



2024年12月14日



# 個人投資家向け 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   | 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. 17~ |
| III | サステナビリティへの取り組み | p. 32~ |
| IV  | 配当・ご優待制度       | p. 36~ |



# I ニッポングループの概要



## 会社概要

|            |                                  |
|------------|----------------------------------|
| ■ 商号       | 株式会社 ニッポン<br>(NIPPN CORPORATION) |
| ■ 創立       | 1896年（明治29年）9月                   |
| ■ 資本金      | 122.4億円（2024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）  | 4,005億円（2023年度実績）                |
| ■ 従業員数（連結） | 3,892名（2024年9月末現在）               |
| ■ グループ会社数  | 子会社60社・関連会社21社                   |



代表取締役社長  
前鶴 俊哉  
(まえづる としや)

# 経営理念・経営方針・長期ビジョン

## 経営理念

### 経営理念

ニッパングループは、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

ニッパングループは、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

ニッパ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

## 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





# ニッパンの歩み

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

2021年1月1日  
社名を <株式会社 ニッポン> へ

## その他 事業

1969年

・ヘルスクエア事業参入



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

・ナガノトマトの株式取得

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  
※オーケー食品工業の株式取得  
(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



1969年

・コーンの製粉開始

1913年

・そば粉の製粉開始

1975年

・米の製粉開始

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



2023年

・ユタ製粉へ出資

2000年

・米国進出

2014年

・インドネシア進出

2024年

・ベトナム進出

## 海外展開

# 事業概要：製粉事業

## ・事業内容

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・神戸甲南・福岡・福岡那の津・小樽の7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

<小麦粉販売シェア> **24.4%** (2023年度) (日刊経済通信社調)

|      |                             | 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<br>めん用粉<br>菓子用粉<br>その他 | 食パン                | 食パン<br>菓子パン<br>フランスパン他<br>中華麺 | うどん<br>ひやむぎ、そうめん<br>ビスケット、和菓子 | カステラ、ケーキ<br>和菓子、天ぷら粉<br>ビスケット | スパゲッティ<br>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



# 事業概要：食品事業（1）

## 食品素材事業 ～プレミックスを中心とした業務用素材～

### ・事業内容

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」の世界のエクスペローラー(探究者)として、シーズニング事業にも取り組んでいます。

### ・プレミックスの特徴

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

### ・主な商品や販売先



▶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～

### ・事業内容

パスタブランドでは、長年に渡り幅広い世代の皆に親しまれてきた「オーマイ」と、イタリア語で「贈りもの」を意味する「REGALO(レガーロ)」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、すば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した  
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





# 事業概要：食品事業（2）

## 冷凍食品事業 ～得意分野に特化した商品群～

### ・事業内容

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、冷凍生地などで、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

💡 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

### ・主な商品



オーマイプレミアムシリーズ



冷凍パン生地・パイ生地



よくばりシリーズ



いまだきごはんシリーズ

## 中食事業

### ・事業内容

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

💡 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

### ・主な商品

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

# 事業概要：食品事業（3）

## その他関連事業

### 大豆加工品



「おかげさま」と「感謝」  オーク食品工業株式会社

### 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」



### 「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。



昭和30年代のポスター

### 「オーマイプレミアム」ブランドの展開

「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



もちっとおいしいスパゲッティ  
（全2種）



オーマイプレミアムシリーズ  
（全14種）

オーマイプレミアム  
至極シリーズ  
（全4種）

# 事業概要：その他事業

## ヘルスケア

### ・事業内容

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。



アミノ油



サプリメント



有用性食品素材  
パミス



リグナン



セラミド配合の  
アンチエイジングケア  
ローション



自然化粧品  
機能性化粧品  
クリーム

## 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

### ・事業内容

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



OEM商品

## 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



ニップンエンジニアリング(株)が  
施工した廃水処理設備プラント

nippn  
ニッポングループ

NIPPON ENGINEERING CO.,LTD

ニップンエンジニアリング株式会社



## 主要な事業拠点

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

- 1 上海日粉総合貿易有限公司**  
プレミックス等の販売
- 2 上海金山日粉食品有限公司**  
プレミックス等の製造・販売
- 3 天津全順食品有限公司**  
プレミックス等の製造・販売

タイ **6** ベトナム

## インドネシア

- 4 **NIPPN FOODS CORPORATION  
(THAILAND) LTD.**  
プレミックス等の販売
- 5 **NIPPN(Thailand)Co., Ltd.**  
プレミックス等の製造・販売
- 6 **NIPPN Vietnam  
Company Limited**  
プレミックス工場新設  
(2027年稼働予定)
- 7 **PT NIPPN FOODS INDONESIA**  
プレミックス等の販売
- 8 **PT NIPPN PRODUCTS INDONESIA**  
プレミックス等の製造・販売

アメリカ

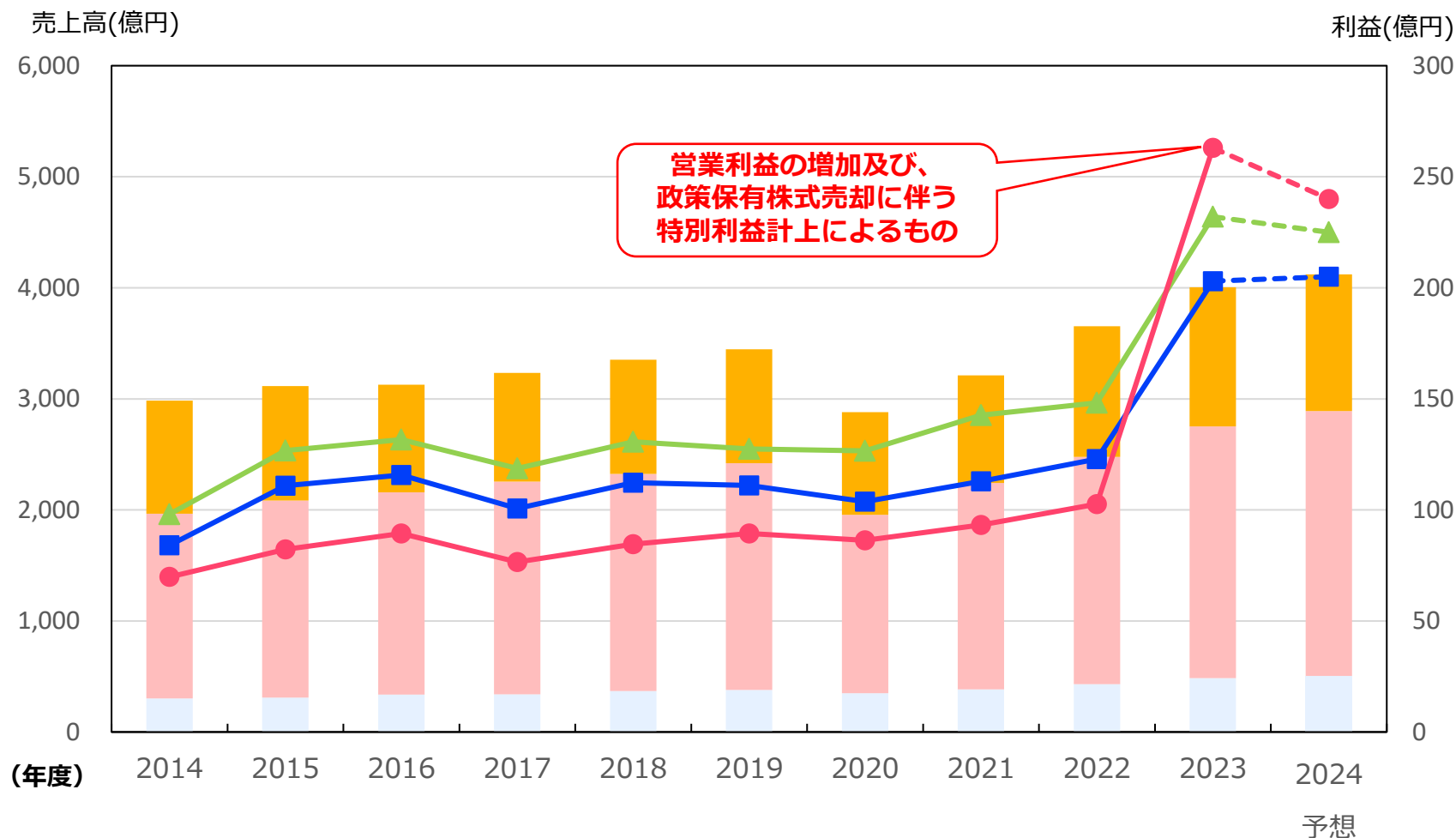


- **Pasta Montana, L.L.C.**  
パスタの製造・販売
  - **Utah Flour Milling, LLC**  
小麦粉の製造・販売  
(2023年5月出資契約、2025年稼働予定)
  - **NIPPON California Inc.**  
プレミックス等の販売



# ニッポングループの経営成績の推移

売上高・製粉 売上高・食品 売上高・その他 営業利益 経常利益 当期純利益



※「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

# 事業セグメント

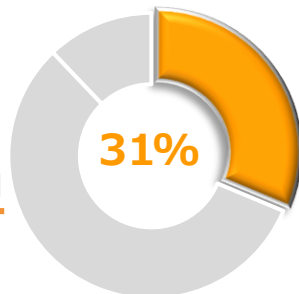
**2023年度実績** 売上高：4,005 億円 営業利益：203 億円

## 製粉事業

(2023年度実績)

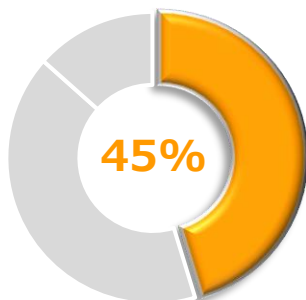
売上高

**1,253** 億円



営業利益

**91** 億円



### 業務用小麦粉

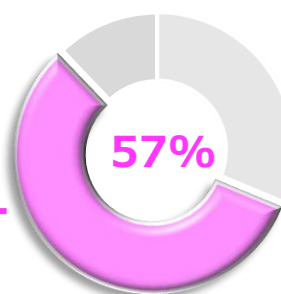


## 食品事業

(2023年度実績)

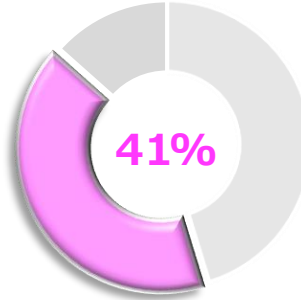
売上高

**2,266** 億円



営業利益

**83** 億円



### 食材



### 加工食品



### 冷凍食品



### 中食

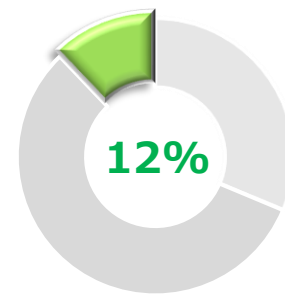


## その他事業

(2023年度実績)

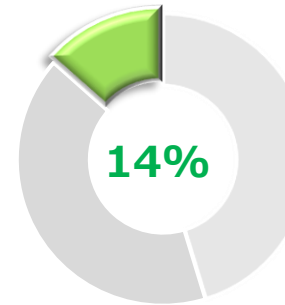
売上高

**485** 億円



営業利益

**27** 億円



### 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

※記載金額は、億円未満を切り捨てて表示しています。



# 2025年3月期 業績予想

(単位：百万円)

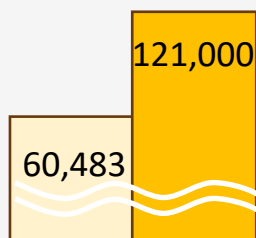
|                 |        | 2023年度  |         | 2024年度  |         |        |         |
|-----------------|--------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|
|                 |        | 実績      | 百分比・利益率 | 予想      | 百分比・利益率 | 前年比    | (増減率)   |
| 売上高             | 製粉事業   | 125,316 | 31.3%   | 121,000 | 29.4%   | △4,316 | (△3.4%) |
|                 | 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%   | 51,000  | 12.4%   | 2,464  | (5.1%)  |
|                 | 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%    | 8,700   | 7.2%    | △486   | (△5.3%) |
|                 | 食品事業   | 8,354   | 3.7%    | 9,100   | 3.8%    | 746    | (8.9%)  |
|                 | その他事業他 | 2,799   | 5.8%    | 2,700   | 5.3%    | △99    | (△3.5%) |
|                 | 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、2025年1月に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、**過去最高となる4,120億円**を予想
- **営業利益**は、人件費、物流費、原材料費を始めとする諸コスト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、**過去最高益となる205億円**を予想

## 2024年度中間期 セグメント別実績 進捗率（対今年度予想）（単位：百万円）

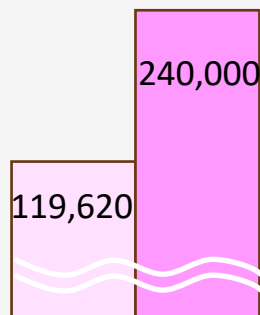
## 売上高

## 製粉事業

進捗率 **50.0** %

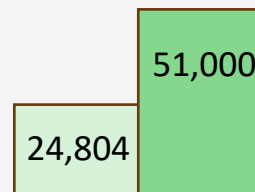
(第2Q) (年度予想)

## 食品事業

進捗率 **49.8** %

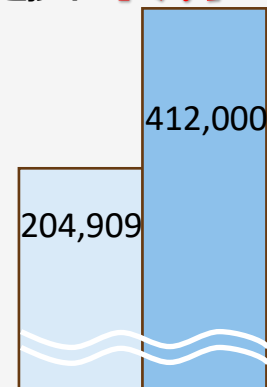
(第2Q) (年度予想)

## その他事業

進捗率 **48.6** %

(第2Q) (年度予想)

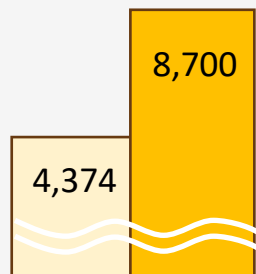
## 合計

進捗率 **49.7** %

(第2Q) (年度予想)

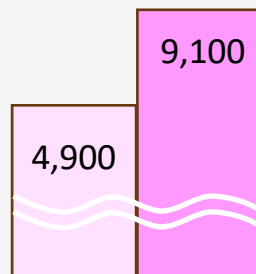
## 営業利益

## 製粉事業

進捗率 **50.3** %

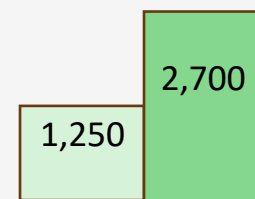
(第2Q) (年度予想)

## 食品事業

進捗率 **53.8** %

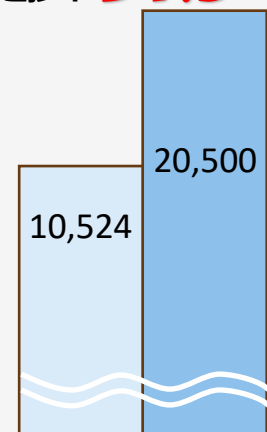
(第2Q) (年度予想)

## その他事業

進捗率 **46.3** %

(第2Q) (年度予想)

## 合計

進捗率 **51.3** %

(第2Q) (年度予想)

## Ⅱ ニップングループの成長戦略





# 長期ビジョン2030

ニッポングループは、経営理念の実現に向けて、2024年5月に長期ビジョン2030を策定しました。

長期ビジョン2030では、これまでの長期ビジョンに達成時期を明示すると共に、総合食品企業（※）として、社会課題やお客様心理を捉え、経済的価値と社会的価値の創出を両立するために事業成長戦略と社会価値創造戦略をバックキャストで決めました。

（※）ニッポングループでは、小麦をはじめに米・そば粉等の取り扱い原材料を広げ、更に、製粉からミックスや加工食品、冷凍食品等の食に関する川上から川下の事業が一体となってシナジーを生み出す事業モデルを総合食品企業と定義しています。

## 2022-2026年度

### 長期ビジョン実現のための 基盤づくり

#### マイルストーン

売上高 4,500億円  
営業利益 210億円

#### ー戦略の基本方針ー

- 基盤領域の収益力強化
- 成長領域および新規領域の戦略投資
- M&Aや事業提携機会追求
- DX推進による企業競争力の強靱化
- サステナビリティ経営推進

## 2027-2029年度

### 総合食品企業としての 持続的成長

#### ー事業領域拡大ー

- 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拡大
- 事業の横展開、M&A、事業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

## 長期ビジョン2030

### 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

経済的価値  
事業成長戦略  
売上高 5,000億円  
営業利益 250億円

社会的価値  
社会価値創造戦略  
Our Statement

# 総合食品企業としての成長戦略

## 機会

- 健康寿命の延伸による市場拡大
- 幸福や健康に対する価値観の多様化
- デジタル経済圏の普及による新たな事業創出

## リスク

- 従業員に求めるものや在り方の変化
- 広範な価値観やニーズへの対応
- 環境変化や生産者減少による製品供給への影響
- 気候変動や人権課題への対応の遅れ

## 事業成長戦略

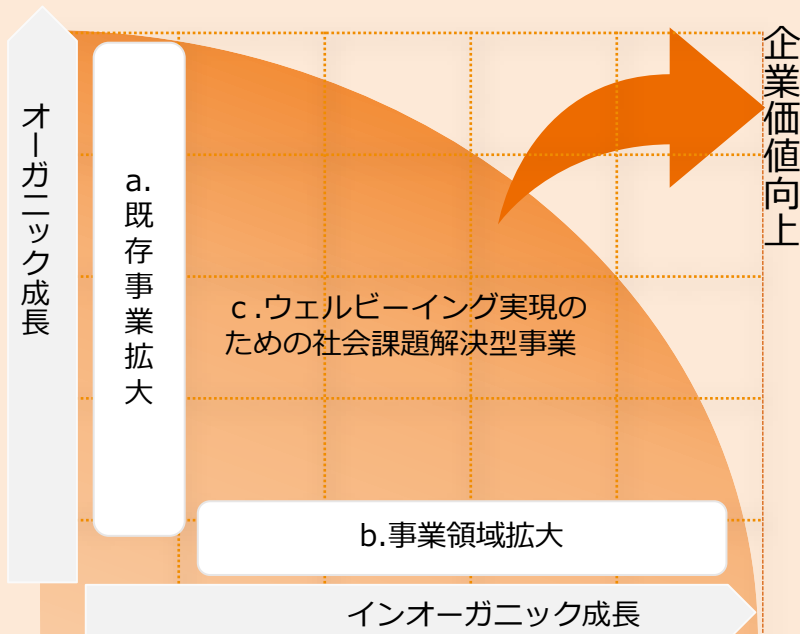
- 素材及び加工技術の探求とブランディング強化による既存事業の拡大
- 事業の横展開、M&A、業務提携による事業領域拡大
- ウェルビーイング実現のための社会課題解決型事業創出

経済的価値  
a.b.事業領域拡大の方向性

## 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

社会的価値  
c.ありたい姿の追求



社会の  
ウェルビー  
イング

- 食の持つ極めて豊かな多様性を守る
- 食のサプライチェーン上にある経営上の社会課題を解決する
- 食の持続可能性に対する負のインパクトを軽減する
- 農業分野を含めサステナブルな食料システムを構築し、食を健全な社会のハブとして豊かな未来を創造する

生活者の  
ウェルビー  
イング

- 多様化するニーズ、変化に食のチカラで貢献する
- 食を真ん中にしたコミュニティづくりや体験を通じた社会課題へ貢献する
- 生涯感じられる幸せ・健康・笑顔を届ける

従業員の  
ウェルビー  
イング

- 組織、個人のダイバーシティを推進し、自ら学びイノベーションを起こす人財集団
- 自ら半歩踏み出し挑戦し、やりがいを持って取り組める場をつくる
- 食のプロフェッショナルとしての誇りを持って、社会のウェルビーイングに貢献する

# 長期ビジョン実現に向けた成長イメージ

## 2022-2026中期目標 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
- ・DX推進による企業競争力の強靱化
- ・サステナビリティ経営の推進

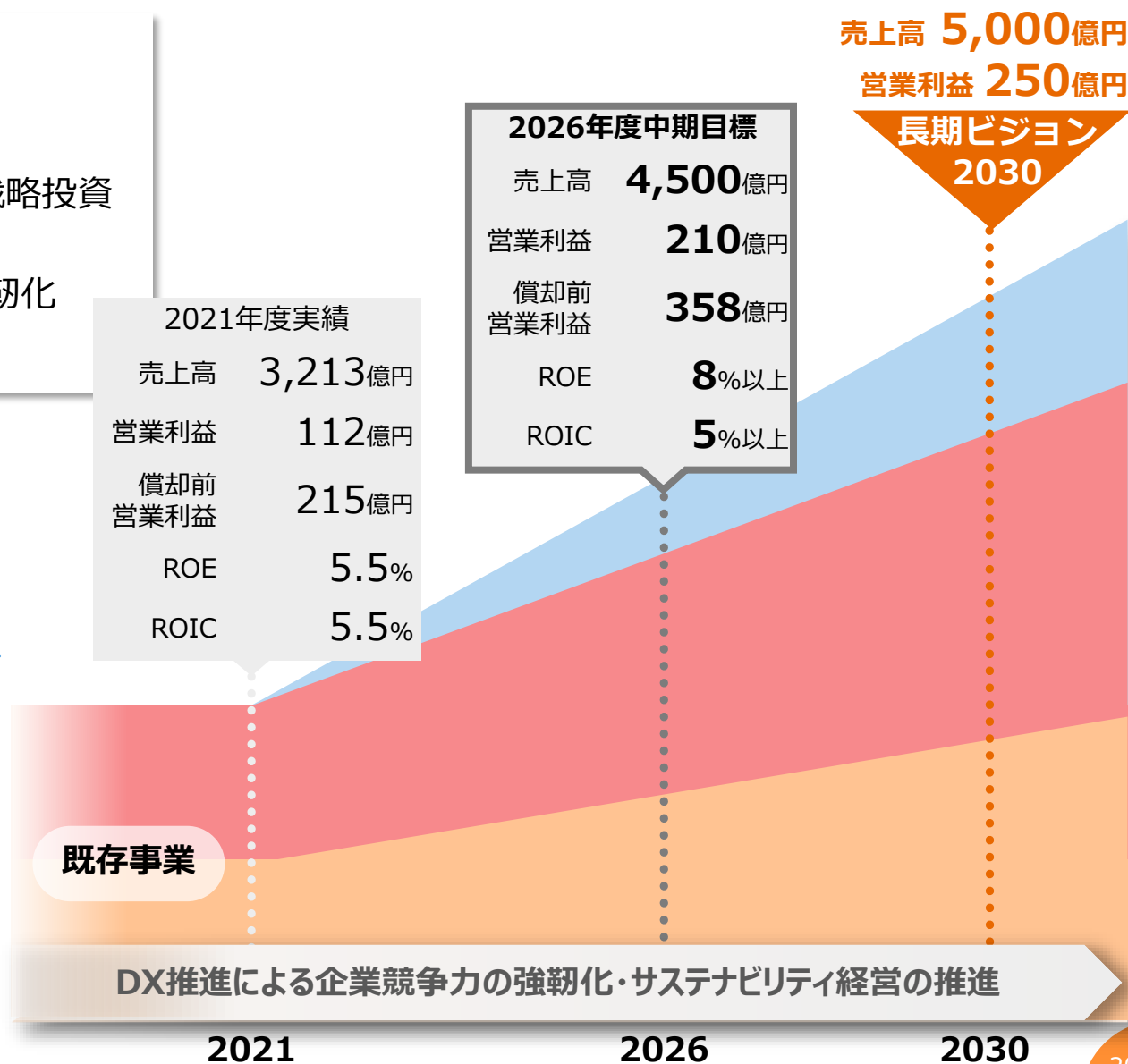
## インオーガニック成長 ▶

### 成長領域 ▶

冷凍食品・中食・ヘルスケア・海外

### 基盤領域 ▶

製粉・食品素材・加工食品





# 中期目標における戦略の基本方針

## 基盤領域

製粉・食品素材  
加工食品

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

### 1 | 基盤領域の収益力強化

生産拠点の整備、マーケティング戦略の推進により、一層の収益力の強化を図る

### 3 | M&Aや事業提携機会追求

既存の各事業・各分野でのシナジー発揮、成長戦略における事業拡大を念頭に置き、M&Aや事業提携の機会を追求していくことで、成長戦略の具現化に努めていく

### 4 | DX推進による企業競争力の強靱化

経営の高度化、業務プロセスの変革、コミュニケーション強化などへの取り組みを通じ、デジタル技術を用いた既存ビジネスモデルの変革と新規事業領域の創出を目指す

### 5 | サステナビリティ経営の推進

GHG削減等の環境保護への取り組み、孤食や貧困解消のための食の機会提供、多様な人財が働ける雇用の実現等を通じて、社会・生活者・従業員のウェルビーイングを追求し、社会的価値の創造に注力する

## 成長領域

冷凍食品・中食  
ヘルスケア・海外

経営資源を重点的に配分することにより事業領域の拡大を図る

### 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・提供により更なる成長を目指す

# 中期目標達成のための 戦略・進捗状況（基盤領域）



## 製粉事業

## 食品素材事業

## 加工食品事業

2026年度  
売上高目標

2023年度比 **110%**

2023年度比 **115%**

2023年度比 **110%**

## 主な戦略

- ・市場拡大に向けた取り組み
- ・製造拠点の新設・再配置による生産性の向上

- ・マーケティングを活用した消費者起点での拡売推進
- ・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

- ・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

## 各種施策の 進捗状況

- ・顧客との対話の中からニーズに応じた価値訴求型小麦粉を開発。展示会へ出展や講習会の開催など精力的な提案活動を実施。
- ・新たな国産小麦を開発し、市場の創造に向けた提案。
- ・2026年2月稼働予定の知多新工場建設は順調に推移。

- ・成長顧客に対する消費者起点に基づく提案や商品メニュー提案等を通じ、相互利益最大化に向けた営業・開発活動を展開中。
- ・配合ノウハウ・ブレンド技術で差別化を図り、シーズニングの拡売を推進。

- ・消費者起点のマーケティングノウハウを営業担当者が習得。小売業毎の消費者分析に基づく商品提案・売場提案を実行中。
- ・(株)刀との協業によるマーケティング戦略を実行し、強いブランドを育成する。乾燥パスタの出荷が大幅に伸長。市場の活性化にも寄与。

# 中期目標達成のための 戦略・進捗状況（成長領域①）



## 冷凍食品事業

## 中食事業

2026年度  
売上高目標

2023年度比 **130%**

2023年度比 **115%**

### 主な戦略

- ・ 成長分野における拡売の促進
- ・ 需要拡大を見据えた供給体制の増強及び生産性の向上

- ・ 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

### 各種施策の 進捗状況

- ・ (株)刀のマーケティングノウハウに基づく商品戦略を展開、広告活動を継続。
- ・ 生産ラインにおいて、自動化技術の導入により、更なる省力化を推進。
- ・ 2025年4月に(株)畑中食品を子会社化する他、その他製造ラインの増設を通し、供給能力の拡大及び調達環境の安定化を実現していく。

- ・ 最新鋭の生産機器の導入など、生産能力拡大に向けた取り組みを推進。
- ・ 各種システム統一および機能強化に取り組むことで、各社のノウハウを効率的に共有し、更なるグループ力の向上につなげる。
- ・ 生産ラインにロボット等を導入し、省力化を実現、今後も取り組みを強化。

# 中期目標達成のための 戦略・進捗状況（成長領域②）



## ヘルスケア事業



## 海外事業

2026年度  
売上高目標

2023年度比 **180%**

2023年度比 **200%**

### 主な戦略

- ・付加価値の高い“植物由来”機能性素材の販路拡大（26年度目標195%※）
- ・独自素材を生かした健康通販事業の拡充（26年度目標175%※）

※いずれも売上高、2023年度比

- ・拠点内外における市場開拓を通じた積極的な拡売
- ・日本からの輸出強化

### 各種施策の 進捗状況

- ・『セラミド』肌の保湿効果を高める素材で、インナービューティー需要が高まるなか、サプリに限らずドリンクや食品への採用拡大を進める。
- ・2024年10月に自社通販サイトであるニッポン健康通販とニッポンダイレクトを統合。それぞれの顧客層を合わせることで、クロスセル効果によるニッポン商品の売上拡大とともに、新たな顧客の獲得につなげる。

- ・ASEAN域内での供給体制を盤石とするため、ベトナム現地法人設立。
- ・経済発展の著しいアジア諸国を中心に、講習会や多様な最終製品提案により、現地で製造できない高品質な小麦粉のマーケット拡大を図る。
- ・小麦粉の輸出拡売と並行し、海外市場のニーズに合った加工食品の輸出販売ルートの開拓に注力。

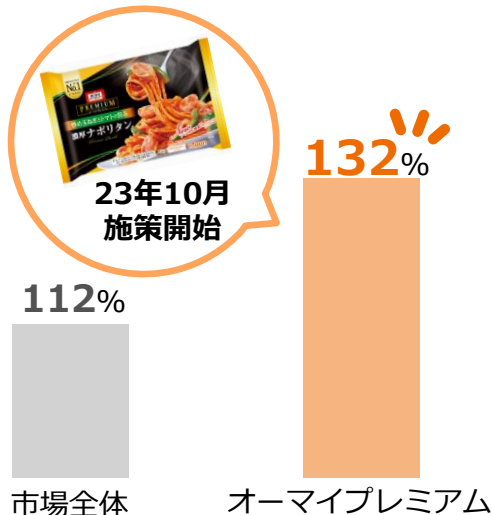


# トピックス：マーケティング戦略「ニッポン × 刀」協業

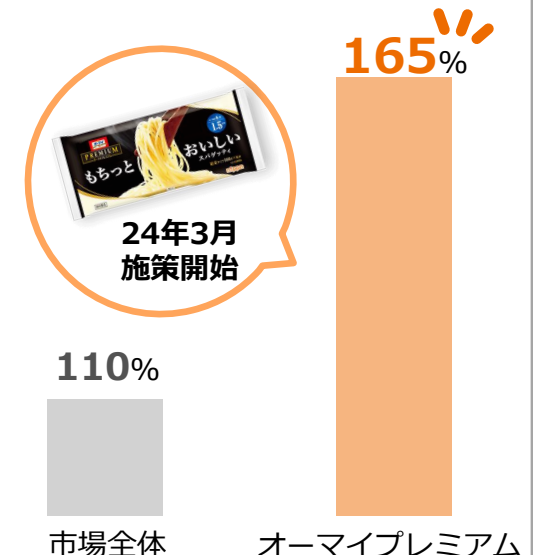
- 当社は、刀社との協業を「人的投資」とし、創業以来妥協なく取り組んできた「ものづくり」の力に加え、同社のマーケティングノウハウ移植により消費者起点に生まれ変わる“本気”の全社組織改革を実行。
- 簡便性が中心になっているパスタ市場において、食の本質である「おいしさ」を衝き、パスタ市場において、一つのブランドに統一した価値を集中させることで効率的に成長させる「マスターブランド戦略」を展開。
- 2023年10月の施策開始以来、オーマイプレミアム冷凍パスタは前年同期比132%(※1)、乾燥パスタは2024年3月新発売の「もちっとおいしいスパゲッティ」の導入で前年同期比165%(※2)と大きく伸長。



## 冷凍パスタ成長率※1



## 乾燥パスタ成長率※2



※1 インターエジSCI（15～79歳）冷凍個食パスタ市場  
2023年3月-2024年8月100人当たり購入金額ベース前年同期比  
冷凍個食パスタ計 オーマイプレミアムブランド計

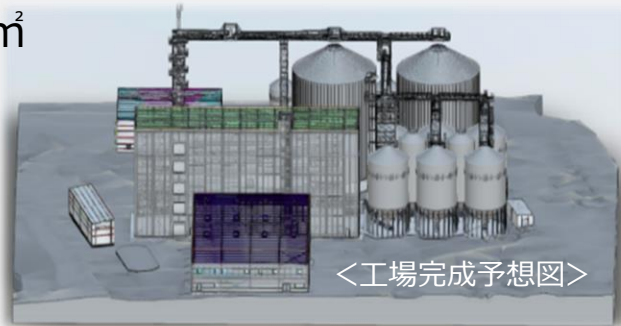
※2 マクロミルQPR乾燥ロングパスタ市場  
2023年3月-2024年8月100人当たり購入金額ベース前年同期比  
乾燥ロングパスタ市場計 オーマイプレミアム、オーマイブランド計

## トピックス：北米製粉事業の取り組み（ユタ新工場）

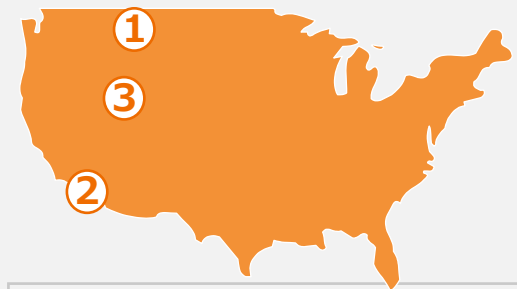
- 2023年5月に当社グループ全体の製粉事業の総合力をより一層高め、海外事業の更なる拡大へ繋げていくため、Utah Flour Milling, LLC (ユタ新工場)へ25%出資。
- 本取り組みにより、米国の既存2拠点とのシナジーを発揮し、中期目標で掲げている北米のビジネス拡大を前進させ、インオーガニック成長戦略の推進を含めた事業展開を具現化していく。
- 新工場建設は2025年の稼働に向け順調に進捗。

### ▶ 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21,000m<sup>2</sup>



### ▶ ニッポングループの米国事業



#### ① Pasta Montana, L.L.C.

パスタの製造・販売

#### ② NIPPON California Inc.

プレミックス等の販売

#### ③ Utah Flour Milling, LLC

小麦粉の製造・販売

## トピックス：ベトナム現地法人設立

- 2024年7月、ASEAN地域における当社グループの業務用商品等の販売拡大を図るため、ベトナム社会主義共和国南部ドンナイ省に現地法人NIPPON Vietnam Company Limited（NIPV社）を設立。
- 2027年にプレミックス工場（敷地面積：17,767㎡、生産能力：約4,300t/年）稼働を予定。

### ▶ NIPPON Vietnam Company Limitedの概要

|     |                                                 |
|-----|-------------------------------------------------|
| 所在地 | ベトナム社会主義共和国ドンナイ省<br>ロンタン工業団地<br>(ホーチミン市から約45km) |
|-----|-------------------------------------------------|

|     |                                             |
|-----|---------------------------------------------|
| 資本金 | 3,227億円9,000万ベトナム・ドン<br>(1,300万米ドル相当：約20億円) |
|-----|---------------------------------------------|

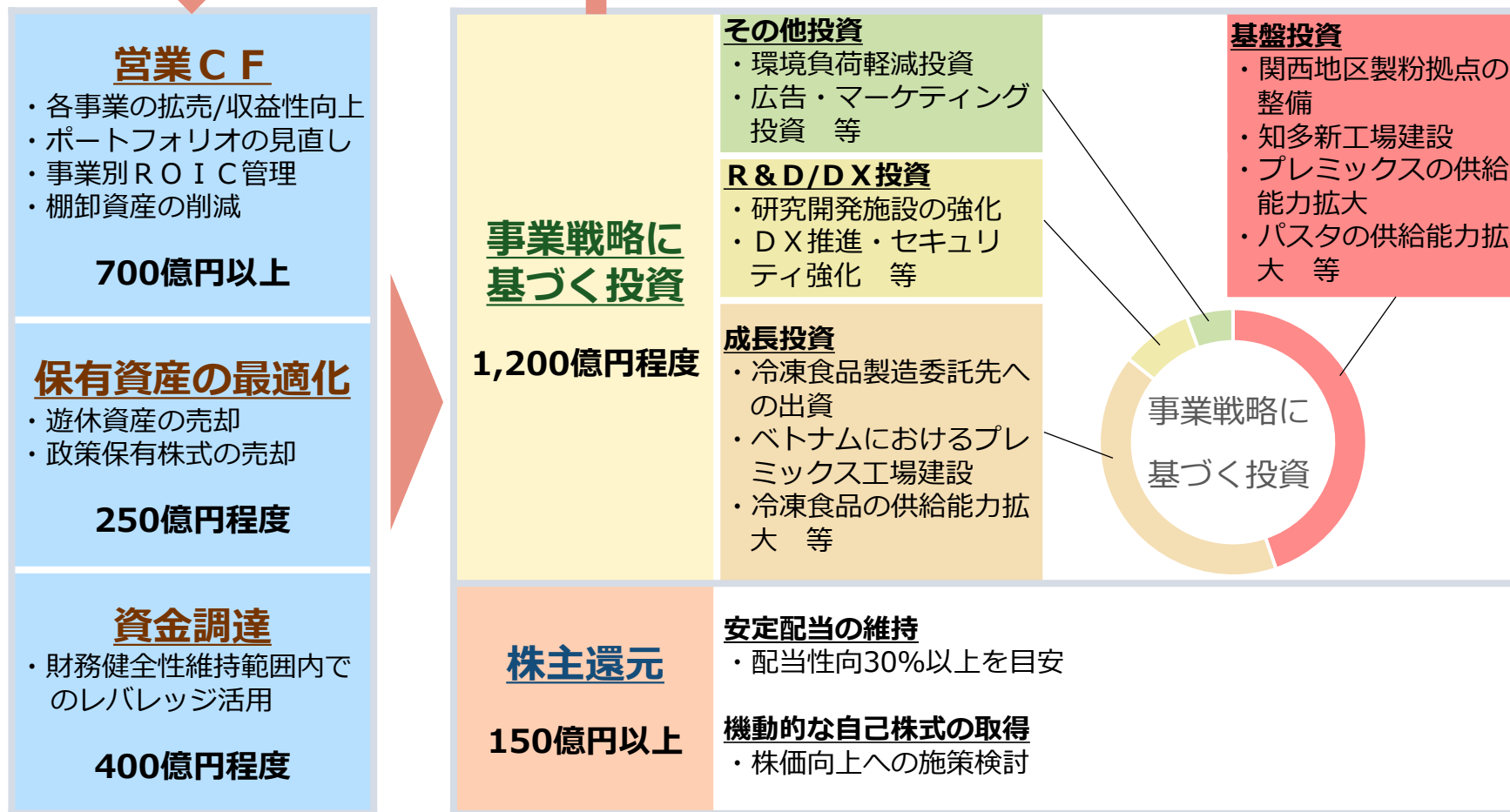
|      |                               |
|------|-------------------------------|
| 事業内容 | プレミックス製品の製造及び販売<br>(輸出入業務も含む) |
|------|-------------------------------|

### ▶ NIPV社 所在地



# 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



CFの創出

CFの配分

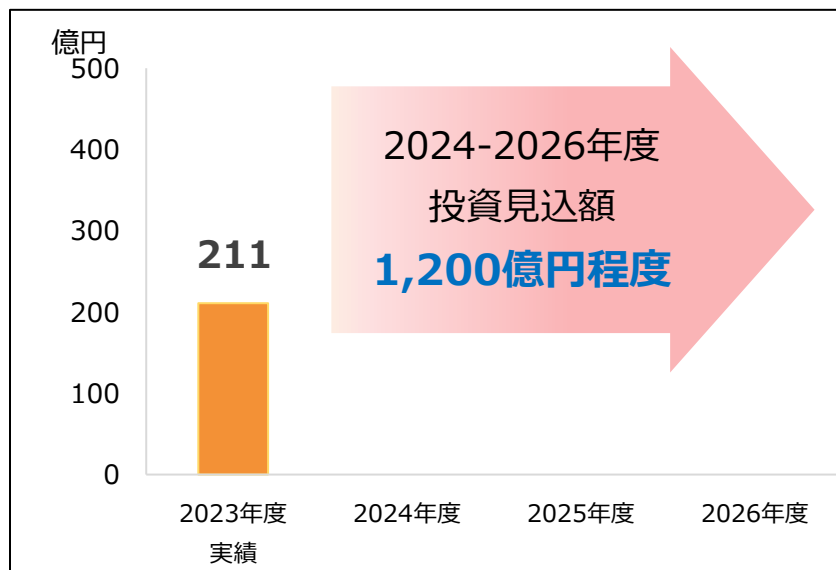


# 今後の投資見込み

- 2024年度は、神戸甲南工場など既存工場の設備増強工事が完了するほか、ASEAN地域における業容の拡大を図るため、ベトナムに現地法人を設立（2027年にプレミックス工場を稼働予定）。
- 2025年度以降は、冷凍食品製造委託先の子会社化により供給体制の強化を進める。また、知多新工場の建設など基盤事業の効率化や供給能力を拡大するための投資、研究開発拠点の整備、DX関連やマーケティング投資等を着実に進めていく。

## 【2024年度以降の投資実績・投資計画】

| 投資内容                                           | 投資総額<br>出資金額 | 事業<br>部門 | 投資時期            |
|------------------------------------------------|--------------|----------|-----------------|
| 神戸甲南工場設備増強                                     | 約30億円        | 製粉       | 2022年～<br>2024年 |
| Pasta Montanaライン増強                             | 約10億円        | 海外       | 2024年           |
| オーケー食品工業ライン増設                                  | 約10億円        | 食品       | 2023年～<br>2024年 |
| ベトナム現地法人設立                                     | 約20億円        | 海外       | 2024年           |
| (株)畑中食品（冷凍食品製造委託先）の第三者割当増資引き受け<br>（製造設備の増強を予定） | 60億円         | 冷凍<br>食品 | 2025年           |
| 知多新工場建設                                        | 約220億円       | 製粉       | 2023年～<br>2026年 |
| 研究開発拠点の整備                                      | 約110億円       | —        | 2024年～<br>2026年 |
| パスタの供給能力拡大                                     | 未定           | 食品       | 未定              |
| プレミックスの供給能力拡大                                  | 未定           | 食品       | 未定              |

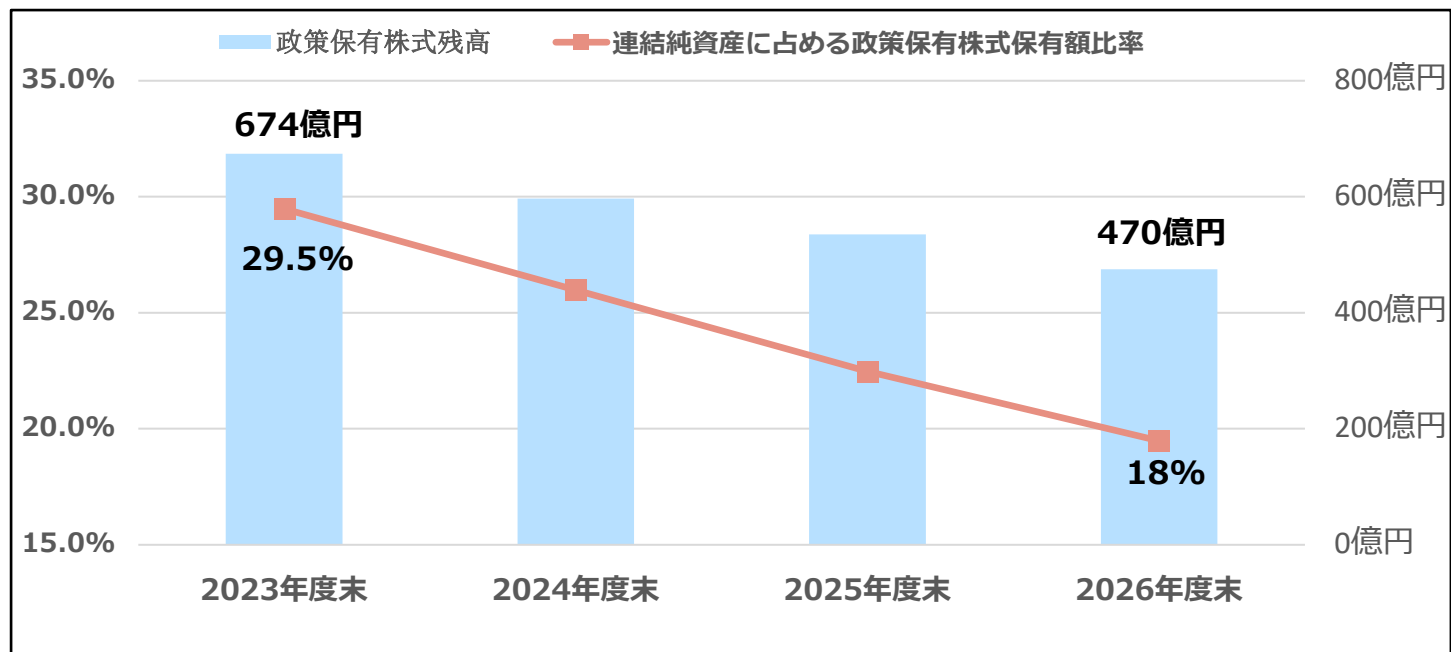


# 政策保有株式の縮減に向けた取り組み

## 縮減目標

中期目標の最終年度(2026年度末)までに、政策保有株式を**200億円程度売却**し、**連結純資産比20%未満まで縮減**する。

## 縮減計画



- 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。
- 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。**

# 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応 ～P B R 1 倍以上に向けた取り組み

| 施策                                          | 取り組み内容 / 実施状況                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>R<br/>O<br/>E<br/>向<br/>上</b><br>(8%以上)  | <b>売上高<br/>当期純利益率<br/>の向上</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中期目標達成<br/>⇒2026年度での達成を目指す売上・営業利益目標を2023年度に前倒しで達成したため、新たな数値目標を設定</li> <li>■ 冷食事業等、成長領域への重点投資による利益成長<br/>⇒冷凍食品製造委託先の子会社化 / ベトナムにおけるプレミックス事業に着手</li> <li>■ ブランド力強化によるシェア向上<br/>⇒(株)刀のマーケティングノウハウに基づく商品戦略により、オーマイプレミアムブランド（冷凍パスタ・乾燥パスタ）のシェア向上</li> </ul> |
|                                             | <b>総資産回転率<br/>の向上</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 政策保有株式の縮減 ⇒2023年度154億円売却</li> <li>■ 遊休資産の売却 ⇒2024年度上期売却</li> <li>■ 棚卸資産の削減による資産効率の向上<br/>⇒各事業部門において製品在庫削減に向けた取り組みを継続</li> </ul>                                                                                                                       |
| <b>P<br/>B<br/>R<br/>向<br/>上</b><br>(13倍以上) | <b>成長性の向上<br/>事業リスクの低減</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 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<br/>⇒環境保護への取り組み推進（GHG排出量の削減目標策定）<br/>人資本経営への取り組み推進 等</li> <li>■ 開示情報の充実や投資家との接点拡大による I R の強化<br/>⇒機関投資家・アナリストとの個別ミーティング実施回数の増加</li> <li>■ 投資家による意見・評価を経営に適切にフィードバック<br/>⇒取締役会への定期的な報告を実施</li> </ul>                   |

## Ⅲ サステナビリティへの取り組み





# 環境保護への取り組み



当社グループは、地球の恵みの恩恵を受け、事業を展開しており、サプライチェーン全体の事業活動が環境に大きな影響を与えています。食の持続可能性に対する負のインパクトを軽減することは、喫緊の課題でありますので、環境保護への取り組みを推進していきます。

## 気候変動への対応

当社グループは気候変動への対応としてGHG排出量の削減に取り組み、2030年までに、スコープ1,2のGHG排出量を総量で2021年比42%削減する目標を策定。2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、具体的な取り組みを実行に移していく。

**ニッパングループ 2030年度目標  
GHG排出量の削減 (Scope1+2)**

**2021年度比 42%削減**



**2050年カーボンニュートラル**

## ◆GHG排出量削減の取り組み 太陽光発電設備の導入

国内工場に続いて、海外工場（タイ、中国）に太陽光発電設備を導入し稼働を開始。



上海金山日粉食品有限公司

## ◆商品の環境配慮への取り組み

### パッケージ形状変更による積載効率の向上

より一層の輸送効率向上の施策としてトラックの積載効率の向上を図り、CO<sub>2</sub>排出量削減に貢献。家庭用商品のパッケージ変更により、積載効率130%アップ。

### UVレーザー印字機の導入

「UVインキ」使用の印刷手法。洗浄処理が不要となり、リサイクル性の向上、省資源化、廃棄物削減に貢献。竜ヶ崎冷凍食品工場に導入。

# 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。

## ◆人財ビジョンの策定について

企業価値創造の源泉となる「従業員」のウェルビーイング実現に向け、経営戦略と人財戦略の連動を図るため、人財ビジョン策定プロジェクトを立ち上げ2024年度内の完成を目指しています。今後策定する人財ビジョンにおいて、求められる人財像を定義し、それらの人財創出につながる人財育成、人事制度改定、組織風土づくりなどに取り組んでまいります。

## ◆人的資本への取り組み内容

### 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

### 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
- 障がい者雇用の促進
- 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%)

### 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。

- 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

## その他の取り組み

### 山口県と山口県農業協同組合との農業分野の振興に係る連携協定締結

持続可能な農業の追求

地産・地消を推進する山口県と農産物の生産拡大を目指すJA山口県と県産小麦の安定的な供給体制を維持・拡大していきたい当社の三者で連携協定を締結。農業分野における生産振興・需要拡大・人材育成に関する取組を協働して推進する。



### 森林保全活動

生物多様性の保全

北海道深川市の「ニッポン四季の森」を生態系保全の場として植樹を行い、管理・整備・解放している。また、関東の水源地である群馬県みなかみ町において日本製紙グループと協業による社員参加による森林保全活動（植樹）を行い、水資源の保全と生物多様性確保を図っている。



### 「食の知識」「食の楽しさ」「食の大切さ」「健やかな身体づくり」

食育活動

食の知識

慶應義塾大学医学部との共催による中高校生向けの出張講座を開催。栄養の正しい摂り方を指導。

食の大切さ・楽しさ

QOLや社会性を高める食文化の理解の促進のため、「企業訪問学習受入れ」や各世代に向けた料理教室を開催。

健やかな身体づくり

「食と水泳教室」として子どもたちの健やかな成長のために食育×水泳にフォーカスし、オリンピックをゲストに食についての講演と水泳教室を開催。

母子保健指導者向けに「母子保健セミナー」を開催。



母子保健セミナー



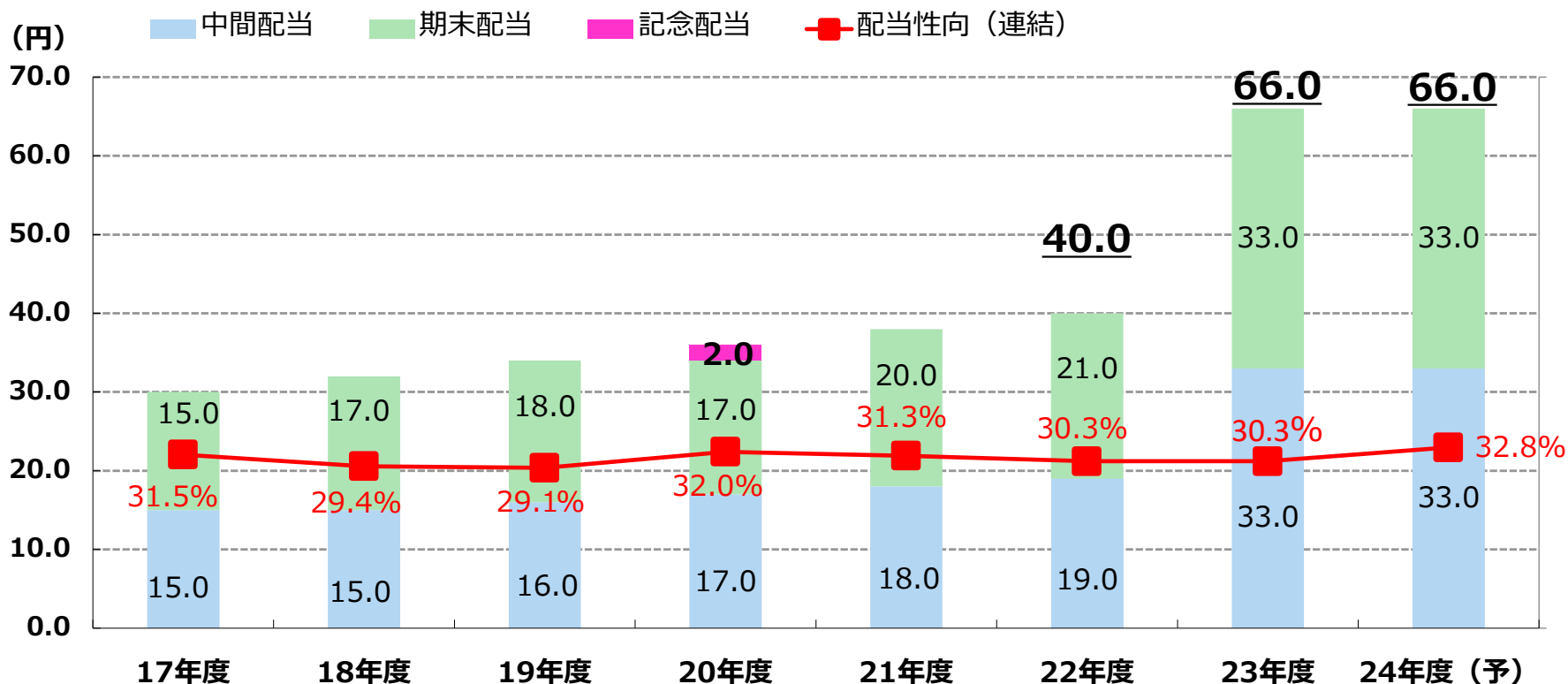
## IV 配当・ご優待制度





# 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**を目安とし、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

9月期

|      |                                                                                                      |                                                              |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 対象   | 毎年3月末時点の株主名簿に記載された<br><b>200株以上</b> 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<br>以上を1年超継続保有 <sup>(注)</sup> された国内株主様 |
| 内容   | <b>&lt;200株以上500株未満&gt;</b><br><b>1,500円相当の自社商品</b><br><b>&lt;500株以上&gt;</b><br><b>3,000円相当の自社商品</b> | <b>1,500円相当の自社商品</b>                                         |
| 送付時期 | 毎年6月頃                                                                                                | 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。

★3,000円相当



★1,500円相当



※商品内容は毎年変わります。

# 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）＞

株主の皆様へ  
第20期  
期末のご報告  
2023年6月1日現在（2024年3月1日現在）

CONTENTS  
1 社長インタビュー  
2 2023年度の事業の概要と今後の展望  
3 財務状況  
4 商品紹介コーナー  
5 決算の概要など

2023年度の事業の概要と今後の展望  
2023年度の事業の概要と今後の展望  
2023年度の事業の概要と今後の展望

社長インタビュー  
2023年度の事業の概要と今後の展望  
2023年度の事業の概要と今後の展望

商品紹介コーナー  
2023年度の事業の概要と今後の展望  
2023年度の事業の概要と今後の展望

決算の概要など  
2023年度の事業の概要と今後の展望  
2023年度の事業の概要と今後の展望

## 株主様向け料理教室

2024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。

© 2024 NIPPN CORPORATION

---

株式会社ニッポン・IR室

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