

## ● 取組事例詳細

企業／団体名称	紀州食品株式会社
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

経営方針は文書にして、社員全員に配布し、月初めの朝礼にて唱和している。  
社是、社訓も文書化し、掲示板等に掲示している。

#### 2 コンプライアンスの徹底

行動規範の中に、コンプライアンス徹底をうたい、月初めの朝礼で唱和し、意識を植え付けている。

#### 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

品質管理部が中心となり、衛生面も含めた5S活動の勉強会を開催するなど社員教育を徹底している。

#### 4 調達における取組

産地証明、農薬証明については仕入先より書類を入手して安全面を確認している。  
農薬は防除暦と分析結果を入手して、ポジティブリスト制度に適合している事を確認して実行している。

#### 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）

異物混入撲滅を目指して活動している。夾雑物検査以外に異物検査を並行して実施し、管理表に記入して工程管理を実施している。

防虫対策として捕虫器の捕虫数記録も実施している。

#### 6 販売における取組

安全で安定した原材料を仕入れる為、仕入先からは規格書や安全性のデータを入手している。袋や缶については、製造元へ行き、工程の確認も実施している。

#### 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

会社のブランドKS印をとって、KS会という特約店会を作って、会社の情報を発信している。  
原料取引は、県農協連と契約をして安定取引に心掛けている。

#### 8 取引先との公正な取引

販売については、一部取引契約をしている。

原料については、一部契約をしている。

産地証明、農薬証明は原料仕入れ時に必ず、取得確認をしている

#### 9 取引先との情報共有、協働の取組

販売部が、取引先へ都度原料や販売情報の発信を行なって情報交換を実施している。

## 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

当社は業務用取引が主なので、販売先は問屋となります。

販売先との情報交換を充実させる事で、販売先のニーズを把握し、月末の全体会議等の場で社員に情報を流している。

### 11 お客様からの情報の収集、対応、管理

営業部員が得意先を訪問した時に、自社の商品の販売だけでなく、どんな物が良く売れているとか、業界の動向をつかんで社内に配信し、会社の経営に反映させている。

### 12 お客様への情報提供

販売部が都度、原料や生産情報を伝えている。

### 13 食育の推進

学校給食品、展示会等に出展。現物提示をして果物の良さを説明している。

## 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

クレームが起きると品質管理部が対応している。緊急時の対応内容は、マニュアル化されており、命令系統は決められている。検査・分析の必要な場合は、検査機関に依頼し、重要度に応じて工場長・社長に報告している。

### 15 緊急時の自社と取引先の協力体制の整備

クレームに対する返答等は、品質管理部が中心で行なうが、営業部員も一緒に対応している。月末の全体会議時に品質管理部より当月のクレーム内容、処置についての説明をさせ、再発防止に心掛けている。

### 16 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備

品質管理部が窓口で、重要度に応じて社長以下幹部会を開いて、原因究明・改善策の検討を行ない、販売先に報告説明をしている。