

個人投資家様向け会社説明会

2026年1月15日

証券コード / 4977

長期経営構想を発表（2025年11月12日）

ビジョン

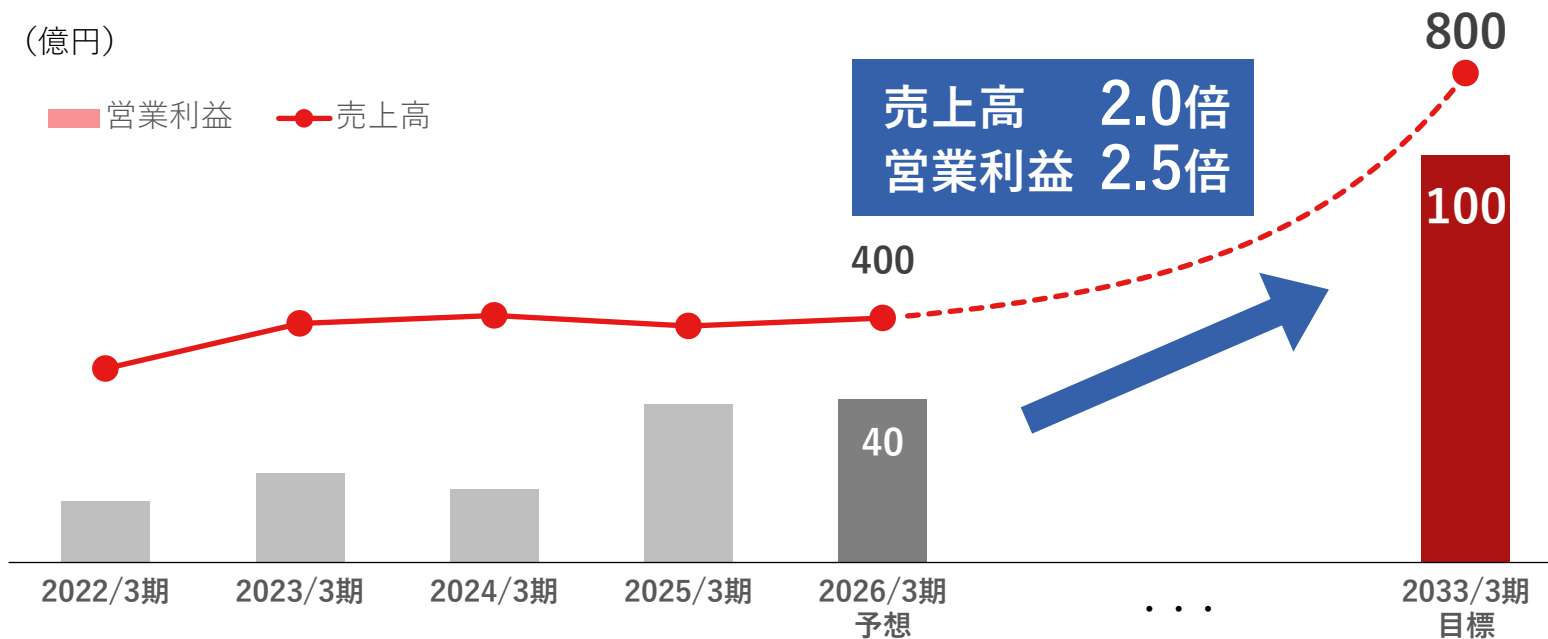
Lead in Asia. Challenge the World.

ゼラチン・コラーゲン業界における売上高アジアNo.1を目指し、世界に挑み続ける

(億円)

営業利益

売上高



目次

- 1** 会社概要 P. 3
- 2** 成長戦略 P. 15
- 3** 株主還元 P. 26

目次

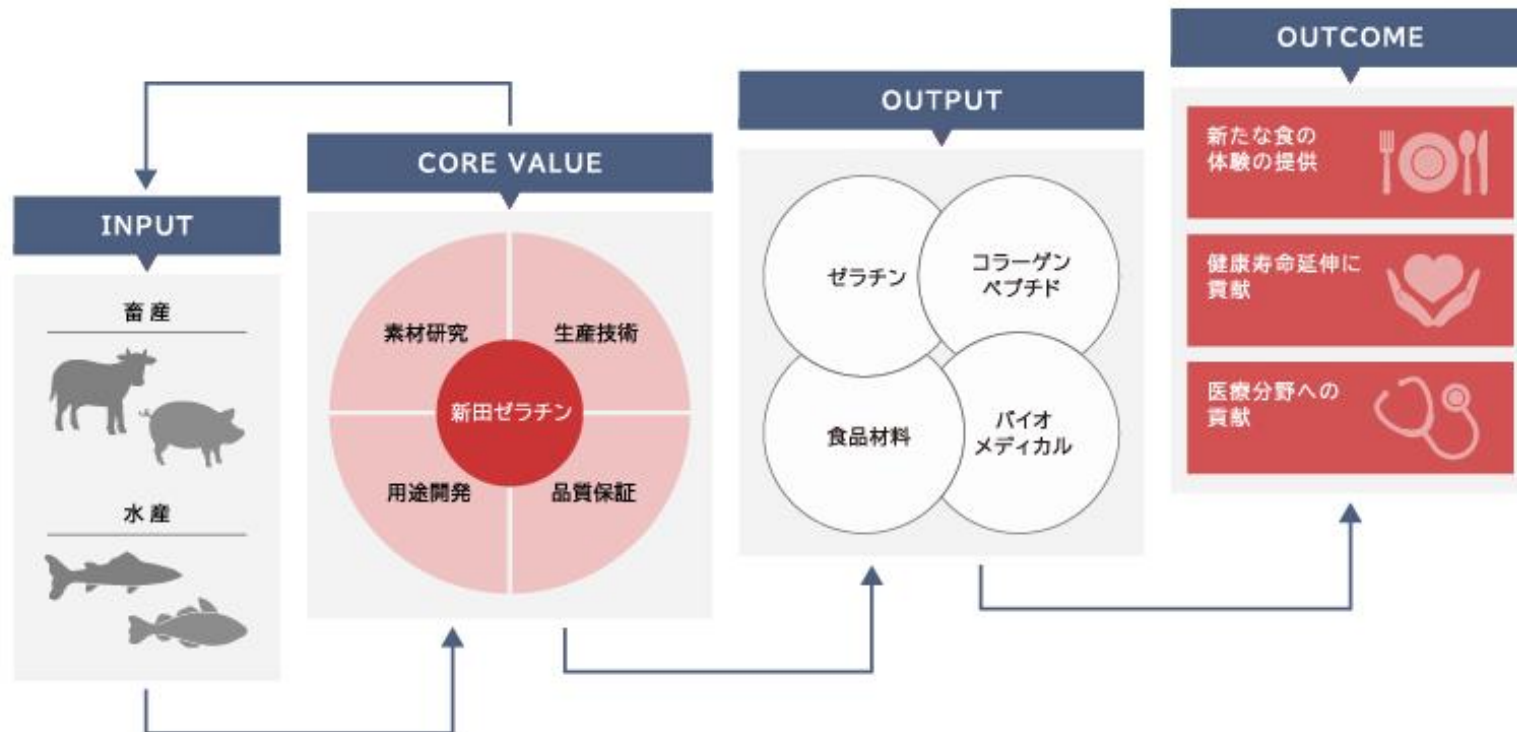
- 1** 会社概要 P. 3
- 2 成長戦略 P. 15
- 3 株主還元 P. 26

企業プロフィール

会社名	新田ゼラチン株式会社（Nitta Gelatin Inc.）
代表者	代表取締役社長 竹宮 秀典
本店	大阪市浪速区桜川4丁目4番26号
創業	1918年（大正7年）1月
上場証券取引所	東京証券取引所 スタンダード市場（証券コード 4977）
資本金	3,144百万円
連結売上高	387億円（2025年3月期）
連結従業員数	860名（2025年3月末）
株価／時価総額	1,251円／22,986百万円（2026年1月9日現在）

ビジネスモデル

未利用資源に価値を与え、磨き続ける「アップサイクリング」が当社の原点



事業内容

ゼラチン



グミ、
ソフトキャンディー用



カプセル用



コンビニ総菜用

コラーゲン ペプチド



美容
サプリメント用



健康
サプリメント用



スポーツ
ニュートリション用

食品材料



食肉加工品用
安定剤



デザート用
ゲル化剤

バイオ メディカル



細胞培養用
コラーゲン・ゼラチン



人工骨・人工皮膚
(医療用コラーゲン)



再生医療用
コラーゲン・ゼラチン

食品
メーカー

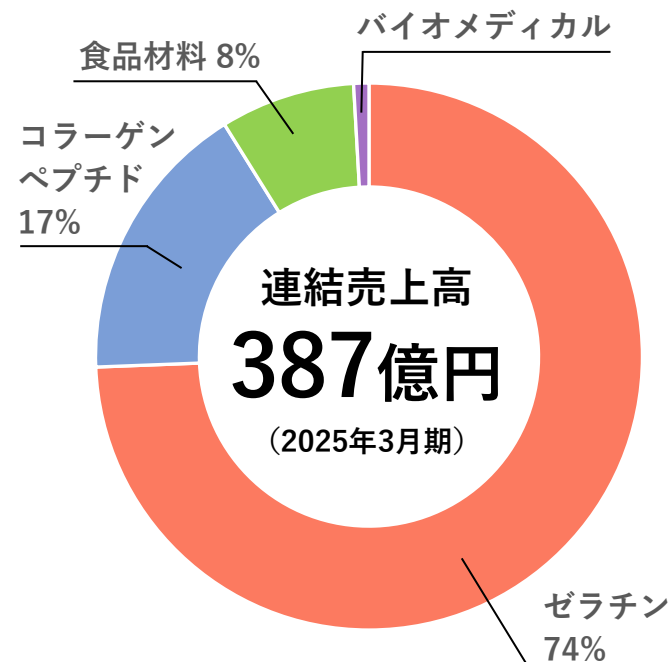
健康食品
メーカー

カプセル
メーカー

一般
消費者

医薬品
メーカー
・医療機関

〈 売上構成 〉



トピック：研究開発・製造棟「みらい館」の活用



2022年12月竣工

1F 製造エリア



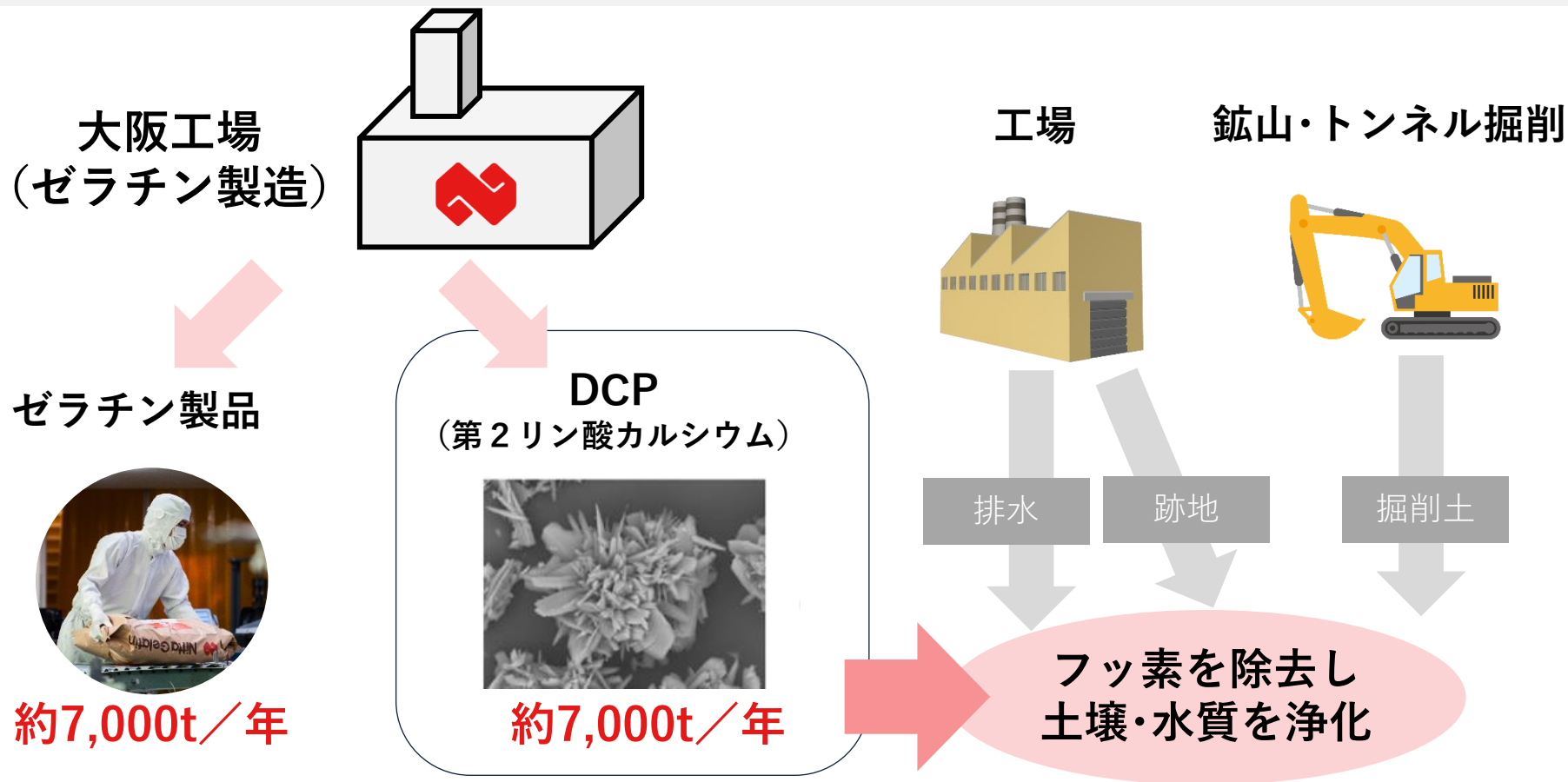
2F 研究開発エリア オフィスエリア



コラーゲン素材の特性

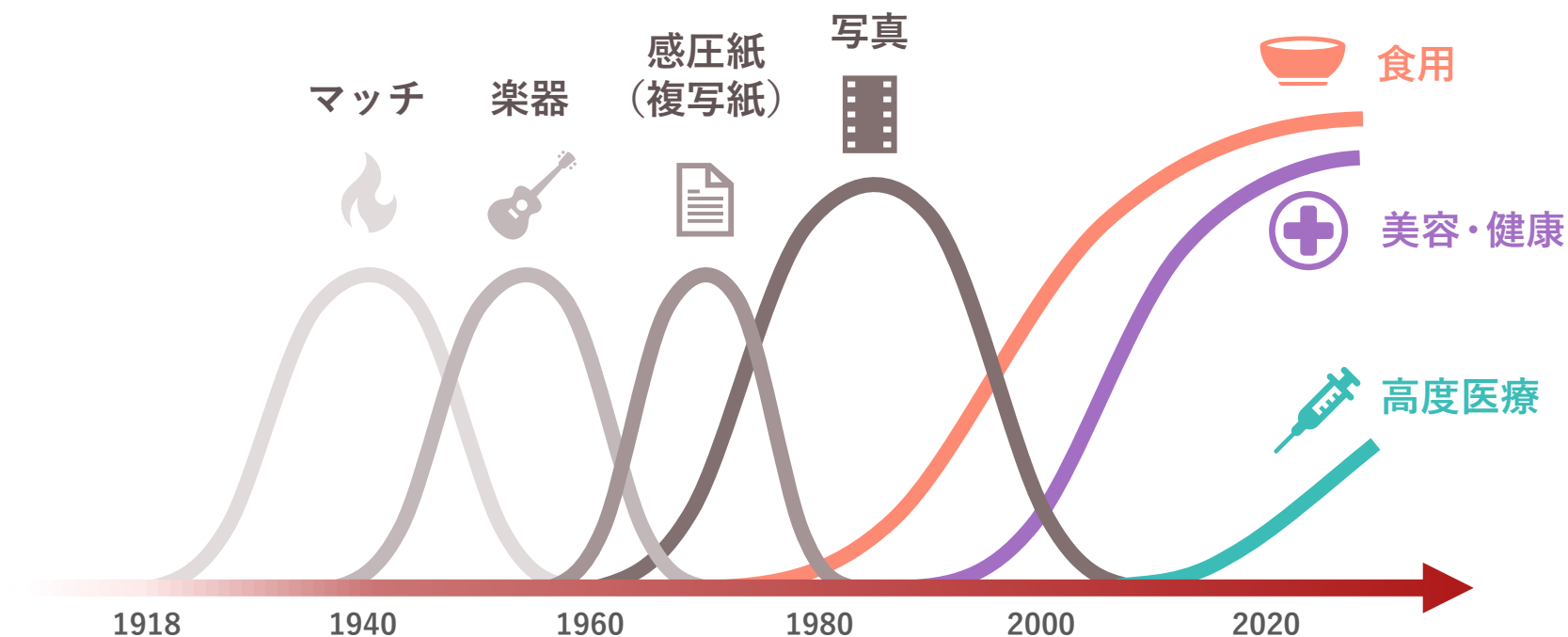
	コラーゲン	ゼラチン	コラーゲンペプチド
	 <p>3重らせん構造</p> <p>保湿、膜をつくる</p>	 <p>らせん構造がほどけ 1本鎖になった状態</p> <p>固まる・溶ける</p>	 <p>ゼラチンを酵素などで 低分子化したもの</p> <p>生理活性機能</p>
食品	<ul style="list-style-type: none"> ● 畜肉加工食品向け製品 	<ul style="list-style-type: none"> ● 菓子（グミ・キャンディー・マシュマロ） ● コンビニ総菜（麺類のスープゼラチン等） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 美肌サプリメント用製品 ● スポーツニュートリション向け製品 ● 食品用・栄養向け製品
健康・医療	<ul style="list-style-type: none"> ● 人工骨・皮膚・腱 ● 細胞培養 ● 再生医療 	<ul style="list-style-type: none"> ● ハードカプセル ● ソフトカプセル 	<ul style="list-style-type: none"> ● 創傷治癒向け製品
その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 化粧品 	<ul style="list-style-type: none"> ● 写真（フィルム／印画紙） ● 副産物（リン酸カルシウム） 	

副産物による環境改善



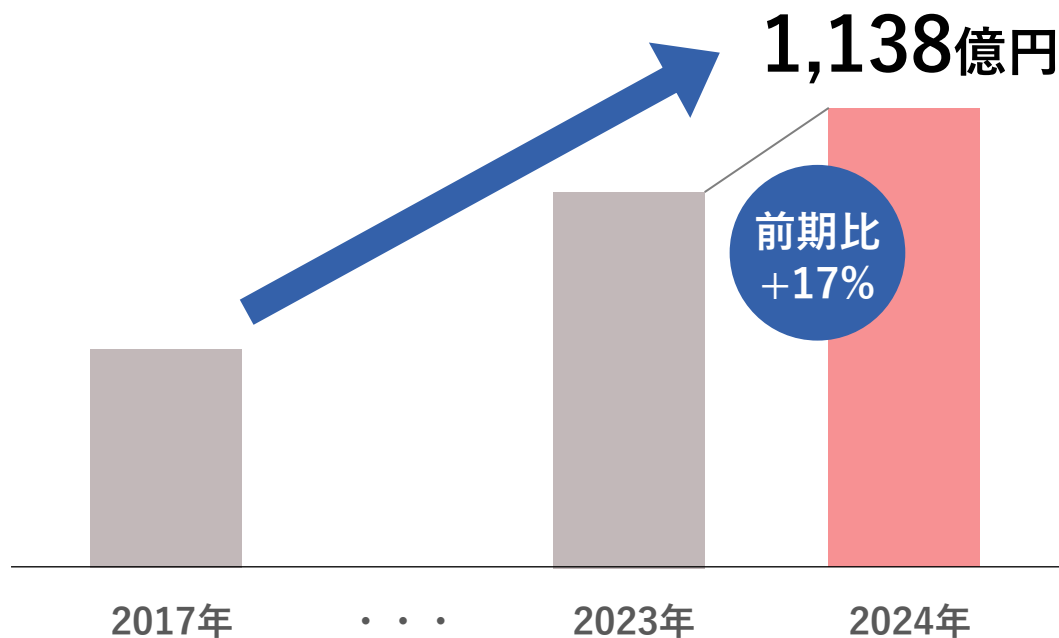
コラーゲン素材の用途の変遷

社会のニーズに合わせて新用途を開発

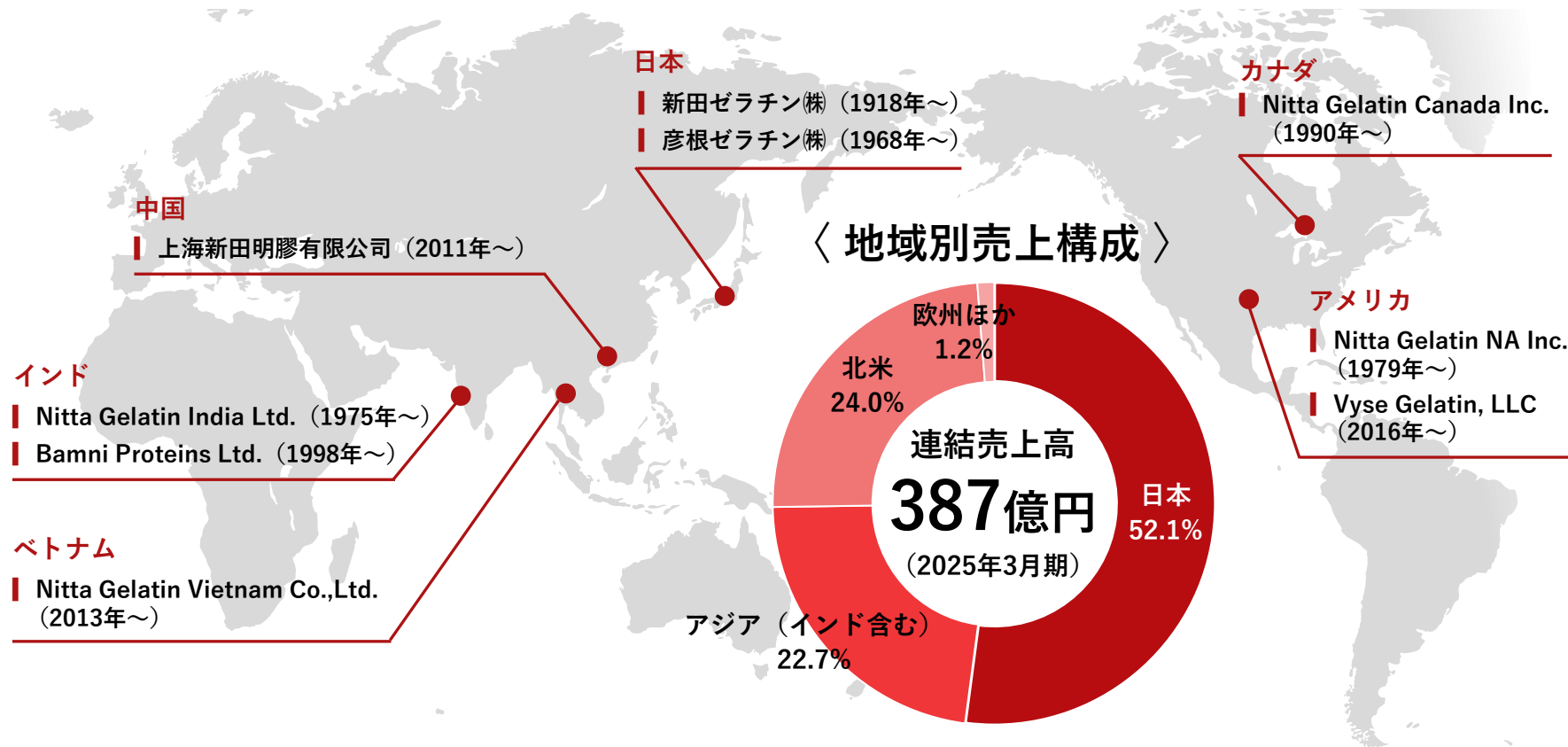


拡大する日本のグミ市場

7年間で2倍の市場規模に拡大

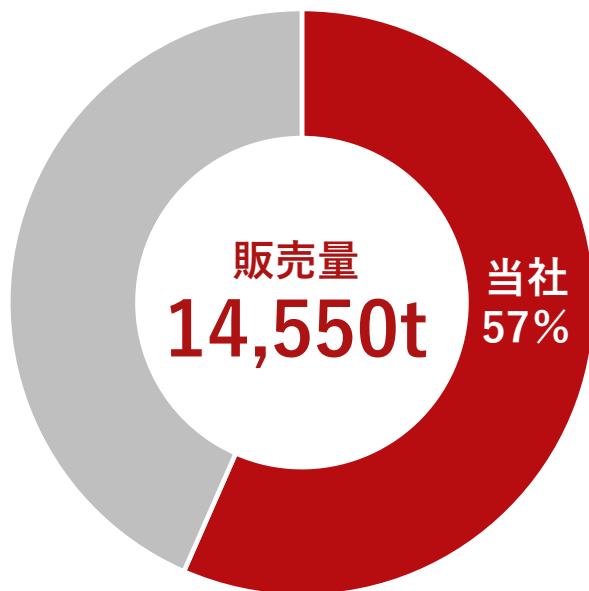


グローバル展開

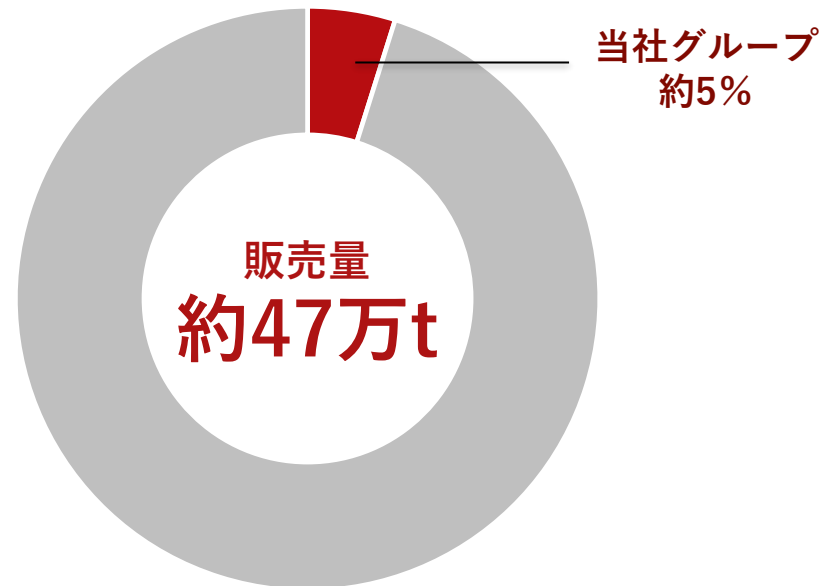


ゼラチン市場シェア

日本

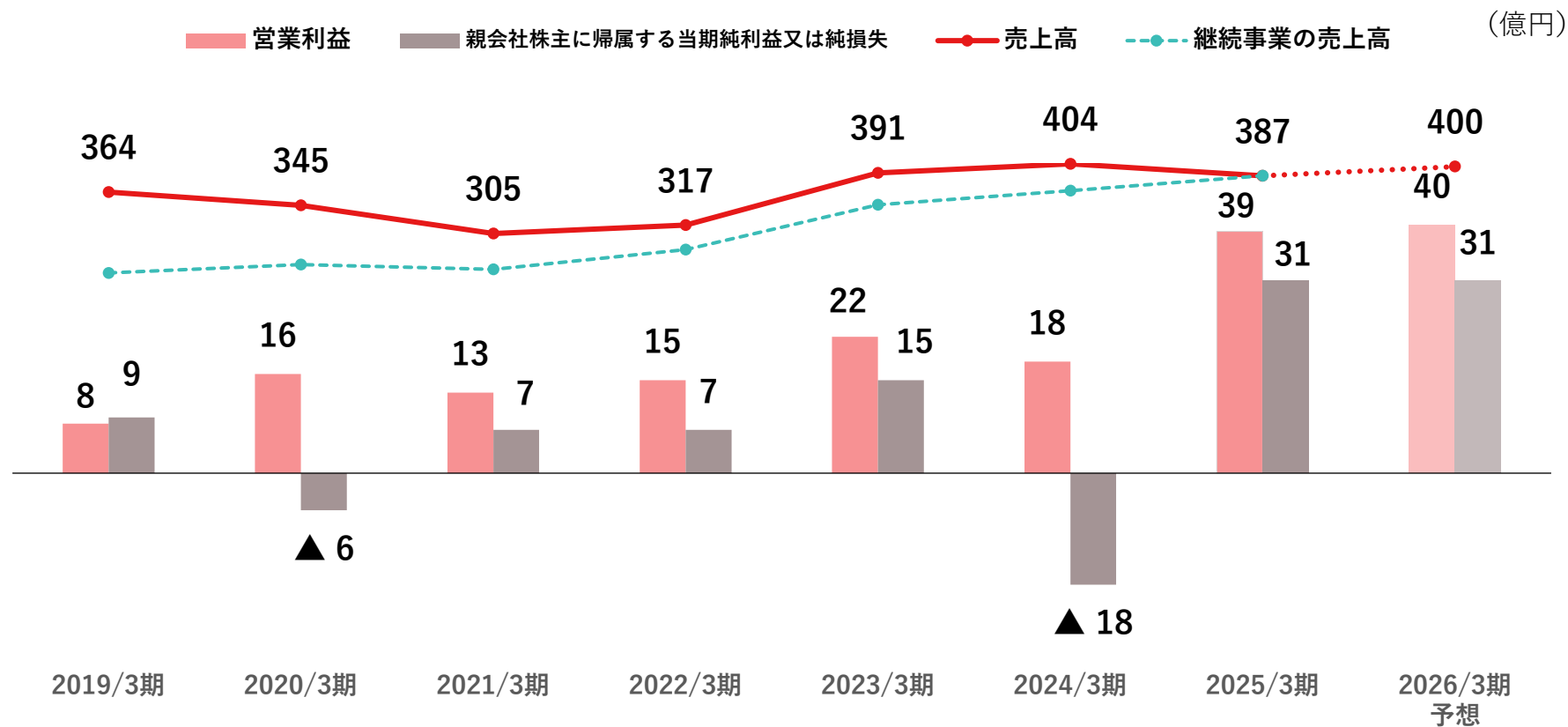


世界



【出典】 日本：『日本ゼラチン・コラーゲン工業組合』（2024年度 輸出を除く）、世界：当社2024年推計値

連結業績推移

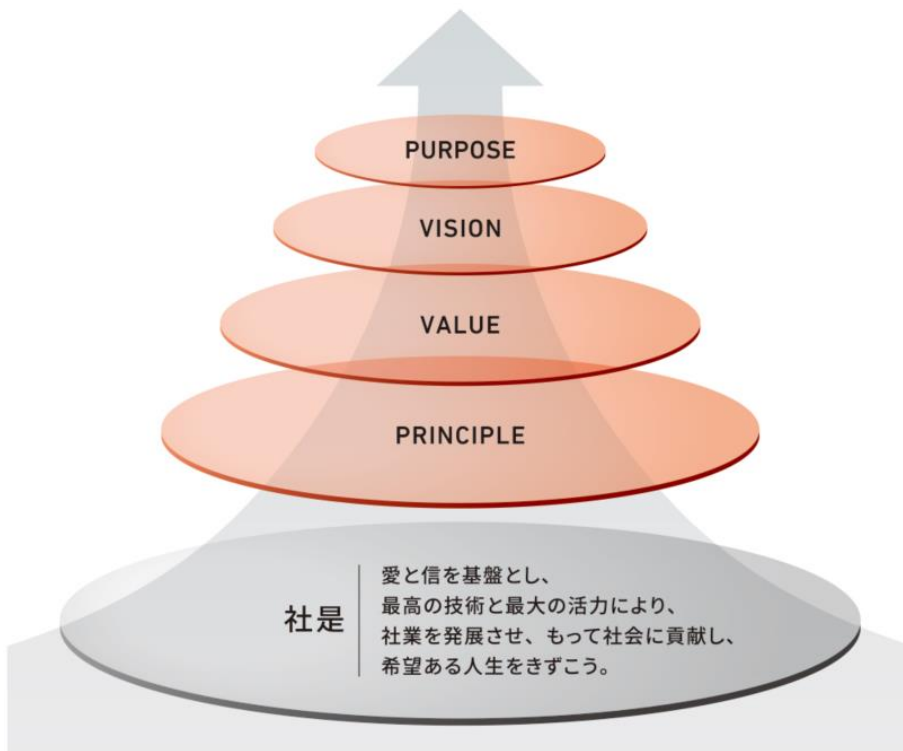


目次

- 1 会社概要 P. 3
- 2 成長戦略 P. 15**
- 3 株主還元 P. 26

企業・経営理念体系の改定

理念体系図



- PURPOSE 私たちの存在意義

UPCYCLING for the Future.

- VISION 私たちのありたい姿

Lead in Asia. Challenge the World.

- VALUE 私たちの価値観

Connect Create Challenge
Nitta Gelatin 3C Value

- PRINCIPLE 私たちのすべての行動指針

Act on Our Values

長期経営目標 ～経営指標～

ゼラチン・コラーゲン業界で「売上高アジアNo.1」の企業となるべく、成長戦略を強力に推進

(単位：億円)	2026/3	2033/3	2026/3
	予想	目標	予想対比
売上高	400	800	+400
営業利益	40	100	+60
営業利益率	10.0%	12.5%	+2.5pt
ROE (特殊要因*除く)	12.0% (10.9%)	13.0%	+1.0pt (+2.1pt)
ROIC (特殊要因*除く)	8.3% (8.7%)	12.0%	+3.7pt (+3.3pt)

(*)ニッタゼラチンホールディングInc.関連の法人税等調整額計上による当期純利益および純資産の増加影響

長期経営目標 ～ありたい姿～

- 成長が見込まれる海外市場で販売を拡大し、売上高を倍増
- バイオ/新規事業で売上高80億円を達成

地域別・製品別ポートフォリオ

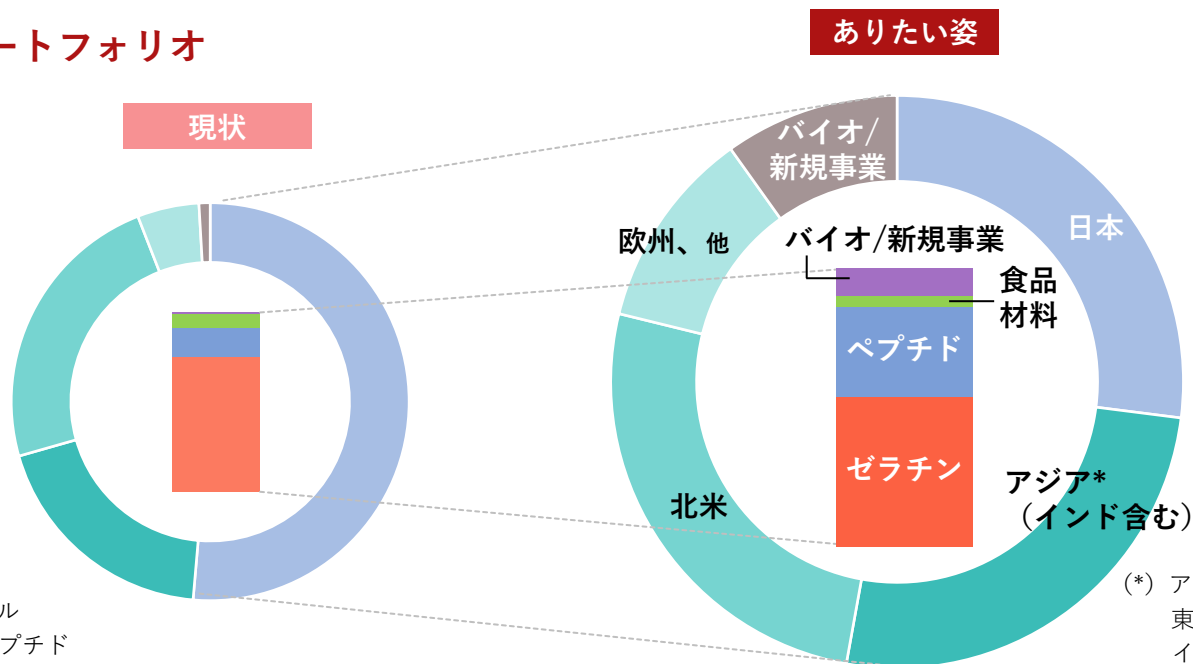
地域別

- 日本
- アジア（インド含む）
- 北米
- 欧州、他

製品別*

- バイオ／新規事業
- 食品材料
- ペプチド
- ゼラチン

(*) バイオ：バイオメディカル
ペプチド：コラーゲンペプチド



基本戦略 ～当社の強み～

当社独自の競争優位性を海外市場に展開し、売上拡大を実現

信頼性

- 安全安心な商品
- 安定供給
- 100年超の歴史あるブランド力



顧客対応力

- 高い技術力の裏付け
- 顧客ニーズへの柔軟な対応
- ハラル・コーシャ認証
→ インド・北米・
東南アジアで強み



安定品質

- 厳格な品質管理体制
- 原料から最終製品まで
一貫した高い工程管理能力
- 品質要求水準の高い
日本で培った技術

基本戦略 ～競争力の強化～

海外の販売体制を強化するとともに、コストダウンと供給能力拡大を推進

海外の販売体制・ 仕組みの強化

- ゼラチン：日本における競争優位性をアジアに展開すべく直販体制を構築する
- ペプチド：ブランドを強化しグローバルな販売代理店網を構築する
- グローバル人材の育成と活用



コストダウン・ 供給能力の拡大

- 競争力のあるインド拠点を最大限活用すべく更なる生産能力を拡大
- 日本・インド以外でコスト競争力のある生産拠点の新設
- 牛骨原料種類の最適化と大阪工場のボトルネック工程改善によるコストダウンおよび生産能力拡大

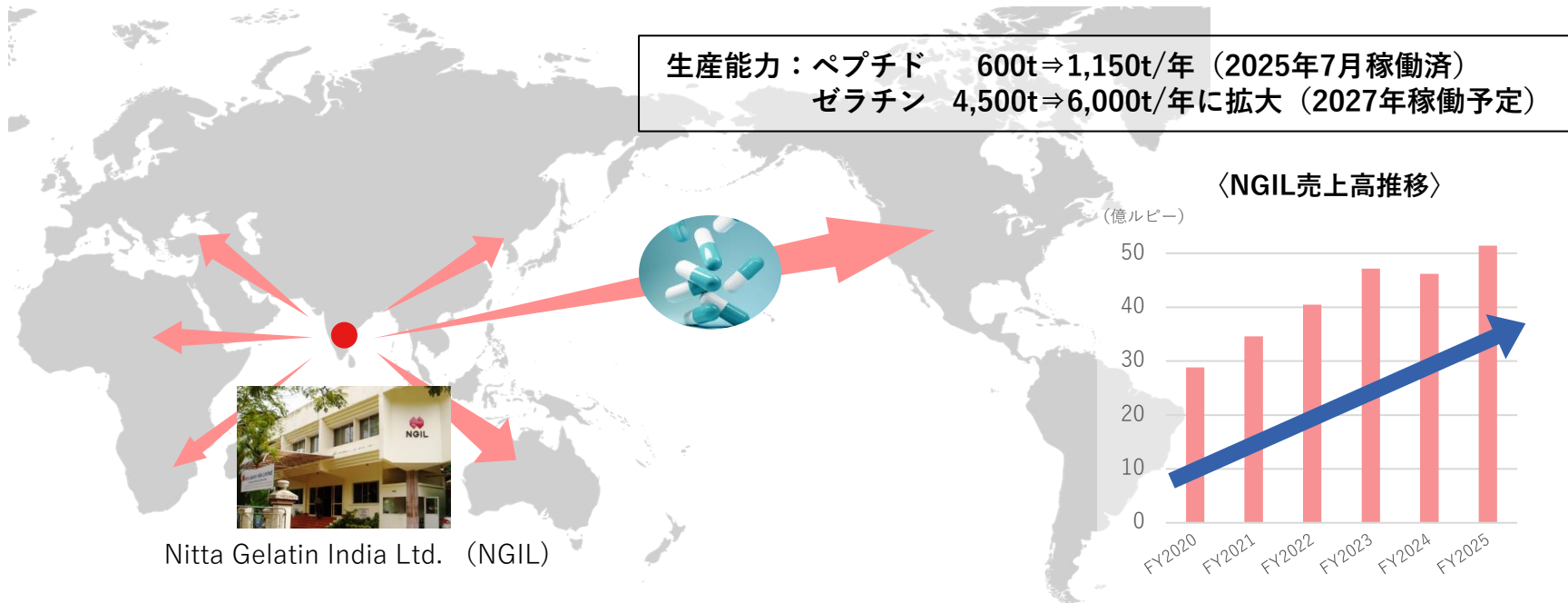


アライアンスの活用

- 販売：自社生産を柱としつつアライアンスを活用した拡販戦略
- 原料調達：バリューチェーンでの連携を検討
- 生産：アライアンス先への技術支援も視野

コスト競争力の高いインドでの生産能力を拡大中

- 現地の産業開発公社（KSIDC）をパートナーとして、50年の歴史あり
- 厳格なハラル認証を取得、北米へのカプセル原料を供給
- 顧客からの評価：「エシカル（倫理的）な会社で、信頼できる」



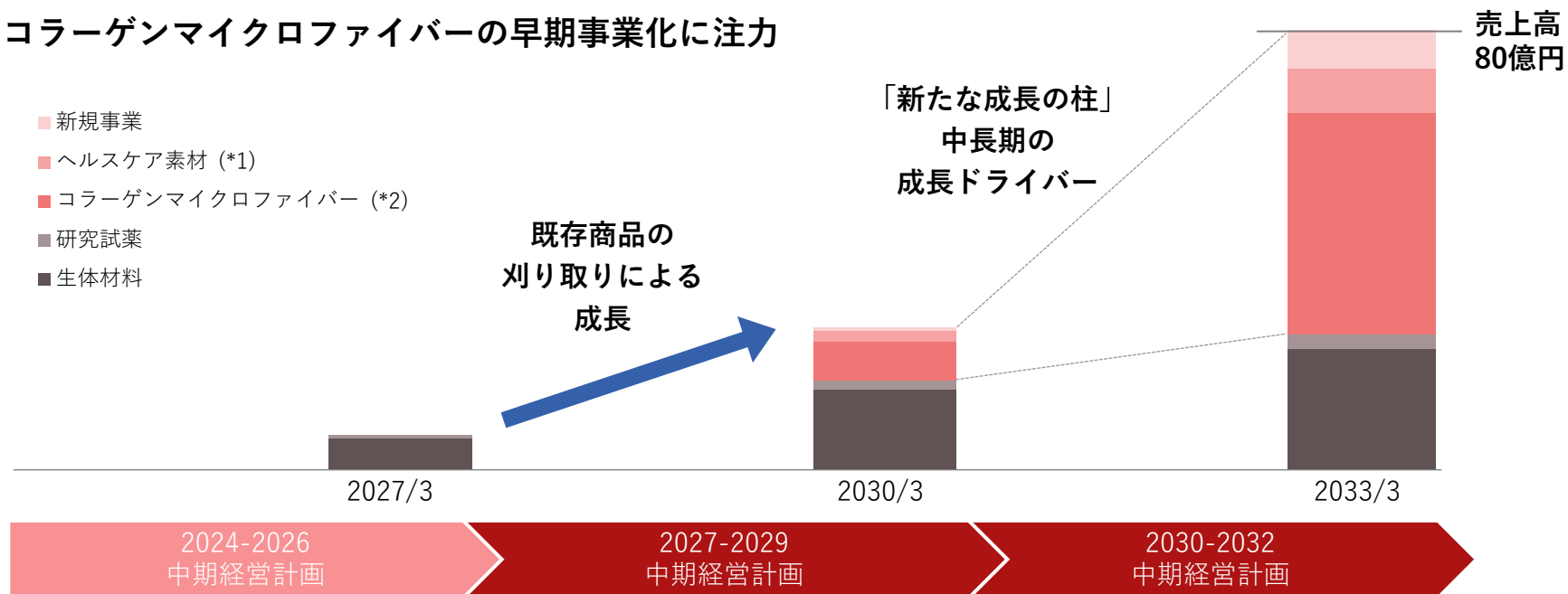
基本戦略 ～グローバル化の加速～

- 日本・アジア(インド含む)で圧倒的シェアを獲得
- 最大市場の北米・欧州で当社の強みを活かし、一定のポジションを確保

	環境認識	方針
日本	<ul style="list-style-type: none"> ● きめ細かい顧客対応が要求される市場 ● 今後の成長率はほぼフラット 	<ul style="list-style-type: none"> ● 顧客対応力にさらに磨きをかけ、国内トップシェアを堅持
アジア インド	<ul style="list-style-type: none"> ● 経済成長に合わせた市場拡大を期待 ● 中国以外にはグローバル業界大手は未参入 	<ul style="list-style-type: none"> ● コスト競争力を強化し、日本品質とサービスの提供でシェア大幅アップ
北米	<ul style="list-style-type: none"> ● ペプチドの世界最大市場で今後も安定成長 ● グローバル業界大手、南米・トルコ等から輸出 ● 米国関税でサプライチェーンに変化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 輸入品が約半数を占める市場で、関税面や品質面で優位性を示す ● アライアンス調達によるコスト競争力強化
欧州	<ul style="list-style-type: none"> ● グローバル業界大手の本拠地で今後も安定成長 ● 規制や関税手続きなどの参入障壁が高い 	<ul style="list-style-type: none"> ● 域内販売拠点新設を検討

基本戦略 ～バイオメディカルおよび新規事業～

- 中長期の成長ドライバーとなる事業を育て、将来の収益機会を獲得
- コラーゲンマイクロファイバーの早期事業化に注力



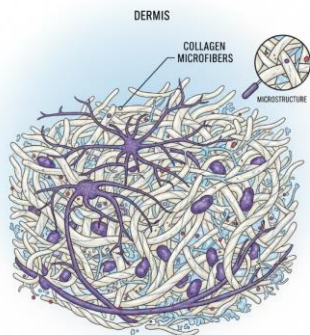
(*1) ヘルスケア素材：ゼラチンを用いた新たなヘルスケア向け素材

(*2) コラーゲンマイクロファイバー：医療用コラーゲンから加工・製造される、人工腱などを構成するコラーゲン繊維と類似したナノ構造をもつ素材

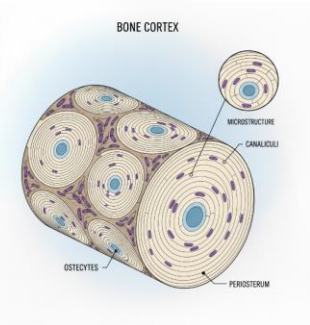
コラーゲンマイクロファイバーの展開用途

皮膚や骨などの欠損部分に対する「足場材」や、損傷した腱や靱帯の強度を高めるための「補強材」としての利用など、医療分野での様々な用途への展開が期待

真皮



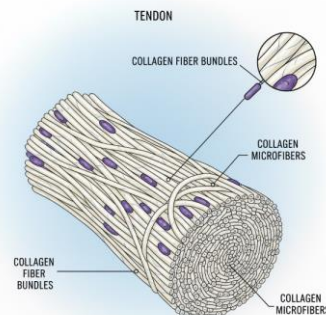
骨



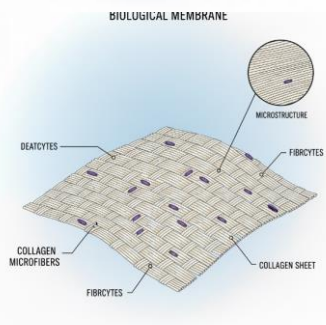
当社コラーゲン
マイクロファイバー



腱・靱帯



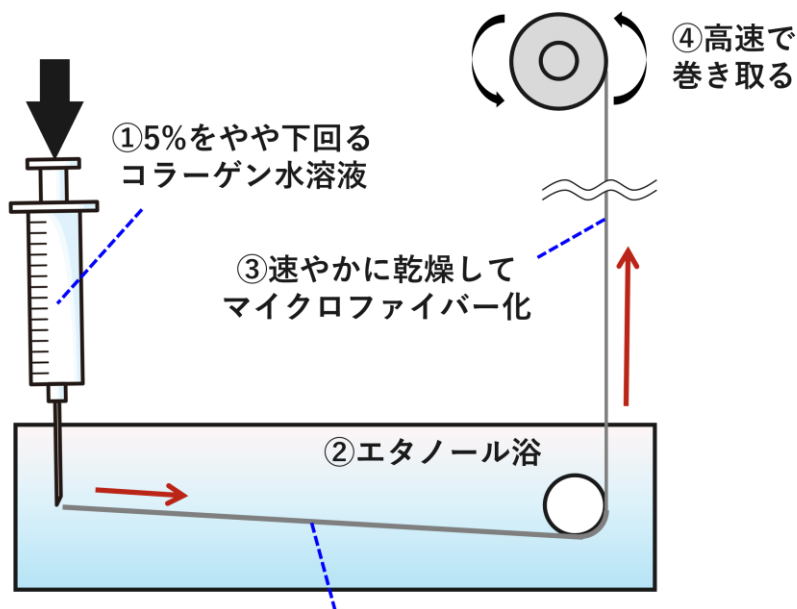
生体膜



コラーゲンマイクロファイバーの高速紡糸技術を世界で初めて開発

コラーゲン溶液が一瞬で固まる条件を見出し、熱で融かした樹脂のように引っ張りながら高速紡糸する技術を創出

〈高速紡糸技術のイメージ〉



コラーゲンは延伸されながら糸状になる

ファイバーの微細化

(従来) 直径50～100 μm \rightarrow (本技術) 直径**約20 μm**

紡糸速度の高速化

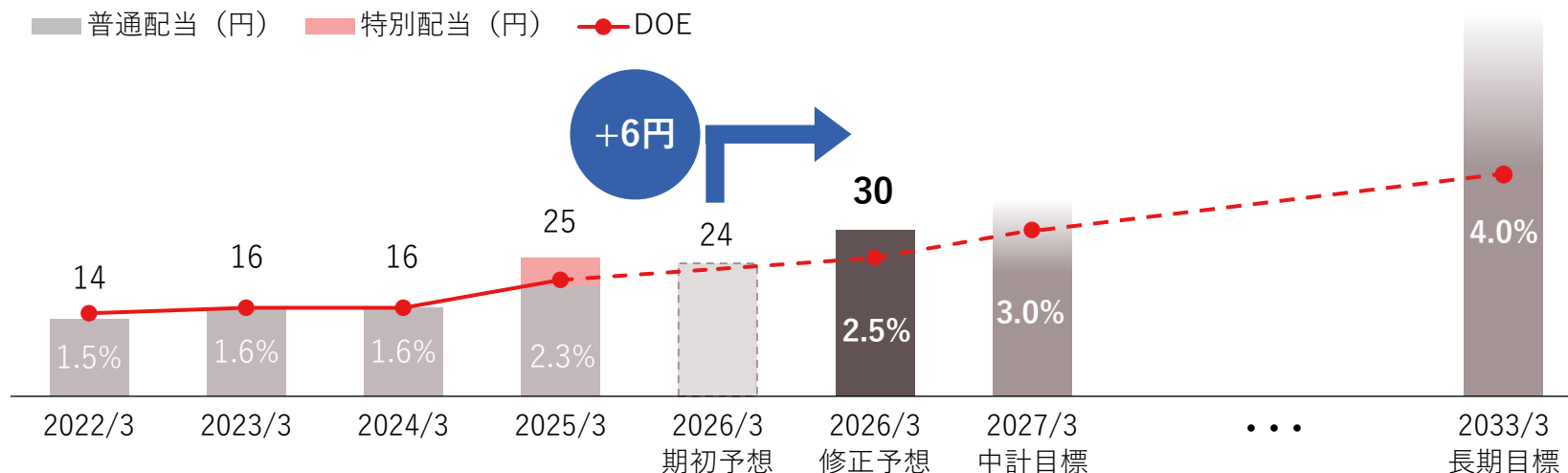
従来の**約10倍**に向上

目次

- 1 会社概要 P. 3
- 2 成長戦略 P. 15
- 3 株主還元 P. 26**

配当予想の修正および配当目標の見直し

	修正前	修正後（2025/11/12公表）
2026年3月期年間配当予想	1株当たり24円	1株当たり 30円
配当目標	2027年3月期：DOE2.0%	2027年3月期： DOE3.0% 2033年3月期： DOE4.0%



※ DOE（株主資本配当率）＝配当総額／（純資産－非支配株主持分）

株主優待

所有株式数	保有期間	進呈内容
100株以上 500株未満	3年未満	コラゲネイド 150g×1袋 (3,000円相当)
	3年以上	コラゲネイドHG 90g×1袋 (3,500円相当)
500株以上	3年未満	コラゲネイド 150g×1袋 コラゲネイドHG 90g×1袋 (6,500円相当)
	3年以上	コラゲネイドHG 90g×2袋 (7,000円相当)

〔例〕 2025年3月末基準の優待品



コラゲネイド 150g



コラゲネイドHG 90g

基準日：毎年3月31日

本日のまとめ

- ゼラチン・コラーゲン業界において売上高アジアNo.1を目指す。
従来にない飛躍的な成長により、売上高800億円、営業利益100億円を実現する。
- 日本で培った強みを海外に展開し、販売体制の強化、供給能力拡大及びアライアンスの活用により、売上高を拡大する。
- バイオメディカル及び新規事業分野を新たな成長の柱とし、売上高を全体の10%に引き上げる。
- 株主還元を強化し、2033年3月期までにDOE4.0%となる水準を目指す。

ご案内

本資料に記載された見解、見通し、ならびに予測等は、
資料作成時点での弊社の判断であります。
その情報の正確性を保証するものではありません。
市場環境等の様々な要因により、
今後の業績は本資料の内容と異なるものとなる可能性があります。
ご承知おきのほど、お願い申し上げます。

新田ゼラチン株式会社

経営企画部

【お問い合わせ】 <https://cloud.swcms.net/nitta-gelatinPublic/ja/ir/inquiry6.html>