

2024年10月16日（水）

Japan Food Safety Day 2024

2者監査って何のため？ 本当に大切なこととは？

日本生協連における 2者監査の現状と取り組み

1. 生協と日本生協連
2. CO・OP商品の品質保証体系
3. 2者監査の現状と取り組み



日本生活協同組合連合会
品質保証本部 井之上 仁

1. 生協と日本生協連



日本生協連は全国各地の生協が加入する連合会です。



現在、地域生協、大学生協、
職域生協など306の地域生協が
加盟しています。

なお、「大切にしているテーマ」「事業・活動」
はそれぞれ異なり、各生協の組合員の
願いを反映させたものとなっています。



- * 宅配 1,300万世帯 (5軒に一軒)
30,000台の配送車が定曜日・定時にお届け
- * 店舗 1,084店舗 移動販売車200台 (2022年)



全国生協の総事業高は 約3.7兆円



2022年度事業連合などの総事業高

各事業連合の加入生協の総事業高の合計です。



※コープさっぽろ、ユーコープ、コープこうべは、事業連合ではありません。
※日本生協連調べ



日本世帯の約39%が生協に加入



CO・OP商品は 全国生協の「PB」

想いを
かたちに



日本生協連のおもな 3 つの活動



創立	1951年3月20日
会員数	306会員（2022年度末）
供給高	4,356億円（2022年度末）
職員数	1,447人（2022年度末）
主な事業と活動	1. 会員生協への商品供給などに関わる事業 <u>コープ商品などの開発と供給</u> 通販事業 品質管理、物流・情報システムなど事業基盤の開発や運用 など
	2. 会員生協への支援の取り組み 会員生協間の <u>連絡・調整・交流</u> 宅配・店舗・福祉事業、環境保全・くらしの助け合いなどの組合員活動への支援 会員生協の組織運営、法令遵守の推進 など
	3. 生協の全国組織としての取り組み 生協の <u>全国的な事業・活動方針策定</u> 国内・国外の各種協同組合・諸団体・行政などとの連絡・調整 「消費者団体」として生活に関わる社会的テーマについての意見発信や取り組みなど



CO・OP商品は様々な品揃えで 約5,193SKUを配置 (23年12月末)

組合員のふだんの暮らしに役立つ商品として、生協が組合員の想いを受け止め、組合員とともに開発・改善する商品です。
商品を通じて社会と、生協の事業経営に貢献する役割も担っています。

生鮮品・食品・米・酒類・
日用品・化粧品など



「ふだんの暮らし」を応援する **基本商品**



多様化に
応える
商品



「コープクオリティ」

素材・原料・産地へのこだわりをクリアした商品



「コープサステナブル」

環境や社会に配慮した主原料を使った商品



「SMILE DISH」

「特定原材料7品目」を使わずに開発した商品



「きらきらステップ」

5カ月～3歳ごろの子育てを応援する商品



「きらきらキッズ」

3歳～6歳ごろの子育てを応援する商品

価値を伝える
マーク付き商品



「国産素材を使用した商品を積極的に使用したい」という願いに応える



主要な原材料に、産地や栽培方法が明らかな国産素材を使用した商品



おいしい健康サポート
食品を開発することで
利便性を高めます

CO・OP商品をつくるうえで大切にしている「**約束**」と実現したい「**未来**」

ブランドメッセージ

想いをかたちに

CO・OP 商品の存在意義・全ての商品の基盤となるもの

5つの「**約束**」

- ・これまでもこれからも大切に
する**普遍的な価値**

めざす「**未来**」

- ・2030年までにCO・OP商品が
なりたい姿
- ・組合員や社会に貢献したいこと



5つの約束

安全と安心を大切によりよい品質を追求する

商品の安全性確保を第一に、暮らしを豊かにする品質の実現に徹底的に取り組みます。ふだんの暮らしの中で**安心**して利用できるよう、**正直なコミュニケーション**を行います。

おいしさと使いやすさを追求する

持続可能な社会や暮らしに貢献する

利用しやすい価格を実現する

わかりやすい表示と情報を提供し続ける



めざす未来

ふだんの暮らしに役立つ商品として、組合員の暮らしがより良くなり、**心身の健康**と社会のつながりが良好で**笑顔**になれる状態（**ウェルビーイング**）をめざします。



すべてのCO・OP商品を**エシカル消費**対応に

すべてのCO・OP商品をより**健康な食と暮らし**に貢献するものに



日本の**食料自給の向上**に貢献するCO・OP商品に



変化に対応し**新たな価値の創造**に**挑戦**し続ける



未来を担う人々も共感するCO・OP商品へ



2. CO・OP商品の品質保証体系

(ポイント)

CO・OP商品の「ブランドオーナー」として積極的に品質保証に関与



CO商品は表示責任にとどまらず、ブランドオーナーとしての品質責任

□ 食品表示法上の整理

製造者（加工者）：最終的に衛生状態を変化させる製造又は加工を行ったもの。

販売者（表示責任者）：表示に責任を持つもの。

□ CO・OP商品の責任 さらに

販売者としての「表示責任」に加え、

「ブランドオーナーとしての品質責任」

（製造・設計品質、市販後も協力工場とさらに上の品質向上を目指す）

名称 食パン
原材料名 小麦粉(国内製造)、砂糖混合ぶどう糖果糖液糖、マーガリン、パン酵母、食塩、脱脂粉乳、植物油脂、醸造酢/乳化剤、pH調整剤、ビタミンC、(一部に乳成分・小麦・大豆を含む)
内容量 6枚
消費期限 正面の左下部に記載
保存方法 直射日光、高温多湿を避け、常温で保存してください。
販売者 日本生活協同組合 連合会
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷3-29-8
製造者 株式会社

声をおきかせください
日本生協連 組合員サービスセンター
TEL.0120-999-345(日曜日は除く)

自主基準で製造者に加え
販売者（日本生協連）
+コールセンター
の連絡先を商品に記載

CO・OP商品の品質保証は 4部署 127名で支えている

品質保証本部

(2024/1)

安全政策推進室
(基準作成・政策立案)

品質保証部
(工場点検・商品リスク点検)

CS推進・安全管理部
(お問合わせ対応、
お申し出対応、事故対応)

商品検査センター
(商品検査・原料検査・調査研究)



@東京都渋谷区



@埼玉県蕨市

3. 2者監査の現状と取り組み

(ポイント)

何のため、本当に大切なことは。。。



日本生協連における 2 者監査の目的

(ブランドメッセージ) 安全と安心を大切によりよい品質を追求
商品の**安全性確保**を第一に、**暮らしを豊かにする品質の実現**に
徹底的に取り組めます。



CO商品の**信頼失墜リスクの低減**、組合員を**がっかりさせない**



日本生協連として求める「品質レベル」の実現

- ・商品苦情、品質トラブル（リコール）の低減
- ・無駄なコストの流出を防ぐ（苦情対応コスト）

参考) 2者監査と3者監査の「役割」のちがい

第3者監査と第2者監査の
補完的役割に関するGFSI見解より
(17/05/2021)

第2者監査： (もとめる品質を維持しているか)

主要な顧客／ブランドの差別化要因に焦点を当てるべき。

(サプライヤーが顧客の期待に応えているかどうかを、ある時点で検証。
仕様への適合性、品質管理、製品開発など)

第3者監査： (ルールがあり、そのルールに合致しているか)

第3者機関による監査で、国際的に認知された共通規格との整合性を
検証しています。(組織の食品安全マネジメントシステムおよび適正製造
規範 (GMP、GAP) ならびにその遵守状況をある時点で検証すること。

⇒両者は異なる目的を果たし、補完的であるべき

(目的が異なるので第3者認証で第2者認証を置き換えることはできない)

日本生協連における 2 者監査の具体（監査ツール）

JFS-Bと連動した「独自帳票」での監査

1) 製造工場調査票

（工場規模、主力商品、営業許可、社内体制、従業員管理、認証取得、過去の苦情、事故処理マニュアル、工場配置・設備、非稼動時の防犯・・・）

2) 製造環境管理調査票

（施設・設備管理、基礎衛生管理、従業員管理、原材料・資材管理
製造工程管理、品質管理 6つのカテゴリー（106項目））

3) QC工程図

（製造工程、危害想定、防除手段、管理基準、測定方法、修復、記録・・・）

なぜ独自なのか？ ⇒ 過去発生した品質トラブルの「**教訓**」などを盛り込んでいる
（例えば：日付、包材・資材、アレルギーなど。。。）

2者監査：新規選定や既存工場のフォローアップなど

1) 工場選定

(CO商品の製造を委託可能な工場であるか確認)

<取引先評価>

1) 財務・経営状況 2) 商品開発関係 3) 窓口能力 4) 品質管理能力

<製造工場評価>

1) 財務経営状況 2) 生産能力 3) 品質管理能力 4) 執行体制、従業員管理

2) 初回生産立会い

(取り決めした仕様どおりに製造されているか、立ち合い)

3) 既存商品の製造管理

(苦情、品質トラブル、検査履歴などを年次評価し、点検計画を立案)

4) 原材料・産地点検件数

(原材料の市況や偽装情報などを年次評価して、点検計画を立案)



2者監査：監査の力量維持・向上

1) 内部認定制度

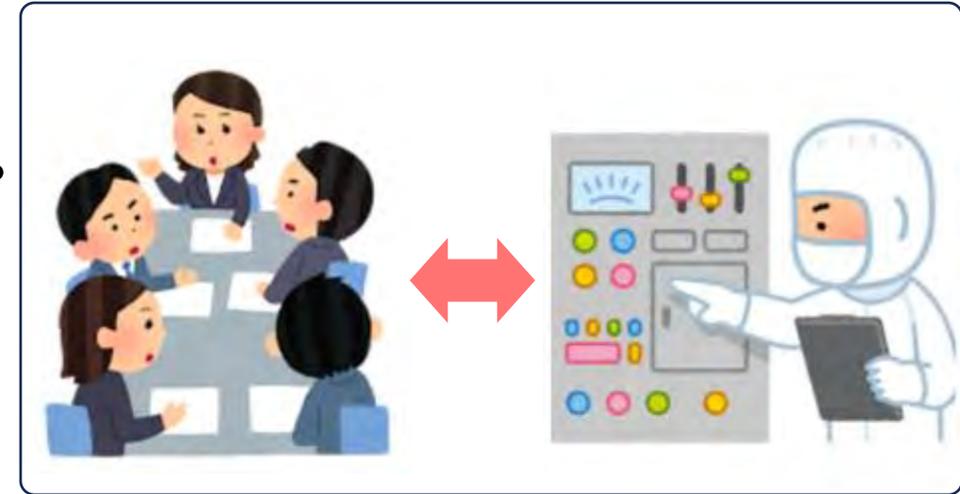
OJTリーダーと帯同（おおよそ1年間）（**点検の基礎的作法**、事前準備～改善要請まで）

（1.事前準備 2.オープニングミーティング及び製造工場調査票確認 3.工場点検(製造環境)
4.工場点検（製造管理） 5.調査票作成 6.クロージングミーティング 7.改善計画報告書要請）

2) 商品リスク評価

商品開発会議に参加、商品設計段階でリスクアセスメント。
自ら工場の現場でも実態を確認する。

※商品のリスク認識「なぜそうするのか」を養う。



3) 事例蓄積・共有

発生した商品トラブル、インシデントについて「**原因、排除、再発防止、教訓**」をとりまとめ情報共有
「**製品に関連するリスク**」「**なぜリスク管理が重要なのか**」を知り、共通認識の上、「**効果的な管理**」
につなげる。

参考) 商品設計段階でリスクアセスメントを実施、現場で確認

CO・OP商品の開発フロー

開発計画
商品設計

最終仕様確定

発売

発売後

提案段階から商品開発に品質保証部参加。商品リスク評価、工場評価を実施。

取引先
・工場調査

新規取引先・工場選定
(品質保証部 全工場実施)

初回立会
(商品部・帳合実施)

既存工場点検
(品質保証部 リスク評価)

商品仕様確認
(原材料)

原材料詳細点検・特別管理原材料
(区分Ⅰ商品部 区分Ⅱ品質保証部)

年次仕様点検
(変更点の確認)

原料・包材
・試作品検査

原材料・包材・試作品
(リスクに応じた検査)

初回生産品
(全商品実施)

定期検査
(リスクベース)

リスク
アセスメント

商品リスク特定・分析・評価

お申し出ふり返し
(関連部署 品質協議)

参考) (品質トラブル事例共有) 「なぜそうするのか」の理解

1. 日本生協連 (内部) への情報発信・共有 (毎月・共有事項を全体に)

1) 品質事前協議 : 品質保証担当

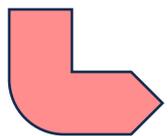
商品苦情を精査し、組織的改善対応が必要なものについて立案



2) 品質協議 : 商品担当、品質保証担当

各商品部対象に商品苦情含め、品質に関わる進捗・協議

商品トラブルについて事例共有 (原因・対策・教訓)



3) 品質レビュー : 担当役員、担当本部長

毎月、品質に関わる対応進捗、商品トラブルなど報告

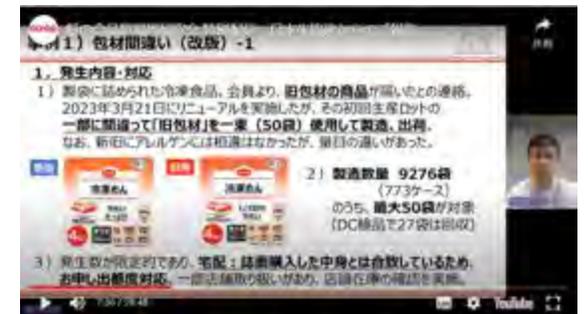


2. お取引先さまへの情報発信

虹の会品質管理研究交流会 (2月開催)

学習会 (法令改正等)、**商品トラブル事例共有**

※必要に応じて特別配信 (動画配信) なども実施



※23年の特別配信では約750社
約1700名の視聴 (工場の末端まで)

まとめ（2者監査）

□ 2者監査って何のため？

- ・ 日本生協連として求める「品質レベル」の実現：
CO商品の**信頼失墜リスク**の低減、組合員を**がっかりさせない**

□ 本当に大切なこととは？

- ・ **消費者**（組合員）視点
 - ・ **リスク認識**（何のためにしているのか・なぜそうするのか）
 - ・ **三現主義**（現場/現物/現実）
-



ご清聴ありがとうございました。



せいきょうから、あしたへ