



## FTC コード

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 序論 .....                            | 2 |
| 適用範囲 .....                          | 2 |
| 使用 .....                            | 2 |
| FTC 規格基準 (FTC Coode) .....          | 3 |
| 1. 【お客様を基点とする企業姿勢の明確化】 .....        | 3 |
| 2. 【コンプライアンスの徹底】 .....              | 3 |
| 3. 【安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備】 .....   | 3 |
| 4. 【調達における取組み】 .....                | 4 |
| 5. 【製造における取組】 .....                 | 4 |
| 6. 【販売における取組み】 .....                | 5 |
| 7. 【持続性のある関係のための体制整備】 .....         | 5 |
| 8. 【取引先との公正な取引】 .....               | 5 |
| 9. 【取引先との情報共有、協議の取組】 .....          | 6 |
| 10. 【お客様とのコミュニケーションのための体制整備】 .....  | 6 |
| 11. 【お客様からの情報の収集、管理および対応】 .....     | 6 |
| 12. 【お客様への情報提供】 .....               | 7 |
| 13. 【食育の推進】 .....                   | 7 |
| 14. 【緊急時を想定した自社体制の整備】 .....         | 7 |
| 15. 【緊急時の自社と取引先との協力体制の整備】 .....     | 8 |
| 16. 【緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備】 ..... | 8 |

## 序論

Food Communication Project(FCP)は、農林水産省が、「食」に対する消費者の信頼向上のため、平成 20 年度から立ち上げた取組で、消費者ニーズが多様化するなか、一律の規制ではなく、意欲的な食品事業者の取組の活性化により、消費者の信頼向上を図ることを目的としている。特徴としては、食品事業者などが注目すべき行動のポイントとして「協働の着眼点」を設定、この「協働の着眼点」への取り組みを「見える化」することで、効率的な情報の収集、開発やサービスの認識の共有、同一步調での信頼向上の取り組み、資金調達への活用などを目指している。

また、食品事業者の経営陣が自社の強み、弱みを分析し、経営戦略を立てる際にも用いるケースや、社員が食の安全・安心に関する基礎知識を習得するケースにも活用されることを想定している。

この FCP プロジェクトに対し、SGS ジャパンでは、「協働の着眼点」を活用した食の安全認証規格開発事業(Food Trust Conduct 仮名)を提案、重要項目が網羅・整理された基準の開発、認証基準についてのギャップ審査の実施により改善項目を明確化、食品購買側企業の要求事項をまとめた認証基準を開発・運用するためのプロジェクトとして立ち上げることになった。

## 適用範囲

FCP が「食品事業者の意欲的な取組の活性化」という効果を発揮するためには、多様なステークホルダーと農林水産省のコラボレーションが必要であり、その前段として、食品事業に関連する企業やその団体(食品事業者等)の間で情報の共有を進めるネットワークが構築・運営されています。

この取り組みに参加している企業は多彩ですが、本来の目的である「消費者の信頼向上」のためには、HACCP や SQF、ISO などの第 3 者による食品の安全や安心を目的とした認証制度を取り入れている企業も数多く存在します。しかしながら、コストと手間との関係からこの制度を受け入れるには難しい面があり、全ての FCP 参加企業がこの制度を活用しているとは限りません。

FTC はこのような HACCP、ISO、SQF などの第 3 者認証制度の活用に躊躇している企業に対し、「消費者の信頼向上」を目的としたツールとして、最低限の安全と安心を確保する認証制度として作成されました。

適用範囲としては、ISO、SQF、HACCP などの第 3 者認証を受けていない食品製造、加工業を対象に、消費者への信頼向上にアピールできる小売業へのサプライヤーに適用することが有効ですが、食品の原材料メーカーや、海外製品を輸入している商社およびその工場を対象とすることもできます。重要なことは、目的である「消費者の信頼向上」を達成する目標を持ち得る企業であればよいと考えています。

また、適用工場であっても、安全管理の行き届かない部分を除外することもできます。

## 使用

FTC は、上記の通り「協働の着眼点」を要求事項として規格基準化し、基本的にはそれへの適合性を審査する事業です。そして、この規格への適合は、企業の活動が PDCA サイクルに取り込まれることも重要と考えてある内容です。一方、HACCP や ISO、SQF の認証を躊躇している企業に対し、それらよりは容易に、かつ、安価でありながら、最低限の安全と安心、そしてサプライヤーとしての責務を確保する規格基準として設計されています。

FTC 認証には、これらを考慮した FTC 規格基準を用いることができます。また、その使用方法は、FTC 認証手順書にて定められています。



## FTC 規格基準(FTC Coode)

### 1. 【お客様を基点とする企業姿勢の明確化】

ここでは、経営者が食の安全に対して、従業員のみならず、社外のバイヤー並びにお客様(消費者)にどのような姿勢で取り組んでいるか(アピールしているか)を問うものである。

#### (1)経営姿勢の社内外への明示

- ①経営者がお客様を基点とする基本的考え方に基づいて、安全かつ適切な食品を提供する責任を認識しており、その姿勢を社内外に示していることが望まれます。

#### (2)基本方針の維持

- ①お客様を基点とする基本的考え方により、安全かつ適切な食品を提供すると共に、お客様に食品事業者の取組を伝えことを、基本方針として示していることが望まれます。

#### (3)社内の情報共有及び連携体制の確立

- ①自社内の調達から販売に至るまでの全てのプロセスにおいて、安全かつ適切な食品をお客様に提供するための情報共有や連携体制を整備していなければなりません。

### 2. 【コンプライアンスの徹底】

コンプライアンスとは「法令を遵守する」「モラルある行動をする」「社会的責任を果たす」などをいう。経営者が各種法令の遵守や社会的責任に対して、社内のみならず、社外のバイヤー並びに消費者にどのような姿勢で取り組んでいるか(アピールしているか)を示すもので、バイヤー、消費者等にプラスイメージを与えます。

#### (1)基本方針の保持

- ①法令遵守に真摯に取り組む方針を示していることが望まれます。
- ②社会的要請に真摯に対応する方針を示している、又は実行していることが望まれます。

#### (2)遵守事項の明確化及び遵守の確認体制の整備

- ①遵守しなければならない法令及び基準を明確にしていなければなりません。
- ②明確化した遵守しなければならない法令及び基準について随時、適切に更新していなければなりません。
- ③責任者を明確にして、遵守事項の管理及び遵守の確認を行っていなければなりません。

#### (3)従業員教育

- ①従業員のコンプライアンスに対する意識を高める活動を行っていることが望まれます。

### 3. 【安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備】

安全かつ適切な食品を提供するには、従業員全員が、同じ意識をもって、同じ行動(仕事の仕方)をすることが前提で、そのためには、従業員意識の維持向上を図り、業務ルール(各種の作業マニュアル・基準類)を周知させる必要があります。

#### (1)方針及び業務ルールの策定、更新

- ①企業理念又は方針の中に、安全かつ適切な食品の提供に取り組む姿勢を盛り込むことが望まれます。
- ②安全かつ適切な食品の提供のための業務ルールを定めなければなりません。
- ③食品の安全性及び適切性に関する新しい情報を常に収集し、ルール等の見直し及び改善を行うことが望まれます。

#### (2)方針の周知及び業務ルールの教育体制の整備

- ①安全かつ適切な食品の提供のための方針を従業員に周知徹底していることが望まれます。
- ②安全かつ適切な食品提供のための業務ルールを従業員に教育する体制を整備していることが望まれます。

す。

(3)業務の適切な実施を確認する体制の整備

- ①業務ルールに基づいて業務が行われているかについて、日常的に確認していなければなりません。
- ②業務ルールに基づいて業務が行われているかについて、自社内の別担当又は第3者機関が監査を行っていることが望まれます。

(4)方針及び体制の社外への公開

- ①安全かつ適切な食品を提供するための方針及び社内体制を、社外に公開していることが望まれます。

(5)危害要因の分析及び管理方法の選定

- ①原材料から食品を消費するまでの安全に関わる危害要因を明確にしていることが望まれます。
- ②オペレーションを工程図にし、現場の実態と合っているか確認し随時更新していることが望まれます。
- ③調達物資の調達から食品の製造、販売までの過程の危害要因を洗い出し、分析し、管理方法を定めていなければなりません。
- ④危害要因を洗い出し、分析内容及び管理方法の妥当性の検証を行い、見直していることが望まれます。
- ⑤危害要因の管理方法を業務ルールに反映していることが望まれます。

#### 4.【調達における取組み】

原材料(原料、包材など)の品質は製品の品質に直結します。信頼できる調達先(原材料メーカー)から信頼できる原材料を購入するところから安全な食品は始まります。調達前後の保管、管理はお得意様にとっても重要な視点となります。

(1)調達先の評価及び選定

- ①調達する食品及び調達物資の調達先を評価及び選定していることが望まれます。

(2)調達物資の安全性及び適切性の確認

- ①調達物資に関する要求事項又は受入れ基準を定めなければなりません。
- ②調達時に受入検査を行っていないければなりません。

(3)調達物資の保管及び管理

- ①調達物資に応じた条件下で保管及び管理しなければなりません。
- ②調達物資の適切な保管及び管理を行うために、適切な施設又は設備を備え、管理していることが望まれます。
- ③調達した原材料の使用期限を設定及び管理していなければなりません。

#### 5.【製造における取組】

製造現場で一番大事なことは、場内にある全ての設備、機器・器具、備品が衛生的に保管し、使用されることで、食品への異物の汚染・混入を防止することです。またできた製品が、その特性や成分が規格通りであることにあります。これが守れないと「会社の存続」に関わる。

(1)製造工程の管理1

- ①食品製造用の設備及び器具の食品接触面を清潔に保っていなければなりません。
- ②食品製造で使用する水は飲用適であり、安全な方法で処理及び維持管理していなければなりません。
- ③食品に応じた加熱、冷却、乾燥及び包装を適切な条件下で行えるよう管理していなければなりません。
- ④異物混入の防止、異物の検出及び異物の除去に取り組んでいなければなりません。
- ⑤アレルギー誘起物質の交差汚染を防ぐ対策をとっていなければなりません。
- ⑥製造工程中の食品品質及び衛生の検査を行っていないければなりません。

## (2)適切な表示の実施

- ①品名②消費期限(または賞味期限)③原材料名④販売者⑤保存条件(必要時) など必要な表示をしていなければなりません。

## (3)食品の保管及び管理

- ①食品に応じた条件下で保管及び管理していなければなりません。

## 6.【販売における取組み】

製造者は、消費者の安心・安全を得るためには、販売先に対しても、商品を安全に販売してもらうことが重要になる。そのためには販売先に対しても、食品の特性に応じた対応を依頼する義務がある。

### (1)販売先の評価及び選定

- ①食品の販売先の適切な評価を行い、取引先を選定していなければなりません。

### (2)輸送及び保管時の食品の管理条件の設定

- ①食品に応じた輸送及び保管時の管理条件を、取引先と取り決めていなければなりません。

## 7.【持続性のある関係のための体制整備】

製造者は、取引先と良好な関係を維持しなければ、事業の維持はあり得ないが、その方法には秩序をもって臨む必要がある。上下関係は長続きにはマイナスである。

### (1)業務ルールの策定

- ①取引先との取引条件の設定や契約等に関して公正な取引をするための業務ルールを定めていることが望まれます。

### (2)業務ルールの周知及び教育体制の整備

- ①公正な取引のための業務ルールを社内に周知徹底していることが望まれます。  
②公正な取引のための業務ルールを必要な従業員に教育する体制を整備していることが望まれます。

### (3)公正な取引の確認体制の整備

- ①公正な取引の実施を確認する責任者を明確にしていることが望まれます。  
②公正な取引のための業務の改善を行っていることが望まれます。

### (4)業務ルールの社外への公開

- ①取引先との公正な取引に関する業務ルールを社外に公開していることが望まれます。

### (5)情報共有の仕組みの整備

- ①取引先との意見交換ができるよう担当窓口を設定していることが望まれます。  
②取引先の意見について社内に伝えるルール及び共有方法を定めていることが望まれます。  
③取引先とより効果的な情報共有お行うための場を設けていることが望まれます。

## 8.【取引先との公正な取引】

文書化により契約の透明性を高めるなど公正な取引を行うとともに、相互の意見交換により、取引に関する問題点の解決や改善などを行うこととしています。

### (1)公正な取引の実施

- ①取引先と適正な契約を結んでいなければなりません。  
②取引に際し契約の内容を文書で双方が取り交わされていなければなりません。  
③取引に関する解決すべき問題点や改善点を相互で論議し、意思疎通を図り、問題解決していなければなりません。



ません。

## 9. 【取引先との情報共有、協議の取組】

お客様への有益な情報提供を可能にするフードチェーンをまたがった情報共有や、一社のみでは限界のある商品・サービスの品質向上を可能にする取引先との協働の取組を進めることとしています。

### (1)商品等についての情報共有

- ①お客様に提供する食品に関する情報を取引先と共有していることが望めます。
- ②食品のトレースに必要な情報を取引先や調達先とお互いに整理し、必要時共有していなければなりません。
- ③食品の一貫したロット管理を取引先と行っていなければなりません。
- ④取引先への情報伝達のスピードと正確性を向上させるための取組を進めていることが望めます。

### (2)取引先との協議の取組

- ①取引先と協議して、商品開発及びサービス提供を行っていることが望めます。
- ②取引先と協議した業務の改善及び効率化に取組んでいることが望めます。

## 10. 【お客様とのコミュニケーションのための体制整備】

お客様とのコミュニケーションを重視する方針を掲げて社内に周知するとともに、従業員を教育する体制を整備することとしています。また、お客様からの意見を収集し、これを企業活動に活かす体制、お客様に対して情報を提供する体制を整備することとしています。

### (1)方針及び業務ルールの策定

- ①企業理念又は方針の中に、お客様とのコミュニケーションを重視する姿勢を盛り込んでいることが望めます。
- ②お客様とのコミュニケーションを重視する業務ルールを定めていなければなりません。

### (2)方針の社内周知及び業務ルールの教育体制の整備

- ①お客様とのコミュニケーションに関して従業員に教育体制を整備していることが望めます。
- ②お客様とのコミュニケーションに関して新しい情報を収集し、工夫していることが望めます。
- ③お客様とのコミュニケーションに関して責任者を明確にしていることが望めます。

### (3)情報の収集、管理及びお客様対応体制の整備

- ①お客様からの問合せ及び情報提供を受けるための体制として、窓口を設置していることが望めます。
- ②お客様対応担当とその関係者が連携して対応する体制を整備していることが望めます。
- ③お客様の意見を経営に生かす体制を整備していることが望めます。
- ④お客様から収集した個人情報の保護措置をとっていることが望めます。

### (4)情報提供体制の整備

- ①お客様に情報提供する責任者を明確にしていることが望めます。
- ②お客様に提供する情報の正確性及びわかりやすさを確認する体制を整備していることが望めます。

## 11. 【お客様からの情報の収集、管理および対応】

お客様から情報を収集することに努め、食品事業者に対する要望、指摘を分析、把握し、社内でも共有するとともに、この要望、指摘に応じて、正確な情報提供、商品やサービスの改善につなげることとしています。

### (1)情報収集

- ①お客様からの情報を受ける手段を整備し、お客様に選択肢として提供していることが望めます。
- ②お客様に働きかけることにより、お客様からの意見を積極的に収集していることが望めます。

③お客様以外から幅広く情報及び要望を収集していることが望まれます。

#### (2)収集した情報の管理

- ①お客様から収集した情報を集約して管理していなければなりません。
- ②お客様から収集した情報を分類及び分析していなければなりません。
- ③お客様から収集した情報を関係者において共有し、必要な情報を関連先まで伝達していなければなりません。

#### (3)適時、適切なお客様対応

- ①お客様からの問合せに対して、正確な情報を提供できるように対応していなければなりません。
- ②お客様からのクレームに適切に対応していなければなりません。
- ③お客様からの意見を商品及びサービスの改善につなげていなければなりません。

### 12.【お客様への情報提供】

お客様の置かれた状況、ニーズを踏まえて、商品パッケージに限らず、お客様が入手しやすい様々な手段で、お客様に分かりやすい内容の情報提供に取り組むこととしています。

#### (1)効果的な手段による情報提供

- ①商品パッケージ及び販促資材により情報を提供していることが望まれます。
- ②商品パッケージ及び販促資材以外に適切な仕組みを用いて効果的に情報を提供していることが望まれます。

#### (2)正確でわかりやすい情報提供

- ①法令に基づく商品情報の提供をしている
- ②お客様のニーズに対応した商品情報を、わかりやすく提供していなければなりません。
- ③食品の長所だけでなく、短所についても、必要に応じてお客様に情報を提供していなければなりません。
- ④安全かつ適切な食品を提供するための取組に関する情報を提供していなければなりません。

### 13.【食育の推進】

食品事業者の社会的責任の一環として食育の重要性を認識し、社員が食育に関する知識を深める機会を設けるとともに、それぞれの事業者の状況に応じて、商品・サービスに食育を取り入れることや、幅広くお客様と「食」について考える機会を設けることなどに取り組むこととしています。

#### (1)重要性の認識及び事業活動への取り入れ

- ①従業員が食育に関する知識を深める場を設けていることが望まれます。
- ②食育を取り入れた商品開発及びサービス提供をしていることが望まれます。

#### (2)食に関する幅広い情報等の提供

- ①食に関するテーマについて幅広い情報を提供していることが望まれます。
- ②お客様とともに食について考える場を設けていることが望まれます。
- ③他業種などとの協働による食育推進活動をしていることが望まれます。

### 14.【緊急時を想定した自社体制の整備】

緊急時の対応を円滑かつ適切に行えるよう、あらかじめ社内の各部門の責任、役割を明確にするとともに、迅速に情報の収集と伝達を行うための体制を整備することに加え、迅速な対応のため、判断基準、対応ルール、手順を定めることとしています。また、事態収束後の対応として、具体的な経験を踏まえ、自社の体制・取組の見直しを行うこととしています。

#### (1)緊急対応体制の整備

- ①緊急時における社内の各担当の責任及び役割を予め定めていなければなりません。

- ②緊急時において関連する情報を迅速に収集する体制を整備していなければなりません。
- ③緊急時において関連する情報を関係者に迅速に伝達する体制を整備していなければなりません。
- ④原因究明に迅速にできるよう予め記録を管理していなければなりません。

(2)判断基準、緊急時対応ルール及び手順の設定

- ①緊急時に迅速に対応するため、事件性のある食品汚染も想定して、判断基準、対応ルール及び手順を予め定めていることが望まれます。

(3)事件及び事故の事態収束後の緊急時対応体制及び取組の見直し

- ①緊急時対応の経験に基づいて、自社における体制及び取組の見直しを行うことにしていることが望まれます。

## 15.【緊急時の自社と取引先との協力体制の整備】

製品の事故（クレームなど）や事件が起きた場合、直ちに取引先の協力を得て、対応することが要求される。そのためには、事前に対応の仕方を決めておくこととスムーズに進む。その場その場の対応は、対応に抜けが出、お客様や関係者に迷惑を与え兼ねない。

(1)協力に向けた認識の共有

- ①緊急時に対応をスムーズに行えるよう取引先との協力について認識を共有していなければなりません。

(2)協力して取組むための緊急時対応体制の整備

- ①事件及び事故に迅速に対応するため、取引先と協働の取組ができる体制を整備していなければなりません。
- ②緊急時対応中における情報交換が適時的確にできるための連絡体制を整備していなければなりません。

(3)事件及び事故の事態収束後の協力体制及び取組の見直し

- ①緊急時対応の経験に基づいて、取引先との協力体制及び取組の見直しを行うこととしていなければなりません。

## 16.【緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備】

緊急時の情報公開の基準をあらかじめ定めておくなど、お客様に適時、適切な情報を提供し、お客様からの問い合わせに的確に回答できる体制を整備するとともに、お客様からの情報を具体的対応や原因究明に活用する体制を整備することに取り組むこととしています。

(1)情報提供体制の整備

- ①緊急時の情報の公開についての基準を定めていることが望まれます。
- ②緊急時の情報提供の具体的方法について定めていることが望まれます。

(2)お客様対応及び情報活用体制の整備

- ①緊急時にお客様からの問合せ窓口を設置することになっていることが望まれます。
- ②緊急時にお客様からの情報も具体的対応や原因究明に活用することとしていることが望まれます。