



平成23年度FCP成果報告会

第2セッション:FCPの取組状況 (地域ブランチの活動報告)

平成24年3月2日

農林水産省
食料産業局 企画課 食品企業行動室

目 次（掲載順）

- FCP地域ランチの概要
- 和歌山ランチ
- 愛媛ランチ
- 栃木ランチ
- 岩手ランチ
- 山梨ランチ
- 三重ランチ
- 滋賀ランチ
- 島根ランチ
- 大分ランチ

※各ランチ資料毎にページ番号が付いています。

平成23年度 FCP研究会活動

活動パターン

【研究会】情報共有の場

①農林水産省の設ける研究・発表の場

消費者との対話のあり方

工場監査項目の標準化・共有化

商品情報の効率的なやり取り

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

②事業者の主体的な取組農水省が運営に関与

FCP普及・戦略

FCPアセスメント

地域
ブラ
ンチ

三重ブランチ

愛媛ブランチ

島根ブランチ

岩手ブランチ

和歌山ブランチ

山梨ブランチ

栃木ブランチ

大分ブランチ

滋賀ブランチ

地域の状況に
応じたテーマ
設定

FCP地域ランチの取組 ～地方公共団体の主体的な取組～

地域ランチ

- 各地で、FCPの仕組みを活用して、地域独自の課題に取り組み、地場の食品産業の活性化につなげる活動
- 都道府県から、独自のテーマ、手法での活動の提案を受け付け、農林水産省 FCP事務局が連携して活動をサポート
- 食品産業事業者の人材育成、経営コンサルティング、販路開拓、商品ブラッシュアップ、農商工連携など、それぞれの地域が重視する課題に関して、それぞれの地域のやり方で運営
- 平成23年度は、岩手県、三重県、愛媛県、和歌山県、山梨県、栃木県、大分県、滋賀県、島根県で地域ランチを立ち上げ。今後も、地域ランチ立ち上げを呼びかけ
- 地域ランチ間での情報共有や他の研究会活動との連動により、各地の活動のさらなる活性化を働きかける予定



FCP成果報告会

平成23年度FCP和歌山ランチについて

平成24年3月

和歌山県 農林水産部 農林水産政策局 食品流通課

平成23年度FCP和歌山 brunch の取組

テーマ：「食の安全・安心を伝える技術を磨く！」

平成22年度よりFCP和歌山 brunch を開催。今年度も県内食品関連事業者が約20社が参加し、セミナー形式で以下の項目について取り組んでいます。

- ・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を活用して自社診断(before)を行い、自社の「強み」「弱み」を確認。商談会で活用できる「**商談会シート**」を作成。ロールプレイによってコミュニケーション力強化をし、企業力アップ実践の場として、「**わかやま 県産品商談会in大阪**」に出展。最終回に自社診断(after)を行い、研究会参加の効果検証を行っています。
- 毎回テーマにそった講義を講師にお願いし、全員参加型のグループワークを中心に行っています。

第一回
平成23年5月25日

【講義】
・FCPとは？
・お客様視点に
たった企業経営と
は？

【グループワーク】
ベーシック16を使った
自社診断
(before)

第二回
平成23年7月29日

【講義】
・製造現場から見た
食の安全安心につ
いて

【グループワーク】
「FCP展示会・商談
会シート」裏面作成

第三回
平成23年11月9日

【講義】
・バイヤーにうった
える商談会シートの
書き方

【グループワーク】
「FCP展示会・商
談会シート」表面作
成

第四回
平成24年1月19日

【講義】
・表現力アップセミ
ナー

【グループワーク】
・商談ロールプレ
イ

第五回
平成24年2月9日

**わかやま
県産品
商談会
in大阪**

第六回
平成24年3月予定

【グループワーク】
・商談会参加を
振り返って

・ベーシック16を
使った自社診
断(after)・成
果検証



平成23年度 F C P 和歌山 brunch の取組①

第1回和歌山 brunch 平成23年5月25日

- フード・コミュニケーション・プロジェクトとは？
- 講義 食品企業の基本価値とは？ 東京農業大学 農山村支援センター 中山氏
- グループワーク「ベーシック16」を使った自社分析



グループワーク「ベーシック16」を使った自社分析

- 充実した商談会シートを作成するには自社の弱み強みを知ることが必要であることから、ベーシック16を用いながら、自社の取組を相手に伝えることの難しさを実感する目的でグループワークを行った。
- 出席者に2人一組のペアになってもらい、特にベーシック16の項目のうち、「お客様を基点とする企業姿勢の明確化」、「製造における取組」、「緊急時を想定した自社の体制の整備」に関して、相互インタビュー形式で自社診断を実施した。

参加者からの声

- 取り組んでいる内容をうまく伝えることが出来なかった。限られた時間の中で伝えることが難しいと感じた。
- 相手方の社員の意識向上に向けて努力されていることがわかった。
- 相手方の品質に対するこだわりや苦勞が伝わってきた。



平成23年度 F C P 和歌山 brunch の取組②

第2回和歌山 brunch 平成23年7月29日

- 講義「小売現場から見た食の安全安心について」京王百貨店 野口 喜弘氏
- グループワーク 展示会・商談会シート 裏面作成



グループワーク「展示会・商談会シート」裏面作成

- 作成にあたり、ベーシック16と「展示会・商談会シート」の関連について説明を行い、「展示会・商談会シート」の裏面について、昨年度、和歌山 brunch に参加いただいた事業者の商談会シートを例に説明を行った。
- 今回は、裏面の出展企業紹介の「メッセージ欄」、「製造工程」の項目について実際に作成作業を行った。
- 代表の事業者から発表を行い、その場で野口氏、中山氏よりアドバイスがなされた。

まとめ

- 商談会では、短い時間で効率的に自社の取組を伝えなくてはならない。それには、自社の分析を行い、何をどう伝えるか要点を整理しておくことが必要である。
- メッセージ欄は、どういう思いで商品づくりをしているかという会社としての考え方を記述して欲しい。商品特性と混同してしまわないよう配慮して欲しい。
- 製造工程は、原料の調達、加工、出荷までの流れを記載して欲しい。わかりやすく伝えるには、工程に沿って写真を載せることが効果的である。その際、野口氏からのアドバイスを参考に何を管理しているか自社の取組を表現して欲しい。
- 写真は、文字以上に伝わりやすい。伝えたいポイントは写真で示すと良い。



平成23年度 FCP和歌山 brunchの取組③

第3回和歌山 brunch 平成23年11月9日

- 講義「バイヤーを惹きつける商談の進め方」株式会社高島屋 野口 昌彦氏
- グループワーク1 展示会・商談会シート 表面作成
- グループワーク2 ロールプレイ



グループワーク「展示会・商談会シート」表面作成

- 「FCP展示会・商談会シート作成のてびき」を用い、説明を行った後、商談会シートの表面のポイントとなる「ターゲット」「利用シーン」「商品特徴」について作成作業を行い、作成後、県庁の担当者も加わり、4つのグループに分かれ、グループワークにてアドバイスをを行った。
- 商談会で伝えることが難しいということを経験してもらうために、各グループの代表者が講師バイヤーに対し、ロールプレイを実施した。

参加者からの声

- グループワークによって自分では、気がつかなかった「食べ方」「利用シーン」や「商品の特徴」に対するアドバイスをもらい、気づきを得ることが出来た。
- 短い時間で相手が知りたい情報を効率的に説明するのは難しいと感じた。



平成23年度 F C P 和歌山 brunch の取組④

第4回和歌山 brunch 平成24年1月19日

- 講義「展示会で有効なコミュニケーション方法」 社団法人日本能率協会 箱崎 浩大氏
- グループワーク ロールプレイ



グループワーク

- 商談会では限られた時間の中で明確に伝えることが重要であるため、3分間で伝える訓練を行った。その中で事前に必ず伝えたい3つのポイントを先に決め、ロールプレイ終了後にその3つのポイントが伝わっていたか確認しアドバイスをを行った。

参加者からの声

- 商談の練習が必要だと感じた。
- 一方的な説明になってしまい、バイヤーの反応を確認することや、要望を聞きだすことが出来なかった。
- いざ、言葉で伝えようとする、思っていることがうまく伝えられないということを実感した。
- バイヤー役をしてみて、聞きたいことを聞き出すのも難しいということがわかった。



平成23年度 FCP和歌山ブランチの取組⑤

第5回和歌山ブランチ 平成24年2月9日 商談会で実践！「わかやま産品商談会 in 大阪」

会場：OMMビル(大阪市天満橋) 来場者数：408名(過去最高) 出展社数：75社うちブランチ参加16社

- 商談会シートを活用し、いままでのブランチで学んだことを実践。
- FCP和歌山ブランチ参加社ブースを設け、「FCPエリア」として取組の紹介と商品PR

参加者からの声

- 何度もアドバイスをもらい、納得いく商談会シートができ活用できた。
- 製造工程や品質管理について質問があったがスムーズに回答できた。
- ロールプレイで学んだポイントを絞った説明やニーズを聞くことができた。
- 相手のニーズを聞くということも少し実践できた。



和歌山ブランチ参加事業者には、「商談会シートあります」というPOPをつけ、バイヤーにアピールし、FCP和歌山ブランチの活動について紹介。

FCP和歌山ランチ活動の成果

FCP和歌山ランチに参加いただいた株式会社石橋 紀州きのこ園(和歌山県)の竹中様にお話を伺いました。

Q.なぜFCPに参加しようと思ったのですか？

2008年きのこ栽培を始めたが、どこに出荷すれば良いのかわからなかった。商談会などにも参加したがなかなか上手くいかなかった。何か研修がないか探し回っていたところに県のホームページで「FCP和歌山ランチ」を知り、直ぐに社長に連絡し、参加することになった。最初は、他企業は実績がある企業なので「場違いな研修に参加したのでは」と思った。今後の販路開拓をどうすれば良いのか、自分がしなくてはいけない仕事は何なのか、それが知りたくて、手探り状態での参加でした。



株式会社石橋 紀州きのこ園
ガソリンスタンド事業がメインの事業であり、きのこ事業は、平成20年11月より開始。地域社会への貢献として間伐材を有効利用するきのこの栽培を始めた。きのこを収穫したあとの廃菌床は、堆肥となる循環型農業モデルを目指している。FCP和歌山ランチには、平成22年度より参加。

FCP和歌山ランチ活動の成果

③FCP展示会・商談会シート

グループワークで、他参加企業や講師より自分では気がつかなかった商品の良いところやターゲット、利用方法をアドバイスをもらい自分の納得できる文章にしていきました。商談会シートは出合った方からのアドバイスをいただく度に進化していく不思議なシートでした。ロールプレイで商談会の実践に向けた練習も勉強になりました。今では商談会シートを活用して商談を進めており、大阪三越伊勢丹様で、フェアに採用していただくなどの成果も出ています。

FCP展示会・商談会シート

商品特性と取引条件 記入日: 2011. 7

商品名(1):	「常の推賞」	登録期間(後継期間):	7日
販売したい時期(2):	周年		
主要原料(3):	和歌山県産		
標準価格(4):	200g		
1ケースあたりの数(5):	25 パック		
発着パッケージ(6):	5日		
1ケース			
追加 加工調理の条件(7):	冷蔵(14℃) 冷蔵(14℃)		
商品(8) 用途(9):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(10):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(11):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(12):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(13):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(14):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(15):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(16):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(17):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(18):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(19):	和歌山県産 和歌山県産		
ターゲット(20):	和歌山県産 和歌山県産		

製造工程 (農産水産品の場合は、生産工程) 等アピールポイント

品質管理情報

※(1)数字は、シート上の記載分。



大阪三越伊勢丹様での紀州きのご園椎茸フェア
パネルや、デジタルサイネージを用いて取組みを説明、惣菜
売場やイトインでも椎茸を使ったメニューが展開されました。



FOODEX JAPAN2011出展
商談会シートを活用し、商談会
で椎茸をPRしました。

FCP展示会・商談会シート

(株)石橋様がFCP和歌山ランチで作成したシートを平成23年度「企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進に関する研究会」でシートについて議論しました。

- ・ターゲットが明確である
- ・こだわりや差別化のポイントが明確である
- ・メッセージから事業への姿勢が伝わってくる
- ・製造工程が見やすくわかりやすいなどが良いとコメントをもらいました。

FCP和歌山 brunchの今後の展開

～和歌山県の目指す方向性～

「売れる商品づくり」と「企業力アップ」

- 作りたいものでなく売れるものを！
- 品質管理の篩に落ちない！

- ★県内事業者・生産者の意識改革とレベルアップを目指す
- ★そのためにFCPの理念・ツールを効果的に活用
 - 現在実施している研修メニューを見直し、体系化して実施

平成24年度 FCP和歌山 brunch実施計画(案)

ベーシック16

…消費者の信頼向上に向けた取組

品質管理(新規)

…工場監査項目研究会のノウハウを活用

商品企画(新規)

…県主体で実施

商談会シート

… FCPツール活用

変更点

- ・参加事業者が自身のニーズにあわせ研修メニューを選択(新たに品質管理、商品企画を追加)
- ・一部のメニューは個別指導も実施

メモ