

The logo for Nippn, featuring the word "nippn" in a lowercase, sans-serif font with a red dot above the first 'i'.

nippn

証券コード 2001

個人投資家向け 会社説明会



2022年12月8日

株式会社 ニップン

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



目次

- 
- 
- I. ニッポングループの概要 p.03 ~
 - II. 2022-2026中期目標・成長戦略 p.22 ~
 - III. サステナビリティへの取り組み p.35 ~
 - IV. 配当・株主様へのご優待制度 p.40 ~



I. ニッポングループの概要

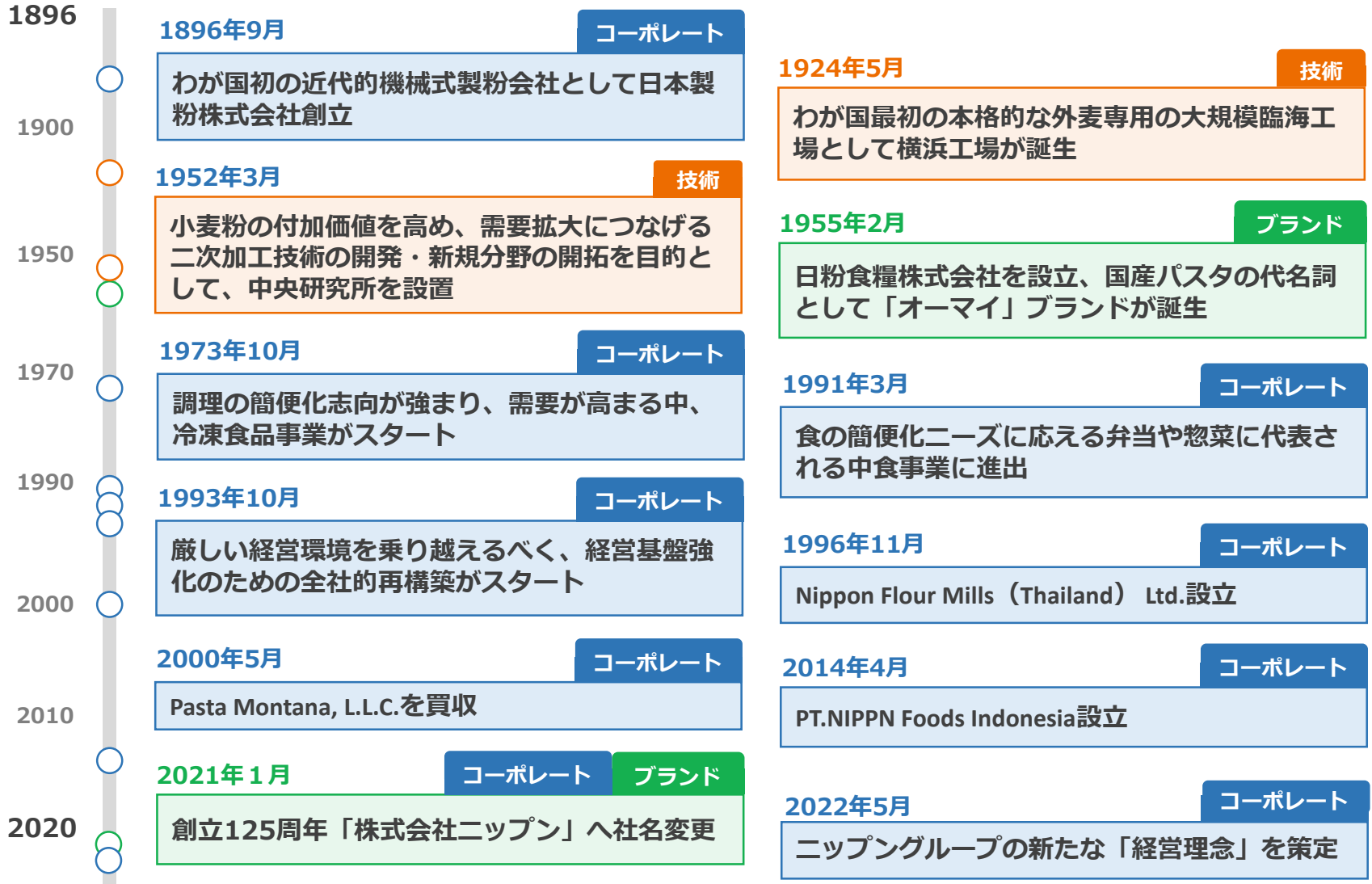
会社概要

■ 商号	株式会社 ニッポン (NIPPON CORPORATION)
■ 創立	1896年（明治29年）9月
■ 資本金	122.4億円（2022年9月現在）
■ 単元株数	100株
■ 本社所在地	東京都千代田区麹町四丁目8番地
■ 従業員数 （連結）	3,908名（2022年9月末現在）
■ グループ会社数	子会社61社・関連会社24社



代表取締役社長
前鶴 俊哉
(まへびる としや)

ニッパンのあゆみ

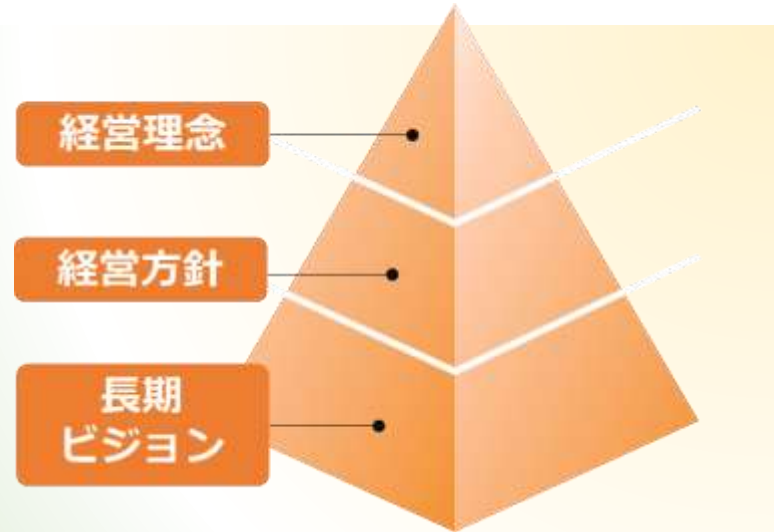


ニッポングループの経営理念

経営理念

ニッポングループは、

**“人々のウェルビーイング（幸せ・健康・笑顔）を
追求し、持続可能な社会の実現に貢献します”**



経営方針

お客様とともに	すべての人々に「食」を通じて健康と笑顔を提供します。創業以来の技術力とDXを駆使し、変化を先取りした商品・サービスを開発することで新しい時代の「食」を創造します
社員とともに	フェアでオープンな企業文化のもと、 熱意と愛情 を持って社会課題の解決に取り組みます。
株主とともに	透明性の高い 情報開示と株主との対話を通じて、企業価値の向上に取り組みます。
社会とともに	ESG経営を実践する レジリエント企業 として、日本と世界の現実に目を向け、国内外のパートナーとともに「より良い社会」「より良い地球」の実現に力を注ぎます。

長期ビジョン

名実ともに総合食品企業としての地位を確立するため、

売上高5,000億円・営業利益250億円

の規模まで成長していくことを目指します



そのためのマイルストーンとして、5年後の
2026年度までの目標として

売上高 4,000億円・営業利益150億円

の達成を目指します

社名変更

2021年1月1日から当社は会社名を
株式会社 ニップン に変更いたしました。



社名認知向上にむけて

① テレビCM



② 新聞広告

日本経済新聞

読売新聞



③ スポーツ協賛

ラグビー



水泳



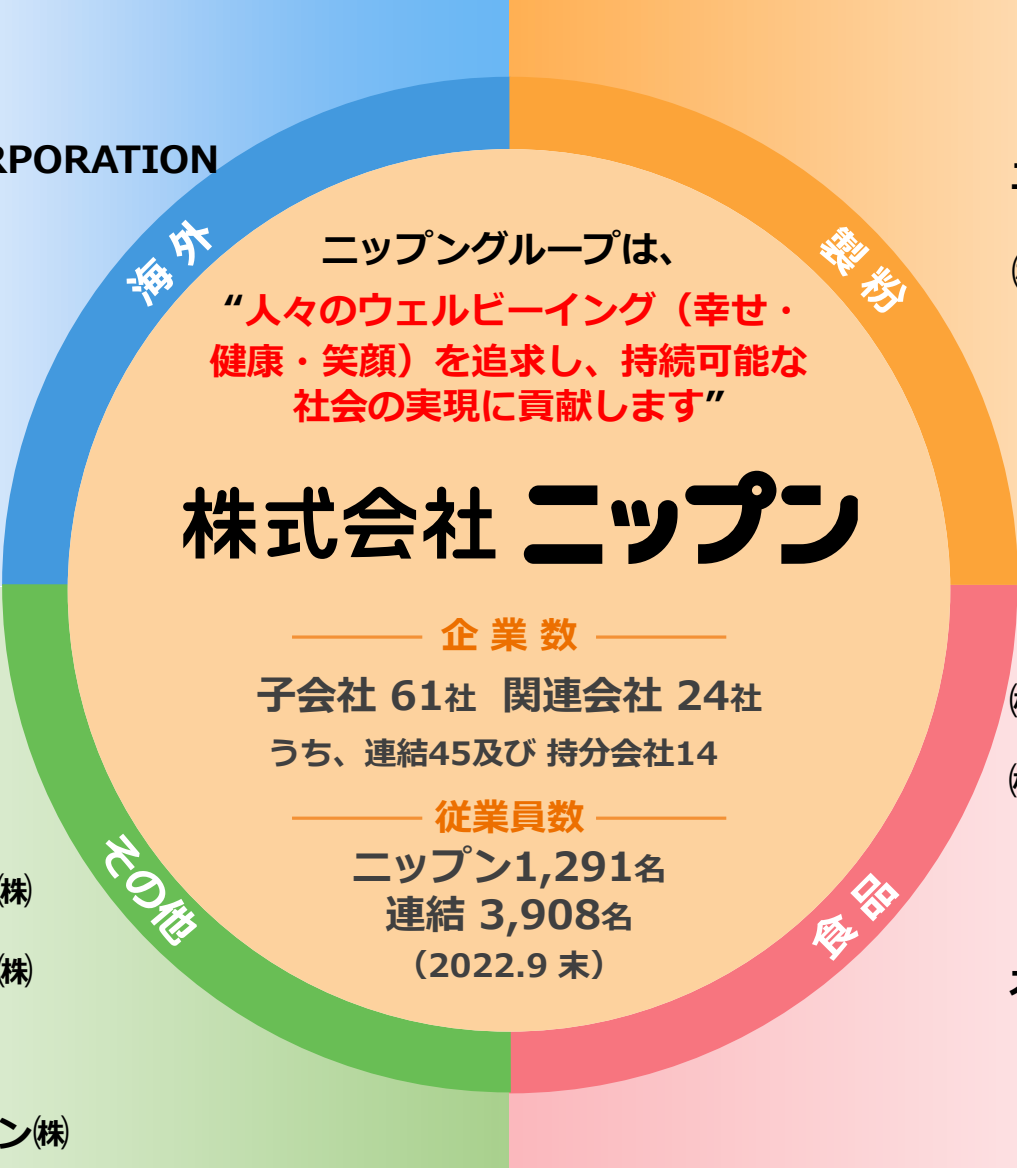
④ 東京ドームへの看板掲出



ニッパンの事業と主要グループ会社

Pasta Montana
 NIPPON California
 NIPPON FOODS CORPORATION
 (THAIRAND)
 NIPPON (Thailand)
 上海日粉総合貿易
 上海金山日粉食品
 PT.NIPPON FOODS
 INDONESIA

ニッポンドーナツ(株)
 ニッポン
 エンジニアリング(株)
 ニッポン
 ライフイノベーション(株)
 エヌピーエフジャパン(株)
 (株)ファスマック
 ニッポンソリューション(株)

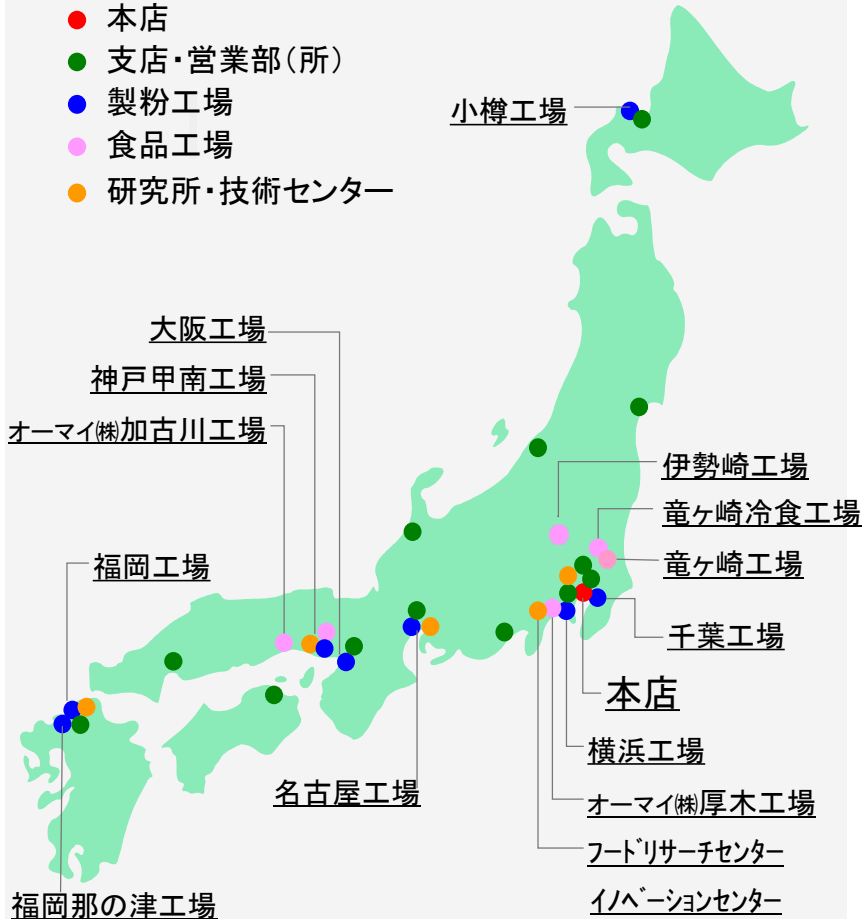


松屋製粉(株)
 ニッポン商事(株)
 (株)ニッポン商事
 コーポレーション
 丸七商事(株)
 鈴木(株)
 オーマイ(株)
 (株)ファーストフーズ
 (株)ファーストフーズ
 名古屋
 (株)一富士製麺所
 オーケー食品工業(株)
 (株)ナガノトマト
 日本リッチ(株)

主要な事業拠点

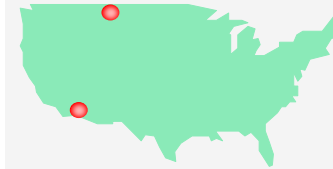
国内拠点

- 本店
- 支店・営業部(所)
- 製粉工場
- 食品工場
- 研究所・技術センター



海外拠点

アメリカ



Pasta Montana, L.L.C
 パスタの製造・販売
 日本への輸出、米国内の販売

NIPPN California Inc.
 プレミックス等の販売

アジア



事業売上の構成

その他事業

売上高 **38,471**百万円

構成比 **12.0%**

- 健康食品
- ペットフード
- エンジニアリング
- 不動産



製粉事業

売上高 **96,934**百万円

構成比 **30.2%**

- 業務用小麦粉
- そば粉



2021年度
売上高
321,317
百万円

食品事業

売上高 **185,911**百万円

構成比 **57.8%**

■ 食品素材



■ 加工食品



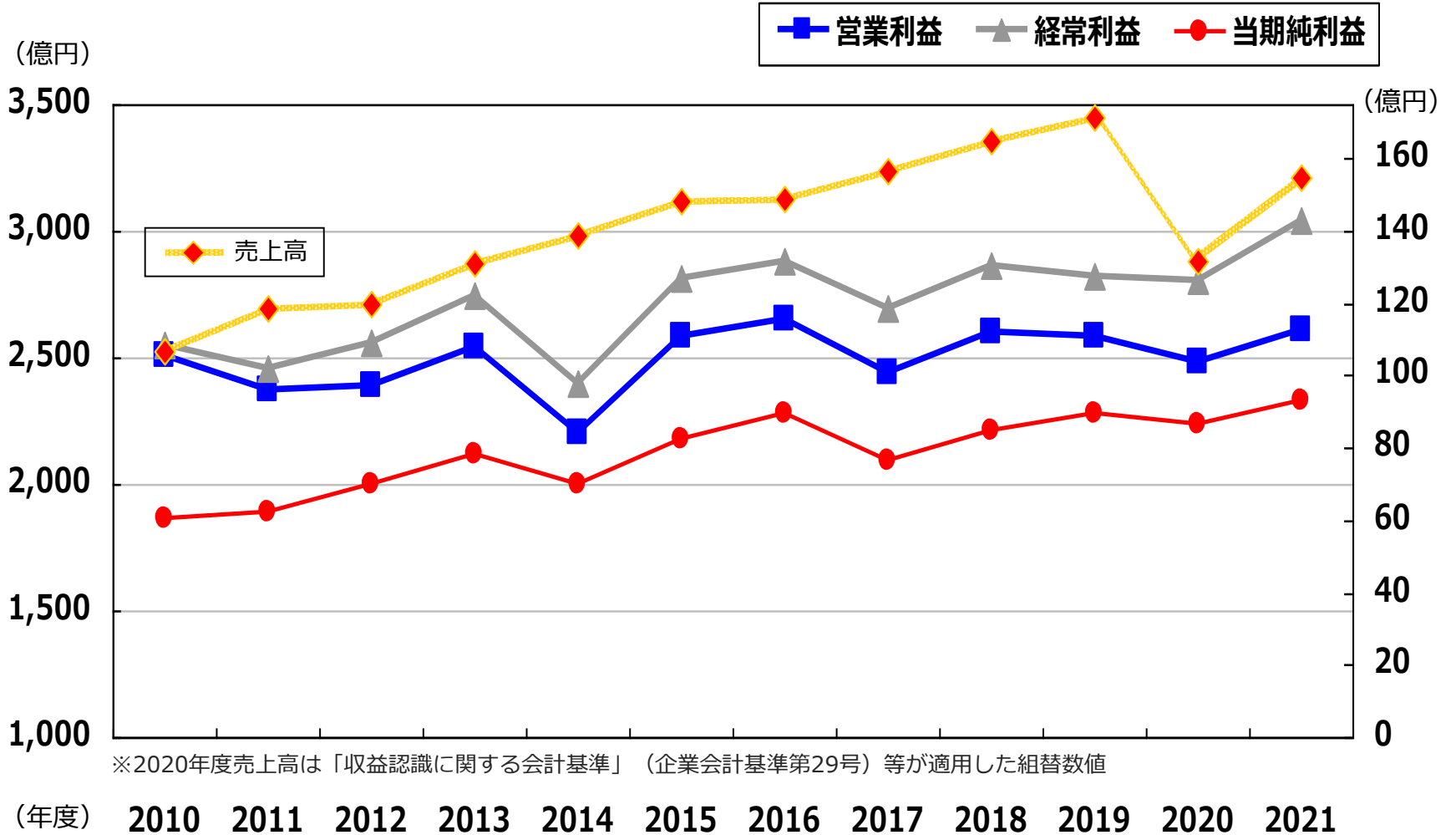
■ 冷凍食品



■ 中食



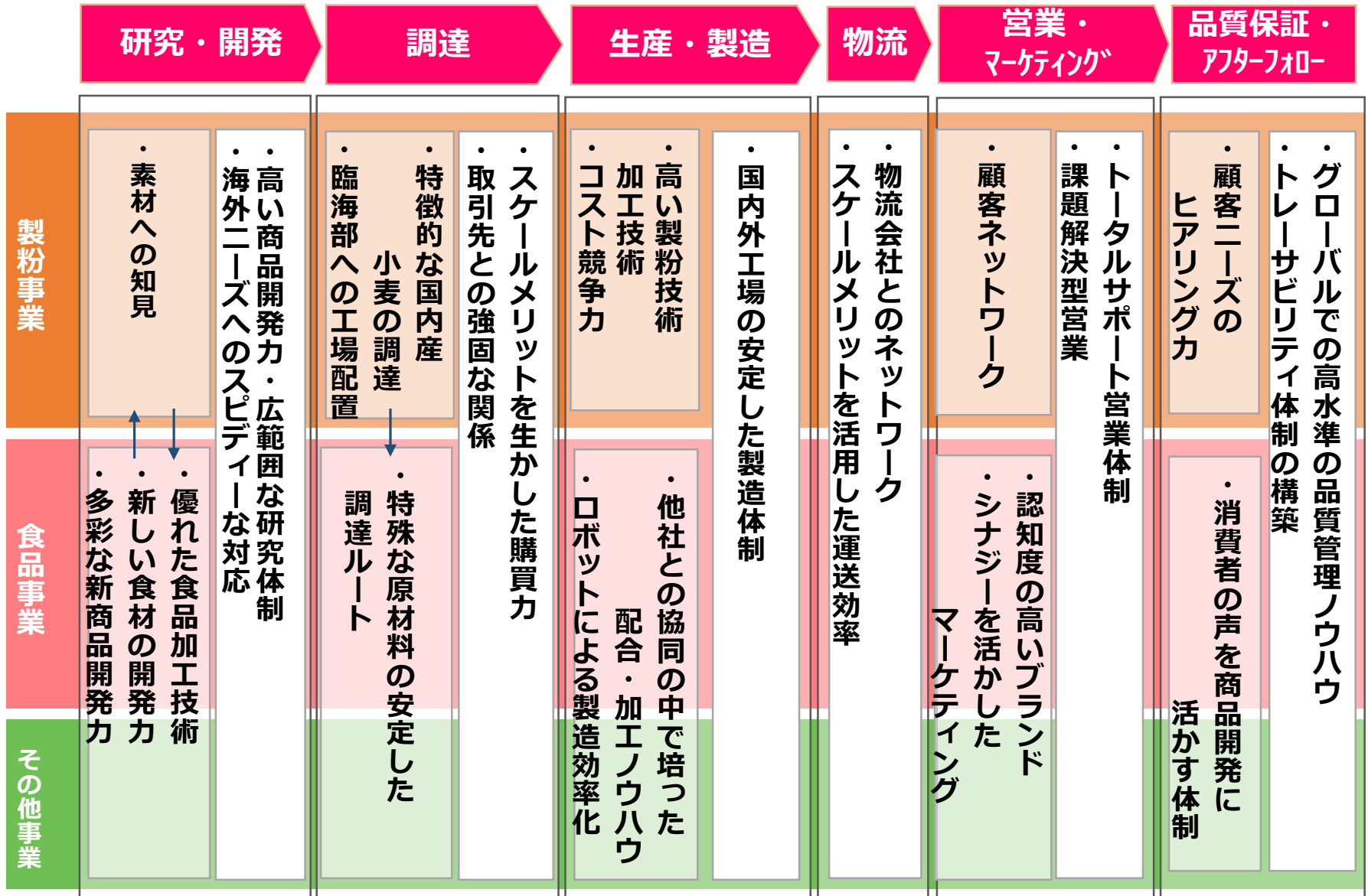
ニッポングループの経営成績の推移



事業戦略の方向性



ニッポンのバリューチェーンの強み・優位性



事業内容① 製粉事業

製粉8工場 横浜、千葉、名古屋、大阪、神戸甲南、福岡、福岡那の津、小樽工場



当社の強み

- 原料小麦の調達コスト低減
 - ・ 工場の集約化：海外からの原料調達に有利な臨海工場への集約を進め、臨海工場の生産能力を増強
 - ＊ 愛知県知多市に新たな製粉工場建設、および名古屋工場（名古屋市港区）と大阪工場（大阪市大正区）の閉鎖を決定
- 高品質低コストの小麦粉の供給
- 提案型営業の推進、新商品の開発

知多市新工場稼働後は、全国7工場体制となり、臨海比率は95%となる

西日本

東日本



主力の東西2工場は
パナマックス級本船が接岸可能



神戸甲南工場



千葉工場

事業内容② プレミックス事業

食品の基盤事業 - プレミックス事業 -

プレミックス工場 国内・・・竜ヶ崎、神戸甲南、福岡 海外・・・上海、バンコク

●海外事業の拡大に対応してインドネシアに工場を建設中

製造現場におけるプレミックス需要の拡大

- 人手不足 → 作業工数の軽減
- 熟練工の減少 → 品質レベルの維持
- 働き方改革の推進 → 製造時間の短縮
- 健康・国産・本物志向 → 外食・デリカ向け

当社の強み

- 商品開発力をバックアップする原料素材の高い品質管理レベル
- 継続したコスト削減により実現したコスト競争力
- 国内外のお客様の課題解決に迅速に対応できる商品開発力
- 厳選された原材料と長年の配合ノウハウの蓄積により商品の新規性・簡便性・経済性を提供

◆ ケーキドーナツ
ミックス



◆ ケーキミックス



◆ ブレッドミックス



◆ から揚げ粉



◆ 天ぷら粉



その他 蒸しパンミックス、
イーストドーナツミックス、
スナックミックス
(洋風、和風)等

事業内容③ 加工食品事業

パスタ供給体制

- ・国内2か所（厚木・加古川）の生産拠点
海外イタリア・トルコからの供給体制
- ・アメリカでは製造・販売（米国内市場含む）など安定したサプライチェーンを構築

当社の強み

- ・お客様視点での「キッチンの不満解消！」を目指した選ばれる商品開発力
- ・消費者に高い人気を誇る多彩なブランドを展開
- ・原料素材の高い品質管理レベル
- ・効率的生産体制の追求によるコスト競争力

商品ラインナップ

REGALO

イタリア語で「贈りもの」を意味するプレミアムパスタ



オーマイ

パスタ本来のおいしさを守り続けるブランド



ニッポン Deli Stock

忙しいときも、準備不要！
美味しさをストック出来ていつでも安心！



アマニ油 関連商品



ニッポン うれしい 自然の恵み シリーズ

プラントベース
フード「ソイル
プロ」を使用



ニッポン めちゃラク シリーズ



家庭用パスタブランド「オーマイ」



時代に即応した美味しく、便利で
そして楽しい「食」を目指して

パスタだけでなくパスタソースをはじめとするパスタ関連商品や冷凍食品なども、オーマイブランドのもと広く皆さまにご愛顧いただいています。「オーマイ」ブランドは誕生のときから今日に至るまで、いつの時代にあっても、その時々求められる美味しく、便利で、楽しい「食」をご提供します。

「オーマイ」のルーツ

戦後の米不足を補うために、小麦粉製の人造米（粒状のパスタ）が作られました。その人造米は製造設備や使用原料で他には見られない最高品質のものを目指したため、「王様の米」⇒「王米」⇒「オーマイ」の商標が考案されました。

その由来にちなんで王冠が
あしらわれています。



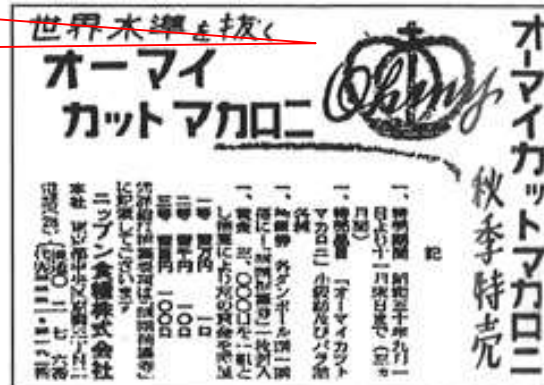
当時のマカロニのポスター



オーマイカットマカロニ



オーマイライス



発売当初の発表会のご案内



昭和30年代のポスター

事業内容④-1 冷食事業

ニッパンの冷食事業のあゆみ

- 1973 ○ 1973年10月

調理の簡便化志向が強まり、需要が高まる中、冷凍食品事業がスタート
- 1996年10月

冷凍食品製造部門を分社化


 クリームコロック発売
- 1999年4月

伊勢崎市に冷凍食品工場を竣工
- 2003年

家庭用冷凍パスタ「オーマイプレミアム」シリーズ発売

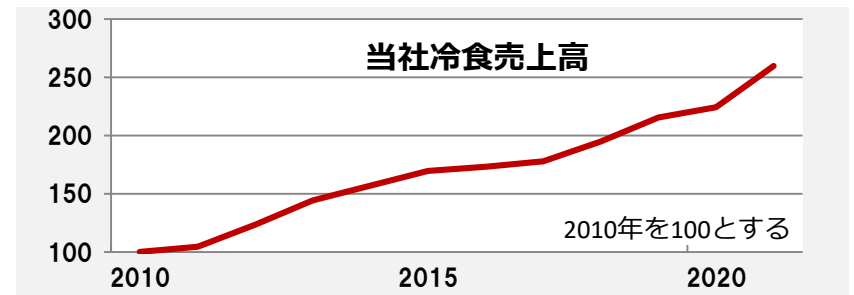
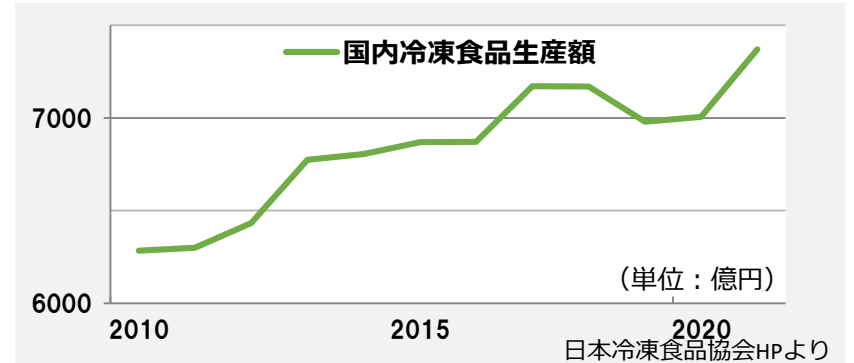

 きのこボロネーゼ
- 2020年11月

NIPPN (Thailand) Co., Ltd. 冷凍生地工場竣工

伊勢崎第2工場竣工
- 2021 ○ 2021年

冷凍食品事業本部設置・製造部門統合

冷凍食品国内生産額と当社冷凍食品売上高の推移



タイ冷凍生地工場



伊勢崎第2工場



事業内容④-2 冷食事業

様々なニーズに対応したパスタのラインアップ

- 高価格帯から中価格帯まで幅広い商品の品揃え
- 調理済み個食パスタのさらなる充実
- 本物の味の追求、健康志向、機能性訴求
- プラントベースフード「ソイルプロ」を使用した商品の発売

◆オーマイプレミアム



◆ REGALO



◆ 具の衝撃



◆ Big



あらゆる食シーンに対応

- 簡便、時短をキーワードに幅広い年齢に拡売
- 昼食、夕食等の食シーンを想定した商品の開発
- トレー入り商品の価値訴求

* トレー入り米飯 いまどきごはんシリーズ



* 一食完結型よくばりシリーズ

【洋食】【和食】に加えて
【主食×主食】のよくばりメシを投入



事業内容⑤ 中食事業

需要の高まりとニーズの多様化に合わせた生産体制を構築するとともに、生産性の向上を推進する

ファーストフーズグループ

調理済み食品としての需要の高まり、市場の成長性に対して、先進の設備のもと、5社9工場を配置



CVSとの取り組み拡大

- CVSと横断的取り組みを強化し、成長市場へ販売拡大
 - 需要増対応、事業強化のための設備投資実施
→調理麺、弁当、おにぎり、サンドイッチなどの供給体制の整備

中食市場への売上拡大

- グループの多様な食材(商品)を中食市場やスーパーマーケット(バックヤード)へ販売
 - 市場ニーズのフィードバック、メニュー提案の強化



事業内容⑥ ヘルスケア事業

事業の特徴/強み

- ・食品分野で培った技術を活かした商品開発力
- ・アマニシリーズ、セラミド、オリーブ果実マスリン酸など、植物由来素材の健康食品、機能性表示食品の事業を展開



取り巻く事業環境

- ・コロナ禍での健康志向の高まり、関連市場の急伸
- ・栄養、運動、社会参加の三位一体での人生豊かな生き方の推奨
- ・各年代・シーン別の個々の悩み解消ニーズ拡大

今年度の取り組み

- ・機能性表示食品の主軸ブランド育成
- ・おいしさにこだわり、不足する栄養を補給する健康食品の開発
- ・当社独自素材を原料とした「ニッポン健康通販」向け商品開発と事業の拡充
- ・新規分野の開拓や海外輸出を含めた販路拡大
- ・次世代育成に向けたアマニ、サーキュラーフード、フェムテック推進に向けた開発提案



人々が人生豊かに生きるための心身の健康維持、増進をサポート

社会的課題の健康寿命延伸に向けた、「ニッポン」の健康サポート事業として社会貢献



Ⅱ. 2022-2026中期目標・成長戦略

成長戦略の基本方針

変化を先取りした**新しい時代の「食」を創造する**企業として社会に貢献しながら成長を続け、企業価値を向上させていく

1

基盤事業の 収益力強化

- 既存事業の基盤強化や生産能力増強による持続的な利益成長と安定的なキャッシュの創出
- 競争優位性を生み出す技術力・開発力の強化

2

成長事業への 戦略投資

- 収益性向上が期待できる成長領域への積極的な投資
- 事業ポートフォリオに基づく最適な資源配分
- M&A・提携によるインオーガニック成長の実現
- グローバル市場への事業展開
- 新たな事業創出による価値創造型事業の推進

3

経営基盤の強化

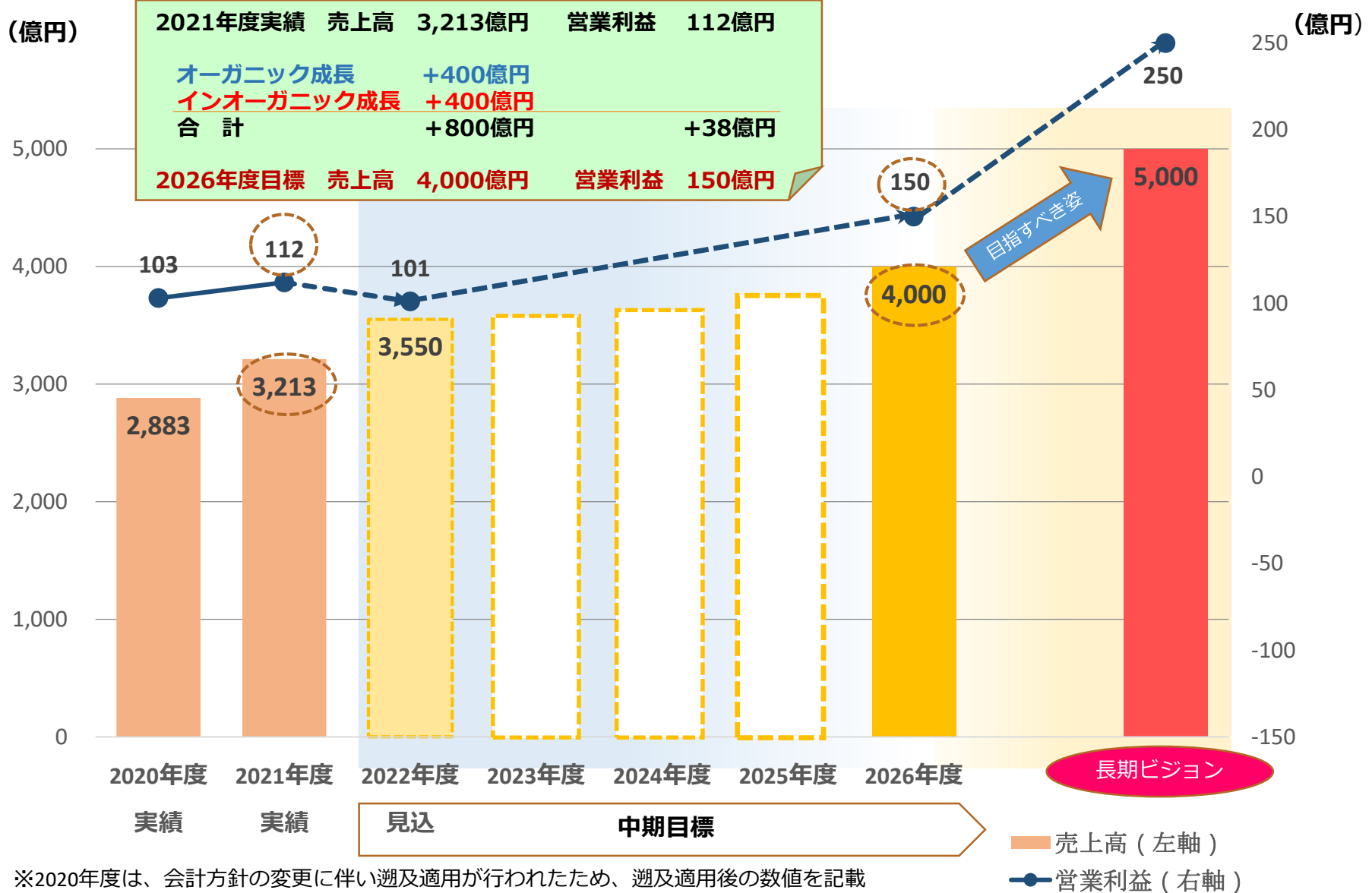
- 財務基盤の安定維持と資本効率を重視した財務戦略
- DX推進の更なる加速化
- ROIC経営の浸透
- 人財育成や多様性等人的資本経営の実行
- IT・人的資本など無形資産への投資拡大

4

ESG経営の推進

- 環境負荷の最小化推進
- 地域社会発展への貢献や人権尊重
- 持続可能なサプライチェーンの構築
- グループガバナンスやリスクマネジメントの進化

目指す成長のイメージ



※2020年度は、会計方針の変更に伴い遡及適用が行われたため、遡及適用後の数値を記載

成長戦略の全体像

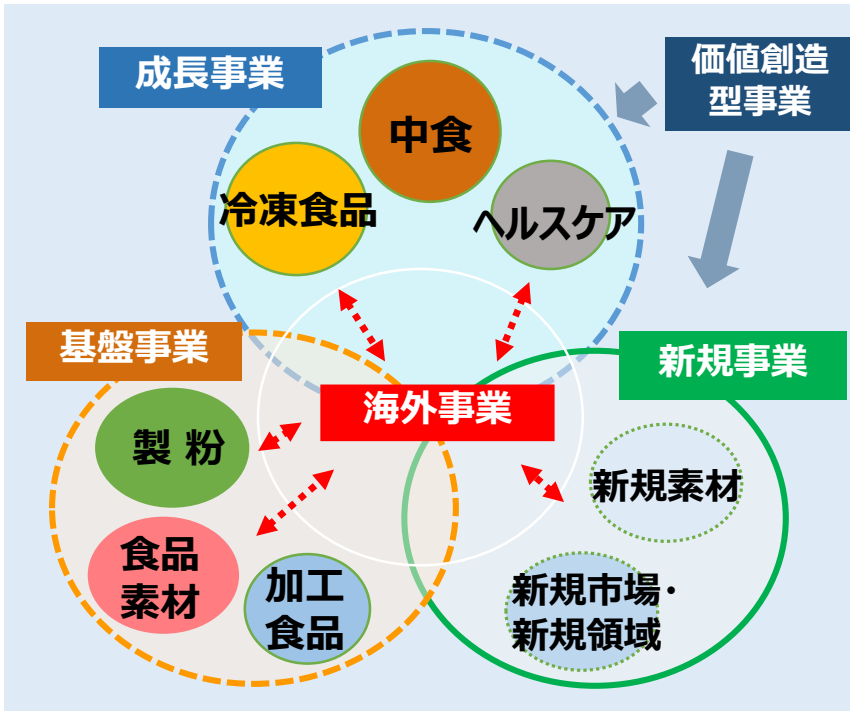
- 既存事業の構造改革と成長ドライバーの継続展開を進めるとともに、新たな事業創出に向けて経営資源を最適配分しながら経営基盤を強化していく
- 着実なオーガニック成長（既存事業による成長）に加え、M&A・提携によるインオーガニック成長（外部から資源を取り入れることによる成長）での収益拡大を目指す

オーガニック成長の基本施策

成長事業(冷凍食品・中食・ヘルスケア・海外)を重点領域とし、設備投資、変化を先取りした商品開発、ブランド力の強化を図る

インオーガニック成長の基本施策

- 国内外でのM&A・他社との業務提携による事業規模の拡大
- 既存事業の拡大と新規事業への進出



米国・ASEANにおける生産拠点・販売領域の拡大並び市場開拓

健康志向に即した新機軸・機能素材の開発・商品化

ライフスタイルの変化に伴う新たな商品需要創出

新たな「食」領域への参入

国内事業
300億円

+

海外事業
100億円

=

売上金額
400億円増

成長戦略の重点領域

冷凍食品事業

- 特徴ある品揃えによる新規顧客の獲得
- ブランド強化、差別化商品の展開
- 新規素材の商品化・新規販売チャネルの開拓
- 海外輸出の拡大



売上高目標 2021年度比 +60% **営業利益率 5%を達成によって、冷食メーカーとしての地位を固め、TOP 5 入りを目指す**

中食事業

- デイリーメーカー事業の規模拡大
- デイリーメーカー事業の『稼ぐ力』の再構築成長に向けた組織基盤の変革
- 新たな中食マーケット領域の開拓による成長基盤獲得



売上高目標 2021年度比 30%増
営業利益率 2%以上を目指す

4つの重点領域

ヘルスケア事業

- 機能性表示食品の主軸ブランド育成
- おいしさにこだわり、不足する栄養を補給する商品の開発
- 当社独自素材を原料とした「健康通販」の拡充
- 新規分野の開拓や海外輸出を含めた販路拡大



売上高目標 2021年度比 倍増
営業利益率 7%を目指す

海外事業

- ポテンシャルの高いASEAN地域・中国並びに北米でのさらなるビジネス拡大
- グループシナジーのグローバル展開
- インオーガニック成長戦略の推進を含めたスピーディな事業展開



「インオーガニック分野」100億円の売上増を含め海外売上高比率を6%台までの拡大を目指す

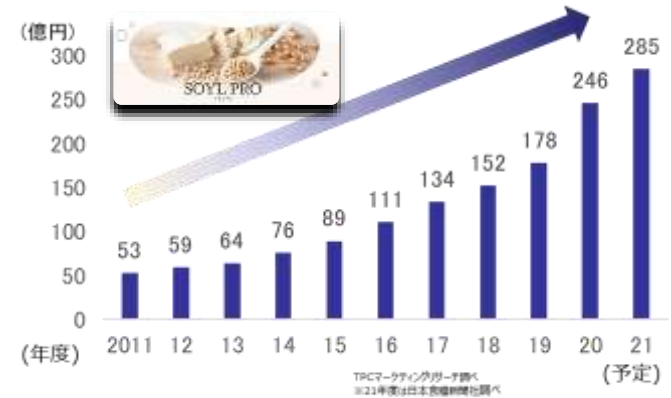
冷凍食品事業における**価値創造型事業の創出**

新規素材の商品化、新規販売チャネルの開拓、海外輸出の拡大により
家庭用、業務用双方の増収を目指す

新規素材の商品化

- 「ソイルプロ」を活用した商品ラインアップの強化及び素材（そばろ）での販売、新規素材（フィレタイプ）を開発し、素材として販売
- 日本でも増加しているヴィーガン向け商品の開発

プラントベースフード市場規模



新規販売チャネルの開拓

- 当社直販サイト「ニッパダイレクト」での冷凍食品品揃え強化
- 冷凍食品自販機メーカーとのタイアップによる無人販売の強化

よくばりプレート
PLANT BASED

冷凍自動販売機
「ど冷えもん」



海外輸出、海外事業の拡大

- 海外輸出会社との取組み
- 輸出専用商品の開発

中食事業における価値創造型事業の創出

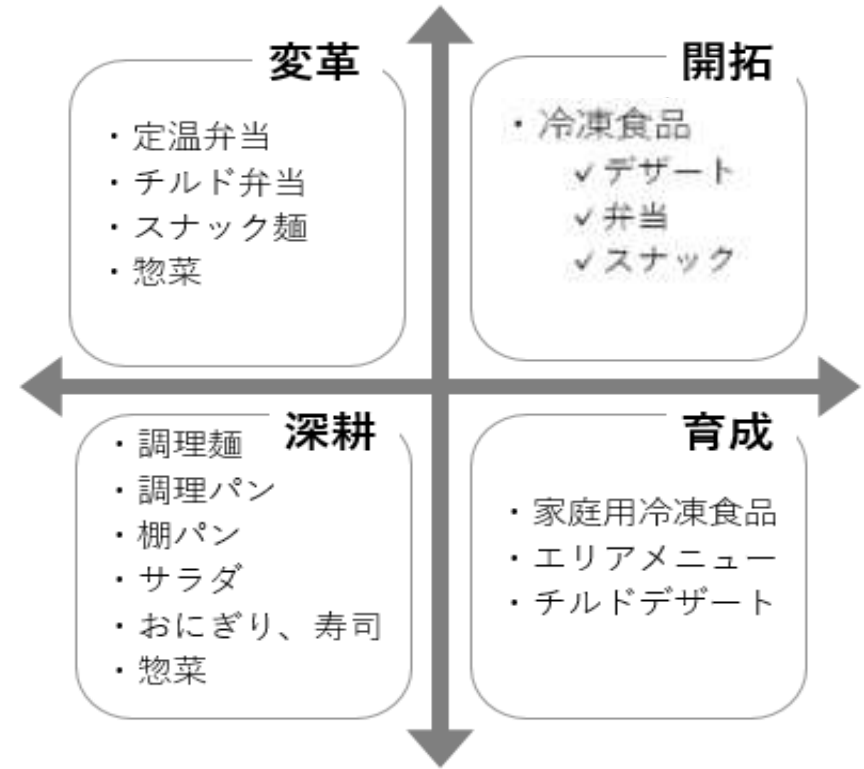
中期目標達成に向けて、研究・開発力および生産・技術力の強化を中心とした課題の解決を図っていく

研究・開発力の強化

- チルド温度帯における菌数制御研究
- 賞味期限延長のための研究（食材含む）調理技術の向上

生産・技術力の強化

- 人手不足に対応した生産自動化（DXの推進）
- 生産能力の増強および効率化



販売先多角化戦略によるマーケット領域の拡大

既存マーケットの深耕による拡売

海外事業の成長戦略概要

戦略実現に向けての主な施策

- 既存事業の収益基盤強化
- 既存の品目に加え冷食・代替タンパク・健康素材・機能性素材等の**新規事業展開**
- 既進出地域の**周辺エリアへの事業展開**
- 生産能力増強・効率化への設備投資実施
- 新規顧客の開拓による事業規模の拡大
- グローバル対応力強化へ向けた**人財育成**
- **クロスボーダーM&Aの機会追求**

アジア地域

中国国内外の販路拡大

中国

競争力強化を目的とした設備増強
商品ラインの拡充・事業化
近隣諸国への販売拡大
20億人規模のハラル市場の開拓
プラントベースフードの事業展開

タイ

ASEAN諸国

インドネシア

インドネシア製造工場
2023年8月稼働予定

北米地域

米国

米国内の販売拠点拡大
販売エリアの拡大
提案型営業の強化
供給体制の整備、拡充

新たなビジネスモデル構築に向けての取り組み事例①

ECマース事業強化・拡大

上質な専用商品を提供するため、直販サイト「ニッパンドイレクト」を設営

当サイトでは、毎月1回、選りすぐりの冷凍生パスタとソースがセットで届く通信販売限定の定期便「nestセレクション」を販売



今後当社が保有する健康素材を活用した新ジャンルへの商品投入を視野に入れながら安定した売上基盤を構築し、BtoC同様の収益モデルとして確立させる

機能性表示食品「vegeSuppo」シリーズの販売



コーンのポタージュ



たまねぎドレッシング

- 「vegeSuppo」シリーズは、国産野菜と植物由来の機能性成分が毎日の食生活をサポートする機能性表示食品
- からだの悩みをサポートする機能性関与成分を配合
- メインの野菜は国産野菜を使用
- 「最近、健康が気になりだした」「野菜やからだに良いものを食べたい」というニーズにぴったりの商品

新たなビジネスモデル構築に向けての取り組み事例②

プラントベース市場への参入

おいしくて、つづけられる
大豆をベースに豆腐の加工技術
を応用した“プラントベースフード”
「ソイルプロ」の
事業拡大



- ヴィーガン、ベジタリアン向けのメニューに使用可
- 肉類よりも低糖質・高たんぱく質、コレステロールゼロで食物繊維を摂取
- 温室効果ガスの排出量が少なく、地球温暖化の軽減に貢献



フードテックロボットの開発

中食・惣菜製造ラインで有効な先端技術を駆使した省人・省力機械や検査装置の開発・実用化を推進中

開発・運用の装置（一例）

- 食材トッピング協働ロボット
- カップ供給機小袋供給機
- 容器回転装置
- ソース自動充填装置
- AIを駆使した包装不良検査装置



トッピングロボット
「ニトロン」

* 日本食糧新聞社制定の第25回優秀食品機械・資材・素材賞を受賞

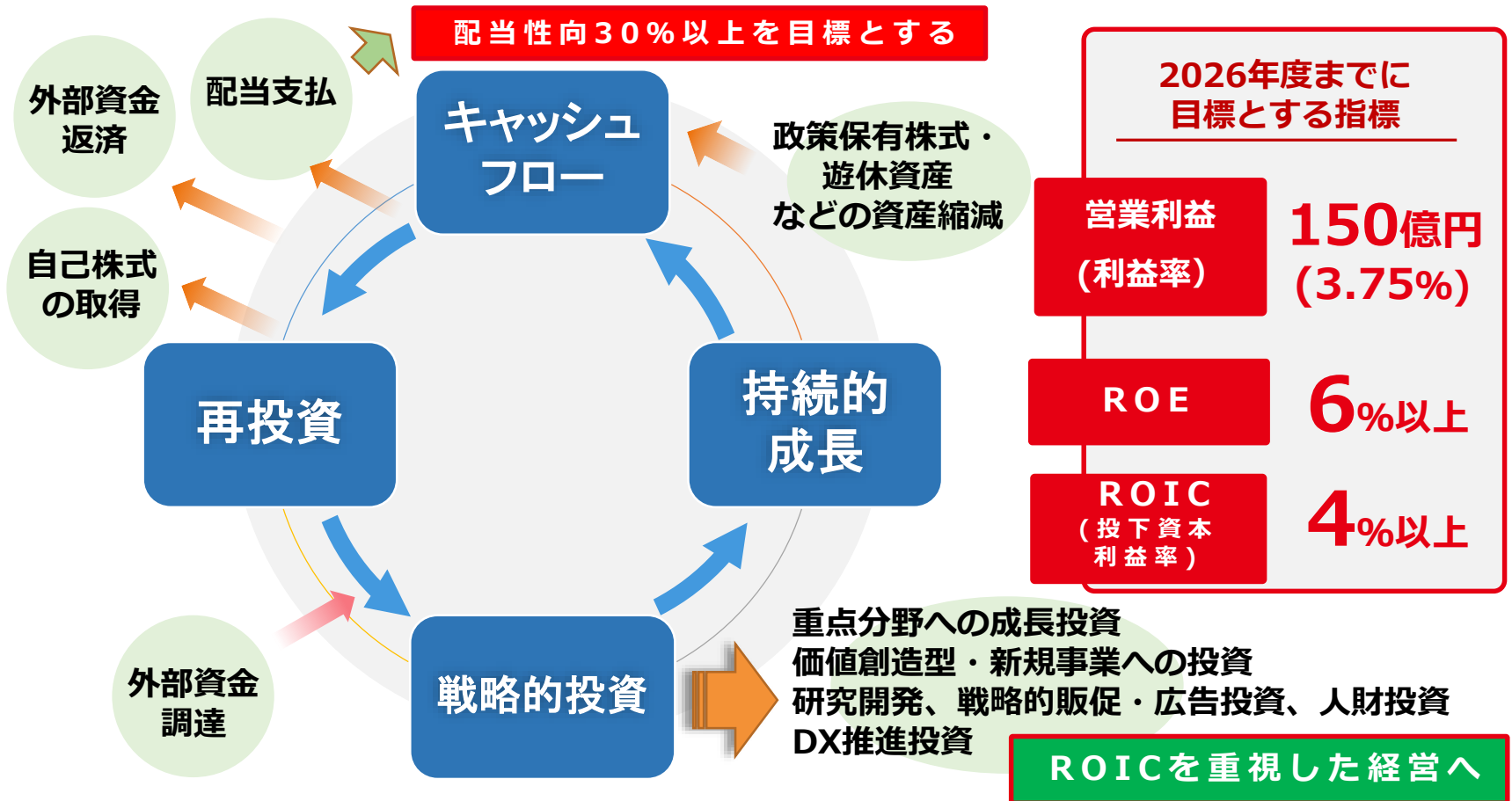
<技術開発の中長期的な目標>

- 開発成果による新規産業の創造を通じた自企業・食品他産業への貢献
- 日本が抱えているアジア圏での単純労働買付行為の払拭

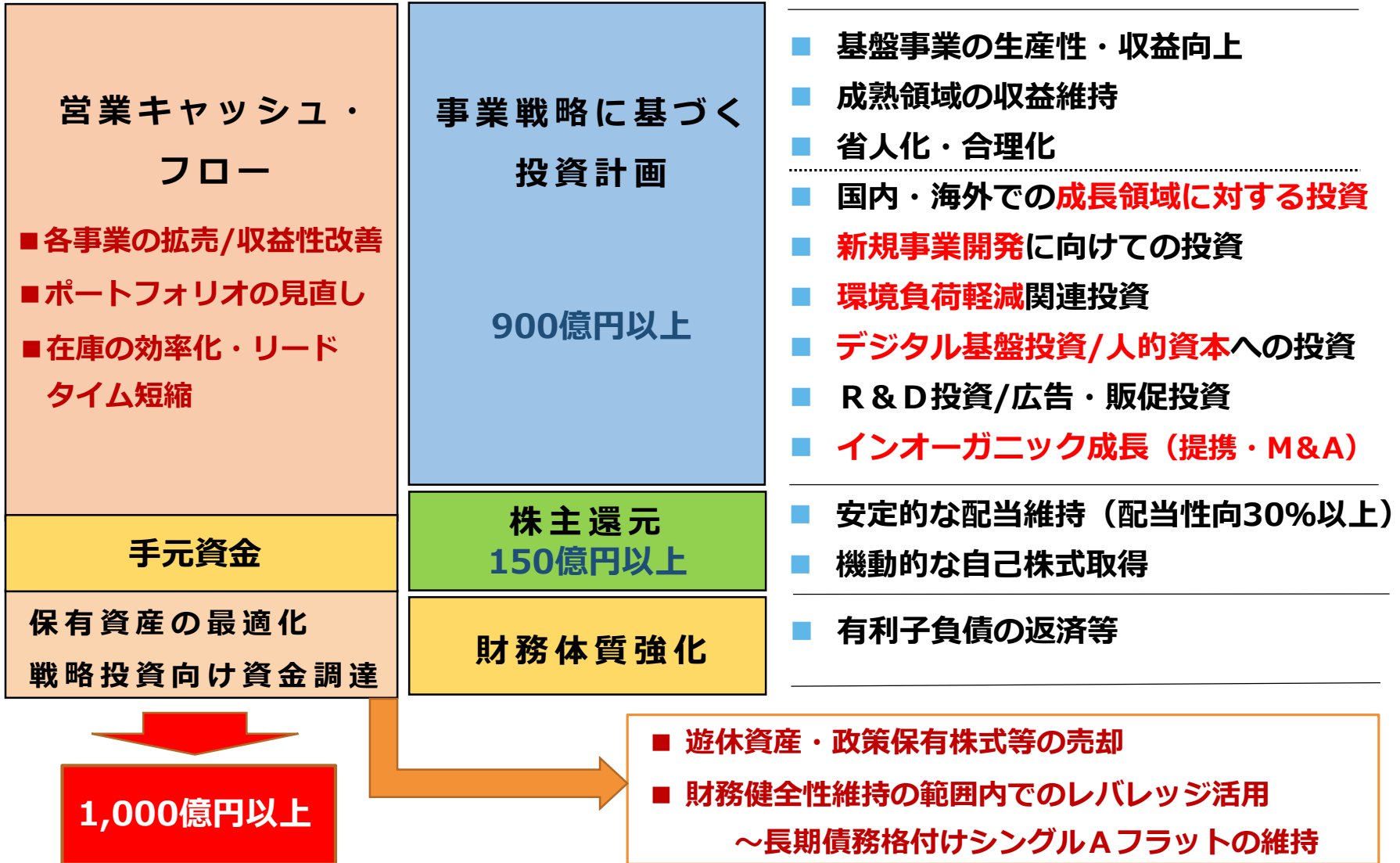
財務体質強化について

基本方針

- 持続的成長による収益力拡大から創出されたキャッシュを最適配分する
- バランスシートの効率化推進により資本効率の向上並びに財務体質の強化を図る
- 安定的な配当を継続するとともに機動的な自己株式の取得も実施



キャッシュ・アロケーションについて【2022-2026年度】



2022年度 業績予想

- 第2四半期までの業績は当初予想を上回ったものの、地政学リスク並びに急激な円安等に起因した原材料及びエネルギー価格の高止まりの影響が当面の間は続く見通しであることから、通期の業績予想は本年5月発表の予想数値を据え置いています。

		2021年度		2022年度		前年比	
		実績	百分比・利益率	予想	百分比・利益率	増減	増減率
(単位：百万円)							
売上高	製粉事業	96,934	30.2%	116,000	32.7%	19,066	19.7%
	食品事業	185,911	57.9%	198,500	55.9%	12,589	6.8%
	その他事業	38,471	12.0%	40,500	11.4%	2,029	5.3%
	計	321,317	100.0%	355,000	100.0%	33,683	10.5%
営業利益	製粉事業	6,211	6.4%	6,000	5.2%	△211	△3.4%
	食品事業	4,068	2.2%	3,100	1.6%	△968	△23.8%
	その他事業他	1,000	2.6%	1,000	2.5%	0	-
	計	11,282	3.5%	10,100	2.8%	△1,182	△10.5%
経常利益		14,270	4.4%	12,200	3.4%	△2,070	△14.5%
親会社株主に帰属する当期純利益		9,327	2.9%	8,300	2.3%	△1,027	△11.0%



Ⅲ. サステナビリティへの取り組み

サステナビリティの取り組み①

環境保護への取り組み



環境マネジメント体制の構築

- ISO14001の認証継続、範囲拡大

気候変動への対応

- 工場への省エネ機器・太陽光発電設備の導入推進

伊勢崎工場、竜ヶ崎冷食工場に太陽光発電設備を導入（2023年2月稼働予定）



伊勢崎工場

- 配送ロット/海上輸送の拡大による物流環境負荷の低減

生物多様性保全

- ニッポン四季の森（北海道深川市）の整備・植樹



ニッポン四季の森

食品ロスの削減

- パスタ類賞味期限の表示改善
年月日表示から年月表示へ
- 食品副産物のアップリサイクルの推進
「第9回食品産業もったいない大賞」
農林水産省大臣官房長賞受賞

当社が食品工場副産物から製造した機能性食品素材
セラミド、オリーブ果実マスリン酸、パミスエキス、アマニリグナン等



環境にやさしい商品開発

- 包装資材の脱プラスチック化
 - ・ 無漂白の木材パルプで作られたeco 紙トレーの使用推進
 - ・ 紙製包装アイテム数増加



- プラントベースフード「ソイルプロ」の開発
⇒ヴィーガン対応商品開発拡大



ソイルプロ

サステナビリティの取り組み②

持続的成長をするための企業活動



研究開発の強化

- 機能性食品素材／特保商品の開発促進
- 外部とのアライアンス／大学との共同研究実施
- 小麦研究チーム／知財戦略チームの設置
- 積極的な知財取得

持続可能なサプライチェーン構築

- 物流効率の改善/ 配送車両に関わる安全会議の開催
- 政府/ 生産者団体との小麦の安定調達に係る協議・調整継続

事業の多角化

- 価値創造型事業の創出・事業展開
AI 活用例：ニトロン
- 成長・新規事業への積極投資
- 新規素材・新機軸商品の研究・商品化
- 海外拠点の事業領域・エリア拡大への取り組み



協働ロボット
／ニトロン

基盤事業の収益力強化

- 既存工場の稼働率向上・設備増強
- DXを活用した生産効率の改善

販売地域／チャネルの拡大

- Eコマースの拡大（ニッポンダイレクト）
- 海外での販売展開（新たな販売チャネルの開拓）

ステークホルダーの信頼獲得



ステークホルダーエンゲージメント

- 責任ある購買活動の推進
- 適時・適切な情報開示
- IR説明会等の開催/ 株主とのコミュニケーション強化



IR決算説明会
(web)

サステナビリティの取り組み③

高品質の商品・サービスの提供



CS（顧客満足度）向上の取り組み

- CS検討会の開催
お客様センターに寄せられた意見に基づく商品開発

品質管理体制の強化

- JFS-C規格の認証取得 ⇒ グループ内拡大
- ISO17025の認定維持
- 工場定期監査、原料審査会の実施

人的資本への取り組み



採用/育成のための研修

- 部門別研修、社外研修、通信教育などの研修機会の提供
- 海外人財・DX人財の育成
- 駐在社員のローテーションと増員の実施
- 各従業員のキャリアプランを念頭に置いた人員配置

ダイバーシティの推進

- 多様な人財の積極採用
- 障がい者の積極活用

ワークライフバランス促進

- 働きやすい職場環境づくりの推進
- 柔軟な働き方の拡充
- 賃金体系や福利厚生などの制度改革

健康経営の促進

- 従業員エンゲージメント向上の取り組み、メンタルヘルスのケア
- 次世代育成支援対策推進法「基準適合一般事業主」認定
- ヘルスケアプラットフォーム「PepUp」の導入
- 健康経営優良法人認定



サステナビリティの取り組み④

国際社会・地域社会への貢献



食育活動の実施

- 栄養情報サイト「ニッポン栄養情報サイト」を公開
- 食の健康科学寄付講座シンポジウム開催
- 一般社団法人日本食育学会「食育推進企業・団体」の認定取得



日本食育学会認定

食品提供による支援

- フードバンク（セカンドハーベスト）、こども宅食への食品寄贈



国際・地域社会エンゲージメント

- ユニセフ支援、WFP支援
- 雇用創出による経済の活性化
- 近隣学校からの訪問学習の受け入れ
- ジュンコフローラスクール
 - ・ 55周年記念展開催
 - ・ 「This is MECENAT 2022」認定



WFP 継続支援



パンの花

法令遵守及び内部統制

コーポレートガバナンス体制の強化

- 監査等委員会設置会社への移行
- 独立社外役員の選任
- 諮問委員会の設置

コンプライアンス

- 内部通報窓口の設置
- コンプライアンス研修の実施
- グループ内コンプライアンスの強化推進

リスクマネジメント

- リスクマネジメントの体制強化
- 情報セキュリティ強化推進
 - ・ 管理体制の構築
 - ・ リスク管理規定制定

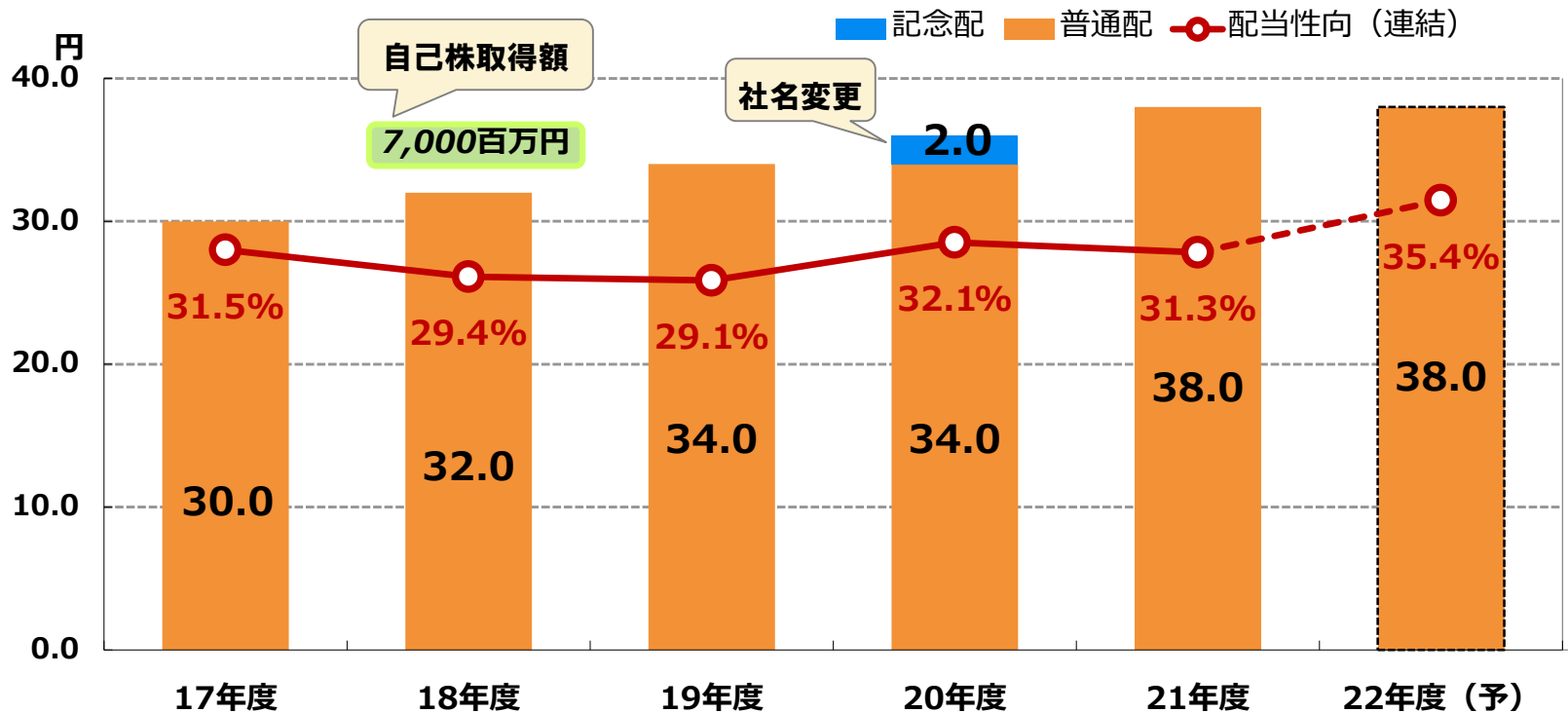


IV. 配当・株主様へのご優待制度

株主還元について

－基本方針－

- 株主への利益還元も重要な経営目標で、安定的かつ持続的な配当の継続が基本
- 配当は期間業績、財務状況及び経営環境、今後の事業展開等総合的に勘案して実施
- 配当性向は30%以上を目標とする



株主優待制度

弊社の事業をより一層ご理解いただくことを目的として
株主優待制度を導入しております

3月期

対象	毎年3月末時点の株主名簿に記載された500株以上保有の国内株主様	 <p>※写真は 2022年3月期の優待品 (全15品)</p>
内容	3,000円相当の自社商品	
送付時期	毎年6月頃	

※商品内容は毎年変わります。

9月期

対象	毎年9月末時点の株主名簿に記載された500株以上を1年超継続保有 ^(注) された国内株主様	 <p>※写真は 2022年9月期の優待品 (全8品)</p>
内容	1,500円相当の自社商品	
送付時期	毎年12月頃	

注：1年超継続保有された株主様とは株主名簿基準日（9月30日および3月31日）の株主名簿に同一株主番号で連続3回以上記載された株主様です。

株主様とのコミュニケーション

報告誌「株主の皆様へ」の発送（年2回）

<株主の皆様へ（中間・期末のご報告）>



社長インタビュー



商品紹介コーナー



決算の概要など

株主様向け料理教室



2019年10月 地方開催
東邦ガス今池キッチンサロン



2019年2月 東京開催
江上料理学院

当社商品を使用した株主様向け料理教室・ふっくらパン教室などを開催しています。<応募多数の場合は抽選>

※現在は新型コロナウイルス感染防止のため休止中

インターネット

ホームページ <https://www.nippon.co.jp/>



「株主・投資家の方へ」のコーナーを設け、各種資料を掲載しています。

株価チャート

2001 ニッポン



<市場指標とのパフォーマンス比較(2021.12.2=0)>



この資料には、当社の現在の計画や業績見通しなどが含まれて
おります。それら将来の計画や予想数値などは、入手可能な情
報をもとに、当社が計画・予測したものであります。実際の業
績などは、様々な条件・要素によりこの計画や予想数値とは異
なる結果になることがあります。この資料はその実現を確約し
たり、保証するものではありません。

株式会社ニッポン・IR室

TEL 03(3511)5316 FAX 03(3237)3552