



トップ直撃インタビュー

味の素AGF

竹内秀樹 社長

就任後約1年「組織力鍛えられた」

就任から約1年が経過した味の素AGF(AGF)の竹内秀樹社長はこのほど本紙のインタビューに応え、コロナ禍による大きな事業環境の変化を経て組織力が鍛えられたことを評価する一方で、「これまでの知見は通用しなくなりつつある」として、「今後一層企業価値を高めるためには、嗜好飲料による『ココロの健康』への貢献が重要」との考えを示した。

(聞き手 石母田主幹、まとめ 石母田景)

——就任後約1年を振り返って……

副社長として経営に参画していたので、バトタッチに問題はなかった。AGFの理念への理解は深いと自負している。ただ、インホーム(家庭内)消費の増加、アウトホーム(家庭外)消費の減少などコロナ感染拡大の影響に加え、ロシアのウクライナへの侵攻による原材料の高騰や為替変動など、あまりにも多くの変化が重なり、多方面での対応が急務となった。

——事業環境変化への対応とは

「これまでの知見は通用しない」と覚悟し、まずは全社のチームワークを高めることに注力、役職に関係なく「フリーに話そう」と呼びかけた。私自身はもちろん、AGFの歴史の中でも経験した

ことがない環境変化に、あらゆる知恵を出し合う必要があったからだ。トップダウンの決断力はメリットでもあるが、全員が腹落ちすることは難しく、事業環境が不安定な現状にはそぐわない面もあった。その結果として、チームAGFとしての組織力は強くなり、持続可能な企業に不可欠である『骨太経営』の土台を固められた。

——経営陣として具体的な動きは

ひと月ごとにコスト、戦略を決め経営会議で共有する「ローリングフォーキャスト」を導入している。刻一刻と変化する事業環境に対応するため、『一足先の決断をする場』として徐々に機能を部署の垣根を越えた

全社員で共有し、営業など現場でのタイムリーな動きにつなげられるよう心掛けています。

——今秋冬から『ココロの健康』を強調していくが……

カラダの健康への貢献を企業理念としているが、AGFは『ココロ』の領域を強く担うべきと考えている。嗜好飲料が心に安らぎを生むと確信しており、AGFコーポレートストーリー「いつでも、ふう。」を掲げ、『3R(Relax, Reset, Refresh)』の提供を目指している。嗜好飲料の強みは、コロナ禍などで不安やストレスが溜まる、不安定な現代社会で、存在感をより発揮できることだ。

——嗜好飲料がもたらす安ら

ぎとは

飲用時のホッとする充足感はず出しているが、AGFは+αの充足感を確立したいと考えている。例えば、「ブレンドイスタック」の個包装に応援メッセージを付けたプロモーションは非常に好評だ。困難な状況にある医療従事者からポジティブな反応をもらえた時は、微力ながら社会貢献できていることを実感し、嬉しかった。10代からのファンレターには、「嗜好飲料がもたらす安らぎが必要なのは大人だけじゃない」ことを学ばせてもらった。嗜好飲料による『ココロの健康』を最大化させていくことが、AGFの成長

嗜好飲料で『ココロの健康』に貢献する

につながることを確信している。

——昨今は企業にサステイナビリティが求められるが……

『ココロの健康』も該当すると判断しているが、当然他の選択肢も必要だ。例えば、21年から販売する『1本で1ℓを作れるスティック型の粉末飲料』「ブレンドイスタック」はサステイナビリティを体現した製品と言えるだろう。コロナ禍の巣ごもりで顕著になった課題『省ゴミ、省スペース』を解決できると好評だ。家庭ゴミ問題に強く取り組む行政に紹介しても

らったケースもある。ただ、この成果は単に課題解決型製品だったからではないことを付け加えておきたい。先人たちが築いた「ブレンドイ」というブランドへの信頼感なしでは成し得なかった。実際、開発のきっかけは業務用「AGF Professional」であるし、AGFが積み上げた歴史による成果だと分かってもらえると思う。

——下期、来年の創業50周年以降へ意気込みを

新領域を創造していくという気持ちは強い。新製品や新提案もあらゆることを柔軟に検討する。22年からの新キーマッセージ「コーヒーの可能性(ポテンシャル)を挽き出した。」は、すべてのサプライチェーンを駆使してコーヒーの価値を上げていく意思があり、嗜好飲料全般においても同様の考えだ。鹿児島県徳之島の国産コーヒー栽培支援、味の素グループによるコーヒー生産地支援、オフィス内でのマイボトル推進事業(東京建物、サーモス、パナソニック、アベックスとの5社協働)など、いずれも活動内容は異なるが、嗜好飲料に新たな価値を付加するという目的は合致している。