

【別添2】

「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～

平成20年3月

農林水産省

# 目 次

はじめに

## 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・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

## II 食品事業者の5つの基本原則

1 食品製造事業者・食品輸入事業者・・・・ 5

2 食品製造小売事業者・・・・・・・・・・・・ 25

3 外食事業者・・・・・・・・・・・・・・ 31

4 中食事業者・・・・・・・・・・・・・・ 49

5 生鮮食品卸売事業者・・・・・・・・・・・・ 69

6 食品小売事業者・・・・・・・・・・・・・・ 88

(利用にあたって)

- 1 食品事業者においては、該当する業種のページを参照して下さい。  
なお、複数の業種に該当する場合には、それぞれの内容を見比べて、  
事項毎に最も適当な部分を活用して下さい。
- 2 既に取組を進めている食品事業者団体及び食品事業者において  
は、点検・検証に活用して下さい。

## はじめに

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に鑑みれば、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。

各食品事業者団体におかれては、本手引きを踏まえて、会員・組合員の食品事業者とともに、当該食品業界として「信頼性向上自主行動計画」を策定して総会・理事会において決定をされ、会員等企業にその内容を周知しながら取組の推進に移していただきたいと思っております。

また、食品業界のほとんどを占める中小食品事業者からは、ノウハウや人材の面で実際の対応が良く分からないとの声があります。

このため、併せて、食品事業者における取組方針と具体的な行動を添付しましたので、参考として取組を進めていただきたいと思っております。

農林水産省としては、今後、食品業界にこの取組を働きかけていく予定ですが、昨今の輸入食品の事案を踏まえて、内閣府国民生活局、厚生労働省等と十分連携し、食品業界の衛生管理・品質管理の改善、強化を指導していく考えです。また、本手引きは、今後の情勢を踏まえて追加、修正していききたいと思います。

なお、本手引きは、食料・農業・農村政策審議会食品産業部会の議論を踏まえ、また、現場に精通した有識者の御協力をいただきながら、業種・業態ごとに書き分けるとともに、実際に使用する皆さんの目線で記載しました。

本手引きにより、食品業界の消費者の信頼を確実にするための自律的な取組が加速され、一刻も早く今よりも消費者が安心して食品を選択できる機会を増加させたいと考えています。

平成20年3月

農林水産省食品の信頼確保・向上対策推進本部長  
農林水産副大臣

岩 永 浩 美

# 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

食品事業者団体は、次に掲げる対応を「信頼性向上自主行動計画」として策定して、総会・理事会において決定し、会員等企業にその内容を周知しながら、取組を推進することが望まれます。

なお、本案はモデルとして策定しましたので、業界の実態を踏まえた実効性のあるものとするため、内容を必要に応じて、適宜、加筆・削除など見直されるようお願いいたします。

## 〇〇団体信頼性向上自主行動計画

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になるよう、次のとお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。

会員等企業に対して、「食品事業者の5つの基本原則」の周知を図るとともに、本基本原則に基づいて会員等企業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、相談対応します。

注：相談対応の内容としては、例えば、食品表示や提供メニューの表示に関する対応の相談や食品事故が発生した場合の対応のアドバイスなど。

消費期限や賞味期限等の表示のガイドラインを策定するほか、専門家によるセミナー等を開催することなどにより、会員等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。

注1：外食事業者団体、生鮮食品卸売事業者団体など消費期限や賞味期限等の表示のガイドラインの策定などが馴染まない食品事業者団体は修正。

注2：既に、業界団体としてガイドラインを定めている場合には、本ガイドラインの見直しや一層の周知徹底を図る旨記載。

総会や理事会等の際に、セミナー等を開催することなどにより、会員等企業に対して、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。

消費者等に対して、業界としての取組や食品に関する適切な情報等について、団体のホームページなどを通じて提供します。

注：媒体としては、ホームページの他、広報誌、新聞や雑誌、店頭広告・POP（ポップ）など。

業界としての信頼性向上に向けた取組の中で明らかになってきた諸課題については、農林水産省等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みます。

## Ⅱ 食品事業者の5つの基本原則

# 1 食品製造事業者・食品輸入事業者

食品製造事業者及び食品輸入事業者（以下、単に「食品製造事業者」と表記します。）が消費者の信頼を確保し、そして向上させていくには、消費者基点を根本に位置付けるとともに、経営者から全従業員に至るまでコンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）の意識を強く持つこと、また、食品を取り扱うという特徴から特に衛生管理・品質管理に万全の注意を払うこと、さらに常日頃から消費者とのコミュニケーションを持つことが大切ですが、加えて食に携わる企業が一丸となって、取組方針を掲げ、自らが行うべきことを内外に宣言し、さらに取組方針を具体化し、実行することが求められます。

このため、次に掲げる対応をまとめましたので、各食品製造事業者においては、食に携わる企業としての責任を認識し、規模の大小に関わらず一人一人の責任として消費者の信頼を確保するために行動して下さい。

基本原則は重要事項毎に分け、基本原則の趣旨、内外に示す取組方針と、実施すべき具体的な行動を記載してありますので、各食品製造事業者は適宜参考にして可能なことから実施されるようお願いいたします。

## 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。
- 産地から食卓まで続くフードチェーン（食品の一連の流れ）の一翼を担っているという自覚を持って、役員及び従業員一丸となって行動していきます。
- 消費者に食品を安心して買っていただくために、消費者が必要とする各種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、開発・企画から販売に至るまでの全てのプロセスにおいて、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、社内の取組の点検・検証を行い、必要に応じて改めていくことで、レベルアップを図ります。

## 基本原則 2 コンプライアンス意識の確立

法令遵守や社会環境の変化に適切に対応していくことが事業活動を行っていく上で大前提となります。なぜなら、法令を逸脱したり、社会環境の変化に対応できなかったりすることは、企業が社会的存在として成り立たないからです。

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組を強化し、活動することが強く求められます。

### 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、社会倫理に沿った企業活動を進めていきます。

### 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」（15 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、経営者及び責任ある担当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責任ある担当者自らの役割であることを認識し、経営者及び責任ある担当者自らが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内部監査や外部監査（第三者による監査）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」（17 ページ参照）

## 基本原則 3 適切な衛生管理・品質管理の基本

不衛生な作業場で食品を製造し販売すると、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の信用を無くすことにつながります。

消費者への安全で信頼される食品の提供は、自社のファン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、衛生的な製造・流通・販売環境を整え、商品の開発から、製造、流通、販売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組によって、衛生・品質管理を行っていくことが不可欠です。

このことは、国内での製造、海外からの輸入にかかわらず大事なことです。

### 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

- 商品を開発する際には、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確認します。
- 加工品を含めた原材料の取引先は、事前に調査を行って、信用のおけるところを選びます。また、原材料を受け入れ、使用する際には、その原材料の安全性をチェックするとともに、記録や保管する方法も考えて適切に取り扱います。加工品を含めた原材料の取引先からは、規格書、検査書や証明書を受け取り、食品衛生法等の関係法令や自社の規格に沿ったものか、検査や書類で確認を行います。
- 製造にあたっては、作業手順書の策定や品質基準の設定を行い、それに沿って製造します。また、製造設備の適切な洗浄・殺菌、点検を行うとともに、

作業者の服装や健康に十分注意を払います。

- 冷蔵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  
行い、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、表示が適切かどうかのチェックを行い、また、完成  
品が衛生・品質上問題ない状態であるかの検査を行い、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、その輸送方法や販売方法、正しく商品を取り扱って  
もらえる販売先かどうかの確認もしっかりと行います。また、出荷後にも、  
調査を可能とするために、商品サンプルの保存を行います。
- 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。
- 食品の安全を脅かす危害要因の混入を防止するために、以下の取組を行  
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、食品を衛生的に取り扱います。
  - ・化学的な危害要因（原材料に含まれる農薬、カビ毒などの天然毒素、重  
金属などや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）：  
原材料や製造工程のチェックや金属検出機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、H A C C P  
(危害分析重要管理点)手法を導入するなどの取組を進めます。

【補足資料】「3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について」（19 ページ参照）
- 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。
- 海外において製造を行う場合（海外の企業との契約により製造委託を行  
う場合を含む）には、上記の取組を行う中で、特に原材料の安全性の  
チェック、製造にあたっての作業手順書の策定や品質基準の設定、  
完成品が衛生上問題ない状態であるかの検査などの取組を行います。

## 基本原則 4 適切な衛生管理・品質管理のための体制整備

消費者に安全で信頼される食品を提供するために、製造する食品の安全性に影響する課題を特定した上で、適切なマニュアルや管理基準の整備、施設等の整備等が必要です。

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、適切に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内部監査や外部監査（第三者による監査）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、原材料、食品、作業工程、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、課題を設計や製造段階等にフィードバックさせる体制を構築する必要があります。

このことは、国内での製造、海外からの輸入にかかわらず大事なことです。

### 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

- 加工品を含めた原材料の納入、製造、保管、流通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。
- 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、品質保証部門や食品製造に携わる製造ラインなどの従業員の能力を向上します。

- 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製造ラインなどの従業員による内部監査や外部監査（第三者による監査）を実施します。製造委託を行う場合も、同様に行います。

【補足資料】「4 監査におけるチェック項目（例）について」（20 ページ参照）

- 加工品を含めた原材料・食品の細菌検査、工程拭き取り検査等、製造管理や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、可能な限り品質保証部門の強化などにより整備します。
- 加工品を含めた原材料や食品の管理及びトレーサビリティ確保のために、原材料の由来や履歴、製造工程における管理データ、食品の検査データ、仕入・売上傳票、商品に添付する表示ラベル等を管理するシステム及びクロスチェックする仕組みを整備します。
- 経営者は、適切な衛生管理・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適切な方法で社内  
に宣言します。
- 海外において製造を行う場合（海外の企業との契約により製造委託を行う場合を含む）には、上記の取組を行う中で、特に従業員の能力の向上、監査の実施、品質保証部門の強化などの取組を行います。

## 基本原則 5 情報の収集・伝達・開示等の取組

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、企業が行う製品の表示や発行する宣伝物は、消費者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、企業として速やかに判断できるよう、経営者や責任ある担当者に報告がなされるとともに、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。

### 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。
- 表示、広報・宣伝活動は、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、幅広い消費者がその情報を知ることができるように、さまざまな媒体を活用し、積極的な情報公開を行います。  
【補足資料】「5 食品表示を始めとする情報の開示の取組について」（22 ページ参照）
- 一本化された消費者対応窓口を設け、消費者の声をプラス、マイナスの内容に関わらず、経営者等の社内関係者にタイムリーに伝え、食品事故の防止や食品の企画、製造プロセス等の改善に反映させます。
- 万一、食品事故が発生した場合には、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】「6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について」（23 ページ参照）

## 【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、10年、20年後に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確認し、これを全従業員に対して経営者が宣言します。

宣言文は印刷し、工場入り口や事務所など誰もがすぐに目にでき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、社内各職種の代表者（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（初期版）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（初期版）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の行動規範を計画的に社内に浸透させます。また、経営者及び責任ある担当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ます。経営者の熱い思いを伝え続けることが最も重要です。

(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。経営者及び責任ある担当者は、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組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、その表示と中身が一致していなければ、その製品の「誠実さ」を問われることとなります。
- 「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。
- メーカーなど販売先または販売見込み先から、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、書類の改ざんなど）を受けた場合は、直ちに所轄行政機関、所属団体や弁護士などに相談し、毅然とした対応をとる勇気を持ちましょう。
- コンプライアンスに取り組むにあたり、それ以前の状態を確認する総点検活動や、処分を軽減することを条件に、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。

## 2 内部通報体制の構築手順について

企業が消費者や社会の信頼を得て、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ャッチし、適切に調査・是正し、消費者の安全を第一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) (相談窓口の開設)

コンプライアンス担当者、または経営者や責任ある担当者自らが担当者となって、相談窓口を開設します。開設に当たっては、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) (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、複数の手段から相談者が選択できるように工夫しましょう。（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に併せて設置することも有効です。

### (ステップ3) (相談者との相談)

通報を受け付けた場合、まずは担当者が本人から直接話を聞き、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、相談者の話をなかったこととしたり、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)

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>

- 従業員の間から見ると、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。
- 公益通報者保護法についても、十分理解するように心がけてください。

### 3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について

#### (1) 計画段階

法令に沿った企画（消費期限、賞味期限、表示方法、保存方法等）、適切な生産・販売計画の策定

#### (2) 原材料の取扱い

規格書の入手と確認、受入れ検査（規格、品質の確認）、受入れ記録の作成、異常の場合の措置、衛生的な取扱い、運搬、保管方法の設定、保管場所の設置

#### (3) 製造段階

作業手順書の作成、製造記録の作成、良品と不良品との区分けと措置、衛生的な取扱い、製品にあった包装形態、適切な表示、清掃・洗浄・殺菌、定期的な製品検査、始業前・始業後の製造設備点検、保管方法の設定、保管場所の設置、在庫管理

#### (4) 出荷段階

出荷検査（品質、表示、包装状態）、輸送方法（輸送手段、温度、湿度、日時）

#### (5) 施設について

清潔区域と一般区域との区分け、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）

#### (6) 設備について

清掃・洗浄・殺菌、定期的な保守点検

#### (7) 管理方法

衛生管理マニュアル・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（技術の伝承、後継者育成、各種法令の熟知）、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（スケジュール、方法）・整理・整頓、防虫・防そ対策、廃棄物の処理、内部での点検・監査、外部からのチェック（お客様、流通、監査機関、保健所の積極的な受入れ）、原材料購入先のチェック、品質管理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

## 4 監査におけるチェック項目（例）について

### （1）原材料段階

- ① 原材料の規格書、検査書や証明書はあるか。
- ② 受入れ検査を行っているか。
- ③ 適切な条件で保管されているか、保管記録はあるか。
- ④ 先入れ先出しが行われているか。

### （2）製造段階

- ① 配合表があり、作業手順が従業員に理解されているか。
- ② 原材料の賞味期限、消費期限を確認、記録して使用しているか。
- ③ 原材料の計量は正しく行われているか。
- ④ 使用器具、機械の洗浄、殺菌マニュアルがあり、実施されているか。
- ⑤ 金属検出機やウエイトチェッカー、殺菌機等の品質保証設備が正しく機能しているか。
- ⑥ 品質基準が決められ、従業員に理解されているか。

### （3）包装・出荷・流通段階

- ① 賞味期限、消費期限等の表示をクロスチェックして確認しているか。
- ② 製品検査の頻度を定めて、実施しているか。
- ③ 良品と不良品が正しく区分けされているか。
- ④ 輸送方法などを確認しているか。

### （4）管理体制

- ① 品質保証部門（担当者）や検査部門があり、必要な検査を行っているか。
- ② 製品の出荷判定を行う責任者はいるか。
- ③ 不良品が発生した場合の対応、原因究明、再発防止策をたてる部署、仕組みはあるか。
- ④ 賞味期限、消費期限等の表示の設定に問題はないか。

### （5）一般的衛生管理

- ① 作業場への入室手順が定められ、実施されているか。
- ② 洗浄剤、殺虫剤等の薬剤の管理、使用基準が定められているか。
- ③ 清掃、洗浄、殺菌のマニュアルがあり、正しく行われているか。
- ④ 従業員の服装は清潔で、健康に配慮されているか。
- ⑤ 従業員に対する衛生管理教育、研修がなされているか。

- ⑥ 原材料や製品への異物混入防止対策がとられているか。
- ⑦ 点検表等の記録が正しくなされ、保管されているか。
- ⑧ 防虫・防その取組が適切になされているか。
- ⑨ 建物が衛生的な環境に立地しているか。
- ⑩ 作業場やトイレ等は衛生的か。

## 5 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、消費者に正確に伝えるために、「偽り」や「隠し事のない」正しい表示を行います。

表示は、消費者との信頼の醸成の第一歩であり、正しく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伝える手段としては、容器包装への印刷、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、消費者への適正な情報の開示に努めます。

(3) 表示に当たっては、JAS 法(農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律)、牛トレーサビリティ法(牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法)、食品衛生法、景表法(不当景品及び不当表示防止法)などの関係法令に基づき、正確に行います。

商品への表示としては、次の7つの表示事項を基本に、誤解を与えず、消費者の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。

① 名称、② 原材料名(食品添加物の表示やアレルギー物質を含む原材料名の表示を含みます。)、③ 内容量、④ 消費期限または賞味期限、⑤ 保存方法、⑥ 製造業者(販売者)、⑦ 原産地(生鮮食品、輸入食品、加工度の低い加工品の原料) 等

なお、国産牛肉(生鮮)の場合は、個体識別番号の表示も必要です。

(4) 新たな商品の開発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により、適切な情報開示と速やかな対策を実施します。

## 6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について

製造し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

人の健康危害に及ぶおそれがあるため、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、消費者に対応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

事実確認、原因究明、被害想定、製品回収の判断・回収計画、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・影響、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）
- ⑤ 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
- ⑥ 謝罪を含む被害者への対応（補償、訴訟関係について社内基準を作成）
- ⑦ 再発防止策の検討及び実行

## 2 食品製造小売事業者

食品製造小売事業者がお客様の信頼を確保し、そして向上させていくには、お客様（消費者）基点を根本に位置けるとともに、経営者から全従業員に至るまでコンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）の意識を強く持つこと、また、食品を取り扱うという特徴から特に衛生管理・品質管理に万全の注意を払うこと、さらに常日頃からお客様とのコミュニケーションを持つことが大切ですが、加えて食に携わる企業（店）が一丸となって、取組方針を掲げ、自らが行うべきことを内外に向けて宣言し、さらに取組方針を踏まえて内容を具体化し、実行することが求められます。

このため、次に掲げる対応をまとめましたので、各食品製造小売事業者においては、食に携わる企業（店）としての責任を認識し、規模の大小に関わらず一人一人の責任として消費者の信頼を確保するために行動して下さい。

基本原則は重要事項毎に分け、基本原則の趣旨、内外に示す取組方針と、実施すべき具体的な行動を記載してありますので、各食品製造小売事業者は適宜参考にして可能なことから実施されるようお願いいたします。

## 基本原則 1 お客様(消費者)基点の明確化

食品を製造販売する者は、常にお客様から信頼され安心してお買い求め頂くこと  
によって成り立っています。その大切なお客様を偽るような行為が許されないのは  
当然です。

お客様の信頼を得るためには、常に、お客様を基点（消費者の視点から考えるこ  
と）として、商品開発、原材料の仕入れ、製造、保管、表示、流通、販売などに  
ついて検証し、適切に対応して、お客様に安心を与え、信頼を確保することが大切  
です。

### 1. 取組方針

〇〇社（企業・店）は、お客様基点の考え方に立ち、安全で  
信頼される〇〇〇（食品名など）を提供します。

### 2. 具体的な取組事項

- お客様の生命・健康に関わる食品産業に従事していることの自覚を持  
ち、安全で安心して頂ける〇〇〇（食品名など）を提供します。
- お客様に安心してお買い求め頂くために、正確な表示を行い、原材料  
や製品などに関する正しい情報を提供します。
- お客様に安全で安心して頂ける〇〇〇（食品名など）を提供するた  
めに、開発から販売に至る全ての過程において安全と品質の確保が大切で  
あることを、全社員に浸透させ安全と品質を確保します。
- 常に、製造から販売に至る過程を点検、検証し、必要に応じて改善を  
図り、信頼される企業（店）であり続けるよう努力します。

## 基本原則 2 コンプライアンス意識の確立

食品表示を偽装した企業（店）が社会的に厳しい制裁を受けていることでも明らかなおと、法令を遵守し、社会倫理に適合した事業活動を行うことは、企業（店）の健全なる発展にとって不可欠のことです。

表示ということ1点に限ってみても、「表示とは、その商品の内容を最も的確に表すための仕様書」というべきものであり、その仕様表示が実際の商品と異なるものであることは許されるべきものでないことは当然です。

こうしたことは法令に違反するというにとどまらず、企業（店）のモラルの喪失ともいえることで、あってはならないことです。

従って、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）はもとより、モラルの向上を図り、社会的責任を果たすための行動が強く求められます。

### 1. 取組方針

〇〇社（企業・店）は、法令遵守はもとより社会倫理に適合した事業活動を行います。

### 2. 具体的な取組事項

- 〇〇社（企業・店）は、経営者以下全社員が一丸となってコンプライアンス意識を確立し、モラルの向上を図るため、企業（店）と社員の行動に関する社内規則を定めます。
- コンプライアンスの徹底が経営者の責務であることを認識し、経営者及び責任ある担当者（専任又は兼任、企業（店）の規模に応じて選任）が先頭に立って社内規則の浸透を図り、必要な教育訓練や研修を行います。
- 社員から提案される業務改善などの意見に耳を傾け、経営者及び責任ある担当者がその内容を検討し、その結果を全社員に周知するなどして改善に役立てます。
- 社内規則が守られコンプライアンスの徹底が図られているかを検証し改善するために、経営者を含む各部署の責任者による内部監査を実施し、その内容を記録保管します。

## 基本原則 3 適切な衛生管理・品質管理の徹底

食品の製造販売に携わる者にとって、安全な食品を製造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。しかし、危険なのは日々の業務の中で注意力が散漫になり、小さな油断が誤表示や食品事故につながってしまうことです。

それを防止するためには、経営者以下全社員が常にお客様の生命・健康に直接関わる業務を行っているという緊張感を持って、衛生意識を高め、品質管理を徹底することが求められます。

また、永年に亘る経験や勘を生かすことだけにとどまらず、科学的な取組を行うなど食品事故が発生しない衛生管理と品質管理の徹底が不可欠です。

### 1. 取組方針

お客様に安全で信頼される〇〇〇（食品名など）を提供するために適切な衛生管理と品質管理を行って、食品事故を根絶します。

### 2. 具体的な取組事項

- 〇〇社（店）は、関連法令を遵守し、常に工場の清潔を保ち、製造設備・器具の適切な洗浄、点検、消毒を行うとともに製造に従事する者の手洗いを励行し、その服装や健康状態に充分注意を払います。
- 原材料による各種細菌汚染と異物混入の防止に努めるとともに、原材料の賞味期限の点検など安全性を確認して使用し、その受け入れと使用の状況を記録し、保管します。
- 消費・賞味期限の設定に当たっては、理科学的、微生物学的またはマニュアルに従った官能検査により行い、常に合理的かつ統計学的手法を用いて、設定の根拠を明白にします。
- 経営者及び責任ある担当者が、衛生・品質管理を統括し、製品の品質、包装、表示を確認して、出荷（販売）するとともに、万一不適切な事例が発生した際には出荷（販売）の継続・停止を判断することにより品質管理水準を向上させます。
- 経営者及び責任ある担当者が常に法令や社内規則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、品質管理の手順・記録が適切であるかを確認するとともに、各部署の責任者による内部監査を行うなどして、品質管理の徹底を図ります。
- 製造や品質管理に従事する者の能力向上を果たすため、教育訓練や研修を継続的に行います。

## 基本原則 4 情報の収集、伝達、開示の実行

お客様や取引先などから入手する情報の中には、企業（店）にとって有益な情報があります。また、企業（店）が行う製品の表示や発行する宣伝物は、お客様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。

特にお客様の苦情や提言など経営やリスクに関する情報は、企業として速やかに判断できるよう、経営者や責任ある担当者に報告がなされるとともに、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。

### 1. 取組方針

お客様の信頼を確保し、企業（店）の経営理念や製品への理解を深めてもらうため、常に誠実で透明性の高い双方向コミュニケーションを行います。

### 2. 具体的な取組事項

- お客様や取引先などの声に誠実に耳を傾け、その意見や苦情を把握し、経営や品質改善に反映させます。また、企業（店）の商品情報やサービス、事業活動など、お客様が必要とする情報を正確で分かりやすく提供します。
- 表示、広報・宣伝活動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、お客様がその情報を知ることができるように、積極的な情報公開を行います。

【補足資料】「食品表示を始めとする情報の開示の取組について」（30 ページ参照）

- お客様の声を生かすために、お客様対応の責任者（経営者及び責任ある担当者）を置き、内容の如何に関わらず、経営者及び責任者に速やかに報告した上で検討し、食品事故の防止や〇〇〇（食品名など）の開発、製造等事業活動の改善に反映させます。
- 食品事故対策の対応手順を定め、万一、食品事故が発生した場合には、速やかに事実確認と原因究明、再発防止対策を行うとともに関係機関に報告し、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・拡大の可能性等から判断し、その内容を公開するなど告知し、回収を行うなど迅速に対応します。

## 【補足資料】

### ○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、消費者に正確に伝えるために、「偽り」や「隠し事のない」正しい表示を行います。

表示は、消費者との信頼の醸成の第一歩であり、正しく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伝える手段としては、容器包装への印刷、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、消費者への適正な情報の開示に努めます。

- (3) 表示に当たっては、JAS法(農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律)、牛トレーサビリティ法(牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法)、食品衛生法、景表法(不当景品及び不当表示防止法)などの関係法令に基づき、正確に行います。

商品への表示としては、次の7つの表示事項を基本に、誤解を与えず消費者の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。

- ① 名称、② 原材料名(食品添加物の表示やアレルギー物質を含む原材料名の表示を含みます。)、③ 内容量、④ 消費期限または賞味期限、⑤ 保存方法、⑥ 製造業者(販売者)、⑦ 原産地(生鮮食品、輸入食品、加工度の低い加工品の原料) 等

なお、国産牛肉(生鮮)の場合は、個体識別番号の表示も必要です。

- (4) 新たな商品の開発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により、適切な情報開示と速やかな対策を実施します。

### 3 外食事業者

外食事業者がお客様の信頼を確保し、そして向上させていくには、お客様（消費者）基点を根本に位置付けるとともに、経営者から全従業員に至るまでコンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）の意識を強く持つこと、また、食品を取り扱うという特徴から特に衛生管理・品質管理に万全の注意を払うこと、さらに常日頃からお客様とのコミュニケーションを持つことが大切ですが、加えて食に携わる企業が一丸となって、取組方針を掲げ、自らが行うべきことを内外に宣言し、さらに取組方針を具体化し、実行することが求められます。

このため、次に掲げる対応をまとめましたので、各外食事業者においては、食に携わる企業としての責任を認識し、規模の大小に関わらず一人一人の責任としてお客様の信頼を確保するために行動して下さい。

基本原則は重要事項毎に分け、基本原則の趣旨、内外に示す取組方針と、実施すべき具体的な行動を記載してありますので、各外食事業者は適宜参考にして可能なことから実施されるようお願いいたします。

## 基本原則 1 お客様（消費者）基点の明確化

お客様に信頼していただき、安心して外食していただくことが、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、一度お客様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。

お客様の信頼を得るためには、常にお客様を基点（お客様の視点から考えること）として、メニュー開発、原材料の仕入れ、調理、提供などについて検証し、適切に対応して、お客様に安心を与え、信頼を確保することが大切です。

### 1. 取組方針

お客様を基点として、お客様に対して安全で信頼されるサービス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

- お客様を基点とした経営を行い、お客様に対して安全で信頼されるサービスを提供することを明確にします。
- 産地から食卓まで続くフードチェーン（食品の一連の流れ）の一翼を担っているという自覚を持って、役員及び従業員一丸となって行動していきます。
- お客様に安心して外食していただくために、お客様が必要とする各種情報を提供していきます。
- お客様に対して安全で信頼されるサービスを提供していくために、メニューの企画から調理、提供に至るまでの全てのプロセスにおいて、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、社内の取組の点検・検証を行い、必要に応じて改めていくことで、レベルアップを図ります。

## 基本原則 2 コンプライアンス意識の確立

法令遵守や社会環境の変化に適切に対応していくことが事業活動を行っていく上で大前提となります。なぜなら、法令を逸脱したり、社会環境の変化に対応できなかったりすることは、企業が社会的存在として成り立たないからです。

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、お客様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組を強化し、活動することが強く求められます。

### 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、社会倫理に沿った企業活動を進めていきます。

### 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」（41 ページ参照）

- 全ての役員・従業員（パート・アルバイト含む）やフランチャイジー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、経営者及び責任のある立場の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責任ある担当者自らの役割であることを認識し、経営者及び責任ある担当者自らが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内部監査や外部監査（第三者による監査）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」（43 ページ参照）

## 基本原則 3 適切な衛生管理・品質管理の基本

不衛生な厨房、店舗等で調理し、メニューを提供すると、食中毒の発生や異物混入の原因になるなど、お客様の期待にそぐわないサービスを提供することになります。つまり、適切な衛生・品質管理を怠るとお客様の信用を無くすことにつながります。

お客様への安全で信頼されるサービスの提供は、自社のファン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、衛生的な厨房、店舗等の環境を整え、メニューの企画から、調理、提供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組によって、衛生・品質管理を行っていくことが必要です。

このことは、調達する原材料が国産、外国産にかかわらず大事なことです。

### 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、安全で信頼されるサービスをお客様に提供するために、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

- メニューを開発する際には、お客様の健康を第一に考え、そのメニューにあった提供方法かどうか等を確認します。
- 加工品を含めた原材料の取引先は、事前に調査を行って、信用のおけるところを選びます。また、原材料を受け入れ、使用する際には、その原材料の加工品を含めた原材料の取引先は、事前に調査を行って、信用のおけるところを選びます。また、安全性をチェックするとともに、記録や保管する方法も考えて適切に取り扱います。加工品を含めた原材料の取引先からは、規格書、検査書や証明書を受け取り、食品衛生法等の関係法令や自社の規格に沿ったものか、検査や書類で確認を行います。
- 調理にあたっては、作業手順書の策定や品質基準の設定を行い、それに沿って調理します。また、調理設備の適切な洗浄・殺菌、点検を行うとともに、

作業者の服装や健康に十分注意を払います。

- 冷蔵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  
行い、設備が適切に稼動しているかの確認を行います。
- サービスの提供にあたっては、メニュー等の表示が適切かどうかのチェッ  
クを行い、また、調理方法が衛生・品質上問題ない状態であるかの検査を行  
い、問題が明らかになった場合には提供はしません。また、提供する際には、  
その盛り付け等の提供方法の確認もしっかりと行います。
- キッチンを常に清潔に保ち、また、食器や調理器具などの整理・整頓・清  
掃をしっかり行います。
- 食品の安全を脅かす危害要因の混入を防止するために、以下の取組を行  
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、  
食品を衛生的に取り扱います。
  - ・化学的な危害要因（原材料に含まれる農薬、カビ毒などの天然毒素、重金  
属などや厨房等で使用する洗剤、殺虫剤などの料理への混入など）：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）：原材  
料や調理工程のチェックを行います。
- 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、例えば、H A C C P (危  
害分析重要管理点)手法を導入するなどの取組を進めます。

【補足資料】「3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について」（45 ペ  
ージ参照）
- 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。

## 基本原則 4 適切な衛生管理・品質管理のための体制整備

お客様に安全で信頼されるサービスを提供するために、提供するサービスについての安全性に影響する課題を特定した上で、適切なマニュアルや管理基準の整備、施設・キッチン等の整備等が必要です。

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、適切に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内部監査や外部監査（第三者による監査）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、原材料、調理工程、施設・キッチン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、課題をメニューの企画や調理段階等にフィードバックさせる体制を構築する必要があります。

このことは、調達する原材料が国内産、外国産にかかわらず大事なことです。

### 1. 取組方針

お客様に安全で信頼されるサービスを提供するために、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

- 加工品を含めた原材料の納入、保管、調理、提供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。
- メニューを開発する際には、科学的・合理的な根拠に基づいて原材料の賞味期限（消費期限）を設定するなどサービスについて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、セントラルキッチンや調理等の業務に携わる従業員

員の能力を向上します。

- 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・セントラルキッチン及びキッチンへの内部監査や外部監査（第三者による監査）を実施します。
- 加工品を含めた原材料の細菌検査、調理工程拭き取り検査等、調理方法や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、可能な限り品質保証部門の強化などにより整備します。
- 加工品を含めた原材料の管理及びトレーサビリティ確保のために、原材料の由来や履歴、製造工程における管理データ、食品の検査データ、仕入・売上伝票、商品に添付する表示ラベル等を管理するシステム及びクロスチェックする仕組みを整備します。
- 経営者は、適切な衛生管理・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適切な方法で社内に宣言します。

## 基本原則 5 情報の収集・伝達・開示等の取組

お客様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、企業が行う製品の表示や発行する宣伝物は、お客様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。

特にお客様の苦情や提言など経営やリスクに関する情報は、企業として速やかに判断できるよう、経営者や責任ある担当者に報告がなされるとともに、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。

### 1. 取組方針

お客様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

- お客様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、食材・メニュー情報やサービス、企業活動など、お客様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。

なお、食材の原産地については、「[「外食における原産地表示ガイドライン」](#)（平成17年7月28日農林水産省策定）に基づき表示するよう努めます。

- 表示、広報・宣伝活動は、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、幅広いお客様がその情報を知ることができるように、さまざまな媒体を活用し、積極的な情報公開を行います。

【補足資料】「[4 メニュー表示を始めとする情報の開示の取組について](#)」（46ページ参照）

- お客様対応窓口を設け、お客様の声をプラス、マイナスの内容に関わらず、経営者等の社内関係者にタイムリーに伝え、食品の事故防止や食品の企画、製造プロセス等の改善に反映させます。

- 万一、食品事故が発生した場合には、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、拡大の可能性等お客様の健康と安全・信頼を確保する観点から判断し、お客様や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 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について」（47ページ参照）

## 【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、10年、20年後に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確認し、これを全従業員に対して経営者が宣言します。

#### （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、社内各職種の代表者（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（初期版）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（初期版）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の行動規範を計画的に社内に浸透させます。また、経営者及び責任ある担当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ます。経営者の熱い思いを伝え続けることが最も重要です。

(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。経営者及び責任ある担当者は、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組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、外食メニューの場合、その表示と中身が一致していなければ、メニューそのものの「誠実さ」を問われることとなります。
- 「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。
- メーカーなど販売先または販売見込み先から、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、書類の改ざんなど）を受けた場合は、直ちに所轄行政機関、所属団体や弁護士などに相談し、毅然とした対応をとる勇気を持ちましょう。
- コンプライアンスに取り組むにあたり、それ以前の状態を確認する総点検活動や、処分を軽減することを条件に、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。

## 2 内部通報体制の構築手順について

企業がお客様や社会の信頼を得て、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ャッチし、適切に調査・是正し、お客様の安全を第一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) (相談窓口の開設)

コンプライアンス担当者、または経営者や責任ある担当者自らが担当者となって、相談窓口を開設します。開設に当たっては、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) (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、複数の手段から相談者が選択できるように工夫しましょう。（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に併せて設置することも有効です。

### (ステップ3) (相談者との相談)

通報を受け付けた場合、まずは担当者が本人から直接話を聞き、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、相談者の話をなかったこととしたり、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)

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>

- 従業員目から見て、利用しにくい窓口は、逆に外部への告発などリスクを高めることがあります。
- 公益通報者保護法についても十分理解するように心がけてください。

### 3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について

#### (1) 計画段階

食品衛生的に信頼できる納入業者、発注方法等の策定

#### (2) 原材料・メニューの取扱い

食材の搬入、食材の検収(衛生面で確認を行った上での受け取り)、保管、下処理、調理、盛り付け、サービスといった一連の流れで、食中毒菌等の汚染や増殖によって予想される危害のリストアップと手順の決定

#### (3) 店舗及び調理器具の保守と衛生管理

食中毒菌の汚染や増殖を防ぐために、店舗（床、排水溝、グリストラップ、壁、天井、窓、従業員休憩所、トイレ、照明、換気等）や調理機器類（作業台、保管庫、冷蔵・冷凍庫、包丁、まな板、フキン、スポンジ、たわし等）の清掃・洗浄と定期的な保守点検

#### (4) 従業員の衛生管理

食材の検収、保管、下処理、調理、盛り付け、サービス等の作業に従事する人から、食中毒菌が二次汚染し食中毒事故に繋がることを避けるために、健康管理（健康診断の実施）、ユニフォーム類、頭髪、爪等の衛生管理、手洗い等のマニュアルの作成

#### (5) 管理方法

社内衛生管理マニュアルの作成等に基づき、食品衛生に関する定期的な研修などによる教育訓練を受け、その効果について、内部での点検・監査、必要に応じて外部からのチェック（お客様、監査機関、保健所の積極的な受入れ）の実施、品質管理担当者の設置及び権限付与並びに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

#### 4 メニュー表示を始めとする情報の開示の取組について

メニュー表示を始めとする情報の開示の取組にあたっては、次のような考え方が必要です。

- (1) メニューに関する正しい情報を、お客様に正確に伝えるために、「偽り」や「隠し事のない」正しい表示を行います。

表示は、お客様との信頼の醸成の第一歩であり、正しく誤解の生じない表示であることを基本にします。

- (2) メニューに関する情報を伝える手段としては、メニューブックへの印刷、店頭掲示板への掲載、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、お客様への適正な情報の開示に努めます。

- (3) 表示にあたっては、牛トレーサビリティ法（牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法）、景表法（不当景品及び不当表示防止法）などの関係法令に基づき、正確に行います。焼き肉、しゃぶしゃぶ、すき焼き及びステーキを主として（料理に関する収入金額等に占める割合が50%超）提供する店では、メニューなどで、提供する料理の材料となる国産牛肉の個体識別番号を表示しなければなりません。

- (4) 新たなメニューの開発などで、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) お客様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により、適切な情報開示と速やかな対策を実施します。

## 5 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について

製造し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

人の健康危害に及ぶおそれがあるため、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、消費者に対応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

事実確認、原因究明、被害想定、製品回収の判断・回収計画、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・影響、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
- ⑥ 謝罪を含む被害者への対応（補償、訴訟関係について社内基準を作成）
- ⑦ 再発防止策の検討及び実行

## 4 中食事業者

中食事業者がお客様の信頼を確保し、そして向上させていくには、お客様（消費者）基点を根本に位置付けるとともに、経営者から全従業員に至るまでコンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）の意識を強く持つこと、また、食品を取り扱うという特徴から特に衛生管理・品質管理に万全の注意を払うこと、さらに常日頃からお客様とのコミュニケーションを持つことが大切ですが、加えて食に携わる企業が一丸となって、取組方針を掲げ、自らが行うべきことを内外に宣言し、さらに取組方針を具体化し、実行することが求められます。

このため、次に掲げる対応をまとめましたので、各中食事業者においては、食に携わる企業としての責任を認識し、規模の大小に関わらず一人一人の責任としてお客様の信頼を確保するために行動して下さい。

基本原則は重要事項毎に分け、基本原則の趣旨、内外に示す取組方針と、実施すべき具体的な行動を記載してありますので、各中食事業者は適宜参考にして可能なことから実施されるようお願いいたします。

## 基本原則 1 お客様（消費者）基点の明確化

お客様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、一度お客様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。

お客様の信頼を得るためには、常にお客様を基点（お客様の視点から考えること）として、商品開発、原材料の仕入れ、保管、調理・加工（パック詰め等を含む）などについて検証し、適切に対応して、お客様に安心を与え、信頼を確保することが大切です。

### 1. 取組方針

お客様を基点として、お客様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

- お客様を基点とした経営を行い、お客様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。
- 産地から食卓まで続くフードチェーン（食品の一連の流れ）の一翼を担っているという自覚を持って、役員及び従業員一丸となって行動していきます。
- お客様に食品を安心して買っていただくために、お客様が必要とする各種情報を提供していきます。
- お客様に対して安全で信頼される食品を提供していくために、開発・企画から販売に至るまでの全てのプロセスにおいて、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、社内の取組の点検・検証を行い、必要に応じて改めていくことで、レベルアップを図ります。

## 基本原則 2 コンプライアンス意識の確立

法令遵守や社会環境の変化に適切に対応していくことが事業活動を行っていく上で大前提となります。なぜなら、法令を逸脱したり、社会環境の変化に対応できなかったりすることは、企業が社会的存在として成り立たないからです。

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、お客様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組を強化し、活動することが強く求められます。

### 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、社会倫理に沿った企業活動を進めていきます。

### 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」（59 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、経営者及び責任ある担当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責任ある担当者自らの役割であることを認識し、経営者及び責任ある担当者自らが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内部監査や外部監査（第三者による監査）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」（61 ページ参照）

## 基本原則 3 適切な衛生管理・品質管理の基本

不衛生な作業場で食品を調理・加工し販売すると、食中毒の発生や異物混入の原因になるなど、お客様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・品質管理を怠るとお客様の信用を無くすことにつながります。

お客様への安全で信頼される食品の提供は、自社のファン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、衛生的な調理・加工・販売環境を整え、商品の開発から、原材料の仕入れ、保管、調理・加工、販売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組によって、衛生・品質管理を行っていくことが不可欠です。

このことは、国内での製造、海外からの輸入にかかわらず大事なことです。

### 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お客様に提供するために、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

- 商品を開発する際には、お客様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確認します。
- 加工品を含めた原材料の取引先は、事前に調査を行って、信用のおけるところを選びます。また、加工品を含めた原材料を受け入れ、使用する際には、その原材料の安全性をチェックするとともに、記録や保管する方法も考えて適切に取り扱います。加工品を含めた原材料の取引先からは、規格書、検査書や証明書を受け取り、食品衛生法等の関係法令や自社の規格に沿ったものか、検査や書類で確認を行います。
- 調理・加工にあたっては、作業手順書の策定や品質基準の設定を行い、それに沿って調理・加工します。また、調理・加工設備の適切な洗浄・殺菌、点検を行うとともに、作業者の服装や健康に十分注意を払います。

- 冷蔵庫・冷蔵ショーケース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を行い、設備が適切に稼動しているかの確認を行います。
- 販売・出荷にあたっては、商品のみならずPOP（ポップ）、チラシ等も含め、表示が適切かどうか、消費期限や賞味期限は問題がないかのチェックを行うとともに、商品が衛生・品質上問題ない状態であるかの点検を行い、問題がある場合には販売・出荷はしません。
- 出荷する際には、その輸送方法や販売方法、正しく商品を取り扱ってもらえる販売先かどうかの確認もしっかりと行います。また、販売・出荷後にも、調査を可能とするために、必要に応じ商品サンプルの保存を行います。
- 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。
- 食品の安全を脅かす危害要因の混入を防止するために、以下の取組を行います。
  - ・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、食品を衛生的に取り扱います。
  - ・化学的な危害要因（原材料に含まれる農薬、カビ毒などの天然毒素、重金属などや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）：原材料や製造工程のチェックや金属検出機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、HACCP（危害分析重要管理点）手法を導入するなどの取組を進めます。

【補足資料】「3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について」（63ページ参照）
- 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。
- 海外において製造を行う場合（海外の企業との契約により製造委託を行う場合を含む）には、上記の取組を行う中で、特に原材料の安全性のチェック、製造にあたっての作業手順書の策定や品質基準の設定、完成品が衛生上問題ない状態であるかの検査などの取組を行います。

## 基本原則 4 適切な衛生管理・品質管理のための体制整備

お客様に安全で信頼される食品を提供するために、調理・加工する食品の安全性に影響する課題、表示や消費期限、賞味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整備、施設等の整備等が必要です。

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、表示管理体制を構築し、適切に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内部監査や外部監査（第三者による監査）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、原材料、食品、作業工程、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、課題を開発・企画や仕入れ、保管、調理・加工、販売段階等にフィードバックさせる体制を構築する必要があります。

このことは、国内での製造、海外からの輸入にかかわらず大事なことです。

### 1. 取組方針

お客様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

- 加工品を含めた原材料の仕入れ、保管、調理・加工、販売等の各種プロセス毎に、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。
- 商品を開発する際には、科学的・合理的な根拠に基づいて消費期限（賞味期限）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、販売・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。
- 商品への表示、POP（ポップ）等の店内表示、チラシやHP等での表示、消費期限、賞味期限の管理についてのチェック体制を構築し、不適切な表示

や食品の安全性上、問題を招きかねない商品が販売されることのないよう、販売管理を行います。

- 教育訓練や研修により、食品の調理・加工、表示に携わる従業員や品質管理者の能力を向上します。
- 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、表示や品質管理の手順・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製造ラインなどの従業員による内部監査や外部監査（第三者による監査）を実施します。製造委託を行う場合も、同様に行います。  
【補足資料】「4 監査におけるチェック項目（例）について」（64 ページ参照）
- 加工品を含めた原材料・食品の細菌検査、工程拭き取り検査等、調理・加工条件の管理や衛生管理、表示や販売管理が適切に行われているかを検証するための手段を、可能な限り品質保証部門の強化などにより整備します。
- 加工品を含めた原材料や食品の管理及びトレーサビリティ確保のために、原材料の由来や履歴、調理・加工時における管理データ、食品の検査データ、仕入・売上傳票、商品に添付する表示ラベル等を管理するシステム及びクロスチェックする仕組みを整備します。
- 経営者は、適切な衛生管理・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適切な方法で社内に宣言します。
- 海外において製造を行う場合（海外の企業との契約により製造委託を行う場合を含む）には、上記の取組を行う中で、特に従業員の能力の向上、監査の実施、品質保証部門の強化などの取組を行います。

## 基本原則 5 情報の収集・伝達・開示等の取組

お客様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、企業が行う製品の表示や発行する宣伝物は、お客様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。

特にお客様の苦情や提言など経営やリスクに関する情報は、企業として速やかに判断できるよう、経営者や責任ある担当者に報告がなされるとともに、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。

### 1. 取組方針

お客様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

- お客様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、お客様が必要とする情報を正確でわかりやすく提供してまいります。
- 表示、広報・宣伝活動は、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、幅広いお客様がその情報を知ることができるように、さまざまな媒体を活用し、積極的な情報公開を行います。  
【補足資料】「5 食品表示を始めとする情報の開示の取組について」（66 ページ参照）
- お客様対応窓口を設け、お客様の声をプラス、マイナスの内容に関わらず、経営者等の社内関係者にタイムリーに伝え、食品事故の防止や食品の企画、調理・加工、表示、販売管理のプロセス等の改善に反映させます。
- 万一、食品事故が発生した場合には、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、拡大の可能性等お客様の健康と安全・信頼を確保する観点から判断し、お客様や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】「6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について」（67ページ参照）

## 【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、10年、20年後に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確認し、これを全従業員に対して経営者が宣言します。

宣言文は印刷し、工場入り口や事務所など誰もがすぐに目にでき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、社内各職種の代表者（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（初期版）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（初期版）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の行動規範を計画的に社内に浸透させます。また、経営者及び責任ある担当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ます。経営者の熱い思いを伝え続けることが最も重要です。

(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。経営者及び責任ある担当者は、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組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は中身と表示が一致していなければその製品の「誠実さ」を問われることとなります。
- 「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。
- メーカーなど販売先または販売見込み先から、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、書類の改ざんなど）を受けた場合は、直ちに所轄行政機関、所属団体や弁護士などに相談し、毅然とした対応をとる勇気を持ちましょう。
- コンプライアンスに取り組むにあたり、それ以前の状態を確認する総点検活動や、処分を軽減することを条件に、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。

## 2 内部通報体制の構築手順について

企業がお客様や社会の信頼を得て、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の方針に反した問題をまず社内でキャッチし、適切に調査・是正し、お客様の安全を第一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) (相談窓口の開設)

コンプライアンス担当者、または経営者自らが担当者となって、相談窓口を開設します。開設に当たっては、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) (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、複数の手段から相談者が選択できるように工夫しましょう。（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に併せて設置することも有効です。

### (ステップ3) (相談者との相談)

通報を受け付けた場合、まずは担当者が本人から直接話を聞き、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・評価する前に、相談者の話をなかつたこととしたり、我慢を強いたり、黙るような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)

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>

- 従業員の間から見て、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。
- 公益通報者保護法についても十分理解するように心がけてください。

### 3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について

#### (1) 計画段階

法令に沿った企画（消費期限、賞味期限、表示方法、保存方法等）、適切な調理・加工・販売計画の策定

#### (2) 商品、原材料の取扱い

規格書の入手と確認、受入れ検査（規格、品質の確認）、受入れ記録の作成、異常の場合の措置、衛生的な取扱い、保管方法の設定、保管場所の設置

#### (3) 調理・加工、保管段階

作業手順書の作成、調理・加工記録の作成、良品と不良品との区分けと措置、衛生的な取扱い、製品にあった包装形態、適切な表示、清掃・洗浄・殺菌、定期的な製品検査、始業前・始業後の調理・加工設備点検、保管方法の設定、保管場所の設置、在庫管理

#### (4) 出荷段階

出荷検査（品質、表示、包装状態）、輸送方法（輸送手段、温度、湿度、日時）

#### (5) 販売段階

販売方法及び管理内容の確認、販売後のお客様からの意見・要望への対応と活用、事故発生時の回収基準・マニュアル策定

#### (6) 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）

#### (7) 設備について

清掃・洗浄・殺菌、定期的な保守点検

#### (8) 管理方法

衛生管理マニュアル・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（技術の伝承、後継者育成、各種法令の熟知）、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（スケジュール、方法）・整理・整頓、防虫・防そ対策、廃棄物の処理、内部での点検・監査、外部からのチェック（お客様、監査機関、保健所の積極的な受入れ）、原材料購入先のチェック、品質管理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

## 4 監査におけるチェック項目（例）について

### （1）原材料段階

- ① 原材料の規格書、検査書や証明書はあるか。
- ② 受入れ検査を行っているか。
- ③ 適切な条件で保管されているか、保管記録はあるか。
- ④ 先入れ先出しが行われているか。

### （2）製造段階

- ① 配合表があり、作業手順が従業員に理解されているか。
- ② 原材料の賞味期限、消費期限を確認、記録して使用しているか。
- ③ 原材料の計量は正しく行われているか。
- ④ 使用器具、機械の洗浄、殺菌マニュアルがあり、実施されているか。
- ⑤ 金属検出機やウエイトチェッカー、殺菌機等の品質保証設備が正しく機能しているか。
- ⑥ 品質基準が決められ、従業員に理解されているか。

### （3）包装・出荷・流通段階

- ① 賞味期限、消費期限等の表示をクロスチェックして確認しているか。
- ② 製品検査の頻度を定めて、実施しているか。
- ③ 良品と不良品が正しく区分けされているか。
- ④ 輸送方法などを確認しているか。

### （4）管理体制

- ① 品質保証部門（担当者）や検査部門があり、必要な検査を行っているか。
- ② 製品の出荷判定を行う責任者はいるか。
- ③ 不良品が発生した場合の対応、原因究明、再発防止策をたてる部署、仕組みはあるか。
- ④ 賞味期限、消費期限等の表示の設定に問題はないか。

### （5）一般的衛生管理

- ① 作業場への入室手順が定められ、実施されているか。
- ② 洗浄剤、殺虫剤等の薬剤の管理、使用基準が定められているか。
- ③ 清掃、洗浄、殺菌のマニュアルがあり、正しく行われているか。
- ④ 従業員の服装は清潔で、健康に配慮されているか。
- ⑤ 従業員に対する衛生管理教育、研修がなされているか。

- ⑥ 原材料や製品への異物混入防止対策がとられているか。
- ⑦ 点検表等の記録が正しくなされ、保管されているか。
- ⑧ 防虫・防その取組が適切になされているか。
- ⑨ 建物が衛生的な環境に立地しているか。
- ⑩ 作業場やトイレ等は衛生的か。

## 5 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、お客様に正確に伝えるために、「偽り」や「隠し事のない」正しい表示を行います。

表示は、お客様との信頼の醸成の第一歩であり、正しく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伝える手段としては、ラベルの貼付、容器包装への印刷、POP（ポップ）等への店内表示、ホームページへの掲載、折り込みチラシ、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、お客様への適正な情報の開示に努めます。

- (3) 表示に当たっては、JAS法（農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律）、牛トレーサビリティ法（牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法）、食品衛生法、景表法（不当景品及び不当表示防止法）などの関係法令に基づき、正確に行います。

商品への表示としては、次の7つの表示事項を基本に、誤解を与えず、お客様の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。

- 〔 ① 名称、② 原材料名（食品添加物の表示やアレルギー物質を含む原材料名の表示を含みます。）、③ 内容量、④ 消費期限または賞味期限、⑤ 保存方法、⑥ 製造業者（販売者）、⑦ 原料原産地 等 〕

なお、国産牛肉（生鮮）の場合は個体識別番号の表示も必要です。

- (4) 新たな商品の開発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) お客様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により、適切な情報開示と速やかな対策を実施します。

## 6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について

製造し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

人の健康危害に及ぶおそれがあるため、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、消費者に対応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

事実確認、原因究明、被害想定、製品回収の判断・回収計画、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・影響、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
- ⑥ 謝罪を含む被害者への対応（補償、訴訟関係について社内基準を作成）
- ⑦ 再発防止策の検討及び実行

## 5 生鮮食品卸売事業者

生鮮食品卸売事業者がお客様（消費者）の信頼を確保し、そして向上させていくには、お客様基点を根本に位置付けるとともに、経営者から全従業員に至るまでコンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）の意識を強く持つこと、また、食品を取り扱うという特徴から特に衛生管理・品質管理に万全の注意を払うこと、さらに常日頃からお客様ニーズの把握に努めることが大切ですが、加えて食に携わる企業が一丸となって、取組方針を掲げ、自らが行うべきことを内外に宣言し、さらに取組方針を具体化し、実行することが求められます。

このため、次に掲げる対応をまとめましたので、各生鮮食品卸売事業者においては、食に携わる企業としての責任を認識し、規模の大小に関わらず一人一人の責任としてお客様の信頼を確保するために行動して下さい。

基本原則は、重要事項毎に分け、基本原則の趣旨、内外に示す取組方針と、実施すべき具体的な行動を記載してありますので、各生鮮食品卸売事業者は適宜参考にして可能なことから実施されるようお願いいたします。

## 基本原則 1 お客様（消費者）基点の明確化

卸売事業者が取り扱う生鮮食品は、直接的には仲卸業者等の買受人に販売されるものですが、お客様に信頼していただき、安心して生鮮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、一度お客様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。

お客様の信頼を得るためには、常にお客様を基点（お客様の視点から考えること）として、生産から保管・流通・販売などについて検証し、適切に対応して、お客様に安心を与え、信頼を確保することが大切です。

### 1. 取組方針

お客様を基点として、お客様に対して安全で信頼される生鮮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

- お客様を基点とした経営を行い、お客様等に対して安全で信頼される生鮮食品を提供することを明確にします。
- 産地から食卓まで続くフードチェーン（食品の一連の流れ）の一翼を担っているという自覚を持って、役員及び従業員一丸となって行動していきます。
- お客様に生鮮食品を安心して買っていただくために、お客様等が必要とする各種情報を収集・提供していきます。
- お客様等に対して安全で信頼される生鮮食品を提供していくために、荷受から販売に至るまでの全てのプロセスにおいて、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、社内の取組の点検・検証を行い、必要に応じて改めていくことで、レベルアップを図ります。

## 基本原則 2 コンプライアンス意識の確立

法令遵守や社会環境の変化に適切に対応していくことが事業活動を行っていく上で大前提となります。なぜなら、法令を逸脱したり、社会環境の変化に対応できなかったりすることは、企業が社会的存在として成り立たないからです。

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、お客様や買受人などの利害関係者に対し、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組を強化し、活動することが強く求められます。

### 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、社会倫理に沿った企業活動を進めていきます。

### 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」（77 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、経営者及び責任ある担当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責任ある担当者自らの役割であることを認識し、経営者及び責任ある担当者自らが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、可能な限り内部監査や外部監査（第三者による監査）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」（79 ページ参照）

## 基本原則 3 適切な衛生管理・品質管理の基本

不衛生な卸売場等で生鮮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、お客様の期待にそぐわない生鮮食品を提供することになります。つまり、適切な衛生・品質管理を怠るとお客様の信用を無くすことにつながります。

お客様への安全で信頼される生鮮食品の提供は、卸売市場の活性化につながる積極的な投資としてとらえ、それを続けられるように、衛生的な流通・販売環境を整え、荷受から販売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組によって、衛生・品質管理を行っていくことが不可欠です。

また、産地に対しても同様の取組を求めていくことが大切です。

### 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お客様に提供するために、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

- 商品を販売する際には、お客様の健康を第一に考え、原材料や原産地表示が法令に適しているか確認します。
- 産地と情報交換を密にし、相互の信頼関係の構築に努めます。
- 冷蔵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を行い、設備が適切に稼動しているかの確認を行います。
- 卸売場等を常に清潔に保ち、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。
- 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、例えば、HACCP(危害分析重要管理点)の考え方を取り入れた管理手法の導入を進めます。

【補足資料】「3 卸売市場における品質管理の高度化に向けた規範策定のためのマニュアル[概要]」(81 ページ参照)

- 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。

## 基本原則 4 適切な衛生管理・品質管理のための体制整備

お客様に安全で信頼される生鮮食品を提供するために、品質管理の高度化のためのマニュアルの整備や施設等の整備等が必要です。

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、適切に対応できる人材を育成・確保する必要があります。また、可能な限り内部監査や外部監査（第三者による監査）を実施して法令やマニュアル等が守られているかどうかをチェックし、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、課題を荷受・保管・販売段階等にフィードバックさせる体制を構築する必要があります。

### 1. 取組方針

お客様に安全で信頼される生鮮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

- 荷受、保管、販売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評価し、必要な対応を講じます。
- 衛生・品質を全般的に統括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、生鮮食品の荷受から販売に至る過程に携わる従業員の能力を向上します。
- 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などの従業員による内部監査や外部監査（第三者による監査）を実施します。
- 経営者は、適切な衛生管理・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適切な方法で社内宣言します。

## 基本原則 5 情報の収集・伝達・開示等の取組

お客様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、企業が行う製品の表示や発行する宣伝物は、お客様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。

特にお客様等の苦情や提言など経営やリスクに関する情報は、企業として速やかに判断できるよう、経営者や責任ある担当者に報告がなされるとともに、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。

### 1. 取組方針

お客様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

- お客様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、お客様等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。
- 表示、広報・宣伝活動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、幅広いお客様がその情報を知ることができるように、さまざまな媒体を活用し、積極的な情報公開を行います。  
【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」（85 ページ参照）
- 一本化されたお客様等の対応窓口を設け、お客様等の声をプラス、マイナスの内容に関わらず、経営者等の社内関係者にタイムリーに伝え、食品の事故の防止や生鮮食品の適正な販売等の改善に反映させます。
- 万一、食品事故が発生した場合には、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、拡大の可能性等お客様の健康と安全・信頼を確保する観点から判断し、お客様や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 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について」（86 ページ参照）

## 【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、10年、20年後に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確認し、これを全従業員に対して経営者が宣言します。

宣言文は印刷し、卸売場や事務所など誰もがすぐに目にでき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、社内各職種の代表者（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（初期版）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（初期版）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の行動規範を計画的に社内に浸透させます。また、経営者及び責任ある担当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ます。経営者の熱い思いを伝え続けることが最も重要です。

(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。経営者及び責任ある担当者は、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組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、生鮮食品の場合、その表示と中身が一致していなければ、その製品の「誠実さ」を問われることとなります。
- 「法令遵守」は、単に生鮮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。
- コンプライアンスに取り組むにあたり、それ以前の状態を確認する総点検活動や、処分を軽減することを条件に、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。

## 2 内部通報体制の構築手順について

企業がお客様や社会の信頼を得て、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ャッチし、適切に調査・是正し、お客様の安全を第一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) (相談窓口の開設)

コンプライアンス担当者、または経営者や責任ある担当者自らが担当者となって、相談窓口を開設します。開設に当たっては、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) (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、複数の手段から相談者が選択できるように工夫しましょう。（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に併せて設置することも有効です。

### (ステップ3) (相談者との相談)

通報を受け付けた場合、まずは担当者が本人から直接話を聞き、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・評価する前に、相談者の話をなかったこととしたり、我慢を強いたり、黙るような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)

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>

- 従業員の間から見ると、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。
- 公益通報者保護法についても十分理解するように心がけてください。

### 3 卸売市場における品質管理の高度化に向けた規範策定のためのマニュアル(<http://www.maff.go.jp/j/soushoku/sijyo/pdf/manual.pdf>) [概要]

#### 1. マニュアルの作成の趣旨 — 品質管理の高度化の狙い —

- (1) 安全・安心対策
- (2) HACCP的対応
- (3) JGAPへの対応
- (4) 高品質・高鮮度の保持

#### 2. マニュアル作成に当たっての基本的考え方

- (1) HACCP的考え方をベースに
- (2) 産地と同様あるいはそれ以上の品質管理が必要
- (3) 品質管理の障害となる要素を多面的に意識する  
病原微生物、異物（金属片、ガラス片、髪の毛等々）  
温度、湿度、風、水、エチレン、酸素、炭酸ガス  
打撃、衝撃、摩擦、振動、圧力、光
- (4) 働く人達の意識、知識の向上と職場環境の改善
- (5) 「べきである」「しなくてはならない」「必要である」などの対策を求めると同時に、なぜ必要かを説明する
- (6) 理想や理論でなく、現実的な品質管理高度化の実現を目指す
- (7) 卸売業者、仲卸業者が対象だが輸配送も対象とする

#### 3. 品質管理の高度化に関わる用語の意味を理解しよう

- (1) 低温に関わるもの
  - ① 低温の効果
    - 呼吸量と呼吸熱の上昇を抑えあるいは低下させる
    - エチレンの発生を抑える
    - 人間に害のある微生物や病原菌の増殖を抑える
    - 冷却によって表面硬度を高め、衝撃や摩擦の影響を防ぐ
    - 酵素による自己消化の進行を抑え、あるいは停止させる
  - ② 冷却、予冷、凍結(冷凍)、保冷、低温貯蔵
  - ③ 冷凍機、ヒートポンプ
  - ④ 冷凍車、保冷車
  - ⑤ 低温障害
- (2) 安全・安心に関わる用語
  - ① HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point 危害分析重要管理点)
  - ② トレーサビリティシステム (Trace Ability System 遡及・追跡が可能なシステム)
  - ③ ISO (International Organization for Standardization 国際標準化機構) 9000, 14000, 22000
  - ④ JGAP (Japan Good Agricultural Practice 日本版・適正農業規範)
- (3) 機材類
  - ① フォークリフト、ターレー
  - ② パレット
  - ③ プラスティックフィルム
- (4) 食中毒と細菌、ウイルス、寄生虫等
  - ① 青果物・水産物・畜産物の病原菌による食中毒
  - ② 青果物・水産物・畜産物の寄生虫、原虫

#### 4. 品質管理の要点

##### (1) 卸売市場における共通課題

###### i) 施設と使用水

- ① トイレの使用、手洗いの励行は、食品衛生・安全対策・品質管理のベースにあると考えなくてはならない
- ② トイレの出入りは自動ドアが望ましいが、少なくとも手で取っ手を掴んで開閉する方式は避けたい。手洗いの蛇口は自動式または腕あるいは足を使う方式が望ましい。
- ③ 卸売市場の建物は、洗浄が容易な材質のもので、掃除がし易い（埃がたまらない）ようになっていること。
- ④ 仲卸事務所の空調による排熱を通路に排出し商品を加熱する状態になっているところは、至急改善する必要がある
- ⑤ 使用水の安全を図るため、十分な管理・対策が必要である
- ⑥ 排水、廃棄物処理も、品質管理に影響するので常に十分な対策を講ずること
- ⑦ 鳥、鼠、虫の侵入、異物混入の防止対策は常に怠らないこと

###### ii) 安全性確保・品質管理と教育訓練

- ① 品質管理の高度化にとってもっとも重要なのは関係者（産地、開設者、卸売業者、仲卸業者、運送業者等）全員の意識と知識の向上である
- ② 従業員の教育・訓練は、食品衛生、HACCP、トレーサビリティ、関連ISO、商品の基本知識、鮮度・品質管理技術までに包含していることが望ましい
- ③ 教育訓練や日常的な検査や管理のための適当な人数の担当者を置き、品質管理規範を作って、その実行を内外に求めていくこと
- ④ 従業員は手指、服装を含め常に清潔を基本とすること
- ⑤ トイレ使用後を含め、手洗いはすべての品質管理の最重要点であることを自覚すること
- ⑥ 手指に傷がある場合や風邪を引いている者は商品に触れない対策が必要である。定期的な検便の実施が望まれる

##### (2) 青果市場

###### i) 産地に望むこと

- ① 生産段階での品質管理対策の実施と記録を保存すること
- ② ポジティブリストへの対応（卸売市場での残留農薬の測定）
- ③ 予冷品が十分に冷えているかの確認を行うこと
- ④ 例え近い産地でも、予冷した方が後の鮮度保持に効果
- ⑤ 段ボール箱は十分な強度を持ち、輸送中に潰れて商品を損なわないものであること
- ⑥ ストレッチフィルムの使用は、鮮度保持上は好ましくない
- ⑦ 荷の積み込み前には、冷凍車も保冷車も車内の温度を下げるか若しくは上がらないようにしておくこと
- ⑧ 予冷品は輸送距離に関係なく冷凍車の使用が望ましい。輸送中は所定温度を安定的に維持すること
- ⑨ どの輸送手段を使っても、温度管理が途切れないこと
- ⑩ 輸送中の温度履歴の記録、保管を輸送業者に求めること

###### ii) 卸売事業者の取組

- ① 着荷した荷の状況は必ずチェックすること。蓋のある段ボール容器などは、箱内部の商品の状況をチェックすること
- ② 容器に予冷品と印刷されていても、予冷品の品温は温度計などを使ってチェックすること（品温上昇、予冷不十分等）

- ③ 荷はパレットまたは台に載せ、直接床には置かないこと
- ④ 卸売場は常に清潔にし、できるだけ多くの商品が低温管理されること。低温管理できない場合には、場内の通風をよくするなどの工夫が必要であること
- ⑤ 卸売場での滞留時間は短いほうがよい（きちんと予冷されており場内温度がそれほど高くなければ、品温は2時間以内程度ならほとんど上昇していない）
- ⑥ 場内で使用する用具、機材は清潔で安全性に配慮すること  
フォークリフト、ターレーはバッテリー式が望ましい
- ⑦ 保管はできるだけ低温で行うのが望ましい

### (3) 水産物市場

#### i) 産地・出荷者に望むこと

- ① 産地出荷業者、輸入業者、輸送業者にも、適切な品質管理の実施と記録の保存を求めること
- ② 発泡スチロール容器には氷を十分に入れること。蓋は必ずつけ、密封すること。
- ③ 冷凍車内では、冷気がムラなく行き渡るように積むこと
- ④ 輸送中の振動や衝撃は氷の融解を早め、間接的には品質低下を招く可能性があるから注意すること
- ⑤ 輸送中は所定の温度を遵守し、冷凍機は止めないこと
- ⑥ 輸送中の解凍は避けること
- ⑦ どの輸送手段を使っても、温度管理が途切れないこと
- ⑧ 輸送中および中継所での温度と時間の履歴を記録・保管すること
- ⑨ 産地、市場間の転送に注意し正しい産地表示をすること

#### ii) 卸売事業者の取組

- ① 着荷した荷の状況は必ずチェックすること。とくに氷の有無、融解状況は必ず調べること
- ② 荷はパレットあるいは台車に載せ、直に床に置かないこと  
(魚体を傷つけ病原菌を付着させる可能性がある)
- ③ 卸売場は常に清潔にし、可能な限り温度管理がなされること。トラックは卸売場内に入らないこと（排気ガス対策）
- ④ 例え凍結品であっても、裸のまま床を引きずらないこと。容器に入っているものに泥水や洗浄水がかからないようにすること
- ⑤ 卸売場での滞留時間はできるだけ短くすること
- ⑥ 卸売場で使う用具、機材は常に清潔にすること
- ⑦ 保管は冷蔵庫または温度管理された部屋で、所定の温度を守り、時間は可能な限り短くすること

### (4) 食肉市場

#### i) 産地・出荷者に望むこと

- ① 出荷者には常に健康な牛、豚を出荷するよう求めること
- ② 産地出荷業者、輸入業者、輸送業者にも、適切な生育管理の実施と記録の保存を求める（トレーサビリティへの対応 ※）
- ③ 牛については、両耳の個体識別耳標の装着状況を確認すること。個体識別耳標が脱落している場合は、と畜することはできない
- ④ 牛、豚の体は生体であっても、汚れを最小限にしてから出荷すること
- ⑤ BSE対策は、個人には限界があるとはいえ、常に細心で十分な注意を払い、BSE以外にも病気の疑いのある生体は絶対に出荷しないこと。病気の牛に投薬する場合は使用基準を遵守し、十分な休薬期間を経てから出荷すること
- ⑥ 健康な状態で輸送した牛、豚はそれだけ高く評価されることを意識して輸送すること。

- ⑦ 輸送中の牛、豚が排出する糞尿が、車両の外に洩れて道路等を汚さないよう、細心の注意が必要である。

ii) 卸売事業者の取組

食肉市場の卸売業者が扱う部分はきわめて少ない。それが食肉市場の他の市場と大きく異なる点であり、さらにBSE対策は法律に基づいて実施されているといった事情がある。

- ① 一般に生体の荷受けと畜場への引渡しまでは、卸売業者の役割である。着荷した生体の状況は全数検査する。着荷状態のほか、傷、汚れの有無や程度も慎重に検査すること
- ② 生体は十分に洗浄し清潔にしておかなくてはならない。汚れは生体を傷つけないよう慎重に除去しなくてはならない。
- ③ 下見あるいは取引する関係者は健康に留意し、手や服装、毛髪などの清潔を保つこと。下見あるいは取引に際し、関係者は清潔な手袋を使用すること。
- ④ 長靴の洗浄設備はあっても、それが適切に使用されなくてはならない。また市場外からの汚れの持込にも注意すること
- ⑤ 卸売場で使う用具、機材は常に清潔にすること

※牛については、両耳の個体識別耳標の装着状況を確認すること。個体識別耳標が脱落している場合は、と畜することはできない。

#### 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、お客様に正確に伝えるために、「偽り」や「隠し事のない」正しい表示を行います。

表示は、お客様との信頼の醸成の第一歩であり、正しく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伝える手段としては、容器包装への印刷、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、お客様等への適正な情報の開示に努めます。

- (3) 表示にあたっては、JAS 法(農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律)、牛トレーサビリティ法(牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法)、食品衛生法、景表法(不当景品及び不当表示防止法)などの関係法令に基づき、正確な表示に努めます。なお、国産牛肉については、販売先に個体識別番号を表示しなければなりません。

- (4) お客様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により、適切な情報開示と速やかな対策を実施します。

## 5 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について

製造し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

人の健康危害に及ぶおそれがあるため、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、消費者に対応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

事実確認、原因究明、被害想定、製品回収の判断・回収計画、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・影響、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
- ⑥ 謝罪を含む被害者への対応（補償、訴訟関係について社内基準を作成）
- ⑦ 再発防止策の検討及び実行

## 6 食品小売事業者

食品小売事業者がお客様の信頼を確保し、そして向上させていくには、お客様（消費者）基点を根本に位置付けるとともに、経営者から全従業員に至るまでコンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）の意識を強く持つこと、また、食品を取り扱うという特徴から特に衛生管理・品質管理に万全の注意を払うこと、さらに常日頃からお客様とのコミュニケーションを持つことが大切ですが、加えて食に携わる企業が一丸となって、取組方針を掲げ、自らが行うべきことを内外に宣言し、さらに取組方針を具体化し、実行することが求められます。

このため、次に掲げる対応をまとめましたので、各食品小売事業者においては、食に携わる企業としての責任を認識し、規模の大小に関わらず一人一人の責任としてお客様の信頼を確保するために行動して下さい。

基本原則は重要事項毎に分け、基本原則の趣旨、内外に示す取組方針と、実施すべき具体的な行動を記載してありますので、各食品小売事業者は適宜参考にして可能なことから実施されるようお願いいたします。

## 基本原則 1 お客様（消費者）基点の明確化

お客様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、一度お客様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。

お客様の信頼を得るためには、常にお客様を基点（お客様の視点から考えること）として、商品開発、原材料の仕入れ、保管、調理・加工（パック詰め等を含む）などについて検証し、適切に対応して、お客様に安心を与え、信頼を確保することが大切です。

### 1. 取組方針

お客様を基点として、お客様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

- お客様を基点とした経営を行い、お客様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。
- 産地から食卓まで続くフードチェーン（食品の一連の流れ）の一翼を担っているという自覚を持って、役員及び従業員一丸となって行動していきます。
- お客様に食品を安心して買っていただくために、お客様が必要とする各種情報を提供していきます。
- お客様に対して安全で信頼される食品を提供していくために、開発・企画から販売に至るまでの全てのプロセスにおいて、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、社内の取組の点検・検証を行い、必要に応じて改めていくことで、レベルアップを図ります。

## 基本原則 2 コンプライアンス意識の確立

法令遵守や社会環境の変化に適切に対応していくことが事業活動を行っていく上で大前提となります。なぜなら、法令を逸脱したり、社会環境の変化に対応できなかったりすることは、企業が社会的存在として成り立たないからです。

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、お客様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組を強化し、活動することが強く求められます。

### 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、社会倫理に沿った企業活動を進めていきます。

### 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」（98 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、経営者及び責任ある担当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責任ある担当者自らの役割であることを認識し、経営者及び責任ある担当者自らが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」（100 ページ参照）

## 基本原則 3 適切な衛生管理・品質管理の基本

不衛生な作業場で調理・加工し、販売すると、食中毒の発生や異物混入の原因になるなど、お客様の期待にそぐわないサービスを提供することになります。つまり、適切な衛生・品質管理を怠るとお客様の信用を無くすことにつながります。

お客様への安全で信頼される食品の提供は、自社のファン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、衛生的な調理・加工・販売環境を整え、商品の開発から、原材料の仕入れ、保管、調理・加工、販売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組によって、衛生・品質管理を行っていくことが必要です。

このことは、国内での製造、海外からの輸入にかかわらず大事なことです。

### 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お客様に提供するために、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

- 商品を開発する際には、お客様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確認します。
- 加工品を含めた原材料の取引先は、事前に調査を行って、信用のおけるところを選びます。また、加工品を含めた原材料を受け入れ、使用する際には、その原材料の安全性をチェックするとともに、記録や保管する方法も考えて適切に取り扱います。加工品を含めた原材料の取引先からは、規格書、検査書や証明書を受け取り、食品衛生法等の関係法令や自社の規格に沿ったものか、検査や書類で確認を行います。
- 調理・加工にあたっては、作業手順書の策定や品質基準の設定を行い、それに沿って調理・加工します。また、調理・加工設備の適切な洗浄・殺菌、

点検を行うとともに、作業者の服装や健康に十分注意を払います。

- 冷蔵庫・冷蔵ショーケース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し、設備が適切に稼動しているかの確認を行います。
- 販売にあたっては、商品のみならずPOP（ポップ）、チラシ等も含め、表示が適切かどうか、消費期限や賞味期限は問題がないかのチェックを行うとともに、商品が衛生・品質上問題ない状態であるかの点検を行い、問題がある場合には販売はしません。
- 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。
- 食品の安全を脅かす危害要因の混入を防止するために、以下の取組を行います。
  - ・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、食品を衛生的に取り扱います。
  - ・化学的な危害要因（原材料に含まれる農薬、カビ毒などの天然毒素、重金属などや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）：原材料や製造工程のチェックや金属検出機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、例えば、HACCP（危害分析重要管理点）手法を導入するなどの取組を進めます。

【補足資料】「3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について」（102ページ参照）

- 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。
- 海外において製造を行う場合（海外の企業との契約により製造委託を行う場合を含む）には、上記の取組を行う中で、特に原材料の安全性のチェック、製造にあたっての作業手順書の策定や品質基準の設定、完成品が衛生上問題ない状態であるかの検査などの取組を行います。

## 基本原則 4 適切な衛生管理・品質管理のための体制整備

お客様に安全で信頼される食品を提供するために、調理・加工する食品の安全性に影響する課題、表示や消費期限、賞味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整備、施設等の整備等が必要です。

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、表示管理体制を構築し、適切に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内部監査や外部監査（第三者による監査）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、原材料、食品、作業工程、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、課題を開発・企画や仕入れ、保管、調理・加工、販売段階等にフィードバックさせる体制を構築する必要があります。

このことは、国内での製造、海外からの輸入にかかわらず大事なことです。

### 1. 取組方針

お客様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

- 加工品を含めた原材料の仕入れ、保管、調理・加工、販売等の各種プロセス毎に、衛生上の問題や異物混入等の可能性がないかどうかを評価し、必要な対応を講じます。また、商品の受入れ時にも、同様に必要な対応を講じます。
- 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、販売の継続・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）を配置し、品質管理水準の向上を

目指します。

- 商品への表示、POP（ポップ）等の店内表示、チラシやHP等での表示、消費期限、賞味期限の管理についてのチェック体制を構築し、不適切な表示や食品の安全性上、問題を招きかねない商品が販売されることのないよう、販売管理を行います。
- 教育訓練や研修により、食品の調理・加工、表示に携わる従業員や品質管理者の能力を向上します。
- 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、表示や品質管理の手順・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製造ラインなどの従業員による内部監査や外部監査（第三者による監査）を実施します。製造委託を行う場合も、同様に行います。  
【補足資料】「4 監査におけるチェック項目（例）について」（103 ページ参照）
- 加工品を含めた原料・食品の細菌検査、工程拭き取り検査等、調理・加工条件の管理や衛生管理、表示や販売管理が適切に行われているかを検証するための手段を、可能な限り品質保証部門の強化や第三者に委託することも含めて整備します。
- 加工品を含めた原材料や食品の管理及びトレーサビリティ確保のために、可能な限り原材料の由来や履歴、調理・加工時における管理データ、食品の検査データ、仕入・売上傳票、商品に添付する表示ラベル等を管理するシステム及びクロスチェックする仕組みを整備します。
- 経営者は、適切な衛生管理・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適切な方法で社内  
に宣言します。
- 海外において製造を行う場合（海外の企業との契約により製造委託を行う場合を含む）には、上記の取組を行う中で、特に従業員の能力の向上、監査の実施、品質保証部門の強化などの取組を行います。

## 基本原則 5 情報の収集・伝達・開示等の取組

お客様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、企業が行う製品の表示や発行する宣伝物は、お客様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。

特にお客様の苦情や提言など経営やリスクに関する情報は、企業として速やかに判断できるよう、経営者や責任ある担当者に報告がなされるとともに、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。

### 1. 取組方針

お客様などと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

- お客様や取引先などの利害関係者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、私たちの商品情報やサービス、企業活動など、お客様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。
- 表示、広報・宣伝活動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、幅広いお客様がその情報を知ることができるように、さまざまな媒体を活用し、積極的な情報公開を行います。  
【補足資料】「5 食品表示を始めとする情報の開示の取組について」（105ページ参照）
- お客様対応窓口を設け、お客様の声をプラス、マイナスの内容に関わらず、経営者等の社内関係者にタイムリーに伝え、食品事故の防止や食品の企画、調理・加工、表示、販売管理のプロセス等の改善に反映させます。

- 万一、食品事故が発生した場合には、必要に応じ利害関係者等と連携をとり、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、拡大の可能性等お客様の健康と安全・信頼を確保する観点から判断し、お客様や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】「6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について」（106 ページ参照）

## 【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、10年、20年後に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確認し、これを全従業員に対して経営者が宣言します。

宣言文は印刷し、事務所など誰もがすぐに目にでき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、社内各職種の代表者（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（初期版）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（初期版）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の行動規範を計画的に社内に浸透させます。また、経営者及び責任ある担当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ます。経営者の熱い思いを伝え続けることが最も重要です。

(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。経営者及び責任ある担当者は、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組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、その表示と中身が一致していなければ、その製品の「誠実さ」を問われることとなります。
- 「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。
- コンプライアンスに取り組むにあたり、それ以前の状態を確認する総点検活動や、処分を軽減することを条件に、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。

## 2 内部通報体制の構築手順について

企業がお客様や社会の信頼を得て、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ャッチし、適切に調査・是正し、お客様の安全を第一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) (相談窓口の開設)

コンプライアンス担当者、または経営者や責任ある担当者自らが担当者となって、相談窓口を開設します。開設に当たっては、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) (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、複数の手段から相談者が選択できるように工夫しましょう。（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に併せて設置することも有効です。

### (ステップ3) (相談者との相談)

通報を受け付けた場合、まずは担当者が本人から直接話を聞き、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・評価する前に、相談者の話をなかつたこととしたり、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)

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。
- 公益通報者保護法についても十分理解するように心がけてください。

### 3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について

#### (1) 計画段階

法令に沿った企画（消費期限、賞味期限、表示方法、保存方法等）、適切な調理・加工・販売計画の策定

#### (2) 商品、原材料の取扱い

規格書の入手と確認、受入れ検査（規格、品質の確認）、受入れ記録の作成、異常の場合の措置、衛生的な取扱い、保管方法の設定、保管場所の設置

#### (3) 調理・加工、保管段階

作業手順書の作成、調理・加工記録の作成、良品と不良品との区分けと措置、衛生的な取扱い、製品にあった包装形態、適切な表示、清掃・洗浄・殺菌、定期的な製品検査、始業前・始業後の調理・加工設備点検、保管方法の設定、保管場所の設置、在庫管理

#### (4) 販売段階

販売方法及び管理内容の確認、販売後のお客様からの意見・要望への対応と活用、事故発生時の回収基準・マニュアル策定

#### (5) 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）

#### (6) 設備について

清掃・洗浄・殺菌、定期的な保守点検

#### (7) 管理方法

衛生管理マニュアル・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（技術の伝承、後継者育成、各種法令の熟知）、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（スケジュール、方法）・整理・整頓、防虫・防そ対策、廃棄物の処理、内部での点検・監査、外部からのチェック（お客様、監査機関、保健所の積極的な受入れ）、原材料購入先のチェック、品質管理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

## 4 監査におけるチェック項目（例）について

### （1）原材料段階

- ① 原材料の規格書、検査書や証明書はあるか。
- ② 受入れ検査を行っているか。
- ③ 適切な条件で保管されているか、保管記録はあるか。
- ④ 先入れ先出しが行われているか。

### （2）製造段階

- ① 配合表があり、作業手順が従業員に理解されているか。
- ② 原材料の賞味期限、消費期限を確認、記録して使用しているか。
- ③ 原材料の計量は正しく行われているか。
- ④ 使用器具、機械の洗浄、殺菌マニュアルがあり、実施されているか。
- ⑤ 金属検出機やウエイトチェッカー、殺菌機等の品質保証設備が正しく機能しているか。
- ⑥ 品質基準が決められ、従業員に理解されているか。

### （3）包装・販売段階

- ① 賞味期限、消費期限等の表示をクロスチェックして確認しているか。
- ② 製品検査の頻度を定めて、実施しているか。
- ③ 良品と不良品が正しく区分けされているか。

### （4）管理体制

- ① 品質保証部門（担当者）や検査部門があり、必要な検査を行っているか。
- ② 製品の販売判定を行う責任者はいるか。
- ③ 不良品が発生した場合の対応、原因究明、再発防止策をたてる部署、仕組みはあるか。
- ④ 賞味期限、消費期限等の表示の設定に問題はないか。

### （5）一般的衛生管理

- ① 作業場への入室手順が定められ、実施されているか。
- ② 洗浄剤、殺虫剤等の薬剤の管理、使用基準が定められているか。
- ③ 清掃、洗浄、殺菌のマニュアルがあり、正しく行われているか。
- ④ 従業員の服装は清潔で、健康に配慮されているか。
- ⑤ 従業員に対する衛生管理教育、研修がなされているか。
- ⑥ 原材料や製品への異物混入防止対策がとられているか。

- ⑦ 点検表等の記録が正しくなされ、保管されているか。
- ⑧ 防虫・防その取組が適切になされているか。
- ⑨ 建物が衛生的な環境に立地しているか。
- ⑩ 作業場やトイレ等は衛生的か。

## 5 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にあたっては、次のような考え方が必要です。

- (1) 私たちは、商品に関する正しい情報を、お客様に正確に伝えるために、「偽り」や「隠し事のない」正しい表示を行います。

表示は、お客様との信頼の醸成の第一歩であり、正しく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伝える手段としては、ラベルの貼付、容器包装への印刷、POP（ポップ）等への店内表示、ホームページへの掲載、折り込みチラシ、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、お客様への適正な情報の開示に努めます。

- (3) 表示にあたっては、JAS法（農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律）、牛トレーサビリティ法（牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法）、食品衛生法、景表法（不当景品及び不当表示防止法）などの関係法令に基づき、正確に行います。

商品への表示としては、次の7つの表示事項を基本に、誤解を与えず、お客様の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。

- ① 名称、② 原材料名（食品添加物の表示やアレルギー物質を含む原材料名の表示を含みます。）、③ 内容量、④ 消費期限または賞味期限、⑤ 保存方法、⑥ 製造業者（販売者）、⑦ 原産地（生鮮食品、輸入食品、加工度の低い加工品の原料）等

なお、国産牛肉（生鮮）の場合は、個体識別番号の表示も必要です。

- (4) 新たな商品の開発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) お客様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により、適切な情報開示と速やかな対策を実施します。

## 6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について

製造し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

人の健康危害に及ぶおそれがあるため、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、消費者に対応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

事実確認、原因究明、被害想定、製品回収の判断・回収計画、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・影響、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
- ⑥ 謝罪を含む被害者への対応（補償、訴訟関係について社内基準を作成）
- ⑦ 再発防止策の検討及び実行