

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・独立させるスピンオフの提案があり、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。