

消費者からみた飲食業におけるHACCP

戸 部 依 子
Tobe Yoriko

(公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会消費生活研究所)

はじめに

事業者に対するHACCP導入の意向調査において、導入がすすまないことの原因として、「HACCPの導入が消費者の購入動機につながりにくい」ため、経営上のメリットが感じられない」「一般消費者のHACCPに対する理解や認識が不足している」等の声がある。本当にそうなのか？

確かに、消費者は「HACCP手法によって管理された食品」という言葉では語らないが、安全に安心し

て食べられることを期待している。まさしく、その期待に応える手法の1つとしてHACCPがある。消費者が「HACCP」という言葉を使うかどうかにかかわらず、安全性を確保するための取り組みは必要である。

飲食店においてHACCPの導入は、工場への導入ほどはニーズが高くないと事業者も消費者もとらえるかもしれない。しかし、業態や事業規模にかかわらず、食品にはゼロリスクはない。安全な食品もない。だからこそ、許容できるレベルの安

全を確保し、安全に食べるためにハザード分析に基づく管理が求められる。

消費者がハザード分析や評価をするということではないが、たとえば、利用者がメニューブックに表示されたアレルギーを確認したり、焼き肉店で生肉用の箸と食事前の箸を使い分けることは、利用者や店が意識するしないにかかわらず、ハザード分析と評価に基づく行動、情報の活用例である。

飲食店における適切な食材の管理や調理、情報提供を「HACCPシ

ステム」と呼ぶかどうかはさておき、おいしく安全に食べるためのしくみとして、消費者もHACCPシステムを理解し、適切に行動することは重要である。

1、飲食店が確保する安全性と利用者の安心の基準の共有

食品工場では、消費者向けの見学コースが設置されていたり、ホームページで工程の説明（紹介）がされるなど、消費者が製造現場の様子を知る機会が増えてきた。飲食店で

は、利用者が厨房に立ち入ることはないが、厨房における“工程”の管理は、利用者と近いところで行われている。また、利用者は店で働く人の服装や食品の取り扱いの様子を近くで見ることが出来る。寿司屋のようにカウンター越しに寿司職人が生魚をさばいたり、寿司を握る様子を見ることができたり、オープンキッチンのように調理の様子が客席からみえる配置となっている店もあり、そのことを訴求ポイントとしている店もある。そこでは、科学的な安全性に対する認識の程度は一樣ではないが、“リスクに応じた管理の在り様”に対して、店と客（利用者）の間での基準の共有ができている。利用者は料理を味わうと共に、“店内の清潔さ”「手際の良さ」「キビキビとした心地よい緊張感をもって料理をしている姿」「スタッフの清潔さ」

を見て、そして異物混入や健康危害がないことをもって、安心し、気持ちよく食事をし、繰り返し訪れることができるのである。HACCPシステムの運用の有無にかかわらず、利用者に安心を提供する際の裏付けとして、リスクとおいしさのバ

ランスをとるという経験の活用とハザード分析に基づく管理手段の選択と実践が行われている。厨房が雑然としていたり、従業員の服装が清潔でなかったりすると、利用者は安心できなくなる。

このように、飲食店における安全性の維持、管理には、科学的知見に基づくハザード分析に加えて、手洗いや清掃などの衛生管理の“見える化”やアレルゲンなどの情報提供など、利用者と店とのコミュニケーションを活用した衛生管理、安全性確保のための管理対象や基準に関する共有が求められる点特徴的と言える。衛生管理や安全性確保の取り組みの善しあしの判断は事業者の視点だけではなく、科学的な客観性と顧客の視点に基づくことも求められる。

2、飲食店におけるハザード

分析と管理手段の特徴

食品工場の見学コースと飲食店では、訪れる消費者、利用者の“役割”に大きな違いがある。飲食店では利用者（消費者）も“食事をすすむ”という行動を通じて、“現場”

にかかわっている。つまり、ハザード分析と評価に基づく管理、すなわち飲食店における食品安全の管理、および衛生管理に利用者も関与している。そこで、利用者との関係からみた飲食店におけるHACCP運用の特徴について述べる。

①利用者が食べるまで切れ目のない管理が求められる

飲食店では、安全性を確保・維持するための管理の範囲は調理と提供にとどまらず、提供したメニュー、すなわち当該“食品”を消費する“場”の提供までが含まれる。

このことは、事業者（店）が実施するハザード分析と評価の対象は料理（商品）とその消費段階までが含まれるということである。すなわち、食品メーカーにおける製造工程に加えて“消費”という“工程”についてもハザード分析に基づく管理が必要ということである。

たとえば、「焼き肉」という料理を想定すると、包装容器に入れた生肉の製造を担う精肉加工工場であれば、HACCPシステムの適用範囲は出荷、配送までである（もちろん、十分に加熱する旨の表示など、



喫食の場面を予測した管理手段や購入者（消費者）とのコミュニケーションは必要である。焼き肉店においては、店内で利用者（消費者）が焼いて、喫食することから、店は「喫食」までを安全に届けるしくみとして担保する必要がある。そして、調理や喫食という「工程」の管理は店だけではなく、利用者も主体となって実施する。このことから、店は利用者が適切に取り扱い、食べ

ることができるように料理を提供することや、管理手段の提供（たとえば、肉を焼くためのロースターの設置や箸やトングなどの器具を用意する。使い方を説明する）が必要であり、利用者はそれらを理解し、適切に行う必要がある。

写真は、筆者が訪れたある焼き肉店で提供されたメニュー内容を再現したものである。当該店では、入店するとすぐに利用者の目につくところに、生食に関する注意事項を示、つまり「一般的に食肉の生食は食中毒のリスクがある」「子供、高齢者、その他食中毒に対する抵抗力が弱い人は生食を控える」旨が掲示されている。当該店の焼き肉メニューは、写真のような状態で提供される。利用者はテーブルに設置されたロースターで提供された肉を焼いて食べるという設定である。ところが、生肉の上に刻みネギとレモンが添えられている。焼く前の肉にレモンを絞ってかけるというのは、想定

しにくい。店の人にこの刻みネギとレモンの使い方を確認したところ、「焼きあがった肉につける」たれに入れてお召し上がりください」との説明であった。これでは、生肉に附着していた微生物がネギやレモンを介してたれに混入する可能性がある。

飲食店においては、利用者の口に入るまでが工程管理の対象である。先の焼き肉店の厨房においては、生肉からの微生物汚染を防止するためにサラダなどのように生食を想定する野菜は肉と分けて保管し、調理器具も使い分け、調理者の手洗いも実施しているであろう。にもかかわらず、盛り付け段階や利用者への提供の段階で、微生物が交差汚染してしまっただけでは先の注意表示をはじめ、厨房におけるそれまでの衛生管理が意味をなさなくなる。厨房における肉のカット工程、および生食を想定する野菜の盛り付け工程の調理器具の管理や作業手順、利用者の肉の扱い方、焼き方など適切な管理が切れ目なくできるように、従業員の教育と利用者への適切な情報提供が必要である。

② 一般的な衛生管理が適切かどうかは利用者にも見えている

厨房の汚れは利用者からは見えませんが、ゴキブリや鼠が棲みついたら、利用者の目にふれるかもしれない。

厨房の冷蔵庫の下や設備と床の間、倉庫をのぞいてみると、食材の残渣や資材などが落ちたまま放置されていることがある。清掃点検シートを確認すると、清掃終了のチェックが入っている。目につきやすいところは清掃されているが、什器の下や壁の奥の方などは汚れていても気づかず、配置や構造上清掃しにくいこともあり、掃除が行き届かないことがある。このように普段気づきにくい場所の清掃については、清掃の出来具合を見て判断するだけではなく、理屈で、つまり清掃の意義を再認識する必要がある。「きれいにする」ための清掃ではなく、「汚れるところを見つける」清掃、つまりハザード分析に活用する情報収集の視点での清掃が必要ということである。そうすることにより、汚れやすいところ、食品残渣がたまりやすいところ、清掃の方法や頻度

69

の見直しにつながり、効率化が可能となる。ゴキブリが発生してからでは遅い。その前にゴミや汚れを除くことが重要である。

食品製造工場では、顧客による二者監査が実施される。飲食店では、常に利用者が出入りする、いわば、二者監査が定期的に行われていると考えることもできる。しかし、その「監査員」は、直すべきところを教えてくれるとは限らない。黙って二度と来なくなるかもしれない。従業員自らが、常に利用者の視点で現場を確認し、改善する必要がある。

③店の周辺の衛生管理、利用者の行動の影響も受ける

また、工場とは異なり、飲食店では周辺の環境の影響も受ける。複数の飲食店が入店するビルや商店街などでは、店の境界には関係なく、排気・排水設備がつながっていたり、人の行き来があるため、隣接する店や建物での衛生状態の影響も受ける。トイレなど衛生施設・設備は不特定多数の人々と共用となる。最近、公共の水洗トイレでもノロウイルスまん延の防止のために蓋を閉じて、水を流すことを推奨する施設が

増えた。こんなことも、消費者がHACCPシステムにおける「管理手段」の実践に参加する場面である。建物の管理会社や飲食店間で連携した衛生管理の取り組みも重要である。

同様に、店舗内のトイレを衛生的に保つことは、安全に食事をする上で重要な管理点である。メニューの提供工程や自店の状態だけではなく、衛生的な環境下で食事ができるように、利用者の動線、周辺の設備や環境においても関心をもち、安全性を確保するための手順やルールを設定することも飲食店（業界）に求められている。

3、飲食店におけるHACCPシステム導入の普及への期待

消費者は自分が購入した食品に対して、事業者が「検査をしているか、していないか」ということに関心が高く、検査をしている方が安全だろうと思いがちである。しかし、この「検査」もハザード分析に基づく管理手段であるが、検査のように客観的な数値や指標で示すことが難しい

ため、消費者にとっては安全性の判断材料としてはわかりにくい。

HACCPシステムという手法を使って、ハザード分析をし、安全性を確保しているという説明を事業者や行政が消費者に対しても積極的に説明する機会、ツールが望まれる。

このようなことから、フードチェーンの中の事業者（飲食店）、消費者の役割を知り、実感できる場として飲食店でのHACCPの取り組みに期待している。先の生食における「注意表示」の提示、トイレの使い方のような消費者の利用場面とのつながりを説明することもHACCP普及のためには重要であろう。もちろん、消費者は「安全性」が確保されているかどうかという基準のみで店を選ぶのではなく、おいしく味わい、楽しい時間を過ごすことができる場を求めていることも多い。同時にその「場」を提供する側の工夫や検討、知恵が必要であり、提供を受ける側（消費者）の協力が必須であることをHACCPの普及を通じて消費者が知るきっかけになることもまた、欲張りな消費者の期待がある。