

2026年3月9日



個人投資家向け説明会資料

証券コード 2001

株式会社ニッポン(NIPPONCORPORATION)
<https://www.nippon.co.jp>

I	会社紹介	p3
II	事業紹介	p7
III	長期ビジョン2030と2022-2026中期目標 達成に向けて	p17
IV	業績・財務戦略	p25
V	株主還元	p32

I 会社紹介

経営理念

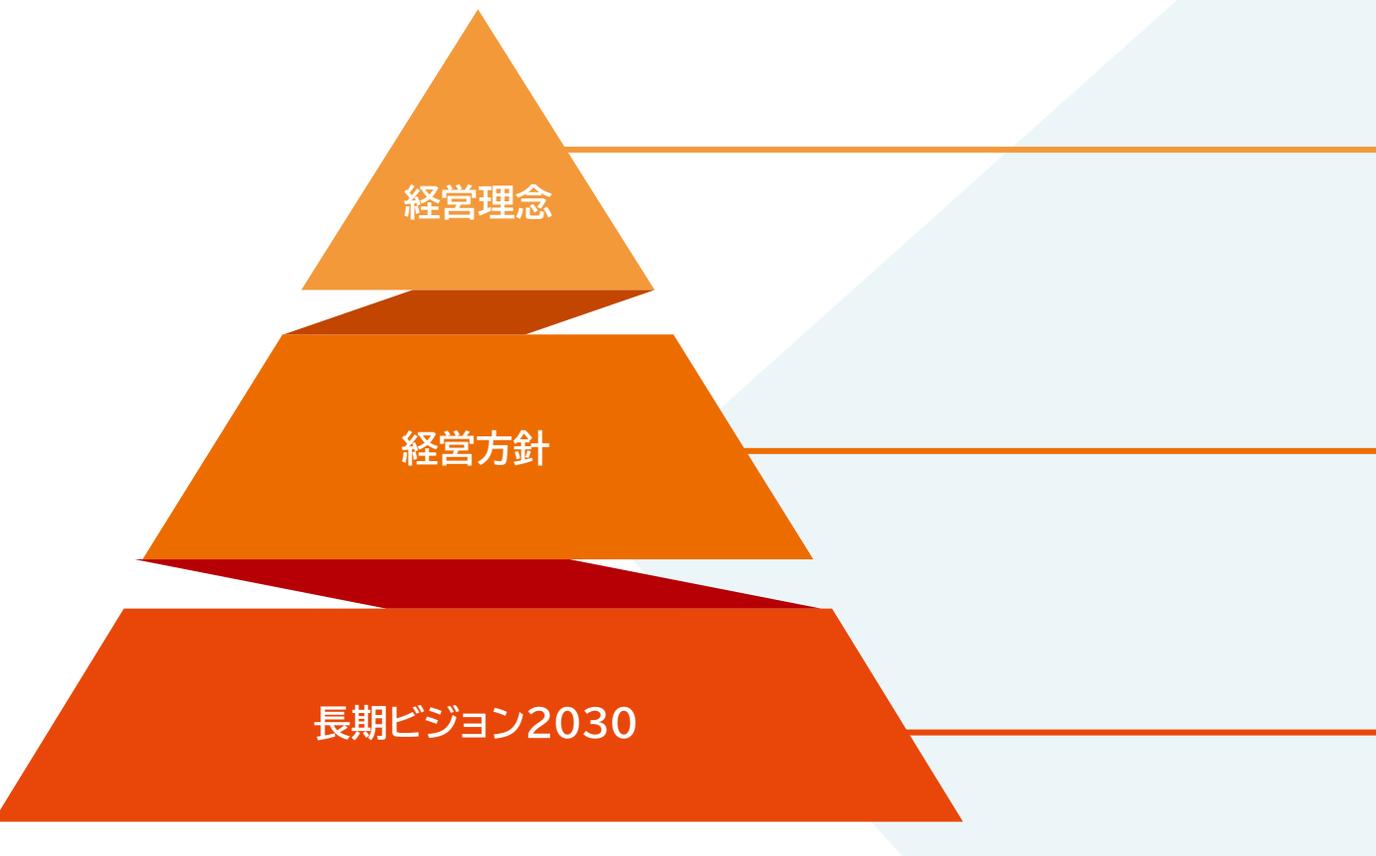
ニッポングループは人々のウェルビーイング(幸せ・健康・笑顔)を追求し、持続可能な社会の実現に貢献します

経営方針

ニッポングループは経営理念を実現するためにお客様、社員、株主、社会をはじめとするステークホルダーとともに、未来につながる価値を創出します



会社名	株式会社 ニッポン	
設立	1896年12月	
資本金	18,670百万円	
企業数	子会社(59社)及び関連会社(21社) 内、連結子会社(41社)及び持分法適用会社(13社)	
従業員数	ニッポン 連結ベース	1,277人 4,001人 (2025年9月末現在)



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

経営方針

ニッポングループは、経営理念を実現するために
お客様、社員、株主、社会をはじめとするステークホルダーとともに、
未来につながる価値を創出します

長期ビジョン2030

長期ビジョン2030

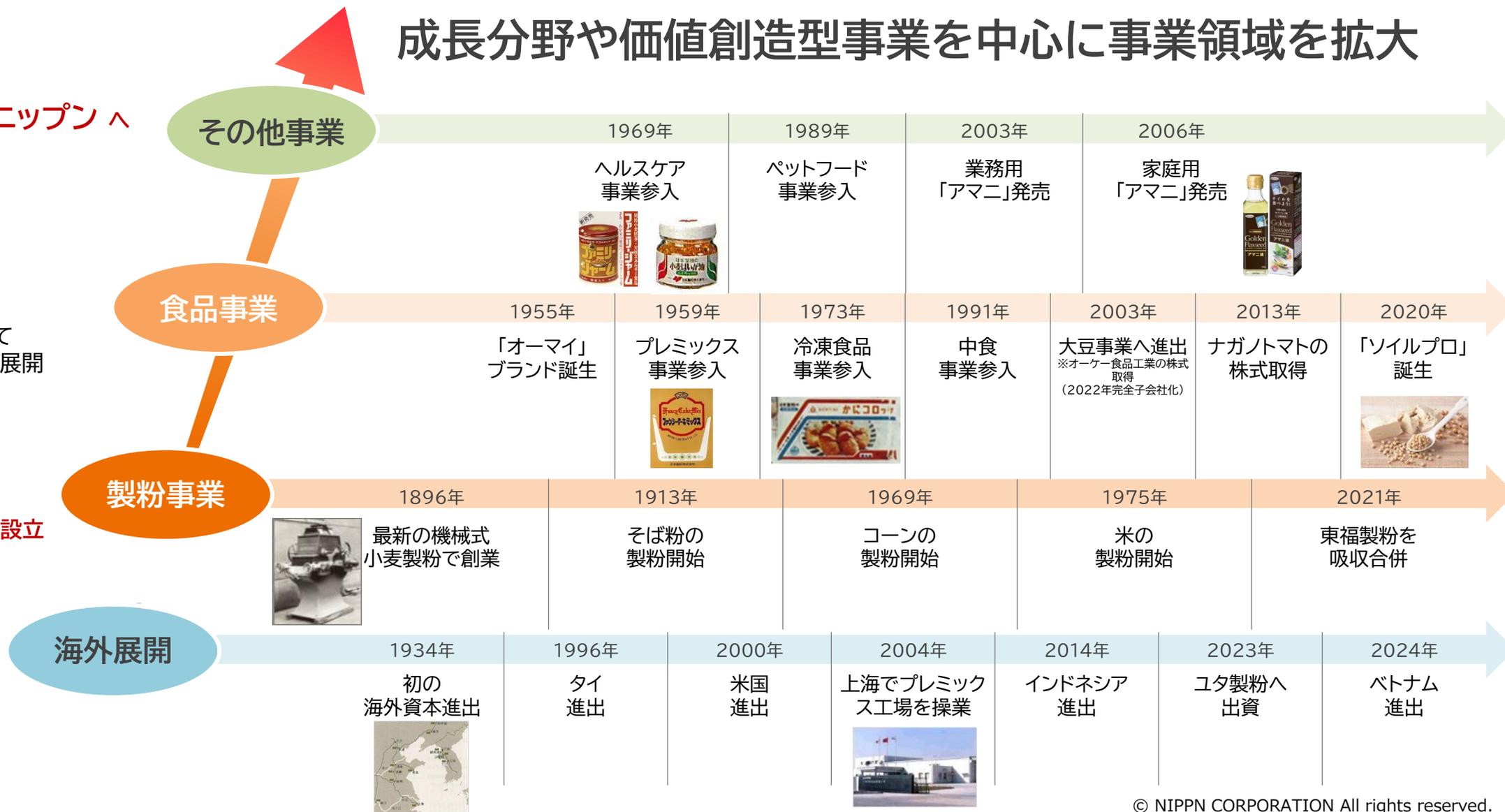
ニッポングループは総合食品企業として、
食による社会課題の解決に挑み続けます

成長分野や価値創造型事業を中心に事業領域を拡大

2021年1月1日
社名を 株式会社 ニッポン へ

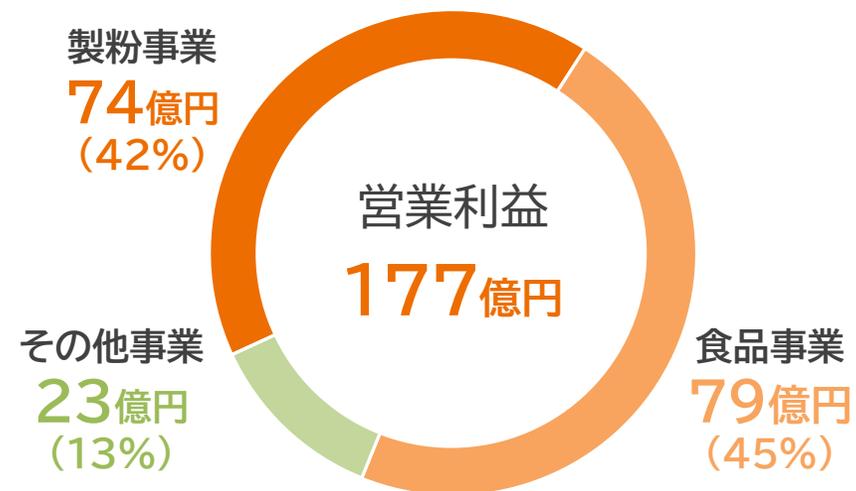
製粉をベースとして
食品領域に事業を展開

1896年
日本製粉株式会社設立



Ⅱ 事業紹介

2025年度3Q実績



※記載金額は、億円未満を切り捨てて表示しています

製粉事業

業務用小麦粉

食品事業

食品素材

加工食品

冷凍食品

中食

その他事業

健康食品

ペットフード

外食

バイオ事業
化粧品
スポーツクラブ

1896年の創立以来、パンや麺、菓子などの小麦粉食文化の発展に努め、お客さまと共に歩んできました。
製造部門では、安全かつ安定した品質の小麦粉を供給するために、原料の調達から製造・出荷にいたるまでの徹底した管理体制と、国内最大級の製粉能力を有する千葉工場をはじめ、横浜・名古屋・知多・神戸甲南・福岡・福岡那の津・小樽の8工場を全国に配しています。



業務用小麦粉

小麦粉の種類と用途

		強力粉	準強力粉	中力粉(普通粉)	薄力粉	デュラム・セモリナ
主な用途	パン用粉 めん用粉 菓子用粉 その他	食パン	食パン 菓子パン フランスパン他 中華麺	うどん ひやむぎ、そうめん ビスケット、和菓子	カステラ、ケーキ 和菓子、天ぷら粉 ビスケット	スパゲッティ マカロニ
	工業用	焼ふ、かりんとう、グルテン、でんぷん			駄菓子、製糊	
	その他	接着剤(工業用)、飼料用				



ふすま

- ▶ 小麦の外皮で、小麦粉製造の副産物
- ▶ 相場商品で、飼料原料(輸入穀物)やフレート・為替に影響を受ける
- ▶ 主な用途は「飼料」

配合飼料(複数の飼料原料をブレンドする)としてのほかに単味用(飼料用としてそのまま販売されるもの)、培地用(きのこ栽培や酵素製造に利用)がある。



倉庫業

- ▶ 自社穀物サイロに小麦を収容
- ▶ 保管料・荷役料の収入



神戸甲南工場



千葉工場

食品素材事業 プレミックスを中心とした業務用素材

国内外問わず、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、製品作りの簡便性、安定性、経済性で貢献しています。小麦粉製粉で培った技術を生かしたコーン・米粉製品は、製菓・製パンのお客さまに幅広くご使用いただいております。また、「味」の世界のエクスプローラー(探究者)として、シーズニング事業にも取り組んでいます。



プレミックス
特徴

新規性	簡便性	安定性	経済性
配合によって独自の商品を生み出しやすい	誰でも簡単に調理可能	作り手によって品質に差が出にくい	複雑な工程がなくムダな作業が省ける



大手ドーナツチェーンへ納入



加工食品事業 ドライパスタを中心とした家庭用食品群

パスタブランドでは、長年に渡り幅広い世代の皆様にご愛用されてきた「オーマイ」と、「いつも」を「すごい！」にする「オーマイプレミアム」で、お客様の様々な調理や食シーンにお応えします。また、小麦粉やプレミックスをはじめ、素晴らしい栄養成分をもつアマニ(粒・粉末・油など)など、多彩なラインアップでお客様の食卓を彩ります。

当社の
パスタブランド



定番の
オーマイパスタシリーズ



短い時間で茹で上がる
オーマイのショートパスタ



もちっと弾力的な食感を実現
オーマイプレミアムシリーズ



その他の
主な商品



簡単・便利・健康
特徴ある商品

冷凍食品事業 得意分野に特化した商品群

簡単・便利・買い置きができるという簡便性をベースに、ワンランク上のおいしさと、ご家庭や外食店などのお客様のニーズにお応えした付加価値ある商品をお届けしています。また、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、外食向け商材などで、朝・昼・夜・おやつなど色々な食シーンに合う商品を開発し、お客様にご満足いただいています。



当社の強み

1	2	3
トレー入り商品による 他社製品との差別化	紙製トレーへの仕様 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



オーマイプレミアム
シリーズ



よくばり
シリーズ



いまだきごはん
シリーズ



外食向け商材

中食事業 コンビニ向けお弁当・調理麺・惣菜の製造

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」。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。「中食」の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、時代の要求にあった製品を日々製造しています。

当社の強み

1	2	3
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



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

その他関連事業

大豆加工品



「おかげさま」と「感謝」 オーケ食品工業株式会社

トマト加工品



ナガノトマト



食品事業補足:パスタブランド「オーマイ」

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。



当時のマカロニのポスター 昭和30年代のポスター

「いつも」を「すごい!」にするパスタ

「おいしい」だけじゃない。
「すごい!」と思うようなパスタがあれば、食卓に、嬉しい笑顔がもっと増えるはず。そんな想いから、オーマイプレミアムは生まれました。
すべてのラインアップでお客様の「いつも」を「すごい!」に変えるおいしさと、笑顔をオーマイプレミアムは届けていきます。

乾燥パスタ × 冷凍パスタ



オーマイプレミアム

オーマイプレミアムシリーズ

オーマイプレミアム至極シリーズ



ヘルスケア

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。健康寿命や、美容をサポートする商品をお届けします。健康から美容まで、お客さまの日々の生活をサポートしています。



アマニ油



サプリメント



パミス



リグナン



セラミド配合の
アンチエイジングケア



自然化粧品機能性化粧品

外食

当社製造のプレミックスを使用するドーナツショップ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)

ペットケア

ペットの健康は選ばれた食べ物で決まります。大切な家族であるペットの健康のために、良質で安全なペットフードを開発・製造し、ペットと共に生活する時代の商品をお届けします。



エヌピーエフジャパン(株)千葉工場



エンジニアリング

粉粒体ハンドリング工場・食品工場のトータルエンジニアリング。



ニッポンエンジニアリング株式会社が
施工した廃水処理設備プラント



アメリカ

- モンタナ州
- ユタ州
- カリフォルニア州

Pasta Montana, L.L.C.

- パスタの製造・販売
- 日本への輸出、北米内の販売



Utah Flour Milling, LLC

- 小麦粉の製造・販売
- 2023年5月出資契約
- 2025年2月稼働開始



NIPPN California Inc.

- プレミックス・小麦粉等の販売



天津全順食品有限公司

- プレミックス等の販売

上海日粉総合貿易有限公司

- プレミックス・小麦粉等の販売

上海金山日粉食品有限公司

- プレミックスの製造
- FSSC22000の認証取得

- 天津
- 上海

アジア ～中国・ASEAN諸国～

- バンコク
- ホーチミン
- ジャカルタ

NIPPN FOODS CORPORATION (THAILAND)LTD.

- プレミックス・冷凍生地等の販売

NIPPN(Thailand)Co., Ltd.

- プレミックス・冷凍生地の製造
- FSSC22000、HALAL、JFS-C等認証取得
- タイ国内及び周辺諸国への販路拡大



PT NIPPN FOODS INDONESIA

- プレミックス等の販売

PT NIPPN PRODUCTS INDONESIA

- プレミックスの製造

NIPPN Vietnam Company Limited

- プレミックス等の製造・販売
- 2027年稼働予定

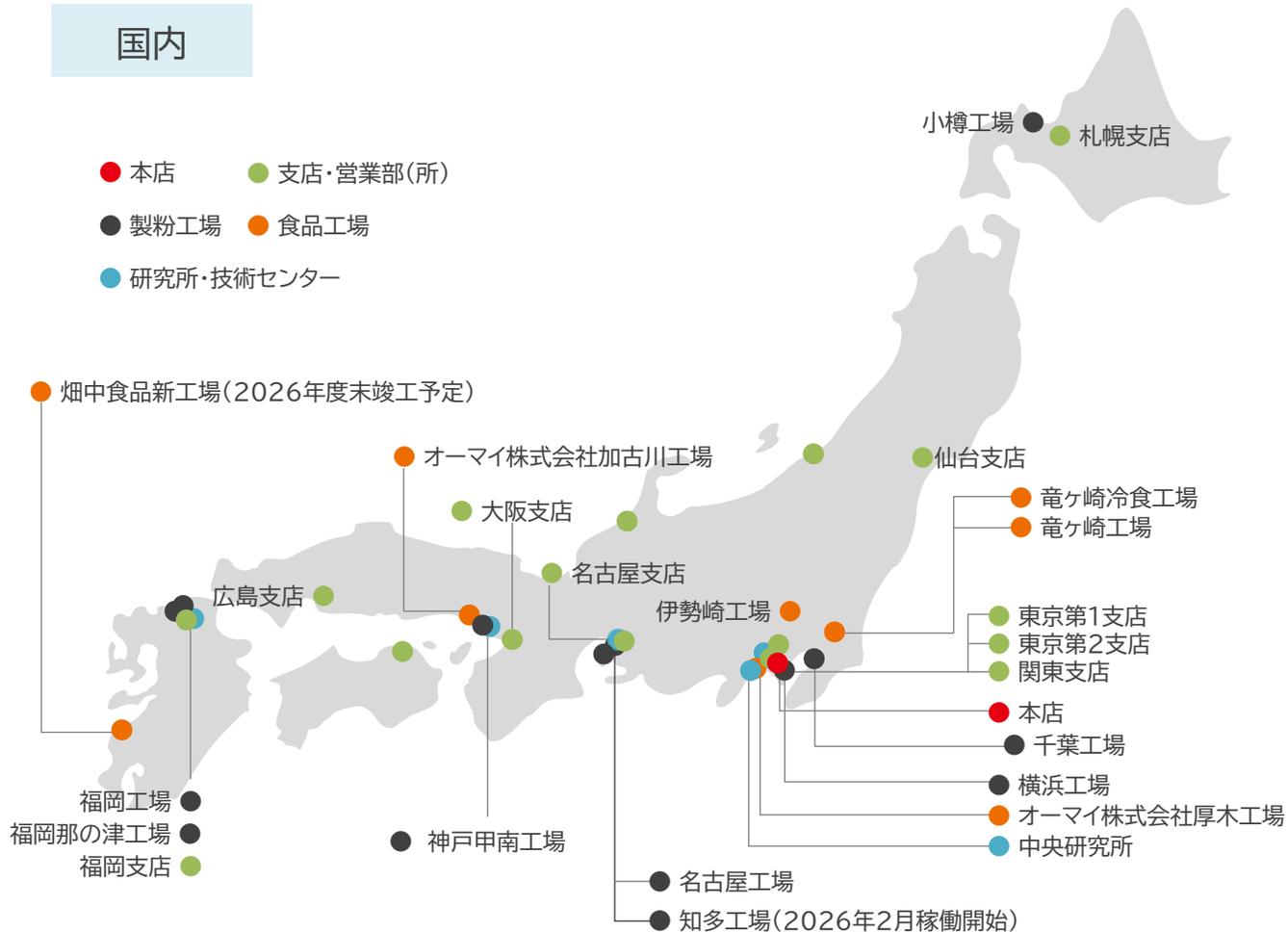
主要な事業拠点



国内外に多数の拠点を展開

国内

- 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



アジア



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、2025年2月稼働開始)
- NIPPN California Inc.
プレミックス・小麦粉等の販売



ニッポン商品の社会的評価(2025年度受賞実績)



製粉

第55回食品産業技術功労賞
商品・技術部門
令和7年度 民間部門
農林水産研究開発功績者表彰
農林水産技術会議会長賞

「やわら小麦®」使用小麦粉



特徴

- ▶ でんぷんの老化の進行が遅く、時間が経っても加工製品が硬くなりやすく、作り立てのような食感が長持ちする
- ▶ 常温商品だけでなく、チルド商品や冷凍生地でも特長が出る

加工食品

第6回
日本子育て支援大賞

「ニッポン めちゃラク」シリーズ



評価点

- ▶ 親子でコミュニケーションを取りながら簡単にお菓子作りができる
- ▶ 時短でありながらクオリティの高い商品
- ▶ シリーズ内の商品を組み合わせることが可能で、バリエーションもよい

加工食品

第87回
ジャパン・フード・
セレクション グランプリ

「ニッポン アマニ油入り
ドレッシング」シリーズ



評価点

- ▶ 機能性とおいしさの両面を追求したよくばりドレッシング
- ▶ ニッポンのアマニ油には安心感がある
- ▶ 甘みと酸みのバランスがよく誰にでも好まれる味

冷凍食品

2025日本パッケージング
コンテスト 包装部門賞

「いまどきごはん 彩りスープカレー/
6種具材のスンドゥブ」



特徴

- ▶ 新開発のパルプモールド容器を採用
- ▶ 最小限のプラスチック使用量※で環境配慮
- ▶ 紙特有の保温性で食べごろ温度を維持

※プラスチック使用量約85%削減
(同シリーズプラスチック容器対比)

Ⅲ

長期ビジョン2030と2022-2026 中期目標 達成に向けて

長期ビジョン2030に向けた歩み

経営理念の達成に向けて、2024年5月に長期ビジョン2030を策定
同時に、経済的価値を実現するためのマイルストーンとして位置付ける2022-2026中期目標の上方修正を実施
基盤領域は収益力を一層強化し安定的にキャッシュを創出、成長領域においては更なる事業領域の拡大を図る



長期ビジョン実現のための基盤づくり

総合食品企業としての
持続的成長

総合食品企業として
食による社会課題の解決に挑み続ける

2023年度
実績



償却前営業利益	306億円
ROE ^(※2)	8.2%
ROIC	4.8%

2026年度
中期目標^(※1)



償却前営業利益	358億円
ROE	8%以上
ROIC	5%以上

2030年度



※1 2023年度に当初目標を達成したため、中期目標を上方修正
※2 政策保有株式売却益を補正後の値

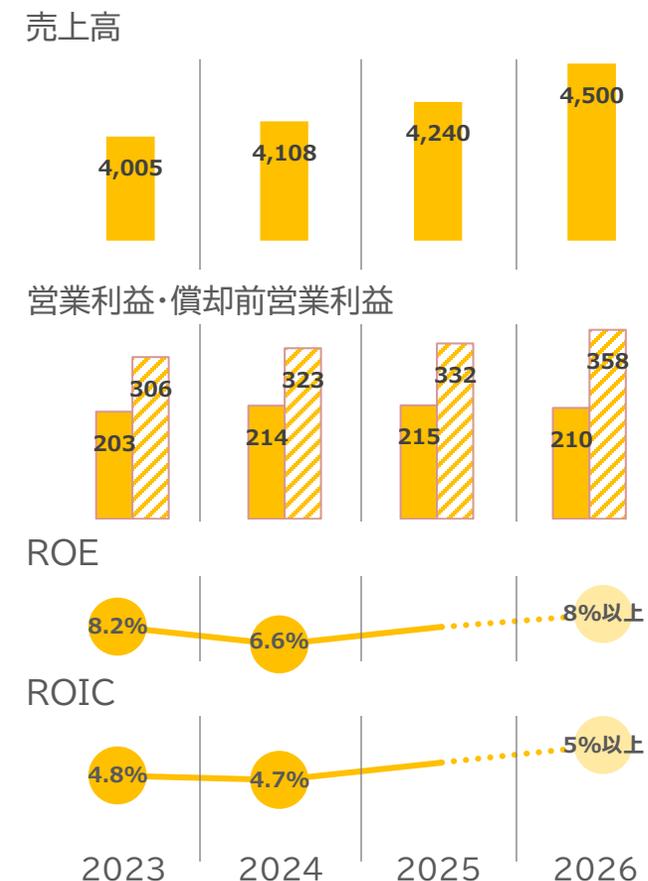
中期目標のセグメント別内訳



		2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 業績予想	2026年度 中期目標
売上高	製粉事業	1,253	1,216	1,200	1,390
	食品事業	2,266	2,383	2,495	2,610
	その他事業	485	508	545	500
	計	4,005	4,108	4,240	4,500
営業利益	製粉事業	91	92	86	68
	食品事業	83	92	96	114
	その他事業他	27	30	33	28
	計	203	214	215	210
減価償却費		103	108	117	148
償却前営業利益		306	323	332	358
ROE		8.2% ^(※1)	6.6% ^(※1)	-	8%以上
ROIC		4.8%	4.7%	-	5%以上

(単位:億円)

※1 政策保有株式売却益を補正後の値



中期目標における戦略の基本方針

① 基盤領域の収益力強化

- ▶ マーケティング戦略の推進
- ▶ 生産拠点整備
- ▶ 生産効率向上・物流改善の推進

② 成長領域 および 新規事業領域への戦略投資

- ▶ 販路の拡大
- ▶ 生産能力の増強
- ▶ 付加価値商品の開発・提供

製粉

食品
素材

加工
食品

冷凍
食品

中食

ヘルス
ケア

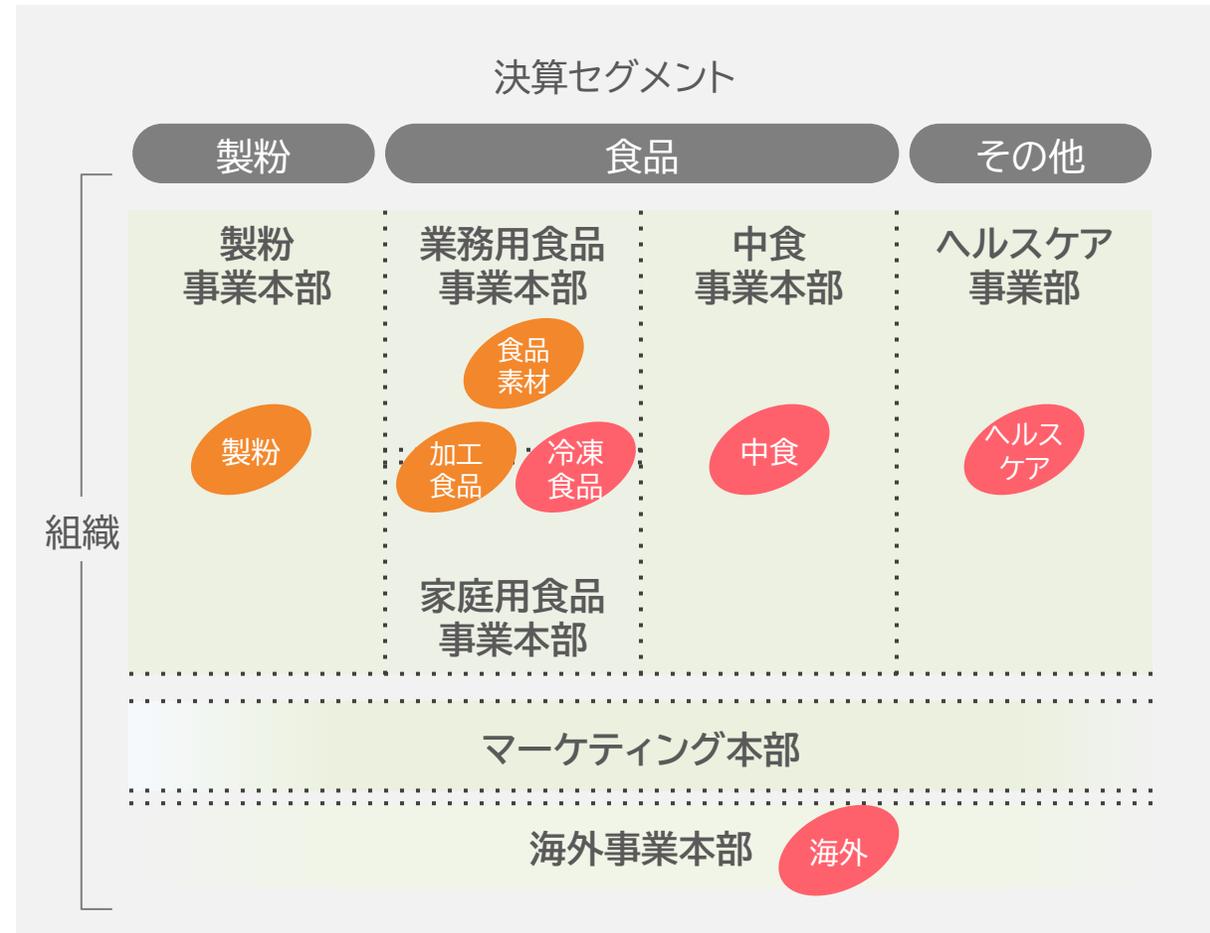
海外

③ M&Aや事業提携の機会追求

④ DX推進による企業競争力の強靱化

⑤ サステナビリティ経営の推進

決算セグメントと各事業及び組織のつながり



主要戦略の進捗① 製粉工場の新設

製粉

海外

生産拠点整備

生産能力の増強

nippon

小麦粉関連製品を安定的に供給する体制を整えるとともに、コスト競争力の向上、収益基盤の強化、さらにはグローバル市場を見据えて、更なる売上・利益成長を実現していく

国内 | 知多工場

日産能力 600ト^{※1}

海外 | ユタ製粉社工場

日産能力 340ト^{※1}

- 2026年2月稼働開始
- 大型穀物船が接岸できる立地により原料調達コストを削減(製粉工場の臨海比率は83%→95%へ)
- 独自の自動化技術・DXによる高効率化
- 自然災害に強く、BCP・環境に配慮した最先端の製粉工場

- 当社が25%出資し運営に参画するUtah Flour Milling, LLCの新工場が本格稼働
- 米食品大手Campbell's社のグループ会社と長期の供給契約を締結し、パイプラインで小麦粉を直送
- ユタ製粉社が持つノウハウに弊社の知見を加え、米国市場での販路拡大や、より優位性のある商品供給を実現



※1 原料小麦ベース



製粉セグメントの償却前営業利益の推移(億円)



2025年4月 食品事業機構改革

- 商品開発と営業支援の機能を統合した **マーケティング本部**を新設
- 刀社から移植したマーケティングノウハウを全社に展開、一貫した消費者価値を創造していくための体制を構築



マーケティング本部

マーケティング部

消費者インサイトの深耕
ブランディング(戦略立案・広告販促)
業務用ビジネスサポート

ソリューション営業部

消費者起点での課題解決
小売店とのパートナーシップ強化

商品開発部

消費者起点でのモノ作り
シーズ起点の新機軸開発

マスターブランド戦略

- 23年秋より「オーマイプレミアム」にて「『いつも』を『すごい!』にするパスタ」をメッセージに、新戦略を開始
- 冷凍・乾燥 両温度帯で集中投資し、効率的な成長を実現

オーマイプレミアム & 至極シリーズ 【乾燥パスタ・パスタソース】



チャック付き
パッケージにリニューアル



極上アルデンテを追加



至極のパスタソースを
新規投入

今後の展開

- マスターブランドの継続強化、新たなマスターブランドの展開
- 消費者起点マーケティングを業務用にも拡大
- 社内研修を通じたマーケティングノウハウの蓄積・継承

パスタ(冷凍+乾燥)市場
成長率*1

106%
市場全体



オーマイプレミアム & 至極 シリーズ 【冷凍パスタ】



オーマイプレミアムシリーズのラインアップ拡充



オーマイプレミアム & 至極シリーズに
季節彩る【期間限定商品】を投入

*1 マクロミルQPR 15~79歳市場(100人あたり金額ベース)、対象期間2024年7月~2025年6月(対前年比)

重点事業の取組状況① 冷凍食品事業

冷凍食品

付加価値商品の開発・提供

生産能力の増強



拡大する冷凍食品の需要を着実に取りこみ、
売上高 2026年度650億円、2030年度900億円の実現を目指す

市場動向

家庭用	時短・簡便ニーズや品質向上により市場は継続的に拡大 中でもワンプレートを含む冷凍調理セット物市場が急成長
業務用	外食やインバウンドにより、需要は引き続き堅調

当社の商品・販売戦略

家庭用	供給体制を再構築し「マスターブランド戦略」を推進 品質に妥協せず、付加価値の高い商品提供を継続
業務用	家庭用で蓄積したマーケティングノウハウの横展開

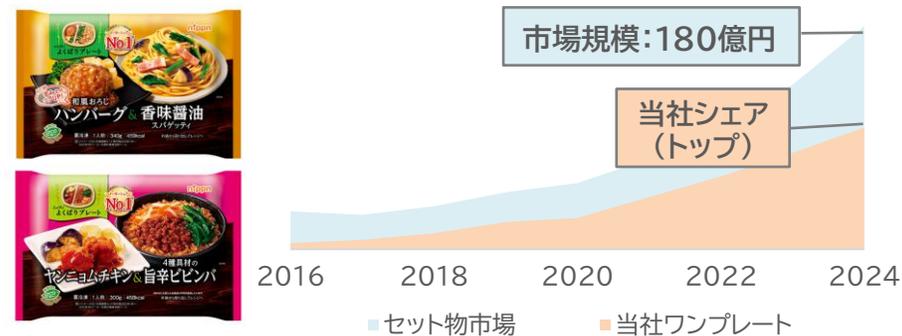
生産拠点の新設: 畑中食品新工場(家庭用)



○ 2026年度末稼働(予定)

- ▶ 当社グループの冷凍食品工場として最大規模の生産能力
新たに米飯・ワンプレート商品の製造ラインを追加
- ▶ 各工程での自動化技術導入により更なる省力化を推進
付加価値の高い商品においても高効率な生産を実現

冷凍調理セット物市場の売上高推移※1



主食と主菜を組合せた
1食完結型のワンプレート

※1出典: インテージSCI ※市場規模は旧SCI 100人当たり購入金額より推計
2015/4-2019/3: SCI160代まで、2019/4-2025/3 SCI170代まで

冷凍食品事業の売上高・全社売上比率



拠点内外の市場開拓と海外への積極投資により、
売上高 2026年度400億円、2030年度600億円の実現を目指す

北米地域とアジア地域での事業拡大

北米

- ▶ ユタ製粉社工場の新設に伴う販路拡大
米国2拠点(Pasta Montana, L.L.C.およびNIPPN California Inc.)とのシナジーを創出

ニッポングループの米国事業



- 米国における既存事業
- ▶ Pasta Montana, L.L.C.
パスタの製造・販売
 - ▶ NIPPN California Inc.
プレミックス等の販売

アジア

- ▶ ベトナム進出・事業拡大
高いGDP成長率が続くベトナムにおいて、2024年7月現地法人を設立、プレミックス新工場が2027年に稼働予定
ベトナム市場での拡売・事業拡大を推進、ASEAN域内での供給体制の強化と、より一層の安定供給を実現



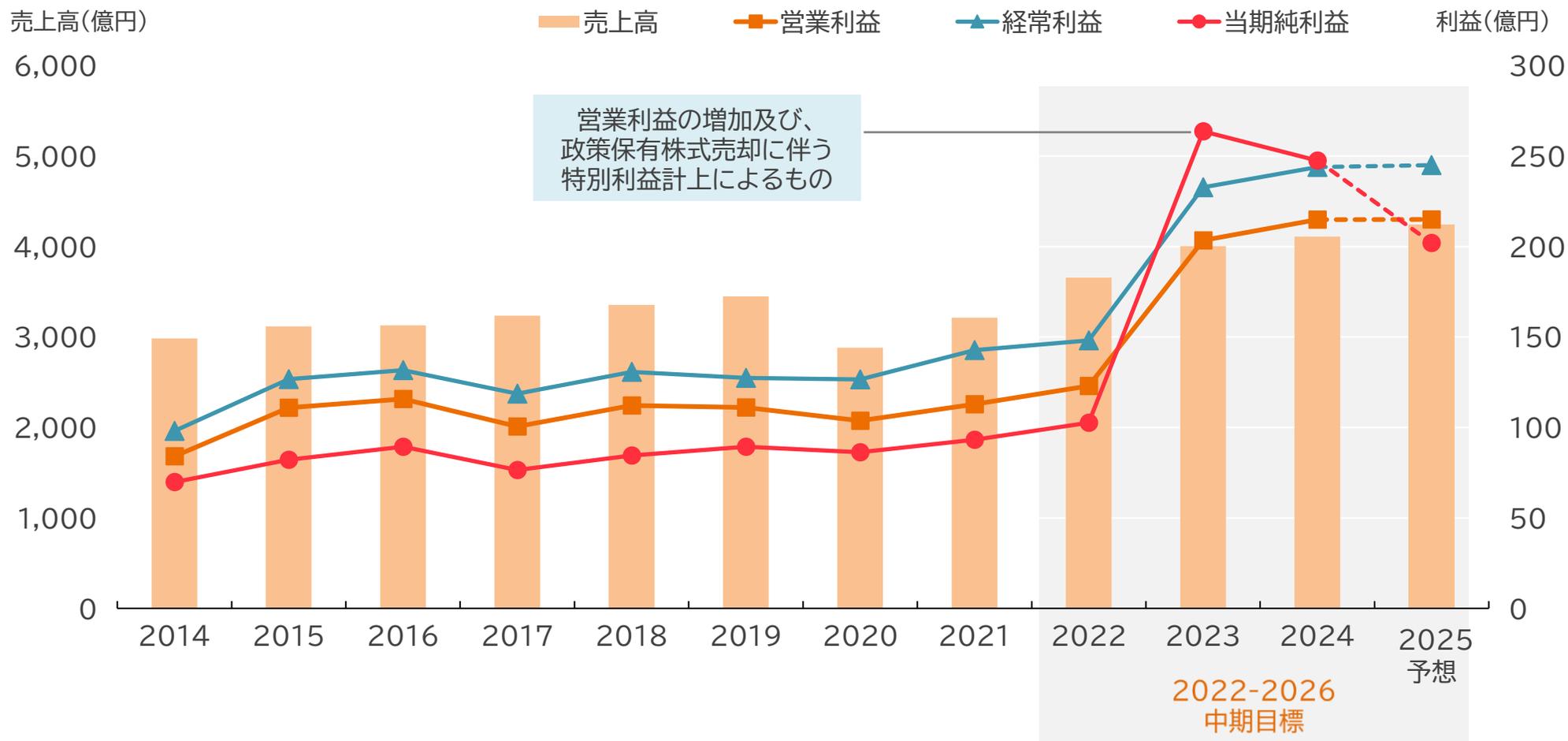
日本製品の輸出拡大

- ▶ 経済発展の著しいアジア諸国を中心に、高品質な小麦粉の拡売を図る
- ▶ 各国のニーズに合った食品素材や冷凍食品等の販売ルート開拓
- ▶ 小麦粉輸出販売に係る既存商流の活用や、グループ会社等との連携強化

海外事業の売上高・全社売上比率



IV 業績・財務戦略



※「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

2025年度 第3四半期実績



売上高

インバウンド需要の拡大やマーケティング戦略を駆使した販売促進、並びに諸コストの上昇に伴い実施した価格改定により、**前期比+49億円の増収**

営業利益

各事業において原材料費や人件費、物流費を始めとした諸コストの増加があったものの、販売が堅調に推移したことにより、**前期比+6億円の増益**

(単位:百万円)		2024年度 第3四半期		2025年度 第3四半期			
		実績	構成比・利益率	実績	構成比・利益率	前年比	前年比増減率
売上高	製粉事業	92,766	29.7%	91,825	28.9%	△941	△1.0%
	食品事業	181,696	58.1%	185,855	58.5%	4,159	2.3%
	その他事業	38,051	12.2%	39,765	12.5%	1,714	4.5%
	計	312,513	100.0%	317,446	100.0%	4,932	1.6%
営業利益	製粉事業	7,082	7.6%	7,496	8.2%	413	5.8%
	食品事業	7,766	4.3%	7,919	4.3%	153	2.0%
	その他事業他	2,230	5.8%	2,354	5.9%	124	5.5%
	計	17,078	5.5%	17,768	5.6%	690	4.0%
経常利益		19,849	6.4%	20,631	6.5%	781	3.9%
親会社株主に帰属する当期純利益		19,489	6.2%	15,577	4.9%	△3,912	△20.1%

資産の効率的な運用並びに財務健全性と資本効率を両立した資金調達により、企業価値の向上を推進するとともに、株主還元の維持・拡大に努めていく

効率良く稼ぐ力の追求

ROICを重視した経営の追求
ROI、DCF、IRRの組み合わせによる
ハードルレートを設定

ROEを意識した
事業ポートフォリオの最適化

DXの推進や物流効率化に
よる棚卸資産の圧縮

財務健全性と資本効率を 両立した資金調達

外部資金調達を活用し、
財務レバレッジを高めていく

財務指標
(財務健全性を担保するため、格付の維持を前提)
自己資本比率:54%以上
ネットD/Eレシオ:0.34倍以下

資産売却により得た資金は、事業戦略
に基づく投資に優先的に充当すること
を基本とする

株主還元の維持・強化

株主還元策
特殊特別な損益を除いて算定した
配当性向30%以上を目安とする
安定的かつ持続的な配当を維持

機動的な自己株式の取得
2025年度末までに
40億円分(上限)を取得

〔 企業価値の向上 〕

中期目標期間中のキャッシュ・アロケーション

- 01 営業CFと資産売却で得た資金は、成長投資と更新増強投資に充当し、中長期的な観点で企業価値の最大化を目指す
- 02 財務健全性を維持しつつ新規借入も活用し、財務レバレッジを高めていく
- 03 株主還元については、安定的かつ持続的な配当を維持しながら、総還元性向の向上に努める

キャッシュイン

	2024年度 実績	2025年度 見込	2026年度 見込
営業CF	220億円	210億円	210億円
資産売却	135億円	70億円	100億円
資金調達	調達は 実施せず	300億円	350億円

キャッシュアウト

		2024年度 実績	2025年度 見込	2026年度 見込
事業戦略に 基づく投資	成長 投資	ユタ製粉等への 投融資 50億円	冷食新工場等 80億円	冷食新工場 100億円 その他成長投資 100億円
	設備更新 増強	知多工場 設備更新・増強 90億円 110億円	知多工場 設備更新・増強 140億円 100億円	生産体制再配置 150億円 設備更新・増強 150億円
	戦略 投資	DX・広告マーケ ティング投資 30億円	DX・広告マーケ ティング投資 50億円	R&Dセンター 60億円 DX・広告マーケ ティング投資 40億円
	計	280億円	370億円	600億円
株主還元	配当	55億円	配当 自己株式取得 53億円 40億円	配当及び機動的 な自己株式取得 54億円 以上
社債償還			116億円	

2025年



Utah Flour Milling, LLC
新工場稼働

2026年2月



知多新工場
稼働

2026年度(予定)



株式会社畑中食品
新工場竣工

2026年10月(予定)



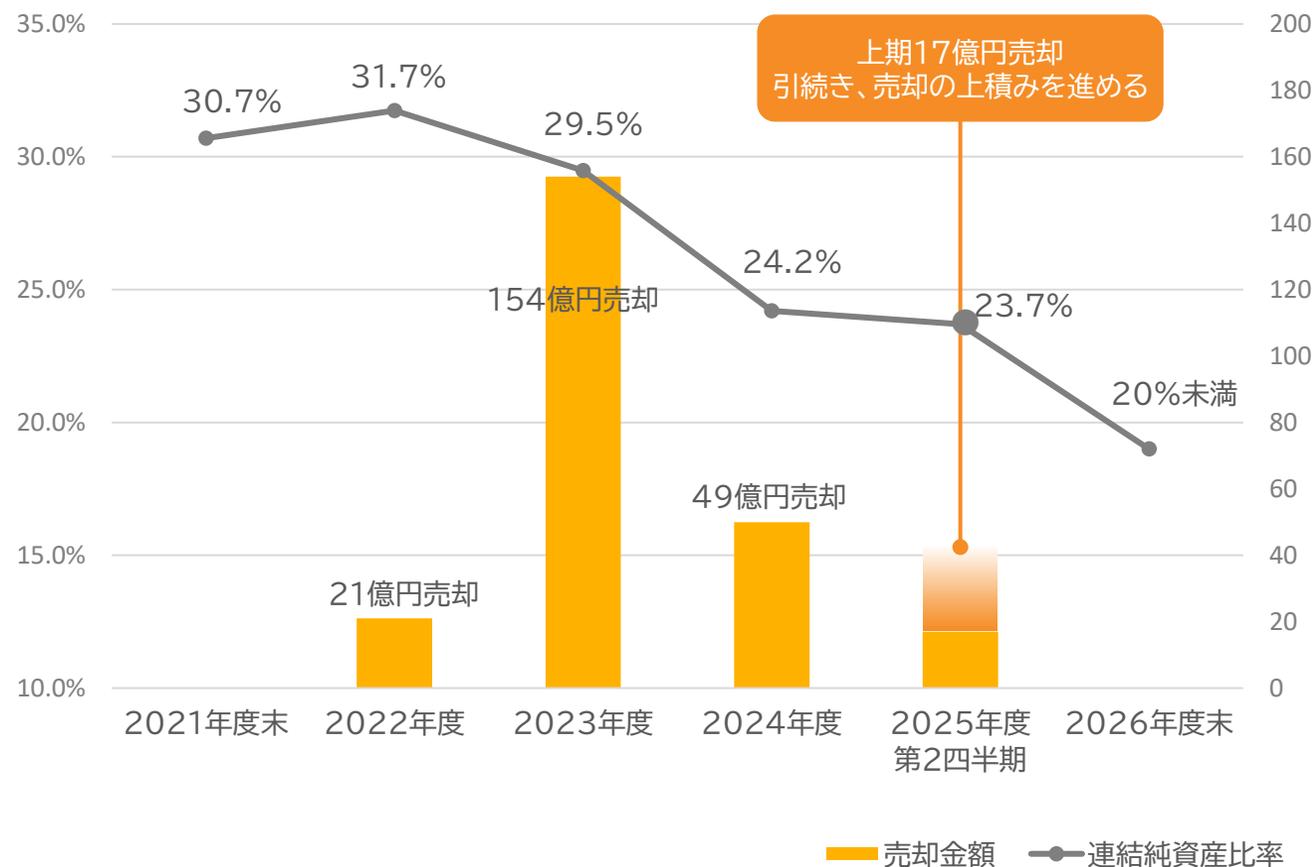
ニッポンR&Dセンター
研究開発拠点移転

2027年(予定)



NIPPON Vietnam Company Limited
新工場稼働

政策保有株縮減の推移



縮減目標

中期目標の最終年
(2026年度末)までに

政策保有株式を
連結純資産比20%未満まで縮減する

- ▶ 資本コストを意識した上で銘柄ごとに保有意義を検証し、保有合理性が薄れたと判断した株式については縮減を進めていく
- ▶ 引き続き発行体(取引先企業)との対話を進めており、当期以降も纏まった規模の縮減を進めていく

V 株主還元

株主還元について①・・・自己株式の取得(2025年10月14日決議)

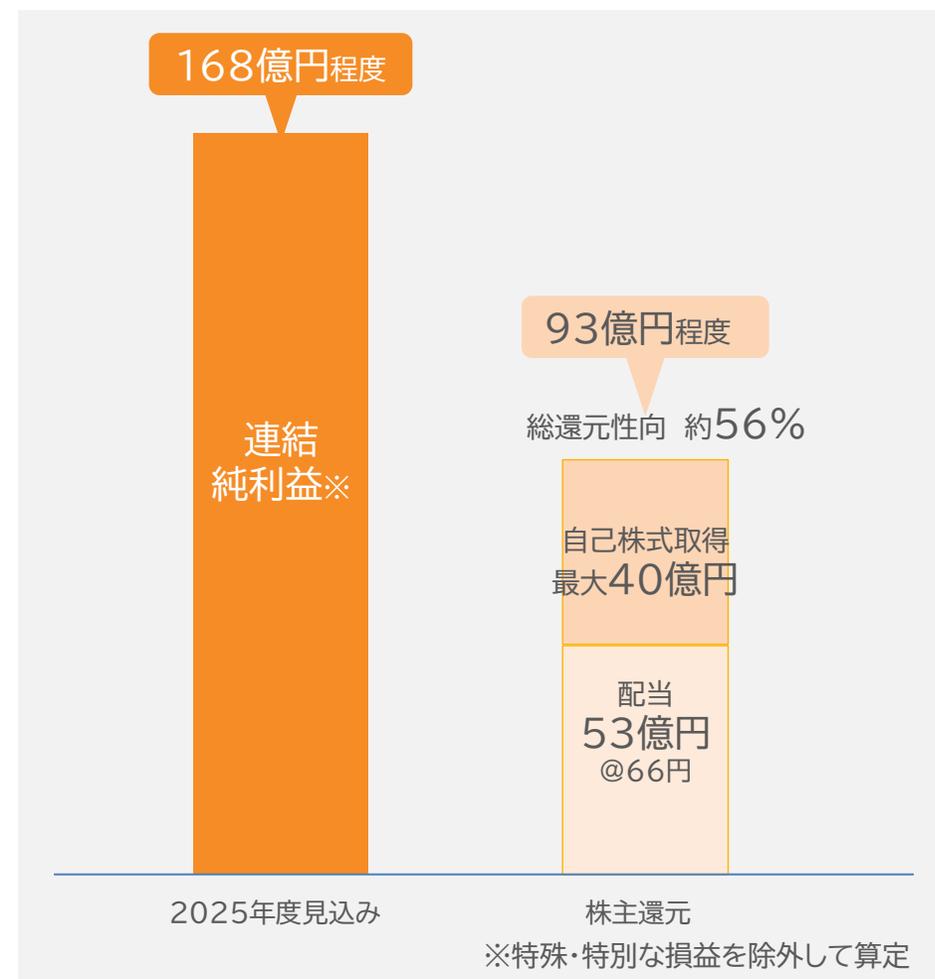
目的

- 01 1株当たりの価値向上による株主還元の拡充
- 02 資本効率の向上
- 03 当社普通株式の売出し実施に伴う当社株式需給への影響を緩和

自己株式取得の概要

取得対象株式の種類	当社普通株式
取得し得る株式の総数	220万株(上限)
株式の取得対価の総額	40億円(上限)
取得期間	2025年11月25日～2026年3月31日
取得方法	株式会社東京証券取引所における市場買付け

2025年度見込みに対する株主還元

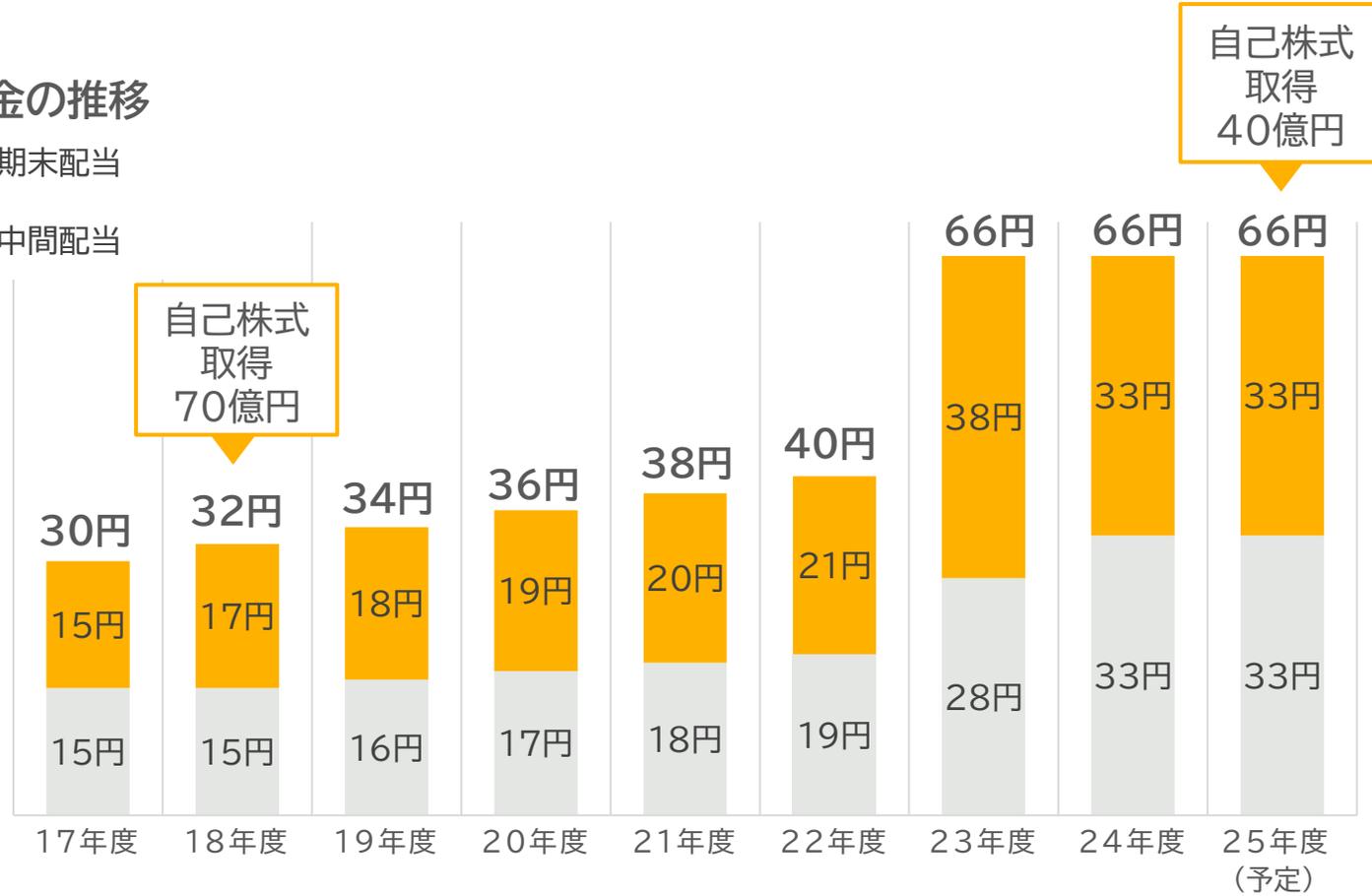


株主還元について②・・・配当金の推移

配当金の推移

■ 期末配当

■ 中間配当



連結配当性向	31.5%	29.4%	29.1%	32.0%	31.3%	30.3%	30.3%	33.3%	33.0%
総還元性向	31.5%	112.2%	29.1%	32.0%	31.3%	30.3%	30.3%	33.3%	約56%

(23年度・24年度・25年度の連結配当性向・総還元性向は特殊・特別な損益を除外して算定)

配当の基本方針

将来成長に向けた投資に必要な内部留保の確保



安定的かつ持続的な配当を維持しながら、総還元性向の向上に努めていく

- ▶ 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%以上を目安に、利益成長による配当額増加を目指す
- ▶ 自己株取得は資本構成適正化に加え、投資案件や株価の状況等を総合的に勘案して引き続き機動的に実施していく

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	9月期
対象	毎年3月末時点の株主名簿に記載された200株以上保有の国内株主様	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
内容	<200株以上500株未満> 1,500円相当の「自社商品詰め合わせ」 または、1,500円の社会貢献団体への「寄付」 <500株以上> 3,000円相当の「自社商品詰め合わせ」 または、3,000円の社会貢献団体への「寄付」	1,500円相当の「自社商品詰め合わせ」
送付時期	8月上旬以降を予定	12月上旬を予定

★1,500円相当



★3,000円相当



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1回） <株主の皆様へ(期末のご報告)>

表紙

社長インタビュー

商品紹介コーナー

決算概要など



株主の皆様へ

2024年度の事業の概要と今後の展望

社長インタビュー

2024年度の業績と今後の展望

2025年春夏新商品の紹介

2024年度の業績と今後の展望

2025年春夏新商品の紹介

2025年春夏新商品の紹介

もっと便利に、もっとおいしく！ お客様のニーズに寄り添う新商品をご紹介します。

◆コンソメの新たなシリーズ

◆おマイ 濃い味おろしソース 濃縮トマトソース

◆おマイ スイートソース

◆おマイ 濃厚ソース

決算概要など

業績推移

財務状況

株主総会

役員報酬

株主優待

株主サービス

株主様向け料理教室

2025年3月 名古屋開催
東邦ガスッキングサロン栄

2025年9月 東京開催
ハッピークッキング

本社キッチン



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.nipppn.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。

株式会社ニッポン・IR室

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