



INFORMATION

ALL for ONE

web発行に移行 内容も一新して リニューアル！

意志を持ってリニューアル！

web化によって今までのコストは半分以上に抑えることになりましたが、

私たちは、これまで年間3000万円以上かけたALLforONEの価値を見出すことができていたでしょうか。

現場の課題について、課題解決に向かっているのでしょうか。

上司と本音で語り合えているのでしょうか。伝わるべき情報は伝わっているのでしょうか。

それらを解決するためのコミュニケーションマガジンであることは今後も変わりません。

これまで、創刊号からVol.16にわたって、経営の意向を伝え続けてきました。Top Messageとして伝えたり、会社の方針に則った事業を紹介したり、という方法をとってきましたが、経営の方針として伝えるべきことは十分に伝えてきたと思います。

一方で、社員の皆さんの行動や変化にあまりフォーカスできていなかったこと、十分に現場とコミュニケーションを図れていなかったことは編集チームの反省点です。

実際に、理念や方針は理解しているものの、どう自分の仕事に落とし込めばいいか分からない、という方も多いのではないのでしょうか。

今の仕事と会社の方針、 あなたはどう結び付けて いますか？

今後は社員の皆さんを中心に、方針に結びついた行動やその成果を掘り起こしていきたいと考えています。日々の業務の中で、何を求めて、何のために、どうその人の人生に作用したのか。それらがどう人生を彩るのか。所属も業種も環境も違う社員の行動を知ることで、自分の仕事にどう反映するかを考える機会になると考えています。会社の業績を上げるため、活動を紹介するだけのものではなく、会社や仕事を通じて、関わる方々、社員一人ひとり、人生そのものを豊かにしていく。その願いを込めたコミュニケーションマガジンであるべきだと考えています。

ALL for ONEは社員を リードしていくためのモデル ケースを紹介していきます

人の行動を客観視した時、「どのような行動が成功につながるのか」「失敗をどう生かすのか」など、ALL for ONEが一つの道しるべとなるように、良い事例だけではなく、あるがまま取材しながら、どうすればより良くなるのかを考えていけるように取り組んでいきたいと考えています。そして、個人とグループ全体をつなぐことがALL for ONEの使命であり、それはこれまでもこれからも変わりません。個が成長しない企業に、企業の成長はありません。そして、個々の真の欲求を、会社全体でカタチにしていく。その懸け橋となることがALL for ONE編集チームの意志です。

念願のプロテスト合格！ 人との出会いが 自分を強くした。

日本カバヤ・オハヨーホールディングス顧問兼東京レジャー開発取締役の小田教久さんが、9月に開催されたPGA資格認定プロゴルファーテストに合格しました。プロテストは、年間約1000人の選手が3つの予選で振り落とされ、最終テストの受験資格を得た約150人中、わずか50人しか通らない狭き門。その厳しい争いを突破した者のみが、トーナメントの出場権を得られます。大半がアマチュアタイトルを手にした若い世代が出場する層の厚い戦いです。今回、小田さんは最年長での出場となりました。50歳からプロテストに挑戦し、4回の失敗を経ての難関突破。実は1年前にがんの摘出手術をしたことで、療養を余儀なくされた時期もありました。それらの逆境をも乗り越え、見事夢を叶えた小田さんに、これまでの歩みや苦労を聞きました。



小田教久（こだ のりひさ）

幼少期をパラグアイで過ごし、高校・大学はアメリカに留学。カリフォルニア州立大学を卒業後、マリブカントリークラブに13年間勤める。

2015年東京レジャー開発入社。パラグアイ共和国出身。56歳。

パラグアイの中学を卒業後、アメリカ留学し、20歳の時に叔父の勧めでゴルフを始めました。それがゴルフとの出会いです。負けず嫌いの性格から、どんどん打ち込むようになりました。ゴルフをしていると、食事することも忘れていたくらいです。1993年から、縁あって当時、東京レジャー開発が所有していたMalibuカントリークラブのショップで働くようになり、そこで基弘社長と出会いました。ゴルフが共通点で親しくなり、よく夜中まで一緒に練習をしていました。仕事面では、入社して2カ月でゴルフ誕生の地であるセント・アンドリュース・ゴルフ・リンクスに視察へ行かせてもらいました。貴重な経験をさせてくれた当時の支配人には感謝の気持ちしかありません。本当にいろんな人に支えられていたのだと思います。

その後、支配人を務めるなど、13年間Malibuカントリークラブで働き、ゴルフ場売却を機に日本で暮らすことにし、そこから、シニアツアーへの出場を夢見て、「他の人ができないことに挑戦したい」とプロを目指すことを決めました。

50歳になってからのプロテストへの挑戦は想像以上に険しい道のりでした。でも、基弘社長をはじめ、鈴木規夫プロ、林拓希プロ、廣戸聡一先生など、さまざまな人がサポートしてくれたので、練習場所や環境には全く困りませんでした。特に「ザ・ロイヤル ゴルフクラブ」での練習成果は大きかったです。どんなコースに立っても短いと思えたり、苦手だったバンカーも怖くなくなっていました。

それでも最終テストでは、これまで感じたことのないプレッシャーを感じました。

最終テストでは、第一ラウンドは9位タイと好調でしたが、第二ラウンドでショットもパットも乱

れ、失速。5オーバー・37位タイと、もう後がない状況に追い込まれてしまいました。途中経過を基弘社長に報告した時には、いつも通り厳しい言葉が返ってくると思いきや、「スコアを気にせず、プレーを楽しんで」と、温かい言葉をかけてくれました。その言葉にすごく救われました。切り替えて臨んだ第三ラウンドは前半で2バーディーを奪い、スコアを伸ばすも、後半の雨風の影響でいつも通り飛距離が出ず、2オーバーの結果に終わりました。最終ラウンドを1オーバーに抑え、通算8オーバー・28位タイ。なんとか合格を勝ちとることができました。

全体を通して、飛距離のある若い選手に圧倒され、焦りからスイングが早くなってしまうしていました。どんな状況でも、失敗や周囲に翻弄されることなく、いかに切り替えていくかが重要です。プレー中は何度頭が真っ白になったか分かりません。それらを乗り越えて、自分を信じてやり切ったこと。これが勝利の一番のポイントだったと思います。

一方で、周囲のサポートなくしては成し得なかったことだと思います。最後は周囲の期待に応えたい、その一心でした。合格したことよりも、みんなの期待に応えられたことが何よりうれしかったです。今後はシニアツアーでの初勝利を目指し、さらに上を目指したいと思います。

このグループは、社員が本気で実現したいと思ったことを全力でサポートしてくれます。これからは、私が会社に貢献したいと思っています。私の肩書が、みなさんの仕事の武器になるようであれば、どんどん使ってください。接待でもPRでも、全国どこへでも行きます。気軽に声を掛けてください。



長年の想いをカタチに。 この指止まれ～本人の 意思が周囲を巻き込み 達成した！ 愛情と覚悟で成し遂げた。



日本カバヤ・オハヨーホールディングス
代表取締役社長
野津 基弘

東京レジャー開発取締役
プロゴルファー
小田 教久(呼称：NORIちゃん)

日本カバヤ・オハヨーホールディングス
フードコミュニケーション担当
光野 英世(呼称:ミッチャン)

PGA資格認定プロゴルファーテストに合格した小田取締役のルーツには、Malibu Country Clubで基弘さんと光野シェフとの過ごした日々がありました。各々が成し遂げたいこと、想いを語り合い、お互いを刺激し合ったことが今に生きているそうです。そんな思い出話も交えながら、夢を叶えた小田取締役の軌跡をたどりました。

MalibuC.C.時代の杉下支配人から 多くのことを学んだ

野津 1990年代、私がアメリカ留学中によくMalibuC.C.を訪れていましたが、日本人は当時の支配人と、NORIちゃん、ミッチャンの3人のみ。スタッフはアメリカ人、グリーンキーパーはメキシコ人、と、多国籍の中で仕事をしていました。当時、支配人を務めていた杉下さん（以降、杉さん）の仕事ぶりには随分勉強させてもらいました。特に、国籍や持ち場、肩書に関係なく、全てのスタッフに同じように接していたことが印象的です。

NORI 当事者意識と責任感にあふれた人でしたね。私も杉さんから多くのものを得ました。杉さんから「日本の本社が…」など、自分以外の主語で方針が語られることは一度もなかったですよ。

光野 杉さんの行動や発言は、どんな人種のスタッフに対しても言語の違いも関係なく、常に一貫していて本当にブレない人でした。全員が方針に納得して、同じ方向に向かって、各々の持ち場についていました。でも、小田さんには人一倍厳しかったように思います。

野津 そうですね、普段から細かい人でしたが、NORIちゃんには特に厳しかった。トラブルが起きた時は特に、自分自身で解決に導くように、時には突き放していました。後継として見込んでいたからこそその行動だったと思います。杉さんが入院し、一線を退かざるを得なくなった時、その後継に迷うことなく、NORIちゃんを推したのは、最も杉さんの仕事を受け継いでいると思ったからです。

NORI 「Back to Basic」は私がとても大切にしている言葉ですが、その考えを持つようになったきっかけは杉さんでした。杉さんからは常に「なぜ」「どうして」「なんのために」を問われ続けてきたので、基本を大切にする癖がついていました。その後、基弘さんの指名もあって、

支配人になりましたが、日本に戻った基弘さんと、仕事のことで連絡をとることは全くなかったです。でも、杉さんの意思をしっかり受け継ぎ、ゴルファーとしての自分のオリジナリティも加えて、やるべきことは分かっていた。



▲ Malibu Country Club のロゴ

野津 杉さんの意思が全員にしっかり共有されていることは分かっていたので、全く心配していませんでした。その後、杉さんのお葬式のために来日した NORI ちゃんと久々に再会しましたが、その時の表情を見て、MalibuC.C. は NORI ちゃんに任せておけば大丈夫と一瞬で確信したことを今でもよく覚えています。

ミッちゃん特製の伝説のカレーも、当時のMalibuで誕生

NORI 杉さんがいたから、今の自分がありますね。本当に多くのことを学びました。また、多国籍のスタッフの中で仕事をしていた当時の思い出としては、ミッちゃんのカレーが非常に印象的です。



野津 ミッちゃんはさまざまな国籍のスタッフやお客様のために、アメリカ料理だけでなく、メキシコ料理やイタリア料理など、色んな料理を食べさせてくれましたね。

NORI そこで「あのカレー」が生まれたんですよね。ケイジャン風の。今、それと同じカレーをザ・ロイヤルゴルフクラブで出していると思うと、本当に感慨深いです。20年以上経っても食べたいと思うカレーがウケないわけがありません！

光野 ジャンルにとらわれない、という自分の料理のスタイルは、当時に確立しました。皆さんが「美味しい」と言ってくれることが自信になり、“ニューアメリカン”という独自のスタイルで、美味しくて、安全で、健康的な食事を提供することをモットーにしてきました。

大切なのは想いをカタチにしようとする気持ち

野津 その方向性は我々が目指す食のあり方にも共通するビジョンですね。自分でありたい姿をしっかりと描いて、それをカタチにしようとする想い。それが重要。ミッちゃんのカレーからはそれを感じます。当時からミッちゃんのカレーで最も好きなのはベーシックなもの。基本ができているから、オリジナルな料理も美味しいのだと思います。これは全てに通じることですね。基本ができていれば、手段を変えても輝ける。生き方も同じで、想いをカタチにしようとする気持ちが大切。「真の欲求を究めてホンモノをカタチにする」というのはそういうことです。

NORI それは、料理が好きだからというだけでは、できないことかもしれないですね。料理を通じて、人を感動させたいという想いが、初めて卓越させるのだと思います。それは、ミツちゃんを見ていて感じていました。

光野 NORI ちゃんのゴルフでも同じですね。当時は、ゴルフが好きというだけで打ち込んでいたと思いますが、本気でプロを目指すようになって、目の色が変わりましたね。

NORI 最初は趣味でスタートしたゴルフでしたし、その延長線上にプロという道を考えるようになったのですが、当社の取締役としてプロになるということに覚悟を持って挑戦しようと決めました。自分だけの夢ではなく、会社を背負ってやっているんだと。周囲からは励ましや労いの言葉を沢山もらいましたが、唯一、基弘さんからは、相当厳しく言われました。プロテストを受けることが目的ではなく、プロになること。日本のゴルフを変えていくことが目的だったので、当然のことですよ。

勝てるスウィングを目指す姿が理想

野津 NORI ちゃんは元から自分に厳しい人でした。MalibuC.C. の前の職場では、トップセールスでもあり、出勤前に必ずバッグをかついで、歩いて1ラウンドしてから出勤し、仕事後も練習していた、と言っていました。ゴルフが上手になりたいという一心で自分の理想に対して妥協しない。毎日積み重ねていく人だと思っていました。私自身も NORI ちゃんの姿勢を目指してゴルフを本格的に始めました。NORI ちゃんのゴルフのベストスコアは 61(－11)と、驚異的な記録もありますが、学ぶべきはスコアを出すための練習ではなく、どんな状況でも勝てるスウィングを目指す姿勢です。私の中で NORI ちゃんのゴルフは日本のゴルファーの理想になりました。ただ、NORI ちゃんの性格上、生活に困らない状況だと、適当になりやすいことを懸念していました。性格を知り尽くしていたので、適当にすることだけはしないように伝えていました。緊張する時、人から注目を浴びる前に打ってしまおうとしたり、ショットに入る前のセッティングが甘かったことでミスをしていたことが多かった。自分のプレーの時、一緒に回っている組全体の空間を支配するようにショットすることは相当厳しく言いました。



NORI 基弘さんの期待は、言葉や行動からにじみ出ていましたし、実際にずっとサポートし続けてくれていました。なんとしても恩返しがしたいと思っていましたが、一方で、そのプレッシャーが本当に辛かったです。ただ、その愛情と覚悟がなければ、成し遂げられないことだったと思っています。生半可な気持ちでは、プロになれなかったと改めて思います。

好きなだけでは想いをカタチにすることはできない

野津 ゴルフが好きなだけではなく、それによって人に夢を与えたいという NORI ちゃんを応援したいと思いました。個人の想いをどこまで発揮させられるか、カタチにできるか、社員に伝えるためにも、どうしてもやり切って欲しかった。

光野 扱うものが変わっても同じですね。私の場合は料理ですが、自分の想いをカタチにできるか。目的意識を持って取り組むことがとても重要だと思います。仕事だから、と、義務感で取り組むのでは価値のあるものは生まれません。



野津 そうですね。開発が義務感で出す商品が市場で勝ち残っていけないのと同様に、どこまで愛情と覚悟を持ってデビューするか。その想いがなければゴルフ界で生き残っていくことはできません。やりたいことをカタチにしたい。それが最も重要なことなのです。

NORI そして諦めずにやり抜くこと。好きなだけでは、追求できなかったと思います。サポートしてくれた皆さんには本当に感謝しています。

光野 本当におめでとう!

野津 NORI ちゃんがプロになったことで、もう厳しいことを言わなくて済むので、正直ホッとしています（笑）

——今後の抱負は何ですか。

NORI まずはシニアツアーで優勝することです！そして、これからはプロという肩書を武器に、グループの皆さんやザ・ロイヤル G.C. に貢献したいと考えています。

——小田さんが 56 歳で成し遂げたことは、社員の皆さんにとっても良い刺激になると思います。

NORI 本当にやりたいことをカタチにすること、それが会社として価値のあることであれば、いくらでもサポートしてくれる会社です。社員の皆さんにもぜひ、色んなことに挑戦していただきたいです。私も引き続き頑張ります！

◆編集者のコメント◆

長年の夢を果たした小田さん。56歳でプロテストに挑戦するだけでも大変なことです。プロテスト本番でも、同じ組の他のプレーヤーと競い合うのではなく、「みんなで合格しよう！」と、チームの雰囲気づくりにも努めていたそう。若い選手に囲まれて、相当なプレッシャーの中でも、ポジティブにやり抜いた小田さん。その人柄に沢山の仲間が集まり、サポートしてきたことを感じる事ができました。（豊田）

LIFE PARTNER IKEDA

2017年11月3日、株式会社イケダペットファームはライフパートナーイケダ株式会社に社名変更しました。

ライフパートナーイケダでは、お客様のペットに愛情を込めて、ペットではなく、“パートナー”という言葉を使用しています。かけがえのないパートナーを全力でサポートしていく。その意志を社名に反映し、新たなスタートを切りました。

ライフパートナーイケダ

イケダペットファームはライフパートナーイケダへ。
同時にザ・セントラルパーク広尾OPEN。

変革の時。

「ザ・セントラルパーク広尾」
が新たなスタートの一步



1Fショップ



2Fイケダ広尾動物病院



3Fトリミングサロン

11月3日、株式会社イケダペットファームが、ライフパートナーイケダ株式会社に社名変更し、同日に「ザ・セントラルパーク広尾」をOPENしました。

渋谷区広尾にある3階建てのビルを1棟借りし、1階はSHOP、2階は動物病院、3階はトリミングサロン&ホテル、そして屋上にはドッグランを備えており、ペットの生涯をワンストップでサポートできる店舗です。

ライフパートナーイケダはこの店舗を旗艦店とし、新たなブランド展開をスタートさせました。

ザ・セントラルパーク広尾



ライフパートナーイケダ 営業本部長

長岡 芳一

時代が大きく変化し、ペット業界は変革を余儀なくされています。百貨店内で展開している既存店では、多様化するお客様のニーズに応えられない。それが一番の課題です。例えば、高付加価値商品のニーズが高まっていますが、百貨店内にある既存店はテナント料が発生するため、採算の都合上、一定の仕入れ価格以内の商材しか導入することができず、取扱商品に制約があることが現状です。サービスにおいても、さまざまな要望はあるものの、テナントである以上、判断はディベロッパーに依存せざるをえません。そこで、自由度が高く、幅広いサービスを提供できる路面店の構想がスタートしたのです。動物病院を備えた点についても、動物を扱う立場として、責任を持って信頼できる獣医さんを紹介したいという想いからです。何かあったらいつでも相談できるという安心感も提供していきたいと考えました。獣医さんの人選も大変苦労しましたが、信頼できる先生と出会うことができたこともあり、ワンストップでパートナーの生涯をサポートできる店舗としてスタートを切ることができました。

ザ・セントラルパーク広尾は新しい挑戦です。これまでは業態の制約のもとで試行錯誤してきましたが、広尾は自由な発想を反映することができ、従業員1人ひとりがやりたいと思ったことをカタチにしていける可能性を持った店舗です。特に現場にどんどん仕事を任せて、自由な発想で仕事に取り組んでもらうことに期待しています。新店舗の成功が従業員の自信になり、他の店舗の希望となるように、現場と一緒に頑張っていきます。



ザ・セントラルパーク広尾 店長

田中 佑哉

当社で8年勤務しています。さまざまな店舗に勤務し、店長も経験してきましたが、これまでとは全く違った業態ですので、固定概念も取っ払って、新しい取り組みができるようにしていきたいです。具体的には屋上スペースを活用したイベントを検討しており、地域のコミュニティ活性化に貢献できればと考えています。ワンストップの機能を備えた店舗ですが、それを生かすも殺すも、私たち従業員次第だと思っています。リーダーとして、各階を連動させ、最高のサービス提供に努めます。



ザ・セントラルパーク広尾 副店長

黒崎 圭祐

商材やサービスはもちろん、接客においても日本No. 1の店舗にしていきたいと考えています。動物が大好きだからこそ、全てのお客様のパートナーに健康で長生きしてほしいと願っています。その観点でも、本当にいいものだけを嘘偽りなく、自信を持って提案していきたいです。また、高級店としてのブランドを確立するためには、所作も重要だと考えています。姿勢教室や発声練習なども店舗で実施しており、この店舗にふさわしい人材になるように日々努力しています。もちろんスタッフの育成にも尽力していきます。

1F SHOP



2F HOSPITAL



ザ・セントラルパーク広尾



院長・獣医師

吉松 憲人

当社で8年勤務しています。さまざまな店舗に勤務し、店長も経験してきましたが、これまでとは全く違った業態ですので、固定概念も取っ払って、新しい取り組みができるようにしていきたいです。具体的には屋上スペースを活用したイベントを検討しており、地域のコミュニティ活性化に貢献できればと考えています。ワンストップの機能を備えた店舗ですが、それを生かすも殺すも、私たち従業員次第だと思っています。リーダーとして、各階を連動させ、最高のサービス提供に努めます。



看護師

合阪 沙弥佳



看護師

橋田 有紀

お客様の大切なパートナーにとって、できるだけ負担が少なく、安心していただけるような対応を心がけています。なんでも気軽に相談できるアットホームな動物病院にしていきたいです。

3F TRIMMING SALON & HOTEL



トリミングサロン&ホテル



トリマー

廣瀬 真知子

船橋店で8年間勤務してきました。当店は、高級店という位置づけで、これまでとは違った店舗になります。自分の経験や技術に自信を持って、真摯に対応していきたいと考えています。お客様は高いレベルを期待して来店されると思うので、要望にしっかり応えられるよう、技術を磨いて自身の成長にも繋げていきたいです。



トリマー

岡 亜佳音

日本で4年間、海外で2年間、トリミングの仕事をしてきました。海外のサロンを経験したことで、改めて日本の技術水準の高さとサービスの良さを認識し、日本の一流店で最高の技術を提供したいと考えるようになりました。また、事前にカウンセリングをしっかりと、お客様の要望に応えられるように努めていきます。

ロイテリヨーグルトがついに発売!! スーパー乳酸菌で、医と食のバランスを 変えていく



CM発表会で商品をPRするシンディ・カフカさん



ユーザーに直接サンプリングする山下晴加さん



イベントに立ち合ってくれた宮田美沙紀さん
(来春、オハヨー乳業に入社予定)

ロイテリヨーグルト関東エリアで 発売開始!

ロイテリヨーグルトが9月19日に関東エリアで先行発売しました。「医と食のバランスを変えていく」というオハヨー乳業の中・長期経営計画に基づき開発された商品の第一弾です。ロイテリヨーグルトは、日本初の「お口から、カラダのこと」を考えた機能性表示食品です。

ロイテリ菌とは、人の体内に存在するヒト由来の乳酸菌で、摂取することで口腔内から胃・腸まで行き渡り、体内の菌のバランスを改善し、病気のリスク低減や症状の軽減できることが多くの臨床試験で明らかになっています。2017年3月時点で、妊婦、乳児、小児、成人男女を対象に174もの研究が行われ、1万4700人以上の被験者を対象に臨床試験が行われてきました。これまでに、146件の科学論文と、12件の博士論文が発表されている世界的に効果が認められているスーパー乳酸菌なのです。健康と長生きを支えるエビデンスのある有益なロイテリ菌を使用したロイテリヨーグルトは、生きたロイテリ菌を含有し、砂糖ではなくキシリトールを使用するなど、機能性を重視しながら、おいしさにもこだわった商品です。

シンディ・カフカさん、ミス・ワールドの ファイナリストからも好評!

CMキャラクターを務めたシンディ・カフカさんは「おいしくて確かなモノづくりを誠実に行っているオハヨー乳業さんとお仕事できてうれしい。ぜひ応援したい」と意気込みを話してくれました。ロイテリヨーグルトについては「口内のサッパリ感がとてもいいですね。毎朝効果が増していくのを実感しています。機能性と美味しさ、両方が揃うことってあるんですね」と大絶賛。

また、サンプリング等で活躍してくれているミス・ワールドの皆さんからも味はもちろん、美容の面でも好評でした。日本代表の山下晴加さんは「砂糖不使用なのに美味しい、というのがポイント高いです」とコメント。審査員特別賞の宮田美沙紀さん(来春、オハヨー乳業に入社予定)は「菌バランスを整えて、カラダの中から美しくなりたいです。ソーダで割ったり、フルーツを添えたり、アレンジして楽しく続けています!」と美容のために毎日摂取しているとのこと。大好評のロイテリヨーグルトは、来春には全国で発売する予定です。社員1人ひとりが、ホンモノを伝え続け、誇りあるブランドに育てていきましょう。(オハヨー乳業広報室 野崎雅徳)

アメリカ向け「ピュアラルグミ」発売



Pureral Gummy Grape



Pureral Gummy Watermelon



Pureral Gummy Green Apple

カバヤ食品は、このほど、北米向けの「ピュアラルグミ」を発売しました。

味は、すいか、ぶどう、青りんごの3種類。カットフルーツをイメージしたキューブ状のグミに仕上げています。アメリカではサワー加工のグミが人気ことから、現地向けに酸味あるパウダーをかけています。また、ビタミンCを配合するなど日本の「ピュアラルグミ」とは味や製法を変更し、アメリカのマーケットに合わせた商品にしています。

International Foods & Sweets, Inc.副社長山本茂久さんのコメント「販売先は、アメリカとカナダのアジア、日系小売店およそ200店舗です。発売1カ月で早くも追加生産が決まり、来年には新たな味を1品追加する計画です。従来の日本国内の海外向け問屋に販売していく方法ではなく、アメリカ現地法人『International Foods & Sweets, Inc.』が直輸入し、アメリカのディストリビューターに販売しています。今後は、アジア、日系スーパーだけでなく、の米系小売店にも導入、販売を強化したい。グミ以外にも幅広く展開していきたいと考えています。」

カバヤ食品では、海外の販売状況も意識し、商品を展開していく方針です。世界基準を掲げている当グループとして、これを皮切りにさまざまな事業で世界進出を目指す考えです。（カバヤ食品 広報室 岩本紘子）

本当の恋を見つけてもらいたい！ 「さくさくぱんだSakupan」CM 放送開始



カバヤ食品は、今秋の注力商品「さくさくぱんだSakupan」を9月19日に発売し、同時にテレビCMを全国で放送しました。

CMは「恋するさくさくぱんだ」をテーマに作成。女の子の恋心を表現した歌と、ニューヨークを拠点に活動しているイラストレーター、ジェフリー・フルビマーリ氏が手掛けたイラストに「Sakupan」が恋のキューピッド役として登場します。

消費者の認知を高め、購買へつながるよう、CMを通じて新しい「さくさくぱんだSakupan」をPRしました。

カバヤ食品カテゴリー戦略室 椿原淳史さんのコメント「発売から21年が経過した『さくさくぱんだ』を日本を代表するチョコビスケットとして昇華させたいと考えています。その想いを新しい『Sakupan』に込めて発売し、広く消費者に伝えるためにテレビCMをはじめとするプロモーションに踏み切りました。多くの方に、新しい『Sakupan』を手にとってもらいたいです。今後もさまざまな展開をしていく予定ですので、楽しみにしててください」

10月中旬からは、岡山駅の新幹線乗り場の構内と岡山空港のJALの搭乗口、到着ゲート前にCMと同じデザインの広告看板が展開されています。ぜひ新しい「Sakupan」を応援してください！（カバヤ食品 広報室 岩本紘子）

ゴルフイベントで商品PR



オハヨー乳業とカバヤ食品は、9月、10月に岡山県と香川県で開催された若手女子プロゴルファーが参加するステップ・アップ・ツアーにブースを出展。約1万5000人に商品のサンプリングを実施しました。

当日は両社の女性社員が中心となり、来場者に声を掛けながら商品を配りました。ボランティアスタッフ、選手にも配布して「おいしかった。この商品はどこで買えますか」など、うれしい言葉を掛けてもらいました。

今回のサンプリングは、会社のPRや商品訴求を目的に実施しました。参加したメンバーは普段、直接消費者と接する機会がないこともあり、生の声を聞くことで仕事へのモチベーションアップにつながったようです。また、サンプリングに笑顔で応えてくれた人たちを見て、これからもっと消費者を笑顔にする会社になりたいという声もあり、イベントを通して仕事に対する想いを新たにしましたようです。今後もさまざまなイベントを通して、消費者と触れ合う機会を大切にしていきたいと考えています。(オハヨー乳業広報室 吉田学史)

新事業のスタートに士気高まる



ライフデザイン・カバヤは、9月30日、10月1日の2日間、木造集成パネル建築材「CLT」を使った大型集合住宅の内覧会を実施。約120人が訪れました。人口減少で戸建て住宅着工数の減少が予想される中、住宅メーカーとして生き残りをかけ、新たな取り組みを進めており、その戦略的な試みがCLT事業です。CLTとは板状にした木材の繊維方向が直交するように接着した建材です。強度や耐震性も高く、断熱や耐火性にも優れているため、より快適な住宅環境を提供できると差別化のため導入に踏み切りました。

今回は、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)の建て替え物件で、木造3階(延べ973.24㎡)の規模。通常、壁などに使う鉄筋やコンクリートは、すべて県産スギを使用したCLTで仕上げています。床や屋根には、強度を生かした長さ12mの大型パネルを活用したのが特徴で工期短縮につながっています。1棟当たりのCLT使用量は国内最大級の420㎡。国内でも数少ない大型木造住宅に、参加者は興味深く見学していました。また、広くCLTの普及に貢献するため、住宅関連業者の視察も受け入れました。

案内役を務めた特建事業部の平岩昌一部長と城賀本嘉男課長代理は、新しい価値を提供する事業のスタートに士気を高めており「見学した業者の反応も良く、施工に関する具体的な質問が多かった」と、新事業に手応えを感じていました。

完成は2017年11月下旬の予定です。今後もほかの建築物件で定期的に内覧会を実施し、CLTの普及に努めていきます。(ライフデザイン・カバヤ広報課 丹原浩司)

日本カバヤ・オハヨーホールディングス 広報部より

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 広報部

担当: 豊田

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。



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。

[アンケートに答える >>](#)

編集後記

社名も新たにスタートした、ライフパートナーイケダ。今の体制からの脱却を図り、満を持してのザ・セントラルパーク広尾のオープンとなりました。応援スタッフを含め、現場の方々にインタビューしましたが、皆さんの共通点として、とにかく動物が大好きでこの職に就いているとのこと。(なんと10匹以上飼っている方もいました！)だからこそ、1人でも多くのお客様とパートナーの幸せを考えて親身な接客ができているのだと感じました。一方で、既存店と全く違うコンセプトで運営するので、これまでの自分たちに足りない部分(立ち振る舞いやより専門的な知識)を補おうと必死に努力している様子も垣間見ることができました。晴れてプロゴルファーになった小田さんは、「好きなだけではプロになれなかった」と話していました。仕事を通して、何を伝えていきたいのか、何を実現したいのか。その想いが人を成長させるということを改めて実感しました。(豊田)

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.17

発行：2017年11月13日

制作：日本カバヤ・オハヨーホールディングス 広報部

東京都千代田区紀尾井町3-12 紀尾井町ビル10階

TEL：03-3222-7311