



新春トップインタビュー

株式会社ニッポン

前鶴俊哉社長

人々のウェルビーイングを追求する

ニッポングループ「経営理念」「経営方針」を策定。長期ビジョンに加え、2026年度を目標年度とする中期目標も発表し、成長への取り組みを一層加速しているニッポン。社内外の人々のウェルビーイングを追求し、未来につながる価値を創出すると語る前鶴俊哉代表取締役社長に、ニッポンのこれまでとこれからを聞いた。

(聞き手 石母田健、まとめ 川田岳郎)

—2022年を振り返って

年初からコロナ禍前の状況に戻りつつある局面もみられた一方で、21年下期からは原料価格の高騰などによるコストアップが顕著となり、メーカーにとっては厳しい年となった。その都度、価格改定を行ってきたが、それを上回るコストの上昇となり、収益面で厳しい状況だった。数量に関しては、製粉は極端な落ち込みはみられないものの、従来からの人口減もあり、減少傾向にある。また、消費者の生活防衛意識が高まり出費に関しては厳しくなっている。一言でいえば、我慢の年だった。

—原料・エネルギー価格の高騰に加え、円安も進行している

ウクライナ紛争の長期化が原料相場を不安定にしている。小麦の作柄も良好なはずだが、ウクライナから小麦が出荷できないとなる

と小麦の価格が上がるなど安定していない。輸入小麦の政府売渡価格に関しては、22年10月期は4月期と変わらず据え置きとなり、小麦粉の価格は据え置くことを発表した。当社は小麦粉を使用した加工食品も製造しており、

未来につながる価値を創出

エネルギーコスト等も上昇している分、二次加工品では価格改定を進めていかなければならない。一方で、商品価値に見合った価格であれば、購買につながっている。これからも、付加価値のある商品を出していく。

—重点的に取り組んだことは

22年5月に、ニッポングループ「経営理念」「経営方針」を策定。また、長期ビジョンに加え、26年度までの中期目標も発表し、会社の成長に向けた取り組みを加速してきた。現在、愛知県知多市の新工場建設、神戸甲南工場の設備増強といった中

京・関西地区における製粉製造体制の整備を行っている。基盤事業である製粉事業への設備投資をやり遂げたい。

—海外事業は

工場は、23年度に製造設備が完成予定。中国はロックダウンの影響が大きく厳しかったが、タイは回復した。海外の売上構成比率を今までの倍にするため、東南アジアでの製造・販売の拠点づくり、北米での販売だけではない自社製造の可能性を検討していく。

—近年はESG経営にも力を入れてきた

環境面では、冷凍食品での紙トレイの採用に加え、伊勢崎工場での太陽光発電の利用など、しっかりと取り組みを進めている。また、SDGsの観点から、

人財育成の強化や人事制度の整備に注力しており、人的な投資を活性化している。従業員のスキルを上げるといった人的な投資は外部からの評価にも直結する。工場のDX化を進める、年功序列の仕組みを見直すといった取り組みを進め、従業員のエンゲージメントを高めていく。経営理念には「人々のウェルビーイング(幸せ・健康・笑顔)を追求し、持続可能な社会の実現に貢献します」とあり、従業員のウェルビーイングも含まれる。健康経営を目指しており、従業員にも「健康に注意してね」と声をかけている。健康の相談に乗って

くれる保健師を増やすといった健康経営の基盤づくりにまい進している。統合報告書などを通じて、ESG経営の取り組みを社外に向けて発信していく。

—食品事業、中食事業は

食品事業については、収益は非常に厳しい状況となっている。商品は、プレミックスの「めっちゃラクシリーズ」や1食完結型でプレートものの冷凍食品「よくばりシリーズ」が評価されている。プレートの冷凍食品は、昼・夜問わず食事になることも好評。お客様から「おいしい」というお声を頂けていることが、非常に励みになっている。

中食事業は、コロナ禍でマイナスの影響もあったが、市場の戻りもあり、回復基調になっている。CVS向けも再拡大しているが、従来とは異なるチャネルへの販売も増加し全体を押し上げている。利益が出る事業にするために、省力化の推進とコスト管理を徹底して、収益体質を強化していくことが大事だと思っている。

—その他の事業は

ヘルスケア事業にも注力しているが苦戦した。しかし、業務用ではメンタルヘルス領域に近い商品を出すことができた。いろいろな取り組みが着実にできている。今後の幅広い展開の礎ができた。今後は、睡眠や認知症など社会的にも取り組まなくてはならない課題を解決できる商品を開発し、成長につなげていく。

—今年の抱負を

22年は我慢しながら、やれることをやってきた。23年は中期目標に向けた取り組みを実行に移していく年にしたい。事業の拡大に取り組む中食・冷凍食品・海外事業に注力するほか、人手不足といった社会課題に因應するプレミックスやシリーズニングなどにも注力していく。従業員のケア、スキルアップにも取り組み、エンゲージメントを高めていく。