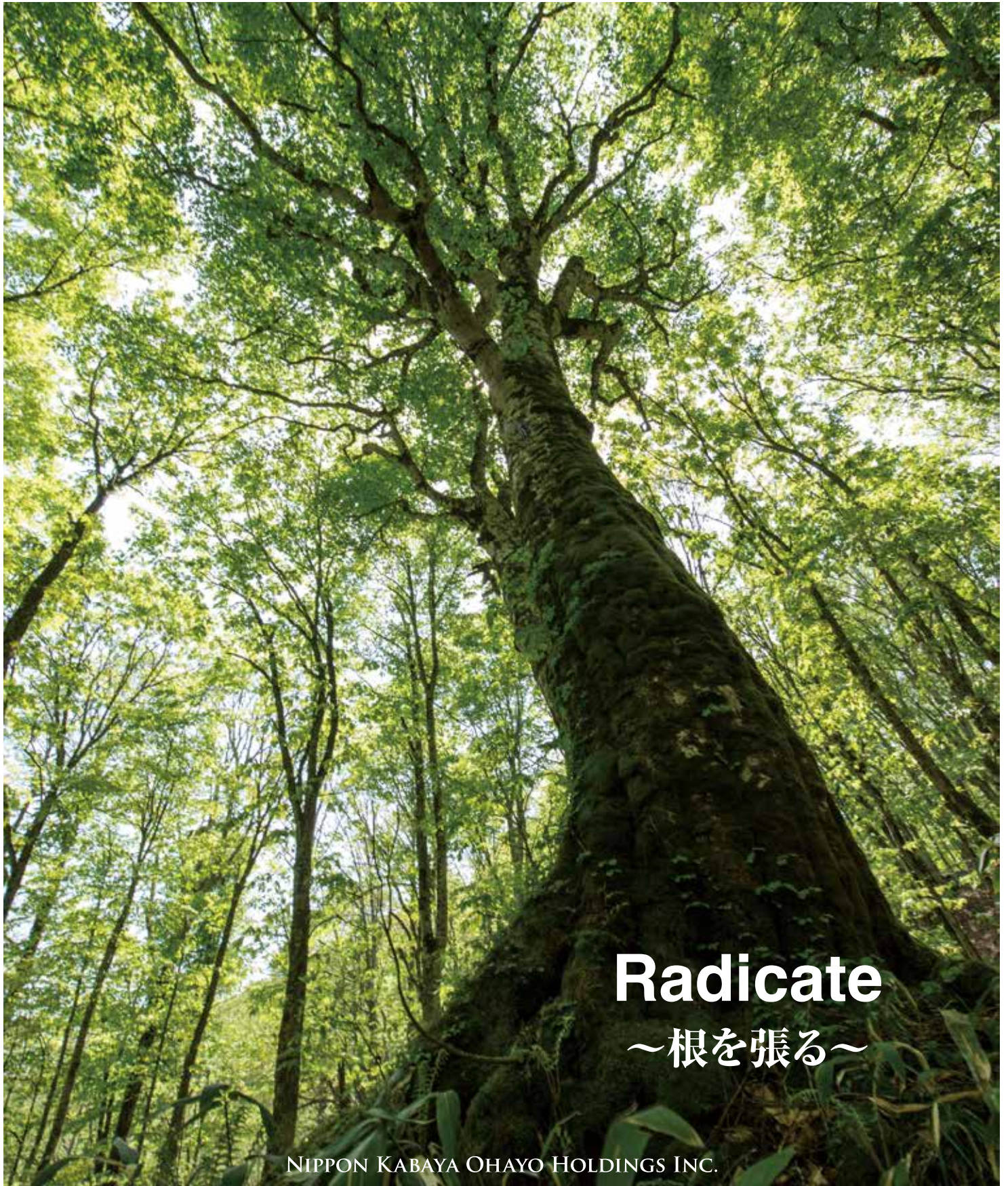


ALL for ONE

Corporate Communication Magazine

Vol.14



Radicate

～根を張る～

NIPPON KABAYA OHAYO HOLDINGS INC.



追悼 長渡譽一さん

真の欲求を究めて、 ホンモノをカタチにする仕事はできていますか？

2017年6月24日、ゴルフコース設計家の長渡譽一さんが逝去されました。

長渡さんは、ザ・ロイヤルワールドプロジェクトをオファーした時、すでに余命1年を宣告されていました。それを聞いて混乱しましたが、長渡さんの当プロジェクトへの強い想いを聞き、必ずやり遂げるであろうと確信しました。そして、ご存知の通り、見事に世界に通用するコースが完成しました。まさに、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにしたコースであり、長渡さんが命がけで取り組んだ仕事の結果です。

長渡さんの功績をたたえ、感謝し、これからは我々がその想いを紡いで本当の意味で完成させなければなりません。長渡さんのように、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにすることに、命までかけるとは言いませんが、それくらいの想いを持って取り組まなければ、人の想いとしてここまで伝播し、その人がいなくなっても、その人の想いをカタチにすることはできません。

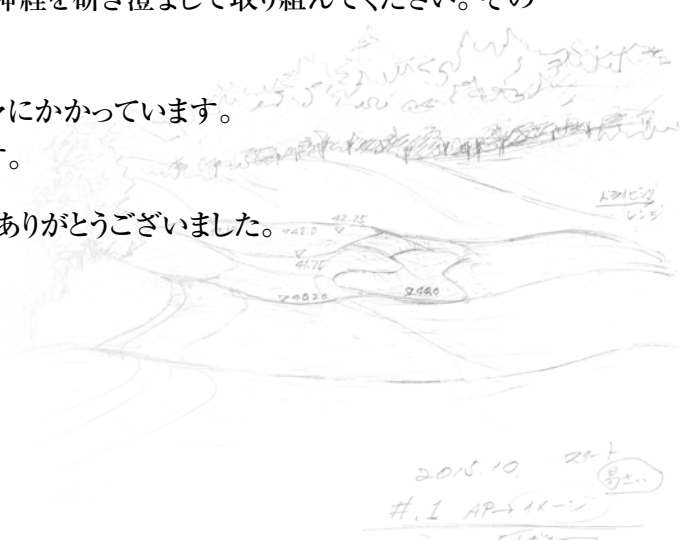
長渡さんには本当にお疲れ様でしたという気持ちでお別れをしました。どこにいても、どんな場所でも、貪欲に勉強し、自己成長を追求することができることを長渡さんから学びました。皆さんにも長渡さんの創ったものを見て、感じて、その仕事から学んでもらいたいと思います。まだ「ザ・ロイヤルゴルフクラブ」を見にいけないのであれば、ぜひ行ってください。そしてホンモノを肌で感じてください。自分が思い描いたモノを必ず実現させるために、日々神経を研ぎ澄まして取り組んでください。その想いがホンモノなら必ずヒントも答えも出てきます。

ザ・ロイヤルワールドプロジェクトの完成は、残された我々にかかっています。

長渡さんの想い、気持ちに応えるため必ずやり遂げます。

長渡さん、心からご冥福をお祈り申し上げます。本当にありがとうございました。

日本カバヤ・オハヨーホールディングス株式会社
代表取締役社長 野津基弘



『歴史を学ぶ』

知識より意識～人間性の本質を学び、 物事の本質を見極める力を持ち、 先見性を身に着け、判断力を向上させる

歴史を学ぶとは『人について学ぶ』こと。

現在、我々を取り巻くすべての環境は『人』が創り出してきたという事実を認識してください。

生活、文化、伝統、政治、経済、宗教、科学技術、戦争、紛争…など人間が起こしたさまざまな出来事はすべて『因果応報』。今、起きている事象・結果には、すべて原因があります。

そして今後起きる事象の結果の原因は、まさに今のあなたの思考と行動の結果が原因となります。

システム・権威・権力・時代因子・利害得失などの条件を理解し、自らをその立場に置いた上で『人間性の本質』に迫ることができれば、案外『物事の本質』に迫ることは難しいことはありません…なぜなら、同じ『人』が起こしているからです。

歴史の中、その人が如何に、立場や使命に向き合い、その人らしい思考と行動により物事の事象を決定してきたのか…人間性の本質、物事の本質は、殆ど変わっていないことが分かります。

現代に於いて、あなたの周りで起こり得るあらゆる事象について『物事の本質』を理解できるようになります。その事象の殆どは歴史にあり、その情報で現代社会を生きる我々の指標として仮説が立てられるようになり、目の前で起きる事象に振り回されず『物事の本質を見極め、先見性を身に着ける』ことができます。

今まで不確実・不確定要素だと思われていることでも、現実を直視し、危機を想定しながらも、先見性のある戦略を立て現実的な計画で進めていくことが重要です。

歴史は、さまざまな困難な時代を通じて現代に繋がっています。今後、将来をどう担っていくべきなのか…ぜひ、一緒に学んでいきたいと思っています。

何かを変革・改善しようとする場合、なぜ変革や改善が必要なのかを理解すると同じように、その成り立ちを理解しておかねばなりません。分らず推し進めた場合、極めて脆弱なものになってしまいます。

自分の経験による判断だけでは対応できないことがあります。その時、迅速に対応するために、多くの人材が歴史を学び、ま

た各々が学んできた多様なスキルを以って、今後のBusinessに取り組んでいただきたいと思います。

そして、理想と現実を分けて考える人も多い。しかし、現実を乗り越えるには理想が必要であり、現実にある問題を認識しなければ理想は生まれません。歴史に学んだ人こそ、現実を乗り越え理想を実現させることができます。それは現実にも挑んだ歴史上の人物とその術を心得ているからだと思います。

我々も現実を直視し、思考のスピードを上げ、現実と理想の狭間に足を取られることなく、着実に歩み、理想を実現できる『人間力』のある企業グループとなることを願っています。

今回、研修していただく倉山満先生は、多数著作を出版され、Amazon歴史・政治カテゴリでほぼ毎回ランキング1位を獲得している憲政史家です。鋭い視点で歴史を紐解き、曖昧な解釈に妥協せず本質に迫り、現代社会に対する考えを示すことができる極めて稀有な人物です。

今回の歴史講義の主人公は『国民所得倍增計画』をわずか7年で実現させた第58～60代内閣総理大臣 池田勇人です。理想を以って今の日本を形成し、思い半ばで息絶えてしまった人物です。時代的には身近で、もちろん評価も分かれるでしょう。ぜひ、疑問の目を以って研修に臨んでください。

ノリよく
リアクションよく
真面目になり過ぎず～楽しんでください。

歴史とは教えられ憶えることではなく、彼が何を為そうとし、何を為し得なかったのかを学び、今の自分が為すべきことを学びとれるか…だと思います。

歴史…そこには必ずヒントがあるのだから。

真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにするために、大きな樹を育ててください。そうすれば大きな樹を持った人物と出逢うことができるかもしれません。

日本カバヤ・オハヨーホールディングス株式会社
代表取締役社長 野津基弘



グループ社員座談会

オハヨー乳業、カバヤ食品の開発・営業担当者の
直球質問に基弘社長が真っ向勝負！

メーカーの強い意志が 消費者を動かす

座談会出席者（左から）

播田元輝（カバヤ食品）

中端浩一郎（カバヤ食品）

野津基弘社長

金田美優（オハヨー乳業）

松井亮（オハヨー乳業）

※メンバーは、座談会に立候補した社員です

前回、各社の20～30代の社員に集ってもらい座談会を開きましたが、今回は、オハヨー乳業、カバヤ食品の開発・営業担当者と基弘社長が集結。「ALL for ONE」を読んだ感想や理解できないこと、日々の業務における問題点や疑問、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにできているか、基弘社長への想いや考えなど率直な意見をぶつけてもらいました。

野津 みなさんは、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにするために行動できていますか。

中端 これまでグループ会社やほかの職種についてあまり関心を持っていませんでした。まずは、グループ会社の事業についてもっと知ることから始めようと思っています。それにより少しずつですが、行動も変わっていると思っています。

野津 それは必要なことですが、通常業務であって「真の欲求」ではありません。確かに、企業や世の中に対して関心を持っているかどうかは重要です。

中端 そうですね。これまで営業としての成績にしか関心を持っていませんでした。カバヤ食品に入社した当初は、「世の中に影響を与えるような商品を扱いたい」と思っていました。でも、日々の業務に追われ、目の前のことをこなすだけで、その想いを貫けなかったことを恥ずかしく思っています。

野津 まさにその想いが真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにすることです。では、みなさんに聞きますが、実際に真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにする仕事を今の職場でできると思えますか。

中端 正直、初めてALL for ONEでその言葉を見たときは、できると思いませんでした。ただ、今は考え方が変わっています。目標を高く持ち、常に意識していなければ、到達できる可能性すらありません。営業として売上目標も大事ですが、その先を見据えて思考し続けていかなければ、一生新しい物を生み出すことはできません。

野津 例えば、いつも本当に自分が欲しいと思うものを買っていますか。その欲求に対してちゃんと時間を使っている？

中端 私は自分が欲しいものを買っています。どんなものでも時間を掛けて選ぶようにしています。そして、気に入ったものは長く愛用しています。

野津 そうだね。中端さんからはそれを感じます。掛けている眼鏡を見て、分かりました。ちゃんと時間とお金を掛けて選んでいることを。私は、日常生活で自分の欲求に対して、ちゃんとお金と時間を使うことが大切だと思っています。では、オハヨー乳業やカバヤ食品は、消費者に時間とお金を掛けてもらえる商品を提供する仕事ができているかどうかです。金田さんは、真の欲求を究めてホンモノをカタチにする仕事ができると思っていますか。

金田 できると思います。オハヨー乳業は、強みとしてこれ

まで失敗を恐れず挑戦してきた会社だと思います。今は、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにする体制が整っていないだけだと感じています。その原因として、部署の垣根を越えたコミュニケーションが不足していることが挙げられます。営業マンの商談報告書などを各部署で共有していますが、開発側はそれをほとんど参考にしていないことが問題ではないかと思っています。

野津 確かに短期的には、営業マンが聞いてきた情報を参考にすることは重要だと思います。ただ、その情報を参考にして、我々が求めている真の欲求を究めてホンモノをカタチにした商品が作れると思いますか。

金田 量販店などがあつたらいいなと感じている商品を作ることも大切なのではないのでしょうか。

野津 一つの意見として耳を傾けることは必要ですが、その情報だけを基にして商品を作るのはPB商品と同じです。我々がメーカーである以上、「真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにする」ことにはなりません。

金田 バイヤーの意見を反映させるというより、もっと営業担当者の意見を反映したいと思っているのです。

野津 確かにそれはやっていませんよね。恥ずかしいことですが、これまでそういう文化がありませんでしたから。先日、営業担当者に、開発にこういう商品を作ってほしいと言うのではなく、開発担当者が本当に作りたい商品は何かと問い掛け、議論しなさいと伝えました。餅は餅屋というように、商品開発において、開発は営業よりも専門家です。商品について論じている限り、開発のほうが、立場が上なのです。ただ、そうするためには、どの部署よりも見識を深め、高い志を持って、想いを伝えていかなければなりません。開発担当者が、なぜその商品を良いと思ったのかを理路整然と説明できていなかったり、美味しければいいと安易に考えたりしているようでは駄目なのです。

今までの営業は、得意先からの情報そのままの内容を報告していました。それは営業の「真の欲求」ではないので、聞かなくていいと言ったのです。真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにしたいという想いを開発に要求するのではなく、意見を取り入れた上で自分の欲求としてカタチにしなければなりません。それができているかは、その人の行動を見れば分かります。商談報告書に書いて終えたりしません。直接話をしてくると思います。

今の状況を変えるためには、営業も開発も現場に足を運ばなければなりません。開発に対する“現場”は、材料の源流にまでさかのぼる必要があります。そして、それこそが有機的な連携・連動なのです。



金田 正直、私は「真の欲求」をどのようにとらえたいのか、まだ分かっていません。消費者の求めているものをカタチにすることなのでしょうか。

野津 それは違います。新しい商品を生み出したいという欲求は、その開発者の中にしかありません。

金田 それでは自己中心的になってしまうと思うのですが。

野津 それでいいのです。以前、ALL for ONEのトップメッセージで「我がままになれ!」と書いてありましたよね。

金田 でも、それが消費者に受け入れられるかどうかを考えてしまうのです。

野津 消費者が望んでいたものではなく、メーカーの強い意志を消費者が受け入れたものが必要なのです。その意思是、欲求がカタチになった商品です。例えば、新しいカテゴリーの商品を市場に出したとしましょう。その後、競合他社が似たような商品を出しますよね。それは結果として、マーケットを拡大させることにはつながりません。シェアを奪い合っているだけです。そうなれば、必ず消える商品と残る商品が出てきます。結果残るのは、メーカーの強い意志を消費者が受け入れた商品なのです。

播田 自分で実際にいろんな場所へ足を運び、お金を使って自分の欲求を満たせるモノを創るということですか。

野津 そうです。それは新人でも中堅でもベテランでも同じく全人生をかけなければ、できないことだと思います。

播田 自分の欲求を他人に理解してもらうためには、具体的にどうしたらいいのでしょうか。商品開発は、一人ではできない仕事です。自分の意思や想いを仲間やチームに納得させるにはどうしたらいいか悩んでいます。

野津 愛情と覚悟を持って、伝えているかどうかです。どんな困難なことでもあきらめないという覚悟とそれをやり抜く行動力が必要です。まずは、先達や先輩たちが今まで出してきた商品をきちんと棚卸し、自分のものにした上で自分の欲求を掘り起こすことが必要だと思います。例えば、歴史人物の伝記を読むことに近いですね。その人の人生そのものを学ぶことと同じです。成功、失敗を分析し、自分の真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにしてください。

松井 オハヨー乳業は、おいしさとフレッシュネス事業へのさらなる挑戦、医と食のバランスを変える事業を中・長期経営計画に掲げています。それを実現するためには、営業は、開発に対して現状を飛び越えられるような意見を出さなければなりませんが、私自身、それができていないのが現状です。もちろん、これからさまざまな場所に出向き、社内外の人と交流することで、知見を高めていきます。ただ、今は開発の中で徹底的に議論して生まれた商品を、愛情と覚悟を持って売り込んでいこうと思っています。

金田 そういった想いがあるならば、もっと開発部に出向いて話してほしいです。私は、部署の垣根を越えてコミュニケーションできていないことが問題だと思っています。

野津 金田さんや松井くんがそう思っているならば、現場へ出向いて話を聞きに行きましょう。それに対して経費を使うことは構いません。開発が営業に同行するのも一つの手段です。会社にも何も生まれません。どんどん外に目を向けて、現場に足を運んでください。特に、成功している企業の商品はよく研究してみてください。

うちの社員は、みんな一つのことだけにとらわれ過ぎています。10や20のことを同時に取り組んでみればいいのです。そうすると優先順位を決められ、取捨選択できるようになります。結果、仕事も進みやすくなります。多角的、多面的に仕事するという事は、自分が中心になって物事が動かせるようになるということです。

松井 いろんなことに取り組みながら、一つのことをもっと深掘りしていくことも大切だと思っています。そして、周囲とその内容を共有することでもっと良いアイデアが生まれるのではないのでしょうか。

播田 最近、他社の商品について、深掘りして研究するように心掛けています。これまでも他社の商品研究はしていましたが、恥ずかしながら、型通りの研究しかしていませんでした。

野津 いいことですね。日常の生活の中で、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにした商品を探すことを意識すれば、おのずと行動が変わってきます。そういう意識で時間とお金を使い、人と付き合うことが仕事に生きるのです。金田さんは、自身の課題はなんだと思っていますか。

金田 目の前の仕事に追われて、視野を広げられていないことが今の課題です。正直、既存の商品に対しても勉強不足で、自分の仕事に自信を持っていないのが現状です。

松井 自分が納得していないことを伝えようとしても、それはなかなか相手には伝わらないと思います。どんな形であれ、開発が納得して生み出した商品であれば、営業が誇りを持って売ることができます。

野津 そうですね。開発は、目的を決め、きちんと覚悟を持って、商品を送り出さなければなりません。それは本当にこれでいいのかどうかという自分への問い掛けに向き合う覚悟でもあります。また、「概念＝コンセプト」があれば、それが軸となり伝えやすくなります。真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにした商品を創るには、とても時間が掛かるのです。試行錯誤し、いろんなことにチャレンジしてみてください。金田さんも、課題と思っていることを行動に移して、二の手三の手を打っていけるように準備していかないとはいけませんね。営業にもっと売ってこいとプレッシャーを掛けられるぐらいに！(笑)

金田 はい！今、少しずつですが行動しているところです。

野津 会社の売り上げを営業だけの責任にはしてはいけません。開発部門にも責任があるのです。摩擦を恐れずに、もっと意見をぶつけあってください。カバヤ食品はどうですか。

播田 今、カバヤ食品では、いろんな商品プレゼンを基弘さんにしていますが、なかなか承認が得られないので、新商品を出せていないという焦りがあります。

野津 では、開発部署内で各々が自分の欲求を伝え合い、意見をぶつけ合っていますか。

播田 正直、基弘さんに承認をもらうことが目的になっているように感じます。真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにすることから外れていると思います。

金田 オハヨー乳業も同じような現状があります。

野津 真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにすることを前提にして商品開発するとき、価格や内容量などはあとで考えることです。私は、自分が決めたことをお客様に正直に伝えられる会社を目指してほしいのです。

播田 今、カバヤ食品に一番足りないものは何でしょうか。

野津 カバヤ食品は、社員同士のつながりが極めて希薄だと感じています。そんなことはないと言う声もありそうですが、私から見れば、本音でぶつかり合うことをせず、当たり障りのない関係を保ち続けているのです。商品開発以前の問題です。結果として、適当なもので、適当なカタチで、適当なまま業務が進んでいるのです。

これまで、一カ月に最大約20の新商品を作っていましたよね。



やりたくてもやりたくなくても、惰性で20アイテム作らされていたわけです。私が社長に就任して、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにした商品だけを作ればいいとだけ伝えているのに、ピタッと手が止まり、何も出てこなくなりました。それがどういうことなのか逆に聞きたいです。

播田 真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにすることが本当の意味で明確になっていないのかもしれない。これまで何も考えず、流れ作業のように商品を開発してきたツケが回ってきているのだと思います。今、社員は、さまざまな商品を研究し、他社の人と会うことで会社の風土を変えようと必死に行動しています。

野津 まずはそこからがスタートです。他業種の商品開発起源をたどってみることはいい勉強になると思います。例えば、今、座っているイスや以前、ALL for ONEの表紙にした帆船など、なぜこういったデザインのものを作ろうと思ったのか。昔からあって現在も残っているものは、必ず理由があるのです。

播田 残念ですが、カバヤ食品には歴史ある商品は残っていないですね。

野津 いわゆるヒット商品を狙っているからです。ヒットを狙って次々に商品をつくり、数打てば当たるという戦法で、当たらなかったものは消していく。結果として、ブランドと言えるものは何一つ残っていません。歴史ある商品がどうやってできたのかをよく調べてみてください。その開発者たちは、なぜその商品開発に携わり、それをやり切ろうと思ったのか。それを知ることがすごく大切なのです。理由は、必ず人にあるのです。「事業は人なり」というのはそういうことです。なぜそれをしようと思ったかの想いに尽きるのです。人を知ら

ずして、モノの価値は分かりません。だから、もっと歴史を調べなさいと伝えているのです。

中端 私が所属している名古屋支店では、支店内に限らずオハヨー乳業の社員とも積極的にコミュニケーションを図るようになっていきます。2社で一緒に商談にも行っています。さまざまな取り組みを実行し、失敗や成功体験を名古屋から発信していこうと思っています。そして、基弘さんが言うように、遊びのように仕事に取り組んでいきます。

野津 仕事をするように、遊んでくださいね！(笑)

松井 正直、これまで自分の仕事にしか関心を持っていませんでした。これからは、もっと開発の現場に顔を出してコミュニケーションを図り、意見をぶつけ合って、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにできるように取り組んでいきます。

野津 いいですね。さまざまなことに興味を持ち、情報量を増やしていろんな人と会話しなければ、アイデアは生まれません。まさに、「Communication×Speed=Innovation」です。何かひらめくまでは、明確な目的意識を持った上で、人と会って話し、本を読んで、どんどん知識をインプットしてください。自分を成長させられれば、それは会社も成長しているということです。ただ、いくらでも時間を掛けて良いというわけではありません。私が社長に就任してから、もう2年が経っています。ちゃんと期限を決め、限られた時間の中で、結果を出さなければ目標は達成できません。そのためには、部門としても個人としてもマネジメントが必要です。「**短・中・長期に分けた仕事のやり方を覚えなければなりません**」。人間が働ける時間には、限りがあります。広い視野を持ちつつ、目の前のことにも目を配り、楽しく仕事しましょう！



座談会を終えて：真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにする仕事をするためには？



オハヨー乳業
東京支店 営業二課

松井 亮さん
(入社14年目)

同じ方向性の意識を持った社員が本音でコミュニケーションを図り、互いを信頼し、高め合っていくことでホンモノをカタチにする仕事ができるのだと思います。そのためには幸福を目指し、自分の存在目的は何かを明確にすることが前提だと思っています。最初は人や会社に巻き込まれ、自分の目標を見つけても構いません。ただし、それが本当に自分の想いであると確立できるまでにしなくてはならないと思います。私個人としては、家族がきっかけでオハヨー乳業の商品を知り、入社を決めました。この会社を誇れる企業にすることが、家族への恩返しであり、家族と私を幸せにできるものであると考えています。今の中・長期経営計画で掲げている事業は、誇れる企業の目指すべき事業だと思っています。営業職として、方向性を同じくした社員が徹底的に考えた商品を、信頼し誇りと自信を持って広めていくことが、ホンモノをカタチにする仕事の一翼であると考え、励んでいます。



オハヨー乳業
研究開発室 研究・開発一課

金田 美優さん
(入社2年目)

オハヨー乳業の開発部として取り組むべきことは、さまざまな現場に足を運び、見て、感じる。そして、行動規範にある「摩擦上等」でコミュニケーションを図ることだと思います。オハヨー乳業は、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにしてきた会社だと思っています。しかし、今は、各開発担当者が自分の真の欲求を見いだせていないと思います。こういう商品を作りたい、既存商品をこうしていきたいなど商品に対する「意思と想い」、「愛情と覚悟」が私も含め、明確に見えている人は少ないと思います。真の欲求を見いだすためには、知識や教養を幅広く持つことが必要だと思います。今後は、積極的にさまざまな現場に足を運んでいきます。また、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにするには開発部門だけではできません。各自が当事者意識を持ち、部内のコミュニケーション不足を解消し、部署の垣根を越えて議論し尽くすことが第一歩だと思います。



カバヤ食品
名古屋支店 営業二課

中端 浩一郎さん
(入社19年目)

営業職としては、小売業のバイヤーや担当者、消費者までを見据えて、求めているものは何なのか、どのように提案し店頭に並べれば顧客へ響くのかを考えていました。その部分については間違っているとは思いません。しかし、それだけでは足りないのだと感じています。なぜこの時期にこの商品が必要なのか。開発背景や意図を正確に伝えるのはもちろんですが、開発者の強い想いを理解し、顧客へ伝える努力こそが必要だと思います。そのためには、部署間のコミュニケーションを頻繁に図ることは必須です。当然意見が衝突することもあるでしょうが、そうした中でこそ真の信頼関係が生まれると思います。それには私たち営業も開発意図を共有するために必要な商品知識を持っていることが大前提です。何より重要なのは、私たちが意識を変えることです。それが真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにする仕事につながると思います。



カバヤ食品
研究開発室 開発管理課

播田 元輝さん
(入社5年目)

真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにする仕事をするためには、まずは自分の内なる欲求を生み出すために、さまざまな情報に触れ、仮説を立てること。そして、それを検証するために、社内外の人たちと本音で話すことでラポールを形成し、会社が一丸となる必要があると思います。まずは、自分を成長させるため、推薦図書を中心にさまざまな文献を読み、気になる人、事業、商品があれば、実際にそれに関わる人に会いに行き、交流を図ることがスタートだと思います。そして、今まで当たり前だったことに疑問を持ち、あらゆることに興味を持ち、インプットし、自分にしかない真の欲求を生み出していきたいです。また、カバヤ食品では「人と人のつながり」が希薄になっていることが問題だと基弘社長に言われました。それを打破するため、まずは自分からホンモノをカタチにする「覚悟」と「愛情」を社内にぶつけなければなりません。そして、多くの同志をつくり、カバヤ食品を代表する商品を創る仕事をするのを誓います。

新会社「リンク&リンケージ」の発足式開催

沖山孝雄副社長 あいさつ

労働集約型事業からの脱却！ 新たな価値を創造しよう



ALL for ONE Vol.13の基弘さんのメッセージに書かれていた「労働集約型事業からの脱却！新たな価値を創造することが求められている」は、私の考えていることと同じです。これをやり遂げるために新会社を設立しました。そして、私は、いつも社員は家族だと話しています。家族を思いやりながら、「見守り、育て、学ばせる」ことを心掛け、一人でも多くの社員を立派な社会人に育てることが管理職の仕事だと思っています。

今回、新たな体制でスタートしますが、管理職のみなさんは、まだ仮の人事だと思っていてください。1年後、成果によっては降格もありますが、目標を達成すれば昇格するようにしていきます。「関係をつくる。行動をおこす。感謝の気持ちを忘れない」をテーマに前向きに仕事に取り組み、新しいことに挑戦してください。私も協力を惜しみません。一緒に新会社を盛り上げていきましょう。

フジ物流とシステムメイト、オハヨー乳業、カバヤ食品の受注センターを統合した新会社「リンク&リンケージ株式会社」の発足式が、7月3日、岡山市中区の本社で開催されました。

4社の社員ら約100人が参加。新会社の管理職に対し、基弘社長が辞令を手渡しました。その後、新会社は単なる業務集約ではなく、無駄を徹底的にそぎ落としグループ全体の構造改革につなげることが狙いであることを社員に伝え、「多角的、多面的に仕事をし、多くの企業と連携・連動してほしい。社員全員が取り組み、どんなことも実現できると信じています」とエールを送りました。

その後、各事業部長があいさつし、全社員、グループ会社が一致団結して新たな事業にチャレンジすることで、中・長期経営計画の達成を誓いました。最後に沖山孝雄副社長が「生き残るには、変化し続けなければならない。現状を変えるため、いろんなことに食らいついて、楽しく仕事に取り組もう」と力強くあいさつしました。

今後、各グループ会社も積極的に連携・連動し、グループの発展に尽力していきましょう！



CLTの大型集合住宅着工



ライフデザイン・カバヤは、このほど、木材の繊維が直交するように重ねることで強度、断熱性などに優れた大型集成パネル建築材CLTを使った大型集合住宅を初めて着工しました。

受注物件は、アイサワ工業(株)(岡山市)の老朽化した社員寮(同市南区福島3-6-35)の建て替え工事。1100㎡の敷地に、木造3階(延べ1025㎡)の規模。1DKの部屋を30室設けます。

国内最大のCLTメーカー・銘建工業(株)(真庭市)が製造する県産のスギを使ったCLTを屋根や床などに採用。大判パネルなどを効率よく配置する「オリジナルCLT工法」で2割ほど部材コストを抑えています。完成は2017年12月上旬予定です。

6月30日に実施した起工式には、多くの地元メディアが取材に訪れており、注目の高さがうかがえました。



木造ゼネコンへの第一歩 窪田健太郎専務が戦略語る

CLT大型集合住宅の起工式で、窪田健太郎専務にこれからの戦略を聞きました。

「新築販売に依存した企業体質からの脱却がここ数年、最大の懸案事項でした。日本の人口が減少している以上、今後、戸建て住宅の着工数は必ず減少します。そんな中、大型集成パネル建築材『CLT』を使った大型集合住宅

を着工できたことは、旧体制から脱却するためのスタートラインにやっと立てたのだと実感しています。今、建設業界は大きな変革期を迎えています。わが社は、木造の戸建て住宅から高層ビル建築までを一手に手掛ける木造ゼネコンを目指し、木造に特化した事業を日本全国で展開していきます」。



Pick Up !

映画「キミスイ」 × 「キミグミ」 キャンペーン実施



カバヤ食品は、7月28日に全国公開する映画「君の睨臓(すいぞう)をたべたい」とタイアップしたキャンペーン「映画『キミスイ』×『キミグミ』」を開催中です。

このタイアップ企画は、映画の中で描かれているヒロインから主人公へのピュアな気持ち・ナチュラルな思いに共感し、ピュアルグミの「PURERAL MOMENT (ピュアでみずみずしい気持ちになる瞬間をお届けする)」という2017年のコミュニケーションテーマと合致していることから、実施を決定しました。

カバヤ食品は、キャンペーンを通じて「ピュアルグミ」ブランドをさらに周知し、消費者に商品の「みずみずしさ」「自然な果実感」を味わってもらう機会をより多くつづけていく考えです。

ピュアルモーメント
PURERAL MOMENT
映画「キミスイ」×「キミグミ」キャンペーン

応募期間: 6月18日～7月20日まで

映画「キミスイ」のペア劇場鑑賞券が
抽選で100組に当たる!

映画「キミスイ」ペア劇場鑑賞券が当たる
キミグミ顔 応援!

Instagram Twitter コンテスト

“キミ”や“みんな”の「キミグミ顔」を
ハッシュタグ **#キミグミ** を付けて投稿しよう!

ー キャンペーン概要 ー

コンテスト名: **「キミグミ顔応援! Instagram・Twitterコンテスト」**

キャンペーンページ: <https://www.pureral-moment.com/>

※同映画の主演である浜辺美波さんがキャンペーン・ナビゲーターとして登場し、InstagramやTwitterを使って、顔写真などを投稿するコンテストのモデレーター役を務めています。



尾道に新展示場オープン



ライフデザイン・カバヤは、7月1日、尾道市高須町に新展示場「尾道住宅展示場」をオープンしました。

福山市と東広島市に展示場はありましたが、中間の尾道市周辺が空白地帯になっていたため、販路拡大のため開設しました。場所は、東尾道駅から約300m東に立地。886.59㎡の敷地に、木造2階（延べ205.38㎡）の規模です。モデルハウスは、白を基調にしたシャープなフォルムに、ぬくもりのある木と石の風合いが特徴の「シンプル&モダン」。1階は玄関、リビング、キッチン、和室、浴室などで、2階は洋室や寝室、バルコニーなど。

初年度の目標棟数は20棟。1日には、現地でオープニングセレモニーを開き、窪田健太郎専務は「尾道の展示場をきっかけに、広島県でもCLTなど新しい商材をPRしていきたい」と話しています。



食育推進全国大会でサンプリング実施



オハヨー乳業とカバヤ食品は、6月30日、7月1日の2日間、ジップアリーナ岡山と岡山コンベンションセンターで開催された「第12回食育推進全国大会inおかやま」で試食サンプリングを実施しました。

消費者とふれ合う機会を設けようと工場勤務している新入社員が中心となり、商品を配布しました。普段の業務とは違うこともあり、戸惑う場面も見られましたが、多くの人と交流し、おいしそうに商品を食べる姿を見たことで、日々の業務に対するモチベーションアップにつながったとの声が聞けました。また、直接意見を聞くことで気づきの多さを実感したようで、「自分たちの想いが消費者に伝わっていない。どうやって魅力を伝えるかを検討したい」と課題も見つけたようです。

両社とも、今後さまざまなイベントに積極的に出展し、商品PRを実施する考えです。

NEW FAMILY

新しい仲間たち



ながた しんいち

大学卒業後、製パンメーカーを経て、製造小売系の菓子メーカーに勤務。主にマーケティング・企画を担当し、ブランドマネージャーとしてブランド全般の管理統括のほか、新ブランドの立ち上げや新しい事業の構築に従事。2016年11月入社。兵庫県出身。

永田 晋一

カバヤ食品株式会社 マーケット・バリュー戦略部 カテゴリー戦略室 室長

これまで、さまざまな食品関係の企業で戦略・企画・マーケティングを担当してきました。同じ菓子業界ではありますが、チャネル、商品、ビジネスモデルもまったく異なる環境で幅広く経験を積んできたので、カバヤ食品のブランドマーケティングや商品開発に新しい風を送り込み、「おいしさ」「健康・美」「たのしさ」をテーマにした商品の企画開発につなげていこうと思っています。

趣味は将棋です。最近是指す機会も減って棋力はもうすぐ初段ということで10年ほど停滞中です。今はもっぱら、CSチャンネルやネットでプロ将棋を観戦しています。



おかもと ゆたか

大学卒業後、国内菓子メーカーに入社。その後、1992年外資系菓子・ペットフードメーカーに転職。菓子・ペット営業やセールスマネージャー、営業企画マネージャー、フィールドMD統括、ペット東日本部長、菓子営業部長などを経験。2017年4月入社。千葉県出身。

岡本 裕

カバヤ食品株式会社 東京本社東京営業部 部長

前職では、ペットフード、菓子事業の営業を24年間従事しました。直近8年間の菓子事業では、新商品がほとんど出ない状況で、既存商品の配荷と認知度アップに注力してきました。今後の少子高齢化による人口減少や小売店におけるグロサリー棚の縮小など、外的環境の変化による競争激化の中でも消費者から支持されるブランドの構築に向けて、カバヤ食品の商品を消費者の手に取ってもらえるよう全力で取り組む所存です。

趣味は中学時代から続けているテニスです。現在も週1回テニスクールに通い、汗を流しています。大学時代はテニスクールでコーチをしていたので、今でも体力には自信があります。

日本カバヤ・オハヨーホールディングス 社長室より

当初よりお伝えしていますが、会社に対して3回以上質問・意見・提案したこと、評価に対して知らされていない、3ヵ月以上返答がない、または納得が出来ていない、現場で抱えている問題…等々、誹謗中傷以外、あなたの発言を尊重して守り、個の利益・利害を阻害することなく、全て受け付けます。

ALL for ONEの精神にのっとり、問題・課題の解決に向けて取り組むことこそが事業にとって、あなたにとっての利益となると考えます。

現場にこそ答えがある。

ご連絡お待ちしております。

連絡先: 日本カバヤ・オハヨーホールディングス 社長室 担当:北山
Fax: 086-231-4783 Mail: info@kabaya-ohayo.jp

ONE for ALL

当事者意識を以って、個々の人生設計を中・長期経営計画に映し出し、自らの豊かさと事業の成長・発展を一致させ実行し、達成する。

ALL for ONE

現状から目を背けず、現実を直視し、真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにする。
トップからのメッセージを直接伝えると同時に、それぞれの取り組みにフォーカスし、
全社一丸となってその一人を支えていく。

編集後記

開発、営業担当者と基弘さんとの座談会に同席し、胸が熱くなりました。若い社員がしっかりと自分の意見を自分の言葉で基弘さんに伝えていたからです。入社2年目の金田美優さん。真正面から基弘さんに自分の意見を伝えている姿は、本当に頼もしく感じました。私が金田さんと同じ年のころは、恥ずかしながら、まだ何の仕事をするかも決めていませんでしたから。

分からないことを素直に分からないという姿勢、自分の納得いかないことはトコトン突っ込んで聞く金田さんからは、仕事に対する信念を持ち、立場など関係なく議論を交わし、やりたい仕事に対する純粋な欲求を持っていることが伝わってきました。70代の沖山孝雄副社長は楽しみながら、20代の金田さんは熱い想いを持って仕事に取り組んでいます。40代の私は、もちろんそれ以上の熱い想いで仕事をします。(細川)



投稿・ご意見募集中!

「現場でこんな問題がある」「自分のアイデアを聞いてほしい」などの意見やALL for ONEの感想や疑問点をアンケートに記入して送ってください。
ご意見、ご感想をお待ちしています。



日本カバヤ・オハヨーホールディングスグループ
Corporate Communication Magazine "ALL for ONE" Vol.14

発行: 2017年7月28日
制作: 「ALL for ONE」編集室
〒700-0981 岡山市北区西島田町8-9
(株)瀬戸内海経済レポート内 ☎086-805-6188 FAX 086-805-6177

NIPPON
KABAYA OHAYO
HOLDINGS
INC.

真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにする

... ONE for ALL