

|| 企業調査レポート ||

ナガイレーベン

7447 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年4月17日(金)

執筆：客員アナリスト

寺島 昇

FISCO Ltd. Analyst **Noboru Terashima**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2026年8月期中間期の業績概要	01
2. 2026年8月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画と株主還元	01
■ 会社概要	02
■ 事業概要	04
1. 売上構成	04
2. 販売ルートと生産状況	06
3. 特色と強み	06
4. CSRの取り組み	07
■ 業績動向	09
1. 2026年8月期中間期の業績概要	09
2. 財務状況	12
■ 今後の見通し	13
1. 2026年8月期の業績見通し	13
2. アイテム別、市場別売上高予想	15
3. 商品別売上高予想	15
■ 中長期の成長戦略	16
1. 中期経営計画	16
2. 今後の事業戦略	16
■ 株主還元策	20

■ 要約

医療白衣のトップメーカーで株主還元にも積極的。 2026年8月期は増収・2ケタ増益を見込み、配当性向62.3%を予定

1. 2026年8月期中間期の業績概要

ナガイレーベン<7447>の2026年8月期中間期の連結業績は、売上高が前年同期比0.2%増の7,861百万円、営業利益が同7.9%減の1,381百万円、経常利益が同4.4%減の1,475百万円、親会社株主に帰属する中間純利益が同4.5%減の1,014百万円となった。遅れていた期ずれ案件の取り込みや2026年2月からの値上げ効果で増収を確保したが、第1四半期の出遅れが響いて、期初予想(4.2%増収、2.7%営業増益)には届かなかった。売上総利益率は39.4%(前年同期は39.8%)へ低下したが、主に加工賃や原材料費の上昇等による。一方で販管費は前年同期比6.1%増とほぼ予算どおりとなったため、営業利益は減益となった。減益ではあったが、値上げ効果もあり業績は底打ちの気配が見られた。

2. 2026年8月期の業績見通し

2026年8月期の連結業績は、売上高が前期比6.0%増の18,000百万円、営業利益が同12.3%増の4,025百万円、経常利益が同13.3%増の4,200百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同12.7%増の2,900百万円を見込み、期初予想を据え置いた。依然として市場全体では厳しい環境が続くと予想されるが、コア市場では、期ずれ案件を確実に取り込むことに加え、低価格市場への戦略製品投入により増収を見込む。注力している周辺市場では、患者ウェアの新商品の拡販に加え、手術ウェアのリース化推進などにより増収を図る。利益面では為替の影響、加工賃や原材料費の上昇などが続く可能性があるが、2026年2月からの価格改定により売上総利益率は40.3%(前期は39.5%)と改善を見込んでいる。販管費の伸びを同3.5%増に抑えることで営業利益は同12.3%増を見込んでいる。中東情勢については、今のところ直接の影響は出ていないが今後は不透明である。原油価格の高騰により原材料高の懸念もあるが、一部ではディスポーザブル商品からリユース商品への見直しが進む可能性があり、同社にとってプラス要因も考えられる。今後の動向を注視する必要がある。

3. 中期経営計画と株主還元

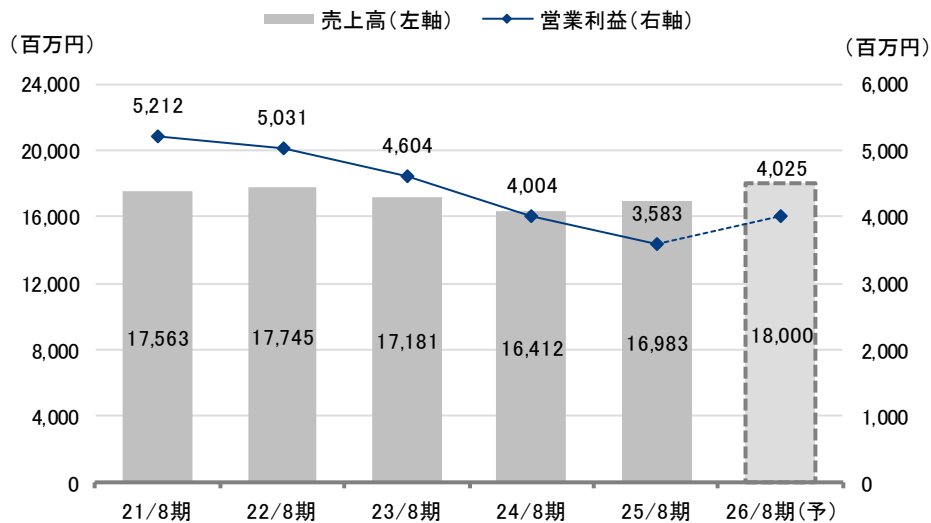
同社は、2025年8月期の実績を踏まえ、それまでの計画をロールオーバーした中期経営計画を推進しているが、当期中間期においてその計画に変わりはない。目標として、2028年8月期に売上高195億円、営業利益47億円を掲げ、引き続き「市場戦略」「商品戦略」「生産戦略」を推進し目標を達成する計画だ。株主還元については、2025年8月期は創業110周年であったことから、年間配当を100.0円(普通配当60.0円+記念配当40.0円)へ増配した。2026年8月期は通常の年間60.0円(予想配当性向62.3%)の予定だが、業績次第で増配の余地はありそうだ。さらに同社は、自己株式の取得にも前向きである。既に当中間期中に528千株(999百万円)の自己株式取得を行い、さらに2025年11月28日付で5,000,000株の自己株式消却を行った。強固な財務体質に加え、このような積極的な株主還元の姿勢は大いに評価できる。

要約

Key Points

- ・2026年8月期中間期は、第1四半期の出遅れが響き7.9%の営業減益も許容範囲内
- ・2026年8月期は期ずれ案件の取り込みや価格改定等で増収・2ケタ増益見込み。株主還元にも積極的に年間60.0円配当(予想配当性向62.3%)を予定
- ・中期経営計画に沿って2028年8月期に営業利益47億円を目指す

売上高と営業利益の推移(連結)



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

医療白衣のトップメーカーで高い利益率と強固な財務体質が特長

同社は看護師、医師、患者向けなどの医療白衣の専門メーカーである。1915年に「永井商店」として創業した。その後は全国へと業容を拡大し、現在では看護師向けを中心とした医療白衣のコア市場※において国内シェア60%超、年間600万着を供給する医療白衣のトップメーカーとなっている。なお株式については、東京証券取引所プライム市場へ上場している。

※ 国内市場のうち同社のシェアが比較的高い市場のこと。「ヘルスケアウェア」「ドクターウェア」「ユーティリティウェア・他」が該当する。

会社概要

沿革

1915年	永井光次が白衣専門店「永井商店」を千代田区神田神保町にて個人開業
1941年	個人営業を廃し、同業7店とともに東京衛生白衣(株)を設立
1950年	東京衛生白衣(株)解散。永井光次、澤登辰郎が(株)永井商店を設立
1969年	白衣製造部門拡充のため子会社ナガイ白衣工業(株)を秋田県に設立。澤登辰郎が社長に就任。多用途白衣から医療用途白衣専門の製造販売に転換
1977年	江東区亀戸に第二商品センター建設。米国G.D.Searle & Companyと提携、日本サージカルアパレル(株)を広島市に設立し、病院手術衣新製品の販売拡張を図る 米国Angelica及び東レ(株)と技術提携。新素材リース用白衣開発・発売
1979年	ナガイ(株)に社名変更
1980年	高松営業所開設。デザイナー やまもと寛斎とライセンス契約締結
1982年	デザイナー 花井幸子とライセンス契約締結
1988年	ナガイ(株)を分社してエミット興産(株)を設立。その後、両社相互に社名変更し、エミット興産(株)(1990年にエミット(株)に変更)はグループ統括企業となり、ナガイ(株)は販売グループ本部となる
1989年	ハイグレード商品生産工場として秋田県にナガイルミナスを新築。海外生産開始、国際分業を図る
1991年	ナガイ(株)などを吸収合併しエミット(株)がナガイ(株)に社名変更
1994年	ナガイ(株)からナガイレベン(株)に社名変更。物流センターを秋田県に新築
1995年	株式会社店頭公開。高齢化社会に対応した第二の柱商品の開発・販売開始。澤登一郎副社長が社長に就任
1996年	フランスのデザイナー アンドレ・クレージュとライセンス契約締結
1999年	名古屋営業所開設。デザイナー アツロウタヤマとライセンス契約締結
2001年	東京証券取引所第2部に上場
2002年	米国Standard Textile Company及び東レとサージカルテキスタイルに関する技術提携。名古屋営業所を支店に昇格
2004年	ISO9001の認証取得。東京証券取引所第1部に上場。北海道ナガイ(株)を吸収合併、北海道支店を開設
2005年	ISO14001の認証取得。デザイナー ケイタマルヤマとライセンス契約締結
2006年	デザイナー 横森美奈子とブランド契約締結
2014年	千代田区鍛冶町に新本社ビル完成、本社移転
2015年	創業100周年記念式典
2016年	監査等委員会設置会社に移行
2017年	(株)資生堂と共同開発に関する契約締結
2018年	秋田県大仙市にソーイングセンターを新築
2020年	新型コロナウイルス感染防護衣を厚生労働省に60万枚納入
2022年	東京証券取引所プライム市場に移行
2023年	八木通商(株)及び(株)マッキントッシュジャパンとライセンス契約を締結
2024年	大阪支店ショールーム リニューアルオープン
2025年	毎年8月9日を「ナガイレベン・白衣の日」として(一社)日本記念日協会に登録 大韓民国ソウル特別市にソウル支店を設置 国立大学法人秋田大学と「医療用白衣の環境負荷低減に向けた共同研究」を開始

出所：同社ホームページ、有価証券報告書よりフィスコ作成

■ 事業概要

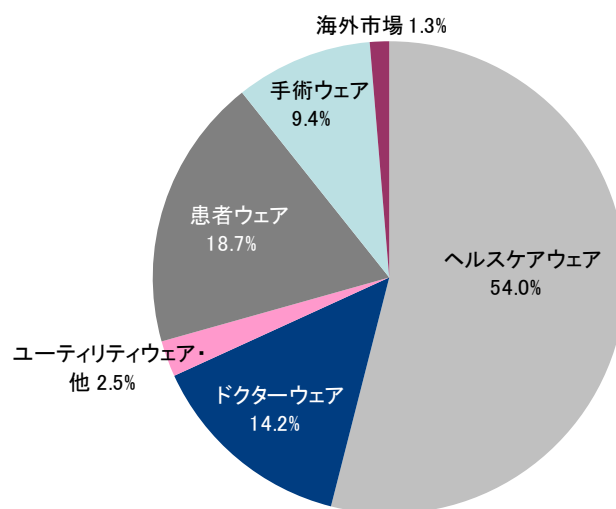
高付加価値商品の拡販と海外生産比率アップで収益力改善を目指す

1. 売上構成

同社の製品は、医療白衣及びその関連製品である。単一製品であることから、セグメント別数値は開示されていないが、2025年8月期のアイテム別売上構成比は、ヘルスケアウェア54.0%、ドクターウェア14.2%、ユーティリティウェア・他2.5%、患者ウェア18.7%、手術ウェア9.4%、海外市場1.3%である。

「ヘルスケアウェア」とは主に看護師向け製品のことで、「ユーティリティウェア・他」にはユーティリティウェア(白衣などの上に着るエプロンやカーディガンなど)やシューズ、さらに「感染対策商品」などが含まれる。各アイテムの利益率は大きく変わらないが、仕入商品の割合が高い「ユーティリティウェア・他」の利益率は相対的に低い。

アイテム別売上構成比(2025年8月期)

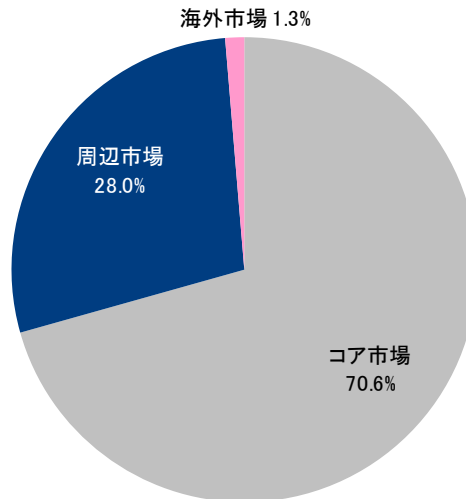


出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

また、2022年8月期より「市場別」区分を取り入れている。国内市場のうち、同社のシェアが比較的高い市場として「コア市場」(「ヘルスケアウェア」「ドクターウェア」「ユーティリティウェア・他」)、今後の成長余地が高い市場として「周辺市場」(「患者ウェア」「手術ウェア」)、そして「海外市場」の3つに区分している。2025年8月期の市場別売上構成比は、コア市場が70.6%、周辺市場が28.0%、海外市場が1.3%である。

事業概要

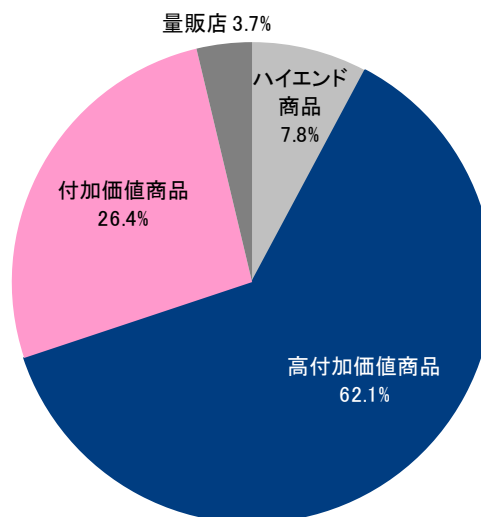
市場別売上構成比(2025年8月期)



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

2025年8月期の商品(機能)別売上構成比は、ハイエンド商品7.8%、高付加価値商品62.1%、付加価値商品26.4%、量販品3.7%となっている。ナースウェアの価格帯分類は、5,000円以下の量販品、5,000～7,500円の付加価値商品、7,500～10,000円の高付加価値商品、10,000円以上のハイエンド商品となっている。高価格なほど利益率は高い傾向にあり、ハイエンド商品、高付加価値商品の拡販に注力する方針だ。

商品別売上構成比(2025年8月期)



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業概要

2. 販売ルートと生産状況

同社のエンドユーザーは看護師や医師などで、製品の購入者は主に病院などの医療施設や介護施設である。ただ直接販売は行っておらず、医療施設などと取り引きしている業者を経由した販売を行っている。これにより販売経費を抑えているが、大病院などへは常に同社の営業社員がコンタクトを取り、顧客ニーズをくみ取っている。

以前は病院内で自ら医療白衣の洗濯を行うケースが多かったが、近年は洗濯のアウトソーシングの普及に伴いリースに切り替わってきている。リース期間は通常4年で、4年ごとにリースの切り替え需要が発生することが、同社の業績を安定的に支えている。ただしリース更新のサイクルは必ずしも前回と同じ時期に発生するとは限らず、多少前後する(ずれ込む)場合もあるため、四半期ごとの売上高にぶれが生じる場合もある。

2025年8月期(同社単独)は製品の99.4%が自社及び協力工場(国内生産43.9%、海外生産55.5%)で生産され、仕入商品は0.6%となっている。海外生産はインドネシア・ベトナム・中国で行われているが、自社工場を持たずに現地のパートナー企業の工場で生産しており、投資リスク軽減とコスト削減を両立している。

3. 特色と強み

同社の強みの1つは、企画から原材料の調達・製造・販売まで一貫して行う体制が整っていることである。製品企画の面では、ユーザーのニーズを的確につかみ、製品に反映させている。具体的には、働きやすい(動きやすい)、静電気が発生しにくい、制菌(細菌の増殖を抑える)などの機能面に加え、デザイン性にも優れた製品を提供している。製造面においては、素材を共同開発する東レ<3402>をはじめとする大手合繊メーカーや繊維商社などと直接やり取りすることで、最適な素材を確保して安価に製造し、適正マージンを乗せて販売することを可能にしている。

また、多くの提携工場を持つことに加えて、資金力が豊富であることから常に数千種類に及ぶ製品アイテムの在庫を揃え、オーダーメイドにも対応している。さらに幅広いユーザーニーズに対して、希望する製品を指定された期日に即納する迅速な生産・販売体制(Quick Response体制。以下、QR)を整えている。販売面では、全国に1,000社近くの代理店網を有しており、販売力は強固であるが、同社自身は販売経費を可能な限り抑えている。

この結果、医療白衣のコア市場では国内シェアは60%超となっており、医療白衣のリーディングカンパニーとして確固たる地位を維持している。また、2025年8月期の売上総利益率は39.5%と高水準となっている。高い市場シェアと高い利益率を維持できているのは、多くの顧客が同社の製品・サービスに満足しているということであり、これこそが最大の強みと言える。

医療白衣というニッチ市場に経営資源を集約することで、企画から生産・販売まで一貫した効率的な経営が可能となっている。またニッチ市場ではあるが、患者ウェアや手術ウェアなどの相対的に同社のシェアが低い周辺市場はまだ開拓の余地がある。同社は、「当分はこの医療白衣で事業を伸ばすことは可能であり、今後も積極的に周辺市場の開拓を行う」としている。

「ナガイズム」の下、CSRにも積極的に取り組む

4. CSRの取り組み

同社は2025年に創業110周年を迎えたが、これまでに「人の和」「利益の創出」「社会への貢献」の3つを中心とした「ナガイズム」という企業精神を醸成してきた。現在でも、以下のような施策のもとCSRに取り組んでいる。

【「いのちの力になりたい」を核にした主な取り組み】

(1) 女性活躍：女性主役産業をサポート

同社の製品の多くは病院や介護の現場で働く女性向けであり、また同社の生産現場では多くの女性スタッフが縫製作業に関わっている。同社は事業活動を通して多様なライフイベントがある女性が活躍できる場を創出し、働く女性への支援につなげている。

(2) 顧客への貢献

a) 看護師向けの憩いの場「ITONA」ギャラリーの開設

2015年の創業100周年を記念して、主要なエンドユーザーである看護師へ感謝の気持ちを表すため、日本で初めて看護師のための心のコミュニケーションスペース「ITONA (いとな)」ギャラリーを開設した。

b) 看護師のためのビューティ講座

資生堂ジャパン(株)の協力を得て、医療現場の看護師にふさわしいメイクアップ・立ち居振る舞いなどを学べる実践講座を開催している。2022年8月期からはオンライン化し、オンラインビューティ講座やビューティアドバイスムービーを公開している。また、2024年8月期第1四半期には医療機関に入職する新人ナースの研修時に使用できるように、新人ナース向けに再編集したビューティアドバイスムービーを医療機関に提供した。

c) 看護学生白衣のリメイク

岡山大学看護学生の実習衣をポシェットなどにリメイクすることで、自身が入職後も医療現場にて使用できるようにしている。また、2024年8月期第1四半期には富士市立看護専門学校の卒業生全員に、各々の実習衣をポシェットにアップサイクルして卒業記念品として学校を通じて贈与した。

(3) 地域貢献

a) メディカルキッズプロジェクト

病院が地域社会との交流を深め、子どもたちが安心して通院・入院できるよう開始したもので、医師や看護師に模した子ども用白衣の病院貸出しや、キャラクター着ぐるみの病院訪問を実施している。

b) 歴史白衣の貸出し

白衣の変遷とともに、看護師の歴史を伝えることを目的として、歴史的な白衣のアーカイブを構築し、医療機関の催事などへ無料貸出しを実施している。

事業概要

c) 生産拠点を通じた地域貢献

国内では秋田県(1969年～)、海外では中国・インドネシア・ベトナム(1989年～)などの地域で生産を行うことで雇用を創出、地域経済の発展に貢献している。

(4) 最近の取り組み**a) 発展途上国への医療支援**

NPO法人を通し、カンボジアの医療従事者を感染リスクから守るため、手術ガウンや手術資材、アイソレーションガウンなどを寄付した。

b) ナガイレーベン「白衣の日」制定

白衣を着るすべての人々への感謝の気持ちを社会に広めるきっかけになって欲しいとの思いから、8月9日を「ナガイレーベン・白衣の日」として(一社)日本記念日協会に登録した。

【社会的責任への取り組み】**(5) 環境****a) 事業を通じた環境負荷低減**

同社製品の多くは枯渇性資源に由来する素材を使用している。繰り返し長く使用できる製品として企画・製造・販売することは、限りある資源の有効活用や環境負荷の低減につながると同社では考えている。具体的には、以下のような施策を実行している。

- ・2005年にISO14001の認証を取得
- ・リユース志向の商品(商品全般)
- ・循環型サプライチェーン構築中(原材料の裁断くずの利活用など)
- ・秋田大学との産学連携
- ・本社社屋/西日本物流センターに太陽光発電パネルを設置
- ・本社及び秋田工場に再生可能エネルギーによる電力の導入
- ・TCFDに準じた気候変動問題に向けた取り組み

b) 気候変動問題対応

TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)に準じた気候変動開示として、気候変動問題に対する緩和と適応の取り組み、機会とリスクの洗い出しなど、シナリオ分析に向けた策定プロセスを実施している。

事業概要

(6) 社会貢献

以下のような施策を実行している。

- ・(公社)日本看護協会に災害支援ナース用ユニフォームを提供
- ・感染対策商品を医療機関などに寄付
- ・医療従事者への応援メッセージ
- ・ナースのための詩集を定期発行し、病院や看護師に無料で贈呈
- ・障がい者雇用支援：障がい者の積極的な雇用・促進に貢献した優良事業所として子会社のナガイ白衣工業(株)が厚生労働大臣表彰を受賞
- ・代表取締役社長の澤登一郎(さわのぼりいちろう)氏が秋田県美郷町産業大使に就任
- ・災害時支援：SARSやスマトラ島沖大地震、阪神・淡路大震災、東日本大震災、熊本地震、コロナ禍などの災害発生時に、日本看護協会や日本赤十字社を通じた寄付や白衣・マスクの提供、車椅子の寄贈などを実施
- ・国連の食糧支援機関「国連WFP」への支援
- ・「南三陸 復興桜植樹」を支援：東日本大震災の被災地である宮城県南三陸町の有志らと協力し、津波到達地点にある「海の見える命の森」に桜を植える活動をサポート
- ・「未来の授業」に掲載：SDGs (Sustainable Development Goals) の授業に使用される教材として全国の小中学校に配布される「未来の授業」に、同社の取り組みが紹介
- ・(株)りそな銀行開催の子ども向け教育プログラムに参加し、白衣に関するセミナーで医療従事者に対する興味や理解を深める活動を実施
- ・「パラアート活動」をサポート

業績動向

2026年8月期中間期は営業減益となったが、底打ちの気配も

1. 2026年8月期中間期の業績概要

2026年8月期中間期の連結業績は、売上高が前年同期比0.2%増の7,861百万円、営業利益が同7.9%減の1,381百万円、経常利益が同4.4%減の1,475百万円、親会社株主に帰属する中間純利益が同4.5%減の1,014百万円となった。

業績動向

売上高は、前期からずれ込んでいた案件の取り込みや2026年2月からの値上げ効果で増収を確保したが、第1四半期の出遅れ(前年同期比9.0%減収)が響いて、期初予想(4.2%増収)を下回った。利益面では売上総利益率は前年同期より0.4ポイント低下して39.4%となり、売上総利益は同0.6%減の3,098百万円となった。売上総利益の増減要因は、増収によるもので7百万円増、利益率低下によるもので27百万円減であった。さらに利益率低下の要因分析を行うと、為替は先物効果などもありプラスに作用し43百万円増(2025年8月期中間期154.4円/米ドルに対して、2026年8月期中間期は150.5円/米ドル)、海外生産比率の上昇(2025年8月期中間期55.0%に対して、2026年8月期中間期は56.5%)による効果で40百万円増、加工賃の上昇による影響で35百万円減、原材料の上昇による影響で110百万円減、物流費の減少(前年同期は特殊要因で大幅増)で15百万円増、価格改定・その他で20百万円増となった。

販管費は前年同期比6.1%増の1,717百万円となったが、主に人件費の増加33百万円、広告宣伝費の19百万円増などによる。設備投資額は、164百万円(建物関連14百万円、IT設備77百万円、物流設備1百万円、生産設備72百万円等)となり、減価償却費は142百万円(前年同期は134百万円)となった。

中間期では営業減益となったが、第1四半期の出遅れ(28.8%の営業減益)による影響が大きく、第2四半期では前年同期比5.3%の営業増益であり、底打ちの気配が感じられる。

2026年8月期中間期連結業績

(単位：百万円)

	25/8月中間期		26/8月中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	7,843	100.0%	7,861	100.0%	17	0.2%
売上総利益	3,117	39.8%	3,098	39.4%	-19	-0.6%
販管費	1,618	20.6%	1,717	21.8%	98	6.1%
営業利益	1,499	19.1%	1,381	17.6%	-118	-7.9%
経常利益	1,543	19.7%	1,475	18.8%	-67	-4.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益	1,062	13.5%	1,014	12.9%	-48	-4.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) アイテム別、市場別売上高

コア市場の売上高は前年同期比1.4%増の5,607百万円となった。第1四半期は元々更新案件が少なかったことなどから前年同期比11.3%減と低調であったが、第2四半期に入ってから更新が順調に進んだことに加えて期ずれしていた大型案件の納入も開始され第2四半期では前年同期比10.0%の増収となった。その結果、中間期では1.4%の増収となった。アイテム別では、ヘルスケアウェアが同1.7%増の4,336百万円、ドクターウェアが同0.8%増の1,087百万円、ユーティリティウェア・他が同2.2%減の184百万円となった。

周辺市場の売上高は、前年同期比4.0%減の2,142百万円となった。アイテム別では、患者ウェアは顧客の在庫状況も影響もあり同9.3%減の1,335百万円となったが、一方で手術ウェアは前期に引き続き好調を維持し同6.4%増の806百万円となった。

業績動向

海外市場は、前年同期比35.0%増の110百万円となった。売上規模が小さいことから案件の有無によって前年同期比の変動は大きくなる。

アイテム別、市場別売上高

(単位：百万円)

	24/8期中間期		25/8期中間期	
	実績	前年同期比	実績	前年同期比
コア市場	5,530	6.6%	5,607	1.4%
ヘルスケアウェア	4,263	7.8%	4,336	1.7%
ドクターウェア	1,079	5.8%	1,087	0.8%
ユーティリティ・他	188	-11.2%	184	-2.2%
周辺市場	2,230	6.4%	2,142	-4.0%
患者ウェア	1,472	6.5%	1,335	-9.3%
手術ウェア	757	6.2%	806	6.4%
海外市場	81	-23.5%	110	35.0%
合計	7,843	6.1%	7,861	0.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) 商品別売上高

ハイエンド商品の売上高は、前中間期が新ブランド「MACKINTOSH PHILOSOPHY」の貢献などから前年同期比10.9%増と堅調であったこともあり、当中間期は反動で同3.1%減の592百万円となった。高付加価値品の売上高は、前年同期に続いて堅調に推移して同1.5%増の5,017百万円と、肌触りに優れた高付加価値素材「Safeel」を中心とした更新案件が堅調であった。付加価値商品の売上高は、同1.5%減の1,974百万円となった。海外一貫生産品を活用した低価格戦略によりコア市場では10.2%増と堅調であったが、患者市場の影響で減収となった。量販品の売上高は、同2.9%減の276百万円となったが、規模が小さいため全体への影響は軽微だ。

商品別売上高

(単位：百万円)

	25/8期中間期		26/8期中間期	
	実績	前年同期比	実績	前年同期比
ハイエンド商品	611	10.9%	592	-3.1%
高付加価値商品	4,942	12.7%	5,017	1.5%
付加価値商品	2,004	-7.7%	1,974	-1.5%
量販品	284	-0.3%	276	-2.9%
合計	7,843	6.1%	7,861	0.2%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

自己資本比率は92.5%であり、財務状況は堅固。 手元の現金及び預金は196億円と潤沢

2. 財務状況

(1) 貸借対照表

同社の財務状況は、引き続き良好で安定している。2026年8月期中間期末の資産合計は前期末比3,224百万円減少の41,467百万円となった。流動資産は32,860百万円となり同3,339百万円減少したが、主に現金及び預金の減少4,628百万円、電子記録債権を含む受取手形及び売掛金の増加579百万円、棚卸資産の増加680百万円による。一方で、固定資産は8,607百万円となり同115百万円増加したが、主に減価償却による有形固定資産の減少5百万円、IT関連投資に伴う無形固定資産の増加22百万円、投資その他の資産の増加98百万円による。

負債合計は3,097百万円となり前期末比276百万円減少した。主に買掛金の増加165百万円、未払法人税等の減少123百万円、その他流動負債の減少321百万円による。純資産合計は38,369百万円となり同2,948百万円減少したが、主に利益剰余金の減少9,761百万円、自己株式の減少(金額の増加)6,786百万円による。この結果、2026年8月期中間期末の自己資本比率は92.5%(前期末も92.5%)となった。

自己資本比率及び手元の現金及び預金は高水準であり、財務状況は堅固と言えるが、今後はこの潤沢なキャッシュの有効活用が課題となりそうだ。

要約連結貸借対照表

(単位：百万円)

	25/8期末	26/8期中間期末	増減額
現金及び預金	24,246	19,617	-4,628
受取手形及び売掛金(電子記録債権含む)	4,683	5,262	579
棚卸資産	7,050	7,730	680
流動資産合計	36,200	32,860	-3,339
有形固定資産	7,255	7,250	-5
無形固定資産	167	189	22
投資その他の資産合計	1,069	1,167	98
固定資産合計	8,492	8,607	115
資産合計	44,692	41,467	-3,224
買掛金	766	932	165
未払法人税等	638	515	-123
その他流動負債	1,014	693	-321
負債合計	3,373	3,097	-276
利益剰余金	45,403	35,642	-9,761
自己株式	-8,108	-1,321	6,786
純資産合計	41,318	38,369	-2,948
負債純資産合計	44,692	41,467	-3,224

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(2) キャッシュ・フローの状況

2026年8月期中間期の営業活動によるキャッシュ・フローは425百万円の支出であったが、主な収入は税金等調整前中間純利益の計上1,475百万円、減価償却費142百万円、仕入債務の増加165百万円で、一方で主な支出は売上債権の増加764百万円、棚卸資産の増加680百万円であった。投資活動によるキャッシュ・フローは3,741百万円の収入であったが、主な支出は有形固定資産の取得115百万円で、主な収入は定期預金の払い戻し(ネット)3,900百万円であった。財務活動によるキャッシュ・フローは4,047百万円の支出となったが、主な支出は配当金の支払額3,045百万円、自己株式の取得1,001百万円であった。この結果、期間中の現金及び現金同等物は728百万円減少し、中間期末の現金及び現金同等物の残高は4,017百万円となった。

要約連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	25/8期 中間期	26/8期 中間期
営業活動によるキャッシュ・フロー	-231	-425
税金等調整前中間純利益	1,543	1,475
減価償却費	134	142
売上債権の増減額 (-は増加)	-176	-764
棚卸資産の増減額 (-は増加)	-555	-680
仕入債務の増減額 (-は減少)	-365	165
投資活動によるキャッシュ・フロー	2,325	3,741
有形固定資産の取得による支出	-136	-115
定期預金の増減(ネット)	2,500	3,900
財務活動によるキャッシュ・フロー	-2,885	-4,047
配当金の支払額	-1,888	-3,045
自己株式の取得	-1,179	-1,001
現金及び現金同等物の増減額	-791	-728
現金及び現金同等物の期末残高	4,557	4,017

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026年8月期は期初予想を据え置き、増収・2ケタ増益を見込む

1. 2026年8月期の業績見通し

2026年8月期の連結業績は、売上高が前期比6.0%増の18,000百万円、営業利益が同12.3%増の4,025百万円、経常利益が同13.3%増の4,200百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同12.7%増の2,900百万円を見込み、以下の前提条件を考慮し期初予想を据え置いた。

ナガイレーベン | 2026年4月17日 (金)
 7447 東証プライム市場 | <https://www.nagaileben.co.jp/ir/>

今後の見通し

同社は市場環境について、2023年8月期からのインフレ影響が長期化しているため医療機関の経営環境改善に寄与する好材料は見つからず、厳しい状況が続くと見ている。しかしながらコア市場においては、前期からずれ込んだ案件を着実に取り込むこと、前期に更新が厳しかった低価格市場に対して海外一貫生産の戦略商品を投入すること、2026年2月からの価格改定などにより、前期比4.2%の増収を見込んでいる。また、2026年度の診療報酬改定では本体で3.09%、薬価合わせた合計で2.22%のプラス改定が決定した。本体が3%超となるのは30年ぶり、合計でプラスとなるのは12年ぶりの大きなプラス改定である。加えて、来年は改定年ではない介護報酬についても、従事者の処遇改善や物価上昇への対応を目的として2.03%の臨時改定が決定しており、これらは同社の事業にとって追い風になると期待される。

周辺市場では、注力している患者ウェア新商品の拡販や既存品の補充需要が期待できることに加え、手術ウェアのコンベルパックとリース化推進により同7.1%増収、海外市場でも日本式のビジネスモデルを展開することで同78.6%の増収を見込む。

売上総利益率は、40.3% (前期は39.5%) に改善する見込みで、増収と合わせて売上総利益は同8.2%増の7,262百万円を見込んでいる。売上総利益の増減要因は、増収により402百万円増、利益率改善により149百万円増となっている。売上総利益率改善の要因としては、為替 (円高) の影響で7百万円増 (前期152.0円/米ドルに対して151.7円/米ドル)、海外生産比率の上昇 (同55.5%に対して58.5%) による効果で90百万円増、加工賃の上昇による影響で70百万円減、原材料費の上昇で170百万円減、海外物流費の低下で70百万円増となっている。一方で、2026年2月から予定している製品の価格改定効果によって222百万円の増益が加わる見込みだ。

販管費は前期比3.5%増の3,237百万円を計画しているが、主に人件費で57百万円増、広告宣伝費で7百万円増となっている。設備投資額は844百万円 (建物関連272百万円、IT設備447百万円、物流設備34百万円、生産設備90百万円)、減価償却費は302百万円となる予定だ。

中東情勢については、今のところ大きな影響は出ていないが、今後は原油価格の高騰に伴い原材料価格の上昇が懸念される。その一方で、医療機関において節約志向が高まり、患者ウェアなどではディスプレイ商品からリユース商品への見直しが進み、同社にとって追い風となる可能性がある。いずれにしろ今後の状況を注視する必要がある。

2026年8月期の連結業績見通し

(単位：百万円)

	25/8期		26/8期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	16,983	100.0%	18,000	100.0%	1,016	6.0%
売上総利益	6,712	39.5%	7,262	40.3%	550	8.2%
販管費	3,128	18.4%	3,237	18.0%	108	3.5%
営業利益	3,583	21.1%	4,025	22.4%	441	12.3%
経常利益	3,706	21.8%	4,200	23.3%	493	13.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,573	15.2%	2,900	16.1%	326	12.7%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

2. アイテム別、市場別売上高予想

市場別については、コア市場で厳しい環境が続くと予想されるものの、前期からのずれ込み案件(受注済み)に加えて戦略新製品の拡販により、売上高は前期比4.6%増の12,550百万円を見込んでいる。アイテム別ではヘルスケアウェアが同4.9%増の9,610百万円、ドクターウェアが同4.9%増の2,530百万円、ユーティリティウェア・他が同2.3%減の410百万円を計画している。

周辺市場の売上高は同6.0%増の5,050百万円を見込んでいる。患者ウェアは、高付加価値商品への移行が順調に進んでいることなどから、売上高は同4.1%増の3,300百万円を見込む。手術ウェアでは、コンパルパックの新規採用及び手術ウェアのリース化提案を含めた販促強化によって、同9.9%増の1,750百万円を計画している。

海外市場の売上高は、洗濯アウトソーシングの普及とEC直販によるビジネスモデルの確立で、同78.6%増の400百万円を見込んでいる。

アイテム別、市場別売上高予想

(単位：百万円)

	25/8期		26/8期	
	実績	前期比	予想	前期比
コア市場	11,996	3.1%	12,550	4.6%
ヘルスケアウェア	9,165	4.0%	9,610	4.9%
ドクターウェア	2,412	2.5%	2,530	4.9%
ユーティリティウェア・他	419	-10.8%	410	-2.3%
周辺市場	4,763	5.7%	5,050	6.0%
患者ウェア	3,171	6.9%	3,300	4.1%
手術ウェア	1,592	3.3%	1,750	9.9%
海外市場	223	-15.1%	400	78.6%
合計	16,983	3.5%	18,000	6.0%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

3. 商品別売上高予想

商品別売上高では、ハイエンド商品は引き続き新ブランド「MACKINTOSH PHILOSOPHY」の販売が好調であることなどから、同5.7%増の1,400百万円を計画している。高付加価値商品では、受注済みの大型案件に加え、新たな戦略商品群を投入して市場の活性化を促進しながら、同6.2%増の11,200百万円を見込む。付加価値商品では、海外一貫生産を活用した低価格戦略商品を投入することで、ずれ込み案件や予定案件を着実に獲得し、同7.1%増の4,800百万円を計画している。量販品は拡販に注力していないこともあり、同5.1%減の600百万円を見込んでいる。

今後の見通し

商品別売上高予想

(単位：百万円)

	25/8期		26/8期	
	実績	前期比	予想	前期比
ハイエンド商品	1,324	4.3%	1,400	5.7%
高付加価値商品	10,543	7.1%	11,200	6.2%
付加価値商品	4,483	-4.1%	4,800	7.1%
量販品	632	0.8%	600	-5.1%
合計	16,983	3.5%	18,000	6.0%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

中期経営計画に沿って2028年8月期に営業利益47億円を目指す

1. 中期経営計画

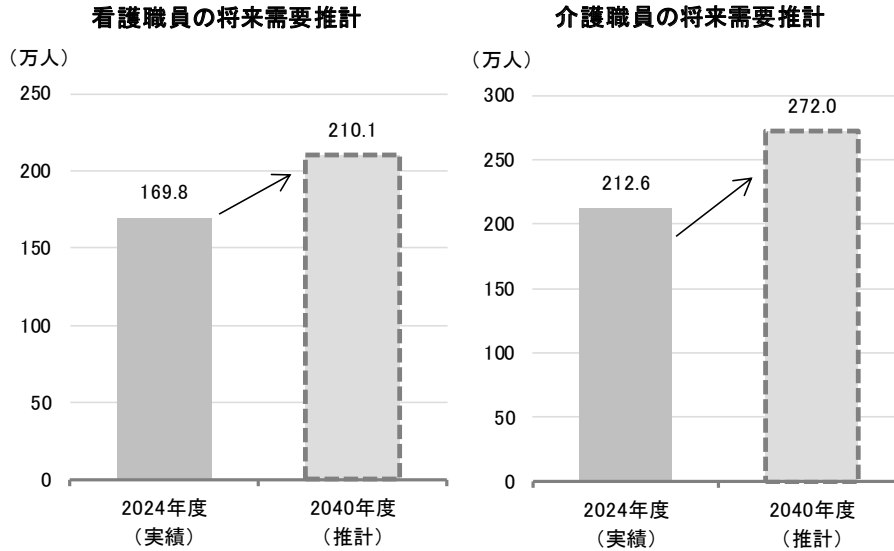
同社は中期経営計画について、足元の状況が為替を含めて変動しやすいことから、直近の業績を踏まえて中期計画を見直し(ロールオーバー)している。現在の中長期経営計画の目標値としては2028年8月期に売上高195億円、営業利益47億円を掲げている*。

* 為替レート145円/米ドル(一定)を前提とする。以前の計画は140円/米ドル。

2. 今後の事業戦略

同社を取り巻く事業環境は、足元では為替の変動や国内物価の高騰などの影響を受けているものの、中長期的には追い風と言える。同社の決算説明会資料によれば、看護職員需要数は2024年度の169.8万人が2040年度には最大で210.1万人まで増加すると予測し、介護職員需要数も2024年度の212.6万人が2040年度には272.0万人まで増加すると予測されている。

中長期の成長戦略



注：看護職員は、実績値「衛生行政報告例（就業医療関係者）の概況」（厚生労働省）並びに推計値「看護師等（看護職員）の確保を巡る状況に関する追加資料」（厚生労働省）、介護職員は実績値「介護職員数の推移の更新（令和6年分）」（厚生労働省）並びに推計値「第9期介護保険事業計画に基づく介護職員の必要数」（厚生労働省）より出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

このような事業環境下で同社は、(1) 売上拡大に向けた市場戦略、(2) 収益力安定のための商品戦略、(3) 利益率改善のための生産戦略、の3つの戦略によって中期的な成長を推進する計画だ。

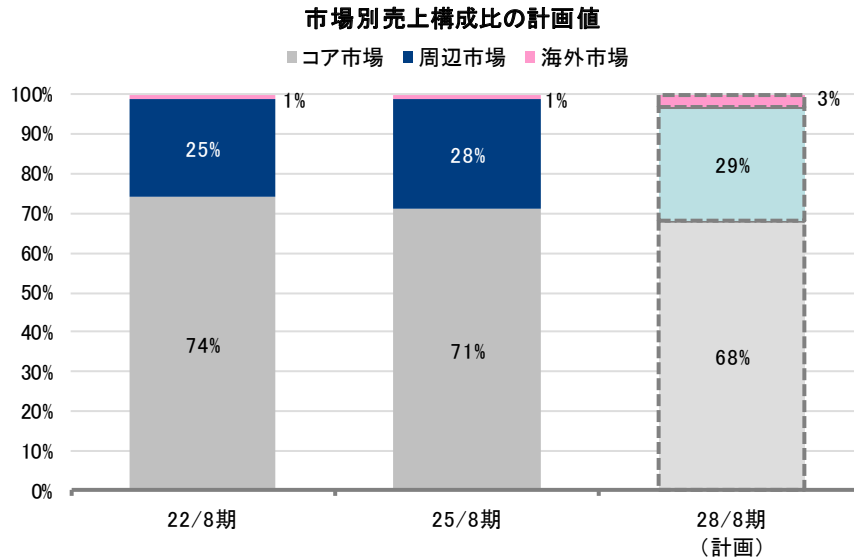
(1) 売上拡大に向けた市場戦略

市場戦略として「コア市場の深耕」「周辺市場のシェア拡大」「海外市場の開拓」を掲げている。

「コア市場の深耕」では、「MACKINTOSH PHILOSOPHY」ブランドによるハイエンド市場の活性化、高付加価値商品でのモデルチェンジ更新を図る。「周辺市場のシェア拡大」では、コンパルパック・患者ウェアによるシェアアップ拡大を図る。「海外市場の開拓」では、台湾と韓国に支店を開設し、洗濯アウトソーシングの普及とEC直販を図る。

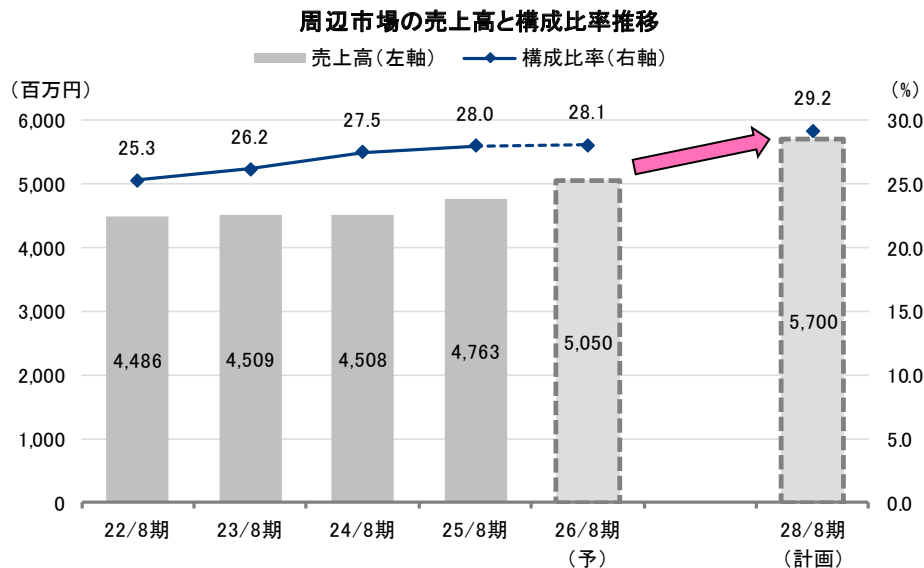
これらの戦略を実行することで、2028年8月期の市場別売上構成比をコア市場68%（2022年8月期は74%、2025年8月期は71%、以下同順）、周辺市場29%（25%、28%）、海外市場3%（1%、1%）とする計画である。

中長期の成長戦略



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

特に周辺市場では、コンパルパックや患者ウェアのシェアアップを図り、売上高5,700百万円、売上高構成比率29.0%を目指す。



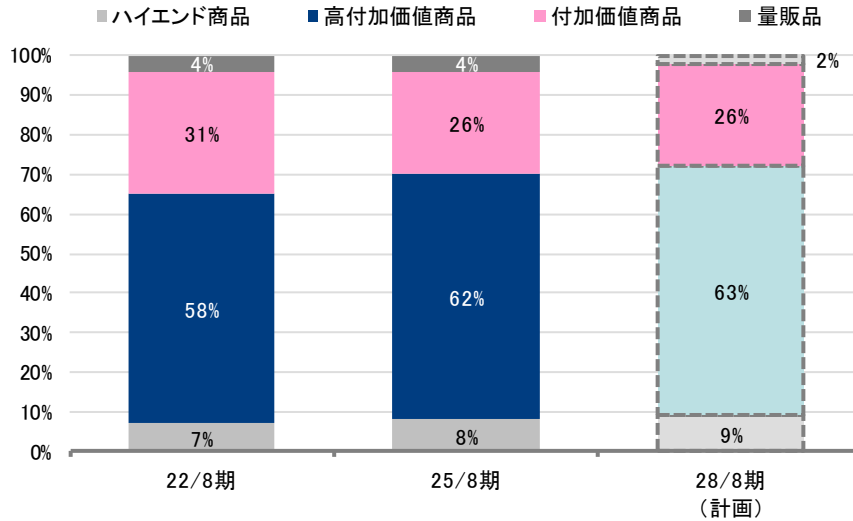
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(2) 収益力安定のための商品戦略

ハイエンド商品及び高付加価値商品の拡販を進めると同時に、付加価値商品及び量販品の底上げを図り、収益力の安定化を進める。これにより2028年8月期の商品別売上構成比をハイエンド商品9% (2022年8月期は7%、2025年8月期は8%、以下同順)、高付加価値商品63% (58%、62%)、付加価値商品26% (31%、26%)、量販品2% (4%、4%) とする計画だ。

中長期の成長戦略

商品別売上構成比の計画値



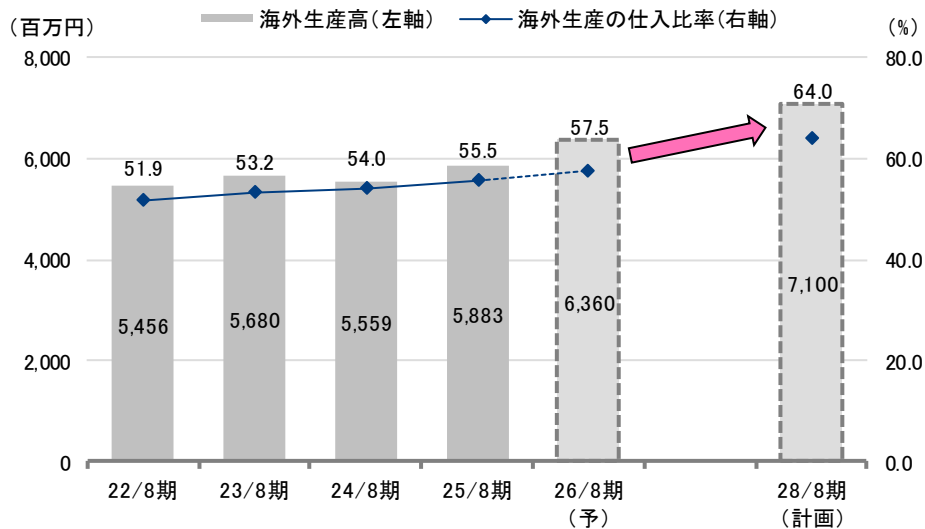
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(3) 利益率改善のための生産戦略

生産を海外シフト化することで為替リスクを抑えつつ海外生産比率を高め、利益率の改善を図る。さらに、海外工場を活用した低価格戦略商品の開発を進める。国内外については、QR・多品種小ロット生産への対応力を強化することで、高い利益率を維持する方針だ。これらの戦略を実行することで、2028年8月期の生産別構成比を海外生産64% (2022年8月期は52%、2025年8月期は56%、以下同順)、国内生産36% (47%、43%)、仕入商品0% (1%、1%) とする計画である。

海外生産では、素材の現地調達を進めコア市場の低価格戦略商品を推進することで、海外生産高7,100百万円、海外生産の仕入比率64%を目指す。

海外生産高と海外生産の仕入比率推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項 (ディスクレーマー) をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

株主還元策

2026年8月期は年間60.0円配当予定だが、業績次第で増配も

同社の2025年8月期末の自己資本比率は92.5%と高く、財務状況は安定している。同社の業態から考えると利益が急速に悪化する可能性は低く、安定した収益が続くと予想される。このため社外への配分(株主還元)が少ないと毎年留保された利益が自己資本に積み上がり、自己資本当期純利益率(ROE)の低下、すなわち資本効率の低下を招く。しかしながら同社では、利益成長に見合う増配に加えて、資本効率の向上と経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行を目的とする、自己株式の取得を含めた総合的な株主還元を積極的に行っており、これによって比較的高いROE(2025年8月期6.1%)を維持している。

同社は単体ベースでの配当性向50%以上を公約していることから、2017年8月期から2024年8月期まで年間60.0円の配当を実施した。終了した2025年8月期も当初は年間60.0円の配当を予定していたが、2025年が同社創業110周年であったことから、記念配当を含めて年間配当を100.0円に増配した。進行中の2026年8月期については、現時点では通常の年間60.0円配当(予想配当性向62.3%)の予定だが、今後の業績次第では増配の余地はありそうだ。

さらに同社は、自己株式の取得にも前向きである。既に当中間期中に528千株(999百万円)の自己株式取得を行い、さらに2025年11月28日付で5,000,000株の自己株式消却を行った。この結果、2026年8月期中間期末の自己株式は766,526株(1,321百万円)となった。強固な財務体質に加え、このような積極的な株主還元の姿勢は大いに評価に値するだろう。

配当性向と総還元性向の推移

(単位：百万円)

	配当総額	自己株式の取得	配当性向※	総還元性向※
15/8期	3,324	1,500	107.5%	153.8%
16/8期	1,662	0	52.5%	52.5%
17/8期	1,994	0	55.2%	55.2%
18/8期	1,994	0	55.2%	55.2%
19/8期	1,995	0	58.0%	58.0%
20/8期	1,971	1,031	57.9%	87.9%
21/8期	1,971	0	55.0%	55.0%
22/8期	1,935	1,231	52.5%	84.9%
23/8期	1,926	373	60.7%	72.1%
24/8期	1,889	1,449	68.1%	119.1%
25/8期	3,047	2,177	120.9%	204.3%

※ 単体ベース

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

重要事項 (ディスクレマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp