



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

2021年に創立125年を迎え、多角的総合食品企業に生まれ変わったニッポン。テレビCM等で幅広い年代で認知度が高まり、冷凍食品事業は好調が続く。一方、世界的な穀物高により、経営環境は厳しさを増している。研究・開発に力を入れ、驚きのある商品を市場に提供していきたい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) 川田岳郎

——2021年を振り返って

創立125年を迎え、多角的総合食品企業としての将来の発展を期し、日本製粉からニップンに社名を変更した。現在までに、着実に浸透し、結果も出つつあるとの手ごたえを感じている。

市場全体をみれば、新型コロナウイルスの影響を受けてはいないものの、20年に比べ、外食・中食・C V Sは関係各位のご尽力のお陰で回復基調かと思う。当社もまずはコロナ前の状況に戻すとい

うことを念頭に事業を進めており、現在のところ、順調に推移している状況だ。

——重点的に取り組んだことは

多角的総合
食品企業とし

て、家庭用商品を伸ばした
いと取り組んでおり、冷凍

食品が好調に推移、プレミックスも順調に推移している。これまでも、「広告宣伝費をかけたらどうか」という意見があり、「オーマイプレミアムシリーズ」ではテレビCMに注力した結果、ターゲットとしている

た20〜30代の
みならず、さ
まざまな年代
の方に商品を知っていただ
けた。商品自体には自信が
あったが、認知度が低かつ
た。認知度があがり、CM

で紹介している「オーマイ プレミアムシリーズ」のみならず、「オーマイBigシリーズ」にも効果が波及している。さらに、「アマニ油」や小麦粉「ハートシリーズ」でもCMの効果が出ている。

——冷凍食品が好調だ

20年11月に冷食専用の伊勢崎工場第2工場が竣工。

その後、コロナ禍で冷凍食品に注目が集まった。当社

では、主食と主菜がセットで楽しめる「よくばりシリーズ」や「魅惑のプレートシリーズ」「いまどきごはんシリーズ」といった他社にはない商品が多いことも特長だと思う。

を進め、新しい商品、驚きのある商品を提案していきたい。

「アマニ」はアマニ

油だけでなく、さまざまな商品をラインアップしている

「アマニ」のバイオニアとして、ドレッシングやマヨネーズ、ローストアマニ粒や粉末をはじめ様々な製品にチャレンジングな施策を実行してきた。アマニ

油市場を開拓し牽引していると自負している。

p

業の一つでもある

——ヘルスケアは重点事

The logo for Nii, consisting of the lowercase letters 'nii' in a bold, orange, sans-serif font. A red oval is positioned above the second 'i', partially overlapping it.

食品企業として、「アマニフオーラム」やウエブサイトを通して、これまでにも食に関する情報提供を行っ

てきたが、それをさらに発展させ、客観的で科学的な栄養情報を提供することで、より皆さまの食生活に役に立ちたいとの思いから、新たなサイト「ニッポン栄養情報サイト」を立ち上げた。栄養に関するコラムやトピックス、ちよい足

しレシピ等のコンテンツを用意し、当社商品に限ら

穀粉との相性がい—パノ
ヴァッション」や「RH全

「粒粉」「RD全粒粉」など、お客様に喜ばれるものを製品化できている。技術的な進歩を生かしながら、しっかりと差別化したものを出していかなければならない。野菜だけでは摂取できない食物繊維やミネラルを全粒

粉で摂取する
といった点も
打ち出してい
く。

——SDGsの観点も重
要になってきている
ただ単に面白いという

だけではなく、なるべく環境に配慮したものを選ぶといったエシカルな消費を重視する傾向が強まっている。当社では、冷食で十数年前から紙トレイを採用。十年前からは森林認証を得た紙トレイを使用している。CMがきっかけでニッ

プンの認知度が上がったことにより、商品を手に取つ

21年10月期の輸入小麦の
政府売渡価格は19%も上昇

したため、12月20日納品分
から業務用小麦粉価格を改
定している。大幅な価格改
定となっているが、お客様
に丁寧にご説明し、ご理解
いただくことに尽力してい
る。自社でコストを吸収す
ることに全力を尽くしてい

るが、引き上げ額が大きい
ため価格改定しないと厳
しい。また、これに合わせて、
国内産小麦の価格も変動す
るため、国内産小麦につい
ても価格改定をお願いして
いる。

——今年の抱負は
ニップンに社名を変更して2年目となる。1年目で食品部門の成長の第一歩を踏み出すことができたが、さらに継続的に成長させていく。デジタル技術も使いながら、新しいことに取り組み、新しい「ニップン」

に変えていく。

驚きのある商品を市場に



——ヘルスケアは重点事業の一つでもある

粉で摂取する
といった点も
打ち出してい

く。

——SDGsの観点も重要になってきている

——今年の抱負は

ニッポンに社名を変更して2年目となる。1年目です食品部門の成長の第一歩を踏み出すことができたが、さらに継続的に成長させていく。デジタル技術も使いながら、新しいことに取り組み、新しい「ニッポン」に変えていく。