

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

nippon

証券コード 2001

個人投資家向け 会社説明会



2023年12月13日

株式会社 ニッポン

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



目次

- 
- 
- I ニッポングループの概要 p. 3~
 - II ニッポングループの成長戦略 p. 15~
 - III サステナビリティへの取り組み p. 31~
 - IV 業績予想・配当・ご優待制度 p. 36~



I ニッポングループの概要

■ 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（2023年9月末現在）
■ 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
■ 売上高（連結）	3,655億円（2022年度実績）
■ 従業員数（連結）	3,864名（2023年9月末現在）
■ グループ会社数	子会社59社・関連会社24社



代表取締役社長
前鶴 俊哉
(まえづる としや)

株式会社ニップンのあゆみ (2021年1月社名変更)

成長分野や価値創造型事業
を中心に事業領域を拡大

1896年
日本製粉株式会社設立

製粉をベースとして
食品領域に事業を展開



海外展開

その他事業

1969年

・ヘルスケア事業参入



2003年

・業務用「アマニ」発売



1989年

・ペットフード事業参入



2006年

・家庭用「アマニ」発売

食品事業

1955年

・「オーマイ」ブランド誕生



1991年

・中食事業参入

2013年

・ナガノトマトと資本提携

1959年

・プレミックス事業参入

1973年

・冷凍食品事業参入

2003年

・大豆事業へ進出
※オーケー食品と提携
(2022年完全子会社化)

2020年

・「ソイルプロ」誕生



製粉事業

1896年

・最新の機械式小麦製粉で創業



1959年

・プレミックス事業参入



1969年

・コーンの製粉開始

1975年

・米の製粉開始



2021年

・東福製粉を吸収・合併

1913年

・そば粉の製粉開始

1934年

・初の海外資本進出



1996年

・タイ進出

2004年

・上海でプレミックス工場を操業・ユタ製粉へ出資



2000年

・米国パスタモンタナへ出資

2014年

・インドネシア進出

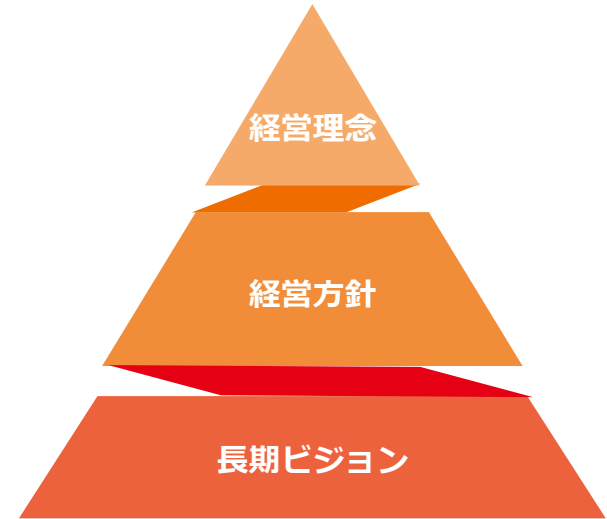
経営理念・経営方針・長期ビジョン

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



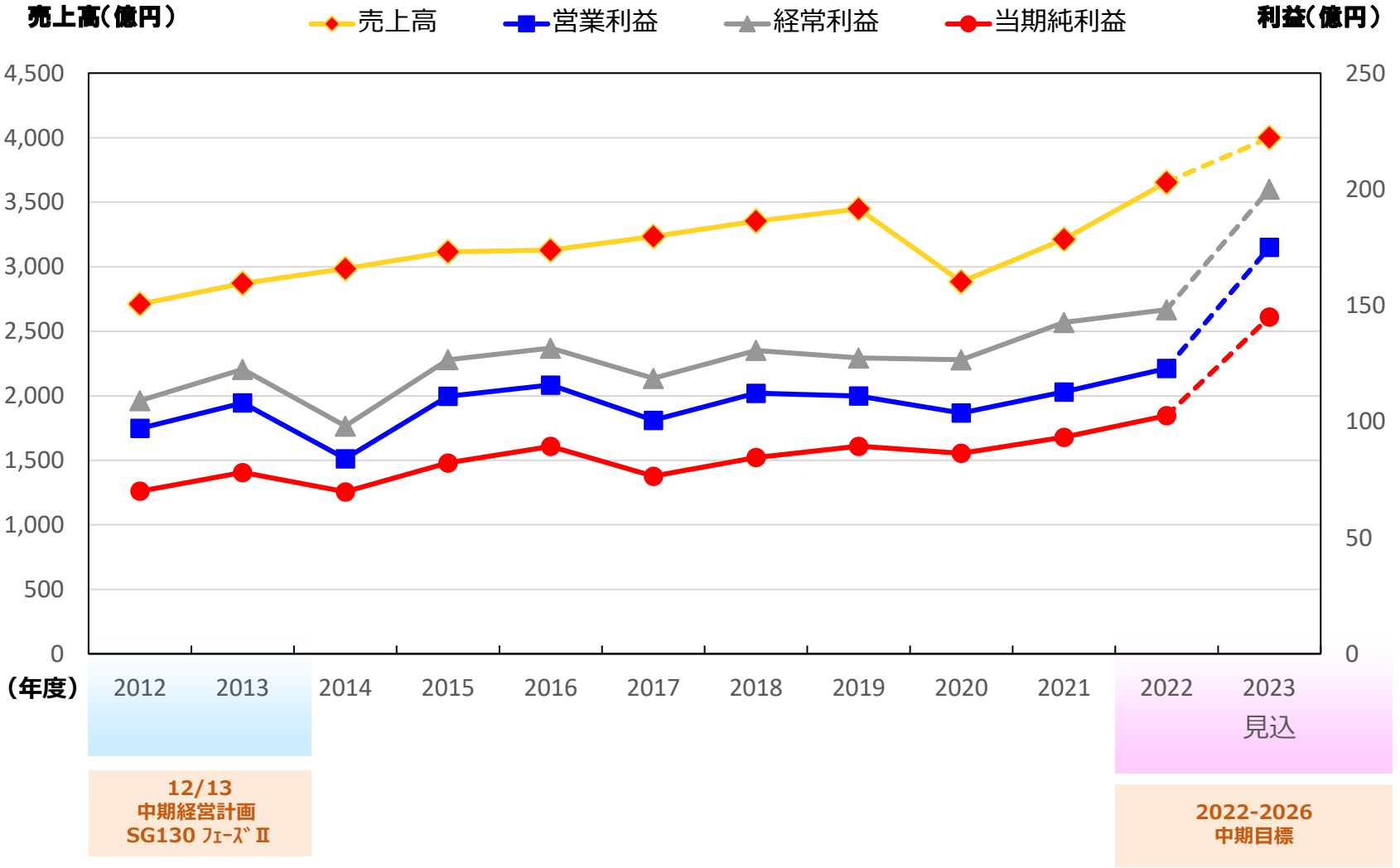
長期ビジョン

経営理念の実現に向けて、
 変化を先取りした新しい時代の「食」の創造により、人々に幸せ・笑顔・そして心身の健康を届けるとともに、
 環境や人権をはじめとする**社会課題を解決**しながら、より良い社会や地球の実現に貢献し続けていきます

目指すべき
事業規模

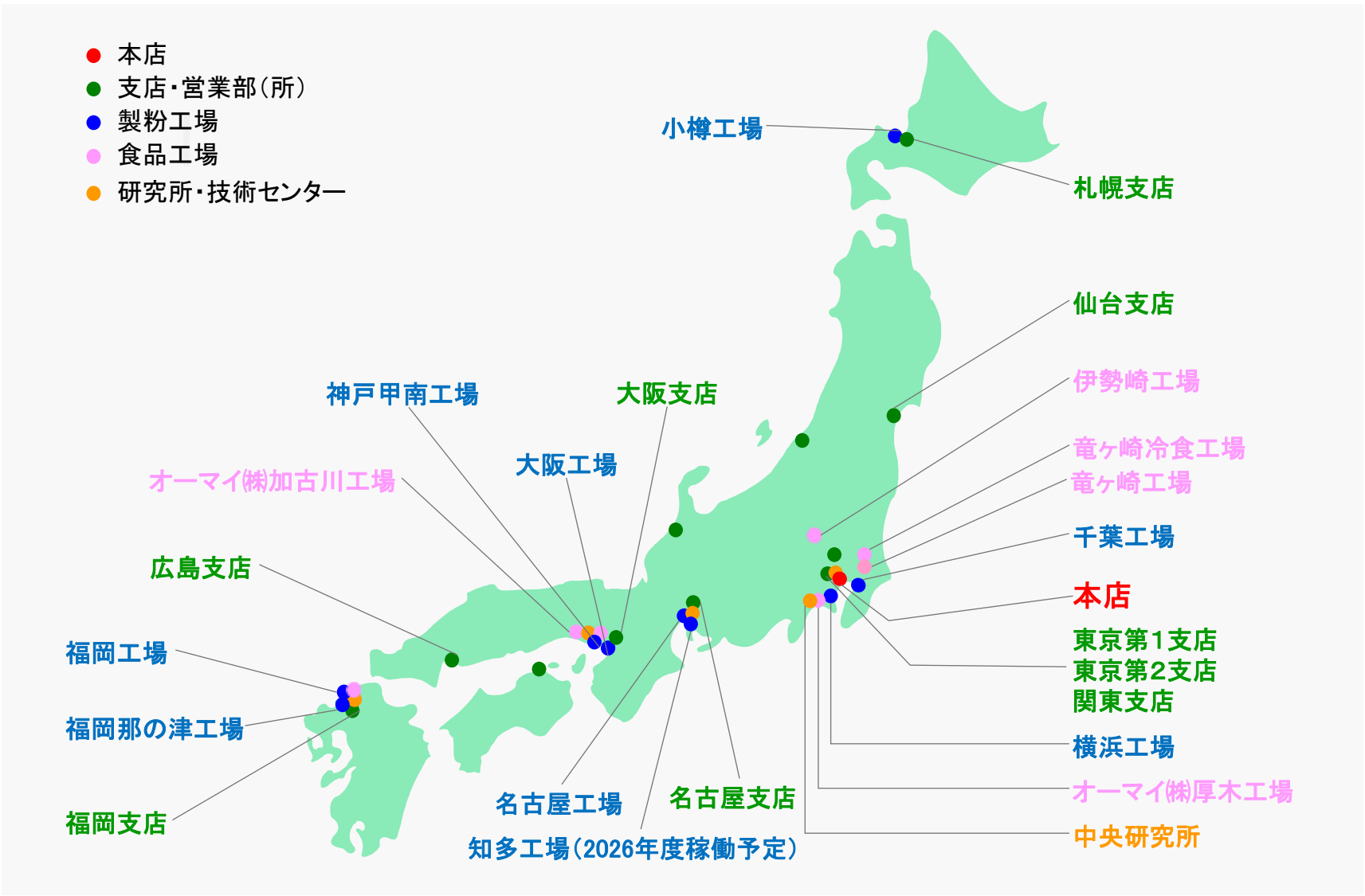
売上高	5,000億円
営業利益	250億円
営業利益率	5%
ROE	8%

ニッポングループの経営成績の推移



※「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、2020年度は遡及適用後の数値

事業拠点 (国内)



事業拠点 (海外)

アジア

中国

天津全順食品有限公司
プレミックス等の製造・販売

上海日粉総合貿易有限公司
プレミックス等の販売

上海金山日粉食品有限公司
プレミックス等の製造・販売

タイ

NIPPN(Thailand)Co., Ltd.
プレミックスの製造・販売

NIPPN FOODS CORPORATION (THAILAND) LTD.
プレミックス等の販売

インドネシア

PT. NIPPN FOODS INDONESIA
プレミックス等の販売

PT NIPPN PRODUCTS INDONESIA
プレミックス工場新設(2023年9月稼働)



アメリカ

Pasta Montana, L.L.C.

パスタの製造・販売



Utah Flour Milling, LLC
小麦粉の製造・販売
(2023年5月出資契約、2024年10月稼働予定)

NIPPN California Inc.
プレミックス等の販売



事業セグメント① 製粉事業

事業内容

業務用小麦粉、飼料用ふすま、そば粉等の製造販売



販売先

パン・麺・菓子メーカー
 外食産業、インスタアールベーカリー等

※小麦粉販売シェア
 24.4% (2022年度)



製粉事業

1,176億円

(2022年度売上実績)

構成比：約32%

製造拠点

全国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

※千葉工場(左)と神戸甲南工場(右)はパナマックス級本船が接岸可能



トピックス

関西・中京エリアにおける工場再編の推進

- ⇒知多新工場建設推進
- 神戸甲南工場設備増強
- 大阪工場・名古屋工場閉鎖予定

事業セグメント② 食品事業

食品素材事業

プレミックスを中心とした業務用素材

大手ドーナツチェーンへ納入



加工食品事業

パスタを中心とした家庭用食品群



原料・製法にこだわったREGALOシリーズ 定番のオーマイパスタシリーズ

簡単・便利・健康 特徴ある商品

食品事業

2,047億円

(2022年度売上実績)

構成比：約56%

冷凍食品事業

得意分野に特化した商品群

人気の
冷凍パスタ・
お弁当シリーズ



トレー入り
食事セット



中食事業

コンビニ向けお弁当・
調理麺・惣菜の製造



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

食品事業補足：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。



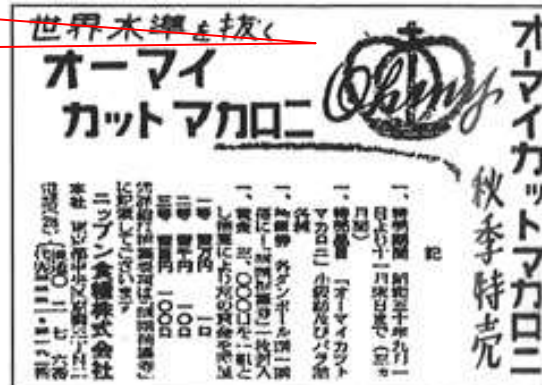
当時のマカロニのポスター



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

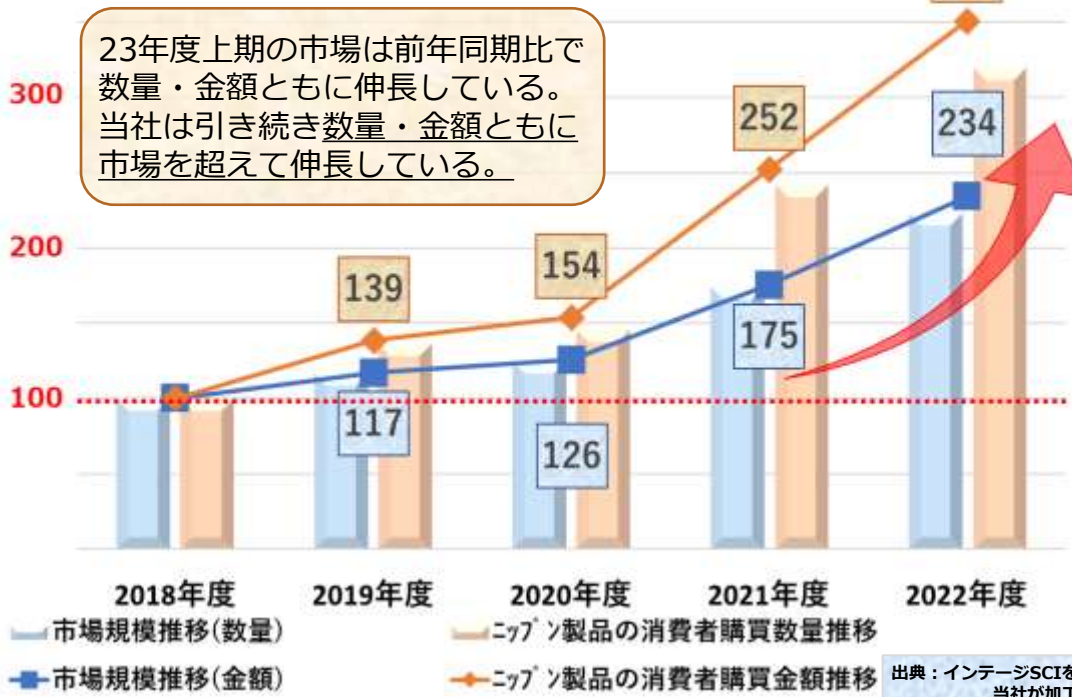
食品事業補足：冷凍食品市場の動向

- 業務用冷凍食品市場は、コロナ禍により一時的に落ち込んだが徐々に回復傾向となっている。一方、家庭用冷凍食品市場は、コロナ禍以降市場が拡大したが、現在はやや落ち着きつつある。
- 当社冷凍食品事業においては、業務用・家庭用ともに市場を超える伸長率を維持しており、特に家庭用では消費者のライフスタイルにあわせて拡大しているセット物市場において、プレート品の「よくばりプレート」シリーズを中心にシェアを伸ばしている。

★家庭用セット物カテゴリー市場規模

◆消費者の購買数量・金額推移

(2018年度を100とした指数換算)



★市場シェア推移（金額ベース）

◆家庭用セット物市場シェア（2018年度比較）

2018年度

2022年度



23年度上期の当社シェアは64%

出典：インテージSCIを当社が加工

*市場規模の数値は、2018年度を100とした指数換算

◆「よくばりプレート」シリーズ

当社主力商品



事業セグメント③ その他事業

ヘルスケア事業

健康食品



アマニ油 サプリメント

有用性食品素材



セラミド パミス

ペットフード事業

ペットは家族 癒しを求め需要拡大



エヌピーエフジャパン(株)



OEM商品

その他事業

431億円

(2022年度売上実績)

構成比：約12%

外食事業

当社製造のプレミックスを使用するドーナツショップ等を様々な地域で展開 (ニップンドーナツホールディングス)



その他

- ・エンジニアリング
- ・フードテック
- ・分析・バイオ事業
- ・スポーツクラブ 等

自然化粧品
機能性化粧品



セラミド配合の
アンチエイジングケアシリーズ



Ⅱ ニッポングループの成長戦略

長期ビジョンの戦略概要

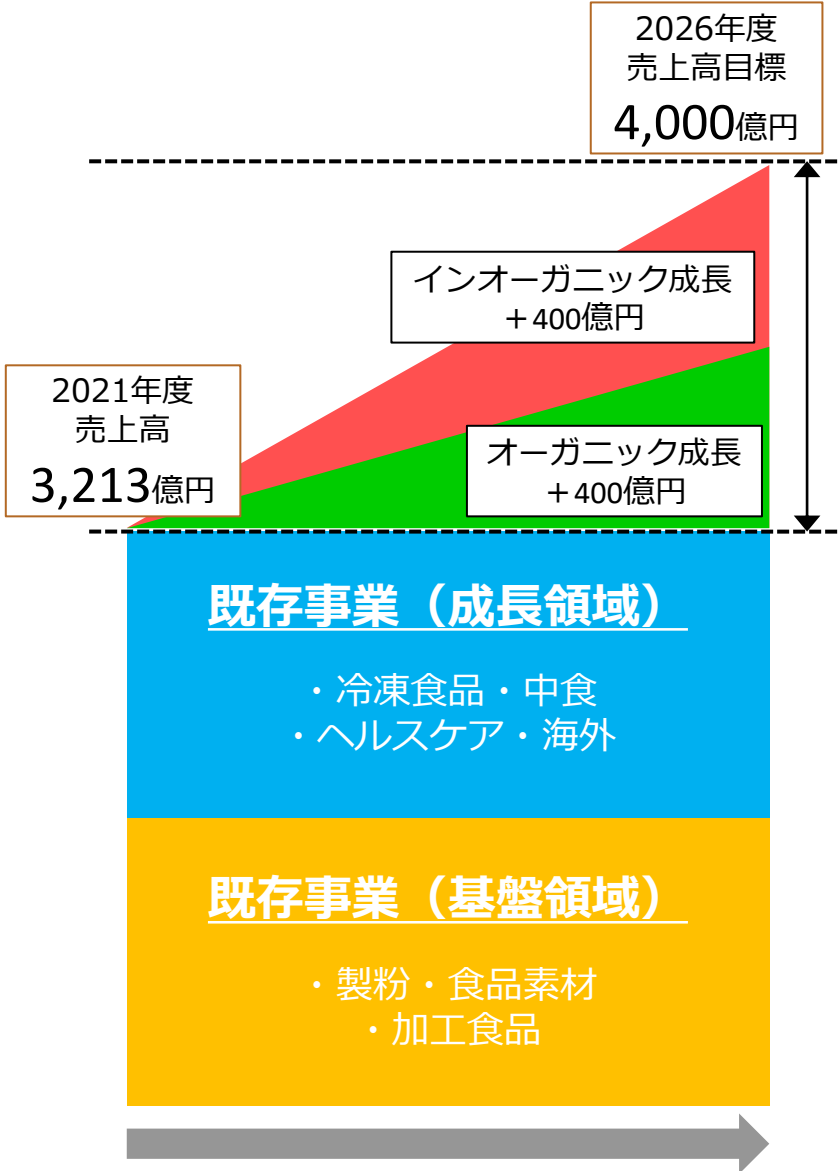
既存事業の基盤強化や生産能力増強により持続的な利益成長と安定的なキャッシュ創出を図り、**成長分野に経営資源を投下**していく
 また、**グローバルな事業拡大・新たな事業創出**を行い、価値創造型事業の展開により、さらなる成長を実現させていく



事業成長の方向性



2022-2026 中期目標



中期目標（2026年度目標）

売上高	4,000億円(2021年度比+800億円)
営業利益	150億円
ROE	6%以上
ROIC	4%以上

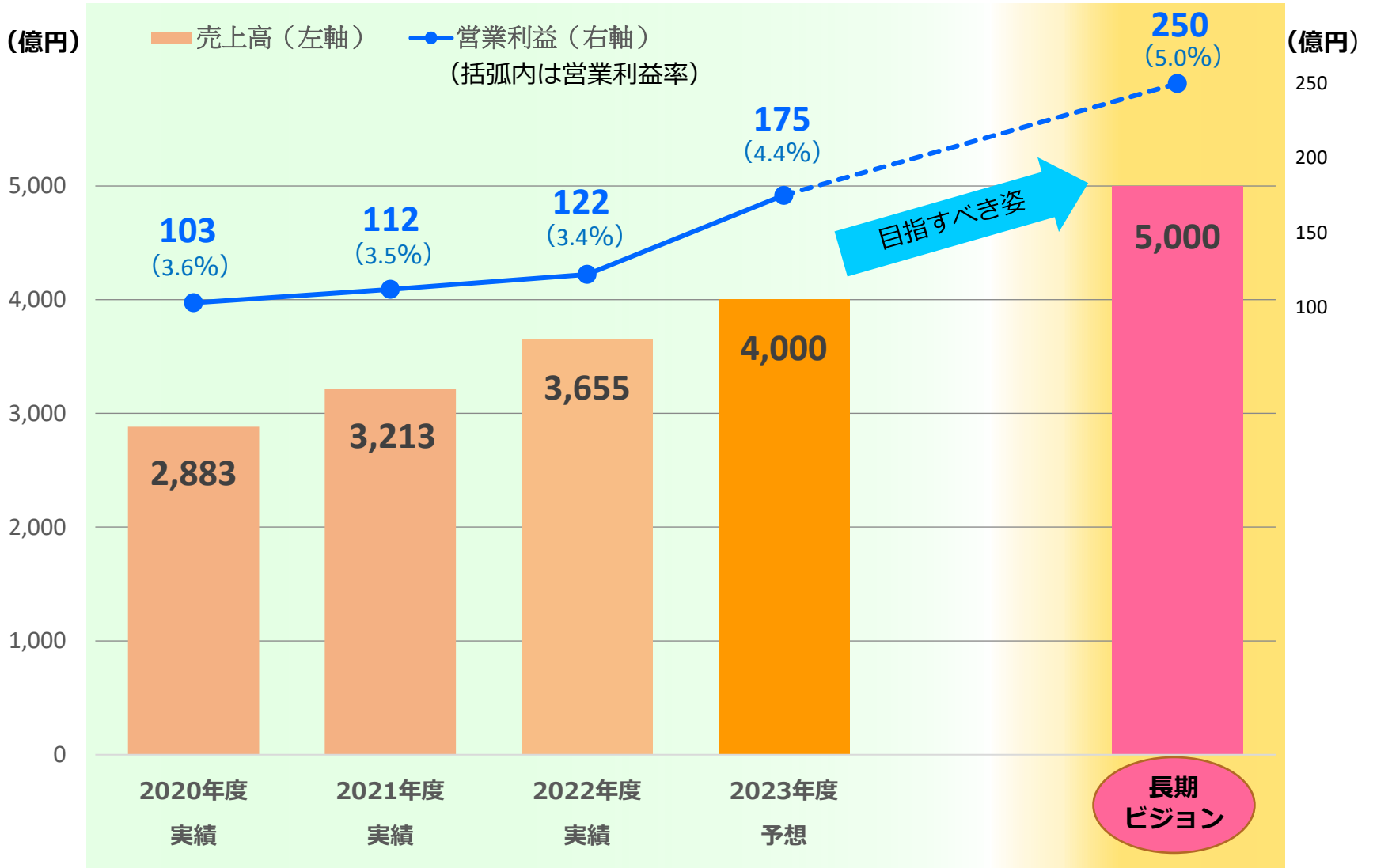
戦略の基本方針

- ・ 基盤領域の収益力強化
- ・ 成長領域及び新規領域への戦略投資
- ・ M&Aや事業提携の機会追求
- ・ DX推進等による経営基盤強化
- ・ サステナビリティ経営の推進

2022-2026 中期目標の見直し

- ・ 既存事業の収益力強化が進み、2023年度業績予想は、2026年度目標として設定した売上高・営業利益を上回る見込み。
- ・ 中期目標設定時の各課題について達成状況を整理した上で、長期ビジョンを念頭に置いた新たな数値目標を設定する予定。

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

成長戦略の重点領域

冷凍食品事業

主な戦略

- 冷凍個食パスタトップシェア獲得
- ライフスタイルの変化に対応した商品展開
- 新規素材の商品化
- 新規販売チャネルの開拓
- 冷凍食品の海外輸出拡大

中食事業

主な戦略

- デイリーメーカー事業の『稼ぐ力』の再構築
- 収益構造改善のための生産体制構築
- 販売先の多角化
- 既存マーケットの深耕

4つの重点領域

ヘルスケア事業

主な戦略

- 機能性表示食品の主軸ブランド育成
- 付加価値の高い 機能性素材の拡充
- フェムテック市場参入に向けた開発推進
- 当社独自素材を生かした健康通販事業の拡充
- 機能性素材の海外輸出による販路拡大

海外事業

主な戦略

- 海外経営基盤強化
- 既進出地域の周辺エリアにおける事業展開
- インオーガニック成長戦略推進
- 生産能力増強・効率化への設備投資実施

重点領域① 冷凍食品事業

冷凍パスタやパスタソース、プレート類、惣菜、弁当用惣菜、スナック、デザート、冷凍生地などで、ワンランク上のおいしさと、さまざまなお客さまのニーズにお応えした付加価値のある商品をお届けしています。



当社の強み

- ◆ トレー入り商品による他社商品との差別化
- ◆ 紙型トレーへの仕様変更による環境配慮商品の推進
- ◆ 高い商品力と豊富な品揃え



トピックス

- ◆ 冷凍パスタブランド No.1「オーマイプレミアム」発売20周年



- ◆ オーマイプレミアム「至極シリーズ」発売



中長期の取り組み

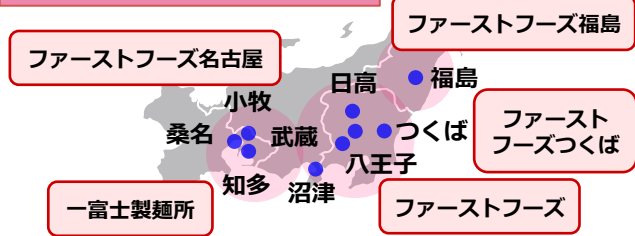
- ◆ 冷凍個食パスタは、シェア拡大を推進する
- ◆ トップシェアであるワンプレート、個食米飯はさらに市場を拡大し総合冷凍食品メーカーとしての地位を固める



重点領域② 中食事業

飲食店での食事（外食）と家庭内での食事（内食）の中間に位置づけられる「中食」。当社は製造工場を各地に配置し、先進の設備と衛生的な環境のもと、弁当、惣菜、調理パン、調理麺など便利で豊かな食生活に大きく貢献しています。

ファーストフーズグループ
5社9工場



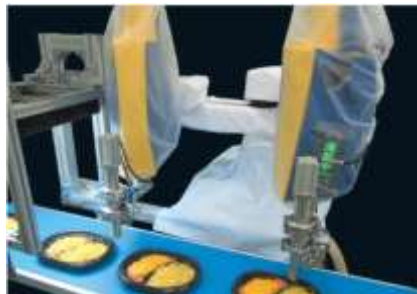
当社の強み

- ◆ グループシナジーを活用した商品開発
- ◆ 弁当、おにぎり、寿司、サンドイッチ、惣菜、麺類、冷凍食品等のフルラインアップでの商品供給体制
- ◆ 東日本から中部、東海地区までをカバーした生産拠点

トピックス

- ◆ 生産ライン自動化への取り組み推進

協働型トッピングロボット「ニトロン」



中長期の取り組み

- ◆ 既存のノウハウを活かしたマーケット領域の拡大



- ◆ ゴミの再資源化
生産過程で排出される廃棄物を、堆肥やバイオガス発電、動物飼料等に有効活用していく



重点領域③ ヘルスケア事業

健康から美容まで、お客さまの日々の生活をサポートする商品をお届けしています。穀物を中心とした永年の研究成果が活用できる分野で、健康のために有効な成分を植物原料から抽出し、独自の機能性をもつ食品素材を開発しています。



当社の強み

- ◆基礎研究から先端研究まで幅広く行う体制
- ◆社会変化に対応した商品開発力
- ◆大学との共同研究
- ◆特殊な原材料の安定した調達ルート

トピックス

- ◆健康通販事業の運営強化と展開商品の充実

nippon ニッポングループ
ニッポン健康通販



- ◆機能性表示訴求を活用した機能性素材の拡充

中長期の取り組み

- ◆人々が人生を豊かに生きるための心身の健康維持、増進をサポートする
- ◆社会的課題である健康寿命延伸に貢献する



重点領域④ 海外事業

当社はグローバルな総合食品企業を目指し、海外事業を推進しています。現地国内市場だけでなく、日本を含む第三国市場へも安全かつ高品質な製品を供給できる体制を整えています。現在はアメリカ、タイ、中国、インドネシアへ展開しています。



太陽光発電設備を導入した
NIPPN (Thailand) CO.,Ltd

事業の方向性

- ◆人口増により市場が拡大する北米、ASEAN地域において、既存グループ会社の業容拡大に加えて、周辺地域において積極的にM&Aや事業提携の機会を追求していく
- ◆日系企業との取引だけでなく、現地市場への販路拡大や取扱商品の充実等により、規模の拡大を図る

トピックス

- ◆米国の製粉会社 Utah Flour Milling, LLC への出資（2023年5月）

<工場完成予想図>



- ◆インドネシアプレミックス新工場稼働（2023年9月）

中長期の取り組み

- ◆既進出地域である北米・ASEANとその周辺エリアにおける事業の拡大



- ◆インオーガニック成長戦略の推進
- ◆海外売上高比率を6%台まで拡大

その他のトピックス①：プラントベースフードの事業拡大

ニップンのプラントベースフード（PBF）ブランド

ソイルプロ

～ 独自開発のプラントベースフード新素材 ～

- ・おいしさの秘密は豆腐の加工技術を応用した特許製法
- ・鶏そぼろのようなジューシーで弾力ある食感とクセのない風味



vege cafe (ベジカフェ)

～ みんなの“おいしい”をかなえる 新たな選択肢 ～

- ・植物素材の良さを最大限に引き出した冷凍食品ブランド
- ・バラエティ豊かで簡便性が高いラインアップ
- ・植物性原料のみでつくられているとは思えないおいしさを実現



PBF事業の 拡大スキーム



ソイルプロ使用商品の一例



※そぼろタイプ白



※豆腐から作ったお肉のミラノ風ドリア & カポナータ

ベジカフェ商品の一例



※ヴィーガンパンケーキ



※ガトーショコラ

その他のトピックス②：フェムテック市場への参入

① フェムテック市場の成長見通し

- 女性の社会進出推進の環境下で、経済産業省はフェムテック市場が2025年には約2兆円の経済効果が見込めると発表。
- 女性のウェルビーイング実現には、フェムテックの普及と寄与が前提と言われ、中でも食品分野はこれから開拓が進む市場と注目。

経済効果試算(2025年時点)	
1 月経分野	約2,400億円/年
2 妊娠・不妊分野	約3,000~5,000億円/年
3 更年期分野	約1.3兆円/年

その他の効果	
• 出生数：	約1.2~1.7万人/年増 (合計特殊出生率約0.017~0.025相当)
その他の効果	
• 正規職員比率：	0.8%増
• 女性管理職比率(課長相当職)：	0.2%増

出典：経済産業省「働き方、暮らし方の変化のあり方が将来の日本に与える効果と課題に関する調査報告書」

② フェムテックブランドの「femgoo」を本年10月から立上げ

- 長年培った食品メーカーのノウハウを活かし、植物由来の素材で女性の悩みに寄り添うフェムテックのブランドを立ち上げ、今後ブランド育成に注力
- すべての女性がグッドな毎日を送れます様に、という願いを込めたメッセージ「わたし、はればれ。 femgoo」

< 業務用対象素材 >

- ニッポンセラミド(肌の保湿(バリア機能))
【機能性表示食品対応】
- ニッポンアマニリグナン(女性ホルモン作用)
- ニッポンローズマリーエキス(ストレス緩和)
- 有機小麦若葉(鉄・葉酸補給素材)

< 家庭用対象素材 >

めぐりモイスト



女性のウェルビーイング実現に貢献するブランドの構築を目指す

その他のトピックス③：アマニ事業の新戦略

①ニッポンはアマニのリーディングカンパニー

- ・アマニ食市場の先駆者として、2003年～業務用向け販売開始
- ・主要4大栄養素の効用を探求し、ヘルスケア事業の主力商材に成長
- ・原料選定、加工技術、生産販売まで一貫した**独自ノウハウ**を蓄積



②新ブランド「金のアマニ」業務用ローストアマニ粒を 本年10月よりリリース

- ・国内調達として初の北海道産限定、ゴールデン種のみ使用
- ・地方創生事業として、北海道2都市で**包括連携協定**を締結

旭川市

「健幸福祉都市」実現への貢献
健幸サポートによる地域の活性化

士別市

年間2万人のスポーツ合宿に食提案
PR：「金のアマニ」で金メダルを。

→ 健康で豊かな地域社会の実現を力強くサポート

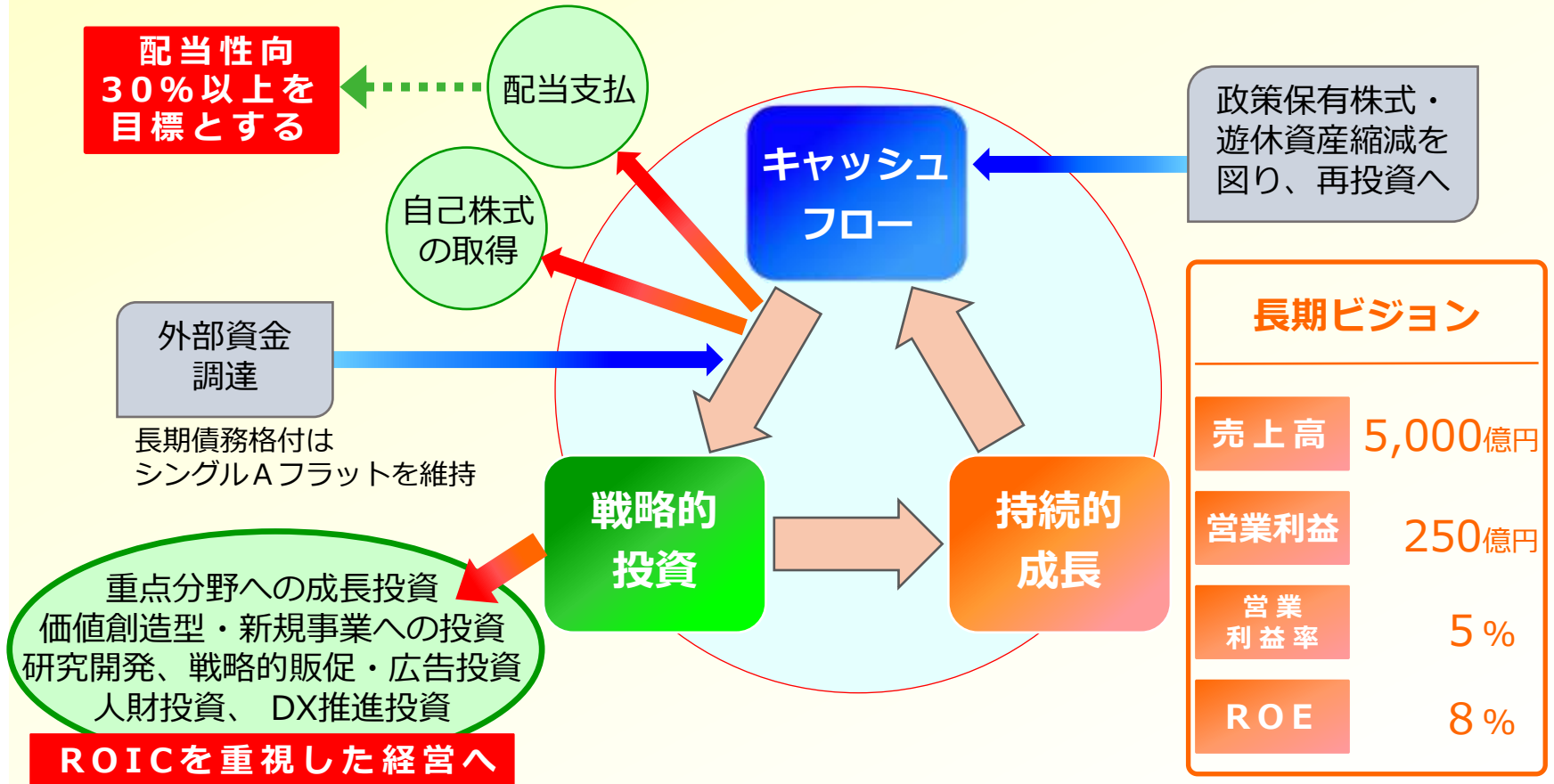


地域社会と連携し、サステナビリティの取組みの1つである
「食と健康を通じた社会への貢献」を推進していく

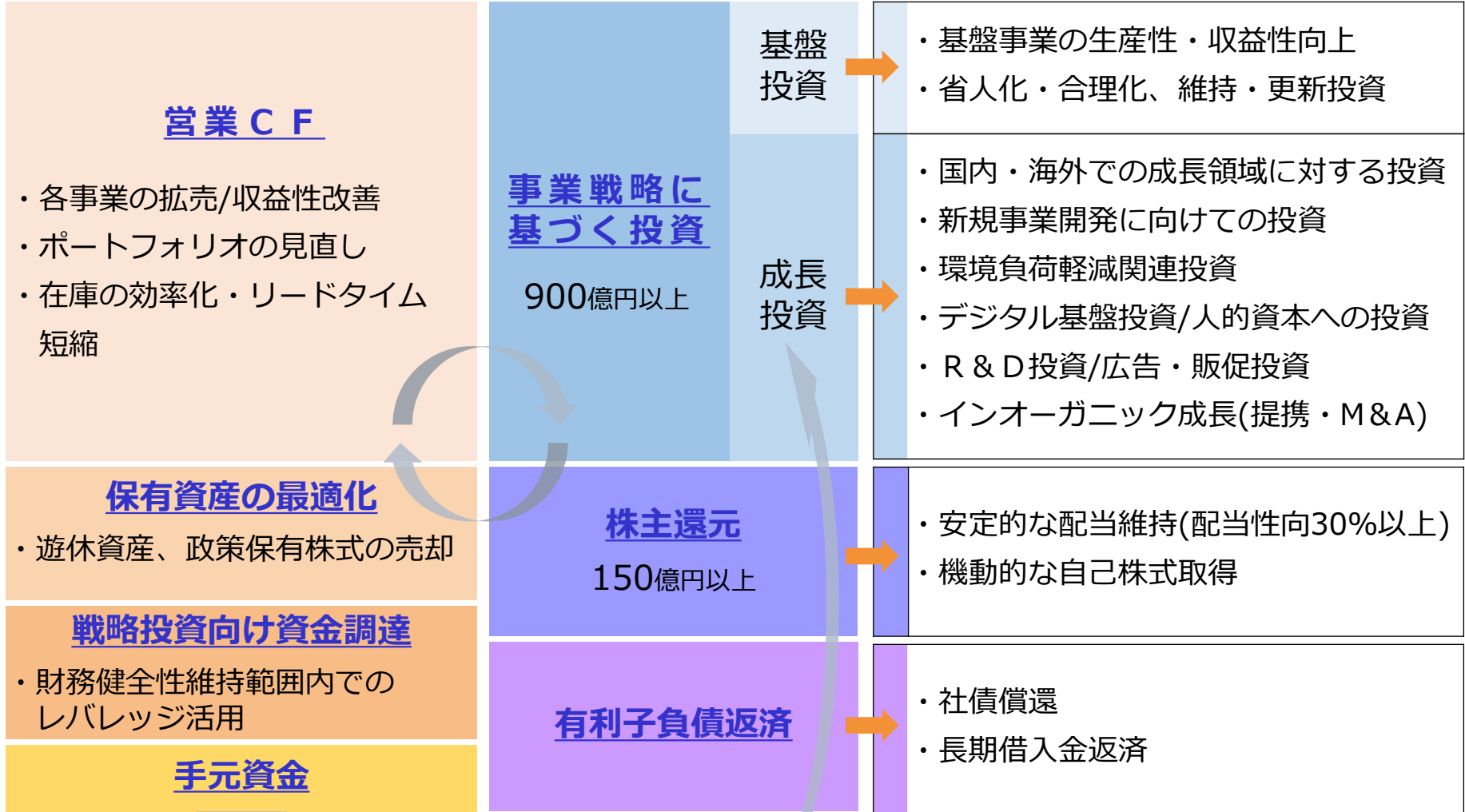
財務の考え方と経営指標

基本方針

- ◆ 持続的成長による収益力の拡大から創出されたキャッシュを最適に配分する
- ◆ バランスシートの効率化推進により資本効率の向上および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 【2022-2026年度】



計 1,000億円以上

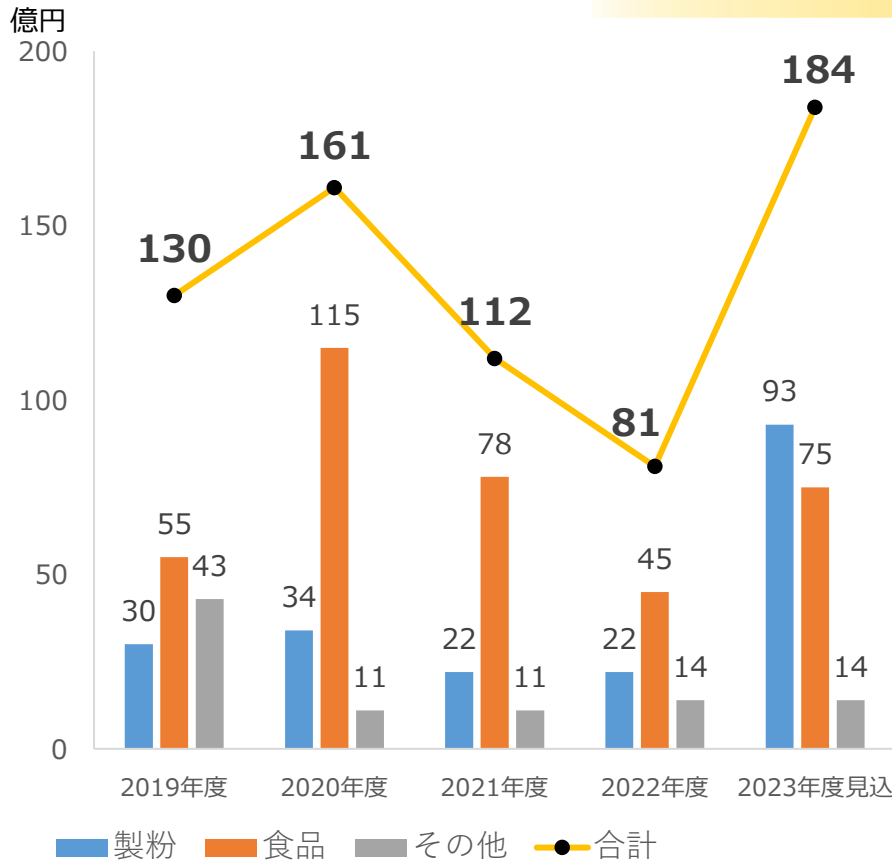
キャッシュ拡大施策である資産流動化と合わせたフリーキャッシュフローは、成長投資に優先的に配分していく

設備投資の今後の展開

基盤事業の収益力を強化するための投資や、成長事業及びインオーガニック領域への戦略的な投資を実施し、グループの持続的な成長を推進する

<設備投資の推移>

2022-2026中期目標期間の投資額 **900億円以上**



【当期完工済みの投資】

投資内容	事業部門
インドネシア プレミックス新工場	海外
伊勢崎工場ライン改修	冷凍食品

【決定済み投資計画】

稼働予定	投資内容	事業部門
2024年	Pasta Montanaライン増強	海外
2024年	オーケー食品工業ライン増設	食品
2024年	Utah Flour Milling新工場	海外
2024年	神戸甲南工場設備増強	製粉
2026年	知多新工場	製粉



Ⅲ サステナビリティへの取り組み

6つのマテリアリティ

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。





マテリアリティ（重点課題）	取り組みテーマ
 食によるウェルビーイングの追求	生活者のライフスタイルや価値観の多様化、嗜好変化に対応しながら、安全・安心な食を提供し、お客様に幸せや健康を届ける
 食と健康を通じた社会への貢献	地域社会・コミュニティとのつながりを進化させ、心身の健康サポートをしていく
 環境保護への取り組み	事業活動による環境負荷を低減することで、人と環境の調和を目指し、持続可能な社会の実現に貢献していく
 人的資本への取り組み	多様な人財が能力を発揮できる環境を整えるとともに、「働きがい」のある職場を従業員とともに作っていく
 持続的成長をするための企業活動	多様な関係者と社会的課題・関心事やリスクを捉えながら、共に着実な取り組みや対応を重ね、社会・環境課題の解決を目指していく
 企業統治の強化	環境・社会問題への対応並びにリスク管理の強化により企業価値を向上させていく

サステナビリティ経営推進

自然の恵みを守り、小麦をはじめとした植物性食品の安定的供給と、新たな技術開発による食を通じたウェルビーイングの追求

食による
ウェルビー
イングの追求

環境保護への
取り組み

製粉事業	食品事業	その他事業
<p>価値創造型事業の創出による事業拡大</p>  <p>国内産小麦の活用 健康志向に合わせた商品開発（全粒粉）</p> <p>品質保証体制の強化</p>	<p>高付加価値原料 育苗研究</p>  <p>「ソイルプロ」 ヴィーガン認証</p> <p>顧客満足度の向上</p>	<p>高濃度セラミドの活用</p>  <p>研究開発の強化</p>
<p>気候変動への対応・食品ロス廃棄物削減</p> <p>内麦利用促進</p> <p>モーダルシフトの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ バイオマスインキの採用 🏭 省エネ・環境配慮の 知多新工場 ♻️ プラスチック資源循環（業務用小麦粉パレット） <p>生物多様性保全</p>	<p>☀️ 太陽光設備導入</p> <p>伊勢崎工場</p> <p>竜ヶ崎冷食工場</p> <p>NIPPN(Thailand)</p> <p>📄 紙トレー採用</p> <p>👉 パスタ類賞味 期限の表示改善</p> <p>OKI 認証材の採用</p>	<p>食品副産物 アップサイクル</p>  <p>ニッポン四季の森</p>

サステナビリティ経営推進

多様なステークホルダーの要請に応えながら社会課題に対応し、事業の多角化を通して新しい価値を創出する

持続的成長を
するための
事業活動

製粉事業	食品事業	その他事業
国内外のM&A・事業提携による事業規模の拡大 米国製粉会社 Utah Flour Milling, LLC への出資	インドネシア等 東南アジアでの事業拡大 冷凍食品事業拡大	フードロボテック開発と実用化
資本市場での信認向上		持続可能なサプライチェーンの構築

食と健康を通じた社会
への貢献

食へのアクセス向上

フードバンクへの 食品提供 SECOND HARVEST <small>セカンダリハーベスト ジャパン</small>	国際社会活動支援 国連WFP レッドカップキャンペーン 	日本食育学会 「食育推進企業・団体」 認定取得 	食を通じた 地域活性化 金のアマニ
ユニセフを通じた支援 unicef <small>公益財団法人 日本ユニセフ協会</small>	「食育推進企業・団体」認定証		

サステナビリティ経営推進


事業の基盤となる人財への投資と、働き方改革による、社員と社会のウェルビーイングの同時実現


製粉事業


食品事業


その他事業

人財開発とエンゲージメント

 人権尊重・障がい者雇用促進

 男性育休取得100%

 グローバル人財
デジタル人材の
採用・育成


 女性管理職比率10%




 学習機会の拡大



女性活躍推進講演会

 従業員エンゲージメント調査
の実施

 健康経営の推進



人的資本の
取り組み

ステークホルダーの信頼向上

コーポレートガバナンス体制の充実
(各種委員会の設置)

リスクマネジメントの強化

コンプライアンスの強化

企業統治の
強化



IV 業績予想・配当・ご優待制度

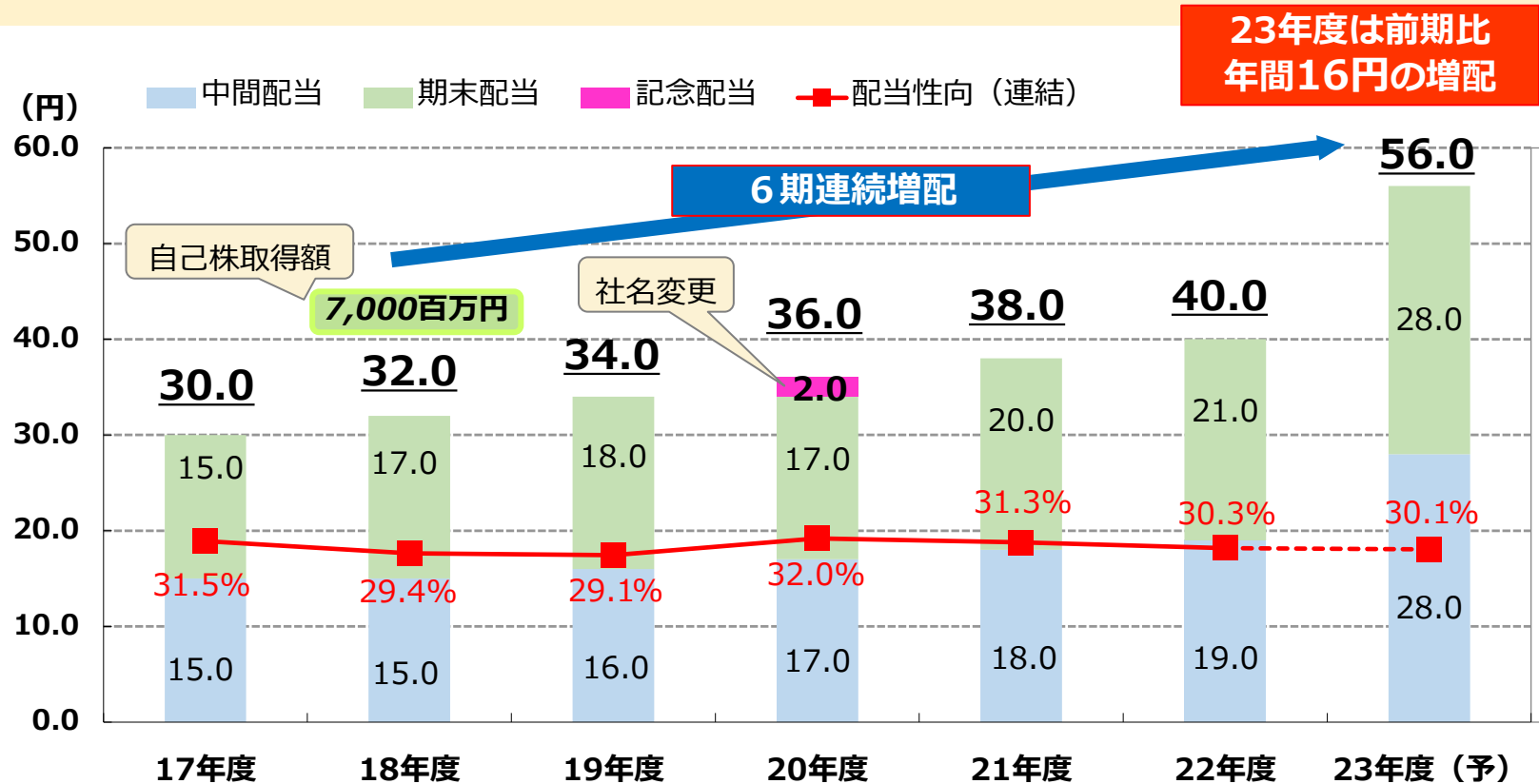
2024年3月期 業績予想

- **売上高**は、各セグメントとも出荷増に加え、原材料価格、エネルギー価格等の上昇分を売値へ転嫁することによって、2022年度比+9.4%、**344億円の増収**を予想
- **営業利益**は、エネルギー価格や物流費の上昇に加えてシステム投資や労務費、食品セグメントにおける広告・販促費等諸費用の増加が見込まれるものの、拡売及びさらなる生産性の改善を進めることによって、2022年度比+42.4%、**52億円の増益**を予想

		2022年度		2023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	117,604	32.2%	125,000	31.3%	7,396	6.3%
	食品事業	204,796	56.0%	227,500	56.9%	22,704	11.1%
	その他事業	43,123	11.8%	47,500	11.9%	4,377	10.2%
	計	365,525	100.0%	400,000	100.0%	34,475	9.4%
営業利益	製粉事業	7,528	6.4%	8,600	6.9%	1,072	14.2%
	食品事業	3,449	1.7%	6,700	2.9%	3,251	94.3%
	その他事業他	1,308	3.0%	2,200	4.6%	892	68.2%
	計	12,288	3.4%	17,500	4.4%	5,212	42.4%
経常利益		14,816	4.1%	20,000	5.0%	5,184	35.0%
親会社株主に帰属する当期純利益		10,260	2.8%	14,500	3.6%	4,240	41.3%

株主還元について

- 利益の配分については、将来の企業成長に向けた投資に必要な内部留保の確保を優先しながら、資産売却等による特殊・特別な損益を除外し算定した**配当性向30%以上**を目標とし、安定的な配当を継続してまいります。
- 自己株式の取得については、今後の事業展開、投資計画等を総合的に考慮し、機動的な実施を検討していく方針です。



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 2023年3月期の優待品 (全14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 2023年9月期の優待品 (全7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



決算の概要など



商品紹介コーナー

株主様向け料理教室

2023年9月 東京開催
ハッピークッキング



当社商品を使用した株主様向け料理教室を開催しています。<応募多数の場合は抽選>

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。

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。

© 2023 NIPPN CORPORATION

株式会社ニッポン・IR室

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