

**外食産業の
信頼性向上のための自主行動計画**

平成 20 年6月
社団法人日本フードサービス協会

目次

はじめに

外食産業界の現状と信頼性向上自主行動計画の目的

1. 外食事業者の5つの基本原則
2. JF の役割
3. 信頼性向上のための各企業の取り組み

マニュアル作成手順とチェックリスト

- (1) 企業の行動規範
- (2) 企業の内部通報体制
- (3) 衛生管理・品質管理
- (4) 食品に関する表示(情報開示)
- (5) 食品事故対応(危機管理)
- (6) 広報対応

<参考>

食品表示等に関する問い合わせ先一覧

はじめに

外食産業界の現状と信頼性向上自主行動計画の目的

昨今の食を巡る不祥事は消費者の信頼を大きく裏切りました。食品業界では老舗食品メーカーや食肉製造事業者等による偽装表示、あるいは食品流通業者のブランド偽装など、特に昨年は事件が多発しました。また、我が業界でも賞味期限の改竄（かいざん）、産地や食材の虚偽表示等が問題になりました。さらには海外からの輸入産品についても、中国産餃子の食中毒事件等が発生し、食の安全と安心が大きく揺らいでいます。

日本の外食産業はいまや国民の食の4割以上を担っており、その社会的役割は非常に大きなものがあります。業界を代表する団体として、日本フードサービス協会は昨年来、外食産業の社会的責任を果たすべく努力してまいりました。とくに会員企業を対象にした各種セミナーの開催はもとより、協会広報誌「ジェフマンスリー」やホームページ等の広報媒体を活用し、会員企業のコンプライアンス体制の構築を支援してまいりました。

しかし、外食産業が消費者の信頼を取り戻し、さらに高めていくためには、今一度「お客様あつてのビジネス」という原点に立ち返ることが肝要です。そこで協会は、本年4月に発表された農林水産省ガイドライン「『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～」に沿って、外食事業者に求められている取り組みを会員各社が実施しやすいように、その手引きとして、ここに「外食産業信頼性向上のための自主行動計画」を策定しました。

この手引きが会員各社の諸課題の整理に役立ち、リスクマネジメントとコンプライアンスの構築など信頼性向上のための取り組みにいささかでも寄与できれば幸いです。

2008年6月

社団法人日本フードサービス協会

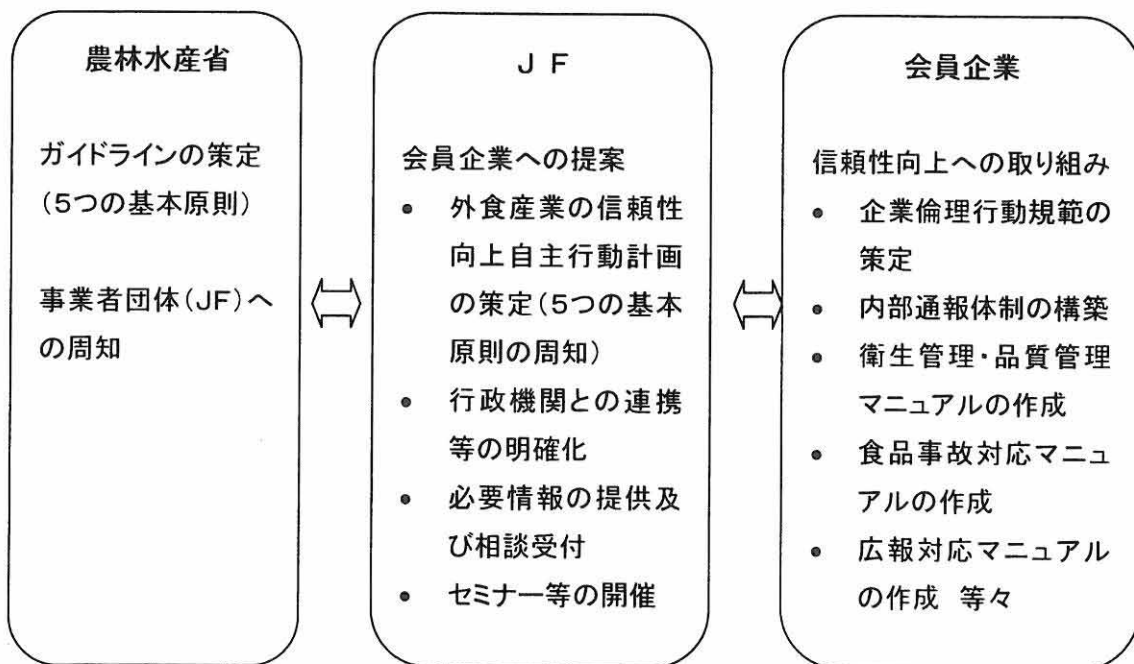
会長 田 沼 千 秋

1. 外食事業者の5つの基本原則

食の外部化比率（食品・食料支出に占める外食費の割合）が40%を超える現在にいたってはとくに、外食産業は食の提供者としてその安全・安心を確保することが最重要課題であり、社会的責任であります。そのために、当協会およびその会員は過去幾度となく学習を重ねてきました。しかし、2006年4月から始まった「公益通報者保護法」の施行もあってか、内部告発の数が増え、食の不祥事を巡るニュースはいまだに後を絶ちません。また食材流通のグローバル化により、食の安全・安心の問題は国内問題であると同時に国際問題ともなっています。

こうした状況下で消費者の信頼を取り戻すには、外食事業者が自らの行動を自主的に律して、そのことを社会に知らせていかなければなりません。そのために、農林水産省はJFをはじめ食品産業諸団体に「信頼性向上自主行動計画」の策定を求め、それを基にして各事業者（会員）に各種マニュアルの作成や見直しを求めています。

食の信頼を回復し向上させていくためには、農林水産省、協会（JF）、および会員社が互いに連携して確実に行動しなければならないでしょう。三者の役割はそれぞれおのずと異なりますが、農水省は各事業者が以下に述べる5つの基本原則を踏まえて、自主的な取り組みを行うことを促しています。言うまでもなく、多くの会員社はすでに企業行動規範や各種管理マニュアルを作成し、信頼性確保のための取り組みを実施していますが、この基本5原則に照らしてもう一度見直しを図っていただけたらと思います。また、こうした行動規範や管理マニュアルを未だ作成していない会員社は、この5原則に沿って作成し実行していただきたいと思います。



基本原則 1: 消費者基点の明確化

お客様を基点として（お客様の視点に立って）、安全で信頼されるフードサービスを提供することを基本方針とする。

外食企業が成長し存続していくためには、先ず何よりも、おいしくて「安全な」メニューを提供し、お客様から「安心だ」と信頼されることが必須です。信頼は日々の努力の積み重ねがないと得られませんが、いったん消費者の信頼を失ってしまうと、企業の成長・存続は一瞬にして危うくなります。お客様（消費者）の信頼を得るためには、常にお客様（消費者）の視点に立って、メニュー開発から原材料の調達、調理、サービス（提供）に至るまでの全工程を検証し、お客様に安心感を与えることが大切です。

この消費者基点の原則を社内に浸透させるためには次のような取り組みが望まれます。

- お客様を基点とした経営を行い、お客様に対して信頼されるフードサービスを提供することを明確にする。
- 産地から食卓まで続くフードチェーン（食品の一連の流れ）の一翼を担っているという自覚を持ち、役員および従業員が一丸となって行動する。
- お客様が安心して外食できるように、お客様が必要とする各種情報を提供する。
- お客様に安全で信頼されるフードサービスを提供するために、メニューの企画から調理、提供に至る全てのプロセスにおいて、安全と品質を確保する必要があることを社内に浸透させる。
- ここに述べられた5つの基本原則に基づいて、社内の取り組みの点検・検証を行い、必要に応じて改め、レベルアップを図る。

基本原則 2: コンプライアンス意識の確立

社会環境の変化に適切に対応し、法令や条例、公正なルールや社会規範を遵守し、社会倫理に沿った企業活動を進める。

コンプライアンスとは、法令遵守のみならず、社会環境の変化に適切に対応することを言います。コンプライアンスは企業が事業活動を行っていくうえでの大前提です。法令を逸脱したり、社会環境の変化に対応できないと、企業は社会的に存在することができません。現代の社会では、法令を遵守し、企業を取り巻く社会環境の変化を的確に把握し、お客様や取引先などに対して社会的責任を果たしていくことが求められています。そのためには、しっかりとした組織体制を構築し、コンプライアンスへの取り組みを強化する必要があります。

このコンプライアンス意識の原則を社内に浸透させるためには次のような取り組みが望まれます。

- 法令遵守を含め、社会環境の変化に的確に対応していくために、コンプライアンス（法令遵守および社会倫理に適合した行動）に関する方針（企業行動規範）を策定する。
- 全ての役員・従業員（パート・アルバイトを含む）やフランチャイジーが、上記コンプライアンスに関する方針に従い行動できるように、経営者および責任のある立場の者が先頭に立って組織体制を整備する。
- 経営者および責任ある担当者は、コンプライアンスの周知徹底が自らの役割であることを認識し、あらゆる機会をとらえて強い意思を内外に表明していくことにより、関係者への理解促進を図る。
- コンプライアンスの担当者（企業規模等により専任または兼任）を設置し、その担当者を中心にコンプライアンスの徹底を社内に浸透させ、必要に応じて教育訓練や研修を行う。
- コンプライアンスに関する方針等、自らが策定したルールを遵守する。
- 企業内でコンプライアンスの徹底が図られているかどうかを検証し、改善すべき点があれば改善するために、可能な限り定期的な内部監査および外部監査（第三者による監査）を実施する。
- 常日頃から従業員が意見を表明しやすい環境づくりに努め、内部通報体制を整備して、その周知徹底を図る。

基本原則 3: 適切な衛生管理・品質管理の実施と確認

人の生命と健康の維持ならびに楽しみに大きく関わる仕事に携わっているという自覚を持ち、安全で信頼されるフードサービスを提供するために、適切な衛生管理・品質管理を行う。

不衛生な施設での調理やメニューの提供は、食中毒の発生や異物混入の原因になり、お客様の期待にそぐわないばかりか健康を阻害してしまうかもしれません。適切な衛生管理・品質管理を怠ると、ひいては企業の信用を無くすことにつながります。安全で信頼できるフードサービスをお客様に提供し、顧客を持ち続けるには、厨房や店舗等の環境を衛生的に整え、メニューの開発段階から調理、提供に至るまでの全過程において、経験や勘に頼るだけでなく、科学的な根拠に基づいた衛生管理・品質管理を行うことが必要です。また、食材のグローバル化が進んでいる現在、原材料の国産、外国産を問わず、この原則をきちんと適用することが求められています。

この衛生・品質管理の原則を社内に浸透させるためには次のような取り組みが望まれます。

- メニューを開発する際には、お客様の健康を第一に考え、提供方法がそのメニューに合っているかどうか等を確認する。
- 加工品も含めて原材料の取引先は事前調査を行い、信用できるところを選ぶ。原材料を受け入れて使用する際には、安全性をチェックし、適切な記録や保管を行う。原材料の取引先からは規格書、検査書、証明書等を受け取り、食品衛生法等の関係法令ならびに自社の規格に沿っているかどうかを、検査や書類で確認する。
- 調理に関しては、作業手順書の策定や品質基準の設定を行い、それに沿って調理する。また、調理設備の適切な洗浄・殺菌および点検を行うとともに、作業従事者の服装や健康に十分な注意を払う。
- 冷蔵庫の温度等、設備の稼働状況が確認できるように、必要な記録を確実にを行い、設備が適切に稼働しているかの確認を行う。
- メニュー表示が適切かどうかのチェック、また、調理方法が衛生上問題ない状態であるかの検査を行い、問題が明らかになった場合にはメニューを提供しない。また、メニューを提供する場合には、盛りつけ等の提供方法の確認もしっかり行う。キッチンを常に清潔に保ち、また、食器や調理器具などの整理・整頓・清掃をしっかりと行う。

- 食事（飲食品）の提供に際しては、メニュー等の表示が適切かをチェックし、調理方法が衛生・品質上問題ないかを検査し、問題が明らかになった場合には提供しない。また、提供時には盛りつけ等の提供方法の確認もしっかりと行う。
- 厨房（キッチン）は常に清潔に保ち、食器や調理器具等の整理・整頓・清掃をきちんと行う。
- 食品の安全を脅かすような危害要因が混入しないように、以下の取り組みを行う。
 - ◆ 生物学的危害要因（微生物の増殖など）：微生物の基礎的な知識を学び、食品を衛生的に取り扱う。
 - ◆ 化学的危険要因（現材料に含まれる農薬、カビ毒等の天然毒素、および重金属、洗浄剤、殺虫剤等）：有害化学物質の使用方法を定め、使用や保管の際の取り扱いに十分な注意を払う。
 - ◆ 物理的危険要因（金属やガラス等の異物）：異物が混入していないか、原材料や調理工程を点検する。
- 以上の取り組みを実行するためのルールやマニュアル等を作成し、それが着実に実施されるように教育訓練・研修等を実施する。例えば、HACCP（危害分析重要管理点）方式等の手法を導入する。
- ルールやマニュアル等が守られていない、形骸化しているなどの問題が発生した場合には、それを放置せず、きちんと見直しを行い、状況を改善する。

基本原則 4：適切な衛生管理・品質管理のための体制整備

お客様に安全で信頼されるフードサービスを提供するために、適切な衛生管理・品質管理を行う体制を整備し、それが形骸化しないよう改善を図っていく。

お客様に安全で信頼されるフードサービスを提供するためには、各工程上で食の安全を脅かす恐れのある問題を特定し、その問題解決に必要な管理基準を設定し、施設やキッチン等を整備し、適切な管理マニュアルを作成することが必要です。そのためには食品衛生法等の関係法令を正確に理解し、適切な衛生・品質管理体制を構築し、それを適切に運用できる人材を育成・確保しなければなりません。また、可能な限り定期的な内部監査や外部監査（第三者による監査）を実施して、法令やマニュアル、基準等が守られているかどうか、原材料、調理工程、施設、キッチン等が適切に管理され、体制がうまく機能しているかどうかを検証する必要があります。さらに、これらの仕組みを維持するとともに、発見された諸課題をメニューの企画や調理段階等にフィードバックさせる体制も構築する必要があります。食材のグローバル化が進んでいる現在、原材料の国産、外国産を問わず、この原則をきちんと適用することが求められています。

この体制整備の原則を社内に浸透させるためには次のような取り組みが望まれます。

- 加工品を含めた原材料の納入、保管、調理、提供等のプロセスごとに、衛生上の問題や異物混入等の危険性がないかどうかを調査、分析、評価し、必要な対応をとる。
- メニューを開発する際には、科学的・合理的な根拠に基づいて原材料の賞味期限（使用期限）を設定するなど、フードサービスについての安全性を確認する手法を整備する。
- 衛生・品質を全般的に統括し、出荷の継続・停止を判断できる能力と権限を有する独立した品質保証部門（担当者）を設置し、品質管理水準の向上を目指す。
- 教育訓練や研修により、セントラルキッチンや調理等の業務に携わる従業員の能力を向上させる。
- 法令や社内基準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・記録が適切か等を確認するため、可能な限り自社の品質管理部門、セントラルキッチンおよび厨房への内部監査や外部監査（第三者による監査）を実施する。

- 加工品を含めた原材料の細菌検査、調理工程拭き取り検査等を実施するなど、調理方法や衛生管理が適切に行われているかを検証するための手段を、可能な限り品質保証部門の強化などにより整備する。
- 加工品を含めた原材料の生産・加工・調達等の情報管理の体制を整備する。すなわち、原材料の由来や履歴、製造工程における管理データ、食品の検査データ、仕入・売上伝票、商品に添付する表示ラベル等を管理するシステムおよびクロスチェック（照合確認）する仕組みを整備する。
- 経営者は、適切な衛生管理・品質管理の体制の整備、検証、継続的な改善について、責任をもって必要なマネジメントを行うことを、適切な方法で社内に宣言する。

基本原則 5: 情報の収集・伝達・開示等への取り組み

消費者の信頼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う。そのために必要な情報の収集・管理を行う。

企業はお客様や取引先等から有益な情報を得ることがあります。一方、メニュー表示やホームページ、掲示板等により、企業はお客様に必要な情報を発信しています。こうした情報のやりとりの重要性を認識し、常日頃から双方向のコミュニケーションを行うことが大切です。とくに、お客様の苦情や提言など経営やリスクに関する情報には、企業は速やかに判断して対応する必要があります。そのために、こうした情報は経営者や責任ある担当者に速やかに報告され、その内容が検討され、経営や品質改善に生かされるように、企業は適切な体制を構築する必要があります。

このような情報の原則を社内に浸透させるためには次のような取り組みが望まれます。

- お客様や取引先などの声に誠実に耳を傾け、その意見や不満を把握し、的確なコミュニケーションを行っていく。また、食材・メニュー情報やサービス、企業活動など、お客様が必要とする情報を正確でわかりやすく提供する。なお、食材の原産地については、『外食における原産地表示ガイドライン』に基づき表示するよう努める。
- 表示および広報・宣伝活動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用い、幅広いお客様がその情報を知ることができるように、さまざまな媒体を活用し、積極的な情報公開を行う。
- お客様対応窓口を設け、お客様の声をプラス、マイナスの内容に関わらず、経営者等の社内関係者にタイムリーに伝え、食品の事故防止やメニューの企画、調理プロセス等の改善に反映させる。
- 万一、食品事故が発生した場合には、必要に応じ利害関係者、行政等と連絡をとり、事実確認と原因究明、再発防止対策を行う等の適切な対応をとる。また、被害の拡大防止のために、お客様の健康と安全・安心を確保する観点から、事故の内容、規模、拡大の可能性等をお客様やマスコミに告知し、当該商品を回収するなど、迅速に必要な措置をとる。そうした措置が迅速かつ適切に行われるように、平時より、事故対応マニュアルを整備するほか、必要な基準や体制を整備しておく。

2. JF の役割

協会（JF）は、業界全体が食品の安全や品質を確保し消費者から信頼され続けるようになるために、次のように会員社への情報の提供・発信、会員社からの相談への対応、行政機関との連携等を行ってまいります。

基本 5 原則の浸透

会員企業に上述の「外食事業者の 5 つの基本原則」が浸透するように周知徹底の努力をします。また、この 5 原則に基づいて信頼の確保・向上を図るためにはどのような取り組みを行うべきかについて、会員企業から相談があれば適切に対応します。例えば、食品表示、提供メニューの表示等に関する相談、食品事故が発生した場合の対応のアドバイスなどです。

原産地表示自主ガイドラインの実施

会員企業が外食の原産地表示に関する自主ガイドライン「外食の原産地表示」をよりよく理解し積極的に実施できるように、会員企業を対象に、専門家によるセミナー、講習会等を開催します。また、会員社が適正な表示を実施できるように、適宜情報を提供してまいります。さらに必要に応じて自主ガイドラインの見直しも検討します。

コンプライアンス体制の構築の徹底

会員各社にはコンプライアンス体制の構築が必須であることを継続して訴え、その周知徹底を図るために、会員企業を対象にセミナー、講習会等を開催します。

社会への情報開示

消費者やマスコミ等に対しては、例えば JF のホームページ、JF マンスリー、新聞・雑誌、店頭ポスター・ステッカー等の POP、冊子など各種媒体を通じて、業界としての取り組みを公表し、食品やフードサービスに関する適切な情報を提供してまいります。

行政機関との緊密な連携

以上のような業界としての信頼性向上に向けた取り組みの中で、明らかになった諸課題については、農林水産省等の行政機関と緊密に連絡をとり、情報を共有し、連携を図りながら、業界の問題解決に向けて取り組んでまいります。

3. 信頼性向上のための各企業の取り組み マニュアル作成手順とチェックリスト

以上に述べた5つの基本原則を踏まえて、会員各社には次のような自主的取り組みが望まれています。

- (1) 企業行動規範の策定もしくは見直し
- (2) 内部通報体制の構築もしくは見直し
- (3) 衛生管理・品質管理マニュアルの作成もしくは見直し
- (4) 「外食の原産地表示」自主ガイドラインに基づく情報の開示
- (5) 食品事故対応（危機管理）マニュアルの作成もしくは見直し
- (6) 外食産業の広報対応マニュアル

そこで、協会は上記各項目に関する各社の現在の取り組み状況をチェックするための一助として、取り組みの手順（ステップ）とその進捗状況をチェックするリストを以下のように作成しました。

(1) 企業の行動規範(コンプライアンスに関する方針)

策定の手順とチェックリスト

企業の行動規範は以下の手順で策定し、適宜点検することをお勧めします。

ステップ1 企業理念・経営理念を明確にし、文書化する			
項目	未着手	取組中	完了
①企業が何を目指して事業活動をしているのかを明確にし、文書化している(企業のミッション)。			
②お客様を基点とした経営を行い、お客様に対して信頼されるフードサービスの提供を表明している。			
③産地から食卓までの食品の一連の流れ(フードチェーン)の一翼を担っているという自覚のもとに、全社一丸となって責任ある行動をとることを表明している。			
④お客様に安心して外食していただくために、お客様が必要とする情報を提供する(用意している)ことを表明している。			
⑤メニューの企画から食材の調達、調理、提供に至るまでの全工程で、安全と品質を確保し維持するために努力することを表明している。			
⑥10年後、20年後にどのような会社になりたいのかを明確にし、文書化している(将来のビジョン)。			

ステップ2 コンプライアンス方針を宣言する			
項目	未着手	取組中	完了
①ステップ1の企業理念をベースに、企業行動規範、各種の運営管理マニュアルを策定している。			
②上記の規範やマニュアルと基に、コンプライアンスを貫くという方針を経営者が全ての役員・従業員に伝えている。			
③経営者および責任ある担当者は、あらゆる機会を捉えて、企業が目指す姿やコンプライアンス方針を貫くという強い意志を外部に表明している。			

ステップ3 コンプライアンス担当者を置く			
項目	未着手	取組中	完了
①全ての役員・従業員（パート・アルバイトを含む）並びにフランチャイジーが、このコンプライアンスに関する方針に従って行動できるように、経営者及び責任ある立場の者が先頭に立って組織体制を整備している。			
②コンプライアンスに関する担当者（専任または兼任）を置いている。			

ステップ4 リスクを把握し、具体的対応策を文書化する			
項目	未着手	取組中	完了
①社内の各職種の代表者（若手と中堅を含む）を集め、各職務が内包するリスクを洗い出している。			
②洗い出された各職務のリスクの重要性、波及度等について話し合いを重ねている。			
③各リスクに対し会社として具体的対応策を決定している。			
④決定した各リスクへの対応策(5W1H)を文書化している。			

ステップ5 企業行動規範を制定する			
項目	未着手	取組中	完了
①ステップ1、2、4の取り組み（文書化された企業理念、明確になったコンプライアンス方針、把握されたリスク、および決定されたその具体的対応策）について、役員および従業員全員が当事者意識を持ち、役員会および各職場で議論を重ねている。			
②上記の議論を踏まえて企業行動規範を完成させている。			

ステップ6 企業行動規範を社内に浸透させる			
項目	未着手	取組中	完了
①ステップ5で作成した行動規範を社内（役員・従業員）及びフランチャイジーに浸透させるために、組織体制・連絡体制を整備している。			
②コンプライアンス担当者（専任または兼任）を中心に、コンプライアンスの徹底を社内に浸透させている。			

③従業員が意見を表明しやすい環境を作るために、内部通報体制を構築している。			
④内部通報体制を社内の隅々まで周知徹底させている。			

ステップ7 企業行動規範を周知徹底させるために教育研修を実施する			
項目	未着手	取組中	完了
①コンプライアンス担当者は、コンプライアンスに関して従業員同士がコミュニケーションをとれる場（研修やセミナー等）を計画的に設定し、必要な教育訓練を実施している。			
②経営者および責任ある担当者は、こうした研修等をしっかりと支援している。			

ステップ8 コンプライアンスの徹底を検証する			
項目	未着手	取組中	完了
①コンプライアンスに関する方針等、企業自らが策定したルールは遵守している。			
②上記ルールの遵守に関して定期的な内部監査を実施している。			
③同様に定期的な外部監査（第三者の監査）を実施している。			

(2) 企業の内部通報体制 構築の手順とチェックリスト

企業の行動規範を全社に浸透させるためには内部通報体制の確立が不可欠です。内部通報体制の構築は以下の手順で行い、適宜点検することをお勧めします。

ステップ1 相談窓口を開設する			
項目	未着手	取組中	完了
①コンプライアンス担当者（または経営者、責任ある担当者）は自らが担当者となって相談窓口を開設している。			
②公益通報者保護法に基づき、相談者には、その匿名性を確保すること（名前・相談内容等を秘密にすること）、また、不利益な扱いをしないことを明確に示している。			

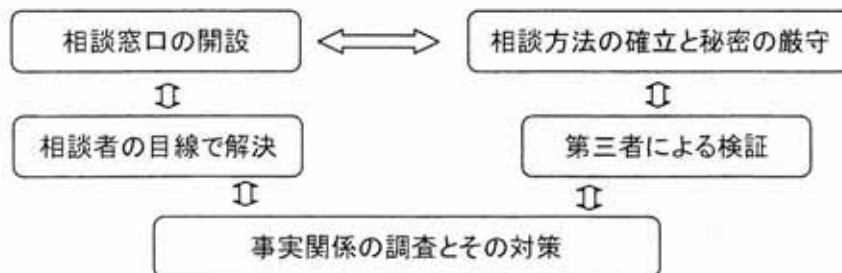
③従業員の目から見て利用しにくい窓口にならないよう、開かれた風通しの良い窓口を作るよう努めている。			
---	--	--	--

ステップ2 相談方法を確立する			
項目	未着手	取組中	完了
①相談窓口には、電話（フリーダイヤル）、ファクス、電子メール、手紙、目安箱等、複数の受付手段を用意している。			
②相談内容が直属の上司に筒抜けにならないように配慮している。			
③社内窓口のほかに、弁護士事務所や専門会社などの外部窓口も設置している。			

ステップ3 通報者の相談に応じる			
項目	未着手	取組中	完了
①通報を受けた場合、まず担当者が通報者本人（相談者）から直接話を聞き、相談者の目線で問題を考えるようにしている。			
②事実に関する調査、認定、評価を行う前に、通報者（相談者）の話を聞かなかったことにしたり、我慢を強いたり、黙らせるように圧力をかけたりなどはしない。			

公益通報者保護法とは・・・企業や組織の内部で公益にかかわる違法行為や不正行為がなされているときに、内部にいる人がその企業や組織のトップ、あるいは行政、マスコミ、消費者団体などの外部へ通報することを公益通報と呼んでいます。これまで、公益通報を行った人に対する保護は十分ではなく、解雇や配置転換などの不利益処分を受けることも少なくありませんでした。そこで、公益のために通報を行ったことで、労働者が不利益な取扱いを受けることのないよう保護することが必要とされ、2004年に公益通報者保護法が制定され、2006年4月1日から施行されています。

内部通報体制 フローチャート



(3) 衛生管理・品質管理

マニュアルの作成手順とチェックリスト

衛生管理・品質管理の基本は、「食べる人（お客様）の身になってメニュー（飲食品）を提供するには、どうすればよいか」という意識を持つことだと思います（お客様基点の原則）。すなわち、「提供する商品の品質を維持し食品事故を未然に防ぐことによって消費者に安全を保障するためにはどうすればよいか」を考えることです。

まず、経営者はもとより現場の従業員に至るまでのすべての関係者が、衛生管理・品質管理の重要性を認識し、組織全体が計画的にそれを実践しなければなりません。企業の業種・業態によって、取り扱う商品や事業規模、施設・工場、工程などは自ずと異なるため、具体的な対応策や対応の手法はそれぞれ個別具体的に考える必要がありますが、以下の基本理念はどの業種・業態にも共通していると思います。

1. 衛生管理・品質管理に関する方針や目標の明確化			
項目	未着手	実施中	完了
①企業として衛生管理・品質管理のあるべき姿を明確にし（方針の決定）、管理目標のレベルを決定している（目標の設定）。			
②上記の方針と目標の下に、衛生と品質を管理するシステムを構築している。			
③これらの方針、目標、およびシステムは、企業内の誰にも理解できるように分かりやすく文書化している。			
④目標の実現に向けてシステムが効果的に機能するように、企業全体が総合的に取り組んでいる。			
⑤衛生管理・品質管理に関する企業内の現状を十分に把握し、問題点を明確にし、その改善点を見出すために、全社、当該部署ともに努力している。			

2. 衛生管理・品質管理の基本となる5S（ゴエス）の徹底			
項目	未着手	実施中	完了
①（整理）必要な物は保管し、不要な物は破棄している。			

②（整頓）必要な物が必要な時に楽に取り出せるような状態にしている。			
③（清掃）従業員の身の回り、職場、建物施設の周辺などはきれいに掃除している。			
④（清潔）常に汚れのない状態を保つために清掃している。			
⑤（習慣づけ）従業員各自が決められたことを正しく守れるように習慣づけている。			

3. 原材料の仕入れ

項目	未着手	実施中	完了
①加工食品も含めて、原材料の仕入先（納入業者）は、事前調査を基に、食品衛生・品質管理の面で信頼できる納入業者を選択している。			
②加工食品も含めて、原材料を仕入れるときは、納入業者から規格書、検査書、証明書等を受領し、食品衛生法等の法令および自社の規格に適合しているかを確認し、現物を検査している。			
③原材料の検収（衛生面の確認を行った上での受け取り）を行った後、異常があった場合は、速やかに食材の返品及び回収、提供メニューの一部削除等、必要な措置を講じる。			
④上記の確認・検査の結果を納入業者にフィードバックし、仕入れの改善及び納入業者の定期的見直しなどに活用している。			
⑤商品の発注方法等は社内で策定・管理し、発注書・受領書は適正に記録・保管している。			

4. メニュー（商品）の安全のための基本事項

項目	未着手	実施中	完了
①メニューを開発する際には、お客様の健康を第一に考えた調理方法・提供方法を採用している。			
②お客様が安全性を確認する手段として、持ち帰りメニュー（店外消費用メニュー）には賞味期限・消費期限等を設定している。			

③食材の搬入、検収から保管、下処理、調理、盛り付け、食事の提供に至るまでの食品の一連の流れ（フードサービスの全工程）の中で、食中毒菌等の汚染や増殖によって予想される危害、異物混入等によって予想される危害などを、各工程順にリストアップしている。			
④上記各工程で危害を発生させないために、温度管理・衛生管理等を含めた各工程の作業手順および品質管理基準を具体的に設定している（誰が、いつ、どこで、何を、なぜ、どのようにするか）の5W1H。			
⑤従業員は上記の作業手順や品質管理基準等を理解し、それに基づいて業務を実施している。			
⑥手順や基準が実際の業務に適合しているか、従業員はそれらを守れているかなど、運営状況の把握、記録、検証、および修正のシステムを構築している。			

5. 店舗施設・厨房機器等の安全衛生			
項目	未着手	実施中	完了
①店舗施設および工場、物流等の各施設、厨房機器等の安全衛生及び保管、保守に関する点検項目を随時洗い出し、マニュアルに基づいた検証を行い、必要に応じて適宜改善している。			
②食中毒菌の汚染や増殖を防ぐために、店舗の床、排水溝、グリストラップ、壁、天井、窓、従業員休憩所、トイレ、照明、換気等、店舗施設の清掃・洗浄を徹底させ、防虫・防鼠対策を実施し、定期的に保守点検している。			
③食中毒菌の汚染や増殖を防ぐために、厨房機器（作業台、保管庫、冷蔵・冷凍庫、包丁、まな板、布巾、スポンジ、たわし等）の清掃・洗浄・殺菌を徹底させ、防虫・防鼠対策を実施し、定期的に保守点検している。			

6. 従業員の安全衛生と教育訓練			
項目	未着手	実施中	完了
①従業員の健康管理（定期的健康診断の実施）を行っている。			

②従業員の手洗いの実施、ユニフォーム類の洗濯、頭髪・爪等の清潔管理、機器の安全な取り扱い方など、作業場における従業員の安全衛生、並びに欠勤すべき病気の種類など、従業員が安全に衛生的に就業できるための基準（ルール）を設けている。			
③「2. 衛生管理・品質管理の基本」で言及した「5S」を職場で徹底させるために、従業員には内外のセミナー等の教育訓練を受けさせている。			

7. 衛生管理・品質管理マニュアルの管理と点検

項目	未着手	実施中	完了
①作成した衛生管理・品質管理マニュアルに沿って業務が適切に行われるように、従業員には研修等の教育訓練を定期的に実施している。			
②従業員がマニュアルに従って適切に行動しているか否かを社内で監査している。			
③マニュアルが衛生管理・品質管理に効果的なものであるか、時代の要請に合っているかなどを適宜点検している。			
④マニュアルは必要に応じて外部（監査機関、保健所等）にチェックしてもらう体制を整えている。			

8. 衛生管理・品質管理担当部門の設置

項目	未着手	実施中	完了
①衛生・品質を全般的に統括する品質保証部門（または品質管理担当者）を設置している。			
②品質保証部門（品質管理担当者）はフードサービスの各工程における衛生管理・品質管理が適切に行われているか否かを検証するための手段を整備している。			
③品質保証部門（品質管理担当者）を中心に、会社の組織内で上下左右のコミュニケーションがスムーズに流れ、正しい情報が速やかに行き渡るように、報告・連絡・相談の体制を整えている。			
④衛生管理・品質管理の見直しや改善を行える人材を育成している。			
⑤品質保証部門が中心となって衛生管理・品質管理の重要性を従業員に啓蒙するために、職種別・階層別の教育研修を計画し実施している。			

(4) 食品に関する表示

外食の情報開示に関するチェックリスト

食品の表示は、その目的によって主にJAS法、食品衛生法、景品表示法で規定されているほか、地方条例や行政の通知、規則などによっても規制されています。

JAS法は、消費者の商品選択のための法律であり、食品の原材料名や原産地等の表示を規定しています。一方、食品衛生法は、食品の安全の確保に関する法律で、アレルギーや添加物等の表示を規定しています。また、景品表示法は、公正な表示を目的とする法律で、虚偽表示や誇大表示を禁止しています。

外食産業は現在JAS法の規制の外にありますが、消費者に外食を信頼してもらうためには、今後ますます食材の原産地表示などの情報開示が重要になってきます。消費者ニーズの多様化や原材料のグローバル化が進み、食品の数が増えている現在、こうした情報の開示は外食企業の社会的責任という観点からも決して看過できません。

一方、表示の誤りは、場合によっては健康被害の発生や企業の信用失墜につながりかねず、消費者にとっても企業にとっても不利益となります。メニューに食材の原産地を表示する場合には、平成17年に農水省及びJFを含む外食産業団体が共同して策定した「外食の原産地表示ガイドライン」を参照して適正に表示する必要があります。表示に関して不確かな点がある場合には、それを放置せず、農林水産省等に問い合わせることも必要でしょう。

1. メニューに関する正しい表示			
項目	未着手	実施中	完了
①メニュー表示は、「偽り」や「隠し事」がなく、お客様に誤解が生じないように、分かりやすく正しい表示を行っている（まぎらわしい表現や曖昧な表現はしていない）。			
②食材の原産地に関しては、「外食における原産地表示ガイドライン」に沿って表示している。			

2. メニューに関する情報開示の手段（媒体）			
項目	未着手	実施中	完了
①メニューに関する情報開示の手段は、メニューブック（印刷物）、店頭掲示板、ホームページ、POP、チラシなど多岐にわたる。			

3. 法令順守			
項目	未着手	実施中	完了
①メニュー表示は、JAS 法、食品衛生法、景品表示法牛トレーサビリティ法等の関係法令に基づき、正確に行っている。			
②焼肉、しゃぶしゃぶ、すき焼き、ステーキを主に提供する店舗では、料理の材料となる国産牛肉の固体識別番号を、お客様の見えるところ（ホームページを含む）に表示している。			

4. メニューの新規開発			
項目	未着手	実施中	完了
①メニューの新規開発にあたっては、原材料の仕入先への照会、専門分析機関への必要に応じた科学的分析の依頼、社内での十分な検討等により、表示に必要な事項の正確な把握に努めている。			
②必要に応じて第三者に表示事項の確認を依頼している。			

5. 問い合わせへの対応			
項目	未着手	実施中	完了
①表示に関して、お客様や取引先から問い合わせがある場合、誠実に対応することを心がけている。			
②お客様から主力メニューの表示情報について問い合わせがあれば答えられるように、対応を整えている。			
③万一問題が発生した場合には、経営者が率先して取り組み、適切な情報開示を行い、速やかに対策を講じるよう、仕組みを構築している。			

(5) 食品事故対応(危機管理)

マニュアル作成手順とチェックリスト

万一、食中毒、異物混入、表示誤記等により食品事故が発生した場合、企業が適切な対応を実行しているつもりでも、消費者に健康被害を及ぼし、消費者の信頼を揺るがすかもしれません。ましてや企業が事故への対応を誤ると、それまでに築きあげた信用はたちどころに失墜し、企業経営に大打撃を及ぼすことにもなりかねません。

そうした事態に陥らないように、万一事故が発生した場合に備えて、あらかじめ事故拡大防止のための対策をマニュアルとして作成し、その実効性を検証しておくことが大切です。

その意味で食品事故対応マニュアルには、危機発生時の対応はもとより、平常時から心がけるべきことや危機収束後にとるべき行動なども含める必要があるでしょう。

1. マニュアルの目的を明記する			
項目	未着手	実施中	完了
①事故対応マニュアルには、マニュアルを作成する目的を明記している（例えば、万一事故が発生した場合に、事故の拡大と事故発生時の混乱を最小限に抑えるため、消費者の健康被害を最小限に留めるため等々）。			

2. 食品事故を定義する			
項目	未着手	実施中	完了
①食品の事故を、(1)微生物の混入、(2)化学物質の混入、(3)異物の混入、(4)表示の誤記などに区分して記載している。			

3. 基本方針を明記する			
項目	未着手	実施中	完了
①万一食品事故が発生した場合には、直ちに食品を回収すべきか否か、どの範囲まで回収すべきかなどを速やかに判断して対応できるよう、判断と対応の基本となる方針を明示している。			

4. 食品事故対応チームと関係部署の責務を明らかにする			
項目	未着手	実施中	完了
①万一食品事故が発生した場合に、通常の組織体制はどう対応すべきか、また、重大事故の場合などには、どのような臨時組織体制をとって対応するかなど、事故の種類と重大さに応じて、どの部署が責任をもって対応するかを明確にしておく。			

5. 食品事故対応の手順を明記する			
項目	未着手	実施中	完了
①食品事故が発生した場合、危害の重要度にかかわらず、日本フードサービス協会（JF）及び行政（農水省外食産業室等）への情報の共有を心がける。			
②食品事故が発生した場合、その事実の確認、原因の究明、被害の想定、製品回収の判断および回収計画、行政機関との連絡・協議、広報と消費者への対応、回収等の一連の対応の手順を明記しておく。			
③上記「事故への対応の手順」は各事故の態様、大きさ、影響度等に従って、対応の基本方針事前に整備し、対応方法、対応基準等をあらかじめ定めている（誰が、何を、どの程度まで行うか等々）。			

6. とくに重大事故の対応手順を決めておく			
項目	未着手	実施中	完了
①万一事故が発生した場合、それが重大事故であるか、重大事故に発展する恐れがあるかなどの判断基準を設定している。			
②重大事故もしくは重大事故に発展する恐れがあると判断された場合には、以下のような対応を実施することを明記している。			
◇経営判断を行える責任者をトップにして危機管理体制を敷き、事故情報を一元化する。			
◇健康被害の有無とその影響度、事故の拡大・反復発生の可能性等に関して、事実を正確に把握し、原因究明の徹底を図る。			

◇事故の態様に応じて、操業（店舗営業、出荷、販売等）の停止、製品の回収等、どのような範囲で（対象地域）、どのように実施するか（実施方法）を設定している。			
◇保健所等の行政機関への連絡・協議の手順を決めている。			
◇記者会見、社告、ホームページへの掲載等々、報道機関および消費者への対応をどうするかを決めている。（後続の「(6)広報対応」参照）。			
◇被害者への対応に関して、謝罪、補償、訴訟等の場合の社内基準を設定している。			
◇再発防止策を検討し実施する。			

7. 食品事故関連の情報収集と活用法			
項目	未着手	実施中	完了
①事故発生リスクをできるだけ低減するために、類似の食品事故の情報を収集し、それをどう活かすかなどを記載している。			

8. 従業員への情報伝達			
項目	未着手	実施中	完了
①事故に直接関係する従業員はもとより、直接関係のない従業員に対しても、事故に関して確認した事実、事故への対処方法、対処の進め方などを周知することをマニュアルに明記している。			

9. 従業員の教育訓練			
項目	未着手	実施中	完了
①万一事故が発生した場合に従業員が迅速に対応できるように、従業員の教育・訓練を実施することを明記している。			

10. マニュアルの見直し			
項目	未着手	実施中	完了
①このマニュアルは実際の状況に合わせて適宜適切に見直しを図ることを明記している。			

(6) 広報対応 マニュアル作成手順とチェックリスト

広報対応マニュアルは、次の点に留意して作成することが望まれます。

- ◆ 誰がスポークスマンをやるかなど役割や人物を決め、必ず記録に残す。
- ◆ 社会への影響度などを判断して、迅速さと正しい情報の開示をおこなう。
- ◆ 真摯な姿勢や説明を行う。企業の利害よりもお客様の立場・視点に立った説明や措置を優先して行う。

チェック項目	未着手	作成中	完了
危害の重要度に関わらず、日本フードサービス協会（JF）及び行政（農水省外食産業室等）への情報の共有を心がける。			
厚生労働省、各地域の保健所等への連絡を行う。			
社内で記者会見を行う前に関係者（担当者）と発表者の間で十分に打ち合わせを行い、準備を徹底させる。			
事前に不確かな情報が漏れないように注意する。			
会見の終了の目安となる時間があるならば、予め連絡の上、会見を開始する。			
声明は平明簡潔な言葉で発表する。間違った解釈をされないように声明文として、原則として印刷したものを渡す。			
コメントは、お客様（消費者）に立った内容を心がける。			
リリース記事配信後は、担当者の所在をできるだけ明らかにする。			
発表は迅速に行わねばならないが、事実関係がはっきりするまで、憶測で危機の原因や責任を語らないようにする。			
答えられない時は「ノーコメント」と言わず、「事実関係がはっきりした時に答えたい」と言う。			
マスコミに対しては、全面的に協力する。			
会見時は把握した事実に基づき、できるだけ冷静に、落ち着いた対応を心掛ける。			
状況、因果関係、処理・処置などについて事実を率直に話す。			
再発防止策、今後の対策について説明する。			
質問記者等の会社名、所属、名前を確認する。			
必要に応じてスポークスマン以外の同席を検討する（弁護士など）。			

<参考>

食品表示等に関する問い合わせ先一覧

法律名	目的	表示項目等	窓口
J A S法	消費者の商品選択に資するための情報提供	生鮮食品は名称、原産地、場合によっては内容量等、加工食品は名称、原材料名、賞味期限等の表示が義務づけられている	<ul style="list-style-type: none"> 農林水産省消費安全局 表示規格課 (03-3502-5724) 各地方農政局・農政事務所 農林水産消費技術センター (048-600-2366)
食品衛生法	飲食による衛生上の危害発生の防止	名称、食品添加物、期限表示、保存方法、遺伝子組み換えである旨、アレルギー物質を含む旨等の表示義務	<ul style="list-style-type: none"> 厚生労働省食品安全部 企画情報課 (03-3595-2366) 各保健所
不当景品類及び不当表示防止法 (景品表示法)	公正な競争を確保し一般消費者の利益を保護	優良誤認(実際よりも優良と誤認される)表示、有利誤認(実際より有利と誤認される)表示、原産国の不当表示等の禁止	<ul style="list-style-type: none"> 公正取引委員会 景品表示監視室 (03-3581-5471)
不正競争防止法	事業者間の公正な競争の確保	<禁止されている行為> 事業者間の公正な競争に不正を与えるもの(原産地の不正使用等の誤認を惹起する行為)、企業秘密の漏洩など	<ul style="list-style-type: none"> 経済産業省経済産業政策局 知的財産改革室 (03-3501-3752)
公益通報者保護法	公益通報者の保護	公益に係る違法行為や不法行為を行政やマスコミ等の外部へ通報する者が不利益な処分を受けないように保護する法律	<ul style="list-style-type: none"> 内閣府国民生活局企画課 公益通報者保護制度ダイヤル (03-3581-4989)

主な参照サイト

食品表示とJ A S規格関連 <http://www.maff.go.jp/j/jas/hyoji/kigen.html>

食品衛生法関連 <http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/qa/index.html>

景品表示法関連 <http://www.jftc.go.jp/keihyo/index.html>

不正競争防止法関連 <http://www.meti.go.jp/policy/competition/index.html>

公益通報者保護法関連 <http://www5.cao.go.jp/seikatsu/koueki/index.html>

