

BRAND STORY

食は、すべての喜びのはじまりです。
あなたが一人のときも。みんなといるときも。
心をあたため、明日を生きる力をくれる。
そんなかけがえのない食には、
まだ知られていない力が、きっとある。
おいしさも健康もかなえる食を。
人はもちろん、海や大地やそこに息づく^{いのち}生命を想う食を。
たくさんの喜びを生み出してきた私たちだからこそ、
あなたが生きるこの地球までも喜びで満たしていきたい。
さあ、人と地球をつなぐ、新しい食の未来へ。
今、ニッスイの新たな航海がはじまります。

BRAND MOVIE

https://youtu.be/sPIRrN6Hh_Q



BRAND SYMBOL/TAGLINE



まだ見ぬ、食の力を。

ニッスイブランドを象徴するブランドシンボルです。

タグラインは、ニッスイのありたい姿

「人のため、地球のために、食の新たな可能性を追求し続ける企業」を
ひとことでシンプルに表現したメッセージです。

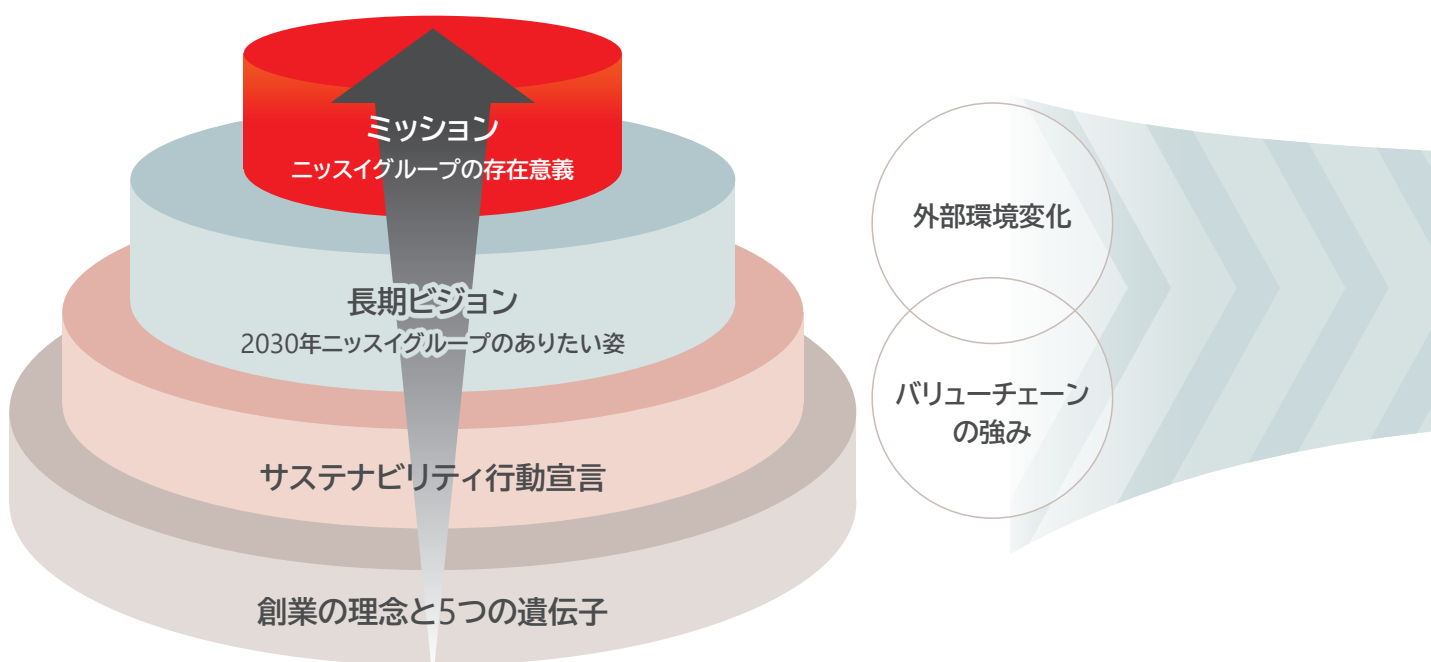
BRAND SYMBOL

<https://www.nissui.co.jp/corporate/brand/index.html>



経営理念体系・ミッションと長期ビジョン

ニッスイは、「創業の理念と5つの遺伝子」「サステナビリティ行動宣言」を土台として、ミッション(存在意義)をあらためて定義した上で、長期ビジョンとして「2030年のありたい姿」を明確にしました。



ミッション(存在意義)

ミッションに込めた想い

- 「食」に注力する企業へ
- 海で培ったモノづくりの心と未知を切り拓く力
- サステナブルな未来を見据えて進んでいく決意

ミッション

私たちを突き動かすもの。
それは「人々により良い食をお届けしたい」という志。

海で培ったモノづくりの心と未知を切り拓く力で、
健やかな生活とサステナブルな未来を実現する
新しい“食”を創造していきます。

創業の理念

▶ <https://www.nissui.co.jp/corporate/founded/index.html>

5つの遺伝子・サステナビリティ行動宣言

▶ <https://nissui.disclosure.site/ja/themes/126>

4つの価値創出による 企業価値向上



長期ビジョン「Good Foods 2030」

人にも地球にもやさしい食を 世界にお届けするリーディングカンパニー

人々が食に求めるものは、おいしさはもちろん、健康、利便性、環境への配慮など多様化しており、今後も、これまで見出されていなかった様々なニーズにお応えしていくことが必要になるでしょう。

私たちは、様々な「食」の新しい可能性を追求し、

「心と体を豊かにする新しい食」「社会課題を解決する新しい食」を創造する

リーディングカンパニーを目指していきます。

長期ビジョンと中期経営計画のKPI

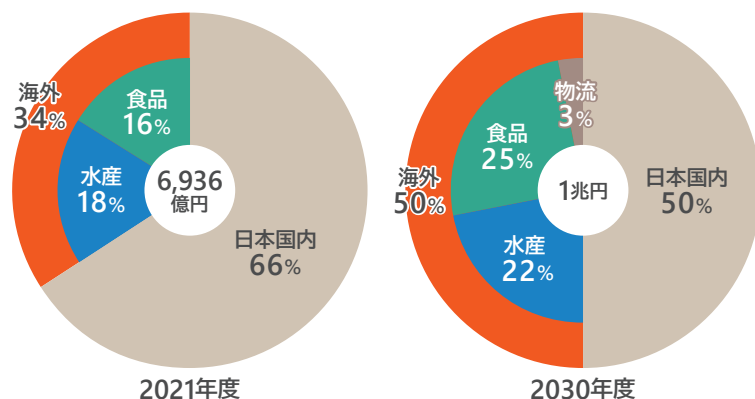
2022～24年度の3年間を対象とした中期経営計画「Good Foods Recipe1」は、2030年の長期ビジョン「Good Foods 2030」を実現するための“もうワンランク上へ行くための変革”と位置付けています。

長期ビジョンと中期経営計画「Good Foods Recipe1」の位置付け

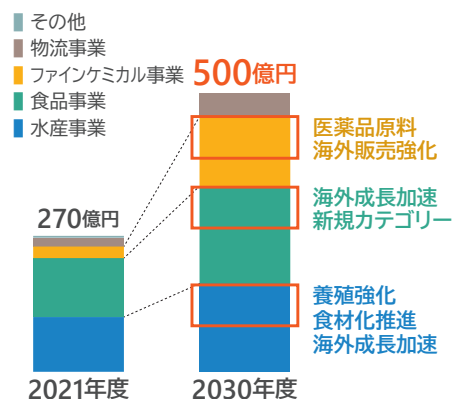


養殖事業・ファインケミカル事業の成長と差別化を加速して、2030年度には売上高1兆円 営業利益500億円を稼げる企業を目指します。

海外所在地別売上高



営業利益構成



創出価値	重点テーマ	目標	中期経営計画 (Good Foods Recipe ¹)		長期ビジョン (Good Foods 2030)
			2021年度実績	2024年度目標(KPI)	2030年度目標(KPI)
経済価値	世界で戦える 資本力	成長・収益力	売上高	6,936億円 → 7,900億円	1兆円
			営業利益	270億円 → 320億円	500億円
			経常利益	323億円 → 350億円	-
			当期純利益	172億円 → 225億円	-
		資本効率性	ROIC	- → 5.5%以上	7.0%以上
		海外展開	海外所在地 売上高比率	34% → 38%程度	50%
社会価値	健康課題の解決	健康領域 商品の拡大	当社指定の 健康領域商品売上	- → 1.3倍の拡大	3倍の拡大
	持続可能な調達	責任ある調達 (人権)	1次サプライヤー アセスメント比率	- → ニッスイ個別 100%	グループの主要 100%
人財価値	多様な人財の 活躍	従業員 エンゲージ メント	従業員 エンゲージメント スコア [※]	- → 10% のスコア向上	20% のスコア向上
		女性活躍	女性幹部職比率 [※]	6.1% → 10%	20%
環境価値	持続可能な調達	水産資源の 持続可能性	持続可能な 調達比率	71% → 80%	100%
	気候変動への 対応と 海洋環境の保全	CO ₂ 排出量 削減	CO ₂ 排出量 (Scope 1, 2)	- → 10%削減	30%削減
			2050年カーボン ニュートラル	- →	実現
		プラスチック 削減	プラスチック 使用量 [※]	- → 10%削減	30%削減

※対象範囲はニッスイ個別

ニッスイグループのありたい姿

マネジメントメッセージ

ニッスイグループの価値創造

サステナビリティ

ガバナンス

データセクション

中期経営計画6つの基本戦略

中期経営計画達成に向け、6つの基本戦略で取り組んでいきます。

1. ▶P49

サステナビリティ経営への進化

2030年目標を掲げ、全事業でサステナビリティに取り組む

- 水産事業
- 食品事業
- ファインケミカル事業
- 物流事業

- 健康訴求の強化
- 温室効果ガス排出削減
- プラスチック削減
- 水産資源の持続的な利用
- 責任ある調達
- 人財の多様性

2. ▶P29

グローバル展開加速

欧米を中心に拡大し、アジアは事業基盤を確立させる
EPAは世界中に供給、M&Aを積極的に行う

海外所在地売上高比率
34% (2021年度) → 38%程度 (2024年度計画)

- 水産・食品**
 - イギリス市場での成長とドイツ・ベネルクス市場への進出
 - 代替タンパク事業強化
 - 新規事業
 - 水産商事のエリア拡大
- 食品**
 - タイを起点にアジアローカル市場への販売強化
- ファインケミカル**
 - EPA医薬品原料の海外販売
 - 機能性原料(医薬用EPA原料含む)の海外販売の強化
- 水産・食品**
 - 家庭用冷凍食品エビカテゴリー、業務用冷凍食品白身フライカテゴリーの拡大
 - アジア食材の拡販
 - 水産資源アクセス力の強化

3.

新規事業・事業境界領域の開拓

企画力とマーケティング力を強化し、R&D機能とともに顧客価値を最大化する

ニーズ ↑

既存事業 → R&D強化 → 事業境界領域開拓 → 新しい「食」の創造

マーケティング強化 ↑

新しい「食」の創造

- 個食・簡便対応カテゴリー
- 水産物の流通プラットフォーム
- 代替タンパク
- 健康領域商品

素材の栄養機能追求 養殖技術の進化

シーズ(技術) →

4.

生産性の革新

DXにより、価値創造の質とスピードを上げ、あらゆる分野での生産性を革新

※ SmartWork2025活動：2025年までの長期目標を掲げ工数の削減や物的生産性の向上を目指す取り組み

DX(デジタルトランスフォーメーション)

重点成長領域での圧倒的差別化

- 養殖事業モデルの先鋭化
(尾数カウンタ、魚体重推定システム、養殖環境の水質モニタリングシステム)
- ITを活用した水産加工技能の伝承
- スマートファクトリー化
(食品：SmartWork2025活動*、ファインケミカルLIMS導入等)



▶P54

IT活用

オペレーション変革

- SCMオペレーション効率化、AIによる需要予測
- スマートマーケティング(SFA)
- 研究開発におけるデータ活用強化
- ホワイトカラーの業務効率化(RPA、ペーパーレス等、業務変革PJ)
- 働き方改革



5.

▶P17

財務戦略

各事業の収益性向上に加え、資本効率性を高める取り組みを実行する

※ CCC：キャッシュ・コンバージョン・サイクル

ROIC改善

アセットライト

- 運転資本 CCC*の月次管理
- 有形固定資産 有形固定資産利用の最適化
- その他資産 政策保有株式等の売却

事業ポートフォリオ最適化

- ROICによる事業評価
- 事業ポートフォリオ適切な入れ替え実行
審議の深掘

キャッシュ・アロケーション

- 株主還元 配当性向 30%以上
- 営業CF キャッシュ創出力を強化

- 投資 完成ベースで1,200億円程度(キャッシュ・ベース1,100億円)を計画、このうち250億円はM&A枠として、主に海外事業の成長に投じる

6.

▶P61

ガバナンス強化

長期ビジョンと中期経営計画の達成に向けた最適な取締役会構成・役員報酬体系へ

コーポレート・ガバナンス

最適な取締役会構成

- 多様性の検討
- 社内外比率の検討
- 必要スキルの検討



長期ビジョンと中期経営計画の達成に向けた最適な取締役会構成へ
(取締役会に必要な多様性・社内外比率・スキルの検討、サクセッションプランの深化他)

役員報酬

- 業績連動報酬体系



中長期企業価値向上を推進する役員報酬体系へ
(資本効率性やサステナビリティ項目の評価)

グループガバナンス

マネジメント強化

- グループ会社の指名報酬制度の再構築

子会社取締役会実効性向上

- 派遣取締役を通じた取締役会の実効性向上・リスクマネジメント強化

海外監査強化

- 重要リスク項目に力点を置いた監査実施

投資管理強化

- 投資実行の事前審査強化
- 投資実行後のモニタリング強化