

トップメッセージ

麺食を通して経営コンセプトの「おいしい笑顔をお届けします」を具現化し次なるステージを目指します

2023年4月1日に代表取締役社長に就任いたしました。経営コンセプトの「おいしい笑顔」をお届けするため、事業を通じた社会課題の解決に努め、ステークホルダーの皆様へ信頼され、支持していただける企業を目指してまいります。今後とも、ご支援ご鞭撻を賜りますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

代表取締役社長

岡田 賢二

2022年度は様々な施策により売上は伸びたものの利益はコスト上昇を吸収しきれず微減

2022年2月に発生したウクライナ危機により、原材料や資材、エネルギーの価格高騰に拍車がかかりました。コロナ禍からの経済活動の回復が進んできたものの、ウクライナ危機はいまだ収束せず、為替市場では急速に円安が進行するなど、不透明な状況が続いています。

シマダヤグループの営業状況につきましては、家庭用事業は、巣ごもり消費の反動などもあり「流水麺」や「健美麺」など家庭用チルド麺のブランド商品が若干縮小したものの、国産原料を使用した「太鼓判」シリーズの拡販に努めたほか、数年来、強化してきた家庭用冷凍麺の売上が伸長しました。また、新規開拓を継続してきた業務用事業も外食市場の回復を追い風に好調に推移しました。その結果、全体の売上高は前年度に比べ増加となりました。

プロフィール

1993年入社。業務用冷凍麺事業に23年間携わり、2016年に取締役 マーケティング本部長 兼 経営企画部長、2018年に常務取締役 マーケティング本部長 兼 商品企画部長、2019年に常務取締役 生産物流本部長を務める。2021年4月より早稲田ビジネススクールに1年間通い、MBAを取得。2022年に専務取締役 生産物流本部長に就任後、2023年4月より現職となる。

一方、利益面ではコストの上昇に伴い2022年3月、2023年2月の価格改定の実施や広告販促費の削減、生産合理化などにも取り組みましたが、想定を上回るペースでの物価高騰が進み、前年度に比べ微減となりました。

新体制で次期中期経営計画を策定し2024年度中の新規上場申請を目指す

当社は2023年度を迎えるにあたり、経営的に重要な変化を2つ発表しました。

ひとつは、シマダヤにとって17年ぶりとなる社長交代です。前社長の木下（現会長）が築いた経営基盤を引き継ぎ、さらなる成長軌道に乗せるべく、本年4月より私が経営の舵取りを任されることになりました。

もうひとつは、親会社のメルコホールディングスから分離・独立し、上場に向けて始動するという大幅な経営管理体制の刷新です。メルコホールディングスの株主にシマダヤ株式を現物配当で交付する株式分配型スピノフにより、2024年度中の新規上場申請を目指します。

本年度は内部統制の強化やコンプライアンス意識の向上など、上場準備を確実に行うとともに、次期中期経営計画の策定を進めており、持続的な成長に向け、グループ一丸となって取り組んでまいります。

事業活動を通じた社会課題の解決やSDGsへの貢献により、ブランド力を高めていく

企業は規模の拡大を追うだけでなく、事業活動を通じた社会課題の解決やSDGsへの貢献により、広く社会からの信頼を得続けることが重要です。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・買いおき・国産・環境）」を打ち出し社会課題への対応を行っております。また、2022年度～2023年度の「中期環境目的・目標」においては6つの重点テーマを定め関連するSDGsを紐付け、取り組みを進めております。

2022年度はその中でも家庭用主力ブランドの国産原料への切り替えを積極的に推進しました。「流水麺」のそば粉や生冷し中華類の小麦粉を100%国産化することで、輸入原料の物流に関わるCO₂排出量の削減や原料の安定調達を図り、食料自給率の向上に貢献してまいりま

した。同時に食感の改良も行い、付加価値を高めた商品はお客様からも高評価をいただいています。

また、健康寿命延伸へ寄与する健康基軸商品として、食塩や糖質をカットした「健美麺」シリーズの拡売に注力したほか、商品パッケージ内のトレー廃止によるプラスチック使用量削減や生産工場への太陽光発電システム導入、賞味期間の延長によるフードロスの削減など環境負荷削減に繋がる取り組みも推し進めました。

2023年度においても、これらの取り組みを引き続き推進していくとともに、労働力不足や物流の2024年問題などへの対応も視野に入れながら、持続的な社会に向けて貢献できるようさらなる生産性の向上や効率化に取り組んでまいります。

大切な人の「笑顔」のために何ができるかそれを念頭に挑戦と協働を続けて前進する

2003年に発表された「おいしい笑顔をお届けします」という経営コンセプトと7つのビジョンは、ブランド再構築プロジェクトにて策定され、当時、私もメンバーとして携わりました。それから20年、社長就任にあたり、この原点に立ち帰る重要性を感じております。私にとってはお客様の「笑顔」が最大の活力であり、従業員にもそれを理解してもらうことで「自律型組織」を作り上げていきたいと考えております。「自律型組織」になるということは、一人ひとりが主体的に考え、失敗を恐れずに挑戦を続け、組織を越えて協働していくことが欠かせません。私はいま全国の事業所や工場を回り、従業員との対話を重ねて、あらためてこうした理解を促しています。

シマダヤグループがこれから持続的成長をしていく上で必要な人材は「挑戦」と「協働」ができる人だと考えています。「チャレンジ」&「コラボレーション」は、7つのビジョンの中の「7. チャンスを与え人を育てよう」と「3. 組織を越えて話し合おう」であり、厳しい局面を乗り越えるにはこの7つのビジョンの実践が非常に重要なものとなります。

ステークホルダーの皆様からより信頼され、支持していただけるよう、麺食を通して経営コンセプトの「おいしい笑顔をお届けします」を具現化し、次なる新たなステージを目指すシマダヤグループに是非ご期待ください。