

2011年3月期決算 及び 中期経営計画 説明会

2011年5月18日
ニチバン株式会社
代表取締役社長 堀田 直人

目次

1. 2011年3月期 決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 中期経営計画【NB100】について
4. 本年度(2012年3月期)の見通し
5. ニチバンについて

連結決算概要

“厳しい経営環境で推移も「増収増益」を確保”

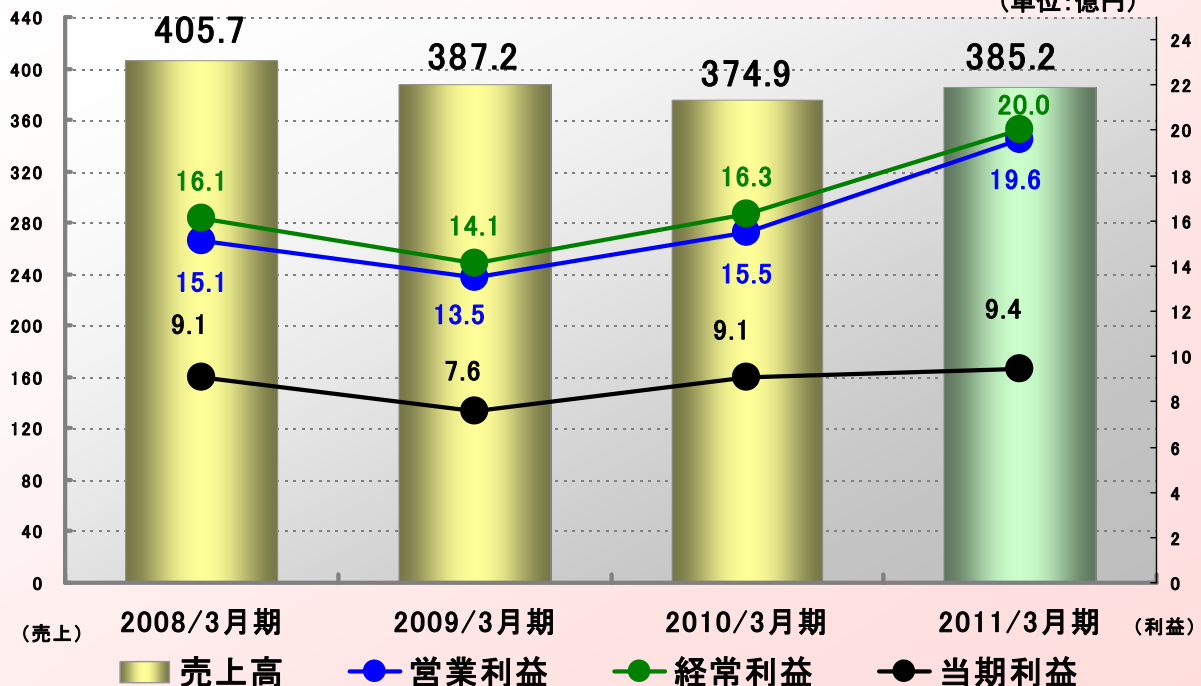
(単位: 億円)

	2010年3月期		2011年3月期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	374.9	100.0%	385.2	100.0%	+10.3	+2.8%
売上総利益	104.9	28.0%	110.7	28.7%	+5.8	+5.5%
販管費	89.4	23.9%	91.1	23.7%	+1.7	+1.8%
営業利益	15.5	4.1%	19.6	5.1%	+4.1	+26.9%
経常利益	16.3	4.4%	20.0	5.2%	+3.7	+22.6%
当期純利益	9.1	2.4%	9.4	2.5%	+0.3	+3.4%

連結業績推移

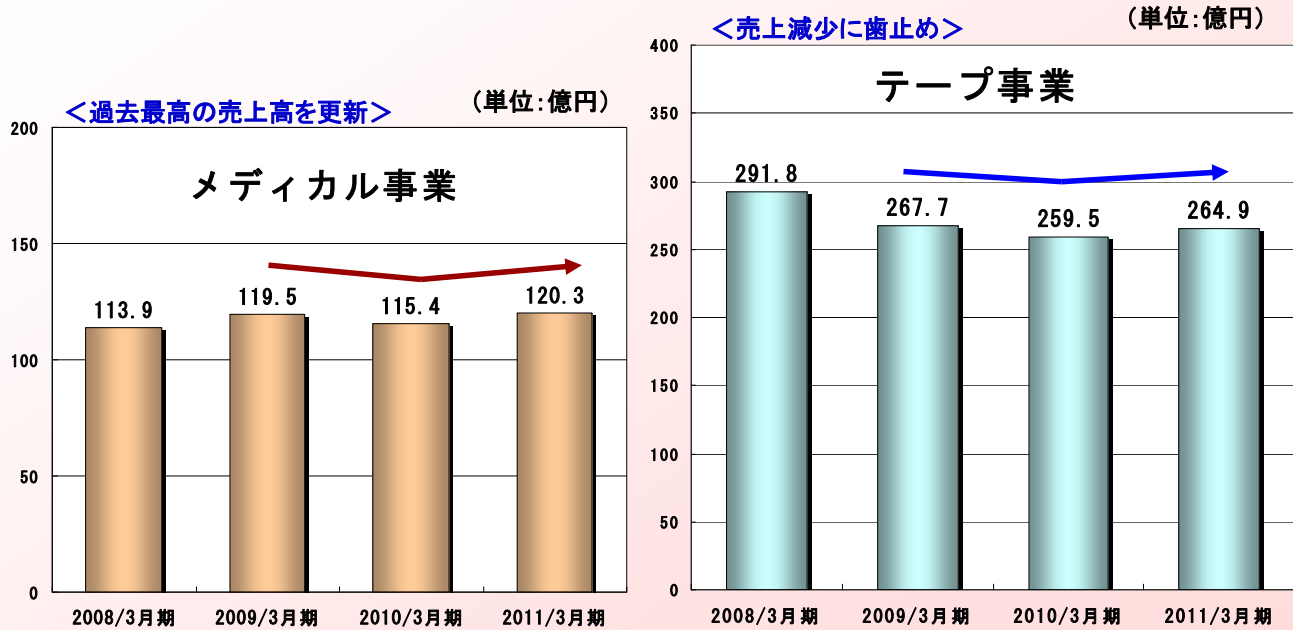
“過去3年間の低迷期を脱し 企業体質改善の効果が現われはじめる”

(単位: 億円)



セグメント別売上高推移(連結ベース)

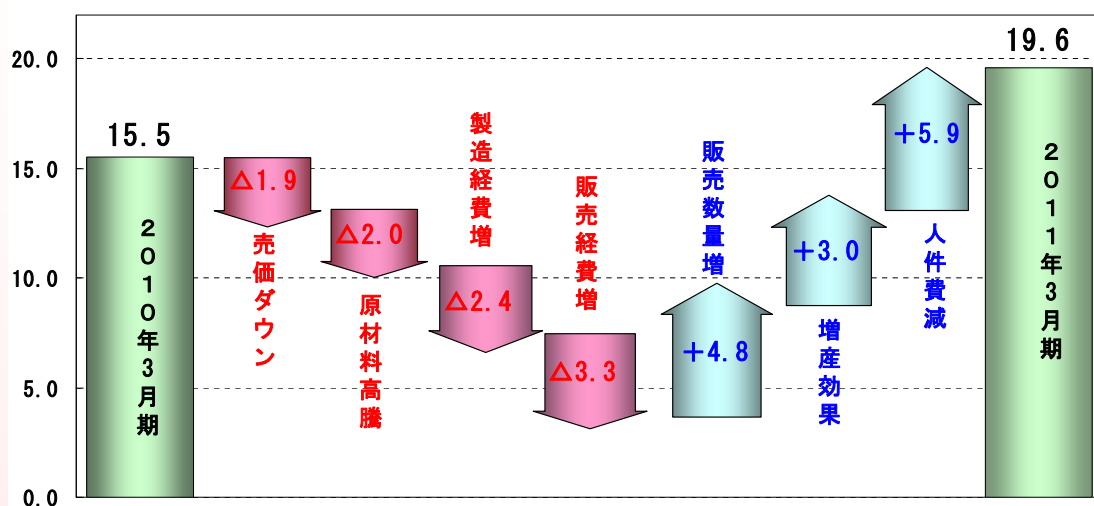
“付加価値品の積極的な拡販でメディカル事業は今期増収
テープ事業も昨年後半からの企業需要の回復を受け減少に歯止めがかかる”



営業利益増減要因分析

“販売数量増、生産稼働率向上、人件費減(退職給付費用減含む)により
売価ダウンと経費増加を吸収し増益”

(単位: 億円)



バランスシートの状況

“財務内容は安定的に推移”

(単位: 億円)

	2010/3月期		2011/3月期		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	273.8	62.6%	285.4	64.0%	11.6
現金・預金・有価証券	96.6	22.1%	109.1	24.5%	12.5
受取手形・売掛金	118.1	27.0%	118.7	26.6%	0.6
棚卸資産	51.1	11.7%	49.5	11.1%	△ 1.6
その他	8.0	1.8%	8.1	1.8%	0.1
固定資産	163.6	37.4%	160.3	36.0%	△ 3.3
資産合計	437.4	100%	445.7	100%	8.3
流動負債	109.5	25.0%	114.0	25.6%	4.5
固定負債	99.2	22.7%	96.4	21.6%	△ 2.8
負債合計	208.7	47.7%	210.4	47.2%	1.7
純資産合計	228.7	52.3%	235.3	52.8%	6.6
負債・純資産合計	437.4	100%	445.7	100%	8.3

ポイント

東日本大震災を受け、主力品の在庫ガイドラインについて見直し中

自己資本比率は50%超を維持

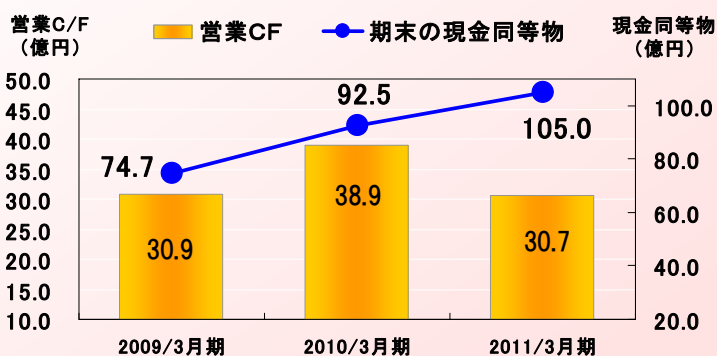
キャッシュフローの状況

(単位: 億円)

	2010/3月期	2011/3月期	
	実績	実績	増減
営業活動によるC/F	38.9	30.7	△8.2
投資活動によるC/F	△14.8	△14.5	+0.3
フリーC/F	24.1	16.2	△7.9
財務活動によるC/F	△6.4	△3.8	+2.6

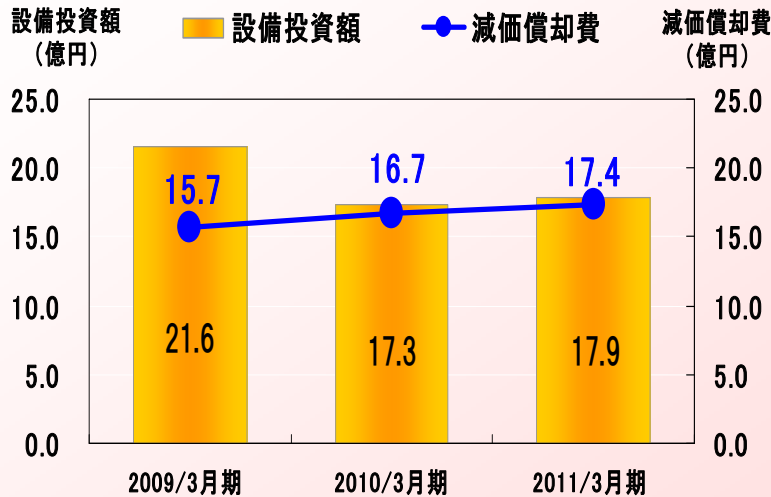
ポイント

- 営業C/F
 - ・税引前純利益 +0.9
 - ・売上債権の増加 +1.2
 - ・退職給付引当金の減少 △9.1
 - ・仕入債務の増加 +5.4
 - ・棚卸資産の減少 △4.8
- 投資C/F
 - ・有形固定資産 +3.8
- 財務C/F
 - ・リース債務返済 △0.4



設備投資・減価償却費

“一定の減価償却費枠で効果的に投資”



ポイント

- 埼玉工場
 - ・捕虫関連設備新設
 - ・生産ライン再編
 - ・設備更新
- 安城工場
 - ・環境関連投資
 - ・設備更新
- 大阪工場
 - ・環境関連投資
 - ・セキュリティ向上
- 研究所
 - ・試作機新設(MDC)
 - ・施設拡張(中央研究所)
 - ・検査機器更新
- 事業所再編
 - ・子会社、工場建屋再配置

目次

1. 2011年3月期決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 中期経営計画【NB100】について
4. 本年度(2012年3月期)の見通し
5. ニチバンについて

東日本大震災の影響について

震災による重大な人的被害や生産設備の被害はありませんでした。
 仙台オフィスは大きな損傷も無く、4月4日から営業を再開しました。
 埼玉工場も設備被害はありませんでしたが、震災後の計画停電実施により、一部の生産活動に遅れが生じました。

■ 今後想定される影響と課題

- ① 夏期電力供給不足に伴う、生産活動等への影響
 ⇒ 電力使用量抑制策(空調・照明低減、一部夜間・休日生産シフト等)にて対応
- ② 原材料調達難、製造コスト上昇などの影響
 ⇒ 一部代替原材料による対応、建屋・設備の耐震対策を推進
- ③ 自動車関連向けなどの製品需要の低迷

当グループを取り巻く環境

・流通の変化

(医療材大手卸・ドラッグストアグループの再編、ネット通販、
 ユーザー購入手段の多様化、プライベートブランドの増加など)

・医療現場の変化

(医療機関のコスト意識、医療の安全対策強化)

・天候不良による農産物収穫量の減少

・原材料価格の高騰

(需給バランスの変化による天然ゴム・樹脂などの高騰)

・震災直後の影響(3月)

(埼玉工場エリアでの計画停電実施、一部原材料の調達難など)

重点施策への取組み

世界同時不況の影響下を脱するなか、「増収増益」基調へ回復するべく、開発力と営業力の強化を経営方針として掲げ、諸施策を推進してまいりました。

◆主力製品ブランドの強化

ケアリーヴ®、ロイヒつぼ膏®、ナイスタック®の品揃え拡充

◆販売力強化に向けた社内体制の整備

営業支援体制の拡充

東京オフィス・仙台支店の移転・拡充

◆収益確保できる企業体質へ改善

コストダウンの推進、不採算品目の見直し、販管費の選択と集中

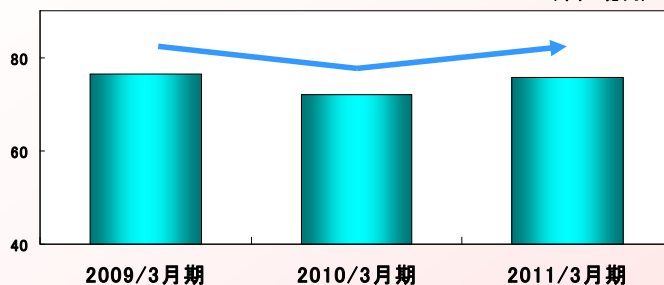
セグメント別レビュー（ヘルスケア）

過去3年間業績推移 フィールド全体推移と重点製品の実績推移

【ケアリーヴ®・ロイヒ】

ヘルスケアフィールド 販売高推移

(単位: 億円)



●重点製品の実績推移

ケアリーヴ®シリーズ	前年対比119%	新製品「ケアリーヴ®パワー&フィット」の投入
ロイヒシリーズ	前年対比110%	新製品「ロイヒつぼ膏®大判タイプ」の投入

●夏物商材など一部商品の需要増も、全般的に消費者の購買意欲低く市況の回復に至らず

●ドラッグストアの業態間競争、業界再編加速

●高機能製品の拡充による主要製品の拡大に注力

- ・ケアリーヴ®パワー&フィット拡販
- ・ケアリーヴ®クリア&防水 市場投入
- ・ロイヒシリーズ拡販

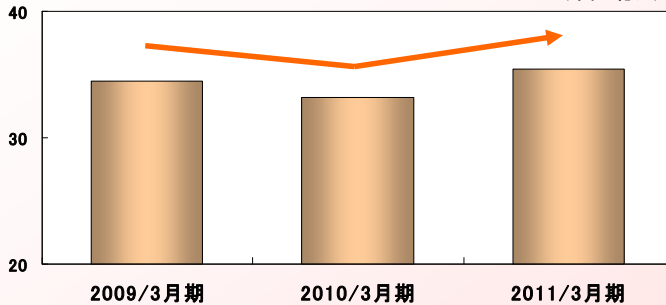
セグメント別レビュー(医療材)

過去3年間業績推移 フィールド全体推移と重点製品の実績推移

【止血バン・ばんそうこう】

医療材フィールド 販売高推移

(単位:億円)



●重点製品の実績推移

止血バン	前年対比108%	低刺激止血バン「インジェクションパッドマイルド」が好調
ばんそうこう	前年対比105%	低刺激ばんそうこう「スキナゲート®」が健闘

- 医療費抑制の流れによる材料購入費の削減
- 景気低迷に伴う 外来、入院患者の減少
- 安全対策・患者の負荷軽減が評価され、止血製品群の需要が拡大

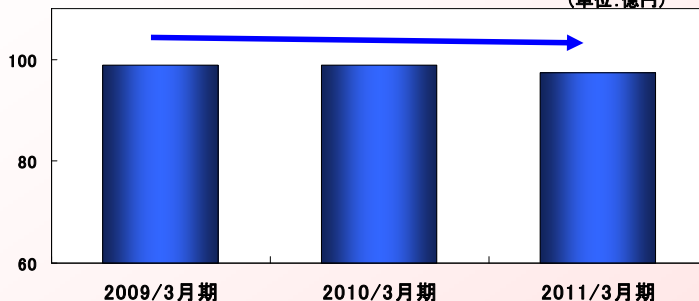
セグメント別レビュー(オフィスホーム)

過去3年間業績推移 フィールド全体推移と重点製品の実績推移

【文具セロテープ®・ナイスタック®】

オフィスホームフィールド 販売高推移

(単位:億円)



●重点製品の実績推移

文具セロテープ®	前年対比99%	PB品の増加・海外廉価品の流入で苦戦
ナイスタック®	前年対比96%	新機能品のラインアップもデフレ進行にて苦戦

- デフレの進行に伴い量販・通販において海外品流入、PB品の台頭が顕著となる
- 主要製品ブランドの拡充に注力
* ナイスタック®シリーズに新製品3種投入

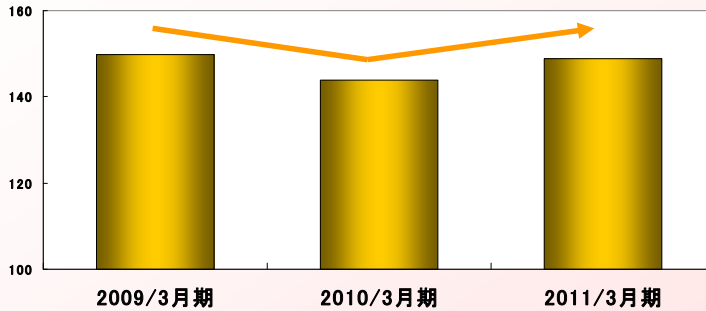
セグメント別レビュー(工業品)

過去3年間業績推移 フィールド全体推移と重点製品の実績推移

【包装用テープ・マスキングテープ・野菜結束テープ】

工業品フィールド 販売高推移

(単位:億円)



● 重点製品の実績推移

包装用テープ	前年対比102%	企業業績回復による需要増
マスキングテープ	前年対比105%	新車販売増加に伴い使用量増加
野菜結束テープ	前年対比91%	天候不順による農作物生産減に伴い使用量減

- 国内景気の回復を受け、包装用テープ、自動車向けテープが増加
- 天候不良の影響で農作物が不作となり農産関連も落ち込む
- 天然ゴムなどの原材料価格が需給バランスの影響で高騰

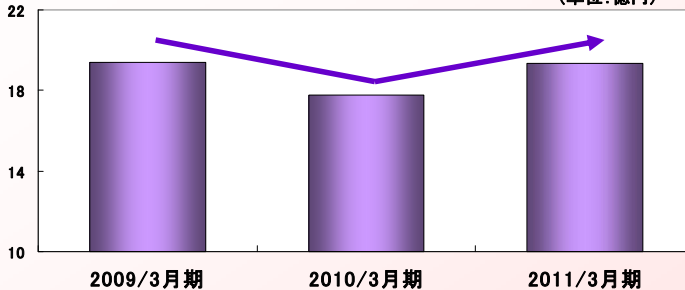
セグメント別レビュー(海外)

過去3年間業績推移 フィールド全体推移と主要エリアの実績推移

【アジア・欧州】

海外フィールド 販売高推移

(単位:億円)



● 主要エリアの実績推移

アジア	前年対比131%	中国・東南アジアでの包装用テープ需要増加
欧州	前年対比144%	欧州自動車産業の業績回復に伴い自動車向け部材増加

- アジアを中心にした景気回復を受け、販売数量は増加
- 欧州の自動車産業向け部材も回復基調
- 円高により、外貨建て販売については目減り

CSR活動の取組み

2010年12月より「巻心エコキャンペーン」を展開

テープの巻心を集めて緑の地球を守ろう!

NICHIBAN ニチバン株式会社

巻心エコキャンペーン ～テープの巻心を集めて緑の地球を守ろう!～

2010年12月1日から2011年2月28日まで
実施いたしました「ニチバン巻心エコキャンペーン」。
おかげさまで数多くの団体・個人の方々にご参加いただきました!

結果報告!

全国で数多くの
皆様が巻心
を集めてくれました!

団体参加数
580団体!
個人参加数
1031人!

▶ 詳細をみる

TOPICS!

新潟県佐渡市の
両津吉井小学校では、
「トキの保護活動」の一貫として
取り組んでくれました!

▶ 詳細をみる

そして集まった
巻心の数は、
なんと...!

総本数
74,522本!

▶ 詳細をみる

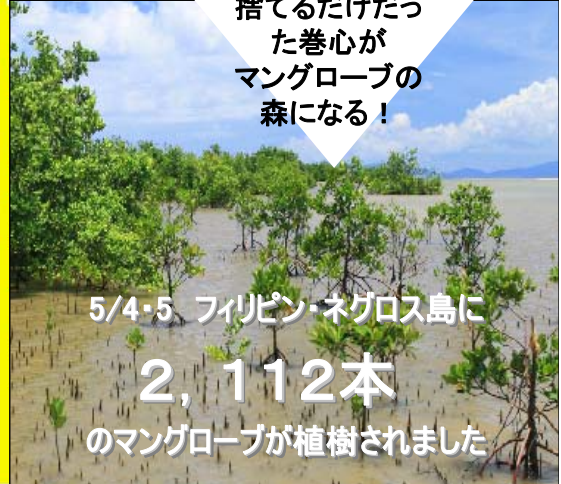
かけがえのない緑の地球を守るために
ニチバンはこれからも地球にいいこと続けていきます!

※尚、本キャンペーンの景品当選につきましては、2011年3月9日(水)に厳正なる抽選を実施。
景品の発送をもって当選発表とさせていただきます。

ニチバン
社員一同



捨てるだけだっ
た巻心が
マングローブの
森になる!



5/4・5 フィリピン・ネグロス島に

2,112本

のマングローブが植樹されました

目次

1. 2011年3月期決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 中期経営計画【NB100】について
4. 本年度(2012年3月期)の見通し
5. ニチバンについて



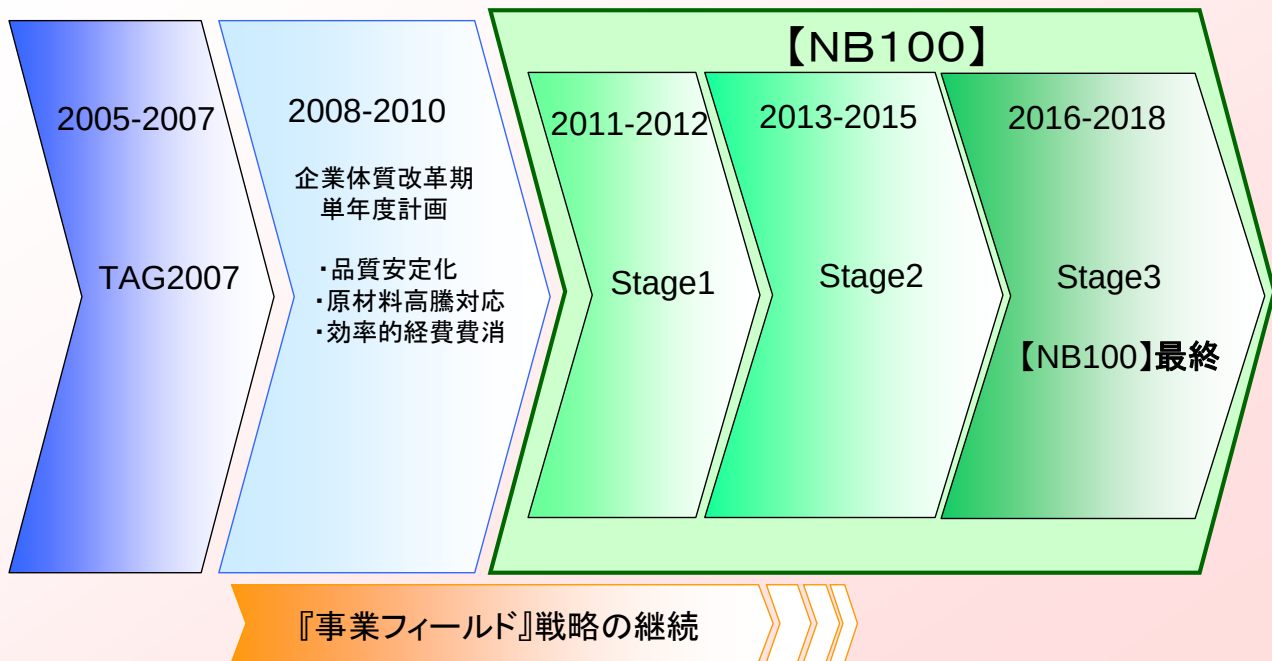
新中期経営計画 【NB100】 2011年-2018年

【NB100】 ビジョン

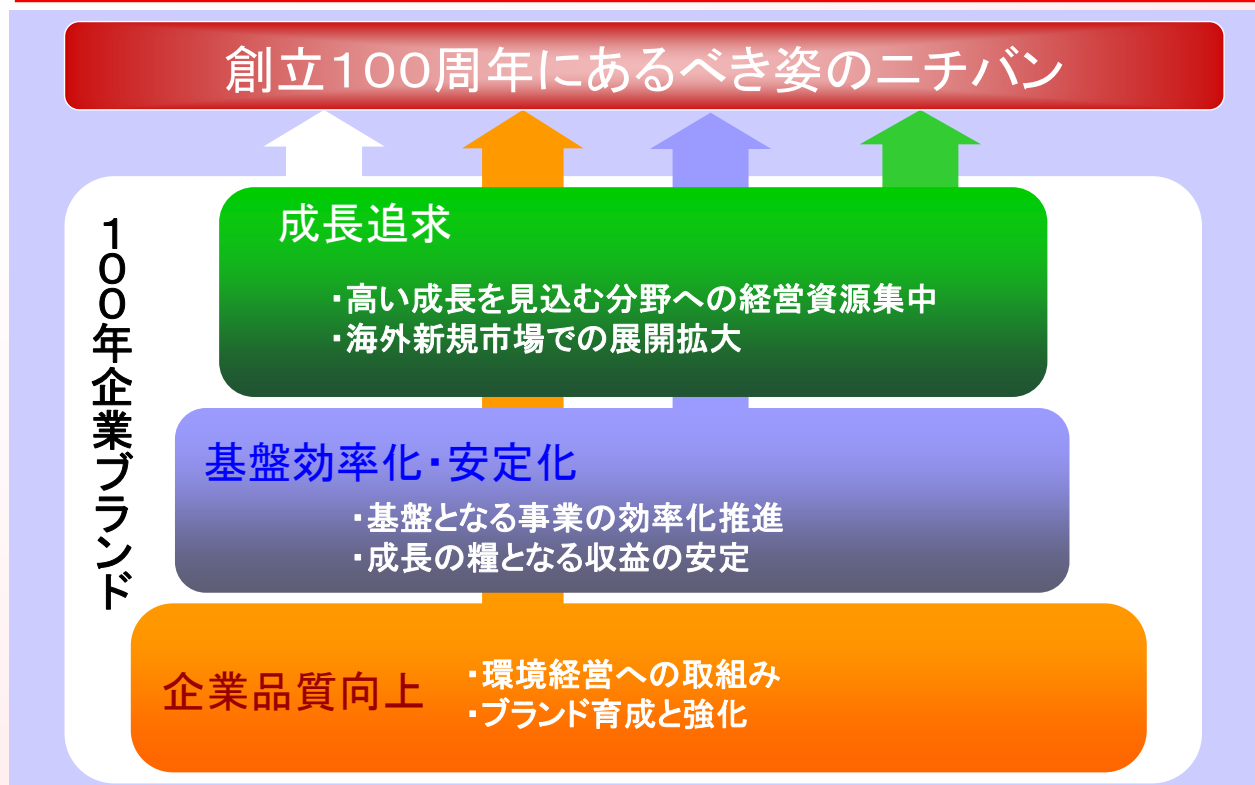
2018年度に創立100周年を迎えるにあたり、
ニチバンの将来像をビジョンとして示します。

- ▶ お客様との絆をつねに大切に、「信頼され期待される企業」となる。
- ▶ 「人にやさしい」技術と「環境にやさしい」技術を基盤に、新たな価値を創出する活力のある企業へと進化する。
- ▶ 「協働」と「挑戦」を基軸として新しい発想で自ら行動し、ひとりひとりが成長し続ける企業を目指す。

【NB100】の位置付け



【NB100】 戦略フレーム



【NB100】戦略のポイントⅠ 高い成長を見込む分野への経営資源集中

従来より培った技術を活用した大型の新製品開発に向け
経営資源を集中投下

成長追求

<メディカル分野>

創傷被覆分野

- ・使い易さと人に優しい製品の開発
- ・低刺激性粘着剤の開発

経皮吸収分野

- ・経口薬の経皮吸収製剤化を促進
- ・新しい経皮吸収技術の探索

創傷被覆

皮膚刺激ゼロの追求
モイストヒーリングの研究
(適度な湿潤環境を保持させて
キズを治す新しい治療法)

経皮吸収

低分子～高分子医薬品の
経皮吸収性のコントロール
(狭心症薬、消炎鎮痛薬)

【NB100】戦略のポイントⅠ 高い成長を見込む分野への経営資源集中

大鵬薬品工業(株)様とのシナジー強化

ニチバン

- ・低刺激粘着剤
- ・経皮吸収技術

大鵬薬品工業

- ・新薬開発ノウハウ

取り組んでいる課題

- ・鎮痛消炎製剤の市場展開強化
- ・新規経皮吸収治療共同開発プロジェクト
- ・新しいコンセプトの経皮吸収研究

【NB100】戦略のポイントⅠ 高い成長を見込む分野への経営資源集中

従来より培った技術を活用した大型の新製品開発に向け
経営資源を集中投下

成長追求

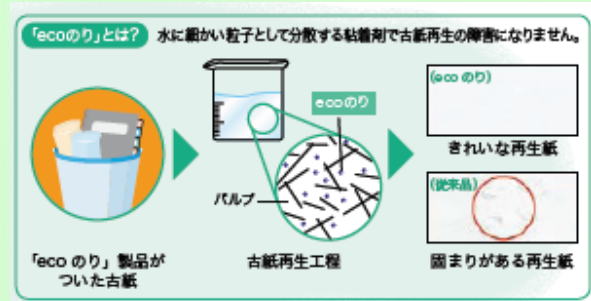
<テープ分野>

環境技術分野

- ・溶剤使用から脱溶剤化へ
- ・リサイクル可能素材の応用

産業向け製品開発

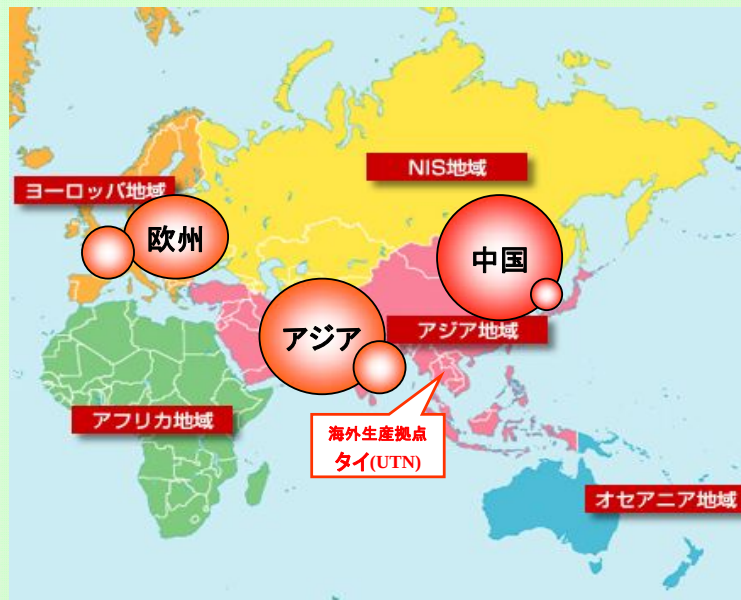
- ・自動車産業向け部材、マスキング
- ・多層押出し技術



【NB100】戦略のポイントⅠ 海外新規市場での展開拡大

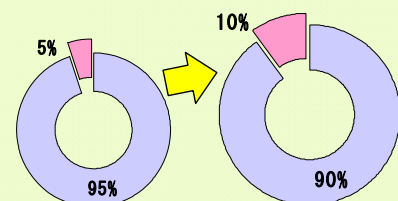
“Made in Japan” を活かした製品展開により 海外販売比率倍増へ

- ・アジア・欧州市場への重点化（高品質ブランド構築、現地販社設立）
- ・海外生産拠点の拡充（Union Thai-Nichibanのさらなる拡充、新生産拠点探索）



成長追求

海外販売比率10%超へ



1. メディカル事業

- ・ドラッグ市場の拡大
主要ブランドの新製品積極投入
(ケアリーヴ®、ロイヒシリーズ製品の拡充)
- ・医療現場への深耕
低刺激・感染防止で確固たる地位とブランド構築
Safety、Easy operation、Accuracyに基づいた製品の積極投入

基盤効率化
・安定化

2. テープ事業

- ・主力カテゴリの拡大
『楽しさ・使い易さ』を軸にした パーソナル需要創出
『安心・安全・使い易さ』を軸にした「食」分野での市場深耕
- ・戦略的コストダウン(市場優位、利益性確保)の推進
製品仕様・製造方法の見直し、設備の増強・更新

開発、生産、営業の連携
顧客に密着した一貫体制強化

メディカル事業 ヘルスケアフィールド

ヘルスケアフィールドにおいては、ケアリーヴ®・ロイヒシリーズをはじめとした主力ブランドを強化し、新製品の市場投入・育成をより積極的に行うとともに、戦略的なリニューアルを行い、新たな需要を掘り起こしていきます。

ケアリーヴ®シリーズ

「やさしい貼りごち&しっかりフィット」
救急ばんそうこうのトップブランドを目指してラインアップを充実



ロイヒシリーズ

つらい肩こりに良く効く「温感タイプ」
肩こりだけでなく腰痛、関節痛などにも「温感」の良さをアピール



医療事業 医療材フィールド

医療材フィールドにおいては、製品の機能のみならず、安全な処置、患者のQOL向上が要求されてきています。

「低刺激」「感染予防」をキーワードに手術室・採血室・病棟における医療従事者・患者双方の満足を追求する製品を提供してまいります。

様々な使用シーンで「低刺激」「感染予防」を提案



テープ事業 オフィスホームフィールド

オフィスホームフィールドにおいては、汎用品の低価格化が進んでいます。

オフィスユーザーに向けては高機能製品を展開、パーソナルユーザーへは多様化する価値観に訴えかける製品群を提供してまいります。

「他には無い機能で ちょっと便利」を提案



感性に訴える・知的ニーズに応える製品



テープ事業 工業品フィールド

工業品フィールドにおいては、特に包装用テープで海外からの廉価品の攻勢が強まる中、安定した品質と大幅なコストダウンの両立が課題となります。

一方、国内の「食」に対する「安心・安全」のニーズはさらに高まると考えられ、国産メーカーである強みを活かし、「食」を切り口にした製品展開で新たな市場を創造してまいります。

安定した品質と大幅なコストダウン によるシェアの維持



「食」の「安心・安全」をキーワードに 新たな市場の掘り起こし



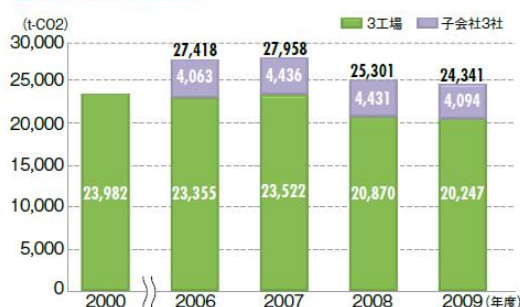
【NB100】戦略のポイント Ⅲ 環境経営への取組み

企業品質向上

環境配慮から環境貢献へ

- ・CO2排出量の削減・・・2018年までに25%削減（2005年度比）
- ・主要製品の脱溶剤化推進・・・脱溶剤系製品比率向上、有機溶剤保有量低減
- ・ゼロエミッション達成・・・ニチバングループ全体での資源循環の徹底
- ・自然保護活動推進・・・自然を育む企業として植樹活動などへの協賛

〈工場のCO2排出量〉



【NB100】戦略のポイント Ⅲ ブランド育成と強化

企業品質向上

100年企業として...

- ・コーポレートブランド向上…安定感、安心感、新たな価値創出への期待感
- ・主要製品ブランドの強化育成
「人にやさしい」製品のブランド…ケアリーヴ®、ロイヒシリーズ、スキナゲート®など
「環境にやさしい」製品のブランド…セロテープ®、エコのり®製品、無溶剤テープなど



FOR BETTER BEING
いつも笑顔でいたいから——ニチバン

【NB100】経営目標のポイント

➤ Stage1 到達目標 (2012年度)

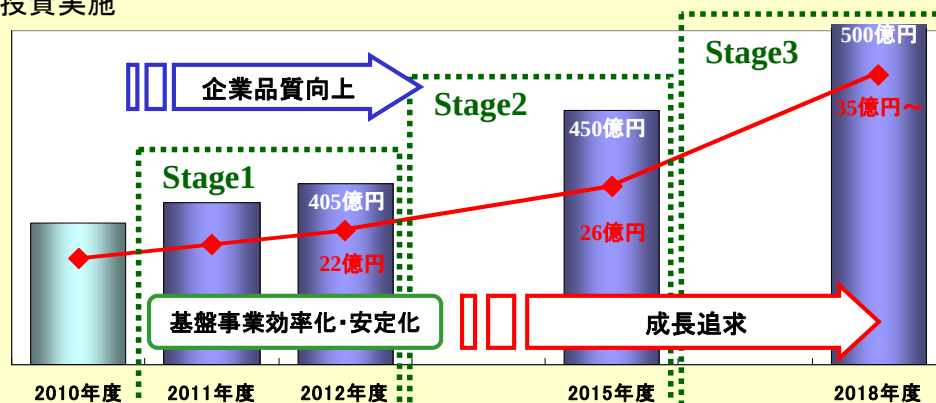
- ・連結売上405億円
- ・連結営業利益22億円(5.4%)

➤ Stage2 到達目標 (2015年度)

- ・連結売上450億円
- ・連結営業利益26億円(5.7%)
- ・海外売上45億円 売上比率10%超
- ・大型設備投資実施

➤ Stage3 到達目標 (2018年度)

- ・連結売上500億円
- ・連結営業利益35億円以上(7.0%以上)
- ・メディカル事業比率40%



目次

1. 2011年3月期決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 中期経営計画【NB100】について
- 4. 本年度(2012年3月期)の見通し**
5. ニチバンについて

今期(2012年3月期)の見通し

“大震災の影響もあり景気の先行きは不透明であるが 強い‘絆’で新たな成長に向けて取組み「増収増益」基調を維持”

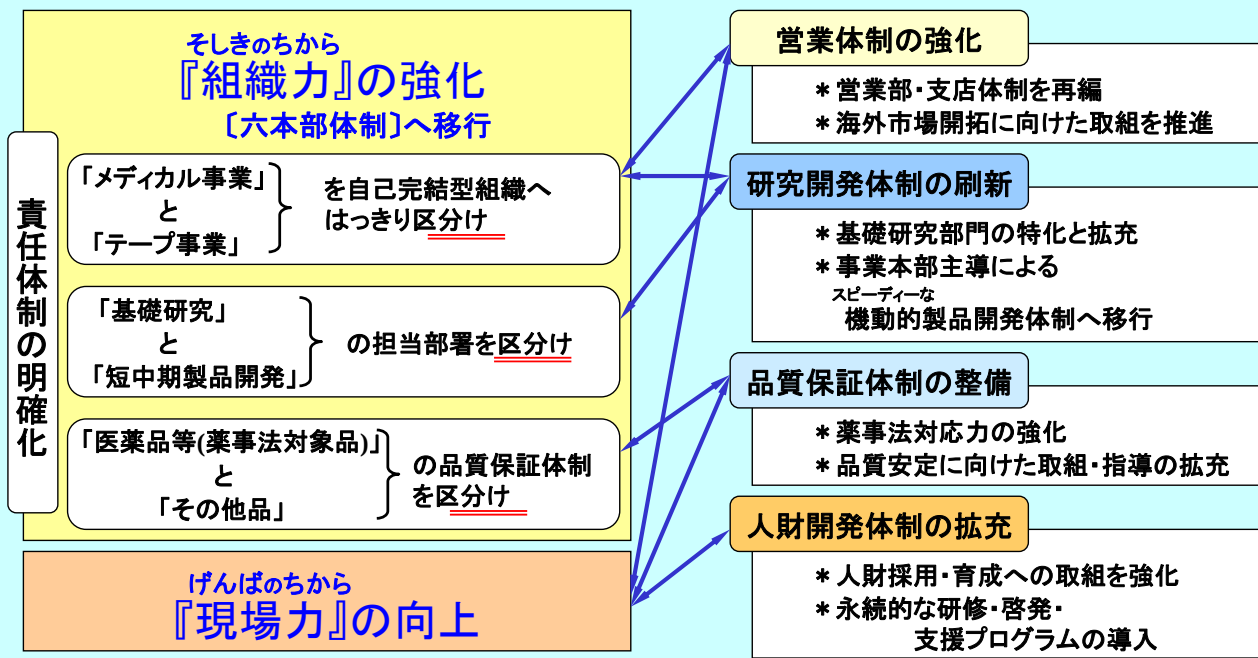
	2011年3月期		2012年3月期 予想		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	385.2	100.0%	397.0	100.0%	+11.8	3.1%
営業利益	19.6	5.1%	21.0	5.3%	+1.4	7.0%
経常利益	20.0	5.2%	21.0	5.3%	+1.0	4.9%
当期純利益	9.4	2.4%	11.0	2.8%	+1.6	16.6%
配当	6円		7円			

(単位:億円)

2011年度(平成23年度)基本施策

「増収増益の継続」「大型開発品の創出」「品質の安定化」

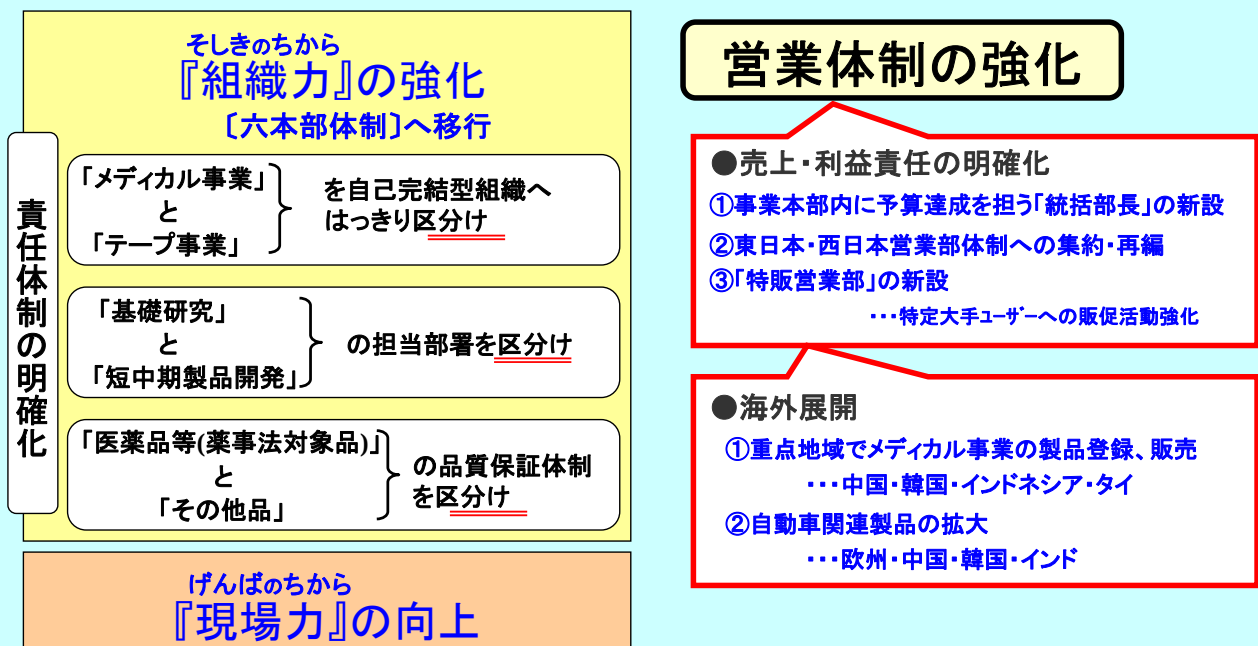
そしきのちから げんばのちから
に向けた『組織力』の強化と『現場力』の向上



2011年度(平成23年度)基本施策

「増収増益の継続」「大型開発品の創出」「品質の安定化」

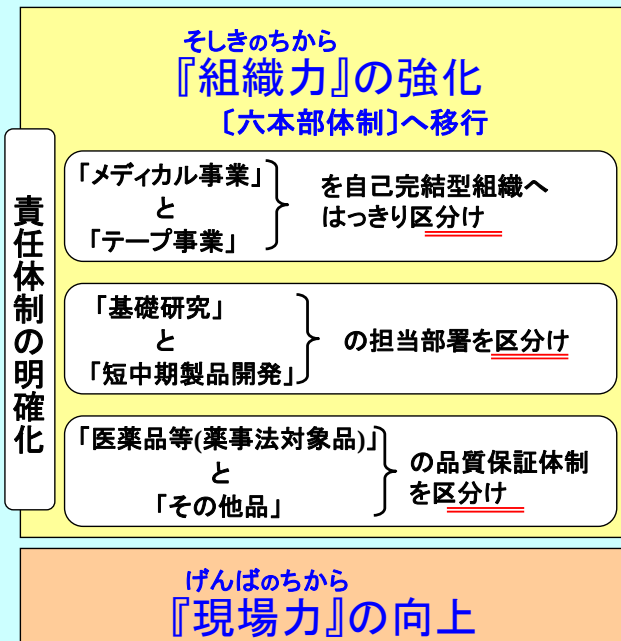
そしきのちから げんばのちから
に向けた『組織力』の強化と『現場力』の向上



2011年度(平成23年度)基本施策

「増収増益の継続」「大型開発品の創出」「品質の安定化」

そしきのちから げんぱのちから
に向けた『組織力』の強化と『現場力』の向上



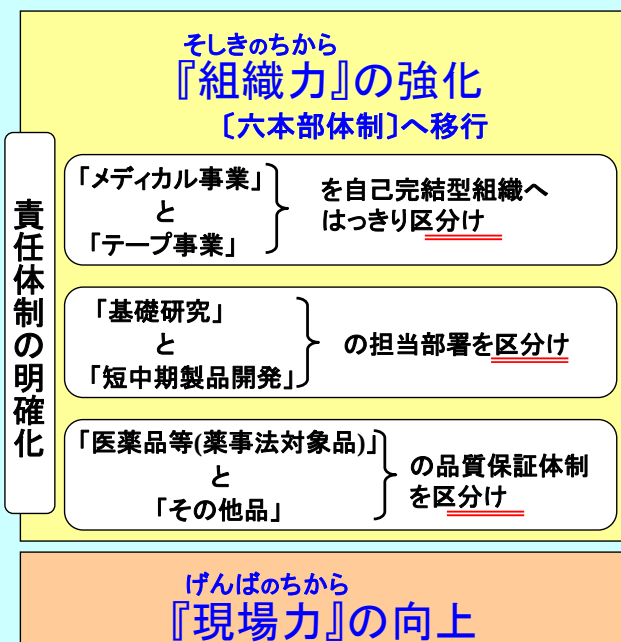
研究開発体制の刷新

- 基盤技術の選択と集中
- 経皮吸収型医薬品の開発
- 開発テーマのスピードアップ

2011年度(平成23年度)基本施策

「増収増益の継続」「大型開発品の創出」「品質の安定化」

そしきのちから げんぱのちから
に向けた『組織力』の強化と『現場力』の向上



- 薬事対応力の強化
「薬事品質保証部」の新設と
医薬品等に対する一元化対応

品質保証体制の整備

人財開発体制の拡充

- 「人財開発部」の新設

目次

1. 2011年3月期決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 中期経営計画【NB100】について
4. 本年度(2012年3月期)の見通し
5. ニチバンについて

ニチバンについて

会社概要

- 創 立 1918年1月
- 事業概要 メディカル事業、テープ事業
- 売上高 38,521百万円(連結)
- 資本金 5,451百万円
- 営業拠点 東京(本社)、大阪、名古屋、札幌、仙台、中四国、福岡、他
- 従業員数 1,149名(連結) ※2011年3月31日現在
- 子会社・関連会社 ニチバンプリント株式会社
ニチバンテクノ株式会社
ニチバンメディカル株式会社
株式会社飯洋化工
UNION THAI-NICHIBAN CO.,LTD.



ニチバンについて

沿革

- 1918. 1. 東京都南品川に歌橋製薬所として創立
- 1934. 12. 株式会社歌橋製薬所設立
- 1947. 9. 登録商標『セロテープ®』等の製造開始
- 1948. 6. 商号を日絆薬品工業株式会社と改称
- 1961. 1. 社名をニチバン株式会社と改称
- 1968. 4. 東京・大阪株式市場第一部に上場
- 1976. 5. 大鵬薬品工業株式会社が資本参加
- 1993. 3. 決算期を11月から3月に変更
- 1994. 10. 本社を東京都文京区関口に移転
- 2004. 9. ISO14001全社統合認証(営業支店除く) 取得
- 2005. 7. ISO9001ニチバングループ認証 取得
- 2007. 9. ISO14001子会社認証取得(グループ全体で運用)

－お問合せ先－

この資料には、当社の現在の計画や業績見通し等が含まれております。
それら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予測したものであります。
実際の業績等は、今後の様々な条件・要素によりこの計画等とは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。

執行役員IR担当(兼)役員室長 芹澤 和弘

TEL: 03-5978-5601

FAX: 03-5978-5610

E-mail: k-serizawa @nichiban.co.jp