

平成21年度「協働の着眼点（第2版）」策定作業グループ

- ・ 日時：平成22年3月19日（金） 15:00～17:00
- ・ 場所：中央合同庁舎4号館1219～21室
- ・ 出席者 18事業者・団体 21名

<議事次第>

1. 開会挨拶
2. 今年度のFCPの活動から得られた「協働の着眼点（第1版）」改善に関するご意見
3. 次年度以降の取組について
4. 事務局からのご連絡
5. 閉会

<議事概要>

はじめに、フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）の神井チームリーダーから、今年度は、「協働の着眼点」をどう活用するかという観点で実行可能性調査や研究会・分科会の場でアプリケーションを増やしてきたことをご報告し、今回は、来年度普及し、定着させていく、次へつなげていく会議としたい旨、開会のご挨拶としてお話をさせていただきました。

続いてFCP事務局から配布資料に基づいて、今年度のFCP活動から得られた「協働の着眼点（第1版）」改善に関するご意見についてご説明させていただき、皆様から「協働の着眼点」やFCPの活動に関する要望や期待などについてコメントをいただきました。

その後、神井チームリーダーから来年度以降のFCPの展開についてご説明を行い、ファシリテーターの皆様から来年度の活動についてコメントをいただきました。

<議事>

1. 今年度のFCPの活動から得られた「協働の着眼点（第1版）」改善に関するご意見について

H21年度の活動の概要と、研究会・分科会、実行可能性調査活動の中で得られた「協働の着眼点」の改善に関する意見をご紹介します。

○「協働の着眼点」は今まさに活用・普及の段階にあることから、全体構成等に関する大きな修正・変更は望ましくないのではないか、というご意見が多い状況

○修正意見については、個別の項目・具体例に対してのご意見はあるものの、「協働の着眼点」全体構成、括り方へのご意見は無い状況

当日の意見交換では基本的に、「「協働の着眼点」は普及段階にあり、これを普及活用していくことが大事である」、「FCPや「協働の着眼点」の活用に取り組むための考え方を導くようなガイドラインのようなものが必要ではないか」などのご意見をいただきました。

「協働の着眼点」やFCPの活動に関する要望や期待などの主な意見は以下の通り。

- ✓ 「協働の着眼点」は普及段階であり、使い勝手を確認していく、良くしていく段階であり、大きな不整合がなければ改訂すべきではない。普及させてから改訂すればよいのでは。
- ✓ 「協働の着眼点」の大中小項目は、よほど語句がわからない、用語のズレがある、といったような指摘が多かった場合に、その部分を見直していけばよいのでは。
- ✓ 「ベーシック16」という「協働の着眼点」の導入ツールをキーにして進めていくのがよいのではないか。その中で信頼向上の取組の考え方を導くような書き方マニュアルなど整備していくのが良いのではないか。
- ✓ 「ベーシック16」はコンパクトでとても親しみがもてる。この「ベーシック16」を活用して具体例などを集めてもよいのでは。
- ✓ 「協働の着眼点」をベースにした「工場監査チェックシート」を活用してみたが、今後は、活用する上での評価尺度や用語集、運用に関してのガイドラインや解説など整理してはどうか。
- ✓ 「協働の着眼点」は、食品安全の観点だけでなく、食品事業者として取り組むことが網羅的に整理されているものである。実際に社内の活動をチェックしてみたが、大きい会社であっても部署ごとにできていないところもあり、役に立つものである。
- ✓ わかりやすい具体例を増やすことが普及につながるのではないか。

これらの意見を受けて、ファシリテーターである鶏卵肉情報センター杉浦様より、次年度に向けて、「協働の着眼点」を活用していく上で大きく3つの方向（「チャレンジしていくこと」「様々な業種・業態の食品事業者の皆様にとってメリットを出していくこと」「消費者、小売業者、卸売業者、製造業者のそれぞれのやり取りの中で情報を流通させていくこと（コミュニケーションをとっていくこと）」）があるのではないかとのご示唆をいただきました。

続いて、事務局より、具体例は昨年度の作業グループの中で参加企業の皆様から情報をいただき議論した上で、企業名がわからないようにしたものであり、小項目の全てを説明するものではなく、あくまでも小項目の参照情報であること。このため、本来の位置づけは 100%やらなければいけないというチェックリストではないこと。更に今後、具体例を増やしていく手法については、「ベーシック16」等の活用を検討していくことをご報告いたしました。

また、「協働の着眼点」は目の着け所をポイントとして提示したものであり、80 点以上ならば良いとか、○×をつけられるようにしたものではないこと、この昨年度来のスタンスを維持した上で本日いただいた意見を「協働の着眼点」やその普及に反映させていくことをご説明いたしました。

2. 次年度以降の取組について

資料3に基づいて次年度以降の取組について説明を行いました。

- ✓ 来年度は、今までの2年間がホップ・ステップの段階であるならば、ジャンプの年にしたい
- ✓ 4月末に平成 21 年度の成果報告と平成 22 年度の進め方に関する説明会を実施し、具体的に今年度の研究会に関する意見交換会を 5 月に実施する予定
- ✓ 工場監査、商品情報、商談会、消費者ダイアログ等の分科会については課題や論点を整

- ✓ 具体的なテーマを募集して、一定数以上の主体的な参画が見込めるものを分科会として立てていく予定
- ✓ 消費者に影響力がある消費者の皆様を対称に、FCP を知ってもらおうという趣旨の意見交換、FCP に関する意見聴取は対話の試行という形で進めていきたい
- ✓ FCP の普及活動の一環として、商談会事業やコンプライアンスセミナーなど他の事業との連携、地域ランチ、FCP アドバイザーなどを通して進めていく予定
- ✓ 研究会、分科会、作業グループを定例化して進めていき、平成 22 年度の活動成果を報告会形式で情報共有していくことを予定

最後に、今年度ファシリテーターを務めていただいた皆様から来年度に向けた活動ということで、地域ランチなどを通して、FCP で作ったツールやプログラムは会社をより強くするものであるということを理解していただくことを意識して、「商談会シート」や「ベーシック16」等を活用したモデル・事例を作ることで FCP の普及をしていきたい、また、個社での取組、地域での取組をケーススタディとして、「協働の着眼点」を活かした「FCP ダイアログシステム」を試行してみることで、消費者に対する信頼の作り方が見えてくるのではないかというお話をいただきました。

<配付資料>

資料1 参加者名簿

資料2-1 今年度の FCP の活動から得られた「協働の着眼点(第1版)」改善に関する
ご意見

資料2-2 参考資料「協働の着眼点」改善に関するご意見詳細

資料3 次年度以降の取組について

資料4 協働の着眼点〔業種別〕詳細版(製造版、小売版、卸版)

※資料 4-1～資料 4-3

資料5 参考資料:協働の着眼点〔業種別〕詳細版(製造版英訳版)FCM 分科会より

※資料 5-1～資料 5-3

以上

フード・コミュニケーション・プロジェクト(FCP)

「協働の着眼点（第2版）」策定作業グループ

日時：平成22年3月19日（金） 15:00～17:00

場所：合同庁舎4号館12階（霞ヶ関）共用会議室1219～1221会議室

議事次第

15:00～17:00

1. 開会の挨拶（農林水産省 神井調査官）
2. 今年度の FCP の活動から得られた「協働の着眼点（第1版）」改善に関するご意見（FCP 事務局）
3. 意見交換
4. 次年度以降の取組について（農林水産省）
5. 質疑応答
6. 事務連絡
7. 閉会の挨拶（農林水産省 神井調査官）

<配布資料>

資料1 参加者名簿

資料2-1 今年度の FCP の活動から得られた「協働の着眼点（第1版）」改善に関するご意見

資料2-2 参考資料「協働の着眼点」改善に関するご意見詳細

資料3 次年度以降の取組について

資料4 協働の着眼点〔業種別〕詳細版（製造版、小売版、卸版）

※資料 4-1～資料 4-3

資料5 参考資料：協働の着眼点〔業種別〕詳細版（製造版英訳版）FCM 分科会より

※資料 5-1～資料 5-3

以上

平成 21 年度「協働の着眼点（第 2 版）」策定作業グループ 参加者一覧

※ 個人情報保護の観点から、参加企業／団体名のみ掲載します。（敬称略・五十音順）

1	味の素株式会社
2	イオン株式会社
3	株式会社 イトーヨーカ堂
4	花王株式会社
5	株式会社 シジシージャパン
6	太陽化学株式会社
7	株式会社 ニチレイフーズ
8	日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社
9	日本たばこ産業株式会社
10	日本フレッシュフーズ協同組合
11	ハウスあいファクトリー株式会社
12	株式会社 阪急クオリティーサポート
13	株式会社 ファミリーマート
14	株式会社 みずほコーポレート銀行
15	三菱商事株式会社
16	明治乳業株式会社
17	株式会社 山武
18	株式会社 菱食

「協働の着眼点(第2版)」策定作業グループ

今年度のFCPの活動から得られた
「協働の着眼点(第1版)」改善に関するご意見

平成22年3月19日



フード・コミュニケーション・プロジェクト運営事務局

1. H21年度のFCPの活動の概要

- ✓ FCP事業者普及啓発として、事業者(情報共有NW未参加者)に対して、FCPへの理解を広め、FCP活動への賛同の輪を広げていくために、H21年度は以下の活動を実施
- ✓ 情報共有NW参加企業数:現状533社(3/18時点 4/1時点では216社)

セミナー・説明会

『FCP中間報告会』

プロジェクトの中で取り組んでいる実行可能性調査及び分科会の中間報告会を、東京大学弥生キャンパスで開催。当日は、164名と大勢の事業者の方々にお集まりいただき、情報交換や交流を実施



『取引先説明会』

情報共有NW参加事業者が実施する取引先への説明会等の場を活用し、事業者に対するFCP活動の説明と参加勧誘

『FCP成果報告会』

今年度のFCPの成果報告会を、東京大学弥生キャンパスにて食の安全研究センターと共催で開催。当日は216名ものご参加をいただき、研究及び実際のビジネスシーンでの活用に関する調査について、取組の成果報告と情報の共有を実施



他事業との連携

『商談会事業との連携』

食品事業者を対象としたマッチング推進事業において、FCP活動の成果物である「商談会シート」を導入、「ベーシック16」の説明を実施



『コンプライアンスセミナー事業との連携』

食品業界の信頼性向上セミナー事業(コンプライアンスセミナー)において、「協働の着眼点」「FCP」の説明を実施



『食品表示講座事業との連携』

食品表示講座事業において、「協働の着眼点」「FCP」の説明を実施(食品の製造業者、流通・小売業者の方を対象に全国19地域で開催)



『農商工連携取組推進事業との連携』(中小企業庁)
農商工連携の取組を推進するためのテキスト開発事業において、テキストに「協働の着眼点」「FCP」の説明を入れて普及

研究会・分科会

『協働の着眼点の活用方策の研究』

企業行動の情報発信、アセスメントの効率化、地域活性化の3研究会のもと、失敗から学ぶ情報発信のあり方、工場監査項目の標準化・共有化など11個の分科会を実施。



『地域ランチ』

地方自治体と連携してセミナーを開催し、地域の事業者に対するFCP活動の説明と参加勧誘(三重県、岩手県、愛媛県、和歌山県などで開催)



1. H21年度のFCPの活動の概要(研究会・分科会)

(※)数字はH21の参加企業／団体数

【研究会】
情報共有
の場

【分科会】
具体的検討
の場

I. 企業行動の情報発信(42)

失敗から学ぶ情報発信のあり方
(17)

マスメディアとの意見交換のあり方
(15)

消費者との対話のあり方
(23)

II. アセスメントの効率化(61)

工場監査項目の標準化・共有化
(42)

商品情報の効率的なやりとり
(30)

フード・コミュニケーション企業行動
マネジメント規格の策定
(6)

III. 地域活性化(41)

企業力向上の場としてのマッチング
フェア・商談会の活用促進
(19)

地域ブランチャ

三重ブランチャ
(24)

岩手ブランチャ
(20)

愛媛ブランチャ
(17)

和歌山ブランチャ

研究
テーマ

事件・事故等
発生時の適切な
企業行動や、
緊急時の情報
開示、情報発
信のあり方等
の検討

食品事業者の
取組を適切に
伝達するため
のマスメディア
に向けた情報
発信のあり方、
マスメディアと
の交流の場の
持ち方の検討

消費者との多様
な接点における
対話型コミュニ
ケーションのあ
り方及び「協働
の着眼点」を活
用した対話型コ
ミュニケーション
の手法の検討

食品事業者等
におけるアセ
スメント作業
の効率化のた
め、工場監査
における項目
の標準化・共
有化の検討

食品事業者等
における商品
情報の効率的
なやり取りの
実現に向けた
検討

食品関連事業
者の経営倫理・法令遵守
マネジメント・
システムの構
築

企業力向上
の場としての
マッチング
フェア・商談
会の活用促
進について
検討

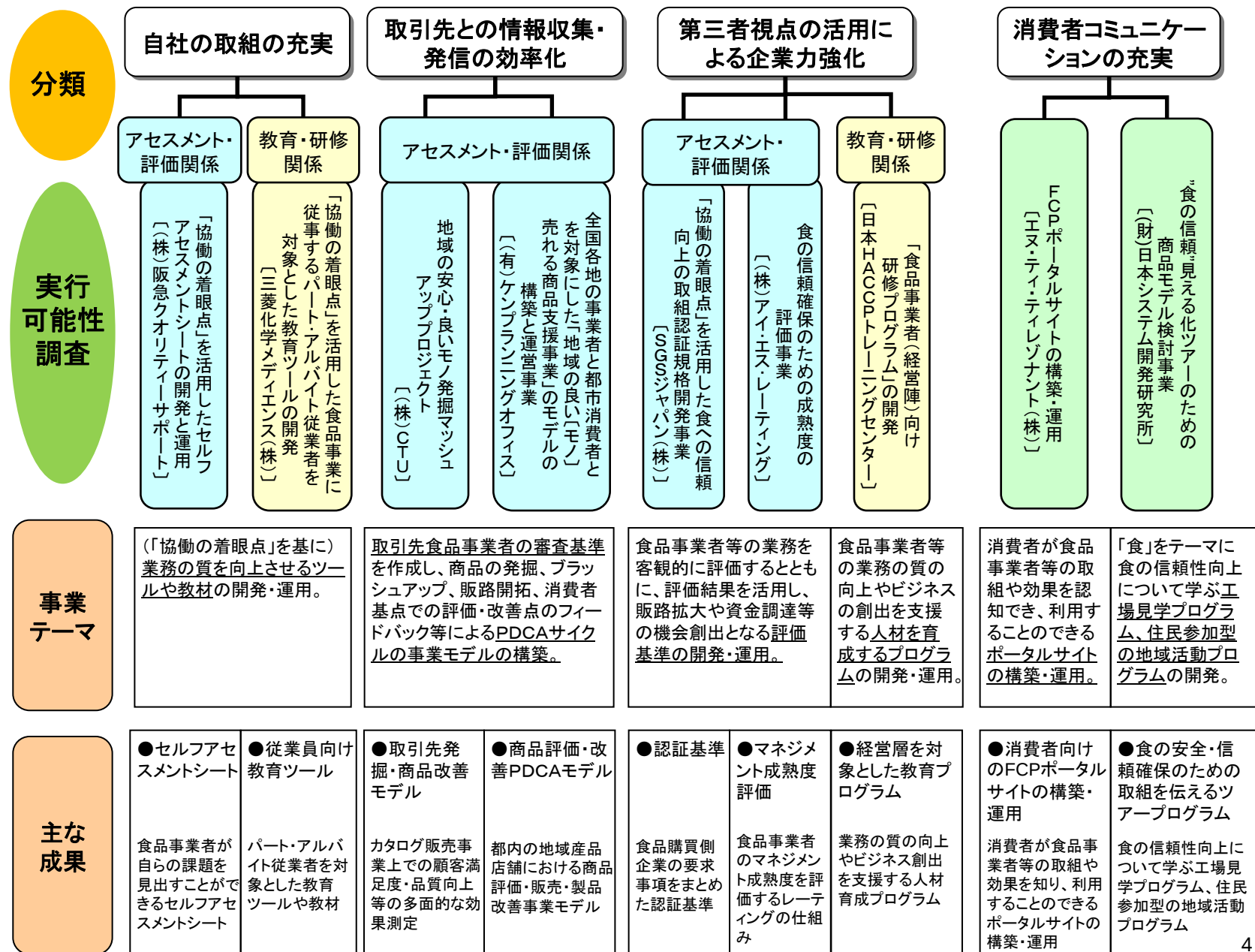
【地域の状況に
応じたテーマ設定】

主な
研究
成果

意見交換の
整理集・
有識者の
講話録

マス
メディアの
講話録

1. H21年度のFCPの活動の概要(実行可能性調査)



2. 研究会・分科会・実行可能性調査からの「協働の着眼点」に関するご意見総括

○「協働の着眼点」は今まさに活用・普及の段階にあることから、全体構成等に関する大きな修正・変更は望ましくないのではないか、というご意見が多く見受けられる

◎「ベーシック16」、「FCP商談会シート」、「地域ランチ」等で、「協働の着眼点」の活用が進められている地域活性化研究会においては、上記のようなご意見が多く見受けられる。

→「協働の着眼点」とその活用ツールを、今はじっくり普及していく段階ではないか。

◎「協働の着眼点」、入門編としての「ベーシック16」を多くの事業者等に伝える必要性があるのではないか、というご意見も多い。

→FCPアドバイザー etc

○また修正意見については、個別の項目・具体例に対してのご意見はあるものの、「協働の着眼点」全体構成、括り方へのご意見はあまり見受けられない

◎一番多く出ているご意見としては、「協働の着眼点」具体例の追加に関するもの

→「協働の着眼点」-社内に関するコミュニケーション(衛生管理等)に関する項目追加に関するご意見が多く見受けられる。

◎用語に関するご意見・ご質問等もあるが、作業G時に議論(意見として出ている)、用語集等で対応済のことが多い。

→ex.「お客様基点」の「お客様」とは?卸売からすると小売側になるのか?

→どの業種からも「協働の着眼点」における「お客様」とは、一般消費者、最終消費者と解釈。「協働の着眼点」用語集にて解説している。

○「協働の着眼点」の活用・普及に関するご意見

- 企業運営の確認点を体系的に示しているものがこれまでになかったので、非常に参考になる。
- 自社の強み、弱みを把握することができる、自社の経営を確認するツールとして有効。
- 「協働の着眼点」を広く普及させるために、入門編としての「ベーシック16」を多くの事業者等に伝えていく必要があるのではないか（FCPアドバイザー、ベーシック16の普及促進）
- 事業者も立場を変えれば一消費者、FCPに参画している事業者の従業員に理解してもらうような活動が大切ではないか（アドバイザーリーボードからのご意見）

○個別の項目・具体例に対してのご意見（抜粋）

<個別の項目について>

- 変更管理（仕様書・原材料の変更がきちんと伝わるか）、「開封原料・仕掛品・製品リパックなどの工程戻しの管理」、機器に対する「保守点検」、緊急時に事業が継続できるかという「事業継続計画（BCP）」の有無などの記述を追加してはどうか

<具体例について>

- 「社内準備対応をする担当を決めておく」、「対外発表は、リスクマネジメントの意思決定をした責任者が対応する」「事件・事故に関わる商品（現物）の確認」、緊急時を想定したシミュレーションを行い、訓練を行っている、「取引先と、緊急時に共有すべき情報を取り決めている」、「取引先と、危害性、拡大性を考慮して正確な情報を共有するよう取り決めている」を加えたほうがよい

4. 実行可能性調査からの「協働の着眼点」に関するご意見

○「協働の着眼点」の活用・普及に関するご意見

- 「協働の着眼点」の方が十分に細かく記載があるもの、自社での不足分がある程度明確になるので良かった。
- 小項目が網羅されており、自社の取組を振り返りやすい
- 「自分で書いて自分で気づく」という使い方に徹底すれば、得るものは大きい。ただし、使い方についてはやはり「記入してもらう」と同時に、説明やアドバイスも必要。シートを渡されて記入するだけでは、「気づき」の段階までたどりつけないのではないか。
- この16項目の設問の意味や対応する企業行動の事例、喚起された現状の問題点や改善策などを、「見て学ぶ」プロモーションビデオなどの教育素材があると、特に零細な事業者の助けになる。

○個別の項目・具体例に対してのご意見（抜粋）

<個別の項目について>

- 「適正計量管理事業所の認可を受けている」、「製品の量目検査を実施している」といった項目を加えてはどうか など

<具体例について>

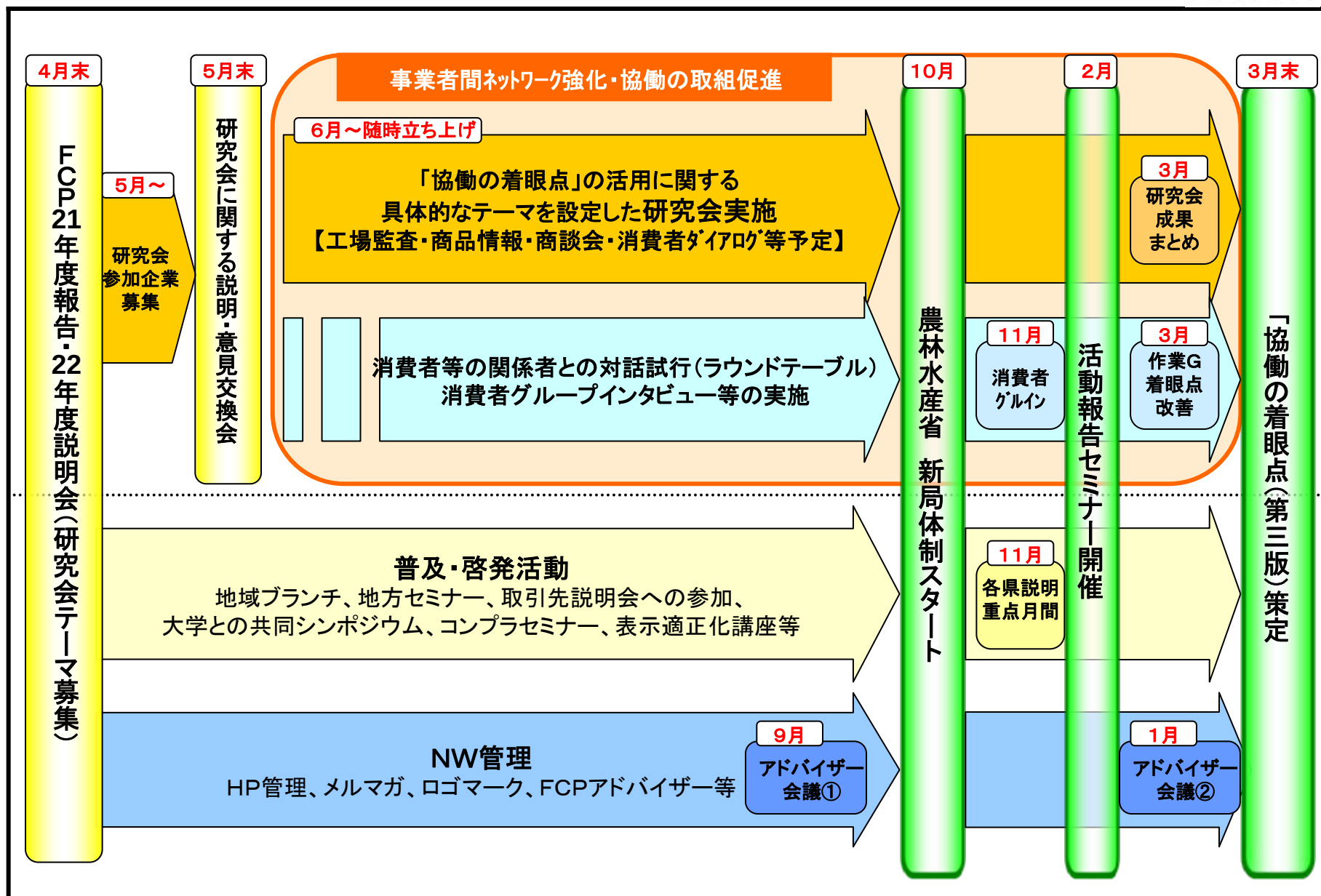
- 比較的大企業によく用いられる媒体、手法、コストがかかり、小規模な食品事業者では即時対応が難しい項目が多い など

<用語について>

- 『取引先』という単語が、「販売先」か「調達先」かの区別が必要な場合と不要な場合がある（小売にとっては調達先、製造・卸にとっては上流下流とも）。←用語集で定義、解説済み
- 「お客様」の捉え方をどうすればいいのか判断しにくい ←用語集で定義、解説済み

	内容	意見募集の場
全体意見募集	本日	
研究会での意見募集	[事例追加] 5.(5)⑥ 測定機器の分析精度について、定期的な確認・校正(キャリブレーション)を実施している。	工場監査分科会
	変更管理(仕様書・原材料の変更がきちんと伝わるようになっていないか)に関する項目の追加が必要	工場監査分科会
	5.(3)② 出荷段階での微生物検査は、微生物の増殖に時間が必要で、現実にはすぐわない点がある。	工場監査分科会
	緊急時対応として、緊急時に事業が継続できるかという「事業継続計画(BCP)」の有無についても検討が必要。	工場監査分科会
	「開封原料・仕掛品・製品リパックなどの工程戻しの管理の実施」を項目として追加したほうがよい	工場監査分科会
	5.(5)⑥ 機器に対する「保守点検」の記述を追加したほうがよい。メンテナンスと保守は異なる。	工場監査分科会
	「法規制等」については、消費者基本法・食品衛生法などの最低限守るべきものと、プラスアルファ的なものを区別したほうがよい	工場監査分科会
	「品質検査」の意味合いがあいまい。商品自体の品質なのか、表示品質なのかを明らかにしたほうがよい。	工場監査分科会
	5.(3)③の「ロット」は、必ずしも細かい製造単位でなくとも、「出荷」や「出荷日」単位など現実的にトレーサビリティができる単位に設定すればよい。	工場監査分科会
	表示については、5.(2)「適切な表示の実施」にさりと書かれているが、大項目として独立させて見ていく必要があるのではないか。	工場監査分科会
	「協働の着眼点」は今まさに活用・普及の段階にあることから、全体構成等に関する大きな修正・変更は望ましくないのではないか。	地域活性化研究会
	記述に当たって、どうしてこのような項目が必要なのか、設問の意味や意図を理解してもらうことは確に記述してもらう上で有効と感じる。	三重ランチ
	自社の経営をチェックするツールとして、全項目を活用するのであれば、ある程度の規模以上の事業者でない合わないと感じる。	三重ランチ
	自社の経営を確認するツールとして有効。	岩手ランチ
	具体例が書いてあったため評価ができたが、一方でその具体例についてできているかどうかの判断になってしまう面もある。	岩手ランチ
実行可能性調査での意見募集	記入シートの「大項目」は、「...について、貴社(あなた)はどのようなことを考えたり、おこなったりしていますか?」というような、質問形式にして、回答者の思考を喚起するような構成にしたほうがより良い反応があるのではないかと?	地域の良い[モノ]売れる商品支援事業
	「自分で書いて自分で気づく」という使い方に徹底すれば、得るものは大きい。ただし、使い方についてはやはり「記入してもらう」と同時に、説明やアドバイスも必要。シートを渡されて記入するだけでは、「気づき」の段階までたどりつけないのではないか。	地域の良い[モノ]売れる商品支援事業
	この16項目の設問の意味や対応する企業行動の事例、喚起された現状の問題点や改善策などを、「見て学ぶ」プロモーションビデオなどがあると良いかも。特に零細な事業者には、自分の事業環境と同じ目線で作ったそのような教育素材があると多に助けになると思う。	地域の良い[モノ]売れる商品支援事業
	地方にいる零細な個人事業者には「コンプライアンス」は理解不能な言葉。	地域の良い[モノ]売れる商品支援事業
	比較的大企業によく用いられる媒体、手法、コストがかかる対応が多いと感じた	食の信頼確保のための成熟度の評価事業

平成22年度 FCPの工程表(予定)



平成22年度の活動展開(イメージ)

平成22年度には、ネットワークに参加する事業者には様々なステージで活動いただく場を設けて行く予定です。

①農水省の主催する
研究、発表の場への
参加



②事業者の自主的な協
働の取組(農水省が
運営に関与)



③事業者の自主的な
協働の取組(農水省
と情報を共有)



④個々のビジネス展
開(農水省と情報を
共有)



＜想定される活動内容＞

- 21年度に開発されたツールに関する研究会
- 「協働の着眼点」の見直し作業
- 活動報告会、成果発表会など

- 事業者が主体となって運営する研究会
- 各都道府県主催など地域でのFCP活動など

- FCPの活動と銘打った事業者間での自主勉強会
- FCPの活動と銘打ったセミナー、シンポジウムなど

- 「協働の着眼点」を活用したビジネスの展開
- ・ 展示会・商談会
- ・ 人材育成
- ・ 取引先の審査など

協働の着眼点〔業種別〕【製造版】

無印 ＝ 製造・卸売・小売 共通、◆ ＝ 製造・小売 共通、▲ ＝ 製造・卸売 共通、● ＝ 製造のみ
注:(※数字)の用語については、(参考)用語集に定義を示しています

	大項目	中項目	小項目	具体例
	1.【お客様(※1)を基点とする企業姿勢の明確化】 お客様に安全かつ適切な食品(※2～4)を提供(※6)するため、お客様を基点として考える企業姿勢を明確にしている	(1)【経営姿勢の社内外への明示】	①経営者が、お客様を基点とする基本的考え方に基づいて、安全かつ適切な食品を提供する責任を認識しており、その姿勢を社内外に示している	・以下のような手段により、お客様を基点とする経営者の考え方を社内外に示している ・自社ホームページ ・パンフレット(会社案内) ・CSR(※⑧)報告書 等
		(2)【基本方針(※12)の保持】	①お客様を基点とする基本的考え方により、安全かつ適切な食品を提供するとともに、お客様に食品事業者の取組を伝えることを、基本方針として示している	・お客様基点で安全性を優先することやコミュニケーションを重視して、お客様の満足度を高めること等を基本方針として示している
		(3)【社内の情報共有及び連携体制の整備】	①自社内の調達から販売に至るまでの全てのプロセスにおいて、情報共有及び連携体制を整備している	・以下のような手段により、情報共有を行っている ・朝礼、昼礼 ・会議 ・事務所や現場への掲示 ・全体集会 ・資料の回覧 ・日報、週報、月報 ・従業員個別の電子メールによる連絡 ・電子掲示板への掲示 ・方針に関する勉強会 等 ・以下のような担当者や組織(※①)を定めている ・品質保証責任者 ・品質保証部門 ・各部門からの人員により構成される品質保証委員会 等
	2.【コンプライアンス(※9)の徹底】 お客様の信頼を獲得するため、社内にコンプライアンスを徹底している	(1)【基本方針の保持】	①法令遵守に真摯に取り組む方針を示している	・以下のような手段により、法令遵守に真摯に取り組む方針を示している ・社内(来客スペース含む)への掲示 ・自社ホームページ ・パンフレット(会社案内) ・CSR 報告書 等
			②社会的要請に真摯に対応する方針を示している	・以下のような取組を行う方針を示している ・環境を重視する企業との取引の推進(グリーン購入) ・廃棄物削減(動植物の残渣の肥料や飼料へのリサイクル、包装資材の削減) ・使用エネルギー削減(他の製造業者との共同配送、エコドライブ、省エネ) ・地域への貢献(地元からの原材料の調達) 等 ・以下のような手段により、社会的要請に真摯に対応する方針を示している ・社内(来客スペース含む)への掲示 ・自社ホームページ ・パンフレット(会社案内) ・CSR 報告書 等
		(2)【遵守事項の明確化及び遵守の確認体制の整備】	①遵守しなければならない法令(※10)及び基準(※11)を明確にしている	・以下のような観点で、遵守しなければならない法令及び基準の洗い出しを行っている ・食品衛生 ・食品表示 ・広告宣伝 ・公正取引 ・労務管理 等 ・以下のような手段で、法令及び基準を明確に示している ・遵守すべき法令及び基準の一覧表 ・コンプライアンスに関するハンドブック 等
			②明確化した遵守しなければならない法令及び基準について随時、適切に更新している	・以下のような取組により、法令及び基準の情報を入手し、随時、適切に情報を更新している ・業界団体からの情報入手 ・関係省庁または食品安全委員会のメールマガジンまたはホームページからの情報収集 ・研修への参加 等
			③責任者を明確にして、遵守事項の管理及び遵守の確認を行っている	・コンプライアンスの責任者を定め、遵守事項の管理及び遵守の確認を行っている ・以下のような取組により、遵守すべき事項の遵守状況を確認している ・経営者等による業務実施状況の確認 ・コンプライアンス責任者または監査部門による内部監査 等 ・以下のような仕組みにより、コンプライアンス違反があった場合の情報を入手できるようにしている ・内部通報制度 ・自社内だけでなく取引先からも連絡を受け付ける通報相談窓口 等
		(3)【従業員教育】	①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	・勉強会(基本方針、法令改正事項、違反事例)を行っている ・遵守すべき法令に関する資料の回覧を行っている ・遵守事項の事務所や現場への掲示を行っている ・企業倫理に対する意識

協働の着眼点〔業種別〕【製造版】

無印 = 製造・卸売・小売 共通、◆ = 製造・小売 共通、▲ = 製造・卸売 共通、● = 製造のみ
注: (※数字)の用語については、(参考)用語集に定義を示しています

	大項目	中項目	小項目	具体例
社内に関するコミュニケーション	3.【安全かつ適切な食品の提供をするための体制(※16)整備】	(2)【方針の周知(※14)及び業務ルールの教育(※18)体制の整備】	①安全かつ適切な食品の提供のための方針を従業員に周知徹底している	・ 以下のような手段により、方針を従業員に周知徹底している ・ 事務所や現場への方針の掲示 ・ 会議や朝礼での方針の唱和 ・ 方針を記述したハンドブックの従業員への配布 等 ・ 以下のような従業員の意識向上を図る取組を行っている ・ 衛生や品質管理に関するトピックスの現場への掲示 ・ 緊張感を促すための、体験学習や業者の見学の積極的受け入れ ・ 社員のモチベーション向上のための社員の家族の工場見学 等
			②安全かつ適切な食品の提供のための業務ルールを従業員に教育する体制を整備している	・ 以下のような業務ルールの教育体制を整備している ・ 社内の業務ルールの教育計画の立案及び教育を行う担当者を定めている ・ 経験の少ない従業員は、所定の教育を受けなければ単独での作業を行えないように定めている 等 ・ 以下のような手段により、教育を行っている ・ OJT(※③) ・ e-ラーニング、社内セミナー ・ 社外セミナー ・ 取引先の工場見学 ・ 工場別、職位別、職種別の研修 等 ・ 以下のような観点で、教育を行っている ・ 社内規格 ・ 5S(※⑥) ・ 食品衛生 7S(※⑦) ・ 薬物管理 ・ 食品の表示とその法令 ・ 食品衛生法 ・ 輸出入に関する義務 等 ・ GMP 基準(※⑩)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行っている ・ 教育訓練(※②)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
		(3)【業務の適切な実施を確認する体制の整備】	①業務ルールに基づいて業務が行われているかについて、日常的に確認を行っている	・ 従業員同士でお互いの作業の確認を行っている ・ 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く、検査担当者による検査を行っている ・ 検査記録の確認を行っている
			②業務ルールに基づいて業務が行われているかについて、自社内の別担当または第三者機関が監査を行っている	・ 経営者による現場の作業状況の確認を行っている ・ 管理者による現場の巡回を行っている ・ 品質保証委員会による、全社的な品質保証に関する取組状況の確認を行っている ・ 内部監査部門や品質保証部門が中心になって、抜き打ちでの自社独自の内部監査を行っている ・ 第三者機関による、ISO のシステム監査を行っている ・ 販売先による販売先企業独自の監査を受けている
		(4)【方針及び体制の社外への公開(※15)】	①安全かつ適切な食品を提供するための方針及び社内体制を、社外に公開している	・ 以下のような手段により、方針及び社内体制を社外に公開している ・ ホームページ ・パンフレット(会社案内) ・ CSR 報告書 等
		(5)【危害要因(※22)の分析(※23)及び管理(※24)方法の選定】	①原材料から食品を消費するまでの安全に関わる危害要因を明確にしている	・ 食品の原材料、製造工程、流通形態を考慮し、危害要因になりえるものを洗い出している
			②オペレーションを工程図にし、現場の実態と合っているか確認し随時更新している●	・ 関係者による会議を開催して工程図を確認し、関係者間でその情報を共有している ・ 原材料や工程を変更する際に工程図を更新し、更新前後の情報を双方とも明文化し保管及び管理している
			③調達物資の調達から食品の製造、販売までの過程の危害要因を洗い出し、分析し、管理方法を定めている	・ 以下のような取組により、

協働の着眼点〔業種別〕【製造版】

無印 = 製造・卸売・小売 共通、◆ = 製造・小売 共通、▲ = 製造・卸売 共通、● = 製造のみ
注: (※数字) の用語については、(参考)用語集に定義を示しています

	大項目	中項目	小項目	具体例
社内に関するコミュニケーション	4.【調達における取組】 安全かつ適切な食品、原材料や包装資材(以下、「調達物資(※25)」という)を使用して食品を製造(※26)するための、調達における取組を行っている	(1)【調達先の評価及び選定】	①調達する食品及び調達物資の調達先を、評価及び選定している	・以下のような手段により、調達先を評価し選定している ・取引実績の確認 ・パンフレットに記載されている内容の確認 ・同業他社の評価の情報収集 ・工場の視察 ・経営者のヒアリング ・選定基準(規格書、証明書、衛生管理体制)による評価 等 ・調達先に対して、以下のような取組を行っている ・規格に基づくマネジメントシステムの導入の推奨 (ISO9001、ISO14001、ISO22000、HACCP、自社の独自規格 等) ・第三者の分析機関による商品分析の推奨 等
			②調達物資に関する要求事項または受入基準を定めている	・以下のような観点について、要求事項または受入基準を定めている ・当該調達物資に関する自社及び同業他社の取引実績 ・調達物資のサンプルの評価 ・調達物資に関する法規制への適合性 ・梱包状態の外観、納品温度、搬送温度 等
		(3)【調達物資の保管(※32)及び管理(※33)]◆	②調達物資の受入時に検査を行っている	・基準に基づく、以下のような受入検査を行っている ・品名、外装、外観、数量、期限表示の確認 ・見本サンプルとの照合 ・官能検査、分析検査 ・原材料の異物検査及び除去(調達先で行えない場合) ・残留農薬検査 ・調達先による検査結果の確認(特に輸入品の場合) 等 ・包装資材については、以下のような取組を進めている ・原材料の一つとしての衛生的な取り扱い ・規格書による品質規格の確認 ・ピンホールや割れへの耐性の確認 ・包装の完全性検査 等
			①調達物資に応じた条件下で保管及び管理している◆	・常温品、冷蔵品、冷凍品に対して決められた温度範囲内での保管及び管理を行っている ・吸湿しやすい原材料の、温度・湿度が制御された保管庫での保管及び管理を行っている
			②調達物資の適切な保管及び管理を行うために、適切な施設または設備を備え、管理している◆	・原材料の原産地や銘柄ごとに整理区分して保管している ・メンテナンスされた衛生的な保管場所で保管している ・交差汚染を起こさないよう、原材料の種類ごとの保管場所の指定をしている
			③調達した原材料の使用期限を、設定及び管理している◆	・原材料の使用期限を別途設けて管理している ・原材料の先入れ先出しにより、期限切れの発生を防止している
	5.【製造における取組】● 安全かつ適切であり、表示が適切で、また品質(※5)が維持された食品を販売するための、製造における取組を行っている	(1)【製造工程の管理】◆	①食品製造用の設備及び器具の食品接触面を清潔に保っている◆	・製造終了時には、設備・器具の洗浄及び殺菌を行っている ・効果が検証された方法で洗浄及び殺菌を行っている ・拭き取り検査により、洗浄・殺菌方法の効果を定期的に測定している
			②食品製造で使用する水は飲用適(※29)であり、安全な方法で処理及び維持管理している●	・工場内の配管、貯水設備について、定期的に検査を行い、水道法の水質基準に適合した水を使用している ・食品に直接接触する可能性のある蒸気や氷も、飲用水と同等の衛生レベルの水を使用している ・原材料や食品に接触する水について、定期的に水質成分を検査し、モニタリングしている
			③食品に応じた加熱、冷却、乾燥及び包装を適切な条件下で行えるよう管理している◆	・定めた温度で加熱・冷却できていることを確認している ・殺菌効果を検証した食品の中心温度と加熱時間

use.

