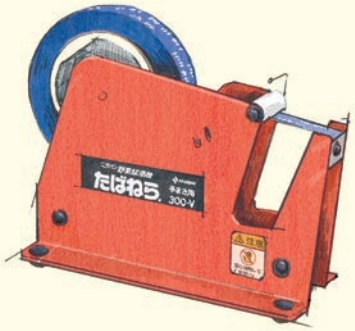
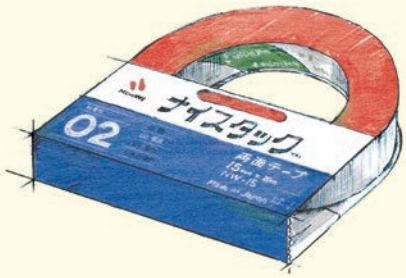
NICHIBAN

ぴったり技術で
明日をつくる













ニチバングループ

統合報告書
2025

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

特集
**人的資本経営の推進
職場エンゲージメント向上への
取り組み** …… 12

財務・非財務ハイライト …… 14

ニチバンの戦略

トップメッセージ …… 16
中期経営計画 …… 20
財務戦略 …… 22

各事業の戦略

セグメント構造と営業組織体制 …… 24
各フィールドの戦略 …… 26
研究開発 …… 32

サステナビリティ

推進体制／マネジメント／
マテリアリティの特定 …… 34

PICK UP
エコサイクルを実現する
セロテープ® …… 37
品質と環境に関する取り組み …… 38
TCFDの提言に基づく
気候関連の情報開示 …… 40
環境・社会貢献活動 …… 42
人的資本経営への取り組み …… 44

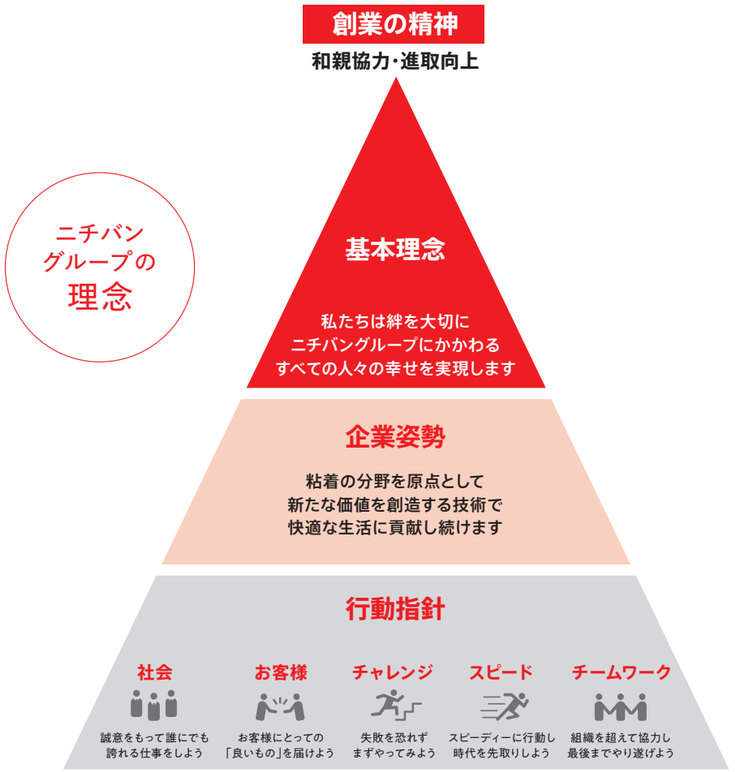
マネジメント

コーポレートガバナンス …… 46
コンプライアンス、
リスクマネジメント …… 48
役員一覧 …… 50
社外取締役メッセージ …… 52

データ編

11年間の財務・非財務サマリー …… 54
会社概要／株式の状況 他 …… 56

ぴったり技術で明日をつくる



NICHIBAN

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き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2025」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
- ニチバンテクノ株式会社
- NICHIBAN(THAILAND)CO., LTD.
- ニチバンプリント株式会社
- ニチバンメディカル株式会社
- 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ツの登録商標です。
「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

2024年4月1日～2025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2025年度の情報も含みます。

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

2025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。
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・投資家の皆さまに向け、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。

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。

医療現場

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、かぶれを軽減します。

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。

チューシャバン™





注射や採血した後に貼るパッド付きの絆創膏です。止血、採血部位の保護、感染の予防に使われています。
（一般医療機器 救急絆創膏）

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、あかぎれ、靴ずれなどにご利用いただけます。
（一般医療機器 救急絆創膏）

一般家庭

アトファイン™





手術後の「傷あと」を肥厚性瘢痕やケロイドの原因となる伸展刺激・摩擦刺激・紫外線などから守ります。

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など、ご家庭でも大活躍しています。

製造現場

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。

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。

フードパックテープ™



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。

セロテープ®



木材パルプや天然ゴムなど、再生可能な植物由来の天然素材を主原料としています。巻心には再生紙を使用しています。

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ラインナップしています。

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。

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。
（第3類医薬品）

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・南品川にて歌橋憲一が「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

→ 製品の動き

1910年～

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

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。



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～

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変更。



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。



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。



1970年～

1972年
埼玉工場を設置、東京工場から移転
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。

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
「ロイヒつぼ膏™」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。



2000年～

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
医薬品生産拠点としての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。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。



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。



2016年
手術後の傷あとケア専用テープ「アトファイン™」発売
手術や帝王切開後の傷あとを保護し、傷あとを目立たせない絆創膏を発売。



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。



2024年
中国・上海に駐在員事務所を開設
中国での販売事業拡大と成長戦略推進のための情報収集や市場調査を行う駐在員事務所を開設。

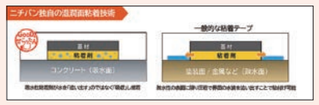


2023年
エコーガイド下でのカテーテル穿刺を支援するカテーテル被覆・保護材「カテリープラス™エコー」と「ニチバンスマートグラス」を発売
エコーでの血管確認、穿刺、固定までの作業を一連の流れで行うことが可能に。





2025年3月
水で湿ったコンクリートにも貼れる「せこたん™湿潤コンクリート用粘着テープWCT」を発売
雨上がりの湿ったコンクリートへの軽量なシート固定、マーキング表示などで、施工時間の短縮を期待でき、効率化に貢献します。





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）
- 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。これまで築いてき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さま、それらが当グループの強みです。ニチバングループは、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。



製品アイテム数
10,000
以上

Strengths 01

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技術をベースに、医療現場や様々な先進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。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。

Strengths 02

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、さら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カ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さま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。



製品輸出先
約**50**カ国



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、さら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で、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

長年にわたり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に、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。

お客さまに選ばれて
100年以上



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

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

Inputs 価値創造の源泉

2024年度実績

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)278億円
- 設備投資額 10億円

人的資本
人的資本経営の推進
- 従業員数 1,271名(連結)
- 社外役員比率 取締役 50%監査役 67%
- 平均勤続年数 19年(単体)
- 離職率 1.9%(単体)
- 研修費総額 142(百万円)(連結)
- 一人当たり研修費 11.2(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 99件
- 登録意匠 62件
- 研究開発体制

財務資本
健全な財務体質
- 自己資本比率 63.9%

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3拠点)
- 製品輸出先 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
- グリーン電力で生産:
  グリーン電力証書購入量 8,300千kWh
- CO_2削減:
  対前年削減量 3,898t-CO_2

リスク・機会の見立て

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 P8

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

経営戦略

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%

中期経営計画「CREATION 2026」

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

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 P48

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 事業活動から創出される成果

2024年度実績

財務実績

1. 売上高	494億円	
2. 営業利益	25億円	
3. ROE	4.6%	
4. 新製品比率	10.7%	
5. グローバル比率	10.5%	

非財務実績

1. 女性管理職比率	12.5%	(連結)
2. エンゲージメントスコア	50.7	(単体)
3. 年次有給休暇取得率	76.3%	(連結)
4. CO_2排出削減率	49.1%	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)

マテリアリティ

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

特 集　人的資本経営の推進

職場エンゲージメント向上の取り組み

エンゲージメントサーベイを実施した結果、ニチバングループは個々の部署内でのコミュニケーションは良好で、仕事上の連携も取られているが、全社的な連帯感は希薄な部門が多く、年代や階層間の意思疎通に課題があることが分かりました。ニチバングループの理念の5つの行動指針の1つである「チームワーク」は、「組織を超えて協力し最後までやり遂げよう」と規定しています。組織・部署・階層を横断しての連携を目指すものですが、不足しているヨコのつながりを育む土壌を作るために、2024年度はいろいろな新しい取り組みを行い、それをグループ全体で共有しました。『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』の実現に向けて、エンゲージメント向上委員会を設置し、多様な部署・部門から選出した若手社員による「職場エンゲージメント向上プロジェクト」のメンバーが話し合い、新しい企画を実現して、エンゲージメントの向上に努めました。

安心して意見を言い合える関係を築く

心理的安全性ワークショップ

開催時期：2024年8~12月に4回開催　**参加者**：部長、支店長、課長など延べ112名

社員それぞれが日々働く職場で、人と連携して業務を進めてゆく上で、「心理的安全性」を持つことが重要と考え、職場を束ねる部長職相当の人員を集めて「心理的安全性ワークショップ」を開催しました。外部から講師を迎え、心理的安全性についての解釈とその重要性を学び、各自の管轄している部署の状態を確認して、心理的安全性を担保しながらさらに職場を活発にするアイデアなどを話し合いました。



得られる学び　自部署のリーダーとして、自身のアプローチは働く仲間へ安心を与えるものなのか見直す。

参加者の感想　自身が実践して、部下にも伝承していきたい。

仕事や組織への理解とつながりを深める

職場見学会／営業職の工場見学と部署間交流会

開催時期：2025年2月
参 加 者：営業部署と間接業務部署の社員約20名、並びに工場勤務社員

営業部署と間接業務部署に所属する社員は、実際に自社工場へ立ち入る機会は少ないため、自分たちがお客さまへ販売している製品がどのようにつくられているのか知ることが重要と考え、主力製品であるセロテープ®、ナイスタック™、ロイヒつぼ膏™の製造工程を見学しました。見学後には、仕事のやりがいや大変なこと、お互いの業務への質問等をテーマに工場勤務者と交流を深め、ヨコの繋がりをつくることができました。

得られる学び
製品の製造過程を理解するとともに、別部署の業務や社員の人柄を理解・尊重することで、ヨコのつながり、一体感を醸成する。

参加者の感想
営業担当者からは「製品の製造過程を学べたので、お客さまへ自信を持ってお勧めしたい。」一方、工場勤務者からは「生産している製品が、市場から求められていることを聞いて、さらに注力して生産していきたい。」などの意見が出ました。



製造部署のメンバーがステーショナリー展示会に参加

開催時期：2025年2月
参 加 者：安城工場・埼玉工場・製品設計部の合計5名

安城工場、埼玉工場ならびに製品設計部の合計5名が「営業職」として、コンシューマーが来場する文具展示会であるユーザーフェアに参加しました。事前に営業部門の社員による勉強会があり、製品知識や接客方法を学びました。当初は緊張の面持ちで応対していましたが、お客さまから「いつも使っている」、「これいいよね」などのお言葉を直接いただき、改めて製品を愛用くださるお客さまに感謝し、自部署での業務意欲が湧きました。

得られる学び
お客さまと接する機会のない製造・設計部署のメンバーが文具展示会に参加して自社製品説明を行うことで、市場の反応を実感して業務に活かす。

参加者の感想
お客さまの要望や期待を直接知ることができたので、製品開発や製造に活かしていきたい。「使ってます」や「これいいのよね」などのお言葉をいただき、誇らしい気持ちになった。



多様性が育む社員の成長

キャリア入社者インタビュー

開催時期：2024年12月　**参加者**：キャリア採用者12名
開催時期：2025年1月　**参加者**：キャリア採用者3名

ニチバングループでも近年の傾向としてキャリア入社（中途採用）の社員が増えております。前職での経験と多様なスキルを持つこれらの方々が、他社と比較してニチバンを選択した理由を、相互インタビュー形式で語り合い、それを社内Web記事や社内報で共有しました。「ニチバンの良さ」を見つめ直す機会とするために、通常の会議形式だけではなく、ランチ会や「自己紹介トレーディングカード」を自作しての意見交換会なども開催しました。

得られる学び
「社外の視点」も持つメンバーとプロジェクトメンバーが交じり合うことで発見される「気付き」

参加者の感想
前職での経験を踏まえて、これからやってゆきたいことと社内へ影響を及ぼしたいことを改めて確認することができた。



正社員登用者キャリアデザイン研修

開催時期：2025年3月
参 加 者：嘱託採用から正社員に登用された18名

全国のさまざまな部署で、嘱託社員から正社員へ登用されたメンバーが安城事業所に集合して、医薬品安城工場の製造ライン見学ののち、昼食会を挟んで外部講師によるキャリア研修を受講しました。工場見学では、製品をお客さまのもとに届けるにはたくさんの工夫や労力が必要なことを改めて学習し、メーカー社員であることの醍醐味を実感しました。研修では自己理解と自身の強みを活かすことを学び、一緒に受講したメンバーとのつながりも持てました。

得られる学び
ニチバンというメーカーの一員となったことを実感し、これまでと、これからの自身のキャリアを見つめ直す。

参加者の感想
工場見学をしたことで、自分も製品をつくりお客さまへ届ける仕事に携わっていることを実感した。仕事を振り返り自身の強み、課題を再認識し、これからの仕事とありたい姿を具体化した。他部署とのつながりもできた。



2025年度よりエンゲージメントツアーを新設

従来から、職場エンゲージメント向上プロジェクトの事務局が企画していた「職場見学会」（工場見学、営業展示会参加）などは、今後コーポレートコミュニケーション部が業務として全体管理を担い、定例実施します。「職場見学会」の名称を改め「エンゲージメントツアー」とし、社会貢献活動などにも社員が参加する仕組みを作ります。

エンゲージメントツアーの目的

- 社員が環境・社会貢献活動を体験し、さまざまなステークホルダーと接点を持つ
- 社員が当社の社会貢献活動に共感し、社会における存在意義を実感する
- 他部署の業務を理解することで、組織を超えたつながりを強化する
- 社員間の相互理解を深めることで真のチームワークを促進する
- 体験を通じて新しい知識や視点を得て、業務へ活かす

2025年度エンゲージメントツアー内容（予定）

- 先端応用研究所見学&体験
- 製品設計部見学&体験
- 安城事業所見学（安城工場・医薬品安城工場・ニチバンテクノ）
- 埼玉事業所見学（埼玉工場・ニチバンプリント）
- 文具展示会参加
- お客様相談室業務体験
- ニチバン巻心ECOプロジェクト 広島県植林体験
- ニチバン巻心ECOプロジェクト 出前授業体験
- ブラインドサッカー体験（社内会場）

参加対象者
ニチバン株式会社全社員、手挙げ応募制

第1回エンゲージメントツアー　【植林ツアー】

植林ツアー参加者の声

2025年5月21日に広島県廿日市市の日本製紙株式会社が所有する山林での植林活動に行ってきました。この活動はニチバン巻心ECOプロジェクトの一環としてコーポレートコミュニケーション部が実施していたことは知っていましたが、今回初めて希望する社員が参加できると聞いて、応募しました。ハイキング程度は経験がありますが、植林なんてもちろん初めてですし、当日は小雨で霧も出ていて山の斜面は思ったよりも切り立っていてとてもハードでした。ですが、初めて会話した別の部署の人と一緒に作業できて、山林や自然環境に関する講義も受けさせていただき、とても有意義な経験でした。水害を防ぎ、紙やセロテープ®の原料にもなる木を育む作業は本当にたくさんの方々によって支えられていることを実感しました。



参加した活動

社員20名での広島県での植林活動

2025年5月21日 手上げ応募にて選出された社員20名にて、スギのエリートツリー苗、約200本を植林

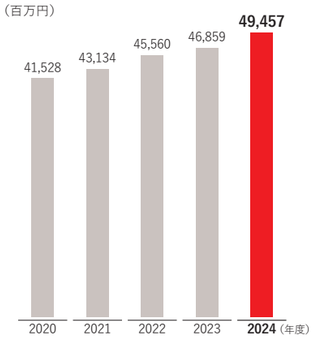
※エリートツリーのスギは標準的な杉品種と比較して、成長速度が1.5倍以上、成長過程のCO_2吸収量が1.5倍以上、花粉量が半分以下、製材した際の剛性が平均以上等の特長があります。



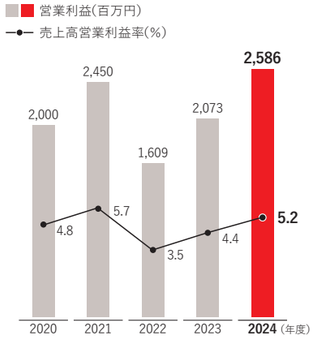
財務・非財務ハイライト

財務ハイライト（連結）

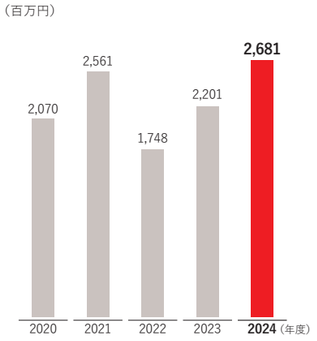
売上高



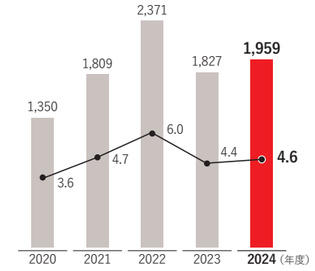
営業利益／売上高営業利益率



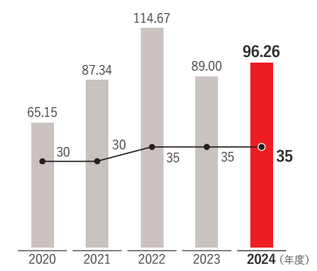
経常利益



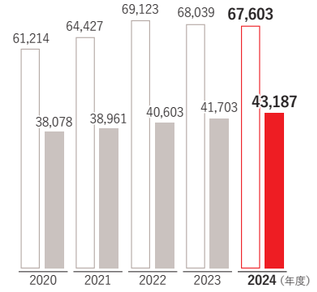
親会社株主に帰属する当期純利益／ROE



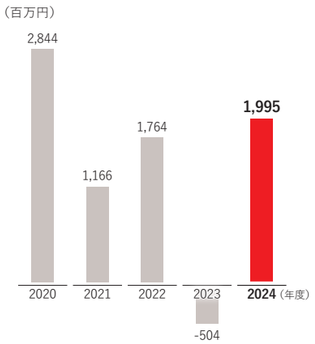
1株当たり当期純利益／1株当たり配当金



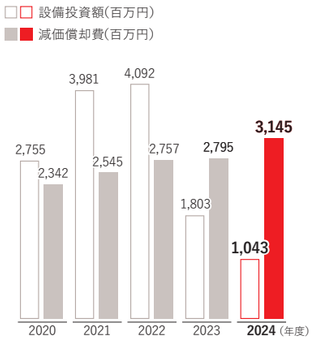
総資産／純資産



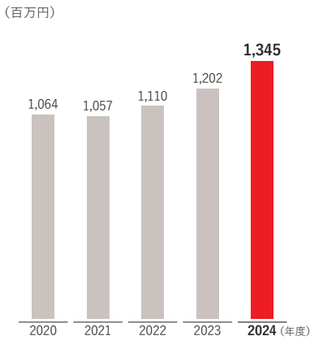
フリーキャッシュ・フロー※1



設備投資額／減価償却費



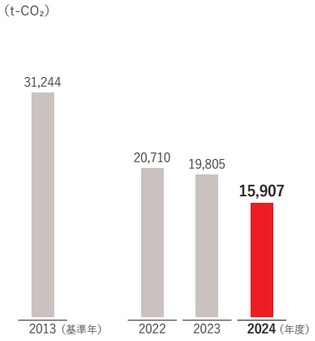
研究開発費



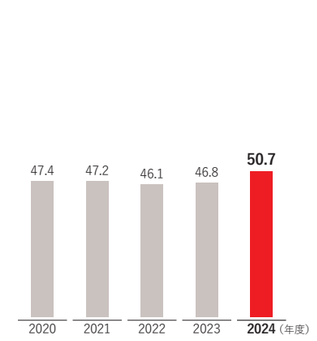
※1 営業活動によるキャッシュ・フロー ＋ 投資活動によるキャッシュ・フロー

非財務ハイライト

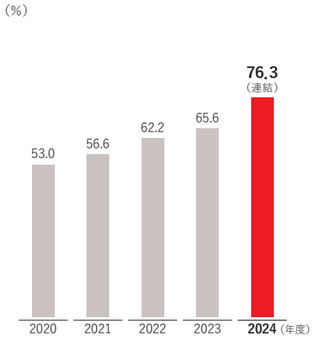
CO_2排出量 Scope1.2(連結)※2



エンゲージメントスコア(単体)

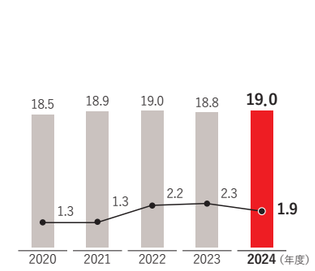


年次有給休暇取得率(単体)

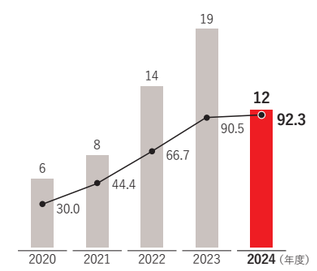


※2 ニチバン株式会社及び国内子会社を対象

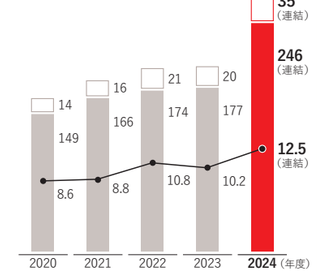
平均勤続年数／離職率(単体)



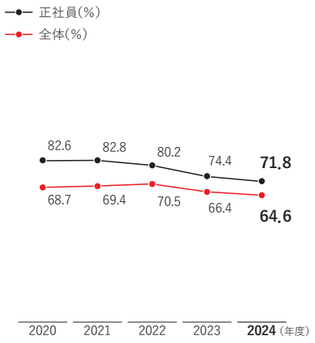
男性育児休職取得率(単体)



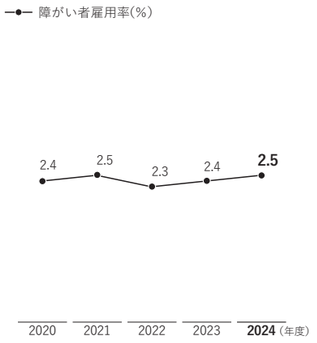
女性管理職比率(単体)



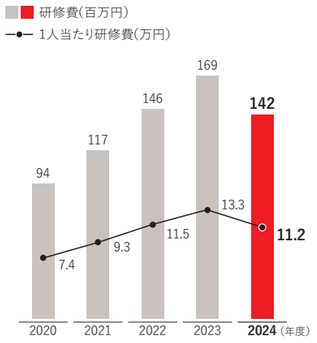
男女間賃金格差(単体)※3



障がい者雇用(単体)



研修費総額／1人当たり研修費(連結)



※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

中期経営計画
「CREATION 2026」を確実に進展させ、新たな事業構造と価値を創出していきます。



中期経営計画「CREATION 2026」の2年目にあたる2025年度は、
「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」を
さらに推進させ、具体的な成果へとつなげてまいります。

中期経営計画1年目の振り返りをお願いします

計画通りに進捗し、テープ事業の収益改善をはじめ多くの成果が得られました

中長期ビジョン『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』で掲げる「イノベーション創出」と「グローバル貢献」の実現に向け、中期経営計画「CREATION 2026」では、「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つを重点テーマに掲げ、新たな事業構造の創出に取り組んでいます。

計画初年度となる2024年度は、おおむね計画通りに進捗し、2025年3月期の売上高は、過去最高の494億5,700万円（前期比5.5%増）を達成しました。営業利益は25億8,600万円で、前期比24.8%増であるものの、上期の好調を受けて期中に上方修正した業績予想に対しては、利益面では修正後の目標に届きませんでした。その要因としては、ロイヒ™シリーズにおける価格改定に伴う値引き対応の集中、テープ事業における期末在庫評価の影響、ならびに産官学連携プロジェクトスタートに伴う先行的なイノベーション投資などが挙げられます。修正後の利益目標を下回った点については、率直に反省すべき点として受け止めています。

一方で、多くの成果も得られました。

「事業ポートフォリオの再構築」では、テープ事業において価格改定の浸透、品種の集約、安城工場から埼玉工場への生産移管による生産性の向上に取り組んだ結果、収益性が大幅に改善しました。また、成長分野であるコンシューマー分野では、ケアリーヴ™などの主力製品において、「いつでも、どこでも買える」環境の整備を目的としたデジタルマーケティング戦略が奏功し、販売が拡大しました。さらに、新規事業領域では、東京大学や東北大学との産官学連携プロジェクトが始動し、イノベーション創出に向けた取り組みが本格的に動き出しました。

「グローバル企業化」においては、2024年7月に中国・上海に駐在事務所を開設し、現地市場でのニチバン製品の可能性を探るマーケティング活動を開始。現地の法規制やパートナー候補に関する情報を、駐在事務所を通じて実地で収集を進めています。日本製の品質に興味を持たれて、絆創膏やマスキングテープに関する問い合わせが増加しており、これらの製品を中心にマーケティング活動を進めてまいります。

「人的資本経営」では、「企業は人なり」の言葉通り、社員の成長が会社の成長につながるという考えのもと、人財育成に積極的に取り組みました。次世代経営層の育成を目的に、「経営塾」「部長経営塾」を開講し、グローバル人財の育成に向けた海外派遣制度「グローバルチャレンジプログラム」や「グローバルトレーニー制度」を展開しています。参加者の多くが、会社全体やグローバルな視点を身に付け、意識の変化が生まれたと感じています。

中期経営計画2年目の取り組みについて教えてください

3つの重点テーマを着実に推進し、次期中期経営計画の策定に着手します

中期経営計画「CREATION 2026」の2年目となる2025年度は、初年度の歩みを止めることなく、3つの重点テーマの施策を着実に推進することが第一義です。そして、下期からは次期中期経営計画の策定にも着手する予定です。したがって、本年度は新しい価値を創出する成果を明確に示すことで、次期中期経営計画へとつなげる大事な一年と位置づけています。

各重点テーマにおける主な取り組みは次の通りです。

❶ 事業ポートフォリオの再構築

テープ事業では、安城工場から埼玉工場への生産移管が完結し、ローコストオペレーションのさらなる推進と生産性の向上に注力してまいります。同時に、新たな価値と収益を生み出す製品の開発にも積極的に取り組んでおり、研究・設計・技術・営業の部門を横断した連携により、お客さまが求める価値を的確に捉えた製品開発を進めます。

成長分野であるコンシューマー領域においては、在宅医療のニーズが今後さらに高まると見込んでいます。例えば「病院で使っていた製品を自宅でも使いたい」といったお客さまのニーズに応えるべく、ニチバンがかねてから取り引きのあるOTC市場への製品投入やECを活用したデジタルマーケティングへの展開を一層強化し、購買機会の拡大と利便性の向上を図ります。

新規事業領域では、産官学連携プロジェクトが始動していますが、これは中長期的な視点での育成が重要です。例えば、東京大学との共同プロジェクトでは、次世代の創傷ケアに関する連携講座を開設し研究を進めており、将来的に実用化すれば社会的な貢献が期待できます。こうした新規事業は、プロジェクトに関わるメンバーの成長にとどまらず、社内全体に挑戦意欲を高める契機ともなるため、中長期的な視点で大切に育てていきたいと考えています。

❷グローバル企業化

中国市場への本格参入を加速させてまいります。現地戦略を明確に定め、駐在事務所から販売会社、さらには事業会社へと発展させて事業を拡大することを目指してまいります。欧州市場では、B to B製品を主軸とした展開により、お客さまのニーズに密着した製品の提供を強化します。また、グローバル事業の重点地域である、タイを中心とした東南アジア市場においては、現地で生産しオンタイムで供給するサプライチェーンの構築が急務と捉えています。M&Aを含む多様な手法を積極的に検討しながら早期に体制整備を進め、2030年度グローバル比率30%の達成を目指します。

❸人的資本経営

2025年11月には、本社と東京オフィスの移転・統合を計画しています。経営効率の向上や迅速な意思決定の促進に加え、社内コミュニケーションの円滑化や採用力の強化による社員のエンゲージメント向上を目的としています。あわせて、2025年4月には新たな人事制度を導入しました。初任給の引き上げや若手社員のマネジメント登用、継続雇用の方の活躍を可能にする制度であり、年齢を問わずチャンスが与えられる制度設計としています。新しい価値を創出するために、社員一人ひとりが挑戦できる環境を整えてまいります。

これらの重点テーマの施策を着実に実行し、売上高500億円は通過点と捉え、中期経営計画で掲げた業績目標の達成を目指します。そして、下期からの次期中期経営計画の策定を通じて、新たなニチバンの未来像を描いてまいります。

※過去の中長期経営計画で、連結売上高500億円を至上目標としていた時期がありましたが、それを超過する予測をしており、次期中期経営計画ではその数値を公表する予定です。

CREATION 2026
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
❶テープ事業セグメントの抜本的収益改善
❷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
❶販売3拠点の成長追求
❷2030年度グローバル比率30%実現に向けた機能拡充
❸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
❶ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの推進
❷自己変革し成長する自律的人財の育成
❸従業員の健康とエンゲージメントの向上
❹新人事制度の導入

高津社長が描くニチバンのありたい姿についてお聞かせください

「ニチバンに入社してよかった」と社員が誇れる会社へ

私が何よりも実現したいと願っているのは、ニチバンで働くすべての社員が、「ニチバンに入社してよかった」と心から思えるような会社になることです。これは、当社が将来どのような新しい価値を創出し、どのような事業を展開していくにしても、常に変わらず根幹に据えるべきものであると考えています。

私自身は、入社から35年が経ちました。そのなかで、何度も「ニチバンに入社してよかった」と思う瞬間がありました。特に、自分が技術職の出身であることから、自ら手がけた製品が店頭に並び、お客さまのお役に立っていると実感できた時は、やはり何よりの喜びを感じました。そして今は、若い社員から「自分たちの製品が店頭に並んでいるのを見ると、我が子のように愛おしい」というような声を聞いた時などは、その人のやりがいを感じられて、嬉しく思います。一人でも多くの社員が、「ニチバンに入ってよかった」と思えるような喜びを味わい、そんな瞬間が増えていくことを願っています。

こうした社員の想いを測る一つの指標として、エンゲージメントスコアを重視しています。2024年度、そのスコアが目標としていた50ポイントを超えたことは、私にとって非常に嬉しいことでした。生産移管などの大きな変化のなかで、工場部門のエンゲージメントが低い状況が続いていましたが、現場のマネジメント層が中心となって課題を明確にし、解決に向けた具体的な取り組みを実行してくれました。例えば、「自分たちが生産している製品が実際にどう評価されているのかを知りたい」という工場の若手社員の声を受け、工場に勤務する社員たちが東京オフィスに赴き、営業部署やお客様相談室メンバーの声を聞く機会を設けるという活動が行われました。こうした取り組みによって、工場におけるエンゲージメントは着実に向上しました。セロテープ®の生産を埼玉工場に移管した安城工場でも、「新しい製品を作ろう」という前向きな空気が生まれています。何よりも印象的だったのは、これらが上司から指示されたものではなく、すべてが現場の自発的な取り組みだったという点です。この主体性こそが、エンゲージメントの向上に大きく寄与したと確信しています。

私は、社員一人ひとりが「自分のやりたいこと」を主張し、挑戦できる環境を整えることが、企業としての持続的な成長につながると信じています。そして新たな価値を創出し続けるニチバンであり続けることによって、「ニチバンに入社してよかった」という想いが、社員だけでなく、社会からも共感されるような企業を目指していまいります。

最後に、ステークホルダーへのメッセージをお願いします

「人」と「モノ」に貼るニチバンの粘着技術で社会に貢献していきます

ニチバンは、「人に貼る技術」と「モノに貼る技術」の両面を持ち合わせた、独自の粘着技術によって社会に貢献しています。

「人に貼る技術」では、個々人で異なる皮膚の状態や、治療段階によって変化する繊細な肌にも対応できる粘着性能が求められます。ニチバンはこの分野において、医療現場から家庭でのケアまで、安心・安全な製品の提供を通じて、多くの人々の健康と暮らしを支えてきました。

一方の「モノに貼る技術」では、貼る対象の材質や形状、表面の状態などが実に多様であるなか、ニチバンはそのすべてにしっかりと対応できる高い技術力を有しています。近年では、濡れた面にも貼ることができるテープを開発・上市し、市場から高い評価を得ています。

こうした技術の根幹には、長年にわたり培ってきた高度な粘着技術があります。そして、「人に貼る技術」を担うメディカル事業と、「モノに貼る技術」を担うテープ事業の両輪がバランスよく機能していることが、ニチバンの大きな強みとなっています。

もちろん、それぞれの市場には競争がありますが、ニチバンはセロテープ®やケアリーヴ™といったブランドを有しており、高品質と誠実なものづくりによって確かな優位性を築いてきました。これからも、これらのブランドを守り続け、「貼る技術」の可能性を広げ、社会課題の解決に貢献してまいります。

現在推進中の中期経営計画「CREATION 2026」を通じて、ニチバンでは新たな価値、新たな人財、新たな事業構造が着実に生まれつつあります。私たちはこれからも、ステークホルダーの皆さまとの対話を重ねながら、持続可能な成長を目指して歩みを進めてまいります。



中期経営計画

CREATION 2026の進捗

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。



重点テーマ

01 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

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

「CREATION2026」経営目標

財務項目	2024年度目標	2024年度実績	2025年度目標	2026年度目標
売上高(億円)	486	494	500	530
営業利益(億円)	24	25	32	45
経常利益(億円)	25	26	33	46
当期純利益(億円)	19	19	25	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%

非財務項目	2024年度実績	2026年度目標
女性管理職比率	12.5%	15%
エンゲージメントスコア	50.7	50
年次有給休暇取得率	76.3%	70%
CO_2排出量削減率（2013年度比）	49.1%	35%

CREATION 2026 重点テーマ

2024年度実施内容

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	円安と原材料価格の高騰が続く厳しい事業環境下においても、収益性改善施策（価格改定、品種集約、生産性向上）を迅速かつ着実に実行した結果、セグメント利益は大幅に改善しました。
(2) 成長事業と新領域へ経営資源を重点配分	将来の成長を見据え、医療機器・工業用途分野における新技術・新製品開発を加速するため、産官学連携を強化しました。（東京大学「社会連携講座」開設、東北大学／バイオ研とのAMED（国立研究開発法人日本医療研究開発機構）活用研究開始）。

グローバル企業化

(1) 販売3拠点の成長追求	韓国での「ケアリーヴ™」の大幅な伸長に加え、東南アジアや欧州での止血製品の採用拡大、さらには諸製品の価格改定が奏功し、連結売上高は大幅な増加を達成しました。
(2) 2030年度グローバル比率30%実現に向けた機能拡充	2024年7月、上海駐在員事務所を開設し、同事務所を拠点とした中国市場での事業拡大に向けた営業・マーケティング活動を強化しました。また、東南アジア市場を重点地域と位置づけ、将来的な効率化と安定供給体制構築のため、サプライチェーンマネジメントの調査・探索を開始しました。
(3) グループ全体のグローバル企業化の推進	「経営塾」内で、グローバル経営人財育成プログラムを実施した他、継続してグローバルトレーニー制度を実施し、若手社員をニチバンヨーロッパへ派遣しました。

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	性的マイノリティへの理解増進策の一環としてLGBTQ研修を管理職・一般職に実施しました。
(2) 自己変革し成長する自律的人財の育成	次世代経営幹部育成プログラムとして、管理職層対象の「経営塾」と、部長層及び部長候補者を対象とした「部長経営塾」を実施しました。
(3) 従業員の健康とエンゲージメントの向上	経済産業省と日本健康会議が主催する健康経営優良法人認定制度において大規模法人部門「健康経営優良法人」に3年連続で認定されました。2024年度エンゲージメントサーベイ結果：スコア50.7ポイント達成（対前年+3.9ポイント）。重点施策として部長層・組織長向け心理的安全性研修を実施しました。
(4) 新人事制度の導入	新人事制度の導入に向けた準備を完了し、2025年4月1日より運用開始します。

財務戦略



財務方針の着実な遂行により、戦略的投資と還元を両立し、持続的な成長を目指します。

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」「PBR 1倍以上」を目指します。

2025年3月期の業績と中期経営計画1年目の振り返り

2025年3月期は、インバウンド消費が旺盛に持続する一方で、エネルギー価格や原材料費の高騰が続き、製造コストの膨張圧力が続いた一年となりました。このような事業環境のなか、連結売上高は前期比5.5%増の494億5,700万円、営業利益は前期比24.8%増の25億8,600万円と、増収増益を確保することができました。

セグメント別では、メディカル事業が引き続き安定した収益源となりました。訪日外国人による消費傾向がモノ消費からコト消費へ移行するなかでも、ロイヒつぼ膏™の売り上げは高い水準で推移しました。加えて、ケアリーヴ™は広告投資による認知拡大と韓国市場におけるパートナー企業との連携強化により、国内外で売り上げを伸ばしました。特に国内においては、絆創膏市場で売上数量No.1(※1)を獲得するなど、高い評価と実績を得ています（※1　インテージSRI+絆創膏市場シリーズ計2021年4月～2024年3月販売数量）。その結果、メディカル事業セグメントの売上高は、前期比8.1%増の245億8,400万円、セグメント利益は前期比8.5%増の66億1,600万円となりました。

また、構造改革を進めているテープ事業においても、前年度の価格改定の効果や人財の再配置、グループ会社全体での最適生産体制の構築が奏功し、セグメント売上高は前期比3.1%増の248億7,300万円ながら、利益については前期比145.9%増の7億600万円となり、「CREATION 2026」の柱である収益構造改革の成果が着実に表れています。

一方で、課題としては、イノベーション投資として、B to B分野に関わる産官学コラボレーションを推進しておりますが、短期的な業績への反映には至っておりません。また、グローバル企業化に向けたサプライチェーンの整備を含めた投資については、スピードとリスクのバランスを見極めつつ、慎重かつ果敢に進めていく必要があると認識しています。

中期経営計画2年目の財務戦略

中期経営計画「CREATION 2026」の目標達成に向けて、テープ事業の抜本的な収益改善に引き続き注力するとともに、成長ドライバーであるヘルスケアおよびグローバル事業へのリソース配分を強化して、安定的に利益を確保し、その原資を新領域への投資に振り向けていくという基本的な財務方針に変わりはなく、計画2年目となる2025年度もこの方針のもとでの取り組みを継続してまいります。

なかでも、事業の収益構造の改善については、原材料価格の高騰が続くと予測されますが、2024年度に実施した販売価格の改定が期を通して当期業績に貢献しております。また、実施いたしました営業における人的資源の再配置の効果も表れてきていますし、関連会社を含めたグループ全体としての最適生産体制への再編へも進展中であります。今期においてもこの再編を継続するとともに、マイナスを転じて利益を創出する仕組みを発展させ、さらなる収益性の向上を見込みます。

一方、2025年度は、本社および東京オフィスの移転・統合に伴う一時費用の発生が見込まれ、ROEは5%を下回る水準となる見通しです。加えて、テープ生産体制の再編費用も一時的に利益を圧迫する要因となります。しかし、これらはいずれも将来的な成長基盤を構築するための戦略的投資であり、短期的な利益にとらわれることなく、中長期的な視点に立った価値創造を推進し、ROE8%以上、PBR1倍以上という財務目標の達成を目指してまいります。

当社はこれまで、歴史的に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をDNAとして守り続けてきました。こうした財務基盤が相当堅牢になってきたことを踏まえ、今後は適正な財務レバレッジの活用も視野に入れながら、戦略的な投資と株主還元の最適なバランスを追求してまいります。

投資戦略

「ESG+DX投資枠」および「新規事業開発投資枠」においては、以下の重点投資を推進します。

- 安城工場における無溶剤化および製造移管に伴う撤去整備等を含めたメディカル製品生産体制の整備
- 生産・検査記録の電子化や、AIを活用したデータ解析能力向上など、DXの加速
- 東京大学との「社会連携講座」や、東北大学／バイオ研との「AMED活用の研究」など、社会課題解決に資するイノベーション投資
- グローバル比率向上のために不可欠なサプライチェーン整備のためのM&Aを含む戦略投資

これらの取り組みにより、事業ポートフォリオの再構築を加速させ、持続可能な成長を実現してまいります。

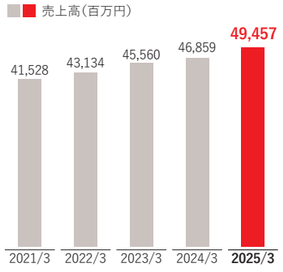
株主還元について

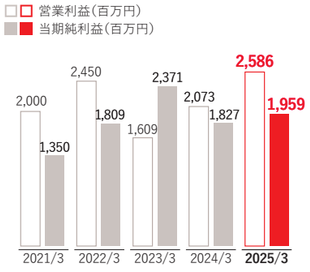
株主還元については、中期経営計画において定めた連結配当性向30～40%を目安に、安定的かつ業績連動型の配当を基本方針としています。

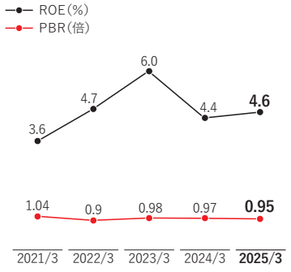
2026年3月期の見通しとしては、連結売上高は前期比4.1%増の515億円と好調を維持する一方、利益面では本社移転や生産体制再編に伴う一時費用の影響を受け、営業利益は前期比16.0%増の30億円ですが、当期純利益は2.1%微増の20億円を予想しています。こうした短期的な影響であることを踏まえ、株主の皆さまへのさらなる還元を重視した年間配当1株当たり40円を予定しています。

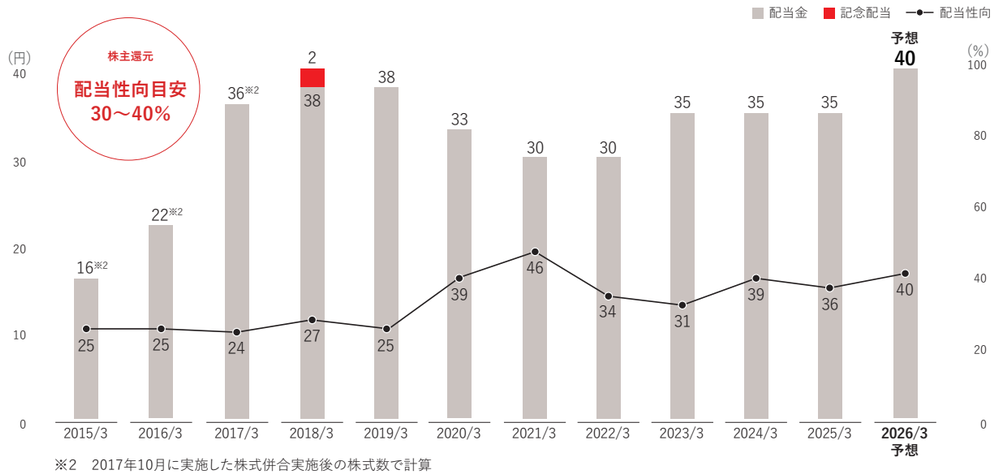
また、自己株式の取得についても、政策保有株式の動向や市場環境を注視しつつ、柔軟かつ機動的に対応してまいります。

今後も企業価値向上に向けた財務戦略を着実に推進し、ステークホルダーの皆さまのご期待に応えられるよう取り組んでまいります。









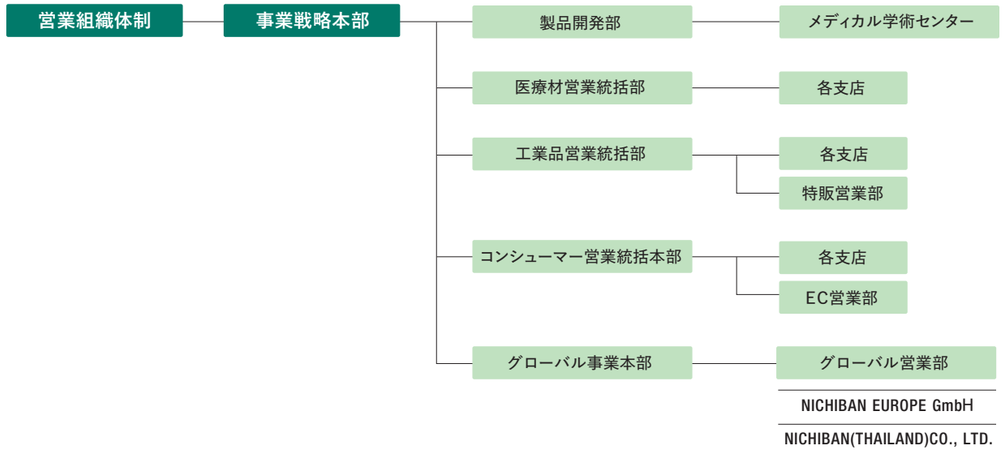
※2　2017年10月に実施した株式併合実施後の株式数で計算

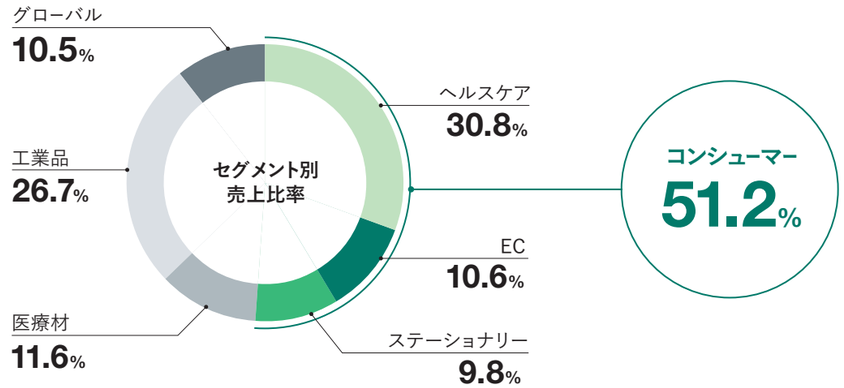
セグメント構造と営業組織体制



開発を基軸とした全社連携連動グローバル事業展開を「購買行動型アジャイル思考戦略」として実践してまいります。

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





2024年度の実績と2025年度に向けて

2024年度に新製品の定義を「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」の二軸と明確化したことにより、新製品アウトプットへの産官学・産産連携のみならず市場開発・育成アウトカムへの産官学・産産連携の二軸展開実践が定着化しつつあります。中期経営計画「CREATION 2026」の2年目にあたりグローバル視野での事業展開とともに全社員の技術・データ・エビデンスに裏付けされたイノベーション意識を育む人的資本経営を加速させていきます。この取り組みにより、全社的持続可能な成長を実現する基盤を固めてまいります。

中期経営計画の進捗

開発軸による全社連携連動グローバル事業戦略の展開を方針とし、実行戦略戦術としてのブランドマーケティングとデジタルマーケティングによる購買行動型事業戦略をより進化させた2025年度を推進してまいります。2030年度に向けて、①新製品構成比30%②グローバル構成比30%ビジョンとともに、デジタル社会への加速に伴う購買行動変化に対応すべく③デジタル対応ビジネス構成比30%を加え、3つの30を意識した事業戦略を推進といたします。

組織体制について

全社視点での事業戦略をより迅速に策定・推進しグローバルも含めた事業フィールド間の垣根を越えた連携連動の強化とともに、多様化する購買行動に対応したデジタルマーケティング及びEC推進体制を強化するため、営業戦略の立案・策定・実行にかかわる業務をコンシューマー営業統括本部・医療材営業統括部・工業品営業統括部から事業戦略本部に統合移管とします。また、グローバル事業展開拠点としてドイツ・タイに加え上海に駐在事務所を新設し「CREATION 2026」目標達成にむけたグローバル体制強化を推進といたします。

	事業フィールド		セグメント		2024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	●		15,243百万円
		ECフィールド	●	●	5,250百万円
		ステーショナリーフィールド		●	4,840百万円
	医療材フィールド		●		5,740百万円
	工業品フィールド			●	13,189百万円
	グローバルフィールド		●	●	5,192百万円

※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、ステーショナリーフィールド、ECフィールド）

**真のチームワークを発揮し、
顧客機軸をベースとした活動を強化し、
戦略をスピーディーに実行し、
新しい価値を創出して、
コンシューマー事業の継続成長を
推進していきます。**



上席執行役員
コンシューマー営業統括
本部長
中村 勲

2024年度実績と2025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絆創膏ケアリーヴシリーズ、鎮痛消炎剤のロイヒつぼ膏TM、テーピングテープのバトルウィンTM、キッチン雑貨のディアキッチンTM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TM等の事務用品を展開しているステーショナリーフィールド、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つのフィールドにて、お客さま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。2024年度は、OTC薬市場における国内需要の継続や訪日外国人によるインバウンド消費への対応、文具事務用品市場を中心とした価格改定の実施、EC市場におけるWEBマーケティングの取り組み強化をしました。このような環境変化のなか、リアルとデジタルの融合への取り組みを強化し、デジタルマーケティングを推進し、売上高は前年比105%となりました。2025年度もこの取り組みを推進し、テープ事業の収益改善に向けた取り組みと、コンシューマー製品群の新製品開発を中心として、より多くのお客さまにご利用いただけるよう推進してまいります。

ヘルスケアフィールド

2024年度の実績と2025年度に向けて

ヘルスケアフィールドでは、ケアリーヴTM治す力TM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の積極的な展開と、ロイヒつぼ膏TMにおける訪日外国人の増加に対応してのインバウンド需要の取り込みと国内需要の拡大を図りました。バトルウィンTMのプロテクターシリーズではスポーツでの使用に限らず日常生活でのご利用の提案活動などを推進して、売上高は前年を上回りました。2025年度は、ケアリーヴTM、ロイヒTM、バトルウィンTMの3大ブランドを中心に、リニューアルをしたキッチンツールブランドのディアキッチンシリーズも含め、顧客機軸をベースとした活動の強化と戦略のスピーディーな実行を通じて、ヘルスケア事業の継続成長を推進していきます。

中期経営計画の進捗

中期経営計画「CREATION 2026」初年度、成長事業としての救急絆創膏事業では、ケアリーヴシリーズはTVCMなどの広告媒体を活用したPR活動を積極的に展開し、救急絆創膏市場でのシェアも高まるなか、目標を大きく上回ることができました。鎮痛消炎剤事業では、ロイヒつぼ膏TMはインバウンド需要の高止まりとともに国内需要も拡大いたしました。第4四半期にはロイヒつぼ膏TMの価格改定を行い、利益体質の強化を図りました。ロイヒ膏TMロキソプロフェンは取り組みに注力するなか、目標を達成することができました。引き続き重点ブランドを中心に、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。











ステーショナリーフィールド

2024年度の実績と2025年度に向けて

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、DX化による紙消費の大幅な減少、またオフィス需要が低迷するなか、オンライン購買拡大に伴う消費者の購買先の変化もあり文具事務用品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。主要製品のセロテープ®や両面テープのナイスタックTM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。2025年度もセロテープ®を通じた環境やSDGsへの取り組みやデジタルマーケティングを推進し、製品の使用シーンを提案して、訴求を図るとともに、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、買い場の拡大につなげてまいります。

中期経営計画の進捗

中計経営計画「CREATION 2026」2024年度進捗として、市場での物価上昇を起因とした消費者心理の冷え込み等がみられるなか、多様化する販売チャネル、購買行動変化への対応、またネット事業への取り組みを強化するなど、リアルとデジタルの融合への取り組みを積極的に推進しております。またテープ事業セグメントの抜本的収益改善に向けた主要製品であるセロテープ®の価格改定により、利益性は改善するなど、初年度の結果としては、売上・粗利ともに目標を達成しております。引き続き効率的・効果的な取り組み、またデジタルマーケティングの推進、店頭・ネット事業での新たな買い場拡大等、さらなる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

2024年度の実績と2025年度に向けて

ECフィールドは、物価上昇を起因とした消費者心理の冷え込み等がみられるなか、多様化する販売チャネル、購買行動変化に対し、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®やナイスタックTMなどの主力製品群の需要が好調に推移しました。また高機能絆創膏ケアリーヴシリーズ、手術後の傷あとケアテープのアトファインTMについてもWEBマーケティングの取り組みを強化したことで前年同期の売り上げを上回り、フィールド全体としての売上高は前年比113%となりました。 2025年も引き続きデジタルマーケティングを推進し、特にメディカル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。

中期経営計画の進捗

中計経営計画「CREATION 2026」2024年度進捗は、ECフィールドにおいても物価上昇を起因とした消費者心理の冷え込み等がみられるなか、多様化する販売チャネル、購買行動変化に対応し、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を図り、より多くのお客さま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、デジタルマーケティングを推進した結果、売上・粗利ともに目標を達成しております。引き続き成長事業であるメディカル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た対応を進め、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

持続可能な地域医療体制の構築に
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
新たな価値を創出することにより、
医療現場の課題解決を実現します。



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

2024年度の実績と2025年度に向けて

2024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により、チューシャバン™が苦戦し前年を下回りました。一方で、止血製品に属する自着性粘着包帯くっつくバンデージ™は感染防止意識の高まりにより、使い捨て需要が拡大し前年度実績を大きく上回りました。また、術後トータルケアシリーズの「アスカブリック™」においては患者さんの傷あとケアに対する意識の高まりによりアトファイン™が前年を大きく上回りました。さらに、ドレッシング材のカテリープラスシリーズは、小児用の高付加価値製品が発売され、医療現場から高い評価をいただいております。2025年度に向けては、本格的に医療現場の課題解決に貢献できるようなコト提案を強化し、「感染防止対策」「患者さんのQOL(生活の質)向上」「医療の安全」「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。そのために、学会やデジタルなどあらゆるチャネルを活用し地域医療現場へタイムリーに最新の情報をお届けしてまいります。

中期経営計画の進捗

中期経営計画において、医療材フィールドでは、医療を通じてサステナブル社会に貢献し得る製品開発と、高付加価値の提案に注力しています。2024年度は「医療の安全」や「医療現場の生産性向上」に貢献し得る、くっつくバンテージ™やカテリープラスシリーズにおいて新製品を発売しました。現在医療施設においては、物価・エネルギー価格の高騰、働き方改革による人件費などの負担増加などにより、経営環境は厳しさが増しています。そのようななか、新製品を中心とした提案で、新たな価値を医療現場へ普及させることにより、持続可能な医療体制の構築に貢献しております。さらに、製品の価値を幅広く迅速にお届けするために、デジタル技術を活用した効率的な情報提供体制の構築を積極的に推進しております。







工業品フィールド

工業品営業統括部

持続可能な製品への変化と
環境貢献を意識した活動により、
事業ポートフォリオマネジメント
を推進するとともに、
持続型イノベーション創出体制を
定着させます。



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

2024年度の実績と2025年度に向けて

2024年度の工業品フィールドにおける販売状況は、自動車メーカーの生産台数回復や、新規採用の増加により耐熱マスキング製品を中心に好調に推移しました。電機関連分野においても、新技術製品への採用が増加しております。また、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引き続き広く啓発し、さらに多くの企業からSDGsへの取り組みとしての賛同を得ました。しかし、依然先行き不透明なセロテープ®を含む包装用テープの売上高は前年比0.4%減となりました。工業品フィールド全体では前年比0.8%増という結果でした。原材料やエネルギー価格の高騰に伴う原価上昇への対応として、プロセスイノベーションを推進いたします。2025年度は、新分野への販売を強化し、新たな価値創造活動や新製品開発に力を注ぎ、お客様にさらなるサービスを提供してまいります。

中期経営計画の進捗

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需要創出活動に注力し、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ます。また、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。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

**ニチバングループは、
グローバルな業務遂行能力を向上させることで、
各地域のお客さまのニーズにしっかりと応える
ローカライゼーション戦略を推進し、
持続可能な成長を確実に実現します。**



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

2024年度の実績と2025年度に向けて

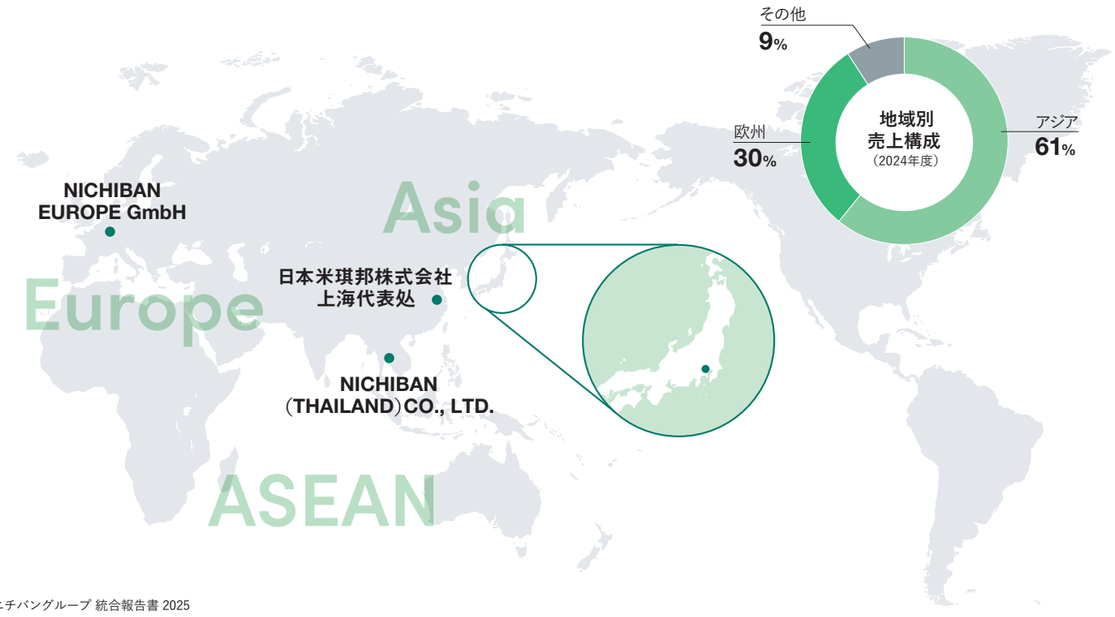
2024年度のグローバル事業の業績は、前年度に発生した流通在庫調整からの回復と、メディカル製品の積極的な拡大により、連結売上高は前年度より29.9%増加し、初めて50億円を超えることができました。結果として、売上高は5,192百万円に達しました。特にケアリーヴTMの売り上げは韓国市場が牽引し、前年より88.2%増加しました。

2025年度は、前年度に設立した上海駐在員事務所との連携を活用し、中国市場へのEコマースおよび現地からの市場参入を本格化させる予定です。また、ASEAN市場においてはタイ、欧州市場においてはヨーロッパ、韓台市場に関してはグローバル営業部が積極的に取り組みを強化します。

中期経営計画の進捗

グローバル事業比率30%実現に向けた基盤構築とグローバル企業化を果たすため、グローバル事業本部は販売4拠点の伸張、グローバル・サプライ・チェーン・マネジメント体制の構築とグローバル人財育成を中心に活動しております。前年度には、内部監査を活用して拠点の機能強化とレベルアップを行いました。また、初めて海外での医薬品承認を取得することができ、関係部署の協力を通じてローカライズ開発を進めました。さらに、新たな海外生産導入品を実現し、グローバル人財育成の一環としてヨーロッパでトレーニー制度を導入しました。

2025年度も引き続き、グローバルな視点で拠点の成長、組織体制の強化、人財育成に取り組みます。



グローバル営業部

2024年度の実績と2025年度に向けて

グローバル営業部は、アジア各国を中心に担当しており、2024年度の売上高は前年度と比較して大きく伸びました。この成長の背景には、重点市場である韓国において、主力製品である救急絆創膏（CARELEAVESTM）の販売代理店と積極的に協働を進めたことが挙げられます。

さらに、重点市場と位置づける中国では、2024年7月に上海市に駐在員事務所を開設しました。これを通じて、現地での医療材料や建築用和紙マスキングテープなどについて、現地のニーズを確認し、それに応じた提案を推進しています。また、将来の新たな製品展開に向けて、市場調査も行っています。



上海駐在員事務所

中期経営計画の進捗

当部では、韓国と中国を最重要市場と位置づけ、製品ブランドとコーポレートブランドの認知度向上に注力しています。

韓国では、救急絆創膏（CARELEAVESTM）の販売を拡大し、新製品の展開を進めています。一方、中国では、上海駐在員事務所と連携し、医療材料とマスキングテープの販売拡大を図るとともに、新製品の導入と新しい販売ルートの開拓に取り組んでいます。

これらの取り組みにより、2030年度までにグローバル事業の比率を30%に引き上げることを目指しています。



韓国ケアリーヴTVCM

NICHIBAN（THAILAND）CO., LTD.

2024年度の実績と2025年度に向けて

ニチバンタイランドは、2024年度において、東南アジアから中東の各国を市場として積極的に活動を展開しました。この結果、既存顧客との関係を維持・拡大し、新規顧客を開拓し、売上高は前年度を上回りました。また新たな海外生産導入品である「NICHICARE」サージカルテープの発売を開始し、市場のニーズに応える体制を整えています。

2025年度は「NICHICARE」を基軸として、メディカル製品の市場拡大を推進することを目指しております。

※NICHICAREはニチバン株式会社の商標です。



ニチバンタイランド

中期経営計画の進捗

ニチバンタイランドは、現地パートナーとの協力体制を一層強化し、学会や展示会などのイベントに積極的に参加しています。この活動を通じて、現地の人財による顧客対応を本格化させ、製品ごとのフィールドに応じた組織再編を進めることで、より専門的な顧客サポートを実現しています。特にメディカル製品への移行を加速しており、サージカルテープを中心に新興国市場への積極的なアプローチを展開しています。これらの取り組みは、製品ブランドおよびコーポレートブランドの認知度向上にも寄与し、企業価値の向上を目指します。

NICHIBAN EUROPE GmbH

2024年度の実績と2025年度に向けて

ニチバンヨーロッパは、ヨーロッパからアフリカ各国における事業を担当し、テープ製品の売り上げが堅調に推移しました。メディカル製品も好調で、前年度を大きく上回る成果を達成しました。2025年度におきましても、経営基盤のさらなる強化を図ります。具体的には、事業の安定化、財務の改善、そして内部統制の強化に取り組んでいきます。

加えて、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、現地のニーズに対応した営業活動を行います。これにより、欧州の法規制に適応し、地域に密着した信頼性の高いビジネスを展開してまいります。



MEDICA2024

中期経営計画の進捗

ニチバンヨーロッパは、2025年に設立5周年を迎えます。2024年度には、売り上げを着実に伸ばし、配当を実現しました。また、事業拡大と労働環境の改善を目指して、新しいオフィスに移転しました。

財務面とコーポレート基盤の強化に向けて、税務調査への準備を進めながら、内部統制の強化に取り組んでいます。さらに、組織と製品のローカライズを推進し、人財育成を進めることで、地域のニーズに応じたビジネス展開を代理店と協力して行い、持続的な成長を目指しています。

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。



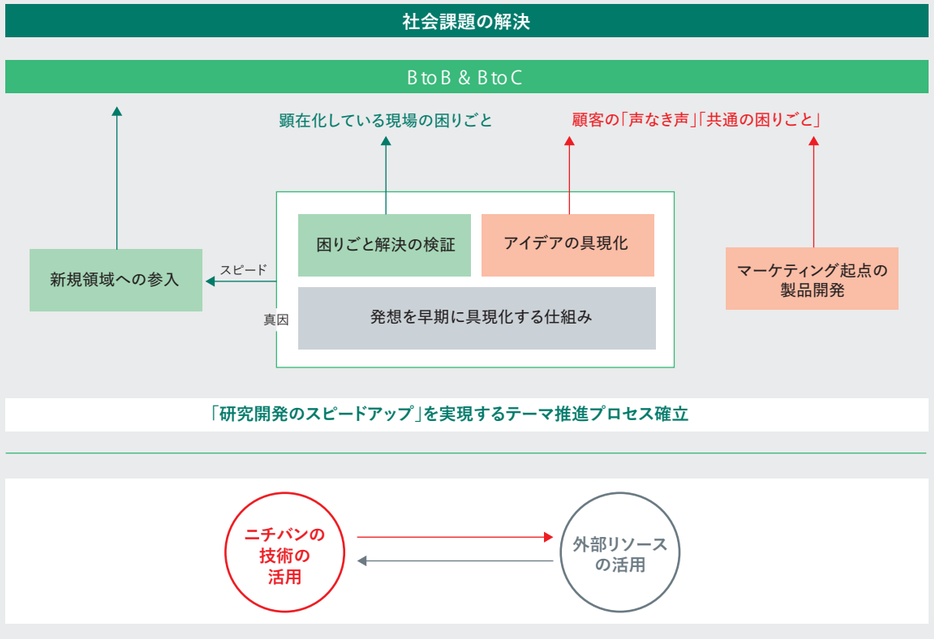
上席執行役員
研究開発本部長
岡井 和久

研究開発の方針

ニチバングループ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。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



2024年度の実績と2025年度に向けて

中期経営計画「CREATION 2026」1年目の2024年度については、各フィールドで新製品の開発と販売に取り組み、新製品売上比率は前年度より大幅アップの10.7%という結果でした。新たな技術の研究成果からの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、部門を横断したイノベーション研修を実施して、イノベーション人財の育成にも力を入れています。

2025年度は、新たな価値創造、人財育成、社会貢献に向けた社内外の取り組みをさらに推し進めていきます。また、知的財産権の出願促進・拡充を目指して、発明報奨制度の改正や知的財産権部員の技術部門現地密着勤務を始めています。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まいります。

中期経営計画の進捗

中期経営計画「CREATION 2026」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・モビリティ分野など新領域への挑戦、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っています。具体的には以下の3つのイノベーションを目指して活動しています。

プロダクトイノベーション	●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
プロセスイノベーション	●新しい生産方式や無溶剤技術の導入による新製品開発 ●環境負荷低減や生産性向上への取り組み
オープンイノベーション	●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、国立大学法人東京大学に社会連携講座「次世代創傷ケア開発学」を開設いたしました。本講座は2025年度より5年間の期間を通じて、東京大学における難治性創傷の研究成果と、ニチバンが有する技術を組み合わせることで、難治性創傷に適した次世代創傷ケアソリューションの提供を目指します。

また、国立大学法人東北大学、有限会社バイオ研と共同で、国立研究開発法人日本医療研究開発機構(AMED)の研究課題「難治性創傷の治癒期間を短縮するナノ型乳酸菌を含有した創傷被覆材の創出」における研究開発プロジェクトの2年目を開始いたしました。

この他にも産官学・産産学で新規領域での連携を進めており、持続的な成長と発展を目指して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てさまざまな製品を生み出しており、これらの研究開発活動で得られた知的財産権については重要な経営資源と位置づけています。第三者の知的財産権の尊重を第一に考えるとともに、自社の製品や技術、利益を守るために、各部門と連携して知的財産の拡充を推進し、持続的成長を支える要素としています。

社内では知財教育の推進や、海外展開に適した知的財産権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。

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回以上上程、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

2024年度 サステナビリティ委員会

開催回	内 容
第１回	2024年度TCFDの提言に基づく気候関連の情報開示内容の確認 中期経営計画におけるGHG排出量削減目標の確認
第２回	2025年度のサステナビリティ開示の方向性について確認 ESG外部評価実績と2025年度の方向性について確認

開催回	内 容
取締役会での報告	サステナビリティ委員会での決定事項
研 修	役員を対象とした「脱炭素研修」実施

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はなく、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と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。

1 課題の抽出
SDGsやESG評価機関の評価項目、各種ガイドラインなどから社会課題の初期評価項目を抽出

2 ニチバングループが取り組むべき重要なテーマの選定
社外ステークホルダーの意見も入れて選定

3 社内の承認
経営戦略会及び取締役会にて審議、承認

目標KPIと実績

マテリアリティ		目標KPIと実績 具体的なアクション	2024年度の実績	2025年度の目標	関連するSDGs
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	環境省「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 関連サイトリンク 第25回グリーン購入大賞において「優秀賞」を受賞 関連サイトリンク 既存製品の無溶剤化を継続 以下製品の開発による環境負荷低減 • せこたん 湿潤コンクリート用粘着テープ • バーコードを隠すテープ • 非フッ素系撥水剤	環境対応製品の開発を継続 • 工数削減により環境負荷を低減する製品 • 非フッ素系撥水剤	
	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 統合報告書2024（日本語・英語）発行 TCFD提言に基づく情報を開示 関連サイトリンク	ISO14001の維持と管理レベル・質の向上 統合報告書2025（日本語・英語）発行 エネルギー使用量削減 プラスチック排出量削減	
	化学物質の適正な管理	原材料のグリーン調達の推進	グリーン調達推進・化学物資調査依頼への対応	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継続対応 製造工程での適切な化学物質管理の実施	
	気候変動・地球温暖化対策	ニチバングループの CO_2 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 Scope1,2,3開示 関連サイトリンク	非財務情報開示内容の詳細化と拡大	
	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 水資源投入量削減 剥離紙の古紙リサイクル 関連サイトリンク 製品端材のリサイクル技術実験継続	ゼロエミッション工場の維持 水資源投入量削減 リサイクル化技術の探索	
	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15回 ニチバン巻心ECOプロジェクト」実施	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 具体的なアクション	2024年度の実績	2025年度の目標	関連するSDGs
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 営業戦略施策での主要製品の顧客情報フィードバック体制の構築スタート 生産現場における作業記録のデジタル化スタート 全社改善活動の実施	ISO9001、ISO13485の認証継続 営業戦略施策での主要製品の顧客情報フィードバック体制の構築 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 品質文化醸成活動の推進	
	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2025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 健康経営優良法人2026認定	3 すべての人に健康と福祉を
	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 12.5%（連結） エンゲージメントスコア 50.7（単体） 年次有給休暇取得率 76.3%（連結）	障がい者雇用率の実現と維持および、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 社員が環境・社会貢献活動に参加できる仕組みを整備 プラチナくるみん取得 人的資本経営実行とKPI管理 ・エンゲージメントスコア 50以上（単体） ・年次有給休暇取得率 70%以上（連結）	4 質の高い教育をみんなに 5 ジェンダー平等を実現しよう 8 働きがいも経済成長も
	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	物流・環境問題に対応した積載効率の向上を実現	総合的なESGアンケートの作成に向けた調査開始	10 人や国の不平等をなくそう
	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」開催 事業所における清掃活動 小学校出前授業23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 障がい者職場STEPSの運営	12 つくる責任 つかう責任
	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	インフルエンザ等のワクチン接種による止血製品での貢献 「ケアリーヴ™」を中心に国内における救急絆創膏の普及促進 韓国を中心として救急絆創膏供給促進	感染症予防対策製品としてグローバルも含めた救急絆創膏、止血製品の安定供給と普及	
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　3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蒙を実施 ハラスメント相談者研修を実施 グローバルホットラインの上海駐在員事務所対応開始	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	9 産業と技術革新の基盤をつくろう 16 平和と公正をすべての人に
	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	スタートアップ企業とのオープンイノベーションイベントに参加、一部協業テーマ開始 イノベーション研修実施 産官学連携コンソーシアムに参画協業テーマ開始 「Nbrain」提案数40件 新製品比率2026年度目標15%に対して実績10.7%	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 2026年新製品比率15%に向けた新製品の計画的な上市 イノベーション研修継続による社内人財育成	3 すべての人に健康と福祉を 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 17 パートナーシップで目標を達成しよう
	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 欧州でのFSC®認証和紙マスキングテープの販売拡大（ライセンス番号:FSC®-C183983） 欧州環境包装ラベリングの法規への対応調査	海外での止血製品、「ケアリーヴ™」取扱店、取扱製品の増加 FSC®認証和紙マスキングテープの販売拡大（ライセンス番号:FSC®-C183983） 欧州環境包装ラベリング法規への社内対応決定	

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て生産し、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。

原材料・生産

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。

関連サイトリンク

主な原材料は天然素材

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樹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®は一般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。

関連サイトリンク

100%グリーン電力で生産

ニチバングループ及び関連会社でのセロテープ®並びに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。

2024年度購入量
8,300[千kWh]
発電方法：バイオマス

回収

廃棄物を使った社会貢献

認定NPO法人金沢アートグミにセロテープ®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。



オープンイノベーション

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。





販売

関連サイトリンク

賛同企業・団体数155社

2025年5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。

回収

関連サイトリンク

巻心回収で得た利益等で国内外で植林を実施

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CO_2固定量は推定で532~937[t-CO_2/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2025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5回目）。



品質と環境に関する取り組み

サステナブル社会への貢献並びに確固たる企業品質の確立、これらを経営の根幹として、快適な生活を支える価値を創出し、グローバルに貢献する企業へと進化を続けます。

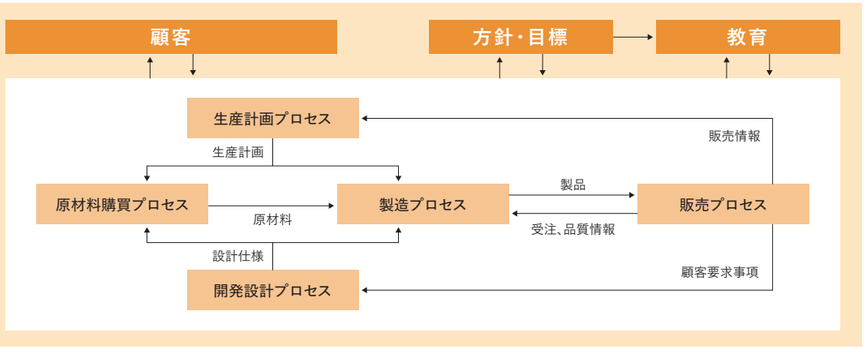


上席執行役員
品質保証本部長
小久保 武政

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の取り組みとしては、製品等の設計段階から原材料の購入、生産、販売、廃棄にいたる事業活動の全段階における環境負荷の低減、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。これらを企業の責務として、全社員が製品のライフサイクル全体にわたる環境負荷低減を進めていきます。

品質に関する取り組み

ニチバングループでは、品質文化の醸成活動を通じて品質人財の育成を図り、社員の品質意識向上と確固たる企業品質の確立を進めております。また、顧客満足度の向上を目指し、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）を最適に管理し運用しております。



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、製品等の研究開発、設計段階から原材料の購入、生産、販売、廃棄にいたる事業活動の全段階において、環境への影響を評価するシステムを確立するとともに、法的要件や環境への影響を管理し、目標の設定や計画的な実行、結果の評価を行い、継続的な改善を図っています。これら取り組みの成果として、2024年には前年度比3,898t(約19.7%)のCO_2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、環境負荷低減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	2023年度 投資額	2023年度 費用額	2024年度 投資額	2024年度 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	554,074	659,830	171,094	896,501
内訳	1.1 公害防止コスト	公害防止（大気汚染・水質汚濁など）のための費用	103,489	178,475	28,642	232,946
内訳	1.2 地球環境保全コスト	地球環境保全（地球温暖化防止・省エネルギーなど）のための費用	235,348	250,682	138,462	444,548
内訳	1.3 資源循環コスト	資源の有効利用および廃棄物のリサイクル・適正処理のための費用	215,236	230,673	3,990	219,007
2. 上・下流コスト		グリーン購入およ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	16,780	14,705	0	14,832
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 環境情報の開示および環境広告のための費用 環境負荷の監視および管理のための費用	0	126,351	0	126,034
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	0	139	0	0
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	0	22,250	0	22,253
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			570,854	823,275	171,094	1,059,620

環境保全効果

環境保全効果	環境負荷指数		
効果の内容	2023年度環境負荷量	2024年度環境負荷量	対前年度環境負荷増減量および効果
Scope1・2 CO_2排出量(t-CO_2)	総排出量:19,805	総排出量:15,907	総排出量:-3898
廃棄物発生量(t)	4,555	4,316	-239
水使用量(千m^3)	514	405	-109
PRTR対象物質排出量(t)	565	513	-52
その他の効果 (有機溶剤使用量削減)	環境目標:「2024年度の有機溶剤使用量を2019年度比で20%削減」に対し、29.7%達成		

※廃棄物発生量は2023年度から算出範囲を変更

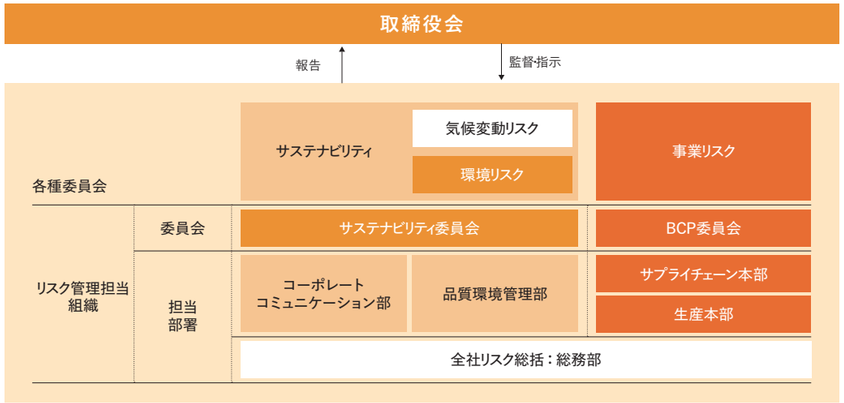
環境関連リンク　環境マネジメントシステム　ISO14001の認証取得／環境負荷データ・環境会計／脱炭素社会の実現に向けて／省エネルギー・環境負荷低減／グリーン電力証書の活用／自然との共生／化学物質関連等の取り組み／工場データ

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℃未満シナリオ及び4℃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℃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℃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℃（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	↑	ステーショナリーホーム・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℃（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（CO_2）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、CO_2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。

2024年度Scope1,2 CO_2排出量

Scope1,2（t-CO_2）		2024年度
Scope1 エネルギー起源		9,698
Scope1 非エネルギー起源		1,902
Scope1 合計		11,600
Scope2 合計（償却前）		7,892
Scope1,2 総排出量（償却前）		19,492
グリーン電力証書の償却による削減量	ニチバン株式会社	3,585
	ニチバンメディカル株式会社	0
	合計	3,585
Scope2（償却後）		4,307
Scope1,2 実質排出量（償却後）		15,907
前年度比削減割合		19.7%
2013年度比削減割合（2013年度排出量 31,244t-CO_2）		49.1%

2024年度Scope3 CO_2排出量

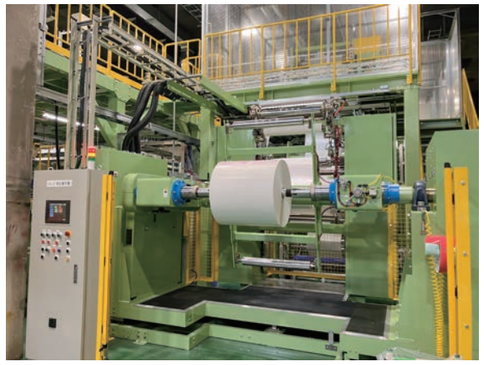
Scope3（t-CO_2）		2024年度
カテゴリー1	購入した製品・サービス	219,346
カテゴリー2	資本財	2,982
カテゴリー3	Scope1,2 に含まれない燃料及びエネルギー活動	4,195
カテゴリー4	輸送・配送（上流）	10,441
カテゴリー5	事業から出る廃棄物	8,479
カテゴリー6	出張	490
カテゴリー7	雇用者の通勤	963
カテゴリー8	リース資産（上流）	-
カテゴリー9	輸送、配送（下流）	1,689
カテゴリー10	販売した製品の加工	-
カテゴリー11	販売した製品の使用	-
カテゴリー12	販売した製品の廃棄	4,844
カテゴリー13	リース資産（下流）	-
カテゴリー14	フランチャイズ	-
カテゴリー15	投資	-
合計排出量（t-CO_2）		253,429

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、CO_2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。



第25回グリーン購入大賞において「優秀賞」を受賞

「グリーン購入」の普及・拡大に取り組む団体を表彰する「第25回グリーン購入大賞」（主催：グリーン購入ネットワーク）にて、優秀賞（大企業部門）を受賞しました。今回の受賞は、ニチバンのセロテープ®が天然由来の主原料を使用しており、優れた環境性能を持つ点に加え、製造電力の100%再エネ化が実現されていること、そして2010年より継続的に実施されている「ニチバン巻心ECOプロジェクト」の活動が、製品の環境価値向上に寄与していることが評価を受けました。 ※ニチバングループはグリーン購入の普及・拡大に取り組んでおります。

関連サイトリンク

巻心ECOプロジェクト

粘着テープ製品が皆さまの生活のなかでご使用いただいた後、廃棄されてしまっていた「巻心」に着目し、使用済みの巻心を活用するプロジェクトを2010年から開始しました。回収した巻心は、段ボールにリサイクルされるとともに、リサイクルによる収益金と当社からの支援金を下記の2つの環境保全活用に役立てます。

1 フィリピンでのマングローブの植林・メンテナンス活動

2 森のしずく保全活動

2024年度に実施した第15回巻心ECOプロジェクトでは全国から1,201の団体と295名の個人の方々に参加いただいた結果、479,597個の巻心を回収し、累計回収個数は約623万個以上に達しました。

関連サイトリンク



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。

関連サイトリンク





▲ 第16回ニチバン 巻心ECOプロジェクト デザインコンペ最優秀作品（制作：RIEさん 作品名：恵み）

©Haruo.Wanibe/JBFA

製造時に発生する剥離紙のリサイクルを実現

2024年9月から、粘着テープ製品の製造過程で発生する剥離紙のリサイクルを可能にする新たな取り組みを開始しました。剥離紙は粘着製品の製造工程や最終製品の粘着剤の保護に用いられ、その基紙にはリサイクルが難しいポリエチレンラミネート紙が使われる場合があること、また使用済みの剥離紙に残留する粘着剤が再生原料に混入することは好ましくない等の理由から、公益財団法人古紙再生促進センターにおいて禁忌品とされていました※1。

当社は日本製紙株式会社と協力し、剥離紙を再生紙にリサイクルすることを可能とし、2024年9月から2025年3月までに剥離紙約11,100kgが段ボール原紙にリサイクルされました。

現在は、このリサイクル原紙は様々な段ボールに再利用されていますが、今後はニチバン製品の梱包用段ボールとして活用することを目指し、環境負荷低減と資源の有効活用に向けて継続的に取り組んでいきます。

※1 公益財団法人古紙再生促進センターの古紙標準品質規格の禁忌品B類

1 剥離紙のみを分別収集（ニチバン）

2 集積、断裁、破砕、梱包（日本紙通商株式会社）

3 剥離紙をパルプ化（日本製紙株式会社）

4 製品梱包用段ボールに再利用









1の剥離紙は様々な段ボールに再利用されるため、上の段ボールは、イメージ写真です。

関連サイトリンク

人的資本経営への取り組み

ニチバングループは、「人財」を持続的な企業価値創造の源泉と捉え、その力を最大限に引き出す「人的資本経営」を推進しています。これにより、中長期的な企業成長とステークホルダー価値の創出を目指しています。



管理本部 人事部長
横田 敦子

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。すべての従業員のエンゲージメント向上と組織全体の持続的な成長を目指し、「エンゲージメント向上委員会・プロジェクト」での活動を継続しています。従業員が安心して挑戦し、真のチームワークを発揮できる組織づくりのため、経営層と管理職向けに「心理的安全性研修」を実施しました。エンゲージメントと心理的安全性を高めることで、『NICHIBAN GROUP 2030 VISION』で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、多様な新しい取り組みを通じて「人づくり」と「組織づくり」を進めてまいります。

関連サイトリンク

ニチバングループの人的資本経営の全体像



TOPICS

人的資本経営

新人事制度の導入

人的資本経営を推進するため、2025年度より新人事制度を導入しました。この制度は、社員一人ひとりの成長と活躍を最大限に引き出すことを目的としています。新制度では、若手の抜擢・登用を可能とする昇格基準を新たに設け、次世代を担う人財の育成を進めていきます。また、65歳までの長期的な活躍を期待し、継続雇用嘱託制度の見直しを行いました。引き続き、本年度も社員の多様な働き方の検討や福利厚生制度の見直しを進めてまいります。社員がいきいきと働ける環境を整備することで、企業としての持続的な成長を実現していきます。

全社員を対象にLGBTQに関する研修を実施

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全社員に実施しました。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。今後も、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。

NIJIIRO DIVERSITY 認定NPO法人 虹色ダイバーシティ

次世代経営層の育成にて、「部長経営塾」と「経営塾」プログラムを実施

当社では、2030年以降のニチバンのビジョンを担う経営層を育成するため、「部長経営塾」と「経営塾」の2つのプログラムを実施しています。「部長経営塾」は将来の経営層候補である部長層と部長候補者を対象に、全社観点や中長期的経営者視点を持ち、ビジョンを発信し、周囲を巻き込む力と未確定の未来に対して決断・実行するリーダーシップを養うことを目指しています。「経営塾」は若手管理職を対象としており、経営者視点で中長期的なビジョンを持ち、周囲を巻き込む行動力と実行力を持つリーダーシップの育成を目的としています。両プログラムでは、参加者が経営層として必要な視野と能力を培い、ニチバングループの発展に寄与することを目指します。



「健康経営優良法人 2025」に認定

当社は、基本理念である、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。当社は、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2025」に認定されました。今回で3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り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、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。

2025 健康経営優良法人 KENKO Investment for Health 大規模法人部門

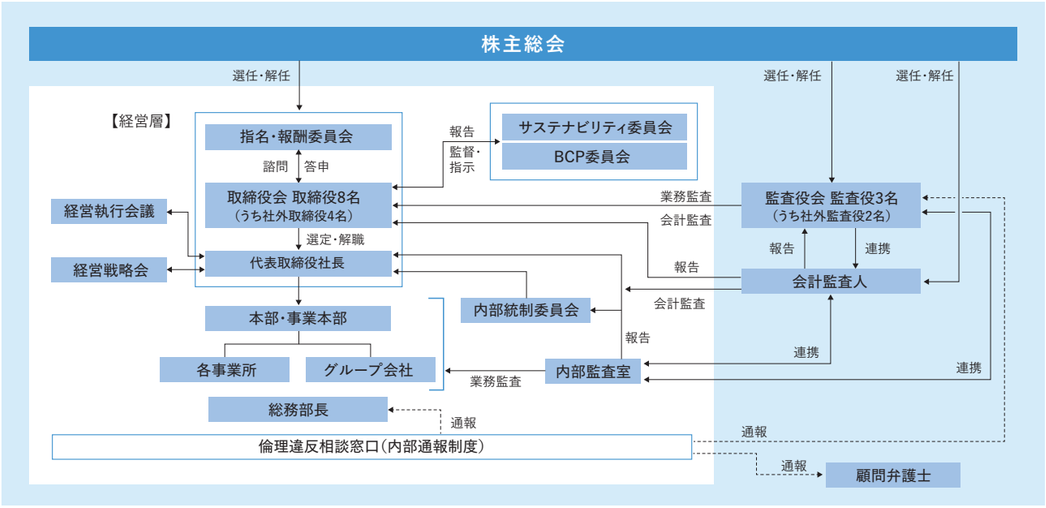
マネジメント

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3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。2024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。

役員向け研修の実績

1 資本コストを意識した経営の実現に向けた勉強会
企業価値向上に向け、資本コストの仕組みについて理解促進

2 経営人財の多面評価フィードバック研修
経営人財としてのリーダーシップ、マネジメント力の強化

3 脱炭素研修
気候変動に関する企業を取り巻く環境の動向や、カーボンマネジメントについて理解促進

4 アンコンシャスバイアスセミナー
誰にでもあるアンコンシャスバイアスに気付き、組織への影響を認識し、働きやすい職場作りやビジネスチャンスの確保につなげる

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

役員区分	報酬等の総額（百万円）	報酬等の種類別の総額（百万円）				対象となる役員の員数（人）
		基本報酬	業績連動報酬 金銭報酬	業績連動報酬 非金銭報酬	退職慰労金	
取締役（社外取締役を除く）	107	60	31	15	－	4
監査役（社外監査役を除く）	31	31	－	－	－	3
社外役員	41	41	－	－	－	6

業績指標	目標	実績
連結営業利益額	2,400百万円	2,586百万円
連結営業利益率	4.9％	5.2％
新製品比率	15.0%	10.7%
グローバル比率	15.0%	10.5%
株式成長率	－	114.3%
エンゲージメントスコア	45.0	50.7
CO_2排出量削減（2013年度比）	32.0%	49.1%

（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 47百万円（取締役4名に対し47百万円）が含まれております。役員賞与は当事業年度末における支給見込額を、株式給与引当金は当事業年度末における株式給付債務の見込額を計上しております。
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」と「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」、「グローバル比率」、「株式成長率」、「エンゲージメントスコア」及び「CO_2排出量削減」を選定しております。なお、「グローバル比率」は「グローバルフィールド」の売上高を使用して計算しており、当該売上高には本邦の外部顧客への売上高が含まれております。当連結会計年度における業績連動報酬に係る指標の実績は左のとおりです。
4. 取締役（社外取締役を除く）に対する非金銭報酬の内訳は、業績連動報酬15百万円であります。

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。

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。

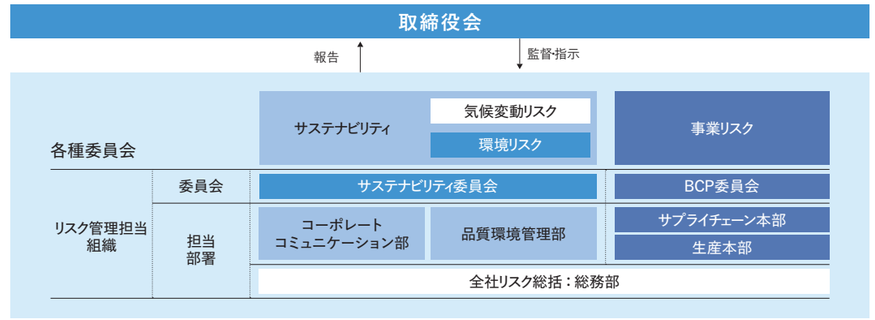
リスクマネジメント

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・検討内容を取締役会に報告しています。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。

役員一覧（2025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	24,524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㈱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	32,205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	17,191株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)



取締役常務執行役員
髙橋 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㈱ 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	12,291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 グローバルナーシ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%)



社外取締役
菅原 順子

略歴

1983年 4月　カルピス食品工業㈱※入社
2014年 4月　カルピス㈱乳購買部長 カルピスフーズサービス㈱ 社外取締役
2018年 3月　カルピス㈱取締役
2021年 3月　カルピス㈱代表取締役社長(2023年3月退任)
2025年 6月　当社社外取締役(現任)

※現在:カルピス㈱

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	–

監査役



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	2,200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
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	13回/15回(86.67%)



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	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	人事 人財開発	研究開発 イノベーション	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		●				●		●	
髙橋 泰彦	取締役常務執行役員		●	●	●	●		●		●
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					●	●			●
菅原 順子	社外取締役	●	●				●		●	●
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			●						

社外取締役メッセージ

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。

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 中期経営計画「CREATION2026」への期待

社外取締役 石原 達夫

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を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なか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、看護学の専門家も加わっており、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中期経営計画「CREATION 2026」は誠に時宜にかな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まい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

社外取締役 佐藤 彰紘

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かかわり、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生かし、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、経営全般にかかわるさまざまな課題がおおむね適時に上程され活発な意見交換が行われています。

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 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の結果、一定の効果が生じています。さらに期待をしたいと思います。



社外取締役
佐藤 彰紘

社外取締役 真田 弘美

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（じょくそう）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生かし、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。新製品のエコーガイド下穿刺固定用ドレッシングのカテリープラス™ エコーは、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シング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、3年連続で経済産業省・日本健康会議による「健康経営優良法人」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生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における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てまいります。2025年には、東京大学に社会連携講座「次世代創傷ケア開発学」を開設します。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。

※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。



社外取締役
真田 弘美

社外取締役 菅原 順子

1 40年以上前にカルピス株式会社に入社以来、研究所を皮切りに商品開発、マーケティング、事業管理、新事業開発、営業、SCM、事業運営とゼネラリストとしての教育、経験を積み重ねてきました。カテゴリーは違いますが消費財の製造会社でのさまざまな現場経験を生かしたリアリティのある提案をしながらニチバンの成長に貢献できればと考えます。私の経験のユニークなポイントにニチバンの「セロテープ®」同様の100年超のロングランブランドである「カルピス」のマーケティングに長く携わってきたことがあります。長く続いてきたブランド、製品には計り知れない価値があり、また時代に応じた柔軟さも持っていたからこそ愛され続けているのだと思います。長い歴史のなかではさまざまな出来事があったかと推察しますが、これからも時代を超えて愛される長寿ブランドならではの唯一無二のブランドの価値保全と次世代につなげられる新たな価値創造、新領域へのチャレンジを精いっぱいサポートさせていただきたいと思います。事業活動を取り巻く近年の環境変化は非常に大きく予測不可能な事柄も多くなっています。企業のリスクマネジメントが刻々と難易度を増していくなか、これまでの知見や経験を最大限に生かしながら皆さまと一緒にニチバンの成長に貢献できるよう努めてまいります。

5 中期経営計画「CREATION 2026」の基盤に人的資本経営が置かれていることは素晴らしいと思います。働く人の心理的安全性が担保され、さまざまな人財が生き生きと活躍すれば企業のパワーが強くなることは必然ですので、私も目標の達成実現に向けての一助になれるよう努めてまいります。

※菅原氏は2025年6月26日の第121回定時株主総会にて新任されましたため、1と5へのメッセージを掲載しております。



社外取締役
菅原 順子

11年間の財務・非財務サマリー

	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	**2025/3**
財務情報											
会計年度											
売上高(百万円)	39,892	42,461	44,145	46,234	47,417	44,063	41,528	43,134	45,560	46,859	**49,457**
営業利益(百万円)	2,161	3,360	4,057	4,419	3,684	2,975	2,000	2,450	1,609	2,073	**2,586**
経常利益(百万円)	2,267	3,490	4,274	4,626	3,860	3,095	2,070	2,561	1,748	2,201	**2,681**
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	1,311	1,827	3,107	3,132	3,193	1,751	1,350	1,809	2,371	1,827	**1,959**
設備投資(百万円)	1,818	3,586	5,818	6,489	2,054	1,455	2,755	3,981	4,092	1,803	**1,043**
減価償却費(百万円)	1,385	1,603	1,792	1,960	2,327	2,352	2,342	2,545	2,757	2,795	**3,145**
研究開発費(百万円)	1,008	1,108	1,153	1,241	1,184	1,067	1,064	1,057	1,110	1,202	**1,345**
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	2,547	4,406	3,899	3,228	5,584	5,749	5,911	4,064	2,917	3,187	**3,690**
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	(1,948)	(1,963)	(5,349)	(5,039)	(4,743)	(1,380)	(3,067)	(2,898)	(1,153)	(3,692)	**(1,695)**
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	(468)	(589)	(636)	(934)	(979)	(916)	(772)	(691)	(867)	(1,225)	**(763)**
フリーキャッシュ・フロー(百万円)	599	2,443	(1,450)	(1,811)	841	4,369	2,844	1,166	1,764	(505)	**1,995**
現金及び現金同等物の期末残高(百万円)	10,959	12,802	10,713	7,963	7,822	11,273	13,344	13,844	14,752	13,049	**14,307**
会計年度末											
純資産(百万円)	26,885	28,140	30,766	33,317	36,480	37,218	38,078	38,961	40,603	41,703	**43,187**
有利子負債(百万円)	5,052	5,147	4,995	5,025	3,001	5,021	5,031	4,996	5,000	4,963	**4,995**
総資産(百万円)	47,943	52,890	56,120	60,755	60,329	59,752	61,214	64,427	69,123	68,039	**67,603**
1株当たり情報											
1株当たり純資産(円)※1	1,297.26	1,357.84	1,484.70	1,607.89	1,760.54	1,796.15	1,837.64	1,880.25	1,969.94	2,049.15	**2,121.45**
1株当たり当期純利益(円)※1	63.30	88.18	149.95	151.17	154.12	84.54	65.15	87.34	114.67	89.00	**96.26**
潜在株式調整後 1株当たり当期純利益(円)	–	–	–	–	–	–	–	–	114.65	88.97	**96.23**
1株当たり配当金(円)※1	16	22	36	40※2	38	33	30	30	35	35	**35**
主要財務データ											
自己資本比率(%)	56.1	53.2	54.8	54.8	60.5	62.3	62.2	60.5	58.7	61.3	**63.9**
自己資本純利益率(ROE)(%)	5.0	6.6	10.6	9.8	9.2	4.8	3.6	4.7	6.0	4.4	**4.6**
総資産経常利益率(ROA)(%)	4.8	6.9	7.8	7.9	6.4	5.2	3.4	4.1	2.6	2.7	**4.0**
株価収益率(倍)	14.5	14.9	12.3	23.1	15.2	17.7	29.4	19.5	16.8	21.3	**20.9**
非財務情報											
従業員数(人)(連結)	1,160	1,180	1,204	1,241	1,258	1,266	1,260	1,255	1,268	1,270	**1,271**
平均臨時従業員数(人)(連結)※3	227	206	195	151	146	133	113	130	143	134	**133**
男性管理職数(人)(単体)	155	156	159	160	159	157	149	166	174	177	**246**※4
女性管理職数(人)(単体)	11	10	11	11	12	13	14	16	21	20	**35**※4
女性管理職比率(%)(単体)	6.6	6.0	6.5	6.4	7.0	7.6	8.6	8.8	10.8	10.2	**12.5**※4
障がい者雇用率(%)(単体)	2.0	1.8	2.0	2.1	2.2	2.2	2.4	2.5	2.3	2.4	**2.5**

※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。
※4　2025年3月期から連結表示としております。

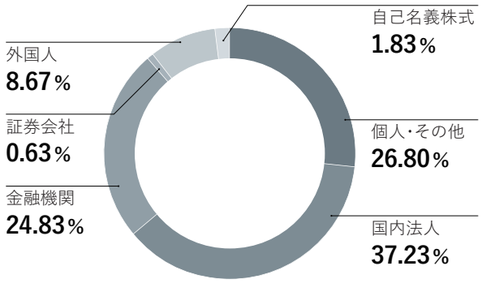
会社概要 （2025年3月31日現在）

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
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 （2025年3月31日現在）

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	19,819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	33.20
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	1,506,500	7.40
ニチバン取引先持株会	1,207,400	5.93
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
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103	484,162	2.38
あいおいニッセイ同和損害保険株式会社	418,500	2.06
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
NORTHERN TRUST CO.（AVFC） RE IEDP AIF CLIENTS NON TREATY ACCOUNT	268,000	1.32

（注）1. 当社は、自己株式を380,530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、2025年3月31日時点での登録名称を表記しております。

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2025 制作体制

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

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。

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/