

CEO INTERVIEW

日清食品ホールディングスは8月、
10 Billion-Dollar Company(時価総額100億ドル)の
仲間入りを果たしました。
グローバルカンパニーとして新たなステージに入った
NISSINの成長戦略を安藤CEOに聞きました。

NEW START

10 BILLION-
DOLLAR
COMPANY

仲間入りを
新たなスタートに

代表取締役社長・CEO

安藤 宏基

Koki Ando

この度の新型コロナウイルス感染症に罹患された方々とご家族の皆様および感染拡大の影響により困難な生活環境にある方々に対し、心よりお見舞い申し上げます。また、医療関係者の皆様をはじめ、さまざまな場所で社会を支えてくださっている方々に、あらためて敬意を表すとともに感謝申し上げます。

Q 当第2四半期の業績について
総括をお願いします。

当第2四半期の業績は、新型コロナウイルス感染症の拡大や環境の変化に迅速に対応した結果、増収増益を達成することができました。

国内事業では、グループの中核となる即席めん事業において日清食品・明星食品がともに好調で、全体の業績をけん引しました。低温事業、菓子・飲料事業も内食機会の増加などにより好調を維持しました。

また、海外事業も、全地域において増収増益を達成、特に米州地域、中国地域が引き続き好調でした。

この結果、売上収益は前年同期比8.9%増の2,411億円、営業利益は61.5%増の318億円、親会社の所有者に帰属する四半期(当期)利益が63.1%増の219億円となりました。

Q 当期に入り時価総額が1兆円に到達し、
米ドル換算では10 Billion-Dollar
Companyへの仲間入りを果たしました。

当期は「中期経営計画2020」の最終年度にあたります。時価総額1兆円は、時期にこだわらず通過目標として着実に目指すことを掲げていましたが、最終年度末を待たずして、達成することができました。

私が時価総額1兆円の目標を公言した2016年3月末の株価は5,290円、時価総額は5,715億円に過ぎませんでした。5か年で企業価値をほぼ倍増させるという大胆な目標であり、また、自社ではコントロールできない株価を目標に掲げることはタブーだとして多くの人が驚かれました。

しかし、企業価値の向上に努めるのは経営者の責務であり、将来の企業価値増大に向けた明確なビジョンを描くことが私の責任だと考え、あえて1兆円という高い目標を掲げました。

これは当社グループの経営陣や従業員に向けたメッセージでもありました。今はあらゆる面で先行きが不透明で、変化の激しい時代です。高い目標を掲げ、そこに向けて知恵を結集し、新たな未来を自ら創造していかななくては成長は望めません。

私たちには「日清10則」という明文化された行動規範があります。例えば、「迷ったら突き進め。間違ったらすぐ戻れ」「自ら創造し、他人に潰されるくらいなら、自ら破壊せよ」といった私たちらしい精神を記しているのですが、高い目標に向かってこうしたチャレンジ精神や行動力、破壊的ともいえるほどの創造性を従業員に常に持ってほしいという

思いもあり、私は目標達成に向けたビジョンを語り続けました。

結果として新型コロナウイルス感染症の拡大という未曾有の危機に直面しつつも、当社は、6月30日に時価総額1兆円、さらに8月5日には株価も終値で10,350円まで上昇し、10 Billion-Dollar Company(時価総額100億米ドル)の仲間入りを果たすことができました。(1ドル=107円)

これは、当社グループが、環境変化に強く、困難な状況においても適応能力がある事業、つまりレジリエンスの高い事業構造であることを評価された結果であると考えています。しかし、これはゴールではなくあくまでも通過点であると認識しています。

私は今、当社グループの存在意義や社会への責任がますます重くなったことを痛感しています。今後も、「食足世平」「食創為世」「美健賢食」「食為聖職」の創業者精神を変わることのない価値観として、グループ理念である「EARTH FOOD CREATOR」の体現に向け、10 Billion-Dollar Companyとしての誇りを持ち、真摯に経営に取り組んでまいります。

Q 「EARTH FOOD CREATOR」体現に向けた施策について教えてください。

当社グループの企業理念である「EARTH FOOD CREATOR」には、「人類を食の楽しみや喜びで満たすことを通じて社会や地球に貢献する」という意味を込めています。責任ある企業として、人々に安全でおいしい食を提供することはもちろん、環境・

社会課題の解決にも主体的に取りむこと、すなわちCSV(Creating Shared Value/共有価値の創造)の考え方に基づく経営を通じて、社会的価値と経済価値の双方を追求し続けることが重要であると考えています。

昨今、売上や利益の向上といった財務面に加え、企業活動に関連するお客様・投資家・従業員・社会/環境などステークホルダーすべてを意識したステークホルダー資本主義が議論される時代になりました。

また、新型コロナウイルス感染症だけでなく、世界各地で大規模な森林火災や記録的な豪雨が相次ぐなど、これまでにない自然環境の変化が私たちの身边で起こり始めています。

当社グループは世界中の人々の食を支えるグローバルカンパニーとして、より高いレベルでの環境対策推進を重要経営課題と位置付け、2020年4月に環境戦略「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」をスタートさせました。「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」では、「気候変動」と「資源の有効活用」という2つの問題を中心に取り組みます。

特にCO₂排出削減を最重要課題と位置づけ、2030年度を期限とする目標を掲げています。この目標は、国際的な「SBTイニシアチブ」により、科学的な根拠に基づいた目標であるとの認定を受けました。(*詳細については裏表紙)

また、「気候変動」が企業活動や財務にどのような影響を与えるかというTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)の提言に関しても、主要な資材調達などの観点から分析し、その結果を公表

しました。

一方、「資源の有効活用」については、2030年までにパーム油の持続可能な調達比率100%などの目標を掲げています。2019年度には、カップヌードルを製造する国内工場、RSPO認証油の調達を開始しました。

また、家畜生産段階における環境負荷の低減を図ることができる植物代替肉や培養肉の研究開発も推進しています。

このように当社グループは、事業活動・製品を通じて、環境・社会価値と経済価値の双方を追求し、その活動や実績を社外に開示することで投資家の皆様など多くステークホルダーとのパートナーシップを強化しながら、持続的な企業価値の向上に努めています。

Q 最後に株主の皆様へのメッセージをお願いします。

当期は、「中期経営計画2020」の最終年度となります。計画達成に向け、国内外を含めグループ一丸で取り組んでまいります。

新型コロナウイルス感染症の拡大により、消費者の皆様のニーズやコアユーザー構成の変化、消費行動の変化など、状況は日々刻々と変わっています。

私はいかなる環境下においても、食品メーカーとして持続的に製品の供給を続けていくことが当社グループの責務であると考えています。



これまでは有事における事業継続(BCP)の最重要課題は、震災対策でした。近年は台風や大雨などの激甚災害が増える一方です。今年に入りコロナウイルスパンデミックが世界を襲い、感染症は最大テーマとなりました。従業員の安全、設備、原材料、物流などの確保など、非常事態への備えをより強いものにできるよう、取り組んでおります。

このような未曾有の事態にも適応し、「ニューノーマル」な環境に迅速に対応できるよう、持続的な成長を目指し弾力的な戦略オプションを実行してまいります。

また、既成の枠にはまらず、現状に満足することなく、「Beyond Instant Foods」つまり「即席めんを超えた新たな食文化の創出」も目指してまいります。

さまざまな環境変化に対応しながらも、NISSINらしいクリエイティブな製品を生み出し、食品メーカーとしての責務を果たしてまいります。引き続きご支援のほど、どうぞよろしくお願いいたします。

事業活動や製品・サービスを通じて
持続的な企業価値の向上を目指す