

食品安全マネジメント等推進に向けた準備委員会

最終とりまとめ 概要

平成28年4月26日

食品安全マネジメント等推進に向けた準備委員会

- I 食品安全に係る世界の潮流と日本における食品安全マネジメントに関する取組の現状
 - II 新たに構築する食品安全マネジメント規格・認証スキームについての提言
 - III 今後の食品安全マネジメント協会に対する期待
- 別添 食品安全マネジメント等推進に向けた準備委員会の構成と参加企業

I 食品安全に係る世界の潮流と 日本における食品安全マネジメント に関する取組の現状

- 1.世界の食料産業における食品安全をめぐる
課題**
- 2.日本における食品安全管理の規格等策定
推進の意義**

I - 1 - 1 HACCPの国際標準化

国を越えた原材料・食品の流通の増加による食品安全リスクの増大

食品安全確保は、
従来の最終製品の抜き取り検査を主とする方法から
予防的に管理する合理的方法であるHACCPへ

	製品検査 (従来の食品安全確保の方法)	工程管理 (HACCPを中心とした方法)
対応段階	最終製品	原材料受入れから最終製品までの全工程
方法	抜き取り検査 (見逃し率が存在)	あらかじめ危害を予測し、危害防止につながる重要な工程を 継続的に 監視・記録
不適合品の対応	検査で不適合があると、同ロット全ての製品の事後的廃棄が必要	工程の異常を検出・排除する → 事故の未然防止、被害の最小化

I - 1 - 2 HACCPは規制・民間取引の両方で必須要件に

コーデックス委員会
HACCP導入のための
ガイドライン

各国の食品安全規制

HACCP義務化の流れ

2006年～ EU

2016年～ 米国

(食品安全強化法施行)

⇒日本も、2015年4月から
HACCPが選択制に

民間取引

GFSIを代表とする、HACCPを 取り入れた食品安全管理の標 準化の流れ

取引相手の選定において、
経験ではなく、科学的アプローチ
による基準への適合・認証を求め
る流れ

I - 1 - 3 世界の食料産業における食品安全をめぐる課題

- ◆ 中小事業者も含めたフードチェーン全体の取り組み、HACCP導入率の向上
 - ➡ 食品安全にこれから取り組む事業者に対してもわかりやすく、順を追って力量を上げていくことのできる仕組みが必要。

- ◆ 国を越えて事業を展開する事業者が増加する一方で、相互の関係性が明確でない、規格・認証スキームが多数存在することにより、コストが上昇
 - ➡ 食品安全管理にかかるコストを最適化する取組が必要。

- ◆ 認証の普及とともに、認証取得自体が目的化
 - ➡ 安全確保を実質的なものとする取組が必要。

I-2-1 日本の食料産業における食品安全管理をめぐる課題

- ◆ HACCP普及の障害となっている食品安全管理に係る誤解
 - 実態として機能している食品安全の取組と認証とがかい離している
 - 規格や認証の活用が、自らのレベルの向上につながらず、取り組む側のメリットが感じられていない
 - HACCPの導入について施設・設備等のハードの増強ありきという認識が広がって、コストや手間がかかると思われている

- ◆ 人材の不足
 - HACCPや食品安全マネジメントを適切に普及していく人材
 - 国際標準の意義を理解し日本の現状を踏まえて国内外に対して発言できる人材

- ◆ 食品製造の現場の変化により、従来の職人的な人のノウハウに頼った食品安全確保の方法に限界
 - 商圏が広がり、商品の加工度が高度化
 - 人員の世代交代や雇用形態の変化

I-2-2 課題解決のために求められること

- ◆ 日本の文化的背景を考慮した、日本企業にとってわかりやすい規格・認証を構築し普及していくこと
- ◆ 日本の食品安全確保の取組について海外にも説明できるようにしていくこと



**国際的に通用する
食品安全マネジメント規格・認証スキームの構築**

I - 2 - 3 食品安全管理の規格等策定推進による効果ー国内

- ① 中小事業者に対しても国際標準に到達するための道筋を明確に示し、食料産業の食品安全の取組向上と、海外展開と輸出をより身近なものにすることができる。
- ② 標準化を国内で行うことにより、その過程を通じて食品事業者のレベルアップを図ることが可能となる。
- ③ 一定の食品安全管理が標準化され、各社の取引先等の監査が効率化できる。
- ④ HACCPに関する標準的な認証の仕組みにより、厚生労働省が検討しているHACCP制度化への対応ができる。

I - 2 - 3 食品安全管理の規格等策定推進による効果ー海外

- ① 海外のHACCPをベースとした規制への対応を容易にする。
- ② 国際的な取引での取引基準として活用できる。
- ③ 日本独自の取組や技術が世界の食品安全確保の取組の強化に貢献可能となる。
 - 日本には、「5 S」や「現場とトップとのコミュニケーション」等独自の食品安全確保の取り組みや国内に和食文化を培ってきた長い歴史や経験・実績がある。
 - これらの日本独自の取り組みや、和食と和食に用いられる製品の食品安全管理に関する技術について科学的な検証を行い、その方法を標準化すること、発信していくことにより、世界に貢献することができる。
- ④ 国内での標準化により、海外から日本への輸入食品に対しても安全管理ポイントが明示される。

Ⅱ 新たに構築する食品安全マネジメント 規格・認証スキームについての提言

- 1.規格・認証スキーム等の目的**
- 2.構築する規格・認証スキームの備えるべき特徴**
- 3.環境づくり**

Ⅱ-1-1 規格・認証スキーム等の目的

業界自らの取組により日本発の規格・認証スキームを構築し、国内外で以下を実現することにより、将来にわたる食料産業の国際競争力の維持・向上に寄与することを目的とする。

(1) 安全対策の向上・社会からの信頼の向上

(2) コストの最適化

(3) 農林水産物・食品の輸出等における環境整備

(4) 世界における和食と和食に使われる製品の普及・展開への寄与

Ⅱ-1-2 目的達成ために

取組が広く理解され、支持される環境づくりと推進力が重要

重視すべき点

- (1) 世界の標準化の状況を理解し、国内に対して正確な内容をわかりやすく伝達できる、橋渡しとなる人材の育成**
- (2) 国内外に対して食品事業者の食品安全の取組を伝えていくための情報発信**

Ⅱ-2-1 国際標準に適合し、国際的に通用する-規格の構造

3層構造

(1)

食品安全マネジメントシステム
(FSM)

(2)

ハザード制御
(HACCP)

(3)

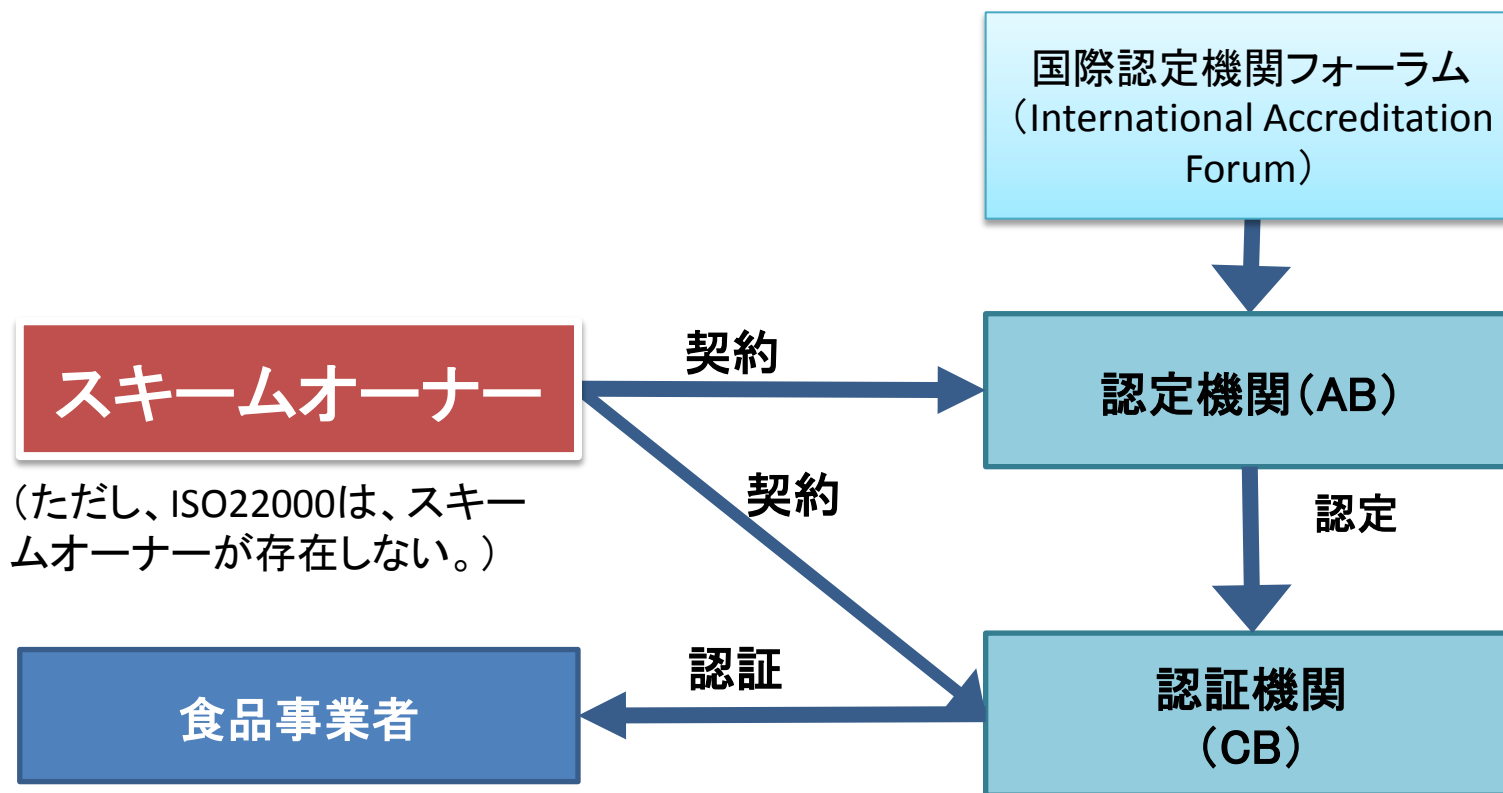
適正製造規範
(GMP)

Ⅱ-2-1 国際標準に適合し、国際的に通用するー留意点

- ◆ HACCPの正しい理解を促すものであること
- ◆ フードチェーンを通じて統一的な規格となること
- ◆ 汎用性を高め、安全を確保する体制を構築していくことを目的とするため、システム規格とすること
- ◆ 世界で使えるよう、安全と品質を分けて整理すること

II-2-1 国際標準に適合し、国際的に通用する一認証スキーム

国際的に求められている認証スキームの枠組みを活用



II-2-2 フードチェーン全体の取組向上につながる一構造

連続性のある3段階の規格

規格は、一つの標準的な物差しの中で段階的な取組を促す仕組みとする。

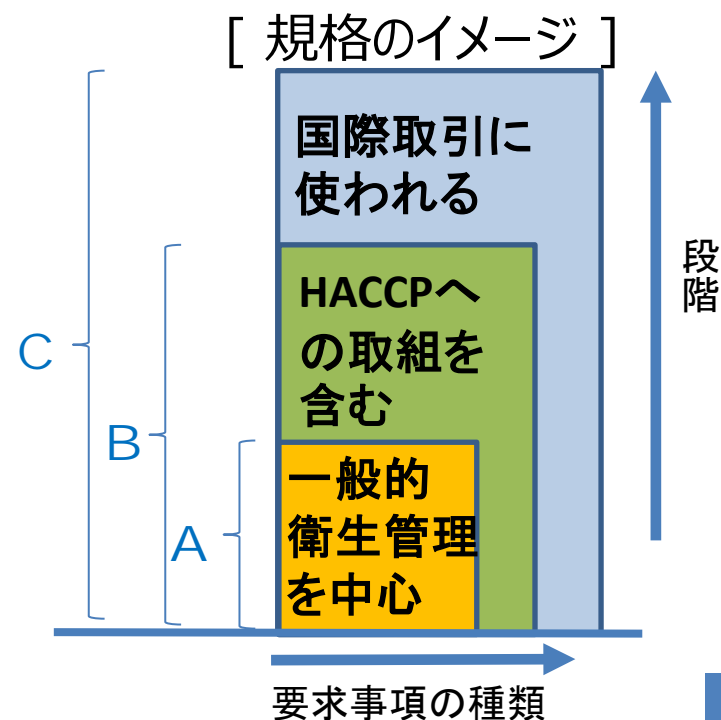
FSM、HACCP、GMPの3層で構成される、一つの規格をベースとした、A・B・Cの3段階の構造とする。

【利用する事業者の想定】

A：食品安全の基礎を確立したい事業者

B：食品安全のレベルをさらに向上させ、HACCPに取り組みたい事業者

C：輸出など国際的な取引で通用するレベルを目指す事業者



Ⅱ-2-2 中小事業者の食品安全の取組向上につながる一条件

1. 事業者間取引（小売事業者と製造事業者など）において、取引先の取組確認に活用できるものであること
2. 国際標準となっているHACCPへの対応が可能となるものであること

Ⅱ-2-2 中小事業者の食品安全の取組向上につながる一仕組

- ◆ 中小事業者が将来的にC規格にステップアップできるよう、GFSIのグローバルマーケットプログラム及び国内の規制との整合性を確保する
- ◆ 事業者が自らの力量を上げていくための取組に使えるよう、第三者評価の仕組みだけでなく、事業者内の内部監査や取引先の監査の活用も検討する

Ⅱ-2-3 国内の規制に整合し、分かりやすい記述である

- ◆ 日本の食品安全にかかわる法令や規制、これまで業界で使われてきた言葉を踏まえ、食品事業者にとってわかりやすい言葉、言い回しで表現される。
- ◆ 国内の規制や国内で既に使われている認証との整合性を確保し、それぞれとの関係を明確にする。

Ⅱ-2-4 日本のこれまでの経験を反映している

◆ 日本発の特徴

➡ 「現場の従業員からの食品安全に関する改善提案を適切に活用する仕組み」を規格の要求事項に含める

◆ 和食の標準化

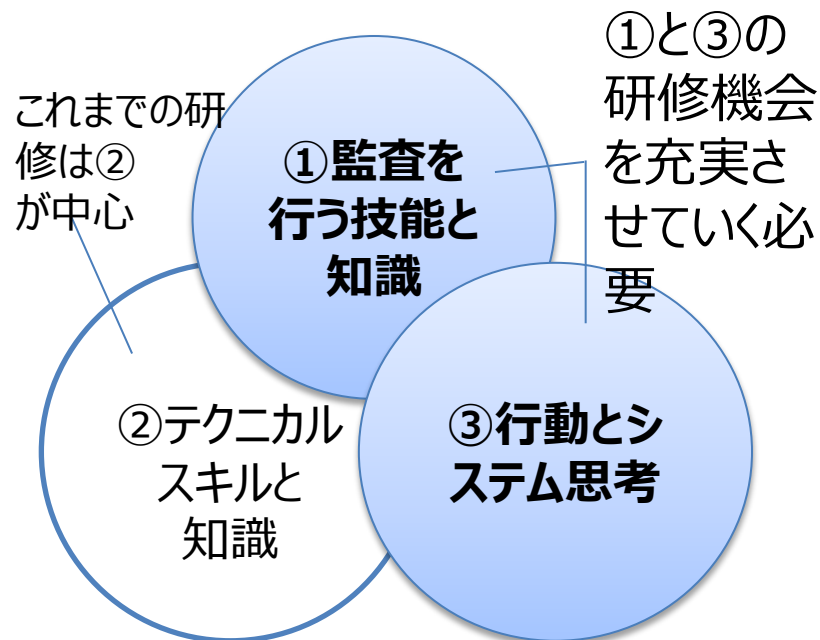
➡ 「和食」や「和食に使われる産品」を扱ってきた長い歴史や経験・実績に基づいて、**科学的検証を行い、標準化し、ガイドラインに含めていく**

Ⅱ-3-1 人材育成

事業者内人材

食品安全を直接的に推進する担当者や内部監査員の力量の向上

第三者機関の審査員



経営層も含めた業界全体

食品安全に係る知識や管理の必要性についての認識の向上

Ⅱ-3-2 情報発信

◆ 海外に対して

- 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催の機会を活用し、日本の取組をアピール
- 国際会議等に出席し、事業者の取組に関するプレゼンテーションを実施
- 海外の研究者との連携の強化

◆ 国内に対して

- 食品安全の取組向上及び規格・認証スキームに関する理解を広める
- 食料産業全体が自ら取組を推進していくための意識啓発（わかりやすいFAQなど説明資料の充実）

Ⅲ 今後の食品安全マネジメント協会に 対する期待

今後の食品安全マネジメント協会に対する期待

(1) A・B規格と活用プログラムの運用

- 小売事業者の方々、自治体、業界団体等との連携
- 国内の他の規格や認証との整合性の確保

(2) ガイドラインの整備

- 規格・認証スキームをより使いやすくするためのガイドラインの整備
- 日本独自の取組、和食と和食に用いられる製品の食品安全管理に関する技術についての科学的検証と、その方法の標準化のためのガイドライン整備

今後の食品安全マネジメント協会に対する期待

(3) 規格・認証スキームの構築とさらなる発展

- まず、食品製造のセクターから整備、他のセクターについても検討
- 自治体を実施するHACCP関連の認証や海外の規制にも留意

参考: GFSI承認範囲

GFSI承認範囲 (コード)	カテゴリー	GFSI承認範囲 (コード)	カテゴリー
AI	肉・乳・タマゴ・蜜用動物の生産	F	飼料の製造
AII	魚介類の生産	G	ケータリング
BI	植物の生産(穀類、豆類を除く)	H	リテール・卸売
BII	穀類、豆類の生産	I	食品安全サービスの提供
C	動物の処理	J	食品及び飼料のための保管施設・配送車両
D	植物性食品、ナッツ類、穀類の前処理	K	食品及び飼料の加工装置の製造
EI	動物性要冷蔵生鮮食品の処理	L	化学物質・生化学物質の製造(添加物、ビタミン、ミネラル、バイオカルチャー、調味料、酵素、加工助剤)
EII	植物性要冷蔵生鮮食品の処理	M	食品及び飼料の容器包装の製造
EIII	動・植物性要冷蔵生鮮食品(混合製品)の処理	N	食品ブローカー／代理店
EIV	常温保存性食品の処理		

GFSIガイダンスドキュメント6.4版 付属書1「GFSI承認範囲」から抜粋

今後の食品安全マネジメント協会に対する期待

(4) 「品質」の取扱

- 品質を取り込むべきか、取り込むとするとどのような形か、検討を継続

(5) 国内外のステークホルダーのつなぎ役

- 海外に対して日本の取組を説明し、理解を広める
- 国内に対しても世界の動きを伝え、調整



**世界の標準化を推進する団体やステークホルダーとの
関係を構築し、連携し、協働を推進**

別添 食品安全マネジメント等推進に向けた準備委員会の 構成と参加企業

食品安全マネジメント等推進に向けた準備委員会の構成

準備委員会（全体会合）

【事務局：株式会社三菱総合研究所】

規格・認証スキームWG

【検討内容】

- ① 規格外作成
- ② スキーム文書案作成
- ③ 認証の信頼を高めるための仕組みの検討

人材育成WG

【検討内容】

<スキーム運営関係>

- ① 審査員等の力量、教育・訓練プログラム等の検討
- ② HACCPチーム、内部監査員に関する力量検討

<研修関係>

- ③ 研修要領、カリキュラム、研修方法の検討
- ④ 必要な研修の仕組みの検討

情報発信戦略WG

【検討内容】

- ① 情報発信のあり方検討
 - ・国内戦略
 - ・海外・国際会議への対応
- ② 情報発信媒体（HP・機関誌・パンフレットなど）のあり方検討
- ③ 中期スケジュール

食品安全マネジメント等推進に向けた準備委員会参加企業

1	アサヒグループホールディングス株式会社	24	株式会社ニチレイフーズ
2	味の素株式会社	25	株式会社日清製粉グループ本社
3	イオン株式会社	26	株式会社日本アクセス
4	株式会社伊藤園	27	日本コカ・コーラ株式会社
5	伊藤忠商事株式会社	28	日本水産株式会社
6	伊藤ハム株式会社	29	日本生活協同組合連合会
7	エム・シーシー食品株式会社	30	日本製粉株式会社
8	カルビー株式会社	31	日本ハム株式会社
9	キッコーマン株式会社	32	日本マクドナルド株式会社
10	キューピー株式会社	33	パルシステム生活協同組合連合会
11	キリン株式会社	34	株式会社ファミリーマート
12	株式会社サークルKサンクス	35	三井物産株式会社
13	サントリービジネスエキスパート株式会社	36	三菱食品株式会社
14	昭和産業株式会社	37	ミニストップ株式会社
15	合同会社西友	38	株式会社明治
16	株式会社セブン-イレブン・ジャパン	39	株式会社ヤクルト本社
17	全国農業協同組合連合会	40	山崎製パン株式会社
18	大日本印刷株式会社	41	雪印メグミルク株式会社
19	ダノンジャパン株式会社	42	株式会社吉野家ホールディングス
20	東京デリカフーズ株式会社	43	よつ葉乳業株式会社
21	東洋製罐株式会社	44	株式会社ローソン
22	凸版印刷株式会社	45	株式会社ロッテ
23	株式会社ニチレイ		

(平成28年1月22日現在) 計 45社 (五十音順・敬称略)