



2025 年 7 月 11 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ニ イ タ カ
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 執 行 役 員 野 尻 大 介
(コード番号 4465 東証スタンダード市場)
問 合 せ 先 執 行 役 員 経 営 企 画 本 部 長 加 藤 貴 志
TEL : 06-6391-3266

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は 2026 年 5 月期を初年度とする 3 カ年の中期経営計画「NX2028」を策定いたしましたので、お知らせします。

記

1. 中期経営計画「NX2028」について

当社は経営理念「四者共栄」のもと、長期ビジョンである「世の中の“キレイ”を支える会社」を目指し、長期目標である連結売上高 400 億円以上、連結営業利益 40 億円以上、ROE10%以上を達成するため、中期経営計画「NX2028」（2026 年 5 月期～2028 年 5 月期）を策定いたしました。

外部環境が大きく変化する中、社会課題を最速で解決することを軸に競争優位性をさらに高め、既存事業・新領域事業・新規事業で成長するための基盤を整備してまいります。

2. 目標とする経営指標

	2025 年 5 月期 実績	2026 年 5 月期 予想	2028 年 5 月期 目標
売上高（百万円）	23,714	25,000	27,500 以上
営業利益（百万円）	1,925	1,700	1,800 以上
ROE	12.8%	7.9%	8.0%以上
DOE	4.0%	3.1%	3.0%以上

3. 基本戦略

成長基盤整備のため、以下の 3 つの基本戦略を設定しております。

① 事業戦略

- 既存事業の成長と収益率の両立
- 海外、新領域の成長基盤構築
- ヘルスケア事業の成長

② 財務戦略

- 事業強化に向けた積極的な投資・M&A
- DOE 3%以上
- 機動的な自社株買い

③ 経営基盤の強化

- 全社 DX を通じたデータ活用経営基盤の構築
- 人的資本への投資

(注) 将来の事象に係る記述に関する注意事項

上記の予想は、本資料公表日現在において入手可能な情報を基礎とした判断および仮定に基づいており、実際の業績等は、今後様々な要因によって大きく異なる結果となる可能性があります。

以 上



中期経営計画 | NX2028

2026年5月期～2028年5月期

東証スタンダード市場 証券コード 4465

2025年7月11日

目次

I.	ニイタカ 成長の軌跡	P 2
II.	前中期経営計画 NX2025の振返り	P 14
III.	新中期経営計画 NX2028	P 18
IV.	新中期経営計画 NX2028 戦略詳細	P 27

I. ニイタカ 成長の軌跡

経営理念

当社グループは、社会の持続可能性に配慮した高品質の製品・サービスを提供する事業を通じて、「取引先とユーザー」から信頼され、「会社と株主」に利益をもたらし、「社員と家族」を幸福にし、「社会と環境」に貢献します

経営理念



経営方針

私たちは、「四者共栄」に基づいて、常にお客様の満足を追究し、行動する。そのため、「品質第一主義の経営」と「真の全員参加の経営」を行う。



事業内容

ケミカル事業とヘルスケア事業の2事業を展開

ケミカル事業

- 業務用洗剤・洗浄剤・除菌剤・漂白剤・固形燃料の製造販売、仕入商品等の販売
- 衛生巡回サービス、清掃サービス、細菌検査など衛生サービスの提供



ヘルスケア事業

- 健康食品(乳酸菌発酵食品等)の製造販売

乳酸菌発酵食品「OM-X」シリーズ

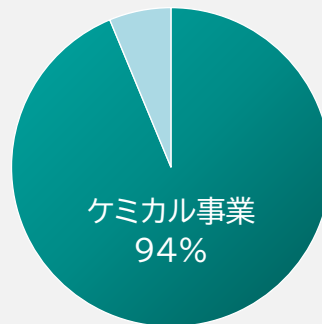


25.5期 セグメント別構成

売上高

ヘルスケア事業 6%

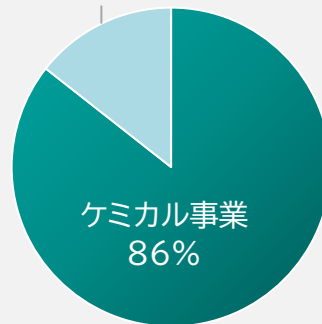
ケミカル事業
94%



営業利益

ヘルスケア事業 14%

ケミカル事業
86%



ケミカル事業の特徴

独立系専門大手として業務用洗剤に特化し、外食市場向けを主体に販売

主力製品



ハイソリッドPWH(4kg)
食器洗浄機用洗剤
洗剤・洗浄剤



ニューケミクール(4kg)
油汚れ用洗浄剤
洗剤・洗浄剤



スーパーサラセン(4kg)
食器用洗剤
洗剤・洗浄剤



ニイタカブリーチ(5.5kg)
除菌・漂白剤
洗剤・洗浄剤



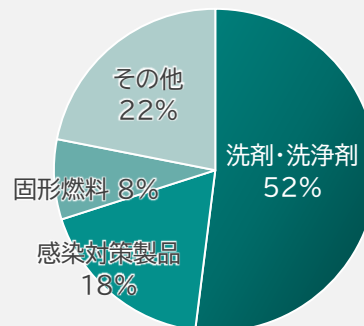
ノロスター(5L)
アルコール製剤
感染対策製品



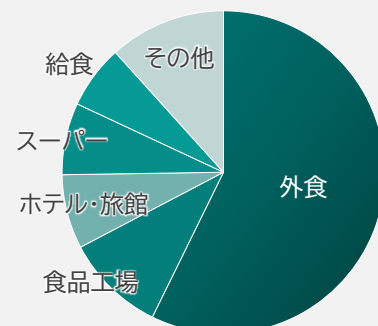
業務用カエン(20コ)
固形燃料
固形燃料

25.5期 売上構成

製品カテゴリー別売上構成



市場別売上構成

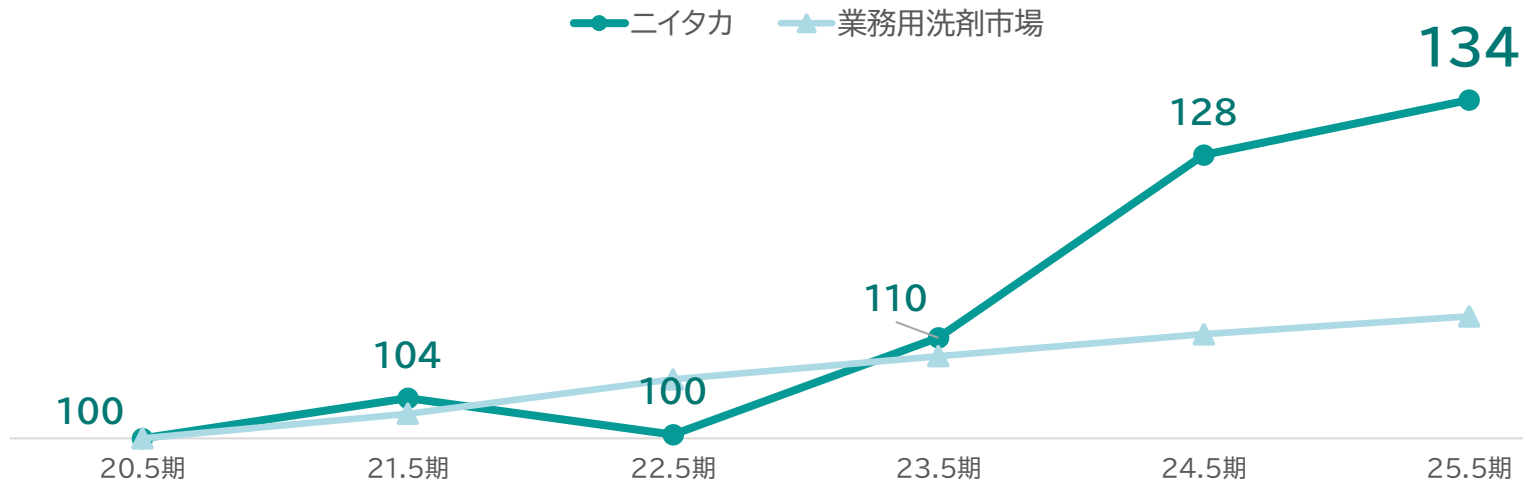


*ニイタカ単体

業界動向とニイタカのポジション

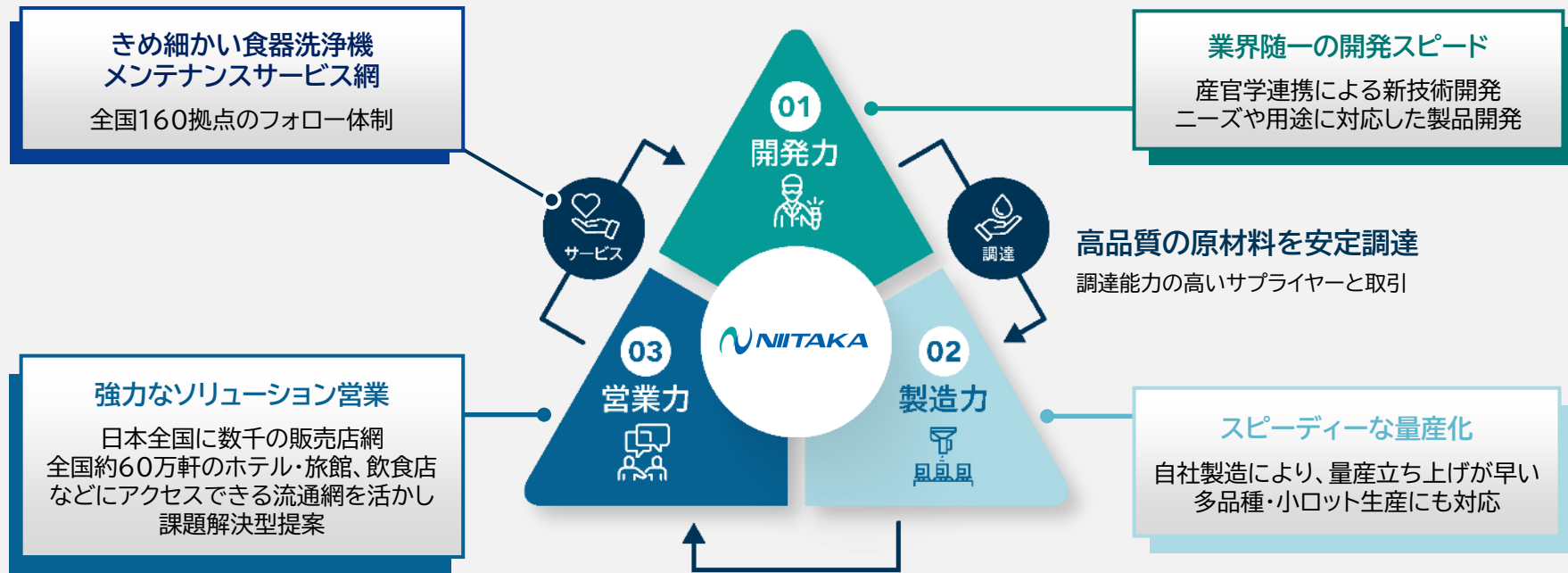
売上高は事業領域の拡大により市場全体を大きくアウトパフォームして増加

売上高の推移(20.5期を100とした場合)



ケミカル事業における特長と強み

開発から生産、営業、サポートまでの一貫体制を有する数少ないメーカー



ケミカル事業の特長と強み① 開発力

業界随一の開発スピードで、多様なニーズや用途に対応した製品を開発

「合せ技」の総合力を生かした開発により、ユーザーの課題を解決



ケミカル事業の特長と強み① 開発力

課題解決型の新製品の売上高は、大きく伸長

課題解決型新製品売上推移（20.5期を100とした場合）

ケミファイン クイックすすぎ1kg



サニプラン フォーミング洗浄剤CL 20K

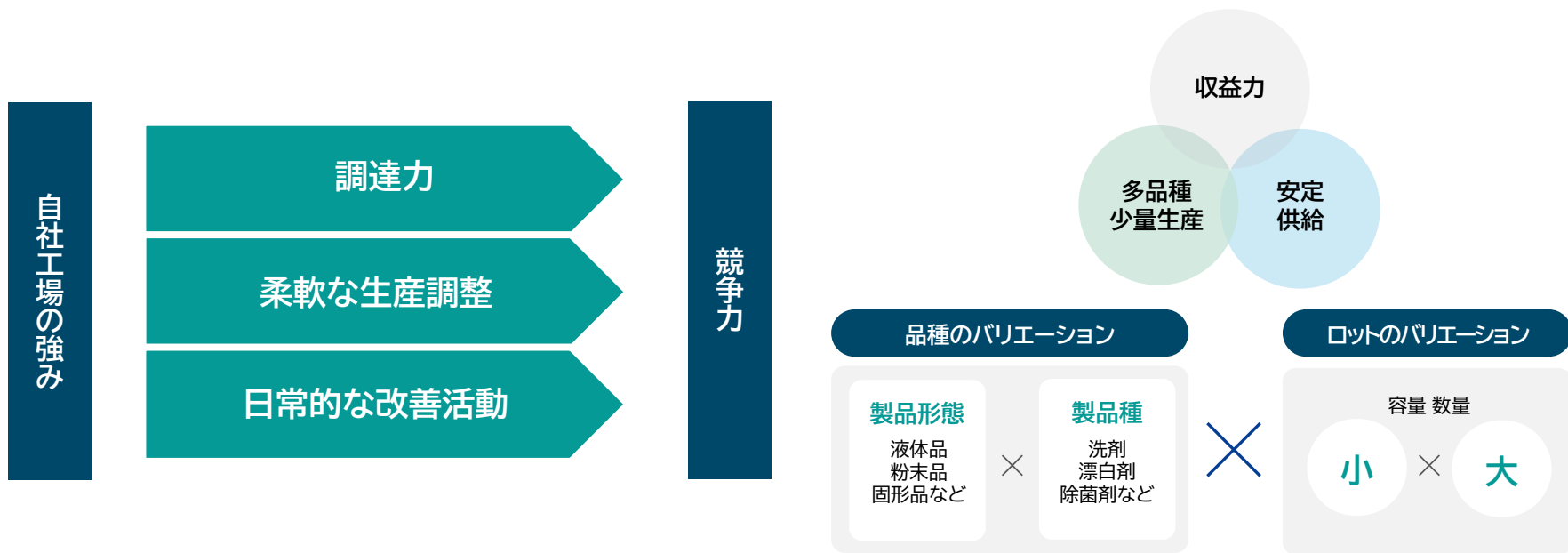


エンソリッドLAW 4kg



ケミカル事業の特長と強み② 製造力

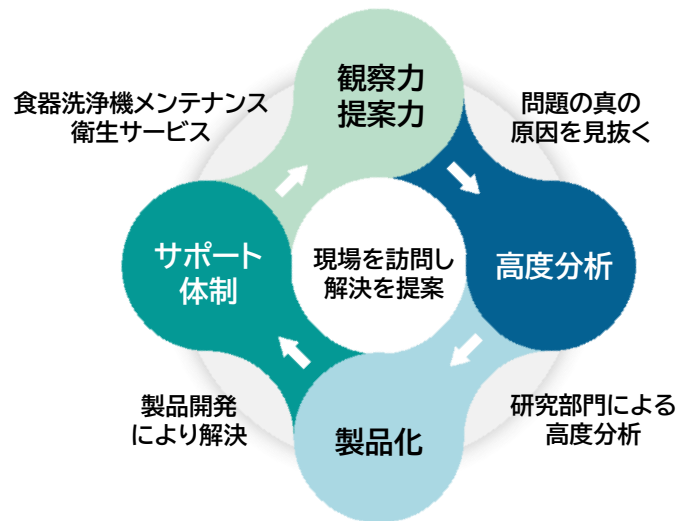
自社工場を有する強みを発揮し、スピーディーな量産化、多品種・小ロット生産に対応



ケミカル事業の特長と強み③ 営業力

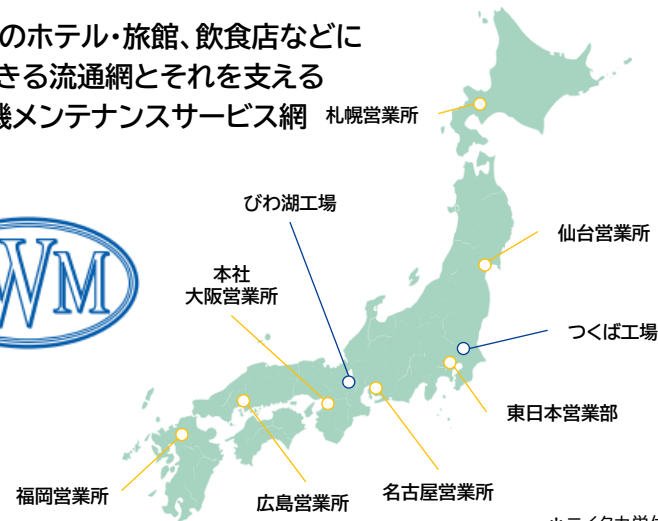
開発、製造の強みを武器に大手ユーザーへソリューション営業。ファーストコールカンパニーとしてのポジションを確立

業務用洗剤における課題解決力



全国を網羅するサービスネットワーク

全国約60万軒のホテル・旅館、飲食店などに
製品供給できる流通網とそれを支える
食器洗浄機メンテナンスサービス網



*ニイタカ単体

数字で見るケミカル事業の特長と強み

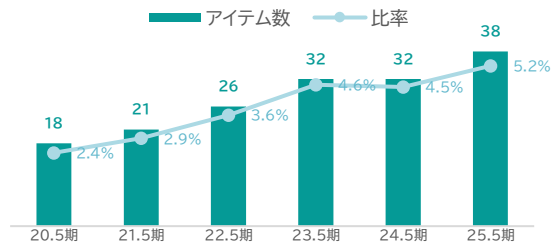
多様な製品群

開発力と製造力

製品アイテム数 約**700**品
(25.5期)

高付加価値品

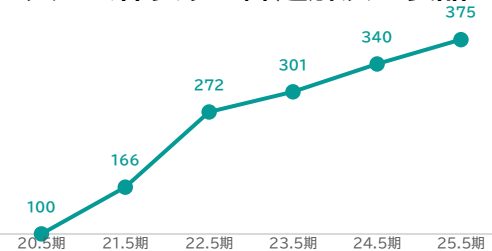
課題解決型製品で付加価値向上



ケミファイン クイックすぎ 1kg 売上推移

* 20.5期を100とした場合

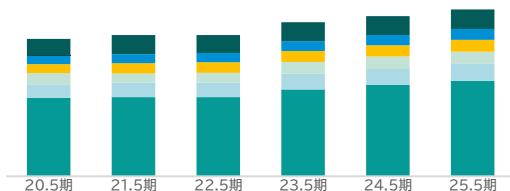
大きく伸長する課題解決型製品



市場別売上推移(百万円)

外食向けが主体

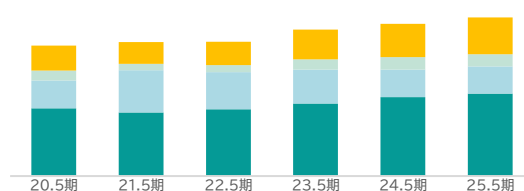
■外食 ■食品工場 ■ホテル・旅館 ■スーパー ■給食 ■その他



アイテム別売上推移(百万円)

業務用洗剤に特化

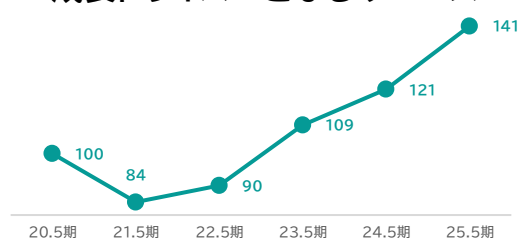
■洗剤・洗浄剤 ■感染対策製品 ■固形燃料 ■その他



衛生サービス 売上推移

* 20.5期を100とした場合

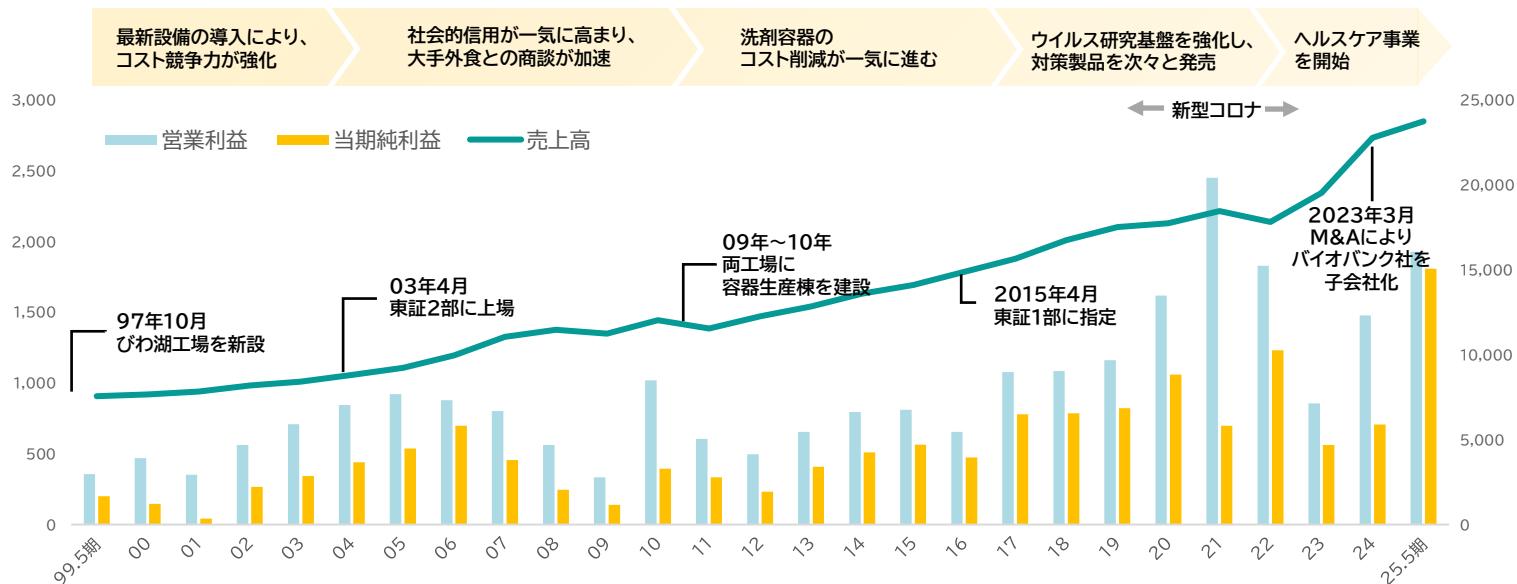
成長ドライバーとなるサービス



成長の軌跡

後発ながら、一貫体制を構築しつつ、シェアを向上、業績は継続的に拡大

業績の推移(百万円)



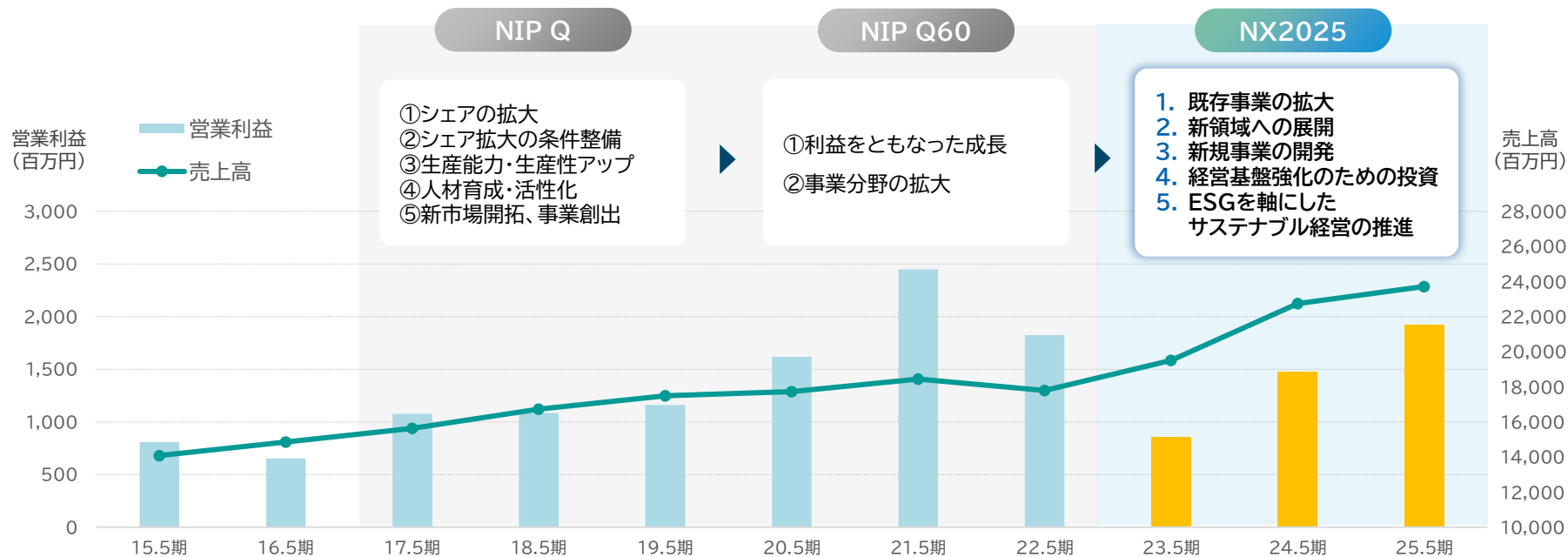
過去10年で、
売上高は1.7倍
CAGR:5.3%

過去10年で、
営業利益は2.4倍
CAGR:9.1%

Ⅱ.前中期経営計画 NX2025の振返り (2023年5月期～2025年5月期)

前中期経営計画 NX2025の振り返り

NX2025は、5つの基本戦略を軸に推進



主要な取り組みと業績の振り返り

各戦略において、一定の成果を達成

5つの基本戦略

1	既存事業の拡大 顧客メリットの持続的な創出
2	新領域への展開 強みを生かした新製品開発・新規業態開拓
3	新規事業の開発 「“キレイ”を支える」を軸にした事業開発
4	経営基盤強化のための投資 研究開発体制の強化、生産体制の強化、DX推進
5	ESGを軸にしたサステナブル経営の推進 気候変動対応とサーキュラーエコノミー推進、 社会課題の解決、ガバナンスの強化

達成状況



- 洗剤 22.5期 → 25.5期 売上20%増 ※いずれも単体
- 感染予防対策製品 コロナ禍前の150%の売上維持



- 農業・デンタル分野向けの新製品を開発、投入
- 海外 固形燃料事業再開(中国)、固形燃料販売拡大(韓国)



- ヘルスケア事業に参入。バイオバンク社をM&A



- 大学との共同研究による先端技術習得、アルコールの生産体制強化(京葉糖蜜輸送社M&A)
- 新基幹システムへの移行検討に着手



- GHG(温室効果ガス)排出量 25%削減 ※スコープ1+2 2,699トン(22.5期) → 2,040トン(25.5期)
- 業界初 プラ容器のマテリアルリサイクル開始 ※対象限定
- ウイルスに効果の高いアルコール製剤 製品投入
- サプライヤー調査と改善要請により、人権リスク低減

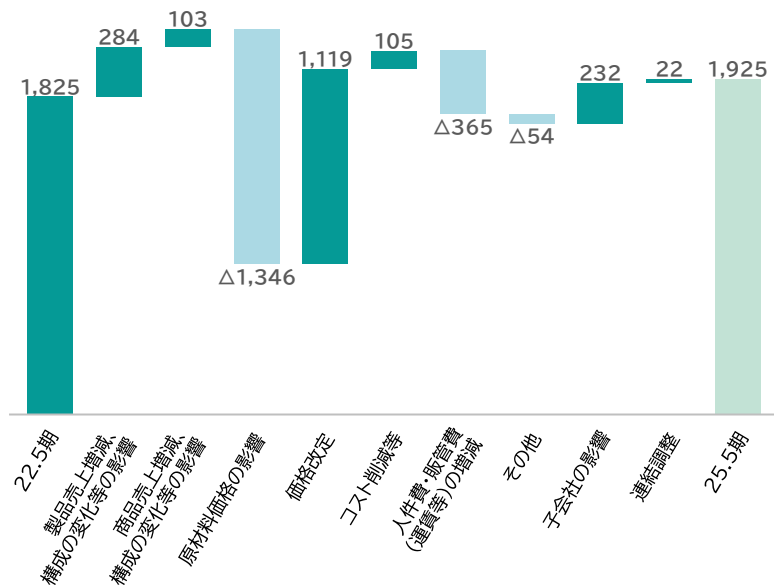
利益計画・実績の差異分析

NX2025目標値と25.5期実績

(百万円)	22.5期	25.5期					
	実績	実績	増減	差異	NX2025 目標	達成率	差異
売上高	17,792	23,714	33.3%	5,922	22,500	105.4%	1,214
営業利益	1,825	1,925	5.5%	99	2,400	80.2%	△475
営業利益率	10.3%	8.1%	-	△2.1%pt	10.7%	-	△2.6%pt
ROE	10.3%	12.8%	-	2.5%pt	10%以上	-	2.8%pt

差異分析(営業利益)

(単位:百万円)



Ⅲ. 新中期経営計画 NX2028

長期目標・目指す将来像

成長分野への投資により企業価値向上

2035年ビジョン
(2026年5月期～2035年5月期)

社会課題を最速で解決し、国内業務用洗剤市場でトップシェアを実現

連結売上高

400 億円
以上

連結営業利益

40 億円
以上

ROE

10 %
以上

外部環境 ケミカル事業における社会課題と需要

省人化等ニーズ対応と原料高止まりが課題

衛生意識の高まり

HACCP制度化
気候変動による水系・食品媒介性
感染症のリスク増加
SNS等による食品衛生問題の拡散



洗剤需要・消毒剤需要の増加

食品衛生コンサルティング需要の増加

少子高齢化による人手不足

生産年齢人口(15～64歳)の減少
2035年に向けて約60万人減少
シニア労働者増加傾向
外国人労働者増加傾向



省人化、効率化ニーズの高まり

高コスト化

原材料価格の高止まり
エネルギー価格の高止まり
人件費増



収益性の低下

より高度な衛生管理が求められ、需要は堅調に推移する見通し

内部環境① 社会課題と成長機会

競争優位性を活かし、課題への取組みを推進することで、長期の成長を目指す

競争優位性

課題解決型のビジネスモデルによる差別化

01

ソリューション
営業の強み

業界平均を上回る長期成長を実現

02

一貫体制の強み

開発スピード、量産化・安定供給・サービス
で厳格化する衛生環境に対応

03

独立系専門の強み

経営資源を業務用洗剤事業に集約し、
競争力の強化と効率性を同時に追求

社会課題

より高度な衛生管理が求められ、
需要は堅調に推移する見通し

衛生意識の高まり

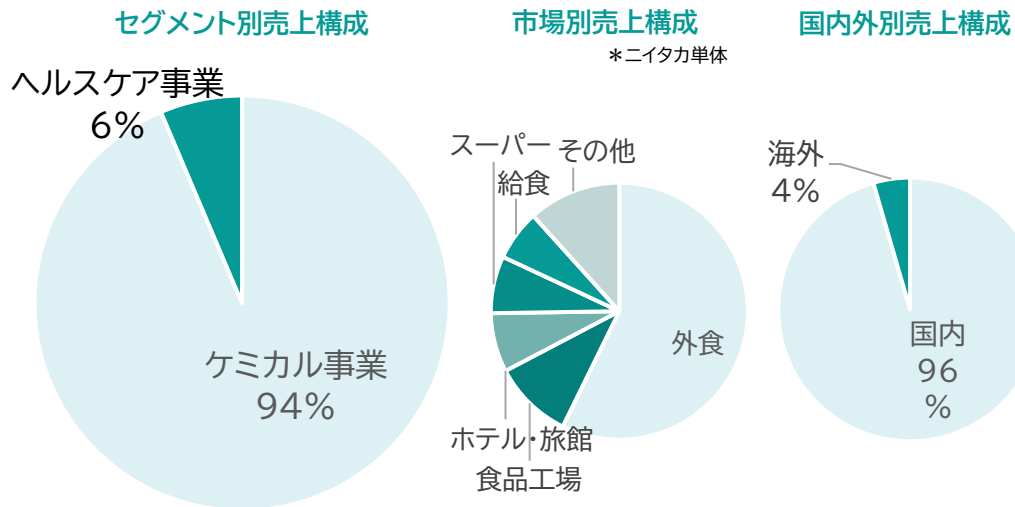
少子高齢化による人手不足

高コスト化

内部環境② 事業ポートフォリオと成長機会

国内外食市場向け業務用洗剤事業以外の領域にも、大きな成長機会

25.5期の事業ポートフォリオ



成長機会

ヘルスケア事業の拡大

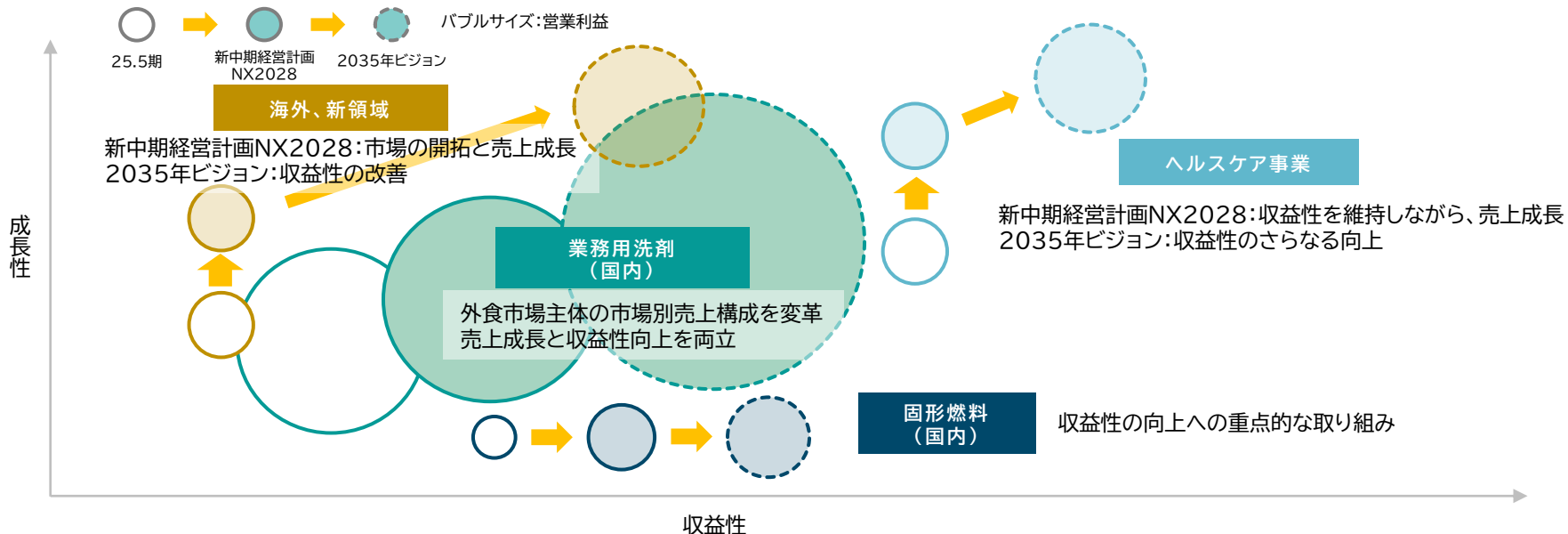
外食市場以外の業務用洗剤の開拓

海外展開

目指すべき事業ポートフォリオ

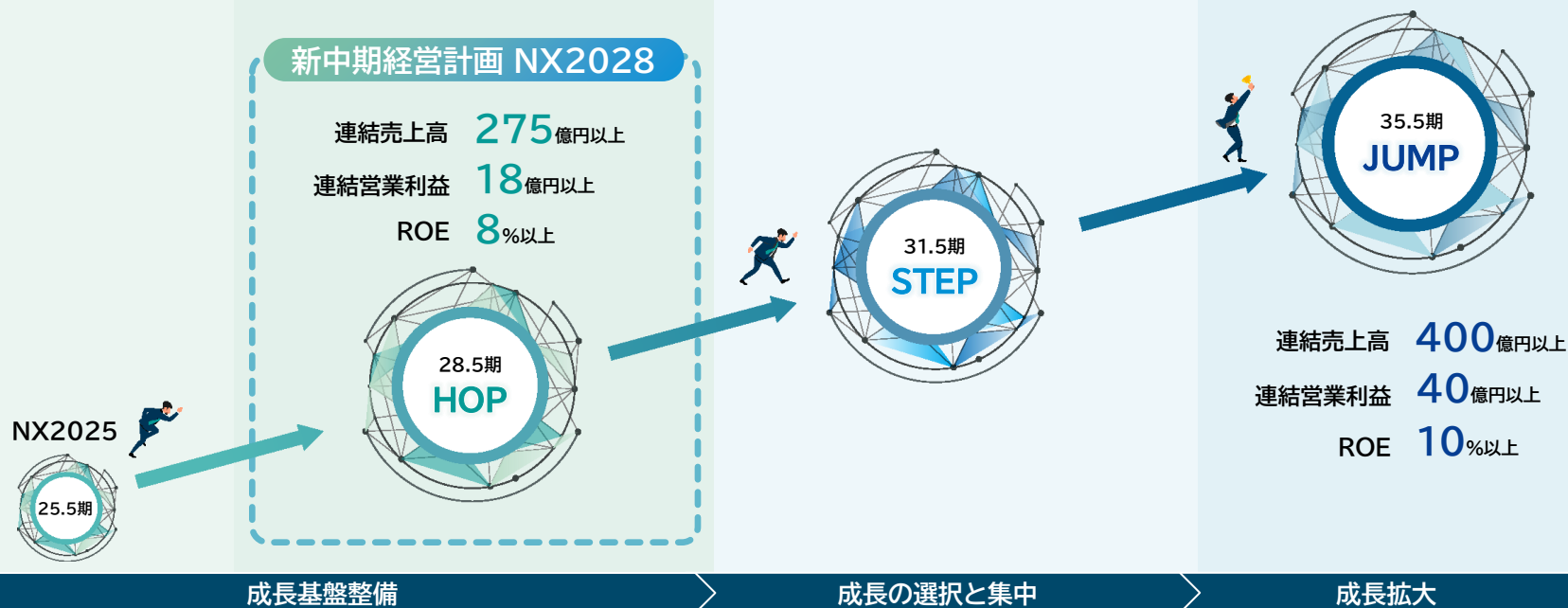
主力の国内業務用洗剤の成長を核に、新領域・新規事業へとポートフォリオを拡大

2035年ビジョン 売上400億、営業利益40億を達成する事業ポートフォリオ



ロードマップ

新中期経営計画 NX2028期間をHOPと位置づけ、2035年ビジョンへのJUMPを目指す



基本戦略

競争優位性をさらに高め、既存事業・新領域事業・新規事業で成長するための基盤を整備

1 事業戦略

- 既存事業の成長と収益率の両立
- 新領域、海外の成長基盤構築
- ヘルスケア事業の成長

2 財務戦略

キャッシュアロケーション / 投資、株主還元

- 事業強化に向けた積極的な投資・M&A
- DOE(株主資本配当率) 3%以上
- 機動的な自社株買い

3 経営基盤強化戦略

全社DXを通じたデータ活用
経営基盤の構築

人的資本への投資

- 基幹システム再構築とDX推進により
経営基盤を強化し、生産性向上と
競争力を強化
- 事業拡大を支える次世代幹部候補の育成
強化と採用
- 人材の活躍をさらに促す仕組みの構築

財務目標・非財務目標

財務目標

連結売上高

275 億円
以上

連結営業利益

18 億円
以上

ROE

8 %
以上

DOE

3 %
以上

非財務目標

GHG排出量

グループ Scope1+2
1,893 トン
以下
(2017年度比 50%以下)

環境

サプライヤー調査

国内主要サプライヤー
100 %
実施

社会

女性管理職・
監督職比率

6 %

社会

コンプライアンス
強化

コンプライアンス研修
年1回実施

ガバナンス

プラスチック使用量

プラスチック
包装資材比率
2.5 %
以下

環境

社会課題を解決し
人々が安心して暮らせる
社会の実現に貢献する
製品の発売

3年間で
22 品

社会

衛生啓発活動

衛生講習、セミナー参加数
50,000 名

社会

NX2028

IV. 新中期経営計画 NX2028 戦略詳細

事業戦略 既存事業の成長① ターゲットである既存市場とその動向

- 高齢者施設給食市場とホテル・旅館市場は堅調に推移
- 各市場で寡占化が進み、大手による海外進出とセントラルキッチンなどによる効率化が加速

スーパー市場

チェーンストア販売額(22年度) 13兆円*2

大手では効率化のため高度な衛生管理が必要なプロセスセンター*活用が増加

業務用洗剤市場 70億円*1

外食市場

国内市場規模(24年度) 30兆円*3

大手では効率化のため高度な衛生管理が必要なCK(セントラルキッチン)活用が増加
また、海外進出加速も

業務用洗剤市場 350億円*1

食品工場市場(CK等含む)

食品製造業国内生産額(22年度) 38兆円*4

備蓄需要の高まりや簡便化志向のニーズから調理食品は増加。また、海外進出加速も

業務用洗剤市場 200億円*1

給食市場

給食市場規模(23年度) 4.7兆円*3

高い安全、衛生管理が要求される
高齢者施設給食が増加

業務用洗剤市場 100億円*1

共通の顧客ニーズ

業務用洗剤

- 省人化
- ノロウイルスなどの食中毒予防
- 安全性、扱いやすさ
- 洗浄力

食品衛生
コンサルティング

- 衛生点検業務の外注化
- ワンストップサービス

ホテル・旅館市場

事業者売上高ベース(24年度見通し) 5.5兆円*5

インバウンド需要の増加が牽引して、
宿泊需要はコロナ禍前を上回る水準で推移

業務用洗剤市場 100億円*1

出所)*1当社推定、*2 チェーンストア協会、*3 矢野経済研究所、*4 農林水産省「令和4年 農業・食料関連産業の経済計算(概算)」、「令和6年度農林水産業ひとロメモ」、*5 帝国データバンク

※プロセスセンター:店舗や納品先の要望やニーズに応じて流通加工を行う、物流センターの一種

事業戦略 既存事業の成長②

新規顧客開拓や既存顧客の深耕により売上を拡大

ターゲット市場

既存洗剤市場

食品5業態

外食	主力分野 シェアアップ
食品工場	重点開拓分野
給食	
ホテル・旅館	チャレンジ分野
スーパー	シェアアップ

ビルメンテ

ターゲット顧客

深耕

既存顧客

開拓

新規顧客

製品・サービス

新機軸

衛生コンサルティングサービスを軸にした開拓・深耕

開発

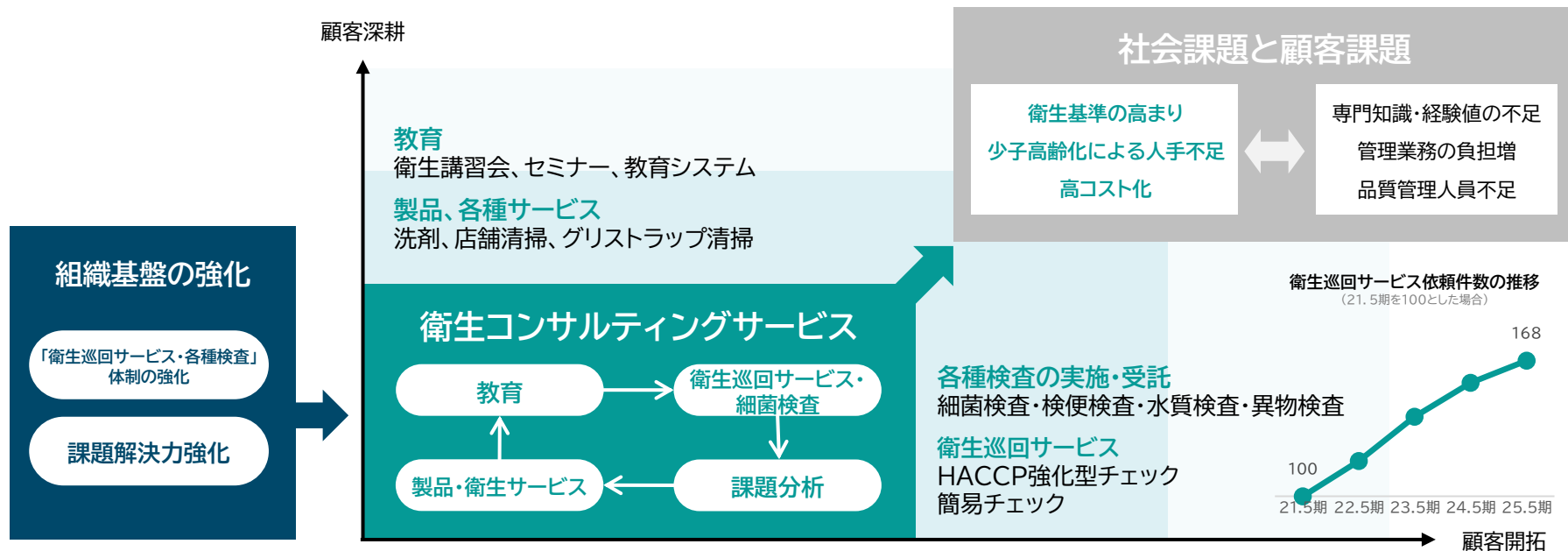
ニーズを捉えた製品・サービス開発

課題解決型提案

開発、製造の強みを武器にソリューション営業

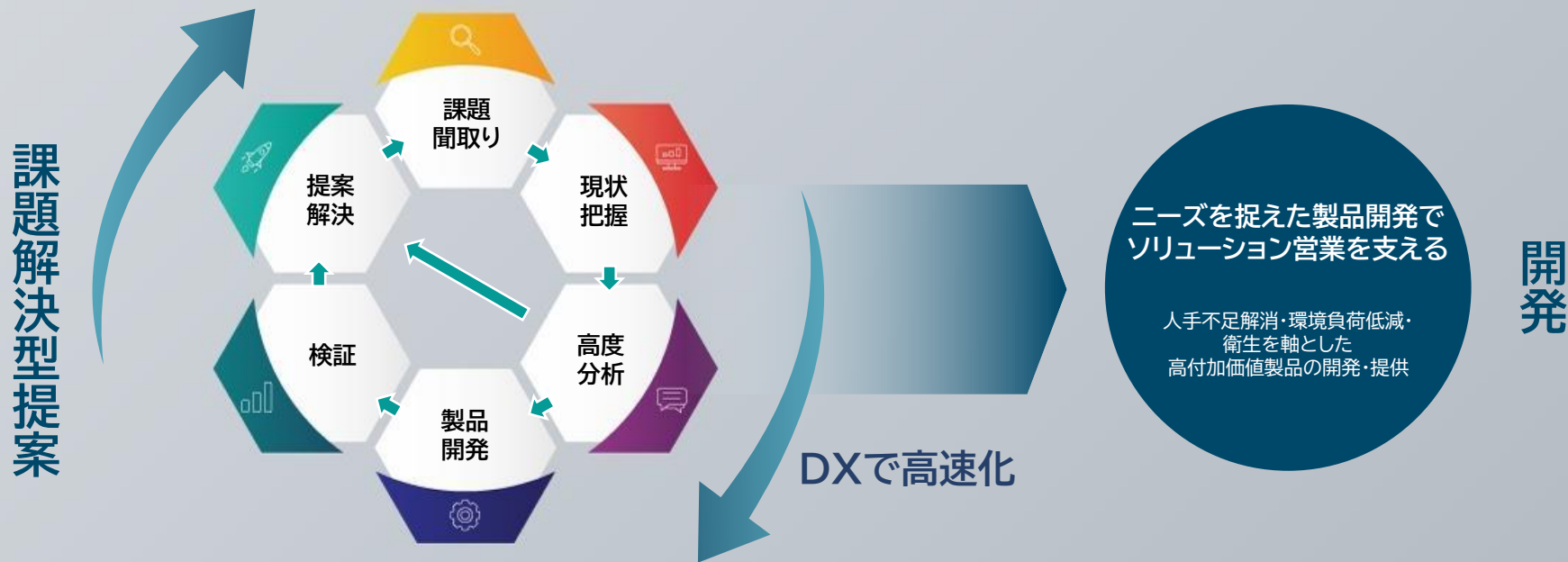
事業戦略 既存事業の成長③

「衛生巡回サービス・各種検査」の体制強化を進め、「衛生コンサルティングサービス」を核とした既存市場開拓



事業戦略 既存事業の成長④

独立専門、一貫体制の強みを高度化、ソリューション営業をブラッシュアップ



事業戦略 新領域事業の成長基盤構築(デンタル市場への展開)

ユーザーのニーズキャッチとラインアップの拡充により、新領域を開拓

課題解決型提案 × 開発

デンタル市場の動向と課題

デンタルクリニック

個人経営医院が多数
(国内約6.7万軒)



課題・ニーズ
「信頼」「利便性」

01

ソリューション営業の強み

個人店舗の多い外食市場で培ったノウハウ
販売店網の構築 × 営業担当による手厚いフォロー

02

一貫体制の強み

商品ラインナップの拡充
新製品開発により、現行の4種を11種へ拡大

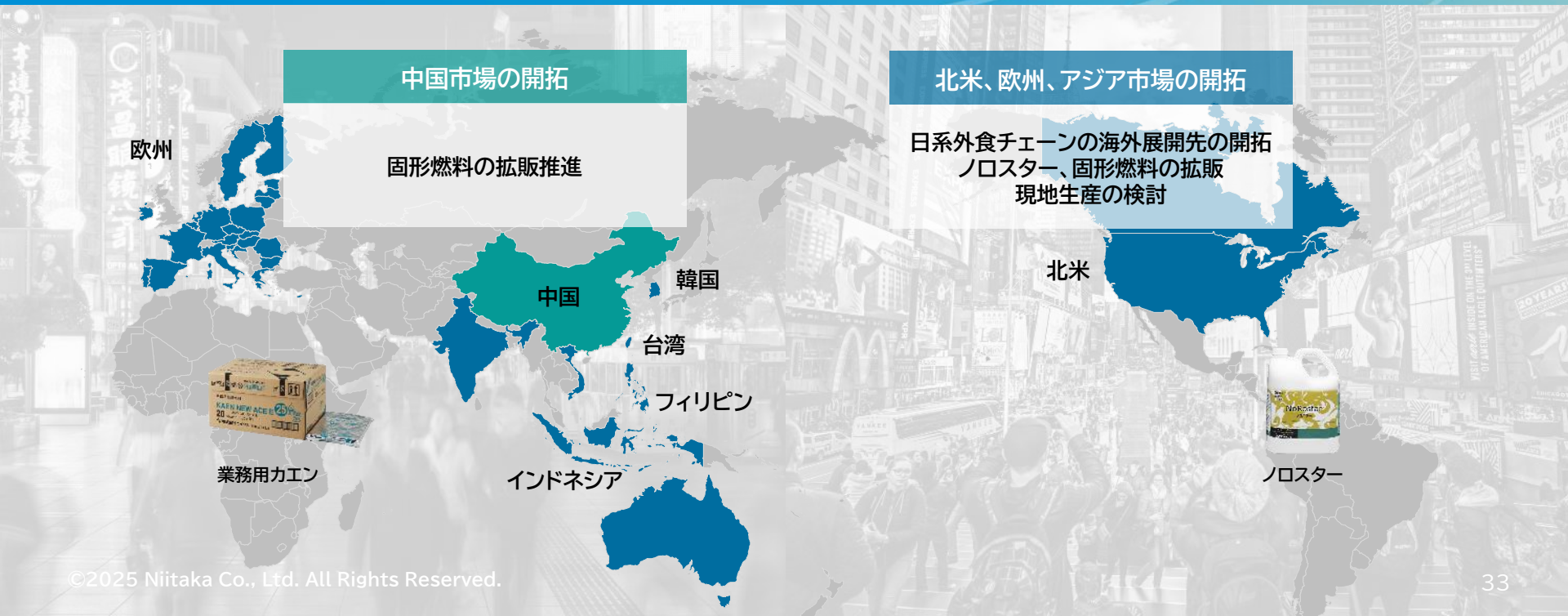
03

独立系専門の強み

業界特有の課題に、既存ナレッジで対応

事業戦略 新領域事業の成長基盤構築(海外事業)

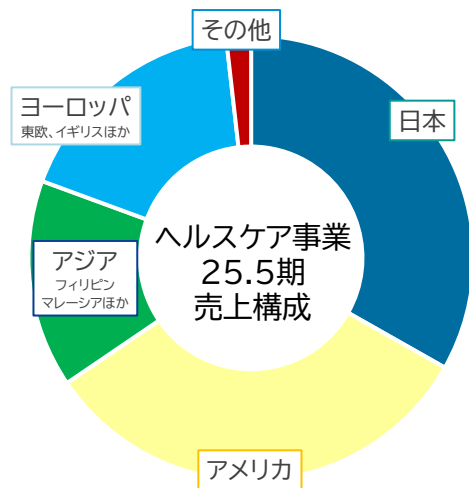
業務用洗剤、固形燃料を軸に、海外市場を開拓



事業戦略 ヘルスケア事業の成長①

海外展開の中核は“共に歩む海外代理店”

創業初期から
海外展開を実施



バイオバンクグループと海外代理店



エキスポウェスト出展
2024年3月12～16日
アナハイムCA



TVCM

事業戦略 ヘルスケア事業の成長②

実績のある海外での展開強化とともに、国内でのマーケティングを本格化

バイオバンクグループ売上推移・計画(百万円)

■海外 ■国内

2023年3月
M&Aによりバイオ
バンク社を子会社化

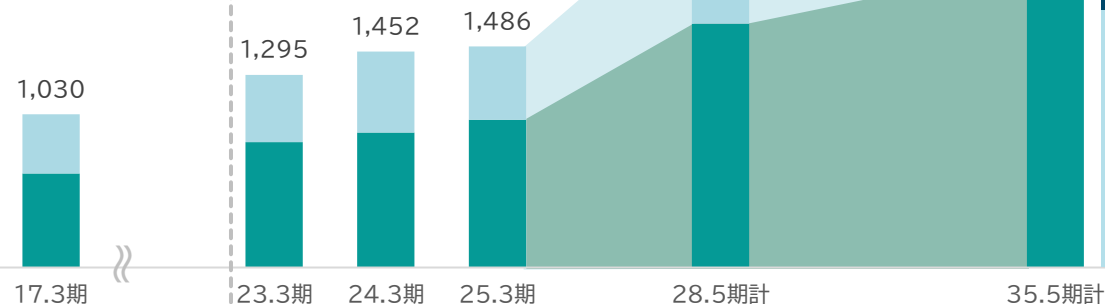
国内

ECでの定期購入顧客に偏重した安定ビジネスから脱却

海外

市場規模・強固な代理店網を活用したさらなる売上拡大

成長に向けた課題



国内

- リアル店舗への配荷強化
- 乳酸菌発酵エキス(OM-X)を活かした新領域向け製品の開発
- ケミカル事業とのシナジーの追及

海外

代理店との強固なパートナーシップを活かす

- 臨床データ拡充によるサブリ先進国である米国での地位向上
- EU圏中心に新規国開拓
- コラーゲンドリンク、化粧品などのクロスセル展開

事業戦略 収益率の向上

多角的なアプローチにより、収益率の向上を目指す

製造力からのアプローチ

生産効率と生産力の強化

1. 人的生産性の向上に向けた、自動化・省力化・製造効率化の更なる推進
2. 内製品比率の向上
3. 工場の生産棟増設、設備投資による生産能力増強

技術力からのアプローチ

処方改良と製品開発

1. 処方改良による性能向上及びコスト削減
2. 高付加価値品の開発

提案力からのアプローチ

高付加価値品の提案

1. プロダクトミックスの改善
2. 課題解決型提案による高付加価値品採用増

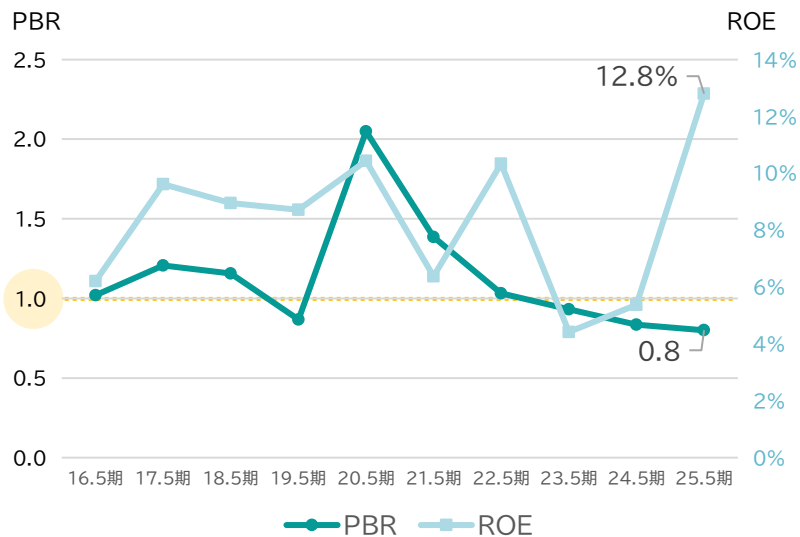
DXによる、生産性の向上・コスト削減

経営基盤の強化

財務戦略① 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応 現状分析

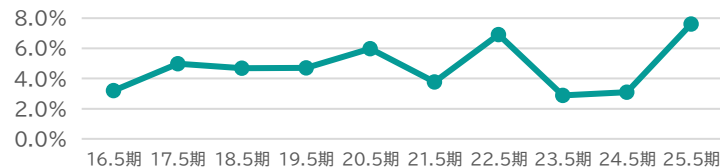
- ROEは当期純利益と連動する形で、23.5期に大きく低下。25.5期は特別利益で上昇しているが、安定的に8%を超える水準を目指す
- PBRは23.5期に入ってから1倍割れの状態が続いている。資本効率向上策を示していなかったことが要因であると分析

PBRとROEの推移

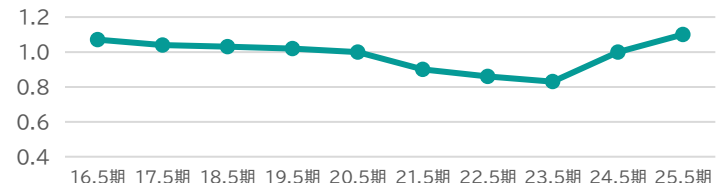


ROEの分解

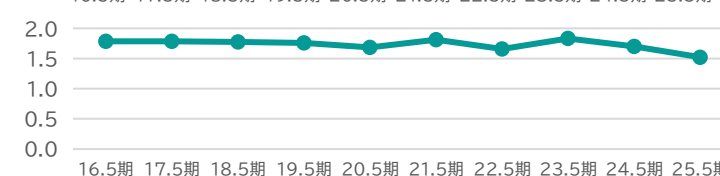
当期純利益率



総資産回転率



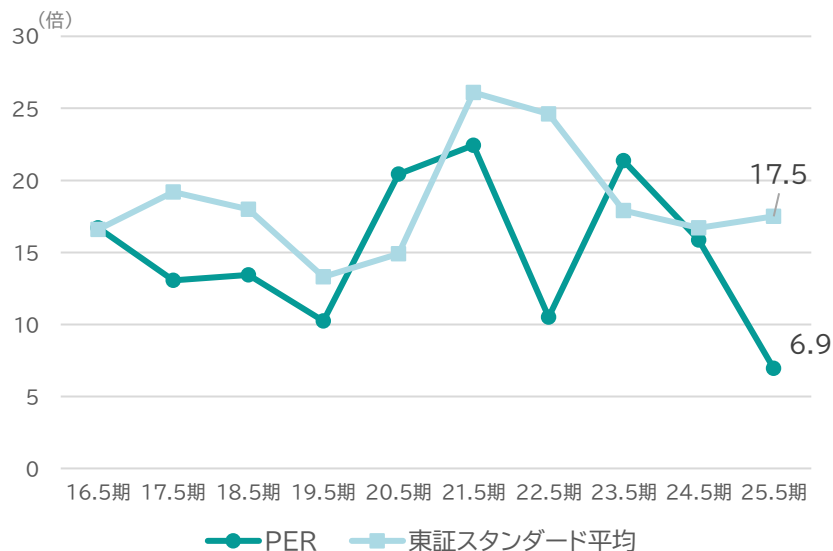
財務レバレッジ



財務戦略② 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応 現状分析

PERはスタンダード市場の平均を下回っており、知名度および成長戦略に対する外部理解の促進が十分ではなく、企業価値の適切な評価を妨げる要因であると分析

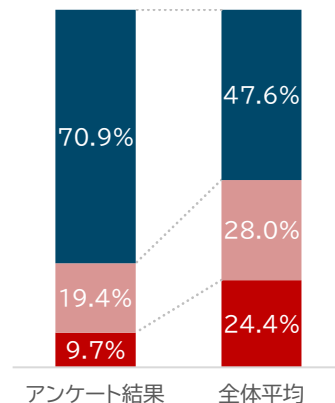
PERとスタンダード市場平均PERの推移



投資家理解

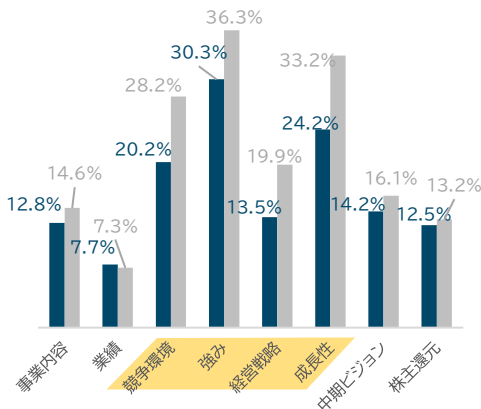
Q 企業についてどの程度ご存じでしたか

■事業内容も知っていた ■社名は知っていた ■全く知らなかった



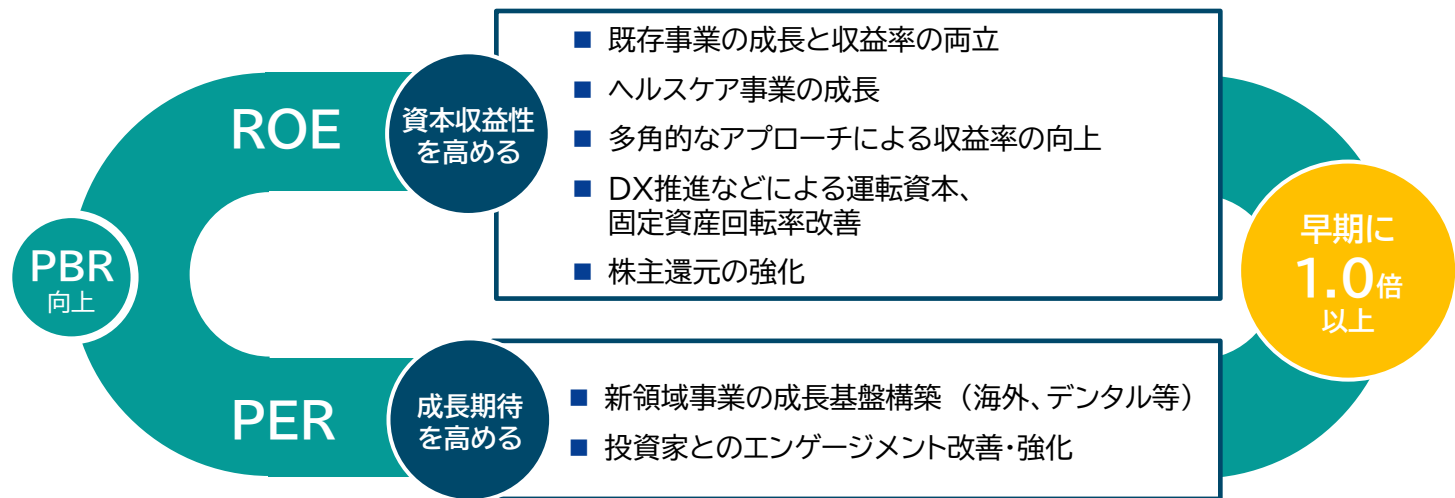
Qプレゼンテーションで理解できなかったことは何ですか

■アンケート結果 ■全体平均



財務戦略③ 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応 施策

事業戦略・財務戦略・経営基盤強化戦略の実践により、PBRの向上を目指す



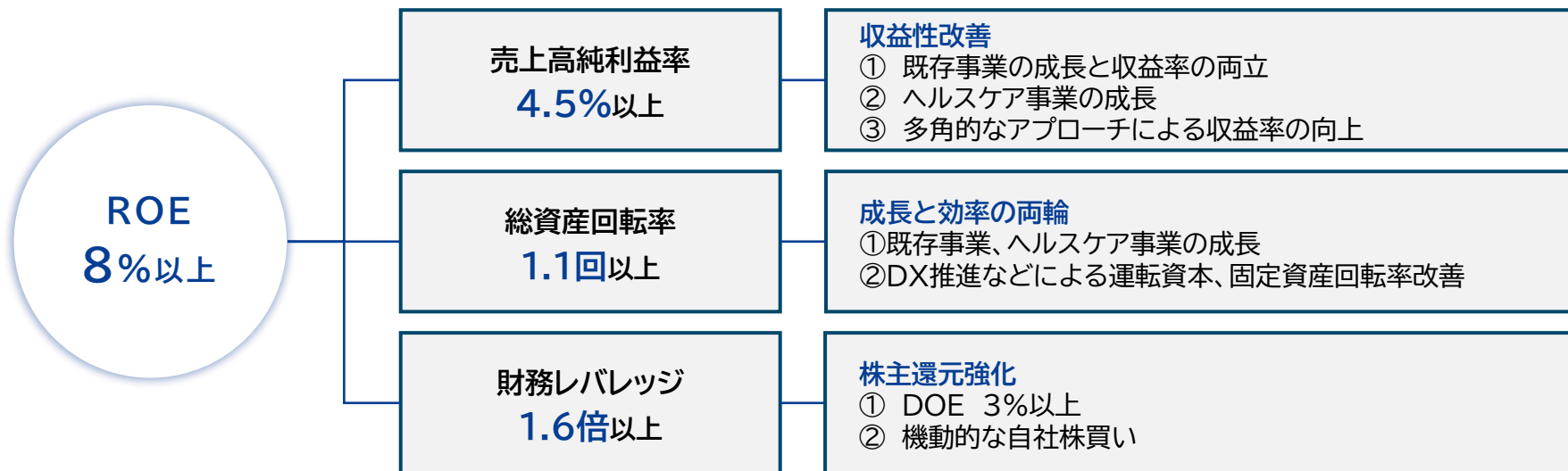
ガバナンス体制の強化

人的資本経営、サステナビリティへの取り組み

財務戦略④ ROE

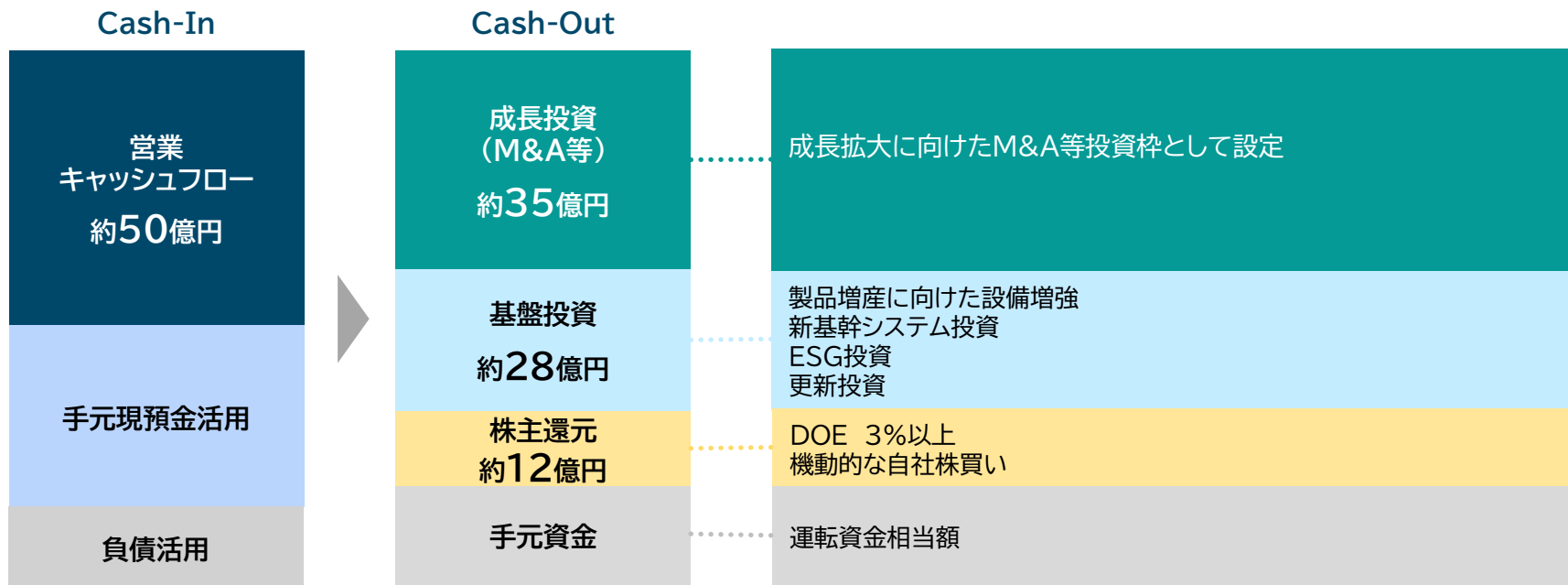
ROEを向上させていくことを主眼に置き、収益性改善、成長と効率の両輪、株主還元強化を推進する

ROEツリー



財務戦略⑤ キャッシュアロケーション

成長を促すM&A等戦略投資の実施



財務戦略⑥ 株主還元方針の変更

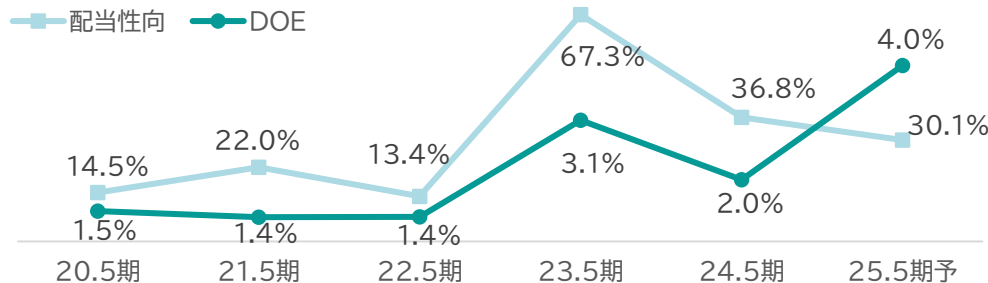
安定配当を目的とし、配当政策の基本方針をDOEメインに変更

従来の株主還元方針

連結配当性向30%以上もしくは
株主資本配当率(DOE)2%の
いずれか高い金額を目安に配当を継続的に実施

変更後の株主還元方針

- ① DOE 3%以上
- ② 機動的な自社株買い



DOE 3%以上

経営基盤の強化 デジタルトランスフォーメーション

基幹システム再構築とDX推進により経営基盤を強化し、生産性向上と競争力を強化

1

持続可能かつ柔軟な経営基盤の確立

- ① グループ最適化を視野に入れた基幹システム再構築と共通IT基盤の構築
- ② 規制・市場変化に迅速に対応できる経営情報可視化基盤の整備
- ③ クラウド×ゼロトラストを前提とした柔軟なITインフラの実現

2

生産性向上への貢献

- ① AIとデータ活用による経営・業務判断の高度化
- ② 営業・製造・サービス領域の業務プロセスの可視化と最適化
- ③ 生産・需給計画の最適化によるサプライチェーンの強化

3

DX推進体制の強化

- ① DXを推進する専門人材と現場主導人材の育成
- ② 社員のITリテラシーとデータ活用力の向上
- ③ グループ全体のIT戦略立案と統制を担うガバナンス体制の構築

経営基盤の強化 人的資本①

事業拡大を支える次世代幹部候補の育成強化と採用と人材の活躍をさらに促す仕組みの構築



経営基盤の強化 人的資本②

人事ビジョン

当社グループは、自律性を備えた人材が集まり、「四者共栄」の理念のもと多様な価値観が活かされる組織であることによって、継続的な企業価値向上を推し進めてまいります。

人的資本経営を推進するにあたり、人材の育成に関しては、常に高い目標意識とモチベーションを保持し自主的に業務を遂行できる人材を育成することを方針としております。また、社内環境整備に関しては、多様な人材が活躍できる制度づくりを通して、一人ひとりが働きがいを感じる環境を創出します。



KPI(NX2028)

女性管理職・
監督職比率

6%

次世代
幹部候補者数

20人

育児休業取得率

100%

基礎研修
年間受講数

2講座
(1名あたり平均)

経営基盤の強化 人的資本③

チャレンジ意欲を後押しする制度づくり

- 各社員の挑戦的な取り組みを評価する仕組み

多様な人材が活躍できる環境づくり

- 女性活躍推進に向けた施策を継続
- 育児休暇取得に向けたフォロー



育成体系の整備ならびに充実化

- 幹部候補育成研修、基礎研修
- キャリアパスの多様化にあわせた研修
- ポストチャレンジ社員に対するサポート研修

事業戦略に沿った必要スキルの明確化

- 事業戦略の実現に資する基礎スキルの設定
- その基礎スキル習得を推進

求める人材像の明確化と採用戦略の構築

- 長期ビジョンの実現に求められる人材像の明確化
- それに沿った採用戦略の構築と推進



世の中の“キレイ”を支える会社

本資料に記載されている業績見通し等の将来に係る記述は、当社が現時点で入手可能な情報と合理的であると判断する一定の前提に基づいていますが、リスクや不確定要素を含んでおり、実際の数値とは大きく異なる場合がありますことをご承知おきください。

当社は、業績見通しの正確性・完全性に関する責任を負うものではありません。

【お問合せ先】

経営企画室

MAIL: ir@niitaka.co.jp TEL: 06-6391-3219