



2023年5月23日

株式会社二ップン(NIPPN CORPORATION)

https://www.nippn.co.jp





目次

4	
Τ	

2022年度決算概要 及び2023年度業績予想

 $p.3\sim$

2

ニップングループ 2022-2026中期目標の進捗状況

p.16~

3

サステナブル経営に向けて

 $p.45\sim$

nîppn



2022年度決算概要及び2023年度業績予想

損益計算書

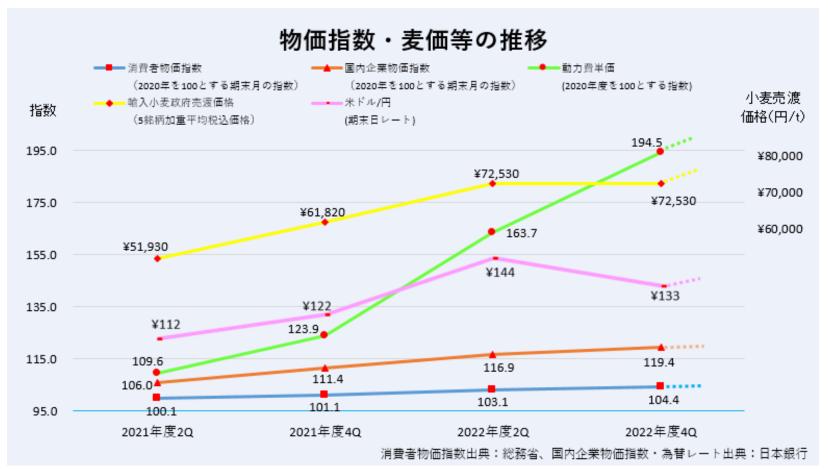
- 売上高は、小麦やその他原材料価格の上昇に伴い、各事業において販売価格を改定したこと、また、行動制限の緩和による需要の回復並びに冷食事業の伸長などにより増収
- 利益面では、戦略コストの増加や原材料価格・エネルギー価格等の高騰があったものの、コスト に応じた販売価格の改定や外食・中食需要の回復による出荷増効果及び生産性改善によるコスト ダウン等により増益

		2021年度		2022年度		前年比	
	(単位:百万円)	実績	百分比· 利益率	実績	百分比・ 利益率	増減	増減率
	製粉事業	96,934	30.2%	117,604	32.2%	20,669	21.3%
売	食品事業	185,911	57.9%	204,796	56.0%	18,885	10.2%
売 上 高	その他事業	38,471	12.0%	43,123	11.8%	4,652	12.1%
	計	321,317	100.0%	365,525	100.0%	44,208	13.8%
	製粉事業	6,211	6.4%	7,528	6.4%	1,316	21.2%
営 業 利 益	食品事業	4,068	2.2%	3,449	1.7%	△619	△15.2%
利	その他事業他	1,000	2.6%	1,308	3.0%	307	30.8%
· ·	計	11,282	3.5%	12,288	3.4%	1,006	8.9%
経常利益		14,270	4.4%	14,816	4.1%	545	3.8%
親会社株主に帰属	属する当期純利益	9,327	2.9%	10,260	2.8%	932	10.0%



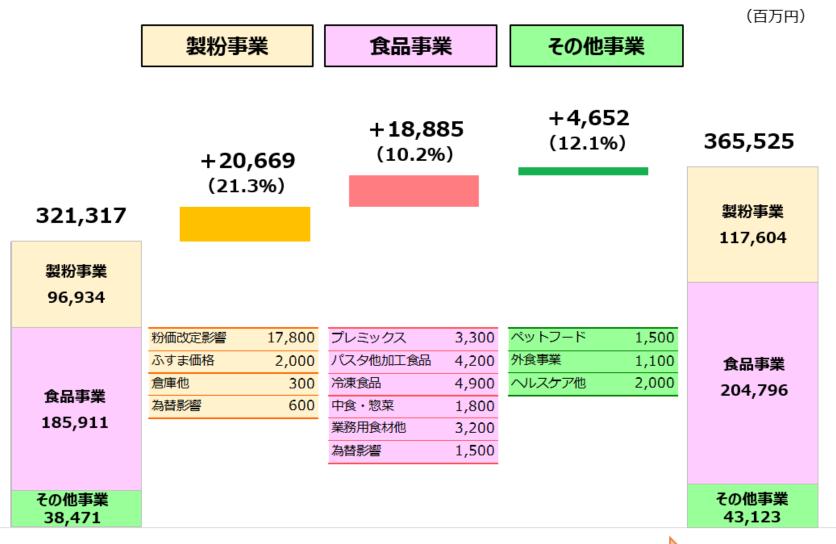
原材料価格、エネルギー価格等の動向

- 小麦相場は、ロシアによるウクライナ侵攻後の水準と比較して落ち着いた状況にあるものの、 依然として高値圏で推移。輸入小麦売渡価格は2023年4月に1年ぶりに改定され、5銘柄加重 平均で5.8%の引き上げとなった。
- 原材料価格やエネルギー価格、物流費等の上昇分については、お客様のご理解を得ながら販売価格の改定を進めていく。



nîppn

売上高の増減要因分析

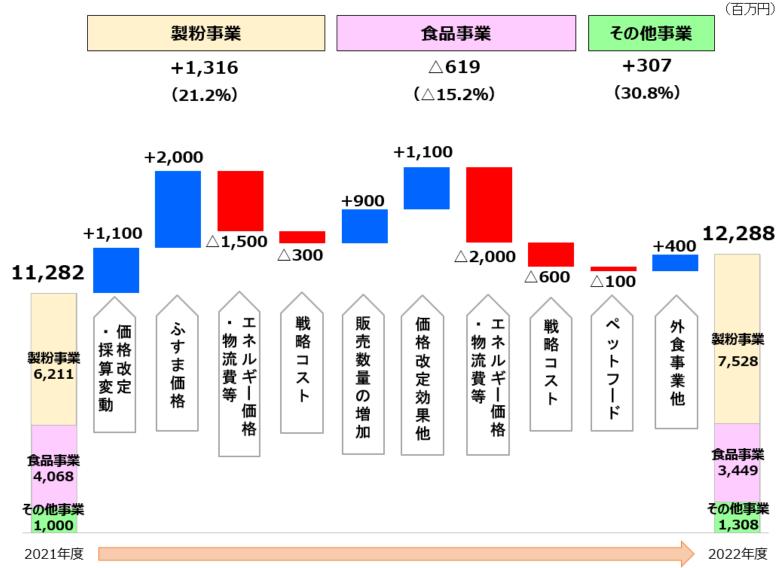


2021年度

2022年度

nîppn

営業利益の増減要因分析

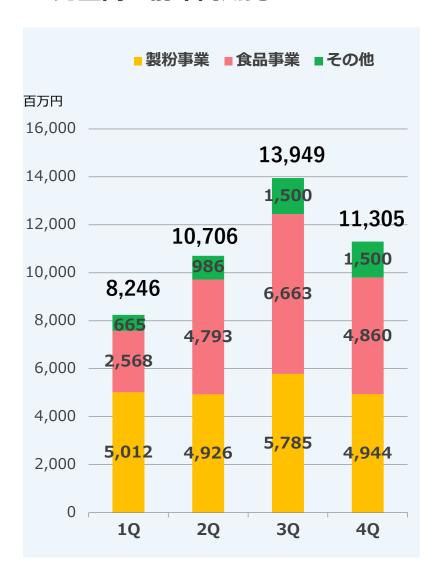


前年度比+1,006百万円(+8.9%)の増益

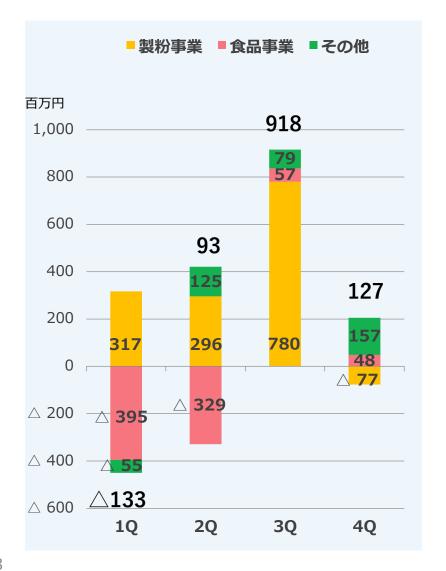


売上高・営業利益四半期別増減推移

■ 売上高 前年同期比



■ 営業利益 前年同期比

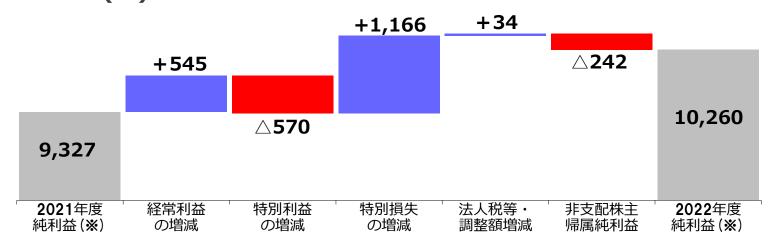




経常利益・当期純利益※の増減要因分析

経常利益の増減要因(+545百万円(+3.8%)の増益) (百万円) +72 +354 +1,006**∧153 ∧733** 14,816 14,270 2021年度 営業利益 為替差損益 受取利息 持分法投資 その他 2022年度 経常利益 の増減 ・配当金 利益の増減 経常利益

■ 当期純利益(※)の増減要因(+932百万円(+10.0%)の増益)



(※) 親会社株主に帰属する当期純利益

nîppn

貸借対照表

	2021年度末		2022年度	増減		
(単位:百万円)	(2022.3.31) 構成比		(2023.3.31) 構成比			
流動資産	130,768	40.1%	143,021	41.5%	12,253	1.4 p
有形資産	115,611	35.5%	113,467	32.9%	△2,143	△2.6 p
無形資産	2,529	0.8%	2,175	0.6%	△353	△ 0.2 p
投資等	76,922	23.6%	85,914	24.9%	8,991	1.3 p
固定資産	195,063	59.9%	201,557	58.5%	6,494	△1.4 p
その他の繰延資産	37	0.0%	26	0.0%	△11	△ 0.0 P
資産合計	325,869	100.0%	344,606	100.0	18,737	-
流動負債	74,842	23.0%	78,613	22.8%	3,771	△ 0.2 p
固定負債	72,328	22.2%	73,378	21.3%	1,050	△ 0.9 p
負債合計	147,171	45.2%	151,992	44.1%	4,821	△1.1 p
自己資本	174,120	53.4%	188,686	54.8%	14,566	1.4 p
新株予約権	195	0.1%	226	0.1%	31	0.0 p
非支配株主持分	4,381	1.3%	3,699	1.1%	△682	△ 0.2 p
純資産合計	178,697	54.8%	192,613	55.9%	13,915	1.1 p
負債・純資産合計	325,869	100.0%	344,606	100.0	18,737	-



キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)	2021年度	2022年度	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	11,975	15,055	3,080
投資活動によるキャッシュ・フロー	△10,103	△5,026	5,077
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,278	△8,402	∆4,124
現金及び現金同等物に係る換算差額	209	394	185
現金及び現金同等物の増減額	△2,196	2,021	4,218
現金及び現金同等物の期首残高	35,320	31,215	△4,105
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	△1,908	△ 78	1,830
現金及び現金同等物の期末残高	31,215	33,157	1,942

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+5.9%、金額で215億円の増収を見込む
- <mark>営業利益</mark>は、エネルギー価格や物流費の上昇並び食品セグメントにおける広告・販促強化や新規事業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はあるものの、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年度に対し、増益を予想

		2022年度		2023	3年度	前年比	
(当	单位:百万円)	実績	百分比・ 利益率	予想	百分比・ 利益率	増減	増減率
	製粉事業	117,604	32.2%	123,500	31.9%	5,896	5.0%
売	食品事業	204,796	56.0%	219,000	56.6%	14,204	6.9%
売 上 高	その他事業	43,123	11.8%	44,500	11.5%	1,377	3.2%
	計	365,525	100.0%	387,000	100.0%	21,475	5.9%
	製粉事業	7,528	6.4%	7,600	6.2%	72	1.0%
営業	食品事業	3,449	1.7%	3,500	1.6%	51	1.5%
営業利益	その他事業他	1,308	3.0%	1,400	3.1%	92	7.0%
	計	12,288	3.4%	12,500	3.2%	212	1.7%
経常利益		14,816	4.1%	14,600	3.8%	△216	△1.5%
親会社株主に 当期純利益	帰属する	10,260	2.8%	10,800	2.8%	540	5.3%



予想売上高の増減要因分析

(百万円)

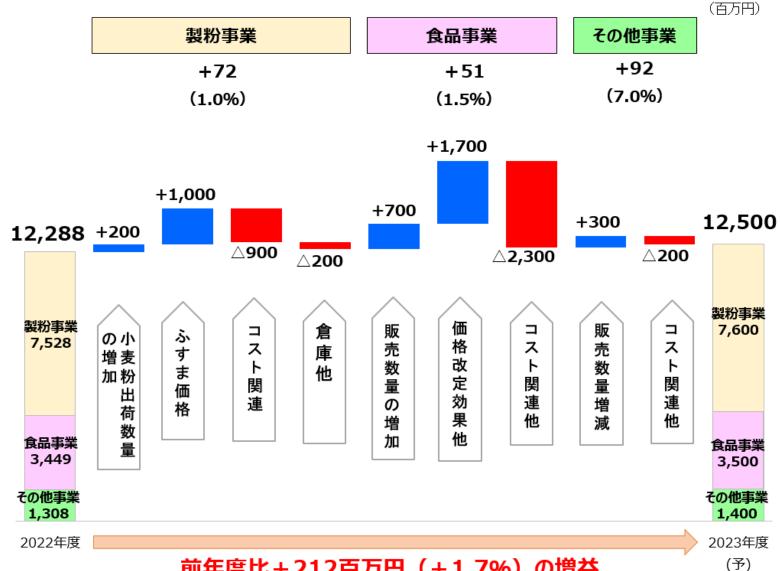


2022年度

2023年度(予)



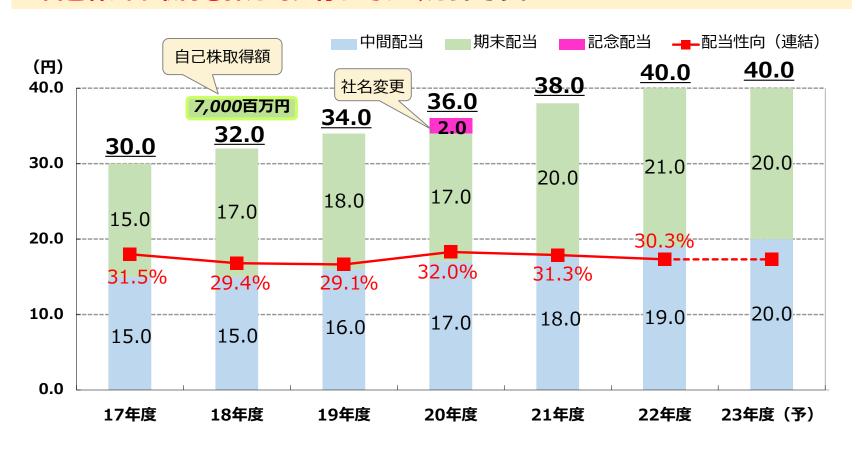
予想営業利益の増減要因分析



前年度比+212百万円(+1.7%)の増益

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。



nippn



ニップングループ 2022-2026中期目標の進捗状況

~持続的成長による収益力の拡大及び 最適資本構成の実現を目指す~

nîppn



目次

- I. 長期ビジョンの骨格
- Ⅱ. 2022-2026中期目標の進捗
- 皿. 財務戦略について

ニップングループの戦略体系

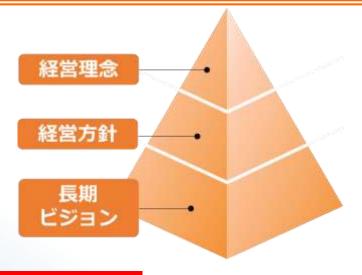
経営理念

ニップングループは、

"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	フェアでオープンな企業文化のもと、 熱意と愛情
ともに	を持って社会課題の解決に取り組みます
株主と	透明性の高い情報開示と株主との対話を通じて、
ともに	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く

目指すべき 事業規模 売上高 営業利益 営業利益率 ROE

5,000億円 250億円 5% 8%



中長期の成長に向けた戦略

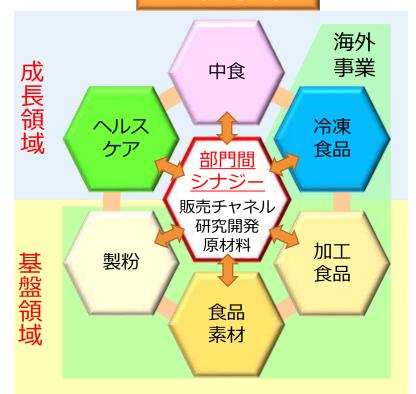
	事業環境認識	•	長期ビジョンの戦略の方向性
社会/事業課題	リスクと機会 リスク:赤字 機会:青字		
環境問題	・環境配慮商品のニーズ増加、エシカル消費市場の拡大 ・気候変動による原材料の収穫減と調達価格の高騰		ESGの更なる推進
責任ある 企業行動	・意思決定の透明性向上や倫理的な事業活動による信頼獲得 ・法令違反による社会的信用の失墜/企業価値の毀損		ころはの失なる推進
ライフスタイルの	・食の多様化の進展や健康志向の高まりなど、新たなニーズや 市場の変化に応えることによる持続的な成長 ・EC市場の規模拡大		新規機能性素材の研究・商品化と 新規素材・新機軸商品への挑戦
多様化	・ライフスタイルの変化/価値観の多様化への対応の遅れによる 成長機会の損失/競争優位性の低下		様々な中食市場への拡販
	・海外での販売展開、インバウンド需要への対応などによる新		国内外でのM&Aによる事業規模の拡大
少子高齢化による 消費人口の減少	規顧客の獲得・国内消費人口の減少による売上減少	++-	海外拠点の事業領域およびエリアの 拡大と輸出による海外販路の拡大
商品の品質向上	・商品の付加価値を高めることによるブランド力・企業イメージのアップ/売上増加 ・相対的な商品価値の低下に伴う顧客離れ/売上減少		E Cなど新たな販売チャネルへの参入
食品市場の	・異業種の中食市場参入による競争激化		差別化した商品の展開 ブランドカ強化
競争激化	・新技術の台頭に伴う既存ビジネスモデルの陳腐化		
労働力不足	・省力化技術の進歩、リスキリングによる生産性向上 ・採用人数の減少、労働環境の相対的低下に伴う人財流出		生産性向上
デジタル化の 進展	・DX推進・デジタル技術の活用による生産性向上 ・デジタル化の遅れによる競争力低下		デジタル技術の活用

長期ビジョン達成の戦略

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集中的に投下**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

既存事業



売上高5,000億円 営業利益250億円 を目指していく

> 国内外でのM&A・事業提携 による事業規模の拡大

価値創造型事業創出による領域拡大

周辺事業やシナジーが高い新規事業分野の開拓 新規素材・新機軸商品の製品化と認知向上 Eコマース事業など新たな販売チャネルへの参入

既存事業の拡大

営業力強化、生産性向上、商品力・ブランド力強化、 様々な中食市場への拡販 海外拠点の生産能力増強、海外経営基盤強化 等

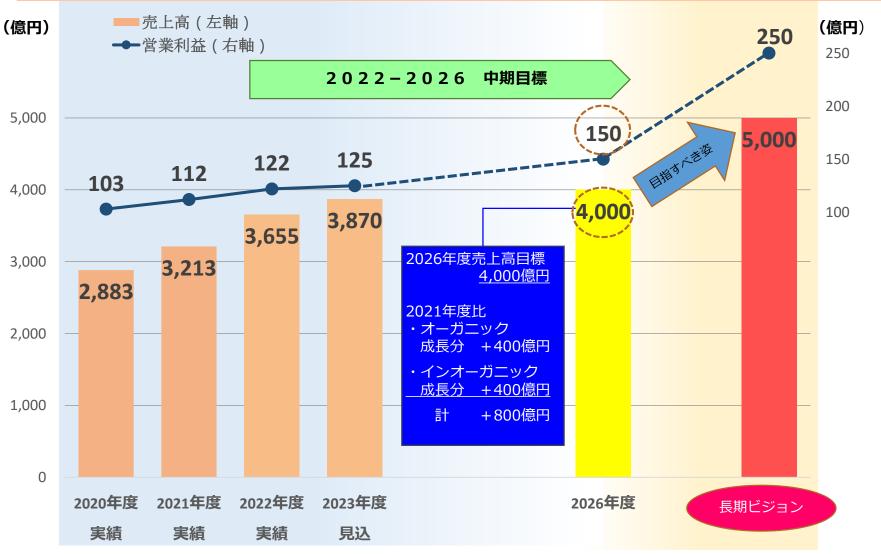


事業領域拡大戦略の方向性





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

nîppn



目次

- I. 長期ビジョンの骨格
- Ⅱ. 2022-2026中期目標の進捗
- 皿. 財務戦略について

2022-2026中期目標の実現に向けて

2026年度 売上高目標 4000億円

インオーガニック成長

2021年度 売上高 **3213**億円

オーガニック成長

2022-2026中期目標

売上高+800億円の成長を図る

内訳) インオーガニック成長 + 400億円 オーガニック成長 + 400億円

既存事業(成長領域)

- ・冷凍食品・中食
- ヘルスケア・海外

既存事業(基盤領域)

・製粉・食品素材 ・加工食品

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
- D X 推進等による経営基盤強化
- ESG経営の推進

既存事業

- ・製粉・食品素材
- ・加工食品
- ・冷凍食品・中食
- ヘルスケア・海外

既存事業の拡大

海外等 エリア 拡大

チャネル 拡大 生産 規模 拡大 商品の 優位性 向上

需要 開拓

新規領域への進出

新規素材・ 新機軸商品

周辺事業 の拡大

川上川下 展開

- ・既存の経営資源を活用するだけではなく、M&Aや事業提携により外部資源を獲得し、成長を図っていく
- ・現在、海外での新たな取り組みや新規 投資について検討を進めている
- ・大型投資については、機関決定後に都 度開示していく予定

2022-2026中期目標の進捗状況

	2021年度 実績	2022年度 実績	2023年度 予想	中期E (2026 2
売上高	3,213億円	3,655億円	3,870億円	4,0
営業利益	112億円	122億円	125億円	1
営業利益率	3.5%	3.4%	3.2%	3
ROE	5.5%	5.7%	_	6
ROIC	3.0%	3.1%	_	4

(中期目標 (2026年度)
	4,000億円
	150億円
	3.75%
	6%以上
	4% 以上

成長戦略の重点領域(サマリー)

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

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

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

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



各事業の状況:冷凍食品事業(重点領域)

冷凍パスタメーカートップシェア(現在2位) を獲得し、冷食メーカーとしての地位を固 め、冷食売上TOP5入りを目指す

> 売上高目標 2021年度比 60%増 営業利益率4%を目指す



主な戦略

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、 新規顧客の獲得 冷凍個食パスタ トップシェア獲得

取組状況

・ワンプレート商品等の 拡充と配荷アップ



よくばりシリーズ

・伸長するプラントベー スフード市場への対応



よくばりシリーズ PLANT BASEDシリーズ 「オーマイプレミアム」 ブランドNo.1堅守



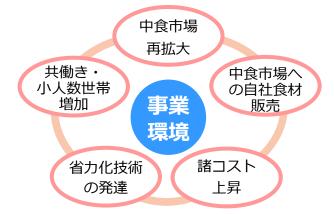
オーマイプレミアム 発売20周年キャンペーン の実施



各事業の状況:中食事業(重点領域)

- ◆デイリーメーカー事業の規模拡大
- ◆既存のノウハウを活かしたマーケット領域の拡大

<u>売上高目標 2021年度比 30%増</u> 新規マーケット売上比率10%を目指す



主な戦略





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 深耕

取組状況

- 生産ライン自動化 による省力化推進
- 管理システム共通 化による構造改革
- 既存工場の生産力 増強
- 作業環境の改善に よる生産性の向上
- 新たな中食分野への取引拡大による多角化
- 開発強化による競 争力の向上



各事業の状況:ヘルスケア事業(重点領域)

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

売上高目標 2021年度比倍増 営業利益率6%を目指す

小スケア 食品市場拡大 少子高齢化 の進行 サーキュ ラーフード の拡がり 事業 環境 フェムテッ クへの関心 拡大

戦略の基本方針

- 機能性表示食品の主軸ブランド育成
- 植物由来で付加価値の高い機能性素材の拡充
- 当社独自素材を生か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
- 次世代育成に向けたアマニやサーキュラー フードの開発推進
- フェムテック市場参入に向けた開発推進





戦略実現に向けた施策

- ■セラミド、オリーブ果実マスリン酸、パミス エキス、ローズマリーエキス等、機能性表示 訴求を活用した機能性素材の拡充と、認知拡大 策の実行
- ■アマニ関連商品の機能強化と新規素材開発
- ■機能性素材の北中米、東アジア、東南アジアへの輸出拡大
- ■健康通販事業の強化並びに、展開商品の充実
- ■地方自治体と健康寿命延伸、地域活性化に向けた具体的な取り組みによる社会的課題解決の実現
- ■事業部のウェルビーイングな取り組み活動の積極 的なPR推進



各事業の状況:海外事業① (重点領域)

- ◆既進出地域とその周辺エリアにおけるビジネスの拡大
- ◆インオーガニック成長戦略の推進

売上高目標

海外売上高比率を6%台まで拡大

 ASEAN地域の人口増加
 拡大する米国市場

 事業環境
 競合各社の海外事業拡大

主な戦略

海外経営基盤強化

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

取組状況

- ■人材育成の強化
- ・グローバル人材プール の拡大
- ・現地スタッフのエン ゲージメント向上
- ■リスク管理の強化

- ■クロスボーダーM&Aの機会追求⇒北米製粉事業投資
- ■既進出地域から近隣 諸国への販売拡大
- ■ハラル市場の開拓

- ■インドネシア工場⇒2023年9月本格稼働予定
- ■パスタモンタナの ショート品製造ライン 更新
- ■タイにおける製造効率 化のための設備投資



各事業の状況:海外事業② 米国製粉会社への出資

- ◆米国の製粉会社 <u>Utah Flour Milling, LLC</u> への出資を決定
- ◆同社は、米国で製粉事業を中心に展開するPHM Brands,LLCが出資する製粉会 社であり、ユタ州に製粉工場を新設するにあたり、事業・戦略パートナーとし て運営に参画する

▶出資の概要

出資金額 : 25百万米国ドル (約33億円)

契約締結日:2023年5月15日

出資比率 : 25% (持分法適用会社)

▶Utah Flour Milling, LLCの概要

設立時期 : 2023年2月 事業内容 : 小麦粉の製造・販売

工場所在地: ユタ州 稼働時期 : 2024年10月頃

生産能力 : 約340t/日(小麦粉ベース)

敷地面積 : 約21,000㎡

▶出資の目的

- ・**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**とを含めた事業展開を具現化させる。
- ・新たに米国で製粉事業を行うことで**当社グループ全体の製粉事業 の総合力**をより一層高める。
- ・当社が米国で展開している海外2拠点との**シナジーも発揮**し、米国における事業成長スピードを加速させ、**海外事業の更なる拡大**へ繋げていく。

ニップングループの米国事業



Utah Flour Milling, LLC

米国における既存事業

①Pasta Montana, L.L.C.

パスタの製造・販売、日本への輸出、 米国内の販売

②NIPPN California Inc.

プレミックス等の販売



各事業の状況:製粉事業(基盤領域)

- ◆コスト競争力の向上並びに収益基盤の強化
- ◆新たな需要の創造による市場拡大
 - ・地域ごとのコストダウンを推進する
 - ・成長市場である米国への挑戦



主な戦略

市場拡大に向けた取り組み

付加価値商品の拡売

生産・物流コストの低減

取組状況

- ■成長セグメントへの アプローチ
- ■売れ筋商品の提案、 積極的な営業活動に よる新規顧客の獲得

- 特徴ある戦略銘柄の 拡売
- ■顧客の利便性向上、 作業工数の軽減に資 する商品提案
- ■関西・中京エリアに おける工場再編に着 手
- ■配送効率の向上、輸送距離の最適化推進



各事業の状況:食品素材事業(基盤領域)

1.プレミックス事業



■基盤となるプレミックス事業の 高収益化とシェアの向上



組

・作業工数の軽減等、メリットを 訴求した営業活動

・コロナ禍後の新たな需要や、 嗜好の変化への迅速な対応

食品素材事業

売上高目標 2021年度比

40%增

国内人口 の減少 健康・国産 人手不足 ・本物志向 対応ニーズ 事業 環境

コロナ禍

からの回復

3.新規素材への取り組み

諸コストの

増加

2.その他の素材事業



■米粉事業の成長

■コーン・植物性蛋白のシェア拡大



組

- ・新たな用途の開拓
- ・新規ユーザーへの納入推進
- ・各地の銘柄米を使った米粉の開発



■総合食品メーカーとしてのノウハウ を活用したシーズニング事業の育成



- ・特色ある原材料や品質の安定性に 着目した商品の開発
- ・顧客ニーズへのきめ細かい対応



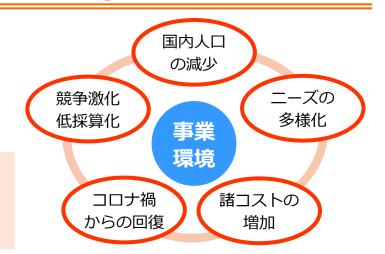




各事業の状況:加工食品事業(基盤領域)

- ◆新しい時代の『食』の創造と、人々の ウェルビーイングの追求
- ◆商品、サービスを通じた消費者との高い エンゲージメントの構築

トップラインの上昇を図るとともに安定した収益力を 追求し、マーケットシェア カテゴリーNO. 1を目指す



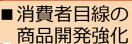
主な戦略

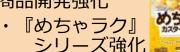
プロダクトアウト思考 からの脱却

ブランド価値の向上

チャネル戦略の推進







・アマ二油 リニューアル

■イタリア食材への取り組み強化



■マスターブランドに 磨きをかけてカテゴ リー戦略を展開

■新機軸商品の投入



- ■広域チャネルへの取り組み深化
- E C事業・輸出への 取り組み推進



デジタル戦略の方向性・ロードマップ

従業員のウェルビーイング + 企業競争力の向上

DXの推進

*CRM「Customer Relationship Management」 顧客情報を集約し、管理するためのツール

CRMの更なる活用

CRMデータ、 BIデータの活用拡大

*BI「Business Intelligent」蓄積された大量なデータを収集して分析し、その結果を可視化するツール

RPAの利用拡大 デジタル化の推進 IT環境の整備

2026年

ビジネス プロセス 変革

基幹システム刷新

生産性 向上 デジタル 基盤進化

次世代NETWORK構築

業務 効率化 働き方 改革

セキュリティ文化醸成

情報の 可視化 デジタル 人財育成

2023年

グループセキュリティ強化

E-ラーニング環境整備

新たなビジネスモデルの構築① E コマース事業への取り組み

Eコマース事業の強化・拡大

★サプリメント・健康食品・化粧品を展開する「ニップン健康通販」に加え、2022年4月に直販サイト「ニップンダイレクト」の運営を開始

ニップンダイレクトでは、通販限定の冷凍食品パスタ&ソース「nest」を販売「おいしく外食気分」「時短で手軽」の提供価値を拡げるとともに、ヴィーガン(PBF)商品の拡充を行うことで、「ダイエット・ウェルネス」領域で特定のニーズを捉え、食品機軸での顧客獲得・育成サイクルを構築する

ニップン健康通販は、引き続きアマニ等の素材を活用した<mark>健康機軸</mark>での顧客獲得を行い、Eコマース事業を「食品&健康」の2軸で強化・拡大する







今後は、当社の健康素材を活用した新ジャンルへの商品投入も視野に 安定した売上基盤の構築と収益モデルの確立を目指していく

新たなビジネスモデルの構築②"ソイルプロ"の事業拡大





独自開発のプラントベースフード新素材 ソイルプロ

美味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を実現。

*日本食糧新聞社 第34回新技術・食品開発賞を受賞

★ソイルプロ 関連商品の一例

● <u>よくばりプレート</u> <u>PLANT BASEDシリーズ</u> (家庭用冷凍食品)





<u>植物うまれシリーズ</u> (業務用冷凍食品)



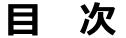


ソイルプロ事業の拡大



海外展開への 取り組み 販売体制の 整備

nîppn



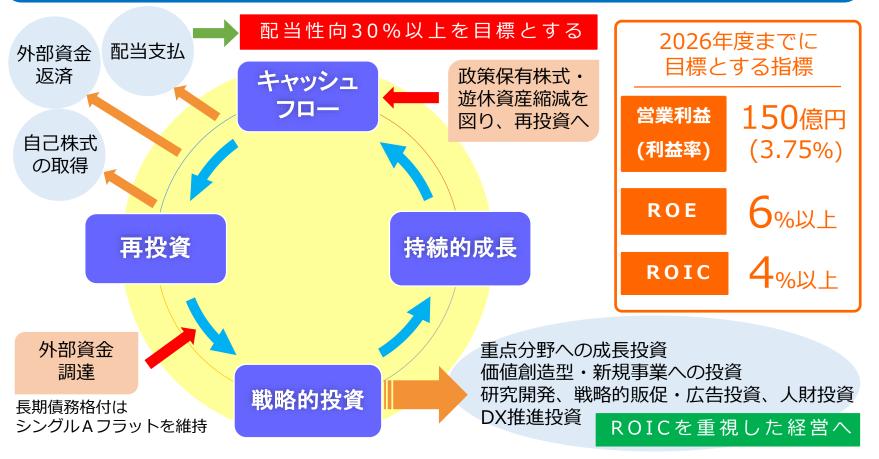


- I. 長期ビジョンの骨格
- Ⅱ. 事業別戦略について
- 皿. 財務戦略について

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



企業価値の向上に向けて ~ PBR向上施策

持続的成長と企業価値向上を実現するため、収益性・財務・サステナビリティの各課題に取り組み、PBRの向上を図るとともに、資本コストを上回るROEを確保する

重要施策	ROEの向上 2026年度までの目標 6%以上		
	売上高当期純利益率 の向上	総資産回転率 の <mark>向</mark> 上	財務レバレッジ の <mark>向</mark> 上
取組内容	 事業ポートフォリオマネジメント強化 収益力の高いプロダクトの開発・拡販 ROEやROICなど資本効率を重視した業績管理の実施 ■M&Aや事業提携を視野に入れたインオーガニック分野での成長 	■政策保有株式を連結 純資産の20%未満に 縮減■遊休資産の売却■機動的な自己株式の 購入	財務健全性維持範囲内でのレバレッジ活用成長投資に必要な資金は臨機応変に財務レバレッジを活用



P E R の向上

成長性の向上リスクの低減



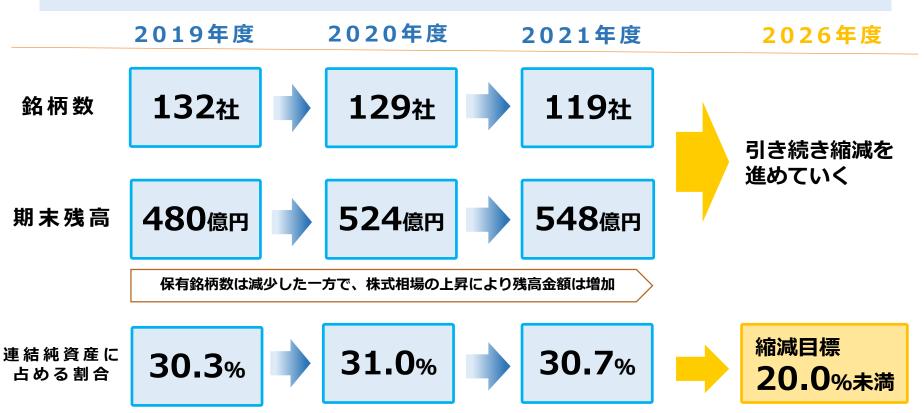
- ■気候変動への対応
- ■環境マネジメント体 制の構築
- ■人的資本経営の推進
- リスクマネジメント の強化
- S R・ I R活動の質 向上

PBR1倍 以上を目指していく



政策保有株式に関する方針

- ◆政策保有株式については、銘柄ごとに保有の意義を適宜検証し、妥当性が認められない 場合は売却対象とする。
- ◆中期目標の最終年度(2026年度)までに、**保有額を連結純資産比20%未満に縮減する** ことを目指す**。**



※ 銘柄数、期末残高、連結純資産に占める割合ともに、みなし保有株式を含む数値



キャッシュ・アロケーション 【2022-2026年度】

営業CF

- ・各事業の拡売/収益性改善
- ・ポートフォリオの見直し
- ・在庫の効率化・リードタイム短縮

保有資産の最適化

・ 遊休資産、 政策保有株式の売却

戦略投資向け資金調達

・財務健全性維持範囲内でのレバレッジ活用

手元資金

1,000億円以上

基盤 投資

- ・基盤事業の生産性・収益向上
- ・省人化・合理化

事業戦略に 基づく投資

900億円

成長 投資

- ・国内・海外での成長領域に対する投資
- ・新規事業開発に向けての投資
- ·環境負荷軽減関連投資
- ・デジタル基盤投資/人的資本への投資
- ・R & D投資/広告・販促投資
- ・インオーガニック成長(提携・M&A)

株主還元

150億円以上

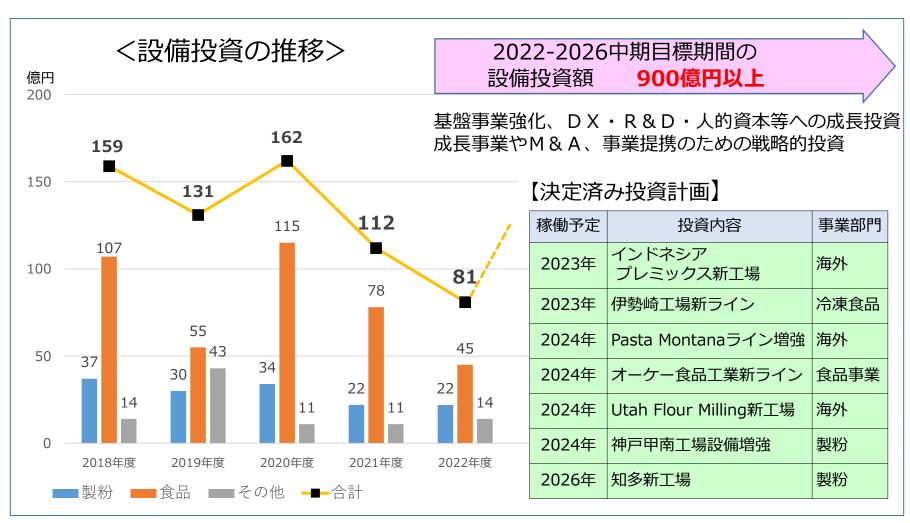
- ・安定的な配当維持(配当性向30%以上)
- ・機動的な自己株式取得

有利子負債返済

- 社債償還
- ・長期借入金返済

設備投資の今後の展開

中期目標達成のため、基盤事業の強化を図るとともに成長事業やインオーガニック領域への戦略的な投資を実施し、企業規模の拡大を図る



nîppn



サステナブル経営に向けて

サステナビリティの取り組み方針

「人々のウェルビーイング」を実現するため、

新しい「食」の創造に取り組むとともに、企業として社会的責任を果たす

マテリアリティ(重要課題)

取り組みテーマ

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

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

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

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もに、 「働きがい」のある職場を従業員とともに作っていく

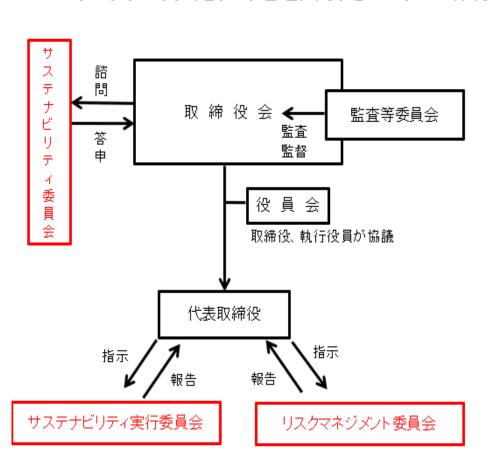
食と健康を通じた 社会への貢献 地域社会・コミュニティーとのつながりを進化させ、 心身の健康サポートをしていく

企業統治の強化

環境・社会問題への対応並びリスク管理の強化により 企業価値を向上させていく

ガバナンスとリスク管理

サステナビリティとリスク管理に関するガバナンス体制



- リスク対応は、経営最高責任者である当 社代表取締役社長が責任を持つ体制
- ■「サステナビリティ委員会」を取締役会の下部組織として設置(代表取締役社長が委員長)、多様性を持たせるべく専門的知識を持つ社外取締役を含めたメンバー構成
- ■長期的視点に立ち社会のサステナビリティを多角的に検討し、当社グループのサステナビリティに関する方向性等について議論し、取締役会へ答申→取締役会はこれを受け、マテリアリティの承認やサステナビリティを踏まえた基本戦略を決定
- ■代表取締役社長を委員長とする「サステナビリティ実行委員会」と「リスクマネジメント委員会」を設置、夫々サステナビリティ、リスクマネジメントに関する事項を審議し、取締役会に報告

サステナビリティの取り組み②

環境保護への取り組み

気候変動への対応

CO₂排出量削減のための取り組み

- ■配送ロット/海上輸送の拡大による物流環境 負荷の低減
- ■消費地への製造移管による物流エネルギー削減
- ■包装容器紙化の推進
 - ⇒冷凍食品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
- ■TCFDへの賛同表明



今後の重点取り組みテーマ

- ■太陽光発電設備の増設 ⇒グループ会社への展開
- ■業務用小麦粉のプラスチック物流パレットの資源循環 推進
- ■植物性インキの業務用小麦 粉用袋への使用



電ケ崎冷食工場太陽光発電設備

6 ::::











環境マネジメント体制の構築

■ISO14001認証全事業場取得完了予定

今後の取り組み⇒環境課題中長期目標の設定

食品ロスおよび廃棄物等の削減

- ■食品残渣から機能性表示食品を開発(ヘルスケア事業)
- ■フードバンク活動の推進
- ■賞味期限の年月表示、賞味期限の延長
- 1人分等の個食や小容量商品の提供

今後の重点取り組みテーマ

- ■食品残渣の活用としてバイオコークスの取り 組み、コンソーシアム参加検討
- ■食品廃棄物のバイオマス発電化検討

水資源・生物多様性の保全

■ニップン四季の森(北海道) の整備・植樹(2022年完了)

ニップン四季の森植樹祭



サステナビリティの取り組み③

食によるウェルビーイングの追求

持続可能な農業の追求

自然の恵みである原料小麦を持続的に収穫 できるように農業の発展に貢献する

- ■高付加価値原料の開発による農業活性化
 - ・国内産デュラム小麦(セトデュール後継)
 - ・栽培性の高いトマトなど

研究開発の強化

- ■健康寿命の延伸、スポーツ・運動への関心の高ま りに対応した機能性健康食品素材の開発
- ■学会発表、講演会活動 日本農芸化学会2023年度「B.B.B.論文賞」受賞 日本植物バイオテクノロジー学会 アジア栄養士会議 東京大学農学部寄付講座との連携

東大寄付講座



- ■粕(食品工場副産物)を活かした開発
- ■異業種と連携した食と栄養の調査研究
- ■食環境戦略イニシアチブ参画⇒減塩の取り組み











顧客満足度向上の取り組み

■継続的な「商品品質改善検討会」の実施 お客様の声を反映し、商品の改善・開発に活か す体制の構築

今後の重点取り組みテーマ

■少量包装の業務用小麦粉、小容量型商品の開 発・発売

品質管理体制の強化

■ J F S – C規格⇒NIPPN (THAILAND) CO., LTDでの認証取得(2022.12)

今後の重点取り組みテーマ

- JFS-C規格認証取得のグループ各社への 展開
- ■ISO17025の認定維持
- ■トレーサビリティ体制の構築

社会とのコミュニケーションを通じた信頼獲得

■SNSなどのコミュニケーションツールを活用 した双方向の顧客との対話

サステナビリティの取り組み4

持続的成長をするための企業活動







事業の多角化を通じた新しい価値の提供

- ■価値創造型事業の創出・事業展開
 - (ニトロン日本食糧新聞社優秀賞受賞)
- ■成長・新規事業への経営資源の適正配分・積極投資

今後の重点取り組みテーマ

- ■新規素材・新機軸商品の研究・商品化
- ■海外拠点の事業領域およびエリア拡大



協働ロボット/ニトロン

資本市場での信認向上

- I R説明会等の継続開催
- ■重要事項の適切な情報開示
- ■統合報告書発行 (2022年12月)



IR説明会(Web)

今後の重点取り組みテーマ

- ■投資家とのミーティング回数拡大で エンゲージメントの機会を増やす
- 統合報告書のブラッシュアップ
- Webサイトの拡充



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 ⇒ 2024年問題への対応検討
- ■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
- ■購買規定の順守
 - ⇒原料調達など購買方針の整備・見直し

サステナビリティの取り組み(5)

人的資本への取り組み

ダイバーシティ&インクルー ジョンの推進

- 人権保護・女性活躍推進
- ・障がい者雇用促進
- ■女性活躍推進講演会の実施専門性と豊富な経験を踏まえた女性活躍促進の助言



女性活躍推進講演会 (2023.3開催)

今後の重点取り組みテーマ

- ■女性管理職比率 2026年目標 10.0%
- ■障がい者法定雇用率目標 全国平均以上
- ■プラチナくるみんの取得

働きがい、働きやすい <u>職場環</u>境づくり

育児・介護との両立支援・ 柔軟な働き方の拡充

- ■育児休業取得率(男性) 2023年目標 55% 2026年目標 65%
- ■看護休暇取得率の向上
- ■年休取得日数の増加、 時間外労働の削減

人財の採用/育成

「個」の成長・キャリア形成 支援に向けた環境整備

今後の重点取り組みテーマ

- ■グローバル・デジタル 人財の育成
- ■教育プログラムの整備
- ■キャリアパスの構築





健康経営推進

社員一人一人が心身共に健康で 常に活力あふれた集団へ

- ■プレゼンティズムの改善 生産性損失割合低減 2026年目標30.0%(←38.4%)
- ■アブセンティズムの改善 欠勤率低減 2026年目標0.20%(←0.24%)
- ワークエンゲージメント・ エンプロイーエンゲージメント の偏差値向上

2026年目標55.0

- ■適正体重維持者割合の増加2026年目標80.0%(←64.8%)
- ■高ストレス者割合の低減 2026年目標7.0%(←8.4%)

(%)は2021年度実績



健康経営優良法人2023認定 ホワイト500取得

サステナビリティの取り組み⑥

食と健康を通じた社会への貢献











食育活動の実施

■2022年度 日本食育学会 「食育推進企業・団体」 認定の取得



今後の重点取り組みテーマ

- ■食育活動を通じた 経営理念の追求
- ■料理教室の再開



食品提供による支援

■フードバンク(セカンド ハーベストジャパン)・ こども宅食への食品寄贈

今後の重点取り組み テーマ

■フードバンク活動 の各地域での普及 促進



国際・地域社会 エンゲージメント向上

■ルナフローラ55周年 「MECENAT2022」認定





パンの花

- ■国連WFP支援(ウクラ イナ、トルコ・シリア地 震支援)
- ■自治体との健康増進活動 や商品開発の推進

企業統治の強化

コーポレートガバナ ンスの強化

■サステナビリティ 委員会、サステナ ビリティ実行委員 会、リスクマネジ メント委員会の設 置(2023年1月)

コンプライアンス の強化

- ■内部通報窓口の設置 (ヘルプライン規程)
- ■コンプライアンス 研修の実施

リスクマネジメント 体制の構築

- ■リスクマネジメント 委員会設置
- ■事業遂行、災害対策、 コンプライアンス、 情報セキュリティの 四部会体制

今後の重点取り組みテーマ

- 「MECENAT2023 | 認定
- ■国連WFPウォーク・ ザ・ワールド協賛



WFP継続支援

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、保証するものではございません。

株式会社ニップン・IR室

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