

● 取組事例詳細

企業／団体名称	株式会社 堀製麺
主要業種	食料品製造業

公開日:2011年12月07日

「協働の着眼点」に照らした取組内容(「ベーシック16」)

1 お客様を基点とする企業姿勢の明確化

下記について取り組んでいる。

- ・お客様の見える商品開発、こだわり商品(三重県産小麦)
- ・直接お客様の見える販売システムの構築
- ・販売戦略の明確化
- ・自社ホームページ、パンフレット などでの明確化
- ・品質保証責任者(工場長)の配置

2 コンプライアンスの徹底

- ・倫理法人会に加入し、企業理念に取り組んでいる。
- ・安全衛生について月1回従業員勉強会を実施。

社内に関するコミュニケーション

3 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備

- ・三重県のミニハセツプ導入。
- ・業務ルールの見直し・改善を図っている。
- ・教育(年数回の工場見学)
- ・業務ルールと監査(チェックリスト、販売先・第三者機関監査など)
- ・危害要因の分析及び管理方法の選定

4 調達における取組

取引先の選定基準として、国産小麦にこだわっており、品種別製粉に対応可能なこととしている。今後、さらに、産地指定まで選定基準に導入することを検討。

5 製造における取組(製造)

保管・流通における取組(卸売)

調理・加工における取組(小売)

- ・外部より月2回の安全講習を行っている。
 - ・製造終了時の洗浄・殺菌、抜き取り検査の実施
 - ・手洗い、ロールがけ、防塵衣・ヘアネット、エアシャワーなど
 - ・金属探知機、x線装置
 - ・工程ごとの作業場所の区分
 - ・従業員の衛生管理(健康状態の検査、定期健康診断、マニュアル)
 - ・施設及び設備管理

洗浄器具、ふき取り検査などサニテーションの検証の取組

・また、自社独自でも工場の施設及び設備管理の衛生管理を行っている。

6 販売における取組

・社長を中心に、月1回の役員会等で検討を行っている。

取引先に関するコミュニケーション

7 持続性のある関係のための体制整備

・外部よりコンサルタントを導入。月1回の取引先に関するアドバイスを受ける。

・営業段階において、弊社の理念を取引先責任者に伝えている。

8 取引先との公正な取引

・取引先の売上比率を10%以下にする。

9 取引先との情報共有、協働の取組

・新商品の情報及び販売戦略をインターネット上で公開している。

・販売先との共同イベント(毎年1月に工場直販イベント)を実施している。

お客様に関するコミュニケーション

10 お客様とのコミュニケーションのための体制整備

・工場見学を行っている。

・工場直販イベントを開催し、開発中の新商品の無料試食で意見をもらっている。

11 お客様からの情報の収集、対応、管理

・お客様からの問い合わせ先をインターネット上で公開している。

・工場直販によりお客様から情報収集。

・工場長を中心にクレーム対応のルールづくり。

12 お客様への情報提供

・工場直販

・商品パンフレットによる情報発信

・ホームページによる情報発信

13 食育の推進

・学校給食を通して、子供達に手打ちうどん造りを教えている。

・小学校6年生を対象に、授業の一環として2日間の体験プログラムとして実施

・1日目:スライドによりうどんの歴史や作り方を説明

・2日目:実際にうどんづくりに挑戦。自分たちでつくったうどんを食べる

緊急時に関するコミュニケーション

14 緊急時を想定した自社体制の整備

・調達先、入荷日など情報の追跡可能な体制を整備している。

・情報管理(原材料情報、製造工程、品質検査記録など)を行う。

15 緊急時の自社と取引先の協力体制の整備

・お客様とのコミュニケーションとして、携帯電話を教え、いつも対応できるようにしている。

・取引先との緊急連絡先の相互確認を実施。

16 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備

・お客様対応窓口の整備(社長が中心となり)

