

「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もあります。「流水麺」は、お客様の満足を追求し、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つ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「樂ちんオープン」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。

