

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



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

I. 2023年3月期 実績、 及び2024年3月期 業績予想

1. 2023年3月期 実績

- ▶ 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		前年実績	
			比		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	—

2. 2023年3月期 事業別評価

■ 2023年3月期 事業別評価（営業利益 前年差で評価）

前年以上 ↑	製粉（国内）、製粉（海外）、 エンジニアリング、 メッシュクロス
前年並みー	中食・惣菜
前年以下 ↓	加工食品、酵母・バイオ、 健康食品

3. 2023年3月期 営業利益 前年差分析

- ▶ 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）

 : 増益  : 減益

'21年度実績		294億円	【増減益の主要因】
製粉事業 +90億円	販売収益	 ▲6億円	: 価格改定による出荷減、製品ミックスの悪化
	ふすま価格	 +18億円	: ふすま価格の堅調な推移
	コスト関連他	 ▲10億円	: 生産性向上によるコスト削減等を実施したものの動力費等が上昇
	海外営業利益	 +88億円	: 米国等の好調な業績および豪州の償却費負担減少
食品事業 ▲64億円	販売収益	▲21億円 	: 価格改定による出荷減、拡売費の増加 (出荷減は前期の巣ごもり需要の反動もあった)
	コスト関連他	▲13億円 	: コストインフレ対応の後追い等
	海外営業利益	▲30億円 	: 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
中食・惣菜事業		+1億円 	: 各種コスト上昇分を付加価値製品の提案、価格改定、生産性向上等でカバー
その他事業		+6億円 	: メッシュクロス事業、エンジニアリング事業ともに堅調に推移
'22年度実績		328億円	

4. 2024年3月期 業績予想

- ▶ 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	—

5. 2024年3月期 業績予想営業利益 前年差分析

- ▶ 営業利益は前年差 **+62億円の増益**。増益の主要因は、各事業におけるコスト上昇に対応した価格改定の実施、国内製粉事業における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の出荷増等によるもの

■ 営業利益 増減分析（前年差）

 : 増益  : 減益

'22年度実績		328億円	【増減益の主要因】	
製粉事業 +20億円	販売収益	+0億円	: 出荷減を製品ミックス改善でカバー	
	ふすま価格	+0億円	: 前期並で計画	
	コスト関連他	+13億円	: コスト上昇を見込むものの、コスト上昇分の適切な価格転嫁、熊本製粉の新規連結効果等	
	海外営業利益	+7億円	: 豪州は業績回復や償却費負担減少、米国は保守的に計画	
食品事業 +47億円	販売収益	+23億円	: 前期に落ち込んだ出荷を拡販施策で回復させる	
	コスト関連他	+15億円	: 前期に発生したコストインフレ対応の後追い分の追い付き等	
	海外営業利益	+9億円	: プレミックス事業、インドイースト事業の増益	
中食・惣菜事業		+0億円	: 各種コスト上昇分を付加価値製品の提案、価格改定、生産性向上等でカバー	
その他事業		▲4億円	: エンジニアリング事業は減益、メッシュクロス事業は増益	
'23年度予想		390億円		

6. 中期経営計画 数値目標の進捗

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

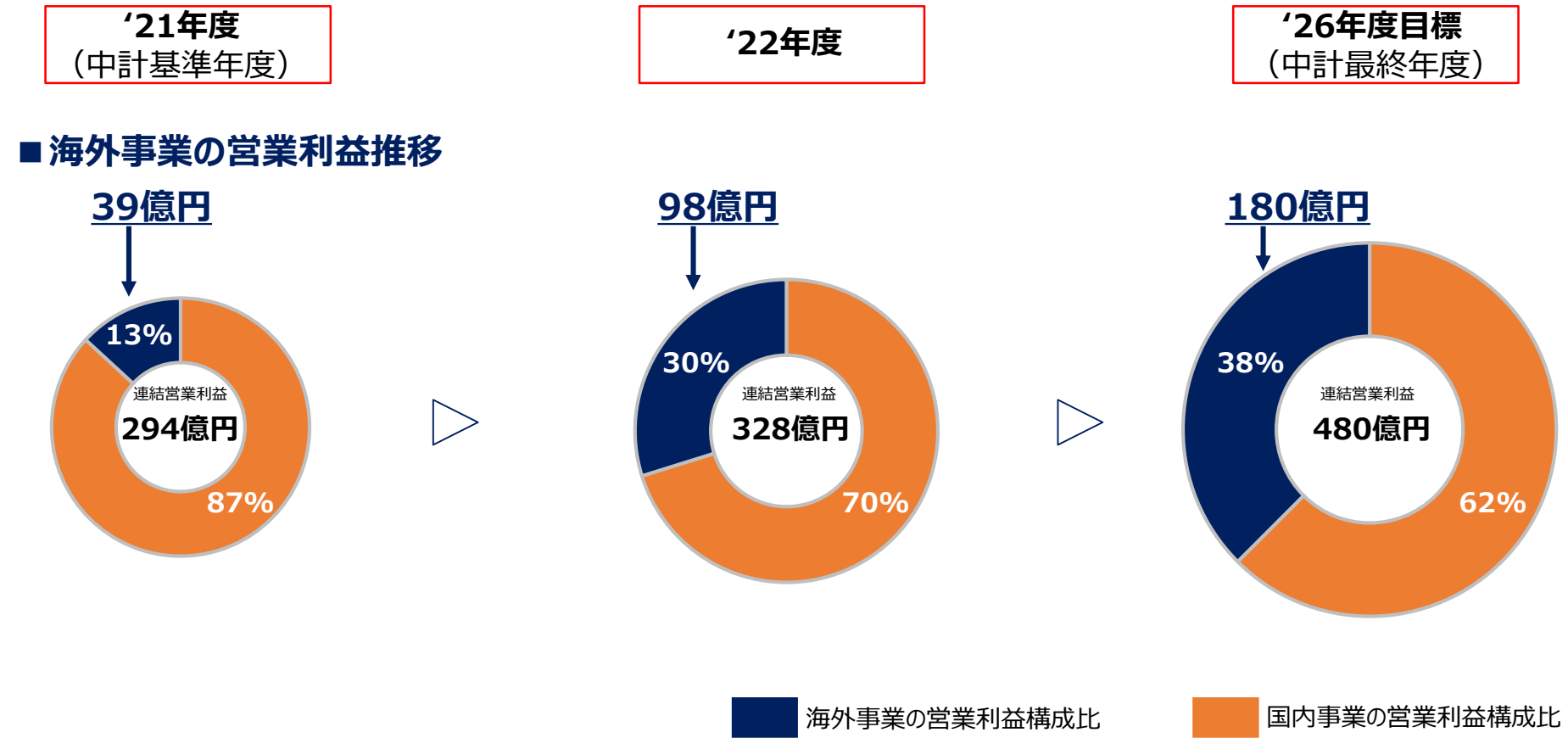
■ '23年度業績予想と中計'23年度目標との比較

	(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
E P S	59円	87.4円	90円	▲2.6円	110円
R O E	4.0%	6.0%	6.4%	▲0.4%	7.0%

7. 海外事業の営業利益成長

海外事業は中計期間における利益成長のドライバー。'22年度は海外事業の営業利益構成比が30%に上昇。'26年度には、海外事業の営業利益180億円、海外事業の営業利益構成比38%を目指す

■ 海外事業の営業利益推移



Ⅱ. 中期経営計画達成に向けた今期の一丁目一番地施策

1. 今期の一丁目一番地施策

①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

②食糧インフレへの対応

③豪州製粉事業の業績回復

④環境政策

⑤デジタル戦略



① 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

■ 中期経営計画における事業競争力強化戦略

■ コア事業（国内製粉、加工食品、酵母事業）の継続、発展

各事業で培ってきた強みを発揮し、**新たな価値の提供によりシェアを高め**、適正な価格を維持する。また、**異次元のコスト削減を実行することで高い水準の利益を確保し**、今後も当社グループの中心的な役割を果たす

■ 成長事業（海外、中食・惣菜事業）は、利益成長のドライバーとして収益拡大を実現

■ 健康・バイオ事業、エンジニアリング事業、メッシュクロス事業、新規事業の成長を実現

■ 今期の重点テーマ （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）

① コア事業における利益成長を実現するために**必要な投資を行い、事業ポートフォリオの再構築を実行**

■ 熊本製粉の統合によるシナジー効果の創出、■ 水島新工場の建設開始 等

② 成長事業では、事業計画との乖離がないかを検証し、必要な施策変更を行い、**伸長が見込める市場への投資を加速**

■ 米国製粉事業の生産能力増強 等

①-1. 国内製粉事業

製粉事業の**日清製粉(株)**が1月に**熊本製粉(株)**の発行済株式の85%取得。今期は、**統合によるシナジー効果を創出し、事業競争力を一層高める**ために、PMIを実施。また、国際競争に対応できる**ローコスト生産体制**に向け**水島新工場の建設を開始**

■ 熊本製粉の買収効果の創出

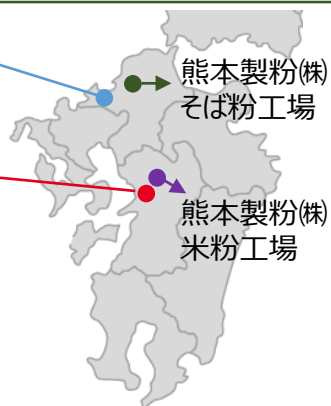
■ 日清製粉(株)福岡工場

生産能力：550t/日

■ 熊本製粉(株)製粉工場

生産能力：380t/日

九州における当社グループの
生産能力は**約1.7倍に拡大**



■ 買収目的

- ・九州エリアでの統合シナジー創出による事業競争力の強化
- ・熊本製粉が持つ「そば粉」、「米粉」等でのシナジー効果創出

■ 新規連結効果

- ・**+10億円程度**の営業利益 増益効果を見込む

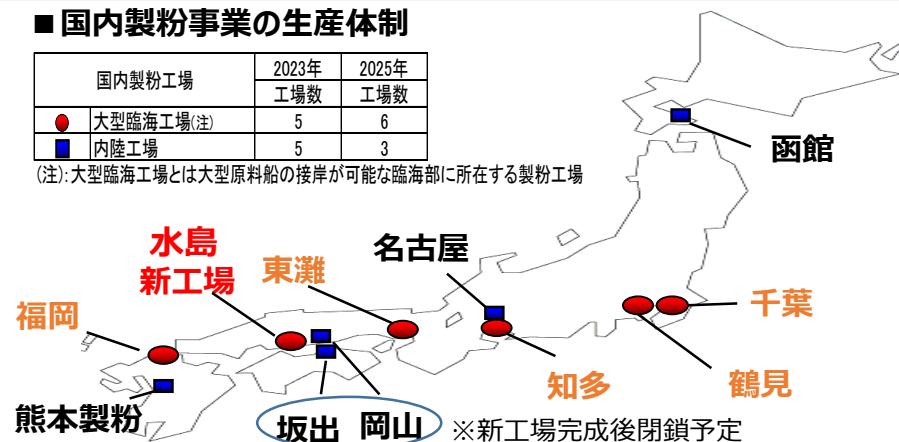
■ 水島新工場について

- **'23年5月に建設開始、'25年5月稼働予定**
⇒総工費155億円、生産能力550t/日
- 最新の自動化、デジタル技術を導入し、**環境配慮型のスマート工場を実現**
- 水島新工場稼働に伴い既存の2工場を閉鎖。
大型臨海工場比率が83%から92%に上昇※
※熊本製粉を合計すると大型臨海工場比率が80%から88%に上昇

■ 国内製粉事業の生産体制

国内製粉工場	2023年 工場数	2025年 工場数
● 大型臨海工場(注)	5	6
■ 内陸工場	5	3

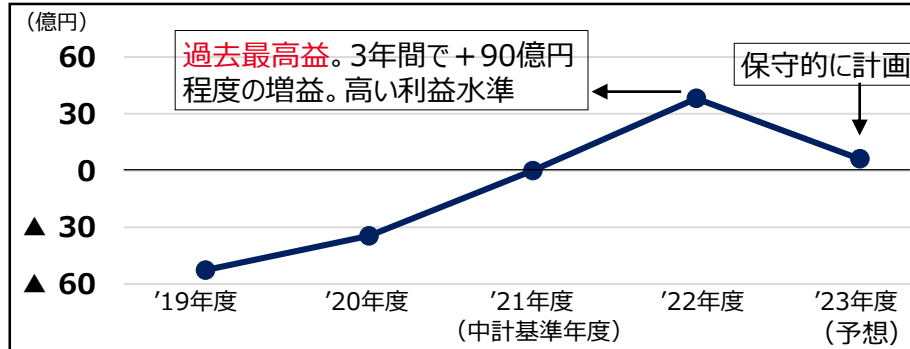
(注): 大型臨海工場とは大型原料船の接岸が可能な臨海部に所在する製粉工場



①-2. 米国製粉事業

市場環境も追い風となり、**‘22年度は過去最高益を記録**。高収益の維持、強化に向け、今後も市場成長が見込め、高い稼働率となっている**テキサス州の工場に新ラインの増設を決定**

■ 営業利益 増減推移（‘21年度を基準）



■ 中計期間中の生産能力増強

◆ロサンゼルス工場	150トン/日（'23年12月に稼働）
◆サギノー工場	600トン/日（'24年冬に稼働）
合 計	750トン/日（生産能力が14%UP）

➤ それぞれ稼働初年度から利益貢献する見込みであり、高収益の維持、強化を図る

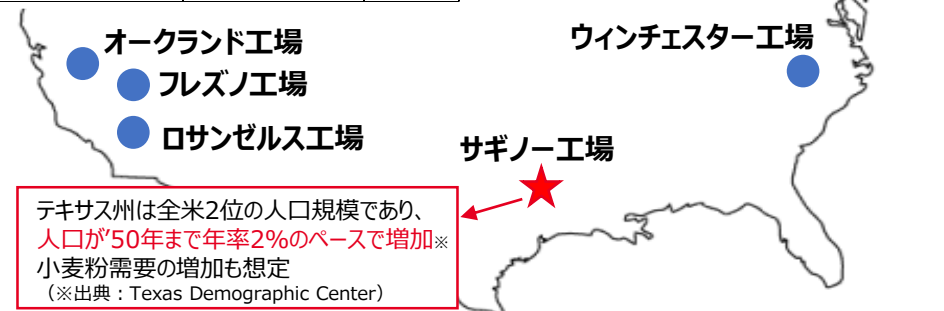
サギノー工場 新ライン増設の概要

- ◆総工費 : 46百万米ドル (62億円)
135.08円/USDで換算
- ◆生産能力 : 600トン/日 (原料ベース)
- ◆新ライン増設により**サギノー工場の生産能力が40%UP**
- ◆増設後、サギノー工場の生産能力 (日産) は2,040t。単独工場の生産能力規模は**全米3位**
- ◆新ライン稼働後**約5年でフル稼働**を想定

米国の工場所在地と増設後の生産能力 (原料小麦ベース)

工場名と所在地		生産能力 (t/日)
ウィンチェスター工場	バージニア州	1,640
オークランド工場	カリフォルニア州	880
フレズノ工場	カリフォルニア州	600
ロサンゼルス工場	カリフォルニア州	930
サギノー工場	テキサス州	2,040
合 計		6,090

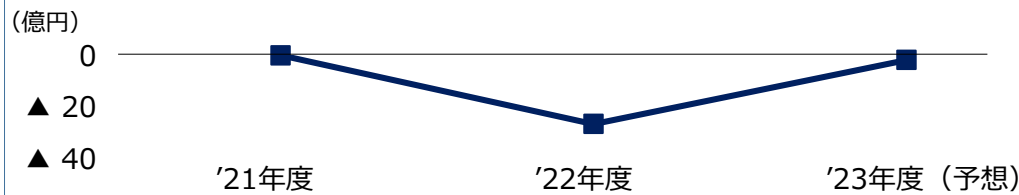
➤ 増設後、生産能力は**全米4位** (増設前は5位)



①-3. 加工食品事業

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

'21年度実績 (中計基準年度)

'26年度目標 (中計最終年度)



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

①-4. インド イースト事業

’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）

①-5. 中食・惣菜事業

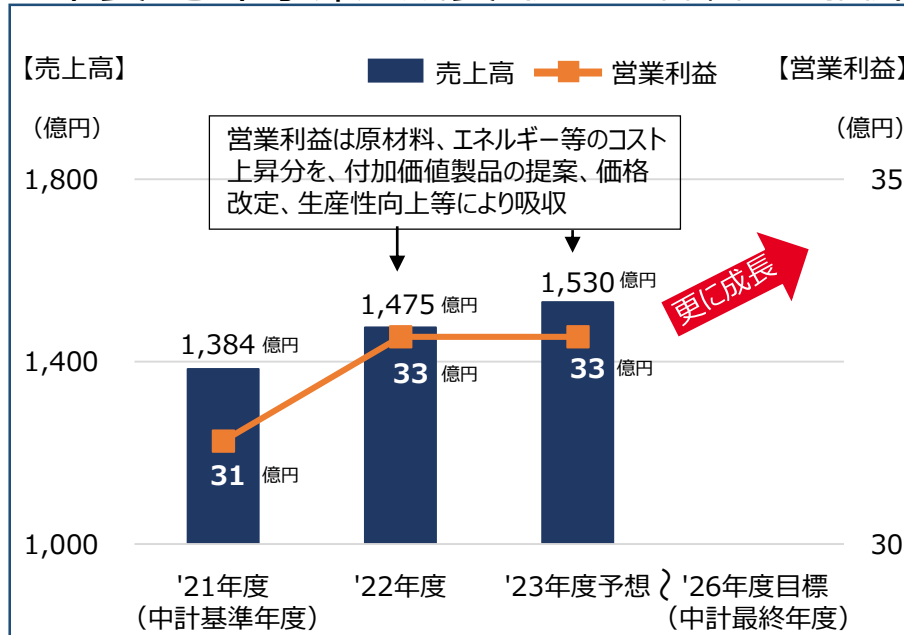
今期の売上高は1,500億円を上回る見通しであり、既に製粉事業に次ぐ売上規模に成長。今後も成長が見込まれる惣菜市場で、(株)日清製粉デリカフロンティアを中心にグループ総合力を発揮し、**研究開発力の強化、生産の自動化による省人化を推進し、コスト競争力を高める**

■ 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

② 食糧インフレへの対応

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



②-1. 食糧インフレへの対応（加工食品事業：新製品開発戦略）

加工食品事業では、コスト上昇に対応した価格改定とあわせて、**新製品開発戦略を強化し、拡販につなげていく**（春の新製品は77品を上市）

■ 家庭用製品

環境に配慮した製品への進化

環境配慮・エコパッケージ化

マ・マー早ゆでスパゲティ
FineFast 2/3サイズ



紙を使用した
包材を採用

マ・マーTHEPASTA
贅沢野菜



植物由来プラスチックを一部
使用したパッケージを採用

高付加価値製品の提案

レンジ調理対応
包材化

冷凍ワンディッシュ
パスタの付加価値化

マ・マー果肉たっぷり
パスタソース 1人前
青の洞窟 Piccolino

マ・マーTHEPASTA
スペシャルティ 青の洞窟



高品質ワンディッシュパスタの
ご提案

新ジャンルへの挑戦

オートミール
市場への提案

冷凍食品での
ベトナム料理提案

Smart Table
オートミール専用ソース



オートミールを簡単に
美味しく

Smart Table
ル・ベトナムミーズ



フォー、カレー、お粥を
ラインアップ

青の洞窟



リゾットが
新登場

節約ニーズ・値ごろ感への対応

コストインフレが続く中で、より節約ニーズに対応
した提案や値ごろ製品の提案

日清 コツのいらない
天ぷら粉 450g



2cmの
油量での
調理へ対応

マ・マー レンジで3分
生パスタ（冷凍）



3分で調理
可能
適量ニーズ
にも対応

■ 業務用製品

ソリューション型新製品

人手不足、原料コストアップ

マ・マーTHE PRO
IQFシリーズ



新たにラインアップ
を追加

マ・マーTHE PRO
パスタステラシリーズ



新テイスト
発売

マ・マー
自販機専用冷凍パスタ



テスト
販売開始

②-2. 食糧インフレへの対応（加工食品事業：広告宣伝戦略）

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、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)**取り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『A B C 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



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



「ABCクッキングスタジオ」 海外スタジオでの展開



「D.LEAGUE」への協賛

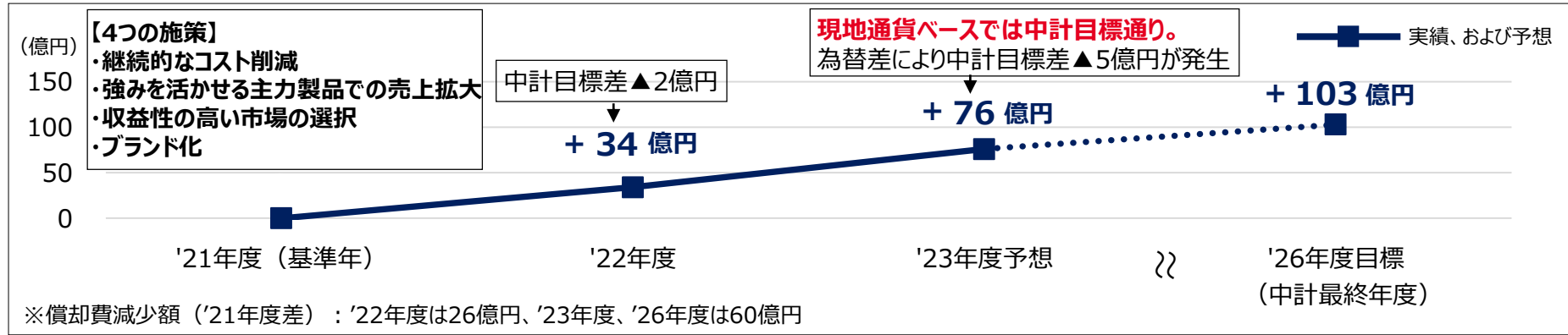


③ 豪州製粉事業の業績回復

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



■ '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	

④ 環境政策

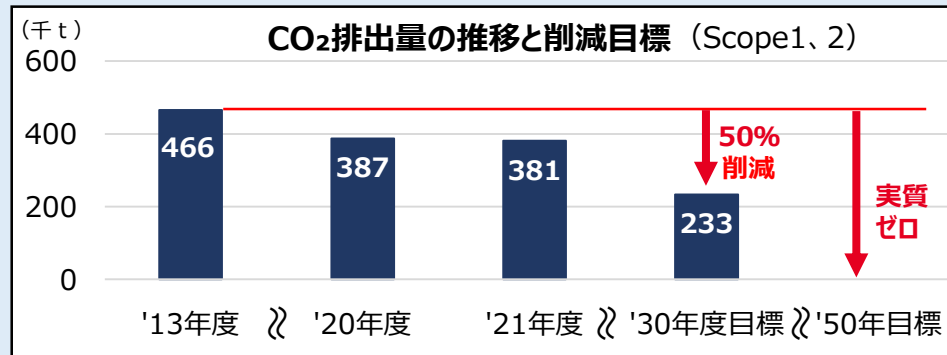
気候変動への対応として、環境課題中長期目標で設定した'30年度グループの自社拠点におけるCO₂排出量50%削減（'13年度比）の実現に向け、**グループ全体でロードマップを策定し、計画的かつ確実に削減に取り組む**

■ 今期の取り組み

- ▶ '30年度にグループ自社拠点でCO₂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り組みの実施に向けて検討（オフサイトPPA）



【CO₂削減に向けた取り組みの優先順位】

- 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

⑤ デジタル戦略

「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：プロジェクトマネジ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

Ⅲ. ESGの取組み

1. 資本効率を意識した経営の推進①

(G) 資本政策



日清製粉グループ

■ 中期経営計画における資本政策の考え方

- ①小麦粉をはじめとした主要食糧の安定供給という社会的責任を十分に勘案し、**資本効率の向上と財務の安定性のバランスを取りながら資本構成を適切にコントロール**する
- ②営業キャッシュ・フローや政策保有株式の売却、更には必要に応じた有利子負債等も活用し、**積極的な戦略投資を促進することで、E P S 成長の継続、及びR O E の向上を目指す**

■ 中計5年間累計のキャッシュ・フロー計画（'22年度～'26年度）

【収入】	【支出】	【'23年度 投資計画】
■ 営業キャッシュ・フロー 2,500億円程度 ■ 資産売却、有利子負債活用 等	■ 成長投資、および維持更新投資 2,200億円以上 (内 成長投資1,100億円以上) ■ 株主還元	260億円（前期差+61億円） ▶ 環境投資22億円 (前期差+10億円) ▶ デジタル投資21億円 (前期差+9億円)

■ 中計最終年度（'26年度）の数値目標

- ▶ E P S 110円（'21年度対比+51円）
- ▶ R O E 7%（'21年度対比+3%）

1. 資本効率を意識した経営の推進②

(G) 資本政策



■ 資本効率を意識した経営の考え方

① 成長投資について

中計期間において、自動化等による異次元のコスト削減やD X、海外投資等、5年間で1,100億円以上の成長投資を実施する計画。成長投資では、個別投資案件について、**N P V、E B I T D A 倍率、回収期間**を確認し、投資の意思決定を行う

② 資本効率の指標

当社はこれまで資本効率の指標としてR O Eを用いてきたが、R O Eと併せて**R O I Cの活用も行う**

③ グループ各社の取組み

- ▶ 事業ごとのR O I C実績を定期的（半期毎）に確認。**時系列で課題を確認し、改善につなげていく**
- ▶ 各事業で資本コストを意識し、**R O I Cの向上に向けた取組みを実施**

- 投資において、各事業の資本コストを上回るリターンが得られる投資を実行（= N P Vが正となる投資を行うことで、R O I Cを高めていく）
- 利益の向上
- 遊休、低稼働、低収益・非事業資産の処分
- 不採算・低収益事業の整理 等

2. 政策保有株式の縮減

対外的には非開示であった**中期経営計画（'26年度までの5年間）**における**政策保有株式の縮減目標を'22年度中に達成**。今後も政策保有株式の縮減方針に変更はない

■ 政策保有株式の縮減額の推移

'18年度	'19年度	'20年度	'21年度	'22年度
17億円	3億円	19億円	19億円	294億円 ※1

※1：縮減額294億円は当社グループが保有する政策保有株式の25%程度に相当（縮減額と'22年3月末の政策保有株式残高を比較した場合）

■ 今後の政策保有株式の縮減について

- 今後は、'22年度のような縮減スピードとはならない見通しであるものの、**政策保有株式の縮減方針に変更はない**

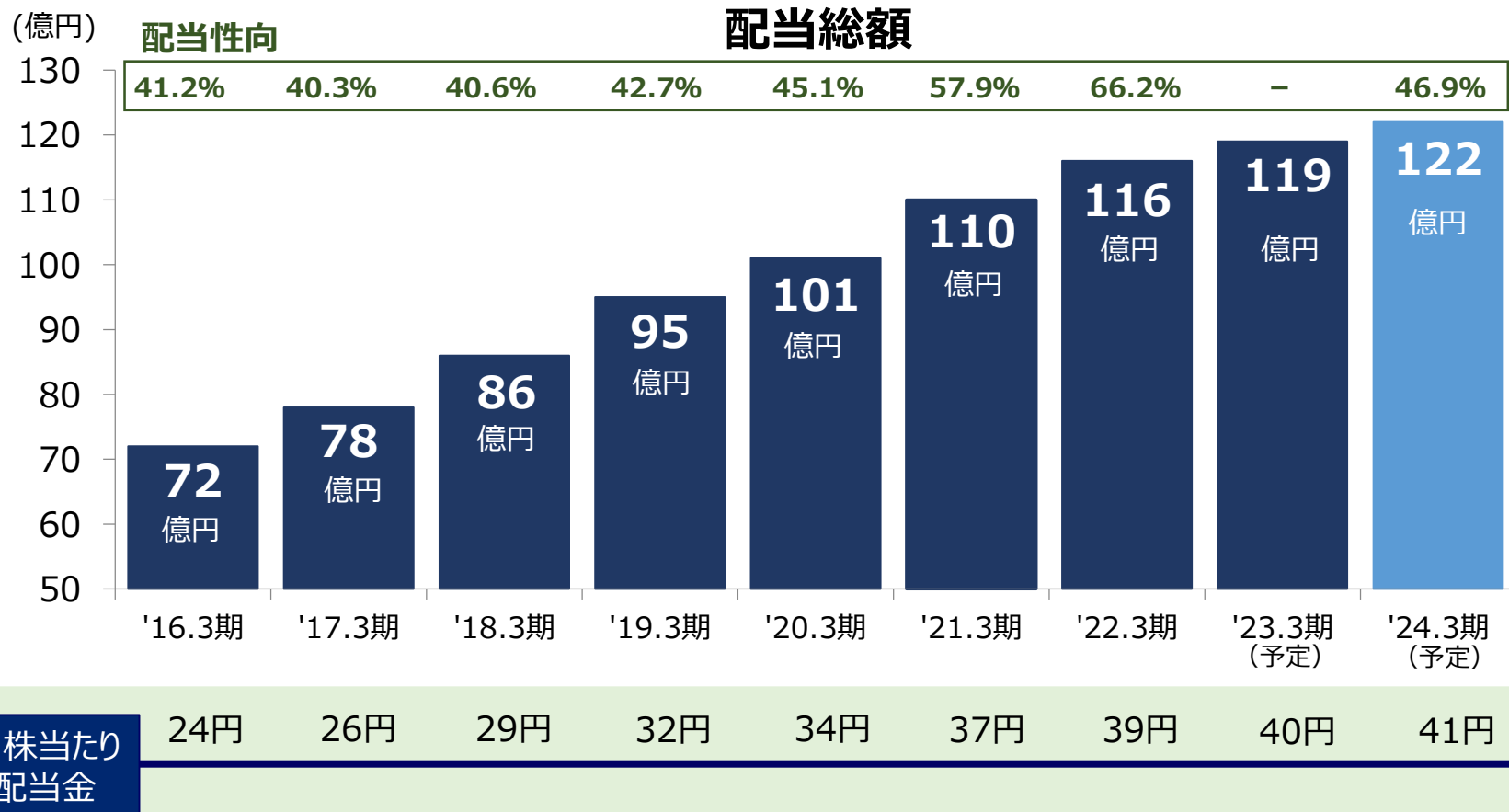
■ 政策保有株式の縮減によるキャッシュの使途

- 政策保有株式の縮減で得たキャッシュは、**成長投資に活用し、事業競争力を強化することで、中期経営計画最終年度（'26年度）のEPS目標110円の達成を目指す**
- 投資資金が余剰となった場合は、将来の資金需要を勘案したうえで、更なる株主還元を検討

3. 株主還元

■ 配当総額と配当性向の推移

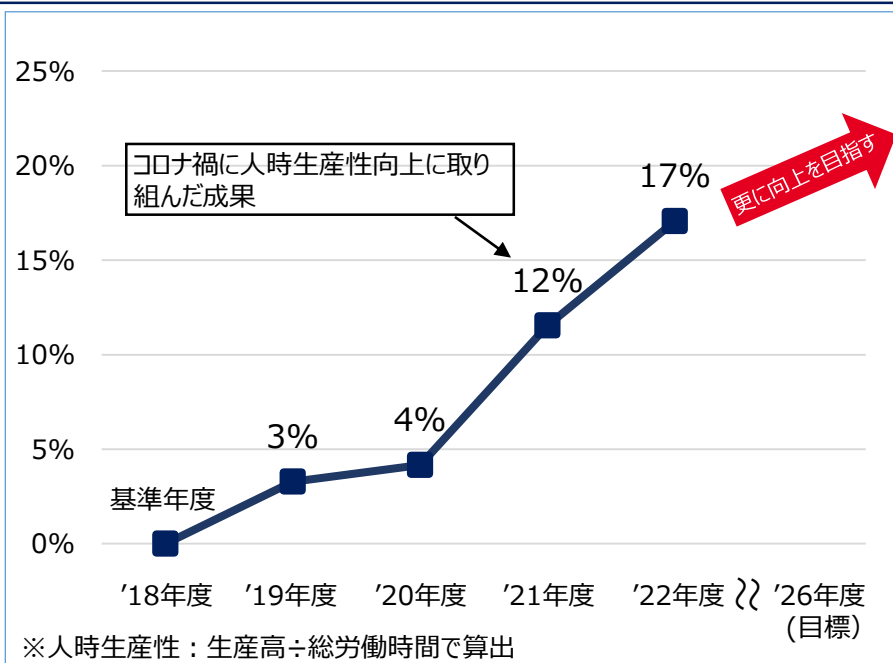
- ・配当性向は**40%以上**を基準とし、**増配はタイミングを見据えて常に積極的に検討**
- ・'23年3月期の年間配当は財務状況等を勘案し1株当たり**1円の増配**（1株当たり40円）
- ・'24年3月期の年間配当は1株当たり**1円の増配**を予定（実質的に11期連続増配を予定）



4. 持続的成長を支える組織づくり

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(株) '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

5. 環境課題中長期目標の進捗

(E) 環境



■ 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 1.14m ³ /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

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。