

シマダヤのCIマーク



「お客様とシマダヤをおいしい笑顔で結ぶ」というコンセプトに基づいており、2つの円はお客様とシマダヤの「心のクロスコミュニケーション」を、笑顔は「作る喜び・食べる喜び・お客様の笑顔」を表しています。

シマダヤ株式会社

人事総務部

〒150-0021 東京都渋谷区恵比寿西一丁目33番11号

TEL : 03-5489-5511 / FAX : 03-5489-5507

<https://www.shimadaya.co.jp>

アンケートはこちら



ご意見・ご感想をお聞かせください

UD FONT

見やすく読みまちがえにくい
ユニバーサルデザインフォント
を採用しています。



森林管理協議会 (Forest Stewardship Council®) で認証された適切に管理された森林からの原料を含む、FSC認証紙を使用しています。



グリーンプリンティング認定
制度を取得している工場で印
刷しています。



印刷時に有害な物質を含む浸
し水が不要な、水なし印刷を
採用しています。



シマダヤ株式会社は、政府主催の
豊かな低炭素社会を目指すキャン
ペーン「Fun to Share」に参加して
います。

おいしい笑顔をお届けします



シマダヤグループ 社会・環境報告書

2025



麺食を通して社会課題の解決に貢献

シマダヤは1931年の創業以来、社是である「奉仕努力」のもと、様々な創意工夫と新しいことにチャレンジし、製麺業界初となるチルド麺の完全個包装化や冷凍麺の開発、そして、「流水麺」を始めとする数々の画期的な商品の開発など、「めんのリーディングカンパニー」として歴史を刻んできました。麺専門メーカーとして、これからも経営コンセプトである「おいしい笑顔をお届けします」を実現するために、食を通して社会に貢献できる企業を目指してまいります。

経営コンセプト

おいしい笑顔をお届けします

おいしい笑顔をお届けします



これは、シマダヤの経営コンセプトです。
たくさんの人に「おいしい！」の笑顔をお届けしたい。
私たちシマダヤは、「安全・安心」で
おいしい商品を皆様にお届けするために、
社員一丸となって、
その実現に向け全力で取り組んでいます。



7つのビジョン

- 1 シマダヤブランドを守り育てよう**
おいしい笑顔は、シマダヤ社員一人一人が作るシマダヤブランドの心です。
- 2 独自の技術で市場を創造しよう**
技術のシマダヤ。お客様の視点に立った魅力的な技術で、おいしい笑顔をお届けします。
- 3 組織を越えて話し合おう**
コミュニケーションのシマダヤ。お客様の声・社内の声、コミュニケーションはおいしい笑顔の基本です。
- 4 お客様の満足を追求しよう**
ソリューションのシマダヤ。商品のみならずお客様の問題解決によっておいしい笑顔をお届けします。
- 5 常に成長し高収益を上げよう**
収益力のシマダヤ。おいしい笑顔は、安定した経営基盤によって、継続的にお届けできます。
- 6 アイデアカンパニーを目指そう**
アイデアのシマダヤ。おいしい笑顔は、優れたアイデアによってお届けできます。
- 7 チャンスを与え人を育てよう**
人のシマダヤ。おいしい笑顔は人への思いやりから生まれます。

シマダヤグループ行動規範

- 1 安全な商品とサービスを提供します**
- 2 お客様の満足と安心が得られるように最大限の努力をします**
- 3 法令を遵守し社会的理念に則った企業活動を進めます**
- 4 地球環境問題に積極的、自主的に取り組みます**
- 5 安全で働きやすい職場環境の確保に努めます**
- 6 よき「企業市民」として積極的に社会貢献活動を行います**

Contents

麺食を通して社会課題の解決に貢献	01
トップメッセージ	03
特集「流水麺」がお客様のもとに届くまで	05
シマダヤグループの社会・環境活動報告	
▶環境：環境取り組み	07
▶社会：社会・環境に配慮した商品開発	12
安全・安心への取り組み	13
働きやすい環境づくり	14
コミュニケーション	15
▶ガバナンス：コーポレートガバナンス強化の取り組み	16
シマダヤグループの事業	17
第三者意見	18

編集方針	本報告書は、当社のISO14001適用事業所において、経営コンセプト「おいしい笑顔をお届けします」を実現するための事業活動を通じた社会・環境取り組みの情報を提供することを目的に発行しています。
対象期間	2024年4月から2025年3月（活動については直近のものも含む）
報告対象範囲	シマダヤグループのうち、シマダヤ及びISO14001適用事業所である工場を報告範囲としています。
発行	2025年9月発行

トップメッセージ

「麺食を通して価値創造を実現し、人を笑顔にする会社」として、信頼され、成長し続ける会社を目指していきます。

代表取締役
社長執行役員

岡田 賢二



厳しい経営環境の中でも過去最高の売上高と営業利益を達成

2024年度は原材料・資材価格の高止まりや物流費、人件費等の上昇による商品価格改定等が相次ぎ、消費者の経済性志向が強まる厳しい経営環境になりました。シマダヤグループにおいては、2024年度より始動した中期経営計画「Change95」や、事業本部制への組織変更、2024年10月の株式上場と3つの大きな変化があり、年度初めから緊張感を持って臨みました。業績は、コア事業の家庭用チルド麺で主力の「流水麺」や、国産・経済性価値が支持された「太鼓判」等が好調に推移し、販売食数は前期比2.3%増の8.4億食まで拡大しました。また、コスト増に対する経費抑制や生産効率向上が功を奏し、売上高は1.7%増の396億円、営業利益は0.6%増の33億円と2年連続の増収増益を達成し、過去最高を更新しました。

株式上場を機にガバナンスを強化し認知度もさらに向上

シマダヤは、当時親会社の株式会社メルコホールディングス（現株式会社バッファロー）から、食品事業を分離・独立させるスピノフの提案があり、株式上場を目指しました。上場の準備のため、監査等委員会設置会社

への移行、指名・報酬委員会等の設置などにより、コーポレート・ガバナンス体制を強化しました。2024年10月1日、東京証券取引所スタンダード市場への株式上場を実現して以来、株主様をはじめ多くのステークホルダーの皆様にご期待されていると日々感じながら、一丸となって持続的な事業活動に邁進しています。2025年4月には委任型執行役員制度を導入し、監督機能と執行機能を分離しました。業務執行の効率化と意思決定の迅速化、そして将来の経営幹部候補の育成につなげることを目的としています。また採用面では、株式上場により「シマダヤ」というブランド名と企業名が一致したことで、就職活動をする学生の皆さんにも認知度が向上した結果、名古屋や大阪など関東圏以外からの応募者が増えて地域の幅が広がりました。株式上場は持続的成長や、企業価値向上につながっており、従業員にとっても会社への愛着心、仕事への意欲向上など、エンゲージメントを一層高める機会となっていると感じております。

創業100周年に向けて構造変革、そして新たな成長ステージへ挑戦

シマダヤは2031年に創業100周年を迎えます。100周年に向けたありたい姿を「麺食を通して価値創造を実現し、人を笑顔にする会社」と掲げ、長期ビジョン

「Shimadaya Change & Growth100（SCG100）」を策定しました。これまで当社の経営計画はボトムアップ型の積み上げ方式でしたが、創業100周年を迎える2031年にシマダヤのあるべき姿を見据えてゴールを設定し、ここからバックキャストし、前半3年間（Change95）と後半5年間（Growth100）に分けた二つの中期経営計画を策定しました。前半の3カ年計画「Change95」は創業95周年に向けた「構造変革期」であり、その成果を「成長期／新領域開拓期」と位置付ける後半の5カ年計画「Growth100」へ引き継いでいきます。シマダヤは律儀で真面目な会社ですが、成長性への貪欲さに欠ける面がありました。今後は、家庭用事業本部と業務用事業本部、そして今年度新たに加わった成長マーケット開発事業本部の3事業本部が自律的に責任を持って目標達成に取り組んでまいります。

コア事業の収益力向上やシェア拡大に注力

「Change95」では、コア事業の家庭用チルドと国内業務用冷凍の深化と利益成長に挑戦し、収益構造の変革に挑戦しています。家庭用チルド麺の麺業界の勢力図を見ると、シマダヤを含む大手3社のシェアが関東圏では5割を超える一方、西日本では3割に留まります。当社はチルド麺、冷凍麺という低温商品において長年培った技術力に裏付けされた確かな品質と豊富な品揃えに自信があり、その強みを活かしてシェア拡大を図ってまいります。

中期経営計画「Change95」2年目の現在、①コア事業への踏み込んだ取り組みにより、収益力を向上させる②新事業領域での販売拡大に挑戦する③持続的成長に向けた生産物流体制を創り上げる④開発スピードを上げ、ヒット商品を創出するの4つのテーマに取り組んでいます。

猛暑と残暑の長期化が予想される中、足元では冷し中華や「流水麺」が好調ですが、家庭用チルドでは「流水麺」の最需要期の盛夏以外の売上をどう積み上げるかが課題であり、気温に左右されにくいメニュー提案の強化を進めてさらなる拡大に取り組んでいきます。業務用冷凍では2024年3月末より一部終売していた「 α 麺」の品質を強化し、「流水 α 麺」としてリニューアル発売しました。流水解凍が可能で時間経過後の品質保持機能がある当商品については、スーパー惣菜はもちろん、持ち帰

り弁当や、インバウンド需要で好調なホテルのバイキングなどの導入例が増えています。

事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献

「有益な社会・環境をもたらす活動を実施し、持続可能な社会の実現に貢献します」という全体方針のもと、中期環境目的・目標（2024-2026年度）として持続可能性を意識した7つのテーマに取り組んでいます。当社は商品戦略において、お客様のニーズを捉えた「7K（健康・簡便・高品質・経済性・買い置き・国産・環境）」のもと、社会課題の解決に向けた対応を行っています。特に「健康寿命延伸への貢献」がコンセプトの「健美麺」ブランドは食塩ゼロや糖質カットといった価値を提供し、原料の国産化推進により輸入に関わるCO₂排出量削減や食料自給率向上への貢献に取り組んでいます。また、物流においては、「持続可能な商品の安定供給」に向けた効率化に努めており、2024年度よりモーダルシフト（鉄道や船舶などへの切替）の開始や、冷凍商品のパレット輸送化、積載効率のよい積み方の工夫も始めています。また、太陽光発電システムの導入や熱循環装置の設置も進めています。「働きやすい、働きがいのある職場づくり」の施策についても、生産工場の労働環境整備やRPAを活用した定型業務の自動化など、様々な取り組みを推進しています。

「従業員の皆様が誇りを持てる会社」を目指して

私が仕事で一番嬉しいと思うことは、「シマダヤの商品は美味しいね、便利だね」とお客様に喜んでいただくことです。麺の専門メーカーとして価値創造を実現し、その価値に対してお客様が満足いただく、この価値のサイクルが新しい成長に繋がっていくと考えています。人を軸にした経営を行い、お客様のみならず従業員も含めて笑顔にする会社になりたいと願っています。シマダヤグループの強みは、商品と人の“品質”と“ブランド”であり、価値を生み出し続ける人財こそが成長の源泉です。これらの“品質”と“ブランド”をさらに磨き上げ、従業員だけでなくステークホルダーの皆様が誇りを持てる会社を目指していきますので、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

「流水麺」がお客様のもとに届くまで

シマダヤグループでは、変化する社会・環境やお客様のニーズに応えるため、商品の企画・開発からお客様に商品が届くまでの各過程において、社会・環境に配慮した取り組みを行っています。このページでは、バリューチェーンにおける主な取り組みをシマダヤの代表商品である「流水麺」に焦点を当てて紹介します。

「流水麺」について

「流水麺」は「ゆでなくてもおいしい麺を食べてもらいたい」という思いから1988年に誕生した、シマダヤのロングセラー商品です。火を使わずゆでずにさっと水でほぐすだけで食べられるため、忙しい日でも簡単に調理ができ、省エネ・時短ができるエコな商品でもあります。「流水麺」は、お客様の満足を追求め、これからも進化してまいります。



商品企画・開発

原材料調達

製造

物流

営業活動

お客様

お客様ニーズに 応える商品開発力

シマダヤはお客様のニーズを形にする技術力、商品開発力が強みです。「流水麺」は、開発時の消費者アンケート結果で、「暑いのにお湯を沸かしたくない」「麺をゆでたくない」との声や、少数ではありますがチルド麺をゆでずに食べている方がいることに着目し、そこに潜在ニーズがあると考え、開発に取り組みしました。非常に難易度が高く、時間も要しましたが、麺専業メーカーとしての技術力を活かし、開発しました。



安全・安心な原材料 確保への取り組み

小麦粉等の主原料やスープ、容器包材等の原材料・資材の調達においては、原材料供給メーカー様にご協力いただきながら、安全・安心かつ安定的な確保に努めています。また、国産原料の積極的な使用にも取り組んでおり、「流水麺」においても、更なる品質価値向上のため、2008年より国産小麦粉の使用を開始しました。2023年には「流水麺」そばに使用するそば粉を国産そば100%とし、「流水麺」ブランド全ての主原料が国産となりました。



工場における取り組み

シマダヤグループの製造工場は、長い歴史の中で蓄積された大規模生産を実現する生産ノウハウと、高度な衛生管理技術に強みがあります。「流水麺」も高度な衛生管理により実現した商品の一つで、ゆでた麺をお酢の成分が入った冷水に漬けることで、菌の増殖を抑制するとともに、工場において日々、



生産ラインの清掃・洗浄を徹底しています。

生産管理における取り組み

商品の過剰生産、過剰在庫を抑制するため、直近の生販状況や在庫量を共有し、商品だけでなくスープや包材等、原材料・資材の廃棄抑制にも努めています。また、販売見込み精度を向上させる取り組みとして、前年度の実績や天候予測を基に週間計画を策定しています。



物流課題への 取り組み

物流段階では、「物流の2024年問題」への対応やCO₂排出量削減のため、輸配送の効率化に取り組んでいます。また、「ホワイト物流」推進運動に賛同し、自主行動宣言を公表しています。

チルド商品では関東の物流拠点を2拠点化し、冷凍商品ではトラック輸送の一部を鉄道や船舶輸送へ切り替える等、近年のトラック輸送における人員不足や労働時間等の課題に対して、作業・労働環境の改善に取り組んでいます。



営業活動における 取り組み

シマダヤは消費者に近い視点を持った提案型営業が強みであり、「流水麺」ではカットサラダ等を使った簡便で健康的なアレンジレシピ等をお取引先様に提案しています。また、一般のお客様向けにTVCMや消費者キャンペーンを実施し、様々な世代の方へ「流水麺」の魅力を発信しています。



※現在は終了しています。

お問い合わせを通じた コミュニケーション

安全・安心な商品をお届けできるよう関連部門一体となって品質保証体制を整備しています。また、お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様からいただいた貴重な声を、定期的に関連部門に伝え、より良い商品づくりに活かしています。「流水麺」においても、開封性を向上させるための「楽ちんオープン」の導入や消費期間の延長など、常にお客様視点で改良を行っています。



環境 Environment



環境取り組み

シマダヤグループでは、省エネ・省資源や食品ロスの削減など、環境負荷の低減に取り組んでいます。

シマダヤグループ環境基本方針、環境推進体制

シマダヤグループ環境マネジメントシステム

シマダヤグループでは、「シマダヤグループ環境基本方針」のもと、中期環境目的・目標を掲げ、その達成に向けて各部門で業務に沿った目的・目標を設定し取り組んでいます。

シマダヤグループ環境基本方針

環境理念

小麦とそばと塩と水。「めん」は自然の恵みそのものです。

シマダヤグループは、自然環境と企業活動の調和の重要性を認識し、

めんを中心とする事業活動を通して環境保全に取り組み、健全で豊かな社会の実現に貢献します。

環境行動指針

1. 環境関連法規の遵守

社会の一員として環境保全に取り組み、環境関連の法規制その他の要求事項を遵守します。
2. 資源、エネルギーの有効利用

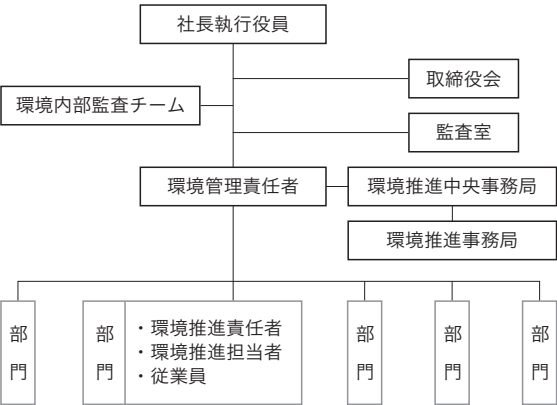
資源、エネルギーの節約、有効利用に取り組むとともに、廃棄物の削減、再資源化により環境への負荷の低減に努めます。
3. 継続的な環境改善

事業活動のあらゆる面において環境に配慮し、絶えず見直し、継続的な改善に努めます。
4. 環境保全意識の醸成

情報収集及び教育を積極的に行い、従業員一人ひとりの環境に対する意識の向上に努めます。
5. 情報の公開

環境基本方針及び環境保全活動に関する情報を広く社内外に開示します。

環境推進体制



活動の推進役と役割

全社の推進役	社長執行役員	環境マネジメントの活動の最高責任者
	環境管理責任者	環境マネジメント全体を統括・推進する責任者
	環境推進中央事務局	環境管理責任者の補佐
部門の推進役	環境推進事務局	環境推進責任者、環境推進担当者の補佐
	環境推進責任者	部門活動の責任者(活動の単位の部門長、または工場長)
	環境推進担当者	部門活動のリーダー

※ 部門単位で活動を推進しており、環境マネジメントシステム上においては、グループ会社は工場単位で1つの部門として活動しています。

シマダヤグループ中期環境目的・目標（2024年度～2026年度）

グループ全体方針

シマダヤグループは有益な社会・環境影響をもたらす活動を実践し
持続可能な社会の実現に貢献します

- 環境目的 ①

エネルギー由来CO₂排出量の削減
- 環境目的 ②

廃棄物（スープ・具材・原料を含む）の削減
- 環境目的 ③

持続可能な商品の安定供給（物流に関わるCO₂発生の抑制、物流の効率化）
- 環境目的 ④

環境に配慮した商品（健康・簡便・国産原料使用）の拡売・サービスの提供
- 環境目的 ⑤

環境に配慮した商品・設備の開発・導入
- 環境目的 ⑥

持続可能な原材料の安定調達
- 環境目的 ⑦

持続的成長に向けた「ブランド価値向上」・「生産性向上」をもたらす活動

中期環境目的・目標 2024年度取り組み報告

環境目的		2024年度実績
1	エネルギー由来CO ₂ 排出量の削減	<ul style="list-style-type: none">● 2024年度は目標比99.1%となりました。● 工場では、廃熱の有効利用や太陽光発電システム、省エネ機器の導入等により電気・ガス使用量を削減し達成となりました。
2	廃棄物（スープ・具材・原料を含む）の削減	<ul style="list-style-type: none">● 工場では、設備メンテナンス等の保全活動により廃棄の削減に努めましたが、人的ミスや設備由来のトラブル等が発生し目標比109.4%と未達成となりました。● チルドは発注精度の向上や関連部門との連携を密に取り、目標比95.5%と達成となりました。冷凍は適切な在庫管理に努めましたが、輸送効率化テストのサンプル品の廃棄が発生し目標未達成となりました。
3	持続可能な商品の安定供給（物流に関わるCO ₂ 発生の抑制、物流の効率化）	<ul style="list-style-type: none">● チルドは積載効率による物流の効率化に努めましたが、仕入れ物量・配送回数増加によりCO₂排出量は基準年度比で102.7%となりました。冷凍は遠隔地への配送が増加したものの、モーダルシフトの継続的な実施によりCO₂排出量は前年比で99.1%となりました。
4	環境に配慮した商品（健康・簡便・国産原料使用）の拡売・サービスの提供	<ul style="list-style-type: none">● 販促・新規導入の拡大により国産価値商品の「太鼓判」が好調に推移し、目標達成となりました。● 「流水麺」ブランドの拡売支援や展示会・プレゼンにて国産価値商品の提案に取り組みました。また、商品に関するお客様の要望を抽出し、商品開発・改良に繋げました。
5	環境に配慮した商品・設備の開発・導入	<ul style="list-style-type: none">● 「流水麺」ブランドのパッケージ変更や「本生」ラーメンと冷し中華2種の小麦粉の国産化、「鉄板麺」の賞味期限延長等、商品の開発・改良に取り組みました。● SNSを活用したプロモーションの実施や「健美麺」、「太鼓判」、「鉄板麺」の消費者キャンペーン実施等の販売支援に取り組みました。
6	持続可能な原材料の安定調達	<ul style="list-style-type: none">● 原材料仕入れ先よりCO₂発生量の情報収集及び集計を行いました。また、国内そば生産者との勉強会を実施し関係の構築に取り組みました。
7	持続的成長に向けた「ブランド価値向上」・「生産性向上」をもたらす活動	<ul style="list-style-type: none">● 株式上場への対応やIR活動の実行、働きがい向上策への対応、請求業務の効率化等に取り組みました。

ISO14001認証登録から20年を迎えました

シマダヤ(株)では2003年に環境推進室を新設し、ISO14001の認証取得に向けた取り組みを開始しました。2004年には、シマダヤ(株)と東京シマダヤ(株)（現 シマダヤ関東(株)東京工場）でISO14001の認証取得（審査登録）を達成し、今年度で20年目を迎えました。その後、順次適用事業所を拡大し、2025年9月現在でシマダヤ(株)及びグループ会社3社11工場が登録範囲となっています。

2024年度の更新審査においても、対象部門に対しヒアリングや現場確認が行われ、審査の結果、ISO14001：2015の登録更新が承認されました。



20年間の主な環境取り組み

1.「エコスリム包装」を採用した商品を発売

2010年より、一部の商品においてトレーを使用しない「エコスリム包装」を採用しました。「エコスリム包装」は、2011年に(株)食品産業新聞社主催の「第41回食品産業技術功労賞－環境・CSR部門－」を受賞しました。現在も可能な限り薄い素材への変更や、プラスチックトレーを使用しない包装形態へ移行していくことで、プラスチック使用量の削減に取り組んでいます。



2.「健美麺」ブランドの立ち上げ

健康寿命延伸のため、生活習慣病の予防や健康を気にする方に“健康で美味しい麺食をお届けする”ことを目的として、2019年に「健美麺」ブランドを立ち上げました。「美味しく食べて健やかな食生活をサポートします」をスローガンに健康志向に応える商品づくりに取り組んでいます。

減塩への取り組み

お客様の食塩摂取量の低減のため、原料や配合、製造工程を工夫し、食塩ゼロのうどんやそばを開発しました。特定非営利活動法人・日本高血圧学会の減塩・栄養委員会が減塩化の推進に優れた成果を挙げた製品を審査・認定する「JSH減塩食品アワード」で、2015年に「健美麺」食塩ゼロ本うどん、2023年に「健美麺」国産そば粉使用食塩ゼロ本そばが金賞を受賞しました。



糖質カットへの取り組み

糖質を気にしている方でも美味しく麺を食べていただけるように、糖質量を抑えておいしさを実現したうどんやそばを開発しました。



- ホームページにて「健美麺」を使用した「塩分が気になる方」「糖質が気になる方」向けのレシピを公開しています。

「健美麺」レシピ 検索



3. バイオマスインキの採用

2020年よりパッケージに使用しているインキに着目し、一部の商品において、石油由来原料を用いたインキからバイオマスインキへの切り替えを行っています。「バイオマスインキ」は、環境負荷低減に繋がる植物由来の原料を用いたインキで、石油資源の節約とCO₂排出量の削減に繋がっています。



4. 食品ロス削減への取り組み

ご家庭や店舗での賞味期限切れによる食品ロスを低減するため、商品の賞味期間延長に取り組んでいます。ここ数年の取り組みとして、「鉄板麺」は2024年に15日→21日、2025年に21日→24日、「もみ打ち」生冷し中華は2024年に21日→40日、「もみ打ち」ざる麺と「時計台」らーめんは2024年に30日→40日に延長しています。

また、冷凍麺は賞味期限を年月表示に切り替えています。その他、常温で100日間保存が可能な「長持ち麺」等もラインアップしています。



ISO14001認定事業所

シマダヤ関東株式会社

本社所在地：東京都昭島市

- 1 東京工場（東京都昭島市）
登録日：2004年7月16日
- 2 松戸工場（千葉県松戸市）
登録日：2009年10月16日
- 3 群馬工場（群馬県前橋市）
登録日：2011年2月28日
- 4 前橋工場（群馬県前橋市）
登録日：2010年2月23日
- 5 埼玉工場（埼玉県深谷市）
登録日：2010年11月30日



シマダヤ西日本株式会社

本社所在地：滋賀県近江八幡市

- 6 滋賀工場（滋賀県近江八幡市）
登録日：2012年2月28日
- 7 兵庫工場（兵庫県宍粟市）
登録日：2015年12月21日
- 8 岐阜工場（岐阜県安八郡）
登録日：2009年10月16日

シマダヤ東北株式会社

本社所在地：宮城県大崎市

- 9 古川工場（宮城県大崎市）
登録日：2009年3月23日
- 10 郡山工場（福島県本宮市）
登録日：2009年3月23日
- 11 仙台工場（宮城県仙台市）
登録日：2015年12月21日



シマダヤ株式会社

所在地：東京都渋谷区
登録日：2004年7月16日



省エネ・省資源への取り組み

シマダヤグループでは、日々の業務において省エネ・省資源に取り組んでいます。シマダヤグループ工場では、省エネ機器導入による電気使用量の削減や設備更新によるガス使用量の削減のほか、従業員教育や生産効率の向上に取り組んでいます。また、シマダヤでは、包材の見直しによるプラスチック使用量の削減や物流効率化によるCO₂排出量の削減、システム活用によるペーパーレス化を進めています。

VOICE

冷凍麺物流の新たな取り組み

業務用事業部では、「物流2024年問題」に対応した輸配送能力の確保に取り組んでいます。冷凍食品業界では積載率低下等を理由に遅々として進まないパレット輸送化を当社グループでは2025年2月より順次開始しております。また、輸送の複線化による能力増強とCO₂排出量削減のため、モーダルシフトにも積極的に取り組み、長距離幹線便の一部を鉄道（トラック輸送と比較したCO₂排出量90%削減）と船舶（同80%削減）に切り替え、定期的な運用を開始しております。どちらも引き続き合理化、効率化に取り組んでまいります。

業務用事業部 川添 太郎



汚泥乾燥機の導入

シマダヤ関東(株)群馬工場では、2025年2月より汚泥乾燥機を導入しました。汚泥を乾燥させることで廃棄物の体積・質量を減らし、処分費や運搬費用の削減につながります。また、乾燥した汚泥は肥料として再利用することもでき、資源の有効活用にも取り組んでいます。



太陽光発電システムの導入拡大

シマダヤグループでは世界的な気候変動問題を踏まえ、環境負荷低減を図る活動の一環として、2022年度～2025年度にかけて、シマダヤ関東(株)の東京工場、群馬工場、前橋工場、埼玉工場、シマダヤ東北(株)の古川工場、郡山工場に太陽光発電システムを導入しています。再生可能エネルギーの活用により、電気使用量及びCO₂排出量の削減に寄与しています。



社会 Society



社会・環境に配慮した商品開発

シマダヤグループでは、変化する社会・環境やお客様のニーズに応えるため、商品を通して社会課題解決への取り組みを進めています。

お客様のニーズに応える商品開発

シマダヤグループでは、変化する社会・環境やお客様の多様なニーズに応えるため、“健康”“簡便”“高品質”“買い置き”“経済性”“国産”“環境”の頭文字をとった「7K」を開発キーワードとして、商品開発及び営業活動に取り組んでいます。



お客様の声への対応

シマダヤグループでは、お電話、お手紙、メール等で寄せられるお客様からの様々なお問い合わせに対し、迅速かつ正確にお応えしています。お客様からいただいた貴重な声は、日報やお客様相談室通信により関連部門に伝え、より良い商品づくりに活かしています。

「流水麺」1食分の取り出し方法の情報発信

お客様よりいただいた、“「流水麺」2人前は1食ずつ取り出しにくい”というお問い合わせに対し、ホームページ上で1食分の麺の取り出し方法を動画で掲載し、周知を図っています。



1食分のめん取り出し方

「本生」ブランド原料小麦粉の国産化

お客様よりいただいた、麺に使用する原料小麦の国産化のご要望に応じて、「本生」ブランドの原料小麦粉についても新たに国産小麦粉を使用しました。



VOICE

「お客様の声を聴く会」を実施

お客様相談室では、シマダヤグループ生産工場の従業員にお客様の生の声をお届けするために「お客様の声を聴く会」を実施しています。お客様の生の声を聴くことで、商品に対する新しい気付きや仕事に対する取り組み意欲の向上につながる事が主要な目的です。

日々、お客様から寄せられる声は問い合わせやお申し出など様々なため、実施する部門、工場に合わせて、参加者がより身近に感じられる声を選定し、有意義な時間となるよう工夫しています。これからも、シマダヤ商品とお客様の橋渡し役として、活動を継続してまいります。

お客様相談室 高橋 一俊



「お客様の声を聴く会」の様子

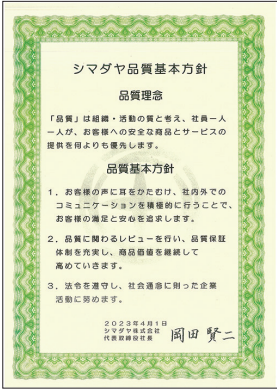
安全・安心への取り組み

シマダヤグループでは、食品メーカーとしてお客様に安全・安心な商品をお届けする責任を果たすために、グループ全体で取り組みを推進しています。

シマダヤグループの品質に対する考え方

シマダヤグループでは、「シマダヤ品質基本方針」に基づき、日々の活動に取り組んでいます。

当方針では品質を商品の質としてだけで捉えず、組織や活動の質と定義しています。また、シマダヤグループ工場では、商品の安全・安心への信頼性を高めるため、HACCPを含む国際的な食品安全マネジメントシステムであるFSSC22000に取り組み、2025年8月現在、全11工場で認証を取得しています。



安全・安心に配慮した製造管理

シマダヤグループ工場では、安全・安心な製品をお届けするために、各製造過程における異物除去装置の導入・運用や、製造現場の衛生管理・清掃、メンテナンス、微生物検査・官能検査等を実施しています。また、ハード面だけでなく、従業員教育を通じた衛生意識の向上等、ソフト面の取り組みも行っています。



ISO9001認証取得への取り組み

ISO9001は品質マネジメントシステムの国際規格で、顧客満足と継続的改善を目的としています。当社は、グループの製造工場が先行して認証取得した食品安全マネジメントシステムFSSC22000と連携し、シマダヤグループ全体で安全・安心を追求してお客様の信頼を高めるために、ISO9001の導入を決定しました。日常業務の仕組みを最大限活用して、事業と品質マネジメントシステムを統合した運用により2025年4月30日にシマダヤ株式会社（監査室を除く）として認証を取得しました。この認証取得を出発点と位置づけ、食品の安全・安心を常に意識しつつ、お客様の求める製品・情報サービスの提供を追求していきます。



働きやすい環境づくり

シマダヤグループでは、従業員が安全で、働きやすい職場環境を確保するため、行動計画を策定し、取り組みを実施しています。

仕事と家庭の両立支援に向けて

シマダヤでは、従業員の多様な働き方への支援として、時差出勤制度やテレワーク勤務制度、育児に伴う短時間勤務制度等の制度を整えています。また、次世代育成支援対策推進法に基づき、柔軟な働き方を推進して従業員が仕事と家庭の両立を図ることができるよう、以下の目標を策定し、取り組みを実施しています。

計画期間	目 標	実 績
2021年4月1日から 2025年3月31日までの 4年間	計画期間内における育児休業の取得状況を次の水準にする 男性社員：取得率 30%以上 女性社員：取得率 100%の維持	2024年度実績 男性社員：取得率 66.6% 女性社員：取得率 100%
2025年4月1日から 2027年3月31日までの 2年間	1 計画期間内における育児休業の取得状況を次の水準にする 男性社員：取得率 80%以上、女性社員：取得率 100%の維持 2 フルタイム労働者の年間平均総労働時間を2%削減(2024年度比)する	—

女性の活躍推進に向けて

女性活躍推進法に基づき、女性が継続して就業し活躍できる雇用環境の整備を行うために、以下の目標を策定し、取り組みを実施しています。

計画期間	目 標	2024年度実績
2021年4月1日から 2026年3月31日までの 5年間	1 全社員に占める女性の割合を27%以上とする 2 男性の平均勤続年数に対する女性の平均勤続年数の割合を70%以上とする	全社員に占める女性の割合： 全体27.0%（正社員25.3%、パート社員100%） 男性の平均勤続年数に対する 女性の平均勤続年数の割合：全体67.5%

※ 期間の定めのない労働契約を締結している労働者と、労働契約期間が通算5年を超える労働者が対象

電子化への取り組み

電子契約サービス導入による文書電子化の推進

取引上、重要な文書である契約書類の電子化であるため、内部統制やセキュリティの観点から慎重に検討を重ね、導入を決定しました。サービスを利用開始するにあたり、誤締結が発生しないよう操作マニュアルの作成、従業員に対する操作支援の実施や取引先様向けの案内文章を作成し、スムーズに電子契約サービスを展開できるよう対応しました。

クラウド型電子請求書発行システム導入による業務改善

請求書発行業務の効率化及び誤郵送のヒューマンエラーリスクの排除及び郵送料等の経費抑制を目的に、電子請求書発行システムの導入に取り組みました。このシステムの導入により、長年変えることができなかった請求書の封入、チェック、投函等の作業を削減し、工数削減、ヒューマンエラーの解消を実現しました。また、郵送代も大幅に削減することができ、得意先様からの1時間でも早く請求書が欲しいとの要望にも応えることができました。

コミュニケーション

シマダヤグループでは、地域との交流やお客様とのコミュニケーションを大切にし、様々な取り組みを行っています。

子ども食堂への寄付活動

シマダヤ東北(株)古川工場では、地域貢献の取り組みとしてこども食堂に商品提供を行っています。常温保存可能かつ賞味期間が長く保存性に優れている「長持ち麺」を毎月提供しています。2025年8月17日(日)には、屋台風のこども食堂を開催し、メインメニューとして焼うどんを参加者の皆様に召しあがっていただきました。



屋台風のこども食堂の様子

地域行事への参加

各事業所では、地域貢献及び企業PRの一環として、地域行事への参加を積極的に行っています。地域のお祭りへ協賛・出店し、主に焼そばを調理して提供しました。近隣住民の方との貴重なコミュニケーションの機会となっています。



地域のお祭りの様子

地域清掃活動の実施

各事業所では、地域貢献の1つとして、定期的な事業所周辺の清掃活動を継続的に実施しています。清掃活動への参加を通して環境意識の向上にもつながっています。



清掃活動の様子

TOPICS

「HOBBY COOKING FAIR2025」に出展しました

2025年4月17日(木)～19日(土)に東京ビッグサイトで開催された消費者の方と直接ふれあうことのできる食のマーケティングイベントである「HOBBY COOKING FAIR2025」に出展いたしました。本イベントでは食生活に関する新しい発見に意欲的な方が多く来場されました。

今回、お客様へダイレクトに「流水麺」の魅力をお伝えする機会として「流水麺」を使用したサラダめんメニューの試食提案を行いました。合計約5,000人の方にご試食いただき、おいしさや手軽さの点で高評価をいただけたとともに、サラダと一緒に食べることへの気づきを与えることができ、「自宅で試してみたい!」等の嬉しいお言葉も多くいただきました。

また、今まで「流水麺」を敬遠していたという方にも、おいしさに気づいていただけるきっかけになる等、改めて実際に食べていただくことの重要性を感じることができました。これからもお客様とのコミュニケーションを大切に、「流水麺」の魅力をお伝えする取り組みを進めてまいります。



ガバナンス Governance



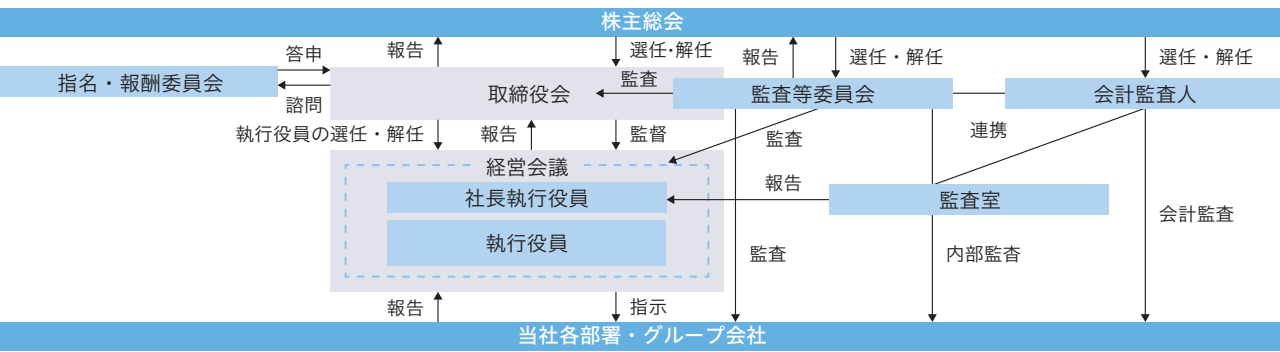
コーポレートガバナンス強化の取り組み

シマダヤは、2024年10月1日に東京証券取引所 スタンダード市場に上場しました。株式上場に向けた準備として、取締役会の監査・監督機能を強化し、企業価値の向上を実現するため、2023年5月に監査役設置会社から監査等委員会設置会社へ移行しました。また、経営に関する監督機能と執行機能を分離するとともに、業務執行の効率化と意思決定の迅速化を図ることを目的に、2025年4月より委任型執行役員制度を導入いたしました。

コーポレートガバナンスの基本的な考え方

当社は、経営コンセプトとして「おいしい笑顔をお届けします」を掲げると共に、「シマダヤグループ行動規範」を定め、法と社会規範に基づいた行動を実践し、株主、消費者、取引先、従業員等すべてのステークホルダーとの関係を重視し、社会から必要とされる企業グループとして、持続的な発展を目指しております。これら経営コンセプト・行動規範の下で、的確で迅速な意思決定により企業価値を増大させ、透明性の高い企業体質を醸成することがコーポレート・ガバナンスの基本であると考えております。

コーポレートガバナンスの体制図



コンプライアンス／リスクマネジメントの取り組み

リスクマネジメントの推進	シマダヤグループでは、企業として存続・発展するために、その障害となるリスクを正確に把握し、危機発生時の損失を極小化するリスクマネジメントに取り組んでいます。シマダヤグループ全体で、コンプライアンスを含めて想定されるリスクを洗い出し、リスクの発生要因を排除・削減するために実行計画を策定し、取り組みを推進しています。
シマダヤグループ行動規範の周知	シマダヤグループでは、「シマダヤグループ行動規範」の啓発活動の一環として、ハンドブックを作成し規範内容の理解促進を図っています。ハンドブックには、「おいしい笑顔をお届けします」の実現に向け、関連する法令・規程や、従業員一人ひとりが日々の行動で意識することを記載し、従業員の意識向上に努めています。
シマダヤグループ内部通報制度	シマダヤグループでは、法令遵守や、ハラスメント防止等を徹底するため内部通報制度を設けています。また、内部通報制度を機能させるために、連絡先の発信や、携帯カードの配布、ポスターの掲示等を行い、従業員への周知徹底を図っています。
パートナーシップ構築宣言の公表	シマダヤでは、2024年2月より、自社の取引方針及び重点取り組みを宣言する取り組みとして、「パートナーシップ構築宣言」を公表しています。サプライチェーン全体の共存共栄と新たな企業間連携や、下請法の定める振興基準の遵守等に重点的に取り組むことを宣言しています。

シマダヤグループの事業

シマダヤグループ概要

会社の概要

社名	シマダヤ株式会社	事業所数	本社、開発研究所、ロジスティクスセンター、支店（東北、名古屋、大阪）
設立	1949年3月	子会社	シマダヤ関東株式会社、シマダヤ西日本株式会社、シマダヤ東北株式会社、シマダヤ商事株式会社
資本金	10億円		
事業内容	麺類及び関連食料品の製造及び販売		
売上高	396億円（2025年3月期）		

事業内容

シマダヤは、コア事業である**家庭用事業**、**業務用事業**に加え、**成長マーケット開発事業**である家庭用冷凍麺と海外の分野で事業を展開しています。お客様のニーズや用途にあった商品を幅広く取りそろえ、より多くのお客様へ「おいしい笑顔」をお届けするため、おいしく楽しい食シーンを提案しています。

家庭用事業

チルド麺を中心に、うどん・そば・ラーメン・冷し中華・焼そばなど、素材麺から具付き麺までバラエティ豊かな麺類を、主にスーパーマーケット・小売店・コンビニエンスストアなどで販売しています。

主なラインアップ



「流水麺」国産小麦粉使用
うどん2人前



「鉄板麺」
お好みソース味

業務用事業

うどん・そば・ラーメン・パスタなどの冷凍麺を中心に、従業員食堂や学校給食、高速道路のサービスエリアといった外食産業、惣菜などの中食産業向けに販売しています。

主なラインアップ



北海道産そば使用
石臼挽きそば<ミニダブル>



「流水α麺」讃岐うどん
（国産小麦粉使用）

成長マーケット開発事業

家庭用冷凍麺

長期保存が可能で買い置きに便利な冷凍麺を素材麺から具付き麺まで、ご家庭の食シーンやニーズに合わせた商品を揃えています。

主なラインアップ

冷凍「健康麺」食塩ゼロ藪そば3食<ミニダブル>



海外

東南アジア、北米、EU、オセアニアなど40以上の国や地域に外食産業向けの冷凍麺、ロングライフ麺を輸出し、提供しています。

主なラインアップ

輸出用「真打」稲庭風うどん



第三者意見

2024年10月1日に東京証券取引所スタンダード市場への株式上場をされたとのこと、おめでとうございます。

上場を契機として、コーポレート・ガバナンス体制の強化、長期ビジョンの策定、中期経営計画により、貴グループのいっそうの持続的成長と企業価値向上の実現に加えて、さらに社会的価値が向上していくことが期待されます。

そこで今年は、このような貴グループの現状を背景にしたこれらの取り組みを振り返り、今後への期待を述べたいと思います。

あるべき姿「麺食を通して価値創造を実現し、人を笑顔にする会社」に向けて

長期ビジョン「Shimadaya Change & Growth100(SCG100)」を「シマダヤのあるべき姿」を見据えてゴールを設定してバックキャストした「中期経営計画」は貴グループの確実な目標が達成されることが期待されます。

「環境」については、従来から「シマダヤグループ環境基本方針」が策定され、いくつかの中期環境目的・目標に向かって、調達から物流、商品の拡大などにおいて確実な環境負荷軽減や貢献などの実績を積み重ねていることが報告されています。また、「社会」については、「お客様のニーズに応える商品開発」や「安全・安心への取り組み」など、「ガバナンス」については、「基

本的な考え方」や「コンプライアンス／リスクマネジメント」などの取り組みが開示されています。

今後、貴グループ全体で「シマダヤのあるべき姿」を実現していくためには、持続可能性への取り組みとして方針を策定し、「環境」「社会」「ガバナンス」について「中長期目標」を全体として可視化して管理していくことも検討されてはいかがでしょうか。各種取り組みを拝見する限りその素地は十分整っているように思われます。さらに、それらを具体化するKPIの設定も併せて検討されるといいのではないのでしょうか。

情報開示のさらなる充実を

貴グループでは、従来から「環境目的・目標」の取り組みの実績や「働きやすい環境づくり」の実績の開示が積極的になされています。2025年度はそれらに加えて、「環境」や「社会」における社員の声も紹介されるなど意欲的に情報開示に取り組ま

れています。今後貴グループの取り組みの信頼性向上のためには「商品開発や改善」や「お客様の声」の実績とその取り組みに関するデータなども開示されることが上場企業として期待される情報開示に添えていくことになるでしょう。

コンプライアンス／リスクマネジメントの見直しによるガバナンスの強化を期待

現在企業を取り巻く社会状況は企業のコンプライアンスやリスクマネジメントのあり方も変化を迫られています。特に企業の人権尊重責任への要請です。サプライチェーン上の人権リスクを特

定して是正し、人権侵害を回避するための「苦情処理」の仕組みを設置することが求められています。貴グループのお客様視点をより発展させることで可能になると思われます。

第三者意見を受けて

今年も古谷様より貴重なご意見をいただき、誠にありがとうございます。本年度は、昨年度からスタートした中期経営計画の2年目にあたり、環境活動も事業活動に即した目的・目標を掲げて推進しております。昨年10月には東京証券取引所スタンダード市場に株式を上場し、上場企業としての責務を果たすべく、コーポレート・ガバナンスの強化、透明性の高い情報開示、リスクマネジメントの適切な運用を通じて社会的信頼の一層の向上に努めております。環境活動は、これまでも社会や地域への貢献を軸として取り組んできました。今後はその基盤を継続した上で、サステナビリティへの対応を一層強化することにより、持続可能な社会へ貢献するとともに、当社の持続的成長を両立させ、「創業100周年のありたい姿」に向けて取り組んでまいります。



博士（総合政策）、
サステナビリティ消費者会議代表

古谷 由紀子 氏

プロフィール

サステナビリティ消費者会議代表、(一財)CSOネットワーク顧問博士（総合政策）、(一社)経営倫理実践研究センターフェロー

企業の品質、コンプライアンス、デジタルトラスト、サステナビリティなどの社外委員を務める。専門分野は、CSRや人権などサステナビリティ、消費者志向経営など。

主な著作物は、「現代の消費者主権」芙蓉書房出版(2017)、「『責任あるビジネス』における実践と課題」JABES(2020)、「『人権リスク評価』にライツホルダー視点をどう組み込むか〜企業が人権尊重責任を果たすために〜」JABES(2022)など



シマダヤ株式会社
執行役員 人事総務部長

飛沢 康行