

企業名： J-オイルミルズ

レポート名： J-オイルミルズレポート 2021

1. この会社が目指す姿が理解できるか

おおむね理解できました。J-オイルミルズは日本においては少子高齢化による労働力の減少を見据えて労働負荷の少ない商品を、世界的にはコロナ禍による日本での売上高の減少への対応や、少子高齢化による人口減少が起こることで売り上げが減少することを見据えて海外にも市場を展開しています。また、地球温暖化を防止するために環境にやさしい製品づくりを心がけています。

これらの点を、私は J-オイルミルズが将来起こる事態を見据えて目指す姿であると理解できました。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

J-オイルミルズの競争優位性はあまり理解できませんでした。理由は J-オイルミルズの売上高の推移です。コロナ禍によって 2020 年度に売上高が下がってしまったのは仕方のないことですが、2018 年度も 2017 年度に比べて売上高に伸びがあまり見られず、2019 年度は 2017,2018 年度より売上高が 50 億円以上下がってしまっています。この点から J-オイルミルズはコロナ禍にかかわらず、なくてはならない企業としての地位を獲得することができておらず、売上高の伸びもあまり望めないと感じたため、競争優位性はあまり理解できませんでした。

3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか

現在行っている海外事業の展開などが成功すれば、競争優位性に持続性が生まれていくと思います。例えば、「まめのりさん」は、売上の約 90%以上は海外、うち 50%はアメリカで販売されていて、最近ではカナダや中東、EUにも出荷されています。1980 年代の発売以来海苔の代替品として海外の寿司店をはじめとした日本食レストランのブームに乗って好評を得ていたり、コロナ禍でもテイクアウトなど中食需要をキャッチアップしたりしていて、今後は海苔の代替品としてだけでなく植物性ラッピングシートとして、アメリカのメインストリームでのメニューへの採用につなげていくことで、成長市場であるアメリカでの売り上げ拡大も目指していくなど、コロナ禍などどんな状況に陥ってしまったとしても、売上を持続していけると感じました。このような商品がさらに開発されていき、市場でシェアを占めていくことができれば、このような商品は J-オイルミルズ独自の技術を必要とすると思うので、J-オイルミルズなしでは困る企業が出てきて競争優位性を獲得していけると思います。

4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

J-オイルミルズは海外展開に向けた様々な世代・様々な職業による視点が必要なので、自分も意見をだすことで人的資本の価値向上を達成できると思います。日本において事業を展開していくのであれば栄養士が製品を分析していくことが中心となっていくと思いますが、海外展開をしていけば、海外で商品を売れやすくする戦略を立てたり、海外企業と交渉したりできるので、自分ならその領域で活躍しやすいと思います。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

海外展開に向けて具体的にどのような事業を展開しているかや、持続可能な社会に向けてどのような製品があるのかがあまり紹介されていなかったため、その紹介があると見る側もイメージしやすいと思いました。