

● 取組事例詳細

企業／団体名称	株式会社 マスヤ
主要業種	食料品製造業

公開日：2011年03月17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

経営理念、行動指針、ミッション、品質方針を定め、「お客様基点」の企業姿勢を明文化し、カードを作成して全員に配布すると同時に、事務所や食堂、休憩室などに掲示して、毎日の朝礼などで唱和しており、ホームページでも公開している。



2 コンプライアンスの徹底

法令・社会規範を学び重視することを行動指針に明文化し、定期的に従業員教育も行っている。また、食品衛生法やJAS法など関連する法令を明確化すると共に担当部門を選定して漏れのないように対応している。更に、従業員からの内部通報の仕組みとして、社内外に相談窓口を設置している。

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

ISO9001品質マネジメントシステム認証を12年間継続しており、定期的に全従業員を対象としたISO教育を実施している。また、品質管理部門を中心として、食の安全・安心活動に取り組んでいる。

4 調達における取組

主要調達先に対して、FCPの考え方を説明して理解・協力を求めると共に、納入品の品質、納期、対応力などを総合的に測定し評価する仕組みを導入している。全ての原材料については、規格書の提出を義務付けており、仕様変更などがあった場合には速やかに更新している。

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）

AIBフードセーフティ基準に則った清掃や異物混入防止対策を実施していると共に、三重県HACCP認証制度にも取り組んでいる。また、営業員が当番制で工場巡視を行い、指摘点を製造会議などでフィードバックして改善に努めている。



6 販売における取組

お客様により良い商品をお届けするために、販売先様(卸・問屋)や輸送・保管業者様に対して、商品の取扱方法や保管方法などを適切に行っていただくこと、また、先入先出の徹底や適正ロットでの発注など在庫過多防止に関するお願いをしている。

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

経営理念、社是、行動指針、ミッションなどを定めて理念経営を実践していることを取引先に説明し理解を得ている。一部の取引先とは、従業員による相互訪問などを実施し、相互に理解を深め合うように努めている。

8 取引先との公正な取引

「全ての取引先と公正・透明な取引を行う」ことを行動指針に明文化しており、そのように実践している。盆暮れの贈答品は個人での受け取りを禁止しており、会社としても同様であることを公言している。また、取引に当たっては、見積書や仕様書など取引の根拠を示すと共に、取引基本契約書を取り交わすようにしている。

9 取引先との情報共有、協働の取組

商談などを通して、業界を取り巻く環境の変化や、今後の予想などに関する情報交換を行うことにより、Win・Winの関係構築に努めている。原材料から生産、出荷までの間は、トレーサビリティは確立できているが、デポ倉庫から卸・問屋、小売店の間では確立できていない。

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

「良い製品とサービスはお客様への愛情から生まれる」ことを行動指針に明文化しており、常にお客様の立場に立って、考え行動することを基本としている。お客様相談室を設置し、担当者から苦情件数や内容を社内メールにて定期的に発信し、お客様相談室からの報告会も開催している。

11 お客様からの情報の収集、対応、管理

お客様が気軽に電話して意見を言っていたけりようにとの思いから、お客様相談室の受付電話番号をフリーダイヤルに変更した。お客様からの苦情や要望、ご意見などは、随時、製造部門など関係部署へ連絡して、原因究明や改善対策実施を速やかに進めるように努めている。

12 お客様への情報提供

商品の原材料、栄養成分、アレルギー、賞味期限については、商品のパッケージに表示するだけでなく、ホームページにおいても商品アイテム別に紹介ページを公開している。また、賞味期限は科学的根拠に基づいて設定している。更に、2011年7月からの米トレーサビリティ法の施行を前に、2011年2月から原料米の原産地表示も始めている。

13 食育の推進

お客様には、製造工程の様子をご覧いただくとともに、地元周辺市町村の小学校、幼稚園の子ども達には食育の一環として思い出に残る経験をしていただくために、積極的に工場見学を受け入れている(年間

25団体、1,150名以上)。また、従業員の家族の皆さんを対象とした工場見学会を開催したことで、米菓を身近に感じていただける良い機会となった。



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

緊急時の対応を定めたマニュアルを整備している。地震や火災を想定した避難訓練や、商品事故を想定したトレース訓練などを、年1回以上実施している。

15 緊急時の自社と取引先の協力体制の整備

取引先、保健所、監督官庁などの連絡窓口を明確化し、速やかに連絡できるように準備している。特に主要調達先へはFCP協力依頼をしているが、今後はその範囲を拡げていくことや、内容を深めていくことを進めたい。

16 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備

緊急時の対応を定めたマニュアルには、お客様への告知方法やお客様相談室の対応方法、マスコミへの対応方法などについて細かく取り決めているが、臨機応変な対応が出来るような訓練や教育にも力をいれていく必要性を感じている。