

以心草紙

● 清潔感があるという事

古跡 幹人
(2021年12月)

前回の終わりに、「食品工場の評価は第一印象で決まる。見た目が清潔であること」と申しあげた。今回は、「清潔感がある」について記す。

第一印象の善し悪しは、「清潔感」によると言われる。人も食品工場も同じである。見た目の印象は非常に大切である。ここでは、「清潔感」があるか？という点に注目する。

「清潔」と「清潔感」の違いは何か？両方とも「きれい」であることはどちらも同じではあるが、この二つには大きな違いがある。作業着を例にあげて説明する。手順に沿って洗濯された作業着は、汚れが無く清潔である。しかし、その作業着がシワだらけ、ヨレヨレ、しかも破損した部分があるモノだとしたらどうであろうか。それは「清潔感」があるとは言えない。洗濯がしてあるので、「清潔な状態」なのだが、見た目「不潔」であり「清潔感」がない。例え古い服でも、あるいは、補修の痕がある服であっても、洗濯され修繕してあり、折り目が付いているモノであれば、「清潔感」を感じることができる。

工場の建屋も同じである。古い施設でも、清掃は言うまでもなく修理・修繕、設備・機器の更新が実施され改善の実績が見て取れる、つまり、十分な管理が実施され、「5S」が定着した工場は好ましく感じられ、信頼ができる。トラブルやクレームが発生しにくい状態に管理された食品工場

と言える。

監査（二者、三者）及び規格の審査では、建屋の古さや新しさは問われない。古くとも管理されていて「清潔感」が確認できれば高く評価され、一方、新しくても管理されておらず「清潔感」がなければ評価が低くなるばかりではなく、モラル、風土まで問われる事もある。

食品機械製造工場も同様である。食品の製造に用いる機械が不衛生な環境で製造されている場面を想像することで容易に理解していただけると思う。

工場の門をくぐって、製造場に至る間の注意点は、前回の以心草紙(全ての基本「5S」の重要性)に記載したので、読み返していただきたい。製造場については、食品のカテゴリーや製造形態によって注意点が異なるので、この紙面での記述は行なわないが、基本は「5S」である。



(名古屋市 第4回 宗春花魁道中 2021より：菊)

私が経験上得た監査に臨む時の重要点「見た目が清潔であること」は、心理学で実証されており、「初頭効果 initial effect」と呼ばれる。

監査での評価は、最も多いのが○△×の三段階評価で、稀に五段階がある。監査の評価は、具体的な事実をもって行われるが、評価点の境目は曖昧なことが多々ある。

そこで、登場するのが「初頭効果」。心理学者、富田隆先生の解説（MAG2NEWS 2021.06.25）を引用して以下に説明する。

アッシュ（Solomon Eliot Asch1907～1996）が行った有名な実験で、被験者達に二人の人物について特徴を列挙した文章を見せて、どちらに「好感」「悪印象」を持つかを実験した。

レスリー：活発、好奇心旺盛、コミュニケーション能力が高い、利己的、執念深い

ケビン：執念深い、利己的、コミュニケーション能力が高い、好奇心旺盛、活発

この文章を見せられた被験者達は、レスリーに「好感」を持ち、ケビンに対しては「悪印象」をもった。どちらの人物の特徴も同じことが書いてあるが、両者では、特徴の書かれている「順序」が逆になっている。レスリーのように、最初に好印象を得ると、後から悪いデータが追加されても最初の好印象に合わせて解釈され、全体的には好



（中国縦貫道：吉和 SA 上り：楓 2021.11 撮影）

印象の評価が下される。ところが、ケビンのように、最初に悪い印象を抱くと、その後に良い印象のデータが追加されても最初の悪印象に合わせて解釈され、全体的に悪印象の評価が下される。

これが「初頭効果」で、最初に入力された情報が強い影響を持ち続ける。人間関係一般で、最初に会った時の「第一印象が大切」などと言われるのもこうした研究の結果を踏まえたものである。

最初に創られた「印象」を後から変えることは、大変難しいことであることはご理解いただけると思う。監査員の方が見る最初の「玄関」「応接室（事務所）」「製造前室」で、好印象を与えることは、「心理学」の観点からも、工場の監査の高評価に有効であることが証明できる。

これと真反対なものが、「新近効果 recency effect」と呼ばれるものである。

それは、いくつも提示された情報の中で、最後に提示された情報が最も印象に残りやすいというものである。「終末効果」とも呼ばれる。会議や討議において、最後の発言者の主張が支持されやすいとされる研究結果である。工場の監査においては、この「新近効果」は期待できない。それは「初頭効果」は、「印象形成」に大きく影響を与えるからである。「第一印象」は最初に得られた情報を基に形成されるので、後から入る全体的な印象と異なる情報は、記憶されにくくなり忘れさられたりすることになるとの事である。

第一印象の堅牢さは守られ続け、既に出来上がっている全体的な印象を変えることは、相当な心理的エネルギーや情報量が必要となる。最初に、「不適切なモノ」を見せられてしまうと、その印象のまま、その工場を判断してしまうのは上述の

心理効果によるものである。被監査者に対して期待がなければ、「こんなものか・・・」で終わってしまうが、顧客の第三者監査や第三者監査は、それでは継続的な取引は望めない。この良くない印象を拭い去るには多くの努力が必要となる。

第一印象が良く、「安心して帰っていただく」ことが大切である。

「清潔感がある」とは、清潔だけであるだけではなく、「そこに、手が入れてあり一目で清潔であることが容易に分かる」ことを指す。

清潔感があること、それは食品工場に限ったことではない。食品を製造する機械等を製造する工場（組織）も同様な事が言える。

以前、オーストリアの食肉製品製造機械メーカーに、納品される機械の視察に行った。その時5Sが徹底されていて、清潔感に溢れており、「ここは本当に機械の工場なのか」と思ったほどである。

国内の自動計量機・検査機器のメーカーの視察でも、同じ印象を受けたメーカーがあった。

案内を担当された方に工場視察を終えて、「清潔感に満ちて、衛生的な工場ですね。」とお伝えすると次のような返事が返ってきた。「私たちは、食品が造られる機械を製造しています。お使いいただいている機械が原因でお客様（消費者）が、危害を受けることは絶対にあってはなりません。そのために、5Sと清潔感のある工場になるように努めています。食品メーカーの方が、ご覧になって納得していただけるよう、食品メーカー様以上のことをしなければならぬと考えて実行しています。機械の新規導入のためのテスト、あるいは実機の確認、操作の研修のために、多くのお客様がお見えになります。食品工場でお使いになる機械ですから、全てを見ていただいて安心して

帰っていただけるよう努めています。」

塵一つ落ちていない工場、管理された部品庫、整理整頓が行き届いた事務所、定時に全員で清掃を実施。正に有言実行である。

監査が近づいてくると、工場の周辺や内部を清掃する。少しでも、良い印象を得て欲しいという気持ちの現れであるが、『5S』が習慣化していない工場は、やはりどこか違う。

監査時は「清潔」な状態であっても、『清潔感』が感じられない。

日頃から、5Sを実施している工場は、どこを切り取って見ても不自然さが無く、「清潔感」に満ち溢れているものである。

『清潔感』が大切なのは、食品工場に限ったことではなく、全ての施設に言える。施設だけではない。冒頭に記したが、人にとっても、清潔感は重要である。人にたいする印象も、「見た目 八割」と、言われている。この見方で、最も重要なことは、やはり『清潔感』があることであると言われる。

食品工場において、食品の製造、品質管理に携わる方々が、第一に『清潔感がある』ということが求められる。



(名古屋市 第4回 宗春花魁道中 2021 より：菊)