

食の安全・安心だより

食品安全文化って？

昨今、「食品安全文化」というキーワードが専門誌や食品安全規格審査の場で見聞きする機会が増えています。これは、グローバル・フード・セーフティ・イニシアチブ（GFSI）が2018年に発行した「方針説明書」や、コーデックス委員会の「食品衛生の一般原則（2020）」に示されたことが影響していると思われます。

さて、そもそも「食品安全文化」とはどのようなものなのでしょうか。GFSIの「方針説明書」の定義によると「食して頂いたお客様が健康を書しないため、会社として守るべき考え方と活動を全員で共有すること」となります。

最近では、FSSC2200やJFS-B規格等の食品安全審査のみならず、取引先からの二者監査においても、食品安全文化の取り組み状況を確認する場面が増えてきているようです。「食品安全文化の醸成についてどのような取り組みをされていますか」というような質問に対して、どう対応すればいいのでしょうか？

コーデックス委員会「食品衛生の一般原則」では、食品安全文化の醸成のために以下の項目が重要であると示されています。

- ・安全な食品の生産と取扱いに対する**経営者と全従事者のコミットメント**
- ・正しい方向性を設定し、食品安全規範に全従事者を関与させる**リーダーシップ**
- ・食品事業における全従事者による食品衛生の重要性に対する**自覚**
- ・逸脱と予期の伝達を含む、食品事業すべての従事者間でのオープンで明確な**コミュニケーション**
- ・食品衛生システムの効果的な機能を確保するために十分な**資源が利用可能であること**

まとめると、経営層のリーダーシップと全社員参加、社内外のコミュニケーション、そしてそれに関わる資源（ヒト、モノ、お金）が、食品安全文化の醸成には不可欠、ということでしょう。

難しい言葉が並んでいるようにも思えますが、実は日常の活動にその多くが含まれています。

「経営理念」や「食品安全方針」で方向性を示し、会議・検証活動・教育訓練などがされていれば、一部は既に実行されていることとなります。日常活動の場面で、改善活動の「5S・7S」の要素「躰（しつけ）」で既に対応されている場合もあるでしょう。会社全体に「食品安全」の考えが定着するよう、特に躰を重視することにより、「決められたルール」が守られ、意識改革が実現されている企業も多くおられます。

ある弊社のお客様が、食品安全審査の際に「食品スーパーに行って自社製品を見かけた時、あなたはどう感じますか？」という質問を受けたそうです。「食品安全文化」に関連する質問と思われますが、社員の方が自社ブランドの誇りや製品に対する熱い思いなどを伝えたと、その中に食品安全の考えも含まれていたため、「食品安全文化が醸成されている」と判断されたそうです。

一見、新しい考え方に見える「食品安全文化」ですが、実は皆様が既に着手されていることがお判りいただけだと思います。この際改めて、自社の取り組みを確認してみたいかがでしょうか？



Topic 今回のトピック 自社商品愛と食品安全文化

今回のテーマである食品安全文化ですが、その醸成度合いについては、どのようにすれば判断できるのか悩まれている方もいらっしゃると思います。これはマニュアルやポスター掲示状況など目に見えるものではなく社風や雰囲気など目に見えないためであると考えます。では、その判断指標についての参考事例として、弊社のお取引先でのエピソードをご紹介します。

そのお客様は年1回、食品安全に関する社内研修として社長講話があります。ある年の講話で「皆さんにはそれぞれ、愛すべき人がおられると思います。それはパートナー、お子さん、ご両親だったりするでしょう。そこで、皆さんに聞きたい。当社が製造する商品を愛する人に食べてもらうために買って帰りますか？もし、不安に思う人がいれば今日からでも、愛すべき人が食べるという意識をもって、仕事に取り組んで下さい。

そして、全員が胸を張って愛する人のために買って帰れる商品づくりを目指しましょう！」とおっしゃられていました。

このお話しには、その会社として目指したい食品安全に対しての基本的な考え方を「愛するべき人へ買って帰れるか？」という分かりやすい指標を使ってお伝えしています。そして、この指標は食品安全文化の醸成度を測るのにも使えるのではないかと感じました。

私自身、食品の新商品開発担当をしていた頃、自分の開発商品が店頭で並んでいるのを見かけたら「皆さんに美味しく食べてもらおう！」と、売り場で並べ直したことがあります。これも食品安全文化の一つの側面だと思います。

みなさんは、自社商品を愛していますか？愛するべき人に買って帰れますか？