

インタビュー

森永乳業

角野信二 西日本支社長

人の成長が組織の成長の循環に

「かがやく、笑顔」のために」をコーポレートスローガンに掲げ、LTV（LIFE TIME VALUE）として、生活者の人生に寄り添う商品ラインアップやサービスを提供している森永乳業。今回、角野信二執行役員西日本支社長に、西日本支社での独自の取り組みなどについて聞いた。（聞き手 木下愛子）

—西日本支社の体制、およびご経歴

西日本支社は約200名。大阪支店約130名と中四国支店約70名の体制。支社の営業部門としては、家庭用部門、業務用部門、宅配部門の3部門で事業の活動を行っている。西日本支社長として4年目。神戸出身で1986年に入社。東京、関西、九州、東海のそれぞれの支店では主に家庭用品の営業を経験。東北支店長3年、中部支店長3年を経て現在に至る。



—支社で現在注力していることは
人財育成に一番注力し、人の成長が組織の成長の循環になると考えている。営業活動が中心であり、毎月

支社メンバーとは、支社のビジョンや行動指針などを共有している。現在掲げている支社のビジョンは「人・商品・サービスをを通じて、社会に必要とされる会社になる」。パーパスとして「人・商品・サービスを通じて、エリアの人達の健康・栄養として、笑顔」に貢献する。さらに5つの行動指針は①経営者意識（全体を見据えた考察と行動）②オール森永乳業（総合力の発揮と新たな市場形成）③変革（問題意識を常に持ち現状打破）④誇りとプライド（組織・社員品質の向上）⑤緊張感・責任感（数字と行動）——がある。仕事のスキルだけでなく、

なく、人としてのスキルが重要と考え、社外講師を招いた勉強会なども開催し社員のスキル向上に力を注いでいる。
—支社の求める人財像とは
全社で掲げる人財像に加

西日本支社での取り組み

え、支社では①価値を創造出来る人財②多面的に考え、行動する人財③自ら革新する人財④チームビルディングを実践する人財——を掲げている。そして何事も遠慮なく言える組織風土を作りたいと思っている。

—大阪・関西万博の大阪パビリオンへの出展決定



西日本エリアは神戸工場生産

造に貢献できると考え応募し、出展が決定した。「健康」への関心は世界中の人にある。今回の万博は関西・大阪で開催される事もあり、西日本支社の役割は大きいと考えている。当社の事業活動を通じて、日本だけに留まらず世界中の人へ「健康価値」を伝え、世界中の人の健康課題を解決していきたい。



16種類のうち8種類は関西エリアの動物

—商品だけでなく、サービスの提供にも注力
LTV（LIFE TIME VALUE）として、

力を得て、店内にポスターを掲示している。1975年開設以来、現在まで累計で約100万件の相談があり、栄養士や臨床心理士が悩みについての解決を手助けしている。さらに2021年7月に、神戸市と高齢者見守り事業における協定を締結。自宅への宅配事業を通じて「神戸市みまもり隊」

として安心して暮らせる街づくり協力している。
—最後に、支社長からみたコロナ禍とは
コロナ禍による巣ごもり生活で、家庭内での調理機会が増えた際に、牛乳やヨーグルトなどを料理の素材として使用する人が増えたと感じた。まだまだ直食が多いなか、調理用途としての広がりもあり、コロナ禍の一過性にとどまらず、今後も継続的な利用につながるように訴求していきたい。



生活者の人生に寄り添う商品ラ インアップを取り揃えている。赤ちゃん向けの粉ミルクから成長期などに必要な栄養摂取に適した乳製品、そして関係会社で手掛けている流動食まで、人生の様々なステージに必要な商品だけでなく、子育ての悩みなどを電話で相談できる窓口「エンゼル110」のサービスがある。認知度拡大のために、関西エ

リアの小売業の協力を得て、店内にポスターを掲示している。1975年開設以来、現在まで累計で約100万件の相談があり、栄養士や臨床心理士が悩みについての解決を手助けしている。さらに2021年7月に、神戸市と高齢者見守り事業における協定を締結。自宅への宅配事業を通じて「神戸市みまもり隊」