

## 2021年 年頭所感

2021年1月1日

令和三年の年頭にあたり、ご挨拶を申し上げます。

令和二年は、新型コロナウイルス感染症の拡大により、世界中の人々が生活やビジネスにおいて新たな様式の探索を求められる年となりました。感染拡大防止のため人々の移動に制約がかかる中、家庭内食需要の増加が起りましたが、当社グループは社員とその家族の安全確保と共に、食のライフラインを担う企業グループとして供給責任を果たすことを最優先に取り組んでまいりました。一方で、地球環境への対応や食品ロスの削減といった社会課題解決に対する企業への要請は強まっており、経営を取り巻く環境は加速的に変容しています。

2020年度（今年3月まで）は第六次中期計画の最終年度にあたりますが、コロナ禍によって、2011年の東日本大震災のときに一気に進んだ「食の外部化」とは正反対の「内食化への移行」が起こっています。当社グループは、事業セグメントごとにプラス・マイナスの様々な影響を受けておりますが、これまでグループ企業のダイバーシティを広げてきたことにより、以前と比べると突発的与件変化に対する抵抗力の基礎強化は進みつつあると感じています。

香辛・調味加工食品事業は、幅広いカテゴリーで家庭用製品が伸長し、業務用製品の市場低迷による苦戦を吸収しました。これまで取り組んできたレトルトやスパイスの生産能力の増強が、特発的需要増をある程度吸収することができました。中長期視点では、東日本大震災以降の「食の外部化」は底流で続くものと想定しており、これまで進めてきております変革への取り組みは引き続き推進して行くことが求められます。

健康食品事業は、感染再拡大の懸念から来る外飲み需要の急減に、大きな影響を受けた「ウコンの力」に偏重した商品構成上の課題やチャネル構成リスクが改めて明確化されました。一方、前期に内製化して提案の幅を広げたゼリー製品やエビデンスに裏打ちされた乳酸菌は厳しい環境下でも踏みとどまっており、引き続き育成に注力して参ります。

海外食品事業では、3つの柱である米国・中国・タイの各事業の成長により、事業規模拡大と収益力強化の両面で大きく進捗しました。中国カレー事業では、内食機会が増加した影響から家庭用製品が大幅に伸びました。2018年に浙江工場が稼働を始め、供給体制が整ったことで急激な需要の拡大に対応できたことも幸いしました。国境をまたぐモノの移動に制約がかかる中、改めて食品産業における地産地消の重要性を実感することにもつながりました。

外食事業は、来店客数が減少するなどコロナ禍の影響を大きく受けましたが、テイクアウトやデリバリーの強化を行い、これからもお客様に安心してご来店いただけるような新しい生活様式における店舗運営を引き続き模索してまいります。また、昨年8月に念願のイン

ド一号店をオープンしております。同国では感染拡大の勢いが未だおとろえていませんが、人口1.3億人の巨大市場で着実に認知度を高めてまいります。

今年4月からは第七次中期計画がスタートします。新型コロナウイルス感染症の社会や経済活動に与える影響は依然として不透明な状況が続きますが、コロナ前の世界に戻るのではなく、生活者の行動は変わり、働き方も大きく変わるでしょう。「クオリティ企業への変革」はまだまだ道半ばですが、善良な一企業市民として果たすべき「3つの責任（お客様への責任、社員とその家族への責任、社会への責任）」を念頭に、その歩みを更に強固なものとし、ウィズコロナ、ポストコロナの時代を力強く前進して行きたいと思っております。

当社グループを取り巻く様々なステークホルダーの方々と食でつながり、“笑顔ある暮らしを共につくるグッドパートナー”となるべく、今年一年尽力してまいります。

本年も皆様からのより一層のご厚誼とご指導をお願い申し上げます。

ハウス食品グループ本社株式会社  
代表取締役社長 浦上 博史