

平成25年度農林水産省補助事業  
「よくわかる食品安全マネジメント研修会」

現場での食品安全マネジメントシステムの  
確立のポイントについて

(株)BMLフード・サイエンス  
営業企画室 矢島秀章

## まずはHACCP

# HACCPは食品安全の最も優れた手法

- ・ 過去の最終製品検査では安全は担保されない
- ・ 原材料、製造過程のリスクを予め分析し
- ・ リスクをコントロールする許容限界を設定し
- ・ 常にモニタリングしながら異常値を出さない
- ・ また、不測の事態に備え、異常時の連絡連携を策定
- ・ 勘と経験が重要な家内製造から  
科学的事実根拠に基づく工業生産のために必要(現代的手法)

食品衛生法

総合衛生管理製造過程

大量調理施設衛生管理マニュアル HACCPの概念に基づき

# HACCPを推進する手段

- ・ 経営トップが本気で取り組み牽引する  
(経営トップのコミットメントが最大の力)
  - 導入と推進展開を全社に向けて知らしめる
  - 資源を投入する
  - 役割に応じた権限を移譲する

## HACCPに取り組む姿勢

- ・ Accountability(任務遂行責任)
- ・ Integrity(モラルが高く、自己矛盾が無い)

# 食品企業は(買い手に)何を求められているのか

## 品質マネジメント

コンプライアンス  
(関連法規に適合)  
業界水準  
取引先水準  
売先国水準  
★消費者の一般常識

行政情報  
業界動向  
消費者行動

**良質な食料品**



美味しいもの、安全なもの  
喜ばれるもの、健康に役立つもの

仕様書  
規格  
安定  
継続

科学的根拠

客観的  
認証

企業を  
理解した  
提案

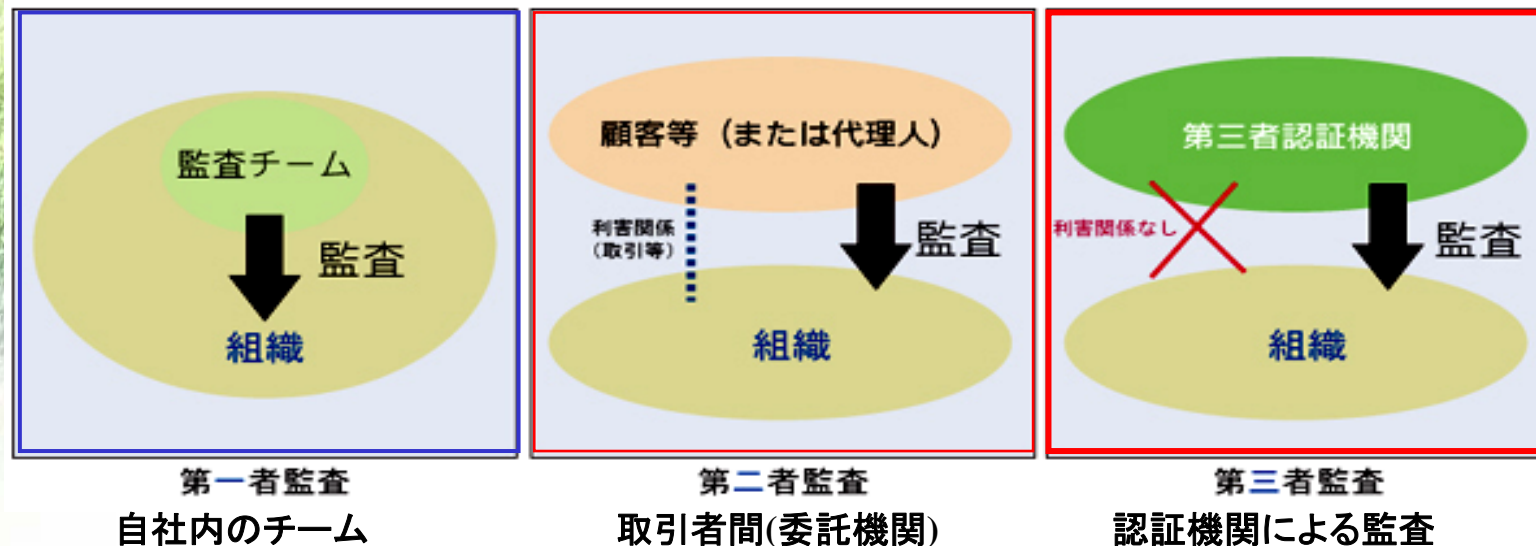
提携先の品質管理

生産体制  
信頼性  
原料調達

品質管理  
品質向上  
改善活動  
リスクコミュニケーション

自らを知るチャンスを逃していませんか

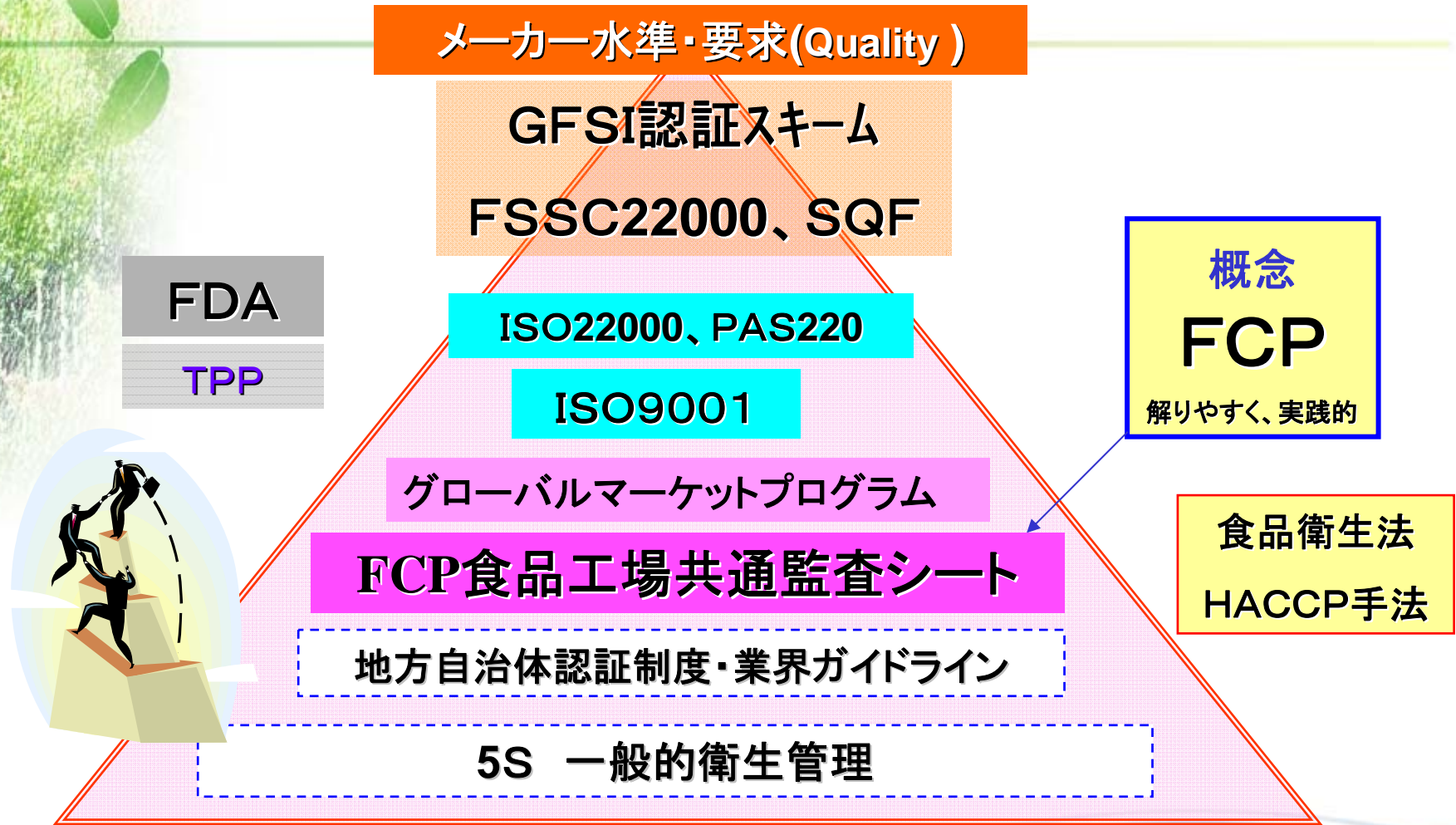
ではその確認方法とは一般的に(監査)



食品業界全体としての流れは第三者監査により方向

根底にあり重要な要点→(客観的でコスト低減に結びつき、教育的監査)

# 食品安全システムとは、いろいろな種類がある



日本の産業にとってグローバル化は避けられない状況がある

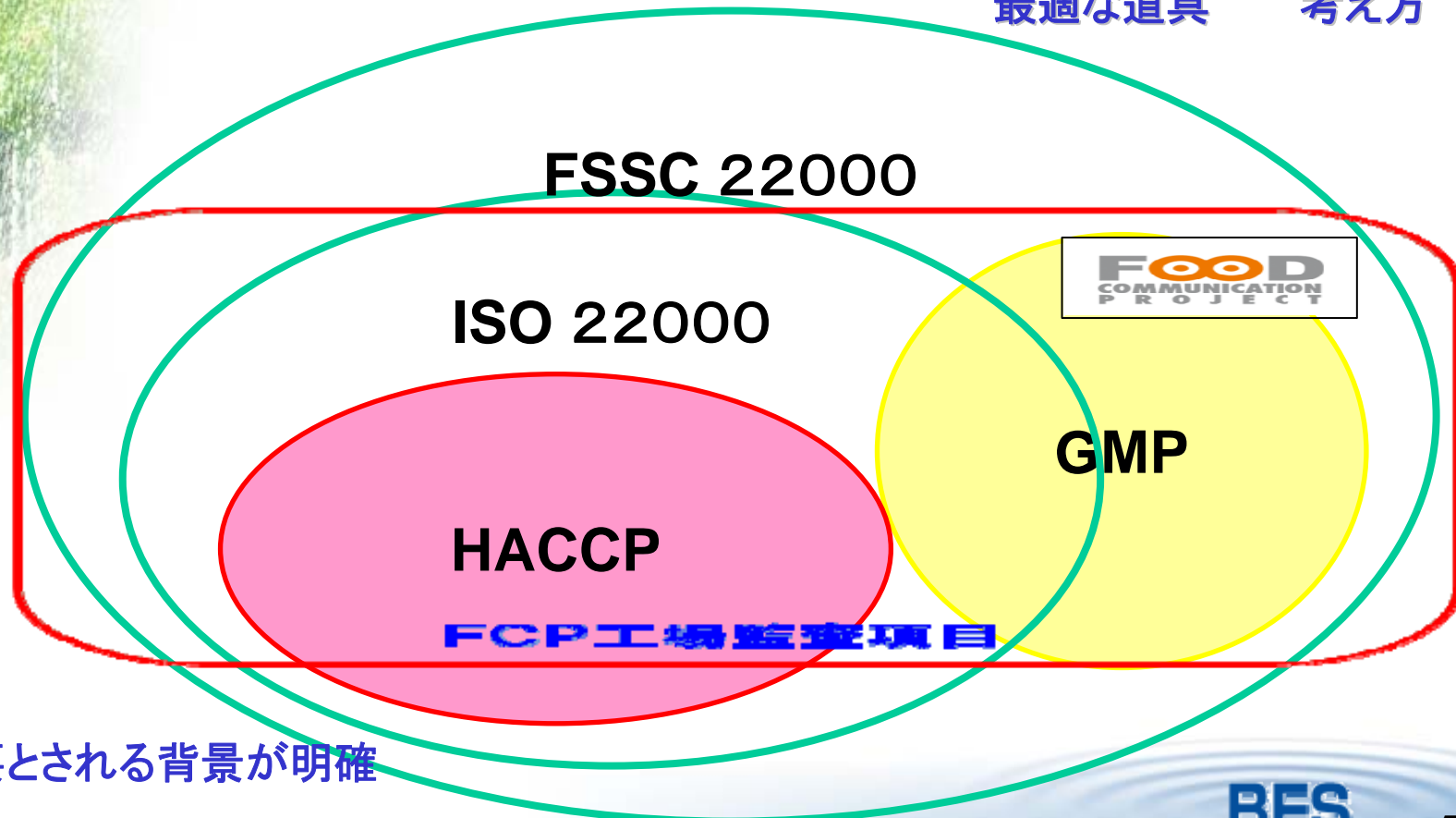


# 様々な食品安全システムが存在している 中心は顧客基点で社内に風通し良いものが一番

日本で開発され解りやすい

足元を見つめなおす

最適な道具 考え方



## フードコミュニケーションプロジェクト(FCP)(2008年始動)

7月31日現在 1,517 の企業/団体がFCPに参加しています。

### 食品事業者のために様々な成果物を生みだしています

- ・食品工場共通監査シート
- ・FCP展示会・商談会シート
- ・FCP企業力アッププログラム

ベース

消費者の基点に立つ考え方が、ベーシック16です。  
食品企業が行うべき項目の整理、あるべき姿の振り返り・確認

消費者の「食」への信頼向上のため  
フード・コミュニケーション・プロジェクト  
FCPを進めています。  
に大変役立ちます。

### FOOD COMMUNICATION PROJECT

FCPは食品事業者の信頼向上の取組を応援します。



## 「ベーシック16」に使ってみましょう



「ベーシック16」は  
自らの業務を振り返り、  
事業者同士、そして消費者との  
信頼を築くためのツールです。

## ベーシック16を使ってみると

- 消費者の「食」に対する信頼向上のために重要な項目を整理できる
- 事業者間で共通の視点を持つことができる
- 消費者に伝えるべきことがわかる

農林水産省作成資料より引用

# 16項目の一覧

## ベースとなる価値観と行動

**1** お客様を基点とする企業姿勢の明確化

**2** コンプライアンスの徹底

### 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整備

**4** 調達における取組

**5** 製造における取組【製造】  
保管・流通における取組【卸売】  
調理・加工における取組【小売】

**6** 販売における取組

### 取引先に関するコミュニケーション

**7** 持続性のある関係のための体制整備

**8** 取引先との公正な取引

**9** 取引先との情報共有、「協働」の取組

### お客様に関するコミュニケーション

**10** お客様とのコミュニケーションのための体制整備

**11** お客様からの情報の収集、管理及び対応

**12** お客様への情報提供

**13** 食育の推進

## 緊急時に関するコミュニケーション

**14** 緊急時を想定した自社体制の整備

**15** 緊急時の自社と取引先との協力体制の整備

**16** 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備

## 食品企業にとって重要なこと

食品事故は売上に大きな打撃を与える

事故報道はこれまで築いた信頼を失墜させる

社内の風通しを良くして健全活動

消費者保護重視の政策



**経営者主導で食品安全に取り組む**

法令や条例、公正なルールや社会規範を遵守する体制の構築

## ベーシック16を体験しましょう

今日は3つの項目を取り扱います

ベースとなる価値観と行動

1. お客様を基点とする企業姿勢の明確化

社内に関するコミュニケーション

4. 調達における取組

お客様に関するコミュニケーション

11. お客様からの情報の収集、対応および管理

○まず**自分**で書いてみましょう！（20分間）

○同じグループの人と**相談**し共通点や気づきをまとめてみましょう！（20分間）

○書いたことを**発表**して皆さんの意見も聞きましょう！（20分間）

# 本日は3項目についてワークします

## ベースとなる価値観と行動

**1** お客様を基点とする企業姿勢の明確化

**2** コンプライアンスの徹底

社内に関するコミュニケーション

取引先に関するコミュニケーション

お客様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  
するための体制整備

**7** 持続性のある関係の  
ための体制整備

**10** お客様とのコミュニケーションの  
ための体制整備

**4** 調達における取組

**8** 取引先との公正な取引

**11** お客様からの情報の  
収集、管理及び対応

**5** 製造における取組【製造】  
保管・流通における取組【卸売】  
調理・加工における取組【小売】

**9** 取引先との情報共有、  
「協働」の取組

**12** お客様への情報提供

**6** 販売における取組

**13** 食育の推進

## 緊急時に関するコミュニケーション

**14** 緊急時を想定した  
自社体制の整備

**15** 緊急時の自社と取引先との  
協力体制の整備

**16** 緊急時のお客様とのコミュニ  
ケーション体制の整備

## 「御社の取組内容」

**個人作業** 皆さんの会社の状況を書いてみましょう！

ベースとなる価値観と行動

**1** お客様を基点とする企業姿勢の明確化

社内に関するコミュニケーション

**4** 調達における取組

お客様に関するコミュニケーション

**11** お客様からの情報の収集、管理及び対応

# テーマの重要性

## 1 お客様を基点とする企業姿勢の明確化

お客さまに安全で適切な食品を提供するとともに、これを安心して楽しんでいただくためには、常に**お客様の視点**に立って活動を展開する企業姿勢が**明確**になっており、**全社員に徹底**されていることが重要だと考えています。

農林水産省FCPページ16より引用

## まとめ方のヒント

### 1 お客様を基点とする企業姿勢の明確化

### 当社例

- ① 経営姿勢の社内外への明示をしていますか？  
(お客様基点に基づいて、安全かつ適切な食品を提供する責任認識)
- ② 経営方針の保持をどのように実行していますか？  
(お客様基点に基づいて、食品事業者の取組みを伝えることを方針としている)
- ③ 社内の情報共有および連携体制は整えられていますか？

①～③について  
箇条書きで、取り組んでいることを記入して下さい！  
ポストイットで1-①、1-②、1-③



## テーマの重要性

### 4 調達における取組

お客様に**安全で適切な食品**を提供するためには、まず、自社の業務過程の入り口として、**安全で適切な原材料や包装資材**(以下「**調達物資**」)と**いいます。**)を**調達することが重要だと**考えています。

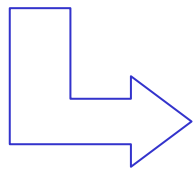
農林水産省FCPページ16より引用

## まとめ方のヒント

### 4 調達における取組

当社例

- ① 調達する物資の調達先を評価・選定していますか？
- ② 調達物資の安全性および適切性？(受入基準、受入時検査など)
- ③ 調達物資の保管および管理・施設は適切に行われていますか、



①～③について  
箇条書きで、取り組んでいることを記入して下さい！  
ポストイットで4-①、4-②、4-③

## テーマの重要性

11

お客様からの情報の  
収集、管理及び対応

お客様に安心して食品を楽しんでいただくとともに、食品事業者への**信頼感を醸成**するためには、お客様からの情報を収集し、その声に**適切に対応**すること、さらには、収集した情報を**適正に管理**することが重要だと考えています。

農林水産省FCPバージョン16より引用

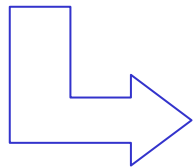
## まとめ方のヒント

11

お客様からの情報の  
収集、管理及び対応

当社例

- ① お客様からの情報を受ける手立ては整備されているか、問い合わせ窓口を明示しているか?g' お客様の声を積極的に収集しているか? 有益な情報を幅広く収集しているか?
- ② お客様からの情報を収集することに努めていますか?  
(管理、分類、分析し関係者で共有、伝達)
- ③ お客様に対して正確な情報が返せるか、クレームに適切に対応しているか、お客様の声をサービスにつなげているか



①～③について  
箇条書きで、取り組んでいることを記入して下さい!  
ポストイットで11-①、11-②、11-③

# グループ討議

- ・各自の会社の取組みを報告して  
特に話題となった内容や貴重な意見、気づきをまとめてください。
- ・ポストイット(付箋紙)をグルーピングして類似内容をまとめると  
便利です。
- ・発表形式スタイル  
**発表者を決めてください。**  
ワーキングの雰囲気も含めてお願いいたします  
発表時間は、時間内としてこちらで決めさせていただきます。