

「「食品業界の信頼性向上自主行動計画」策定の手引き～5つの基本原則～」新旧対照表
【食品製造小売事業者】

改 正 後	現 行
<p>2 食品製造小売事業者</p> <p>食品製造小売事業者がお客様の信頼を確保し、そして向上させていくには、お客様（消費者）基点を根本に位置付けるとともに、経営者から全従業員に至るまでコンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）の意識を強く持つこと、また、食品を取り扱うという特徴から特に衛生管理・品質管理に万全の注意を払うこと、さらに常日頃からお客様とのコミュニケーションを持つことが大切ですが、加えて食に携わる企業（店）が一丸となって、取組方針を掲げ、自らが行うべきことを内外に向けて宣言し、さらに取組方針を踏まえて内容を具体化し、実行することが求められます。</p> <p>このため、次に掲げる対応をまとめましたので、各食品製造小売事業者においては、食に携わる企業（店）としての責任を認識し、規模の大小に関わらず一人一人の責任として消費者の信頼を確保するために行動して下さい。</p> <p>基本原則は重要事項毎に分け、基本原則の趣旨、内外に示す取組方針と、実施すべき具体的な行動を記載しておりますので、各食品製造小売事業者は適宜参考にして可能なことから実施されるようお願いします。</p>	<p>2 食品製造小売事業者</p> <p>(同左)</p>

改 正 後	現 行
<p>基本原則 1 お客様（消費者）基点の明確化</p> <p>食品を製造販売する者は、常にお客様から信頼され安心してお買い求め頂くことによって成り立っています。その大切なお客様を偽るような行為が許されないのは当然です。</p> <p>お客様の信頼を得るために、常に、お客様を基点（消費者の視点から考えること）として、商品開発、原材料の仕入れ、製造、保管、表示、流通、販売などについて検証し、適切に対応して、お客様に安心を与え、信頼を確保することが大切です。</p> <p>1. 取組方針</p> <p>○○社（企業・店）は、お客様基点の考え方立ち、安全で信頼される○○○（食品名など）を提供します。</p> <p>2. 具体的な取組事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ お客様の生命・健康に関わる食品産業に従事していることの自覚を持ち、安全で安心して頂ける○○○（食品名など）を提供します。 ○ お客様に安心してお買い求め頂くために、正確な表示を行い、原材料や製品などに関する正しい情報を提供します。 ○ お客様に安全で安心して頂ける○○○（食品名など）を提供するために、開発から販売に至る全ての過程において安全と品質の確保が大切であることを、全社員に浸透させ安全と品質を確保します。 ○ 常に、製造から販売に至る過程を点検、検証し、必要に応じて改善を図り、信頼される企業（店）であり続けるよう努力します。 	<p>基本原則 1 お客様（消費者）基点の明確化</p> <p>（同左）</p> <p>1. 取組方針</p> <p>（同左）</p> <p>2. 具体的な取組事項</p> <p>（同左）</p> <p>（同左）</p> <p>（同左）</p> <p>（同左）</p>

改 正 後	現 行
<p>基本原則 2 コンプライアンス意識の確立</p> <p>食品表示を偽装した企業（店）が社会的に厳しい制裁を受けていることでも明らかなどおり、法令を遵守し、社会倫理に適合した事業活動を行うことは、企業（店）の健全なる発展にとって不可欠のことです。</p> <p>表示ということ1点に限ってみても、「表示とは、その商品の内容を最も的確に表すための仕様書」というべきものであり、その仕様表示が実際の商品と異なるものであることは許されるべきものでないことは当然です。</p> <p>こうしたことは法令に違反するということにとどまらず、企業（店）のモラルの喪失ともいえることで、あってはならないことです。</p> <p>従って、コンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）はもとより、モラルの向上を図り、社会的責任を果たすための行動が強く求められます。</p> <p>1. 取組方針</p> <p>○○社（企業・店）は、法令遵守はもとより社会倫理に適合した事業活動を行います。</p> <p>2. 具体的な取組事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ○○社（企業・店）は、経営者以下全社員が一丸となってコンプライアンス意識を確立し、モラルの向上を図るため、企業（店）と社員の行動に関する社内規則を定めます。 ○ コンプライアンスの徹底が経営者の責務であることを認識し、経営者及び責任ある担当者（専任又は兼任、企業（店）の規模に応じて選任）が先頭に立って社内規則の浸透を図り、必要な教育訓練や研修を行います。 ○ 社員から提案される業務改善などの意見に耳を傾け、経営者及び責任ある担当者がその内容を検討し、その結果を全社員に周知するなどして改善に役立てます。 ○ 社内規則が守られコンプライアンスの徹底が図られているかを検証し改善するために、経営者を含む各部署の責任者による内部監査を実施し、その内容を記録保管します。 	<p>基本原則 2 コンプライアンス意識の確立</p> <p>食品表示を偽装した企業（店）が社会的に厳しい制裁を受けていることでも明らかなどおり、法令を遵守し、社会倫理に適合した事業活動を行うことは、企業（店）の健全なる発展にとって不可欠のことです。</p> <p>表示ということ1点に限ってみても、「表示とは、その商品の内容を最も的確に表すための仕様書」というべきものであり、その仕様表示が実際の商品と異なるものであることは許されるべきものでないことは当然です。</p> <p>こうしたことは法令に違反するということにとどまらず、企業（店）のモラルの喪失ともいえることで、あってはならないことです。</p> <p>従って、コンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）はもとより、モラルの向上を図り、社会的責任を果たすための行動が強く求められます。</p> <p>1. 取組方針</p> <p>（同左）</p> <p>2. 具体的な取組事項</p> <p>（同左）</p> <p>（同左）</p> <p>（同左）</p> <p>（同左）</p>

改 正 後	現 行
<p>基本原則 3 適切な衛生管理・品質管理の徹底</p> <p>食品の製造販売に携わる者にとって、安全な食品を製造することの大切さは、誰もが充分に理解していることと思います。しかし、危険なのは日々の業務の中で注意力が散漫になり、小さな油断が誤表示や食品事故につながってしまうことです。</p> <p>それを防止するためには、経営者以下全社員が常にお客様の生命・健康に直接関わる業務を行っているという緊張感を持って、衛生意識を高め、品質管理を徹底することが求められます。</p> <p>永年に亘る経験や勘を生かすことだけにとどまらず、科学的な取組を行うなど食品事故が発生しない衛生管理と品質管理の徹底が不可欠です。</p> <p><u>また、食品への意図的な毒物等の異物混入に対する防御（食品防御）についても、意識を向上させ、事業者の状況に応じて対策を進めることが重要です。</u></p>	<p>基本原則 3 適切な衛生管理・品質管理の徹底</p> <p>食品の製造販売に携わる者にとって、安全な食品を製造することの大切さは、誰もが充分に理解していることと思います。しかし、危険なのは日々の業務の中で注意力が散漫になり、小さな油断が誤表示や食品事故につながってしまうことです。</p> <p>それを防止するためには、経営者以下全社員が常にお客様の生命・健康に直接関わる業務を行っているという緊張感を持って、衛生意識を高め、品質管理を徹底することが求められます。</p> <p><u>また、永年に亘る経験や勘を生かすことだけにとどまらず、科学的な取組を行うなど食品事故が発生しない衛生管理と品質管理の徹底が不可欠です。</u></p>
<p>1. 取組方針</p> <p>お客様に安全で信頼される〇〇〇（食品名など）を提供するためには適切な衛生管理と品質管理を行って、食品事故を根絶します。</p> <p>2. 具体的な取組事項</p> <p>【商品開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 消費・賞味期限の設定に当たっては、理科学的、微生物学的またはマニュアルに従った官能検査により行い、常に合理的かつ統計学的手法を用いて、設定の根拠を明白にします。 <p>【危害要因分析、H A C C P 等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 原材料による各種細菌汚染と異物混入の防止に努めるとともに、原材料の賞味期限の点検など安全性を確認して使用し、その受け入れと使用の状況を記録し、保管します。 	<p>1. 取組方針</p> <p>(同左)</p> <p>2. 具体的な取組事項</p> <p>(※現行の「基本原則 3 2. 具体的な取組事項」から移動)</p> <p>(※現行の「基本原則 3 2. 具体的な取組事項」から移動)</p>

改 正 後	現 行
<p>【製造】</p> <p>○ ○○社（店）は、関連法令を遵守し、常に工場の清潔を保ち、製造設備・器具の適切な洗浄、点検、消毒を行うとともに製造に従事する者の手洗いを励行し、その服装や健康状態に充分注意を払います。</p>	<p>(※現行の「基本原則3 2. 具体的な取組事項」から移動)</p>
<p>【品質保証の体制】</p> <p>○ 経営者及び責任ある担当者が、衛生・品質管理を統括し、製品の品質、包装、表示を確認して、出荷（販売）するとともに、万一不適切な事例が発生した際には出荷（販売）の継続・停止を判断することにより品質管理水準を向上させます。</p>	<p>(※現行の「基本原則3 2. 具体的な取組事項」から移動)</p>
<p>【従業員教育】</p> <p>○ 製造や品質管理に従事する者の能力向上を果たすため、教育訓練や研修を継続的に行います。</p>	<p>(※現行の「基本原則3 2. 具体的な取組事項」から移動)</p>
<p>【監査】</p> <p>○ 経営者及び責任ある担当者が常に法令や社内規則が遵守されているか、施設・設備が適切に維持されているか、品質管理の手順・記録が適切であるかを確認するとともに、各部署の責任者による内部監査を行うなどして、品質管理の徹底を図ります。</p> <p>(※改正後の「基本原則3 2. 具体的な取組事項 【製造】」に移動)</p> <p>(※改正後の「基本原則3 2. 具体的な取組事項 【危害要因分析、HACCP等】」に移動)</p> <p>(※改正後の「基本原則3 2. 具体的な取組事項 【商品開発】」に移動)</p>	<p>(※現行の「基本原則3 2. 具体的な取組事項」から移動)</p> <p>○ ○○社（店）は、関連法令を遵守し、常に工場の清潔を保ち、製造設備・器具の適切な洗浄、点検、消毒を行うとともに製造に従事する者の手洗いを励行し、その服装や健康状態に充分注意を払います。</p> <p>○ 原材料による各種細菌汚染と異物混入の防止に努めるとともに、原材料の賞味期限の点検など安全性を確認して使用し、その受け入れと使用の状況を記録し、保管します。</p> <p>○ 消費・賞味期限の設定に当たっては、理科学的、微生物学的またはマニュアルに従った官能検査により行い、常に合理的かつ統計学的手法を用いて、設定の根拠を明白にします。</p>

改 正 後	現 行
<p>(※改正後の「基本原則3 2. 具体的な取組事項 【品質保証の体制】」に移動)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 経営者及び責任ある担当者が、衛生・品質管理を統括し、製品の品質、包装、表示を確認して、出荷（販売）するとともに、万一不適切な事例が発生した際には出荷（販売）の継続・停止を判断することにより品質管理水準を向上させます。
<p>(※改正後の「基本原則3 2. 具体的な取組事項 【監査】」に移動)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 経営者及び責任ある担当者が常に法令や社内規則が遵守されているか、施設・設備が適切に維持されているか、品質管理の手順・記録が適切であるかを確認するとともに、各部署の責任者による内部監査を行うなどして、品質管理の徹底を図ります。
<p>(※改正後の「基本原則3 2. 具体的な取組事項 【従業員教育】」に移動)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 製造や品質管理に従事する者の能力向上を果たすため、教育訓練や研修を継続的に行います。
<p>【食品防御】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 食品防御は、悪意のある者から消費者やフードチェーンを守るだけでなく、善意の従業員等の関係者を守るものでもあるということを認識して、以下の対策を講じていきます。 <p>ただし、具体的な対策は、それぞれの事業所の状況等によって異なるので、できるところ、対策効果の高いところから取り組むことが望まれます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 仮に何者かが意図的に毒物等の異物混入をしようと思った場合であっても、生産管理の工夫や設備等により混入が実行し難い環境をつくること ② 日頃から社内での信頼関係や良好な人間関係を構築するなどにより、意図的な混入をしようと思わせない職場の風土をつくること <ul style="list-style-type: none"> ○ なお、食品防御の対策によって従業員と管理者との良好な関係を損ねることのないよう、例えば、モニターカメラは、従業員の適正な行動を証明できるものであることなど、取組の目的と効果について従業員と認識を共有しながら行うことが重要です。 <p>(参考)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「『食品防御対策ガイドライン（食品製造工場向け）』（平成25年度改訂版）について」 厚生労働省ホームページ： http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryou/shokuhin/kenkyu/index.html ・「食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会」報告書（平成26年6月27日） 農林水産省ホームページ：http://www.maff.go.jp/j/syouan/seisaku/kiki/kentoukai/index.html 	<p>(新設)</p> <p>(新設)</p> <p>(新設)</p>

改 正 後	現 行
<p>基本原則 4 情報の収集、伝達、開示の実行</p> <p>お客様や取引先などから入手する情報の中には、企業にとって有益な情報があります。また、企業が行う製品の表示や発行する宣伝物は、お客様への必要な情報の発信です。こうしたことへの認識を高め、常日頃から情報の双方向のコミュニケーションを行うことが必要です。</p> <p>特に消費者の苦情や提言などは、企業として<u>の対応を速やかにかつ適切に</u>判断できるよう、経営者や責任ある担当者に報告がなされる<u>ことが重要です。また、</u>その内容を経営や品質改善等に生かすことが出来るよう、必要な体制を構築することが大切です。</p> <p><u>特にソーシャルメディアなどの発達により、情報の伝達や拡散が格段に早くなっています。こうしたメディアには、特定の商品の安全や品質に関する指摘も含め様々な意見が発信されますが、ケースに応じて適切な初動対応を行い、お客様に適切に情報を提供することが求められます。</u></p> <p>1. 取組方針</p> <p>お客様の信頼を確保し、企業（店）の経営理念や製品への理解を深めてもらうため、常に誠実で透明性の高い双方向コミュニケーションを行います。</p> <p>2. 具体的な取組事項</p> <p>【お客様や取引先等への情報提供】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 企業（店）の商品情報やサービス、<u>安全管理に向けた事業活動など、常日頃から</u>お客様が必要とする情報<u>や事業者の取組</u>を正確に分かりやすく提供します。 	<p>基本原則 4 情報の収集、伝達、開示の実行</p> <p>お客様や取引先などから入手する情報の中には、企業（店）にとって有益な情報があります。また、企業（店）が行う製品の表示や発行する宣伝物は、お客様への必要な情報の発信です。こうしたことへの認識を高め、常日頃から情報の双方向のコミュニケーションを行うことが必要です。</p> <p>特にお客様の苦情や提言など<u>経営やリスクに関する情報</u>は、企業として速やかに判断できるよう、経営者や責任ある担当者に報告がなされる<u>とともに、その内容を検討し、</u>経営や品質改善等に生かすことが出来るよう、必要な体制を構築することが大切です。</p> <p>1. 取組方針</p> <p>（同左）</p> <p>2. 具体的な取組事項</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <u>お客様や取引先などの声に誠実に耳を傾け、その意見や苦情を把握し、経営や品質改善に反映させます。また、</u>企業（店）の商品情報やサービス、事業活動など、お客様が必要とする情報を正確で分かりやすく提供します。

改 正 後	現 行
<p><u>なお、食品安全管理の観点から、製造工程への外部の者の立入りについては慎重かつ適切に管理されなければいけませんが、対応が可能であれば、食品が実際に製造される工程を見学してもらう機会を設けて、お客様に理解を深めてもらう取組も大切です。</u></p>	
<p>○ 表示、広報・宣传活动は、関連法令や社会通念を遵守し、誤認や誤解のおそれがない表現を行い、幅広いお客様がその情報を知ることができるように、積極的な情報公開を行います。</p>	<p>(同左)</p>
<p><u>「補足資料1 食品表示を始めとする情報の開示の取組について」(○ページ参照)</u></p>	<p><u>【補足資料】「食品表示を始めとする情報の開示の取組について」(○ページ参照)</u></p>
<p><u>【お客様や取引先等からの情報収集】</u></p> <p>○ <u>お客様や取引先などの声に誠実に耳を傾け、その意見や苦情を把握し、経営や品質改善に反映させます。特に現場（お客様との窓口であるお客様相談窓口や取引先との対応を行う営業担当窓口）での対応については、あらかじめ適切な対応方法を検討し、現場の従業員と認識を共有し、いつでも実行できるようにしておくことが重要です。</u></p> <p>○ <u>お客様の声を生かすために、お客様対応の責任者（経営者及び責任ある担当者）を置き、内容の如何に関わらず、経営者及び責任者に速やかに報告した上で検討し、食品事故の防止や○○○（食品名など）の開発、製造等事業活動の改善に反映させます。</u></p> <div style="border-left: 1px solid black; padding-left: 10px; margin-left: 10px;"> <p><u>食品事故とは、①人の健康を損なうおそれがある事案、②食品衛生法、食品表示法等の法令違反のことをいいます。</u></p> </div> <p>○ <u>犯罪が疑われる事案については、警察に相談するなど適切に対応します。</u></p>	<p><u>(新設)</u></p> <p>(同左)</p> <p><u>(新設)</u></p> <p><u>(新設)</u></p>
<p><u>【お客様や取引先等から収集した情報の管理】</u></p> <p>○ <u>個人情報の取得と管理を適正に行います。特に情報システムからの漏えい等を防止するための適切な対策をとります。</u></p>	<p><u>(新設)</u></p>

改 正 後	現 行
<p><u>【緊急時を想定した教育体制の整備】</u></p> <p>○ <u>食品を提供する企業として最も深刻な問題は、健康被害につながる食品を市場に供給してしまうことです。このため、人の健康を損なうおそれがあるかどうかの判断をするための基本的な知識を習得する体制を整備します。</u></p>	<p>(新設)</p>
<p><u>【収集した情報に基づく判断】</u></p> <p>○ <u>収集した情報から人の健康を損なうおそれがあるかどうかを確認して食品事故に該当するか判断します。</u></p> <p><u>「補足資料2 人の健康を損なうおそれがあるかを判断するための基礎的知識について」(○ページ参照)</u></p>	<p>(新設)</p> <p>(新設)</p>
<p><u>【食品事故対応】</u></p> <p>○ <u>正しい情報をもとにした事実確認を行います。</u></p> <p>○ <u>人の健康を損なうおそれがある場合には、直ちに製品回収の是非や回収範囲の判断・決定を行い、お客様が受ける被害を最小限にとどめます。</u></p> <p>○ <u>所轄の保健所等の行政への対応</u></p> <p><u>事故の発生を確認した時点で、できるだけ速やかにその情報を保健所に届け出ます。また、製品回収を実施すると判断した場合も、その旨を保健所だけでなく、回収実施の報告を求めている自治体を含む関係行政機関にも連絡します。</u></p> <p><u>なお、毒物混入等を把握した場合は、警察にも届け出ます。</u></p> <p>○ <u>関係者に連絡をとり、連携して適切な対応を実施します。</u></p>	<p>(新設)</p> <p>(新設)</p> <p>(新設)</p> <p>(新設)</p>

改 正 後	現 行
<p>○ <u>製品回収の基本的な考え方</u></p> <p>① <u>製品回収は、「健康被害の程度」と「事故拡大の可能性」の視点から判断され、健康被害の程度が大きく、かつ、事故拡大の可能性が大きいほど、広く告知をする回収の必要性が高くなります。</u></p> <p><u>行政機関から回収命令等が出された場合を除き、それぞれの事案に応じて、企業の経営者が自己責任において適切な方法を決定します。</u></p> <p><u>検討の際に必要に応じ、関係行政機関に相談します。</u></p> <p>② <u>回収を検討する必要が生じた場合、どのような方法や範囲を選択するか、健康への影響、食品の販売形態、流通状況等を勘案し、事案ごとに判断します。</u></p> <p>③ <u>委託を受けて製造するプライベートブランド（P B）製品の製品回収要件については、製造者であるメーカーと販売者であるプライベートブランドオーナーで事前に協議し、緊急時に円滑な対応ができるよう体制を整備します。</u></p> <p>④ <u>人の健康を損なうおそれがなく、法令違反でないものについては、基本的に回収の必要はありません。ただし、企業の経営判断で回収を行う場合には、必要以上の製品回収の実施が食品ロスを発生させることを認識し、事案ごとに検討し、対応を決定します。</u></p>	<p>(新設)</p>
<p>○ <u>回収の際の事案の公表の考え方</u></p> <p><u>事案の公表は、健康被害の拡大防止を図るために必要な回収の対象製品を識別する情報等がお客様に提供されるようその方法を決定します。</u></p> <p><u>食品企業として「事故対応マニュアル」の中で提供する情報やその方法を定めておくことが必要です。</u></p>	<p>(新設)</p>

改 正 後	現 行
<p>○ 事案の原因究明、再発防止対策を行う等適切な対応を実施します。</p> <p>○ 報道機関への対応に当たっては、事故の内容や企業の対応を迅速かつ正確に伝えるようにします。</p> <p>「<u>補足資料3 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について</u>」（〇ページ参照）</p> <p>（削除）</p>	<p>（新設）</p> <p>（新設）</p> <p>（新設）</p> <p>○ <u>食品事故対策の対応手順を定め、万一、食品事故が発生した場合には、速やかに事実確認と原因究明、再発防止対策を行うとともに関係機関に報告し、適切な対応を実施します。また、その被害の拡大防止のため、事故の内容・規模・拡大の可能性等から判断し、その内容を公開するなど告知し、回収を行うなど迅速に対応します。</u></p>

改 正 後	現 行
<p>【補足資料】</p> <p><u>～目次～</u></p> <p><u>補足資料1 食品表示を始めとする情報の開示の取組について</u></p> <p><u>補足資料2 人の健康を損なうおそれがあるかを判断するための基礎的知識について</u></p> <p><u>補足資料3 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について</u></p>	<p><u>(新設)</u></p>

改 正 後	現 行
<p><u>(削除)</u></p> <p><u>補足資料1</u> 食品表示を始めとする情報の開示の取組について</p> <p>食品表示を始めとする情報の開示の取組にあたっては、次のような考え方が必要です。</p> <p>(1) 商品に関する正しい情報を、消費者に正確に伝えるために、「偽り」や「隠し事のない」正しい表示を行います。 表示は、消費者との信頼の醸成の第一歩であり、正しく誤解の生じない表示であることを基本にします。</p> <p>(2) 商品に関する情報を伝える手段としては、容器包装への印刷、ホームページへの掲載、新聞や雑誌などへの掲載など多くの媒体があります。 これらの媒体を活用し、消費者への適正な情報の開示に努めます。</p> <p>(3) 表示等による情報の開示に当たっては、<u>食品表示法</u>、牛トレーサビリティ法（牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法）、<u>米トレーサビリティ法（米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律）</u>、景表法（不当景品類及び不当表示防止法）などの関係法令<u>を遵守し、適切</u>に行います。 商品への表示としては、誤解を与えることなく、消費者の必要とする情報を正確に伝えるために、関係者と協力して科学的な根拠に基づく表示の実施に努めます。</p> <p><u>(削除)</u></p> <p>なお、国産牛肉の場合は、個体識別番号の表示も必要です。 ・「<u>食品表示に関するパンフレット・Q&A・ガイドライン等</u>」（消費者庁ホームページ：http://www.caa.go.jp/foods/qa.html#m01）を参照。</p> <p>(4) 新たな商品の開発や容器包装の変更などで、新たに表示を行う場合や表示が変わることには、自社内の十分な検討に加え、仕入先への照会、必要に応じて分析機関への科学的な分析依頼などにより、表示に必要な事項の正確な把握に努めるとともに、さらに、第三者による表示事項の確認を実施するなどにより、誤った表示をしないように努めます。</p> <p>(5) 消費者や取引先からの表示に関する問い合わせに対しては、誠実に対応するとともに、問題が発生した場合には、経営者の率先した取組により、適切な情報開示と速やかな対策を実施します。</p>	<p><u>【補足資料】</u></p> <p>○ 食品表示を始めとする情報の開示の取組について</p> <p>(同左)</p> <p>(1) (同左)</p> <p>(2) (同左)</p> <p>(3) 表示に当たっては、<u>JAS 法(農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律)</u>、牛トレーサビリティ法（牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法）、<u>食品衛生法</u>、景表法（不当景品及び不当表示防止法）などの関係法令<u>に基づき、正確</u>に行います。 商品への表示としては、<u>次の7つの表示事項を基本に</u>、誤解を与えることなく、消費者の必要とする情報を正確に伝えるために、関係者と協力して科学的な根拠に基づく表示の実施に努めます。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-left: 10px;"> <p>① 名称、② 原材料名(食品添加物の表示やアレルギー物質を含む原材料名の表示を含みます。)、③ 内容量、④ 消費期限または賞味期限、⑤ 保存方法、⑥ 製造業者（販売者）、⑦ 原産地（生鮮食品、輸入食品、加工度の低い加工品の原料） 等</p> </div> <p>なお、国産牛肉<u>（生鮮）</u>の場合は、個体識別番号の表示も必要です。</p> <p>(4) (同左)</p> <p>(5) (同左)</p>

改 正 後	現 行
<p><u>補足資料2 人の健康を損なうおそれがあるかを判断するための基礎的知識について</u></p> <p><u>ARfD (Acute Reference Dose : 急性参考用量)</u> <u>人が食品や飲料水を介して、ある特定の化学物質を摂取した場合の急性影響を考慮するための指標です。通常、人が 24 時間またはそれより短期間の経口摂取した場合に健康への悪影響を示さないと推定される体重 1kg 当たりの摂取量のこと（例えば、mg/kg 体重などの単位で表される。）。</u></p> <p>→ これは安全性の初期判断には最も重要な指標です。</p> <p><u>ADI (Acceptable Daily Intake : 一日摂取許容量)</u> <u>ある物質について、人が生涯その物質を毎日摂取し続けたとしても、健康への悪影響がないと推定される 1 日当たりの摂取量のこと。通常、体重 1kg 当たりの摂取量（例えば、mg/kg 体重/日などの単位）で表される。食品添加物や農薬等、食品の生産過程で意図的に使用されるものの安全性指標として用いる。</u></p> <p><u>TDI (Tolerable Daily Intake : 耐容一日摂取量)</u> <u>非意図的に混入する物質について、人が生涯にわたって毎日摂取し続けたとしても、健康への悪影響がないと推定される 1 日当たりの摂取量のこと。通常、体重 1 kg 当たりの摂取量（例えば、mg/kg 体重/日などの単位）で表される。重金属等に関する指標として用いる。また、PTDI、PMTDI と表記されている場合もある。</u></p> <p><u>LD₅₀ (Lethal Dose 50 : 半数致死量)</u> <u>化学物質の急性毒性の指標であり、動物に投与した場合に、統計学的に、ある日数のうちに半数(50%)を死亡させると推定される量のことである。通常、体重 1 kg あたりの投与量（例えば、mg/kg などの単位）で表される。</u></p> <p>※ LD₅₀ は、通常動物実験で得られる指標であり、しかも 50 % の動物が死ぬ値ですので、LD₅₀ を下回ったから安全というわけではありません。食品事故が起きた場合は、まずは、人における安全指標である ARfD や ADI、TDI と比べるべきです。ARfD や ADI、TDI が分からぬ場合は、近くの保健所や専門家に相談してください。</p>	<p><u>(新設)</u></p>

改 正 後	現 行
<p><u>上記以外の用語については、以下のURLに解説がありますので参照して下さい。</u></p> <p>・<u>ビジュアル版「食品の安全性に関する用語集（平成25年7月版）」（PDF版）</u> <u>「食品の安全性に関する用語集（第5版）」</u> <u>食品安全委員会ホームページ：http://www.fsc.go.jp/yougoshu.html</u></p> <p>・<u>「食品関係用語集」</u> <u>厚生労働省ホームページ：</u> <u>http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/glossary.html</u></p>	

改 正 後	現 行
<p><u>補足資料3 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について</u></p> <p><u>これまで社会的大きな問題となった事案の中には、問題となった事案の内容だけではなく、記者会見における適切でない対応が主な原因となり、その企業の社会的信用を失墜させ、事故ではなく「事件」に変えてしまったケースもあります。報道機関への対応に当たっては、以下の点に留意することが必要です。</u></p> <p><u>(1) 一貫性のある説明をするため、広報窓口を責任ある立場の者に一本化</u></p> <p><u>(2) 発生した事故の情報を整理し、正確な情報を公表。その際、専門用語についての解説や想定される質問への準備を行う</u></p> <p><u>(3) 報道発表資料だけでは正確な内容が伝えきれない可能性がある場合には、タイミングを逸せず記者会見を実施</u></p> <p><u>(4) メディアの向こう側に多数の消費者がいることを常に考慮し、消費者視点による真摯な姿勢での対応</u></p> <p><u>(5) ソーシャルメディアで話題になった事案が報道で取り上げられる場合もあるので、出来る範囲でソーシャルメディアにおける自社製品の動向を把握</u></p>	<p><u>(新設)</u></p>