

# ニチバン株式会社

## 2022年3月期 決算説明会

2022年5月27日  
代表取締役社長 高津 敏明



# 2022年3月期概況

2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

(億円単位)	2021年3月期		2022年3月期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	415.3	100%	431.3	100%	16.0	3.9%
(収益認識基準 適用前売上高)	415.3	100%	(438.6)		(23.3)	(5.6%)
売上原価	281.6	67.8%	296.3	68.7%	14.7	5.3%
売上総利益	133.7	32.2%	135.0	31.3%	1.3	0.9%
販売管理費 ※	113.7	27.4%	110.5	25.6%	△3.2	△2.8%
営業利益	20.0	4.8%	24.5	5.7%	4.5	22.5%
当期純利益	13.5	3.3%	18.1	4.2%	4.6	34.1%
ROE	3.6%		4.7%		1.1p	
1株純利益 (円)	65.15		87.34		22.19	
フリーキャッシュフロー	28.4		11.6		△16.8	
期末資金残高	133.4		138.4		5.0	

## コロナ禍より一部回復 増収・増益

### 売上高

収益認識基準影響を除き 5.6%増収

### 売上原価

原価率アップ、原材料価格高騰

### 販売管理費

※前期 返品調整引当金繰入額を含む

特売費 (収益認識基準影響) △6.9億円

前期 返品調整引当 △1.9億円

減価償却費・物流費等 +5.6億円

# 損益等 (計画比)

2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

(億円単位)	2022年3月期計画		2022年3月期		増減		2022年3月期	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率	期首時点 当初計画	増減率
売上高	420.0	100%	431.3	100%	11.3	2.7%	420.0	2.7%
営業利益	25.0	4.8%	24.5	5.7%	△0.5	△2.0%	22.0	11.4%
当期純利益	19.0	3.3%	18.1	4.2%	△0.9	△4.7%	17.0	6.5%

計画（直近の業績予想）比では売上増、  
利益は第4Qの原材料コストアップが大きく響き未達

# 損益等 (四半期、対前年同期増減率)

2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

(億円単位)	1Q		2Q		3Q		4Q		通期	
	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率
売上高	101.6		103.8		115.9		110.0		431.3	
(収益認識基準適用前売上高)	(103.0)	(12.0%)	(105.2)	(0.4%)	(117.8)	(2.6%)	(112.6)	(8.5%)	(438.6)	(5.6%)
売上原価	69.1	10.9%	69.8	-4.0%	78.3	2.2%	79.1	13.3%	296.3	5.3%
売上総利益	32.5	9.6%	34.0	6.1%	37.6	-1.4%	30.9	-8.9%	135.0	0.9%
販売管理費	26.5	4.0%	27.8	1.3%	28.8	-3.2%	27.4	-11.8%	110.5	-2.8%
営業利益	6.0	43.7%	6.2	35.3%	8.8	5.2%	3.5	20.9%	24.5	22.5%
当期純利益	4.3	134.2%	4.5	33.3%	6.4	-1.7%	2.9	60.0%	18.1	34.0%

売上原価4Q : 売上増収率を大幅に上回る増加 原材料価格高騰が顕在化  
 販管費4Q : 減少 前期 特売費 (収益認識基準適用) ・返品調整引当

# 損益等 (営業利益の増減分析)

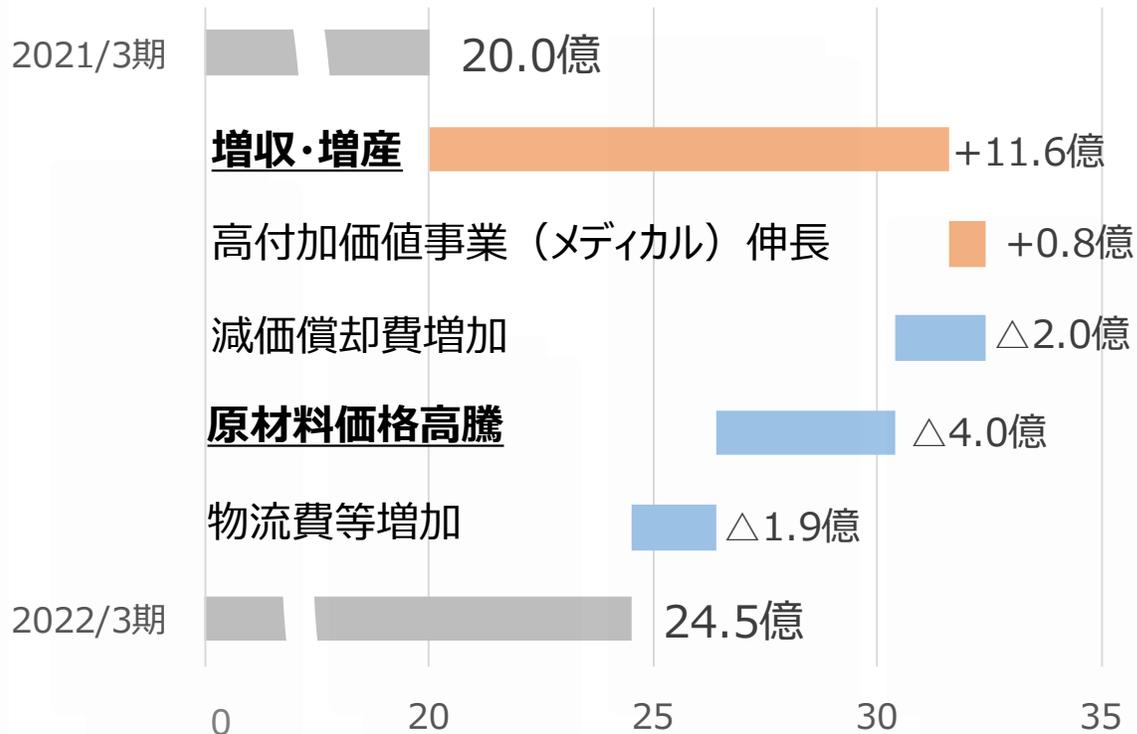
2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

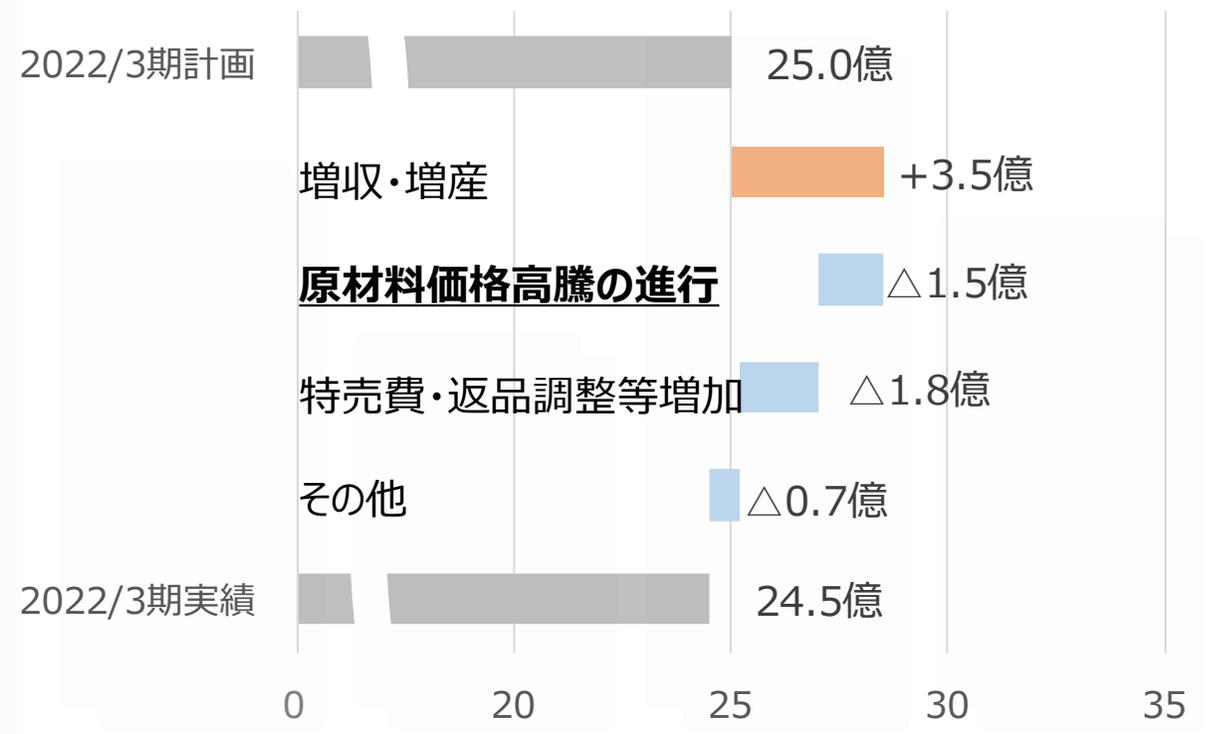
参考情報

## 前期比



増収・増産による大幅増益効果も  
原材料価格高騰によるマイナス影響大きい

## 計画 (業績予想) 比



原材料価格高騰の進行によるマイナスが  
売上の上振れによる増益効果を上回る

# 損益等 (事業フィールド別売上高)

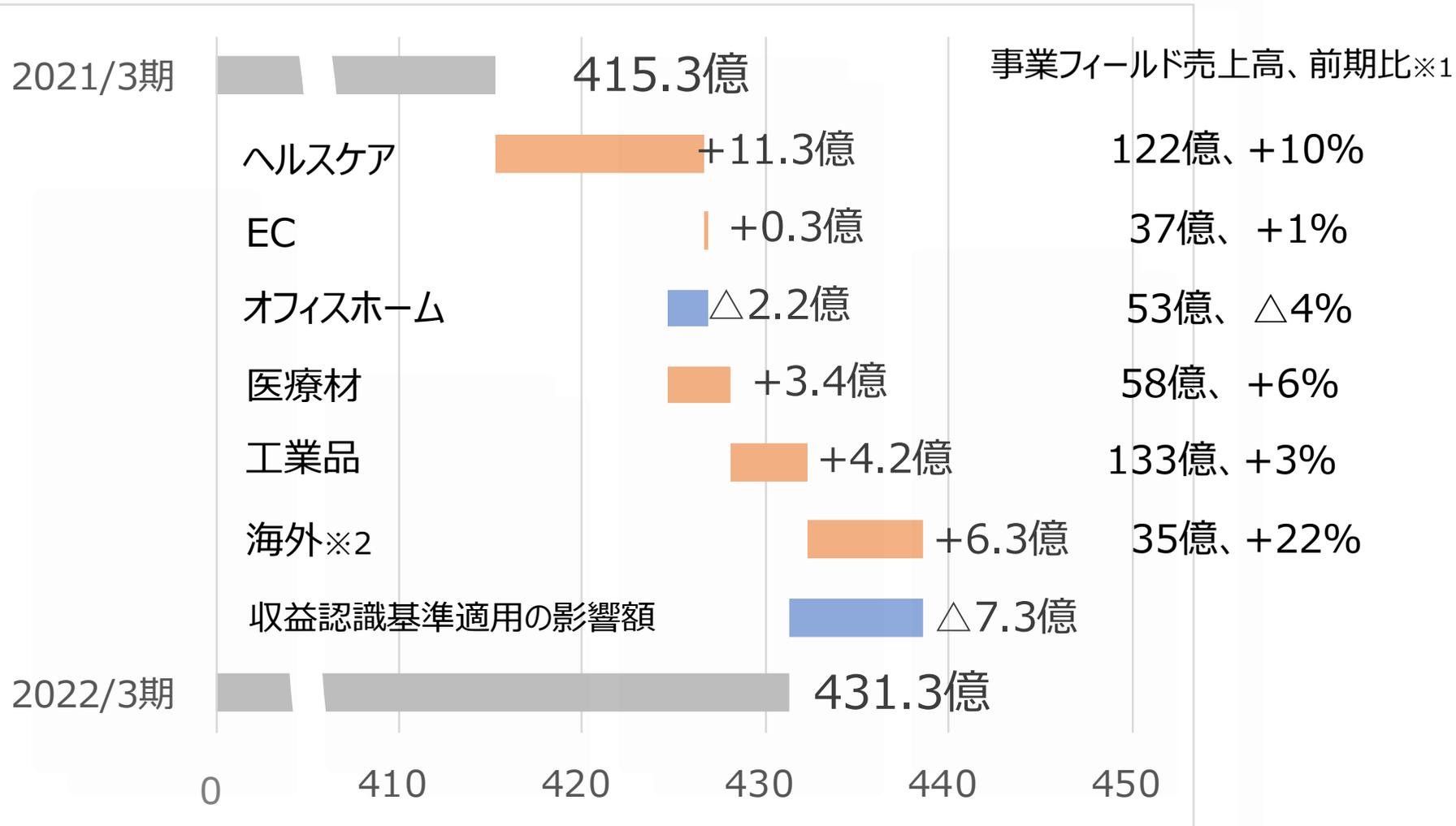
2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

## フィールド別売上高、前期比増減



### ヘルスケア

主力製品伸長

### 医療材

ワクチン接種需要へ止血製品供給  
術後ケア新規開拓進展

### 工業品

ゼロテープ®SDGs訴求  
値上げ前駆込みあり

### 海外

前期コロナ禍より復調  
重点製品拡大

※1 前期比較のため以下の調整を行っています。  
 ・事業フィールド売上高  
 収益認識基準適用前の金額  
 ・前期比  
 2021年度組織改定による売上移管（管掌変更）を考慮  
 ※2 海外売上高は親会社（3月決算）からドイツ販社（12月決算）への売上移管・連結消去による一時的なマイナス影響を含んでおり、実質的な増収幅は上記表示よりも大きい

2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

## 主カブランド状況

## メディア・テレビCM



### ケアリーヴ™

- ✓ 国内No.1シェアへ  
一般タイプ (クラスI)  
高機能タイプ (クラスII) 「治す力™」  
コロナ禍で外傷減少するも  
TVCM・Web施策、キャンペーン実施

前期比 ➡  
+8%

### ロイヒつぼ膏™ シリーズ

- ✓ ロイヒ膏™ ロキソプロフェン温感訴求  
コロナ禍による外国人観光客減少するも  
Web施策、キャンペーン実施

前期比 ➡  
+23%

### バトルウィン™ テーピング

- ✓ Wグリップ・指プロテクター拡大  
SNSキャンペーン実施  
インフルエンサー活用

前期比 ➡  
+12%



ケアリーヴ治す力™  
冬のあかぎれに！



バトルウィン™ 指プロテクター  
曲げると痛い指に



ロイヒ膏™ ロキソプロフェン  
肩こりの痛み、腰痛に

2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

## Web・SNS・EC施策

## イベント施策



### Web動画 広告配信

ケアリーヴ™

冬場あかぎれ訴求



### Twitter

公式 & バトルウィン™

サポートクラブ強化



### DELISH KITCHEN (SNS)

### ワザアリ™テープ SNS施策 企業コラボレシピ



### ECプラットフォーム デジタルマーケティング施策

#### SEO対策

※検索結果リスト用に  
製品Webページを最適化



### 日本サッカー協会

SOCCKER MEDICAL CAMP  
(JYD) 開催

## 新製品

2021.9 ナイスタック™透明プラスチック用 大巻

2022.1 セロテープ®大巻 ハンドカッター  
(まっすぐ切れるタイプ)

2022.3 バトルウィン™ キネシオロジーテープ 強粘着

2022.3 ナイスタック™透明プラスチック用 小巻



## トピックス



✓ **止血製品 (セサブリック™)**  
 新型コロナウイルス感染症  
 ワクチン接種需要を高いシェアで  
 取り込み大幅増

前期比   
**+28%**



都内大規模接種会場向けで  
 インジェクションパッドが伸長



✓ **術後ケア (アスカブリック™)**  
 アトファインの認知拡大  
 サージフィット新規拡大  
 ファスナート好調

前期比   
**+13%**



術後トータルケアの提案で  
 患者QOL向上貢献

## サステナブル重点課題

持続可能な医療体制貢献

感染対策

患者QOL向上

**止血製品 (セサブリック™)**  
 止血製品の国内No.1メーカーとして  
 需要増へ対応、感染対策に貢献



**創傷被覆 ドレッシング材**  
 高品質ウレタンジェル粘着剤使用  
 カテリープラス™の安心・安全



**術後トータルケア (アスカブリック™)**  
 患者様へ新たな価値提供



**巻絆サージカルテープ**  
 低刺激スキナゲート™を患者様へ



スピード重視の開発連動体制

## 新製品

2022.2 ウイルス除去除菌スプレー「バリアサーティ™」



## セロテープ®による環境訴求

## 原材料等価格高騰への対応

### セロテープ® SDGs貢献

### 【Small Action For the Future】



賛同企業数

**106**社・団体 (2022.5時点)



前期比 **+8%**

梱包用テープを含む

**341t/年**

**削減**  
できます

賛同企業における廃棄  
燃焼時に  
削減できるCO<sub>2</sub>見込)

## テレビCM



地域限定 (中部・東北)  
セロテープ® テレビCM  
CO<sub>2</sub>削減・脱プラスチック貢献

## ✓ 粘着テープ価格改定

原材料及び物流費、副資材の価格高騰に伴う  
急激なコスト上昇への対応

■対象品: セロテープ®ほか包装用テープを中心とした  
各種テープ

■改定額: 現行価格より10%~20%以上引き上げ

(2022年1月発表、2022年3月出荷分より適用)

## 新製品

2021.5 セロテープ®ストアテープ リニューアル



2021.8 建築塗装用マスキングテープ No.255G



2021.9 バッグシーリングテープ和紙No.270



2021.9 とめたつ<sub>TM</sub>プラス TMA250



## コンシューマー (BtoC)

ヘルスケアフィールド 売上高 122億円、前期比+10%

◆ケアリーヴ™ +8%

一般タイプ・高機能タイプ(治す力™) とともに伸長

◆ロイヒ™ +23%

前期インバウンド急減より一部回復、国内一般向け  
拡大継続

ECフィールド 売上高 37億円、前期比+1%

◆セロテープ® +0%

BtoB需要回復傾向も、コロナ前水準に戻らず

◆ナスタック™ +0%

リアル店舗⇒ECシフトも、オフィス需要の減少傾向が継続

オフィスホームフィールド 売上高 53億円、前期比△4%

◆セロテープ® △2%

オフィス需要中心に減少継続

前期は上期に新学期需要シフト、パーソナル需要あり

◆ナスタック™ △5%

オフィス需要の減少傾向が継続

## (BtoB)

医療材フィールド 売上高 58億円、前期比+6%

◆絆創膏 +3%

◆ドレッシング +4%

◆術後ケア +28%

外来・オペ件数回復

一時コロナ感染再拡大により鈍化も、下期は回復

◆止血製品 +13%

ワクチン接種需要に増産対応、供給実施

工業品フィールド 売上高 133億円、前期比+3%

◆業務用セロハン・包装テープ +8%

セロテープ®SDGs訴求進展、印刷テープ拡大  
値上げ前の需要前倒しあり

◆マスキングテープ +4%

モビリティメーカー回復、車両用増加 下期は鈍化傾向

◆野菜結束テープ △3%

価格改定による失地影響

前期比較のため以下の調整を行っています。

・売上高：収益認識基準適用前の金額

・前期比：2021年度組織改定による売上移管（管掌変更）を考慮

## トピックス



## 販売3拠点 持続的成長の取り組み

### 日本本社

### NICHIBAN (THAILAND)

### NICHIBAN EUROPE

テープ関連

施策

- ・中国向け仕様マスキングテープ着手

- ・インドネシアPanfix™市場活性化



- ・北欧マスキングテープ展開
- ・マーケットイン開発品着手



環境

- ・海上運賃高止まり
- ・海上輸送コンテナ不足

- ・コロナ拡大 バンコク市ロックダウン
- ・タイバーツ安

- ・欧州イベント需要回復鮮明
- ・オフィス需要 学校再開

メディカル関連

施策

- ・韓国 CARELEAVES™拡大継続
- ・医療材製品拡大
- ・中国 Ato fine™愛託美展開



- ・バングラデシュ、ベトナム、フィリピン NICHIPORE™市場活性化～医療材拡大
- ・学会出展、院内カンファレンス参加

- ・展示会：独MEDICA出展
- ・医療材販売10ヶ国到達



環境

- ・中国薬事法規対応
- ・学会のオンライン化

- ・ASEAN諸国薬事法規対応

- ・MDR法規制対応
- ⇒MDR審査完了

主力製品・育成品

展示会・学会 出展

重点品目



和紙マスキングテープ



止血製品CESABRIC™



Panfix™ Cellulose Tape (タイ製)



CARELEAVES™



CATHEREEPLUS™



ROIHI-TSUBOKO™



Ato-fine™

育成品目

・独MEDICA (世界最大の医療見本市) 出展 2021.11



126社来場  
新規代理店成約



・タイ・Burn and Wound Healing Association 2021.12



タイ熱傷創傷学会総会に出展。多くの外科医、看護師の方へ高品質なニチバン製品をプレゼン。

## 海外フィールド 売上高 35億円、前期比+22%

※海外売上高は、本社（3月決算）からドイツ販社（12月決算）への売上移管・連結消去による一時的なマイナス影響を含んでおり、実質的な増収幅は上記表示よりも大きい

### ◆海外ケアリーヴ™ +41%

製品ラインナップ拡充、下期に韓国向け中心に大幅伸長

### ◆海外止血製品 +12%

欧州・アジアの新規開拓進展、ワクチン接種需要も一部取込

### ◆海外マスクング +2%

欧州向け・中国向け継続、上期落込み⇒下期大幅伸長

### ◆Panfix™ ゼロ-ステア° +31%

コロナ禍より需要戻し、環境訴求提案強化

## 海外フィールド 地域別 売上構成比

◆アジア 売上構成比57%  
前期比 +33%

◆欧州 売上構成比31%  
前期比 +8%

※欧州向けは、親会社（3月決算）からドイツ販社（12月決算）への売上移管・連結消去による一時的なマイナス影響を含んでおり、実質的な増収幅は上記表示よりも大きい

## 販売3拠点状況

【東京本社】 NICHIBAN

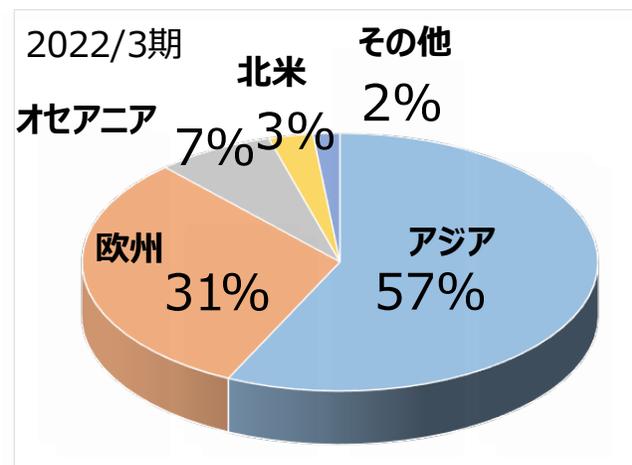
韓国向けケアリーヴ™伸長  
和紙マスクング拡大

【タイ販社】 NICHIBAN (THAILAND)

コロナ禍後の再開後に大幅伸長  
ケアリーヴ™育成拡大  
医療材止血製品 新規採用増

【欧州販社】 NICHIBAN EUROPE

販売初年度 垂直立ち上げ  
医療材止血製品  
建築用和紙マスクング伸長



前期比較のため以下の調整を行っています。  
・売上高：収益認識基準適用前の金額  
・前期比：2021年度組織改定による売上移管（管掌変更）を考慮  
海外売上高は親会社（3月決算）からドイツ販社（12月決算）への売上移管・連結消去による一時的なマイナス影響を含んでおり、実質的な増収幅は上記表示よりも大きい



# 2023年3月期見通し

# 当期の経営環境

2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

国内事業	ヘルスケア	新型コロナウイルス感染者数減少、 <b>国内往来の緩和と海外渡航の一部再開</b> 感染対策の継続とレジャー・イベント・スポーツ関連消費の活性化との同時進行	↑ ↑
	EC	顧客購入場所のリアル店舗⇒ECへのシフト継続	↑
	オフィスホーム	テレワークの浸透による文具事務用品市場での <b>法人需要の減少継続</b> <b>巣ごもり需要</b> を契機とした新しい家庭内消費行動の変化	↓ ↑
	医療材	新型コロナウイルスワクチン接種の継続、感染対策意識の高まり 外来診療の緩やかな回復	→ ↑
	工業品	自動車など <b>基幹産業の生産回復</b> 、建設工事の増加傾向と資材価格等の高騰 企業の環境意識の高まりに伴う資材購買行動の変化	→ ↑
海外事業	<b>生産・消費活動の活性化</b> 生産・消費活性化によるコンテナ不足、原油価格高騰による輸送費の高騰 インフレ進行と政策金利の引き上げ	↑ ↓ →	
共通	<b>原材料・エネルギー価格の大幅高騰</b> と原材料調達の不安定化 影響を受ける主要原材料：石化製品、紙・セロハン、包装材料など 円安傾向の継続、進行 <b>地政学リスク</b> の顕在化	↓ ↓ ↓	

# 2023年3月期 業績見通し

2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

## 増収も原価大幅アップ 利益横ばい

売上高  
増収4.3%  
製品売上は堅調の見通し

営業利益  
・原価 原材料・エネルギー価格  
高騰による大幅アップ  
・販管費 中計重点施策支出を  
継続

純利益  
・特別利益 土地売却益  
16億円予定

(億円単位)	2022年3月期		2023年3月期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	431.3	100%	450.0	100%	18.7	4.3%
営業利益	24.5	5.7%	25.0	5.6%	0.5	2.0%
当期純利益	18.1	4.2%	30.0	6.7%	11.9	65.8%
ROE	4.7%		7.5%		2.8p	
1株純利益 (円)	87.34		144.78		57.44	

2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

(億円単位)	2022年3月期		2023年3月期計画		前期比
	金額	構成比	金額	構成比	
ヘルスケア	113	26%	119	27%	5%
EC	38	9%	42	9%	10%
オフィスホーム	55	13%	54	12%	-2%
コンシューマー	205	48%	214	48%	4%
医療材	58	13%	62	14%	7%
工業品	133	31%	136	30%	2%
国内事業	396	92%	412	92%	4%
海外事業	35	8%	38	8%	9%
全社	431	100%	450	100%	4%

※比較のため、2022年3月期の数字は2023年3月期の期首に実施した売上移管（フィールドの管掌変更）調整を行っています

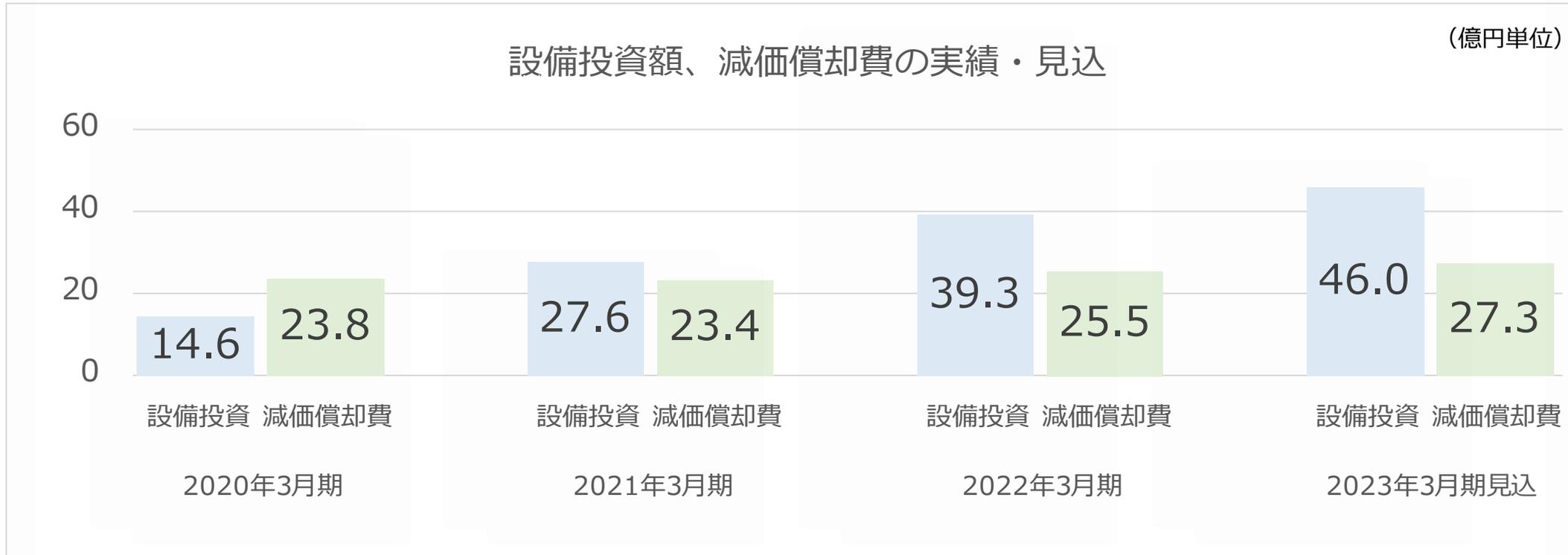
# 設備投資・減価償却費

2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報



## 主要な設備投資

■ 2022年3月期

医療機器製造設備（塗工機）・建屋  
新基幹システム導入

■ 2023年3月期見込

粘着処理剤製造設備・建屋  
粘着剤塗工機



# 企業価値向上に向けて

## ケアリーヴ™



### シェアNo.1早期実現にチャレンジ

『肌へのやさしさ、フィット感』

高品質訴求

シリーズ発売25周年

- ◆国内25周年プロモーション  
テレビCM、Web配信、サンプリング  
認知度向上、ブランド訴求発信
- ◆市場平均を上回る成長を目指す
- ◆海外事業の最重点製品として、東アジア・アセアン  
地域を中心に更なる販売拡大を目指す
- ◆欧州再展開を準備

## ロイヒ™



### 国内一般需要、ロキソプロフェン 拡大注力

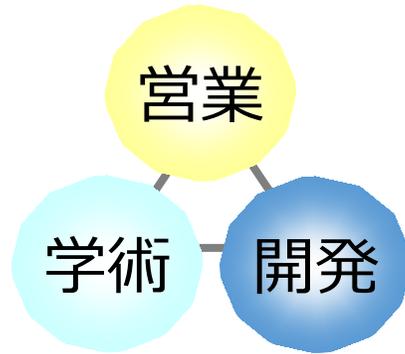
『温感訴求』

ロイヒ™ブランド発信

- ◆国内需要の拡大  
SNS活用、Web動画配信  
サンプリングキャンペーンによるブランド発信
- ◆ロイヒ膏™ロキソプロフェン  
ロイヒ™ブランドの次の柱とすべく育成・拡大注力

## BtoB 医療材・工業品 現場課題の探索、新規提案・開発

### 医療材F



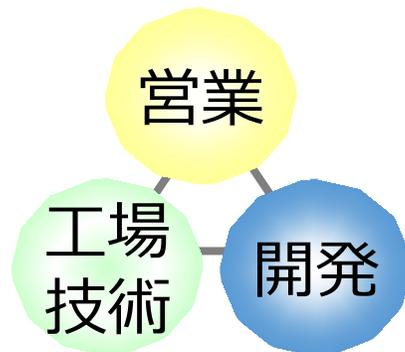
コミュニケーション  
リアル・Webリモート併用  
医療現場の課題収集  
学会出展、セミナー開催  
新規開発、提案

### キーパーソン・KOL

医師・認定看護師



### 工業品F



産業現場の課題探索  
プロトタイプ試作  
評価・フィードバック  
ブラッシュアップ

### 工場・産地

#### 現場ユーザー

食品

土木  
建築

アグリ

モビリティ

## オープンイノベーション取組み・BtoC開発

### ◆ BtoC コンシューマー製品開発

開発マーケティング実践

- ・【R&D】×【営業】×【工場・設計】開発チーム体制のもと推進
- ・消費者行動・インサイト分析によるアイデア創出
- ・ホーム（家庭用品）領域での新規開発
- ・医療⇒OTCスイッチ、業務用⇒家庭用スイッチ視点の開発

保有技術の深掘り、社会提案活性化推進

### ◆ 2021年度アクセラレーター

スタートアップとの協業 実証実験終了

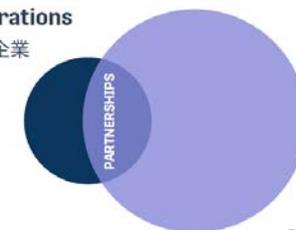
- ・医療材関連テーマ化
- ・企業広報活動に組み込み

### ◆ 2022年度 2次アクセラレーター・事業創出プログラム

拡大枠組みによるスタートアップ2次協業準備中

- ・2社協業モデル
- ・複数企業協働のコンソーシアムモデル活用

Corporations  
複数の企業



Startups  
複数のスタートアップ

## 重点課題



### ✓ 持続的成長に向けた体制構築

「NICHIBAN GROUP 2030 VISION」

目標：海外比率**30%**

【ISHIZUE2023 ~SHINKA・変革~】

目標：海外比率**10%**以上

販売・生産・物流 拠点拡充の準備

メディカル製品の各国薬事法規対応への体制拡充



### ✓ ニューノーマル社会に適した開拓と育成

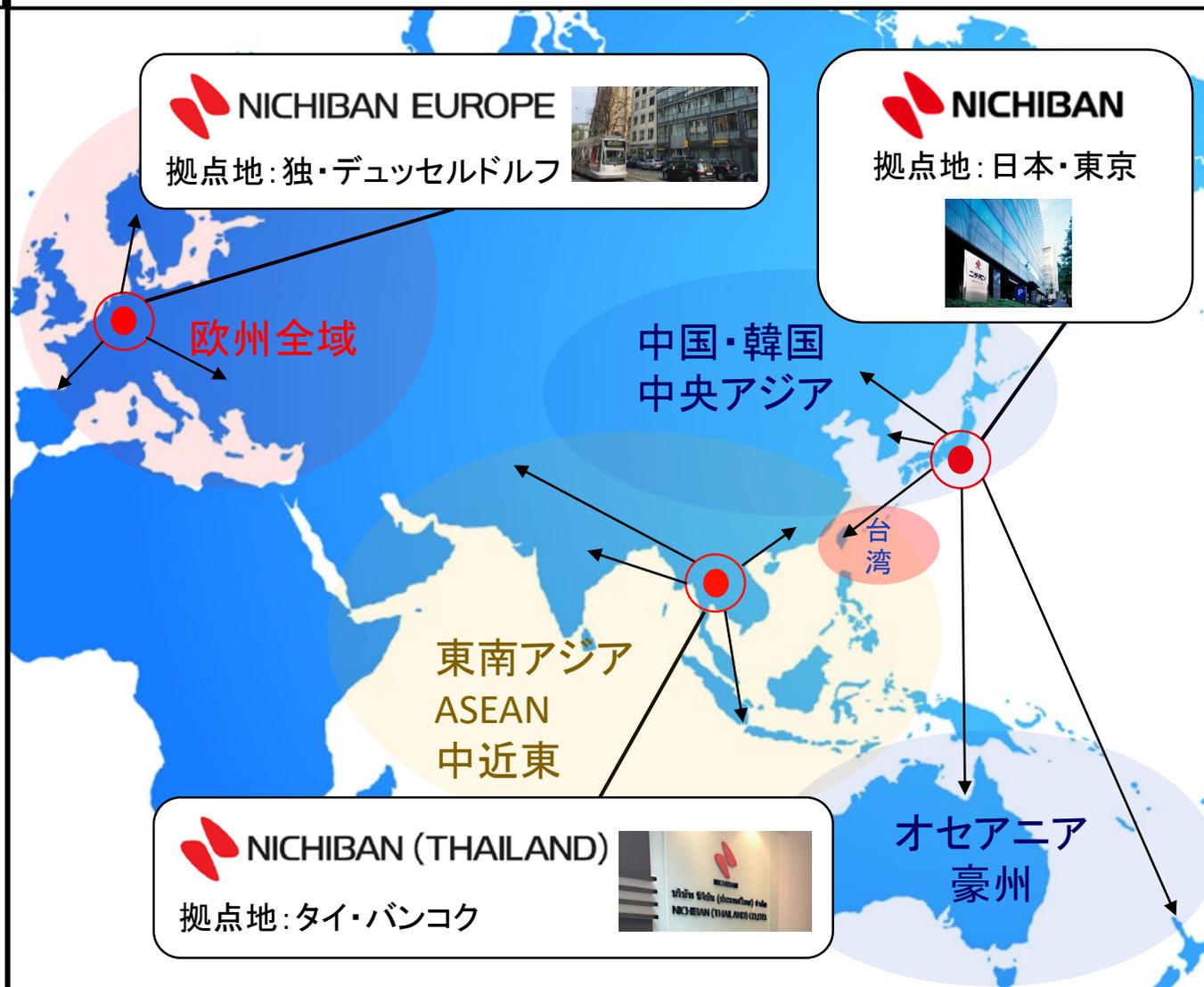
現地顧客（ユーザー・代理店）との関係構築

「プッシュ・プル型営業の併用」実践 + 販路拡大

### ✓ 業務提携・M&A

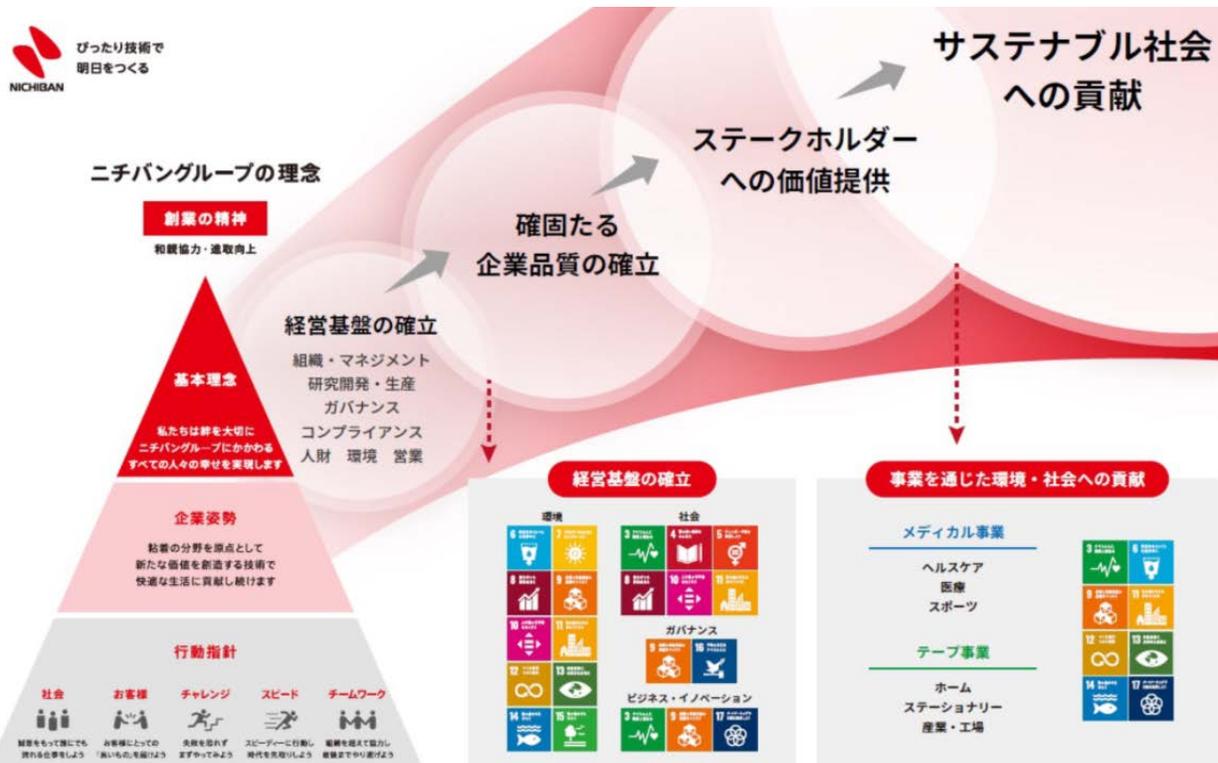
グローバル拡大の戦略的パートナーとして、対象企業の探索継続

## 販売3拠点のカバー範囲 (2022.3)



## ✓ ニチバンの価値創造モデル

ニチバングループの理念のもと  
経営基盤と確固たる企業品質を確立し  
ステークホルダーへの価値提供を通じて  
サステナブル（持続可能な）社会に貢献する



## ✓ 主要なアクション

【環境】【社会】【ガバナンス】【ビジネスイノベーション】  
枠組みによる施策の推進

マテリアリティ（主要課題）に関連するSDGsゴール・ターゲットをタグ付け  
「開発」に重点を置き、施策と2023年度目標を設定

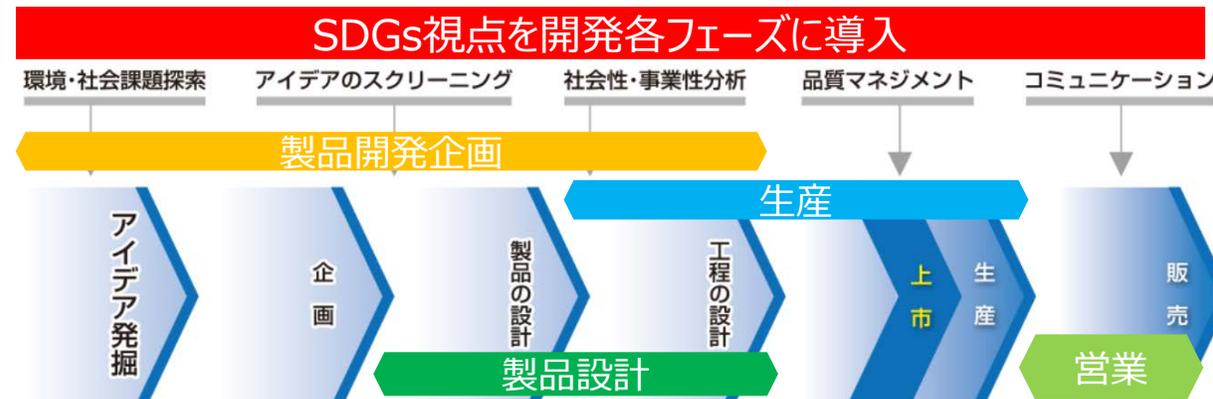
(抜粋)

- 9 産業と労働者の持続可能な成長を促進する
- 12 持続可能な消費と生産
- 3 持続可能な健康と長寿を促進する
- 12 持続可能な消費と生産
- 13 気候変動に具体的な対策を
- 14 海の豊かさを守ろう

環境・社会課題へ貢献する製品開発  
絆創膏や止血製品等 感染予防・貼り薬・食品ロスへの貢献

ゼロテープ®が天然素材由来の製品であることによる環境課題への貢献

## ✓ 研究開発フロー



2022年3月期 概況

2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

## ✓ セロテープ® でSDGsに貢献(脱プラスチック)

賛同企業数 **106社**

(2022.5時点)



## ✓ セロテープ® エコサークルでCO2削減

「天然由来」の主原料

「グリーン電力」による生産

グリーン電力購入証書(2021.11)



## ✓ 第12回(前回)巻心ECOプロジェクト

結果 **677団体**・個人参加360人

回収巻心総数 551,373本

フィリピン・マングローブ植樹

全国の参加小学校へ出前授業



## ✓ COVID-19 ワクチン接種需要対応

全国の感染予防・医療の安心・安全のために

「チューシャバン™」「インジェクションパッド™」

国内最大メーカーとして大幅増産～安定供給



東京都 文京区「こども宅食」支援



がん治療研究応援 #deleteC大作戦参加



JBFA **Blind Soccer** 視覚障がい者支援

人権方針・健康経営・購買方針策定

サステナビリティレポート2021発行



# 2023年度（2024年3月期）見通し

2022年3月期 概況

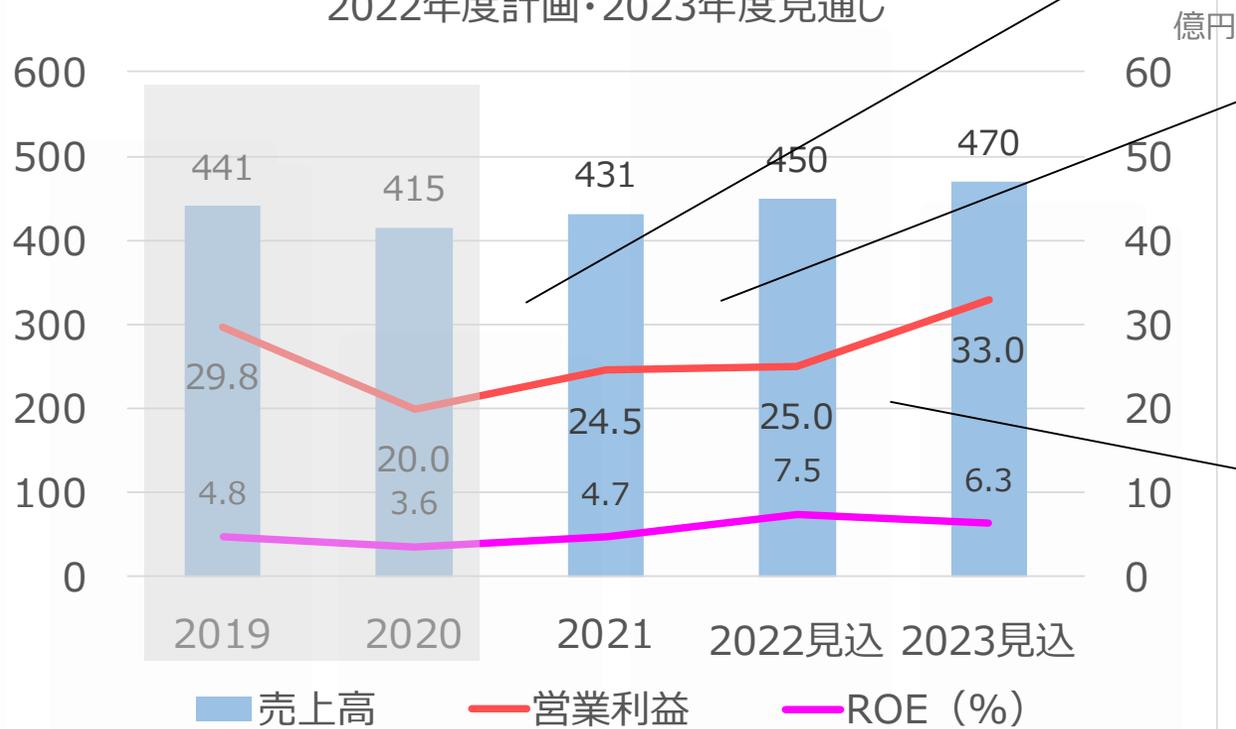
2023年3月期 見通し

企業価値向上に向けて

参考情報

中期経営計画最終年度 売上高目標 当初600億円（2019年5月公表）⇒ 470億円に修正  
 厳しい経営環境とWithコロナ・ニューノーマル社会のもと、持続的な成長に向けて施策を推進

2022年度計画・2023年度見通し



2020年度⇒2021年度  
 コロナ禍による経済停滞から一部回復も限定的

2021年度⇒2022年度  
 売上増収も、営業利益は横ばい

- ・ 増収18.5億円
- ・ 原材料・エネルギー価格 大幅アップ
- ・ テープ販売価格値上げ
- ・ 土地売却益 16億円見込む

2022年度⇒2023年度  
 営業利益 +8億円

- ・ 増収 20億円
- ・ 原材料・エネルギー価格 高水準で推移
- ・ テープ販売価格値上げの浸透

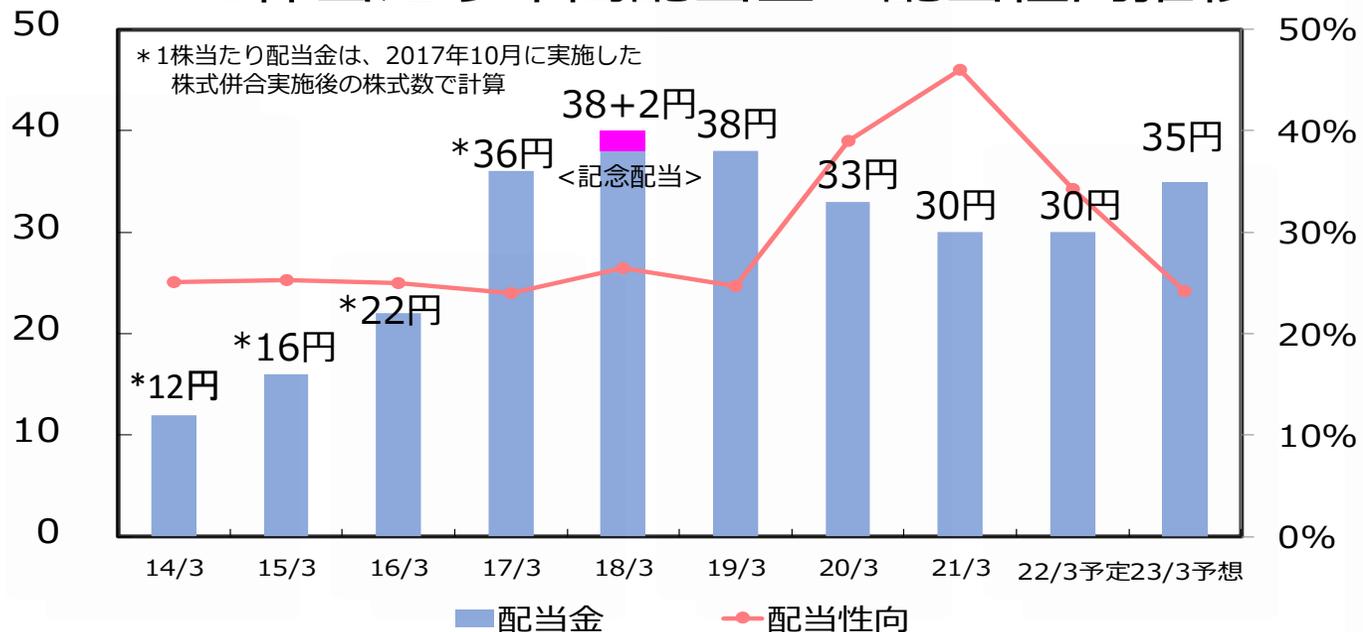
安定した配当の実施を前提に 連結ベースの配当性向25%を目処とする  
業績に連動した配当を継続する方針

2022年3月期予定：30円

2023年3月期予想：35円

●株主優待制度

1株当たり年間配当金・配当性向推移



\* 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



贈呈内容の例

1単元(100株)以上保有かつ6か月以上  
継続保有の株主様を対象に  
年1回、弊社製品詰合せ(3500円相当)を贈呈

## 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	1,255名（連結）743名（単体） ※就業人員 2022年3月31日現在

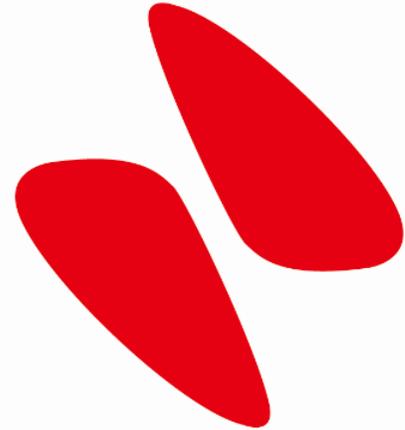
グループ・関連会社	ニチバンプリント株式会社 ニチバンテクノ株式会社 ニチバンメディカル株式会社 NICHIBAN（THAILAND）CO.,LTD. NICHIBAN EUROPE GmbH UNION THAI-NICHIBAN CO.,LTD. 大東化工株式会社 株式会社飯洋化工
-----------	--



## 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
- 2020年10月 ドイツのデュッセルドルフに販売子会社 NICHIBAN EUROPE GmbH を設立
- 2022年 4月 東京証券取引所の新市場区分「プライム市場」に移行





**NICHIBAN**

**ぴったり技術で  
明日をつくる**

<https://www.nichiban.co.jp/>

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