

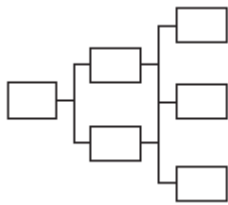
●「協働の着眼点たたき台1次案」



「製造」「卸売」「小売」のそれぞれの分野で「消費者コミュニケーション」「サプライチェーンマネジメント」「衛生管理」の観点ごとに、9つの作業グループを編成し、意見交換を重ねています。11月上旬の段階の意欲的な食品事業者の皆さんの作業成果を「協働の着眼点」のたたき台として取りまとめています。

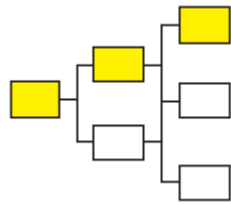
「協働の着眼点たたき台 1次案」の見方

各項目の内容を見る…樹形図で表示



「製造」「卸売」「小売」それぞれの分野で、「消費者コミュニケーション」「サプライチェーンマネジメント」「衛生管理」の観点から着目すべき項目を樹形図にまとめています。企業行動のおおまかな枠組みを整理した大項目、中項目から、具体的な企業行動を見る際のポイントを示した小項目に至るまでご覧いただけます。

各項目に対応する取組やその背景を見る…一部をハイライト



一部の項目について、食品事業者の皆さんがどのような問題意識を持って取り組んでいるのか、また、その取組を通じてどのように消費者の皆さんのご期待に応えようとしているのか、まとめたものです。

具体的な取組事例を含めた詳細版(pdf)を見る

小売：消費者コミュニケーション「協働の着眼点」第1次取りまとめ

2008.11.7 FCP 事務局

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
お客様(※1)とコミュニケーションを取るための自社体制	お客様とのコミュニケーションに関する方針策定、周知、公表	企業理念の中に、お客様視点で考える姿勢を盛り込んでいる	企業理念の中で、お客様対応の姿勢に関する方針を明確にしている ・「消費者本位」、「お客様第一」
			お客様対応の方針にそった行動規範を策定している ・「お客様に関わる自主行動基準」
		従業員が、お客様視点の重要性を認識している	行動規範、販路にあたっての原則などを会議や朝礼で唱和し、徹底している
		企業理念を、お客様を含めたステークホルダーにも示している	各部署での掲示やハンドブックを作成・携帯し、従業員が常に触れる事で社内周知している お客様中心の企業理念、行動規範などをお客様・取引相手先・従業員に伝えるために、様々なツールを用いて公開している ・「店頭掲示」、「ホームページ」、「冊子」、「CSR報告書」など

<大項目、中項目>

企業行動を見る際のおおまかな枠組みを整理したものです。

<小項目>

具体的な企業行動を見る際のポイントとなる点です。

<具体例>

具体例とは、意欲的な食品事業者の皆さんが、実際に行っている取組を小項目に対応して分類したものです。

この具体例は、各食品事業者が同じやり方で見習わなくてはならない、というものではありません。

小項目の内容を実際に行う際に、どのような方法があるのかという参考としてご覧ください。
今後の策定プロセスでこの具体例も充実させていきたいと考えています。

以下、

- 【製造】消費者コミュニケーション（樹形図）（取組の背景）（詳細版）
- 【製造】サプライチェーンマネジメント（樹形図）（取組の背景）（詳細版）
- 【製造】衛生管理（樹形図）（取組の背景）（詳細版）
- 【卸売】消費者コミュニケーション（樹形図）（取組の背景）（詳細版）
- 【卸売】サプライチェーンマネジメント（樹形図）（取組の背景）（詳細版）
- 【卸売】衛生管理（樹形図）（取組の背景）（詳細版）
- 【小売】消費者コミュニケーション（樹形図）（取組の背景）（詳細版）
- 【小売】サプライチェーンマネジメント（樹形図）（取組の背景）（詳細版）
- 【小売】衛生管理（樹形図）（取組の背景）（詳細版）

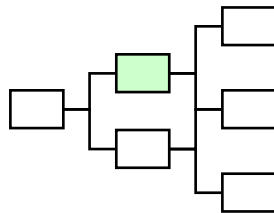
の順で、掲載しています。

消費者コミュニケーションの理念

- お客様の信頼感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。

＜樹形図の読み方＞

- 樹形図の中で、一部の項目（樹形図の色塗り部分）については、食品事業者の皆さんのご意見や具体的な取組を踏まえた解説「取組の背景」をご覧ください。食品事業者の皆さんがどのような問題意識を持って取り組んでいるのか、また、その取組を通じてどのように消費者の皆さんのご期待に応えようとしているのか、まとめたものです。



- ※印の言葉につきましては、「協働の着眼点（たたき台）」ではどのような意味で使用しているかについて、ページ内で解説しています。

製造:消費者 コミュニケーション

協働の着眼点 たたき台

食への信頼
向上のための
消費者コミュ
ニケーション



※1 お客様：一般の消費者の皆様を指します。

※2 コンプライアンス：法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。

※3 食育：食育基本法の考え方に準じています。

● 製造：消費者コミュニケーションの着眼点



大項目	お客様への情報の発信		
	中項目	お客様のニーズに対応した適切な情報量とわかりやすい内容の情報提供	
	小項目 (一部省略)	お客様に対して提供すべき適切な情報量、情報の質、提供のタイミングを常に考慮している	
		誰にとってもわかりやすく、親切な情報提供となるよう配慮する体制を整えている (ユニバーサルデザインへの配慮)	
		お客様の求める商品情報をわかりやすく提供している	

■ 取組の背景

多くのお客様が必要とする情報を提供するために

近年、食をとりまく環境の変化により、お客様が必要とする情報は多様化する一方です。製造業者はお客様の求めに応じ、商品に関する情報をできるかぎり伝えたいと考えています。しかし、情報量が多ければ多いほど良いというわけではありません。情報量が多すぎると、本当に大切な情報が見えにくくなってしまいますからです。だからこそ、お客様が求めている情報を、誰にでも的確に伝わるようにする努力と、お客様視点に立っての情報提供が重要だと考えています。

そのために製造業者は「お客様のニーズに対応した適切な情報量とわかりやすい内容の情報提供」に力を入れています

誰にとってもわかりやすく、適切な情報提供をするために、意欲的な製造業者は日々努力を続けています。例えば、商品パッケージは、お年寄りや小さなお子さんにも見やすいよう、できるかぎり大きな文字で表示し、必要な情報が埋もれてしまわないように留意する、ひと目で伝わるようにするなど、様々な工夫をこらしています。また、商品パッケージだけでなくホームページに関しても読みやすく、理解しやすい表現を心がけています。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
お客様(1)とコミュニケーションを取るための自社体制	お客様とのコミュニケーションに関する方針策定、周知、公表	企業理念の中に、お客様視点で考える姿勢を盛り込んでいる	経営理念の中で、お客様対応の姿勢に関する方針を明確にしている ・「お客様本位」、「お客様第一」、「お客様に信頼される会社づくり」 お客様対応の方針にそった行動規範を策定している ・「お客様とのコミュニケーションの基本的な考え方」
		従業員が、お客様視点の重要性を理解している	自社の企業理念に関する勉強会を実施し、現場での活動に活かすとともに、従業員間のコミュニケーションを促進している 経営理念についてCSR(2)報告書に明記し、社員が課題を考える機会を設けている
		企業理念を、お客様を含めたステークホルダーにも示している	お客様対応に関する企業理念、企業方針などをお客様・取引先・従業員に伝えるため、様々なツールを用いて公開している
			お客様からの問い合わせ対応に関する仕組みをつくり、問い合わせ対応マニュアルがある お客様からの問い合わせ対応マニュアルを定期的に見直し、改善している お客様からの苦情に対して返答する社内的な期限を設定している
	お客様とのコミュニケーションに関する従業員の教育・訓練	お客様対応に関する知識・手法の共有を工夫している	迅速・正確・親切なお客様相談の実施をサポートする情報インフラを整備している ・お客様対応のシステムに、FAQ、レシビ、類似事例、文書雛型等の窓口支援機能を充実させ、多様な相談への対応標準化と窓口対応の質の向上を図っている
		お客様対応に関する従業員の教育・研修を行っている	お客様対応担当者を対象とした専門教育がある ・お客様応対研修、申し出応対研修などを社内集合研修で実施 ・工場見学、新製品説明会、産地視察の実施 全社員を対象にした「お客様関連教育」がある ・社内研修に「お客様コミュニケーション」の講義がある
			営業社員を対象としたお客様対応に関する教育を実施している ・全国の営業部門に出向き「営業研修」を定期的を実施 ・お客様対応の基本、営業社員の果たす役割、苦情への連携対応など、営業社員の苦情対応スキルの向上を目指している ・営業部門向けの対応ガイドラインとして「苦情対応ハンドブック」を策定
			新入社員研修で自社の歴史について話すことを学び、お客様視点に結びつける 社内訓練のみでなく、外部機関が主催する「お客様対応研修会」や「講演会」への参加や、関連資格の取得も推進している
	コンプライアンス(3)への対応	お客様とのコミュニケーションに関連して、法令遵守を徹底している	得られた個人情報について保護措置を取っている
お客様からの情報の収集と管理	お客様からの情報の収集に関する自社体制(平常時)	お客様対応の社内での担当を明確にしている	お客様対応の最高責任者を明確にしている お客様対応の責任部署が設置されている
		全社的に連携してお客様対応を行う体制を整えている	お客様対応部門を他の関連部署がバックアップする体制がある ・製品開発、研究、品質保証など他部署によるバックアップ体制 ・お客様の声を社内に伝える仕組みとして「品質保証委員会」、「お客様満足度向上委員会」にお客様対応部門の責任者が委員として参加 ・全国の営業部にお客様対応責任者を設置。訪問営業社員の人選、対応指導等を行い、お客様対応部署と連携し、迅速かつ的確な苦情対応を遂行
			全社的なお客様対応担当者会議を定期的実施している ・営業、品質保証、生産、開発、企画の担当役員、責任者、担当者出席 ・相談の概要、お客様の意識や動向の変化、声の活用例等を取り上げ、お客様視点での企業活動を推進
		お客様の声を経営に活かす仕組みができています	お客様対応部門が経営に直結している ・お客様からの情報収集、お客様への情報発信の内容をタイムリーに経営トップに伝え、トップが適切に判断するための体制を構築している
		お客様対応の満足度について、お客様から情報を収集している	お客様対応部門の対応について、お客様満足度調査を実施している ・今後の対応課題を抽出し、より満足度の高いお客様対応に向け、具体的改善施策を検討し、実践している ・申し出をいただいたお客様に対して、直接「お客様対応の良否アンケート」を定期的実施し、「普通以下」の評価だった事例を基に、改善を実施している 優良なお客様対応を実施した従業員の、評価・褒章制度を設けている
	お客様から情報を受け取るツールの整備とお客様への提示	お客様から情報を受け取る手段を整備し、お客様に選択肢として提供している	お客様からの声を受ける専用の手段がある ・電話、フリーダイヤル、FAX ・メールフォーム対応ホームページ、電子メール ・書簡、店頭での投書箱 お客様からの声を受ける手段、問い合わせ先を公開している ・商品パッケージ、ホームページにおける公開
			時間外、休日の連絡体制が整備されている ・平日遅い時間まで電話受付を延長 ・休日については留守番電話で受電や、アウトソーシングで対応
	お客様への働きかけによる積極的な情報収集	お客様と接触する機会を増やす努力をするとともに、その機会を活かしている	お客様からの申し出を促進する働きかけをしている ・商品パッケージの問い合わせ先等の表示を目立たせる工夫 ・商品パッケージにアンケートはがきを添付したキャンペーンの実施 お客様から問い合わせのあった際には、商品の使い勝手などの付加情報を聴取するようにしている ・お客様に聞くべき項目を、あらかじめ窓口に用意しておき、掘り下げて質問できるようにしている 商品パッケージの「フリーダイヤル」表記に「お問い合わせやご意見をお待ちしております」という表現を追加し、お客様からの問い合わせを呼びかけている 自社製品のファンクラブを立ち上げて、その会員から情報を収集する機会を設けている
			定期的にお客様の声を収集する仕組みを構築している ・お客様モニターからの意見の収集 ・メルマガでのアンケートの実施(匿名性が高く本音が出やすい特徴)
		お客様のニーズを把握する努力をしている	同業他社のお客様対応窓口の担当者との交流を通じて、お客様ニーズを共有している マスコミ、新聞記者などとの接点を通じてお客様のニーズを捕らえるようにしている 社内調査や、有識者からの意見聴取を行っている 小売業者と協力してお客様情報の収集をしている ・小売の現場から、売れ筋やお客様の要望を収集 ・試食会や売り場改装の際に、小売店舗と協力して情報を収集
			様々な手法(アンケート・ヒアリング)により、お客様の生活実態を調査している ・主にマーケティング視点でお客様調査を定期的実施
		お客様以外の幅広いステークホルダーから情報や要望を収集している	ステークホルダー・ダイアログを定期的に開催する ・アドバイザー・ボード、勉強会からの意見の収集 外部機関による自社評価に関する調査を実施している

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
お客様からの情報の収集と管理	お客様から収集した情報の管理	お客様から寄せられた情報を集約して管理している	お客様からの声を一括管理する仕組みがある ・お客様から寄せられる声をお客様相談担当部署に集約 お客様の声を内容別に分類し、データベース化している ・例：「相談」「苦情」「意見提案」「賞賛」
		お客様から寄せられた情報を分類・評価している	お客様の声を分類別に整理し、分析・加工する仕組みがある 情報の重要性は、情報の受け口となるお客様相談の担当部署で判断する ・特に「苦情」について自社基準に基づき「重要度の一次判定」を行う ・重要度に関してはランク別に質的な重みづけを行い、定量、定性面から解析、評価を行う ・寄せられた情報の背景を含めて、情報の本質をつかむように分析を行う
		お客様から収集した情報を全社的に共有し、必要な情報を関連先まで伝達している	お客様からの声を共有化する仕組みがある ・お客様の声を社内で共有、閲覧できるシステムを設けている ・お客様の声をまとめたものを社内に情報発信している（日報、月報、年報） お客様からの声を、定期的に経営層へ報告する仕組みがある ・日報、週報、月報、四半期報告
	お客様からの意見への適時、適切な対応	お客様からの申し出に対して、正確な情報を返答する	お客様からの申し出に対して、迅速、正確、丁寧に誠意をもってお答えする インターネットでの問い合わせでも、情報提供の必須条件に電話番号を加え、なるべく電話で話を聞くようにしている お客様からの専門的なお問い合わせにも迅速に対応できる体制を整えている 寄せられた苦情に対しては、不公平なお客様対応とならないよう、対応の方針や原則を明確にしている
		お客様からの申し出のあった重要事案に迅速に対応する	重要事案と判断した場合は、即時 関係者に通報する緊急連絡体制を構築している（例えば、健康被害案件、対外影響案件、法令違反、その他自主回収をとまう場合など） 苦情に対しては、着払い、訪問、集荷依頼等でできる限り現品を入手し、原因究明と調査報告を実施している お客様から寄せられた声が、一定条件を満たした場合には、アラートが機能するように設定している ・新製品発売の際に問い合わせ量が一定数を超えた場合 ・同ロットで問題が2回以上発生した場合 など
		お客様からの声を商品・サービスの改善につなげている	お客様からの声を商品開発、改善に活かす仕組みがある ・品質保証、生産、研究・開発等の関係部門で必要なデータを共有している（随時情報提供、日報、週報、月報、四半期報告） ・月次もしくは四半期単位などで整理・分析のうえ改善提案を実施（反映された結果の一部はホームページでも紹介）
			お客様からの声を製造工程改善に活かす仕組みがある（お客様情報管理システムによる受付～対応～製品事故調査・対策までの一貫管理） お客様の声をもとに、商品パッケージ、デザインを取引相手先（ 4）と検討し、資材部門と連携して対応している
			品質改善目的の会合にて、お客様の声から改善提案を実施している ・お客様対応部門が主催（生産、開発、研究開発、品質保証の各部門担当者が出席） ・具体的改善策の検討を実施（提案に対し、約7割を改善）
			お客様からの声を集約し、お客様が求める情報（栄養成分表示等）を発信できるような仕組みがとられている
			お客様からの声を社内教育の資料として活用している
お客様への情報の発信	お客様への情報の発信に関する自社体制（平常時）	商品表示に関する法令遵守の徹底、および情報の正確性をチェックしている	商品が、表示や安全基準について法的基準を満たしているかなどをチェックする体制がある 製品に記載する表示内容を吟味し、法的適合性だけでなく、お客様の求めに合致した情報を盛り込んだ内容の表示になっていることを確認している ・専門部署での確認 ・社内モニター制度による確認 新製品については、発売前の段階からお客様対応の担当部署が参画し、使い勝手、注意表示等を開発部門と検討、改善提案を行っている
		広告・宣伝に関する法令遵守の徹底、および情報の正確性をチェックしている	TVCMや広告などを通じ、正しい情報が誤解なく伝わるよう、表現、言い回し、動作等について関連部署にて確認し、適切な発信をしている ホームページの掲載情報を、タイムリーに更新している
	お客様が入手しやすい手段による効果的な情報提供	お客様が求める情報を、入手できる場所、方法などについて伝えている	お客様がどこにアクセスすれば求める情報が入手できるかわかるように努めている ・体系だった情報発信 ・発信している情報の「読み方」の解説
		商品パッケージを用いて情報を提供している	商品パッケージを通じた「わかりやすい表示」への取組を工夫している ・お客様のためになる情報の提供 ・お客様が見やすい場所へのラベル表示 商品パッケージにQRコードをつけて積極的な情報発信をしている
			商品パッケージだけでは伝えきれない詳細な情報を、ホームページを用いて発信している ・より詳しい情報を入手したいというお客様のニーズにこたえるべく、商品パッケージでは伝えきれない詳細な情報を発信する ・よくある質問の回答を掲載し、CSR報告書では回答の集計結果を開示している ・レシピ情報専門サイトとタイアップし、レシピ普及活動を行っている
		お客様のライフスタイルを考慮したツールを用いて情報を提供している	メールマガジンをを用いて情報を発信している ・登録者に対して定期的に情報を発信する ・商品情報の更新、おすすめレシピなどの情報を適宜提供
			会員限定のブログを設けて情報発信を実施し、メールで受け付けた意見に返信をしている 冊子等を作成する際には、伝えたいコンセプトを明確にしている
			情報誌を作成し、配布することによって情報を発信している ・商品に関する基礎知識の小冊子を作成し、お客様に配布している ・自社における品質管理体制の取組について、お客様向けに解説冊子を作成し、配布している ・登録者に対して定期的に、情報誌等の冊子を送付している

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
お客様への情報の発信	お客様が入手しやすい手段による効果的な情報提供	ステークホルダーと協力して情報を提供している	店頭にて情報を発信している ・店頭POP等で商品のカロリーオフなど必要な情報を記載して伝えてもらっている ・一部商品について、携帯電話でのバーコード読み取り機能を活用して、アレルギーに関する情報のサイトに店頭でアクセスできるようにしている ・お客様の商品購入時(店頭)に、安全・安心にかかわる情報提供を拡充する
			取引相手先(小売業)を通じて情報を発信している ・取引相手先向けの商品や品質保証の取組に関する説明会を開催し、知識等の向上に努めている ・店舗における情報発信セールストーク集
			業界団体を通じて情報を発信している ・業界団体を通じて、単一社だけでなく業界全体で提供すべき情報を発信 ・同じジャンルの商品に共通する取り扱いの注意や特徴などを発信
			メディアを通じて情報を発信している ・新聞、雑誌等を通じて新製品等の情報を発信している ・提供するテレビ番組、ラジオ番組を通じて、お客様からの質問に答えたり、食に関する情報を発信している ・取材にはできるかぎり応じるようにし、適宜・適切に対応している ・メディアを対象とした勉強会を実施している ・メディアが事実を誤認して提供した情報は訂正するよう啓発する ・同業他社による共通の情報発信を行っている
			行政、第三者機関と連携して情報を発信している ・遺伝子組み換え食品等のテーマについて、行政と協力してお客様に公正な情報を伝えるよう発信している
	お客様との接点を活かして情報を提供している	お客様との接点を活かして情報を提供している	情報を発信するだけでなく、直接の接点を設け、伝える努力をする ・お客様展示会の実施
			自社施設やイベントなどを通じて、お客様に食に関する情報を発信している
			商品に関わるセミナーを開催し、商品に関わる教育活動を推進している
			問い合わせをしてきたお客様に、商品関連知識の小冊子、パンフレットを送付して、啓発に努めている
	お客様のニーズに対応した適切な情報量とわかりやすい内容の情報提供	お客様に対して提供すべき適切な情報量、情報の質、提供のタイミングを常に考慮している	ホームページや商品パッケージ等のツール(媒体)ごとに、お客様の求めている情報量を勘案して、効果的な情報提供に努めている
			必要な情報を網羅しつつ、読みにくさを感じさせない適切な情報量と表示方法となるよう努めている
		誰にとってもわかりやすく、親切な情報提供となるよう配慮する体制を整えている(ユニバーサルデザインへの配慮)	新製品、リニューアル品は全て、商品表示をお客様目線でチェックし、必要に応じ改善している ・ユニバーサルデザインに配慮した誰にとってもわかりやすい表示の取組
			商品パッケージにて、法令に基づく商品情報を記載している
		お客様の求める商品情報をわかりやすく提供している	商品の基礎知識の情報をホームページ等で公開している ・当該商品の特徴 ・商品の「おいしさ」に関する情報 ・原料、主な原料の産地、製造工場(その所在地) ・商品開発からお客様に届くまでの工程 ・賞味期限・保存方法 ・よくある問い合わせ、お客様の声の活かし方
			商品に含まれるアレルギー関連物質の情報を提供する ・商品パッケージに、特定原材料、推奨原材料に関する情報を表示 ・ホームページで関連情報の検索をできるようにしている
			商品の栄養成分に関する情報を提供する ・商品パッケージに、栄養成分に関する情報を表示 ・カロリー表示をグラム単位から個数単位に、ナトリウム量を食塩量に換算するなどわかりやすい提供をする
			商品の開封・開栓後の取り扱いについて、情報を提供する ・生ものに近い商品については、商品パッケージに表示する ・一部商品について、未開封と開封後の保存方法を掲載し、“こうなったらご使用をおやめください”という情報を提供している
			当該商品の問い合わせ先の情報を商品パッケージにわかりやすく表示している ・「PCサイト・モバイルサイト」及び「お客様相談室のフリーダイヤル」をアイコン化し、わかりやすく表示
			商品に寄せられる「よくある質問FAQ」をホームページに掲載している ・自社製品の理解促進と同じ疑問をお持ちのお客様への情報提供を推進
			商品パッケージ表示について、商品の主な購入者向けに方法を工夫している ・高齢者が購入する機会が多い商品は、表示内容を絞り込み、大きな文字で表示するように工夫
		メリット情報だけでなく、デメリット情報についても、必要に応じてお客様に対して情報を提供している	お客様がデメリットと感じる可能性のある情報についても、必要に応じて商品パッケージやホームページなどで公開している ・製品の生産段階での食品残留物の可能性、お客様から問い合わせの多い事項
			全社的な商品の安全管理体制の取組に関する情報を発信する ・ホームページで工程ごとの安全管理体制の情報を掲載 (品質保証活動、安全性審査およびその検証、 トレーサビリティ (5)など) ・全社的な品質保証体制に関する冊子を作成・配布
	商品の安全管理体制の取組に関する情報を提供している	商品の安全管理体制の取組に関する情報を提供している	海外を含む生産現地の取組情報の紹介を行っている
			工場見学の受け入れを行っている
			ホームページにて生産工程に関する情報を提供している ・特集サイトの作成、製造工程のムービー掲載
			お客様から寄せられた声の商品・サービスへの活用状況に関する情報を提供している
			原料原産地情報を載せる際、安全であることをお客様に理解してもらうため、周辺情報も掲載している

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
緊急事案発生時のお客様とのコミュニケーション	緊急事案発生時のコミュニケーション対応に関する自社体制（緊急時）	緊急事案発生時に、お客様への対応をスムーズに行う体制を整備している	お客様から重大な苦情が発生した際の対応組織・対応内容が明文化されている ・社内苦情対応規定の策定 お客様対応システム（社内イントラ活用）を用いて受付から完了まで進捗管理し、関係部署との連携をスムーズに行い、遅滞なく、迅速で的確な対応を推進できる体制を整備している 同製品について、同じ内容の苦情が入った場合には、「アラート機能」として経営層や関連部署へ報告される体制を整備している お客様からの申し出状況を迅速に確認する体制がある
			お客様からの申し出の受付時に、重要案件・重大案件となる可能性がある場合は、品質保証を担当する部門へ即時に報告され、当該部門で緊急性・重大性を判断し、迅速に、社内外に然るべき指示をする等、初動体制を強化している
			仕入れ取引相手先からの原料の規格書整備により、問題発生時の波及影響を迅速に把握している トレーサビリティシステムの整備による、仕入れ情報、出荷先情報の確認と迅速な情報収集と対応をしている
	緊急事案発生時のお客様への適時、適切な情報提供	緊急事案発生時に、お客様が必要とする情報を適時に収集している（安全情報・被害状況・出荷状況）	製品事故が発生した場合に、説明責任を果たす体制ができています ・工場単位での報告体制を整備している ・重大な苦情が発生した際の広報体制ができています ・緊急時に伝えるべき情報項目の選定をしている
食育（6）推進	食育推進に関する自社体制	食品事業者として、食育の重要性を認識している	食育推進活動のための基本方針が明文化されている CSR（企業の社会的責任）の取組の1つとして食育に取り組んでいる 食育の推進に関して、経営トップのコミットメントがとれている 食育推進に関して組織化を進め、食育担当を設置している 食育推進方針として、前面に商品を出さないようにしている
			食と健康に関する情報を発信している ・健康に配慮した新たなメニューの提案や、新しい食のスタイル提案活動を推進している ・商品を直接活用したメニューだけでなく、サイドメニューの提案を行い、食事トータルとしての提案をしている ・健康情報に関する講演会の主催や講師を担当
			商品パッケージにレシピや栄養バランスガイドを記載している 全国の栄養士や調理師とコミュニケーションをとるため、サイトを活用している ・登録者には旬の材料を使った料理などの情報を提供してもらっている
			小売業と連携して、販促の一環として食育のイベントを実施している ホームページ上で自社商品を使ったレシピのコンテストを実施している 食材の使い残しをなくすレシピを提案している
	食に関する知識・興味を高めるための取組	お客様に、食品が食卓にのるまでの取組に関する情報を提供している	商品や製造工程に関する正しい情報を学んでもらう場として、生産工場見学での作業の体験プログラムを提供 取引相手先の生産者と協力した農産物の収穫体験プログラムを実施している ・小中学校を対象として公募で参加者を募り、食に関する基礎的知識の習得を促進する取組を実施 ・自ら育てることで、農薬の必要性を学ぶため、稲を育てる取組を実施
			食に関する様々なテーマについて、ビデオやパンフレット、冊子、ホームページなどのツールを通じて、お客様の啓発につながる客観的、基本的な情報を提供している ・食品の安全・安心にかかわる科学的根拠に関する情報提供 ・賞味期限、消費期限の設定に関する情報提供 ・食品添加物について解説した冊子を作成し情報提供 ・食物アレルギーについて、一般的な情報をわかりやすく解説したパンフレットを作成、配布している
		社会的に問題となっている食に関するテーマについて、基本的、客観的な情報を提供している	健康情報などに関する広報誌を作成し、お客様に配布している 冷凍食品の取り扱い、冷凍食品の良さ、栄養バランスに関する情報を提供している ・お客様から寄せられた苦情に対する返信時に、業界団体で作成した食育のパンフレットを同封 「添加物とはどういうものか」を業界団体のホームページで、複数のメーカーが協働で情報発信している 栄養素の説明をする前に、家庭で調理することの重要性、一工夫でおいしい料理が出来ることを伝えている クールベジタブル、ウォームベジタブル（体を冷やす野菜、体を温める野菜）を紹介している お客様に野菜の摂取方法に関する情報を紹介している
			子ども向けにわかりやすい形で、商品紹介や食品に関する知識についてのコンテンツを整備している ・学校の教材にも使えるようにアニメーション、音楽によるメイキングムービーを作成 ・子供向けの料理レシピやゲームなど、親子で楽しみながら食について学ぶことができるコンテンツを整備 ・ホームページでバーチャル工場見学をできるコンテンツを整備
			料理を楽しむきっかけを提供し、食に対する知識を向上させるための、「料理教室」等の体験学習を実施している ・親子を対象とした料理教室の実施 ・初心者向けの料理教室を実施し、料理初心者をサポート
			小中学校への食に関する教材の提供や、出張授業を実施している ・食べ物の原料である食材を見せる授業 ・テーブルマナー、食生活啓発、食物アレルギーなどをテーマにビデオ作成 ・夏休みに「子供劇場」を実施し、食に関する話題を提供
			社内資格制度の導入により、料理経験のない男性社員が料理をするよう啓発している 従業員向けの食に関する資格制度を設け、社員自身の知識向上を図っている ・全社員が五味の味覚テストを受験し、合格者には資格保有者であることを示すカードを付与 ・自社製品に関する社内資格制度を導入し、お客様の食に関する啓発活動につなげている
		地域、NPOと協力して食育を推進している	地域密着型プログラムとして（小学生向け）、野菜を栽培・調理するプログラムを実施している イベントを実施し、近隣のお客様と食育を通じて交流を図っている
			日本および世界の食文化などの情報発信をフォーラムや講座で行い、食文化の継承に貢献している 節句、十五夜など季節のイベントを、小売業者と協働で実施している
		食文化の継承に関する取組を行っている	

この着眼点では、以下の用語を次のように定義して使用しています。

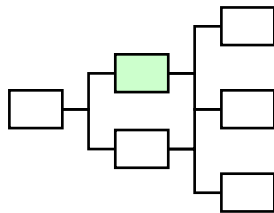
- 1 お客様：一般の消費者の皆様を指します。
- 2 CSR：Corporate Social Responsibility。企業の社会的責任。
利益の追求だけでなく、企業活動の様々な社会的側面(環境保護、法令遵守、人権擁護等など)においても、バランスのとれた責任を果たすべきとする経営理念。
- 3 コンプライアンス：法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
- 4 取引相手先：卸売業者、小売業者などの製造業としての直接の取引相手先。
- 5 トレーサビリティ：生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。
(2004年 FAO/WHO合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)
- 6 食育：食育基本法の考え方に準じます。

サプライチェーンマネジメントの理念

- 食の信頼向上のため、調達から販売まで、公正かつ透明な取引（見える化）により、持続可能な関係を築き、消費者の「信頼の連鎖」の一翼を担います。
- 事業者が自らの役割を認識し、「信頼の連鎖」実現のための、開かれた社内体制の構築を目指します。

<樹形図の読み方>

- ・ 樹形図の中で、一部の項目（樹形図の色塗り部分）については、食品事業者の皆さんのご意見や具体的な取組を踏まえた解説「取組の背景」をご覧ください。食品事業者の皆さんがどのような問題意識を持って取り組んでいるのか、また、その取組を通じてどのように消費者の皆さんのご期待に応えようとしているのか、まとめたものです。



- ・ ※印の言葉につきましては、「協働の着眼点（たたき台）」ではどのような意味で使用しているかについて、ページ内で解説しています。

製造: サプライチェーンマネジメント

協働の着眼点 たたき台

自社での取組事項

取引相手先との良好で持続的な関係を構築するための自社体制

コンプライアンス※1への対応

取引相手先との関係構築等に関する方針・基準策定

取引相手先との関係構築等に関する方針・基準の社内周知、教育体制

取引に関する事項についてのチェック体制

取引相手先との関係構築等に関する自社体制の社外周知

コンプライアンスに関する体制整備

コンプライアンスの強化・推進への取組

取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が策定されている

取引相手先との取引に関する基準が定められている

取引相手先との関係構築等に関する理念や方針が社内に周知されている

基本的な考え方(購買・販売基本方針等)に基づいた取引が徹底されている

取引相手先との関係や、商品の品質に関する社内教育が行われている

取引に関する事項について、点検・改善・見直しが行われている

取引相手先に対してマネジメントシステムの考え方等を積極的に活用・推進している

取引相手先との関係構築等に関する理念や方針が社外に対して明らかにされている

コンプライアンス関連事項の責任者や部署等が明確にされている

自社内のコンプライアンスの強化に取り組んでいる

社外との関係におけるコンプライアンスの強化に取り組んでいる

※1 **コンプライアンス**: 法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。

※2 **お客様**: 一般の消費者の皆様を指します。

※3 **トレーサビリティ**: 生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。(2004年 FAO/WHO 合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)

食への信頼向上のための取引相手先との情報共有

よりよい商品づくりを通じ、食への信頼向上をもたらすための取引相手先との関係構築等のための取組(サステナビリティ)

食への信頼向上に向けた安全・安心のための取組

緊急事態において、被害を拡大させないよう迅速に事態を収拾するための事前の協力

安全・安心のための事後の協力

商品に関する情報について、取引相手先の要望に応じて共有・活用できる取組を進めている

取引相手先との情報の授受、及び情報の管理が適切に行われている

安定供給に向けて、商品の在庫や出荷等の生産計画に関わる情報を適切に管理している

取引相手先への情報伝達スピードと正確性を向上させるための取組を進めている

取引相手先と、より効果的な情報共有を行うために、情報共有に関する検証・改善の場を設けている

取引相手先との信頼関係を重視し、相互に納得した取引を行っている

定期的な会合や研究会などの機会を設け、取組に関する問題意識の共有化に取り組んでいる

取引に関する内容について、相互で文書(覚書等)を取り交わしている

取引上の問題点について、相互理解に基づいた改善に取り組んでいる

原料の仕入れから生産、販売までを通した業務の効率化、改善に取り組んでいる

必要に応じて取引相手先からの検査・監査等を受け入れている

食の安全・安心に対する配慮を含めた商談を実施している

お客様※2向けの取組について取引相手先との間で相互協力できる仕組みがある

環境配慮・地域貢献に関する取組について、取引相手先と相互理解がある

事件・事故に迅速に対応するため、発生時の対応ルールや手順等を予め定めている

ミスや事故を未然に予防するための取組がある

事件・事故に迅速に対応するため、取引相手先と相互協力できる仕組みがある

被害拡大防止のために必要な商品情報を共有できる取組(トレーサビリティ※3等)を進めている

事件・事故の事態収束後において、取引相手先と協力して収束確認をしっかりと取組んでいる

事件・事故の事態収束後において、取引相手先と協力して、食の安全・安心に資する仕組みの強化に取り組んでいる

食への信頼向上のための緊急時の協力

食への信頼向上のためのサプライチェーンマネジメント

他社との取組事項

● 製造：サプライチェーンマネジメントの着眼点



大項目	取引相手先との持続可能な取引の実行		
	中項目	よりよい商品づくりを通じ、食への信頼向上をもたらすための取引相手先との関係構築等のための取組（サステナビリティ）	
		小項目 （一部省略）	定期的な会合や研究会などの機会を設け、取組に関する問題意識の共有化に取り組んでいる
			取引上の問題点について、相互理解に基づいた改善に取り組んでいる

■ 取組の背景

相互理解を通じた信頼向上のために

お客様により良い商品を提供していくためには、自社の努力だけではなく、原料の仕入元や商品の納入先など、取引相手先との協力関係が不可欠です。商品作りに関する自社の理念を取引相手先に伝えるとともに、商品クレームなどの情報を共有し、解決策をともに考えることで、さらに質の高い商品を生み出していくきっかけになるからです。そのためには、取引相手先と常日頃から問題意識を共有するなど、相互理解を促進するための持続可能な関係を築くことがとても重要です。

だからこそ、製造業者は「取引相手先との関係維持のための持続可能な取組」に力を入れているのです

ただ商品を仕入れ、また納入するだけでは、必要最小限の情報しかやり取りできません。そこで、意欲的な製造業者は、消費者への情報提供の考え方など、取引上の共通課題について話し合う定期的な会合の場を持つなど、取引相手先との密な情報交換に努めています。また、取引相手先に対し、品質管理の方法や鮮度維持のための技術的提案をするなど、品質向上につながる活動を協働で進めています。そうした双方向のコミュニケーションを通じて、お客様によりよい商品を提供するための意識共有や改善への取組を行っています。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
取引相手先との良好で持続的な関係を構築するための自社体制	取引相手先との関係構築等に関する方針・基準策定	取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が策定されている	・商品の品質に配慮した取引先との関係構築等を基本方針に盛り込んでいる。 (具体例:消費者視点の商品づくり、取引先も含めた品質保証活動の実施、食品関連の コンプライアンス(1) 実践、製造委託先の法令遵守確認、など) ・関係公正化に関連する法令や社内ルールの遵守を基本方針に盛り込んでいる。 (具体例:独占禁止法や下請法の遵守、公私混同禁止、利益相反の禁止、会社間および協力会社や下請業者との節度ある交際など)
		取引相手先との取引に関する基準が定められている	・購買管理規程などの社内規程に基づき、取引先審査を行い、審査を通った企業とのみ取引をする。 (具体例:与信、品質管理体制、商品情報管理体制(原材料のトレース体制を含む)、納期、担当部門の対応、緊急時連絡体制、クレーム対応体制、経営者の資質など) ・取引先の経営状況、組織運営状況の把握を行っている。 (具体例:組織のあり方、組織運営、経営品質を含む相互監査・第三者監査)
	取引相手先との関係構築等に関する方針・基準の社内周知、教育体制	取引相手先との関係構築等に関する理念や方針が社内に周知されている	・冊子、回覧、掲示などにより従業員への周知を定期的に行っている。 (具体例:従業員へのカード配布、事務所内でのポスター掲示、「行動規範」「行動規範事例集」を作成し、全従業員に配布)
		基本的な考え方(購買・販売基本方針等)に基づいた取引が徹底されている	・購買に関する基本方針に基づいた取引条件で取引する。 ・取引相手先向けホームページで方針を周知する。 ・独占禁止法、下請法などの取引に関する法令遵守の徹底をする。 ・注文書、製造委託契約書、覚書など、書面での契約実施と契約書類の保管をする。
		取引相手先との関係や、商品の品質に関する社内教育が行われている	・職位別研修、業務別研修などを部門任せとせず、品質管理部門、総務部門等全社的に掌握する部門が企画・発案のもと研修を行っている。 ・従業員教育の計画を策定し、それに基づいて実施する。 ・従業員教育の実施状況を記録し、適宜テストや再教育などを実施し知識習得の確認をしている。
	取引に関する事項についてのチェック体制	取引に関する事項について、点検・改善・見直しが行われている	「点検・改善・見直し」の例 ・ お客様(2) の様々な視点を共有して持つようにしている。特に経営トップが把握できるようにしている。 ・お客様からのご意見、ご要望などの情報を社内で共有し、経営トップにも報告する。 ・購買、工場、物流、販売で定期的な合同会議を開催し、品質保証に関する情報共有化を図っている。 ・経営トップ層をメンバーとする品質保証委員会を設置している。 ・品質保証に関し、経営トップがコミットメントし、見直し、改善を行っている。 ・品質保証活動や品質保証監査などについて経営トップへの報告を行っている。 ・業務改善計画は経営トップがコミットメントして行う。
		取引相手先に対してマネジメントシステムの考え方等を積極的に活用・推進している	・ISO9000シリーズ、14000シリーズ、22000、 HACCP(3) 、自社の独自規格など様々な規格類を参考にしてマネジメントシステムの導入を推奨している。 ・取引相手先に対して、第三者の検査や監査を入れている。 (具体例:第三者の分析機関などによる商品分析の推奨、マネジメントシステムなどの認証機関による監査) ・取引相手先に対して、マネジメントシステム取得を求めている。 ・取引相手先を、法令、衛生管理、コンプライアンスなどの研修に招いている。 ・取引相手先を対象とした研修を実施している。
	取引相手先との関係構築等に関する自社体制の社外周知	取引相手先との関係構築等に関する理念や方針が社外に対して明らかにされている	・冊子やホームページ等にて取引に関する理念や方針などを公表している。 (具体例:ホームページ、広報誌、環境報告書など一般配布物に記載)
コンプライアンスへの対応	コンプライアンスに関する体制整備	コンプライアンス関連事項の責任者や部署等が明確にされている	・内部統制の基本方針などに基づいて全社的に体制を構築している。 ・コンプライアンスに関する意思決定を迅速化するために組織を集約している。
	コンプライアンスの強化・推進への取組	自社内のコンプライアンスの強化に取り組んでいる	・品質保証部門や監査部門を事業部門や商品開発部門などから独立させ、公正な判断ができるようにする。 ・関連部門の連絡体制を強化するために、品質保証部門の人員や機能を強化する。 ・品質、表示、納期などを定める取引条件を標準文書化して、担当が単独で判断をしないようにする。 ・コンプライアンスの実施状況を社内で監査している。 ・取引相手先から自社の従業員の対応や契約不履行などコンプライアンスに関するお申し出を受け入れられるよう、内部通報制度として取引先も利用できるコンプライアンス相談窓口を設置している。
		社外との関係におけるコンプライアンスの強化に取り組んでいる	・取引相手先の品質、調達の安定性、コンプライアンスなどをチェックしている。 ・取引相手先のチェックをラインの部門から独立して公正な目で行えるようにしている。 ・取引相手先のコンプライアンス実施状況を監査する。 ・取引相手先の監査においては、商品の品質など、重要な点について双方で考え方が共有できる機会にしている。 ・レベルアップが必要な取引相手先に対しては課題として相手先の経営者に伝えている。 ・取引相手先を、法令、衛生管理、コンプライアンスなどの研修に招いている。 ・取引相手先を対象とした研修を実施している。
取引相手先との持続可能な取引の実行	食への信頼向上のための取引相手先との情報共有	商品に関する情報について、取引相手先の要望に応じて共有・活用できる取組を進めている	・製品情報を社内で共有化し、取引先のニーズに応じた商品情報を迅速に提供できるようにしている。 ・食べ方、使い方について専門性が必要な商品については、専門性の高い社員が取引相手先への講習会などをひらいている。 (具体例:商品に関する社内資格を設定)
		取引相手先との情報の授受、及び情報の管理が適切に行われている	・製品について、原料の品質、原産地、農薬、加工工程などの情報の授受と管理をしている。 ・根拠となる検査結果・産地証明書等の保持・管理をしている。 ・購入側による分析・工場監査などによる必要情報の補完をしている。 ・規格書情報等について管理データベースを作成。 ・食の安全に関わる情報の取扱部門を社内一元化し、情報管理を行っている。
		安定供給に向けて、商品の在庫や出荷等の生産計画に関わる情報を適切に管理している	・リアルタイムで在庫管理ができる情報システムを導入し、生産計画を立てやすくしている。 ・卸売や小売と特売情報等を共有化し生産計画に結び付けている。 ・返品や欠品についての意見交換を取引相手先(販売先)と実施している。
		取引相手先への情報伝達スピードと正確性を向上させるための取組を進めている	・取引相手先との情報の授受について専用ホームページの構築・運営によって迅速性・正確性の確保をしている。 ・生産・物流システムを通じて情報のやりとりの正確性を確保している。 ・規格書情報、生産履歴情報、原料追跡、流通段階の温度管理情報、受発注システム等(品種、パレット、ロット、ライン番号、製造時刻による管理)の情報データベース導入している。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
取引相手先との持続可能な取引の実行	食への信頼向上のための取引相手先との情報共有	取引相手先と、より効果的な情報共有を行うために、情報共有に関する検証・改善の場を設けている	・情報の共有化及び リスク(4) 削減を目的とした、調達部門、品質保証部門、生産工場の担当者、調達元による会議を実施している。 (会議テーマ例: 原材料受け入れ基準の明確化、 検査の体制(仕組み)理解) ・ノウハウ確立のための連絡会議を実施している。 (会議テーマ例 品質保証における課題共有化、 改善についての計画立案、実行状況、改善状況の把握の情報共有)
		取引相手先との信頼関係を重視し、相互に納得した取引を行っている	・長期的関係を前提とした購買方針の策定をしている。(スポット買いよりも継続購入を優先して安定的に関係が築けるようにする) ・取引関係を継続するために、ムリ・疲弊がない取引をするための努力をしている。 ・主要商品について生産計画や需要予測など情報を共有し、相互理解を深めている。 ・生産や販売についての年度・半期計画の情報共有をしている。 ・相互納得した契約条件になるよう、長期的な視点での生産計画を共有化している。
	よりよい商品づくりを通じ、食への信頼向上をもたらすための取引相手先との関係構築等のための取組(サステナビリティ)	定期的な会合や研究会などの機会を設け、取組に関する問題意識の共有化に取り組んでいる	【原材料メーカーや製造委託先と行うこと】 取引相手先との間において調達部門、品質保証部門、生産工場の担当者、サプライヤーによる会議等により、改善に向けての話し合いを行っている。 (テーマ例: 原材料の品質管理について、 受け入れ基準の共通・検査の体制(仕組み)について、 ノウハウ確立について) ・取引相手先へ、要望に応じて技術支援を実施している。 ・共同で品質向上活動に取り組んでいる。 (テーマ例: 工程改善、潜在的不具合の顕在化の改善について、 ヒヤリハット情報の共有化) ・共同で安定的な商品供給に向けての取組を進めている。 ・商品情報、規格書情報の伝達・共有化、商品情報の活用に取り組んでいる。 ・自社の考え方をきちんと伝え、情報・意見交換を緊密にすることを目的とした場を設定している。 ・情報交換では、相互理解を深め、協働体制をとる方針を徹底している。 ・従業員の自主的な取引相手先工場見学なども会社として推奨している。 【商品供給先との間で行うこと】 ・定期的な会合や研究会などの機会を設け、特定のテーマに対する問題意識の共有などを図っている。 ・販売相手先(卸売や小売など)との間での定期的な会議を開催している。 (テーマ例:効率的な取引、物流コスト低減、商品識別管理、入出庫の時間短縮、検品作業の短縮、品質管理、クレーム、欠品対策) ・販売相手先(小売など)との商品開発を担当する自社チームを結成している。 ・現地視察や、商品クレームについて情報共有のための話し合いを定期的に行っている。 ・品質管理の方法、鮮度維持のための技術的提案を実施している。
		取引に関する内容について、相互で文書(覚書等)を取り交わしている	・注文書、製造委託契約書、覚書など、書面での契約実施と契約書類を保管している。
		取引上の問題点について、相互理解に基づいた改善に取り組んでいる	「取引上の共通課題として取り組むテーマ」の例 ・規格書情報等について必要とされる項目や情報フィードバックのスピードについて。 ・様々なリスク要因について。 (具体例:社会環境変化、産地事情、海外原料確保、口頭の契約) ・製品回収、廃棄、その他資材関係の廃棄の取扱について。 ・消費者への情報提供に関する考え方について。 (具体例:原材料名、産地の表示方法) 「改善活動のテーマ」の例 ・社会環境変化に伴うリスクについて。 (具体例:原油高騰、天候不順による農産物不作) ・産地限定原料(例:契約農場栽培)におけるリスクについて。 (例:欠品、在庫過多) ・海外原料確保に伴うリスクについて。 (具体例:価格高騰→日本の買い負) ・従来の商慣行、商習慣のリスクについて。 (具体例:口頭による受発注、売買契約書等の有無) ・消費者への情報提供に関する考え方について。 (具体例:原材料名、産地)
		原料の仕入れから生産、販売までを通した業務の効率化、改善に取り組んでいる	・情報の共有化、商品情報追跡機能を強化するためのシステム導入を進めている。 ・調達元から販売先までの物流を管理する倉庫システムの導入を進めている。 ・共同物流によるムリ・ムダの排除を実施している。
	食への信頼向上に向けた安全・安心のための取組	必要に応じて取引相手先からの検査・監査等を受け入れている	・取引先監査部門の受け入れをしている。 ・取引先からのアンケートへの迅速・真摯な回答に努めている。
		食の安全・安心に対する配慮を含めた商談を実施している	・商品・工程・物流等に関して、お客様の安全・安心に配慮した活動(商談)を心がけている。 ・商品の価格等のみならず、衛生管理の方法などについても覚書などで定めている。
		お客様向けの取組について取引相手先との間で相互協力できる仕組みがある	・健康イベントや、試食イベント、工場見学などについて小売や卸売と共同企画を実施している。
		環境配慮・地域貢献に関する取組について、取引相手先と相互理解がある	・環境を重視する企業などとの取引を積極的に行っている。 ・廃棄物削減、使用エネルギー削減、代替エネルギー利用促進などの方針、環境投資に関する方針を策定している。 ・環境配慮や地域貢献について、相互理解の上で取引を行っている。 (具体例:容器回収の取組等)
食への信頼向上のための緊急時の協力	緊急事態において、被害を拡大させないよう迅速に事態を収拾するための事前の協力	事件・事故に迅速に対応するため、発生時の対応ルールや手順等を予め定めている	【調達元に対しても供給先に対しても共通で行う事項】 ・事件・事故発生時の対応の手順を定めている。 ・事件・事故発生時の対応手順をマニュアル化している。 (具体例: 社内対応(情報収集・原因分析・従業員対応) 社外対応(お客様への対応、取引先への対応、行政当局への対応、報道関係への対応) ・取引相手先に、事故対応マニュアルに従った対応を行えるよう、マニュアル策定を要請している。 ・自社の事故対応マニュアルに従って対応を要請している。
		ミスや事故を未然に予防するための取組がある	・会社全体で、コンプライアンスも含めたりスクマネジメント活動を行っている。 ・委員会:事故・事件の未然防止、発生時の緊急体制を構築している。 ・発生する可能性があるリスクへの防止策を講じている。 ・重要なリスクを会社全体で対応協議する体制を整えている。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
食への信頼向上のための緊急時の協力	緊急事態において、被害を拡大させないよう迅速に事態を収拾するための事前の協力	事件・事故に迅速に対応するため、取引相手先と相互協力できる仕組みがある	【調達元に対しても供給先に対しても共通で行う事項】 ・緊急連絡網を作成している。 ・緊急時に支援を行う体制を構築している。 ・担当者の緊急連絡先を取引先に伝えている。 ・夜間・休日等においては、管理職等の緊急連絡先を取引先に伝えている。 ・緊急事態発生時に事態収束を取引先任せにせず、社内担当者が収束確認までを行う。
		被害拡大防止のために必要な商品情報を共有できる取組(トレーサビリティ(5)等)を進めている	・製品情報一元化システム等により、使用原料に関する情報などを迅速に把握できるようにしている。 ・生産工場から流通までをカバーしての情報管理(QRコードの利用)を行っている。 ・ロット別の商品情報管理を徹底している。
	安全・安心のための事後の協力	事件・事故の事態収束後において、取引相手先と協力して収束確認をしていく取組がある	・事件・事故発生後、事態収束の確認を、自社だけではなく、取引相手先の品質保証部門と連携して行っている。
		事件・事故の事態収束後において、取引相手先と協力して、食の安全・安心に資する仕組みの強化に取り組んでいる	・事件・事故対応の際に、取引相手先と協力して、再発防止体制を検討している。 ・事件・事故の収束後には、事件・事故に関する事項だけではなく、新たな安全・安心の取組強化を取引相手先と一緒にしている。

この着眼点では、以下の用語を次のように定義して使用しています。

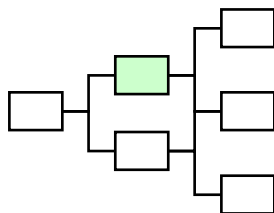
- 1 コンプライアンス：法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
- 2 お客様：一般の消費者の皆様を指します。
- 3 HACCP：Hazard Analysis and Critical Control Point。原料の入荷から製造・出荷までのすべての工程において、あらかじめ危害を予測し、その危害を防止するための重要管理点を特定して、そのポイントを継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するので、不良製品の出荷を未然に防ぐことができるシステム。
- 4 リスク：食品中に危害要因が存在する結果として生じる健康への悪影響が起きる可能性とその程度（健康への悪影響が発生する確率と影響の程度）。
- 5 トレーサビリティ：生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。
（2004年 FAO/WHO合同食品規格委員会（コーデックス委員会）の定義より）
- 6 ハザード：危害要因。健康に悪影響をもたらす原因となる可能性のある食品中の物質または食品の状態。

衛生管理の理念

- 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・品質管理を行う体制を整備するとともに、取組を実践していきます。

＜樹形図の読み方＞

- ・ 樹形図の中で、一部の項目（樹形図の色塗り部分）については、食品事業者の皆さんのご意見や具体的な取組を踏まえた解説「取組の背景」をご覧ください。食品事業者の皆さんがどのような問題意識を持って取り組んでいるのか、また、その取組を通じてどのように消費者の皆さんのご期待に応えようとしているのか、まとめたものです。



- ・ ※印の言葉につきましては、「協働の着眼点（たたき台）」ではどのような意味で使用しているかについて、ページ内で解説しています。

食への信
頼向上の
ための
衛生管理

食品の安全を
確保するた
めの組織と仕組
み

食品の安全を
おびやかすハ
ザード※3の低
減の取組

適切な食品を
提供するた
めの取組

食品の安全を確保する
ための方針策定、周知、
公表

食品の安全確保に全社
で取り組むための組織の
整備と活動の推進

食品の安全を確保する
ためのルール策定と
教育訓練

食品の安全を確保する
ための取組の維持・継続
のためのチェック体制

食品の安全に関する情報
の受発信

安全な原料・包装資材の
調達

適切な原料・包装資材の
保管管理

衛生的な製造工程による
食品製造

商品の適切な保管・管理

企業理念・方針の中に、食品の安全確保に取り組む姿勢を盛り込んでいる

食品の安全確保のための企業理念・方針が従業員に周知徹底されている

食品の安全確保のための企業理念・方針をお客様※1にわかりやすく公開し
ている

食品の安全確保のための責任部署あるいは責任者を定め、全社的に活動を
推進している

コンプライアンス※2経営の責任部署あるいは責任者を定め、全社的に活動
を推進している

食品の安全確保に関する業務ルールを定めている

食品の安全確保に関する業務ルールの社内教育訓練を行っている

食品の安全確保に関する知識・考え方を従業員に周知している

食品の安全確保のための業務がルールに基づいて行われているかについて、
日常的な検査を行っている

食品の安全確保のための業務において、作業の有効性の検証を行っている

食品の安全確保のための業務がルールに基づいて行われているかについて、
担当部門外（第三者機関を含め）による定期的な監査を行っている

お客様が望んでいる、食品の安全に関する情報を収集・整理・管理している

お客様に対し、食品の安全確保のための取組の情報提供を行っている

食品の安全に関する情報を、お客様にわかりやすいように商品に表示してい
る

食品の製造におけるハザードを洗い出し把握している

洗い出したハザードを分析※4し、重点的に管理すべきハザードを選定して
いる

（必要な場合）重点的に管理すべきハザードについて、お客様に危害が及
ばないようにするための管理（コントロール）※5を行っている

お客様に危害を及ぼさないためのハザードの管理の妥当性や有効性の検証
を行い、ハザードの見直しもしている

上記、ハザードの把握、管理するハザードの選定、ハザード管理、検証に
ついて、それぞれ記録を行っている

食品の安全確保の観点で工場や原料の確認、評価を行い、原料の調達先を
選定している

原料・包装資材に対して、品質や安全性などに関する要求事項や規格、受け
入れ基準を定めている

包装の設計と資材は食品を十分に保護するものを選択している

原料・包装資材ごとに適切な温度・湿度等の条件下で保管・管理している

原料・包装資材の入庫・出庫管理ならびに使用期限管理を行っている

原料・包装資材は、汚染が起きないように取り扱い、保管・管理している

食品製造用の機械・器具の食品接触面を清潔に保っている

食品製造で使用する水は飲用適であり、安全な方法で処理、維持管理
している

食品に応じた時間と温度で加熱処理・冷却を行っている

食品に応じた処理（乾燥、凍結、包装など）のコントロールを行っている

異物混入の防止・異物の検出と除去に取り組んでいる

微生物の交差汚染を防ぐ対策をとっている

（必要な場合）製造工程におけるアレルギー誘起物質の交差混入防止に
取り組んでいる

製造工程中の食品の品質・衛生検査を行っている

科学的根拠に基づいて消費期限・賞味期限を設定している

商品に応じた温度・湿度等の条件下で保管・管理している

商品の品質・微生物検査を行っている

不合格品が合格品に混入しないように商品を取り扱っている

※1 お客様：一般の消費者の皆様を指します。
※2 コンプライアンス：法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
※3 ハザード：危害要因。健康に悪影響をもたらす原因となる可能性のある食品中の物質または食品の状態。
※4 ハザード分析：危害分析。HACCPプランにより管理される危害要因を決定するとともに、それぞれの危害に対するコントロールの方法を明らかにする作業をいう。（財団法人食品産業センターホームページより引用）
※5 ハザードの管理（コントロール）：食品の安全性のハザードについて、予防、排除、あるいは許容できるレベルまで低減させるように処理をすること。（食品安全の国際規格 食品衛生基本テキストの記述に基づき事務局で編集）

製造：衛生管理 協働の着眼点 たたき台

2/2

食への信頼向上のための衛生管理

適切な食品を提供するための取組

緊急時のための取組

商品の流通過程における適切な取扱いのための取組

安全な食品を製造するための従業員の衛生管理

安全な食品を製造するための施設および設備

施設を衛生的に維持するための施設の管理

従業員に衛生的な作業を実施させるための教育訓練

緊急時のための平常時の取組

緊急時を想定した自社体制

食品の安全確保の観点で取引相手先の評価を行い、取引相手先を選定している

商品に応じた輸送・保管時の管理条件を、取引相手先と取り決めている

健康状態が適切でない従業員が、製造作業場内に立ち入らない仕組みを作っている

責任者に報告すべき健康状態を、従業員が分かるように明確に列挙している

個人の衛生管理が維持されるよう、従業員の服装を定め、手洗いの取り決めをしている

食品製造作業場での食品汚染を招きかねない行為は明確に禁止している

食品の製造施設や製造作業場内への訪問者は、従業員と同等の個人衛生規定を守らなければ入場できないよう取り決めている

施設の立地(土壌、水質、空気)が重大な汚染に曝されていないことを確認している

装置の場所は、衛生的な取り扱いに適した配置にしている

設計とレイアウトが、交差汚染を含めて食品衛生施行条例等の適正衛生規範を適用しやすいデザインである

食品施設の内部構造および窓やドア等の付属品は、耐久性に優れ、メンテナンスがしやすく、必要な場合には消毒可能である

食品の衛生管理上重要な工程で使用する機械は、ハザードをコントロールするための基準値をモニターすることができ、設定された状態(温度、時間等)を迅速に達成しその状態を維持できる

水の供給設備は、飲用適の水を十分に供給可能な状態に保たれている

排水および廃棄処理の設備が整えられている

食品、器具および装置等のメンテナンスのために十分な設備が整えられている

食品製造作業担当の従業員のための衛生設備やトイレが整えられている

食品の加熱、調理、冷蔵、冷凍、保管等の性質に合わせて、温度コントロールのための設備が十分に整えられている

工場内の換気のためのシステムが十分に整えられている

衛生的な作業に十分な照明施設が整えられている

保管設備が、そこで保管する食品、原料、資材等に合わせて十分に整えられている

施設のメンテナンスを行っている

有害小動物(鼠、昆虫等)の駆除、侵入防止を行っている

有害小動物の駆除やクリーニング用等の薬剤について、使用用途や保管の管理を行っている

食品の汚染が起こらないように廃棄物を取り扱っている

施設のメンテナンスの効果のモニタリングを行っている

衛生・安全に関する教育のプログラムを定め、プログラムに基づく教育訓練を従業員に行っている

教育訓練の有効性の評価を行い、その結果を基に教育プログラムの見直しを行っている

原料・包装資材の調達元、出荷先、関係機関等、社外と連携し迅速に対応する体制を整備している

商品の回収に必要なトレーサビリティ※6情報を迅速に収集できる体制を整備している

製造工程での人為的な食品汚染の防止に取り組んでいる

事故・事件発生時の社内各部門の役割を定めており、迅速に関係部門に情報を伝達し対応する体制を整備している

事故・事件に迅速に対応し、被害を拡大させないための実施手順を定めている

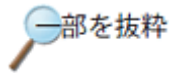
事故・事件の原因究明から再発を防止するまでの実施手順を定めている

お客様に安心してもらうため、再発防止策等を説明する実施手順を定めている

被害を拡大させないための実施手順の有効性の確認と見直しを行う

※6 トレーサビリティ：生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。(2004年 FAO/WHO 合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)

● 製造：衛生管理の着眼点



大項目	適切な食品を提供するための取組		
中項目	安全な原料・包装資材の調達		
小項目 (一部省略)	食品の安全確保の観点で工場や原料の確認、評価を行い、原料の調達先を選定している		
	原料・包装資材に対して、品質や安全性などに関する要求事項や規格、受け入れ基準を定めている		
	包装の設計と資材は食品を十分に保護するものを選択している		

■ 取組の背景

安全な食品を製造すること

食品そのものを作る製造業者は、安全な食品を提供する上で大きな役割を担っています。そのため、製造業者は食品の安全性確保のために様々な取組を行っています。なかでも、原料の安全性確保はとても重要です。なぜなら、原料が安全でなければ、製造工程でどんなに努力しても、安全な製品であるとは言えなくなる可能性があるからです。製造業者は、原料の安全性には十分な配慮を行い、仕入れるよう取り組んでいます。

そのために製造業者は、「安全な原料・包装資材の調達」に力を入れているのです

意欲的な製造業者は、品質や安全性などに関する規格や受け入れ基準を定め、原料の検査を実施する、原料を扱う事業者の工場を視察するなど、安全な原料であることを十分に確認した上で取引を行っています。さらに、原料を扱う事業者と問題点を共有するなど、安全性を向上させるために連携して取り組んでいます。また、食品を覆う包装資材についても、同様に、細心の注意を払って安全性の確認を行っています。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
食品の安全を確保するための組織と仕組み	食品の安全を確保するための方針策定、周知、公表	企業理念・方針の中に、食品の安全確保に取り組む姿勢を盛り込んでいる	・会社経営方針、企業行動規範の中に、以下の内容を明記している ・法令遵守 ・品質保証体制の構築 ・食品安全確保の最優先 など
		食品の安全確保のための企業理念・方針が従業員に周知徹底されている	・行動規範、衛生管理の原則などを会議や朝礼で唱和し、徹底している ・各部署での掲示やハンドブックの配布・携帯により社内周知している
		食品の安全確保のための企業理念・方針をお客様(1)にわかりやすく公開している	・ホームページ、会社案内、CSR(2)レポート(社会環境報告書含む)において、以下の内容を公表している ・食品の安全・安心への取組 ・品質保証への取組の考え方 ・食品の安全管理体制
	食品の安全確保に全社で取り組むための組織の整備と活動の推進	食品の安全確保のための責任部署あるいは責任者を定め、全社的に活動を推進している	・品質保証に関わる意思決定機関として、品質保証委員会(品質保証会議、食の安全会議など)を設置しており、全社的に以下の活動を行っている ・品質保証に関する経営上の取組の活動状況の確認 ・安全性に関する従業員の意識向上の活動 ・改善すべき課題、お客様からの意見や要望などの情報共有化
		コンプライアンス(3)経営の責任部署あるいは責任者を定め、全社的に活動を推進している	・コンプライアンス経営推進のため、コンプライアンス委員会等、専門組織・委員会を設置し、以下の手法によりその浸透を図っている ・コンプライアンス計画を策定している ・コンプライアンスに関するハンドブックを作成、配布している ・観点としては、食品衛生法やJAS法等の諸法令の遵守、公私混同の禁止、公正で透明な企業活動等がある
	食品の安全を確保するためのルール	食品の安全確保に関する業務ルールを定めている	・原料・包装資材の入手、原料・包装資材の保管・管理、食品製造、自社食品の自社内保管・管理、施設のメンテナンス、従業員の衛生管理、事故発生時の対応等の業務に関し、ルールや基準を定めている ・法規制改正時や事故・事件発生時など、社会情勢とのずれが生じないように、必要に応じルールや基準を見直している ・ルールをマニュアルや手順書(または要領書など)として文書化し、従業員に周知している
		食品の安全確保に関する業務ルールの社内教育訓練を行っている	・所定のマニュアルや手順書に従った業務を実施できるように、OJT(4)やOFFJT(5)で教育訓練を実施している ・OFFJTとしては、職位別、職種別など、従業員個人に合わせた研修を実施している(新入社員研修など) ・研修の内容としては、食品衛生、コンプライアンス、薬物管理、企業理念、行動規範、社内規格、基準、5S(6)、食品衛生7S(7)などが挙げられる
		食品の安全確保に関する知識・考え方を従業員に周知している	・衛生や品質管理に関するトピックスを現場の掲示板に掲載し、従業員の意識向上を図っている ・以下の手法により、研修や教育を実施している ・e-ラーニング ・社内セミナー ・社外セミナー ・取引相手先の工場見学 など ・社外事業者のセミナーを開催し、衛生管理の知識や考え方を従業員に周知している
	食品の安全を確保するための取組の維持・継続のためのチェック体制	食品の安全確保のための業務がルールに基づいて行われているかについて、日常的な検査を行っている	・従業員自身による作業のセルフチェックを行っている ・チェックリストに基づいて、検査担当者が作業の検査を行っている ・検査が正しく行われているかを確認するため、検査記録の確認を行っている
		食品の安全確保のための業務において、作業の有効性の検証を行っている	・微生物制御の確認や賞味期限の安全係数の検証を行っている ・新しい製造工程の採用にあたって、食品接触面の洗浄・消毒の有効性を検証し、有効性が確認された上で製造工程の採用を決定している ・既存製造工程において、定期的に食品接触面の洗浄・消毒の有効性を検証している ・検査機器の動作確認(標準試料による検定等)を実施している
		食品の安全確保のための業務がルールに基づいて行われているかについて、担当部門外(第三者機関を含め)による定期的な監査を行っている	・専任組織(内部監査部など)や既存組織(品質管理部など)が中心となって抜き打ちで自社独自の内部監査を実施している ・外部検査・監査機関による、ISOなどのシステム監査を実施している ・納入先による納入先企業独自の監査を定期的に実施している
	食品の安全に関する情報の受発信	お客様が望んでいる、食品の安全に関する情報を収集・整理・管理している	・お客様相談窓口から、お客様の要望に関する情報を入手している
		お客様に対し、食品の安全確保のための取組の情報提供を行っている	・商品の安全性、衛生管理・品質管理の取組を消費者へ伝えるため、以下の取組を実施している ・工場に見学者通路を設置 ・自社や自社商品についてお客様に知っていただくための体験型施設の運営 ・商品を作るために必要な事柄や実際の取組例の紹介、メディアによる消費者への情報発信 ・お客様相談窓口からの問い合わせに対し機械的に応えるのではなく、心配していることなどの真意を確認し、相互に納得できる対応をするようにしている
		食品の安全に関する情報を、お客様にわかりやすいように商品に表示している	・アレルギー誘起物質として食品衛生法で表示を義務付けられている7品目だけでなく、表示が推奨されている18品目についても商品に表示している
食品の安全をおびやかすハザード(8)の低減の取組	食品の安全をおびやかすハザードの低減の取組	食品の製造におけるハザードを洗い出し把握している	・危害要因分析を行い、製造工程におけるハザードを洗い出している ・品質保証委員会、リスクマネジメント委員会(会議)、監査部門などを中心にリスクの洗い出しや抽出を行っている ・(製造を委託している場合)委託先より、食品製造のハザードに関する文書を入手している
		洗い出したハザードを分析(9)し、重点的に管理するべきハザードを選定している	・ハザードの危害の大きさと発生確率を評価し、危害の発生を防止する必要があるハザードを選定し、対策実施の優先順位を設定している ・個別の商品は、HACCP(10)に基づくハザード分析を実施し、HACCPとは関係ない部分は別途リスクの抽出を実施している
		(必要な場合)重点的に管理するべきハザードについて、お客様に危害が及ばないようにするための管理(コントロール)(11)を行っている	・CCP(12)や、CCPについての許容限界を定め、CCPをコントロールする手段を確立している ・金属片の混入というハザードに対し、「金属探知機で金属片を検出し金属片が入っている食品を取り除く」というコントロールを行っている ・サルモネラ菌の含有というハザードに対し、「加熱殺菌によりサルモネラ菌を死滅させる」というコントロールを行っている
		お客様に危害を及ぼさないためのハザードの管理の妥当性や有効性の検証を行い、ハザードの見直しもしている	・CCPのモニタリングシステムと検証の手順を確立している ・サルモネラ菌の含有というハザードに対し、「加熱殺菌温度、加熱時間とサルモネラ菌の残存の関係の検証」により、「加熱殺菌温度、加熱時間によるサルモネラ菌の残存のコントロールが適切であること」を検証している
		上記、ハザードの把握、管理するハザードの選定、ハザード管理、検証について、それぞれ記録を行っている	・以下の内容の記録を行っている ・危害要因分析によるハザードの洗い出し ・ハザードの危害の大きさと発生確率の評価 ・管理するハザードの選定 ・CCPのモニタリング活動 ・実施された検証の手順と結果

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
適切な食品を提供するための取組	安全な原料・包装資材の調達	食品の安全確保の観点で工場や原料の確認、評価を行い、原料の調達先を選定している	・規格書、証明書等や調達先の衛生管理体制に関して選定基準を定め、調達先を選定している ・新規に調達先を採用する際の審査手続きとして、工場の視察・審査、与信調査を実施している ・使用原料を登録制とし、新規に採用する際には審査手続きを実施している
		原料・包装資材に対して、品質や安全性などに関する要求事項や規格、受け入れ基準を定めている	・基準に基づく受け入れ検査を実施している。その例として ・品名、外装、期限表示を確認 ・見本サンプルとの照合を実施 ・官能検査、分析検査を実施 ・目視で異常が無いことを確認 ・原材料の異物検査・除去を調達先で行えない場合は自社で行っている ・原材料の トレーサビリティ(13) に関する情報を調達先から入手している ・規格書で品質規格を確認している
		包装の設計と資材は食品を十分に保護するものを選択している	・包装について以下の取組を実施している ・原料の一つとして衛生的に取り扱う ・規格書で品質規格を確認している ・ピンホールや割れへの耐性を確認している ・包装完全性検査を実施している
	適切な原料・包装資材の保管・管理	原料・包装資材ごとに適切な温度・湿度等の条件下で保管・管理している	・常温品、冷蔵品、冷凍品に対して決められた温度範囲内で保存・管理している ・吸湿しやすい原料は温度・湿度が制御された保管庫で保管している
		原料・包装資材の入庫・出庫管理ならびに使用期限管理を行っている	・原料の産地や銘柄ごとに整理区分して保管している ・原料の使用期限を設定して管理している
		原料・包装資材は、汚染が起きないように取り扱い、保管・管理している	・原料・包装資材はメンテナンスされた衛生的な保管場所で保管している ・原料は交差汚染を起こさないよう、種類ごとに保管場所を決めている
	衛生的な製造工程による食品製造	食品製造用の機械・器具の食品接触面を清潔に保っている	・効果が検証された方法で洗浄・殺菌法を行っている ・ふき取り検査により洗浄・殺菌法の効果を定期的に判定している
		食品製造で使用する水は飲用適であり、安全な方法で処理、維持管理している	・食品に直接接触する可能性のある蒸気や氷は、飲用水と同等の衛生レベルの水を使用している ・商品の品質に関わる水質成分をモニターしている
		食品に応じた時間と温度で加熱処理・冷却を行っている	・加熱殺菌条件の規格基準が定められている加工食品は、基準に基づいて加熱処理をしている ・食品の中心温度と加熱時間で効果を検証した殺菌条件で加熱している ・加熱後の急速な予備冷却で残存微生物の増殖を抑制している
		食品に応じた処理(乾燥、凍結、包装等)のコントロールを行っている	・工程中の水分値を簡易測定法でチェックしている ・真空包装、窒素置換包装により品質劣化を抑制している
		異物混入の防止・異物の検出と除去に取り組んでいる	・防塵衣やヘアネットを着用して毛髪の落下を防いでいる ・前室を設け、製造室入室前に、手洗いやロールがけ、エアシャワーにより、製造室への異物の持込を防止している ・原料包装の外側の付着物を使用前にふき取っている ・静電気除去装置により包装容器に微細ゴミが付着するのを防止している ・金属探知機やX線装置で異物を検出している ・ろ過やふるい、マグネットで異物を排除している
		微生物の交差汚染を防ぐ対策をとっている	・衛生レベルが異なる原料・加工で調理器具を区別することにより、微生物の二次汚染を防いでいる
		(必要な場合)製造工程におけるアレルギー誘起物質の交差混入防止に取り組んでいる	・同じラインで複数の食品製造を行う場合、アレルギー誘起物質含量が少ない物から多い物に切り替えている ・アレルギー誘起物質が残存しない洗浄方法を検討し、機械・装置を洗浄している
		製造工程中の食品の品質・衛生検査を行っている	・粘度、pH、塩分濃度などの物性測定ならびに微生物検査を実施している ・品質検査、官能検査などで品質チェックを実施し、一定基準以上の製品を出荷している
	商品の適切な保管・管理	科学的根拠に基づいて消費期限・賞味期限を設定している	・保存試験(または虐待試験)の結果に基づいて消費期限、賞味期限、品質保証期限を設定している
		商品に応じた温度・湿度等の条件下で保管・管理している	・常温品、冷蔵品、冷凍品別に温度管理して保管している
		商品の品質・微生物検査を行っている	・ロットごとに商品を抜きとり、微生物検査や品質検査、官能検査を実施している
	商品の流通過程における適切な取扱のための取組	不合格品が合格品に混入しないように商品を取り扱っている	・誤出荷を防止するために、不合格品に目印を付けて商品と隔離している ・生産トラブルが発生した場合、ライン上で不合格品判別できるようにトレースしている
		食品の安全確保の観点で取引相手先の評価を行い、取引相手先を選定している	・温度帯別に確実な温度管理をしている取引相手先を選定している
	安全な食品を製造するための従業員の衛生管理	商品に応じた輸送・保管時の管理条件を、取引相手先と取り決めている	・自社専用の物流ルートを整備している ・店舗で商品が適切に管理されているか確認している
		健康状態が適切でない従業員が、製造作業場内に立ち入らない仕組みを作っている	・従業員の健康状態を毎日チェックして、下痢、発熱、咳、化膿創が見られる従業員は製造作業に従事させないように定めている ・定期的な健康診断と検便検査を実施している
		責任者に報告すべき健康状態を、従業員がわかるように明確に列挙している	・従業員に配布している衛生管理マニュアルに、報告すべき健康状態の一覧を明記している
		個人の衛生管理が維持されるよう、従業員の服装を定め、手洗いの取り決めをしている	・石鹸液とアルコールを用いた衛生手洗いの手順を定めている ・汚染作業区域から非汚染作業区域に移動するときは手洗いを課している ・身だしなみを正しく整え、手や手袋で顔、口、髪の毛を触らないように指導している
		食品製造作業場での食品汚染を招きかねない行為は明確に禁止している	・食品製造場所と区切られた喫煙場所を設置している ・時計や装飾品を含め個人の所有物は製造現場に持ち込まないよう取り決めている ・衛生管理マニュアルに、喫煙、ガム、咳、指輪や時計などの装飾などの行為を禁止することを明記している
	安全な食品を製造するための施設および設備	食品の製造施設や製造作業場内への訪問者は、従業員と同等の個人衛生規定を守らなければ入場できないように取り決めている	・訪問者が製造施設へ立ち入る際には従業員と同等の個人衛生規定を適用し、衛生規定を守らない訪問者は施設から退出させることを、衛生管理マニュアルに明記している
		施設の立地(土壌、水質、空気)が重大な汚染に曝されていないことを確認している	・工場周囲の道路が舗装されている ・工場敷地内に昆虫が生息しやすい樹木を植えないようにしている
		装置の場所は、衛生的な取り扱いに適した配置にしている	・製造機械周囲のスペースを十分に確保して、日常的な洗浄作業がしやすいように配置している ・原料等を床に直置きせずにパレットや棚を用いて整理して置いている
		設計とレイアウトが、交差汚染を含めて食品衛生施行条例等の適正衛生規範を適用しやすいデザインである	・ライン洗浄しやすい製造機械を選定している ・ねじの取り外しが少なく、分解洗浄が容易な機械を選定している
		食品施設の内部構造および窓やドア等の付属品は、耐久性に優れ、メンテナンスがしやすく、必要な場合には消毒可能である	・排水溝は洗浄作業が容易な構造に設計している ・製造作業現場のドライ化を進めている
		食品の衛生管理上重要な工程で使用する機械は、ハザードをコントロールするための基準値をモニターすることができ、設定された状態(温度、時間等)を迅速に達成しその状態を維持できる	・製造機器や計測機器は正常に作動するよう保守点検管理しており、精度管理と使用方法を標準化している
		水の供給設備は、飲用適の水を十分に供給可能な状態に保たれている	・水道法の水質基準に適合した水を供給する設備を整備している ・配管や受水槽は異物混入を起こさないように整備されている
		排水および廃棄処理の設備が整えられている	・排水設備は汚水を速やかに排除されるように設計している ・配管に鼠や昆虫の侵入を防ぐ金網やトラップを設けている

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
適切な食品を提供するための取組	安全な食品を製造するための施設および設備	食品、器具および装置等のメンテナンスのために十分な設備が整えられている	・ブラシなどの洗浄器具や高圧洗浄装置など装置洗浄に適した設備を備えている
		食品製造作業担当の従業員のための衛生設備やトイレが整えられている	・手洗い設備を備えた更衣室とトイレを設置している
		食品の加熱、調理、冷蔵、冷凍、保管等の性質に合わせて、温度コントロールのための設備が十分に整えられている	・常温、冷蔵、冷凍の3温度帯別の倉庫を備えている
		工場内の換気のためのシステムが十分に整えられている	・清浄区域から汚染区域へ空気が流入するように空気の流れを制御している
		衛生的な作業に十分な照明施設が整えられている	・作業に適した照度と光度を有して、埃が溜まり難い構造の照明を設置している
		保管設備が、そこで保管する食品、原料、資材等に合わせて十分に整えられている	・食品、原料、資材それぞれに応じた区分・管理がなされた保管場所で保管している
適切な食品を提供するための取組	施設を衛生的に維持するための施設の管理	施設のメンテナンスを行っている	・施設設備に合わせて、洗浄・殺菌剤、洗浄器具、洗浄方法を選択している ・計測機器の保守点検を定期的実施して精度管理を行っている
		有害小動物(鼠、昆虫等)の駆除、侵入防止を行っている	・工場内入り口を二重扉にして、昆虫類の侵入を防いでいる ・工場内は昆虫の誘起波長をカットした照明器具を使用している ・定期的に外部業者に昆虫類、鼠の生息状況のモニタリングを依頼している ・有害生物の進入や発生が認められた場合は、適切な薬剤使用や捕獲により駆逐している
		有害小動物の駆除やクリーニング用等の薬剤について、使用用途や保管の管理を行っている	・洗浄剤・殺菌剤や分析検査試薬は施設管理して、使用記録をつけ、使用書に従った正しい使い方をしている ・使用時には保護具を装着し、適切な廃棄処理を行っている ・薬剤などは、製造作業場内では保管しないよう取り決めている
		食品の汚染が起こらないように廃棄物を取り扱っている	・廃棄物は食品製造現場から隔離した場所で管理している ・廃棄物処理施設で作業した従業員がそのまま製造現場に入らないように管理している ・排水処理や産業廃棄物処理では法律、条令などを遵守している
		施設のメンテナンスの効果のモニタリングを行っている	・製造機械装置のふき取り検査やATP測定(14)検査を実施して、洗浄作業の適切性をモニターしている ・作業前に装置の動作確認をしている ・食品接触面の微生物検査を行っている
	従業員に衛生的な作業を実施させるための教育訓練	衛生・安全に関する教育のプログラムを定め、プログラムに基づく教育訓練を従業員に行っている	・GMP基準(15)や実践ガイドラインを策定して、配置転換や採用時に合わせた衛生教育を実施している ・工場ごとや従業員の職歴や知識別に教育を実施している
		教育訓練の有効性の評価を行い、その結果を基に教育プログラムの見直しを行っている	・教育訓練実施後に従業員の作業状況の評価を行い、その結果を教育プログラムの内容に反映している
緊急時のための取組	緊急時のための平常時の取組	原料・包装資材の調達元、出荷先、関係機関等、社外と連携し迅速に対応する体制を整備している	・原料・包装資材などの調達元、出荷先、関係機関など、事故・事件発生時の社外関係部門との連絡体制を定めている ・必要な情報を迅速に収集できるように体制を整備しておくよう、社外関係部門への周知を徹底している
		商品の回収に必要なトレーサビリティ情報を迅速に収集できる体制を整備している	・製造ロット、使用した資材、原料ロットなどの情報を追跡可能な、商品の履歴を追える(トレーサビリティ)体制を整備している
		製造工程での人為的な食品汚染の防止に取り組んでいる	・監視カメラにより製造現場の監視を行っている ・不審者がいないかのチェックを行っている ・作業服をポケットレスにして、不必要なものを工場内に持ち込めないようにしている
	緊急時を想定した自社体制	事故・事件発生時の社内各部門の役割を定めており、迅速に関係部門に情報を伝達し対応する体制を整備している	・商品回収の必要が有る場合に、中心となって対応を行う緊急対応部門を定めている ・関連部署横断的な体制で意思決定し、事故・事件発生時の緊急対応を最優先とすることを業務ルールに定めている ・事故・事件の情報収集、回収実施判断、商品回収の告知、回収方法などの緊急時の実施事項の役割分担を定めている ・関係部門間の情報伝達経路を定めている
		事故・事件に迅速に対応し、被害を拡大させないための実施手順を定めている	・実施手順として、以下の内容を定めている ・社内対応(情報収集、原因分析、従業員対応) ・社外対応(お客様対応、取引相手先対応、行政当局対応、報道関係対応) ・実施手順の文書化の形態としては以下のものがある ・「食品の品質管理基準」や「工場の製造管理基準」 ・「事故発生時対応マニュアル」や「危機管理マニュアル」
		事故・事件の原因究明から再発を防止するまでの実施手順を定めている	・事故・事件の原因究明、是正措置、再発防止策の実施、再発しないことの検証の実施を業務マニュアルに定めている
		お客様に安心してもらうため、再発防止策等を説明する実施手順を定めている	・お客様への説明用文書の作成、営業担当者への説明内容の周知、お客様への周知方法などについて、業務マニュアルに定めている
		被害を拡大させないための実施手順の有効性の確認と見直しを行う	・事故・事件に迅速に対応できるよう、訓練を定期的に行うとともに、訓練の結果に基づき、実施手順の見直しを行っている

この着眼点では、以下の用語を次のように定義して使用しています。

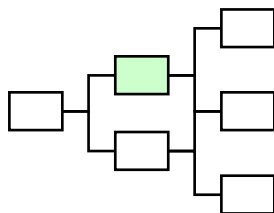
- お客様: 一般の消費者の皆様を指します。
- CSR: Corporate Social Responsibility。企業の社会的責任。
利益の追求だけでなく、企業活動の様々な社会的側面(環境保護、法令遵守、人権擁護等など)においても、バランスのとれた責任を果たすべきとする経営理念。
- コンプライアンス: 法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
- OJT: On the Job Training。職場内訓練。
- OFFJT: Off the Job Training。職場外研修。
- 5S: 整理、整頓、清掃、清潔、しつけ。
- 食品衛生7S: 食品安全ネットワークが食品分野の5Sとして「食品衛生新5S」を考案し、さらに洗浄、殺菌を加えて発展・再構築して策定したもの。
- ハザード: 危害要因、健康に悪影響をもたらす原因となる可能性のある食品中の物質または食品の状態。
- ハザード分析: 危害分析。HACCPプランにより管理される危害要因を決定するとともに、それぞれの危害に対するコントロールの方法を明らかにする作業をいう。
(財団法人食品産業センターホームページより引用)
- HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Point。原料の入荷から製造・出荷までのすべての工程において、あらかじめ危害を予測し、その危害を防止するための重要管理点を特定して、そのポイントを継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するので、不良製品の出荷を未然に防ぐことができるシステム。
- ハザードの管理(コントロール): 食品の安全性のハザードについて、予防、排除、あるいは許容できるレベルまで低減させるように処理をすること。
(食品安全の国際規格「食品衛生基本テキスト」の記述に基づき事務局で編集)
- CCP: Critical Control Point(重要管理点)。製造工程の段階で、より安全性が確保された製品を得るために、特に重点的に管理すべきポイント。
- トレーサビリティ: 緊急時の被害拡大防止を目的とした、商品情報追跡をすること。
- ATP測定: 全ての細胞中に存在するATP(アデノシン3リン酸)を定量する測定。微生物量を容易に高感度測定することができるため、食品工場では設備や機械の衛生管理状況を調べるために実施される。
- GMP基準: Good Manufacturing Practice。製造管理及び品質管理規則。安心して使うことができる品質の良い製品などを供給するために、製造する時の管理、遵守事項を定めたもの。

消費者コミュニケーションの理念

- お客様の信頼感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。

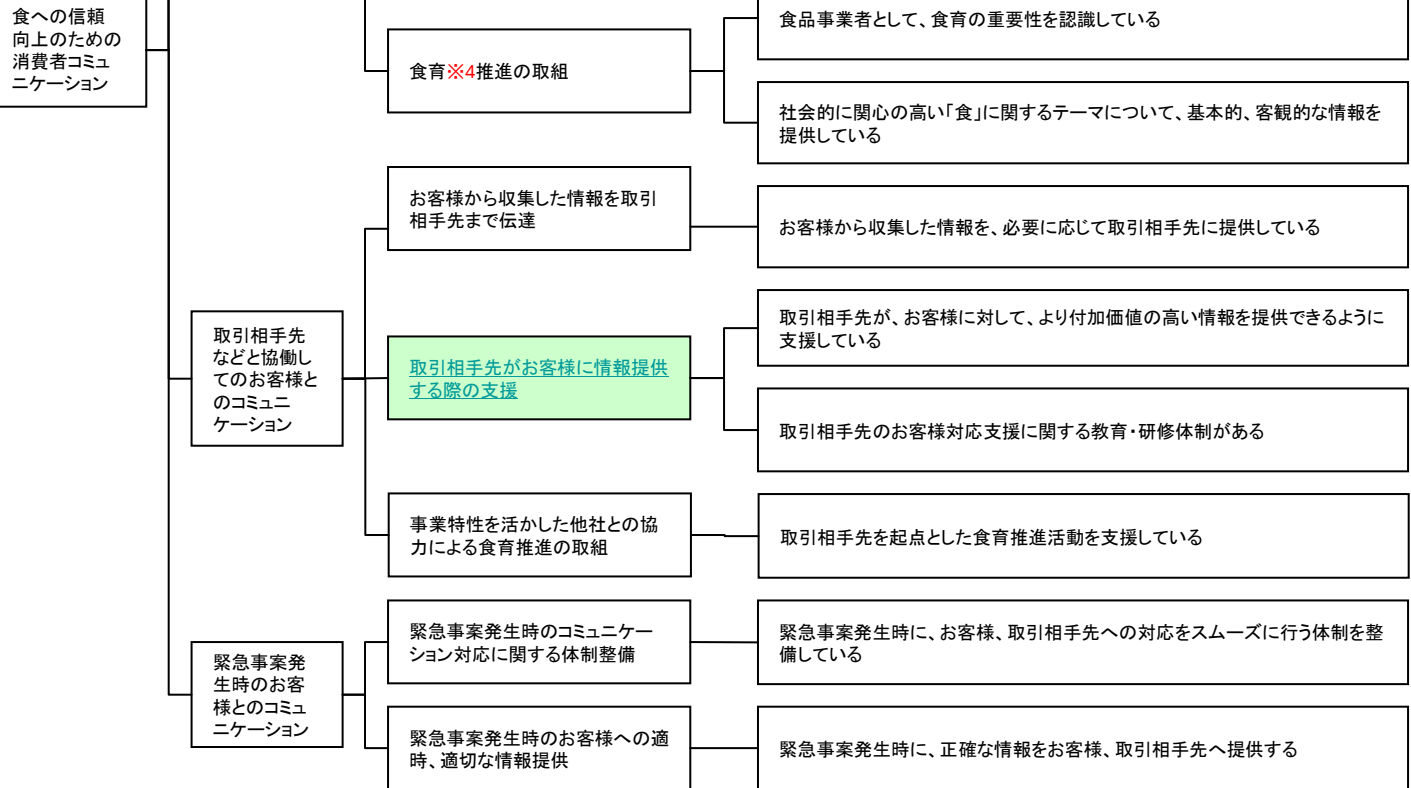
<樹形図の読み方>

- 樹形図の中で、一部の項目(樹形図の色塗り部分)については、食品事業者の皆さんのご意見や具体的な取組を踏まえた解説「取組の背景」をご覧ください。食品事業者の皆さんがどのような問題意識を持って取り組んでいるのか、また、その取組を通じてどのように消費者の皆さんのご期待に応えようとしているのか、まとめたものです。



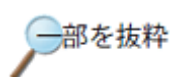
- ※印の言葉につきましては、「協働の着眼点(たたき台)」ではどのような意味で使用しているかについて、ページ内で解説しています。

卸売:消費者 コミュニケーション 協働の着眼点 たたき台



※1 お客様：一般の消費者の皆様を指します。
 ※2 コンプライアンス：法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
 ※3 取引相手先：製造業者、小売業者などの卸売業としての直接の取引相手先。
 ※4 食育：食育基本法の考え方に準じています。

● 卸売：消費者コミュニケーションの着眼点



大項目	取引相手先などと協働してのお客様とのコミュニケーション		
	中項目		取引相手先がお客様に情報提供する際の支援
	小項目 (一部省略)		取引相手先が、お客様に対して、より付加価値の高い情報を提供できるように支援している
			取引相手先のお客様対応支援に関する教育・研修体制がある

■ 取組の背景

情報のつなぎ手としてできること

多くのお客様にとって、卸売業者は「目に見えにくい」存在です。それは、卸売業者とお客様との直接の接点が少ないことが原因ですが、卸売業者は、製造業者が製造した商品を小売業者に納品するだけでなく、お客様が必要とする情報もあわせてお届けするという重要な役割を担っています。取扱商品が多岐にわたること、また多くの製造業者や小売業者などの取引相手先と接点を持っていることから、卸売業者のもとには多くの情報が集まります。しかし、卸売業者はお客様との直接の接点が少ないため、取引相手先へ情報を提供することでお客様との間接的なコミュニケーションをおこなっているのです。

そのために卸売業者は「取引相手先がお客様に情報提供する際の支援」に力を入れているのです

意欲的な卸売業者は、小売業者に対し、店頭での陳列方法や、店頭POP(媒体)に何を表示したら良いかなどのアドバイスや、商品の最終加工地について情報提供をおこなうことなどにより、お客様に、より付加価値の高い情報を伝える手助けを行っています。また、小売業者からの情報を製造業者に、製造業者からの情報を小売業者に伝えるなど、双方のコミュニケーションを支えることで、より一層お客様のニーズにあった情報提供を可能にしているのです。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
お客様(1)とコミュニケーションを取るための自社体制	お客様とのコミュニケーションに関する方針策定、周知、公表	企業理念の中に、お客様視点で考える姿勢を盛り込んでいる	企業理念、活動指針、企業行動憲章、スローガンを策定している
			お客様の目線にあった行動規範を策定している ・基本的な使命：生活者の視点に立って、一歩先の安全・安心な食生活の実現を目指す
		従業員が、お客様視点の重要性を認識している	商品仕入、保管、配送時に至るプロセス管理と、安全・品質を確保する重要性を、従業員に周知徹底している
		企業理念を、お客様を含めたステークホルダーにも示している	企業理念、活動指針、企業行動憲章を、お客様、取引相手先(2)、従業員に伝えるために公表している
	コンプライアンス(3)への対応	従業員のコンプライアンスに対する意識を高める活動を行っている	取引相手先(製造業者、配送業者、小売業者)とのコミュニケーションに関する方針を策定し公表している
お客様とのコミュニケーション(自社としての取組)	お客様、取引相手先との情報の受発信に関する自社体制や取組	お客様、取引相手先対応の社内での責任体制が明確になっている	取引相手先の総合窓口として、自社の取り扱う商品や従業員の接客対応の苦情を受け付ける部署を設置している
			食品安全管理の部署を設置している
			CSR・コンプライアンス対応の部署を設置している
	お客様、取引相手先からの情報の収集および管理	社外に発信する情報の正確性、わかりやすさをチェックしている	社外への情報発信に際しては、できるかぎり広報部署を通して発信するようにしている
		取引相手先がお客様とコミュニケーションを取るにあたって必要とする情報を収集するため、お客様からの情報を収集している	固有商品の宣伝を行わずに、一般的に食品を紹介するキャンペーンを実施し、その場でお客様から意見を収集している
			お客様モニターを募り、定期的にマーケティング情報を収集している
			小売店舗の購買情報分析だけではなく、より広くお客様のライフスタイルの動向分析を行い、取引相手先に付加価値情報として提供している
			自社の従業員から、実験店舗にて買い物をした感想などの意見を収集している
		お客様、取引相手先から寄せられた情報を一元管理し、全社的に共有している	お客様から得た情報を報告し、「食」に関わる情報交換をするなど、情報を社内で共有している
	食育(4)推進の取組	食品事業者として、食育の重要性を認識している	収集した情報は一元管理し、各営業部門が閲覧できるようにしている
			食品事業者としての主体的な食育活動を行っている
		社会的に関心の高い「食」に関するテーマについて、基本的、客観的な情報を提供している	食品に関する正しい情報を業界団体のホームページを通して提供している
			取り扱い商品に関する食べ方、正しい保存・調理方法などの情報を提供している
			株主向けの配布資料において、食に関する時事的な用語や知識の解説を掲載している
取引相手先などと協働してお客様とのコミュニケーション	お客様から収集した情報を取引相手先まで伝達	お客様から収集した情報を、必要に応じて取引相手先に提供している	店舗に来店するお客様の購買情報分析などにより収集した情報を、必要に応じて製造業者に提供している
	取引相手先がお客様に情報提供する際の支援	取引相手先が、お客様に対して、より付加価値の高い情報を提供できるように支援している	取引相手先の小売店舗に対して、店頭POP(媒体)などを活用した表示方法や、商品の最終加工地について情報提供などを行い、お客様により付加価値の高い情報提供を行うことを支援している
		取引相手先のお客様対応支援に関する教育・研修体制がある	取引相手先の小売店舗を通して、冷凍食品の安全性を解説したパンフレットを配布している
	事業特性を活かした他社との協力による食育推進の取組		営業担当者に取り扱い商品に関する教育や試食を実施し、商品に対する知識の向上を図っている
		取引相手先を起点とした食育推進活動を支援している	取引相手先(製造業者、小売業者)ごとに、個別に食育推進の対応をしている
			取引相手先の小売店舗における食育活動を推進するために、食育に関する社内資格制度を設けて、食育関連の企画提案の促進を図っている
緊急事案発生時のお客様とのコミュニケーション	緊急事案発生時のコミュニケーション対応に関する体制整備	緊急事案発生時に、お客様、取引相手先への対応をスムーズに行う体制を整備している	お客様からの意見・要望・苦情に対し、迅速に対応している
			必要に応じて営業社員が、苦情を寄せたお客様を、訪問して話をしている
	緊急事案発生時のお客様への適時、適切な情報提供	緊急事案発生時に、正確な情報をお客様、取引相手先へ提供する	緊急事案が発生した際には、各部署が個別に社外に回答・情報発信するのではなく、できるかぎり広報部署を通して回答することをルールとしている

この着眼点では、以下の用語を次のように定義して使用しています。

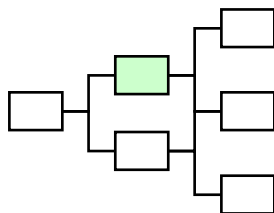
- 1
- お客様：一般の消費者の皆様を指します。
- 2
- 取引相手先：製造業者、小売業者などの卸売業としての直接の取引相手先。
- 3
- コンプライアンス：法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
- 4
- 食育：食育基本法の考え方に準じます。

サプライチェーンマネジメントの理念

- 食の信頼向上のため、調達から販売まで、公正かつ透明な取引（見える化）により、持続可能な関係を築き、消費者の「信頼の連鎖」の一翼を担います。
- 事業者が自らの役割を認識し、「信頼の連鎖」実現のための、開かれた社内体制の構築を目指します。

＜樹形図の読み方＞

- ・ 樹形図の中で、一部の項目（樹形図の色塗り部分）については、食品事業者の皆さんのご意見や具体的な取組を踏まえた解説「取組の背景」をご覧ください。食品事業者の皆さんがどのような問題意識を持って取り組んでいるのか、また、その取組を通じてどのように消費者の皆さんのご期待に応えようとしているのか、まとめたものです。



- ・ ※印の言葉につきましては、「協働の着眼点（たたき台）」ではどのような意味で使用しているかについて、ページ内で解説しています。

卸売: サプライチェーンマネジメント

協働の着眼点 たたき台

自社での取組事項

取引相手先との持続的な関係構築等に関する自社体制

取引相手先との持続的な関係構築等に関する方針・基準などの策定

取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が策定されている

取引相手先との取引に関する基準が定められている

取引相手先との持続的な関係構築等に関する方針・基準の社内周知、教育体制

取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が社内に周知されている

取引相手先との関係上留意すべき点などについて教育体制があり、実践されている

自社の従業員が取引相手先とのよりよい関係構築等を目的に、モチベーション維持・向上のための教育環境をつくっている

取引に関する事項について確認するためのチェック体制

取引相手先との関係構築等に関する責任者や部署等が明確にされている

取引相手先との取引基準に関して、定期的に確認・見直し・改善等する仕組みを持っている

取引相手先との持続的な関係構築等に関する自社体制の社外への公開・周知

取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が社外に対して明らかにされ、周知されている

コンプライアンス※1への対応

コンプライアンスに関する体制整備

コンプライアンス関連事項の責任者や部署等が明確にされている

コンプライアンスの強化・推進への取組

法的基準を満たした商品を調達し、供給しているかをチェックしている

自社内のコンプライアンス強化に取り組んでいる

社外との関係におけるコンプライアンス強化に取り組んでいる

※1 **コンプライアンス**: 法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
※2 **お客様**: 一般の消費者の皆様を指します。
※3 **トレーサビリティ**: 生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。(2004年 FAO/WHO 合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)

食への信頼向上のための取引相手先との情報共有

取引に必要な項目・基準等を、取引相手先と共有している

商品などについて必要な情報を、取引相手先と自社の関係者で共有できる関係を築いている

取引でのさまざまな情報(商品、在庫・出荷、緊急時[トレーサビリティ※2])などを整理し、取引相手先と共有している

取引相手先とより効果的な情報共有を推進するために、共有手段に関する検証・改善の場を持っている

取引相手先との持続可能な取引の実行

生産からお客様※3までの食の連鎖を安全・安心に、かつ安定してつなぐための、取引相手先との関係構築等のための取組(サステナビリティ)

取引相手先との信頼関係を尊重し、誠実で相互に納得した取引を推進している

取引相手先との関係を持続するために、解決すべき問題点や改善点等を相互で議論し改善を図っている

取引に関する商談・契約の際に、双方で文書を取り交わしている

取引相手先との間で、品質等の食の安全・安心に関し、相互研鑽・相互協力の取組がある

卸売業者として、お客様の要望に配慮した、又はお客様に伝えたい、食への信頼向上に向けた取組

取引相手先との取引・仕入活動の際、品質等の食の安全・安心の問題に関して相互に議論する機会を持っている

食への信頼向上のために、取引相手先とともにお客様向けの活動に取り組んでいる

環境配慮・地域貢献に関する問題意識を持って業務に取り組んでいる

食への信頼向上のための緊急時の協力

緊急時(事件・事故等)において、被害を拡大させないよう迅速に事態を收拾するための事前の協力

緊急時(事件・事故等)に迅速に対応するため、緊急事態発生時の対応ルールや手順等を予め定めている

緊急時(事件・事故等)に迅速に対応するため、緊急時に取引相手先と直接連絡し、情報共有など相互協力できる仕組みがある

安全・安心のための事後の協力

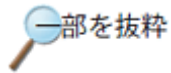
お客様の安全・安心のため、事件・事故等の収束後、取引相手先と協力して、収束確認を行っている

食への信頼向上のため、事件・事故等の収束後、取引相手先と協力して安全・安心に資する仕組みの強化に取り組んでいる

食への信頼向上のためのサプライチェーンマネジメント

他社との取組事項

● 卸売：サプライチェーンマネジメントの着眼点



大項目	取引相手先との持続可能な取引の実行		
	中項目	食への信頼向上のための取引相手先との情報共有	
		小項目 (一部省略)	商品などについて必要な情報を、取引相手先と自社の関係者で共有できる関係を築いている
			取引でのさまざまな情報(商品、在庫・出荷、緊急時[トレーサビリティ])などを整理し、取引相手先と共有している
	中項目	生産からお客さままでの食の連鎖を安全・安心に、かつ安定してつなぐための、取引相手先との関係構築等のための取組(サステナビリティ)	
		小項目	取引相手先との関係を持続するために、解決すべき問題点や改善点等を相互で議論し改善を図っている

■ 取組の背景

信頼をつなぐのが卸売の役割

お客様が不安を感じる大きな理由は、「食品が食卓に届くまでの過程がよくわからない、見えないこと」。その解決のためには、フードチェーン全体の「見える化」につながる情報の伝達が重要です。卸売業者は、製造業者と小売業者双方の要望を受け入れ、課題があれば解決法を提案する、商品の流通をコーディネートする、という意識を持っています。それは卸売業が、「信頼をつなぐ」という役割を担っているからです。「安全」だけでなく「安心」な商品を「安定」して提供するためには、お客様まで正しい情報を伝えることが必要です。そのためには、まず取引相手先との信頼関係に基づく、情報共有が大切なのです。

そのために、卸売業者は「取引相手先との情報共有」、「取引相手先との関係構築のための持続可能な取組」に力を入れているのです

意欲的な卸売業者は、在庫、出荷、発送等のデータを一元管理し、適切に保管・更新することにより、トレーサビリティの実現に向けた取組を進めています。また、取引相手先との持続可能な関係を構築するために、小売業者の要望を製造業者へ、製造業者の要望を小売業者に伝えながら様々な提案を行い、自社に対する改善要望を聞くなど、情報の共有に取り組んでいます。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
取引相手先との持続的な関係構築等に関する自社体制	取引相手先との持続的な関係構築等に関する方針・基準などの策定	取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が策定されている	・基本理念、基本方針、行動指針などが設定されている。 ・取引に関する原則について企業理念、基本方針等を定めている。
		取引相手先との取引に関する基準が定められている	・製造委託先の取引審査基準を持っている。(例:定期的な工場審査の実施、産地証明書の更新状況確認、他社比較、日本向け実績、商品の安全性、過去の事故履歴、本業として行っているか、与信、商品の特色、成長性、技術力など会社としての総合力、メーカーの場合は工場評価、PL法対応など) ・取引先(仕入先、販売先双方)を複数部署(信用調査部門や食品安全に関する部門等)で審査する体制としている。 ・社内規程で取引先の確認・審査のための専門部署をおいている。 ・一定の取引審査基準を設け評価し、基準点に達したところと原則取引する。
	取引相手先との持続的な関係構築等に関する方針・基準の社内周知、教育体制	取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が社内に周知されている	・部署での朝礼時の唱和や関係書類回覧等により周知・徹底している。 ・経営理念・行動規範を、解説書の小冊子や携帯カードで従業員に配布している。 ・従業員全員に対して定期的な意識調査を行っている。 ・イントラネットに コンプライアンス(1) に関する資料を掲示している。 ・主要業務分野を網羅した手順解説書を作成し、パート・従業員に配布している。
		取引相手先との関係上留意すべき点などについて教育体制があり、実践されている	・会議や朝礼時などを活用し留意点を伝えている。 ・朝礼で「経営理念」に関連して自分が業務でできることを紹介するなどの啓発活動をしている。 ・社外講師を活用して、定期的な講習会を開催している。 ・公的機関などの食品衛生、管理等の説明会及び講習会に参加し、回覧等で内容を周知している。 ・階層別や業務別に分けて研修を実施している。(集合型研修、希望者、昇格者対象など。) ・業務手順解説書、法規制(食品衛生法や表示関連の法令、その他の法令)についての勉強会を行っている。
		自社の従業員が取引相手先とのよりよい関係構築等を目的に、モチベーション維持・向上のための教育環境をつくっている	・従業員のモチベーション確保のための、商品勉強会などを実施している。 ・経営理念および経営計画を社内的にも明らかにして、個人の目標につなげている。
	取引に関する事項について確認するためのチェック体制	取引相手先との関係構築等に関する責任者や部署等が明確にされている	・取引先との関係構築について経営トップが方針に基づき責任を有している。 ・全社で集約した部門を置き、意思決定を迅速化している。 ・全社でおいている組織の例:法務部門(契約チェック・雛形作成)、 CSR(2) 部門、コンプライアンス部門、食品安全に関する部門(品質管理部門)、内部統制実施部門、監査部門、お客様相談室 ・内部統制基本方針に基づくグループ企業を含めた体制を構築している。 ・各部署にCSR等に関する担当者を置いている。 ・食品安全に関する部門(品質管理)を持っている。
		取引相手先との取引基準に関して、定期的に確認・見直し・改善等する仕組みを持っている	・取引状況確認を定期的に行っている。 ・取引上、法令の問題点についてチェックを行っている。 ・自社商品の製造委託先への監査を実施している。 ・営業部門から独立した品質管理部門のメンバーが取引等を確認している。
	取引相手先との持続的な関係構築等に関する自社体制の社外への公開・周知	取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が社外に対して明らかにされ、周知されている	・いろいろなメディアに対して、取材を積極的に受け、経営理念や営業政策を開示している。 ・卸売として何を大事にすべきかを明確に出す。得意分野などの特徴を積極的に出す。 ・基本理念、基本方針、行動指針を、ホームページ等で公開している。 ・報告書、広報誌などにより周知している。
コンプライアンスへの対応	コンプライアンスに関する体制整備	コンプライアンス関連事項の責任者や部署等が明確にされている	・関連法規の情報を収集し、必要に応じて社内周知する部署を設けている。 ・法的基準を満たしているか等のチェックを行う部署がある。 ・本社・事業所・子会社それぞれ、およびグループ全体でリスクマネジメント活動(コンプライアンスの事象を含む)を実施している。
	コンプライアンスの強化・推進への取組	法的基準を満たした商品を調達し、供給しているかをチェックしている	・取引上、法令の問題点についてチェックを行っている。 ・関連法規の情報を収集し、必要に応じて社内周知する部署を設けている。 ・商品等について法的基準を満たしているか等のチェックを行う部署がある。 ・食品安全を管理する部門においてチェックしている。 ・取引時に取り交わす契約書において、法令遵守に関する文言を定めている。
		自社内のコンプライアンス強化に取り組んでいる	・監査部の内部監査を実施してコンプライアンスに関してチェックを行っている。 ・取引相手先との間では、基本契約等に関連法令を遵守する旨の条文を定め、互いに遵守するよう努めている。 ・独禁法・下請法・輸出入に関する義務など、法令遵守に関する教育強化を図っている。 ・法令変更時等に電子掲示板等に掲載して社員に周知している。 ・全社全体または、本社・事業所・子会社など個別にリスクマネジメントやコンプライアンスの活動を実施している。
		社外との関係におけるコンプライアンス強化に取り組んでいる	・基本契約等に関連法令等を遵守する旨の条文を定め、取引相手先と相互遵守するよう努めている。 ・品質についての検査を行い必要に応じて改善を求めている。 ・取引相手先から、取引に関する提言や自社の改善点について適宜ヒアリングを実施している。 ・ホームページ上において自社への提言を受け付けている。 ・海外取引相手先については、言葉や文化の違いが障壁とならないよう、現地専門の担当を設置している。
取引相手先との持続可能な取引の実行	食への信頼向上のための取引相手先との情報共有	取引に必要な項目・基準等を、取引相手先と共有している	・売買契約書、製造委託契約書、仕様書等における必要項目を設定している。 ・商品規格書を定型フォーム化することにより必要とされる項目がわかるようにしている。 ・商品の基本情報等を商品マスターに入力してもらうことにより、情報管理を実施している。
		商品などについて必要な情報を、取引相手先と自社の関係者で共有できる関係を築いている	・要望に応じて、FAX・メールなどにより商品に関する情報提供を迅速に対応している。 ・商品情報、原料情報等をwebに掲載するなど、最新の情報をアップデートしている。 ・情報の適切な管理・保管を実施することにより、トレースバックのため取組を進めている。 ・必要に応じて情報確認が実施できるよう、担当者の連絡先(緊急時を含む)をお互いに把握している。
		取引でのさまざまな情報(商品、在庫・出荷、緊急時[トレーサビリティ(3)])などを整理し、取引相手先と共有している	・適宜、情報の管理・保管・更新を実施している。 ・商品マスター(データベース)等に適宜商品情報を登録することにより情報の管理を実施している。 ・商品情報について、取引相手先の指定フォーマットに基づいて情報の管理をしている。 ・システムを利用した在庫、出荷、発送等のデータの一元管理等を実施している。 ・ロット別管理(入荷・在庫・出荷)によってトレースバックが対応可能な体制を整えている。 ・業務委託をして全ての商品情報の帳票管理を行ってもらっている。 ・商品データベースおよび物流管理システムによる管理をしている。
		取引相手先とより効果的な情報共有を推進するために、共有手段に関する検証・改善の場を持っている	・情報の共有化を目的とした会議体を設置し、定期的な会合を行っている。 ・食の安全、情報共有に関する問題点などについて話し合うための会議等を取引相手先と定期的に開催している。 ・自社の担当から直接取引相手先の各担当に情報を伝達する場を共有している。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
取引相手先との持続可能な取引の実行	生産からお客様(4)までの食の連鎖を安全・安心に、かつ安定してつなぐための、取引相手先との関係構築等のための取組(サステナビリティ)	取引相手先との信頼関係を尊重し、誠実で相互に納得した取引を推進している	・フェアプライス(サステナビリティに配慮した価格)の取組をしている。 ・発注量、納期、取引先への配慮など、取引先と様々なやり取りをして決めており、お互いに無理のないように配慮している。 ・締結書面による取引条件の遵守を徹底している。 ・卸売の機能として発注・納品の最適化があり、無理のない取引について役割を果たすことができる。
		取引相手先との関係を持続するために、解決すべき問題点や改善点等を相互で議論し改善を図っている	・製造委託先との間で、品質管理に関する定期的な会合を実施している。 ・製造委託先で品質基準についての集合研修を行っている。失敗事例の紹介・共有化も含む。 ・食品安全の管理を行う部門で定期的なチェックを行い、改善要請など時間を掛けて相互理解を図っている。 ・日頃から問題解決や情報提供などの相互のやり取りは、FAXやメール、電話などの通信手段で密に行なう。 ・取引相手先から、取引に関する提言や自社の改善点がないかどうかを常に聞いている。 ・卸売の重要な機能として、小売の要請をメーカー側につなげ、その中で様々な提案をしている。
		取引に関する商談・契約の際に、双方で文書を取り交わしている	・「受発注書」、「商品売買取引基本契約書」、「製造委託契約書」、「商談メモ」等を取引実態に応じて締結し、所定の部署で保管している。 ・取引の内容や条件を契約書に落とし込んでいる。
		取引相手先との間で、品質等の食の安全・安心に関し、相互研鑽・相互協力の取組がある	・製造委託先との間で、品質管理に関する定期的な全体会合を実施している。 ・製造委託先で品質基準についての集合研修を行っている。失敗事例の紹介・共有化も含む。 ・食品安全の管理を行う部門で定期的なチェックを行い、改善要請など時間を掛けて相互理解を図っている。 ・消費者動向アンケートなどを行い、その動向に応じた取引相手先への提案活動をしている。 ・海外取引先に対し、日本側の法規等の変更があった場合は相手先に周知する。 ・クレームや内部監査、コンサルタント指摘などで取引相手先と共同して解決すべき改善点があれば改善についての話し合いを持つ。
	卸売業者として、お客様の要望に配慮した、又はお客様に伝えたい、食への信頼向上に向けた取組	取引相手先との取引・仕入活動の際、品質等の食の安全・安心の問題に関して相互に議論する機会を持っている	・取引や仕入れの際の確認事項として、取引相手先とともに、お客様の安全・安心を配慮した商品・工程・物流等の管理を心がけている。 ・衛生管理の方法などを取引基本契約書などで詳細を定めている。 ・バイヤーと営業の商談において、安全・安心の実現についてとりあげている。
		食への信頼向上のために、取引相手先とともにお客様向けの活動に取り組んでいる	・小売業者と共に消費者向けのイベント企画やキャンペーン企画(協賛・共催)を実施している。 ・小売業者の商品開発チームに参加することにより、消費者ニーズ対応の取組を進めている。 ・特定の小売業者との間で、納入商品に関する販売情報・クレーム情報を受け取る体制としている。 ・卸売業者同士の共催による消費者向けキャンペーンを実施している。
		環境配慮・地域貢献に関する問題意識を持って業務に取り組んでいる	・「社会のニーズ」視点からも、価値ある企業活動を行っていることが最終的にいい製品づくりにつながることを組織として理解している。 ・環境配慮した物流への取り組みを行っている。 ・緊急、災害時の供給需要に対応するための体制をとっている。
食への信頼向上のための緊急時の協力	緊急時(事件・事故等)において、被害を拡大させないよう迅速に事態を収拾するための事前の協力	緊急時(事件・事故等)に迅速に対応するため、緊急事態発生時の対応ルールや手順等を予め定めている	・クレーム対応マニュアルや、危機管理対応に則った対応を行う。 ・危機管理対応体制を定めたマニュアルに則った対応を行う。 ・全社的危機対応を行うメンバーを定めている。
		緊急時(事件・事故等)に迅速に対応するため、緊急時に取引相手先と直接連絡し、情報共有など相互協力できる仕組みがある	・緊急時の体制について、担当窓口、担当者を設定し、問合せに対応するメンバーを定めている。 ・主要な取引先との間では、必要に応じて都度情報交換ができる関係を構築している。(人的関係構築、緊急時連絡先の把握などを含む) ・海外の取引相手先の場合、時差、距離などの問題もあるが、可能な限り迅速に対応できる体制がある。 ・取引相手先の緊急連絡先を把握している。また、担当者の緊急連絡先を取引相手先に伝えている。
	安全・安心のための事後の協力	お客様の安全・安心のため、事件・事故等の収束後、取引相手先と協力して、収束確認を行っている	・事件や事故発生後に、事態収束について、取引相手先に確認をするよう取り組んでいる。
		食の信頼向上のため、事件・事故等の収束後、取引相手先と協力して安全・安心に資する仕組みの強化に取り組んでいる	・事件や事故発生後に信頼回復のために、取引相手先と共同して、緊急時に備えた取組の改善・強化等を検討、共有する取組がある。 ・事件や事故発生後の信頼回復のため、取引相手先と事業の改善・対策強化を共有する取組がある。

この着眼点では、以下の用語を次のように定義して使用しています。

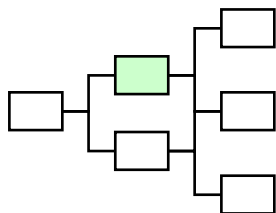
- 1
- コンプライアンス:法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
- 2
- CSR:Corporate Social Responsibility。企業の社会的責任。
利益の追求だけではなく、企業活動の様々な社会的側面(環境保護、法令遵守、人権擁護等など)においても、バランスのとれた責任を果たすべきとする経営理念。
- 3
- トレーサビリティ:生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。
(2004年 FAO/WHO合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)
- 4
- お客様:一般の消費者の皆様を指します。

衛生管理の理念

- 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・品質管理を行う体制を整備するとともに、取組を実践していきます。

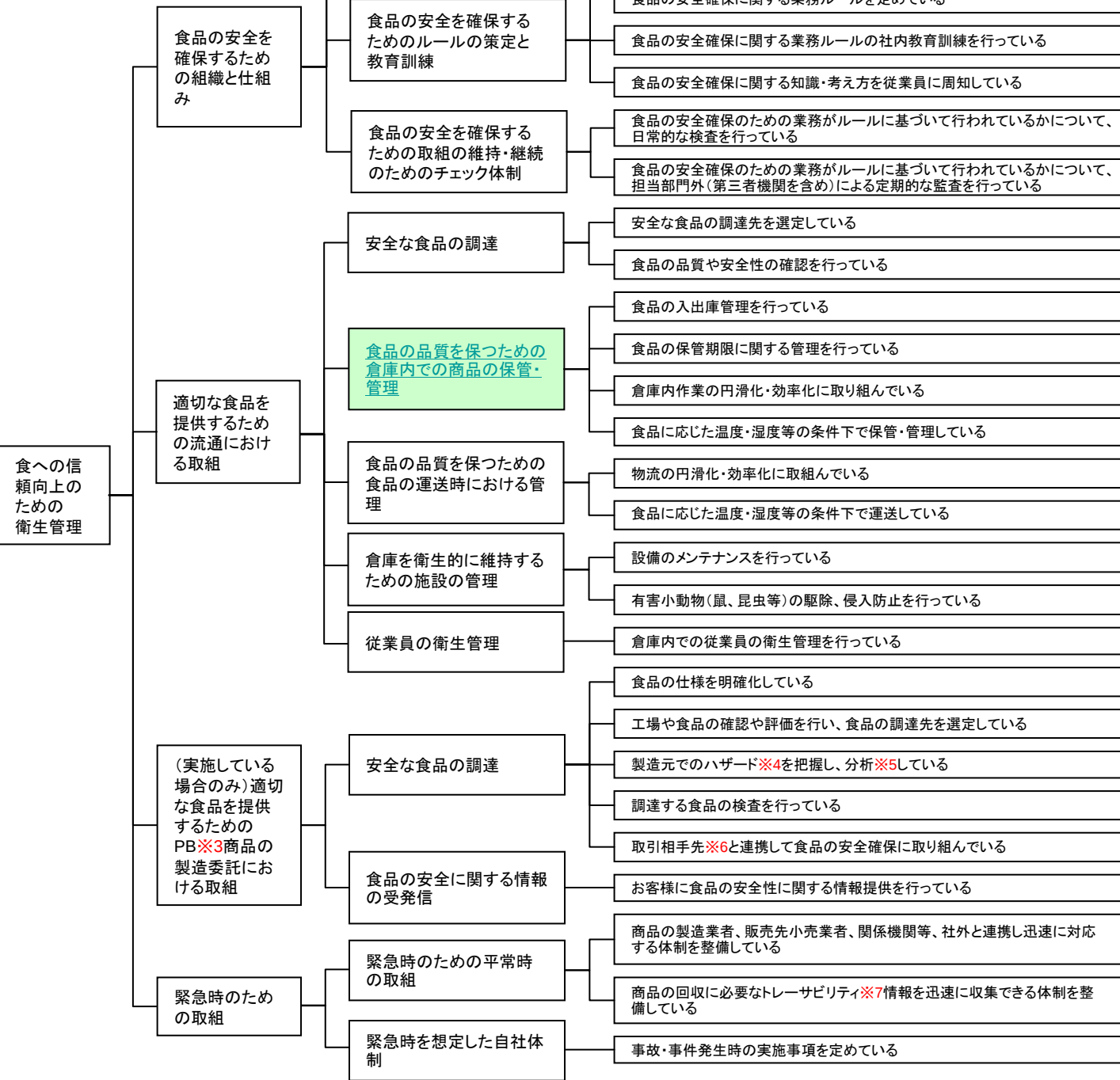
<樹形図の読み方>

- 樹形図の中で、一部の項目（樹形図の色塗り部分）については、食品事業者の皆さんのご意見や具体的な取組を踏まえた解説「取組の背景」をご覧ください。食品事業者の皆さんがどのような問題意識を持って取り組んでいるのか、また、その取組を通じてどのように消費者の皆さんのご期待に応えようとしているのか、まとめたものです。



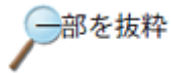
- ※印の言葉につきましては、「協働の着眼点（たたき台）」ではどのような意味で使用しているかについて、ページ内で解説しています。

卸売：衛生管理 協働の着眼点 たたき台



※1 お客様：一般の消費者の皆様を指します。
 ※2 コンプライアンス：法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理行動なども含めた幅広い概念。
 ※3 PB(プライベートブランド)：商業者商標。自家商標。スーパー・デパートなどがみずから企画生産して販売する独自のブランド商品。(大辞林より引用)
 ※4 ハザード：危害要因。健康に悪影響をもたらす原因となる可能性のある食品中の物質または食品の状態。
 ※5 ハザード分析：危害分析。HACCPプランにより管理される危害要因を決定するとともに、それぞれの危害に対するコントロールの方法を明らかにする作業をいう。(財団法人食品産業センターホームページより引用)
 ※6 取引相手先：製造業者、小売業者などの卸売業としての直接の取引相手先。
 ※7 トレーサビリティ：生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。(2004年 FAO/WHO 合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)

● 卸売：衛生管理の着眼点



大項目	適切な食品を提供するための流通における取組		
	中項目	食品の品質を保つための倉庫内での商品の保管・管理	
		小項目 (一部省略)	食品の入在庫管理を行っている
			食品の保管期限に関する管理を行っている
			倉庫内作業の円滑化・効率化に取り組んでいる
			食品に応じた温度・湿度等の条件下で保管・管理している

■ 取組の背景

製造から小売・お客様へ、安全な商品をお届けする架け橋としての卸売業者

卸売業者は、製造業者が生産した商品を小売業者に受け渡しすることで、商品が最終的にお客様まで届くための仲立ちの役割を担っています。注文が入った商品を間違えずに出荷するのはもちろんのこと、仕入れた商品を安全な状態で保管し、出荷しなくてはなりません。多種多様な商品の品質を適切に保つためには、個々の商品にあった保管方法をとるだけでなく、在庫数量・日付の管理も行いつつ、商品が適切に流通するよう配慮することが重要です。

そのために卸売業者は、「食品の品質を保つための倉庫内での商品の保管・管理」に力を入れているのです

食品流通過程の途上で、消費者の皆さんの元へ届ける商品の品質が高く保たれるように、意欲的な卸売業者は日々努力を続けています。例えば、常温、冷蔵、冷凍などの商品区分を明確にして、商品に応じた温度・湿度を維持できる倉庫へ適切に保管したり、荷崩れなどによって商品の価値が損なわれることのないよう、倉庫内での商品の積載ルールを定めた上で保管や出荷の作業を効率的に行ったりしています。さらに、商品の誤出荷を防止するために入出荷時の記録管理の徹底や確実なチェックを行い、商品の入出荷時の日付管理や在庫管理の徹底による鮮度管理を行っています。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
食品の安全を確保するための組織と仕組み	食品の安全を確保するための方針策定、周知、公表	企業理念・方針の中に、食品の安全確保に取り組む姿勢を盛り込んでいる	・会社経営方針、企業行動規範の中に、以下の内容を明記している ・法令遵守 ・品質保証体制の構築 ・食品安全確保の最優先 など
		食品の安全確保のための企業理念・方針が従業員に周知徹底されている	・行動規範、衛生管理の原則などを会議や朝礼で唱和し、徹底している ・各部署での掲示やハンドブックの配布・携帯により社内周知している
		食品の安全確保のための企業理念・方針をお客様(1)にわかりやすく公開している	・ホームページ、会社案内、CSR(2)レポート(社会環境報告書含む)において、以下の内容を公表している ・食品の安全・安心への取組 ・品質保証への取組の考え方 ・食品の安全管理体制
	食品の安全確保に全社で取り組むための組織の整備と活動の推進	食品の安全確保のための責任部署あるいは責任者を定め、全社的に活動を推進している	・品質保証に関わる意思決定機関として、品質保証委員会(品質保証会議、食の安全会議など)を設置しており、全社的に以下の活動を行っている ・品質保証に関する経営上の取組の活動状況の確認 ・安全性に関する従業員の意識向上の活動 ・改善すべき課題、お客様からの意見や要望などの情報共有化
		コンプライアンス(3)経営の責任部署あるいは責任者を定め、全社的に活動を推進している	・コンプライアンス経営推進のため、コンプライアンス委員会等、専門組織・委員会を設置し、以下の手法によりその浸透を図っている ・コンプライアンス計画を策定している ・コンプライアンスに関するハンドブックを作成、配布している ・観点としては、食品衛生法やJAS法等の諸法令の遵守、公私混同の禁止、公正で透明な企業活動等がある
	食品の安全を確保するためのルール策定と教育訓練	食品の安全確保に関する業務ルールを定めている	・食品の入手、食品の取扱・保管、施設のメンテナンス、従業員の衛生管理、事故発生時の対応等の業務に関し、ルールや基準を定めている ・法規制改正時や事故・事件発生時等、社会情勢とのずれが生じないように、必要に応じルールや基準を見直している ・ルールをマニュアルや手順書(または要領書等)として文書化し、従業員に周知している
		食品の安全確保に関する業務ルールの社内教育訓練を行っている	・所定のマニュアルや手順書に従った業務を実施できるように、OJT(4)やOFFJT(5)で教育訓練を実施している ・OFFJTとしては、職位別、職種別など、従業員個人に合わせた研修を実施している(新入社員研修など) ・研修の内容としては、食品衛生、コンプライアンス、薬剤管理、企業理念、行動規範、社内規格、基準、5S(6)、食品衛生7S(7)などが挙げられる
		食品の安全確保に関する知識・考え方を従業員に周知している	・衛生管理を含めた教育カリキュラムや教育資料等を作成している ・衛生や品質管理に関するトピックスを現場の掲示板に掲載し、従業員の意識向上を図っている ・自社および関連会社において、食品衛生法等、関係法令に関する勉強会を実施している ・取引相手先の製造業者と共同で勉強会を行うなど、商品に関する知識の教育を行っている ・自社の取引担当者が取引相手先と円滑に協議ができるように、食品の表示や法律など専門的なテーマについて勉強会を実施している
	食品の安全を確保するための取組の維持・継続のためのチェック体制	食品の安全確保のための業務がルールに基づいて行われているかについて、日常的な検査を行っている	・従業員自身による作業のセルフチェックを行っている ・チェックリストに基づき、検査担当者が作業の検査を行っている ・検査が正しく行われているかを確認するため、検査記録の確認を行っている
		食品の安全確保のための業務がルールに基づいて行われているかについて、担当部門外(第三者機関を含め)による定期的な監査を行っている	・専任組織(内部監査部など)や既存組織(品質管理部など)が中心となって抜き打ちで自社独自の内部監査を実施している ・外部検査・監査機関による、ISOなどのシステム監査を実施している ・納入先による納入先企業独自の監査を定期的に実施している
適切な食品を提供するための流通における取組	安全な食品の調達	安全な食品の調達先を選定している	・調達先選定時に製造元の工場を視察する ・「設備」、「経営者」、「経営者の方針の浸透度合い」、「衛生管理」、「管理体制」を重視して調達先を選定している
		食品の品質や安全性の確認を行っている	・取引開始前に、製造業者での商品の検査結果や規格書を確認している ・輸入原料の品質検査を行っている
	食品の品質を保つための倉庫内での商品の保管・管理	食品の入出庫管理を行っている	・情報システムによって、誤出荷防止の管理をしている ・商品の入出荷の記録管理を行っている
		食品の保管期限に関する管理を行っている	・消費・賞味期限以外に、独自の入荷・出荷の基準を設定している ・在庫の棚卸しを適宜実施し、期限切れ商品をチェックしている ・回転の悪い商品については、在庫を管理し、期限切れ商品を発生させないようにしている ・出荷時には、先に入荷した在庫から出荷することを確認している
		倉庫内作業の円滑化・効率化に取り組んでいる	・倉庫内での事故防止に取り組んでいる ・荷崩れが起こらないようにするなど、商品の積載ルールを定めている ・現場の従業員以外の管理者が倉庫内の安全確認を行っている ・入出荷作業を効率的に行えるよう、商品の保管場所を定めている
		食品に応じた温度・湿度等の条件下で保管・管理している	・商品毎に常温、冷蔵、冷凍の商品区分を設定し、商品コードで常温庫、冷蔵庫、冷凍庫で保管・管理をしている
	食品の品質を保つための食品の運送時における管理	物流の円滑化・効率化に取り組んでいる	・配車プログラムによるトラックの効率的な運行管理を行い、配送時間の短縮による流通の効率化を図っている ・事故・トラブルに関する情報を社内で共有化し、同じ原因によるトラブルの発生防止に努めている
		食品に応じた温度・湿度等の条件下で運送している	・商品に応じて、常温、冷蔵、冷凍の温度管理を実施している ・商品により、運送時のデータ(温度等)を記録・保管している
	倉庫を衛生的に維持するための施設の管理	設備のメンテナンスを行っている	・設備の衛生状態の確認とメンテナンスを定期的に行っている ・倉庫内の清掃を実施している ・毎日定められた時間に、管理表による冷蔵・冷凍保管庫の温度の確認・記録を行っている
		有害小動物(鼠、昆虫等)の駆除、侵入防止を行っている	・定期的に専門業者に倉庫の防虫・防鼠を依頼している
	従業員の衛生管理	倉庫内での従業員の衛生管理を行っている	・倉庫での作業要領を定めている

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
(実施している場合のみ)適切な食品を提供するためのPB(8)商品の製造委託における取組	安全な食品の調達	食品の仕様を明確化している	・商品の特質を考慮して、容器の必要要件を満たす包装材料を選定している ・商品の賞味期限を、科学的な根拠に基づいて設定している ・PB商品の仕様書を、製造委託先、販売先小売業者、卸売業者の三者間で作成・共有している
		工場や食品の確認や評価を行い、食品の調達先を選定している	・製造委託先の選定時に、第三者認証取得の有無を考慮している ・「設備」、「経営者」、「経営者の方針の浸透度合い」、「衛生管理」、「管理体制」を重視して調達先を選定している ・工場監査では、手洗い、殺菌設備、5S管理、健康診断の実施、原材料の確認、交差汚染、記録管理、表示、検査方法など、所定の基本的な項目のチェックを行い、自社基準に達した製造業者と契約している
		製造元でのハザード(9)を把握し、分析(10)している	・新商品開発時に、ハザード分析のために必要な項目を決めている ・農薬や抗生物質に関する違反事例の情報を入手した場合は検査項目を見直している ・法規制の改正時、食中毒事件発生時等には、項目を見直している
		調達する食品の検査を行っている	・製造委託先での、温度管理、その他食品の特性に応じた品質管理の記録の確認を行っている ・商品の容器の検査を行っている ・微生物検査の結果の確認を行っている
		取引相手先(11)と連携して食品の安全確保に取り組んでいる	・取引相手先の製造業者とは、一緒に一つの商品を作るパートナーとして関係を築いている ・定期的に製造業者を含めた関係者の横断的会議を行い、クレーム内容などの情報を共有している
	食品の安全に関する情報の受発信	お客様に食品の安全性に関する情報提供を行っている	・お客様相談窓口を設けてPB商品に関する質問にお答えしている ・食品に関して不安を感じているお客様からの問い合わせに対しては、企業として実施している安全管理の取組を丁寧に説明している
緊急時のための取組	緊急時のための平常時の取組	商品の製造業者、販売先小売業者、関係機関等、社外と連携し迅速に対応する体制を整備している	・事故・事件発生時における社外の関係者(商品の製造業者、販売先小売業者等)との連絡体制を定めている
		商品の回収に必要なトレーサビリティ(12)情報を迅速に収集できる体制を整備している	・商品の入出荷期日と出荷先を記録することにより、いつ頃入荷した食品がどこに出荷されたかの情報を調べることができる ・PB商品の製造委託先から成績証明書を手し、製造工場に関する情報や商品情報についてデータベース化を進めている
	緊急時を想定した自社体制	事故・事件発生時の実施事項を定めている	・事故発生時の初期対応として、下記事項を迅速に実施できるように平常時より準備している ・小売店からの該当商品の回収 ・製造業者への該当商品の返送 ・お客様の安全確認 ・事故発生時の対応として、取引相手先からの要求により、該当商品に関する下記事項について迅速に対応できるように平常時より準備している ・倉庫への入出荷日時時の確認 ・倉庫内での保管状態の確認 ・入出荷時の輸送状態の確認 ・出荷先(小売店)の確認

この着眼点では、以下の用語を次のように定義して使用しています。

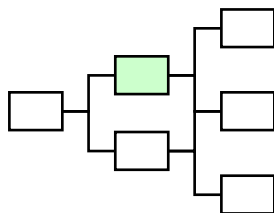
- 1 お客様: 一般の消費者の皆様を指します。
- 2 CSR: Corporate Social Responsibility。企業の社会的責任。
利益の追求だけでなく、企業活動の様々な社会的側面(環境保護、法令遵守、人権擁護等など)においても、バランスのとれた責任を果たすべきとする経営理念。
- 3 コンプライアンス: 法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
- 4 OJT: On the Job Training。職場内訓練。
- 5 OFFJT: Off the Job Training。職場外研修。
- 6 5S: 整理、整頓、清掃、清潔、しつけ。
- 7 食品衛生7S: 食品安全ネットワークが食品分野の5Sとして「食品衛生新5S」を考案し、さらに洗浄、殺菌を加えて発展・再構築して策定したもの。
- 8 PB(プライベート・ブランド): 商業者商標。自家商標。スーパー・デパートなどがみずから企画生産して販売する独自のブランド商品。(大辞林より引用)
- 9 ハザード: 危害要因。健康に悪影響をもたらす原因となる可能性のある食品中の物質または食品の状態。
- 10 ハザード分析: 危害分析。HACCPプランにより管理される危害要因を決定するとともに、それぞれの危害に対するコントロールの方法を明らかにする作業をいう。
(財団法人食品産業センターホームページより引用)
- 11 取引相手先: 製造業者、小売業者などの卸売業としての直接の取引相手先。
- 12 トレーサビリティ: 生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。
(2004年 FAO/WHO合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)

消費者コミュニケーションの理念

- お客様の信頼感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。

<樹形図の読み方>

- 樹形図の中で、一部の項目(樹形図の色塗り部分)については、食品事業者の皆さんのご意見や具体的な取組を踏まえた解説「取組の背景」をご覧ください。食品事業者の皆さんがどのような問題意識を持って取り組んでいるのか、また、その取組を通じてどのように消費者の皆さんのご期待に応えようとしているのか、まとめたものです。



- ※印の言葉につきましては、「協働の着眼点(たたき台)」ではどのような意味で使用しているかについて、ページ内で解説しています。

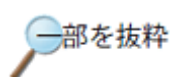
小売:消費者 コミュニケーション 協働の着眼点 たたき台

食への信頼
向上のための
消費者コミュ
ニケーション



※1 お客様：一般の消費者の皆様を指します。
 ※2 コンプライアンス：法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
 ※3 食育：食育基本法の考え方に準じています。

● 小売：消費者コミュニケーションの着眼点



大項目	お客様とコミュニケーションを取るための自社体制		
	中項目	お客様とのコミュニケーションに関する従業員の教育・訓練	
		小項目 (一部省略)	お客様対応に関する知識・手法の共有を工夫している お客様対応に関する従業員の教育・研修体制がある

■ 取組の背景

小売業の基本は「ひと対ひと」

お客様は何か疑問を感じたとき、日頃から慣れ親しんだ店舗に問い合わせることが多いものです。商品選択の場面である店頭で、お客様の要望にできる限りこたえるべく、小売業者は必要な情報を伝えることを目指しています。そのためには、商品パッケージや店頭 POP(媒体)に加えて、従業員によるさらなるお客様とのコミュニケーションが重要になってきます。店頭でお客様が求める情報を的確に伝えられるようにするためには、店舗の従業員の対応が要であり、従業員教育がとても重要です。

そのために小売業者は「お客様とのコミュニケーションに関する従業員の教育・訓練」に力を入れているのです

まずお客様が何でも尋ねやすいような環境を作ることが第一。そしてお客様の疑問・質問を的確に把握し、従業員自身が回答できるようにするための従業員教育も欠かすことができません。意欲的な小売事業者は、店舗モニターや専門家の意見を聞き入れ、従業員の応接態度に誤りはないか、商品に関する知識は十分かを確認するなど、個々の従業員のレベルアップを行うための取組を実施しています。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
お客様(1)とコミュニケーションを取るための自社体制	お客様とのコミュニケーションに関する方針策定、周知、公表	企業理念の中に、お客様視点で考える姿勢を盛り込んでいる	企業理念の中で、お客様対応の姿勢に関する方針を明確にしている ・「消費者本位」、「お客様第一」 お客様対応の方針にそった行動規範を策定している ・「お客様に関わる自主行動基準」
		従業員が、お客様視点の重要性を認識している	行動規範、販売にあたっての原則などを会議や朝礼で唱和し、徹底している 各部署での掲示やハンドブックを作成・携帯し、従業員が常に触れる事で社内周知している
		企業理念を、お客様を含めたステークホルダーにも示している	お客様中心の企業理念、行動規範などをお客様・取引相手先・従業員に伝えるために、様々なツールを用いて公開している ・「店頭掲示」、「ホームページ」、「冊子」、「CSR報告書」など
	お客様とのコミュニケーションに関する従業員の教育・訓練	お客様対応に関する知識・手法の共有を工夫している	応酬話法マニュアル・商品知識マニュアルなど各種マニュアルを作成・活用している 知識・技術・接客対応の向上のための社内ライセンス制度を設けている
		お客様対応に関する従業員の教育・研修体制がある	新入社員や職位が上ったときに研修があり、その中で必ず接客対応などの教育プログラムを組み、教育担当者などが教育する機会・仕組がある 学習要領/計画に沿って、OJT、OFFJTによる従業員教育が計画的に行われている お客様相談の担当者には、実際の苦情例をもとにした集合研修を実施している お客様が従業員へ気軽に話しかけられるような従業員教育を行っている お客様に自信を持って説明できるような従業員教育を行っている 広告などで発信している情報の内容を従業員に周知徹底している
			お客様対応に関する好事例の共有と取組強化の仕組みを設けている ・経営理念や行動指針などに関する教育体系整備や、部内報などでの情報提供をしている ・行動指針に基づく従業員の行動に対する表彰制度など、お客様対応の優良な事例を表彰し、広める取組をしている ・従業員の実体験を共有する会議などを通じて、職場での実践事例の拡大をしている
			コンプライアンスに関する冊子を作成し、従業員に配布している
			対応部署を設置し、行動規範の教育やコンプライアンスの教育などに関して計画・実行している
			コンプライアンスに関して、従業員による内部通報制度を設けている
お客様からの情報の収集と管理	お客様からの情報の収集に関する自社体制	お客様対応の社内での責任体制が明確になっている	お客様対応の最高責任者を明確にしている お客様対応の責任部署を設置している 各店舗におけるお客様対応の責任者を明確にしている
		お客様対応部署と関連部署が連携して対応する体制を整えている	お客様からの苦情及び要望等発生時には、関連部署で情報を共有する仕組みを設けている お客様の声を分析する部署があり、分析をもとに課題化する場を設けている
		お客様の声を経営に活かす体制を整えている	お客様対応部門が経営に直結している ・お客様対応部門に寄せられた意見は、当日中に取りまとめ、翌朝までに経営層と共有する体制を構築している お客様から寄せられた意見・要望を社内でも共有する仕組みをつくり、改善に向けた活動を行う部署を設置している
		従業員のお客様対応をチェックする体制を整えている	外部監査員が従業員の挨拶の仕方や、質問に対する対応・態度をチェックし、優良店について表彰している 各店でお客様モニターを公募で選び、店舗を回ってもらうとともに、定期的に懇談会を実施して意見を聴いている
	お客様から情報を受け取るツールの整備とお客様への提示	店頭にてお客様の声を収集している	店頭にお客様のご意見を聞くための記入台、投書箱を設置している 店頭にてお客様の声を従業員が直接聞く場を設けている 従業員が店頭でお客様から寄せられた情報を報告するための仕組みを設けている
		店頭以外でお客様から情報を受け取るツールを設け、それらのツールをお客様に選択肢として提供している	お客様からの声を受ける専用の手段がある ・電話(フリーダイヤル)、FAX ・メールフォーム対応ホームページ、電子メール ・書簡 プライベートブランド商品に関する専門のコールセンターを設置している お客様からの声を受ける手段としての、問い合わせ先を公開している お客様同士が意見を言い合える場を設定し、地域のメンバーが自由なテーマで話し合うこととしている
		お客様への働きかけにより、お客様からの声を定期的に収集している	地域のお客様の視点から店舗経営に参画いただく制度・仕組みがある ・お客様の立場に立った店舗における品揃え ・サービスへの提言、商品表示 など 店頭で従業員がお客様にアンケートを行ない、要望・不満な点などを聞いている お客様モニター制度を活用し、商品・サービスの改善等につながる情報を収集している お客様からの提案募集コンクールを行い、受賞作は商品・施策に反映させている 消費者団体等との意見交換を定期的に実施している 社外の知識・経験を持っている方から定期的に意見を聞いている
		お客様の実態に関する情報を収集・分析している	様々な情報伝達手段(店頭、新聞広告、会報など)のうち、どこで情報が伝わっているかを調査している お客様の購買履歴を収集・分析している
		お客様から寄せられた情報を集約して管理している	お客様からの声を一括管理する仕組みを整備している ・社内のデータベースに、テキスト化して保存している お客様からの声を内容別に分類し、データベース化している
		お客様から寄せられた情報を分類・評価している	お客様から寄せられた意見・要望は、各分野の責任者に振り分けられ、責任者が対応方針を決定している お客様からの声を分類別に整理し、定期的に分析する仕組みを設けている
		お客様から寄せられた情報を全社的に共有している	お客様からの声を共有化する仕組みを整備している ・お客様の声を社内でも共有、閲覧できるシステムを設けている
	お客様から収集した情報を関係部署まで伝達	収集した情報から注意すべきポイントを現場の従業員へ迅速に伝達している	店舗、本部スタッフが連携し、店頭にて迅速、丁寧な対応が可能なように、情報を伝達する仕組みを設けている 社内ネットで「サービス注意報」「安全安心注意報」を従業員むけに発信している ・システムのデータから、特に注意する点、急増した申し出、前年同時期に多かった申し出などをまとめて情報発信している
		お客様から収集した情報を意思決定を行う責任者に伝達している	お客様から寄せられた声はすべて、翌朝には経営層に伝えている
		必要に応じて取引相手先に情報を伝達している	お客様からの意見のうち、取引相手先に提供した方が良い情報は提供している ・苦情および改善要望
	お客様から寄せられた意見への適時、適切な対応	お客様からの申し出に対して、正確な情報を返答している	お客様からの申し出に対して、迅速、正確、丁寧に誠意をもってお答えしている ・メールや電話にてできる限り早くに返答 ・内容によっては店舗社員が顧客宅を訪問し、回答
		お客様からの苦情に適切に対応している	必要に応じて科学的な分析を行っている 必要に応じて取引相手先に協力を求めている
		お客様からの声を商品・サービスの改善につなげている	お客様からの声を商品・サービスの改良に活かす仕組みがある ・関係部門で必要な情報を共有している
			関係部門が集まり、寄せられたお客様の声について、対応を決定するミーティングを定期的に開催している

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
お客様への情報の発信	お客様への情報の発信に関する自社体制	商品表示、広告宣伝に関する法令遵守を徹底している	商品(表示や安全基準)が法的基準を満たしているか等、チェックを行なう部署と体制がある
			商品表示チェックリストなど各種チェックリストが作成され、店長の責任において、担当者が決められた頻度でセルフチェックを行なっている ・「消費期限の誤表示」、「期限切れ」、「期限表示もれ」、「その他(印字が見にくい)」、「表示シールの脱落」、「消費と賞味の混同」など
			取引相手先に対して、商品表示に関する指導を行っている ・必要に応じて改善報告書の提出を依頼
		商品表示、広告宣伝に関する発信する情報の正確性、わかりやすさのチェックをしている	取引相手先に対して、商品の表示内容が正しいことを証明できる資料の提出を依頼し、確認している
			情報を提供する際には、法的適合性だけでなく、お客様に誤解、誤認を招かない内容であることを確認している ・異なる部署での三者監査によるチェック ・責任者(店長等)を筆頭とした担当部門によるチェック
			定期的に店頭商品の記載内容をチェックし、誤認をまねく表現や誇大な記載を排除している 新規扱い商品については、表示内容を事前にすべてチェックをしている 商品表示を消費者の立場で専門的にチェックするアドバイザーがいる 広告宣伝に関して、内容をチェックする体制をとっている
	お客様が入手しやすい手段による効果的な情報提供	お客様の商品選択の場である店頭にて、情報を提供している	店内放送や店内でのビデオ上映、ポスター、POPにより、お客様に様々な情報を提供している
			店頭を用意している端末にて、商品の詳細な情報を入手できるようにしている ・「個体識別番号」、「生産履歴確認番号」による国産牛肉の育成履歴情報 ・商品のアレルギー成分情報
		店頭での情報提供に加えて、適切なツールを用いて効果的に情報を提供している	ホームページ、商品カタログ、QRコードを用いて、お客様のより詳しい情報を入手するニーズにこたえるべく、商品パッケージでは伝えきれない詳細な情報を発信している ・商品のアレルギー成分、原産地情報、商品の検査体制 など
			新聞告知やマスコミ等への情報提供を通じて、商品に関する情報を提供している 店頭にて自社発行の情報誌を定期的に無料配布して、レシピや旬の食材などの情報をお客様に提供している お客様同士が意見を言い合える場を設定し、その場に対して情報提供のメニューを作成している
	お客様のニーズに対応した正確で、わかりやすい内容の情報提供	法令に基づく商品情報を提供している	商品ラベルにて、法令に基づく商品情報を記載している
		お客様のニーズに対応した商品情報を、わかりやすく提供している	お客様の求めている情報量を勘案して、伝えるべき内容がお客様に伝わるような商品情報の提供を心がけている ホームページや店頭の端末等において、詳細な商品の情報を提供している ・原産地情報、生産者情報 ・アレルギー関連物質使用の有無 ・遺伝子組み換え原料使用の有無 ・栄養成分、食塩相当量の情報
			商品について、メリット情報だけでなく、デメリット情報についても、必要に応じてお客様に対して情報を提供している
		全社的な商品の安全管理の取組に関する情報を提供している	定められた商品表示のあり方の自主的な基準にもとづいて、メリットだけでなく、デメリットも含めて、公正な情報提供を行う 全社的な商品の安全管理体制の取組に関する情報を提供している
緊急事案発生時のお客様とのコミュニケーション	緊急事案発生時のコミュニケーション対応に関する自社体制	緊急事案発生時に、お客様への対応をスムーズに行う体制を整備している	お客様からの同質の苦情について、アラート機能を設けている 寄せられた情報に対して、緊急度の高いものは迅速に社内にて通報・情報伝達できる仕組みを構築している
		緊急事案発生時に、必要な情報をただちに意思決定を行う責任者に伝達し、判断をおおく体制を整備している	お客様から収集した情報のうち、お客様に危害の及ぶ恐れのある危機管理レベルのものと判断されたものは、ただちに上層部に伝達している 経営層が商品回収の判断基準等を踏まえて、迅速に対応を判断することとしている
食育(3)推進	食育推進に関する自社体制	食品事業者として、食育の重要性を認識している	発生した品質不良、誤った表示等の商品について、速やかにご購入者(特定できた場合)をはじめ、ホームページ、店頭表示看板等での情報開示を行っている 事故等の発生時には、自社独自のQ&Aを作成してお客様対応をしている 国・団体などが発信する情報に基づき、タイムリーなリスク情報を提供している
			お客様の「食」に密接に関わる企業として、お客様に食事の選択・購入・調理・摂取を“おいしく、楽しく、正しく”行っていたいただくことを方針・テーマとしている お客様に「食」に関する情報を正しくかつわかりやすく伝えられるよう、従業員の教育・訓練実施の意識が醸成されている
	商品特性・事業特性を活かした食育の取組(事業活動)	お客様の商品選択の場である店頭にて、「健康」や「食品一般」に関する情報を提供している	商品づくりに「食事バランスガイド」の考え方を取り入れている ・食事バランスガイドに沿った商品開発 ・店舗における惣菜部門での企画の実施
			店頭にて、「食事バランスガイド」などを活用して、POPや料理レシピの配布などを通じて、お客様に食育に関する情報を提供している
			店頭にて、食に関する情報提供をしている
			店頭にて、料理の実演を行っている 健康情報などのパンフレットを店舗内で無料配布している 季節の食材・旬の食材を使用した、大人はもちろん、子供にとって食べやすいメニューを提案している
	食に関する知識・興味を高めるための取組	お客様に、食品が食卓にのるまでの取組に関する情報を提供している	取引相手先の生産者と協力した収穫体験プログラムを実施している ・田畑における収穫体験をした後に、料理をして食べるまでを経験する 食品売場を活用して、食事バランスガイドの知識と、実際の売り場での買い物体験をしてもらうプログラムを実施している 小学校～大学からの申し出を受け、生徒を対象として、小売業の店内業務を経験する「体験学習」を実施している
			様々なツールを用いて、社会的に関心の高い食に関するテーマについて、情報提供している ・パンフレット、チラシ、冊子形式 ・自社発行情報誌の中での紹介 ・ホームページ
		お客様とともに、「食」について考える場を設けている	「早ね早おき朝ごはん」国民運動の主旨に賛同し、各種イベントを定期的の実施している 料理研究家を招き、食生活をテーマにした催事を実施している ゲーム・クイズラリー形式にて、子供が興味をひく形で情報を提供し、「食」を楽しむきっかけを提供している 消費者に「食」の作り手への感謝の気持ちを持ってもらえるような働きかけを行っている お客様が選択できる食育関連のプログラムを用意している
			食品メーカーの協力のもとで食育推進活動をしている ・工場見学、学習会の実施 ・店頭における「食育」イベントを協働で実施
			生産者や農協の協力のもと、産地や農場での収穫体験ツアーを実施している
		他業態などとの協働による食育推進活動をしている	地域のNPOと協力した食育に関する取組を実施している

この着眼点では、以下の用語を次のように定義して使用しています。

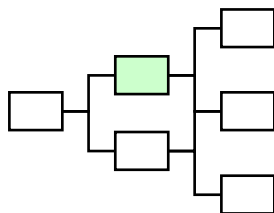
- 1
- お客様:一般の消費者の皆様を指します。
- 2
- コンプライアンス:法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
- 3
- 食育:食育基本法の考え方に準じます。

サプライチェーンマネジメントの理念

- 食の信頼向上のため、調達から販売まで、公正かつ透明な取引（見える化）により、持続可能な関係を築き、消費者の「信頼の連鎖」の一翼を担います。
- 事業者が自らの役割を認識し、「信頼の連鎖」実現のための、開かれた社内体制の構築を目指します。

＜樹形図の読み方＞

- ・ 樹形図の中で、一部の項目（樹形図の色塗り部分）については、食品事業者の皆さんのご意見や具体的な取組を踏まえた解説「取組の背景」をご覧ください。食品事業者の皆さんがどのような問題意識を持って取り組んでいるのか、また、その取組を通じてどのように消費者の皆さんのご期待に応えようとしているのか、まとめたものです。



- ・ ※印の言葉につきましては、「協働の着眼点（たたき台）」ではどのような意味で使用しているかについて、ページ内で解説しています。

小売: サプライチェーンマネジメント

協働の着眼点 たたき台

自社での取組事項

公正な取引 をするため の自社体制

公正な取引をするための方
針や基準の策定

取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が策定されている

取引相手先との取引(仕入)基準が定められている

公正な取引をするための方
針や基準の社内周知、教育
体制

取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が社内に周知されてい
る

取引相手先との公正な取引実践のための教育体制があり、実践されている

公正な取引を確認するた
めのチェック体制

取引相手先との関係構築等に関して管理する部署や責任者等が明確にされ
ている

取引相手先の取引(仕入)基準に関して、継続的に点検・見直し・改善等がな
されている

取引相手先に対してマネジメントシステムの考え方を、積極的に活用・推進
している

公正な取引をするための自
社体制の社外への周知

取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が社外に対して明らか
にされ、周知されている

コンプライ アンス※1へ の対応

コンプライアンスに関する体
制整備

コンプライアンス関連事項の部署や責任者等が明確にされている

コンプライアンスの強化・推
進の取組

自社内のコンプライアンス強化に取り組んでいる

社外との関係におけるコンプライアンス強化に取り組んでいる

※1 **コンプライアンス**: 法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的
要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
※2 **お客様**: 一般の消費者の皆様を指します。
※3 **トレーサビリティ**: 生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の
段階を通じて、食品の移動を把握できること。(2004年 FAO/WHO
合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)

食への信頼向上のための取 引相手先との情報共有

取引(仕入)に必要な項目・基準等を、取引相手先と共有している

仕入時(受発注)、法令遵守(表示等)、付加価値(お客様※2ニーズ)、緊急
時対応(トレーサビリティ※3)等に必要な情報が整理されている

取引相手先と自社の関係者で、必要な情報を迅速かつ正確に共有できる取
組を推進している

取引相手先とより効果的な情報共有を行うために、情報共有に関する検証・
改善のための場を持っている

取引相手先 との持続可 能な取引の 実行

お互いに公正な・無理をしな
い・緊張感のある関係構築
等のための取組
(サステナビリティ)

取引相手先との信頼関係を尊重した、公正・誠実かつ緊張感のある取引を
行っている

取引相手先との関係を持続するために解決すべき問題点や改善点等を相互
で議論し、意思疎通を図っている

取引に際し、商談・契約の内容を文書で双方が取り交わしている

持続可能な取引の実行がお客様の信頼の確保につながることを意識した、
相互協力・相互研鑽のための取組がある

食への信頼向上に向けた安
全・安心のためのさまざまな
取組

取引相手先との取引、仕入の際に、品質などの安全・安心に対する配慮をし
ている

お客様に向けた食への信頼向上のための活動を、取引相手先とともに行っ
ている

環境配慮・地域貢献に関する問題意識を持って業務に取り組んでいる

食への信頼 向上のため の緊急時の 協力

緊急時(事件・事故等)にお
いて、被害を拡大させないよ
う迅速に事態を収拾するた
めの事前の協力

緊急時(事件・事故等)に迅速に対応するため、緊急事態発生時の対応ルー
ルや手順等を予め定めている

緊急時(事件・事故等)に迅速に対応するため、取引相手先と直接連絡・相互
協力できる仕組みがある

安全・安心のための事後の
協力

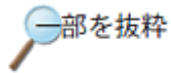
お客様の安全・安心のため、事件・事故等の事態収束後、取引相手先と協力
して、収束確認をしていく取組がある

食への信頼向上のため、事件・事故等の収束後、取引相手先と協力して安
全・安心に資する仕組みの強化に取り組んでいる

食への 信頼向 上のため のサプ ライチ ェーン マネジ メント

他社との取組事項

● 小売：サプライチェーンマネジメントの着眼点



大項目	取引相手先との持続可能な取引の実行		
	中項目	食への信頼向上のための取引相手先との情報共有	
		小項目 (一部省略)	取引(仕入)に必要な項目・基準等を、取引相手先と共有している
			仕入時(受発注)、法令遵守(表示等)、付加価値(お客様ニーズ)、緊急時対応(トレーサビリティ)等に必要な情報が整理されている
			取引相手先と自社の関係者で、必要な情報を迅速かつ正確に共有できる取組を推進している
			取引相手先とより効果的な情報共有を行うために、情報共有に関する検証・改善のための場を持っている

■ 取組の背景

「安心」を提供するために

小売業者の役割は、生産者とお客様の間をつなぎ、商品だけでなく情報をもお届けするものと考えています。つまり、商品を販売する際に、お客様へ商品に関する情報を伝えるのはもちろんのこと、取引相手先である製造業者や卸売業者に、お客様の要望や意見を伝えるのも大切な役割の一つです。

そのために、小売業者は「食への信頼向上のための取引相手先との情報共有」に力を入れているのです

まず、情報共有の前提として、取引相手先との関係における透明性、公正性を保つことが必要です。その上で、意欲的な小売業者は「お客様に伝えたい・お客様が知りたい商品情報」、「ラベル表示など法令遵守に必要な情報」、「事故などの緊急時に必要な情報」など、目的に応じて必要な情報を適切な形、タイミングで取引相手先とやり取りするよう心がけています。こうして情報のやり取りの目的をしっかりと取引相手先と共有することで、必要な情報を必要なお客様に提供できる体制を整えています。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
公正な取引をするための自社体制	公正な取引をするための方針や基準の策定	取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が策定されている	・取引に関する原則について企業理念、基本方針を定めている。 ・取引相手先との関係を行動規範の項目に定めている。
		取引相手先との取引(仕入)基準が定められている	・購買基本方針、調達規程、品質管理基準を制定して、明確な内容としている。 ・事件、事故発生の予防策として、仕入方針等、自社内で取りまとめた自主基準等を準備し、必要に応じて改訂している。 「取引(仕入)基準」の例 ・取引先選定時の審査基準の制定(衛生管理、商品トレース、仕様書通りの商品供給能力、品質管理レベル、信用調査など)
	公正な取引をするための方針や基準の社内周知、教育体制	取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が社内に周知されている	「理念や基本方針等の社内周知」の例 ・各部署にポスターなどを掲示している。 ・冊子を作成し、従業員に配布している。 ・体制などを説明するための文書を作成し、周知活動をしている。 ・企業理念を共有する対象をパート社員、アルバイトなどにも広げて適用している。
		取引相手先との公正な取引実践のための教育体制があり、実践されている	「教育体制」の例 ・OJT(1)、OFFJT(2)の計画的な実施(計画的な教育プログラム等の策定) ・マネジメントシステムに則った教育計画の策定および実施 ・取引相手先との打合せ、商談等に関する教育 ・法令や社内規定など取引に関する講習の定期的な実施 ・マニュアル・ハンドブックの作成と教育への活用 ・教育カリキュラムの作成や教育資料等の作成
	公正な取引を確認するためのチェック体制	取引相手先との関係構築等に関して管理する部署や責任者等が明確にされている	「部署や責任者等が明確にされている」例 ・取引相手先との関係構築等に関して管理する組織体制や役割が明確になっている。 ・取引相手先に関係する部署(品質管理、お客様相談室等)の関係図等がある。 ・取引相手先との関係を規程する文書(社内規程)などを整備している。 ・契約内容の確認等を購買部門から独立した部門が行っている。
		取引相手先の取引(仕入)基準に関して、継続的に点検・見直し・改善等がなされている	「継続的な点検・見直し・改善等」の例 ・取引相手先との対応記録などに基づき、取引相手との業務実施状況を確認している。 ・業務実施の方法や業務実施状況を社内で点検・見直し等している。 ・ISOの内部監査員資格を有する社員が内部監査をする。 ・組織から独立した内部監査員が商品開発部門や営業部門等の取引相手先との取引状況等を監査する。
		取引相手先に対してマネジメントシステムの考え方を、積極的に活用・推進している	・取引相手先に対して、ISO9001、ISO14001、ISO22001、HACCP(3)などのマネジメントシステム等の考え方を利用した取組みを積極的に活用・推進している。 ・自社の品質基準等に基づき、商品の素材から容器包装、物流、販売にいたるまで品質管理に配慮している。
	公正な取引をするための自社体制の社外への周知	取引相手先との関係構築等に関する理念や基本方針が社外に対して明らかにされ、周知されている	・取引に関する原則について定めた理念、基本方針を社外に向けて公開・周知している。 ・取引相手先との関係を定めた行動規範を社外に向けて公開・周知している。 「理念や基本方針の社外周知」の例 ・お客様(4)・取引相手先・従業員に伝えるために、店頭に掲示している。 ・ホームページでの公開、CSRレポートでの公開、体制説明の文書を公表している。 ・取引相手先、お客様向けの広報誌を作成し、情報提供している。
コンプライアンス(5)への対応	コンプライアンスに関する体制整備	コンプライアンス関連事項の部署や責任者等が明確にされている	・納品された商品や店頭においてある商品が法的基準を満たしているか等のチェックを行なう部署と体制がある。
	コンプライアンスの強化・推進の取組	自社内のコンプライアンス強化に取り組んでいる	・取引相手先との関係を公正なものとするための原則が、行動規範・取引に関する原則などで提示され、従業員に徹底されている。 ・契約書の雛形に、独禁法・下請法に違反しない条件を定めて社内に徹底している。 ・内部通報制度(コンプライアンスに関する通報窓口等)の体制整備、運用をしている。 ・従業員相談窓口等を設置し常時、相談に対応できる体制にしている。 ・取引相手先への説明会で、コンプライアンス違反の事例を説明する。 (説明例:「○○の場合は法に触れるので、そういうバイヤーがいたら…」) ・下請法適用の取引相手先に対しては法令違反防止の観点から、特に取引経過の記録化を徹底している。
		社外との関係におけるコンプライアンス強化に取り組んでいる	・取引相手先との関係を良好なものとするため、従業員の対応や、契約などへの申し出や意見を受けるための場を設けている。 ・取引相手先も含めた内部通報制度(コンプライアンスに関する通報窓口等)の体制整備、運用をしている。 ・商談で気がついた事を入れてもらう箱を設けている。 ・自社の顧問弁護士の連絡先を取引相手先に伝えている。 ・取引相手先に対してアンケートを定期的に行っている。
取引相手先との持続可能な取引の実行	食への信頼向上のための取引相手先との情報共有	取引(仕入)に必要な項目・基準等を、取引相手先と共有している	・取引(仕入・品質管理)基準、仕様書、規格書等を設定し、取引の際に活用している。 ・基本取引契約書において衛生管理の方法などを詳細に定めている。
		仕入時(受発注)、法令遵守(表示等)、付加価値(お客様ニーズ)、緊急時対応(トレーサビリティ(6))等に必要な情報が整理されている	・お客様対応時、緊急時等に備えて、取引相手先と共同して情報を整理し、必要が生じた際には、いつでも対応できるように取り組んでいる。 ・商品に関して必要な情報が何であるか、ということについて、取引相手先と認識を共有する機会を設けている。(例:取引先に対して、表示についての説明会を行い、表示に必要な情報が何であるかの認識を共有している。) ・取引相手先から入手した検査結果・産地証明などを正確に管理し、取引相手先との情報を共有している。
		取引相手先と自社の関係者で、必要な情報を迅速かつ正確に共有できる取組を推進している	・取引相手先と自社の関係者、関係部署間で情報共有を円滑に行うため、双方の連絡の所在が明確になっている。 ・情報が相手に正確に伝えられているかどうか確認・記録している。
		取引相手先とより効果的な情報共有を行うために、情報共有に関する検証・改善のための場を持っている	・取引相手先から受け取った情報が自社内で管理・保管されている。 ・取引相手先と、原材料調達先や製造委託先等に関しての必要な情報について認識共有をしている。 ・自社の必要性やお客様が求める情報、取引相手先が求める情報等について、必要に応じ情報提供を相互に行うことができる関係がある。 ・広告等に掲載する場合に、事前に取引相手先に伝え、掲載期間・広告作成期間を考慮した締切を設定し、表示・規格事項などの商品情報を入手している。 ・法律に求める以上の付加価値情報等の表示をお願いする場合、説明を重ね、理解と協力を求めている。 ・初めて取引を行う場合に、取引の際に必要な情報が何であるかの認識が共有できるような機会を特に設けている。 ・取引相手先とシステムを共有し、情報共有の円滑化を図っている。 ・取引相手先と情報を共有し、商品開発、物流改善、工程改善等に活かしている。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
取引相手先との持続可能な取引の実行	お互いに公正な・無理をしない・緊張感のある関係構築等のための取組(サステナビリティ)	取引相手先との信頼関係を尊重した、公正・誠実かつ緊張感のある取引を行っている	・取引相手先とのコミュニケーションにおいては、お互いが理解しやすいよう、分かりやすい表現などを用いる。 ・品質管理レベルや納品回数など、コストが関わる部分についての話し合いを十分に行い、双方が納得した契約を行う。 ・取引相手先それぞれを公平に処遇することを社内で徹底するため、また、取引相手先にも実感してもらうために取引先同士の交流・懇談の機会を設けている。 ・取引において「サステナビリティ」(取引を持続的に行う)という視点を重視する。 ・取引相手先と品質管理のレベルの認識を共有するとともに、より安全に配慮した品質管理体制の追求のために、本格的な工場調査から基本的な衛生管理の方法など幅広く確認の機会を設け、双方が緊張感を持って取り組んでいる。 ・取引に際して、過剰な発注や、事前連絡なしの商品カット等、極端な取引につながらないように配慮している。 ・取引相手先は一定の基準に則って選定し、継続的に選定の見直しも行っている。 (選定項目例： 会社の経営方針(中・長期的)、 売上高の動き、 コンプラ組織の有無、 工場の管理状況、 仕様書などの情報開示等)
		取引相手先との関係を持続するために解決すべき問題点や改善点等を相互で議論し、意思疎通を図っている	・「取引相手先との相互で議論し、意思疎通を図っている」活動例 ・取引全体に関してや商品別に関しての、それぞれの年間・月間・週間計画(販売計画)等をお互いに共有している。 ・取引相手先と自社の仕入部署等により、双方の要望や問題点などの意見交換を行っている。 ・購買部署だけではなく、コンプライアンスやCSRを担当する部署と表示や行動指針等について話をする時間を取る。 ・お客様の最近の反応や、苦情や事故などについての具体的な報告(お客様からの反応の説明)などについての報告や認識の共有化を行う。
		取引に際し、商談・契約の内容を文書で双方が取り交わしている	・取引相手先と、商談メモ、注文書、製造委託契約書、覚書、基準類などを取り交わして、取引の内容を明確にしている。 ・取り交わした商談、契約内容を文書化し、双方で確認、保持している。 ・基準類の改訂は、購買部門と独立した部署が行っている。 ・基本取引契約書に衛生管理に関する項目を定める。 ・製造委託に際しては衛生管理の方法など細かく指定をしている。
		持続可能な取引の実行がお客様の信頼の確保につながることを意識した、相互協力・相互研鑽のための取組がある	・原料の価格高騰に伴う原料確保の問題など、これまでの方法では対応が難しい問題に対して、取引相手先と一緒に、今までとは視点を変えて一緒に検討・解決する姿勢がある。 ・取引相手先と商品に関しての専門知識の共有を図る取組がある。 ・取引相手先とより安全・安心な商品・工程・物流等に関する技術協力・支援を双方で取り組んでいる。
	食への信頼向上に向けた安全・安心のためのさまざまな取組	取引相手先との取引、仕入の際に、品質などの安全・安心に対する配慮をしている	・取引や仕入の際に自社のバイヤーと取引相手先の営業担当者とともに、個別の商品・工程・物流等に関して、お客様の安全・安心を第一に考えた活動を心がけている。 ・商品の価格等のほかにも、衛生管理の方法などを取引基本契約書などで詳細を定めている。
		お客様に向けた食への信頼向上のための活動を、取引相手先とともにやっている	・小売主催のイベントを卸売事業者等とともに協賛で開催している。 ・特定の卸売事業者との間で、納入商品に関する販売情報・クレーム情報を受け取る体制がある。 ・取引相手先と行う恒例のキャンペーン企画がある。 ・健康イベントや試食イベント、工場見学等をメーカーと協賛で行っている。
		環境配慮・地域貢献に関する問題意識を持って業務に取り組んでいる	・「社会のニーズ」「安定供給」等の観点からも、価値ある企業活動を行っていることが最終的にいい商品づくりにつながることを組織として理解している。
食への信頼向上のための緊急時の協力	緊急時(事件・事故等)において、被害を拡大させないよう迅速に事態を収拾するための事前の協力	緊急時(事件・事故等)に迅速に対応するため、緊急事態発生時の対応ルールや手順等を予め定めている	・事件、事故発生の場合の対応について、マニュアル等を策定している。 ・マニュアルなどに定められた手順は、担当者の変更や業務手順の変更などの場合に適切に改訂している。 ・取引相手先から受け取った情報が自社内で管理・保管され、緊急時には安全確保のため、取引相手先と共同してトレースバックできる仕組みがある。
		緊急時(事件・事故等)に迅速に対応するため、取引相手先と直接連絡・相互協力できる仕組みがある	・緊急時に取引相手先と迅速に連携・協力できる仕組みがある。 ・対応窓口・担当者が設置され、いつでも問い合わせに対して取引相手先と連携して対応ができる状態にある。 ・「緊急時(事件・事故等)の協力体制」の例 ・緊急連絡網の配備 ・担当者間の連絡対応の手法立案 ・文書、記録等の情報共有依頼
	安全・安心のための事後の協力	お客様の安全・安心のため、事件・事故等の事態収束後、取引相手先と協力して、収束確認をしていく取組がある	・クレームや、事件・事故発生後、事態収束の確認を、自社だけではなく、取引相手先の品質保証部門と連携して行っている。
		食への信頼向上のため、事件・事故等の収束後、取引相手先と協力して安全・安心に資する仕組みの強化に取り組んでいる	・事件・事故対応の際に、取引相手先と協力して、再発防止体制を検討している。 ・事件・事故の収束後には、事件・事故に関する事項だけではなく、新たな安全・安心の取組強化を取引相手先と一緒にやっている。

この着眼点では、以下の用語を次のように定義して使用しています。

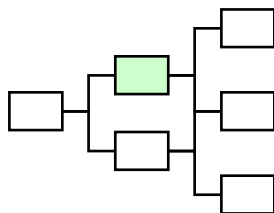
- 1 OJT:On the Job Training. 職場内訓練。
- 2 OFFJT:Off the Job Training. 職場外研修。
- 3 HACCP:Hazard Analysis and Critical Control Point. 原料の入荷から製造・出荷までのすべての工程において、あらかじめ危害を予測し、その危害を防止するための重要管理点を特定して、そのポイントを継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するので、不良製品の出荷を未然に防ぐことができるシステム。
- 4 お客様:一般の消費者の皆様を指します。
- 5 コンプライアンス:法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
- 6 トレーサビリティ:生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。
(2004年 FAO/WHO合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)

衛生管理の理念

- 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・品質管理を行う体制を整備するとともに、取組を実践していきます。

＜樹形図の読み方＞

- ・ 樹形図の中で、一部の項目（樹形図の色塗り部分）については、食品事業者の皆さんのご意見や具体的な取組を踏まえた解説「取組の背景」をご覧ください。食品事業者の皆さんがどのような問題意識を持って取り組んでいるのか、また、その取組を通じてどのように消費者の皆さんのご期待に応えようとしているのか、まとめたものです。



- ・ ※印の言葉につきましては、「協働の着眼点（たたき台）」ではどのような意味で使用しているかについて、ページ内で解説しています。

小売:衛生管理 協働の着眼点 たたき台

1/2

食品の安全を
確保するための
組織と仕組
み

食品の安全を確保するた
めの方針策定、周知、公
表

企業理念・方針の中に、食品の安全確保に取り組む姿勢を盛り込んでいる

食品の安全確保のための企業理念・方針が従業員に周知徹底されている

食品の安全確保のための企業理念・方針をお客様※1にわかりやすく公開し
ている

食品の安全確保に全社
で取り組むための組織の
整備と活動の推進

食品の安全確保のための責任部署あるいは責任者を定め、全社的に活動を
推進している

コンプライアンス※2経営の責任部署あるいは責任者を定め、全社的に活動
を推進している

食品の安全を確保する
ためのルール策定と
教育訓練

食品の安全確保に関する業務ルールを定めている

食品の安全確保に関する業務ルールの社内教育訓練を行っている

食品の安全確保に関する知識・考え方を従業員に周知している

食品の安全を確保するた
めの取組の維持・継続の
ためのチェック体制

食品の安全確保のための業務がルールに基づいて行われているかについて、
日常的な検査を行っている

食品の安全確保のための業務がルールに基づいて行われているかについて、
担当部門外(第三者機関を含め)による定期的な監査を行っている

食品の安全に関する情報
の受発信

お客様が望んでいる、食品の安全に関する情報を収集・整理・管理している

お客様に対し、食品の安全確保のための取組の情報提供を行っている

食品に関する情報を、お客様にわかりやすい形で提供している

食品ハザード※3の管理

食品の調理・加工におけるハザードを洗い出し、把握し、分析※4している

(必要な場合)重点的に管理するべきハザードを選定し、お客様に危害が及
ばないようにするための管理(コントロール※5)を行っている

安全な原料・包装資材の
調達

食品の安全確保の観点で工場や原料の確認、評価を行い、原料の調達先を
選定している

原料・包装資材に対して、品質や安全性などに関する要求事項や規格、受け
入れ基準を定めている

適切な原料・包装資材の
保管管理

原料・包装資材ごとに適切な温度・湿度等の条件下で保管・管理している

劣化しやすい原料の品質管理をしている

食品の衛生的な調理・加
工

調理用の機械・器具の食品接触面を清潔に保っている

食品に応じた時間と温度で加熱処理・冷却を行っている

異物混入の防止に取り組んでいる

微生物の交差汚染を防ぐ対策をとっている

調理担当者的人為的ミスを防止する取組を行っている

食品の販売時・保管時に
おける管理

食品の販売期限を設定している

食品に応じた温度・湿度等の条件下で陳列している

食品の品質検査を行っている

安全な食品を製造するた
めの従業員の衛生管理

健康状態が適切でない従業員が、調理場内に立ち入らない仕組みを作っ
ている

責任者に報告すべき健康状態を、従業員自身がわかるように明確に列挙し
ている

個人の衛生管理が維持されるよう、従業員の服装を定め、手洗いの取り決め
をしている

施設を衛生的に維持する
ための施設の管理

設備のメンテナンスを行っている

有害小動物(鼠、昆虫等)の駆除、侵入防止を行っている

有害小動物の駆除やクリーニング用等の薬剤について、使用用途や保管の
管理を行っている

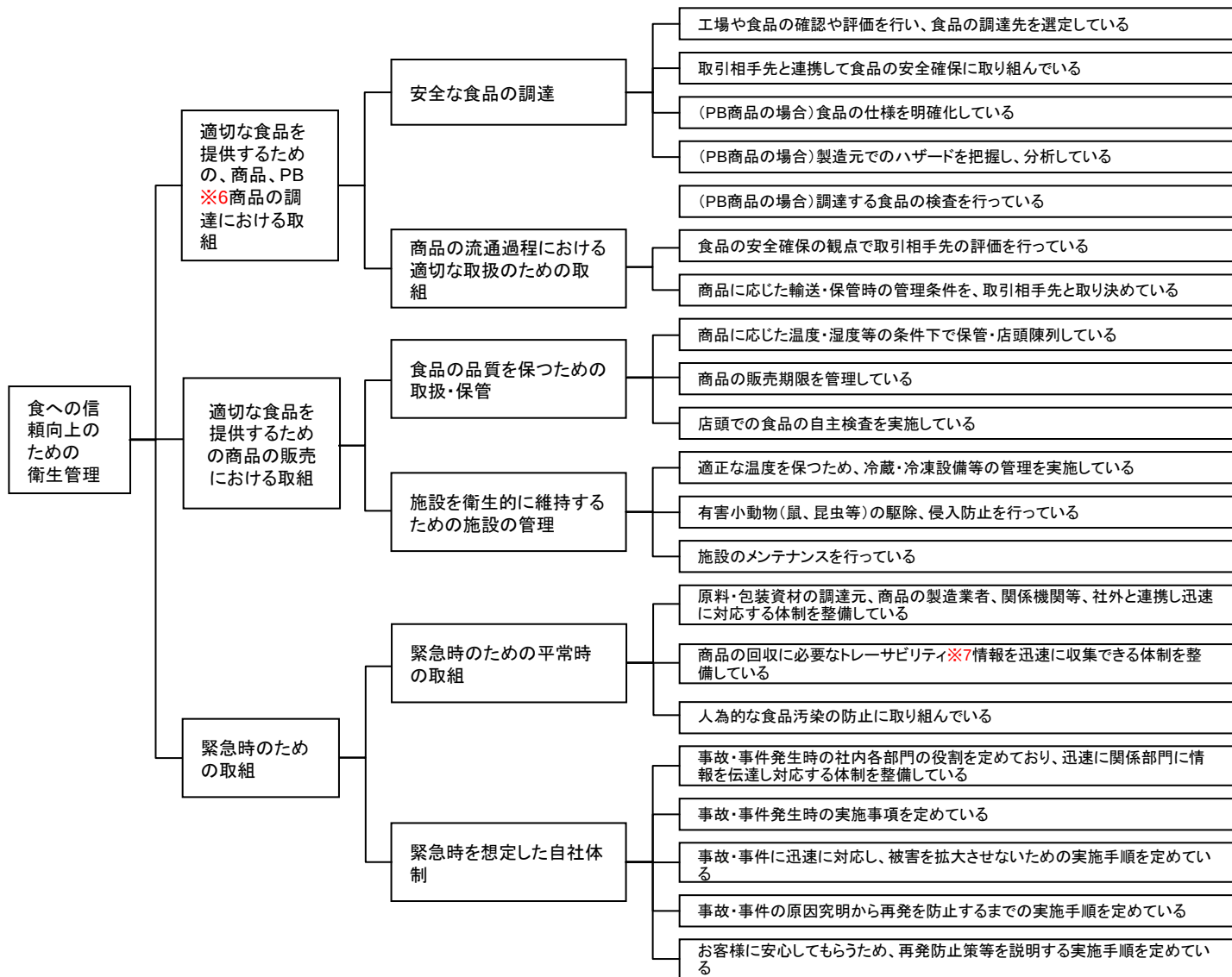
従業員に衛生的な作業を
実施させるための教育訓
練

調理場での調理・加工作業での衛生に関する教育訓練を行っている

従業員の衛生管理に対する意識を向上させる取組を行っている

適切な食品を
提供するため
の、小売店舗
内調理場での
調理・加工にお
ける取組

食への信
頼向上の
ための
衛生管理



※1 お客様：一般の消費者の皆様を指します。

※2 コンプライアンス：法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。

※3 ハザード：危害要因。健康に悪影響をもたらす原因となる可能性のある食品中の物質または食品の状態。

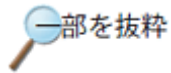
※4 ハザード分析：危害分析。HACCPプランにより管理される危害要因を決定するとともに、それぞれの危害に対するコントロールの方法を明らかにする作業をいう。(財団法人食品産業センターホームページより引用)

※5 ハザードの管理(コントロール)：食品の安全性のハザードについて、予防、排除、あるいは許容できるレベルまで低減させるように処理をすること。(食品安全の国際規格 食品衛生基本テキスト の記述に基づき事務局で編集)

※6 PB(プライベートブランド)：商業者商標。自家商標。スーパー・デパートなどがみずから企画生産して販売する独自のブランド商品。(大辞林より引用)

※7 トレーサビリティ：生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。(2004年 FAO/WHO 合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)

● 小売：衛生管理の着眼点



大項目	食品の安全を確保するための組織と仕組み		
中項目	食品の安全を確保するためのルールの策定と教育訓練		
小項目 (一部省略)	食品の安全確保に関する業務ルールを定めている		
	食品の安全確保に関する業務ルールの社内教育訓練を行っている		
	食品の安全確保に関する知識・考え方を従業員に周知している		

■ 取組の背景

安全な食品をお客様に提供すること

小売業者は、製造された食品をお客様に直接提供する立場にあります。店舗内で自らが調理した食品を販売する場合もあり、小売業者にとって食品衛生に関する知識は必要不可欠なものです。商品を店頭に並べ、安全にお客様に提供するためには、従業員一人ひとりが十分な知識を持ち、責任を自覚することが重要です。従業員によって知識や認識が異なっている、安全な食品を提供できませんから、全社一体となった取組が必要となります。

そのために小売業者は、「食品の安全を確保するためのルールの策定と教育訓練」に力を入れているのです

意欲的な小売業者は、安全な食品をお客様に提供するために、従業員が従うべきルールや基準を定め、実際の業務においてそれらが守られるよう、従業員の職位や職種に応じた教育訓練を行っています。また、社内外のセミナーや研修に参加したり、優良な取組の表彰を行うなど、衛生や品質管理の意識向上につながるよう、様々な活動を行うことで、従業員の衛生管理に関する意識を常に高い水準に維持するように心がけているのです。

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
食品の安全を確保するための組織と仕組み	食品の安全を確保するための方針策定、周知、公表	企業理念・方針の中に、食品の安全確保に取り組む姿勢を盛り込んでいる	・会社経営方針、企業行動規範の中に、以下の内容を明記している ・法令遵守 ・品質保証体制の構築 ・食品の安全確保の最優先 など
		食品の安全確保のための企業理念・方針が従業員に周知徹底されている	・行動規範、衛生管理の原則などを会議や朝礼で唱和し、徹底している ・各部署での掲示やハンドブックの配布・携帯により社内周知している
		食品の安全確保のための企業理念・方針をお客様(1)にわかりやすく公開している	・ホームページ、会社案内、CSR(2)レポート(社会環境報告書含む)において、以下の内容を公表している ・食品の安全・安心への取組 ・品質保証への取組の考え方 ・食品の安全管理体制
	食品の安全確保に全社で取り組むための組織の整備と活動の推進	食品の安全確保のための責任部署あるいは責任者を定め、全社的に活動を推進している	・品質保証に関わる意思決定機関として、品質保証委員会(品質保証会議、食の安全会議など)を設置しており、全社的に以下の活動を行っている ・品質保証に関する経営上の取組の活動状況の確認 ・安全性に関する従業員の意識向上の活動 ・改善すべき課題、お客様からの意見や要望などの情報共有化
		コンプライアンス(3)経営の責任部署あるいは責任者を定め、全社的に活動を推進している	・コンプライアンス経営推進のため、コンプライアンス委員会等、専門組織・委員会を設置し、以下の手法によりその浸透を図っている ・コンプライアンス計画を策定している ・コンプライアンスに関するハンドブックを作成、配布している ・観点としては、食品衛生法やJAS法等の諸法令の遵守、公私混同の禁止、公正で透明な企業活動等がある
	食品の安全を確保するためのルール策定と教育訓練	食品の安全確保に関する業務ルールを定めている	・原料・包装資材の入手、原料・包装資材の取扱・保管、食品製造、自社食品の自社内保管・管理、施設のメンテナンス、従業員の衛生管理、事故発生時の対応等の業務に関し、ルールや基準を定めている ・法規制改正時や事故・事件発生時等、社会情勢とのずれが生じないように、必要に応じルールや基準を見直している ・ルールをマニュアルや手順書(または要領書等)として文書化し、従業員に周知している
		食品の安全確保に関する業務ルールの社内教育訓練を行っている	・所定のマニュアルや手順書に従った業務を実施できるように、OJT(4)やOFFJT(5)で教育訓練を実施している ・OFFJTとしては、職位別、職種別など、従業員個人に合わせた研修を実施している(新入社員研修など) ・研修の内容としては、食品衛生、コンプライアンス、薬剤管理、経営理念、行動規範、社内規格、社内基準、SS(6)、食品衛生7S(7)などが挙げられる
		食品の安全確保に関する知識・考え方を従業員に周知している	・衛生や品質管理に関するトピックスを現場の掲示板に掲載し、従業員の意識向上を図っている ・社内セミナー、社外セミナーなどの研修や教育を実施している ・社外事業者によるセミナーを開催し、衛生管理の知識や考え方を従業員に周知している
	食品の安全を確保するための取組の維持・継続のためのチェック体制	食品の安全確保のための業務がルールに基づいて行われているかについて、日常的な検査を行っている	・従業員自身による作業のセルフチェックを行っている ・チェックリストに基づき、検査担当者が作業の検査を行っている ・検査が正しく行われているかを確認するため、検査記録の確認を行っている
		食品の安全確保のための業務がルールに基づいて行われているかについて、担当部門外(第三者機関を含め)による定期的な監査を行っている	・専任組織(内部監査部など)や既存組織(品質管理部など)が中心となって抜き打ちで自社独自の内部監査を実施している ・外部検査・監査機関による、ISOなどのシステム監査を実施している
	食品の安全に関する情報の受発信	お客様が望んでいる、食品の安全に関する情報を収集・整理・管理している	・お客様相談窓口から、お客様の要望に関する情報を入手している
		お客様に対し、食品の安全確保のための取組の情報提供を行っている	・商品を作るための必要事項と取組を明文化している ・安全確保の取組について、メディアを通じてお客様への情報発信を行っている ・お客様相談窓口からの問い合わせに対し機械的に答えるのではなく、心配していることなどの真意を確認し、相互に納得できる対応をするようにしている
		食品に関する情報を、お客様にわかりやすい形で提供している	・アレルギー誘起物質として食品衛生法で表示を義務付けられている7品目だけでなく、表示が推奨されている18品目についても商品に表示している ・商品ラベルは本部で一括して作成し、店舗の作業者による表記ミスがないように管理している
適切な食品を提供するための、小売店舗内調理場での調理・加工における取組	食品ハザード(8)の管理	食品の調理・加工におけるハザードを洗い出し、把握し、分析(9)している	・新商品開発時に、ハザード分析のために必要な項目を決めている ・農薬や抗生物質に関する違反事例の情報を入手した場合は検査項目を見直している ・法規制の改正時、食中毒事件発生時には、項目を見直している
		(必要な場合)重点的に管理すべきハザードを選定し、お客様に危害が及ばないようにするための管理(コントロール)(10)を行っている	・ハザードによる危害を低減する処置を行っている ・工程や対策の変更を行い、該当するハザードが発生しないようにしている
	安全な原料・包装資材の調達	食品の安全確保の観点で工場や原料の確認、評価を行い、原料の調達先を選定している	・規格書、証明書等や調達先の衛生管理体制に関して選定基準を定め、調達先を選定している ・新規に調達先を採用する際の審査手続きとして、工場の視察・審査、与信調査を実施している ・使用原料を登録制とし、新規に採用する際には審査手続きを実施している ・新規契約時には、規格書を確認し、要求に適合していることを確認している ・品質管理基準を定めている ・工場に対する重点管理項目を定めている
		原料・包装資材に対して、品質や安全性などに関する要求事項や規格、受け入れ基準を定めている	・基準に基づく受け入れ検査を実施している。その例として ・品名、外装、期限表示を確認 ・見本サンプルとの照合を実施 ・官能検査、分析検査を実施 ・目視で異常が無いことを確認 ・食中毒発生を防止するため、生の食材の使用を制限している
	適切な原料・包装資材の保管管理	原料・包装資材ごとに適切な温度・湿度等の条件下で保管・管理している	・温度・時間管理を行っている ・期限管理(例:使用期限日を明記して管理)を行っている
		劣化しやすい原料の品質管理をしている	・加熱調理用の食用油は定期的に酸化度をチェックしている
	食品の衛生的な調理・加工	調理用の機械・器具の食品接触面を清潔に保っている	・効果が検証された方法で洗浄・殺菌を行っている
		食品に応じた時間と温度で加熱処理・冷却を行っている	・食品の中心温度と加熱時間で効果を検証した殺菌条件で加熱している ・加熱後の急速な予備冷却で残存微生物の増殖を抑制している
		異物混入の防止に取り組んでいる	・防塵衣やヘアネットを着用して毛髪の落下を防いでいる ・手洗いやロール掛けにより異物の持込を防止している
		微生物の交差汚染を防ぐ対策をとっている	・衛生レベルが異なる調理・加工で調理器具を区別することにより、微生物の二次汚染を防いでいる ・原材料の下準備、食品加工、加熱調理の作業を区分している
		調理担当者的人為的ミスを防止する取組を行っている	・商品規格と調理法は、本部で作成した仕様書、マニュアルに従って実施している(例:すしでは具材、手法、容器が決められている)

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
適切な食品を提供するための、小売店舗内調理場での調理・加工における取組	食品の販売時・保管時における管理	食品の販売期限を設定している	・自社基準の販売期限を設定している
		食品に応じた温度・湿度等の条件下で陳列している	・食品の特性に応じ、温度・湿度管理を実施し、定期的な確認を行っている
		食品の品質検査を行っている	・食品の抜き取り検査を行っている
	安全な食品を製造するための従業員の衛生管理	健康状態が適切でない従業員が、調理場内に立ち入らない仕組みを作っている	・従業員の健康状態を毎日チェックして、下痢、発熱、咳、化膿創が見られる従業員は調理作業に従事させない ・定期的な健康診断と検便検査を実施している
		責任者に報告すべき健康状態を、従業員自身がわかるように明確に列挙している	・従業員に配布している衛生管理マニュアルに、報告すべき健康状態の一覧を明記している
		個人の衛生管理が維持されるよう、従業員の服装を定め、手洗いの取り決めをしている	・石鹸液とアルコールを用いた衛生手洗いの手順を定めている ・身だしなみを正しく整え、手や手袋で顔、口、髪の毛を触らないように指導している
	施設を衛生的に維持するための施設の管理	設備のメンテナンスを行っている	・毎日定められた時間に調理作業場・ショーケースの温度管理を行っている ・業者による定期的な防虫防鼠、清掃を行っている
		有害小動物(鼠、昆虫等)の駆除、侵入防止を行っている	・定期的に昆虫類、鼠の生息状況のモニタリングを専門業者に依頼している ・有害小動物の侵入や発生が認められた場合は、適切な薬剤使用や捕獲により駆逐している
		有害小動物の駆除やクリーニング用等の薬剤について、使用用途や保管の管理を行っている	・洗浄剤・殺菌剤は施錠管理して、使用記録をつけ、正しい使用方法に従って使用している
	従業員に衛生的な作業を実施させるための教育訓練	調理場での調理・加工作業での衛生に関する教育訓練を行っている	・教育カリキュラムや教育資料(ビデオ、オペレーションマニュアル、ハンドブック)等を作成している ・調理・加工に関する社外の講習会の受講を推進している ・生鮮品の加工技術習得のために、技術トレーニングを実施している ・外国人従業員のために外国語に翻訳したマニュアルを作成している ・実務経験の少ない従業員に短期間で一定水準の知識を習得してもらうため、平易な学習システムで教育を実施している
		従業員の衛生管理に対する意識を向上させる取組を行っている	・調理・加工に関する教育では、従業員の力量に合わせた教育を行う制度を設け、所定の課程を修了した従業員に社内資格を与えている ・衛生管理に関する取組の調査を行い、優良店舗の表彰を行っている
適切な食品を提供するための、商品、PB(11)商品の調達における取組	安全な食品の調達	工場や食品の確認や評価を行い、食品の調達先を選定している	・商品の規格書の確認を行っている ・クレーム発生率の高い工場には外部機関による立ち入り調査を実施している ・PB商品の製造委託先との新規取引開始時には、工場調査を行い、自社基準を満たした製造業者と取引している(調査項目:微生物の拭き取り検査、防虫、衛生区画、温度管理等) ・PB商品の既存の製造委託先工場は定期的に巡回して調査している。調査の結果自社基準との齟齬がある場合は、話し合って解決している ・PB商品の製造委託先には、第三者認証を取得した製造業者を選定している ・PB商品の製造委託先選定時には、営業状態、企業トップの考え方、さらに海外企業の場合は児童労働・強制労働をしていないかなど、多面的に調査している
		取引相手先と連携して食品の安全確保に取り組んでいる	・取引相手先の製造業者とは、一緒に一つの商品を作るパートナーとして関係を築いている ・定期的に製造業者を含めた関係者の横断的会議を行い、クレーム内容などの情報を共有している ・PB商品は専任従業員を派遣して商品の品質を管理している
		(PB商品の場合)食品の仕様を明確化している	・PB商品については、原料調達先、容器の使用実績などに関して詳細に仕様書の内容を検討している ・海外商品は産地追跡できるものを扱っている
		(PB商品の場合)製造元でのハザードを把握し、分析している	・新商品開発時に、ハザード分析のために必要な項目を決めている ・農薬や抗生物質に関する違反事例の情報を入手した場合は検査項目を見直している ・法規制の改正時、食中毒事件発生時には、項目を見直している
		(PB商品の場合)調達する食品の検査を行っている	・農産物については、違反事例があったものを中心に、農薬や抗生物質の検査を行っている ・商品受け入れ時には、規格基準の合格判定書を製造委託先から提出してもらい、同時に自社でも商品の検査をしている ・原料、副原料を含む仕様書を提出してもらい、原料調達先など足りない情報はヒアリングしている ・表示が法令に準拠しているかについて、仕様書、パッケージデザイン、印刷前、完成品の各段階でチェックしている ・受け入れ品のデータ(異物混入がないこと、抜き取り検査・出荷前検査の記録、期限設定根拠のデータ、規格書)を確認している
	商品の流通过程における適切な取組のための取組	食品の安全確保の観点で取引相手先の評価を行っている	・温度帯別に確実な温度管理を行っている卸売業者を取引相手先としている
		商品に応じた輸送・保管時の管理条件を、取引相手先と取り決めている	・自社専用の物流ルートを整備している ・店舗で商品が適切に管理されているか確認している ・流通センターでは、常温、冷蔵、冷凍の3温度帯別に管理している
適切な食品を提供するための商品の販売における取組	食品の品質を保つための取扱・保管	商品に応じた温度・湿度等の条件下で保管・店頭陳列している	・商品の特性に応じ、温度管理を実施している ・入荷後すぐに販売する加工食品と生鮮食品については、要温度管理の商品とそれ以外の商品に分けて温度を管理している
		商品の販売期限を管理している	・販売の検討日、限度日が確認できるよう商品に数字を表記して管理している
		店頭での食品の自主検査を実施している	・日配品でリスクの高い商品や店舗内調理の生鮮品は、外部委託して陳列商品の抜き取り検査を実施し、表示、生菌数、化学物質等をチェックしている ・現場の担当者だけでなく、担当者以外の従業員も陳列商品をチェックしている ・店舗で販売している商品の温度の抜き取り検査を行っている
	施設を衛生的に維持するための施設の管理	適正な温度を保つため、冷蔵・冷凍設備等の管理を実施している	・毎日定められた時間にバックヤード・ショーケースの温度を確認している ・集中管理システムと従業員によるチェックで二重に設備の状況を管理している ・食品担当以外の従業員を含めたチームで、二重に売り場の温度をチェックしている
		有害小動物(鼠、昆虫等)の駆除、侵入防止を行っている	・定期的に専門業者に防虫・防鼠を依頼している
緊急時のための取組	緊急時のための平常時の取組	施設メンテナンスを行っている	・営業時間中に店舗内の清掃時間を設定し、従業員全員で清掃を行っている ・オフィス街と繁華街など立地により繁忙時間帯が異なるため、一律の清掃時間ではなく、各店舗で清掃時間を定めている
		原料・包装資材の調達元、商品の製造業者、関係機関等、社外と連携し迅速に対応する体制を整備している	・事故・事件発生時における社外の関係者(商品の製造業者、卸売業者等)との連絡体制を定めている ・必要な情報を迅速に収集できる体制を整備する、社外の関係者(商品の製造業者、卸売業者等)への周知を徹底している
		商品の回収に必要なトレーサビリティ(12)情報を迅速に収集できる体制を整備している	・製造ロットと入荷日、販売日等の情報を追跡可能な、商品の履歴を追える(トレーサビリティ)体制を整備している
緊急時のための取組	緊急時のための平常時の取組	人為的な食品汚染の防止に取り組んでいる	・監視カメラにより店舗の監視を行っている

項目			具体例
大項目	中項目	小項目	
緊急時のための取組	緊急時を想定した自社体制	事故・事件発生時の社内各部門の役割を定めており、迅速に関係部門に情報を伝達し対応する体制を整備している	・商品回収の必要が有る場合に、中心となって対応を行う緊急対応部門を定めている ・関連部門横断的な体制で意思決定し、事故・事件発生時の緊急対応を最優先とすることを業務ルールに定めている ・事故・事件の情報収集、回収実施判断、商品回収の告知、回収方法などの緊急時の実施事項の役割分担を定めている ・関係部門間の情報伝達経路を定めている
		事故・事件発生時の実施事項を定めている	・事故発生時の初期対応として、下記事項を迅速に実施できるように平常時より準備している ・製造業者からの要求により、該当商品の店舗での取扱状況を把握すること(入荷日時、販売日時、店舗内での保管・販売時の状態等) ・製造業者からの要求による商品の販売停止、回収、返送 ・お客様からの問い合わせに的確に対応するための最新情報の収集
		事故・事件に迅速に対応し、被害を拡大させないための実施手順を定めている	・実施手順として、以下の内容を定めている ・社内対応(情報収集、原因分析、従業員対応) ・社外対応(お客様対応、取引相手先対応、行政当局対応、報道関係対応) ・実施手順の文書化の形態としては以下のものがある ・「食品の品質管理基準」や「工場の製造管理基準」 ・「事故発生時対応マニュアル」や「危機管理マニュアル」
		事故・事件の原因究明から再発を防止するまでの実施手順を定めている	・事故・事件の原因究明、是正措置、再発防止策の実施、再発しないことの検証の実施を業務マニュアルに定めている
		お客様に安心してもらうため、再発防止策等を説明する実施手順を定めている	・お客様への説明用文書の作成、営業担当者への説明内容の周知、お客様への周知方法等について、業務マニュアルに定めている

この着眼点では、以下の用語を次のように定義して使用しています。

- 1
- お客様：一般の消費者の皆様を指します。
- 2
- CSR：Corporate Social Responsibility。企業の社会的責任。
利益の追求だけではなく、企業活動の様々な社会的側面(環境保護、法令遵守、人権擁護等など)においても、バランスのとれた責任を果たすべきとする経営理念。
- 3
- コンプライアンス：法令遵守だけでなく、企業理念の実践、社会的要請への応答、企業倫理や倫理的行動なども含めた幅広い概念。
- 4
- OJT：On the Job Training。職場内訓練。
- 5
- OFFJT：Off the Job Training。職場外研修。
- 6
- 5S：整理、整頓、清掃、清潔、しつけ。
- 7
- 食品衛生7S：食品安全ネットワークが食品分野の5Sとして「食品衛生新5S」を考案し、さらに洗浄、殺菌を加えて発展・再構築して策定したもの。
- 8
- ハザード：危害要因。健康に悪影響をもたらす原因となる可能性のある食品中の物質または食品の状態。
- 9
- ハザード分析：危害分析。HACCPプランにより管理される危害要因を決定するとともに、それぞれの危害に対するコントロールの方法を明らかにする作業をいう。
(財団法人食品産業センターホームページより引用)
- 10
- ハザードの管理(コントロール)：食品の安全性のハザードについて、予防、排除、あるいは許容できるレベルまで低減させるように処理をすること。
(食品安全の国際規格 食品衛生基本テキスト の記述に基づき事務局で編集)
- 11
- PB(プライベート - ブランド)：商業者商標。自家商標。スーパー・デパートなどがみずから企画生産して販売する独自のブランド商品。(大辞林より引用)
- 12
- トレーサビリティ：生産、加工及び流通の特定の一つまたは複数の段階を通じて、食品の移動を把握できること。
(2004年 FAO/WHO合同食品規格委員会(コーデックス委員会)の定義より)