

アヲハタ株式会社 竹原工場 (広島県竹原市)

確実な製品づくり、感じのよい対応で お客さまの感動を呼びたい

アヲハタ株式会社は低糖度ジャム「アヲハタ55ジャム」シリーズや、キューピーパスタソースなどの製品を製造・販売する、誰もが知る食品製造会社である。これら製品の製造を担っている竹原工場では「お客さまの感動を呼び工場づくり」をスローガンに掲げ、工場全体で資格に挑戦し、生産管理や電話対応などの質を上げている。竹原工場の資格取得への取り組みと、学びを深め、広げることの大切さについて伺った。

お客さまの感動を呼ぶ 工場を目指す

アヲハタ株式会社は、昭和7年、みかんの缶詰加工とオレンジマレードなどのジャム類の製造を目的として設立された。以来、創業者が遺した「缶詰は中身が見えないからこそ、これを製造する人は正直でなければならぬ」という理念を受け継ぎ、素材の新鮮さや風味を生かした安心・安全な食品づくりを行っている。

同社では自社製品だけでなく、グループ企業であるキューピー株式会社のパスタソース類や調理用ソース、介護食品なども製造してい

る。これらの調理食品の製造を担っているのが、同市内にある竹原工場だ。

竹原工場では「お客さまの感動を呼ぶ工場づくり」をスローガンに掲げ、事務所スタッフ、製造スタッフが「一丸となって、安心・安全な食品づくりはもちろん、事務所の美化活動や感じのよい来客・電話対応を心掛けています。どのような内容なのか。その取り組みをご紹介します。

大きな製造施設が幾つも立ち並ぶ工場内はリフトを動かす従業員が行き交い、トラックも頻繁に出入りしている。このような場所で「お客さまの感動を呼ぶ工場づくり」というスロー

ガンを掲げるのはなぜか。長野晶子アシスタントマネージャーは次のように話す。

「どの製造工場でも言えることですが、多くの場合、事務スタッフと製造スタッフに分かれて仕事をしています。それぞれの役割を簡単に説明すると、来客対応や電話対応などをし、お客さまの窓口となるのが事務スタッフ。お客さまの希望する製品をつくるのが製造スタッフです。工場全体としては、お客さまの希望する製品をつくるのが大きな役目ですが、その最初の窓口となる事務スタッフの対応が特に大切。どんなによい製



(右) 大西理恵氏。一昨年、ビジネス電話検定実践級で優秀賞を受賞した
(左) 長野晶子氏。ビジネス系検定すべての検定の最上位級を取得している

品をつくったとしても、最初の印象が悪かったら、それは竹原工場だけでなくアヲハタ全体の悪いイメージになってしまいます。安心・安全はお客さまの感動を呼ぶ第一歩ではありませんが、感じのよい応対でお客さまを迎えることで、工場全体としてお客さまに感動をもたらしたい。そう思い、このスローガンを掲げています」。

そうした想いを象徴するのが、来客室に用意されたウエルカムボードだ。歓迎の言葉が書かれたウエルカムボードは、来客がある際は必ず用意しているのだと言い、「来場されてすぐに歓迎の気持ちをお届けしたいと考え、7年前から続けています」と話す長野氏。単なる製造工場とは違う柔らかい雰囲気があるにはある。

さらに当工場では、以前から事務スタッフ、



(上) 階段の踊り場に飾られた花は、明るい雰囲気にするだけでなく、従業員の感性を磨くツールに
(下) ウエルカムボードは来客に特に喜ばれる

製造スタッフのスキルを向上させるため、各種の検定に挑戦している。例えば、事務スタッフにはビジネス電話検定、製造スタッフには生産マイスター検定の資格取得を推奨し、取り組んでいる。

資格を取って 実務でどう生かすか

ビジネス電話検定は、長野氏の呼び掛けにより、平成26年に、ビジネス電話検定知識A級・B級と実践級に全員で取り組んだ。

長野氏が同検定を勧めた理由は二つある。一つは、長野氏自身、五つのビジネス系検定で最上級を取得しており、実務における効果を強く感じていたから。もう一つの理由は「事務所の一体感を出すことだった」と話し、こう続ける。

「事務所のスタッフは『生産管理』『原料・資材』『総務人事』のいずれかを担当しています。効率よく仕事は進みますが、それぞれが個別業務に集中してしまうと、どうしても事務所の一体感が薄れがちになっていました。そこで、事務所の皆が興味があり、かつスキルも上げられるものは何だろうと考えたのです。事務所のスタッフは皆電話応対をするので、ビジネス電話検定であれば仕事に役立てることができると思います、皆で取り組むことを決めました」。

知識A級・B級については過去問題などを使用し、各自が学習に励んだ。その後、知識A級

の合格者は実践級にも挑戦。実践級については、長野氏のアイデアにより、電話の留守番電話機能を使って一人一人の声を録音し、自分の声が受話器越しではどのように聞こえているのかを確認したそうだ。

「電話で話す際、多くの場合、声のトーンは低めになってしまいがちです。試験前に自分の声の印象や聞き取りやすさを確認してほしい」と長野氏は話す。

生産管理を担当している大西理恵氏も大きな気付きがあったと振り返る。

「自分の声を聞いて感じたのは、やはり声のトーンが低めだったこと。そう気付いてからは高めに話すように心掛けています。話すスピードについても、速くても遅くても相手には聞き取りづらいということを改めて学びました」。

大西氏は知識B級から順に受験し、実践級まで合格。知識A級では優秀賞を受賞した。

優秀賞受賞については「とても驚きましたし、うれしかった」と一瞬笑顔を見せたが、「資格は取って終わりではなく、その後が大事」とすぐに表情を引き締め、こう続ける。

「学生時代に秘書検定3級を取りましたが、そのときは取得することが一番の目標でした。学生はそれでよいのかもしれませんが、社会人の学びは、学んで終わり、資格を取得して終わりではありません。どのような学習においても、常に、実際の業務でどのように役立つか、効果を考えながら取り組んでいます。ですから、ビ

ジネス電話検定で学んだことは業務中に実践してみたり、疑問に思ったらすぐにテキストに戻って確認したりしました。このような学びの積み重ねが、優秀賞を頂けた一番の理由だと思っています。うれしいことですが、これからは受賞に値するような応対を心掛けていかなければと思っています。気が引き締まります」。

大西氏だけでなく、スタッフ全員が合格に向けて取り組み、電話応対のスキルは底上げされた。

一方、生産マイスター検定を導入したのは4年前である。工場長やリーダーだけでなく、製造スタッフ一人一人が生産マネジメントなどの知識を養い、能力を上げることを目的に始めた。検定の導入に当たっては、ネームプレートに取得級を表す「星マーク」を付け、皆が楽しみながら能力を高められるように工夫したという。この「資格の見える化」は予想以上の効果があったと話す。

「最初は皆が楽しく学べるようにと始めたことでしたが、やはり星が付くとうれしいものです。星マークは上位級を取るに従って、数は増え、色も変わりますから同僚のマークの変化を見て、自分も頑張ろうと思うようです。上位級を目指す人も増えましたね」。

自分には何ができるか 常に考え、行動する

このように資格の導入がスムーズに進み、し

かも従業員が意欲的に取り組めたのは、アラハタに通信教育・資格取得奨励制度が整っていたからでもある。この制度は「学びを継続し、情熱を持って基本と専門性を追求する人材」の育成を目的としており、従業員が資格や通信教育を受ける際には一部費用を会社が負担する。この制度は30年以上も前からあり、現在はアラハタの文化として社員に定着している。

大西氏も積極的に通信教育を活用して学びを広げており、これまでにビジネス・キャリア検定やMOS（マイクロソフトオフィススペシャリスト）などを取得した。現在は、情報分析の知識を通信教育で学んでいるという。大西氏は「ビジネス・キャリア検定では、生産管理などの知識を学びました。これからも生産管理の担当として、自分には何ができるか考え、さまざまな試験に取り組んでいきたいです」と意気込みを語ってくれた。

長野氏は、大西氏の「自分には何ができるか」に触れながら、学びの重要性を次のように語る。

「これらの学びの根底にあるのは、現場をどのようにサポートしていくか」ということである。例えば、生産管理を担当しているのであれば、『生産でロスが出ないようにするにはどうすればよいか』と考える。そして、必要な知識を学び、スキルを習得していきます。この積み重ねが、現場の効率化につながっていくのです。



事務スタッフ全員でビジネス電話検定を受験。感じのよい応対を心掛けている



電話応対も同じことが言えます。お客さまの窓口である私たちの応対によって、工場の印象はぐっとよくなるし、悪くもなる。繰り返しになりますが、それはひいては企業のイメージに影響を及ぼします。このような視点でさまざまなスキルを学び、実務に生かすことが大事だと思っています」。

「お客さまの感動を呼ぶ工場づくり」というスローガンに真摯に向き合い、スキルアップを目指す竹原工場。一人一人が「自分には何ができるか」という気持ちで行動している限り、竹原工場の取り組みは後退することはないだろう。