

食品トレーサビリティ 「実践的なマニュアル」

各論 小売業編



平成26年3月

農林水産省

はじめに

この「実践的なマニュアル 各論 小売業編」は、食品の小売業者がトレーサビリティに取り組んだり、またその取組みを見直して向上させるためのマニュアルです。

事業者の規模にかかわらず、「食品トレーサビリティシステム導入の手引き」で示された食品トレーサビリティを確保するための基本事項に取り組めるよう、まずは事業者が自らの取組みの状態を把握した上で、徐々にステップアップできるように解説しています。

この「実践的なマニュアル」は、農林水産省「食品トレーサビリティ促進委託事業」により、さまざまな業種の取組事例の取材と、食品業界関係者、学識経験者、自治体、消費者等をあつめた検討会・分科会で議論を重ねて作成されました。



食品トレーサビリティシステム導入の手引き（平成15年3月初版、平成19年3月第2版）

http://www.maff.go.jp/j/syouan/eisaku/trace/pdf/tebiki_rev.pdf

読んでいただきたい方

「実践的なマニュアル」シリーズは、特に中小規模の事業者にご利用いただくことを想定して作成しています。トレーサビリティに関連する業務の手順を組み立て、記録様式を作成・管理する責任者のためのマニュアルです。また、トレーサビリティの取組みについて意思決定をする経営者にもぜひ読んでいただきたいものです。



※「実践的なマニュアル」は、作業を行うための業務マニュアルではないので、必要に応じて事業者内（もしくは、業界内）で業務マニュアルを作成しましょう。

目次

1 トレーサビリティが必要な理由.....	1
2 本マニュアル「各論 小売業編」の使い方.....	2
2.1 対象とする業種の範囲	2
2.2 対象とする事業の範囲	3
2.3 読み進め方	4
3 ステップの構成.....	5
3.1 小売業における工程とトレーサビリティの取組みのステップ.....	5
3.2 チェックリスト	6
4 ステップ1 入荷先・出荷先の特定	8
4.1 入荷の記録	10
4.2 出荷の記録（事業者に出荷する場合）	14
4.3 販売の記録（直接消費者に販売する場合）	18
5 ステップ2 食品の識別	20
5.1 入荷品の識別.....	22
5.2 製造した製品の識別.....	26
6 ステップ3 識別した食品の対応づけ	30
6.1 入荷（原料）ロットと入荷先の対応づけ.....	33
6.2 入荷（原料）ロットと製造ロットの対応づけ（内部トレーサビリティ） ...	34
6.3 ロットと出荷先の対応づけ	40
7 記録の保存.....	41
7.1 記録の保存	41

以下の事項は、業種にかかわらず共通する取組みなので、各論には掲載していません。総論を参照してください。



- 7.2 出荷先へのロット番号の伝達
- 7.3 トレーサビリティの検証
- 8 緊急時の追跡・遡及への備え

1 トレーサビリティが必要な理由

「〇月〇日に買った商品が傷んでいた！」と消費者からクレームが殺到した。
どこから、いつ入荷したものがわからず、原因もわからない…。

「弊社の製品のうちロットAのものに異常が見つかったので回収してください！」と入荷先から連絡がきた。
回収対象商品の在庫があるのか、既に販売/出荷してしまったのかわからない…。



これらは他人事ではありません

トレーサビリティに取り組んでいたら…

『入荷先と入荷日が特定できるので、原因の調査を依頼できる』

記録にもとづいて入荷先と入荷日を特定し、入荷先に原因の調査を求めることができる。必要に応じて、商品の回収ができ、消費者にもその旨回答することができるので、消費者からの信頼の向上にも繋がる。



『回収対象商品の所在がわかり、消費者に安心してもらえる』

問題のあったロットの在庫や店頭での所在の有無が明確になれば、消費者に適確な対応ができ、信頼を維持することができる。



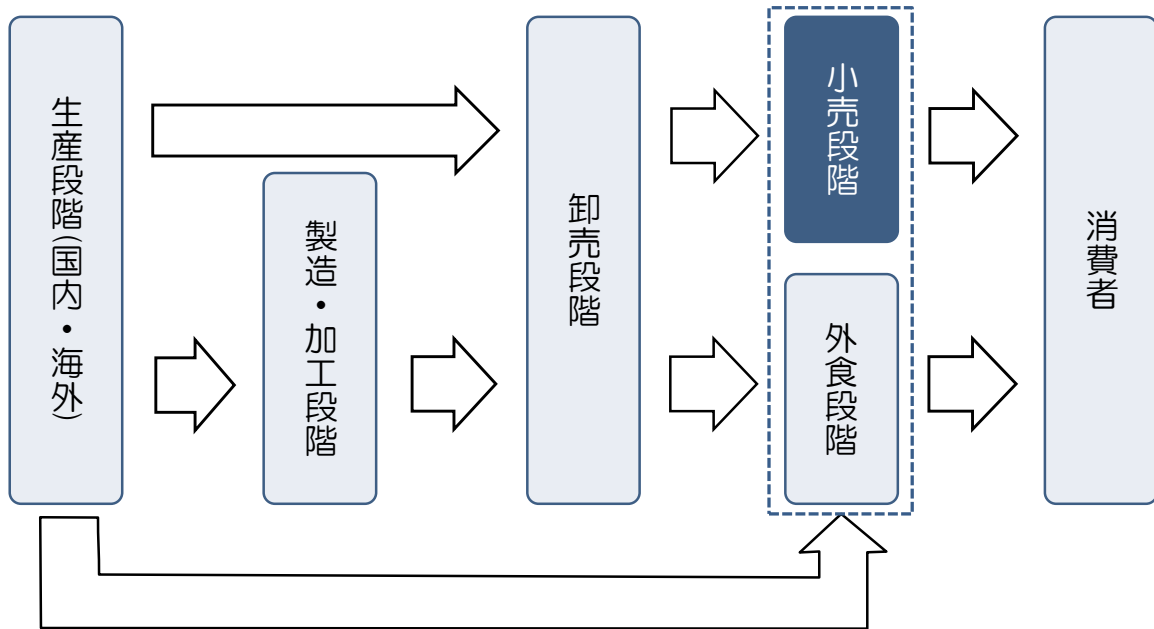
【事例】トレーサビリティが有効に機能した事例

原発事故により汚染された稲わらを給与された牛由来の牛肉から、食品衛生法上の暫定規制値を超える放射性セシウムが検出された。牛トレサ法のシステムにより、汚染稲わらを給与された牛の個体識別番号を特定でき、規制値を超える牛肉の効率的な回収と風評被害の拡大防止に役立った。小売業においては仕入れた牛肉の個体識別番号を把握しているため、バックヤード、店頭で対象となる商品をすべて回収できた。また消費者に該当する個体識別番号の情報提供ができた。

2 本マニュアル「各論 小売業編」の使い方

2.1 対象とする業種の範囲

本マニュアルは、小売業を対象としています。



2.2 対象とする事業の範囲

本マニュアルは、日本標準産業分類をもとに、以下の表に該当する事業を取り扱います。

日本標準産業分類 (中分類)	該当する事業
飲食料品小売業	<ul style="list-style-type: none"> ・各種食料品小売業 ・野菜・果実小売業 ・食肉小売業 ・鮮魚小売業 ・酒小売業 ・菓子・パン小売業 ・その他の飲食料品小売業（コンビニエンスストア、豆腐・かまぼこなど加工食品小売業、料理品小売業など）
各種商品小売業	<ul style="list-style-type: none"> 衣・食・住にわたる各種の商品を一括して一事業所で小売する事業 ・百貨店・総合スーパーなど
無店舗小売業	<ul style="list-style-type: none"> 店舗を持たず ・新聞・テレビ・インターネットなどで広告を行い、通信手段によって個人からの注文を受け商品を販売する事業 ・家庭などを訪問し個人への物品販売または販売契約をする事業 ・自動販売機によって物品を販売する事業 ・その他の店舗を持たない小売事業

注：小売業のうち次の事業については、本マニュアルを参照ください。

- ・インスタ加工（店舗内で行う青果、鮮魚、精肉、惣菜などのカット・小分けおよび調理加工）
- ・小売業者が行う、事業者への出荷（給食も含め外食事業者への納品など）

次の事業については、それぞれ該当するマニュアルを参照ください。

【各論 製造・加工業編で取り扱う事業】

- ・製造小売（同一事業者で商品製造および消費者への商品販売を行う形態：和洋菓子店、パン屋など）
豆腐などの特定の製品を製造し、自らの店舗で直売する事業、店舗を持たず通信販売により小売りする事業も含む。
- ・小売業者が運営する、調理品の製造や食肉等のカットを行う工場（アウトパック工場やプロセスセンターなど）
- ・小売業者が、自店舗内で製造し、他の事業者に出荷する事業

【各論 卸売業編で取り扱う事業】

- ・小売業者が運営する配送センターの事業
- ・小売業者が、自店舗内で小分け・包装し、他の事業者に出荷する事業

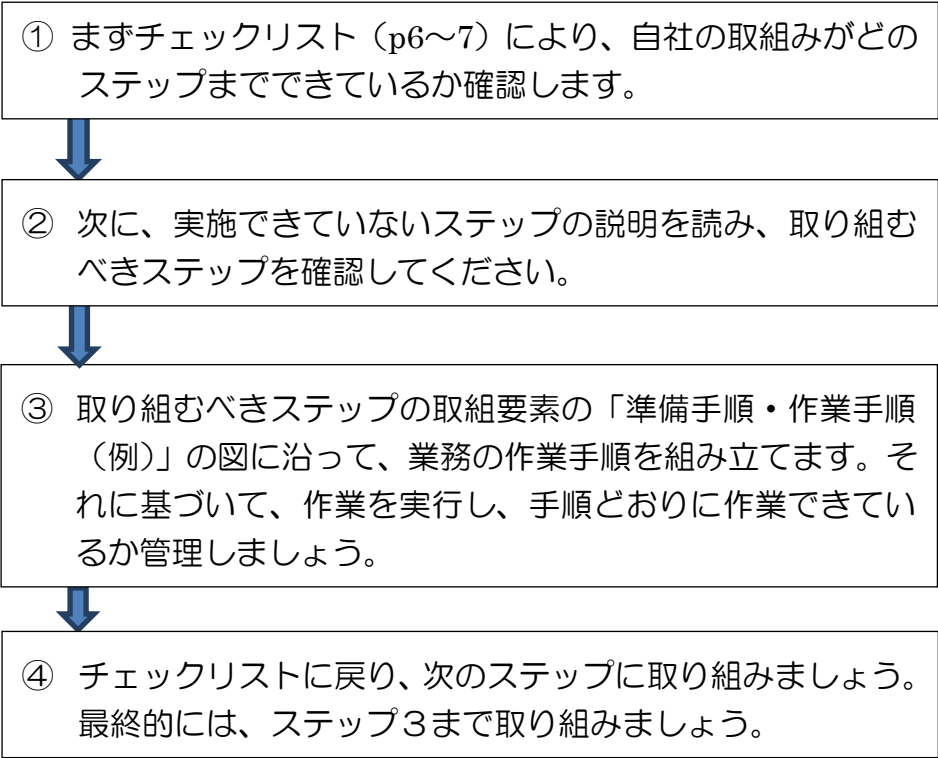
【各論 外食業編【次年度以降作成予定】で取り扱う事業】

- ・客の注文によって調理し、提供（持ち帰りまたは配達）する事業、仕出屋、ケータリングサービスなどの飲食サービスを提供する事業
- ・料理品小売業のうち、他から仕入れたもの、または、作り置きものを小売する、持ち帰りすし店、持ち帰り弁当屋、惣菜屋など

2.3 読み進め方

トレーサビリティの取組みの意味や効果を理解してから、業務の手順を組み立てたい人は、総論から先に読んでください。すぐに実践したい人は、業種別の各論から先に読むとよいでしょう。

各論については、以下のように読み進めてください。



各取組要素の「準備手順・作業手順(例)」の図を見て、分からない部分があれば、その次のページからの「解説」をご覧ください。
 なお、「準備手順・作業手順(例)」は、代表的な例のみを掲載していますので、自社に当てはまらない場合や、不十分だと判断した場合にも、「解説」をご覧ください。

【参考】「実践的なマニュアル」シリーズの構成

「実践的なマニュアル」シリーズは、以下の3種類の冊子で構成されています。

実践的なマニュアル 総論	【理論編】 ○取組みの意味、効果 ○各ステップの取組み内容 ○用語の解説
実践的なマニュアル 各論	【実践編】 ○各業種が対象とする範囲 ○各業種における各ステップの取組みの対象と進め方 ○取組みのヒント (One Point!) や取組事例の紹介
実践的なマニュアル 取組手法編 ○業種別の各論マニュアルを補完 ○様式集や現場で活用できるその他の手法

※すべて下記の農林水産省 web サイトからダウンロードできます。

<http://www.maff.go.jp/j/syouan/seisaku/trace/index.html#4>

3 ステップの構成

3.1 小売業における工程とトレーサビリティの取組みのステップ

トレーサビリティの取組みのステップと取組要素を小売業の日常の工程に沿って配置すると、図1のようになります。

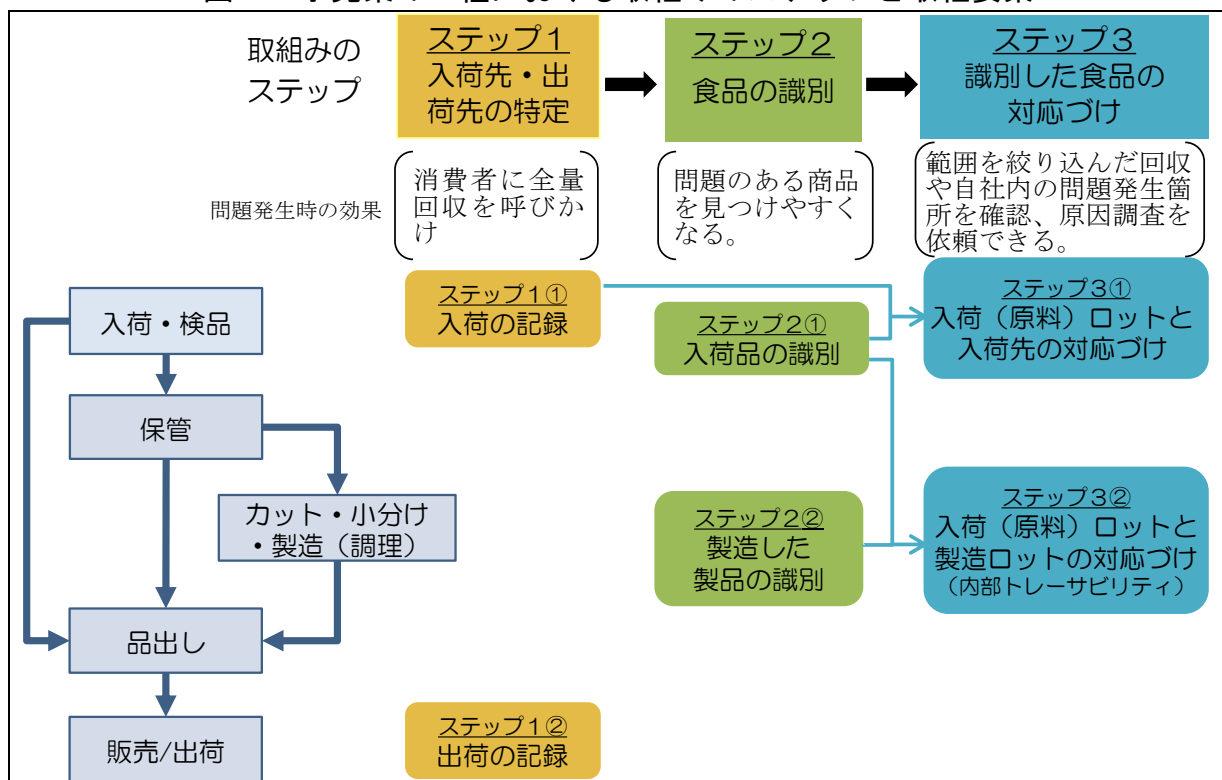
なお、本マニュアルでは、直接消費者に販売する場合を「販売」、事業者に出荷する場合を「出荷」とそれぞれ呼び分けます。

直接消費者に販売する場合に、確実に取り組んでほしい取組みは、ステップ1①です。ステップ2①、3①にも取り組むことをお奨めします。

また、カット・小分け・製造（調理）を行う場合、他の事業者に出荷する場合、入荷品を店舗のバックヤードや倉庫に在庫保管する場合は、ステップ2は重要であり、ステップ3に取り組むことも役立ちます。

どのような場合にどの取組みが推奨されるかについて、詳しくはp7の参考表をご覧ください。

図1 小売業の工程における取組みのステップと取組要素



(注) ステップ3の各取組要素への矢印は、例えば、「ステップ3①」については、「ステップ1①」と「ステップ2①」で作成した記録やロット番号を用いることで、取り組むことが可能であることを意味しています。

One Point!

【入荷・検品時の照合作業について】

小売の日常業務の実態として、入荷後に入荷品と納品書の照合をせずに品出しをすることもあります。トレーサビリティに取り組む上では、照合を行うことが必要です。

3.2 チェックリスト

現在の自社の取組状況を確認し、まだ実施できていないステップや取組要素のページに進みましょう。

ステップ1 「入荷先・出荷先の特定」

基本4項目「いつ（入荷日）、どこから（入荷先）、何を（品名）、どれだけ（数量）」が記載された入荷の記録が保存されている。また、事業者に出荷する場合は「いつ（出荷日）、どこへ（出荷先）、何を（品名）、どれだけ（数量）」の基本4項目が記載された出荷の記録が保存されている。

取組要素	チェック項目	参照先
①入荷の記録	<input type="checkbox"/> 入荷した商品について、基本4項目が記載された「入荷の記録」が保存されていますか。	p10
②出荷の記録 (事業者に出荷する場合)	<input type="checkbox"/> 出荷した商品について、基本4項目が記載された「出荷の記録」が保存されていますか。	p14

すべて〇ならステップ2のチェックリストへ

消費者に販売する場合は、「4.3 販売の記録」(p18)を参照ください。

業務のタイプによって、取組みの必要性・有効性が異なります。
次ページの参考表をみて、当てはまる場合にチェックしてください

ステップ2 「食品の識別」

入荷品と自社でカット・小分け・製造（調理）をした製品について、同じ条件下の商品を記号や番号を用いてひとまとめにして管理（識別）している。

取組要素	チェック項目	参照先
①入荷品の識別	<input type="checkbox"/> 入荷品を管理する単位（入荷ロット）を決めていますか。	p22
	<input type="checkbox"/> 入荷品を管理する記号や番号（入荷ロット番号）の割り当てルールを決めていますか。	
	<input type="checkbox"/> 入荷品を管理する記号や番号の表示方法を決めて、入荷品に表示していますか。	
②製造した製品の識別 (自社でカット・小分け・製造・調理した製品の場合)	<input type="checkbox"/> 自社でカット・小分け・製造した製品を管理する単位（製造ロット）を決めていますか。	p26
	<input type="checkbox"/> 自社でカット・小分け・製造した製品を管理する記号や番号（製造ロット番号）の割り当てルールを決めていますか。	
	<input type="checkbox"/> 自社でカット・小分け・製造した製品を管理する記号や番号の表示方法を決めて、製品に表示していますか。	

すべて〇ならステップ3のチェックリストへ

業務のタイプによって、取組の必要性・有効性が異なります。下の参考表をみて、当てはまる場合にチェックしてください。

ステップ3 「識別した食品の対応づけ」

①入荷品と入荷先、②入荷品とカット・小分け・製造した製品、の対応関係がわかる。事業者に出荷している場合は、③商品と出荷先、の対応関係がわかる。

取組要素	チェック項目	参照先
①入荷ロットと入荷先の対応づけ	<input type="checkbox"/> どの入荷品がどの入荷先から入荷したかの対応関係を把握できますか。	p33
②入荷ロットと製造ロットの対応づけ (自社で加工・包装・製造した製品の場合)	<input type="checkbox"/> どの入荷品から、どの製品ができたかの対応関係を把握できますか。	p34
③ロットと出荷先の対応づけ(事業者に出荷する場合)	<input type="checkbox"/> どの商品がどの出荷先に出荷されたかの対応関係を把握できますか。	p40

参考

参考表 小売業における業務のタイプ別 取組要素の必要性・有効性

	業務のタイプ	ステップ1			ステップ2		ステップ3		
		① 入荷の記録	② 出荷の記録	③ 販売の記録	① 入荷品の識別	② 製造した製品の識別	① 入荷ロットと入荷先の対応づけ	② 入荷ロットと製造ロットの対応づけ	③ ロットと出荷先の対応づけ
販売/出荷 消費者への販売	仕入れた商品をそのまま販売	◎	—	○	—	—	—	—	—
	仕入れた商品を在庫する(※)が、そのまま販売	◎	—	○	○	—	○	—	—
	仕入れた商品を原料としてカット・小分け・製造したうえで販売	◎	—	○	○	○	○	○	—
事業者への出荷	仕入れた商品を、そのまま、事業者に出荷	◎	◎	—	○	—	○	—	○

凡例： ◎：ぜひ取り組みましょう

○：推奨します(効果と費用のバランスを考慮したうえで取り組みましょう)

—：該当しない

※ここで考慮しなければならない在庫は、類似の商品が保管され、入荷日や入荷先の違いを区別しておかねばわからなくなるような場合を指します。

※カット・小分け・製造したうえで事業者へ出荷する業務は、このマニュアルでは扱っていません。卸売業編(カット・小分けの場合)または製造・加工業編(製造の場合)を参照してください。

4 ステップ1 入荷先・出荷先の特定

ステップ1では、入荷と販売/出荷の記録の作成・保存に取り組みます。

欧州連合やアメリカ合衆国では、食品全般について、「入荷の記録」と「出荷の記録」の作成・保存が事業者には義務付けられています。

「入荷の記録」は、すべての小売事業者に取り組んでほしい事項です。入荷した商品を別の事業者に出荷する場合には、「出荷の記録」も同様です。消費者に販売する場合の「販売の記録」は、できる範囲の取組みが望まれます。

①入荷の記録

【内容】 入荷に関する以下の基本4項目を記録し、保存する。

①いつ、②どこから、③何を、④どれだけ

【効果】

- ・入荷先を確実に特定することができる。
- ・入荷の記録を元に、消費者に商品回収を呼びかけることができる。
- ・問題の商品が自社に入荷していないか、すぐに調べることができる。

②出荷の記録（事業者に出荷する場合）

【内容】 出荷に関する以下の基本4項目を記録し、保存する。

①いつ、②どこへ、③何を、④どれだけ

【効果】

- ・出荷先を確実に特定することができる。
- ・問題の商品を含む全量回収になるが、出荷先に対して回収依頼を確実に伝達でき、事故が起こったときに消費者の健康被害の拡大を防止できる。

③販売の記録（直接消費者に販売する場合）

【内容】 販売に関する情報を記録し、保存する。

【効果】

- ・販売済みの製品がいくつあるのか把握することができ、事故が起こったときに消費者に商品回収を呼びかけることができ、健康被害の拡大を防止できる。