

新春トップインタビュー

日清製粉グループ本社 瀧原賢二社長



——2022年を振り返って

製粉メーカーをはじめとする食品業界は、コロナ禍からの回復途上にあるなか、ロシアによるウクライナ侵攻により、一時は原料調達が危ぶまれるのではないかと懸念もあったが、その事態は回避できた。原料や燃料費が高騰する食糧インフレ・コストインフレに見舞われ、消費者の防衛意識が高まるなか値上げが相次いだ。まさに、食糧インフレへの対応に迫られた年となったが、小麦粉は安定的に供給できており、価格改定への理解も進んでいる。

——昨年10月期の輸入小麦の政府売渡価格は据え置きとなった。国際的な小麦相場の価格が下がるなか、日本では23年4月期の政府売渡価格は上昇するのではないか。また、小麦以外のエネルギーコストなど様々なコストも上昇している。一方で、消費者の生活防衛意識が高いくともあり、価格上昇に対しての受容性は低い。ルール通りの価格改定を行い、お客様、消費者に理解を求めていくことが重要。

——厳しい状況のなか社長に就任された。昨年6月に社長に就任。それまでも、食糧インフレ、コストインフレへの対応、豪州のアライド・ピナクル社への対応にあたってきた。

——アライド・ピナクル社は減損処理を行った。19年にアライド・ピナクル社を傘下に収めたときに描いていた姿は、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大、ウクライナ・ロシア問題の影響により大きく変わってしまった。昨年、減損処理をしたことは重く受け止めているが、これをバネにして頑張っている。また、昨年10月には「中期経営計画2026」を発表した。九州では有力な企業であり、そば粉や米粉なども製造している。新たな市場を作っているのではと思っている。

——グループ本社と事業会社の関係は。本社と事業会社を分社化して20年以上経っている。たとえば、大手の取引先に対しては、グループ本社も事業会社である日清製粉、あるいは日清製粉ウエルナとともに最前線に立つて事業に取り組んでいく。そうすれば、ビジネスチャンスもやってくる。社長に就任するにあたり、社史を読み込み、中期経営計画につなげた。そのときに、分社化したときの思いも改めて確認できた。グループ本社が事業会社に溶け込んでいき、大きな判断は自分がする。日清製粉グループという縦串と事業会社という横串の両方で

——2023年に重点的に取り組むことは。食糧インフレ・コストインフレへの対応、豪州アライド・ピナクル社を立て直し、環境対応、デジタル戦略の4つに取り組む。

食糧インフレ・コストインフレへの対応では、コストの上昇が続いているなかで価格改定をすることはもちろんのこと、ニーズの多様化に 대응し、価値のある製品を出していく。たとえば、パスタ100gでは量が多

2022年10月に「中期経営計画2026」を発表、6月には日清製粉が熊本製粉の買収を発表し、7月には日清製粉デリカフロンティアを設立するなど成長に向けた取り組みを加速している日清製粉グループ。昨年6月に日清製粉グループ本社取締役社長に就任した瀧原賢二社長に同グループの現在とこれからを聞いた。

(聞き手 石母田健、まとも川田岳郎)

が稼働。12月2日に開業式典を行った。東京・大阪工場を合わせた生産量を凌ぐ規模となっている。

——2023年に重点的に取り組むことは。食糧インフレ・コストインフレへの対応、豪州アライド・ピナクル社を立て直し、環境対応、デジタル戦略の4つに取り組む。

——2023年に重点的に取り組むことは。食糧インフレ・コストインフレへの対応、豪州アライド・ピナクル社を立て直し、環境対応、デジタル戦略の4つに取り組む。

飛躍的向上、既存事業のモデルチェンジ、新しい事業モデルの創造を図り、各ステークホルダーに対する価値を創出。持続的な競争力強化を目指す。また、土台となる人材育成の推進と危機管理体制強化を図る。社内にはこれまで蓄積されたデータがたくさんあるので、それらを可視化していく。今年は、目に見える成果を出してほしいとお願ひしており、デジタル戦略を一丁目一番地の施策にしていく。デジタルで目に見える成果というのは難題ではあるが、今年はずっと頑張りたい。

「中期経営計画2026」一丸となって取り組む

事業を進めていく。

環境対応では、30年に13年比でCO₂の排出量を50%削減することを目標として掲げており、省エネ活動や自社設備の動力源を再生可能エネルギーに振り返るといったことだけではなく、オンサイトへの最大限の省エネ設備および再生可能エネルギー設備を導入。関係各社とも連携しながら、ロードマップを策定していく。

デジタル戦略に関しては、デジタル技術を積極的に取り入れ、生産性の