

● 取組事例詳細

企業／団体名称	有限会社増田屋袋店
主要業種	食料品製造業

公開日：2011年08月29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

当社では、お客様本位の製品づくりを経営理念としており、安全で良質な製品をお客様に提供するため、HACCP手法による衛生管理とISO9000仕様にそった品質管理を実施しています。

取組み内容は従業員全員に配布し折々に確認を行い、自信の商品を安心して食していただけるように努めています。

2 コンプライアンスの徹底

法令順守は、HACCP手法及びISO9000仕様の製造管理の中でも重要事項であり、対応策を定めて実施しています。

また、資源の有効活用等の社会的要請に対して、原料をとことん利用した商品化により、できるだけ廃棄物が生じないように努めています。

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

HACCP手法による衛生管理とISO9000仕様の品質管理のもとで、原材料入手から製造・出荷までの全工程について、作業内容、作業環境、従事者等に関わる管理事項を明らかにし、担当者を配置してチェック・記録しながら、製造・販売しています。

こうした業務ルールが適切に実施されているか確認するため、社内責任者による定期的な監査を行っているほか、ISO9000認証に関わる第三者による外部監査も受けています。

4 調達における取組

原料のりんごは、JA組織から、提示した規格に沿うものを調達しています。全て県産品であり、センサーで糖度を確認したもののみを使用するようにしています。規格からはずれないものが含まれていないか、受入れ時に確認するようにしています。

受入れ後の保管場所、搬送ルートは定められており、各ロットに内容を表示して、作業に誤りが生じないようにしています。

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）

製造工程と各作業の要点は明確にしており、確認と重点事項の記録が行われます。

特に製品と表示ラベルの整合確認は重視しており、作業前に入念に自動印字機を確認しています。

工場内や設備の清掃・洗浄、従業員の清潔保持についても、作業ルールに従って実施しているほか、

自社及び調査機関に委託した微生物調査、有害小動物のモニタリング調査を実施しており、製品の安全確保に努めています。

6 販売における取組

販売先は、ホームページ等も利用し広く募っていますが、業務筋のお客様とは、商談を通じて当社商品の魅力を評価していただいていること、経営面でも信頼できることを確認して契約を結ぶようにしています。

一般消費者のお客様に対しては、ホームページに商品内容を掲載し、電話、Fax、Eメールで購入できるようにしています

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

原料りんごの調達については、サイズ・糖度等の社内規格を定めており、従業員全員が理解しておくことで、個別の裁量で取引内容があいまいにならないようにし、取引先との信頼関係づくりに努めています。

8 取引先との公正な取引

原料りんごを調達するJA組織とは、取引品の規格書を交わし、書面で確認し合った上で取引を行っています。

また、納品の都度、受入品の確認を行い、伝票を互いに保管することで現場の状況を確認できるようにしています。

9 取引先との情報共有、協働の取組

調達先とは、天候に関わるりんご生産の見通しや、市況についての情報交換に努めています。また、できるだけ余裕のある時期に調達見込みを示すようにし、良質な原料りんごの必要な量を確保しやすいように連携しています。

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

お客様対応マニュアルを備えており、事務職員全体で受付できる体制にしています。

また、業務筋のお客様との協議については、営業担当者が対応する体制にしています。販売時には、原料の産地証明等の内容を含む契約書を交わし、公正な取引になるようにしています。

11 お客様からの情報の収集、対応、管理

販売の多くを占める業務筋のお客様とは、電話や面談による商談時のほか、調査票による満足度調査を実施し、品質評価、改善課題及び要因把握を行っています。

一般消費者のお客様に対しては、ホームページに電話・Fax・Eメール等の窓口を掲載し、評判やクレーム、問い合わせ等の情報を収集できるようにしています。

受付した情報は日報に記録し、業務等の改善に役立てるようにしています。

12 お客様への情報提供

良質な製品を安定して供給することに努めていますが、生鮮原料のため天候や作柄の影響を受けることがあります。そのため、業務筋のお客様には、電話等で見通しをお伝えし、必要な場合にはできるだけ早い段階で対応策を講ずるようにしています。

一般消費者のお客様に対しては、ホームページで製法や商品情報、食べ方例等を掲載しているほか、お客様からの声も掲載し、お客様に対しての商品の魅力を様々な角度から紹介するようにしています。

13 食育の推進

良質で安全なりんごの産地の企業であることを、従業員全員が自負するよう、朝礼の折々で工場長が伝えるようにしています。

また、食生活を豊かにするりんごを、子供たちに馴染んでもらう意味合いも込め、学校給食への提供もはじまりました。

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

緊急時の対応は、社内の担当者を定めており、事故処理マニュアル、電話対応マニュアルにそって対応するようになっています。

緊急事態の内容に応じて、即時、従業員全員に連絡が行われることや、朝礼で翌朝には全員に周知が行われることが整理されています。

発生した事態と対応は、文書で記録し、収束後の改善に生かせるようにしています。

15 緊急時の自社と取引先の協力体制の整備

原料りんご調達先とは、受入れ時の検査で、原料に関わる事故等は発生しないようにしています。

災害時の工場稼働や新たな原料受入れの可否に関わる事項については、営業担当あるいは食品事業責任者が連絡し、協力し合う体制になっています。

16 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備

商品の不具合に関する事態は、事故処理マニュアルにそって事務職員全員で受付及び対応ができるようにしています。

より重大な判断が求められる場合には、営業担当が窓口となり、迅速対応を重視してお客様と協議あるいは連携して対応するようになっています。

事態の収束後には、お客様と連携し原因究明にあたることにしています。