

## 第4章 個別事業者の取組

本調査では他の食品関連事業者に対して、今後の食品安全、食品防御の取組の参考にしてもらうため、アンケート調査によって収集できない具体的取組や意見・意識について、食品関連事業者30社へのヒアリング調査を実施した。

以下では、重要項目ごとに全体的な傾向を述べるとともに、特徴的な個別企業での取組について、対象事業者の承諾を得た上で掲載した。

### (1) 最近の食品関連の事故・事件に対する意見

食品関連の事故・事件に関して、多くの事業者が感じているのは、日本経済の低迷による企業の利益確保の優先や低価格競争の激化によるコストの削減などから、本来重視すべき食品の安全・安心がなおざりにされ、不当表示、食品偽装などが多発している、ということである。また、マスコミの過熱報道、消費者の知識不足による過剰反応、食料自給率の低下に由来する輸入に頼らざるを得ない食料事情などを指摘するものも多かった。多かった意見を列挙すると以下の通り。

- ・「日本経済の低迷がいちばん大きい。利益が出にくい経済状況になっているため、手早く利益を上げたいという思いが事件を起こした企業にあるのではないか。」
- ・「安全、安心が食品の当然の基本であるが、それを推進すれば設備や人件費の面でコストがかかり、価格が高くなってしまう。そうなれば売れないという状況に陥ってしまっていると思う。」
- ・「消費者は安全・安心を確保するにはコストがかかるものだと認識しなければならない。」
- ・「背景を突き詰めると、生産原価や再生産価格という目安・基準が無いということに突き当たる。消費者は農産物の“適正な価格”という意識が薄い。」
- ・「国産品を集めれば買ってやるというようなバイイングパワーが偽装に繋がったように思う。」
- ・「健康被害等へのリスクの度合いに関係なくマスコミ報道が過熱している。農産物により基準が異なる。また廃棄も問題になっている。」
- ・「産地詐称が安心を揺るがすのはわかるが、安全を揺るがすというのはどうか。マスメディアには食品安全に関する事故と刑事事件を分けてほしい。」
- ・「日本の消費者は食品の見た目を重視する傾向が強い。だから強い薬剤を使ってしまうりすることもあると思う。」
- ・「食料の自給率が低下している。自分の目の届かないところで作られたものを原料としなければならないということがある。」
- ・「中国への反応は過剰な面もある。中国の企業でも立派な工場、衛生や安全設備は日本以上の工場もあることを知ってほしい。」

### (2) 食品の衛生管理および安全確保のための社内体制

#### <全体的な傾向>

事業者における食品の衛生管理および安全確保のための社内体制についてみると、専任部門を設置する場合としない場合がある。これは事業規模や事業環境、消費者や取引先との関係、一部には行政指導による判断もあり、組織体制に違いがみられた。しかし、業種による違いは少なく、全体として「品質保証」、「品質管理」、「衛生管理」などの専任の部門を設け、その組織は事業本部とは独立して

上位または同等に位置づけられているケースが多い。専任部門を設置しない場合は、社長や生産部門・管理部門の取締役などを最高責任者とし、その下に現場の責任者を配置して各部門を指揮・監督・管理する体制がとられている。また、専任部門の有無に関わらず、品質保証などの定例会議や委員会などで食品衛生や食品安全に関する事項を検討するところもみられた。

検査の体制などをみていくと、自社の検査部門・検査機関での自主検査や第三者検査機関による検査・審査、またはその両方を受けており、具体的には薬剤残留農薬、微生物検査などの品質検査や衛生検査を中心に温度管理などを実施している。そのほか、第一次産業（農業・畜産・酪農・漁業）では、生育環境の維持・管理や飼料の管理などに加え、製品としての管理を行っており、出荷前段階でのサンプル検査を行っているところもあった。第二次産業（製造業）では、原料のサンプル検査や、農地などの現地調査、工場監査、最終製品のサンプル検査などもあり、製造工場内と品質保証部のダブルチェック体制をとるところもある。また、原材料規格書を取り、生産管理基準に基づいた検査なども行われている。第三次産業（卸・小売・飲食業）では、第二次産業のような検査などに加え、製造委託先の工場監査、店舗の売場チェック（鮮度、期限など）、不具合のあった製品のデータベース化などが挙げられる。

#### < 具体的取組 >

総合商社の兼松株式会社では、2006年10月、トレーサビリティを導入するにあたり食品安全管理室を営業部門の中に設置した。しかし、2007年の食肉偽装事件後、出荷停止のできる強い権限のある組織を持つようにとの行政指導もあり、それまで営業部門内の組織で活動していた食品安全管理室を、2008年10月に営業部門から独立して役員直轄の組織とした。これにより、営業部門の損益問題に左右されづらい判断や指導が可能となった。食品安全管理室は全社的立場でコンプライアンスを重視した判断で動くことを求められており、人数は現在、専任が1人、兼任が1人と少ないが、専任者は国内外の工場監査を年に数十回実施し、兼任者は常時工場巡回指導・農地指導を行っている。また、営業部門には最低年1回の工場あるいは農地訪問を義務化し、自主検査は第三者検査機関に依頼して安全性を高めているという。

牛乳・乳製品の製造販売を行う日本ミルクコミュニティ株式会社では、本社に品質保証部品質管理課、品質監査課と各地域事業部に本社の品質保証部の出先機関である品質保証課を配置している。品質保証課への指示は本社の品質保証部長から直接出され、各地域では独立した組織として動くこととなっている。本社の品質保証部は品質保証に関する企画調整、指導・支援、サンプル検査などを担当し、各地域の品質保証課では、品質指導、品質活動チェック、工場でのトラブルについて生産担当と一緒に原因などを調査し本社に情報を報告するなどが業務となっているという。

きこの類を中心に生産販売などを行う株式会社雪国まいたけの社内体制をみると、環境マネジメントシステム（ISO14001）、品質マネジメントシステム（ISO9001）、食品安全マネジメントシステム（ISO22000）の各管理責任者が社長直下におり、その下に生産本部、営業本部、管理本部の3本部がある。各本部にはその下の部署を統轄管理するシステム統轄推進者がおり、各マネジメントシステムの管理責任者を補佐し、所轄する部署の管理、指導にあたっている。同社では食品の安全確保のため、食品安全管理責任者が、全社的な問題点の検討や対策の立案を行い、それをシステム統轄推進者を通じその下の部署に展開させている。特に生産部署では、ISO22000に基づいて「食品安全チーム」を編成しており、食品安全管理責任者、システム統轄推進者からの指示や指導に従い、自部署の生産工程の食品安全に関わるリスクを抽出、分析し、管理しながら、継続的改善に努めている。

総合小売業のチェーンストアを展開するイズミヤ株式会社では、自社開発商品の表示については品

質管理部担当による各種法令上のチェックに加え、併設の3名の消費者生活アドバイザー（契約社員）から成るパブリック担当がお客様の視点で分かりにくい表現や紛らわしい表現がないかをチェックし、より分かりやすい表示となるよう心掛けている（例えば、「大きなバターロール」と表示する場合、何を大きいとするのかなど、誤認しないようにチェック）。また、店内加工商品の表示に関しては、関連会社に各商品の原料の仕様書を集め、専門の表示作成者が表示作成システムを用いて作成・管理し、正しい表示の記載に努めているということだ。

### （3） 食品安全管理システムの導入の実態

#### ①各事業者におけるシステム導入の実態

##### <全体的な傾向>

各業界ではそれぞれの産業の属性、特徴に応じた形でシステムを導入し、食品の安全管理に努めている。食品の安全管理システムとして多く導入されていたのが「HACCP」であり、なかには食品安全マネジメントシステムの「ISO22000」を導入する事業者もあった。また、第一次産業では「GAP」と呼ばれる一次産業特有のシステムで対応しているところが多かった。

安全管理システムの導入の契機としては「事業理念」や「海外輸出対応」、「取引先からの要望」、という事業環境によるものや、「食の安全・安心についての社会的関心の高まり」という経営的な判断によるものがあり、HACCPを取得する製造業者によると「業界的にも取得が常識」という意見もみられた。そのほか「仕入れ先（メーカー）に第三者認証取得の義務を設けているため、自社もそれに準じたレベルの管理をする」という意見もあった。

導入時の苦労としては「書類作成など色々な作業負担が増える」、「組織体制の構築や社員の意識改革」、「マニュアル作りの難航などから導入までに時間を要する」などが多かった。HACCPでは「自分の失敗や自分の持場に不都合なことは隠したいからか危害を洗い出す作業を皆が嫌がり、整理に手間取った」、「普段文章を書く機会が少ない現場の人がマニュアルなどの文章化する作業も困難の1つ」、「HACCP認定の食品工場をデザインするノウハウを持ったゼネコンが地元にはいない」、「工場はゾーニングが定められ、一つの空間で何でもできた従来型のものに比べ効率が悪くなった」などの指摘もあった。ISO22000では「パートタイマーなど末端までの教育」、「ISOの用語や考え方が難しく、誰にでもわかるものではない」などが挙げられる。

しかし、上記のような困難もあれば当然プラスの効果もある。その内容として「顧客開拓や取引先の信用の増大」、「対外的なイメージの向上」、「社内の意識改革」という意見が多かったが、そのほかにも「知識の向上による事故の減少」、「文書管理の上達や説明責任を果たす上で良くなった」という声もあった。HACCPでは「帳票類のつけ方が厳密になった」、「原材料それぞれの特性に則した合理的な分析・管理ができ、体系的に衛生管理ができるようになった」などがあり、思いがけない効果や様々な波及効果が全体としてみられた。

##### <具体的取組>

倉庫業での導入は余り例のないISO22000を導入した鈴江コーポレーション株式会社では、2000年の食中毒事件以来、顧客であるメーカーサイドでも衛生管理の基準が厳しくなり、取引する倉庫にも求められるということが背景にあったという。担当者によると「以前は常温保管でよかったものも、念のために低温保管にしてくださいというように厳しくなり、倉庫側も担当者を決めてメーカーの指

導を受けながら、厳密にやるようになってきた。」と話している。ISO22000 の導入について（2008年6月にお台場流通センターと大黒埠頭倉庫営業所で認証）、同社ではISO9001を取得していたという基礎もあり、比較的導入しやすいという環境にあったという。さらに、取扱い商品の約8割が食品であるため食品偽装などが社会問題となっている昨今の情勢を踏まえ、導入すれば社としての信頼にも繋がるということ、また、毒物混入事件など一連の事件を受け「これから倉庫業でも必ず導入が求められる。求められるからでは遅い」と機動的な判断から導入を決定した。ISO22000の導入によって、朝礼での「貨物を大事に扱いなさい」という教育訓練との相乗効果もあってか、社員の意識が大きく変化し、これまで以上に倉庫内が清潔になり、整理・整頓されるようになった。また波及効果として、協力会社においても積極的掃除に協力してくれるようになったという。

給食などの製造加工販売を行う株式会社フードサービストークでは、2002年にHACCP高度化基準認定工場<sup>1</sup>を建設した。しかしながら、工場というハードはできたが“昔ながらのやり方”は払拭できず、この認識を変える必要があるとみて、2005年から3年間にわたり外部コンサルタントの指導を含めた取組を行った。その結果、2007年に2工場(本社工場、松島工場・ライスセンター)同時にISO22000認証取得に至っている。担当者によると、認証取得にあたっては、社内で「HACCPで問題ないのに何でやるのか、という社員の抵抗が大きかった。ISOの専門用語や考え方はむずかしく、誰にでもわかるものではない。そこでパートの主婦にもわかる自分たちの業務に則した用語集（フードチェーンとは、HACCPとは、ISO22000とは、食品安全ハザードとは、などを具体的に現場にあわせた内容でわかりやすく説明）を作った。また、実際には査察があるため記録等の整理などが大変な手間がかかる」と導入時の工夫や課題を指摘している。「HACCPとISOという2つの食品安全管理システムを導入することにより業務改善や意識向上が図られている。HACCPでは、食品の安全をどのように確保するかを工場のレイアウト、工場内での動きや処理の仕方で社員みんなが身をもって学んだ。また、ISO22000のマネジメントシステムを取り入れて、様々な作業をマニュアル化、ルール化し、作業の『ムリ・ムダ・ムラ』が減り、ISO22000を取得することを決めてからは、5S（整理・整頓・清掃・清潔・躰）や一般的衛生管理を徹底的に行った。このことで、会社の中が目に見えて綺麗になった。」とその効果を高く評価している。

農業を法人化し、生鮮野菜の販売などを行う農事組合法人と郷園では、1998年にトレーサビリティ・システム（捕縄・栽培履歴管理、統一農薬基準の設定・遵守等への取組）を導入し、その後、2004年に日本での認証の第1号となるユーレップギャップ（EUREPGAP：欧州小売業組合適正農業規範）を取得した。このユーレップギャップは2000年にEUの農産物の安全性と環境保全型農業を目指すために開発された認証制度で、その対象について原産国にまで遡ることで、国際的にも通用する制度であり、EUへの輸出にはこの認証が必須である。但し、日本の農家では取得が困難なところもあるため、同社では日本型のGAP策定を目指し、日本GAP協会の設立にも参画した。「生産管理について国際的にも認められることで、日本の農業のイメージも格も違ってくる」と担当者はいう。

業務用食品を中心に製造販売を行う亜細亜食品株式会社では、食品製造について「作り高制」を導入している。これは、生産性の向上と個人に責任をもたせるためのもので、例えば、ギョーザなど点心を1日にいくつ作ったかを個人別に全て記録する。具体的には、○月○日の□時～□時に誰が何を何個作ったということが全て記録され、個々人に責任を持たせるとともに生産性の向上に繋げている。製造した製品は、品質責任を担う管理職（部長など）が検査して合格したものだけのネットの生産性

---

<sup>1</sup> HACCP手法支援法（食品の製造過程の管理の高度化に関する臨時措置法）により認定された工場。この法律では、食品の安全性の確保と品質管理の高度化に資するHACCP手法の導入を推進するため、必要となる施設整備に対する長期低利融資等の措置が講じられた。

で報酬を計算しており、この制度は設立当時から採用し、効果があるため現在も継続しているという。このような業務制度の中で、2008年9月に運営する中華料理店「飛雁閣」では、SQF2000<sup>2</sup>の認証を取得したことにより、(もともと「作り高制」で個人に責任を持たせていたが)その考えや狙いを、より明確にさせることが出来たのだという。

コーヒーストアの経営などを行うスターバックスコーヒージャパン株式会社では、牛乳、デザート、サンドウィッチなどの様々なベンダー(製造委託先)と情報共有・情報交換を図るため、年に1回、「品質保証会議」を実施している。「品質保証会議」ではどのような事故がどのように起こり、どのような管理が必要だという事故例をベンダーと共有し、理解を得ることで全体のレベルアップを図っている。また、情報や危機感を共有することで、比較的スムーズに改善作業が実行できるとのことだ。担当者は「例えば、一昨年、賞味期限等のラベル管理の徹底に取り組んだが、チェック体制が十分に機能していないことに問題があり、この場合は、当社から管理手法を提示し、ベンダーの判断でその手法を直接導入いただき、また直接導入いただかないまでもその手法と同等レベルの管理手法を導入していただいた。このような改善が効を奏して、改善の効果が表れている。」というように間接的な措置だけでなく、直接同業他社を含めた中で討議することの重要性を指摘した。また、同社では商品の不具合をデータベース化しており、過去5年間では毎年発生件数は減っているという。「これは、ベンダーの努力とパートナーやお客様からのクレームをすべて調査案件とし、例え同じ案件であっても原因究明と改善を繰り返し行うことにより、ベンダーの問題意識が向上していることも要因の一つに挙げられる。」と担当者は話した。

## ②トレーサビリティへの取組

### <全体的な傾向>

フードチェーン全体での協力が必要とされる「トレーサビリティ」においても、実施している事業者は多くみられた。なかには、管理の難しい青果物でバーコードによる管理を行っている事業者もあり、トレーサビリティへの取組が本格化している。また、運輸業でも、運行情報を記録する「デジタコ」と呼ばれるデジタル式運行記録計を導入しているところがみられ、配送中の温度管理の記録やいつ誰がどこに配送したという記録が残り、入出荷の伝票記録と併せ、商品の移動を追跡・遡及することができる。トレーサビリティにおいては「生産履歴の把握」、「万が一のときに回収すべき商品の範囲を素早く特定」などから導入がされたケースが多く、導入時には書類作成などの手間に加え、「原料を生産する農家の理解・説得」などが苦労した点として挙げられている。また、運輸業のデジタコでは「ドライバー等の追跡がされてゆっくり食事もできないなどの批判や不満、疑問、それを理解させることが大変」という意見もみられた。効果としては「生産記録、原料記録がわかるので、お客様への回答も早くなり原因対策が打ちやすくなった」などの意見も多く、運輸業では、「運送会社がこんなことできるの！」と顧客から評価されたという事業者もあった。このようにトレーサビリティは食品安全確保のための取組としてのみでなく、迅速な顧客対応など、事業の効率化を図る上でも有効な取組として成果を上げているケースも多くみられた。

### <具体的取組>

食品の製造販売を行う石井食品株式会社では、2000年4月に取り扱う全商品に対して品質保証番号

<sup>2</sup> SQF2000 (Safe Quality Food 2000) は HACCP と ISO9000 の概念を持ち合わせ、食品の安全性と品質を確保するための国際規格である。

と二次元データコードを組合わせた「品質保証番号制」というトレーサビリティを導入している。この制度は「商品の1袋1袋に番号がつき、その製造の履歴がわかり、主要原料だけでなく、塩・砂糖等まで履歴がわかる仕組み」であり、単にトレースが可能だけでなく、調理のための材料配合ミスなどを防止する仕組みも含まれているという。担当者は「製造履歴情報の管理が楽になったことや、中国での食品の問題が色々取り沙汰された時に取引先であるお客様から“これだけされているのでお宅は大丈夫だろう”と信頼がゆるがなかった」と話した。

株式会社雪国まいたけでは、平成9年から農薬、重金属、衛生検査を行う専門部署を設置し、検査を行ってきたが、昨今の相次ぐ食品関連の事件・事故など食の安全をめぐる問題を受け、平成20年2月より、『雪国まいたけ安全システム』として、製品パッケージにQRコードをつけ、携帯電話専用サイトやホームページで製品の検査結果（農薬検査、重金属検査）を毎日公開している。このシステムの導入にあたっては、専任の研究スタッフによって構築・運用しており、「安心・安全」が消費者に直接見える形で提供できるようになった。また、担当者は「このシステムで検査結果を公開することにより、お客様だけでなくお取引先様にも安心して取引いただいております、この取組を始めて、様々なお取引先様からの問い合わせや視察・見学が増えている。」とその波及効果について話した。

#### （４） 取扱い食品の原材料や添加物、安全性の把握について

##### <全体的な傾向>

取り扱っている食品の安全性の把握については前述の検査やトレーサビリティなどで可能な限り対応はしているが、市場経由のものや加工食品などを中心に全ての取扱い食品での把握については難色を示す事業者が多かった。例えば漁業で使用する飼料で、安全証明書、成分分析表などを入手しているところがあったが、「メーカーから入手する安全証明書や成分分析表が偽装表示であったとしても、われわれには分かりようがない。」との指摘もあった。第二次産業では、「原料規格書によってほぼ全て把握している」、「基本的にはメーカーの保証書を信用するしかない」、「国内の業者から仕入れる場合は、自社の開発工場からほど細かい情報を得られないが、それを信用している」、「抜き取り調査では、所詮限界がある。サンプル調査以外はやりようがない」、「すべては把握できない。入ってくる度に検査ができない。量とコストの問題」というように基本的に可能な範囲での把握はしているが、今以上のことはできないという意味合いのものが多かった。また、「直接農家からではなく、きちんと管理しているJAなどを通じて仕入れている」というような第三者機関に頼り切っているものもあった。第三次産業の事業者では、一次製品の業態別の仕入れ構造や特性により全食品の原材料、添加物や安全性の把握には違いがあり、仕入先の規模や考え方からトレースが出来ないという実情もある。例えば、「農家は農協に販売を委託し、農協は市場に販売を委託するので、製造者責任の意識が発生しにくい」、「輸入品の仕入れより前段階はトレースできない」、「想定外もあり、ドリフト<sup>3</sup>してしまい、農薬は未使用なのに残留農薬が検出されることもある」、「農薬レベルのチェックは出来ないし、そこまでの指導もできない」などという問題が個々にある。また、「取引する零細企業に自社の原材料規格書での管理をお願いしてもコストと能力の問題から対応出来ないのが現状」、「産地メーカー、加工工場、加工・流通段階でのノウハウをなかなか教えてもらえないのが現状で、企業秘密といわれてしまう」などのような取引先の対応から把握できないというものもあるようだ。

以上のような状況から脱し、安全性を把握するためには、「生産から販売される店頭までを一元的に

<sup>3</sup> 風などで隣の畑などから農薬が飛散する二次被害。

管理できる体制の構築」というフードチェーンに係る事業者の生産履歴の公開、トレース出来る仕組みの構築を望む声が多かった。そのほか、「生産者との直接契約」、「信頼できる取引先を厳選」などが挙げられるほか、「生産者・製造者の情報を開示するといった顔が見える取組を着実に増やす」、「海外は一括管理ができる所と取引する」などの意見もあった。また、大手加工食品メーカーではトップや取締役が海外の工場に赴いて直接話す機会を設けていた。現地の経営者を集め、品質管理や日本の食品関連事情などについて説明するとともに、外部の講師による講義やパネルディスカッションなどを行い、海外拠点に対してもハードだけでなく、ソフト面からの改革を試みているということだ。

#### <具体的取組>

農事組合法人と郷園では原材料、添加物や安全性については生産農家が正直に申告するため、全て問題なく把握できているという。構成員である生産農家は、顧客と特定の栽培条件（特別栽培など）に基づき契約栽培したとしても、様々な影響（天候や害虫発生・予防など）から農薬を使用せざるを得なくなることがある。そうした場合に和郷園では、農薬使用であっても国の定める基準内であれば受け入れ可能な顧客（外食産業など）を責任もって紹介することができる仕組みをとっており、状況を考慮した供給先の紹介により生産農家は安心して栽培することができる。「農薬について、種類、回数などを決めて契約していたものが実際は違ってしまったも、最終的な供給先があるので虚偽の申告が無くなる。このように無理のない生産体制を組むことが大切である」と担当者は話している。

豆腐を中心に製造販売を行う羽二重豆腐株式会社では、農家に対して「世の中の要望や我々の食の安全・安心に関する取組を理解してもらおう。」ことを大切にしている。羽二重豆腐では野菜などを直接農家から購入するのではなく JA などを通じて仕入れを行っている。これらの仕入れについては、以前は全て書面管理で済ませていたが、今は少しでも直接に会うことや間接的(仕入先の JA 経由および加工業者)であってもコミュニケーションをとることが重要であると考えている。「生産農家に食品の安全性、消費者の要望などの世の中の関心事や、生産履歴、使用農薬、安全な食品を提供したいことなど、我々の関心事を投げかけることで、原材料・食材を生産する中で何が重要で、必要なことは何かを知ってもらい、理解・協力してもらおう。そしてそれを理解した上で実行してもらおう。」と担当者は語る。そうした働きかけを現在も様々なルートで実践しているが、ポジティブリストなどの管理やその担保としての補助管理書類、また、生産委託する場合の商品カルテの見直しを6ヶ月から1年毎に行うがスムーズに進まないことも少なくない。さらに取引先担当者の異動や部門統廃合・変更などで担当者が代わると、考え方や取引形態、産地証明書類の提出など理解してもらおうのに時間が掛かるなどから完全には行うことができないのが現状であるという。

### (5) 食品の安全性確保のための社内の教育、研修、訓練の実態

#### <全体的な傾向>

安全確保に向けた教育・研修は各社が試行錯誤しながら改良を加え、独自に様々な取組を実施している様子が見えられた。そのなかでも「衛生管理」、「品質管理」、「食品安全管理システム」、「食品表示」などをテーマとした勉強会・研修会・会議やOJTなどを利用し、食品安全担当者を中心に従事者への知識の普及、知識の共有を図っているところが多くみられた。教育・研修には年間のプログラムが策定されている場合とされていない場合があり、策定されていない場合でも定期的な研修会などを実施しているところが多かった。また、外部の専門家を招いての講演会・研修会を実施するところも数社で見られ、外部視察などを組んで知識・ノウハウの共有・向上を図っているところも

あった。製造業では教育・研修の年間プログラム・スケジュールを作っている程度、体系的に行う事業者が比較的多い。一方で、運輸業では「運行の安全」を中心にプログラムを策定しているものが多く、食品安全に関する教育はまだ少ないという現状もあった。

教育・研修は明確に効果が出るものではなく、具体的な効果は少ないが、「知識の向上」を基本として、「社員意識が格段に違ってくる」といった意識の変革を回答した事業者が多かった。一方で、一部の事業者では研修後に簡単なテストやアンケートを実施し、形式だけでなく実際の効果を測る工夫もみられ、結果をフィードバックしているところもみられた。

#### <具体的取組>

加工食品の製造販売などを行うニチレイグループでは、株式会社ニチレイが主体となって構築したイントラネット「eラーニング」上で食品安全に関するテストを実施している。ニチレイが問題を作成し、年に3、4回の更新をする。1回20問程度、回答には15～30分くらいを要するもので、受講は強制ではないが、グループ社員を対象に実施している。内容としては、「賞味期限は、製造者が科学的・合理的に根拠があれば、任意の期間を設定できるか?」、「食中毒が起こった場合、医者は保健所に連絡しなければいけないか?」などの問いに対し択一式で回答するもので、各事業会社別に結果の平均点を出している。業務時間内でも自由に実施が可能で、100点を取るまで何度もチャレンジする者もいるという。従業員への話題提供にもなり、疑問があると作成元に尋ねたりすることもあるため、全体の知識レベルのアップに繋がっていくものと考えられている。

スターバックスコーヒージャパン株式会社では、2009年3月にモックリコールという擬似回収の訓練を実施した。モックリコールの事例として、『サンドウィッチベンダーに協力いただき、ある店舗でパン生地の中に金属片が発見された』という事故を想定し、ベンダーに該当ロットの原材料の賞味期限、在庫数量、使用数量、使用期日、在庫数量などの調査を実施し、また、原材料メーカーにも同様の調査を依頼した。その他にも、金属探知機の稼働状況、製造記録等の情報も収集した。「当社の中での商品のトレース環境は、比較的明らかなので、商品の追跡調査が正確に出来る。また、モックリコールを実施してベンダーの原材料のトレース管理は確実に行われていることが再確認できた。ベンダーでは、事前連絡無しに実施したことによる戸惑いもあったようだが、ベンダー社内での問題がいろいろ見えて良かったと評価してもらった。それにより、保管資料の整理、緊急連絡網の整備などの問題点が明らかになり改善も行われている。」と担当者は効果を感じている。今後も定期的に行いたいと考えているということだ。

地域密着型スーパーマーケットのチェーンを展開しているマルチグループで、ISO22000の認定を受けた株式会社マルチ商事の惣菜工場では、全部署を対象にした「教育訓練年間計画書」（「食品衛生」、「クレームや添加物」などがテーマ。そのなかで事象、表示、問題点などについて教育。）を品質管理課が作成している。教育訓練の実施はチームごとで、担当講師は各チームリーダー・担当者・外部などが行う。教育や研修後、テスト結果に基づいて、全従業員別にマトリックス型（従業員\*評価事項の表、機器の取り扱いや人に教えられるなどレベルがある）の力量一覧表を作成し、個人の力量を各部門で確認し、指導・教育に役立っている。全部で10種類の教育・研修を実施しており、主なものは、1) 全従業員対象、年3回、講習後模擬テストを行う衛生講習会、2) 全従業員対象、年3回、実施記録を行う衛生管理マニュアル講習会、3) グループリーダー対象、月1回、食品安全チームが衛生チェックを行うモニタリングコースなどがある。この教育の効果としては、各員の意識向上により、問題意識が芽生え、工程内でのクレームの未然防止が可能となり、生産性が向上したという。また、今後の課題として教育者の質の向上や人員などの教育体制の充実が必要だということだ。



株式会社フードサービストークでは、社員への教育研修以外にもパートタイマーへの研修を実施している。2～3ヶ月に1回程度実施し、コンサルタントの先生との会議には交替で出席してもらうことで、「専門用語、衛生管理、ISO22000、HACCP」などの研修を通じて、基本的な知識の習得を図っている。

## (6) 食品防御(フードディフェンス)について

### <全体的な傾向>

ヒアリングの中では食品防御という観点から食品の安全を見た場合、完全に防御する事は不可能とする事業者が多く、外部からだけでなく、内部にも可能性がないとはいえないとの回答も多数を占めた。具体的には「外部でも内部でも悪いことをしようとする人間が出る可能性はあると思う」、「悪意を持って狙われたら防ぎようが無いこともある、万全と言うことはありえないとも思う」などであるが、なかには「どこで起きてもおかしくないという反面、自分たちの会社は疑いたくないという気持ちもある」というように割り切れない気持ちもあるようだ。また、コストの問題から対応できないという意見もいくつかみられ、一次産品を扱う事業者では、「購入時に商品を手にとって判断するため、そこでの犯罪の可能性を考えると対応は非常に厳しい」という業種特有の意見などもあった。さらに、従事者との関係において「各段階のフードディフェンスは必要だが、性悪説に立つことと、信頼関係のバランスは相反するものではない」という性悪説＝従事者を疑うことではないとした事業者もいた。さらに、「性悪説に立つ必要はなく、性善説で良いと考えている」、「信頼している、信頼しないと成り立たない」と可能性は認めつつも割り切って考えるしかないとする意見もあった。

食品防御の具体的な対応策としては、内外に向けた「監視カメラ」、「入出場時のチェック」、「施錠管理」、「コミュニケーションによる信頼関係の構築」などが挙げられ、“セキュリティ”と“コミュニケーション”との2面から対応することが重要との認識を示す事業者が多い。そのほか、「薬品庫の使用履歴の記載」なども重要な管理の一つとなる。また、食品防御を前提に工場を建設した社もあり、静脈認証システムや工場の洗浄水槽に赤外線センサーを設置するなど、食品防御のための最新の設備が導入されている。パートタイマーなどの間では、「最新鋭のセキュリティシステムを駆使した新設の工場で働くことができるという一種のステータスであったり、話の種になったりする」といったプラスに捉える声が多くあったことから、厳しいセキュリティや監視が必ずしも労使間における障害とならないという例もあった。

また、「意図的混入」など緊急時の対応として、「緊急事態対応処置手順書」のようなマニュアル等を整備している事業者は多いが、その形態、内容は事業者の体制などで違いがある。具体的にはISO22000の規定に則った対応策や行動基準、連絡体制、原因究明と対策部署のアクション、危機レベルの設定と対応、危機管理委員会などの組織設置、行政への報告内容、回収の訓練や判断などがあり、ほかにも危機対策本部の設置や社内イントラでの関連部署への連絡体系の共有なども挙げられる。

### <具体的取組>

株式会社ニチレイフーズによると、工場におけるフードディフェンスとして、冷凍インゲンへのジクロロボス混入の事件をきっかけに国内でも取組を強化し、工場への監視カメラの増設やICタグでの入出場の管理、不要なものを持ち込まないなど、意識の部分で従事者へ周知・徹底を図った。カメラなどの導入にあたっては、「冷凍インゲンのような被害を受けないためにも、こういった管理が必要であり、問題が発生した際に工場内での管理状態を確認する為に必要な設備であると皆が理解してお

り、同じ方向を向いていることから信頼関係とのバランスにおいて問題はない。」と担当者は話している。また、フードディフェンスに対応するため、FDAや様々な文献からの情報を基にガイドラインを策定中であり、組織マネジメントや従業員、部外者、施設、生産・運営のそれぞれの管理などについて盛り込まれるということだ。

かまぼこの製造販売を中心に事業を展開する株式会社鈴廣蒲鉾本店では、タイに技術供与を行った協力工場があり、オリジナルの専用すり身を製造委託している。海外では最大の取引国である同国は国内の取引先よりさらに管理が行き届いているという。工場の敷地は壁で囲まれていて、入り口は1箇所のみ。そこは24時間カメラで監視され、入場する車の車体番号、目的、時間などが記録される。建物へ入場する際にもチェックがあり、さらに、工場内の主だった工程の部屋への入室時のサインとカメラでの監視、また、そのサインを確認するための特別な人間が常駐している。このように徹底した管理を行うことにより、内部の意図的な混入を防止しているのだという。担当者によると、「そこまで行えば不審な行為はできない。外側を覆うとか、建物に入る時にチェックするのは、外国では昔から普通に行われている。ただ、LANカメラで24時間監視するとか、特定の工程の入室時にサインを求められるのは、中国の餃子事件のあとに強化された。タイからの輸入品を多く使っているので、一番先にそこを厳重にすることを会社としては求めた。海外では企業が性悪説に立って対策を取ること、日本よりも早くからできている。上乘せで新たな管理を要求するかどうかは、その工場などのある国や場所による。」と日本と海外との安全管理体制の差異を指摘している。

株式会社雪国まいたけでは、ISO22000とISO9001の各マニュアルを統合しそれぞれ補完した「品質・食品安全統合マニュアル」を整備している。その中に盛り込まれている「製品回収フロー」について、例えば、万一、外部で健康被害などが発生したケースでは、トップを含めた「製品回収会議」が設置され、関係部署が収集、分析した当該製品の情報（どこへどれだけの量を出荷したか、社内の在庫数はどれくらいか、など）をそこに集約し、回収するか否かを決定、実施（当該製品の回収と社内在庫の隔離）する流れになっている。このマニュアルは各部署に1冊保管され、全体の流れと役割、部署の動きなどが明示されている。

亜細亜食品株式会社（中華料理店「飛雁閣」を運営）では、“愛社精神はゼロでも良い”と考えており、働いていれば当然会社に不満を持つということは常に想定しているのだという。「もちろん何か問題がある時は社長自ら従業員と直接話をするなどの努力はするが、飲食店にとって従業員が恨みを持つ、仕返ししようと思ってしまうことが一番怖い。会社は一つの事件で信用はすぐ失う。従って、従業員をそのような気持ちにさせないようにすると同時に、意図的な混入など万が一を想定した備えもある。ひとつの手段として、トイレにまでカメラを設置し「何かの時の証拠」、「従業員の監視」に役立つようにしてある。」と日常からの個々人の管理と行動の監視が重要であると話した。

## （7） 欧米の食品追跡・遡及のための制度の国内導入に対する意見

アメリカや欧州で導入されているような食品の追跡・遡及のための制度が我が国で義務化された場合、どのように考えるかという質問に対しては、トレーサビリティの導入などにより既に対応済とするところが多く、賛成意見が多数であった。

- ・「既にこれ以上のことを実施しているし、このレベルまでは最低限やるべき」
- ・「一つ一つの品番、ロットがあった方が取り扱いやすい」
- ・「アメリカなどが行っている制度であるならば、当然、日本も行わないとビジネスが成り立っていかないと思う」

- ・「これなら小規模のところでも、さほどの負荷がなくできる」
- ・「適正なコストを消費者が負担することが理解されるのであるならば」
- ・「国の制度であれば従う。消費者にとっても良いことである。但し、コストを含めてメリハリをつけなければできない」

これに対して、制度の国内導入に反対意見は以下のものが挙げられる。

- ・「生鮮青果物はバーコードのような個別識別番号がついていない商品であり、この前提がかわらない限り、記録、データ化が難しい」
- ・「市場の性格上、色々な方が買いに来るので、その都度、記録をしなければならないので難しい。八百屋レベルまでシステム化に対応しなければならないというのは難しいのではないか」
- ・「(小売の) 店舗ごとにはわからない」
- ・「偽装されたものなどを見分ける手段としての導入であれば、記録の義務化が直接、偽装の抑止につながるのか。効果は薄いと思う。」

この制度が国内導入となった場合の障害として挙げられるのは、大半がコストなどの経済面、記録の手間などの事務的な面での懸念であった。それ以外の意見には以下のようなものがある。

- ・「個人生産者については、ものを作るのは上手でもこういったことへの対応は苦手という方も多いと思うので、生産者連合のようなもので対応すれば、補えるのではないかと思う」
- ・「自動販売機から商品を購入された場合、商品を配送したのがいつで、担当は誰だったのかと言う履歴を残そうとすると、特約店や流通を含めた対応をしなければならない」
- ・「製造フローは単純ではなく在庫や半製品、仕掛品など行ったり来たりがあるため、完璧を求められると大手でもむずかしく、中小では大変だと思う」