

企業名： エバラ食品工業

レポート名： バリュー・レポート 2021

1. この会社が目指す姿が理解できるか

エバラ食品工業(以下、エバラ)は「新しいおいしさ」や「一步先のおいしさ」を提供することを目指しているが、それが何を示しているのかがあまり伝わってこなかった。既存製品の新しい味を開発することなのか、新しい市場に参入して新商品を開発することなのかはわからなかった。エバラ自身が手の内を明らかにすると他企業に戦略がわかってしまうなど不利益も生じうるが一消費者として知りたいと思う。一方、社長メッセージの中で「心身の健康に貢献し食を楽しめるようにすることがエバラ食品の使命」が挙げられ、ESG への取り組みとして食育への取り組みが紹介されていたがこれは将来世代の健康な心と体を作ることにつながると理解できた。また、成長戦略についてはデジタルコミュニケーションを活用した熱烈なファンの獲得を目指すなど具体策が含まれており理解がしやすかった。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

食品事業では焼き肉のたれ、すき焼のたれ、浅漬けの素においてトップシェアを誇っている点、季節性の商品だった「プチっと鍋」を春夏にも販売拡大し個食鍋のメーカーシェアナンバーワンとなった点、「プチっとうどん」がうどんつゆのメーカーシェアナンバーワンとなった点から既存製品の市場における圧倒的な強さと、コロナ禍における家庭での食事が増加するなどの需要の変化にも即時に対応し、既存製品の活用も含め新たな市場で業界シェア 1 位を取っていることが理解できた。また、需要の変化に対応すべく競合他社や市場の分析、消費者への調査を行ったことが読み取れた。統合報告書の中で実際これらの商品はトップシェアを誇るという数字だけでなく背景にある企業の努力がよく読み取れると思う。

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

トップシェアを誇っている 3 品がこの先もトップシェアであり続けられるかはもちろん不明である。例えば、「黄金の味」は焼き肉のたれとしての知名度も高いが、統合報告書によると今でも新しい味を開発を行っている。ただ、こればかりは競合他社がこれから販売する商品が大人気商品となり、エバラがトップから陥落する可能性も否定できないので競争優位性に持続性があるかどうかは評価できない。しかし、そのような事態を避けるためシェア防衛につながるような努力がなされていることが伝わってくる。そのため、この報告書を読んだ人はエバラの将来性に期待を持てると思う。

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

社員の成長を促す具体的な制度として「自発的成長支援制度」をあげ、統合報告書に記載することで社員が自発的に勉強する機会を提供することが示せているため非常に良いと思う。この制度は資格の取得や予備校の費用などをエバラが一部負担することになっており、社員自身が自らの足りないところを自覚し成長するきっかけになっていると思う。また、社員自身が足りないところを自覚するための「人事評価制度」は直属の上司だけでなく周りの部署の管理職も巻き込んでいる点から客観的な社員の評価につながる良いシステムだと思う。しかし、エバラがもう1つ掲げている制度である「キャリア等級／職責・職務ランク制度」の説明の中で挙げられている「人材の成長軸と仕事の役割軸を分けて考える」が具体性に欠け理解できなかった。そして、2019年度から2023年度までの5か年の中期経営計画の中で社員の挑戦による成長を促していることから社員が自らのスキルを向上させる雰囲気も整ったのではないかと思う。健康宣言を出すなど社員の健康に気づかい働きやすい環境を提供していることも評価できる。最後に、統合報告書内にエバラではチャレンジ精神と他社にない発想力を売りにしているとあるため、クリエイティブな発想を持った社員が向上させたスキルを発揮するための環境も整っているといえると思う。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

この報告書は企業の現状とそこまで至った軌跡、そして将来像も要点が書かれていてわかりやすく読みやすい報告書である。しかし、抽象的な概念のままとどめてしまい理解しがたい用語も複数あった。1. であげた「新しいおいしさ」「一歩先のおいしさ」はキャッチーなフレーズだが、報告書全体を読まないとなんか指すのかがよくわからないように感じられた。抽象的な概念に対してはそれを読み手が正確に理解するための説明を端的にまとめることが求められると思う。また、社員のチャレンジ精神と他社にない発想力を売りにしているならばそれを体現した商品の開発までの道のりを公開できる範囲で特集記事のようなものを組むとよいのではないかと思った。この報告書は各部門ごと、各セグメント事業ごとの構成になっている。そのため、エバラのせつかくの強みが埋没してしまっているように感じた上、報告書内の文章で否定されているとはいえ部門ごとの隔たりが深いという印象を与えてしまうと思う。報告書内の「プチっとうどん」や「プチっと鍋」の事例では縦割りではなく部門をまたいだ横のつながりが感じられ、実際に成功した事例でもある。こういった成功事例を1ページ未満にとどめるのではなく、見開き1ページは使えばよいのではないかと思う。これにより部門をまたいだ横のつながりもあるということを強調できると思う。