

## ● 取組事例詳細

企業／団体名称	株式会社はくばく
主要業種	食料品製造業

公開日：2011年03月18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

経営者が掲げるブランドの方向性と、お客様、市場が求めるものが合致しているかを調査。専門の部署を設け、各部門、各従業員が担う役割を明確にする取組を実施している。従業員の意識を高めるために、定期的に社内報を発行し、座談会を計画するなど、社内への浸透を図っている。

#### 2 コンプライアンスの徹底

法令、基準改正時には、各部門で相互にチェックを実施。表示に関しては開発部門が責任部署として対応の要否を検討し、判断に迷う場合には行政機関や保健所に問い合わせている。表示の遵守の確認は、開発、企画、品質管理の各部門をまたがった商品群ごとのグループで行っている。

#### 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

異物混入への対策としては、原材料の供給元に頼るのではなく、自社内の設備を増強している。ターゲットを定めてエックス線検査装置などの設備を整え、異物混入が検出された場合には、報告書が各部門長に回される仕組みとなっている。定期的に、異物除去技術に関する検討会を実施している。



検討会議の様子

#### 4 調達における取組

原材料の購入にあたっては、国産、外国産を問わず、使用した農薬と肥料の種類や量、収穫期などを記載した仕様書の取り交わしを例外なく実施している。自社でサンプル分析、産地視察、購入という手順を踏んでいるほか、調達先に対する技術支援も行っている。

#### 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）

ほぼ全ての工場に自動シャッターを設置し、有害小動物の侵入を防止している。昆虫類対策としては、清掃の徹底で原材料がたまる部分をなくしている。週に一回の徹底清掃と、侵入源をなくす取組により、成果があがっている。

#### 6 販売における取組

売れた分だけ生産する方式に切り替え、常に目標在庫にコントロールしている。取引先には必要な量だけ購入してもらうよう協力を依頼し、多量に必要な場合には前もって言うってもらうことで、欠品を防いでいる。

## 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

トレースの重要性、市場の求める安全性などを、同じ視点で共有できるようにするため、流通業者との意見交換会を実施している。

また、原材料購入及び製造委託のお取引先と毎月定例で行なう情報交換(QC通信)において、「ベーシック16」をテーマとして、双方で各着眼点の重要性を共有化し向上に向けた取組みを開始しました。

### 8 取引先との公正な取引

海外調達先に自社の社員を派遣し、出荷に立ち会うなどの取組を行っている。今後の協力関係のなかで、品質の良いものを作り、お互いに利益の出るような関係作りを目指している。

### 9 取引先との情報共有、協働の取組

原料高騰に苦しんだ時期は、購買先と一緒に包装資材の色や厚さなどについて検討し、無駄を省くことでコストを削減できた。購入する側だからと無理な要求はせず、お互いが成長していけるような関係作りを目指している。

## 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

お客様からの問い合わせへの対応は、スピード感を重視している。早急に全社に知らせるべきと判断した情報や、他社の事故例などをブログ形式で全社に配信し、従業員がお客様の声に敏感になるようにしている。

### 11 お客様からの情報の収集、対応、管理

食に関する広い情報を提供するウェブサイトを運営し、お客様からの意見を受け付けている。取引先を通じて得られたお客様からの要望は、内容別に整理し、品質会議などで共有している。

### 12 お客様への情報提供

一部の商品についてはホームページで商品名などを入力すると、原材料の産地や収穫年度、農薬情報を閲覧できるようにしている。また、どのくらいの時間でどこまでトレースできるかといった模擬訓練を実施している。

### 13 食育の推進

運営するウェブサイトで、麦・雑穀の歴史、栄養価などを紹介している。子供たちに歴史ある麦という食材になじんでもらうよう、業界団体を通じて小冊子を配布したり、麦の焙煎を体験できる取組を実施している。



麦とろの日 イベントの様子

## 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

緊急時には、全従業員で対処できるよう、平常時から当事者意識を持たせるようにしている。年に一度、緊急時対応の模擬訓練を実施して規定などの見直しを行うほか、協力会社、取引先にも危機管理への取組を呼びかけている。

### 15 緊急時の自社と取引先の協力体制の整備

仕様書の更新を定期的の実施することで、取引先と連絡を取り合う体制にしている。食に関する情報を集めて取引先に配信し、安全・安心な商品の実現に向けて共に取り組んでいる。また、緊急連絡網の作成を取引先に勧めているが、一方通行の依頼ではなく情報のやり取りをするようにしている。

### 16 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備

緊急時には、お客様への告知が適時、適切に行えるように、規定及び対応マニュアルを整備している。また、年一度の模擬訓練により、対応方法の具体的想定を蓄積している。