

## 食品衛生管理の国際標準化に関する検討会におけるHACCPの制度化について

食品スーパーマーケットの販売実績では、食品構成比が92%を占めております。

食品スーパーマーケットは、規模の違いが大きく、数店舗の企業から数百店舗まで、様々です。弊協会を含めて食品スーパーマーケットを会員にしている流通3団体が毎年集計している「スーパーマーケット年次統計調査」の平成27年版では、226社の集計で、1～3店舗が20.8%、4～10店舗が23.0%、11～25店舗が23.9%、26～50店舗が15.9%、51店舗以上が16.4%の割合になっております。10店舗以下の企業が43.8%を占めております。

お店には通常、青果、精肉、鮮魚、惣菜、ベーカリーなどのバックヤードが存在し、店内での調理や小分け作業などを行っております。そのため、衛生管理については、手洗いの実施から、バックヤードの清掃まで、一般衛生規範に基づき、必要な対策をとっております。これまで、食品スーパーマーケットのバックヤードで製造された商品に起因する大規模な事故などはなく、新鮮な、出来立て商品の提供など、常にお客様にとって価値ある商品提供を実現してまいりました。

食品スーパーのバックヤードにおける作業の特徴は、作業に従事する人数がバックヤードごとに多くても10名程度で、多品種・少量販売が基本であり、提供する食品の種類が多く、数パックで製造・小分け商品が切り替わり、変更頻度が高いことです。しかも、基本的には、販売の動向を確認しながら製造することが基本となっております。

また、食品スーパーマーケットは、生鮮食品が主体の業界でもあり、冷蔵・冷凍庫やケースの温度管理は、一日に数回実施しておりますが、この温度管理の状況を記録に残す場合、簡易的な方法を検討しなければ難しいと考えています。しかも、冒頭にも記載した通り、規模の大小により、作業場の在り方や衛生管理のレベルは様々です。揚げ物などは、一つひとつ芯温を量るのではなく、時間で管理するなどして、作業マニュアルを作成しております。このような業界に対して、一律の高い基準を義務付けることは、現実的ではありません。

食品スーパーマーケットの現場は、約85%がパートタイマーおよびアルバイトで運営されています。作業場に入らない店舗管理職（店長や店次）などを除けば、その比率は、90%を超えます。このような運営体制であること、そして最終の利益率が1%にも達しない中小のスーパーマーケットが多く存在するなど、競争の激化を受けてコストアップには、耐えられない企業が多数存在しています。

これらの現状を踏まえて、食品スーパーマーケットにおいて実施可能で現実的な方法を模索することが重要だと思えます。

この点について、是非、ご検討いただきたく、意見を述べさせていただきました。