

# ALL for ONE

Communication Magazine

Vol.24

基本⇔理想

**Anyone** who has never made a mistake  
has never **tried** anything **new**.

挫折をしたことが無いということは、  
新しいことに挑戦したことが無いということだ。

Most people say that it is the intellect which makes a great scientist.

They are wrong: it is **character**.

優れた科学者を生み出すのは知性だと人は言う。  
彼らは間違っている。それは人格である。

The world is a dangerous place,  
not because of those who do evil,  
but because of those

who **look** on  
and **do nothing**.

この世は危険だ。  
悪いことをする人がいるからではなく、  
それを見ながら、何もしない人がいるためだ。



Albert Einstein

I have no special talent.

I am only **passionately** curious.

私には特別な才能があるわけではなく、情熱的な好奇心があるだけです。

Try not to become  
a man of success  
but rather to become

**a man of  
value.**

成功者になるより、価値のある人間になろう。

Imagination is **more important** than knowledge.

Knowledge is limited. **Imagination** encircles the world.

知識より想像力。知識には限界があるが、想像力は世界を覆い尽くすことができる。

## トップメッセージ



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

リーダーへ

# トップダウンの目的・目標が明確だからこそ、 ボトムアップが生まれる

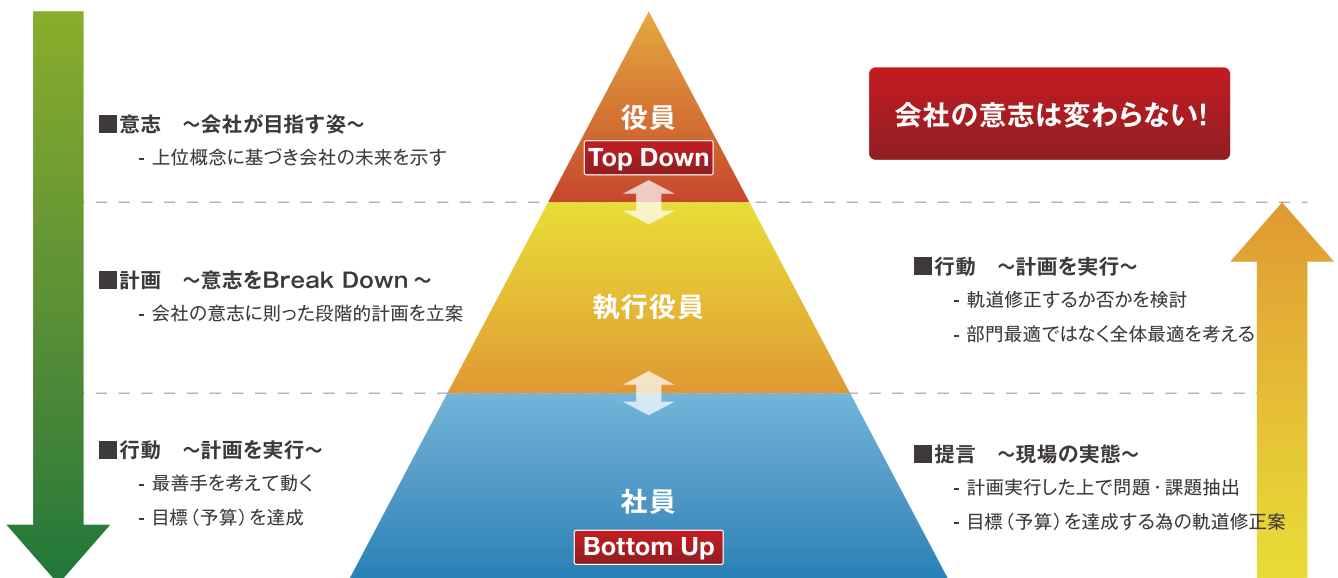
経営リーダー ⇔ 部門リーダー ⇔ 現場

第一期中期経営計画最後の3年目の予算策定が始まります。

上位概念に基づき、中計の目的・目標とその価値を再認識した上で、今年度上半期の状況を踏まえ、更にブラッシュアップされた来期単年度予算策定を目指します。

現場が迷いなく安心して行動計画を立てやすく、結果に結びつきやすい環境を整えていきましょう！

会社の意志があるからこそ Bottom Up が生まれる



私を含めた経営陣の仕事は、各事業会社の目的と目標に対する自分自身の考えを以ってコミュニケーションを取り、しっかり準備した上で、目的・目標を立てましょう。

部門リーダーは、経営陣の目的と目標をしっかりと理解し、全体的視点を持った上で現場の状況をふまえ、目的・目標を具体化する段階的計画性のある部門計画を立ててもらいたいと思います。

兵法家であり、時代の変革期に現実から目を背けず自らも行動し、維新のリーダーたちを輩出した吉田松陰の言葉です。

*夢なきものに理想なし*

*理想なきものに計画なし*

*計画なきものに実行なし*

*実行なきものに成功なし*

*故に、夢なきものに成功なし*

経営陣・部門長（リーダー）は、段階的計画性を立てさせたり、まとめたりするのが仕事ではありません。お客様、ステークホルダーの方たちの考えを知り、マーケットを見極めること。日々の現場とのコミュニケーション・情報の共有を基に、全社視点から各リーダーと全社の方向性を一致させ、意志決定することが仕事です。

その意志決定の目的と目標がシンプルであればこそ、現場が行動計画を立てやすく、実行しお客様にも伝わりやすく、仕事もシンプルとなり鋭い視点のボトムアップが生まれ、全社の結果に繋がると考えます。

リーダーにとっての予算・計画とは、

夢と理想を持ち、企業としての価値を上げる為の仮説と検証となり、常に現場とCommunication×Feedbackの土台となるものです。

単なる数字ではなく、

**価値ある目的に向け必ずクリアしなくてはならない目標です。**

我々リーダーは、意思決定・段階的計画の「価値」を現場の人たちが「自分事」となるように如何に分かりやすくできるかです。

現場の人たちと、仕事に対する価値や意義、やりがいを高めて、

**多様性と卓越性の卓越を求めていくことこそが、**

経営陣と部門リーダーの最大のミッションです。

上位概念を目的とし、強靱な企業体質を求め、

現場の垣根なく共に豊かな人生を築いていきましょう。

# 基本形=Business Model=理想形 (やりきる力)

政治・経済といった我々を取り巻く環境は極めて厳しい状況が続きます。  
その厳しい環境下で、上位概念に基づいた事業会社の目的・目標という理想を実現していく為には、一人ひとりが如何にリミッターを外し、強靱な体質となり、「世界に通用する感動と価値を創造する」人物になることが求められています。

## 理想の実現には、基本から見直す。

目的と目標を踏まえ、一から見直すことを恐れず、理想を求める為の基本を構築していただきたいと思います。

それぞれ置かれている状況は違うかもしれません。

今までの目標を達成していない人は、そもそも基本としている考え方や、やり方が違うのかもしれません。

高い理想や目標が間違いなのではなく、基本に立ち戻って基本から考え直すべきです。  
今までの目標を達成し評価も高い人は、理想や目標はしっかり自分の意志となっていますか？ 人からの評価だけではなく、自らの理想に向けたチャレンジになっていますか？  
まさに今こそ、これまで出来なかったことに挑戦するチャンスです。  
今までの基本形が生涯続くことはありません。

理想形を究めようとするからこそ、現実を直視することができます。

そして、基本に立ち戻り、再構築することを厭わないことです。

## 理想論だぁ! と…あきらめる前に基本を見直そう。

業界業態内の仕組みを分解し、再構築する労力を厭わない勇気と実行力が問われています。今後飛躍するためには強靱な「Business Model」を構築することです。

中小企業である我々が大手と渡り合える唯一の方法と言えるでしょう。

「…ここが、おかしいんじゃないか!？」と、ひらめいたなら取り掛かること。

時間が掛かるなら、早く始めた人が他社・競合より優位に立ちます。

## 一流と二流の違い

～ミスは修正できるが、手抜きは失敗の原因を見落とす。

二流の人は出た結果を良しとし、些細な点や行動は深く考えず、次の機会を迎えてしまうこと。

一流の人は結果はもちろんのこと、理想のイメージと違ったら仮説と検証をし、徹底して原因を究明します。基本からの見直しが必要ならためらわず実行します。

最小限の労力で、最大限の効果を生むとはどういうことか知っているのです。

今までやってきたことは無駄ではなく、最善を尽くすチャンスを与えてくれたと考え、ここで手抜きをすると、後々取り返しのつかない失敗の原因になるということを知っています。他者は「…大丈夫だよ」と言うかもしれませんが、自分の理想の評価者は自分です。

## 「天才は1%のひらめきと、99%の努力である」

1%のひらめきはアイデアというだけでなく、間違いや、改善点、その原因を見逃さないことから生まれたアイデアであり、99%の努力とは、理想を求め基本から見直しやり尽くす努力を怠らないことではないでしょうか。

## [基本形= Business Model=理想形]

私は、経営方針にある「誇りあるブランドの構築」という理想は「Business Model」という基本形の構築ではないか…?! と、思っていますがどうですか？

「このままやればいつか出来る」こととは違います。

「何をすると出来る」という「愛情と覚悟」を決めることが、「Business Model」ではないでしょうか。

何をやり切り、やり尽くすことが大事なんだという個々の認識から生まれる社風や文化を育んでほしい。自分で考え、行動し、結果を求めていくからこそ「誇りあるブランド構築」が成し遂げられるのだと思います。

## 最後に、経営戦略⇔人づくり⇔ブランド戦略 「真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにする」

### 主語は？

主語は私たちです。

何故なら、我々はその業界のプロであり、お客様でもあるからです。

だからこそ最善を尽くした価値あるものをカタチにしたい。

「世界に通用する感動と価値を創造する」。これを理想とするには、

個々の多様性と卓越性の卓越を求めていくことです。それは、今まで出来なかったことが、出来るようになることではないでしょうか？

現在私は、それこそが、真の豊かさだと思っています。

私は、皆さんと一緒に真の豊かさを築いていきたいと願っています。



西日本豪雨災害 ライフデザイン・カバヤ

## 社員・協力会社一丸となって復興支援へ！ 未曾有の事態を乗り越えた絆

西日本を中心に広い範囲で甚大な被害をもたらした西日本豪雨災害。この豪雨により各地で土砂崩れや河川の氾濫が相次ぎ、死者は200人を超え、平成に入って最悪の豪雨災害となった。4河川8カ所の堤防が決壊するなど被害が深刻だった真備地区では、およそ4,600棟もの家屋が浸水し、いまだ1,000人以上が避難生活を余儀なくされている。ライフデザイン・カバヤの入居者の方々も被害に遭い、被災当初は対応に追われた。

### 迅速な対応に絆の強さを再確認 専務取締役 窪田健太郎氏



ライフデザイン・カバヤのご入居者においても、床上浸水した133世帯のうち、実に92世帯が真備町での被災。当社としても様々な対応に追われました。大雨の翌日7月8日には本社に役員が集結し、緊急対策会議を行いました。すぐに

災害対策本部を設置し、フリーダイヤルのホットライン化に取り組んだことで、被災された入居者様との情報交換がスムーズにできるようになりました。その他、問合せ時の目安となるよう、修繕費用の金額を算出し、見積もりを作成するなど、効率的に対応できるよう、様々な対策を取りました。実際の動きとしては、入居者様と密に連絡を取り合い、10日には第一陣となるボランティアチームを現地に派遣し、現場での泥水の掻き出しや、溢れかえるがれきの撤去、変わり果てた家財の運び出し作業を行いました。ライフデザイン・カバヤとして初めて経験する大きな災害で、何一つマニュアルがない中、「とにかく迅速にできることを全てやろう」と、手探りながらも懸命な対応を続けました。また、ライ



▲すぐに現地に駆け付けた当社の社員

フデザイン・カバヤとして、義援金を寄託しました。

とにかく苦勞の連続でしたが、カバヤ住友会、カバヤ西部住友会、そして社員の多大なる協力によって何とか非常事態を乗り切ることができました。会社も人と同じで、支え合うことで前進していけることを実感するとともに、私たちの絆の強さを再確認することができました。

## 逆境を乗り越え、 もっと強くなれると確信

常務取締役 石本隆氏



自分自身に何ができるかをまず考えました。真備町には私が担当した入居者様を含め、92世帯が住んでいましたので、まず現場に足を運びました。道路にはゴミの山、臭いもひどく、目に映る光景は生まれて初めて見る悲惨なものでした。ボランティアの方々の方々の多さに驚くとともに、当社からも沢山の社員が参加していたことに感動しました。これだけの社員がいれば、ライフデザイン・カバヤはもっと強くなる!と改めて確信しました。各自何ができるかを考え、まだまだ続く岡山県ならびに真備町の復興に協力していきます。

## 手探りでも前進することが重要

執行役員 岡山支店長 朝原亮二氏



経験したことのない事態とにかく混乱しました。私が災害対策本部長となり、被害状況の把握とボランティアチームの編成に全力を注ぎましたが、想像以上の社員からの申し出があり、絞り込みに困ったのを思い出します。それと同時にテレコールチームも編成し、入居者様に電話を掛け続けました。連絡がついた入居者様からは「すぐにでも来てほしい」という声が多く寄せられ、はやる気持ちを抑さえられませんでした。手探りの状況の中で、すぐに第一歩を踏み出したことは、間違いではなかったと思います。

## 協力会社の献身的な支えに感謝

執行役員 工事本部長 山岡嘉彦氏



直ちに、臨時でカバヤ住友会・カバヤ西部住友会役員会を開催しました。カバヤ住友会の皆様は、ライフデザイン・カバヤの業者会として、当社、また被災された入居者様の皆様に対し、「今何ができるのか」、「何をすべきか」という利他の心意気を感じずにはいられない内容の議論を重ねていただきました。実際にカバヤ住友会・カバヤ西部住友会の皆様から120人もの方々がボランティアに参加していただき、豪雨直後の当社のボランティア活動に引き続き、7月末からは、入居者様の家を乾燥させるために、石膏ボードの撤去や湿った断熱材・床材の撤去作業のボランティア活動を行っていただきました。ライフデザイン・カバヤがパートナーである多くの協力会社の皆様と一体となっていることに心底、感動を覚えました。自分の会社や現場を後回しにし、当社の入居者様の救済活動に尽力いただくなど、献身的な行動には頭が下がり、カバヤ住友会・カバヤ西部住友会の皆様の熱意と行動力に心から感謝しています。



▲災害直後の入居者様のお宅



オハヨー乳業

## プレミアムアイス「BRULEE」TV放送が決定 元宝塚歌劇団 雪組トップスター「壮一帆」さんが イメージキャラクターに！

オハヨー乳業は、プレミアムアイス「BRULEE(ブリュレ)」では初となるテレビCMを制作、12月1日から放送しています。(放送エリアは東北・中国・四国・九州)

イメージキャラクターとして元宝塚歌劇団雪組トップスターの壮一帆さんを起用。大人の女性をも魅了するBRULEEのおいしさを、コミカルな雰囲気を変えて演じていただきました。BRULEEのターゲットである20～30代の女性が憧れる、大人の女性の代表として、壮一帆さんを起用することになりました。CMでは親密なパートナーとパーティーから仲良く帰宅したと思ったら、パートナーをほったらかして早々にBRULEEを食べ始める壮一帆さん。でも、やっぱり大切な人と一緒に食べたくなくて…という展開の中に、「大切な人と食べたいアイスクリーム」というメッセージが込められています。BRULEEを一口食べた時の壮一帆さんの笑顔に思わず見とれてしまうCMです。

宝塚歌劇団を退団後、初のCM出演となった壮一帆さんは「大人の女性らしさだけでなく、コミカルさも交えて演じま

した。出来上がりがとても楽しみです！」とコメント。またBRULEEについても、その美味しさに太鼓判を押してくれ「一緒にBRULEEを盛り上げていきましょう」と応援メッセージもいただきました。この秋より、全国販売を再開したBRULEE。グループ一丸となって盛り上げていきましょう！



壮一帆(そう かずほ)さん

元宝塚歌劇団 雪組トップスター。長身を生かしたしなやかでキレのあるダンスと、表現豊かな歌唱力で多くのファンを魅了。2014年の退団後も様々な舞台やライブ、さらに新放送サービス「i-dio」のパーソナリティ等、多方面で活躍している。兵庫県出身。





## BRULEEが第48回食品産業技術功労賞を受賞

11月7日に表彰式が行われ、佐野執行役員が出席し、記念の盾を受け取りました。第48回食品産業技術功労賞は、食品産業新聞社が主催する歴史ある賞であり、BRULEEは商品・技術部門で受賞。アイスクリームを焼くという新技術がヒットにつながった点が評価されました。今回、6部門33件が受賞し、オハヨー乳業のBRULEEは食品業界の数々のヒット商品とともに表彰されました。

表彰式後に開催された祝賀パーティーでは、各受賞企業がブースを設け、試食を実施。来場者からも「よく購入しています」「パリパリとした表面と濃厚なアイス部分が気に入っています」と称賛の声を多数いただきました。また、ブースでは12月より放映されるCMをモニターで放映し、来場者にPRしました。



「さくさくぱんだ」が東京ガールズコレクションに初協賛

(文：カバヤ食品株式会社 カテゴリ戦略室 椿原淳史)



カバヤ食品株式会社  
カテゴリ戦略室  
椿原淳史

カバヤ食品は、パンダの形をしたチョコビスケットの「さくさくぱんだ」で、9月1日にさいたまスーパーアリーナにて開催されたファッションフェスタ「マイナビ presents 第27回 東京ガールズコレクション2018 AUTUMN/WINTER」(以下、TGC)に協賛しました。

「さくさくぱんだ」は発売以降、様々なプロモーションやキャンペーンを行ってきましたが、ターゲットと

なる女性に向けた直接的なアピールができていませんでした。TGCは、国内最大級のファッションフェスタで、おしゃれやかわいいものに意識が高い女性が多く来場する場。まさにターゲットとしている女性に、直接商品をアピールできる絶好の場であり、また、このTGCが、ブランディングの「ラボラトリー」と意味付けることで、一過性の流行ではないムーブメントを起こせると考え、協賛することにしました。

当日はTGCのメインイベントでもある「さくさくぱんだステージ」を実施し、メディアにおいても活躍中の元女子サッカー日本代表の丸山桂里奈さんとアンドレザ・ジャイアントパンダさんと一緒に美味しく、かわいい、さくさくぱんだを最大限にアピールしました。また、会場には思わず写真を撮りたくなるようなかわいい「さくさくぱんだブース」を出展。さらに、ぱんだの写真を撮ってSNSに投稿すると、「ジャイアントパンダ保護サポート基金」への募金につながる



「LOVEぱんだキャンペーン」も同時に展開しました。

今回のようなファッションフェスタに「さくさくぱんだ」で協賛できたことはとても嬉しく、直接消費者に触れ合えたのは貴重な体験でした。「さくさくぱんだステージ」も「さくさくぱんだブース」も、来場者に喜んでもらえ、特にブースの作りは、今後の方向性(チョコのぱんだの顔の可愛さを押し出すパッケージデザイン)を踏まえて作成し、それが支持される結果となったので、目指している方向性が間違っていないことを実感しました。

一方で、社内、特に営業関係に対して、TGCに協賛する意味や価値について伝えきれなかったのは課題だと思います。今回の協賛の検証と反省をしっかりと行い、さくさくぱんだのブランドを構築するために今後も顧客との接点を増やしていきたいと思っています。



## 小学生の職業体験イベントに出展

(文：オハヨー乳業株式会社 本社製造部 本社第一工場 大家一平)



オハヨー乳業株式会社  
本社製造部 本社第一工場  
大家一平

カバヤ食品とオハヨー乳業は、9月24日、コンベックス岡山で岡山青年会議所が主催した「第五回キッズビジネスパーク2018」に出展し、職業体験のブースを設けました。

このイベントは、子どもたちに働くことへの関心を高め、様々なことを学ぶことで将来の夢や自己実現に対して前向きになるきっかけを提供することを目的としています。オハヨー乳業は、「のむヨーグルト」と

「ジャージー牛乳ソフト」の販売体験、カバヤ食品はお菓子の袋詰め作業と販売体験を実施しました。最初に商品の説明を聞いて、大きな声で「いらっしゃいませ。いかがですか」と呼び込みの声掛け、そして商品を渡して「ありがとうございました」と笑顔であいさつしていました。

最初は戸惑っていた子どもたちも、終わるころにはあいさつする声が大きくなり、皆、「楽しかった」「また、やってみたい」と好評でした。

私は工場に勤務しており、このように子どもや消費者と触れ合う機会が無かったので貴重な体験をさせていただきました。地域貢献のための良い機会でした。今後は、子どもたちの笑顔を思い出して、喜んでもらえる商品づくりに取り組んでいきたいと思っております。



## 小学校の家庭教育学級で「歯と口の健康」をテーマに特別授業を実施！

(文：オハヨー乳業株式会社 ロイテリ推進室 升本史郎)



オハヨー乳業株式会社  
ロイテリ推進室  
升本史郎

オハヨー乳業は、9月20日、千葉県勝浦市立上野小学校で全校児童と保護者の皆様、そして先生方を対象に「歯と口の健康」に関する特別授業(家庭教育学級)を実施しました。

上野小学校は、以前より地域の歯科医と連携し、歯の健康に関する特別授業を開催。さらに学校からの様々なお便りや校内の掲示板などを通じて、積極的に情報発信と啓発活動に取り組んでいます。昨年度からは(一社)日本学校歯科医会の「生きる力をはぐくむ歯・口の健康づくり推進事業」の推進校として認定さ

れており、地域一体となった歯科保健教育の取り組みが全国でも注目されている学校です。

今回の特別授業は、このような活動をされている上野小学校の先生方に招かれ、開催に至りました。授業では歯周病の予防方法や日常生活での注意点、さらに今年相次いでいる地震や台風などの自然災害を踏まえ、災害時の口腔ケアの重要性や防災用品の揃え方についても講演しました。低学年の児童にとっては、難しい内容もありましたが、参加者はとても真剣なまなざしで熱心に耳を傾けており、授業後の質疑応答では児童だけでなく保護者の方々からも質問をいただくなど、とても有意義な授業になりました。

お口の健康は、カラダ全体の健康につながっています。オハヨー乳業では、今後もこのような活動を通じて日常的な口腔ケアの大切さを広く紹介していきます。



## ミス・ワールドジャパン2018日本代表が決定

(文：日本カバヤ・オハヨーホールディングス株式会社 広報部 豊田沙織)



日本カバヤ・オハヨーホールディングスグループがオフィシャルスポンサーとして支援しているミス・ワールドジャパンは、8月28日に2018年の日本代表選考会を開催。当グループからはライフデザイン・カバヤの窪田専務が出席し、審査員を務めました。

7000人を超える応募の中から代表に選ばれたのは、慶応義塾大学4年生の伊達佳内子さん。伊達政宗直系21代目という肩書も話題となりました。「自分にできる全身全霊で取り組んでいきたいと思っています。日々精進して世界一を目指します」と世界大会への意気込みを語っ

ていました。世界大会は11月から中国(海南島・三亚)で開催されており、今後の活躍に注目が集まっています。

ミス・ワールドは「Beauty With a Purpose (目的のある美)」という理念を掲げ、受賞者はモデルやタレントとしての活動だけでなく、国内外で社会貢献に取り組むなど、活動の場を広げています。当グループとしても引き続き活動をサポートするとともに、ファイナリストのみならずにはグループ各社のPR活動に協力してもらう予定です。

## ザ・ロイヤル ゴルフクラブ恒例 廣戸スペシャルデーにファジアーノ岡山さんが初参加！

(文：東京レジャー開発株式会社 ゼネラルマネージャー 小貫豪)



東京レジャー開発株式会社  
ゼネラルマネージャー  
小貫豪

“世界へ通用する選手を育てるコース”をコンセプトの1つに掲げるザ・ロイヤル ゴルフクラブでは、毎月一回、レッシュ理論・4スタンス理論を提唱する廣戸聡一先生を招き、アマチュアゴルファー向けに「廣戸スペシャルデー」を開催しています。

この企画は、丸一日かけて、「日本人としての正しい身体の使い方」をテーマに骨格の仕組みを学び、自身の身体特性に即した効率的な身体の使い方・動かし方を体感する

というもの。9月24日に開催された回では、岡山でJリーグのサッカーチームを運営するファジアーノ岡山から、北川真也取締役社長と、ホームタウン推進部の櫻内光太氏、チームの強化育成を担当する氏平裕人氏が初参加。アスリートのパフォーマンスを向上させるためのヒントを得るべく、廣戸先生の一挙手一投足に熱視線を送っていました。ゴルフとサッカー、種目こそ異なるものの、身体を使ってボールを扱うという意味では共通する部分も多く、ファジアーノ強化育成担当の氏平氏は、「人間の身体の仕組み、身体特性を理解することで選手たちのポテンシャルをさらに引き出せる可能性を感じました」と今後のアスリート育成において新たな気付きを得た様子。岡山から世界へ——。その大いなる野望を果たすべく、廣戸イズムがファジアーノ岡山の躍進につながるはずです。



## 本社近くに新展示場オープン

(文：ライフデザイン・カバヤ株式会社 問屋町テラス住宅展示場店長 篠原徳希)



ライフデザイン・カバヤ株式会社  
問屋町テラス住宅展示場店長  
篠原徳希

ライフデザイン・カバヤは、10月6日、岡山市北区問屋町に新展示場「問屋町テラス住宅展示場」をオープンしました。

岡山市中心部でのPR強化のために開設しました。場所は、本社から南東へ約100mに立地。木造2階（延べ210.27㎡）の規模です。モデルハウスは、木の直線美を生かし、採光性を高めた「ニューオーセント」。1階は玄関、リビング、キッチン、和室、などで、2階は洋室や寝室に加え、打ち合わせスペースも設けています。

オープニングセレモニーで、石本隆常務は「これまで岡山になかった新しいタイプの複合施設。若者らでにぎわう問屋町の魅力を守りながら、新たな魅力をプラスしていくため、出店企業一同、積極的に交流を図りながらPRに尽力したい」と話していました。



## ライフデザイン・カバヤ 新CM放送開始！

(文：ライフデザイン・カバヤ株式会社 開発事業部 櫻井宏)



ライフデザイン・カバヤ株式会社  
開発事業部  
櫻井宏

ライフデザイン・カバヤは11月7日から、岡山県・香川県の民放5局、広島県の民放4局と販売エリア全てで、一斉に放映を開始しました。第1弾、第2弾に引き続き今回も出演していただいている齊藤茉日（まひる）さんですが、今回のCMが最後の出演になります。

ライフデザイン・カバヤが今後目指す企業姿勢を表現したCMになっており、茉日さんが困難にも負けず意志を持ち進む姿勢、決意の「いってきます。」を通じ、住宅販売だけでなく、不動産事業、特建事業など、「その先へ。」チャレンジしていく会社を表現しました。「住まいと家族の成長」を感じて心温まるCMになっていると思います。グループの皆さん、ぜひご覧ください！



**ロイテリ乳酸菌リキッド 全国発売スタート**

(文：オハヨーバイオテクノロジーズ株式会社 幸谷良治)



オハヨーバイオ  
テクノロジーズ株式会社  
幸谷良治

オハヨーバイオテクノロジーズは11月1日、犬・猫用のサプリメント「ロイテリ乳酸菌リキッド」を新発売しました。

生きてロイテリ菌を使用したリキッドで、人間だけでなく、犬・猫の健康にも寄与すべく新たに商品化。既に全国のイオンペットで販売しています。ライフパートナーイケダ池袋西武店では特設コーナーを設けるなど、売り場づくりを徹底

したこともあり、多くのお客様に興味を持っていただいています。特に口臭や便臭でお悩みのお客様からの問い合わせが多く、一人でも多くのお客様に手に取っていただくべく、ペットショップはもちろん、動物病院にもアプローチを進めています。

ロイテリ菌は人をはじめ、犬・猫などの哺乳類と長年にわたり共存してきた乳酸菌です。人において生きて腸まで届くプロバイオティクスであることはもちろんのこと、全身の入り口である「口腔内の菌バランス」を整えることから、犬・猫においても重要な役割を果たすことが期待されています。成犬期、成猫期の犬・猫の60～80%が歯周病になっていると言われており、人のように十分なケアができない犬や猫にとって、「お口のお手入れ」は大きな課題となっています。この商品で大切なペットの健康や長寿に貢献できるよう努力していきます。ペットを飼っているグループの皆さんもぜひ一度お試しください！



## 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](mailto: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

今年も残すところあと1ヵ月。今年は全国的に災害が多く、地元である岡山も豪雨災害で大きな被害を受けました。市況や災害など外的要因で計画通り進まないことも多々ありますが、食品事業では大型プロモーションなど新たな施策に着手したり、ゴルフ事業ではRGCでトーナメントを開催したり、と飛躍の1歩となった1年だったと思います。そして瞬間に來期の計画策定の時期となりました。昨年度に立てた計画の理想と現実を振り返りつつ、更なる飛躍の年となるようブラッシュアップしていきましょう!(豊田)

### 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  
Communication Magazine "ALL for ONE" Vol.24

発行: 2018年12月1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

NIPPON  
KABAYA OHAYO  
HOLDINGS  
INC.

**ONE for ALL**

真の欲求を究めて、ホンモノをカタチにする