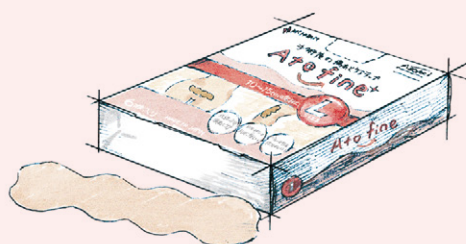
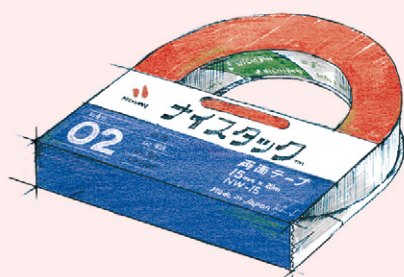
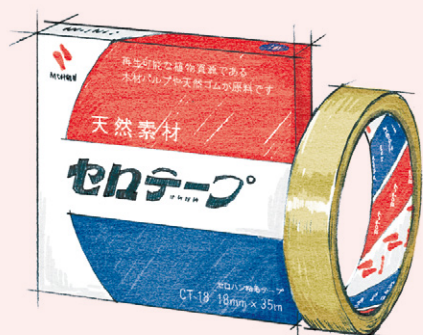
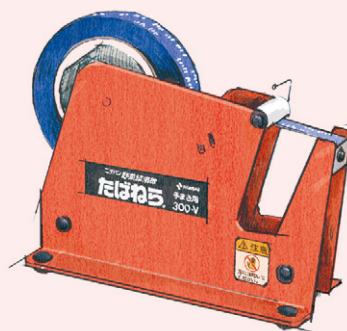




ぴったり技術で
明日をつくる



ニチバングループ 統合報告書 2026

CONTENTS

ニチバンとは

- 02 企業理念・目次
- 04 暮らしに寄り添うニチバンの製品
- 06 ニチバングループのあゆみ
- 08 ニチバングループの強み
- 10 価値創造プロセス
- 12 **SPECIAL FEATURE**

ニチバンの技術で建設現場の課題解決に挑む

- 14 財務・非財務ハイライト

ニチバンの戦略

- 16 TOP MESSAGE
- 20 中期経営計画
- 22 財務戦略

各事業の戦略

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

サステナビリティ

- 34 推進体制／マネジメント／マテリアリティの特定
- 37 **PICK UP**
エコサークルを実現するセロテープ®
- 38 品質と環境に関する取り組み
- 40 TCFDの提言に基づく気候関連の情報開示
- 42 環境・社会貢献活動
- 44 人的資本経営への取り組み

マネジメント

- 46 コーポレートガバナンス
- 48 コンプライアンス、リスクマネジメント
- 50 役員一覧
- 52 社外取締役 特別座談会

データ編

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

ぴったり技術で明日をつくる

全従業員が心を通わせ、強固なチームワークで改善を積み重ねる「和親協力」。
そして、個々の力を最大限に発揮し、新たな課題に果敢に挑戦する「進取向上」。
2つの創業の精神をもとに、全員が一丸となって持続的な成長と新たな価値創造を実現します。



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を表現しており、2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良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2026」は、株主・投資家の皆さまに向けて、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。

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。TM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。

「ブラインドサッカー」は、NPO法人日本ブラインドサッカー協会の登録商標です。

報告対象期間

2025年4月1日～2026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2026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

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

発行年月

2026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。

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。

医療現場

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)

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。

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。

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)

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。

製造現場

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。

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。

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)

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。

ディアキッチン™ ワザアリ™ テープ



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です。



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事業を展開し、長い年数をかけてブランドを築いてきました。

企業の動き

1918 「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 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 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し、社名を「日絆工業株式会社」に変更。



1961 社名をニチバン 株式会社に變更

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變更。



1967 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。



1972 埼玉工場を設置、 東京工場から移転

工場拡張および設備増設のため、東京工場を埼玉県日高町(現日高市)に移転。



1976 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 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。



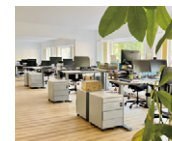
2018 先端技術棟を設置、 大阪工場を移転

安城事業所に「先端技術棟」を新設し、先端応用研究所を設置。あわせて、医薬品生産拠点であった大阪工場を同棟内へ移転し、「メディカル安城工場(現:医薬品安城工場)」として開設。



2020 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 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。



2025 本社の移転

本社と東京オフィスを千代田区麹町に集約。意思決定を迅速化し、事業のさらなる成長と企業価値の向上を目指す。



1910~

1940~

1970~

2000~

1918 「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 「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 「ロイヒ膏™」発売

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。



1948 「セロテープ®」 発売

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。



1948 「紙粘着テープ」 (紙絆創膏、マスキングテープ) 発売

和紙を基材とした独自の製造技術により、病院用の紙絆創膏や、車両・建築塗装用のマスキングテープを本格展開。



1966 「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。



1978 「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いかないか」との想いから開発。



1984 「バトルウィン™」発売

粘着性と手切れ性、発汗性を備えたテーピングを展開し、スポーツ市場でブランドを確立。



1989 「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 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 「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 「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。



2025 「せこたん™湿潤コンクリート用 粘着テープ」発売

雨天翌日の湿ったコンクリートにも貼付可能。シート固定やマーキングの施工時間短縮に寄与するテープを発売。



2025 韓国で「ロイヒつば膏™ コインプラスター」発売

ロイヒシリーズの海外展開製品として、韓国での販売を開始。





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顧客基盤、それらが当グループの強みです。



Strengths 01

長年築いた 製品ブランド

軟膏・硬膏、絆創膏の製造、販売から始まった当社は、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、気付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™、ロイヒつば膏™ 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年に創業100周年となり、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。

Strengths 02

幅広い分野での 事業基盤

長年にわたり蓄積した独自の粘着技術をベースに、医療現場やさまざま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、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 03

粘着の分野を原点とした 技術と開発

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、産学官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

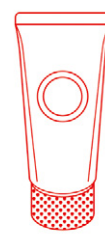
国内外の信頼性の高いサプライチェーンネットワークと幅広い顧客基盤による調達、販売力と商流とのつながり、さらには市場顧客のインサイト分析、マーケットイン発想での開発推進体制を通じて、日本国内のみならず世界50カ国以上のグローバル市場へのスピーディーな展開、拡大に向けて取り組んでいます。ニチバングループは世界のあらゆるお客さまに製品を提供するべく、新しいフィールドへの挑戦を加速してまいります。

お客さまに選ばれて

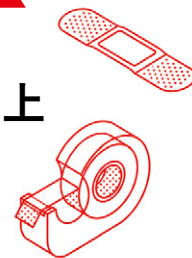


100年以上

製品アイテム数

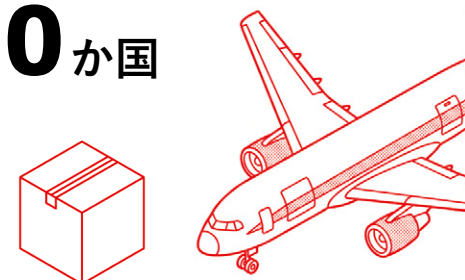
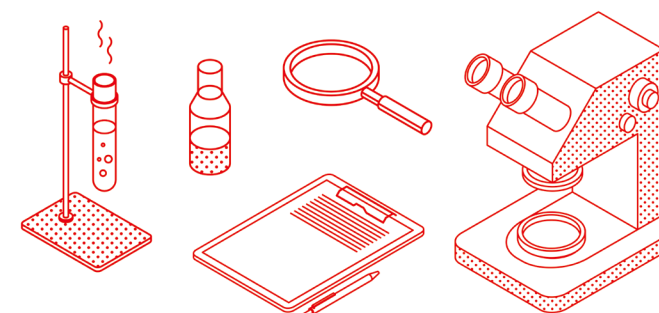


10,000以上



製品輸出先

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さま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、さら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



SPECIAL
FEATURE

ニチバンの技術で建設現場の課題解決に挑む

建設現場の社会課題

社会インフラの老朽化

高度経済成長期に整備された社会インフラは老朽化が進み、今後20年で建設後50年以上経過するものが急増するため、維持補修工事が必須となります。

人手不足

国内人口の減少と「2024年問題」により深刻な労働者不足に直面しており、現場の省力化や抜本的な工期短縮が急務となっています。

上記の課題を長年培った粘着技術と新たな独自技術の掛け合わせによって解決に導く

せこたんシリーズ

せこたんシリーズとは

[関連サイトリンク](#)

建設現場において、現行工法の施工時間を直接短縮したり、品質向上によって補修が必要となるまでの期間を延ばしたり、ライフサイクルを通したトータルでの施工時間短縮を実現する粘着技術製品です。

課題を解決する3つのラインナップ

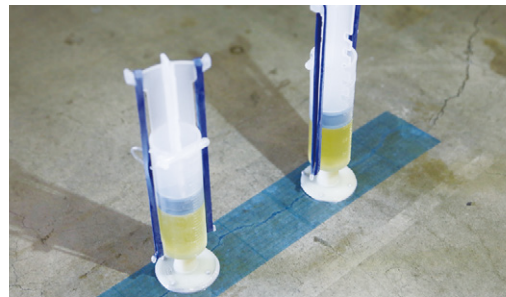
シールテープ せこたん™

現場の課題

作業状態が可視化できない

ニチバンの提案

透明なテープで補修材の
注入状況を可視化し、
確実な施工をサポート



コンクリートひび割れ補修の低圧注入工法

従来のコンクリートのひび割れを直す工事は、不透明なシール材でひび割れを覆っていたため、補修材が内部のどこまで入っているかを確認できず、算出した想定注入量と実注入量を比較する方法でした。本製品は透明なテープを採用し、ひび割れ内部への補修材の充填状況が目視で確認できるようになりました。施工箇所を「見える化」することで補修材を確実に行き渡らせ、施工品質の向上と次回の補修が必要となるまでのサイクル延長を実現します。また、シールテープ貼付後即座に注入材を施工でき、撤去も容易なため、大幅な工期短縮とコスト削減に貢献します。

せこたん™ 積層養生テープ

現場の課題

作業工程ごとにテープを
何度も貼り直している

ニチバンの提案

テープを積層させることで
貼付工程を大幅削減



コンクリート補強・繊維シート格子貼り工法

コンクリート橋梁などの補強工事において、従来は作業工程ごとに何度も養生テープを貼り直していました。本製品は、複数層の養生テープを一度に貼付し、工程が終わるごとに順番に剥がすことで上を向いての過酷な作業環境下でのマスキングテープ貼付回数を減らし、現場の工数削減と工期短縮を実現します。また、各層の養生テープは色分けされており、「今の作業を行っているか」が一目でわかり、施工管理にも役立ちます。

せこたん™
湿潤コンクリート用粘着テープ

現場の課題

湿ったコンクリートにテープを
貼るためには、複数の工程が必要

ニチバンの提案

湿ったコンクリートに
直接貼れるテープ

本製品は、降雨などで湿ったコンクリートに直接貼れるテープのため、水分を除去するためのバーナー等での強制乾燥やテーププライマーの塗布工程が不要となり、施工期間の抜本的な短縮につながります。また、手切れ性が良く油性ペンでのマーキングも可能なうえ、剥がす際の糊残りも少ない粘着剤を採用しており、現場の作業性に徹底して配慮しています。

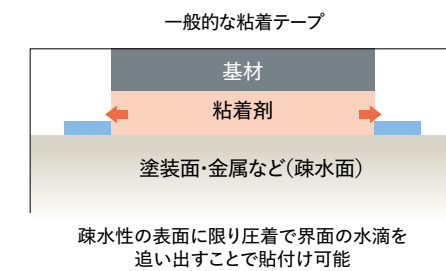
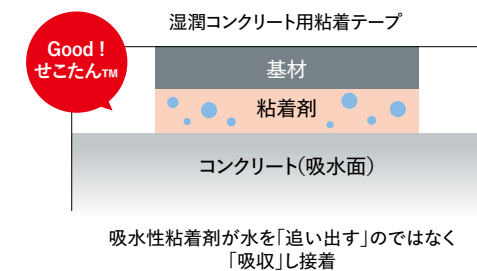


湿ったコンクリート面への一時固定・マーキング

独自の湿潤面粘着技術

建築業界では、「一般的な粘着テープは、湿ったコンクリートには貼付できない」というのが長年の常識でした。塗装面や金属のように疎水性の素材であれば、テープを圧着する力で表面の水滴を追い出して貼付けることが可能です。しかし、コンクリートのような吸水性の素材では、テープと素材の界面にある水分を物理的に取り除くことができず、粘着力を発揮できません。

当社は、表面の水を追い出すのではなく、粘着剤自体が水分を「吸収」して粘着力を発現させる独自の「湿潤面粘着技術」を開発しました。吸水すると糊残りがしやすくなる課題に対し、幾多の試作を経て「吸水性」と「再剥離性」の最適配合を導きました。さらに、屋外の土木現場を想定し、四季の温度変化でも使用できるように設計を工夫しました。



開発担当者の声

ニチバンにしかできない技術と価値提供で
社会課題の解決に挑む

2017年に土木業界向け製品の販売を開始して以来、現場で「湿った被着体にテープが貼れず困っている」という声を頻繁に耳にしてきました。開発過程では、吸水性と再剥離性のバランス調整に最も苦労し、最適な配合を求めて何度も試作と評価を繰り返しました。また、全く新しい粘着剤であったため、法規制への対応、品質管理方法の確立など、幾多の壁に直面しました。それでも「現場の困りごとを解決したい」という熱意で仲間を巻き込み、設計部門や営業部門の協力を得ることで、着手から約5年半を経てようやく上市に漕ぎ着けました。今後も当社の技術で社会に貢献できる製品を生み出していきます。



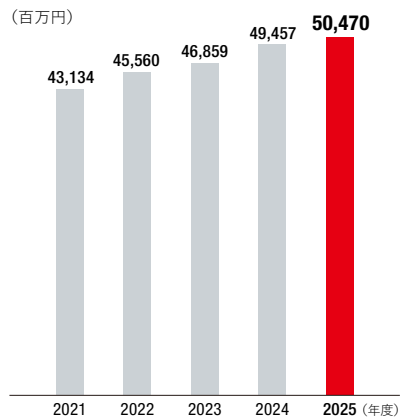
研究開発本部 製品開発部
大場 春樹



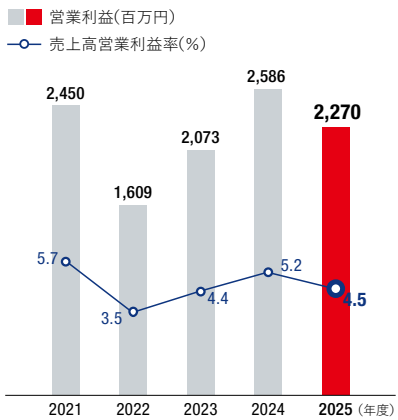
財務・非財務ハイライト

財務ハイライト (連結)

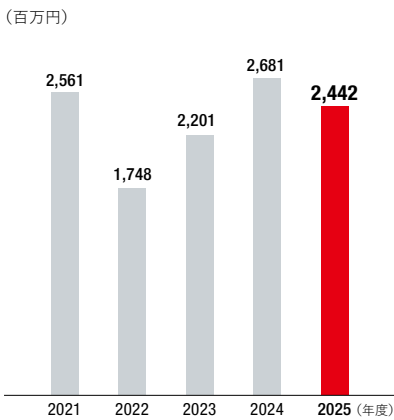
売上高



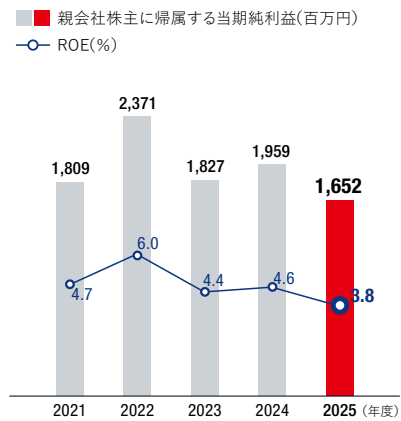
営業利益／ 売上高営業利益率



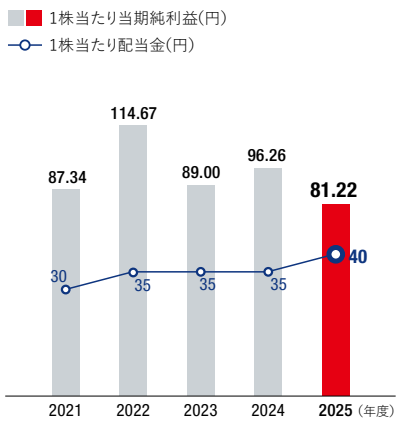
経常利益



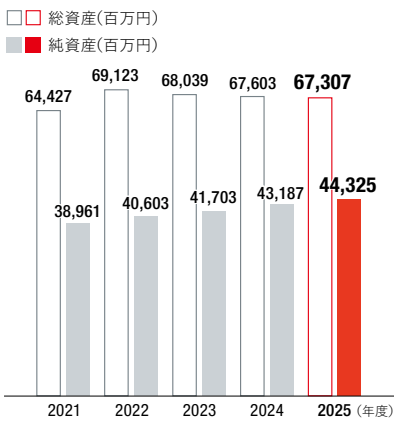
親会社株主に帰属する 当期純利益／ROE



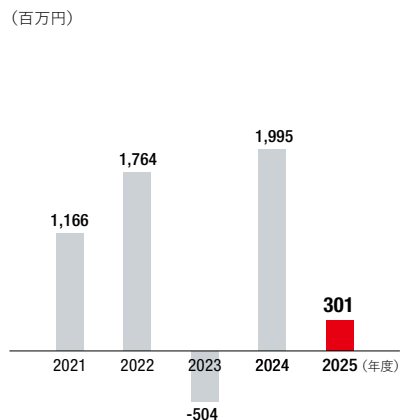
1株当たり当期純利益／ 1株当たり配当金



総資産／純資産

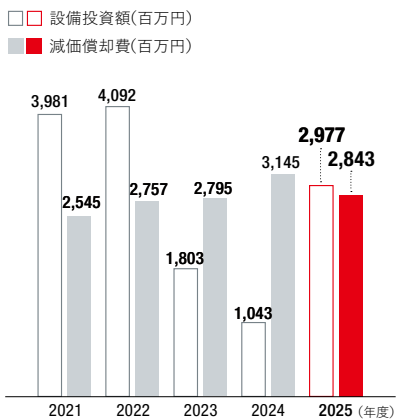


フリーキャッシュ・フロー※1

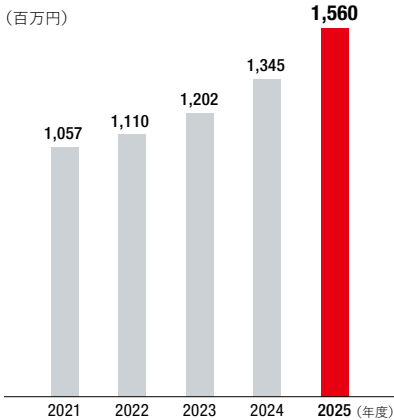


※1 営業活動によるキャッシュ・フロー + 投資活動による
キャッシュ・フロー

設備投資額／減価償却費

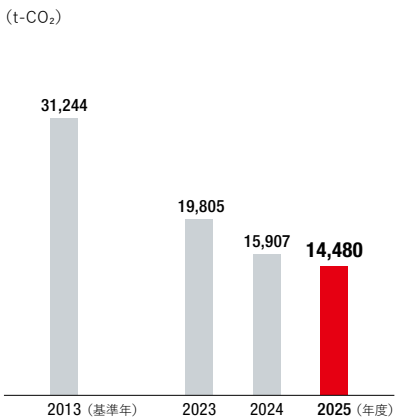


研究開発費



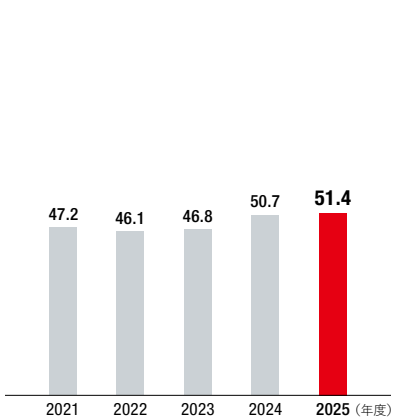
非財務ハイライト

CO₂排出量 Scope1,2(連結)※2

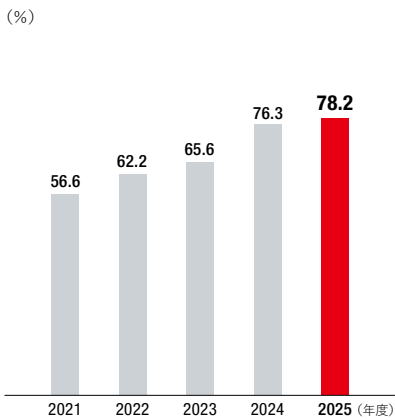


※2 ニチバン株式会社及び国内子会社を対象

エンゲージメントスコア(単体)

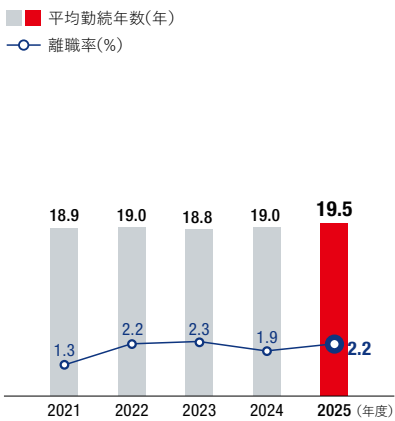


年次有給休暇取得率(連結)※3

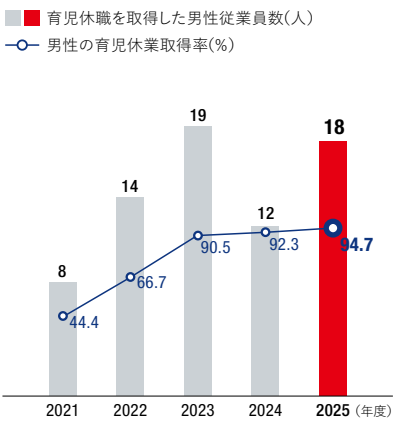


※3 2023年度以前は単体

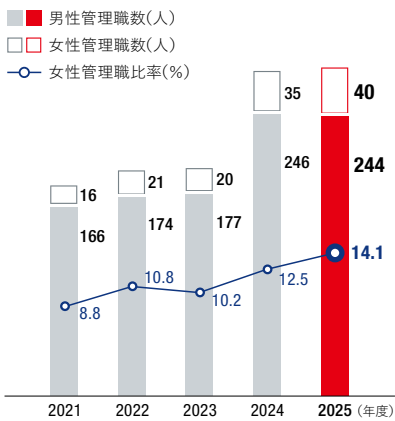
平均勤続年数／離職率(単体)



男性育児休業取得率(単体)

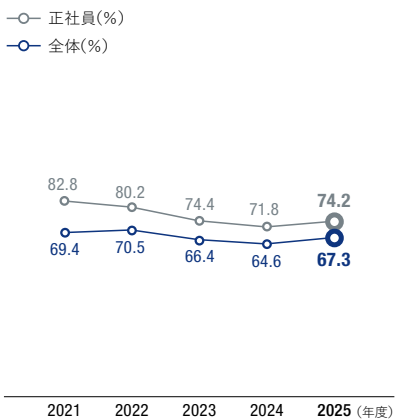


女性管理職比率(連結)※4



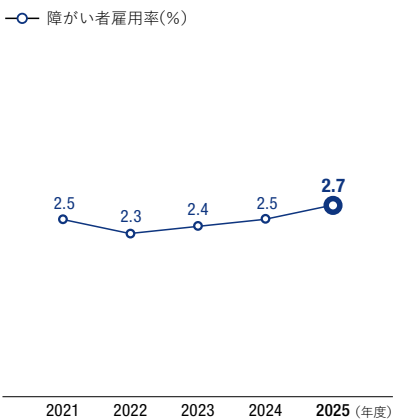
※4 2023年度以前は単体

男女間賃金格差(単体)※5

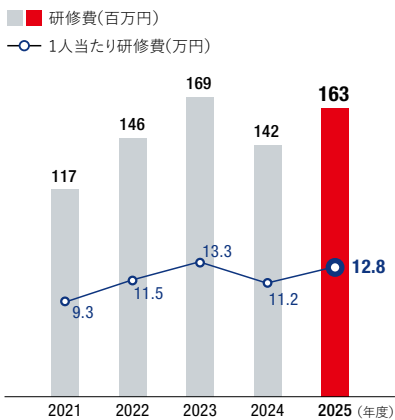


※5 男性の平均給与(年収)を100とした場合の
女性の平均給与比率

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

「CREATION 2026」を総仕上げし、 「粘着」を核とした次の成長に挑みます

2026年3月期は、長年の目標であった売上高500億円を達成しました。

中期経営計画「CREATION 2026」の最終年度となる2026年度は、3つの重点テーマを総仕上げするとともに、粘着技術を核とした次の成長に向けて歩みを進めてまいります。



代表取締役社長

高津 敏明

Q 2025年度(2026年3月期)の 振り返りをお願いします

テープ事業の収益改革が進む一方、 減益となった点は真摯に受け止めています

2026年3月期の連結売上高は504億7,000万円(前期比2.0%増)となり、当社が長年掲げてきた売上高500億円を達成することができました。価格改定やデジタルマーケティングによるブランド力の向上といった地道な取り組みを積み重ねてきた成果だと考えています。営業から生産、グループ全体が力を合わせた結果であり、長年応援してくださったOBの皆さまにも喜んでいただけたことを、うれしく思っています。

一方で、営業利益は22億7,000万円(前期比12.2%減)、当期純利益は16億5,200万円(同15.7%減)と減益になりました。主力のヘルスケア領域でケアリーヴ™ やロイヒつば膏™ が想定した伸びに届かなかったことに加え、原材料価格の高騰による売上原価の増加、本社・東京オフィスの移転や安城工場の再編に伴う特別損失などが重なりました。売上の目標は達成できた一方で、利益面では課題を残しました。運営全般そのものを含めてもう一段の見直しを行い、改善に取り組んでまいります。

中期経営計画「CREATION 2026」の2年目として最も手応えを感じているのが、重点テーマの1つ「事業ポートフォリオの再構築」です。テープ事業では、価格改定や品種の集約、安城工場から埼玉工場への生産移管に取り組み、テープ事業セグメントの利益は前期比17.2%増となりました。収益体質は着実に変わってきており、おおむね計画通りに進んでいます。

一方、成長を牽引すべきグローバル事業は、前期比4.4%増と想定を下回る結果となりました。主な要因としては、欧州において規制の影響から、主力である和紙マスキングテープの販売が低迷したことや、韓国でも代理店の在庫調整などの影響により前年を下回る局面があったことが挙げられます。この反省を本年度、ならびに次期中期経営計画へ確実につなげていく必要があると考えています。

Q 中期経営計画「CREATION 2026」 最終年度の取り組みを教えてください

3つの重点テーマを総仕上げし、 次期中期経営計画の策定を本格化します

2026年度は、中期経営計画「CREATION 2026」の最終年度にあたります。これまでの2年間の取り組みを総仕上げするとともに、次期中期経営計画の策定を本格的に進める、大事な1年と位置づけています。3つの重点テーマにおける主な取り組みは、次の通りです。

① 事業ポートフォリオの再構築

テープ事業では、安城工場が無溶剤化の事業所へと生まれ変わり、バトルウィンシリーズの生産も始まりました。ローコストオペレーションと生産性の向上をさらに進め、収益改善を仕上げてまいります。同時に、新たな価値の創出にも力を注ぎます。皮膚に貼って健康状態を測る貼付型ウェアラブルデバイス「プレスキャン™」を学会で発表したほか、2026年度よりイノベーションセンターを経営企画室の傘下とし、新規事業の創出と事業化のスピードを高めていきます。

② グローバル企業化

グローバル事業では、地域ごとに戦略を進めます。進捗が好調な韓国では、当社初の海外医薬品となるロイヒつば膏™ コインプラスターを上市し、ケアリーヴシリーズの現地テレビCMなどで販促を強化しました。タイや欧州では医療材やモビリティ関連分野の製品が伸長し、中国では越境ECの取り組みを着実に進めています。しかしながら、グローバル売上比率は10.7%程度にとどまっています。2030年のグローバル比率30%という目標に向けては、現地で生産し、必要なときに製品を届けられるサプライチェーンの構築が欠かせません。生産・物流拠点の立ち上げなど、すべてを自前で進めると時間がかかるため、信頼できる現地パートナーとの連携やM&Aも含めて、最適な手法を検討してまいります。あわせて、技術や品質管理、薬事といった分野でグローバル展開に対応できる人財の育成にも力を入れていきます。



③ 人的資本経営

「企業は人なり」の言葉通り、社員一人ひとりの成長こそが会社の成長につながると考えています。2025年11月末には本社と東京オフィスを移転・統合し、社員の「つながる力」を高める環境を整えました。次世代経営層の育成では「経営塾」「部長経営塾」を継続しています。また、社員がニチバンの仕事を通じて社会への貢献を実感できるよう、普段の担当業務では接触しないお客さまと触れ合う機会を設け、所属部署以外の業務を体験してグループ全体の連携を意識する機会とする「エンゲージメントツアー」も重ねてきました。その結果、エンゲージメントサーベイのスコアは2年連続で50ポイントを超えております。健康経営優良法人にも4年連続で認定されました。社員がやりがいを感じ、挑戦できる環境づくりを、これからも進めてまいります。

これらの取り組みを着実にやり遂げ、中期経営計画で掲げた目標の達成と、次のステージへの橋渡しを果たします。

❓ 次期中期経営計画と、ニチバンが 目指す将来像についてお聞かせください

「粘着」を核に、 人々の健康と安心な暮らしに 貢献する企業を目指します

2026年度は、次期中期経営計画の策定を本格化させる年でもあります。すでに2026年4月からプロジェクトメンバーによる検討を進めており、半年ほどで方向性を固める予定です。次期計画は、当社が掲げる「2030年ビジョン」に至る道筋を描くものになると考えています。

さらにその先を見据え、30代の管理職を中心とした若手メンバーが「2040年ビジョン」の検討を進めています。10年後、15年後の主役となる彼らに、将来像を自分ごととして描いてほしいと考えているからです。私自身、2018年に中期経営計画と2030年ビジョンの策定を担い、その計画を社長として実行してきました。だからこそ、計画づくりに当事者として関わることの意味を実感しています。

私たちは100年以上にわたり、「粘着」を基盤に事業を広げてきました。しかしこれからは、粘着技術そのものにとどまらず、機器やデータと組み合わせたソリューションへとさらなる領域の拡大を目指していきます。例えば、肌にやさしい粘着テープ技術と最新のセンサー技術を融合して生まれたブレスキャンTMは、胸に貼るだけで呼吸状態を可視化できる新しい貼付型ウェアラブルデバイスです。さらに、建設現場の人手不足や工期の短縮といった深刻な課題に応える施工短縮テープセコたんTMなど、実績も生まれつつあります。若手メンバーが語る「粘着を基盤にしながら、人々の健康や安心な暮らしに貢献できる企業でありたい」という言葉こそ、私たちが目指す姿だと感じています。

こうした挑戦を着実に形にするため、研究開発への投資も継続して強化します。当社の強みであるBtoBとBtoCを掛け合わせた新規創出や、グローバルな視点での製品開発に引き続き力を注いでまいります。

そして、こうした挑戦を支えるのは、やはり「人」です。計画を実行し、新しい価値を生み出すのは、一人ひとりの社員にほかなりません。人財や研究開発に十分な投資ができる会

社であり続けるためには、相応の利益をあげることが欠かせません。売上はもちろん、利益の水準を高めながら、得られた成果を人と未来への投資に振り向けてまいります。

❓ 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」に貼る粘着技術で、 社会への貢献を続けてまいります

ニチバンは、「人に貼る技術」と「モノに貼る技術」の両面を持つ、独自の粘着技術によって社会に貢献してきました。肌の状態に応じた優しさが求められる医療やケアの分野と、多様な素材や形状に対応する高い接着力が求められる産業の分野。こ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です。

その強みの根幹にあるのは、長年にわたって磨いてきた品質と、お客さまの信頼に支えられたブランドです。セロテープ[®]、ケアリーヴTM、ロイヒつぼ膏TMといったブランドは、

誠実なもののづくりの積み重ねによって築かれてきました。これからお客さまの期待を超える製品を生み出し続けることで、皆さまからの確かな信頼にお応えしてまいります。

足元では、中東情勢の緊迫化により、原材料価格がかつてないスピードで高騰するなど、難しい局面が続いています。こうした状況でも、供給を絶やさないよう努めながら、コストに見合った適正な価格改定を進めるなど、グループ全体で対応してまいります。あわせて、環境・社会・ガバナンスの各側面にも全社で取り組み、事業を通じた持続可能な社会への貢献を進めてまいります。

私たちはこれまで、「ぴったり技術」とも言うべき粘着技術を事業の基盤としてきました。これからもその可能性を広げ、社会課題の解決に貢献していきます。事業をしっかりと営み、着実に利益をあげ、その成果を人と未来への投資、そして株主の皆さまへの還元につなげていくことが、私たちの責任だと考えています。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月から始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

「CREATION 2026」経営目標

財務項目	2025年度 目標	2025年度 実績	2026年度 目標	非財務項目	2025年度 実績	2026年度 目標
売上高(億円)	500	504	530	女性管理職比率	14.1%	15%
営業利益(億円)	32	22	45	エンゲージメントスコア	51.4	50
経常利益(億円)	33	24	46	年次有給休暇取得率	78.2%	70%
当期純利益(億円)	25	16	35	CO ₂ 排出量削減率 (2013年度比)	53.7%	35%
ROE	-	3.8%	8%以上			
グローバル比率	-	10.7%	15%			
新製品比率	-	11.6%	15%			

CREATION 2026 重点テーマ

2025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	テープ事業の生産・販売において、最適生産体制などのローコストオペレーションの推進と価格改定の実施により収益性を改善しました。
(2) 成長事業と新領域へ 経営資源を重点配分	工業品の新規創出活動や産学官新領域連携、東京大学「社会連携講座」、サイントル株式会社とウェアラブルデバイスに関する共同開発契約を締結するなど、新たな価値創出を推進しています。

グローバル企業化

(1) 販売3拠点の成長追求	韓国市場においてロイヒつぼ膏 TM コインプラスターの新規上市品が伸長し、連結売上高は大幅に増加しました。東南アジアや欧州では、医療材・モビリティ分野での販売が伸長しました。
(2) 2030年度グローバル比率 30%実現に向けた機能拡充	上海駐在員事務所を拠点とした中国市場でのマーケティング強化や、中国越境ECの展開など海外市場での着実な進捗が見られました。また、グローバルサプライチェーンマネジメント体制の構築、現地での販売・マーケティング力の強化、ローカライズ製品の開発を推進しています。
(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ほか、継続してグローバルトレニー制度を実施し、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	多様な人財が活躍できる風土醸成に向け、アンコンシャスバイアス研修や女性活躍推進ワーキンググループによる他社交流などを精力的に推進しました。
(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4年連続で認定されました。2025年度エンゲージメントサーベイ結果:スコア51.4ポイント(2年連続で50ポイント以上を達成)。重点施策として部長層・組織長向け心理的安全性ワークショップを実施しました。
(4) 新人事制度の導入	2025年4月より新人事制度を開始し、管理職向けに「評価力向上研修」を実施しました。

財務戦略



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』および中期経営計画「CREATION 2026」と連動し、資本コストを意識した経営により収益性の向上を図ります。「ROE 8%以上」「PBR 1倍以上」の目標達成に向けて、収益構造改革と財務規律を両立させ、企業価値の向上を目指してまいります。

収益構造改革を着実に進め、
強固な財務基盤を活かして
成長投資と株主還元を両立します。

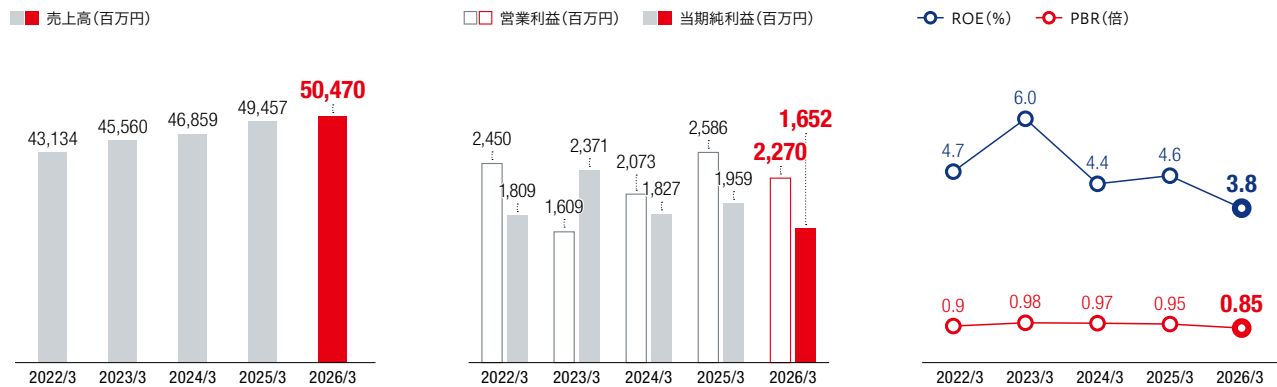
2026年3月期の業績と中期経営計画の振り返り

2026年3月期は、インバウンド消費の動向が当社にとって大きく変化した1年となりました。世の中の消費がモノからコトへ移行するなか、当社のインバウンド需要も頭打ちとなり、これまで販売と利益を牽引してきたロイヒつば膏TMが伸び悩みました。加えて、原材料価格の高騰が続き、製造コストの上昇圧力が1年を通じて継続しました。こうした事業環境のなか、連結売上高は前期比2.0%増の504億7,000万円となりましたが、営業利益は前期比12.2%減の22億7,000万円、親会社株主に帰属する当期純利益は前期比15.7%減の16億5,200万円と、増収減益となりました。

セグメント別では、メディカル事業の売上高は前期比1.4%増の249億3,600万円となりましたが、ヘルスケア領域における高粗利製品の販売減少により、セグメント利益は前期比4.4%減の63億2,500万円となりました。一方、構造改革を進めているテープ事業は、価格改定の効果や生産再編が奏功し、売上高は前期比2.7%増の255億3,400万円、セグメント利益は前期比17.2%増の8億2,800万円と、収益性の改善が着実に表れています。「CREATION 2026」で最優先課題と位置づけるテープ事業の収益構造改善は、確かな手応えを得つつあります。

また、当期は将来の成長基盤を整えるための投資が利益に影響しました。本社・東京オフィスの移転・統合や、数年来進めてきた生産体制の再編に伴う費用は、いずれも計画どおりに実行したものであり、中長期的な競争力の強化に向けた前向きな支出です。

一方で、資本収益性には課題が残ります。当期のROEは3.8%にとどまり、目標とする8%とは大きな開きが生じています。当社の株価は市場との連動性が小さく、株主資本コス



トが一般に言われる水準より低めに算出される傾向にありますが、現状はその水準にすら見合う利益を稼ぎ出せていないと認識しています。グローバル企業化に向けて検討しているM&Aが実現に至っていないことも、計画との差異の一因です。これらの課題に正面から向き合い、収益力の回復を最優先に取り組んでまいります。

財務戦略

中期経営計画「CREATION 2026」の目標達成に向けた基本的な財務方針に変わりはありません。最優先課題である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経営資源の配分を強化し、安定的に利益を確保した上で、その原資を新領域への投資へ振り向けてまいります。収益構造の改善において、足元の最大の課題は原材料価格の高騰です。ドル基準で調達する原材料を中心に、ここ数年を含め数十億円規模の影響を受けてきています。この上昇分については、便乗値上げではなく、コストの上昇分を適正に転嫁するという基本原則のもと、価格改定によって吸収してまいります。定価販売が一般的な業界に対しても、従来の改定期期にとらわれず、これまでにないかたちでの価格改定を実現する覚悟で臨んでおります。

2027年3月期においても、テープ事業の生産体制再編に伴う撤去・整備費用として5億1,000万円の特別損失を見込んでおり、利益を一時的に圧迫する要因となります。しかし、これらは将来の成長基盤を築くための再編費用であり、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てまいります。

当社はこれまで、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守り続けてまいりました。当期末の自己資本比率は65.9%となり、財務基盤は十分に堅牢なものとなっています。こうした基盤を踏まえ、今後は得られた利益を成長投資と株主還元へどのように最適配分するか、そのバランスを一層重視してまいります。

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。

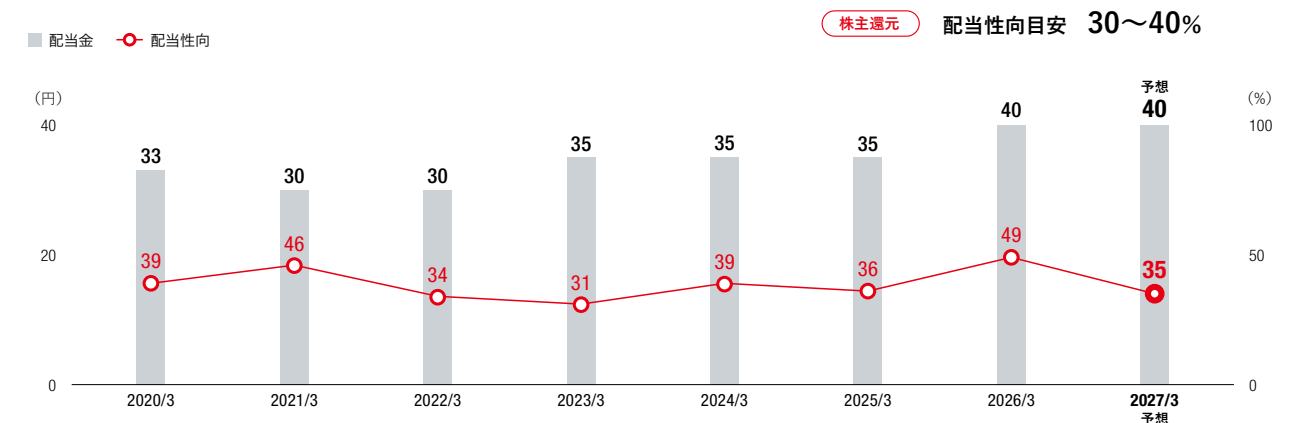
- 安城工場の無溶剤化に伴う、メディカル製品の生産体制への転換・整備
- 工場でのAI活用を進め、製造・品質管理記録電子化によるデータ利活用体制を整備
- 当社の強みであるBtoBとBtoCを掛け合わせた新規創出に向けた研究開発強化
- グローバル比率の向上に不可欠なサプライチェーン整備のためのM&Aを含む投資

2027年3月期は、設備投資に19億5,000万円、研究開発費に16億2,000万円を計画しています。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、持続的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。ここでいう安定した配当には、継続して配当を行うことに加え、事前に公表した配当額を確実に実施するという意味も含まれております。2026年3月期は、配当性向が49.3%となりましたが、事前公表した配当予想のとおり、1株当たり40円の配当を実施いたしました。

2027年3月期は、連結売上高520億円、親会社株主に帰属する当期純利益23億円を見込んでおります。地政学的な不透明感に残るものの、引き続き1株当たり40円の配当を予定しています。また、自己株式の取得については、2026年3月に3億4,200万円を実施しました。今後も、当社株式の市場における流通状況も勘案しながら、柔軟かつ機動的に対応してまいります。今後も企業価値の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。



セグメント構造と営業組織体制

イノベーション創出とグローバル貢献を果たすために
組織の壁を越えた真のチームワークにより
ニチバングループ一丸となって
「CREATION 2026」を推進していきます。

2025年度の実績

2025年度は、持続的成長に向けた事業ポートフォリオマネジメントの推進、産学官連携によるグローバル視点での事業戦略重点開発テーマの推進、人的資本経営を重点課題とし、取り組んでまいりました。事業ポートフォリオマネジメントにつきましては、テープ事業セグメントの収益改善に向けた取り組みに注力、産学官連携につきましては新領域連携に向けた取り組みの実践、人的資本経営についてはアジャイル思考による自己成長と組織成長への取り組みを行ってまいりました。これらの取り組みに加えて各フィールドの重点課題に取り組んだ結果、売上高は500億円を達成しました。2026年度も2025年度の取り組みをブラッシュアップし、企業の持続的成長に向けた取り組みを継続していきます。

2026年度に向けて

中期経営計画「CREATION 2026」の最終年度として、中東情勢による原材料供給不安と高騰の懸念はありますが、サプライチェーン本部との連携強化による持続的成長に向けた事業ポートフォリオマネジメントの推進、特にテープ事業セグメントの収益改善に向けた取り組み、研究開発本部との連携による重点開発テーマの推進、ブランドマーケティング・デジタルマーケティング2軸での国内戦略、グローバル戦略を推進していきます。組織体制としては購買行動対応型事業戦略体制の推進、「プロセスイノベーション」「プロダクトイノベーション」の2軸による相乗効果の実現、DXマーケティングパートナーとの企業連携を図っていきます。人財育成としてはイノベーション人財、グローバル人財、DX人財に向けた取り組みを推進し、効果的な経営を目指していきます。

組織体制について

購買行動対応型事業戦略体制を推進するため、組織改編を行いました。主な組織体制は以下のとおりです。

1. イノベーション創出を加速させるための開発体制の再構築

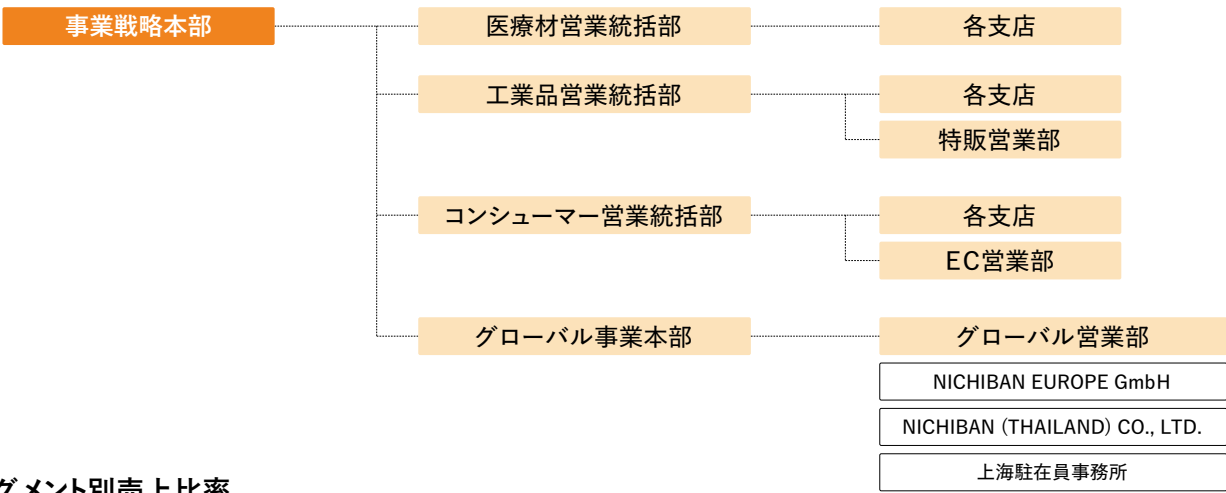
- 製品開発部を事業戦略本部傘下から研究開発本部傘下へ変更。設計部署との連携を強化することで、2030年度新製品比率30%の達成に向けたスピーディーな製品開発を促進

2. 「CREATION 2026」完遂に向けた営業・管理体制の効率化

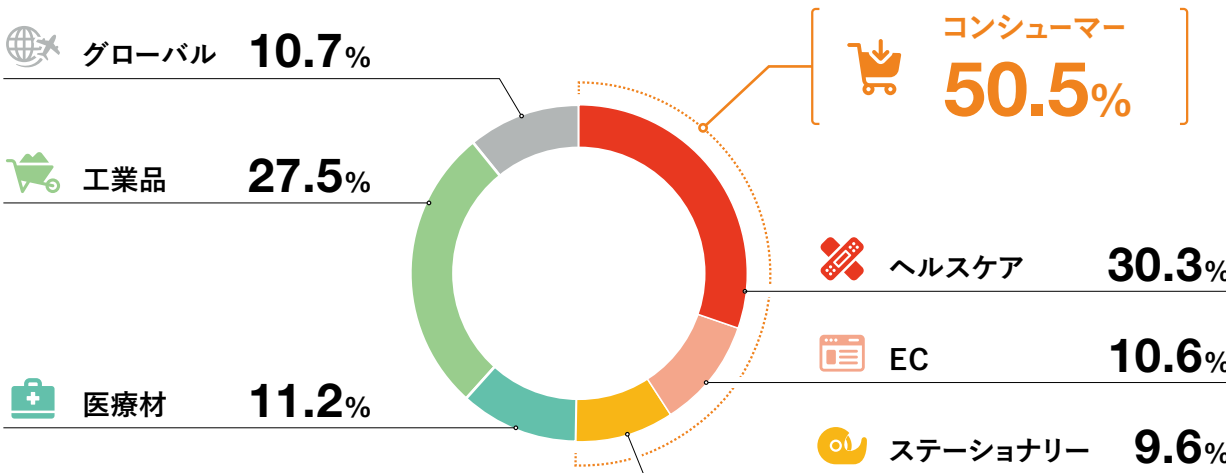
- 管理本部傘下に営業管理統括部を新設し、営業管理に関わる業務を効率的に運営
- グローバル営業部傘下の営業管理課をサプライチェーン本部へ移管。国内外を問わず一気通貫したサプライチェーン体制の構築

この組織改編により、より効率的・効果的な取り組みを実践し、スピーディーな製品開発、グローバル展開に向けた取り組みを強化していきます。

営業組織体制



セグメント別売上比率



事業フィールド		セグメント		2025年度売上高 ^{※1}
		メディカル事業	テープ事業	
事業戦略本部	ヘルスケアフィールド	○		15,308 百万円
	コンシューマー営業統括部	ECフィールド	○	5,359 百万円
		ステーションナリーフィールド	○	4,842 百万円
	医療材フィールド	○		5,675 百万円
	工業品フィールド		○	13,864 百万円
	グローバルフィールド	○	○	5,420 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部
(ヘルスケアフィールド、ステーションナリーフィールド、ECフィールド)



常務執行役員
事業戦略本部長(兼)
コンシューマー
営業統括部長

中村 勲

真のチームワークにより、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、各本部との連携連動を図り、コンシューマー事業の継続成長を推進していきます。

コンシューマー全体の2025年度実績及び2026年度の戦略概要

コンシューマー営業統括部は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などのブランドで主に医療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などの事務用品を展開しているステーションナリーフィールド、通販事業、eコマースなどを通じて、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。2025年度は、大衆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

買い場の拡大や環境訴求に向けた取り組み、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。しかしながら、大衆薬市場でのインバウンド需要における購買対象の多様化や消費行動の変化、ECフィールドにおける大手通販サイトのシステム障害の影響などもあり売上高は前年比並みに推移しました。2026年度は中東情勢による原材料供給不安と高騰の懸念はありますが、ブランドマーケティング・デジタルマーケティング2軸での顧客機軸によるリアルとデジタル融合に向けた取り組み推進、テープ事業の収益改善に向けた取り組みを実施してまいります。

ヘルスケアフィールド

2025年度の実績

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を行いました。ロイヒつぼ膏TMは、国内需要の拡大と訪日外国人に対応したインバウンド需要の取り込みを図りました。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ました。しかしながら、酷暑や暖冬の影響、ならびに消費行動の変化によるインバウンド需要の減少もあり、売上高は前年並みの推移となりました。

2026年度に向けて

2026年度も、ケアリーヴTM、ロイヒつぼ膏TM、バトルウィンTMの3大ブランドを中心に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。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。



ステーションナリーフィールド

2025年度の実績

文具事務用品市場において、DX化などで紙の消費が大きく減少し、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、厳しい販売環境となりました。このような状況のなか、主要製品であるセロテープ[®]については、新製品セロテープ[®] 小巻カッターつき〈まっすぐ切れるタイプ〉グリーンナノ配合の上市、ホームセンターなどへ環境配慮型製品であることを積極的に訴求し、売上高は前年を上回りました。また、両面テープナイスタックTMについては、製品の使用シーンを提案し、売上高は前年を上回りました。



2026年度に向けて

テープ事業セグメントの収益改善に向けて主要製品であるセロテープ[®]などの価格改定を行っていくとともに、引き続き効率的・効果的な取り組み、ブランドマーケティング・デジタルマーケティングを推進します。また、多様化する販売チャネル、購買行動変化への対応として店頭・ネット事業での新たな買い場拡大に向けた取り組みを実施していきます。また、2026年度もセロテープ[®]を通じた環境やSDGsへの取り組みを推進します。

ECフィールド

2025年度の実績

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などが見られるなか、大手通販サイトのシステム障害の影響も受けましたが、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の売上高は前年を上回りました。また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並みに推移しました。

2026年度に向けて

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、ブランドマーケティング・デジタルマーケティングを推進しています。引き続き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



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

地域医療のさまざまな課題に対して、
製品の提供にとどまらず医療現場へ寄り添うことを
通じて、ニチバングループにかかわるすべての人々と
ともに社会的・経済的価値を共創していきます。

2025年度の実績

2025年度は、医療機関の経営環境悪化に伴うコスト削減圧力が強まり、消耗品市場では価格を重視した製品へのシフトが加速しました。このような状況のなか、ドレーシング材のカテリープラスシリーズは、特に小児医療現場の固有課題を解決するI.V.スリット 小児用が高い評価を受け、シリーズ全体で前年実績を上回りました。また着着性粘着包帯くっつくバンデージ™においても、採血室や血液センターなどの圧迫止血用途ではコスト重視の傾向が進む一方で、高い機能性による「医療の安全」「医療現場の生産性向上」という付加価値が評価されてクリニックでは新規採用が拡大し、製品群全体として前年を上回りました。このように2025年度は、「製品提供」にとどまらず、質の高い医療を効率的に支える「価値提供」への転換が、医療経済への貢献として結実した年となりました。「臨床的価値」と「経営的価値」の両立は、持続可能な医療体制を支えていく上で不可欠であり、これからも積極的に高付加価値製品の提案を強化してまいります。

2026年度に向けて

2026年度においても、医療機関では人手不足や物価高騰による厳しい経営環境は継続すると予想されます。こうしたなか、医療現場に求められているのは、限られたリソースを最大限に活用するための劇的な生産性向上です。この課題を解決するために、ニチバン製品の高付加価値がもたらす「経営コストの最適化」を提案の核に据えます。臨床(医療の質)と経営(効率化)の両面から「価値提供」の取り組みをさらに進化させて、医療の質向上と病院経営の健全化を両立させる戦略を推進します。また在宅医療への移行が加速するなかで、需要が拡大する在宅領域においては、デジタル技術を活用した「製品と情報の最適供給」体制を構築し、誰もが必要なケアを享受できる社会基盤を支えてまいります。



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

事業ポートフォリオマネジメントによる
経営資源の最適化を図るとともに、
新たな価値の創出や新製品開発に注力することで、
お客さまにさらなる付加価値を提供してまいります。

2025年度の実績

2025年度の工業品フィールドは、世界情勢の変化により国内自動車メーカーの一部減産影響を受けたものの、新規採用製品の増加により、耐熱マスキング製品を中心に堅調に推移しました。その結果、当該製品群は前年比11%増と大きく伸長しています。また、エレクトロニクス関連分野においても、新技術製品の採用が引き続き拡大しました。主力製品のセロテープ®については、天然素材を用いた環境配慮型製品としての啓発活動を継続し、さらに多くの企業から賛同を得ることができました。これらセロテープ®を中心とする包装・梱包用テープ群は、たばねら™テープの抜本的な収益改善につながる価格改定効果も加わり、売上高は前年比6%増となりました。この結果、工業品フィールド全体では前年比5%増となり、中期経営計画「CREATION 2026」の目標達成に向けた取り組みを推進いたしました。

2026年度に向けて

中期経営計画「CREATION 2026」の目標達成に向け、激変する世界情勢に対応すべく、事業ポートフォリオマネジメントによる継続的な収益構造の改革を行います。また、中東情勢の緊迫化に伴う原材料・エネルギー価格の高騰に対しては、適切な価格改定の実施とプロセスイノベーションによるコスト低減の両輪で対応してまいります。今後も「新製品開発」「持続可能な製品への変化」「環境貢献を意識した活動」を重点施策に掲げ、これら3つの連携による相乗効果を最大化いたします。さらに、研究開発と産学官連携による新たな価値創出活動を継続し、収益改善に直結する新製品開発を推進してまいります。





グローバルフィールド

グローバル事業本部

上席執行役員
グローバル事業本部長

浅野 文浩

ニチバングループは、グローバルに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。

グローバル事業本部

2025年度の実績

ニチバンのグローバル事業は前年度に初の年間50億円を超え、2025年度は60億円の目標に挑みました。しかしながら2024年度の売上を牽引した韓国のケアリーヴ™が在庫調整となり、またグローバルテープ事業の中心となっている和紙マスキングテープは、欧州森林破壊防止規則(EUDR)の施行を巡り受注が停滞しました。一方で、国外で初の医薬品登録を果たした韓国向けロイヒつぼ膏™コインプラスターは6月に現地上市を果たし、その配荷店舗数の急速な拡大でグローバル事業におけるロイヒつぼ膏™は2025年度販売予算に対し147%となりました。結果、2025年度のグローバル事業は売上高54.2億円、前年比104.4%となりました。

2026年度に向けて

グローバル事業は2025年度に果たせなかった売上高60億円に2026年度も挑戦します。

グローバル事業における重点課題は①グローバル4拠点(グローバル営業部および上海駐在員事務所・ニチバンタイランド・ニチバンヨーロッパ)の成長②エリアごとのマーケティングとローカライゼーションによる事業基盤の拡大③グローバル対応によりグローバル企業化を実現する組織体制の強化④海外監査・審査を活用し事業運営のレベルアップ以上4つの重点課題を遂行し、グローバル貢献へと導いてまいります。

Europe

Asia

ASEAN

NICHIBAN
• EUROPE GmbH

日本米琪邦株式会社 上海代表处

NICHIBAN
(THAILAND) CO., LTD.

その他 6%

欧州 15%

地域別
売上構成

(2025年度)

アジア 78%

グローバル営業部

2025年度の実績

韓国・台湾・中国を中心に北米およびオセアニアをその担当エリアとしているグローバル営業部の2025年度は、上述した韓国でのロイヒつぼ膏™コインプラスターの上市から配荷店舗数の拡大に支えられた一方で、ケアリーヴ™の流通在庫調整による出荷数低減もあり、2025年度予算に対し95%、前年比は111%となりました。中国市場への取り組みでは和紙マスキングテープの改善品を展開するとともに、中国市場の和紙マスキングテープ戦略を更新、価格改定に取り組みました。

2026年度に向けて

2026年度も引き続き韓国市場のメディカル製品拡大を、ラインアップの拡充策の実践とともに、事業戦略本部と連携し、ケアリーヴ™とロイヒつぼ膏™コインプラスターの韓国内認知拡大を現地代理店と一体となり実現させます。中国市場は上海駐在員事務所と緊密に連携し、当該市場での事業確立策を立案し、駐在員事務所の販社化に一定の目途を立てるよういたします。その他の地域においても各現地パートナーとの協働を引き続き実践してまいります。

NICHIBAN (THAILAND) CO., LTD.

2025年度の実績

メディカル事業において医家向け絆創膏の拡販や、積極的な学会展示を実践し認知度の向上を図りました。テープ事業においてもアジア圏の乗用車生産拠点に対し塗装のソリューションに秀でたコンバーターとの関係構築を進め、マスキングテープなどが伸長しました。その結果2025年度の売上実績は予算に対しては85%でしたが前年比は105%と成長を維持しました。

2026年度に向けて

韓国に続き医薬品承認を得た東南アジア圏でのロイヒつぼ膏™展開と、タイ国内のケアリーヴ™拡充更新策の実践、グローバル事業の重点テーマであるPanfix™強化の主導を担うとともに、グローバル事業本部・事業戦略本部と連携の上、現地パートナーとの関係構築を進め東南アジア圏でのニチバンブランドの認知度向上と企業価値の向上を果たしてまいります。

NICHIBAN EUROPE GmbH

2025年度の実績

売上構成においてテープ製品が多数を占めるなか、昨今の欧州法規制の厳格化、原材料費高騰によるテープ市場の急激な構造変化に遭い、2025年度は販売予算に対し84%、前年比も90%と厳しい環境と対峙した1年となりました。そのなかで、ニチバンヨーロッパもメディカル製品の拡充は喫緊の課題と位置づけ、その一手として医家向け製品拡大に向け代理店との契約見直しを実施しました。

2026年度に向けて

メディカル製品の拡充を目指し、製品の新規上市、ヨーロッパケアリーヴ™の取り組みを進めてまいります。テープ事業では欧州カーメーカーへの対応を現地パートナーと継続、またメディカル事業・テープ事業ともに、欧州で新たなビジネスパートナーの探索を続け、持続的成長を果たせるよう努めてまいります。



中国国際医療機器展



ロイヒつぼ膏™コインプラスターを韓国で上市



形成外科学会 タイ医療学会展示



国際医療機器見本市 MEDICA(ドイツ)



研究開発

研究開発本部

上席執行役員
研究開発本部長(兼)
製品開発部長

河野 一博



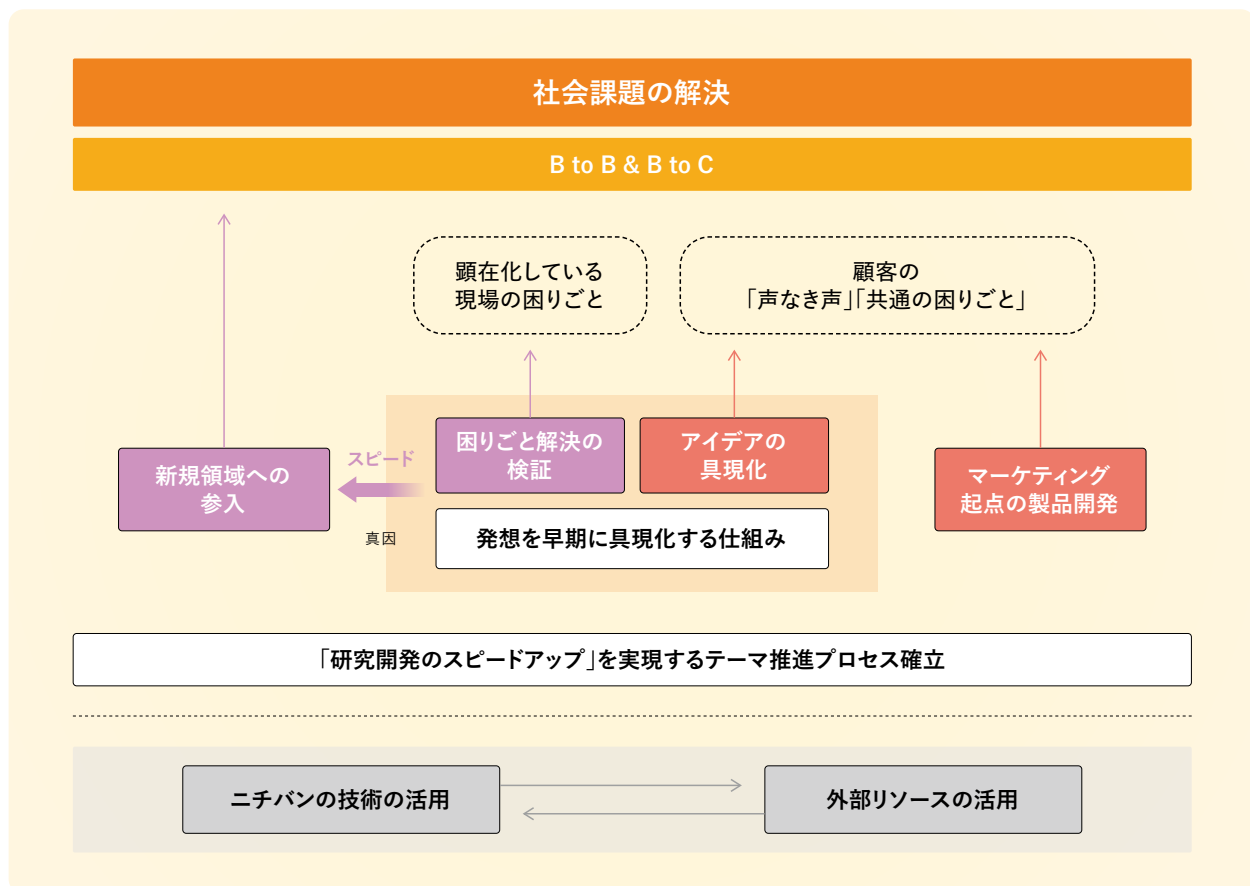
ニチバングループの強みである粘着技術をベースに、社会課題や環境課題の解決につながる技術開発・製品開発を通してサステナブルな社会や快適な生活に貢献していきます。

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、より多くのひとびと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



2025年度の実績

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から向上し11.6%という結果でした。ブランド戦略を軸とした新製品開発と新たな技術の研究成果からの新製品の創出にも注力し、着実に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推進いたしました。個別の取り組みは下記のとおりです。

グローバル展開の加速	ロイヒシリーズ海外展開としてロイヒつば膏 TM コインプラスターを韓国で新たに発売しました。
産学官連携の推進	サントル株式会社と肺疾患の早期発見に向けたウェアラブルデバイスの共同開発を推進。また、東京大学に社会連携講座「次世代創傷ケア開発学」を設立し、難治性創傷の治癒に向けた取り組みを開始しました。
イノベーション人材の育成	部門横断型のイノベーション研修を実施し、イノベーション人材育成にも注力しています。

2026年度に向けて

中期経営計画「CREATION 2026」の最終年度を迎えた今年度も、ヘルスケアやグローバル事業の成長拡大、ならびに医療・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加速させていきます。

これらに伴い、研究開発体制の再編を実施いたしました。従来、事業戦略本部傘下だった「製品開発部」を研究開発本部傘下へ移管し、同じ本部の先端応用研究所、製品設計部との

連携を密にすることで顧客ニーズに直結した迅速な製品開発を実現します。一方、研究開発本部傘下だった「イノベーションセンター」は経営企画室傘下へと変更し、現業の枠組みにとらわれることなく、社会課題に対する革新的なソリューションを創出する体制を整えました。

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。

1 プロダクトイノベーション	- ブランド戦略に基づく製品開発 - 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	- 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	- 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たアライアンスやスタートアップ、産学官連携の推進

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、研究開発で培った独自の粘着技術を、持続的成長に不可欠な重要資産と位置づけています。第三者の権利を尊重しつつ知財ポートフォリオを拡充し、自社利益を強固に保護しています。社内では知財教育の定着を図り、海外市場を見据えた戦略的な権利取得を加速させています。

さらに、社外との共創によるイノベーションを迅速に形にするため、知財管理体制の最適化を進めています。成熟市場での効率的な権利化や成長市場での特許網構築など、事業フェーズに即した知財戦略を通じて、競争優位の確立とリスク管理の徹底を目指します。

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さまからの期待や社会の要請にこたえていくために、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、代表取締役社長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回以上報告され、取締役会が監督、指示を行います。

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

2025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排出量削減目標に対する進捗状況の確認
第 2 回	2025年度のGHG排出量削減の進捗状況、およびESG外部評価実績の確認 2026年度のサステナビリティ開示の方向性の確認
取締役会での報告	- サステナビリティ委員会の決定事項 - サステナビリティ関連トピックス
研 修	役員を対象とした「サステナビリティ研修」実施

マネジメント

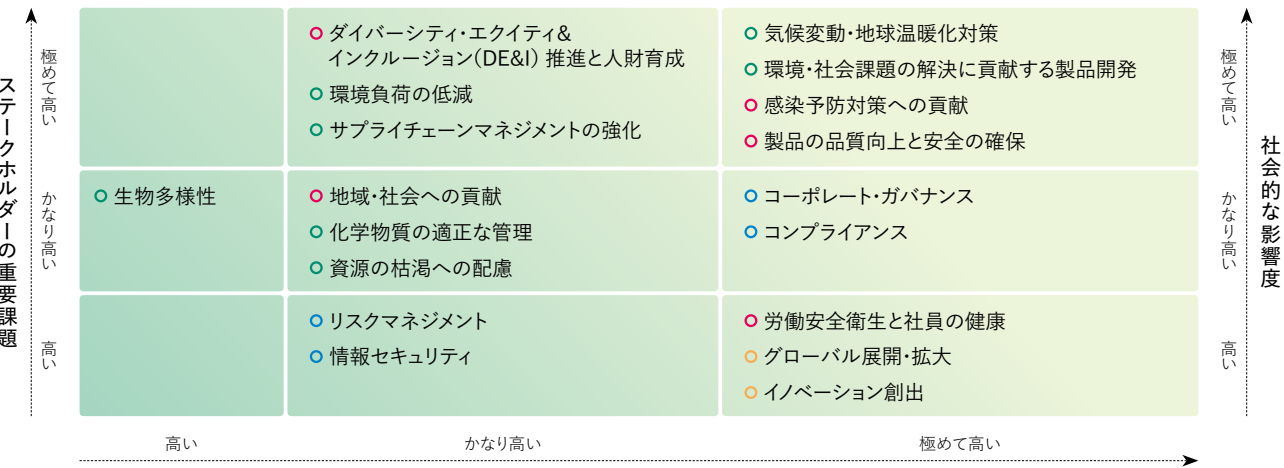
2022年度より、サステナビリティやSDGsに関連する「人権方針」「健康経営方針」「購買方針」を新たに策定しました。これには社会に対してだけではなく、ニチバングループの社員の健康と幸せを実現するさまざまな施策も含まれます。

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。

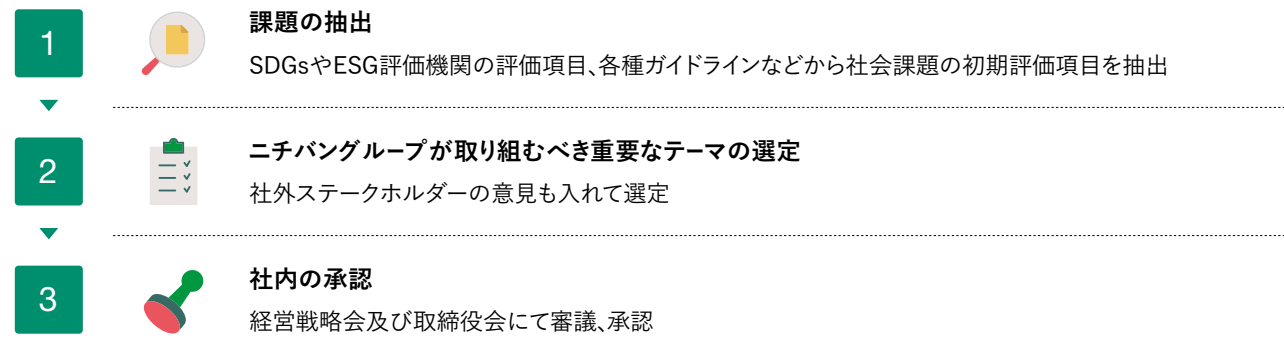
環境 社会 ガバナンス ビジネスとイノベーション



ニチバングループの重要課題

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	2025年度の実績	2026年度の目標	
環境	環境・社会課題の解決に貢献する製品の開発	以下製品の開発による環境負荷低減 ・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 ・環境負荷低減とサーキュラーエコノミーを両立させた製品設計	6 安全な水とトイレを世界中に
	環境・社会課題の解決に貢献する製品開発	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2025(日本語・英語)発行 東京都環境局/グリーン購入ネットワーク「Clear Sky Navi」にてVOC対策の取組み紹介動画の公開 エネルギー使用量削減 プラスチック廃棄物排出原単位の低減	7 持続可能なエネルギー 9 産業と消費の持続可能な未来をつくる
	化学物質の適正な管理	原材料のグリーン調達推進	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対応 製造工程での適切な化学物質管理の実施	12 つくる責任 13 気候変動に具体的な対策を
	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 Scope 1,2,3開示	14 海の豊かさを守ろう 15 陸の豊かさも守ろう
	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の維持 プラスチックリサイクル率の向上	15 陸の豊かさも守ろう
社会	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16回 ニチバン巻心ECOプロジェクト」実施	15 陸の豊かさも守ろう



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	2025年度の実績	2026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、ISO13485の認証継続と管理レベル・質の向上 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2026認定 健康関連セミナーの実施(4回/年)	健康経営推進とKPI管理 健康経営優良法人2027認定
	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	障がい者雇用率 2.7% エンゲージメント向上プロジェクトの継続 女性活躍推進ワーキングの実施 人的資本経営実行とKPI管理 ・エンゲージメントスコア 51.4 ・女性管理職比率 14.1%(連結) ・男性育児休業取得率94.7%(単体) ・年次有給休暇取得率 78.2%(連結)	女性活躍推進に向けた施策の着実な実行 障がい者雇用の促進(法定雇用率遵守)と、共に成長できる職場環境づくり 従業員エンゲージメント向上へ向けた施策の継続的实施 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	新規購買先における人権リスクの把握 購買先へ購買方針を徹底させた運営	新規購買先における人権リスクの把握 購買先へ購買方針を徹底させた運営を継続
	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	「SOCCER MEDICAL CAMP」の開催 ケガ予防のテーピング講習会など開催 事業所における清掃活動 小学校出前授業(22校) 高校でのSDGs啓発授業(1校) 障がい者職場STEPSの運営	「SOCCER MEDICAL CAMP」の継続 ケガ予防のテーピング講習会など開催 事業所における清掃活動 小学校出前授業の継続 障がい者職場STEPSの運営
	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 韓国にてケアリーヴ TM 治す力 TM 承認を受けて、製造・販売開始	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	「カスタマーハラスメントに対する考え方」をHPに掲載 ハラスメント相談者研修を実施 ハラスメント教育を実施	海外販社を含めたグループ全体でのコンプライアンス強化
	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」の実施 BCP委員会開催による拡大するリスクの把握と対策案確認	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 ITセキュリティ教育、フィッシングメール訓練実施 ITセキュリティ教育システムの刷新	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 社員の情報セキュリティリテラシーの向上
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	産学官連携・東大の基盤技術を呼吸スキンセンサへ応用し、サイントル社との共同開発開始。プレスリリースおよび学会発表実施 イノベーション研修実施 新製品比率 ・2026年度目標15%に対して実績 11.6%	産学官連携:呼吸スキンセンサについて、医療機器クラスI届出および上市 人財育成:新入社員向けイノベーション人材研修、全社員向けイノベーション研修
	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・ASEAN・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)	韓国での「ロイヒつば膏 TM コインプラスター」上市、「ケアリーヴ TM 治す力 TM 」上市 インドネシアにて「ロイヒつば膏 TM 」承認 原材料・包材の国際的な環境基準に沿った対応	東南アジアおよび欧州中心に、新製品展開 ・韓国での「ケアリーヴ TM 治す力 TM 防水タイプ」の育成 ・原材料・包材の国際的な環境基準に沿った対応継続

PICK UP

バリューチェーンを通じた取り組み

エコサークルを実現するセロテープ[®]

植物由来の天然素材から作られるセロテープ[®]

ニチバンは70年以上も前からお客さま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

関連サイトリンク

関連サイトリンク

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、安心して働ける環境であることを確認しました。



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、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。



100%グリーン電力で生産

ニチ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。

2025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製造工程で発生するセロテープ[®]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

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を目指しています。



販売

関連サイトリンク

賛同企業・団体数165社

2026年4月末時点

Small Action For the Future

プラスチック製テープから植物由来のセロテープ[®]への切り替えを提案する本プロジェクトは、健康的で安心な環境を次世代に引き継ぎたいという想いで始まりました。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しています。



回収

関連サイトリンク

巻心回収を通じた国内外の植林活動

2010年より、使用済み粘着テープの巻心を回収して資源として再利用する「ニチバン巻心ECOプロジェクト」を継続しています。回収した巻心は段ボールへとリサイクルされ、そのリサイクルによる収益金と当社からの支援金を通じて、国内外の環境保全活動に役立てています。特定非営利活動法人イカオ・アコの協力のもと、フィリピンでのマングローブ植林や、広島県廿日市市での森林保全活動を実施しています。



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

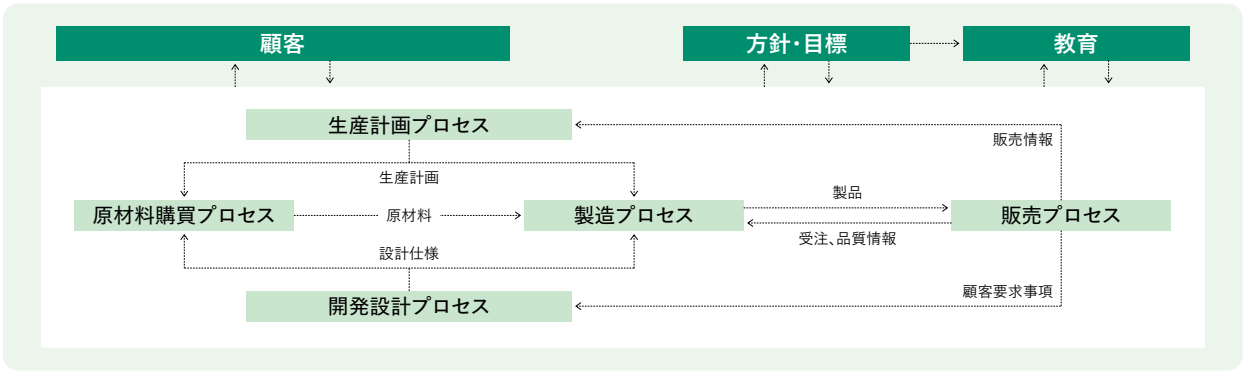
私たちは粘着技術をベースに幅広い分野に製品をお届けする「つくりて」として、人と自然がつながり調和する未来に向けて、幅広い事業活動を通じサステナブルな社会へ貢献し続けます。環境・社会の課題に貢献するための取り組みとしては、製品等の設計段階から原材料の購入、生産、販売、廃棄に至る事業活動の全段階における環境負荷の低減、化

学物質の管理、気候変動や地球温暖化対策、サーキュラーエコノミーへの取り組みなどが含まれます。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、製造プロセスならびに販売プロセス）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、製品等の設計段階から原材料の購入、生産、販売、廃棄に至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、2025年には前年度比1,427t(9.0%)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、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かかわる設備投資額

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。

環境保全コスト（単位：千円）

分類	主な取り組み内容	2024年度		2025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	171,094	896,501	166,079	1,010,574
内訳	1.1 公害防止コスト	28,642	232,946	29,520	203,191
	1.2 地球環境保全コスト	138,462	444,548	130,139	578,165
	1.3 資源循環コスト	3,990	219,007	6,420	229,218
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	0	14,832	0	16,936
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	126,034	0	155,009
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	0	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	22,253	0	1,500
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		171,094	1,059,620	166,079	1,184,019

環境保全効果

環境保全効果	環境負荷指数		
	2024年度環境負荷量	2025年度環境負荷量	対前年度環境負荷増減量および効果
Scope 1・2 CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	総排出量：15,907	総排出量：14,480	総排出量：-1,427
廃棄物発生量(t)	4,316	4,189	-127
水使用量(千m ³)	405	391	-14
PRTR対象物質排出量(t)	513	289	-224
プラスチック使用製品産業廃棄物等 排出量削減	環境目標：「プラスチック排出量を2025年度に2021年度比5%（原単位）削減、マテリアル/ケミカルリサイクル率は2025年度に総量の7%以上」に対し、排出量は2025年度に2021年度比19%削減、リサイクル率は総量の24%達成		

関連サイトリンク

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さま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。

ガバナンス

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、代表取締役社長を委員長とする「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回以上上程・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1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 再エネルギー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

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)	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、Scope 1、Scope 2及びScope 3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。
- Scope 1とScope 2の目標と実績、及びScope 3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。

Scope 1,2 CO₂削減目標



2025年度Scope 1,2 CO₂排出量

Scope1,2 (t-CO ₂)		2025年度
Scope 1	エネルギー起源	10,086
Scope 1	非エネルギー起源	286
	廃棄物燃焼	248
	フロン漏洩量	38
	SF6漏洩量	0
Scope 1	合計	10,371
Scope 2	合計(償却前)	7,718
Scope 1,2	総排出量(償却前)	18,089
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	3,609
	ニチバンメディカル株式会社	0
	合計	3,609
Scope 2	(償却後)	4,109
Scope 1,2	実質排出量(償却後)	14,480
前年度比削減割合		9.0%
2013年度比削減割合(2013年度排出量 31,244t-CO ₂)		53.7%

2025年度Scope 3 CO₂排出量

Scope3 (t-CO ₂)		2025年度
カテゴリー1	購入した製品・サービス	218,365
カテゴリー2	資本財	6,442
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	3,892
カテゴリー4	輸送・配送(上流)	9,744
カテゴリー5	事業から出る廃棄物	8,297
カテゴリー6	出張	565
カテゴリー7	雇用者の通勤	984
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)	1,606
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	4,655
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)		254,550

 関連サイトリンク

TOPICS

環境・社会貢献活動

関連サイトリンク

ニチパン巻心ECOプロジェクト

関連サイトリンク

2010年に始動した本プロジェクトは、使用済み粘着テープの「巻心」を回収し、段ボールヘリサイクルする取り組みです。2025年度は、全国から1,199団体・278名の個人の方々にご参加いただき446,971個(6,670kg)を回収。累計回収個数は660万個を突破しました。リサイクルによる利益金と当社からの支援金は、フィリピンや広島県廿日市市での植林活動等に役立てています。

また2025年度は、社員による植林活動への参加や全国22校で環境問題をテーマにした出前授業を実施しました。さらに、本プロジェクトで使用するポスターや参加者への特典には、パラリンアートと共同で開催しているデザインコンペで選定した作品を採用。就労継続支援事業所STEPS(当社株主優待の発送作業も協働)と連携し、毎年作品を選考しています。



製造工程で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。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る剥離紙は、その基紙にリサイクルが難しいポリエチレンラミネート紙が使用されていることや、粘着剤残留の懸念から、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の協力体制を構築し、剥離紙を再生紙にリサイクルすることを可能とし、2025年4月から2026年3月までに剥離紙約13,960kgが段ボール原紙にリサイクルされました。

今後も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。また、本取り組みにとどまらず、その他廃棄物についても再資源化を積極的に進めてまいります。

※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



ジャパンハートを通じた医療支援

「医療の届かないところに医療を届ける」という特定非営利活動法人ジャパンハートの理念に共感し、医療用サージカルテープNICHIPORE™を寄贈しています。寄贈した製品はミャンマーやカンボジアの医療現場で活用され、「皮膚に優しく、のり残りが少ないため安全性と効率性が向上した」との評価をいただいています。



スマイルコンパスとの協賛

一般社団法人スマイルコンパスとスポンサー契約を締結しています。「スポーツの楽しさとチャレンジする力を届ける」という同法人の想いは、当社が基本理念でも大切にしている“絆”を育む姿勢と深く通じるものであり、その活動に強く共感いたしました。本協賛を通じて、子どもたちの可能性を広げるとともに、快適で健康な生活の実現にもつなげてまいります。



パラスポーツ・パラリンアートの支援

ブラインドサッカー

NPO法人日本ブラインドサッカー協会と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を提供しています。また、同協会主催のダイバーシティ研修「OFF TIME Biz」を、新人研修および部署横断型研修として年2回実施しています。



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。スポーツメディカル製品の提供を通じてスポーツ環境の発展を支援しています。



パラリンアート

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。パラリンアートは、障がい者アーティストとひとつのチームになり、障がい者のアート作品を企業・個人に提供し、作者報酬をお支払いする活動です。



制作:KTさん
作品名:緑をつなぐ



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合う「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」、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」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

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、高め合う組織風土の醸成

TOPICS

人的資本経営

健康経営に関する取り組み

従業員一人ひとりの心身の健康を重要な基盤と捉え、いきいきと働きながら世の中に新たな価値を創出し続けられるよう、健康保持・増進に向けた取り組みを推進しています。グループ横断の「健康経営ワーキング」を実施し、各社の課題抽出と連携を通じた健康経営を展開しています。経済産業省と日本健康会議が共同で選定する「健康経営優良法人認定制度」においては、ニチバン及びニチバンメディカルが「大規模法人部門」、ニチバンプリントが「中小規模法人部門」に認定されたほか、ニチバンテクノにおいては「銀の認定」を取得しました。



組織風土の醸成に向けた取り組み

多様な個性が響き合い、新たな価値創造やイノベーションが生まれる組織風土の醸成を目指しています。2025年度は、前年度の役員向けに続き、対象を拡大して外部講師による「アンコンシャスバイアス研修」を実施し、個々の意識改革を促しました。また、管理職向けに「心理的安全性ワークショップ」並びに「部門間連携研修」を実施し、グループワークを通じて自部署の現状を客観的に検証することで、組織の壁を超えて活発に連携し合える強固な組織基盤の構築を図っています。



グローバル人財の育成

グローバル事業の拡大に向け、異なるビジネス環境や多様な価値観に適応する人財基盤の構築を目指しています。通信教育や語学テストの積極的な推進に加え、公募による海外派遣制度を展開しています。2024年度からは、若手から中堅社員を海外販社へ1年間派遣する「グローバルトレニー制度」を導入したほか、語学教育と短期海外研修を組み合わせた「グローバルチャレンジプログラム」を実施しています。海外販社での営業活動や技術支援などを通じて、グローバルな視野を身に付け、ニチバンの将来を支える中核社員を育成しています。



タイでの展示会への体験参加

エンゲージメントツアーの実施

エンゲージメントサーベイの結果、部署内のコミュニケーションは良好である一方、全社的な連帯感や階層間の意思疎通に課題があることが判明しました。これを受け、全社的な横のつながり構築と、社会貢献へ参画する企業文化の醸成を目的に「エンゲージメントツアー」を開始。2025年度は、植林活動、工場見学や研究所訪問、展示会同行など、通算12のツアーに約100名が参加しました。ツアーを通じて組織の壁を超えた相互理解が深まり、新たな視点を業務へ活かす組織風土づくりが進んでいます。



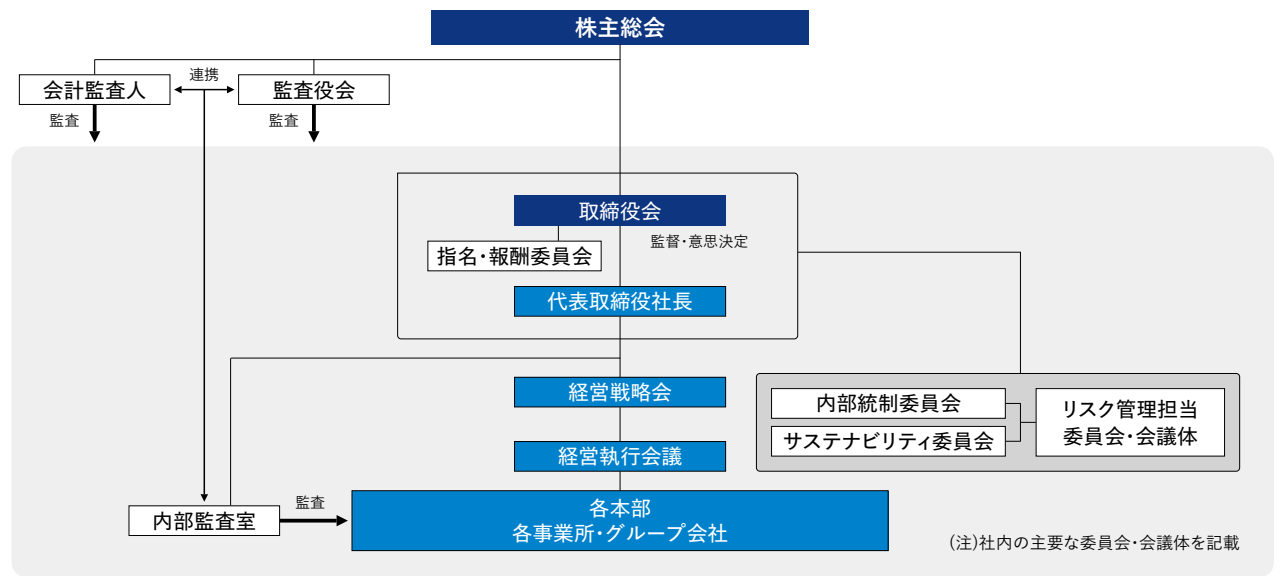
エンゲージメントツアー(ステーションナリーユーザーフェア体験ツアー)

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7名で構成し、さら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体制図



取締役会

当社の取締役会の人員は7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。さら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。2025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 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	2 サステナビリティ研修 ESGがもたらすリスク・自社の課題への理解促進
--	--

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。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数

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		退職慰労金	
			金銭報酬	非金銭報酬		
取締役 (社外取締役を除く)	115	68	26	21	－	4
監査役 (社外監査役を除く)	20	20	－	－	－	2
社外役員	41	41	－	－	－	7

業績指標	目標	実績
連結営業利益額	3,200百万円	2,270百万円
連結営業利益率	6.4%	4.5%
新製品比率	15.0%	11.6%
グローバル比率	15.0%	10.7%
株式成長率	－	80.4%
エンゲージメントスコア	50.0	51.4
CO ₂ 排出量削減 (2013年度比)	35.0%	53.7%

（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、株式給付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「CO₂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以下の通りです。なお、「新製品比率」、「グローバル比率」、「エンゲージメントスコア」及び「CO₂排出量削減」の目標は、中期経営計画「CREATION 2026」の最終年度である2026年度の目標値です。株式成長率は、対象期間中の当社株式成長率を対象期間中のTOPIX成長率で除することで算定したものです。 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21百万円であります。

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、当社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、お客さまからの信頼を高め、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

当社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

- 産廃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

当社グループでは、「危機管理方針」を制定し、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、再発防止措置をとることで、危機を適切に管理し、事業の継続・安定的発展を確保できるよう努めております。

損失の危険の全社的な管理や対応については内部統制委員会が管轄し、「リスク管理規則」に基づき、総務担当部署が全社的なリスク管理体制の構築、規則類の整備、運用状況の確認、情報の適切な伝達など必要な措置を講じております。

個々の損失（品質、財務等）の危険については「リスク管理規則」に基づき、当該危険の存在する各担当部署が、リスク管理体制整備、運用状況の確認等、必要な措置を講じております。

また、大規模災害等、当社グループに対する危機が生じた場合には、「緊急時対応規則」に基づき、速やかに緊急対策本部を設置し、「事業継続計画（BCP）」に沿って損失の極小化及び復旧に向けた対応を行うこととしております。

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、開発及び運用に関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

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(現任)

重要な兼職の状況	
なし	
所有株式数	26,624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(現任)

重要な兼職の状況	
なし	
所有株式数	32,305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㈱
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	12,891株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)

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	2,800株
取締役会出席状況	15回/15回(100%)
監査役会出席状況	14回/14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 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	
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	14回/14回(100%)



社外監査役
市川 一郎

略歴

1983年 4月 キヤノン㈱入社
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 8月 公認会計士登録
2014年 9月 有限責任あずさ監査法人退任
2014年12月 SWEAT CAPITAL㈱設立
代表取締役(現任)
2023年 6月 盟和産業㈱ 社外取締役(現任)

重要な兼職の状況	
SWEAT CAPITAL(株) 代表取締役 盟和産業(株) 社外取締役	
所有株式数	0株
取締役会出席状況	－
監査役会出席状況	－

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	●	●	●	●	●				
高橋 泰彦	取締役常務執行役員		●	●	●	●		●		●
石原 達夫	社外取締役	●			●					
佐藤 彰弘	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			●	●					
福田 厚	社外監査役			●						
市川 一郎	社外監査役		●	●						

※スキルマトリックス一覧の「●」印は、これまでの知見や経験に基づき判断し記載しておりますが、対象者の有するすべての知見や経験を表すものではありません。



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 彰弘

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 佐藤彰弘法律事務所
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	13回/15回(86.7%)



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)
1989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	13回/15回(86.7%)



社外取締役
菅原 順子

略歴

1983年 4月 カルビス食品工業㈱※入社
2014年 4月 カルビス㈱乳購買部長
カルビスフーズサービス㈱
社外取締役
2018年 3月 カルビス㈱取締役
2021年 3月 カルビス㈱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:カルビス(株)

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	11回/11回(100%)



社外取締役 特別座談会

ニチバンの未来を、
ともに考える。

企業価値を高め続けるために必要なのは、変化を恐れず挑戦する姿勢と、多様な視点から経営を見つめる対話です。社外取締役4名が、ニチバンらしさを大切にしながら、幅広いテーマで議論し、持続的な成長に向けた期待と提言を語りました。

誠実さと実行力 ――
企業文化を「挑戦する文化」へ
進化させる

― まず、皆さまはどのようなところに「ニチバンらしさ」を感じていますか？

真田 私が考えるニチバンの最大の強みは、「人を大切にする姿勢」と、いざという時の「即効性と誠実さ」です。私は石川県立看護大学の学長として石川県の看護医療に関わっています。能登半島地震の直後、被災地で創傷ケア用品が切実に求められました。私が各社に支援をお願いした際、多くの企業は数日後の発送という対応でしたが、ニチバンは唯一東京からその日のうちに人員を派遣し、製品を届けてくれました。私はそのとき、「この会社は本当に現場を見ている会社だ」と感じました。困っている人のためにまず動く。その姿勢は製品だけではなく、社員の皆さん一人ひとりに根付いた企業文化そのものなのだと思います。

石原 私も長くニチバンを見てきましたが、誠実な会社だという印象は変わりません。品質や研究開発だけではなく、お客さまや医療現場との向き合い方にも、その姿勢が表れています。また、ニチバンには新しい価値を生み出す力が育ってきていると感じています。以前、記念行事で若手社員の皆さんがチーム

ごとに企画を考え、堂々と発表している姿を見たことがありました。若い人たちの中にもそれぞれの想いや熱量があります。

佐藤 ニチバンは100年以上の歴史を持つ、非常に真面目な会社です。セロテープ®やナイスタック™、ケアリーヴ™など、長く市場で支持されてきた商品を持つ会社だからこそ、「この強みの延長線上で、本当に次の時代を切り拓いていけるのだろうか」という問いは常に持っています。

菅原 私が社外取締役に就任した際に、工場や事業所、経営会議など、さまざまな現場を社員と一緒に見てきましたが、良いことだけでなく課題も含めて率直に共有してくださいました。社外取締役に「外から評価する存在」ではなく、「一緒に会社を良くしていく存在」として受け入れてくださっている。そうした風土は、ニチバンの大きな強みだと感じています。また、女性活躍についても女性側から主体的な発言や参画が見られ、経営陣の意識を含めて、新しい変化に対して柔軟な姿勢を持っていると感じています。

社外取締役

菅原 順子

社外取締役

真田 弘美

社外取締役

石原 達夫

貼るの先へ ――
産学連携から社会実装へ、
新たな価値を創造する

― 次に、ニチバンが新たな価値を生み出すために、どのような取り組みが必要だと考えますか？

真田 従来は「産学連携＝研究」というイメージが強かったと思います。しかし今は、患者さんや医療従事者からのニーズから課題を見つけ、そのメカニズムを研究し、製品開発につなげ、最終的には社会実装や社会貢献まで見据える時代です。研究だけで終わらせるのではなく、マーケティングや営業まで含めて、どのように社会に届けていくかを科学的に考えることが重要だと思います。

従来「お年寄りの傷は治らない」と考えられていましたが、現在は「傷は治すことができる」という新しい価値観に転換点を迎えています。当社にとって産学連携は重要で、イノベーションを起こす近道になっています。テクノロジーを付加価値としてイノ

ベーションを起こせる会社だと感じています。

佐藤 私も、産学連携や新しい技術への挑戦は非常に重要だと思っています。ただし、これまでの延長線上だけでものを考えていては、同じものしか生まれません。成熟した製品を持つ会社だからこそ、一度ゼロベースで発想し、新しい価値を生み出していく必要があります。

真田 その意味で、ニチバンは粘着テープの会社から一歩踏み出し始めています。たとえば、胸に貼るだけで呼吸運動を可視化する貼付型ウェアラブルデバイス「プレスキャン™」は、ニチバンの粘着テープ技術とセンサー技術を組み合わせた製品です。これまでであれば、デバイスを固定するテープの部分だけがニチバンの仕事だったかもしれませんが、今は、ウェアラブルデバイスそのものをニチバンの製品として展開している。これは大きな変化だと思います。さらには、研究環境も整ってきていますよね。



社外取締役 特別座談会

石原 そうですね。先端技術棟ができるなど、新しい挑戦に向けた研究開発の環境は着実に整ってきています。素晴らしい設備も、そこから成果が出てこなければもったいない。研究環境を人がフルに生かし、イノベーションが具体的な形として実を結ぶことを強く期待しています。

持続的な成長を支える
経営基盤

—— 持続的な成長に向け、品質やガバナンスなどの
経営基盤をどのように強化すべきでしょうか？

石原 企業が成長を続けていくためには、新しい挑戦だけでなく、それを支える規律も欠かせません。私が以前から申し上げているのは、良いものは良い、悪いものは悪いと明確にすることです。品質や安全に関わる事案が起きたとき、単に報告して終わりではなく、なぜ起きたのかを突き詰め、再発防止につなげる必要があります。

佐藤 その点は非常に重要ですね。品質の問題は致命的な問題へと発展するため、絶対に起こさない体制づくりが大切です。ニチバンの製品は多くのお客さまや取引先に関わるものですから、問題が起きたときにどう向き合かが企業の信頼を左右します。

石原 だからこそ、良い取り組みはきちんと評価し、改善すべき点には曖昧にせず向き合う。そうした信賞必罰の姿勢が、社員の緊張感にも会社への信頼にもつながると思います。この点は以前より良い方向に進んできていると感じています。



佐藤 加えて、今後海外展開やM&Aを進めるのであれば、国内とは異なるリスクも意識しなければなりません。商習慣や法制度、コンプライアンスの考え方は国や地域によって違います。積極的に取り組むべき領域ですが、経験や人財を蓄えながら、慎重に進める必要があります。

菅原 そのためにも、社外取締役が会社の実情を理解できることが大切だと思います。社外取締役に対して壁のようなものがなく、隠し立てされることがないオープンさは、実効性ある議論の土台になっていると感じます。

真田 私も、指摘に対するフィードバックの早さを感じています。就任当初、経営執行会議での説明が口頭中心で理解しづらかったため、「スライド1枚にまとめてください」とお願いしたところ、すぐに対応してくださいました。外からの意見を受け止め、改善につなげる姿勢があるからこそ、社外取締役との対話も機能しているのだと思います。

未来の企業価値を創造するために
ニチバンが必要なこと

—— ニチバンのさらなる成長のために必要なことは
どのようなことでしょうか？

佐藤 最大の課題は、業界のトップ企業であるがゆえの「保守的な風土」です。過去の成功体験にしがみつくのではなく、「もっと積極的に稼ごう」「この目標のためにいくら売るべきか」と自ら追求し続けるほどの強い収益意識を全社で持つことが期待されます。

真田 私は、社員の皆さんが自社の製品にもっと誇りを持つべきだと感じています。圧倒的なクオリティを持っているにもかかわらず、社内ではそれを「普通のこと」だと思ってしまっている節があります。自分たちの高い技術力をもっと自覚し、世界に広める自信を持つことが大切です。

石原 セロテープ®やケアリーヴ™といった製品は非常に歴史が長く、成熟に近づいています。だからこそ、これまでの製品に頼るのではなく、全く新しい新製品の開発に全社で共通の意識を持って取り組むことができるかが、ここ数年の大きな勝負の分かれ目になると見えています。

菅原 私は、AIやDXの活用に課題を感じます。AIの活用は、効率化のためだけではありません。正確に、効率的に、スピーディーにできる部分はAIを使い、そこで生まれた時間や人の力を、イノベーションや新しい取り組みに振り向けることが重要です。「イノベーション」と言っても、時間も人も足りなければ掛け声で終わってしまいます。国内でも本当に使いこなせている企業はまだ多くないと思いますが、だからこそ、きちんとしたプログラムをつくり、スピーディーに取り組まなければ遅れてしまうという危機感があります。

未来に向けた期待と決意

—— 最後に、ニチバンが今後どのような企業に
成長してほしいか、お聞かせください。

石原 ニチバンは2025年度、長年の懸案であった売上高500億円を見事に達成しました。しかし、私たちはここで満足するわ



けにはいきません。この成果を大きな一区切り、さらなる高みへと飛躍するための確かな足がかりとし、より大きな売上と成長を目指して、全員が強い気概を持って次の一步を踏み出してほしいと願っています。次の100年も社会から必要とされる企業であり続けてほしいと思います。

菅原 社員の方の研修に参加させていただくことがありますが、社員の皆さんからは、変化を前向きに受け止め、新しいことへ挑戦しようとする空気を感じています。多様な人財が、萎縮や遠慮を感じず生き生きと活躍するためには、制度やノウハウだけでなく、一人ひとりの気持ちや考え方を変革していくことが重要です。その変革に向けたディスカッションに私たちも積極的に関わり、挑戦の力を組織全体へ広げられるよう、多様な視点から後押ししてまいります。

真田 今後、日本において在宅医療や看護が高齢者医療の中心となっていくなか、ニチバンには人々の日常生活の中に溶け込む企業になってほしいと願っています。ニチバンには世界に誇れる技術があります。その技術を社会課題の解決につなげ、「貼る」という枠を超えて新しい価値を生み出す企業へと進化することで、日本の超高齢社会を支えるモデル企業になっていくことを期待しています。

佐藤 変えるべきものは大胆に変え、守るべき品質や誠実さは徹底して守り抜く。その判断を積み重ねることが企業価値向上につながります。自律性のある社員が増えてきていますので、意識を変えてさらにスピードアップしていく必要があります。私たちも当事者の一人として、率直な議論を通じて持続的な成長に貢献していきます。

11年間の財務・非財務サマリー

	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3
財務情報				
会計年度				
売上高(百万円)	42,461	44,145	46,234	47,417
営業利益(百万円)	3,360	4,057	4,419	3,684
経常利益(百万円)	3,490	4,274	4,626	3,860
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	1,827	3,107	3,132	3,193
設備投資(百万円)	3,586	5,818	6,489	2,054
減価償却費(百万円)	1,603	1,792	1,960	2,327
研究開発費(百万円)	1,108	1,153	1,241	1,184
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	4,406	3,899	3,228	5,584
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	(1,963)	(5,349)	(5,039)	(4,743)
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	(589)	(636)	(934)	(979)
フリーキャッシュ・フロー(百万円)	2,443	(1,450)	(1,811)	841
現金及び現金同等物の期末残高(百万円)	12,802	10,713	7,963	7,822
会計年度末				
純資産(百万円)	28,140	30,766	33,317	36,480
有利子負債(百万円)	5,147	4,995	5,025	3,001
総資産(百万円)	52,890	56,120	60,755	60,329
1株当たり情報				
1株当たり純資産(円) ^{※1}	1,357.84	1,484.70	1,607.89	1,760.54
1株当たり当期純利益(円) ^{※1}	88.18	149.95	151.17	154.12
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}	22	36	40 ^{※2}	38
主要財務データ				
自己資本比率(%)	53.2	54.8	54.8	60.5
自己資本純利益率(ROE)(%)	6.6	10.6	9.8	9.2
総資産経常利益率(ROA)(%)	6.9	7.8	7.9	6.4
株価収益率(倍)	14.9	12.3	23.1	15.2
非財務情報				
従業員数(人)(連結)	1,180	1,204	1,241	1,258
男性従業員数(人)(連結)	-	-	-	-
女性従業員数(人)(連結)	-	-	-	-
平均臨時従業員数(人)(連結) ^{※3}	206	195	151	146
男性管理職数(人) ^{※4}	156	159	160	159
女性管理職数(人) ^{※4}	10	11	11	12
女性管理職比率(%) ^{※4}	6.0	6.5	6.4	7.0
障がい者雇用率(%) (単体)	1.8	2.0	2.1	2.2

※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。

	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2026/3
	44,063	41,528	43,134	45,560	46,859	49,457	50,470
	2,975	2,000	2,450	1,609	2,073	2,586	2,270
	3,095	2,070	2,561	1,748	2,201	2,681	2,442
	1,751	1,350	1,809	2,371	1,827	1,959	1,652
	1,455	2,755	3,981	4,092	1,803	1,043	2,977
	2,352	2,342	2,545	2,757	2,795	3,145	2,843
	1,067	1,064	1,057	1,110	1,202	1,345	1,560
	5,749	5,911	4,064	2,917	3,187	3,690	2,540
	(1,380)	(3,067)	(2,898)	(1,153)	(3,692)	(1,695)	(2,238)
	(916)	(772)	(691)	(867)	(1,225)	(763)	(1,114)
	4,369	2,844	1,166	1,764	(505)	1,995	301
	11,273	13,344	13,844	14,752	13,049	14,307	13,512
	37,218	38,078	38,961	40,603	41,703	43,187	44,325
	5,021	5,031	4,996	5,000	4,963	4,995	4,958
	59,752	61,214	64,427	69,123	68,039	67,603	67,307
	1,796.15	1,837.64	1,880.25	1,969.94	2,049.15	2,121.45	2,196.43
	84.54	65.15	87.34	114.67	89.00	96.26	81.22
	-	-	-	114.65	88.97	96.23	81.17
	33	30	30	35	35	35	40
	62.3	62.2	60.5	58.7	61.3	63.9	65.9
	4.8	3.6	4.7	6.0	4.4	4.6	3.8
	5.2	3.4	4.1	2.6	2.7	2.9	2.4
	17.7	29.4	19.5	16.8	21.3	20.9	23.1
	1,266	1,260	1,255	1,268	1,270	1,271	1,271
	-	-	-	-	-	-	849
	-	-	-	-	-	-	422
	133	113	130	143	134	133	125
	157	149	166	174	177	246	244
	13	14	16	21	20	35	40
	7.6	8.6	8.8	10.8	10.2	12.5	14.1
	2.2	2.4	2.5	2.3	2.4	2.5	2.7

会社概要

(2026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	〒102-8811 東京都千代田区麹町5丁目1番地
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

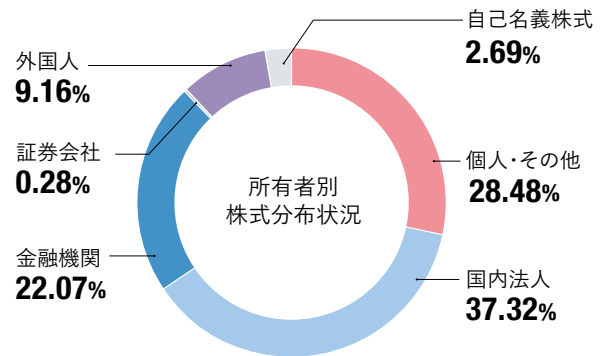
グループ会社	ニチバンプリント株式会社 ニチバンテクノ株式会社 ニチバンメディカル株式会社 NICHIBAN (THAILAND) CO., LTD. NICHIBAN EUROPE GmbH
関連会社	UNION THAI-NICHIBAN CO., LTD. 大東化工株式会社 株式会社飯洋化工

株式の状況

(2026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	24,052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	33.49
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,374,000	6.81
ニチバン取引先持株会	1,189,000	5.89
株式会社三菱UFJ銀行	800,000	3.96
株式会社みずほ銀行	800,000	3.96
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103	682,609	3.38
あいおいニッセイ同和損害保険株式会社	378,000	1.87
株式会社りそな銀行	288,500	1.43
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) RE IEDP AIF CLIENTS NON TREATY ACCOUNT	268,000	1.33
ニチバン従業員持株会	267,456	1.33

(注) 1. 当社は、自己株式を557,097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、2026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

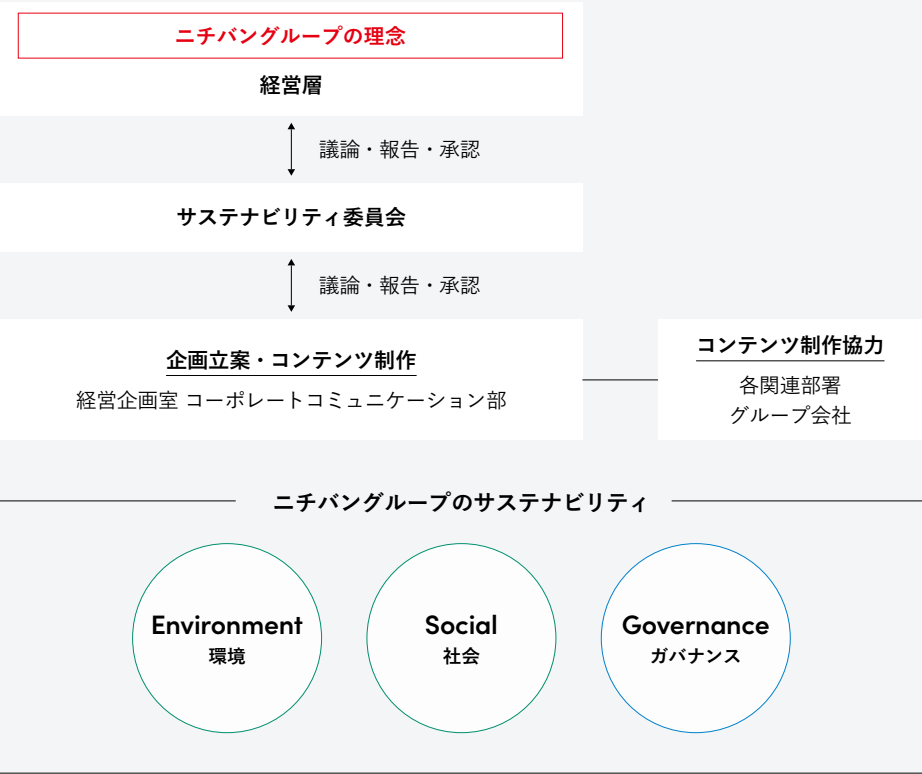


中計ビジョン・
中期経営計画



IR情報

ニチバングループ統合報告書2026 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
〒102-8811 東京都千代田区麹町5丁目1番地
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

〒102-8811 東京都千代田区麹町5丁目1番地
<https://www.nichiban.co.jp/>