

2025年11月12日

各 位

会 社 名 新 田 ゼ ラ チ ン 株 式 会 社
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 竹 宮 秀 典
執 行 役 員
(コード番号：4977 東証スタンダード)
問 合 せ 先 取 締 役 執 行 役 員 安 藤 啓
管 理 本 部 長
電 話 番 号 0 7 2 (9 4 9) 5 3 8 1

長期経営構想の策定について

当社グループは、今般、長期経営構想として、企業・経営理念体系を改定し、長期経営目標を策定いたしましたので、お知らせいたします。

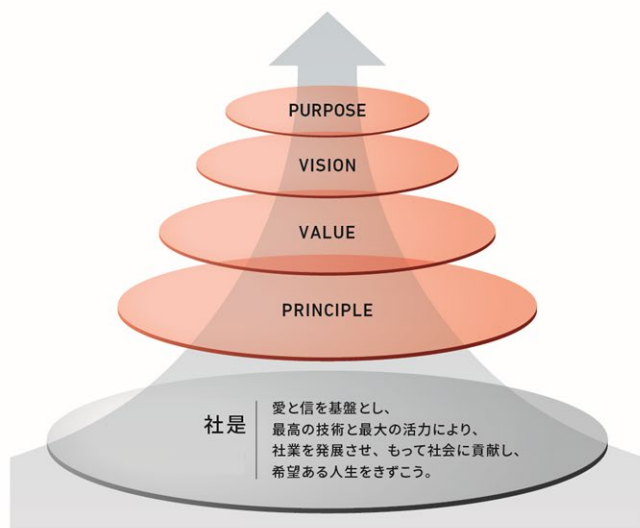
記

1. 企業・経営理念体系の改定

未利用資源と副産物を自社の技術やサービスで価値あるものに変えるという当社事業の原点に立ち返り、未来に向けて、アップサイクリングの力で人々の暮らしをより良いものに変えていきたいという考えから、新たにパーパス（私たちの存在意義）を策定しました。

さらに新しいビジョン（私たちのありたい姿）を、「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、世界に挑戦する」としました。

そして、このビジョンを実現するために、バリュー（私たちの価値観）を定義し、それを具現化するための行動指針を定めました。この指針のもと、当社を取り巻く厳しい環境を全社一丸となって乗り越えてまいります。



● 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

2. 長期経営目標の策定

(1) 長期経営目標（2033 年 3 月期）

上記のビジョンに掲げた「アジア No. 1」の実現に向け、成長スピードを飛躍的に加速させるため、2033 年 3 月期をターゲットとする新たな長期経営目標を策定しました。

主要経営目標は以下の通りで、グループ全体の連結売上高は現在の 2 倍となる 800 億円、営業利益は 2.5 倍となる 100 億円の達成を目指します。

(単位：億円)	2026 年 3 月期 予想	2033 年 3 月期 目標	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. 関連の法人税等減少による当期純利益および純資産の増加

(2) 達成に向けた基本戦略

長期経営目標の達成に向け、以下の 3 点を重点戦略として推進します。

1) 競争力強化

- ・ 当社独自の競争優位性を海外市場に展開するために、海外の販売体制強化を進めるとともに、コストダウンと供給能力の拡大、アライアンスの活用を進めます。

2) グローバル化の加速

- ・ 日本・アジア(インド含む)において圧倒的シェアを獲得します。
- ・ 最大市場の北米・欧州においても当社の強みを活かし、一定のポジションを確立します。

3) 新規事業への挑戦

- ・ バイオメディカルおよび新規分野において、中長期の成長ドライバーとなる事業を育て、将来の収益機会を確実に捉えます。
- ・ コラーゲンマイクロファイバーの早期事業化に注力します。

(3) 財務戦略

- ・ 成長戦略を実現するために戦略投資を大幅に拡大するとともに、株主還元の強化を図り、2033 年 3 月期までに DOE4.0%となる水準を目指します。

(4) 経営基盤強化

長期経営目標の達成に向け、経営基盤のさらなる強化を図ります。

1) 人的資本

- ・ 人材にかかるポリシーを制定し、経営戦略と連動した人的資本経営を推進するとともに、グローバル人材の育成・活用に注力します。

2) サステナビリティ経営

- ・ 未利用資源から新たな価値を創出するアップサイクル型ビジネスを引き続き追求します。
- ・ 当社が特定した重要課題（マテリアリティ）について、取り組みを推進します。

以上

長期経営構想の策定について

2025年11月12日

証券コード／4977

目次

1	企業・経営理念体系の改定	… P.2
2	長期経営目標	…… P.7
3	基本戦略	…… P.10
4	財務戦略	…… P.16
5	経営基盤強化	…… P.17

1. 企業・経営理念体系の改定

- 長期経営目標の策定と同時に当社の企業・経営理念体系を改定し、今後の向かうべき方向を明確にする。

当社事業の
原点の見直し

未利用資源と副産物を自社の技術やサービスで価値あるものに変える、
という当社事業の原点に立ち返り、今後の指針とする。

ありたい姿の
明確化

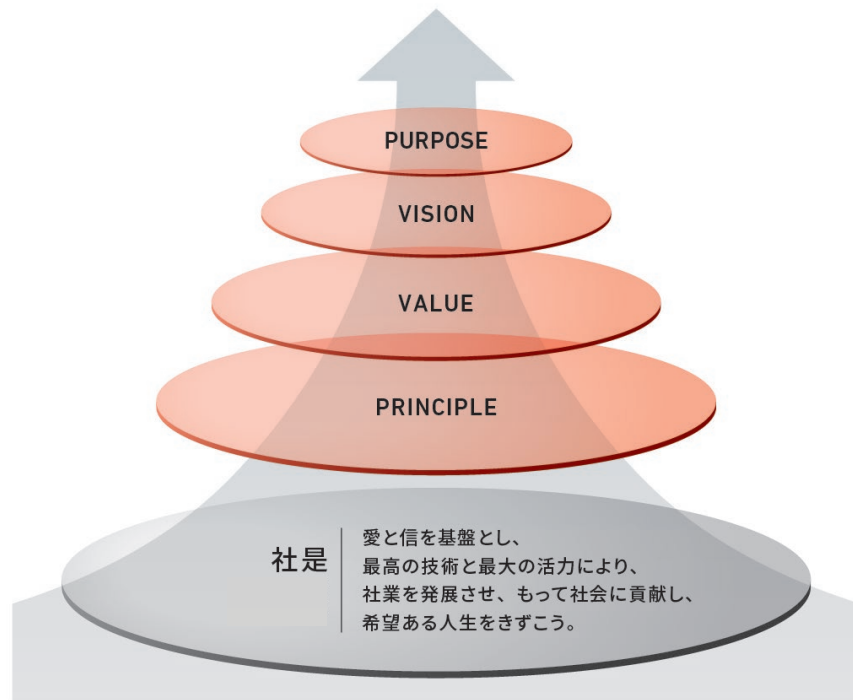
当社が目指すべき“ありたい姿”を明確にし、当社を取り巻く厳しい環境を全社一丸となって乗り切る。

理念体系
の整理

社是、コーポレートビジョン、コーポレートスローガン等、混在している様々な理念・方針を整理し、向かうべき方向を明確にする。

1. 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

1. 企業・経営理念体系の改定

パーパス

UPCYCLING for the Future.

未利用資源と副産物に新たな価値を与え、磨き続けていく。

新田ゼラチンは、アップサイクリングの力で
人々の暮らしをより良いものへと変えていきます。

1. 企業・経営理念体系の改定

■ ビジョン

Lead in Asia. Challenge the World.

私たち新田ゼラチンは、ゼラチン・コラーゲン業界における
アジアナンバーワンを目指します。

革新と事業拡大によって従来にない飛躍的な成長を遂げ、
品質と信頼をもってアジアをリードし、世界に挑み続けます。

1. 企業・経営理念体系の改定

バリューと行動指針

Nitta Gelatin 3C Value

バリュー >

Connect

つなげる

Create

創造する

Challenge

挑戦する

行動指針 >

- 各国の文化と多様性を尊重する
- 感謝と敬意をもって積極的に対話する
- 技術と知識を次世代へ継承する

- 品質とスピードを追求する
- お客様と価値を共創する
- 多様な知見と先進技術を結集する

- 失敗を恐れず、失敗から学び続ける
- 変化に適応し、リードする
- 高い目標を掲げ最後までやり遂げる

- 社会規範や法令に従い、誠実に行動する

2. 長期経営目標 ～経営指標～

- アジアで業界売上高No.1の“Lead in Asia.”企業となるべく成長戦略を推進、2033年3月期の連結売上高800億円、営業利益100億円の挑戦的な長期業績目標を設定。
- 収益性・効率性の改善を進めることで、ROE13.0%、ROIC12.0%を目指す。

(単位：億円)	2026/3 予想	2033/3 目標	2026/3 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)

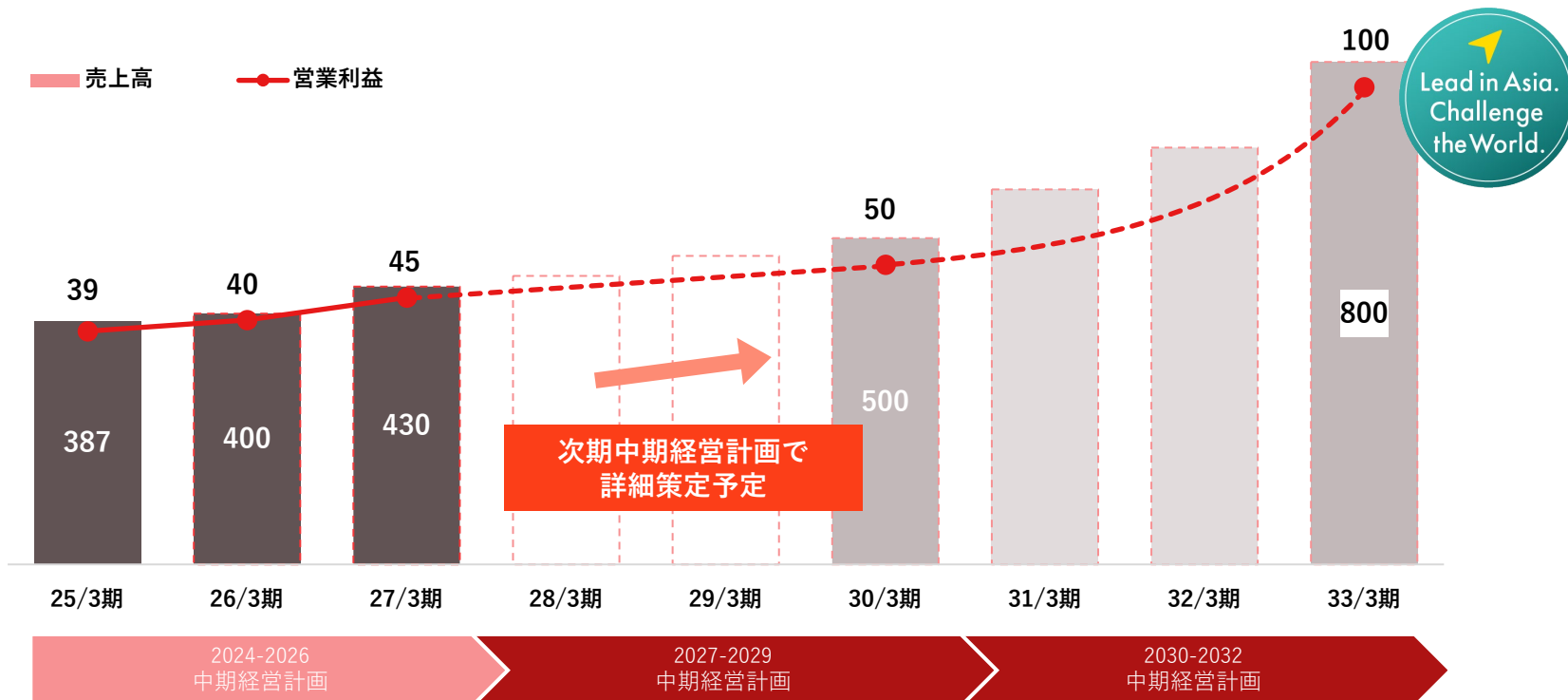


(*)ニッタゼラチンホールディングInc.関連の法人税等調整額計上による当期純利益および純資産の増加影響

2. 長期経営目標 ～経営指標～

- 収益力の強化は順調に進捗。従来にない飛躍的な成長の実現を目指す。
- 2027-2029中期経営計画策定時に最終年度（2030年3月期）の経営目標を新たに設定。

（金額単位：億円）



2. 長期経営目標 ～ありたい姿～

地域・製品ポートフォリオ

- 成長が見込まれる海外市場で販売を拡大し、売上高を倍増させる。
- 引き続き市場の成長が見込まれるゼラチンとペプチドを成長の柱とする。
- バイオ/新規事業で売上高80億円を目指す。

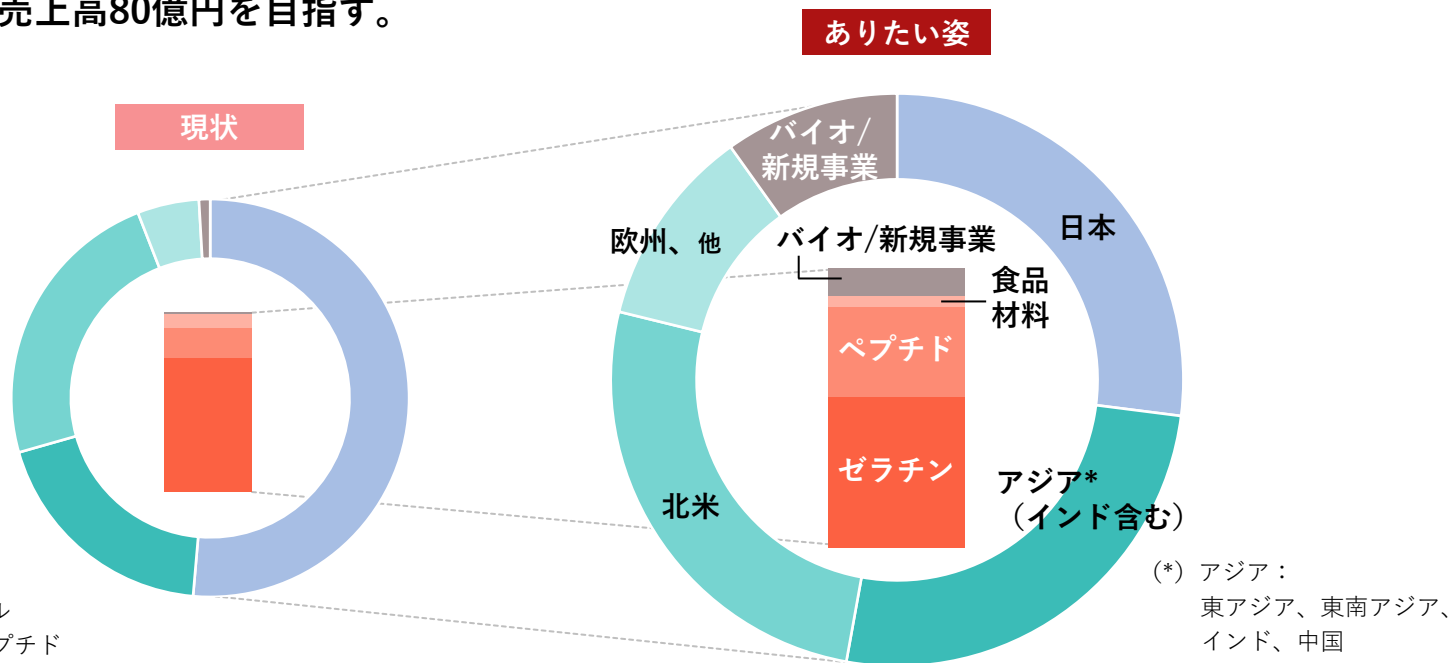
地域別

- 日本
- アジア（インド含む）
- 北米
- 欧州、他

製品別*

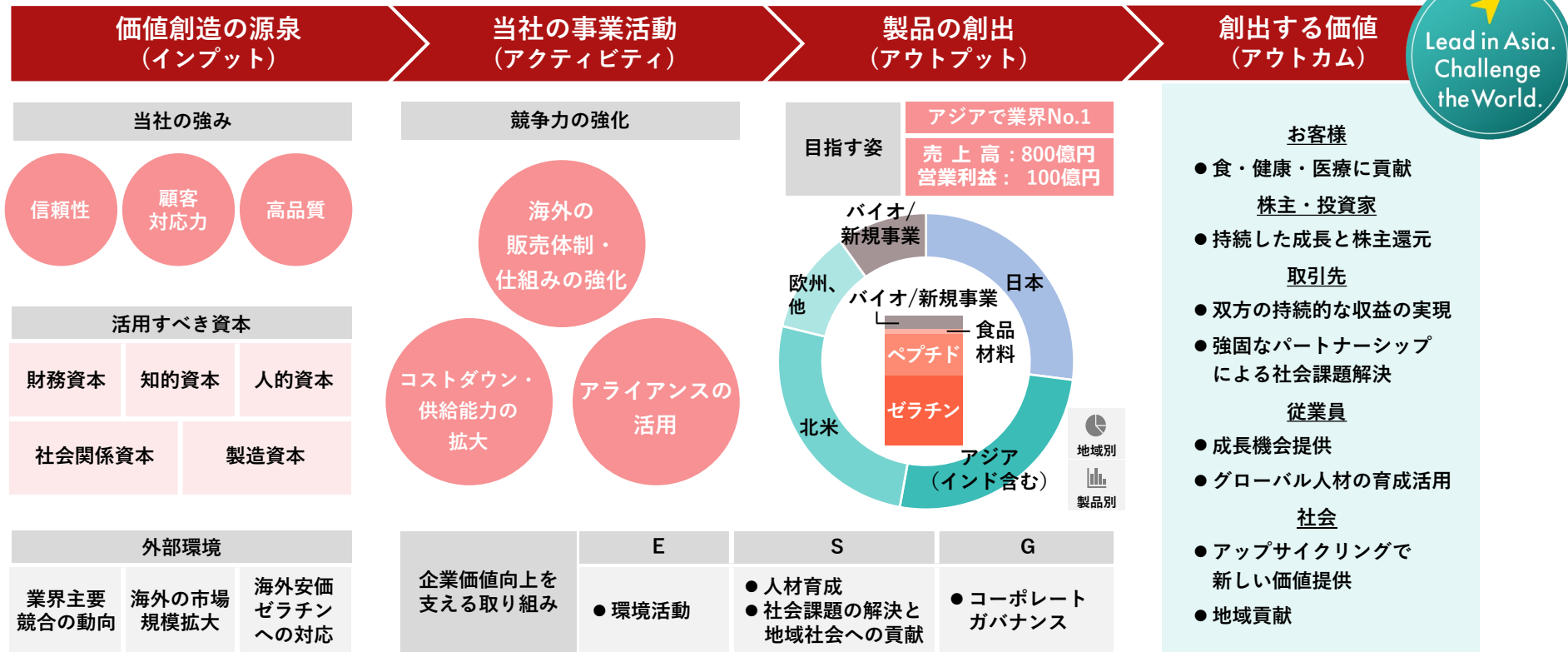
- バイオ／新規事業
- 食品材料
- ペプチド
- ゼラチン

(*) バイオ：バイオメディカル
ペプチド：コラーゲンペプチド



3. 基本戦略 ～価値創造ストーリー～

- 海外市場での販売力強化と供給能力の拡大を進め、当社の競争優位性を具現化する。



3. 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、売上拡大を実現させる。

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

3. 基本戦略 ～競争力の強化～

- 海外の販売体制強化を進めるとともにコストダウンと供給能力拡大により競争力を強化。

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

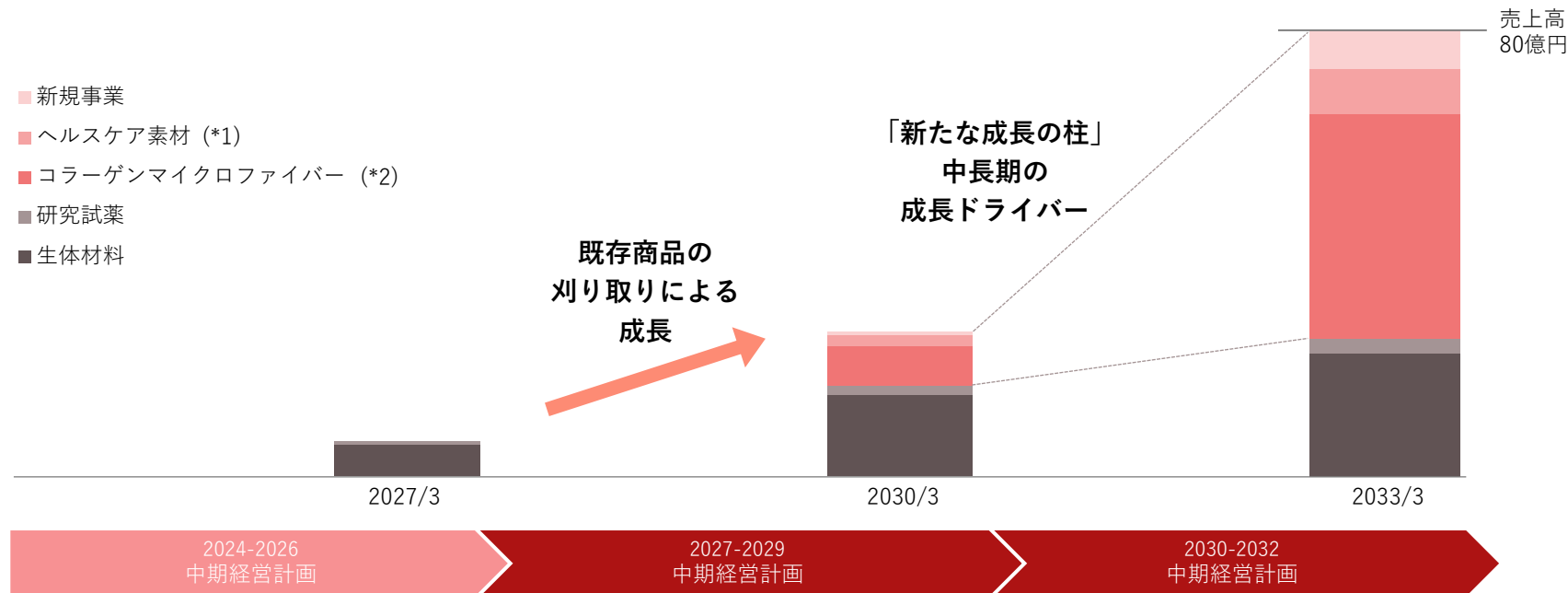
3. 基本戦略 ～グローバル化の加速～

- 日本・アジア(インド含む)で圧倒的シェアを獲得する。
- 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する。

	日本	アジア・インド	北米	欧州
市場見通し (成長率見通し)	ゼラチン・ペプチド共に今後の成長率はほぼフラット (-)	ゼラチン・ペプチド共に経済成長に合わせて市場拡大する見通し (ゼラチン3～5%、ペプチド5%)	ペプチドの世界最大市場でゼラチン・ペプチド共に安定的に成長する見通し (ゼラチン3%、ペプチド5%)	グローバル業界大手の本拠地で、ゼラチン・ペプチド共に安定的に成長する見通し (ゼラチン3%、ペプチド6%)
競争環境	- きめ細かい顧客対応が要求される市場 - 国内メーカーが比較的強い	- グローバル業界大手は中国を除けば本格的には未参入 - 今後の参入による競争激化が懸念される	- グローバル業界大手に加えて、南米、トルコなどから輸出 - 米国関税でサプライチェーンに変化が起きている	- 業界最大手の再編により重複拠点の合理化が進む可能性 - 規制などの参入障壁が高い
▼	▼	▼	▼	▼
ありたい姿と方針	ゼラチン：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 ペプチド：高機能品の開発推進と早期商品化でシェア拡大 食品材料：効率化推進により収益力向上を図る	アジア：ゼラチン・ペプチドを大幅シェアアップ インド：ゼラチン市場シェアを倍増 ゼラチン・ペプチド：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を目指す	- 安定的に成長するゼラチン・ペプチドの巨大市場で一定のシェアを確保する - 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 - コスト競争力のある商品供給に向けアライアンス調達活用	- 安定的に成長するペプチドの巨大市場で一定のシェアを確保する - 域内販売拠点新設を検討 - ペプチド：コスト競争力のある商品提案と当社の顧客対応力を活用

3. 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、将来の収益機会を確実に捉える。
- コラーゲンマイクロファイバー（CMF）の早期事業化に注力する。



(*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

[補足] コラーゲンマイクロファイバー (CMF) の展開用途について

- 生体組織は無数のコラーゲン繊維からできている。
- 当社はコラーゲン繊維と類似したナノ構造をもつCMF量産化技術を世界に先駆けて開発*。
- 様々な医療用途への展開が期待される。

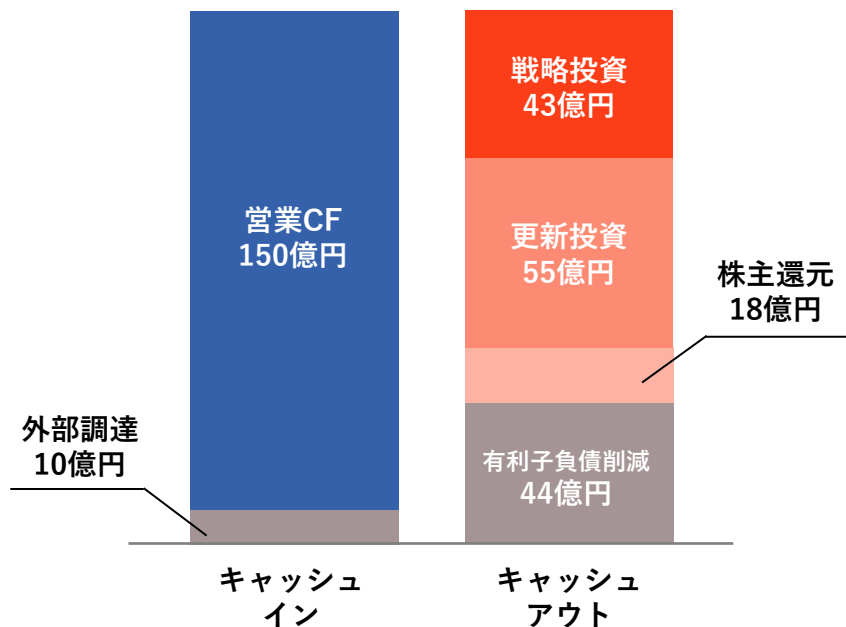
(*)特許: WO 2025/058013 A1



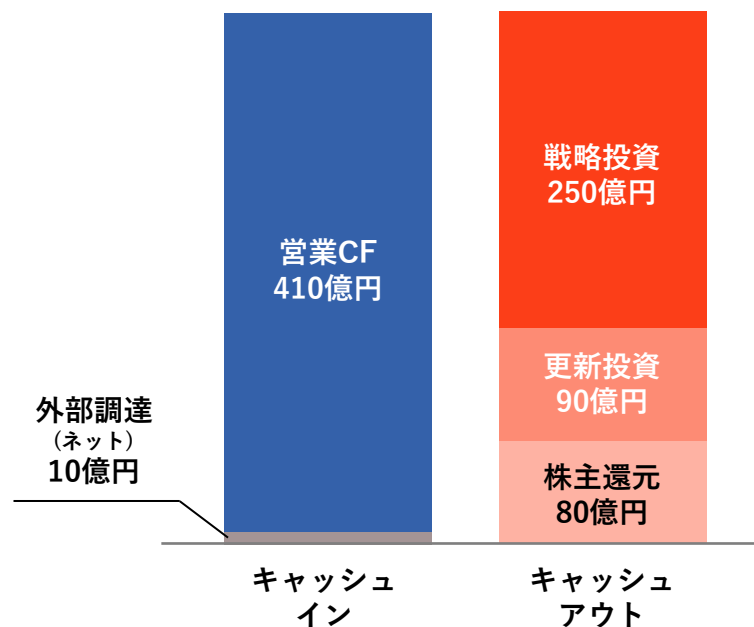
4. 財務戦略 ～キャピタルアロケーション～

- 成長戦略を実現するために戦略投資を大幅に拡大。
- 株主還元は、2033年3月期までにDOE4.0%となる水準を目指す。

2024-2026 中期経営計画

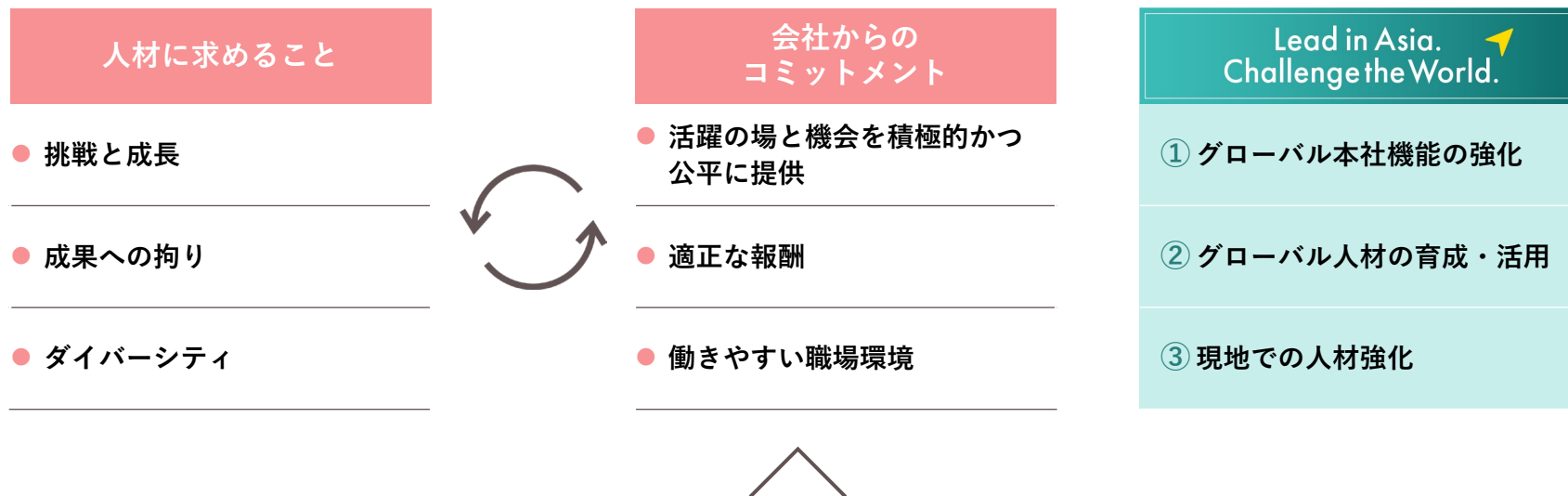


2027-2032 累計6年間



5. 経営基盤強化 ～人的資本～

- 人材にかかるポリシーを制定し、ありたい姿の実現を目指していく。
- アジアで業界No.1の企業となるためグローバル対応強化を加速。



経営戦略と連動した人的資本経営の推進

5. 経営基盤強化 ～サステナビリティ経営～

- 未利用資源から新たな価値を創出するアップサイクル型ビジネスを追求。
- マテリアリティを特定し社会課題の解決に貢献する取り組みを継続。

マテリアリティ項目	取組テーマ	取組中の施策	ありたい姿
環境	カーボンニュートラル	● 大阪工場CO2排出削減 ● 2030年に向けたCO2排出削減項目の積み上げ ● 廃棄物(排水処理工程の活性汚泥)の削減	Scope 1、2 : 2030年度までに2013年度対比46%削減 2050年度までにカーボンニュートラル実現
調達	サプライヤー評価の高度化 サプライチェーン環境管理	● ISO9001に基づくサプライヤー評価 ● 環境負荷の低い原料調達比率の増加 ● 複数サプライヤー開拓による調達安定化	調達における環境、品質などの トレーサビリティ向上
ダイバーシティ	女性活躍推進	● 新卒・中途採用時の女性比率拡大 ● 各種研修への女性参加比率拡大 ● 多様な働き方に向けた環境整備	女性管理職比率向上（27/3月末目標15%以上） 多様な人材がグローバルに活躍出来る環境整備
コミュニティ	地域との共生	● 地域社会の良好な生活環境に貢献 (八尾市との防災協定締結、 健康まちづくり共創協定締結)	良き企業市民として地域社会と共生
人権	サプライチェーン人権管理	● Ecovadisでの高評点取得に向けた取組 ● SEDEX評点向上に向けた取組 ● 国連グローバルコンパクト賛同	調達先と協働した人権問題の予防と軽減

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>