

協働の着眼点とは

食品事業者の 実際の取組事例

『フード・コミュニケーション・プロジェクト(FCP)』では、「協働の着眼点」の策定に役立てるため、消費者の信頼向上に向けた取組に関する情報を収集し、その一環として、FCPの情報共有ネットワークにご参加いただいている企業／団体の皆様に対し、具体的な取組事例のご紹介を呼びかけてきました。

本ページでは、インタビューに応じてくださった事業者の皆様の取組事例を、写真なども交えてご紹介します。インタビューでは、実際に取組を実施するに至った経緯や、現場で努力されていること、取組による思わぬ副産物などについてお話をお聞かせいただいています。

事例紹介企業＞

- 01) 湯浅醤油有限会社
- 02) 株式会社八木澤商店
- 03) ひざつき製菓株式会社
- 04) 池島フーズ株式会社
- 05) 株式会社NRE大増
- 06) 原信ナルスホールディングス株式会社
- 07) 株式会社ロック・フィールド
- 08) 株式会社はくばく
- 09) 株式会社高德海産
- 10) 株式会社恵那川上屋

01 湯浅醤油有限会社の取組

企業名 [湯浅醤油有限会社](#)

(代表取締役:新古敏明、常務取締役・営業企画室長:新古祐子)

取材日時 平成 20 年 11 月 28 日(金)

鎌倉時代に醤油が初めて醸造されたと伝わる現在の和歌山県:紀州湯浅で、明治 14 年創業の老舗が国内のみならず海外でも評価される企業信用をどのように培っていらっしゃるのか、お聞きました。

湯浅醤油様では 5 年前から、地元小学校の生徒が自分達で大豆を育て、醤油になるまでを体験する食育を指導されているそうです。

子供たちが思いを込める「マイ醤油」醸造



地元小学校での麹づくりの様子

大阪の学生時代に、自分は地元なのに和歌山県についてあまり説明できず、反対に他地方から来た仲間の方がよく知っているのにショックを受けました、まさに灯台下暗しですね。その後家業に就いてから、自分が携わる味噌・醤油について次の世代に伝えたいという思いが強くなり、地元の小学校に働きかけて子供達による醤油作りが始まりました。

完成まで 2 年かかりますが、その作業行程には説明を聞いて書き留める国語、材料や手順の計算で算数、大豆の成長やもろみの熟成を観察・記録して理科、もの作りの現場を体験して社会という風に、自然と 4 教科の勉強にもなってしまいうんですね。学年を超えた子供同士の協力がうまく出来るようになったり、先生が生徒に「去年はどうやったの?」と聞く場面など、おもしろい事や発見も沢山あります。ある生徒がもろみを見ながら「マイ醤油や。マイ醤油がいい!」と言った事がきっかけで、一人一人の醤油をペットボトルで醸造できる方法を考案し、今では自分だけの完成品を楽しめる「マイ醤油方式」になりました。2年後、自分の醤油を家に持って帰る子供には達成感と自信、受け取る親御さんには感動が生まれます。この活動は、テレビ番組を文字った「プロジェクト S(醤油)」と名付けました。

食育活動から得た企業の成長



工場見学での權入れの作業

● もの作りの世界では後継者や労働力の不足が問題になっていますが、醤油作りを学んだ子供達の将来が楽しみです。

はい、子供達には貴重な醤油作りの経験を大いに自慢していい、と言っております。実は食育として始めたプロジェクトSでしたが、ペットボトルの「マイ醤油」は麴を提供すれば他の学校でもできますので「手作りしょうゆキット」を開発したところ、全国の学校から注文が来るようになりました。※1 同時に、手作りのおいしさを理解された親御さんなど地元消費者をはじめ、醤油蔵で生まれる無添加醤油への信頼度が増し、全国から問い合わせが急激に増えています。

企業側の成長は営業利益だけではなく、人材育成にももたらされました。当社は常時、工場見学、体験学習を受付けます。普通、見学者や子供達が仕事場にやって来ると、従業員は「本来の業務に差しつかえる」と懸念しますね。ところが自分達の業務内容について説明したり、正確にやって見せたり指導するうちに、従業員側もやりがいと誇りを感じて楽しく、技術の再確認やレベルアップへの良い刺激を受けて、ベテラン職人といえども育てられてしまうのです。※2 これは素晴らしい価値があります。当社も6名の小さい会社ですが、人材に苦勞する業界の皆さんには是非「子供達に仕事場を見せよう、体験させよう」と勧めたいと思います。

● お話を聞くと、湯浅醤油様は、たゆみない工夫と豊かなアイデアで企業の信頼構築を推進されていらっしゃる。

信頼構築への取り組み

長年、商品管理は帳票レベルでしたが、現在は食の安全をトレーサビリティで確保しています。衛生面では、伝統と経験による知識からガラス瓶だけを採用、酸素が透過しやすくて賞味期限も短いプラスチックボトルを避けています。環境配慮においては、大量に出る大豆の皮から「手作り大豆石鹼」を開発して廃棄の無いゼロエミッションを達成、おかげさまで無添加・自然素材の石鹼は大好評です。また、和歌山ではあまりにも大量なために産業廃棄される梅酢で「柚子梅つゆ」が生まれ、他社から魚介類、果実、農作物の廃棄分について相談される事もあり、その中でおいしいジャムが出来上がりました。※2

- 湯浅醤油の美味しさは国際的にも認められていらっしゃいますね。

国際的信頼を得る機会の構築

ヨーロッパのシェフの間で当社の本格醸造の醤油が広まっているのは非常に嬉しく、光栄です。また、2008年10月にはベルギーのシェフ達を訪問する機会があり、その時に彼らが日本の醤油だけではなく、持参した日本の調味料や食材をととても深く理解する場面に立ち会えて感激いたしました。訪問先はホームページで紹介しています。

公的評価として、ヨーロッパでは企業の有名無名に関係なく完全な目隠しで「味」を審査する、ベルギーの「iTQi(=国際味覚審査機構)」の認定評価が信 頼されています。当社もエントリー中で、商品の美味しさが星の数とブルーリボンで認定する「優秀味覚賞」を得られることを期待しています。

本醸造・無添加の醤油に込めた「思い」を認められ、「日本一・世界一の醤油を創りたい」という願いが当社のポリシーです。

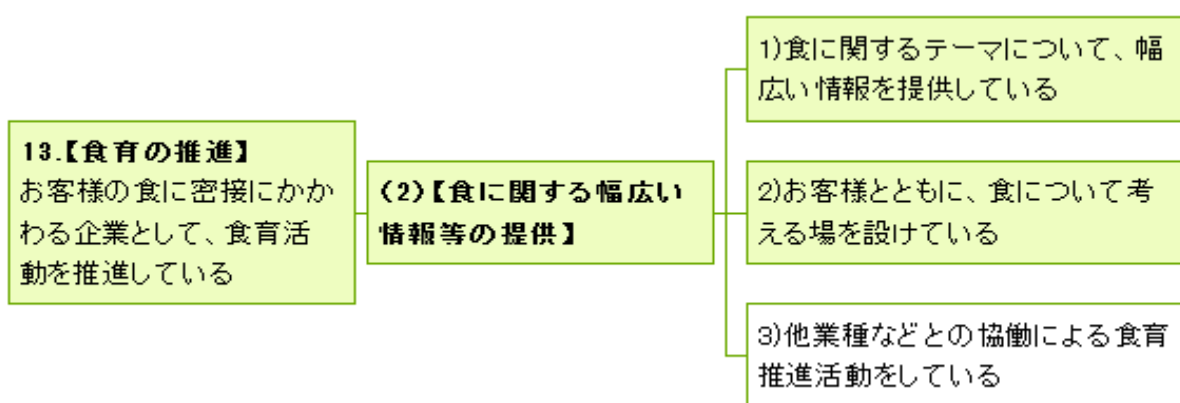
- 本日はありがとうございました。

01 湯浅醤油有限会社の取組

協働の着眼点を活用した ケーススタディ

湯浅醤油さんのインタビューから、協働の着眼点を利用して、消費者の信頼向上のための取組を、社内、取引先やお客様に伝えるケースを考えてみましょう。

例えば、食に関する幅広い情報等を提供する取組について「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様用にホームページに取組を紹介したい」という時には、協働の着眼点〔業種別〕【製造版】の 13.【食育の推進】をご覧ください。



※1 のペットボトルを使った「手作りしょうゆキット」を全国各地の学校に教材として提供している取組は、食に関するテーマについて幅広い情報を提供している事例と思われます。

※2 の商品や製造工程について学んでもらう工場見学、体験学習を常に受け付けているという取組は、お客さまとともに、食について考える場を設けている事例と考えられます。

02 株式会社八木澤商店の取組

企業名 [株式会社八木澤商店](#)

(代表取締役:河野和義 専務取締役:河野通洋)

取材日時 平成 20 年 12 月 10 日(水)

八木澤商店様は現在の岩手県、伊達藩のお膝元で 1807 年に酒蔵として創業、201 年の歴史を誇る老舗です。食文化が乱れがちな時代において子供達が目を輝かせ、お客様が蔵を訪れる、その人気と信頼について専務取締役の河野通洋様にお聞きしました。

「おいしいご飯はどこから？」体験する子供達

● 味噌、醤油の醸造元でありながら、幅の広い商品開発がされています。様々な方を交えて、稲作も手がけていらっしゃるのですね。



地元の小学生による田植え作業

当社は元々酒蔵として創業し、後の業種統合を経て味噌、醤油作りが始まり、今はタレ、つゆ、ドレッシング、漬物などを製造・販売、その中で米の生産・販売もしています。

昔から自分達が食べる分を自作していたのですが、現在の米「陸前高田ひとめぼれ」は八木澤商店社員、農業エキスパートの皆さん、地元の小学 5 年生、酔仙酒造の皆さんとの協力で栽培し、5 年目になります。また、味噌作り体験で大豆を育てる小学 3 年生は、害虫を指で駆除したり、(こちらでは害獣の)鹿を追い払ったり、いずれも泥だらけになる慣れない農作業なので「つらくない」と言ったら嘘になります。しかし実体験するからこそ「こんなに大変な作業なんだ」と初めて解り、普段から農作業やものづくりに携わる人への感謝と尊敬が生まれているようです。

ある年、子供達が稲作体験を劇にして小学校で発表したのですが、終わりに「どうもありがとうございました」と横断幕が掲げられて、そこにはお年寄りの名前が 1 人 1 人全部書いてありました。次の世代が感謝する、挨拶する、そして命を大切にする。米や大豆と共に、この頃失われてきたものが無理なく自然に身につく、うれしい収穫が食育活動にはあります。子供の顔

と名前をきちんと把握できることは地域の安全につながり、そこに根ざす当社も、地元企業として信頼を担ってゆきたいと考えております。※1

地域ネットワークから生まれる安心、安全な商品



「白根きゅうり」の収穫

● ホームページを拝見すると、社員の皆さんが集まって一緒に食べる「お昼ごはん」が印象的です。木樽でじっくりと醸造される味噌、醤油と炊き立て御飯の香りを想像したら、お腹が空きました。とてもおいしそうですね。

はい、今日も早めに食べて出かけて来ました。社長のポリシーが「とにかくおいしいものを、まっとうなものを」というもので、当社は普段から自分達が食べておいしい、安心できる、安全な商品を作るために、目の届く地元と連携・協力して素材を探します。その内の一つが「白根きゅうり」の栽培と漬物の商品化です。「白根きゅうり」は収穫量が少なく病害虫に弱いことから、一般的な胡瓜とは格段に違う「味の良さ」は忘れられていました。当社が白根胡瓜しか買わないので、その結果、市内の胡瓜生産は 100% 白根胡瓜という、全国でも珍しい地域になりました。主力商品の醤油、味噌の原料も生産農家に頑張って頂いて、岩手県産の大豆、小麦が中心です。当社の「生揚醤油」は、通常 4～6ヶ月の所、2 年がかりでもろみを熟成させるこだわりの商品です。最終段階では、醸し出される風味を損なわないよう、手間と時間のかかる 65 度の「低温殺菌加工」により、衛生面と味の両方を守ることに成功しました。味噌は自家栽培の大豆と米だけで作った「おらほの味噌」をはじめ、当社の場合、保存アルコール無添加の生味噌タイプが全体の約半分を占めます。一般のお客様がご家庭向けに購入される前の販売先や輸送行程にも「要冷蔵」で、温度管理をお願いしています。

米に関しても、実験的ですが栽培期間中に農薬や肥料を使わない田んぼが一反あり、真夏の草むしりが新入社員の仕事になっています。それ以外の田んぼでも醤油かす、焼酎かすを利用し、土の自然力に任せています。すると商店のお客様や見学者が増え、時には従業員のお昼ご飯をどうしても食べたいと言われたり、団体客が来られる際には、私達も「よかったら一緒に農業やりませんか」と声をかけています。

おいしさの探求が生み出す企業信用

これからの時代、食品事業者間においては価格競争ではなく、理念と技術のライバル関係でありたいと思います。例えば共同の畑で効率よく国産大豆を生産して、それぞれの蔵の醸造で醤油の味を競うなど。小さくてもいいので、ドイツのように職能に優れたマイスター制度のある学校づくりまで、将来は関わって行きたいと考えています。

その他に、食料自給率や添加物のこと、本物の味と技術を残すこと等、全国から同じような考え方の生産者や食品事業者が集まった「食の学校」というコミュニティが結成されて、毎月セミナーを開催しています。

地元には米作り仲間の「元気会」という生産グループがあるのですが、様々な分野の方が集まり、理屈では解らない色々な事を経験や知恵から幅広く、教わったり教えられたり。このような活動は常に新しい情報を得られて勉強になり、孤独な戦いになりがちな中小事業者にとって心強いことです。これからも、日頃一生懸命やっている皆さんに、光をあてて行く活動を目指しています。

事業者が集まって学び、知識を刷新し合う場を持つことは、消費者からの信頼構築や商品流通のチャンスにもつながると思います。※2

● 本日はありがとうございました。

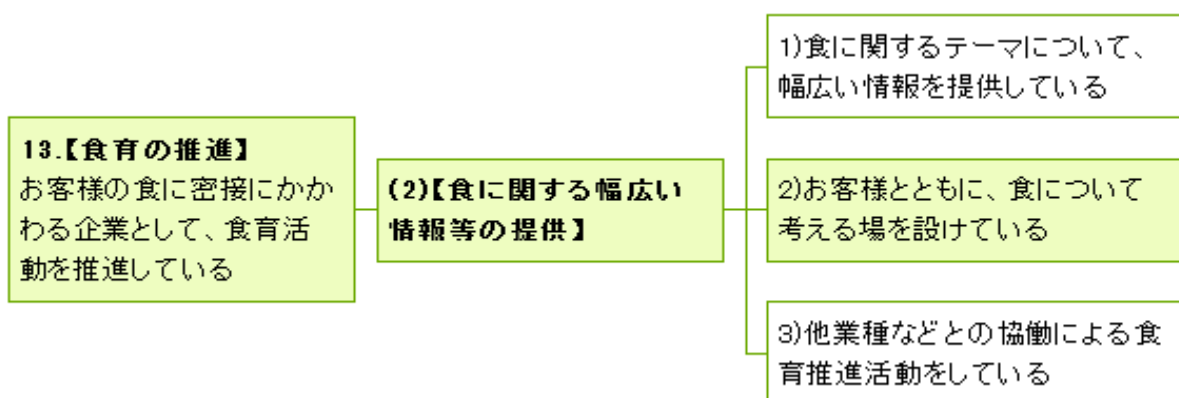
02 株式会社八木澤商店の取組

協働の着眼点を活用した ケーススタディ

八木澤商店さんのインタビューから、協働の着眼点を利用して、消費者の信頼向上のための取組を、社内、取引先やお客様に伝えるケースを考えてみましょう。

例えば、お客様や同業者と、食に関する幅広い情報を交換する機会を設けていることについて、「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様用にホームページに取組を紹介したい」という時にはどうでしょうか。

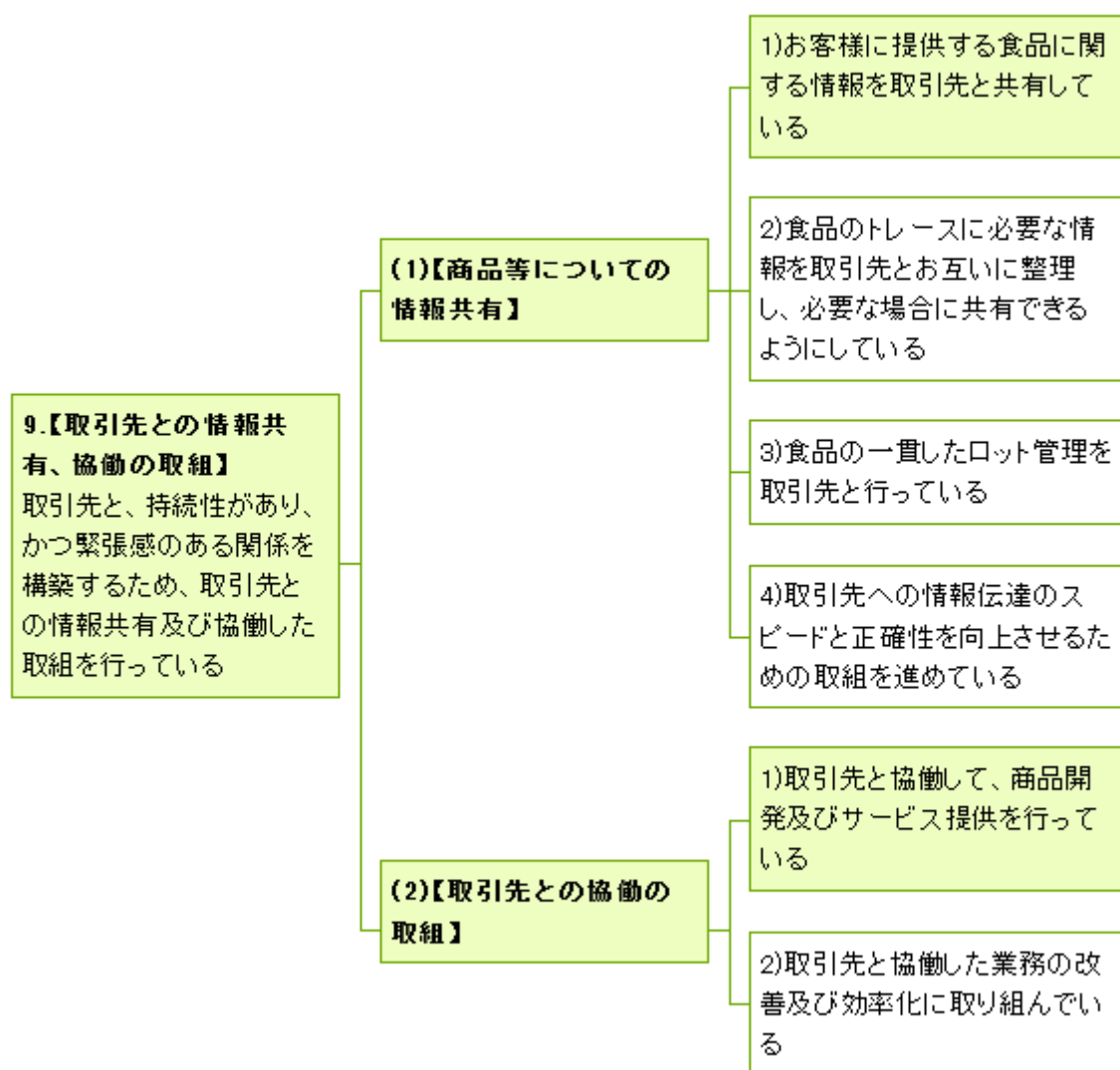
協働の着眼点〔業種別〕【製造版】の 13.【食育の推進】をご覧ください。



※1のように、さまざまな人と交流を持って情報交換を行っている取組は、お客様とともに、食について考える場を設けている事例と考えられます。

また、取引先との情報共有や協働の取組を実施していることについて、「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様にホームページに取組を紹介したい」という時にはどうでしょうか。

9.【取引先との情報共有、協働の取組】をご覧ください。



※2のように、事業者が集まって学び、知識を刷新し合う場を持つことは、お客様に提供する食品に関する情報を取引先と共有している事例や、取引先と協働して、商品開発及びサービス提供を行っている事例と考えられます。

03 ひざつき製菓株式会社の取組

企業名 [ひざつき製菓株式会社](#)

(代表取締役: 膝附武男 常務取締役: 堺入正二)

取材日時 平成 20 年 12 月 19 日(金)

大正 12 年、膝附武平氏が創業したひざつき製菓株式会社は、三代目となる今も吟味された素材と熟練の職人技が息づく、美味しい煎餅・和菓子のメーカーです。栃木県で、だんご・せんべいといえば、ひざつき製菓のブランド「武平作」。地元から愛されて成長し続ける企業としての問題意識と、対処、展望などについてお聞きしました。

衛生管理に「ちょっとした知恵」のススメ

● 食品製造工場の衛生管理についてお聞きしたいのですが、昨今では緊張が続き、御社も力を注がれたと思います。工場を訪ねた見学者へ、「衛生管理の取り組み」に関して説明される場面を想像して頂くとお話しいただき易いかもしれません。



ひざつき製菓 工場外観

解りました、やってみましょう。食品事業の衛生管理は、非常に緊急度が増しています。しかし意味の無い労力は省かないと、本来やるべきことが出来ません。当社が常時心がけているのは「データ収集」です。製造作業は「仕込み」「仕上げ」「包装」の三分野に分かれますので、クレームがあったら原因を分野別、発生した月別に分類しています。

新工場をオープンしてから温度管理は徹底していますので、まだ可能性を排除できない毛髪混入への対策として、ロッカールーム、工場内、出入り口それぞれの床に落ちているのを計測、その結果「髪は頭から抜けるより、落ちてから舞い上がる本数の方が多い」という事実を突き止めました。それなら入り口にエアシャワーを設置したらと考えがちですが、これも「舞い上がり」に有効ではないのです。色々調べまして、バキューム吸引→3種類のローラーで吸着→手洗いアルコール消毒、という行動システムを編み出しました。

別に経費を削減したいからではありません。実施後に包装ラインを全部ローラーがけで計測

してみると、毛髪が3分の一に減少する成果を得られました。今でもローラーの粘着面を3回で変える、サイズを大小揃える※1など、私ではなく全員の知恵と工夫で、衛生管理は歩みを止めず前進し続けています。

確かな品質は、きちんとした原材料の品質管理から

● 大手菓子メーカーの事件以来、原材料の管理と仕入れには御社単独の努力の他、関係各方面との連携が重要度を増しているのではと思います。

まさしく。仕入先、つまりウチの場合は原料提供元ですが、小規模な業者であっても製造年月日、使用期限の表示をお願いしています。これが、なかなか苦労します。商品の品質管理は、原材料が「使用期限内に使い切られる」ところからスタートしなければなりません。段階を追って、倉庫にある完成商品から、完成する手前の「仕掛品」へとさかのぼり、米菓なら、社内ルールに従い、抜き取り検査で水分計により水分値を測定し、酸 価については、外部の検査機関へ依頼し、管理しています。最終的にはサラダと醤油、固焼きとソフトなどで違う湿度を「自分の舌」の感触でも確認します。

● ホームページを拝見すると、和菓子の説明文に「契約農家」という記載がありますね。

当社の商品は米菓と、直営店舗でのみ販売する和菓子の2分野があります。代表商品である「武平作だんご」につきましては、小山市に母の実家がありまして、従兄弟が作っているコシヒカリを使っています。お客様のご要望に耳を傾けながら、いずれは米菓全部の原材料も顔の見える契約農家から仕入れたいと考えています。会社の周辺を見回せば米を作れる休耕田が延々と広がっていますし、こちらは米が必要な立場。地主も知り合いですから「二毛作なら原価に合うかもしれない」等と話すこともあります。だんごも米菓も、主原料はご飯と同じ「米」ですから、農家との積極的なお付き合いは、将来を見据えて大切にしたいものです。炊き立てアツアツのご飯の美味しさは格別ですが、高品質の米菓や和菓子を世の中へ送り出すことによっても、米の美味しさを幅広い年齢層に伝えることが出来るのではと思います。

お客様と経営トップの「直接コミュニケーション」体制

● ひざつき製菓様は、お客様とのコミュニケーション手段に、ホームページへの書き込みを活用されているとお聞きしています。「武平作 FAN の声」を読むと「一度食べたら他のだんごは食べられません」「ぬれ煎餅の食べ放題が絶品」など、大好評ですね。



品質へのこだわりが光る自慢の豆大福

ありがたいことです。嬉しい書き込みは、自らの品質チェックあればこそと考えています。毎朝 8 時 30 分に必ず出来立てのだんごを2種類食べる習慣で、今日も食べてから出てきました。ほとんどの場合は問題ありませんが「これはウチのだんごじゃない」と感じたらストップです。武平作のだんごは、あんこ3種、みたらし、ゴマ、いそべの6種類。最後に飲み込むまで、歯ごたえが続かなければいけません。十勝小豆の自家製造こしあん、3種類をブレンドした寒天、新潟産餅米「わたぼうし」など、素材へのこだわりもやはり、お客様から「美味しかった」と喜ばれて初めて意味あるものと考えます。このような方針なので、書き込みは全て読みますし、厳しいご意見が書き込まれれば経営者の責任で判断、対処いたします。

「ぬれ煎餅食べ放題」は各店舗年2回チラシで案内するイベントで、その時は必ず自分で立ち会います。ぬれ煎餅は中がショリッとして美味しさは絶妙ですが、時間がたつとタダのシケ煎餅に。というわけで販売することは出来ず、店頭で山盛りにして「好きなだけどうぞ」と、お茶と共にサービスします。まあ、それでも「ウチのおばあちゃんに」「おじいちゃんにも」と言われたら、そおっと包んで差し上げたり。お客様へ直に接することを楽しませて頂きます。
課題が際限なく生じる昨今ですが、出来る事を積み上げて行けば会社の血肉になり、その内にパッと道が開けると思います。※2

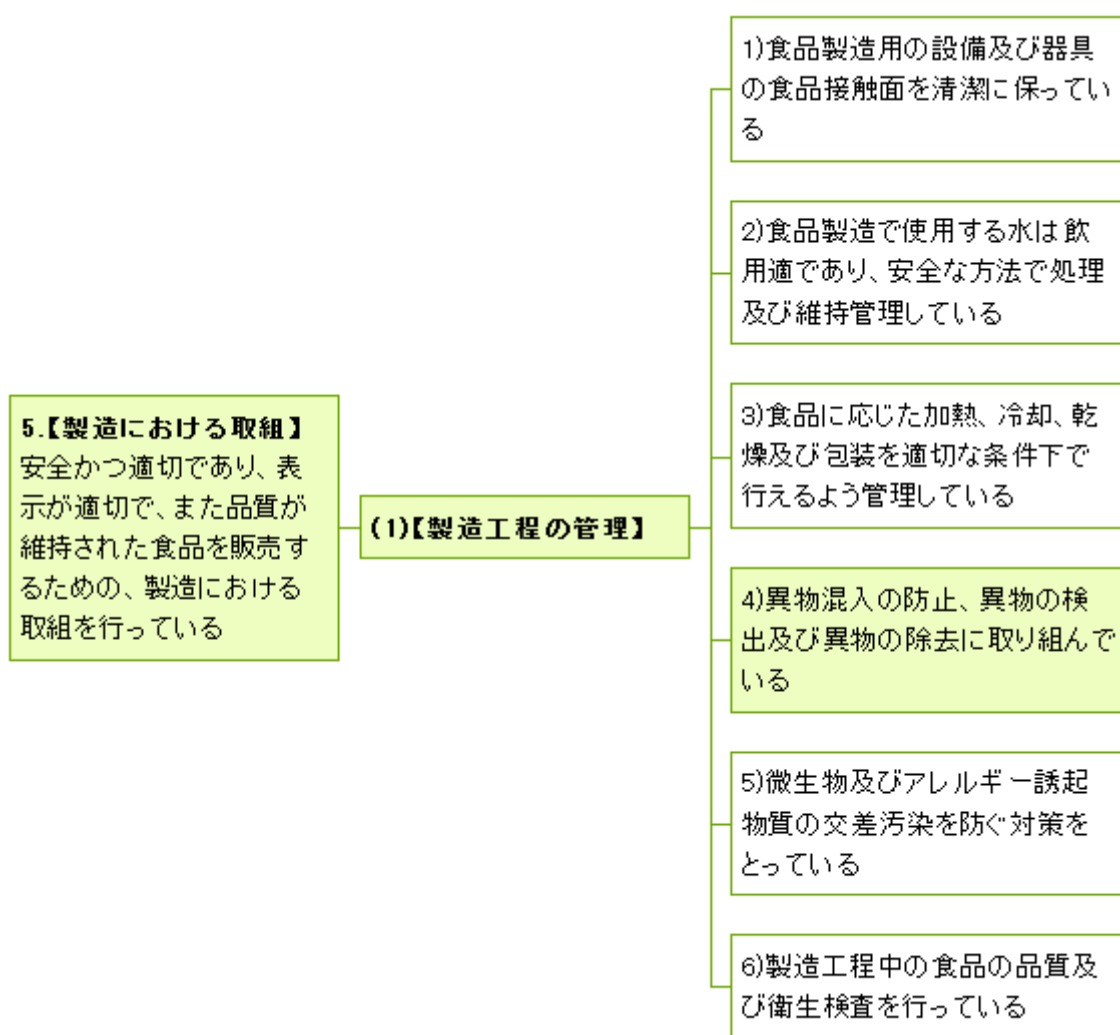
● ひざつき製菓様の商品ラインナップには、ソース、胡椒、わさび味の煎餅などもあり、お客様へ幅広くアプローチしていच्छいます。本日はありがとうございました。

03 ひざつき製菓株式会社の取組

協働の着眼点を活用した ケーススタディ

ひざつき製菓さんのインタビューから、協働の着眼点を利用して、消費者の信頼向上のための取組を、社内、取引先やお客様に伝えるケースを考えてみましょう。

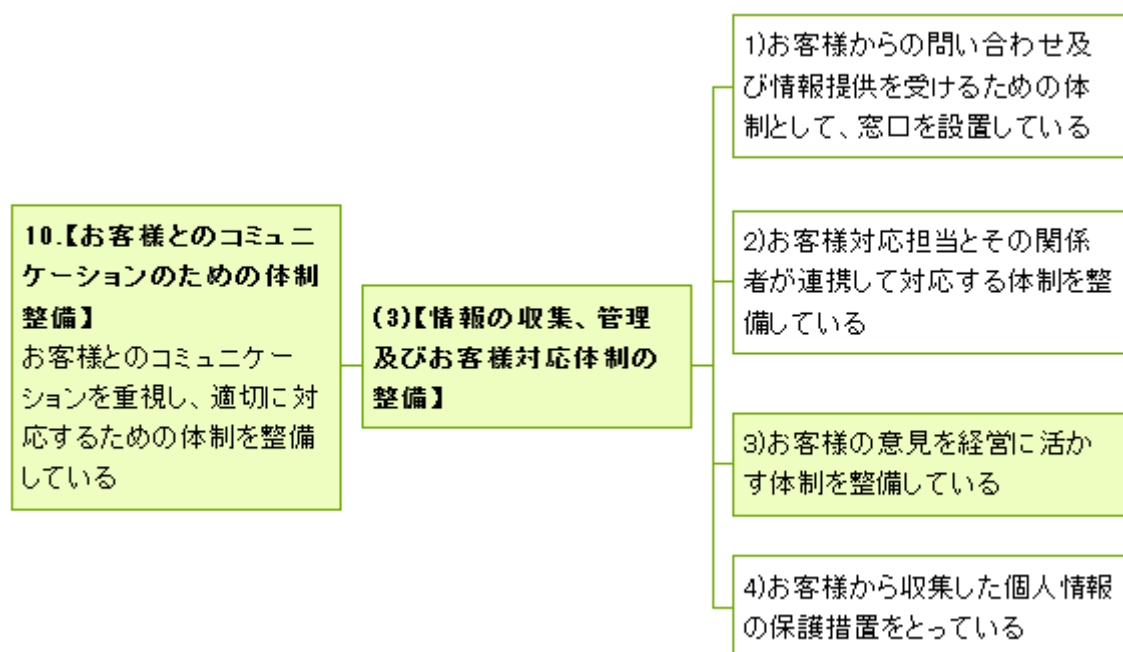
例えば、衛生的かつ適切な工程により食品の製造を行っていることについて、「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様用にホームページに取組を紹介したい」という時には協働の着眼点〔業種別〕【製造版】の 5.【製造における取組】をご覧ください。



※1 のバキューム吸引、3 種類のローラーでの吸着など、毛髪混入の防止対策の取組は、異物混入の防止、異物の検出及び異物の除去に取り組んでいる事例と考えられます。

また、お客様からの意見を活かす体制を整備していることについて、「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様用にホームページに取組を紹介したい」という時にはどうでしょうか。

10.【お客様とのコミュニケーションのための体制整備】をご覧ください。



※2 のとおり、お客様からの声に対し経営層が責任をもって対処している取組は、お客様の意見を経営に活かす体制を整えている事例と考えられます。

04 池島フーズ株式会社の取組

企業名 池島フーズ株式会社
(代表取締役: 池島義幸様)

取材日時 平成 21 年 1 月 20 日(火) 11:00～

取材場所 東京海上日動リスクコンサルティング(株)会議室

日本はもとより世界 20 カ国に流通、業務用「茶そば」のトップシェアを誇る製麺会社・池島フーズ株式会社は、食品業界イベントでも多くの人々が押し寄せる人気企業です。有名ホテルの多くが得意先であるなど、食のプロ達に支持される商品はどのように生まれているのか、代表取締役・池島義幸様にお話を伺いました。

消費者コミュニケーションにつながる「調理現場との直接会話」

● どこで蕎麦を召し上がっても、御自分の会社の麺かどうか、必ずお分かりになるそうですね。業務用の麺が、最終的に消費者へ届く場面をリサーチなさっているのですか。

それは常に、食べるよう心がけています。当社は業務用の麺が主力ですから、取引先の向こうに、召し上がるお客様がいらっしゃるようになります。そこで、この店はどの麺を使っているのか、もし自社の麺なら美味しく調理されているかどうか、自分が来店客になって食べるチェックを大切にしています。精密機械のように 100 万分の 1 まで味を分析することは出来ませんが、我々食品メーカーなら 100 分の 1、つまり昨日は 98 点の味だったが今日は 97 点、と評価できる「味覚」は持ち合わせるよう、社員にも指導しています。

商品は様々な流通経路でホテルや飲食店に販売され、同じ自社の麺でも、調理されると沸かすお湯の量や温度、茹で時間次第で味に大きくバラつきが出ます。「美味しくない」と思われる事は私共も不本意です。そこで長年、ホテルの調理師とは全国で年間 150 回くらい会合を持っています。大規模な正月明けの集まりには 800 人位集まり、乾麺の商品サンプルをどんどん配ってコミュニケーションに努めます。充実した直接会話と豊富なサンプル提供については、自分でもよくやっていると思います。もし問題があれば解決に一番有効なのは、納品先と「文章ではなく、会話を交わす」ことです。私は社長という名の営業マン。どこへでも出かけますし、どの担当者とも率直に話して歩く方針です。

個人のお客様はネット通販でのお付き合いになります。ご注文頂きました後も、折々パンフレットをお送りするなどお便りを絶やさず、様々なご意見を賜るよう心がけています。

地元銘茶、厳選した粉、井戸水、即ち美味しい茶そば

● 調達分野ではどのように信頼関係を築いていらっしゃるのでしょうか。



品質検査の様子

地元はお茶の名産地、静岡ですから、茶そばに使う抹茶は静岡産を使いたいと考えました。16年ほど前からJAや役所の協力も得て、提携農家へ茶の生産をお願いし、地産地消を進めています。私の方からはお茶の成分分析データを農家へ提供したり、茶そばのパッケージに「川根産抹茶使用」とPR表示して協力関係を強めています。

使用する小麦は世界各地から入手するので、製粉会社と品質を常に意識しています。粉の変化やブレンドについて製品化しながら品質をテストし、使う側の当社から逆に、結果を製粉会社へ発信、一緒に吟味を重ねています。※1

製麺は、使う水が美味しいかどうか重要な分かれ道です。当社は自社の井戸を所有しており、地下から汲み上げた井戸水を毎日、工場へ運搬します。

その水は製麺だけではなく、遠く東京などで開催されるイベント時にも搬送し、試食にはこの水でゆでた茶そばをお試し頂いて、非常に好評です。

食の安全、品質管理は、全社員が必ず持つ経営計画書で



池島フーズ工場外観

社員とパートさんで書式の違いはありますが、経営計画書を当社では毎朝読み上げる時間を確保し、内容を全社で共有しています。例えば、その中のクレーム処理の項目について説明しますと、あらゆる事業活動より優先するものとしています。クレームを起こした社員の責任は追及せず、速やかに報告して対処することを指導しています。※2

社員は工場へ出勤すると全員、毎日交換する帽子とユニフォームに着替えて、手指の洗浄を行います。エアシャワーを通り、ここで各人が衛生処理を完璧に出来たかどうかチェックリスト記入コーナーがあり、それから製造工場へ入れる手順になっています。

工場の清掃は毎朝 30 分、担当区域を定めて社長以下、全社員でスピーディーに行い、清掃道具、機材などのアルコール清拭は常にしています。

経営計画書の後半部分には、各人が項目を確認した期日を記入するページがあります。社長の私でもやるべきことが「社長の姿勢」というページに設けてあり、やはり確認します。

高品質な素材管理を可能にする製造工程の確認体制

ご家庭で、乾麺の袋を開けたら粉臭かった、という経験はありませんか。それは乾燥・熟成時間が短く、形は麺でも、実はまだ未熟な「粉」だから。その場合、茹で過ぎると麺は急速にノビて味が落ちます。当社は、時間経過による麺の食感を調べるテストを実施、分析しました。その結果、茹でた麺が美味しさを長時間保てる、乾麺の製造段階に最適な熟成時間を割り出すことに成功し、航空機内で提供されるそばとしても採用されています。製造過程は時間帯別に記録され、もし 5 年前のデータを要求されても保管してあります。品質をいつでもさかのぼって確認できる体制は事故防止、クレーム予防にも役立ちます。更に当社では「出荷後」についても運送・倉庫会社へ時々出向いて、お願いしている温度で管理されているかどうかなどを担当者へ確認、出来る限り商品の品質保持について追跡しています。

美味しさを研究し続ける企業姿勢

「麺」という食材には、日本のみならず長い歴史があります。当社は、もっともっと美味しい麺作りを追求して、研究を重ねる方針です。

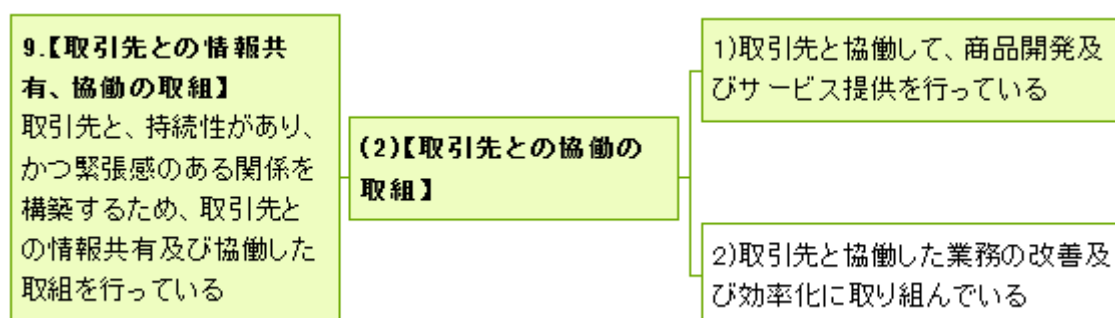
● 海外の和食店で池島フーズ社の茶そばを味わい、美味しさに感動されたお客様からお便りが寄せられることもあるそうですね。本日はありがとうございました。

04 池島フーズ株式会社の取組

協働の着眼点を活用した
ケーススタディ

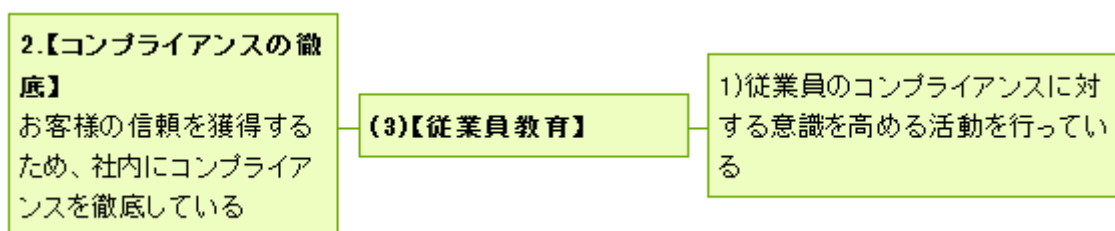
池島フーズさんのインタビューから、協働の着眼点を利用して、消費者の信頼向上のための取組を、社内、取引先やお客様に伝えるケースを考えてみましょう。

例えば、取引先との間で協働の取組を進めていることについて「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様用にホームページに取組を紹介したい」という時には、協働の着眼点〔業種別〕【製造版】の9.【取引先との情報共有、協働の取組】をご覧ください。



※1 のように、原料を製品化しながら品質をテストし、結果を仕入れ先に知らせて一緒に吟味を重ねている取組は、取引先と協働して、商品開発及びサービス提供を行っている事例と考えられます。

また、従業員のコンプライアンス意識を高める活動を行っていることについて「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様用にホームページに取組を紹介したい」という時には、協働の着眼点〔業種別〕【製造版】の2.【コンプライアンスの徹底】をご覧ください。



※2 のように、経営計画書を毎朝読み上げる時間を確保し、内容を全社で共有している取組は、従業員のコンプライアンス意識を高める活動を行っている事例と考えられます。

05 株式会社 NRE 大增の取組

企業名 [株式会社 NRE 大增](#)

(常務取締役:安部基宏様 商品企画部長:山田大史様)

取材日時 平成 21 年 1 月 21 日(水) 13:30～

取材場所 東京海上日動リスクコンサルティング(株)会議室

平成14年に合併して誕生した NRE 大增様は、以来お客様の満足を追求し続け、和食の美味しさと品質で特に定評のあるお弁当とお惣菜の製造、販売会社です。具体的な取り組みについて、常務取締役:安部様と商品企画部長:山田様にお聞きしました。

食の安全・安心を最優先する徹底した品質主義

NRE 大增は合併以降、米飯事業を中心とした外食事業として広がりを見せております。「品質をベースにしながらお客様の満足を高める」という考えの下、工場、店舗、営業、事務全部の部門で ISO9001 の認証取得に着手するところから新生会社は始まりました。現在は全社取得を完了しています。製造工場には衛生試験室が設置され、専任の検査員が衛生に関する事故等を予防する細菌や保存の検査、研究を総合的に行なっています。衛生管理を徹底する意味で工場の出入り口はオートロックされ、従業員は登録カードが無ければ入れませんし、製造業務に携わらない営業や事務の社員も、極力工場内へ立ち入りらないようにしています。このような生産工場で、厳しい衛生基準をクリアした商品だけがお客様のもとに届けられます。

● お弁当は温かなくても美味しくて。考えてみるとマジックですね。



製造ライン

そうかも知れません。駅弁は電子レンジで温めずに、列車内などで食べることが想定されます。味は損なわれず、菌の繁殖は抑え、お買い上げ時そのままの温度で美味しい弁当であること、これら全ての条件を満たすために、工場、列車内や売店ストッカー等の範囲を、私達は

適切な温度管理をしています。

例えば幕の内は、売れ行きを見ながら1日6回に分けて時間差製造し、必要量をその都度出荷することで鮮度を管理しています。※1

商品の上面には、原材料、総カロリー、塩分、栄養成分、有機農産物使用などの食品情報、製造時間と消費期限、アレルギー物質、自然由来の保存料と添加物の使用など、お客様が安心して比較検討し購入できる品質情報を提供するために、大きな表示ラベルが貼られます。

美味しさを追求し続ける本物志向と調達の関係

品質管理についての自己評価に関して、厳しく追及する一方で、供給側とのコミュニケーションには、まだ課題があると考えています。一部の商品に契約農家の有機米、有機野菜などを採用していますが、安定した供給の点でまだ奮闘中です。また、ある地域と、町おこしも含めて、地元の野菜や有機米で名物駅弁を作るというお話もあります。

このように有機野菜の取り組みと安定供給が出来ればと考えて、10年程前から常磐線の友部駅近辺にグループ企業が「有機リサイクル農場」を作っています。グループ企業内の工場やレストランから出た端材などを堆肥化し、それで育った野菜がまた社内の素材になる「循環型有機農場」を目指し、米のあきたこまちやごぼうでは有機認証も取得しています。イベントで国産素材だけのお弁当を出したら好評を頂いたと聞いていますが、食料自給率と供給の実態を見ると通年製造は難しく、今後は期間限定でもなるべく国産素材のお弁当をお客さまにお届けできたらと考えています。

社内情報共有手段の「ほうれんそう運動」

● 是非お聞きしたかったのはホームページで拝見した「ほうれんそう運動」のお話です。社内の風通しの良さが、消費者コミュニケーションを促進すると理解しました。

合併当時の社長が、二つの異なる文化、東西の味が一緒になるので、何でも言い合えるような企業風土を構築したいと考えて取り入れたのが始まりです。製造、配送、販売、営業は職場が違うので、まず会うことがありません。そこで手製の社内報「マスマス」を作成し、工場で惣菜が出来てゆく様子、商品配送の作業内容、販売店の様子、お客様から届いた御意見等を、各方面から報告してもらって、共有しておいた方がいいなというものについて掲載しています。例えば「予約弁当はどうやってお客様へ届くのかな？」という記事は、その題名通り、予約弁当が届く仕組みを知りたいと販売員から質問があり、実現しました。配送業務に密着した内容で、ドライバーが配送ルートの確認、温度チェック、最後にゴミ回収までする様子を紹介し、販売側は予約受注に締め切り時間がある理由がわかり、相互理解が浸透しました。※2

● 報告、連絡、相談が元々良く社内を巡っているのですね。お客様とのコミュニケーションは、店頭以外で、ホームページへの書き込み、お電話などもありますか。



販売風景

はい、ありますね。お叱りの場合がほとんどですが、結構頂戴します。一般の弁当と比べると高価ですから、何かあれば、消費者感覚で「千円払ったのに？」となります。消費者コミュニケーションは必要です。頂いたご意見を足がかりに改善できますから、貴重な宝の山です。活用させて頂いております。

食事バランスガイドの推進企業として

昨年、当社は農林水産省の食育に関するモデル企業に選定され、1日に何をどれだけ食べたらよいかを示した食事バランスガイドの推進として、30品目バランス弁当を発売し、食事バランスガイドのコマ型への理解推進に取り組みました。

また、地元のお祭りやイベントなどへの参加を通じ、地域のお客様との交流を図っております。荒川区では高齢者在宅給食サービス事業の委託を受け、健康維持、疾病予防の他、配達、回収時には積極的にコミュニケーションを図るなど、福祉活動にも積極的に取り組んでおります。

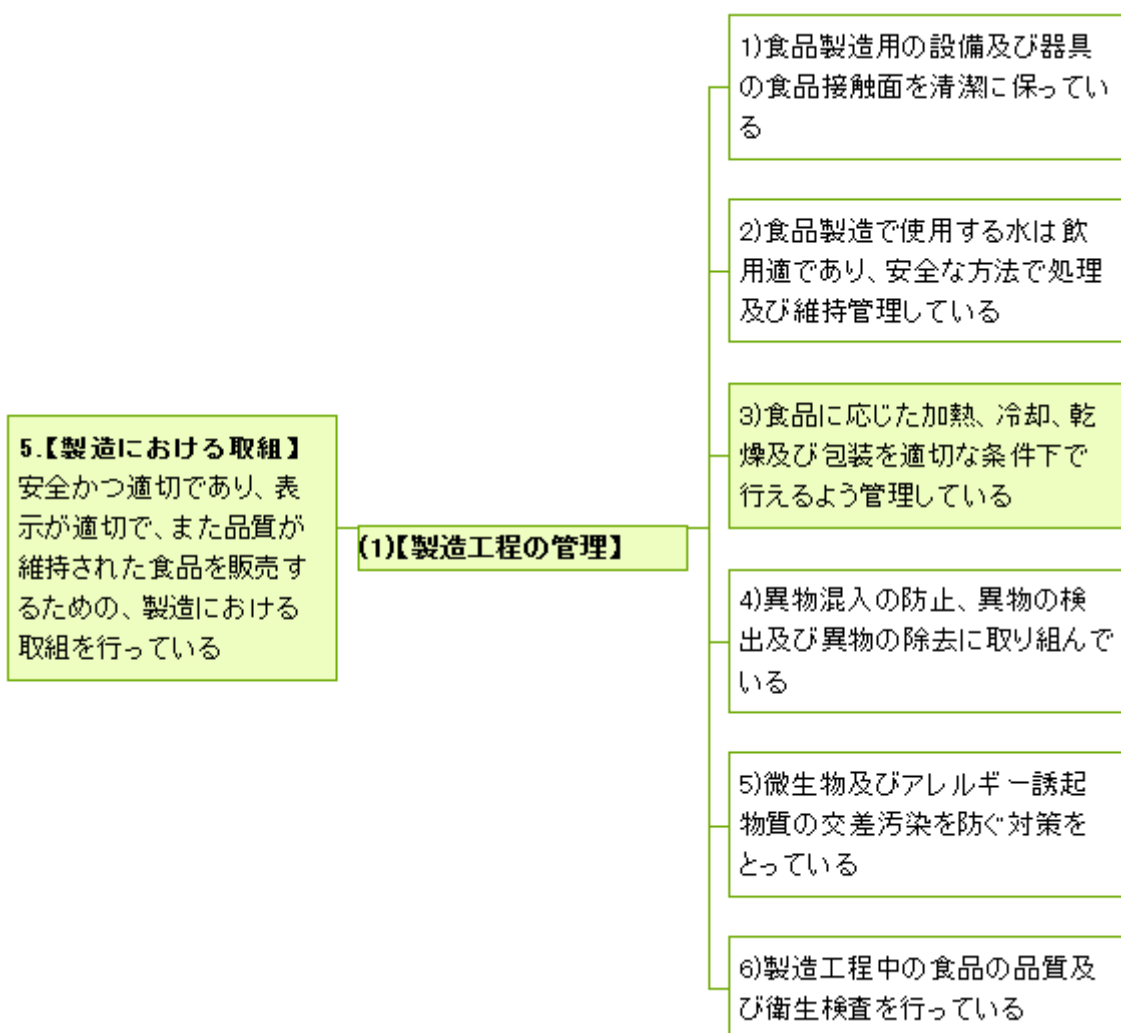
● 御社のお弁当には、強いお客様への思いと情熱が詰まっているのですね。これからも美味しいお弁当をよろしくお願いいたします。

05 株式会社 NRE 大增の取組

協働の着眼点を活用した ケーススタディ

NRE大增さんのインタビューから、協働の着眼点を利用して、消費者の信頼向上のための取組を、社内、取引先やお客様に伝えるケースを考えてみましょう。

例えば、衛生的かつ適切な工程により食品の製造を行っていることについて「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様用にホームページに取組を紹介したい」という時には、協働の着眼点〔業種別〕【製造版】の5.【製造における取組】をご覧ください。



※1のように、製造から販売まで食品の温度を適切に管理している取組は、食品に応じた加熱、冷却、乾燥及び包装を適切な条件下で行えるよう管理している事例と考えられます。

また、社内の情報共有及び連携体制の整備について「自社の取組の振り返りをしたい」「取引先からの問い合わせに答えたい」「一般のお客様にホームページに取組を紹介したい」という時には、協働の着眼点〔業種別〕【製造版】の1.【お客様を基点とする企業姿勢の明確化】をご覧ください。

**1.【お客様を基点とする
企業姿勢の明確化】**

お客様に安全かつ適切な食品を提供するため、お客様を基点として考える企業姿勢を明確にしている

**(3)【社内の情報共有及
び連携体制の整備】**

1) 自社内の調達から販売に至るまでの全てのプロセスにおいて、情報共有及び連携体制を整備している

※2のように、製造から販売における自社の取組やお客様の声など共有すべき事項について、社内報を用いて情報共有している取組は、自社内の調達から販売に至るまでの全てのプロセスにおいて、情報共有及び連携体制を整備している事例と考えられます。