

2015年3月期 第2四半期決算説明会

2014年11月26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. 2015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(2015年3月期)の見通し
4. 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 消費増税反動影響により「減収」も、
利益は 減価償却方法変更と 売価アップにより「増益」に

（単位：億円）

	2014年3月期 2Q		2015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	194.2	100%	189.9	100%	△4.3	△2.2%
売上総利益	54.2	27.9%	54.5	28.7%	0.3	0.6%
販管費	48.0	24.7%	47.2	24.8%	△0.8	△1.7%
営業利益	6.2	3.2%	7.4	3.9%	1.2	18.8%
経常利益	6.3	3.3%	7.5	3.9%	1.2	19.0%
四半期純利益	3.7	1.9%	4.9	2.6%	1.2	33.1%

連結決算概要（計画比）

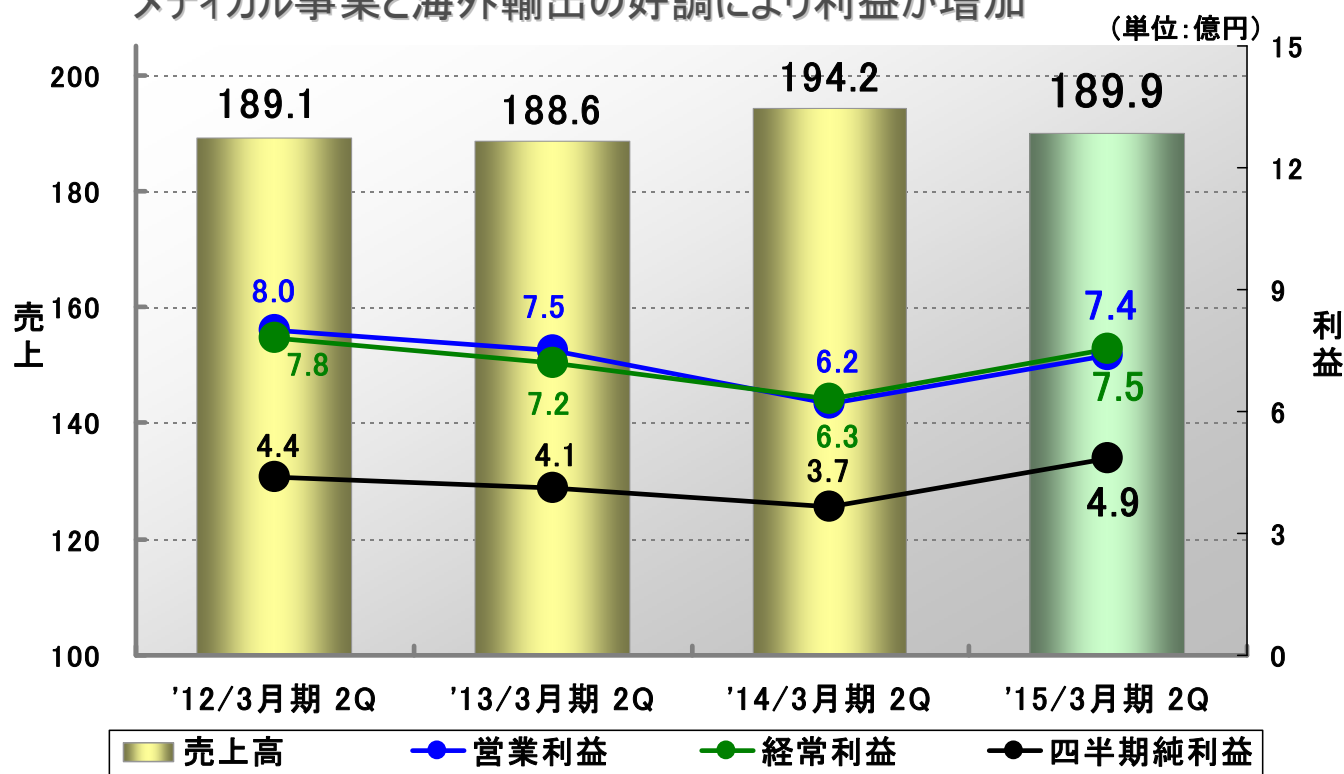
売上高は未達成も、利益は計画値を確保

（単位：億円）

	2015年3月期2Q （計画）		2015年3月期2Q （実績）		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	198.0	100%	189.9	100%	△8.1	△4.1%
営業利益	7.0	3.5%	7.4	3.9%	0.4	5.7%
経常利益	7.0	3.5%	7.5	3.9%	0.5	7.0%
当期純利益	4.0	2.0%	4.9	2.6%	0.9	22.5%

連結業績推移

テープ事業の販売不振により売上は減少も、
メディカル事業と海外輸出の好調により利益が増加



5

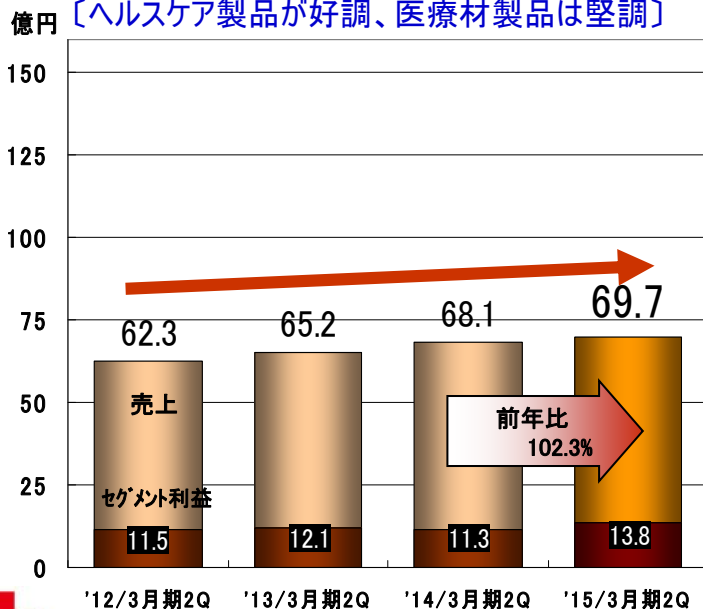
Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

セグメント別売上高・利益の推移(連結)

メディカル事業は ヘルスケア製品が順調に拡大も、
テープ事業は 国内需要の低迷が響き、販売数量が減少

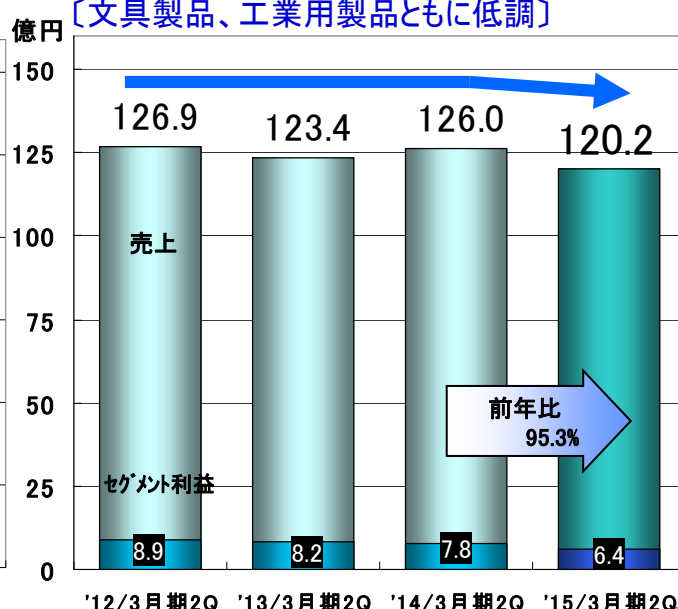
●メディカル事業

〔ヘルスケア製品が好調、医療材製品は堅調〕



●テープ事業

〔文具製品、工業用製品ともに低調〕



6

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

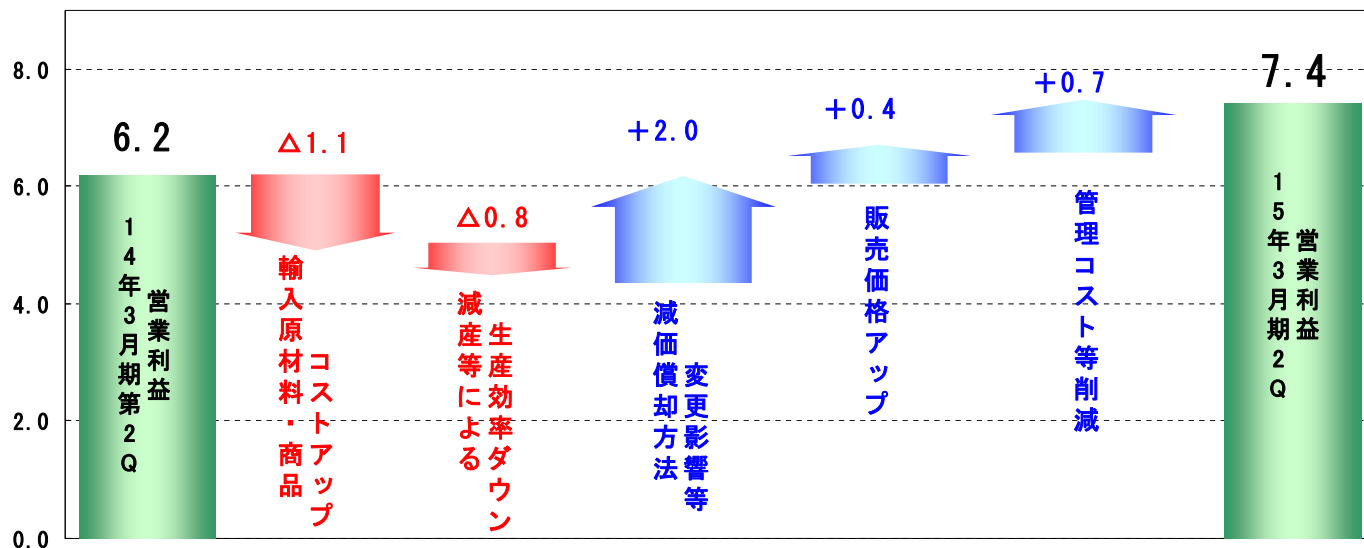
営業利益増減要因分析

● 増益 + 1.2 億円

プラス要因：減価償却方法の変更影響、売価アップ、管理コスト等削減

マイナス要因：円安による輸入品価格アップ、テープ工場減産による影響

(単位:億円)



7

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

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)

	2014年3月期末 (2014年3月31日)		2014年9月期末 (2014年9月30日)		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	301.7	63.9%	299.1	63.3%	△ 2.6
現金・預金・有価証券	111.2	24.3%	111.8	23.7%	0.6
受取手形・売掛金	126.6	27.2%	118.5	25.1%	△ 8.1
棚卸資産	56.0	12.2%	60.3	12.8%	4.3
その他	7.9	1.7%	8.5	1.8%	0.6
固定資産	170.4	36.1%	173.4	36.7%	2.9
資産合計	472.1	100%	472.5	100%	0.3
流動負債	129.4	28.2%	128.7	27.2%	△ 0.7
固定負債	87.2	19.0%	89.0	18.8%	1.8
負債合計	216.6	47.3%	217.7	46.1%	1.1
純資産合計	255.5	55.8%	254.8	53.9%	△ 0.7
負債・純資産合計	472.1	100%	472.5	100%	0.3

自己資本比率
53.9%

8

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

キャッシュフローの状況

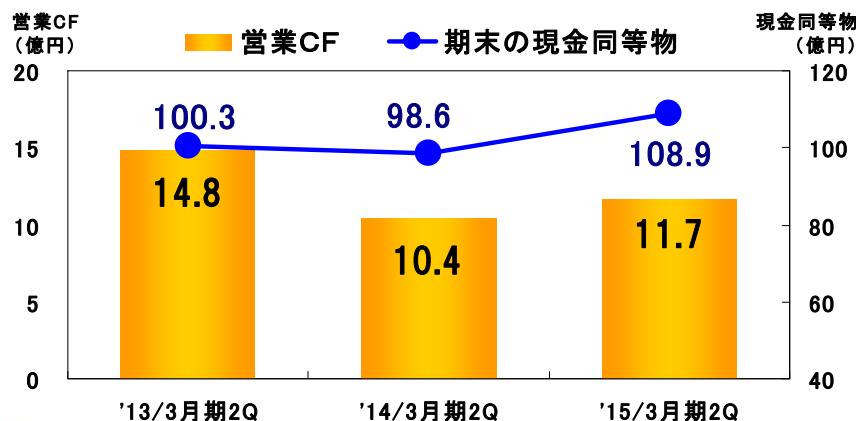
(単位: 億円)

	'14/3月期 2Q	'15/3月期 2Q	
	実績	実績	増減
営業活動によるC/F	10.4	11.7	+ 1.3
投資活動によるC/F	△7.0	△7.5	△0.5
フリーC/F	3.4	4.2	+ 0.8
財務活動によるC/F	△3.6	△3.6	-

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 7.6
 - ・減価償却費 6.7
 - ・売上債権の減少 8.1
 - ・たな卸資産の増加 △4.3
- 投資C/F
 - ・有形固定資産の取得 △7.7
(前期実績 △6.9 より支払増)
- 財務C/F
 - ・配当金の支払 △2.5

- ・増益
- ・減価償却費減少
- ・期末資金残高 108.9億円
(前年同期比 +10.3億円)



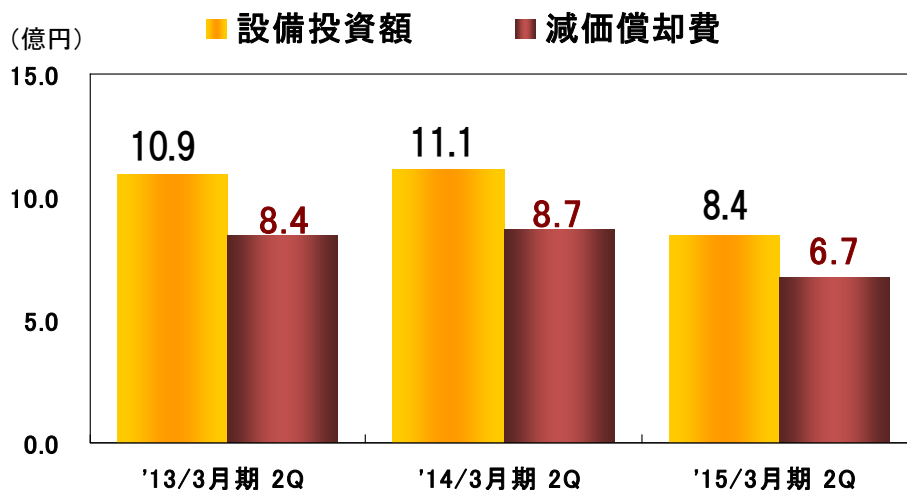
9

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

設備投資・減価償却費

設備投資は減少、下半期にずれ込む
減価償却費は定額法への変更もあり減少

当期設備投資のポイント



- 埼玉工場
 - ・粘着剤塗工設備(附帯)
 - ・工場棟排煙整備(環境対応)
- 安城工場
 - ・ラック倉庫整備
 - ・回収装置ブローア
- ニチバンメディカル
 - ・増産体制(包装機等)増強

10

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved



目次



1. 2015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(2015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

- ・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拡大)
- ・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

- ・官公庁、事業所での文具事務用品需要の減少が継続
- ・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)
- ・包装材料など消耗品の低価格志向は継続
- ・流通小売業の変化
(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)
- ・円安による為替差額拡大(アジア・欧州向け輸出の増加)

共通

- ・消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動が長期化
- ・輸入原材料・仕入商品のコストアップ

当期 重点施策の取組み

●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

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)



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

- ✓ 冷感タイプで一人でも貼りやすいと好評
- ✓ ドラッグストアへの採用拡大

市場定着拡大へ

●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

- ✓ スポーツイベントでの体験コーナー好評
- ✓ 手軽なテーピングとしてスポーツ雑誌などに掲載



ブランド育成強化

● 主要製品ブランド育成

「ケアリーヴ®」TVCM・ネット配信など
30代主婦層をターゲットに認知拡大へ



2014年7月～TVCM全国放映実施

「セロテープ®」
“天然素材”の認知度アップに注力



誰もが良く知っている
「ロングセラー商品」として
情報番組や雑誌などで
話題に

小学生社会科見学
セロテープ®製造工程

15

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

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 Cesabic®）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



UNION THAI-NICHIBAN CO.,LTD.内に開設



開所式の様子

●メディカル製品



止血製品
INJECTION PAD

●テープ製品



Panfix® 包装テープ

*ご参考

UNION THAI-NICHIBAN CO.,LTD.

- ・代表者: Vacharaphong Darakananda
- ・所在地: タイ・バンコク バンチャン工業団地
- ・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



16

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®



中国で販売展開



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

17

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

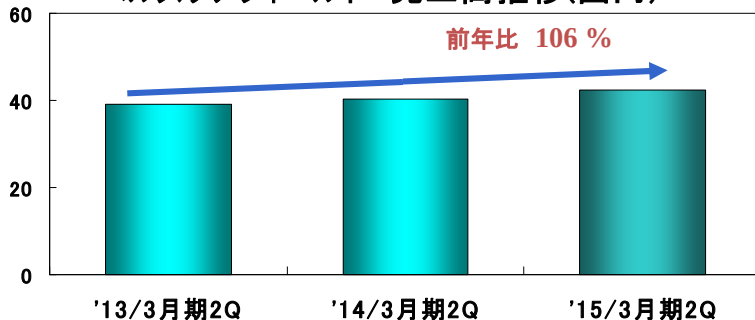
セグメント別レビュー (メディカル・ヘルスケア)

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

(単位:億円)

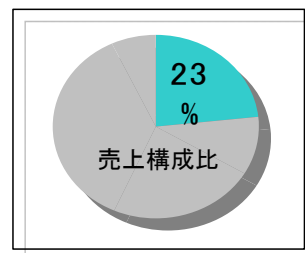
ヘルスケアフィールド 売上高推移(国内)



●重点製品の実績推移

ケアリーヴ®シリーズ	前年比 108%	TVCM効果もあり「ケアリーヴ®」が順調に拡大
ロイヒシリーズ	前年比 137%	新製品「ロイヒつぼ膏®クール」とともに「ロイヒつぼ膏®」が大きく拡大

外国人旅行者のまとめ買い需要も発生



- 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®
 - ・ロイヒつぼ膏®クール
- 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販促強化



ケアリーヴ®認知度向上・シェア拡大へ

18

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

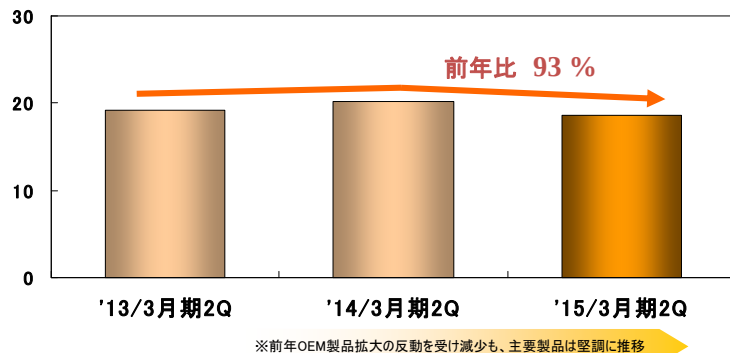
セグメント別レビュー（メディカル・医療材）

過去3年間業績推移

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

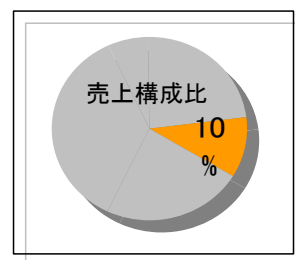
（単位：億円）

医療材フィールド 売上高推移（国内）



●重点製品の状況

止血バン	前年比 99%	低刺激製品「インジェクションパッドマイルド」が好調継続
ばんそうこう	前年比 97%	増税前駆け込み需要の反動あるも「スキナゲート®スパット」が順調に拡大
ドレッシング	前年比 109%	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

19

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

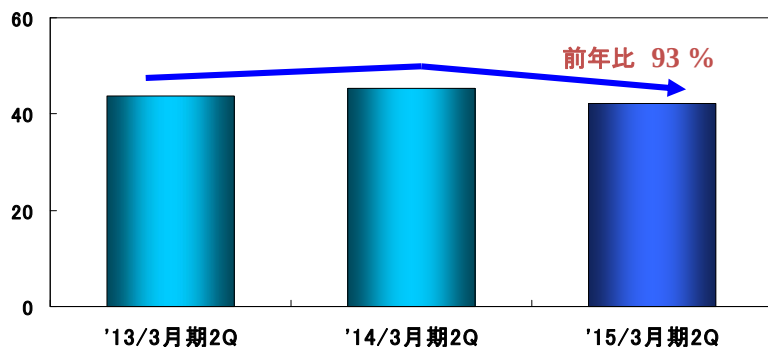
セグメント別レビュー（テープ・オフィスホーム）

過去3年間業績推移

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

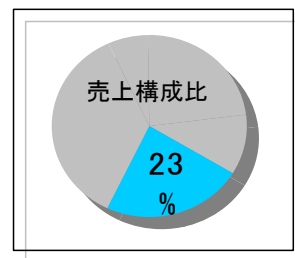
（単位：億円）

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 93%	消費税駆け込み反動長引き、セロテープ®全体で落ち込む
ナイスタック®群	前年比 93%	両面テープ、テープのりともに振るわず



- 消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動影響が長引き振るわず
- 主力の官公庁・事業所でのオフィス需要は減少が続き、低価格品へのシフトが進む
- 専門店などでのパーソナル需要は、機能性文具やクラフト雑貨のブームもあり活性化

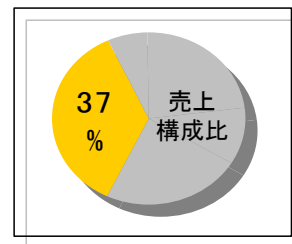
20

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

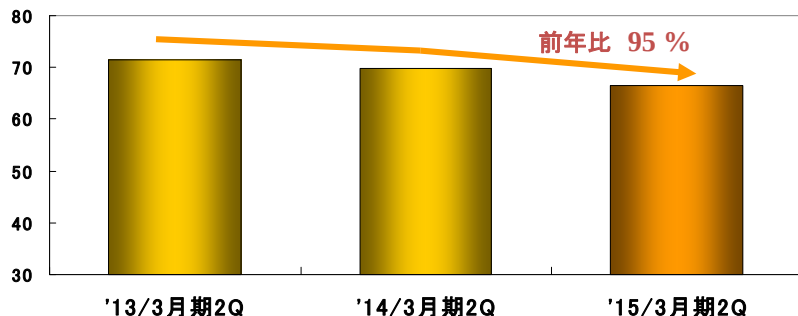
セグメント別レビュー（テープ・工業品）

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 86%	クラフトテープ、布テープともに大幅に需要減少
マスキングテープ	前年比 98%	育成品「No.222」は拡大も一般品が振るわず落ち込む
野菜結束テープ	前年比 90%	夏場の天候不順影響により、産地向が振るわず

- 消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動影響が長引く
- 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
- 包装用テープは大幅に需要減少、価格改定実施にて下期利益改善見込む
- 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

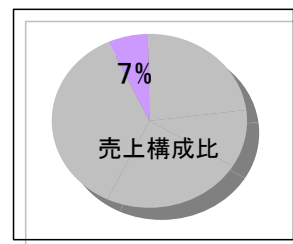
21

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

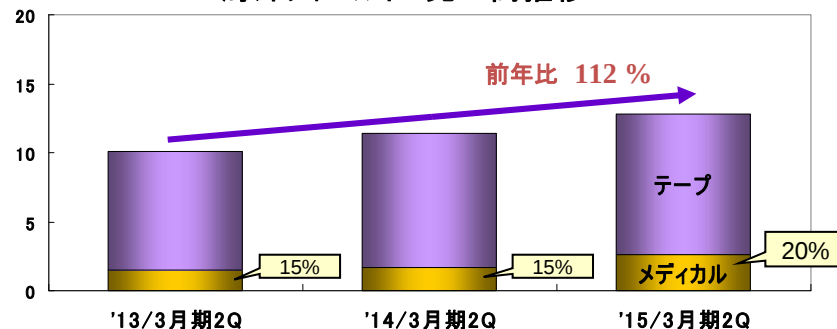
セグメント別レビュー（海外）

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 116%	包装用テープを中心に需要が拡大、メディカル新規も貢献
欧州	前年比 120%	産業用テープが売上、数量ともに増加

- 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、各国への展開も順調に推移



海外メディカル製品比率20%に拡大

22

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved



目次



1. 2015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(2015年3月期)の見通し

4. ニチバンについて



今期(2015年3月期)の見通し



“前回公表の業績予想から売上高を修正(△4億円)、
事業構造改革の実行により、事業拡大と収益性の向上を図る”

(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%	405.0	100.0%	+ 2.7	0.7%
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)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

Stage2戦略 メディカル主要製品の販促強化

発売25周年 ロイヒつぼ膏®の拡販・販促強化



- 消炎鎮痛貼付剤市場でのシェア拡大へ
- ロイヒつぼ膏発売25周年を記念した販促実施
- 訪日外国人のまとめ買い需要への対応



訪日外国人のお土産に人気

需要期に向けたあかざれ対策製品の品揃え強化

あかざれを
保護する

あかざれ・ひび割れ
専用絆創膏



あかざれを
治す

2014年9月
新アイテム追加



指先用

2014年8月
新アイテム追加

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

Stage2戦略 テープ(パーソナル)新規市場攻略

- 文具市場「パーソナル志向」の高まり …… 楽しい、モチベーションアップ
- 文具購入場所の変化 …… 雑貨店、書店などが増加

「強い製品ブランド」「豊富な製品バリエーション」で 新規市場を攻略



既存製品

新製品

既存市場

既存製品のリニューアル

- ・ブランド浸透
- ・「使用シーン」顧客目線の取込

成長製品への開発集中

- ・直線美シリーズ
- ・テープのり tenori® シリーズ

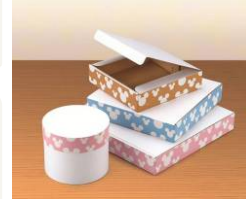
新規市場

変化する購入場所での拡大

- ・新製品企画
- ・新規チャネル開拓

新規市場への挑戦

- ・新製品開発
- ・新規チャネル開拓



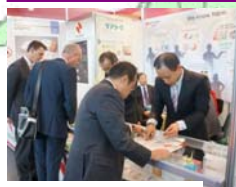
重点化

新製品投入

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

各国展示会にてメディカル製品を紹介



ドイツ・MEDICA



カザフスタン・ZDOROVIE

止血製品 CesabliC®



STEPTY™



INJECTION PAD

made in Japan

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	ケアリーヴ® 止血製品	○ 販売展開中
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	○ 販売展開中
インドネシア	ケアリーヴ® 止血製品	△ 販売準備中
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	○ 販売展開中
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】における 事業拠点の整備状況

①営業拠点の再整備 (2010～2014年)

◆国内営業の効率化

仙台・東京・札幌・名古屋・福岡オフィスの移転
広島オフィスの移転(高松オフィス統合)
大阪オフィスの金沢オフィス統合
⇒ 営業管理強化、効率化



仙台オフィス
入居ビル



福岡オフィス
入居ビル

◆海外営業の拡大

- ・バンコク駐在員事務所 開設(2014年)
- ・UTN(ユニオン・タイ・ニチバン)医療機器製造事業所登録



UTNでの小分け作業トレーニング



医療機器製造
事業所登録 取得

②研究開発拠点の再整備 (2012年)

◆基礎研究体制の再整備

メディカル研究所・中央研究所(テープ)統合
⇒ 大型新製品開発に向けた、粘着剤・高分子技術研究への
リソース集中化、ノウハウ共有



中央研究所(愛知県安城市)

28

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

【NB100】における 事業拠点の整備状況

③生産拠点の再整備（2010～2014年）

◆メディカル事業拡大（国内・海外）

◆グループ生産体制再編

- ・ニチバンメディカル 新工場棟建設（2013年）



ニチバンメディカル
（福岡県筑前町）



ニチバンプリント
（愛媛県日高市）



ニチバンテクノ
（愛知県安城市）

◆テープ事業効率化

- ・ニチバンテクノ 新町工場移転（2010年）
- ・ニチバンプリント 本社工場移転（2012年）

◆大阪工場 医薬品生産体制の整備

医薬品製造強化

⇒ 医薬品国際規格への対応

◆埼玉工場・安城工場 生産効率強化

埼玉工場 塗工機新設（2014年）

⇒ 粘着剤塗工技術の向上、コストダウン



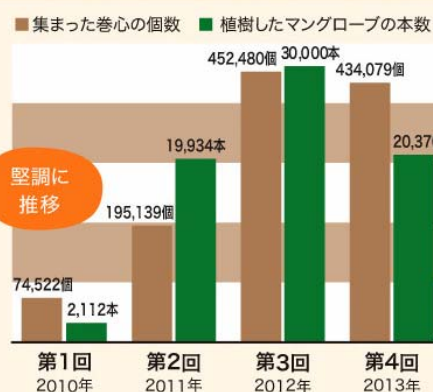
埼玉工場
新塗工設備

トピックス：環境経営（CSR活動）の取組み



波にさらわれぬよう
添え木で補強したよ

第1回～第4回結果



※第4回から寄付金を植樹だけでなくメンテナンにも割り当てています。

第1回からの
マングロープ植樹本数
72,416本

集まった巻心の個数
115万個



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 218世帯(364名)の方々が入居中
(2014年10月31日現在)



福島県知事より復興支援の取組みに対し
感謝状と福島県の民芸品「起き上がりこぼし」を
寄贈

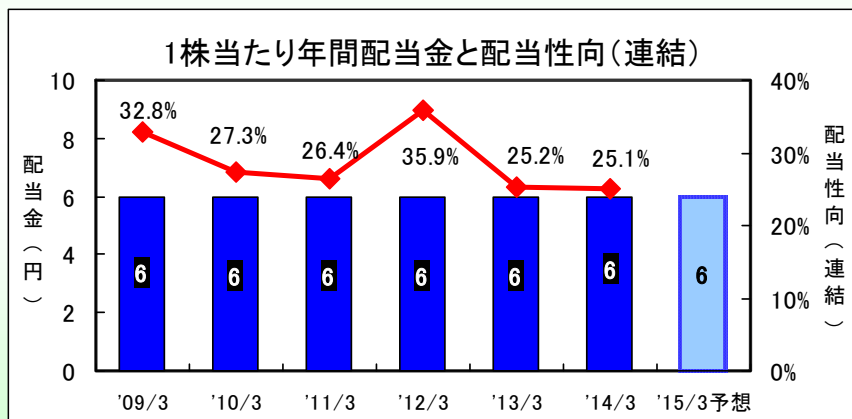
東日本大震災の復興支援として、福島県いわき市に保有している工場用地を
被災者の方々の仮設住宅用地として、2011年6月より福島県に無償貸与

31

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

32

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

目次

1. 2015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(2015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 業 1918年(大正7年)1月
- ・ 事業概要 メディカル事業、テープ事業
- ・ 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
- ・ 生産拠点 埼玉工場、安城工場、大阪工場
- ・ 従業員数 730名(単体)、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年 1月 東京都南品川に歌橋製薬所として創業
- 1934年12月 株式会社歌橋製薬所設立
- 1947年 9月 登録商標『セロテープ®』等の製造開始
- 1948年 6月 商号を日絆薬品工業株式会社と改称
- 1961年 1月 社名をニチバン株式会社と改称
- 1968年 4月 東京・大阪株式市場第一部に上場
- 1976年 5月 大鵬薬品工業株式会社が資本参加
- 1993年 3月 決算期を11月から3月に変更
- 1994年10月 本社を東京都文京区関口に移転
- 2004年 9月 ISO14001全社統合認証(営業支店除く) 取得
- 2005年 7月 ISO9001ニチバングループ認証 取得
- 2007年 9月 ISO14001子会社認証取得(グループ全体で運用)

【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

創業100周年

100年企業ブランド

「期待される企業」へ
成長の追求

- ・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

37

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

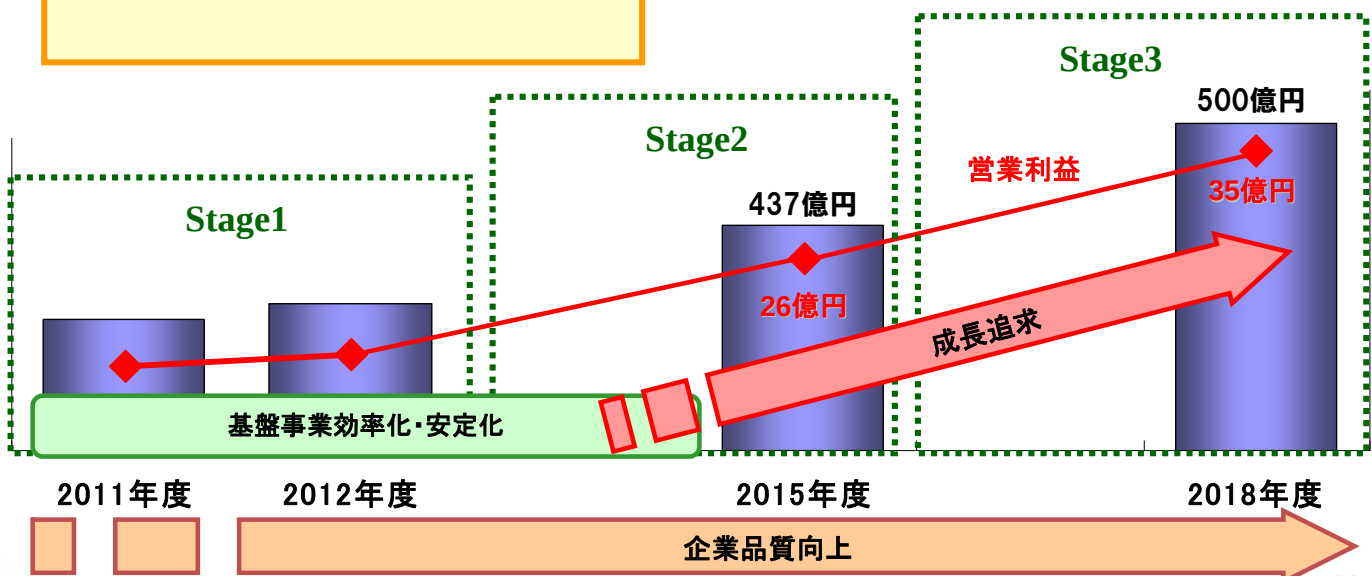
【NB100】 経営目標

➤ 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%～



38

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

■ 注意事項

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、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。

■ お問い合わせ先

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



ニチバン