

オタフクソース近況報告会

【大阪】オタフクソースは、グループの近況報告会を広島市内のホテルで開催した。仕入先、販売先企業などが出席した。

2024年9月期決算と今年度からの中期経営計画について、佐々木孝富オタフクソース社長(写真左上)が説明。前期のオタフクソース売上高は275億4500万円・前年比3.9%増、経常利益9億6500万円・13.5%増。グループ連結は売上高317億6200万円・4.6%増、経常利益18億5500万円・25.6%増となった。

中期経営計画は5年計画を3年ごとに更新するローリング方式を採用。第4次



海外は事業の成長ドライバーとして、日本のビジネスモデルを展開。マレーシアに新工場を建設中、

中計では「原点回帰と進化」を掲げ、4つの基本方針を進めた。国内は選択と集中、事業基盤の強化。前期に主力商品のブラッシュアップを実施したほか、試食販売を再開し、営業だけではなく全社員が現場に立ち、粉ものの美味しさを伝えるとともに消費者の声を聞く活動を推進した。

またODM事業を強化している。現在1650アイテムを販売するうち、950がODM、それ以外を家庭用・業務用のNBが半々を占める構成となっている。日光工場の再編を進めているところだが、ODMをはじめとした業務用の生産対応体制を構築している。

2029年に海外売上高100億円を目標とし、ハラル食品を必要とするムスリム人口が多いUAE・ドバイ、EU、イギリス、日本食の需要が拡大するイ

海外展開加速、国内は継続成長目指す

ニューヨークオフィスとパリ支店を開設しており、海外は液体調味料以外にも展開を進めていく。

第5次中計(24~28年度)は、国内6社売上成長率每期3%以上、海外売上高100億円、国内6社EBITDAマージン8%以上を目標とする。

また、注力する海外事業と、新設した共創本部について、それぞれの本部長が



を進めることで、課題解決できる事業の創出を図る。3つめは、アイデア・種の育成として、まずは小さくともアウトプットし、事業化していく方針で、スタートアップ企業との取り組みなどを既に開始しており、社内・社外の多くとつながることで生まれる共創を進めていく。

また、ホールディングスの社長交代に伴い、佐々木茂喜会長(同右)から佐々木直義社長(同左)に任じられた。茂喜会長は、「20年前に『いい会社になりたい』を掲げてオタフクソース社長に就任した。2年前には創業100周年を迎え、『日本でいちばん大切にしたい会社』大賞も受賞でき、充実した20年だった」と総括。

直義社長は「入社以降、海外事業が長かったが、オタフクソース社長の5年間で国内事業も見ることができた。グループ全体の最適と統合により、未来へ向けて進んでいく」とし、「ホールディングスの社長就任にあたり、『オープンマインド』をテーマとした。心が広い、柔軟に、他人の考えを受け入れるといった意味があり、タイバシー・エキイティ&インクルージョンの概念を取り入れるもの。社員1人1人が社外ともオープンにやりと

ら、お好み焼をはじめ粉ものメニューを広めていく。共創本部はマーケティング部、設計・開発部、お好み焼館を管轄。今期は3つの方針で社内、社外と連携しながら進める。社内の方針は、各組織の専門性の中で育んだチャレンジを本部内で共感、連携しながら、イノベーションを起こしていく。社外に向けては、ステークホルダーと共感テーマに基づく共創の推進を行い、社会課題や様々なテーマについて一緒に取り組み

を続けることで、課題解決できる事業の創出を図る。3つめは、アイデア・種の育成として、まずは小さくともアウトプットし、事業化していく方針で、スタートアップ企業との取り組みなどを既に開始しており、社内・社外の多くとつながることで生まれる共創を進めていく。

また、ホールディングスの社長交代に伴い、佐々木茂喜会長(同右)から佐々木直義社長(同左)に任じられた。茂喜会長は、「20年前に『いい会社になりたい』を掲げてオタフクソース社長に就任した。2年前には創業100周年を迎え、『日本でいちばん大切にしたい会社』大賞も受賞でき、充実した20年だった」と総括。

直義社長は「入社以降、海外事業が長かったが、オタフクソース社長の5年間で国内事業も見ることができた。グループ全体の最適と統合により、未来へ向けて進んでいく」とし、「ホールディングスの社長就任にあたり、『オープンマインド』をテーマとした。心が広い、柔軟に、他人の考えを受け入れるといった意味があり、タイバシー・エキイティ&インクルージョンの概念を取り入れるもの。社員1人1人が社外ともオープンにやりと



報道によると、タコの価格が高騰し、小売価格はマグロを超えたという。国内の漁獲量が減り、主にアメリカなどからの輸入で補ってきたが、世界的な需要増や円安、輸送コストの上昇を背景に高騰が止まらない。たこ焼きのメッカ・大阪では、タコが原材料費の7割を占める店もあり、価格の高騰は深刻という。たこ焼きは家庭の食卓に上る比率も高い大阪のソウルフードのひとつ。ソースや青のりなどにも影響が出そうだが、東京は秋葉原にある銘居酒屋。ウリのひとつが絶妙な塩加減のたこぶつ。訪れたら必ず頼む逸品だ。ビールや清酒はもちろん、甲類焼酎の無糖紅茶割りとの相性も抜群だ。でも、やはり値上がりしているのかな。▼まぐろぶつとたこぶつが名物の錦糸町の魚屋も気になる。秋葉原の居酒屋同様、錦糸町の魚屋も、近々視察に行かねばなるまい。でも、錦糸町にも名酒場が多く、とてもとても視察にとどまることはできない。余計に高つく。