

マルサン
アイ

鮮度・チルド・アーモンドの3ド拡大へ 「ひとつ上の豆乳」で環境配慮のストロー採用



▲主力の豆乳を生産する本社豆乳工場

1952年に創業し、70周年を迎えた。21年9月期から23年9月期の中期経営計画を進め、ローリング方式で今年3月に一部を更新した。基本戦略では、「基幹事業の拡大と3ド（鮮度・チルド・アーモンド）+バルク、海外への挑戦」「中長期を見据えた独自開発、技術力強化・伝承」「食品・安全方針、品質方針の実行」「ローコスト体質強化で収益力向上」「働き方改革、人材活躍の推進」「持続可能な開発と企業活動（SDGs対応）の6つを掲げ、23年のグループの売上300億円以上、営業利益率の向上（4%以上）、投資と資本政策を支えるCFの創出を目標に掲げている。

そのための成長投資方針として収益の安定的な確保のため、安全・安心、人材育成投資、DX（MDX：マルサン・デジタル・トランスフォーメーション）、既存工場の再配置設備も積極的に行う

とともに広告宣伝、研究開発に注力。海外においては引き続き中国、東南アジア拡大を視野に入れ投資をしていく。また、自己資本の拡大として「自己資本比率30%以上、ROE10%以上を目指す。

主力の豆乳は、11年から順調に生産量を増やし、17年にはマルサンアイ鳥取の豆乳工場を稼働し、2万6千m²の敷地に最新鋭の設備を備え、西日本エリアを中心に豆乳を供給している。

SDGsでは「イノベーション」「食と健康」「エネルギー、環境」「人権尊重」の4つのテーマに取り組む。「イノベーション」では大豆利用、品種開発やオカラの有効利用、環境負荷の低い製品の開発を掲げる。

21年9月に発売12年目でフルリニューアルした「ひとつ上の豆乳」は、新品種の国産プレミアム大豆「すみさやか」と「きぬさやか」のオリジナルブレンドを「るりさやか」と商標登録。すっきりとコクを両立する成分無調整、ベースにクセがないからこそフレーバーが良く乗り、飲みごたえがアップした豆乳飲料になった。

パッケージは全体をシンプルにまとめることで上質感を演出。流れる豆乳をデザインし、シズルで口当たりの良さと澄んだ味わいを表現した。

また、環境への配慮のため、ストローは再生可能資源を原料とするバイオマスプラスチックを25%以上配合。日本バイオプラスチック協会による「バイオマスプラ（BP）」認証マークを取得している。



▲鮮度・チルド・アーモンドの3ドの拡大を図る