



2024年5月22日

2023年度 決算説明会

nippon

証券コード 2001

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

目 次

I

本日お伝えしたいこと**▶ p.3**

II

**2023年度決算概要及び
2024年度業績予想****▶ p.4**

III

2022-2026中期目標の修正**▶ p.15**

IV

長期ビジョン2030**▶ p.40**

V

サステナビリティの取り組み**▶ p.46**

VI

Appendix（決算補足資料）**▶ p.49**

I 本日本お伝えしたいこと

2023年度決算概要 及び 2024年度業績予想

- 2023年度連結業績は、売上高、各段階利益ともに過去最高を更新しました。
なお、当期においては政策保有株式等の売却により、135億円の投資有価証券売却益を計上しており、今後の積極的な投資の原資として活用してまいります。
- 2024年度連結業績は、売上高及び営業利益が過去最高になるものと予想しております。

2022-2026中期目標 の修正

- 当社は、売上高4,000億円・営業利益150億円の達成を目指す中期目標に取り組んでいましたが、2023年度実績が、2026年度の達成を目指す当初目標を前倒して達成したため、今般新たな数値目標を設定しました。

長期ビジョン2030

- 売上高5,000億円・営業利益250億円規模までの成長を目指す経済的価値の追求に加えて、社会的価値の創造にも注力するため、当社のありたい姿と取り組みの方向性を整理するとともに、2030年までのロードマップを策定しました。



Ⅱ 2023年度決算概要 及び 2024年度業績予想



2023年度 連結決算ダイジェスト

(単位：百万円)

	2022年度 実績	2023年度 実績	前年比	増減率
売上高	365,525	400,514	34,988	9.6%
営業利益	12,288	20,340	8,052	65.5%
営業利益率	3.4%	5.1%	+1.7pt	-
経常利益	14,816	23,280	8,463	57.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	10,260	26,367	16,107	157.0%

●売上高（過去最高を更新）

個人消費及びインバウンド消費の回復等による需要増に加えて、原材料価格及び各種コストの上昇に伴う価格改定の実施により、**前期比+349億円の増収**。

●利益（各段階利益は過去最高を更新）

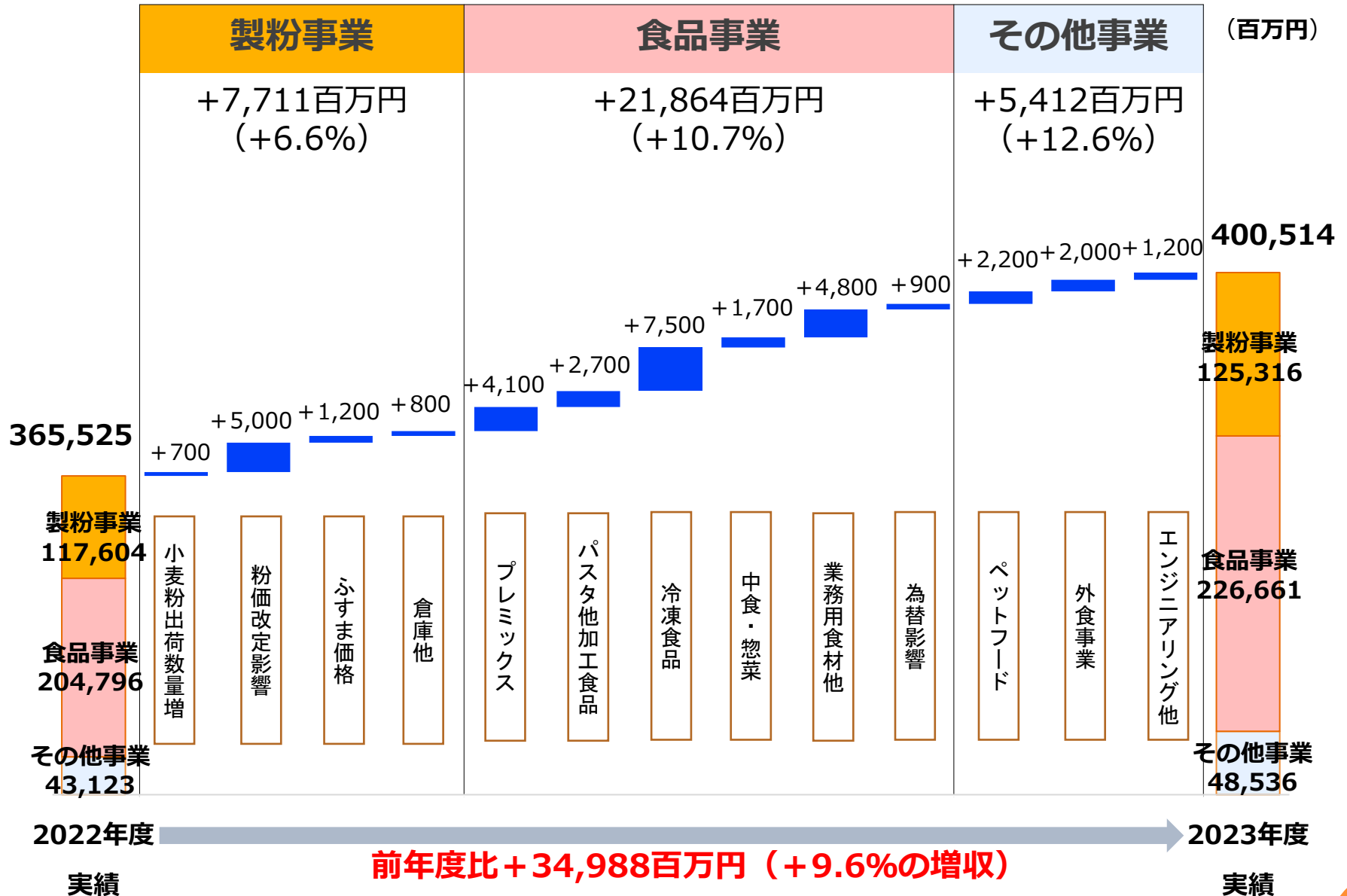
原材料及び各種コストの上昇や拡売のための戦略コストの増加があったものの、ワンプレート類を中心とする冷凍食品類の販売数量伸長、中食事業の堅調な推移、生産性の向上によるコストダウン等により、**営業利益は前期比+80億円の増益**。親会社株主に帰属する**当期純利益**は、政策保有株式を売却したことに伴い**前期比+161億円の増益**となった。

2023年度 セグメント別実績

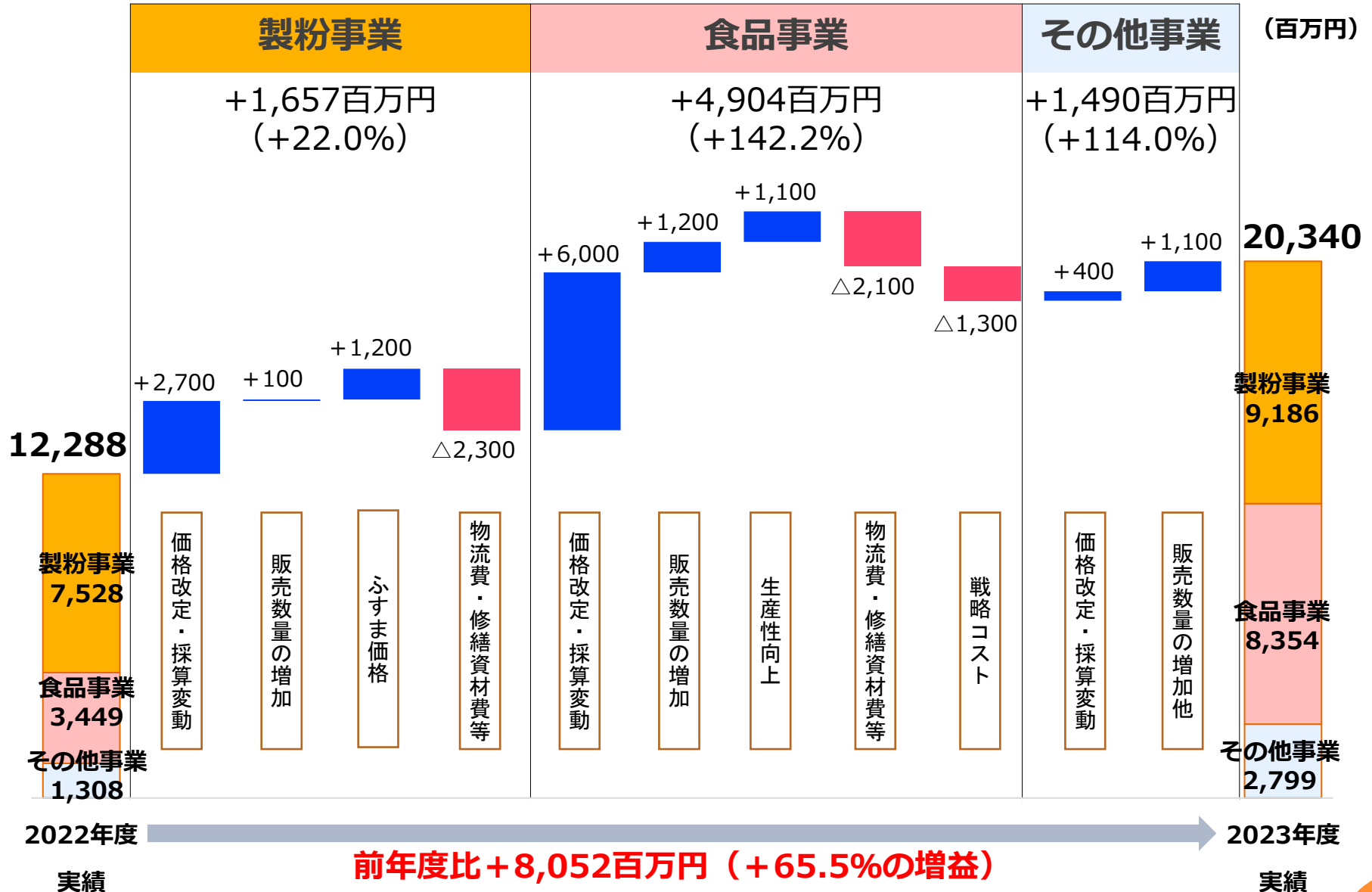
(単位：百万円)

		2022年度		2023年度			
		実績	百分比・利益率	実績	百分比・利益率	前年比	増減率
売上高	製粉事業	117,604	32.2%	125,316	31.3%	7,711	6.6%
	食品事業	204,796	56.0%	226,661	56.6%	21,864	10.7%
	その他事業	43,123	11.8%	48,536	12.1%	5,412	12.6%
	計	365,525	100.0%	400,514	100.0%	34,988	9.6%
営業利益	製粉事業	7,528	6.4%	9,186	7.3%	1,657	22.0%
	食品事業	3,449	1.7%	8,354	3.7%	4,904	142.2%
	その他事業他	1,308	3.0%	2,799	5.8%	1,490	114.0%
	計	12,288	3.4%	20,340	5.1%	8,052	65.5%

売上高の増減要因分析



営業利益の増減要因分析



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（+8,463百万円（+57.1%）の増益）

（百万円）



◆ 当期純利益（※）の増減要因（+16,107百万円（+157.0%）の増益）

（百万円）



（※）親会社株主に帰属する当期純利益

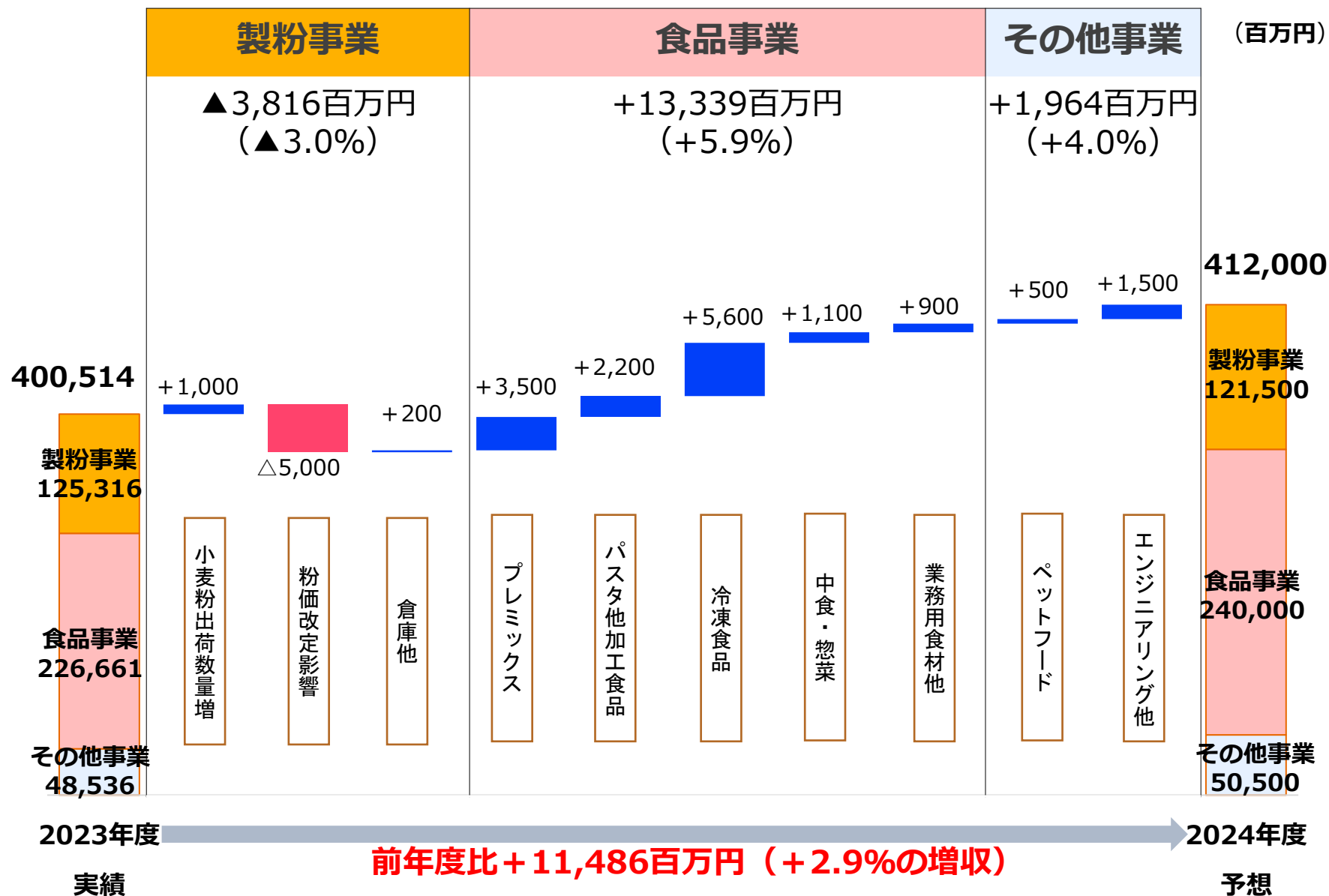
2025年3月期 業績予想

(単位：百万円)

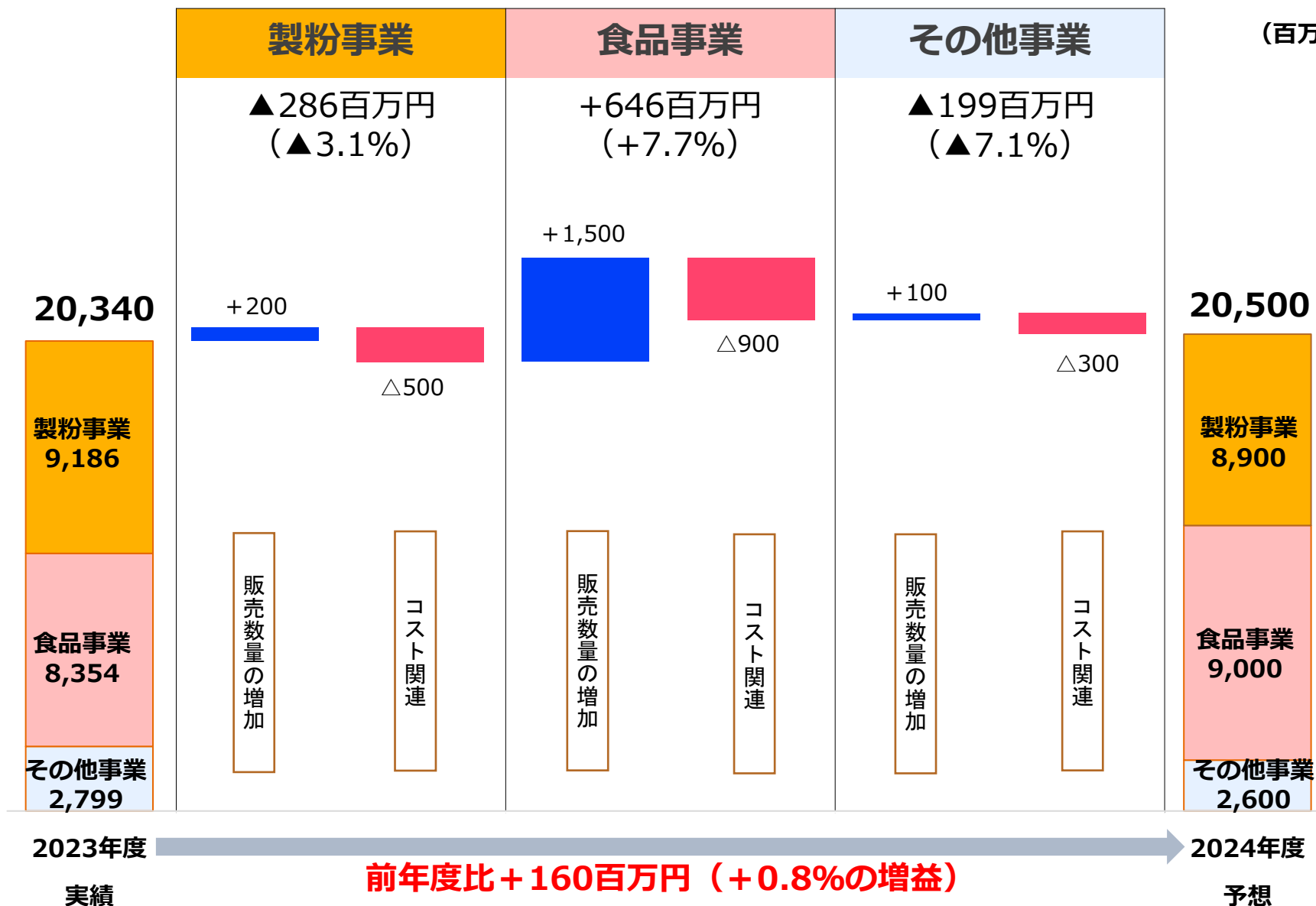
		2023年度		2024年度			
		実績	百分比・利益率	予想	百分比・利益率	前年比	増減率
売上高	製粉事業	125,316	31.3%	121,500	29.5%	△3,816	△3.0%
	食品事業	226,661	56.6%	240,000	58.3%	13,339	5.9%
	その他事業	48,536	12.1%	50,500	12.3%	1,964	4.0%
	計	400,514	100.0%	412,000	100.0%	11,486	2.9%
営業利益	製粉事業	9,186	7.3%	8,900	7.3%	△286	△3.1%
	食品事業	8,354	3.7%	9,000	3.8%	646	7.7%
	その他事業他	2,799	5.8%	2,600	5.1%	△199	△7.1%
	計	20,340	5.1%	20,500	5.0%	160	0.8%
経常利益		23,280	5.8%	22,500	5.5%	△780	△3.4%
親会社株主に帰属する当期純利益		26,367	6.6%	24,000	5.8%	△2,367	△9.0%

- **売上高**は、小麦粉販売価格の一部引き下げを予定しているものの、各事業で販売数量の増加に努めることにより、2023年度比+2.9%、**114億円の増収（過去最高）**を予想
- **営業利益**は、引き続き拡売のための戦略コスト並びに人件費、物流費等の増加が見込まれるものの、拡売に伴う販売数量伸長等より、**1.6億円の増益（過去最高）**を予想

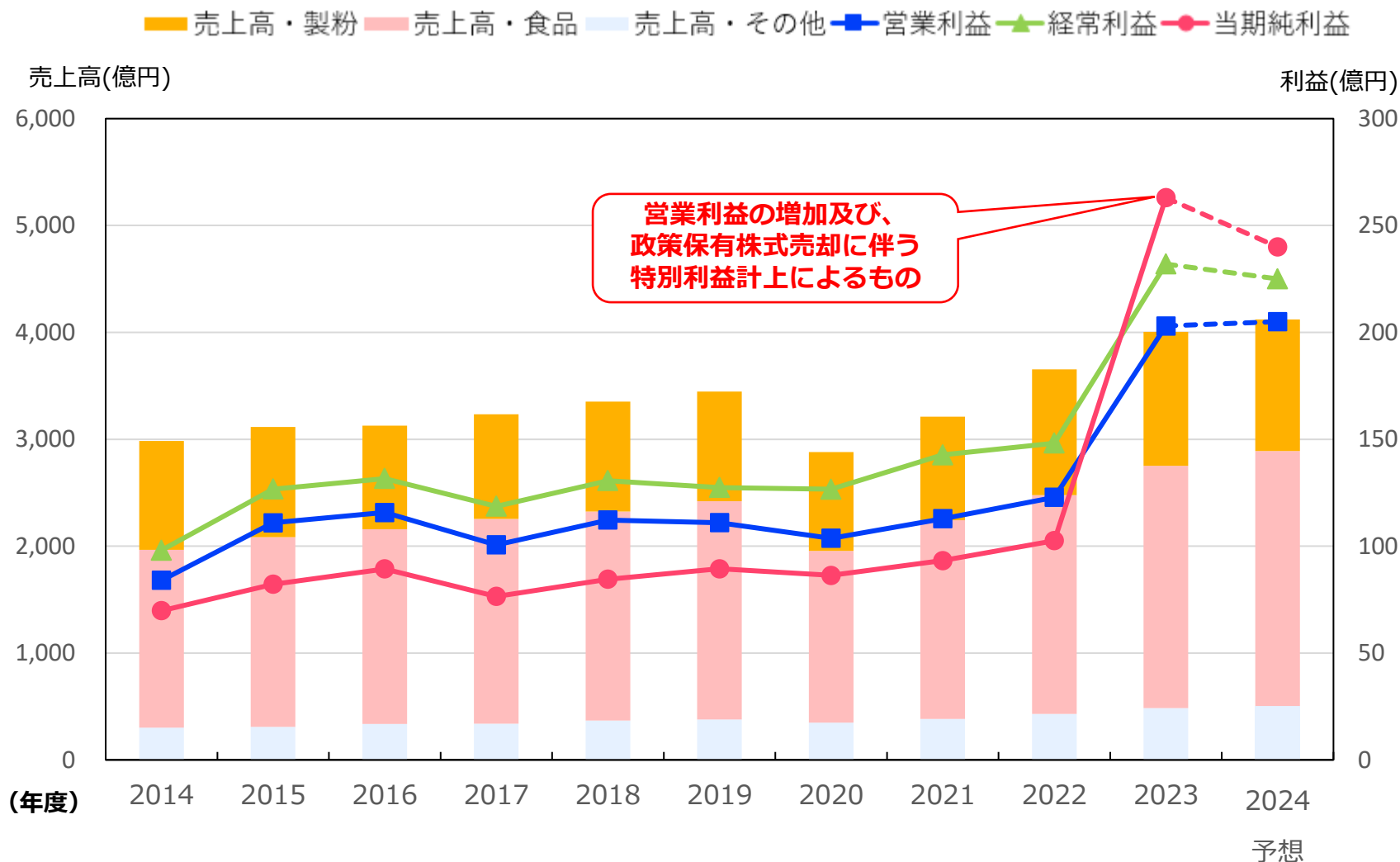
予想売上高の増減要因分析



予想営業利益の増減要因分析

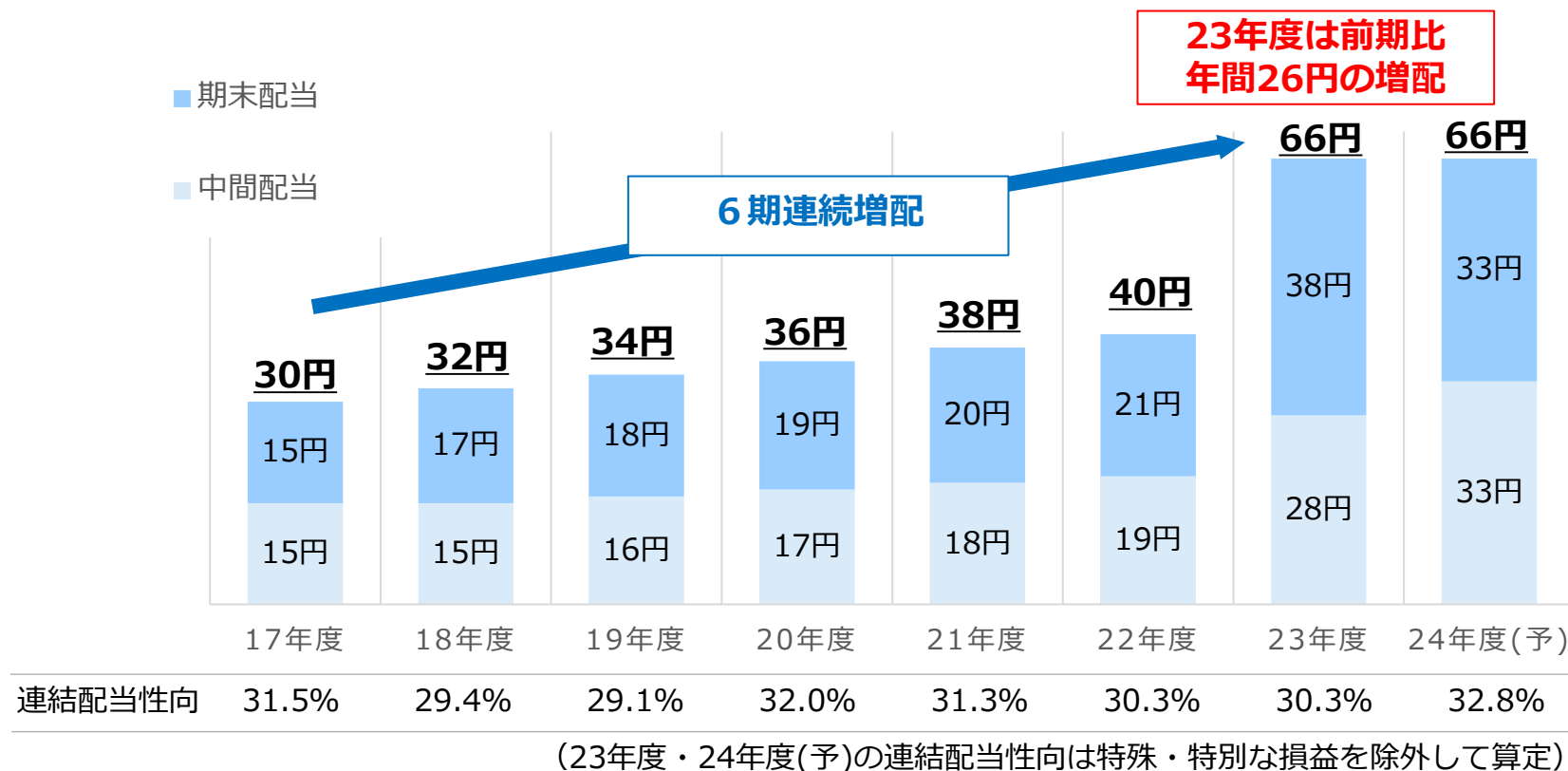


ニッポングループの経営成績の推移



※「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

株主還元について



利益の配分については、今後の事業展開、経営環境等を考慮のうえ、将来の企業成長に向けた投資に必要な内部留保を確保しながら、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%以上を目安とし、安定的かつ持続的な配当を維持することを基本方針としております。

Ⅲ 2022-2026 中期目標の修正



1. 中期目標の修正

2. 事業別の取り組み

3. 財務戦略



2022-2026 中期目標の修正

中期目標の修正理由

- 当社は、2026年度までに売上高4,000億円・営業利益150億円の達成を目指す中期目標を策定しておりましたが、生産性の向上、販売数量増、価格改定の浸透等により、2023年度実績が2026年度の当初目標を上回ったことから、今般新たな数値目標を設定いたしました。
- 新工場稼働等に伴う償却負担増により、営業利益は2023年度比で僅かな増加となるものの、償却前営業利益は大きく伸長する数値目標となります。

	当初中期目標 (2026年度)	2021年度実績 (基準年度)	2023年度実績	修正中期目標 (2026年度)	当初計画差
売上高	4,000億円	3,213億円	4,005億円	4,500億円	+ 500億円
営業利益	150億円	112億円	203億円	210億円	+ 60億円
営業利益率	3.7%	3.5%	5.1%	4.7%	+ 0.9pt
償却前営業利益	289億円	215億円	306億円	358億円	+ 69億円
R O E	6%以上	5.5%	12.8%	8%以上	+ 2pt
R O I C	4%以上	3.0%	4.8%	5%以上	+ 1pt

中期目標達成に向けた成長イメージ

戦略の基本方針

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

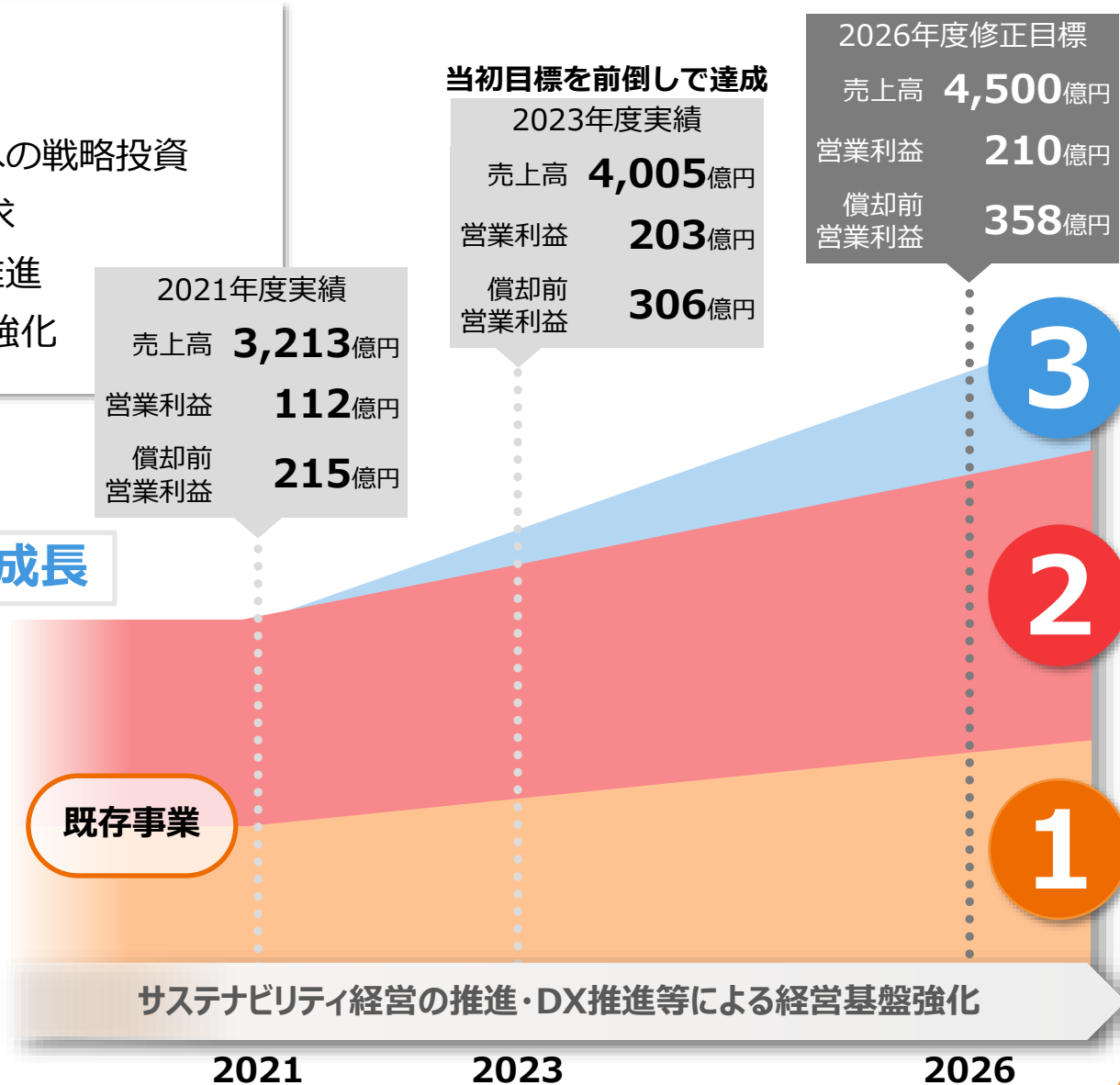
③ インオーガニック成長

② 成長領域

冷凍食品 中食
ヘルスケア 海外

① 基盤領域

製粉 食品素材
加工食品



事業成長の方向性

原材料と加工技術の探求に加えて事業間シナジーを追求する他、M&Aや業務提携により事業領域を拡大し、総合食品企業として持続的成長を図っていきます。



1. 中期目標の修正

2. 事業別の取り組み

3. 財務戦略



基盤領域の主な戦略

2026年度中期目標

基盤領域の3事業の収益力を一層強化し、安定的かつ継続的にキャッシュを創出する

製粉事業

- 付加価値商品の拡売及び市場拡大に向けた取り組み
- 生産効率向上・物流改善等による効率化の推進
- 製造拠点の新設・再配置による拡売と生産性の向上

食品素材事業

- マーケティングを活用した顧客視点での拡売推進
- 技術活用、商品差別化による拡大市場における取り組み強化
- 生産・物流の見直しに伴うコストダウンの推進

加工食品事業

- マスターブランド構築に向けた組織再編とシステム強化
- 消費者に支持される強いNBブランドの育成と拡売に向けた販促強化
- 取り扱い商品の整理による利益率の改善

基盤領域 製粉事業

2026年度中期目標

事業方針

物流費を始めとした諸コストの上昇を、拡売、生産効率向上、物流改善等を実現することで、償却前で2023年度並みの利益水準を維持する。

主な戦略

1 付加価値商品の拡売 市場拡大に向けた取り組み

- 特徴のある小麦活用等、価値訴求型の製品開発
- 素材事業との連携により課題解決を面で提案

2 生産効率向上・物流改善等 による効率化の推進

- 銘柄数の削減による生産効率の向上
- 原料・製品在庫削減、共同配送等の拡大
- デジタルツールの積極導入・省人化

3 製造拠点の新設・再配置 による拡売と生産性の向上

- ユタ新工場の建設は順調に進捗、2025年稼働見込
- 2026年知多新工場稼働に伴い名古屋工場閉鎖最新鋭の設備導入による生産性の向上

事業方針

顧客目線を重視したマーケティング展開、拡大市場での取り組み強化、生産・物流工程における不断のコストダウン継続により、顧客提供価値ならびに収益性の向上を図る。

主な戦略

1 マーケティングを活用した顧客視点での拡売推進

- 成長顧客の伴走支援で相互利益を最大化
- 潜在ニーズの発掘→課題解決型営業の推進
- ターゲット市場、戦略商品を絞り込み輸出を拡大

2 技術活用、商品差別化による拡大市場における取り組み強化

- ブレンド技術、配合ノウハウの活用によるシーズニング事業の拡大
- グルテンフリー商品投入等による、米粉の拡売

3 生産・物流の見直しに伴うコストダウンの推進

- プレミックス生産の高効率化
- 在庫の削減による保管コストの低減
- 製造移管による配送コストの削減

基盤領域 加工食品事業

2026年度中期目標

事業方針

家庭用ドライグロサリー市場における消費者からの高いエンゲージメントの獲得。
マスターブランド戦略への資本集中投下によりトップラインを拡大し、規模の経済性を効かせて収益力の強化を図る。

主な戦略

1 マスターブランド構築に向けた組織再編とシステム強化**2** 消費者に支持される強いNBブランドの育成と拡売に向けた販促強化**3** 取り扱い商品の整理による利益率の改善

各種施策

- マーケティング推進部を新設、販売部門と連動し消費者起点の商品力&商談力を醸成
- 顧客情報の共有による販売部署間の連携強化
- パスタのブランドピラミッド構築と浸透（レガーロ・オーマイプレミアム・オーマイ）
- 今までにないレベルの大規模な販促活動
- 銘柄統廃合による生産性と効率性の改善
- 不採算商品の再設計による価格是正or終売

成長領域の主な戦略

2026年度中期目標

成長領域の4事業に経営資源を重点配分することにより事業領域の拡大を図り、持続的な成長を実現する

冷凍食品事業

- 成長分野における拡売の促進
- 市場ニーズに合致した商品開発と提案
- 需要拡大を見据えた供給体制の増強及び生産性の向上

中食事業

- 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
- 既存マーケットの深耕及び新たな中食市場の開拓

ヘルスケア事業

- 付加価値の高い機能性素材の販路拡大
- 機能性表示食品の主軸ブランド育成
- 独自素材を生かした健康通販事業の拡充

海外事業

- 拠点内外における市場開拓を通じた積極的な拡売
- 海外事業拡大に向けた設備投資
- 海外事業における経営基盤強化

事業方針

各種マーケティング施策と販路拡大により拡売を推進。様々なユーザーニーズに応える商品開発体制、及び需要拡大を見据えた供給体制の構築により、売上高で2023年度比130%を目指す。

主な戦略

1 成長分野における拡売の促進

- マーケティングに基づくNB中心の販促
- EC、輸出等の新規チャネル開拓
- DX推進による営業活動の効率化

2 市場ニーズに合致した商品開発と提案

- 店舗負担を軽減できる新商品開発
- プラントベースフードの提案拡売
- 環境に配慮した包装容器の脱プラを推進

3 需要拡大を見据えた供給体制の増強及び生産性の向上

- 業務のデジタル化による生産性の向上
- 新規技術の導入による自動化推進
- 製造ライン増設による供給能力の拡大

事業方針

生産体制強化により収益構造を改善すると同時に既存マーケットの深耕及び新たな中食市場の開拓を進める。

主な戦略

- 1 デイリーメーカー事業の『稼ぐ力』の再構築
- 2 収益構造改善のための生産体制構築
- 3 既存マーケットの深耕及び新たな中食市場の開拓

各種施策

- 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
 - 変化する需要に対応し生産設備を強化
-
- 既存工場の生産能力拡大
 - 作業環境の改善による生産性の向上
 - パート従業員を含めた社員の待遇改善による雇用の定着化
-
- 既存事業拡大に向けた生產品目の拡大
 - 開発機能強化による競争力の向上
 - 新たな中食分野の取引拡大

成長領域 ヘルスケア事業

2026年度中期目標

事業方針

付加価値の高い機能性素材の販路拡大と機能性表示食品の主軸ブランド育成、及び健康通販事業の拡充で、売上高は2023年度比180%を目指す。

主な戦略

1 付加価値の高い機能性素材 の販路拡大

2 機能性表示食品の 主軸ブランド育成

3 独自素材を生かした 健康通販事業の拡充

各種施策

- 付加価値ある機能性表示訴求を生かした大手販社への売上拡大
 - 海外輸出の拡大
 - 新規チャネルでの用途開発の推進
-
- フェムテック市場向けの商品開発推進
 - セラミド、マスリン酸の機能性ブランド化
 - 新規市場での用途開発
-
- 自社通販サイトでのシナジー活用と拡充
 - 機能性表示訴求を生かした商品開発の展開

成長領域 海外事業

2026年度中期目標

事業方針

各国事業拠点の底上げと近隣諸国への拡大、事業拡大に向けた設備投資、海外経営基盤の強化により、売上高は2023年度比200%を目指す。

主な戦略

1 拠点内外における市場開拓を通じた積極的な拡売

2 海外事業拡大に向けた設備投資

3 海外事業における経営基盤の強化

各種施策

- 新拠点設立等による事業地域の拡大
- ハラル市場の開拓および輸出の拡大
- タイにおける冷凍事業の拡大

- ユタ新工場の安定稼働
- 北米パスタ工場の製造能力増強
- インドネシア新工場の稼働率向上

- 海外短期派遣研修等、グローバル人財の育成
- 自社リスク分類に基づく海外事業の管理強化
- 現地スタッフのエンゲージメント向上

トピックス①：オーマイプレミアムブランド戦略

- 2024年2月、中期目標達成へ向けた家庭用商品事業の強化のため、新戦略「**おいしさ**」で**うちの Pasta を革新する**を発表。
- 冷凍パスタブランドNo.1(※1)の「オーマイプレミアム」は冷凍パスタにおいて2023年秋に先行して戦略を実行。「おいしさ」が支持されシェアが大きく伸長。
- 2024年春より、同戦略を乾燥パスタにも展開。徹底した消費者理解に基づく商品開発により、Pastaのおいしさの価値を日本の食卓に届けていく。

消費者意識

消費者はおいしさを
あきらめている

冷凍パスタは
おいしさに不安
具が少ない

乾燥パスタは
どれも違いがない
ソースの方が重要

新戦略

「おいしさ」でうちのPastaを革新する
「いつも」を「すごい！」にするPasta。

冷凍パスタ



- パッケージリニューアル
- 定番シリーズ強化

「大きな具たっぷり」
で驚きのおいしさ

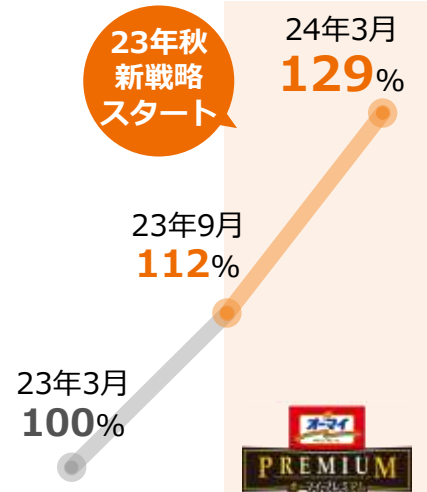
乾燥パスタ



- 新商品投入

「もちっとした食感」
で驚きのおいしさ

オーマイプレミアム 冷凍パスタシェア伸長率推移(※2)



※1 インテージSCI (15～79歳) 冷凍パスタ市場ブランド別累計購買金額ベース 2019年4月～2023年11月

※2 インテージSCI (15～79歳) 冷凍パスタ市場ブランド別シェア購買金額ベース シェア伸長率 2023年3月起点

トピックス②：北米製粉事業の取り組み（ユタ新工場）

- 2023年5月に当社グループ全体の製粉事業の総合力をより一層高め、海外事業の更なる拡大へ繋げていくため、Utah Flour Milling, LLC (ユタ新工場)へ25%出資。
- 本取り組みにより、米国の既存2拠点とのシナジーを発揮し、中期目標で掲げている北米のビジネス拡大を前進させ、インオーガニック成長戦略の推進を含めた事業展開を具現化していく。

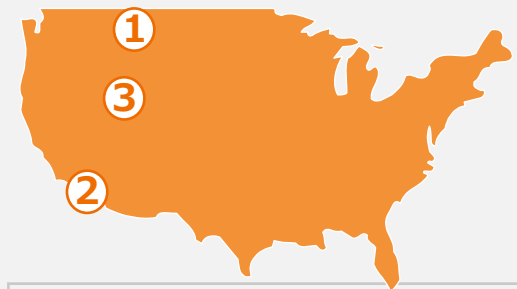
▶ Utah Flour Milling, LLCの概要

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 : 2025年
生産能力 : 約340t/日（小麦粉ベース）
敷地面積 : 約21,000㎡



<工場完成予想図>

▶ ニッポングループの米国事業



①Pasta Montana, L.L.C.

パスタの製造・販売

②NIPPON California Inc.

プレミックス等の販売

③Utah Flour Milling, LLC

小麦粉の製造・販売

トピックス③：DX推進等による経営基盤強化（デジタル戦略）

経営の高度化

- データドリブン経営の推進
- 全経営指標の見える化
- 事業拡大に対する柔軟性向上

業務プロセスの変革

- データに基づく判断（精度・スピードUP）
- お客様接点の拡大
- 各種業務の生産性向上

セキュリティ基盤の強化

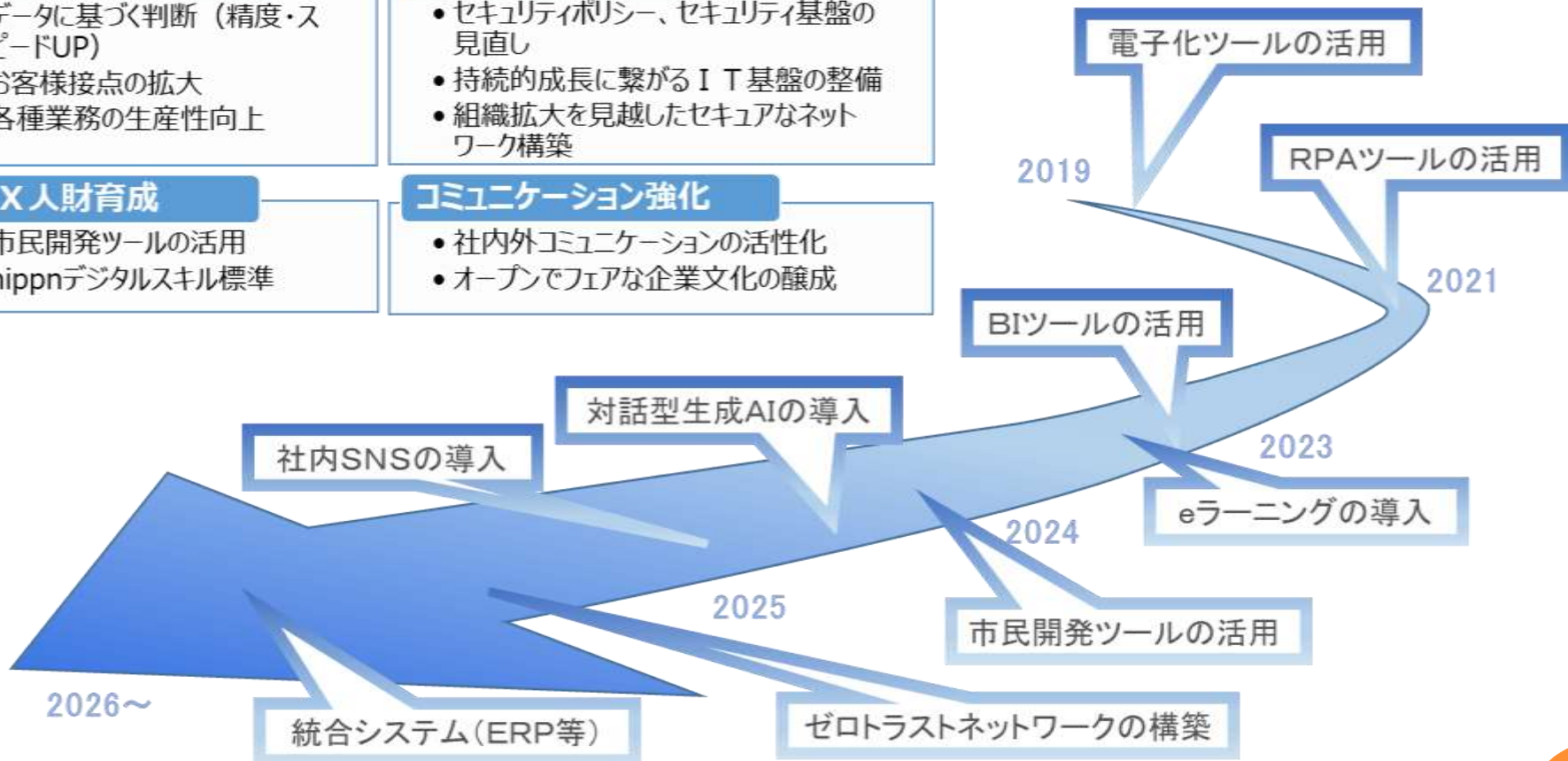
- セキュリティポリシー、セキュリティ基盤の見直し
- 持続的成長に繋がるIT基盤の整備
- 組織拡大を見越したセキュアなネットワーク構築

DX人材育成

- 市民開発ツールの活用
- nipponデジタルスキル標準

コミュニケーション強化

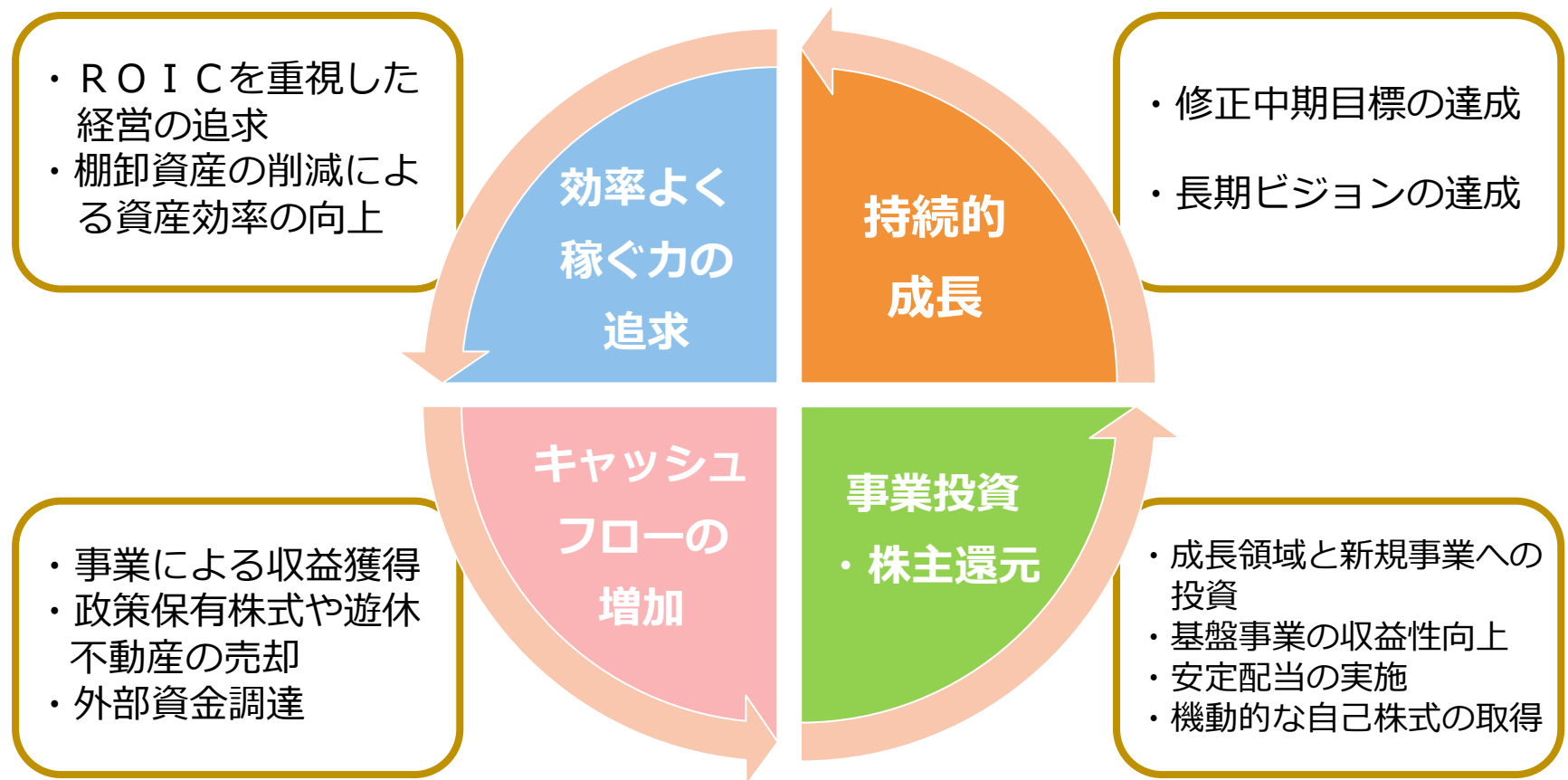
- 社内外コミュニケーションの活性化
- オープンでフェアな企業文化の醸成



1. 中期目標の修正
2. 事業別の取り組み
- 3. 財務戦略**



財務の基本方針



- 資本効率を意識した経営と事業成長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により資本効率の向上および財務体質の強化を図る。
- 株主還元策として、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する。

2024－2026年度 キャッシュ・アロケーション

ROICの重視によるリターンの獲得

営業CF

- ・各事業の拡売/収益性向上
- ・ポートフォリオの見直し
- ・棚卸資産の削減

700億円以上

保有資産の最適化

- ・遊休資産の売却
- ・政策保有株式の売却

250億円程度

資金調達

- ・財務健全性維持範囲内でのレバレッジ活用

400億円程度

CFの創出

事業戦略に基づく投資

1,200億円程度

株主還元

150億円以上

CFの配分

基盤投資

- ・生産性・収益性向上
- ・省人化・合理化
- ・維持・更新投資

成長投資

- ・成長領域に対する投資（提携・M & A含む）
- ・新規事業開発に向けた投資

その他投資

- ・環境負荷軽減のための投資
- ・広告・販促投資

R & D/DX投資

- ・研究開発の促進
- ・デジタル基盤投資

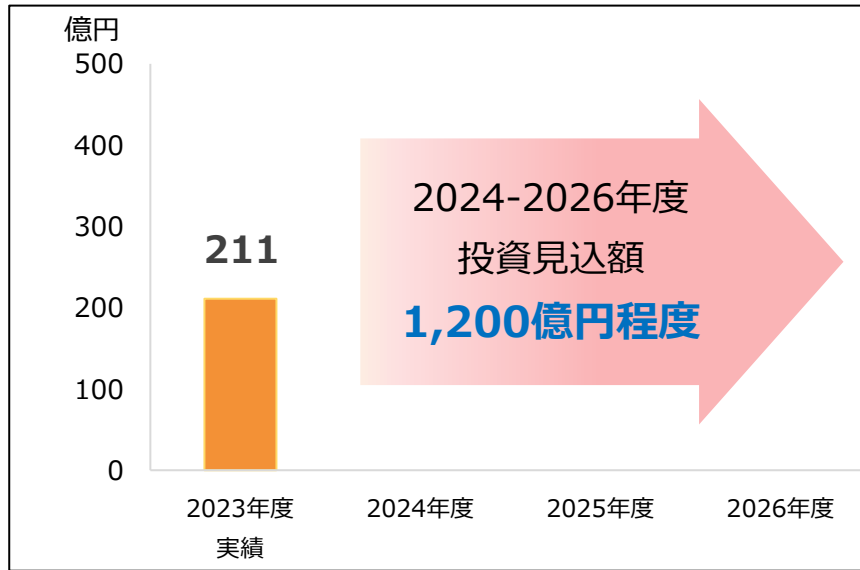
安定配当の維持

- ・配当性向30%以上
- ・6期連続増配継続中

機動的な自己株式の取得

- ・株価向上への施策検討

今後の投資見込み



- 2023年度は、北米の事業展開を拡大するためUtah Flour Millingに出資するとともに、研究開発体制の一層の強化を図るため研究拠点用地を取得。
- 2024年度以降は、冷食事業等の成長事業へ重点投資を進めるとともに、知多新工場の建設等、基盤事業の効率化を推進するための投資を実施していく。

【2023年度投資実績】

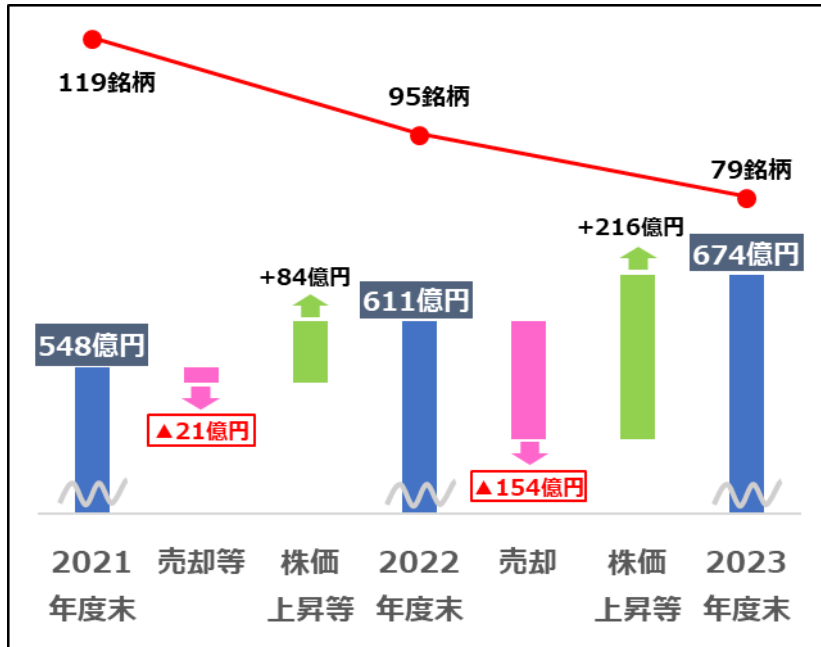
投資内容	事業部門
Utah Flour Millingへの出資	海外
伊勢崎工場ライン改修	冷凍食品
インドネシア プレミックス新工場	海外
研究拠点用地の取得	研究開発

【2024年度以降稼働の投資計画】

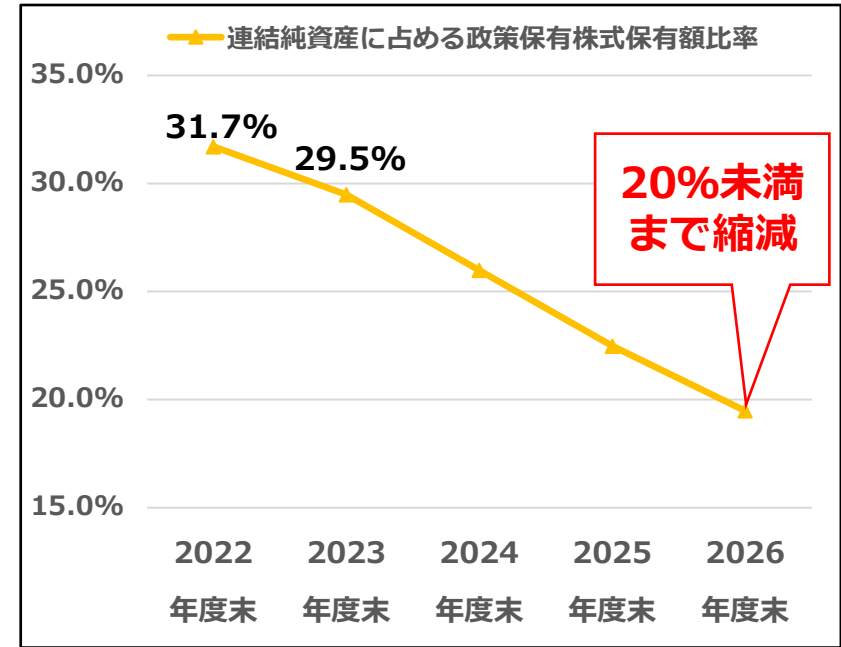
投資内容	事業部門	稼働予定
Pasta Montanaライン増強	海外	2024年
オーケー食品工業ライン増設	食品	2024年
神戸甲南工場設備増強	製粉	2024年
知多新工場	製粉	2026年
冷凍食品の供給能力拡大	冷凍食品	検討中
パスタの供給能力拡大	食品	検討中
プレミックスの供給能力拡大	食品	検討中
海外プレミックスの供給能力拡大	食品	検討中

政策保有株式の縮減に向けた取り組み

政策保有株式 残高推移



2026年度までの縮減イメージ



- 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、基本的には縮減を進めることにより資本効率の向上を目指す。
- 2023年度においては154億円を売却したが、株式相場の上昇により縮減効果が相殺されている状況にある。引き続き当社が株式を政策保有する取引先企業との対話を進め、縮減に向けて注力していく。
- 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。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応①

現状認識

P B Rは2024年3月末に上昇に転じたものの1倍割れが継続



- 当社PBRは、堅調な業績と株式相場全体の成長を背景とする株価の上昇により2024年3月末において0.83倍まで上昇した。PBR1倍に向けて、さらなる資本効率の向上や株価上昇への取り組みが必要な状況。
- 政策保有株式の売却益を計上したことに伴い、2024年3月末のROEは12.8%、PERは6.2倍となった。売却益の影響を補正した場合のROEは8.2%、PERは9.7倍程度となる。
- 補正後のROEは修正中期目標の8%を上回る状況にある一方で、PERはプライム上場企業の平均値（18倍程度）を下回る状況にある。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応②

PBR向上施策

ROEとPERの向上に取り組み、PBR 1倍以上を目指す

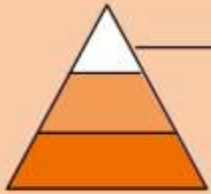
重点 施策	ROE の向上 効率よく稼ぐ力の強化			PER の向上 成長期待値の引き上げ
取組 内容	売上高当期純利益率 の向上	総資産回転率 の向上	財務レバレッジ の適正化	成長性の向上 事業リスクの低減
	■ 修正中期目標達成 ■ 資本効率を重視した業績管理のレベルアップ ■ 事業ポートフォリオの最適化を意識した経営の強化 ■ 冷食事業等、成長領域への重点投資による利益成長 ■ ブランド力強化によるシェア向上 ■ インオーガニック分野での利益獲得	■ 2026年度末までに政策保有株式を連結純資産比20%未満に縮減 ■ 遊休資産の売却 ■ 棚卸資産の削減による資産効率の向上 ■ 機動的な自己株式の取得	■ 長期債務格付けの維持を前提とした財務レバレッジの活用 ■ 成長投資に向けた最適資本構成を意識した低コストの資金調達	■ サステナビリティ課題への継続的な取り組みによる事業リスクの低減 ■ 開示情報の充実や投資家との接点拡大によるIRの強化 ■ 投資家による意見・評価を経営に適切にフィードバック ■ 安定的な配当水準の継続



IV 長期ビジョン2030 ～社会的価値の創造

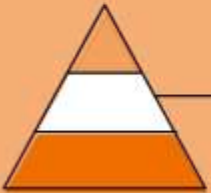


経営理念・経営方針・長期ビジョン



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

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

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

1. 経済的価値

売上高5,000億円・営業利益250億円
規模にまで成長していくことを目指す

2. 社会的価値（ESG経営）

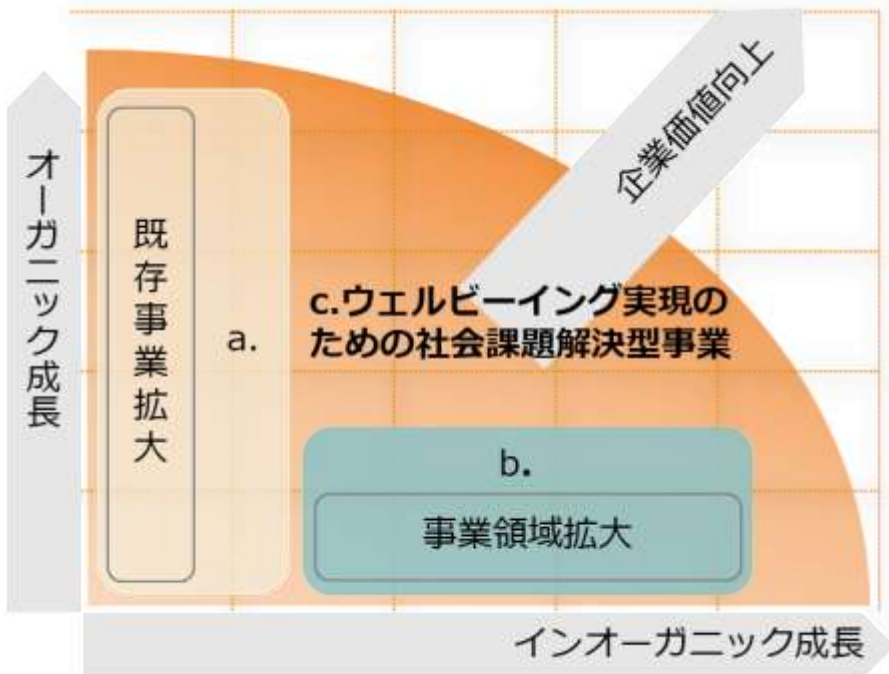
私たちが目指すウェルビーイング
Our Statement

総合食品企業としての成長戦略

経済的価値

1. 事業成長戦略

- a. 素材及び加工技術の探求と、ブランディング強化による既存事業の拡大
- b. 事業の横展開、M&A、業務提携による事業領域拡大
- c. ウェルビーイング実現のための社会課題解決型事業創出



社会的価値

2. 社会価値創造戦略

経営理念実現のため、企業価値創造の源泉となる「従業員」のウェルビーイングと「社会」と「生活者」のウェルビーイングを同時実現

私たちが目指すウェルビーイング ～Our Statement～

◆ 社会のウェルビーイング

「食」はすべて、この地球の自然の恵み。

◆ 生活者のウェルビーイング

「食」は、人が幸せでいられることの源。

◆ 従業員のウェルビーイング

「食」は生活者と社会を支える仕事。

Our Statement

大地の恵みに感謝し、自然のチカラで人を幸せに。ニッポンは「食」が社会にできることを一つひとつ形にしていきます。

社会のウェルビーイング

「食」はすべて、この地球上の自然の恵み。

この思いから、私たちは食の持続可能性に対する負のインパクト軽減に取り組み、その解決に尽くします。

食は、様々な国や地域に育まれて文化となり、人々をつなぐ体験にもなる。

私たちが目指すのは、そんな食のもつ多様性を信じる企業です。

過去から受け継いできた大地の恵みを、次の世代に受け渡していくために。

ニッポンは、食を健全な社会のハブとして豊かな未来を創造していきます。

生活者のウェルビーイング

「食」は、人が幸せでいられることの源。

この信念のもと、私たちは生活者のと身体心を満たす食について考え続けます。

世代や生活スタイルにより多様化するニーズや価値観。

その変化を見つめ、食のチカラで新しい製品やサービスを生み出していきます。

また、食を真ん中にしたコミュニティづくりや体験を通じて

人々の食における課題にも向き合います。

誰もがよりよく生きることを求める、これからの時代。

ニッポンが食を通じてお届けしたいのは、生涯感じられる幸せ・健康・笑顔です。

従業員のウェルビーイング

「食」は、生活者と社会を支える仕事。

このミッションを胸に、食で幅広く社会に役立ちたいと志す、多様な人財が集まります。

それぞれが半歩踏み出していく挑戦に、やりがいを持って取り組める場がある。

自らが学び、成長する機会がある。

それが実を結ぶのが、ニッポンという大地です。

よいワーク&ライフから生まれる、よい発想や提案。

ニッポンで働く一人ひとりが食のプロとしての誇りを持ち、社会のエネルギーとなります。

社会的価値の創出プロセス

社会・生活者・従業員のウェルビーイングを追求するための
取組の方向性を整理



ロードマップ

2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

2022-2026中期目標

売上高 4,500億円
営業利益 210億円

<戦略の基本方針>

- 基盤領域の収益力強化
- 成長領域および新規事業領域の戦略投資
- M&Aや事業提携機会追求
- DX推進等による経営基盤強化
- サステナビリティ経営推進

長期ビジョン2030

売上高 5,000億円
営業利益 250億円

経済的価値

素材と加工技術の探求

ブランディング強化による既存事業の拡大

事業の横展開、M&A、業務提携による事業領域拡大

ウェルビーイング実現のための社会課題解決型事業創出

社会的価値

経営理念実現のため、企業価値創造の源泉となる
「従業員」のウェルビーイングと「社会」と
「生活者」のウェルビーイングを同時実現

デジタライゼーション

SX(サステナビリティ・トランスフォーメーション)

DX(デジタル・トランスフォーメーション)



V サステナビリティの 取り組み



食と健康を通じた社会への貢献



食育活動や食品寄贈に加え、国際機関や地方自治体との連携による取り組みをしている。



食品提供による支援

●フードバンク、こども宅食への食品寄贈

認定NPO団体（セカンドハーベスト・ジャパン、文京区子ども宅食等）を通じて、食品を定期的に提供する支援活動を行っている。本活動は、食品ロス削減にも繋がっている。

●地域と連携した子ども支援活動

地域の子ども支援活動をサポートするため、小山市と食品の寄贈に関する連携協定を締結。グループ会社を通して、市内の「子ども食堂」などへ食品を寄贈。



国際・地域社会エンゲージメントの向上

●食を通じた地域活性化

2023年9月、10月土別市、旭川市と包括連携協定締結。「食」を中心に、地域経済の活性化につながる取り組みを両市と開始。

北海道産「金のアマニ」



環境保護への取り組み



全社においてISO14001の認証を取得し、環境マネジメント体制を構築。

CO2排出削減のための取り組み

●太陽光発電設備導入

国内工場（竜ヶ崎冷食、伊勢崎）の他にNIPPON (Thailand) Co.,Ltd.や国内グループ会社にNIPPON(Thailand)CO.,Ltd.も太陽光設備を導入。今後も順次拡大していく予定。



●プラスチックの資源循環

業務用小麦粉の物流パレットでプラスチックの資源循環開始。使用不能となったパレットを粉砕、加工し、マテリアルリサイクルパレットとして再利用。物流環境が大きく変化する中、食品安全を前提とした持続性のある物流体制を構築する。



人的資本への取り組み



創造性と多様性を育み、何事にも積極的に取り組める職場環境の構築により、個人と組織双方の持続的な成長を目指す。

人財の採用・育成

社員一人ひとりが、自ら学び自律的なキャリアを切り拓く機会を提供し、自身の能力を最大限に発揮できる環境をつくる。

- キャリア自律支援、主体的な学びの促進
- 創造性、多様性を育む機会の提供
- マネジメント力の向上

＜具体的な取り組み＞

年代別キャリア研修の実施、選択型研修の増設、グローバル人財育成の拡充、ベーシックマネジメント研修の設置 など

D,E&Iの推進

多様性に溢れた社員が活き活きと働ける職場をつくり、心理的安全性が担保された組織風土を醸成する。

- 人権尊重の取り組み
- 女性活躍推進
(2026年目標 女性管理職比率10%)
(2026年目標 女性総合職比率30%)
- 障がい者雇用の促進

＜具体的な取り組み＞

LGBTQ・ハラスメント研修、アンコンシャスバイアス研修、ニューロダイバーシティ推進 など

働きがいがある・働きやすい職場環境づくり

社員とその家族の心身の健康保持・増進を支援し、組織の生産性・活力・エンゲージメントを向上する。

＜具体的な取り組み＞

- 理念浸透施策の展開
- エンゲージメントの向上
- 健康経営の推進

社内コミュニケーションツールの拡充、1on1の継続実施、組織開発プログラムの試行導入、社内外の相談窓口整備、各種健康診断の実施とフォロー、人間ドック費用補助、高ストレス者の保健師面談 など

VI Appendix (決算補足資料)



損益計算書

(単位：百万円)

	2022年度		2023年度				2024年度			
	実績	構成比	実績	構成比	前年比	増減率	予想	構成比	前年比	増減率
売上高	365,525	100.0%	400,514	100.0%	34,988	9.6%	412,000	100.0%	11,486	2.9%
売上原価	285,452	78.1%	306,513	76.5%	21,061	7.4%				
売上総利益	80,073	21.9%	94,000	23.5%	13,927	17.4%				
販売費・一般管理費	67,785	18.5%	73,659	18.4%	5,874	8.7%				
営業利益	12,288	3.4%	20,340	5.1%	8,052	65.5%	20,500	5.0%	160	0.8%
営業外収入	3,468	0.9%	3,335	0.8%	△132	△3.8%				
営業外費用	940	0.3%	396	0.1%	△544	△57.9%				
経常利益	14,816	4.1%	23,280	5.8%	8,463	57.1%	22,500	5.5%	△780	△3.4%
特別利益	756	0.2%	13,913	3.5%	13,157	1,740.3%				
特別損失	862	0.2%	1,030	0.3%	167	19.4%				
税金等調整前当期純利益	14,710	4.0%	36,163	9.0%	21,453	145.8%				
法人税等及び調整額	4,362	1.2%	9,522	2.4%	5,159	118.3%				
非支配株主に帰属する当期純利益	87	0.0%	273	0.1%	185	212.6%				
親会社株主に帰属する当期純利益	10,260	2.8%	26,367	6.6%	16,107	157.0%	24,000	5.8%	△2,367	△9.0%

貸借対照表

(単位：百万円)

	2022年度末		2023年度末			
	(2023.3.31)	構成比	(2024.3.31)	構成比	前年比	増減
流動資産	143,021	41.5%	157,759	40.8%	14,737	△0.7p
有形資産	113,467	32.9%	124,407	32.2%	10,939	△0.7p
無形資産	2,175	0.6%	2,423	0.6%	247	0.0p
投資等	85,914	24.9%	102,088	26.4%	16,174	1.5p
固定資産	201,557	58.5%	228,919	59.2%	27,361	0.7p
その他の繰延資産	26	0.0%	13	0.0%	△12	△0.0p
資産合計	344,606	100.0%	386,692	100.0%	42,086	-
流動負債	78,613	22.8%	84,403	21.8%	5,790	△1.0p
固定負債	73,378	21.3%	74,002	19.1%	623	△2.2p
負債合計	151,992	44.1%	158,406	41.0%	6,413	△3.1p
自己資本	188,686	54.8%	224,114	58.0%	35,426	3.2p
新株予約権	226	0.1%	221	0.1%	△4	△0.0p
非支配株主持分	3,699	1.1%	3,948	1.0%	249	△0.1p
純資産合計	192,613	55.9%	228,285	59.0%	35,672	3.1p
負債・純資産合計	344,606	100.0%	386,692	100.0%	42,086	-

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2022年度	2023年度	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	15,055	24,022	8,966
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,026	△9,489	△4,463
財務活動によるキャッシュ・フロー	△8,402	△7,241	1,161
現金及び現金同等物に係る換算差額	394	293	△101
現金及び現金同等物の増減額	2,021	7,584	5,563
現金及び現金同等物の期首残高	31,215	33,157	1,942
現金及び現金同等物の期末残高	33,157	40,728	7,570

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。

© 2024 NIPPN CORPORATION

株式会社ニッポン・IR室

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