



2024年11月18日

# 2024年度 第2四半期 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****2024年度第2四半期決算概要及び  
2024年度業績予想****▶ p.4****III****長期ビジョン2030実現のための施策****▶ p.14****IV****Appendix（決算補足資料）****▶ p.41**

# I 本日本日お伝えしたいこと

## 2024年度 第2四半期決算概要 及び 2024年度業績予想

- 2024年度第2四半期累計期間の連結業績は、売上高が期初予想値並みとなったものの、各段階利益は期初予想値を上回りました。  
なお、当期においては遊休地の売却により、84億円の固定資産売却益を計上しております。
- 2024年度連結業績は、前期から連続して売上高・営業利益が過去最高になるものと予想しております。第3四半期以降においては、前期に引き続き政策保有株式の売却を進める予定です。

## 長期ビジョン2030 実現のための取り組み

- 長期ビジョン2030で定めた経済的価値を実現するためのマイルストーンと位置付ける2022-2026中期目標への取り組みについては、「製粉」「食品」「その他」の各事業セグメントにおいて、着実に達成に向けた施策を積み上げています。
- サステナビリティに関する取り組みとして、**スコープ1、2のGHG排出量削減目標を策定**しました。
- 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。



## Ⅱ 2024年度第2四半期 決算概要 及び 2024年度業績予想



# 2024年度 第2四半期連結決算ダイジェスト

(単位：百万円)

	2023年度 第2四半期 実績	2024年度 第2四半期 実績	前年比 (増減率)		期初予想比 (増減率)	
売上高	198,973	204,909	5,936	(3.0%)	△91	(△0.0%)
営業利益	11,035	10,524	△510	(△4.6%)	524	(5.2%)
営業利益率	5.5%	5.1%	△0.4pt	-	0.2pt	-
経常利益	12,544	12,092	△452	(△3.6%)	1,092	(9.9%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,489	14,039	5,549	(65.4%)	1,039	(8.0%)

## ●売上高

外食需要やインバウンド需要の拡大、昨年度に実施した価格改定、並びにマーケティング戦略の強化によるオーマイプレミアムブランドの販売数量伸長等により、**売上高は期初予想値並みの2,049億円となった。**

## ●利益

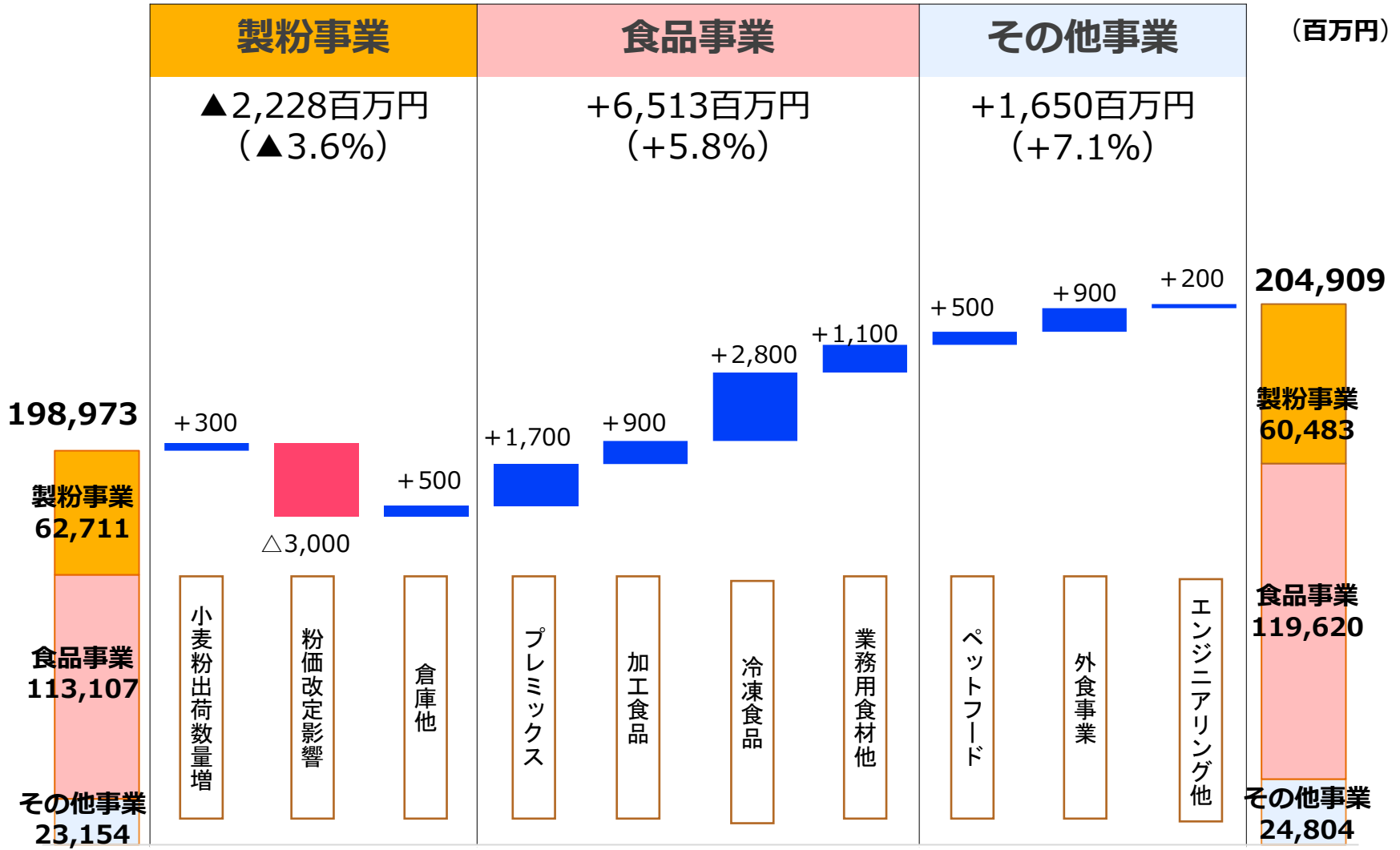
各事業において人件費及び物流費を始めとした諸コストの増加があったものの、各セグメントの上期業績は順調に進捗し、営業利益は期初予想比**5億円の増益となった。**親会社株主に帰属する**当期純利益**は、遊休地を売却したことに伴い**140億円を計上した。**

# 2024年度第2四半期 セグメント別実績

(単位：百万円)

		2023年度 第2四半期		2024年度 第2四半期			
		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	62,711	31.5%	60,483	29.5%	△2,228	(△3.6%)
	食品事業	113,107	56.8%	119,620	58.4%	6,513	(5.8%)
	その他事業	23,154	11.6%	24,804	12.1%	1,650	(7.1%)
	計	198,973	100.0%	204,909	100.0%	5,936	(3.0%)
営業利益	製粉事業	4,563	7.3%	4,374	7.2%	△189	(△4.2%)
	食品事業	5,488	4.9%	4,900	4.1%	△587	(△10.7%)
	その他事業他	984	4.2%	1,250	5.0%	267	(27.0%)
	計	11,035	5.5%	10,524	5.1%	△510	(△4.6%)

# 売上高の増減要因分析

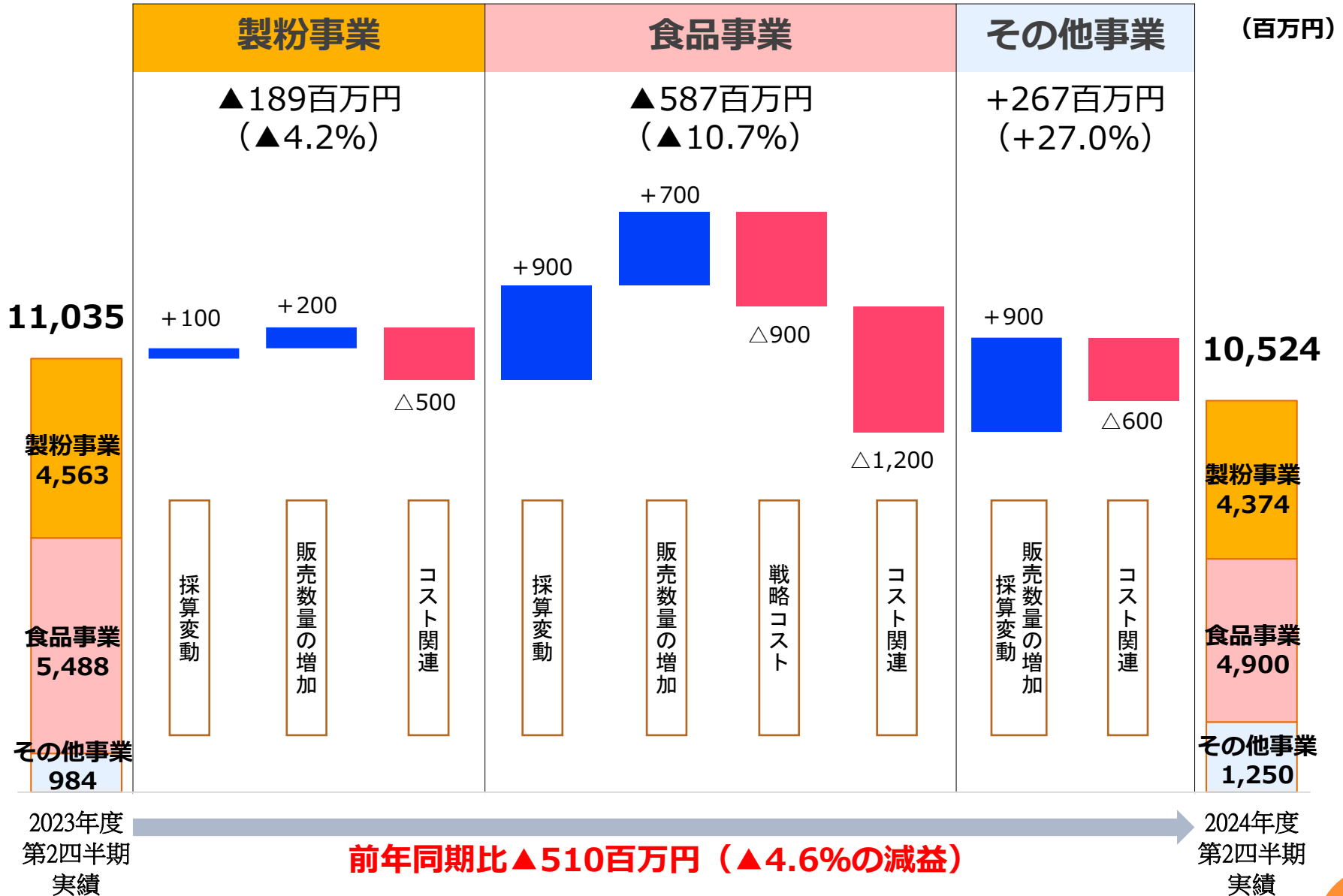


2023年度  
第2四半期  
実績

前年同期比 +5,936百万円 (+3.0%の増収)

2024年度  
第2四半期  
実績

# 営業利益の増減要因分析



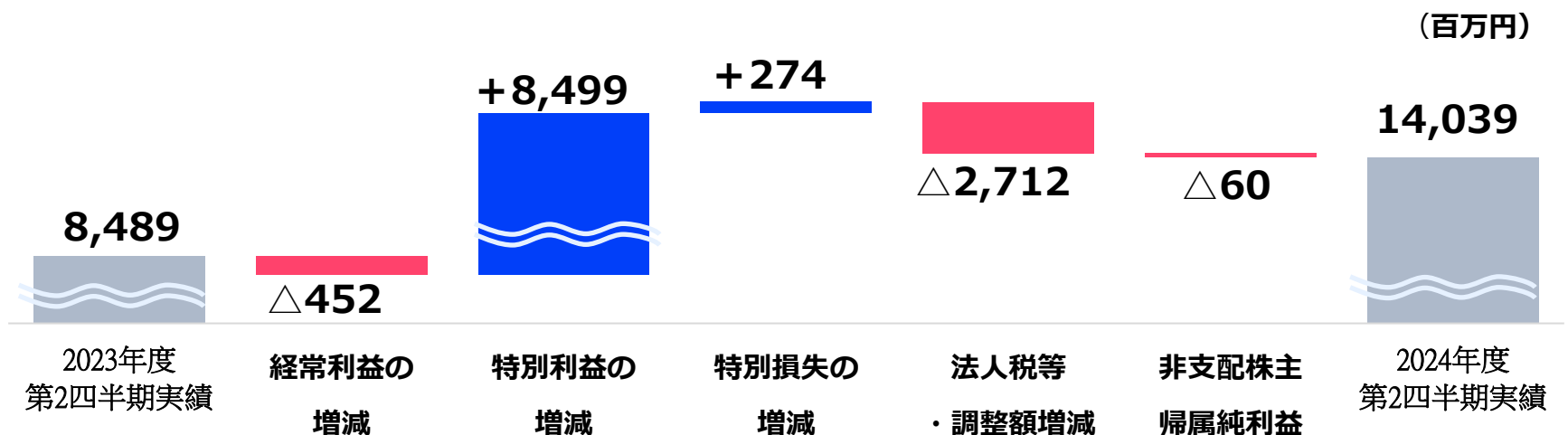


# 経常利益・当期純利益の増減要因分析

◆ 経常利益の増減要因（▲452百万円（▲3.6%）の減益）



◆ 当期純利益（※）の増減要因（+5,549百万円（+65.4%）の増益）



(※) 親会社株主に帰属する当期純利益

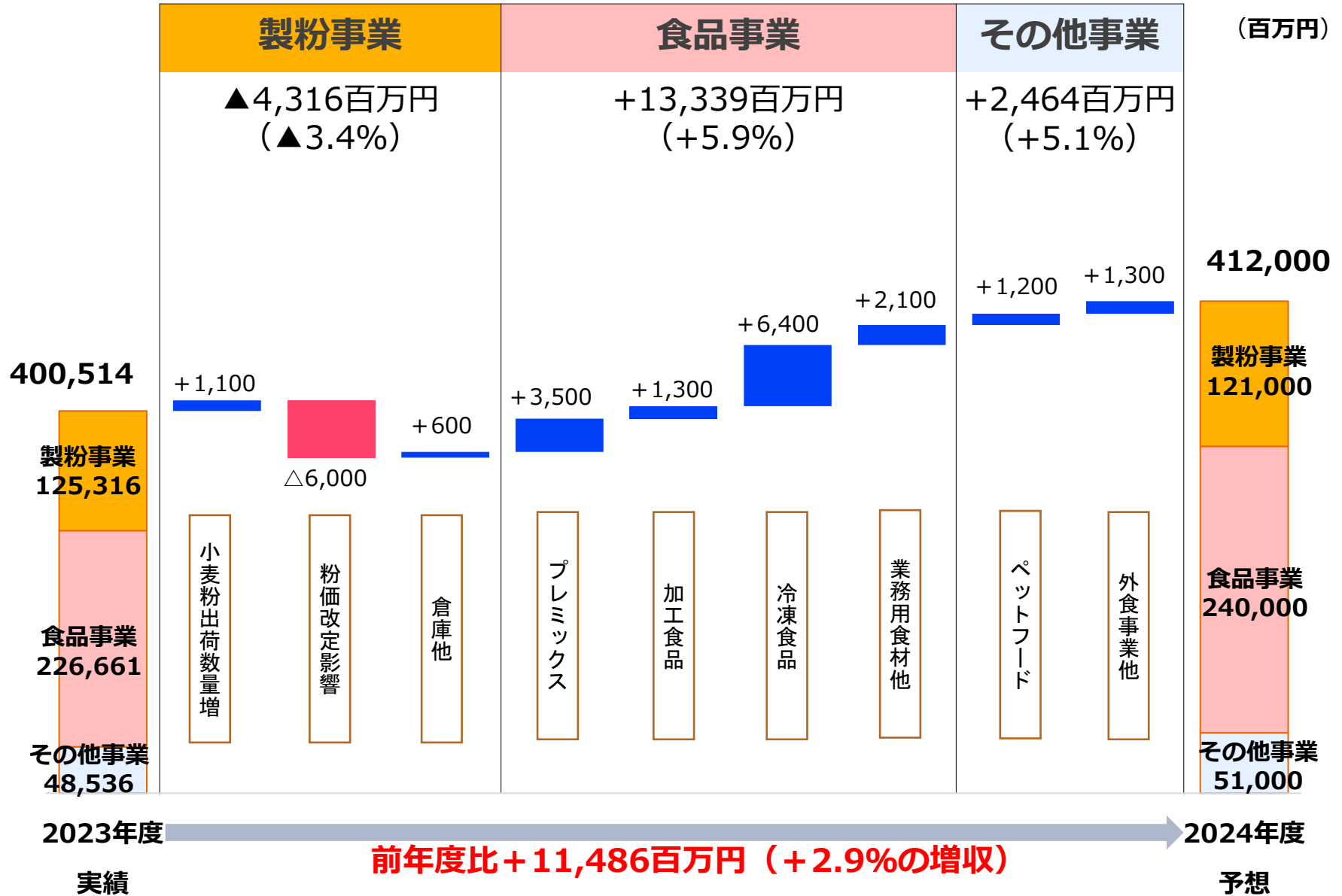
# 2025年3月期 業績予想

(単位：百万円)

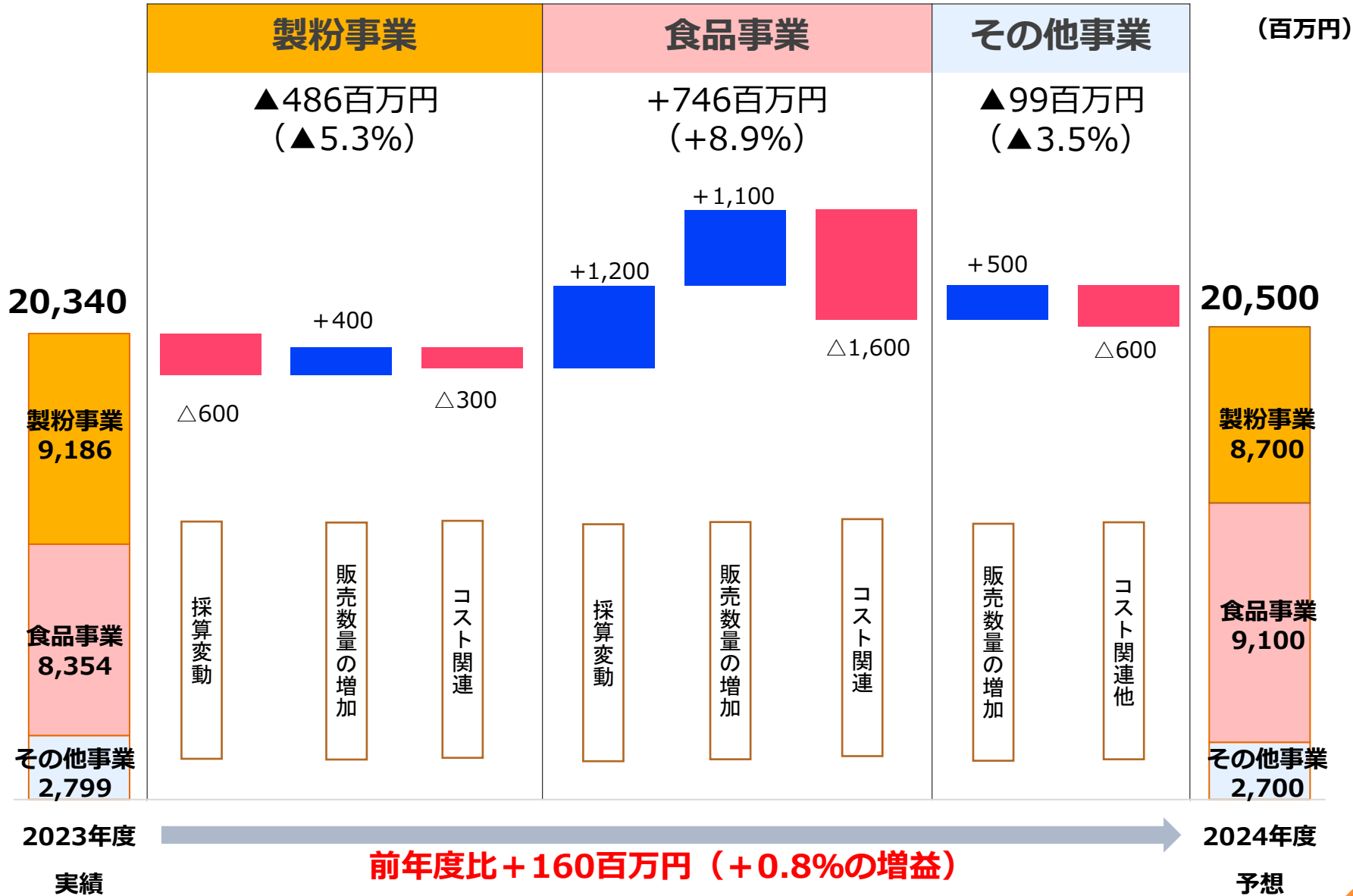
		2023年度		2024年度			
		実績	百分比・利益率	予想	百分比・利益率	前年比	(増減率)
売上高	製粉事業	125,316	31.3%	121,000	29.4%	△4,316	(△3.4%)
	食品事業	226,661	56.6%	240,000	58.3%	13,339	(5.9%)
	その他事業	48,536	12.1%	51,000	12.4%	2,464	(5.1%)
	計	400,514	100.0%	412,000	100.0%	11,486	(2.9%)
営業利益	製粉事業	9,186	7.3%	8,700	7.2%	△486	(△5.3%)
	食品事業	8,354	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

# 予想売上高の増減要因分析

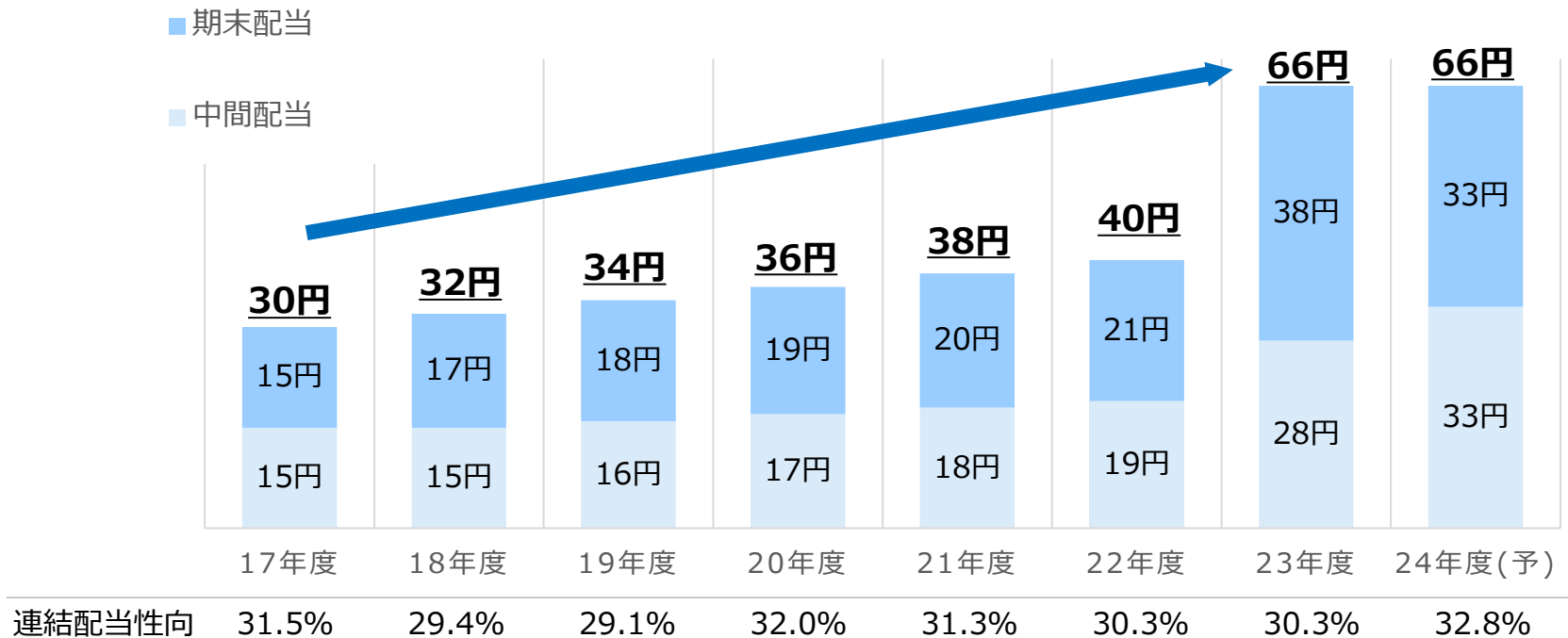


# 予想営業利益の増減要因分析





# 株主還元について



(23年度・24年度(予)の連結配当性向は特殊・特別な損益を除外して算定)

- 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 長期ビジョン2030 実現のための施策





# 1. 長期ビジョン2030

2. 中期目標達成のための  
戦略の実施・進捗状況

3. 財務戦略

4. サステナビリティの取り組み



# 長期ビジョン2030

ニッパングループは、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。

（※）ニッパングループでは、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

#### —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靭化
- 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

#### —事業領域拡大—

- 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

オーガニック成長

a. 既存事業拡大

c.ウェルビーイング実現のための社会課題解決型事業

b.事業領域拡大

インオーガニック成長

企業価値向上

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

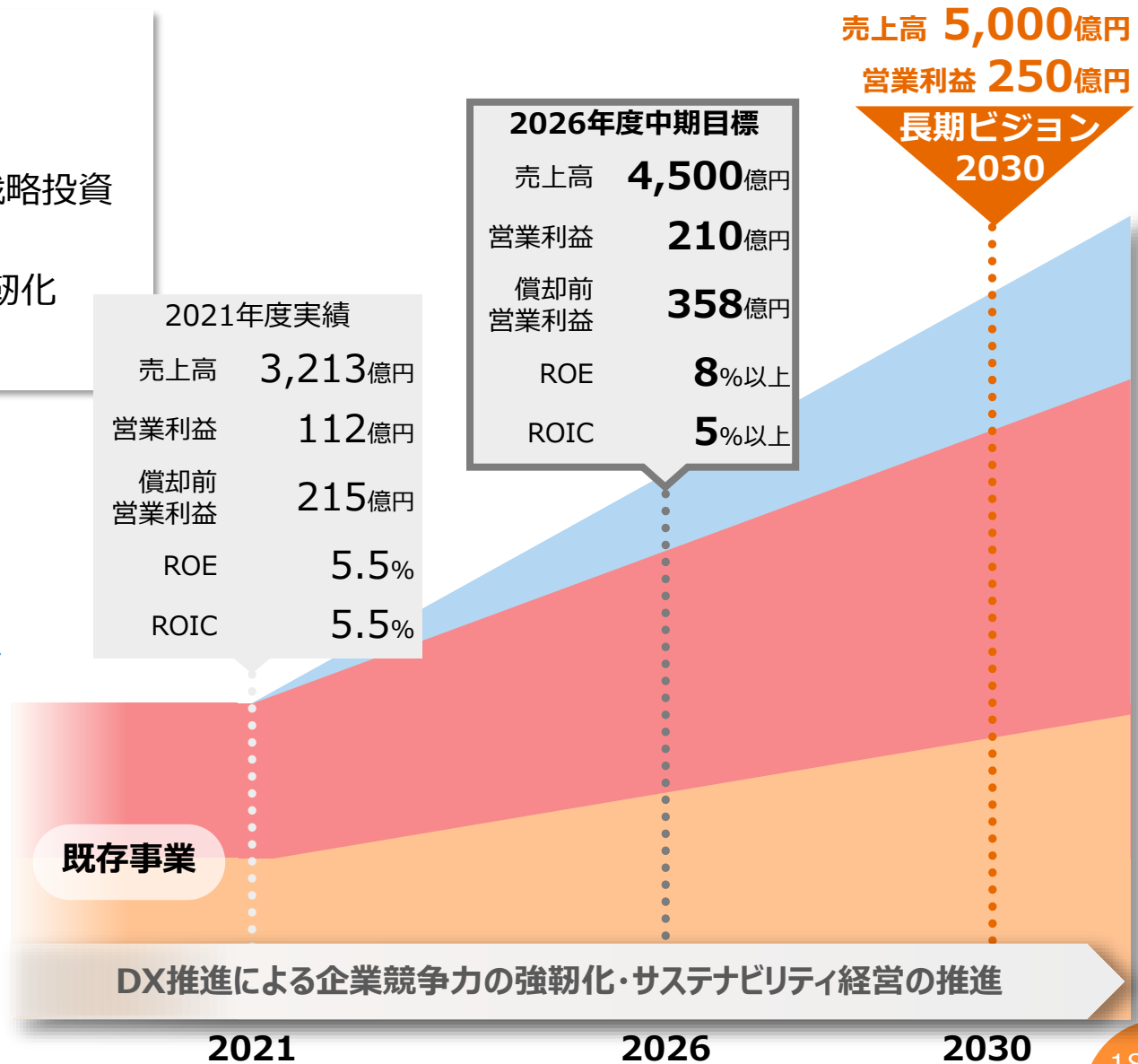
## インオーガニック成長 ▶

### 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



1. 長期ビジョン2030

2. 中期目標達成のための  
戦略の実施・進捗状況

3. 財務戦略

4. サステナビリティの取り組み



# 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



# 基盤領域 製粉事業

## 2026年度 売上高目標

2023年度比

110%

2026

### 主な戦略

### 各種施策の進捗状況

#### 市場拡大に向けた取り組み



- 顧客との対話の中からニーズに応じた価値訴求型の小麦粉を開発し、展示会への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を開始。

#### 生産効率向上・物流改善の推進



- BIツール等のIT技術を活用し、戦略的なローコストオペレーションを実施。
- 持続可能な物流体制実現に向けて、配送効率向上、各種荷役改善、共同配送の強化検討などを継続的に実施。

#### 製造拠点の新設・再配置による生産性の向上



- 2026年2月稼働予定の知多新工場建設は順調に推移。最先端工場の最大限の活用と物流コスト最適化を目指し、東名阪エリアの製造拠点再配置を実施。
- 当社の高い技術を活かし、新たなステージである北米製粉市場に参入(2025年ユタ製粉社稼働)。

## 基盤領域 食品素材事業

2026年度 売上高目標

2023年度比

115%

2026

### 主な戦略

### 各種施策の進捗状況

#### マーケティングを活用した消費者起点での拡売推進



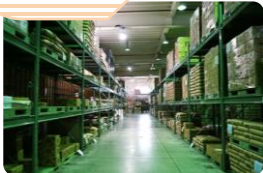
- 成長顧客に対する消費者起点に基づく提案や商品メニュー提案等を通じ、相互利益最大化に向けた営業・開発活動を展開中。
- 輸出拡大へ向け、ターゲット市場の絞り込み、商品開発などにより拡売を推進。

#### 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



- 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。
- 米粉の拡売に向け、グルテンフリー認証のGFCO（アメリカの認証機関）取得の取り組みを実施中。

#### 生産・物流の見直しに伴うコストダウンの推進



- 効率的な在庫保管先の運用など、保管コスト削減への取り組みを実施中。
- 配送コスト低減に向け、物流効率の良い拠点への製造移管に取り組み中。

## 基盤領域 加工食品事業

2026年度 売上高目標

2023年度比

110%

2026

### 主な戦略

### 各種施策の進捗状況

#### 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



- 拡売に向け、マーケティング推進部、カスタマー営業統括部との連携体制構築。
- 消費者起点のマーケティングノウハウを営業担当者に習得させることにより、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。

#### 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



- (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するとともに、市場の活性化に寄与。
- オーマイプレミアムのTVCM等の広告を今後も継続的に実施していく方針。

#### 取り扱い商品の整理による利益率の改善



- 製造銘柄の削減を実施、製造時の銘柄切り替え回数減により生産効率向上。
- 不採算商品は、価格是正の推進、商品設計を見直しにより採算改善を図る。

# 成長領域 冷凍食品事業

## 2026年度 売上高目標

2023年度比

# 130%

2026

### 主な戦略

### 各種施策の進捗状況

#### 成長分野における拡売の促進



- (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。
- 自社ECサイトでの取扱品目を増加中。輸出事業でも拡売に向けたプロジェクトチームを発足。

#### 市場ニーズに合致した商品開発と提案



- 業務用では、店舗オペレーションを簡便化する商品の開発・拡売に注力。
- プラントベース商品は、外食企業を中心にニーズ提案を強化中。
- 家庭用商品において、紙トレー使用商品を拡充し、一層の脱プラを推進。

#### 需要拡大を見据えた供給体制の増強及び生産性の向上



- 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。



## 成長領域 中食事業

2026年度 売上高目標

2023年度比

115%

2026

### 主な戦略

### 各種施策の進捗状況

#### デイリーメーカー事業の『稼ぐ力』の再構築



- 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。

#### 収益構造改善のための生産体制構築



- 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。
- 生産性向上のため、人財の育成、賃金の見直し、福利厚生制度の充実により、雇用の定着化を引き続き図っていく。

#### 既存マーケットの深耕及び新たな中食市場の開拓



- 既存分野における新たな価値創造や新規顧客獲得に向け、付加価値のある商品の提供をするべく、研究開発に継続して取り組む。
- 商品開発・製造ノウハウを活かし、品質向上、消費期限延長への取り組みを継続。

# 成長領域 ヘルスケア事業

## 2026年度 売上高目標

2023年度比

180%

2026

### 主な戦略

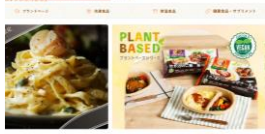
### 各種施策の進捗状況

#### 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%※）



- 『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。
- 『アマニ類』：女性特有の心身の悩みをケアする「アマニリグナン」のフェムテック市場への展開、食品等への使用拡大を推進。
- 『マスリン酸』：筋肉や握力の向上、関節痛や筋肉痛の軽減に効果があり、高齢者のフレイル・ロコモ市場に加え、プロテイン市場への拡売に取り組み中。
- ベトナムなどの東南アジアや台湾への原料輸出や輸出用サプリへの国内原料販売に注力。

#### 独自素材を生かした健康通販事業の拡充（26年度目標175%※）



- 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。

## 成長領域 海外事業

### 2026年度 売上高目標

2023年度比

200%

2026

### 主な戦略

### 各種施策の進捗状況

#### 拠点内外における市場開拓を通じた積極的な拡売



- 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。
- タイ拠点では、更なる拡売に向け、輸出の強化、新規取引先の開拓を推進中。

#### 海外事業拡大に向けた設備投資



- ユタ新工場建設は2025年の稼働に向け順調に進捗。
- 2024年9月にパスタモンタナの製造能力を増強、拡売に取り組み中。

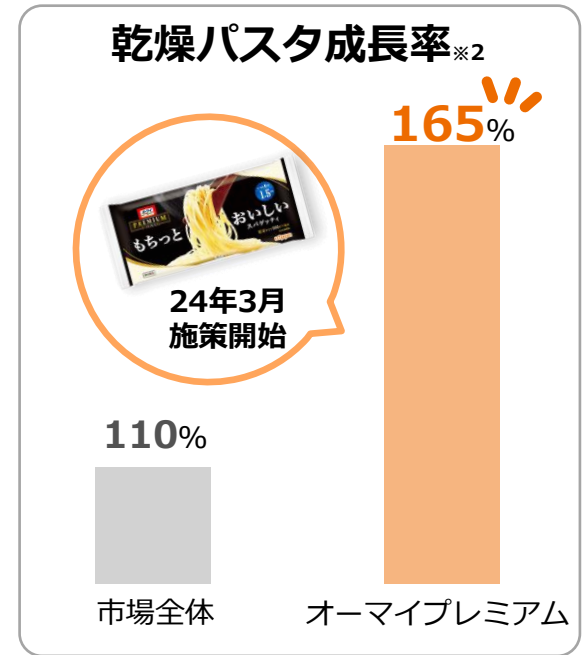
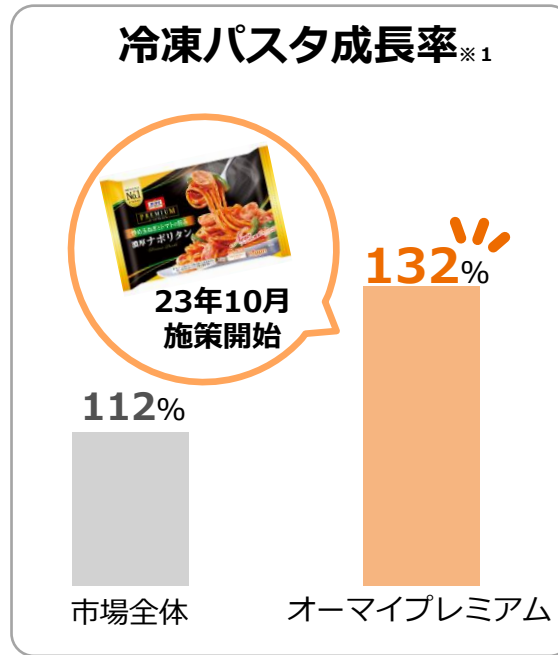
#### 日本からの輸出強化



- 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① 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。



\*1 インタージェ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② 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NIPPN 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。

### ▶ NIPPN 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 ロンタン工業団地 (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 (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 (輸出入業務も含む)

### ▶ NIPV社 所在地



# D X 推進による企業競争力の強靱化

## 経営の高度化

データドリブン経営を推進し、経営指標の見える化を実現する。これにより、迅速かつ的確な意思決定を可能とし、企業全体のパフォーマンス向上を図る。

## 業務プロセスの変革

最新の I T ツールを活用して既存の業務プロセスを抜本的に見直し、データに基づき判断することで精度とスピードを向上させる。そして各種業務の生産性向上やお客様接点の拡大を目指す。

## D X 人材育成

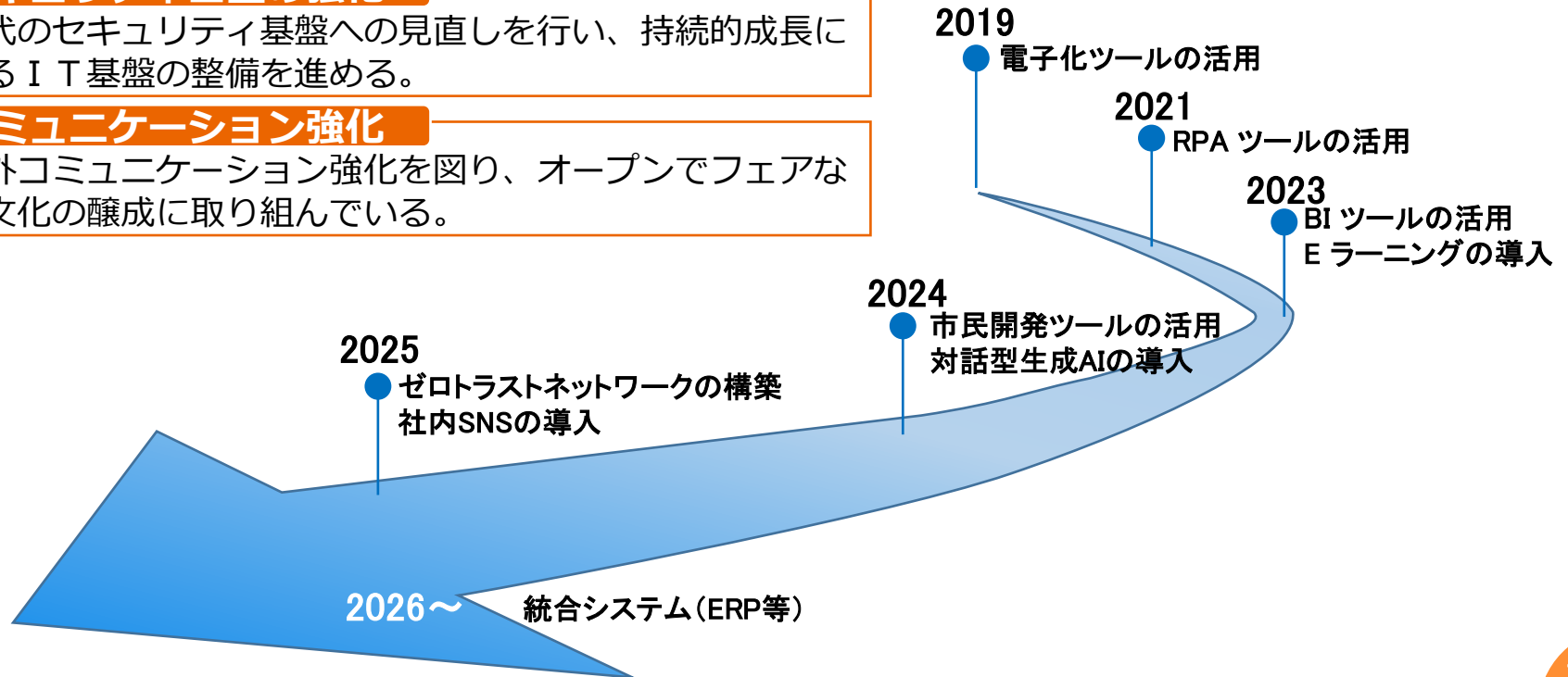
n i p p n デジタルスキル標準を策定し、e ラーニングや市民開発ツールの活用を通じて、D X 人材の育成を推進している。全社員の自律的な I T ツール活用スキル及びマインドセットの獲得を目指す。

## セキュリティ基盤の強化

次世代のセキュリティ基盤への見直しを行い、持続的成長に繋がる I T 基盤の整備を進める。

## コミュニケーション強化

社内外コミュニケーション強化を図り、オープンでフェアな企業文化の醸成に取り組んでいる。



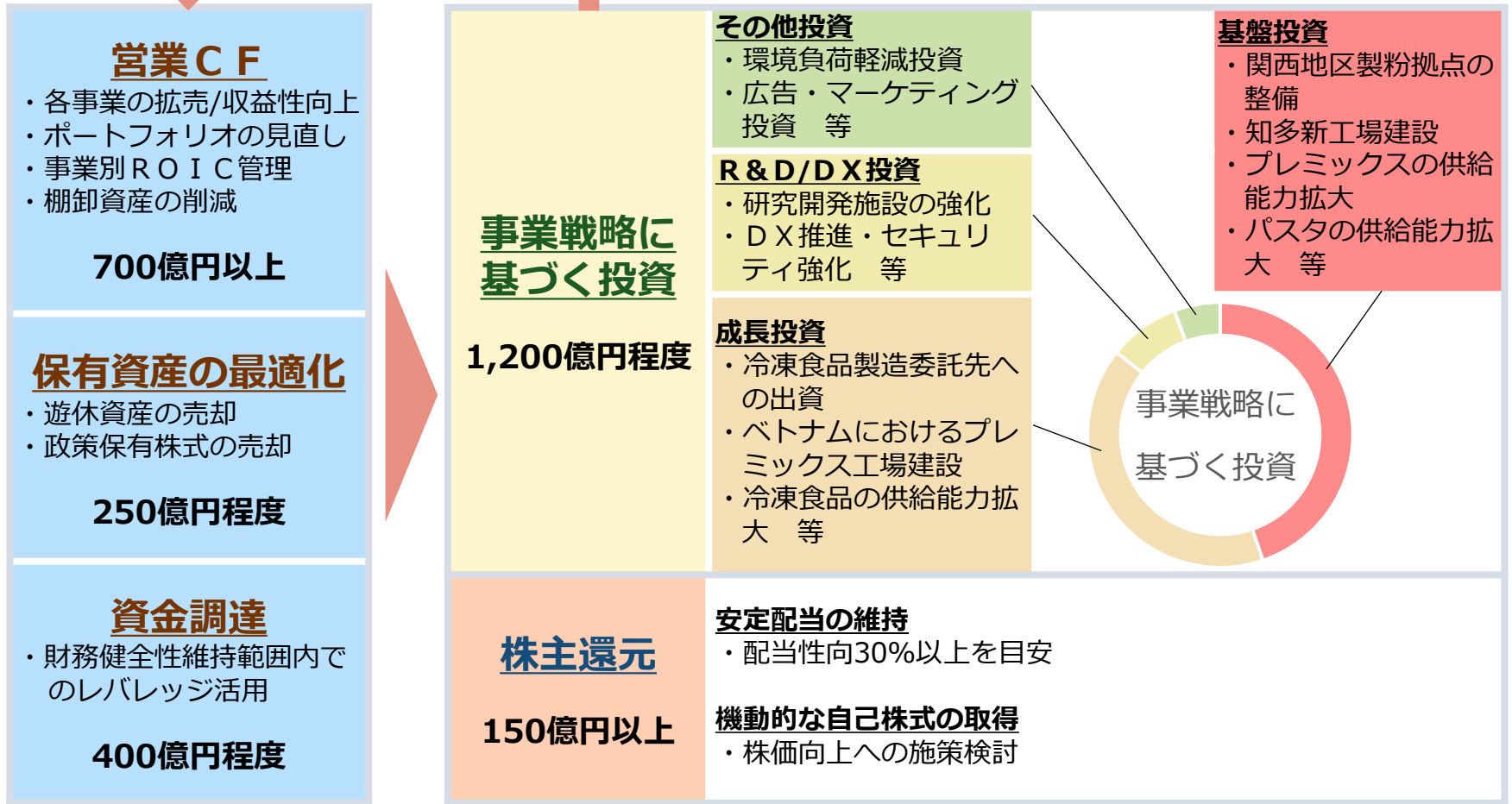


1. 長期ビジョン2030
2. 中期目標達成のための戦略の実施・進捗状況
3. **財務戦略**
4. サステナビリティの取り組み



# 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

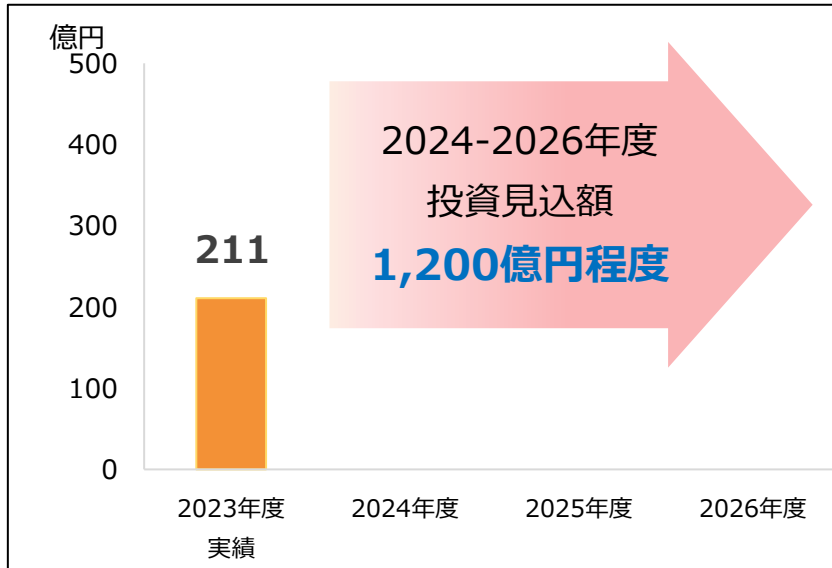


CFの創出

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】

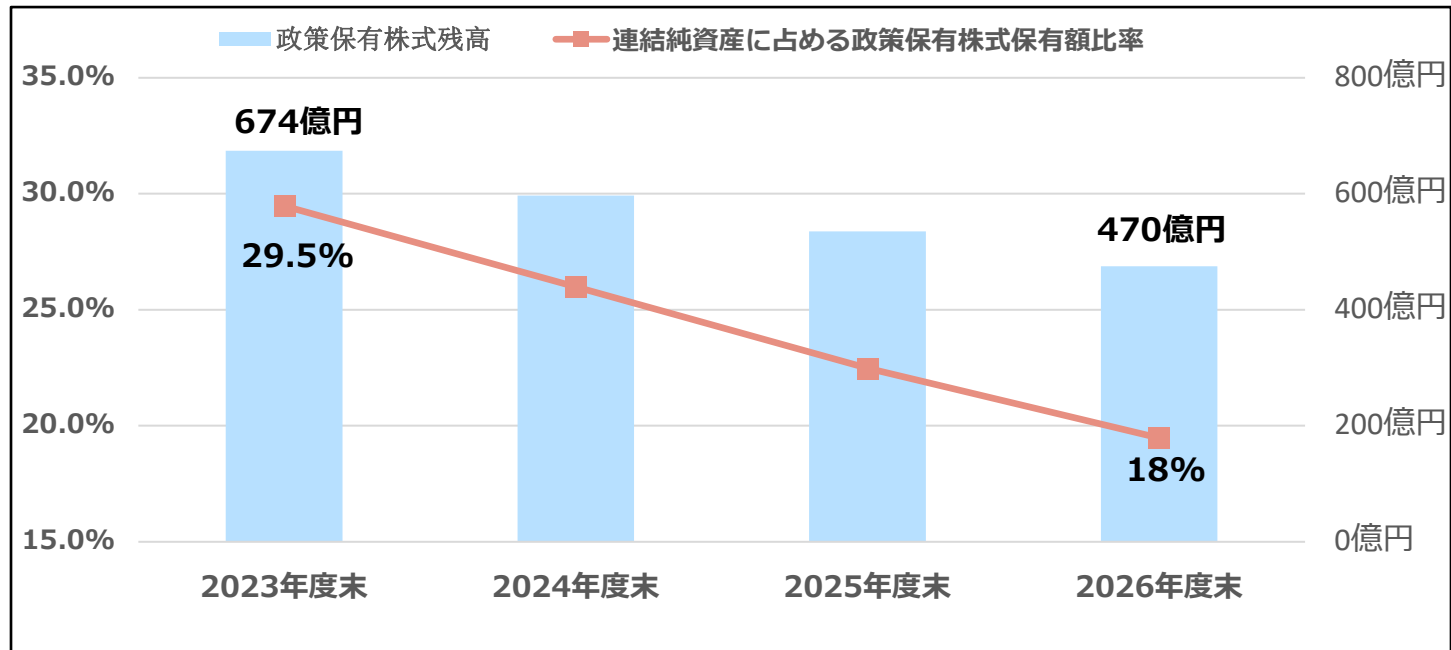
投資内容	投資総額 出資金額	事業 部門	投資時期
神戸甲南工場設備増強	約30億円	製粉	2022年～ 2024年
Pasta Montanaライン増強	約10億円	海外	2024年
オーケー食品工業ライン増設	約10億円	食品	2023年～ 2024年
ベトナム現地法人設立	約20億円	海外	2024年
(株)畑中食品（冷凍食品製造委託先）の第三者割当増資引き受け（製造設備の増強を予定）	60億円	冷凍食品	2025年
知多新工場建設	約220億円	製粉	2023年～ 2026年
研究開発拠点の整備	約110億円	—	2024年～ 2026年
パスタの供給能力拡大	未定	食品	未定
プレミ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 O E 向 上</b> (8%以上)	<b>売上高 当期純利益率 の向上</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中期目標達成 ⇒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 ⇒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 ⇒(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 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 ⇒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 E R 向 上</b> (13倍以上)	<b>成長性の向上 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 ⇒環境保護への取り組み推進（GHG排出量の削減目標策定） 人的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 ⇒次頁「株主・投資家とのエンゲージメント実施状況」参照</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 ⇒取締役会への定期的な報告を実施</li> </ul>



# 株主・投資家とのエンゲージメント実施状況

## ●エンゲージメント実施状況

	対象者	実施回数		主な対応者
		2022年度	2023年度	
機関投資家向け 決算説明会	法人株主 機関投資家 アナリスト	2回	2回	代表取締役 事業部門担当取締役 経理・財務担当取締役
個人投資家向け 会社説明会	個人株主 個人投資家	1回	2回	代表取締役 経理・財務担当取締役
個別ミーティング	法人株主 機関投資家 アナリスト	29回	70回	経理・財務担当取締役 経理・財務部長 サステナビリティ推進部長

## ●投資家エンゲージメントを踏まえた取り組み強化のポイント

エンゲージメント・テーマ	取り組み強化内容
成長ストーリーの明示	2024年5月に、長期ビジョン2030の制定、中期目標の上方修正を公表
資本効率性の向上	政策保有株式縮減（2023年度は154億円減少）、遊休不動産を売却
株主還元の充実の検討	配当性向30%以上と業績向上による1株あたり配当額の増加への取り組みを確認
サステナビリティ課題への取り組み	マテリアリティの再特定の実施、GHG排出削減目標の制定
ガバナンス体制の強化	2024年6月より、取締役の人員減、独立社外取締役比率の向上
取締役会への報告	投資家エンゲージメントの実施内容を定期的に取り締り会に報告



1. 長期ビジョン2030
2. 中期目標達成のための戦略の実施・進捗状況
3. 財務戦略
4. **サステナビリティの取り組み**



# 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生き生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



# サステナビリティトピックス

## 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

# VI Appendix (決算補足資料)





# 損益計算書

(単位：百万円)

	2023年度 第2四半期		2024年度 第2四半期 期初予想		2024年度 第2四半期					
	実績	売上比	予想	売上比	実績	売上比	前年比	増減率	予想比	増減率
売上高	198,973	100.0%	205,000	100.0%	204,909	100.0%	5,936	3.0%	△91	△0.0%
売上原価	152,588	76.7%			155,644	76.0%	3,055	2.0%		
売上総利益	46,384	23.3%			49,264	24.0%	2,880	6.2%		
販売費・一般管理費	35,348	17.8%			38,740	18.9%	3,391	9.6%		
営業利益	11,035	5.5%	10,000	4.9%	10,524	5.1%	△510	△4.6%	524	5.2%
営業外収入	1,691	0.8%			1,828	0.9%	137	8.1%		
営業外費用	182	0.1%			260	0.1%	78	42.9%		
経常利益	12,544	6.3%	11,000	5.4%	12,092	5.9%	△452	△3.6%	1,092	9.9%
特別利益	55	0.0%			8,554	4.2%	8,499	15,452.7%		
特別損失	405	0.2%			131	0.0%	△274	△67.7%		
税金等調整前当期純利益	12,193	6.1%			20,515	10.0%	8,322	68.3%		
法人税等及び調整額	3,547	1.8%			6,259	3.1%	2,712	76.5%		
非支配株主に帰属する 当期純利益	156	0.1%			217	0.1%	60	39.1%		
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,489	4.3%	13,000	6.3%	14,039	6.9%	5,549	65.4%	1,039	8.0%

# 貸借対照表

(単位：百万円)

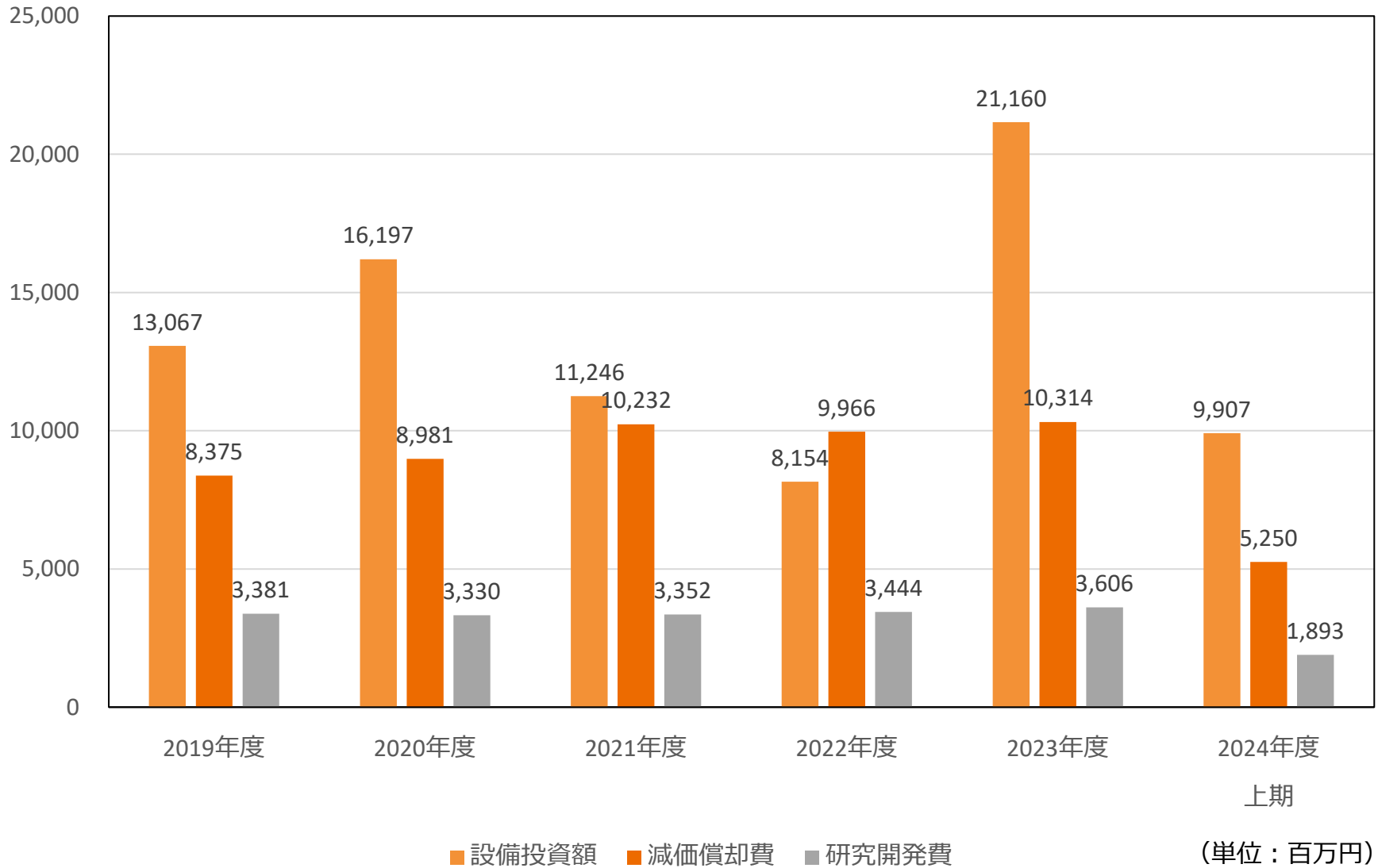
	2023年度末		2024年度第2四半期末			
	(2024.3.31)	構成比	(2024.9.30)	構成比	前年比	増減
流動資産	157,759	40.8%	161,987	40.4%	4,228	△0.4P
有形資産	124,407	32.2%	129,450	32.3%	5,043	0.1P
無形資産	2,423	0.6%	2,207	0.6%	△216	△0.0P
投資等	102,088	26.4%	107,239	26.8%	5,150	0.4P
固定資産	228,919	59.2%	238,897	59.6%	9,977	0.4p
その他の繰延資産	13	0.0%	7	0.0%	△6	△0.0p
資産合計	386,692	100.0%	400,892	100.0%	14,200	-
流動負債	84,403	21.8%	82,058	20.5%	△2,345	△1.3p
固定負債	74,002	19.1%	75,072	18.7%	1,069	△0.4p
負債合計	158,406	41.0%	157,130	39.2%	△1,276	△1.8p
自己資本	224,115	58.0%	239,513	59.7%	15,398	1.7p
新株予約権	221	0.1%	115	0.0%	△105	△0.1p
非支配株主持分	3,948	1.0%	4,132	1.0%	184	0.0p
純資産合計	228,285	59.0%	243,762	60.8%	15,476	1.8p
負債・純資産合計	386,692	100.0%	400,892	100.0%	14,200	-

# キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2023年度 第2四半期	2024年度 第2四半期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,293	6,585	△708
投資活動によるキャッシュ・フロー	△9,077	△3,307	5,769
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,330	△5,046	△1,715
現金及び現金同等物に係る換算差額	305	356	51
現金及び現金同等物の増減額	△4,809	△1,411	3,397
現金及び現金同等物の期首残高	33,157	40,728	7,570
現金及び現金同等物の期末残高	28,348	39,316	10,968

# 設備投資額・減価償却費・研究開発費推移



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