

株式会社相田合同工場 製品安全の取組み

リスクコミュニケーションの実践



少し前の時代までわたしたちの生活と道具の関係は切り離せないものだったのです。
しかし時代は変わり、道具は生活から離れてしまいました。
同時に想定していない製品クレームが寄せられ、業務に支障が出ています。

弊社の【製品安全対策に取り組むきっかけ】は以下の通りです

- 消費者、使用者の商品知識不足と思える誤購入・誤使用の増加懸念
- 販売店の店員の商品知識不足が原因の接客ミスによるクレームの増加
- 販売店の商品管理上のトラブルの増加
- 弊社の情報発信の少なさも関係しているのでは？

相田合同工場と「鋏」



鋏の専門鍛冶
新潟県三条市で創業
84年の社歴(創業昭和5年)

製造品目4000余(2013年現在)
全国の多種多様なオーダーに応える



少量多品種製造の工程を支える
職人の技術力
各地の先人たちの技を再現



相田合同工場の鋏作り



コミ延べ



接合剤付け



鋼付け



研磨



歪み取り



【製品安全対策に取り組むきっかけ】

- ・消費者、使用者の商品知識不足と思える誤購入・誤使用の増加懸念
- ・販売店の店員の商品知識不足が原因の接客ミスによるクレームの増加
- ・販売店の商品管理上のトラブルの増加
- ・弊社の情報発信の少なさも関係しているのでは？

そのためには！

- ①使用者の道具の使用実態把握（作業・使い方の聞き取り・現地確認）
- ②①を踏まえた表示物、添付書類の内容の見直し、確認
- ③使用者との直接交流の機会創出によるリスクコミュニケーションの実施
- ④リスクコミュニケーションによって得られたリスクの見積りを、製品・表示に反映
弊社の実態に合ったリスクアセスメントの構築へ
- ⑤以上の取り組みをステイクスホルダーへ普及・共有へ

「鍬の選び方・使い方ワークショップ」に活路を見出す道に挑むしかない！



【リスクコミュニケーションの実践】 ワークショップで何を伝えるのか？

- ・ 3つの座学とフィールドワーク



弊社で開催中の鍬の選び方・使い方ワークショップの様子



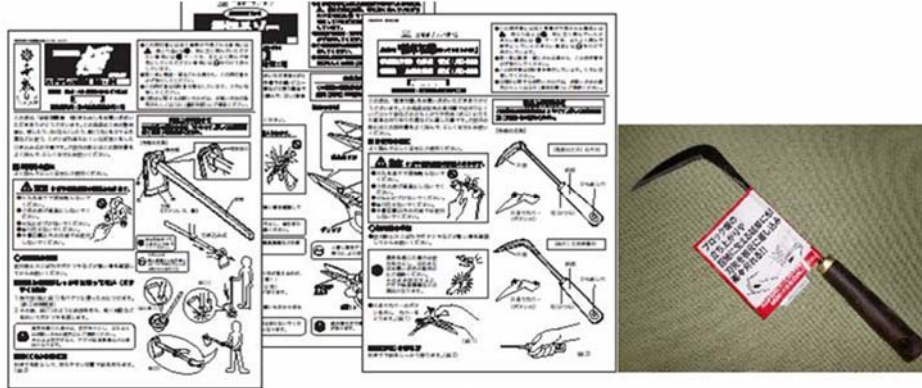
座学① 取扱説明書で伝える

この商品が何か？を伝える

・取扱説明書全品添付

家庭菜園ユーザーを意識した全商品取扱説明書添付販売

作業用途や形状が多岐にわたる鋏を、使用者の目的に合わせ購入いただく事を目的とした取扱説明書の添付、web開示(ダウンロード可)



製品パッケージ等では伝えきれない用途・機能・製品情報を、取扱説明書で伝えることで消費者の誤購入・誤使用による事故やクレームの軽減につなげていく取り組み



座学② メンテナンスや修理のことを伝える

壊れたときはどうすればいい？

・「先がけ」＝ 鋏の修理 摩滅した刃先の復元

日本の道具文化 職人の技術集積の賜物

◎「鋏は直して使うものだ」ということを伝えていきたい

◎直して使うことを知っているユーザーは現代においても存在しています

◎鋏作りを生業としているものとしてこの文化を伝えていくことは責務



「先がけ」
摩滅した刃先の付けたし

製品寿命の告知や、セルフメンテナンス、メーカーメンテナンスの見極めを伝えることで経年劣化による事故やクレームの軽減につなげていく取り組み

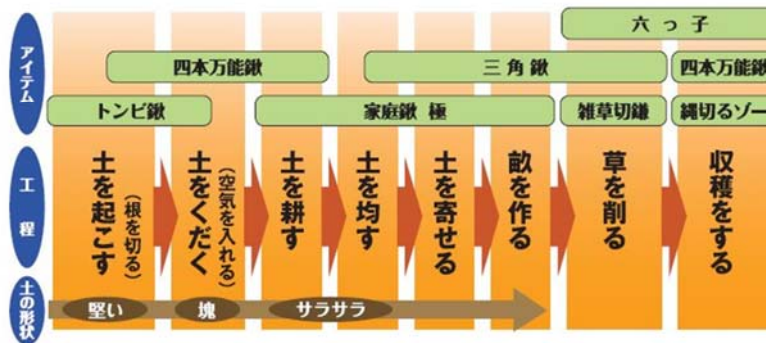


座学③ 選び方を伝える

自分に合ったものを選んで手軽に使ってみたい！

・「作業による使い分け」＝ 万能はあり得ない！

土づくりから収穫まで 家庭菜園を始める 7つの道具



道具と作業の関係性を伝えることで
道具と作業のミスマッチによる事故やクレームの軽減につなげていく取り組み



フィールドワーク

座学を実体験に置き換える

・座学情報と実際の作業とのかい離を埋める

◎実際の作業からあぶり出す新たなリスクの存在確認

◎取扱説明書を活用した「人から人へ」の道具知識の伝播



現場でのメンテナンス指導



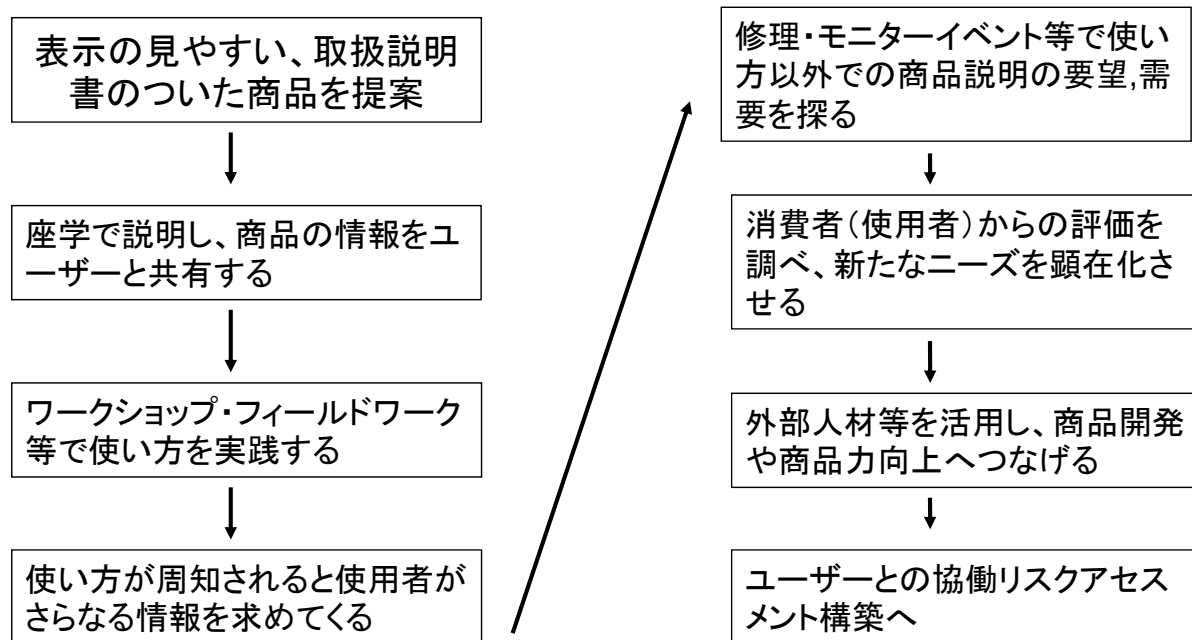
ワークショップで復活した鍬

☆これからの道具ユーザー開発事業として位置づけ

☆ユーザーとの協働リスクアセスメントの仕組みづくりへ



● リスクコミュニケーション力強化による 協働リスクアセスメント構築のフロー



「製品安全対策」とは 消費者に対する十分な情報提供の手段

弊社が製品安全に取り組むのは、「製品安全への取り組み」＝「自社の商品を消費者に選択してもらうための取り組み」と考えるからです。

「正しく、楽しく使う」ための取り組みは、そのまま「正しく、楽しく選ぶ」ための取り組みです。言い換えれば、「正しく、楽しく使うための情報」は「正しく、楽しく選ぶために必要な情報」なのです。

消費者にとって「良くわかる」は「選びやすい」に通じます。自社の商品を選んでもらう理由を情報としてわかりやすく発信することと、事故無く楽しく使ってもらう情報は連動しているのです。

「使う」前には、「選ぶ」「買う」があります。『選ぶ』『買う』『使う』それぞれ求められる情報の種類・内容が異なります。異なる情報も、「製品安全への取り組み」の中で、【発見】【再認識】できると考えています。



製品安全対策が会社にも与える影響・効果①

トリセツ添付のメリットとは・・・販売につなげる可能性

お客様に対するメリット

- ・正しい使用方法、使用用途がわかる。
- ・保証期間の確認もできる。

販売担当者様に対するメリット

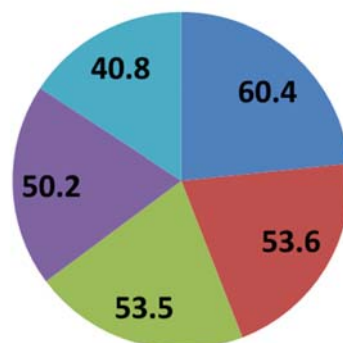
- ・商品の用途・機能が事前に確認でき販売ツールとしての活用が期待できる。

20～60代男女TOP5

20代～60代までの購入ポイント調べ

平成22年4月21日
経済産業省調査

- 1位 信頼できる
- 2位 安心できる
- 3位 低価格
- 4位 安全な
- 5位 日本製



商品を選ぶときの
選択ポイントになる！
結果売り上げの増加につながる

グラフは平成22年4月21日
経済産業省調査から引用



製品安全対策が会社にも与える影響・効果②

社員のスキルアップ

●全社を上げてPL検定にチャレンジ！



役員、工場の職人、事務員など職種男女を問わず、
22才の新人社員から66才のベテラン職人まで

自分のためにも会社のためにも、
製品も取扱説明書もみんなで責任を持って作ろう！

社員16名中、三級6名、二級2名取得

(平成25年9月現在)



製品安全対策が会社にも与える影響・効果③

お客様との新たな関係づくり

「リスクアセスメント」の仕組み作りは、作り手と使い手の新たな関係を創造して行きます。
新たな関係の創造は新たなユーザーを生み出していくことにつながります。



ワークショップでの座学



ワークショップでのフィールドワーク



製品安全対策が会社にも与える影響・効果 まとめ

製品安全対策は社内体制の確立や環境整備にコストがかかるのは事実です。
また、その後に成果が現れるのも、ある程度の時間がかかります。
経営者が今のビジネス環境では手の出しにくい領域である事は否めません。

しかし、製品安全対策に舵をきり、自社でできることを一つずつ自らの手でこなすようになると、会社の雰囲気が一変しました。特に一回目の受賞後は、社内体制作りだけでなくユーザーとの接点を作ることに重きを置いたことで、様々な気づきを得るに至ります。

作り手と使い手のワークショップ、リスクコミュニケーションから得られる情報はとても有益で、製品改良、製品開発、表示物の見直し、営業ツールへの活用、社員のスキルアップなど多岐にわたりました。

結果、製品安全対策にかけたコストは、違う部門に有効に活用できていた、ということになります。

