

2025 年 11 月
ニチバン株式会社

2026 年 3 月期第 2 四半期決算説明会 質疑応答の要旨

この質疑応答集は、2025 年 11 月 19 日に開催した第 2 四半期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。

Q1：新製品比率及びグローバル比率 2030 年度 30%以上の目標を掲げていらっしゃいますが、進捗状況を教えてください。特にイノベーション創出についてはまだまだ迫力が弱い印象です。

A1：プロダクトイノベーションとプロセスイノベーションを進めています。

新製品比率は、粘着技術を中心にした新しい技術開発を進めており、色々な「芽」が出てきた段階です。産官学連携で「粘着+●●」というような、粘着と何かの組み合わせを新しい事業として取り組んでいます。将来に向けた事業として、2030 年までには新たな「芽」が出てくる計画で進めています。

また、上記の活動をグローバルフィールドにも広がりますが、それだけではグローバル比率 30%の達成は難しいため、東南アジアを中心に現地の要求する仕様・性能でローカライズ製品をしっかりと作っていく計画です。現地生産についてもサプライチェーンマネジメントの課題としても大きく捉え、提携先、M&A も含めて色々な調査を実施し、現地の販社と連携しながら広がっていきたいと考えています。

Q2：中国に駐在員事務所を開設されましたが、直近の日中情勢も踏まえ、中長期の中国展開への取り組みにつき、その取り組み方針等を教えてください。

A2：昨今の国際関係の色々な情勢もございますが、中国は人口の多い非常に魅力的な市場だと捉えています。日本から持っていく製品、例えば救急絆創膏などの BtoC 商材がどのような反応で、どのような売れ方をするのか、現地の店舗や EC サイトというところも含めて現地で色々な調査をしています。また、現在我々が持っている BtoB 商材（医療材フィールド、工業品フィールド）が中国市場にどのようにフィットするかということも現地スタッフと密に連携しながら、市場調査を行っている段階で、我々としては非常に可能性のある市場ではないかと判断をしています。

Q3：テープ事業では、生産体制の変更を進めてこられましたが、収益性の改善が十分に進んでいないように見受けられます。特に第 2 四半期については、低収益品の販売構成比が高かったために利益率が悪化したとのご説明でした。つきましては、ここからどのような収益性改善策を進められるのか、お教えいただけますでしょうか。

また、通期の営業利益計画を据え置かれていますが、下期の利益計画のハードルが高めに見えます。本社移転費用の解消やロイヒつぼ膏TM、ケアリーヴTMの韓国での販売開始などもあるかもしれませんが、下期にかけて利益改善効果で大きいアイテムをいくつかご説明いただけますでしょうか。

A3：上期の利益が悪かった要因は、粗利が高いロイヒつぼ膏TM、ケアリーヴTMが酷暑の影響で販売環境が不安定になったためと考えています。また、低採算製品である結束用テープの価格改定前による駆け込み需要が発生したため、上期に強く影響しました。

下期に関しては、特に第 3 四半期を中心にロイヒつぼ膏TM、ケアリーヴTMの売上が例年非常に大きなウェイトを占めており、期待値がありますので、まずこの点に注力していきます。

また、グローバルフィールドのケアリーヴTM治す力TMを韓国で上市できる点にも大きく期待しています。さらに、結束用テープの食品衛生法(改正)適合に伴い大幅な価格改定を予定しております。第 3 四半期には価格改定効果が大きく出てくる見込みです。

テープ事業の生産面では、ローコストオペレーションを徹底した堅実な運営を継続することにより収益性改善を進めております。上期はまだ効果が顕在化しませんでした。第 3 四半期以降に効果が発現すると見込んでいます。

以上、第 3 四半期以降、ロイヒつぼ膏TM、ケアリーヴTMを中心とした売上の拡大、ケアリーヴTM治す力TMの韓国上市、結束用テープ価格改定の 3 点を実行するとともに、テープ事業の生産面も計画通りに進めていきます。

Q4：下期の大手通販事業者のシステムダウンの影響について教えてください。

A4：大手通販事業者のシステムダウンにより、未だ発注が止まっている状況です。特に EC フィールドで文具製品を中心に影響があると考えています。ただし、他ルートからの注文量が増えている現状もありますので、一概に全ての売上が無くなるということではないと考えています。今のところ具体的にどの程度影響が出るかは不透明ですが、早めに復旧することを願っています。