

nippn

証券コード 2001

2021年度決算説明会

2022年5月23日

株式会社ニップン (NIPPN CORPORATION)

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





目 次

1

2021年度決算概要と 2022年度業績予想

p. 3～

2

ニッポングループの 新たな長期ビジョン

p.16～



2021年度決算概要と 2022年度業績予想

損益計算書

- 上半期はコロナ禍の中、前期低迷した業務用食品、中食事業の需要回復と、内食需要の更なる取り込みによって冷食事業が伸長し収益を拡大させた
- 下半期は、売上は堅調に推移も、原材料価格の高騰をはじめコスト上昇が先行した影響や戦略的な販促・広告費の投入で利益面は前年を下回ったが、**通期では増収増益**となった

		2020年度		2021年度		前年比	
		実績	百分比・利益率	実績	百分比・利益率	増減	増減率
(単位：百万円)							
売上高	製粉事業	92,595	32.1%	96,934	30.2%	4,339	4.7%
	食品事業	160,751	55.8%	185,911	57.9%	25,160	15.7%
	その他事業	34,977	12.1%	38,471	12.0%	3,493	10.0%
	計	288,324	100.0%	321,317	100.0%	32,993	11.4%
営業利益	製粉事業	5,133	5.5%	6,211	6.4%	1,078	21.0%
	食品事業	4,272	2.7%	4,068	2.2%	△203	△4.8%
	その他事業他	965	2.8%	1,000	2.6%	37	3.8%
	計	10,370	3.6%	11,282	3.5%	911	8.8%
経常利益		12,659	4.4%	14,270	4.4%	1,611	12.7%
親会社株主に帰属する当期純利益		8,636	3.0%	9,327	2.9%	691	8.0%

※2020年度売上高は「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等が適用した組替数値

大規模システム障害対応について

サイバー攻撃の概況

- 2021年7月7日未明に当社グループの情報ネットワークにおいて、大部分のサーバ及び一部の端末に対し、同時多発的にサイバー攻撃によるシステム障害が発生
- 被害対象は単体の財務管理、販売管理といった主要な基幹システムサーバやデータが保存されているファイルサーバーなど広範囲に及ぶ

本件発生の原因

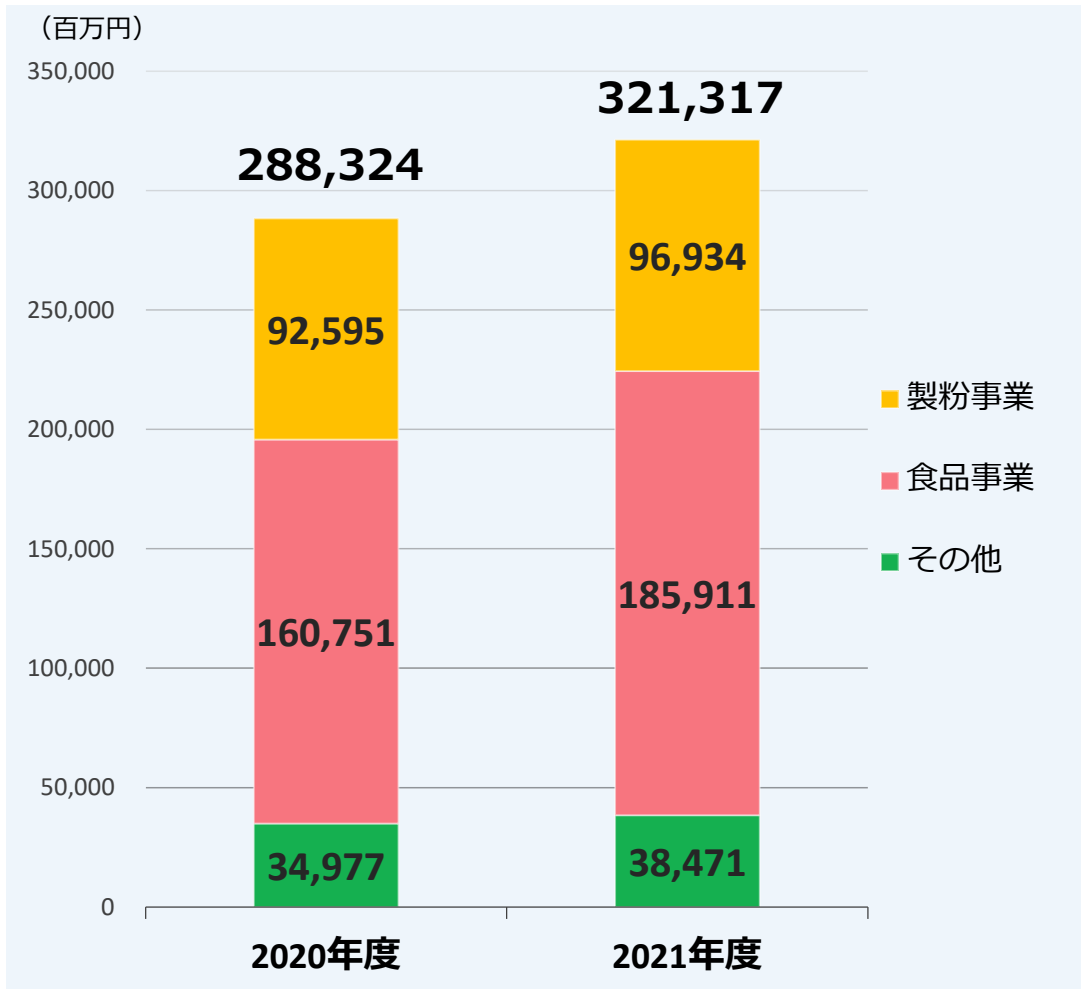
- アクセス元は海外からの不明な通信が発見された旨、外部専門家より報告を受けたが、攻撃者や攻撃目的を特定することは困難であった
- ランサムウェア、その他マルウェアに該当するものは発見されておらず、調査にあたった外部専門家の見解によれば、本件発生の直接要因は攻撃者自身による直接の不正アクセスと推定

再発防止策に向けた取組み

- 本件の再発防止及び当社情報セキュリティ対策の強化に向けて、外部専門家の協力を得ながら各種対策を実施
- その結果、**本年1月には主要な基幹システムの復旧が完了**
- 財務会計システムについても22年3月期の期末決算において通常の会計処理ができる状態に復旧

売上高の増減要因分析

◆ 増減要因（32,993百万円（+11.4%）の増収）



(百万円)

製粉・・・ 4,339 (4.7%)

小麦粉販売数量の減少 $\Delta 600$

麦価改定に伴う粉価改定影響 3,400

ふすま価格 1,000

倉庫他 500

食品・・・ 25,160 (15.7%)

プレミックスの売上増 1,600

加工食品の売上増 1,000

冷凍食品の売上増 5,000

中食の売上増 2,600

その他食品の売上増減 15,000

その他・・・ 3,493 (10.0%)

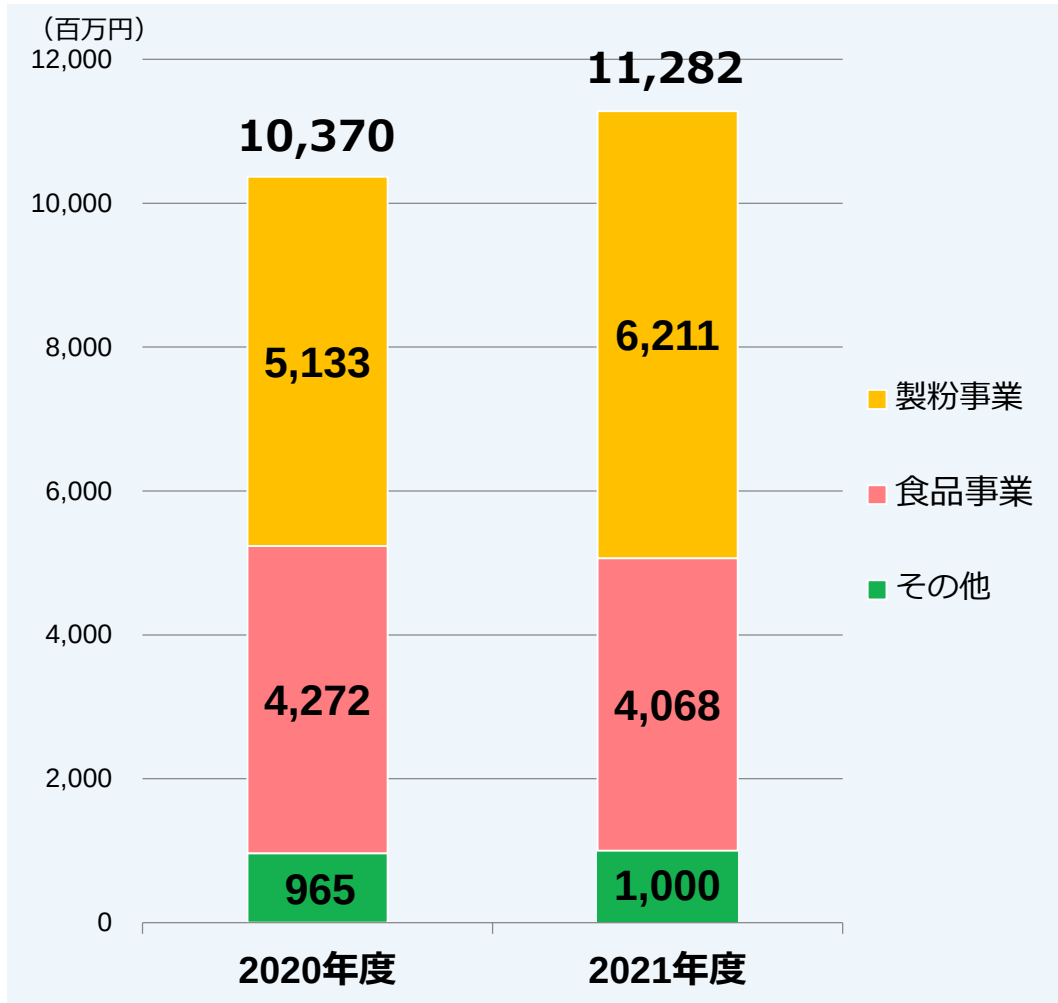
エンジニアリング関連売上増 300

ペットフードの売上増 1,700

外食関連の売上増 1,500

営業利益の増減要因分析

◆ 増減要因（911百万円（+8.8%）の増益）



(百万円)

製粉 . . . **1,078 (21.0%)**

小麦粉販売数量の減少 $\triangle 100$

コスト関連 $\triangle 100$

ふすま価格 1,000

倉庫他 300

食品 . . . **$\triangle 203$ ($\triangle 4.8\%$)**

販売数量の増減 1,400

コスト関連他 $\triangle 1,600$

その他 . . . **37 (3.8%)**

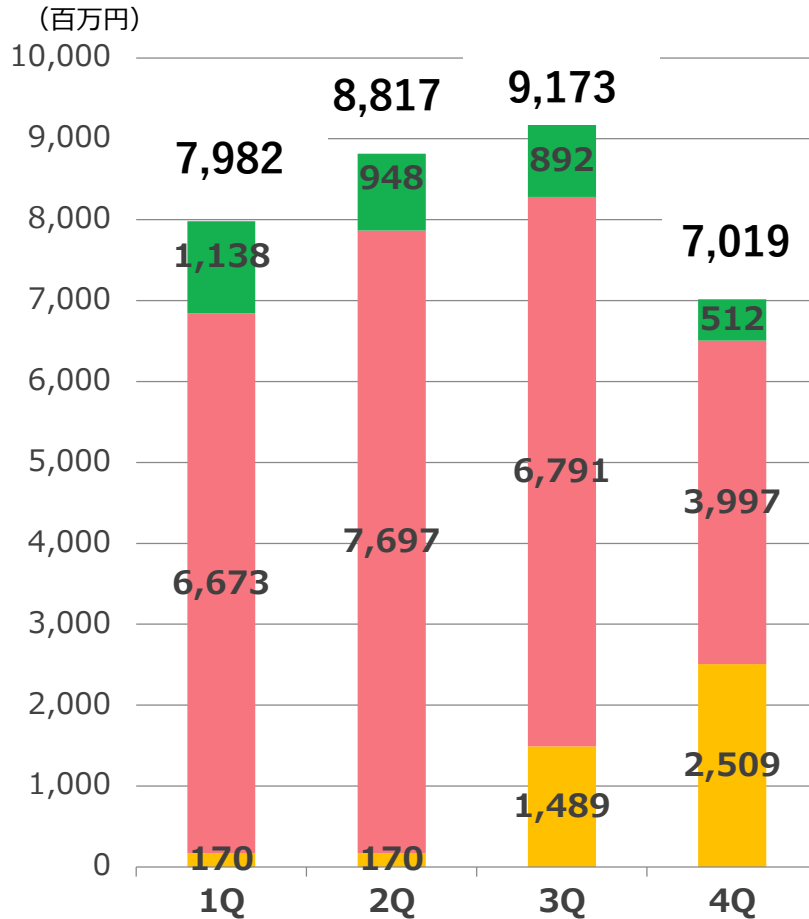
外食関連 300

ヘルスケア他 $\triangle 300$

売上高・営業利益四半期別増減推移

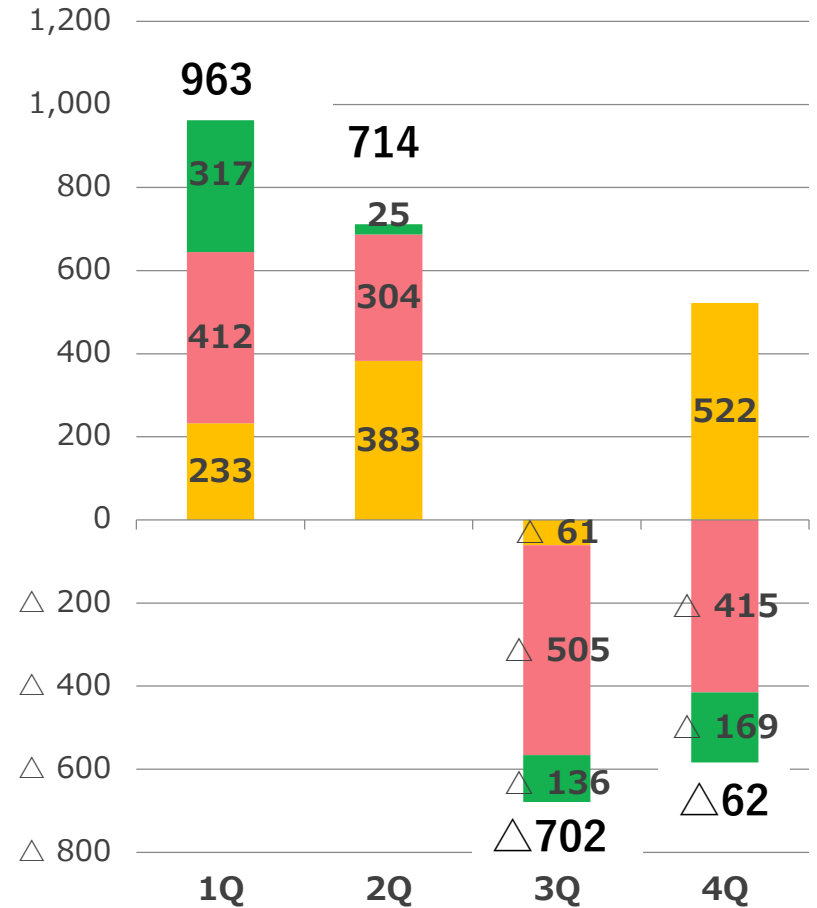
■ 売上高 前年同期比

■ 製粉事業 ■ 食品事業 ■ その他



■ 営業利益 前年同期比

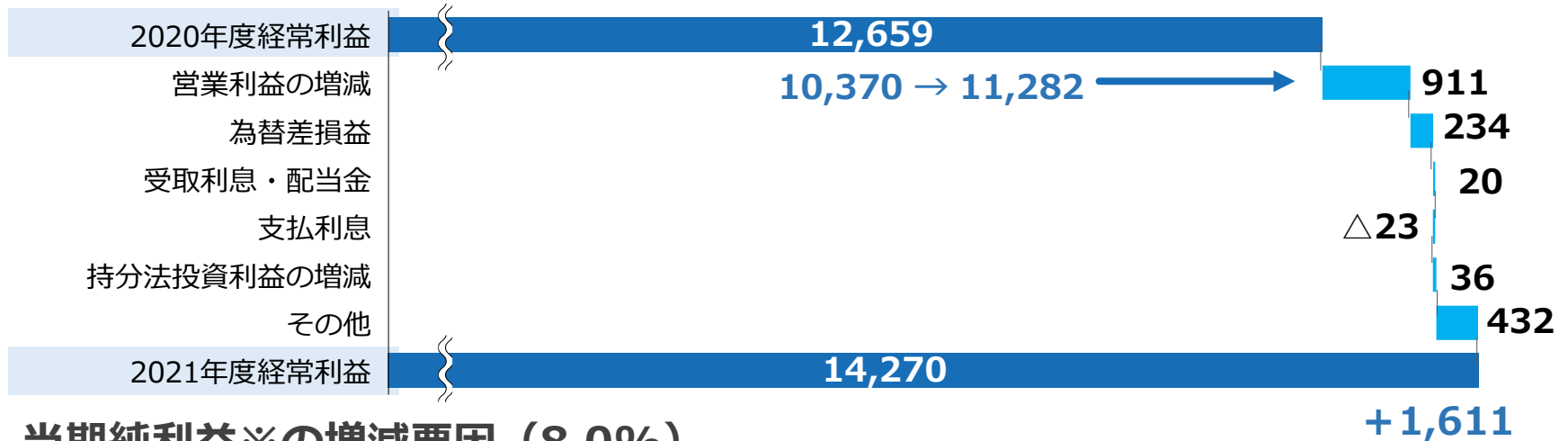
(百万円) ■ 製粉事業 ■ 食品事業 ■ その他



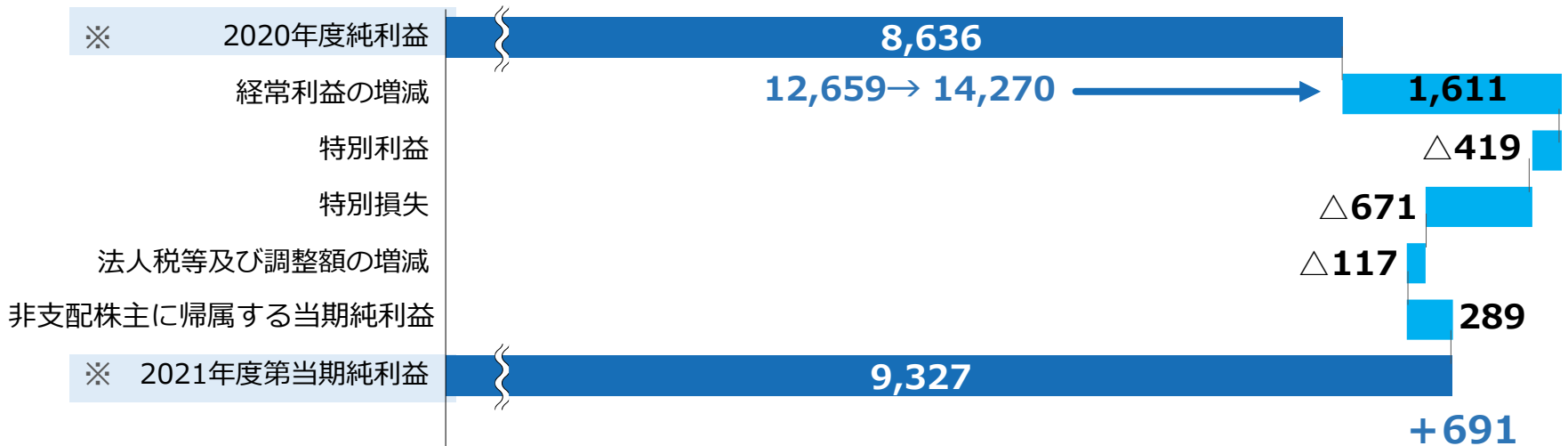
経常利益・当期純利益※の増減要因分析

■ 経常利益の増減要因（12.7%）

（百万円）



■ 当期純利益※の増減要因（8.0%）



※：親会社株主に帰属する当期純利益

貸借対照表

	2020年度末		2021年度末		増 減	
	(2021.3.31)	構成比	(2022.3.31)	構成比		
(単位：百万円)						
流動資産	117,693	38.2%	130,768	40.1%	13,074	1.9 p
有形資産	114,240	37.1%	115,611	35.5%	1,370	△1.6 p
無形資産	2,858	0.9%	2,529	0.8%	△329	△0.1 p
投資等	72,970	23.7%	76,922	23.6%	3,952	△0.1 p
固定資産	190,069	61.8%	195,063	59.9%	4,993	△1.9 p
その他の繰延資産	49	0.0%	37	0.0%	△12	△0.0 P
資産合計	307,813	100.0%	325,869	100.0	18,055	-
流動負債	69,544	22.6%	74,842	23.0%	5,297	0.4 p
固定負債	69,205	22.5%	72,328	22.2%	3,123	△0.3 p
負債合計	138,749	45.1%	147,171	45.2%	8,421	0.1 p
自己資本	164,209	53.3%	174,120	53.4%	9,911	0.1 p
新株予約権	234	0.1%	195	0.1%	△38	△0.0 p
非支配株主持分	4,620	1.5%	4,381	1.3%	△238	△0.2 p
純資産合計	169,063	54.9%	178,697	54.8%	9,634	△0.1 p
負債・純資産合計	307,813	100.0%	325,869	100.0	18,055	-

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2020年度	2021年度	増 減
営業活動によるキャッシュ・フロー	14,804	11,975	△2,829
投資活動によるキャッシュ・フロー	△12,585	△10,103	2,481
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,553	△4,278	△6,832
現金及び現金同等物に係る換算差額	△145	209	354
現金及び現金同等物の増減額	4,627	△2,196	△6,824
現金及び現金同等物の期首残高	31,012	35,320	4,308
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	-	-	-
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	△319	△1,908	△1,589
現金及び現金同等物の期末残高	35,320	31,215	△4,105

- 営業活動によるCFの主な増減要因 = 売上債権の増加、仕入債務の増加 等
- 投資活動によるCFの主な増減要因 = 投資有価証券の取得、固定資産の取得 等
- 財務活動によるCFの主な増減要因 = 借入金の減少 等

2023年3月期 業績予想

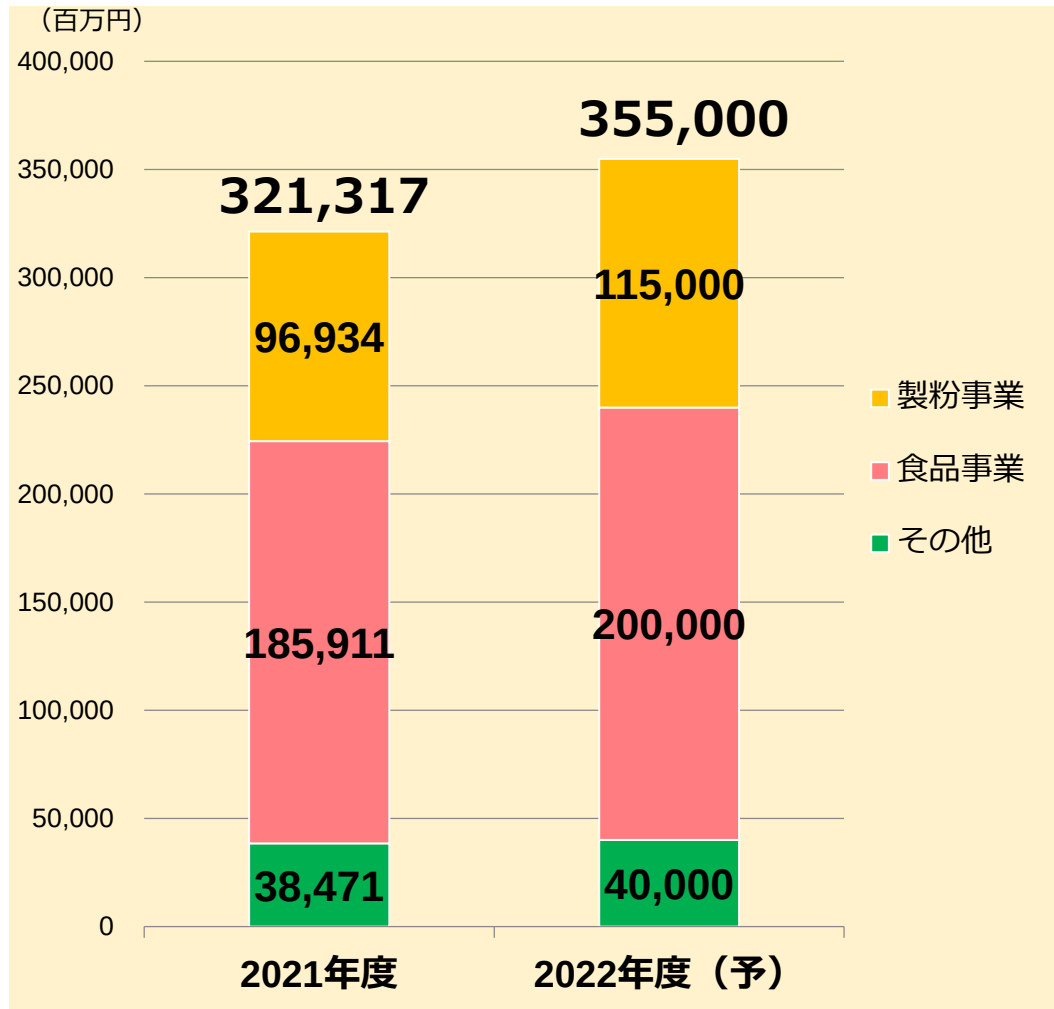
- 売上は、各セグメントとも出荷増に加え、原材料、仕入商品のコスト上昇分の売値への転嫁によって、2021年度から1割強、金額で**350億円の増収**を見込む
- 営業利益は、増収効果や採算改善があるものの、原材料価格のコスト上昇の先行や動力費、運賃等の上昇並びに食品セグメントでの広告販促強化・EC等新規分野への戦略的投資、また、システム投資の強化等諸費用の増加によって2021年度実績に対し営業減益の予想

(単位：百万円)

		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
売上高	製粉事業	96,934	30.2%	115,000	32.4%	18,066	18.6%
	食品事業	185,911	57.9%	200,000	56.3%	14,089	7.6%
	その他事業	38,471	12.0%	40,000	11.3%	1,529	4.0%
	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%	5,400	4.7%	△811	△13.1%
	食品事業	4,068	2.2%	3,700	1.9%	△368	△9.0%
	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%

予想売上高の増減要因分析

◆ 増減要因（33,683百万円（10.5%）の増収）



（百万円）

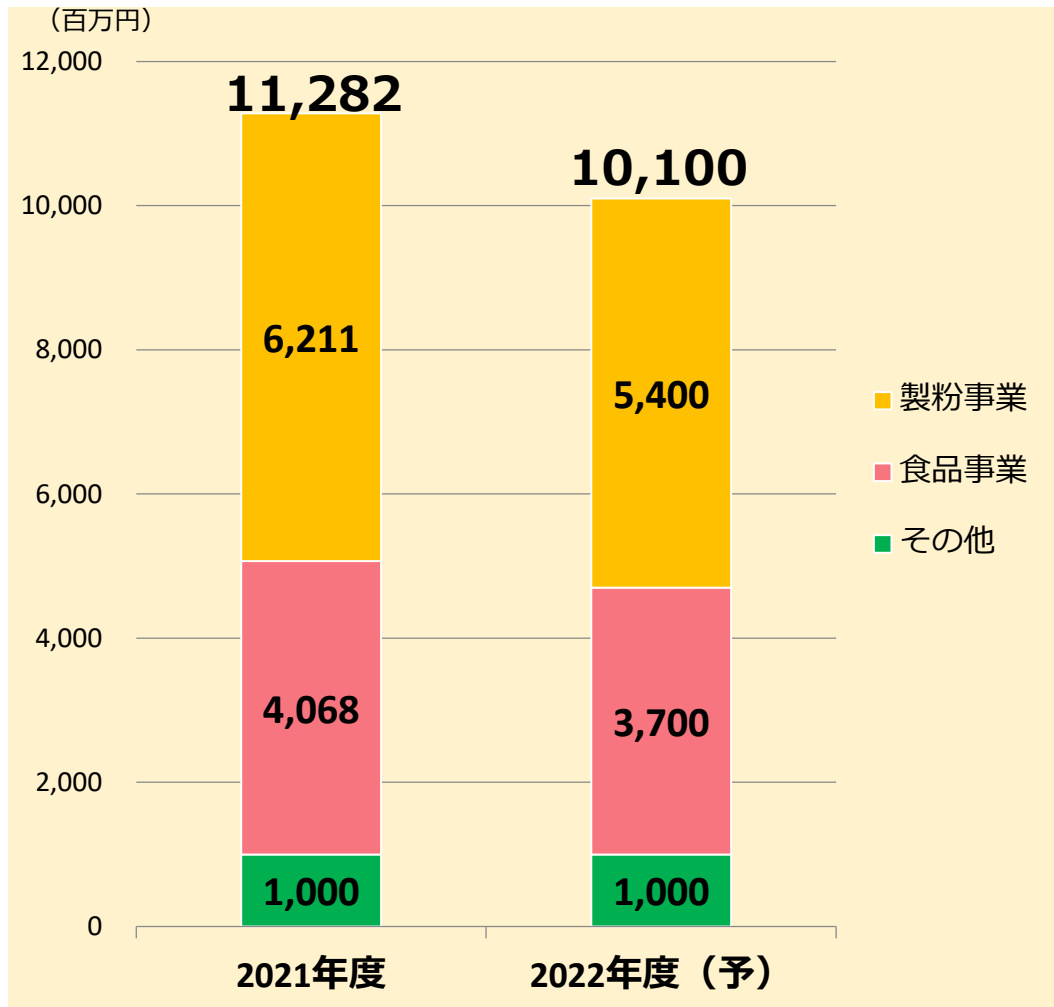
製粉 . . .	18,066 (18.6%)
小麦粉販売数量の増加	1,600
小麦粉販売価格の変動	16,200
ふすま価格	200
倉庫他	100

食品 . . .	14,089 (7.6%)
販売数量増・構成変動要因	5,400
販売価格変動要因	8,700

その他 . . .	1,529 (4.0%)
販売数量増加要因	500
販売価格変動要因	1,000

予想営業利益の増減要因分析

◆ 増減要因（△1,182百万円（△10.5%）の減益）



(百万円)	
製粉 . . .	△811 (△13.1%)
小麦粉販売数量増及び採算改善	300
ふすま価格	200
コスト関連	△1,400
倉庫他	100
食品 . . .	△368 (△9.0%)
販売数量増及び採算改善	600
コスト関連他	△1,000
その他 . . .	0 (-)
販売数量増加要因	200
コスト関連他	△200

株主還元について

- 配当については、**配当性向30%以上を目標**に財務面での充実を図りつつ、経営環境を見極めながら、安定的な配当の継続に努めてまいります。
- また、フリーキャッシュ・フローの有効な活用策については、株主還元として**自己株式の取得も弾力的に行っていく**方針です。

(単位：円)		2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度 予想
配当金	(期末)	17.0	18.0	19.0	18.0	19.0
	(中間)	15.0	16.0	17.0	20.0	19.0
	(年間)	32.0	34.0	36.0	38.0	38.0
配当性向 (%)		29.6%	29.1%	32.1%	31.3%	35.1%
株主還元率 (%)		112.2%	29.1%	32.1%	31.3%	35.1%

※ 株主還元率 = 配当性向 + 自社株買い比率 (自社株買い/純利益)



ニッポングループの 新たな長期ビジョン

Agenda

- 
- ① 経営理念・経営方針・長期ビジョンの骨格
 - ② 事業戦略の方向性・施策
 - ③ 設備投資の今後の展開/財務戦略について
 - ④ サステナビリティへの取り組み



経営理念・経営方針・ 長期ビジョンの骨格

経営理念の策定について

当社グループは2021年に創立125年を迎え、
社名を「株式会社ニッポン」へと変更いたしました。

- 創立以来の製粉事業に食品事業を加えて基盤事業とし、冷凍食品や中食など事業の多角化を進めてまいりました。
- 今後はヘルスケアや大豆・野菜事業などへも注力し、さらに新規事業も加えて事業領域を拡げ持続的成長を図ってまいります。企業価値向上を目指し、新しい「ニッポングループ」のスタートにあわせて、このたび新経営理念を定めました。

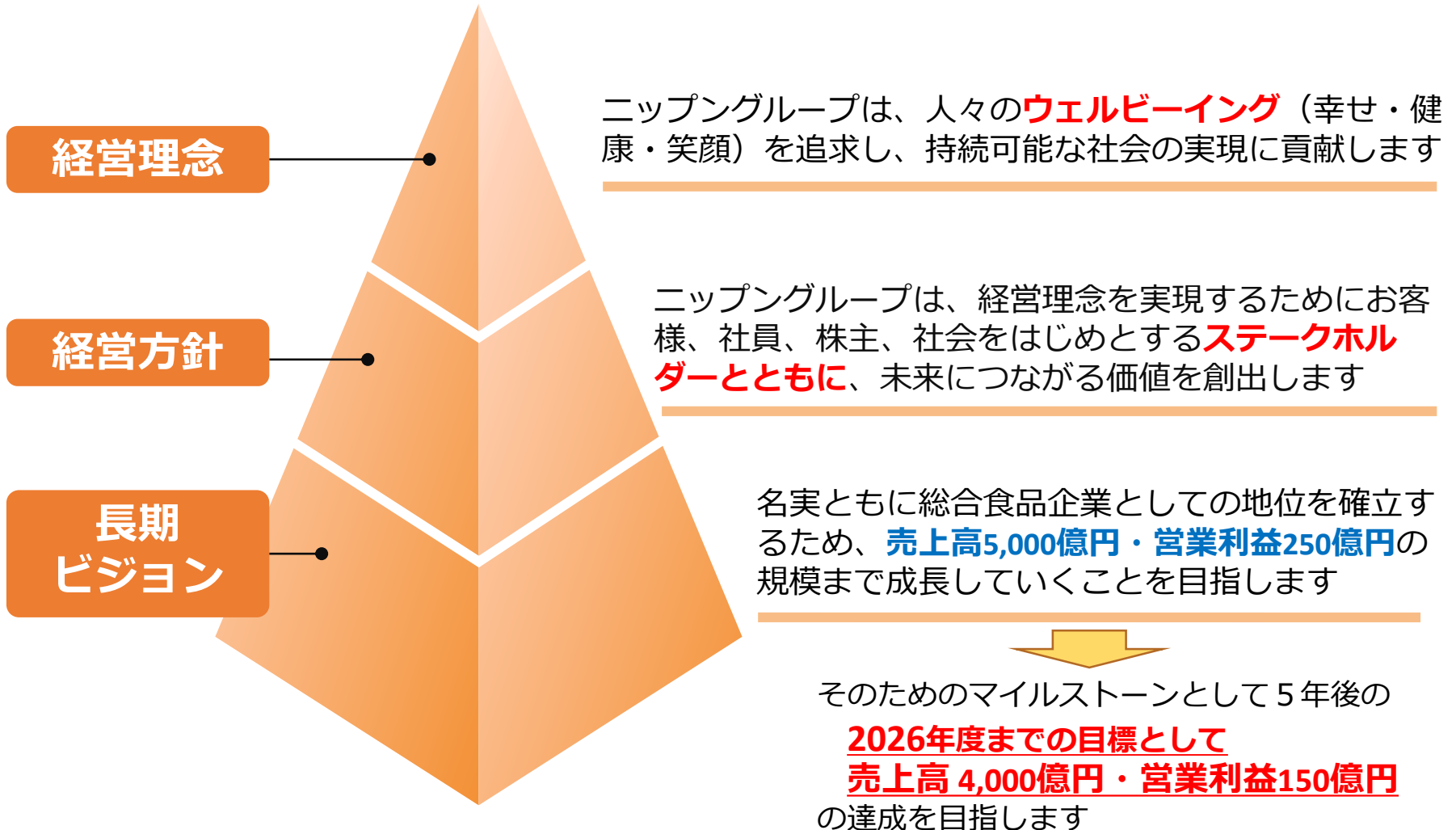
＜新経営理念＞

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”

ニッポングループの戦略の体系



ニッポン経営方針2022

当社グループは「経営理念」を実現するため、あらたに「経営方針」を策定



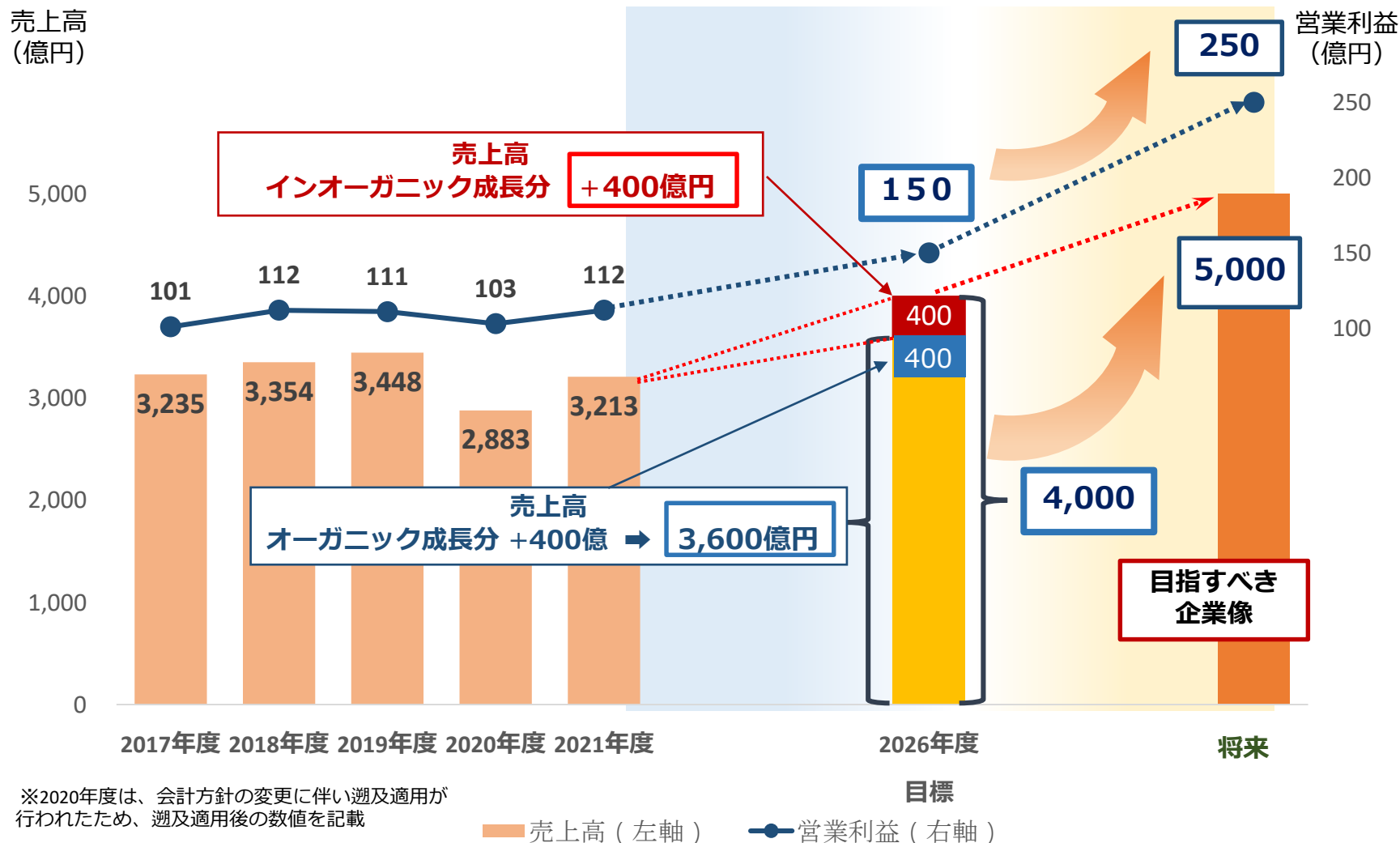
ニッポングループは、人々のウェルビーイング（幸せ・健康・笑顔）を追求し、持続可能な社会の実現に貢献するために、ステークホルダーとともに、未来につながる価値を創出します。

各ステークホルダーに向けて

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。

ニッポングループが目指す成長のイメージ

収益基盤を強化しながらオーガニック成長で売上を積み上げながら
インオーガニック成長での底上げを進める



ニッポングループの価値創造モデル①

事業を取り巻くリスク・機会と戦略

社会環境の変化

戦略

機会

共働きや高齢者世帯の増加

調理時間を短縮する商品の開発/個食化への対応

顧客ニーズの変化

新商品開発・研究によるブランド力強化

リスク

日本人口の減少

北米・アジア圏を中心とした海外販路の拡大

主要事業の売上低下

事業ポートフォリオの見直し・最適化

withコロナ下での環境変化

戦略

機会

テレワークの推進による運動不足

健康意識の変化によるヘルスケア領域の拡大

ワークスタイルの激変・多様化

販売チャネルの多様化

リスク

人的接触のあるオペレーション停止

業務IT化の加速

スマートファクトリーの推進

社会問題の深刻化

戦略

リスク

気候変動

脱炭素社会への貢献、省エネの取り組み

水資源枯渇

水リスクの把握・情報開示、水使用量削減

プラスチックごみ問題

包装資材・容器類の紙化・代替素材の推進

人権問題の顕在化

持続可能でフェアな原材料調達、人権デューデリ

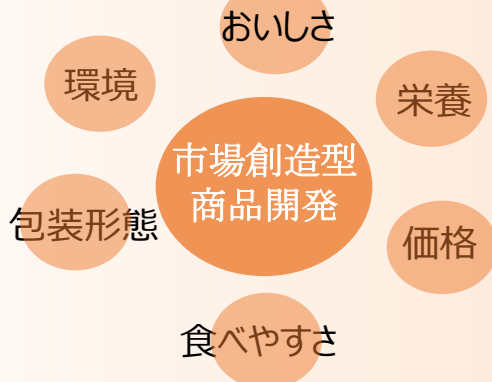
ニッポングループの価値創造モデル②

ビジネスモデルの全体像

強み

目指すべき将来像

ニーズの多様化への対応



社会問題への対応



食品事業

食品素材



- 原材料素材の品質管理への知見
- 効率的な生産体制によるコスト競争力
- 長年培った配合ノウハウ
- 消費者に高い人気を誇るブランド力（家庭用商品）

加工食品



冷食



中食



- 他の事業とのシナジーによる新しい食材の開発力
- 生活様式の変化に合わせた顧客視点での商品提案力

製粉事業



- 他事業の基盤にもなる創業から培った技術力やノウハウ
- 安定した供給・低コスト化を支える原材料調達・生産体制

その他事業

ヘルスケア



ペットケア

- 穀物を中心とした長年の研究成果を活用した植物由来健康食品・機能性表示食品の開発力

グローバルな総合食品企業

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

変化を先取りした「食」の創造

食の安心と生活者の心身の健康

環境に配慮した持続可能な社会の実現に貢献

成長領域の更なる事業拡大

基盤領域の収益力向上

新規事業の成長・拡大 インオーガニック成長

2021 → 2026

ニッポングループの多角化戦略の方向性

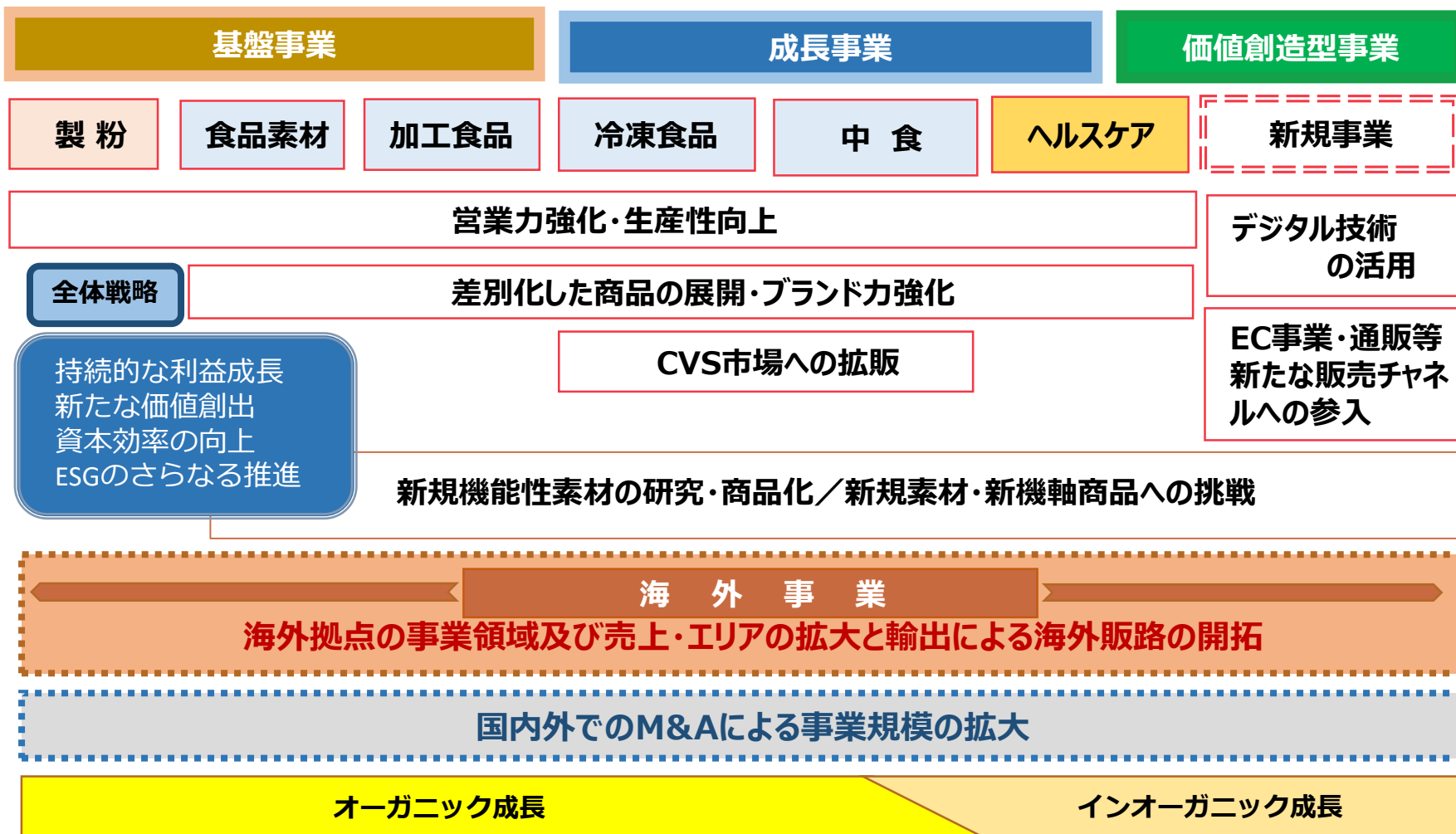




事業戦略の方向性・施策

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並びに多様なライフスタイルに対応し、当社グループの強みを活かしながら**成長分野への積極的な経営資源の投下**を今後も継続していくことによって、**グローバルな事業の拡大・新たな事業創出**を行い、成長を実現させていく



製粉事業 コスト競争力を向上させ収益基盤を更に強化



愛知県知多市新工場の概要

- 着工 2022年12月予定
- 稼働 2026年2月予定
- 総工費 約140億円
- 設備能力 小麦挽砕能力 600トン/日

環境認識

- ・ 国内の人口減少並びに高齢化の加速
- ・ 国際貿易交渉の進展
- ・ 食品に対する嗜好の多様化・健康志向

戦略の方向性

- ・ 食のエッセンシャルワーカーとして、常に高品質な小麦粉を安定供給し続ける
- ・ 長年培った技術を活かしながら顧客の細かな要望に応え、新たな価値・食生活を創造する
- ・ 生産プロセス並びに供給体制の効率化を進める中で環境負荷低減を実現させていく

製粉事業の生産体制

新工場稼働後は、
全国7工場体制となり、臨海比率は83%
から
95%に上昇



食品素材事業

基盤であるプレミックスの差別化戦略による継続的な成長と新規素材の国内外での販路拡大による収益性の向上



2026年度までの5か年で売上高100億円増収を目指す

環境認識

- ・ 製造現場の人手不足による「作業工数軽減」の必要性
- ・ 健康・国産・本物志向による外食・デリカ向け商材の増加
- ・ 働き方改革の推進による製造時間短縮ニーズの高まり

戦略の方向性

既存事業の安定成長と海外を中心とした事業規模の拡大

- ・ 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の維持
- ・ 効率的生産体制の追求によるコスト競争力強化
- ・ 厳選された原材料と長年の配合ノウハウの蓄積による商品の新規性、簡便性、経済性の継続的提供
- ・ M&Aを含めた海外市場への参入

【主な施策】

- ・ 国内主力プレミックス工場のフル稼働による、既存ビジネスの着実な積上げ
- ・ 国内外でのM&Aの検討
- ・ **グループ会社における新規事業の展開加速化**
- ・ **シーズニング事業**への参入、投資の実行
- ・ **米粉ビジネス**の協業による事業拡大

新たな市場開発による売上拡大と収益構造を改善し、安定的に再投資可能な事業への転換



環境認識

- ・ EC、宅配などコロナを契機とした市場構造の変化に対する販売ルートが多様化
- ・ 健康、環境負荷軽減など新機軸の商品ニーズ増加

戦略の方向性

- ・ 効率的生産体制の追求によるコスト競争力の追求
- ・ 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作りの体制強化
- ・ 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の更なる向上
- ・ 環境に配慮した商品開発

【主な施策】

- ・ 「オーマイ」「REGALO」のリブランディング
- ・ チャネル戦略の推進
EC事業への本格参入、広域ドラッグやディスカウントストア戦略、海外市場参入など
- ・ 健康軸の基礎研究開発への投資
- ・ ハイレベルな加工度の新規カテゴリー市場への参入
- ・ 環境に配慮した紙包材使用への取組み
- ・ アマニカテゴリーの拡販
- ・ 小袋・ミックス類における健康、環境をキーとした商品開発

競争優位性の維持・更なるブランド力強化に向けた施策による売上成長の長期継続

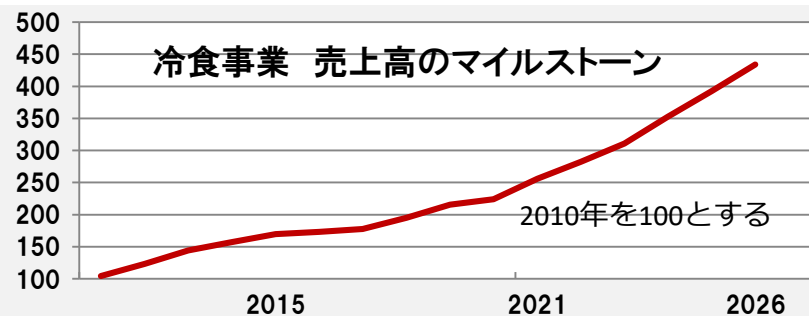


環境認識

- ・ コロナ禍での消費者の冷凍食品へのイメージの変化
- ・ 冷凍食品に対する認知度向上、購入層の広がり
- ・ 在宅時間の増加などで冷凍食品の買い置き需要増大
- ・ 備蓄性、簡便性、廃棄ロスの出ない利便性への期待

戦略の方向性

- ・ 新たな生活様式や食シーンへの対応
- ・ 特徴ある品揃えで可能性を追求、購入層の拡大
- ・ 本物の味の追求、健康志向、機能性訴求
- ・ 市場における当社ならではの差別化商品の投入
- ・ 環境負荷に配慮した脱プラスチックに向けた商品開発の継続



【主な施策】

- ・ **生産拠点拡充**のため積極的に設備投資を進め供給体制の強化・整備
- ・ 消費者ニーズを的確に捉えた新機軸商品の投入
- ・ **E C事業**への本格参入
- ・ 高付加価値商品の開発強化

2026年度まで売上高は年平均10%の成長率を、営業利益率は5%を目指す

中食事業

コンビニ向け事業の強化と既存のノウハウを活かした新規事業への参入

2026年度までにインオーガニックでの成長を含め、売上高を2021年度比で3割伸ばすとともに、営業利益率 2%以上 を目指す

環境認識

- ・ コンビニ中食市場の拡大ペースの鈍化
- ・ 女性の就業率の上昇、共働き世帯の増加や少人数世帯の増加に伴う調理済み食品としての需要の更なる高まり
- ・ 雇用の安定確保の困難性、労務費上昇リスク

戦略の方向性

- ・ 拠点整備の推進と各生産拠点の生産効率の引上げ
- ・ コンビニ事業における新たなカテゴリーへの挑戦を含めた成長分野（冷凍食品など）の販売拡大
- ・ コンビニ事業以外の中食分野への販売強化
- ・ 既存拠点以外の供給エリアの拡大、M & Aによる拡充
- ・ ウイズコロナの新しい生活様式に合わせた商品の提案
- ・ 既存設備を活用した新規事業への進出
- ・ S D G s への積極的な取り組み

中食事業の生産拠点 (5社9工場)



【主な施策】

- ・ **チルド弁当強化並びにデザート分野**への参入
- ・ **生産拠点の西日本への拡充**によってデイリーメーカー事業の全国展開を目指す
- ・ **コンビニ事業以外**の売上構成比率を上げるための販路開拓
- ・ DX推進や食品ロス低減、賞味期限延長の研究

ヘルスケア事業

「人々の健康と豊かな生活創り」の実現に向けたお客様の健康面での課題解決へのサポートと、社会的課題である健康寿命延伸への貢献

環境認識

- ・ コロナ禍での健康志向の高まり、市場規模の急伸
- ・ 健康寿命延伸に伴う健康維持訴求の動き
- ・ 各年代・シーン別の個々の悩み解消のニーズ拡大

戦略の方向性

- ・ 植物由来の自社素材を使用した機能性表示食品の事業展開強化
- ・ 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提供
- ・ 当社独自素材を原料とした「健康通販」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
- ・ 「胚芽」「ふすま」の業務用素材としての更なる拡売
- ・ 2030年を期限としているSDGsの目標2「飢餓をゼロに」に対応したサーキュラーフード（循環型食材・食品）への取り組み



【主な施策】

- ・ メディア、SNSの活用並びにセミナー開催等による積極的な情報発信
- ・ **ローストアマニの販路拡大や、新素材「ローズマリーエキス」の上市**
- ・ 地方自治体との取組みによる新規分野の開拓
- ・ **「セラミド」「パミスエキス」「オリーブ果実マスリン酸」など機能性素材の認知拡大策の実行**
- ・ セラミド素材の増産・低コスト化
- ・ 機能性素材の北米、**台湾、東南アジアへの輸出拡大**
- ・ 家庭用健食の**通販事業を強化**
(5年で5倍の売上規模まで拡大させる)

海外事業

成長著しいアジア地域と北米でのビジネス拡大と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

戦略の方向性

- 2026年度には海外売上高比率を2021年度の3%台から6%台まで拡大させる
- 既存のプレミックス・パスタに加え冷食や代替タンパク、健康素材、機能性素材等の新規事業展開を推進
- インオーガニック成長を視野に入れ、積極的に北米・ASEANでのクロスボーダーM&Aの機会を追求

各地域の取組み

オーガニック

インオーガニック (M&A)

事業範囲の拡大
クロスセル戦略
他地域展開
新規顧客層開拓

規模の追求
パートナーシップの活用
事業領域拡大

- ・中国国内の大口ユーザーの獲得
- ・対日向けプレミックスの拡売

想定投資額：25億～30億円

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

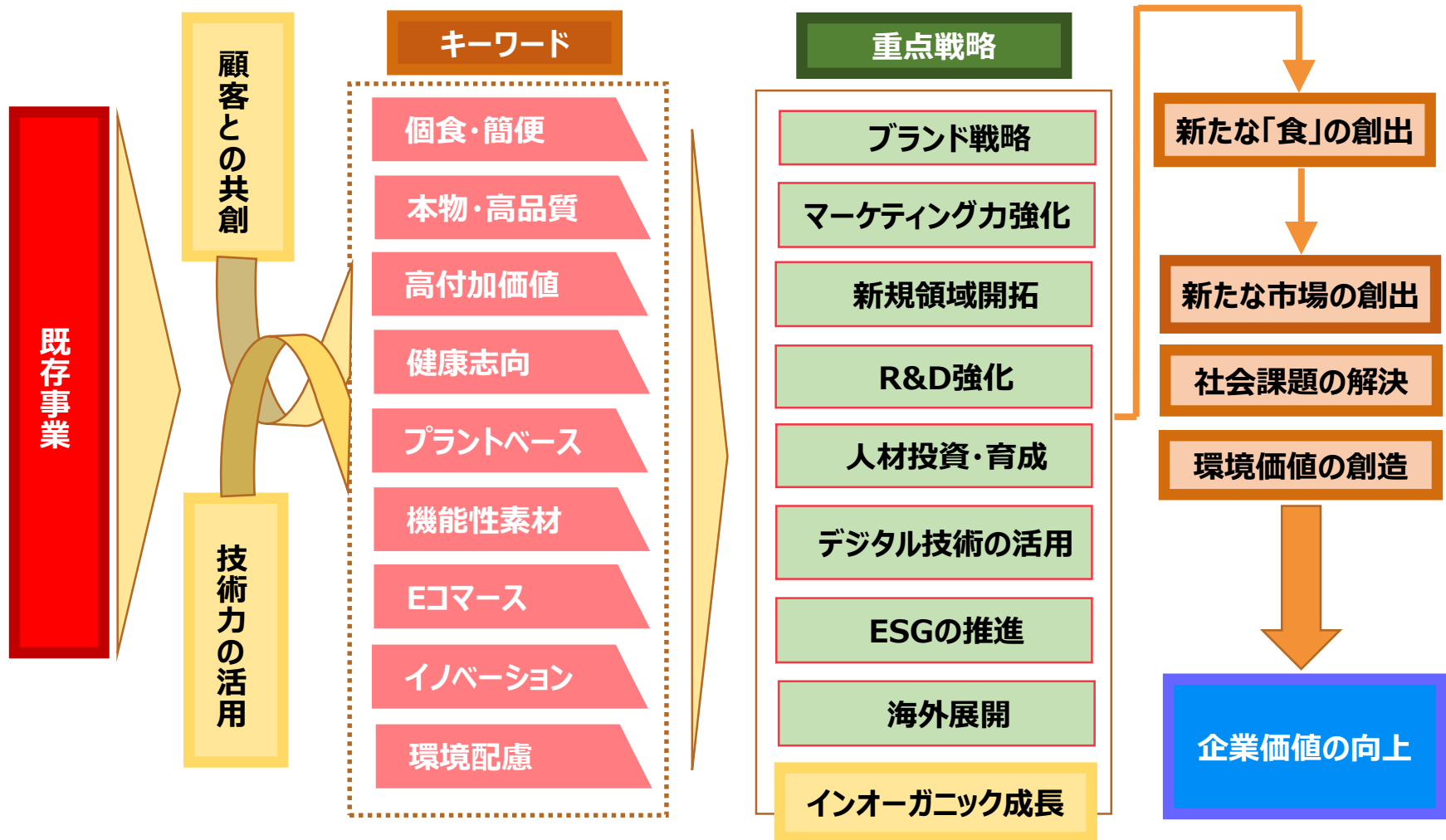
想定投資額：20～30億円

- ・2023年インドネシア製造工場稼働
- ・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
- ・販売地域の拡大
- ・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

グループシナジーを世界でも展開

価値創造型事業の創出に向けて

顧客ニーズ、社会課題の解決に対応した魅力ある商品を継続的に創出し
他社との差別化やブランド力を高め企業価値を向上させていく



新たなビジネスモデル構築に向けての取り組み

Eコマース事業強化・拡大

上質な専用商品を提供するため、直販サイト「ニッポンダイレクト」を設営



当サイトでは、毎月1回、選りすぐりの生パスタとソースがセットで届く冷凍定期便「nestセレクト」の販売を開始

美味しさだけでなく健康にも配慮



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

プラントベース市場への参入

豆腐の加工技術に応用した大豆新素材「ソイルプロ」

環境に配慮した生活・サステナブルな食事の可能性を追求

・大豆の旨味・風味を感じるクセのない味と肉のような弾力

・ヴィーガン、ベジタリアン向けのメニューに使用可

・からだにやさしい高タンパク、低脂質、コレステロールゼロ

・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

「ソイルプロ そぼろタイプ」

日本食糧新聞社制定の第34回新技術・食品開発賞を受賞



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装置の開発・実用化を推進中



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を用いた検査装置など

リストアップ装置

工学的な技術開発の目的

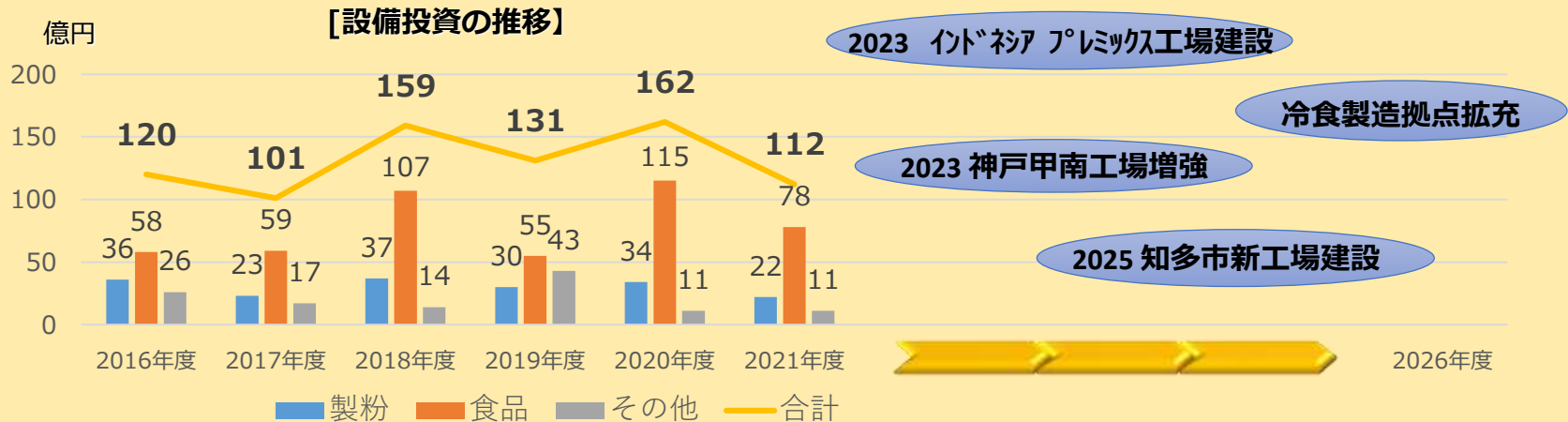
- ・短期的には当該事業領域におけるコストダウン・人財の有効活用に効果
- ・中期的には、開発成果による新規産業の創造を通じた自企業・食品他産業への貢献
- ・長期的には日本が抱えているアジア圏での単純労働買付行為の払拭



設備投資の今後の展開／ 財務戦略について

設備投資の今後の展開

基盤強化や生産能力増強並びに多様なライフスタイルに対応し、
成長・拡大分野への積極的な投資を継続していきながら競争力を強化



基盤事業で創出されたキャッシュを成長・価値創造型事業への投資に活用していく

基盤事業

- 製粉工場の拠点整備
- 老朽化したラインの更新
- 自動化・省力化
- 主力商品の生産ライン増設
- CO2排出量削減

成長事業

- 冷食製造拠点の拡充
- 新規素材拡売関連
- 海外製造拠点の拡充
- 中食事業の扱い品目拡大
- 環境負荷軽減

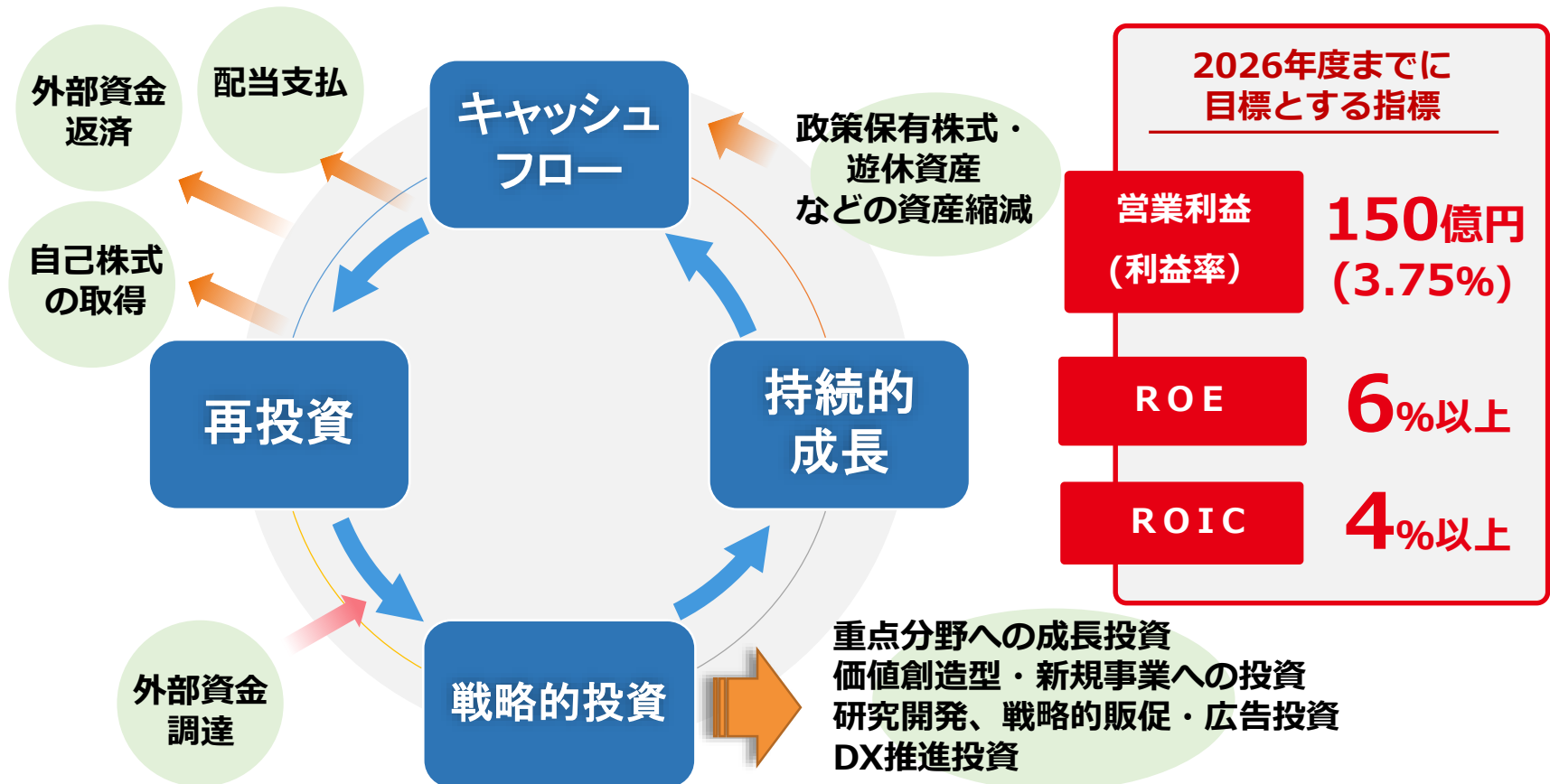
価値創造型事業

- 健康志向への対応
- EC等新規事業への参入
- 新規機能性素材商品の開発
- DXの推進・デジタル技術活用

財務体質強化について

－基本方針－

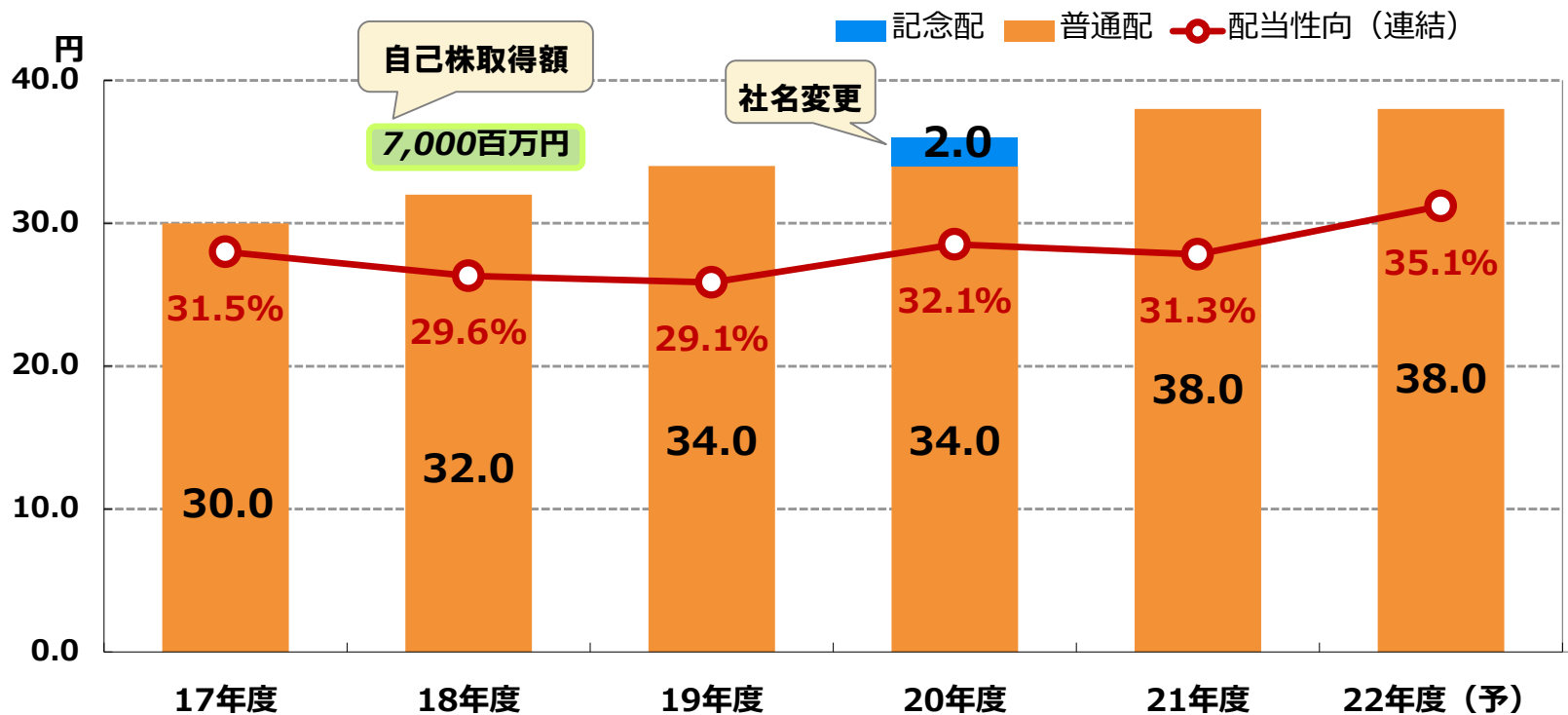
- 持続的成長による収益力拡大から創出されたキャッシュを最適配分する
- バランスシートの効率化推進により資本効率の向上並びに財務体質の強化を図る
- 安定的な配当を継続するとともに機動的な自己株式の取得も実施



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





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方針

総合食品企業として持続可能な社会の実現を目指す



ニッポングループは、総合食品企業として数々の社会的課題を解決することにより、「食」の安定的供給を守り、持続可能な社会の実現を図ります。そのためにE S Gの取り組みを進めて、企業としても持続的成長をしていきます。

E S Gの主な取り組み内容

Environment 〈環境〉

- ・ C O₂排出量の削減
- ・ 省エネ機器の導入
- ・ 海上輸送の促進
- ・ 太陽光発電設備の導入
- ・ プラスティック使用量削減
- ・ フロン排出の抑制
- ・ 生物多様性の保全
- ・ 食品廃棄物の削減

Social 〈社会〉

- ・ 顧客ニーズに応える商品開発
- ・ サプライヤー人権問題の配慮
- ・ ダイバーシティの推進
- ・ ワークライフバランスの促進
- ・ 健康経営の促進
- ・ 従業員の教育・能力開発
- ・ 地域・コミュニティへの貢献
- ・ 個人情報の保護・管理

Governance 〈ガバナンス〉

- ・ 会社情報の適切な開示
- ・ コンプライアンスの徹底
- ・ リスクマネジメントの強化
- ・ 情報セキュリティの確保
- ・ 役員報酬決定方法の公表
- ・ 資本効率性への高い意識
- ・ 株主との建設的な対話
- ・ 政策保有株式の縮減

ESGの取り組み① Environment(環境)



地球温暖化防止

再生可能エネルギーの利用

サステナビリティ活動の一環として、太陽光発電設備の導入を実施

- ・導入予定 … 伊勢崎工場、竜ヶ崎冷食工場
(発電分は自社工場で利用)
- ・導入時期 … 2022年11月着工、2023年2月稼働開始

事業場	パネル容量	発電量	CO ₂ 削減量
	kW	千kWh/年	t-CO ₂ /年
伊勢崎工場	500	620	270
竜ヶ崎冷食工場	390	410	190



伊勢崎第2工場

生物多様性保全

ニッポン四季の森植樹祭

2011年度から北海道深川市で毎回100本ずつ計画的に実施し、生態系保全のモデルケースの場として整備されてきた「ニッポン四季の森」で2022年に10回目の植樹を実施



循環型社会の構築

「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を受賞

【受賞テーマ】

「粕を活かして健康および健康寿命延伸を！
～さまざまな食品工場副産物から創り出す機能性食品素材～」

食品工場副産物や粕から健康寿命の延伸に貢献できる機能性食品素材の原料を抽出、製品化

食品廃棄物のリサイクルフローを構築し、抽出された成分が持つ健康機能を数値で証明する技術が評価

【今後の展開】

国内外の食品加工後の副産物等を調査し、それらを活用、機能性食品素材を増やすことで、産地の活性化につなげる

【当社が食品工場副産物から製造した機能性食品素材】

素材	由来	健康機能
セラミド	トウモロコシ、米	肌の健康維持
オリーブ果実マスリン酸	オリーブ	筋肉、関節、疲労感軽減のサポート
パミスエキス	ブドウ	歯や口腔内の健康維持
アマニリグナン	アマニ	メタボリックシンドローム改善
ブランエース	小麦	お腹の調子を整える

ESGの取り組み② Environment(環境)



持続可能な資源の利用

包装容器紙化の推進

包装の紙化

家庭用商品の包装の一部をプラスチック製から紙製（FSC森林認証紙）に切り替え

※FSCとは、国際NGOの森林管理協議会（Forest Stewardship Council）の略。

※植物由来のバイオマスインキを一部に使用

【紙製包装アイテム数増加】



ニッポン 日本の小麦粉
ニッポン こんな小麦粉ほしかった



オーマイ自然の恵みシリーズ
全粒粉スパゲッティ・マカロニ



紙製トレーの利用

冷凍食品（オーマイプレミアムシリーズ）のトレーをプラスチック製から紙製（PEFC森林認証紙）に切り替え

※PEFCとは、国際NGOのPEFC評議会（Programme for the Endorsement of Forest Certification）の略。



PEFCに認証取得した紙トレー



冷凍食品の「よくばりプレート」「よくばり御膳」に、環境に配慮した無漂白の木材パルプ製のeco紙トレーを使用。eco紙トレーを製造する際にモールド容器※を活用することで、これまで紙トレー化が難しかった冷凍食品用の仕切り付きトレーを実現



モールド容器



※ モールド容器：原料パルプを水に溶かし、金型で漉き上げ乾燥させて作った紙成型容器

ESGの取り組み③ Social(社会)



持続的成長をするための企業活動

- 研究・開発体制(中央研究所、開発本部)
- 商品開発における人材育成
- 健康素材(アマニ、オリーブ果実マズリン酸、セラミド)
- 顧客のニーズを踏まえた新商品



「ニッポンレポート」

高品質の商品・サービスの提供

- 食品の安全・安心に対する体制強化のため、「JFS-C規格」(※)の認証をニッポン全工場をはじめとして、グループ会社の工場でも取得 海外展開も予定
※当社も支援する一般財団法人食品安全マネジメント協会が開発した日本発の国際的に通用する規格
- ニッポンの全事業場で「ISO14001」の認証取得完了予定

職場環境作り

健康経営の推進

- 健康経営優良法人2022

(大規模法人部門) 5年連続認定

2017年に健康宣言制定

事業場の枠を超えたスポーツ大会開催、クラブ活動で社員コミュニケーション向上(コロナ禍で休止中)

- 健康支援アプリ「Pep Up」の導入

健康保険組合と連携し、社員の一人ひとりのヘルスリテラシーの向上を図る。参加率92%(2022年2月現在)ウォークラリーなど各種健康チャレンジに挑戦することで、健康管理・推進



ダイバーシティの推進

- 女性活躍推進
2017年女性役員誕生、女性管理職比率7.8%
- 障がい者雇用促進
障がい者雇用の促進を図り、定期的な面談など長期的に働けるようにフォロー

ワークライフバランスの推進

- 柔軟な働き方
Web会議や在宅勤務ツールの整備増強
柔軟な働き方(在宅勤務、フレックスタイム、時差出勤)によりワークライフバランス向上
- 育児・介護との両立
育児休業取得率女性100%、男性51%
仕事と育児の両立を支援、くるみん認定6回取得



ESGの取り組み④ Social(社会) Governance(ガバナンス)

国際社会・地域社会への貢献

- フードバンク、こども宅食他に食品寄贈
セカンドハーベストジャパン、文京区こども宅食、ドナルドハウス等を支援
- ユニセフ支援
支援物資「経口補水塩(ORS)」、「浄水剤」贈呈
- WFP支援
WFPを通じて3月にウクライナ緊急支援(1千万円)寄付



地域社会への貢献

ニッポングループ

- 松屋製粉(株)が「とちぎSDGs推進企業登録制度」に登録

栃木県が創設したSDGs達成に意欲的に取り組む企業等が「環境」「社会」「経済」の3側面で宣言した内容について登録する制度

- ジュンコフローラスクール

障がい者向け講座や「ルナ・フローラ展」を通じたチャリティー活動 2022年は55周年記念展を全国5ヶ所で開催



法令遵守および内部統制



- コーポレート・ガバナンス体制
監査等委員会設置会社の採用
社外取締役のフォロー体制、取締役会の実効性評価、
社外役員の選任と独立性の基準、役員報酬、監査部門
- コンプライアンス
「行動規範」、「行動指針」の順守 → イン트라ネットに掲示
- リスクマネジメント
多種多様なリスク(新型コロナウイルス、大規模災害)
→迅速に対応する為の管理体制の強化

対応するSDGs目標

 2 飢餓をゼロに	 3 全ての人に健康と福祉を	 4 質の高い教育をみんなに	 5 ジェンダー平等を実現しよう	 6 安全な水とトイレを世界中に	 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに
 8 働きがいも経済成長も	 12 つくる責任 使う責任	 13 気候変動に具体的な対策を	 14 海の豊かさを守ろう	 15 陸の豊かさも守ろう	 16 平和と公正をすべての人に

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