

ALL for ONE

Vol.
34
2022年12月

いいモノはいい！ダメなモノはダメ！





野津 基弘
日本カバヤ・オハヨーホールディングス 代表取締役社長

『いいモノはいい! ダメなモノはダメ!』 『条理と不条理』

懲罰事案表出の数が多いか、少ないかではない。
加害者・被害者の数が多いか、少ないかでもない。
このグループ・会社がオカシイ・ヤバイ...レベルの大きさや、小ささでもない。

グループ内で起こっている様々な懲罰事案は、防ぎようがないことだったのでしょうか?

今まであなたたちが、人として、『いいモノはいい! ダメなモノはダメ!』と言わず、
見て見ぬフリをして、自分事ではなく他人事として放置した。
社会的責任が個々人にあることを忘れ、同僚・先輩・後輩・上司・部下・組織・会社の責任になすりつけ、人として、

- ・何が起きているのか
- ・なぜそんなことが起きているのか
- ・何かできることはないか
- ・どんな気持ちでいるのか、どんなことを感じているのか、どんな感情でいるのか
- ・体の調子はどうなのか、よく眠れているのか、痛みや怪我はないか
- ・家族の様子はどうか
- ・日々どんな日常を過ごしているのか

心配・不安・辛いことはないか、悲しいこと、嬉しいこと、できていないこと、できるようになったこと、
やっていること、やってみたいこと、諦めてしまったこと、諦め切れないこと...などを無視し、
無機質、無関心、同調圧力、自己保身であった。

**この懲罰の数は、あなたが『いいモノはいい! ダメなモノはダメ!』を
考えたり、感じたり、聞いたり、話したり、伝えてこなかった「数」です。**

起こっている事象のほとんどは、
「人として、仲間として、友人として、同僚として、先輩として、後輩として、
上司として、部下として、四方八方に気を配り、相手が善くなることを慮り、
思いやりの気持ちを以って声を掛け、話を聞いてあげること」で防げたのではないのでしょうか?

人を管理したり、されたりすることは、私が世の中で一番嫌いなこと。
内部通報制度は弱い人を守るためにありますが、間違っても、秘密警察、告発機関のようなモノにしてほしくない。
一人ひとりが人としてより強くなってほしい。
自分のため、相手のために、「嫌なことは嫌だ!!」と相手にはっきり意志表明してほしい。
「ルール」とは、会社や組織のような無機質なモノに管理されない、支配されないためにある。
「人」を守るためにあり、「人」の未来への道筋を閉ざさないためにある。
人が人として「ラポール」を構築する土台です。

会社が人にできることなど大したことはない。
「ルール」を守ったとしても、最悪の事態は起こり得ます。
「ルール」で、人の命や財産が守られるわけではありません。
内部通報があったからといって、問題が防げるわけではありません。
会社や組織ができることは「事前の準備と事後の処理」でしかないのです。

あなたたちが、小さな芽の内に「オオゴト」にならないように...

善くなるために、お互いが関わり合い、指摘し合い、自分が最終評価者となり、「より善く」あり続けてほしい。

会社や社会にうしろ指をさされるような、「人と人が管理し合う」社会をつくらないでほしい。

『条理と不条理』

世の中には、人智の及ばない「不条理」なことがあります。例えば災害や病氣です。

無力感にさいなまれながらも、背負わなければならないこともある。

それに比べて、懲罰事案、日々の不仲や、組織内のゴタゴタ、取り組みの難航、商品が売れない、人に伝わらない...

これらは「不条理」なことでしょうか？

『事業は人なり』

その意味は、ほとんどの事象に対して、

「人は何らかの意図や意識、心理や感情に基づいて、実行している」ということです。

つまり人が人に起こすことに「不条理」はない!!

すべては「条理」の積み重ねにおいて問題が起きている。

仮に突発的な事故であったとしても、その瞬間、氣をそらしたことが大事故の原因であったりする。

一人ひとりが、解決できないと思ったことを解決するために

人間の叡智を結集し、どの瞬間もどんな些細な出来事も見逃さず、

問題の原因を抽出し、課題として取り組み、直視し、解決する。

人が「善くなる」ために、「最善を尽くす」ことが、

人として、社会人として、経営者として、従業員として「より善く生きる」ことです。

『意志を以って、やり遂げる』

『自分で考えて、決めて、行動し、結果を検証し、卓越する』

『理想=基礎・基本』

『理想を実現するために現実を直視する』

極めて些細な出来事を見逃し、無視したその瞬間...すべてが崩れ去る。

あなたに何の夢も、希望も、理想がなくても、

誰かの夢や、希望や、理想を踏みにじり、崩壊させ、命を落とす危険すらある。

あなたが人間である限り「不条理」と闘い続けることが『真理の追究』であり、これを我がグループでは『哲学する』と定義している。

『いいモノはいい! ダメなモノはダメ!』...とは

あなたという「個」が「全体」に関わるすべてにおいて、「社会的責任」を全うする、ということである。

それは、組織や社会というもの以上に、

「個」としての『自由と自立』『愛情と覚悟』を以って、

人の尊厳をあなたが守り、全うする、ということです。

最後に...「感謝」と「恩返し」

カバヤ食品の「さくさくぱんだ」発売25周年、オハヨー乳業の「焼プリン」発売30周年、

ライフデザイン・カバヤ、リンク&リンケージ(旧フジ物流)、東京レジャー開発、ライフパートナーイケダ創業50周年、

ここまで続けてこられたことに、先達と従業員の皆様へ心から感謝します。

しかしながら、決して我々グループだけのチカラではありません。

我々を信用・信頼し、関わり、支えていただいているすべての人たちに

「感謝」し「恩返し」することが何よりも大切なことです。

そして、「恩返し」とは、相手が欲しているモノを返すではありません。

我々が掲げる理想の世の中を実現することが、「恩返し」であり、『私の約束』を体現することです。

その理想の実現への歩みを止めず、退がらず、前に、上に進めていくために...

世の中の矛盾に立ち向かうことができることに...心から「感謝」します。

名古屋と大阪に「ジョイントセールス課」誕生 オハヨー×カバヤの融合は何をもたらす 半年の歩みと苦悩、失敗から見えてきたモノ…



オハヨー乳業 中部支店 ジョイントセールス課
課長 生垣祐介

メンバー 藤坂侑貴 (OHY)、田口由佳 (同)、
金山正輝 (KBY)、庄子翼 (同)



カバヤ食品 大阪支店 ジョイントセールス課
課長 長尾沙和

メンバー 藤元宏樹 (KBY)、山下卓也 (同)、
林書宇 (OHY)、柳駿一郎 (同)

名古屋と大阪に7月、オハヨー乳業・カバヤ食品の合同プロジェクト「ジョイントセールス課」が誕生した。両社の強みを最大限活用し、シナジー効果を発揮するノウハウを確立するというかつてない取り組みで、オハヨー乳業中部支店の生垣祐介、カバヤ食品大阪支店の長尾沙和の下に両社から2人ずつの精鋭が名を連ね、「正解のない挑戦」を続けている。発足から半年、両チームのこれまでの歩みと苦悩、少しずつではあるが「見えてきたモノ」取材した。

ジョイントセールス課とは、直訳すると「共同運営」「協業」といった意味。「両社の良い面を生かし、最終的に1+1が2ではなく、3にも4にもなるようなシナジー効果を発揮する」(長尾)のがミッションであり、その先には「人物力最大化=キャッシュ最大化」というグループ方針の実現がある。

具体的なことが分からない不安

メンバーたちにプロジェクトの発足が告げられたのは5~6月のこと。ただ、その時点の受け止め方は1人ひとり大きく違った。ポジティブな意見としては「新しいプロジェクトのメンバーに選ばれて光栄」「うまくいけばめっちゃくちゃ格好いい」など。これに対し、ネガティブに受け止めたメンバーもあり、一番の理由は「だれに聞いても具体的なことが分からない」ことへの不安があった。当時の心境について名古屋の金山は「求められているもの、期待されていることが分からず、今まで関係性を築いてきた企業を手放し、新たな企業と関係をつくり直すこと」への不安が大きく、いったん辞退を申し出たという。

こうした不安感はお上司との話し合いなどを通じて徐々に解消され、いまだ完全には腹落ちしていないものの、逆に「普段接点のあまりないオハヨーの営業手法が学べ、自分自身の視野が広がる」と理解できたのだが、彼のように当初は必ずしも前向きでなかったメンバーを含め、最終的にチームとして1つになれたのは人選の妙もあった。「以前から長尾さんの下でやってみたかった」「尊敬する上司・先輩と一緒にチームでやれることがめっちゃうれしい」など、未確定だった顔触れが決まると「このメンバーとなら」というムードが強くなり、最初のハードルとなる組織づくりはうまくいった。

「近くて遠い」オハヨーとカバヤ

オハヨーとカバヤの支店・営業所の多くは同じ建物の同じフロアにあるのだが、これまでの営業スタイルはまったく別。両社が扱う菓子と日配品、アイスクリームなどの商品は取引形態や温度帯、賞味期限なども異なることから、同じ取引先へのアプローチなどで「連携」という発想自体がなく、取引先によっては担当者さえ知らないという「近くて遠い」関係だった。今回のプロジェクトでは、上層部からは大枠の方針が示されただけで、「自分で考え

て、決めて、行動し、結果を出し、検証することで卓越し続ける」ことが求められており、両チームとも初期段階では合同販売などによるシナジー効果にこだわって動き始めたという。

中部支店では『「とりあえず行ってみよう』という程度の認識で、2社のロゴの入った名刺を取引先に渡すと『コラボ商品を出すの』『一緒になって何をしてくれる?』という反応。具体的なタマもないままあるチェーンストアのチルド商品のプレゼンに参加し、単なるコラボ売り場を提案したところ『こんなじゃ話にならない』と担当課長に席を立たれてしまったこともある』と生垣。同席した藤坂は「あんなことを言われたのは後にも先にも初めて」と、屈辱的な体験を振り返る。



オハヨー乳業 中部支店 ジョイントセールス課 課長 生垣祐介

失敗を繰り返し得た「気付き」

庄子もオハヨーのヨーグルト売り場にフルーツのグミを置き「果実狩りフェア」としての演出を提案し、パイヤーから「ヨーグルトとグミと一緒に売る意味が分からない」と一刀両断にされたのだが、こうした失敗を重ねるうちに、自分たちの提案にはストーリー性が乏しく、結果を急ぐあまり「メーカーのエゴ」に陥っていることに気付いた。「オハヨー、カバヤ、そして得意先それぞれにメリットが生まれる提案とは何か」と考えるようになったのは、9月に入ってからのことだった。

ちょうど同じころ、もがいていた大阪でも方向性が見え始めた。長尾は当初「エンドユーザーとの接点」を切り口に、商品イベントなどを模索していたのだが、ミーティングでメンバーたちが、それぞれの立場で店舗事例やイベントについて話すさまを見ているうちに「現状は指示があいまいで、みんなが動きづらくなっている」と軌道修正の必要性を感じた。そして行き着いたのが「共同の販促イベ

ントだけ追いかけても企業の成長には繋がらない。菓子は菓子、日配は日配、アイスはアイス、それぞれが会社・取引先に貢献できて、お客さんに対しても貢献できるというのがあるべき姿」と基本に立ち返り、ジョイントセールスの目指す姿について、「協業ありき」から「協業は目的実現のための手段の一つ」と自分なりのイメージがようやく固まった。

「シナジー」を必死に考えていた彼女の頭の中は、このときから「シナジーとはカバヤとオハヨーだけでなく、取引先やお客さんまで含めてのもの」であり、みんながWin-Winになれるヒント探しにシフトチェンジした。長尾から明確な方針が示されたことで、メンバーにも「互いのカテゴリーの中で売上げを最大化するというゴールから逆算して、今何ができるかを考えるようになった。9月ごろまで進む道がふわっとしていたが、ようやくはっきりと見えてきた」と山下は話す。



カバヤ食品 大阪支店 ジョイントセールス課 課長 長尾沙和

「相手を知る、課題を知る」

試行錯誤を通じて、両チーム共通のキーワードとして浮かんでいるのが「相手を知る、課題を知る」ということ。単に商品売り込むというメーカー視点の発想ではなく、まずは取引先の課題をくみ取り、その解決につながる“刺さる提案”を目指す。そして、2社が力を合わせることで可能性が広がるのであれば、ちゅうちょすることなく実施する、とメンバーたちのスタンスが変わった。

名古屋の田口はジョイントセールス課に所属して以降、担当する地場スーパーのフィールコーポレーションでさまざまなコラボ企画などを提案してきたが、企画が「点」になってしまい、「つながっていない」とパイヤーから指摘されていたという。ところが、方針説明会を通じて相手が買い上げ点数アップを目標に掲げていることを知り、「それま

でと同じ企画であっても目標実現につながることを意識し、提案の意図を伝えることでパイヤーも協力的に変わった」そうで、今では親しみを込めて「ジョイント田口」と呼ばれ、関係性の強化を実感している。

名古屋エリアではこのほか、地場スーパーのヤマナカが「健康」「笑顔」を大切にしている企業理念を再確認し、健康軸ではロイテリヨーグルトや塩分チャージタブレットの企画などを提案し、商談を前進させている。大阪でも、エイチ・ツー・オーリテイリングは経営統合により傘下にイズミヤ、阪急オアシスなどのスーパーを抱え「グループ内競争」という課題があることに着目し、カバヤとオハヨーそれぞれの強みを生かした企画で差別化を提案し、同一エリアの店舗ごとに異なる目的のお客を誘導する企画の提案をスタートしている。

取り組みが加速すると同時に、メンバーたちの中には多くの気づき、行動の変化が生まれている。大阪の藤元は、ジョイントセールス課の始動から、「まずはカバヤとオハヨーが同じグループということを取引先に認知してもらおう。カバヤが強い企業、逆にオハヨーが強い企業があり、補完し合うことでグループとしての立ち位置を引き上げる」と意識して動いているそうで、グループとしての認知度については一定の手応えを感じるようになった。



▲大阪 阪急オアシス ルクア店の売り場

“人脈のジョイント化”を加速

梅田駅直結の阪急オアシスルクア店も、林が先行してパイプを築き、定期的に平台での販促などを展開していたところへ山下も誘い、「両社の強みを生かし店舗にもシナジー効果を生むシナリオを店長にアピールし、平台での販促イベントを実現で

きた」と林。同店は大阪のジョイントセールス初の成功例で、報告書をルクア店の専属バイヤーに見せたところ、菓子バイヤーとの接点が生まれるという、2次的な成果にもつながった。また、和歌山エリアのオハヨー担当で、藤元と得意先が重なる柳は「(担当歴の長い)藤元さんの人脈を利用させてもらっている。目立つのは売り場実現などの成果かもしれないが、人との繋がりはたとえ担当が替わっても引き継いでいける。それを意識して勉強させてもらっている」と話し、“人脈のジョイント”を加速させ、松源では企業の中で注力度が高い新店舗のオープン時にカバヤとオハヨーでの合同の売り場が実現するなど成果につながっている。

名古屋では情報の共有が活発化している。オハヨーから見たカバヤのイメージは、「にぎやかでアットホーム」というものだったそうだが、ともに仕事してみると実は「ものすごく緻密」で、高位平準化をテーマに、だれが担当しても困らないレベルの資料=データが営業を支えていることが分かった。「連携を通じて情報共有が強力な武器になることが分かった。『扱う商品が違うので無理』という先入観を持たず、もっと早くから取り組みればよかったと初めて気付いた」と生垣は苦笑する。

バイヤーはカテゴリーごとであっても、上層部は同じ。情報を共有することで、「やりっ放しの文化」と自嘲気味に話すオハヨーにも、データを軸にしたカバヤの検証文化が根付きつつあり、「企画を実施して終わりではなく、検証し、結果にかかわらずバイヤーに報告することで信頼も得られる」(田口)と、「自分で考えて、決めて、行動して」の先にある「結果を出し、検証する」段階に進むケースが増えている。



▲名古屋 ヤマナカ 大府店の売り場

人脈、情報、手段が2倍に

両チームの挑戦は、オハヨーとカバヤが連携することで、人脈も情報も手段も2倍になることの証明であり、「相手を知る」とは取引先との関係に限ったことではなく、オハヨーとカバヤにとっても、協業を進めていく上での欠かせないファクター。さまざまなメンバーの組み合わせによるミーティングの増加、店舗巡回の相互フォローなど、融合は日に日に進んでおり、拠点を超えた名古屋と大阪の間での情報交換も深まりつつある。山下は「1社だと商品、サービス、経験、ノウハウの何かが欠けてしまい実現しないことは結構ある。阪急ルクア店の成功もカバヤの商品とオハヨーの経験、ノウハウが合わさることであまくいった事例で、いろいろなものが2倍になり、課題解決のため提案できる幅が広がったと実感している」と手探りだったジョイントの効果への自信は日増しに強くなっている。

もやがかったような状態から少しずつ抜け出し始めた挑戦は息の長い取り組みであり、その先には、彼らが確立したノウハウをどうグループに波及するか、という重大な使命も課されている。チームを引っ張る生垣は「ジョイントセールス課にとっての大前提となるシナジー効果とは何か、という命題の答えを出すのは難しいが、中長期的にこのチームでしかできないやり方では意味がないのは間違いなく、再現性があり、どここのチームでも使えるシナジーを生む方法を何としても見つけたい」。また長尾は「方向性について上層部から正しいとジャッジをもらっているわけではないが、今の自分自身は正解だと思っている。そこはぶれないようにしつつ、その先にあるものを探し切り、だれからも『いい会社』と思われるようになるという最終目標に向かい、プロセスを設定していきたい」と次のステージをにらみながら取り組みを加速する。

最後に二人がそろえて口にしているのは「ジョイントセールス課の仕事は、オハヨー・カバヤの他の課・メンバーの支えがあって成り立っており、そこには感謝しかない。支えてくれる周りの人のためにもこの合同プロジェクトを必ず成功させる」と周りの環境に感謝しながら、正解のない取り組みを、一歩ずつ進んでいる。

メンバーの抱負

名古屋

カテゴリーアドバイザーを目指す

藤坂 侑貴 (2016年入社、29歳)

メーカーも淘汰される時代。2社で違う価値を提案し、それを継続していくことで、大手ではないが独自のポジションが築けるのではないかと考えている。個人的にはチルドデザートのカテゴリーアドバイザーになるのが目標。



頑張れば必ずチャンスは来る

田口 由佳 (2018年入社、27歳)

やりたいことに対し、リーダーが前向きに受け止めてくれる環境のおかげでいろいろなことに挑戦できている。頑張っていれば必ず見てくれる人がいてチャンスは来るはず。環境に感謝し、自分の役割を全力で果たしていきたい。



より多くの人に影響を与えたい

金山 正輝 (2015年入社、30歳)

条件競争を避けるためにも得意先からカテゴリーを任せられる存在になりたいと思っている。将来は周囲に影響を与えられる人物になりたいと考えており、より多くの人に影響力を与えることのできる管理職を目指したい。



いろんなことを学び一步一步成長

庄子 翼 (2021年入社、23歳)

一人前と自信を持って言えるレベルではないが、右も左も分からないきつい時期、困ったときは先輩に助けてもらったように自分も頼りにされる人になりたい。今はいろいろなことを学べる環境で、一步一步成長していきたい。



大阪

自分の価値を高め将来に生かす

藤元 宏樹 (2012年入社、35歳)

カバヤとオハヨーの懸け橋として話しやすい環境づくり、情報交換など率先して取り組みたい。長尾さんのサポートを行いつつ、社外に対しては提案の質の向上を行い、自分の価値(能力)を高めて将来に生かしたい。



社内外問わず横のつながりを強化

山下 卓也 (2020年入社、31歳)

得意先はもちろん、これまでオハヨーとは特定の人としか話せていないので、社内外を問わず横の繋がりを強化したい。個人目標としては、大阪支店を1人ひとりの個性が輝く支店にしたいと思っている。



全国に影響与えるセールスに

林 書宇 (2018年入社、26歳)

ジョイントセールス課の一員に選んでいただいたことに感謝し、絶対に成功させて全社に波及させたい。個人の目標としては、全国のいろんな支店がある中で影響力を与えられるセールスマンとして成長していきたい。



得意先に名前の残るセールスに

柳 駿一郎 (2018年入社、26歳)

ジョイントセールス課の一員になり、日に日にやれることが増えているのと、やれそうなことが増えている実感がある。自分の強いところを伸ばし、得意先にも名前を残せるような、一回りも二回りも大きなセールスに成長したい。



小倉 邦彦 Kunihiko Ogura

日本カバヤ・オハヨーホールディングス 執行役員
研究開発、法務・知財担当

10月1日より、一緒に働く仲間に入れていただきます小倉と申します。どうぞよろしくお願い申し上げます。

新卒で入社した内資系の製薬会社にて、研究所、工場、経営企画、総務・人事・知的財産部、製品戦略部と、後に縁あって入社した外資系の製薬会社にて、財務、社長室、事業開発と様々な部署を経験しました。「器用貧乏も10年やれば、黄金の右腕」になれると信じて頑張ってきました。

この度、研究開発・法務・知的財産の管掌業務を拝命いたしました。資源が乏しい日本においては教育こそが資源であり、教育により育成された人材によるイノベーションが日本の産業競争力・国際競争力の鍵であること、そしてイノベーションには研究開発が非常に重要であると信じております。

バブル崩壊後、医薬・生命科学・農学・食品関連においては人材供給過多であり、特に新卒の就職状況は厳しい状況が続いております。

小職としては、研究開発・技術経営の分野で日本カバヤ・オハヨーグループに貢献し、事業を拡大させることで、研究開発費を増加し、その結果、岡山の地で研究開発の雇用を増やし、地域・社会に貢献できるよう粉骨砕身努力いたします。

皆様のご指導、ご鞭撻のほど何卒宜しくお願い申し上げます。



島田 明恵 Akie Shimada

日本カバヤ・オハヨーホールディングス 執行役員
ブランディング戦略室 室長

10月1日より、皆さんの仲間に参画をさせていただきましたブランディング戦略室の島田明恵と申します。何卒宜しくお願ひ致します。

新卒で読売テレビに入社し、スポーツや料理番組を担当。その後、ルイ・ヴィトンジャパンにて、マーケティング・セールス、メンバーズクラブの運営等に従事し、直近はITベンチャー企業で100を超えるクライアント企業のマーケティング・プロモーションに携わって参りました。

自身の職歴を振り返ると、一見、異なる業種業界に見受けられますが共通しているのは、「事象の把握・特長理解・差別化」を軸に、「企画立案し、伝え、ファンを育成する」ということ。

このグループには「意志」を以って創造された無尽の「宝」があり、それこそが私がこのグループに入社したいと願った原点です。

「無尽の宝とそこに込められた思い・ストーリーを組み合わせ、意志伝達し、より強いファン化を目指す」。その使命を得られた喜びと『私の約束』を胸に刻み、日本カバヤ・オハヨーグループに関わる全ての皆さんの幸せ、成長・発展に全力を尽くす所存です。

何卒ご指導、ご鞭撻のほど宜しくお願ひ申し上げます。





日本カバヤ・オハヨーホールディングスグループ 内定者座談会

コロナ禍の学生時代、強み、実現したい夢 内定者3人が「胸の内」を赤裸々に語る

参加者

関口桃子さん (オハヨー乳業)

畑珠冬さん (カバヤ食品)

本間英路さん (ライフデザイン・カバヤ)

日本カバヤ・オハヨーホールディングスグループには来春、81名(予定)の新しい仲間が加わる予定です。今回は代表して3人の方に登場していただき、コロナ禍の学生生活や自らの強み、志望の動機、実現したい夢などについて大いに語っていただきました。

— 今回の座談会では、皆さんがコロナ禍でどのように自分と向き合い、何を経験し、大切に生きてきたのかについて語っていただきたいと思っています。まずは自己紹介からお願いします。

本間 ライフデザイン・カバヤの本間です。大学では地域社会の中でスポーツの果たす役割、障害者スポーツなどについて学び、アメリカンフットボール部に所属していました。

アメフトの魅力は、オールラウンダーでなくても自分を生かせるポジションがあること。1人ひとりが自らの強みを伸ばし、それを掛け合わせることでチームが強くなり、勝利につながります。

畑 カバヤ食品の畑です。大学では言語学のゼミに所属していました。ゼミの方針として、毎週、言語について気になったことを1つ調べて持ち寄るという課題があり、街中や電車の中など、日常的に目に

するあらゆる言語について興味を持つようになりました。2019年に入学し、大学2年生でコロナのため外出できなくなりましたが、1年生のときに友人ができていたので、電話やオンラインゲームを通じて交流でき、孤独感はあまりありませんでした。

関口 オハヨー乳業の関口です。大学時代はカフェのバイトと水泳のコーチをしていました。高校までは選手として水泳に打ち込んでいたのですが、蹴伸び（プールの壁を蹴って浮き上がるまでの姿勢）など、今自分が当たり前に行っていることを、どうやってできるようになったのかは覚えておらず、人を指導する難しさを学びました。

——履歴書に「特技はカフェの発注」とありました。

関口 在庫が増えると置き場に困るので、天気はもちろんですが、お客様からも情報を収集し、「明日は近くの小学校で運動会があるから、お母さんたちが多く来店してこのメニューが出そう」など、2日間で使い切る量を考えて発注していました。ホールはドリンク担当ですが、収集した情報はキッチン担当者とも共有するよう心掛けていました。

——就職活動を通じ自分とじっくり向き合う機会になったと思いますが、大切にしていることや強みについて教えてください。

畑 親が転勤族だったので、小学生の間に引っ越しを4度経験しましたが、そろばんとスイミングは6年間継続しました。その経験から、目標を持ち、粘り強くやり遂げることの重要性を学びました。その後は中高一貫校で吹奏楽部に入部し、クラリネットをやっていましたが、ソロ奏者に選ばれることを目標に粘り強く練習し、周りの人にもアドバイスをもらうことで上達し、最終的に目標を達成できました。



やりたいことはどんどん挑戦

——目標を立てることが原動力になっているのですね。

畑 一回経験してみないと目標を立てようにも本当にやりたいのかどうかも分かりません。実は、昔は新しいことを始めるのは苦手でした。でも、人は自分が思っているほど自分に注目していないことに気付いてからは、興味を持ったらすぐにやってみるようになりました。

転校が多く、最初はどうやって話し掛けていいかわからず、引っ込み思案な性格でしたが、大学生になり一人暮らしを始め、やりたいこと、興味あることはどんどん行動することに慣れました。コロナを期に、中国語とウクレレも始めました。中国語はUSJでアルバイトをしていて、中国人のお客様相手に話せたらいいなと思い始めました。また、マンション住まいなので大きな音は出せませんが、楽器は続けたいと思っていたところ、ディズニー映画の「リメンバーミー」を観てウクレレを始めました。

本間 自分の強みは困難に直面したときのレジリエンス（適応力）。どんな状況下でもモチベーションが下がらないことには自信があります。大学2年のときにコロナ感染が拡大し、授業もすべてオンラインになり部活は中止。その中でも民間のフィットネスジムは営業していたので、この時期に身体をしっかり作ろうと思い、部員に呼び掛けました。結局1年間試合は中止、翌年も棄権することになったのですが、くじけることなく身体を鍛え、体重は63kgから70kgに増えました。

——長期間活動休止を余儀なくされながら、なぜ前向きで居続けられたのですか。

本間 もともと負けず嫌い。中学入学時には身長が148cmしかありませんでしたが、体格をばかにされても「絶対負けない」と思っていました。大学1年のとき、サッカー元日本代表の岡田武史監督の講演を聞く機会があったのですが、「失敗に思えることでもその後のアクションに繋げることが大切。失敗は必ず自分の糧になる」という言葉が心に残っています。コロナで試合中止、棄権が決まった直後は落ち込みましたが、すぐに強い身体を作るチャンスととらえ直し、モチベーションを維持するように努めました。

自分の「当たり前」を押し付けない

——チームメイトの様子や、モチベーションの低下した人にどのようにアプローチしたのですか。

本間 部活がなくなり、周囲のモチベーションは下がり、部活を辞める人や、ほかのスポーツに移る人も出てきました。そんな中、個々がやっているトレーニングの結果をグラフにして可視化することで、チームメイトのモチベーションを上げるよう心掛けました。アメフトは大学から始める人が大半で、高校時代には自分のように盆と正月しか休みはないのが当たり前だった人もいれば、週に数回しか部活がなかった人もいますので、意識をすり合わせる必要があります。

そのためには自分の「当たり前」を相手に押し付けるのではなく、まずは相手の考えを聞き、いったん受け止める。そして怒らない。その上で自分の考えを伝えるよう心掛けました。否定から入ってしまうと聞く耳を持ちにくくなりますが、相手の話を聞き、それを受け止めた上で「こうするともっと良くなるよ」と伝えると、すんなり取り入れてくれることが多くなりました。

関口 私の強みは、失敗を失敗のまま終わらせないことです。水泳をやっていたころは試合や練習の中で課題が見つかり、情報を収集して改善に取り組むというサイクルの繰り返しでした。コーチとして教えるときも、進級テストで落ちて泣いている子どもに「悔しいと感じたら次に生かそう」とアドバイスしていました。あれこれと悩むよりとにかくやってみる。それによって次に取るべき選択肢が広がるのではないのでしょうか。

成長できる環境・「こだわり」に共感

——志望動機を教えてください。

畑 祖父が病気のために食が細くなっていたにもかかわらず、通販で購入した食品を食べるのを楽しみにしていたのを見て、食には人を笑顔にし、身体だけでなく心の健康を支える力があることに気付きました。食で人の健康と幸せに貢献したいと思いました。また、会社説明会や面接で対応していただいた人事の方がとても話しやすく、自分の心の内を引き出してくれました。多種多様なグループ会社があり、いずれは別の業種や職種を経験できる

可能性があることも楽しみです。

本間 住まいはとても高価な買い物です。以前から業界に関心があったのですが、LDKは家を売って終わりではなく、リフォームや保険に至るまで、アフターフォローもしっかりやり、お客様の人生を総合的にサポートできる体制に魅力を感じました。会社説明会や面接を通じて社員の方々のチャレンジ精神も感じ、自分自身が成長できる会社であると確信して志望しました。

関口 バイト先のカフェでキッチン担当者が新しいメニューとしてプリンを検討していることを知り、頼まれてもいないのに市場調査としてコンビニに行き、全種類のプリンを買って食べました。ちょうどオハヨーと森永の焼プリンがあり、食べ比べてみるとオハヨーの方がおいしいのですが、売り上げは森永の方が上ということに不思議に思いました。

気になってホームページを見ると、オハヨーの方が作り方にもこだわっていて、なぜか「悔しい」と感じたことを覚えています。その時点では就職のことは考えていませんでしたが、食品業界を目指すことになり、就活を進めるうちに「そう言えば…」とオハヨーのことを調べ直し、志望しました。



「年収1000万円」が当面の目標

——皆さんの夢、会社でどんなことに取り組みたいと考えていますか。

本間 人と話すことが好きで、特に相手の話を聞いてまとめるのが得意です。営業職として、お客さんの頭の中にあるモノをアウトプットするお手伝いをしたいと思っています。私の尊敬する人は父親なのですが、費用を抑えるため、大学受験では滑り止めの受験をどうするか悩んでいたとき「お金のことは気にしなくていい。それでお前の気持ちがお前になるな

ら受けろ」と背中を押してくれました。

自分に子どもができたとき、そんな懐の大きな父親になりたいと考えており、当時の父親と同じ「年収1000万円」が当面の目標です。あと、来年合格したいと思っているのは宅地建物取引士の資格です。LDKは岡山では戸建て注文住宅着工棟数ナンバーワンのとても有名な会社ですが、大学のある愛媛では展示場ができたばかり。希望通り愛媛勤務になれば、愛媛でもナンバーワンの会社になりたいと思っています。



後悔しない人生にしたい

畑 昔から死に対する恐怖心があります。だからこそ、死ぬときには絶対後悔しない人生にしたいし、惜しまれながら死にたいと思っています。いつ死んでもいいように、と言ったら大げさかもしれませんが、プライベートも仕事も、自分の気持ちに正直にチャレンジし続けたいですね。

想いを伝えられる存在に

関口 結婚して子どもを産んで、仕事もしっかりする。基弘さんとの最終面接で、グループ会社の話になり、オハヨーに入りたいと思ったきっかけとして商品へのこだわりを感じたことを話していると、他のグループ会社にもそれぞれのこだわりがあって、「グループにはあらゆる業種の事業会社がある。人の営みにとことん寄り添い、世の中をより善くしたい。」と聞いて、すごいなと思いました。祖母が病氣したとき、それを未然に防ぐためには衣食住すべてが大切だと感じたのですが、グループ会社があればできることは増えるし、自分自身の活躍の場も広がる。

また、オハヨーの営業としては、お客様にとってシェア以上に大切な、いいモノ、こだわりのある商品売るため、「想い」をしっかり伝えられる存在になりたいと思っています。

——最後に、本日の感想をお聞かせください。

本間 入社後の働くイメージや、グループ会社の同期の考え方や会社の良さを聴くいい機会になりました。また、LDKは日本カバヤ・オハヨーホールディングスの一社であり、そのことを改めて認識しました。

関口 オハヨー乳業とは違ったグループ会社の魅力や、多種多様な業態の会社を持つグループの強みを感じることができました。オフィス見学も社会人になるイメージがさらに強まるいい機会になりました。

畑 グループ会社の内定者の方と実際に会ってお話ができるという貴重な経験を得られたことが嬉しかったです。お二人のこれまで努力や今後の目標を聞き、自分自身もより具体的な目標を持って精進しようと思います。さらにオフィス見学では、そこで働く先輩社員の姿、自社商品でいっぱいのオフィス環境にワクワクするとともに、4月からの自身が働く姿を想像することができました。入社式の際に、お二人に会えることが楽しみです。

——きょうは長時間ありがとうございました。役職はその人の役割でしかなく、後輩より先輩・上司が人格も上というわけではありません。社歴は短くても、納得できないことや疑問に思うことがあれば「どうして」「なぜ」と、どんどん聞いていけば周りに気付きを与えることもあるし、チームも善くなっていく。皆さんもフレッシュな風を吹き込み、先輩たちに気付きを与える存在になってもらいたいと思っています。残りの学生生活、今しかできないことをしっかり楽しんでいただき、来年4月元気にお会いしましょう。



内定者座談会参加者



オハヨー乳業

セキグチ モモコ
関口 桃子

出身 東京都

大学 帝京大学
医療技術学部

「こだわり」を大事に

あれこれ悩まずやってみる。こだわりのある商品売ることを大切にしたい

採用
担当者
コメント

「ホンモノを創る」という想いに強く共感してくれています。いるだけで周囲を笑顔にする持ち前の明るさを活かし、「想い」を伝えてオハヨー乳業のみならず事業会社の垣根を越えて活躍してくれることを期待しています。



カバヤ食品

ハタ ミフユ
畑 珠冬

出身 滋賀県

大学 大阪府立大学
現代システム科学域
環境システム学類

公私ともにチャレンジし続ける

粘り強さが強み。プライベートも仕事も、自分の気持ちに正直にチャレンジし続ける

採用
担当者
コメント

畑さんは、物事の本質を考え、何事にも真摯に取り組むことができる人です。新しいことへチャレンジする前向きな姿勢もあります。入社後も、素敵な笑顔と行動力で周りを巻き込み、活躍してくれることを期待しています。



ライフデザイン・カバヤ

ホンマ ヒデミチ
本間 英路

出身 大阪府

大学 愛媛大学
社会共創学部

愛媛ナンバーワンの住宅会社に

お客様の頭の中にあるモノのアウトプットをお手伝いし、LDKを愛媛ナンバーワンの住宅会社にする

採用
担当者
コメント

本間さんは、ラグビーで培った負けず嫌いの気持ちとレジリエンスを持ちながら周りの人にも目を向け、人を知り、思いやることもできる人です。周囲を巻き込みながら学び、営業として活躍、成長しLDKを愛媛でもナンバーワンの会社にしていくことを期待しています！

MARRIAGES & BABIES

2022年 グループ会社社員の結婚・出産報告

ご結婚おめでとうございます。

MARRIAGES



2022年4月4日

八木（橋本）佳怜

カバヤ食品 研究開発室 研究・開発二課

2022年5月3日

中尾 啓太

カバヤ食品 生産技術部 生産技術課

2022年5月25日

矢吹 嘉章

ライフデザイン・カバヤ 倉敷支店 リフォーム事業部

2022年5月29日

三村 省吾

カバヤ食品 大阪支店 営業二課

2022年6月10日

山口（富田）理加

カバヤ食品 九州支店 営業二課

2022年6月28日

浅野 竜生

ライフデザイン・カバヤ 倉敷支店 営業部

2022年7月7日

八津川（川合）春菜

ライフデザイン・カバヤ 倉敷支店 設計部

2022年7月11日

桑田 晴生

ライフデザイン・カバヤ 岡山支店 営業部

桑田（内藤）友紀

ライフデザイン・カバヤ 岡山支店 営業部

2022年7月28日

岡本 竜彦

カバヤ食品 生産技術部 関東生産技術課 生産技術係

BABIES

こんにちは赤ちゃん♪



シン
慎ちゃん 2022年4月11日

田村 元彦 田村 真依
オハヨー乳業 オハヨー乳業
カテゴリー戦略部 デザート企画課 総務企画推進部



ルル
瑠々ちゃん 2022年4月14日

大瀧 迅斗
カバヤ食品 関東工場 生産三課 二係

ヤマト
大虎ちゃん 2022年4月14日

塩見 英梨香
カバヤ食品 岡山工場 生産一課 一係

ミツキ
尋己ちゃん 2022年4月18日

下吉 郁弥 下吉 望美
カバヤ食品 カバヤ食品
関東工場 生産三課 二係 関東工場 生産三課 一係



イフキ
唯希ちゃん 2022年4月26日

窪田 直弥
オハヨー乳業 本社第二工場 アイス処理係

カンナ
柑奈ちゃん 2022年4月26日

藤元 宏樹
カバヤ食品 大阪支店 ジョイントセールス課

ユア
結愛ちゃん 2022年5月16日

秋久 義典
オハヨー乳業 長船工場 充填係



サクト
朔都ちゃん 2022年5月19日

角田 寛幸
オハヨー乳業 本社第二工場 アイス充填係



リオ
莉緒ちゃん 2022年5月25日

吉村 秀樹 吉村 なぎさ
カバヤ食品 カバヤ食品
関東工場 関東工場 生産三課 一係係



チヒロ
千紘ちゃん 2022年5月26日

重成 悠人
オハヨー乳業 長船工場 処理係



アラタ
新太ちゃん 2022年5月31日

前田 凌
エクセルパック・カバヤ 企画営業部 営業一課



ヒサキ
陽咲ちゃん 2022年6月1日

吉田 光
オハヨー乳業 生産技術部 本社工務課



ユウカ
優花ちゃん 2022年6月3日
高崎 正靖
トータルアシスト・カバヤ 営業



コトハ
琴葉ちゃん 2022年6月28日
山内 貴博
オハヨー乳業 研究開発部 飲料開発課



ユウ
優ちゃん 2022年6月29日
伊藤 健
ライフデザイン・カバヤ 倉敷支店 営業部



サク
朔来ちゃん 2022年7月12日
黒瀬 綾太
オハヨー乳業 本社第一工場 製品係



ユラ
優来ちゃん 2022年7月22日
松川 拓郎
リンク&リンケージ ロジスティクス事業部 配車課



ウタ
詠ちゃん 2022年8月3日
早瀬 雅紀
ライフデザイン・カバヤ 倉敷支店 営業部



コウ
康蓉ちゃん 2022年8月4日
佐久間 康宏
オハヨー乳業 関東第二工場 充填係



ユマ
由真ちゃん 2022年8月12日
金光 寛葵
ライフデザイン・カバヤ 岡山支店 設計部

アイゼン
愛禅ちゃん 2022年8月31日
高橋 真彩子
ライフパートナーイケア 高槻店



アオト
碧斗ちゃん 2022年9月2日
奥村 浩二
エクセルバック・カバヤ 企画営業部 営業一課



ヒマリ
向日葵ちゃん 2022年9月7日
大島 史聖
ライフデザイン・カバヤ 福岡営業所 営業部



リト
理登ちゃん 2022年9月7日
吉岡 健登
エクセルバック・カバヤ 企画営業部 営業業務課



これが私の生きる道

大胆さ、緻密さ兼ね備えたリーダー 生き物と生涯かかわっていききたい

Interview

渡辺 愛子 Aiko Watanabe ライフパートナーイケダ 管理部 仕入課長

ライフパートナーイケダの渡辺愛子は、子どものころから生き物が大好き。親の反対で「犬を飼いたい」という願いがかなわなかったことからペットの専門学校に進み、2004年に入社。現在は管理職として、犬の仕入れと人物育成に奮闘している。生き生きと自分らしく働く人をロールモデルとして取り上げる「これが私の生きる道」の第5弾として、彼女の入社から今日までの歩みを紹介する。

高校入学まで仕事に関するビジョンは特になかったという渡辺だが、犬を飼うことを親に反対され、「理由は『ちゃんと面倒をみるのか』ということ。だったら、本気なんだということを見せてやろう」とペットの専門学校に進学した。もともと大学で漫然と4年間を過ごし、明確な目的もないまま就職するという生き方には疑問を感じていた。進学のも動機は「自分自身の意固地な気持ち」からだったが、学費も自分で払い、「もはや引くに引けない。かけたお金は回収しよう」と考えるようになり、インターンシップを経て旧イケダペットファームにトレーナーとして就職した。

好きなことを仕事にする

トリマー志望だったそうだが、先輩たちの技術レベルの高さを目の当たりにして断念し、販売担当の道へ。「好きなことを仕事にする」という選択をした彼女にとって、生き物に囲まれた環境での仕事にやりがいを感じ、入社3年目には早くも店長に抜てきされた。ところが、配属された店舗は当時生き物の販売に比重をおいていない店舗であったため、家族の決まらない1歳未満の犬であふれかえった状態だった。

現状を放置したままでは新しい犬を仕入れることもままならず、経営的にますます厳しくなることから「この子たちの

家族を決めてしまおう」と腹をくくった。自分が主導権を握り、「買って（飼って）ほしい」という想いをストレートにぶつける営業スタイルで、1カ月後にはほとんどの犬を売り切ることになり、13年に西部販売部課長、そして21年には現在の管理部仕入課長というポストに就いた。

プレッシャーより「自由」に魅力

課長という管理職ポストについて、渡辺は「社会常識が足りないためか、お話をいただいたときもどういうレベルの役職なのかよく分からない」程度の受け止めだったが、昇進後に「『課長なんだから…』と言われることが増えて、プレッシャーを感じるようになった」と言う。ただ、オールラウンダーであることが求められる店長に比べ、仕入課長は「生き物の仕入れ・販売と従業員の生き物販売教育、後進の育成」を使命とし、自身の卓越性を存分に発揮でき、決裁権をもって自由にやれる範囲が広がり、自由を大切にしたい彼女にとって責任の重さよりはるかに魅力的だった。

一般的なペットショップはオークションで仕入れるところが多いが、イケダでは以前から「オークションでは親元（血統）が追えないため、信用できるブリーダーのところへ足を運ぶ」のが仕入れの基本スタイル。渡辺が仕入れを担当するようになり、このスタンスは維持しつつ、先方が提供する犬を仕入れる「ブリーダー目線」から、流行に合わせて仕入れるため、新たなブリーダーも開拓する「ショップ目線」という別ルートを模索している。閉鎖的なブリーダー業界に食い込むため「まずはあいさつ。次にワンちゃんの触り方、扱い方。また、ブリーダーごとにこだわりがあり、話していく中でそれを見抜いてブリーダー好みの子をほめる」。親犬に

思い入れがある場合、訪問前に兄弟関係など「家系図」の予習を欠かさないといいほど、「思い切り」と「緻密さ」を兼ね備えたテクニックを駆使し、良質な犬の仕入れに繋げている。



成功体験サポートし成長促す

管理職として、仕入れとともに重責を担うのが人物育成。通常の業務の拠点となっている高槻店は男性店長の下、スタッフ全員が女性で、誤解を生じさせることのないよう指示の表現にも気を配り、橋渡し役を務める。また、下級者に対する指導では、成功体験を積ませて成長を促すことを重視する。お客さまとの話が長引いているようであれば間に入り、価格交渉など間延びせずに商談をまとめるようサポート。「失敗を失敗と思わせない」という視点も重視しており、たとえお客さまへの声掛けがうまくいかない場合も「そんなこと当たり前」と、従業員たちが挑戦しやすい環境づくりを日ごろから心掛けている。

一方、ベテランのスタッフにはそれぞれのやり方があり「すべて間違いではないし、私のやり方がすべて正しいわけではない」と否定から入ることは避けつつ、必要な指示はしっかり伝える。ペット業界を志す人は基本的に生き物が好きで、だからこそ犬に値段をつけることに抵抗がある、販売より世話をすることに喜びを感じるなど、商売とは矛盾する価値観を持つ人もいることから、1人ひとりのタイプを見極めた上での確かなアドバイスが求められ、そこに女性らしい細やかな気配りと大胆さを兼ね備える、彼女のストロングポイントがいかに発揮されている。

人間観察通じ「最適解」を導く

職場でのアクティブさに対しプライベートはインドア派。ところが、コロナ禍前は「常識がまったく違うのが面白く、漫

画や小説を読んでいるイメージ」と、語学は苦手にもかかわらず外国人が集う飲食店通いに勤しむなど、「意固地」「割り切り」「思い切り」…と、1つの枠には収まらない「とがった魅力」をいくつも備える渡辺。こうした行動パターンも、人間観察を通じてケースバイケースで自分の考えや経験を組み合わせ「最適解」を導くことに長けた存在になった一因なのだろう。

イケダは圧倒的に女性の多い職場だけに、今後については「結婚・出産・介護などさまざまなライフステージを経ても子育てがひと段落したら職場に復帰できるような、女性が長く働ける職場にしたい」と語る。現状は欠員が生じると補充する状態のため余裕がなく、多様な働き方を提供できる態勢がない。また、世の中の価値観が変わり、既に外国では生き物の販売が法律で規制される流れがある。仮に将来、日本にもそのような時代が訪れても「生き物と暮らす楽しさを教えるのもペットショップの役割」と考えており、ブリーダーとの橋渡し、高齢化で生き物を飼うことをあきらめざるを得ない人に対し、生き物と触れ合う癒しの空間を提供するなど、事業者の役割はまだあるとみている。

個人的にはブリーダーの下で活躍し引退した犬や、けがなどで一般家庭の引き取り先を探すのは難しい犬や猫の問題、小動物のブリーディングにも興味があるそうで、「生涯生き物とかかわっていきたい」と話す。グループの若手社員には「仕事なんて嫌なことがいっぱいあって当たり前で、それはどこの職場でも同じ。自分が今置かれた状況を楽しんでもらいたい」とエールを送る。

ちなみに、彼女にとって犬などの生き物とは「自分の力が及ぶ範囲で完結できる存在。文字通りのパートナーですね」と笑顔でインタビューを締めくくった。

上司
コメント

渡邊亜紀

ライフパートナーイケダ 常務執行役員

愛子さんは、自身の「やりたい！」意志から、仔犬仔猫の仕入先をゼロから開拓して現在のブリーダーさんたちとの関係を築き上げています。また、周囲の人を非常によく見ていて、同僚のいいところを見つけて引き出すのがとても上手だと思います。今後も自身の「やりたいこと」を更に追求してもらいたいのと、人を見る目を生かしながら、その人にあったやり方で人物育成を進めてもらえたらと思います。



LIFE TIME



仕事も遊びも趣味も学びも恋愛も家族も、まるっと人生!

このコーナーでは、プライベートにスポットを当てて、グループで働くみなさんをご紹介します。

会社で見せる顔とは違った一面が見えるかも!?



田村 元彦

オハヨー乳業
マーケティング戦略本部 カテゴリ戦略部
デザート企画課 課長

育休取得の経緯

- 21年8月 妻の第三子妊娠判明
- 21年11月 育休取得について検討、育休制度について調べる
- 21年12月 取得決意
- 22年1月 上長に意志を伝える
- 22年4月 出産
- 22年6月 育休開始
- 22年12月 育休終了(予定)

恥ずかしながら第三子妊娠が分かってから、漠然と三人の子育てに携わりながら仕事を並行させて100%のパフォーマンスを発揮することに不安がありました。全てが中途半端になる事、お互いにストレスフルになって夫婦間がこじれる事は避けたいと思い、それならいっそのこと思い切って育休を取ってみようと考え始めました。育休取得の社会的状況について調べていくうちに、日本の男性育休取得率の世界的な低さや、政府が男性育休取得を後押ししている事を知り、今後男性育休取得が当たり前になる世の中になっていく「時代の変化」を感じました。(政府は25年には30%の取得率まで引き上げることを目標としている。21年度は13.97%。)

自分に置き換えた場合、今後部下や同僚からの育休取得についての相談が確実に増える事を意味しており、その時に自分が実体験として前向きな前例を作っていれば、もっと社内にも育休取得を推進できると感じました。取得することを決意し上長に伝えたところ、上長も男性育休取得の重要性を常々感じていたことから、快く後押ししてくれました。同じ課のメンバー達には育休開始2か月前に伝えたのですが、「無責任な上司と思われるかも」という不安も何のその、みんな予想以上に前向きに捉えてくれました。特に女性陣は、「男性が育休を率先して取ってくれるのは、自分が将来育休を取る際の不安を解消してくれる」と、とても好意的に受け入れてくれました。他部署の方からもたくさん応援の声をいただき、想定以上の賞賛に驚いたほどでした。



休日はどこかしら外に連れて行って遊ばせるので、めちゃくちゃ疲れます。

どんな育休にするか

育休が長かろうが、短かろうが、育児は育休が終わった後もずっと続きます。育休期間中だからといって、全ての時間を子どもと寄り添うことは考えませんでした。もちろん育児・家事に積極的に関わることは前提ですが、意識したのは、復帰後にいかにパワーアップしているか、そのために育休をどう有意義に活用するか、ということ。特に自分は男性の育休取得として初の事例であり、後に続く社員のためにも、「育休はキャリアの中断ではなく、キャリアアップにつながる成長の機会であること」を示したいと思いました。育休を経て自身の枠がぐいっと広がっている状態を目指して、自分自身を見つめ直したり、身体を鍛え直したり、本や人と会う事で見識・教養を広げたりと、普段仕事に追われているとなかなかできない自分自身にフォーカスする機会にしていきたいと考えていました。

実際の育休の過ごし方

- 7:00 起床、朝の準備(朝ごはんづくり、子どもの世話)
- 8:30 上の子2人を保育園に送る
- 午前中 掃除、洗濯を夫婦で分担しながら片づけていく
- 12:00 昼ごはん(料理担当)
- 午後 スーパーに買い出し、夕飯準備
- 16:30 保育園迎え
- 17:30 夕飯(料理担当)
- 18:30 風呂(子ども3人)
- 20:00 寝かしつけ
- 21:00 余暇、夫婦で会話、勉強、読書等
- 1:00 就寝

今回のテーマ 育休の過ごし方

今回はスペシャルバージョンとして、オハヨー乳業では男性で初めて育休を取得した田村さんに、育休を通じての想いと経験をお聞きしました。

育休に入ってから、1日があっという間に過ぎていきました。それほど育児・家事はやる事が多い。これを一人でこなすと、日中はほとんど休む暇はありません。第一子・第二子出産後の妻の負担はいかほどだったか…と実感しています。私は家事の中で主に料理を担当していますが、毎日の献立を考えて作るのはなかなか大変です。苦勞して作っても、子どもの気分が乗っていないと食べてくれません。料理を単なる作業と捉えてしまうと苦痛なので、子どもをどうやって喜ばせようかと考えながら創意工夫すると意外におもしろく、こういった観点は仕事にも通ずるものがあると気付きました。例えば、単に商品を作って売るのではなく、そこに自分たちの意志を乗せて消費者に届けることで、より共感を生み、当たり前から「ありがとう」につながるのだろうか、とか。



私の手作りピザとポテトフライを食べながら庭でおうちピクニック。

育休を通じて得たもの

入社して初めて、業務から長期間離れて過ごす中で気付いたのは、とはいえ自分は常に「オハヨー」のことを考えているな、ということでした(笑)。離れているからこそ、普段とは異なる観点で、社会や会社、そして何より自分自身に向き合えたと感じています。読書や勉強を通じて知識・教養が高まった部分もありますが、それ以上に、「自分自身が何を成し遂げたいのか」、「何のために働くのか」、「この会社をどうしていきたいのか」、など自分の内面に潜む本音・原点・本質にじっくり向き合えたことが本当に良かったと思います。目の前の業務に忙殺され見えなくなっていた部分が見えるようになると、今まで見てきた景色は限られた範囲でしかなかったこと、自分で視野を狭めていたことに気付くことができました。結局、最後に行きつくのは自分自身。だから自分で決めるという事がとても大事なのだと。今回の育休取得を決めたのは自分。だからこそ覚悟して、その機会を有意義に活用できたのだと思います。この半年間を振り返って、本当に育休を取得して良かったと心から思っています。その機会を後押ししてくれた会社や、支えてくれた仲間には、感謝の気持ちしかありません。



自力で作った花壇に植えたパンジー。育休中は庭いじりも楽しんでいます。

これから育休を取得する人へ

育児・家事に専念しつつ、復帰後を意識して自分と向き合い、成長する機会を得られたことは、大きな価値だと感じています。だからこそ、「何となく」育休に入ってしまうのはもったいない。テーマを持って育休に入ること、有意義な時間を過ごすことができると思います。テーマというのは、私のように「自己成長」でもいいし、「子育て」「キャリアアップ」「パートナーシップ」など、直接業務に関係しようがしまいがどちらでもよくて、人生を豊かにすることにつなげてほしい。個人・夫婦・家庭ごとの価値観があるように、育休に対する価値観も多種多様。その人、その家庭に合った育休の取り方が広がるといいなと思います。そして、取得した人は、周りの人たちのフォローによってその機会が得られている事に感謝の気持ちは忘れないでほしい。そうすれば、自ずとエンゲージメントが高まり、復帰後により良い関係が構築できるはずです。ぜひ制度を利用して、自身の人生の豊かさにつなげてほしいと願っています！



第4回岡山子ども未来ミュージカル「ハロルド!」がメセナアワード優秀賞を受賞!!



田中 景涼

日本カバヤ・オハヨーホールディングス
社長室兼ブランディング戦略室

日本カバヤ・オハヨーホールディングスグループが、岡山の子どもの未来を創るプロジェクトとして歩み続けている「岡山子ども未来応援プロジェクト」。その一環として2018年からスタートした「岡山子ども未来ミュージカル『ハロルド!』」が、2022年メセナアワード優秀賞を受賞しました。

メセナとは企業による芸術文化振興による豊かな社会創造活動であり、特に優れた活動を選考の上、メセナアワードとして毎年表彰されており、サントリーホールディングスや竹中工務店と並び、優秀賞を受賞しました。

評価されたポイントは地域に根差した交流の場をつくり、子どもたちの心の豊かさを醸成している点と、行政・教育機関・企業など幅広い関係者を巻き込み、地域の活性化に寄与している点です。

地元岡山の子どもの心と体の健やかな成長を願い、「ハロルド!」を通じて、仲間とのつながり、表現することの大切さ、ひとつの物事を完結させる達成感、そういったさまざまな経験から日本の未来を担う「人」を育てていきたい。そんな想いから「ハロルド!」を継続しております。

そんな想いに共感していただき、開始当初より岡山県、岡山市をはじめとした行政の後援や、県内外さまざまな企業から協賛、協力を受けており、2022年公演は約350社の協力を得て、地域のさらなる活性化に向けて幅広く連携、推進を行いました。

今後も、「ハロルド!」が日本の未来を担う「人」を育て、過去・現在・未来へと受け継がれていく「文化」となり、世界中の人々をつなぐことを目指してまいります。

岡山情報ビジネス学院

ZEALS 清水社長をお招きし「志セミナー」開催 挑戦の大切さ発信



今田 美希子

岡山情報ビジネス学院
広報室 係長

専門学校岡山情報ビジネス学院は、9月16日、ターミナルスクエア12階ホールで(株)ZEALS代表取締役の清水正大氏を講師に迎え「志セミナー」を行いました。

清水氏は岡山県出身。水島工業高校を卒業後、大手重工業企業に就職しましたが、東日本大震災を契機に「人生を変える挑戦をしたい」と猛勉強して大学に進学。在学中に「日本をぶち上げる会社

をつくる」という志を立てて起業しました。チャットボット技術を活用した「チャットコマース」サービスのヒット後、店舗接客のデジタル化を推進する「接客DX」を展開。現在はコロナ禍で一度は断念した海外への事業展開に再チャレンジしています。

学生たちに向けて清水氏は「近道はないかと考えるのではなく、思い切って周り道していくという心構えを大切にしている。周りが思う正解(=近道)よりも自分が納得できる選択(=周り道)をしてほしい」と語りました。



志セミナーは夢を持って前向きに生きることや挑戦することの大切さに気づいてもらおうと開催。セミナーの様子は会場からWEB配信され、すべての学生が教室などで視聴しました。また、学生による実行委員がつくれ、司会や講師の案内などに携わったほか、WEB配信をサポートしました。

オハヨーバイオテクノロジーズ

ロイテリシリーズが発売5周年



岡田 有珠

オハヨーバイオテクノロジーズ
ブランドマーケティング課

オハヨーバイオテクノロジーズでは、この度「ロイテリ 乳酸菌サプリメント」「ロイテリヨーグルト」「ロイテリ 乳酸菌リキッドDog&Cat」のロイテリシリーズが発売5周年を迎えることを記念し、特設サイトを開設しました。サイトのテーマは「想いと絆をつなげて明日へ。感謝の5年とこれから」。発売から現在まで支えてくださっている方々

への感謝の気持ちを伝え、人と人の繋がりを感じていただけるサイトとなっています。ご愛用者様のインタビュー・座談会をはじめ、お取引先様・専門家の皆様からのメッセージ、歴史や商品開発秘話など、この5年間に関わっていただいた多くの人々との絆や想いを込めたさまざまなコンテンツを公開しています。たくさんの感謝を込めて作成したロイテリ5周年記念特設サイトですので、ぜひご覧ください。

▼ロイテリ5周年記念特設サイト

<https://shop.ohayo-reuteri.com/topics/5th/>

発売から5年が経ち、お客様に愛されるシリーズとなりましたが、「日本ではまだ浸透していないロイテリ菌になぜ着目したのか?」と不思議に思われる方もいらっしゃるかもしれません。その理由は、



ロイテリ菌が口腔内フローラの存在が全身の健康へ繋がっているという点でした。人間の体内には、成人男性で約2kgもの細菌が存在しており、その菌バランスが崩れるとさまざまな影響がでると言われています。最近では腸内フローラが注目されていますが、同じくらい重要なのが口腔内フローラで、特に歯周病菌は誤嚥や血液を経由して全身の疾患に大きく影響し、それを防ぐのに有効的な乳酸菌がロイテリ菌です。

これまでの5年間、多くのコアファンに愛されるシリーズとなり、社員一同心から嬉しく思います。お口のケアは、食べる喜びはもちろん、人生を楽しむ上でとても大切なことです。これからも、皆様の人生が健やかで豊かなものであるよう、そしてそのそばにはいつもロイテリが寄り添えるよう私たちも一生懸命努めてまいります。

▼社販サイトのご案内

URL: <https://shop.ohayo-reuteri.com/sc/emp.html>
パスワード: T49Y5

カバヤ食品

子どもたちへ夢の感動体験プロジェクト 小学生向けオンラインダンス教室



廣井 良伸

日本カバヤ・オハヨーホールディングス
ブランディング戦略室
(カバヤ食品 広報室兼務)

カバヤ食品は、9月28日、スポンサーシップ契約結ぶ日本発のプロダンスリーグ「D.LEAGUE」

と、ダンスを通じた「人と人のつながり」を育む社会貢献活動の一環として、「カバヤ食品×D.LEAGUE プロダンサー直伝! オンラインダンス教室」を開催しました。

「子どもへ夢の感動体験を」というテーマを掲げたプロジェクトの第1弾。D.LEAGUE初となる小学校向けのオンラインダンス授業で、首都圏1都3県34校の小学校に通う約3800名の小学生を対象に行われました。



最初は、少し緊張の面持ちの児童たちも、レッスンを進めるうちに、体と共に気持ちもほぐれたのか、にこやかな笑顔に変わってきました。講師のダンサーは、ダンス経験者はもちろん、ダンスに不慣れな子や苦手意識のある子たちにも丁寧に声をかけて教えることで、オンライン上でも気持ちを通じ合わせていました。最後は、オリジナルダンスを全員で披露し、終了後も教室や体育館で練習する姿も放映されました。

今後もD.LEAGUEと共に、ダンスを通じて世の中に「人が人を想う」という、つながりを育む活動を行っていきます。

D.LEAGUEホームページ <https://home.dleague.co.jp/>

ライフデザイン・カバヤ

小倉に住宅展示場オープン やわらかな木の温もり感じる住まい体感



熊谷 直樹

ライフデザイン・カバヤ
執行役員 福岡支店長

ライフデザイン・カバヤは、10月8日、KBCマイホーム展小倉会場（福岡県北九州市小倉南区津田一丁目4-7）の総合展示場内に住宅展示場をグランドオープンしました。

この展示場は、7月25日から販売を開始した新住宅工法『CLTハイブリッド構法』を採用。本構法の大きな特徴となる、CLTの木をそのまま見せる『現し仕上げ』をダイニングキッチンに施し

ており、やわらかな木の温もりを感じる住まいを体感できます。

当社は、昨年10月に九州地方初の当社住宅展示場となる『KBCマイホーム展ふくおか展示場』を出展し、今回の『KBCマイホーム展小倉展示場』の出展は、北九州初となり、九州地方では2棟目となります。

この住宅展示場を足掛かりに九州地方での販売を強化してまいります。営業スタッフは4名を配属し、オープンから1年間の目標受注棟数は30棟。スタッフ一同力を合わせて頑張ります！

オハヨー乳業

「おかやまミルクフェア」などで牛乳配布 酪農への理解と牛乳消費を



櫻井 克久

オハヨー乳業
酪農部 課長

オハヨー乳業は、11月3日、「おかやまミルクフェア」に参加しました。

会場では、酪農クイズラリーや、バター作り体験、疑似搾乳体験、牛乳乳製品の販売などが実施され、大勢の家族連れで賑わいました。酪農乳業への理解醸成を目的に閉会后、帰路につく皆さんに対し、酪農家の団体で

ある「おかやま酪農業協同組合」や他の乳業メーカーと協力し、牛乳配布を実施。受け取った方から、「牛乳大好き」「いつも飲んでます」と嬉しい声をいただきました。

11月4日は、岡山情報ビジネス学院に協力いただき、学生さんへの牛乳配布を実施しました。「牛乳は好きですか？」と聞くと、多くの学生さんが「好きです！」と大きな声で応えてくれました。アンケートも実施させていただいたところ、「牛乳はどの飲み物にも、とって代われない存在」「牛乳の種類によってのど越しや味が異なるところが好き」など嬉しい意見をたくさんいただきました。

一方、日本の生乳生産者においては、飼料価格の上昇、急激な円安などの影響を受けて、酪農経営環境が悪化しています。これを受けて全国の乳業メーカーは生乳の取引価格（飲用向け）を10円/kg引き上げることに合意いたしました。また包材、光熱動力費などの更なる上昇もあり、11月から多くの小売店で牛乳・乳製品の店頭価格が上がりました。様々な物が値上がりする中で、消費減退が心配されます。さらに、昨年と同様、年末年始や春休みに生乳廃棄の可能性が今年も懸念されています。



そんな状況ですが、かつてはお腹を満たすためにあった食事が、いまはそれだけでなく、どんな日に、どこで、誰と、どんなものを食べたかなどの食事を通したストーリー、体験に価値を見出す人が増えてきていると言われています。今回の牛乳配布は、家族で出かけたミルクフェアで飲んだ牛乳、専門学校のクラスメイトみんなで飲んだ牛乳などの楽しい体験を提供できたのではないかと思います。11月からは新商品「オハヨー濃」が発売されました。牛乳の魅力が伝えられるオハヨー乳業ならではの商品です。濃い特性を活かして、そのまま飲むのはもちろん、調理用としての用途も広がるため、体験にもつながる商品だと考えます。

今後、酪農と向き合い、酪農家との共創を目指すオハヨー乳業にとって今回の牛乳配布、「オハヨー濃」は生活者に体験を提供し、メーカー、さらに生産者へ関心を持って貰う良い機会になると考えます。今後もさらに新しい価値を提供できるよう取り組んでいきます。その基盤となる酪農を維持するためにも、グループ各社の皆様におかれましては、この年末年始には牛乳・乳製品をもう1杯、もう1個消費してくださいませよう、お願いします。

Special Offer

—— グループ従業員特典 ——

▼東京レジャー開発

対象者

グループ従業員とその同伴・紹介者



内容

ゴルフプレー料金と宿泊料金の優待

特典の受け取り方法

各ゴルフ場に直接お電話いただき、グループ従業員である旨を伝えてご予約下さい。優待料金はプレー日・宿泊日によって変動しますので、予約時にご確認ください。

問合せ先

担当：事業本部 大塚 麻衣子
電話：03-5275-0922
Mail：m_ootsuka@tokyo-leisure.com

▼ライフパートナーイケダ

対象者

グループ従業員、家族



内容

店舗取扱い商品20%オフ

特典の受け取り方法

店舗担当者にグループ社員である旨をお伝えください。

問合せ先

担当：営業本部 梶 直也
電話：03-5275-0883
Mail：n-kaji@lifepartnerikeda.com

▼ライフデザイン・カバヤ

対象者

グループ従業員



内容

- ①注文住宅：建物本体価格の5%割引
分譲住宅：建売本体価格の3%割引
リフォーム：見積金額の5%割引
- ②グループ従業員の紹介により成約の場合
注文住宅：紹介者に建物金額の0.5%（上限10万円）
分譲住宅：一律10万円の謝礼

特典の受け取り方法

- ①営業担当者にグループ社員であることをお伝えください。
- ②ご紹介者がいる旨を下記担当者までご連絡ください。

問合せ先

ライフデザイン・カバヤ
電話：086-241-8811
Mail：info@ld-kabaya.co.jp

▼トータルアシスト・カバヤ

対象者

グループ従業員、家族



内容

自動車団体最大9.74%割引（R4.11月現在）
医療保険、がん保険団体割引適用

特典の受け取り方法

詳しくはお見積もりを致しますので、お気軽にお問合せください。

問合せ先

トータルアシスト・カバヤ
電話：086-236-7190
Mail：tak-info@totalassist-kabaya.co.jp

▼専門学校岡山情報ビジネス学院

- 10月より願書受付中！！
- オープンキャンパスや個別相談（来校・オンライン）を開催しています。

対象者

グループ従業員の3親等以内（甥・姪）の親族の方



内容

入学金より7万円を減免

特典の受け取り方法

事前に申込用紙を受取り、出願書類と一緒にご提出ください。

問合せ先

担当：入試事務局 若林 紀子
電話：086-224-2336
Mail：wakabayashi@oic-ok.ac.jp

▼オハヨーバイオテクノロジーズ

対象者

グループ従業員



内容

ロイテリ公式ストアの商品が50%オフ

特典の受け取り方法

<https://shop.ohayo-reuteri.com/sc/emp.html>
へアクセスし、パスワード：T49Y5 をご入力ください。
※ロイテリ公式ストアへの会員登録が必要です。

問合せ先

担当：ブランドマーケティング課 玉井 早智
電話：0120-810787（オハヨーバイオテクノロジーズお客様相談室）
Mail：s_tamai@ohayo-bio.com

みっちゃんの いただきます! おうちでごはん

食品メーカーをグループに持つ企業として、従業員の皆さんに身近なところから「食」に興味を持ってほしいという想いで「みっちゃんのおうちでごはん」をお届けします。

当グループのシェフであり、フードコミュニケーターでもある光野英世が、心と身体にやさしく、作る人も食べる人もみんなが笑顔になれるような料理レシピをご紹介します。



今回のお料理

バッファローチキン

今年度は「世界の料理」をテーマに連載しているみっちゃんのおうちでごはん。第3弾の今回は、アメリカのおつまみ料理であるバッファローチキンです。アメリカ人がアメフトを観戦する際には欠かせないメニューで、カイエンペッパーの辛みと酢の酸味を効かせたソースは、ビールとの相性抜群！今回ご紹介するレシピは、炊飯器で簡単に作れるので、いつもと違ったクリスマスのチキンメニューとしてもオススメです。

バッファローチキン 材料 (4人分)

手羽先……………	約20本	水……………	100cc
塩……………	適量	あらびきこしょう ……	適量
★ケチャップ……………	100cc	★ウスターソース ……	50cc
★はちみつ……………	50cc	★酢……………	50cc
★ガーリックパウダー…	大さじ1		
★ホットソース……………	50cc (タバスコでも代用可)		
★カイエンペッパー…	適量(唐辛子粉でも代用可)		
★スモークパプリカ…	適量(パプリカパウダーでも代用可)		
★オレガノ……………	少々(あれば)		
★タイム……………	少々(あれば)		
★ロイテリョーグルト…	適量		

※調味料の分量はだいたいOKです。

作り方

- 1 炊飯器に水のため保温スイッチを入れておく。
- 2 手羽先に塩とあらびきこしょうをまんべんなくまぶす。
- 3 ②と★の材料をチャック付きビニール袋に入れて、よく混ぜたら、水100cc加えてもみこむ。
- 4 ③の空気をしっかり抜いて、チャックをしめる。
- 5 ①で温めておいた炊飯器に④を入れ、2～3時間保温のまま放置する。
- 6 ⑤を炊飯器から取り出し、袋から中身を出してフライパンに移し、強火で炒め、水分が飛んだら完成!



みっちゃんの豆知識

保温状態の炊飯器は約60度であることから、低温調理が可能のため、今回のお料理以外に、ローストビーフやローストポークなどの肉料理にも応用できます。低温調理だから、長時間放置しても肉が固くならず、焦げることもないため失敗が少なく、おすすめの調理法です!

作って
みました!

カイエンペッパーの量によって、お好みの辛さに調整できます。辛党の私は、たっぷり入れていただきました! また、チャック付きビニール袋にすべての材料を入れて混ぜるので、洗い物も少なく、基本的には炊飯器でほったらかしなので、ズボラな私でも失敗なく簡単に作れました(笑)。(編集部: 山澤)

ALL for ONE web

バックナンバー、役員の対談、インタビュー動画、web版のみのコンテンツもあります!

利用するには事業会社別にユーザー名とパスワードが必要になります

ユーザー名・パスワードに関してはホールディングス ブランディング戦略室 山澤 (n_yamazawa@kabaya-ohayo.jp) まで

※閲覧に伴う通信費(パケット代)は利用者のご負担となります。通信費はご利用の通信会社、ご契約プランにより内容が異なりますので、詳細につきましては契約会社へお問い合わせください。

ログインページ



all-for-one-web.com

日本カバヤ・オハヨーホールディングス 人事戦略室より

会社に対して質問・意見・提案をしても何もフィードバックがない、納得できないことがある、現場にはこんな問題がある・・・等々、会社に対する皆さんからの声をお寄せ下さい。

会社を善くしたい、働く環境を改善したい・・・等々。
「より善くしたい」という想いが前提になっているご意見であれば、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、対応します。

「ONE for ALL」

個の発する意志は自由。
一人の悩みは多くの仲間の悩み。
一人の意見、提案は多くの仲間を助けるもの。

「ALL for ONE」

事業は人なり。
社員という言葉で大きく括らず、一人ひとりの意志に向き合います。

連絡先: 日本カバヤ・オハヨーホールディングス 人事戦略室 担当: 佐々木
Mail: info@kabaya-ohayo.jp

ホールディングス人事戦略室からのお知らせ



"いいモノはいい!"サイトをオープンしました。

URL: <https://goodaward.info/>

風通しの良い、心理的安全性のある自由闊達な組織文化を目指して、2022年4月より運用を開始したグループ表彰制度。グループ間の好事例を共有し、個社を越えて、認め、感謝し、気兼ねなく学び合う場として、"いいモノはいい!"サイトを創りました。定期的に更新してまいりますので、ぜひご覧ください!
※パソコン・スマホ(社用・私用どちらでも)で閲覧可能です。



いいモノはいい! サイトの利用には、ユーザー名・パスワードは不要です。

※閲覧に伴う通信費(パケット代)は利用者のご負担となります。通信費はご利用の通信会社、ご契約プランにより内容が異なりますので、詳細につきましては契約会社へお問い合わせください。

ALL for ONE編集後座談会

大森 ジョイントセールスは、『私の約束』視点でとらえると示唆に富む、気付きの多い内容でした。インタビューした印象はどうでしたか。

田中 ジョイントセールスは「自分で考えて、決めて、行動し、結果を検証し、卓越する」ことが求められる、正解のない新しい取り組み。オハヨーの課長はカバヤのこと、カバヤの課長はオハヨーのことが分からない中、メンバーがフォローしているのは「思いやる」そのもの。

大森 シナジー効果というお題に悩み、苦しみながら動き始め、失敗を重ねて徐々に目指すものが見え始めた。名古屋の取材で「検証」というキーワードが出たことで、取り組みが一段階進んだのかなと感じました。

小村 ジョイントセールスは「あきらめない」がキーワードだと改めて思いました。明確な目標の必要性を痛感したリーダーもそうだし、部下の意識が「自分がフォロワーにならなければ」と変わったのも素晴らしい。施策の成否とは別に、経験したメンバーにとって大きな財産になるのではないのでしょうか。

田中 カバヤとオハヨー、「別々が当たり前」という考えは崩せたので、ナレッジや人脈の共有などは他の拠点にも広げられたらいいですね。

山崎 新しいモノを「創る」となると、どうしてもやってないことを考えようとしがち。失敗を通じて原点に立ち戻り、自分たちができることをしっかりやるという考え方は勉強になったし、自分も参考にしたいですね。

山澤 ライフパートナーイケダの渡辺愛子さんは、従業員に成功体験を積みさせるため「人を知る」「思いやる」ことや、自身の卓越性を大いに発揮していることなど、普段から私の約束を意識しているわけではありませんが、実はしっかりと繋がっていました。彼女のような人をALL for ONEで取り上げることで「これは私の約束の体現」と気付いてもらえれば、とても意味のあることだと思います。

山崎 「声掛けは失敗して当たり前」と言ってもらえると、一歩目が踏み出しやすくなります。失敗できないと思えば何も挑戦できないし、学べません。「失敗の概念を変える」という考えには共感を覚えました。

小村 渡辺さんの卓越性に気付き、仕入課長に抜てきしたことは、イケダの事業戦略と渡辺さん自身の『私の約束』の合致であり、当グループが目指す、個人と会社の成長が一致する状態。内定者座談会では、部員との目線を合わせるため、まず相手の話を聞き、その上で自分の意見を言って見込める効果を説いた経験談など、しっかりした考えを持った人ばかりでした。「いいモノはいい!」ダメなモノはダメ!と、フレッシュな目線で従業員に気付きを与えられる存在になってもらいたいですね。



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。



アンケートサイトへ

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.34

発行: 2022年12月23日
制作: 日本カバヤ・オハヨーホールディングス ブランディング戦略室
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