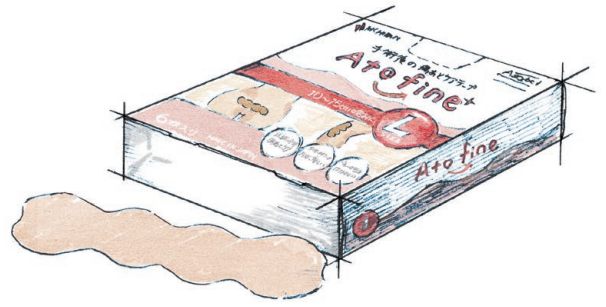
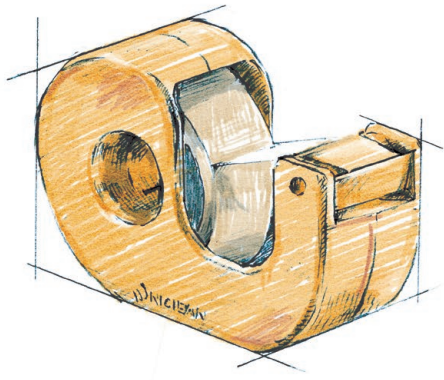


ニチバングループ
統合報告書
2024



ぴったり技術で明日をつくる

ニチバングループの理念

創業の精神

和親協力・進取向上

基本理念

私たちは絆を大切に
ニチバングループにかかわる
すべての人々の幸せを実現します

企業姿勢

粘着の分野を原点として
新たな価値を創造する技術で
快適な生活に貢献し続けます

行動指針

社会



誠意をもって誰にでも
誇れる仕事をしよう

お客様



お客様にとっての
「良いもの」を届けよう

チャレンジ



失敗を恐れず
まずやってみよう

スピード

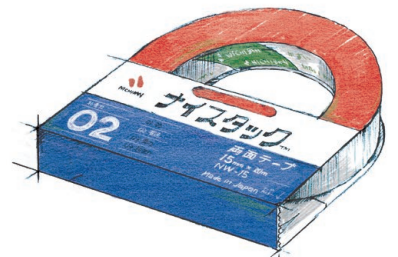
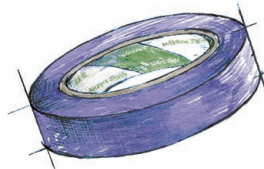


スピーディーに行動し
時代を先取りしよう

チームワーク



組織を超えて協力し
最後までやり遂げよう





このコーポレート・マークはニチバンのイニシャル「N」と、素晴らしい未来に向けて飛翔する翼を表現しており、「Nウィング」という愛称が付されています。

由来

全体の柔らかな曲線によって「ニチバングループにかかわるすべての人々の幸せを実現する」という当社のヒューマンな姿勢と、ふたつの図形を向かいあわせることによって、人と人、あるいは人と環境のよりよい関係やコミュニケーションを象徴しています。

「NICHIBANレッド」



コーポレート・カラー「NICHIBANレッド」は、新たな領域に挑戦し、時代を拓いていくニチバングループのチャレンジング・スピリットを表現したものです。

編集方針

「ニチバングループ統合報告書2024」は、株主・投資家の皆様に向けて、当グループが創造する価値をはじめ、経営・財務戦略や事業の強み、業績報告、そして環境・人的資本・地域社会・コーポレートガバナンスに対する取り組みといったESG 情報などにより構成しています。

報告対象組織

ニチバン株式会社
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

表記に関する留意事項

ニチバングループ(当グループ)は、グループ連結を示しています。
また、ニチバン(当社)は、ニチバン株式会社を示しています。
® は登録商標を表します。™ は商標を表します。
※「パラリンアート」は株式会社ベアレンソの登録商標です。
「健康経営®」はNPO法人健康経営研究会の登録商標です。

報告対象期間

2023年4月1日～2024年3月31日
最新情報を提供する重要性を鑑み、組織体制や施策などについては、一部2024年度の情報も含まれます。

参考ガイドライン

- ・ IFRS 財団 国際統合報告フレームワーク
- ・ 経済産業省 価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス

発行年月

2024年8月

報告メディアについて

主な情報開示ツール内容	内容	
公式ホームページ	製品情報及び企業情報、『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』をはじめ、ニチバングループに関するすべてを網羅したサイトです。	
ニチバングループ 統合報告書	2023年度より、これまでに発行していた「サステナビリティレポート」に代えて財務・非財務情報を統合した「ニチバングループ統合報告書」を発行しています。	本誌
コーポレート・ ガバナンス報告書	コーポレートガバナンス・コードに基づき、当グループのコーポレート・ガバナンスについての目的、状況や取り組みを記しています。	
有価証券報告書	株主・投資家の皆様に向け、当グループの概況、事業や財務状況、経理の状況などを開示しています。	

CONTENTS

ニチバンとは

企業理念・目次	2
暮らしに寄り添うニチバンの製品	4
ニチバングループのあゆみ	6
ニチバングループの強み	8
価値創造プロセス	10
財務・非財務ハイライト	12

ニチバンの戦略

トップメッセージ	14
前中期経営計画振り返り	18
新中期経営計画	20
事業ポートフォリオの再構築	22
グローバル企業化	23
人的資本経営	24
財務戦略(概要解説／財務担当役員メッセージ)	26
研究開発	28

戦略の成果

事業戦略

セグメント構造と営業組織体制	30
各フィールドの戦略	32

サステナビリティ

38

マネジメント

コーポレートガバナンス	50
コンプライアンス、リスクマネジメント	
役員一覧、社外取締役メッセージ	

データ編

11年間の財務・非財務サマリー	58
会社概要・株式の状況 他	60

暮らしに寄り添うニチバンの製品

ニチバングループは10,000個を超える多彩な品種・サイズの粘着製品を通じて社会におけるあらゆる場所・場面において皆さまの豊かで快適な生活の実現に貢献しています。

ハイコロール™



ほどよい厚みとクッション性がある
ハイドロコロイド素材のテープ材
です。外部からの圧迫や摩擦を低
減し、皮膚を保護します。

スキナゲート™



医療現場で広く使用されている低
刺激性のサージカルテープです。
貼付時の皮膚への負担が少なく、
かぶれを予防します。

チューシャバン™



採血した後、採血部位に貼るパッド
付きの絆創膏です。止血、採血部
位の保護、感染の予防といった目
的で使われています。

バトルウィン™ テーピングテープ



けがの予防や再発防止を目的と
して、関節の動きを適度に制限し
たり、筋肉をサポートするテーピング
テープです。

アトファイン™



手術後の「傷あと」を伸展刺
激・摩擦刺激・紫外線などから
守り、肥厚性瘢痕やケロイド
の発生を予防します。

ケアリーヴ™



「肌へのやさしさ」と「フィット感」を
兼ね備えた救急絆創膏。すりキズ、
あかざれ、靴ズレ、さまざまなシー
ンでご利用いただけます。

ナイスタック™



豊富なレパートリーを揃えた
紙製ホルダー付き両面粘着
テープ。工作やDIY、ご家庭
のなかで大活躍しています。

医療現場

一般家庭

たばねら™



スーパーなどで野菜や食品を結束するためのシステムです。結束用のテープと機械をご用意しています。

マスキングテープ



建設現場や自動車工場、ご家庭でのDIYなどで活躍している、豊富なレパートリーを揃えたテープです。

フードパッキングテープ™



お弁当やお惣菜に使用される食品容器の蓋固定に適した天然素材を使用したテープです。500m巻き長尺タイプもご用意しております。

製造現場

ロイヒつぼ膏™



有効成分のはたらきで、患部の血行を良くして、肩こりや腰痛の症状をやわらげる貼り薬です。

セロテープ®



主な原材料は木材パルプや天然ゴムなどの天然素材で構成され、巻心には再生紙を使用した、環境に配慮した製品です。

ディアキッチン™



ブランドのコンセプトは「キッチンまわりのひと手間をなくすお手伝い」。家事の効率化を応援する製品を展開しています。

ニチバングループのあゆみ

ニチバンは「粘着」の分野を原点として幅広く製品を展開し、長い年数をかけてブランドを築いてきました。

1918年、東京・南品川にて歌橋憲三氏が「歌橋製薬所」として創業。軟膏・硬膏、絆創膏の開発・製造からスタートし、現在でも幅広くご愛顧いただいている「セロテープ®」をはじめとする、「人々の快適な暮らしに寄り添うサステナブルな製品」をお届けしております。

企業の動き

1918年 「歌橋製薬所」創業

東京・南品川に「歌橋製薬所」を創業。軟膏・硬膏などの製造をスタート。この工場がニチバングループの原点となる。



歌橋憲一氏

1934年 株式会社歌橋製薬所設立

需要増に対応するため歌橋製薬所を個人経営から法人組織として設立。



1944年 日絆工業株式会社に 社名を変更

全国の絆創膏製造業者25社が歌橋製薬所を中心会社として統合。同年9月に「日絆工業株式会社」に社名を変更。



1961年 社名をニチバン株式会社に変更

東京・大阪両工場の新鋭生産設備を整備拡張し、社名を現在のニチバン株式会社に变更。



1967年 安城工場を設置

「セロテープ®」などの需要が増大し、生産増強のために愛知県安城市に新工場を設置。



1910年～

1918年 「リボン印歌橋絆創膏」発売

国内で初めてゴム絆創膏を大量生産し全国へ販売。国内初の絆創膏ブランド。



1931年 「コーンプラスター」発売

イボ、タコ、ウオノメなどを除去するサリチル酸絆創膏を発売。



1932年 「ロイヒ膏」販売開始

ロートエキスとイヒチオールを主成分とした鎮痛消炎貼付剤。販売は好調だったが、戦時中は原料不足のため製造を中止。



1940年～

1948年 「セロテープ®」市販開始

検閲後の封筒を封かんするためのテープの調達先として、絆創膏製造で実績があった当社に打診される。



1966年 「ナイスタック™」発売

文具業界向けに両面紙粘着テープを発売。



製品の動き

世界の流れ

●第一次世界大戦
(1914～1918)

●元号を昭和に改元
(1926)

●第二次世界大戦
(1939～1945)

●高度経済成長期
(1955～1973)

1972年 埼玉工場を設置、 東京工場より移転

東京工場周辺の宅地化が進み、工場拡張・設備増設が困難となってきたため、同工場を埼玉県日高町(現日高市)に移転。



1976年 大鵬薬品工業株式会社 資本参加

オイルショックと東京工場移転に端を発する労使問題で経営不振に陥り、大鵬薬品の資本参加を受けて経営を再建。

2017年 タイ・バンコクにNICHIBAN (THAILAND) CO., LTD. 設立

2014年にタイ・バンコクに駐在員事務所を開設、その後、2017年に販売会社を設立。



2018年 創業100周年

創業100周年に向け、2011年度から8年間の中長期経営計画【NB100】を策定・推進し、さまざまな事業を展開。



2018年 先端技術棟を設置、 大阪工場を移転

医薬品生産拠点である大阪工場は周辺の住宅化が進み、工場運営が限界となり、安城事業所の敷地内に先端技術棟を設置し、その中に先端応用研究所とメディカル安城工場(現:医薬品安城工場)を設置



2020年 ドイツ・デュッセルドルフに NICHIBAN EUROPE GmbH設立

2019年にドイツ・デュッセルドルフに駐在員事務所を開設。翌年に販売会社を設立。



1970年～

1978年 「たばねら™テープ」 「たばねら™」発売

当時、野菜の結束には藁や輪ゴムなどが使われており「テープで結束することはできないか」との想いから開発。



1989年 「ロイヒつば膏™」発売

それまでは冷感タイプが中心だった鎮痛消炎貼付剤の市場に向けて、温感タイプに特化した小型丸形プラスターを発売。



1997年 救急絆創膏 「ケアリーヴ™」発売

「高品質」をキーワードとした新製品の開発に着手。貼っていても違和感がなく、素肌に近い感触を実現。



2012年 「ケアリーヴ™ 治す力™」発売

特殊素材を使った「モイストパッド™」が傷口から出る体液を吸収・保持し、皮膚を早くきれいに再生する絆創膏を発売。



2015年 キッチン雑貨ブランド 「ディア キッチン™」誕生

手で簡単に切れ、貼ってはがせる水に強いフィルム素材のテープ「ディア キッチン™ ワザアリ™ テープ」を発売。



2016年 手術後の傷あとケア専用テープ 「アトファイン™」発売

外科手術後の傷あとを保護し、目立つ傷あとになることを予防する絆創膏を発売。



2023年 エコーで透過可能な カテーテル被覆・保護材 「カテリープラス™エコー」と 「ニチバンスマートグラス」を発売

エコーでの血管確認、穿刺、固定までの作業を一連の流れで行うことが可能に。



●オイルショック
(第1次:1973/第2次:1978)

●元号を平成に改元
(1989)

●東日本大震災
(2011)

●元号を令和に改元
(2019)

ニチバングループの強み

今日のニチバングループは幅広い分野での事業基盤を確立しました。長年築いた製品ブランドを活かした展開力と粘着の分野を原点とした技術、そして強固なサプライチェーンとお客様、それらが当グループの強みとなり、快適な生活を支える価値を創出し続け、グローバルに貢献する企業を目指します。

Strengths 01



長年築いた製品ブランド

軟膏・硬膏、絆創膏の製造、販売からはじまった当社は、絆創膏開発で蓄積してきた粘着技術をベースに幅広い分野で「貼る」製品をお届けすることで、人々の快適で豊かな暮らしに貢献しています。人生のいろいろな場面で気づけばニチバンの製品があります。セロテープ®、たばねら™、ケアリーヴ™、ロイヒつぼ膏™ など、快適な生活に「ぴったり」するさまざまな製品ブランドを送り出してきました。2018年に100周年を迎え、そして次の100年に向けて新たな製品づくりとブランド育成に取り組んでまいります。

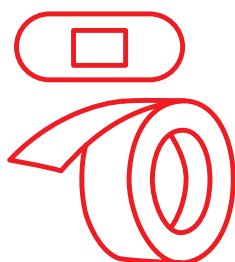
お客様に選ばれて

100 年以上

絆を創って100年



Strengths 02



幅広い分野での事業基盤

私たちニチバングループは、長年にわたり蓄積した独自の粘着と接着技術をベースに、医療現場をはじめとする最先端産業から農業や流通といった幅広い分野に至るまで強固な事業基盤を築き、多様な価値のある製品を提供しています。私たちは、今後も技術と機能の応用展開力を最大限に活用し、人々の健康と快適な暮らしを支えるとともに多種多様な産業を積極的にサポートするテープ製品を通じて、常に未来を見据え、豊かな社会の構築に貢献していくことを目指します。

製品数

10,000 個以上



Strengths 03



粘着の分野を原点とした技術と開発

優れた技術は進化を続ける生命にも似ています。ひとつの技術が生まれ、成熟し、更に新しい技術を生み、次の世代へと継承されていきます。粘着の分野を原点とした技術と高付加価値を生む製品開発力、ニチバングループは創業以来、新たな技術に磨きをかけてきました。そして次の時代を見据えた今、従来にはない先進的な技術の具現化を目指して、日々研究が続けられています。それは、「信頼され期待される企業」を目指すニチバングループにとっての生命線ともいえる活動。新たな未来に向けて、産官学連携活動も強化しています。



Strengths 04



強固なサプライチェーンと顧客基盤

私たちは「絆を大切にニチバングループにかかわるすべての人々の幸せを実現する」ことを使命として、国内外の信頼性の高いサプライチェーンネットワークと幅広い顧客基盤による調達、販売力と商流とのつながり、更には市場顧客のインサイト分析、マーケットイン発想での開発推進体制を通じて、日本国内のみならず世界50か国以上のグローバル市場へのスピーディーな展開、拡大に向けて取り組んでいます。ニチバングループは世界のあらゆるお客様に製品を提供するべく、新しいフィールドへの挑戦を加速してまいります。

海外輸出国

約 **50** か国

価値創造プロセス

ニチバングループは「基本理念」の基、価値創造の源泉となる6つの資本を、強みである「粘着技術」に活かし、ステークホルダーの皆様と新たな価値を共創しています。この価値創造プロセスにより、サステナブル社会への貢献、更にはグローバルな環境変化に対応できるように柔軟性を高め、中長期的な企業価値の向上を目指していきます。

基本理念

Inputs

2023年度実績

価値創造の源泉

製造資本

ものづくりの事業基盤・自社工場を中心とした生産体制

- 製造拠点数（国内3工場・3グループ会社）
- 製造資本金額（固定資産残高）294億円
- 設備投資額 18億円

人的資本

人的資本経営の推進

- 従業員数 1,270名（連結）
- 社外役員比率 取締役 50% 監査役 50%
- 平均勤続年数 18.8年（単体）
- 離職率 2.2%（単体）
- 研修費総額 154（百万円）（連結）
- 一人当たり研修費 12.1（万円）（連結）

知的資本

粘着の分野を原点とした技術の蓄積

- 特許保有件数 93件
- 登録意匠 58件
- 研究開発体制

財務資本

健全な財務体質

- 自己資本比率 61.3%

社会・関係資本

事業展開におけるつながり

- 拠点数（国内16拠点・海外2拠点）
- 海外輸出国 約50か国
- 顧客とのコミュニケーション基盤、地域社会

自然資本

環境への貢献

- 天然由来素材原材料の使用
- グリーン電力証書購入量：2023年度契約量 1,150千kWh
- CO₂削減量の見込み：年間CO₂削減量5,027t-CO₂

リスク・機会の見立て

P19

リスク

- ① 既存製品の成長の鈍化
- ② 既存製品のライフサイクルの成熟化
- ③ 気候変動対応への必要性の高まり
- ④ その他
物価・エネルギー価格高騰/製品品質リスク/知財リスク/円安リスク

機会

- ① 環境・社会課題に関連する市場への適用可能性の拡大
- ② コンシューマー市場の新規需要拡大
- ③ 海外新規市場の存在
- ④ 超高齢社会の進展と地域医療(在宅医療)への移行

ビジネスモデル・強み

P08

- ① 長年築いた製品ブランドを活かした製品展開力
- ② 粘着の分野を原点とした技術による高付加価値製品開発力
- ③ コンシューマー・医療・産業分野での幅広い事業基盤における技術・機能の応用展開力
- ④ 信頼性の高いサプライチェーンネットワークと幅広い顧客基盤による調達・販売力、商流のつながり

マテリアリティ

私たちは絆を大切にニチバングループにかかわるすべての人々の幸せを実現します

経営戦略

P20

中長期ビジョン

NICHIBAN GROUP 2030 VISION

2030年度 快適な生活を支える価値を創出し続け
グローバルに貢献する企業へ！

- 01 | サステナブル社会への貢献
- 02 | 確固たる企業品質の確立
- 03 | DXへの積極的な取り組み

新製品比率 **30%**
グローバル比率 **30%**

CREATION 2026新中期経営計画

- 01 事業ポートフォリオの再構築
- 02 グローバル企業化
- 03 人的資本経営

2026年度目標

売上高	530億円	営業利益率	8%
新製品比率	15%	グローバル比率	15%
ROE	8%以上		

価値創造を支える基盤

P50

- ① コーポレートガバナンス（企業統治）・内部統制
- ② 世界標準規格による品質マネジメント
- ③ 顧客機軸のマーケティング・開発推進組織
- ④ 戦略的データ活用と業務生産性向上に貢献するITシステム
- ⑤ 人的資本経営

Outputs

2023年度実績

事業活動から創出される成果

財務実績

1. 売上高	468億円
2. 営業利益	20億円
3. ROE	4.4%
4. 新製品比率	6.2%
5. グローバル比率	8.5%

非財務実績

1. 女性管理職比率	10.2%
2. エンゲージメントスコア	46.8
3. 年次有給休暇取得率	65.6%
4. CO ₂ 排出削減率	36.6%

2013年度比

Outcomes

創出される価値

① 目指す姿

- ニチバングループ理念実現と人的資本経営、2030ビジョン完遂
- イノベーション創出による社会課題への貢献と解決
- カーボンニュートラル、ネットゼロ実現

② ステークホルダーへの価値

- 健康と快適な生活への貢献（お客様）
- 持続的成長による企業価値向上（株主・投資家）
- パートナーとの企業価値向上（取引先）
- 多様な従業員の成長とワークライフバランス向上（従業員）
- 地域社会活性化への貢献（地域社会）

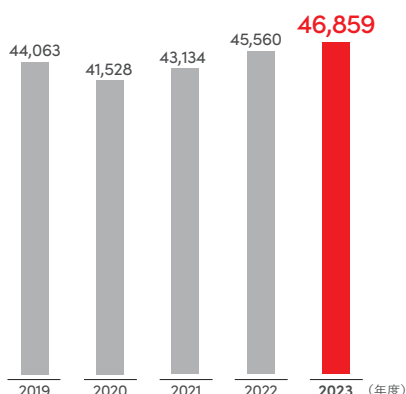
経営上のサステナビリティ重要課題

気候変動・地球温暖化対策/環境・社会課題の解決に貢献する製品開発/
感染予防対策への貢献/製品の品質向上と安全の確保

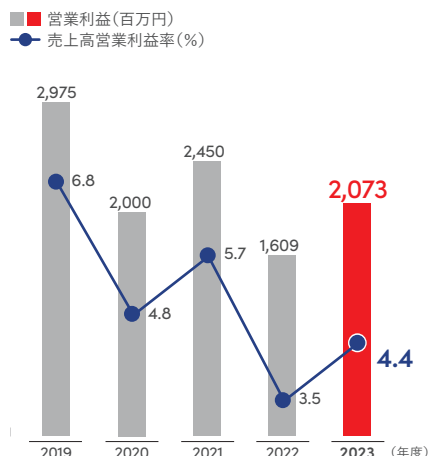
財務・非財務ハイライト

財務ハイライト(連結)

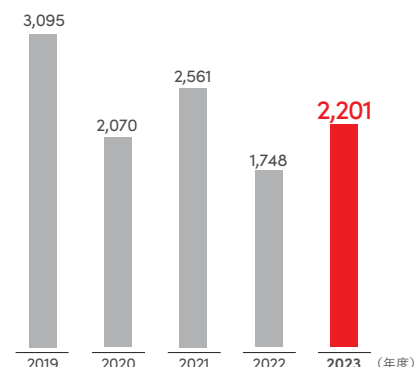
売上高
(百万円)



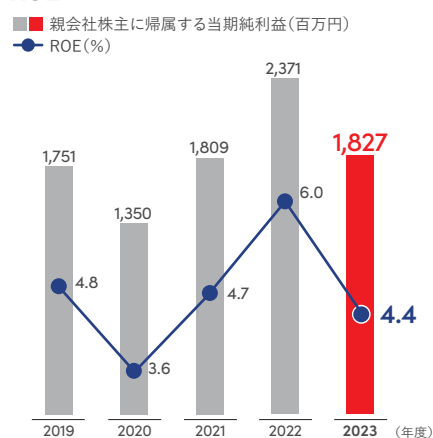
営業利益／売上高営業利益率



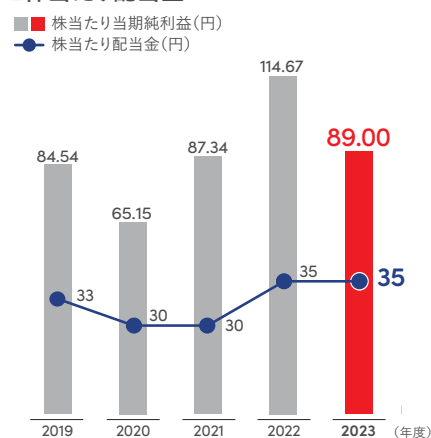
経常利益
(百万円)



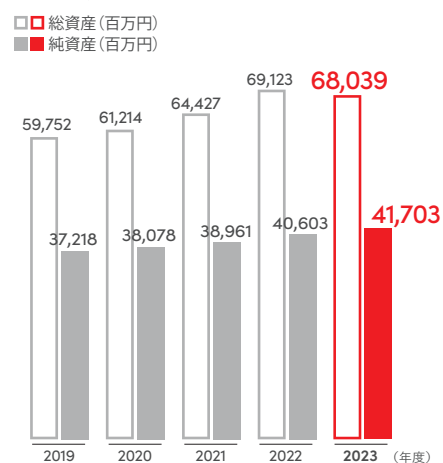
親会社株主に帰属する当期純利益／ROE



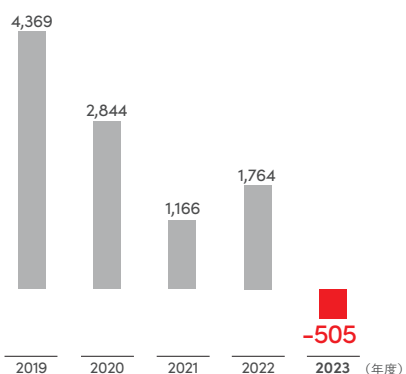
1株当たり当期純利益／1株当たり配当金



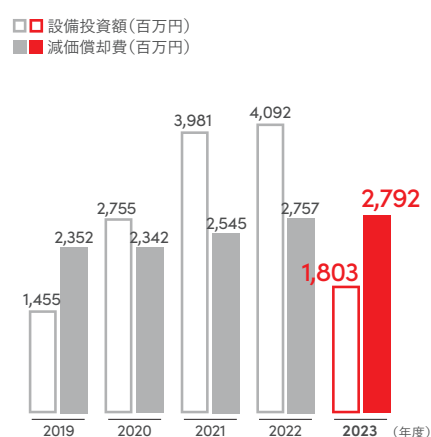
総資産／純資産



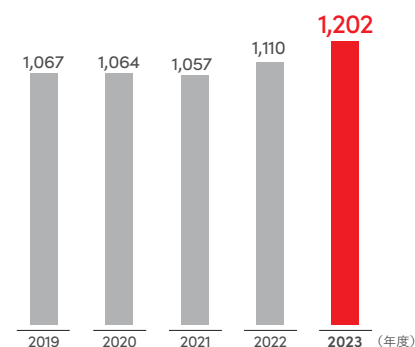
フリーキャッシュ・フロー※1
(百万円)



設備投資額／減価償却費



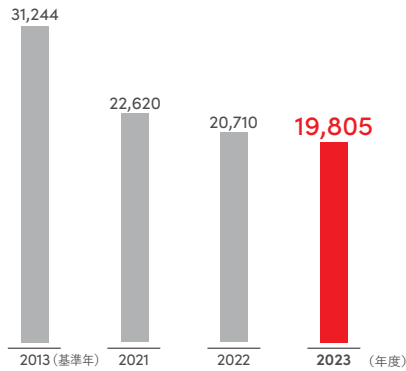
研究開発費
(百万円)



※1 営業活動によるキャッシュ・フロー+投資活動によるキャッシュ・フロー

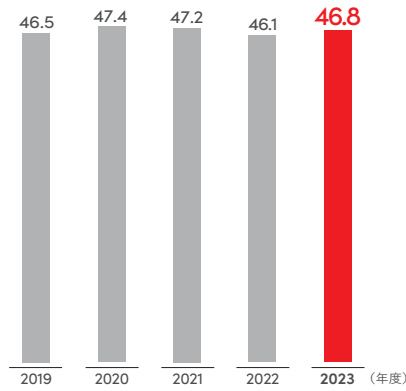
非財務ハイライト

CO₂排出量 Scope1.2(連結)^{※2}
(t-CO₂)

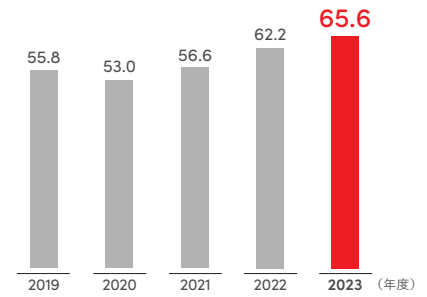


※2 ニチバン株式会社及び国内子会社を対象

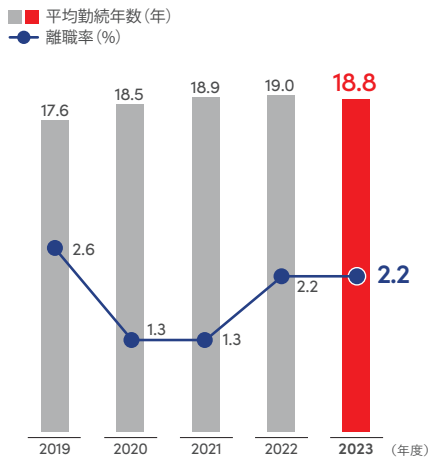
エンゲージメントスコア(単体)



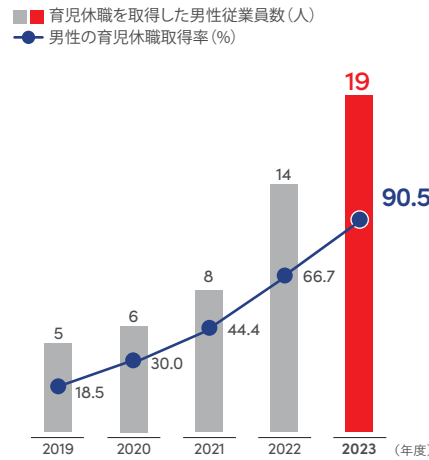
年次有給休暇取得率(単体)
(%)



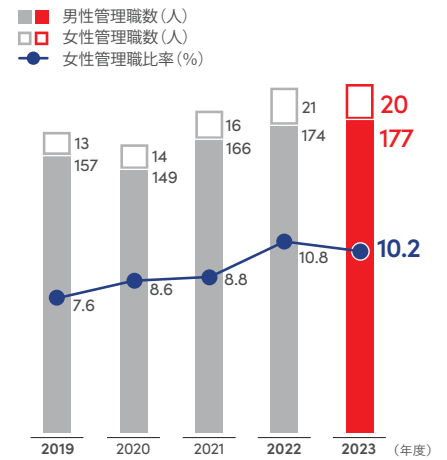
平均勤続年数／離職率(単体)



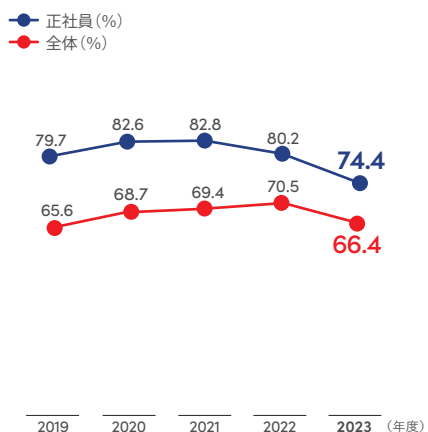
男性育児休暇取得率(単体)



女性管理職比率(単体)

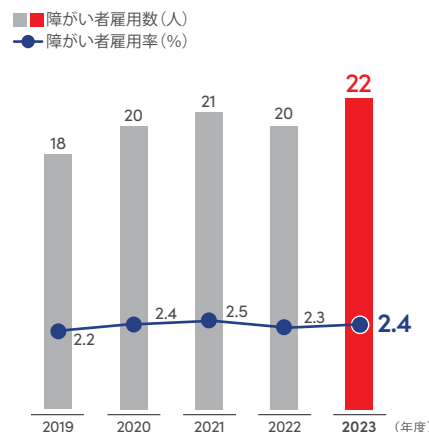


男女間賃金格差(単体)^{※3}

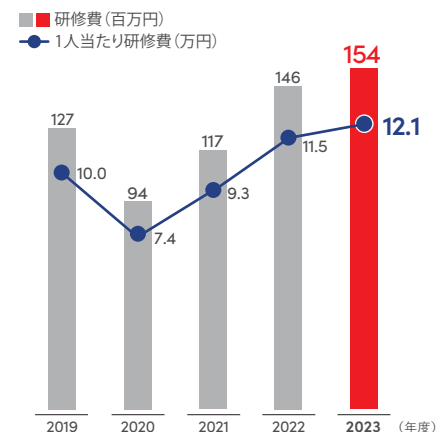


※3 男性の平均給与(年収)を100とした場合の女性の平均給与比率

障がい者雇用(単体)



研修費総額／1人当たり研修費(連結)



Top Message



未来への礎づくりから、新たな事業構造の創造へ。 新中期経営計画「**CREATION 2026**」で ニチバンは新しいフェーズへと入ります。

2030年度のありたい姿の実現に向けてイノベーション創出とグローバル貢献を果たすための
新たな事業構造を創造する新中期経営計画をスタートさせ、
「事業ポートフォリオの再構築」「グローバル企業化」「人的資本経営」の3つの重点テーマに注力していきます。

代表取締役社長

高津敏明

前中期経営計画の振り返りをお願いします

ニチバンの未来に向けた礎づくりは着実に前進

前中期経営計画【ISHIZUE 2023 ～SHINKA・変革～】は、中長期ビジョン『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』実現のための礎をつくる位置づけで、2019年の社長就任と同時にスタートしました。価値創造の根幹である企業品質とサステナブルな社会への貢献をベースとしながら、「イノベーション創出」と「グローバル貢献」の2軸をぶらすことなく、5つの重点課題に取り組んできました。コロナ禍と重なり業績は厳しい状況でしたが、2023年度は増収増益で終わることができました。

成果の1つは、営業推進体制の強化とブランド戦略の再構築を目的として取り組んだ顧客機軸の事業推進体制が確立、浸透したことです。当社の事業は「メディカル」「テープ」のセグメントに分かれています。例えば、「メディカル」であっても、病院向けの医療材製品（BtoB）と一般消費者向けのヘルスケア製品（BtoC）があります。BtoB、BtoCの顧客機軸で事業活動を強化したことで、一定の成果が出ています。

BtoBでは、お客様の声やニーズを拾い上げ製品展開に活かす取り組みを推進し、特に病院向けの医療材などで、現場に密着した活動ができるようになっていきます。工業品は原材料の価格高騰の影響を受けやすいですが、例えばセロテープ®は、天然素材の価値を訴求する価値営業へとアプローチを変え、付加価値をお伝えすることで価格改定につなげました。今後も価値を理解いただき共感を得る価値営業で、セロテープ®のブランドを守り続けます。BtoCでは、2021年度に設置したEC営業

統括部がECに特化した販売戦略を展開し、お客様が当社の製品を買いやすい時にいつでも買える環境を整備しました。その結果、EC事業は「メディカル」「テープ」の両セグメントで売上が増加しました。

事業戦略の推進に不可欠なDXも着実に進め、新しい基幹システムを導入し、データ利活用やプロセス変革のためのインフラが整いました。他方、「イノベーション創出」については、課題が残りました。セロテープ®、ケアリーヴ™、ロイヒつば膏™などの代表製品がロングセラーを続ける一方で、次なるヒット製品が未だ出ていない状況です。BtoBでお客様の潜在的なニーズを捉え、社会に貢献する製品の開発に向けた努力をしています。ただ、それだけでなく、当社のコア技術を活かして外部と新しい価値を創造するオープンイノベーションをより力強く、スピード感を持って推進していく必要があります。

また、「グローバル貢献」については、グローバル比率が8.5%まで伸びていますが、2023年度の目標値10%台には届いていません。ただ、韓国では優良な販売パートナーとの連携により、ケアリーヴ™がシェアNo.1となり認知度も上がっています。グローバル展開では優良パートナーをいかに発掘するかが重要であり、M&Aを含めパートナー企業との協業をさらに進めていかなければなりません。これらの課題に対しては、新中期経営計画で、引き続き取り組んでいきます。

新中期経営計画について方針と重点テーマを教えてください

「事業ポートフォリオ」「グローバル企業化に向けた機能」「人財」を“創造”する

前中期経営計画で築いた礎に立ち、2024年度より新中期経営計画に取り組んでいきます。新中期経営計画では、「イノベーション創出」と「グローバル貢献」の2軸は継続し、「企業価値拡大に向けた新しい事業ポートフォリオ」「グローバル企業化に向けたマネジメント・生産・サプライチェーンマネジメント機能」「人的資本経営に基づく人財基盤」を創造する3カ年として、「CREATION 2026」と名づけました。新中期経営計画は、まさに「人財」創造の一環として、世代交代に向けた次世代育成にも注力していく方針で、当社の次世代を担うメンバーが中心と

なって策定しました。

具体的には、次の3つの重点テーマに取り組んでまいります。

① 事業ポートフォリオの再構築

テープ事業セグメントの抜本的収益改善を実行し、成長事業と新領域へ経営資源を重点配分します。テープ事業は、拠点の集約等によりローコストオペレーションを徹底。生産工場は需要に応じた要員の適材配置と製造移管などを行い、グループ全体での最適生産体制を構築します。成長事業としては、ヘルスケ

アとグローバル事業をドライバーに位置づけ、拡大を目指します。同時に、医療・コンストラクション／モビリティ分野での新領域への挑戦、社会・環境課題視点の新しい市場開拓や事業推進を目指します。

これらの実現に向けては、イノベーション創出に注力し、「プロダクトイノベーション」「プロセスイノベーション」という考え方で全員参加のイノベーションを推進します。プロダクトイノベーションにおいては社内でのイノベーション創出はもとよりイノベーションセンターを中心として外部企業とのマッチングやワークショップ、産官学連携を展開するなどしながら共創を模索しており、その中から新しい医療用の「ニチバンスmartグラス」が開発されるなど、その他にも新製品の種はいくつも生まれてきています。当社の粘着技術は、肌に優しく「かぶれない」「通気性があり蒸れない」のが特徴であり、ウェアラブルデバイスなどに最適で非常にニーズは高いと感じています。当社の強みであるコア技術の情報発信を強化し、産官学との協業・連携を促進していきます。

②グローバル企業化

現在、日本、タイ、ドイツの拠点で、東アジア、東南アジア、オセアニア、欧州をカバーする体制ができており、販売3拠点による成長を追求しながら、「2030年度グローバル比率30%」に向けた施策を確実に実施していきます。

グローバル事業では、ケアリーヴTM、ロイヒつば膏TMなどのBtoC製品と、病院向け、自動車向けのBtoB製品が中心となります。アジア市場では好調な韓国でケアリーヴTMなどのBtoC製品の更なるシェア拡大を目指す他、タイ拠点を通じては医療材やモビリティ向け製品の拡大を、欧州では医療材の継続拡大と新

しい高付加価値製品を探索し参入を目指します。

これらを実現するため、グローバルでサプライチェーンマネジメント体制、マーケティング管理体制の構築を進めます。特にこれまで参入できていない中国市場は、駐在員を派遣して拠点を整備し、現地密着のマーケットリサーチを実践していきます。

グローバル化に向けては、グループ全体の意識と業務遂行力の向上が必要です。エビデンスの充実化、品質管理機能の整備、文書の多言語化などの業務遂行力を高めるとともに、現地のローカルスタッフの教育を含めた異文化コミュニケーションに長けたグローバル人財の育成を進めていきます。

「事業ポートフォリオの再構築」や「グローバル企業化」の施策を確実に遂行していくために、「新規事業開発投資」などの投資戦略を実行していきます。

③人的資本経営

当社では、人財こそが企業価値創造の基盤であると考え、人的資本経営を実践していきます。当社は、女性活躍を推進していますが、男女の性差にとらわれず有能な人財に機会を平等に与えることが重要だと考え、今年度よりD&Iに「Equity（エクイティ・公平性）」の概念を加え、「DE&I」を推進していきます。

また、エンゲージメント経営の推進に注力するため、エンゲージメントスコアをKPIに設定し、経営層の評価項目にも取り入れています。従業員が働きがいを持って仕事に取り組むことができればエンゲージメントが上がり、皆でベクトルを合わせて同じ方向に進むことができれば会社の業績につながり、従業員の更なる働きがいにつながる——そうした好循環を生んでいきたいと考えています。

CREATION 2026 新中期経営計画

イノベーション創出と グローバル貢献を 果たすための事業構造

- 企業価値拡大に向けた新しい事業ポートフォリオ
- グローバル企業化に向けたマネジメント・生産・SCM機能
- 人的資本経営に基づく人財基盤

を創造する3ヵ年とする

01



事業ポートフォリオの再構築

- ① テーブ事業セグメントの抜本的収益改善
- ② 成長事業と新領域へ経営資源を重点配分

02



グローバル企業化

- ① 販売3拠点の成長追求
- ② 2030年度グローバル比率30%実現に向けた機能拡充
- ③ グループ全体のグローバル企業化の推進

03



人的資本経営

- ① ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進
- ② 自己変革し成長する自律的人財の育成
- ③ 従業員の健康とエンゲージメントの向上
- ④ 新人事制度の導入

Top Message

ニチバンの存在意義と社会的価値について考えを聞かせください

「粘着の分野を原点として、新たな価値を創造する技術で、
快適な生活に貢献し続ける」企業として独自の価値を提供していく

ニチバンは高い粘着技術を持っています。この技術を活かして多くのニーズに応え、人々の快適な生活をサポートし社会に貢献することこそが、ニチバンの存在意義であると考えます。そして2030 VISIONで明言している通り、快適な生活を支える価値を創出し続け、グローバルに貢献する企業となることを目指してまいります。

また、モノづくりの会社としてサステナブルな社会に貢献すべ

く、マテリアリティを設定しています。「製品の品質向上と安全の確保」をはじめ、「気候変動・地球温暖化対策」「環境・社会課題の解決に貢献する製品開発」「感染予防対策への貢献」を重要度が極めて高い項目として取り組んでいきます。特に環境対応に関連して「CO₂排出量削減率」をKPIに設定し、2026年度までに35%の目標達成を目指します。

最後に、ステークホルダーの皆様へのメッセージをお願いします

ステークホルダーの皆様の期待を超えるニチバンへ。
真のチームワークを発揮し、ありたい姿に向けて進んでいきます

今後の社会においては、これまで以上にボラティリティが高まり、対応が難しい経営環境が継続することが予想されます。しかし、ニチバンは100年を超える歴史の中で、硬膏・軟膏の製造からスタートし、その後セロテープ®事業からヘルスケア事業へと事業を展開し、あらゆる“変化”に対応しながら成長を実現してきました。これまでに構築してきた、粘着分野での確固たる技術基盤と、テープ事業とメディカル事業のバランスが取れていることが、ニチバンの強みであると考えています。

現在はメディカル事業を成長領域と位置づけていますが、テープ事業においても成長を追求し、両事業を強くすることが重要だと考えます。テープ事業とメディカル事業の連動性を持たせながら、粘着技術を基盤にニチバングループ全体を成長させていきたい。また、工業用製品を中心に長く現場にいた私自身の経験を活かして、実現していきたいと思います。

ニチバンの2024年度の基本方針は、「「CREATION 2026」の目標実現に向けて真のチームワークを発揮を！」です。全社一丸となって「真のチームワーク」を発揮して様々な壁を越え、従業員が誇りに思えるような会社にしていきます。そして、株主・投資家の皆様、地域、社会から期待される企業となり、さらには、その

期待を超えるニチバンとなることを目指していきます。「私たちは絆を大切にニチバングループにかかわるすべての人々の幸せを実現します」の基本理念と、2030年のありたい姿に向けて邁進してまいります。



ニチバンの戦略

前中期経営計画振り返り

前中計【ISHIZUE 2023 ～SHINKA・変革～】

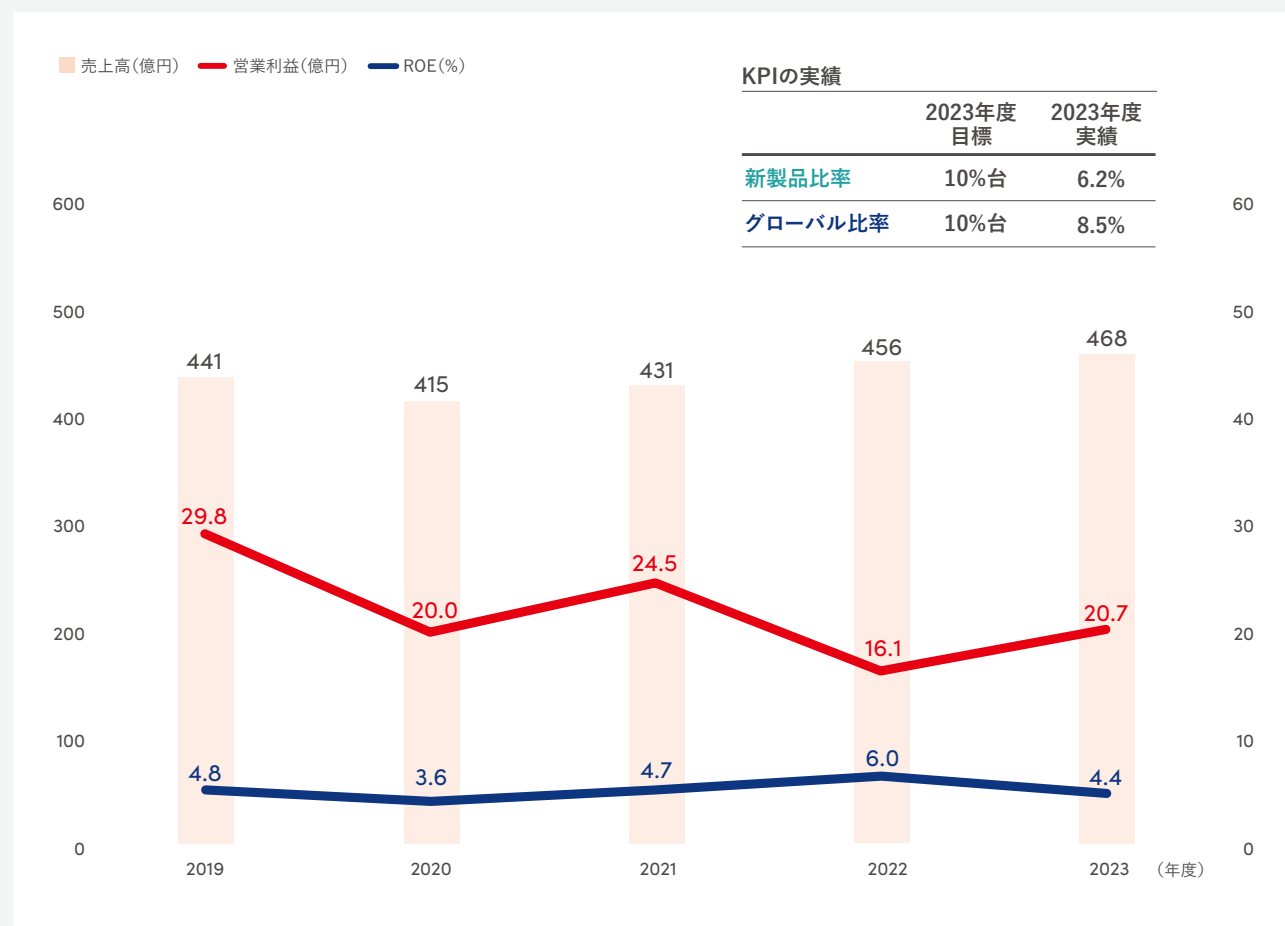
増収基調も原材料価格高騰により テープ事業セグメントの収益性が大幅にダウン 販売価格改定を連続的に実施し、最終年度へ

2019年度にスタートした前中期経営計画【ISHIZUE 2023 ～SHINKA・変革～】は3年ほどコロナ禍と重なり、外部環境が大きく変化しました。特に2022年度からは旧大阪工場跡地の売却もありながらも、原材料やエネルギー価格の高騰、円安傾向もあり、利益構造は大きく変化しました。

そのような状況下で主要製品の販売価格の改定を実施させていただきましたが、原材料やエネルギーの価格は高止まり傾向にあり、依然として厳しい経営環境が続いています。

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も堅調に推移した結果、当連結会計年度の実績は増収・増益となりました。

【ISHIZUE 2023 ～SHINKA・変革～】実績推移



前中期経営計画の振り返りと課題感

ニチバングループは前中計期間中にコロナ禍や原材料価格高騰など、さまざまな課題に直面しました。前中期経営計画を振り返りながら、市場・社会環境と課題を分析し、今後の方向性を示します。

重点テーマ	成果	今後の方向性
1 中長期成長エンジンの確立、イノベーション創出	●新製品比率 目標10%に対して6.2% ●マーケットイン、技術深耕、協業開発は定着前 ●メディカル新領域 製品開発への着手段階 ●全社イノベーション創出活動を2023年度に始動	●全社イノベーション活動による着実な成果創出 ●産官学連携による新規開発の実践 ●医療分野の新規創出
2 グローバル市場へのスピーディーな展開・拡大	●グローバル売上比率8.5%達成、事業成長 ●グローバル販売3拠点による施策推進体制の確立 ●現地生産・物流体制は途上	●海外事業の積極投資による拡大施策継続 ●ASEAN・東アジア・欧州事業注力、現地化推進 ●現地生産・SCM(サプライチェーンマネジメント)体制確立
3 事業推進体制の見直しと収益改革	●顧客機軸の推進体制を確立、浸透 ●メディカル拡大生産目途付け、テープ生産再編 ●原材料高騰による大幅採算悪化	●事業ポートフォリオ視点の短期・中長期取り組み ●気候変動・環境負荷低減取り組みの推進 ●不採算事業・製品の抜本的改善、再構築
4 事業戦略推進に向けたAI・IoTの積極活用	●基幹業務の統一化・データ統合、RPA自動化 ●インフラ、セキュリティ整備、ITリスク軽減 ●プロセス変革・社内外データ活用は途上	●データ活用・プロセス変革 ●DX課題抽出・実践のための育成、リテラシー向上 ●最新技術の選別と取り込み
5 将来の持続的成長を担う人財育成	●理念浸透、行動指針・評価制度の連動 ●グローバル、イノベーション、DX人材の育成が急務 ●早期選抜・次世代育成の枠組み未整備	●エンゲージメント向上、意識醸成と実践 ●専門スキル人材育成体制拡充 ●次世代経営層の育成枠組み運用

市場・社会環境認識

プラス要因

マイナス要因

内部環境

Strengths (強み)

- 強い製品ブランド
(生産技術、品質管理、国内生産)
- 広い商流(3フィールド)
- 多種多様な製品群
- 安定した財務基盤
- 統合した基幹システム

Weaknesses (弱み)

- テープ事業の収益性の悪化
- グローバル比率6.2%で目標未達、SCM体制は不十分
- 中国拠点未整備
- 古い人事制度
- エンゲージメントは改善途上
- 管理部門のグローバル人材の不足
- 次世代経営層の育成は未着手
- 全社的なデータ活用・プロセス変革は途上

外部環境

Opportunities (機会)

- 超高齢化社会、地域医療(在宅医療)
- 医療現場生産性向上(働き方改革)
- さらなるEC化加速と購買行動の変化
- 新興国の成長
- 国土強靱化対策・公共事業増加
- オープンイノベーション

Threats (脅威)

- 原材料・エネルギー価格高騰
- 円安の進行
- 環境規制強化
- 激甚災害、気候変動
- 人口減少、国内経済成長率低下

新中期経営計画

2030 VISIONに向けた
「CREATION 2026」イノベーション創出とグローバル貢献を果たすための
事業構造を創造する3ヵ年とする

ニチバングループでは、『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』として『快適な生活を支える価値を創出し続けグローバルに貢献する企業へ!』と定めています。前中期経営計画【ISHIZUE 2023 ～SHINKA・変革～】の5年間では外部環境が大きく変化し、将来の予測が難しい時代となりましたが、ニチバングループの目指すVISIONは変わりません。

2024年4月からはじまった新中期経営計画「CREATION 2026」では、「イノベーション創出とグローバル貢献を果たすための事業構造を創造する3ヵ年とする」をコンセプトとし、『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』を実現するための3つの重点テーマを設定いたしました。

NICHIBAN GROUP 2030 VISION

2030年度

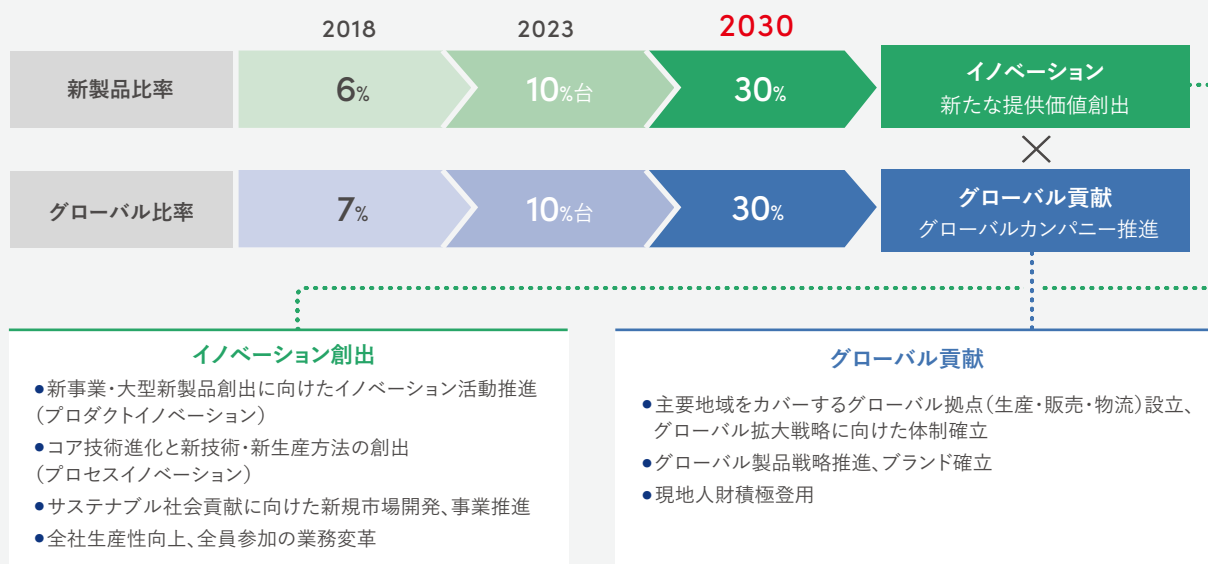
快適な生活を支える価値を創出し続け
グローバルに貢献する企業へ!

新製品比率

30%

グローバル比率

30%



サステナブル社会への貢献

さまざまな社会課題の解決、気候変動対策・環境負荷低減のための新規開発・事業施策と事業運営の推進

確固たる企業品質の確立

製品やサービス、開発・生産、組織マネジメント、人財育成に至るまでの確固たる「企業品質」の確立

DXへの積極的な取り組み

DXへの積極的な取り組みによる情報（データ）の戦略的活用や業務プロセス変革

【ISHIZUE 2023】から2030 VISIONに向けた 新中期経営計画「CREATION 2026」へ

前中期経営計画の評価と今後の課題、市場及び社会環境の変化を踏まえて策定された新たな中期経営計画「CREATION 2026」の概要をご説明いたします。



重点テーマ

01	02	03
事業ポートフォリオの再構築 ① テープ事業セグメントの抜本的収益改善 ② 成長事業と新領域へ経営資源を重点配分	グローバル企業化 ① 販売3拠点の成長追求 ② 2030年度グローバル比率30%実現に向けた機能拡充 ③ グループ全体のグローバル企業化の推進	人的資本経営 ① ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進 ② 自己変革し成長する自律的人材の育成 ③ 従業員の健康とエンゲージメントの向上 ④ 新人事制度の導入

新中期経営計画「CREATION 2026」財務・非財務目標

財務数値目標(連結)

	ISHIZUE 2023 2023年度	CREATION 2026		
		2024年度	2025年度	2026年度
売上高(億円)	468	486	500	530
営業利益(億円)	20	24	32	45
経常利益(億円)	22	25	33	46
当期純利益(億円)	18	19	25	35
ROE	4.4%	-	-	8%以上
新製品比率	6.2%	-	-	15%
グローバル比率	8.5%	-	-	15%

主な非財務数値目標

	ISHIZUE 2023 2023年度(実績)	CREATION 2026 2026年度(目標)	備考
女性管理職比率	10.2%	15%	2023年度:単体 2026年度:連結
エンゲージメントスコア	46.8	50	単体
年次有給休暇取得率	65.6%	70%	2023年度:単体 2026年度:連結
CO ₂ 排出量削減率 (2013年度比)	36.6%	35%	連結

新中期経営計画 「CREATION 2026」における重点テーマ

01



事業ポートフォリオの再構築

ニチバングループの持続的成長に向けた事業ポートフォリオマネジメントとして、テープ事業セグメントの抜本的収益改善を実行し、成長事業と新領域へ経営資源を重点配分します。

外部環境の変化による原材料、エネルギー価格の高騰や円安傾向が利益構造に大きな変化をもたらし、テープ事業セグメントでの収益改善が急務となっております。それに対処するために、不採算製品の黒字化を優先し、価格改定を行うとともに、業務効率向上のためにローコストオペレーションを実現するための施策を展開します。

さらに成長領域であるヘルスケアとグローバル事業へ経営資源を重点的に配分しつつ、医療材フィールドと工業品フィールドではオープンイノベーションやアライアンス等の活用により新領域での高付加価値製品の開発と競争優位性の確立を目指します。

テーマ 1

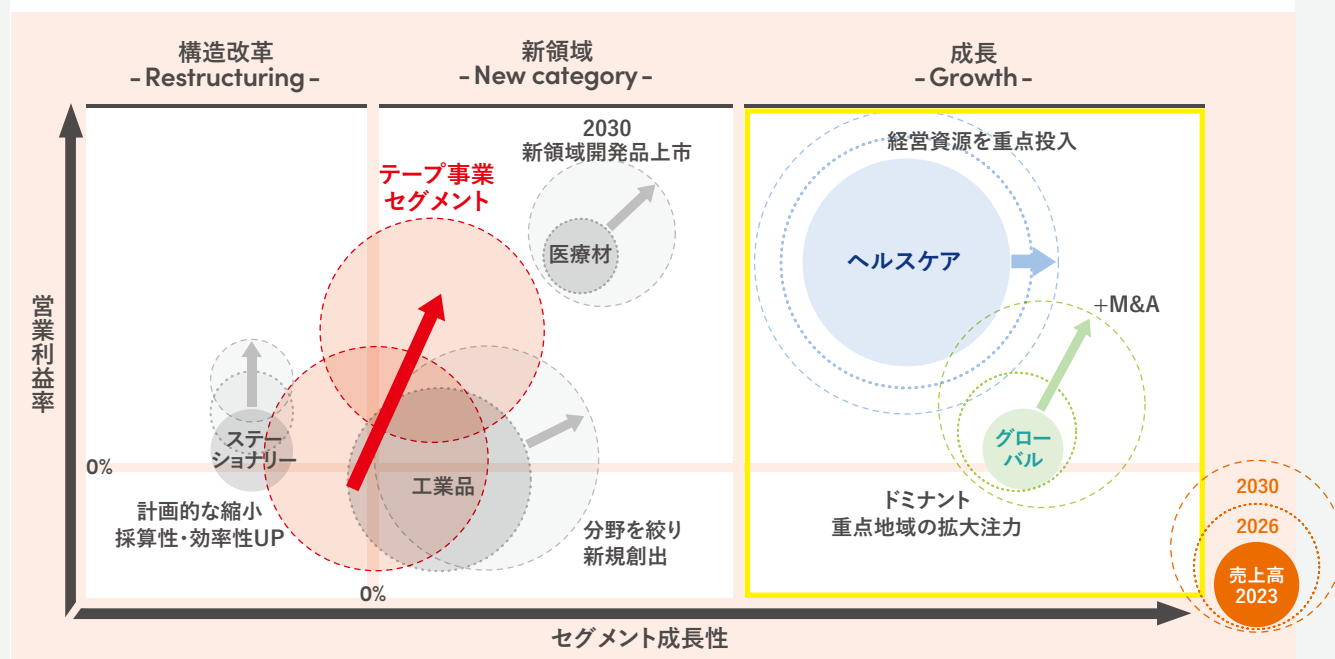
テープ事業セグメントの抜本的収益改善

- ① 不採算品の販売価格改定の徹底
- ② ローコストオペレーションの徹底
- ③ 新領域での製品開発

テーマ 2

成長事業と新領域へ経営資源を重点配分

- ① ヘルスケア、グローバル事業の拡大成長
- ② 医療・コンストラクション/モビリティ分野における新規創出



CREATION 2026

02



グローバル企業化

現行の販売3拠点による成長を追求しながら、中長期ビジョン『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』の「2030年度グローバル比率30%」に向けた新たな施策を確実に実施し、あわせてグループ全体でのグローバル企業化を図ります。

グローバル市場では、販売3拠点を中心にヘルスケア、工業品、医療材分野での成長を目指します。また、中国拠点（駐在員事務所）の整備、グローバルSCM体制構築や販売・マーケティング管理体制確立、ローカライズ製品開発を重視し、本社機能・品質管理、開発機能業務のグローバル化推進を通じて持続可能な成長と競争力強化を目指します。

テーマ 1

販売3拠点の成長追求

- ① 販売3拠点の現地シェア拡大・新規開拓の推進
- ② 現地販売パートナーとの提携強化

テーマ 2

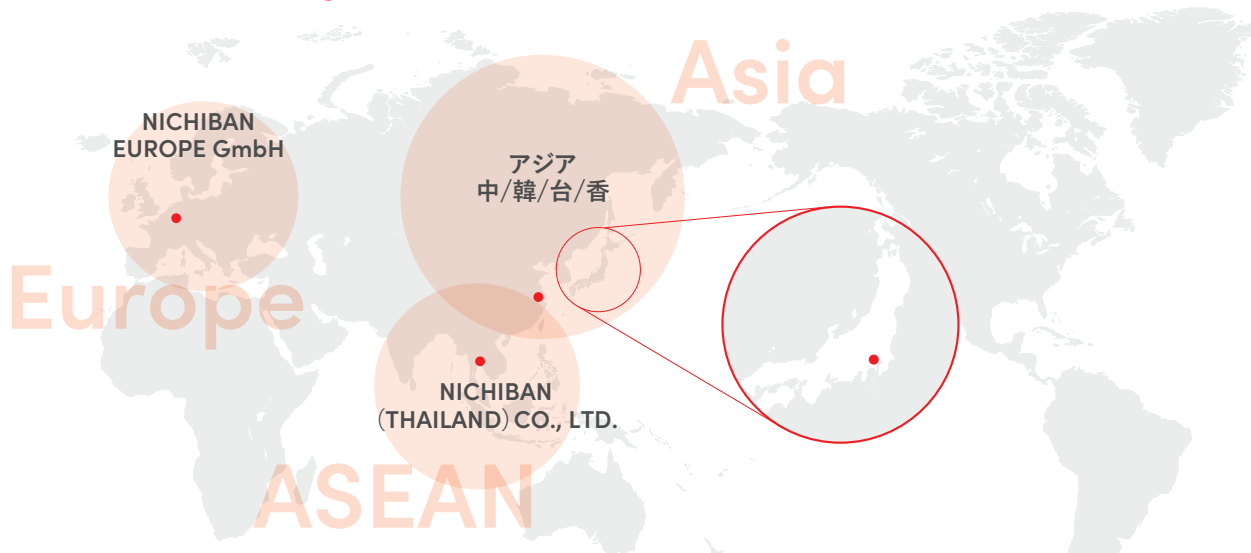
2030年度グローバル比率30%実現に向けた機能拡充

- ① グローバルSCM体制の構築
- ② グローバル販売・マーケティング管理体制の確立
- ③ 中国拠点（駐在員事務所）整備、拡大体制の強化

テーマ 3

グループ全体のグローバル企業化の推進

- ① 全部門におけるグローバル業務遂行力の向上
- ② グローバル人財の育成



03



人的資本経営

事業ポートフォリオの再構築とグローバル企業化への取り組みによる企業価値向上、ステークホルダー価値の創出の基盤となる「人的資本経営」を実践します。

『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』実現に向けて、その基盤となる従業員の健康とエンゲージメントの向上、多様な人財の活躍の促進、女性活躍やシニア・障がい者の雇用支援、LGBTQ理解増進などでダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンを重視した取り組みを実施します。

また、組織や業界などのさまざまな壁を「越境」して牽引する次世代リーダーの育成や新人事制度の導入による多様な働き方を実現できる環境の整備などを通じて、社会への貢献と持続的成長を目指します。

ニチバングループの人的資本経営の全体像

企業価値向上、ステークホルダー価値の創出

NICHIBAN GROUP 2030 VISION

持続可能な社会に向けたイノベーション創出・グローバル拡大の推進

人的資本経営の実践

② 人財育成

次なる時代をけん引するリーダーと
多彩な能力を最大限に発揮する
自律的人財の育成

リーダーシップ

階層別教育

スキル開発
(専門、機能別)

次世代経営層

経験、OJT

リテンション

③ 健康とエンゲージメント

従業員の心身の健康と
働きがいの実現

健康経営

従業員
エンゲージメント

ワークライフバランス

労働安全衛生

多様な人財母集団の獲得、形成

① ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン (DE&I)

多様な価値観が尊重され、一人ひとりが個性を発揮し、
協力し、高めあう組織風土の醸成

[関連リンク](#) ニチバンの人的資本経営

CREATION 2026

テーマ 1

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進

- ① 多様な人財が活躍する体制の整備、風土の醸成
- ② 従業員の多様な働き方の実現

テーマ 2

自己変革し成長する自律的人財の育成

- ① 次なる時代を牽引するリーダーの育成
- ② 多彩な能力を最大限に発揮する人財活用
- ③ 組織や業界などのさまざまな壁を「越境」し、変革を担う人財の育成
- ④ DX人財の育成

テーマ 3

従業員の健康とエンゲージメントの向上

- ① 健康経営の推進
- ② エンゲージメント経営の推進

テーマ 4

新人事制度の導入

- ① 多様な働き方・キャリア形成のための複線型人事制度の導入

新中計KPI 2026年度目標

女性管理職比率目標

15% (連結)

エンゲージメントスコア

50 (単体)

年次有給休暇取得率

70% (連結)

人的資本経営に関する取り組みの詳細

▶ P48 サステナビリティ: 人的資本経営への取り組みをご参照ください

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

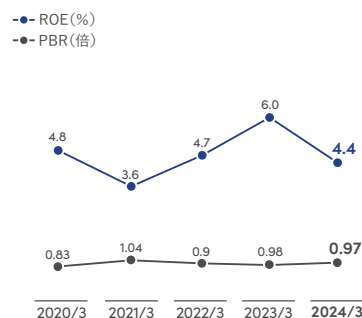
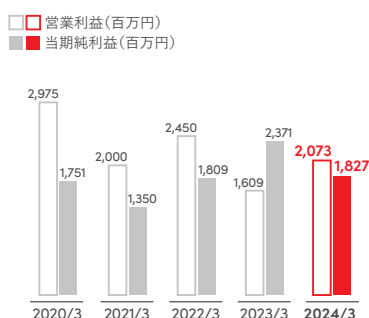
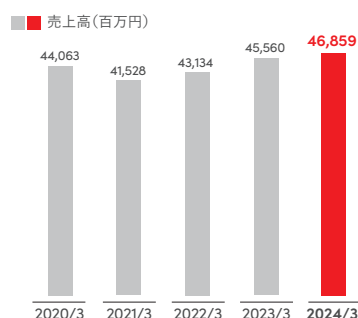
2023年度のニチバングループの業績は、価格改定の効果とインバウンド需要の再開による売上高の増加、主要製品を中心とした販売堅調により増収・増益となりました。連結売上高は前期比2.9%増の468億5千9百万円、営業利益は前期比28.8%増の20億7千3百万円となっています。特にケアリーヴTM、ロイヒつば膏TMのヘルスケア二大ブランドが利益増に貢献し、メディカル事業セグメントでは、売上高前期比8.1%増の226億9千3百万円、セグメント利益は前期比29.5%増の62億7百万円を達成しました。テープ事業は、原材料、エネルギー価格の高騰の影響を大きく受け売上高で前期比1.6%減241億6千6百万円、セ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。そのためにも、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。

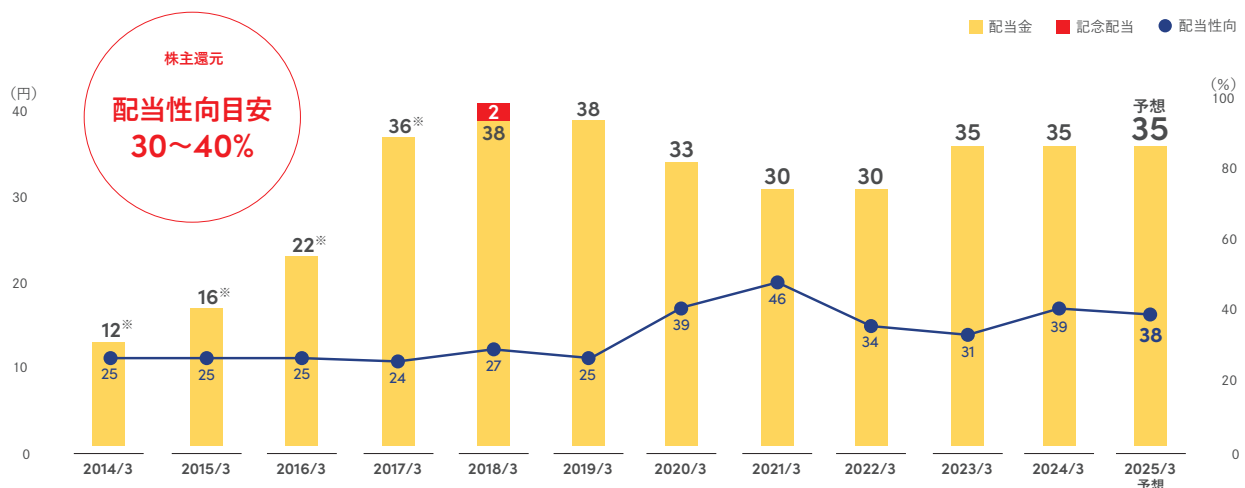
株主還元について

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えます。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も鑑みても、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。



研究開発



～ぴったり技術で明日をつくる Sticking to your needs～
ニチバングループの強みである粘着技術をベースに、
社会課題や環境課題の解決につながる
技術開発・製品開発を通してサステナブルな
社会や快適な生活に貢献していきます。

上席執行役員
研究開発本部長
岡井 和久

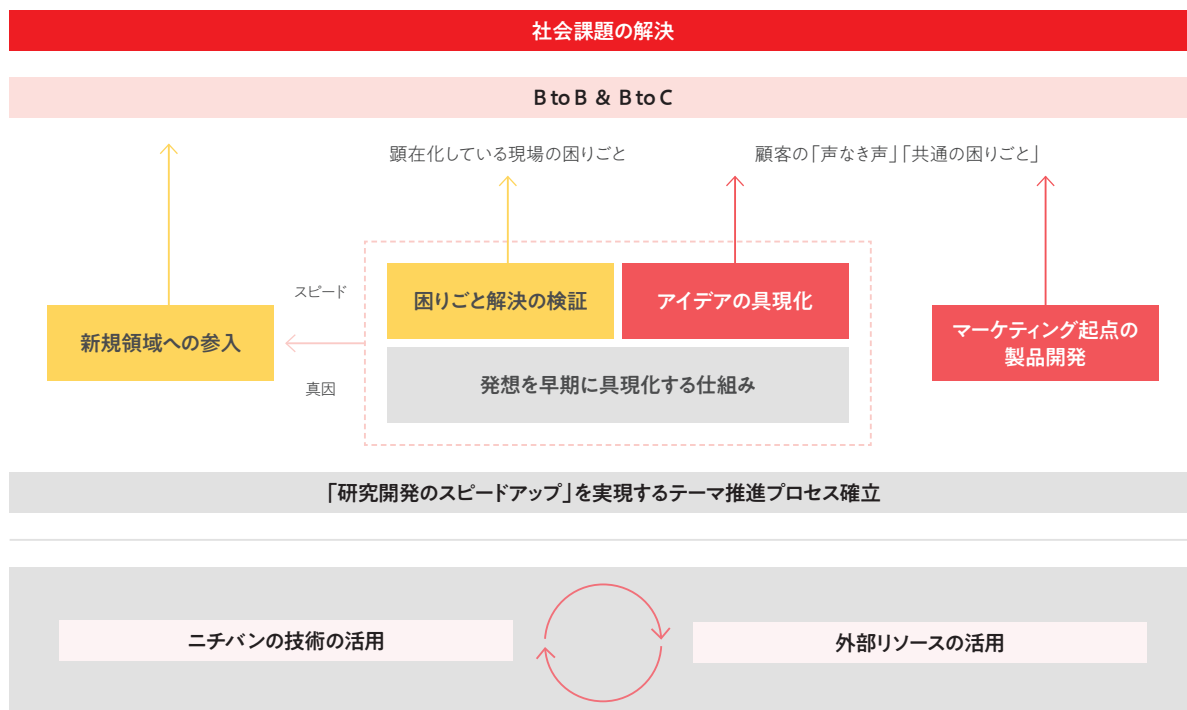
研究開発の方針

ニチバンのコア事業である粘着製品には、適切な粘着強度や耐候性、使用性、透湿性、低刺激性など、さまざまな機能が求められます。ニチバンは長年にわたり培った技術を活かし、最適な粘着剤や基材の設計、各種原材料の選択と調整、塗工技術、剥離

技術、加工技術などを組み合わせて製品を製造しています。

これらの技術を活用して、快適な生活をサポートするために今後も高機能で高付加価値な製品を開発し、提供することを目指しています。さらに、新しい領域にも積極的に挑戦し、より多くの人々のニーズに対応する製品を提供していくことで、社会への貢献を継続していきます。

スピードアップのための研究開発フロー



2023年度の実績と2024年度に向けて

2023年度を最終年度とする前中期経営計画【ISHIZUE 2023～SHINKA・変革～】では、「中長期成長エンジンの確立、イノベーション創出」を重点テーマとして取り組んできました。2023年度には各フィールドで新製品の開発と販売に取り組み、新製品売上比率は目標の10%台に対して6.2%という結果でした。しかし、新たな技術の研究や新製品の創出にも力を入れ、成果

を上げています。また、2021年度に設立したイノベーションセンターを中心に新規事業の探索を進め、事業化に向けた検討を進めています。さらに、イノベーション人財の育成にも力を入れています。

2024年度では、前中期経営計画で築いた基盤を強化し、新たな価値創造、人財育成、社会貢献に向けた取り組みをさらに推し進めていきます。これらの取り組みを通じて、企業の持続的な成長と発展に貢献していく方針です。

新中期経営計画に向けた戦略

新しい中期経営計画では、ヘルスケアやグローバル事業の成長拡大、医療・コンストラクション・モビリティ分野での新領域への挑戦、そして新製品開発や持続可能な社会貢献に焦点を当て、新たな市場開拓や事業推進を行います。具体的には以下の3つのイノベーションを目指します。

- | | |
|------------------------|---|
| ① プロダクトイノベーション： | <ul style="list-style-type: none">顧客ニーズに基づく新規事業創出とグローバル展開の促進医療や工業向けの製品技術をコンシューマー向けに展開開発、営業、技術・生産部門の連携と迅速な開発 |
| ② プロセスイノベーション： | <ul style="list-style-type: none">新しい生産方式や無溶剤技術の導入による新製品開発環境負荷削減や生産性向上への取り組み |
| ③ オープンイノベーション： | <ul style="list-style-type: none">ニチバンのコア技術と新技術・サービスの統合による新領域での価値創造社会問題に対する革新的なソリューションの創出国内外のリソースを活用し、アライアンスやスタートアップ、産官学連携を推進 |

これらの取り組みを通じて、持続的な成長と発展を目指し、企業価値の向上に努めてまいります。

知的資本の取り組み

ニチバンは、研究開発で培った技術を活かし、さまざまな製品を生み出しています。新たな価値創出を進める中で、知的財産の重要性がますます高まっています。第三者の知的財産権を尊重し、自社の製品や技術を守り利益を確保するために、知的財

産の権利化や維持を励行し、持続的成長を支える要素と考えています。社内では知財教育を推進し、海外展開に適した知的財産の取得にも取り組んでいます。さらに、社外との協働によるイノベーション創出を促進するため、研究開発をサポートする体制の構築を進めています。

セグメント構造と営業組織体制

真の付加価値である
社会貢献の実現のために、
真のチームワーク力実践と、
産官学連携・エビデンス機軸による
「アジャイル思考型開発連携連動
グローバル事業戦略」を推進します。

取締役常務執行役員
営業・開発担当（兼）事業戦略本部長

原 秀昭



2023年度の実績と2024年度に向けて

2024年度より、新製品の定義を市場展開型「プロダクトイノベーション」と生産・技術革新型「プロセスイノベーション」の2軸と明確に定め、全社員がイノベーション思考を意識した開発を通じた全社連携を強化します。新中期経営計画「CREATION 2026」のスタートに伴い、アジャイル思考を取り入れた自己成長と組織成長の相乗効果を促進し、グローバル視野での事業戦略展開と全社員のイノベーション意識を育む人的資本経営に注力します。この取り組みにより、企業全体が持続可能な成長を実現する基盤を築いていきます。

新中期経営計画に向けた戦略

当社は、世界的サプライチェーンリ

スクの増大と不透明性を認識し、持続的成長を目指すために、事業ポートフォリオマネジメントを行い、セグメント別にスクラップ&ビルドを通じて事業性を確保してまいります。また、産官学連携や技術、エビデンスを基にしたアジャイル型製品開発を推進し、2026年までに新製品比率15%を達成するグローバル事業戦略を展開していきます。さらに、共有データ分析やマーケティング戦略システムの再構築、DX時代に即した人材組織運営を実践し、より効果的な経営を目指してまいります。

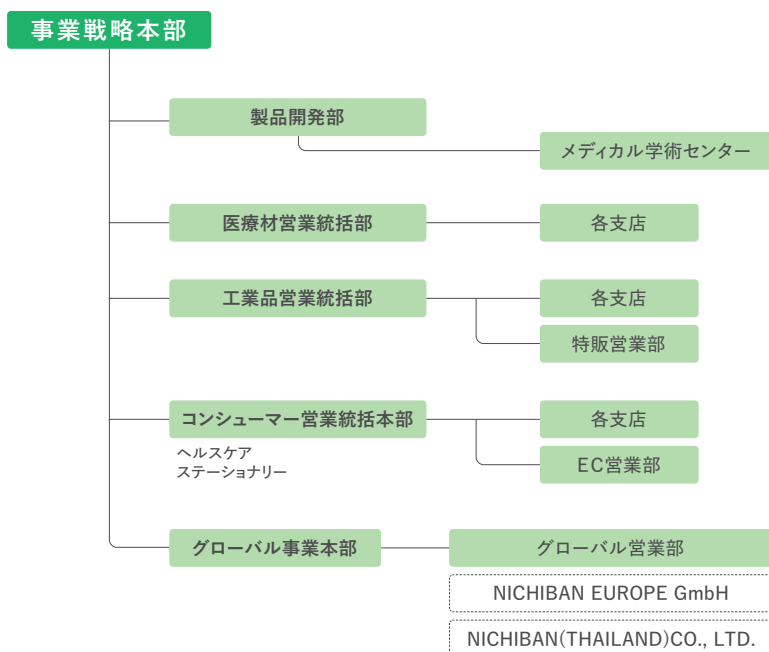
新組織体制について

新たな事業戦略の推進体制や営業体制を整備するため、組織改編を行いました。主な営業体制の目標は以下の通りです。

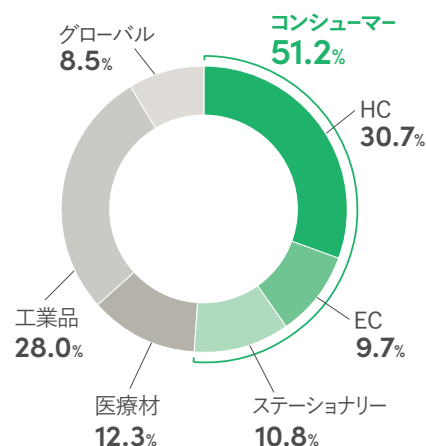
1. 事業戦略本部の新設によるグローバル視点での戦略立案と推進
2. 成長ブランド戦略の実行、製品開発とメディカル学術の連携
3. 顧客中心の営業統括体制の強化と各事業フィールドの営業体制の明確化
4. 全社の戦略との一貫性を高めるため、グローバル事業を事業戦略本部の管轄下に配置

この組織改編により、より効率的で迅速な事業推進体制の構築や経営資源の最適化を進めつつ、グローバル展開に向けた具体的な取り組みを強化していきます。

新組織体制



セグメント別売上比率



事業フィールド			セグメント		2023年度売上高※1
			メディカル事業	テープ事業	
事業戦略本部	コンシューマー営業統括本部	ヘルスケアフィールド	●		14,403 百万円
		ECフィールド	●	●	4,544 百万円
		ステーションリーフィールド		●	5,068 百万円
	医療材フィールド		●		5,754 百万円
	工業品フィールド			●	13,091 百万円
	グローバルフィールド		●	●	3,998 百万円

※1 調整前売上高



コンシューマー

コンシューマー営業統括本部（ヘルスケアフィールド、ステーションアリーフィールド、ECフィールド）



上席執行役員
コンシューマー営業統括本部長
中村 勲

真のチームワークを発揮し、顧客機軸を中心とした営業統括体制を強化し、戦略の迅速な実行と事業戦略本部との連携により、コンシューマー事業の持続的成長を推進してまいります。

2023年度実績と2024年度に向けた戦略の概要

コンシューマー営業統括本部は高機能救急絆創膏のケアリーヴ™、鎮痛消炎剤のロイヒツぼ膏™、テーピングテープのバトルウィン™、キッチン雑貨のディアキッチン™等のブランドで主にメディカル製品を展開しているヘルスケアフィールド、主要製品のセロテープ®、両面テープのナイスタック™等の事務用品を展開しているステーションアリーフィールド、通販事業、eコマース等を通じて、その両製品を展開しているECフィールドの3つのフィールドを通じてお客様の快適で便利な生活に貢献できるよう、日々取り組んでいます。2023年度

は、新型コロナウイルス感染症も5類に移行したこともあり、人々の活動も活発になり、さまざまな行事やイベントが再開し、海外からの観光客も増えてインバウンド需要も復活してきました。そのような社会の変化の中、リアルとデジタルの融合への取り組みを強化し、DX/デジタルマーケティングを推進し、売上高は前年比110%となりました。2024年度もリアルとデジタルの融合への取り組みを強化し、DX/デジタルマーケティングの更なる推進、またテープ事業の収益改善に向けたチャレンジ、コンシューマー製品群の新製品開発を推進し、各フィールドを通じてより多くのお客様にご利用いただけるよう取り組みを進めてまいります。

ヘルスケアフィールド

2023年度の実績と2024年度に向けて

ヘルスケアフィールドは、ケアリーヴ™ 治す力™ を中心としたケアリーヴ™ シリーズの国内需要拡大と認知向上に向けたプロモーションを実施し、訪日外国人の増加に対応してロイヒツぼ膏™ のインバウンド需要を取り込みました。また、新型コロナウイルス感染症による行動制限の緩和からスポーツシーンが復活したことで、バトルウィン™ シリーズの需要回復を実現し、売上高では年間目標を達成しました。2024年度は、ケアリーヴ™、ロイヒ™、バトルウィン™ の3大ブランドを中心に、家庭向け製品であるディアキッチン™ ブランドを活用した顧客

指向の営業統括体制の強化や戦略の迅速な実行を通じて、成長分野への挑戦を含む新たな販路開拓を進め、コンシューマー向けヘルスケア事業の継続成長を促進していきます。

新中期経営計画に向けた戦略

ヘルスケアフィールドはケアリーヴ™ シリーズを中心とした救急絆創膏事業と、ロイヒ™ シリーズでの鎮痛消炎剤事業を成長事業として、救急絆創膏事業ではケアリーヴ™ 治す力™ を軸にクラスⅡ市場での取り組みへ注力を図り、救急絆創膏市場でのシェアNo.1実現に向けた活動を推進します。鎮痛消炎剤事業では、インバウンド需要の継

続した取り込みと国内市場におけるロイヒ™ シリーズの展開によるブランド認知と事業拡大に向けた活動を推進します。新中期経営計画ではより一層DX/デジタルマーケティングの戦略的活用を進め、「CREATION 2026」の目標実現に向けて取り組んでまいります。



ステーションナリーフィールド

2023年度の実績と2024年度に向けて

ステーションナリーフィールドは文具事務用品市場において、物価上昇を起因とした消費者心理の冷え込み等により、文具事務用品の需要の低迷が続くとともに、買い場の変化もあり厳しい販売環境となりました。このような状況のなか、主要製品のセロテープ®や両面テープのナイスタック™については、価格改定やPR活動を進めたことで、売上高は前年並みに推移しました。2024年度もセロテープ®を通じた環境やSDGsへ対応した取り組みやDX/デジタルマーケティングを推進し、製品の使用シーンに訴求を図ってまいります。また、リアルとデジタル

の融合への取り組みを強化し、新たにネット事業への取り組みを推進し、買い場の拡大につなげてまいります。

新中期経営計画に向けた戦略

新中期経営計画「CREATION 2026」達成に向け、ステーションナリーフィールドにおいては事業ポートフォリオの再構築に向けて、効率的・効果的な取り組みに挑戦してまいります。多様化する販売チャネルでの購買行動に対応するために、リアルとデジタルの融合への取り組みを強化し、ネット事業への取り組みを進めることで新たな買い場の創出を図り、DX/デジタルマーケティングを推進し、主要製品のセロ

テープ®は環境やSDGsへの訴求に向けた取り組み、両面テープのナイスタック™は使用シーンを訴求していくことで新たな価値を提供し、ブランドイメージの向上につなげる活動を進め、テープ事業セグメントの抜本的収益改善に貢献してまいります。



ECフィールド

2023年度の実績と2024年度に向けて

ECフィールドは通販事業、eコマース等のEC市場において、新型コロナウイルス感染症も5類に移行し需要回復の傾向が見られるなか、価格改定、オンライン購買に対するWEBマーケティングを強化してきたことにより、主要製品のセロテープ®や両面テープのナイスタック™などの需要が好調に推移しました。また高機能救急絆創膏のケアリーヴ™シリーズについては認知拡大や価格改定の効果もあり前年を上回り、フィールド全体として売上高は前年比110%となりました。2024年も引き続きリアルとデジタルの融合への取り組みを強化、DX/デジタルマーケティングを推進し、特に医療製品群の売上拡大に向けた取り組みをスピーディーに行ってまいります。

新中期経営計画に向けた戦略

新中期経営計画「CREATION 2026」の達成に向け、ECフィールドにおいては、いつでもどこでも購入できる買い場を創出するとともに、より分かりやすく、購入しやすい最適な買い場の充実に図り、より多くのお客様に製品をお届けすることで快適で便利な生活に貢献できるよう、リアルとデジタルの融合への取り組みを強化し、DX/デジタルマー

ケティングを推進し、多様化した販売チャネルでの購入に対応し、拡大するネット事業への取り組みを推進してまいります。また成長事業である医療製品群への取り組みを強化し、特に在宅医療関連製品の拡大に向けてスピーディーな対応を進め、新たな需要を創出するとともに、成長事業への拡大に貢献してまいります。





医療材フィールド

医療材営業統括部



執行役員 事業戦略本部 部長
(兼) 医療材営業統括部長

河北 孝士

常に新たな価値を提供することにより医療に貢献し続ける
企業を目指し、社内外でコミュニケーションを高め失敗を恐れず
自律性を持って長期ビジョンの達成に取り組みます。

2023年度の実績と2024年度に向けて

2023年度において、止血製品シリーズであるセサブリック™は、ワクチン接種数の減少という課題に直面しながらも、院内需要の回復により圧迫止血用パッド付絆創膏ステプティ™の販売数が好調に推移し、前年並みの売上を確保しました。また、術後トータルケアシリーズのアスカブリック™や低刺激サージカルテープスキナゲート™シリーズは、学会などでのプロモーション活動を通じて認知度拡大が進み、売上が前年を大幅に上回りました。さらに、ドレーシング材のカテリープラス™シリーズは、新製品普及活動により高付加価値市場の構築を成功させま

した。2024年度に向けては、新製品を中心とした価値提案を重視し、「感染防止対策」「患者さんのQOL（生活の質）向上」「医療安全」「医療現場の生産性向上」といった分野において役立つ製品の普及に努めます。同時に、病院や在宅医療現場の課題解決に貢献する製品開発を推進し、地域医療発展に向けた取り組みを積極的に展開してまいります。

新中期経営計画に向けた戦略

医療材フィールドは、医療を通じて持続可能な社会の実現に貢献することを目指しています。そのために、以下の戦略を推進しています。

まず、「医療の働き方改革」と在宅医療の現場において、地域医療に役立つ製品の提案に力を注ぎます。また、企業同士の協業を推進し、医療現場における新しい手技の普及に努めることで、生産性の向上に貢献します。

さらに、産官学連携を促進し、新たな価値創出に取り組む中で、製品の価値を幅広く提供するためにデジタル技術を活用した効率的な情報提供体制を構築します。また、地域医療の現場へ最新の情報を迅速に発信するために、デジタルとリアルを組み合わせた営業体制の構築も目指します。これらの取り組みを通じて、医療材フィールドは社会に貢献し続けていきます。





工業品フィールド

工業品営業統括部



執行役員 事業戦略本部 部長
(兼) 工業品営業統括部長

引田 隆朗

Future Pull×Agile (アジャイル型)思考に基づいた提案型営業スタイルを実践し、テープ事業の継続的な事業性確保を実現します。

2023年度の実績と2024年度に向けて

2023年度、工業品フィールドにおける販売状況は、自動車メーカーの増産により、塗装用マスキングテープ製品には好転が見られました。しかし、一般包装梱包用テープ製品は依然として不透明な状況が続いていました。主要製品のセロテープ®については、天然素材を使用した環境配慮製品であることを新聞広告や特設ホームページで広く啓発し、多くの企業からSDGsへの取り組みとしての賛同を得ました。これにより、セロテープ®の売上高は前年比15%増となりましたが、工業品フィールド全体では前年比99%という結果でした。なお、原材料やエネルギー

価格の高騰に伴う原価上昇に対応し、価格改定を引き続き実施していきます。2024年度は、新たな価値創造活動や新製品開発に力を注いで、お客様にさらなるサービスを提供してまいります。

新中期経営計画に向けた戦略

工業品フィールドは、コンストラクション分野やエレクトロニクスを含むモビリティ分野での新規創出活動に注力し、長年培った独自の粘着技術を活かして産業界の課題解決に取り組んでおり、スピーディーな開発体制の実現と、産官学連携による新たな価値の創出に力を入れています。また、セロ

テープ®は環境配慮製品として、流通・店舗などの業務用ユーザーに向けたSDGs施策を推進し、環境価値を訴求しながら、関連する環境配慮製品の拡販に取り組んでいます。さらに、原材料やエネルギー価格の高騰による収益性の悪化に対処するため、収益改善に貢献する新製品の拡販に尽力し、継続的なコスト低減と価格改定による改善を図っています。





グローバルフィールド

グローバル事業本部

グローバル展開の戦略的な強化とローカライゼーションの推進によって、顧客満足度を向上しつつ持続的な成長を実現します。



常務執行役員
グローバル事業本部長

伊藤 暁

グローバル事業本部

2023年度の実績と2024年度に向けて

2023年度の業績は、流通在庫調整や価格改定による一時的な需要反動の影響で厳しい年となりました。具体的には、下半期に流通在庫が調整され、回復の兆しが見られたものの、上半期の不振が響き、連結売上高は前年比90%の3,998百万円となりました。しかし、代理店からの出荷が順調に推移し、地域に合わせた製品展開を行うなど、2024年度に向けた取り組みも進められました。2024年度には、主要な4製品 ケアリーヴ™、セロテープ®、セサブリック™、マスキングテープと育成中の3製品（カテリープラス™シリーズ、ロイヒ™シリーズ、アトファイン™）に対し、代理店とともに取り組みを

強化していきます。日本、タイ、ヨーロッパの3拠点が持続的な成長を遂げるために、それぞれの拠点における課題に焦点を当てて解決に取り組んでいきます。

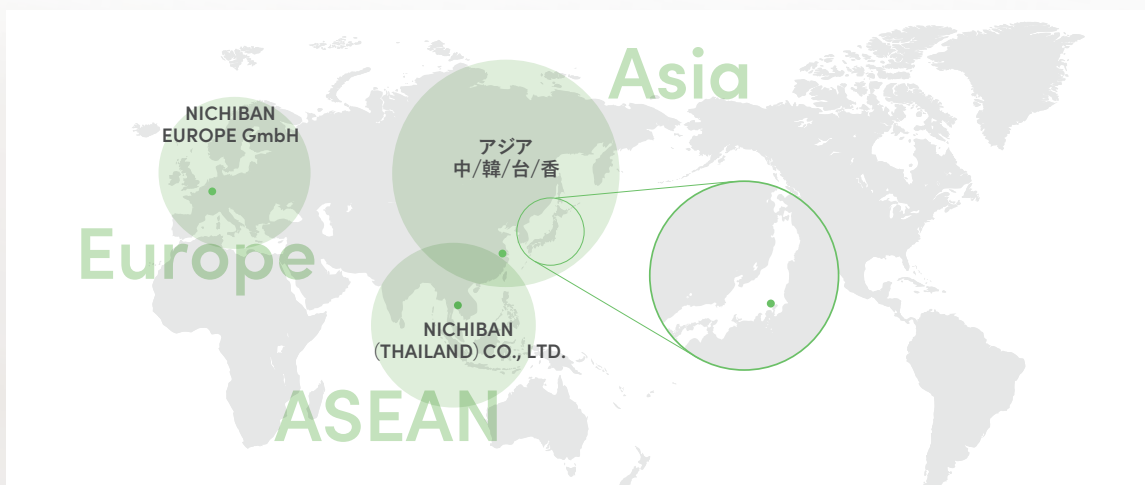
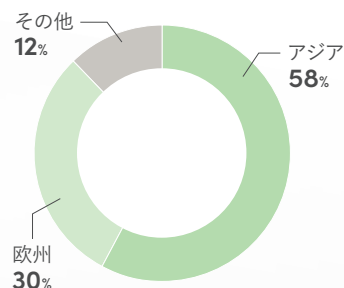
新中期経営計画に向けた戦略

2030年度までに海外事業比率を30%にする基盤整備を進めるため、各部門がグローバル展開に焦点を当てています。まず、販売3拠点を中心に顧客満足度向上を目指してローカライゼーションを推進し、現地市場に適した製品の開発や強化されたサプライチェーン、販売体制の改革を通じて、持続可能な成長を実現します。

さらに、将来の成長を見据え、新規

市場や販売チャネルへの積極的な取り組みによって事業拡大を図り、特に中国市場に焦点を当て、上海に駐在員事務所を設立して市場開発を再構築します。また、これらの施策を支えるために、グローバル人材の育成が重要と捉えています。

地域別売上構成（2023年度）



グローバル営業部

2023年度の実績と2024年度に向けて

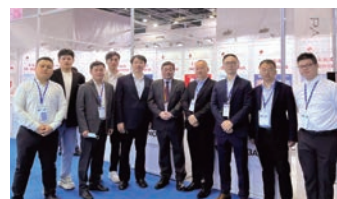
当社のグローバル営業部はアジア各国を担当しており、海外フィールド全体の売上高は前期比13%減となりました。売上の低下要因として、韓国でのケアリーヴ™の在庫調整やPanfix™の販売低下が挙げられます。一方、新車生産の増加による売上増加や韓国の医療材料販売の伸長が増加要因となっています。

新たな取り組みとしては、中国市場での結束テープや自動車アフターマーケット向けの和紙マスキングの展開、韓国市場でのケアリーヴ™ラインナップの拡充などを実施しました。

新中期経営計画に向けた戦略

韓国と中国を重要エリアと位置づけ、主要4製品の拡大と育成3品目への取り組みを進めます。具体的には、韓国では

販売パートナーと連携してケアリーヴ™の販売を拡大し、中国では営業体制を強化し市場リサーチを行いながら、建築用和紙マスキングテープの市場拡大を図ります。このような取り組みを通じて、2030年度までにグローバル比率を30%に引き上げるための施策を具体的に構築する方針です。特に韓国と中国の市場拡大に焦点を当て、地域ごとに適した戦略を展開することが、2030年度までに目標を達成するために重要と考えます。



NICHIBAN (THAILAND) CO., LTD.

2023年度の実績と2024年度に向けて

ニチバンタイランドは、東南アジアから中東各国を担当し、2023年度の売上高はタイ国外でのテープ製品の売上が大きく減少し、売上高は対前年より減少しましたが、タイ国内での工業品販路拡大やケアリーヴ™ブランド認知拡大が大きく寄与して営業利益は大幅に増加しました。

新中期経営計画に向けた戦略

収益基盤を強化するため、現地パートナーとの協力体制を強化し、学会や展示会に積極的に参加します。次に、新規代理店との取り組みを加速させるとともに、既存の代理店網を

見直して新規代理店を創出します。さらに、ローカル人材による顧客対応を本格化させ、製品フィールド別に組織を再編し、専門的な顧客サポートを強化しつつ、製品分野においては、メディカル製品への移行を加速し、特にサージカルテープを中心に新興国市場に積極的にアプローチしていきます。



NICHIBAN EUROPE GmbH

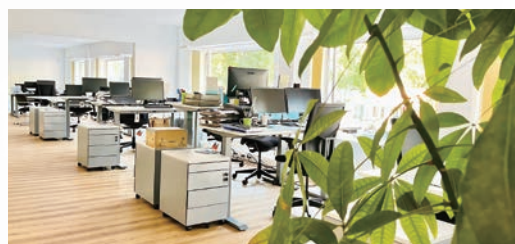
2023年度の実績と2024年度に向けて

ニチバンヨーロッパは主にヨーロッパからアフリカ各国を担当し、2023年度の売上高実績は対予算に対して未達となりましたが、粗利率は若干改善いたしました。テープ事業では在庫調整などが影響し、メディカル事業では注力製品の市場未導入や出荷ずれなどの影響があり、売上高は対前年より減少しました。2024年度には成長市場への注力や新市場開拓、事業基盤強化を行う方針です。

新中期経営計画に向けた戦略

ニチバンヨーロッパは販社経営基盤の強化と売上及び純利益予算の達成に向けて、以下の取り組みを実施します。まず、事業基盤の強化として、既存顧客の課題解決や収益

性の高い品目の売上成長を目指します。また、財務・コーポレート基盤においては、税務調査への準備や内部統制の強化を行います。さらに、組織・人員基盤では、ローカライゼーションや教育プログラムの構築を通じて、社員の成長と組織の発展を図ります。以上の戦略を通じて持続的成長を目指していきます。



ニチバングループのサステナビリティ

当社グループは、「私たちは絆を大切にニチバングループにかかわるすべての人々の幸せを実現します」という基本理念を掲げています。この理念の根底にあるのは、まずは社員が幸せを感じられる環境をつくり、その幸せをすべてのステークホルダーにつないでいく、という考えです。当社グループのサステナビリティは、創業から脈々と受け継がれてきた理念の実現を基盤としています。

推進体制

ニチバングループは、ステークホルダーの皆様からの期待や社会の要請に応えていくために、サステナビリティ全般にかかわる基本方針、重要事項、リスクや機会などを検討、審議する組織として、CSR担当取締役を委員長とするサステナビリティ委員会を設置しています。サステナビリティ委員会での議論内容は取締役会に年1回上程、報告され、取締役会が監督、指示を行います。また、この委員会で抽出された気候変動による事業継続リスクは、BCP委員会にて具体的な対策を検討します。

サステナビリティ委員会における重要検討事項等

- 適切な非財務情報開示の管理
- 二酸化炭素排出削減に関する取り組みの管理
- 人的資本経営に関する取り組みの管理

マネジメント

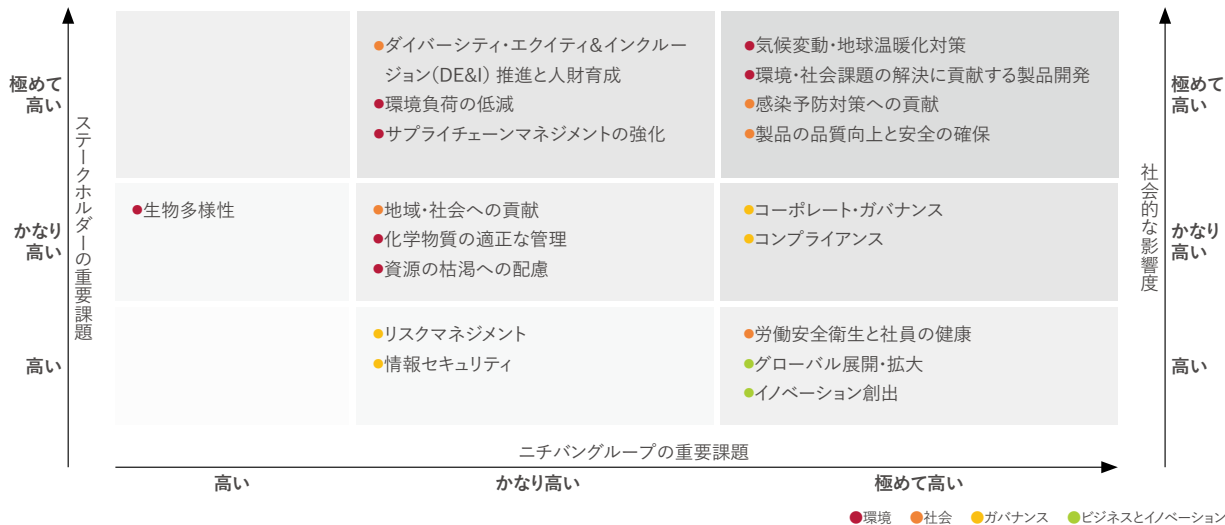
2022年度より、サステナビリティやSDGsに関連する「人権方針」「健康経営方針」「購買方針」を新たに策定しました。これには社会に対してだけでなく、ニチバングループの社員の健康と幸せを実現するさまざまな施策も含まれます。

サステナビリティ関連の方針類は、ホームページをご参照ください。

[関連サイトリンク](#)

マテリアリティの特定

ニチバングループの事業活動によって影響を与える重要課題を再整理し、ステークホルダーにとっての重要課題と合わせてマッピングを行いました。その結果、「気候変動・地球温暖化対策」「環境・社会課題の解決に貢献する製品開発」「感染予防対策への貢献」「製品の品質向上と安全の確保」を、ステークホルダーとニチバングループともに極めて重要度が高いと位置づけました。



マテリアリティの特定プロセス

サステナビリティの考え方に基づき、『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』の実現に向けた経営を行う上で、特に重要となるテーマを3つのステップにより特定しました。ニチバングループのバリューチェーンを踏まえ、事業における重要性和社会からの要請や期待を念頭にテーマを選定しています。

目標KPIと実績

	マテリアリティ	目標KPIと実績			関連するSDGs
		具体的なアクション	2023年度の実績	2024年度の目標	
環境	環境、社会課題の解決に貢献する製品開発	●環境・社会課題の解決に貢献する製品の開発基準の策定 ●環境を配慮した開発テーマ・新製品開発の促進 ●製品の天然素材比率向上によるさらなる環境課題への貢献	●業界団体製品別算定ルール策定ワーキングへの参加 ●既存製品の無溶剤化を開始 ●環境対応製品の上市（グリーンナノ）	●業界団体算定ガイドラインを参考にした社内規定の整備	
	環境負荷の低減	●ISO14001 環境マネジメントシステムの継続運用と監査の実施 ●新技術の創出による溶剤使用量の削減 ●環境情報の開示	●ISO14001の認証継続 ●ナイスタックTM、たばねらTMテープの一部製品の脱溶剤化 P46 ●統合報告書2023（日本語版・英語版）発行	●ISO14001の維持と管理レベル・質の向上 ●脱溶剤適用製品の拡大 ●製造時のエネルギー使用量削減 ●統合報告書2024（日本語版・英語版）発行	
	化学物質の適正な管理	●原材料のグリーン調達への推進	●グリーン調達推進・製品含有化学物質調査依頼への対応	●継続して、グリーン調達の推進とお客様からの製品含有化学物質調査依頼への対応	
	気候変動・地球温暖化対策	●ニチバングループのCO₂排出量の削減 ●グリーン電力比率の向上、太陽光発電設備の設置	●TCFD提言に基づく情報を開示 P44 ●Scope1,2,3開示 P45 ●太陽光発電実績515[千kWh] ●グリーン電力証書購入量11,500[千kWh]	●非財務情報開示内容の詳細化と拡大に向けた調査を開始	
	資源の枯渇への配慮	●原材料の有効活用による廃棄物の削減 ●水の効率的使用及び廃水処理の管理 ●サーマルリサイクルからリサイクルへの転換	●ゼロエミッション工場維持 ●水資源投入量前年度比25.2%削減 ●製品端材のリサイクル技術実験開始	●ゼロエミッション工場の維持 ●水資源投入量毎年前年度比2%削減 ●リサイクル技術の探索	
	生物多様性保全	●ニチバン巻心ECOプロジェクトの植林活動・「森のしずく」保全活動	「第14回 ニチバン巻心ECOプロジェクト」実施 P46	●ニチバン巻心ECOプロジェクトの継続実施、貢献度向上とNGOとのエンゲージメント向上	

目標KPIと実績

	マテリアリティ	目標KPIと実績			関連するSDGs
		具体的なアクション	2023年度の実績	2024年度の目標	
社会	製品の品質向上と安全の確保	- ISO9001 品質マネジメントシステムの継続運用と監査の実施 - 顧客満足の向上 - 戦略的データ活用と社内業務生産性向上に向けた、新基幹システムの導入開始 - 全社改善活動の推進	- ISO9001の認証継続 - 基幹システムを利用した工場生産計画・管理の改善 - 受注業務の効率化 - 生産改善活動 エントリーチーム数45チーム	- ISO9001の維持と管理レベル・質の向上 - 営業戦略施策でのデータ活用促進 - 生産現場におけるデジタル化の推進 - 全社改善活動の継続	
	労働安全衛生と社員の健康への対応	健康経営の推進とKPIの管理	- 健康経営優良法人2024認定 - 健康経営戦略マップ及び指標と実績値を開示 関連サイトリンク	人的資本経営実行とKPI管理	     
	ダイバーシティ・エクイティ & インクルージョン (DE&I)の推進と人財育成	- 女性活躍と障がい者雇用の推進 - 従業員エンゲージメント向上・組織マネジメント力強化の取り組み推進 - 中期人財育成体系の再整備・テクニカルスキルマップを活用した必要スキルの向上	- 女性管理職比率10.2% - エンゲージメントスコア46.8 - 年次有給休暇取得率65.6% - 経営層向けDE&I研修の実施 - 経営層・管理職向け「心理的安全性勉強会」の実施	- 障がい者雇用率の実現と維持及び、ともに成長していく職場づくり - エンゲージメント向上プロジェクトの継続 - 人的資本経営実行とKPI管理	
	サプライチェーンマネジメントの強化	- 原材料原産地とのエンゲージメント強化(人権・環境問題) - 購買方針の徹底	- スリランカ天然ゴム農園視察実施(品質・環境・人権労働) - 主要取引先への購買方針SAQ実施	総合的なCSRアンケート作成に向けた調査開始	
	地域・社会への貢献	- 事業所周辺地域とのコミュニケーション活動 - 小学校への出前授業による啓発活動 - 障がい者支援 - アスレティックトレーナーの育成 - オフィシャルサプライヤーを通じた支援と怪我を防止するテーピング技術の啓発活動	(公財)日本サッカー協会と、サッカーに関わるアスレティックトレーナーを目指す方を対象とした育成プロジェクト「SOCCER MEDICAL CAMP」を開催 - 事業所における清掃活動 - 小学校出前授業19校 - 高校でのSDGs啓発授業1校	「SOCCER MEDICAL CAMP」の継続 - 事業所における清掃活動 - 小学校出前授業の継続 - 高校でのSDGs啓発授業の継続 - 障がい者支援	
	医療への貢献	絆創膏や止血製品、ドレッシング材による感染予防への貢献	- 能登半島地震被災地へ医療材物資の支援実施 - 韓国を中心とした地域での止血製品供給拡大	感染症予防対策製品としての止血製品の普及促進	
ガバナンス	コーポレート・ガバナンス	内部統制システムの整備	- 内部統制委員会 5回開催 - 内部統制小委員会 4回実施 - 海外子会社内部監査実施 - グループ会社連絡会開催(国内2回、海外2回)	- 各部門・グループ会社での自律的な内部統制・リスク管理の強化 - グローバル視点を含めたガバナンスの強化	
	コンプライアンス	- コンプライアンスの浸透(行動ハンドブック・eラーニングによる教育) - 内部通報窓口の充実	- 行動ハンドブックの作成と周知啓発を実施 - ハラスメント相談者研修を実施 - グローバルヘルプライン開設	- グループ全体でのコンプライアンス強化 - グローバル企業化に向けた書類の整備	 
	リスクマネジメント	- 緊急時対応訓練の実施 - BCP/BCM による安定供給体制の整備	- 全社緊急対策本部訓練実施 - BCP委員会(年2回)を実施	- 全社緊急対策本部訓練の継続実施 - BCP基本方針に基づいた事業継続計画の確立と維持運用	
	情報セキュリティ	IT統制システムの整備	- IT戦略会議(年4回)を実施 - セキュリティ教育、フィッシングメール訓練実施	ITセキュリティ方針に則った企業活動の実施と更なる管理レベルの向上	
ビジネスイノベーション	イノベーション創出	- 研究開発組織の再編 - スタートアップ企業の協働プログラム推進 - 自社技術の棚卸有効活用 - グループ社内提案制度の活用	- アクセラレータープログラムに参加 - ニチバン スマートグラス上市 「NBrain」提案数71件 - 新製品比率目標10%に対して実績6.2%	- 新体制下での新製品開発推進 - 産官学連携と新領域でのさらなるオープンイノベーションの推進 - 新指標であるプロダクトイノベーション比率のKPI管理	  
	グローバル市場へのスピーディな展開・拡大	- NICHIBAN(東アジア・オセアニア)、NICHIBAN(THAILAND)(東南アジア・中近東地域)、NICHIBAN EUROPE(欧州全域)を含む全世界に対する新規開発活動の推進 - 重点地域における戦略的パートナー探索・選別(業務提携・M&A)	海外での止血製品、「ケアリーヴ™」取扱店、取扱製品の増加	- 感染症予防製品の販売拡大 - 和紙マスキングテープの販売拡大 - 欧州環境包装ラベリングの法規への対応調査	

PICK UP

バリューチェーンを通じた取り組み
エコサイクルを実現するセロテープ®

植物由来のセロテープ®

ニチバンは70年以上も前からお客様の健康と安全な暮らしを想い
環境に優しい循環型エコロジー製品をつくり続けてきました。

ニチバンのセロテープ®は、70年以上の歴史を持つ製品であり、その原材料や製法は古くから変わっていません。しかし、社会の要求に応えるため、製品自体は進化を続けています。具体的には、気候変動に対する取り組みとして100%グリーン電力を使用し、人権問題に関して原材料の原産地で人権デューデリジェンスを実施しています。また、他社との共創による環境価値の訴求や、オープンイノベーションを通じて難題に立ち向かうなど、品質を保ちつつ社会的価値を追求することで、ニチバンのセロテープ®は進化を続けています。

セロテープ®のエコサークル

主な原材料は天然素材

[関連サイトリンク](#)

セロハンの原料は管理された森林から採取された木材チップを使用、粘着剤は天然ゴムと松脂などの天然素材が主成分で、巻心は再生紙を使用。セロテープ®は社団法人日本有機資源協会による「バイオマスマーク」の認定商品です。



100%グリーン電力で生産

[関連サイトリンク](#)

ニチバングループ及び関連会社でのセロテープ®及びセロハン基材の粘着テープの生産に使用する電力を100%グリーン電力化することを目的として、日本自然エネルギー株式会社より製造電力分のグリーン電力証書を購入しています。

2023年度購入量
8,300[千kWh] 発電方法: バイオマス



人権デューデリジェンス

2023年11月にスリランカの天然ゴム農園を訪問。児童労働と労働環境を重点的に調査しました。その結果、児童労働は確認されず、労働者居住地周辺に託児所や病院もあり、安心して働きやすい環境が整っていることを確認しました。



廃棄物を使った社会貢献

認定NPO法人金沢アートグミヘセロテープ®の端材を提供し、子どもアート工房で自由な創作活動に役立ててもらう取り組みを行っています。



廃棄物の再利用に挑戦中

2023年度よりセロテープ®の製造工程で発生する端材を利用したサーキュラーエコノミーの実現に向けてスタートアップ企業との協働を開始しました。



賛同企業・団体数133社

[関連サイトリンク](#)

2024年7月末時点

Small Action For the Future

植物由来のセロテープ®を提供し、健康的で安心な環境を次世代に引き継ぎたいと、プラスチック製のテープから植物由来の製品への切り替えを提案し、SDGs17番目のゴール「パートナーシップ」を通じて新たな環境への取り組みに着手。



巻心回収で得た利益等で国内外で植林を実施

[関連サイトリンク](#)

2010年より巻心ECOプロジェクトを開始し、粘着テープの巻心を回収し、古紙再生事業者に買い取ってもらった費用とニチバンからの支援金を利用して、特定非営利活動法人イカオ・アコの協力のもと、フィリピンにてマングローブの植林を行っています。(回収する巻心にはセロテープ®以外も含まれます)2021年度現在、増加したマングローブによるCO₂固定量は推定で532~937[t-CO₂/年]となっております。また、国内植林活動(森のしずく保全活動)を2024年5月に広島県廿日市市にて実施しました。(国内植林活動としては4回目)



品質と環境に関する取り組み



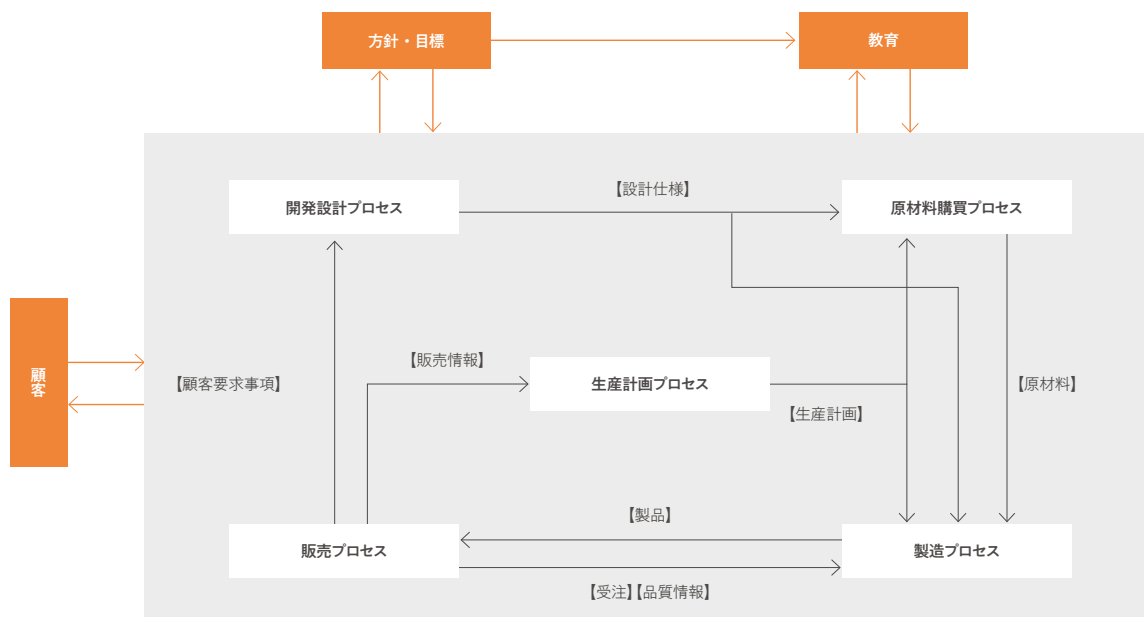
上席執行役員 品質保証本部長
小久保 武政

「信頼」という企業品質を守ること、そして、持続可能な社会の実現に貢献すること。これらを経営の根幹として、新たな価値を創造する技術で快適な生活に貢献し続けます。

私たちは、「ニチバングループにかかわるすべての人々の幸せを実現します」という基本理念のもと、粘着技術をベースに幅広い分野に製品をお届けすることで、人々の快適な生活に貢献しています。さらに、さまざまな事業活動を通じて社会と自然との共生を目指し、持続的な社会を築く取り組みを進めています。環境・社会の課題に貢献するためには、企業が取り組むべき重要な取り組みがあります。これらの取り組みには、製品開発、環境負荷の低減、化学物質の管理、気候変動や地球温暖化対策、資源枯渇への配慮、生物多様性の保全などが含まれます。これらは企業の責務として、全社員が製品のライフサイクル全体での環境負荷低減に努めます。

品質に関する取り組み

ニチバングループでは、グループ品質方針を設定し、「安全で信頼される品質と新たな機能を限りなく追求し、顧客の期待に応えかつ満足を得られる製品を提供する」ことを目指しています。社員の品質意識向上と確固たる企業品質の確立を推進するため、品質マネジメントシステムISO9001規格に基づいて以下の5つのプロセス（開発設計プロセス、原材料購買プロセス、生産計画プロセス、製造プロセス並びに販売プロセス）を最適に管理し、経営活動全般にわたって顧客満足を高めていくことを目指しています。



環境に関する取り組み

ニチバングループは環境経営を重視し、資源循環型社会への貢献に注力しています。ISO14001の認証取得を通じて地球環境保全を推進し、法的要件や環境への影響を管理し、目標設定や計画的な実行、結果の評価を行い、継続的に改善を図っています。取り組みの成果として、2023年には前年度比905t(約4.4%)のCO₂排出量削減に成功しました。ニチバングループの環境へのコミットメントと積極的な改善努力により、持続可能なビジネス運営を目指し、地球への貢献を続けています。



環境会計

1999年度から環境コストとその効果を算出する独自の環境会計を導入しています。対象は本社と国内3工場、国内グループ会社3社で、期間は毎年4月から翌年3月としております。また、環境コストは設備投資と費用の2項目に分けて集計しています。設備投資では環境保全に係る設備投資額を、費用では環境配慮製品の研究開発及び環境保全活動にかかわる人件費や環境保全活動に対する設備の減価償却費を計上しています。詳細は下段の環境関連リンクを参照ください。

環境保全コスト(単位:千円)

分類	主な取り組み内容	2022年度		2023年度	
		投資額	費用額	投資額	費用額
1. 事業エリア内コスト	環境負荷を抑制するための環境保全コスト	1,880,442	564,459	554,074	659,830
内 訳	1.1 公害防止コスト	658,677	145,374	103,489	178,475
	1.2 地球環境保全コスト	988,731	183,384	235,348	250,682
	1.3 資源循環コスト	233,033	235,701	215,236	230,673
2. 上・下流コスト	グリーン購入及びグリーン調達のための費用 製品の容器包装リサイクル費用	3,595	16,186	16,780	14,705
3. 管理活動コスト	環境マネジメントシステム運用・維持のための費用 環境情報の開示及び環境広告のための費用 環境負荷の監視及び管理のための費用	40,760	148,477	0	126,351
4. 研究開発コスト	環境配慮製品開発のための人件費 環境配慮製品開発のための費用	169,130	12,852	0	139
5. 社会活動コスト	地域社会への環境活動費用 環境団体への寄付金	0	22,486	0	22,250
6. 環境損傷対応コスト	環境汚染(大気汚染・土壌汚染など)に対応する保険料	0	0	0	0
合 計		2,093,927	764,460	570,854	823,275

環境保全効果

環境保全効果	環境負荷指数		
効果の内容	2022年度環境負荷量	2023年度環境負荷量	対前年度環境負荷増減量及び効果
Scope1・2 CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	20,710	総排出量:24,832 償却後排出量:19,805	-905
廃棄物発生量(t)	4,041	4,555	※2023年度から算出範囲を変更
水使用量(千m ³)	688	514	-174
PRTR対象物質排出量(t)	538	565	27
その他の効果 (環境負荷低減の製品開発など)	グリーン電力証書の購入による環境負荷低減量		
	4,995 t-CO ₂ 相当	5,027 t-CO ₂ 相当	

環境関連リンク 環境マネジメントシステム ISO14001の認証取得／環境負荷データ・環境会計／脱炭素社会の実現に向けて／省エネルギー・環境負荷低減／グリーン電力証書の活用／自然との共生／化学物質関連等の取り組み／工場データ

TCFDの提言に基づく気候関連の情報開示

当グループは、「私たちは絆を大切にニチバングループにかかわるすべての人々の幸せを実現します」という基本理念を掲げています。この基本理念のもと、ステークホルダーの皆様からの期待や社会の要請に応えていくために、「サステナビリティの考え方」においてマテリアリティ(重要課題)を定め、気候変動・地球温暖化対策を最も優先度の高い項目として掲げております。

ニチバングループでは「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」提言において開示が推奨されている「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」の4つの内容について開示を行い、今後継続的に開示内容の充実を図ります。

リスクマネジメント体制図



- 気候変動にかかわる基本方針や重要事項、リスクや機会などを検討、審議する組織として、CSR担当取締役を委員長とする「サステナビリティ委員会」を設置します。
- 気候変動に関する検討は「サステナビリティ委員会」のもと実施し、その内容は取締役会に年1回上程・報告され、取締役会が監督・指示を行います。
- 取締役会で審議・決定された議案は、各部門に展開され、それぞれの経営計画や事業運営に反映します。

戦略

中長期的なリスクのひとつとして気候変動を捉え、関連リスク及び機会を踏まえた戦略と組織のレジリエンスについて検討するため、当社はIEA(国際エネルギー機関)やIPCC(気候変動に関する政府間パネル)による気候変動シナリオ(2°C未満シナリオ及び

4°Cシナリオ[※])を参照し、2050年までの長期的な当社への影響を考察し、売上構成比の大きい国内のメディカル事業、テープ事業を対象にシナリオ分析を実施しました。

※2°C未満のシナリオ: 気温上昇を最低限に抑えるための規制の強化や市場の変化などの対策が取られるシナリオ
4°Cシナリオ : 気温上昇の結果、異常気象などの物理的影響が生じるシナリオ

リスク管理

気候変動リスクに関するワーキンググループを設置してシナリオ分析を実施しました。気候関連リスクの優先順位づけとして、自社へのリスク・機会の発生可能性と影響度の大きさを勘案しながら、重点リスク要因に注力して取り組みます。今後は、サステナビリティ委員会で継続的に確認していきます。気候関連リスクの管理プロセスとして、コーポレートコミュニケーション部がサステナビリティ

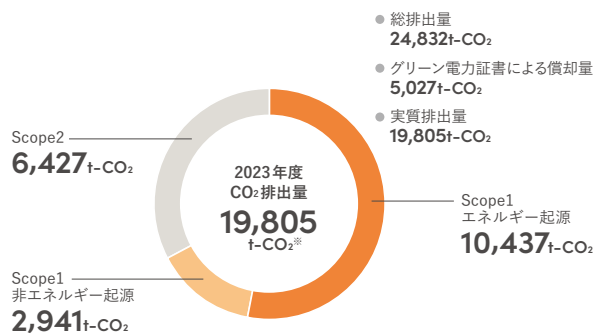
ティ委員会の事務局機能を担い、サステナビリティ委員会を通じて、気候関連リスクに関する分析、対策の立案と推進、進捗管理等を実践していきます。サステナビリティ委員会で分析・検討された内容は、取締役会に報告し、全社で統合したリスク管理を行います。

シナリオ	要因	変化	リスク/機会	影響度	当社への影響	当社の対策
2°C (移行)	炭素税の導入	原材料・副資材調達コストの増加	リスク	↓	排出量原単位の高い基材や樹脂、ゴムなどの原材料や副資材コストへの価格転嫁により、当社利益が圧迫される。	調達条件や調達先の見直し等の調達機能強化による調達コストの削減と価格転嫁の実施
		操業コストの増加	リスク	↓	炭素税により、当社利益が圧迫される。	生産拠点再編や新工法の導入等によるエネルギー使用量削減
	GHG排出規制を含む各種規制の強化	証書等環境価値購入による操業コストの増加	リスク	↓	証書等購入コスト増加により、当社利益が圧迫される。	環境価値の価格交渉や調達先多様化を通じた購入コストの削減 再エネ取り組み姿勢の対外PR
		設備更新コストの増加	リスク	↓	脱炭素(CO ₂ 排出量目標達成)へ向けた新たな設備投資や生産拠点再編に伴う財務負担の増加により、当社利益が圧迫される。	CO ₂ 排出量や環境負荷の総合的判断基準導入によるコストの抑制 長期的な投資計画に基づく設備投資等の平準化
	環境配慮意識の高まり	天然由来製品の需要増加	機会	↑	ステーションリーホーム・EC 並びに工業品フィールドにおける天然素材由来製品の国内売上の増加が期待できる(2023年度時点での影響度試算結果)。	天然由来素材製品(セロテープ。等)の環境貢献価値の訴求によるブランド価値向上の企図
		環境配慮型製品需要の増加	機会	↑	調達・設計・製造からのライフサイクルにわたる環境負荷の定量化によって、環境価値の高い製品の開発・販売強化での切り替え推進により、売上が増加する。	ニチバンのサステナビリティ重要課題への取り組み推進 環境配慮型製品の製品開発の促進 及び販売強化 製品開発への低環境負荷評価の導入
	投資家のESG重視姿勢の高まり	気候変動への取り組みと開示の重要性の高まり	リスク	↓	気候変動などへの取り組みの情報開示の遅延により、投資家評価の低下を招く。	適切な気候変動への取り組みの継続実施と情報の開示
4°C (物理)	激甚災害発生頻度の上昇	防災・補修・一時固定のテープ・シート類の需要増加	機会	↑	防災などに使用されるテープ製品の売上が増加する。	激甚災害に備えた製品の開発、販売促進
		被災による一時的生産停止リスクの増大	リスク	↓	Aqueduct floods rcp8.5シナリオの分析結果、現時点では、いずれも被害が及ばないことを確認した。	策定済みの事業継続計画(BCP)による対応継続
	気候変動による天然資源由来原料の生産高減少	生産停止リスクの増大	リスク	↓	生産に必要な資材の調達が困難になることでの生産停止により、利益が圧迫される。	原材料調達先の多様化

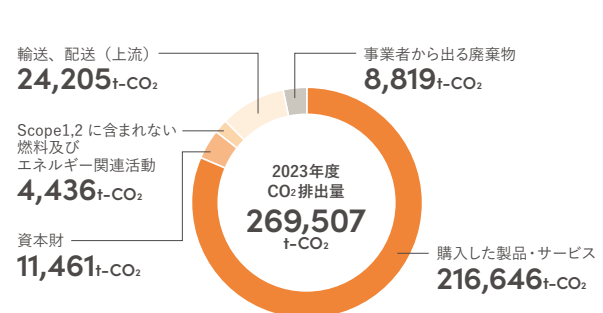
指標と目標

- 気候関連問題が経営に及ぼす影響を評価・管理するため、Scope1、Scope2及びScope3に該当する温室効果ガス(CO₂)の総排出量(GHG)を指標とします。
- Scope1とScope2の目標と実績、及びScope3の実績は「ニチバン株式会社及び国内グループ会社」を対象として開示します。
- 主な削減への取り組みは、従来からの取り組みに加えて、コストや効果を踏まえて、CO₂排出量削減策を検討、順次開示し、脱炭素社会への貢献に向けて取り組んでいきます。

2023年度Scope1,2 CO₂排出量



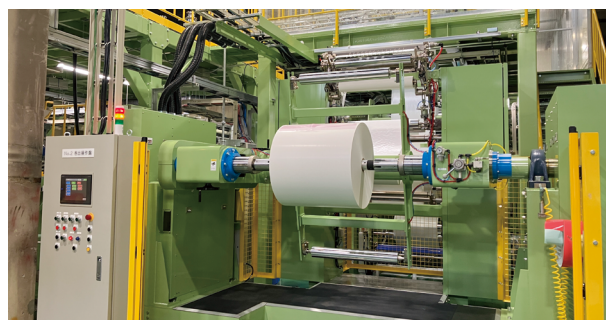
2023年度Scope3 CO₂排出量



TOPICS 環境・社会貢献活動

溶剤使用量削減、脱溶剤への取り組み

安城工場において、有機溶剤を使用しないホットメルト製法を取り入れた新しいナイスタック™ とたばねら™ の生産がスタートしました。この取り組みにより、CO₂排出量を既存工程の5分の1程度にまで削減する見込みです。この製品は、安城工場での研究開発を10年以上かけて行い、環境への配慮を重視しました。有機溶剤を使わない製法の導入により、地球環境への貢献や製品の品質向上が期待されます。革新的な取り組みを通じて、より環境に優しい社会づくりに貢献していきます。

原材料生産地での人権デューデリジェンスを実施
スリランカ天然ゴム農園視察

2023年11月に天然ゴム農園を訪れ、ラテックス採取から製品化までのプロセスを見学し、特に児童労働の有無と労働環境を調査しました。ラテックスの採取は午前6時から正午に行われ、その時間は児童の学校と被るため、児童労働はないことが確認されました。また、労働者は農園周辺に住み、地域には託児所や病院が設置されており、安心して働きやすい環境が整っていました。



第14回 巻心ECOプロジェクト

2023年度に実施した第14回巻心ECOプロジェクトでは全国から1,080団体と318人の個人の方々に参加いただき、過去最多本数の巻心が回収できました。

回収巻心総数

455,677個

※使用カゴ数:105パレット

巻心総重量

6,781kg

第15回巻心ECOプロジェクト

第15回巻心ECOプロジェクトの一環として、2024年5月に国内植林活動「森のしずく保全活動」を広島県廿日市市にて実施しました。今回初めての試みとして、公式特設Webページ『セロテープでSDGsに貢献』に賛同していただいている企業・団体、広島県東広島市の小学校の皆さまに参加をいただきました。

今後もサステナビリティに関する重要なテーマとして、国内外での植林活動を継続して行い、本プロジェクトを推進してまいります。



障がい者支援

スポーツメディカル製品の提供などを通じて、夢を目指してチャレンジし続ける人の活躍や、スポーツ環境の発展を支援しています。

●ブラインドサッカー

2018年4月からNPO法人日本ブラインドサッカー協会のサプライサービスパートナー契約を締結し、大会運営で使用するテープ製品類を提供しています。

●車いすテニス

2023年9月から車いすテニスプレーヤーの船水梓緒里選手(LINEヤフー株式会社所属)とのスポンサー契約を開始しました。

●ゴールボール

一般社団法人 日本ゴールボール協会とオフィシャルゴールドサプライヤー契約を締結し、テーピングテープ「バトルウィン™シリーズ」を提供しています。

●パラリンアート

2018年4月から一般社団法人障がい者自立推進機構が推進する「パラリンアート」の活動を支援しています。



特定非営利活動法人日本ブラインドサッカー協会公式ホームページより



第15回ニチバン巻心ECOプロジェクトデザインコンペ 最優秀賞作品(制作:モエミさん 作品名:希望の木)

子どもたちの工作支援

ニチバンのセロテープ®製造工程から出る端材を認定NPO法人金沢アートギミ®へ提供し、子どもたちの創作活動に役立ててもらう取組みを行っています。

※石川県金沢市から委託を受け、未就学児が自由に創作活動のできるアートスタジオ「子どもアート工房」を運営されています。



社会関連リンク ステークホルダーエンゲージメント/社会貢献活動

関連方針リンク ニチバングループの倫理/ニチバングループ 人権方針/
ニチバングループ 健康経営方針/ニチバングループ 品質方針/
ニチバングループ 環境方針/ニチバングループ 購買方針/
ニチバングループ 危機管理方針/ニチバングループ ITセキュリティ方針/
ニチバングループ グリーン調達ガイドライン



「GX促進に向けたカーボンフットプリントの製品別算定ルール策定支援事業」への参加

ニチバン株式会社が参加するグループは、2023年度に経済産業省が実施した「GX促進に向けたカーボンフットプリントの製品別算定ルール策定支援事業」へ参加しました。本事業では、サプライチェーン全体の排出量削減に貢献する先進事例の創出を目指し、文具業界で統一された製品別算定ルールの確立を目指したものです。

「製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業」への参加

ニチバン株式会社が参加するグループは、環境省が実施する2024年度の「製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業」に参加します。本事業は、国民が脱炭素に貢献する製品やサービスを選択できる社会の実現を目指し、カーボンフットプリント(CFP)の算定・表示を通じて排出削減の取り組みとビジネス成長を両立させる、先進的なロールモデルとなる企業の創出を目指すものです。

人的資本経営への取り組み



執行役員 管理本部長補佐(兼)
人事部長

山口 剛史

ニチバングループは「人財」が企業活動の最大の原動力であると考えています。人財としての力を最大限に引き出し、企業価値の向上・ステークホルダー価値の創出につなげるための「人的資本経営」を推進しています。

ニチバングループの人的資本経営は、多様な人財が持つ個の力を結集し高めあう「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)」、次なる時代を牽引するリーダーと多彩な能力を最大限に発揮する「自律的人財の育成」、従業員がやりがいを持っていきいきと働く「健康とエンゲージメント」を軸としています。

すべての従業員が強力なチームワークと心理的安全性のもと躍動し、『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』に掲げるイノベーション創出とグローバル貢献の実現に向けた、さまざまな新しい取り組みを通じて成長する人づくり、組織づくりを行っていきます。

[関連リンク](#) ニチバンの人的資本経営

TOPICS 人的資本経営

イノベーション創出 グループ社内提案制度の運営

ニチバングループ社内提案制度は「顧客目線開発」「社員エンゲージメント向上」を目指して大幅な改善を行い、2020年11月に「NBrain(エヌブレイン)」として再スタートしました。「NBrain」は、ワークフローシステムから提案を行う「製品提案」と社内SNSを活用した意見交換の場である「idea farm」で構成されています。NBrain発の新製品はまだ実現していませんが、全従業員の開発意識を高めるだけでなく、制度を通じた活発な意見交換により、知識・知恵の交流にも貢献しています。



開発品・製品改善提案はこちら



ひらめき・情報共有はこちら



エンゲージメント向上委員会・プロジェクトの運営

エンゲージメントサーベイの結果、部署内コミュニケーションは良好だが全社的な連帯感と階層間の意思疎通に課題があることが分かりました。そのため『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』実現に向けて数々の全社的な横のつながりを築く取り組みを行い、若手同士や部長同士のコミュニケーションを促進。営業・間接部門と工場の若手の交流を目指す工場見学や営業・展示会同行、サプライヤー訪問などを実施しました。それにより、異なる部署間でも共通の課題や会社への想いを認識し、相互理解を深めることができました。

エンゲージメントスコアの推移

2022年度	46.1
2023年度	46.8
2026年度(目標)	50.0



グローバルトレーニー制度を開始

この人材育成制度は、2024年度から開始され、海外で活躍できるグローバル人材を育成することを目的としています。制度は若手～中堅社員を対象にし、海外での実務経験を通じて多様な価値観や異なるビジネス環境に適応できる能力を育成します。具体的には、海外販社での営業活動や技術支援を通じて、グローバルな視野を身につけ、ニチパンの将来を支える中核社員を育成します。さらに、海外文化やビジネスの理解を深め、真のグローバル人材としての能力を養います。



経営層向けダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン研修を実施

研修はLGBTQ・SOGI(性的指向と性自認)に関する知識を得るだけでなく、ハラスメントのない職場環境を経営層として実現するための貢献やDE&I推進の重要性を理解することを目的として実施しました。当研修は認定NPO法人虹色ダイバーシティと共同で実施し、経営陣や執行役員、グループ会社社長らが積極的に参加しました。学習だけでなく当事者同士のトークセッションやNG発言の事例に触れ、実感のある意見を得られました。

今後、社員にも展開し、内外への意識向上と適切なメッセージの発信と企業の持続可能な成長に向け、多様性と包摂性を促進してまいります。



経営層・管理職向け「心理的安全性勉強会」の実施

2023年11月のエンゲージメントサーベイで「心理的安全性」項目を追加し、一部の事業所や組織で職場での評価が低いことが判明し、直属上司や職場領域のエンゲージメント向上を阻害する可能性があると考えられました。

そのため良好なコミュニケーションを確保することを目的として、書籍「心理的安全性のつくりかた」「心理的安全性をつくる言葉55」著者らの所属する株式会社ZENTechへ委託し、役員と事業所長クラスではワークを取り入れた研修、他の管理職には座学中心の講演会を実施いたしました。



「健康経営優良法人 2024」に認定

ニチパン株式会社は、基本理念である、絆を大切に、ニチパングループにかかわるすべての人々の幸せを実現するためには、従業員一人ひとりの心身の健康が重要と考えます。従業員がいきいきと働き、世の中に新たな価値を創出し続けられるよう、従業員の健康に注力した取り組みを推進してまいります。

ニチパン株式会社は、経済産業省と日本健康会議^{※1}が主催する健康経営優良法人認定制度^{※2}において、従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、健康の保持・増進につながる取り組みを戦略的に実践する法人として、大規模法人部門で「健康経営優良法人 2024」に認定されました。2023年度に続いて2年連続の認定となります。

※1 日本健康会議とは、少子高齢化が急速に進展する日本において、国民一人ひとりの健康寿命延伸と適正な医療について、民間組織が連携し行政の全面的な支援のもと実効的な活動を行うために組織された活動体です。

※2 健康経営優良法人認定制度とは、地域の健康課題に即した取組や日本健康会議が進める健康増進の取組をもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度です。



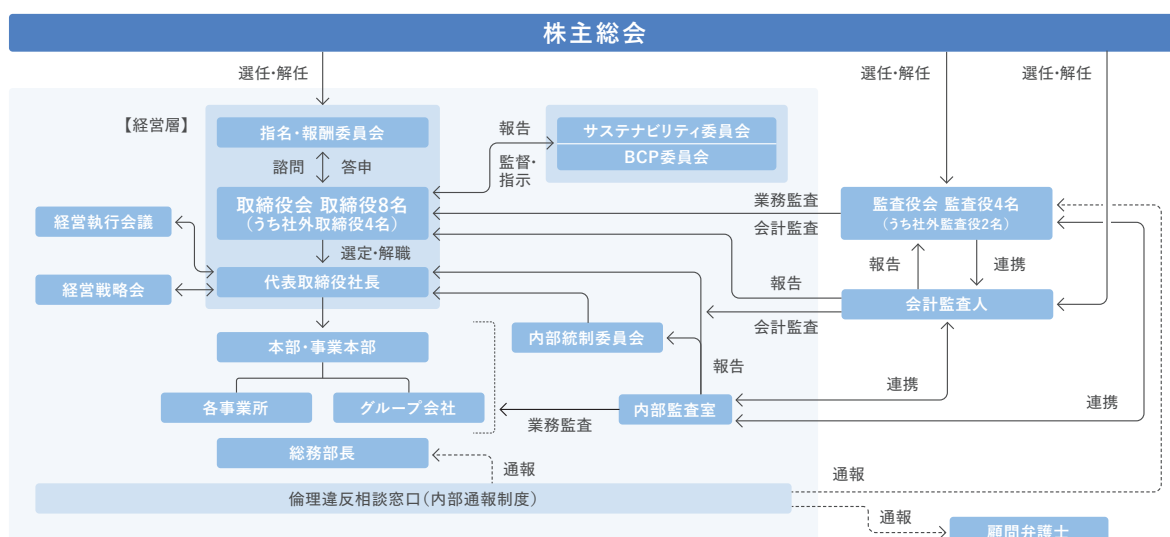
ガバナンスに関する取り組み

コーポレートガバナンス

基本的な考え方

コーポレートガバナンス（企業統治）を有効に機能させるべく内部統制システムを整備し、経営の健全性及び効率性の向上を図っています。取締役会は社外取締役4名を含む8名で構成し、更にその機能を強化するために、経営戦略会、経営執行会議を開催しています。監査役会は内部監査室、会計監査人と連携し、経営状態の監査を実施しています。また、法令・定款・社内規定への適合をより確かにするべく、内部統制委員会、倫理違反相談窓口を設置しています。

コーポレートガバナンス(企業統治)体制図



取締役会

当社の取締役会の人員は8名（うち社外取締役は4名）にて構成されており、業務執行に当たり執行役員制度を導入しています。取締役の職務執行が効率的に行われることを確保するための体制の基礎として、取締役会を月1回開催する他、必要に応じて臨時取締役会を開催しています。また、当社代表取締役を議長とする経営戦略会を月2回開催し、経営の基本戦略、方針及び諸施策を事前に議論し、経営活動の迅速化と効率化を推進しています。更に取締役会の機能をより強化するために、取締役、常務執行役員及び上席執行役員が出席する経営執行会議を月1回開催し、業務執行に関する基本的な事項及び重要事項の確認を行っています。

監査役会・内部監査室

当社は監査役会設置会社を採用しており、監査役会の人員は4名（うち社外監査役は2名）にて構成されています。また社長直轄の組織として、内部監査室を設置しています。監査

役は、取締役会その他の重要な会議に出席し、客観的かつ独立した立場で取締役の職務執行について監査を行っています。内部監査室は、社内規定「内部監査規則」により経営に関する業務全般の監査を管掌し、経営上避けるべき欠陥の発見と経営能率の増進並びに会社財産の保全に寄与すべく、会計・業務・能率について子会社を含め定期的な監査を行っています。

指名・報酬委員会

取締役の指名・報酬等に関して、手続きの公正性・透明性・客観性を強化し、コーポレートガバナンス（企業統治）の充実を図るため、取締役会の諮問機関として指名・報酬委員会を設置しています。指名・報酬委員会は、取締役会の決議によって選定された3名以上の取締役で構成し、その過半数は独立社外取締役としています。また、本委員会の委員長は、独立社外取締役である委員のなかから取締役会の決議によって選定します。

取締役会の実効性評価

取締役会は、取締役会全体の実効性について、把握、分析及び検証を行っています。2023年度は、全取締役及び全監査役に対して、取締役会の構成や運営状況に関するアンケートを行い、その集約結果に基づき、取締役会において審議を行いました。その結果、当社の取締役会の構成、運営状況や審議状況は、取締役会が監督機能を果たす体制としては概ね適切であり、実効性は確保されていると評価しました。今後とも、取締役会議長と取締役会事務局を中心に、取締役会の実効性の向上に取り組んでいきます。

役員報酬

企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして機能するよう株主利益と連動したものとし、個々の取締役の報酬決定については、各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針としています。業務執行取締役の報酬は、役位・職責及び経験に基づく基本報酬と業績連動報酬等で構成されています。業績連動報酬等については、1事業年度ごとに支給する賞与（短期インセンティブ）と中期経営計画を踏まえ

た一定の期間に1回支給する中長期インセンティブで構成され、一部又は全部を譲渡制限付株式（非金銭報酬）の割り当てを受ける形式で支給されます。監督機能を担う社外取締役及び監査役については、その職務に鑑み、基本報酬のみとしています。取締役の個人別の報酬額については、指名・報酬委員会が審議をした上で、取締役会に提言をし、取締役会にて決定されます。

取締役及び監査役の報酬等の総額等

取締役及び監査役の報酬等の総額等		報酬等の種類別の総額（百万円）			対象となる役員の 員数（人）
役員区分	報酬等の総額（百万円）	基本報酬	業績連動報酬		
			金銭報酬	非金銭報酬	
取締役（社外取締役を除く）	84	55	22	6	4
監査役（社外監査役を除く）	31	31	-	-	2
社外役員	41	41	-	-	6

業績指標	実績
連結営業利益額	2,073百万円
連結営業利益率	4.4%
新製品比率	6.2%
海外比率	8.5%
株式成長率	85.6%

（注）1. 取締役の報酬額には、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まれておりません。
2. 報酬等の総額には、当事業年度中に役員賞与引当金及び株式給付引当金として費用処理した役員賞与24百万円（取締役4名に対し24百万円）が含まれております。
3. 業績連動報酬は、役位及び業績を測る指標の達成状況等に応じて支給します。また、業績を測る指標には、当社グループの重要なKPIである「連結営業利益額」及び「連結営業利益率」、中長期ビジョン達成に直結する指標である「新製品比率」「海外比率」及び「株式成長率」を選定しております。当連結会計年度における業績連動報酬にかかわる指標の実績は左のとおりです。

内部統制システムの整備

取締役会において決議した内部統制システムの整備に関する基本方針に基づき、当グループの内部統制システムを整備することにより、業務の適正を確保するとともに、財務報告をはじめとするさまざまな情報の信頼性を確保することで、確固たる企業価値の確立に努めています。

内部統制委員会

コンプライアンス、コーポレートガバナンス（企業統治）等、内部統制を統括する会議体として内部統制委員会を設置しています。社長を委員長として、半期に1回、内部統制に関する重要事項及び改善事項の確認、適時開示や全社リスクマネジメントに関する審議を行い、内部統制システムの強化及び改善に取り組んでいます。

役員向け研修の実績

1. 経営人材の 多面評価フィードバック研修

経営人材としてのリーダーシップ、マネジメント力の強化

2. LGBTQセミナー

LGBTQ・SOGIに関する正しい知識を得ることで、ハラスメントのない職場環境づくりやDE&I推進の意義を理解し、経営層として貢献できる体制を整備

3. 心理的安全性勉強会

職場での良好なコミュニケーションのための基本の一つである「心理的安全性」の重要性を理解し、全社的なベクトルを合せ、全社的なエンゲージメントを向上させる体制を整備

4. DXリテラシー人財育成 基礎コース

経営人材として、自社のDXの方向性を思索し、社員に示すことができる体制を整備

ガバナンスに関する取り組み

コンプライアンス

基本的な考え方

コンプライアンス・マインドを全社員で共有するために、「ニチバングループの倫理」を定めています。

ニチバングループの倫理

〔基本方針〕

私たちは、「企業は社会の公器」であることを認識し、以下の5つの原則に基づく活動を通じて、社会的責任を果たしてまいります。

1. 法令等の遵守

私たちは、法を守り社会規範に従い、公正で透明な企業活動を行います。

2. 有用・安全・安心な製品の提供

私たちは、「品質・安全・環境への最大限の配慮」を第一義とし、当社製品を通じ「顧客満足の向上を図る」ことにより、お客様からの信頼を高め、社会に貢献します。

3. 反社会的行為への断固たる対応

私たちは、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的行為には、毅然として対応します。

4. 情報管理と開示の徹底

私たちは、ニチバングループに関わるすべての情報の適正な管理・保護並びに企業情報の適時・適切な開示を行います。

5. 当社倫理の徹底

経営者は、この『ニチバングループの倫理』の精神に則り、率先垂範で社内体制を整備し広く周知徹底します。

コンプライアンスの浸透

当グループの倫理実践のための具体的な手引きとして「ニチバングループ行動ハンドブック」を作成し、グループ全社員に配布しています。「ニチバングループ行動ハンドブック」は定期的に見直しを行い、社会情勢や関係法令の変化に随時対応するとともに、教育研修や会議のなかで周知徹底を図っています。また、従業員が時や場所を選ばずに受講することができる各種コンプライアンスに関するeラーニングプログラムを提供し、コンプライアンスの浸透を図っています。

eラーニングによるコンプライアンス研修一覧

- 産業廃棄物の適正処理を学ぶ
- リスクマネジメント
- 最新事例で学ぶ 個人情報保護対応
- 食の安心・安全を守るコンプライアンス 食品表示偽装編
- 組織風土を考える 企業倫理・コンプライアンス
- インサイダー取引規制
- 下請法入門
- 景品表示法入門
- 知財入門 著作権、営業秘密、商標、社名編
- 独占禁止法入門
- 消費者トラブルを未然に防ぐ 特定商取引入門

内部通報窓口の充実

「倫理違反相談窓口」と「ハラスメント相談窓口」の2つの相談窓口を設置しています。「倫理違反相談窓口」は、総務部長、監査役及び社外の顧問弁護士を従事者とし、コンプライアンスに関する相談全般の窓口として、法令等の違反やその恐れのある事実の早期発見に努めています。ハラスメント相談窓口は、拠点ごとに担当窓口を設置し、より相談しやすい体制を整備しています。また、ハラスメントへの理解を深めるため、相談窓口担当者の対応力向上のための教育研修を実施しています。

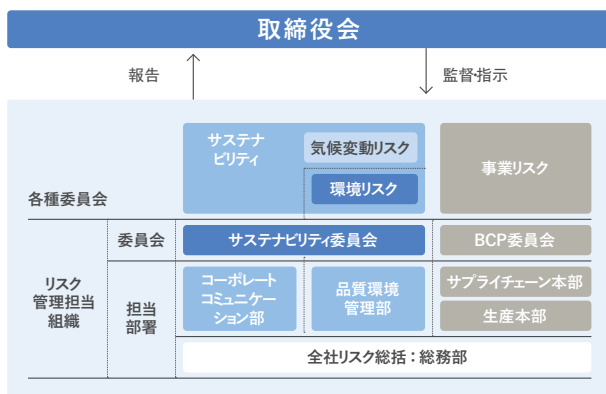
リスクマネジメント

基本方針

事業の継続を危うくする重大な危機に対して、事前に予測・予防措置を実行し、万一発生した場合には被害を最小限に抑え、再発防止措置を取ることで、危機を適切に管理し、事業の継続・安定的発展を確保しています。

リスクマネジメント体制

総務部が全社的に管理すべきリスクを取りまとめる他、気候変動リスクや環境リスクについては、CSR 担当取締役を委員長とするサステナビリティ委員会を設置し、その分析・検討内容を取締役に報告しています。また、事業継続に関するリスクについては、サプライチェーン本部長を委員長とするBCP 委員会を設置しています。



緊急時対応訓練の実施

従業員及び関係者の生命・身体に危害を及ぼすような緊急事態、又は企業活動に大きな障害もしくは影響を及ぼすような緊急事態が生じた場合に、迅速・的確な意思決定に基づき対応できるように、「緊急時対応規則」を定めています。具体的な災害発生を想定した訓練として、従業員や社有財産への被害、当社事業所周辺地域の安全及び環境への影響を最小化すべく、全社及び事業所に緊急対策本部を設置・運用する全社緊急対策本部設置訓練を年1回開催しています。その他、安否確認システムや災害用無線を使用した緊急時対応訓練も実施しています。

BCP による安定供給体制の整備

「ニチバン事業継続マネジメント規則」には、災害発生時と事業復旧、継続時の各段階で取るべき行動や対応策の指針を定めています。昨今の気候変動や地政学リスクの高まりを受け、原材料メーカーのマッピング、特殊原料・レア原料の調達リスク調査、TCFD シナリオ分析でのリスクへの対応など、サプライチェーン全体にわたるリスクをBCP委員会にて検討し、製品の供給責任を果たすための対策に注力しています。

情報セキュリティ

IT 統制の整備

IT（情報技術）は事業戦略に欠かせないものとなっており、IT によって実現される情報システムの巧拙が経営に大きな影響を及ぼすようになっていきます。IT統制を整備し運用することで、IT 戦略、開発及び運用にかかわる適切な自己診断と監査実践を可能にし、情報システムにまつわるリスクを適切にコントロールしながら、ニチバングループ全体のITガバナンスを強化しています。グループIT連絡会を設置し、グループ会社間で情報共有を行うとともに、各社の独自システムの運用状況を確認しています。

ガバナンスに関する取り組み

役員一覧 (2024年6月26日現在)

取締役



代表取締役社長
高津 敏明

略歴

1990年 4月 当社入社
2015年 6月 当社事業統括本部購買部長
2017年 4月 当社工業品営業統括部 中部営業部長
2018年 4月 当社執行役員メディカル 特販営業部長
2019年 4月 当社上席執行役員社長付
2019年 6月 当社代表取締役社長 経営全般(現任)

重要な兼職の状況	
なし	
所有株式数	19,500株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)



専務取締役
酒井 寛規

略歴

1985年 4月 当社入社
2008年 4月 当社執行役員管理部長
2009年 6月 当社取締役執行役員管理部長
2015年 6月 当社常務取締役 CSR・経営統括担当
2016年10月 当社常務取締役 CSR・経営統括担当(兼)大東化工(株)取締役顧問経営担当
2019年 6月 当社専務取締役 推進ユニット担当(兼)CSR担当(兼)広報宣伝室長
2020年 4月 当社専務取締役 管理担当(兼)CSR担当(現任)

重要な兼職の状況	
なし	
所有株式数	30,000株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)



取締役常務執行役員
原 秀昭

略歴

1984年 4月 当社入社
2011年 4月 当社執行役員テープ事業本部統括部長
2012年 4月 当社執行役員テープ事業本部長
2012年 6月 当社取締役執行役員 テープ事業本部長
2020年 4月 当社取締役常務執行役員 営業担当(兼)事業統括本部長
2022年 4月 当社取締役常務執行役員 営業・開発担当(兼)国内事業本部長
2024年 4月 当社取締役常務執行役員 営業・開発担当(兼)事業戦略本部長(現任)

重要な兼職の状況	
なし	
所有株式数	16,100株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)



取締役常務執行役員
高橋 泰彦

略歴

1986年 4月 当社入社
2011年 4月 当社執行役員安城工場長
2013年 6月 ニチバンテクノ(株)代表取締役社長
2016年 4月 当社上席執行役員管理本部長
2020年 4月 当社常務執行役員経営企画室長(兼)広報宣伝部長
2021年 6月 当社取締役常務執行役員経営企画室長(現任)

重要な兼職の状況	
なし	
所有株式数	11,200株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)



社外取締役
清水 與二

略歴

1970年 4月 (株)旭通信社※入社
2005年 3月 (株)アサツー ディ・ケイ※ 取締役執行役員
2010年 3月 (株)アサツー ディ・ケイ※ 代表取締役社長
2013年 3月 (株)アサツー ディ・ケイ※ 取締役相談役
2014年 6月 当社社外取締役(現任)

※現在:(株)ADKマーケティング・ソリューションズ

重要な兼職の状況	
なし	
所有株式数	0株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)



社外取締役
石原 達夫

略歴

1977年10月 司法試験合格
1980年 4月 東京地方検察庁検事任官
1987年 4月 弁護士登録
1989年 1月 沖信・石原法律事務所開設※ 代表(現任)
2016年 6月 当社社外取締役(現任)

※現在:スプリング法律事務所へ改称

重要な兼職の状況	
スプリング法律事務所代表	
所有株式数	0株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)



社外取締役
佐藤 彰紘

略歴

1987年10月 司法試験合格
1990年 4月 弁護士登録
1990年 4月 丸の内共立法律事務所 入所
1995年 5月 佐藤彰紘法律事務所開設代表
2016年12月 当社社外監査役
2019年 6月 当社社外取締役(現任)
2023年 6月 真和総合法律事務所 パートナー(現任)

重要な兼職の状況	
真和総合法律事務所パートナー	
所有株式数	0株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)



社外取締役
真田 弘美

略歴

1979年 4月 聖路加国際病院内科病棟勤務
1980年 4月 金沢大学医学部附属病院外科病棟 勤務
1981年 4月 金沢大学医療技術短期大学部看護学科助手、准教授
1987年 4月 金沢大学医学部研究生(1997年3月~医学博士)
1988年 4月 米国イリノイ大学看護学部大学院(研修)(~1990年3月)
1998年11月 金沢大学医学部保健学科・教授
2004年 4月 東京大学大学院医学系研究科健康科学・看護学専攻
2017年 4月 東京大学大学院医学系研究科附属グローバルナースングリサーチセンター センター長
2022年 4月 石川県立看護大学 学長(現任)
2022年 6月 東京大学 名誉教授(現任)
2022年 6月 当社社外取締役(現任)

重要な兼職の状況	
石川県立看護大学 学長	
所有株式数	0株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)

監査役



常勤監査役
高橋 一徳

略歴

1985年 4月 当社入社
2012年 7月 当社執行役員事業統括本部 海外担当(兼)購買部長
2014年 4月 当社執行役員事業統括本部購買部長
2015年 6月 当社執行役員テープ事業本部埼玉工場長
2017年 6月 当社監査役(現任)

重要な兼職の状況	
なし	
所有株式数	16,800株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)
監査役会出席状況	15回/15回(100%)



常勤監査役
坂本 修

略歴

1990年 4月 当社入社
2020年 4月 当社内部監査室長
2022年 4月 当社執行役員管理本部総務部長(兼)内部統制担当
2024年 4月 当社執行役員監査役会付
2024年 6月 当社監査役(現任)

重要な兼職の状況	
なし	
所有株式数	1,000株
取締役会出席状況	-
監査役会出席状況	-



社外監査役
児玉 安司

略歴

1988年10月 司法試験合格
1991年 4月 在日アメリカ海軍横須賀病院医師
1991年 5月 医師国家試験合格
1992年 4月 最高裁判所司法研修所修習生
1994年 4月 長谷川俊明法律事務所入所
1995年 9月 Sidley & Austin 法律事務所(シカゴ)入所
1996年 8月 Barlow Lyde & Gilbert 法律事務所(ロンドン)入所
1996年11月 米国ニューヨーク州司法試験合格
2004年 6月 東京大学大学院医学系研究科特任教授
2012年 4月 新星総合法律事務所開設代表(現任)
2015年 4月 国立がん研究センター理事(~2023年3月)
2018年12月 東京医科大学理事(現任)
2019年 6月 当社社外監査役(現任)

重要な兼職の状況	
新星総合法律事務所代表、東京医科大学理事	
所有株式数	0株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)
監査役会出席状況	15回/15回(100%)



社外監査役
福田 厚

略歴

1985年10月 監査法人朝日新和会計社(現 有限責任 あずさ監査法人)入社
1989年 4月 公認会計士登録
2006年 5月 有限責任 あずさ監査法人代表社員(現 パートナー)
2021年 6月 有限責任 あずさ監査法人退任
2022年 5月 ㈱三陽商会社外監査役(現任)
2022年 6月 当社社外監査役(現任)
2024年 5月 埼玉医科大学監事(現任)

重要な兼職の状況	
(株)三陽商会社外監査役、埼玉医科大学監事	
所有株式数	0株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)
監査役会出席状況	15回/15回(100%)

取締役・監査役スキルマトリックス

氏名	現在の当社における地位及び担当	指名・報酬委員会	スキル						
			経営 経営戦略	財務・会計	法務・リスク マネジメント	研究開発	製造・技術	マーケティング 営業	国際性
高津 敏明	代表取締役社長	●	●		●	●	●	●	
酒井 寛規	専務取締役	●	●	●	●				
原 秀昭	取締役常務執行役員		●			●		●	
高橋 泰彦	取締役常務執行役員		●	●	●		●		●
清水 與二	社外取締役	●	●					●	
石原 達夫	社外取締役	●			●				
佐藤 彰紘	社外取締役	●	●		●				
真田 弘美	社外取締役					●			●
高橋 一徳	常勤監査役					●	●	●	●
坂本 修	常勤監査役			●	●				
児玉 安司	社外監査役		●		●	●			●
福田 厚	社外監査役			●					

ガバナンスに関する取り組み

社外取締役メッセージ

- 1 私は1970年から40有余年、広告代理店株式会社アサツーディ・ケイに在籍し、従業員から取締役を経験し、会社経営に従事しました。経営陣への監督機能を働かせ、収益性を改善し、ニチバングループ全体の企業価値を高めていくように提言し続けることが大事であると考えます。
- 2 議案に対する知識、情報提供等に関する一定の体制があり、自由闊達な議論を促す雰囲気のもとで運営されています。取締役会で使用する資料は世の中の新しい言葉や価値観が多く、サステナビリティの考え方自体もスピーディーに変化するなか、事前の情報のインプットと取締役会における目線合わせが重要です。
- 3 私を含めた社外取締役の実効性向上のために、その定義・評価・公平性・透明性・スピード感が担保された上で当社グループのダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)の考え方にに基づき、改善が図られています。中長期ビジョン『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』及び新中期経営計画「CREATION 2026」を策定し、有効な戦略テーマを達成し、企業価値を向上させると同時に経営の監視を通じて企業価値の毀損を生じさせない仕組み、現行の中期経営計画の進捗状況を半期に1回程度チェックし達成度合を注視しつつ、持続可能な企業価値の増大を促し、監督しています。

当社の社外取締役4名に、今後ニチバングループが持続的な成長をしていく上で、社外取締役の果たすべき役割、経営全般・取締役会における課題、委員会の活動などの観点からメッセージをいただきました。

- 4 指名・報酬委員会ではガバナンス強化の観点から経営陣幹部・取締役会の業務報酬(短期及び中長期インセンティブ)の規定を審議し、手続きの客観性・透明性を確保するために、社外取締役を中心としたメンバーが役員報酬支給額などを諮問し決定しています。過半数を社外取締役に占めていることで、客観性や透明性・公平性は十分に確保されています。
- 5 新中期経営計画「CREATION 2026」は3年間の計画であり、取り組むテーマ①事業ポートフォリオの再構築②グローバル企業化③人的資本経営と、これらの課題はそれぞれハードルが高く、目標を達成して成長軌道に乗ることが重要です。この新中期経営計画の成功は、中長期ビジョンである『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』に向けて、重要な一歩となります。危機意識とチャレンジ精神を持ち、真のチームワークを発揮し、目標実現に向けて邁進していただきたい。



社外取締役
清水 與二

- 1 弁護士としてM&Aを含む会社法を中心にビジネス法務分野においてさまざまな業種の企業と関わり、他社社外役員を務めてきました。ニチバングループにおいてはこのような私のバックボーンと経験に基づく知見を活かし、独立した客観的な立場から、幅広く適切かつ妥当な助言や提言をすることが期待されていると考えます。
- 2 当社取締役会では、経営全般に関わるさまざまな課題が概ね適時に上程され活発な意見交換が行われています。



社外取締役
佐藤 彰紘

- 3 当社は祖業のセロテープ®事業に加え、近年ではメディカル事業が大きく伸長してきていますが、外部環境の変化が大きく影響して利益構造が大きく変化するなど、難しい経営判断を要求されることが増えています。取締役会では長期的な企業価値の増大に向け、グローバルな視点を入れつつ、慎重ななかにもリスクテイクを伴った積極果敢な判断を行っていく必要があると考えます。
- 4 しかるべき高い目標を設定し、全社員が一丸となって取り組むべき新中期経営計画「CREATION 2026」の実現に向け、指名・報酬委員会においても透明・公正な人事並びに報酬となるべく討議を重ねています。
- 5 新中期経営計画「CREATION 2026」は、人的資本経営を意識しつつ、事業ポートフォリオの再構築、新事業・大型新製品創出に向けたイノベーション活動推進、グローバルサプライチェーンマネジメント体制の確立、サステナブル社会への貢献など、当社にとって野心的ともいえる目標を定めるものです。当社の積極的に大きく変わろうとしている姿勢に期待が持てます。

質問項目

- 1 ご自身の経歴や知見を踏まえ、社外取締役として果たすべき役割
- 2 経営全般もしくは取締役会における課題認識と対応
- 3 取締役会の実効性とガバナンス体制の課題
- 4 指名・報酬委員会の活動
- 5 今後のニチバングループへの期待



1 東京地検検事に任官し各地検に勤務後、弁護士登録し法曹として40年以上過ごしてまいりました。検事として膨大な案件に対し公訴を提起するかどうかを一定期限内に決めなければならないという経験を通じて、自ずと事物のバランス感覚というものに身につけたと思います。当社では事業を展開するにあたり常に多種多様な場面や利害関係に遭遇するため、具体的な決定を要する場面では、その決定に問題がないかの判断の一助としての知見を提供できると考えています。

2 取締役会は自由な雰囲気の中で行われていますが、月次の実績に加え将来の事業展開を重視した構想等の紹介がなされればなおよいと思います。

3 取締役会の実効性は従前から十分機能しているとともに、社外取締役として女性で保健学、看護学の専門家が加わったことでダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)の観点からも一層実効性の向上が図られたと評価します。当社新中期経営計画「CREATION 2026」のなかで将来の持続的成長を担うために不可欠な人的資本経営が最重要と考えており、優れた人財を確保・育成することが長期的な企業価値の増大に必要不可欠であると考えます。

4 指名・報酬委員会は適宜開催されていますが、社外取締役は組織に関する知識と情報量に限界があるため、社長等会社側からの提案を受けてその根拠や合理性についての質疑応答により提案が客観性、透明性や公平性を有することを確認し、取締役会で決議しています。

5 近時過度の円安等の国際情勢による原材料の高騰をはじめとする多難な経営環境のもとで、前記の事業ポートフォリオの再構築、グローバル企業化、人的資本経営の3つの重点テーマを掲げる新中期経営計画「CREATION 2026」は誠に時宜に当たっていると評価できるとともに、全社一丸となってその目標実現に向かって邁進することを大いに期待しています。

社外取締役
石原 達夫



1 中長期ビジョン『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』のイノベーション創出とグローバル拡大に貢献することと認識しています。東京大学医学系研究科の教授として、そして、日本褥瘡学会等の学会理事長として、医療・看護分野における研究開発に30年以上取り組んできた経験を活かし、メディカル事業におけるイノベーション創出に関して専門家の立場から助言していく所存です。新製品のエコガイド下穿刺固定用ドレッシングのカテリープラス™ エコは、私が理事長を務めた看護理工学会とのコラボレーションによって生まれたものです。また、東京大学におけるグローバルナースリサーチセンターの設立等を通じて、アジアやヨーロッパの大学と多くの共同プロジェクトを実施しました。これを踏まえて、グローバル事業の基盤確立をサポートしていきたいと考えています。

2 ヘルスケアや医療分野では、看護師をはじめとして、多くの女性が活躍しています。この分野での製品開発においては、女性目線でのアイデアや、女性社員の立場に立った労働環境などが重要になります。このような意見・提言等が経営トップの意思決定に反映されるように努めてまいります。

3 当社は「人」を大切にする経営を掲げ、経済産業省・健康会議による健康経営優良法人2024の認定を受けました。こうした人的資源管理におけるイノベーションへも、私の知見やネットワークを活かしたいと思います。

5 「CREATION 2026」の重点テーマである「事業ポートフォリオの再構築」での新領域での新規創出と「グローバル企業化」においては、国内やアジアの大学との医療分野での産学連携を進め、「人的資本経営」においては、女性活躍推進への貢献を期待します。

社外取締役
真田 弘美



※ 真田氏は「指名・報酬委員会」のメンバーではないため、4.の設問を割愛しています。

11年間の財務・非財務サマリー

	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3
財務情報				
会計年度				
売上高(百万円)	40,225	39,892	42,461	44,145
営業利益(百万円)	1,789	2,161	3,360	4,057
経常利益(百万円)	1,858	2,267	3,490	4,274
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	989	1,311	1,827	3,107
設備投資(百万円)	2,495	1,818	3,586	5,818
減価償却費(百万円)	1,787	1,385	1,603	1,792
研究開発費(百万円)	1,004	1,008	1,108	1,153
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	2,666	2,547	4,406	3,899
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	(1,242)	(1,948)	(1,963)	(5,349)
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	(469)	(468)	(589)	(636)
フリーキャッシュ・フロー(百万円)	1,424	599	2,443	(1,450)
現金及び現金同等物の期末残高(百万円)	10,832	10,959	12,802	10,713
会計年度末				
純資産(百万円)	25,548	26,885	28,140	30,766
有利子負債(百万円)	2,000	2,000	2,000	2,000
総資産(百万円)	47,213	47,943	52,890	56,120
1株当たり情報				
1株当たり純資産(円) ^{※1}	1,232.70	1,297.26	1,357.84	1,484.70
1株当たり当期純利益(円) ^{※1}	47.75	63.30	88.18	149.95
潜在株式調整後 1株当たり当期純利益(円)	-	-	-	-
1株当たり配当金(円) ^{※1}	12	16	22	36
主要財務データ				
自己資本比率(%)	54.1	56.1	53.2	54.8
自己資本純利益率(ROE)(%)	3.9	5.0	6.6	10.6
総資産経常利益率(ROA)(%)	4.0	4.8	6.9	7.8
株価収益率(倍)	14.5	14.5	14.9	12.3

非財務情報

従業員数(人)(連結)	1,150	1,160	1,180	1,204
平均臨時従業員数(人)(連結) ^{※3}	234	227	206	195
男性管理職数(人)(単体)	156	155	156	159
女性管理職数(人)(単体)	10	11	10	11
女性管理職比率(%) (単体)	6.0	6.6	6.0	6.5
障がい者雇用率(%) (単体)	1.2	2.0	1.8	2.0

※1 2013年3月期～2017年3月期は、2017年10月に実施した株式併合実施後の株式数で計算しております。
 ※2 2018年3月期の1株あたり配当金は、普通配当と創業100周年記念配当2円を合わせて40円となっております。
 ※3 臨時従業員（パートタイマー、嘱託契約の従業員及び派遣社員を含む）の年間平均雇用人員数であります。

2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3
46,234	47,417	44,063	41,528	43,134	45,560	46,859
4,419	3,684	2,975	2,000	2,450	1,609	2,073
4,626	3,860	3,095	2,070	2,561	1,748	2,201
3,132	3,193	1,751	1,350	1,809	2,371	1,827
6,489	2,054	1,455	2,755	3,981	4,092	1,949
1,960	2,327	2,352	2,342	2,545	2,757	2,795
1,241	1,184	1,067	1,064	1,057	1,110	1,202
3,228	5,584	5,749	5,911	4,064	2,917	3,187
(5,039)	(4,743)	(1,380)	(3,067)	(2,898)	(1,153)	(3,692)
(934)	(979)	(916)	(772)	(691)	(867)	(1,225)
(1,811)	841	4,369	2,844	1,166	1,764	(505)
7,963	7,822	11,273	13,344	13,844	14,752	13,049
33,317	36,480	37,218	38,078	38,961	40,603	41,703
2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
60,755	60,329	59,752	61,214	64,427	69,123	68,039
1,607.89	1,760.54	1,796.15	1,837.64	1,880.25	1,969.94	2,049.15
151.17	154.12	84.54	65.15	87.34	114.67	89.00
-	-	-	-	-	114.65	88.97
40 ^{※2}	38	33	30	30	35	35
54.8	60.5	62.3	62.2	60.5	58.7	61.3
9.8	9.2	4.8	3.6	4.7	6.0	4.4
7.9	6.4	5.2	3.4	4.1	2.6	3.2
23.1	15.2	17.7	29.4	19.5	16.8	22.3
1,241	1,258	1,266	1,260	1,255	1,268	1,270
151	146	133	113	130	143	134
160	159	157	149	166	174	177
11	12	13	14	16	21	20
6.4	7.0	7.6	8.6	8.8	10.8	10.2
2.1	2.2	2.2	2.4	2.5	2.3	2.4

会社概要 (2024年3月31日現在)

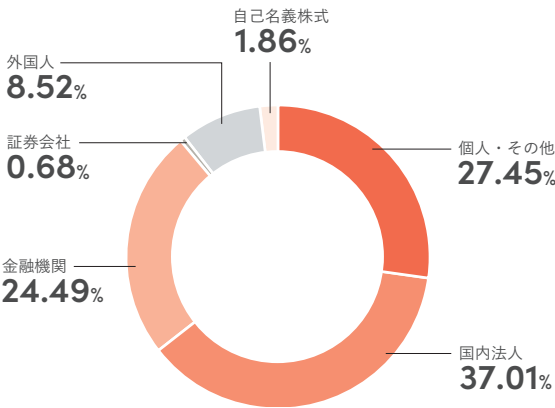
社名 ニチバン株式会社
創業 1918(大正7)年1月
本社所在地 〒112-8663 東京都文京区関口二丁目3番3号
TEL (03)5978-5601
代表者 代表取締役社長 高津 敏明
資本金 5,451百万円
売上高 46,859百万円(連結)
従業員数 1,270名(連結)

グループ会社 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
関連会社 UNION THAI-NICHIBAN CO., LTD.
大東化工株式会社
株式会社飯洋化工

株式の状況 (2024年3月31日時点)

株式状況

発行可能株式総数 70,000,000株
発行済株式の総数 20,738,006株
株主数 19,307名

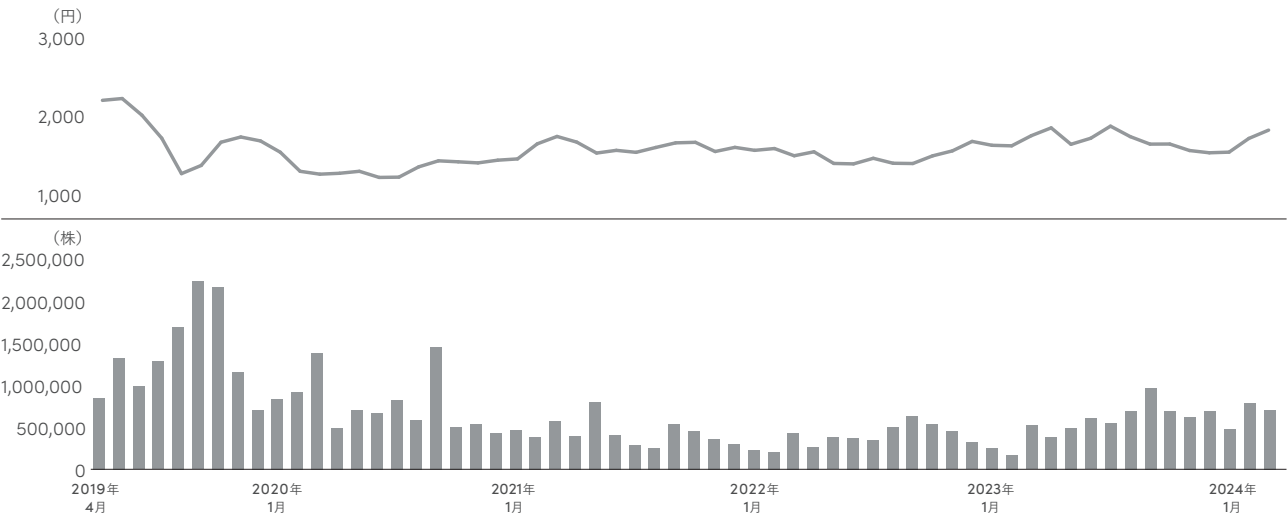


大株主の状況 (上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
大鵬薬品工業株式会社	6,758,000	33.21
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,305,600	6.42
ニチバン取引先持株会	1,215,500	5.97
株式会社三菱UFJ銀行	870,000	4.27
株式会社みずほ銀行	870,000	4.27
あいおいニッセイ同和損害保険株式会社	459,000	2.26
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	371,600	1.83
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103	327,600	1.61
株式会社りそな銀行	288,500	1.42
第一生命保険株式会社	277,500	1.36

(注) 1. 当社は、自己株式を386,423株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
2. 持株比率は自己株式を控除して計算しております。
3. 株主名は、2024年3月31日時点での登録名称を表記しております。

株価及び出来高の推移



Webサイトのご案内



沿革



サステナビリティ

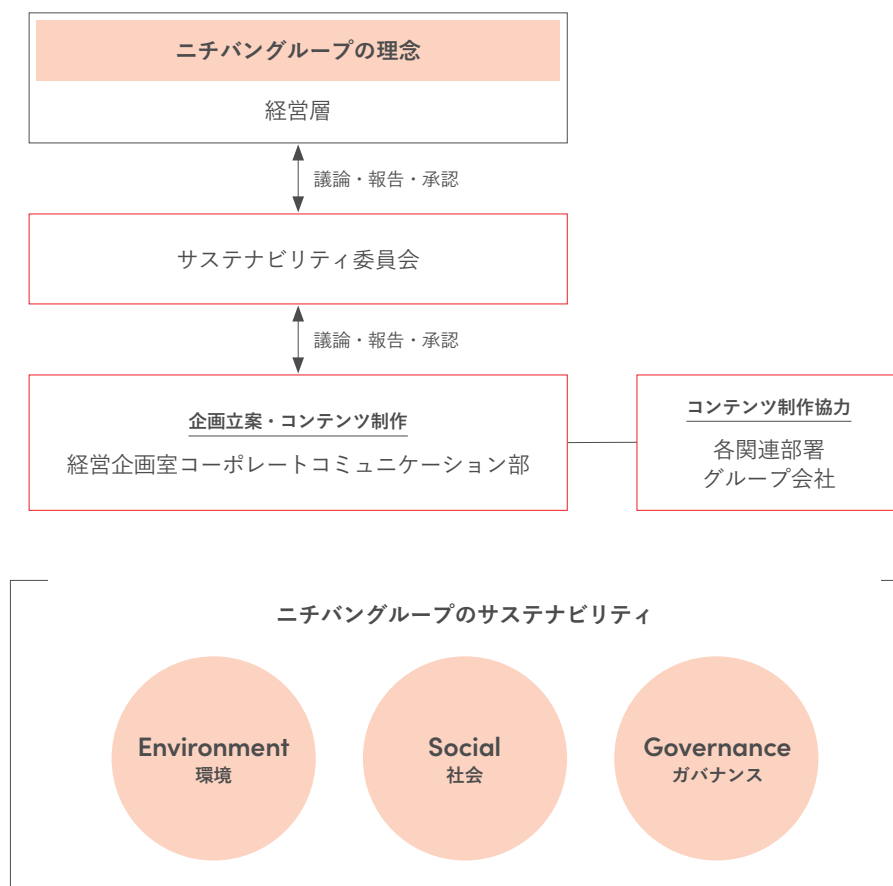
ニチバンの
価値創造プロセス

関連方針

中計ビジョン・
中期経営計画

IR情報

ニチバングループ統合報告書2024 制作体制



免責事項

本報告書は、当グループの計画・見通し・戦略・業績などの将来見通しの記述を含んでいます。これらは現時点で入手可能な情報から判断した事項に基づくものです。

本報告書に関するお問い合わせ

ニチバン株式会社 経営企画室
コーポレートコミュニケーション部
〒112-8663 東京都文京区関口二丁目3番3号
TEL:(03)6386-7190

ニチバン株式会社

〒112-8663 東京都文京区関口二丁目3番3号
<https://www.nichiban.co.jp/>