

2021年3月期 決算説明

2021年5月
ニチバン株式会社
代表取締役社長 高津 敏明



サマリー

2021年3月期実績 上期は大幅減収・減益、下期は回復傾向

上期：コロナ禍影響を大きく受ける

大幅減収・減益、在庫調整・生産減、販売管理費減

下期：コロナ禍継続も一部回復

売上横ばい、在庫調整・生産減継続

販売管理費は微増（販売施策・中計取組み等を再開）

2022年3月期計画 コロナ禍影響継続のなか増収・増益を確保
中計取組みに注力

販売・マーケティング組織を再編、顧客機軸の事業推進体制にて推進

- コンシューマー BtoCブランドマーケティング強化
- セロテープ® サステナブル社会に向けて SDGs推進
- 止血製品 感染対策への貢献、ワクチン接種需要対応
- 医療材・工業品 BtoB現場ユーザー課題の探索、解決に向けた新規提案活動推進
- 海外事業 日本・タイ・ドイツ 3拠点体制整備

現地活動・ニューノーマル社会に適した新規提案活動推進



1. 2021年3月期 概況

連結業績の概要

大幅減収、減益 上期大幅減、下期は回復基調
2/8公表 業績予想値と同水準

(金額単位：億円)

	20年3月期		21年3月期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	440.6	100%	415.3	100%	△25.3	△5.8%
営業利益	29.8	6.8%	20.0	4.8%	△9.8	△32.8%
当期純利益	17.5	4.0%	13.5	3.3%	△4.0	△22.9%
売上高 上/下						
上期	222.9		196.8		△26.1	△11.7%
下期	217.7		218.5		0.8	0.3%
R O E	4.8%		3.6%		△1.2p	
1株利益 (円)	84.54		65.15		△19.39	
フリーCF	43.7		28.5		△15.2	
期末資金残高	112.7		133.4		20.7	

21年3月期	
2/8公表予想値	増減率
415.0	0.1%
20.0	0.0%
13.0	3.8%

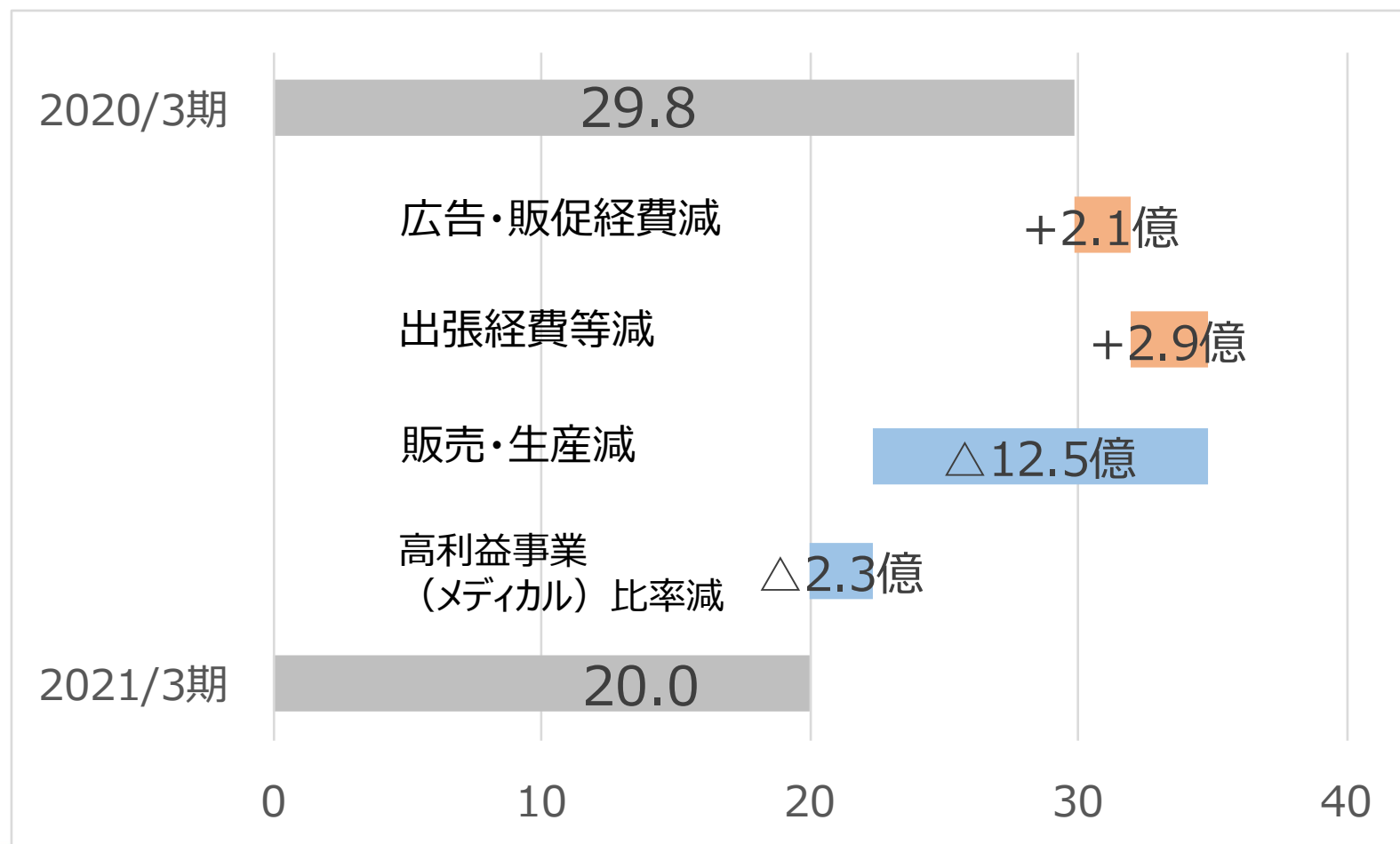
売上高、営業利益
・インバウンド消失
・在庫調整、生産減
・返品調整引当
・販管費減（プラス要素）
・メディカル事業減益
減収・減産影響
テープ事業増益
製品構成・事業効率改善

売上高 上・下
・上期大幅減
下期は回復基調

営業利益の増減

減益 9.8億 (△33%)

販売減・在庫調整に伴う生産減により原価アップ
出張経費等活動費、広告費など販管費削減



(金額単位：億円)

事業フィールド売上高、前期比

減収 25.3億 (△5.8%)

ヘルスケア : インバウンド消失、スポーツ自粛により大幅マイナス、下期はインバウンドを除き復調

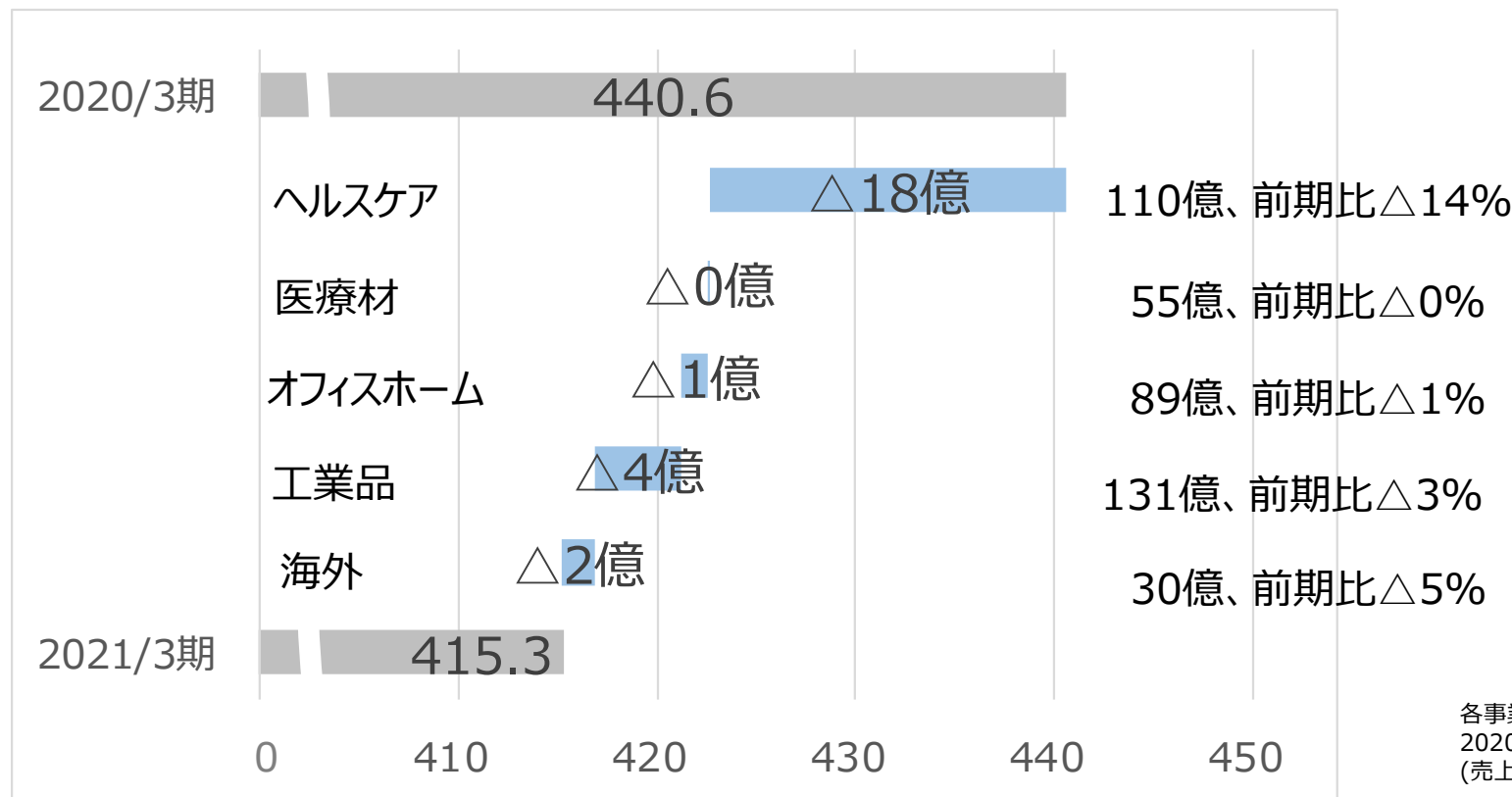
医療材 : 外来診療控え、訪問・学会など提案活動ストップ、下期は復調、活動はリモート対応実施

オフィスホーム : 底堅く推移、一部製品は巣ごもり消費により活性化

工業品 : 産業資材・店舗向け消費減、下期に一部復調もマイナス影響残、食品用テープは好調

海外 : 経済活動・現地営業活動制限継続、テープ関連大幅減、メディカル関連は新規採用進む

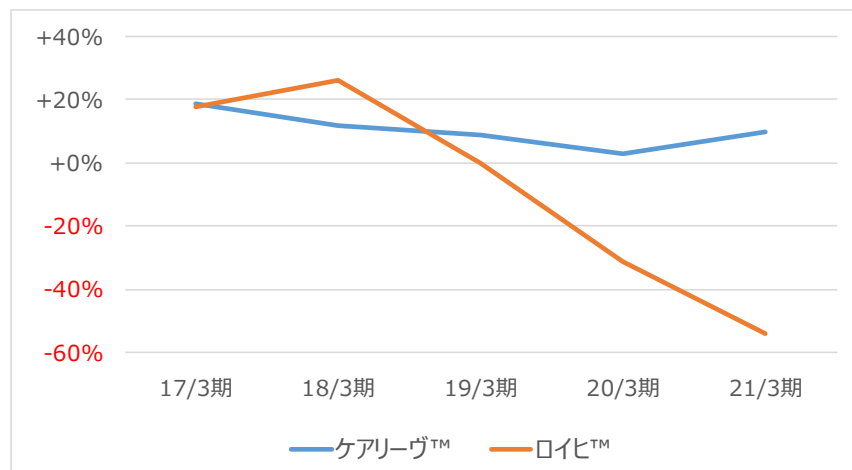
(金額単位：億円)



各事業フィールドの前期比は
2020年度の管掌変更
(売上移管)を考慮しています

主要製品 前期比推移

ヘルスケア



2021年3月期状況

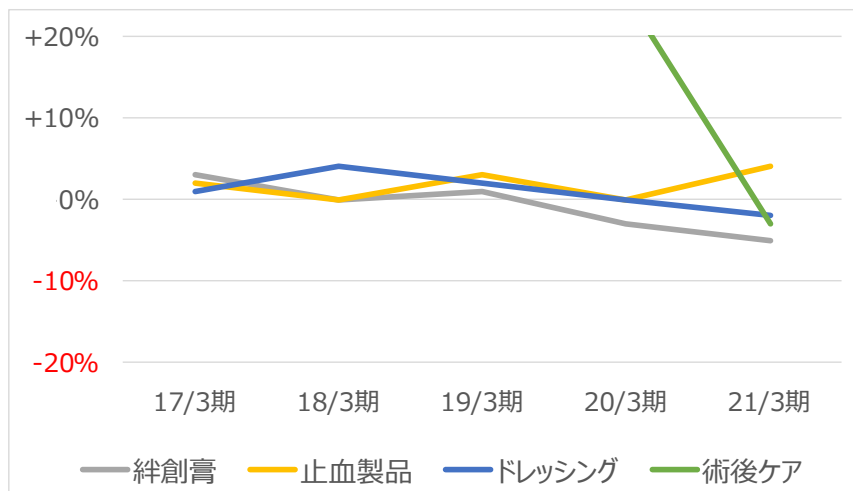
ケアリーヴ™ +10%

大型販促、キャンペーンでの認知率向上、シェア拡大にて一般タイプ・高機能タイプ(治す力™)ともに伸長

ロイヒ™ △54%

インバウンド消失により、国内需要拡大に注力

医療材



絆創膏 △5%

ドレッシング △2%

術後ケア △3%

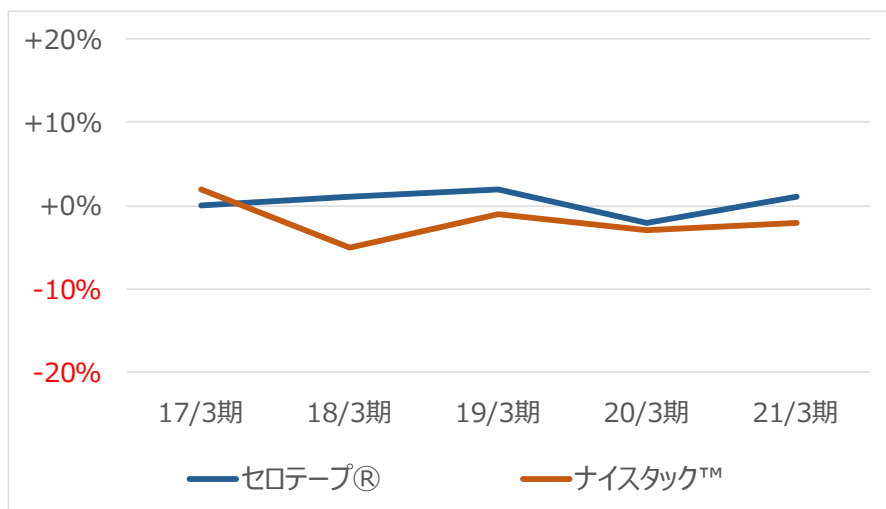
コロナ禍、手術・外来患者減による消費減

止血製品 +4%

下期に感染予防接種（インフルエンザ）等の需要増、回復

主要製品 前期比推移

オフィス ホーム



2021年3月期状況

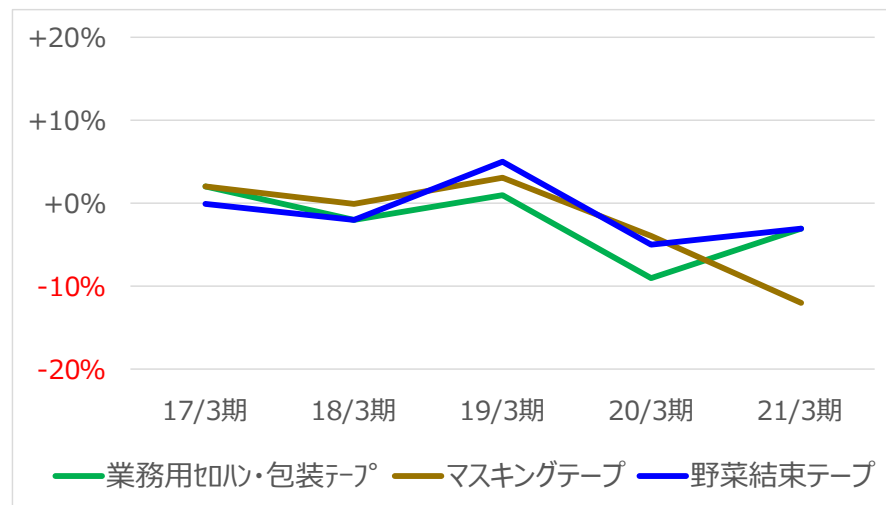
セロテープ® +1%

オフィスでの消費減も、在宅・巣ごもり需要へのシフトにて、小巻タイプを中心に底堅く推移

ナイスタック™ △2%

オフィス需要減を巣ごもり需要でカバーできず

工業品



業務用セロハン・包装テープ° △3%

産業用梱包テープ・セロハン透明テープ減
印刷テープ・中食向けは需要取込み

マスキングテープ° △12%

車両用、コロナ禍の生産調整にて需要減

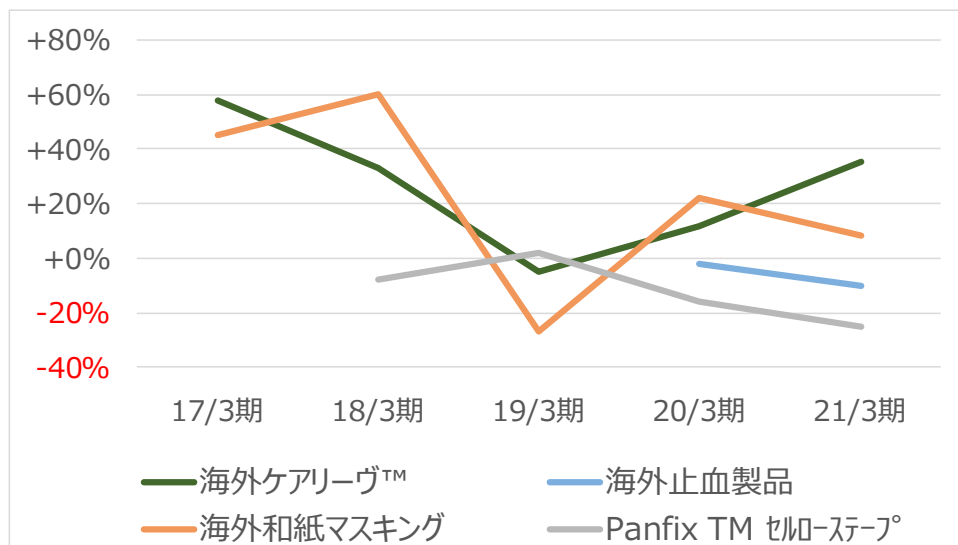
野菜結束テープ° △3%

価格改定による失地

主要製品 前期比推移

2021年3月期状況

海外



海外ケアリーヴ™ +36%

韓国伸長、
台湾・アセアン 製品ラインナップ拡充
中国新規探索

海外止血製品 △10%

欧州中心にコロナ影響受け苦戦
中国向け品目増

海外マスクング +8%

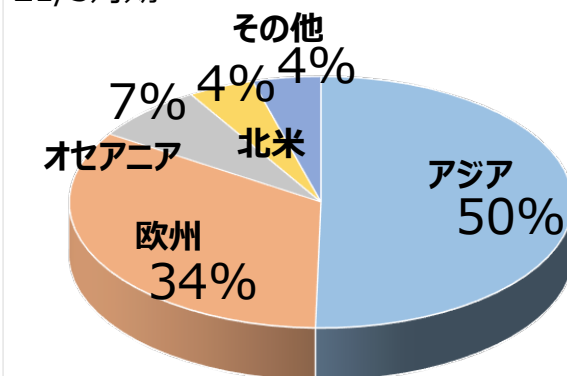
欧州・中国向け伸長

Panfix™ セルローステープ △25%

コロナ禍での需要減

21/3月期

海外
地域別
売上構成比



アジア 売上構成比50%
前期比増減 △2%

欧州 売上構成比34%
前期比増減 △14%



2. 2022年3月期見通し

今期の当グループを取り巻く環境

国内事業	ヘルスケア	新型コロナウイルス感染症拡大による インバウンド需要の消失 ↓ スポーツイベント縮小に伴うスポーツ・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症拡大での医療現場の感染対策の徹底と安全性に対する意識の高まり、ワクチン接種の本格化 ↑ 医療費抑制の流れによる医療材料調達コストの削減 ↓
	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 法人需要の減少 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	自動車産業の生産回復兆し、外出自粛以降の中食・内食シフト ↑ 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		新型コロナウイルス感染症拡大による 経済活動の停滞・一部地域での再開 → 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		EC利用増加、家庭内消費需要増 → SDGs関連、企業・投資家・消費者意識の高まり ↑



機会、プラス要素



脅威・課題、マイナス要素



プラス・マイナス両面の要素

2022年3月期 業績予想

2021年度計画 コロナ禍のなか増収・増益確保、中計取組みに注力

	21年3月期		22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	415.3	100%	420.0	100%	4.7	1.1%
(収益認識基準考慮 売上高)	(409.1)				(10.9)	(2.7%)
営業利益	20.0	4.8%	22.0	5.2%	2.0	10.0%
当期純利益	13.5	3.3%	17.0	4.0%	3.5	25.9%
収益認識基準考慮 売上高	409.1		420.0		10.9	2.7%
上期	194.0		205.0		11.0	5.7%
下期	215.1		215.0		△0.1	△0.0%
R O E	3.6%		4.4%		0.8p	
1株利益 (円)	65.15		82.04		16.89	

売上高

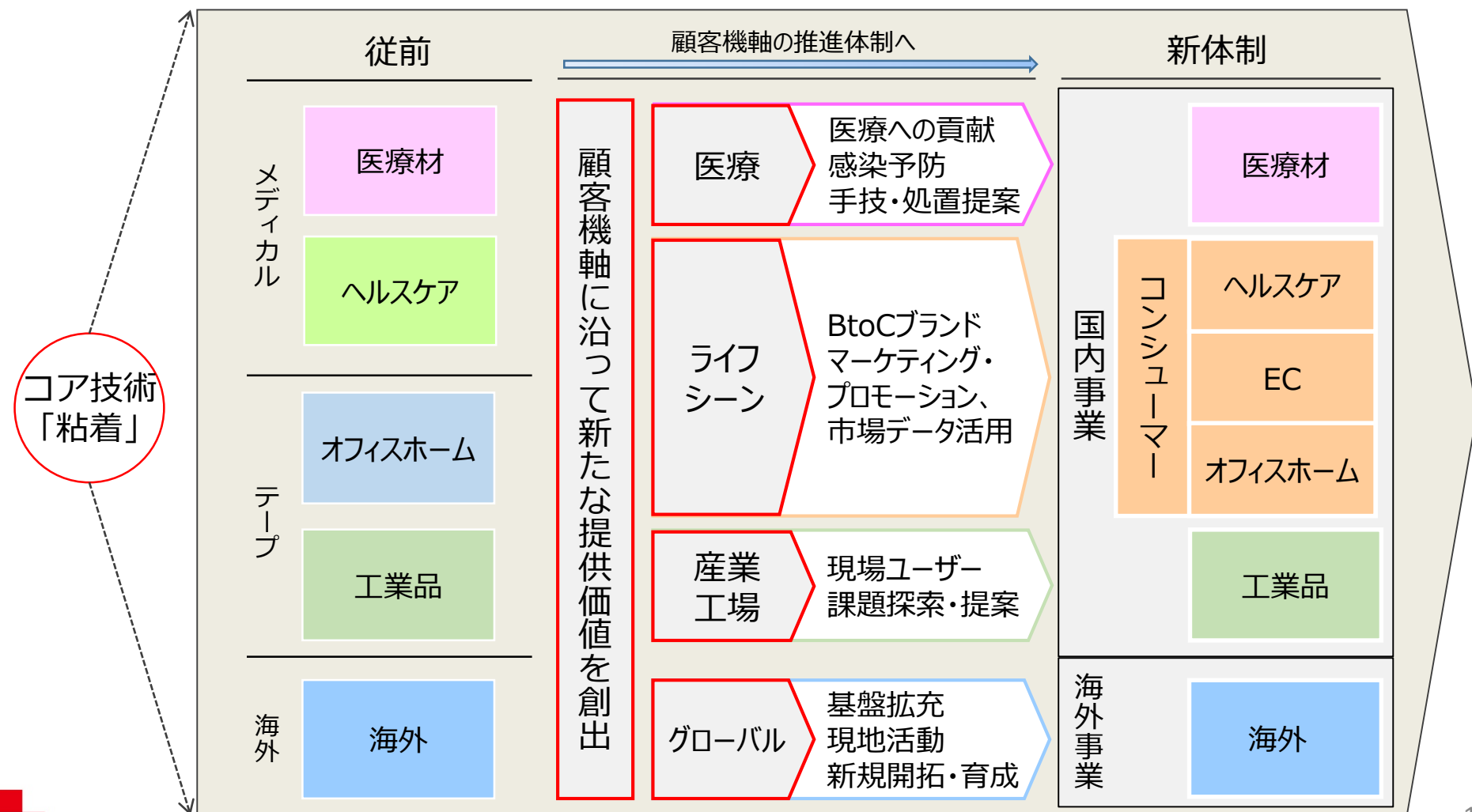
- ・収益認識基準適用
影響約△6億円
(営業利益には影響なし)
- ・上期は前期コロナ禍影響
より回復

営業利益

- ・在庫調整は完了
売上見合いの工場稼働
- ・マーケティング施策・中計
施策実施(経費増)

2022年3月期 計画概要

2021年度組織改定 販売・マーケティング組織の再編



2022年3月期 計画概要

2022年3月期計画 コロナ禍影響継続のなか増収・増益を確保
中計取組みに注力

販売・マーケティング組織を再編、顧客機軸の事業推進体制にて推進

- コンシューマー BtoCブランドマーケティング強化
 - ケアリーヴ™ 国内No.1ブランド・シェア実現に向けて 高品質訴求
 - ロイヒ™「温感」による鎮痛消炎 国内認知度向上・新製品拡充・越境EC展開
- セロテープ® サステナブル社会に向けて SDGs推進
- 止血製品 感染対策への貢献、ワクチン接種需要対応
- 医療材・工業品 BtoB現場ユーザー課題の探索、解決に向けた新規提案活動推進
- 海外事業 日本・タイ・ドイツ 3拠点体制による事業拡大に向けて
現地活動・ニューノーマル社会に適した新規提案活動の実践

2022年3月期 計画概要

■コンシューマー BtoC ブランドマーケティング強化

・ケアリーヴ™

国内No.1ブランド・シェア実現に向けて高品質訴求

国内

高機能タイプ「治す力™」の大型販促
キャンペーン、認知率向上/拡販に注力
市場平均を上回る成長を目指す



海外

海外事業拡大の最重点製品として、現地パートナーとの協働・プロモーションを積極展開
アジア・アセアン地域を中心に取扱店舗数拡大とブランド育成を図る
欧州も再展開に着手

2022年3月期 計画概要

■コンシューマー BtoC ブランドマーケティング強化

・ロイヒ™

「温感」による鎮痛消炎 新製品拡充+国内認知度向上PR+越境EC注力

国内

大型販促・ユーザーキャンペーン・サンプリング
など積極プロモーション実施
新製品育成（取扱い店舗拡大）など
「温感」需要拡大に注力



海外

T-Mall旗艦店オープン
定期的に販売プロモーションを実施
越境ECでの拡大推進

旗艦店
サイト



2022年3月期 計画概要

セロテープ® サステナブル社会に向けて SDGs推進

主原料は「天然素材」・脱プラスチック訴求

賛同企業（セロテープ導入企業）との広告訴求
PP袋有料化でのストアテープ拡大、
中食需要増でのフードパッケテープ拡大へ
リブランディング、製品拡充にて注力



止血製品 感染対策への貢献

COVID-19ワクチン接種需要に向けた対応

感染予防・医療の安心・安全のために、止血製品の供給増
中期的に海外向け増産も想定





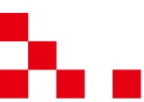
2022年3月期 計画概要

医療材・工業品

BtoB 現場ユーザー課題の探索・新規提案活動の推進

医療材：医療従事者とのコミュニケーション促進 Webリモート商談転換・活用
キーパーソン（医師・認定看護師）からの課題収集
【営業・学術・開発】連携によるユーザーフォロー、処置提案

工業品：食品、農産、建築・土木、モビリティ分野の「現場ユーザー」課題の探索
【営業・工場技術・開発】連携によるカスタマイズ提案
新規創出の実現

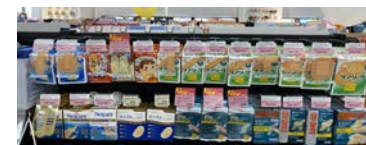


2022年3月期 計画概要

海外 日本・タイ・ドイツ 3拠点体制整備 事業拡大に向けて、
現地活動・ニューノーマル社会に適した新規提案活動推進

NICHIBAN（日本）

- | | |
|----|---|
| 韓国 | <ul style="list-style-type: none"> ・ ケアリーヴ™ 大幅伸長、更なる拡大に向け日東製薬との協働継続 ・ バトルウイン™ ブランド認知に向けて現地テーピングセミナー開始 |
| 台湾 | <ul style="list-style-type: none"> ・ ケアリーヴ™ 製品ラインナップ拡充、ブランド認知への取組み ・ 止血製品 感染対策訴求による製品育成 |
| 中国 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 中国版アトファイン™「愛托美™」販売開始、啓発活動に注力
帝王切開・内視鏡手術後ケア提案 大きな潜在市場の開拓推進 ・ 止血製品 感染対策、ワクチン接種後提案、大病院採用推進 ・ ケアリーヴ™ “素肌フィット”特徴訴求、現地薬局チェーン展開取組み ・ 和紙マスキングテープ 建築塗装用途、自動車アフターマーケット市場 |



Webリモートによる商談・提案活動、プル型営業を実践

2022年3月期 計画概要

海外 日本・タイ・ドイツ 3拠点体制整備 事業拡大に向けて、
現地活動・ニューノーマル社会に適した新規提案活動推進

NICHIBAN(THAILAND) (タイ)

タイ ・ 7-11取組み注力 新たな買場の拡大
・ サッカーチームコラボでのテーピングテープ啓発
・ 医療材 販売ルート複数確立、提案活動強化

その他 ・ ベトナム・カンボジア ケアリーヴTMプロモーション活動実施
アジア ・ フィリピン 製品登録完了、販売開始

コロナ禍のなかメディカル関連中心に
店舗拡大など製品育成に注力

NICHIBAN EUROPE GmbH (ドイツ)

欧州 販社化実現、現地重点パートナーと協働し製品育成に注力、
MDR（欧州医療機器規則）への対応推進
・ 止血製品、ドレッシング材 販売国拡大
20カ国への展開、ワクチン接種後提案
・ ケアリーヴTM フランスへの再展開を検討
・ 和紙マスキング 用途拡大・新仕様導入

2021年2月より販売活動開始
営業スタッフを増員
現地での新規獲得活動を積極化

2022年3月期計画概要 事業フィールド売上高

(単位：億円)

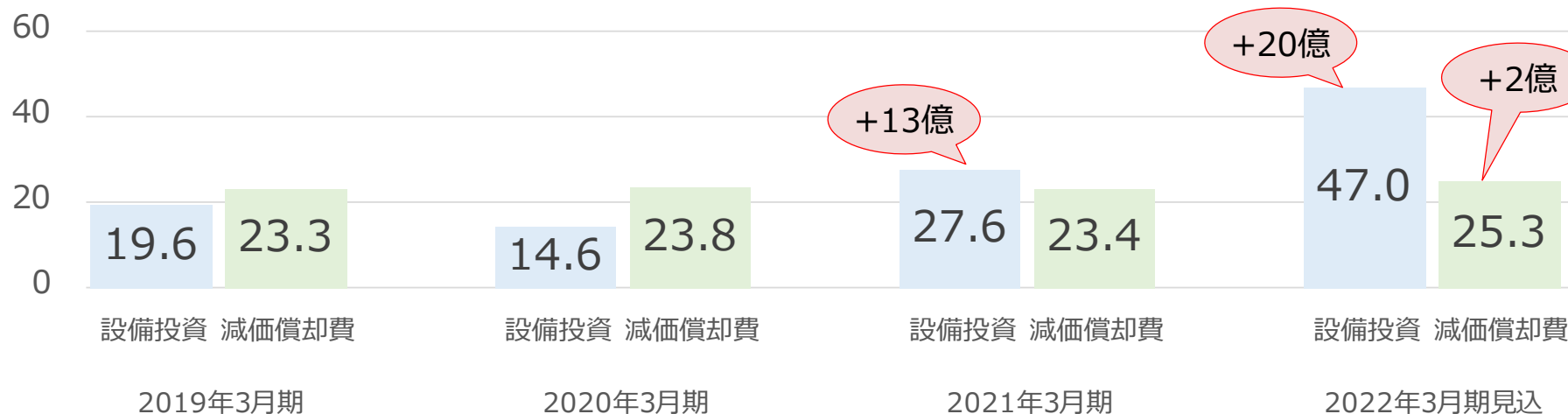
	2021年3月期		2022年3月期計画		前期比
	金額	構成比	金額	構成比	
ヘルスケア	106	26%	112	27%	+5%
EC	37	9%	38	9%	+3%
オフィスホーム	54	13%	53	13%	△1%
コンシューマー	197	48%	203	49%	+3%
医療材	54	13%	58	14%	+7%
工業品	129	32%	128	30%	△1%
国内事業	380	93%	389	93%	+2%
海外事業	29	7%	31	7%	+9%
全社	409	100%	420	100%	+3%

※2021年3月期は、「収益認識に関する会計基準」による影響額を調整しています

2022年3月期は、親会社（3月決算）からドイツ販社（12月決算）への売上移管による連結消去影響があります

設備投資、減価償却費

設備投資額、減価償却費の実績・見込



設備投資

- 2021年3月期 +13億 基幹システム
- 2022年3月期見込 +20億 医療機器製造設備（塗工機）・建屋
粘着処理剤製造設備・建屋
基幹システム 等

減価償却費

- 2022年3月期見込 +2億 基幹システム等

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	主な取り組み
セロテープ®が天然由来の製品であることによる 環境負荷低減 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
絆創膏・止血製品による 感染症予防 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 医療への貢献	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 食品ロス削減 に向けた取り組み	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、CO2削減
生物多様性保全活動

社会

製品の品質向上と安全の確保
ダイバーシティー推進と人財育成
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



株主還元

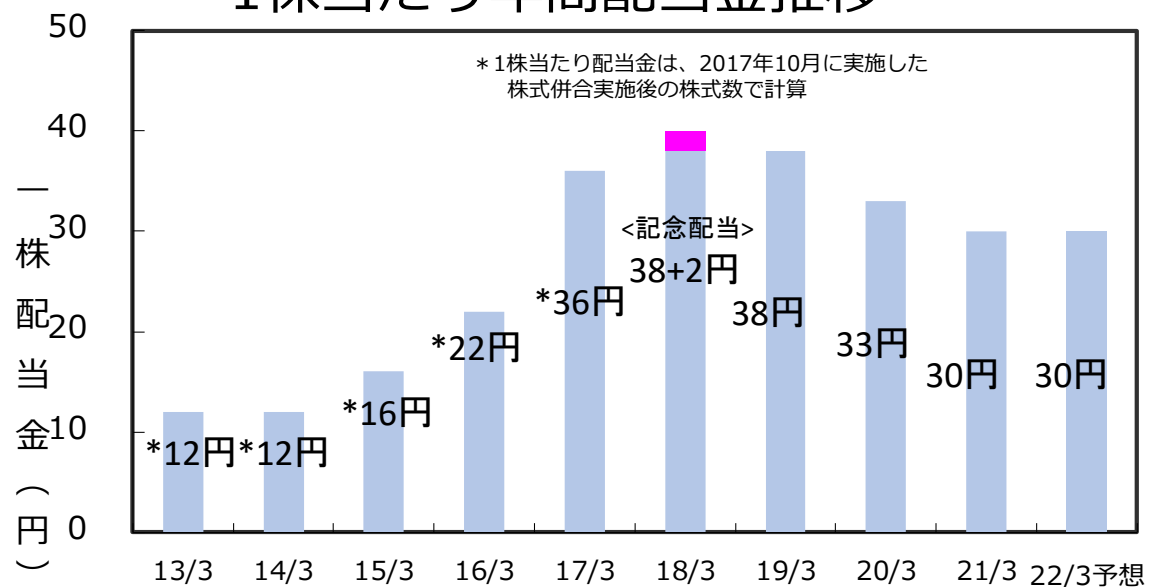
安定した配当の実施を前提に 連結ベースの配当性向25%を目処とする
業績に連動した配当を継続する方針

2021年3月期予定：30円

2022年3月期予想：30円

1株当たり年間配当金推移

* 1株当たり配当金は、2017年10月に実施した
株式併合実施後の株式数で計算



●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（3500円相当）を贈呈



3. 中期経営計画 重点テーマ進捗

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%**



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



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
スタートアップ協業「ニチバンアクセラレーター」実証実験推進中
 TDS/TRD推進ユニットを統合「イノベーションセンター」創設
 新規事業の創出に向けた開発テーマ探索・提案力強化

グローバル展開・拡大

重点地域：東アジア・アセアン・欧州 新規市場を開拓・育成
日本・タイ・ドイツ 3拠点体制による推進
 高機能・高品質メディカル製品（OTC・医家向け）を中心に製品育成
 中国向け術後ケア・止血製品の販売開始、大きな市場を見据え注力開始
 海外事業拡大に向けた**戦略的パートナー探索、選別（業務提携・M&A）**

事業推進体制見直し 収益改革

販売・マーケティング組織再編
 コンシューマー **BtoCブランドマーケティング・ECマーケティング** 推進体制整備
 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**
SDGs セロテープ®天然素材、止血製品 感染対策、CO2排出量削減 取組み注力

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**構築・実践

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

中期経営計画

設備投資

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※塗工機設備、建屋

※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・CO2排出量削減

- 粘着処理剤製造設備、建屋
- 省人化・省力化対応設備
- 脱溶剤設備、環境関連設備

I T 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
(販売・会計・生産・在庫)

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／ニチバンプリント、テープ安城工場／ニチバンテクノ
メディカル安城工場、ニチバンメディカル
- 従業員数 1,260名（連結）・752名（単体） ※就業人員 2021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
 NICHIBAN（THAILAND）CO.,LTD.
 NICHIBAN EUROPE GmbH
 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



NICHIBAN

**ぴったり技術で
明日をつくる**