

2025年11月17日



2025年度 第2四半期決算説明会

証券コード 2001

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

I

ダイジェスト p3

II

2025年度第2四半期決算概要 及び 2025年度業績予想 p4

III

中期目標達成のための戦略の実施 p14

IV

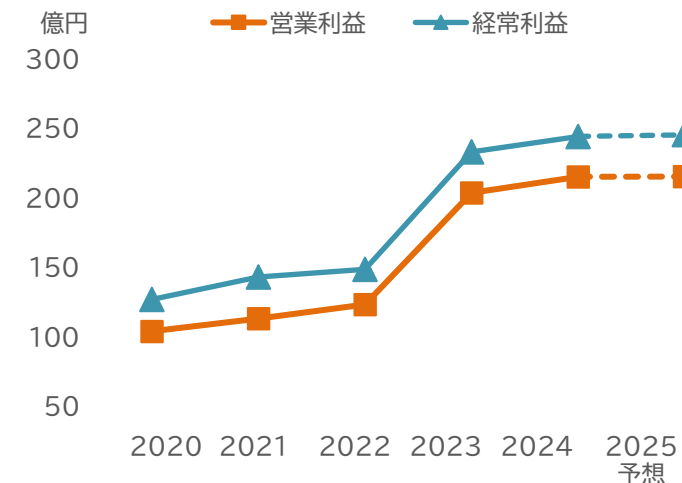
財務戦略 p26

V

Appendix p33

2025年度 第2四半期決算概要 及び 2025年度業績予想

- ▶ 2025年度第2四半期連結売上高・営業利益は、販売数量伸長等により、**増収・増益**
- ▶ 2025年度連結売上高・営業利益は、引き続き拡売等の施策に取り組むことにより**5期連続の増収・増益**を見込む



資本効率の改善

- ▶ 2025年10月14日開催の取締役会で自己株式の取得を決議
- ▶ 機動的な資本政策の遂行による資本効率の向上と株主還元の強化を推進
- ▶ 引き続き政策保有株式の売却を進める予定

Ⅱ

2025年度第2四半期決算概要
及び 2025年度業績予想

2025年度 第2四半期実績



売上高

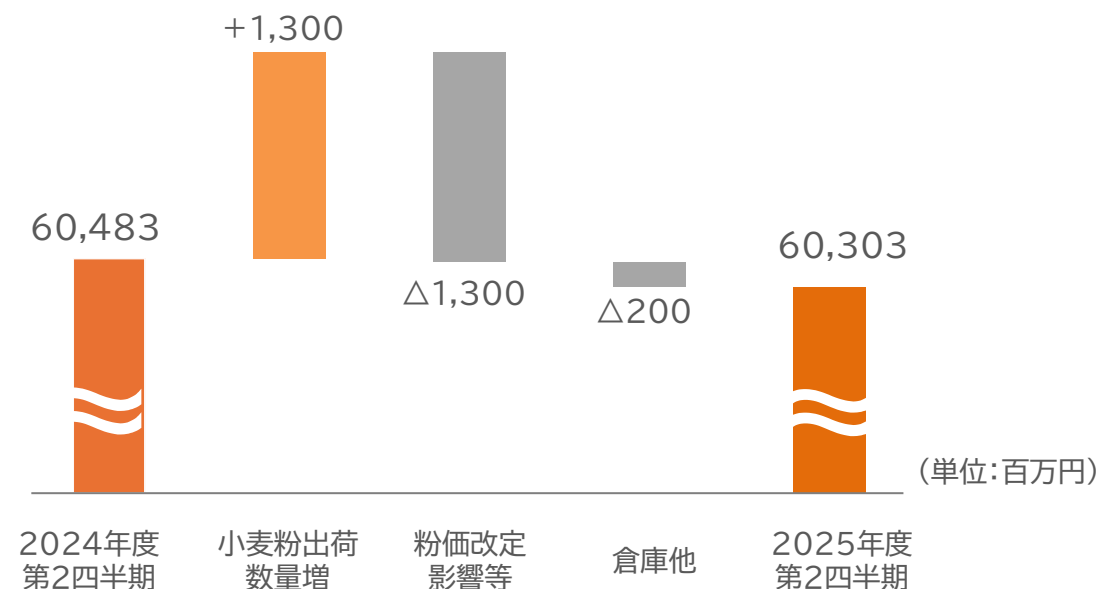
インバウンド需要の拡大やマーケティング戦略を駆使した販売促進、並びに諸コストの上昇に伴い実施した価格改定により、**前期比+29億円の増収**

営業利益

各事業において原材料費や人件費、物流費を始めとした諸コストの増加があったものの、販売が堅調に推移したことにより、**前期比+3億円の増益**

(単位:百万円)		2024年度 第2四半期		2025年度 第2四半期					
		実績	構成比・利益率	実績	構成比・利益率	前年比	前年比増減率	業績予想比	業績予想比増減率
売上高	製粉事業	60,483	29.5%	60,303	29.0%	△179	△0.3%		
	食品事業	119,620	58.4%	122,203	58.8%	2,582	2.2%		
	その他事業	24,804	12.1%	25,396	12.2%	591	2.4%		
	計	204,909	100.0%	207,903	100.0%	2,994	1.5%	△3,596	△1.7%
営業利益	製粉事業	4,374	7.2%	4,677	7.8%	303	6.9%		
	食品事業	4,900	4.1%	4,875	4.0%	△24	△0.5%		
	その他事業他	1,250	5.0%	1,301	5.1%	52	4.2%		
	計	10,524	5.1%	10,855	5.2%	330	3.1%	255	2.4%
償却前営業利益		15,774	7.7%	16,112	7.7%	338	2.1%		
経常利益		12,092	5.9%	12,130	5.8%	37	0.3%	30	0.2%
親会社株主に帰属する当期純利益		14,039	6.9%	9,269	4.5%	△4,769	△34.0%	770	9.1%

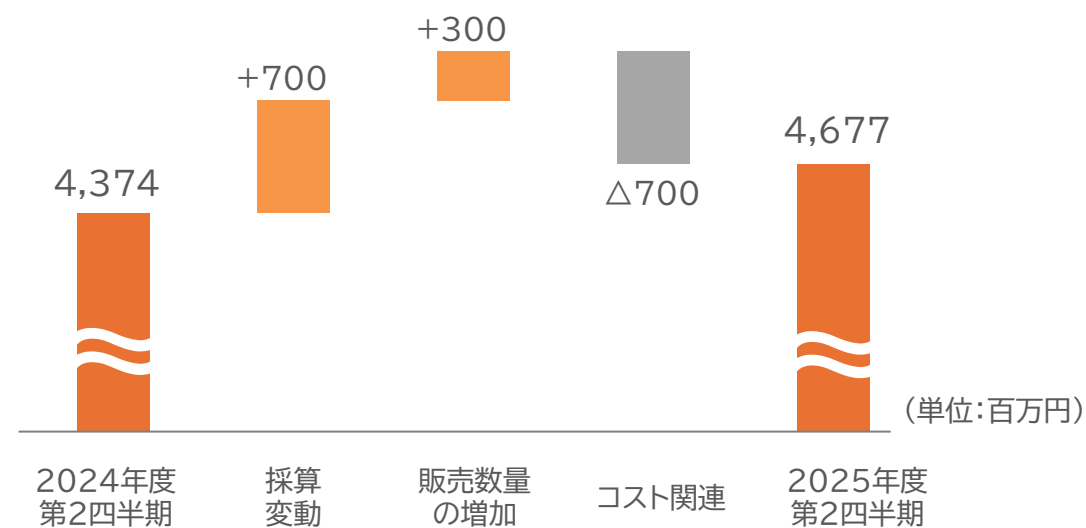
売上高増減要因分析



前年同期比: $\Delta 179$ 百万円(0.3%の減収)

小麦粉の販売数量増によるプラス要因はあったものの、粉価改定影響が大きく前年同期比で減収

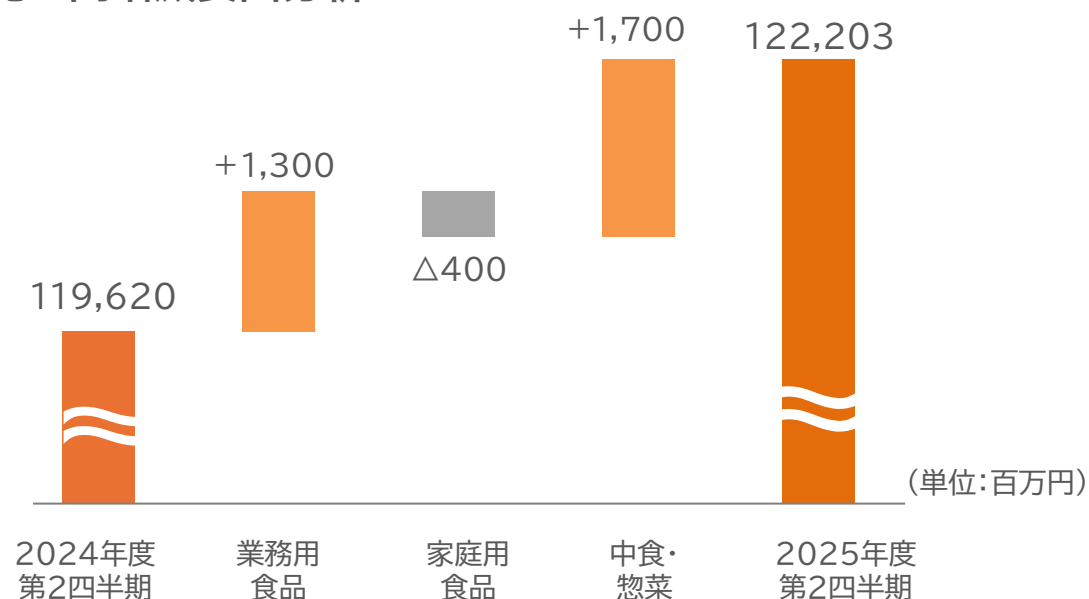
営業利益増減要因分析



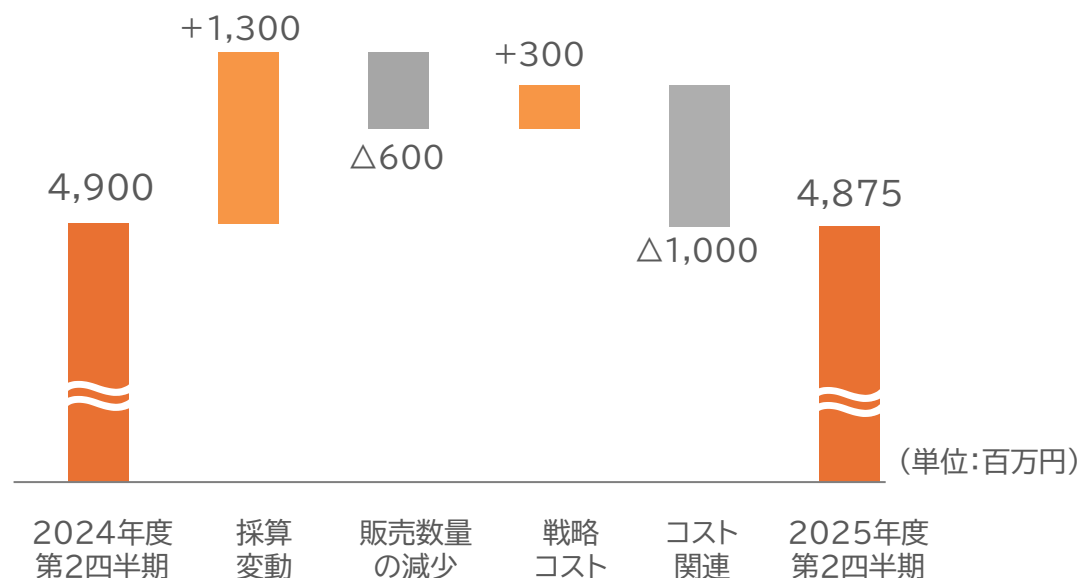
前年同期比: +303百万円(6.9%の増益)

物流費や修繕費等のコスト増があったが、生産性の向上、販売数量の伸長に伴い前年同期比で増益

売上高増減要因分析



営業利益増減要因分析



TOPIC

前年同期比: +2,582百万円(2.2%の増収)

業務用食品は、インバウンド消費の拡大や海外事業が堅調に推移し増収
 家庭用食品は、マーケティング戦略推進による販売力強化はあったものの、節約志向の高まりにより減収
 中食・惣菜は、販売が堅調に推移したこと、原材料等のコスト上昇に伴う価格改定により増収



TOPIC

前年同期比: △24百万円(0.5%の減益)

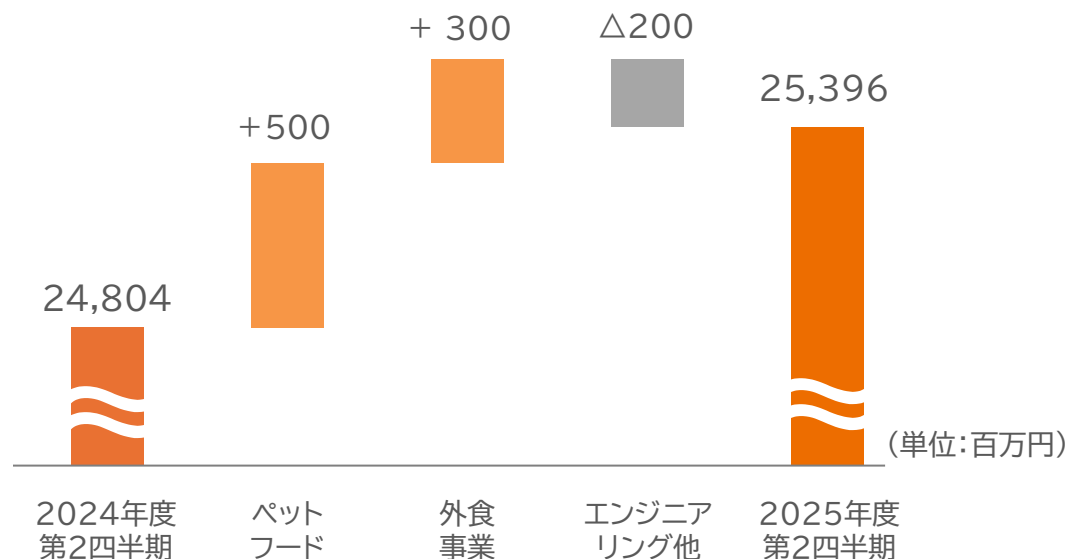
諸コストの上昇に伴い価格改定に努めたものの、物流費や人件費等の増加と販売数量の減少により、前年同期比で減益

売上高・営業利益の増減要因分析

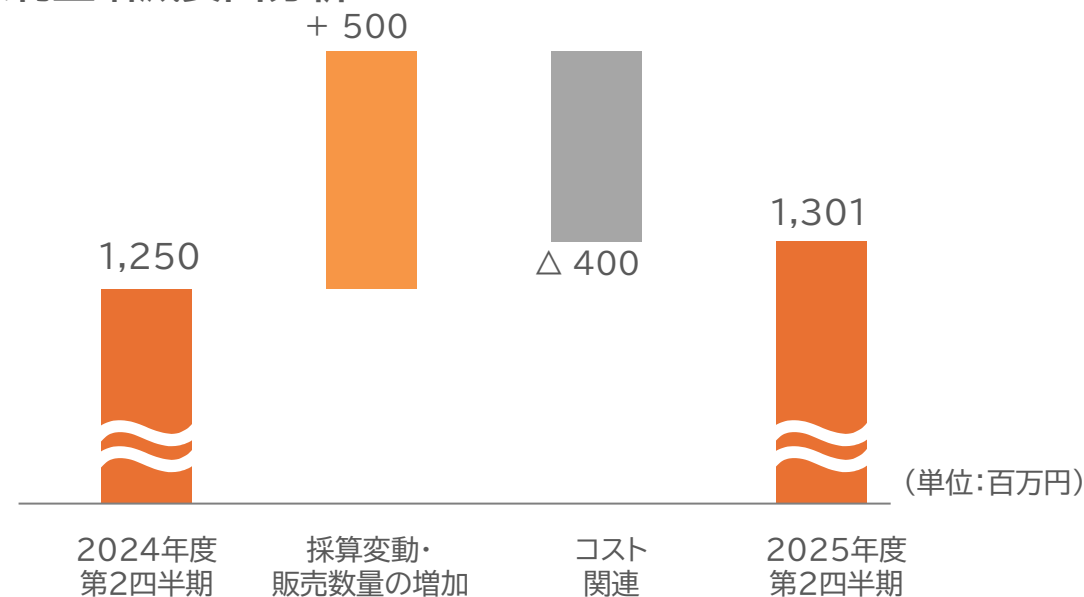
その他事業



売上高増減要因分析



営業利益増減要因分析



前年同期比: +591百万円(2.4%の増収)

ペットフードは販売数量の伸長により増収
外食事業は販売が好調に推移したこと、及び価格改定を実施したことにより増収

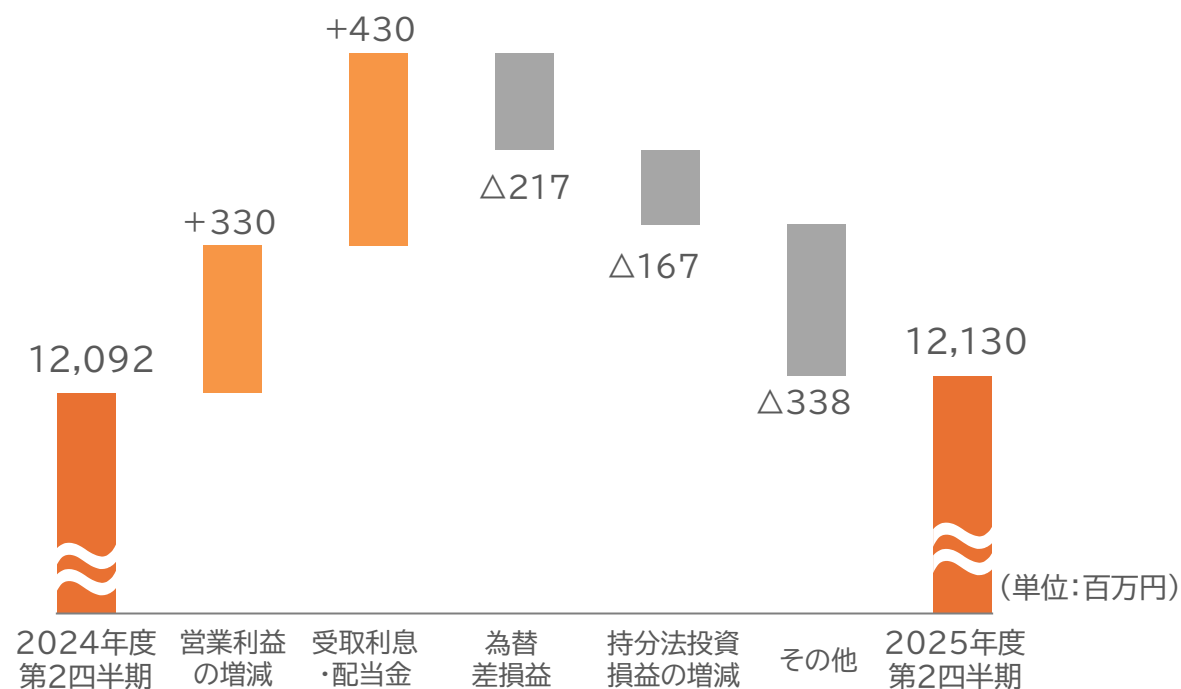


前年同期比: +52百万円(4.2%の増益)

人件費等が上昇したものの、販売数量が増加したことや諸コストの上昇に伴い価格改定を実施したことにより、前年同期比では増益

経常利益・当期純利益の増減要因分析

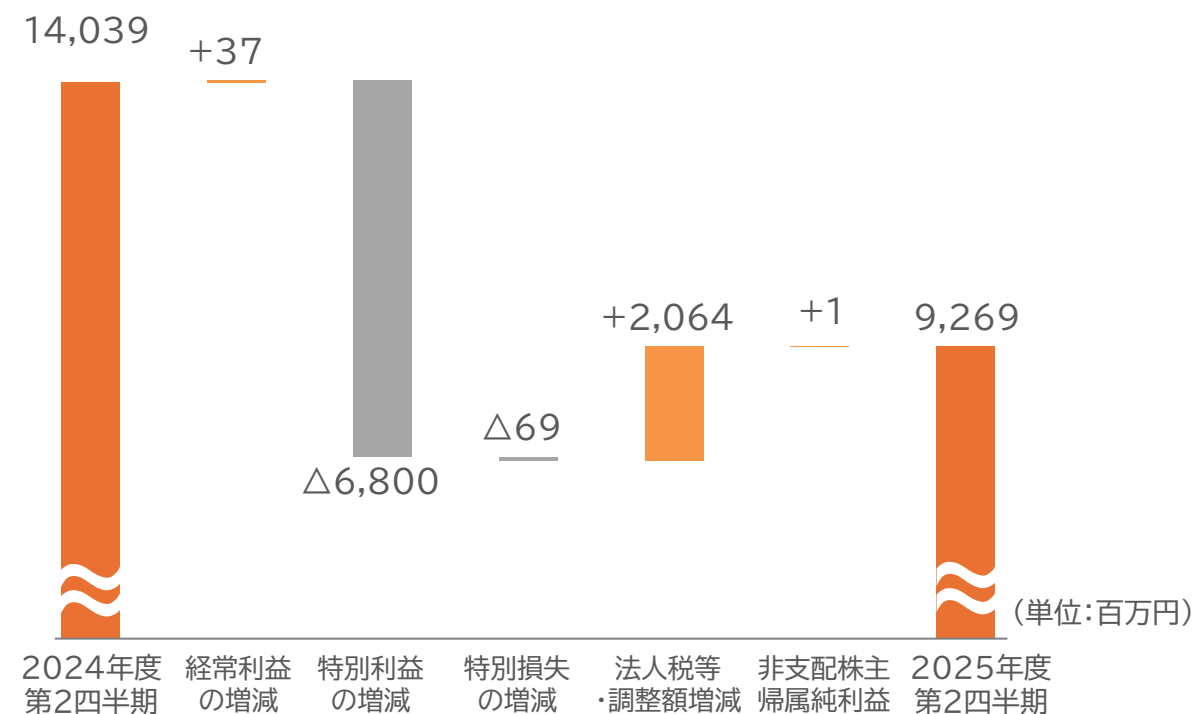
経常利益の増減要因分析



前年同期比: +37百万円(0.3%の増益)

営業利益の増加や受取配当金の増加等を要因として増益

当期純利益(※)の増減要因分析 (※)親会社株主に帰属する当期純利益



前年同期比: Δ4,769百万円(34.0%の減益)

固定資産売却益が減少したことにより減益

2025年度 業績予想



売上高

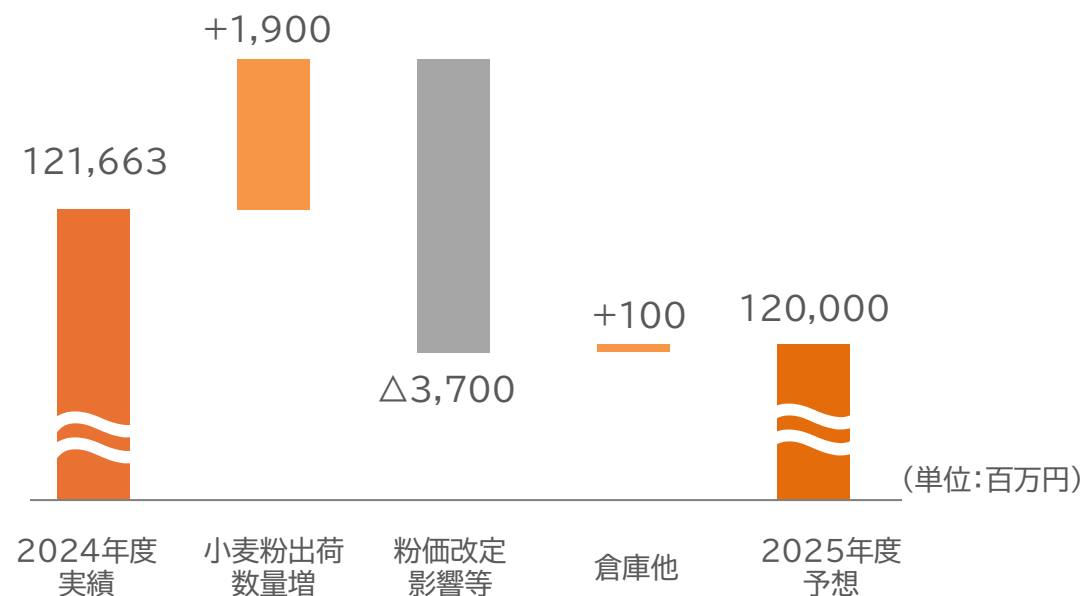
売上高は、消費者の需要が引き続き堅調に推移すると見込まれることから、**過去最高となる4,240億円**を予想

営業利益

人件費や物流費、原材料費を始めとした諸コストの増加、新工場稼働等に伴う償却負担増等が見込まれるものの、
拡売に伴う販売数量伸長等により、**過去最高となる215億円**を予想

(単位:百万円)		2024年度		2025年度			
		実績	構成比・利益率	予想	構成比・利益率	前年比	前年比増減率
売上高	製粉事業	121,663	29.6%	120,000	28.3%	△1,663	△1.4%
	食品事業	238,353	58.0%	249,500	58.8%	11,147	4.7%
	その他事業	50,861	12.4%	54,500	12.9%	3,639	7.2%
	計	410,878	100.0%	424,000	100.0%	13,122	3.2%
営業利益	製粉事業	9,203	7.6%	8,600	7.2%	△603	△6.6%
	食品事業	9,283	3.9%	9,600	3.8%	317	3.4%
	その他事業他	3,000	5.9%	3,300	6.1%	300	10.0%
	計	21,486	5.2%	21,500	5.1%	14	0.1%
償却前営業利益		32,381	7.9%	33,200	7.8%	819	2.5%
経常利益		24,393	5.9%	24,500	5.8%	107	0.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益		24,757	6.0%	20,200	4.8%	△4,557	△18.4%

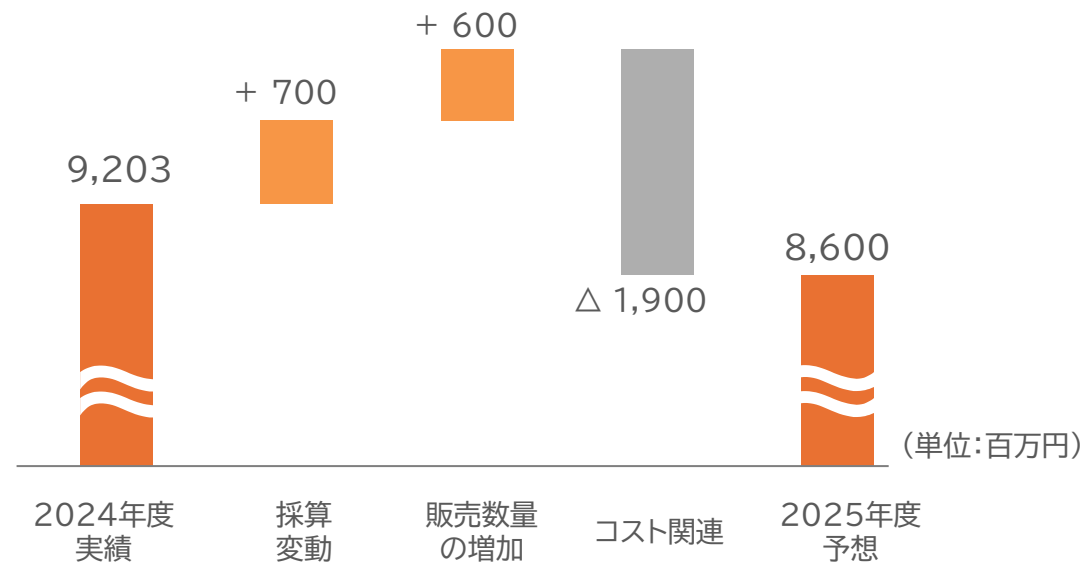
売上高増減要因分析



前年同期比: $\Delta 1,663$ 百万円(1.4%の減収)

小麦粉の販売数量は増加する一方、輸入小麦の政府売渡価格引き下げに伴う業務用小麦粉の価格改定により減収の見通し

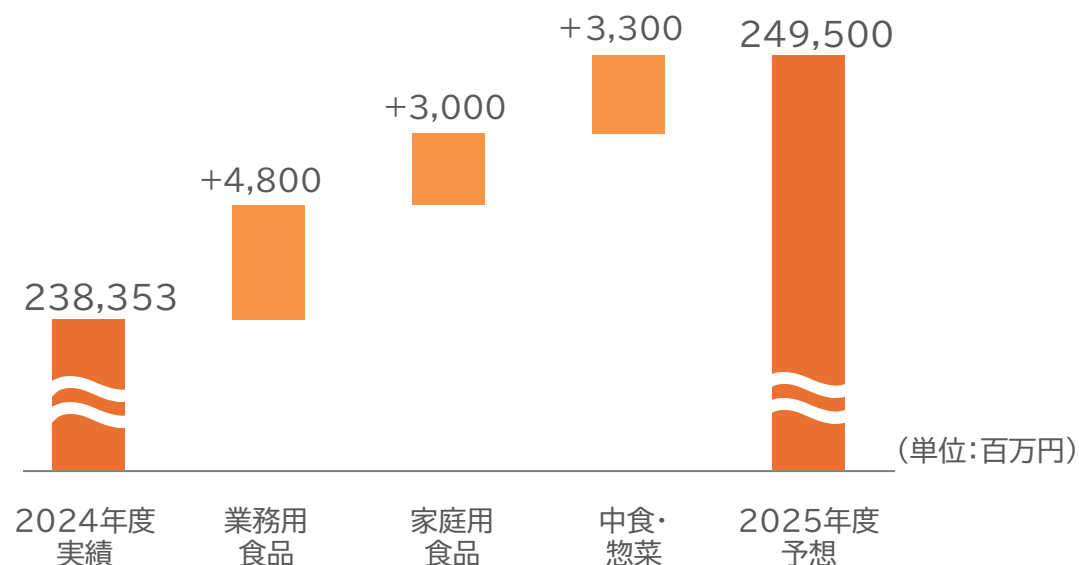
営業利益増減要因分析



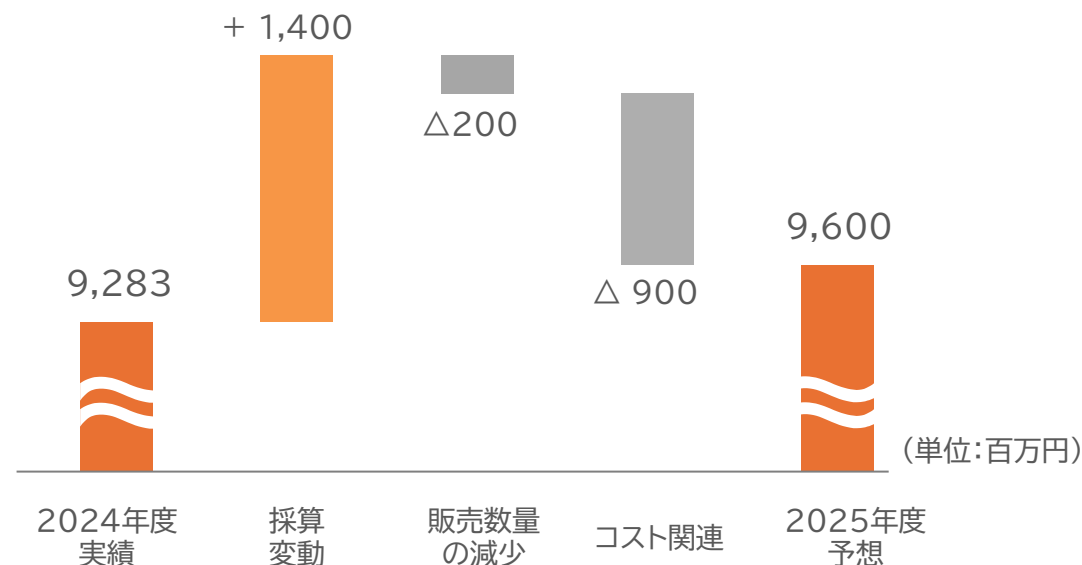
前年同期比: $\Delta 603$ 百万円(6.6%の減益)

小麦粉の生産性向上や販売数量増に伴うプラス要因はあるものの、知多新工場稼働に伴う減価償却費の増加等により減益の見通し

売上高増減要因分析



営業利益増減要因分析



TOPIC

前年同期比: +11,147百万円(4.7%の増収)

業務用食品は、プレミックスや冷凍食品の販売数量増とコスト上昇に伴う価格改定により増収、
家庭用食品は、加工食品と冷凍食品の販売数量増とコスト上昇に伴う価格改定により増収、
中食・惣菜は、販売の堅調な推移により増収の見通し

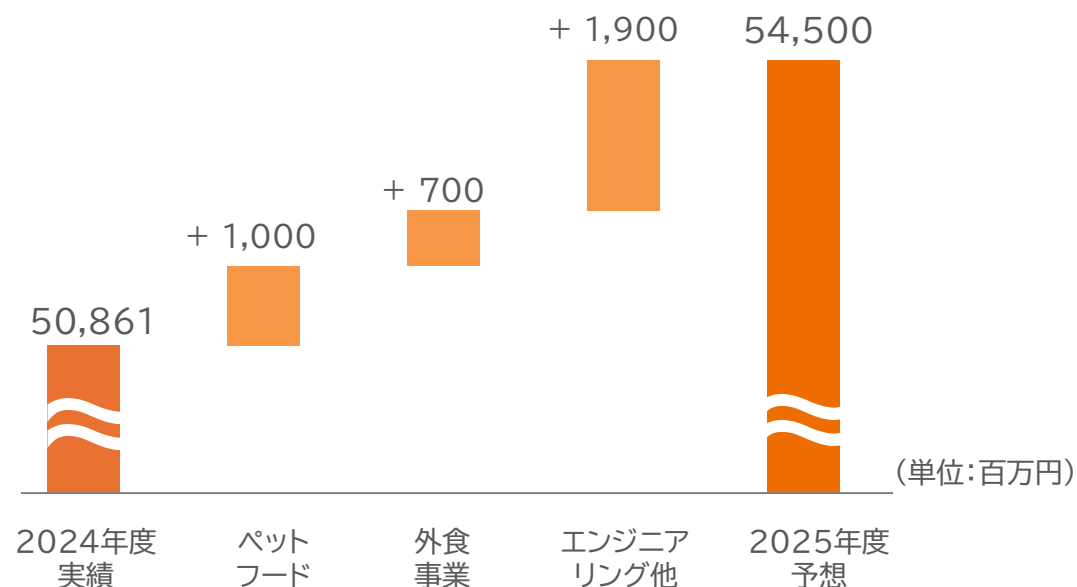


TOPIC

前年同期比: +317百万円(3.4%の増益)

物流費や人件費等の増加が見込まれるものの、高付加価値商品の販売強化により増益の見通し

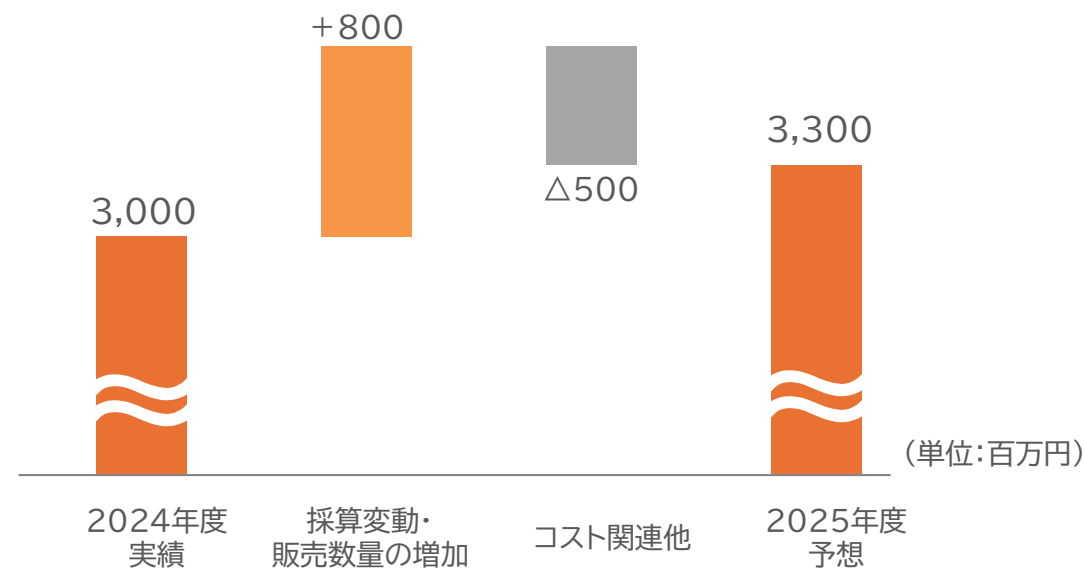
売上高増減要因分析



前年同期比: +3,639百万円(7.2%の増収)

ペットフード及び外食事業は、販売の堅調な推移を見込み増収の見通し
エンジニアリング、ヘルスケア等についても増収の見通し

営業利益増減要因分析



前年同期比: +300百万円(10.0%の増益)

人件費等の固定費が増加するものの、ペットフードの販売数量増加、及びエンジニアリングの売上増等により増益の見通し

Ⅲ

中期目標達成のための戦略の実施

長期ビジョン2030に向けた歩み

経営理念の達成に向けて、2024年5月に長期ビジョン2030を策定
同時に、経済的価値を実現するためのマイルストーンとして位置付ける2022-2026中期目標の上方修正を実施
基盤領域は収益力を一層強化し安定的にキャッシュを創出、成長領域においては更なる事業領域の拡大を図る

2022-2026 中期目標

長期ビジョン実現のための基盤づくり

2023年度 実績

売上高
4,005億円
営業利益
203億円

償却前営業利益	306億円
ROE(※2)	8.2%
ROIC	4.8%

2026年度 中期目標(※1)

売上高
4,500億円
営業利益
210億円

償却前営業利益	358億円
ROE	8%以上
ROIC	5%以上

2027-2029

総合食品企業としての
持続的成長

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る

2030年度

経済的価値
売上高
5,000億円
営業利益
250億円

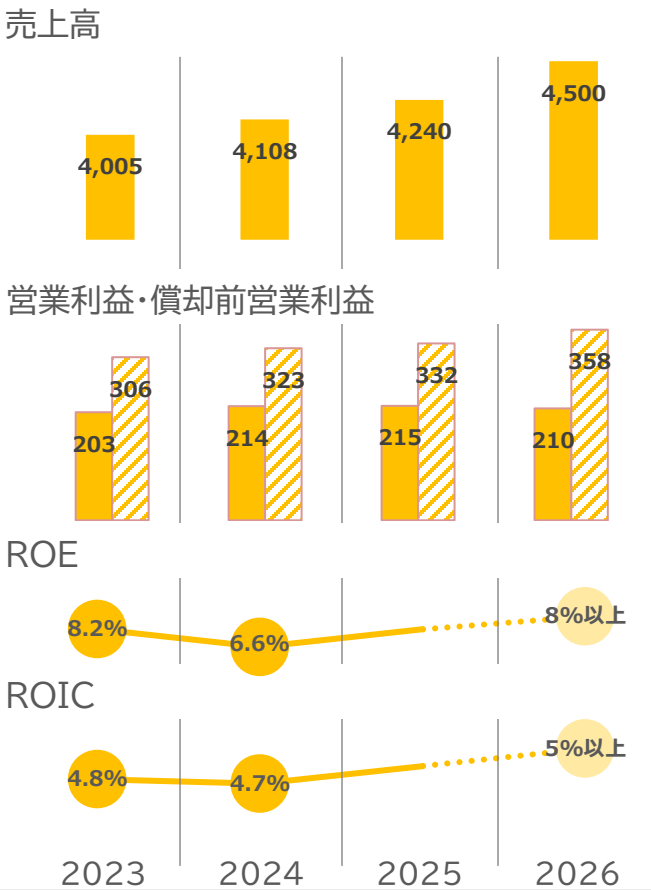
社会的価値
従業員・
社会・生活者の
ウェルビーイングを
同時実現

※1 2023年度に当初目標を達成したため、中期目標を上方修正
※2 政策保有株式売却益を補正後の値

中期目標のセグメント別内訳



		2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 業績予想	2026年度 中期目標
売上高	製粉事業	1,253	1,216	1,200	1,390
	食品事業	2,266	2,383	2,495	2,610
	その他事業	485	508	545	500
	計	4,005	4,108	4,240	4,500
営業利益	製粉事業	91	92	86	68
	食品事業	83	92	96	114
	その他事業他	27	30	33	28
	計	203	214	215	210
減価償却費		103	108	117	148
償却前営業利益		306	323	332	358
ROE		8.2%※1	6.6%※1	-	8%以上
ROIC		4.8%	4.7%	-	5%以上



(単位:億円)

※1 政策保有株式売却益を補正後の値

中期目標における戦略の基本方針

① 基盤領域の収益力強化

マーケティング戦略の推進

生産拠点整備

生産効率向上・物流改善の推進

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

製粉

食品
素材

加工
食品

冷凍
食品

中食

ヘルス
ケア

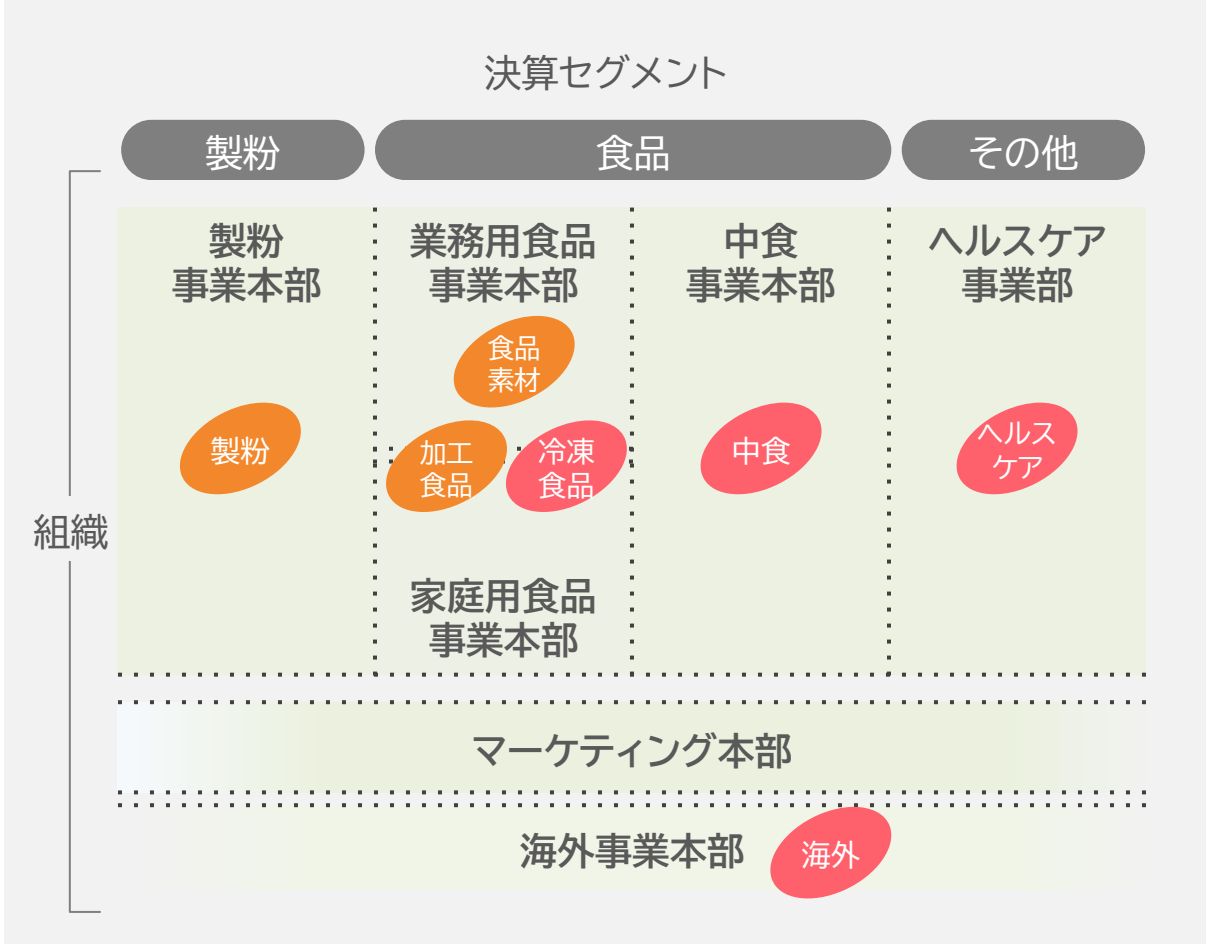
海外

③ M&Aや事業提携の機会追求

④ DX推進による企業競争力の強靱化

⑤ サステナビリティ経営の推進

決算セグメントと各事業及び組織のつながり



主要戦略の進捗① 製粉工場の新設

製粉

海外

生産拠点整備

生産能力の増強

nippon

小麦粉関連製品を安定的に供給する体制を整えるとともに、コスト競争力の向上、収益基盤の強化、さらにはグローバル市場を見据えて、更なる売上・利益成長を実現していく

国内 ■ 知多工場

日産能力 600ト※1

- ▶ 2026年2月稼働に向け建設工事は順調に進捗
- ▶ 大型穀物船が接岸できる立地により原料調達コストを削減(製粉工場の臨海比率は83%→95%へ)
- ▶ 独自の自動化技術・DXによる高効率化
- ▶ 自然災害に強く、BCP・環境に配慮した最先端の製粉工場



※1 原料小麦ベース

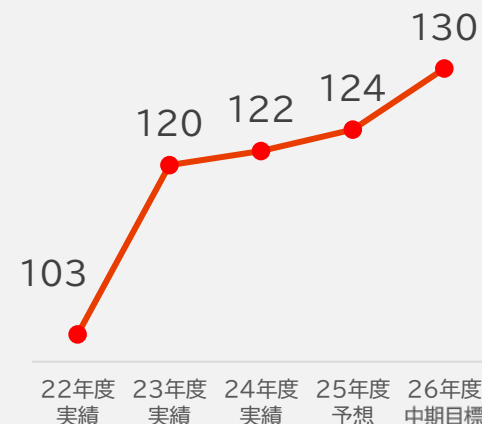
海外 ■ ユタ製粉社工場

日産能力 340ト※1

- ▶ 当社が25%出資し運営に参画するUtah Flour Milling, LLCの新工場が本格稼働
- ▶ 米食品大手Campbell's社のグループ会社と長期の供給契約を締結し、パイプラインで小麦粉を直送
- ▶ ユタ製粉社が持つノウハウに弊社の知見を加え、米国市場での販路拡大や、より優位性のある商品供給を実現



製粉セグメントの 償却前営業利益の推移(億円)



2025年4月 食品事業機構改革

- 商品開発と営業支援の機能を統合した
マーケティング本部を新設
- 刀社から移植したマーケティングノウハウを
全社に展開、一貫した消費者価値を創造
していくための体制を構築

マーケティング部

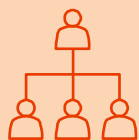
消費者インサイトの深耕
ブランディング(戦略立案・広告販促)
業務用ビジネスサポート

ソリューション営業部

消費者起点での課題解決
小売店とのパートナーシップ強化

商品開発部

消費者起点でのモノ作り
シーズ起点の新機軸開発



マーケティング
本部

マスターブランド戦略

- 23年秋より「オーマイプレミアム」にて
「『いつも』を『すごい!』にするパスタ」
をメッセージに、新戦略を開始
- 冷凍・乾燥 両温度帯で集中投資し、
効率的な成長を実現

パスタ(冷凍+乾燥)市場
成長率※1

123%

「いつも」を「すごい!」にするパスタ



106%
市場全体

期間限定 オーマイプレミアム
おいしさ保証キャンペーン



温度帯を横断して
おいしさを訴求、
新規ユーザー獲得を
目指す。

2025年秋冬
至極シリーズのリニューアル



“具材の仕上げにこだわり”
さらにおいしく、
その価値が伝わるパッケージ
に刷新。

今後の展開

- マスターブランドの継続強化、新たなマスターブランドの展開
- 消費者起点マーケティングを業務用にも拡大
- 社内研修を通じたマーケティングノウハウの蓄積・継承

※1 マクロミルQPR 15～79歳市場(100人あたり金額ベース)、対象期間2024年7月～2025年6月(対前年比)

重点事業の取組状況① 冷凍食品事業

冷凍食品

付加価値商品の開発・提供

生産能力の増強



拡大する冷凍食品の需要を着実に取りこみ、

売上高 2026年度650億円、2030年度900億円の実現を目指す

市場動向

家庭用	時短・簡便ニーズや品質向上により市場は継続的に拡大 中でもワンプレートを含む冷凍調理セット物市場が急成長
業務用	外食やインバウンドにより、需要は引き続き堅調

当社の商品・販売戦略

家庭用	供給体制を再構築し「マスターブランド戦略」を推進 品質に妥協せず、付加価値の高い商品提供を継続
業務用	家庭用で蓄積したマーケティングノウハウの横展開

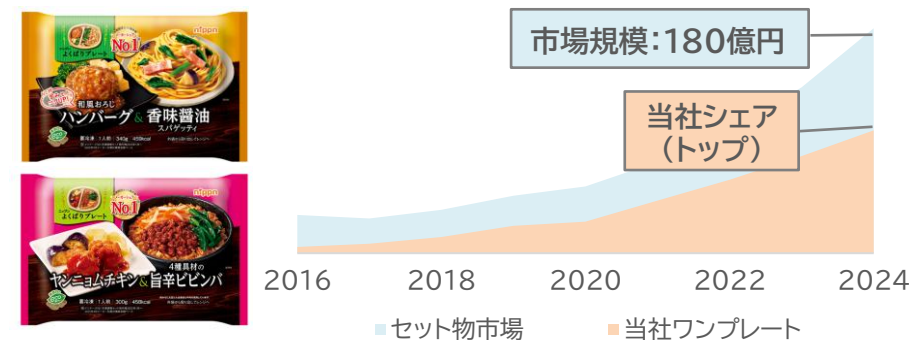
生産拠点の新設: 畑中食品新工場(家庭用)



○ 2026年度末稼働(予定)

- ▶ 当社グループの冷凍食品工場として最大規模の生産能力新たに米飯・ワンプレート商品の製造ラインを追加
- ▶ 各工程での自動化技術導入により更なる省力化を推進
付加価値の高い商品においても高効率な生産を実現

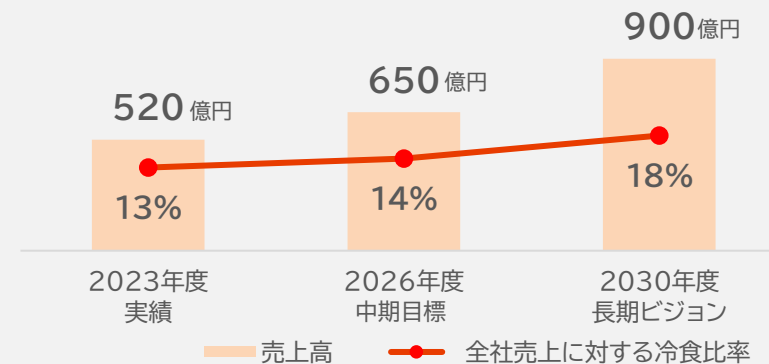
冷凍調理セット物市場の売上高推移※1



主食と主菜を組合せた
1食完結型のワンプレート

※1出典:インテージSCI ※市場規模は旧SCI 100人当たり購入金額より推計
2015/4-2019/3: SCI160代まで、2019/4-2025/3 SCI170代まで

冷凍食品事業の売上高・全社売上比率



重点事業の取組状況② 海外事業

海外

販路の拡大

nippon

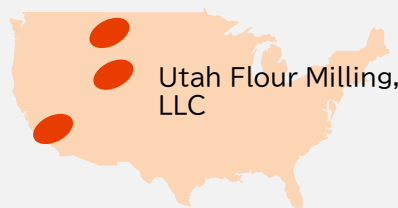
拠点内外の市場開拓と海外への積極投資により、
売上高 2026年度400億円、2030年度600億円の実現を目指す

北米地域とアジア地域での事業拡大

北米

- ▶ ユタ製粉社工場の新設に伴う販路拡大
米国2拠点(Pasta Montana, L.L.C.およびNIPPN California Inc.)とのシナジーを創出

ニッポングループの米国事業



- 米国における既存事業
- ▶ Pasta Montana, L.L.C.
パスタの製造・販売
 - ▶ NIPPN California Inc.
プレミックス等の販売

アジア

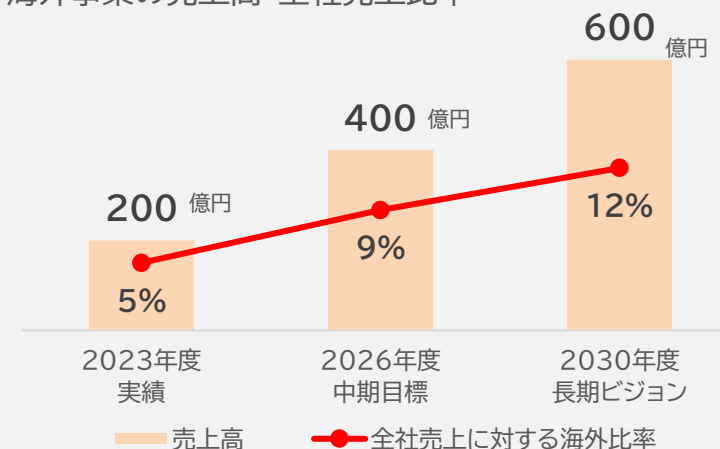
- ▶ ベトナム進出・事業拡大
高いGDP成長率が続くベトナムにおいて、2024年7月
現地法人を設立、プレミックス新工場が2027年に稼働予定
ベトナム市場での拡売・事業拡大を
推進、ASEAN域内での供給体制の
強化と、より一層の安定供給を実現



日本製品の輸出拡大

- ▶ 経済発展の著しいアジア諸国を中心に、高品質な小麦粉の
拡売を図る
- ▶ 各国のニーズに合った食品素材や冷凍食品等の販売ルート開拓
- ▶ 小麦粉輸出販売に係る既存商流の活用や、グループ会社等との
連携強化

海外事業の売上高・全社売上比率



ニッポン商品の社会的評価(2025年度受賞実績)



製粉

第55回食品産業技術功労賞
商品・技術部門
令和7年度 民間部門
農林水産研究開発功績者表彰
農林水産技術会議会長賞

「やわら小麦®」使用小麦粉



特徴

- ▶ でんぷんの老化の進行が遅く、時間が経っても加工製品が硬くなりにくく、作り立てのような食感が長持ちする
- ▶ 常温商品だけでなく、チルド商品や冷凍生地でも特長が出る

加工
食品

第6回
日本子育て支援大賞

「ニッポン めちゃラク」シリーズ



評価点

- ▶ 親子でコミュニケーションを取りながら簡単にお菓子作りができる
- ▶ 時短でありながらクオリティの高い商品
- ▶ シリーズ内の商品を組み合わせることが可能で、バリエーションもよい

加工
食品

第87回
ジャパン・フード・
セレクション グランプリ

「ニッポン アマニ油入り
ドレッシング」シリーズ



評価点

- ▶ 機能性とおいしさの両面を追求したよくばりドレッシング
- ▶ ニッポンのアマニ油には安心感がある
- ▶ 甘みと酸みのバランスがよく誰にでも好まれる味

冷凍
食品

2025日本パッケージング
コンテスト 包装部門賞

「いまどきごはん 彩りスープカレー/
6種具材のスンドゥブ」



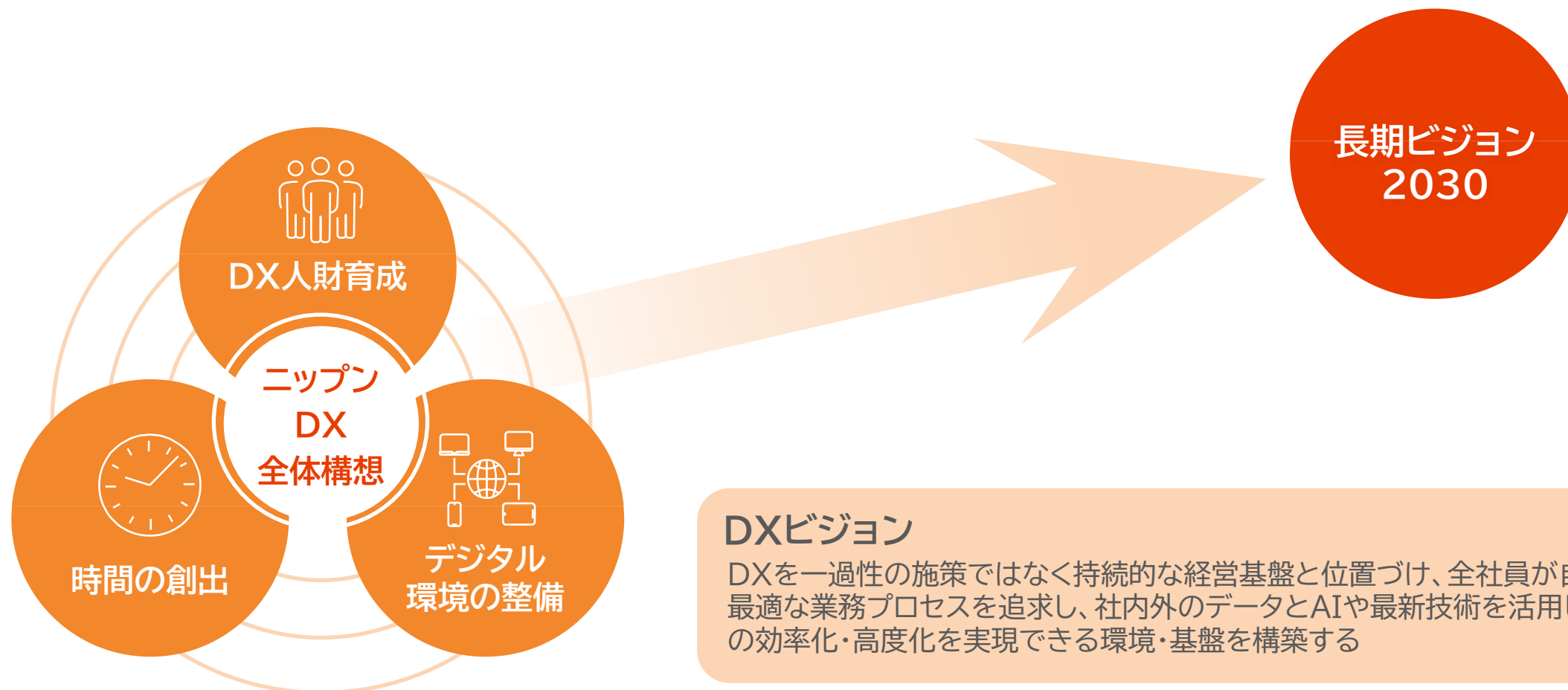
特徴

- ▶ 新開発のパルプモールド容器を採用
- ▶ 最小限のプラスチック使用量※で環境配慮
- ▶ 紙特有の保温性で食べごろ温度を維持

※プラスチック使用量約85%削減
(同シリーズプラスチック容器対比)

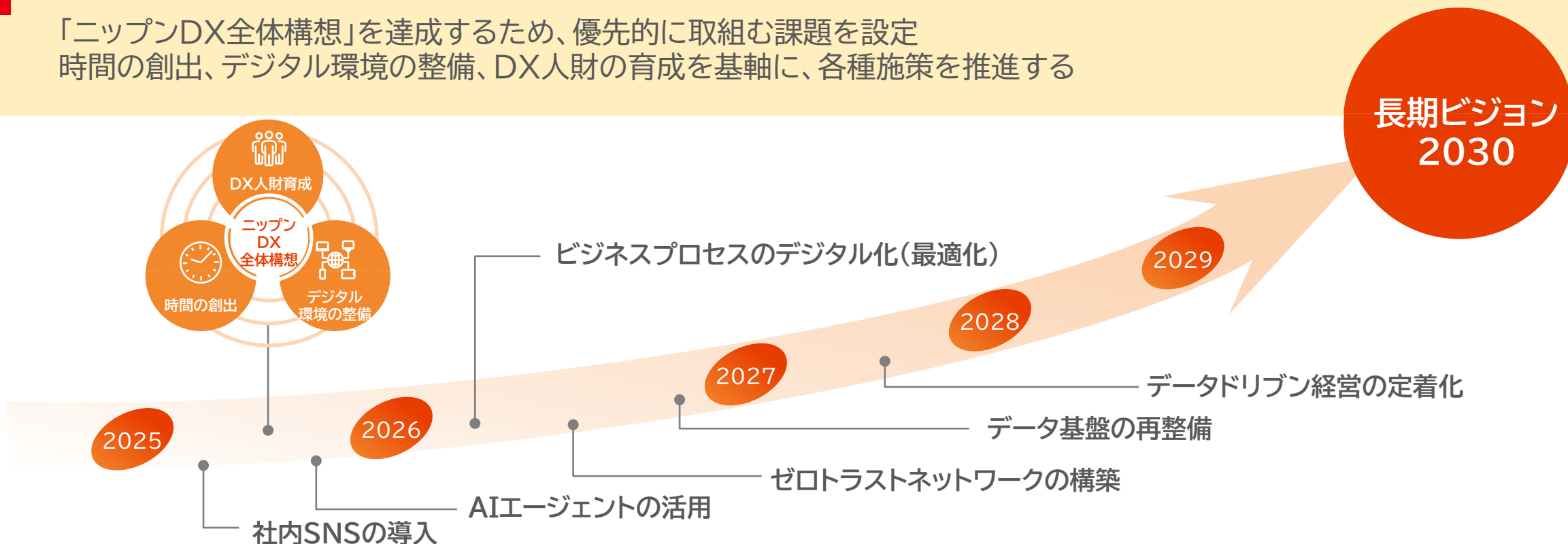
ニッポンDX全体構想

当社グループは、アナログデータのデジタル化(デジタイゼーション)や業務の自動化・見える化(デジタライゼーション)を段階的に推進してきたが、より本質的なDXにシフトアップするため、2024年に情報システム推進部内にDX戦略室を設置さらに2025年には「ニッポンDX全体構想」を策定



ニッポンDX取組み課題

「ニッポンDX全体構想」を達成するため、優先的に取り組む課題を設定
時間の創出、デジタル環境の整備、DX人財の育成を基軸に、各種施策を推進する



ニッポンDX取組み課題

時間の創出

現行の業務プロセスを前提とせず、デジタル技術を用いて組織横断的に業務を最適化する「業務改革」を推進

デジタル環境の整備

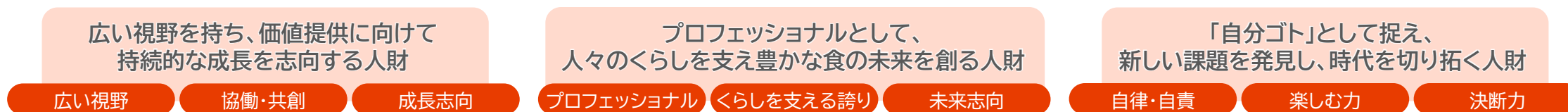
将来発展していくデジタル技術を活用可能にするため、社内に蓄積されたデータを連携するデータ基盤を再整備

DX人財の育成

DX人財を3段階のレベルで定義し、研修と実践経験の両面から成長を後押しする

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」を策定
人財ビジョンを主軸とし、求められる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む
また、人事制度と人財ビジョンを連動させることで、さらなる組織と個人の成長を実現させる

人財ビジョン「ワクワクする未来に向けて価値提供に挑み続けるプロフェッショナル」



人事制度と人財ビジョンを連動させる



人事制度の適正な運用をベースにした組織と個人の成長の実現

IV

財務戦略

資産の効率的な運用並びに財務健全性と資本効率を両立した資金調達により、企業価値の向上を推進するとともに、株主還元の維持・拡大に努めていく

効率良く稼ぐ力の追求

ROICを重視した経営の追求
ROI、DCF、IRRの組み合わせによる
ハードルレートを設定

ROEを意識した
事業ポートフォリオの最適化

DXの推進や物流効率化に
よる棚卸資産の圧縮

財務健全性と資本効率を 両立した資金調達

外部資金調達を活用し、
財務レバレッジを高めていく

財務指標

(財務健全性を担保するため、格付の維持を前提)

自己資本比率: **54%**以上

ネットD/Eレシオ: **0.34倍**以下

資産売却により得た資金は、事業戦略
に基づく投資に優先的に充当すること
を基本とする

株主還元の維持・強化

株主還元策

特殊特別な損益を除いて算定した
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

機動的な自己株式の取得

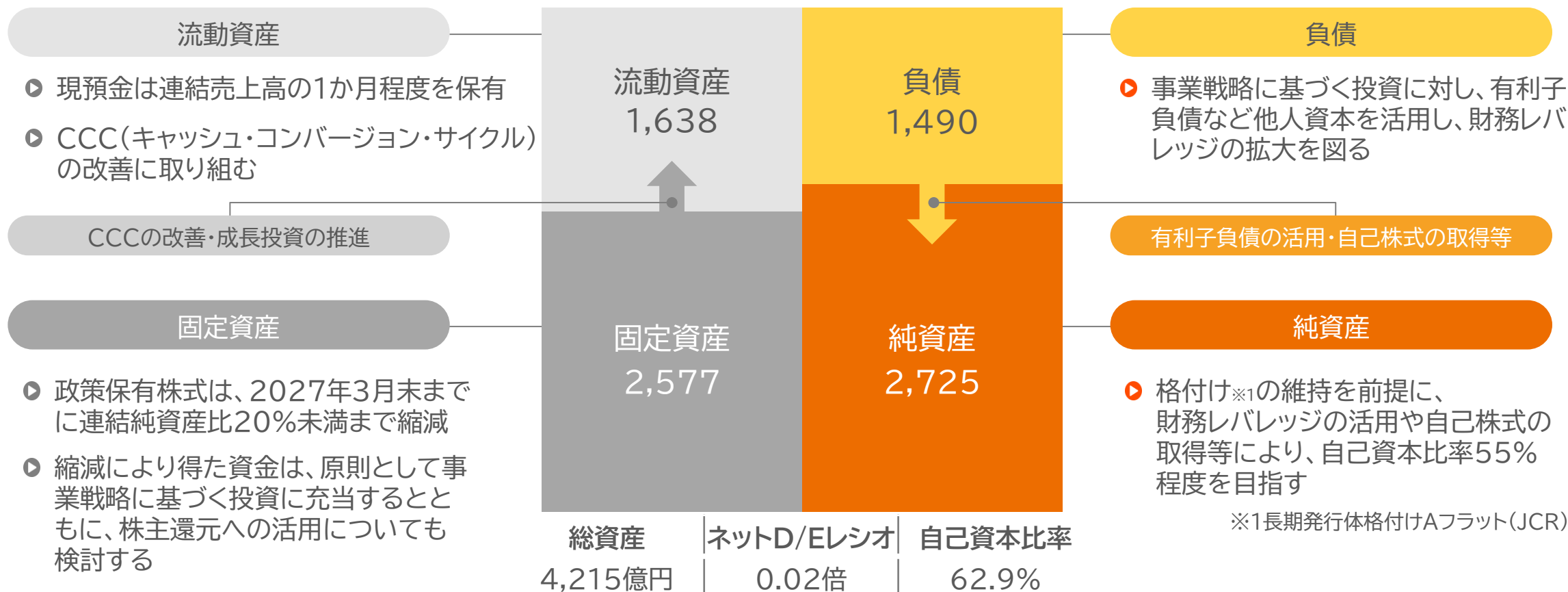
2025年度末までに
40億円分(上限)を取得

〔 企業価値の向上 〕

財務レバレッジの活用や自己株式の取得により自己資本比率の引き下げを進めるとともに、非事業用資産の売却に伴い得た資金は事業戦略に基づく投資に充当して利益の拡大を図り、バランスシートの効率性を向上させる

2025年9月末

単位:億円



中期目標期間中のキャッシュ・アロケーション



- 01 営業CFと資産売却で得た資金は、成長投資と更新増強投資に充当し、中長期的な観点で企業価値の最大化を目指す
- 02 財務健全性を維持しつつ新規借入も活用し、財務レバレッジを高めていく
- 03 株主還元については、安定的かつ持続的な配当を維持しながら、総還元性向の向上に努める

キャッシュイン

	2024年度実績	2025年度見込	2026年度見込
営業CF	220億円	210億円	210億円
資産売却	135億円	70億円	100億円
資金調達	調達は実施せず	300億円	350億円

キャッシュアウト

		2024年度実績	2025年度見込	2026年度見込
事業戦略に基づく投資	成長投資	ユタ製粉等への投融資 50億円	冷食新工場等 80億円	冷食新工場 100億円 その他成長投資 100億円
	設備更新増強	知多工場設備更新・増強 90億円 110億円	知多工場設備更新・増強 140億円 100億円	生産体制再配置 150億円 設備更新・増強 150億円
	戦略投資	DX・広告マーケティング投資 30億円	DX・広告マーケティング投資 50億円	R&Dセンター 60億円 DX・広告マーケティング投資 40億円
	計	280億円	370億円	600億円
株主還元	配当	55億円	配当 53億円 自己株式取得 40億円	配当及び機動的な自己株式取得 54億円以上
社債償還			116億円	

株主還元について①…自己株式の取得(2025年10月14日決議)

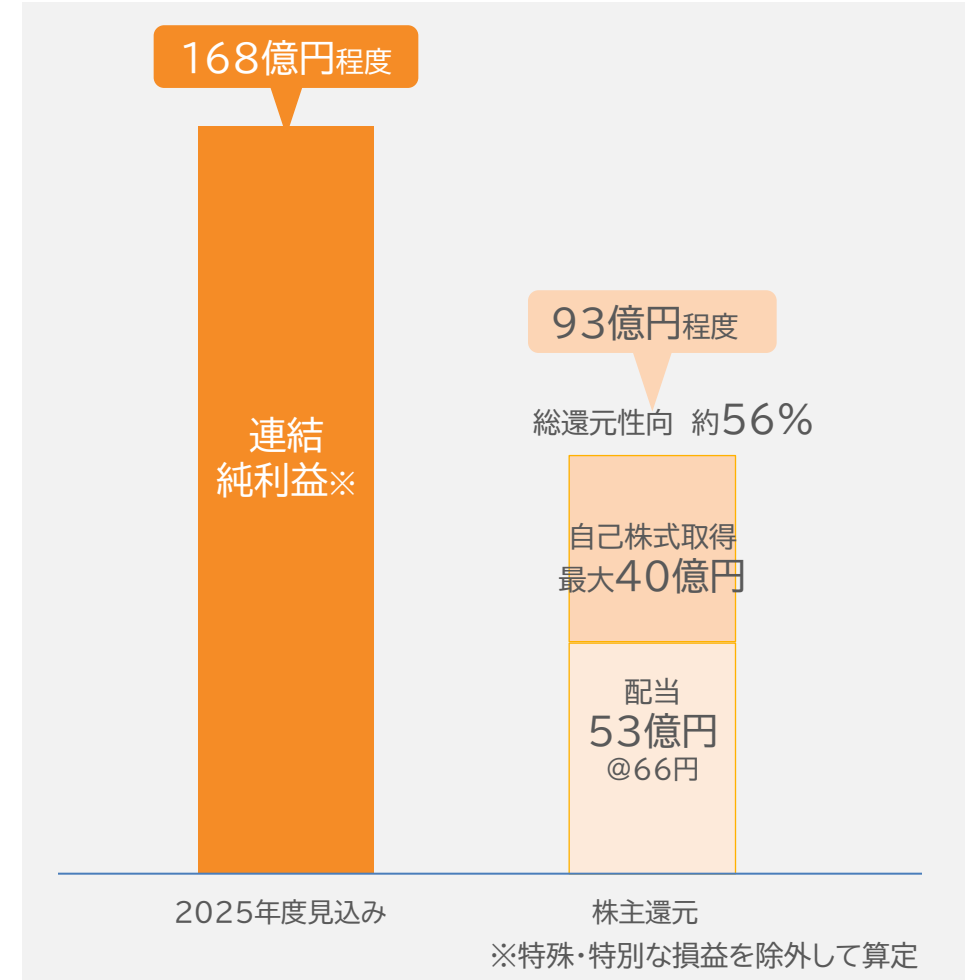
目的

- 01 1株当たりの価値向上による株主還元の拡充
- 02 資本効率の向上
- 03 当社普通株式の売出し実施に伴う当社株式需給への影響を緩和

自己株式取得の概要

取得対象株式の種類	当社普通株式
取得し得る株式の総数	220万株(上限)
株式の取得対価の総額	40億円(上限)
取得期間	2025年11月25日～2026年3月31日
取得方法	株式会社東京証券取引所における 市場買付け

2025年度見込みに対する株主還元

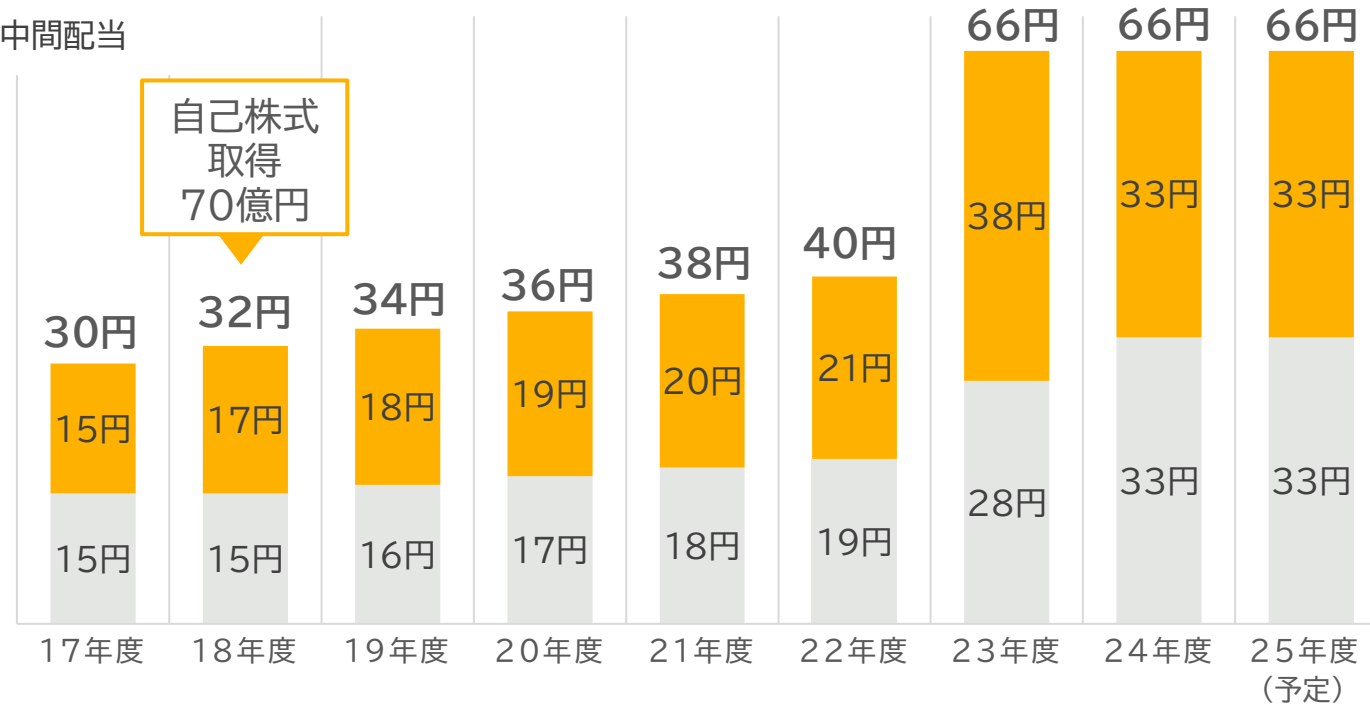


株主還元について②…配当金の推移

配当金の推移

■ 期末配当

■ 中間配当



自己株式
取得
40億円

自己株式
取得
70億円

配当の基本方針

将来成長に向けた投資に
必要な内部留保の確保



安定的かつ持続的な
配当を維持しながら、
総還元性向の向上に努めていく

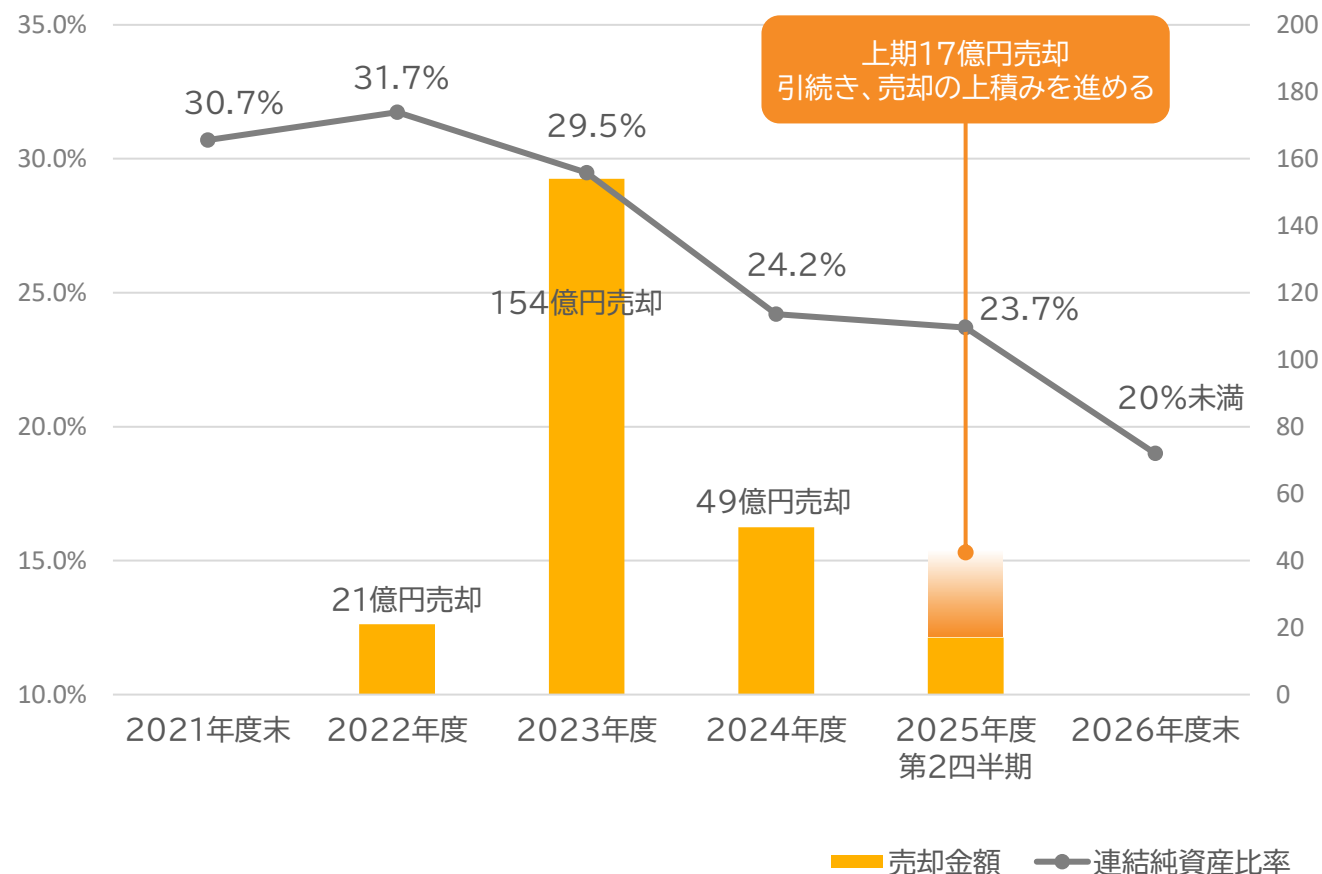
- ▶ 資産売却等による特殊・特別な損益を除外し算定した配当性向30%以上を目安に、利益成長による配当額増加を目指す
- ▶ 自己株取得は資本構成適正化に加え、投資案件や株価の状況等を総合的に勘案して引き続き機動的に実施していく

連結配当性向	31.5%	29.4%	29.1%	32.0%	31.3%	30.3%	30.3%	33.3%	33.0%
総還元性向	31.5%	112.2%	29.1%	32.0%	31.3%	30.3%	30.3%	33.3%	約56%

(23年度・24年度・25年度の連結配当性向・総還元性向は特殊・特別な損益を除外して算定)

政策保有株式の縮減に向けた取り組み

政策保有株縮減の推移



縮減目標

中期目標の最終年
(2026年度末)までに

政策保有株式を
連結純資産比20%未満まで縮減する

- ▶ 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、保有合理性が薄れたと判断した株式については縮減を進めていく
- ▶ 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

Appendix

連結貸借対照表



(単位:百万円)	2024年度末		2025年度第2四半期末			
	(2025.3.31)	構成比	(2025.9.30)	構成比	対25/3比	増減率
流動資産	159,014	39.8%	163,761	38.9%	4,747	3.0%
有形資産	134,412	33.7%	142,600	33.8%	8,188	6.1%
無形資産	2,023	0.5%	3,538	0.8%	1,515	74.9%
投資等	103,775	26.0%	111,607	26.5%	7,832	7.5%
固定資産	240,210	60.2%	257,746	61.1%	17,535	7.3%
その他の繰延資産	1	0.0%	-	-	△1	△100.0%
資産合計	399,226	100.0%	421,508	100.0%	22,281	-
流動負債	104,407	26.2%	77,779	18.5%	△26,628	△25.5%
固定負債	48,334	12.1%	71,222	16.9%	22,887	47.4%
負債合計	152,742	38.3%	149,001	35.3%	△3,740	△2.4%
自己資本	242,140	60.7%	265,337	62.9%	23,196	9.6%
新株予約権	115	0.0%	98	0.0%	△17	△14.8%
非支配株主持分	4,227	1.1%	7,070	1.7%	2,842	67.2%
純資産合計	246,484	61.7%	272,506	64.7%	26,022	10.6%
負債・純資産合計	399,226	100.0%	421,508	100.0%	22,281	-

連結損益計算書



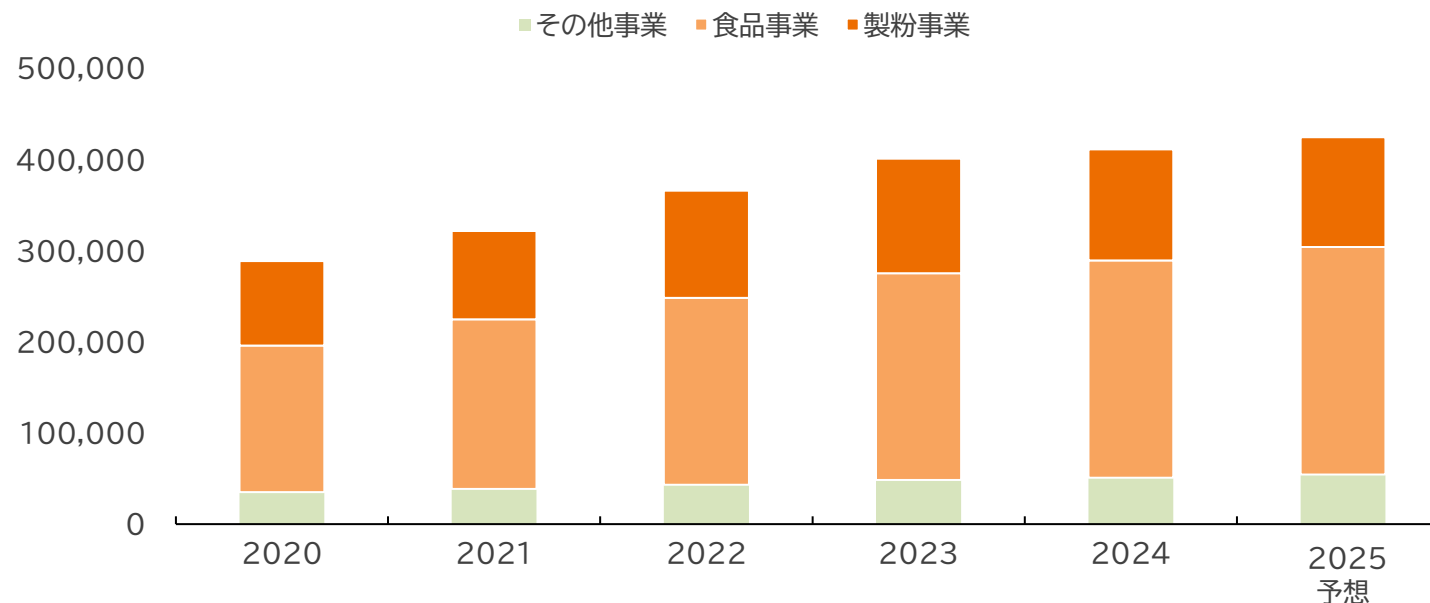
(単位:百万円)	2024年度 第2四半期		2025年度 第2四半期 期初予想		2025年度 第2四半期					
	実績	売上比	予想	売上比	実績	売上比	前年比	増減率	予想比	増減率
売上高	204,909	100.0%	211,500	100.0%	207,903	100.0%	2,994	1.5%	△3,596	△1.7%
売上原価	155,644	76.0%			155,695	74.9%	51	0.0%		
売上総利益	49,264	24.0%			52,208	25.1%	2,943	6.0%		
販売費・一般管理費	38,740	18.9%			41,353	19.9%	2,612	6.7%		
営業利益	10,524	5.1%	10,600	5.0%	10,855	5.2%	330	3.1%	255	2.4%
営業外収入	1,828	0.9%			1,903	0.9%	75	4.1%		
営業外費用	260	0.1%			628	0.3%	367	141.2%		
経常利益	12,092	5.9%	12,100	5.7%	12,130	5.8%	37	0.3%	30	0.2%
特別利益	8,554	4.2%			1,754	0.8%	△6,800	△79.5%		
特別損失	131	0.1%			200	0.1%	69	52.7%		
税金等調整前当期純利益	20,515	10.0%			13,684	6.6%	△6,831	△33.3%		
法人税等及び調整額	6,259	3.1%			4,195	2.0%	△2,064	△33.0		
非支配株主に帰属する 当期純利益	217	0.1%			218	0.1%	1	0.5%		
親会社株主に帰属する 当期純利益	14,039	6.9%	8,500	4.0%	9,269	4.5%	△4,769	△34.0%	770	9.1%

(単位:百万円)	2024年度 第2四半期	2025年度 第2四半期	
	実績	実績	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,585	9,000	2,415
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,307	△13,496	△10,188
財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,046	5,378	10,424
現金及び現金同等物に係る換算差額	356	△463	△820
現金及び現金同等物の増減額	△1,411	418	1,830
現金及び現金同等物の期首残高	40,728	41,471	743
現金及び現金同等物の期末残高	39,316	41,890	2,574

(単位:百万円)	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度 予想	2024年度 第2四半期	2025年度 第2四半期
製粉事業	92,595	96,934	117,604	125,316	121,663	120,000	60,483	60,303
食品事業	160,751	185,911	204,796	226,661	238,353	249,500	119,620	122,203
その他事業	34,977	38,471	43,123	48,536	50,861	54,500	24,804	25,396
計	288,324	321,317	365,525	400,514	410,878	424,000	204,909	207,903

※「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

(単位:百万円)

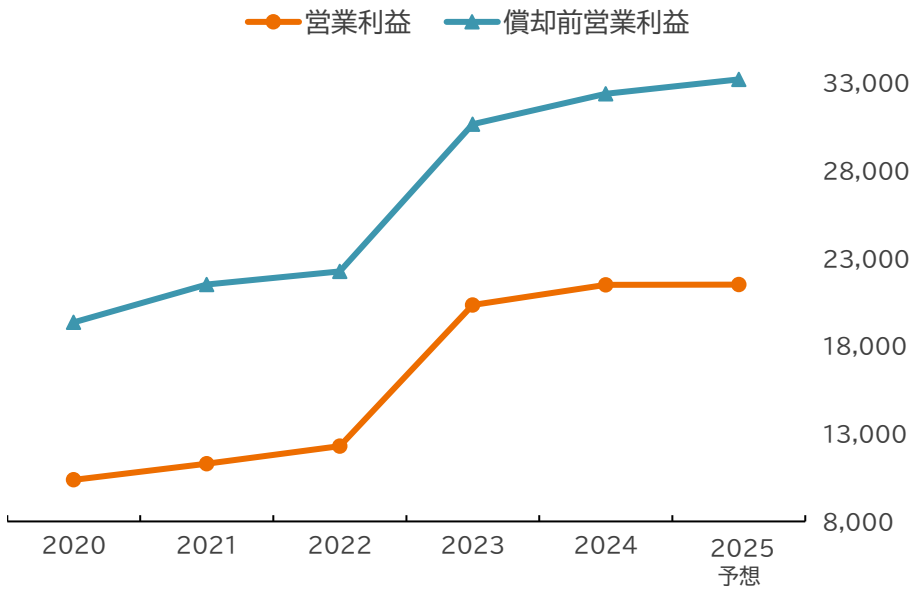
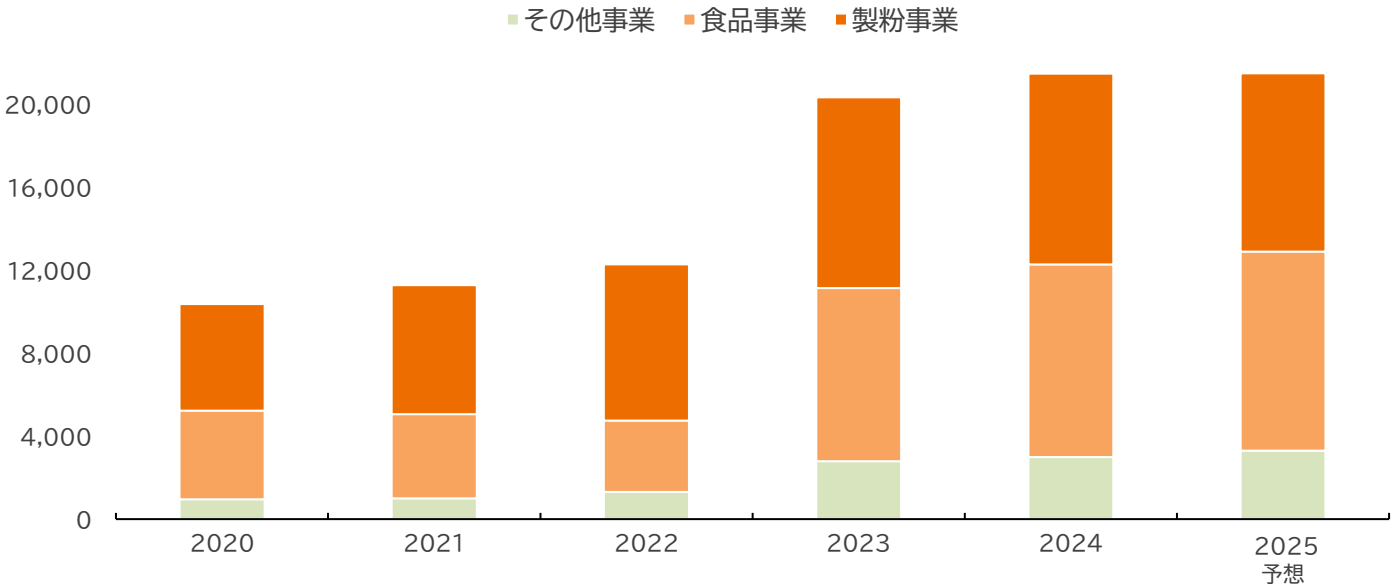


営業利益推移



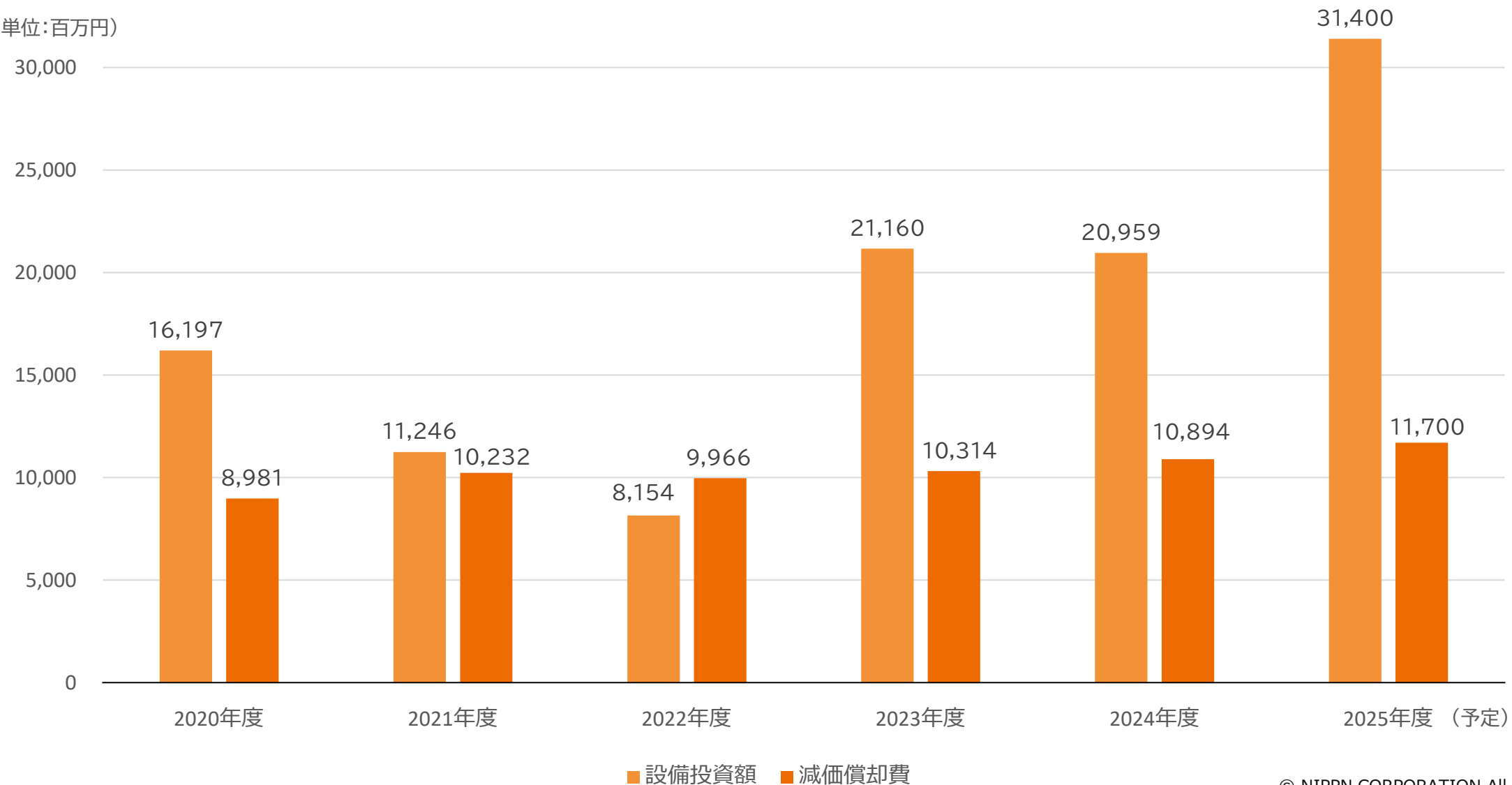
(単位:百万円)	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度 予想	2024年度 第2四半期	2025年度 第2四半期
製粉事業	5,133	6,211	7,528	9,186	9,203	8,600	4,374	4,677
食品事業	4,272	4,068	3,449	8,354	9,283	9,600	4,900	4,875
その他事業他	965	1,000	1,309	2,799	3,000	3,300	1,250	1,301
営業利益	10,370	11,282	12,288	20,340	21,486	21,500	10,524	10,855
償却前 営業利益	19,351	21,514	22,254	30,655	32,381	33,200	15,774	16,112

(単位:百万円)



設備投資額・減価償却費推移

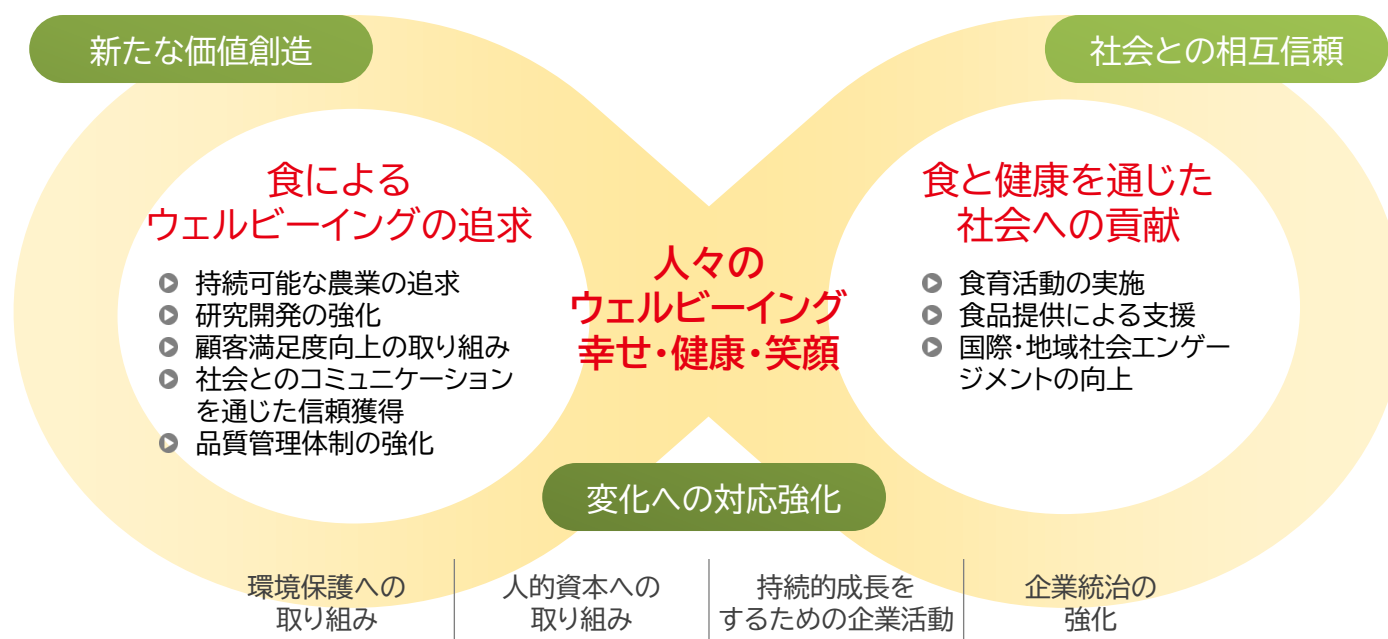
(単位:百万円)





長期ビジョン「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」は、事業の成長による経済価値の創出と、価値創出の源泉となる社会的価値である、「従業員」「社会」「生活者」のウェルビーイングを同時に実現する、総合食品企業としての成長戦略を示すものである。「長期ビジョン2030」が役員、従業員に浸透することで、サステナビリティに対する意識も高まり新たな事業機会の獲得や、ニッポングループの価値向上につながっていくものと考えている

マテリアリティのつながり



- 「食によるウェルビーイングの追求」と「食と健康を通じた社会への貢献」の2つのマテリアリティの両立と好循環の継続
「食によるウェルビーイングの追求」
⇒多種多様な社会課題と、生活者の消費行動やライフスタイルの多様化、ニーズの細分化等に対する新たな価値創造
「食と健康を通じた社会への貢献」
⇒次世代育成のための学習機会の提供や国際・地域社会を支える自治体等との連携によ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課題解決
- 4つのマテリアリティ「環境保護への取り組み」「人的資本への取り組み」「持続的成長をするための企業活動」「企業統治の強化」による急激な環境変化に柔軟に対応するための体制強化と経営理念の実現



当社グループはこれまで小麦から米、大豆、トマトなど他多種多様な原材料を素材とし、加工技術を探求することで事業領域を拡大してきた。今後はプラントベースフードの開発や国内産小麦の育種など、更なる価値を生み出しながら「人々のウェルビーイング」に資するビジネスの展開も含めた「総合食品企業」を目指す

高付加価値原料の商品化

持続可能な農業

- ▶ 農研機構と育種の段階から共同研究したでんぷんの老化を遅らせる特性を持つ国内産小麦を「やわら小麦®」と命名し商標を取得
- ▶ 「やわら小麦®」は加工品が硬くなりやすく、常温商品だけではなく、チルド商品、冷凍生地でもその効果を発揮
- ▶ 2025年2月からは業務用小麦粉「やわらエール」と「やわらのチカラ」の2品を発売
- ▶ 国内産小麦の需要を喚起し、更なる作付拡大を目指す



やわらエール



やわらのチカラ

中部技術センター移転

研究開発強化

- ▶ 名古屋工場に併設していた技術センターを名古屋駅に近い名古屋市中村区に移転
- ▶ 当社の食品素材を使用した商品開発や、お客様の商品開発に関するソリューションを提供
- ▶ 社内外のステークホルダーとのコミュニケーションを高め、変化の速い時代に合わせた食の可能性を探求し、食を中心とした社会課題を解決
- ▶ 設備の一部に環境配慮素材を使用、従業員にとっての働きやすさや、ウェルビーイングにつながるエシカルデザインを採用。周辺地域と調和し、企業の取り組みを効果的に発信するメディアセンターの機能として設計



プレゼンテーションエリア(左)と試作エリア(右)が一体となった新技術センター



当社グループは、穀物や野菜、魚介類など、多くの地球の恵みの恩恵を受け、事業を展開している。これらの素材の調達から製造、物流、加工等の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ることを認識している。サステナブルな食料システムの維持のため、「気候変動対応」「生物多様性の保全」「循環型社会の実現」を通じ、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、当社グループの事業継続において、喫緊の課題である

TNFD提言に基づく開示

生物多様性の保全

- ▶ 2025年5月23日に「ニッポングループ生物多様性基本方針」を制定し、自然資本に関する認識や行動を明確化
- ▶ 自然関連財務情報開示タスクフォース(以下TNFD)の理念に賛同し、2025年8月にTNFDアダプター登録
- ▶ TNFDの開示提言に基づき、事業と自然資本のかかわりについて分析を行い、「ガバナンス」、「戦略」、「リスクと影響の管理」について初期的開示

適正包装化の推進

気候変動への対応

- ▶ 2025年3月発売の家庭用冷凍食品「いまだきごはんスープカレー／スンドゥブ」に環境配慮型容器として新しいパルプモールドトレイを採用
- ▶ 主原料として紙素材(木材パルプ)を使用することにより、同形状の容器と比べ、プラスチック使用量を約85%削減
- ▶ 本商品は「2025日本パッケージングコンテスト」で「食品包装部門賞」を受賞





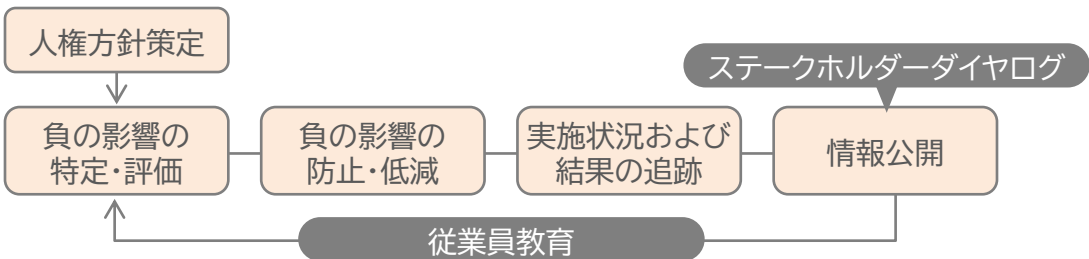
当社グループは、社会的価値と経済的価値の両立を追求し、事業と社会の持続可能性を高めるための活動を推進、強化している。社会的価値の追求では環境や人権にも配慮した持続可能なサプライチェーンの構築を推進し、調達プロセスにおいても、社会的責任を果たしていく。経済的価値の追求においては、急激に変化する市場環境に対応するために煩雑化する業務に対する効率化や生産性の向上のため、DXビジョンの元、AIシフト／データシフトを実現とそれを実現するためのDX人材の育成に取り組んでいる

人権方針・調達基本方針改定

持続可能なサプライチェーンの構築

- ▶ 専門的な助言とステークホルダーとの対話を経て、「国際人権章典」および「労働における基本的原則及び権利に関する ILO 宣言」等の要求を満たした「ニッポングループ人権方針」を改訂
- ▶ サプライチェーンにおける、すべてのニッポングループのお取引先様に本方針を支持し、人権の尊重に努めていただくよう働きかけ、協働して人権尊重を推進
- ▶ バリューチェーン上の人権リスクに向き合うための実行プロセスとして、人権デュー・ディリジェンスガイダンスに従った取り組みを開始

人権対応フローと従業員教育



サステナブル調達の推進

持続可能なサプライチェーンの構築

- ▶ 2024年原材料調達部創部により顧客の要望や市場ニーズに合わせた原材料を選定する情報収集力、安全性を担保するための知識や経験、環境や需要変化を見極める対応力を強化
- ▶ サステナブル調達を推進していく上でお取引先さまとの協働関係をより深める必要性を認識し、「調達基本方針」ならびに「サプライヤーの皆様へのお願い」を制定

研修名	開催頻度	対象者
ハラスメント研修	年1回	全従業員
LGBTQに関する理解促進研修	年1回	新任役職者(年度によって全従業員)
ビジネスと人権に関する研修	年1回程度	全従業員(グループ会社含む)
人権に関するeラーニング	通年	全従業員(グループ会社含む)

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