

●【第3セッション】今後のFCPの発展方向について

登壇者：中嶋 康博 東京大学食の安全研究センター 副センター長
杉浦 嘉彦 株式会社 鶏卵肉情報センター 代表取締役社長
田井中 慎 株式会社 4CYCLE 代表取締役
塩谷 未知 青森中央学院大学 経営法学部 教授
中山 幹生 東京農業大学 農山村支援センター 学術研究員
神井 弘之 農林水産省 食料産業局 企画課 食品企業行動室長

まず、食品企業行動室長の神井からFCPのこれまでの活動の振り返りとして、「FCP 20XXの姿（<http://www.food-communication-project.jp/future/>）」の食品事業者の場合に沿って、今までの取組と今後の課題についてご紹介した。

次に、各研究会・地域ランチのファシリテーターである杉浦様、田井中様、塩谷先生、中山様にご登壇いただき、地域ランチや今後の標準化活動への期待などについて意見をいただいた。

その後、会場からも意見をいただき、最後に、中嶋先生から総括コメントをいただいた。

概要は以下のとおり。

○ FCPのこれまでの活動の振り返り <食品企業行動室長 神井>

- ・ FCP は多くの皆さんにご参加いただいております。持続性を大切にしなければならないプロジェクトであるということを前提に、大きな目標達成までは遠い道のりではあるが、理想像に着実に近づけていけるように皆さんと情報共有しながら進めるよう心がけてきた。
- ・ 「FCP 20XXの姿」は、FCPの目指す社会像、近未来像を具体的に示したものである。第3セッションでは、この「FCP 20XXの姿」の「食品事業者の場合」に沿って、これまでに実現できたことと、これから実施していくテーマとして残っていることを紹介していく。
- ・ ①の「チェックシートを活用して、業務全体を振り返る」については、「ベーシック16」がこれに近いものと考えている。岩手ランチの緊急雇用対策で企業の強み弱みを分析するのに活用された例もある。
- ・ ②の「研修プログラムを活用して職員の資質を向上」については、2年目にパート・アルバイト向けのプログラムが開発された他、東京大学の中嶋先生のところでも、大学生や大学院生を対象としたインターンプログラムの検討を行っていただいている。地域ランチでも研修プログラムが様々な形で展開されている。
- ・ ③の「取引先、お客様への情報提供の一環としてホームページの構成を『協働の着眼点』ベースで見直し」については、FCPのホームページで「ベーシック16」の具体例を掲載できるようになっている。現在中小企業を中心とした30~40社の取組内容が掲載されている。
- ・ ④の「取引先の量販店、百貨店の工場監査に効率的に対応」については、「工場監査項目の標準化・共有化研究会」のメンバーが試行していただいている。一部で活用が広がってきている。面的な広がりはこのからの課題である。今年度作成した工場監査シートの自動生成プログラムの活用等で普及が期待できるのではないかと考えている。
- ・ ⑤の「商談会の場を活用して、新規販路を効果的に開拓」については、一番実用

が進んでいると考えている。昨年度取ったアンケートでは、バイヤーさんの認知度が2割程度だったが、今年度では7割に向上しているなど普及が進んでいると考えている。

- ・ ⑥の「メインバンクとかけあい、販路拡大に伴う施設整備を実現」については、業務格付けを試験的に行ってもらったことはあるが、ビジネスになっているかという点はまだできていない。なお、今年度のFCPアセスメント研究会では、ABL（動産・債権担保融資）で動産の担保評価をするときに、業務上のリスクをFCPの仕組みを使って評価できないか議論してもらった。
- ・ ⑦の「県からの表彰や業務格付けの結果をプロモーションにも活用」については、まだできていない部分である。これから優良事例を集めて、皆さんに広く知ってもらうためには有効な手段になるため、今後検討の必要があると考えている。
- ・ ⑧の「FCP賛同企業で作る「ベストプラクティス研究会」に参加、消費者の信頼を確保する最先端のノウハウを学び、取り入れる努力を継続」については、まだ実施できていないが、中間報告会や成果報告会がこれに当たると言えるかもしれない。また、各ブランチの活動内容の報告と意見交換を行う都道府県意見交換会も行っている。具体的なツールができてきて、それを活用していただき、その情報を双方向で情報交換していく場があると良いと考えている。
- ・ ⑨の「消費者との対話を『協働の着眼点』を活用して実施」については、今年度の「消費者との対話のあり方研究会」で、ダイアログ・システムを使って自らのコミュニケーションを振り返っていただいた事例が13個できた。これは、地方の中小企業の方々にも参考としていただけるように、情報を開示していただくようお願いして作ってもらったものである。
- ・ 現時点での評価としては、「思ったより具体化が進んだ」とか「まだまだこれからだ」とか色々あると思うが、これらの活動を具体化し、連動させていくことで、FCPの目的である消費者の信頼確保等につなげていきたいと考えている。また、この4年間の活動が当初考えていた内容に収まっているかということそれだけではない。当初の想定よりも皆さんにいただいたアイデアは幅広く、ビジネスチャンスにつながりうるものが多いと受け止めており、もっと広がっていく余地があると考えている。
- ・ 「FCP 20XXの姿」には、「食品事業者の場合」だけでなく、「消費者の場合」もある。こちらは、一部ダイアログで実現しているが、まだ道半ばの状況であり、今後の課題となると考えている。

○ 各研究会・地域ブランチのファシリテーターからのご意見

<東京農業大学 農山村支援センター 中山様>

- ・ 地域ブランチは相互連携の中で生まれた。「ベーシック16」や「商談会シート」は、できた当初はそれぞれバラバラな状態だった。愛媛県で最初に「ベーシック16」を事業者の皆さんに書いてもらうプログラムをやったときに好評を得られた。また、三重県では、経営品質向上活動として経営者が自社を振り返るというプログラムの導入部分では「ベーシック16」と似たことをやっており、それとすりあわせて中小企業の皆さんに「ベーシック16」の記入をやってもらうというプログラムに改良した。「商談会シート」のプロトタイプができたときに、三重県で取り組んでみたが、事業者さんがうまく「商談会シート」を書けなかった。どのように書けばよいのか教えながら、どこが書けないのかということを学んできた。

その経験を踏まえて、和歌山県では、「ベーシック 16」と「商談会シート」を組み合わせることにして、現在やっているランチのプログラムの原型ができた。これを今年度マニュアル化して、どこでもこのプログラムを活用できるようになった。

- ・ ランチなどで事業者の集まりを続けていくと、ネットワークができてくる。6次産業化を進めていくときなどにもこのネットワークは活用できるのではないか。
- ・ 「商談会シート」のプログラムをやるときには書き方を教えてくれる人が必須である。現在はこれを農水省のFCP事務局でやってくれているが、ランチがこれ以上広がった場合、対応が困難になる。この問題に対応するためにも、愛媛県の普及指導員向けに行われたプログラムを洗練させて展開していければよいと思う。

<青森中央学院大学 塩谷先生>

- ・ 青森県ではランチはまだ立ち上がっていないが、商談会シートについては普及が進んできている。展示会に出展した事業者さんが商談会シートを一度使っていただくと、その良さに気づき、他の展示会でも使っていただけしている。
- ・ 岩手県では大震災が起きて以降、いくつかの事業を訪問してみたが、各企業がどのように会社を復旧・復興させていくか考えるときに、「ベーシック 16」や「協働の着眼点」が参考とされている。それは「ベーシック 16」や「協働の着眼点」を読むことで、会社のコンセプトなどが固まってくるためである。
- ・ 中間報告会では、岩手県の取組を紹介し、その中でコミュニケーションが大事であるということを行ったが、これについて三重県が関心をもっていたと、先日三重県の人材育成プログラムでも岩手県の取組を紹介させていただく機会をいただいた。
- ・ 「商談会シート」が普及してきているが、「ベーシック 16」を書いてみると、ここが抜けているなど「気づき」になると思う。

<株式会社鶏卵肉情報センター 杉浦様>

- ・ 「協働の着眼点」の立ち上げ当初から関わってきた。最初はメーカー・卸売・小売でそれぞれグループを分けて募り、衛生管理について協働で考えるポイントは何かをお互いに出してもらったが、参加者からは事業者間や国への不信感が伝わってきた。農水省がFCPを立ち上げると聞いて、また何か新しい基準ができるのか不安感を持った方もいた。これが4年経って変わったなと感じている。今この瞬間にも、Facebookでは、次の発表は誰だとか、さっきの発表は良かったとかこの会場の参加者の皆さんがコミュニケーションを取り合っている。4年前には全く想像もできなかった姿である。こうした人間関係が功を奏したのか、昨年の大震災の後に様々な問題が生じたが、情報共有してお互いに助け合うということが実例ででてきた。こういうことがフードチェーン全体の信頼構築につながるのかなと考えている。
- ・ 「工場監査項目の標準化・共有化研究会」や「商品情報の効率的なやり取りに関する研究会」では、まだツールがそろったばかりである。今年度は、島根、愛媛、滋賀のランチの一部分を担当し、「商談会シート」の書き方について話したが、事業者の皆さんが悩んでいるのは工場の現場のことだった。「商談会シート」を書いてはみたが、品質面でこれでいいのか不安に思っているようだった。

こういった面でも「FCP共通工場監査項目」や「FCP商品情報の管理体制項目」が活用できるのではないかと肌で感じた。今後は、ランチだけではなく、皆さんの取引先関係でも事例をどんどん出していただければと思う。

- ・ 標準化という観点から言えば、世界ではGFSI（Global Food Safety Initiative）というグローバルな食品安全の規格の統一化の動きがある。FCPとGFSIはどのようにリンクしてくるのか聞かれることも多い。GFSIは国内では小売やメーカーから要求を突きつけられているような印象で受け止められているが、実際に世界会議に参加すると協働で議論して組み上げていくというような丁寧な議論もやっている。そういう意味ではFCPの精神とも相通じるところがあると感じている。どこでこれが接点をもつのかはまだ見えていないが、FCPも海外展開していくような標準化の方向もあってよいのではないかと考えている。特に「協働の着眼点」は、倫理観など日本人の大切にしている価値観を提唱しており、そういう文化（フード・コミュニケーション・カルチャー）を海外発信できるような標準化の取組を期待している。

<株式会社4CYCLE 田井中様>

- ・ 消費者対話で各企業内で実現出来たらよいと思うのが、新入社員研修である。新入社員は、入社前までは高校生、大学生など一般の消費者である。こうした人たちが逆に食を提供する企業側に回るタイミングでFCPのことをキチンと理解し、自分たちの仕事がどういう役割をもっているのかを学んでいける対話型プログラムがあると良いのではないかと考えている。
- ・ 企業の中で新入社員と先輩社員、あるいは新入社員と消費者の方々が一緒になって議論するというのも良い機会になるのではないかと。例えば新入社員の話を聞きながら、この企業はなぜこの人を採用したのかということを考える機会を持つことで消費者もその企業のことが理解できるようになるし、企業の側も社会人1年生に対してこれから自分たちが向かっていく先を示すことができると考えている。
- ・ もう一点、これからのネットワーク型ビジネス社会ということ考えたときに、一人の消費者を様々な企業がシェアしている状況にあると言えるのではないかと考えている。各企業の個別活動はこれまでに聞いてきたが、そういう観点に立って企業間連携でダイアログをやってみるというアプローチがあってもよいと考えている。その他、地域ランチ同士でもダイアログをやってみるなど地域間連携というアプローチがあってもよいと考えている。

○ 会場からのご意見

<株式会社高島屋 曾山様>

- ・ 「店舗のメディア化実験」の課題であり、疑問であったのは、高島屋という箱の中でやった場合に、高島屋という企業のブランドとの関係性をどう捉えるかという事がある。25%の方が「高島屋がやっているから信頼できるとはならない」と回答していたのが印象的で、お客様からすれば、百貨店業は場所貸しだという意識があるのかなと思った。つまり、高島屋としても企業の取組を伝えていく場面であったはずだが、お客様からすれば、そういう認識がされていなかったということである。
- ・ POPは、新鮮な手法も取り入れて、目立って視認性の高いものだったが、結

局うまく伝わっていない点もあった。企業メッセージの伝え方は本当に工夫が必要でしっかりやっていかなければならないと感じた。

＜株式会社ぎゅーとら 伊藤様＞

- ・ 「店舗のメディア化実験」では、弊社の場合は地元では名前の通ったローカルブランドのメーカーを対象に、商品・企業の取組の見える化を行っていただいた。地元のメーカーは自社の商品をいいものとは言いが、それを文章化したり表現したりといったことは苦手である。POPを作るときは、メーカーからの意見の他にも、弊社で働いているパートナーさんからも意見を聞きながらやった。
- ・ 中嶋先生の発表の中で、大内山酪農の信頼度が高いというデータが出てきたが、地元の企業ということで、工場・牧場が開放されていたり、三重県の学校給食の牛乳の60%のシェアを占めていることから知名度が高い。実験でもPOPで「学校給食で親しんだ」という表現をしており、そういうことがデータに出てきたのではないかと思う。

○ 総括コメント ＜東京大学食の安全研究センター 中嶋先生＞

- ・ FCPでツールを作るに当たっては、オープンアーキテクチャで作っていただきたいとお願いしてきた。皆で知恵を出し合って、柔軟な発想で改善していくことである。今日話を聞いていて、正にその枠組みで進んできたなと感じた。
- ・ 消費者が変わってきていること、Facebookやtwitterなど情報関係の環境が変化していること、海外との関係性を新たに見直さなければならないということ、この3点が発足当初から相当変化している。そういった変化を取り入れて柔軟な変化を追求していかなければならないと考えている。
- ・ それから農業をFCPの枠組みで考えていただきたいと思っている。原料を供給するところで何をやっているのかということに対する消費者の関心は高いのではないかと思う。また、原料にこだわるのが商品力の向上にもつながると思うので、農業で使えるような仕組みを考えていただきたい。
- ・ 最後に、「信頼」という問題である。この取組の最初には偽装問題があって、それに対して消費者が不信感を抱いていたことが産業としての閉塞感を生み出していたという問題意識があった。そういう意識で取り組みながら、中間報告会でもご紹介した「懸念の玉突き構造」でその問題を見える化するなど、ソリューションとしての信頼向上を考えてきた。そうしたときにネガティブなことだけでなく、ポジティブな部分でも「信頼」の役割があることに気づいた。今までは、「信頼」の取組は守るためのものだったが、攻めるための取組も考えていきたい。

以上

フード・コミュニケーション・プロジェクト(FCP)の4年間の活動の歩み(抜粋)

年(年度)	月	内容	
2008年度	平成20年度	6	キックオフイベント開催(6月4日)、情報共有ネットワーク募集開始 メールマガジンFCP通信開始(6月13日～)
		7	協働の着眼点の作業グループを開催(延36回)
			情報共有ネットワーク加入数100達成
		11	「企業行動の情報発信研究会」「アセスメント研究会」「地域活性化研究会」の立上げと活動開始
		2	情報共有ネットワーク加入数200達成
	3	協働の着眼点(第一版)決定	
2009年度	平成21年度	4	平成22年度FCP事業者説明会開催(農林水産省)
		5~	企業行動の情報発信研究会と3つのテーマ別分科会 ①「失敗から学ぶ情報発信のあり方」 ②「マスメディアとの意見交換のあり方」 ③「消費者との対話のあり方」
		5~	アセスメント研究会と3つのテーマ別分科会 ①「工場監査項目の標準化共有化」 ②「商品情報の効率的なやりとり」 ③「フード・コミュニケーション企業行動マネジメント規格の策定」
		5~	地域活性化研究会と2つのテーマ別分科会 ①「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」 ②「地域ランチ」
		6	FCP岩手ランチ設立会議開催(地域ランチの先駆けとして)
		8	FCP三重ランチ立ち上げ
		7~	FCP最新ニュース(ホームページ上のブログ)開始
		7	コンセプトブック「食への信頼はこう創る!」発刊(7月15日)
		11	「ベーシック16」を公開
		12	FCP愛媛ランチ立ち上げ
		1	情報共有ネットワーク加入数500達成!
		2	FCP成果報告会(2月24日:東京大学 弥生講堂)
			FCPのキャッチフレーズ、ロゴマークを策定 FCP基本理念、行動指針を策定
		3	FCP和歌山ランチ立ち上げ
			『FCPダイアログシステム(第一版)』とりまとめ
			『FCP工場監査共通項目(第1.0版)』とりまとめ
			『FCP展示会・商談会シート』とりまとめ
	フードコミュニケーション企業行動マネジメント規格 発行(横浜商科大学・地域産業研究所)		
2010年度	平成22年度	4	平成22年度FCP事業者説明会開催(農林水産省)
		6~	平成22年度「消費者との対話のあり方研究会」開催
		6~	平成22年度「工場監査項目の標準化・共有化研究会」開催
		6~	平成22年度「アセスメント研究会」開催
		7~	平成22年度「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」開催
		7~	平成22年度「商品情報の効率的なやりとり研究会」開催
		7~	平成22年度「FCP普及戦略研究会」開催
		11	FCP中間報告会(11月8日:東京大学 弥生講堂)
			都道府県意見交換会(11月9日:農林水産省)
			『FCP共通工場監査項目に関する要求水準及び監査手法』とりまとめ
			『FCPダイアログ・システム(第一版) 作業シート』とりまとめ
	FCP成果報告会(3月8日:東京大学 弥生講堂)		
	都道府県意見交換会(3月9日:農林水産省)		
	FCP大分ランチ立ち上げ		
2011年度	平成23年度	5	平成23年度FCP事業者説明会開催(農林水産省)
		5	FCP栃木ランチ立ち上げ
		6~	平成23年度「工場監査項目の標準化・共有化研究会」開催
		6~	平成23年度「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」開催
		6	拡大研究会「震災後の消費者意識変化へ対応について」を研究会の垣根を越えて開催 以後、平成23年度「消費者対話のあり方研究会」開催
			情報共有ネットワーク加入数1000達成!
		7~	平成23年度「FCP普及戦略研究会」開催
		7~	FCP島根ランチ立ち上げ
		9	食料産業局 企画課 食品企業行動室設置
		9	都道府県意見交換会(9月8日:農林水産省)
			FCP中間報告会(9月9日:東京大学 弥生講堂)
		11~	FCP滋賀ランチ立ち上げ
		11~	FCP山梨ランチ立ち上げ
		11	『FCP展示会・商談会シート作成の手引き』とりまとめ
		2	平成23年度「アセスメント研究会」開催(2月16日)
3	都道府県意見交換会(3月1日:農林水産省)		
	FCP成果報告会(3月2日:東京大学 弥生講堂)		