

平成20年度農林水産省補助事業  
「食品業界の信頼性向上セミナー」ツール



TOKI MARINE  
NICHIDO

平成20年3月農林水産省策定  
「『食品業界の信頼性向上自主行動計画』  
策定の手引き  
～5つの基本原則～」  
解説書

東京海上日動リスクコンサルティング株式会社

## はじめに

本書は、農林水産省が平成 20 年 3 月に策定した、「『食品業界の信頼性向上自主行動計画』策定の手引き～5 つの基本原則～」(以下、「手引き」と呼びます)のエッセンスをわかりやすくまとめた解説書です。

本書は平成 20 年度農林水産省補助事業で作成しました。

「手引き」の冒頭では、「手引き」策定の主旨が次のように述べられています。

「食品業界では、相次いで食品の偽装表示等消費者の信頼を揺るがす不祥事が起こっています。消費者の生命・健康に直接関わる食品を取り扱う企業として許されるものではありません。

基本的には、法令の遵守に向けた対応や消費者の信頼を確保し、そして向上させていく取組は、各食品企業が取り組むべき性質のものです。

しかしながら、食品企業の不祥事が連鎖的に発生し、食品業界全体に対して消費者の不信が増幅しかねない現状を鑑みれば、食品業界を挙げての積極的な取組は、極めて重要です。

このため、食品業界が取り組むための「道しるべ」として、本手引きを策定しました。

食品業界の皆様が手引き作成の主旨に則り、「手引き」を「道しるべ」として利用し、法令の遵守に向けた対応や消費者の信頼を確保し、向上させていく取組を行う際に、本書をご利用いただければ幸甚です。

平成 21 年 1 月

東京海上日動リスクコンサルティング株式会社

## 本書の構成と利用方法

本書は、「『食品業界の信頼性向上自主行動計画』策定の手引き～5つの基本原則～」(以下、「手引き」と呼びます。)に則り、大きく2つのパートから構成されています。

パートⅠは、食品事業者団体の皆様に、「信頼性向上自主行動計画」を策定していただく際にご覧いただきたい内容をまとめました。

パートⅡでは、それぞれの食品事業者の皆様に、各会社の信頼性向上のための取組を行うにあたり参照していただきたい内容をまとめました。

パートⅡは、「手引き」では業種毎に6つに分類されていますが、「手引き」のエッセンスは6つの業種とも共通なため、本書では業種の区別をせずに記載しました。また、食品製造小売事業者向けの基本原則は、「手引き」では4つの基本原則となっていますが、これは、他の事業者向けの「基本原則3 適切な衛生・品質管理の基本」と「基本原則4 適切な衛生・品質管理のための体制整備」が、食品製造小売事業者向けの「基本原則3 適切な衛生・品質管理の徹底」に集約された形となっているためです。本書では、これを5つの基本原則の形で紹介していますので、食品製造小売事業者の方は、本書の基本原則3と基本原則4が、「手引き」中のご自身の業種の基本原則3に相当するものとして本書をお読みください。

さらにパートⅡでは、食品業界の皆様に理解していただきたい「5つの基本原則」を、【取組方針】、【具体的な取組事項の例】、【解説】と順を追って説明しています。

本書は、はじめから最後まで通して読んでいただいたり、「手引き」を読んだ際に疑問に思われる個所がありましたら、本書の該当個所を読んでいただくという使い方でご利用いただけます。

# 目次

I 食品事業者団体向け「信頼性向上自主行動計画」策定の手引きの解説 .....	1
【取組方針】 .....	2
【解説】 .....	3
II 食品事業者の5つの基本原則の解説 .....	7
<b>基本原則1 消費者基点の明確化</b>	
【取組方針】 .....	8
【具体的な取組事項の例】 .....	8
【解説】 .....	8
<b>基本原則2 コンプライアンス意識の確立</b>	
【取組方針】 .....	11
【具体的な取組事項の例】 .....	11
【解説】 .....	12
<b>基本原則3 適切な衛生・品質管理の基本</b>	
【取組方針】 .....	18
【具体的な取組事項の例】 .....	18
【解説】 .....	19
<b>基本原則4 適切な衛生・品質管理のための体制整備</b>	
【取組方針】 .....	22
【具体的な取組事項の例】 .....	22
【解説】 .....	23
<b>基本原則5 情報の収集・伝達・開示等の取組</b>	
【取組方針】 .....	29
【具体的な取組事項の例】 .....	29
【解説】 .....	30

## I 食品事業者団体向け「信頼性向上自主行動計画」策定の手引きの解説

# 食品事業者団体の役割

## <ポイント>

食品事業者団体は、まず次の取組方針に沿った方針を立案し、そしてこの方針に沿って以下にあげる活動を行いましょう。

食品事業者団体には、業界全体として消費者からの信頼を確保する活動を行い、各食品事業者の取組を支援することが求められています。

## 【取組方針】

業界全体として、食品の安全や品質を確保し、消費者から信頼され続けられるよう、次の通り必要な情報の提供・発信、相談対応、行政機関との連携を行う役割を果たします。

## 食品事業者団体に求められる活動

### 1. 食品事業者に向けた活動

- ・食品事業者に対して「食品事業者の5つの基本原則」の周知
- ・「食品事業者の5つの基本原則」にもとづく会員等事業者が消費者の信頼を確保・向上するために行う各種取組について相談対応
- ・消費期限・賞味期限などの各種表示に関するガイドラインの策定・周知、専門家によるセミナー・講習会開催など、食品事業者に対して表示の適正化に向けて必要な支援の実施
- ・セミナー等を開催し、食品事業者に対してコンプライアンス体制の構築の必要性について継続的に周知徹底

### 2. 消費者に向けた活動

- ・業界としての取組や食品に関する適切な情報などについて、ホームページ、広報誌、新聞・雑誌、店頭広告、POPなどを通じて提供

### 3. 行政機関に向けた活動

- ・上記の業界としての信頼性向上に向けた取組のなかで明らかになってきた諸課題について、農林水産省などの行政機関と緊密に情報を共有し、連携しつつ、解決に向けて取り組む

## 【解 説】

食品事業者団体は、業界全体の健全な発展を目指す組織であるため、「手引き」では、食品事業者団体に対して食品業界の信頼性向上を目指す取組のなかで重要な役割を担うことが期待されています。

食品事業者団体には、図1にあるように、①食品事業者、②消費者、③行政機関の3つの要素を考慮した活動が求められています。

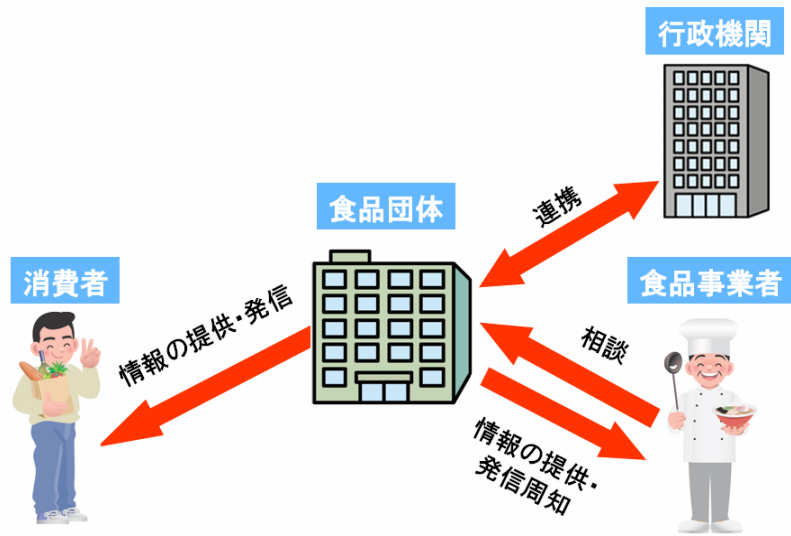


図1. 食品事業者団体の活動

**食品事業者団体は「食品事業者の5つの基本原則」を食品事業者に周知し、各事業者が「食品事業者の5つの基本原則」に取り組む際のサポートをしましょう。**

食品事業者団体の具体的な活動内容は前記のとおりですが、食品事業者に向けた活動の中心は、「食品事業者の5つの基本原則」を食品事業者に周知し、各事業者が「食品事業者の5つの基本原則」に取り組む際のサポートを行ない、食品業界の信頼性確保・向上への取組を定着させることにあります。従って、まずは「食品事業者の5つの基本原則」を周知する活動を行い、事業者が「食品事業者の5つの基本原則」に取り組

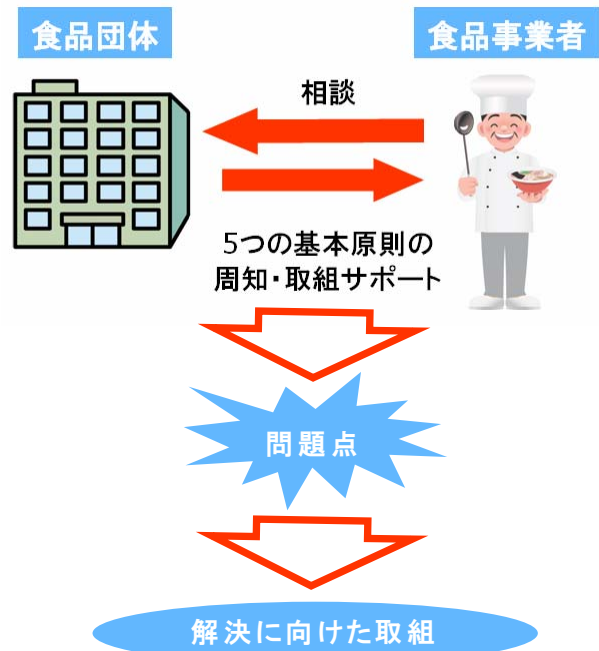


図2. 食品事業者団体による5つの基本原則

周知の取組と問題点の抽出

むうえで生じた疑問に対して相談対応を行います。相談活動のなかで多く寄せられる疑問があれば、それは業界としての問題点であると考えられます。

このような相談活動を通じて明らかになった問題点を、食品事業者団体として解決する際には、①食品事業者、②消費者、③行政機関の3つの要素を考慮する必要があります。

## 食品事業者のコンプライアンスへの取組をサポートをしましょう。

食品事業者に向けた活動として、「手引き」では表示やコンプライアンスについてのセミナーの開催を推奨しています。セミナーの具体的な内容は、日常の食品事業者からの相談を通じて明らかになった問題点を解決できるような内容とすると良いでしょう。特にコンプライアンスについては、体制を構築することはもちろんのこと、その体制を維持し続けることが重要であり、また難しいことですので、定期的にコンプライアンス意識を啓発するセミナーを行うなど継続的な取組が重要です。

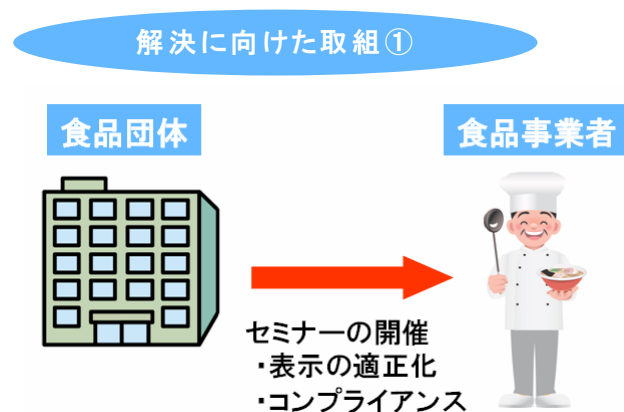


図3. 解決に向けた取組～①食品事業者

## 信頼性向上に向けた取組の情報を発信しましょう。

また、消費者に向けた活動も重要です。一般の消費者は食品事業者と比べると、食品に関する情報量・知識量が非常に少ないと言えます。このため、食品事故が発生した場合、その情報量・知識量の少なさのために、実際よりも被害や影響のおよぶ範囲を大きく見積もる傾向があります。また、十分な情報にもとづかないセンセーショナルな報道がなされると、

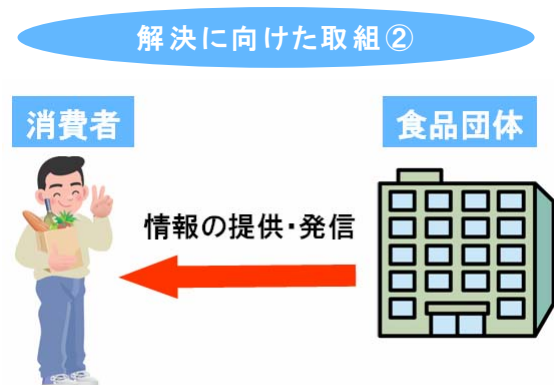


図4. 解決に向けた取組～②消費者

その傾向はより極端になりがちです。その結果、不十分な情報をもとに、食品事故が起こった商品と同じ事業者が生産している、同じ地域で生産している、あるいは同種類の商品であるといった理由で、実際は安全性が確認された商品であっても敬遠するといったことが起こります。このようなことを防ぐためにも、消費者に対して、業界としての信頼性向上に向けた取組に関する情報等を発信し、消費者の安心につながる活動を行うことが重要です。

## 行政と連携して問題解決に取り組みましょう。

また、問題点が制度によるものであったり、今までに予測していなかった問題であったりした場合には、信頼性向上に向けた取組のなかで明らかになってきた諸課題として、農林水産省などの所管する行政機関と情報交換を行い、連携をとりながら解決するための対応に取り組む必要があります。

このように①食品事業者、②消費者、③行政機関の3つの要素を考慮した活動の重要性について述べてきましたが、この種の活動は一企業で取り組むのは非常に難しく、食品事業者団体が中心となって業界全体で取り組んでいくべき活動であると考えます。

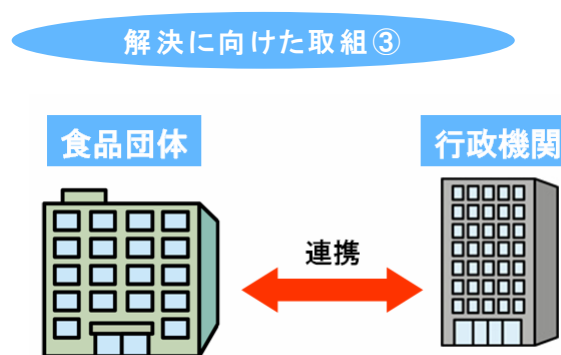


図5. 解決に向けた取組～③行政機関

< MEMO >

## Ⅱ 食品事業者の5つの基本原則の解説

## 基本原則1 消費者基点の明確化

### <ポイント>

食品事業者は、消費者に対して安全で信頼される食品を提供しなければなりません。そのためには、消費者基点の発想を持って自社の商品開発、原材料の仕入れ、製造、保管、表示、流通、販売などについて、いま一度確認し、問題があれば改善する必要があります。

### 【取組方針】

消費者を基点として、消費者に対して安全で信頼される食品を提供することを基本方針とします。

### 【具体的な取組事項の例】

- ・ 消費者を基点とした経営をし、安全で信頼される食品を提供することを明示
- ・ フードチェーンの一翼を担っているとの自覚と行動
- ・ 消費者が必要とする各種情報を提供
- ・ 安全と品質の確保の必要性を社内に浸透
- ・ 5つの基本原則に基づき、社内の取組の点検・検証、改善

### 【解 説】

**食品安全は個々の事業者にとって重要な問題であると同時に、社会的に重要な問題です。**

図6に示すように、食品は、産地、材料仕入れ、製造、輸送・輸入、保管、表示・流通、販売、という流れを経て、消費者のもとに届きます。この一連の流れのなかのいずれの段階であれ、食品事故を起こしてしまうとフードチェーン全体が消費者の信頼を失う結果となってしまいかねません。さらに、たとえ

ば加工食品を製造する際には、様々な産地から様々な原材料を調達しており、そして製造された商品はいくつもの経路を通じて様々な商品と一緒に流通し、不特定多数の消費者に届けられます。このようにフードチェーンは一本の線で完結する単純なものではなく、多くの線が交錯する複雑なものです。このため一度食品事故を起こすと食品業界全体や消費者を巻き込んでしまうことが多く、それは一つの会社の問題でなく、社会全体に影響を与える大きな問題となります。全ての食品事業者は、このことを十分に理解して行動をする必要があります。食品業界に関係する全ての事業者が消費者の信頼を得なければ、各食品事業者が成長、存続することは難しいのです。



図6 フードチェーンと消費者の信頼

## 消費者基点の発想で食品安全に取り組みましょう。

具体的な取組事項の第一番目として、会社の取組方針（企業行動規範）を策定し、そのなかで消費者を基点とした経営を行うことを内外に宣言することがあげられています。消費者基点を会社の取組方針として明確に打ち出すことで、経営として消費者基点を重視していることを従業員に示すことができます。

消費者が安心して食生活を営むためには、全ての食品事業者が消費者から信頼される安全な食品を提供することが何よりも必要です。食品事業に従事する

人々も仕事を離れば一消費者です。食品事業に従事する全ての人々が消費者の立場に立ち、消費者が食品事業者に対して何を期待するか、またどのような商品であれば消費者は安心できるのか、を考えるなど、消費者を基点とした発想で信頼性向上に取り組むことが必要です。また消費者の信頼を得るためには、消費者が必要とする情報を消費者に積極的に提供することも重要です。

また、食品事業に従事する全ての人々が、フードチェーンの一員であることを認識し、自身の行動が、ひいては食品産業全体の消費者からの信頼に影響することを自覚して行動しなければいけません。

そして、自社内の食品業界の信頼性向上に関する取組について、5つの基本原則を活用しながら、定期的に点検・検証を行うことで、問題点の早期発見に努めます。問題点にはすぐに対策を講じることで、消費者の信頼を確保し向上していく取組を常にレベルアップしていきます。

## 基本原則2 コンプライアンス意識の確立

### <ポイント>

食品事業者には、非常に高いコンプライアンスの実現が求められています。コンプライアンスの実現には、全従業員が一丸となって取り組む必要があります。

### 【取組方針】

取り巻く社会環境の変化に適切に対応し、法令や条例、公正なルールや社会規範を遵守し、社会倫理に沿った企業活動を進めていきます。

### 【具体的な取組事項の例】

- ・ 企業行動規範や、コンプライアンスに関する方針を策定し、経営者が社内外に対して宣言
- ・ 経営者（または、責任ある担当者）は、コンプライアンス実現のための組織体制を整備
- ・ 経営者（または責任ある担当者）が率先して企業行動規範を社内に浸透
- ・ コンプライアンスに関する担当者による企業行動規範の研修実施
- ・ 役員や従業員は、自社が自ら策定したルールを遵守
- ・ コンプライアンスの徹底状況を内部監査や外部監査（第三者による監査）で検証し、改善
- ・ 内部通報体制の整備

## 【解 説】

**食品事業者に対して高いレベルのコンプライアンスが求められています。**

法令や条例の遵守をはじめ、様々なルールの遵守、そして社会規範の遵守を含んだコンプライアンスの実現は、現代社会の基本的ルールとして定着しています。また、食品は「食べる」という人間にとって最も重要、かつ基本的な活動の一つに直接的に関与しています。このため、食品事業者にはコンプライアンスについて非常に高いレベルでの実現が求められています。

そして、食品事業者には商品そのものの品質を確保し、食中毒事故などを防止することはもちろんのこと、近年では表示に関する法令も整備され、これに対する対応も求められています。表示に関する法令に違反した場合には、たとえ商品自体の品質に問題がなかったとしても、また、単純に法令に対する理解不足が原因であったとしても、自主回収などの措置をとる必要があります。

このように、コンプライアンス実現に向けての取組は、食品業界にとって重要な課題です。このコンプライアンス実現に向けての取組を実りあるものにするためには、図7にあげた6つの要素が必要です。食品事業者は、この6つの要素を考慮しながらコンプライアンスの実現に向けて取り組み、消費者の信頼を確保し向上していく必要があります。

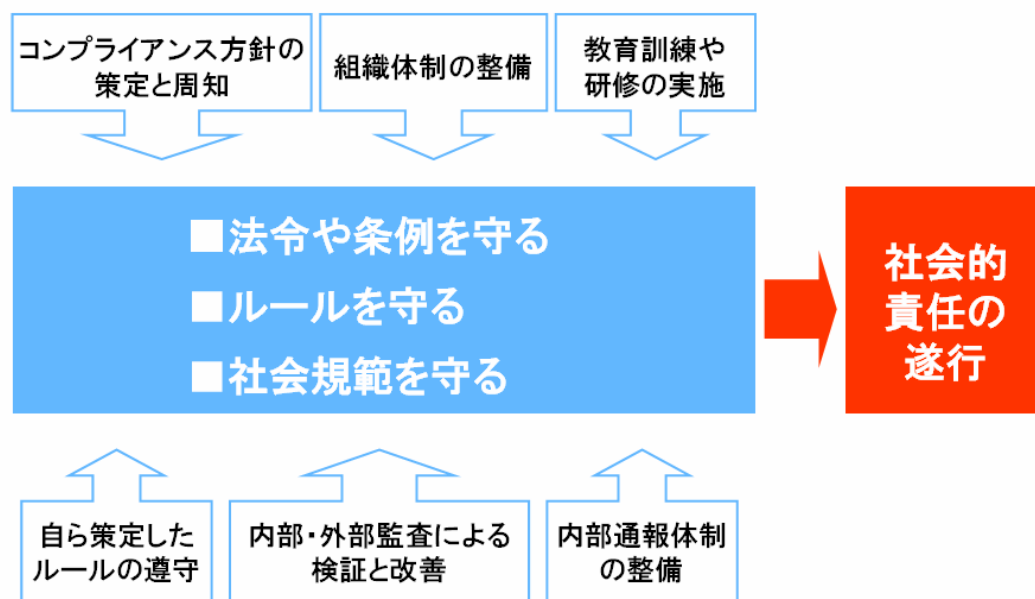


図7 食品事業者のコンプライアンスの実現に向けた取組

## まず方針を定め、組織体制を整備しましょう。

コンプライアンス実現に向けての取組の第一歩は、経営者のコンプライアンスに対する真摯な思いを文書化した「コンプライアンス方針」を策定し、これを全ての従業員に周知することです。コンプライアンス方針は、取組方針（企業行動規範）の一部として策定する企業もありますし、企業行動規範とは別に策定する企業もあります。企業行動規範の一部として策定した場合には、企業の基本姿勢としてコンプライアンス実現に取り組むという姿勢を表明できますし、コンプライアンス方針を別立てで策定すれば、コンプライアンス実現に力を入れて企業活動を行うという経営者の強い思いを表現することができます。形式は、どちらでも構いません。何らかの方針を策定し、経営者のコンプライアンス実現に向けた取組への強い思いを表明することが重要なのです。

コンプライアンス実現に対する経営者の真摯な思いを全ての従業員に周知したならば、次に、経営者が主導してコンプライアンス実現のための組織体制を整備します。コンプライアンスに関する担当者を任命し、その担当者を中心に組織体制を整備していくのが良いでしょう。なお、組織体制は有効に機能してはじめて整備できたと言えますので、組織体制を一度整備すればそれで完了というわけではなく、適宜、実態に合わせて見直すことが重要です。

## 従業員一丸となってコンプライアンスを実現しましょう。

組織体制がある程度固まったら、個々の従業員に対して、コンプライアンス方針や企業行動規範の浸透を図るための教育訓練や研修を実施します。ここでは、コンプライアンスが単なる法令遵守にとどまらず、社会規範や自ら策定したルールの遵守までもを包含することを考慮して、従業員ひとり一人がコンプライアンス実現への取組を実施することの必要性や重要性に対する理解を深めることがポイントです。こうして、個々の従業員へのコンプライアンス意識の浸透を図ると共に、自ら定めたルールを役員、従業員が一丸となって遵守していくことが重要になります。

## 取組状況をチェックしましょう。

このようなコンプライアンス実現に向けての取組には、定期的な振り返りが必要です。定期的な振り返りには、客観的な視点が必要です。方法としては、他部門の従業員が当該部門の取組状況を客観的にチェックする内部監査や、より客観的な視点をもった外部の専門家によるチェックである外部監査などがあります。いずれの方法による監査でも、経営者は、監査結果を受領した後に監

査で指摘された事項を真摯に受け止め、改善策を講じることが重要です。

また、通常の業務フローのなかで、コンプライアンスに関する問題が経営者に届く体制を整備する一方で、この体制が機能しなかった場合に備えて内部通報体制を整備し、経営者の情報収集ルートを幅広く確保することも重要です。コンプライアンス上の問題が経営者に届く体制をうまく機能させるためには、従業員が問題を感じたときに、それを素直に表明できる雰囲気づくりを進めることも重要です。人があつての組織です。形式だけの体制整備では、その効果は半減してしまうでしょう。

次ページには、コンプライアンス違反によって自主回収に至った事例を掲載しています。ほんのちょっとしたミス、認識違いなどによって自主回収に至ってしまうケースもあります。自主回収に至ると経済的損失はもとより、企業のイメージダウンも避けられません。全社員のコンプライアンスに対する意識を高めることが、このような事例の発生防止につながります。

# 法令遵守、社会倫理の遵守が徹底されていなかったために起こった自主回収事例

(独)農林水産消費安全技術センター「食品の自主開示集事例調査」より抜粋

## ○原材料の産地表示を誤記

### ■対象品目

穀類加工品

### ■経緯

当該製品は業務用専用の冷凍食品で小売業者により販売されていたが、国産と外国産のブレンド米を使用しているにもかかわらず、一部に「国内水稲100%使用」のシールが貼られていることが、消費者からの「餅の粘りが少ない」というクレームにより判明した。

### ■経過(時系列)

国産もち米不作のあおりを受けもち米が不足したため、外国産と国産のブレンド米により当該製品を製造。

約1年後、消費者からの「餅の粘りが少ない」というクレームにより、一部製品に当該社が作成した「国内水稲100%使用」のシールが貼られていることが判明。

小売業者との協議により自主回収・社告掲載することを決定。

行政機関（保健所、公正取引委員会、農林水産省）へ当該事実を報告。

全国紙3紙に社告掲載。

### ■事故等発生要因

#### 1. 問題となった要因

営業が販売促進用に独自にワンポイントシールを作成し配布していたが、そのなかのひとつに「国内水稲100%使用」の文字があった。国産のもち米が不作により不足したので、カリフォルニア、タイ米のブレンドにより製造したが、シールについては回収を指示していなかった。

#### 2. 社内の問題点

社内においては情報を周知させ、「国内水稲もち米」の文字を抜いた「もち米100%」のシールを配布していたが、社外においては不十分であった。また、営業で販売促進用に作成したシールに関する社内での管理体制がとられていなかった。

## ■自主回収後の改善点

生産管理部門においてシールの管理（在庫管理、出庫先数量管理）を開始。  
従来は営業が独自にシールを配布していたが、許可を取らないとデザインを認めない体制にするなどコンプライアンス体制が強化された。

その後もシールを使ったところがあるか調査し、当該製品の生産を半年打ち切った。休止期間があるのでシールは廃棄されたと考えている。

## ○賞味期限の切れた原材料を使用

### ■対象品目

菓子類

### ■経緯、経過

問題生起：

不二家の問題が表面化したことを鑑み、1月15日に社内調査を行った。その際には問題は見られなかった。しかし1月23日の社内ミーティングの際に再度点検を行ったところ、昨年バレンタイン用チョコレート原料を最近の製造に使用していたことが判明。社会倫理に反すると判断。

経過：

- 1月15日 自社による原料等の点検調査を実施。しかし、この時点では問題が分からなかった。
- 1月23日 社内ミーティング時に古い原料チョコレートが残っていることが指摘され、調査した結果最近製造した商品に練り込み使用していたことが判明。
- 1月24日 検査機関に当該原料の検査を依頼。
- 1月25日 保健所に事故の経緯について口頭で連絡。また、同日回収を決定。
- 1月26日 保健所の工場査察が入った。検査機関から検査結果が送付された。検査結果では、酸価・過酸化値・一般生菌数・大腸菌群・大腸菌を検査し、健康上の問題はないことを確認。社告掲載のためのプレスリリースをした。
- 1月27日 新聞に社告が掲載された。

## ■事故等発生要因

賞味期限切れの古い原料チョコレートは、製品置き場に仕分して置かれていたが、第1回目の点検時は他の資材の陰に隠れており見えなかった。第2回目の点検時に担当社員が当該場所においてあるものを1つ使用したと証言し、古いものを使用したことが判明した。平成12年までチョコレートには賞味期限表示が不要であったことで、現場社員に「食べて問題がなければ良い」という感覚が根付いていた。現場社員によって品質記録は行われていたが、問題の原材料チョコレートについては配合表に記載がなく、10%ずつ練り込んで使用していたことを把握できていなかった。

## ■自主回収後の改善点

品質保証部の設置及び2工場にそれぞれ品質管理専任者を1名ずつ増員した。また、製品検査を実施するため2工場に分析室を新設し、検査員1名ずつを雇用。社員教育を行ってきたにもかかわらず、問題が起きてしまった。また、親会社のチェック体制にも甘い部分があった。

このことを受けて、社員教育として親会社から教育担当者を派遣し、3日間かけて衛生管理、良慣行、表示、法令などについて再教育を行った。当該工場はISO9001の認証を取得していないが、ISOの考え方にもとづいてこのような対応を行った。

さらに、今回の問題も、記録をしっかりと行っていれば防げたと考えられるため、製品の品質記録の方法を見直し、午前、午後各1回品質管理責任者が点検を行い、その記録票は1日の生産が終了した時点で親会社に送ることとした。

## 基本原則 3 適切な衛生管理・品質管理の基本

※本基本原則は、食品製造小売事業者の方の基本原則 3 にあたります。

### <ポイント>

適切な衛生・品質管理を実行して、衛生・品質管理が行き届いている状態にするのはもちろんのこと、消費者や外部の人に「これが当社の衛生・品質管理体制です。」と説明ができる状態を目指しましょう。

### 【取組方針】

人の生命と健康の維持、楽しみに大きく携わっているという自覚を持ち、安全で信頼される食品を消費者に提供するために、適切な衛生・品質管理をしていきます。

### 【具体的な取組事項の例】

<b>原材料</b>	取引先の調査 受入れ検査とその記録の作成 規格書、検査書、証明書の 入手と確認	<b>製造工程</b>	作業手順書の策定 品質基準の設定 製造記録の作成
<b>作業者</b>	健康管理（日常、定期健康診 断）	<b>設備</b>	清掃・洗浄・殺菌 点検（日常・定期）
<b>出荷</b>	表示等のチェック 衛生・品質の検査とその記録 輸送方法・販売方法の確認 販売先の確認 商品サンプルの保存	<b>作業場 機材・器具</b>	整理・整頓・清掃・清潔 防虫・防そ など・・・

図8 基本原則 3 具体的な取組事項の例

## 【解 説】

**衛生・品質管理を実践して安全で信頼される食品を提供しましょう。**

消費者は安全で信頼できる食品に対して好印象を持つので、安全で信頼される食品を提供し続けることは、自社のファンを獲得することにつながります。安全で信頼される食品を確実に提供し続けるためには、衛生的な製造・流通・販売環境を整備し、また、長年の経験や勘に科学的な取組を加えるなどして、衛生・品質管理を常に高いレベルに保つ必要があります。

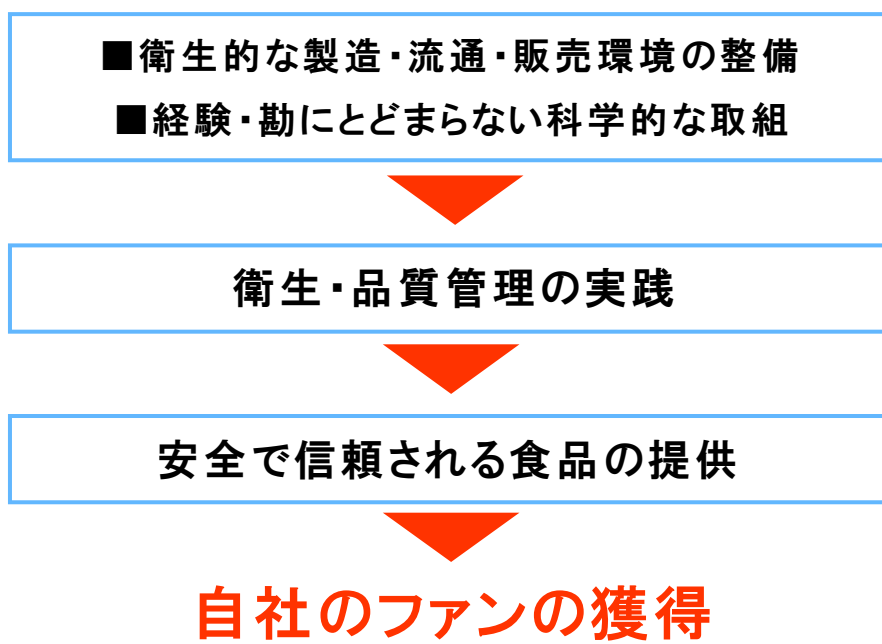


図9 衛生・品質管理への取組の効果

また、消費者の食品事業者への信頼はたった一回の事故で大きく損なわれるため、食品事故を起こさない取組は非常に重要です。衛生・品質管理を常に高いレベルに保ち続ける努力が、食品事業者の信頼へとつながり、その信頼が商品の販売に貢献し、企業の持続的な成長へとつながっていきます。

**外部に説明できるような衛生・品質管理を行ないましょう。**

「手引き」では、適切な衛生・品質管理の基本として、図8のような様々な具体的な取組事項の例があげられています。ここでのポイントは、衛生・品質管理の方法を文書で定め、高いレベルでの衛生・品質管理を実践し、実践内容を記録し保管することで、自社の衛生・品質管理の状況を外部に説明できるよ

うにすることです。記録を保管しておくこと、商品に不具合が発生した場合の迅速な原因究明に役立ちますし、衛生・品質管理に疑いが生じた場合に外部に対してその記録を提示できるため、外部に対する説明の説得力を高めることができます。各食品事業者は、「手引き」の具体的な取組事項の例などを参考にして現在の衛生・品質管理を再確認し、自社の商品や原材料、製造設備、製造プロセスに相応しい、より高いレベルの衛生・品質管理を実現していくことが必要です。

また、製造現場におけるルールやマニュアルの見直し、作成をすることが必要です。ルールやマニュアルの見直し、作成にあたっては、長年の経験や勘によるノウハウに加えて、科学的知見を取り入れ、判断基準の見える化、明確化や、業務の標準化を行うことが必要です。これを教育訓練や研修を通じて周知徹底させることで、従業員ごとのバラつきを防止し、衛生・品質管理のレベルアップを図ることができます。

高度な衛生・品質管理手法として、HACCP手法があります。HACCP手法では、導入に先立って危害要因の拾い上げを行います。そしてその危害の発生を防止するためのチェックポイントである重要管理点を設定し、製造工程の中間で都度チェックを行うことによって、食品の衛生・品質管理を行います。こうした手法を導入することによって、衛生・品質管理のレベルアップを図ることも有効です。

- ・ルールやマニュアル等の作成
- ・教育訓練や研修
- ・HACCP(危害分析重要管理点)手法の導入

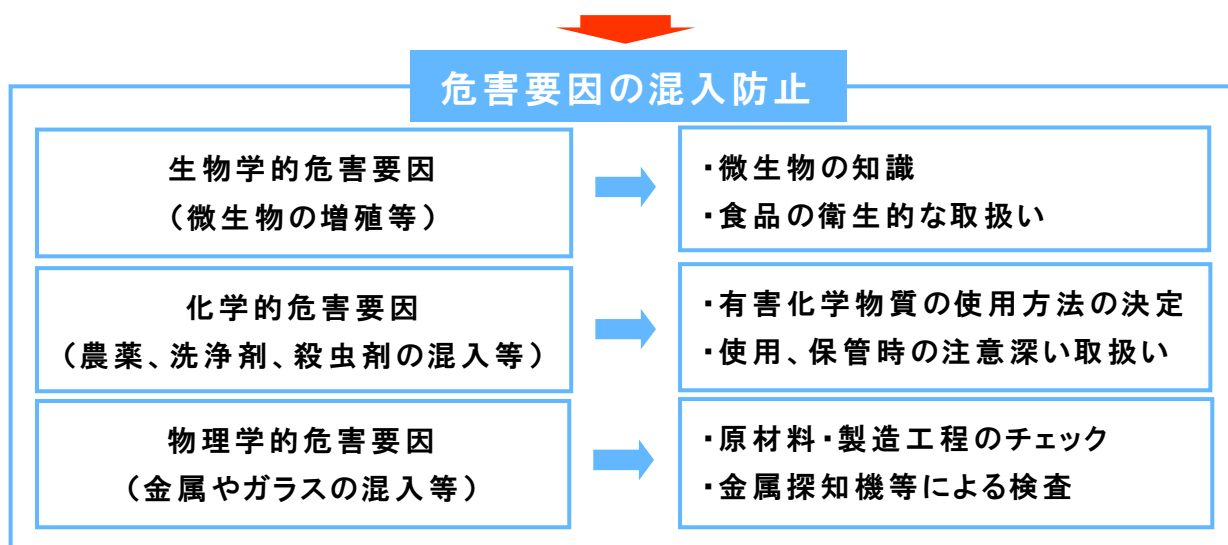


図10 食品の安全を脅かす要素

## 定期的な見直し・改善を行きましょう。

ルールやマニュアルは完成すると満足感が得られるため、その後の遵守、定期的な見直し・改善といった活動がおろそかになりがちです。内外の諸般の事情により、たとえば原材料の調達先や製法などが変更になることもあります。また、ルールやマニュアルが現実離れしているために、マニュアルどおりに作業すると逆に問題が発生するなどの理由から、ルールやマニュアルを守らないで作業を行うことが日常化する場合があります。

このようなことを防ぐためには、ルールやマニュアルが守られているか、また、もし守られていない場合は、その理由は何かなどを定期的に検証し、これをもとにマニュアルの見直し・改善を行うことが必要です。こうすることで、衛生・品質管理のレベルを高く保つことができます。

## 基本原則4 適切な衛生管理・品質管理のための体制整備

※本基本原則は、食品製造小売事業者の方の基本原則3にあたります。

### <ポイント>

世の中の変化に対応するために、経営者が積極的に関与する衛生・品質管理の体制を構築しましょう。また管理体制が形骸化しないように、常に課題を特定し、改善を図りましょう。

### 【取組方針】

消費者に安全で信頼される食品を提供するために、適切な衛生・品質管理を行う体制を整備し、それが形骸化しないよう改善を行っていきます。

### 【具体的な取組事項の例】

- ・ 衛生上の問題や異物混入の可能性の有無等の調査・分析・評価および必要な対応
- ・ 科学的・合理的根拠に基づいた賞味期限・消費期限の設定等、安全性確認手法の整備
- ・ 出荷の継続・停止を判断できる能力と権限を持つ品質保証部門（担当者）の設置
- ・ 従業員への教育訓練、研修の実施による従業員の能力向上
- ・ 内部監査、外部監査（第三者による監査）の実施
- ・ 衛生管理が適切に行われているかの検証手段の整備
- ・ トレーサビリティ確保のため、各種データ等を管理するシステムや、そのデータ等をクロスチェックする仕組みの整備
- ・ 経営者は、適切な衛生・品質管理体制の整備、検証、継続的改善についてマネジメントすることを社内に宣言
- ・ 海外の製造委託先等における、従業員の教育、監査の実施、品質保証部門の強化

## 【解 説】

**世の中の流れや、消費者の期待の変化に柔軟に対応できる仕組みを作りましょう。**

適切な衛生・品質管理を行うためには、適切な衛生・品質管理の手法を習得し、自社に合った手法を確立する必要があります。さらに確立した手法を維持・管理し、世の中の流れや消費者の期待の変化に柔軟に対応できる仕組みづくりが必要です。世の中の流れや、消費者の期待の変化の例の顕著なものとして、食品衛生法など関係法令の改正があげられます。法令の変更によって、今まで法令に適合していた手法や社内ルールが通用しなくなる場合があります。

また、現場における衛生・品質管理では、新商品製造の際や、製造方法や原材料の変更などを行った際に、改めて衛生・品質管理の方法に問題がないかを確認する、従来の製造ラインについても定期的に衛生・品質管理手法を見直す、現在の衛生・品質管理手法がきちんと守られているか、あるいは守ることが不可能な管理手法が導入されていないかを確認するなど、問題点や将来的に問題が起こる可能性のあるポイントを発見し、これを改善していくことが重要です。

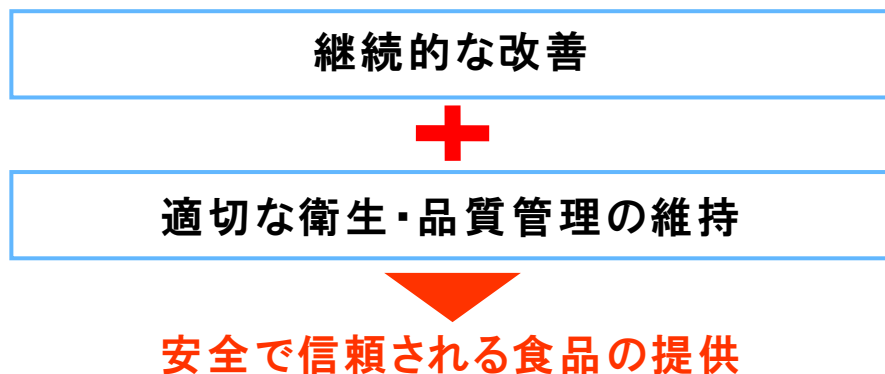


図11 継続的な改善による適切な衛生・品質管理の維持

**定期的に課題を特定し、対処しましょう。**

適切な衛生・品質管理を行う体制を構築し運用するなかで、製造する食品の安全性に影響する課題、つまりリスクを特定する作業を定期的に行うことが重要です。そして、これらのリスクを低減し、食品事故が起こらないようにするためには、それぞれのリスクに対応したマニュアルや管理基準を作成したり、あるいは、製造工程や検査工程の自動化、均質化のための設備を導入する必要があります。

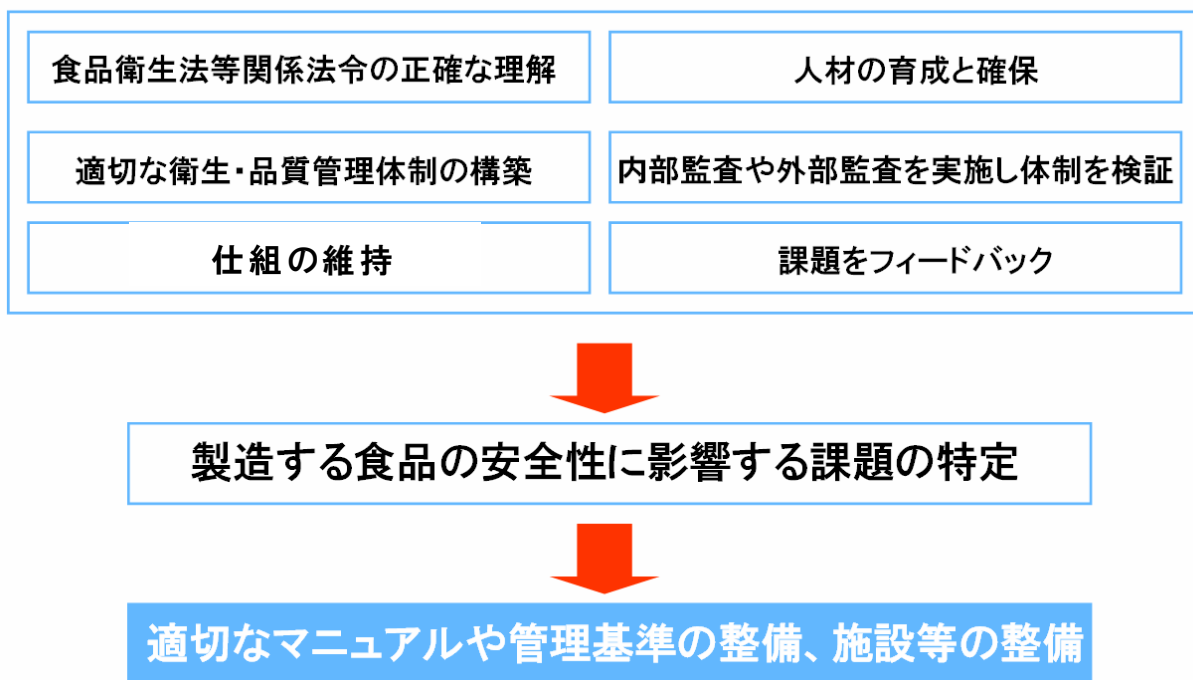


図12 適切な衛生・品質管理

## 組織体制を整備しましょう。

「手引き」では、適切な衛生・品質管理のための体制整備として、前述の【具体的な取組事項の例】のような様々な取組事項があげられています。以下では、そのなかのいくつかについて解説します。

- **能力と権限を持つ品質保証部門(担当者)の設置**

品質保証部門(担当者)には、取引先との関係や、コストなどに惑わされずに、科学的な根拠をもとに食品の安全性や品質について判断できる能力が必要です。また、食品事故が発生した際など、食品の出荷停止を判断する必要がある場合に、これを実行できる権限を経営者から与えられていなければなりません。

- **トレーサビリティ確保のため、各種データ等を管理するシステムやそのデータ等をクロスチェックする仕組みの整備**

食品製造事業者や食品輸入事業者にとって、トレーサビリティの仕組みは、原料原産地名や遺伝子組み換え食品の表示義務がある食品を扱っている場合には、適正な表示と深い関係があります。また、トレーサビリティの仕組みが確立していれば、万が一食品事故が発生し、商品を回収しなければならない場合に、製造工程におけるロット毎の管理データや、商品のロット表示から回収対象商

品を特定できるため、迅速な回収が実現でき、被害の拡大防止にも役立ちます。

- 経営者は、適切な衛生・品質管理体制の整備、検証、継続的改善についてマネジメントすることを社内に宣言

体制の整備は、経営者が衛生・品質管理体制整備の必要性を理解し、主導的な役割を担って実行するトップダウン方式で実施することで成功する場合があります。経営者が社内に対して上記のような宣言を行い、強い意思を示すことで、社内の衛生・品質管理体制整備を円滑に進めることが可能となります。

## 体制の整備はトップダウンで！

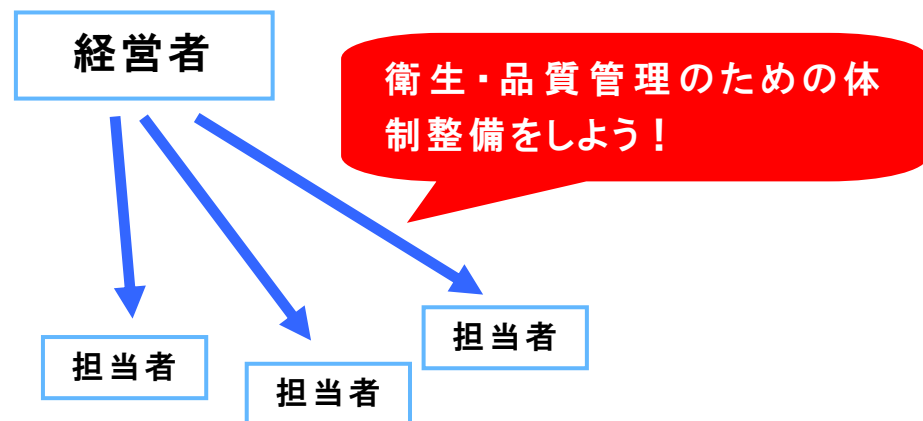


図13 適切な衛生・品質管理のための体制整備にあたって

次ページに、衛生・品質管理の不備、不足が原因で自主回収に至った事例を掲載します。

製造工程・方法、製造機械、人、材料などを変更する際に、問題が起こりやすいと言われます。また、自社のミスではなく、他社の責により問題が発生することもあり得ます。各種変更の際に、その影響を十分にチェックできる体制を作っておくことも、衛生・品質管理の重要なポイントのひとつであると言えるでしょう。

また、せっかくマニュアルが整備されていても、それを守らなければ意味がありません。マニュアルの持つ意味などを定期的に従業員に教育し、従業員の衛生・品質管理に対する意識を常に高いレベルに保つことも重要でしょう。

# 品質管理が徹底されていなかったために起こった自主回収事例

(独)農林水産消費安全技術センター「食品の自主開示集事例調査」より抜粋

## ○印刷ミスによるアレルギー物質の表示欠落

### ■対象品目

調味料・スープ

### ■経緯、経過

問題生起：

フリー・ダイアルを新たにラベルに掲載するため、当該社はラベル製作会社に発注した。ラベル製作会社は、印刷会社にラベル製造を注文したところ、印刷会社は、ラベルの表示スペースが狭かったことから、アレルギー表示されている一行を削除してラベルを印刷した。

新しいラベルを貼付した製品を販売してきたが、アレルギー体質の子供を持つ消費者が日常から購入商品の表示を注視しており、今回、購入時に従来の表示と違って、アレルギー表示が欠落しており確認のために、電話連絡をしてきた。この問い合わせをもとに、再点検したところアレルギー表示が印刷されていなかったことが判明した。

経過：

- 5月15日 お客様から表示がおかしいとの指摘を受ける。
- 5月17日 管轄保健センターへ報告書を提出。
- 5月21日 社告を4紙に掲載。
- 5月28日 管轄農政事務所へ顛末書を提出。
- 7月5日 終了報告書を提出。

### ■事故等発生の変因

下請け印刷会社が、フリー・ダイアルをラベルに新たに記載するため、アレルギー表示の一行を削除して印刷した。このラベルについて、発注先のラベル製作会社及び当社により印刷チェックが不十分であった。

### ■自主回収後の改善点

これまで工場長のみが記録をとるだけであったが、各部門に担当責任者を決め、各担当責任者が作業ごとに記録を残すようにした。

例えば、ラベルであれば、ラベル納入時に、管理担当責任者が内容をチェックした後に倉庫に入庫し使用する時点で再度チェックを行った上で使用するようにした。

書くことによるチェックは効果的であると考えている。行うべき作業を確実に実行することができる。

## ○ペットボトルの飲料に酵母が混入

### ■対象品目

飲料等

### ■経緯、経過

問題生起：

当該製品は果汁10%入り飲料で、製造から約半年が経過した5月にお客様から味が変わり、ガス圧も高いとクレームがあったため、該当品を回収し検査した。しかし、酵母の混入は確認出来なかった。6月になり、味がおかしいという2件目のクレームがあり、この時も酵母は確認できなかったため、果汁由来の原因かと考えた。電子メールで3件目のクレームが入った。顕微鏡による検査を行い、当該社が他製品で使用しているビール酵母の混入を確認したため、自主回収に踏み切った。

経過：

- 5月9日 お客様から味が変わりガス圧も高いとのクレームあり（1件目）。顕微鏡検査で問題は見つからなかった。
- 6月7日 別のお客様から異臭はするとのクレームあり（2件目）。1件目と同一ロットの製品であった。
- 6月17日 電子メールにより味が変わるとクレームあり（3件目）
- 6月18日 該当の製品を回収してみると澱が発生しており、顕微鏡検査によりビール酵母が発見された。原因が判明し工場長が回収必要と判断し、社長が最終決定した。  
本社所在地管轄保健所に回収する旨を連絡。
- 6月20日 2紙に新聞社告を掲載。保健所への自主回収着手報告書を提出。
- 6月22日 商品の回収開始。以降、小口の返品が時々あった。
- 8月29日 回収終了と判断。
- 8月30日 保健所に終了報告書を提出。
- 9月10日 改善対策を完了

## ■事故等発生要因

PET ボトル製品の製造に関しては、休日前に製造ラインの殺菌を行うものの、残った微生物が繁殖し、結果的に休日明けには微生物混入が発生しやすい。また、PET ボトル製品は、ガラス瓶製品のように王冠で封をした後に製品全体の加熱殺菌を行うことができないという特性がある。そういう理由から休日明け直後の製造は行わないこととしている。しかし、今回は休日明けの工場操業開始が1月5日からとなり、数日間製造を止めていたことから欠品を生じる可能性があった。

そこで、休日前に熱湯による殺菌を行い、製造ラインに次亜塩素酸ナトリウム液を満注し、当日の熱湯による殺菌は行っていなかった。

製品の自社検査では通常時より微生物の混入が多かったが、再検査で問題がなかったため製造・出荷を行った。実際に事故品の発生が少量で済んだのは、出荷後澱の発生する前に消費されたためと考えられる。

なお、当該ビール酵母は純粋培養したものであり、製造ラインからの混入以外には考えられなかった。

## ■自主回収後の改善点

従来工場内の衛生管理には、チェックシートを作って点検を行っていたが、今回の事故を受けて全ての項目の見直しを行った。全体の部屋のクリーンブース陽圧化、エアシャワー、洗浄、カーテン交換、作業服の交換など不十分な点等を補完し、45項目について改善を行った。また設備等の改修を行い、経費は2500万円程度かかった。

この他、12月1日に全社員を対象に衛生管理講習会を実施し、衛生管理の重要性について再教育をする予定としている。

## 基本原則5 情報の収集・伝達・開示等の取組

※本基本原則は、食品製造小売事業者の方の基本原則4にあたります。

### <ポイント>

食品事業者は、組織的に消費者の意見や苦情を集め、対応する体制を作りましょう。また、消費者が必要とする情報を積極的に公開しましょう。

万が一の食品事故に備えて、食品事故対応マニュアルを作り、被害を最小限に留めるような仕組みを作りましょう。

### 【取組方針】

消費者などの信頼や満足感を確保するため、常に誠実で透明性の高い双方向のコミュニケーションを行います。また、そのために必要な情報の収集・管理を行います。

### 【具体的な取組事項の例】

- ・ お客様対応の責任者の設置
- ・ 良い情報も悪い情報も、経営者および責任者に速やかに報告
- ・ 食品事故対策の対応手順の策定

## 【解 説】

### 消費者の意見や苦情は重要な情報です。

「クレームは宝の山」とも言われるように、消費者からの意見や苦情には商品に対する改善提案がたくさん含まれています。消費者からの意見や苦情を誠実に受け止め、より良い商品を開発するための貴重なデータとして蓄積・分析し、商品や製造工程などの改善につなげることが重要です。そして消費者の意見や苦情をもとに商品を改善することで、消費者の信頼感や満足感を生むことができます。また、消費者から食品事故に関する情報がもたらされることもあります。これらの情報を適切に扱うことで、食品事故を未然に防止したり、万一が食品事故が発生した場合にも、早急に被害の拡大防止対策を実施することができます。なお、消費者の意見や苦情は、消費者が直接食品事業者伝えるケースばかりでなく、小売事業者などに訴えるケースもあります。取引先が入手した情報についても、適切に入手することが必要です。

お客様からの意見や苦情を効果的に収集するためには、お客様対応窓口や、お客様対応の責任者を設置して、情報を一元的に入手、管理することが必要です。そして、消費者から得た良い情報も悪い情報も、お客様対応窓口やお客様対応の責任者から、経営者や関係する部門の責任者に速やかに報告できる仕組みを作ることが大切です。

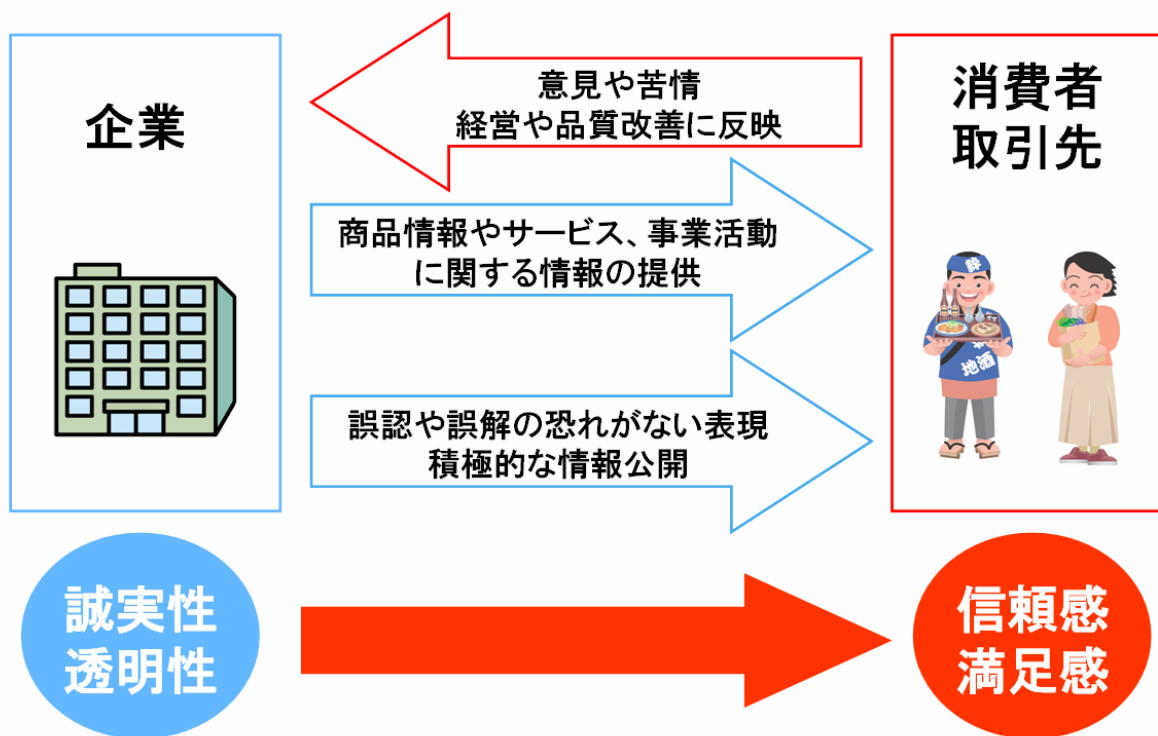


図14 企業と消費者・取引先間の情報の伝達

## 消費者が求める情報を提供しましょう。

商品に関する情報や、自社の衛生・品質管理に対する取組に関する情報など、消費者が求めている情報を積極的に発信する活動は、自社の消費者に対する透明性を高め、消費者の信頼を得ることにつながります。また、万が一の食品事故や、同業他社における食品事故発生の際には、消費者に正確な情報を伝えることにより、消費者から必要以上の不安を取り除くことが可能となり、その後の消費者の信頼獲得につながっていきます。このように、透明性のある情報の伝達や、消費者への企業の誠実な対応は、消費者の安心感にもつながっていくのです。

なお、消費者に情報を発信する際には、正確な情報を伝えることを心がけ、消費者が勘違いして事実を誤って理解しないように気をつけることが必要です。

消費者にとって必要な情報は、商品に関する情報や、企業のコンプライアンスや安全の実現に対する活動や取組の情報、食品事故情報などです。こうした情報は、消費者が商品を購入する際の参考となったり、食品事故の際には、事故の拡大防止に役立ちます。情報を提供するにあたっては、法令や社会的な規範にもとづいて、消費者が誤解をしないように、また、タイムリーに行わなければなりません。

## 万が一の事故に備えて、日頃から準備をしましょう。

また、食品事故が発生した場合の対応を定めた食品事故対応マニュアルなどを、平時にあらかじめ整備しておくことが必要です。万が一、食品事故が発生した場合には、短時間に多くの重要事項を判断する必要が生じます。また、想定外の事象が次々に発生して、その対応に追われるため、食品事故への必要な対応がうまく実行できなくなったり、抜け・漏れが発生するおそれがあります。食品事故対応マニュアルを整備し、食品事故対応に必要な社内基準や社内体制を整備する。そして、火災などからの避難訓練を実施するように食品事故への対応訓練を実施し、食品事故対応マニュアルの問題点を抽出し、改善しておくこと、また食品事故への対応手順を身につけておくことによって、食品事故発生時に速やかな行動をとることが可能となります。

食品事故対応マニュアルの構成は、それぞれの会社の規模や業態によって異なりますが、少なくとも、リコール（自主回収）や、生産・出荷停止の判断基準と、リコールや、生産・出荷停止の判断者を明確に規定しておく必要があるでしょう。

## おわりに

食品に関する事件、事故、不祥事が相次ぎ、食品業界を取り巻く状況は依然きびしい状態が続いています。まじめに食品事業に取り組んでいる皆様にとっては、一部の食品関連事業者が起こした不祥事等によって、食品業界全体の消費者からの信頼が低下している現状は、やりきれないものであると推察します。

この現状を打破し、消費者からの信頼を向上していくためには、いま一度自社のコンプライアンス実現に向けての取組や、衛生・品質管理体制などについて見直しを行い、その取組を消費者に開示していく必要があるのです。

食品業界の信頼性向上に近道はありません。食品事業者の皆様が、『食品業界の信頼性向上自主向上計画』策定の手引き～5つの基本原則～」をご覧になり、そのなかの具体的取組事項について、できるところから取り組まれていくこと、その取組の積み重ねが消費者に理解されることにより、消費者の食品業界に対する信頼が向上していくのではないのでしょうか。

本書がその一助となれば幸甚です。

東京海上日動リスクコンサルティング株式会社

< MEMO >

< MEMO >

< MEMO >

本書の商用目的での使用・無断転載を禁ずる

Copyright ©2008-2009 東京海上日動リスクコンサルティング株式会社 All rights reserved.