

回									
覧									

平成20年2月1日《第141号》

<p><明日を創造する></p> <h1 style="color: green;">店舗インフォメーション</h1>	<p>発行：社団法人農協流通研究所店舗研究部 〒103-0014 東京都中央区日本橋蛸殻町 1-38-9 TEL(03)5643(3675) FAX(03)5643(3688)</p>
-------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------

食品安全管理対策セミナー開催

第19回テーマ別セミナー「食品安全管理対策セミナー」を平成20年1月29日(火)に東京浅草の都立産業貿易センター台東館で(15名参加)開催しました。講師は、(有)応用栄養学食品研究所 代表取締役 山口廣治先生。農水のJAS企画検討委員、セルフサービス協会の客員研究員で食品表示管理士検定委員でもあり、専門はアレルギー物質です。アレルギーに悩む子供たちへの思い、表示のミスで一歩間違えば死に至らしめることになる。アレルギー物質の原材料表示は、100%完璧に行なわれなければいけないことを強く訴える。

講義は、近年の食品表示に関する5大事件(不二家、ミートホープ、赤福、石屋製菓、船場吉兆)の事例を上げ何が問題であったかを問いただすことからスタートしました。「トップの対応が会社を潰す事にもなります」、「食品管理、食品表示に対する無知」、「世間に対する対応、特にマスコミに対する対応」を例にし、過ちを犯したときの対応の重要性を強調しました。国が国民の食の安全と安心を守るために施行した法制度に対し、仮に違反した行為をしてしまったならば、真摯にその改善対策を行なわなければならない。現に農政局からの「注意」を受けた後の対応、「改善報告」を求められた対応は最低でもA4レポート用紙20枚の提出をする(その位大変な事なのです)ことを指摘しました。おりしも赤福の営業の再会の許可が下りたのは講習会の最中でした(実は先生は赤福の営業再会はまだまだ時間がかかると指

摘していました。しかし、その後の対応がよほど良かったのだと思います)。そして、翌日には



中国で作られた冷凍餃子の中毒事件、まさに講習会での指摘事項、消費者の食の安全を守るために私たち小売業がしなければいけない義務と行動を認識したときでした。講習会での最優先改善事項を報告します。1. 生鮮売場の加工日日付の印字、これは**製造者であるという証**であり印字することで製造物責任が伴います。事故が起きたときは全ての責任が問われPL法の対象なります。干物、塩干物で単に詰め替え、パックをして販売をしているのであれば、



加工品としての一括表示は、名称、原材料名(食品添加物)、原料原産地名(一部加工品)、原産地(輸入品)、内容量、賞味期限、消費期限の表示、保存方法、製造者・住所、遺伝子組換え、アレルギー食品の表示です。したがって加工日の印字は製造者でなければ表示違反にあたり、チェックされます。製造をしていないのであれば印字は、しないことです。2. まだまだ、原

産地表示に間違いがあります。固定式のプライスカード、POPでの原産地表示は現品と100%合わせてください。混合表示も要注意です。「売切れてしまいました」ではだめですよ(Gメン



のチェックは開店時に行なわれます、チェックをされるから注意しなさいというのではなく)。

3. 品質表示基準違反に係わる指導の段階は、まずは<指導>口頭によるものです。口頭の注意とはいえ1週間以内に改善書を提出(A4で20枚)すべきです。続いて<指示>口頭あるいは文書による。上記の指導に対し改善の意向を示さず再度の指示を重ねた場合は悪意があると判断されることになる。そして<公表>指示後の対応、改善がなければ消費者保護の観点から違反の事実を公表の必要性ありとみなされ公表される事になる。この段階的指導の内容を理解してください。したがって、「初期の

チキンラーメンが498円

原材料の高騰で商品が値上がりしているのは消費者も理解している。マヨネーズ、小麦粉、調味料……。でもインスタントラーメンの価格アップにはびっくりする。それがごひいきのものとなればなおさら“驚き”になる。大好きな「チキンラーメン5袋入り」がなんと「498円」、見てびっくり、思わず「えっ」こんなに高くなったの。主婦が立ち話をして



「貧乏暮らしにはつらいわね〜……」、「何処を切り詰めればいいのかよ〜……」、財布の紐はさらに固くなる。それならば、「安売りのお店に行ってみよう」となる。そこでの現実も「398円」うーん高い。じゃあIY店の価格を確かめてみよう。これがなんと「298円」では

指導段階で万全な対応をしておくべきであるということです。仕組みを作り、制度化し、チェックリストを作り、報告に対してはフォーマットを作成しておく。この仕組みを作ることです。店で製造しているもの物に関しては、惣菜が中心ですが商品製造、加工したものに対し製造記録を必ずつけることです。(A4ノートを用意し、製造した品名、時間、原材料の伝票添付、担当者名、確認者名を記入する。それを簡単に手書きできるようにしておく)。今回の講習会で学んだ事は、(現実起っている食品の事件を見ても予期せぬ事態が起こります)日常から事故を起こしてはならないという強い意識、それに対する行動、危機管理は、食品の安全を守り、表示違反を出さないために企業(店)全体(従業員)で守るという姿勢が大切で、特に最高責任者(店長)が先頭に立って改善していく、させていくことの重要性を学び取った講習会でした。(事務局)

ないですか。半年前、日替り価格で「198円」で買った大好きなチキンラーメンが今や最高値は「498円」です。「298円」と比較すれば「200円」の差です。これは、大きいです。消費者は、今こうして価格のチェックをしています。「原価が上がったから販売価格のアップは仕方がない」これでは、お客さまの支持を得ることにはなりません。今こそ、よ〜く考えた価格設定が必要です。消費者心理を考え、情報を集め判断することも必要です。競合店の価格調査はしましたか。値入のミックスはできていますか。安易な価格の設定は命取りです。その代わりに、価格を抑えるための努力や工夫は必ずお客さまに伝わります。お客さまはそれを今期待しています。(杉田)

