

【ハウスフーズアメリカ】社員一人一人が愚直な姿勢で改善に取り組み続けることで、揺らぎない食品安全文化の醸成を目指す。(GFSI 承認規格事業者レポート)



(Banner)

＜GFSI ジャパンローカルグループ・コミュニケーション WG＞(以下、GFSI)

(GFSI)はじめに御社の特徴などを含め、事業紹介をお願いします。

＜House Foods America 社＞(以下、HFA)

弊社はハウス食品グループのグループ会社で、米国で豆腐事業を展開しています。同グループは日本では主にカレーや香辛料を展開していますが、かつて様々な新規事業を検討していた際に、中小企業分野調整法の壁があり、日本では豆腐事業には参入することができませんでした。そこで、米国にて豆腐事業を展開することを決め、ロサンゼルス(以下、LA)にあった日系の豆腐会社に出資。1993年オーナー引退のタイミングで100%株式を取得し、社名をHFAに変更し事業をスタートしました。

現在、製造拠点はLAとニュージャージー(以下、NJ)の二拠点で、米国およびカナダの全域をカバーし、一部ヨーロッパへも輸出しています。大豆は100%米国産の非遺伝子組み換えを使用しており、両工場合わせて1日に約70トンの大豆を使用し、24時間稼働で生産を行っています。米国では豆腐は生で食べるのではなく炒め物に使われることが多く、固めが好まれます。そのため、6段階の固さの製品ラインナップがあります。包装形態は日本と同じウォーターパックですが、殺菌工程があるため、冷蔵で65日間の賞味期限があります。また、こんにやくに豆腐を練りこんだ“Tofu Shirataki”という製品も、低カロリーの麺代替品としてヘルシーフードブームとともに好調に推移しています。現在、新たな食べ方提案として、ラーメンスープや炒め物の調味料などとセットで販売する製品も展開しています。

当初はアジア系マーケットをターゲットとしていましたが、現在は、Plant Based Protein のトレンドやビーガンの増加の影響で米系マーケットおよび業務用製品の伸長が著しく、売り上げ比率もアジア系マーケットを超えてきています。

(GFSI) SQF 認証取得に取り組まれたきっかけをお聞かせいただけますか？



(HFA)2012年頃、米系大手のリテーラーから要求があり、今後取引をする上での必須条件として、翌年にSQFを取得するよう対応を迫られました。当時、弊社はHACCP+GMPの仕組みがあったものの、マネジメントシステムは構築されていない状況でしたが、2014年にLA工場、2016年にNJ工場を取得しました。

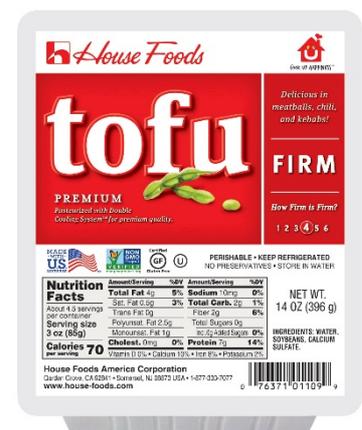
(GFSI)SQF認証取得をどのように推進されたのか、また展開する上で苦労された点はどのようなことでしょうか？

(HFA)SQFはトップマネジメントが関与する全社的なシステムですが、マネジメントシステムを構築、運用するという風土がない中で、実態に合わせてシステムを作り上げること、また、取得することのメリットを理解されていない社員に理解促進を図る点には特に苦労しました。

さらに、技術的な面における課題もありました。“Tofu Shirataki”はアルカリ性の食品なのですが、類似の食品カテゴリーや適用される公的基準がない中で食品安全に関するバックデータを整備することは、取得までの短期スケジュールにおいてはかなり苦労しました。

(GFSI)SQF認証取得に取り組まれて、実感されたメリットについてお聞かせいただけますか？

(HFA)まず社内的なメリットとしては、SQFをはじめとするマネジメントシステムの本質である「継続的改善」が実現し、生産トラブルを低減できたことです。認証取得後の約2年は取得をゴールとした当初の状況から抜け出せておらず、正直なところ仕組みは構築されているものの、形だけの運用となっていた部分がありました。当時は生産トラブルが多く、暫定的改善に留まっていた事象もあったため、過去と類似したトラブルが発生し、目先の対処に追われる状況が多くみられました。この状況に対して様々な改善を図りましたが、特に有効だったと感じるのは、内部監査を毎月実施するように充実させたことです。まず、内部監査員に任命した各部門のリーダー達が要求事項について理解を深められたことで、現状の仕組みが要求事項に基づいて構築されていることを認識してもらうことができました。その結果、内部監査での指摘がだんだんと厳しく、本質を突いた質問となっていきました。これにより自ら改善していく意識が芽生えたと感じています。また、認証取得当初は、「監査は切り抜けるもの」という意識



が強く、監査対応も品質管理部門に一任されているような状態でしたが、現在は製造部門が率先して対応してくれるようになったことも大きな変化の一つです。日常的に食品安全に関する会話も増え、意識が醸成できてきていると実感しています。その結果、少しずつですが継続的改善が進むようになってきました。

次に対外的なメリットとしては、特にフードサービス(業務用)やプライベートブランドの取引先からの要求に対応できるということです。取引先から、様々な品質文書の他、第三者認証はもちろんのこと、定期の査察報告書やその結果に対する是正処置報告書まで要求される場合があります。、弊社が SQF を取得しなければとてもビジネスが成り立ちません。また、業務用製品の取引が増えるにしたがって、二社監査も増加傾向にあります。しかし、基本的には SQF の要求事項以上の要求はないため、SQF を取得していることでスムーズに対応できています。

**(GFSI)様々な改善を進められているとのことですが、今後、強化されたいことについて、具体的にお聞かせいただけますか？**

(HFA)さらに継続的改善を進めるためには、まだまだやらなければいけないことが沢山ありますが、特に製造部門のリーダークラスへの教育を強化したいと考えています。やはり、製造部門のリーダー、オペレーターにも品質や食品安全にかかわる重要なポイントについて、その意味を理解し、正しい知識をつけてもらう必要があります。「これをするな」、「こうしろ」と言うだけでは、いつもと違ったことが起きた場合に対応できなくなる可能性があります。また品質管理部門に上げてくる情報の精度も高くなりません。さらにリーダーが知識をつけることで、オペレーターへの影響も期待できると考えています。

**(GFSI)食品安全に関して、日米で異なる点はありますか？またそれらに対して、気を付けられている点があればお聞かせいただけますか？**

(HFA)弊社には様々な人種の従業員が働いており、私を含めて英語を母国語としない人も多いです。また、カルチャーなどのバックグラウンドも異なります。そのため、指示や連絡、情報共有の徹底には日本とは異なり、かなり気を遣う必要があります。ハイコンテクストで阿吽の呼吸が伝わる日本とは全く違います。そのような環境の中で、有効なツールはスマートフォンです。リーダー以上のメンバーはスマートフォンを使い、現場で起きていることをすぐに画像や動画、テキストで共有しています。例えば、トラブルが発生したら、すぐにその情報を動画や画像とともに共有できますし、整理整頓が不十分な箇所を発見すると該当箇所を写真付きで指摘できます。また、工程毎の品質確認の結果を共有し、次工程に進んで良いとの指示をすばやく伝えることにも有効です。口頭では聞き間違えたり、勘違いしがちなこともテキストや画像があれば、確実に伝えられます。また、いつ誰が何をどう指示したかについても明確になりますし、取ったアクションも共有できます。

さらに、工場が一番気を付けるべきことは従業員の安全です。様々な生産設備がありますが、扱い方を一つ間違えば事故に繋がりがかねません。そこで、常に従業員には安全意識を持ってもらうために、NJ 工場では毎週セーフティーミーティングを実施しています。ここでもスマートフォンを活用し、危険な箇所や行為を見つけたら、その内容について写真や動画をスマートフォンから大型モニターに写して共有し、再発防止や改善をすぐに実行しています。

(GFSI)最後に、SQFを今後どのように活かしていられるかなど、今後の展望をお聞かせいただけますか？

(HFA)SQFはあくまでツールでしかありません。このツールを使いこなし、さらに改善を進め、社員一人一人が効果を実感できれば、さらに改善が加速すると考えています。現在、弊社は転換期にあると感じています。事業が伸長している一方、製造現場は古い仕組みのままでは対応が追いついていない部分があります。このような状況から脱却し、弊社ハウス食品グループの日本国内の工場のような高い管理レベルを実現するためには、一つずつ愚直な改善を社員一人一人が取り組んでいかなくてはなりません。フードセーフティーカルチャーは一朝一夕には築けませんが、一度構築できればオペレーターの人員変動が多い弊社でも、簡単に崩れることはないと考えます。継続的改善を社員1人1人が取り組むことで、フードセーフティーカルチャーの醸成に繋がっていきたいと考えています。



House Foods America Corporation NJ Plant Quality Control

(左) Division Manager 山本竜太氏

(右) Assistant Manager 宇仁文哉氏

(GFSI)ハウスフーズアメリカの皆様、お忙しい中ありがとうございました。

ハウスフーズアメリカ社 <https://www.house-foods.com/>

本社: 米国カリフォルニア州ガーデングローブ市

LA 工場: 7351 Orangewood Ave., Garden Grove, CA92841

NJ 工場: 801 Randolph Road, Somerset, NJ08873

文責 GFSI 日本ローカルグループ コミュニケーション WG



ハウス食品株式会社

生産・SCM 本部 生産・SCM 企画推進部 山田 りな