

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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 10 月 28 日 (水)

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 月期の業績概要	01
2. 2027 年 8 月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画と株主還元	02
■ 会社概要	03
■ 事業概要	05
1. 売上構成	05
2. 販売ルートと生産状況	06
3. 特色と強み	07
4. CSR の取り組み	07
■ 業績動向	10
1. 2026 年 8 月期の業績概要	10
2. 財務状況	12
■ 今後の見通し	15
1. 2027 年 8 月期の業績見通し	15
2. アイテム別、市場別売上高予想	15
3. 商品別売上高予想	16
■ 中長期の成長戦略	17
1. 中期経営計画	17
2. 今後の事業戦略	17
■ 株主還元策	21

■ 要約

医療白衣のトップメーカー、高利益率と堅固な財務体質が特色。 2026 年 8 月期は増収増益で、株主還元にも積極的

ナガイレーベン<7447>は、看護師や医師、患者向けなどの医療白衣を手掛ける専門メーカーである。1915 年に「永井商店」として創業し、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。企画から原材料の調達・製造・販売までを一貫して行う体制を強みとしており、2026 年 8 月期の売上総利益率は 40.0%、期末の自己資本比率は 92.6%と、高い収益性と堅固な財務体質を併せ持つ。株式は東京証券取引所プライム市場に上場している。

1. 2026 年 8 月期の業績概要

2026 年 8 月期の連結業績は、売上高が前期比 1.3%増の 17,205 百万円、営業利益が同 1.2%増の 3,625 百万円、経常利益が同 3.5%増の 3,835 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 3.0%増の 2,650 百万円となった。市場の経営環境は依然として厳しい状況が継続したが、製品値上げの浸透や診療報酬・介護報酬の大幅なプラス改定の影響により全体では増収を確保した。特にコア市場では、新規の大型案件獲得や第 4 四半期における miffy（ミッフィー）新商品群の投入による更新促進が寄与し、前期比 3.7%増となった。一方で患者ウェアは、前期の大型案件の反動減と、中東情勢の影響を受けた顧客（リネンサプライヤー等）の買い控えが重なり 11.8%の減収となった。売上総利益率は、加工賃や原材料費の上昇等があったものの、海外生産比率の上昇や価格改定などにより 40.0%（前期は 39.5%）へ改善した。販管費は前期比 4.3%増とほぼ予算どおりとなったため、営業利益は小幅ながら増益となった。

2. 2027 年 8 月期の業績見通し

2027 年 8 月期の連結業績は、売上高が前期比 1.7%増の 17,500 百万円、営業利益が同 0.7%減の 3,602 百万円、経常利益が同 1.5%増の 3,893 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 0.4%増の 2,660 百万円を見込んでいる。市場全体では診療報酬・介護報酬のプラス改定を背景に安定化が期待される。主力のコア市場では、好調な miffy 商品群への積極的な新商品投入により、モデルチェンジ案件の着実な更新と新規獲得を進め、前期の大型案件の反動減を吸収する見込みである。周辺市場では、高付加価値商品の販売強化と補充需要の取り込みにより前期に低迷した患者ウェアの回復を進めるとともに、手術ウェアの伸長を継続し増収を目指す。

損益面では、為替（円安）の影響、加工賃や原材料の上昇などのマイナス要因があるが、価格改定効果や海外生産比率の上昇で吸収し、売上総利益率は 40.2%（前期は 40.0%）と若干ながら改善を見込んでいる。一方で販管費は、人件費や商標使用料の増加などから 5.3%増を予想しており、この結果営業利益は同 0.7%減を見込む。ただし、金利の上昇などもあり経常利益以下は増益予想となっている。

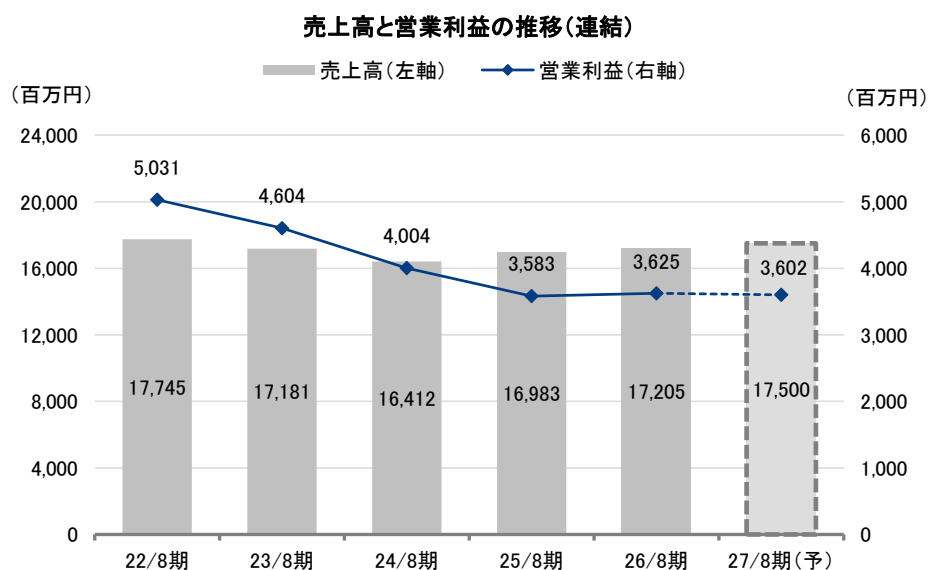
ナガイレーベン | 2026年10月28日(水)
7447 東証プライム市場 | <https://www.nagaileben.co.jp/ir/>

3. 中期経営計画と株主還元

同社は、2026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。目標として、2029年8月期に売上高185億円、営業利益40億円を掲げ、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である。株主還元については、2026年8月期は通常の年間70.0円(単体ベースの配当性向81.0%)を実施し、進行中の2027年8月期も同額の年間70.0円を予定している。さらに同社は、自己株式の取得にも前向きである。既に2025年11月13日～12月26日及び2026年6月30日～8月12日に計109.3万株(1,999百万円)の自己株式取得を実施したほか、進行中の2027年8月期も2026年10月2日から同12月31日までに60万株(10億円)を上限とする自己株式取得を行うことを発表済みである。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高く評価できる。

Key Points

- ・ 2026年8月期は価格改定効果等により1.2%の営業増益
- ・ 2027年8月期は増収を見込むものの、人件費等の増加で0.7%の営業減益予想
- ・ 中期経営計画に沿って2029年8月期に営業利益40億円を目指す
- ・ 年間70.0円配当に加え自己株式取得も継続し、株主還元積極的に



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、高い利益率と強固な財務体質を誇る

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。

沿革

年	内容
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ースを新築。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)からナガイレーベン(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
2013年	(株)ディック・ブルーナ・ジャパンと「ミッフィー他ディック・ブルーナ創作のイラストレーションを使用したヘルスケアユニフォーム」の商品化に関するライセンス契約を締結
2014年	千代田区鍛冶町に新本社ビル完成、本社移転

ナガイレーベン | 2026 年 10 月 28 日 (水)
7447 東証プライム市場 | <https://www.nagaileben.co.jp/ir/>

年	内容
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「ナガイレーベン・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

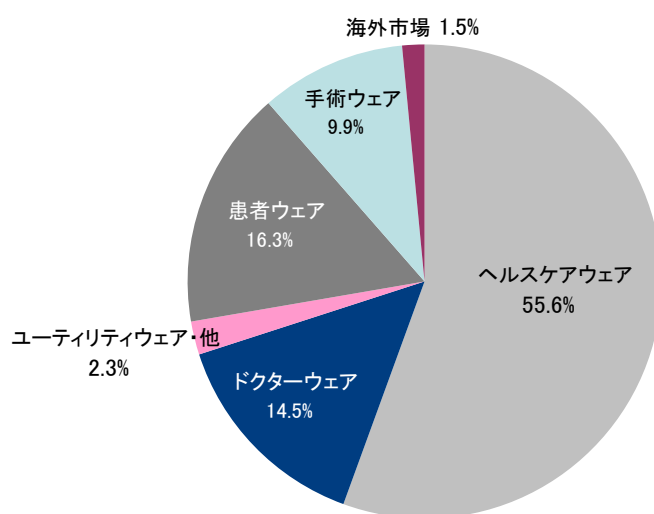
高付加価値商品の拡販と海外生産比率の上昇で収益力の改善を目指す

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、2026年8月期のアイテム別売上構成比は、ヘルスケアウェア 55.6%、ドクターウェア 14.5%、ユーティリティウェア・他 2.3%、患者ウェア 16.3%、手術ウェア 9.9%、海外市場 1.5%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(2026年8月期)

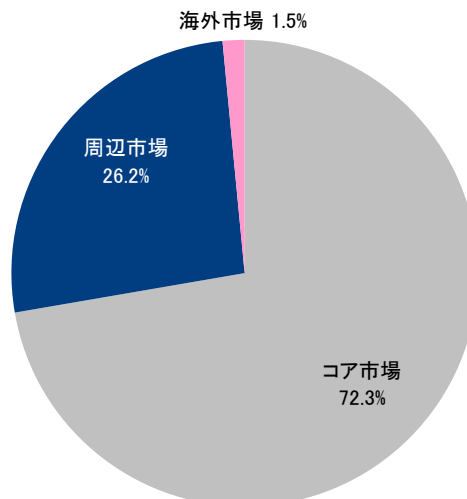


出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

また、同社は「市場別」区分も取り入れている。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。2026年8月期の市場別売上構成比は、コア市場が72.3%、周辺市場が26.2%、海外市場が1.5%である。

ナガイレーベン | 2026年10月28日(水)
7447 東証プライム市場 | <https://www.nagaileben.co.jp/ir/>

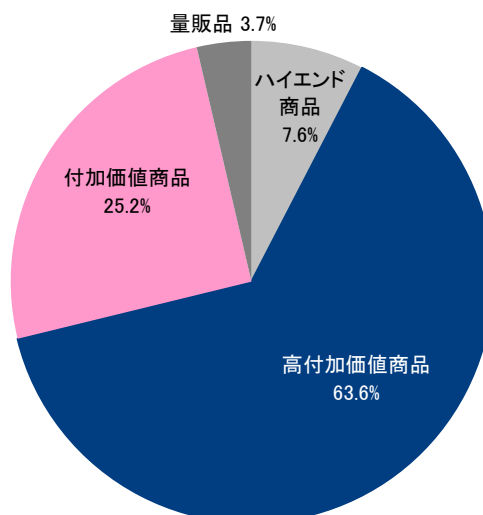
市場別売上構成比(2026年8月期)



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

2026年8月期の商品（機能）別売上構成比は、ハイエンド商品 7.6%、高付加価値商品 63.6%、付加価値商品 25.2%、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である。

商品別売上構成比(2026年8月期)



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

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。ただし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、多少前後する場合もあるため、四半期ごとの売上高に振れが生じる場合もある。

2026 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 40.9%、海外生産 58.5%）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、投資リスクの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、2026 年 8 月期の売上総利益率は 40.0%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。

独自の「ナガイズム」を掲げ、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で 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) ナース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。

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し、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

NP0 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ほしいとの思いから、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、2005年にISO14001の認証を取得したほか、リユーズブル感染対策商品の新開発を進めている。また、病院の手術現場向けにはリユース商品「コンベルパック」を開発・販売しており、使い捨て材料が多く使われる手術現場に、繰り返し洗濯・滅菌して使用できるウェアを提供することで医療廃棄物の削減を実現している。このほか、本社社屋及び西日本物流センターへの太陽光発電パネルの設置、営業車へのHV車の導入なども実施している。

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。

(6) 社会貢献

社会貢献としては、（公社）日本看護協会への災害支援ナース用ユニフォームの提供、感染対策商品の医療機関などへの寄付、医療従事者への応援メッセージの発信、ナースのための詩集の定期発行と病院や看護師への無料贈呈などを実施している。障がい者雇用支援では、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したほか、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している。

災害時支援では、SARS やインドネシアの大地震、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してきた。また、国連の食糧支援機関「国連WFP」への支援や、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「海に見える命の森」に桜を植える「南三陸 復興桜植樹」の支援にも取り組んでいる。さらに、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されたほか、（株）りそな銀行が開催する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している。このほか、アートを通じた障がい者支援である「パラアート活動」もサポートしている。

業績動向

2026年8月期は価格改定等で増収、1.2%の営業増益を確保

1. 2026年8月期の業績概要

2026年8月期の連結業績は、売上高が前期比1.3%増の17,205百万円、営業利益が同1.2%増の3,625百万円、経常利益が同3.5%増の3,835百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同3.0%増の2,650百万円となった。

市場の経営環境は依然として厳しい状況が継続したが、製品値上げの浸透や診療報酬・介護報酬の大幅なプラス改定の影響により全体では増収を確保した。利益面では売上総利益率が前期より0.5ポイント改善し40.0%となったことから、売上総利益は同2.6%増の6,887百万円となった。売上総利益の増減要因は、増収によるものが88百万円増、利益率改善によるものが88百万円増であった。さらに、利益率改善の内訳は次のとおりである。為替※は先物効果などもありプラスに作用して7百万円増(2025年8月期152.0円/米ドルに対して、2026年8月期は151.7円/米ドル)、海外生産比率の上昇(2025年8月期55.5%に対して、2026年8月期は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80百万円減、原材料の上昇による影響で170百万円減、海外物流費の減少(前期が特殊要因で大幅増)で60百万円増、価格改定・その他で181百万円増となった。

※ 同社によれば、為替の実勢レートは2026年8月期が158.8円(2026年1月から8月までの平均)、2025年8月期が149.7円(年間平均)であったが、先物予約や在庫などの影響による原価為替レートは、2026年8月期が151.7円、2025年8月期が152.0円であった。

販管費は前期比4.3%増の3,262百万円となったが、主に人件費の増加56百万円、広告宣伝費の34百万円増、商標使用料の13百万円増による。この商標使用料は、2026年8月期から投入したmiffy商品に伴うものである。設備投資額は310百万円(建物関連72百万円、IT設備150百万円、物流設備4百万円、生産設備82百万円等)となり、減価償却費は297百万円(前期は279百万円)となった。

2026年8月期連結業績

(単位:百万円)

	25/8期		26/8期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	16,983	-	17,205	-	221	1.3%
売上総利益	6,712	39.5%	6,887	40.0%	175	2.6%
販管費	3,128	18.4%	3,262	19.0%	133	4.3%
営業利益	3,583	21.1%	3,625	21.1%	42	1.2%
経常利益	3,706	21.8%	3,835	22.3%	129	3.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,573	15.2%	2,650	15.4%	76	3.0%

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期比 3.7%増の 12,437 百万円となった。市場を取り巻く厳しい環境や価格改定交渉の影響により、更新案件は遅れ気味に推移したものの、診療報酬・介護報酬改定後の第4四半期は前年同期比 17.5%増と大きく回復した。特に、市場評価の高い miffy 新商品群が更新需要を促進し、案件の進展に寄与した。アイテム別では、ヘルスケアウェアが同 4.3%増の 9,559 百万円、ドクターウェアが同 3.1%増の 2,486 百万円、ユーティリティウェア・他が同 6.7%減の 391 百万円となった。

周辺市場の売上高は、前期比 5.4%減の 4,506 百万円となった。アイテム別では、患者ウェアは、前期の大型案件の反動減に加え、中東情勢の影響を受けた主要顧客（リネンサプライヤー）の補充需要の買い控えもあり、同 11.8%減の 2,798 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 7.3%増の 1,708 百万円となった。海外市場は、前期比 16.9%増の 261 百万円となった。台湾における期ずれ案件の納入に加え、新たに開設したソウル支店の売上が寄与した。なお売上規模が小さいことから、案件の有無によって前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)

	25/8 期		26/8 期	
	実績	前期比	実績	前期比
コア市場	11,996	3.1%	12,437	3.7%
ヘルスケアウェア	9,165	4.0%	9,559	4.3%
ドクターウェア	2,412	2.5%	2,486	3.1%
ユーティリティウェア・他	419	-10.8%	391	-6.7%
周辺市場	4,763	5.7%	4,506	-5.4%
患者ウェア	3,171	6.9%	2,798	-11.8%
手術ウェア	1,592	3.3%	1,708	7.3%
海外市場	224	-15.1%	261	16.9%
合計	16,983	3.5%	17,205	1.3%

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、前期の中間期が新ブランド「MACKINTOSH PHILOSOPHY」の貢献などにより堅調であったことから、上半期は前年同期比 3.1%減となったが下半期は同 2.0%増と回復し、通期の売上高は前期比 1.2%減の 1,308 百万円となった。高付加価値商品の売上高は、miffy 関連商品の寄与もあり前期に続いて堅調に推移して同 3.7%増の 10,938 百万円となった。付加価値商品の売上高は、海外一貫生産を活用した低価格戦略商品は増収だったが、患者ウェアの影響で同 3.5%減の 4,328 百万円となった。量販品の売上高は、同 0.4%減の 629 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である。

商品別売上高

(単位：百万円)

	25/8 期		26/8 期	
	実績	前期比	実績	前期比
ハイエンド商品	1,324	4.3%	1,308	-1.2%
高付加価値商品	10,543	7.1%	10,938	3.7%
付加価値商品	4,483	-4.1%	4,328	-3.5%
量販品	632	0.8%	629	-0.4%
合計	16,983	3.5%	17,205	1.3%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

自己資本比率は 92.6%であり、財務状況は堅固。

手元の現金及び預金は 224 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 月期末の資産合計は前期末比 2,500 百万円減少の 42,192 百万円となった。流動資産は 33,583 百万円となり同 2,616 百万円減少したが、主に現金及び預金の減少 1,846 百万円、電子記録債権を含む受取手形及び売掛金の減少 1,490 百万円、棚卸資産の増加 706 百万円による。一方で、固定資産は 8,609 百万円となり同 116 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 74 百万円、IT 関連投資に伴う無形固定資産の増加 81 百万円、投資その他の資産の増加 109 百万円による。

負債合計は 3,135 百万円となり前期末比 238 百万円減少した。主に買掛金の増加 8 百万円、未払法人税等の増加 101 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 39,056 百万円となり同 2,261 百万円減少した。これは主に、自己株式の消却等により利益剰余金が 8,124 百万円減少した一方、控除項目である自己株式が 5,786 百万円減少したことによる。この結果、2026 年 8 月期末の自己資本比率は 92.6%（前期末は 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である。

ナガイレーベン | 2026 年 10 月 28 日 (水)
7447 東証プライム市場 | <https://www.nagaileben.co.jp/ir/>

要約連結貸借対照表

(単位：百万円)

	25/8 期末	26/8 期末	増減額
現金及び預金	24,246	22,399	-1,846
受取手形及び売掛金（電子記録債権含む）	4,683	3,192	-1,490
棚卸資産	7,050	7,757	706
流動資産合計	36,200	33,583	-2,616
有形固定資産	7,255	7,181	-74
無形固定資産	167	249	81
投資その他の資産合計	1,069	1,178	109
固定資産合計	8,492	8,609	116
資産合計	44,692	42,192	-2,500
買掛金	766	774	8
未払法人税等	638	740	101
その他流動負債	1,014	692	-321
負債合計	3,373	3,135	-238
利益剰余金	45,403	37,278	-8,124
自己株式	-8,108	-2,321	5,786
純資産合計	41,318	39,056	-2,261
負債純資産合計	44,692	42,192	-2,500

注：25/8 期末の「買掛金」は決算短信上「支払手形及び買掛金」として表示

出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) キャッシュ・フローの状況

2026 年 8 月期の営業活動によるキャッシュ・フローは 3,528 百万円の収入であったが、主な収入は税金等調整前当期純利益の計上 3,842 百万円、減価償却費 297 百万円、売上債権の減少 1,354 百万円、仕入債務の増加 8 百万円で、一方で主な支出は棚卸資産の増加 706 百万円であった。投資活動によるキャッシュ・フローは 1,670 百万円の収入であったが、主な収入は定期預金の払い戻し（ネット）2,000 百万円で、主な支出は有形固定資産の取得 222 百万円であった。財務活動によるキャッシュ・フローは 5,050 百万円の支出となったが、主な支出は配当金の支払額 3,046 百万円、自己株式の取得 2,003 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 153 百万円増加し、2026 年 8 月期末の現金及び現金同等物の残高は 4,899 百万円となった。

ナガイレーベン | 2026年10月28日(水)
7447 東証プライム市場 | <https://www.nagaileben.co.jp/ir/>

要約連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	25/8 期	26/8 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,180	3,528
税金等調整前当期純利益	3,706	3,842
減価償却費	279	297
売上債権の増減額（-は増加）	389	1,354
棚卸資産の増減額（-は増加）	-459	-706
仕入債務の増減額（-は減少）	-531	8
投資活動によるキャッシュ・フロー	1,109	1,670
有形固定資産の取得による支出	-291	-222
定期預金の増減（ネット）	1,500	2,000
財務活動によるキャッシュ・フロー	-3,894	-5,050
配当金の支払額	-1,888	-3,046
自己株式の取得（預託金含む）	-2,005	-2,003
現金及び現金同等物の増減額	-603	153
現金及び現金同等物の期末残高	4,746	4,899

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2027年8月期は0.7%の営業減益予想も、経常利益は増益を見込む

1. 2027年8月期の業績見通し

2027年8月期の連結業績は、売上高が前期比1.7%増の17,500百万円、営業利益が同0.7%減の3,602百万円、経常利益が同1.5%増の3,893百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同0.4%増の2,660百万円を予想している。

同社では、今後の世界情勢や物価上昇など市場の経営環境は依然として不透明感が残るものの、診療報酬・介護報酬のプラス改定を背景に、市場は安定化すると期待している。主力のコア市場では、好調なmiffy商品群への積極的な新商品投入により、モデルチェンジ案件の着実な更新と新規獲得を進め、前期の大型案件の反動減を吸収する見込みである。周辺市場では、高付加価値商品の販売強化と補充需要の取り込みにより前期に低迷した患者ウェアの回復を進めるとともに、手術ウェアの伸長を継続し、増収基調への回帰を目指す。また海外市場では、新たな取り組みを推進し、事業規模の拡大を図る。これらの施策により、3期連続の増収を目指す。

売上総利益率は、40.2%（前期は40.0%）に改善する見込みで、増収と合わせて売上総利益は同2.2%増の7,038百万円を見込んでいる。売上総利益の増減要因は、増収により118百万円増、利益率改善により33百万円増となっている。売上総利益率改善の要因としては、為替（円安）の影響で130百万円減（前期151.7円/米ドルに対して158.1円/米ドル）を見込むも、海外生産比率の上昇（同58.5%に対して61.5%）による効果で90百万円増、加工賃の上昇による影響で130百万円減、原材料費の上昇で140百万円減、海外物流費の低下で20百万円増、価格改定効果・その他で323百万円増となっている。

販管費は前期比5.3%増の3,436百万円を見込んでいるが、主に人件費で50百万円増、広告宣伝費で5百万円増、商標使用料で41百万円増となっている。設備投資額は346百万円（建物関連102百万円、IT設備206百万円、物流設備8百万円、生産設備29百万円等）、減価償却費は318百万円を見込む。

2027年8月期の連結業績見通し

（単位：百万円）

	26/8期		27/8期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	17,205	-	17,500	-	294	1.7%
売上総利益	6,887	40.0%	7,038	40.2%	150	2.2%
販管費	3,262	19.0%	3,436	19.6%	173	5.3%
営業利益	3,625	21.1%	3,602	20.6%	-23	-0.7%
経常利益	3,835	22.3%	3,893	22.2%	57	1.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,650	15.4%	2,660	15.2%	9	0.4%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

2. アイテム別、市場別売上高予想

市場別については、コア市場ではmiffy商品群のラインナップ拡充を図り、既存案件の更新と新規案件の獲得を

ナガイレーベン | 2026年10月28日(水)
7447 東証プライム市場 | https://www.nagaileben.co.jp/ir/

推進する。前期の大型案件の反動減が予想されるが、増収基調の継続を目指し、売上高は前期比 0.7%増の 12,530 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 1.0%増の 9,660 百万円、ドクターウェアが同 1.4%増の 2,520 百万円、ユーティリティウェア・他が同 10.5%減の 350 百万円と予想している。

周辺市場の売上高は同 2.3%増の 4,610 百万円を見込んでいる。患者ウェアは、高付加価値商品をユーザーへアピールして新規獲得を目指すとともに補充需要の回復にも期待し、売上高は同 2.4%増の 2,865 百万円を見込む。手術ウェアは順調に推移すると予想する。コンパルパックの新規取り組み先も決定し、引き続き新商品の拡販及び手術ウェアのリース化を促進することで、売上高は同 2.2%増の 1,745 百万円を見込んでいる。海外市場では、韓国・台湾ともに病院へのリース化促進及びクリニックへの EC サイト販売強化により一層の業容拡大を図り、売上高は同 37.5%増の 360 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)

	26/8 期		27/8 期	
	実績	前期比	予想	前期比
コア市場	12,437	3.7%	12,530	0.7%
ヘルスケアウェア	9,559	4.3%	9,660	1.0%
ドクターウェア	2,486	3.1%	2,520	1.4%
ユーティリティウェア・他	391	-6.7%	350	-10.5%
周辺市場	4,506	-5.4%	4,610	2.3%
患者ウェア	2,798	-11.8%	2,865	2.4%
手術ウェア	1,708	7.3%	1,745	2.2%
海外市場	261	16.9%	360	37.5%
合計	17,205	1.3%	17,500	1.7%

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、ハイエンド商品は高感性ブランド「Beadsberry」のリニューアルで増収を計画しており、同 0.8%増の 1,320 百万円を見込んでいる。高付加価値商品では、miffy 新商品の積極投入によるフルラインナップ化により、更新案件の確実な受注と新規獲得を予定しており、同 2.2%増の 11,180 百万円を見込む。付加価値商品では、前期に不振であった患者ウェアの回復を見込み、同 1.2%増の 4,380 百万円を予想している。量販品は拡販に注力していないこともあり、同 1.5%減の 620 百万円を見込む。

商品別売上高予想

(単位：百万円)

	26/8 期		27/8 期	
	実績	前期比	予想	前期比
ハイエンド商品	1,308	-1.2%	1,320	0.8%
高付加価値商品	10,938	3.7%	11,180	2.2%
付加価値商品	4,328	-3.5%	4,380	1.2%
量販品	629	-0.4%	620	-1.5%
合計	17,205	1.3%	17,500	1.7%

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2029年8月期に営業利益40億円を目指す

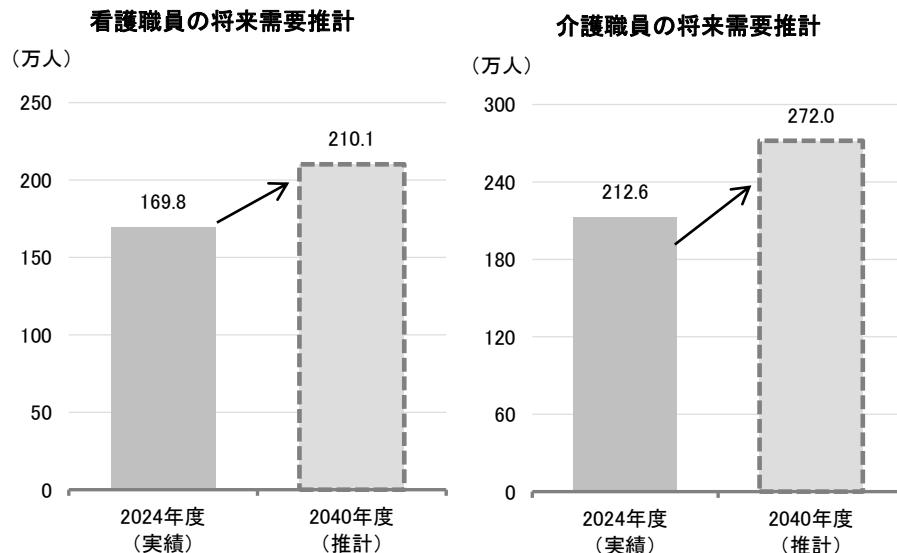
1. 中期経営計画

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每期計画を見直し、ロールオーバーしている。現在の中期経営計画の目標値としては2029年8月期に売上高185億円、営業利益40億円を掲げている※。

※ 為替レート150円/米ドル(一定)を前提とする。以前の計画は145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され、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。



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である。

ナガイレーベン | 2026 年 10 月 28 日 (水)
7447 東証プライム市場 | <https://www.nagaileben.co.jp/ir/>

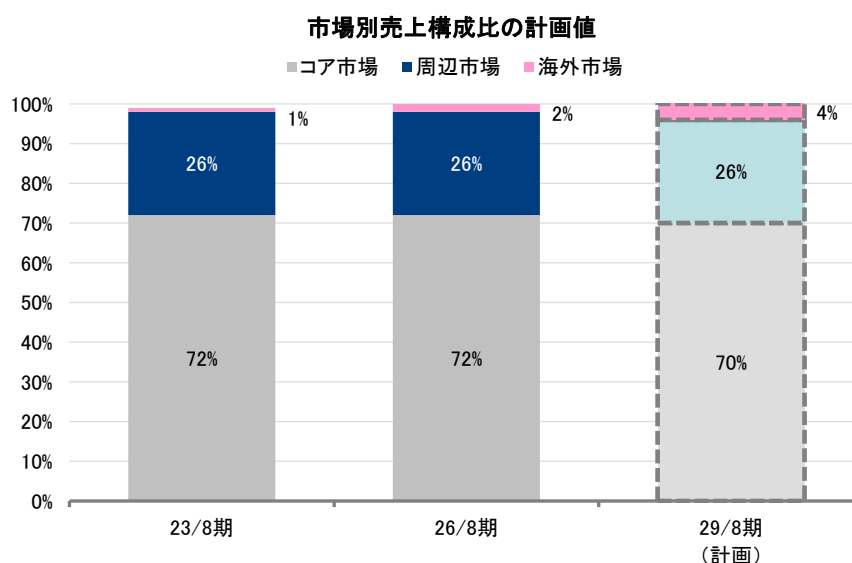
(1) 売上拡大に向けた市場戦略

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、「miffy ブランド」の高付加価値商品での更新案件の推進と新規案件の獲得を目指す。

「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、2029 年 8 月期の市場別売上構成比をコア市場 70% (2023 年 8 月期は 72%、2026 年 8 月期は 72%、以下同順)、周辺市場 26% (26%、26%)、海外市場 4% (1%、2%) とする計画である。

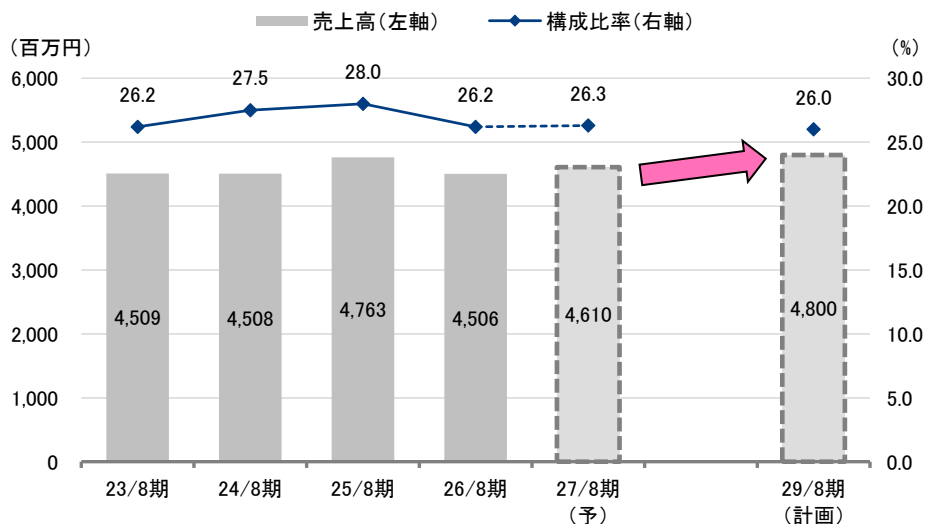


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

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 4,800 百万円、売上構成比率 26.0%を目指す。

ナガイレーベン | 2026年10月28日(水)
7447 東証プライム市場 | https://www.nagaileben.co.jp/ir/

周辺市場の売上高と構成比率推移

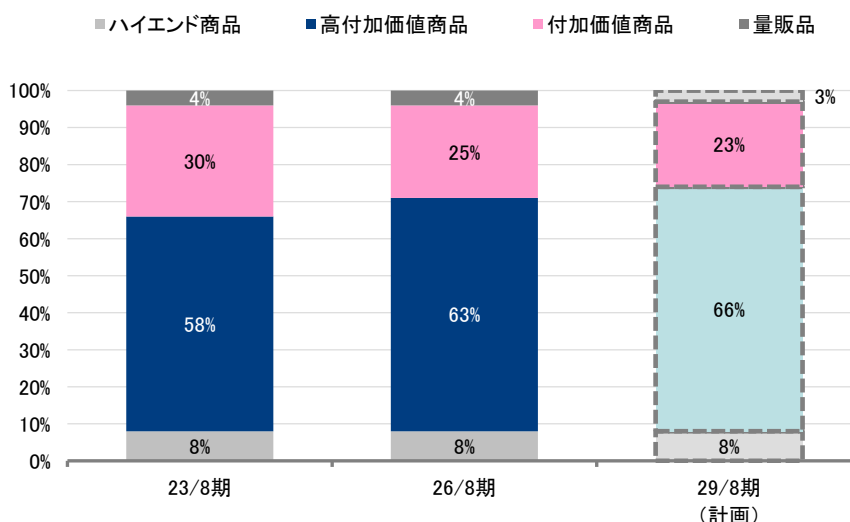


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(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2029年8月期の商品別売上構成比をハイエンド商品8%（2023年8月期は8%、2026年8月期は8%、以下同順）、高付加価値商品66%（58%、63%）、付加価値商品23%（30%、25%）、量販品3%（4%、4%）とする計画である。

商品別売上構成比の計画値



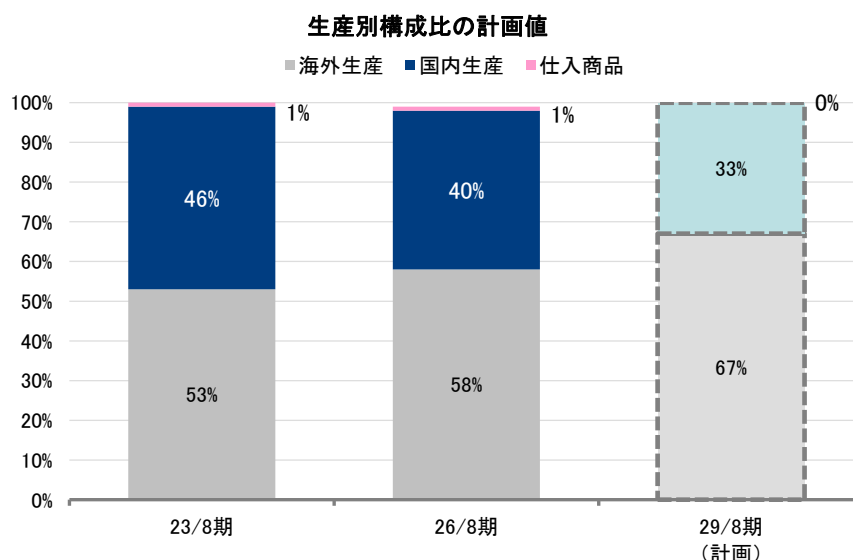
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(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。

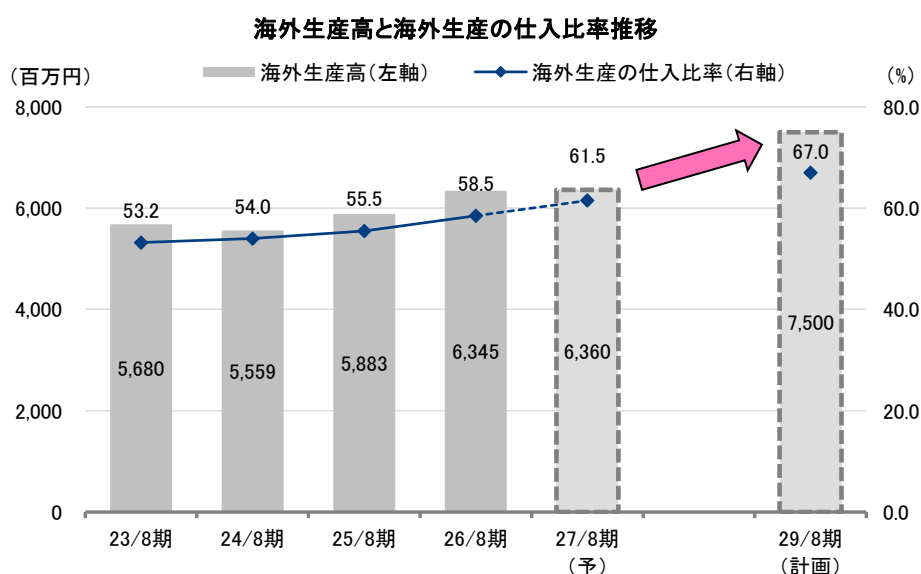
ナガイレーベン | 2026 年 10 月 28 日 (水)
7447 東証プライム市場 | https://www.nagaileben.co.jp/ir/

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である。これらの戦略を実行することで、2029 年 8 月期の生産別構成比を海外生産 67% (2023 年 8 月期は 53%、2026 年 8 月期は 58%、以下同順)、国内生産 33% (46%、40%)、仕入商品 0% (1%、1%) とする計画である。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

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 7,500 百万円、海外生産の仕入比率 67.0%を目指す。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

株主還元策

2027 年 8 月期も年間配当 70.0 円を予定。

新たに 60 万株（10 億円）を上限とする自己株式取得も発表済み

同社の 2026 年 8 月期末の自己資本比率は 92.6%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（2026 年 8 月期 6.6%）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、2024 年 8 月期は年間 60.0 円の配当を実施し、さらに 2025 年 8 月期は同社創業 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。終了した 2026 年 8 月期は、当初は通常の年間 60.0 円配当の予定だったが、最終的に年間 70.0 円へ増配し、単体ベースの配当性向は 81.0%となった。進行中の 2027 年 8 月期も通常配当として年間 70.0 円を予定している。

さらに同社は、自己株式の取得にも前向きである。既に 2025 年 11 月 12 日及び 2026 年 6 月 29 日の取締役会決議に基づき、2025 年 11 月 13 日～12 月 26 日及び 2026 年 6 月 30 日～8 月 12 日に計 109.3 万株（1,999 百万円）の自己株式を取得したほか、2025 年 11 月 28 日付で 500 万株の自己株式消却も実施した。加えて、進行中の 2027 年 8 月期も 2026 年 10 月 2 日から同 12 月 31 日までに 60 万株（10 億円）を上限とする自己株式取得を発表済みである。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高く評価できる。

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%
26/8 期	2,058	1,999	81.0%	156.3%

注：※は単体ベース

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレーマー）

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・表示したのですが、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、配布等することは堅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