

「食品業界の信頼性向上自主行動計画」 策定の手引き

【食品製造事業者・食品輸入事業者向け】

平成 20 年 3 月
農林水産省

食品製造事業者・食品輸入事業者の皆様へ

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」（12 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」（14 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」（16 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」（17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」(19 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」（20 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明確にし、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價格的に無理な要求、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ることが重要です。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

原材料の規格書、検査書や証明書はあるか。

受入れ検査を行っているか。

適切な条件で保管されているか、保管記録はあるか。

先入れ先出しが行われているか。

（２）製造段階

配合表があり、作業手順が従業員に理解されているか。

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。

原材料の計量は正しく行われているか。

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。

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。

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

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。

製品検査の頻度を定めて、実施しているか。

良品と不良品が正しく区分けされているか。

輸送方法などを確認しているか。

（４）管理体制

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。

製品の出荷判定を行う責任者はいるか。

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。

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

作業場への入室手順が定められ、実施されているか。

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。

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。

従業員の服装は清潔で、健康に配慮されているか。

従業員に対する衛生管理教育、研修がなされているか。

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

〔 名称、 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。)、 内容量、 消費期限または賞味期限、 保存方法、 製造業者(販売者)、 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

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

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

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）

保健所等行政機関との連絡・協議

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

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）

再発防止策の検討及び実行