健康と信頼をお届けする
日清製粉グループ

２０２３年３月期
決算説明会

2023年5月15日
株式会社日清製粉グループ本社

日清製粉グループ本社の社長の瀧原です。

昨年6月の社長就任以降、食糧インフレへの対応、豪州製粉事業への対応、それを踏まえた中期経営計画策定に注力してきました。
また、昨年10月には豪州製粉事業で大きな減損損失を公表しました。株主をはじめとするステークホルダーの皆様にご心配をお掛けしたことを、社長として重く受け止めるとともに、この難局を乗り越えていくために、私が先頭に立って業績の改善に努め、中期経営計画の達成に向けて取り組んでいます。

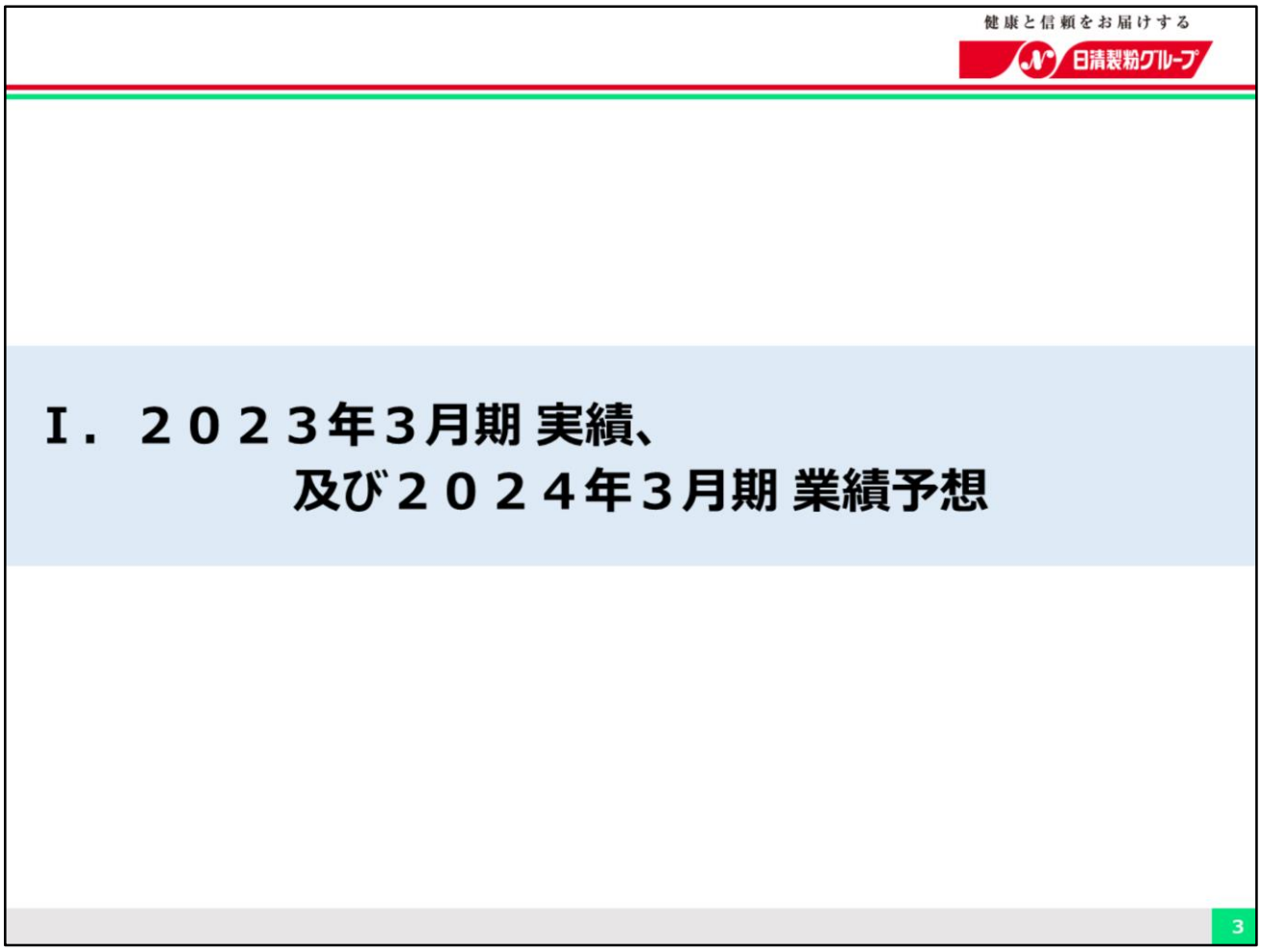
本日は、2022年度の実績と2023年度の業績予想、さらには中期経営計画達成に向けた今年の一丁目一番地施策を中心に説明します。等身大の日清製粉グループをご理解いただければと考えています。

目　次

Ⅰ．２０２３年３月期 実績、
及び２０２４年３月期 業績予想

Ⅱ．中期経営計画達成に向けた今期の一丁目一番地施策

Ⅲ．ESGの取組み



P3をご覧ください。

まず、2022年度実績と2023年度の業績予想についてご説明します。

1．２０２３年３月期 実績

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

- 売上高は、国内製粉事業の麦価改定に伴う小麦粉価格改定の実施、海外製粉事業の小麦相場上昇や為替換算の影響等により、増収
- 営業利益は、食品事業が減益となったものの、国内製粉事業のふすま価格の堅調な推移、海外製粉事業の好調な業績、豪州製粉事業の減損実施による償却費負担減少等により、増益
- 当期純利益は、政策保有株式売却による特別利益を計上したものの、豪州製粉事業において減損損失を計上したことにより、赤字

※金額は億円未満四捨五入

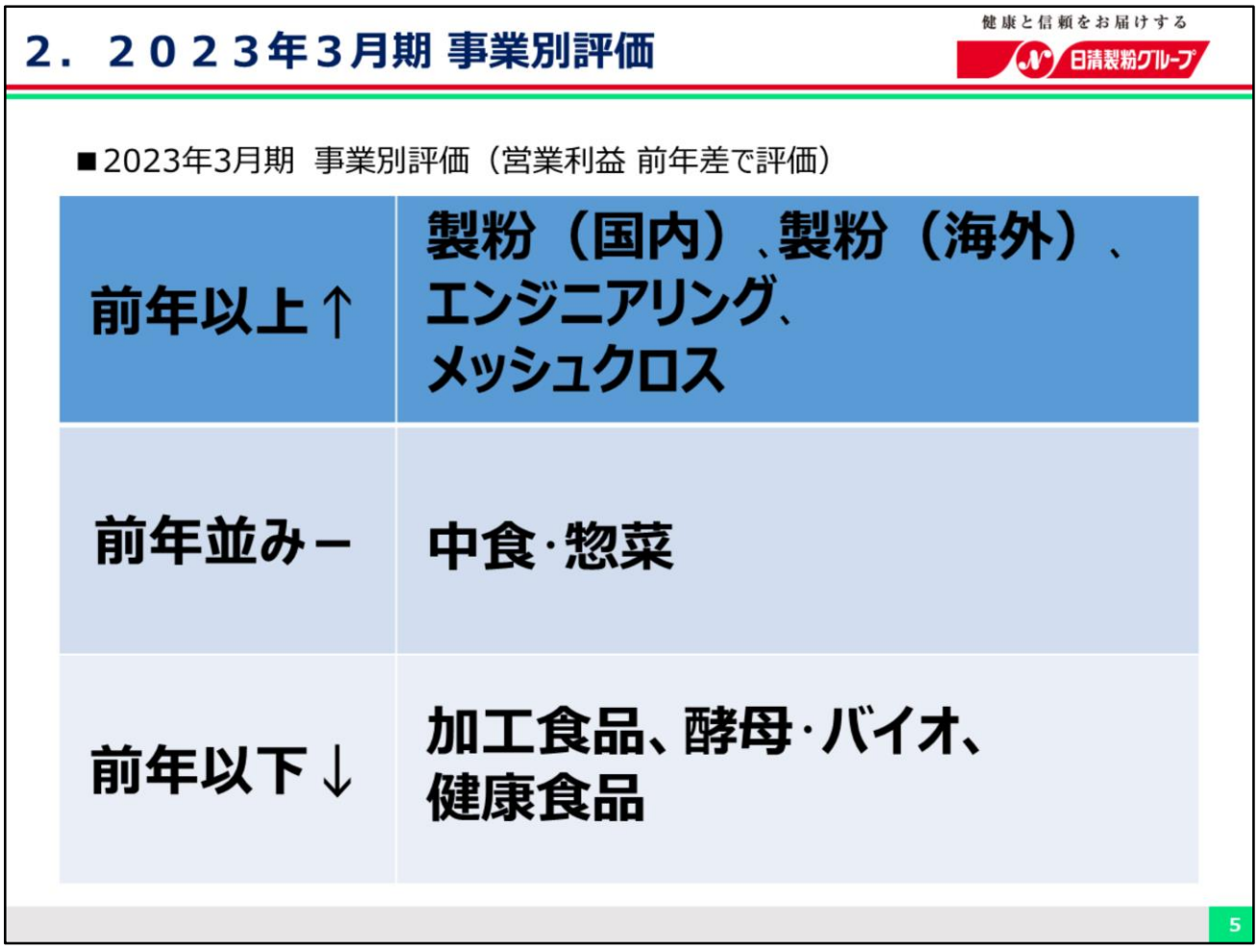
(単位：億円)	2023年３月期 実績	業績予想	比	前年実績	比
売上高	7,987	7,800	+2.4%	6,797	+17.5%
海外売上高比率	32.8%	31.1%	–	27.3%	–
営業利益	328	330	▲0.5%	294	+11.6%
経常利益	331	350	▲5.6%	326	+1.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	▲104	▲100	–	175	–

4

P4をご覧ください。

2022年度の決算概況です。増収・増益となっています。
一方で当期純利益は赤字となりました。

売上高は、原料価格高騰による価格改定、円安の影響による海外事業の為替換算でプラスとなりました。営業利益については、次のページで各事業の状況をご説明します。
純利益は、ご報告しました豪州製粉事業の減損損失の影響です。政策保有株式の売却を進めましたが、赤字となりました。



P5をご覧ください。
各事業別の営業利益の評価です。

前年以下は食品セグメントの3事業となっています。コスト上昇に対する価格改定の後追いが顕著となり、また、医薬品原薬の出荷減、インドイースト事業の立ち上げ費用など、悪い要素が重なりました。

一方で、製粉事業は、国内はふすま価格堅調、海外は米国をはじめとする各国での需要及び価格堅調により前年以上となりました。
また、豪州製粉事業の減損実施による償却負担減少のプラスも寄与しています。

エンジニアリング事業、メッシュクロス事業も好調でした。

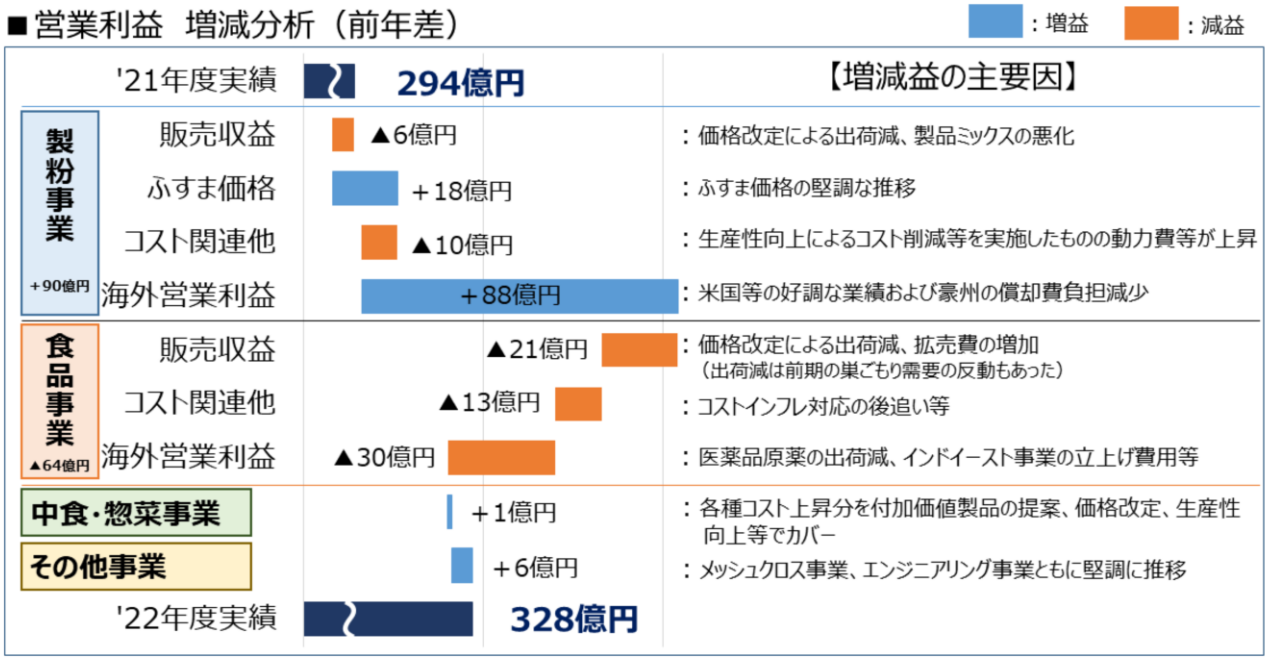
加工食品事業、酵母・バイオ事業では価格改定も進めており、2023年度はコストへの追い付きも果たして、巻き返しをしていきます。

3．２０２３年３月期 営業利益 前年差分析

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

› 営業利益は前年差＋34億円の増益。国内の製粉、加工食品事業の価格改定による出荷減、食品事業を中心としたコストインフレ対応の後追い、医薬品原薬の出荷減、インドイースト事業の立上げ費用等があったものの、ふすま価格の堅調な推移、海外製粉事業の好調な業績や償却費負担減少等により、増益

■営業利益 増減分析（前年差）



6

P6をご覧ください。

今ご説明しました各事業別の営業利益の評価について、セグメントごとに増減要因を示すと、この表の通りとなります。

セグメントごとに、各要因のプラス、マイナスが大きく出ていますので、2023年度においては、プラスの部分はできる限りにマイナスとならないようにし、マイナスの部分はプラスに転じていくように取り組みます。

4．２０２４年３月期 業績予想

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

- 売上高は、国内製粉事業の麦価改定に伴う小麦粉価格改定の実施、熊本製粉の新規連結効果、加工食品事業の拡販施策等により、増収を見込む
- 営業利益は、各事業において前期にコストに見合った価格反映ができていない部分も含めたコスト上昇に対応した価格改定の実施、熊本製粉の新規連結効果、豪州製粉事業の業績回復や償却費負担減少、加工食品事業の拡販施策、インドイースト事業における出荷増等により、増益を見込む

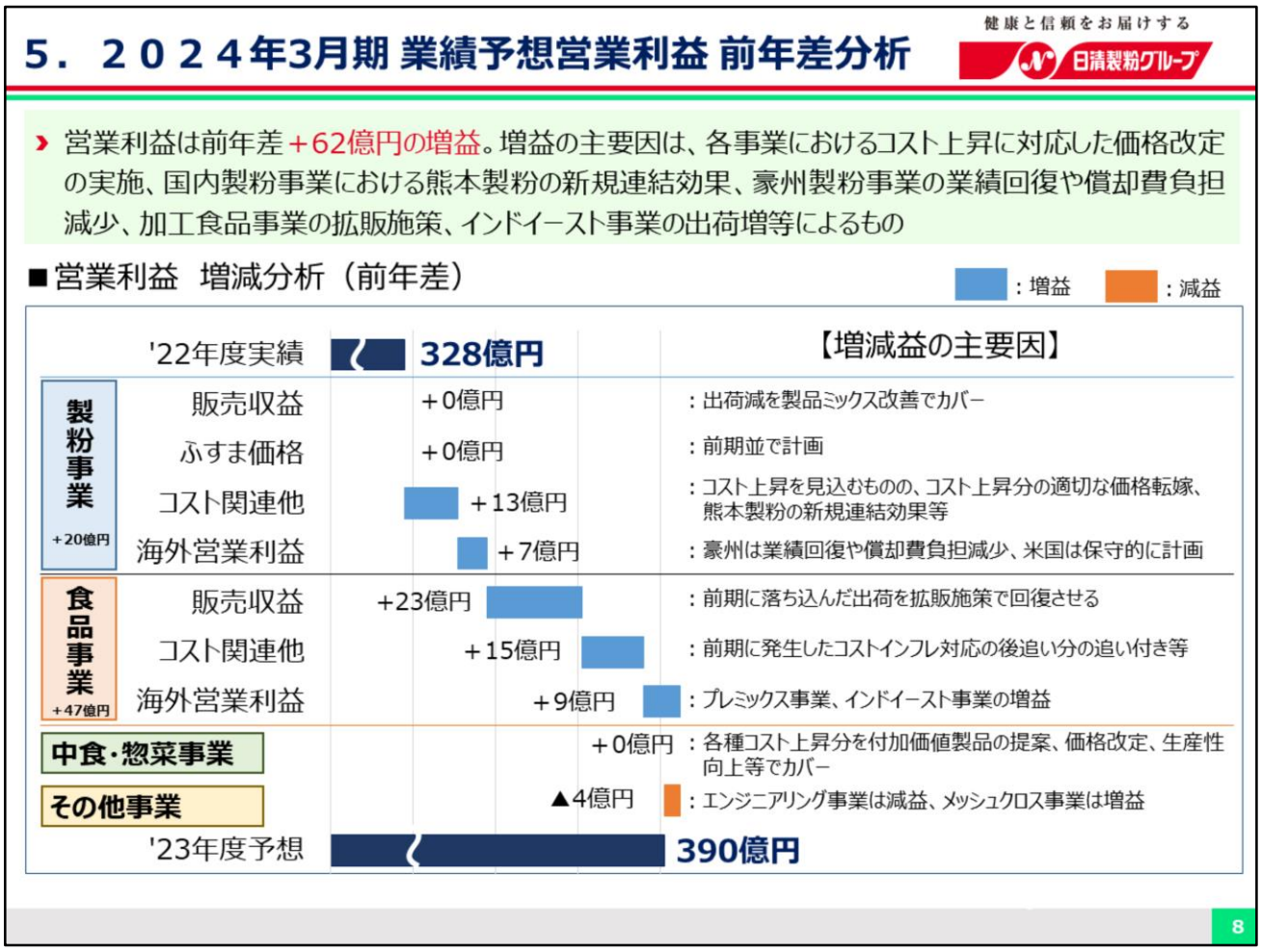
※金額は億円未満四捨五入

(単位：億円)	2024年3月期 業績予想	2023年3月期 実績	前年差	前年比
売上高	8,200	7,987	+213	+2.7%
海外売上高比率	28.9%	32.8%	−	−
営業利益	390	328	+62	+18.8%
経常利益	395	331	+64	+19.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	260	▲104	+364	−

7

P7をご覧ください。

2023年度は増収・増益を目指していきます。
前期赤字でした当期純利益も、黒字と大きな回復を目指します。



P8をご覧ください。

2023年度のセグメントごとの営業利益の増減要因を示すと、この表の通りとなります。

製粉セグメントは、課題であります豪州製粉事業の業績回復、のれん等の償却負担減少に加えて、熊本製粉の連結効果などにより増益を見込みます。

また、昨年厳しい業績となりました食品セグメントでも、着実に業績回復を図ることで、大幅増益を目指していきます。

それぞれの事業が、しっかりと課題を克服し、これから説明します2023年度の一丁目一番地施策を遂行すれば、この利益は十分に達成可能であると考えています。

6．中期経営計画　数値目標の進捗

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

今期も食糧インフレの影響等を想定するものの、中計で開示した'23年度の営業利益目標を達成する。また、'26年度の中計最終年度目標達成を目指す

■'23年度業績予想と中計'23年度目標との比較

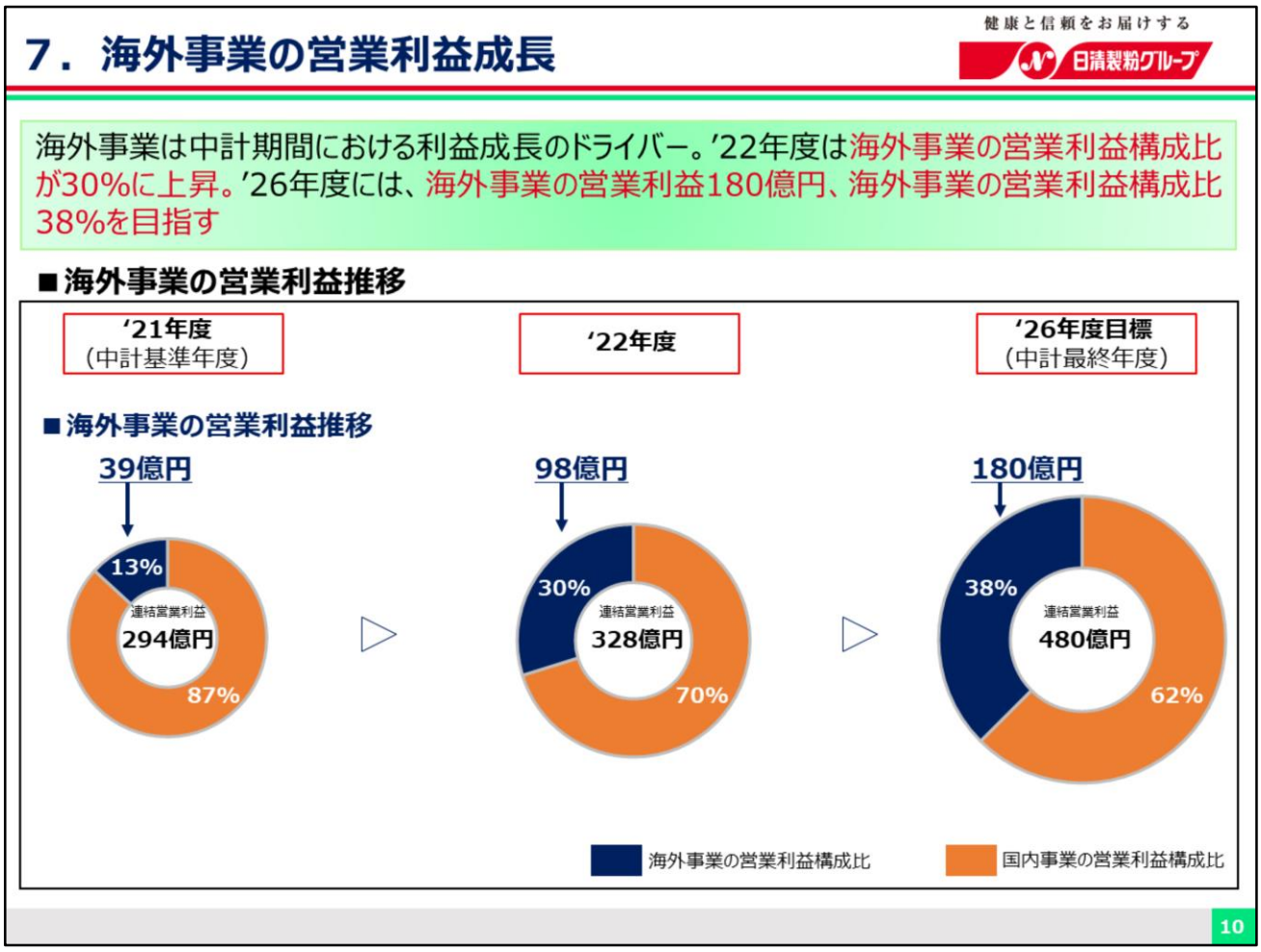
	（参考）中計基準年度実績（'21年度）	（A）'23年度業績予想	（B）中計'23年度目標	（A）－（B）	（参考）中計'26年度目標
売上高	6,797億円	8,200億円	8,400億円	▲200億円	9,000億円
営業利益	294億円	390億円	390億円	±0億円	480億円
ＥＰＳ	59円	87.4円	90円	▲2.6円	110円
ＲＯＥ	4.0%	6.0%	6.4%	▲0.4%	7.0%

9

P9をご覧ください。

中期経営計画の最終年度となります2026年度目標として、売上高9,000億円、営業利益 480億円、1株当たり当期純利益は 110円、ROE 7%を目指していきます。

中期経営計画を公表した際にお示しした2023年度目標についても、今回公表しました業績見通しにおいて、営業利益はオンラインとしています。
EPS、ROEについては若干下振れしておりますが、2026年度に向けて十分にリカバリーしていけると考えています。



P10をご覧ください。

中期経営計画での海外事業の営業利益成長を示したグラフです。

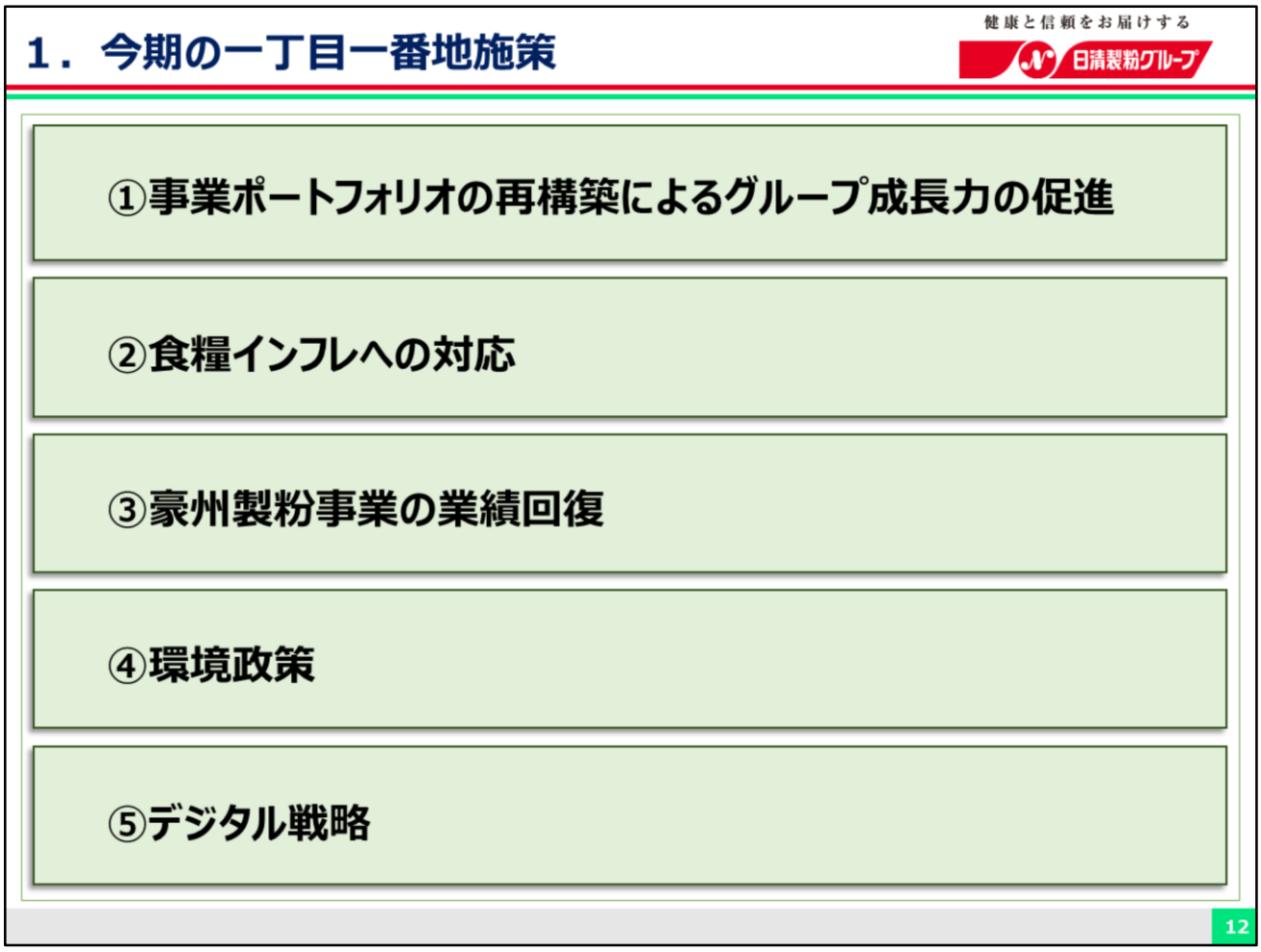
2021年度は39億円で連結に占める構成比は13%でしたが、2022年度は100億円近い利益となり、30%の構成比となりました。

中期経営計画の最終年度となります2026年度目標として、営業利益180億円、構成比38%を目指していきます。

豪州製粉事業の改善、北米製粉事業の規模拡大、インドイースト事業の利益貢献、さらには加工食品事業での現地完結型事業の拡大などの取組みをしっかりと実行して、達成したいと考えています。

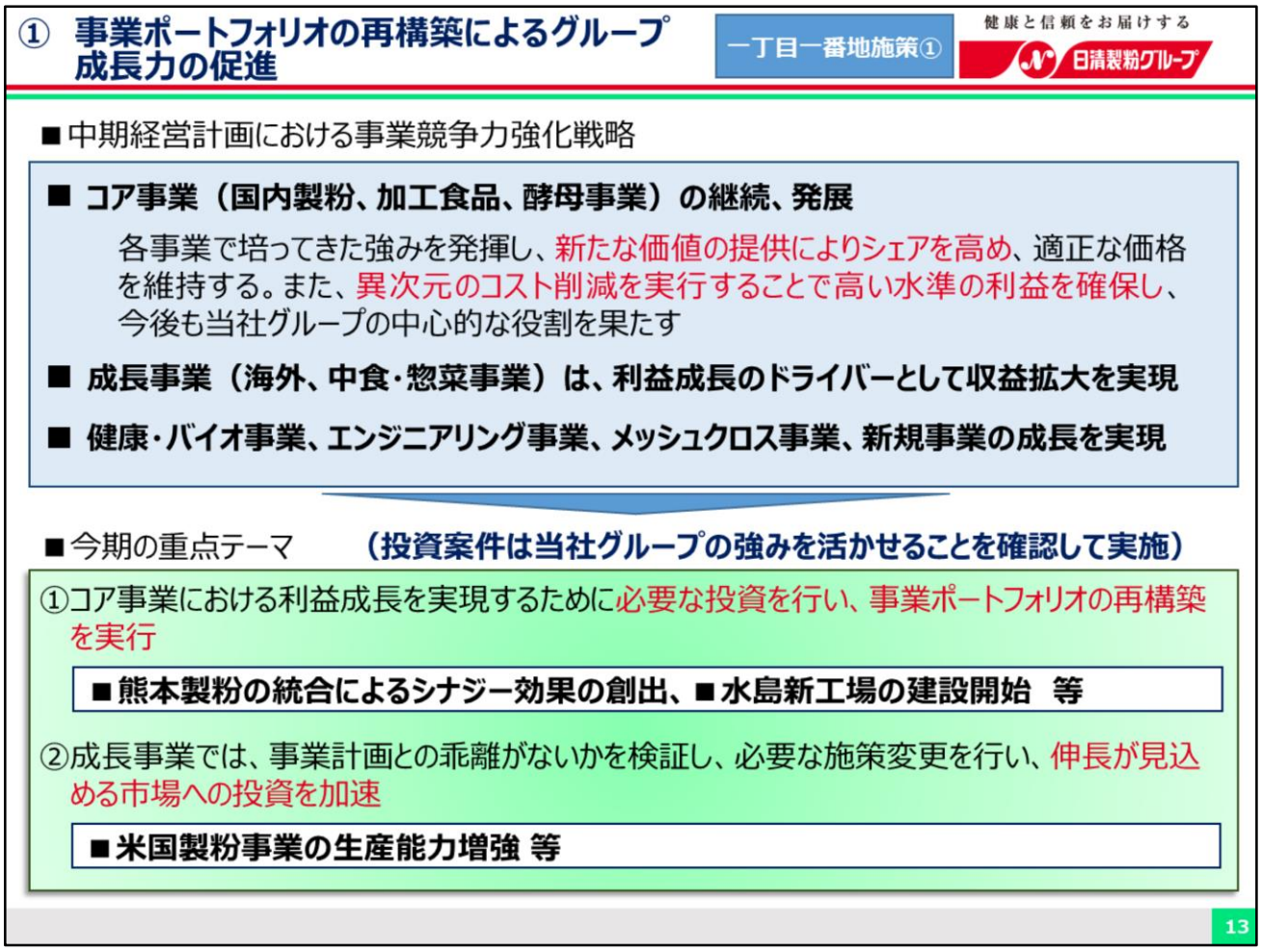
Ⅱ．中期経営計画達成に向けた今期の一丁目一番地施策

P11から、中期経営計画達成に向けた今期の一丁目一番地施策を説明します。



P12をご覧ください。

食糧インフレへの対応、豪州製粉事業の回復、環境政策、デジタル戦略の4つに、中期経営計画の基本方針の1番目である「事業ポートフォリオの再構築によるグループ成長力の促進」を加えて、この5つを最重要の一丁目一番地施策としています。



P13をご覧ください。

中期経営計画の基本方針でもあります「事業ポートフォリオの再構築によるグループ成長力の促進」について説明します。

日清製粉グループとして、どう成長していくのか、コア事業としてはどう収益を確保し、また成長事業を含めた各事業においてどのように投資をしていくのか、その点を2023年度においてもしっかりと突き詰めていきます。

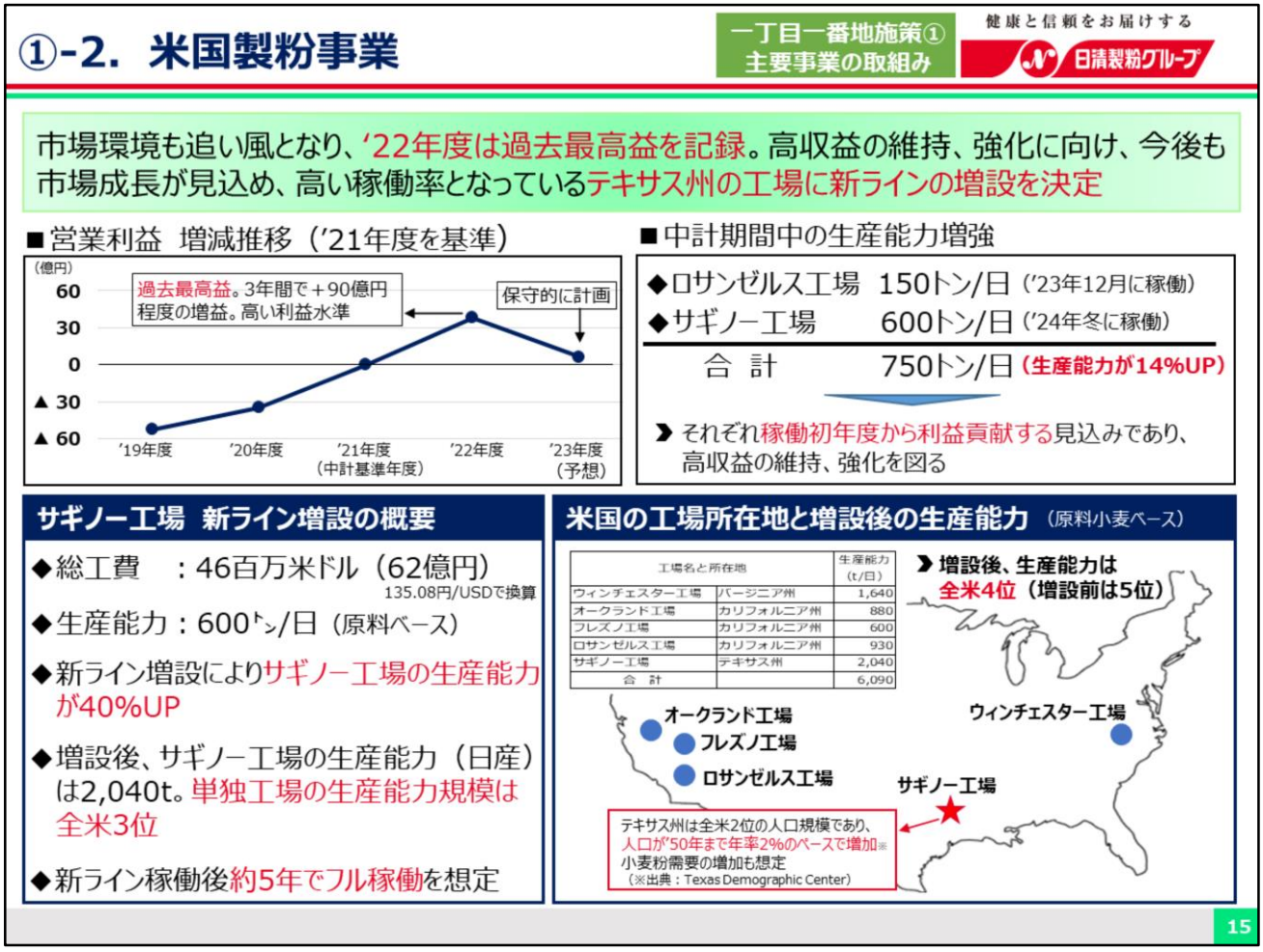
投資案件は当社グループの強みを活かせることを確認して実施します。
コア事業でも、国内では水島工場の新設投資や熊本製粉買収など、必要な投資を進め、今後ともグループの収益の柱として貢献していくようにします。
また、成長分野は、投資リスクもよく確認した上で、事業拡大を積極化させていきます。その取組みの一つとして、利益成長が期待できる米国の製粉事業では生産能力増強を積極的に進めていきます。



P14をご覧ください。

熊本製粉については、製粉業界における有力な会社の一つです。当社グループの一員となることで、両社に大きなシナジーが期待されます。私も4月に現地を訪問し、社長をはじめとする経営陣とディスカッションし、設備も見ましたが、とても伸びしろのある素晴らしい会社であると改めて確認できました。
一つには九州地区において、当社と熊本製粉でそれぞれの優位性があるところを連携することで、コスト競争力の強化が図れます。
また、当社グループが有していないそば粉や米粉などの生産ノウハウ及び販売力を、当社グループに取り込むことで、中期的にも大きな成長が期待されます。

水島工場については3月に着工の地鎮祭を執り行いました。真っさらな土地に、当社技術陣の英知を投入します。当社グループの有している技術だけでなく、世界の最先端の技術も取り入れていきます。そして、その技術ノウハウは水島工場にとどまらず、日本、さらには世界に広がる当社グループの工場に横展開していくことで、規模のメリットを最大限発揮していくことが可能となります。



P15をご覧ください。

米国製粉事業において、2022年度は、販売や原料などすべての面でベストの状況が継続し、当社グループの収益に大きく貢献しました。米国市場でもコストインフレが続いていますが、それを十分に吸収する懐の深さを有しています。
2023年度については、さすがにこのベストの状況が継続することは難しいと考え、営業利益はマイナスに織り込んでいます。

しかしながら、市場成長含めて期待できるマーケットであり、当社として強みをさらに発揮できると考え、ロサンゼルス工場増設に続いて、テキサス州のサギノー工場でも大型増設を決定しています。米国市場の成長性を当社グループの収益に取り込んでいきます。

2月に私もサギノー工場を訪問し、社長をはじめとするすべての幹部と面談しましたが、全員が大変に前向きでした。
2023年度は減益幅をできる限り抑えていくよう、現地と連携していきます。

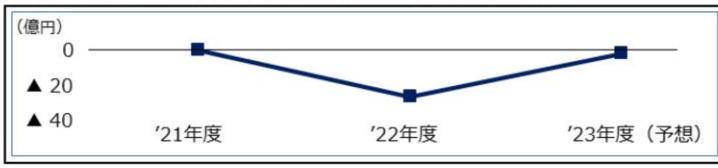
①-3. 加工食品事業

一丁目一番地施策①
主要事業の取組み

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

今期は'21年度の利益水準まで回復させるとともに、3つの戦略「事業構造の転換」「海外現地完結型事業の拡大」「簡便・本格・健康・環境の新製品開発」により、コア事業として継続的な成長を目指す

■営業利益　増減推移（'21年度を基準）



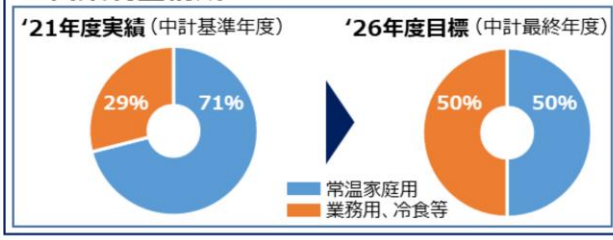
【'23年度　業績回復策】
- 価格改定の実施
- 拡販施策の実行
  （営業戦略、広告宣伝戦略を推進）

■加工食品事業の事業戦略

1）事業構造の転換

- 収益基盤の常温家庭用事業を維持・強化しつつ、業務用事業、冷凍食品事業等を強化

■営業利益構成



2）海外現地完結型事業の拡大

- 国内外における新コーポレートブランド「日清製粉Welna」への統一により、日清製粉Welnaブランド商品の輸出、および現地製造・販売による現地完結型ビジネスに注力

3）簡便・本格・健康・環境の新製品開発

- 「簡便」「本格」「健康」を追求した製品の付加価値化、環境配慮型製品の拡大を図る

16

P16をご覧ください。

加工食品事業は2022年度にコストインフレの後追いと出荷減で収益を落としましたが、今年は価格改定によるコストへの追い付きを果たし、さらには価格改定も有効に活用した拡販施策を実施し、収益の回復を図っていきます。

また、中期経営計画期間中に業務用事業及び冷凍食品事業を強化し、そこでの利益貢献を実現していきます。

さらに、海外に日本向けの製造拠点を有していますが、その拠点も含めて現地製造や現地販売の拡大を果たします。

①-4. インド イースト事業

一丁目一番地施策①
主要事業の取組み

健康と信頼をお届けする
日清製粉グループ

'22年8月から稼働を開始したインドのイースト工場は順調に立ち上り、既にインドの市場シェアを1割程度獲得。今期も原材料、エネルギーコストの高止まりを想定するものの、着実に販売数量を伸ばし、増益を達成する

■インド市場の成長性

- インドの人口は約14億人で世界1位（'23年見通し）
- '23年以降のパン市場は年率6%程度で伸長する見通し
- 生イーストを使用する大手ベーカリーの生産量は今後も増加見通し（インドイースト事業は生イーストを製造）

■今期の取組み

① **事業基盤の強化**　（工場のFSSC22000認証は2月に取得済。これにより販路を拡大中）
- 大手ユーザー等への更なる拡販に向けた販売網・冷蔵流通網等の強化

② **販売シェアの拡大**（既存顧客の深耕、ドライイーストの切り替え等）
- '23年度中に市場シェアを約1割 ⇒ 約2割に拡大

③ **イースト増産体制の強化**
- 安定稼働を維持しながら増産体制を強化

④ **'23年度 増益目標**
- ＋6億円の増益を目指す（前期差）

17

P17をご覧ください。

インドイースト事業は昨年8月から稼働を開始し、2022年度末にはインド市場でのシェアを1割程度獲得しています。
中期経営計画期間中にシェア3割を目指していきますが、2023年度末にはシェア約2割獲得に向けて取組みを進めていき、利益貢献を果たしていきます。

私も昨年12月に現地を訪問し、現地幹部やイーストを使用していただいているお客様ともお会いしましたが、世界最大の人口を背景に市場は今後も大きく成長が期待されています。
大手ベーカリーや大手外食チェーンへの拡販も進めており、しっかりとこの事業を順調な軌道に乗せていくよう、私もオリエンタル酵母工業社長との連携を密にして取り組んでいきます。

①-5. 中食・惣菜事業

一丁目一番地施策①
主要事業の取組み

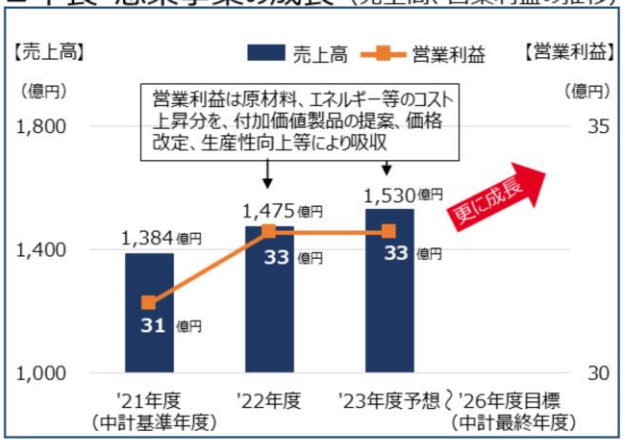
健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

今期の売上高は1,500億円を上回る見通しであり、既に製粉事業に次ぐ売上規模に成長。
今後も成長が見込まれる惣菜市場で、㈱日清製粉デリカフロンティアを中心にグループ総合力を発揮し、研究開発力の強化、生産の自動化による省人化を推進し、コスト競争力を高める

■中期経営計画における重点テーマ

研究開発力の強化	自動化による省人化の推進	製粉、食品事業との連携

■中食・惣菜事業の成長（売上高、営業利益の推移）



■研究開発力の強化

＜研究開発の目指す方向＞
3温度帯（チルド、フロチル、冷凍）全てにおける「独自のおいしさ」の実現

＜今後注力する研究開発領域＞
- **健康視点** →素材等の旨味を引き出す技術開発
- **差別化視点** →調理・調理加工技術開発
- **環境（廃棄ロス削減）視点** →冷凍技術開発

商品の差別化、付加価値化の推進

18

P18をご覧ください。

国内で事業成長が最も期待されるのが、中食・惣菜事業です。
この10年でも市場は約2割成長しており、食の外部化が進む中で、今後も成長を実現していきます。

当社グループがこの事業に取り組む意義は、これまで培ってきた自動化技術を労働集約型のこの事業で発揮できること、研究開発の成果によって、品質の向上や差別化を実現することにあります。

また、製粉、加工食品事業との連携による小麦粉、ミックス、パスタを始めとする食に関する開発力を背景に、当社グループ全体での売上拡大に貢献することもできると考えています。

実際に私自身、社長就任以降、中食の工場をいくつも訪問し、その実現に対して確信を持っています。この部分での成果発現に向けて、中食・惣菜各社の社長とよく連携し、私も主体的に取り組んでいきます。

② 食糧インフレへの対応

一丁目一番地施策②

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

4月に麦価が5.8%引き上げとなった。加えて、副原料、エネルギー、物流等のコスト上昇の継続も想定される中、適切な価格改定を実施するとともに、前期に、コスト上昇に価格改定が後追いとなっている事業は、その追い付きを進める

■国内のコア事業におけるコスト上昇への対応

	(A) '22年度 コスト上昇分の 価格転嫁遅れ	(B) '23年度 コスト上昇想定 (10月の麦価は考慮せず)	(C) '23年度 製品価格改定	(C+B) **今期の増益 貢献**
製粉事業	▲15億円	▲71億円	+77億円	+6億円
加工食品事業	▲10億円	▲40億円	+50億円	+10億円
酵母事業	▲4億円	▲26億円	+30億円	+4億円
合 計	▲29億円	▲137億円	+157億円	+20億円

19

P19をご覧ください。

国内の政府の小麦売渡価格について、昨年10月は据え置きとなりました。今年4月の麦価は激変緩和措置は取られましたが、据え置きではなく、引き上げがなされました。食糧インフレへの対応については、2023年度も継続していきます。

この小麦コスト増加分も含めて、2022年度にコストに対して価格転嫁が後追いとなっている事業は、コストへの追いつきを果たし、収益基盤を確保していきます。
なお、2年間で見ますと、コストに応じた価格改定を実行していくことになりますが、2022年度は利益面でマイナスでしたので、2023年度は逆にプラスに作用すると考えています。



P20をご覧ください。

加工食品事業では、価格改定を実施していく中で、環境、新ジャンルへの挑戦、高付加価値、値ごろ感など多面的なニーズに応じた新製品開発及び上市を進めて、拡販につなげていきます。

②-2. 食糧インフレへの対応（加工食品事業：広告宣伝戦略）

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

長期にわたって繰り返し訴求していく「静」の施策を核としながら、近未来を先取りし、若い世代へのリーチを意識した「動」の施策を織り交ぜたプロモーション戦略を実施し、販売促進につなげる

①「静」の施策

- 新たに制作したイメージソングと新デザインの「コニャラ」をTVCMを中心にして、コーポレートブランドと共に積極的に継続活用し、**ブランド価値の向上と定着を図っていく(＝静の施策)**
- 新たな企業CMの放映を行い、より一層認知度と好感度を向上させると共に、「コニャラ」の小売店店頭での活用も行いながら、ロイヤルユーザーの拡大に取り組んでいく

イメージソング



スタジオジブリ制作の
日清製粉グループ
オリジナルキャラクター「コニャラ」



© Studio Ghibli

店頭活用案



②「動」の施策

- 将来、消費の主役となってくる若い世代へのアプローチとして**近未来を先取りする(＝動の施策)**取組みへのチャレンジを行う
- この世代から注目度の高い「eスポーツ」や「D.LEAGUE」等への協賛を継続して実施。**SDGsへの取組発信**にも継続して注力
- **青の洞窟の新ブランド戦略**、**フードテック活用広告**、料理学校『ＡＢＣクッキングスタジオ』の**海外スタジオにおける日本のこなもんメニューの展開**など新たな施策を実施
- インターネットを活用した広告展開により、生活シーンにマッチした新たなタッチポイントの創出を図る

SDGsへの取組発信



「ABCクッキングスタジオ」
海外スタジオでの展開



eスポーツ大会
「APEX LEGENDS*」へ協賛
＊世界のプレイヤーが1億人以上いる人気種目



「D.LEAGUE」への協賛



21

また、P21のように、商品戦略と連動した広告宣伝施策により、販売促進につなげていきます。

③ 豪州製粉事業の業績回復

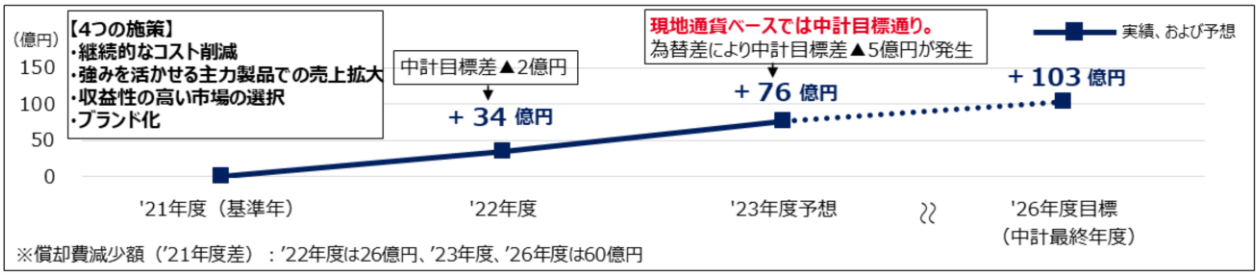
一丁目一番地施策③

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

今期は、「4つの施策」の推進、「価格改定」、「生産性改善」による効果、サプライチェーン混乱の落ち着き等により、中計で開示した'23年度の増益目標の達成を目指す

■営業利益　増益の推移と目標（'21年度差）

※為替レートは22年度実績：92.8円/AUD、23年度予想：88.0円/AUD、中計：95.0円/AUDを使用



※償却費減少額（'21年度差）：'22年度は26億円、'23年度、'26年度は60億円

■'23年度の営業利益　増益計画の内容（除く償却費負担減少分）

※'23年度予想の為替レート：88.0円/AUDを使用

	増減益計画（前期差）	備　考
①粗利の増加	＋12億円	売上拡大、価格改定効果等
②販管費の上昇	▲12億円	物流費、人件費等の上昇
③コスト削減施策の効果	＋10億円	生産性改善、物流効率改善等
④為替差	▲ 2億円	
合　計	＋ 8億円	

22

P22をご覧ください。

豪州製粉事業の業績回復ですが、昨年10月に減損を計上した後、豪州製粉事業の業績回復をしっかりと実現していくことを中期経営計画の中で説明しました。この対応に全力で注力しています。
豪州製粉事業については、2023年度と2026年度に向けた収益改善の目標増益額を公表しています。私としては、現地と日本の両方で全力で取り組めば、実現可能であると考えています。

5月の連休中に現地を訪問し、すべての経営幹部と面談し、まずは2023年度の計画達成をしっかりと果たしていくことを全員と確認しました。事業環境面での厳しさは継続していますが、価格改定や生産性向上などの取組みも行っており、改善に向かっての土台作りは出来上がってきたと考えています。

④ 環境政策

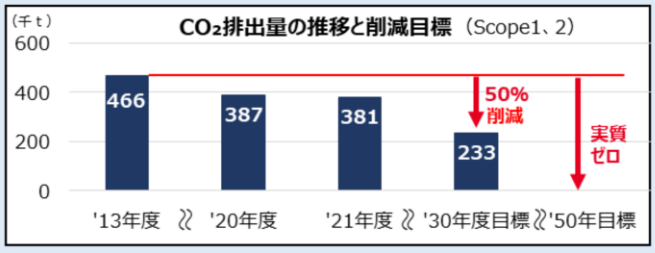
一丁目一番地施策④

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

気候変動への対応として、環境課題中長期目標で設定した'30年度グループの自社拠点におけるCO_2排出量50%削減（'13年度比）の実現に向け、グループ全体でロードマップを策定し、計画的かつ確実に削減に取り組む

■今期の取組み

- '30年度にグループ自社拠点でCO_2排出量50%削減目標（'13年度比）を達成するため、国内版ロードマップの策定は完了。海外版ロードマップも'23年度上期中に完成させる
  ※年度ごとに30年度までの削減目標を設定。それを踏まえ、社長、担当役員の賞与への反映も検討
- 再エネ設備導入について、環境の最先端企業と連携した大規模な取組みの実施に向けて検討
  （オフサイトPPA）



【CO_2削減に向けた取組みの優先順位】

①グループ自社拠点での設備の省エネルギー化

②再生可能エネルギーの導入

③グリーン電力の調達

- TCFD対応として、気候変動がもたらす財務影響の定量評価の実施
- 中長期目標を設定している食品廃棄物、容器包装廃棄物、水資源への対応についても目標達成に向けて取り組む

23

P23をご覧ください。

環境政策につきまして、環境課題に真摯に向き合わない企業は、利益をいくら稼いでも、社会的な責任を果たしていないと厳しい評価をされます。

当社グループが設定し対外公表した、当面の目標である2030年度までに2013年度比でCO_2排出50%削減については、ロードマップに基づいて進めていますが、今から毎年計画性を持って投資、コスト投入をしていかない限り実現できません。そうした意味では、2023年度の取組みは大変重要となります。

また、再生可能エネルギー設備の導入については、自社だけでなく、環境分野の知見を有した企業と連携した取組みなども実行していくよう、検討を進めていきます。

⑤ デジタル戦略

一丁目一番地施策⑤

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

「自動化・効率化」「標準化」「顧客提案力の強化」「販売チャネルの拡充」を柱にDXを推進。
バリューチェーンの最適化により生産性向上と価値創出を目指し、目に見える成果を実現していく

取組みテーマ 例

需給・生産計画の自動化・効率化

- データの一元管理やAI活用による**需給・生産計画や在庫の最適化**、策定工数削減

工場のデジタル化・自動化

- IoTやAIを活用した生産工程の可視化、生産管理帳票のデジタル化・モバイル化による**生産性向上・予兆保全**
- ロボットやAI（画像認識）の活用による**生産工程自動化**

顧客提案力強化

- 小麦粉や二次加工技術等に関する情報のデータベース化とAI活用による**お客様への迅速で質の高い情報提供**

研究開発 → 生産計画・需給管理 → 生産工程 → 販売

物流・IT基盤

人材・経理・総務

人材育成

- **全社員のリテラシー向上**（資格取得支援等）
- **専門領域人材育成**＜2018年度以降デジタルマーケティング研修延べ2,700人受講＞
- DXテーマ立案：ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄﾏﾈｼﾞﾒﾝﾄｽｷﾙの習得研修による**中核人材育成**
  ＜2022年度：グループで21人受講＞



【中核人材育成研修】

業務の標準化・効率化

- 受注・出荷業務のデジタル化、輸送可視化による配送**効率化・工数削減**
- 決算業務の**標準化・効率化**

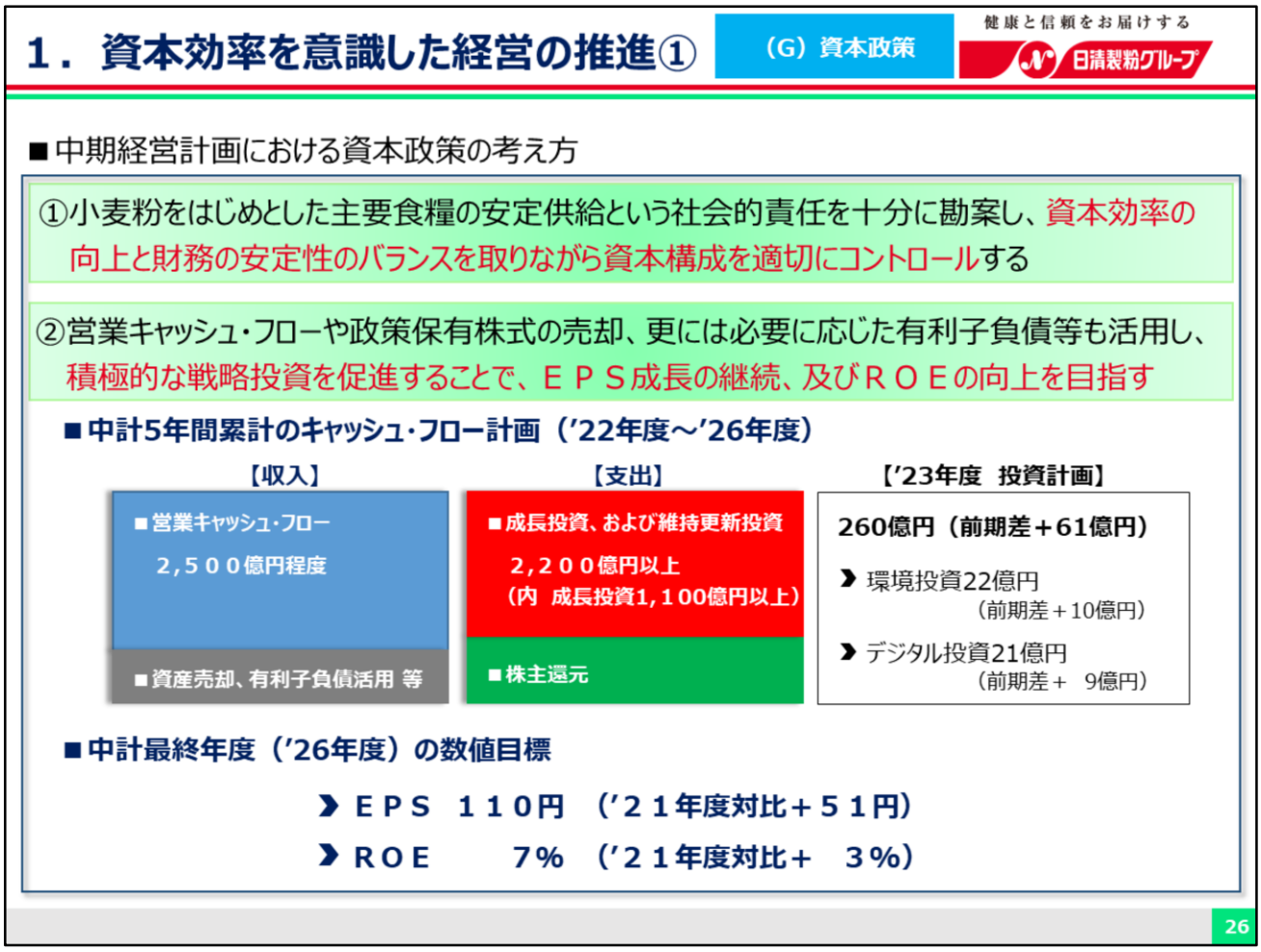
24

P24をご覧ください。

最後にデジタル戦略です。デジタル戦略の優劣によって、それまでの業界における各事業の競争優位が一変するリスクがあります。逆に言えば、デジタル戦略を取り入れることで、業界において他社との差を広げていくことが可能です。
2023年度にはデジタル戦略を活用して、生産及び販売を含めたバリューチェーン全体の効率化を、目に見えた成果として実現させていくよう考えています。

Ⅲ．ESGの取組み

P25からESGの取組みを説明します。



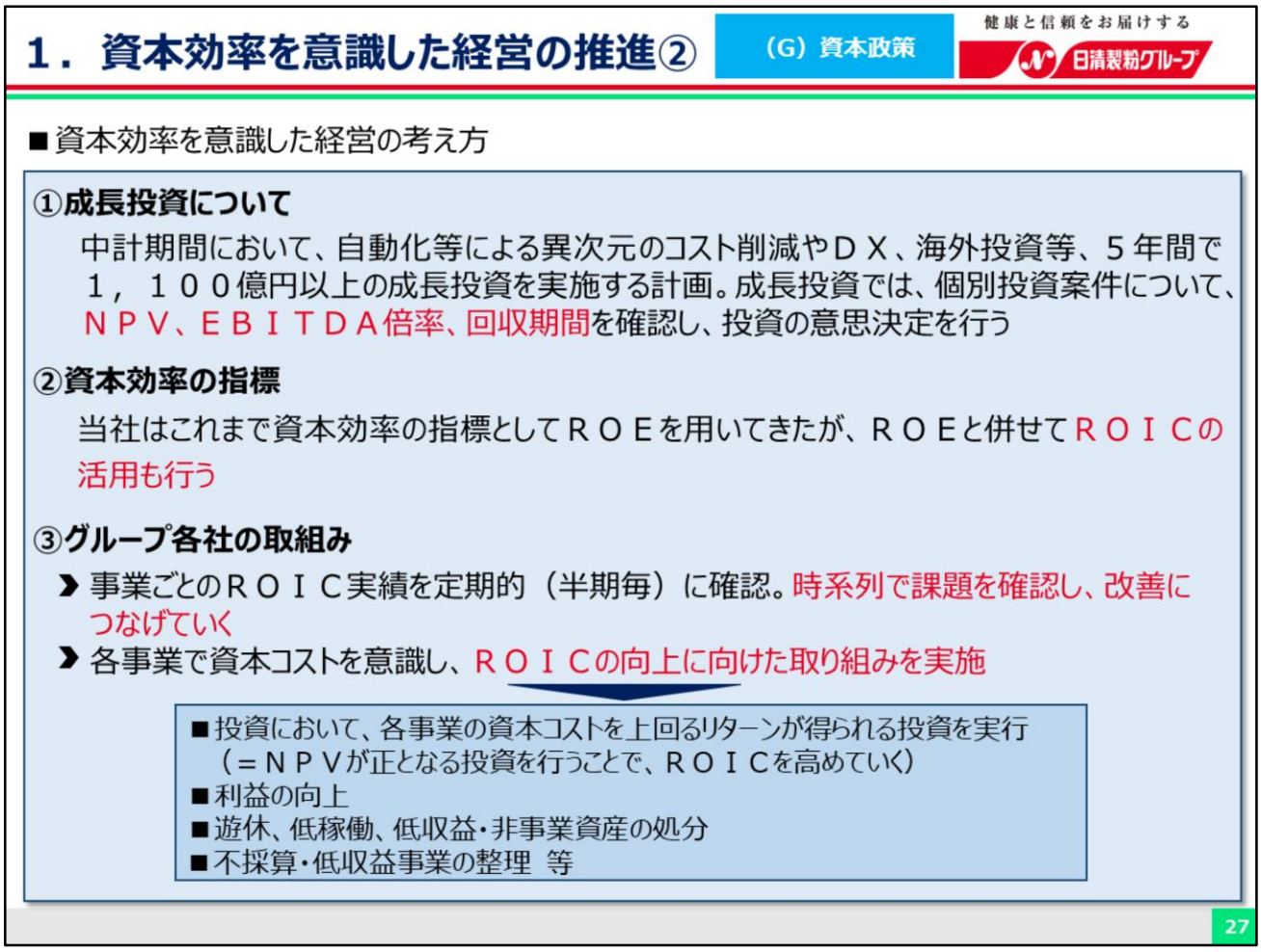
P26をご覧ください。

資本政策についてご説明します。

私としては、当社は主要食糧を扱うビジネスであり、ある程度の財務の安定性を確保していくことは前提と考えていますが、これ以上キャッシュを積み上げる必要はないと考えています。

中期経営計画期間中に得られる営業キャッシュフローや資産売却などで得られるキャッシュは、投資や株主還元で使い切ります。

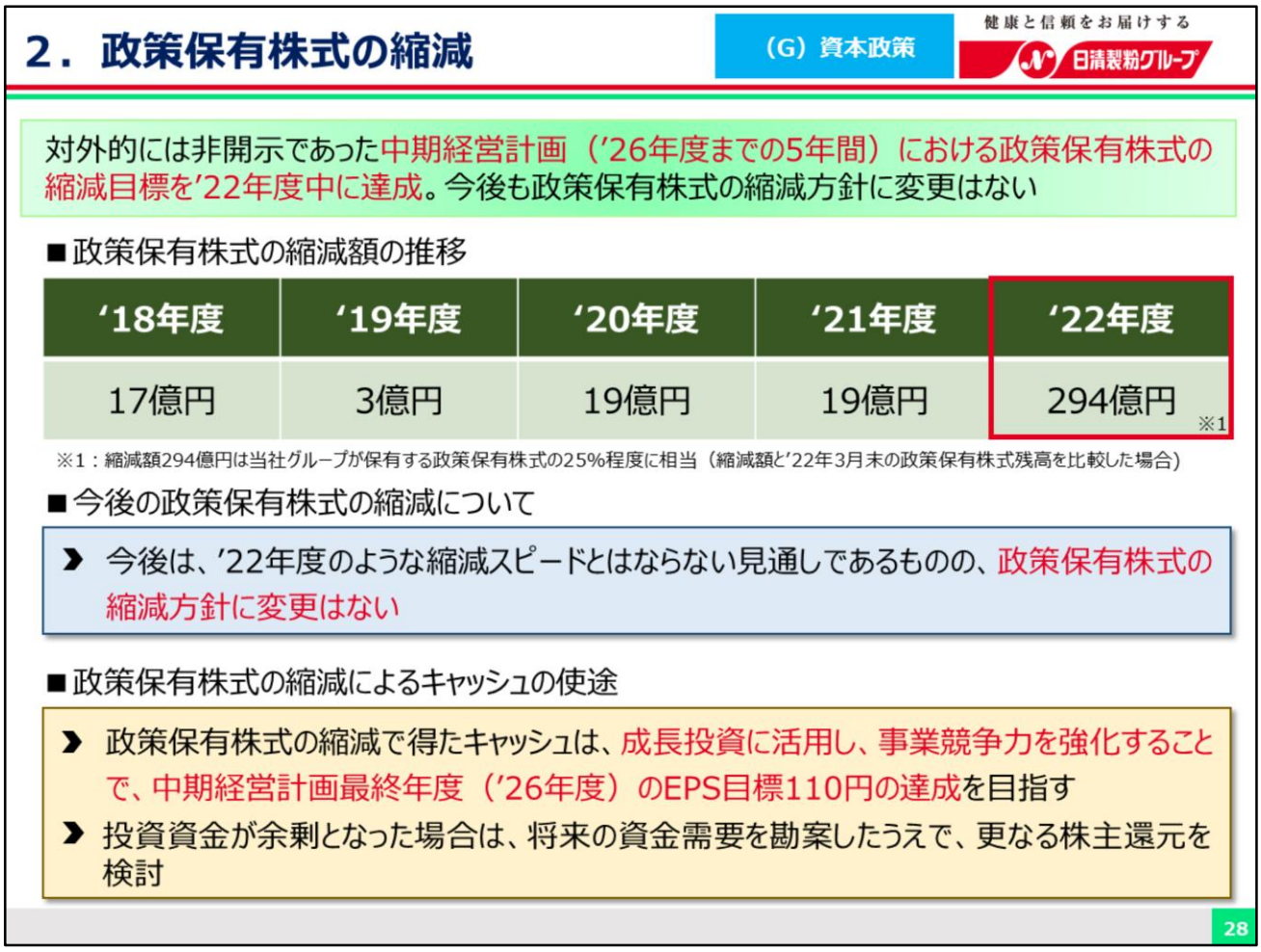
これまで説明してきましたように、2023年度も投資を積極化させていきますが、その中で環境、デジタル投資もしっかりと進めていきます。



P27をご覧ください。

昨年10月の説明会で、資本コストを意識した経営、投資を明確にした具体的な施策の検討に着手しているとご報告しました。
その内容についてご説明します。

資本効率の指標として、ROICについても、グループとしてしっかり確認するようにします。事業ごとのROICを半年ごとに確認し、改善につなげていきます。
また、各事業においても、資本コストを意識して、ROICを向上させていきます。
ここに記載してある取組みは、これまでも当社グループの中で取り組んできた内容ですが、改めて経営会議でも議論し、各事業会社の社長ともコンセンサスを得て進めていきます。
特に、先ほどご説明しましたように成長投資を加速していきますので、資本コストを意識した投資となるように、改めて取締役会や経営会議の場でも、議論及び確認をして進めます。

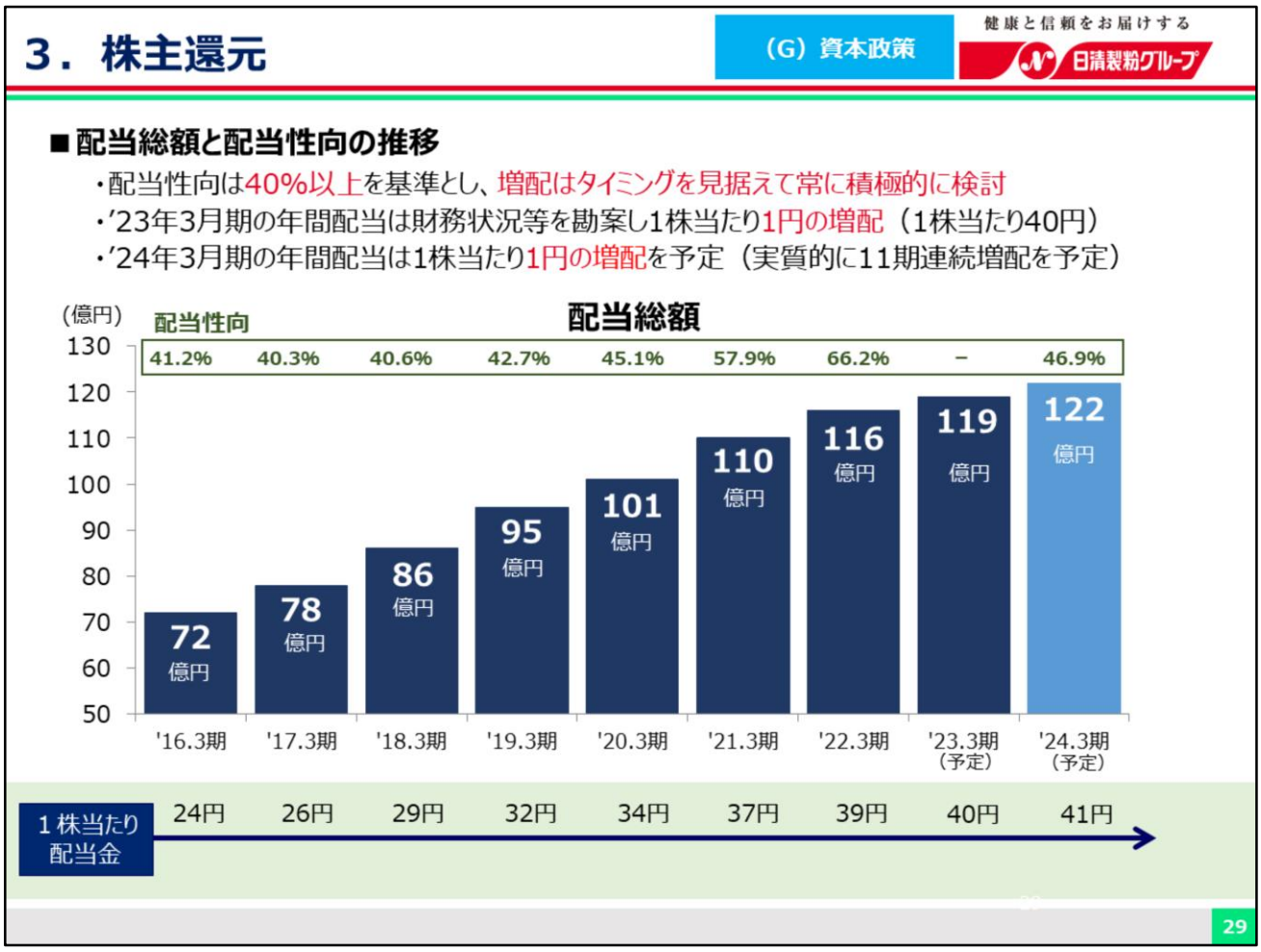


P28をご覧ください。

政策保有株式の縮減については、2022年度は300億円程度の売却を実施しました。

対外的には公表はしていませんでしたが、この水準は中期経営計画の5年間で実行を想定していたレベルとなっています。

私としては、政策保有株式の縮減は今後も継続していきますが、ボトムラインに与える影響も見極めて、2023年度以降は巡航速度で進めたいと考えています。



P29をご覧ください。

食糧インフレの厳しい環境下、さらには多額の減損を計上した中でしたので、中期経営計画において、連続増配の旗印は取り下げるものの、増配はタイミングを見据えて検討、実施するとしてきました。

2022年度は最終的なボトムラインは赤字ではありましたが、私としてはこの1年の取組みを踏まえて増配可能と考え、2023年3月期で1円増配を決断しました。また、業績見通しをしっかりと達成して、2024年3月期もさらに1円増配をしたいと考えています。

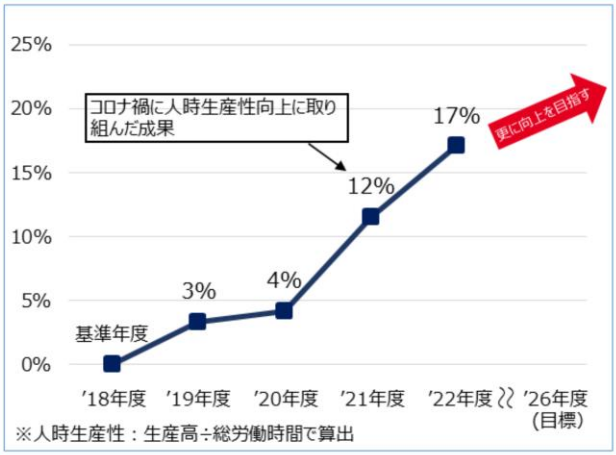
4．持続的成長を支える組織づくり

（S）社会

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

中食・惣菜事業は、臨時雇用者数を合わせると当社グループで最大の従業員数であり、外国人労働者も数多く雇用。人時生産性向上と働きやすい労働環境を両立するとともに、人権DDによる人権リスク上の重要課題への対策も実施

■中食・惣菜事業の人時生産性向上
（トオカツフーズ㈱ ‘18年度を基準年度とした推移）



■人時生産性向上の主要因

①短期雇用から長期雇用への転換促進による従業員の業務習熟度の向上
②継続的な自動化投資　等

■働きやすい労働環境の整備

- デジタルサイネージを活用した、動画による作業方法・安全についての教育
- マニュアルや掲示板の多言語表記および通訳（一部の言語）の配置
- 危険個所・危険設備について、注意書きを多言語表記、イラストを用いた注意喚起
- ご意見箱の設置。経営陣が従業員の意見を直接確認。問題を早期解決、環境改善に活用
- 福利厚生の充実：食堂や休憩所等の施設充実、製品の社内販売、送迎バス等

30

P30をご覧ください。

当社グループにおいて中食・惣菜事業の比率が高まってきた中で、この事業の人的資本経営も重要であると考えています。
労働コスト面においては、人時生産性向上の取組みをしっかりと対応していきます。中食・惣菜事業の最も大きな会社であるトオカツフーズでの取組みを示していますが、毎年しっかりと改善を図ってきています。

また、外国人をはじめとして多様化する人材への対応のために、記載のような働きやすい労働環境の整備にも努めています。

この取組みはさらに注力していく必要があると考えており、社内でもしっかりと議論して進めていきます。

5．環境課題中長期目標の進捗

（E）環境

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

■環境課題中長期目標とその進捗

取組みテーマ	目標	'21年度実績
気候変動への対応	2030年度　グループの自社拠点でCO_2排出量50%削減（2013年度比）	18%削減
	2050年　カーボンニュートラルに向けてグループの自社拠点でCO_2排出量実質ゼロ	
	サプライチェーンにおけるCO_2排出量の削減	
水資源への対応	2040年度　工場の水使用量原単位30%削減（2021年度比）	※2021年度基準値 1.14㎥/t
食品廃棄物への対応	2030年度　原料調達からお客様納品までの食品廃棄物の50%以上削減（2016年度比、惣菜3社は2019年度比）	【国内グループ会社】（中食・惣菜事業を除く） 37%削減
		【中食・惣菜事業】 17%削減
容器包装廃棄物への対応	2030年度　化石燃料由来のプラスチック使用量の25%以上削減（2019年度比）	【国内グループ会社】 4%削減

31

P31は環境の中長期目標とその進捗を記載しました。

私からの説明は以上の通りです。

記載内容に関する注意事項

当資料に記載されている内容は、種々の前提に基づいたものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

32