

ALL for ONE

Communication Magazine Vol.22



NIPPON KABAYA OHAYO HOLDINGS INC.

ザ・ロイヤルワールドプロジェクト第一章開幕！

プロゴルフツアー「ミズノオープン」開催 「世界基準」のコースをアピール



東京レジャー開発が運営する「ザ・ロイヤル ゴルフクラブ」(茨城県銚田市)で5月24日から4日間、男子ゴルフツアーのミズノオープンが初開催されました。

2015年に「世界に通用するコース、世界に通用する選手を育てるコース、世界から尊敬されるゴルファーが集まるコース」を目指し、ザ・ロイヤルワールドプロジェクトがスタート。さまざまな困難を乗り越え、悪戦苦闘しながらも、プロゴルフツアートーナメント開催に照準を合わせて改修工事を進めてきました。設計家の故長渡譽一さんが人生の集大成として命懸けで作上げたコース。「ゴルフがゲームである以上、コースは戦略性が高くなければならない。プレーヤーがゲームを攻略した達成感を味



わえるようにしたい」と、情熱を注いだゴルフ場にプロゴルファーが挑みました。

同オープンは、これまで西日本を中心に開催。全英オープンの予選会であることをより多くの人にアピールするため東日本でのツアー開催を検討し、世界に通用するコースとして2017年3月にリニューアルした同ゴルフ場に決定しました。コースの総距離が国内ツアー史上最長の8007ヤードに決定すると、スポーツ新聞に「モンスターコース」と大々的に取り上げられるなど大会前から注目を集めました。

モンスターコースに苦戦する選手続出

大会初日、上位陣は軒並みアンダーパーでのラウンドとなりましたが、2日目からモンスターコースに苦戦。注目された石川遼選手も難コースに苦しみ予選落ち。スコアが動くムービングサタデーの3日目は、アンダーパーで回ったのはわずか2人でした。そして迎えた最終日。首位と3打差、6位スタートの若手有望株、



秋吉翔太選手（27歳）が5バーディ、3ボギーの70でプレーし、通算1アンダーでツアー初優勝を飾り、全英オープンの出場権を獲得しました。

大会を通じて注目を集めた名物ホール、16番705ヤード、パー5は、選手のみならず、各メディアや観客からも話題のホールとなり、「世界基準」のゴルフコースとしてアピールすることができました。また、大会期間中は、地元の特産品販売や屋台など家族で楽しめるイベントも実施。オハヨー乳業とカバヤ食品もブースを出店し、自社商品の試食サンプリングやカバヤ食品の宣伝カー「カバ車」の展示で、大会を盛り上げ、来場者は昨年笠岡市で開かれた大会を上回る延べ1万1750人が訪れました。

来年、再来年のミズノオープン開催も決定しており、新たな試みとして2019年、アジア・パシフィック女子アマチュアゴルフ選手権を開催する予定。今後も世界から注目される大会を開催することで、更なるブランド価値向上を図っていく考えです。

「体技心」

**体ができれば技術を磨ける体力が生まれ、
技術が磨かれれば心に自信と勇気が生まれる**

2014年の年末、2018年にミズノオープンを開催することを前提にザ・ロイヤルワールドプロジェクトはスタートしました。全英というメジャーに通ずる日本唯一のツアーであったこと、「体技心」を問われる大会になること、そして日本のゴルフを変えていくためにその実力の差を知るいい機会になる、と確信していました。そしてその思惑の通り、日本ツアーの選手たちの実力に大きな課題を感じる大会となりました。

体技心とは・・・

- 集中力は体力に比例する
- 体力と集中力がそろえば技術は磨かれる
- 体力と技術が覚醒・革新すると自信と勇気が生まれ精神が強くなる



美しさと戦略性に富んだコースの完成、コンセプトの実現へ

世界中のコースのあらゆるノウハウを持つ長渡誉一先生は、全工事工程を指揮する設計ができる唯一の人物と判断し、「美し

さと戦略性に富んだ“ゴルフを上手になりたい”を実現できるコース」ということだけオーダーしました。

また、トーナメント開催期間はわずか1週間程度ですが、この期間に向けた準備として全従業員の意識改革、世界に通ずるクラブとしての自信と勇気と誇りを持つことを徹底して目指しました。その中で求められているソフトコンテンツとして廣戸道場を併設。ゴルフをうまくなりたことを実現できるコンテンツを盛り込むことが年間の運営における最重要課題であり、3つのコンセプト“世界に通用するコース”、“世界に通用する選手を育てるコース”、“世界から尊敬されるゴルファーが集まるコース”を実現する要となったのです。

真の欲求を究めてホンモノをカタチにすること

明確な目的を持ち、2018年トーナメント開催という目標を持ち、達成することにおいて、これほどシンプルでハードルが高いビジネスモデルは他にないのではないのでしょうか。当グループの中で真の欲求を究めたホンモノが初めて実現できたと思っています。あとはこのホンモノをカタチにする課題が残っています。世界に通じ、R&A、世界で戦ってきた選手たちが認めざるをえないこのクラブコースを全グループ社員たちがどのように活用し、ホンモノをカタチにすることができるか…皆の創造性を結集しながらこの事業の価値を高めていきたいと願っています。

代表取締役社長 野津基弘

「塩分チャージタブレット」新CM 7月より全国で放映開始

(文: カバヤ食品 カテゴリ戦略室 第二グループ マネージャー 池田悟)



池田 悟

カバヤ食品は、「塩分チャージタブレット」のテレビCMを制作し、7月6～15日まで全国で放映します。塩分補給菓子でシェアNo.1の商品ですが、まだ熱中症対策に水分補給だけで対応する人が多いことから、塩分補給の重要性と必要性を多くの人に啓蒙していこうと企画しました。

新CMは、15秒間にすべての汗をかく人に向けて、“塩分を適切にチャージする”ことを促せるような構成になっています。また、CMキャラクターに若手女優の加村真美さんを起用。オーディションで複数人の候補者から選考しましたが、ブランドのイメージ通りの彼女に満場一致で決定しました。3シーンを作成し、1シーン目は、子どもたちのサッカーシーン。2シーン目は20～40代の働く男性が、3シーン目は50～60代の男女が普段の生活で汗をかいたら塩分補給するような内容です。加村さんは、3シーン全てに出演し、すぐに塩分チャージできる手軽さをアピールしています。

当初、撮影日は曇りの予報でしたが、実際は好天に恵まれ夏のような暑い日となりました。「塩分チャージタブレット」のシーンとして青空が不可欠だったので、最高の撮影になりました。全国のテレビ局で放送しますので、「IT'S 塩 TIME !!」に注目してください。

“For your 100% performance” **Kabaya**

塩分チャージタブレット

熱中症ゼロへ。お口スッキリ塩レモン。塩分チャージタブレット。90g入り (90粒入り) 塩レモン味 無果汁

熱中症ゼロへ。(公財) 日本学校保健会推薦。塩分チャージタブレット。90g入り (90粒入り) スポーツドリンク味

青空の下、フットサルで交流図る

(文: オハヨー乳業 購買部 購買課 水野将暢)



水野 将暢

オハヨー乳業は、5月26日、岡山市のMOMIJIYA FUTSAL CLUBで毎年恒例の労使共催部署別フットサル大会を開きました。

梅雨前の開催で雨が心配されましたが、当日は暑いくらいの好天に恵まれ、大きなけがもなく無事に終わることができました。

本社工場・長船工場合同新入社員チームをはじめ計6チーム、総勢53人が参加しました。今回は6チームの総当たり戦を実施しましたが試合数が多くなったことにも関わらず、体力の消耗を感じさせないプレーが随所に見られ、大きな歓声の飛び交う白熱の大会となりました。

各チームへの豪華景品、個人賞も用意しており、受賞者は大喜び！日ごろ交流のない部署同士のコミュニケーションも図ることができ、社員の家族も応援に駆け付けるなど、楽しいひと時となりました。



<順位>

- 1位 研究開発チーム
- 2位 長船工場チーム
- 3位 本社第二工場チーム
- 4位 本社第一工場・品質管理チーム
- 5位 本社工場・長船工場
合同新入社員チーム
- 6位 総務チーム

<個人賞>

MVP

青木敬祐（研究開発チーム）

男子得点王

保井孝文

（本社第一工場・品質管理チーム）

女子得点王

荻野麻衣（研究開発チーム）

中国四国酪農大学校に 牛乳売り上げの一部を寄付

(文: オハヨー乳業 西部営業部 部長 難波雅彦)



難波 雅彦

オハヨー乳業は、6月1日、真庭市の中国四国酪農大学校に売り上げの一部を寄付しました。

乳業メーカーとして地元の酪農振興に貢献しようとして実施しているもので、寄付金の贈呈は今回で3回目。晴れの国おかやま牛乳の1年分の売り上げの一部、11万1054円を寄付しました。

贈呈式では、オハヨー乳業から「酪農家がいなくては、乳業メーカーは成り立ちません。将来の酪農を担う人材育成に役立ててください」と、あいさつし、山田義和校長に目録を贈呈。山田校長は「夢と希望を持ち、実践教育に臨んでいる学生たちのために有効利用したい」と謝辞を述べました。

当商品は2015年6月から岡山県を中心に中四国地方で販売しており、オハヨー乳業では、岡山県産の生乳を100%使用し、認定マークの「ももっち」をパッケージに印刷して、牛乳を販売することで、地産地消を推進しています。これからも将来の酪農家を輩出する中国四国酪農大学校をできる限りサポートしていきたいと思えます。



「シャンシャンお誕生日 カウントダウンイベント」実施

(文: カバヤ食品 プロモーション推進課 鹿野裕登)



鹿野 裕登

カバヤ食品は、6月2日に上野動物園、6月9、10日にJR上野駅公園口で、昨年、上野動物園で生まれたパンダ「シャンシャン」のお誕生日カウントダウンイベントを実施しました。

今回のイベントは、今年4月から展開している「シャンシャン応援プロジェクト」(※)の一つとして実施したものの。6月12

日の誕生日を告知し、これからも元気に成長することを願い、誕生日の祝福を多くの人と共有しようと企画しました。

当日は、カバヤのお菓子がもらえる「パンダクイズ」や記念撮影ができるカウントダウンパネルを設置。Sakupanの着ぐるみも登場し、多くの人がかバヤのコーナーを訪れました。上野動物園には、当日約2万3000人が来場し、2,000個以上の商品を配布。上野駅では利用者に1万個以上の試供品を配布することができました。



(写真提供: 菓子食品新聞)

今後も、シャンシャンの健やかな成長を願うとともに「さくさくぱんだ」を、シャンシャンの人気に負けないブランドに成長させるプロモーションを考えていきたいと思えます。



※「シャンシャン応援プロジェクト」
カバヤ食品は、1996年にパンダをモチーフにしたチョコレート菓子「さくさくぱんだ」を発売以降、順調に売り上げを伸ばし、これまでさまざまなアイテムや味を展開し、パンダに対して特別な想いを持っています。今後もシャンシャンの健やかな成長を願い、2018年4月16日より一年間「ジャイアントパンダ保護サポート基金」へ協賛することを決定。これを機に「シャンシャン応援プロジェクト」を展開しています。カウントダウンイベントのほか、一部の量販店でシャンシャンの誕生日やパンダ基金のロゴが記載されたPOP、トップボードの掲示、当社製品「さくさくぱんだSakupan」とタイアップしたノベルティの配布などを期間限定で実施しています。

ファジアーノ岡山 株主招待デー開催

(文: オハヨー乳業 広報室室長 吉田学史)



吉田 学史

プロサッカーチーム、ファジアーノ岡山は、6月2日、ホーム戦でカバヤ・オハヨーグループの招待デーを実施しました。

ファジアーノ岡山の設立10周年感謝企画で、株主であるグループ企業の全社員とその家族を対象に無料で試合観戦できるイベント。シティライトスタジアム(岡山市)で行われたモンテディオ山形戦に284

人のグループ社員が参加しました。試合は、ファジアーノ岡山が先制するも山形が逆転。しかし後半、コーナーキックからディフェンダーの濱田水輝選手がヘディングシュートを決め2対2の引き分け。点の取り合いとなった試合に社員は「初めてのサッカー観戦でしたが、面白かった」「また、機会があれば参加したい」との声も多く、グループ社員同士や家族との親睦を深める機会にもなったようです。

ファジアーノ岡山の担当は「楽しんでもらえてうれしい。今後もスタジアムに足を運んでください」と、地元企業の熱い応援を呼び掛けていました。



広島県内での販売強化で営業所開設、福山支店を新築移転

(文: ライフデザイン・カバヤ 広報課課長 丹原浩司)



丹原 浩司

ライフデザイン・カバヤは、広島県での営業を強化するため、このほど、広島営業所を開設し、福山支店を移転新設しました。

広島営業所は、広島市安佐南区大町西3-18-7の幹線道路沿いに立地。広島県内にある各展示場と連携しながら、広島市内中心部での営業をメインに分譲住宅を販売していく予定です。

また、福山支店は営業強化に加え、人員増強で旧事務所（福山市春日町）が手狭になっていたことから新築移転を決めました。福山市南蔵王町6-1-18の幹線道路沿いに立地。敷地997㎡に3階建て（延べ787㎡）の規模。直行集成材「CLT」と重量鉄骨のハイブリッド構法により、2階のショールームが約9mせり出すなど従来では難しい設計を取り入れています。

同支店のオープニングセレモニーでは、窪田健太郎専務が「広島県でも地域密着の活動で顧客満足度を高めていく」とあいさつ。初年度は広島県内で販売棟数190棟を目指しており、今後、広島県でもメーカーとしての地位確立にまい進していきます。

広島営業所



福山支店



WebVISION岡山リニューアル 7万ページ収録のアーカイブ検索始動

(文: 瀬戸内海経済レポート 営業部次長 赤木英紀)



赤木 英紀

瀬戸内海経済レポートは、4月1日、ホームページ「WebVISION岡山」(https://visionokayama.jp)を全面リニューアルし、新サービス「アーカイブ検索」をスタートしました。

昭和39年2月の創刊から、四半世紀で発行した経済情報誌「瀬戸内海経済レポート」と「VISION岡山」約2000冊、7万ペー

ジの誌面をPDF化し、フリーワード検索に対応させました。県内経営者の就任時の声や想い、人気商品の誕生秘話、世間をにぎわせたニュースの当時を知るなど、弊誌ならではの切り口で岡山経済を振り返ることができます。広告も含めて閲覧できるのも特徴で、当時流行っていたファッションや車が垣間見え、眺めるだけでも楽しいですよ。

また、スマートフォンでも利用できるよう最適化を図り、クレジットカード決済に対応させるなど、利便性を強化しました。VISION岡山会員への付加サービスとして提供するほか、1回500円からのスポット利用も促し、柱事業の1つに育てていく考えです。



The screenshot shows the homepage of WebVISION Okayama. At the top, there is a search bar with a dropdown menu for categories and a search button. Below the search bar, there are navigation links for HOME, 最新号, 連載記事, 岡山企業年報DB, 新設会社ダウンロード, アーカイブ検索, 出版物紹介, and 会員登録のお申し込み. A main navigation bar includes categories like 総合, 流通, サービス(IT), 製造, 金融, and その他. The main content area features several article teasers with images and titles, such as '経営者の決断', '代表質問', and 'システムプロダクト'. On the right side, there is a featured article for the '2018年版 岡山企業年報' and an 'アクセスランキング' section with a list of top articles and their views.

VISION
新ホームページ

次世代リーダー研修中間報告会 経営課題と向き合い、成長の機会に

(文：日本カバヤ・オハヨーホールディングス 人事部 北山政成)



北山 政成

オハヨー乳業とカバヤ食品の若手社員(27～35歳)から選抜した25人を対象に実施している「次世代リーダー研修」がいよいよ最終段階となりました。この研修は「経営の立場で自社の課題を考察することで、視座を高め、視野を拡張し、日本カバヤ・オハヨーホールディングスグループの将来を担うリーダーとしてのスキル、心構えを身に着ける」ことを目的にしています。2017年8月から始まり、最初の半年間は集合研修やグロービス・マネジメントスクールのクリティカル・シンキング講座で客観的な思考プロセスを学び、18年1月からは実際に自社課題を分析し、新規事業を検討するグループワークに取り組んできました。

4月25日には中間報告会を実施。4チームが検討中の新規事業をプレゼンテーションし、その可能性や実現性について経営陣がアドバイスしました。それぞれの企画に対し、ニーズはあるのか、差別化できるのか、なぜ取り組むべきだと考えたのかなど、厳しい指摘もありましたが、自信を持って想いを伝え、切り返す姿が印象的でした。最終発表を6月に控え、期待の高まる報告会となりました。メンバーは今回のフィードバックを基に、企画を修正、見直し、最終発表に臨みます。当グループの次世代を担うリーダーとして、自社にとどまらず、社会に貢献するような新規事業の誕生を期待しています。



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カ月以上返答がない、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](tel:086-231-4783) Mail: info@kabaya-ohayo.jp

編集後記

当グループにとって一大イベントであるミズノオープンが無事に閉幕。今回の開催で「モンスターコース」と話題になったザ・ロイヤル ゴルフクラブがブランドとして誇り高いものになったのではないのでしょうか。長い年月と綿密な戦略、そして関係者が積み重ねた努力によるものと改めて知ることができました。この事業をモデルケースに他事業においてもブランドが構築できるよう、創造性を豊かにしていきたいと思えます。(豊田)

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QRコードまたは下記URLより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。



<https://goo.gl/forms/fY9t4YTM6ftuZF423>

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.22

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

発行 : 2018年8月8日