

(2) コンプライアンスの徹底の取組

勸告	説明図表番号
<p>【制度の概要】</p> <p>農林水産省は、平成 14 年 1 月の食肉偽装事件を契機として、食品関係団体に対して、「企業行動規範の徹底に向けた自主的な取組の強化について」（平成 14 年 1 月 23 日付け 13 総合第 4358 号農林水産省総合食料局長通知）を発出するなど、関係法令の遵守や倫理の保持等についての会員各企業の取組を強化するよう要請している。</p> <p>しかし、平成 19 年 1 月、菓子製造業者が消費期限切れの原材料の使用や社内基準より長い消費期限の表示等不適切な対応をしていた事件の発生後、食品表示に関する事件が相次いで発生したことから、農林水産省は、その都度、食品関係団体に対してコンプライアンスの徹底に関する要請文書を発出し、会員企業におけるコンプライアンス体制の確保等に関する社内総点検の実施、期限表示のためのガイドラインの策定及びコンプライアンス徹底等のためのマニュアルの作成等、具体的な対応策を講ずることを求めている。</p> <p>また、農林水産省は、平成 19 年 10 月に、食品業界のコンプライアンスの更なる徹底に向けた具体的な取組を進めていくため、農林水産省の関係部局により構成する「食品の信頼確保・向上対策推進本部」を設置している。</p> <p>食品の信頼確保・向上対策推進本部では、コンプライアンスの徹底に関し、ノウハウや人材面で実際の対応がよく分からないとする食品事業者が多いことから、平成 20 年 3 月に「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～」を決定し、これを受けて農林水産省が食品事業者団体に通知している。この手引では、これらの団体に対して、「信頼性向上自主行動計画」を策定して、総会・理事会において決定し、会員等企業にその内容を周知しながら、実際の行動に移すことを要請している。また、「信頼性向上自主行動計画」では、各食品事業者団体が、会員等企業に対して、農林水産省が各食品事業者における実際の取組の方向として示した「食品事業者の5つの基本原則」の周知を図ることとされている。</p>	<p>表 3-(2)-①</p> <p>表 3-(2)-②</p> <p>表 3-(2)-③</p>
<p>【調査結果】</p> <p>「21 世紀新農政 2008～食料事情の変化に対応した食料の安定供給体制の確立に向けて～」(平成 20 年 5 月 7 日食料・農業・農村政策推進本部決定)では、「食品産業の各業界に対し、国が示す信頼性向上のための手引きに沿った自主行動計画の策定や計画に基づく取組を要請する。これにより、平成 20 年度中に、自主行動計画を 180 団体以上で策定するとともに、平成 22 年度までに、7 割以上の中小食品事業者において企業行動規範の策定を目指す。」とされている。</p> <p>今回、8 都道府県において、①菓子製造・販売業、②総合・食料品スーパー（弁当、そうざい等の製造・販売を行っているもの）、③水産食料品製造業の 3 業種からそれぞれ 9 事業者、計 27 事業者を抽出し、コンプライアンスの徹底に向けた取組状況を調査したところ、内部通報制度等の整備、企業行動規範の作成、衛生管理及び事故対応マニュアル等の作成などのコンプライアンスの徹底に向けた取組を行っているものは 17 事業者（全体の 63.0%。内訳は菓子製造・販売業 5 事業者、総合・食料品スーパー 7 事業者及び水産食料品製造業 5 事業者）みられた。</p>	<p>表 3-(2)-④</p>

これらのうち、12 事業者（全体の 44.4%）は、「21 世紀新農政 2008」において目標が定められた企業行動規範を策定している。

一方で、コンプライアンスの徹底に向けた取組を行っていない 10 事業者及びコンプライアンスの徹底に向けた取組を行っているものの、企業行動規範を策定していない 5 事業者のうち、食品事業者団体に加盟している 13 事業者に対し、当該団体による取組状況等を聴取したところ、これらの中には、農林水産省が食品事業者団体を通じて食品事業者のコンプライアンスの徹底に向けた取組を行っていることを承知していないものが 2 事業者みられた。また、上記 13 事業者のうち、当該団体から「モデル行動規範」の配布を受けていないものが 9 事業者みられた。

これらのことから、食品関係団体によるコンプライアンスの徹底に向けた取組に関する周知徹底が十分に行われていないものと考えられる。

なお、調査した 27 事業者の中には、企業行動規範を策定しても形式的なものになってしまう可能性が高いとして、その効果に懐疑的な意見を有しているものが 2 事業者みられた。

【所見】

したがって、農林水産省は、食品事業者が食品表示の適正化を始めとするコンプライアンスを徹底し、消費者の信頼を回復するための取組を推進する観点から、次の措置を講ずる必要がある。

「信頼性向上自主行動計画」に基づいて食品事業者団体が行う食品事業者に対するコンプライアンスの徹底の取組について、効果を検証するとともに、その徹底に関して、より一層の食品事業者団体の取組を促すこと。

表 3-(2)-① 食品表示事件の発生に対応した農林水産省によるコンプライアンス徹底に関する関係通知

年月	事業者	事件の内容	文書名	関係団体に要請した事項
平成19年 1月	A	<ul style="list-style-type: none"> ・ 期限切れ原料を使用 ・ 社内基準より長い消費期限の表示 ・ 細菌検査で社内基準を満たしていないもの出荷等 	「食品企業に対する法令遵守及び社会倫理に適合した行動の徹底等について」（平成19年1月12日付け18総合第1421号総合食料局長通知）（(財)食品産業センター理事長等あて）	団体会員企業に対し、関係法令の遵守及び社会倫理に適合した行動の一層の徹底等を要請
8月	B	<ul style="list-style-type: none"> ・ 製品の賞味期限表示の改ざん ・ 製品から大腸菌群が検出された事実を公表せず回収 	「法令遵守及び社会倫理に適合した行動のより一層の徹底等について」（平成19年8月23日付け19総合第903号総合食料局長通知）（食肉流通関係14団体の長あて、(財)食品産業センター理事長等あて）	<p>会員企業に対し、食品期限表示、品質管理及びコンプライアンス体制に関する社内総点検の実施の働きかけを要請</p> <p>また、適切な食品期限表示の実施、コンプライアンス体制の徹底等を図るためのセミナー等の実施を要請</p>
6月	C	<ul style="list-style-type: none"> ・ 牛ひき肉の虚偽表示 ・ 他商品での意図的な異種肉の混入 ・ 賞味期限表示の改ざん ・ 産地偽装 	「コンプライアンスの徹底について」（平成19年6月28日付け19生畜第808号生産局長通知）（食肉流通関係14団体の長あて）	傘下構成員に対し、コンプライアンスに係る規範・指針、ガイドラインの整備、内部けん制システムの確立等の取組の徹底を要請
			「コンプライアンス徹底の周知について」（平成19年6月28日付け食品産業振興課長、流通課長、食品産業企画課長名事務連絡）（食品産業関係50団体の長あて）	傘下構成員に対し、ひき肉、スライス肉等の原産地表示、賞味期限の設定時等の法令遵守の状況、企業倫理の確立に向けた取組状況の自主点検を行い、その報告を要請
9月	D	<ul style="list-style-type: none"> ・ 精米年月日の不当表示 ・ 千葉県知事からの指示が未措置 	「米流通業者に対する法令遵守及び社会倫理に適合した行動の徹底について」（平成19年9月12日付け総食第577号総合食料局通知）（米流通関係5団体の長あて）	傘下の組合、企業等に対し、関係法令の遵守及び社会倫理に適合した行動の徹底を要請
	E	<ul style="list-style-type: none"> ・ 精米品種の不当表示 ・ 東京都知事からの指示が未措置 		
10月	F	<ul style="list-style-type: none"> ・ 製造年月日の改ざん ・ 売れ残り品を回収し再利用 	(通知文書なし)	平成19年10月15日に「菓子業界におけるコンプライアンス体制の再徹底に向けた緊急対策会議」（菓子関係19団体の役員を招集）を開催し、総合食料局長から、業界内におけるコンプライアンス体制の徹底を図るよう口頭で指導
	G	<ul style="list-style-type: none"> ・ 製造年月日及び消費期限の延長 ・ 不適正な原材料表示 		
	H	<ul style="list-style-type: none"> ・ 原産地・原材料の不適正表示 ・ 期限表示の改ざん ・ 消費（賞味）期限切れ商品の販売 		
10月	J	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費期限を超過した原材料の混入 ・ アレルギー表示（小麦）の漏れ 	「法令遵守及び社会倫理に適合した行動のより一層の徹底について」（平成19年10月10日付け19総合第1122号総合食料局通知）（食品流通関係22団体の長あて）	会員等企業に対し、品質管理及びコンプライアンス体制に関する点検を実施するなど関係法令の遵守及び社会倫理に適合した行動のより一層の徹底を要請

(注) 当省の調査結果による。

表 3-(2)-② 農林水産省が各食品事業者団体に対し「信頼性向上自主行動計画」として策定を要請した対応事項

業界全体として、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よう、次のとおり必要な情報の提供・発信、相談対応、行政機関との連携等を行う役割を果たします。

- 会員等企業に対して、「食品事業者の5つの基本原則」の周知を図るとともに、本基本原則に基づいて会員等企業が消費者の信頼を確保・向上するために行う各種取組について、相談対応します。
- 消費期限や賞味期限等の表示のガイドラインを策定するほか、専門家によるセミナー等を開催することなどにより、会員等企業に対して表示の適正化に向けて必要な支援を行います。
- 総会や理事会等の際に、セミナー等を開催することなどにより、会員等企業に対して、コンプライアンス体制の構築の必要性について継続して周知徹底を図ります。
- 消費者等に対して、業界としての取組や食品に関する適切な情報等について、団体のホームページなどを通じて提供します。
- 業界としての信頼性向上に向けた取組の中で明らかになってきた諸課題については、農林水産省等の行政機関と緊密に情報を共有し、連携しつつ、解決に向けて取り組みます。

(注) 当省の調査結果による。

表 3-(2)-③ 農林水産省が示した「食品事業者の5つの基本原則」

区 分	内 容
基本原則 1	<p>〈消費者基点の明確化〉 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。</p> <p>〔具体的な取組事項〕 取組方針の消費者への明確化、消費者が必要とする各種情報の提供、安全と品質を確保し続ける必要性の社内への浸透、5つの基本原則に基づく社内取組の点検・検証と改善等</p>
基本原則 2	<p>〈コンプライアンス意識の確立〉 取り巻く社会環境の変化に適切に対応し、法令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。</p> <p>〔具体的な取組事項〕 コンプライアンスに関する方針（企業行動規範）の策定、経営者が先頭に立った組織体制（内部通報体制等）の整備、経営者による強い意思の表明、社内教育訓練や研修、内部監査等の実施等</p>
基本原則 3	<p>〈適切な衛生管理・品質管理の基本〉 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。</p> <p>〔具体的な取組事項〕 商品開発・原材料の受入れ・製造・出荷等の各過程における必要な確認・対応、安全を脅かす危害要因の混入防止、適切に実行するためのルールやマニュアルの作成等</p>
基本原則 4	<p>〈適切な衛生管理・品質管理のための体制整備〉 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。</p> <p>〔具体的な取組事項〕 商品開発時の科学的・合理的根拠に基づく賞味期限（消費期限）の設定、品質保証部門（担当者）の設置による品質管理水準の向上、内部監査等の実施、原材料・食品管理やトレーサビリティ確保のためのシステムの整備等</p>
基本原則 5	<p>〈情報の収集・伝達・開示等の取組〉 消費者など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。</p> <p>〔具体的な取組事項〕 消費者が必要とする情報の正確でわかりやすい提供、表示や広報・宣伝活動における誤認・誤解のおそれがない表現の使用、消費者相談窓口の設置、食品事故発生時における適切な対応、事故対応マニュアルの整備等</p>

(注) 1 農林水産省の資料に基づき当省が作成した。

2 下線は当省が付した。

表 3-(2)-④ コンプライアンスの徹底に向けた取組状況 (27 食品事業者)

(単位：事業者、%)

業種	区分	抽出 事業者数	うち、コンプライアンスの徹底に向けた取組を行っているもの	
			うち、コンプライアンスの徹底に向けた取組を行っているもの	うち、企業行動規範を策定しているもの
菓子製造・販売業		9	5 (55.5)	3 (33.3)
総合・食料品スーパー		9	7 (77.7)	5 (55.5)
水産食料品製造業		9	5 (55.5)	4 (44.4)
計		27	17 (63.0)	12 (44.4)

- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 抽出事業者は、表 3-(1)-⑤と同じものである。
 3 () 内は、「抽出事業者数」に占める割合を示す。

表 3-(2)-⑤ コンプライアンスの徹底に向けた取組状況

食品事業者		コンプライアンスの徹底に向けた取組の有無 (○×)	左の理由等	加盟団体によるコンプライアンスの取組状況	農林水産省のコンプライアンスの取組について承知していないもの
菓子製造・販売業	1-A	×	企業行動規範は作成されているが、総務省の調査のために作成したもの。加盟団体から十分な周知が行われているにもかかわらず、これを承知していない。 中小事業者において行動規範を作成することのメリットが分かりにくいいため、形だけのものになりやすい。	モデル行動規範の配布	
	1-D	×	創業以来、特に問題が発生していない。将来はマニュアルの必要性を感じるが、取り組む余裕がない。		
	1-E	○	特になし	モデル行動規範の配布	
	1-F	×	社員間のコミュニケーションを日頃から密にし、社内の不正が早期に改善されるよう努めている。	モデル行動規範の配布	
	1-G	○	特になし	モデル行動規範の配布	
	1-I	×	平成20年7月まで、納入先企業の指導を受けて法令遵守等に努めてきたが、現在は、各現場の責任者が責任を持って製造するよう指導		
総合・食料品スーパー	2-C	○	コンプライアンスに関する情報提供をテレビなどのメディアによって、定期的に行ってほしい。	(団体未加入)	
	2-D	×	各担当者の自覚に任せており、従業員が法令を守らないことは想定していない。特に問題も発生していない。		
	2-F	○	企業行動規範を作成中である。		
総合・食料品スーパー	2-H	×	スーパー業界は、顧客(消費者)から信用を得ることが何よりも大切なので、法令遵守は当然のことである。		
水産食料品製造業	3-B	×	行動規範が形だけのものになってしまう可能性が高いため、必要性を感じない。コンプライアンスの徹底に効果があるとは思えない。		●
	3-E	×	『鉛は金に変わらない』という基本理念があり、良いものしか使わないということが社内に行き届いているため。		
	3-F	×	日頃から、社内の風通しをよくして、社員が気付いたこと等を管理職に申し出られるように努めている。		
	3-G	○	衛生管理マニュアル及び事故対応マニュアル等は作成している。 企業規模からみて、社長がすべて把握している。		●
	3-H	×	現在のところ、自社製品の支障事例、事故の発生等はないので、社員に口頭で法令順守を指導している程度である。	(団体未加入)	
計		×=10 ○=5		モデル行動規範の配布は4団体	●=2

(注) 1 当省の調査結果による。
2 調査対象食品事業者(27)のうち、企業行動規範を策定していない15事業者について掲載した。