



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

「刀」との協業を発表し、マーケティングに力を入れるニッポン。冷凍食品で人気の「オーマイプレミアム」ブランドから、ドライグロサリーのパスダ「もちっとおいしいスパゲッティ」を発売するなど攻めの戦略が奏功している。一方、従業員のウェルビーイングを高める健康経営に注力し、「ここで働いてよかった」と思ってもらえる会社になることを目指すと語る前鶴俊哉社長に、ニッポンのこれまでとこれからを聞いた。

（聞き手 石母田 健まとめ 川田 岳郎）

——2024 年を振り返って

昨年引き続き、人件費・物流費などのコストが上がった年だった。価格改定の遅れはあるが、業績の目標はクリアできており順調だった。輸入

小麦の政府売渡価格も大きな変動はなく、製粉事業は安定して推移。

インバウンド需要などもあり外食が伸長していることもあって、業務用も堅調。製粉業界全体としても安定

した年だったといえる。パスタは好調に推移した。海外から来られる方も過去最高ペースとなるなど、今後

量も見込まれており、世界的な需給にも大きな変動は見られない。日本国内においては食料安全保障がいわゆる現在、国内産小麦を増やすサポートをしていく。

——中期目標は当初目標に掲げられていた数値を達成された

インオーガニックでの成長の取り組みを継続しながら中期目標、長期ビジョン2030を実現していく。海外事業やM&Aなどにも

シア・ウクライナ戦争が長期化している。世の中の紛争が早く解決し、平和な世の中が戻ってきてほしいと思っている。

——原料について

小麦については一定の収

場と26年2月の稼働を目指す知多工場に生産を移管する。24年9月には、高品質な冷凍食品を安定的に供給するため、株式会社畑中食品の連結子会社化を決定した。ワンプレートをはじめ

とする冷凍食品事業は順調に成長しており、供給面から設備投資も考えなくてはならない。

——「刀」との協業でマーケティングにも力を入れた

「刀」との協業は大きな投資となったが、マーケティングにより生まれた新商品「オーマイプレミアムもちっとおいしいスパゲッティ」はかなり配荷が進んだ。マーケティングの強化は、すなわち人的強化にほかならない。「刀」との取り組みは25年上期に終

わるがノウハウを引き継ぎ、ニッポン単独でもマーケティングに取り組み体制を整えていく予定だ。「刀」の協業でよかったことは、社員の意識を変えられたこと。一本芯が通ったような働き方ができるようになった。認知されるブランドを作ることは大切で「オーマイプレミアム」の次のブランドをどうするか。世の中に人に喜んでもらえるものを作りたい。消費者が望む、もちっとおいしいパスタを作ろうということになった。

資本であることから、さまざまな教育の仕組みを充実させ、働きやすい職場の実現を目指している。心身ともに健康であってほしいというの思いから健康経営に取り組みしており、さまざまな相談窓口を増やすといったことも行っている。健康で積極的に新しいことに取り組みでもらうため、社外や海外での研修も積極的に参加してもらい、成果を社内還元している。ニッポンに勤めていてよかったと思ってもらえる会社にして

今まで気づかなかったことに気づかされたことで、成長を感じることができた。

——「オーマイプレミアム」は冷凍食品のブランドだった

家庭用冷凍パスタブランドとして順調に成長してきたのが「オーマイプレミアム」だが、今回、ドライグロサリーでも認知してもら

えるブランドとなった。

——人的投資に力を入れている

長期ビジョン2030でも「従業員のウェルビーイング」を謳っている。人が

いきたい。

——中食・惣菜事業は

コンビニエンス業界の成長モデルも変わってきたと感じている。中食・惣菜工場も人手不足が深刻になっているが、海外からの実習生やパートで来られる方にもニッポングループで働く

ことを選んでもらえるような仕組みが大事だと思っている。人の確保が難しいところはロボットの導入する

など効率化に取り組んでいるが、簡単ではない。ふたをする、向きを変える、検品などロボットができると

ころから導入が進んでいる。

——25年の意気込みを

25年もさまざまなコストが上がっていくことが予想される。効率化に努める一方で、コスト上昇分を製品価格に転嫁をせざるを得ない状況となった場合は、理解を得られる取り組みを進める。また、効率化のみならず、必要な設備投資は行っていく。人事制度の改革を進め、働きやすく働きたいのある会社にしていく。山口県と山口県農業協

「従業員のウェルビーイング」に注力し健康経営実現

同組合との農業分野の振興に係る連携協定を締

結した。農業の担い手をサポートし、食育や、農産物の生産から加工・販売まで連携させた取り組みを行うことで、農業に従事される方のエンゲージメントが高まるような地道な活動も続けていく。地域の方にも価値のある会社だと思っていただけでなく、各地の市区町村との連携や、知的障がいのある方の就労体験を通じた、地域の子どもたちとの交流と街の活性化を目的としたイベント「番町SJE マルシェ」なども積極的に取り組んでいる。