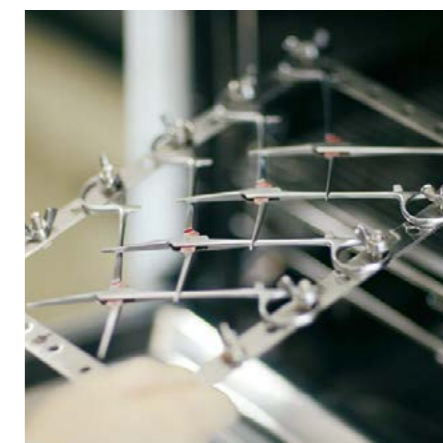
が誇る界面科学技術があるからです。

また、化粧品、医薬部外品も含めたグループ全体を統括する品質保証体制が構築されていることや、きめ細かなアフターフォローも高評価を受けています。特にアフターフォローの面では、同じ洗浄剤と機械を使っても洗浄結果に影響を及ぼす水質分析、洗浄時のトラブル要因分析や、しっかりと洗浄できているかどうかを数値化して評価するサービスを提供しているほか、洗浄処方や環境を踏まえたアドバイスを発行しており、好評を得ています。加えて、化粧品の開発部門や海外の研究所の存在も、当社の豊富な知見や高い技術力の裏付けとなり、顧客の多様なニーズに応える上で強みとなっているほか、東証一部上場企業であることも取引先にとって安心感につながっています。

医療分野でさらなるシェア拡大を

そもそも当社が医療器具洗浄分野に進出したのは、ある製薬メーカーからの要請に応じて、1996年に医療器具を浸漬させて使うタイプの洗浄剤を製造したことがきっかけでした。この際、ベースとなったのが、当社が以前から製造していた業務用クリーニング向けの殺菌消毒剤です。これに金属用薬剤に用いられていた技術を組み合わせ、洗浄剤の開発に成功しました。続いて2004年には医療器具洗浄分野の市場開拓を本格化させるため、専門の部署を立ち上げました。

当初は医療器具の洗浄に関するノウハウが少なく手探りの状態でしたが、「知らないことを恥ずかしいと思わず、競合する会社をはじめ、知見がある人にとにかく教えを請いました。試作品ができた後も洗浄機のモデルや評価の仕組みを作ることに苦しみました」(中村)と振り返るように、苦労を重ねな



試作段階では手術用のはさみの接合部に羊の血液を付け、洗浄度合いを測定しています。

がらも着実に実績を築いていきました。

人の命にも関わりかねない医療器具洗浄分野は高い技術力が求められる高付加価値市場であり、当社の技術をより活かせる可能性が大きく広がっています。より優れた洗浄剤の開発を目指し、大学などとオープンイノベーションを進めよう準備を始めています。

また、今後は「透析装置に関連するものなど、医療器具洗浄分野でもまだ手がけていない洗浄剤のほか、除菌剤など病院内の環境衛生の向上に寄与する製品群の開発も視野に入れています」(高木)と話し、新たな製品ラインナップの拡充、さらには医療の安心・安全への貢献に向けて積極的に挑んでいます。

用語解説

【※1】鉗子 / はさみのような形状で血管をはさんだり、組織をつまんだりする手術器具。

【※2】クーパー / 外科手術用のはさみ。

【※3】ODM / Original Design Manufacturingの略で、相手先のブランド名で剤のレシビをはじめとした製品設計から製造までを一貫して手がけること。

連結貸借対照表

科目	前連結会計年度 (2018年12月31日)	当第2四半期 (2019年6月30日)	増減
(資産の部)			
流動資産	29,422	24,704	△4,717
現金及び預金	9,234	5,540	
受取手形及び売掛金	10,363	9,915	
商品及び製品	4,314	4,413	
仕掛品	1,055	836	
原材料及び貯蔵品	3,458	3,208	
その他	1,003	789	
貸倒引当金	△6	△1	
固定資産	27,175	28,430	1,254
有形固定資産	23,762	24,978	1,216
建物及び構築物(純額)	12,697	12,406	
機械装置及び運搬具(純額)	2,446	2,384	
土地	5,209	5,223	
その他(純額)	3,409	4,964	
無形固定資産	468	410	△58
投資その他の資産	2,943	3,041	97
資産合計	56,597	53,134	△3,463

科目	前連結会計年度 (2018年12月31日)	当第2四半期 (2019年6月30日)	増減
(負債の部)			
流動負債	20,986	18,929	△2,056
支払手形及び買掛金	6,548	4,582	
短期借入金	9,826	9,690	
未払法人税等	443	368	
賞与引当金	768	591	
その他	3,398	3,696	
固定負債	12,046	12,458	411
長期借入金	8,055	8,710	
退職給付に係る負債	2,947	2,680	
株式報酬引当金	69	72	
その他	974	995	
負債合計	33,032	31,387	△1,644
(純資産の部)			
株主資本	19,921	19,953	32
その他の包括利益累計額	213	△285	△499
非支配株主持分	3,429	2,078	△1,351
純資産合計	23,565	21,746	△1,818
負債純資産合計	56,597	53,134	△3,463

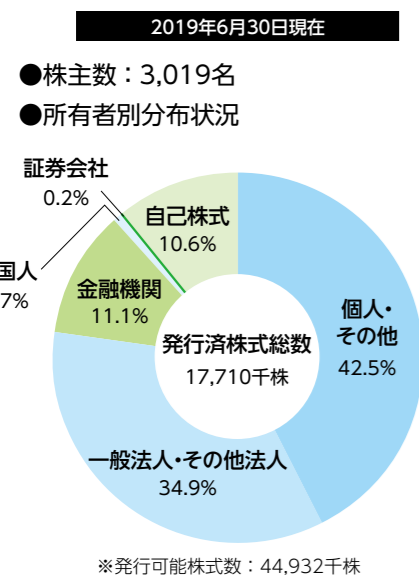
連結損益計算書

科目	前第2四半期 (2018年1月1日～ 2018年6月30日)	当第2四半期 (2019年1月1日～ 2019年6月30日)	増減
売上高	24,752	23,649	△1,102
売上原価	16,708	16,024	△684
売上総利益	8,043	7,625	△418
販管費及び一般管理費	6,830	6,854	24
営業利益	1,213	770	△442
営業外収益合計	197	183	△14
営業外費用合計	144	272	127
経常利益	1,266	681	△584
特別利益合計	3,774	318	△3,455
特別損失合計	3	79	75
税金等調整前四半期純利益	5,036	920	△4,116
法人税等	2,015	484	△1,530
四半期純利益	3,021	436	△2,585
非支配株主に帰属する四半期純利益	1,192	107	△1,085
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,829	329	△1,500

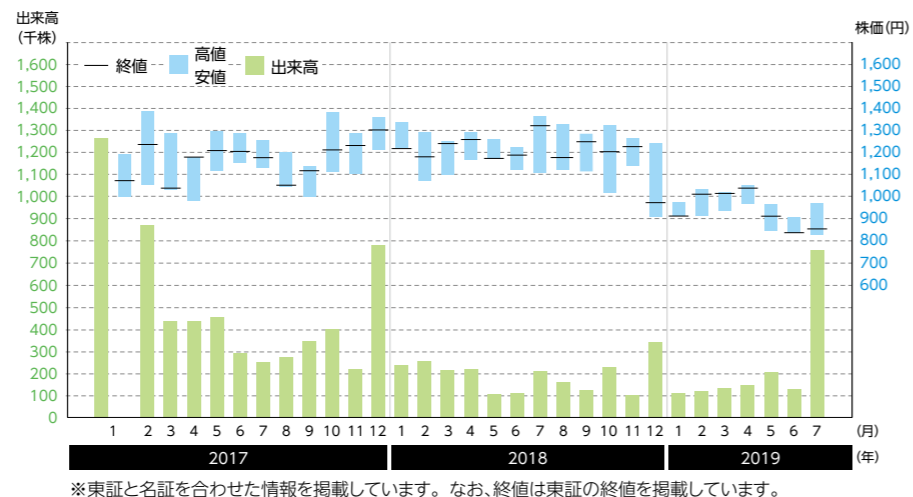
連結キャッシュ・フロー計算書(要旨)

区分	前期 (2018年1月1日～ 2018年6月30日)	当期 (2019年1月1日～ 2019年6月30日)	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,068	△889	△1,957
投資活動によるキャッシュ・フロー	809	47	△762
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,453	△1,206	1,246
現金及び現金同等物の四半期末残高	7,153	5,059	△2,094

株式の状況



●株価の推移



3月 NICCA イノベーションセンター(NIC)が日本建築大賞を受賞

当社の研究中核拠点であるNICが、日本建築家協会(JIA)が主催する2018年度の「日本建築大賞」を受賞しました。

NICは、環境に配慮した設計で、福井の風、地下水、太陽光をフルに活用し環境負荷低減を実現した点、また、新しい働き方と働く環境についての提案として、人と人が交流しやすい空間を取り入れ、多様な人たちが交わり合せて、イノベーションを創発する建築になっている点等が評価され、195作品の中から現地審査や公開審査等を経て、大賞に選ばれました。

NICが目指しているのは、世界中から知恵を集めた協創と技術革新を通じて、社会に貢献することです。「場が人を変える」との思いのもと、楽しく働くことを意識してデザインしたNICを触媒とし、今までにない発見やアイデアが生まれるオープンイノベーションが始まっています。



NIC4階からの内観
コンクリートの天井スリットが光・風の通り道として機能

6月 日本で初のZDHC主催セミナーがNICにて開催

当社が2018年に日系企業として初加盟した環境認証団体ZDHC※1が主催するセミナーが、QTEC※2の協力のもと、日本で初めてNICにて開催されました。当セミナーでは、ZDHCに関する基本情報・最新情報をはじめ、世界の繊維産業が直面している課題、またそれに対応する化学物質管理の最善手法等が紹介されました。

大手アパレル、素材メーカー、染色加工場など国内の繊維産業に関わる約130名が参加し、質疑応答ではZDHCの活動内容の詳細に踏み込んだ質問が続くなど、ZDHCや環境保全、これまで注目される機会の少なかったケミカルサプライヤーの役割の重要性に対する関心の高まりが伺えました。

当社は、今後も国内はもとより世界中の繊維加工サプライチェーンとの積極的な関わり合いを通して、消費者、労働者、環境を持続的に保護することに配慮した繊維加工用薬剤を提供し続けると共に、サステナブルな社会を目指すグローバル企業として日本と世界の架け橋となり、環境保全に寄与してまいります。

※1 ZDHC(Zero Discharge of Hazardous Chemicals): 2011年に発足。世界の大手アパレルブランド等120社以上が加盟する有害化学物質排出ゼロを目指した環境認証団体。

※2 QTEC(キューテック): 一般財団法人 日本繊維製品品質技術センター。2019年にZDHCへ加盟。



NICガーデンスクエアにて開催されたZDHC 東アジアディレクター Lydia Lin氏によるセミナー

7月 キャタライザー型脱墨剤が業界賞「佐々木賞」を受賞

当社が開発した世界初のUV硬化型インク対応脱墨剤が、学術研究団体 紙パルプ技術協会が主催する「第47回 佐々木賞」を受賞しました。同賞は毎年、紙パルプ技術の進歩発展のため、技術開発・研究開発により顕著な成果を収め、業界に貢献した個人または企業に贈られているものです。

「キャタライザー型脱墨剤」は、省エネで生産性が高いUV硬化型インクを使用した雑誌やパンフレット等の古紙リサイクルを、世界で初めて可能にした革新的な脱墨剤です。UV硬化型インクは非常に硬いため、従来の脱墨剤では古紙からインクを剥離させることが困難でしたが、当社は界面活性剤の力に加え触媒(キャタライザー)の働きを利用することで、この課題を解決しました。また、従来型のインクに対する脱墨性能も高く、脱墨剤そのものの使用量が少なくて済むようになったことから、ユーザーのコストダウンにも寄与しています。今後も、省エネや古紙リサイクル率の向上はもとより、森林資源の保全を通じた地球環境への負荷軽減、またキャタライザー技術を応用した更なる研究開発により、社会・地球の持続可能な発展に貢献できるよう努めてまいります。



授賞式での記念写真
後列左から2番目
紙パルプ技術協会 山崎和文理事長
前列左から2番目
当社片桐進取締役常務執行役員

7月 「DiaLumie®(ディアルミエ)」が恐竜博物館の演出に採用

7月から福井県立恐竜博物館(福井県勝山市)にて開催されている「令和元年度特別展『恐竜の脳力』～恐竜の生態を脳科学で解き明かす～」の演出の一部にディアルミエが採用されました。福井県の技術が同館の演出に使用されるのは初めてです。

ディアルミエは、スクリーンの透過性が高く映像が高鮮明・高コントラストで、360度どこからでも映像が見えるほか、平面だけでなく立体面への映像投影や、映像が飛び出すような演出もできるフレキシブルなスクリーンです。

今回の演出は、標本ケースガラス前面に幅8m以上に渡る大面積のディアルミエを用い、その特長を生かした標本骨格とアニメーションの融合で、恐竜の魅力を最大限に引き出すサポートを実現しております。

当特別展は本年10月14日まで開催されておりますので、この機会にぜひ当社の技術をご覧ください。



特別展での展示の一部
ディアルミエによって恐竜が浮き上がって見える演出