

2014年3月期 決算説明会

2014年5月23日
ニチバン株式会社
代表取締役社長 堀田 直人

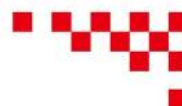


1

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved



目 次



1. 2014年3月期 決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2015年3月期)の見通し
4. 中期経営計画【NB100】
5. 《ニチバン》について



2

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

連結決算概要（前年比）

売上高は「増収」も 利益は原価増・販管費増により「微増益」

（単位：億円）

	2013年3月期		2014年3月期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	385.0	100%	402.3	100%	17.2	4.5%
売上総利益	110.2	28.6%	112.6	28.0%	2.4	2.1%
販管費	92.5	24.0%	94.7	23.6%	2.2	2.4%
営業利益	17.7	4.6%	17.9	4.4%	0.2	0.9%
経常利益	18.0	4.7%	18.6	4.6%	0.6	3.1%
当期純利益	9.9	2.6%	9.9	2.5%	0.0	0.1%

連結決算概要（計画比）

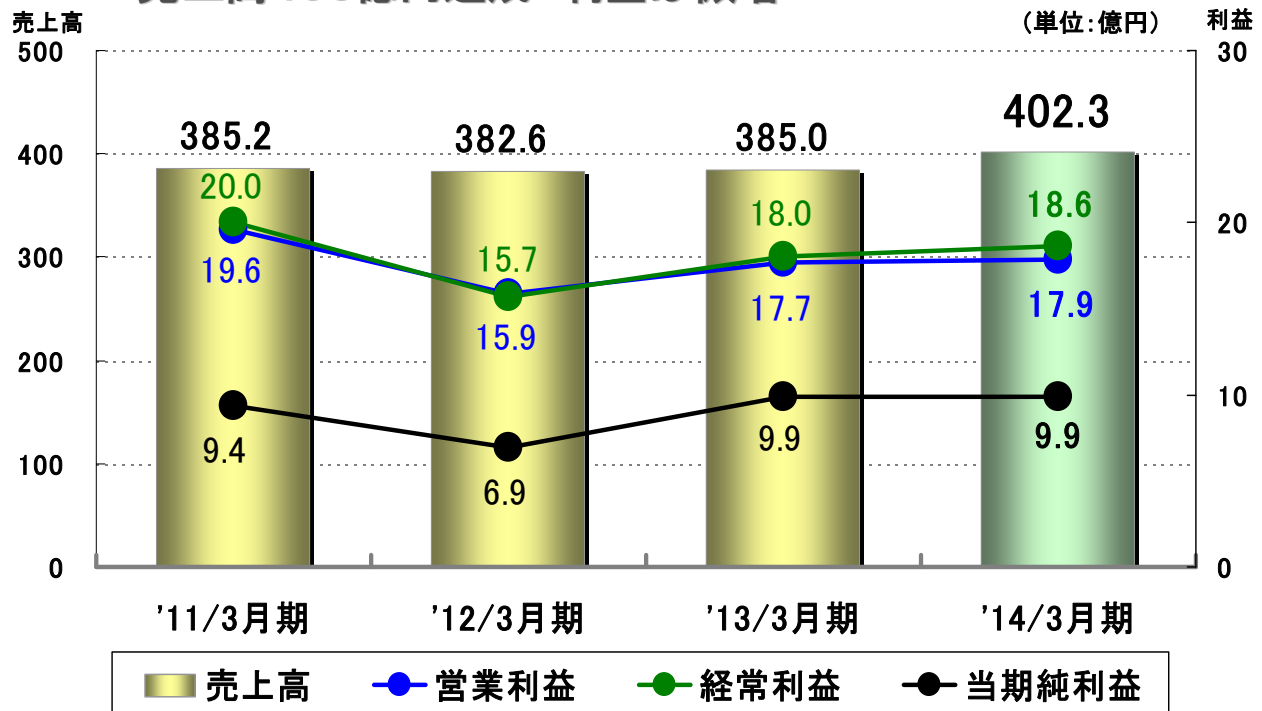
売上高は計画達成も 利益は計画に届かず

（単位：億円）

	2014年3月期(計画)		2014年3月期(実績)		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	400.0	100%	402.3	100%	2.3	0.6%
営業利益	20.0	5.0%	17.9	4.4%	△2.1	△10.5%
経常利益	20.0	5.0%	18.6	4.6%	△1.4	△7.0%
当期純利益	11.0	2.8%	9.9	2.5%	△1.1	△10.0%

連結業績推移

“売上高400億円達成 利益は微増”



5

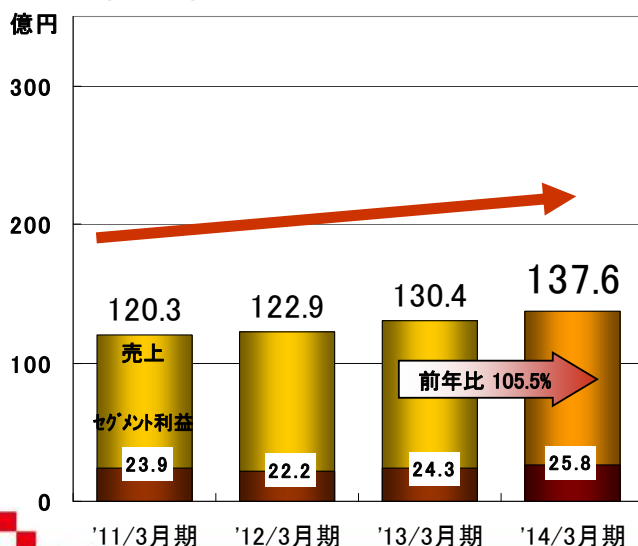
Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

セグメント別業績推移

“メディカル事業は 期を通じて売上拡大 利益も販売費増を吸収し増益に
テープ事業は 第2・第4四半期に売上拡大も 原価増により利益が圧迫”

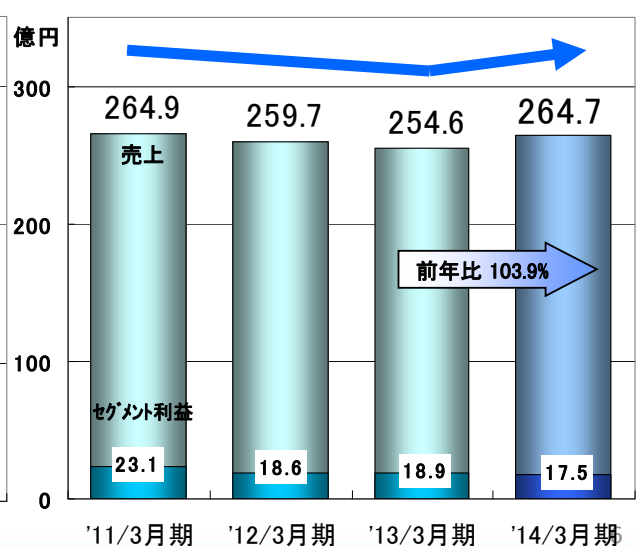
●メディカル事業

〔増収・増益基調を継続〕



●テープ事業

〔売上高は3期前を回復も、利益は減少〕



Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

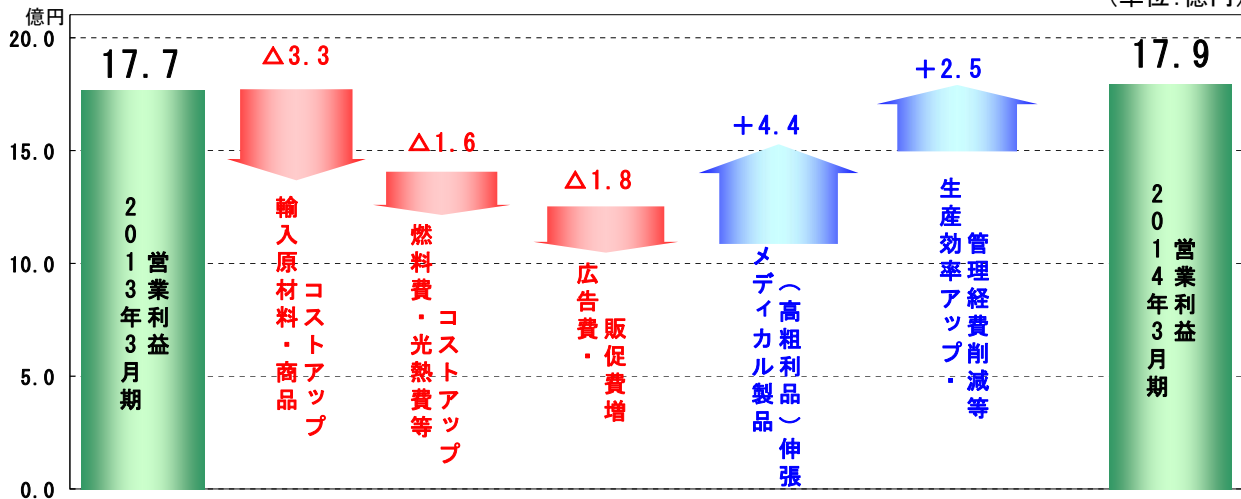
営業利益増減要因分析

●微増益 + 0.2 億円

プラス要因：メディカル製品（高粗利品）の伸張 生産効率アップ等

マイナス要因：輸入品・エネルギー価格上昇 広告費・販促費の増加

(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)

	2013年3月期末 (2013年3月31日)		2014年3月期末 (2014年3月31日)		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	287.3	62.7%	301.7	63.9%	14.4
現金・預金・有価証券	101.6	22.2%	111.2	23.5%	9.6
受取手形・売掛金	124.8	27.2%	126.6	27.2%	1.8
棚卸資産	52.7	11.5%	56.0	11.9%	3.3
その他	8.2	1.8%	7.9	1.7%	△ 0.3
固定資産	170.7	37.3%	170.4	36.1%	△ 0.3
資産合計	458.0	100%	472.1	100%	14.1
流動負債	121.2	26.5%	129.4	27.4%	8.2
固定負債	88.9	19.4%	87.2	18.5%	△ 1.7
負債合計	210.1	45.9%	216.6	45.9%	6.5
純資産合計	247.9	54.1%	255.5	54.1%	7.6
負債・純資産合計	458.0	100%	472.1	100%	14.1

B/Sのポイント

有形固定資産 +6.0
粘着剤塗工設備
投資その他資産 △6.1
長期債券・長期預金の満期償還

設備未払金など増加

自己資本比率 54.1%

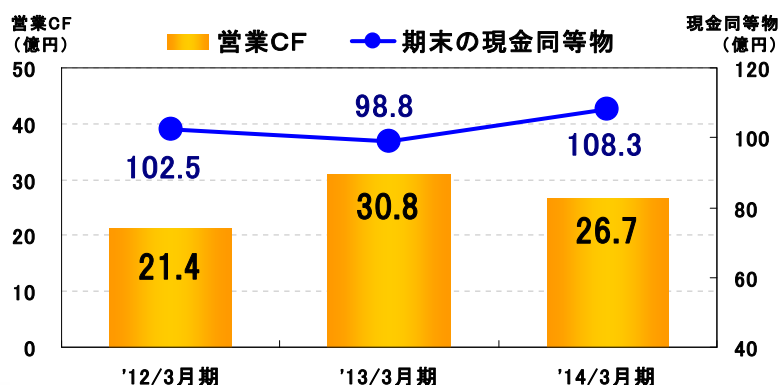
キャッシュフローの状況

(単位: 億円)

	2013年3月期	2014年3月期	
	実績	実績	増減
営業活動によるC/F	30.8	26.7	△ 4.1
投資活動によるC/F	△30.1	△12.4	+17.7
フリーC/F	0.7	14.3	+13.6
財務活動によるC/F	△4.4	△4.7	△0.3

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 17.4
 - ・減価償却費 17.9
 - ・退職給付引当金の減少 △3.9
 - ・たな卸資産の増加 △3.3
- 投資C/F
 - ・有形固定資産の取得 △17.2
(工事ベースの設備投資額は 25.0)
- 財務C/F
 - ・配当金の支払 △ 2.5



9

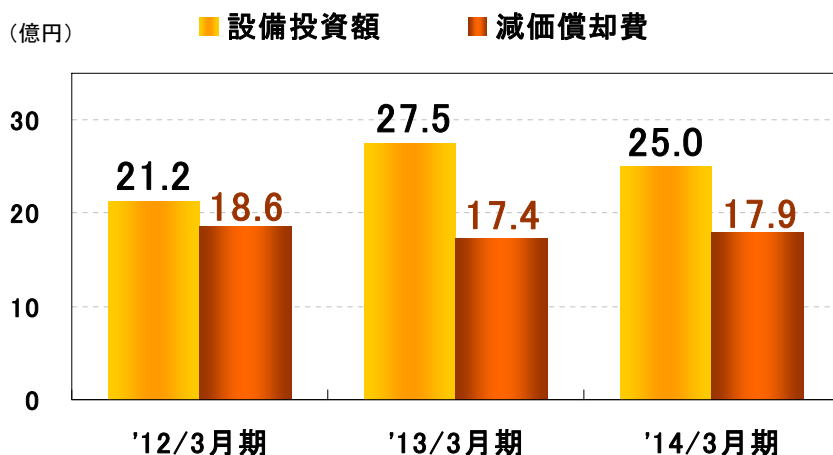
Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

設備投資・減価償却費

積極的な設備投資を継続実施
減価償却費は“平年並み”

当期設備投資のポイント

- 埼玉工場
 - ・テープ新コーター(塗工設備)増設
- 安城工場
 - ・生産能力向上へ包装機増強
- 大阪工場
 - ・医薬品包装ライン増強
- 研究所
 - ・新技術粘着剤 製造設備導入
- グループ会社
 - ・《ニチバンメディカル》増産体制確立



10

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

目次

1. 2014年3月期 決算概要

2. セグメント別レビュー

3. 今期(2015年3月期)の見通し

4. 中期経営計画【NB100】

5. 《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

- ・個人消費回復による活性化(高品質・高機能品への関心高まり)
- ・高付加価値品と価格対応品(PB品など)の二極化が進む
- ・流通小売業の変化による販売価格押し下げ
(大手ドラッグストアの出店競争激化・一部医薬品のネット販売解禁)
- ・医療現場の変化(感染予防・安全性・患者の負担軽減)
- ・医療費抑制の流れによる医療材料調達コスト削減(共同購入加速)

テープ 事業部門

- ・パーソナル文具市場の活性化(高機能・新機能品への関心高まり)
- ・官公庁・事業所での文具事務用品需要の減少が継続
- ・円安による輸出産業向け需要の回復
- ・流通の変化
(ユーザー購入手段の多様化・PB品の増加・ネット通販の拡大など)
- ・輸入原材料の大幅なコストアップ(為替差額拡大、ナフサリンク品など)

共通

- ・エネルギー価格上昇による製造コストアップ
- ・消費税増税前の駆け込み需要が発生(第4四半期)

ブランド育成強化



2013年4月～TVCM全国放映実施

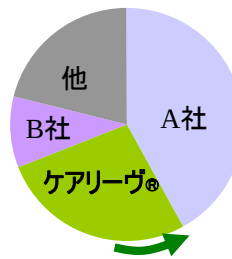
● 主要製品ブランド育成

「ケアリーヴ®」TV宣伝など大型販促策を積極展開

■ ケアリーヴ® 認知度アップ

主婦を中心に認知度上昇傾向

■ 救急絆創膏市場でのシェア拡大



ドラッグストアを中心に
売上シェアも継続拡大

2013年4月～2014年3月
推定売上シェア(※当社調べ)

新製品投入と積極拡販

● ディズニー デザインの文具製品シリーズ展開

「セロテープ® ディズニー」 (2013年10月発売)



「シンプルラベル ディズニー」

(2013年8月発売)



「布粘着テープ／クラフトテープ ディズニー」

(2014年2月発売)



新製品投入と積極拡販

●高機能ドレッシング カテリープラス® の品揃え拡充

カテリープラス®パッド (2013年10月発売)



カテリープラス®I.V.スリット (2013年10月発売)



高透湿

高固定

カテリープラス®I.V. (2014年1月発売)



低刺激

15

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

海外新規市場での展開拡大

●メディカル製品での新規市場開拓推進

止血製品 Cesablic®



ステプティ®
STEPTY™



チューシャバン®
CHUSHAVAN™



欧州・アジアを重点に
製品登録作業と
販路構築を推進

救急絆創膏 ケアリーヴ®



タイで販売開始
プロモーション展開へ



韓国での
販売が拡大



- ・ 重点市場での医療機器製品登録作業に注力
- ・ 現地販売パートナーとの提携推進

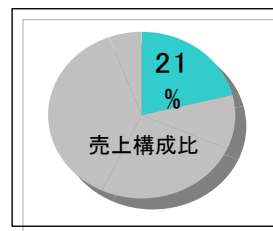
16

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

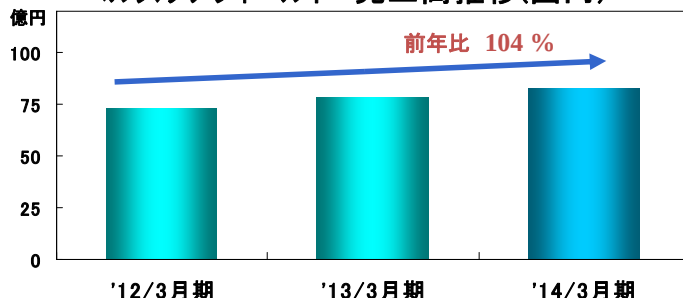
セグメント別レビュー（メディカル・ヘルスケア）

過去3年間業績推移

- ・フィールド全体実績推移
- ・重点製品【ケアリーヴ®・ロイヒ】の状況



ヘルスケアフィールド 売上高推移(国内)



●重点製品の実績推移

ケアリーヴ®シリーズ	前年比 111%	TVC CM効果もあり「ケアリーヴ®」「ケアリーヴ®治す力®」も拡大
ロイヒシリーズ	前年比 115%	「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®
 - ・ロイヒつば膏®
- ドラッグストアの業態間競争 業界再編
- テレビCMと連動したドラッグ店頭 販促強化



ケアリーヴ®認知度向上 シェア拡大へ

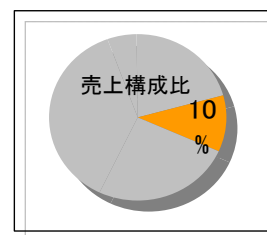
17

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

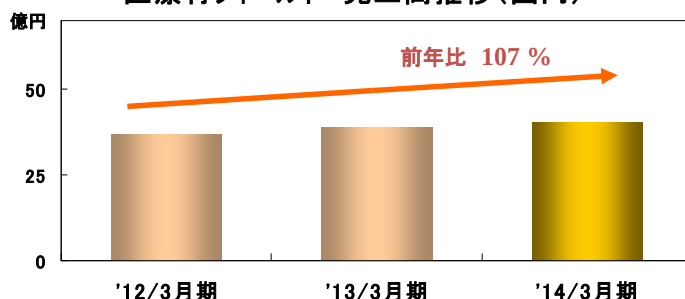
セグメント別レビュー（メディカル・医療材）

過去3年間業績推移

- ・フィールド全体実績推移
- ・重点製品【止血製品・ばんそうこう・ドレッシング】の状況



医療材フィールド 売上高推移(国内)



●重点製品の状況

止血製品	前年比 107%	低刺激製品「インジェクションパッドマイルド」が拡大
ばんそうこう	前年比 103%	新製品「スキナゲート®スバット」が大幅増
ドレッシング	前年比 103%	高透湿性ドレッシング「カテリープラス®」の採用が拡大

- 病院施設内の感染予防と安全対策意識の高まりとともに止血製品群や針固定用途製品の採用が拡大
- 医療費抑制の流れによる医療材料調達コストの削減
- 低刺激製品・高透湿性製品への関心が拡大



新製品・育成製品の採用拡大

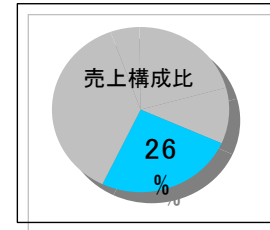
18

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

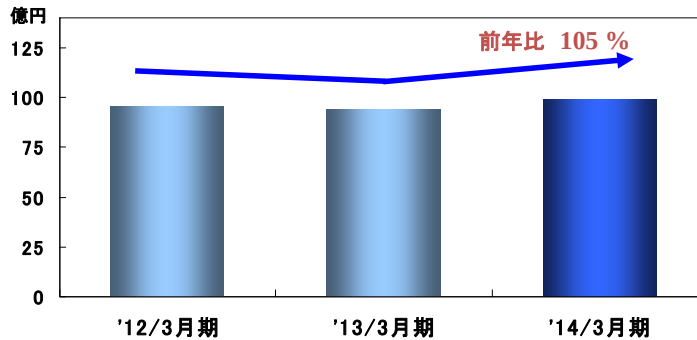
セグメント別レビュー（テープ・オフィスホーム）

過去3年間業績推移

- ・フィールド全体実績推移
- ・重点製品【セロテープ®・ナイスタック®】の状況



オフィスホームフィールド 売上高推移(国内)



●重点製品の状況

セロテープ®	前年比 109%	小巻カッター付リニューアル品 ディズニースシリーズが伸張
ナイスタック®群	前年比 106%	新製品「tenori®はんこのり」 効果で拡大

- 官公庁・事業所でのオフィス需要は低迷が続く
- 専門店などでのパーソナル文具需要は 機能性文具・雑貨などのブームもあり活性化
- 主カブランド製品
(セロテープ®・ナイスタック®)は 新製品やリニューアル効果もあり拡大

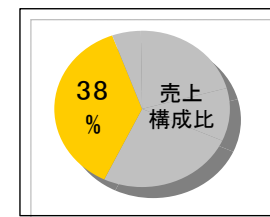
19

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

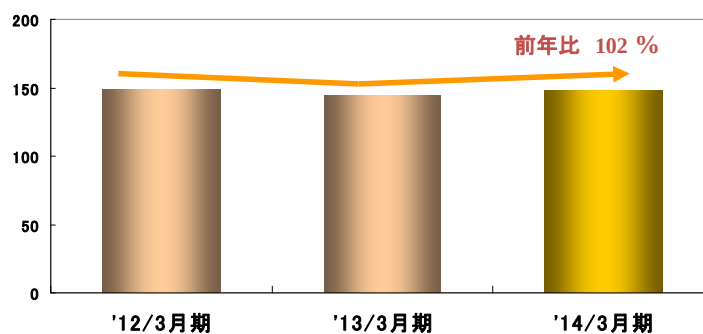
セグメント別レビュー（テープ・工業品）

過去3年間業績推移

- ・フィールド全体推移
- ・重点製品【包装用テープ・マスキングテープ・野菜結束テープ】の状況



(単位:億円) 工業品フィールド 売上高推移(国内)



●重点製品の状況

包装用テープ	前年比 102%	クラフトテープ・布テープともに堅調に推移
マスキングテープ	前年比 98%	育成品が拡大も 機能品は低調が続く
野菜結束テープ	前年比 104%	産地向、スーパー向ともに伸張

- 輸出産業を中心に国内需要は徐々に回復も 電子部品用・塗装用など工業用テープは低調
- 包装用テープは 自動包装機用の長尺品の拡大に注力し 堅調に推移も低価格品へのシフトが続く
- マスキングテープは育成品「No.222」が拡大も 機能品・一般品が低調に推移

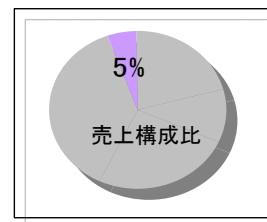
20

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

セグメント別レビュー（海外）

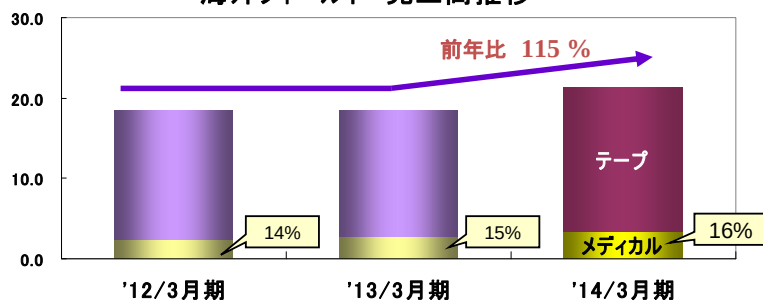
過去3年間業績推移

- ・フィールド全体実績推移
- ・主要エリア【アジア・欧州】の状況



(単位:億円)

海外フィールド 売上高推移



●主要エリアの状況

アジア	前年比 120%	包装用テープを中心に需要が復調し メディカル新規も貢献
欧州	前年比 119%	包装用など産業用需要を中心に回復

- 主力の包装用テープは 円安の後押しとともにアジア・欧州を中心とする需要が復調し 好調に推移
- 新規市場をターゲットとするメディカル製品は 各国への展開準備も順調に推移



海外メディカル製品比率16%

21

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

目次

1. 2014年3月期 決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2015年3月期)の見通し
4. 中期経営計画【NB100】
5. 《ニチバン》について

22

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

2015年3月期 重点施策

●中長期経営計画【NB100】の中盤となる3ヵ年計画「Stage2」の目標達成に向け将来に向けた新たな「成長戦略」を確実に実行し成果に結びつける

◆新製品投入と積極拡販

既存市場および新規市場へ顧客に密着した新製品を投入
ブランド育成に向けた主要製品の販促強化(テレビCMの継続実施)

◆海外新規市場での拡大

タイ駐在員事務所設立による東南アジア各国への販路開拓活動強化
アジア・欧州をターゲットにした新規市場でのメディカル製品積極拡大

◆研究体制の強化

経皮吸収技術の深耕(製薬企業との協業)・新粘着剤(高機能・環境対応)研究

◆設備投資の積極実施

メディカル製品の増産体制確立に向けた設備導入
テープ製品の生産能力増強(収益性の向上、新製品拡充)

23

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

2015年3月期の見通し

“事業構造改革 成長戦略の確実な実行により 事業拡大と収益性の持続的な向上を図る”

(単位:億円)

	2014年3月期		2015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	402.3	100.0%	409.0	100.0%	+ 7.7	1.7%
営業利益	17.9	4.4%	20.0	4.9%	+ 2.1	11.8%
経常利益	18.6	4.6%	20.0	4.9%	+ 1.4	7.6%
当期純利益	9.9	2.5%	11.0	2.7%	+ 1.1	11.2%
配当	6円		6円			

【NB100】Stage2(2013-2015年度)での確実な成長に向けて
メディカル・海外を中心とした拡大戦略と大型投資を推進

24

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

【NB100】Stage2戦略 新製品投入と積極拡販

●ロイヒつぼ膏®クール 消炎鎮痛剤の「冷感」市場への投入

(2014年4月発売)



消炎鎮痛剤OTC市場(約400億円)

※当社調べ

冷感プラスター剤



ロイヒつぼ膏®

業界初！
小型
丸型

業界初！
小型丸型タイプの
冷感プラスター剤

- 冷感刺激で優れた効き目感
- 一人でも貼りやすい
- 優れたフィット感

●簡単に足裏テーピングができる「バトルウィン®ランサポ」発売

(2014年4月発売)



ランサポの使い方(了徳寺大学 健康科学部 野田哲由教授 監修)



1本目
1本目のテープは、土踏まずのかかと寄り、外側(小指側)から内側に引っ張りながら貼ります。テープはかかと部分にからないように貼ります。



2本目
テープを母趾球にかけないように、2本目を引っ張りながら貼ります。



3本目
サポート力をアップしたい場合は、テープを引っ張りながら1本目と2本目の真ん中に貼ります。

ランニング・ウォーキング・ゴルフなど
運動時の足の疲労予防に

- 初心者でも簡単に足裏テーピング！
- 伸縮性に優れたテープ素材
- ハサミ不要で使いやすい

25

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

【NB100】Stage2戦略 新製品投入と積極拡販

パーソナル・ユースをターゲットに ニチバンの強みを活かした製品企画・開発を展開

●「セロテープ®ペンギンカッター」 2014年7月22日 発売予定



セロテープ®動物カッターシリーズ第2弾

- ◆ ペンギンの形で手に持ちやすい形状
- ◆ くちばし部分のカッター刃はサイドガード付きの安全設計
- ◆ 子供や女性に人気のカラー(全6色)



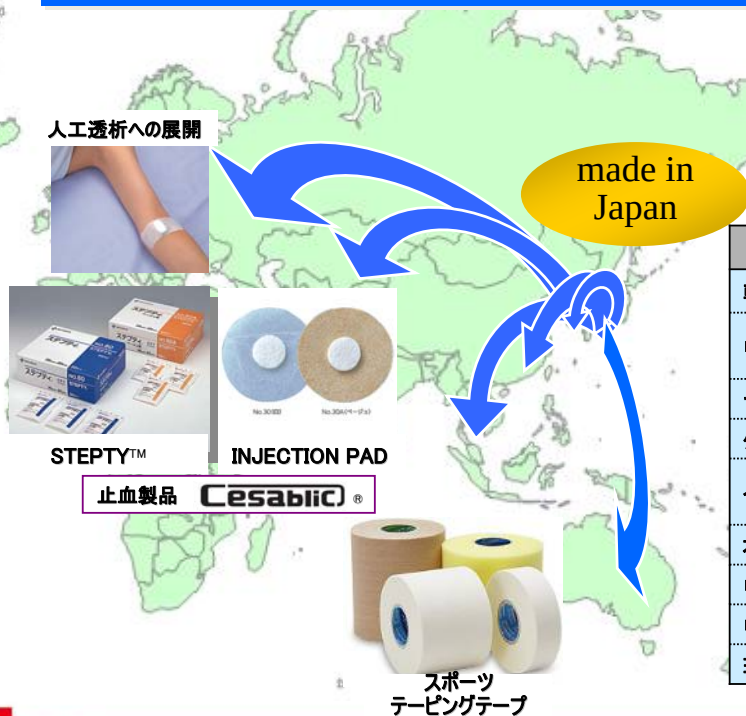
動物カッターシリーズ第1弾
「セロテープ®ぞうさんカッター」

26

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

【NB100】Stage2戦略 海外新規市場での展開拡大

●高機能・高品質メディカル製品にて海外新規市場を開拓



救急絆創膏 ケアリーヴ®



主なターゲット国	ターゲット製品	進捗状況
韓国	ケアリーヴ® 止血製品	◎ 販売拡大中
中国	止血製品 ケアリーヴ®	○ 販売展開中 ○ 販売開始
台湾	ケアリーヴ® 止血製品	○ 販売展開中
タイ	ケアリーヴ® 止血製品	○ 販売開始
インドネシア	ケアリーヴ® 止血製品	△ 販売準備中 ○ 販売展開中
オーストラリア	止血製品 テーピング	○ 販売展開中
中央アジア	止血製品	△ 販売準備中
中東(UAE)	止血製品	○ 販売展開中
ヨーロッパ(EU)	止血製品	○ 販売展開中

27

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

【NB100】Stage2戦略 海外新規市場での展開拡大

●タイ・バンコクに駐在員事務所を開設（2014年7月）

- タイをはじめ 東南アジア各国への販路開拓・営業強化に向けた活動を効率的に推進する
- メディカル製品（ケアリーヴ®・止血製品 Cesablic®）の新規販売ルート開拓
- テープ製品（UTN製品-Panfix®包装テープなど）の営業強化



東南アジア

《UTN》事業所内に
駐在員事務所開設

*ご参考

UNION THAI-NICHIBAN CO.,LTD.

- ・代表者: Vacharaphong Darakananda
- ・所在地: タイ・バンコク パンチャン工業団地
- ・設立: 1973年6月
- ・資本金: 15百万バーツ
- ・出資比率: ニチバン株式会社 43%
- ・事業内容: 粘着テープの製造販売



《UTN (ユニオン・タイ・ニチバン)》

28

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

大型設備投資の推進

●事業の効率化・安定化と大きな成長に向けて

➤ 生産能力向上への生産設備・体制の増強

- ・埼玉工場 テープ生産能力増強、コストダウン
- ・《ニチバンメディカル》の増産体制確立



《ニチバン》埼玉工場(日高市)

➤ 環境対応関連 生産設備の拡充

➤ 海外の拠点政策推進(東南アジアでの駐在所設立)



《ニチバンメディカル》(福岡県)

収益性向上(コストダウン)・新製品展開・
CO2排出量削減・BCP(危機管理)対応

29

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

研究体制の強化

●大型新製品開発に向けた研究課題の選択と集中

➤ 経皮吸収技術の深耕と製品開発

➤ 新粘着剤(高機能・環境対応)研究

大鵬薬品工業(株)様との連携強化

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

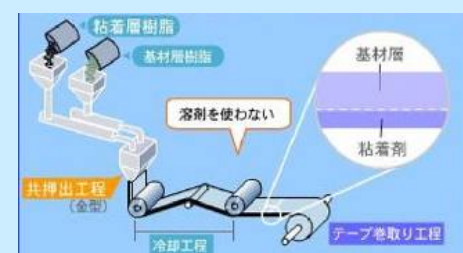
取り組んでいる課題

- ・鎮痛消炎製剤の市場展開強化
- ・新しいコンセプトの経皮吸収研究

2013年6月～ 大鵬薬品工業(株)様へ
ロキソプロフェンナトリウム貼付剤納入開始

●「共押し出し技術」の応用展開

- ・基材層と粘着層を同時に製造
- ・ランニングコスト・設備コストの低減



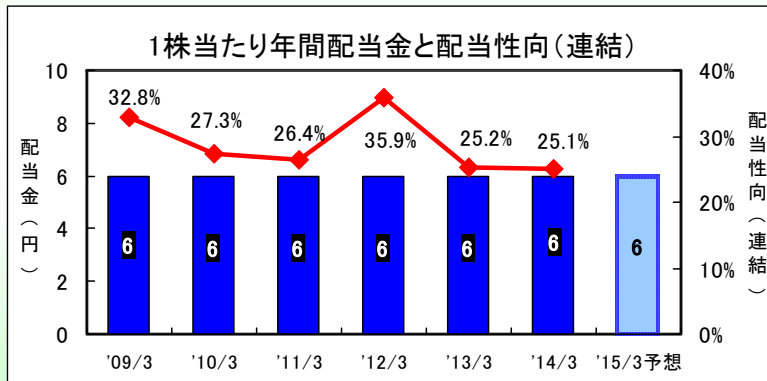
30

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

株主還元方針

安定した配当の実施を基本に、連結ベースの配当性向25%を目処とする
業績に連動した配当を取り入れる方針

●株主優待制度



贈呈内容の例

1単元（1000株）以上を保有する株主様を
対象に当社製品詰合せ（3000円相当）を贈呈

目次

1. 2014年3月期 決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期（2015年3月期）の見通し
4. 中期経営計画【NB100】
5. 《ニチバン》について

【NB100】 ビジョン

• Growth

「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。

• Value

「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。

【NB100】 ビジョン

• Trust

お客様との絆をつねに大切にし、「信頼され期待される企業」となる。

【NB100】 戦略フレーム

創立100周年

100年企業ブランド

「期待される企業」へ
成長の追及

・高い成長を見込む分野への経営資源集中
・海外新規市場での展開拡大

「信頼される企業」へ
基盤事業の効率化・安定化

・基盤となる事業の効率化推進
・成長の糧となる収益の安定

「信頼され期待される企業」へ
企業品質の向上

・環境経営への取組み
・ブランド育成と強化

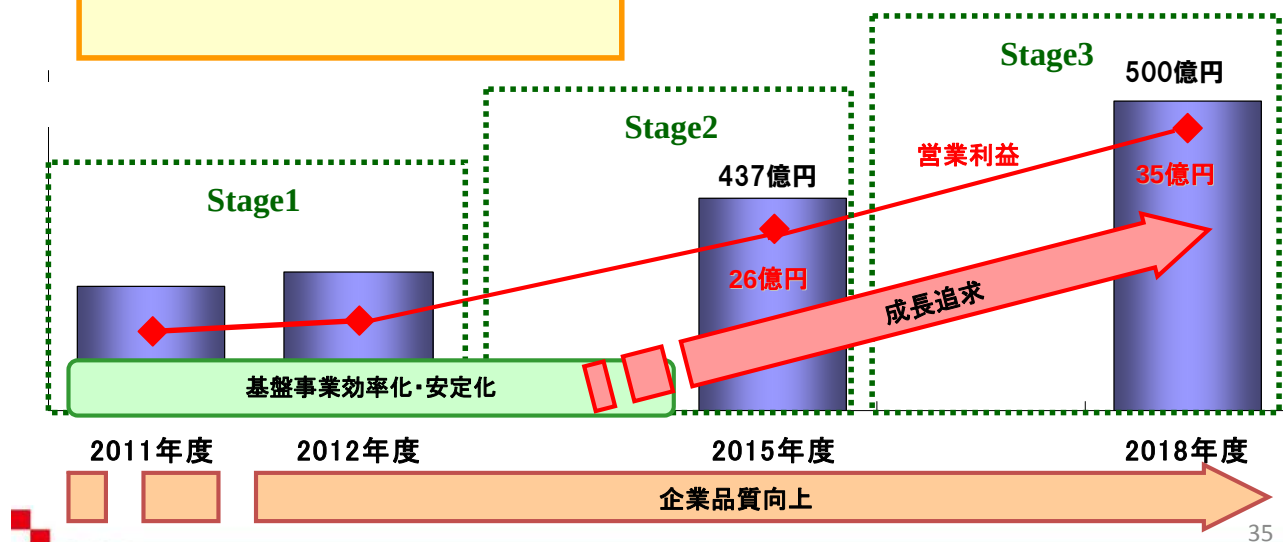
【NB100】経営目標

▶ Stage2 到達目標 (2015年度)

- ・連結売上 437億円
- ・連結営業利益 26億円

▶ Stage3 到達目標 (2018年度)

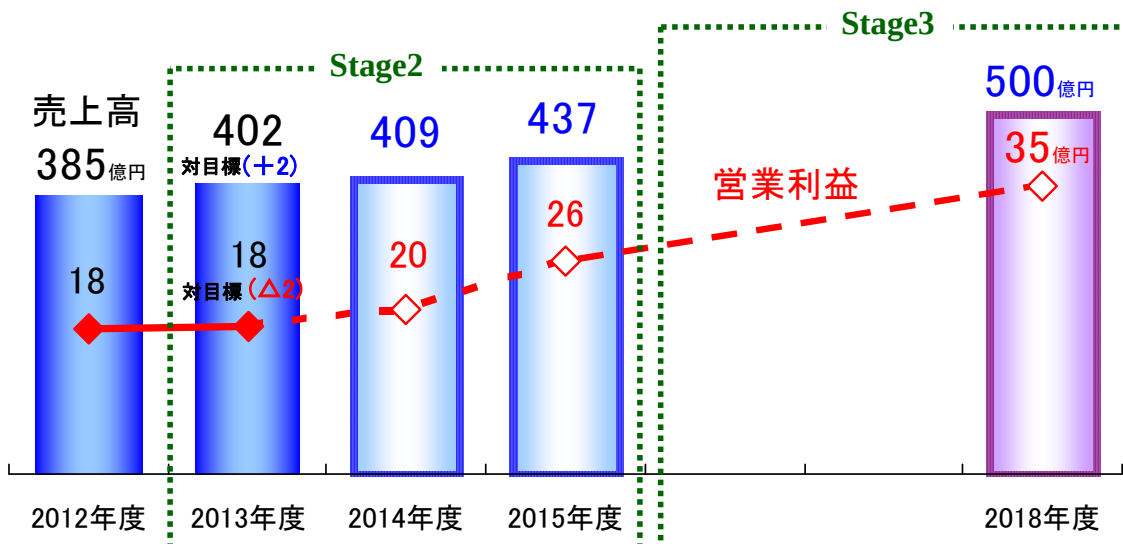
- ・連結売上 500億円
- ・連結営業利益 35億円以上
- ・メディカル事業比率 40%
- ・海外売上比率 10%～



Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

【NB100】経営目標の進捗状況

- 2013年度までの「売上高」はメディカル事業の好調により目標達成も テープ事業を中心に円安・原材料高騰の影響を受けて「営業利益」は△2億円の未達成
- 【NB100】目標達成に向けて 2014年度はさらなるメディカル事業の拡大と海外事業の新規開拓に取り組む



Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

1. 2014年3月期 決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2015年3月期)の見通し
4. 中期経営計画【NB100】
5. 《ニチバン》について

トピックス: 環境経営(CSR活動)の取組み



回収期間2013年11月1日～2014年1月31日

巻心総本数	434,079本	第1回からの累計で 100万本を超えました (1,156,220本)
巻心総重量	4,611 kg	
団体参加数	1,093団体	
個人参加数	829人	



捨てるだけだった
巻心が
マングローブの
森になる！



トピックス: 環境経営(CSR活動)の取組み

昨年フィリピンを襲った超大型台風30号

残念ですが 当プロジェクト植樹エリア付近も大きな被害を受ました



台風通過後の現地の様子



植樹活動とともに
生育に向けたメンテナンス活動も行っています

トピックス: 震災被災地への支援活動

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)

福島第一原発避難地域の
双葉町住民 227世帯(385名)の方々が入居中
(2014年4月30日現在)

仮設住宅入居者の方々に
《ニチバン》および《大塚グループ》製品の
詰め合わせを進呈 (2013年12月)



〔進呈品〕
《ニチバン》と《大塚グループ》製品の詰め合わせ

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
被災者の方々の仮設住宅用地として、2011年6月より福島県に無償貸与

『南天の木の上に9匹の猿』



※南天の木には「災い転じて福をなす」
=「難転」ということわざがあります



『苦難去る』

被災地のみなさま
の強い願いです

2014年 正月 仮設住宅自治会のみなさまより

《ニチバン》について

会社概要

- ・ 創 立 1918年(大正7年)1月
- ・ 事業概要 メディカル事業・テープ事業
- ・ 売上高 40,225百万円(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 1,150名(連結) ※2014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 経営企画室長(兼)広報宣伝室長 遠藤 和彦

TEL: 03-6386-7190

FAX: 03-5978-5620

E-mail: irinformation@nichiban.co.jp

FOR BETTER BEING
いつも笑顔でいたいから——ニチバン

