

2015年3月期 決算説明会

2015年5月22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 決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2016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：消費増税後の需要減[テープ事業]が響き「微減収」

利益：減価償却費の減少(定額法変更)と

高粗利品[メディカル事業]の伸張により「増益」

(単位: 億円)

	2014年3月期		2015年3月期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	402.3	100%	398.9	100%	△3.3	△0.8%
売上総利益	112.6	28.0%	115.6	29.0%	3.0	2.7%
販管費	94.7	23.5%	94.0	23.6%	△0.7	△0.7%
営業利益	17.9	4.4%	21.6	5.4%	3.7	20.8%
経常利益	18.6	4.6%	22.7	5.7%	4.1	22.0%
当期純利益	9.9	2.5%	13.1	3.3%	3.2	32.6%
R O E	3.9%		5.0%		+1.1%	

3

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

連結決算概要（計画比）

売上高：消費増税後の需要減[テープ事業]が響き未達

利益：高粗利品[メディカル事業]の伸張により計画値を上回る

(単位: 億円)

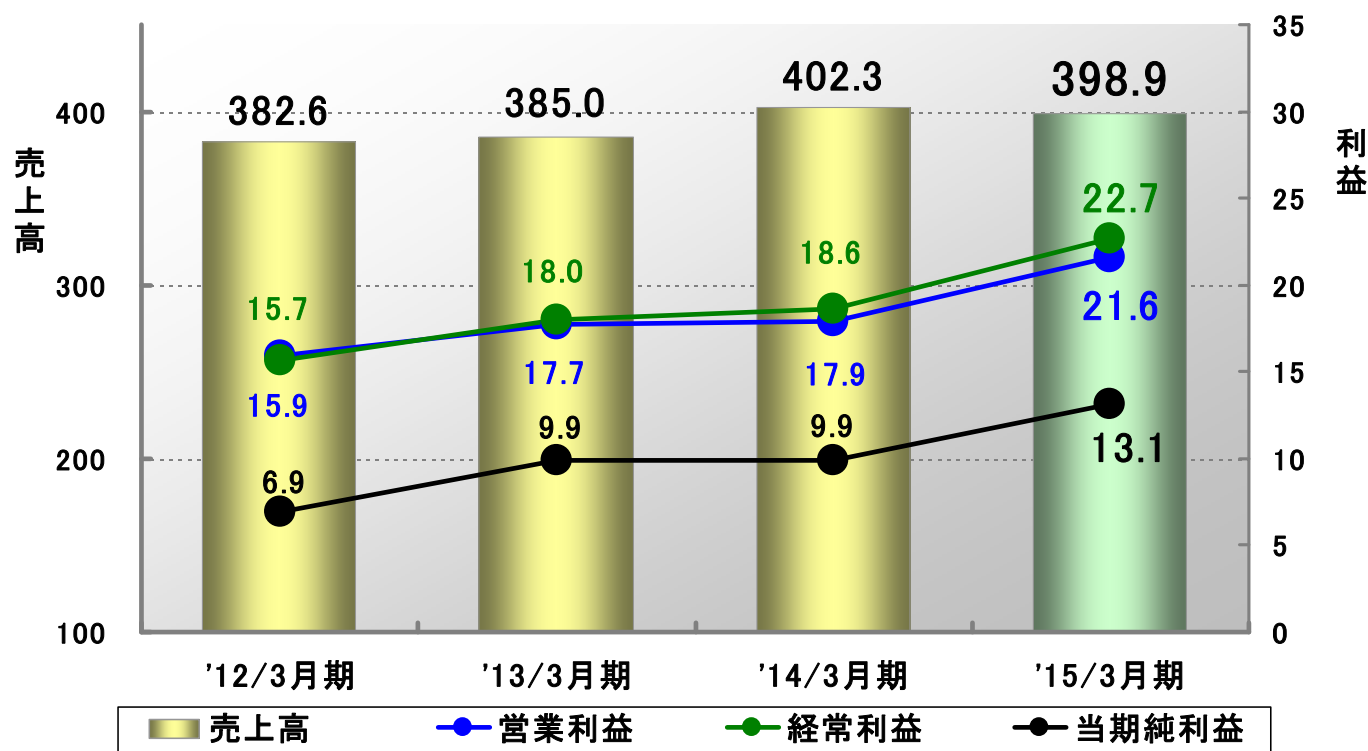
	2015年3月期 (計画)		2015年3月期 (実績)		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	405.0	100%	398.9	100%	△6.1	△1.5%
営業利益	20.0	4.9%	21.6	5.4%	1.6	8.1%
経常利益	20.0	4.9%	22.7	5.7%	2.7	13.4%
当期純利益	11.0	2.7%	13.1	3.3%	2.1	19.3%
R O E	4.2%		5.0%		+0.8%	

4

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

連結業績推移

(単位: 億円)



5

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

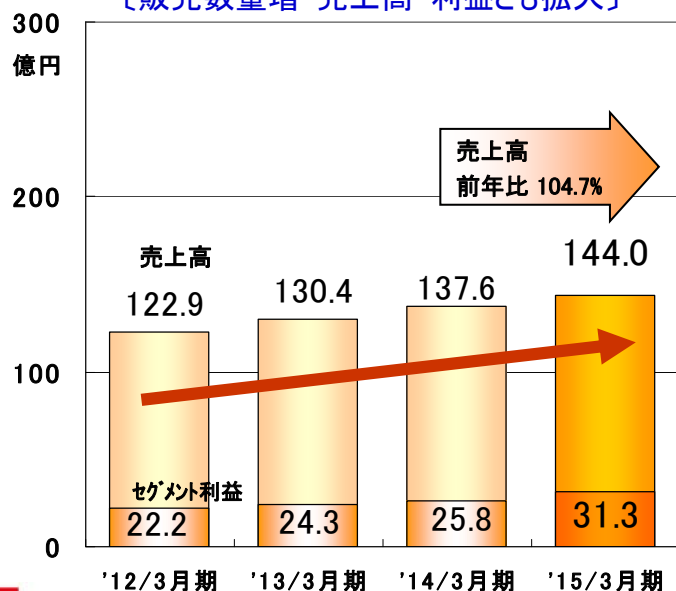
セグメント別売上高・利益の推移

メディカル事業: 順調に販売数量を拡大し「増収増益」続く

テープ事業: 消費増税後の国内需要減少が響き「減収減益」

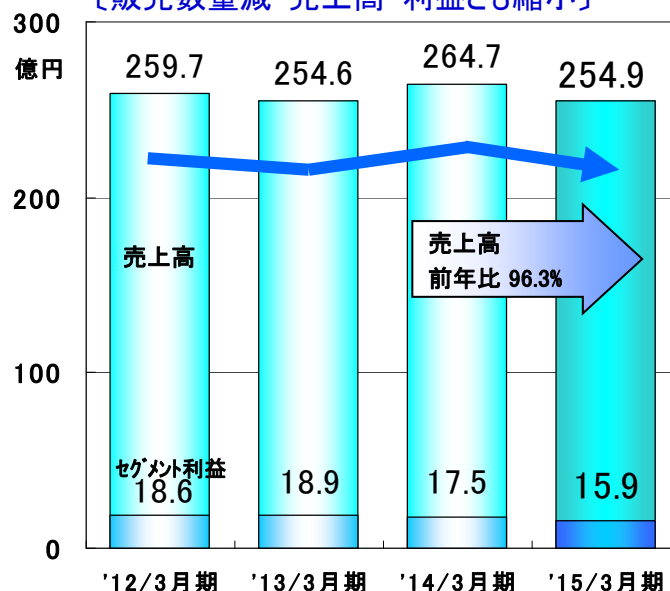
●メディカル事業

〔販売数量増 売上高・利益とも拡大〕



●テープ事業

〔販売数量減 売上高・利益とも縮小〕



6

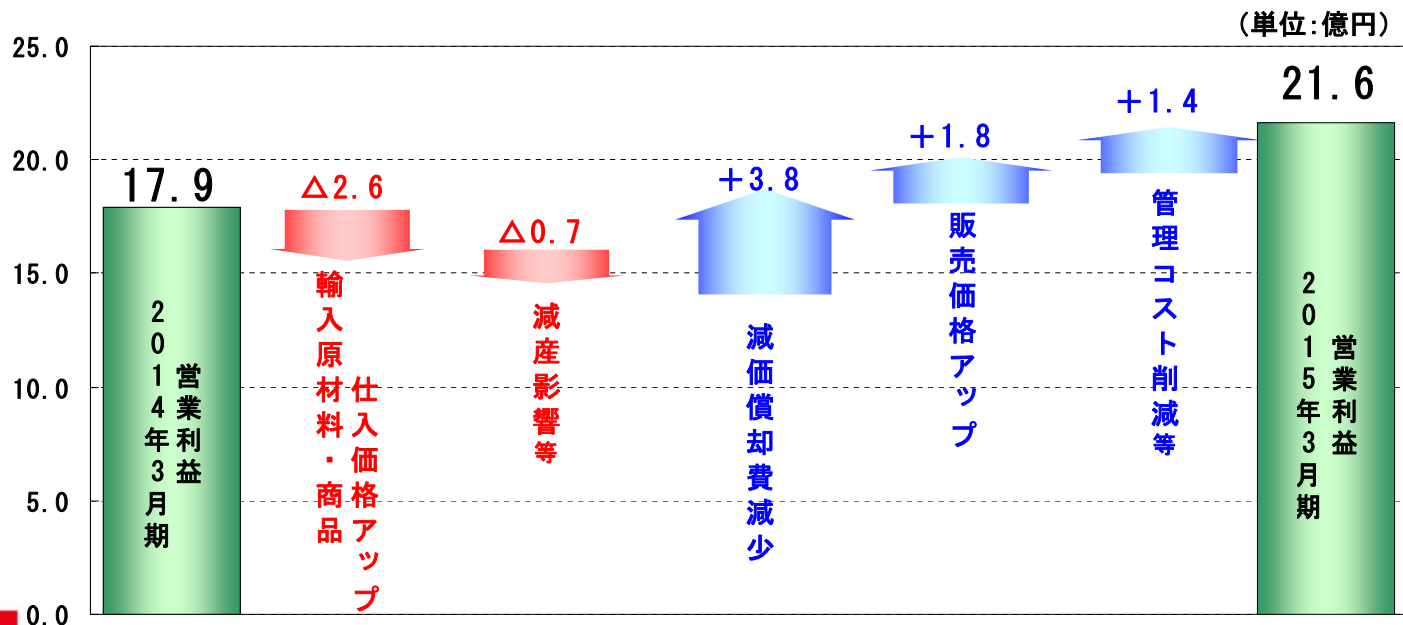
Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

営業利益増減要因分析

● 増益 + 3.7 億円

プラス要因 : 減価償却費減(償却方法変更影響含む)・売価アップ
管理コスト等削減

マイナス要因 : 円安による輸入品仕入価格アップ・テープ工場減産



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)		2015年3月期末 (2015年3月31日)		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	301.7	63.9%	307.2	64.1%	5.5
現金・預金・有価証券	111.2	23.2%	112.5	23.5%	1.3
受取手形・売掛金	126.6	26.4%	129.7	27.1%	3.1
棚卸資産	56.0	11.7%	56.8	11.9%	0.8
その他	7.9	1.6%	8.2	1.7%	0.3
固定資産	170.4	36.1%	172.2	35.9%	1.8
資産合計	472.1	100%	479.4	100%	7.3
流動負債	129.4	27.4%	129.7	27.1%	0.3
固定負債	87.2	18.5%	80.9	16.9%	△ 6.3
負債合計	216.6	45.9%	210.6	43.9%	△ 6.0
純資産合計	255.5	54.1%	268.9	56.1%	13.4
負債・純資産合計	472.1	100%	479.4	100%	7.3

自己資本比率
56.1%

8

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

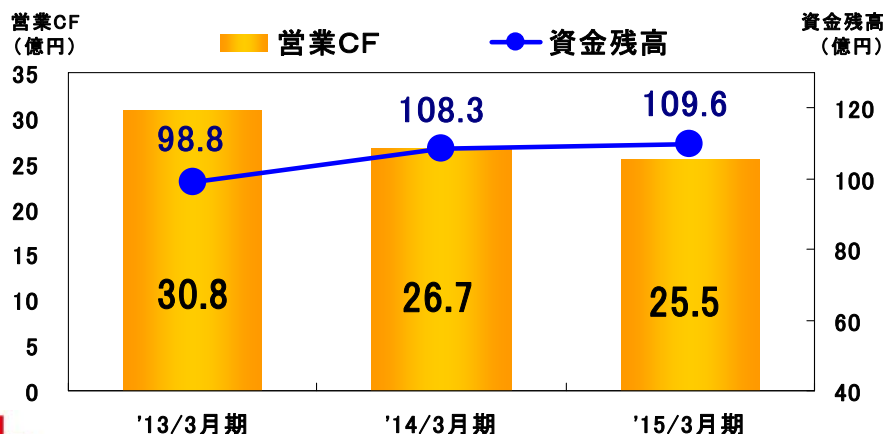
キャッシュフローの状況

(単位: 億円)

	'14/3月期	'15/3月期	
	実績	実績	増減
営業活動によるC/F	26.7	25.5	△1.2
投資活動によるC/F	△12.4	△19.5	△7.1
フリーC/F	14.3	6.0	△8.3
財務活動によるC/F	△4.7	△4.7	0.0

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 21.7
 - ・減価償却費 13.8
(前期実績 17.9 より減少)
 - ・売上債権の減少 △3.2
 - ・法人税等支払 △4.4
- 投資C/F
 - ・有形固定資産の取得 △19.6
(前期実績 △17.2 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
- ・投資C/F 使用額増加
- ・期末資金残高 109.6
(C/F純額 +1.3)

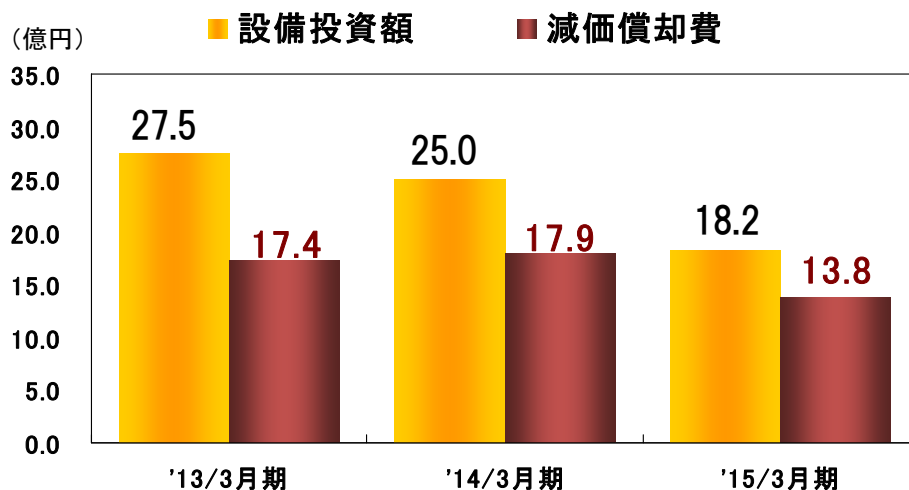
9

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

設備投資・減価償却費

設備投資 : 減少 (2016年3月期に工期・検収ずれ込み)
減価償却費 : 減少 (定額法への変更影響)

当期の主要投資実績



- 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
 - ・自動倉庫整備
 - ・テープ裁断機改修
- ニチバンメディカル
 - ・医療材(止血製品)打抜機

10

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved



目次



1. 2015年3月期 決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2016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

- ・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 事業所でのオフィス用文具用品の需要減少が継続
- ・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)

共通

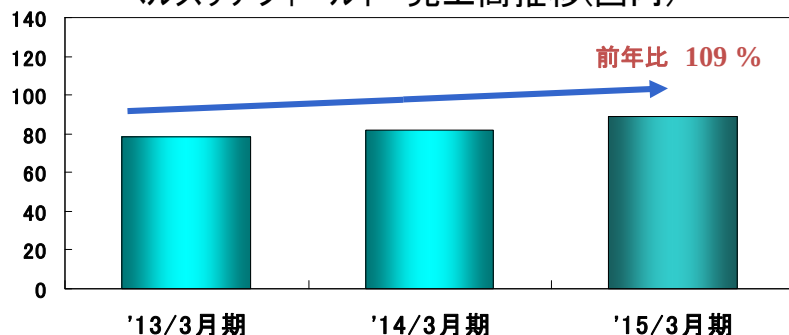
- ・消費税率引き上げ後の消費マインド冷え込み傾向が続く
- ・輸入原材料 仕入商品のコストアップ



セグメント別レビュー [メディカル;ヘルスケア]

(単位:億円)

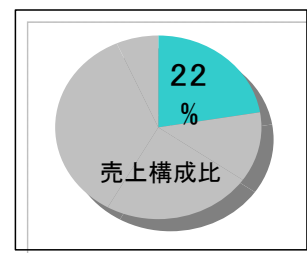
ヘルスケアフィールド 売上高推移(国内)



●重点製品の状況

ケアリーヴ®シリーズ	前年比 103%	順調に拡大し増税前駆け込み需要があった前期を上回る
ロイヒシリーズ	前年比 162%	「ロイヒつぼ膏®」が大幅拡大 新製品「ロイヒつぼ膏®クール」も好調

インバウンド需要も発生



- 流通面ではドラッグストアの業態間競争業界再編が続く
- 消費増税後は消費全体の落込みを受けドラッグストア売上は低迷



- 高機能製品を拡充
 - ・ケアリーヴ®治す力®
 - ・ロイヒつぼ膏®クール
- ロイヒつぼ膏® がインバウンド需要を捉え大幅拡大
- テレビCMと連動したドラッグ販促を推進
ケアリーヴ®認知度向上・シェア拡大

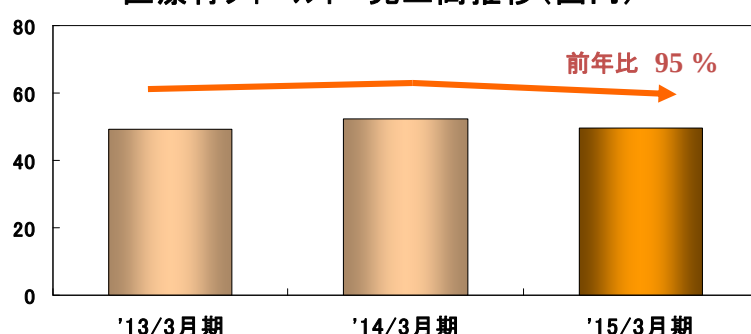
13

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]

(単位:億円)

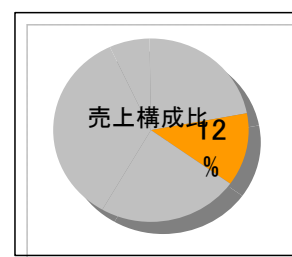
医療材フィールド 売上高推移(国内)



※前年OEM製品拡大の反動を受け減少も主要製品は堅調に推移

●重点製品の状況

止血バン	前年比 99%	低刺激の「インジェクションパッドマイルド」が好調 増税前駆け込み需要があった前期と同水準
ばんそうこう	前年比 96%	「スキナゲート®スバット」は順調に拡大も 増税前駆け込み需要があった前期には届かず
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



- 病院施設内の感染予防と安全対策意識の高まり
- 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



- 重点製品ラインは市場環境・ニーズを捉えているものの 前期末駆け込み需要影響を上回るまでに至らず
- 低刺激・高透湿の品質要求を訴求
- 医療現場の安全・効率的処方を提案
医療従事者との協同による処方ツール開発を推進

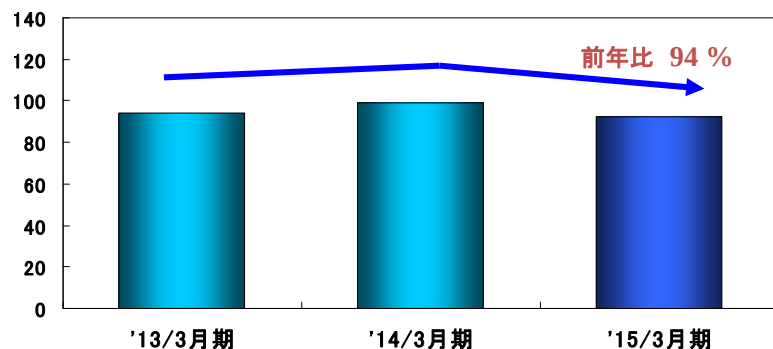
14

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]

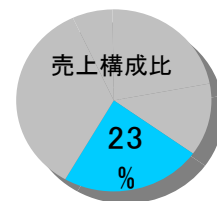
(単位: 億円)

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 92%	両面テープ・テープのり ともに振るわず



- 消費増税後の個人消費冷え込み
卸流通の過剰在庫が長引く
- 主力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
やクラフト雑貨ブームもあり活性化



- 増税後の需要減(特に流通在庫の停滞)が
主力製品全般に及び販売数量減
- パーソナルユース拡大に向けて
「顧客の使用シーン提案」を機軸とした
マーケティングを強化し新規開拓を推進

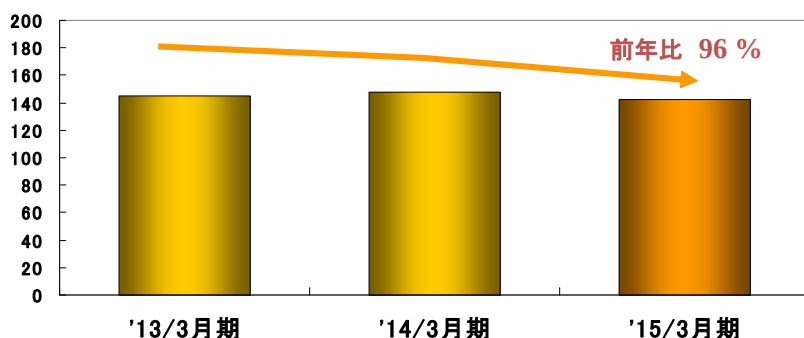
15

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

セグメント別レビュー [テープ; 工業品]

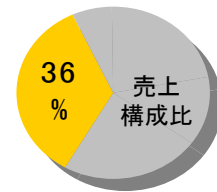
(単位: 億円)

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 85%	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 94%	新車用は拡大も 補修用・建築用等は大幅減
野菜結束テープ	前年比 93%	天候不順影響もあり 産地向が振るわず



- 消費増税後、一般消費需要は徐々に
回復も産業用需要は低調が長引く
- 低価格志向は依然として継続
- 一部製品で価格改定(値上げ)実施



- 包装用テープは大幅な需要減
期中に価格改定を実施
- 新車用マスキングテープ・電気部材用
テープは拡大も その他は多品目に
わたり数量減
- 今後さらなる収益性改善(売価・原価)
「建築・食品・農産」分野の新規開拓と
用途拡大を推進

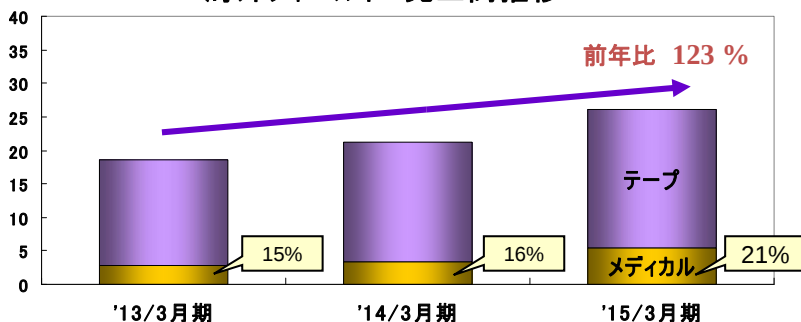
16

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

セグメント別レビュー [海外]

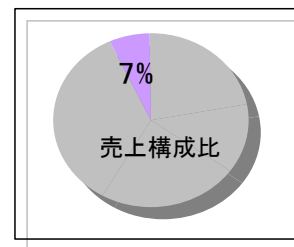
(単位:億円)

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 135%	包装用テープの需要が拡大 メディカル新規も貢献
欧州	前年比 125%	産業用テープが売上・数量 ともに増加



- 円安の進行が企業業績を押し上げ
- アジア・欧州の景気が回復基調となり需要が増加



- 2014年7月に開設したバンコク駐在員事務所を基点にアジア圏のマーケティング展開を積極化
- 包装用テープは円安 アジア・欧州の景気回復とともに販売増
- メディカル製品はケアリーヴ®・止血バンとともに拡大もチャネル開拓などのさらなるスピードアップが課題
- 新規開拓・事業拡大を積極的に推進

17

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

目次

1. 2015年3月期 決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2016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

18

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

2016年3月期(2015年度) 重点施策

- 中長期経営計画【NB100】達成に向けて
大きな成長に結びつく施策を迅速かつ確実に実行し 成果に結びつける

◆メディカル事業拡大とテープ事業収益改善の推進

顧客を機軸とした新製品開発と市場開拓の推進
ブランド力向上に向けた主力製品の強化(テレビCMの継続実施)
市場・顧客需要の変化(インバウンド需要を含む)を捉える
マーケティング戦略および短中期開発課題の遂行

◆海外新規市場での事業拡大推進

アジア・欧州をターゲットにした新規市場開拓・構築の積極展開
海外事業・グローバル人材育成強化

19

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

新規市場開拓の推進

- キッチン雑貨市場開拓に向けて「Dear Kitchen™」ブランド立ち上げ
新提案商品 「ワザアリ™テープ」発売 (2015年1月発売)



手で簡単に切れ
貼ってはがせる
水に強いフィルムテープ

- 保存容器に日付記入するラベルとして
- 使いかけの食品袋仮止め密封に
- その他ゴミ袋の口止めメモ止めなどに

- メディア掲載 反響多数
- 日経消費インサイト(日経新聞社) 2015年第1四半期新製品ランキング 総合1位獲得!

「コア技術を活かした新分野展開」
と高評価

- ステーションリー雑貨「Petit joie™ (プチジョア)」ブランド立ち上げ
装飾用マスキングテープ・メンディングテープ発売 (2015年2月発売)



“すぐそばにある幸せ”をコンセプトに
可愛さと上品さを兼ね備えた製品を展開



予定を華やかなテープに書き込んで気分UP

何気ない小物も可愛くアレンジ

- 高いデザイン性が若年女性層に高評価 Instagram(写真専用SNS)投稿多数
- 雑貨店頭での評判も好調

20

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

ブランド力向上に向けた主力製品強化

● サッカー・スペインリーグの名門クラブ「FCバルセロナ」と パートナーシップ契約締結 (2015年4月より)

日本国内 アジア地区(韓国・タイ)での
ニチバンブランド強化策
製品全般のPR策展開を計画

◆コーポレート用 ロゴマーク



◆製品向け用 ロゴマーク



「バルサ! 貼ルサ!」をキャッチフレーズに
提携プロモーション展開をスタート

第1弾として「ケアリーヴ® 治す力®」全国TV-CM
2015/4/26 より放送開始

高機能絆創膏「ケアリーヴ® 治す力®」を広く訴求



写真は リオネル・メッシ選手(中央) ルイス・スアレス選手(右)
イヴァン・ラキティッチ選手(左)

21

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

ブランド力向上に向けた主力製品強化

ロイヒつぼ膏®の拡大

温感タイプ製品



ロイヒつぼ膏® ロイヒつぼ膏® 大判サイズ

- 外国人旅行者の「インバウンド需要」を捉え
拡大が加速
- 2014年10月に施行された「外国人旅行者
向け消費税免税制度」により
医薬品として免税対象に

売上実績 前期比 62%増(ロイヒつぼ膏全体)
今後さらなる拡大を図る

⇒インバウンド需要対策として
他品目への展開も視野に



ドラッグストア店頭の平積み在庫を
10箱単位で購入するお客様が多数

冷感タイプ製品



ロイヒつぼ膏®クール
(2014年4月発売)

訴求ポイント

- 小型丸型
- 強めの効き目感

消炎鎮痛剤OTC市場
(推定規模 約400億円)
の大部分を占める
「冷感タイプ製品」として投入
今後拡大策を推進

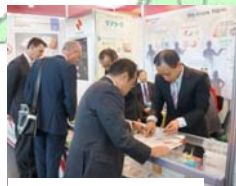
22

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

アジア・欧州に向けた新規市場展開の拡大

●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	◎ 販売拡大中
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

23

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

アジア・欧州に向けた新規市場展開の拡大

●新規市場開拓推進（Cesablic®・ケアリーヴ®）

止血製品 **Cesablic®**

重点地域：アジア・欧州



ステプティ®
STEPTY™



チューシャバン®
CHUSHAVAN™



注射後の患部ケア

「脱脂綿+紙テープ止め」
（旧来の処方）

↓
「止血製品」への
切り換え提案を推進

救急絆創膏 ケアリーヴ®

重点地域：東アジア・アセアン諸国



中国で販売展開中



韓国で
販売が拡大中



- ・現地販売パートナーとの提携 販路開拓を推進
- ・テープ製品についても 和紙マスキングテープ・文具製品の展開に着手

4

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

今期(2016年3月期)業績予想

【NB100】での確実な成長に向けて推進

- ・メディカル事業・海外事業を中心とした拡大戦略
- ・テープ事業の収益改善
- ・大型投資(販促・設備)

(単位:億円)

	2015年3月期		2016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	398.9	100.0%	420.0	100.0%	+ 21.1	5.3%
営業利益	21.6	5.4%	22.5	5.4%	+ 0.9	4.1%
経常利益	22.7	5.7%	23.0	5.5%	+ 0.3	1.5%
当期純利益	13.1	3.3%	14.0	3.3%	+ 0.9	6.7%
R O E	5.0%		5.0%		—	
年間配当金	8円		8円		—	

25

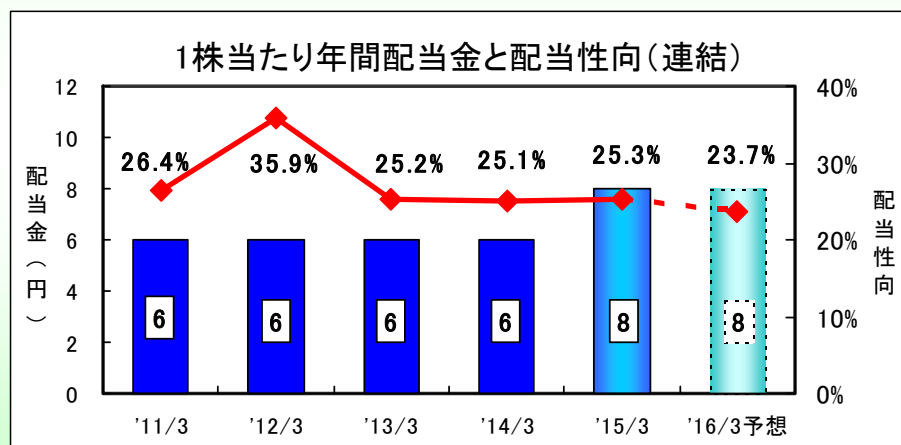
Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

株主還元

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

2015年3月期 : 8円

2016年3月期予想 : 8円



●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

26

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

トピックス：環境経営（CSR活動）の取組み



波にさらわれないよう
添え木で補強したよ



第5回巻心回収結果発表!



回収した巻心は 段ボール用のリサイクル資源として活用します!

回収巻心総本数 **493,319 本**

巻心総重量 5,978kg	団体参加数 710団体	個人参加数 997人
-------------------------	-----------------------	----------------------

過去最多の回収数!

今までの最多回収記録

第3回 **452,480個**



27

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

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 207世帯(351名)の方々が入居中

(2015年4月30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
寄贈いただく

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

28

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved



目次



1. 2015年3月期 決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2016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

創業100周年

100年企業ブランド

「期待される企業」へ
成長追求

- ・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 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
企業品質向上

- ・環境経営への取組み
- ・ブランド育成と強化

31

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

【NB100】 経営目標

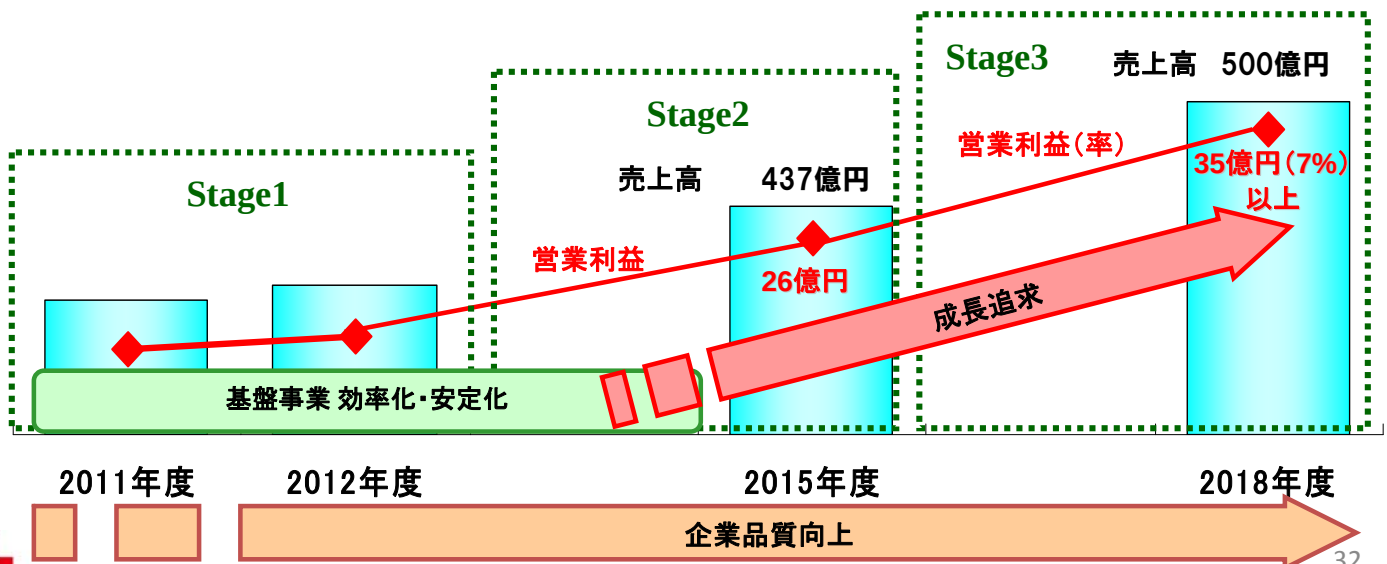
➤ Stage2目標 (2015年度)

- ・売上高 437億円
- ・営業利益(率) 26億円(5%)

➤ 【NB100】到達目標

(Stage3 2018年度)

- ・売上高 500億円
- ・営業利益(率) 35億円(7%)以上
- ・メディカル事業比率 40%
- ・海外売上比率 10%



32

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

【NB100】経営目標の進捗状況

●2014年度実績

売上高 : 消費増税後の需要減 海外事業における現地展開が遅れ 計画未達

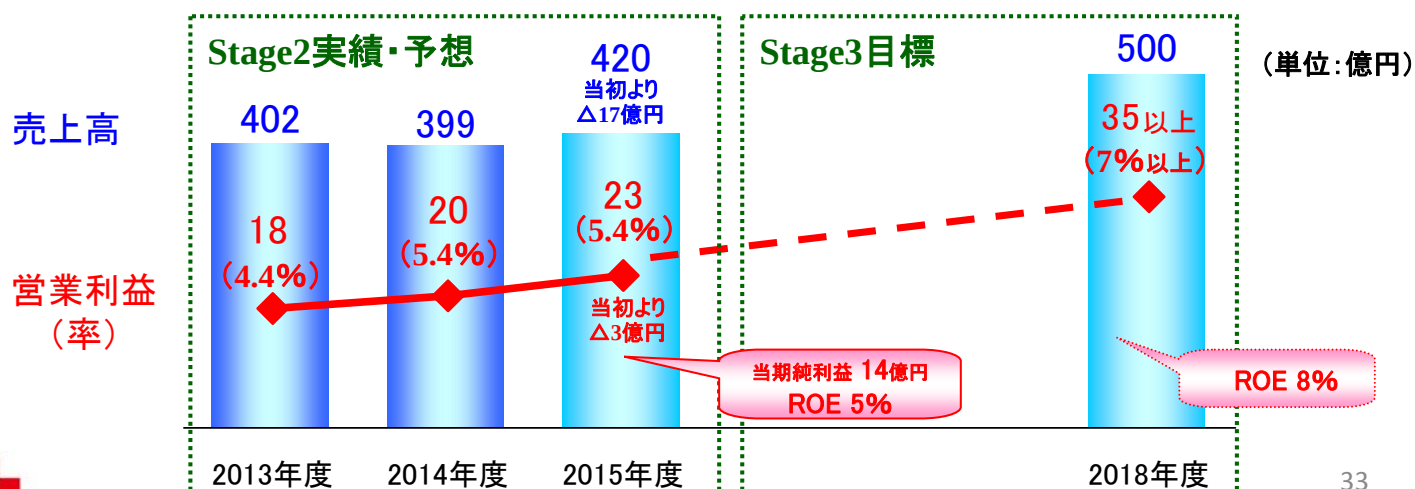
営業利益 : メディカル事業伸張 減価償却費の減少により 概ね当初計画どおり

●2015年度予想

売上高 : 420億円 (当初より△17億円引き下げ)

営業利益 : 23億円 (当初より△3億円引き下げ)

【NB100】達成に向けて、「メディカル・海外事業拡大」と「テープ事業収益改善」を推進する



Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

目次

1. 2015年3月期 決算概要
2. セグメント別レビュー
3. 今期(2016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

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 725名(単体)・1,180名(連結) ※2015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.



35

Copyright©NICHIBAN CO.,LTD.All rights reserved

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®』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)

36

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

取締役執行役員 CSR・経営統括担当 酒井 寛規

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