



ロッテグループでは、グループで定めた企業理念と企業行動憲章を、社員一人ひとりが実践していくことが、企業の価値向上のみならず、社会の持続可能性（サステナビリティ）への貢献につながると考えています。今回は、サステナビリティについての学びを深める機会として、（株）クレイグ・コンサルティング代表取締役・小河光生氏をファシリテーターに迎え、グループ各社から異なる立場の6名の社員が活発な意見交換を行いました。



**可兒 Kani**

（株）ロッテ  
生産本部 資材部  
資材担当一課



**真鍋 Manabe**

ロッテ商事（株）  
営業本部 営業企画部  
経営企画担当



**藤堂 Toudou**

（株）ロッテアイス  
研究開発部 研究三課



**米岡** Yoneoka

(株) ロッテ  
マーケティング統括部  
第二商品企画部  
チョコ・ビス企画室  
ガーナブランドチーム



**飯田** Iida

(株) ロッテホールディングス  
経営戦略室 戦略担当



**グエン** Nguyen

(株) ロッテ  
グローバル戦略本部  
グローバルマーケティング部

※部署名は座談会実施時のものです。

## グループミッションと業務との関わり

**小河** 2016年に企業理念の中に新しくロッテグループミッションが制定されました。まずはグループミッションについて、皆さんが日々の仕事のなかでどう意識されているかをお聞かせいただけますか。

**企業理念**

**LOTTE Group Mission**  
【ミッション】

私たちはみなさまから愛され、信頼される、よりよい製品やサービスを提供し、世界中の人々の豊かなくらしに貢献します。

**LOTTE Values**  
【大事にすべき価値】

**User Oriented**  
消費者の立場になって考えること

**Originality**  
独創的なアイデアを探しつづけること

**Quality**  
すべてにわたって最上の品質を究めること



**米岡** 私はブランドマネージャーという立場で、グループミッションにある「みなさまから愛され、信頼される、よりよい」製品を提供し、そのブランドだけが持つ独自価値を醸成することを最優先に考え、日々の仕事に取り組んでいます。

**藤堂** 私も「愛され、信頼される」と「豊かな暮らしに貢献」するという点を意識しています。「愛され、信頼される」というのは、おいしくてまた食べたい安全・安心な製品をお届けし続けるということ。「豊かな暮らしに貢献」は、お客様だけでなくサプライヤーさまも対象にしていると思います。私はアイスの研究開発の部署で、原料の選定や品質確認にも携わっていますが、原料を適正な価格で買うことが大事だと感じます。



**可兒** 藤堂さんが仰っていることに共感します。私はチョコレートなどの原料の調達、購買を担当していますが、安ければいいということではなく、適正な価格で不都合のないもの、おいしいものを届けるということを意識しています。

**藤堂** 極端に安いものには理由やリスクがありますし、サプライヤーさまに無理を強いても、結局あまり良い結果にならないように思います。

**可兒** そうですね。お客様はもちろんですが、サプライヤーさまからも「信頼される」ことを心がけたいです。

**飯田** 私が意識しているのも「信頼される」という部分です。グループ全体の管理や仕組みの整備を担当する部署に所属しているので、企業自体がどこから見てもきちんと信頼される会社でありたいと思っています。

**真鍋** 私は営業機能を担うロッテ商事で菓子部門の利益計画立案・管理や監査を行っていますが、いま力を入れているのがコンプライアンスや企業ガバナンスに対する意識向上です。これも同じく「信頼される」につながる活動ですよ。

**ゲン** みなさんが仰っている通り、信頼は食品メーカーとして欠いてはならないものだと思います。私の日常業務でいえば「世界中の人々」も関係が深いです。グローバル戦略の部署にいますので、海外メーカーや海外の消費者にも対応します。だから、世界を意識しながら仕事するのは、私にとっては基本中の基本ですね。



## ロッテグループの目指す

### 「豊かな暮らし」への貢献とは

**小河** グループミッションの「豊かな暮らし」について、もう少し深くお聞きしたいと思います。「豊かな暮らし」とひと口に言っても、とても広い意味を持つと思うのですが、皆さんは具体的にはどのような暮らしだと思われませんか。

**可兒** 私の場合は、さきほどお話ししたように安全・良質な原料の調達が業務なので、「豊かな暮らし」というと、安全で良いものが日常的に買えるということですね。

**米岡** 私は、単純にお菓子というモノだけを提供するのではなく、召し上がって頂いた一人ひとりの方に、楽しい思い出や記憶に残る体験をお届けすることだと思っています。



**藤堂** そうですね。お菓子やアイスクリームはコミュニケーションツールでもあるので、人と人をつなげていくこともできます。楽しい思いを一緒に乗せていくことができれば、幸せな毎日をつくるパーツになるのではないかなと思います。

**小河** なるほど。お菓子を通じて、家族や友人とこんなときにこんな場所で食べた、といった思い出を共有・提供できる。そんな価値もつくり出せるわけですね。

**真鍋** 営業部門のミッションは、発売する商品にどのような付加価値をつけて、お客様に届けるかということです。お客様が商品を手に取り食べていただかなければ、皆さんもおっしゃるようなプラスアルファの価値も生まれてきません。そういう意味ではお客さまが実際に商品を手取る売場などの、食べていただくまでの過程も重要なと感じました。

**飯田** 私が思ったのは、まず皆さんと同じく、製品・サービスを供した人に、どんな価値を提供できるかということ。それは時代とともに変わると思います。ロッテの創業当時はまだ戦後で物資が豊かでなく、甘いものや栄養を提供すること自体が価値であり「豊かな暮らし」への貢献だったと思います。今は時代が変わり、安全・安心に加えて、ワクワク感や健康などの付加価値を届けるのが「豊かな暮らし」への貢献になりますよね。あとは、藤堂さんが話されたようにサプライヤーさまに適正な利益をもたらすこととか、社員の生活を保障することなど、そういった企業活動そのものがステークホルダーの「豊かな暮らし」へ貢献するという意味もあるかと思っています。



**小河** 「豊かな暮らし」に貢献するために、これから強化していきたい部分はありますか。



**米岡** 日本に限らず、仕事が少ないところや貧しいところなどの雇用を創出できるような活動です。プラントでもファームでもいいと思いますが、川上の強化がもっと必要だという気がします。ロッテにとっては人材確保につながりますし、企業と社会双方のWin-Winになる取り組みではないでしょうか。

**可兒** 私も、生産者の支援という点でできることはあるように思います。実は、私が調達している原料も、利益が取れなくて辞めてしまう生産者が多く、価格も暴騰しているんです。ロッテがそうした方に手助けや協力をすることは可能だと考えます。

**藤堂** 私は、いまだ経験したことのないおいしさ、機能をもった商品をこれからもお客様にお届けできるように、常に新しいことにチャレンジしていきたいです。

**飯田** 製品・サービスについては、おいしさと健康を掛けあわせて付加価値を提供していくべきだと思います。これから日本だけでなく世界中で高齢化が進み、社会のサステナビリティが危うくなってくると考えられます。この社会課題に対して、おいしさと健康という価値を提供することが「世界中の人々の豊かなくらしに貢献する」ためにできることの1つだと思います。

また、その製品やサービスを生み出す企業活動そのものにKPIを設定し、PDCAサイクルを回していくことも大切です。従業員の働きやすさなども目に見えるよう、数値化し、開示していく必要があるのではないのでしょうか。



**真鍋** 私も労働環境はますます重視されると思います。社員のワーク・ライフ・バランスを保てる環境づくりをすることで、私たち働く人間が積極的に活躍したいと思える会社をつくっていけると思います。

**小河** 本日はみなさんの話をお聞きして、さまざまなステークホルダーを見据えてお仕事をなさっている印象を強く受けました。今後に向けた取り組みについても、サステナビリティを意識した素晴らしい施策が数多く挙げられたと思います。本日はありがとうございました。



座談会ファシリテーター

(株)クレイグ・コンサルティング 代表取締役

小河 光生

早稲田大学卒業後、大手自動車関連メーカーを経て、ピッツバーグ大学経営学修士（MBA）取得。三和総合研究所、PwCコンサルティングに在籍し、2004年に独立。株式会社クレイグ・コンサルティングを設立。