

ニチバン株式会社

2025年3月期 決算説明会

証券コード： **4 2 1 8**

2025年5月20日
代表取締役社長
高津 敏明

- メディカル／テープ 両事業セグメントの販売価格改定の浸透により増収・増益
- 業績予想（修正後）の売上高は達成も、利益には届かず（修正前の業績予想はクリア）
- ヘルスケアフィールド、ECフィールド、グローバルフィールドが拡大
- テープ事業セグメントの収益性が大幅改善

2025年3月期 累計		実績	前年同期 実績	対前年同期 増減率	業績予想 (修正前)	業績予想 (修正後)	対業績予想 (修正後) 増減率
売上高	百万円	49,457	46,859	+5.5%	48,600	49,000	+0.9%
売上総利益	百万円	14,902	13,871	+7.4%	—	—	—
販管費	百万円	12,315	11,798	+4.4%	—	—	—
営業利益	百万円	2,586	2,073	+24.8%	2,400	2,700	△4.2%
売上高営業利益率	%	5.2	4.4	+0.8pt	—	—	—
経常利益	百万円	2,681	2,201	+21.8%	2,500	2,800	△4.3%
当期純利益	百万円	1,959	1,827	+7.2%	1,900	2,100	△6.7%

4 Qの営業利益減少要因

- ロイヒシリーズ価格改定を予定通り実施、値引の集中もあり四半期前年比で9.5%、利益貢献は2025年度から
- テープ事業における期末在庫評価の影響
- 積極的なイノベーション投資の実施

2025年3月期 四半期別		1Q		2Q		3Q		4Q	
		実績	対前年同期 増減率	実績	対前年同期 増減率	実績	対前年同期 増減率	実績	対前年同期 増減率
売上高	百万円	11,524	+5.6%	12,234	+6.0%	13,625	+4.4%	12,072	+6.3%
売上総利益	百万円	3,500	+8.1%	3,743	+17.4%	4,278	+2.8%	3,379	+3.0%
販管費	百万円	2,986	+3.3%	3,083	+2.6%	3,101	+4.1%	3,144	+7.7%
営業利益	百万円	514	+48.6%	660	+260.1%	1,177	△0.4%	235	△35.0%
売上高営業利益率	%	4.5	+1.3pt	5.4	+3.8pt	8.6	△0.4pt	1.9	△1.2pt
経常利益	百万円	587	+32.1%	640	+231.1%	1,200	△0.5%	254	△28.9%
当期純利益	百万円	333	+18.6%	476	+215.3%	862	△10.1%	287	△34.0%

連結業績の概況（セグメント別）

- メディカル／テープ 両事業セグメントの販売価格改定が浸透
- ヘルスケアフィールド、ECフィールド、グローバルフィールドが拡大
- テープ事業セグメントの収益性が大幅改善

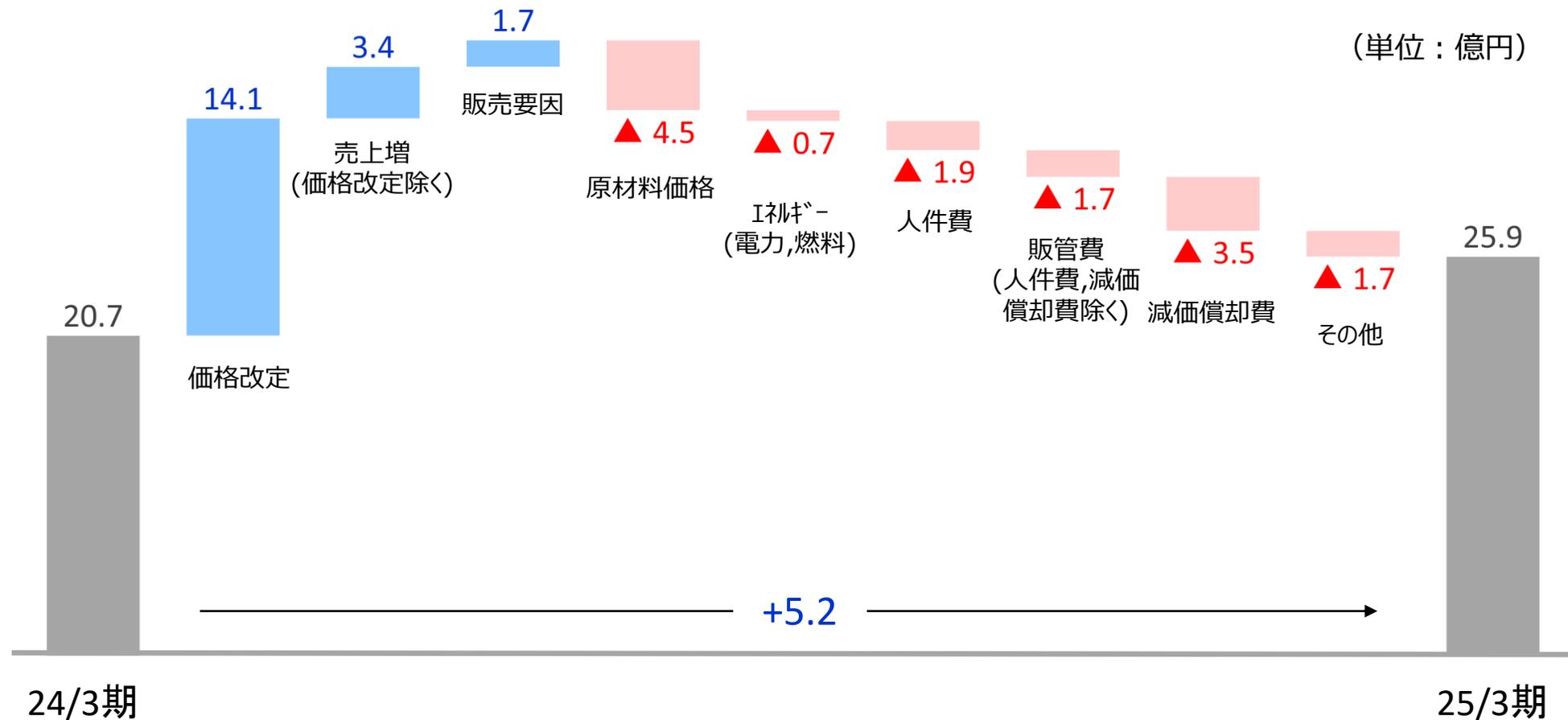
2025年3月期累計 売上高（百万円）	メディカル事業		テープ事業		合計	
	実績	対前年同期 増減率	実績	対前年同期 増減率	実績	対前年同期 増減率
ヘルスケア	15,243	+6.0%	—	—	15,243	+6.0%
EC	1,133	+28.7%	4,116	+9.5%	5,250	+13.1%
ステーションアリー	—	—	4,840	△3.2%	4,840	△3.2%
医療材	5,740	△0.2%	—	—	5,740	△0.2%
工業品	—	—	13,189	+0.8%	13,189	+0.8%
グローバル	2,466	+42.2%	2,726	+20.4%	5,192	+29.9%
売上高合計	24,584	+8.1%	24,873	+3.1%	49,457	+5.5%

（売上高合計：セグメント間内部売上調整前）

セグメント利益	6,616	+8.5%	706	+145.9%	2,586	+24.8%
----------------	--------------	-------	------------	---------	--------------	--------

（セグメント利益：セグメントに帰属しない一般管理費の調整前）

- メディカル／テープ 両事業セグメントの販売価格改定の浸透
- 原材料価格高騰は、依然として継続



- 25/3月期実績：大型設備投資は一巡。減価償却費は、テープ事業再編に伴う工場の固定資産と本社固定資産の残存使用見込期間まで短縮
- 26/3月期計画：設備投資は、テープ事業再編関連と本社移転により増加

		21/3期 実績	22/3期 実績	23/3期 実績	24/3期 実績	25/3期 実績	26/3期 計画
設備投資	百万円	2,755	3,981	4,092	1,803	1,043	3,618
減価償却費	百万円	2,342	2,545	2,757	2,795	3,145	2,869

- 研究開発費は2025年3月期も積極的に投資した。2026年3月期も継続して、当社の強みであるBtoBとBtoCを合わせた新規創出、グローバル視点での製品開発、イノベーション創出の取り組みを強化

		21/3期 実績	22/3期 実績	23/3期 実績	24/3期 実績	25/3期 実績	26/3期 計画
研究開発費	百万円	1,064	1,057	1,110	1,202	1,345	1,478

売上高・前年同期比

売上高 15,243百万円、対前年同期増減率+6.0%

■ケアリーヴ™ +9.4%

PR活動を積極展開

(テレビCM、キャンペーン、ワークショップ)



絆創膏市場において売上数量No.1*を獲得しています

* インテージSRI+ 絆創膏市場 シリーズ計 2024年4月～2025年3月 販売数量

■ロイヒシリーズ +0.2%

夏季シーズンのインバウンド需要の低迷は回復
第4四半期に価格改定



■バトルウィン™シリーズ +3.8%

スポーツ関連消費堅調。

バトルウィン™指プロテクター™

を通じた日常のケアも普及推進



新製品・トピックス



©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon

2025.3 「ケアリーヴ™キャラクター ポケモン」

お子さまの指にフィットするジュニアサイズで、キズをしっかり防水



2025.3 「バトルウィン™手首プロテクター」
一人でも簡単に貼れる特殊形状



2024.11 素材から絆創膏をつくる
『ケアリーヴ™ワークショップ』を初開催

顧客の購買行動の変化を的確に捉え、ニチバン製品を「いつでもどこでも」購入できる、リアル店舗・ECサイトでの買い場を創出

ステーションリー 売上高・前年同期比

売上高 4,840百万円、対前年同期増減率△3.2%

■セロテープ® ±0%

価格改定により売上高は前年並

■ナスタック™ △4.2%

需要低迷と購買先の変化で売上高は前年より減少



2024.10 「ナスタック™」
グッドデザイン・ロングライフ
デザイン賞 受賞

2024.11 「セロテープ®」
第25回グリーン購入大賞
優秀賞 受賞

EC 売上高・前年同期比

売上高 5,250百万円、対前年同期増減率+13.1%

■セロテープ® +15.5%

価格改定により売上高は前年より伸長

■ナスタック™ +2.6%

購買先の変化により売上高は前年より伸張

■ケアリーヴ™ +67.1%

オンライン購買に対するWEBマーケティング強化



2024.12～3 「セロテープ®」「ナスタック™」
「作ってシェアして！親子で冬休み工作！写真投稿キャンペーン」
「ナスタック™ ロングライフデザイン賞ありがとうキャンペーン」

売上高・前年同期比

売上高 5,740百万円、対前年同期増減率△0.2%

■巻絆創膏 +0.5%

■止血製品 △1.2%

■ドレッシング材 △2.0%

患者様と医療従事者の負担を軽減する
「カテリープラス™ I.V.スリット 小児用」新発売
「カテリープラス™ エコー」新サイズを追加

■術後ケア △5.0%

アトファイン™は売上高は前年より減少も、
購買先の変化（ECサイトへ移行）により
全社的販売数量は7%UP

■自着包帯

従来のラテックス使用品に加え、ノンラテックス品
「くつつくバンテージ™ NL」を新発売し販売拡大



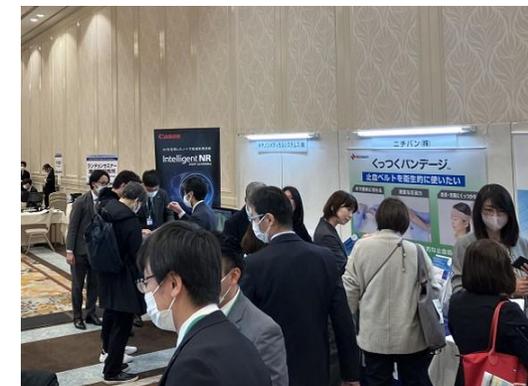
新製品・トピックス



2025.2 「カテリープラス™ I.V.スリット 小児用」
2025.3 「カテリープラス™ エコー」新サイズ追加



2025.1 「くつつくバンテージ™ NL」* PR活動
日本総合健診医学会第53回大会／IHEPA2025
*天然ゴムラテックス不使用の自着包帯



売上高・前年同期比

売上高 13,189百万円、対前年同期増減率 +0.8%

■ 業務用セロハンテープ・包装用テープ △0.4%

業務用セロハンテープは価格改定が浸透

一方、包装用カートンテープは仮需の反動で低下

フードパックテープ™長尺品は機械メーカーとのコラボで拡大



■ マスキングテープ +4.8%

自動車メーカーの新車生産台数回復や

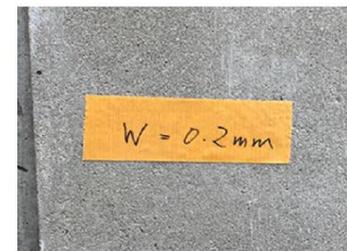
新規採用増加により耐熱マスキングテープが好調



■ 結束用テープ △0.9%



新製品・トピックス



2025.3 「せこたん™湿潤コンクリート用粘着テープWCT」
水で湿ったコンクリートにも貼り付け可能。展示会などで好評



2024.12 第53回 日経MJ広告賞 優秀賞 受賞

売上高・前年同期比

売上高 5,192百万円、対前年同期増減率+29.9%

■ ケアリーヴ™ +88.2%

前期の在庫調整が一巡し、韓国で好調（CM放映開始）

■ 止血製品 +39.9%

タイや欧州での採用拡大により伸長

■ Panfix™ セルローステープ° +16.3%

価格改定により売上高は前年より伸張

■ マスキングテープ° +11.0%

欧州や東南アジア、中国市場に注力

地域別 売上構成比

アジア 61% （前期58%）

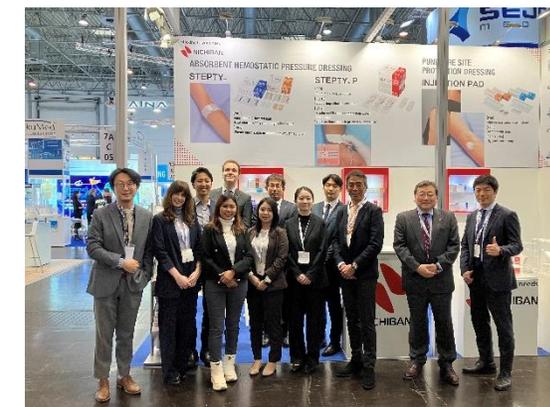
欧州 30% （前期32%）

その他（オセアニア、北米、等） 9% （前期10%）

新製品・トピックス



2025.4【韓国】ケアリーヴ™TVCM放送



2024.11【ドイツ】国際医療機器展 MEDICA
ステプティ、インジェクションパッド、カテープラスをPR
（グローバルチャレンジプログラム該当者も参加）

■ 中期経営計画3か年の当初目標値は以下の通り。2024年度は目標を達成

	CREATION 2026				
	2024年度		2025年度		2026年度
	目標	結果	目標	予想	目標
売上高(億円)	486	494	500	515	530
営業利益(億円)	24	25	32	30	45
経常利益(億円)	25	26	33	31	46
当期純利益(億円)	19	19	25	20	35
ROE	—	4.6%	—	—	8%以上
グローバル比率	—	10.5%	—	—	15%
新製品比率	—	10.7%	—	—	15%



01



事業ポートフォリオの再構築

- ▶ テープ事業セグメントの収益性が大幅に改善
(価格改定・品種集約・生産性向上)
- ▶ コンシューマー分野でのデジタルマーケティングによる販売拡大
- ▶ 将来に向けた医療機器・工業用途分野での産官学連携を強化
(東京大学「社会連携講座」開設、東北大学/バイオ研とのAMED活用の研究開始)

AMED：国立研究開発法人日本医療研究開発機構

02



グローバル企業化

- ▶ 上海駐在員事務所を軸とした中国市場での事業拡大に向けた活動強化
- ▶ 東南アジア市場を重点地域とした、サプライチェーンマネジメントの調査・探索

03



人的資本経営

- ▶ 本社及び東京オフィスの新本社移転 (2025年11月予定)
- ▶ 新人事制度の導入 (2025年4月)
- ▶ 次世代経営層の人財育成「経営塾」「部長経営塾」
- ▶ グローバル人財育成「海外派遣制度(1年間)」「チャレンジプログラム」実践

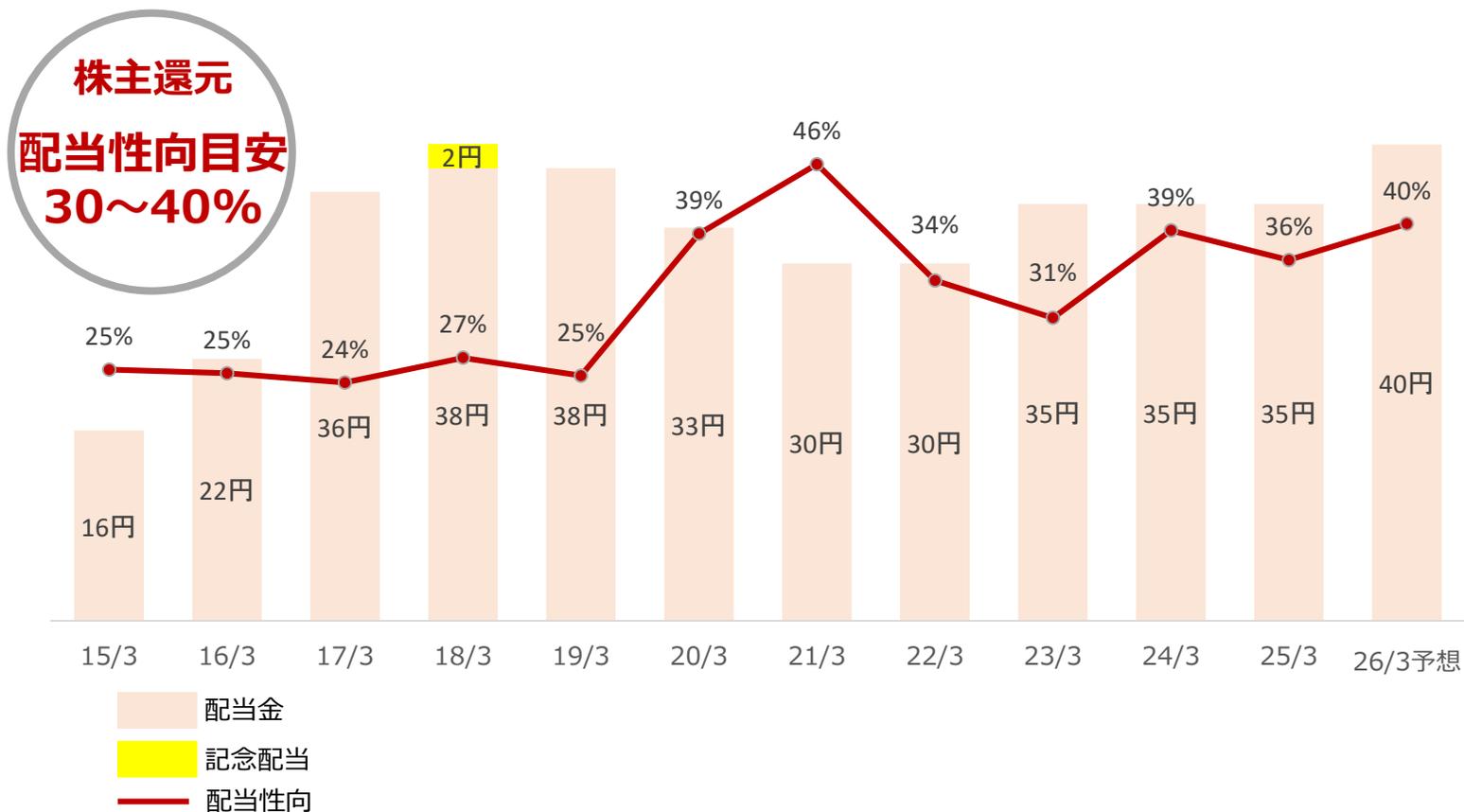
2026年3月期連結業績予想

- プラス要素：ロイヒシリーズの価格改定による利益性向上、ヘルスケア・EC・グローバルの拡大継続、グループ最適生産体制によるコストダウンの推進
- 懸念点：工場再編に伴う短期的コスト増加

(単位:億円)	2025年 3月期 業績予想 (修正前)	2025年 3月期 実績	2026年 3月期 業績予想	対前期増減率	本社移転 反映前	CREATION 2025年度 当初計画
売上高	486	494.6	515	+4.1%	515	500
営業利益	24	25.8	30	+16.3%	35	32
経常利益	25	26.8	31	+15.6%	36	33
当期純利益	19	19.6	20	+2.0%	24	25
ROE	-	4.6%	-	-	-	-

- 本社移転費 5億円 (概算)
- 特別損失 3.4億円 (安城工場再編に伴う撤去・整備費用)

- 連結ベースの配当性向30～40%を目処とする、業績に連動した配当を取り入れる方針としております。
- 2026年3月期の配当予想は、上記の方針をもとに本社移転費用は一時費用として認識し、1株当たり40円予想（配当性向40%）といたしました。



* 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)



ぴったり技術で
明日をつくる

ニチバン公式ホームページ
<https://www.nichiban.co.jp/>



統合報告書2024
<https://www.nichiban.co.jp/corp/sustainability/report/>



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います。
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ます、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。