

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

法令遵守や社会倫理に適合した行動を行っ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、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

- 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」（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」（16 ページ参照）

基本原則 3 適切な衛生管理・品質管理の基本

安全で、品質が確認された商品を適切な教育訓練を受けた従業員が衛生的に取り扱うことが重要です。これらを軽視すると、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し、かつ、社会的責任を問われる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。

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。

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進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

【5S（整理、整頓、清掃、清潔、習慣づけ）活動等の徹底】

- 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。

【商品販売】

- 商品を販売する際には、お客様の生命と健康の維持に関わっていることを認識し、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。

【危害要因分析、HACCP等】

- 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。

- 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うなどの取組を進めます。
- これらのことは、HACCP(危害要因分析・重要管理点)などを導入することにより体系的に取り組むことができます。

「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]」(18 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。

【集荷】

- 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。

【食品防御】

- 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、流通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と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。

(参考)

- ・『食品防御対策ガイドライン(食品製造工場向け)』(平成25年度改訂版)について」

厚生労働省ホームページ：

http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/kenkyu/index.html

- 「食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会」報告書（平成26年6月27日）

農林水産省ホームページ：

<http://www.maff.go.jp/j/syouan/seisaku/kiki/kentoukai/index.html>

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

【経営者の関与】

- 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外に宣言します。

【品質保証の体制】

- 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。

【従業員教育】

- 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。

【監査】

- 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。

【トレーサビリティ等】

- 商品のトレーサビリティ確保のために、入荷・出荷データ、商品の検査データ、仕入・売上傳票等を管理するシステムを整備します。

「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・事業者が、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となり、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。

- 商品の行先がわかるよう、それぞれの事業者が出荷の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、日頃から流通事業者とコミュニケーションをとることも大切です。
- 回収の場合を想定し、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。

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に、経営者や責任ある担当者に報告がなされることが重要です。また、その内容を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

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

【お客様や取引先等への情報提供】

- 商品情報やサービス、安全管理に向けた企業活動など、常日頃からお客様が必要とする情報や事業者の取組を正確にわかりやすく提供していきます。

なお、食品安全管理の観点から、製造工程への外部の者の立入りについては慎重かつ適切に管理されなければいけません。対応が可能であれば、食品が実際に製造される工程を見学してもらい機会を設けて、お客様に理解を深めてもらう取組も大切です。

- 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」(22 ページ参照)

【お客様や取引先等からの情報収集】

○ 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。特に現場（お客様との窓口であるお客様相談窓口や取引先との対応を行う営業担当窓口）での対応については、あらかじめ適切な対応方法を検討し、現場の従業員と認識を共有し、いつでも実行できるようにしておくことが重要です。

○ 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。

〔 食品事故とは、①人の健康を損なうおそれがある事案、②食品衛生法、食品表示法等の法令違反のことをいいます。 〕

○ 犯罪が疑われる事案については、警察に相談するなど適切に対応します。

【お客様や取引先等から収集した情報の管理】

○ 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。

【緊急時を想定した教育体制の整備】

○ 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。

【収集した情報に基づく判断】

○ 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5 人の健康を損なうおそれがあるかを判断するための基礎的知識について」(23 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。

- 人の健康を損なうおそれがある場合には、直ちに商品回収の是非や回収範囲の判断・決定を行い、お客様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、商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、警察にも届け出ます。

- 関係者に連絡をとり、連携して適切な対応を実施します。

- 商品回収の基本的な考え方
 - ① 商品回収は、「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、広く告知をする回収の必要性が高くなります。
行政機関から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を決定します。
検討の際に必要な応じ、関係行政機関に相談します。
 - ② 回収を検討する必要性が生じた場合、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 人の健康を損なうおそれがなく、法令違反で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、必要以上の商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。

- 回収の際の事案の公表の考え方
事案の公表は、健康被害の拡大防止を図るために必要な回収の対象製品を識別する情報等がお客様に提供されるようその方法を決定します。

食品企業として「事故対応マニュアル」の中で提供する情報やその方法を定めておく必要があります。

- 事案の原因究明、再発防止対策を行う等適切な対応を実施します。
- 報道機関への対応に当たっては、事故の内容や企業の対応を迅速かつ正確に伝えるようにします。

「補足資料6 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について」（25ページ参照）

- 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7 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について」（26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 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]

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 人の健康を損なうおそれがあるかを判断するための基礎的知識について

補足資料6 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7 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、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。

補足資料 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。

(参考) 農林水産省では、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るためのホットラインを設置しています。

- ・「食品表示 1 1 0 番について」(農林水産省ホームページ：<http://www.maff.go.jp/j/jas/kansi/110ban.html>)を参照。

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 (<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sijyo/info/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。

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) 表示等による情報の開示に当たっては、食品表示法、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）、米トレーサビリティ法（米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律）、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。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。

・「食品表示に関するパンフレット・Q&A・ガイドライン等」（消費者庁ホームページ：<http://www.caa.go.jp/foods/qa.html#m01>）を参照。

(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。

補足資料5 人の健康を損なうおそれがあるかを判断するための 基礎的知識について

ARfD (Acute Reference Dose : 急性参照用量)

人が食品や飲料水を介して、ある特定の化学物質を摂取した場合の急性影響を考慮するための指標です。通常、人が 24 時間またはそれより短期間の経口摂取した場合に健康への悪影響を示さないと推定される体重 1kg 当たりの摂取量のこと（例えば、mg/kg 体重などの単位で表される。）。

→ これは安全性の初期判断には最も重要な指標です。

ADI (Acceptable Daily Intake : 一日摂取許容量)

ある物質について、人が生涯その物質を毎日摂取し続けたとしても、健康への悪影響がないと推定される 1 日当たりの摂取量のこと。通常、体重 1kg 当たりの摂取量（例えば、mg/kg 体重/日などの単位）で表される。食品添加物や農薬等、食品の生産過程で意図的に使用されるものの安全性指標として用いる。

TDI (Tolerable Daily Intake : 耐容一日摂取量)

非意図的に混入する物質について、人が生涯にわたって毎日摂取し続けたとしても、健康への悪影響がないと推定される 1 日当たりの摂取量のこと。通常、体重 1 kg 当たりの摂取量（例えば、mg/kg 体重/日などの単位）で表される。重金属等に関する指標として用いる。また、PTDI, PMTDI と表記されている場合もある。

LD₅₀ (Lethal Dose, 50 : 半数致死量)

化学物質の急性毒性の指標であり、動物に投与した場合に、統計学的に、ある日数のうちに半数(50%)を死亡させると推定される量のことである。通常、体重 1 kg あたりの投与量（例えば、mg/kg などの単位）で表される。

※LD₅₀は、通常動物実験で得られる指標であり、しかも 50%の動物が死ぬ値ですので、LD₅₀を下回ったから安全というわけではありません。食品事故が起きた場合は、まずは、人における安全指標である ARfD や ADI、TDI と比べるべきです。ARfD や ADI、TDI が分からない場合は、近くの保健所や専門家に相談してください。

上記以外の用語については、以下のURLに解説がありますので参照して下さい。

- ・ 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-anzen/glossary.html>

補足資料6 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はなく、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、事故ではなく「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ことが必要です。

- (1) 一貫性の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。その際に、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の対応
- (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 7 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となります。

(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1) 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
※ 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（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

(参考2) 米国における製品回収について

<http://www.accessdata.fda.gov/scripts/cdrh/cfdocs/cfcfr/CFRSearch.cfm?fr=7.3>

<http://www.fda.gov/ICECI/ComplianceManuals/CompliancePolicyGuidanceManual/ucm074554.htm>