

ベーシック16 取組事例詳細

企業名/団体名	株式会社 八木澤商店
業種	食料品製造業
公開日	2011/12/07

1 お客様を基点とする企業姿勢の明確化	経営理念の説明で自社の事業定義を「私達が日々営んでいる醸造業は、永い時間をかけて微生物と向き合い醗酵の科学によって醸しだされた良質な商品をお客様の健康としあわせを第一に考え、食べる喜びをお届けする仕事です。」と定義づけている。それに即した経営方針を実践している。
参考URL	
2 コンプライアンスの徹底	JAS法、景品表示法、労働基準法などの自社に関連した法令の改正時には、自社規定の見直しを実施している。
参考URL	

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	自社で使用する原料農産物を試験的に栽培し、その過程での農薬等の使用状況や栽培管理を実体験することで、より安全な食品を製造するために生産者と取り組んでいる。
参考URL	
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、栽培履歴や産地証明などの仕様書の整備を実施している。また、近隣の生産者や調達先に対する技術支援にも取り組んでいる。
参考URL	
5 製造における取組	常に品質の向上を探求し、製品の品質や生菌管理と工場内の衛生状況を確認し、成果分析を行っている。
参考URL	
6 販売における取組	お客様に限定数量で販売したり、季節限定を謳って販売することで、高品質なものを、季節の旬を感じる喜びや待つことの喜びと一緒に届けている。
参考URL	

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	外部環境の変化にも対応できるように自社の農場の原料生産比率の向上と地元生産者との共生を考えた取組（後継者育成も含む）を計画的に実施している。
参考URL	
8 取引先との公正な取引	地元生産者との勉強会で原価意識の向上と品質本位意識の醸成でお互いが対等でより良い関係をつくれるように取り組んでいる。
参考URL	
9 取引先との情報共有、協働の取組	原料の産地情報など生産に関わる情報の共有を心がけ、生産計画に変更があればすぐに対応できる体制をつくっている。
参考URL	

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	直接お客様に販売できるチャンネルに瓦版と称した情報誌を定期的に配信することでお客アンケートを実施し、顧客ニーズの発掘に役立て、同時に直接対話によるコミュニケーションも大切にしている。
参考URL	
11 お客様からの情報の収集、対応及び管理	アンケートにお答えいただいたお客様へは直接御礼の手紙と粗品を添えてお返ししている。その上でお客様からのご意見、ご要望などの情報を社内で閲覧し、会議の資料として活用させていただきサービスや品質向上につながるよう取り組んでいる。
参考URL	
12 お客様への情報提供	ダイレクトメール、瓦版やホームページを情報伝達のツールとして活用し、商品情報だけでなく、どんなところで・どんな人達が・どんな思いで作っているか産地情報も含めて田舎の地域情報も同時に発信している。
参考URL	

13 食育の推進	毎年、１０校以上の工場見学うち２校とは、米作り・豆作り・味噌作りを小学校の出前授業として行っている。また社員が醤油物知り博士の認定を取得して醤油の不思議授業を行いながら、食べることの尊さと命の大切さを伝えている。
参考URL	

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	事故等の発生時はお客様や関係機関への連絡をルール化する事で被害の拡大を未然に防ぐ体制を整備している。
参考URL	
15 緊急時の自社と取引先との協力体制の整備	トレース資料と商品コードによる川上と川下への情報伝達を迅速にするために責任者の連絡所在を明確にしている。
参考URL	
16 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備	異常時・緊急時の対応は即日、現地、現物を基本に責任ある対応に努めている。
参考URL	