

## ● 取組事例詳細

企業／団体名称	有限会社 田向商店
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

当社は、水産物の中でも特にサメの魅力にこだわり、お客様の立場に立って、そのニーズに応える製品づくりを心がけています。

ホームページでサメの特色やその他の水産物も含めた裁き方等の情報を掲載し、お客様の健康づくりや豊かな食生活に活かせるお伝えするとともに、社内では製品の出来のチェックと改善のためのミーティングにより、良質な製品を提供するよう心がけています。

#### 2 コンプライアンスの徹底

食品衛生法、薬事法、食品表示法等の遵守すべき法令については、行政からの情報収集やセミナー等に積極的に参加するよう努めています。

基本となる遵守事項や改定事項は、ミーティングの折々で従業員と確認を行うほか、重要な事項については、工場内に掲示して、確認できるようにしています。

### 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

鮮度のよい地元産原魚を調達し、商品ごとの製造の要点を従業員全員が理解した中で良質な製品づくりを行うように心がけています。

そのため、漁模様の変動の中での的確に原魚を調達できるパートナーとの連携、工場内での製造工程の掲示と確認を重視し、安全かつ適切な製品を提供するようにしています。

#### 4 調達における取組

原魚は、卸売市場からと、長く取引を続けている信頼できる地元業者からの調達を基本としています。卸売市場では、出荷元情報の確認と、仕入れ担当者の目利きにより品質を確認しています。業者からの調達品は、受入れ時に全て目視確認を行い、状態の良くないものについては、即連絡をとり、協議するようにしています。

受入れ後は、鮮魚扱い用や加工原魚扱い用等の用途に応じて定めている保管温度・保管期間等のルールに従って取扱い、全て低温保管しています。

#### 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）

製品ごとに製造工程は異なるため、工場内には製品ごとの製造工程を掲示し、作業開始前に確認し作業を開始しています。想定される衛生危害（異物混入・温度上昇等）については、チェック方法と発生した場合の対応方策を定めています。

製品表示ラベルは、テスト印刷で内容を確認し、誤りのないよう本印刷を行っています。  
工場内の衛生を保つため、日常の清掃作業のほか、生菌・大腸菌等の検査や機器・設備のメンテナンス、排水路清掃は定期的に専門業者に委託し実施しています。

## 6 販売における取組

販売先は、面談により信頼できる相手であることを確かめた上で、取引を行っています。  
配送は、当社の責任のもとで所定の温度・期間のルールを守りながら行っています。  
引き渡し後の保管条件等については、納品書類とともに一括表示に示しています。

## 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

原魚は、天候や漁模様により数量・価格が変動する中での調達となることから、書面を交わさなくても毎日の状況変化に対応してくれる信頼できるパートナーであることを重視し、取り決めにそって取引を行っています。

また、生鮮原魚は、仕入れ時の目利きが重要であることから、担当者の、日々の鍛練を重視しています。  
こうしたパートナーや人材を持続して確保できるよう交流と打ち合わせを行っています。

### 8 取引先との公正な取引

卸売市場からの調達については、定められた決済条件にそって取引を行っています。  
また、業者等から調達については、取り決めに基づく日々の取引毎の協議を基本として行っています。  
一定期間毎に数量や価格を固定できるものについては、取引内容を書面で交わして取引を行っています。

### 9 取引先との情報共有、協働の取組

原魚の入荷状況・市況は毎日変化するため、頻繁に連絡をとり、連携して原魚を確保しています。  
また、漁業・消費の季節変動や経済社会情勢等の、長期的な観点も含めた意見交換の機会をつくり、情勢変化に的確に対応できる製造を心がけています。

## 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

電話、Fax、Eメール、来訪と、様々な窓口からお客様に対応できるようにしています。  
窓口は、社長・専務をはじめ、事務系社員全員で対応するとともに、すぐに責任者が判断を下せるほか、必要な改善策の迅速に実施できる体制をとっています。

### 11 お客様からの情報の収集、対応、管理

ホームページに電話・Fax・Eメール窓口を掲載し、クレームや問い合わせ情報を収集し、その対応を含めて日誌に記録しています。

対応は、まずはお客様から意見内容をよく確認することを重視し、その上で、適切な対応をていねいに行うことを基本としています。

集積された情報は、経営者も確認し、対策が必要な場合には迅速に経営判断できるようにしています。

### 12 お客様への情報提供

ホームページでの情報発信を重視し、特にサメ商品の魅力のアピールに努めています。

業務筋のお客様には、商談時での規格提案を心がけ、その上で協議を重ねるようにしています。

法令に基づく商品表示は、ラベル等の確認担当者を配置して、確実に行うようにしています。

### 13 食育の推進

サメ商品をはじめとする魚食の普及を図る上で、食育の視点が大事だと考えています。  
そのため、ホームページでの栄養や食べ方の紹介、メディアに出演する際の魚食の魅力アピール、食に関わるセミナーでの魅力の紹介に努めています。

## 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、最高責任者である社長あるいは専務が直接対応することになっています。  
事故発生時や貝毒情報入手時には、即座に保健所に通報することになっています。  
責任者が迅速に対応することで、被害等を最小限に留め、事態収束後の対応の見直しについても、迅速かつ確実に行え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

原魚の調達先との連携は、日常の高頻度な連絡協議体制の中で、情報の共有化を図るようになっています。

また、日常の担当者以外の情報伝達先も確認しており、二重の連絡網にしています。

### 16 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備

販売先やお客様への情報提供及び問い合わせへの対応は、通常のお受け体制での対応を基本としています。

緊急事態の発生内容は日報に記録し、関連情報と合わせて集積し、対応の見直しに活用できるようにしています。