

「外食用食材卸売業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～

平成 28 年 10 月

一般社団法人日本外食品流通協会

外食用食材卸売業者

外食用食材卸売業者が消費者及び販売先（以下「消費者等」という。）の信頼を確保し、そして向上させていくには、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、さらに常日頃から消費者等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宣言し、さらに取組方針を具体化し、実行することが求められます。

このため、当協会は平成20年7月に上記取組を円滑に実施できるよう『「外食用食材卸売業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～』を初めて策定しました。その後食品への意図的な毒物混入事案が発生する等、策定当時には想定していなかったことが起きたため、農林水産省が平成28年に食品事業者の5つの基本原則の改訂を行ったことを受け当協会でも見直しを行いました。各会員企業においては、食に携わる企業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等の信頼を確保するために行動をお願いします。

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ありますので、各会員企業は適宜事業実態に応じて参考にして頂き、可能なことから実施されるようお願いいたします。

基本原則1 消費者基点の明確化

消費者等に信頼していただき、安心して食品を買い続けていただくことが、企業が成長し、存続していくための必須条件です。なぜなら、信頼は日々の積み重ねであるため、一度消費者等の信頼を失ってしまうと、信頼の回復は極めて困難で、企業が成長し、存続し続けることも難しくなるからです。

消費者等の信頼を得るためには、常に消費者を基点（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、消費者等に安心を与え、信頼を確保することが大切です。

1. 取組方針

消費者を基点として、消費者に対して安全で信頼される食品を提供することを基本方針とします。

2. 具体的な取組事項

- 消費者を基点とした経営を行い、消費者等に対して安全で信頼される食品を提供することを明確にします。
- 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って、役員及び従業員一丸となって行動していきます。
- 消費者等に食品を安心して買っていただくために、消費者等が必要とする各種情報を提供していきます。
- 消費者等に対して安全で信頼される食品を提供していくために、商品の仕入れから販売に至るまでの全てのプロセスにおいて、安全と品質を確保し続ける必要があることをしっかり社内に浸透させていきます。
- 5つの基本原則に基づいて、社内の取組の点検・検証を行い、必要に応じて改めていくことで、レベルアップを図ります。

基本原則2 コンプライアンス意識の確立

法令遵守や社会倫理に適合した行動を行っていくことが事業活動を行っていく上で大前提となります。なぜなら、法令を逸脱したり、社会倫理に反する行動を行うことは、企業が社会的存在として成り立たないからです。

また、社会環境の変化に適切に対応していくことも重要なことです。

法令遵守を含め、企業を取り巻く社会環境の変化を的確に把握し、消費者や取引先などに対し、社会的責任を果たしていくための組織体制の構築など取組を強化し、活動することが強く求められます。

1. 取組方針

取り巻く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ていきます。

2. 具体的な取組事項

- 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（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）に関する方針（企業行動規範）を策定します。
「補足資料1 コンプライアンスに関する方針（企業行動規範）の策定手順について」（14ページ参照）
- 全ての役員や従業員（パート・アルバイト含む）がこの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、経営者及び責任ある担当者が先頭に立って組織体制を整備します。
- コンプライアンスの周知徹底が経営者及び責任ある担当者自らの役割であることを認識し、経営者及び責任ある担当者自らが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ります。
- コンプライアンスに関する担当者（専任または兼任、企業規模等を踏まえ検討）を設置し、本担当者を中心にコンプライアンスの徹底について社内に浸透を図り、必要な教育訓練や研修を行います。

- コンプライアンスに関する方針等自ら策定したルールを遵守します。
- 企業において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、改善していくため、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）を実施します。
- 常日頃から従業員が意見を表明しやすい環境作りに努めるとともに、内部通報体制を整備して、その周知徹底を行います。
「補足資料2 内部通報体制の構築手順について」（15ページ参照）

基本原則3 適切な衛生管理・品質管理の基本

安全で、品質が確認された食品を適切な教育訓練を受けた従業員が衛生的に取り扱うことが重要です。これらを軽視すると、食中毒の発生や異物混入の原因になるなど、消費者等の期待にそぐわない食品を提供することになります。つまり、適切な衛生・品質管理を怠ると消費者等の信用を無くし、かつ、社会的責任を問われることにつながります。

消費者等への安全で信頼される食品の提供は、自社のファンを育てる積極的な投資としてとらえ、それを続けられるように、衛生的な製造・流通・販売環境を整え、商品の仕入れから販売に至るまでの各過程において、経験や勘による対応にとどまらない科学的な取組によって、衛生・品質管理を行っていくことが必要です。

このことは、国産品、輸入品にかかわらず大事なことです。

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。

1. 取組方針

人の生命と健康の維持、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、安全で信頼される食品を消費者に提供するために、適切な衛生・品質管理をしていきます。

2. 具体的な取組事項

【商品仕入れ等】

- 商品を仕入れる、もしくはP B商品を取り扱う際には、消費者の健康を第一に考え、原材料や表示内容が法令に適しているか、誤解を与えないか、その商品にあった包装形態かどうか等を確認します。
- 商品の仕入先（P B商品の場合は委託先）は、事前に調査を行って、信用のおけるところを選びます。また、商品の仕入先からは、規格書、内容証明書等を必要書類として受領し、食品衛生法等の関係法令や自社の規格に沿ったものか、検査や書類で確認を行います。

【集荷】

- 商品の保管を行う冷蔵庫の温度等の設備の稼動状況を把握するために必要な記録を行い、設備が適切に稼動しているかの確認を行います。

【出荷】

- 出荷に当たっては、商品の表示が適切かどうか、出荷先に提出する書類に原料、原産地等の必要な情報が記載されているかのチェックを行い、また、商品が衛生・品質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出荷はしません。
- 出荷する際の輸送方法について、その商品にとって適切であるかしっかりと確認します。また、輸送を委託する場合は正しく商品を取り扱ってもらえる業者であるか確認もししっかりと行います。

【5 S（整理、整頓、清掃、清潔、習慣づけ）活動等の徹底】

- 作業場を常に清潔に保ち、また、機材や器具などの整理・整頓・清掃をしっかりと行います。

【危害要因分析、HACCP等】

- 食品の安全を脅かす危害要因の混入を防止するために、仕入、保管、出荷、運搬、販売に係る作業や施設の状況を勘案し、以下の取組を行います。
 - ・生物学的な危害要因（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います。
 - ・化学的な危害要因（作業場で使用する洗浄剤、殺虫剤などの商品への混入など）：有害化学物質を含む資材等の使用手順を定め、使用や保管時の取扱いに十分注意を払います。
 - ・物理的な危害要因（リパック作業における金属やガラスのような硬質異物の商品への混入など）：作業工程のチェックや金属検出機などによる検査を行います。
 - ・消費者を不快にさせる異物（リパック作業における人毛、昆虫、ビニール片など）の商品への混入防止、作業場、作業従事者の環境改善に努めます。
 - ・重要な管理については、記録を取ります。
- 上記のことを実行するためのルールやマニュアル等を作成し、その内容が着実に実施されるよう、必要な教育訓練や研修をなどの取組を進めます。
- これらのことは、HACCP（危害要因分析・重要管理点）などを導入することにより体系的に取り組むことができます。

「補足資料3 衛生・品質管理に必要な基本項目(例)について」（17ページ参照）

- ルールやマニュアル等の内容が守れなかったり、形骸化したり、問題が発生した場合には、放置せず、見直しを行うなどの取組みを進めます。
- P B商品の製造を委託（特に海外）する場合には、上記の取組を行わせるとともに、特に原材料の安全性のチェック、製造に当たっての作業手順書の設定や品質基準の設定、完成品が衛生上問題ない状態であるかの検査などの取組を行います。

【食品防御】

- 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。

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。

- 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、流通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
- 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。

(参考)

- ・『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_iryoushokuhin/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.htm>

基本原則4 適切な衛生管理・品質管理のための体制整備

消費者等に安全で信頼される食品を提供するために、取り扱う食品の安全性に影響する課題、表示その他の伝達すべき食品情報や消費期限、賞味期限の管理上の課題を特定した上で、適切なマニュアルや管理基準の整備、施設等の整備等が必要です。

そのためにも、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、適切に対応できる人材を育成・確保する必要があります。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をチェックし、商品、作業工程、施設等を点検することにより適切に体制が整備・機能しているかを検証することが必要です。そして、これらの仕組みを維持し、課題を各段階にフィードバックさせる体制を構築する必要があります。

このことは、国産品、輸入品にかかわらず大事なことです。

1. 取組方針

消費者等に安全で信頼される食品を提供するために、適切な衛生・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行っていきます。

2. 具体的な取組事項

【調査、分析、評価】

- 商品の仕入、保管、出荷、運搬、販売の各種のプロセス毎に、衛生上の問題や異物混入等の可能性がないかどうかを調査、分析、評価し、必要な対応を講じます。

【安全性の確認】

- P B商品の製造を委託する際には、科学的・合理的な根拠に基づいて賞味期限(消費期限)を設定するなど食品の安全性を確認する手法を整備します。

【品質保証の体制】

- 商品の衛生・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管理部門（担当者）を設置し、品質管理水準の

向上を目指します。

【従業員教育】

- 教育訓練や研修により、品質保証部門や仕入、保管、出荷、運搬、販売に至る作業に関わる従業員の能力を向上します。

【監査】

- 法令・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、品質管理や表示、情報提供の手順・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や仕入れ、保管、出荷、運搬、販売に至る作業に関わるラインなどの従業員による内部監査や外部監査(第三者による監査)を実施します。製造委託を行う場合も、同様に行います。

「補足資料4 監査におけるチェック項目(例)について」(18ページ参照)

【経営者の関与】

- 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、責任を持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外に宣言します。

【トレーサビリティ等】

- 商品のトレーサビリティ確保のために、入荷・出荷データ、商品の検査データ、仕入・売上傳票等を管理するシステムを整備します。

「トレーサビリティ」は、農産物や加工食品等の食品が、どこから来て、どこへ行ったか「移動を把握できる」ことをいいます。

食品の生産、加工、流通等の各段階で、個々の生産者・事業者が、商品・原材料の入荷と出荷に関する記録等を作成・保存しておくことにより、結果として、食品の移動の経路を把握することが可能となり、食品事故等の問題があった際の迅速な回収、早期の原因究明等に役立ちます。

- 商品の行先がわかるよう、それぞれの事業者が出荷のデータを管理する仕組みを整備します。

また、緊急時に迅速な対応が出来るよう、日頃から流通事業者とコミュニケーションをとることも大切です。

- 回収の場合を想定し、回収の範囲をどのように決定するか、どのように回収するかをあらかじめ考えて、トレーサビリティの点検を行うことも必要です。

基本原則5 情報の収集・伝達・開示等の取組

消費者等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、消費者等への必要な情報の発信です。そ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。

特に苦情や提言など経営やリスクに関する情報は、企業としての対応を速やかにかつ適切に判断できるよう、経営者や責任ある担当者に報告がなされることが重要です。また、その内容を検討し、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。

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、消費者に適切に情報を提供することが求められます。

1. 取組方針

消費者等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います。また、そのために必要な情報の収集・管理を行います。

2. 具体的な取組事項

【消費者や取引先等への情報提供】

- 商品情報やサービス、安全管理に向けた企業活動など、常日頃から消費者等が必要とする情報や事業者の取組みを正確にわかりやすく提供していきます。

なお、食品安全管理の観点から、リパック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。対応が可能であれば、商品が実際にリパックされる工程を見学してもらう機会を設けて、消費者に理解を深めてもらう取組も大切です。

- 表示、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行い、幅広く、消費者等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います。

「補足資料5 食品表示を始めとする情報の開示の取組について」（19ページ参照）

【消費者や取引先等からの情報収集】

- 消費者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きます。特に現場（消費者との窓口である消費者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。
- 対応窓口を設け、消費者等の声をプラス、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、食品事故の防止や物流等の改善に反映させます。

（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。）

- 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。

【消費者や取引先等から収集した情報の管理】

- 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。

【緊急時を想定した教育体制の整備】

- 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。

【収集した情報に基づく判断】

- 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。

「補足資料6 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」（20ページ参照）

【食品事故対応】

- 正しい情報をもとにした事実確認を行います。
- 人の健康を損なうおそれがある場合には、直ちに商品回収の是非や回収範

困の判断・決定を行い、消費者が受ける被害を最小限にとどめます。

○ 所轄の保健所等の行政への対応

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、商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。

なお、毒物混入等を把握した場合は、警察にも届け出ます。

○ 仕入先等の関係者に連絡をとり、連携して適切な対応を実施します。

○ 商品回収の基本的な考え方

① 商品回収は、「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。

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。

検討の際に必要な応じ、関係行政機関に相談します。

② 回収を検討する必要がある場合、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。

③ 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、必要以上の商品回収の実施が食品ロスが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。

○ 回収の際の事案の公表の考え方

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消費者に提供されるようその方法を決定します。

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。

○ 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。

○ 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。

「補足資料7 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について」

（21ページ参照）

○ この措置が迅速かつ適切に行われるよう、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ます。

「補足資料8 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について」（22ページ参照）

【補足資料】

～目次～

- 補足資料 1 コンプライアンスに関する方針（企業行動規範）の策定手順について
- 補足資料 2 内部通報体制の構築手順について
- 補足資料 3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について
- 補足資料 4 監査におけるチェック項目（例）について
- 補足資料 5 食品表示を始めとする情報の開示の取組について
- 補足資料 6 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
- 補足資料 7 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について
- 補足資料 8 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について

補足資料1 コンプライアンスに関する方針(企業行動規範)の策定手順 について

(ステップ1) (企業理念・経営理念の明確化・文書化)

まず、企業が何を指して事業活動をしているのか、10年、20年後にどのような会社になりたいのかということを確認し、文書化します。

企業理念、経営理念が制定されているなら、それをベースに明確化します。

(ステップ2) (コンプライアンス方針の宣言)

ステップ1をベースに、コンプライアンスに関する方針を確認し、これを全従業員に対して経営者が宣言します。

宣言文は印刷し、作業上入り口や事務所など誰もがすぐに目にできる場所に掲示します。

(ステップ3) (コンプライアンス担当者の設置)

コンプライアンスに関する担当者(専任又は兼任、企業規模等を踏まえ検討)を設けます。

(ステップ4) (リスクの把握と具体的対応策の文書化)

ステップ1、ステップ2をもとに、社内各職種の代表者(できれば若手、中堅)を集め、経営者が動機付けをした上で会社が内包するリスクを洗い出して重要性を検討し、そのリスクに対する会社としての具体的対応策を決定して文書化します。

(ステップ5) (企業行動規範(初期版)の制定)

ステップ1、ステップ2、ステップ4を経営陣や各職場で議論し、その結果をまとめることにより、企業独自の行動規範(初期版)を完成させます。

※ 役員、従業員全員に当事者意識を持ってもらうことが大切です。

(ステップ6) (企業行動規範の社内浸透)

ステップ5の行動規範を計画的に社内に浸透させます。また、経営者及び責任ある担当者は機会があるごとに、従業員に企業が目指す姿やコンプライアンスについて説明します。経営者の熱い思いを伝え続けることが最も重要です。

(ステップ7) (企業行動規範研修活動の実施)

コンプライアンスに関する担当者は、コンプライアンスを軸とした従業員同士のコミュニケーションの場（研修等）を計画的に設定します。経営者及び責任ある担当者は、これをしっかりと支援します。

<留意事項>

- コンプライアンスの取組を表面的な形だけのものにしてしまうと、リスクの把握が遅れ、かえってリスクを高める可能性があるということを肝に銘じてください。
- 最近、言行が一致する「誠実さ」が不足する事例が多く見られます。たとえば、食品の場合、その表示と中身が一致していなければ、その製品の「誠実さ」を問われることになります。
- 「法令遵守」は、単に食品関連の法令だけを遵守することを意味するものではなく、労働関連、情報関連の法令など他法令の遵守も含まれます。
- “昔からやっている”、“他社もやっている”、“やらなければ利益が出ない”、“コンプライアンスか会社の存続か・・・”という議論には、経営者が毅然とした態度を示さなければなりません。
- 仕入先及び販売先又は仕入・販売見込み先から、取引の開始や継続と引換えに、不正の強要、示唆、あるいは論外な要求（産地や種類、日付の限定など元来物理的あるいは価格的に無理な要求、人的応援、書類の改ざんなど）を受けた場合は、直ちに所轄行政機関、所属団体や弁護士などに相談し、毅然とした対応をとる勇気を持ちましょう。
- ソーシャルメディアの発達は、個人が不特定多数に情報を発信することを可能としましたが、従業員が個人で行った社内での不適切な行為の情報発信が、消費者等の信頼を損ね会社の経営に関わる事態にも発展しかねません。そのような行為を許さない職場の環境造りが大切です。
- コンプライアンスに取り組むに当たり、それ以前の状態を確認する総点検活動や、処分を軽減することを条件に、従業員自ら問題行為を会社に届け出る機会を設けることも、その後のコンプライアンス活動を有効にする手段です。

補足資料2 内部通報体制の構築手順について

企業が消費者や社会の信頼を得て、発展していくためには、企業で生じた

諸問題やコンプライアンスに関する方針に反した問題をまず社内でキャッチし、適切に調査・是正し、消費者等の安全を第一に適正な情報開示を行った上で再発防止に努めなければなりません。

そのために、問題・疑問があれば、従業員や関係者から積極的に質問や相談、指摘が行われる風通しのよい職場づくりが重要です。また、それを有効に活用する内部通報や相談の仕組みが必要です。

(ステップ1) (相談窓口の開設)

コンプライアンス担当者又は経営者や責任ある担当者自らが担当者となって、相談窓口を開設します。開設に当たっては、相談者に関する匿名性を確保すること（秘密を保持すること）と不利益な扱いをしないことを明確に示してください。

(ステップ2) (相談方法の確立)

窓口は、電話（フリーダイヤル）、ファックス、メール、手紙、目安箱の設置等、複数の手段から相談者が選択できるように工夫しましょう。（相談内容が直属の上司に筒抜けになると思うと誰も利用しません。適切な対処の実績を地道に積み重ねることが重要です。）

弁護士事務所や、専門会社など外部窓口を社内窓口に併せて設置することも有効です。

(ステップ3) (相談者との相談)

通報を受け付けた場合、まずは担当者が本人から直接話を聞き、相談者の目線でその問題を考えてみるのが重要です。事実調査・認定・評価をする前に、相談者の話をなかったこととしたり、我慢を強いたり、黙るよう圧力をかけることを決して行ってはなりません。

(ステップ4) (危機管理の事前準備)

相談内容が重要であったり、リスクが高い場合には、特に迅速な事実調査、対策を行う必要があります。そのために、事前に危機管理体制を整備しておくことが重要です。

<留意事項>

- 従業員の目から見て、利用しにくい窓口は、外部への告発など逆にリスクを高めることがあります。
- 公益通報者保護法についても、十分理解するように心がけてください。
（参考）農林水産省では、食品の偽装表示や不審な食品表示に関する情報などを受けるためのホットラインを設置しています。
・「食品表示110番について」（農林水産省ホームページ）

<http://www.maff.go.jp/j/jas/kansi/110ban.html>) を参照。

補足資料3 衛生・品質管理に必要な基本項目(例)について

(1) 計画段階

適切な仕入・販売計画（P B 商品を取り扱う場合は委託生産計画を含む）
策定

(2) 商品の取扱い

規格書の入手と確認、受入れ検査（規格、品質の確認）、受入れ記録の作成、異常の場合の措置、衛生的な取扱い、運搬、保管方法の設定、保管場所の設置

(3) リパック・保管段階

作業手順書の作成、リパック・保管記録の作成、良品と不良品との区分けと措置、衛生的な取扱い、保管方法の設定、適切な表示との情報管理、清掃・洗浄・殺菌、定期的な製品検査、始業前・始業後の設備点検、在庫管理

(4) 出荷・流通段階

出荷検査（品質、表示、取引先に提供する情報、包装状態）、輸送方法（輸送手段、温度、湿度、日時）

(5) 施設について

清潔区域と一般区域との区分け、清潔な環境（床、壁、天井、窓、ロッカー、トイレ、食堂、照明、換気等）、防虫・防そ、水の管理（給水、排水）

(6) 設備について

清掃・洗浄・殺菌、定期的な保守点検

(7) 管理方法

衛生管理マニュアル・社内規則の作成、各種記録の作成と保管、従業員教育、人材育成（技術の伝承、後継者育成、各種法令の熟知）、従業員の健康管理（日々の健康状態、定期的な健康診断）、清潔な服装、清掃（スケジュール、方法）・整理・整頓、防虫・防そ対策、廃棄物の処理、内部での点検・監査、外部からのチェック（取引先、流通、監査機関、保健所の積極的な受入れ）、品質保証担当者の設置及び権限付与、企業内部の上下及び横のコミュニケーション（報告・連絡・相談）の確立

補足資料4 監査におけるチェック項目(例)について

(1) 一般的衛生管理

- ① 作業場への入室手順が定められ、実施されているか。
- ② 洗浄剤、殺虫剤等の薬剤の管理、使用基準が定められているか。
- ③ 清掃、洗浄、殺菌のマニュアルがあり、正しく行われているか。
- ④ 従業員の服装は清潔で、健康に配慮されているか。
- ⑤ 従業員に対する衛生管理教育、研修がなされているか。
- ⑥ 商品への異物混入防止対策がとられているか。
- ⑦ 点検表等の記録が正しくなされ、保管されているか。
- ⑧ 防虫・防その取組が適切になされているか。
- ⑨ 建物が衛生的な環境に立地しているか。
- ⑩ 作業場やトイレ等は衛生的か。

(2) 商品の仕入段階

- ① 商品の規格書、検査書や証明書はあるか。
- ② 受入検査を行っているか。

(3) リパック・保管段階

- ① 商品の計量は正しく行われているか。
- ② 使用器具、機械の洗浄、殺菌マニュアルがあり、実施されているか。
- ③ 金属検出機やウエイトチェッカー、殺菌機等の品質保証設備が正しく機能しているか。
- ④ 商品の賞味期限、消費期限を確認、記録して使用しているか。
- ⑤ 商品は適切な条件で保管されているか、保管記録はあるか。
- ⑥ 先入れ先出しが行われているか。

(4) 出荷・流通段階

- ① 賞味期限、消費期限等の表示、取引先に提供する情報をクロスチェックして確認しているか。
- ② 商品検査の頻度を定めて、実施しているか。
- ③ 良品と不良品が正しく区分けされているか。
- ④ 輸送方法などを確認しているか。

(4) 管理体制

- ① 品質保証部門（担当者）や検査部門があり、必要な検査を行っているか。

- ② 商品の出荷判定を行う責任者はいるか。
- ③ 不良品が発生した場合の対応、原因究明、再発防止策をたてる部署、仕組みはあるか。
- ④ 賞味期限、消費期限等の表示、取引先に提供する情報の設定に問題はないか。

補足資料5 食品表示をはじめとする情報の開示の取組について

食品表示をはじめとする情報の開示の取組に当たっては、次のような考え方が必要です。

- (1) 商品に関する正しい情報を、消費者等に正確に伝えるために、「偽り」や「隠し事のない」正しい表示、情報提供を行います。

表示は、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。

- (2) 商品に関する情報を取引先に伝える手段としては、容器包装への印刷、納品書への記載等があり、消費者に対しては容器包装への印刷のほか、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、適正な情報の開示に努めます。

- (3) 表示等による情報の開示に当たっては、食品表示法、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）、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）、景表法（不当景品類及び不当表示防止法）などの関係法令や食品表示基準等を遵守し、適切に行います。

商品への表示としては、次の7つの表示事項を基本に、誤解を与えず、消費者等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。

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

なお、国産牛肉（生鮮）の場合は、個体識別番号の表示も必要です。

- ・「食品表示に関するパンフレット・Q&A・ガイドライン等」（消費者庁ホームページ：<http://www.caa.go.jp/foods/qa.html#m01>）を参照。

- (4) 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場合には、自社内で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、更に、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。
- (5) 消費者等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。

補足資料6 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

ARfD(AcuteReferenceDose：急性参照用量)

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。）。

→ これは安全性の初期判断には最も重要な指標です。

ADI(AcceptableDailyIntake：一日摂取許容量)

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。

TDI(TolerableDailyIntake：耐容一日摂取量)

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。

LD50 (LethalDose50：半数致死量)

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。

※ 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 が分からない場合は、近くの保健所や専門家に相談してください。

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。

- ・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）

「食品の安全性に関する用語集（第5版）」

食品安全委員会ホームページ：<http://www.fsc.go.jp/yougoshu.html>

- ・「食品関係用語集」

厚生労働省ホームページ：

<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/glossary.html>

補足資料7 報道機関への対応に当たっての留意事項(例)について

これまで社会的に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。

- (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
- (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
- (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
- (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
- (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

補足資料8 食品事故対応マニュアルへの記載項目(例)について

取り扱っている食品の特性を踏まえ、想定される食品事故を洗い出し、起こりやすく、被害が大きい食品事故等を対象にマニュアルを作成していくこととなります。

(1) 本マニュアルの目的

事故の拡大と事故発生時の混乱を最小限に抑えることなどを記載

(2) 食品事故の定義

微生物の混入の場合、化学物質の混入の場合、異物の混入の場合、表示の誤記等に区分して記載

(3) 基本方針

人の健康を損なうおそれがあるため、事故発生時には直ちに回収の要否、範囲の判断を行うとともに、速やかに対応し、消費者に対応する危害を最小限に留めることなどを記載

(4) 食品事故対応チームと関係部署の責務

通常の組織体制による対応と重大事故の場合の臨時的な組織体制による対応などを記載

(5) 食品事故対応の手順

事実確認、原因究明、被害想定、商品回収の判断・回収計画、行政機関との連絡・協議、広報・消費者への対応、回収等の手順などを記載

(6) 類似食品事故情報等の収集

出来る限り事故が発生するリスクを低減するために行う類似食品事故情報の収集及び活用などを記載

(7) 従業員への情報伝達

直接関わる従業員以外の者に対しても、事故に関わる確認事実や対応方針・進め方を周知することなどを記載

(8) 教育・訓練

事故発生時に迅速に対応できるように従業員の教育・訓練などを記載

(9) その他

実態に合わせて適時適切に本マニュアルの見直しを行うことなどを記載

(参考1) 重大事故の場合の対応の手順

(1) 重大事故であるかどうかの判断基準の設定

(2) 重大事故に発展する恐れがあると判断された場合の対応事項

- ① 経営判断を行える責任者をトップに、危機管理体制の整備、事故情報の一元化
- ② 健康被害の有無・影響、拡大・反復発生の可能性等の事実の正確な把握と原因究明の徹底
- ③ 事故の態様に応じた操業（出荷・販売）停止・商品回収等の対応策の検討（回収を行う場合の対象範囲、方法等の手順）
- ④ 保健所等行政機関との連絡・協議
- ⑤ 記者会見、社告・HP掲載などによる報道機関、消費者への対応
※ 食品のリコール社告の記載例については、農林水産省ホームページの「食品のリコール社告」を参考にしてください。

http://www.maff.go.jp/j/syouan/hyoji/recall_syakoku.html

- ⑥ 謝罪を含む被害者への対応（補償、訴訟関係について社内基準を作成）
- ⑦ 再発防止策の検討及び実行
（参考2）米国における製品回収について

<http://www.accessdata.fda.gov/scripts/cdrh/cfdocs/cfcfr/CFRSearch.cfm?fr=7.3>

<http://www.fda.gov/ICECI/ComplianceManuals/CompliancePolicyGuidanceManual/ucm074554.htm>

大手企業の例

株式会社 コンプライアンス

行 動 基 準

CO,LTD. Compliance

版 2008.11.

0 0 0 0 株式会社

コンプライアンス(compliance)

1. コンプライアンスとは、法律や規則を守り、社会倫理にかなった企業活動を行うことです。

企業活動にはお客様、消費者、取引先、株主、社員等利害関係者が存在します。これらの方々の要望に応える上でも企業活動は適正な利潤を確保しながら永続きさせていかなければなりません。

もし、企業利潤がコンプライアンスに反して生み出されるものであるとしたら、正しい企業活動とは言えないし、その史実が公表されると、お客様、消費者、取引先からの信用を失墜することになり、企業に大きな打撃を与え、取引停止や金融機関からの資金調達が出来なくなり、会社の円滑な運営や営業活動が出来なくなります。

つまり、収益を出すためには、何をやっても良いのではなく、法令、法規を遵守するとともに、高い倫理観を保持しながら企業活動を行うことが肝要であります。

2. コンプライアンスを実践するのは、会社に所属する私達自信です。

企業のコンプライアンスは、企業内の役員のみならず社員の一人ひとりがその意義を理解し、企業活動のみならず、社会生活においても、遵法と高い倫理観を持ってこうどうし、実践することによって、はじめて本当の意味を持つと言っても過言ではありません。

3. 行動基準の役割と位置づけ

- ① 会社の基本理念—————会社の経営の理念と指針
- ② 行動規範—————企業活動の基本的なルール
- ③ 行動基準—————具体的な行動の指針
- ④ 社内規定、業務マニュアル
- ⑤ 法令、社会規範

基本理念と行動規範

1. 基本理念

各々の会社が農林水産省及び社団法人日本外食品卸協会の「信頼性向上自主行動計画」策定の手引き～5つの基本原則～を基準とした、会社としての経営理念を謳うものです

(例)	基	本	理	念
	私達は、食品の安全と安心をお客様へ提供することを企業の社会的な役割			
	と認識し、社内外のコミュニケーションを円滑に計りながら			
	楽しい食環境のサポート			
	外食産業の反映に貢献します。			

2. 行動規範 基本理念実現のための基本ルール

(例)	行	動	規	範
①	お客様の視点を第一義とし、安全で安心な商品を提供します。			
②	法令・法規を守り、社会倫理にかなう誠実かつ公正な商取引をおこないます。			
③	社員お互いの人格を尊重し、その能力が十分発揮でき、安全で、明るい職場環境づくりをします。			
④	地域社会の一員として、社会に貢献します。			
	特に、外食産業界の発展のため、誠心誠意努力します。			

※ 社会的貢献活動；C・S・R（コーポレート・ソーシャル・レスポンスビリティ）

今日、コンプライアンス(法令遵守)は、企業経営の上で欠かすことが出来ませんが、企業活動やその果実(利潤)で社会にどのような貢献して行くかが大きく問われております。

行動基準

1. お客様・消費者に対して

(1) 安全で安心な商品の開発・調達とサービスの提供

商品サービスのすべての段階(商品開発、原材料や商品の仕入、保管、表示、流通、販売)について、安全性を最優先します。

- ① 商品の原材料、食品添加物等表示の厳正なチェック
- ② 賞味期限、消費期限の厳正なチェック、異物混入等のチェック
- ③ 先入れ、先出し原則の遵守
- ④ 商品別保管管理の徹底(温度帯管理)(管理マニュアルの作成)
- ⑤ 温度帯管理可能な物流体制
- ⑥ 倉庫内の清掃、整理整頓の励行
- ⑦ 仕入先からの企画書、仕様書、検査証、証明書等の書類の確認とトレーサビリティ確保の知識、技術の習得
- ⑧ 出荷時における厳正な商品検品と不適合品の出荷停止

(2) 適正な表示と説明

商品知識や業務知識を深め、お客様に誤解や五人を与えないための、正確でわかり易い表示やきめ細かい適切な説明(取扱商品マニュアルの作成)

(PB 商品等への取組み)

PB 製品委託の場合、製造、出荷に至るあらゆるプロセスの調査、分析、評価に必要な対応を講じます。(スペック表、工程表、原材料、添加物等) また、食品関連第三者主要検査機関を必要に応じて活用することが望ましいと考えます。

- (例) (財) 食品環境検査協会
- (社) 日本食品衛生協会
- (社) 日本食品分析センター
- (財) 日本冷凍食品検査協会

(3) 品質管理、品質保証責任者の設置

標記の者の設置により、各部門に至る従業員の能力向上のための教育訓

練や研修を実施します。

(4) サービスフォロー体制の充実

提供済みの商品サービスについてもフォロー体制の整備・充実を図り、お客様に満足いただけるよう努力します。

(5) 商品に関する苦情やトラブルへの対応

- ① 苦情処理対応の窓口担当者を設置します。
- ② 問題解決のため、誠心誠意対応し、原因の究明、事後処理を迅速、確実に実施します。

(6) 適正な営業活動の展開

健全な取引ルールを尊重して、誠実な営業活動を行います。強引な押し付け、過大な景品提供、誇大な効果表現及び過剰な接待、競争業者への事実を反する誹謗・中傷は慎みます。

(7) 迅速・正確な情報開示と誠実な対応（事故や危機に対して）

- ① 商品サービス等に不具合が発見された場合は、経営者の判断のもとすみやかに対応します。

お客様に迷惑がかかるような場合、士事実関係を迅速にかつ正確にお伝えし、人名、健康を最優先に対応し被害の拡大を防止します。

(8) お客様情報の守秘

事業活動で知り得たお客様の個人情報、厳重に管理し、ご本人の同意がある場合を除いては他に一切公開しません。

2. 取引先に対して

- (1) 取引先との信頼関係を維持するため、取引のすべてにおいて公正さを遵守します。

- (2) 取引先に対しても厳格な法令遵守と徹底した安全管理を求めます。

- (3) 契約に基づく対等な関係を要請します。

- (4) 非合法的な取引先とは一切関係を持ちません。

- (5) 社会的な常識の範囲を逸脱した饗応、贈答、接待は受けず、行わず要求

しません。

3. 株主に対して

- (1) 株主から経営を委託されているものとして、株主に対し様々な経営情報を正確かつ積極的に開示します。
- (2) 株主へは安定的、継続的に利益を還元することが企業の責務の一つであるとの考え方から、健全かつ持続的な成長と収益力の向上に努めます。

4. 企業としての社会的な貢献（コーポレート・ソシアル・レスポンスビリティ）

企業活動は、今日、コンプライアンス（法令遵守）とともに地域社会はもとより、広義には地域環境の保全のために具体的な貢献活動を行うことが求められています。

- ① 地球環境の保全
 - ・ 資源保護や廃棄物の削減、リサイクルの徹底
 - ・ 配送車輛の CO₂ 排出抑制のための積極的な企業努力
 - ・ 排水、騒音、臭気について、国の法令や地域の条例の遵守
- ② グローバル化の中での「食」の情報や安全・安心の提供並びに安定的供給、新しいメニュー、レシピの紹介等
- ③ 優れた調理技術者の育成への積極的協力
- ④ 地域社会に根ざした伝統文化や催事等への協力

中小規模企業の例

株式会社 コンプライアンス

行 動 基 準

CO,LTD. Compliance

版 2008.11.

0 0 0 0 株式会社

コンプライアンス(compliance)

1. コンプライアンスとは、法律や規則を守り、社会倫理にかなった企業活動を行うことです。

企業活動にはお客様、消費者、取引先、株主、社員等利害関係者が存在します。これらの方々の要望に応える上でも企業活動は適正な利潤を確保しながら永続きさせていかなければなりません。

もし、企業利潤がコンプライアンスに反して生み出されるものであるとしたら、正しい企業活動とは言えないし、その史実が公表されると、お客様、消費者、取引先からの信用を失墜することになり、企業に大きな打撃を与え、取引停止や金融機関からの資金調達が出来なくなり、会社の円滑な運営や営業活動が出来なくなります。

つまり、収益を出すためには、何をやっても良いのではなく、法令、法規を遵守するとともに、高い倫理観を保持しながら企業活動を行うことが肝要であります。

2. コンプライアンスを実践するのは、会社に所属する私達自信です。

企業のコンプライアンスは、企業内の役員のみならず社員の一人ひとりがその意義を理解し、企業活動のみならず、社会生活においても、遵法と高い倫理観を持ってこうどうし、実践することによって、はじめて本当の意味を持つと言っても過言ではありません。

3. 行動基準の役割と位置づけ

- ① 会社の基本理念—————会社の経営の理念と指針
- ② 行動規範—————企業活動の基本的なルール
- ③ 行動基準—————具体的な行動の指針
- ④ 社内規定、業務マニュアル
- ⑤ 法令、社会規範

コンプライアンス行動の考え方と日々の活動

中小規模企業における行動規範

1. 総論

コンプライアンスを実施する態勢を常に念頭において、社員全員が一致協力して日々の業務に邁進する。

- (1) 会社全体での会議や打合せの際、コンプライアンスに基づく営業活動を行うことを確認し合う。
- (2) 安全安心を常に最重点課題として、会社一丸となって公正かつ透明性の高い企業活動を行い、社会に貢献する。
- (3) コンプライアンスに係る事案の最終意思決定は経営トップが行う。

以上の態勢はどのような場合であっても崩さないこと。

- (4) 業界での勉強会や社員研修には積極的に参加し、繰り返し繰り返し学習することで、自分達のものにする。

2. クレーム処理の態勢と相談窓口

- (1) 経営トップが率先して迅速かつ円満に問題の解決に当たり、完全に処理をする。
- (2) 相談等の窓口は確実に問題点を掌握し、上司・トップに伝えるとともに全員が協力して事に当たる。
- (3) 抜本的な解決策が必要な場合は、公正な立場の弁護士やコンサルタントの力を借りる。

3. コンプライアンスの広報、告知と社会的な貢献

- (1) 社内に本件をテーマとする標語やポスターを常時掲示します。
- (2) 営業担当者が会社の姿勢を理解していただくためのパンフレットをお客様に配る。
- (3) 地域社会の一員として社会に貢献する。
特に、外食産業界の発展のため、誠心誠意努力します。

4. お客様・消費者に対して

- (1) 安全で安心な商品の開発・調達とサービスの提供
商品サービスのすべての段階(商品開発、原材料や商品の仕入、保管、表

示、流通、販売)について、安全性を最優先します。

- ① 商品の原材料、食品添加物等表示の厳正なチェック
- ② 賞味期限、消費期限の厳正なチェック、異物混入等のチェック
- ③ 先入れ、先出し原則の遵守
- ④ 商品別保管管理の徹底(温度帯管理)(管理マニュアルの作成)
- ⑤ 温度帯管理可能な物流体制
- ⑥ 倉庫内の清掃、整理整頓の励行
- ⑦ 仕入先からの企画書、仕様書、検査証、証明書等の書類の確認とトレーサビリティ確保の知識、技術の習得
- ⑧ 出荷時における厳正な商品検品と不適合品の出荷停止

(2) 適正な表示と説明

商品知識や業務知識を深め、お客様に誤解や五人を与えないための、正確でわかり易い表示やきめ細かい適切な説明(取扱商品マニュアルの作成)

付け、過大な景品提供、誇大な効果表現及び過剰な接待、競争業者への事実を反する誹謗・中傷は慎みます。

5. お客様情報の守秘

事業活動で知り得たお客様の個人情報、厳重に管理し、ご本人の同意がある場合を除いては他に一切公開しません。

6. 取引先に対して

- (1) 取引先との信頼関係を維持するため、取引のすべてにおいて公正さを遵守します。
- (2) 取引先に対しても厳格な法令遵守と徹底した安全管理を求めます。
- (3) 契約に基づく対等な関係を要請します。
- (4) 非合法的な取引先とは一切関係を持ちません。
- (5) 社会的な常識の範囲を逸脱した饗応、贈答、接待は受けず、行わず要求しません。

平成28年度

食品品質

自主管理推進の会員証

(一社)日本外食品流通協会