

F C P 商品情報の管理体制項目

平成 2 4 年 2 月 2 7 日作成

F C P 事務局

目次

1. 「F C P 商品情報の管理体制項目」 概要
 - (1) 「F C P 商品情報の管理体制項目」について
 - (2) 「F C P 商品情報の管理体制項目」の活用に向けた提案
2. 「F C P 商品情報の管理体制項目」
3. 参考資料
 - (1) 「商品情報の信頼性を担保する情報」を省略できるシーンの提案
 - (2) 「F C P 商品情報の管理体制項目」の商品情報のやり取り以外のシーンでの活用の提案

「商品情報の効率的なやり取り」に関する研究会 「ＦＣＰ商品情報の管理体制項目」について

平成 23 年度の「商品情報の効率的なやり取り」に関する研究会では、品質に関する商品情報（以下「商品情報」という。）のうち、「商品情報の信頼性を担保する情報」のやり取りの量・回数（頻度）を減らすために、この情報と置き換え可能な「商品情報の管理体制に関する情報」について検討しました。

具体的には、どのような商品情報の管理体制であることが確認できると「商品情報の信頼性を担保する情報」のやり取りの量・回数（頻度）を減らすことが可能になるか、一覧性を持った項目に取りまとめるとともに、この項目を利用可能な場面について具体的に検討し、提案として取りまとめました。

（１）「ＦＣＰ商品情報の管理体制項目」について

「ＦＣＰ商品情報の管理体制項目」は、商品情報の管理体制について項目として整理し、それぞれの管理体制がどのような状態であることが望ましいか、確認する際の視点をまとめたものです。「重要度」、「商品情報の管理体制」及び「管理体制の状態」別に整理し、一覧表の体裁にしています。「商品情報の管理体制」は、当該事業者の「商品情報の管理体制」を表し、「管理体制の状態」は、「商品情報の管理体制」を確認する際に、どのような状態を想定するかを、さらに、「重要度」は、「商品情報の管理体制」のうち、どの要素を重視するのかを表しています。

この「ＦＣＰ商品情報の管理体制項目」は、商品情報をやり取りする事業者間の関係に応じて、柔軟に活用していただくことを想定しており、一律に必須項目として求めるような利用は想定しておりません。

（２）「ＦＣＰ商品情報の管理体制項目」の活用に向けた提案

「ＦＣＰ商品情報の管理体制項目」の活用を具体的にイメージしやすくするため、「商品情報の信頼性を担保する情報」を省略できるシーンについての提案を取りまとめました。

また、この検討過程で、「ＦＣＰ商品情報の管理体制項目」について、「商品情報の信頼性を担保する情報」と置き換えること以外にも活用可能ではないかとの問題提起がなされたことを踏まえ、商品情報のやり取りのシーン以外の具体的な活用を提案として取りまとめました。

この提案は、いずれも具体的な活用シーンをイメージしやすいよう、幅広く提案を取りまとめたもので、あくまで例示であることにご留意下さい。

① 「商品情報の信頼性を担保する情報」を省略できるシーンの提案

「ＦＣＰ商品情報の管理体制項目」を用いることで、「商品情報の信頼性を担保する情報」について、やり取りする量・回数（頻度）を減らすことができると考えられる具体的なシーンの例を提案としてまとめました。「どのような場合に」、「どのような関係であれば」、「何を省略できるか」を一覧表の体裁で表しています。「どのような場合に」は、どのような立場の事業者（原料メーカー、製造メーカー、リテーラー）が何をする場合に、「どのよ

うな関係であれば」は、やり取りする事業者間の関係性を、さらに「何を省略できるか」は、事業者間の関係性によってやり取りする量・回数（頻度）を減らすことができると考えられる「信頼性を担保する情報」を記載しています。

商品情報をやり取りする事業者間の相手方との関係に応じて、どのように「商品情報の信頼性を担保する情報」を減らすことができるのか判断していただく上でご参考にしてください。

② 「F C P 商品情報の管理体制項目」の商品情報のやり取り以外のシーンでの活用の提案

「F C P 商品情報の管理体制項目」が、商品情報のやり取りの際に「商品情報の信頼性を担保する情報」と置き換えること以外に、どのようなシーンで活用できるのか、具体的な例を提案としてまとめました。

「誰が」、「何をする場合に」、と「活用方法」を一覧表の体裁で表しています。

「F C P 商品情報の管理体制項目」を活用していただく上でご参考にしてください。

消費者の食への信頼確保に向けて、事業者間で持続的かつ発展的な関係を構築するための共通認識のベース（土台）として、この成果物を役立てていただけることを願っております。

ご多忙な中で貴重な時間を割き研究会の膨大なディスカッションに積極的な参加をいただいた事業者の皆様には厚く感謝を申し上げます。

平成 24 年 2 月

F C P 事務局

「FCP商品情報の管理体制項目」

項目番号	重要度	商品情報の管理体制	管理体制の状態
1	望ましい	企業の商品情報管理について、理念を決めている	商品情報管理についての理念を、経営層が約束している
			商品情報管理についての理念を、文書化している
			商品情報管理についての理念を、会社ホームページや会社案内などで示している
2	望ましい	企業の商品情報管理について、管理のルールを決めている	管理する商品情報を明確にしている
			商品情報管理の実施手順を、文書化している
3	必須	商品情報について、管理する項目を決めている	商品情報の項目について、フードチェーンのどこまで管理するか決めている
			管理する項目を、文書化・様式化している
4	必須	商品情報について、管理する項目ごとに保管する期間を決めている	保管期間を決めた根拠がある
			商品の販売期間を考慮し、項目別に商品情報の保管期間を設定している
			変更を伴う商品情報の項目について、その変更頻度で保管期間を決めている
			商品情報について、項目別に保管期間を決めていることを、規程で文書化している
5	必須	商品情報について、問合せを受けた際、的確な対応を実施する体制を決めている	迅速に対応できる仕組みがある
			商品情報について、問合せ時の対応手順を文書化している
			問合せがあった場合、回答期日の目処を言うことができる
6	必須	商品情報について、取得・承認・保管の手順を決めている	商品情報の取得・承認・保管の手順を、規程で文書化している
			商品情報の取得・承認・保管を規程通りに実施している
7	必須	商品情報について、保管する方法を決めている	商品情報の保管方法を、規程で文書化している
			商品情報を規程に従って保管している
8	望ましい	商品情報について、管理する項目ごとに商品情報として設定した理由を決めている	顧客の求める内容に合わせて、商品情報の項目を設定している
			表示の根拠となる商品情報の項目を明確にしている
9	必須	商品情報について、管理する部門を決めている	商品情報の管理業務を規程で文書化している
			商品情報について、担当する部門が管理している
10	必須	商品情報について、工程管理、品質管理、品質保証、原材料管理を行うための体制を決めている (部門の業務分掌の明確化)	品質管理、品質保証の部門が独立している
11	必須	商品情報について、管理する項目ごとに情報セキュリティ※の確保を行っている (機密性、完全性、可用性の維持) ※「情報セキュリティ」とは、「情報の“機密性”、“完全性”及び“可用性”を維持すること」 ～ ISO/IEC27001(情報技術-セキュリティ技術-情報セキュリティマネジメントシステム-要求事項)より	(可用性について)商品情報について、どこにあるのかをわかっている
			商品情報について、改ざんが行なわれていないことを確認している
			(完全性について)商品情報の改定履歴、更新履歴がある

「FCP商品情報の管理体制項目」

項目番号	重要度	商品情報の管理体制	管理体制の状態
12	望ましい	商品情報について、管理する項目ごとに開示と原則非開示の区別を決めている	公開する商品情報の項目を決めて文書化している
			商品情報の項目について、原則非開示としている理由を明確にしている
13	必須	商品情報について、管理する項目ごとに担保できる根拠を確認している（書類等）	商品情報の項目を確認する際、法規制・商品特性・製造特性の項目と結び付けができる
14	必須	商品情報を取り扱う部門の担当者に対し、商品情報についての専門知識（法律等の知識）及び管理するための教育を行っている	商品情報部門の担当者に対する教育体制がある
			商品情報部門の担当者に対する教育プログラムを持っている
			商品情報部門の担当者に対する教育した記録がある
15	望ましい	商品情報について、従業員全員に品質に関する教育を行っている	従業員全員に品質に関する教育体制がある
			従業員全員に品質に関する教育プログラムを持っている
			従業員全員に品質に関する教育した記録がある
			従業員全員に品質に関する力量認定を行っている
16	必須	商品情報について、社外に提出する際、管理する項目ごとに正確であることを確認している	社外に提出する商品情報を確認する体制があり、確認の有無を明確にできる
			製品の規格や工程情報などを確認して、商品情報を社外に提出している
			商品情報を提出する際、提出先を記録している
17	必須	商品情報について、定期的な更新を行っている	商品情報に関連する法令について、最新の内容を確認し、商品情報を更新する仕組みがある
			商品情報に関連する書類の更新のやり方を文書化している
			商品情報に関連する書類の更新日を管理している
18	必須	商品情報について、原料メーカーに関連する情報の管理体制があることを確認している（確認を行う担当者及びその手順）	原料メーカーと連絡を取る体制がある
			原料メーカーを監査する体制がある
			原料メーカーから規格書を入手している
19	必須	商品情報について、取引先から入手した際、管理する項目ごとに正確であることを確認している	商品情報を取引先から入手した際、内容を確認できる仕組みがある
20	必須	商品情報について、管理する項目ごとに原料情報との紐付けを実施できる	商品情報に関連する情報について、フードチェーンにおける一つ手前の取引先から得ている
			製造記録に原料や製品のロットを記している
			社内におけるトレーサビリティの体制を確認している
21	望ましい	商品情報について、緊急時（事件及び事故発生時）に問合せを受ける場合を想定して、迅速、円滑かつ適切に対応するための自社内の体制を整備し、また体制の見直しを行っている	緊急時において、社内における役割をあらかじめ定めている
			緊急時において、関連する情報を、関係者に迅速に収集・伝達する体制を整備している
			緊急時において、迅速に対応するため、事件性のある食品汚染も想定した判断基準、対応ルール及び手順をあらかじめ定めている
			緊急時において、迅速に対応するため、事件性のある食品汚染も想定した判断基準、対応ルール及び手順を文書化している
			緊急時対応の経験に基づいて、自社における体制及び取組の見直しを行っている

「FCP情報の信頼性を担保する情報」を省略できるシーンの提案

どのような場合に			どのような関係であれば		何を省略できるか
誰が	何をする場合に		誰と	やり取りする者の関係性	(信頼性を担保する情報)
原料メーカー	あらゆる商品情報の確認を受ける		製造メーカー	商品情報の管理体制を確認される前である	相手にその後の監査や証明書提出の頻度や回数や省略を検討してもらう
製造メーカー	あらゆる原料情報を確認する		原料メーカー	①過去に商品情報に関してトラブルが無い ②商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている ③定期監査する関係である ④定期的な意見交換を行っている ⑤緊急時の対応も協力に向けた認識の共有が出来ている	・各種証明書 ・仕様書の項目の一部 ・監査の回数や監査項目
	個別事例	アレルギー物質を確認する		アレルギー物質に対する管理内容が分かっている(分析、コンタミ防止策など)	・アレルギー物質分析証明書
		農薬情報を確認する		①商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている ②原料購入先が明示されている ③農産物の産地が生産履歴の管理を行なっている ④定期的に残留農薬の分析をしている	・農薬情報に関する各種証明書
		特色ある原産地を確認する		①商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている ②規格書で情報をやりとりしている ③原料メーカーの規格書の正確性が高いと分かっている	原産地証明書
	あらゆる商品情報の確認を受ける		リテーラー	商品情報の管理体制を確認される前である	相手にその後の監査や証明書提出の頻度や回数や省略を検討してもらう
リテーラー	あらゆる商品情報を確認する		製造メーカー	①過去に商品情報に関してトラブルが無い ②商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている ③定期監査する関係である ④定期的な意見交換を行っている ⑤緊急時の対応も協力に向けた認識の共有が出来ている	・各種証明書 ・仕様書の項目の一部 ・監査の回数や監査項目 ・商品の受入検査
	個別事例	アレルギー物質を確認する		アレルギー物質に対する管理内容が分かっている(分析、コンタミ防止策など)	・アレルギー物質分析証明書
		農薬情報を確認する		①商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている ②原料購入先が明示されている ③原料購入先が、農産物の購入先の管理を把握している	・農薬情報に関する各種証明書
		特色ある原産地を確認する		①商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている ②規格書で情報をやりとりしている ③製造メーカーの規格書の正確性が高いと分かっている	・原産地証明書

「FCP商品情報の管理体制項目」の商品情報のやり取り以外のシーンでの活用の提案

どのような用途で		活用方法
誰が	何をする場合に	
自社	自社の取組を組み立てる場合	自社の取組を確認して、不足している部分を組立てるとともに、体系化するのに利用する
	自社の取組を説明する場合	商品情報の管理体制をアピールすることで、展示会などで不特定多数の企業に対して、自社の情報管理体制を評価してもらう
	消費者とのコミュニケーションを図る場合	商品情報の管理体制をアピールすることで、安全・安心に関する懸念を払拭するとともに、企業価値の向上に繋げる
売る側 (商品／原材料)	取引を開始する場合	積極的に商品情報の管理体制を開示し、信頼を得る
	商品情報の管理体制を確認される場合	自社としてどのような情報を提供できる体制であるか事前に伝えることで、確認時間や確認項目の省力化できる
	回答が難しい商品情報の提出を要求された場合	自社の情報管理のレベルを説明することで、取引先に対して提出が不要であると理解してもらう
買う側 (商品／原材料)	取引を開始する場合	商品情報の管理体制について、取引前に求める内容を整理し取引先に示す
		購入するための条件として、管理レベルが要求水準以上であることを確認する
	複数の商品を取扱う場合	その都度提出を求めている情報の信頼性を担保する情報の提出を省くことが出来る
	商品情報の管理体制を確認する場合	商品情報の管理体制を確認することで、情報の信頼性を担保する情報の提出を省いたり、今後の確認の頻度を減らすことが出来る可能性がある