

加工食品卸売業の
「信頼性向上自主行動計画」
～5つの基本原則～
(改定版)



一般社団法人 日本加工食品卸協会

はじめに

食品業界では、相次いで食品の偽装表示や不正転売等消費者の信頼を揺るがすような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あってはならないことです。

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、向上させていく取り組みは、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、業界を挙げての積極的な取り組みは極めて重要です。

平成20年3月に、農林水産省「食品の信頼確保・向上対策推進本部」において食品事業者がコンプライアンス意識を高めるための道しるべとして「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「食品事業者の5つの基本原則」という。）が策定され、以降食品業界・食品事業者の信頼確保の取組についての指針としての役割を果たしてきました。

弊協会も、平成20年度事業として農林水産省の「食品事業者の5つの基本原則」を素案として『「加工食品卸売業の「信頼性向上自主行動計画」～5つの基本原則』をとりまとめ業界の共通のコンプライアンス認識としてきました。

このたび農林水産省より、昨今の食品に関する事件を踏まえて新たな課題と取組について追記・整理された「食品事業者の5つの基本原則」の改訂版が作成されました。

つきましては弊協会もこの改訂版を参考に、『加工食品卸売業の「信頼性向上自主行動計画」～5つの基本原則～』を見直し改訂版を策定いたしました。各会員卸売業の皆様におかれましては、社内の点検・検証を行い、不十分な取り組みがあれば、適宜、各基本原則にある「取組方針」を参考に「具体的な取組事項」を可能なところから実行していただきたいと思っております。

平成28年3月

一般社団法人 日本加工食品卸協会「信頼性向上自主行動計画」策定プロジェクト

菅原 則吉 (伊藤忠食品株式会社)

入江 幸徳 (加藤産業株式会社)

山本 栄二 (国分グループ本社株式会社)

新網 博信 (株式会社サンヨー堂)

阿久津 昭 (株式会社日本アクセス)

篠田 博 (三井食品株式会社)

松本 大介 (三菱食品株式会社)

一般社団法人日本加工食品卸協会事務局

「信頼性向上自主行動計画」

1. 基本骨子

一般社団法人 日本加工食品卸協会は、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、行政機関との連携等を行う役割を果たします。

2. 概 要

(1) 会員卸企業に対し「食品事業者の5つの基本原則」

1. 消費者基点の明確化
2. コンプライアンス意識の確立
3. 適切な衛生管理・品質管理の基本
4. 適切な衛生管理・品質管理の体制整備
5. 情報の収集・伝達・開示等の取り組み

の周知を図るとともに、基本原則に基づいて会員卸企業が消費者の信頼を確保・向上するために行う各種取り組みについて、相談対応します。

(2) 会員卸企業に対して、表示の適正化に向けて必要な支援を行います。

(3) 会員卸企業に対して、コンプライアンス体制の構築の必要性について継続して周知徹底を図ります。

(4) 消費者等に対して、業界としての取り組みや食品に関する正しい情報について協会のホームページなどを通して提供します。

(5) 業界として信頼性向上に向けた取り組みの中で明らかになってきた諸問題については、農林水産省等の行政機関と緊密な情報を共有し、連携しつつ、解決に向けて取り組みます。

基本原則 1

消費者基点の明確化

消費者に信頼していただき、安心して食品を買い続けていただくことが、企業が成長し、存続していくための必須条件です。なぜなら、信頼は日々の積み重ねであるため、一度消費者の信頼を失ってしまうと、信頼の回復は極めて困難で、企業が成長し、存続し続けることも難しくなるからです。

消費者の信頼を得るためには、常に消費者を基点（消費者の視点から考えること）として、商品の仕入、保管、配送について検証し、適切に対応して、消費者に安心を与え、信頼を確保することが大切です。

1. 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。

2. 具体的な取組事項

- 消費者を基点とした経営を行い、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明確にします。
- 食品流通の中間段階に位置する卸売業者としての役割を認識し、その為に必要な教育や研修を実施し、役員及び従業員一丸となって安全な食品を消費者に提供していきます。
- 消費者に食品を安心して買っていただくために、食品の安全に関する情報を提供していきます。
- 消費者に対して安全で信頼される食品を提供していくために、商品の仕入、保管、配送に至るプロセスにおいて、安全と品質を確保し続ける必要があることをしっかり社内に浸透させていきます。
- 5つの基本原則に基づいて、社内の取り組みの点検・検証を行い、継続的に改善していきます。

法令遵守や社会倫理に適合した行動を行っていくことが、事業活動を継続する大前提となります。なぜなら、法令を逸脱したり、社会倫理に反する行動を行うことは、企業が社会的存在として成り立たないからです。

また、社会環境の変化に適切に対応していくことも重要なことです。

法令遵守を含め、企業を取り巻く社会環境の変化を的確に把握し、消費者や取引先などに対し、社会的責任を果たしていくための組織体制の構築など取り組みを強化し、活動することが強く求められます。また、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体に対しては、一切の関係を遮断するとともに反社会的勢力からの不当な要求に対しては、毅然とした態度で対応することが肝要です。

1. 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、社会倫理に沿った健全な企業活動を進める上で必要な企業行動規範等の策定や社内体制を構築し、経営者及び管理者が率先して従業員（パート・アルバイト含む）への意識浸透、日常的な行動への定着を図って行きます。

2. 具体的な取組事項

- 法令遵守を含め、社会環境の変化に的確に対応していくために、コンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）に関する方針（企業行動規範）を策定します。
【補足資料】「1 コンプライアンスに関する方針（企業行動規範）の策定手順について」（13～14 ページ参照）
- 全ての役員や従業員（パート・アルバイト含む）がこのコンプライアンスに関する方針に従い行動できるように、経営者及び管理者が先頭に立って組織体制を整備します。
- コンプライアンスの周知徹底が経営者及び管理者自らの役割であることを認識し、あらゆる機会をとらえて強い意思を内外に表明していくことにより、関係者への理解促進を図ります。
- コンプライアンスに関する担当者（専任または兼任、企業規模等を踏まえ検討）を設置し、本担当者を中心にコンプライアンスの徹底について社内に浸透を図り、必要な教育

訓練や研修を行います。

- コンプライアンスに関する方針等自ら策定したルールを遵守します。
- 企業においてコンプライアンスの徹底が図られているかどうかを検証し、改善していくため、可能な限り定期的な監査を実施します。
- 常日頃から従業員が意見を表明しやすい環境作りに努めるとともに、内部通報体制を整備して、その周知徹底を行います。

【補足資料】 「2 内部通報体制の構築手順について」

(15～16 ページ参照)

食品の販売に携わるものにとって、安全な食品を販売することの大切さは誰もが十分に理解していることと思います。

不衛生な作業場で食品を取り扱っていると、食中毒の発生や異物混入の原因になるなど、消費者の期待にそぐわない食品を提供することになります。つまり、適切な衛生・品質管理を怠ると消費者・取引先の信用を無くすことにつながります。

安全で信頼される食品の提供は、消費者・取引先の信頼を育てる積極的な投資としてとらえ、それを続けられるように、衛生的な仕入、保管、配送の環境を整え、商品の仕入から、保管、配送に至るまでの全ての過程において、経験や勘による対応にとどまらない科学的な取り組みによって、衛生・品質管理を行っていくことが不可欠です。

また、食品への意図的な毒物等の異物混入に対する防御（食品防御）についても、意識を向上させ、事業者の状況に応じて対策をすすめることが重要です。

1. 取組方針

人の生命と健康の維持、楽しみに大きく関わる仕事に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。

2. 具体的な取組事項

- 商品を仕入れる際には、消費者の健康を第一に考え、原材料や表示内容が法令に適しているか、誤解を与えないか、その商品にあった包装形態かどうか等を仕入先からの情報に基づき確認します。
- 仕入先は、事前に調査を行って、信用のおけるところを選びます。
- 温度管理が必要な商品の保管を行う冷蔵庫・冷凍庫の温度等の設備の稼動状況を確認するために必要な記録を確実に言い、設備が適切に稼動しているかの確認を行います。
- 出荷にあたっては、商品に日付等の必要な情報が記載されており、また商品が衛生・品質上問題ない状態で保管されていたかを確認し、問題が明らかになった場合には出荷はしません。
- 出荷する際には、その配送方法や納入先での販売方法、正しく商品を取り扱ってもらえる納入先かどうかの確認もしっかりと行います。
- 作業場を常に清潔に保ち、また、機材や器具などの整理・整頓・清掃をしっかりと行い

ます。

- 商品の安全を脅かす危害要因の混入を防止するために、仕入、保管、配送に係る作業や施設の状況を勘案し、以下の取り組みを行います。
 - ・生物学的な危害要因（微生物の増殖など）：微生物の基礎的な知識を学び、商品を衛生的に取り扱います。
 - ・化学的な危害要因（作業場で使用する洗浄剤、殺虫剤などの製品への混入など）：有害化学物質の使用方法を定め、使用や保管時の取り扱いに十分注意を払います。
 - ・物理的な危害要因（金属やガラスのような異物の製品への混入など）：保管状況のチェックや目視などによる検査を行います。
- 上記のことを実行するためのルールやマニュアル等を作成し、その内容が着実に実施されるよう、必要な教育訓練や研修を行います。
- ルールやマニュアル等の内容が守れなかったり、形骸化したり、問題が発生した場合には、放置せず、見直しを行い改善します。

○食品防御は、悪意のある者から消費者やフードチェーンを守るだけでなく、善意の従業員等の関係者を守るものでもあるということを認識して、以下の対策を講じていきます。

ただし、具体的な対策は、それぞれの事業所の状況等によって異なるので、できるところ、対策効果の高いところから取り組むことが望まれます。

- ① 仮に何者かが意図的に毒物等の異物混入をしようと思った場合であっても、販売、物流管理の工夫や設備等により混入が実行し難い環境をつくること
- ② 日頃から社内での信頼関係や良好な人間関係を構築するなどにより、意図的な混入をしようと思わせない職場の風土をつくること

○なお、食品防御の対策によって従業員と管理者の良好な関係を損ねることのないよう、例えば、モニターカメラは、従業員の適正な行動を証明できるものであることなど、取組の目的と効果について従業員と認識を共有しながら行うことが重要です。

【補足資料】 「3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について」（17 ページ参照）

基本原則 4

適切な衛生管理・品質管理のための体制整備

消費者に安全で信頼される食品を提供するために、取り扱う食品の安全性に影響する課題、表示その他の伝達すべき食品情報や賞味期限（消費期限）の管理上の課題を特定した上で、適切なマニュアルや管理基準の制定、施設等の整備が必要です。

そのためにも、食品衛生法等の関係法令を正確に理解し、適切な衛生・品質管理体制を構築した上で、正しく対応できる人材を育成・確保する必要があります。また、可能な限り定期的な監査を実施して法令やマニュアル、基準等が守られているかどうかをチェックし、商品、施設等を点検することにより適切に体制が整備・機能しているかを検証することが必要です。そして、これらの仕組みを維持し、定着させる体制を構築する必要があります。

1. 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。

2. 具体的な取組事項

- 商品の仕入、保管、配送等の各種のプロセス毎に、衛生上の問題や異物混入等の可能性がないかどうかを調査、分析、評価し必要な対応を講じます。

「トレーサビリティ」は農産物や加工食品等の食品が、どこから来て、どこへ行ったか「移動を把握できる」ことをいいます。食品の生産、加工、流通等の各段階で、個々の生産者・事業所が、商品・原材料の入荷と出荷に関する記録等を作成・保存しておくことにより、結果として、食品の移動の経路を把握することが可能になり、食品事故等の問題があった際の迅速な回収、早期の原因究明等に役立ちます。

- 商品の販売先がわかるよう、それぞれの事業者が出荷データを管理する仕組みを整備します。また、緊急時に迅速な対応が出来るよう、日頃から流通業者とコミュニケーションをとることも大切です。

- 回収の場合も想定し、回収の範囲をどのように決定するか、どのように回収するかを

あらかじめ考えてトレーサビリティの点検を行うことも必要です。

- 商品を開発する際には、科学的・合理的な根拠に基づいて賞味期限（消費期限）を設定するなど食品の安全性を確認する手法を整備します。
- 衛生・品質を全般的に統括し、出荷の継続・停止を判断できる能力と権限を有する独立した品質保証部門（担当者）を設置し、品質管理水準の向上を目指します。
- 教育訓練や研修により、品質保証部門や仕入、保管、配送に至る作業に関わる従業員の能力向上を目指します。
- 法令・社内基準が遵守されているか、施設・設備が適切に維持されているか、品質管理や表示、情報提供の手順・記録が適切か等を確認するため、可能な限り自社の品質保証部門や仕入、保管、配送に至る作業に関わる監査を実施します。
- 加工品を含めた食品の細菌検査、衛生管理が適切に行われているかを検証するための手段を、品質保証部門の強化などにより整備します。
- 商品の賞味期限（消費期限）の遵守のために、賞味期限（消費期限）別在庫管理を行い、より正確な先入先出しを実施します。
- 経営者は、適切な衛生・品質管理の体制の整備、検証、継続的な改善について、責任を持って必要なマネジメントを行うことを社内に宣言します。

消費者や取引先などから入手する情報の中には、企業にとって有益な情報があります。また、企業が行う商品の表示や発行する宣伝物は、消費者や取引先への必要な情報の発信です。そうしたことへの認識を高め、常日頃から情報の双方向のコミュニケーションを行うことが必要です。

特に消費者の苦情や提言など経営やリスクに関する情報は、企業としての対応を速やかにかつ適切に判断できるよう、経営者や管理者に報告がなされることが重要です。また、その内容を検討し、経営や品質改善等に生かすことが出来るよう、必要な体制を構築することが大切です。特に、ソーシャルメディアなどの発達により、情報の伝達や拡散が格段に早くなっています。こうしたメディアには、特定の商品の安全や品質に関する指摘も含め様々な意見が発信されますが、ケースに応じて適切な初動対応を行い、お客様に適切に情報を提供することが求められます。

1. 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。

2. 具体的な取組事項

- 消費者の立場を最優先して行動することを周知徹底します。
- 消費者や取引先などの声に誠実に耳を傾け、その意見や不満を把握し、的確なコミュニケーションを行っていきます。また、商品情報やサービス、企業活動など、消費者や取引先が必要とする情報を正確でわかりやすく提供していきます。
- 常に最新の情報を把握・提供するため、行政機関・食品業界各社・他の業界との連携方法の構築を目指します。
- 個人情報の取得と管理を適正に行います。特に情報システムからの漏えい等を防止するための適切な対策をとります。
- 商品の表示、広報・宣伝活動など情報伝達にあたっては、関連法令や社会通念を遵守し、誤認や誤解のおそれがない表現を行い、消費者や取引先に迅速で正確な情報を伝達するため、さまざまな媒体を活用し、積極的な情報公開を行います。

○食品を提供する企業として最も深刻な問題は、健康被害につながる食品を市場に供給してしまうことです。このため、人の健康を損なうおそれがあるかどうかの判断をするための基本的な知識を習得する体制を整備します。

○収集した情報から人の健康を損なうおそれがあるかどうかを確認して食品事故に該当するか判断します。

【補足資料】「4 食品表示を始めとする情報の開示の取り組みについて」

(18 ページ参照)

【食品事故対応】

○正しい情報をもとにした事実確認を行います。

○食品事故が発生した場合は、直ちに製品回収の是非や回収範囲の判断・決定を行い、消費者が受ける被害を最小限にとどめます。

○所轄の保健所等の行政への対応

事故の発生を確認した時点で、できるだけ速やかにその情報を保健所に届け出ます。また、製品回収を実施すると判断した場合も、その旨を保健所だけでなく、回収実施の報告を求めている自治体を含む関係行政機関にも連絡します。なお、毒物混入等を把握した場合は、警察にも届けます。

○関係者に連絡をとり、連携して適切な対応を実施します。

○製品回収の基本的な考え方

①製品回収は、「健康被害の程度」と「事故拡大の可能性」の視点から判断され、健康被害の程度が大きく、かつ、事故拡大の可能性が大きいほど、広く告知をする必要性が高くなります。行政機関からの回収命令等が出された場合を除き、それぞれの事案に応じて、企業の経営者が自己責任において適切な方法で決定します。検討の際に必要に応じ、関係行政機関に相談します。

②回収を検討する必要が生じた場合、どのような方法や範囲を選択するか、健康への影響、食品の販売形態、流通状況等を勘案し、事案ごとに判断します。

③委託を受けて製造するプライベートブランド（PB）製品の製品回収要件については、製造者であるメーカーと販売者であるプライベートブランドオーナーで事前に協議し、緊急時に円滑な対応ができるよう体制を整備します。

④人の健康を損なうおそれがなく、法令違反でもないものについては、基本的に回収の必要はありません。ただし、企業の経営判断で回収を行う場合には、必要以上の製品回収の実施が食品ロスが発生させることを認識し、事案ごとに検討し、対応を決定します。

○ 対応窓口を設け、消費者や取引先など外部からの声を、プラス・マイナスの内容に関わらず、これら情報を早期に取り込み、経営者等の社内関係者にタイムリーに伝え、食品

事故の防止等に反映させます。

個人情報につきましては、個人情報保護責任者と連携し、厳重な管理のもとに取り扱うことを周知徹底します。

- 万一、食品事故が発生した場合には、消費者に対応する危害を最小限に留めることを最優先事項とすることを周知徹底し、必要に応じ利害関係者、行政等と連携をとり、事実確認と原因究明、再発防止対策を行う等適切な対応を実施します。また、その被害の拡大防止のため、事故の内容、規模、拡大の可能性等消費者の健康と安全・信頼を確保する観点から判断し、消費者や取引先、マスコミに対する告知や回収など迅速に必要な措置をとります。

この措置が迅速かつ適切に行われるよう、平時より、事故対応マニュアルを整備するほか、必要な基準や体制を整備します。

【補足資料】 「5 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について」

(19 ページ参照)

【補足資料】 「6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について」

(20～21 ページ参照)

【補足資料】

～目次～

- 補足資料 1 コンプライアンスに関する方針（企業行動規範）の策定手順について
- 補足資料 2 内部通報体制の構築手順について
- 補足資料 3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について
- 補足資料 4 食品表示を始めとする情報の開示の取組について
- 補足資料 5 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について
- 補足資料 6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について

補足資料 1 コンプライアンスに関する方針（企業行動規範）の策定手順について

（ステップ1）（企業理念・経営理念の明確化・文書化）

まず、企業が何を目指して事業活動をしているのか、将来どのような会社になりたいのかということを確認し、文書化します。

企業理念・経営理念が制定されているなら、それをベースに明確化します。

（ステップ2）（コンプライアンス方針の宣言）

（ステップ1）をベースに、コンプライアンスに関する方針を明確にし、これを経営者が全従業員に対して宣言します。宣言文は印刷し、事務所の入口など誰もがすぐに目に見える場所に掲示します。

（ステップ3）（コンプライアンス担当者の設置）

コンプライアンスに関する担当者（専任または兼任、企業規模等を踏まえ検討）を設けます。

（ステップ4）（リスクの把握と具体的対応策の文書化）

（ステップ1）、（ステップ2）をもとに、社内各職場の代表者（できれば若手、中堅）を集め、経営者が動機付けをした上で会社が内包するリスクを洗い出して重要性を検討し、そのリスクに対する会社としての具体的対応策を決定して文書化します。

（ステップ5）（企業行動規範の制定）

（ステップ1）、（ステップ2）、（ステップ4）を経営陣や各職場で議論し、その結果をまとめることにより、企業独自の行動規範を完成させます。

※ 役員、従業員全員に当事者意識を持ってもらうことが大切です。

(ステップ6) (企業行動規範の社内浸透)

(ステップ5)の行動規範を印刷し配布するなど、従業員に共有させるとともに計画的に社内に浸透させます。また、経営者及び管理者は機会があるごとに、従業員に企業が目指す姿やコンプライアンスについて説明し伝え続けることが重要です。

(ステップ7) (企業行動規範研修活動の実施)

コンプライアンスに関する担当者は、コンプライアンスを軸とした従業員同士のコミュニケーションの場(研修等)を計画的に設定します。経営者及び管理者は、これをしっかりと支援します。

<留意事項>

- コンプライアンスの取り組みを表面的な形だけのものにしてしまうと、リスクの把握が遅れ、かえってリスクを高める可能性があるということを肝に銘じてください。
- 最近、言行が一致する「誠実さ」が不足する事例が多く見られます。たとえば、食品の場合、表示と中身が一致していなければ、その製品の「誠実さ」を問われるのみならず重大な法令違反となります。
- 「法令遵守」は、単に食品関連の法令だけを遵守することを意味するものではなく、労働関連、情報関連の法令など他法令の遵守も含まれます。
- “昔からやっている”、“他社もやっている”、“やらなければ利益が出ない”、“コンプライアンスか会社の存続か・・・”という議論には、経営者が毅然とした態度を示さなければなりません。
- 取引先などから、取引の開始や継続と引き換えに、不正の強要、示唆、あるいは論外な要求(産地や種類、日付の限定など元来物理的あるいは価格的に無理な要求、人的応援、書類の改ざん等)を受けた場合は、直ちに所轄行政機関、所属団体や弁護士等に相談し、毅然とした対応をとる勇気を持ちましょう。
- 反社会的勢力との関係は一切遮断し、いかなる要求にも屈しないよう毅然とした態度で臨むことが肝要です。
- コンプライアンスの取り組みにあたり、それ以前の状態を確認する総点検活動や、従業員自ら問題行為を会社に届け出る機会を設けることも、その後のコンプライアンス活動を有効にする手段です。

補足資料 2 内部通報体制の構築手順について

企業が消費者や取引先など社会（ステークホルダー）の信頼を得て、発展していくためには、企業で生じた諸問題やコンプライアンスに関する方針に反した問題をまず社内でキヤッチし、適切に調査・是正し、消費者の安全を第一に考え、ステークホルダーに適正な情報開示を行った上で再発防止に努めなければなりません。

そのために、問題・疑問があれば、従業員や関係者から積極的に質問や相談、指摘が行われる風通しのよい職場づくりが重要です。また、それを有効に活用する内部通報や相談の仕組みが必要です。

（ステップ1）（通報・相談窓口の開設）

コンプライアンス担当者、または経営者や管理者自らが担当者となって、通報・相談窓口を開設します。開設に当たっては、通報者・相談者に関する匿名性を確保すること（秘密を保持すること）と不利益な扱いをしないことを明確に示してください。

（ステップ2）（通報・相談方法の確立）

窓口は、電話（フリーダイヤル）、ファックス、メール、手紙、目安箱の設置等、複数の手段から通報者・相談者が選択できるように工夫しましょう。（通報・相談内容が直属の上司に筒抜けになると思うと誰も利用しません。適切な対処の実績を地道に積み重ねることが重要です。）

弁護士事務所や、専門会社など外部窓口を社内窓口併せて設置することも有効です。

（ステップ3）（通報者・相談者への対応）

通報・相談を受け付けた場合、まずは担当者が本人から直接話を聞き、通報者・相談者の目線でその問題を考えてみるのが重要です。事実調査、認定、評価をする前に、通報者・相談者の話をなかったことにしたり、我慢を強いたり、黙るよう圧力をかけることを決して行ってはなりません。

（ステップ4）（危機管理の事前準備）

通報・相談内容が重要であったり、リスクが高い場合には、特に迅速な事実調査、対策を行う必要があります。そのために、事前に危機管理体制を整備しておくことが重要です。

<留意事項>

- 従業員の目から見て、利用しにくい窓口は、外部への告発など逆にリスクを高めること

があります。

○ 公益通報者保護法や個人情報保護法などについても、十分理解するように心がけてください。

(参考) 農林水産省で社、食品の偽装表示や不審な食品表示に関する情報などを受けするためのホットラインを設置しています。

・ 「食品表示 110 番について」 (農林水産省ホームページを参照)

<http://www.maff.go.jp/j/jas/kansi/110ban.html>

補足資料3 衛生管理・品質管理に必要な基本項目（例）について

（ステップ1）（仕入段階）

法令に沿った規格書（規格、品質、賞味期限、消費期限、表示、保存方法等）の入手と確認、入荷検品、異常の場合の措置、適切な表示と情報管理、入荷記録の作成

（ステップ2）（保管段階）

保管場所の設置、保管方法の設定、作業手順書の作成、保管記録の作成、良品と不良品との分けと措置、衛生的な取り扱い、清掃・洗浄・消毒、適切な温度管理及び在庫管理

（ステップ3）（配送段階）

作業手順書の作成、出荷検品、輸送方法（輸送手段、温度、湿度、日時）の確認、出荷許容、賞味期限、消費期限、汚損、破損のチェックと確認

（ステップ4）（施設について）

清潔な環境（床、壁、天井、窓、ロッカー、トイレ、食堂、照明、換気等）、防虫・防そ、水の管理（給水、排水）

（ステップ5）（設備について）

清掃・洗浄・消毒、定期的な保守点検

（ステップ6）（管理方法）

仕入マニュアル、保管マニュアル、配送マニュアル、社内規則の作成、各種記録の作成と保管、従業員教育、人材育成、従業員の健康管理（日々の健康状態、定期的な健康診断）、清潔な服装、清掃・整理・整頓、防虫・防そ対策、廃棄物の処理、仕入先のチェック、日付管理等担当者の設置及び権限付与、企業内部の上下及び横のコミュニケーション（報告・連絡・相談）の確立

補足資料 4 食品表示を始めとする情報の開示の取組について

食品表示を始めとする情報の開示の取組みにあたっては、次のような考え方が必要です。

- (1) 商品に関する正しい情報を、消費者や取引先に正確に伝えるために、「偽り」や「隠し事」のない正しい表示、情報提供を行います。
正しい表示は信頼の醸成の第一歩であり、誤解の生じない表示であることを基本にします。
- (2) 商品に関する情報を取引先に伝える手段としては、容器包装への印刷、納品書への記載等があり、消費者に対しては容器包装への印刷のほか、ホームページへの掲載、新聞や雑誌などへの掲載など多くの媒体があります。
これらの媒体を活用し、適正な情報の開示に努めます。
- (3) 表示等による情報開示にあたっては、食品表示法、米トレーサビリティ法（米穀等の取引等に係る情報の管理及び伝達に関する特別措置法）、景表法（不当景品類及び不当表示防止法）などの関係法令を遵守し、適切に行います。
商品への表示としては、誤解を与えず、消費者に必要とする情報を正確に伝えるために、関係者と協力して科学的な根拠に基づく表示の実施に努めます。
- (4) 新たな商品の販売や容器包装の変更などで、新たに表示を行う場合や表示が変わる場合には、自社内での十分な検討に加え、仕入先への照会、必要に応じて分析機関への科学的な分析依頼などにより、表示に必要な事項の正確な把握に努めるとともに、さらに、第三者による表示事項の確認を実施するなどにより、誤った表示をしないように努めます。
- (5) 消費者や取引先からの表示に関する問い合わせに対しては、誠実に対応するとともに、問題が発生した場合には、経営者の率先した取組みにより、適切な情報開示と速やかな対策を実施します。

補足資料5 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について

これまで社会的に大きな問題となった事案の中には、問題となった事案の内容だけでなく、記者会見における適切でない対応が主な原因となり、その企業の社会的信用を失墜させ、事故だけでなく「事件」に変えてしまったケースもあります。報道機関への対応に当たっては、以下の点に留意する必要があります。

- (1) 一貫性ある説明をするため、広報窓口を責任ある立場の者に一本化
- (2) 発生した事故の情報を整理し、正確な情報を公表。その際、専門用語についての解説や想定される質問への準備を行う
- (3) 報道発表資料だけでは正確な内容が伝えきれない可能性がある場合には、タイミングを逸せず記者会見を実施
- (4) メディアの向こう側に多数の消費者がいることを常に考慮し、消費者視点による真摯な姿勢で対応
- (5) ソーシャルメディアで話題になった事案が報道で取り上げられる場合もあるので、出来る範囲でソーシャルメディアにおける自社製品の動向を把握

補足資料6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について

取り扱っている食品の特性を踏まえ、想定される食品事故を洗い出し、起こりやすく、被害が大きい食品事故等を対象にマニュアルを作成していくことになります。

(1) 本マニュアルの目的

事故の拡大と事故発生時の混乱を最小限に抑えることなどを記載

(2) 食品事故の定義

微生物の混入の場合、化学物質の混入の場合、異物の混入の場合、表示の誤記等に区分して記載

(3) 基本方針

人の健康を損なうおそれがあるため、事故発生時には直ちに回収の要否、範囲の判断を行うとともに、速やかに対応し、消費者に対する危害を最小限に留めることなどを記載

(4) 食品事故対応チームと関係部署の責務

通常の組織体制による対応と重大事故の場合の臨時的な組織体制による対応などを記載

(5) 食品事故対応の手順

仕入先からの情報に基づき、事実確認、原因究明、被害想定、製品回収の判断と回収計画、仕入先及び行政機関との連絡・協議、広報・消費者への対応、回収等の手順などを記載

(6) 類似食品事故情報等の収集

出来る限り事故が発生するリスクを低減するために行う類似食品事故情報等の収集及び活用などを記載

(7) 従業員への情報伝達

直接関わる従業員以外の者に対しても、事故に関わる確認事実や対応方針・進め方を周知することなどを記載

(8) 教育・訓練

事故発生時に迅速に対応できるように従業員の教育・訓練などを記載

(9) その他

実態に合わせて適時適切に本マニュアルの見直しを行うことなどを記載

(参考) 重大事故の場合の対応の手順

(1) 重大事故であるかどうかの判断基準の設定

(2) 重大事故に発展するおそれがあると判断された場合の対応事項

- ① 経営判断を行える責任者をトップに、危機管理体制の整備、事故情報の一元化
- ② 健康被害の有無、拡大・反復発生の可能性等の事実の正確な把握と原因究明の徹底
- ③ 事故の態様に応じた操業（出荷・販売）停止、製品回収等の対応策の検討（回収を行う場合の対象範囲、方法等の手順）
- ④ 保健所等行政機関との連絡・協議
- ⑤ 記者会見、社告、HP掲載などによる報道機関、消費者への対応

* 食品のリコール社告の記載例については、農林水産省ホームページの「食品のリコール社告」を参考にしてください

http://www.maff.go.jp/j/syouan/hyoji/recall_syakoku.html

- ⑥ 謝罪を含む被害者への対応
- ⑦ 再発防止策の検討及び実行

食品の安全性に関するURLは以下を参照して下さい

- ・ ビジュアル版「食品の安全性に関する用語集（平成25年7月版）」（PDF版）
「食品の安全性に関する用語集（第5版）」

食品安全委員会ホームページ : <http://www.fsc.go.jp/yougoshu.html>

- ・ 「食品関係用語集」

厚生労働省ホームページ :

<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anken/glossary.html>