国内事業

「開発連携連動型事業」の展開によって
イノベーションを創出し
実践・実感・共有・共感に基づいた
人財と組織の成長を通じて
真の付加価値である社会貢献を実現していきます。

取締役常務執行役員
国内事業本部長
原 秀昭

経済や社会の情勢が大きく変化したコロナ禍は、社会貢献への使命感を当社グループ全体で共有することができた期間と捉えています。例えば、セロテープ®を通じた環境訴求の浸透活動、メディカル製品を通じた清潔で安全な医療の追求、製品の安定供給などの実践により、当グループが社会に貢献する事業を展開しているという意識をあらためて共有することができ、人財と組織の成長を実感しました。2023年度はセロハン事業（セロテープ®）、救急絆創膏事業（ケアリーヴ™）、鎮痛消炎剤事業（ロイヒつぼ膏™）を重点ブランド事業と捉え、デジタルマーケティング分析・技術革新・エビデンスに裏付けされた「開発連携連動型事業」の展開によって、真の付加価値である社会貢献を実現していきます。

■国内事業本部の組織構成

国内事業本部傘下にBtoCのコンシューマー営業本部（ヘルスケア営業統括部・EC営業統括部・オフィスホーム営業統括部）、BtoBの医療材営業統括部・工業品営業統括部を置き、国内市場への製品販売および統括を行っています。またブランドマーケティング部は製品ブランド戦略を、製品開発部は顧客機軸をベースとした製品開発を行っています。

コンシューマー

顧客基軸をベースとした事業活動の強化と
戦略のスピーディーな実行により
新しい価値の創出と安心安全な製品を提供し
快適、便利な生活に貢献し続けます。

上席執行役員
コンシューマー営業本部長
藤川 智

コンシューマー営業本部はケアリーヴ™やロイヒつぼ膏™、バトルウィン™等のブランドでメディカル製品を展開しているヘルスケアフィールド、セロテープ®やナイスタック™、ワザアリ™テープ等のブランドでテープ製品を展開しているオフィスホームフィールド、そしてeコマース、カタログ通販等を通してその両製品を展開しているECフィールドの3つのフィールドをベースとして、お客様の快適で便利な生活に貢献できるよう、日々活動を行っています。

2022年度はコロナ禍により厳しい市況ではありましたが、ブランド戦略、DXへの対応を中心とした新たな取り組みの推進とチャレンジにより、前年比106%と成長することができました。

2023年度はWithコロナの時代として社会が更に変化する年になると言われています。また、人々の活動も以前のように活発になり、さまざまな行事やイベントが再開し、更に海外からのお客様も増えてインバウンドも復活する一年になると思われます。

コンシューマー営業本部としてはその社会の大きな変化に対応すべく、ブランド戦略を中心としてデジタルマーケティングを活用し、新たな活動にチャレンジしていきます。3フィールドを通じて、より多くのお客様にニチバン製品をお使いいただけるように取り組みを進めてまいります。

セロテープ®

ケアリーヴ™

ケアリーヴ™ 治す力™

ロイヒつぼ膏™

ナイスタック™

ディアキッチン™
ワザアリ™テープ

バトルウィン™
テーピングテープ

スキナゲート™

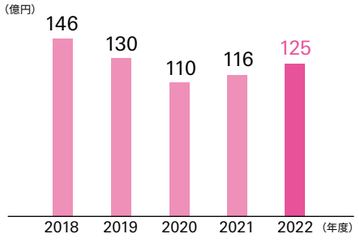
国内事業

コンシューマー

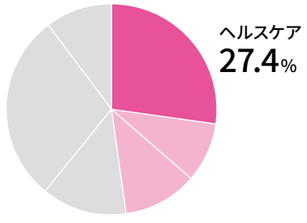
ヘルスケア

ヘルスケアフィールドは、主に全国のドラッグストアを中心とした大衆薬市場向けに高機能救急絆創膏ケアリーヴ™や医薬品の鎮痛消炎貼付剤ロイヒつぼ膏™シリーズ、サージカルテープやドレッシング材などの衛生材料を展開しています。また、スポーツシーンでは、テーピングテープブランドのバトルウィン™シリーズにおいて、多様な視点からさまざまなシーンに合った多彩なテーピング関連用品を展開しています。これらのブランド力のある高付加価値製品の販売を通じて、お客様へ安心安全な品質をお届けしています。

■事業フィールド売上高推移



■事業フィールド売上構成比



2022年度の実績および2023年度の計画

2022年度は、ケアリーヴ™発売25周年のプロモーション展開や訪日外国人増加に伴うロイヒつぼ膏™のインバウンド需要拡大などもあり、売上高では年間目標を達成しました。2023年度は、ケアリーヴ™、ロイヒつぼ膏™、バトルウィン™の3大ブランドを中心に、顧客機軸をベースとした事業活動の強化と戦略のスピーディーな実行で、成長分野へのチャレンジなど、ヘルスケア事業の進化・変革を図るとともに継続成長を実現してまいります。

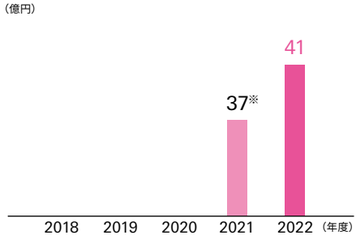
事業の強み

使う方の気持ちにまでフィットできるような品質こそ、ヘルスケアを考えるニチバンの原点です。開発・製造・販売において、素材やフィット感に徹底してこだわり、見えない心づかいまでお届けしたいという願いが製品に込められています。

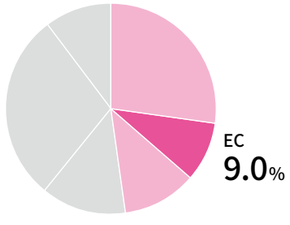
EC

ECフィールドは、通販事業、ネット事業を主たる事業領域とし、テープ、メディカルすべての製品を幅広く取り扱っております。通販事業では紙面からWEBへの移行が進むなか、WEBページでのアイテム拡大および製品ページの整備にも注力しております。ネット事業においては、いつでもどこでも購入できる買い場を創出するとともに、購入しやすい最適な買い場の充実を図り、より多くのお客様に製品をお届けすることで快適な生活を支え続けております。

■事業フィールド売上高推移



■事業フィールド売上構成比



※越境ECを含め積極的にEC営業の拡大を図るため、オフィスホーム営業統括部(旧テープ事業本部)傘下にあったEC特販営業部を独立させ、2021年4月にEC営業統括部を設立しました。

2022年度の実績および2023年度の計画

2022年度はコロナ禍が継続しオフィス製品需要が低迷するなか、人との接触を低減するオンライン購買への期待は依然として高く推移しました。その購買行動に対するWEBマーケティングを強化、またお客様が選びやすくわかりやすい買い場へと改善したことにより、売上は前年を上回りました。

2023年度は引き続きデジタルを活用したプロモーションを推進し、更なる売上拡大を図るとともに、特にメディカル製品売上拡大に向けた取り組みをスピーディーに行ってまいります。

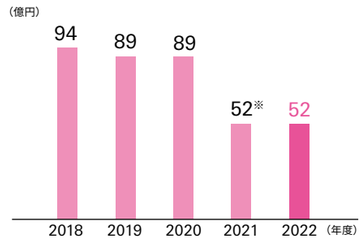
事業の強み

ニチバン全製品を取り扱う利点を活かした市場動向把握を強みとしています。
また、お客様の声を中心とした情報を都度取り入れ、最適な買い場を創出しております。

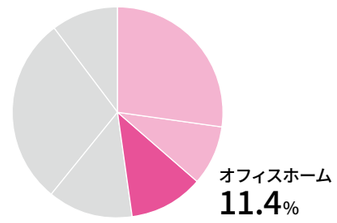
オフィスホーム

オフィスホームフィールドは、文具事務用品市場において、セロテープ®や両面テープのナイスタック™といった製品を中心にオフィスや家庭で長年お客様にご愛顧をいただいております。コロナ禍におけるテレワークの継続によりオフィス需要が伸び悩むなか、家庭向け製品であるディアキッチン™ブランドの認知度向上に向けた取り組みを進めております。また、セロテープ®を通じて、環境やSDGsへ対応した取り組みもはじめています。今後も環境に配慮した製品を通じて社会貢献に向けた活動を行ってまいります。

■事業フィールド売上高推移



■事業フィールド売上構成比



※越境ECを含め積極的にEC営業の拡大を図るため、オフィスホーム営業統括部(旧テープ事業本部)傘下にあったEC特販営業部を独立させ、2021年4月にEC営業統括部を設立しました。

2022年度の実績および2023年度の計画

2022年度文具事務用品市場におきましては、原材料価格高騰等の影響もあり、セロテープ®を含めた文具製品の価格改定を進めてきましたが、需要低迷の影響は大きく、売上は前年を下回りました。2023年度以降はデジタルマーケティングを推進し、製品の使用シーンを訴求していくとともに、家庭雑貨ルートに向けた製品開発をスピーディーに取り組んでまいります。

事業の強み

長年お客様にご愛顧いただいているセロテープ®を中心に、大手スーパーやホームセンター、コンビニエンスストア、文具専門店といったあらゆる流通チャネルを有しております。

2022年度 TOPICS コンシューマー

「バトルウィン™指プロテクター™」の新シリーズとして、2022年度に親指用を新発売しました。簡単にサッと貼れてしっかり固定できるテーピングテープとして、スポーツシーンだけではなく日常生活でもとても使い勝手のよい製品です。

国内事業

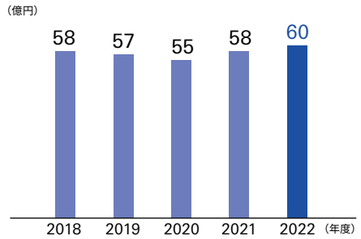
医療材

医療材フィールドは、医療を通じて持続可能な社会実現に向け活動しています。ワクチン接種時の止血絆創膏やドレッシング材による感染予防対策および肌に優しい低刺激のサージカルテープや術後トータルケアシリーズによる患者さんQOL（生活の質）向上に貢献します。また医療現場においては持続可能な医療体制構築に貢献すべく、医療の安全や作業の効率化を考慮して、信頼される確かな品質を追求し続けます。在宅医療分野においては、褥瘡予防や圧迫創傷ケアに役立つ製品を提供することにより、地域医療の発展に貢献します。これからも患者さんや医療従事者の方に寄り添い、喜んでいただけるような価値のある製品提案や製品開発に取り組んでまいります。

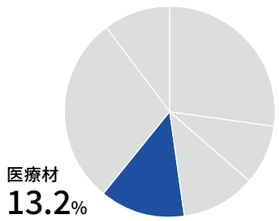
事業の強み

低刺激で作業性に優れた止血用の製品を幅広く取り揃えています。穿刺後の被覆保護用途で病院の採血室や血液センター等に提供します。術後トータルケアシリーズは産婦人科領域で認知が広がっており、今後外科領域へも拡大し「患者さんQOL 向上」に貢献します。また低刺激の粘着技術は今後在宅医療分野にも役立てます。

■事業フィールド売上高推移



■事業フィールド売上構成比



2022年度の実績および2023年度の計画

2022年度、止血製品シリーズであるセサブリック™については、前年よりもワクチン接種数が減少し売上は前年を下回りました。その一方、術後トータルケアシリーズのアスカブリック™やドレッシング材のカテリープラス™は、ともに認知度拡大が進み売上が前年を上回り、フィールド全体としての売上は前年同期を上回りました。

2023年度は、引き続き医療におけるサステナブル重要課題に取り組みます。「少子高齢化」「医療の働き方改革」といった課題解決に向け、常に新たな価値を提供し医療に貢献し続ける企業を目指します。

2022年度 TOPICS 医療材

2023年1月に「カテリープラス™エコー」を上市しました。この製品はエコーガイド下穿刺に用いることができる国内で唯一のフィルムドレッシング材です。

点滴の針を刺す際にエコーを用いた処置をすることで穿刺の失敗が減り、患者さんの苦痛が軽減されることはもちろん、穿刺成功率が上がることは医療従事者の方の心理的負担軽減にもつながります。

エコーを透過し一連の流れで清潔操作が可能な本製品は、患者さんのQOL 向上、感染予防対策、そして医療従事者の方の作業効率化にトータルに貢献できる提供価値の高い新製品となります。

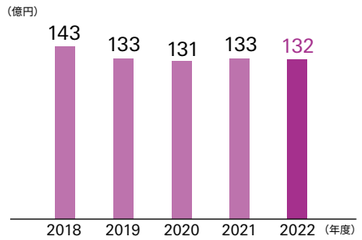
工業品

ニチバンの工業品フィールドは、これまでニチバンで培ってきた粘着技術を活かし、ニチバン独自の製品を幅広く提案、提供しています。それは粘着テープの本領が発揮される包装用粘着テープにはじまり、そのなかでも特に食品包装分野においてはセロテープ®に留まらず、野菜結束テープをいち早く提案し提供することで流通現場の効率化を支援してきました。また、工業製品の製造現場で用いられる塗装用マスキングテープは、そのさまざまな現場において品質の安定化を実現することに貢献してきました。元々粘着テープのニーズが高い包装用途と塗装被覆用途に加えて、これまでもこれからもニチバンならではの優れた粘着機能を発揮する製品をユーザーとともに考え、ユーザーに「安心して」「便利に」使っていただけるプロダクツを創り出し、提案、提供してまいります。

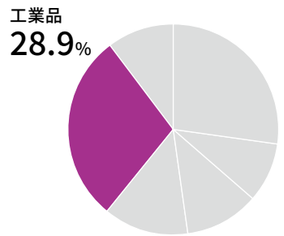
事業の強み

工業品事業フィールドにおいて天然素材を主原料としたセロテープ®は、その特徴から、企業が環境へ配慮したメッセージを記載する名入れ印刷にも対応する製品としてご愛顧いただいております。また、自動車の組立塗装もしくは補修時に利用される塗装用マスキングテープも、長らく多くの自動車会社をはじめ補修業者にご使用いただいています。

■事業フィールド売上高推移



■事業フィールド売上構成比



2022年度の実績および2023年度の計画

工業品フィールドの2022年度は価格改定が大きな課題でした。原材料の高騰および供給不安に端を発した2022年度価格改定は同年度内で3回に及びましたが、お蔭様で多くの顧客からの理解も得て、計画通り価格改定を実施することができました。この結果、工業品フィールドの2022年度売上高は一部耐熱マスキングテープの大型廃番もあったなか、前年度比98%の結果となりました。

2022年度の価格改定を経て、2023年度の工業品フィールドは新製品育成および新規創出に注力して、新たな事業の礎を構築することに集中いたします。

2022年度 TOPICS 工業品

工業品フィールドでは、天然素材を主原料としたセロテープ®において焼却時のCO_2削減を掲げ、国内の流通企業を中心に「セロテープ® Small Action For the Future」を2020年度から展開しています。お蔭様で2023年3月末現在、本活動は117の企業と団体に賛同を表明いただいています。