

「ベーシック16」 各項目の説明

16の項目は、食品事業者が、消費者の食への信頼を得るため、気をつけるべき業務の分野をあげたものです。

製造、卸売、小売の業種を超えて認識を共有し、お互いの行動を「見える化」できるように項目が立てられています。

また、作業グループ参加者が、「協働の着

眼点」を作る際に「そもそも、なぜこうした取組をしなければいけないのか」について意見を出しあい、基本的な考え方を整理した文章をご紹介します。16の項目一つ一つの意義を感じていただいて、記入する内容を考える際の参考にして下さい。

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	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

ベースとなる価値観と行動

具体的な記入例

1 お客様を基点とする企業姿勢の明確化

お客様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。

◇「お客様基点」という自社の企業理念、企業姿勢を徹底するために、朝礼や研修での唱和を通じて全社員に浸透させている・・・

◇お客様からのご質問、褒められたこと、お叱りを受けたことなど、お客様からの声についても情報収集と社内における情報共有を行い改善に取り組んでいる・・・

2 コンプライアンスの徹底

お客様の食に対する信頼を獲得するためには、食品事業者として、法令遵守を徹底することに加え、社会環境の変化に適切に対応して社会規範、社会倫理に沿った企業活動を行っていくことが必要であると考えています。また、お客様の信頼を損なう原因となりがちな「無理」を防ぐことにも留意しなければならないと考えています。

◇全社員がコンプライアンスに関する意識を高めるように法令・基準などの改正時には、内容を回覧している。また、必要に応じて朝礼などでコンプライアンスに関する勉強会を取り入れている・・・

◇全社員が表示に関するルールを把握した上で、出荷時に担当者が再度表示を確認している。また、定期的に表示ルールに関する勉強会を実施している・・・

社内に関するコミュニケーション

具体的な記入例

3 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備

お客様に対して、安全で適切な食品を安定的に提供するためには、日常の業務が安定して、的確に行われることを確実にするよう、体制を整備することが重要だと考えています。

◇安全かつ適切な食品を提供するために、全ての工程で食品危害の発生する可能性のある箇所を洗い出し、的確に作業が行われていることを、チェック表を使い、定期的の実施状況の確認と記録を実施している・・・

◇異物混入防止・衛生管理において、社員の経験年数などを考慮し、社員教育を徹底し食品危害の発生しない体制としている・・・

社内に関するコミュニケーション

具体的な記入例

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。

◇原材料の新規購入時は、自社製の原材料規格保証書を取り寄せ、自社の基準に適合している事を確認してから購入している・・・

◇既存原材料は年1回及び、内容変更時に原材料規格保証書の更新及び分析を実施している。また、必要に応じて取引先の視察及び指導の実施、自社での分析を実施して安全性を確認している・・・

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）

お客様に安全で適切な食品を提供するためには、自社の製造、調理・加工、保管・流通の各過程において、食品の特性に応じた適正な衛生・品質の管理を行うことが重要だと考えています。

◇ロット毎の製造工程チェックリストに各工程の状況を記入し、製造時の状況が一目で把握できるよう工程管理を行い、製品の品質や工場内の衛生状況を確認している・・・

◇毎日の清掃と定期的な清掃の整理をしてその実施を徹底している。また、品質管理については水分・厚み等を数値化しデータとして保管している・・・

6 販売における取組

お客様に安全で適切な食品を提供するためには、自社の業務過程の最後の段階である販売の際に、食品の適切な取り扱いを確保することが重要だと考えています。

◇お客様に最適な状態で商品を提供するために、鮮度管理と衛生管理を徹底している。衛生管理では手洗いの徹底、交差汚染防止のための調理器具の使い分けを実施している・・・

◇在庫管理を徹底し、品質を維持するため温度管理をした倉庫で保管している。配送においては、運送会社と適切な取り扱い・保管状況の確認を行っている・・・

取引先に関するコミュニケーション

具体的な記入例

7 持続性のある関係のための体制整備

お客様に安全で適切な食品を安定的に提供し、その信頼を獲得するためには、公正な取引が安定的に行われるよう、また、取引先との間で情報の共有や協働の取組が進むよう、体制を整備することが重要だと考えています。常に、取引先と対等な立場で、透明性が高い取引関係を構築していることは、お客様の信頼を損なう原因となりがちな「無理」を未然に防止することにつながると考えています。また、継続的に、取引先と情報を共有し、協働の取組を進めることは、一社のみでの取組では限界のある、お客様への正確な情報提供や、商品・サービスの改善に効果を発揮すると考えています。

8 取引先との公正な取引

お客様に安全で適切な食品を安定的に提供し、その信頼を獲得するためには、取引先と持続性があり、かつ緊張感のある関係を構築することが重要だと考えています。そのために実際の取引において、取引先との間で対等な立場で、透明性を高める取組を進めていくことが必要だと考えています。この取組によりお客様の信頼を損なう原因となりがちな「無理」を防止することになると考えています。

9 取引先との情報共有、協働の取組

お客様に安全で適切な食品を安定的に提供し、その信頼を獲得するためには、取引先と協力して、商品等の情報を共有することによって、正確な情報をお客様に提供するとともに、商品開発や業務の見直しを行うことが重要だと考えます。

◇トレースの重要性やお客様の求める安全性などを、同じ視点で共有できるよう、取引先との意見交換会を実施している・・・

◇購買、工場、流通、販売の各担当による定期的な合同会議において、公正な取引の観点で業務ルールの見直し・改善を行っている・・・

◇各種関係法令の遵守のみならず、長期的視野でのパートナーシップの確立のため、現地現物の確認と合わせて、調達時期に対する事前商談、情報提供を強化している・・・

◇取引先との協力関係のなかで、品質の良いもの、お客様のニーズに合ったものを作り、お互いに利益の出るような関係作りを目指している・・・

◇購入側の都合ばかりではなく、納品ロットの取りまとめや、事前調達時の数量情報のやり取り、納品形態の調達など、常にお互いの情報交換を密にし、調達を行っている・・・

◇取引先との間で無理な要求はせずお互いが成長していけるような関係作りを目指している・・・

お客様に関するコミュニケーション

具体的な記入例

10 お客様とのコミュニケーションのための体制整備

安定的に、お客様に安心して食品を楽しんでいただくことに加え、その信頼を獲得するためには、お客様とのコミュニケーションのための体制を整備することが重要だと考えています。お客様からの声を聞き、食品に関する情報をお客様に提供するという、商品やサービスを通じたお客様との双方向のコミュニケーションや、食品事業者の社会的責任とも言える「食育」の推進は、お客様の満足度を高め、信頼感を醸成するものと考えています。

◇お客様からの問い合わせへの対応は、早急に社内には知らせるべきと判断した情報や、他社の事故例などは朝礼やミーティングでの連絡と、社内掲示板で従業員がお客様の声に敏感になるようにしている・・・

◇経営に反映すべき意見をお客様からいただいた場合には、経営者に直接連絡するルールを定めている・・・

11 お客様からの情報の収集、対応、管理

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。

◇お客様からのご意見やご感想を収集するため、インターネットのホームページや、お客様相談室へのフリーダイヤルを設けている。取引先を通じて得られたお客様からの情報についても、品質管理会議等で情報の共有化を図っている・・・

◇お客様からのクレームに対しては、できる限り訪問及び現品を入手し、原因究明と調査報告を行っている・・・

12 お客様への情報提供

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、お客様に適切な情報提供を行い、安全で適切な食品を提供しようとしている食品事業者の取組や、提供する商品に関する様々な情報を、分かりやすくお客様にお伝えすることが重要だと考えています

◇商品に使用した原材料は、お客様に分かりやすいように表示している。また、お客様からアレルギー情報や産地に関する質問に対して速やかに対応できるように、商品ごとに使用原材料等の詳細情報を取りまとめ、随時更新している・・・

◇お客様からの問い合わせに対しては、機械的に答えるのではなく、お客様が心配していること等の真意を確認し、相互に納得できる対応をするようにしている・・・

13 食育の推進

お客様に対して「食」に関する様々な情報を提供することや、お客様が、様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を身につける機会を設けることなど、食育の取組は、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、重要だと考えています。

◇毎年近隣の小学校を対象に工場見学を受け入れている。また、本年は高校への出前授業を行っている・・・

◇お客様向けに自社製品に関連した食文化や歴史などを紹介したページをホームページ上に開設し、食への理解を深めていただくための活動をしている・・・

緊急時に関するコミュニケーション

具体的な記入例

14 緊急時を想定した自社体制の整備

提供する食品に関して事件や事故が起きた際に、迅速かつ適切に行動し、お客様への被害を最小限にとどめるとともに、お客様の不安感をいち早く取り除くためには、あらかじめ緊急時を想定した社内の体制整備を行っておくことが重要だと考えています。

◇緊急時には、全社員が対処できるよう、緊急時の対応についてマニュアルを作成し、平常時から当事者意識を持たせるようにしている・・・

◇年に一度、緊急対応（特に商品回収シミュレーション及び火災訓練等）の模擬訓練を実施して規定などの見直しを行うほか、協力会社、取引先にも危機管理への取組を呼びかけている・・・

15 緊急時の自社と取引先の協力体制の整備

提供する食品に関して事件や事故が起きた際に、迅速かつ適切に行動し、お客様への被害を最小限にとどめるとともに、お客様の不安感をいち早く取り除くためには、自社と取引先との緊急時の協力体制をあらかじめ整備しておくことが重要だと考えています。特に、二次被害の防止や原因究明のためには、フードチェーンをまたがって正確な情報を迅速に収集することが求められています。

◇仕様書の更新を定期的実施することで、取引先と連絡を取り合う体制にしている。また、食に関する情報を集めて取引先に配信し、安全かつ適切な商品の実現に向けて共に取り組んでいる・・・

◇スピードを持って情報共有を行うため、取引先と緊急連絡網の作成を進めている。一方通行の依頼ではなく情報のやり取りをするようにしている・・・

16 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備

提供する食品に関して事件や事故が起きた際に、お客様への被害を最小限にとどめるとともに、お客様の不安感をいち早く取り除くためには、事件、事故の状況に応じたお客様への適切な情報提供、お客様からの問い合わせに対する適切な対応、お客様からの情報提供に対する適切な対応が重要だと考えています。

◇緊急時には、お客様への告知が適時・適切に行えるように、社内規定及び対応マニュアルを整備している・・・

◇年に一度、模擬(シミュレーション)訓練により、情報収集や意思決定、情報伝達など対応方法の具体的想定を蓄積している・・・

FOOD COMMUNICATION PROJECT

さあ！「ベーシック16」を 記入してみましょう！！

FCPでは「ベーシック16」を通して
広く取組事例を集めていきます。

多くの具体例を集め、広く各方面（ホームページなど）へお伝えしていくことで、記入いただいた事業者の振り返りや改善に役立ててもらうとともに、その取組がキッチンと評価されるチャンスを増やしていきます。また、具体例を多く集めることで、消費者を始めとする関係者に、多くの食品事業者が食への信頼のために努力している事実を伝えていきます。

さらに、「ベーシック16」の記入をきっかけに関係者の間で「協働の着眼点」の活用を広げていきます。FCPでは「協働の着眼点」の活用を様々な場面で働きかけていきます。今後、「ベーシック16」を記入していれば、取引先からの監査への対応や商談会でのPRなどを効果的に行うことができるようになると期待されます。

「消費者の食への信頼向上」のために、
FCPの情報共有ネットワークにご参加ください。

FCPが「食品事業者の意欲的な取組の活性化による消費者の信頼向上」という目的を達成するためには、様々な関係者による協働の取組が必要です。その前段として、FCPの趣旨に賛同する食に携わる事業者、そしてそれに関連する事業者の間で情報の共有を進めることが重要です。

このため、FCPではプロジェクトに関連する情報を関係者と共有するためのネットワークを構築・運営しています。

ネットワーク参加者は、

- 1 プロジェクトに関する情報の提供を受けるとともに、FCP専用ホームページ等を通じて農林水産省に対して自主的に情報提供や意見提出を行うことができます。
- 2 また、募集に応じて、「協働の着眼点」策定作業グループや、「協働の着眼点」の活用に関する研究会・分科会に参加することができます（必須ではありません）。

皆様のご参加をお待ちしております。
情報共有ネットワークへの参加はホームページから

www.food-communication-project.jp

【連絡先】 農林水産省 フード・コミュニケーション・プロジェクト事務局
電話番号 03-6744-2397 FAX 番号 03-6744-2369

	大項目	御社での取組内容	資料等
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	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	2. コンプライアンスの徹底	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
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	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	4. 調達における取組	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	5. 製造における取組	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	6. 販売における取組	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
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	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	8. 取引先との公正な取引	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	9. 取引先との情報共有、協働の取組	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:

	大項目	御社での取組内容	資料等
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	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	11. お客様からの情報の収集、対応及び管理	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	12. お客様への情報提供	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	13. 食育の推進	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
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	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	15. 緊急時の自社と取引先との協力体制の整備	<御社の取組内容：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL:
	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：250 字以内>	<写真など>
			<該当する HP のリンク> URL: