

# 工場見学 報告記

## (味の素冷凍食品株式会社 関東工場)

味の素冷凍食品(株)より「冷凍食品業界および当社の消費者への安全・安心に関する品質保証の取組みについて知っていただきたい」と訪問の要請をいただき、このたび工場見学へ行ってきました。

【日 時】平成 24 年 4 月 24 日 (火) 13:30~17:00

【見学先】味の素冷凍食品(株)関東工場 (群馬県邑楽郡大泉町大字吉田 1222 番地)

【参加者】(財)日本消費者協会相談室 3 名、消費生活コンサルタント (49 期) 2 名、事務局 1 名

【味の素冷凍食品(株)】上武関東工場長、山崎マーケティング企画部長、  
家田総務部長、伊東品質保証センター長 他

### (1) 関東工場の概要

生産ライン	5 ライン (カップグラタン、家庭用焼売、業務用焼売、家庭用餃子、ノンフライ)
生産能力	60 t / 日
取扱品目数	29 種類 (家庭用 13 種類、業務用 16 種類) ※2012.4.1 現在

味の素冷凍食品(株)全体として、国内に 9 工場、海外に 8 工場 (中国、アメリカなど) あり、全体の 7~8%が海外市場向け。

### (2) 品質保証の取組み

#### ①品質の捉え方

商品の品質 (情報、サービス含む) に、業務の質・人の質、経営の質を含んだものを Quality として捉える。「Total Quality」がお客様への安心、満足につながる。

#### ②品質基本方針

お客様に満足していただける商品を開発、生産し、適切な情報と共に、お客様にお届けし続けます。(※この「し続けます」は、常に改善を含んだ継続性、スパイラルアップの意味を含んでいる。)

#### ③品質保証の考え方の基本

考え方のキーワードは、『お客様起点』『プロセス管理の重視』『全社での取組み』『社長直轄』である。その取組み事例として以下がある。

- ・お客様を起点とした商品開発と品質保証
- ・プロセス管理の重視 (検査は、検証の位置づけ) 生産履歴のプロセス管理を重視
- ・生産から販売に至るまで ISO 9001(\*1)を取得し、全社で取り組む
- ・社長直轄による「安心品質会議」の定期開催

(中国産ホウレンソウの残留農薬問題を契機とし、年 6 回開催)

(\*1) ISO 9001・・・製品やサービスの品質保証を通じて顧客満足向上と品質マネジメントシステムの継続的な改善を実現する国際規格)

#### ④新・安心品質の取組み

中国天洋食品の餃子事件以後、安全はもちろんのこと、「安心の追求」を強化したそうです。

### (3) 関東工場内視察

#### <見学風景>

- ・見学者も作業着に着替え、工場内へ
- ・工場内の所々で「5S」がしっかりと定着していた。

※5S＝整理、整頓、清潔、清掃、躰



#### ①衛生管理

作業着に着替えた後は、いかなる私物の持ち込みも禁止。工場内への持ち込みを許可されたのは、デジカメとメモ用バインダー（工場指定）、筆記具（工場指定）だけ。作業着に着替えた後、粘着ローラーがけやエアシャワーで生産ラインに異物を持ち込まないようにする。

#### ②原料管理・選別・下ごしらえ

入荷した原料ごとに適切な温度管理のもと、QRコードによって管理を行っている。仮に、有効期限を過ぎた原料を倉庫から持ち出そうとすると、アラーム管理システムで警報が鳴る仕組みとなっている。エビの選別作業は、人の手によって殻や筋などが取り除かれる。一定の基準を満たした者のみがこの作業に携わることができる。

#### ③品質・安全性の確認

お客様対応を適切に行うと共に、会社としてリスクを最小限にとどめる担保の目的がある。餃子であれば、ライン上で容器に餃子が並べられた状態で金属検出機に通しその画像を撮る。次に、真上から数量を確認し、画像を撮り込み、ウェイトチェッカーで重量をチェックし、記録を取る。その後、お問合せ番号の付いた包装袋を被せ、お問合せ番号を画像に取り込む。透過式異物検出機に通しその画像を取り込む。最後にお問合せ番号や賞味期限の印字が薄くなっていないか読み取り機にかける。

### (4) 試食会

工場視察後、人気商品の試食会が行われた。いずれも美味しく、特に大き目ハンバーグは、真ん中から切るとたっぷりの肉汁が出てきた。ミニケーキはホテル等にもだされているとのこと。冷凍食品の多様さを知ることができた。

#### <試食会メニュー>

- ①餃子
- ②焼売
- ③大き目ハンバーグ
- ④炒飯
- ⑤グラタン（お弁当サイズ）
- ⑥ミニケーキ

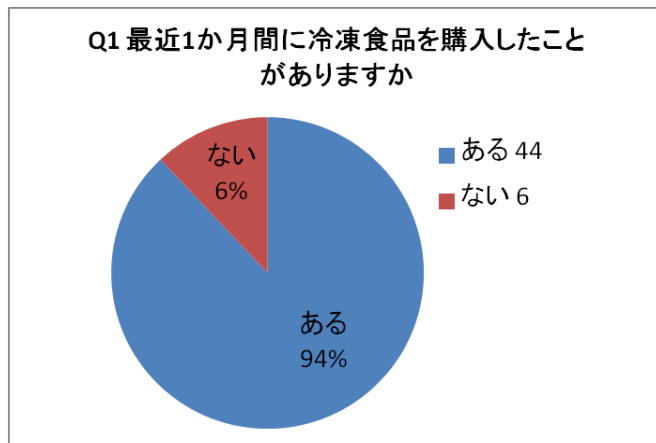


### (5) 見学を終えて

家族の単位が小さくなっている現状や高齢社会では、簡便な冷凍食品は利用されていくものと感じました。企業にあっては、食の安全・安心に様々な努力がなされていることを実感できましたが、これでよし、ということはありません。一方、安全・安心のコストも気になります。豊かな食文化と食生活について考えさせられた見学でした。

◆見学に当たり、簡単なアンケートを行いましたので、いくつかご紹介いたします◆

アンケート協力者内訳 (n=50)	
【性別】	■女性 (44名) ■男性 (6名)
【单身同居】	■单身住まい (10名) ■家族と同居 (40名)
【年代】	■20代 (3名)      ■50代 (14名) ■30代 (13名)   ■60代 (8名) ■40代 (8名)     ■70代以上 (4名)

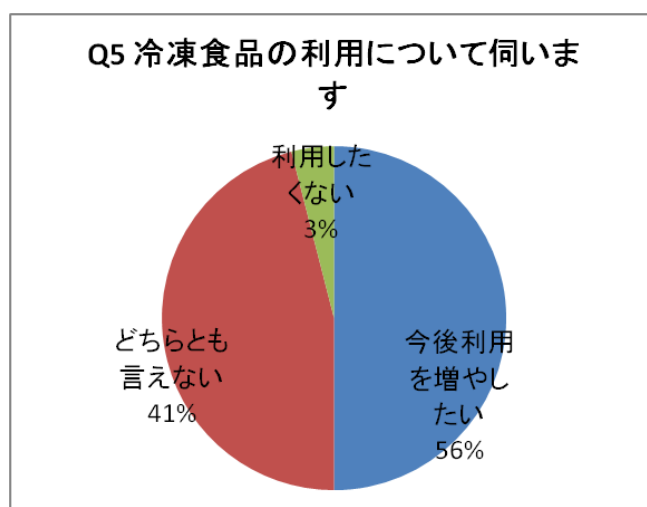
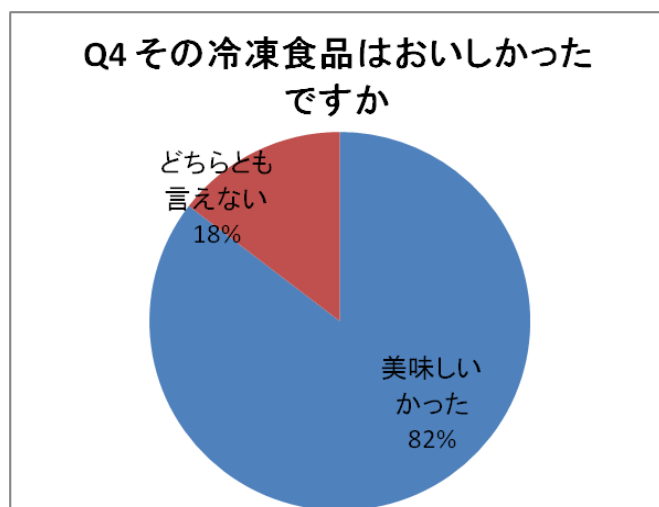


Q2. 購入した商品は何ですか

調理具材(いんげん、ほうれん草、かぼちゃ、ブロッコリー、コーン、ブルーベリー、いちご、パイシート等)	14
ご飯類(チャーハン、ドリア、ピラフ等)	12
麺類(スパゲッティ、うどん、らーめん、ちゃんぽん等)	15
餃子	11
肉類(れんこん肉詰め、ハンバーグ、酢豚、唐揚げ、串団子、チーズ入り肉巻、とんかつ等)	10
お弁当シリーズ	3
シューマイ	2
ピザ	2
ポテトフライ	1
ブラッドオレンジジュース	1
枝豆	2

Q3. 購入した理由

便利、簡単	14
弁当用	11
美味しいそう	4
家族用	4
素材、野菜として	3
低価格	3
新鮮な品質	4
食事のため	1
生協の共同購入	1
日持ちがする	1
非常食	1
産地	1



(文責：消費生活コンサルタント 宮腰奈弥)