INTEGRATED REPORT 2022

ニップン 統合報告書

株式会社 ニップン

発行・お問合せ先：サステナビリティ推進部

〒102-0083　東京都千代田区麹町4-8
TEL：03-3511-5370
FAX：03-3237-3550
https://www.nippn.co.jp/

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

CONTENTS

第1章 | 目指す姿

トップメッセージ…… 03
経営理念と経営方針…… 05
中長期の成長に向けた戦略…… 07
長期ビジョンと中期目標…… 09

第2章 | ニップンのビジネス

ニップンの歩み…… 11
ニップンの価値創造プロセス…… 13
ニップンの事業内容…… 15
財務・非財務ハイライト…… 17

第3章 | 価値創造の戦略

財務担当取締役メッセージ…… 19
ニップンの財務戦略…… 20
サステナビリティ担当取締役メッセージ…… 21
ニップンのマテリアリティ…… 22
事業を通じた社会課題の解決…… 23

第4章 | 事業ポートフォリオ

食品事業…… 29
製粉事業…… 31
その他事業、新規事業…… 33

第5章 | コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス体制…… 35
社外取締役メッセージ…… 40
取締役一覧…… 41

第6章 | データ集

財務・非財務データ…… 43
企業情報・株式情報…… 46

編集方針

本統合報告書では、ニップングループの財務情報と非財務情報を幅広く掲載しています。社長や取締役のメッセージを掲載し、ニップンの全体像や戦略、事業の方向性を具体的に示しております。
非財務情報については、昨年までの「ニップンレポート」と比べ簡潔に整理しております。
多くの皆様に当社グループについてご理解いただくために、本報告書の内容は、当社Webサイトにも掲載しています。

対象期間

2021年4月1日～2022年3月31日
ただし、必要に応じて当期間の前後についても言及しています。

対象組織

ニップングループ（株式会社ニップンおよび主要関係会社）
※一部の環境・社会関連データは株式会社ニップンおよび子会社（文中に明記）

参照したガイドライン

「国際統合報告〈IR〉フレームワーク」
「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」
「GRI スタンダード」

将来の見通しに関する注意事項

本統合報告書に記載のある将来に関する記述は、不確定な要素・仮定に基づくものであり、実際の将来の事実や結果と大幅に異なる可能性があります。本統合報告書に記載のある、将来の見通しに関連する記述については、全面的な依拠はお控えいただくようお願いいたします。
また当社は、本統合報告書に含まれるいかなる情報についても、更新または改訂する責任を負うものではありません。

素材の知見や優れた加工技術を組み合わせ商品を提供し、「人々のウェルビーイング」を追求するとともに、サステナビリティ経営の実現を目指します。

代表取締役社長
社長執行役員　前鶴俊哉

長期ビジョンの達成に向けて

当社は祖業である製粉事業から多角化を進め、加工食品やヘルスケアなど、事業領域を拡大してまいりました。「総合食品企業」として将来的には売上高5,000億円、営業利益250億円企業となることを目指し、そのマイルストーンとして2026年度に売上高4,000億円、営業利益150億円の達成を掲げました。これらの目標を達成し、さらに次のステージへ移行していくためには、サステナビリティを全社的な戦略の中に組み込んでいく必要があると考えています。

2022年、当社グループは新たに経営理念を策定しました。この理念に掲げる「人々のウェルビーイング」の「人々」とは、お客様だけではなく、社員や投資家、社会の人々すべてを含んでいます。これこそが私たちのビジネスそのものであり、すべての人々に私たちの商品で喜んでいただきたいという想いを込めています。事業を通して人々に幸せ・健康・笑顔を届けながら、環境や人権に配慮して持続可能な社会の実現に貢献していきます。この理念を社員一人ひとりが認識することで、人々が健康になれる商品や、環境に配慮した商品など、持続可能な社会を実現するためのアイデアや商品が生まれ、社員自らが行動を起こす企業となることを目指していきたいと考えています。

競争優位性の確立と事業の多角化

私たちは製粉から事業をスタートし、食品素材や加工食品、冷凍食品、健康食品の開発を手掛け、これらに関する知見と技術を長年にわたって蓄積し、競争優位の源泉としてきました。素材を提供するだけではなく、付加価値の高い商品開発を行っております。

一例としては、オリーブの搾り粕の中に健康に良い成分があることを発見し、それを健康食品として商品化しました。お客様と一緒に商品開発をする中で蓄積された、小麦やその他の穀物をはじめとしたさまざまな材料への知見や、食品加工で培った技術が私たちのこれまでを支え、さらにこれからのビジネスにつながると考えています。この知見や技術を基とし、これからも「人々のウェルビーイング」を追求するという経営理念を軸に、事業展開を図ってまいります。

今後の見通しと成長戦略

足元の事業環境を見ると、2022年に入ってロシア/ウクライナ情勢により小麦やエネルギー関連価格が高騰するなど、非常に厳しい状況に直面しています。建築資材などの価格も上昇する中、私たちは必要な設備投資は着実に進める必要があると考えています。特に、小麦粉の安定的な供給は私たちの使命であり、確実に継続していくため、製粉工場への設備投資は今後も続けてまいります。一方、事業拡大のための投資として、成長分野である冷凍食品の設備やインドネシアの工場建設などへの投資も推進します。また、急速な変化をし続ける消費者ニーズと多様な販売チャネルに対応するため、一例としてレストランの味を自宅で楽しめる冷凍パスタの通販を展開しております。さらに、研究開発を加速するための人財や、ニーズを的確に捉えるマーケティング人財の育成にも力を入れていきます。また、メーカーの付加価値のひとつとして生産技術はきわめて重要であると考えており、当社の強みとしてさらに磨きをかけていく考えです。

一方で、日本は人口減少が続いており、今後の成長を持続する上で、海外展開の強化は不可欠です。東南アジアでは食の欧米化が進んでいることから、パスタや冷凍食品などの加工食品を中心に、マーケティング調査や工場設立の検討を進めています。今後、自社商品の展開や、現地企業との協業を加速していく考えです。

DX推進については、工場のデジタル化を社会に先駆けて進めてきており、現在は工場のデータの「見える化」を図り、そのタイムリーなデータを全社で連携して経営戦略に反映させる取り組みを進めています。今後は工場以外でもDXを進め、働き方改革などを推進していきたいと考えています。また、高付加価値商品や、アレルギー対応商品のような小売店では販売量の確保が難しいものをECで販売するなど、当社独自の展開によって、多様な場所、買い方、商品など、時代に合わせた展開を図っていきます。

サステナビリティを基軸とした経営推進

私たちは、小麦を製粉する農産物加工業に携わり、当然、多くのエネルギーを使用しています。事業が大きくなればその消費量も増加しますが、さまざまなステージで工夫、努力を重ね、省エネルギーの実現に取り組んできました。2022年にはサステナビリティ推進部を新設し、サステナビリティへの取り組みをさらに充実させていきます。私たちは、従来から、「小麦」という自然の恵みを享受する事業者として高い環境意識を有しており、今後、TCFDの開示など、社会からの要請にも着実に応えていきます。また、私たちの成長を支える上で、人財はきわめて重要であると認識しており、次世代へつなぐための人財投資にも力を入れています。事業推進に必要なスキルや知識については、研修などの教育プログラムの一層の充実を図るとともに、大学や研究機関と連携して研究開発を行い、その成果を外部にも発信していきます。さらに、女性の活躍についても、元々、研究開発では女性が6-7割を占め、活躍の場を広げていますが、今後はさらに働く場所やそれぞれの社員のライフステージに合わせた働き方改革を進め、多様な人財が幅広い分野で活躍できるよう注力していきます。

私たちは、「人々のウェルビーイング」を実現するため、新しい時代の「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ため、サステナビリティ経営の実現に力を尽くしていきます。今後とも、ステークホルダーの皆様にはご理解、ご支援をお願いいたします。

総合食品企業「ニップン」として、経営理念の実現を目指します

当社は、製粉から事業をスタートし、食品素材や加工食品、冷凍食品、中食、健康食品の開発を手掛け、事業の多角化を進めてきました。今後もさらに事業領域を拡げるとともに、それぞれの事業を有機的に組み合わせながら、各事業において深掘りした効果を発揮していきます。

創立125年を迎えた2021年に当社は「株式会社ニップン」へ会社名を変更し、2022年には新しいニップングループのスタートに合わせて経営理念を定めました。

ニップングループの経営理念と戦略の全体像

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

ニップングループは、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

名実ともに
総合食品企業としての
地位を確立するため、
売上高5,000億円・営業利益250億円の
規模まで成長していくことを
目指します

マイルストーン
（2026年度までの目標）

売上高 4,000億円

営業利益150億円

の達成を目指します

経営方針

当社を取り巻く事業環境は目まぐるしく変化しております。この環境変化に対応するため、創業以来の技術と新しいデジタルトランスフォーメーション（DX）の融合を図り、イノベーションを起こすことで新しい時代の「食」を創造し、未来につながる価値を創出していきます。

また、社員一人ひとりが創業以来のパイオニア精神を忘れず、新たな事業領域にチャレンジします。

このような企業活動を通じて、環境問題、生物多様性保全、その他さまざまな社会的課題に真摯に向き合い、持続可能な社会の実現に貢献し、経営理念を実現していきます。

また、経営理念に基づき、お客様や株主様をはじめとしたステークホルダーとともに、未来につながる価値を創出することを経営方針として策定しました。お客様、社員、株主、そして社会とともに、時代を先取りした商品・サービスを提供し、社会課題の解決への取り組みを推進することで、企業価値の向上やより良い社会・より良い地球の実現に向け、貢献していきます。

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するために、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。

各ステークホルダーに向けて

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。

中長期の成長に向けた戦略

事業環境認識

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	● 環境配慮商品に対するニーズの高まり ● 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
責任ある企業行動	● 倫理的な信頼できる企業としての信頼獲得 ● 意思決定の透明性の向上や変化への適切な対応による安定的な経営基盤の確立 ● 法令違反による社会的信用の失墜/企業価値の毀損
ライフスタイルの多様化	● 健康志向の高まりによる健康食品市場の拡大 ● 食の嗜好の多様化/withコロナ・afterコロナの新しいニーズの発生 ● 新しい顧客ニーズに応えることによる事業の持続的な成長 ● 生活者の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
少子高齢化による消費人口の減少	● ECチャネルの拡大や海外での販売展開による新規顧客の獲得 ● インバウンド需要への対応による売上増加 ● 国内消費人口の減少による売上減少
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 ● 顧客離れによる売上減少
食品市場の競争激化	● 異業種の中食市場参入による競争激化 ● 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	● DX推進・デジタル技術の活用による生産性向上 ● 省力化機械技術の進歩による生産性向上 ● 労働環境の劣化による人財流出 ● 従業員パフォーマンス低下

長期ビジョンの戦略の方向性

- ESGのさらなる推進
- 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
- CVS市場への拡販
- 国内外でのM&Aによる事業規模の拡大
- 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開拓
- Eコマース事業など新たな販売チャネルへの参入
- 差別化した商品の展開ブランド力強化
- 営業力強化・生産性向上
- デジタル技術の活用

マテリアリティ / 主な施策/取り組み

環境保護への取り組み

■ 環境マネジメント体制の構築
・ISO14001の認証取得

■ 気候変動への対応
・工場への省エネ/再エネ機器の導入
・物流効率化/環境にやさしい物流への切り替え

■ 食品ロスの削減
・食品残渣や未利用資源を活用した商品開発（アップサイクル商品開発）
・ロスになりにくい表示への変更
・食品廃棄物の活用

■ 環境にやさしい商品開発
・プラントベースフード「ソイルプロ」の開発
・調理時間短縮商品による家庭でのCO_2排出削減
・環境配慮資材の調達

■ 水資源の保全
・水の再生利用を継続

■ 廃棄物等の低減・削減
・廃棄物等の適正処理、再資源化率向上

■ 生物多様性の保全
・ニップン四季の森の整備・植樹

法令遵守および内部統制

■ コーポレートガバナンス体制の強化
・適時適切な情報開示
・独立社外取締役の選任
・諮問委員会の設置

■ リスクマネジメント
・リスクマネジメントの体制強化
・情報セキュリティの強化

■ コンプライアンス
・内部通報窓口の設置
・グループ内規程の整備
・コンプライアンス研修の実施
・グループ内コンプライアンスの強化

ステークホルダーの信頼獲得

■ お客様エンゲージメント
・きめ細かなサービスの提供
・適切な広告展開
・安全な商品の安定提供

■ 取引先エンゲージメント
・購買基本方針に則った購買
・顧客への提案内容の高度化・接点強化

■ 株主・投資家エンゲージメント
・IR説明会等の開催
・適切な情報開示

■ 従業員エンゲージメント
・従業員とのコミュニケーション強化

国際社会・地域社会への貢献

■ 食育活動の実施
・当社商品を使用した料理教室の実施
・ヘルスケア関連などのセミナーの開催

■ 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

■ 国際・地域社会エンゲージメント
・近隣学校からの訪問学習の受け入れ
・雇用による地域経済の活性化/海外での雇用創出
・ユニセフ支援、WFP支援
・遊休不動産の有効活用
・パンの花教室のサポート

持続的成長をするための企業活動

■ 研究開発の強化
・新規機能性食品素材の開発
・ライフスタイルの変化に対応した新しい商品開発
・外部とのアライアンス/大学との共同研究実施
・積極的な知財取得、知財活用

■ 生産体制の強化
・DX推進・デジタル技術の活用
・生産設備の自動化
・グローバルな生産体制の整備

■ 持続可能なサプライチェーン構築
・原材料の安定的な調達
・調達・生産に関わる継続的なコスト低減
・輸送に係る安全会議の開催

■ 事業の多角化
・既存事業にとらわれない事業展開（野菜事業/大豆事業/AIを活用したロボットの開発等）
・国内外におけるM&Aの推進

■ 販売地域/チャネルの拡大
・ECチャネルの拡大
・海外での販売展開

高品質の商品・サービスの提供

■ 顧客満足度向上の取り組み
・お客様センターに寄せられた意見に基づく商品開発
・継続的な商品品質改善検討会の開催
・顧客ニーズに沿った商品の開発・提案・販売
・「お役立ち営業」を基本とした営業活動

■ 品質管理体制の強化
・JFS規格の認証取得
・ISO17025の認定を継続
・トレーサビリティ体制の構築
・工場定期監査の実施
・原料審査会の実施

人的資本への取り組み

■ ワークライフバランス促進
・働きやすい制度の設計/働き方改革の推進
・Web会議や在宅勤務ツールの整備
・工場の作業環境改善
・健康経営の促進
・賃金体系や福利厚生などの制度改革

■ 人財の採用/育成
・グローバル人財の育成
・社員のキャリアプランシート作成
・研修制度の強化および体系化

■ 人権保護・ダイバーシティの推進
・人権方針の開示
・柔軟な雇用形態による人財の多様化

目指すべき企業像を実現し、総合食品企業としての地位を確立していきます

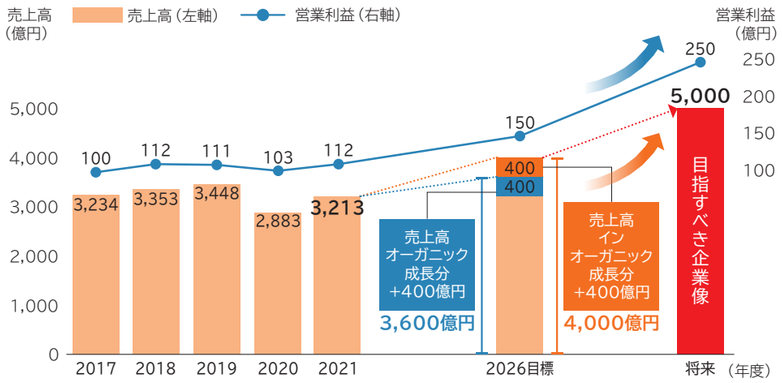
目指す姿

名実ともに総合食品企業としての地位を確立するため、売上高5,000億円・営業利益250億円の規模まで成長することを目指します。

そのためのマイルストーンとして収益基盤を強化しながらオーガニック成長で売上を400億円積み上げるとともに、インオーガニックでも400億円の成長を図り、5年後の2026年度までに売上高4,000億円・営業利益150億円の達成を目標とします。

基盤事業では、製粉事業はコスト競争力を向上させ、収益基盤をさらに強化していきます。食品素材事業はプレミックスの差別化戦略、加工食品事業は新たな視点に立った市場開発により売上を拡大していきます。成長事業では、冷凍食品事業は冷凍パスタメーカートップシェア獲得、中食事業ではデイリーメーカー事業の規模拡大を図ります。ヘルスケア事業は売上高の倍増を目指します。

ニップングループが目指す成長のイメージ

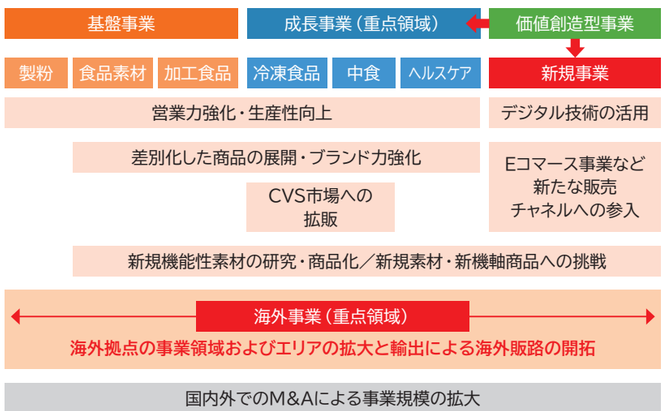


※2020年度は、会計方針の変更に伴い遡及適用が行われたため、遡及適用後の数値を記載

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の創出をし、収益性向上が期待できる成長分野への経営資源の集中的な投下をしていきます。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きます。

戦略の全体像



成長事業の重点施策

今後も冷凍食品事業は成長事業として重点領域と位置付けます。コロナ禍で消費者の冷凍食品に対するイメージが変化し、認知度が向上しました。当社が優位性のあるトレー入り個食米飯の展開、共働き世帯をターゲットとした副菜商品の開発・拡売を図ります。また、新規素材「ソイルプロ」を活用した商品ラインアップの強化、直販サイトや無人販売による新規販売チャネルの開拓により増収を目指していきます。

もうひとつの重点領域の柱である中食事業では事業環境が著しく変化する中で、生産拠点の全国展開化、チルド分野の強化、新規販路開拓などの施策を打ち出しています。その課題解決のためにチルド温度帯における菌数制御研究、賞味期限延長のための研究といった研究・開発力の強化、人手不足に対応した生産自動化、DXの推進などの生産・技術力の強化を行っていきます。

ヘルスケア事業では、機能性表示食品の主軸ブランドを育成し、通販事業、海外輸出などの販路を拡大していきます。

ニップン
よくばりプレート
和風おろしハンバーグ＆
香味醤油スパゲッティ

ソイルプロ そぼろタイプ

貯筋習慣プラス
ひざ関節サポート

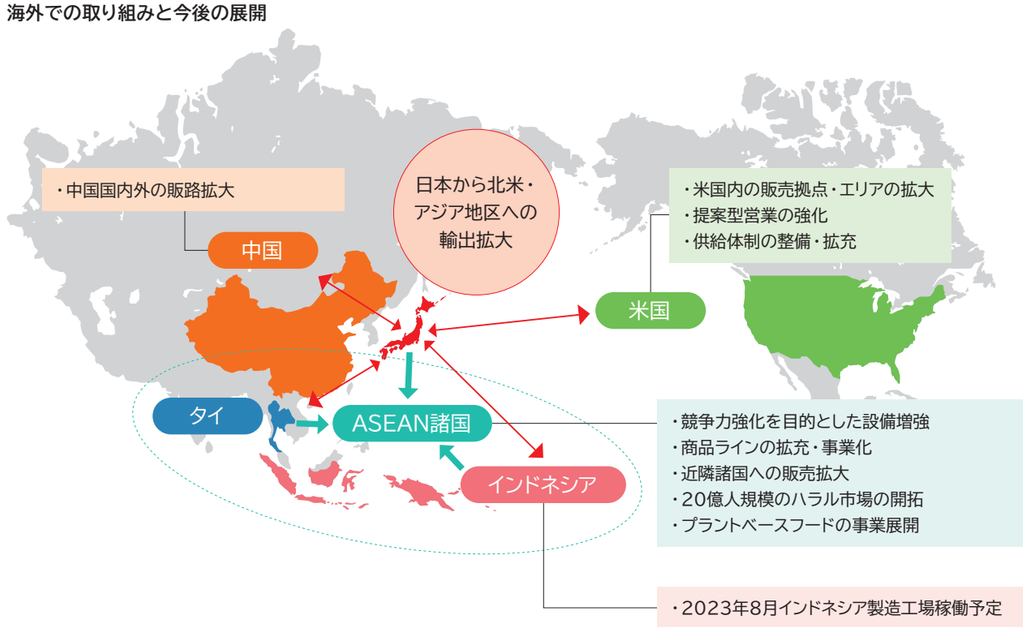
海外拠点の拡大・再構築に積極投資

海外事業では、ポテンシャルの高いASEAN地域と中国並びに北米でのビジネスをさらに拡大し、インオーガニック成長戦略の推進を含め、スピーディーに事業展開することにより、海外の売上高比率を2021年度の3%台から2026年度までに6%台まで拡大することを目指します。

そのために従来海外事業の中心であったプレミックス・パスタに加え、冷凍食品や新規素材の代替たんぱく・健康素材・機能性素材などの新規事業展開を推進していきます。インオーガニック成長を視野に入れ、積極的に北米・ASEAN諸国でのクロスボーダーM&Aの機会を追求していきます。

今後、北米では米国内の販売拠点・エリアの拡大、供給体制の整備・拡充、ASEAN諸国では競争力強化を目的とした設備増強、商品ラインの拡充・事業化などへの投資を想定しています。

海外での取り組みと今後の展開

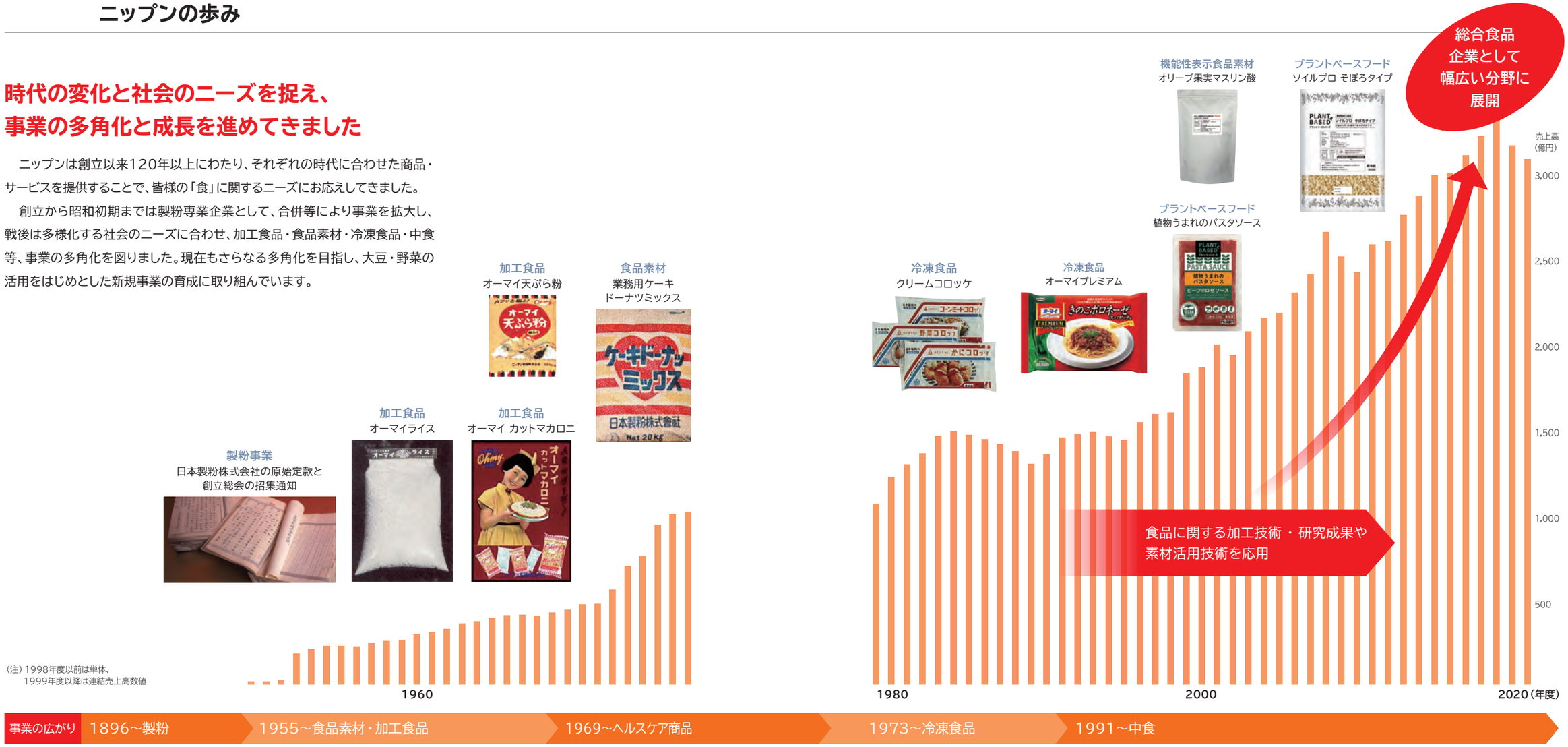


ニップンの歩み

時代の変化と社会のニーズを捉え、事業の多角化と成長を進めてきました

ニップンは創立以来120年以上にわたり、それぞれの時代に合わせた商品・サービスを提供することで、皆様の「食」に関するニーズにお応えしてきました。

創立から昭和初期までは製粉専業企業として、合併等により事業を拡大し、戦後は多様化する社会のニーズに合わせ、加工食品・食品素材・冷凍食品・中食等、事業の多角化を図りました。現在もさらなる多角化を目指し、大豆・野菜の活用をはじめとした新規事業の育成に取り組んでいます。



ニップンの提供価値

日本の近代的製粉業の振興に大きく貢献

1896年
ニップンの始まり

民間では日本初の近代的機械式製粉会社として、日本製粉株式会社(現 株式会社ニップン)を創立しました。ロール式製粉機械で生産される製品の品質・生産効率は、従来の石臼製粉とは明らかに一線を画すものでした。生産システムを従来の石臼製粉からロール式製粉へ革新することにより、近代式製粉業の基盤を作り、日本の近代的製粉業の振興に大きく貢献しました。

戦後の食糧難時代に高品質な「王米」を提供

1955年
「オーマイ」ブランドの誕生

戦後、日本では食糧難を解消するために、不足する米の代替品として小麦やとうもろこしを原料とした人造米が作られました。当社の原料・製造にこだわった人造米は、高品質なお米の王様、つまり「王米」であるとして、王冠の図柄の上に「Oh' my」の文字を重ね、「オーマイ」ブランドが誕生しました。そして、「オーマイ」ブランドで発売した「オーマイカットマカロニ」「オーマイロングスパゲッチ」が大人気となり日本の食卓に浸透しました。

経済成長や社会変化による食の簡便化ニーズに対応

1991年
中食事業への参入

若者世帯と高齢者の増加、女性の社会的進出などにより高まり始めた食の簡便化ニーズに応えるため、「健康・安全・おいしさ」を合言葉に弁当や惣菜などに代表される中食事業を開始しました。中食事業への参入は、多角化を進める当社にとって、これまでの食品素材を活用しつつ、事業拡大が見込めるという点で大きなビジネスチャンスとなりました。

2003年
家庭用冷凍パスタ「オーマイプレミアム」シリーズを発売

1970年代前半から、調理の簡便化志向や家庭用冷凍庫の普及、電子レンジの登場などにより、冷凍食品の需要が高まりました。当社はその成長性に着目し、1973年に冷凍食品事業を開始、1990年代から家庭用冷凍食品市場への進出を本格化しました。「オーマイプレミアム」はそれまでの冷凍パスタよりも、高付加価値な商品として2003年に誕生。味の良さに加え、先駆的に採用した紙トレーの便利さも相まって人気が高まり、「冷凍パスタブランドNo.1※」として現在も当社の冷凍食品事業を支える人気シリーズのひとつとなっています。

※インテージSCI（15～79歳）冷凍パスタ市場 2019年4月～2022年5月 ブランド別累計購入金額ベース

健康・環境配慮意識の高まりに対応

2020年
「ソイルプロ そぼろタイプ」を発売

当社は、植物性食品市場に注目し、大豆を原料とした植物性たんぱく食品の開発に取り組みました。その結果、大豆加工技術に長けたグループ会社とのシナジー効果により、豆腐の加工技術を応用した「ソイルプロ」という新素材の開発に至りました。また、これまで穀物で培った経験・ノウハウを活かし、特徴ある国産野菜の活用にも注力するなど、健康増進や環境配慮などを背景に広がりを見せるプラントベースフード市場に、大豆や野菜の活用で新たな提案を広げています。

主なトピック

ニップンの価値創造プロセス

ニップンの強み・優位性をバリューチェーン全体に展開することで、各事業間でのシナジーを発揮し、優れた商品・サービスを提供しています。ステークホルダーへの価値還元を行いながら、生み出された経済価値を経営資本として循環させていくことで、人々のウェルビーイングの追求と当社グループの持続的な企業価値向上を実現し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

外部環境 | 事業環境認識（P.7参照）

経営資本

財務資本	知的資本※	製造資本	人的資本	社会関係資本	自然資本
自己資本合計 174,120百万円	特許出願件数 43件	製造拠点数 国内：34拠点 海外：3拠点	グループ従業員数 3,775人	125年の歴史で 培ったステーク ホルダーとの関係性	原材料となる 植物を育む、 国内外の自然環境
営業CF 11,975百万円	研究開発拠点 2拠点				

※単体

アウトカム

経済的価値	社会的価値	
長期ビジョンの達成	ステークホルダーへの価値還元	経営理念の実現
売上高5000億円 営業利益250億円 ROE8%　営業利益率5%	お客様　社員 株主　社会	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

ニップンのバリューチェーンの強み・優位性

研究・開発

製粉事業
- 顧客ニーズに対応できる高い商品開発力
- 基礎研究から先端研究まで幅広く実施する体制
- 大学との共同研究
- 海外に研究開発設備を有することによる海外ニーズへのスピーディーな対応
- 創業から培った小麦・穀物等の素材への知見

食品事業
- 優れた食品加工技術
- 事業間シナジーによる新しい食材の開発力
- 社会変化に対応した新商品開発力

調達

- 取引先との強固な取引関係
- スケールメリットを活かした購買力
- 特徴的な国内産小麦の調達
- 海外原料を効率的に輸入・加工する臨海部への工場配置
- 特殊な原材料の安定した調達ルート

生産・製造

- JFS規格の認証取得
- 国内外工場の安定した製造体制
- DX推進・デジタル技術の活用
- 高い生産技術・加工技術
- 効率的な生産体制によるコスト競争力
- 当社独自の技術および、他社との協同の中で培った配合・加工ノウハウ
- ロボットによる製造効率化

物流

- 国内外の物流会社とのネットワーク
- スケールメリットを活用した運送効率
- 専門部署による物流品質の向上力

営業・マーケティング

- トータルサポートを行える営業体制
- 顧客への原材料勉強会の実施
- 課題解決型営業

BtoB
- 125年の中で培った盤石な顧客ネットワーク

BtoC
- 認知度の高いブランド
- グループシナジーを活用したマーケティング

品質保証・アフターフォロー

- グローバルでの高水準の品質管理ノウハウ
- トレーサビリティ体制の構築

BtoB
- 幅広い顧客からのニーズのヒアリング

BtoC
- お客様センターから消費者の声を社内へ発信・商品開発に活かす体制
- 継続的な商品品質改善検討会の実施

アウトプット

財務

売上高
3213億円

製品・サービス

製粉事業
業務用小麦粉

食品事業
食品素材：プレミックス等
加工食品：パスタ等
冷凍食品：冷凍パスタ・米飯等
中食：弁当・惣菜等

その他事業
ヘルスケア：機能性食品等
ペットフード
エンジニアリング

重要課題（マテリアリティ）

コーポレートガバナンス

総合食品企業として
責任ある事業を展開しています

1896年(明治29年)の会社創立以来、製粉から事業をスタートし、食品や中食などを手掛け、事業の多角化を進めてきました。2021年3月期ではグループ全体の売上高の約6割を食品事業が占めています。近年は、「プラントベースフード」※1や「アップサイクル商品」※2など環境に配慮した商品にも注力し、これまで以上に責任ある事業展開をしています。

※1:家畜の飼育に係る環境負荷を軽減する植物性の食材　※2:廃棄されるはずだったものに付加価値をつけてアップグレードした商品

ニップンの事業

製粉事業

売上高 **969** 億円　構成比 **30.2** %

安全で安定した品質の小麦粉供給、小麦粉の開発等を実施

その他事業

売上高 **384** 億円　構成比 **12.0** %

● **ヘルスケア**
植物原料から健康に寄与する独自素材を開発し、加工・販売

● **ペットフード**
良質で安全なペットフードの開発・製造

食品事業

売上高 **1,859** 億円
構成比 **57.8** %

● **食品素材**
プレミックスやコーン・米粉・シーズニングなどの業務用食材を提案

● **加工食品**
家庭用の常温商品と業務用のパスタ、オリーブオイルなどを販売

● **冷凍食品**
冷凍パスタ、米飯、惣菜、スナック、冷凍生地などを家庭用・業務用で展開

● **中食**
中食の原材料の供給のほか、製造工場も各地に配置

主な商品・事業

食品事業

家庭用加工食品ロングセラー*
65年

オーマイ スパゲッティ

冷凍パスタブランドNo.1*

オーマイプレミアムシリーズ

※インテージSCI（15～79歳）冷凍パスタ市場2019年4月～2022年5月ブランド別累計購入金額ベース

製粉事業

日本初のデュラム小麦新品種セトデュール

その他事業

健康食品ロングセラー
40年

小麦はいが
ファミリージャーム

日本初のクレイフラワー「パンの花」

＊商品の名称、パッケージは 現在のものです

食品事業

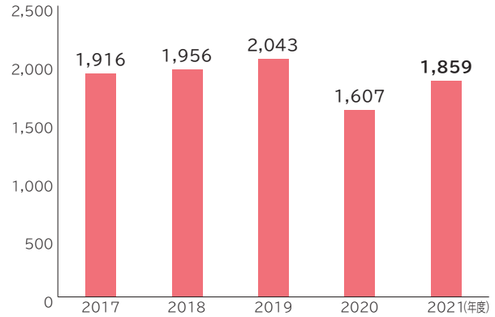
プレミックスなどの食品素材をはじめ、加工食品（パスタやパスタソース等）や、冷凍食品（パスタ・米飯等）など、幅広い商材を業務用・家庭用として展開しています。

■2021年度の成果

家庭用加工食品については前年の巣ごもり需要増の反動で、売上高は前年度を下回りましたが、冷凍食品の売上高は食事に手軽さを求めるお客様の増加やテレビCMなどの積極的な広告宣伝活動を実施した結果前年度を大きく上回りました。業務用食品や中食事業では、コロナ禍による需要低迷の影響を受けたものの、前年度と比較すると需要は回復傾向にあり、売上高は前年度を上回りました。

食品事業全体の売上高は前年度比増、営業利益は前年度比減となりました。

売上高推移（単位：億円）



※億円未満切捨て
※「収益認識に関する会計基準」適用に伴い、2020年度については遡及適用後の数値

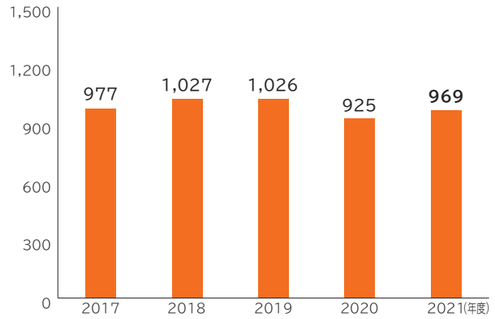
製粉事業

全国に8つの製粉工場を有し、原料の調達から製造・出荷にいたるまで徹底した管理体制のもと、安定的に小麦粉を供給しています。

■2021年度の成果

課題解決型営業の推進に注力し、お客様との取り組み強化や営業力・ブランド力の強化に努めた結果、2021年度の小麦粉および副製品であるふすまの売上が増加、製粉事業全体としての売上高・営業利益ともに前年度を上回る結果となりました。

売上高推移（単位：億円）



※億円未満切捨て
※「収益認識に関する会計基準」適用に伴い、2020年度については遡及適用後の数値

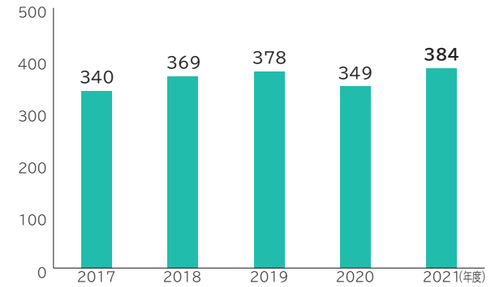
その他事業

ヘルスケア事業をはじめ、ペットフード事業、エンジニアリング事業、粘土でお花を作る教室の運営等、食のノウハウを活かした事業を行っています。

■2021年度の成果

ペットフード事業の好調や、エンジニアリング事業の大口工事の引き合いが増加したことにより、2021年度のその他事業の売上高は前年度比増、営業利益は前年度比減となりました。

売上高推移（単位：億円）

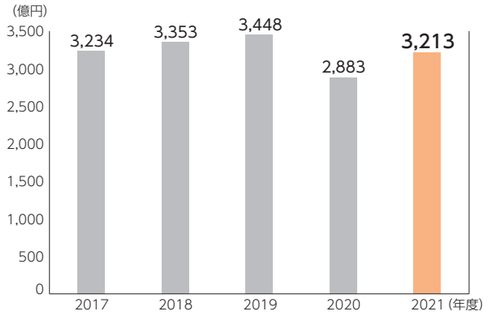


※億円未満切捨て
※「収益認識に関する会計基準」適用に伴い、2020年度については遡及適用後の数値

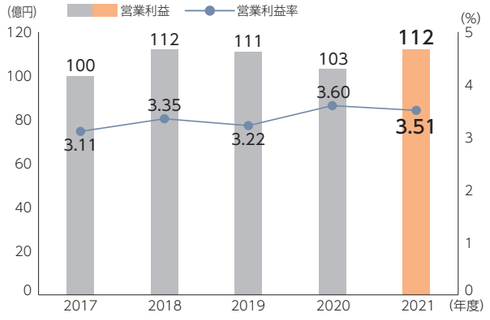
財務・非財務ハイライト

財務ハイライト（連結）

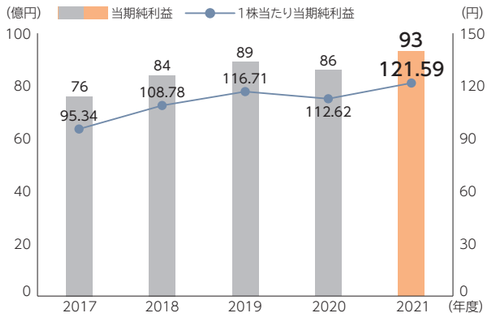
売上高



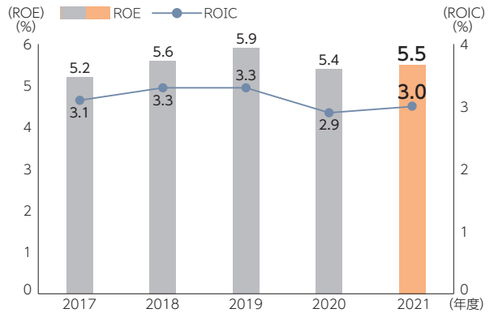
営業利益/営業利益率



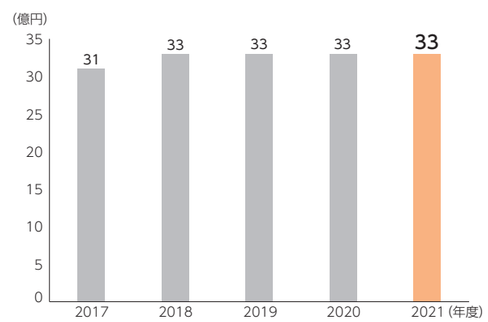
親会社株主に帰属する当期純利益/1株当たり当期純利益（EPS）



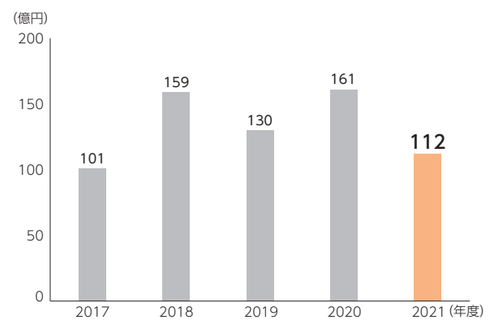
自己資本当期純利益率（ROE）/投下資産営業利益率（ROIC）



研究開発費



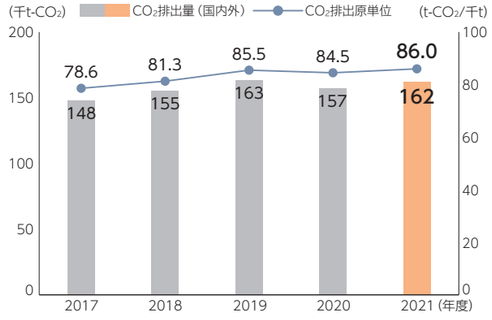
設備投資額



（注）「収益認識に関する会計基準」等を2021年度から適用しており、2020年度については遡及適用後の数値

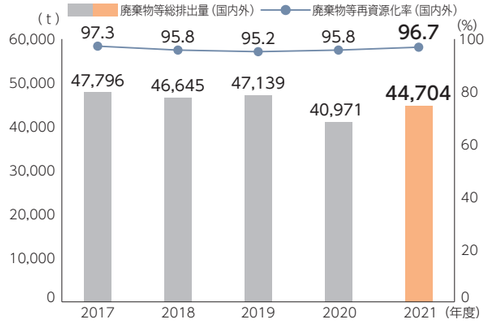
非財務ハイライト（記載がない限り単体）

CO_2排出量※1およびCO_2排出原単位※2の推移



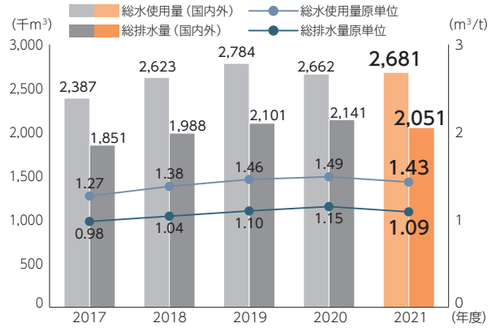
※1 連結
※2 当社および製造部門をもつ連結子会社

廃棄物等総排出量と再資源化率※1の推移



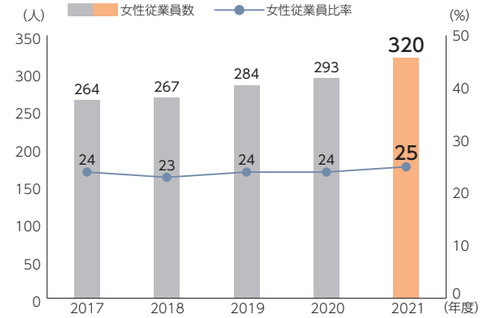
※1 連結

総水使用量および総排水量※1と原単位※2の推移

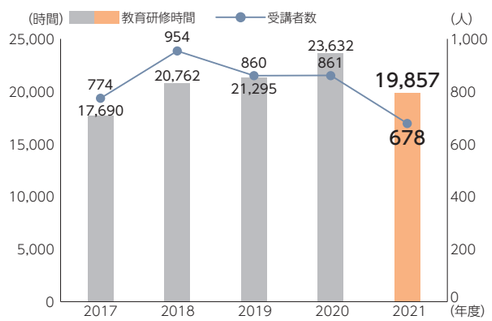


※1 連結
※2 当社および製造部門をもつ連結子会社

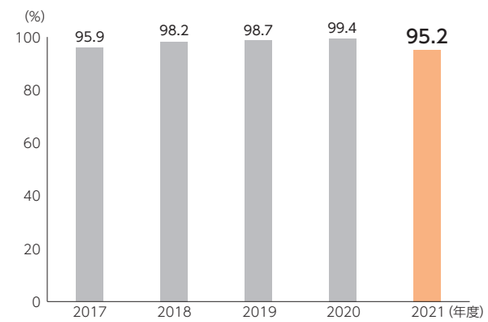
女性従業員数/女性従業員比率



教育研修時間/受講者数※1,※2



ストレスチェック受検率



※1 上記研修関連データは、人事・労務部主導数値に限定され、他事業部門主催研修を含みません。
※2 2021年度から算出方法を変更しています。2020年度以前データについても再集計しています。

財務担当取締役メッセージ

資本効率の向上を最重要課題として、成長投資を加速させ、中長期目標の実現に全力を尽くします。

取締役 常務執行役員
青沼 孝明

ニップンの事業ポートフォリオと2021年度の振り返り

当社の事業は、製粉事業、食品事業、その他事業で構成されています。利益構成では製粉事業と食品事業における食品素材事業の割合が高く、特に製粉事業は、安定的な収益性を維持しています。一方で、同事業は人口減少により国内市場が縮小傾向にあるため、今後の成長性という点では食品事業の冷凍食品等が今後の大きな軸となります。冷凍食品は、順調にシェアを拡大してきました。現在では当社独自の高付加価値・高価格帯商品が市場で高く評価され、収益の柱のひとつとして成長しております。

なお、2021年度はコロナ禍で大きなマイナス影響を受けた2020年度と比べると、その影響が一巡した結果、2019年度と同程度の業績まで回復しました。製粉事業における需要回復や、ふすまの価格上昇も後押しするとともに、食品事業における外食、コンビニ向け中食も徐々に回復してきました。ただし、世界的なエネルギー、輸送、原材料価格の高騰には注視していく必要があります。

2026年度目標・長期ビジョンの達成に向けて、資本効率化を実現

安定的基盤事業である製粉事業を中核とし、そのキャッシュフローを成長分野に振り向ける財務方針に変わりはありません。具体的には、今後の成長拡大分野と位置付けている冷食・中食・ヘルスケア、また海外事業などの分野へ最適配分し、今後も継続して総合食品企業への転換を図っていきます。財務戦略としては、資本効率化による最適資本構成を常に重視しています。このため、バランスシートの効率化における資産の圧縮と、利益率の改善が課題となります。2026年度の中期の財務目標では営業利益150億円、ROE6%、ROICは4%を上回る数値を目指しています。なお、資金調達面では、格付けの維持を最優先としつつ、外部調達、内部資産の転換等あらゆる方法を検討していく考えです。

意思決定プロセスを明確にした投資戦略

当社では今後の投資判断基準として収益力の見極めのためにROICの基準を明確化しました。投資の意思決定においてのプロセスを明らかにするとともに、収益性向上を目指すことで資本効率の向上を目指したいと考えています。さらに、労働集約型の生産工程における省力化の推進や、全社を通じたDX投資により、長期的な収益性の改善を目指す計画です。

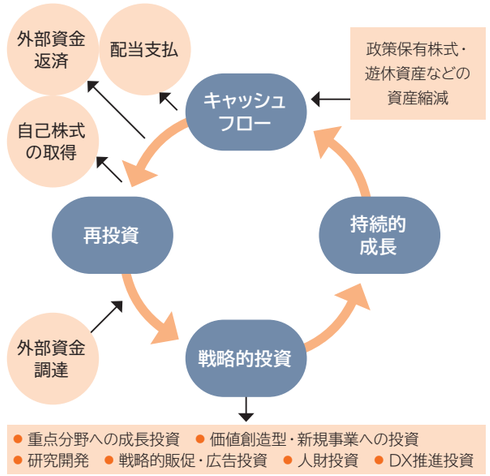
ステークホルダーの皆様へ

2022年度、当社は配当性向30%以上とすることを公表しました。安定的な配当を第一とし、配当可能利益の絶対額を上げることで増配を目指します。また、自己株式の取得についてはフリー・キャッシュフローの範囲内を前提に、常に検討していきます。なお、政策保有株式については、保有意義を明確にした上で縮減に向けた交渉を継続しています。

私たちにとって中期目標の達成は、ステークホルダーの皆様へのコミットメントです。今後も資本効率の向上を最重要課題として、より収益性の高い案件に投資を実行して、ニップンブランドの向上に注力し、企業価値向上に向けて全力を尽くしてまいります。

ニップンの財務戦略

財務の考え方と経営指標

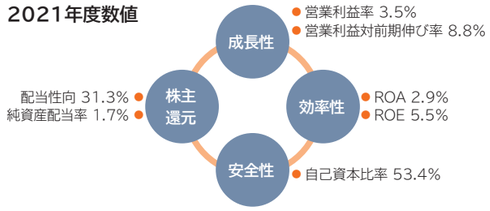


2026年度までに目標とする指標

営業利益(利益率)	ROE	ROIC
150億円(3.75%)	6%以上	4%以上

ROIC ＞ WACC

2021年度数値



当社は持続的成長による収益拡大から創出されたキャッシュ・フローを最適に分配することを財務の基本的な考え方としています。基盤強化や戦略的投資である重点分野への成長投資、価値創造型・新規事業への投資等に優先的に活用するほか、株主還元としての自己株式の取得も弾力的に行うなど、長期的な視点で投資効率を考えながら、企業価値の最大化を目指し、資金配分を決定しています。

また、財務レバレッジを効かせながらの海外事業の拡大や新規事業の創出には、M&Aやアライアンスを手法とすることが想定されます。機動的に資金調達を実行できる財政状態を保つため、長期債務格付けはシングルAフラットを維持したいと考えています。

さらに、資本効率の向上並びに財務体質の強化を図るため「ROICを重視した経営」を進め、高い投資効率を維持できる健全なバランスシートを維持していきます。2026年度までに事業資産圧縮や政策保有株式の売却および遊休資産の有効活用・縮減によりアセットライト化を実施していきます。

中期目標では資本効率に資する経営指標としてROE6%以上とROIC4%以上を掲げ、事業ポートフォリオ経営を充実させていきたいと考えています。

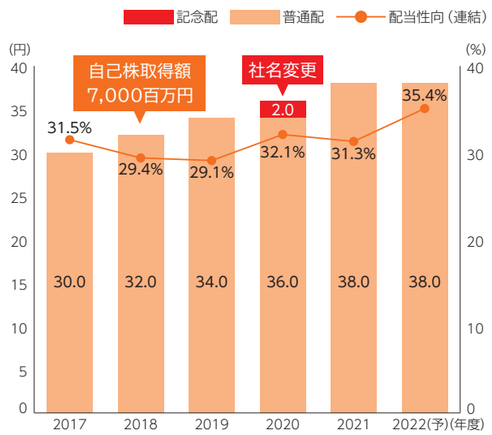
株主還元について

当社は株主の皆様に対する利益還元を重要な経営課題のひとつと考えており、企業基盤の強化、今後の事業拡充および期間業績を勘案しながら、利益配分を行っていくことを基本方針としています。

株主還元については配当性向30%以上を目標に安定的、継続的に拡充していくことを目指しています。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維持に努めていきます。2021年度の配当は、株主の皆様に感謝の意を表すため、1株あたり2円増配し、年間1株あたり38円としました。

自己株式の取得についても機動的な取得の実施を行っていきます。

配当と配当性向



サステナビリティ担当取締役メッセージ

経営理念である「持続可能な社会の実現」に向け、より一層サステナビリティの取り組みを強化していきます。

取締役 常務執行役員
香川 敬三

2015年にSDGsが国連で採択されて以降、それまで以上に世界的にサステナブル活動を積極的に行うことが求められる状況となりました。このサステナブルな活動は、本来、私たちの未来のためであり、言われるまでもなく行うべきものです。

また、サステナブルな企業活動は、企業の将来価値を向上させるものとして、非財務価値をはかるESG指標で評価されます。2006年に国連責任投資原則が発表され、2015年に年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）がこれに署名したことをきっかけに、ESG投資が世界的に活発化し、企業への投資判断の材料としてESG指標が使われるようになりました。こうした背景から、 サステナビリティの考え方を経営戦略に取り込み、事業機会として活かす企業が世界的に増えております。

2022年、当社グループは、「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」を経営理念として策定しました。この経営理念は、企業の社会的責任を果たし、企業として持続的成長を図ることを謳っております。この持続的成長を図り「名実ともに総合食品企業としての地位を確立」し、すべての人々・社会から必要不可欠とされる企業であり続けるために、サステナブルな取り組みを行ってまいります。

当社グループのサステナビリティの取り組み方針として、「環境保護への取り組み」「持続的成長をするための企業活動」「ステークホルダーの信頼獲得」「高品質の商品・サービスの提供」「人的資本への取り組み」「国際社会・地域社会への貢献」「法令遵守および内部統制」の重要課題7項目を挙げました。

「環境保護への取り組み」については、食品ロスの削減、商品の包装資材の見直しなど、環境にやさしい商品開発などを推進いたします。また2011年より北海道深川市で「ニップン四季の森」を整備し、地元市民の皆様と植樹を行い、「生物多様性の保全」に継続的に取り組んでおります。

「持続的成長をするための企業活動」は研究開発の強化やプラントベースフードの取り組みをはじめとした事業の多角化などに取り組みます。

「ステークホルダーの信頼獲得」においては、「ステークホルダーエンゲージメント」をテーマに適切な情報開示などに努めます。

その他の重要課題においても、「顧客満足度向上の取り組み」「健康経営の促進」「食育活動の実施」「地域社会エンゲージメント」「リスクマネジメント」など複数のテーマについて、その重要性を認識し、常に検証しながら、ひとつひとつ確実に責任を果たしてまいります。その実施の過程において、時代や社会的要請は常に変化いたします。その変化に対して、適切かつタイミング良く、スピーディーに対応してまいります。

当社グループは、これまでも各地においてCSR活動を中心としたさまざまな取り組みを行ってまいりました。今後は本社のサステナビリティ推進部を中心にこれまでの各地での自主的な取り組みの精神を尊重しつつ、全社的体系的に取り組むため、ロードマップの作成から実施に移してまいります。

皆様におかれましては、企業活動や生活の中で、当社グループが信頼され必要であり続けるためのご提案をいただければ幸甚でございます。

ニップンのマテリアリティ

マテリアリティ

ニップングループは、安全で安定した食の提供を使命としています。当社グループの事業と社会双方への影響を考慮し、7つのマテリアリティ（重要課題）を特定しています。これらは当社グループにとってのリスク・機会となると同時に、社会や地球環境に及ぼす影響が大きい重要な課題であることを認識しています。

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するために、マテリアリティへの取り組みを進め、持続可能な成長を目指します。

	重要課題	対応するSDGs	主な取り組み
環境	環境保護への取り組み	6, 7, 12, 13, 14, 15	● 環境マネジメント体制の構築 ● 気候変動への対応 ● 食品ロスの削減 ● 環境にやさしい商品開発 ● 水資源の保全 ● 廃棄物等の低減・削減 ● 生物多様性の保全
社会	持続的成長をするための企業活動	2, 3, 8	● 研究開発の強化 ● 生産体制の強化 ● 持続可能なサプライチェーン構築 ● 事業の多角化 ● 販売地域/チャネルの拡大
社会	ステークホルダーの信頼獲得	12, 16	● お客様エンゲージメントの向上 ● 従業員エンゲージメントの向上 ● 取引先エンゲージメントの向上 ● 株主・投資家エンゲージメントの向上
社会	高品質の商品・サービスの提供	2	● 顧客満足度向上の取り組み ● 品質管理体制の強化
社会	人的資本への取り組み	5, 8	● 人財の採用／育成 ● 人権保護・ダイバーシティの推進 ● ワークライフバランスの促進
社会	国際社会・地域社会への貢献	1, 2, 4, 6, 17	● 食育活動の実施 ● 食品提供による支援 ● 国際・地域社会エンゲージメント向上
ガバナンス	法令遵守および内部統制	16	● コーポレートガバナンスの強化 ● リスクマネジメントの強化 ● コンプライアンスの強化

1 貧困をなくそう　2 飢餓をゼロに　3 すべての人に健康と福祉を　4 質の高い教育をみんなに
5 ジェンダー平等を実現しよう　6 安全な水とトイレを世界中に　7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに　8 働きがいも経済成長も
12 つくる責任つかう責任　13 気候変動に具体的な対策を　14 海の豊かさを守ろう　15 陸の豊かさも守ろう
16 平和と公正をすべての人に　17 パートナーシップで目標を達成しよう

マテリアリティ

環境

ニップングループは、大地の恵みの恩恵を受けて、食に関わる事業活動を行っています。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きます。

2021年度の重点取り組みと成果

CO_2排出量（連結）
162千t-CO_2

廃棄物等総排出量（連結）
45千t

排水量（連結）
2,051千m³

物流におけるCO_2排出量
48千t-CO_2

廃棄物等再資源化率（連結）
96.7%

化学物質使用量（連結）
8千ℓ

重要課題	2021年度の取り組み	
	テーマ	主な成果
環境保護への取り組み	環境マネジメント体制の構築	● ISO14001の認証を継続
	気候変動への対応	● 工場への省エネ機器・太陽光発電設備を導入 ● 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
	食品ロスの削減	● パスタ類の賞味期限の表示改善を継続 ● 食品副産物のアップサイクルの推進
	水資源の保全	● 水の使用量削減や従業員への意識啓発 ● 環境教育を通じた節水意識の向上推進
	廃棄物等の低減・削減	● 化学物質使用量を低減 ● 産業廃棄物等の適正な処理
	環境にやさしい商品開発	● 包装資材の脱プラスチック化（パイシートのトレー紙化等） ● プラントベースフード「ソイルプロ」を使用した商品開発 ● 「うれしい自然の恵み」シリーズの発売 ● 環境にやさしい新素材の研究・導入検討
	生物多様性の保全	● ニップン四季の森の整備・植樹

環境保護への取り組み

気候変動への対応

気候変動リスクに対する認識

気候変動による干ばつや多雨などの異常気象は、農作物の収穫量や品質に影響を及ぼすことが予想されます。これは原材料コストの上昇につながるリスクとなり、優れた品質の商品を安定的に提供し続けることが難しくなるなど、当社グループの事業活動に影響を及ぼす懸念があります。当社グループは省エネルギー機器の導入や取り組みを進めています。

水リスクに対する認識

気候変動による降雨・台風・降雪パターンの変化が干ばつや洪水を招き、農業用水、飲料水の不足は、年々顕著になってきています。当社グループの原材料の栽培には、水は欠かせない資源であり、水資源の不足は大きなリスクとなり得ます。当社では、各事業場での水リスク評価を行うほか、上水・井戸水・工業用水の利用量を把握し、無駄なく有効に利用するように取り組んでいます。

プラスチック使用量削減と持続可能な資源の利用

プラスチックごみ対策

プラスチックごみ対策として、2019年6月の地域首脳会議（G20大阪サミット）では、「海洋プラスチックごみによる新たな汚染を2050年までにゼロにすることを目指す」目標を導入することで各国が合意しました。当社では、包装資材の厚みを薄くしたり、材質を紙製にしたりするなどして、プラスチック使用量削減に取り組んでいます。また、当社はCLOMA（Japan Clean Ocean Material Alliance）の活動にも参加しています。

包装資材の見直し

当社は、環境に配慮した包装資材を積極的に採用し、プラスチックの使用量を削減しています。「ニップン こんな小麦粉ほしかった」※1と「ニップン 日本の小麦粉」※2は、包装資材のリニューアルを行いました。そのリニューアルでは、プラスチック使用量を約40%削減しながら、紙とフィルムの多層構造を用いることで従来の密封性を維持しています。

※1 「ニップン こんな小麦粉ほしかった」：小麦粉を選り分けて粒を揃えた、ダマになりにくいサラサラタイプの商品

※2 「ニップン 日本の小麦粉」：北海道産小麦を100%使用した商品

紙トレーの採用

当社は、冷凍食品の「よくばりプレート」「よくばり御膳」に、環境に配慮した無漂白の木材パルプで作られたeco紙トレーを使用しています。eco紙トレーを製造する際にモールド容器※を活用することで、これまで紙トレー化が難しかった冷凍食品用の仕切り付きトレーが実現できました。これによりプラスチック使用量の削減にもつながっています。今後も、多くの冷凍食品の紙トレー化が図れるよう活動していきます。

※モールド容器：原料パルプを水に溶かし、金型で漉き上げ乾燥させて作った紙成型容器

食品工場副産物から創り出す機能性食品素材

当社は食品工場副産物に高濃度のセラミドが含まれていることを発見して以来、さまざまな食品副産物の活用を検討しています。処分に困っている食品工場副産物や搾り粕を分析して含有量が高い成分を探索し、大学や研究機関と共同で研究を行い、その成分の健康機能を証明した後、製品化して素材として販売しています。

この取り組みは、（公財）食品等流通合理化促進機構主催の「第9回食品産業もったいない大賞」において、農林水産省大臣官房長賞を受賞しました。

マテリアリティ
社会

研究・開発や生産力を強化して安全・安心な食を提供にし、お客様に幸せや健康をお届けしたいと考えています。また、従業員も含めたあらゆるステークホルダーに対する社会的責任を果たし、今後も持続的成長を目指していきます。

2021年度の重点取り組みと成果

女性従業員比率	女性管理職数	育児休業・育児勤務制度利用者数（男女）	有給休暇取得率	お客様センター相談件数
25%	32名	48名	67.6%	11,249件

重要課題	2021年度の取り組み　※一部2022年度の取り組みも含みます	
	テーマ	主な成果
持続的成長をするための企業活動	研究開発の強化	●「第9回食品産業もったいない大賞」農林水産省大臣官房長賞を受賞 ●機能性表示食品「アマニのめざめティー」、「うるつや ピュアホワイト」を発売
	生産体制の強化	●知多市新工場の建設決定
	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を開催 ●政府/生産者団体との小麦の安定調達に係る協議・調整を継続
ステークホルダーの信頼獲得	ステークホルダーエンゲージメント	●顧客への提案内容の高度化・接点強化 ●長期ビジョンの発表 ●取引先と良好な関係を維持した購買活動の継続/購買規定の遵守 ●IR説明会などの開催/適切な情報開示/機関投資家との対話
高品質の商品・サービスの提供	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 ●少量包装の業務用小麦粉、ハンディーパック型商品の開発、発売
	品質管理体制の強化	●JFS-C規格の認証を継続　●ISO17025の認定を継続 ●工場定期監査、原料審査会の実施　●トレーサビリティ体制の構築
人的資本への取り組み	人財の採用/育成	●部門別研修、社外研修、通信教育など研修機会の提供 ●グローバル人財の育成プログラムの確立・実行
	人権保護・ダイバーシティの推進	●多様な人財の積極採用推進　●障がい者の積極的な活用
	ワークライフバランス促進	●柔軟な働き方の拡充 ●育児休業の取得や育児休暇制度の整備
	健康経営の促進	●メンタルヘルス、エンゲージメント調査の継続実施 ●ヘルスケアプラットフォーム「PepUp」の導入
国際社会・地域社会への貢献	食育活動の実施	●Webサイト「ニップン栄養情報サイト」を公開 ●(一社)日本食育学会の「食育推進企業・団体」の認定取得
	食品提供による支援	●フードバンク、こども宅食に食品を寄贈
	国際・地域社会エンゲージメント	●ユニセフ支援・WFP支援　●訪問学習の受け入れ

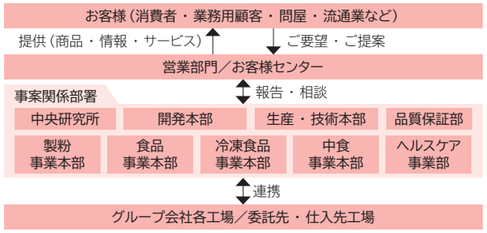
持続的成長をするための企業活動

開発力と生産力の強化

基盤となる研究開発体制

ニップンは、社会的環境、経営環境の変化に柔軟に対応し、食と健康に関わる新たな研究開発領域への拡充を目指しています。そのためには、基礎研究から新規技術・新規商品にわたる研究・開発の取り組みの強化が必須です。グループ会社を含め、既存の事業分野の拡大、新規分野の開拓・事業化を目指した研究活動、精緻な分析技術を有した研究体制に加え、市場のニーズと研究成果を結びつけた新たな商品や市場を創造する開発体制を整え、研究開発活動に取り組んでいます。2021年度の当社グループ全体の研究開発費は3,352百万円（2020年度は3,330百万円）となりました。

商品開発を担う各組織の役割



知多市新工場の建設による生産力強化

製粉工場の新たな拠点として、愛知県知多市に総工費140億円を投じて、新工場の建設を開始しています。2026年2月に稼働を予定しています。原料となる小麦サイロに直結できる立地なので、原料調達コストの削減につながります。

これまで蓄積した技術力に最新の自動化技術などを組み合わせて生産性を高めるとともに、自然災害に強く、サステナビリティにも配慮した最先端の製粉工場を目指します。

新工場の建設に合わせて名古屋工場・大阪工場の閉鎖と神戸甲南工場の設備増強を決定しました。製粉事業のより競争力のある生産体制の構築を進めていきます。

商品開発体制と成果

お客様の声を商品・サービスに反映

当社のお客様センターでは、官公庁や外部の団体などと連携し、情報収集・社内教育・対外的情報発信に取り組んでいます。「CS検討会（商品品質改善検討会）」をお客様センター中心に開催し、開発・品質保証・購買・工程管理・工場といった関係部署へお客様の貴重な声をフィードバックすることで、商品の改善、開発に活かす体制を構築しています。

※CS：Customer Satisfaction（お客様満足度）

品質管理体制の維持・強化

品質管理体制の維持・強化のために、当社による安全基準の設定や安全査察のほかにも外部機関による審査などを通じて、不具合の指摘・改善を実施しています。当社の全工場をはじめとして、グループ会社の一部の工場でもJFS-C規格※の認証を取得しています。

※JFS-C規格：（一財）食品安全マネジメント協会が開発した日本発の国際的に通用する食品安全マネジメントシステムの認証スキーム。

素材がもつ栄養素に着目した新シリーズの発売

素材がもつ栄養素に着目した「うれしい自然の恵み」シリーズの展開を2021年秋より開始しました。全粒粉や、豆腐の加工技術を応用した当社グループの独自プラントベース素材「ソイルプロ」等を活用しています。健康に配慮しつつ、おいしさにもこだわった商品を、環境に配慮した包装資材を使用してお届けしていきます。

サプライチェーンの強化

物流段階での品質管理

物流段階での品質管理強化のため、物流部門・工場・運送会社で定期的に物流会議を行い、商品がお得意先様の元に届くまでの流通段階においても、品質衛生管理を推進しています。

物流会議ではトラブル事例を共有し、注意喚起による同様のトラブルの発生防止や異物混入の防止だけでなく、車両メーカーと協力し技術的な解決も図っています。また、点検・確認作業のマニュアルや安全衛生管理基準の改訂も適宜行っています。

Eコマース事業の強化・拡大

2022年4月に直販サイト「ニップンダイレクト」の運営を開始しました。家庭用の加工食品や、健康食品・化粧品等の販売のほか、本サイト限定商品としてこだわりのつまった冷凍生パスタ&ソース「nest」も販売しています。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入れながら安定した売上基盤を構築し、小売店を通じた販売同様、収益モデルの確立を目指していきます。

ステークホルダーの信頼獲得

株主・投資家およびサプライヤーエンゲージメント

株主・投資家様の信頼獲得に向けて

当社は持続的な成長と企業価値向上のために、開示の透明性や説明責任を担保しつつ、株主・投資家様との建設的な対話に積極的に取り組んでいます。経営者層が直接財務実績や成長戦略を説明する機会を設けることが信頼の獲得につながると考え、代表取締役社長によるアナリスト・機関投資家と個人投資家向けの説明会を実施しています。

2021年度の取り組み

- 株主総会
- 機関投資家向け決算説明会
- 機関投資家・アナリストの個別取材
- ニップンレポート作成・公表
- Webサイトでの情報発信
- 株主優待
- 個人投資家向け会社説明会

責任ある購買活動の推進

当社グループは購買業務の手順明確化と公正な取引を徹底するため、「購買基本方針」を策定し、「贈収賄等防止方針」「サプライヤーの皆様へのお願い」等とあわせて、当社Webサイト上で公開しています。

方針遵守のために仕入れ先と委託先の監査・モニタリングも実施しており、2021年度は78社（新規11社、既存67社）実施しました。

購買基本方針
https://www.nippn.co.jp/csr/buying

説明会の様子

職場環境づくり

より良い職場環境を目指して

ワークライフバランス

価値観の多様化が進み、また時を合わせて新型コロナウイルスの蔓延によりさらなる多様な働き方を推進するためにさまざまな制度の導入を進めています。在宅勤務、時差出勤、フレックスタイム制を従業員が活用できるように、時代に合わせた制度整備を進めています。時間外労働の削減、連続年休取得の促進については労使による「就業効率向上委員会」を設置し、事業場ごとに目標を設定した上で進捗管理、改善を進めています。

就業効率向上委員会の様子

育児休業・育児勤務制度

少子化が進む中、当社では従業員の子育てを支援するため「育児休業・育児勤務制度」を導入しています。さらに男性の育休の取得率アップに着手し、現在では50％以上の取得率を達成しました。東京労働局より次世代育成支援に取り組む認定企業として「くるみん」マークを取得しています。今後も一層の利用促進に向け、随時制度の見直しを行ってまいります。

健康経営の推進

健康経営

当社は、すべてのお客様から信頼される企業として成長し続けるため、「食」を通じて幸せ・健康・笑顔を提供するため、まずは従業員一人ひとりが心身ともに健康でなければならないと考えています。「従業員の健康」を経営課題のひとつとして捉え、健康経営宣言を制定した上で、健康経営の最高責任者を社長とした体制を整えています。健康保険組合との連携を強化し、生活習慣の見直し、メンタル不調の予防を図り、保健師による健康相談を実施し、社内コミュニケーション活性化のために各種クラブ活動を支援するなど、従業員の健康保持・増進に取り組んでいます。これらの取り組みの結果、経済産業省が健康経営に積極的に取り組んでいる企業を認定する「健康経営優良法人」に5年連続で認定されました。

2022年には新たに「健康経営推進委員会」を設置して体制の強化を図り、健康経営宣言を改定し、生産性およびエンゲージメント向上の目標指標を定め、心と身体それぞれの健康に関するKPIを設定しました。

従業員が健康で活き活きと働くことにより、組織が活性化し、生産性および従業員のエンゲージメントが向上し、業績の向上、企業価値の向上、経営理念の実現につながることを目指し、今後もさらなる健康経営の推進に取り組んでいきます。

健康経営宣言

ニップンは、「食」を通じて、世の中のすべての人々に幸せ、笑顔、そして健康をお届けする企業を目指します。これを実践し、持続可能な社会の実現に貢献していくために、従業員一人ひとりが創造性・多様性を育み、何事にも進取果敢に取り組んでいきます。

そのためには、従業員とその家族が心身ともに健康であることが不可欠であり、すべての基盤となります。

このような考えのもと、従業員は自らの健康保持・増進に主体的に取り組み、会社はこれを積極的に支援し、一体となって健康経営を推し進めていきます。

2022年9月
株式会社ニップン
代表取締役社長 前鶴 俊哉

食品事業

取締役メッセージ

業務用で培った強みを背景に家庭用カテゴリーの拡大を展開していき、それを支える人財への投資を加速することで、経営理念の実現と企業価値の向上を図っていきます。

代表取締役 専務執行役員
大内 淳雄

人々の食を守ることを使命として

当社は、人々の食を守り、命を支えることを使命として、人々のウェルビーイングを実現するために、日々、事業を推進しています。現在注力しているヘルスケアや機能性素材分野は成長性が高く、当社の成長に貢献するとともに、経営理念の実践にもつながるため、今後も強化していきます。さらに、大豆たんぱくのプラントベースフード（ソイルプロ）は、健康だけではなく環境にもやさしく、持続可能な社会の実現にも貢献します。私たちはこのような商品開発を加速することで、事業戦略の中で経営理念の実現を目指していきます。

歴史の中で培った高い開発力

食品事業は、食品素材、加工食品、冷凍食品、中食など幅広い分野をカバーし、業務用・家庭用双方の商品を扱っています。特に、業務用商品では長い歴史の中で国内屈指の顧客との深いリレーションシップを築いており、強固な基盤となっています。一方、家庭用商品では“消費者”のニーズを聞き、それを実現するために自社の技術を適応させていく過程で高い開発力を有するようになりました。

また、これまで培ってきた食材の特性に関する知見を、新しい領域の研究開発に応用する柔軟性も併せ持っており、これらの強みが、新しい健康食品であるアマニなど、新たなシーズを創出する力の源泉となっています。今後もこの応用力を活かし、優れたブランドを市場に浸透させていく考えです。

中長期の成長を実現するために

今後の展開においては、業務用商品で培った強みを家庭用商品に展開していくため、一層多様化する消費者ニーズを的確に掴み、自社の技術力や商品開発力と融合させることができる人財が必要となります。そのためには、人財育成への投資が非常に重要だと考えています。今後国内では、人口動態の変化に伴い購買形態・消費者ニーズが大きく変化する可能性があります。例えば、高齢化に伴い、冷凍の栄養食・介護食の需要が拡大するかもしれません。このようなマーケットの変化を適切に把握できるマーケティング人財の育成や、時代に合った商品を提案できる体制の構築を進めていきたいと考えています。

また、中国、インドネシア、タイ等の海外市場の拡大に伴い、海外展開の強化も急務です。現地において競争力を確保するためには、現地の消費者の嗜好を深く理解しながら、現地企業にない当社のオリジナリティを活かす商品開発を進めることが必要です。そのためには、海外人財も含めた多様なバックグラウンドを持つ人々が能力を発揮して活躍できる職場環境を構築するなど、ダイバーシティ&インクルージョンを促進するための制度設計に取り組んでいく必要があると考えています。

事業概況と戦略の方向性

当社グループの売上高の約6割を占める食品事業は、「食品素材」「加工食品」「冷凍食品」「中食」などがそれぞれ有機的に連携し、シナジーを生み出しています。コロナ禍をきっかけに急速に進むライフスタイルの変化や、環境意識の高まりなどによる価値観の変化に伴い、食生活に求められるものも、これまでとは異なったものになってきています。それらの社会変化への対応の一例として、一部の家庭用商品においてはSDGsを意識したサステナブルな包装資材を採用しています。いずれの分野においても、社会構造や個人の考え方の変化に伴う多様なニーズに的確に対応してまいります。

長期ビジョン達成のための主な戦略

- 食品素材事業：既存事業の安定成長と海外を中心とした事業規模の拡大
- 加工食品事業：新たな視点で市場開発を行い売り上げ拡大を図る
- 冷凍食品事業：新規機能性素材の商品化、新規販売チャネルの開拓、海外事業拡大
- 中食事業：デイリーメーカー事業の規模拡大とノウハウを活かしたマーケット領域の拡大

2021年度の実績

業務用食品では、緊急事態宣言に伴う大型商業施設への休業要請、飲食店への休業・時短要請が外食産業を中心に大きな影響を及ぼしているものの、前年度と比較すると需要は回復傾向にあり、売上高は前年度を上回りました。一方で、家庭用食品では、前年度の外出自粛による巣ごもり需要増の反動により、売上高は前年度を下回りました。冷凍食品類の売上高は前年度を大きく上回りました。家庭内での内食需要が依然として高く、また、コロナ禍を機に食事に手軽さを求めるお客様が増加したほか、テレビCMを放映するなど積極的な広告宣伝活動を実施した結果、冷凍パスタ「オーマイプレミアム」シリーズは好調に推移しました。また、「よくばり」シリーズや「いまどきごはん」シリーズの1食完結型のトレー入り商品も引き続き好調に推移しました。中食事業では、コロナ禍による需要低迷の影響を受けたものの、前年度と比較すると需要は回復傾向にあり、売上高は前年度を上回りました。

今後の取り組み

当社は「食品素材事業」を基盤領域のひとつと捉えており、プレミックスの着実な積み上げと新市場の開拓や輸出拡大に取り組みます。また、シーズニングや米粉については、他社との提携や協業による事業拡大をはかります。同じく基盤領域として捉えている「加工食品事業」では、リブランディングやチャネル戦略の推進など、需要の刷新と掘り起こしを進めてまいります。また、健康や環境をキーとした商品開発を進めます。一方、重点領域である「冷凍食品事業」は、当社グループが販売する「ソイルプロ」を活用した商品展開、新規販売チャネルの開拓、輸出等の海外事業に取り組んでまいります。同じく重点領域である「中食事業」では、消費スタイルに合わせた価値創造型提案を図ってまいります。

主要製品ブランド

食品素材

これでい粉
ゴツゴツ衣

ホットケーキ
ミックス

加工食品

オーマイ
スパゲッティ
1.7mm 結束タイプ

ニップン
アマニ油入り
ドレッシング
和風たまねぎ

ニップン
ハート(薄力小麦粉)

REGALO
ボロネーゼの真実

冷凍食品

オーマイ Big ナポリタン

ニップン よくばり御膳
五目ご飯と鶏と野菜の黒酢あん

ニップン パイシート 4枚入

製粉事業

取締役メッセージ

**小麦粉の安定供給と独自の技術力による
付加価値の高い製品を提供するとともに、
事業を通じて環境に配慮することで、
真の意味での「持続可能な社会の実現」を目指します。**

代表取締役 副社長執行役員
堀内 俊文

小麦粉の安定供給を使命として

主に小麦粉を提供する製粉事業は、当社の基盤事業であると同時に、食全体の安定供給に貢献するものとして食料安全保障上も重要な役割を果たしています。事業を確実に継続することが、経営理念に掲げる「持続可能な社会の実現」の実践につながると考えています。

製粉事業を取り巻く国内市場および国際情勢の変化

国内の小麦粉市場は、一人当たりの消費量は堅調なものの、人口減少に伴い総消費量は徐々に減少しつつあります。核家族化による単身世帯の増加、コロナ禍による内食需要の増加やインバウンドの減少に加え、2022年はロシア/ウクライナ情勢によるエネルギー価格高騰など、事業環境はきわめて厳しい状況に直面しています。一方、海外では東南アジアを中心に日本食の人気が一段と高まり、高品質な日本の小麦粉の需要が高まっています。

このような事業環境の変化に対し、私たちは顧客企業の要望に応える課題解決型営業の推進に注力しています。

中期目標達成に向けた重点施策

当社の基盤としての製粉事業をさらに強化するために、大阪工場および名古屋工場を閉鎖し、西日本の主力工場である神戸甲南工場の設備増強を図ります。さらに、愛知県知多市に新たな製粉工場を建設します。2026年2月竣工予定の知多市の新工場は、最新技術を導入することで自然災害に強く、省エネ・環境対策が強化された最先端の製粉工場となります。この再編により、当社の臨海工場比率は現在の83%から95%に上がります。我が国で使用される小麦の約9割が外国産小麦ですが、臨海工場では輸入した小麦を大型貨物船から直接自社原料小麦サイロもしくは隣接サイロに搬入できるため、原料調達コストの削減につながります。

また、IT技術を利用した効率的な工場運営、省エネ化・エネルギーロス削減、他社との共同配送・製造拠点再配置等を通じた物流改善、再生資源の利用等によりコスト競争力強化を図るだけでなく、環境負荷低減にも貢献してまいります。

一方、農研機構と当社の共同研究で生まれた我が国初のデュラム小麦「セトデュール」、でんぷんに特徴のある小麦等、小麦の育種にも積極的に関与しており、国内産小麦の可能性および需要拡大に貢献しております。

サステナビリティの実現に向けて

小麦粉の安定供給は、事業を通じたサステナビリティの重要な取り組みのひとつです。また、物流の効率化などによるCO_2排出量削減や、IT技術を利用した効率的な工場運営など、さまざまな事業活動において環境に配慮することで、企業価値の向上を図るとともに「持続可能な社会の実現」を目指します。

私たちは安全で安心な小麦粉を安定的に供給し、食のサプライチェーンをより強固なものとすることで、社会的責任を果たしてまいります。

事業概況と戦略の方向性

世界的な穀物相場の大きな変動の影響や、国内消費市場規模の縮小、また「食」に対する嗜好の多様化・健康志向が一層強まるなど、当社はこれまでにない激しい変化の中に置かれています。その変化の中でも、安全・安心な小麦粉の安定供給という社会的責任を果たし続けることを、最も大切な使命として考えております。

製粉事業は、業務改善と各コストのさらなる低減を実施しながら、長年培った技術を活かし、お客様の多様な要望にお応えします。当社の基盤領域の事業として収益を上げ、持続的成長を強固にするため、確実な事業展開を図ってまいります。

セトデュールの収穫の様子

長期ビジョン達成のための主な戦略

- 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

2021年度の実績

当社グループにおいては、食の安全・安心志向の高まりを受け、品質管理の強化に努めるとともに、長年培った技術を活かし、お客様の多様な要望に応える課題解決型営業の推進に注力しております。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大が続く状況下におきましても、お客様との取り組み強化や営業力・ブランド力の強化に努め、販売活動に精励してまいりました。

その結果、小麦粉および副製品のふすまの売上高は前年度を上回りました。

なお、外国産小麦の政府売渡価格が2021年4月から5銘柄平均（税込価格）で5.5%引き上げられ、2021年10月には同19.0%引き上げられたことに伴い、当社は2021年6月および12月に製品価格の改定を実施しました。

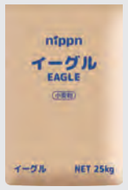
今後の取り組み

従来から行っている「課題解決型営業」を今後も推進してまいります。商品提案や新カテゴリーを開拓することによって、お客様の事業の発展に貢献するとともに、さらなる成長を目指してまいります。

一方、工場の省エネ化や環境配慮型包装資材の使用、共同物流などによる物流費の改善を図り、コスト削減と環境負荷低減に関しても取り組んでまいります。

また、「知多市新工場」を建設（2022年2月ニュースリリース）し、2026年2月の稼働を目指しています。これまで蓄積した技術力に最新の自動化技術等を組み合わせて生産性を高めるとともに、自然災害に強く、省エネ・環境を含めSDGsに配慮した最先端の製粉工場を目指します。

製粉



イーグル

ハート

ニップン北海道

シリウス

ブリリアント

メルベイユ

事業概況と戦略の方向性

ヘルスケア事業は、我が国の高齢化および健康志向の高まりを受け、今後の伸長が期待されます。当社の機能性素材開発とリンクし、これまで以上に商品開発・上市に取り組んでまいります。

新たなビジネスモデルの構築に向けた取り組みも進めています。そのひとつとして、エンジニアリング事業では、「フードテックロボット」の開発、実用化を推進していきます。背景として、食品の安全性向上や安定確保がこれまで以上に厳しく求められていることや、生産効率向上や人財不足対応などの生産現場の諸問題に対応していく必要があることが挙げられます。

長期ビジョン達成のための主な戦略

- ヘルスケア事業
  - ・機能性表示食品の主軸ブランド育成
  - ・「健康通販事業」の拡充
- 新たなビジネスモデル構築の取り組み
  - ・Eコマース事業強化・拡大
  - ・プラントベース市場への参入
  - ・フードテックロボットの開発

2021年度の実績

ペットフード事業は、販売数量が好調に推移した結果、売上高は前年度を上回りました。エンジニアリング事業は、大口工事の引き合いが増加した結果、売上高は前年度を上回りました。

今後の取り組み

ヘルスケア事業においては、機能性素材の北中米、東アジア、東南アジアへの輸出拡大を図ってまいります。エンジニアリング事業の「フードテックロボット」に関しては、短期的にはコストダウンや人財の有効活用の効果が期待され、中長期的には開発効果による新規産業の創造を通じた自企業・食品他産業への貢献ができると考えます。

さらに、新たなビジネスモデルとしては、既に取り組みを開始している「Eコマース事業強化・拡大」「プラントベース市場への参入」を推進してまいります。「Eコマース事業」については、直販サイト「ニップンダイレクト」を設営しており、今後は健康素材を活用するなどした新ジャンルの商品を投入して、安定した売上基盤を構築し、収益基盤として確立することを目指します。

「プラントベース市場の参入」に関しては、豆腐の加工技術を応用した大豆新素材「ソイルプロ」を実用化しております。今後も環境に配慮した生活・サステナブルな食事の可能性を追求してまいります。

また、M&A、業務提携によるインオーガニック成長の実現にも取り組んでまいります。

ヘルスケア事業

オリーブ果実
マスリン酸

アマニのめざめ
ティー

ペットフード事業

ペットフード

エンジニアリング事業

トッピングロボット
ニトロン

新規事業
（プラントベースフード）

植物うまれのガパオ

TOPICS 新規素材・新機軸商品への挑戦

ニップングループは、これまでさまざまな事業分野を展開していく中で、原材料は小麦から、米、そば、コーン、大豆、野菜、アマニへと拡がり、事業も製粉からプレミックスやパスタなどの食品、冷凍食品、弁当・惣菜へと拡げてきました。その中で、食品の基本的な機能としての栄養やおいしさだけでなく、健康機能を活かした機能性食品素材事業を発展させてきました。

この健康分野については、1990年代までは小麦胚芽や小麦ふすまなど、主に小麦由来成分の活用について、研究開発を行ってきましたが、食品成分の健康機能が盛んに研究され始めた1990年代後半からは、小麦に拘らず、穀物や野菜、果物など食用の植物に含まれる成分の健康機能の研究開発に注力し、独自の機能性食品素材の開発を行ってきました。研究開発の結果、健康機能を狙った食品の2大市場である「メタボリックシンドローム」や「美容・美肌」に対応した素材であるアマニリグナン（アマニ由来）やセラミド（米、トウモロコシ由来）を開発しました。続いて、高齢化に伴う問題である「ロコモティブシンドローム」や「オーラルケア」に対応したオリーブ果実マスリン酸（オリーブ由来）やパミスエキス（ブドウ由来）を開発しています。これらは、2015年に施行された機能性表示制度への対応も進め、開発素材を使用した商品でのヘルスクレーム表示が可能となっています。また、セラミドについては、他社との共同開発により、日本初で唯一の肌トクホ商品の発売（2019年）にもつながっています。そして現在、高ストレス社会である現代に対応して、ストレス抑制や脳機能・認知機能、メンタルヘルス、体内時計・睡眠の研究などを行い、国内の各大学とも協力して、新たな健康機能をもつ新素材の開発に積極的に取り組んでいます。加えて、健康機能だけでなく、味覚についての研究や食感・物性を活かした素材の研究開発も行っており、これらを活かした新素材開発につなげていきます。

また、ニップンの開発するセラミドをはじめとした機能性食品素材は、ほとんどが食品工場の副産物や搾り粕を有効活用しており、堆肥にしたり廃棄したりするしかなかった副産物から、高付加価値の素材を開発しています。この循環型社会の構築、食品アップサイクルの取り組みが、2022年1月に「第9回食品産業もったいない大賞」※の「農林水産省大臣官房長賞」を受賞しています。

※（公財）食品等流通合理化促進機構主催、農林水産省協賛

ニップングループの多角化戦略の方向性

コーポレート・ガバナンス体制

基本的な考え方

ニップングループは、経営理念のもと、さまざまなステークホルダーの皆様からの信頼に応えるための取り組み事項を定めた「コーポレート・ガバナンスに関する基本方針」を制定し、経営基盤の整備を進めています。

ガバナンス強化に向けた取り組み

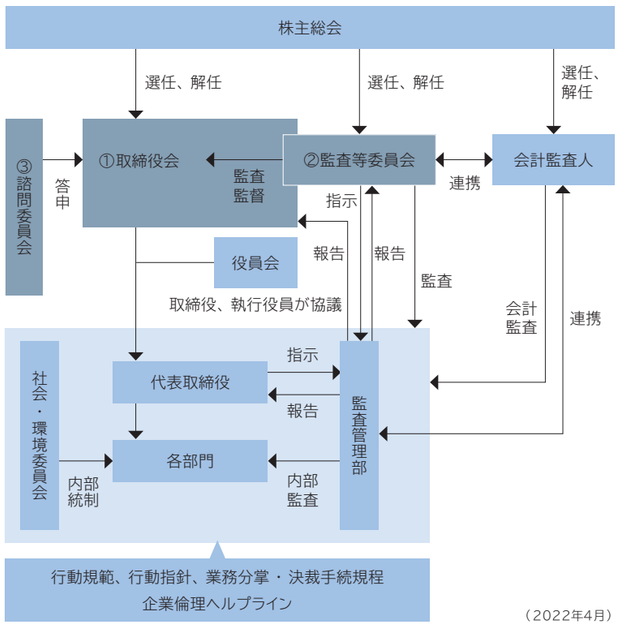
2002年度	執行役員制度導入
2010年度	社外取締役選任
2014年度	社外取締役2名
2014年度	退職慰労金制度廃止
2014年度	株式報酬型ストック・オプション制度導入
2016年度	取締役会実効性評価開始
2018年度	指名・報酬の諮問委員会設置
2020年度	監査等委員会設置会社へ移行　社外取締役5名
2022年度	指名・報酬の諮問委員会の委員長を社外取締役に変更

ニップンのコーポレート・ガバナンス体制

ニップンは2020年6月の定時株主総会をもって、監査等委員会設置会社に移行しました。監査等委員である取締役に取締役会における議決権を付与することで、監査・監督機能を強化し、コーポレート・ガバナンス体制をより一層充実させ、さらなる企業価値向上を図ることを目的とするものです。監査等委員である取締役は、役員会等の重要会議に出席するなど十分な情報を入手でき、取締役の業務執行を監督・監査できる体制を整備しています。当社の事業特性と規模から、企業統治の効率性と監督機能が担保される体制と考えています。

また、社外取締役を主要構成員とする諮問委員会を設置し、取締役の選任、報酬について取締役会に答申しています。執行役員制も導入しており、執行役員は取締役会の授権のもと業務執行を行い、業務執行に関わる重要事項の協議のための全取締役と執行役員による役員会を設置しております。

コーポレート・ガバナンス体制図



（2022年4月）

①取締役会（2021年度 17回開催） （単位：名）

取締役（監査等委員含む）	15
うち社外取締役	5

取締役会は、重要な業務執行決定と業務執行監督を行い、原則毎月1回開催し、必要に応じて臨時取締役会を開催しております。

②監査等委員会（2021年度 12回開催） （単位：名）

監査等委員	4
うち社外取締役	3

監査等委員は4名で構成され、そのうち社外取締役である監査等委員は3名、常勤の監査等委員は1名です。

監査等委員の1名は公認会計士で、財務および会計に関する相当の知見を有し、監査等委員の2名は弁護士で、法律に関する高度な知識を有しております。

③諮問委員会（2021年度 1回開催） （単位：名）

諮問委員	5
うち社外取締役	3

諮問委員会を設置し、株主総会へ付議する取締役候補者および取締役会へ付議する取締役報酬、取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針について意見を取締役会に答申します。

委員は、社外取締役3名、社内取締役2名で構成されています。委員長は社外取締役です。（2022年度）

氏名			構成員			出席率		
			取締役会	監査等委員会	諮問委員会	取締役会	監査等委員会	諮問委員会
澤田 浩	代表取締役会長	社内	○		●	91%	—	100%
前鶴 俊哉	代表取締役社長 社長執行役員	社内	●		○	94%	—	100%
堀内 俊文	代表取締役 副社長執行役員	社内	○			100%	—	—
大内 淳雄	取締役 専務執行役員	社内	○			100%	—	—
小木曽 融	取締役 専務執行役員	社内	○			100%	—	—
青沼 孝明	取締役 常務執行役員	社内	○			100%	—	—
木村 昭子	取締役 常務執行役員	社内	○			100%	—	—
香川 敬三	取締役 常務執行役員	社内	○			100%	—	—
江島 丘	取締役 常務執行役員	社内	○			100%	—	—
田中 康紀	取締役 常務執行役員	社内	○			100%	—	—
熊倉 禎男	取締役	社外	○		○	100%	—	100%
川俣 尚高	取締役	社外	○		○	94%	—	100%
奥山 章雄	取締役　監査等委員	社外	○	●	○	100%	100%	100%
吉田 和彦	取締役　監査等委員	社外	○	○		94%	100%	—
成瀬 健太郎	取締役　監査等委員	社外	○	○		100%	100%	—
玉川 越三	取締役　監査等委員	社内	○	○		100%	100%	—

※ ●は議長・委員長、○はメンバーを示しています。

※ 在任期間中の開催回数　取締役会：17回、但し、澤田氏は11回、江島氏は3回、田中氏は14回　監査等委員会：12回　諮問委員会：1回

※ 役職は2021年度のものです。

取締役の多様性に関する考え方

当社は、当社事業に精通した社内取締役のほか、取締役会の監督機能を高め、経営の健全性を向上させるため、社外取締役を選任しています。

社外取締役は5名で、弁護士、公認会計士、食品科学分野研究者で構成されております。

女性取締役は2名で、うち社内取締役が1名、社外取締役が1名です。（2022年6月29日現在）

2021年度の取締役会における主な意思決定・議題

組織体制
- サステナビリティ推進部の新設
- 情報システム推進部の新設

取締役
- 取締役に対する報酬制度の改定

グループ経営
- オーケー食品工業株式会社との株式交換による完全子会社化

設備投資
- 中京地区および近畿地区での製粉工場の再編
- 冷凍食品製造設備の増強

ガバナンス
- 内部統制システムの構築に関する基本方針の改定
- 情報セキュリティ基本方針の制定

その他
- 政策保有株式の売却
- 大規模システム障害対策本部の設置

取締役会の充実に向けた取り組み

実効性評価

取締役会の実効性について、2021年度の評価を2022年5月に、取締役14名を対象としたアンケート調査を実施し、自己評価を行いました。

経営陣に判断を委任すべき事項と取締役会の決議事項を適切に振り分け、決議すべき事項については充分な時間をかけ審議し、関連当事者の利益相反管理も適切になされているなど、意思決定や監督機能の有効性は確保されているとの評価になりました。その一方、取締役会の規模の将来的な見直しやより審議事項検討の時間確保に努めることによって、より効率的で活発な議論が期待できるとの改善事項が示されました。

今後も当社は、取締役会の運営の充実を図るための改善に努めてまいります。

社外取締役のフォロー体制

社外取締役に対し、専任スタッフがサポートしています。取締役会の開催に際しては、事前に決議事項に関わる資料を提出しています。社外取締役は、執行役員が業務の執行状況を報告する役員会に出席することができます。工場、支店、子会社でのヒアリングに対し、説明・報告がなされています。

取締役のスキルマトリックス

氏名	専門性と経験									
	企業経営	生産・調達	営業・マーケティング	研究・開発	サステナビリティ	グローバル	財務・会計	人事・人財マネジメント	法務・リスクマネジメント	情報システム
前鶴 俊哉	●	●		●	●	●		●		●
堀内 俊文	●	●	●			●				
大内 淳雄	●	●	●	●						
青沼 孝明	●				●		●	●	●	
木村 昭子	●					●			●	
香川 敬三	●				●		●		●	●
田中 康紀	●	●		●	●				●	
木村 富雄	●		●				●		●	
川﨑 裕章	●	●	●			●				
川俣 尚高（社外）	●				●	●		●	●	
熊谷 日登美（社外）				●	●	●				
監査等委員である取締役										
奥山 章雄（社外）	●				●		●			
吉田 和彦（社外）	●				●	●		●	●	
成瀬 健太郎（社外）	●				●			●	●	
玉川 越三							●		●	

役員報酬制度

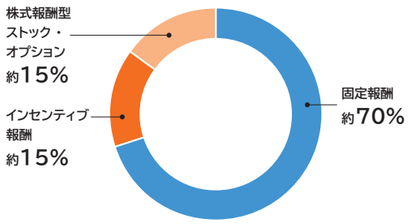
社外取締役および監査等委員である取締役を除く取締役の報酬は、役位・職責、事業年度の業績、社会情勢などを総合的に勘案した基本報酬、短期業績に基づき変動するインセンティブ報酬、株式報酬型ストック・オプションにより構成します。

社外取締役および監査等委員である取締役の報酬は、基本報酬のみとします。

種類別の報酬割合については、概ね固定報酬70%、インセンティブ報酬15%、株式報酬型ストック・オプション15%とします。

インセンティブ報酬は、単年度業績に対する取締役のコミットメントとして位置付け、連結営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益等の業績および個人の業績等への貢献度に基づき、あらかじめ設定した役位別の基準額をベースに目標達成度合いに応じて一定の範囲内で決定し、賞与として毎年一定の時期に支給します。

株式報酬型ストック・オプションは、中長期な業績向上と企業価値向上への貢献意欲や士気を一層高める目的で、「株式報酬型ストック・オプション規則」に基づき役位別に付与します。



固定的な報酬（約70%）	変動報酬（約30%）

	基本報酬	インセンティブ報酬	株式報酬型ストック・オプション
位置付け	固定報酬	短期インセンティブ報酬	中長期インセンティブ報酬
支給対象	● 取締役（社外取締役・監査等委員を除く） ● 社外取締役 ● 監査等委員	● 取締役（社外取締役・監査等委員を除く）	● 取締役（社外取締役・監査等委員を除く）
評価・付与方法	―	単年度業績に応じ、賞与として毎年一定の時期に付与	株式報酬型ストック・オプション規則に基づき役位別に付与

取締役の報酬等の総額

区分	報酬等の総額（百万円）	報酬等の種類別の総額（百万円）			対象となる役員の員数（名）
		固定報酬	インセンティブ報酬	非金銭報酬等	
取締役（うち社外取締役）	399（25）	285（25）	43（―）	70（―）	12（2）
取締役（監査等委員）（うち社外取締役）	50（30）	50（30）	―	―	4（3）
合計（うち社外役員）	450（55）	336（55）	43（―）	70（―）	16（5）

（注）1. 上記には、2021年11月21日に逝去し退任した取締役および2021年6月29日開催の第197回定時株主総会終結の時をもって退任した取締役1名を含めております。
2. 取締役の報酬等の額には、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まれておりません。
3. 上記のほか、2014年6月27日開催の第190回定時株主総会決議に基づく役員退職慰労金打ち切り支給として、2021年11月21日に逝去し退任した取締役1名に331百万円を支給しており、その支給額には、当期前の事業年度に係る事業報告において記載した役員退職慰労金の引当額が含まれております。

コンプライアンス

コンプライアンスについての考え方

当社では、「行動規範」「行動指針」の遵守を徹底するコンプライアンス活動を推進しています。

「行動規範」および「行動指針」はWebサイトで公開しており、「行動規範」および「行動指針」並びに「行動指針」の解説をした「企業の社会責任HAND BOOK」を全従業員に配布しています。

毎年新入社員に対して新入社員研修の一環としてCSR 研修を実施するなど、企業倫理の基本を身に付けるようにしています。

コンプライアンス教育

コンプライアンスでの留意点をまとめた「コンプライアンスガイドブック」を作成し、事業場担当者、事業場管理職、グループ会社管理職等に対し研修を行いました。また、仕入業務の担当者向けに下請法の勉強会を実施しました。

内部通報制度

法令違反や社内不正など、企業倫理や法令に抵触する行為を防止もしくは早期発見し、是正することを目的として、従業員が相談もしくは通報することのできる「企業倫理ヘルプライン」を設置しています。

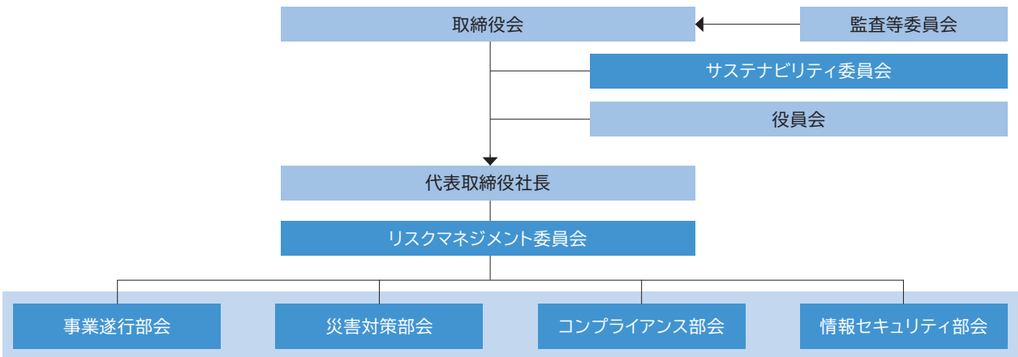
通報窓口は、社内と外部業者の2か所設置しており、通報したことによって不利益を被らないよう、運用規程を定めています。2021年の内部通報件数は0件でした。

リスクマネジメント

当社グループの事業活動を取り巻くリスクは多種多様であり、リスクの中にはひとたび発生すれば、人の身体や生命に多大な悪影響を与え、当社グループの経営に多大なダメージを与える可能性のある「危機」が存在します。当社グループが事業を継続し安定的に発展していくためには、リスクを未然に防止する対策を十分に講じ、仮に危機に直面した緊急時には、これに適切に対処して、損害の拡大を防止し、危機を迅速に収束させることが必要不可欠であるとの考えから、管理体制の強化に努めています。

主なリスクである大規模災害での安否確認システムや衛星携帯電話の導入、情報セキュリティリスクについては、情報セキュリティインシデント対応規程の制定のほか、新型コロナウイルス感染症については対策本部を設置し対応方針を決定しています。

リスクマネジメント体制



社外取締役メッセージ

第三者の視点から、会社の政策判断の合理性を検証していきます。

社外取締役
川俣 尚高

社外取締役の役割

コーポレート・ガバナンスコードが改訂され、社外取締役の重要性がますます強調されるようになっています。会社の政策判断の合理性を第三者の視点から検証することが、社外取締役の重要な役割であり、その多様性が重視されているのも、さまざまな立場から施策を検証することが求められていることの表れだと思います。

当社が今後も持続的に成長していくためには、製粉以外の事業を拡大し、「総合食品企業」となる必要があります。その流れの中で、社名からあえて「製粉」を外し、「ニップン」へと変更をしました。2022年5月には、多様な事業を展開する上で会社をひとつに束ねるための、新たな経営理念・経営方針を策定しました。しかし、多くの社員が総合食品企業として成長していくことを意識している一方で、製粉事業での絶対的な成功体験がある社員は、時に製粉事業の延長線での発想にとらわれてしまうこともあると感じています。製粉事業は今後もこの会社の基盤事業ですが、異なる分野であれば、それに適合した発想でビジネスを組み立てる必要があります。意思決定の過程で、こうした従来の考え方にとらわれているような状況が見え隠れした際に、第三者の視点から指摘を行うことが、当社の社外取締役の役割のひとつであると考えています。

ガバナンス強化の取り組み

当社は、2010年度に社外取締役を選任し、2020年度には5名に増員、現在では取締役会の3分の1を社外取締役が占めるようになりました。増員に伴い、社外取締役の取締役会での発言はますます活発になっています。2020年に監査等委員会設置会社に移行する以前から社外監査役を置いていましたが、社外取締役となることで投票権を有するようになり、自ずと発言は増えています。重要な政策課題については、背景事情も含めて事前に担当役員から社外取締役に説明され、意見交換を行っているため、社外取締役からの発言も実質に踏み込んだ内容であり、充実した議論がなされているように感じています。

また、当社は取締役の指名・報酬に関する委員会として任意の諮問委員会を設置しており、2020年度に委員の過半数を社外取締役としただけでなく、2022年度からは委員長を社外取締役としました。年々、社外取締役の関与の強化に向けた体制作りが進んでいると考えます。取締役会の多様性の観点では、女性の社内取締役1名、社外取締役1名を選任しています。業務執行取締役に社内の女性取締役を選任できている企業はまだ少なく、女性社員のロールモデルとなっていると考えています。

リスクマネジメントの考え方

当社では、2021年7月に大規模なシステム障害が発生しました。その後、システム障害の原因究明と、システムの再構築・再発防止を図ってまいりましたが、社内役員と同様、社外取締役も原因究明・再発防止に強いコミットメントをしてきました。日常業務の延長線ではない緊急時の対応であったこともあり、こうした非常時の対応の助言も、社外取締役に求められていることであると考えています。現在は、システムの最適化・アップデートを重要な政策課題として取締役会の問題に位置付けていますが、当社を取り巻くリスクはシステム障害に限定されません。システム障害以外の潜在的なリスクの把握・対応についても、取締役会として政策課題として捉え、現状を把握し、対応していくことがより一層求められていくと考えています。

取締役一覧 2022年6月29日現在

代表取締役社長 社長執行役員
前鶴 俊哉

1983年 4月 当社入社
2014年 6月 当社執行役員
生産・技術部長
2015年 6月 当社取締役 執行役員
生産・技術副本部長
兼生産・技術本部生産・技術部長
2019年12月 当社取締役 常務執行役員
生産・技術本部長兼
商品開発委員会委員長
2020年 4月 当社取締役 専務執行役員
生産・技術本部長兼
商品開発委員会委員長
2020年 6月 当社代表取締役社長
社長執行役員
（現任）

代表取締役 副社長執行役員
堀内 俊文

1983年 4月 当社入社
2014年 6月 当社執行役員
製粉事業副本部長兼
製粉業務部長
2015年 6月 当社取締役 執行役員
製粉事業副本部長兼
製粉事業本部製粉業務部長
2017年 6月 当社取締役 常務執行役員
製粉事業部門部門長代行
2019年 6月 当社取締役 常務執行役員
製粉事業本部長
2020年 4月 当社取締役 専務執行役員
製粉事業本部長
2020年 6月 当社代表取締役
副社長執行役員
（現任）

（当社における担当）
製粉事業部門、流通業務部、管理部管掌

代表取締役 専務執行役員
大内 淳雄

1983年 4月 当社入社
2015年 6月 当社執行役員
食品事業本部食品業務部長
2016年 6月 当社執行役員 食品業務本部長
兼食品業務本部食品業務部長
2017年 6月 当社取締役 執行役員
食品業務部門部門長
2019年 4月 当社取締役 執行役員
食品業務本部長
2019年 6月 当社取締役 常務執行役員
食品業務本部長
2019年 12月 当社取締役 常務執行役員
食品業務本部長兼
商品開発委員会委員長
2020年 4月 当社取締役
専務執行役員 食品事業本部長
2020年 6月 当社取締役 専務執行役員
2022年 6月 当社代表取締役 専務執行役員
（現任）

（当社における担当）
食品事業部門、冷凍食品事業部門管掌

取締役 常務執行役員
青沼 孝明

1982年 4月 当社入社
2015年 6月 当社理事
関連事業部長
2016年 6月 当社執行役員
関連事業部長
2017年 6月 当社執行役員
経理・財務部長
2019年 6月 当社取締役
執行役員
経理・財務部長
2020年 2月 当社取締役
執行役員
2020年 6月 当社取締役
常務執行役員
（現任）

（当社における担当）
管理部門管掌

取締役 常務執行役員
木村 昭子

1997年 7月 当社入社
2015年 6月 当社理事
海外事業本部国際部長
2017年 6月 当社執行役員
海外事業部門国際部長
2018年 6月 当社執行役員
海外事業本部副本部長兼
海外事業本部国際部長
2019年 6月 当社取締役 執行役員
海外事業本部国際部長
2020年 6月 当社取締役 常務執行役員
海外事業本部国際部長
2022年 2月 当社取締役 常務執行役員
（現任）

（当社における担当）
海外事業本部管掌

取締役 常務執行役員
香川 敬三

1984年 4月 当社入社
2014年 9月 オーケー食品工業株式会社
業務部長
2015年 6月 オーケー食品工業株式会社
取締役
2016年 6月 オーケー食品工業株式会社
常務取締役
2018年 6月 当社執行役員
経営企画部長
2020年 6月 当社取締役 常務執行役員
経営企画部長
2021年 6月 当社取締役
常務執行役員
（現任）

（当社における担当）
IT、CSR、情報システム推進部、経営企画部、
サステナビリティ推進部、
ヘルスケア事業部管掌

取締役 常務執行役員
田中 康紀

1982年 4月 当社入社
2013年 6月 当社大阪工場長
2014年 8月 東福製粉株式会社
常務執行役員
2015年 6月 当社理事
東福製粉株式会社取締役
2017年 6月 当社参与 東福製粉株式会社
代表取締役社長
2018年 6月 当社執行役員
生産・技術本部プラント部長
2020年 6月 当社常務執行役員
生産・技術本部長兼
生産・技術本部プラント部長
2021年 6月 当社取締役 常務執行役員
生産・技術本部長
（現任）

（当社における担当）
環境問題担当、品質保証部門、
研究・開発部門管掌

取締役 常務執行役員
木村 富雄

1984年 4月 当社入社
2016年 6月 当社理事 関東支店長
2017年 6月 当社理事 札幌支店長
2019年 6月 当社執行役員
製粉事業本部製粉営業部長
2020年 6月 当社常務執行役員
製粉事業本部長兼
製粉事業本部製粉営業部長
2021年 6月 当社上席執行役員
製粉事業本部長
2022年 6月 当社取締役 常務執行役員
製粉事業本部長（現任）

取締役 常務執行役員
川﨑 裕章

1986年 4月 当社入社
2015年 6月 当社小樽工場長
2017年 6月 当社食品業務部門
食品業務部長
2019年 6月 当社理事
食品業務本部食品業務部長
2020年 6月 当社執行役員
食品事業本部副本部長兼
食品事業本部食品業務部長
2021年 6月 当社上席執行役員
食品事業本部長兼
食品事業本部食品業務部長兼
冷凍食品事業本部冷食業務部長
2022年 1月 当社上席執行役員
食品事業本部長兼
食品事業本部食品業務部長
2022年 4月 当社上席執行役員
食品事業本部長
2022年 6月 当社取締役 常務執行役員
食品事業本部長（現任）

取締役（社外取締役）
川俣 尚高

1990年 4月 運輸省（現 国土交通省）入省
1994年 4月 弁護士登録
1994年 4月 丸の内総合法律事務所入所
2008年 1月 丸の内総合法律事務所
パートナー（現任）
2014年 6月 当社監査役
2015年 4月 最高裁判所司法研修所教官
2016年 6月 トレックス・セミコンダクター
株式会社
社外取締役（監査等委員）
（現任）
2017年 6月 当社取締役（現任）
2020年 6月 日本電設工業株式会社
社外取締役（監査等委員）
（現任）

取締役（社外取締役）
熊谷 日登美

1990年 4月 日本大学農獣医学部
（現 生物資源科学部）助手
1994年 4月 日本大学農獣医学部専任講師
2002年 4月 日本大学生物資源科学部
助教授
2011年 3月 日本大学生物資源科学部教授
（現任）
2022年 6月 当社取締役（現任）

取締役 監査等委員（社外取締役）
奥山 章雄

1968年12月 監査法人中央会計事務所入所
1971年 3月 公認会計士登録
1983年 3月 監査法人中央会計事務所
代表社員
2001年 7月 日本公認会計士協会 会長
2005年 5月 中央青山監査法人理事長
2007年 2月 公認会計士奥山章雄事務所
所長（現任）
2009年 6月 株式会社ADEKA 監査役
2010年 6月 当社監査役
2014年 6月 信金中央金庫 監事（現任）
2020年 6月 当社取締役（監査等委員）
（現任）
2021年 6月 株式会社ADEKA 社外取締役
（監査等委員）（現任）

取締役 監査等委員（社外取締役）
吉田 和彦

1990年 4月 弁護士登録
1990年 4月 中村合同特許法律事務所入所
2001年 1月 中村合同特許法律事務所
パートナー
2017年 1月 中村合同特許法律事務所
代表パートナー
（現任）
2017年 6月 当社監査役
2020年 6月 当社取締役（監査等委員）
（現任）

取締役 監査等委員（社外取締役）
成瀬 健太郎

2004年10月 弁護士登録
2004年10月 西村ときわ法律事務所
（現 西村あさひ法律事務所）
入所
2009年 4月 丸の内総合法律事務所入所
2016年 1月 丸の内総合法律事務所
パートナー（現任）
2019年10月 東京地方裁判所
民事調停官（非常勤裁判官）
（現任）
2020年 6月 当社取締役（監査等委員）
（現任）

取締役 監査等委員
玉川 越三

1985年 4月 当社入社
2014年 3月 当社経理・財務部
経理グループ長
2015年10月 当社経理・財務部副部長
2017年 6月 当社関連事業部長
2020年 6月 当社取締役（監査等委員）
（現任）

財務・非財務データ

財務データ

（百万円）

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	**2021年度**
業績状況										
売上高	271,069	287,109	298,511	311,628	312,932	323,495	335,399	344,839	329,566	**321,317**
売上原価	200,858	211,822	222,363	230,281	226,338	234,823	243,017	247,264	233,885	**246,390**
売上粗利益	70,211	75,286	76,147	81,347	86,593	88,672	92,381	97,575	95,681	**74,926**
販売費および一般管理費	60,497	64,478	67,741	70,253	75,019	78,611	81,159	86,473	85,349	**63,644**
営業利益	9,713	10,808	8,406	11,093	11,574	10,060	11,222	11,101	10,331	**11,282**
EBITDA	17,576	18,851	16,436	18,657	19,289	17,851	18,650	19,476	19,312	**21,514**
経常利益	10,906	12,248	9,807	12,666	13,162	11,862	13,065	12,740	12,620	**14,270**
純利益	7,008	7,810	6,981	8,222	8,934	7,651	8,455	8,941	8,608	**9,327**
財政状態										
流動資産	85,671	87,520	94,362	101,017	92,275	106,608	118,330	114,534	117,900	**130,768**
固定資産	128,857	139,283	154,527	146,902	159,799	166,719	174,988	175,832	190,067	**195,063**
有形固定資産	78,390	85,042	86,349	85,242	90,380	92,867	101,233	106,957	114,240	**115,611**
無形固定資産	1,453	1,543	1,131	833	1,297	1,424	1,376	1,624	2,858	**2,529**
資産合計	214,528	226,803	248,890	247,919	252,074	273,328	293,392	290,428	308,017	**325,869**
流動負債	73,741	62,370	64,616	71,641	63,914	77,681	76,100	74,078	69,661	**74,842**
固定負債	27,523	42,796	46,738	40,534	40,714	38,741	62,305	57,768	69,230	**72,328**
有利子負債	43,505	46,165	47,543	46,967	39,758	45,328	61,973	63,934	71,122	**69,661**
負債合計	101,265	105,167	111,354	112,176	104,628	116,423	138,405	131,847	138,891	**147,171**
純資産合計	113,263	121,636	137,535	135,743	147,446	156,905	154,986	158,581	169,126	**178,697**
総資産合計	214,528	226,803	248,890	247,919	252,074	273,328	293,392	290,428	308,017	**325,869**
キャッシュ・フロー										
営業キャッシュフロー	19,198	15,487	11,803	20,675	17,391	15,217	17,063	15,532	14,804	**11,975**
投資キャッシュフロー	△13,055	△13,349	△8,653	△6,336	△12,646	△11,941	△14,614	△14,130	△12,585	**△10,103**
フリーキャッシュフロー	6,143	2,138	3,150	14,339	4,745	3,276	2,449	1,402	2,219	**1,872**
財務キャッシュフロー	△6,195	△123	△2,813	△6,210	△11,137	2,824	7,135	△759	2,553	**△4,278**
現金および現金同等物期末残高	10,000	12,202	12,847	20,776	14,368	20,556	30,085	31,012	35,320	**31,215**
その他										
設備投資額	12,213	13,374	6,206	7,413	12,023	10,119	15,911	13,067	16,197	**11,246**
減価償却費	7,863	8,043	8,030	7,564	7,715	7,791	7,428	8,375	8,981	**10,232**
研究開発費	2,620	2,660	2,688	2,805	2,971	3,187	3,346	3,381	3,330	**3,352**

※ 2021年度から「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用
※ 2018年度から「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」（企業会計基準第28号 2018年2月16日）を適用

財務データ※1

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
財務指標					
自己資本比率（%）	55.7	51.2	52.9	53.3	53.4
ROE（%）	5.18	5.59	5.89	5.41	5.51
ROA（%）	2.91	2.99	3.06	2.88	2.94
総資産回転率（回）	1.2	1.2	1.2	1.0	1.0
財務レバレッジ（倍）	1.8	2.0	1.9	1.9	1.9
有利子負債比率（%）	29.8	41.3	41.6	43.3	40.0
配当性向（%）	31.5	29.4	29.1	32.1	31.3
1株当たり指標					
1株当たり当期純利益（円）	95.34	108.78	116.71	112.27	121.59
1株当たり年間配当金（円）	30	32	34	36	38
1株当たり純資産（円）	1,897.64	1,961.17	2,006.14	2,141.91	2,268.30
株式情報					
期末株価（円）	1,649	1,900	1,687	1,657	1,663
期中最高株価（円）	1,863	2,044	1,925	1,795	1,740
期中最低株価（円）	1,532	1,641	1,483	1,561	1,546
株価収益率（倍）	17.30	17.47	14.45	14.76	13.68
PBR（倍）	0.87	0.97	0.84	0.77	0.73
時価総額（百万円）	136,082	149,765	132,976	130,611	131,084

非財務データ※1

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
社会					
お客様センター相談件数（件）	14,526	15,159	14,429	13,939	11,249
従業員数（人）					
連結	3,696	3,687	3,737	3,880	3,775
単体	980	1,002	1,025	1,070	1,137
女性従業員数（人）※2	264	267	284	293	320
女性従業員比率（%）※2	24	23	24	24	25
採用人数（人）	55	63	84	93	81
女性採用人数（人）	18	17	27	23	32
女性管理職数（人）※2	26	29	29	30	32
再雇用者数（人）	17	15	14	17	17
離職者数（人）	39	37	40	50	60
平均残業時間（時間）	17.4	17.0	15.4	15.4	17.0
有給休暇取得率（%）	61.4	66.7	75.5	62.7	67.6
育児休業制度取得率（%）※2					
男性	7.9	15.2	43.2	34.5	51.4
女性	90.0	77.8	100.0	75.0	122.2
障がい者雇用率（%）	2.43	1.96	1.89	1.94	2.26
ストレスチェック受検率（%）	95.9	98.2	98.7	99.4	95.2
環境					
CO_2排出量（千t-CO_2）※3					
Scope1	–	–	–	46	47
Scope2	–	–	–	114	115
廃棄物					
廃棄物等総排出量（t）※3	47,796	46,645	47,139	40,971	44,704
廃棄物等再資源化率（%）※3	97.3	95.8	95.2	95.8	96.7
化学物質使用量（ℓ）※3	10,405	10,211	10,827	9,504	8,420
総水使用量（千m^3）※3	2,387	2,623	2,784	2,662	2,681
総排水量（千m^3）※3	1,851	1,988	2,101	2,141	2,051
物流におけるエネルギーの使用に係る原単位（kℓ/百万トンキロ）	33.1	30.7	32.9	32.7	30.4
総消費電力量原単位※4	130.0	133.5	136.5	136.8	138.0

※1 財務データは連結。非財務データは記載がない限り単体数値
※2 出向者含む
※3 連結
※4 当社および製造部門をもつ連結子会社

企業情報・株式情報

企業情報

会社名	株式会社ニップン （商号 株式会社ニップン）
会社名（英文名）	NIPPN CORPORATION
創立	1896年（明治29年）9月
事業内容	製粉事業：小麦粉、ふすま、倉庫業、港湾運送事業 食品事業：プレミックス類、コーン製品、米粉、家庭用小麦粉、パスタ類、パスタソース、ホールトマト、オリーブ油、アマニ、乾麺、冷凍食材、冷凍食品、中食事業 その他事業：ヘルスケア事業、ペットフード事業、バイオテクノロジー関連事業、機械類の販売等
代表者	代表取締役社長　前鶴 俊哉
資本金	122.4億円
決算期	3月31日（年1回決算）
本店所在地	〒102-0083　東京都千代田区麹町4-8
従業員数	3,775人(2022年3月31日現在)(連結)
支店	東京第1、東京第2、関東、仙台、名古屋、大阪、広島、福岡、札幌
工場	横浜、千葉、伊勢崎、竜ヶ崎、竜ヶ崎冷食、名古屋、大阪、神戸甲南、福岡、福岡那の津、小樽
研究開発拠点	中央研究所、開発本部
主なグループ会社	ニップン商事（株）、松屋製粉（株）、ニップンドーナツ（株）、オーマイ（株）、日本リッチ（株）、（株）ファーストフーズ、オーケー食品工業（株）、（株）ナガノトマト、エヌピーエフジャパン（株）
海外拠点	米国、中国、タイ、インドネシア

株式情報 2022年3月31日現在

発行可能株式総数	300,000,000株
発行済株式の総数	78,824,009株
株主数	24,338名（前期末比2,133名増）

大株主（上位10名）

株主名	持株数（千株）	持株比率（%）
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	8,516	11.1
ニップン取引先持株会	4,535	5.9
大樹生命保険株式会社	3,497	4.5
三井物産株式会社	3,349	4.4
株式会社ダスキン	2,510	3.3
伊藤忠商事株式会社	2,250	2.9
株式会社三井住友銀行	2,246	2.9
農林中央金庫	2,060	2.7
三井住友海上火災保険株式会社	2,004	2.6
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	1,757	2.3

※ 持株比率は、自己株式1,871千株を控除して計算しております。