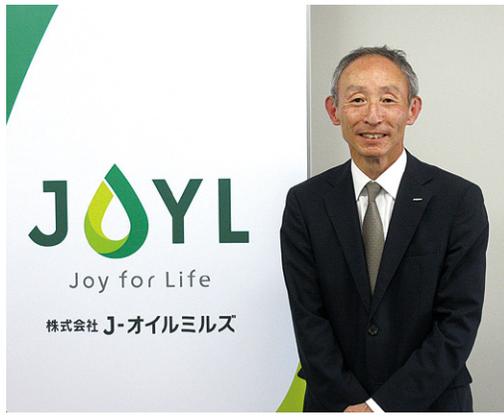


トップ直撃インタビュー

J-オイルミルズ 佐藤達也社長



JOYL
Joy for Life
株式会社 J-オイルミルズ

7月1日に創立20周年を迎えたJ-オイルミルズ。同社が誕生した2000年代初頭の製油業界は、国内市場の成熟化や海外との競争激化の時代を迎えており、新しい価値の提供や国際競争力の強化が喫緊の課題。この課題に対応するため、商品開発力や販売力の強化に加え、生産・物流・原料調達効率化を目指すとともに海外展開も視野に入れ、ホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油が完全統合した。「Joy for Life」食で未来による「喜びを」を掲げ、「食べる」よろこびと「つくる」よろこびを社会に提供するJ-オイルミルズのこれまでとこれからを、佐藤達也代表取締役社長執行役員CEO(写真)に聞いた。

(聞き手 川田岳郎)

——20周年を迎えた所感を

お客さまなど多くのステークホルダーに支えられ、創立20周年を迎えられたことに感謝している。創立以来、当社は人々の生活に欠かせない食用油を安定的に供給することに努めており、今後もステークホルダーの期待に応えていきたい。創立20周年の節目を迎え、これまでの当社の歴史で達成したこと、道半ばであ

ることをしっかり検証しようと考えている。この先、30周年、50周年を迎えたときに当社がどうありたいのかを踏まえ、検証する。現在、2026年度を最終年度とした第六期中期経営計画の達成に向け、全社一丸となつて取り組んでいるところであるが、中計とは別に、先に続く道筋も持たなければならぬ。しっかりとかなたにしたいうえで、発表する。

——就任当時、会社の強みに関し、「人」であると強く答えていた。コロナ禍や円安などに直面しながらも苦しい時期を乗り越えた現時点で振り返ると、人以外に強みがあると感じていることはあるか

「人」が強みであることに変わりはないが、「人」に加えて、業務用ビジネスにおける顧客接点、技術力も強みであり、お客さまの抱える課題に対して並走し、ソリューション提案を推進している。その強みをさらに推し進めるべく、2018年に「おいしさデザイン工房」を設立し、さまざまなサ

国内市場の成熟化と海外との競争激化のなかで勝ち抜くために3社が統合し、製油企業としての国際競争力を構築することを目指していた。母体となる3社の強みを持ち寄ることでポラテリ

た結果、昨年度、業績に關しては「復活」を果たしたが、「成長」が足りていない。今後、具体的に、またどのように「成長」を示せるかが課題だ。

——20周年を機に新しくスタートすることはあるか

20周年を契機とした大きな変化はないが、節目の年を迎え、今行っていることに取り組んでいく。足元では家庭用マーガリンやVioLife(ジオライフ)の終売を

国内市場の成熟化と海外との競争激化のなかで勝ち抜くために3社が統合し、製油企業としての国際競争力を構築することを目指していた。母体となる3社の強みを持ち寄ることでポラテリ

決断した。今後の成長を果たすためにも必要な構造改革を進めていく。

——30周年に向けて課題は

課題は国内油脂への依存度が高いことだ。原料相場や為替による直撃度が高い。ポラテリティが大きく、脱却していかなければならない。国内油脂への依存度を減らすこと、次の柱を育てていくことが大事だ。日本は人口減、高齢化も進み、食べる量が減って油を使

う量も減る。海外事業は諦めずにやっていく。

——ジオライフやマーガリンの構造改革を行っているが、構造改革は簡単ではない。終売に至るにどんな議論があり、どんな進め方をしたのか。大胆な構造改革による、社員の反応はどうか。意識の変化もあつたのではないか

マーガリンとジオライフは背景が異なる。ジオライフは始めて3年で、担当者からは早すぎるのではないかという

新しく成長できるところにリソースを

声もあつた。マーガリンは、ラーマを使う年齢層は60〜70代。一方、30歳以下でマーガリンを買う人は1%もおらず、0.9%。1%も買っていない層が10〜20年経ったときにこの市場を成長させられるのかは難しい。ジオライフはココナツオイルを使ったPBFでいい商品だが、輸入販売というス

キムは苦しい。賞味期限は短い、コストも高い、そして円安に直撃された。マーケティングでできることも限られている。ラーマとジオライフの背景は異なるが、続けるよりも、新しく成長できるようにリソースを向けていくべきだと思つた。経営としてこの学びをどうするのか、無駄にはしていない。

——PBF事業、家庭用マーガリン事業の終了を素早く判断されること

がこれまでのJOYL経営者のなかでは珍しいと思つている。なぜ佐藤社長はスピード感をもって判断されるのか。その判断力の発想はどこからなのか

社内できちんと手続きを踏んで進めているので自分では早いという認識はない。社外のお客さま、お取引さまにご迷惑をかけないことをしっかりと確認してから行っている。自分ではまだスピード感が足りていないと思つている。できていくと思つていただいているならうれしい。