

中間報告会資料

平成23年度 FCP  
「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 経過報告

平成23年9月9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

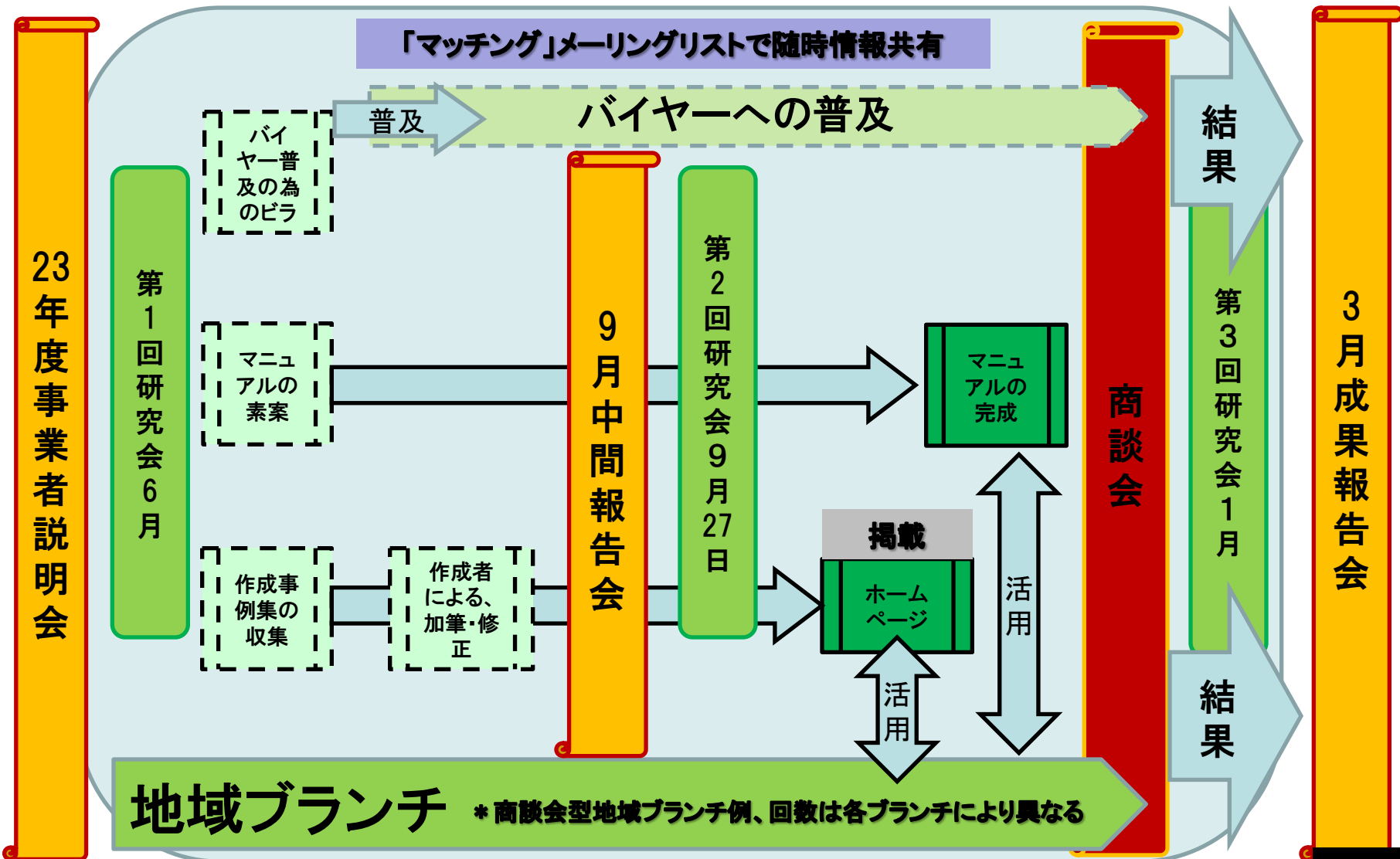
- フードコミュニケーションプロジェクト(以下、FCPとする。)の基本的な考え方に基づき、今年度はさらに、「FCP展示会・商談会シート」(以下、商談会シートとする。)を食品業界に広く普及させることを目的とします。
- 併せて、「協働の着眼点」を活用した食品事業者の取組事例に関する情報を広くご提供いただき、意見交換を行うとともに、「協働の着眼点」をより良いものに見直すための情報の提供、改善に向けた提案していただきます。

## 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



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



## 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。

このシートの良い点

フォントが大きくみやすい、一括表示が揃っている。

このシートの改善すべき点

ターゲットの記載がありません。  
保存方法があるが、期限日が不明です  
商品の良さを引き出す写真があると良いでしょう。  
盛り付け例などがあるといい。  
ケースサイズ、内容量の記載をしてください。  
裏面の品質管理情報にはISOの記載がありますが、こちらの欄にはありません。もっといいです。

冷凍であることメリット、デメリットみたいなものがあると良いです  
また冷凍に関わる品質変化が知りたいところです。

# 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。

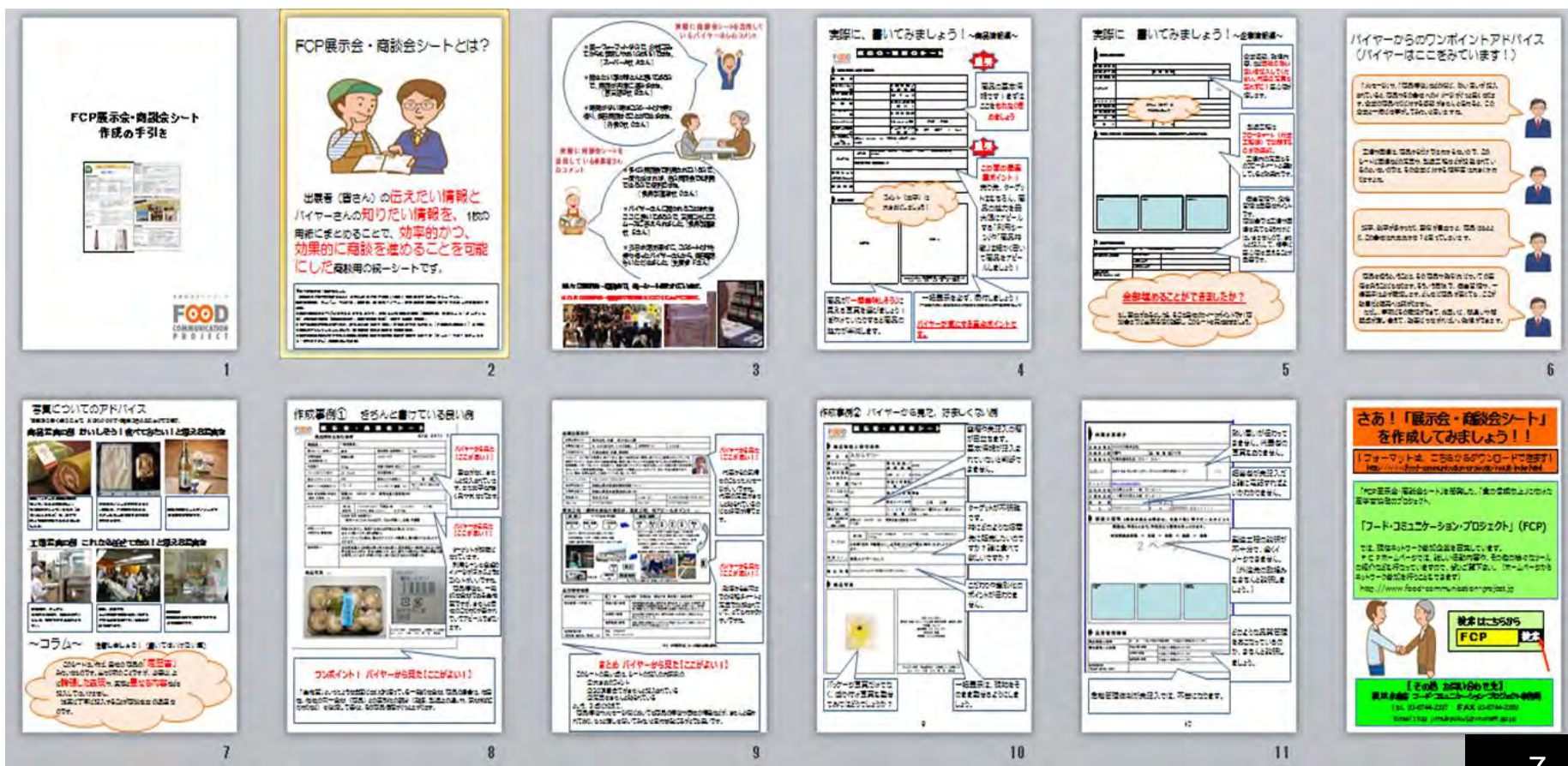


# 23年度活動報告 第1回研究会の活動内容②-(2)

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



# 23年度活動報告 第1回研究会の活動内容③

## 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】

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？

**●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。

**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！**

**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**

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。

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携  
 ●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

【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☆☆

質問	出展者	バイヤー
理解が容易と答えた割合	91.3%	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事業(農林水産省)

平成23年4月東横線で約960企業団体が参画しています!!  
 ※割とは問い合わせや参加費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



# 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)





## FCP中間報告会

**平成23年度 FCP研究会  
「消費者との対話のあり方」研究会について**

**平成23年9月9日**

**農林水産省**

**食料産業局 企画課 食品企業行動室**

## 研究会ご登録企業/団体 35企業団体(平成23年8月22日現在)

株式会社アール・ピー・アイ  
アサヒビール株式会社  
味の素株式会社  
伊藤ハム株式会社  
株式会社イトーヨーカ堂  
社団法人インターナショナル・バリューマネジメント協会  
花王株式会社  
カゴメ株式会社  
キューピー株式会社  
キリングroupオフィス株式会社  
株式会社 鶏卵肉情報センター  
株式会社ケット科学研究所  
株式会社光洋  
サッポロビール株式会社  
サントリーホールディングス株式会社  
株式会社シグマクス  
社団法人消費者関連専門家会議  
株式会社スコラ・コンサルト

生活協同組合連合会コープネット事業連合  
全日本菓子協会  
株式会社高島屋  
株式会社千葉銀行  
テーブルマーク株式会社  
株式会社東急ストア  
株式会社ニチレイフーズ  
株式会社日清製粉グループ本社  
日本ケンタッキーフライドチキン  
日本水産株式会社  
日本製粉株式会社  
日本マクドナルド株式会社  
ハウス食品株式会社  
株式会社明治  
森永製菓株式会社  
株式会社山武  
株式会社読売広告社

# 「消費者との対話のあり方」研究会 背景・目的

## 研究会の背景

食品事業者の経営の持続可能性を高めるためには、消費者との対話型コミュニケーションを積極的に展開し、消費者との間で信頼関係を構築していくことが重要です。

このためFCPでは、消費者との対話型の取組を試行することにより、消費者のニーズを把握、分析しながら、消費者と食品事業者の相互信頼を構築するコミュニケーションのあり方を研究することとしたところです。

## 研究会の目的

- 食品事業者と消費者間の信頼構築を目的とした対話型コミュニケーションについて、平成21年度及び22年度の研究会活動で作成した「FCPダイアログ・システム（第一版）」及び「作業シート」を普及するために、参加事業者の皆様の議論により、消費者との対話のテーマ（コンテンツ）を選定し、そのテーマに基づいて事例発表を行うとともに、消費者との対話についてどのように取り組むべきかの議論を行い、その結果を共有化します。
- 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を提供、改善に向けた提案を実施します。

# 平成23年度 「消費者との対話のあり方」研究内容

## 研究1:消費者との対話のあり方の研究

参加事業者の皆様の議論により、消費者との対話のテーマ（コンテンツ）を選定し、事例発表を行うとともに、消費者との対話についてどのように取り組むべきか議論を行い共有化します

- ① 第1回研究会では、テーマを「震災後の消費者意識の変化への対応について」とし、各社にて震災後に実施した消費者との直接対話、お客様相談センターへの問い合わせ内容、アンケートなどを持ち寄っていただき、震災後の消費者意識の変化について情報共有を行います
- ② 第2回研究会では、当研究会メンバーで第1回の結果を受け、どういう対話を今後どのように日常業務の中で行っていくべきかを議論を行います。またその中でどのような消費者との対話のテーマ（コンテンツ）を強化していくべきかを議論します（議論の結果を受けてアンケート等を実施予定）
- ③ 第3回研究会以降は、消費者との対話について発表を行います。それを踏まえて、グループディスカッションを行い、消費者との対話についてどのように取り組むべきか議論を行い共有化を行います。

## 研究2:FCPダイアログ・システムの充実

各回の議論の結果を「FCPダイアログ・システム（第一版）」で確認し、その効果を検証し、FCPダイアログ・システムの充実を図ります。また、これらの結果を広く開示しつつ、各事業者への活用を促し、その結果を調査・分析することで、FCPダイアログ・システムの充実を検討します。

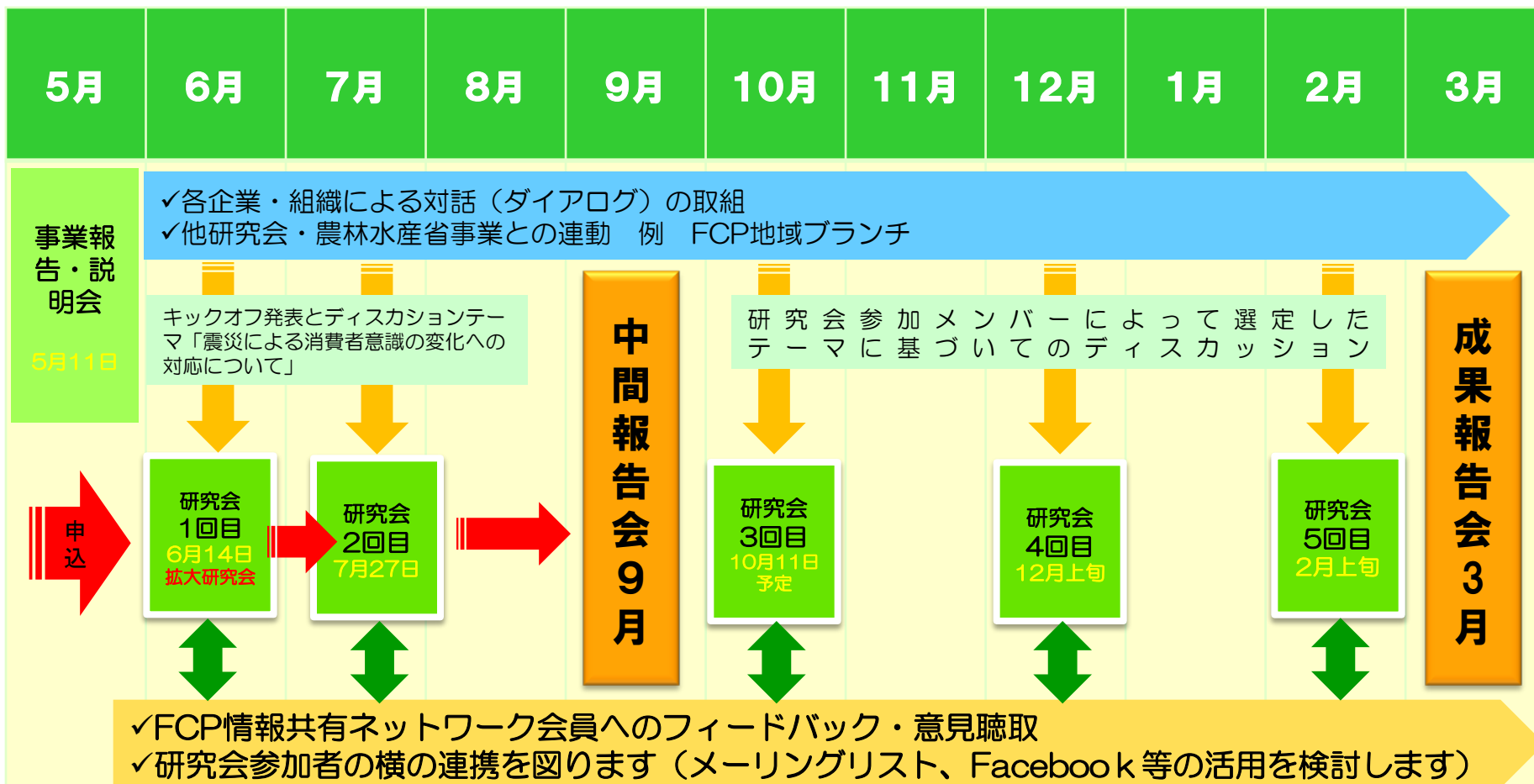
# 平成23年度 研究会進捗報告

**実施期間:** 2011年6月上旬 ~ 2012年3月  
**活動予定:** 研究会 全5回開催予定 (別途 中間報告 最終報告会を実施します)  
**各回研究内容・スケジュール:** 下記参照

研究会	日程(候補)	研究内容
第1回研究会 ※1	6月14日	昨年度の活動の振り返りと、今年度の研究会の進め方、課題の共有等の意見交換 ディスカッションテーマ：震災による消費者意識の変化への対応について <b>他研究会参加者も含めた拡大研究会</b>
第2回研究会	7月27日	テーマ：震災による消費者意識の変化への対応について (当研究会参加者) 第3回研究会以降の対話のテーマ (コンテンツ) について議論
中間報告会	9月9日	今年度の活動計画について (東京大学との共催で実施予定)
第3回研究会	10月11日	選定した対話のテーマ (コンテンツ) に基づく事例発表、グループディスカッション
第4回研究会	12月上旬	選定した対話のテーマ (コンテンツ) に基づく事例発表、グループディスカッション
第5回研究会	2月上旬	• 選定した対話のテーマ (コンテンツ) に基づく事例発表、グループディスカッション • 研究会のまとめ (ダイアログシステム充実に向けたまとめ)
最終報告会	3月 (予定)	活動報告 (東京大学との共催で実施予定)

※1 第1回研究会では、テーマ「震災による消費者意識の変化への対応について」として他研究会参加登録者の中からの希望者も含めた拡大研究会を開催します  
※ 各回の目的と内容は、固定しておりません。議論内容により、詳細をつめていきます

# 平成23年度 年間スケジュール



- 第2回研究会にて第3回以降の研究会における対話のテーマ(コンテンツ)を選定する予定です
- 第1,2回は、「震災による消費者意識の変化への対応について」をテーマとし、第1回は、**他研究会参加者も含めた拡大研究会**とします



# 第1回「消費者との対話のあり方」研究会

平成23年6月14日

出席者 35事業者／組織 46名

## 拡大研究会 開催趣旨

- FCP情報共有ネットワーク参加の皆様から、東日本大震災が消費者の食への意識や行動に及ぼした影響についてFCPで取り上げて議論すべきではないかというご要望がありました
- これを踏まえ、全ての研究会参加者の参画による意見交換と情報共有を行い、その結果を各研究会活動に活かしていただくことを目的として、「消費者との対話のあり方」研究会の拡大開催の形で意見交換の会を開催しました

## 拡大研究会の内容

### テーマ：「震災後の消費者意識の変化への対応について」

- 各企業・団体が消費者とのコミュニケーション（直接対話、お客様相談センターへの問い合わせ内容、アンケート等）を通じて把握した東日本大震災後の消費者意識の変化等について感じたことに関する情報を持ち寄っていただき、情報共有と意見交換を行いました
- 具体的には、震災後の消費者意識の変化について具体的な消費者意識の変化の事例をあげていただき、その事例の変化をどう捉えたのか、またどう評価したのかについて情報の整理と共有を行った。次に、それぞれの事象をポジティブに捉えたか、ネガティブに捉えたか分類し、なぜポジティブに捉えたか、なぜネガティブに捉えたか、その評価の理由から得られた気づきについてディスカッションしました

