

⑤販売・経営管理



「⑤販売・経営管理」の学習範囲

第2章 販売員の法令知識



- 2章1 小売業に関する主な法規
- 2章2 環境問題と消費生活

第3章 小売業の計数管理



- 3章1 販売員の計数管理
- 3章2 売上高・売上原価
売上総利益の関係
- 3章3 実務における計算

第1章 販売員の役割の基本

- 1章1 接客マナー
- 1章2 クレームや
返品への対応



第4章 店舗管理の基本

- 4章1 金券類と金銭管理
- 4章2 万引き防止対策
- 4章3 衛生管理

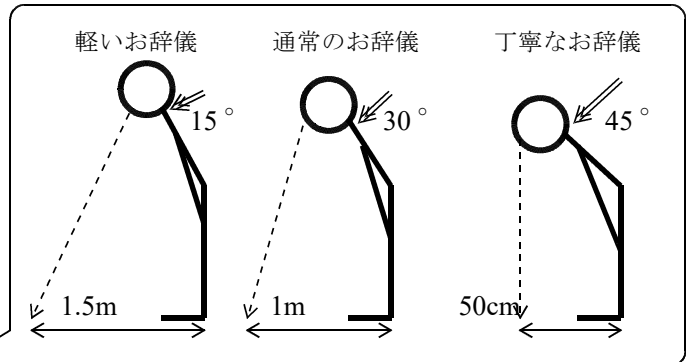


第1章 販売員の役割の基本

1 接客マナー

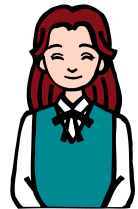
1-1 接客の心構え

笑顔 挨拶	正しい敬語 言葉づかい
服装 身だしなみ	感じのよい 話し方聞き方
顧客心理に 応じた接客	クレームや返品 への対応



●お辞儀の種類と使い分け

- ・お待たせする → 15度のお辞儀 「はい、かしこまりました」
(会 釈) 「少々おまちくださいませ」「失礼いたします」
- ・お迎えする → 30度のお辞儀 「いらっしゃいませ」
(普通礼)
- ・お買い上げ → 45度のお辞儀 「ありがとうございます(ました)」
お 詫 び (最敬礼) 「申し訳ございません」



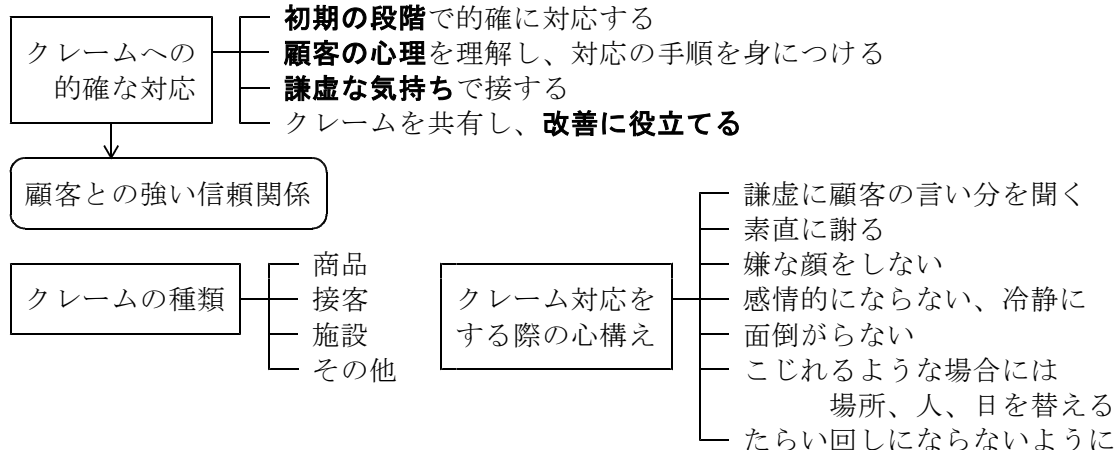
1-2 敬語の基本

●敬語の分類

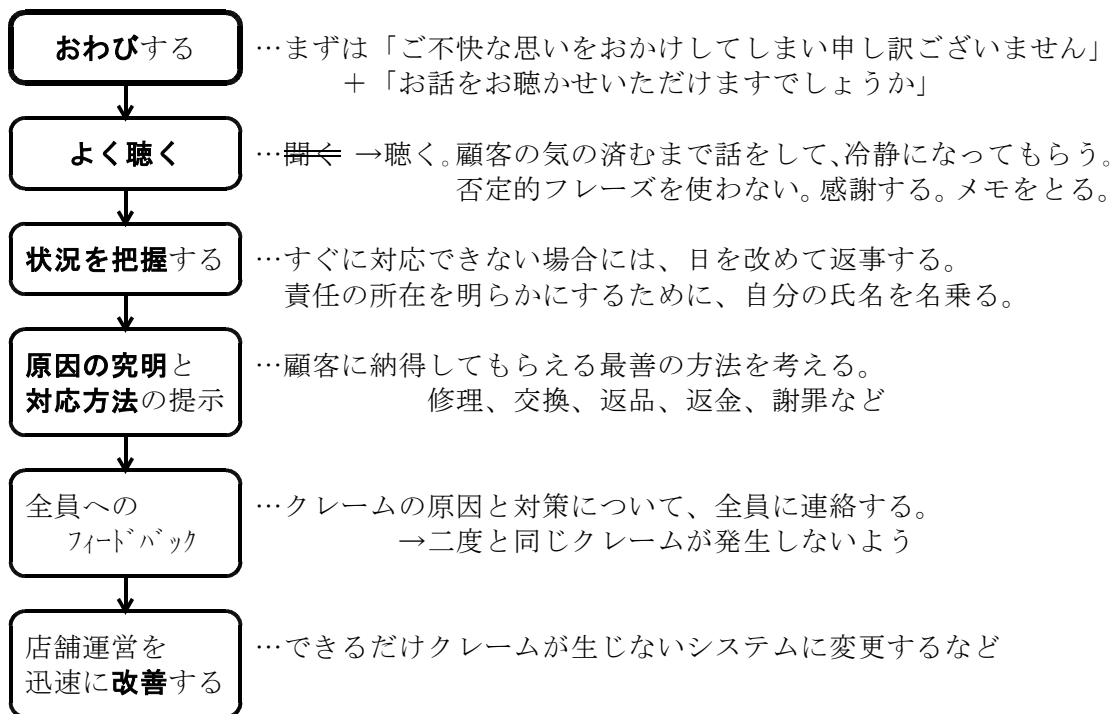
3分類	5分類	用途／使用例
尊敬語	尊敬語	動作の主体が、話し手よりも上位であることを示す。 いらっしゃる、おっしゃる、なさる、召し上がる、くださる お(ご)……になる、……(ら)れる、……なさる
謙譲語	謙譲語Ⅰ	動作の客体が、動作の主体よりも上位であることを示す。 伺う、申し上げる、頂く、お目にかかる、拝見する お(ご)……する、お(ご)……いただく
	謙譲語Ⅱ (丁重語)	聞き手が、話し手よりも上位であると示すへりくだり言葉。 丁寧語「ます」と合わせて使用する 参ります、申します、いたします、おります、存じます ……いたす
丁寧語	丁寧語	聞き手が、話し手よりも上位であると示す丁寧な語尾表現。 「形容詞」＋ございます 高こうございます、美味しゅうございます、軽うございます
	美化語	ものごとを美化して述べる、上品できれいな言葉づかい お酒、お料理、ご祝儀、ご挨拶、おつゆ、おひや、ごはん

2 クレームや返品への対応

2-1 クレームとその対応



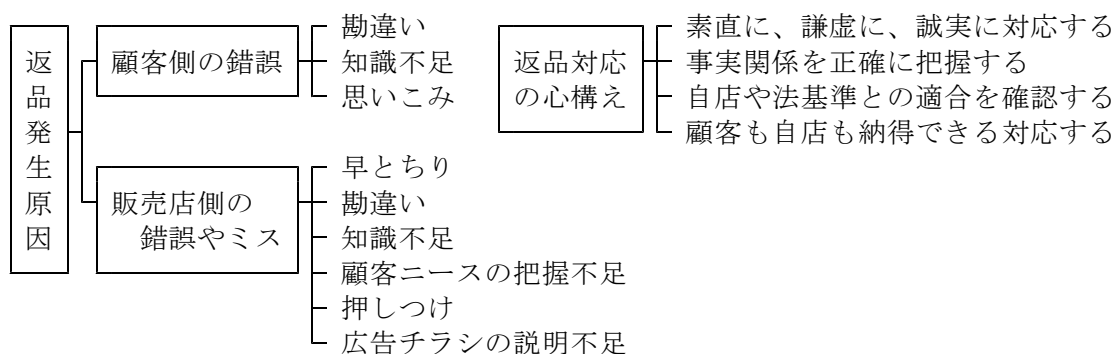
●クレーム対応の手順



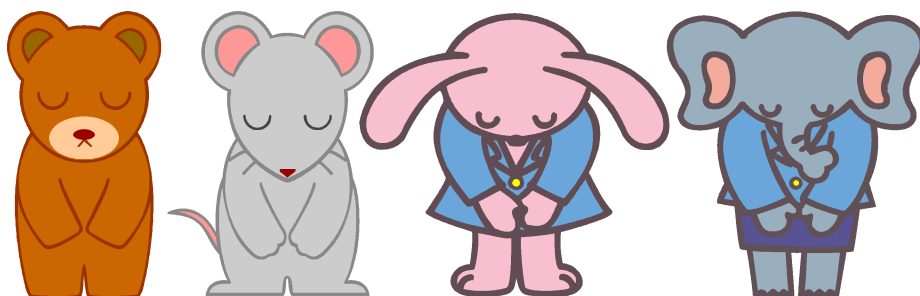
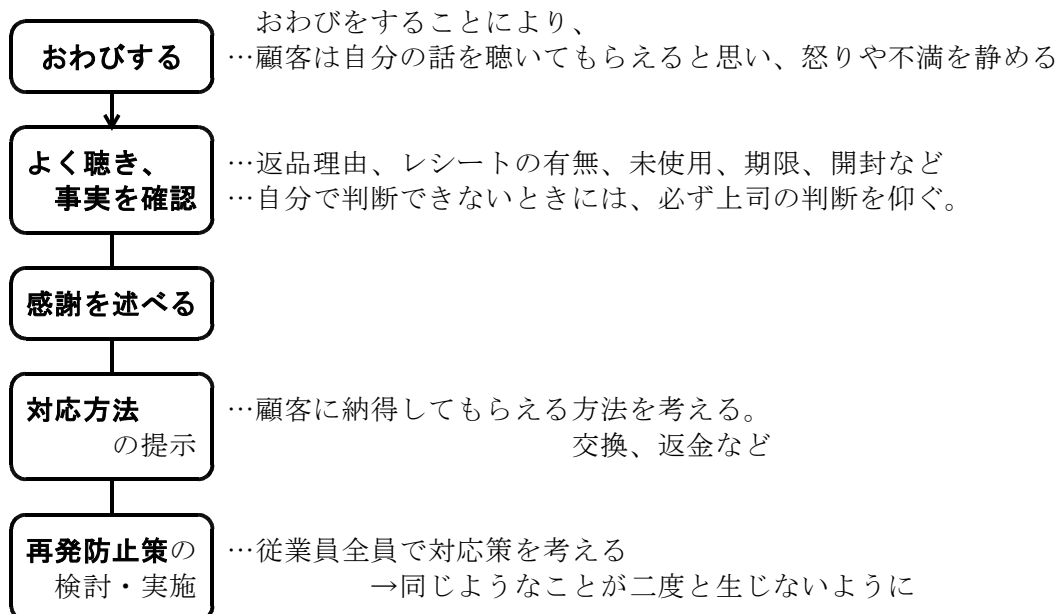
対応時間についての考え方

- 「ただちに」「すぐに」… 5分以内に対応
- 「のちほど」… 30分以内に対応
- 「後日」… 48時間以内に対応

2-2 返品とその対応



●返品対応の手順



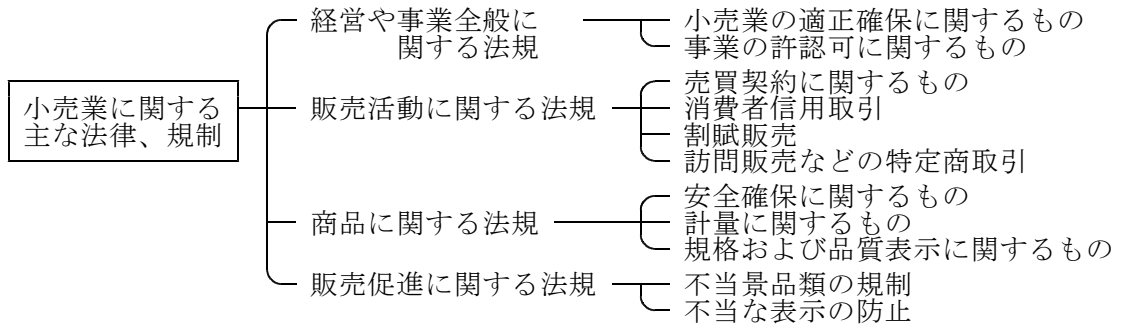
第2章 販売員の法令知識



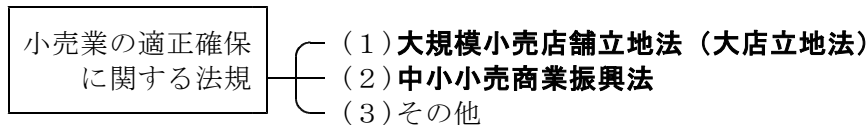
1 小売業に関する主な法規

1-1 小売業と法律

日常の販売活動に関する法律や規制などのほかはなじみが薄い、トラブル解決の糸口になることも多く、知っておくことは大切なこと。



1-2 小売業の適正確保に関する法規



(1) 大規模小売店舗立地法

「大規模小売店舗法(大店法)」から「大規模小売店舗立地法(大店立地法)」へ
大店法：大規模店舗の出店や営業活動を規制する方向で運用

- ・ 日米構造協議における米国側からの要求
- ・ 規制緩和の時代の流れ

大店立地法（制定：平成10年6月・施行：平成11年6月1日）

- ・ 目的…大規模店の立地に関し、その周辺の地域の生活環境の保持のため、大規模店舗を設置する者により施設の配置や運営方法に適正な配慮がなされることを確保すること。
- ・ 届出義務…店舗面積1,000㎡を超える大規模小売店舗
- ・ 審査内容…店舗周辺の生活環境維持（駐車場の確保や騒音の発生防止など）

(2) 中小小売商業振興法…中小小売商業の振興

- 組合や会社の高度化事業等への助成
- フランチャイズ契約に関する規制

(3) その他の法律

● 商店街振興組合法…商店街の振興をはかる

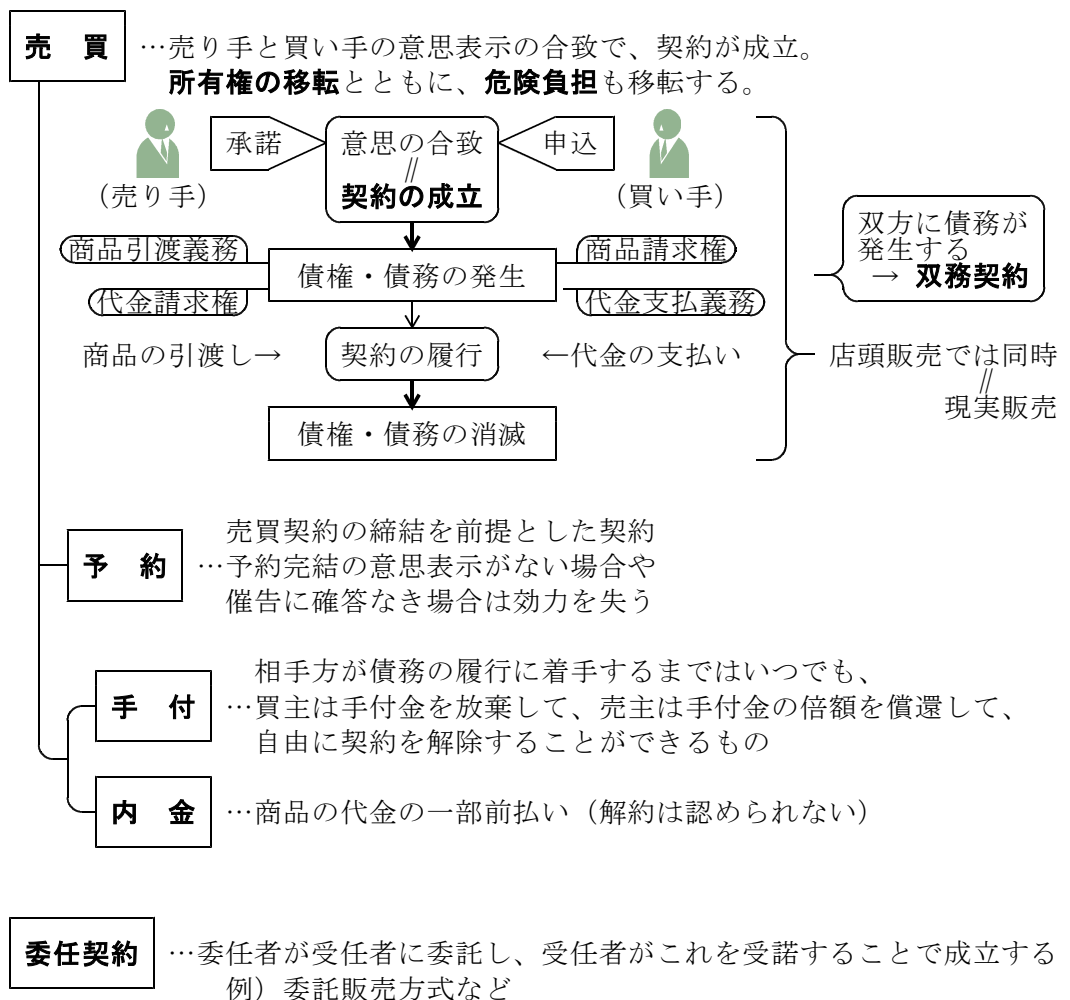
● 中心市街地活性化法…商店街の衰退を食い止め、市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進を図る

1－3 事業の許認可に関する法規

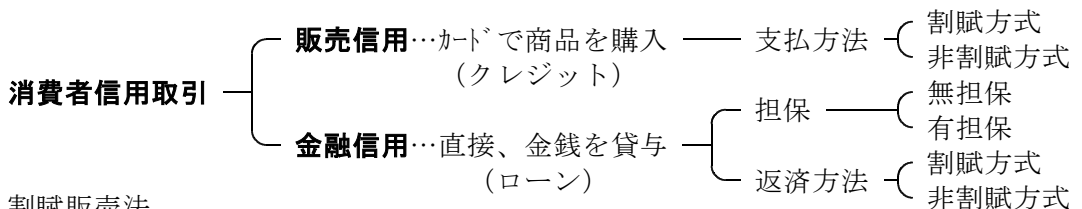
- ①薬局の開設・医薬品等の販売…**医薬品医療機器等法** → 都道府県知事の許可
 ※指定医療機器の販売については届出
- ②酒類の販売……………**酒税法** → 税務署長の免許
- ③米穀類の販売…~~食糧管理法~~ → **食糧法** → 大量に扱う場合のみ農林水産大臣への届出
- ④古物の販売……………**古物営業法** → 都道府県公安委員会の許可
 ※主たる営業所で許可を得れば、他は届出でよい
- ⑤ペットショップ（第1種動物取扱業）…**動物愛護管理法**（10条）→ 都道府県知事に登録
 ※非営利事業の場合は第2種動物取扱業として届出
- ⑥たばこの小売販売業……………**たばこ事業法**（11条）→ 財務大臣の許可
- ⑦飲食店や食品販売店……………**食品衛生法**（21条）→ 都道府県知事の許可
 ※リスクの低い業種は、簡易な届出制度となった

1－4 販売活動に関する法規

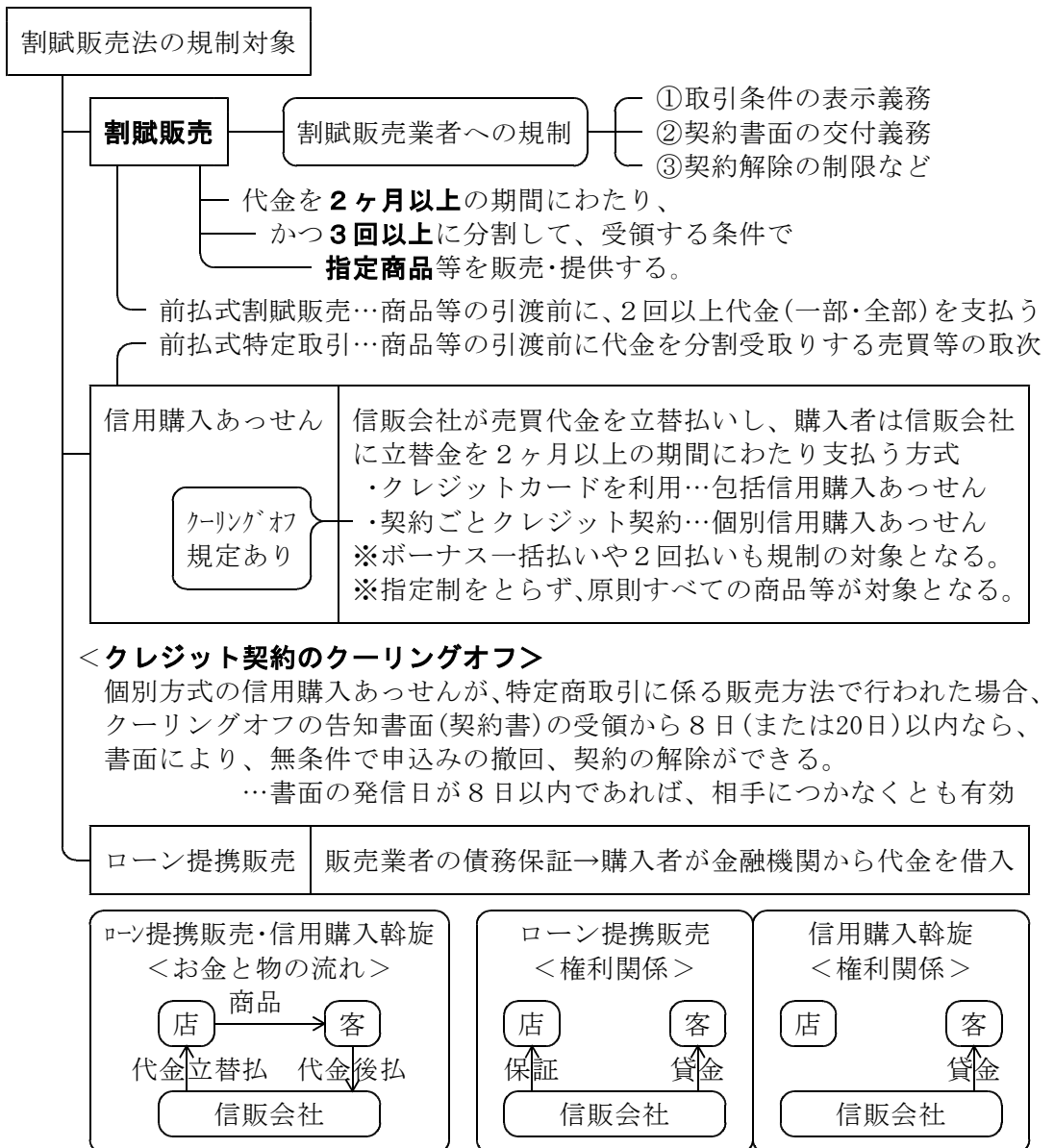
（1）売買契約などに関する民法の規定



- (2) 消費者信用取引：商品の代金を現金で支払わずに売買すること
→クレジット・カードなどによる支払いの普及



(3) 割賦販売法



<支払停止の抗弁権>

一定条件のもとクレジット購入した商品などの代金支払を停止できる権利

(参考) **特定商取引法** …「特定商取引に関する法律」(旧：訪問販売法)

●規制対象

		クーリング・オフ
訪問販売	営業所等以外の場所での指定商品の販売など	8日以内
通信販売	郵便その他の方法により契約の申込を受ける販売方法	なし
電話勧誘販売	電話により、勧誘・申込・契約締結を行う販売方法	8日以内
連鎖販売取引	いわゆるマルチ商法	20日以内
特定継続的 役務提供	一定以上の長期で高額なエステや英会話教室など	8日以内
業務提供誘引 販売取引	いわゆる内職商法	20日以内
訪問購入 (2013. 02. 21～)	貴金属等の買取業者による強引な訪問買取(押し買い)	8日以内

※上記の他、ネガティブオプション(いわゆる送りつけ商法)も規制対象

●**訪問販売**：消費者の自宅など営業所等以外の場所で、指定商品等を販売すること
＜事業者の義務＞

- ①氏名(名称)・商品(権利、役務)の種類・明示、勧誘である旨の告知
- ②勧誘拒絶の場合の継続勧誘、再訪問勧誘の禁止
- ③申込み書面・契約書面の交付
- ④不実告知・威迫困惑の禁止 など

＜クーリング・オフ制度＞…無条件で申込の撤回、契約の解除ができる。

- ・期間…契約書面(申込み書面)受領の日を含め8日以内
- ・効果…支払った代金は全額返還され、違約金も請求されない
 引き取り送料も販売会社負担。
- ・例外…3000円未満の現金取引、法律で指定の消耗品を使用・消費した場合、
 乗用自動車 (※使用・消費しても指定品以外なら無条件解約可能)



●**通信販売**：郵便その他の通信手段によって購入の申込みを受けて販売すること
＜広告における表示義務＞

- ①価格
- ②支払の時期と方法
- ③商品引渡時期
- ④返品・返還…明示なき場合
- ⑤その他(事業者の名称など)

受領後8日以内であれば、
 申込の撤回、契約の解除可能
 ※返品送料は買主負担

＜誇大広告の禁止＞

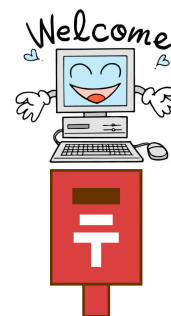
- ①商品の「性能または効用」
- ②商品に関する「国等の関与」
- ③商品の原産地

＜オプトイン規制＞

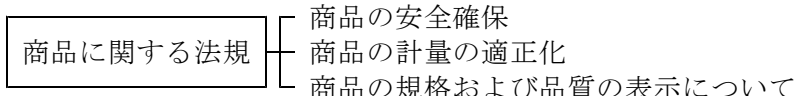
未承諾者に対する電子メール広告の原則禁止

＜承諾の通知＞

前払い通販における代金受領時に、遅滞なく諾否の通知義務
 (遅滞なく商品送付の場合は免除)



1-5 商品に関する法規



(1) 商品の安全確保に関する法規

●消費生活用製品安全法…特定商品の製造・輸入・販売の規制、安全性確保活動の促進



PS-Cマーク
(特別特定製品)



PS-Cマーク
(特定製品)

消費者の生命・身体に対して特に危害を及ぼすおそれが多い製品については、PS-Cマークがないと販売できない。

●食品表示法…食品表示基準に従った表示のない食品は、販売できない。 加工食品の栄養表示が原則義務化され、添加物も区分表示する。

栄養成分表示 大さじ約1杯(20g) あたり推定値 エネルギー 33kcal たんぱく質 0.1g 脂 質 0g 炭水化物 8.1g 食塩相当量 0.003g		名 称 いちごジャム 原材料名 いちご、砂糖 ゲル化剤(ペクチン)、酸化防止剤(V.C) 内 容 量 400g 賞味期限 20.07.24 保存方法 直射日光を避け常温で保存して下さい。 製 造 者 アカハタ食品株式会社 東京都渋谷区千駄ヶ谷〇-〇-〇
--	--	---

・機能性表示食品：健康の維持・増進に役立つことが期待できる

●医薬品医療機器等法(薬機法)…医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(旧 薬事法)

「日本薬局方」…医薬品の安全確保のために定めた医薬品の規格基準書
医薬品等の直接の容器、被包の表示なども定めている

●製造物責任法(PL法)

<製造物責任法(PL法：Product Liability)は>

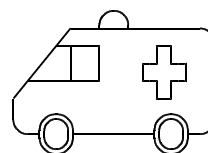
製品の欠陥により消費者が生命、身体、財産上の被害を被った場合に、製造業者等の損害賠償の責任について定めた法律 …民法の特別法

製造業者等の責任追及

- ①欠陥の存在
- ②損害の発生
- ③因果関係

故意過失の
証明が不要

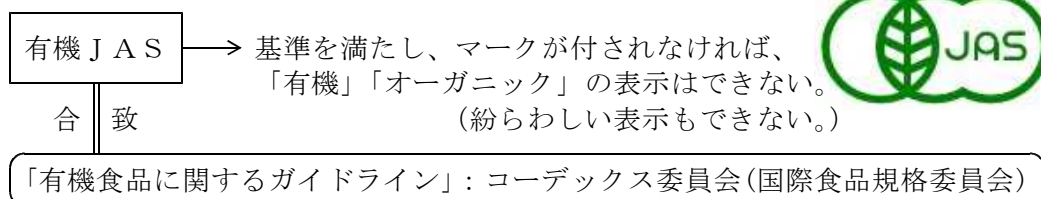
被害者の立証の負担軽減



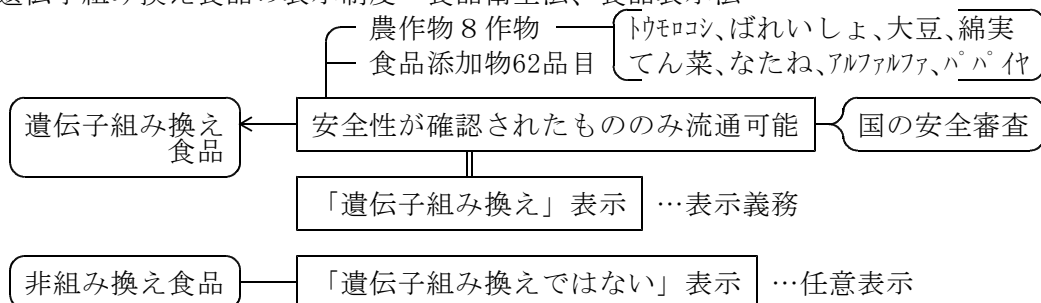
- ・製 造 物…製造または加工された動産
- ・欠 陥…製品が通常有すべき安全性を欠いていること
- ・製造業者等…製造物を業として製造、加工または輸入した者
製造業者としての氏名等の表示や
製造業者と誤認されるような氏名等の表示をした者
実質的に製造業者と認めることができる氏名等の表示をした者

(2) 安全な食生活と法制度 …食品表示については、食品表示法に一本化 (2015.4 施行)

●有機食品の検査認証・表示制度… J A S 法・食品表示法



●遺伝子組み換え食品の表示制度…食品衛生法、食品表示法



●賞味期限と消費期限

製造年月日表示
↓
法改正 (1995)

	賞味期限	消費期限
定義	期待されるすべての品質の保持が十分に可能である期限	腐敗その他の品質の劣化により、安全性を欠くおそれがない期間
意味	おいしく食べることができる期限	期限をすぎたら食べない方がよい
表示方法	賞味期限：3 ヶ月超 → 「年月」 3 ヶ月以内 → 「年月日」	「年月日」
対象食品	劣化が比較的遅いもの 例) スナック菓子、カップめん、缶詰など	劣化が速いもの 例) 弁当、生めん、サンドイッチなど

(3) 商品の計量に関する法令 (計量法)

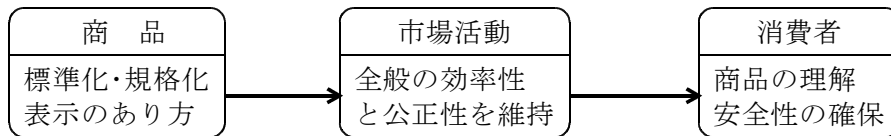
商品の計量に関して計量単位、適正な計量の実施、適正な計量管理の内容などを規定している。

- ①商品の計量は**法定計量単位**で …メートル、キログラム、グラム、リットルなど
②計量器は検定印のあるものを →
③商品の計量は正確に …特定商品は、**量目公差**の範囲内で



(4) 商品の規格および品質表示に関する法規

●商品の標準化、規格化、商品表示のあり方



<標準化とは>

商品の生産・流通・消費・廃棄過程における規格の設定ならびに
その活用・普及を目指す組織的活動

●規格の目的：生産や消費生活の場面で、商品の品質をできるだけ、

①正確にばらつきなく、②効率的に、提供すること。

●標準品や規格品であることを示すマーク

- ・ J I S マーク：日本工業規格（日本工業標準化法）
- ・ J A S マーク：日本農林規格（農林物資の規格化及び品質表示の規格化に関する法律）
- ・ 特定 J A S マーク：特別な生産・製造方法や特色ある品質を示す J A S マーク
- ・ 特定保険食品マーク：健康増進法、食品衛生法
- ・ P S - E マーク：電気用品安全法に基づく、所定の検査をした製品のマーク
- ・ エコマーク：環境へ配慮した生活を推進させることが目的
- ・ ベータリビングマーク：優良住宅部品認定制度による損害賠償
製品や施工による事故に備えた保険がつけられる。



J I S マーク



J A S マーク



特定 J A S マーク



特定保健食品マーク



P S - E マーク
特定電気用品



特定電気用品以外



エコマーク



ベータリビングマーク

●家庭用品の品質表示…家庭用品品質表示法

対象：消費者がその購入に際して品質を識別することが困難で、
特に品質を識別する必要性の高いもの

家庭用品品質表示法による表示

電気掃除機 SC-220S型

吸込仕事率 200W

(真空度 1113 水柱 mm、風量 1.1 m³毎分)

コードの長さ 5m 重量 3.9kg

使用上の注意

イ 電源はできるだけコンセントを使用してください。

ロ フィルターのほこりは早めに掃除してください。

ハ 水を吸わせないでください。

表示者 五洋電機株式会社

1-6 販売促進に関する法規：不当景品類および不当表示防止法（景品表示法） 独占禁止法

（1）不当景品類の規制

取引との関係	法律	告知	区 分	取引価額	景品類限度額	
					最高価額	総 額
付随する	景品表示法 第3条	一般消費者告示	総付（べた付）	1000円未満	200円	
			景品付販売	1000円以上	取引価額の20%	
		懸賞 景品 告示	一般懸賞	5000円未満	取引価額の20倍	売上予定総額の2%
				5000円以上	10万円	
		共同懸賞	すべて		30万円	売上予定総額の3%
付随しない	独占禁止法	オープン懸賞告知	オープン懸賞	平成18年に規制撤廃		

（2）不当な広告、表示の規制

< 不当表示とは >

事業者が顧客を誘引するための手段として、販売する商品やサービスの品質、規格、その他の内容や価格、数量、その他の取引条件について、事実と異なったり、実際のものより優れている、あるいは有利であると一般消費者に誤認されるような表示

- ①優良誤認表示 …品質、規格など
- ②有利誤認表示 …価格その他の取引条件
 - ③二重価格制度
- ・内閣総理大臣が指定する誤認表示 おとり広告など

事実と違う嘘の広告

- ・広告の目玉商品が店頭にない
- ・「今だけお得」って本当？
- ・「閉店しない」閉店セール

大げさな広告

- ・飲むだけで痩せるサプリ
- ・洗うだけでシミが消える石鹸
- ・着るだけでマッチョになるTシャツ

まぎらわしい広告

- ・「お試し」のはずが定期購入に
- ・「全額返金」のはずなのに
- ・トータルの価格はいくら？

JARO（日本広告審査機構）WEB サイトより

3-1 環境基本法

環境基本法（1993 年 11 月制定）

公害対策基本法(1967)

地球環境問題への対応が
叫ばれる時代

循環

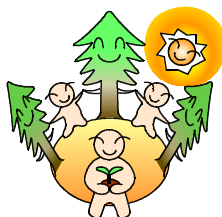
共生

参加

を実現する社会の構築

国際的取組み

- ①大気環境の保全
②水環境の保全
③土壤環境・地盤環境の保全
④廃棄物・リサイクル対策
⑤化学物質の環境リスク対策
⑥技術開発に関する環境配慮及び新たな課題 など



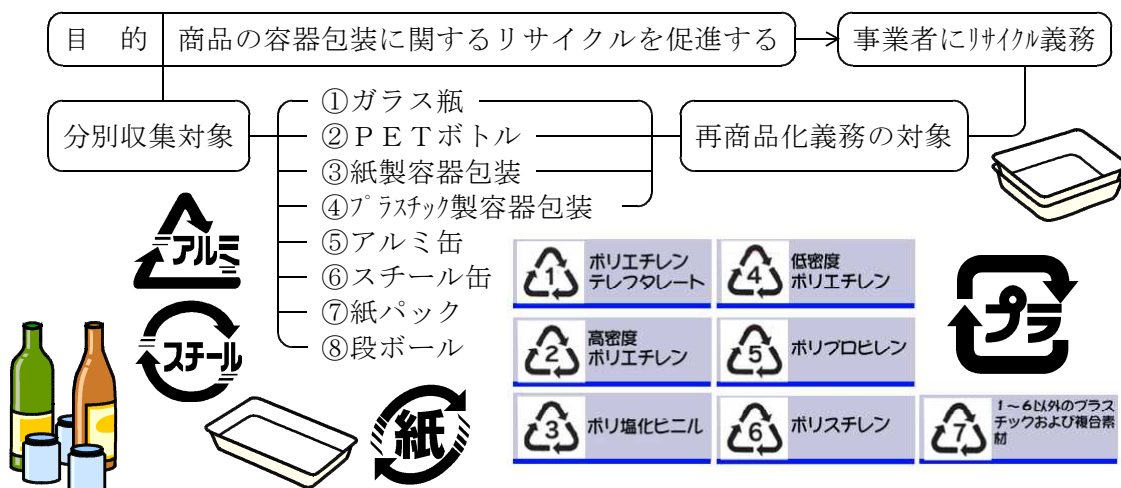
地球規模の広範囲な視点に
立ち、環境保全へ向けて
国や自治体、企業、そして
消費者が、地球市民として
できる限りの努力をしない
ければならない

流通・販売に携わる小売業もそれぞれの立場で、環境に優しいきめ細かな活動を積み重ねていく必要がある

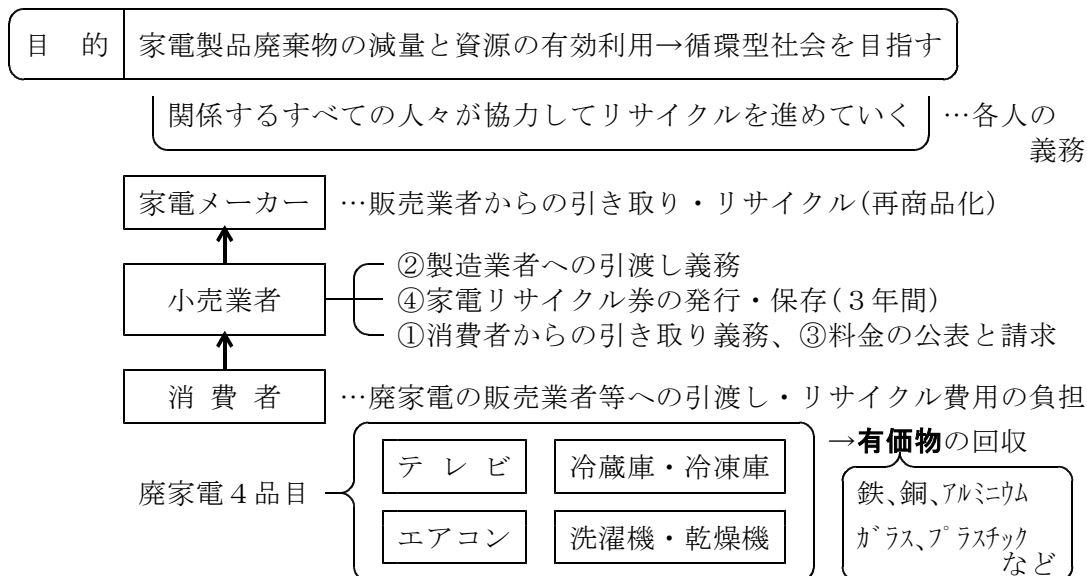
身近なりサイクル法

- ① 容器包装リサイクル法 (1995 年 6 月公布)
② 家電リサイクル法 (2001 年 4 月施行)
③ 食品リサイクル法 (2001 年 6 月施行)

(容器包装に係る分別収集および再商品化の促進等に関する法律)

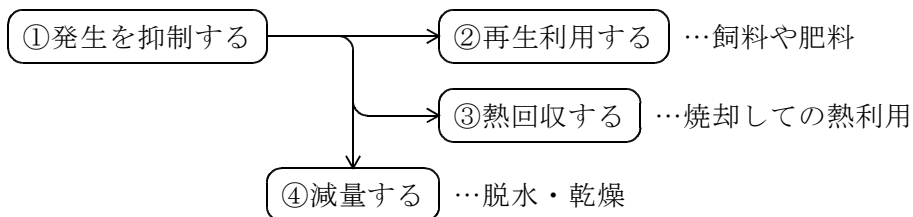


(2) 家電リサイクル法（特定家庭用機器再商品化法）



(3) 食品リサイクル法（食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律）

目 的	食品廃棄物の発生抑制、減量、再生利用→循環型社会を目指す
対 象	食品関連業者（製造業、加工業、卸売業、小売業、飲食店）



3-3 環境影響評価・環境関連事業の推進

(1) 環境影響評価などその他の法制度

●環境影響評価（環境アセスメント：1997年制定）

公害の発生や自然環境破壊の未然防止のため、
 地域における大規模な開発には、
 自然環境への影響を監視することを法律で義務づける

●預託払戻制度（デポジット・リファンド・システム）

ビール瓶の引取りの際にお金が戻ってくる制度

(2) **エコマーク事業（環境ラベリング制度）**：（財）日本環境協会が推進）

消費者が環境保全に役立つ商品を選択することで、
環境意識を鮮明にし、環境に配慮した消費活動を推進する事業

マークが付与される商品

- ①他の同様の商品と比較して、その商品の
製造、使用、廃棄などによる環境負荷が相対的に少ないこと。
- ②その商品を使用することにより、他の原因から生ずる
環境負荷を軽減することができるなど環境保全に寄与する効果が大いこと



(3) **グリーンマーク事業**：（財）古紙回収再製促進センターが推進

古紙の再製利用を通して、社会環境の緑化を推進し、
併せて古紙の回収・利用の促進に関わる啓発や普及活動
→古紙を 40 %以上原料に使用した紙や紙製品に付与



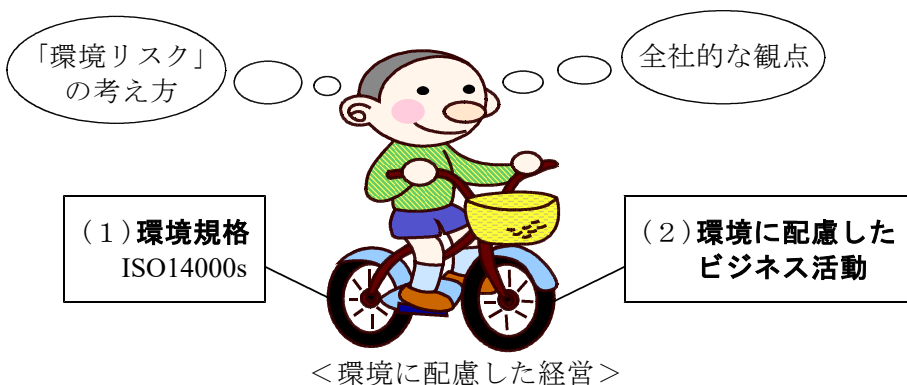
(4) **国際エネルギースタープログラム**：（財）省エネルギーセンターが推進

オフィス機器の国際的省エネルギー制度（任意登録）
→省エネ基準を満たす製品にロゴの使用が認められる



国際エネルギースターロゴ

3-4 環境規格とビジネス活動



(1) **環境規格（「ISO14000シリーズ」；環境管理・監査の国際規格）**

環境に配慮した企業活動の指針

…企業自らの自主的・積極的な環境配慮を示す
有効な手段となる

- ・事業活動に伴う環境への負荷の把握
- ・環境に関する経営方針・目標の揭示
- ・実施にあたる組織の責任体制の明確化

環境報告書の発行（毎年）

(2) **環境に配慮したビジネス活動**

- 例）
- ・環境対応型商品の生産体制の強化
 - ・環境に配慮した製品開発やパッケージ設計の積極的推進
 - ・店舗で出る生ゴミからつくったコンポスト → 地域の農家に配布
 - ・商店街でのきめ細かな環境対応活動 → 商店街の活性化 など

第3章 小売業の計数管理

1 販売員に求められる計数管理

1-1 計数管理の必要性

- 店舗の状態（もうかっているかどうか）を具体的に把握するには、
→店舗に関する数字を押さえることが必要
- 数字の動きをみていれば、小さな変化にも早く気づくことができ、
→具体的な対策を打つことができる

売場の販売員も、大まかな傾向（一日の売上高など）を知る必要性

1-2 利益の構造

●損益計算書の様式

売 上 高	売 上 高			
ー) 売上原価	売上原価	売上総利益(粗利益)		
売上総利益	販管費	営業利益	営業外収益	
ー) 販売費・管理費	営業外費用	経常利益	特別利益	
営業利益	特別損失	税引前当期純利益	税	当期純利益
+) 営業外収益				
ー) 営業外費用				
経常利益				
+) 特別利益				
ー) 特別損失				
税引前当期純利益				
ー) 法人税等				
当期純利益				

2 売上高・売上原価・売上総利益（粗利益高）の関係

$$\text{売上高} - \text{売上原価} = \text{売上総利益（粗利益高）}$$

$$\text{買上客数} = \text{入店客数} \times \text{買上率}$$

$$\text{売上高} = \text{買上客数} \times \text{客単価}$$

$$\text{客単価} = \text{買上点数} \times \text{一品単価}$$

$$\text{売上総利益} = \text{売上高} \times \text{売上総利益率（粗利益率）}$$

$$\text{売上原価} = \text{期首在庫高} + \text{期中仕入高} - \text{期末在庫高}$$

2-1 売上高 … 顧客に商品やサービスを販売することによって得た金額

				例	方策 1	方策 2
売上高	客 数	×	入店客数	1,000 人	1,000 人	1,250 人
			買 上 率	70 %	70 %	70 %
	客単価	×	買上点数	4 点	5 点	4 点
			一品単価	200 円	200 円	200 円
			売上高(日商)	560,000 円	700,000 円	700,000 円

2-2 売上総利益（粗利益） … 販売活動の結果得られた企業の基本となる利益
全ての費用を賄うおもとの利益

(1) 粗利益高と粗利益率

粗利益高 = 売上高 - 売上原価

粗利益率 (%) = $\frac{\text{粗利益高}}{\text{売上高}}$

(2) 値入高と売上総利益（粗利益高）との違い

・ 値入高…仕入時に“予定した利益” ・ 粗利益高…実際に得られた“結果の利益”

(3) 値入高と値入率（※詳細は、マーチャンダイジングで学習する）

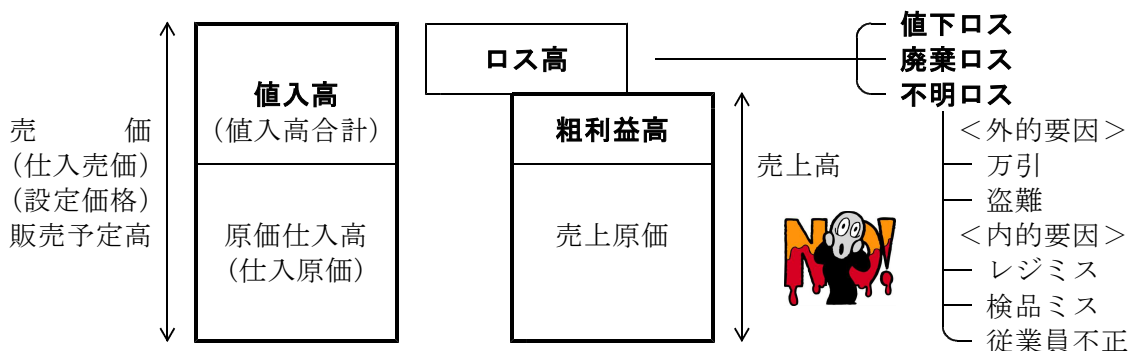
値 入 高 = 売 価 - 仕入原価

値 入 率 (%) = $\frac{\text{値入高}}{\text{売 価}}$

2-4 ロス高 … 予定していた売価と売上高の差額（損失）

ロ ス 高 = 売 価 - 売上高
= (あるべき売上高 - 実績売上高)

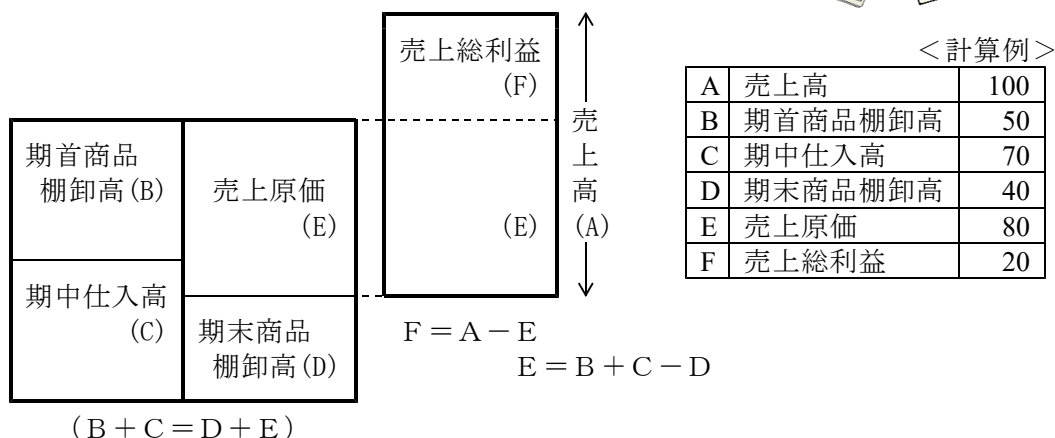
ロ ス 率 (%) = $\frac{\text{ロス高}}{\text{売上高}}$



2-3 売上原価 … 商品の仕入にかかった費用（実際に販売した分の商品原価）

●売上原価と売上総利益の計算

売上原価 = 期首在庫高 + 期中仕入高 - 期末在庫高
 売上総利益 = 売上高 - 売上原価



（例題 1）小売業の損益計算書の売上原価の計算において、期首商品棚卸高（期首在庫高）600,000 円、当期商品仕入高（期中仕入高）7,000,000 円、期末商品棚卸高（期末在庫）550,000 円であるときの売上原価は何円か。

（例題 2）次のア～オを計算しなさい。（単位：千円）

		第 1 期	第 2 期	第 3 期	
	純 売 上 高	70,000	62,000	〔エ〕	A
B	期首商品棚卸高	〔ア〕	12,000	14,000	
+) C	純 仕 入 高	65,000	〔イ〕	77,000	
-) D	期末商品棚卸高	12,000	14,000	16,000	
E	売 上 原 価	63,000	53,000	〔オ〕	-) E
	売 上 総 利 益	7,000	〔ウ〕	5,000	F

＜参考＞売上高－売上原価の呼び方について

売上総利益≒粗利益（荒利益）≒売買差益

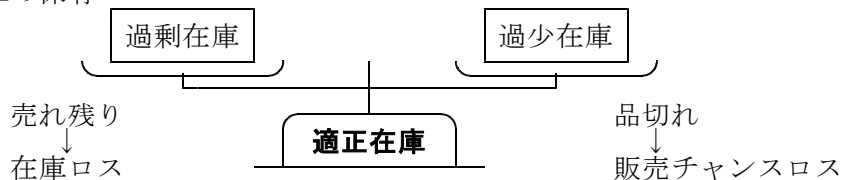
厳密ではないが、次のような使い分けをすることもある

- ・売上総利益…会計期間中の合計値を示す会計用語
- ・粗利益…日常の利益計算で使われる用語
- ・売買差益…ある商品についての買値と売値の差額

（例題解答）例題 1 : 7,050,000 例題 2 : 10,000 55,000 9,000 80,000 75,000

2-5 商品の効率（※詳細は、マーチャンダイジングで学習する）

（1）適正な在庫の保有



（2）商品回転率 … 一定期間（1年間）に仕入れた商品が何回入れ替わったかを示す指標

$$\text{商品回転率} = \frac{\text{年間売上高}}{\text{平均在庫高}} \quad \text{売価}$$

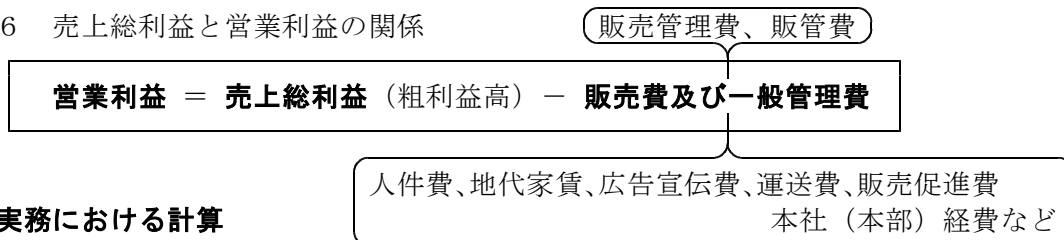


- ① 平均在庫高 = (期首棚卸高 + 期末棚卸高) ÷ 2
- ② 平均在庫高 = 毎月末の棚卸高合計(1年分) ÷ 12
- ③ 平均在庫高 = 毎週末の棚卸高合計(1年分) ÷ 52

（3）在庫日数 … 手持ちの在庫が何日分の売上高に相当するかを示す指標

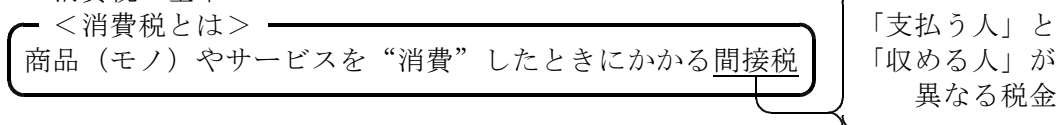
$$\text{在庫日数} = \frac{\text{現在の手持ち売価在庫量}}{\text{1日当たり平均売上高}}$$

2-6 売上総利益と営業利益の関係



3 実務における計算

3-1 消費税の基本



3-2 消費税の計算

$$\text{税込価格} = \text{税抜価格} + \text{消費税額}$$

$$\text{消費税額} = \text{税抜価格} \times \text{消費税率}$$

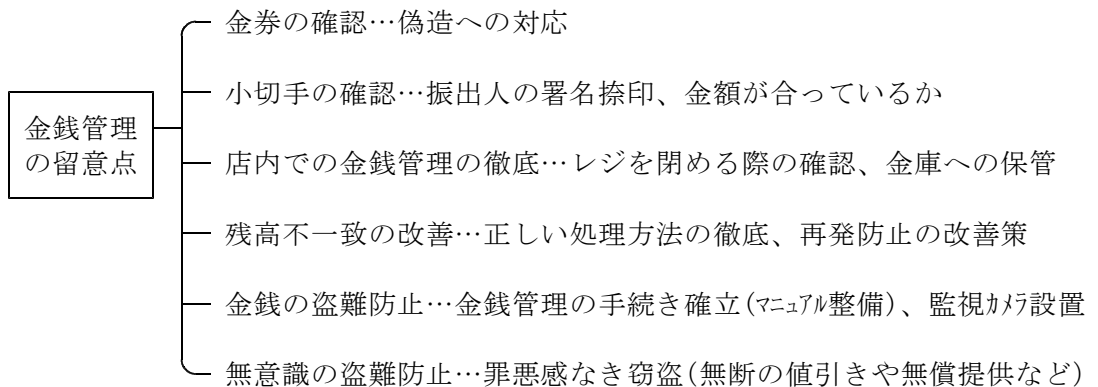
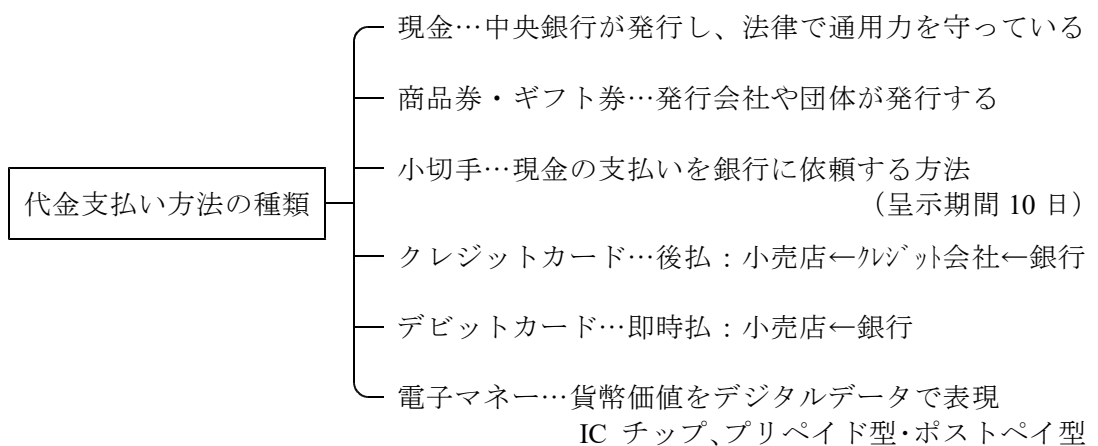
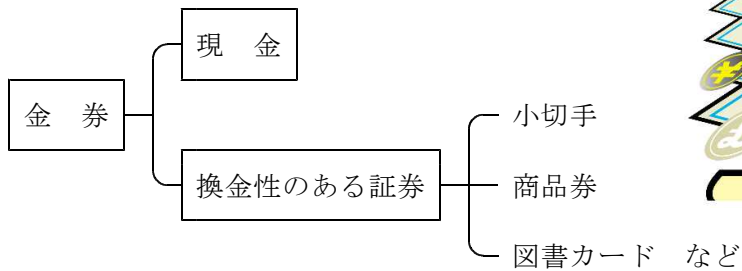


$$\text{税込価格} = \text{税抜価格} \times (1 + \text{消費税率})$$

$$\text{税抜価格} = \text{税込価格} \div (1 + \text{消費税率})$$

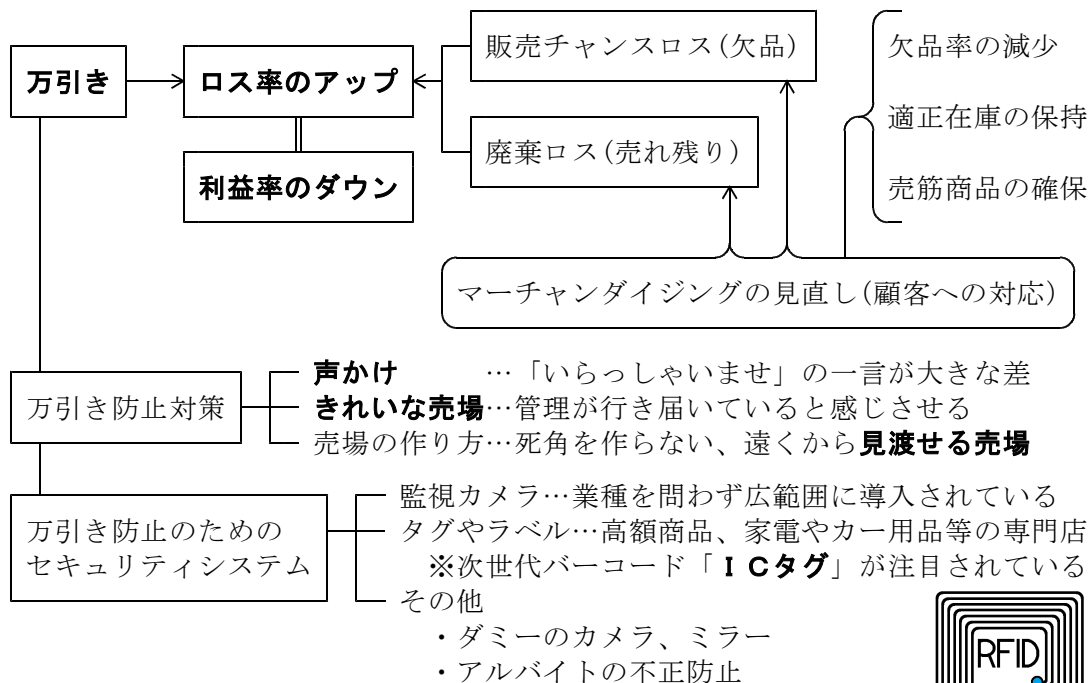
第4章 店舗管理の基本

1 金券類の扱いと金銭管理の基本知識



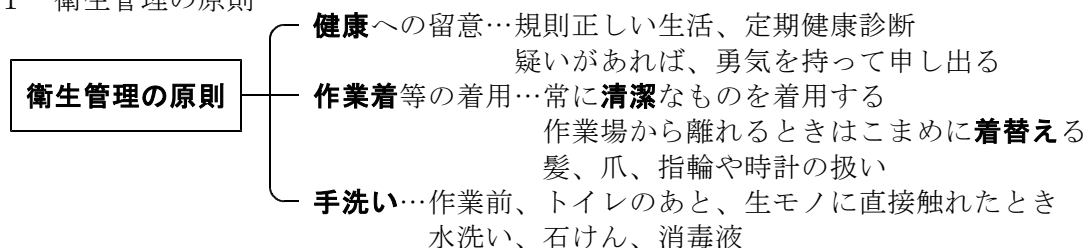
2 万引き防止対策の基本知識

●万引き → (ロス率アップ=利益率ダウン) …**ロス・マネジメント**の課題の1つ



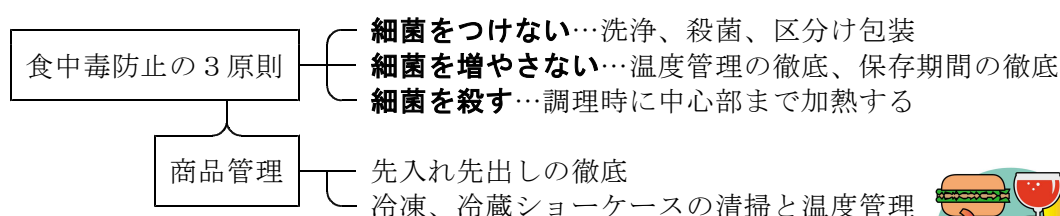
3 衛生管理の基本知識

3-1 衛生管理の原則



※してはならないこと：顔や髪の毛にさわると、鼻をこする、タバコを吸う
 たんやツバを吐く、マスクなしで咳やくしゃみをする
 前掛けで手を拭く、マスクを手で直す、不用意なおしゃべり

3-2 細菌性食中毒防止の3原則と商品管理



3-3 HACCPによる衛生管理

<HACCPとは>

アメリカのNASAが宇宙食のために培った加工食品の**衛生管理のためのシステム**。

Hazard Analysis Critical Control Point evaluation : 危険分析重要管理点

食品の安全性について危害を予測し、その危害を管理することができる工程を重要管理点として特定し、工程全般を通じて食中毒などによる危害の発生を予防し、製品の安全確保をはかるもの

①原材料の生産～製品の消費のすべての工程において食の安全を損なうおそれのある原因を明らかにする
→**危害を取り除く方法**を決定する

微生物、化学物質、異物

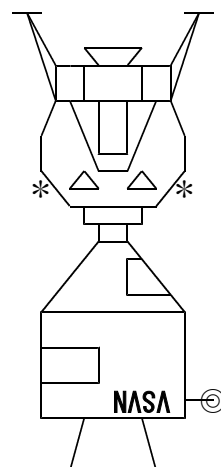
②明らかにした危害の中から、食中毒の発生を防止する上できわめて**重要な管理点**を決定

③管理点ごと適正管理のために**守るべき基準**を規定する

④基準の遵守の**モニタリング方法**や基準はずれのときの**対応方法**を決める

⑤標準作業手順書 // 文書化

⑥モニタリングの結果などの記録・保存
//
HACCPに基づき安全に製造された証拠



3-4 食品表示法などの基準 (2015. 4. 1～)

●食品表示法による基準

- ・食品表示基準…名称、アレルギー、保存方法、消費期限、原材料、添加物、栄養成分など
- ・生鮮食品品質表示基準…原産地表示、解凍・養殖した水産物の表示
- ・加工食品品質表示基準…輸入品は、輸入業者と原産国名の表示が必要
- ・有機農産物の表示…第三者機関の認証が必要、JAS規格に合格しないと表示不可
- ・遺伝子組換え食品の表示…遺伝子組換え農産物と、それを使用した食品に必要

●食品の日付表示

製造年月日表示

1995年

消費期限表示

…劣化が速い食品

賞味期限表示

…劣化の比較的緩慢な食品

●トレーサビリティ (traceability)

<トレーサビリティとは>

製造から消費に至るまでの**生産履歴の開示**

食品の移動経路の把握

→食品事故等への迅速な対応

※牛肉業界では、BSE対策などのため、生産・物流履歴の開示が義務づけられている。

参考付録 割合の計算

1 割合（比率）計算の基本

<割合（比率）とは>

「比べられる量」が「もとにする量」の何倍か、を表す数値
(対象量) (基準量)

「比べられる量」
「もとにする量」

「全体量」とすることが多い → 割合(比率)は、1以下の数値となる。

$$\text{割合(比率)} = \frac{\text{「比べられる量」}}{\text{「もとにする量」}} = \text{「比べられる量」} \div \text{「もとにする量」}$$

または

$$\text{割合(比率)} = \frac{\text{「比べられる量」}}{\text{「全体量」}} = \text{「比べられる量」} \div \text{「全体の量」}$$

<わり算と分数>

割り算と分数は、同じといってもよい。

たとえば、
 $2 \div 3 = 2 \div 3 = \frac{2}{3} = 3 \text{ 分の } 2$ となる。

分数式も同じルールで考えればよい。

$$A \div B = A \div B = \frac{A}{B} = B \text{ 分の } A$$

1以下の数値の表現方法

1	=	10割	=	100%
0.1	=	1割	=	10%
0.01	=	1分	=	1%
0.001	=	1厘	=	0.1%
0.0001	=	1耗	=	0.01%

2 割合（比率）計算の応用

「割合（比率）」= 「比べられる量」÷「もとにする量」

↓

「比べられる量」= 「もとにする量」×「割合（比率）」

「もとにする量」= 「比べられる量」÷「割合（比率）」

式を3つも覚えるのが、大変であれば、

「もとにする量」×「割合（比率）」= 「比べられる量」

パーセント(%)の考え方

$$1\% = 0.01 = \frac{1}{100}$$

$$10\% = 0.1 = \frac{10}{100}$$

なので

$$\Delta\% = \frac{\Delta}{100}$$

$$= \frac{\text{「比べられる量」}}{\text{「もとにする量」}}$$

の式を基本として、穴埋め形式で考えればよい。

(例題)

- 売上高 100 万円、ロス率 10 %のときのロス高は、何円か。
売上高×ロス率=ロス高 100 万円×10 %=ロス高
 - 売価 1,000 円、値入高 300 円のときの値入率（売価値入率）は、何%か。
売価×売価値入率=値入高 1,000 円×売価値入率=300 円
 - 粗利益率 20 %で、粗利益高 40 万円を得たいとき、何円の売上高があればよいか。
売上高×粗利益率=粗利益高 売上高×20 %=40 万円
- 解答：1. 10 万円 2. 30 % 3. 200 万円