

財務戦略



安定した財務体質のもと、
新中期経営計画の重点課題である
「事業ポートフォリオの再構築」と
「グローバル企業化」、「人的資本経営」への
戦略的な投資と、株主還元を両立させます

専務取締役
酒井 寛規

基本方針・目標

中長期ビジョン『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』及び新中期経営計画「CREATION 2026」の戦略テーマと連動させ、資本コストを意識しながら事業を推進することで収益性の向上を図り、2027年3月期(2026年度)に「ROE 8%以上」「PBR1倍以上」を目指します。

2023年度と前中期経営計画の振り返り

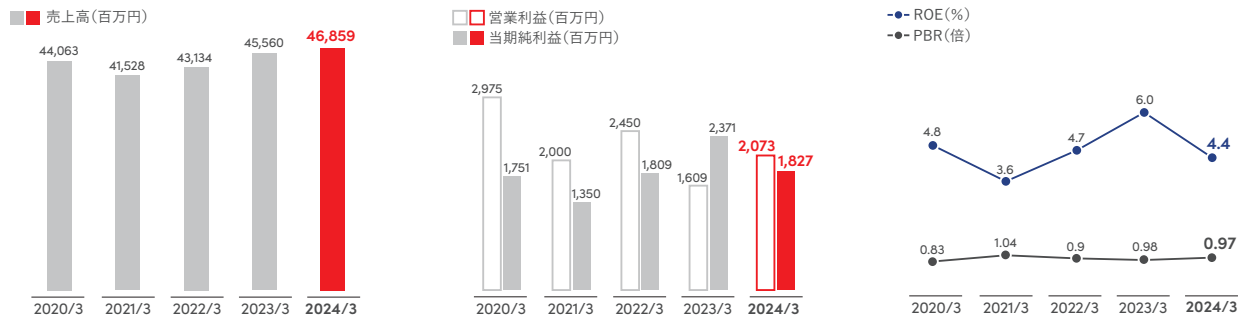
2023年度のニチバングループの業績は、価格改定の効果とインバウンド需要の再開による売上高の増加、主要製品を中心とした販売堅調により増収・増益となりました。連結売上高は前期比2.9%増の468億5千9百万円、営業利益は前期比28.8%増の20億7千3百万円となっています。特にケアリーヴTM、ロイヒつば膏TMのヘルスケア二大ブランドが利益増に貢献し、メディカル事業セグメントでは、売上高前期比8.1%増の226億9千3百万円、セグメント利益は前期比29.5%増の62億7百万円を達成しました。テープ事業は、原材料、エネルギー価格の高騰の影響を大きく受け売上高で前期比1.6%減241億6千6百万円、セグメント利益は前期比81.3%減の1億7千9百万円と、厳しい結果となりました。ただ、原材料高との戦いは続いているものの、価格改定による効果は出ています。当社製品の価値を認めていただき、価格改定を受け入れていただいたお客様に感謝申し上げます。今後も原材料・エネルギー価格の高止まり、円安傾向は続く見通しで、厳しい経営環境が続くことが予想されますが、業績は回復途上と認識しています。

前中期経営計画は、計画策定時点で想定していなかったコロナ

禍や原材料高騰という環境変化の影響を大きく受け、売上高・利益ともに当初計画未達に終わりました。特に、5つの重点テーマに取り組み、新製品比率10%台、グローバル比率10%台を目標としてきましたが、グローバル比率は新しい海外拠点により目標に近づいているものの、新製品の芽が育たず新製品比率が大幅な未達に。新中期経営計画では、新製品比率、グローバル比率の拡大に注力していきます。

ただ、適正な自己資本比率や手元流動性の確保といった強固な財務基盤は、当社のDNAのひとつとして守り続けています。コロナ禍や原材料高騰の環境変化にも、財務の安定性・健全性は維持。財務規律を守り、しっかりとした財務基盤で新中期経営計画の戦略を実現していきます。

こうした状況を背景に、当社の株価は、PERの面で言えば、ここ数年は20～25倍の水準にあり、市場から期待をいただいていると思われるものの、PBRで見ると1倍を超えていないのが現状です。これは、投資家の皆様が求めている利益水準より低いことが要因であると認識しています。私たちがまずやるべきは、純利益を上げること。少なくともコロナ禍前の水準まで回復させ、市場の期待に応えることで、当社の株価はまだ上昇余地があると考えています。



新中期経営計画における財務戦略

安定した財務体質のもと、新中期経営計画の重点課題への投資と株主還元を両立させることが、財務戦略の基本方針です。また、中長期ビジョン『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』及び新中期経営計画の戦略テーマと連動させ、資本コストや株価を意識した経営を行ってまいります。それにより、具体的な指標としては、「ROE 8%以上」、「PBR1倍以上」を目指します。

この目標を達成するために、まず必要なのは、新中期経営計画の1つ目の重点テーマ「事業ポートフォリオの再構築」で掲げている「テープ事業セグメントの抜本的収益改善」です。利益増に向けた最重要テーマとして取り組んでいきます。同時に、成長ドライバーであるヘルスケアとグローバル事業に経営資源を重点配分しながら利益を確保し、その原資を新領域へ投資することで、持続的な成長につなげていきます。

新中期経営計画では、成長事業であるヘルスケア・グローバル事業の成長拡大、医療・コンストラクション/モビリティ分野など新領域における新製品開発や、サステナブル社会貢献に向けた新規市場開発を加速させます。そのために、従来は国内単体だけで捉

えていた新製品比率を、国内・海外・グループ会社を含めた連結で捉えるように変更しました。これは、グローバル化の一環であり、海外も含めて新製品比率の向上を目指し、これを「プロダクトイノベーション」として新たに設定しました。また、工場での新生産方式や無溶剤化技術などによる環境負荷低減や間接部門の業務改善等を含めた生産性向上を、「プロセスイノベーション」として新たに設定。プロセス改善も業績向上に貢献する重要なイノベーションと位置づけました。新製品比率はこれまで主に開発部門が追う目標でしたが、製造部門や間接部門も含めた皆でイノベーション創出を目指していきます。

投資戦略については、大きな設備投資は前中期経営計画で完了しており、その分「新規事業開発投資枠」と「ESG+DX投資枠」を新たに設けています。国内×既存事業からの脱却に向けた事業ポートフォリオの再構築、グローバル企業化に向けた機能拡充を実現するために、戦略的な投資を行っていきます。特に、グローバル事業やイノベーション創出については、何も投資案件がないことがリスクだと捉え、M&Aを含めた大型投資案件にもタイムリーに対応できるよう備えていきます。

株主還元について

2025年3月期業績については、原材料価格・エネルギー価格が高止まり傾向にあり、円安傾向も続くと思われ、引き続き厳しい外部環境が続く見通しですが、中期経営計画初年度の目標値である連結売上高486億円、営業利益24億円を達成し、増収・増益を見込んでいます。

当社は安定した配当の実施を前提に、これまで配当性向25%を目途としてきましたが、2024年3月期は、1株当たり35円の年間配当(配当性向39.3%)を実施しています。25%という目安にとらわれ

ず、今後は30～40%を目途として業績に連動した配当を実施していく方針です。

ニチバングループは、社会と人々の生活に密着した製品を提供し続け、安定的な成長を目指します。そうして、ステークホルダーの皆様の期待に応えていきたいと思います。その目安となる指標である「ROE8%以上」「PBR1倍以上」については、過去に「ROE8%」を超えると「PBR1倍以上」をおのずと達成してきた事実に鑑みても、十分に可能な目標だと考えています。まずは今後3年間で新中期経営計画の施策を着実に遂行して収益性を向上させ、目標達成を目指してまいります。

