

きは不透明であり、デフレ傾向への光明が見えない。このような中、ライフスタイルの変化や国内情勢の変化で、



食に対する価値観やニーズは、ますます多様化の様相を増している。また、食品に対する「安全・安心」のニーズも、今まで以上に高まっている。これらの社会情勢、多様化するニーズ、安全・安心の確保に対応できる商品の開発力の強化と原材料調達力の強化が必要だ。

②消費者視点=食の安全・安心への取り組みは、消費者の声に誠実に耳を傾け、消費者に誤認や誤解を起させない、常に消費者の視点に立ったものでなければ、的を外れたものとなり、消費者の信頼を得ることはできない。消費者の視点で考え、大切に商品を製造することが食品メーカーの使命。また、従業員のすべてが消費者視点で行動しなければならず、当社ではこの考え方に基づいた「品質方針」を策定した。食の安全・安心への取り組みの消費者への分かりやすさといった点では、ISOなどの外部認証は有効であるし、効率的だ。当社ロール西宮プラントは、本格的なチーズ工場としては、初めてISO22000の認証を取得することができた。今後は全社でISO22000を取得する予定だ。

③すべて=「届けよう!お客様へ満足と感動を〜そして伝えよう!食べる喜びを〜」をスローガンとして、全従業員が一丸となって食の供給を行ってきた。この考えを強化し、さらなる感動と喜びを顧客に与えていく。顧客に満足、感動、喜びを与えることは、すべてのステーキホルダーに対して満足、感動、喜びを与えることにつながる。常に大きな目標を掲げ、すべてのステーキホルダーとともに

いる価値を訴求することで、適正な販売価格を実現していかなければならない。その上でさらにお客さまのニーズや環境変化に対応した新たな価値を創造し、市場を作り上げていくことが重要であると考えている。

正山四郎

東京国際貿易社長

①変化対応力の充実=刻々と変化する食の市場で、的確にトレンドを読み取り対応できる力を持たなければ原料調達・生産加工・物流すべての過程において



遅れをとることになる。消費者の嗜好(しこう)は移ろいやすいものとはいえ、その中でいかに取捨選択して確実にメインストリームを把握して対応して行くべきかが重要となる。

②安定=安全だけでは安心は得られない。本当の安心は「安定」が約束されてこそ実現できる。

③顧客、地域社会、取引先=食資源の宝庫である中国は、日本にとって重要な位置づけとなっているが、原料を調達・加工して輸入するだけでなく、近年は中国の巨大な市場に日本から積極的に参入する企業も急増している。いずれにしろ両国は共に反映を図ることを目的としなければならぬ。今年の弊社のモットーは「協」。互いが良き協力者となってこそ信頼が生まれる。人と人、企業と企業、国と国——互いに良き協力者となることこそ最も大切。社員一同「協」を心掛けて一年を励んでいきたい。

日本食糧新聞

The Japan Food Journal

日本食糧新聞社

東京都中央区八重洲1-9-9建物ビル

〒103-0028 電話03(3271)4815代

FAX03(3271)4818

◀編集・広告・購読▶

東京都港区西新橋2-21-2

第一南校ビル(〒105-0003)

☎03(3432)5700(大代表)

編集・広告 FAX03(3432)4888

購読 FAX03(3578)9432

ホームページアドレス

<http://www.nissyoku.co.jp/>

購読料 半年32,424円

(前金制 税込)

生しょうが NET 950g
テ-オ-食品(株)

食のチ
<http://www.nissyoku.co.jp/db>

下のQRコードは、ソフトバンク
購読公式サイトの食の情報編

日本食糧新聞が
ケータイで見られます!
※一部コンテンツ有料

<http://nissyoku.newsmart.jp>

◀支社局▶

北海道 ☎011(613)3912

2011年

謹んで新年のお慶びを申し上げます

旧年中は格別なご愛顧を賜り、厚くお礼

本年も、「キューちゃん」や「こくうま」を

品質にこだわった健康価値のある商品を