

ニチバン株式会社 2026 年 3 月期決算説明会 質疑応答の要旨

この質疑応答集は、2026 年 5 月 20 日に開催した決算説明会にてご出席の皆様からいただいたご質問を記録したものです。理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

Q 1 : 中東情勢の影響による原材料価格の高騰に対し、どの程度対処が可能でしょうか。

また、具体的な対策について教えてください。

A 1 : 中東情勢に伴う原材料価格の高騰に関しては、すでに多くの原材料メーカーから値上げの要請を受けております。その規模はかつてないほどの値上げ幅となっており、当社といたしましては、供給継続のために一定の値上げを受け入れざるを得ない状況であり、利益を大きく圧迫する要因になると認識しております。これは企業努力のみでは吸収できないレベルであり、年間で数十億円規模のコスト上昇要因があるものと見込んでおります。

対策といたしましては、現在、お客様に対して価格改定のお願いを順次進めているところです。今後もナフサの価格高騰などが懸念される中、原材料価格の高騰分は適切な価格を製品へ反映させていただく方針です。価格改定を確実に進めることで、事業の継続性をしっかりと確保してまいります。

Q 2 : 海外売上高比率は 10%を超えているものの、拡大のスピードがやや緩やかな印象を受けます。今後の成長加速に向けた戦略や施策のキープポイントはどこにあるのでしょうか。

A 2 : 現在、グローバル売上高比率 15%の目標に対して実績は 10.7%にとどまっており、拡大のスピードが遅いという点は認識しております。

これまでの成長を牽引したのは韓国市場であり、現地パートナー企業との非常に良好な協業体制により「ケアリーヴTM」や「ロイヒつぼ膏TM」の販売が大きく拡大いたしました。2030 年に向けてさらなる拡大を期待しております。一方で、もう一つの柱であった欧州向けのマスキングテープにつきましては、EUDR (環境規制)の影響を受け、ビジネスとして難しい状況に直面しております。

これらを踏まえ、今後の海外事業拡大におけるキープポイントとして以下の 2 点を推進してまいります。

■東南アジア戦略（ニチバンタイランド機能強化）

これまでのように日本からの輸出・販売スキームだけでは成長に限界があります。今後はニチバンタイランドを東南アジア全体の重要拠点と位置づけ、サプライチェーン全体を統括する体制を検討しています。その一環として、現地でのM&Aも視野に入れ、生産・物流拠点の獲得を進めることで東南アジア市場での拡大を図ります。

■中国市場の開拓

2024年に開設した上海駐在員事務所において、現在、興味深い案件がいくつか動き始めております。中国は非常に巨大な市場であるため、これらの案件を確実に取り込み、将来的には拠点機能を強化し、ビジネスをいかに拡大していくかが喫緊の課題であると考えております。

Q3：株価がここ2年ほど1,800円～2,100円のレンジにとどまっており、今後の成長性に対する市場の期待感が薄く、株価の低迷に繋がっているのではないのでしょうか。一步踏み込んだ自社株買いや増配などの株主還元策はお考えでしょうか。

A3：株価がご指摘のレンジで推移している主な要因は、ボトムラインである当期純利益の水準にあると認識しております。前期の当期純利益が16億円となったことに対し、市場がこのような反応を示されていると真摯に受け止めております。一方で、次期の業績予想として発表いたしました当期純利益23億円に対しては、ポジティブな反応をいただいたと感じております。まずはしっかりとボトムラインを向上させることが、当社の果たすべき最優先事項であると考えております。

自社株買いについては、当社は浮動株比率が比較的低いという特有の課題がございます。そのため、お取引先様が保有する政策保有株式を放出されるような場面において、市場の需給を考慮し、市場内で買い受ける選択肢も含めて柔軟に検討を進めてまいります。

増配については資本効率や株主還元の強化という市場の潮流は十分に認識しております。現預金の最適な配分を見極めつつ、現在策定を進めている次期中期経営計画において、株主還元の強化を重要施策の柱の一つとして盛り込めるよう検討を進めてまいります。

Q4：中期経営計画のテーマの一つである「イノベーション」の進捗状況について教えてください。

A4：イノベーションは『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』及び中期経営計画「CREATION 2026」の核となる柱として捉えており、社内では「プロセスイノベーション」と「プロダクトイノベーション」の2軸で推進しております。

プロセスイノベーション（業務プロセスの変革）：これは全社員に関わる活動です。日々の業務改革に対する意識を従業員一人ひとりが持つことで、全社的な生産性向上と業務プロセスの刷新に取り組んでおります。

プロダクトイノベーション（新製品・新市場の開発）：メーカーである当社において、新しい価値をグローバルに届けることは基本です。これまでの「粘着技術」を原点としつつ、自社リソースだけにこだわらない外部とのオープンイノベーションを積極的に推進しております。

具体的な成果・取り組みとして、決算説明でもご紹介いたしました貼付型ウェアラブルデバイス「ブレスキャンTM」の開発や、東京大学との連携講座の開設による将来の創傷被覆材の可能性追求などが挙げられます。

2030年に向けて、外部との新たな価値を創出する取り組みを次期中期経営計画でもさらに加速させてまいります。進捗スピードに関して一部課題は残るものの、今後もリソースを集中し、推進してまいりますので、ぜひご期待いただきたいと存じます。