企業力向上の場としてのマッチング・商談会の活用に関する研究会

本研究会では、FCP の基本的な考え方に基づき、平成 21 年度に作成した「FCP 商談会・展示会シート」の活用に関する情報を共有し、広く普及させるための意見交換を行います。

具体的には、「FCP 商談会・展示会シート」をより多くの方に使用していただくために、「FCP 商談会・展示会シート」活用に関する情報を共有し、広く普及させるために、事例集やマニュアル冊子の作成のための意見交換を行います。

併せて、「協働の着眼点」を活用した食品事業者の取組事例に関する情報を広くご提供いただき、意見交換を行うとともに、「協働の着眼点」をより良いものに見直すための情報の提供、改善に向けた提案をしていただきます。

回	開催日	議事次第
第 3 回	平成 24 年 1 月 27 日 （金）	1. 開会挨拶 2. 本日の研究会の内容について 3.「FCP 展示会・商談会シート作成のてびき」に関する意見交換 4. 23 年度活動報告と次年度へ向けての取組・課題について 5. 閉会挨拶 6. 事務局連絡
第 2 回	平成 23 年 9 月 27 日 （火）	1. 開会挨拶 2. 本日の研究会の内容について 3.「展示会・商談会シート作成の手引き」に関する意見交換 4. 展示会・商談会シート活用状況の確認 5. 展示会・商談会シート記載事例の作成に関する経過報告 6. 閉会挨拶 7. 事務局連絡
第 1 回	平成 23 年 6 月 10 日 （金）	1. 開会挨拶 2. 研究会の進め方と今後の予定 3. 自己紹介 4.「FCP展示会・商談会シート」記載事例の作成に関しての意見交換／発表 5. マニュアル冊子製作の原案に関する意見交換

		6. バイヤーへの普及の為のチラシに対する意見交換 7. 連絡事項

平成23年度　FCP
「企業力向上の場としてのﾏｯﾁﾝｸﾞ・商談会」
の活用に関する研究会について

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度　研究会の背景と目的

研究会の背景

●これまで行われてきた展示会・商談会は、結果として、食に関するイベントとなりがちであり、そもそもの商談成立の機会づくりとしての役割や、中長期的に重要な食の信頼性向上に必要な気づき、学びの場としての役割が十分に発揮されていないとの問題意識がありました。
●これは、1社あたりの商談の時間が限られる展示会・商談会において、利用目的が異なる出展者、来場者、主催者の交換する情報が整理できていないことが原因であると考えられました。このため、フード・コミュニケーション・プロジェクト（以下「FCP」という）の「協働の着眼点」を活用して「FCP展示会・商談会シート」（以下商談会シートという）を開発し、その普及・拡大を行うことによって、展示会・商談会を単なるイベントに終わらせず、情報のやり取りの効率化と参加企業の企業力向上を図る場としての活用を促進してきたところです。

研究会の目的

●FCPの基本的な考え方に基づき、今年度はさらに、商談会シートを食品業界に広く普及させることを目的とします。
●併せて、「協働の着眼点」を活用した食品事業者の取組事例に関する情報を広くご提供いただき、意見交換を行うとともに、「協働の着眼点」をより良いものに見直すための情報の提供、改善に向けた提案していただきます。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度の研究内容について

FOOD COMMUNICATION PROJECT

研究内容について

① 商談会シート記載事例の作成
「商談会シートを活用しようとする事業者が参考となるような事例の作成」

② マニュアル冊子製作に向けての原案作り
「中小企業向けに、商談会シートの作成意欲を持たせることを目的としたマニュアルの作成」

③ バイヤーへの普及のためのチラシ作成に向けた意見交換
「まだ商談会シートを認知していないバイヤーに対し、その存在とその有効性を知ってもらうことを目的としたチラシの作成」

（参考）平成22年度の活動内容について

企業力向上の場としてのマッチング・商談会の活用に関する研究会		
目的	○本研究会では、具体的に「FCP展示会・商談会シート」を活用した結果をご報告いただき、「FCP商談会・展示会シート」活用に関する情報を共有し、「FCP展示会・商談会シート」を広く普及させるためのご提案や課題解決に向けた意見交換を実施。 ○併せて、「協働の着眼点」を活用した食品事業者の取組事例に関する情報を広くご提供いただき、意見交換を行うとともに、「協働の着眼点」をより良いものに見直すための情報の提供、改善に向けた提案を実施。	
進捗	効率的な意見交換のため、研究会メンバーによるメーリングリストを作成。	
	第1回研究会 H22.7.2	概要：本研究会の進め方と、FCP「展示会・商談会シート」の今後の活用に関する意見交換等を実施。
	第2回研究会 H22.10.8	概要：FCP「展示会・商談会シート」の活用状況の共有と、シートの項目等の枠とその内容等に関しての意見交換を実施。
	第3回研究会 H23.2.3	概要：FCP「展示会・商談会シート」を意見に基づき、より良いものに見直し、その改善案に関する意見交換の実施。 「FCP展示会・商談会シート」に係る農林水産省の規格検討に関する調査の進捗報告の共有。
研究会成果		「FCP展示会・商談会シート」の活用の広がり。 参加者の意見を反映した「FCP展示会・商談会シート」の改定。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

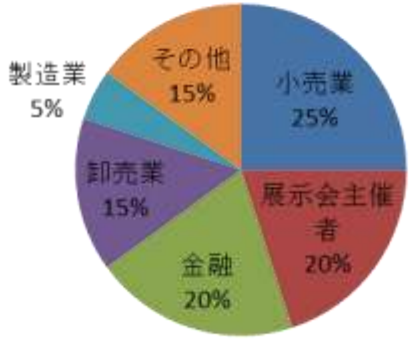
（参考）平成22年度研究会ご登録企業/団体について

株式会社アール・ピー・アイ
イオンリテール株式会社
一神商事株式会社
伊藤ハム株式会社
株式会社イトーヨーカ堂
株式会社京王百貨店
株式会社JTB西日本
株式会社静岡銀行
社団法人日本能率協会
信金中央金庫
社団法人新日本スーパーマーケット協会
株式会社高島屋
株式会社千葉銀行
株式会社東急ストア
社団法人日本加工食品卸協会
みずほコーポレート銀行
三菱商事株式会社
横浜商科大学　地域産業研究所
リッキービジネスソリューション株式会社
株式会社菱食

計20企業/団体

●3回の研究会で、のべ48名の参加者
●各回約2時間進捗報告や意見交換を行いました。

参加事業者の割合



Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

（参考）FCP商談会シートの作成（平成21年度）

FCPに参加する事業者の皆様から、
商談会についてこんな意見が
寄せられました

商品特性の何をバイヤーさんに伝えれば良いかわからない・・・

食品メーカー

知りたい情報のギャップ

おいしいのはわかったけど、ロットや品質管理の取組みもわからないと判断できない・・

バイヤー

FCPに参加する事業者の皆様と商談会シートを作成しました

商談会シートの特徴

展示会・商談会主催企業や小売・卸売企業の現場の方が集まって作成しました。

自社の商品情報の整理に役立ちます。バイヤーさんの知りたいことも把握できます。

商品特徴・利用シーン・ターゲットの他、出展企業紹介・品質管理の取組などの項目が含まれており、商談のファーストコンタクトに役立ちます。

シート作成時に各項目の目的を明記した商談会マニュアルも準備しています。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

（参考）平成22年度研究会におけるシートへの意見（概要）

FOOD COMMUNICATION PROJECT

○「展示会・商談会シート」のフォーマット自体の標準化に関する、『**枠・項目**』の議論。（一部抜粋）

現状のままで良いと感じている方が大勢をしめた。

（理由）

・まずは作ったシートのそのものの普及と、実際にシートに記入する行為の普及を優先するべき。

・実際に良い商品は持っていても、今まで商談会に出ることができなかったような、事業者が商談にのっていけるようにするためのシートであるので、項目が難しすぎて、かけない事業者が多くなってしまうことは好ましくない。

項目に関するご意見

・アレルゲンに関する項目を追加してはどうか

・セールスポイント（例えば20文字程度）、おすすめのレシピ、メニュー提案等の項目を追加してはどうか

・保険加入の有無（PL・リコール保険等）の項目を追加してはどうか

○枠の中にいかに魅力ある内容を書くのかに関する『**中身**』の議論。（一部抜粋）

・製造工程等アピールポイントにおいて、実際の写真とポイントの箇条書き等のセットで記入するような提案もある。

・このシートを活用して、2～3分程度でバイヤーに説明できるような研修も含めた体制づくりも大切ではないか。

・シートは売ることを手助けするツールであり、そこには商品のストーリーが大切になり、記入の仕方も重要である。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

（参考）平成22年度「FCP展示会・商談会シート」の改定について

FOOD COMMUNICATION PROJECT

展示会・商談会シート

記入日：

商品特性と取引条件

商品名(1)			
最もおいしい時期(2)		賞味期限・消費期限(3)	
主原料産地（漁獲場所等）(4)		JANコード(5)	
内容量(6)		希望小売価格（税込）(7)	
1ケースあたり入数(8)		保存温度帯(9)	
発注リードタイム(10)		販売エリアの制限(11)	有 ・ 無
最低ケース納品単位(12)		ケースサイズ（重量）(13)	縦 ×横 ×高さ（ kg）
認証・認定機関の許認可（商品・工場等）(14)	有機JAS HACCP ISO 農業生産工程管理(GAP) その他（ ）		

ターゲット(15)	売り先（複数可）	1)フードサービス 2)商社・卸 3)メーカー 4)小売 5)ホテル・宴会・レジャー 6)その他（ ）
	お客様（性別・年齢層など）	
利用シーン(16)（利用方法・おすすめレシピ等）		
商品特徴(17)		

商品写真 (18)

商品写真	一括表示
	アレルギー表示（特定原材料）※使用している項目にO えび かに 小麦 そば 卵 乳 落花生

出展企業紹介

出展企業名(19)			
年間売上高(20)		従業員数(21)	
代表者氏名(22)			
メッセージ (23)			
ホームページ(24)			
会社所在地(25)			
工場所在地(25)			
担当者(26)			
TEL(26)			

製造工程（農林水産品の場合は、生

品質管理情報

商品検査の有無(28)	有 ・ 無 （「有」の場	
衛生管理への取組(29)	製造工程の管理	
	従業員の管理	
	施設整備と管理	
危機管理体制【担当者・連絡先／記録】(30)		

・研究会での指摘を受け、若干の見直しを行った。（赤文字の箇所が変更部分。裏面については変更なし）

・「展示会・商談会シート項目と着眼点との関連」の中で説明を付け加えた。

・普及を優先に考えるべきであり、現状のままでよいという意見が多かったことを考慮し、改定は、変更が必要な最小限の箇所のみとした。

・改定版は、**成果報告会（平成23年3月8日）にて報告し、23年度より使用スタートする**ことした。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

（参考）平成23年度に向けての課題

1．記入例を収集し、課題を共有。普及を進める。

2．記入の仕方に関する研究（いかに相手に伝えるか）

（第三回研究会参加事業者意見より）

- 事業者が作成した「FCP商談会シート」を来年度の研究会で見ていくことが考えられる。記載のレベルは様々でよいので、普及に向けて事業者が記載を難しく考え過ぎないようにできるサンプルを多く集め、記載のハードル下げる工夫も必要ではないか。
- 書き方マニュアル、文例集的なものがあってもよいのではないか。
- アンケート結果に自信を持って良いので、普及を更に進めていくべき。「FCP商談会シート」を企業のHPに掲載することを進めることも普及につながるのではないか。
- 卸売事業者で「FCP商談会シート」を使用してもらうことも普及につながるのではないか。デファクトスタンダードにするには卸売事業者の力が必要ではないか。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度研究会の進め方と期待される成果

研究会の進め方

- 本研究会への参加は、別添の「企業力向上の場としてのマッチング・商談会研究会の活用に関する研究会」参加規約に同意の上、参加登録申込書に必要事項をご記入いただき、FCP事務局までE-mail又はFAXでお申し込みください。
- 研究会の資料・議事概要については、ホームページ等で原則公表します。その際、議事概要等は、発言者が特定できないようにしてから公表いたします。
- 但し、研究会の議論内容が、企業秘密に触れたり、個人の権利・利益を害する恐れがあると判断した場合には、研究会資料等を非公表とします。
- 本研究会では効率的な議論を行うため、研究会開催前のアンケートやヒアリングによって、参加者の意向を伺いながら進めます。
- 研究会のアウトプット等は、FCPの成果として公表することを原則とします。

期待される成果

- 商談会シート記載事例の作成
- 商談会シート記載マニュアルの作成
- バイヤーへの普及のためのチラシの作成
- 「協働の着眼点」の活用方法と改善点の提案

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度　研究会活動概要

〇研究会：年間3回、全体報告会2回の実施を予定しています。また、内容は下記を予定しています。

・**【第1回　研究会】：6月10日（金）13：30～17：00　合同庁舎4号館**

①商談会シート記載事例の作成

「商談会シートを活用しようとする事業者にとって参考となるような事例の作成」

・サンプル（＊）を元に、研究会参加の皆さんのワンポイントアドバイスを入れることなどにより、事業者が商談会シートを記載をする上で参考となるような事例を作成。

＊ここで用いるサンプルは研究会参加者からの推薦（自薦・他薦不問）に基づき収集します。
また、研究会でのアドバイスの結果は、推薦者がシートに反映させることとします。なお、反映後のシートは随時ホームページに掲載することを前提としていますので、ご理解の上推薦をお願いします。

②マニュアル冊子製作に向けての原案作り

「中小企業向けに、商談会シートの作成意欲を持たせることを目的としたマニュアルの作成」

・マニュアルのあるべき姿についての意見交換

・そのマニュアルに必要な具体的な構成、項目、内容についての意見交換

⇒第1回研究会で意見のあった内容を事務局側でまとめ、後日マッチングのメーリングリストにて配信し、研究会に参加できなかった方の意見なども加えてブラッシュアップしたものを作成します。これについて、第2回研究会にて最終意見交換を行った後、冊子として作成し、完成版について地域ブランチを始め様々な場面で配布していきます。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

③バイヤーへの普及のためのチラシ作成に向けた意見交換
「まだ商談会シートを認知していないバイヤーに対し、その存在とその有効性を知ってもらうことを目的としたチラシの作成」
・チラシ作成に必要な項目、内容、構成についての意見交換。

⇒第1回研究会で完成させ、以後順次様々な場面で配布、普及を行います。

・【第2回　研究会】：9月上旬実施予定（後日ご案内）

・（地域ブランチを含む）使用状況の報告。

・マニュアル冊子製作に向けての最終意見交換。

・【全体中間報告会】：東京大学にて9月実施予定（後日ご案内）

・【第3回　研究会】：1月下旬実施予定（後日ご案内）

・商談会での状況報告。

・次年度に向けた課題の意見交換。

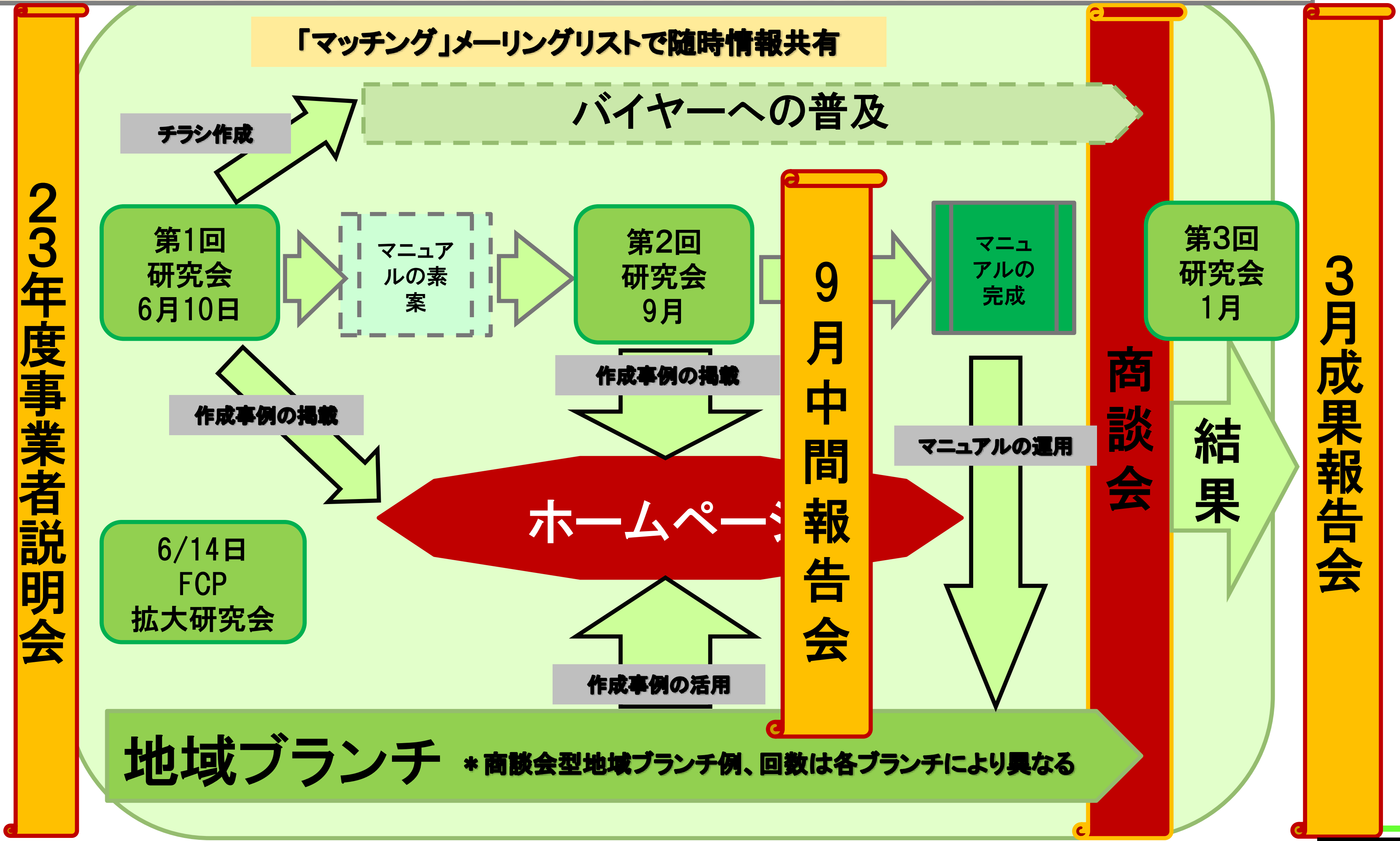
・【成果報告会】：東京大学にて3月実施予定（後日ご案内）

この研究会活動の一環として、研究会参加の皆様には、商談会シートの作成事例のサンプルのご提供、関係者ヒアリングやグループインタビュー等のご協力をお願いさせていただくことがあります。

○研究会の情報共有ネットワークの構築
上記研究会の補完機能として、参加者の皆様にはマッチングメーリングリストに登録していただき、随時、進捗状況の報告を案内させていただくとともに、ご意見をいただいていくようにしていきます。

平成23年度　研究会のスケジュール（イメージ）

〇農林水産省主催　FCP企業力向上の場としてのマッチング・商談会に関する
　研究会【回数】全3回開催（予定）、【目的】FCP商談会シートの活用拡大と検証



Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

研究会の参加者にお守りいただきたい事項（検討作業におけるルール）

□ステークホルダー間でのＷＩＮ－ＷＩＮの関係づくりを重視すること

□建設的・効果的な意見交換に貢献すること
（批判に終始せず、対案を提示するように努めること）

□個別の組織や団体に対する、誹謗・中傷は行わないこと
（研究会においては、事業者間の利害調整等は行いません）

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度フード・コミュニケーション・プロジェクト（ＦＣＰ）
第一回　「企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進研究会」

日時　平成23年6月10日（金）13:30-17:00
場所　中央合同庁舎4号館　1219～1221会議室
出席者　14社16名様

＜次第＞
１．開会挨拶
　農林水産省　ＦＣＰチームリーダー　神井調査官
２．研究会の進め方と今後の予定
３．自己紹介
４．「ＦＣＰ展示会・商談会シート」記載事例の作成に関しての意見交換／発表
５．マニュアル冊子製作の原案に関する意見交換
６．バイヤーへの普及の為のチラシに対する意見交換
７．連絡事項

＜概要＞
冒頭、平成23年度のＦＣＰ活動の展開方向と本研究会の概要についてＦＣＰチームリーダー神井調査官より説明を行った。
続いて、参加者の自己紹介の後、以下の３つのテーマについて意見交換を行った。

（１）「ＦＣＰ展示会・商談会シート」（以下、「商談会シート」とする）記載事例の作成に関しての意見交換/発表

今回の研究会では、グループワーク方式を採用し、今後シートの作成者が参考にできるような事例集を作成することを目的として、事前に数社から今回の意見交換用に推薦していただいた16枚の「商談会シート」のサンプルを、それぞれ4枚ずつ4つのグループに配布し、その記載内容について意見交換を行った。
各グループにおける意見交換の結果、様々な観点からの改善意見等があったが、概ね以下のような意見が各グループ共通のものとして整理された。

- 商品写真の見せ方（撮り方）は、シートの出来を左右するものであり極めて重要。
- フォントの大きさが重要。小さいフォントは読めない、読まない。
- 利用シーン、ターゲット、メッセージの欄はこのシートの最重要項目であるため、ここがきちんと記入されていないといけない。
- 一般に流通されている品目の場合、自社商品の差別化の一文が入っていることが重要。

（２）マニュアル冊子製作の原案に関する意見交換、及びバイヤーへの普及の為のチラシに対する意見交換/発表
今年度、「商談会シート」の作成者のためのマニュアル冊子を作成するにあたり、そのあるべき姿や、必要項目、具体的内容について意見交換を行った。

また、バイヤーへの普及の為のチラシに対する意見交換についても併せて行った。

① マニュアルのあるべき姿について

- 中小・零細企業の方をターゲットとして、彼らが使用することを想定すべき。
- シンプルでわかりやすいものとすべき。
- 何故このシートを書く必要があるか明示（ベーシック 16 との連動）。
- 明るい未来やゴールにはどんなものがあるのかを示す。
- フローチャート的なものがあると良い。
  ⇒このシートは製造から販売への流れの中で、どこの過程にあるのかを明示する。

② マニュアルの必要項目と具体的内容

- 「商談会シート」の 30 項目
  ⇒項目ごとのポイントの記入。何故書くのか、どう書くのか。
  ⇒書いてはいけない内容などの例。
- 写真の載せ方（撮り方）
  ⇒おいしそうにみえるコツ
- バイヤーの知りたいポイント
  ⇒ここが知りたい！バイヤー100 人に聞きました的なもの。
- 不十分な事例の掲載
  ⇒最低限の例→良い例と併記（ステップアップの例）
- 業種・分類ごとの事例集
  ⇒1 次品パターン、6 次産品など分類別に事例を作成
- 成功事例集
  ⇒成功した人のコメントの記載

（３）バイヤーへの普及の為のチラシに対する意見

- 事務局作成の原案を基にして意見交換を行った結果、このままでよいとの意見がでたが、時間切れにより検討できなかったグループもあった。（これに対しては、事務局より、気付きの点があれば後日メール等で連絡を頂くこととした。）

＜事務局連絡＞

今回の意見交換のまとめや、マニュアル冊子への意見、冊子作成に向けた経過報告を含めた内容は、今後メーリングリストを活用して、研究会参加者へ随時報告していくことが確認された。

＜配布資料＞

資料１　平成 23 年度ＦＣＰ活動展開と研究会概要について
資料２　バイヤー向けビラ
資料３　ＦＣＰ展示会・商談会シート
資料４　作成事例サンプル

『企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進研究会』

第一回　研究会　議事次第

日時：平成 23 年 6 月 10 日（金）13:30-17:00
場所:中央合同庁舎 4 号館　1219～1221 会議室

１．開会挨拶　平成 23 年度ＦＣＰ活動展開と研究会概要【15 分】
農林水産省　ＦＣＰチームリーダー　神井調査官

２．研究会の進め方と今後の予定【5 分】
農林水産省　ＦＣＰチーム

３．自己紹介【1 分×20 人=20 分】

４．商談会シート記載事例の作成に関しての意見交換/発表
【意見交換 50 分　発表 20 分】
【休憩 10 分】
５．マニュアル冊子製作の原案に関する意見交換【意見交換 50 分　発表 20 分】

６．バイヤーへの普及の為のチラシに対する意見交換【10 分】

７．連絡事項　【5 分】

配布資料
資料１　Ｈ２３年度ＦＣＰ活動展開と研究会概要について
資料２　バイヤー向けビラ
資料３　ＦＣＰ展示会・商談会シート
資料４　作成事例サンプル
参考資料１　「協働の着眼点」樹形図（業種別～製造）
参考資料２　「ベーシック 16」

【参加者名簿】　　　　＊　企業団体　アイウエオ順

1	一神商事　株式会社
2	伊藤ハム　株式会社
3	株式会社　イトーヨーカ堂
4	エグジビジョンテクノロジーズ　株式会社
6	株式会社　京王百貨店
7	株式会社　JTB西日本
9	信金中央金庫
10	株式会社　生活品質科学研究所
11	株式会社　高島屋
12	株式会社　千葉銀行
13	株式会社東急ストア
14	栃木県
15	社団法人　日本能率協会
16	株式会社　三越伊勢丹
17	山梨県

【ご欠席】

1	株式会社アール・ピー・アイ
2	イオンリテール株式会社
3	大分県
4	菱食
5	和歌山県
6	リッキービジネスソリューション　株式会社

【オブザーバー】

1	日本経済新聞

平成23年度 FCP
「企業力向上の場としてのﾏｯﾁﾝｸﾞ・商談会」
の活用に関する研究会について

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度　研究会の背景と目的

研究会の背景

●これまで行われてきた展示会・商談会は、結果として、食に関するイベントとなりがちであり、そもそもの商談成立の機会づくりとしての役割や、中長期的に重要な食の信頼性向上に必要な気づき、学びの場としての役割が十分に発揮されていないとの問題意識がありました。
●これは、1社あたりの商談の時間が限られる展示会・商談会において、利用目的が異なる出展者、来場者、主催者の交換する情報が整理できていないことが原因であると考えられました。このため、フード・コミュニケーション・プロジェクト（以下「FCP」という） の「協働の着眼点」を活用して「FCP展示会・商談会シート」（以下商談会シートという） を開発し、その普及・拡大を行うことによって、展示会・商談会を単なるイベントに終わらせず、情報のやり取りの効率化と参加企業の企業力向上を図る場としての活用を促進してきたところです。

研究会の目的

●FCPの基本的な考え方に基づき、今年度はさらに、商談会シートを食品業界に広く普及させることを目的とします。
●併せて、「協働の着眼点」を活用した食品事業者の取組事例に関する情報を広くご提供いただき、意見交換を行うとともに、「協働の着眼点」をより良いものに見直すための情報の提供、改善に向けた提案していただきます。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度の研究内容について

研究内容について

① 商談会シート記載事例の作成
「商談会シートを活用しようとする事業者が参考となるような事例の作成」

② マニュアル冊子製作に向けての原案作り
「中小企業向けに、商談会シートの作成意欲を持たせることを目的としたマニュアルの作成」

③ バイヤーへの普及のためのチラシ作成に向けた意見交換
「まだ商談会シートを認知していないバイヤーに対し、その存在とその有効性を知ってもらうことを目的としたチラシの作成」

（参考）平成22年度の活動内容について

FOOD COMMUNICATION PROJECT

企業力向上の場としてのマッチング・商談会の活用に関する研究会		
目的	○本研究会では、具体的に「FCP展示会・商談会シート」を活用した結果をご報告いただき、「FCP商談会・展示会シート」活用に関する情報を共有し、「FCP展示会・商談会シート」を広く普及させるためのご提案や課題解決に向けた意見交換を実施。 ○併せて、「協働の着眼点」を活用した食品事業者の取組事例に関する情報を広くご提供いただき、意見交換を行うとともに、「協働の着眼点」をより良いものに見直すための情報の提供、改善に向けた提案を実施。	
進捗	効率的な意見交換のため、研究会メンバーによるメーリングリストを作成。	
	第1回研究会 H22.7.2	概要：本研究会の進め方と、FCP「展示会・商談会シート」の今後の活用に関する意見交換等を実施。
	第2回研究会 H22.10.8	概要：FCP「展示会・商談会シート」の活用状況の共有と、シートの項目等の枠とその内容等に関しての意見交換を実施。
	第3回研究会 H23.2.3	概要：FCP「展示会・商談会シート」を意見に基づき、より良いものに見直し、その改善案に関する意見交換の実施。 「FCP展示会・商談会シート」に係る農林水産省の規格検討に関する調査の進捗報告の共有。
研究会成果		「FCP展示会・商談会シート」の活用の広がり。 参加者の意見を反映した「FCP展示会・商談会シート」の改定。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

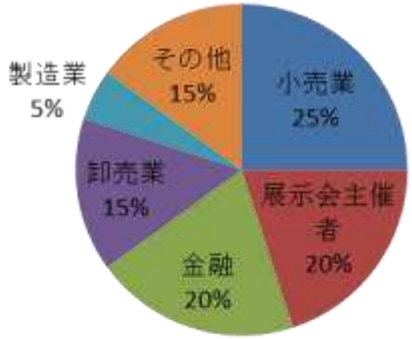
（参考）平成22年度研究会ご登録企業/団体について

株式会社アール・ピー・アイ
イオンリテール株式会社
一神商事株式会社
伊藤ハム株式会社
株式会社イトーヨーカ堂
株式会社京王百貨店
株式会社JTB西日本
株式会社静岡銀行
社団法人日本能率協会
信金中央金庫
社団法人新日本スーパーマーケット協会
株式会社高島屋
株式会社千葉銀行
株式会社東急ストア
社団法人日本加工食品卸協会
みずほコーポレート銀行
三菱商事株式会社
横浜商科大学　地域産業研究所
リッキービジネスソリューション株式会社
株式会社菱食

計20企業/団体

●3回の研究会で、のべ48名の参加者
●各回約2時間進捗報告や意見交換を行いました。

参加事業者の割合



Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

（参考）FCP商談会シートの作成（平成21年度）

FCPに参加する事業者の皆様から、
商談会についてこんな意見が
寄せられました

商品特性の何をバイヤーさんに伝えれば良いかわからない・・・

食品メーカー

知りたい情報のギャップ

おいしいのはわかったけど、ロットや品質管理の取組みもわからないと判断できない・・

バイヤー

FCPに参加する事業者の皆様と商談会シートを作成しました

商談会シートの特徴

展示会･商談会主催企業や小売･卸売企業の現場の方が集まって作成しました。

自社の商品情報の整理に役立ちます。バイヤーさんの知りたいことも把握できます。

商品特徴･利用シーン･ターゲットの他、出展企業紹介･品質管理の取組などの項目が含まれており、商談のファーストコンタクトに役立ちます。

シート作成時に各項目の目的を明記した商談会マニュアルも準備しています。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

（参考）平成22年度研究会におけるシートへの意見（概要）

○「展示会・商談会シート」のフォーマット自体の標準化に関する、『**枠・項目**』の議論。（一部抜粋）

現状のままで良いと感じている方が大勢をしめた。

（理由）

・まずは作ったシートのそのものの普及と、実際にシートに記入する行為の普及を優先するべき。

・実際に良い商品は持っていても、今まで商談会に出ることができなかったような、事業者が商談にのっていけるようにするためのシートであるので、項目が難しすぎて、かけない事業者が多くなってしまうことは好ましくない。

項目に関するご意見

・アレルゲンに関する項目を追加してはどうか

・セールスポイント（例えば20文字程度）、おすすめのレシピ、メニュー提案等の項目を追加してはどうか

・保険加入の有無（PL・リコール保険等）の項目を追加してはどうか

○枠の中にいかに魅力ある内容を書くのかに関する『**中身**』の議論。（一部抜粋）

・製造工程等アピールポイントにおいて、実際の写真とポイントの箇条書き等のセットで記入するような提案もある。

・このシートを活用して、2～3分程度でバイヤーに説明できるような研修も含めた体制づくりも大切ではないか。

・シートは売ることを手助けするツールであり、そこには商品のストーリーが大切になり、記入の仕方も重要である。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

（参考）平成22年度「FCP展示会・商談会シート」の改定について

展示会・商談会シート

記入日：

商品特性と取引条件

商品名(1)			
最もおいしい時期(2)		賞味期限・消費期限(3)	
主原料産地（漁獲場所等）(4)		JANコード(5)	
内容量(6)		希望小売価格（税込）(7)	
1ケースあたり入数(8)		保存温度帯(9)	
発注リードタイム(10)		販売エリアの制限(11)	有・無
最低ケース納品単位(12)		ケースサイズ（重量）(13)	縦 ×横 ×高さ（ kg)
認証・認定機関の許認可（商品・工場等）(14)	有機JAS　HACCP　ISO　農業生産工程管理(GAP)　その他（ ）		

ターゲット(15)	売り先（複数可）	1)フードサービス　2)商社・卸　3)メーカー　4)小売　5)ホテル・宴会・レジャー　6)その他（ ）
	お客様（性別・年齢層など）	
利用シーン(16)（利用方法・おすすめレシピ等）		
商品特徴(17)		

商品写真 (18)

商品写真	一括表示 アレルギー表示（特定原材料）※使用している項目に○　えび　かに　小麦　そば　卵　乳　落花生

出展企業紹介

出展企業名(19)			
年間売上高(20)		従業員数(21)	
代表者氏名(22)			
メッセージ (23)			
ホームページ(24)			
会社所在地(25)			
工場所在地(25)			
担当者(26)			
TEL(26)			

製造工程（農林水産品の場合は、生

品質管理情報

商品検査の有無(28)	有・無　（「有」の場	
衛生管理への取組(29)	製造工程の管理	
	従業員の管理	
	施設整備と管理	
危機管理体制【担当者・連絡先／記録】(30)		

・研究会での指摘を受け、若干の見直しを行った。（赤文字の箇所が変更部分。裏面については変更なし）

・「展示会・商談会シート項目と着眼点との関連」の中で説明を付け加えた。

・普及を優先に考えるべきであり、現状のままでよいという意見が多かったことを考慮し、改定は、変更が必要な最小限の箇所のみとした。

・改定版は、**成果報告会（平成23年3月8日）にて報告し、23年度より使用スタート**することとした。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

（参考）平成23年度に向けての課題

1．記入例を収集し、課題を共有。普及を進める。

2．記入の仕方に関する研究（いかに相手に伝えるか）

（第三回研究会参加事業者意見より）

- 事業者が作成した「FCP商談会シート」を来年度の研究会で見ていくことが考えられる。記載のレベルは様々でよいので、普及に向けて事業者が記載を難しく考え過ぎないようにできるサンプルを多く集め、記載のハードル下げる工夫も必要ではないか。
- 書き方マニュアル、文例集的なものがあってもよいのではないか。
- アンケート結果に自信を持って良いので、普及を更に進めていくべき。「FCP商談会シート」を企業のHPに掲載することを進めることも普及につながるのではないか。
- 卸売事業者で「FCP商談会シート」を使用してもらうことも普及につながるのではないか。デファクトスタンダードにするには卸売事業者の力が必要ではないか。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度研究会の進め方と期待される成果

研究会の進め方

- 本研究会への参加は、別添の「企業力向上の場としてのマッチング・商談会研究会の活用に関する研究会」参加規約に同意の上、参加登録申込書に必要事項をご記入いただき、FCP事務局までE-mail又はFAXでお申し込みください。
- 研究会の資料・議事概要については、ホームページ等で原則公表します。その際、議事概要等は、発言者が特定できないようにしてから公表いたします。
- 但し、研究会の議論内容が、企業秘密に触れたり、個人の権利・利益を害する恐れがあると判断した場合には、研究会資料等を非公表とします。
- 本研究会では効率的な議論を行うため、研究会開催前のアンケートやヒアリングによって、参加者の意向を伺いながら進めます。
- 研究会のアウトプット等は、FCPの成果として公表することを原則とします。

期待される成果

- 商談会シート記載事例の作成
- 商談会シート記載マニュアルの作成
- バイヤーへの普及のためのチラシの作成
- 「協働の着眼点」の活用方法と改善点の提案

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度　研究会活動概要

○研究会：年間3回、全体報告会2回の実施を予定しています。また、内容は下記を予定しています。

・**【第1回　研究会】　:6月10日(金)13:30～17:00　合同庁舎4号館**

①商談会シート記載事例の作成

「商談会シートを活用しようとする事業者にとって参考となるような事例の作成」

・サンプル(＊)を元に、研究会参加の皆さんのワンポイントアドバイスを入れることなどにより、事業者が商談会シートを記載をする上で参考となるような事例を作成。

＊ここで用いるサンプルは研究会参加者からの推薦(自薦・他薦不問)に基づき収集します。また、研究会でのアドバイスの結果は、推薦者がシートに反映させることとします。なお、反映後のシートは随時ホームページに掲載することを前提としていますので、ご理解の上推薦をお願いします。

②マニュアル冊子製作に向けての原案作り

「中小企業向けに、商談会シートの作成意欲を持たせることを目的としたマニュアルの作成」

・マニュアルのあるべき姿についての意見交換

・そのマニュアルに必要な具体的な構成、項目、内容についての意見交換

⇒第1回研究会で意見のあった内容を事務局側でまとめ、後日マッチングのメーリングリストにて配信し、研究会に参加できなかった方の意見なども加えてブラッシュアップしたものを作成します。これについて、第2回研究会にて最終意見交換を行った後、冊子として作成し、完成版について地域ブランチを始め様々な場面で配布していきます。

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

③バイヤーへの普及のためのチラシ作成に向けた意見交換
「まだ商談会シートを認知していないバイヤーに対し、その存在とその有効性を知ってもらうことを目的としたチラシの作成」
・チラシ作成に必要な項目、内容、構成についての意見交換。

⇒第1回研究会で完成させ、以後順次様々な場面で配布、普及を行います。

・【第2回　研究会】：9月上旬実施予定(後日ご案内)

・(地域ブランチを含む)使用状況の報告。

・マニュアル冊子製作に向けての最終意見交換。

・【全体中間報告会】：東京大学にて9月実施予定(後日ご案内)

・【第3回　研究会】：1月下旬実施予定(後日ご案内)

・商談会での状況報告。

・次年度に向けた課題の意見交換。

・【成果報告会】：東京大学にて3月実施予定(後日ご案内)

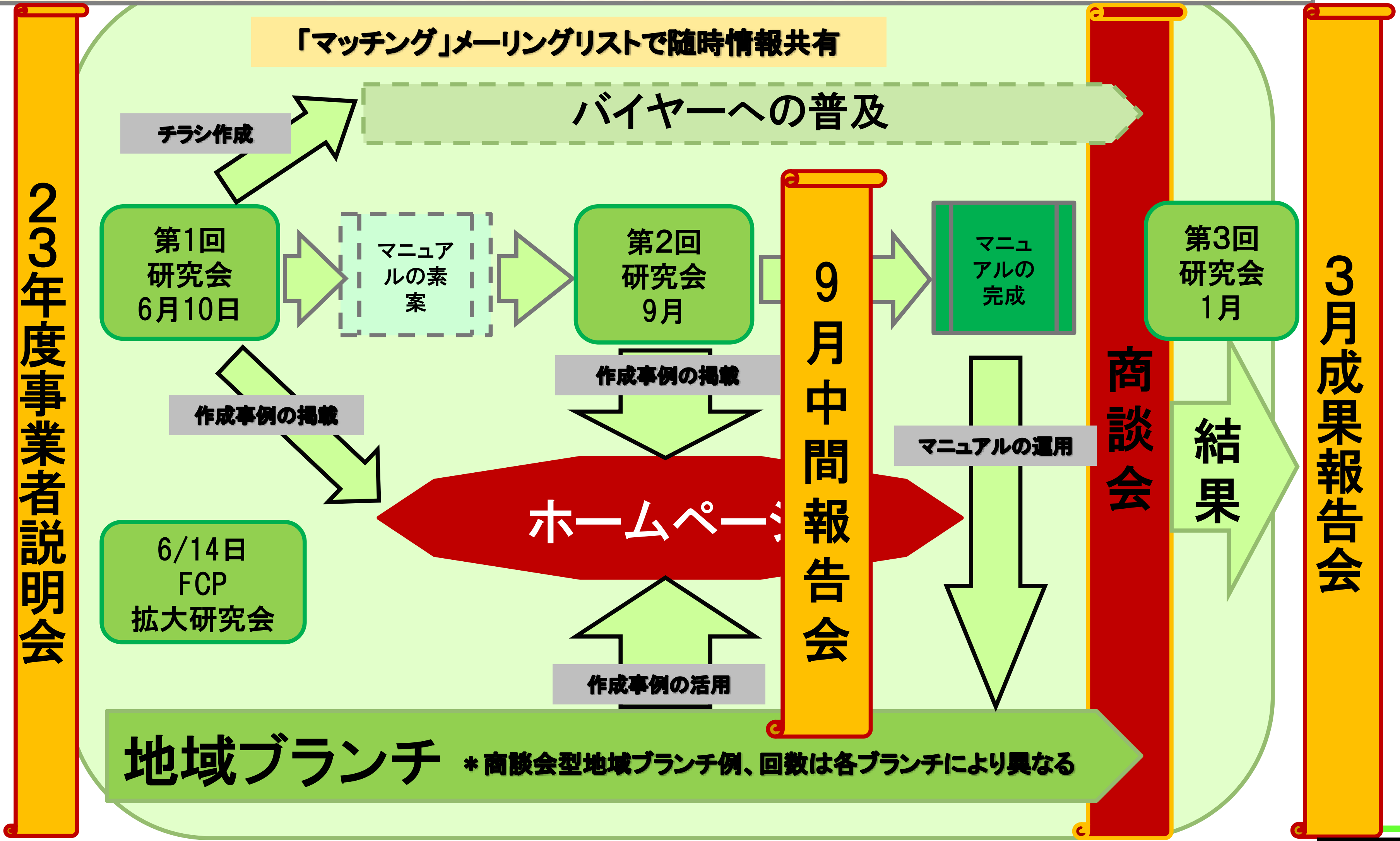
この研究会活動の一環として、研究会参加の皆様には、商談会シートの作成事例のサンプルのご提供、関係者ヒアリングやグループインタビュー等のご協力をお願いさせていただくことがあります。

○研究会の情報共有ネットワークの構築

上記研究会の補完機能として、参加者の皆様にはマッチングメーリングリストに登録していただき、随時、進捗状況の報告を案内させていただくとともに、ご意見をいただいていくようにしていきます。

平成23年度　研究会のスケジュール(イメージ)

〇農林水産省主催　FCP企業力向上の場としてのマッチング・商談会に関する
研究会【回数】全3回開催(予定)、【目的】FCP商談会シートの活用拡大と検証



Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

研究会の参加者にお守りいただきたい事項（検討作業におけるルール）

□ステークホルダー間でのＷＩＮ－ＷＩＮの関係づくりを重視すること

□建設的・効果的な意見交換に貢献すること
（批判に終始せず、対案を提示するように努めること）

□個別の組織や団体に対する、誹謗・中傷は行わないこと
（研究会においては、事業者間の利害調整等は行いません）

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

バイヤーの皆様！農水省FCPが推奨する

『展示会・商談会シート』はもうご存知ですか？

バイヤー

商　談　会　場　に　て　臨　む　こ　と

限られた時間の中、効率的に、ひとつでも多くの良い商品を見つけたい！

●展示会・商談会シートとは？

出展者の「効率的な売り込み」と購入者の「効率の良い発掘」を可能にする統一フォーマット。

既に、様々な商談会場において、多くの事業者さんが、このシートを作成した上で参加しています。

このシート作成者との商談なら‥

知りたい情報がひと目でわかる。これがあれば効率的に商談ができますね

出展者

自社商品のセールスポイントだけでなく生産過程や取組みなどの基本情報をPRしています。

バイヤー

詳しくは裏面をチェック

ぜひ商談会場にて、この「シート」をチェックしてください！

広がっています！『FCP展示会・商談会シート』

商談会主催者、スーパー、コンビニ、百貨店、卸等のバイヤー、地方銀行等の実際のビジネスニーズを踏まえて作成
●商談の最初の5～10分に必要十分な食品の情報（商品特徴、利用シーン・ターゲット等）と事業者の情報（出展企業紹介、品質管理情報等）に関する項目を整理
●なぜ各項目が重要とされたか、何を記入欄に　書けば良いかを確認できる仕組みと連動
●商品のエントリーシートとして、情報管理を行う場合にも利用可能
●農林水産省の呼びかけで多くの食品産業事業者や関連事業者が参画するFCP（フード・コミュニケーション・プロジェクト）の企画として作成

FOOD COMMUNICATION PROJECT

展示会・商談会シート　記入日：

商品特性と取引条件

商品名(1)			
最もおいしい時期(2)		賞味期限・消費期限(3)	
主原料産地（漁獲場所等）(4)		JANコード(5)	
内容量(6)		希望小売価格（税込）(7)	
1ケースあたり入数(8)		保存温度帯(9)	
発注リードタイム(10)		販売エリアの制限(11)	有 ・ 無
最低ケース納品単位(12)		ケースサイズ（重量）(13)	縦 ×横 ×高さ（ kg）
認証・認定機関の許認可（商品・工場等）(14)	有機JAS　HACCP　ISO　農業生産工程管理（GAP）その他（　）		

ターゲット(15)	売り先（複数可）	1)フードサービス　2)商社・卸　3)メーカー　4)小売　5)ホテル・宴会・レジャー　6)その他（　）
	お客様（性別・年齢層など）	
利用シーン(16)（利用方法・おすすめレシピ等）		
商品特徴(17)		

商品写真　(18)

商品写真　一括表示

アレルギー表示（特定原材料）※使用している項目に○
えび　かに　小麦　そば　卵　乳　落花生

出展企業紹介

出展企業名(19)			
年間売上高(20)		従業員数(21)	
代表者氏名(22)			
メッセージ (23)	顔写真		
ホームページ(24)			
会社所在地(25)			
工場所在地(25)			
担当者(26)		e-mail (26)	
TEL (26)		FAX (26)	

製造工程（農林水産品の場合は、生産工程）等アピールポイント　(27)

工場写真（内部）　工場写真（清掃状況）

品質管理情報

商品検査の有無(28)	有 ・ 無　（「有」の場合⇒検査項目：　）	
衛生管理への取組(29)	製造工程の管理	
	従業員の管理	
	施設整備と管理	
危機管理体制【担当者・連絡先／記録】(30)		

※（ ）内数字は、シート項目の通し番号。

商品や事業者の基本情報がひと目でわかるので、スムーズに商談に入ることができます。

【FCPとは･･･】食に対する消費者の信頼向上のため、食品産業事業者、関連事業者等と農林水産省が、協働でフードチェーンの透明性向上等に取り組んでいるプロジェクト。

☆☆利用者アンケートでも高い評価☆☆

商談会におけるアンケート結果

設問	出展者	バイヤー
理解が容易と答えた割合	91.1%	90.1%
必要な情報が整理できると答えた割合	88.9%	90.1%
共通フォーマットであり、便利であると答えた割合	82.5%	88.2%
普及を期待していると答えた割合	84.4%	90.1%

2010年度　食の情報提供活動促進委託調査（農林水産省）

平成23年4月末現在で約960企業/団体が参画しています!!
※詳しいお問い合わせや参加登録の問い合わせはこちら！
農林水産省　フード・コミュニケーション・プロジェクトチーム
TEL 03-6744-2397　FAX 03-6744-2369
Email：fcp_jimukyoku@nm.maff.go.jp
http://www.food-communication-project.jp

FOOD COMMUNICATION PROJECT

展示会・商談会シート

記入日：

商品特性と取引条件

商品名（1）			
最もおいしい時期（2）		賞味期限・消費期限(3)	
主原料産地 （漁獲場所等）(4)		JANコード(5)	
内容量(6)		希望小売価格（税込）(7)	
1ケースあたり入数(8)		保存温度帯(9)	
発注リードタイム(10)		販売エリアの制限(11)	有　・　無
最低ケース納品単位(12)		ケースサイズ（重量）(13)	縦　×横　×高さ（　kg）
認証・認定機関の許認可 （商品・工場等）(14)	有機JAS　HACCP　ISO　農業生産工程管理（GAP） その他（　　　）		

ターゲット(15)	売り先 （複数可）	1）フードサービス　2）商社・卸　3）メーカー　4）小売 5）ホテル・宴会・レジャー　6）その他（　　）
	お客様（性別・年齢層など）	
利用シーン(16) （利用方法・おすすめレシピ等）		
商品特徴(17)		

商品写真　(18)

商品写真

一括表示

アレルギー表示　（特定原材料）　※使用している項目に○

えび　かに　小麦　そば　卵　乳　落花生

出展企業紹介

出展企業名(19)			
年間売上高(20)		従業員数(21)	
代表者氏名(22)			
メッセージ (23)			顔写真
ホームページ(24)			
会社所在地(25)			
工場所在地(25)			
担当者(26)		e-mail (26)	
TEL (26)		FAX (26)	

製造工程（農林水産品の場合は、生産工程）等アピールポイント (27)

工場写真 （外観）	工場写真 （内部）	工場写真 （清掃状況）

品質管理情報

商品検査の有無(28)	有 ・ 無 （「有」の場合⇒検査項目: ）	
衛生管理への取組(29)	製造工程の管理	
	従業員の管理	
	施設整備と管理	
危機管理体制 【担当者・連絡先／記録】(30)		

※( )内数字は、シート項目の通し番号。

展示会・商談会シート項目と着眼点との関連
（生産者・加工業者からみたシート項目の記入目的等について）

<table>
<tr><th>シート項目</th><th>番号</th><th>目的と記入項目</th><th>着眼点項目</th></tr>
<tr><td colspan="4">商品特性と取引条件
実際の取引を検討する場合には、今後、下記の項目以外にも多くの項目を示していく必要がある。ここで取り上げるのは、最初の出会い（ファーストコンタクトレベル）で最低限必要とされるものである。</td></tr>
<tr><td>商品名</td><td>（1）</td><td rowspan="13">【基本情報】
商品の基本情報を示す。
また、展示会・商談会では、出展商品の「アピールポイント」が何であるかを明確に示すことが必要である。
これまでの展示会・商談会では、明示されることが少なく、かつ来場者にとって、大きな関心のある項目である「最もおいしい時期」(旬)を設けている。これは、イベントで活用できる時期等でも商品の特性が最も明確になる時期が良い。</td><td rowspan="15">4-（1）
（2）
（3）
5-（1）
（2）
（3）
（4）
（5）
（6）
6-（1）
（2）
12-（1）
（2）
13-（1）
（2）</td></tr>
<tr><td>最もおいしい時期</td><td>（2）</td></tr>
<tr><td>賞味期限・消費期限</td><td>（3）</td></tr>
<tr><td>主原料産地（漁獲場所等）</td><td>（4）</td></tr>
<tr><td>JANコード</td><td>（5）</td></tr>
<tr><td>内容量</td><td>（6）</td></tr>
<tr><td>希望小売価格（税込）</td><td>（7）</td></tr>
<tr><td>1ケースあたり入数</td><td>（8）</td></tr>
<tr><td>保存温度帯</td><td>（9）</td></tr>
<tr><td>発注リードタイム</td><td>（10）</td></tr>
<tr><td>販売エリアの制限</td><td>（11）</td></tr>
<tr><td>最低ケース納品単位</td><td>（12）</td></tr>
<tr><td>ケースサイズ（重量）</td><td>（13）</td></tr>
<tr><td>認証・認定機関の許認可
（商品・工場等）</td><td>（14）</td><td>【目的】
食に関わる認証・認定機関の許認可の情報を示す。
【記入項目】
該当があれば、〇で囲む。
・有機JAS、HACCP、ISO、農業生産工程管理（GAP）
※ここでいう農業生産工程管理（GAP）とは、農林水産省ガイドラインに則したものを指す。 、その他</td></tr>
<tr><td>ターゲット</td><td>（15）</td><td>【目的】
商品をどういったお客様に販売したいのか明確ではない場合が多くみられる。展示会・商談会の来場者に、商品のターゲットを示すことで、商談の効率化等が図られる。
記述内容は、販売先（フードサービス、商社・卸、メーカー、小売、ホテル・宴会・レジャー）、性別、年齢層等どういったお客様を主な対象と考えているかを明示する。（例えば、「全て」の場合にはその根拠も。）
【記入項目】⇒自由記入
・該当があれば、〇で囲む。
フードサービス、商社・卸、メーカー、小売、ホテル・宴会・レジャー、その他 ※ここで言うフードサービスとは、外食・中食を指す。
・年齢・性別等属性ターゲット</td></tr>
</table>

※着眼点項目の番号は、「大項目番号－（中項目番号）」である。

シート項目		番号	目的と記入項目	着眼点項目
	利用シーン （利用方法、おすすめレシピ等）	（16）	【目的】 出展商品の利用シーンを記述する。記述内容は、商品の利用方法（食べ方、関連イベント、おすすめレシピ等）等、どういった利用シーンを考えているかを明示する。 【記入項目】⇒自由記入 ・利用方法 ・おすすめレシピやメニュー提案 ・調理例　他	4-（1） （2） （3） 5-（1） （2） （3） （4） （5） （6） 6-（1） （2） 12-（1） （2） 13-（1） （2）
	商品特徴	（17）	【目的】 出展商品の商品特徴を記述する。記述内容は、原材料や使用した副材料の特徴、商品開発にあたり最も工夫した点、開発にまつわるエピソード等を明示する。 商品に関連する着眼点の項目の記述も考えられる。 【記入項目】⇒自由記入 ・原材料の特徴 ・開発において工夫した点 ・POPに収まるような、20文字程度のキャッチコピーやセールスポイント　他	
商品写真・一括表示 アレルギー表示（特定原材料） ※使用している項目に○ えび　かに　小麦　そば　卵　乳　落花生		（18）	【目的】 商談会・展示会に出品した商品について、バイヤー等来場者が後日確認等をしやすくするために商品写真を貼付する。 また、適切な表示を行っていることを一目で示すため、一括表示の写真を貼付する。 【記入項目】 ・商品写真 ・一括表示（栄養分析・アレルギー表示が含まれる） 該当があれば、○で囲む。 ・えび、かに、小麦、そば、卵、乳、落花生 ＊えび　かに　小麦　そば　卵　乳　落花生の7品目については表示が義務付けられている。	5-（2） 12-（1） （2）

※着眼点項目の番号は、「大項目番号－（中項目番号）」である。

出展企業紹介

企業名や企業規模といった基本情報に加え、「食の安全・安心」、「商品開発」への思いを示し、バイヤー等来場者が取引してみたいと考える「魅力」を伝える必要がある。

出展企業名	（19）	【基本情報】 ファーストコンタクトのレベルで、多くの企業情報が要求されることはないが、「売上高」、「従業員数」は企業紹介情報として必須である。	
年間売上高	（20）		
従業員数	（21）		
代表者氏名 （顔写真）	（22）	**☆協働の着眼点との関連に特に留意する項目。** 【目的】 商談会・展示会においては、将来の取引相手として、「商品」と共にどんな「企業」であるかを示し、商品開発にかける「思い」を伝える必要がある。 また、特に消費者の「食の安全・安心」に係る取組への関心は高く、消費者からの信頼を得るために、どの様な経営姿勢、基本方針、社内体制を採っているかを明確に示すことが重要である。 【記入項目】 ・代表者の氏名 ・顔写真 ・企業理念 ・食品事業者としての基本方針 ・法令遵守への取組方針 ・食の安全・安心に関する理念 ・お客様とのコミュニケーション方針 ・食育などの取組方針	1−（1） （2） （3） 2−（1） （2） （3） 3−（1） （2） （3） （4） 10−（1） （2） （3） （4） 13−（1） （2）
来場者へのメッセージ	（23）		
ホームページ	（24）	【基本情報】	
会社所在地	（25）		
工場所在地			
担当者、e-mail、TEL、FAX	（26）		

シート項目	番号	目的と記入項目	着眼点項目
製造工程(農林水産品の場合は、生産工程)等アピールポイント	(27)	**☆協働の着眼点との関連に特に留意する項目。** 【目的】 食の安全・安心に係る取組等、出展企業がアピールしたい点について記述する。特に、工場内の整理整頓状況、清掃備品の取扱状況は継続的な取引を考慮する場合に重要なチェックポイントとなることを念頭にアピールできる点を整理する必要がある。 例えば、展示会・商談会レベルから食の安全・安心のための「見える化」を意識して、バイヤー等来場者に製造工程あるいは生産工程について、フロー図を示したり、別途、貼付しても良い。 また、関連する「協働の着眼点」項目について意識し、衛生管理への取組状況と共に、「工場写真(外観)」、「工場写真(内部)」、「工場写真(清掃状況)」等を示しても良い。この他に、品質管理に関わり、アピールポイントとなる様な設備(金属探知機、X線検査装置等)の状況を示しても良い。 【記入項目】 ・製造工程図 ・工場写真(外観・内部・清掃状況) ・設備投資の状況　　他	3-(1) (3) (5) 4-(3) 5-(1) (2) (3) (4) (5) (6)
品質管理情報 展示会・商談会レベルにおいても、基本的な衛生管理情報を示すことで、取引の出来る食品事業者であることを示す必要がある。記述できない項目については、今後、どの様な対応を進めていくかについて、食品事業者は検討しておく必要がある。			
商品検査の有無	(28)	【目的】 衛生管理に係る検査項目につき、検査結果を示し、製造現場、生産現場の安全性を示す。 【記入項目】 ・「有」の場合、検査項目	3-(5) 5-(1) (4) (5) (6)
衛生管理への取組	(29)	**☆協働の着眼点との関連に特に留意する項目。** 【目的】 製造現場、生産現場が安全かつ適切な食品を供給し、危害の発生を防止するための体制が整っていることを示す。 【記入項目】⇒自由記入 ・製造工程の管理 ・従業員の管理 ・施設整備と管理	3-(5) 5-(1) (4) (5) (6)
危機管理体制	(30)	**☆協働の着眼点との関連に特に留意する項目。** 【目的】 緊急時(事件及び事故発生時)における、社内体制やお客様とのコミュニケーション方法の取り決め等について示す。 【記入項目】 ・担当者 ・緊急時における担当者と連絡先 ・原因究明を容易にする情報(原材料情報、品質検査記録等)の記録及び管理方法	14-(1) (3) 16-(1) (2)

平成23年度フード・コミュニケーション・プロジェクト（ＦＣＰ）
第二回　「企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進研究会」

日時　平成23年9月27日（火）14:30-17:00
場所　中央合同庁舎4号館　1221会議室
出席者　15社16名様

＜次第＞
１．開会挨拶　農林水産省　食品企業行動室　神井室長
２．本日の研究会の内容について
３．「ＦＣＰ展示会・商談会シート作成の手引き」に関する意見交換
４．「ＦＣＰ展示会・商談会シート」活用状況の確認
５．「ＦＣＰ展示会・商談会シート」記載事例の作成に関する経過報告
６．閉会挨拶　農林水産省　食品企業行動室　神井室長
７．連絡事項

＜概要＞
冒頭、食品企業行動室　神井室長より「ＦＣＰ展示会・商談会シート」（以下、「商談会シート」とする）の活用が参加企業の皆様の協力で広まっている。今後は、「商談会シート」を活用しての成功事例を収集し、皆様にお戻しし共有するという情報の循環を行っていきたい。そのためには、バイヤー向けのチラシを活用いただきたいと考えていると挨拶を行った。
続いて、事務局より、本日の研究会の内容について説明を行い、以下の３つのテーマについて意見交換を行った。

（１）「商談会シート」作成の手引きに関する意見交換
第一回の研究会にて、事業者様が「商談会シート」の作成意欲を持っていただくためのマニュアル冊子について、そのあるべき姿、項目などについて議論を行った。そこでいただいた意見をもとにマニュアル冊子の案を作成し、意見交換を行った。
意見交換の結果、好意的な意見が大半を占めたため、今回いただいた意見を参考に手引きの修正を行い、早い段階でお使いいただけるよう進めていくこととした。
以下のようなご意見をいただいた。
- 必要なポイントがわかりやすく記されている。次のページを読み進みたくなる。
- すぐに使いたい。早く作って欲しい。普及にも繋がると思う。

一方で、以下のような改善要望を頂いた。
- フォントが小さく読めないところがある。フォントを大きくし強調するところがもう少しあってもよい。
- 写真の重要性を強調すべき、写真に関するアドバイスをもう少し加えてみた方がよい。
- 参考事例は、加工度の違う商品、業務用商品など様々なバリエーションが欲しい。
- 作成する事業者様の中には、各項目に関する細かい説明が必要な方もいる。最後に載せるなど工夫が必要ではないか。

（２）「商談会シート」活用状況の確認

平成 23 年度の「商談会シート」の活用状況をまとめた。ペーパーをもとに活用状況について確認し、情報共有することで更なる「商談会シート」の普及につなげていくための意見交換を行った。

「商談会シート」を活用する中で、下記のような意見をいただいた。

- バイヤーから「事前に商品の情報を得ることが出来るため、効率的な商談が可能」という声をいただいた。
- 出展者側の商談終了後のアプローチが不十分であり、商談の持続性を持たせる為にも「商談会シート」の活用が課題。
- 商談会終了後のアンケートの結果、「商談会シート」を活用した事業者様の成約率が高く、効果があったと思われる。
- バイヤーへの認知度が低く、バイヤーへの普及が今後の課題である。
- 単に「商談会シート」を事業者様に渡すだけでは、記入漏れや記載内容のレベルに差が出てしまう。細かいアドバイスや、フォローも重要である。

（３）「商談会シート」記載事例の作成に関する経過報告

第一回の研究会でのアドバイスをもとに事業者が修正を行った「商談会シート」修正点を確認するとともに、経過報告を行った。

アドバイスの内容を誤解されているケースや、項目の内容に齟齬が生じているケースがあり、また修正が不十分なケースもあった。修正をお願いし、完成した事例より随時ホームページにて公開することとした。

＜事務局連絡＞

次回研究会は、1 月下旬を予定している。「商談会シート」作成の手引きは、確定次第送付することとした。

＜配布資料＞

資料１　参加者名簿
資料２　平成 23 年度第２回「企業力向上の場としてのﾏｯﾁﾝｸﾞ・商談会」の活用に関する研究会
資料３　「ＦＣＰ展示会・商談会シート」記載事例
資料４　「ＦＣＰ展示会・商談会シート作成の手引き」案
資料５　平成 23 年度　展示会・商談会シート活用状況
資料６　「ＦＣＰ展示会・商談会シート」

『企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進研究会』

第２回　研究会　議事次第

日時：平成 23 年 9 月 27 日（火）14:30-17:00
場所:中央合同庁舎 4 号館　1221 会議室

１．開会挨拶

２．本日の研究会の内容について　（農林水産省　ＦＣＰ事務局）

３．「展示会・商談会シート作成の手引き」に関する意見交換

【休憩】

４．展示会・商談会シート活用状況の確認

５．展示会・商談会シート記載事例の作成に関する経過報告

６．閉会挨拶

７．事務局連絡

配布資料
資料１　参加者名簿
資料２　平成 23 年度　第２回「企業力向上の場としてのﾏｯﾁﾝｸﾞ・商談会」の活用に関する研究会
資料３　「ＦＣＰ展示会・商談会シート」記載事例
資料４　「展示会・商談会シート作成の手引き」案
資料５　平成 23 年度　展示会・商談会シート活用状況
資料６　「ＦＣＰ展示会・商談会シート」

資料１

平成 23 年 9 月 27 日（火）14:30～17:00
農林水産省 4 号館会議室 1221 号

第 2 回企業力向上の場としてのマッチング・商談会の活用促進研究会参加者名簿

【参加者名簿】　　　　＊敬称略　企業団体　アイウエオ順

1	株式会社アール･ピー･アイ
2	伊藤ハム　株式会社
3	エグジビジョンテクノロジーズ　株式会社
4	株式会社　京王百貨店
5	株式会社　JTB西日本
6	信金中央金庫
7	株式会社　高島屋
8	株式会社　千葉銀行
9	株式会社　東急ストア
10	栃木県
11	社団法人　日本能率協会
12	三菱食品　株式会社
13	株式会社　三越伊勢丹
14	山梨県
15	リッキービジネスソリューション　株式会社

【オブザーバー】

1	株式会社　循環社会研究所

資料2

平成23年度 第2回 FCP「企業力向上の場としてのﾏｯﾁﾝｸﾞ・商談会」の活用に関する研究会

平成23年9月27日

農林水産省

食料産業局　企画課　食品企業行動室

平成23年度の研究内容について

研究会の目的

- フードコミュニケーションプロジェクト（以下、FCPとする。）の基本的な考え方に基づき、今年度はさらに、「FCP展示会・商談会シート」（以下、商談会シートとする。）を食品業界に広く普及させることを目的とします。
- 併せて、「協働の着眼点」を活用した食品事業者の取組事例に関する情報を広くご提供いただき、意見交換を行うとともに、「協働の着眼点」をより良いものに見直すための情報の提供、改善に向けた提案していただきます。

研究内容について

① 商談会シート記載事例の作成
「商談会シートを活用しようとする事業者が参考となるような事例の作成」

② マニュアル冊子製作に向けての原案作り
「中小企業向けに、商談会シートの作成意欲を持たせることを目的とした
マニュアルの作成」

③ バイヤーへの普及のためのチラシ作成に向けた意見交換
「まだ商談会シートを認知していないバイヤーに対し、その存在と、
その有効性を知ってもらうことを目的としたチラシの作成」

平成23年度　研究会ご登録企業/団体　22企業/団体　平成23.8月末日現在

株式会社アールピーアイ
イオンリテール株式会社
一神商事株式会社
伊藤ハム株式会社
株式会社イトーヨーカ堂
岩手県
エグジビジョンテクノロジーズ株式会社
大分県
株式会社京王百貨店
株式会社JTB西日本
信金中央金庫
株式会社　生活品質科学研究所
株式会社千葉銀行
株式会社東急ストア
株式会社高島屋
栃木県
社団法人日本能率協会
株式会社三越伊勢丹
三菱食品株式会社
リッキービジネスソリューション株式会社
和歌山県
山梨県

計２２企業/団体（敬称略）

議題①　「商談会シート記載事例」作成のための意見交換

　議題①では、今後商談会シートの作成者が参考にできるような事例集を作成することを目的として、事前に数社から今回の意見交換用に推薦していただいた16枚の「商談会シート」のサンプルを、それぞれ4枚ずつ4つのグループに配布し、その記載内容について意見交換を行った。
　各グループにおける意見交換の結果、様々な観点からの改善意見等があったが、以下の意見が、各グループ共通のものとして整理された。

□商品写真の見せ方（撮り方）は、商談会シートの出来を左右するものであり極めて重要。
□フォントの大きさが重要。小さい文字は読めない、読まない。
・利用シーン、ターゲット、メッセージの欄はこのシートの最重要項目であるため、ここがきちんと記入されていないといけない。
□一般に流通されている品目の場合、自社商品の差別化の一文が入っていることが重要。

　これらの共通意見を、各サンプルに対する個々の意見に加えて、左図の様なシートにまとめ、推薦していただいた各企業を通じて、一度作成者に返信。再度、加筆・修正していただいたものを、作成事例としてFCPのホームに掲載し、今後の商談会シートの作成者の参考となるようにする予定。

23年度活動報告　第1回研究会の活動内容② -（1）

議題②マニュアル冊子製作に向けての原案作り

議題②では、「商談会シート」の作成者のためのマニュアル冊子を作成するにあたり、そのあるべき姿や、必要項目、具体的内容についての意見交換を行った。その結果、出された主な意見は以下のとおり。

1，マニュアルのあるべき姿について。

・中小・零細企業の方をターゲットとして、彼らが使用することを想定すべき。
・シンプルでわかりやすいものとすべき。
・何故このシートを書く必要があるかの明示すべき。
・明るい未来やゴールにはどんなものがあるかを示すべき。
・フローチャート的なものがあると良い。

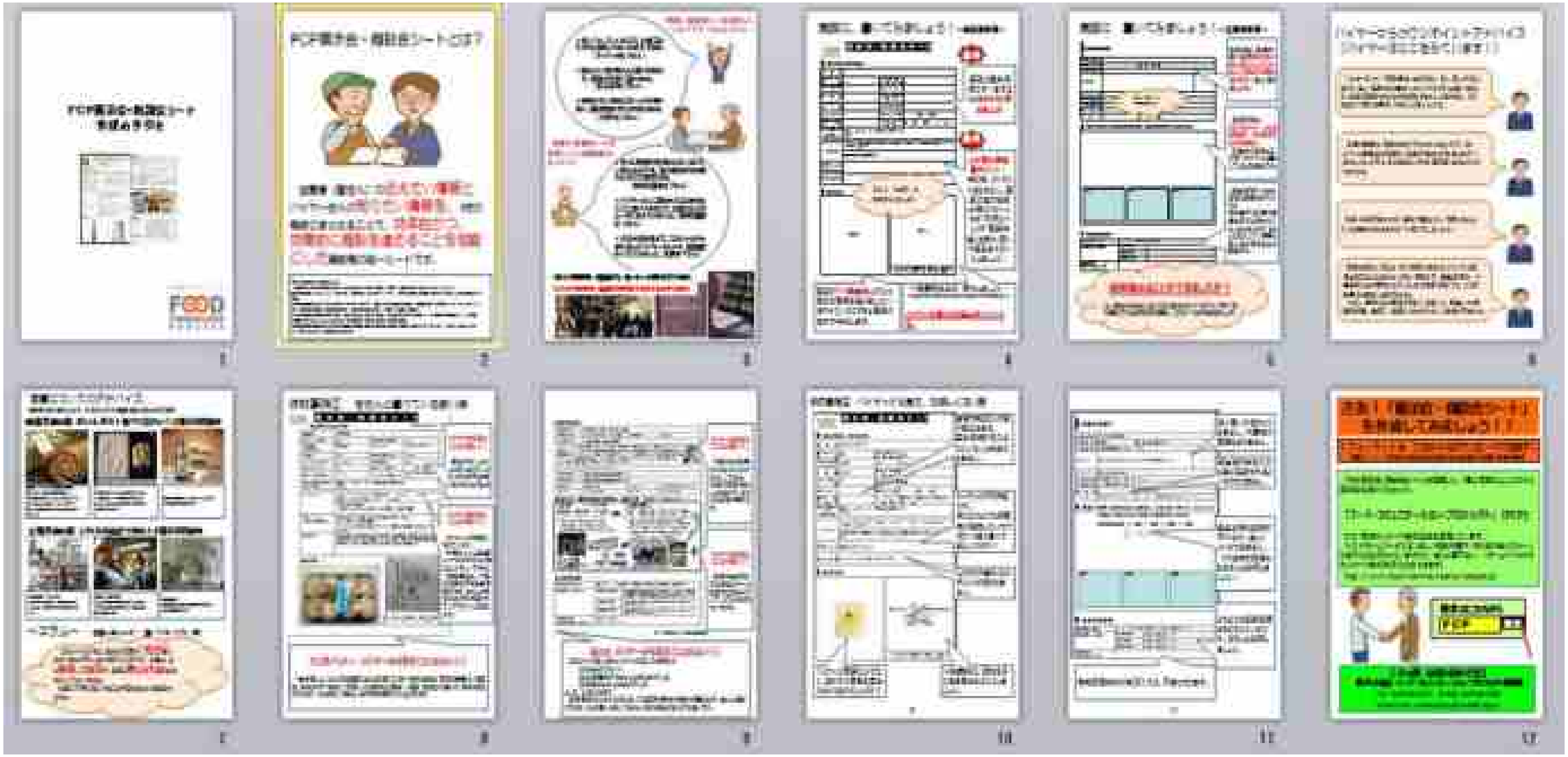
2，マニュアルの必要項目と具体的内容。

・「商談会シート」の30項目の解説。
・写真の載せ方。
・バイヤーの知りたいポイント。
・不十分な事例の掲載　・業種・分類ごとの事例集
・成功事例集。

23年度活動報告　第1回研究会の活動内容②－（2）

　これらの意見を基に、マニュアル冊子の原案を作成し、第2回研究会において、その原案の内容などについて、研究会参加メンバーから意見をいただき、マニュアル冊子として完成する予定。

マニュアル冊子原案サンプル　　　見開き12枚ページで調整中



議題③バイヤーへの普及のためのチラシ作成に向けた意見交換

　バイヤーへの普及促進のため、今年度は新たにバイヤー向けのビラを作成することとし、事務局作成の原案を基に研究会メンバー意見交換を行った。
　意見交換の結果を踏まえて修正したビラを、今後、研究会に参加された企業内への普及や新規参加企業への訪問、仕入れ担当が多く集まる場所などで配布し、認知拡大に努めていくこととしている。

【バイヤー普及活動の為のビラ完成版】

本日の研究会について

①「展示会・商談会シート作成の手引き」に関する意見交換

第一回研究会にてシート作成する事業者が作成する意欲を持っていただくためのマニュアルについてどうあるべきか議論を行いました。頂いた意見をもとに作成したマニュアル冊子について意見交換を行います。頂いた意見をもとに修正を行い、10月上旬より実際に活用するよう進めていく予定です。

②「展示会・商談会シート」活用状況の確認

ＦＣＰ事務局にいただきました情報をもとに平成23年度のシートの活用状況を纏めました。シートの活用状況を確認し、共有することで更なる普及を目指します。活用状況についてご報告いただきたくと共に成功事例などの情報についてもご報告をお願い致します。

③「展示会・商談会シート」記載事例の作成に関する経過報告

第一回研究会にて研究会参加事業者様よりご紹介いただきましたシートについてアドバイスを行いました。作成事業者の参考となるようFCPホームページで公開を進めていく予定です。その後の進捗についてご報告いただきます。

研究会の参加者にお守りいただきたい事項（検討作業におけるルール）

□ステークホルダー間でのＷＩＮ－ＷＩＮの関係づくりを重視すること

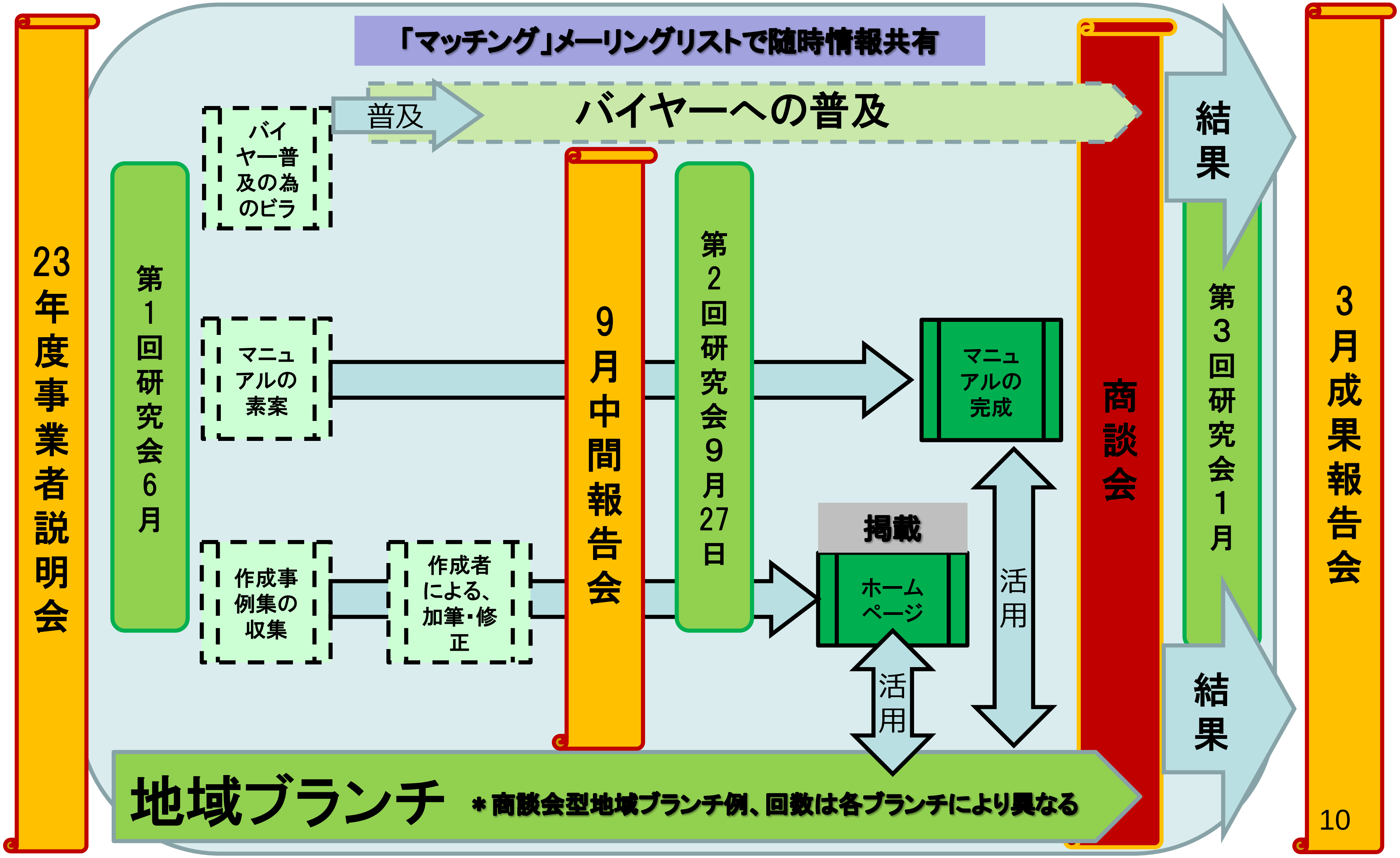
□建設的・効果的な意見交換に貢献すること
(批判に終始せず、対案を提示するように努めること)

□個別の組織や団体に対する、誹謗・中傷は行わないこと
(研究会においては、事業者間の利害調整等は行いません)

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度　研究会のスケジュール（イメージ）

○農林水産省主催　FCP企業力向上の場としてのマッチング・商談会に関する研究会【回数】全3回開催（予定）、【目的】FCP商談会シートの活用拡大と検証



平成23年度　今後の研究会の進め方

○研究会：年間3回、全体報告会2回実施を予定しています。内容は、下記の通り予定しています。

・**【第1回　研究会】：6月10(金)、合同庁舎4号館にて開催しました。**

・グループワーク方式による優良事例の選出。

・マニュアル冊子製作に向けての原案作り。

・バイヤーへ普及のためのチラシ作成に向けた意見交換。

終了

・**【第2回　研究会】：9月27日(火)実施予定**

・（地域ブランチでの活用を含む）「商談会シート」の使用状況報告。

・マニュアル冊子製作に向けての意見交換⇒**「マニュアルの完成」**

本日

商談会参加者への「マニュアル」の活用　・地域ブランチでの運用

いざ、商談会へ

・**【第3回　研究会】：1月下旬実施予定（後日ご案内）**

・商談会での状況報告。

・次年度に向けた課題に関する意見交換。

・【成果報告会】：東京大学にて3月実施予定（後日ご案内）

平成23年度 「FCP展示会・商談会シート」活用状況

資料5

	研究会ﾒﾝﾊﾞｰ	商談会等名称	会場	日程	出展社数/来場者数	シートの活	活用の仕方	その他
1	リッキービジネスソリューション㈱	食の魅力発見プロジェクト2011（第二地銀24行）	TRC東京流通センター	7月6日	77社/520人	必須	Web入力、事業者が当日使用。	
2	山梨県	やまなし食のマッチングフェア2011（山梨中央銀行主催イベント）	アイメッセ山梨	7月6日	77社/1,100人	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
3	千葉銀行	セブンネットショッピング説明会・商談会	千葉商工会議所	7月21日	53社	推奨		項目変更なし。
4	千葉銀行	ちばぎんアグリ商談会	千葉銀行本店3階大ホール	7月29日	約40社／200人	推奨		項目変更なし。
5	ｴｸﾞｼﾞﾋﾞｼﾞｮﾝ ﾃｸﾉﾛｼﾞｰｽﾞ㈱	アグリフードEXPO東京2011	東京ﾋﾞｯｸﾞｻｲﾄ	8/2、3	約564社/約12,000人	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
6	ｴｸﾞｼﾞﾋﾞｼﾞｮﾝ ﾃｸﾉﾛｼﾞｰｽﾞ㈱	ふるさと商品おとりよせ展示商談会	東京国際フォーラム	8/26、27	来場者5,600人	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
7		テーマ設定型商談会（愛媛県）	メルパルク松山	9月2日	14社	推奨	商談に使用	項目変更なし。
8	栃木県	とちぎのいいものステーション2011	JR池袋駅ﾒﾄﾛﾎﾟﾘﾀﾝﾌﾟﾗｻﾞﾋﾞﾙ	H23.10.18～19	25社/50000人	推奨		項目変更なし。
9	千葉銀行,ﾘｯｷｰﾋﾞｼﾞﾈｽｿﾘｭｰｼｮﾝ㈱	地方銀行Food Selection 2011（地銀35行）	東京ﾋﾞｯｸﾞｻｲﾄ	2011/11/1、2	約630社/12,000人	必須	Web入力、事業者が当日使用。	
10	㈱JTB西日本	全国キャラバン！食の発掘商談会	全国5箇所(大阪・札幌・福岡・仙台・東京)	11/10～2/23（随時開催）	約500社/1000社	必須	Web入力、事業者が当日使用。	項目変更なし。（項目は変更ないがB面が先）
11	信金中央金庫	静岡県東部・十勝帯広ビジネスマッチング『食＆農』こだわりの逸品展示会2011 （主催：三島信用金庫）	沼津卸商社センター展示場	11月10日	約70社/？（未開催のため）	推奨（個別商談会は必須）	事業者がブースにて配布（個別商談会は、必須）	項目変更なし。
12	信金中央金庫	富士山麓・駿河湾 フード商談会inおおた（主催：沼津信用金庫）	大田区産業プラザPiO	11月17日	約100社	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
13		フードメッセ IN にいがた	新潟コンベンションセンター「朱鷺メッセ」	11/17～19	140社/4400人	推奨	Web入力	項目変更なし。
14	リッキービジネスソリューション㈱	津軽海峡食景色 青森・函館商談会in KIHACHI	KIHACHI銀座本店	11月25日	20社/50人	推奨		項目変更なし。
15	栃木県	とちぎ食と農の展示・商談会2012	栃木県立宇都宮産業展示館（マロニエプラザ）	H24.1.19	約150社/1,500人	推奨		項目変更なし。
16	和歌山県	わかやま産品商談会IN大阪	OMMビル	2月9日	78社/318名	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。FCPブースを予定。
17	日本政策金融公庫,ｴｸﾞｼﾞﾋﾞｼﾞｮﾝ ﾃｸﾉﾛｼﾞｰｽﾞ㈱	アグリフードEXPO大阪2011	アジア太平洋トレードセンター	2/14、15	約300社/約11,000人	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
18	ｴｸﾞｼﾞﾋﾞｼﾞｮﾝ ﾃｸﾉﾛｼﾞｰｽﾞ㈱	JAグループ国産農畜産物商談会「食と農のかけ橋」	東京国際フォーラム	3/6、7	来場者4,000人	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
19	(社)日本能率協会	FOODEX JAPAN 2012	幕張ﾒｯｾ	3/6～3/9	約2,400社/75,000人	必須	Web入力、事業者に当日配布を推奨。	項目変更なし。「商談会シートあります」シール
20	栃木県	栃木のいいもの販売推進	首都圏	通年	40社/220商品	推奨		項目変更なし。

ＦＣＰ展示会・商談会シート

FOOD COMMUNICATION PROJECT

資料６

■ 商品特性と取引条件

商　品　名			
最もおいしい時期		賞味期限／消費期限	
主原料産地(漁獲場所等)		ＪＡＮコード	
内　容　量		希望小売価格(税込)	
1ケースあたり入数		保存温度帯	
発注リードタイム		販売エリアの制限	□有　□無
最低ケース納品単位		ケースサイズ(重量)	縦　×横　×高さ　(　kg)
認証・認定機関の許認可(商品・工場等)	有機JAS　HACCP　ISO　農業生産工程管理(GAP) その他(　　)		

ターゲット	売り先	1)フードサービス　2)商社･卸　3)メーカー　4)小売　5)ホテル･宴会･レジャー 6)その他(　　)
	お客様 (性別･年齢層など)	
利用シーン (利用方法･おすすめレシピ等)		
商品特徴		

■ 商品写真

商品特徴	一括表示
	アレルギー表示(特定原材料)　※使用している項目に○ えび　かに　小麦　そば　卵　乳　落花生

■ 出展企業紹介

出展企業名			
年間売上高		従業員数	
代表者氏名			
メッセージ			写真
ホームページ			
会社所在地			
工場所在地			
担当者		E-mail	
TEL		FAX	

■ 製造工程等（農林水産品の場合は生産工程等）アピールポイント

工場写真（外観）

工場写真（内部）

工場写真（清掃状況）

■ 品質管理情報

商品検査の有無	有 ・ 無 （「有」の場合⇒検査項目： ）	
衛生管理への取組	製造工程の管理	
	従業員の管理	
	施設設備と管理	
危機管理体制 【担当者連絡先／記録】		

平成23年度フード・コミュニケーション・プロジェクト（ＦＣＰ）
第３回　「企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進研究会」

日時　平成24年１月27日（金）15:00-18:00
場所　中央合同庁舎４号館　1221会議室
出席者　11社13名様

＜次第＞
１．開会挨拶
２．本日の研究会の内容について
３．「ＦＣＰ展示会・商談会シート作成のてびき」に関する意見交換
・「各項目の補足説明シート」についての意見交換
・「ＦＣＰ展示会・商談会シート」新・打ち込みシートの説明
４．23年度活動報告と次年度へ向けての取組・課題について
・地域ブランチでの活用事例報告と次年度への課題
・展示会・商談会の場での活用事例報告と次年度への課題
５．閉会挨拶
６．事務局連絡

＜概要＞
冒頭、食品企業行動室室長の神井より、「「ＦＣＰ展示会・商談会シート」（以下「商談会シート」という。）の活用が参加企業の皆様の協力で広まっていることを実感している。当研究会で作成した「ＦＣＰ展示会・商談会シート作成のてびき」が、わかりやすいという声を多くいただいている。地域ブランチで多くの方が講師として参加いただいており、当研究会と地域ブランチの活動に関する情報共有も行っていただきたい。更なる商談会シートの普及に向けた意見交換をお願いしたい」と挨拶を行った。
続いて、事務局より、本日の研究会の内容について説明を行い、以下の２つのテーマについて意見交換を行った。

（１）「ＦＣＰ展示会・商談会シート作成のてびき」に関する意見交換
・「各項目の補足説明シート」についての意見交換
・「ＦＣＰ展示会・商談会シート」新・打ち込みシートの説明
前回（第２回）研究会にて「各項目別に細かな説明があると良い」との提案を受け、事務局で「ＦＣＰ展示会・商談会シート作成のてびき　項目別補足シート」を作成した。各項目の内容について、ご確認いただき、意見交換を行った。
また、パソコンに不慣れな方もいらっしゃるので、商談会シートを実際に作成する際に、選択肢から選択する形式や項目の説明が画面で案内されるなど、より入力しやすいフォーマットの案を事務局で作成しており、説明を行った。
「ＦＣＰ展示会・商談会シート作成のてびき　項目別補足シート」について意見交換の結果、てびきとセットで使うことでよりわかりやすくなるなど好意的な意見が多かったが、以下のようなご意見をいただいた。

- 「ターゲット」、「利用シーン」、「商品特徴」は、バイヤーが重要視しているポイントであるが、実際は書けていない事業者様も多い。てびきにも重要であると書いているが、更に念押しすることと、文例などを示すことが有効ではないか。
- 「ターゲット」には、全部を選択する方もいる。全部を選択するのは良くないと明示してはどうか。「まず誰に食べて欲しいのか」ということを書いてくださいと書いてはどうか。過去の取引実績などを記載してもよいかと思う。
- 「商品名」は、読みにくい、読めないものもある。読みにくい商品名には振り仮名が必要とアドバイスすべき。
- 「最もおいしい時期」は、旬が難しい場合は生産量や販売量が多い時期なども書いてはどうか。また期間限定の商品は、それも記載すべき。
- 「利用シーン」は、地域でのめずらしい食べ方を書いてもらってもよい。
- 「商品特徴」は、なぜおいしいのか理由を書いてもらうとわかりやすい。
- 「製造工程」は、てびきの例のレベルが高い。ハードルを下げる工夫をした方が良いのではないか。魚などの生鮮品で鮮度感をアピールする為に時間を入れるのも良い。
- 「写真」は、商品写真以外に調理写真も載せるようにアドバイスを入れた方がよい。
- 「衛生管理への取組」は過去のミスなどに対する対応が書かれていると好意的なイメージを持つ。
- 「危機管理体制」の欄にＰＬ保険の有無を書いても良いのではないか。

いただいた意見をもとに再度検討し、研究会メンバーへ戻し確認することとした。

（２）23 年度活動報告と次年度へ向けての取組・課題について

・地域ブランチでの活用事例報告と次年度への課題

まず９県で立ち上がっている地域ブランチでの商談会シート活用報告を行った。その後各県で講師として協力いただいている方に感想を伺った。以下のような感想をいただいた。

- 商談会シートのレベルは高くなってきていると感じる。これからはそれをどう商談で伝えていくかが課題だと感じている。
- 講義では現場で起こっている事例を紹介しながら説明を行うことを意識している。ブランチを通じて多くの事業者様とコミュニケーションができ、少しずつ自分のビジネスに繋がり成果が出ている。今後もＦＣＰの理念であるＷｉｎ　Ｗｉｎの関係作りを進めていきたい。
- 商談会シートのレベルだけでなく、やる気も高くなっていると感じる。ロールプレイをやってみると課題が見えて来やすいように感じる。ロールプレイでは今後もお手伝いさせて欲しい。
- 事業者様がどう考えているか勉強になることが多かった。講義では、消費者の気持ちになることが重要だと説明し、事業者様の強みを引き出すように意識している。
- 各企業のレベルの違いがあり、どのレベルに合わせて進めていくかが難しい。シートの書き方だけでなく商品力についてどうアドバイスするかも課題。

・展示会・商談会の場での活用事例報告と次年度への課題

展示会･商談の場で実際に商談会シートを事業者様に勧めていただいている商談会の主催者の方々に活用の事例報告とどのような課題を感じているかなど意見を伺った。以下のよう

な感想やご意見をいただいた。

- 商談自体の成約率が高くなっている。特に商談会シートをウェブ上で見えるようにしているが、ウェブ上での成約が増えているのは商談会シートの効果が大きいと考えている。
- 商談会の事前説明会の場で、ロールプレイを行うなど各地域ブランチで行っている取組を参考に考えてみたい。
- 商談会は、金融機関が融資先の販路開拓の場として行っているものも多い。地域ブランチと地方銀行との連携も普及には効果があるのではないか。ＦＣＰの取り組みは融資を増やすための検討にも使うことができる。金融庁が所管となるが省庁間での情報共有や取組強化をお願いしたい。
- 商談会シートを作成いただく事業者様が増えてきた。先日行った商談会では、ほとんどの企業が商談会シートを作成し利用していた。
- 商談会シートを活用し、バイヤーと出展事業者様の距離をより近くして行きたい。
- 商談会シートの使い方をきちんと伝えることも重要。
- 商談会出展者の事前研修会で、商談会シートの説明と商談会シートを使ったロールプレイをセットで行っている。セットで行うことで商談会シートの活用の仕方まで理解いただくことが出来、バイヤーより出展事業者様のレベルが高いと評価をいただいた。

＜閉会挨拶＞

　最後に食品企業行動室室長の神井より、「今年度の当研究会は、商談会シートの普及を目的に活用状況を共有し、さらに使いやすくなるために様々な意見をいただき進めてきた。商談会シートを書き、気づきを得ることで企業力を強化するというステージから、それを使いどう伝えるかというステージに徐々に進んでいると感じる。商談会シートを書き、伝えるということは情報開示の重要性をわかってもらうことにも繋がると考えている。今後は成功事例を多く集め、それを共有していくことで更なる広がりを期待したい。」と挨拶を行った。

　最後に事務局連絡として３月２日の成果報告会の案内を行い閉会した。

＜配布資料＞

資料１　参加者名簿
資料２　「企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進研究会概要」
資料３　「ＦＣＰ展示会・商談会シート作成のてびき」
資料４　「ＦＣＰ展示会・商談シート」作成のてびき　項目別補足シート」案
資料５　平成 23 年度　展示会・商談会における「ＦＣＰ展示会・商談会シート」活用状況
資料６　平成 23 年度　地域ブランチにおける「ＦＣＰ展示会・商談会シート」活用状況

『企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進研究会』

第３回　研究会　議事次第

日時：平成 24 年１月 27 日（金）15:00-18:00
場所:中央合同庁舎４号館　1221 会議室

１．開会挨拶

２．本日の研究会の内容について　（農林水産省　ＦＣＰ事務局）

３．「FCP 展示会・商談会シート作成のてびき」に関する意見交換
・「各項目の補足説明シート」についての意見交換
・「FCP 展示会・商談会シート」新・打ち込みシートの説明

【休憩】

４．23 年度活動報告と次年度へ向けての取組・課題について
・地域ブランチでの活用事例報告と次年度への課題
・展示会・商談会の場での活用事例報告と次年度への課題

５．閉会挨拶

６．事務局連絡

配布資料
資料１　参加者名簿
資料２　「企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進研究会概要」
資料３　「FCP 展示会・商談会シート作成のてびき」
資料４　「ＦＣＰ展示会・商談シート」作成のてびき　項目別補足シート」案
資料５　平成 23 年度　展示会・商談会における「FCP 展示会・商談会シート」活用状況
資料６　平成 23 年度　地域ブランチにおける「FCP 展示会・商談会シート」活用状況

資料１

平成 24 年 1 月 27 日（金）15:00～18:00
農林水産省 4 号館会議室 1221 号

第 3 回企業力向上の場としてのマッチング・商談会の活用促進研究会参加者名簿

【参加者名簿】　　　　＊敬称略　企業団体　アイウエオ順

1	株式会社アール･ピー･アイ
2	株式会社イトーヨーカ堂
3	エグジビションテクノロジーズ㈱
4	エグジビションテクノロジーズ㈱
5	株式会社京王百貨店
6	株式会社 JTB 西日本
7	信金中央金庫
8	信金中央金庫
9	株式会社高島屋
10	株式会社千葉銀行
11	栃木県
12	社団法人日本能率協会
13	リッキービジネスソリューション株式会社

【ご欠席】

1	イオンリテール株式会社
2	伊藤ハム株式会社
3	一神商事株式会社
4	岩手県
5	大分県
6	株式会社　生活品質科学研究所
7	株式会社東急ストア
8	株式会社三越伊勢丹
9	三菱食品株式会社
10	山梨県
11	和歌山県

【オブザーバー】

1	株式会社　循環社会研究所
2	日本経済新聞社

資料2

平成23年度　第3回　FCP
「企業力向上の場としてのﾏｯﾁﾝｸﾞ・商談会」の活用に関する研究会

平成24年1月27日

農林水産省

食料産業局　企画課　食品企業行動室

平成23年度の研究内容について

研究会の目的

- フードコミュニケーションプロジェクト（以下、FCPとする。）の基本的な考え方に基づき、今年度はさらに、「FCP展示会・商談会シート」（以下、商談会シートとする。）を食品業界に広く普及させることを目的とします。
- 併せて、「協働の着眼点」を活用した食品事業者の取組事例に関する情報を広くご提供いただき、意見交換を行うとともに、「協働の着眼点」をより良いものに見直すための情報の提供、改善に向けた提案していただきます。

研究内容について

① 商談会シート記載事例の作成
「商談会シートを活用しようとする事業者が参考となるような事例の作成」

② マニュアル冊子製作に向けての原案作り
「中小企業向けに、商談会シートの作成意欲を持たせることを目的としたマニュアルの作成」

③ バイヤーへの普及のためのチラシ作成に向けた意見交換
「まだ商談会シートを認知していないバイヤーに対し、その存在と、その有効性を知ってもらうことを目的としたチラシの作成」

平成23年度　研究会ご登録企業/団体　22企業/団体

平成24年1月27日現在

株式会社アールピーアイ
イオンリテール株式会社
一神商事株式会社
伊藤ハム株式会社
株式会社イトーヨーカ堂
岩手県
エグジビションテクノロジーズ株式会社
大分県
株式会社京王百貨店
株式会社JTB西日本
信金中央金庫
株式会社　生活品質科学研究所
株式会社千葉銀行
株式会社東急ストア
株式会社高島屋
栃木県
社団法人日本能率協会
株式会社三越伊勢丹
三菱食品株式会社
リッキービジネスソリューション株式会社
和歌山県
山梨県

計２２企業/団体（敬称略）

議題①「商談会シート記載事例」作成のための意見交換

　議題①では、今後商談会シートの作成者が参考にできるような事例集を作成することを目的として、事前に数社から今回の意見交換用に推薦していただいた16枚の「商談会シート」のサンプルを、それぞれ4枚ずつ4つのグループに配布し、その記載内容について意見交換を行った。

　各グループにおける意見交換の結果、様々な観点からの改善意見等があったが、以下の意見が、各グループ共通のものとして整理された。

□商品写真の見せ方（撮り方）は、商談会シートの出来を左右するものであり極めて重要。
□フォントの大きさが重要。小さい文字は読めない、読まない。
・利用シーン、ターゲット、メッセージの欄はこのシートの最重要項目であるため、ここがきちんと記入されていないといけない。
□一般に流通されている品目の場合、自社商品の差別化の一文が入っていることが重要。

　これらの共通意見を、各サンプルに対する個々の意見に加えて、左図の様なシートにまとめ、推薦していただいた各企業を通じて、一度作成者に返信。再度、加筆・修正していただいたものを、作成事例としてFCPのホームに掲載し、今後の商談会シートの作成者の参考となるようにする予定。

議題②マニュアル冊子製作に向けての原案作り

　議題②では、「商談会シート」の作成者のためのマニュアル冊子を作成するにあたり、そのあるべき姿や、必要項目、具体的内容についての意見交換を行った。その結果、出された主な意見は以下のとおり。

1　マニュアルのあるべき姿について。

・中小・零細企業の方をターゲットとして、彼らが使用することを想定すべき。
・シンプルでわかりやすいものとすべき。
・何故このシートを書く必要があるかの明示すべき。
・明るい未来やゴールにはどんなものがあるかを示すべき。
・フローチャート的なものがあると良い。

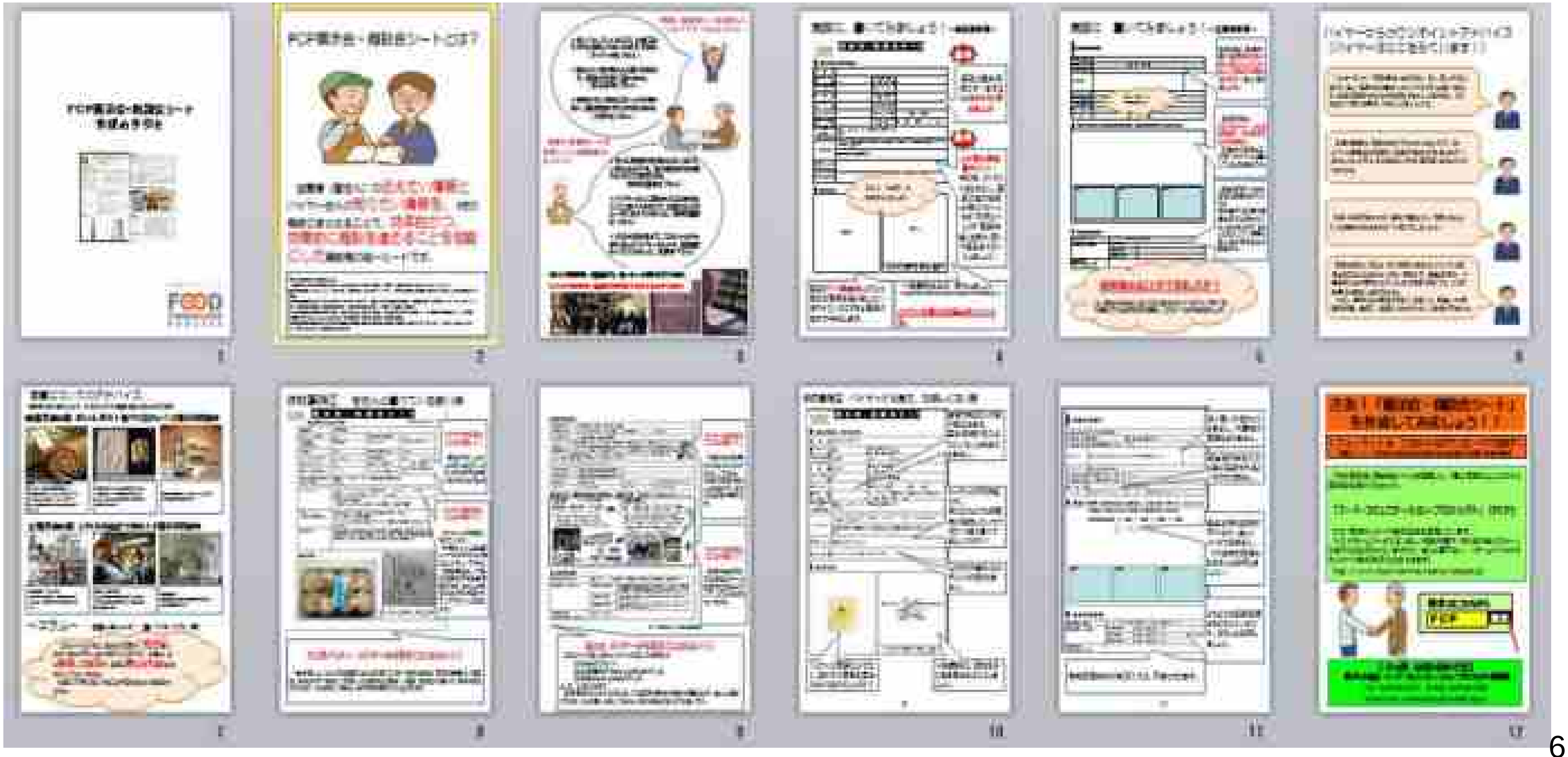
2　マニュアルの必要項目と具体的内容。

・「商談会シート」の30項目の解説。
・写真の載せ方。
・バイヤーの知りたいポイント。
・不十分な事例の掲載　・業種・分類ごとの事例集
・成功事例集。

23年度活動報告　第1回研究会の活動内容②－（2）

　これらの意見を基に、マニュアル冊子の原案を作成し、第2回研究会において、その原案の内容などについて、研究会参加メンバーから意見をいただき、マニュアル冊子として完成する予定。

マニュアル冊子原案サンプル　　　見開き12枚ページで調整中

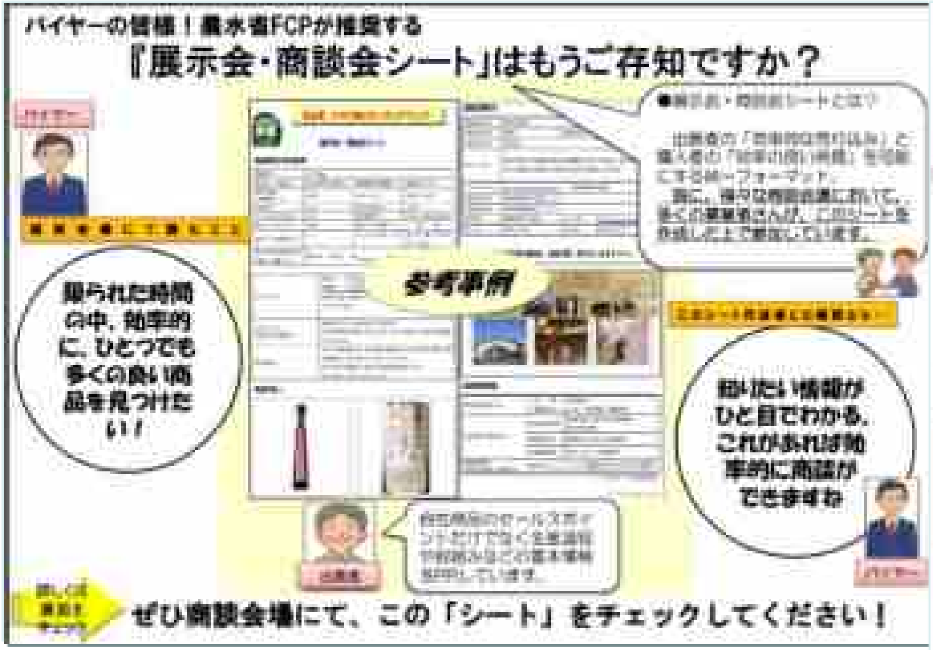


FOOD COMMUNICATION PROJECT

議題③バイヤーへの普及のためのチラシ作成に向けた意見交換

バイヤーへの普及促進のため、今年度は新たにバイヤー向けのビラを作成することとし、事務局作成の原案を基に研究会メンバー意見交換を行った。
意見交換の結果を踏まえて修正したビラを、今後、研究会に参加された企業内への普及や新規参加企業への訪問、仕入れ担当が多く集まる場所などで配布し、認知拡大に努めていくこととしている。

【バイヤー普及活動の為のビラ完成版】



23年度活動報告　第２回研究会の活動内容①

①「展示会・商談会シート作成のてびき」に関する意見交換

第１回研究会にてシート作成する事業者が作成する意欲を持っていただくためのマニュアルについてどうあるべきか議論を行った。いただいた意見をもとに作成したマニュアル冊子について意見交換を行った。

「わかりやすい」、「直ぐに使いたい」という好意的な意見が多かったが、改善要望として下記意見があった。

- フォントが小さく読めないところがある。フォントを大きくし強調するところがもう少しあってもよい。
- 写真の重要性を強調すべき、写真に関するアドバイスをもう少し加えてみた方がよい。
- 参考事例は、加工度の違う商品、業務用商品など様々なバリエーションが欲しい。
- 作成する事業者様の中には、各項目に関する細かい説明が必要な方もいる。最後に載せるなど工夫が必要ではないか。

皆様からいただいた意見をもとに完成させ、既に多くの商談会や、地域ブランチで活用しております。

今後の課題

1. 参考事例の充実⇒今後ＦＣＰのホームページにて公開予定
2. 各項目の補足説明⇒本日の研究会にて確認し、公開予定

「ＦＣＰ展示会・商談会シート」作成のてびき

23年度活動報告　第２回研究会の活動内容②③

②「展示会・商談会シート」活用状況の確認

商談会シートの普及のために、平成23年度の商談会シートの活用状況、成功事例を確認し、意見交換を行った。

「商談会シート」を活用する中で、下記のような意見をいただいた。

- バイヤーから「事前に商品の情報を得ることが出来るため、効率的な商談が可能」という声をいただいた。
- 出展者側の商談終了後のアプローチが不十分、商談の持続性を持たせる為にも「商談会シート」の活用が課題。
- 商談会終了後アンケートの結果、「商談会シート」を活用した事業者様の成約率が高く、効果があったと思われる。
- バイヤーへの認知度が低く、バイヤーへの普及が今後の課題である。
- 単に「商談会シート」を事業者様に渡すだけでは、記入漏れや記載内容のレベルに差が出てしまう。細かいアドバイスや、フォローも重要である。

③「展示会・商談会シート」記載事例の作成に関する経過報告

研究会参加事業者様よりご紹介いただきましたシートについて第１回研究会にていただいたアドバイスをもとに修正したものを確認いただいた。完成した記載事例は随時ホームページで公開していくこととした。

本日の研究会について

①「FCP展示会・商談会シート作成のてびき」に関する意見交換

- 「FCP展示会・商談会シート作成のてびき　項目別補足シート」についての意見交換
  前回研究会の意見交換の中で「各項目別に細かな説明があると良い」との提案を受け、事務局で「FCP展示会・商談会シート作成のてびき　項目別補足シート」を作成しました。 各項目の内容について、ご確認いただき、意見交換を行います。
- 「FCP展示会・商談会シート」新・打ち込みシートの説明
  より入力しやすいフォーマットを事務局にて作成中です。「各項目の補足説明シート」の意見を反映させホームページ上で公開する予定ですので、説明をさせていただきます。
  （なお、３０項目の変更は行っておりません）

②23年度活動報告と次年度へ向けて取組・課題について意見交換

- 地域ブランチでの活用事例報告と次年度への課題についての意見交換
  今年度の研究会は、各地域ブランチとの情報共有を進めております。各県での取組内容、課題について報告し意見交換を行います。
- 展示会・商談会の場での活用事例報告と次年度への課題についての意見交換

研究会の参加者にお守りいただきたい事項（検討作業におけるルール）

□ステークホルダー間でのＷＩＮ－ＷＩＮの関係づくりを重視すること

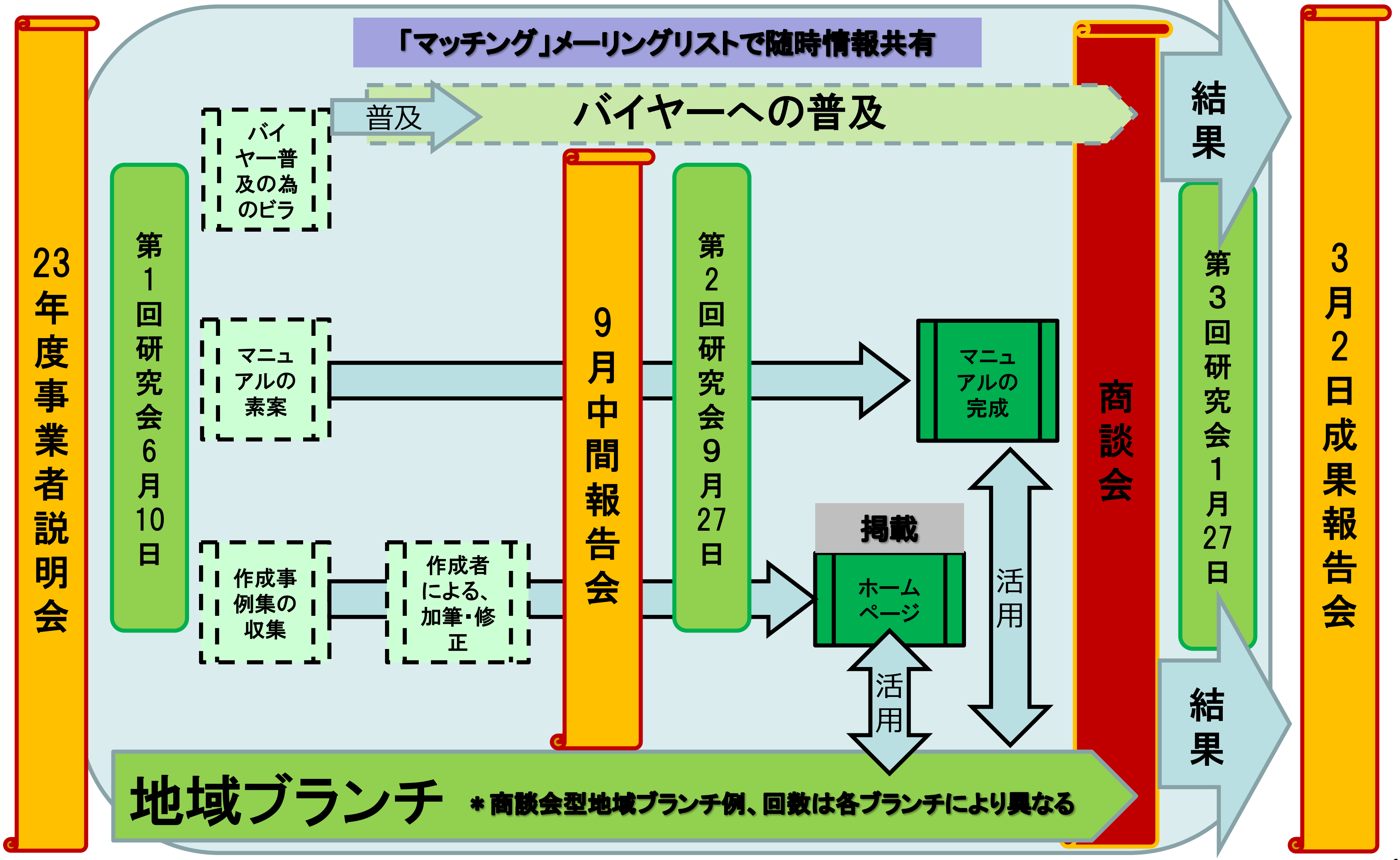
□建設的・効果的な意見交換に貢献すること
（批判に終始せず、対案を提示するように努めること）

□個別の組織や団体に対する、誹謗・中傷は行わないこと
（研究会においては、事業者間の利害調整等は行いません）

Copyright (C) 2011 MAFF All Rights Reserved.

平成23年度　研究会のスケジュール（イメージ）

〇農林水産省主催　ＦＣＰ企業力向上の場としてのマッチング・商談会に関する研究会
【回数】全３回開催（予定）、【目的】ＦＣＰ商談会シートの活用拡大と検証



平成23年度　今後の研究会の進め方

〇研究会：年間3回、全体報告会2回実施を予定しています。内容は、下記の通り予定しています。

・【第１回　研究会】　：６月１０（金）、合同庁舎４号館にて開催しました。

・グループワーク方式による優良事例の選出。

・マニュアル冊子製作に向けての原案作り。

・バイヤーへ普及のためのチラシ作成に向けた意見交換。

終了

・【第２回　研究会】　：９月27日（火）、 合同庁舎４号館にて開催しました。

・（地域ブランチでの活用を含む）「商談会シート」の使用状況報告。

・マニュアル冊子製作に向けての意見交換⇒**「マニュアルの完成」**

商談会参加者への「マニュアル」の活用　・地域ブランチでの運用

いざ、商談会へ

・【第３回　研究会】　：１月27日（金）

・商談会での状況報告。

・次年度に向けた課題に関する意見交換。

本日

・【成果報告会】：東京大学にて３月2日実施予定（後日ご案内）

『FCP展示会・商談会シート』作成のてびき 項目別補足シート

資料4

番号	シート項目	補足内容
1	商品名	今回商談する商品の名称を記入してください。
2	最も美味しい時期	加工品の場合、年間販売の商品であれば『通年』も可ですが、一番販売に適している時期や販売強化をしたい時期を記入してください。
3	賞味期限・消費期限	食品の情報を把握している製造業者等が科学的、合理的根拠をもって適正に設定。全ての加工食品には、賞味期限又は消費期限のどちらかの期限表示が表示されています。（一部の食品を除く） 賞味期限 Best-before おいしく食べることができる期限です。 この期限を過ぎても、すぐ食べられないということではありません。 定義：定められた方法により保存した場合において、期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限を示す年月日をいう。ただし、当該期限を超えた場合であっても、これらの品質が保持されていることがあるものとする。 消費期限 Use-by date 期限を過ぎたら食べない方が良いんです。 定義：定められた方法により保存した場合において、腐敗、変敗その他の品質の劣化に伴い安全性を欠くこととなるおそれがないと認められる期限を示す年月日をいう。⇒詳細はこちらから http://www.maff.go.jp/j/jas/hyoji/kigen.html
4	主原料産地（漁獲場所など）	複数の原材料について記載する場合は、原材料名と産地を記載してください。産地が限定できない場合は、○○他などと記載してください。
5	JANコード	JANコードはバーコード（JANシンボル）として商品などに表示されるもの。使用するには申請が必要です。
6	内容量	商品あたりの内容量を記載。包装した生鮮食品、及び加工食品にあっては、内容量を内容重量、内容体積又は内容数量のいずれかの方法で表示しなければなりません。
7	希望小売価格（税込）	製造業者が設定した小売価格。卸値（取引先受け渡し価格（送料の有無）・ネット・納品価格）も同時に尋ねられる場合もありますので、ここに書く必要はありませんが答えられるようにしておくと良いでしょう。
8	1ケースあたりの入り数	1ケースあたりに商品がいくつ入っているか。荷姿が合わせの場合は、具体的に記載してください。　　　　（例　1ケースあたり10入りで2合わせの場合⇒10入り2合わせ）
9	保存温度帯	常温、チルド、冷凍などを記載。特殊な温度帯の場合は、詳細を記載してください。
10	発注リードタイム	御社に注文が入ってから、取引先に納品されるまでを、日数で記入してください。エリアや最低ケース納品単位によって違う場合は、その内容を記載してください。
11	販売エリアの制限	『有』にチェックされた場合は、範囲とその理由を明確に答えられるようにしておいてください。
12	最低ケース納品単位	何ケースから納品が可能かケースを記載。合わせ商品の場合は具体的に記載してください（例　5ケース＝1甲（こおり）等）、またエリアによって違う場合はその内容を記載してください。
13	ケースサイズ（重量）	1ケースあたりのサイズ（重量）を記載してください。
14	認定・認証機関の許認可（商品・工場等）	該当するものに○をしてください。ISO,HACCP,GAPに関しては具体的な名称まで記入してください。例　ISO22000等。また自治体等の認証を取得されている場合も積極的に記入してください。
15	ターゲット	売り先（フードサービス（中食、外食）商社・卸、メーカー、小売、ホテル・宴会・レジャー）を選択、性別、年齢層等どういったお客様を主な対象と考えているかを明示してください。
16	利用シーン	商品の利用方法（調理方法、食べ方、関連イベント、おすすめレシピ等）等、どういった利用シーンを考えているかを明示してください。
17	商品特徴	差別化のポイントを記載。原材料や使用した副材料の特徴、製造のこだわり、商品開発にあたり最も工夫した点、開発にまつわるエピソード等を明示すると良いでしょう。
18	商品写真・一括表示/アレルギー表示	特定原材料を使用していなくても、それらを使用している工場内で生産している場合は、同工場内で○○を使用していますの文言もあると良いです。生鮮品など一括表示が無い場合は、調理例などの写真を入れることも効果的です。アレルギー表示は、記載漏れと思われないために、特定原材料を二重線などで「消す」とわかりやすいでしょう。

19	出展者企業名	出展企業の正式名称を記載してください。
20	年間売上高	○○年度などを併記すると良いでしょう。見やすいように記載してください。（例　平成○○年度○○○百万円）
21	従業員数	おおよその人数で可。○年○月時点、○年度などを併記すると良いでしょう。
22	代表者氏名	出展企業の代表の役職、氏名をフルネームで記載してください。
23	来場者へのメッセージ	ここでは、おもて面の商品ではなく、企業姿勢などを記入してください。企業理念・食品事業者としての基本方針・法令遵守への取組方針・食の安全・安心に関する理念・お客様とのコミュニケーション方針・食育などの取組方針など。
24	ホームページ	ホームページのリンク先を記載。ない場合は、「なし」と記載してください。
25	会社所在地/工場所在地	外部委託の場合は、工場所在地の前に（その外部委託先の）工場名を記載してください。
26	担当者、e-mail,TEL,FAX	担当者の連絡先を記載してください。
27	製造工程（農林水産品の場合は生産工程）などのアピールポイント	1次産品の場合は、ほ場の写真、出荷されるまでの工程を写真入りで説明されると良いでしょう。
28	商品検査の有無	衛生管理に係る検査項目につき、検査結果を示し、製造現場、生産現場の安全性を示してください。 検査の有無のいずれかを○し、検査している項目を記載してください。
29	衛生管理への取組	製造現場、生産現場が安全かつ適切な食品を供給し、危害の発生を防止するための体制が整っていることを示してください。 ・製造工程の管理 ・従業員の管理 ・施設整備と管理
30	危機管理体制	緊急時（事件及び事故発生時）における、社内体制やお客様とのコミュニケーション方法の取り決め等について示してください。 ・担当者 ・緊急時における担当者と連絡先 ・原因究明を容易にする情報（原材料情報、品質検査記録等）の記録及び管理方法

平成23年度 「FCP展示会・商談会シート」活用状況

資料5

	研究会ﾒﾝﾊﾞｰ	商談会等名称	会場	日程	出展社数/来場者数	シートの活	活用の仕方	その他
1	リッキービジネスソリューション㈱	食の魅力発見プロジェクト2011（第二地銀24行）	TRC東京流通センター	7月6日	77社/520人	必須	Web入力、事業者が当日使用。	
2	山梨県	やまなし食のマッチングフェア2011（山梨中央銀行主催イベント）	アイメッセ山梨	7月6日	77社/1,100人	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
3	千葉銀行	セブンネットショッピング説明会・商談会	千葉商工会議所	7月21日	53社	推奨		項目変更なし。
4	千葉銀行	ちばぎんアグリ商談会	千葉銀行本店3階大ホール	7月29日	約40社／200人	推奨		項目変更なし。
5	ｴｸﾞｼﾞﾋﾞｼｮﾝ ﾃｸﾉﾛｼﾞｰｽﾞ㈱	アグリフードEXPO東京2011	東京ﾋﾞｯｸﾞｻｲﾄ	8/2、3	約564社/約12,000人	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
6	ｴｸﾞｼﾞﾋﾞｼｮﾝ ﾃｸﾉﾛｼﾞｰｽﾞ㈱	ふるさと商品おとりよせ展示商談会	東京国際フォーラム	8/26、27	来場者5,600人	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
7		テーマ設定型商談会（愛媛県）	メルパルク松山	9月2日	14社	推奨	商談に使用	項目変更なし。
8	栃木県	とちぎのいいものステーション2011	JR池袋駅ﾒﾄﾛﾎﾟﾘﾀﾝﾌﾟﾗｻﾞﾋﾞﾙ	H23.10.18～19	25社/50000人	推奨		項目変更なし。
9	千葉銀行,ﾘｯｷｰﾋﾞｼﾞﾈｽｿﾘｭｰｼｮﾝ㈱	地方銀行Food Selection 2011（地銀35行）	東京ﾋﾞｯｸﾞｻｲﾄ	2011/11/1、2	約630社/12,000人	必須	Web入力、事業者が当日使用。	今年度より必須
10	㈱JTB西日本	全国キャラバン！食の発掘商談会	全国5箇所(大阪・札幌・熊本・仙台・東京)	11/10～2/23（随時開催）	約500社/1000社	必須	Web入力、バイヤーに当日配布	項目変更なし。（項目は変更ないが裏面が先）
11	信金中央金庫	静岡県東部・十勝帯広ビジネスマッチング『食＆農』こだわりの逸品展示会2011 （主催：三島信用金庫）	沼津卸商社センター展示場	11月10日	約70社/（未開催のため）	推奨（個別商談会は必須）	事業者がブースにて配布（個別商談会は、必須）	項目変更なし。基本情報の項目を選択式にし使いやすいように工夫。
12	信金中央金庫	富士山麓・駿河湾 フード商談会inおおた（主催：沼津信用金庫）	大田区産業プラザPiO	11月17日	約100社	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
13		フードメッセ IN にいがた	新潟コンベンションセンター「朱鷺メッセ」	11/17～19	140社/4400人	推奨	Web入力	項目変更なし。
14	リッキービジネスソリューション㈱	津軽海峡食景色 青森・函館商談会in KIHACHI	KIHACHI銀座本店	11月25日	20社/50人	推奨		項目変更なし。
15	栃木県	とちぎ食と農の展示・商談会2012	栃木県立宇都宮産業展示館（マロニエプラザ）	H24.1.19	約150社/1,500人	推奨		項目変更なし。
16	千葉銀行	AEONの通信販売 イオンサクワ説明会・商談会	塚本ビルちばぎんセミナールーム	1月19日	約40社	推奨	事業者が商談時に持参	項目変更なし。
17	和歌山県	わかやま産品商談会IN大阪	OMMビル	2月9日	78社/318名	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。FCPブースを予定。
18	日本政策金融公庫,ｴｸﾞｼﾞﾋﾞｼｮﾝ ﾃｸﾉﾛｼﾞｰｽﾞ㈱	アグリフードEXPO大阪2011	アジア太平洋トレードセンター	2/14、15	約300社/約11,000人	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
19	ｴｸﾞｼﾞﾋﾞｼｮﾝ ﾃｸﾉﾛｼﾞｰｽﾞ㈱	JAグループ国産農畜産物商談会「食と農のかけ橋」	東京国際フォーラム	3/6、7	来場者4,000人	推奨	事業者がブースにて配布	項目変更なし。
20	(社)日本能率協会	FOODEX JAPAN 2012	幕張ﾒｯｾ	3/6～3/9	約2,400社/75,000人	必須	Web入力、事業者に当日配布を推奨。	項目変更なし。「商談会シートあります」シール
21	栃木県	栃木のいいもの販売推進	首都圏	通年	40社/220商品	必須	入力データをタブレット型端末を使用し紹介	項目変更なし。
22	千葉銀行	北野エース千産千消 新商品発掘商談会	㈱エース商談ルーム	随時	約30社	必須	商談希望の事業者が事前に提出	項目変更なし。

平成23年度　FCP地域ブランチでの「FCP展示会・商談会シート」作成の取り組みに関する報告

資料6

県、部署	参加事業者 （企業数、対象）	目的とする商談会 （名称、場所、日程）	内容	写真
和歌山県 農林水産部 農林水産政策局 食品流通課	県内食品製造事業者 約20社	わかやま産品商談会IN大阪 （OMMビル　2月9日）	テーマ 「食の安全・安心を伝える技術を磨く！」 ・安全・安心と企業の信頼向上について ・売れる商品づくりと安全安心の伝え方 ・商品の魅力を的確に伝えるコミュニケーション力の強化 「ベーシック16」で自社分析を行い、その上で、「FCP展示会・商談会シート」の作成を行います。 また、商談ロールプレイでは、シートを使い、短い時間で何をどのように説明するとバイヤーに伝わりやすいか学習します。百貨店バイヤー等にゲスト講師として講演いただき、アドバイスをいただきながら進めています。 商談会本番では、FCP和歌山ブランチ参加企業を一箇所に纏め、FCPの取組についての紹介も予定しております。（年6回開催予定）	
愛媛県 農林水産部 農業振興局 農産園芸課 （愛媛県普及指導員調査研究会）	普及指導員13名	―	【目的】県内の農業普及指導員向けに、FCPの目的や商品の魅力の伝え方に対するスキル向上 【内容】3回コースのセミナー（座学とグループワーク） （1）第1回プログラム ①講義（120分） 「バイヤーが求める商品とは　 講師：元県内大手量販店バイヤー 「FCPのねらいと効果」　　講師：農林水産省担当者 ②宿題 「ベーシック16」について，生産者等から聞き取り作成 （2）第2回プログラム ①講義（50分）「食の安全・安心を“見える化”する」 講師：FCPﾌｧｼﾘﾃｰﾀｰ ②グループワーク（100分）「ベーシック16」による自社分析 ③宿題 「FCP商談会シート」について，生産者等からの聞き取り作成 （3）第3回プログラム ①講義（50分）「バイヤーを惹きつける商談の進め方」 講師：流通販売ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ ②グループワーク（100分）「FCP商談会シート」の書き方演習	
愛媛県	県内食品関連事業者（製造、小売を含む）29社 農協、商工会議所等5社	・FOODEX　JAPAN ・アグリフードエキスポ （東京、大阪）	【目的】 ・県内の農業者と企業が交流できる場である「あぐりすとクラブ」の活動を通じて、農産物を活用した新たな加工への取り組みや、販路を拡大するなどの付加価値の向上への取組 ・異業種の交流を通じた新たな連携体の醸成 【内容】5回コース（座学とワークグループ） ・第1回　初回は、FCPについて理解を深める ①講義「FCPについて」②講義「食品企業の価値とは」 ②宿題　ベーシック16の作成 ・第2回　地元製造業の品質管理担当から学ぶ（食品衛生について） ①講義「安全・安心のものづくり　衛生管理の基本的な考え方と事例紹介」 ②グループワーク　ベーシック16について→FCP展示会・商談会シートB面の作成 ・第3回　地元小売事業者のバイヤーによる講演（百貨店・スーパー） ①講義　バイヤーはここをみる！安全・安心のものづくり自社商品を魅せる・伝える ②グループワーク 「FCP展示会・商談会シート作成A面」 ・第4回　展示会・商談会に参加しての感想と課題　アグリフードエキスポから学ぶ ①講義 「表現力アップ　バイヤーのニーズをつかんで自社商品をPRする秘訣について」 ・第5回　直前対策とまとめ ①模擬商談会　ロールプレイング	
島根県	販路開拓や顧客の信頼獲得への意欲をもつ食品加工企業や生産者	・FOODEX　JAPAN ・アグリフードエキスポ ・シーフードショー ・にほんばし島根館商品　提案会 ・県内商談会	【テーマ】商品力アップセミナー 食の安全・安心への取り組みを再確認したい方や、自社商品の販路拡大を目指す方、展示会などでの商談を効率良く進めたい方を対象に開催 【セミナーの概要】 ・FCP開発ツールであるFCP展示会・商談会シート作成など実践中心の全5回シリーズのセミナー ・県内や県外で開催される展示会・商談会に出展を予定されている方には、その事前準備としても最適です。 ・展示会に出展予定のない方でも、自社の商品の魅力をどうPRすればよいのかを学ぶ場として活用しています	

山梨県	県内食品製造事業者 約20社	食の発掘商談会（2月8日、9日）	【テーマ】 企業力向上の場としての商談会活用講座 【目的】 県内食品事業者様の食の安全・安心の向上と販路拡大・企業価値の向上を図る 【進め方】 上半期は、各種団体が主催する食品イベントを利用した、FCPの普及啓発。 下半期は、県が主体となって、研修会を実施し、体系的な組み立てについて普及啓発。 【内容】 ・FCPの概要説明・バイヤー目線での展示会商談会シートの作成方法説明・模擬商談	
滋賀県	県が指定する重点素材、地域素材の生産者（団体） 約17生産者（団体）　※重点素材：地域性・独自性が高く、他県、他地域から容易に追随が及ばない農水畜産物　※地域素材：素材名に地域名が付くなど地域と結びつきの強い農水畜産物	－	【テーマ】 食の安全・安心を基本とした生産者の「商品企画力」・「営業力」の向上 【目的】 生産者（団体）の食の安全・安心を基本とした「商品企画力」と「営業力」を向上させることで、更に県産の農水畜産物の需要喚起を図る 【進め方】 生産者（団体）自らが積極的に販売促進活動を行えるよう、展示会・商談会シートの作成と活用についてセミナーを実施する。 【内容】 ・FCPの概要説明・展示会商談会シート作成・自社商品のプレゼン・グループワーク	
大分県 農林水産部 大分ブランド推進課	県内食品製造事業者 約15社	大分県求評商談会他 （大分市　東洋ホテル）	テーマ 「食の信頼向上による企業力と商品力の強化」 ・FCPとは？ 「ベーシック16」と「FCP展示会・商談会シート」 ・売れる商品作りの為の「FCP展示会・商談会シート」を作成 ・商品の魅力を的確に伝えるコミュニケーション力の強化 作成したシートを使って、模擬商談をグループワークで行います。短い時間で何をどのように説明するとバイヤーの印象に残るか、百貨店バイヤーに講師として講演いただき、模擬商談でアドバイスをいただきます。 1月末の大分県求評商談会等を本番とし、振り返って成果を共有します。 （年5回（うち1回は商談会）開催予定）	
栃木県 農政部 経済流通課	県内食品製造事業者 約20社	アグリフードEXPO FOODEX　JAPAN	FCP展示会・商談会シート作成研修会 ・FCPとは ・ベーシック16を使った自社診断 ・まずは、自分の商品を知る（シート作成） ・プレゼンテーション、ロールプレイング ベーシック16を用いて自社の強み、弱み、こだわっている部分などについて棚卸しを行い、展示会・商談会シートの作成を行いました。 アグリフードEXPOやFOODEXを想定したロールプレイングを行い、商談会における商談会シートの使用等について、更にブラッシュアップを行いました。	
三重県 農水商工部 マーケティング室	県内食品製造事業者 約20社	「みえの食」オンラインストア提案会（10/19）	「みえの食魅力向上セミナー」研修会 ・FCPとは ・通信販売の現状と今後　～バイヤーの視点から～ ・売れる商品づくり ・食品表示および品質管理について ・FCP商談シート記入相談会 ベーシック16を用いて自社の強み、弱み、こだわっている部分などについて棚卸しを行い、展示会・商談会シートの作成を行いました。 「みえの食」オンラインストア提案会を想定したロールプレイングを行い、商談会における商談会シートの使用等について、更にブラッシュアップを行いました。	
岩手県商工労働観光部　産業経済交流課	県内食品製造事業者 約50社	がんばろう！岩手2011　食の発掘商談会	・FCP展示会・商談会シート作成研修会開催	