

● FCP中間報告会

- 日時 平成 23 年 9 月 9 日 (金) 13:30～
17:15
- 会場 東京大学弥生キャンパス(弥生講堂
一条ホール・アネックスセイホクギャラ
リー)
- 主催 農林水産省
- 共催 東京大学大学院農学生命科学研究
科 食の安全研究センター／アグリコ
クーン
- 参加者 152 名



議事次第

【第 1 部】 [13:30～15:10] 於：弥生講堂 一条ホール

1. 主催者挨拶

針原 寿朗 農林水産省 食料産業局 局長

2. 食の信頼確保をめぐる消費者の意識～FCP 普及・戦略研究会の
検討状況について～

中嶋 康博 東京大学食の安全研究センター 副センター長

3. 地域の食産業の活性化について(地域ランチとの連動)

岩手県

三重県

和歌山県

愛媛県

大分県

栃木県

滋賀県

【第 2 部】 [15:30～17:15] 於：弥生講堂 一条ホール

1. 各研究会からの検討状況報告

- ・ 工場監査項目の標準化・共有化研究会について
- ・ 商品情報の効率的なやりとり研究会について
- ・ 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について
- ・ 消費者との対話のあり方研究会について
- ・ アセスメント研究会について

2. 各研究会間の今後の連動と発展の方向に関するディスカッション

※各研究会の参加事業者やファシリテーターによる、研究会間の情報共有と横連携の方向についてのパネルディスカッションを実施

3. 統括コメント

中嶋 康博 東京大学食の安全研究センター 副センター長

4. 閉会挨拶

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

 [中間報告会案内状・申込用紙はこちら\(WORD/約 183KB\)](#)

報告会概要



農林水産省 食料産業局 針原局長

フード・コミュニケーション・プロジェクトでは、9月9日(金)に本年度のプロジェクトの取組について、中間報告会を東京大学弥生キャンパスで開催いたしました。



食の安全研究センター 中嶋副センター長

第1部では、まず、主催者である農林水産省食料産業局の針原寿朗局長から、新設された食料産業局の紹介や、FCPの取組で食品産業が発展していくことを期待する旨のご挨拶をしました。

続いて、共催者である東京大学食の安全研究センターの中嶋康博副センター長から、「食の信頼確保をめぐる消費者の意識 ～FCP普及・戦略研究会の検討状況について～」というテーマで、昨年度実施した食の事件・事故の風評被害等に関する影響評価に関する研究内容についてご講演いただき、消費者の不信の連鎖を断ち切るためのFCPの活用可能性等についてお話をうかがいました。

その後、各地域で主体的にFCPの仕組みを用いて食産業の活性化等に取り組む「地域ランチ」の開催県9つのうち、岩手県、三重県、和歌山県、愛媛県、大分県、栃木県、滋賀県のご担当者様にご登壇いただき、各地域ランチの取組についてご紹介いただきました。

第2部では、まず、「消費者との対話のあり方研究会」、「工場監査項目の標準化・共有化研究会」、「商品情報の効率的なやり取りに関する研究会」、「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」の活動内容や進捗状況が報告されました。具体的には、各研究会での建設的な意見交換をサポートしていただいているファシリテーターである(株)鶏卵肉情報センターの杉浦様、(株)4CYCLEの田井中様から、今年度の活動内容や進捗状況についてご報告いただいた後、現在活動準備中の「FCPアセスメント研究会」の主催者である横浜商科大学地域産業研究所の加藤様から、FCPの仕組みを活用したABL(Asset Based Lending: 動産を担保とした資金調達手段)の可能性に関する調査等についてご報告いただきました。

続いて、神井食品企業行動室長を進行役として、中嶋副センター長、杉浦様、田井中様、各研究会の参加者の代表である(株)明治の森田様、(株)ローソンの三森様、キューピー(株)の堀池様、(社)日本能率協会の箱崎様にご登壇いただき、パネルディスカッションを行いました。ここでは、各研究会で連携し、いかにFCPの相乗効果を発揮していくか、地域ランチでの具体的な展開も取り上げながらご議論いただきました。

最後に中嶋副センター長に総括の言葉をいただき、神井室長から閉会挨拶を行いました。

概要報告・資料

	概要報告
第1部	・ 主催者挨拶
	・ 食の信頼確保をめぐる消費者の意識～FCP普及・戦略研究会の検討状況について～ ・ 地域の食産業の活性化について(地域ランチとの連動)
第2部	・ 各研究会からの検討状況報告 (1) 工場監査項目の標準化・共有化研究会について (2) 商品情報の効率的なやりとり研究会について (3) 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について (4) 消費者との対話のあり方研究会について (5) アセスメント研究会について
	・ 各研究会間の今後の連動と発展の方向に関するディスカッション
	・ 統括コメント
	・ 閉会挨拶

基調講演「食の信頼確保をめぐる消費者の意識～FCP普及・戦略研究会の検討状況について～」

中嶋 康博 東京大学食の安全研究センター 副センター長

- ・ 東京大学大学院農学生命科学研究科食の安全研究センターとして、「普及戦略研究会」に参加し、FCPの効果測定と普及プログラムの開発を行なっている。
- ・ その研究の基盤となるのは、農林水産政策研究所からの受託事業「新たな食の信頼向上活動の効率及び政策支援の有効性に関する研究」であり、その中でFCPの有効性を検証している。
- ・ その枠組みとしては4つの柱があり、「食の信頼回復・向上のためのシステムの開発と評価」、「消費者との対話手法の開発と評価」、「食の事件・事故の風評被害等に関する影響評価」、「食の信頼論」である。それらは大きく分けると、前者2つはミクロの効果とされる「食の信頼向上の事業効果」、後者の2つはマクロの効果とされる「食の信頼向上の社会効果」として分類される。
- ・ 今回は、そのマクロの効果の「食の事件・事故の風評被害等に関する影響評価」における昨年の研究内容と今後の展望についてと、その中でFCPにどう作用するかに関しての報告をする。
- ・ 2007年から、食品に関する様々な問題・不祥事が発生して、食品への不信感が拡大した。フードシステムの信頼を向上させるためには個別企業の信頼向上を積み重ねることが重要であるが、それを後押しするのがFCPである。そうした意味でFCPの社会的、経済的、政策的効果は何かを解明することが、今回の研究のミッション。そしてそのFCPの効果を把握するためにはそのフードシステムの低下という問題を定義化して定量化する必要がある、それを今回、「懸念（不信）の玉突き構造」として紹介する。

○食の信頼確保をめぐる消費者意識

- ・ 「食の信頼確保をめぐる消費者意識」として14,000人以上の消費者に①風評被害推定のための意識調査（懸念の玉突き構造）と②食品事故等をめぐる意識、というテーマでアンケートを実施。
- ・ まず、「信頼できない食品とその理由」についてアンケートを実施。結果、「信頼できない食品」の1位が「特にない」で約5,000人であったが、2位に約1,800人が「全ての食品」と答えている。3位以降は個別の食品だが、それらは過去に不祥事等の問題のあった分野が多かった。また「信頼できないその理由」に関しては「利用している原材料」「下請けの製造元」が多かった。
- ・ 次に「一般的信頼」というアンケートを実施。これは「人に対して信頼しているかどうか」といった、「信頼学」に基づく研究で、今回の対象者にそのアンケートを実施し、結果をクラスター分析にかけて、対象者を、高信頼、中信頼、低信頼に分類した。
- ・ 「高信頼」に分類される人とは、人間性（誰が信頼できるか）の検知能力が高く、他人への共感能力が高い人。「低信頼」は関係性（誰との関係が安心できるか）の検知能力は高く、他人への共感能力が低い人。今回の調査では、女性の方が「高信頼」の割合が高く、年齢、所得が高い方にも「高信頼」が多いことが分かった。
- ・ この「一般的信頼」と「食品への信頼」の関係は、女性や、年齢階層が高いほど「一般的信頼度」と「食品への信頼度」とが高くなるが、「一般的信頼」は所得が高まるほど信頼度が高い傾向にあるものの、「食品への信頼」では同様の傾向は見られないなどが確認できる。
- ・ その結果を受けて、再度先ほどの「信頼できない食品とその理由」の回答を、食品分野別にみたところ、低信頼グループは信頼できない食品に「すべての食品」を挙げるケースが多く、高信頼グループは「すべての食品」をあげるケースは少ないことがわかった。また「その理由」に関して、低信頼グループは「経営者」や「従業員」をその理由にあげる傾向がみられた。
- ・ さらに「事件事故をきっかけに確認するようになった項目」、「事件事故発生時の能動的情報収集先」「虫混入時/後の対応」、「製品回収・販売再開後の対応」などを調査した結果、それぞれ、低信頼グループは、ネット、ブログでの情報収集が多い、高信頼グループほど、回収/販売再開後、購入再開までの期間が短い、「不適切な原料の利用」が回収原因の場合、いずれの信頼グループで

も購入再開の意思がない人が6割を超える、などが注目された。

○「懸念の玉突き構造」研究の紹介

- ・「〇〇品目」の「大手メーカー」が、「△△という事案」という問題を起こしたとして、「□□品目」の「中小メーカー」が同じような問題を起こすと思いますか？という質問をした。
- ・それを、「全くありえない」「あまりありえない」「どうだかわからない」「少し心配」「とても心配」の5肢で回答してもらう。品目は、食肉加工品や冷凍食品など12品目で、対象を大手、中小、零細の3階層として設定し、合計で36部門を用意。事案は「不適切な原材料を利用する」「従業員のミスで衛生上の事故がおこる」「賞味期限やアレルギー物質含有などでの表示ミスをする」の3つ。
- ・以上の3事案別に36部門相互の間で不信が別の部門に連鎖しないか、つまり不信の玉突き構造がないかどうかを「有向グラフ」で5段階評価を行なった。「全くありえない」が一番低い1、「とても心配」が一番高い5となるような5段階で点数化し、一つの部門が何か問題を起こしたときに他の部門を「巻き込む」または「巻き込まれる」のかを検証した。
- ・その結果、不信の度合いは、「巻き込み度」、「巻き込まれ度」とも、どの事案、品目、階層に対しても、男女での大きな差はなく、年代別では20代が低く、30代・40代が高いことがわかった。また、品目別では食肉加工品、水産加工品、弁当惣菜が高く、「巻き込まれ度」は零細企業が高く、「巻き込み度」は大手企業が高いということがわかった。
- ・先ほどの「信頼学」の分類でこの研究で見ると、その差は歴然としていて、高信頼グループは「巻き込み度」「巻き込まれ度」とも低く、低信頼グループはそのどちらも高いことがわかった。また前述の12品目同士（ネットワーク分析）で見ると影響があるか、ないかに関しても、高信頼グループはひとつの品目が何か問題を起こしても他品目に影響しない（巻き込まれない）のに対し、低信頼グループはひとつの品目に問題があると他品目にも影響（巻き込んでいく）するという結果が見られた。
- ・以上のことから、政策効果を考えたときに、FCPを導入してワクチン接種をするという考え方ができる。あるウイルスなどがある企業に感染し不信が広がった時に、そのウイルスの感染元にワクチン（FCP）を接種する。または、途中のネットワークにワクチン（FCP）を接種することで、連鎖から切り離され「巻き込まれなくなる」「巻き込まなくなる」ということが出来るのではないかと考えられ、今後そのアプローチで研究を進めていく。

○まとめ

- ・まず懸念の中心となっている業種が判明した。そこがFCPの対象になる。また先ほどのワクチンの例から、FCPが不信の拡散を効果的に防御できる可能性が見えた。
- ・研究から考えることとしては、高信頼の消費者に対する情報提供、低信頼の人々との不信の連鎖を断ち切る、低信頼の人を高信頼の人へ転換していく、などがあげられる。
- ・明らかになってきた課題として、フードシステム全体にわたる食への不信感、信頼をめぐる多様な消費者がいて、それぞれ意識の違いがある。信頼回復のために行う行動と発信すべき情報の内容、情報発信の手段・手法などが挙げられ、フードコミュニケーションとして単なる食品表示ではなく、ダイアログなどの手法で再構築していくことが考えられる。

<地域の食産業の活性化について（地域ランチとの連動）>

岩手県、三重県、和歌山県、愛媛県、栃木県の各ランチから今年度の活動についてご報告をいただいた。また、今後セミナー等の具体的な取組をおこなう予定の大分県、滋賀県の各ランチは考え方と計画についてご説明いただいた。

概要は以下の通り。

（岩手県）

- ・ F C Pのツールを活用した見える化と、消費者、取引先、ビジネスパートナー、金融機関、行政との協働によりランチを進めている。
- ・ いわて6次産業化支援センターと連携を図り、情報の共有化や6次産業化に取り組む農林水産者等に対する支援をおこなうとともに農林水産業者と県内食品加工業者間とのネットワークづくりを推進している。
- ・ F C Pの概念を震災復興の基盤として取り組み、推進していきたい。復興は少しずつ進んでいるが、製造した商品が震災前のように売れるのか不安である。商品の販売という面でも、皆さまの協力を頂きたい。

（三重県）

- ・ 本年度も、お客様の信頼獲得の基礎となる「優れた経営の仕組みづくりを考える」ために、グループワーク主体の食品企業トップセミナーを実施した。
- ・ 本年度からの新たな取組として、品質確保や商品づくりへの取組について気づきの機会とするとともに伝達力の向上を図るために、F C P展示会・商談会シート作成研修を実施した。
- ・ 今後は、意欲的な食品企業のネットワークを構築したい。ネットワークの構築により、食を通じた地域力等を醸成できると考えている。

（和歌山県）

- ・ 本年度は、「食の安全・安心を伝える技術を磨く！」をテーマとして、「伝える技術・コミュニケーション力のスキルアップ」と「食品事業者同士のコミュニティ作りにF C Pを活用」することを重点的に取り組む計画。
- ・ 1回目はベーシック16を使った自己診断をおこない、2回目では展示会・商談会シートのB面の作成をおこなった。
- ・ 今後は、「わかやま産品商談会in大阪」での実践を目標に、バイヤーのニーズをつかんで自社商品をPRできるスキルを学ぶ研修をおこないたい。

（愛媛県）

- ・ 本年度は、「ビジネス力向上実践講座」「普及指導員指導者養成講座」の2本柱でランチをすすめている。
- ・ 「ビジネス力向上実践講座」は、本年8月の「アグリフードEXPO東京」に向け、展示会商談会シートを作成する研修会を3回おこなった。本年度後半は、来年の「アグリフードEXPO」「フーデックスジャパン」を目標に、展示会商談会シートの実践講座をおこなう予定。
- ・ 本年度の新たな取組として、地域農業者のレベルアップによる所得向上を目的に、展示会商談会

シート等の「書き方」「伝え方」が指導できるスキルを向上させる「普及指導員指導者養成講座」をおこなうことを考えている。

(大分県)

- ・地域活性化、地域産業振興を目的に、FCPをプラットフォームとして活用し、「流通別の課題解決」、「安全・安心、経営品質向上」、「The・大分ブランドの確立、認知」を図りたいと考えている。
- ・プラットフォームであるFCPを認知してもらうためには、比較的わかりやすい展示会商談会シートからスタートする予定。
- ・展示会商談会の実践の場として、「大分県求評商談会」「こだわり食品フェア」「フードデックス」のいずれかを利用したいと考えている。

(栃木県)

- ・県内事業者の企業力や商品力の向上を図ることを目的に、FCP展示会商談会シートの作成と商談の実践を中心に研修会をおこなっている。
- ・本年度は、8月のアグリフードEXPOを目標に、4回の研修会をおこなった。アグリフードEXPOへは8企業が参加した。
- ・「とちぎのいいもの」販売推進事業における商品紹介のために、FCP展示会・商談会シートを活用した商品リスト作成を目指しており、現在30社166品目が集まっている。

(滋賀県)

- ・昨年まで県としては、地域性、独自性が高く、他県、他地域から容易に追従されない農水産物を重点素材として位置づけ、需要を喚起するための情報発信等の取組をおこなった。
- ・本年度は、重点素材のほかに地域名のついた品目素材「地域素材」も加え、生産者（団体）自らが販売促進活動をおこなえるよう計画をしており、そのためのツールとして展示会商談会シートを活用したいと考えている。

(ファシリテーター塩谷氏のコメント)

- ・ランチの立ち上がり当初は、商談会と商談会シートを結びつけ、メリットが出やすいところからスタートし、研修会等をやりながら、同時に考えながら、深く進めるというランチが多い。
- ・ランチに参加して頂いたアドバイザーの方たちのご協力が、ランチを始めるときの起爆剤となり、一気に加速し進んでいる。

●滋賀ランチより、立ち上げる上で困っていることについて質問があった。

(滋賀県の質問)

先行している各県様のランチでは前向きに参加している食品事業者を対象にしているが、滋賀県では重点的に取り組む素材を決めて、その素材の生産者を対象にしている。素材の生産者に対して、FCPに取り組む意味を伝えるのが難しいと思っているが良い方法があれば教えて欲しい。

(和歌山県の回答)

重要なのは、対象者の業種ではなく、消費者の安全・安心である。安全・安心については、一次産業も二次産業も三次産業も同じなので、安全・安心の取組であることを説明するのが良いと思う。

(ファシリテーター中山氏のコメント)

ベーシック16と展示会商談会シートをつなげてセミナーをおこなうことで、安全・安心が重要であることが理解して頂けると思う。

以 上