

2013年3月期 第2四半期決算説明会

2012年11月21日
ニチバン株式会社
代表取締役社長 堀田 直人

1

目次

1. 2013年3月期第2四半期決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2013年3月期)の見通し
4. ニチバンについて

2

連結決算概要

“個人消費停滞および産業需要低迷により、売上・利益ともに苦戦”

(単位:億円)

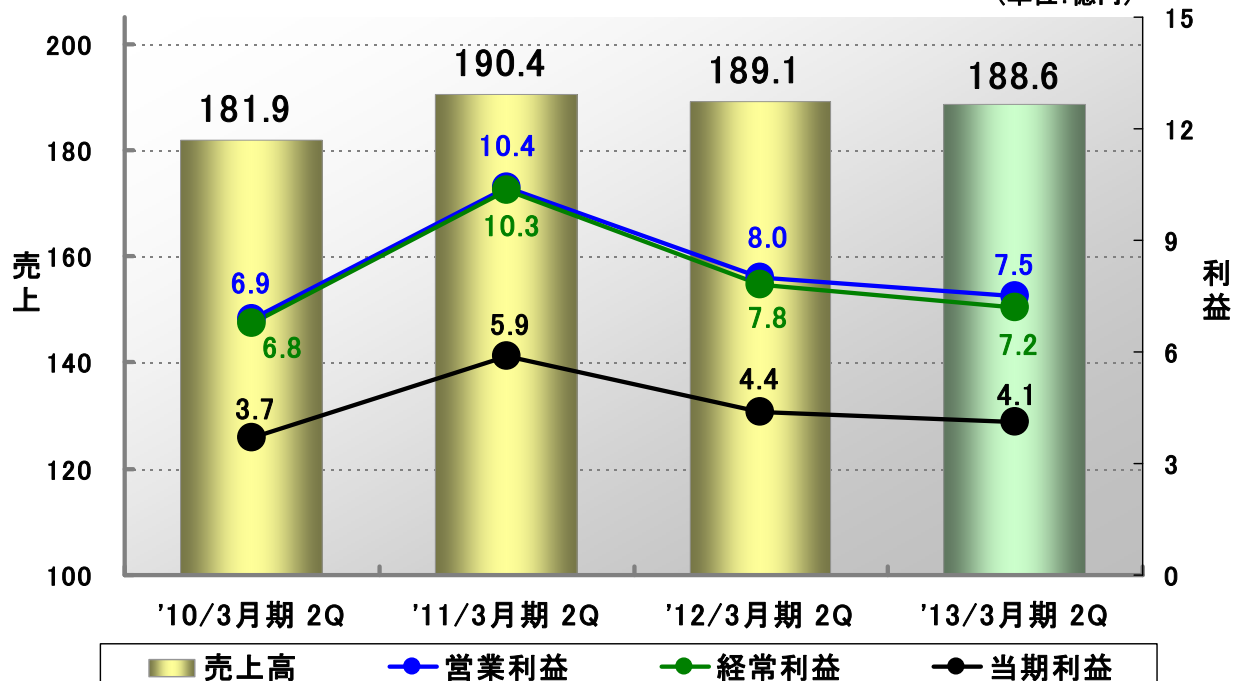
	2012年3月期 2Q		2013年3月期 2Q		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	189.1	100%	188.6	100%	△0.5	△0.3%
売上総利益	53.2	28.1%	53.0	28.1%	△0.2	△0.4%
販管費	45.2	23.9%	45.5	24.1%	+ 0.3	+ 0.7%
営業利益	8.0	4.2%	7.5	4.0%	△0.5	△6.5%
経常利益	7.8	4.1%	7.2	3.8%	△0.6	△8.2%
四半期純利益	4.4	2.3%	4.1	2.2%	△0.3	△6.4%

3

連結業績推移

“テープ事業の不振をメディカル事業でカバーしきれず減収減益に”

(単位:億円)

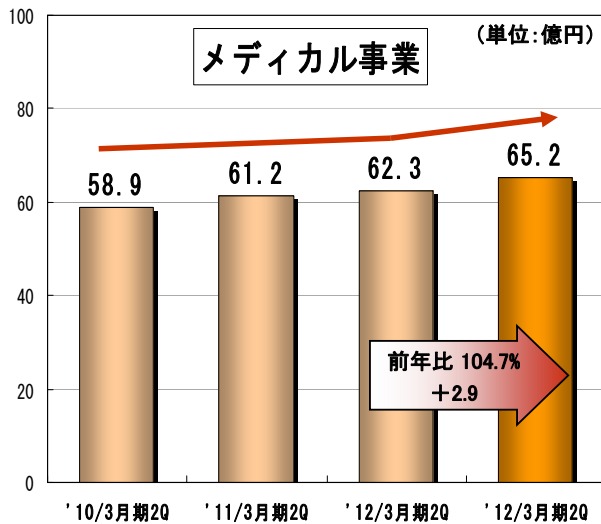


4

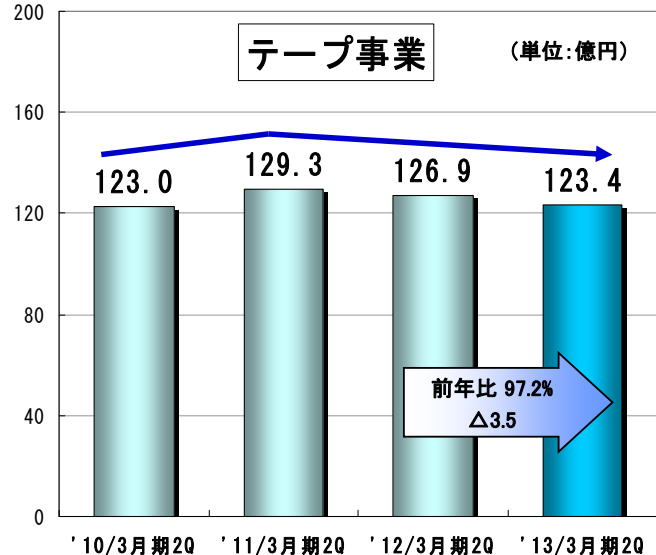
セグメント別売上高推移（連結ベース）

“メディカル事業は ヘルスケア製品・医療材製品ともに順調に拡大も
テープ事業は 経済活動停滞と需要低迷にて販売数量が減少”

＜ドラッグ店頭向、医家向ともに好調に推移＞



＜事務用品需要が低迷、産業用テープも減少＞

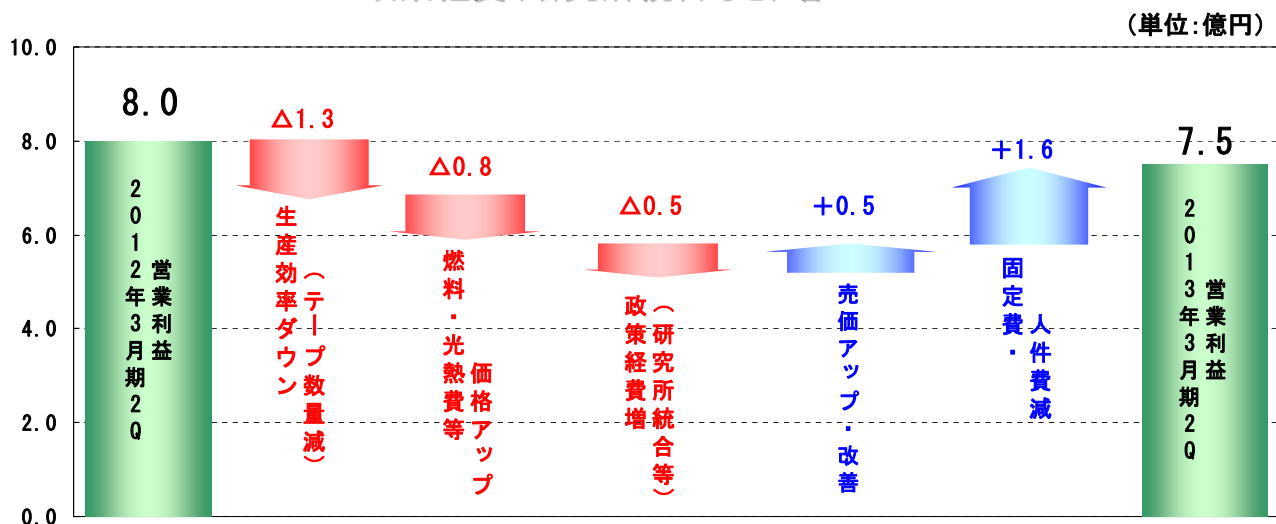


営業利益増減要因分析

●減益 0.5億円

プラス要因：固定費削減、売価アップ・改善

マイナス要因：生産効率ダウン（テープ数量減）、エネルギー価格上昇、
政策経費（研究所統合など）増



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)

	前連結会計年度 (平成24年3月31日)		当第2四半期連結会計期間 (平成24年9月30日)		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	293.3	64.5%	285.1	63.6%	△ 8.2
現金・預金・有価証券	105.6	23.2%	103.1	23.0%	△ 2.5
受取手形・売掛金	124.5	27.4%	119.2	26.6%	△ 5.3
棚卸資産	55.3	12.2%	55.3	12.3%	0.0
その他	7.9	1.7%	7.5	1.7%	△ 0.4
固定資産	161.3	35.5%	163.4	36.4%	2.1
資産合計	454.6	100%	448.5	100%	△ 6.1
流動負債	143.7	31.6%	117.8	26.3%	△ 25.9
固定負債	71.4	15.7%	89.6	20.0%	18.2
負債合計	215.1	47.3%	207.4	46.3%	△ 7.7
純資産合計	239.5	52.7%	241.1	53.7%	1.6
負債・純資産合計	454.6	100%	448.5	100%	△ 6.1

B/Sのポイント

9/30休日による受取手形未決済 3.5億円

BCPIに沿って主力品の在庫ガイドラインを見直し実施

総資産は448億円(△6.1億円減)

長期借入金 20億円
借り換えにより、
流動負債から固定負債へ移動

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)

	'12/3月期 2Q	'13/3月期 2Q	
	実績	実績	増減
営業活動によるC/F	14.3	14.8	+ 0.5
投資活動によるC/F	△13.3	△13.6	△0.3
フリーC/F	1.0	1.2	+ 0.2
財務活動によるC/F	△3.3	△3.4	△0.1

当期キャッシュフローのポイント

●営業C/F

- ・税引前当期純利益 6.7
- ・退職給付引当金の減少 △1.6
- ・売上債権の減少 5.3

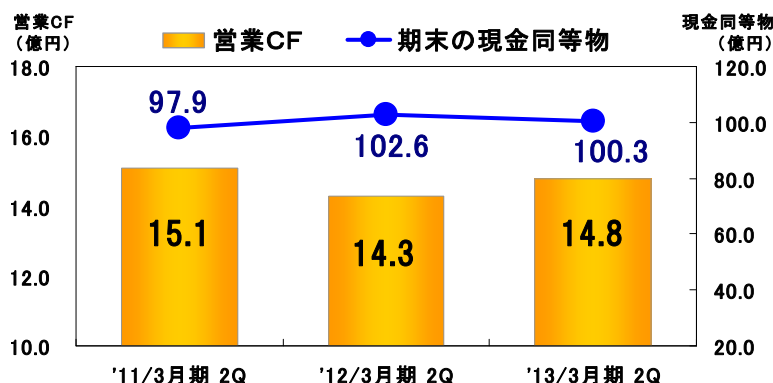
●投資C/F

- ・有形固定資産の取得 △13.8

●財務C/F

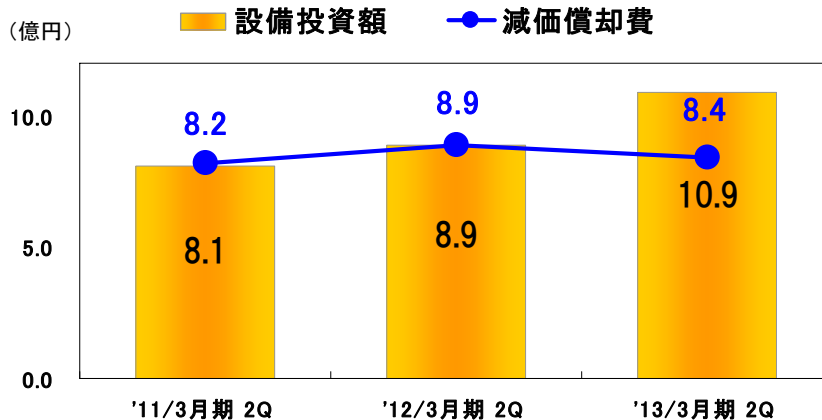
- ・配当金の支払 △2.5

投資活動により使用した資金は前年に比べ増加したが、資金残高は十分な額を確保



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”
メディカル生産設備増強



当期設備投資のポイント

- 埼玉工場
 - ・裁断設備更新
- 安城工場
 - ・包装設備更新
 - ・空調設備更新
- 大阪工場
 - ・空調設備更新
- 研究所・製品開発センター
 - ・一部移転統合
 - ・設備更新
- 本社
 - ・情報システム更新
- グループ会社
 - ・ニチバンメディカル工場増築

目次

1. 2013年3月期第2四半期決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2013年3月期)の見通し
4. ニチバンについて

当期の当グループを取り巻く環境

メディカル 事業部門

- ・個人消費マインドの低下による消費低迷が続く
- ・節電による暑さ、寒さ対策商品など季節性の高い商品に需要が集中
- ・流通の変化（ドラッグストアグループの再編、プライベートブランド品の増加、ネット通販の拡大など）
- ・医療現場の変化（感染予防、安全性への取組み強化）
- ・医療費抑制の流れによる材料購入費の削減（共同購入加速）

テープ 事業部門

- ・官公庁、事業所での文具事務用品需要の減少が継続
- ・継続するデフレによる低価格志向の強まり
- ・基幹産業の不振による製造業の停滞、流通量の減少
- ・流通の変化（ユーザー購入手段の多様化、プライベートブランド品の増加、ネット通販の拡大、など）
- ・金融不安による欧州向け輸出の不振継続
- ・継続する円高による為替差額拡大

当期重点施策の取組み

●東日本大震災の復旧、復興が進む中、中長期経営計画【NB100】を機軸に「増収増益」基調を維持するべく、『組織力』の強化と『現場力』の向上”を経営方針として掲げ、諸施策を推進。

◆主力製品ブランドの強化

ケアリーヴ® 治す力™、ロイヒシリーズなどの製品展開

◆新製品投入と積極拡販

テープのり tenori®、セロテープ®直線美® mini などの拡販

◆海外事業の強化

既存市場蘇生（建て直し）と新規市場開拓を明確にした取組みの強化

◆研究・開発体制の再編整備

大型新製品の創出とスピーディーな開発を求め、研究・開発体制を再編

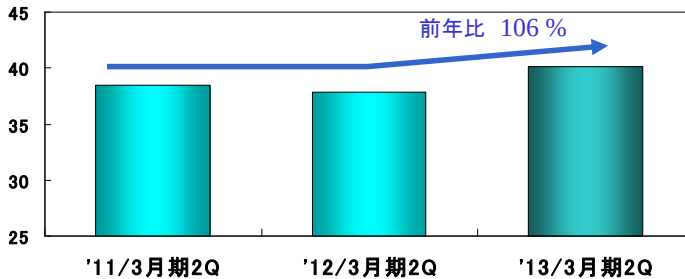
セグメント別レビュー（メディカル・ヘルスケア）

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	前年比 120%	新製品「ケアリーヴ®治す力™」が順調に拡大
ロイヒシリーズ	前年比 107%	「ロイヒつば膏®」も好調に推移

- 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®治す力™
 - ・ロイヒ温シップ®フェルビナク市場投入
- ドラッグストアの業態間競争、業界再編
- 店頭販促物によるケアリーヴ®の認知度向上

13

主力製品ブランドの強化（ヘルスケア製品）

肌の持つ治す力を高める高機能絆創膏

ケアリーヴ®治す力™

(2012年3月発売)



キズを早く
きれいに治す

フィット感が良く
はがれにくい

5サイズを
ラインアップ



フェルビナク含有の温感シップ剤
ロイヒ温シップ®フェルビナク

(2012年9月発売)

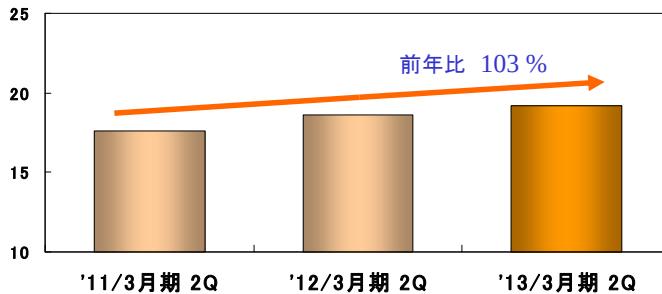
14

セグメント別レビュー（メディカル・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

【止血材・絆創膏・ドレッシング】

（単位：億円） 医療材フィールド 販売高推移



● 重点製品の実績推移

止血材	前年比 103%	低刺激止血絆「インジェクションパッドマイルド」が好調継続
絆創膏	前年比 98%	一般品は低調だったが、低刺激絆創膏「スキナゲート®」が好調
ドレッシング	前年比 105%	高透湿性ドレッシング「カテリープラス®」の採用が拡大

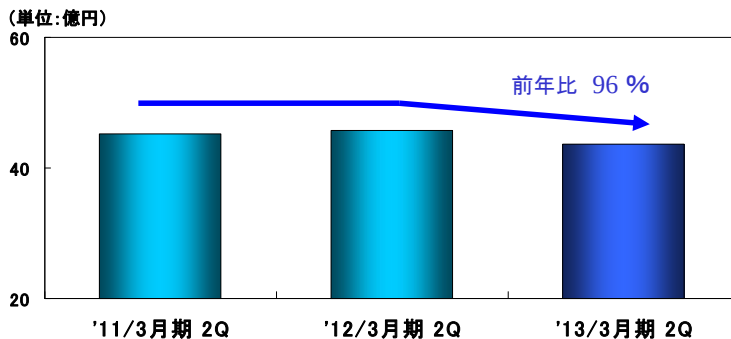
- 感染予防と安全対策に関する、止血製品群や創傷保護製品の採用が拡大
- 医療費抑制の流れによる材料購入費の削減
- 景気低迷に伴う 外来、入院患者の減少

セグメント別レビュー（テープ・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



● 重点製品の実績推移

セロテープ®	前年比 99%	新製品「直線美®mini」投入も、オフィス需要低迷で微減
ナイスタック®群	前年比 101%	新製品「tenori®」効果で健闘

- 官公庁・事業所での文具需要の低迷が継続し苦戦
- デフレ、円高の進行に伴い量販・通販ルートにおいて海外品流入、PB品が増加傾向
- 新製品「テープのりtenori®」の既存品への波及効果増大
- 主カブランド製品(セロテープ®・ナイスタック®)の拡充に注力

新製品投入と積極拡販（テープ・オフィスホーム製品）



テープの切り口がまっすぐで美しい直線美シリーズに
コンパクトな小巻サイズを発売

セロテープ®直線美® mini

2012年4月発売



パーソナル向けに
かわいい「柄バージョン」を
品揃え展開

こだわりの使い易さを実現した

テープのり tenori®

2011年6月発売

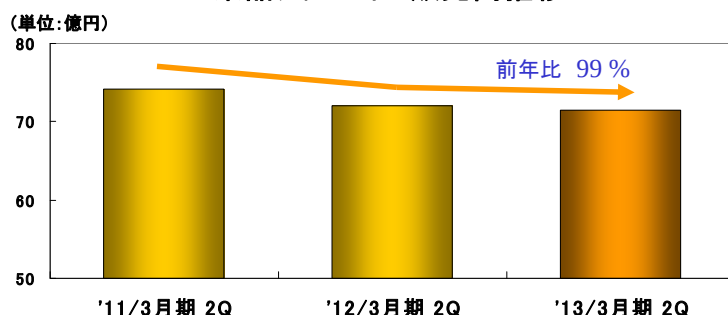
17

セグメント別レビュー（テープ・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



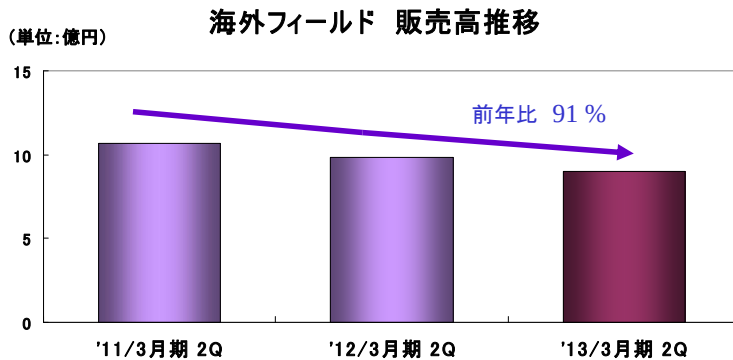
包装用テープ	前年比 99%	企業業績影響による需要減も機能品拡大で昨年実績を維持
マスキングテープ	前年比 102%	新製品「No.222」の拡大と自動車業界の復旧により増加
野菜結束テープ	前年比 94%	産地向、スーパー向ともに数量減少

- 基幹産業の不振による製造業の停滞、流通量の減少、電子部品用など工業用テープが低迷
- 景気刺激策による自動車業界の復調により、マスキングテープは好調 新製品「No.222」が順調に拡大
- 食品分野への活動注力により、機能品封緘テープ「セロテープ®イージーオープン」が拡大

18

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】



●主要エリアの実績推移

アジア	前年比 100%	景気減速も包装テープを中心に前年売上維持
欧州	前年比 67%	欧州金融危機から派生した需要減少が拡大

- 継続する記録的な円高により、外貨建て販売分の円建て売上の目減り
- 金融不安による欧州需要の減少が拡大
- 中国を中心とするアジア需要拡大ペースの鈍化

目次

1. 2013年3月期第2四半期決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2013年3月期)の見通し
4. ニチバンについて

#

重点施策 テープ分野での具体的な展開策

●新たな価値を市場へ提案し、成長軌道への回帰を推進

■オフィスホーム

- ▶ パーソナル需要をターゲットに「楽しさ・使い易さ」を追求
テープの価値を高めるアプリケーションを軸にした製品を市場へ積極投入



■工業品

- ▶ 日本人の『食』に対する「安心・安全」をキーワードに新市場を開拓
国産製品としての優位性「安心・安全」をベースに国内市場にて積極展開、新製品投入



- ▶ 震災復興需要の取り込み 建築用・塗装用テープの積極展開

重点施策 海外新規市場での展開拡大

●中国、東アジア、東南アジアを重点にメディカル製品を積極拡販



メディカル製品の製品登録や、
販売パートナーとの提携に向けた準備を推進

- ・韓国 登録完了、販売展開中(ケアリーヴ®)
- ・中国 登録完了、一部販売開始(止血材)
- ・タイ 登録準備中
- ・インドネシア 登録準備中
- ・オーストラリア スポーツテーピング展開へ

【NB100】 経営目標のポイント

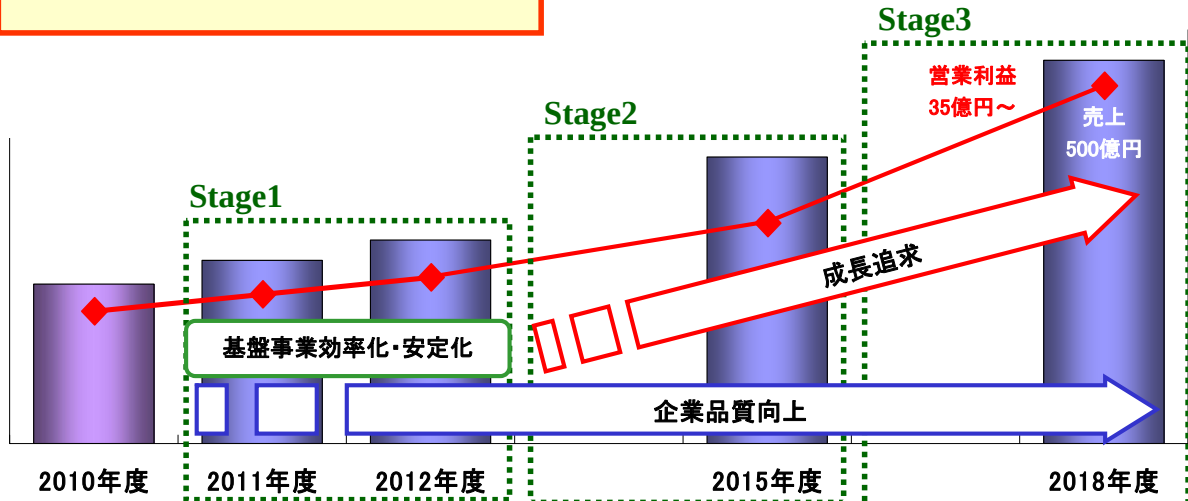
➤ 到達目標 (2018年度)

- ・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%
- ・海外売上比率 10%～

■最終年度(2018年度)目標の必達に向けて

- ・メディカル事業での重点施策の完遂
- ・テープ事業での成長軌道への回帰
- ・海外事業での新規市場開拓推進

Stage2実行計画(策定中)へ繋ぐ



25

環境経営(CSR活動)の取組み

第3回 ニチバン巻心ECOプロジェクト

テープの巻心を集めて
緑の地球を守ろう!

巻心受付期間
2012年11月1日(木)～
2013年1月31日(木)

1 つかう
2 のこる
3 おくる
4 地球のためになる

「巻心」をニチバン巻心ECOプロジェクト事務局に送ってください。
※「巻心」を送る際の送料は参加者負担となります。

みんなの送ってくれた「巻心」が、ダンボールに再生されたり、マングローブの植樹活動に役立てられます。

キッコロ モリゾー

©GISPRI



捨てるだけ
だった巻心が
マングローブ
の森になる!



26

環境経営(CSR活動)の取組み

エコプロダクツ 2012

エコプロダクツへの出展

12月13日(木)～15日(土)に東京ビッグサイトで開催される日本最大級の環境展「エコプロダクツ2012」に、『エコチョイス! 選ぶだけでできるエコ』をテーマに出展します。

「手にとって知るニチバン、楽しんでエコを感じるニチバン」として体験コーナーたっぷりのブースとなります。
ブース最大の目玉は今回のこの第3回「ニチバン巻心ECOプロジェクト」です。専用コーナーを設けてその取り組みを詳しく紹介、本プロジェクトのサポート役としての環境キャラクター「モリゾー&キッコロ」も来場の予定です!
是非、お友だち・ご家族の方達と一緒に来場ください。



「エコプロダクツ2012」概要

12月13日(木)～15日(土)
10:00～18:00 (最終日は17:00まで)
【会 場】：東京ビッグサイト
【入場料】：無料



(参考)「第2回バイオマス製品普及推進功績賞」を受賞

日本バイオマス製品推進協議会より
「セロテープ®」を通じてバイオマス製品の普及と
宣伝に努めていることを理由に表彰されました。
(2012/11/1)



バイオマス由来の「セロテープ®」



バイオマス



生物由来の原料(バイオマス)を
使った環境製品の目印となる
マーク

社団法人日本有機資源協会

(参考) Fリーグとのオフィシャルパートナー契約締結

フットサルの全国リーグ「Fリーグ」と2012年、2013年のオフィシャルパートナー契約を締結いたしました。
(2012/8/1)



【Fリーグ】10チーム

- ・エスポラーダ北海道
- ・バルドラール浦安
- ・府中アスレティックFC
- ・ベスカドーラ町田
- ・湘南ベルマーレ
- ・アグレミーナ浜松
- ・名古屋オーシャンズ
- ・シュライカー大阪
- ・デウソン神戸
- ・バサジィ大分

テーピングテープのトップブランド「バトルウィン®」製品の供給等を通じて、選手の競技力の向上をサポートし、Fリーグの発展を支援して参ります。

(参考) バスケットボール教室「JBAバスケキッズフェスティバル」をサポート

日本バスケットボール協会(JBA)と総合スポーツ用品のゼビオグループが主催するバスケットボール教室「NICHIBAN presents JBA バスケキッズフェスティバル」の全国キャラバン活動をオフィシャルメインパートナーとしてサポートいたします。



保護者・指導者向けに「テーピング講習会」を実施、専門家が実践を交えテーピングの正しい巻き方を指導します

(参考) 震災被災地への支援活動について

福島県へ仮設住宅用地の無償貸与



福島県いわき市 ニチバン工場用地(約3万坪)

東日本大震災の復興支援として、福島県いわき市に保有している工場用地を被災者の方々の応急仮設住宅用地として、2011年6月より福島県に無償貸与しています。

福島第一原発避難地域の
双葉町住民 243世帯の方々が
入居中 (2012年11月20日現在)

当社は、今後とも被災地への支援を継続してまいります。
被災地の皆様の一日も早い復興をお祈りいたします。

目次

1. 2013年3月期第2四半期決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2013年3月期)の見通し
4. 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 38,261百万円(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、広島、福岡、他
- 従業員数 1,141名(連結) ※2012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
ございません。

執行役員IR担当(兼)役員室長 春日 健彦

TEL: 03-5978-5601

FAX: 03-5978-5610

E-mail: t-kasuga@nichiban.co.jp

FOR BETTER BEING
いつも笑顔でいたいから——ニチバン

