

# 2021年3月期第2四半期 決算説明会

---

2020年11月26日

ニチバン株式会社

代表取締役社長 高津 敏明



# 目次

---

## 新型コロナウイルス感染拡大の影響

1. 2021年3月期第2四半期 決算概要
2. 事業フィールドレビュー
3. 当期（2021年3月期）の見通し
4. 中期経営計画  
【ISHIZUE 2023 ～SHINKA・変革～】

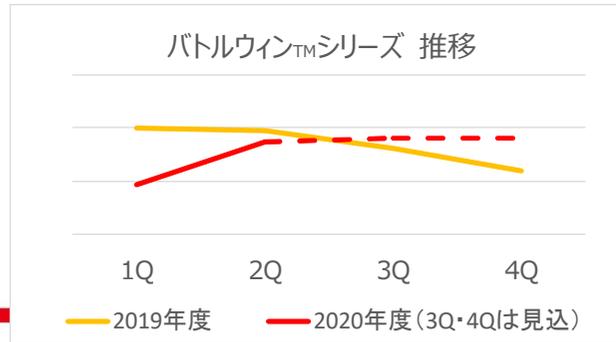
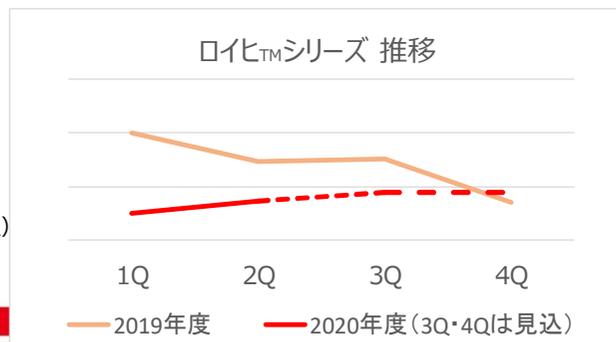
# 新型コロナウイルス感染拡大の影響

6月以降社会・経済活動が段階的に再開されましたが、全体的に以前の水準には戻らず、直近では感染の再拡大が懸念されるなど、引き続き厳しい状況が続いています。

区分	状況※弊社事業に関連するもの
生活・消費関連	<p>オフィス勤務・需要減少 訪日外客・インバウンド消費消失 休校、スポーツ・イベント自粛のマイナス影響も一部残る 内食・中食の増加による家庭内消耗品の使用増 第4四半期までは現状継続の見通し</p>
産業・医療関連	<p>各種店舗への来店数減少、営業時間短縮 自動車工場等の操業縮小 直近では医療施設の外来患者数が回復、予防接種など増加傾向 海外向けの回復遅れ、第4四半期までは現状継続の見通し</p>

インバウンド消費：ロヒ<sup>TM</sup>シリーズ 売上減少に直結  
スポーツ・部活動：バトルウイン<sup>TM</sup>シリーズ 一部回復

参考：ヘルスケアフィールド 上掲2製品の四半期推移（2019年度1Qをベースとした実績見込）



状況

- 2019年度4Q終盤  
～2020年度1Qに大幅減
- 2020年度2Qに一部回復も  
以前の水準までは戻らず

# 損益概要

(2Q累計)

売上高減収  $\triangle 11.7\%$

営業利益減益  $\triangle 46.2\%$

当期純利益減益  $\triangle 46.3\%$

メディカル事業 大幅減収、生産減  
販管費縮減

(単位：億円)

	2020年3月期2Q累計		2021年3月期2Q累計		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	222.9	100%	196.8	100%	$\triangle 26.1$	$\triangle 11.7\%$
売上原価	146.1	65.6%	135.1	68.6%	$\triangle 11.0$	$\triangle 7.5\%$
売上総利益	76.8	34.4%	61.7	31.4%	$\triangle 15.1$	$\triangle 19.6\%$
販管費	60.5	27.1%	52.9	26.9%	$\triangle 7.6$	$\triangle 12.5\%$
営業利益	16.3	7.3%	8.8	4.5%	$\triangle 7.5$	$\triangle 46.2\%$
当期純利益	9.7	4.4%	5.2	2.7%	$\triangle 4.5$	$\triangle 46.3\%$
(事業別売上高)						
メディカル事業	98.5	44%	77.2	39%	$\triangle 21.3$	$\triangle 22\%$
テープ事業	108.6	49%	104.4	53%	$\triangle 4.2$	$\triangle 4\%$
海外事業	15.8	7%	15.2	8%	$\triangle 0.6$	$\triangle 4\%$

# 損益概要 (四半期間)

1Q：メディカル大幅減収、テープ・海外横ばい

2Q：メディカル減収幅縮小、テープ減収

※前2Qは消費増税前の駆け込み影響あり

(単位：億円)

	1Q (4-6月)			2Q (7-9月)			2Q累計 (4-9月)		
	金額	前期比		金額	前期比		金額	前期比	
		増減	増減率		増減	増減率		増減	増減率
売上高	92.0	△12.9	△12.3%	104.8	△13.2	△11.2%	196.8	△26.1	△11.7%
売上総利益	29.6	△7.1	△19.3%	32.1	△8.0	△19.9%	61.7	△15.1	△19.6%
販管費	25.4	△3.9	△13.2%	27.5	△3.7	△11.8%	52.9	△7.6	△12.5%
営業利益	4.2	△3.2	△43.4%	4.6	△4.3	△48.5%	8.8	△7.5	△46.2%
当期純利益	1.9	△1.5	△44.7%	3.3	△3.0	△47.1%	5.2	△4.5	△46.3%

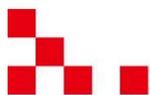
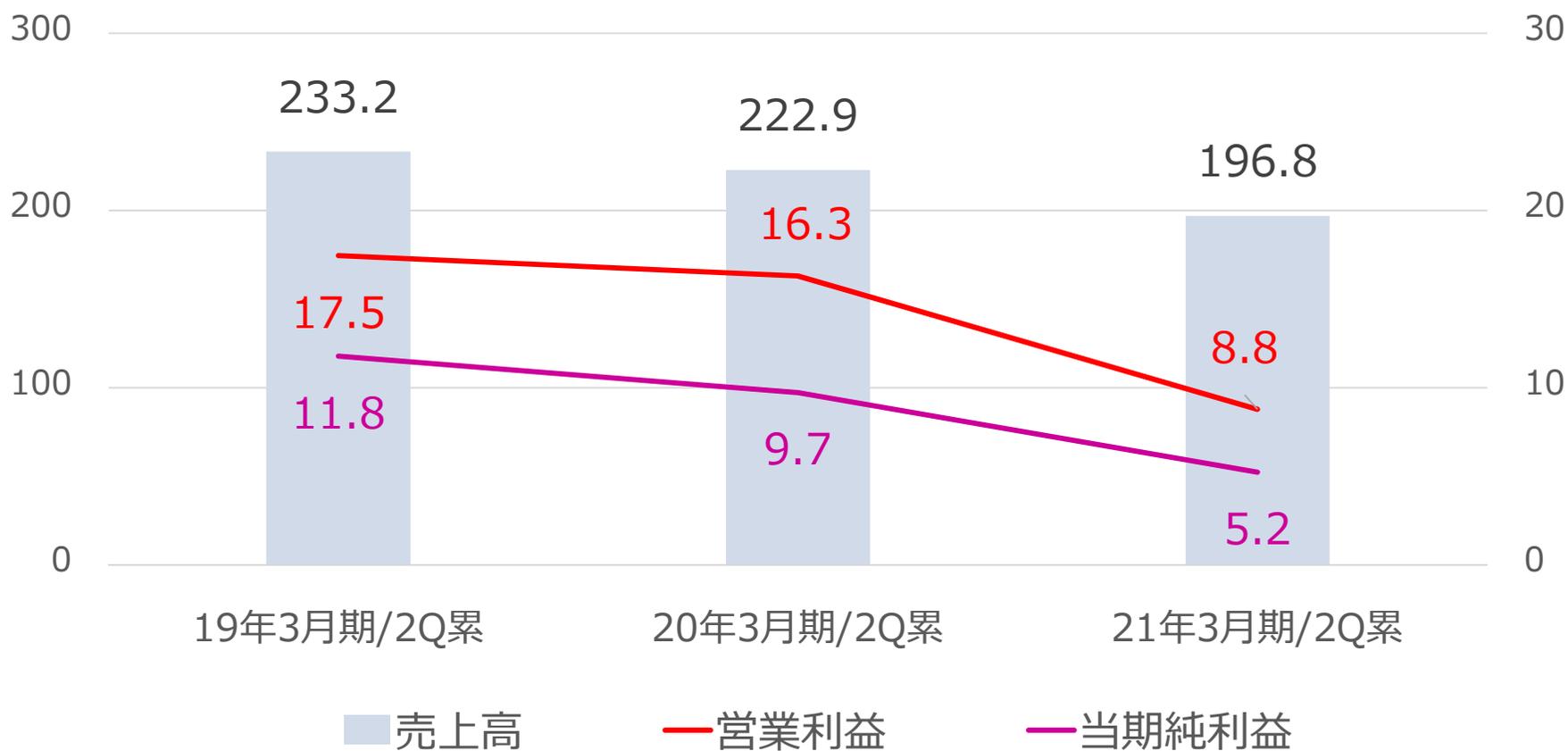
(事業別売上高)

メディカル事業	34.3	△13.0	△27%	42.9	△8.3	△16%	77.2	△21.3	△22%
テープ事業	50.3	0.0	0%	54.1	△4.2	△7%	104.4	△4.2	△4%
海外事業	7.4	0.1	1%	7.8	△0.7	△8%	15.2	△0.6	△4%

# 損益推移

(単位：億円)

## 直近3期 売上高・営業利益・当期純利益



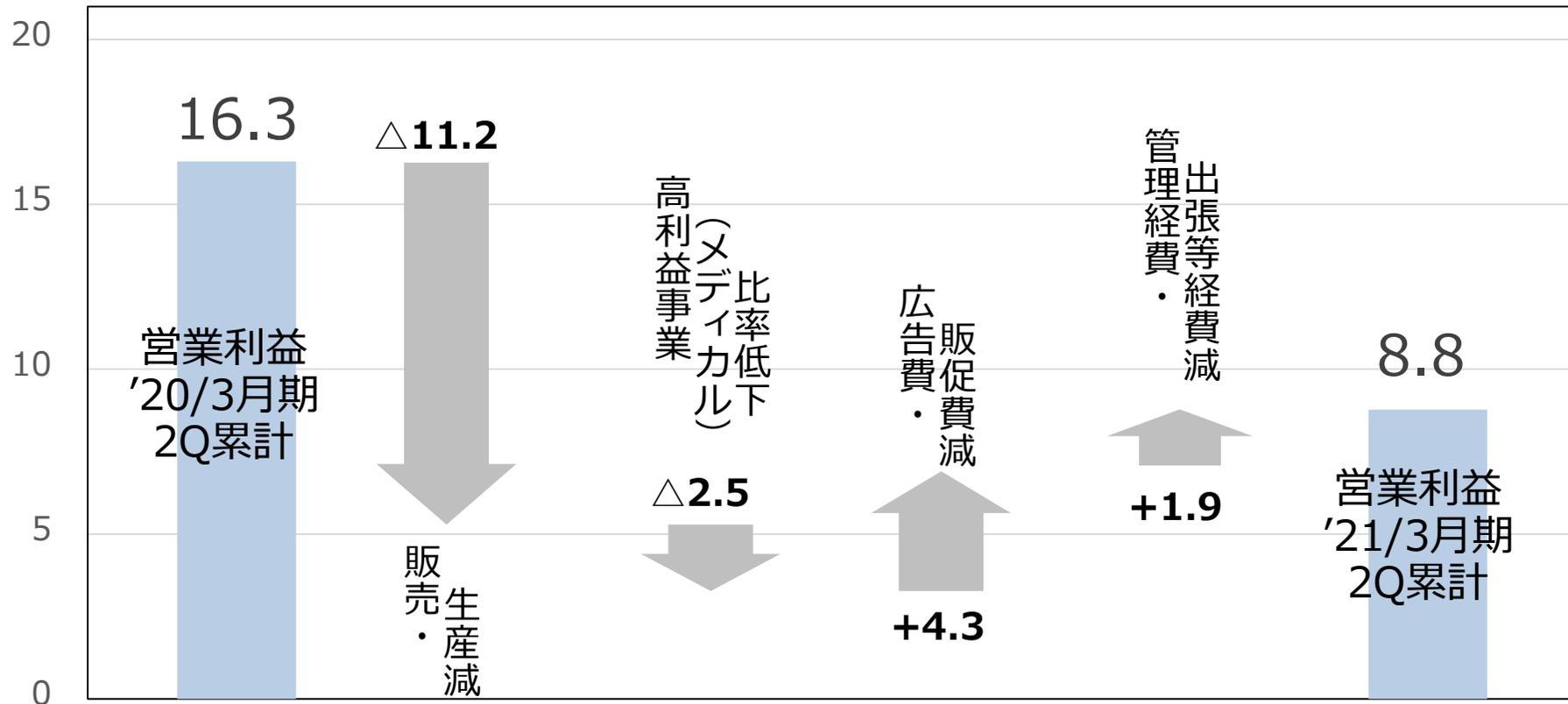
# 営業利益増減

減益 7.5 億円

販売・生産大幅減

販売施策費・活動経費を縮減

(単位：億円)



# バランスシート

流動資産：売上債権減少（売上減）、**棚卸資産減少（在庫圧縮）**

流動負債：仕入債務減少（仕入・生産減）

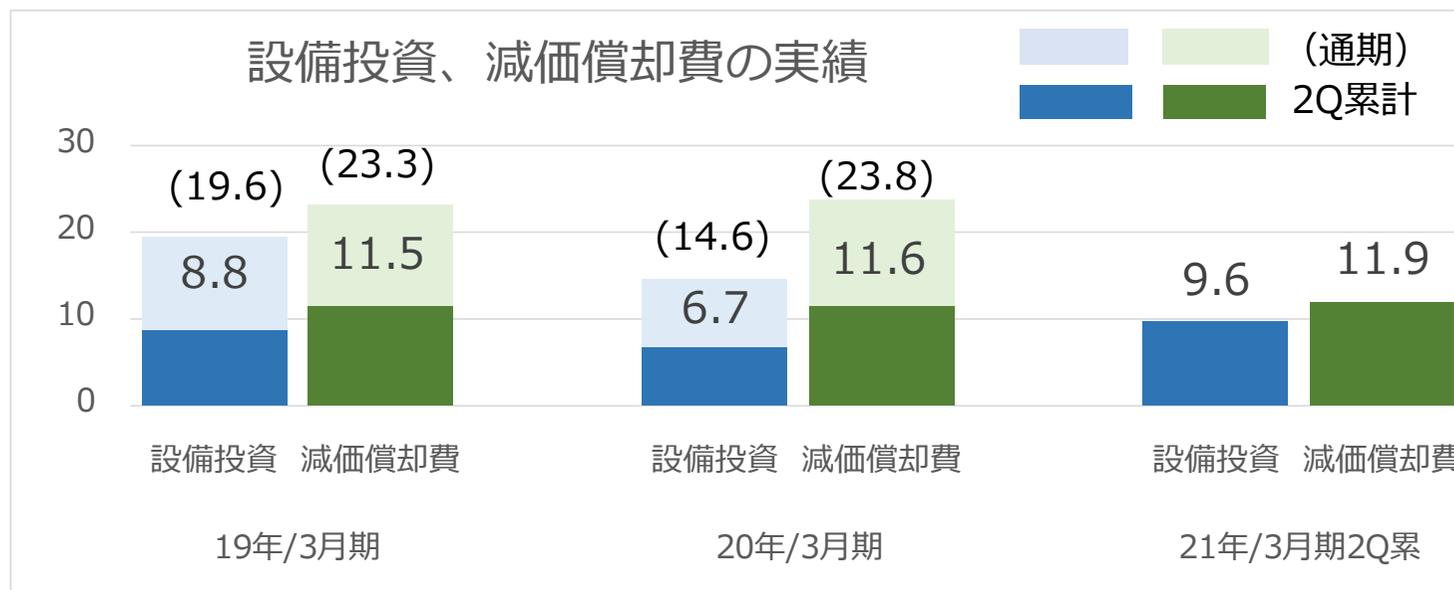
（単位：億円）

	2020年3月期末 (2020年3月31日)		2021年3月期2Q末 (2020年9月30日)		増減
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	<b>334.2</b>	55.9%	<b>321.2</b>	55.0%	△13.0
現預金・有価証券	<b>118.8</b>	19.9%	<b>123.1</b>	21.1%	4.3
売上債権	<b>128.1</b>	21.4%	<b>115.3</b>	19.7%	△12.8
棚卸資産	<b>84.3</b>	14.1%	<b>78.9</b>	13.5%	△5.4
その他	<b>3.0</b>	0.5%	<b>3.9</b>	0.7%	0.9
固定資産	<b>263.3</b>	44.1%	<b>263.2</b>	45.0%	△0.1
資産合計	<b>597.5</b>	100%	<b>584.4</b>	100%	△13.1
流動負債	<b>141.7</b>	23.7%	<b>129.4</b>	22.1%	△12.3
固定負債	<b>83.6</b>	14.0%	<b>84.6</b>	14.5%	1.0
負債合計	<b>225.3</b>	37.7%	<b>214.0</b>	36.6%	△11.3
純資産合計	<b>372.2</b>	62.3%	<b>370.4</b>	63.4%	△1.8
負債・純資産合計	<b>597.5</b>	100%	<b>584.4</b>	100%	△13.1

## 設備投資・減価償却費

設備投資 : 増加、生産設備は通常のメンテナンス投資水準

減価償却費 : 微増



### 当期主要投資

- メディカル安城工場  
裁断包装整備
- テープ安城工場  
塗工機整備
- ニチバンメディカル  
前処理棟建設・棟内整備  
医療機器（絆創膏）設備増強
- その他  
基幹システム

# キャッシュフロー

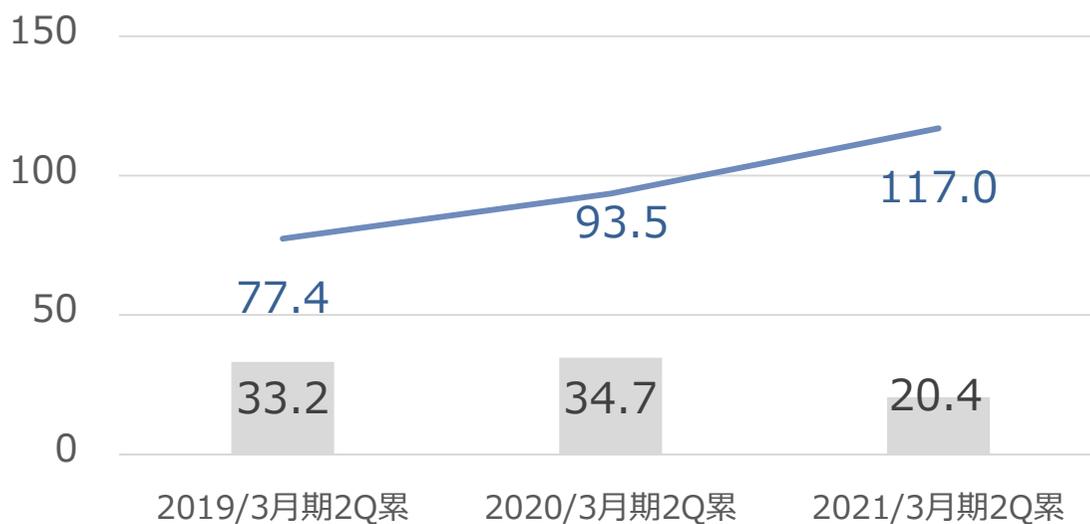
(単位：億円)

	20/3月期2Q累計		21/3月期2Q累計	
	実績		実績	増減
営業活動によるC/F	34.7		20.4	△14.3
投資活動によるC/F	△10.9		△8.8	2.1
フリーC/F	23.8		11.6	△12.2
財務活動によるC/F	△8.4		△7.2	1.2

資金残高増

主な増減項目

- 営業C/F
  - ・ 棚卸資産の減少  
(在庫圧縮)
  - ・ 仕入債務の減少



■ 営業C/F

— 資金残高



# 目次

---

## 新型コロナウイルス感染拡大の影響

1. 2021年3月期第2四半期 決算概要
2. 事業フィールドレビュー
3. 当期（2021年3月期）の見通し
4. 中期経営計画  
【ISHIZUE 2023 ～SHINKA・変革～】

## 当期の当グループを取り巻く環境

メディカル事業	ヘルスケア	新型コロナウイルス感染症拡大による <b>インバウンド需要の消失</b> 大型スポーツイベント延期に伴うスポーツ・運動サポート産業の消費鈍化
	医療材	新型コロナウイルス感染拡大による外来患者数の減少 医療現場の感染対策の徹底、安全性に対する意識の高まり 医療費抑制の流れによる医療材料調達コストの削減
テープ事業	オフィス ホーム	在宅勤務の定着化などによる、文具事務用品市場での <b>法人需要の減少</b> と 巣ごもり需要などパーソナルユース品の需要拡大
	工業品	自動車産業の停滞による塗装マスキング用途など産業資材の需要低迷 新型コロナ影響による百貨店など小売業不振による包装用資材の減少
海外事業		ロックダウン（都市封鎖）等での <b>経済活動の停滞</b> 東アジア情勢不安 生産・消費活動への懸念 米中貿易摩擦 輸出関連産業の停滞と経済全体への波及
共通		外出自粛以降の中食・内食シフト、EC利用増加、家庭内消費需要増加など 消費者動向の変化

## 事業フィールドレビュー [売上高]

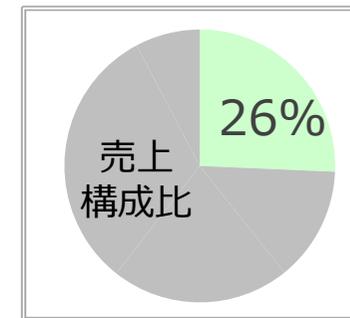
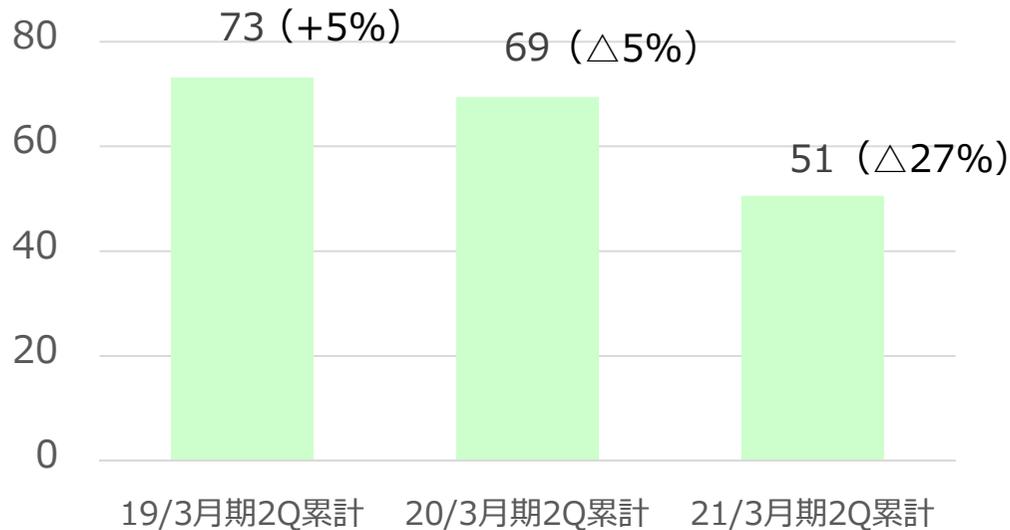
(単位：億円)

	2020年3月期 2Q 累計		2021年3月期 2Q 累計		前期比
	金額	構成比	金額	構成比	
ヘルスケア	69	31%	51	26%	△27%
医療材	29	13%	27	13%	△8%
メディカル事業	98	44%	77	39%	△22%
オフィスホーム	42	19%	42	21%	+1%
工業品	67	30%	62	32%	△7%
テープ事業	109	49%	104	53%	△4%
海外事業	16	7%	15	8%	△4%
全社	223	100%	197	100%	△12%

# 事業フィールドレビュー [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



● 主要製品の状況

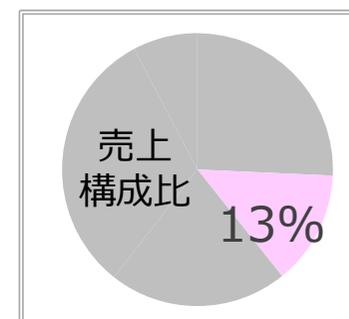
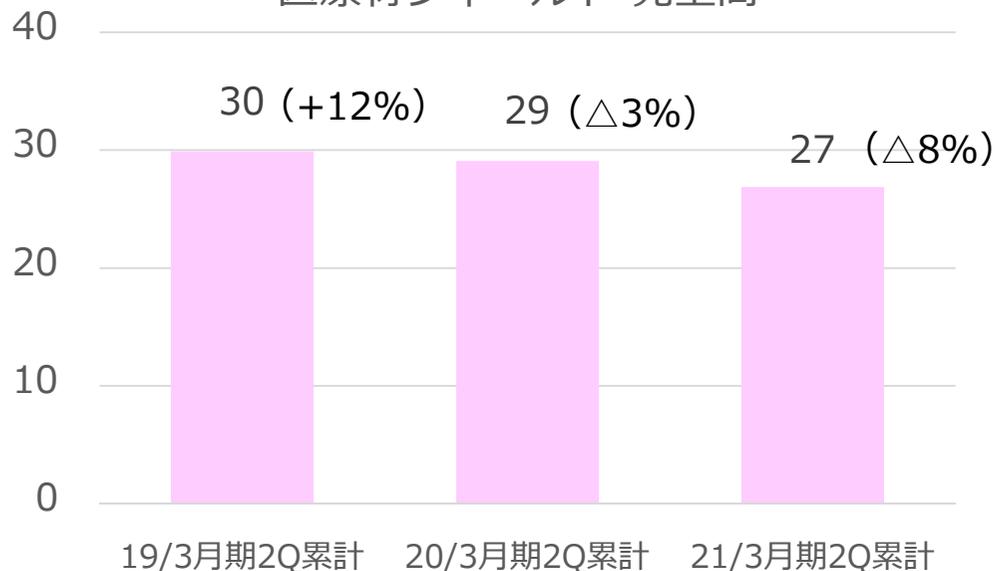
ケアリーヴ™	前期比 △1%	1Qに拡大・シェア維持も半期では前期並み 一般タイプ、治す力™防水タイプ好調
ロイヒ™	前期比△64%	国内一般消費は堅調も、コロナ影響により インバウンド消費が消失

- ケアリーヴ™ Web施策、EC施策の実施  
サンプリング施策、新サイズ（超大判）拡販
- ロイヒつぼ膏™ サンプリング施策  
動画配信による国内需要喚起  
ロイヒつぼ膏™クール 大判タイプ拡充

# 事業フィールドレビュー [メディカル; 医療材]

(単位: 億円)

医療材フィールド 売上高



●主要製品の状況

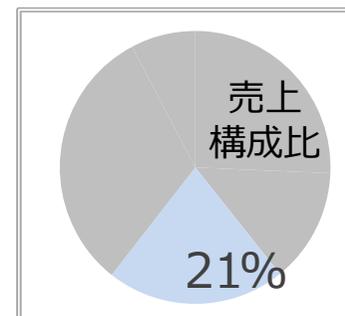
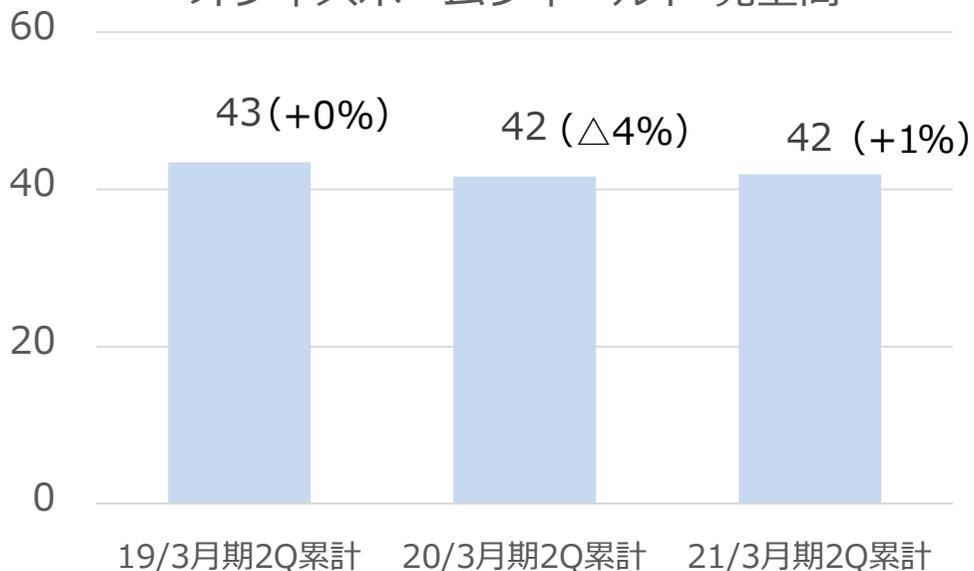
巻絆創膏	前期比△14%	来院患者数、手術件数減にて減少
止血バン (セサブリック™)	前期比△8%	採血後の感染予防・安全意識に訴求 ステプティ、インジェクションパッド堅調
ドレッシング	前期比△7%	来院患者数、手術件数減にて減少
医療用貼付剤 (受託生産品)	前期比△12%	生産委託先からの受注減

- 医療機関への訪問制限にて、リモートとメールDMでの活動に変換。新たな取り組みとしてWEBセミナー、オンライン商談を実施
- 学会関連もWEB開催に変更
- 感染予防、安全意識拡大の需要取込みに注力

# 事業フィールドレビュー [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



## ●主要製品の状況

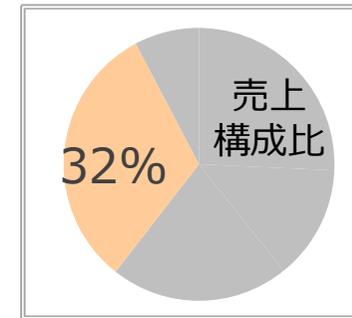
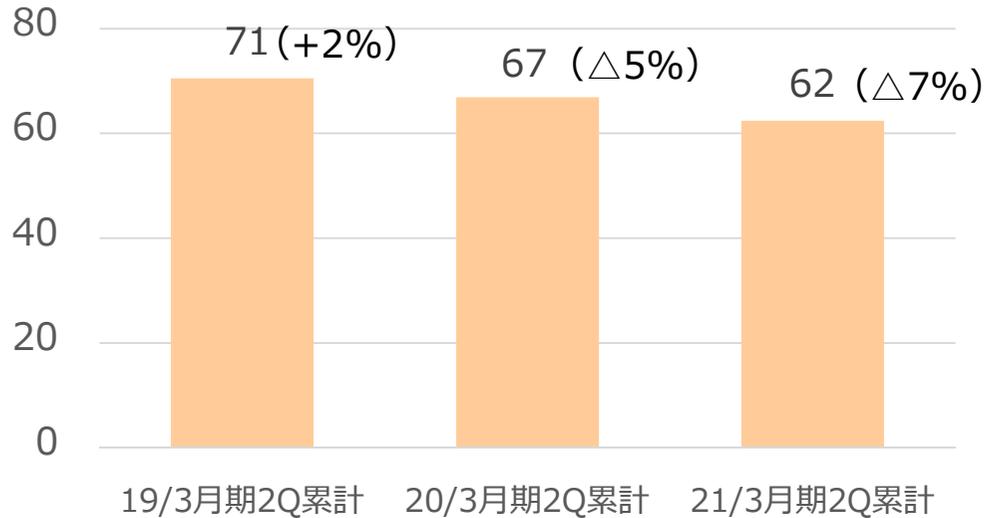
セロテープ®	前期比+2%	BtoB需要の落ち込みをパーソナルユースの品目でカバー
ナイスタック™	前期比△3%	BtoB需要減により、業務用品群での販売低迷継続

- コロナ禍による在宅勤務、小売業の休業、学校の休校などにより、納品事業では大幅な減少
- キッチン用「ワザアリ™テープ」による食品ロス対策提案、使用普及推進
- セロテープ® SDGs戦略として環境対応訴求

# 事業フィールドレビュー [テープ ; 工業品]

(単位 : 億円)

## 工業品フィールド 売上高



### ●主要製品の状況

包装用テープ	前期比Δ7%	レジ袋有料化に伴うお買い上げテープは好調も、通常の包装用は苦戦
マスキングテープ	前期比Δ21%	自動車向け 建築向けともに減少
野菜・結束テープ	前期比Δ3%	たばねら™ が天候不順の影響あり 産地向けが苦戦

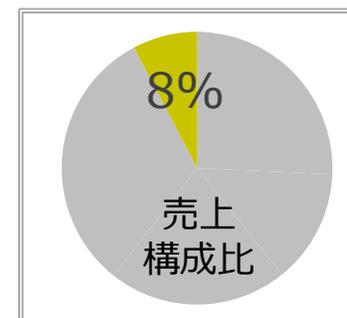
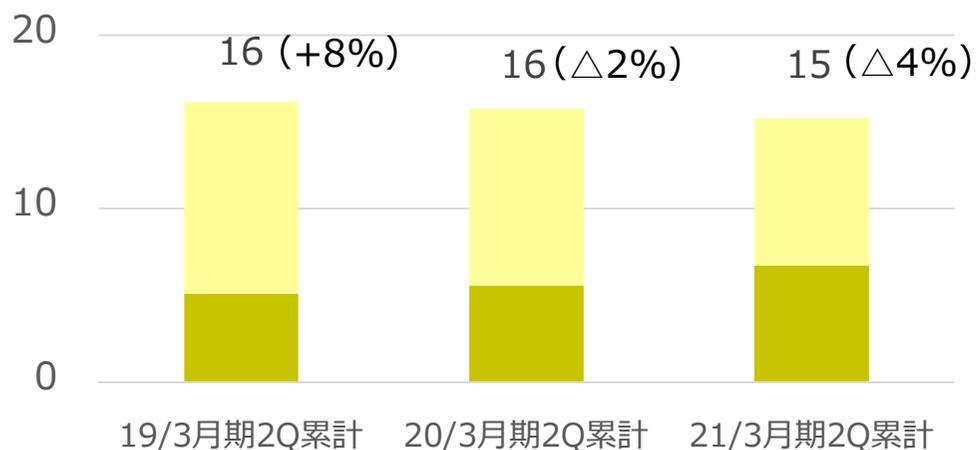
- セロテープ®はSDGs戦略として、環境に配慮した製品である「主原料は天然素材」に加えセルロース素材の「脱プラ」訴求
- マスキングテープは上期の大幅減から、足元では車輛関連を中心に回復傾向。
- 「食品・農業・建築」を注力分野とし新規開拓と用途拡大を推進

# 事業フィールドレビュー [海外]

## 海外フィールド 売上高

■ テープ製品 ■ メディカル製品

(単位：億円)



### ●主要エリア

アジア	前期比Δ9%	ケアリーヴ™伸長 自動車関連、減少
欧州	前期比Δ2%	止血・和紙マスキング増 自動車関連・包装用テープ減

### ●重点製品

ケアリーヴ™	アジア向け伸張	前期比+12%
止血製品 Cesablic™	欧州向け増加	前期比+33%
塗装マスキングテープ	欧州向け増加	前期比+22%
Panfix™セロハンテープ※	アジアで苦戦	前期比Δ21%

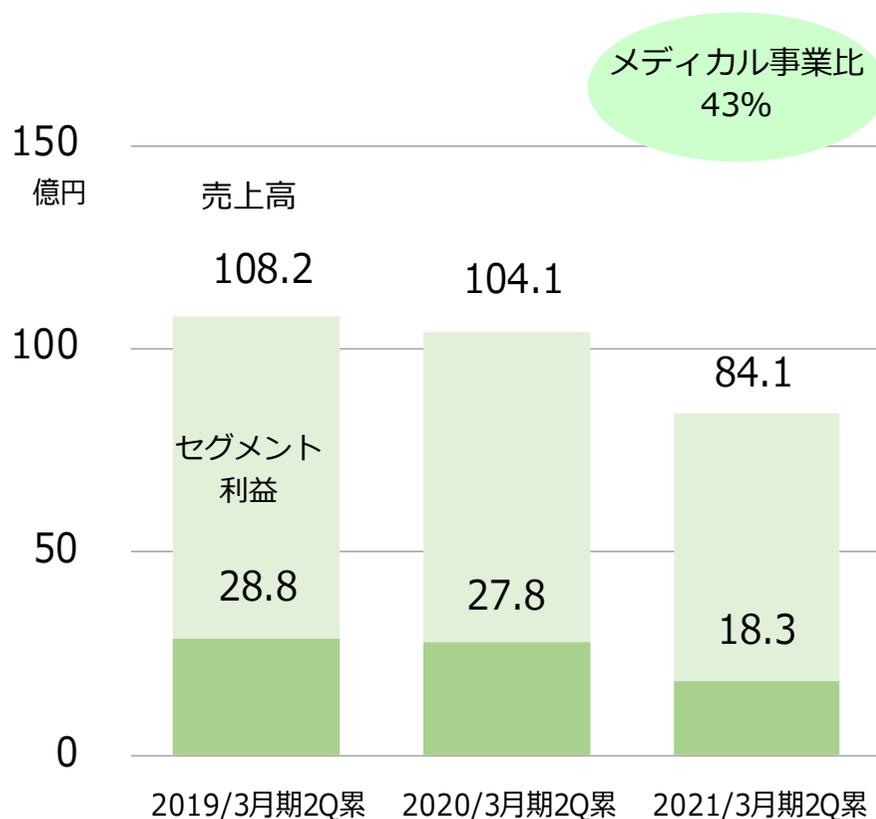
上記以外の包装テープ・自動車関連のテープ・フィルム等は大幅減少

- ケアリーヴ™、止血製品 Cesablic™を中心に新規拡大に注力、メディカル製品は大きく伸長
- 和紙マスキングテープは欧州・中国市場に向けて建築塗装用途での販売に注力
- 中国市場に向けたメディカル製品新規開拓  
越境EC旗艦店出店  
大病院向け 止血製品・術後ケア製品提案

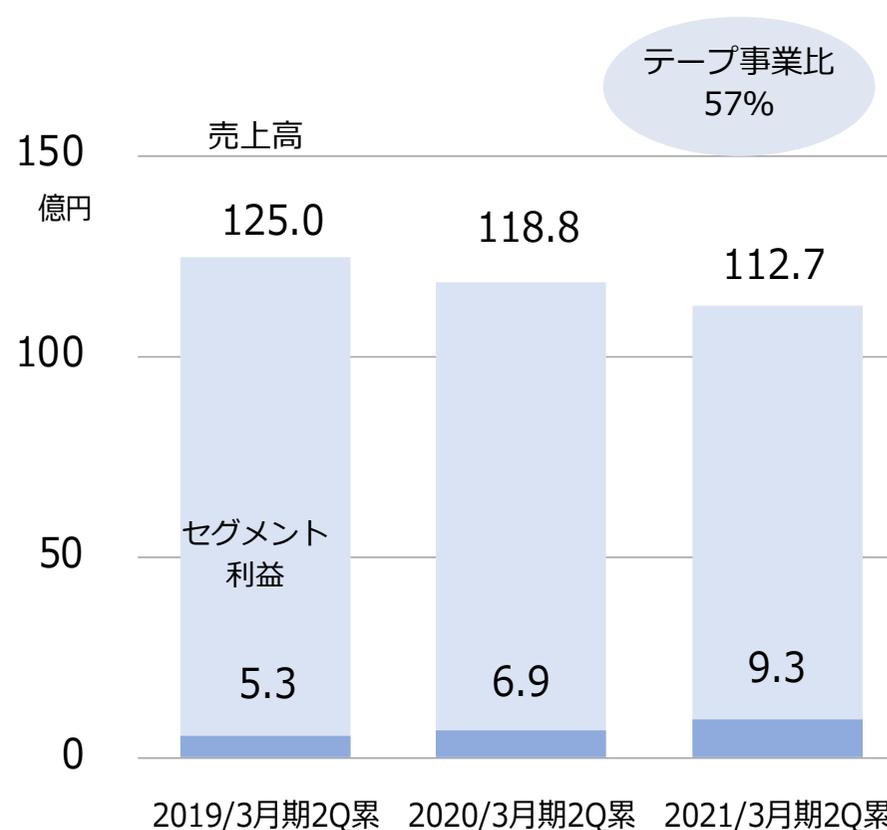
※海外向けセロハンテープ

# セグメント別情報

## メディカル (海外売上を含む)



## テープ (海外売上を含む)





## 目次

---

### 新型コロナウイルス感染拡大の影響

1. 2021年3月期第2四半期 決算概要
2. 事業フィールドレビュー
3. 当期（2021年3月期）の見通し
4. 中期経営計画  
【ISHIZUE 2023 ～SHINKA・変革～】

# 2021年3月期 業績予想

下期見通し

(単位：億円)

売上高横ばい、営業利益減益（上期より減益幅は縮小）  
 インバウンド消失、オフィス・店舗・工場向けは厳しい状況継続  
 医療向けは回復見込み

	上期（2Q累計）実績			下期（3Q+4Q）予想			通期予想		
	金額	前期比		金額	前期比		金額	前期比	
		増減	増減率		増減	増減率		増減	増減率
売上高	196.8	△26.1	△11.7%	218.2	0.5	0.2%	415.0	△25.6	△5.8%
営業利益	8.8	△7.5	△46.2%	11.2	△2.3	△16.6%	20.0	△9.8	△32.8%
経常利益	9.6	△7.3	△43.2%	11.4	△2.7	△19.0%	21.0	△10.0	△32.2%
当期純利益	5.2	△4.5	△46.3%	7.8	0.0	△0.3%	13.0	△4.5	△25.8%

## 重点施策

- ・救急絆創膏 ケアリーヴ™ シェア拡大
- ・鎮痛消炎剤 ロイヒ™ 国内需要拡大
- ・battlewin™ テーピングテープ 新規需要創出
- ・Ascablic™ 『術後トータルケア』浸透推進
- ・セロテープ® SDGs視点の周知・拡大
- ・フードパクターテープ™、ワザアリ™テープ 中食・内食増加による家庭内消費需要の取り込み
- ・海外事業 事業基盤の確立と現地密着営業推進

# 重点施策

## 救急絆創膏 ケアリーヴ™

国内売上は安定成長継続、シェア拡大推進  
 トップブランド実現に向けて、高機能タイプ「治す力™」拡大注力  
 テレビCMを中心とした大型プロモーションを予定

モイストヒーリング(湿潤療法)  
 でキズを治す

痛みをやわらげ  
 キズを早くきれいに  
 治したい時に



## 鎮痛消炎剤 ロイヒ™

インバウンド消失により当期は前期比大幅マイナス  
 国内拡大に向け、認知度向上施策・新製品拡充  
 テレビCMを中心とした大型プロモーションを予定

ロイヒつぼ膏™クール大判  
 2020.9発売

ロイヒ膏™ロキソプロフェン  
 2020.11発売



# 重点施策

## テーピング battlewin™

### パートナー契約活用

「スポーツ用途」と「日常生活」での需要創出に向けて  
 『けが予防、運動サポート』啓蒙

- ◆ FCバルセロナ
- ◆ 日本スポーツ協会
- ◆ JFA Youth & Development Programme

「天皇杯 JFA 第100回 全日本サッカー選手権大会」  
 特別協賛決定



REGIONAL PARTNER OF FC BARCELONA



公益財団法人

日本スポーツ協会



FMS08FCBR



FMS10JAFPCR



## 術後ケア Ascablic™

手術直後の傷のケアから

手術後の傷あとのケアまで

「目立たない傷あと」を目指してサポート

感染予防対策、安全意識の高まりを踏まえ、

止血製品 Cesablic™ とともに

国内・海外に向けて新規採用に注力

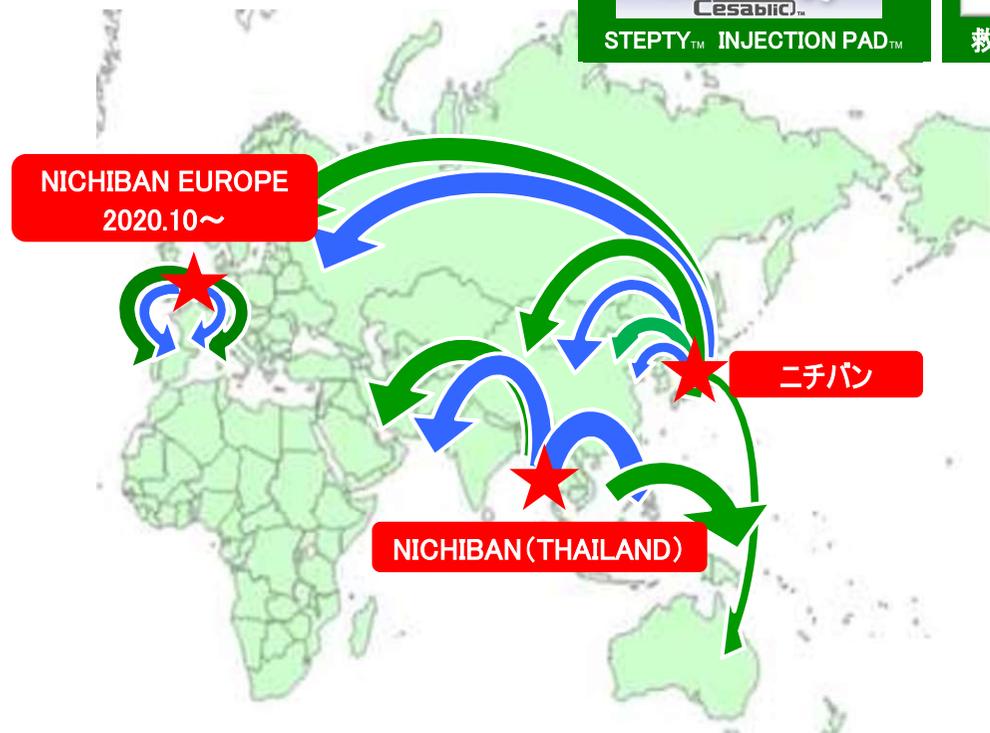


# 重点施策

海外事業基盤の確立  
現地密着営業推進



※海外向けセロハンテープ



製品	展開国・地域	取組み進捗状況
ケアリーヴ™	韓国	新規アイテム追加、伸長
	台湾	新規アイテム追加、伸長
	ベトナム	販売継続中
Cesabic™	タイ	販売店舗数が増加
	中国	新規開拓活動を積極展開
	ヨーロッパ(EU)	販売展開国が増加
和紙マスキング	オーストラリア	新規アイテムを発売
	中国	取り扱い販売店が増加
Panfix™セルローステープ	ヨーロッパ(EU)	建築・DIY用途堅調
	中国	取り扱い販売店が増加
	香港	デモ以降消費低迷にて停滞
Atofine™	インドネシア	生産・消費低迷にて停滞
	トルコ	新パートナーと協働を開始
医家向ドレッシング	中国	新規開拓、告知を積極展開
ロイヒ™つば膏	ヨーロッパ(EU)	新規導入を実現
ロイヒ™つば膏	中国(越境EC)	販売拡大中、旗艦店を開設

グローバル拠点拡充 現地密着営業による新規開拓推進

- ◆ アセアン : NICHIBAN (THAILAND) CO.,LTD (タイ)
- ◆ 欧州販社 : NICHIBAN EUROPE GmbH (ドイツ)  
2020年10月に駐在員事務所を販社化

# 重点施策

セロテープ® サステナブル社会に向けて 植物由来製品の周知・拡大を通じたSDGs推進

地球にやさしい セロテープ®

Small Action for FUTURE

— サステナブルなミライへ —



地球にやさしい セロテープ®

私たちニチバンは、70年以上も前から植物由来の「セロテープ。」という商品を世に出し、環境問題に対する様々な取り組みを行ってきました。ニチバンの企業理念「すべての人々の幸せを実現」するために、新たな環境問題への取り組みを始めています。

12 つくる責任  
つかう責任



13 気候変動に  
具体的な対策を



14 海の豊かさを  
守ろう



関連するSDGs

食品用 フードパックテープ™、ワザアリ™テープ

中食・内食増加による食品関連需要の取り込み

## ■ 食品容器包装

フードパックテープ™



## ■ 食品ロス削減

ディアキチ™

ワザアリ™テープ



# 重点施策（サステナビリティへの取組み）

ニチバングループのサステナビリティ重要テーマ

関連するSDGs



## 本業

テーマ	主な取組み
セロテープ®が天然由来の製品であることによる <b>環境負荷低減</b> への貢献	主な原料が天然素材であり、バイオマスマークを取得した、環境にやさしい循環型のエコロジー製品であることを訴求し、プラスチックフィルムなどを利用したテープとの差別化を行う
<b>絆創膏・止血製品</b> による <b>感染症予防</b> への貢献	感染症予防に向けた止血製品の啓発活動
経皮吸収製剤を通じた <b>医療への貢献</b>	新たな経皮吸収製剤の開発し、疾病の治癒や健康な生活の維持に貢献する
粘着テープ※の使用による家庭系 <b>食品ロス削減</b> に向けた取組み	食品の袋の封止めだけでなく、食材の購入日や調理日、消費期限などをテープに記入し、ラベルとして使用することで、食品ロスを防止する提案を行う

※現行品はワザアリ™テープ

## 本業以外（テーマ）

### 環境

環境配慮製品の開発  
環境負荷の低減  
生物多様性保全活動

### 社会

製品の品質向上と安全の確保  
ダイバーシティ推進と人財育成  
労働安全衛生と社員の健康への対応

### ガバナンス

コーポレートガバナンス体制の強化  
コンプライアンス  
リスクマネジメント  
情報セキュリティの強化

## 第11回 ニチバン巻心 ECOプロジェクト



関連するゴール（開発目標）

### ニチバン巻心ECOプロジェクトとは

「ニチバン巻心ECOプロジェクト」は、みなさんの協力のもと粘着テープの巻心を回収し、資源として再利用するエコ活動です。集まった巻心は古紙回収業者に買い取ってもらいダンボールに再生。さらにその利益と、巻心の個数に応じたニチバンからの支援金を緑を守る2つの取り組みに役立てます。



#### 1. マングロープの植樹



環境NGO「イカオ・アコ」に寄付してマングロープの植樹・メンテナンスに役立てます。プロジェクト開始からこれまでに約20万本のマングロープを植樹。すくすくと立派な森をつくっています。

◎ ①の植樹の様子はこちら

#### 2. 「森のしずく」保全活動



島根県江津市、江の川流域で「森のしずく」保全活動を開始します。植林や間伐など適切な手入れを行うことで、空気や水をきれいにしたり、土砂災害を防ぐなど、森の本来の力を高める取り組みです。

◎ ②の植樹の様子はこちら

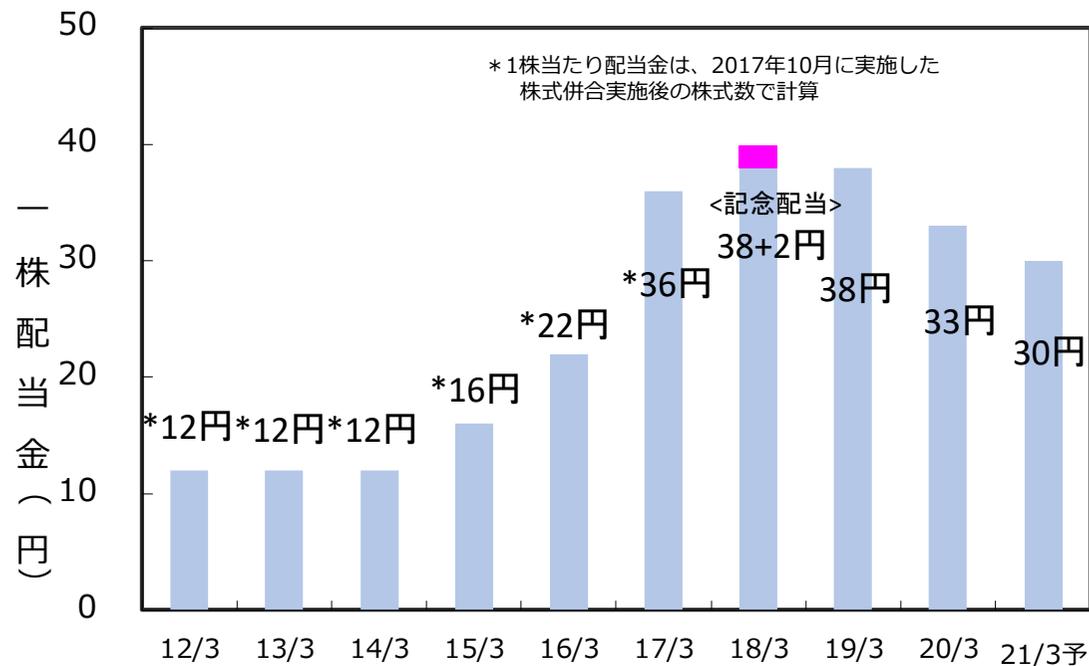
# 株主還元

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継続する方針

2020年3月期：33円

2021年3月期予想：30円

## 1株当たり年間配当金推移



## ● 株主優待制度



贈呈内容の例

1単元（100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

---

## 新型コロナウイルス感染拡大の影響

1. 2021年3月期第2四半期 決算概要
2. 事業フィールドレビュー
3. 当期（2021年3月期）の見通し
4. 中期経営計画  
【ISHIZUE 2023 ～SHINKA・変革～】

## NICHIBAN GROUP 2030 VISION

20**30**年度 快適な生活を支える価値を創出し続け グローバルに貢献する企業へ!

新製品比率 **30%** ・ 海外比率 **30%**



## NICHIBAN GROUP 2030 VISION



### イノベーション

新たな提供価値創出

- ユニット制〈自立型〉による新たな事業化・イノベーション創造推進
- コア技術深化と新技術の創出
- 社会の変化を先取りする新市場開発
- 全社生産性向上のための全員参加の業務変革

### グローバル貢献

グローバルカンパニー推進

- 主要地域をカバーする海外販売拠点設立  
現地密着営業体制の確立
- 海外生産拠点の拡充
- グローバル製品・ブランド確立
- 現地人財積極採用

2018

ISHIZUE 2023

～ SHINKA・変革～

2030

〈中長期ビジョン実現に向けて〉

NICHIBAN GROUP 2030 VISION 実現の**礎**となる「**進化・深化**」と「**変革**」の5ヶ年計画とする



## 中期経営計画

## 取組み重点テーマ推進内容

### イノベーション創出

コア技術の深堀り、オープンイノベーション推進  
**「ニチバンアクセラレーター2020」2020.10開始**  
 新事業創出に向けた**スタートアップ企業との協業**プログラム推進  
 イノベティブな研究開発・製品設計体制の確立

### グローバル展開・拡大

重点地域：東アジア・アセアン・欧州 新規市場開拓  
**販社 NICHIBAN EUROPE（ドイツ）2020.10設立**  
 海外現地販社2拠点（タイ・ドイツ）現地密着営業・新規開拓推進  
 中国市場の開拓 大規模病院施設へのメディカル製品導入推進  
 海外販路拡大のための**戦略的パートナー探索調査、選別（業務提携・M&A）**

### 事業推進体制見直し 収益改革

EC・企業協業推進体制強化  
 専任部署としてEC特販営業部をテープ事業本部配下に設置  
 サステナブル（持続可能）な社会への貢献に向けた **SDGs 取組み推進**  
 「サステナビリティ重要テーマ」策定、脱溶剤化、無溶剤新製品開発を推進

### AI・IoT積極活用

基幹システム刷新と業務プロセス改善  
 戦略的データ活用と社内業務生産性向上に向けた **新基幹システム**導入開始

### 人財育成

**エンゲージメント向上**取組み、組織マネジメント力強化  
 全社風土・職場環境改善、ミドル管理職層の向上施策推進による人財育成と活用

## 設備投資総額 年間 25億円～50億円規模を計画

### メディカル事業関連

成長戦略に基づく医薬品など  
生産能力増強 生産性向上

- 医薬品製造設備
- 医療機器※製造設備

※絆創膏 医療施設向け粘着製品

### テープ事業関連

老朽化設備更新  
既存設備の効率化  
脱溶剤推進

- コーティング処理剤製造設備（更新）
- 省人化・省力化対応設備
- 脱溶剤対応設備

### IT関連

AI・IoT積極活用  
戦略的データ活用  
基幹業務プロセス最適化

- 基幹業務システムの刷新

# ご参考：ニチバンについて

## 会社概要

- 創 業                   1918年（大正7年）1月
- 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・テープ安城工場・メディカル安城工場
- 従業員数             1,270名（連結）・757名（単体）         ※2020年9月30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  
                           NICHIBAN（THAILAND）CO.,LTD.  
                           NICHIBAN EUROPE GmbH     ※2020.10～  
                           UNION THAI-NICHIBAN CO.,LTD.  
                           大東化工株式会社  
                           株式会社飯洋化工



## ご参考：ニチバンについて

### 沿革

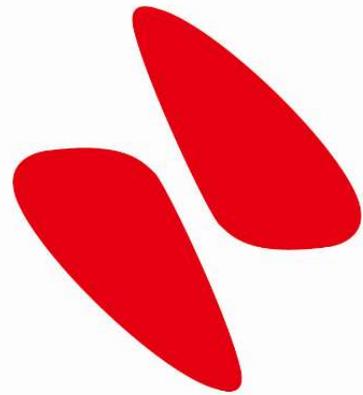
- 1918年 1月 東京都南品川に「歌橋製薬所」として創業
- 1934年12月 株式会社歌橋製薬所設立
- 1944年 9月 “絆創膏製造業企業整備令”により 全国の絆創膏製造業者（25社）が統合され「日絆工業株式会社」と改称
- 1948年 6月 登録商標『セロテープ®』の市販開始
- 1948年 6月 商号を「日絆薬品工業株式会社」と改称
- 1961年 1月 社名を「ニチバン株式会社」と改称
- 1968年 4月 東京・大阪株式市場第一部に上場
- 1976年 5月 「大鵬薬品工業株式会社」が資本参加
- 1993年 3月 決算期を11月から3月に変更
- 1994年10月 本社を東京都文京区関口に移転
- 2018年 1月 創業100周年

## ■ 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等は、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

常務執行役員 経営企画室長 高橋泰彦  
T E L : 03-5978-5625  
E-mail: [irinformation@nichiban.co.jp](mailto:irinformation@nichiban.co.jp)



**NICHIBAN**

**ぴったり技術で  
明日をつくる**