

トップメッセージ

創業100周年に向けて変革を進め 新たな成長ステージへ飛躍していきます。

シマダヤグループは、2031年の創業100周年に向けた長期ビジョンを掲げ、新たな3か年中期経営計画を始動しました。ここでは今秋に予定している株式上場も見据え、今後の目指す姿についてご説明させていただきます。

外部環境の変化に対応し 売上高および利益の過去最高を更新

2023年度は、新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ移行し人流の回復が進み、イベントや旅行、レジャーが活況を取り戻したことで、外食・給食産業が好調に推移した1年でした。シマダヤグループの営業状況においても、業務用冷凍麺が販売食数を大きく伸ばし、コロナ禍前を上回る水準となりました。家庭用では、記録的な猛暑による数量拡大や盛夏後の秋季に拡販を強化した「流水麺」、西日本エリアでの認知浸透が進んだ「太鼓判」がチルド麺の売上拡大を牽引し、冷凍麺においても大手スーパー向け商品が伸長しました。

その一方で、原料・資材価格の高騰や人件費、物流費の上昇が進み、これに対応すべく、家庭用・業務用ともに2年連続となる価格改定を2023年2月に実施し、その定着に努めました。

結果として2023年度の業績は、エネルギーコストの抑制や天候要因などもあり、売上高および利益は過去最高を更新しました。価格改定が販売食数の減少を招くことにならなかったのは、先輩方が築いてきた商品の品質とブランド価値の積み上げによるものと思っています。そしてあらゆるコストが高騰する中で、収益性が高い業務用の伸長や従業員の努力により、利益を拡大することができました。

長期ビジョンからバックキャストし 3か年の新中期経営計画を策定・始動

シマダヤグループは、2026年度に向けた新たな3か年中期経営計画を始動しました。本計画は、創業100周年を迎える2031年度までの長期ビジョン「Shimadaya

Change & Growth 100 (SCG 100)」と同時に策定したもので、変革と持続的成長に挑戦する「SCG 100」の8年間を、前半3年間と後半5年間に分けた二つの中期経営計画へバックキャストする考えに基づいています。このたび始動した前半の3か年中期経営計画「Change 95」は、3年後の創業95周年に向けた「構造変革期」であり、その成果を「成長期」と位置付ける後半の5か年中期経営計画「Growth 100」へ引き継いでいく方針です。

「Change 95」では、コア事業の深化と利益成長に挑戦し、収益構造を変革していきます。具体的な取り組みとして、家庭用事業の収益性向上を目指し、売上の季節変動に対応した拡販施策やエリア拡大に注力します。また次世代を担う商品・サービスの探索と開発を推進し、計画期間中に具現化したいと考えています。体制面では、事業本部制を導入し、各管掌役員の権限拡充と責任の明確化により、事業運営の強化を図ります。

そして、コーポレート・ガバナンスの強化を継続し、上場企業に求められる情報開示・発信やサステナビリティ対応に取り組み、株式上場をもって企業価値の増大を目指してまいります。

上場を通じてシマダヤが目指すもの

かねてよりお伝えしてきました通り、シマダヤは親会社の(株)メルコホールディングスから分離・独立し、2024年10月に株式上場をする予定です。

2023年度は、コーポレート・ガバナンス体制の強化として監査等委員会設置会社へ移行し、独立社外取締役の選任や内部統制の体制整備・強化など、株式上場に向けた準備を着実に進めてきました。

株式上場を通じて私たちは、経営における意思決定の迅速化や責任の明確化を果たし、資本市場に直接向き合う緊張感の中で、より強固なガバナンス体制を敷いていきます。93年の長きにわたり麺専門メーカーとして安定的な経営基盤を築き、また家庭用・業務用でビジネスモデルを展開し、事業ポートフォリオ上のバランスを担保し

ていることなど、株式市場・投資家の皆様にご支持いただける要素は大きいと思います。株式上場によりシマダヤブランドの存在感を高め、社会での認知度も向上させることが企業の成長にもつながり、従業員のモチベーションも高まることで、人財の確保においても優位性をもたらすと期待しています。

環境負荷のさらなる低減を図り 事業活動の持続可能性を高めていく

この2年間取り組んできた中期環境目的・目標（2022年度～2023年度）が終了しました。6つのテーマは、工場の「廃棄物の削減」と「有益な環境影響（省エネ・省資源をもたらす活動の実行）」の物流効率化にかかわる目標が未達となりましたが、それ以外のテーマはすべてクリアすることができ、比較的達成度の高い結果と捉えています。

その成果と課題を踏まえ、新たに策定・始動した中期環境目的・目標（2024年度～2026年度）では、持続可能性を意識した7テーマを掲げました。新たに、消費地に近い拠点での生産の強化や、他社との協業によるOEM生産、共同配送、受注・納品の効率化などの取り組みを通じて、環境負荷のさらなる低減を図り、事業活動の持続可能性を高めていく方針です。

また、職場環境の改善や働きがいの醸成につながる施策や株式上場対応としてのガバナンス・IR施策などについても、持続的成長に向けた「ブランド価値向上」「生産性向上」をもたらす活動の一環として、積極的に取り組んでまいります。

「シマダヤっていい会社だね」とわれわれ 笑顔の好循環を拡大していく存在へ

シマダヤグループは、2031年の創業100周年に向けて変革を進め、価値提供の幅を拡げながら、新たな成長ステージへ飛躍してまいります。その歩みの中で私たちが大切にしていきたいことは、「おいしい笑顔をお届けするために、シマダヤグループで働く一人ひとりが笑顔になる」という笑顔の好循環です。まずは従業員が笑顔になれば、笑顔をお届けすることはできません。たとえば、我々の商品について、「おいしい」や「便利で助かる」、「健康的で良い」などの好意的な言葉や感謝の言葉に我々も喜びを感じ、笑顔になります。そうした仕事の積み重ねで、「シマダヤっていい会社だね」と多くの人々に思っていた

だけの会社づくりに邁進し、笑顔の好循環を拡大していくことが、シマダヤの社会的存在意義であると考えます。

シマダヤグループの強みは、「品質」と「ブランド」であり、価値を生み出し続ける人財こそが成長の源泉です。従業員一人ひとりが、Change（変化）はChance（機会）と捉え果敢に挑戦し、これからも多くの人々に笑顔をお届けられるよう一丸となって取り組んでまいります。

ステークホルダーの皆様におかれましては、引き続き一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長 岡田 賢二

