

ワイングラスの考え方

従業員、経営層に透明性を持って伝える

ワイングラスにワインを注ぐと、持ち手の部分が詰まってグラスの底にワインが伝わる事が出来ません。ワインを、工場で起きているクレームなどの問題点、世の中で発生している「他山の石」、「社会の変化」と考えます。ワイングラスの底を、従業員、経営層と考えます。大きくとらえた問題点を、ワイングラスの底に伝えるためには、ワイングラスではなく、ぐい飲みのような管理状態が必要なのです。

クレームが起きたことを製造現場の従業員が知らなければ、改善することはできません。

クレームが起きたことを経営層が知らなければ、クレーム再発防止のための、従業員教育、設備投資の計画ができません。「何故、あのとき伝えてくれなかったんだ」とあとから言われぬように、クレームなどの問題点は、隠すことなく、透明性を持って伝える事が大切なのです。

常に世の中の問題点を把握し、グラスに注ぎ続ける部門を明確にすることが必要です。

●情報はコップを空けるように

食品偽装などが起きたときの対応によってなくなっていく会社、生き残る会社の二つがあります。工場の産地偽装などが発生した時に社長などの責任者はコップの理論で行動することが大切です。コップの理論とは、まず手に持ったコップに事故、偽装などの情報をすべて集める事が必要です。時間が無いときでも、すべての関係する情報を集める事が必要なのです。

もちろん、技術情報もあるはずですが、技術畑でない責任者は説明できないことがあるかもしれません。工場、会社の責任者になったときには、日頃から技術情報を集め、いつでも自分自身で説明できるようにしておくことが大切だと思います。製品について作り方、原料に関して一番詳しく説明できるのが、会社の責任者である必要があると思います。

コップになみなみと注がれた情報を一気に記者会見で伝える必要があります。

記者会見のキーワードは透明性

「なにかこの人は隠しているな」と思われたいためには、不祥事のコップにためて、責任者自身自身の言葉で一気に、コップにたまっているすべての情報をカメラを通じてお客様に伝えなければならないと思います。

[食品工場の危機管理の基本](#) [危機管理センターについて](#) の [目次に戻る](#)

こんな事が聞きたい方は [連絡先](#) から お願いします。



<http://ja8mrx.o.oo7.jp/koujyou1.htm>