

『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 F C P 活動展開と研究会概要【15 分】  
農林水産省 F C P 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 F C P 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する意見交換/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 H 2 3 年度 F C P 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 F C P 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グ・商談会」  
の活用に関する研究会について

# 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。

# 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

## 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	<p>○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。</p> <p>○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。</p>	
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。	

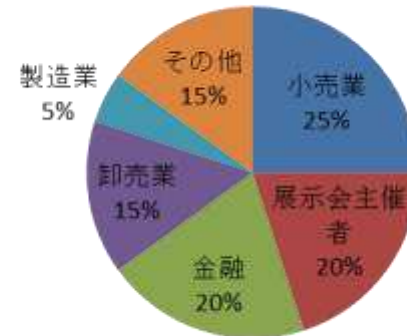
## (参考)平成22年度研究会ご登録企業/団体について

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



# (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と商談会シートを作成しました

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

展示会・商談会シート(案)

記入日:

商品特性と取引条件		出展企業紹介	
商品名(1)	商品説明・消費期限(2)	出展企業名(1)	従業員数(2)
主要原料(3)	JAFCA(4)対応	所在地(〒)	代表者(氏名)
生産地(5)	有機(6)対応	電話番号(7)	メールアドレス(8)
1ケースあたり(9)	保冷(10)必要	ホームページ(11)	品質管理(12)
製造メーカー(13)	販売エリア(14)	工場所在地(15)	工場所在地(16)
販売サービス(17)	サービス(18)	工場所在地(19)	工場所在地(20)
認証(21)	有機JAS HACCP 日本JGAP その他(22)	担当(23)	担当(24)
商品写真(25)		TEL(26)	FAX(27)
ターゲット(28)	高品質 (29) フードサービス (30) 農産物 (31) その他 (32)	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 (33)	
利用シーン(34)	利用方法(35)	品質管理情報 (36)	
商品特徴(37)		品質管理(37)	品質管理(38)
商品写真(39)		品質管理(39)	品質管理(40)
		品質管理(41)	品質管理(42)
		品質管理(43)	品質管理(44)
		品質管理(45)	品質管理(46)
		品質管理(47)	品質管理(48)
		品質管理(49)	品質管理(50)

協働の着眼点に対応!!

## 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。





## (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

- ・アレルギー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)、おススメのレシピ、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。

# (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 その他( )	HACCP ISO	農業生産工程管理(GAP)

ターゲット(15)	売り先(複数可)	1)フードサービス 2)百貨・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
アレルギーマーク表示(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」の場合)		
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。

## (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え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。

# 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

# 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ランチを始め様々な場面で配布していきます。

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)

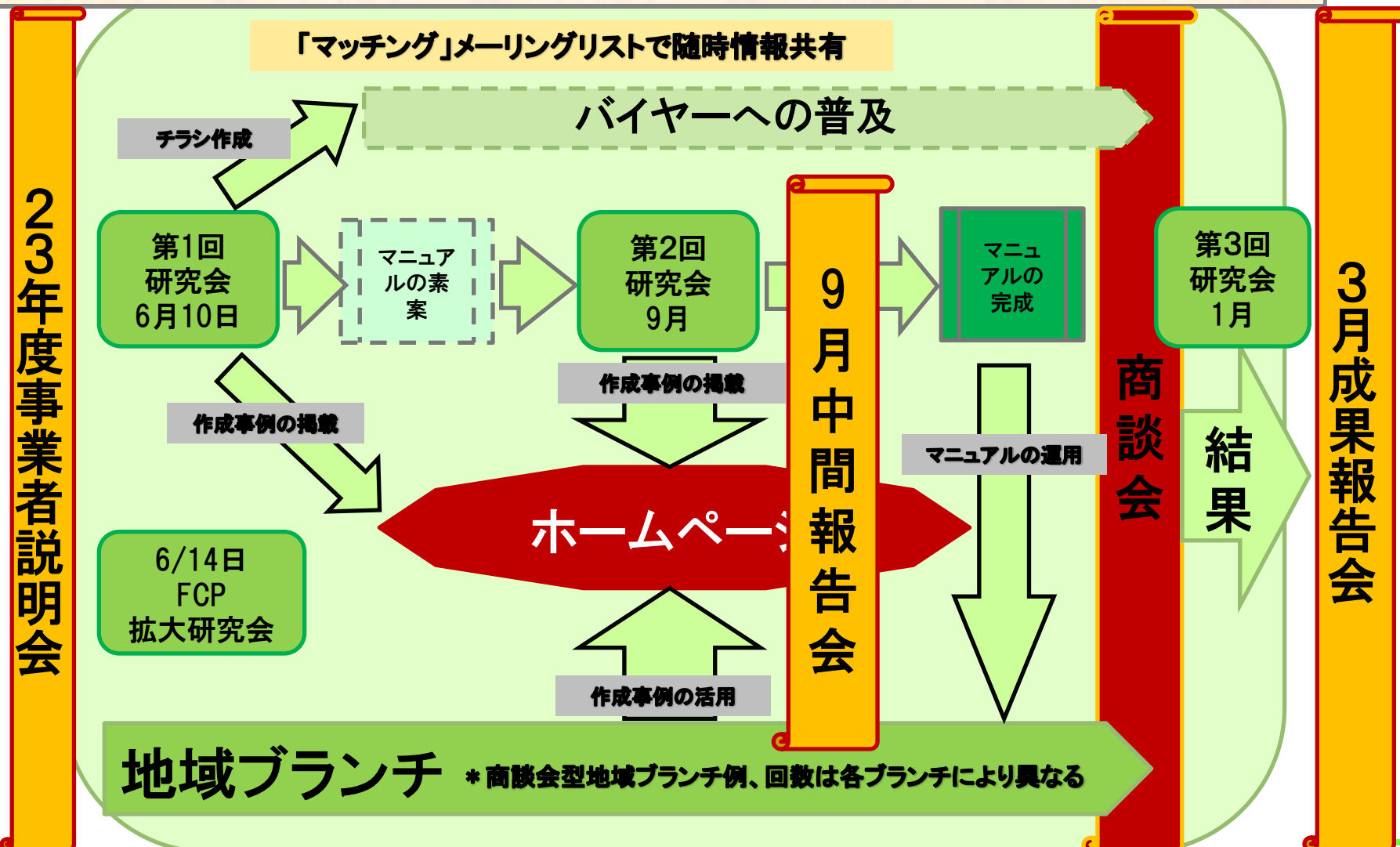
この研究会活動の一環として、研究会参加の皆様には、商談会シートの作成事例のサンプルのご提供、関係者ヒアリングやグループインタビュー等のご協力をお願いさせていただくことがあります。

○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)

○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



## 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W I N – W I N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を行いません)



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きたい！

詳しくは裏面をチェック

**第6回 いわて食のマッチングフェア**

**展示会・商談会シート**

**商品特性と取引条件**

商品名 (1)	エゴマ油		
産地 (2)	産地・産地の特長 (3)	賞味期限・消費期限 (4)	製造日 (5)
主原料産地 (生産地) (6)	卸手業 (JANコード) (7)	400g (1) 300g (2)	
内容量 (8)	120g (1)	販売小売価格 (9)	400円
1ケースあたり入数 (10)	12本	保存温度 (11)	常温 (12)
業種/メーカー名 (13)	1日産	販売エリアの範囲 (14)	全日本
最低ケース納品単位 (15)	1	ケースサイズ (mm) (16)	縦 180 × 横 220 × 高さ 210 (130g)
認証・認定機関の名称 (商品・工場) (17)	有機JAS HACCP ISO	食品・加工品の場合は、生産工程)等アピールポイント (18)	

**参考事例**

料理のイメージを伝える為、エゴマの風味が豆油に比べ、もやしやカラウレンなどの豆類によく合います。

大豆・小豆をベース、卸手業の無農薬エゴマを主原料に抽出した無添加調味料、香りが深く上品でおいしい。日本で初めて開発された食品。製造特許出願中 (PAT)

大豆・小豆アレルギーの方へもどうぞ

**商品写真 (19)**

**出展企業紹介**

出展企業名 (1)	林田製油
代表者名 (2)	代表者名 (2)
代表者氏名 (2)	
メーカー名 (2)	弊社は大正3年の創業以来味噌、醤油製造に携わってきました。長年のたして消費者にも生産者にも喜ばれるもの作りを目標としております。
ホームページ (2)	<a href="http://www.sawada-oil.co.jp/">http://www.sawada-oil.co.jp/</a> (印刷版地図)にて検索
展示所在地 (2)	卸手業 (卸手業) / (卸手業) (卸手業)
工場所在地 (2)	卸手業 (卸手業) / (卸手業) (卸手業)
担当名 (2)	有野 裕子 (有野 裕子) e-mail (2)
TEL (2)	019-622-0000 FAX (2)

**品質管理情報**

商品検査の業務 (20)	検査項目 (Bv, pH, NaCl, 一酸化窒素, 大腸菌数)
製造工程の管理 (21)	製造記録, 充填日時, 全管理業務, 製品分析記録
衛生管理への取組 (22)	従業員管理 健康衛生チェック表, 入室記録簿
施設管理 (23)	施設設備と管理 洗浄マニュアル, 洗浄記録簿
施設管理体制 (製造者・連絡先/記録) (24)	連絡先

●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



バイヤー

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。

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』



展示会・商談会シート		記入日:	
<b>商品特性と取引条件</b>			
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ケースあたり人数(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 その他( )	HAACP ISO	農業生産工程管理(GAP)
<b>出展企業紹介</b>			
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)		e-mail(26)	
TEL(26)		FAX(26)	
<b>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)</b>			
ターゲット(15)	売り先(複数可) お客様(性別・年齢層など)	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( )	
利用シーン(16) (利用方法・おすすめレシピ等)	<div style="border: 2px solid orange; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center;"> <p><b>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。</b></p> </div>		
商品特徴(17)			
<b>品質管理情報</b>			
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。			
<b>商品写真(18)</b>			
商品写真	一括表示		
アルギー表示(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			

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運動
- 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

【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

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)		

**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)

シート項目	番号	目的と記入項目	着眼点項目
<b>商品特性と取引条件</b>			
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。			
商品名	(1)	<b>【基本情報】</b> 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。	4-(1) (2) (3) 5-(1) (2) (3) (4) (5) (6) 6-(1) (2) 12-(1) (2)
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)		
最低ケース納品単位	(12)		
ケースサイズ(重量)	(13)		
認証・認定機関の許認可(商品・工場等)	(14)	<b>【目的】</b> 食に関わる認証・認定機関の許認可の情報を示す。 <b>【記入項目】</b> 該当があれば、○で囲む。 ・有機JAS、HACCP、ISO、農業生産工程管理(GAP) <small>※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</small>	(4) (5) (6) 6-(1) (2) 12-(1) (2)
ターゲット	(15)	<b>【目的】</b> 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。) <b>【記入項目】⇒自由記入</b> ・該当があれば、○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	13-(1) (2)

※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)	<b>【目的】</b> 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。  <b>【記入項目】⇒自由記入</b> ・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)
商品特徴	(17)	<b>【目的】</b> 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。  <b>【記入項目】⇒自由記入</b> ・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	(2)
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)	<b>【目的】</b> 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。 <b>【記入項目】</b> ・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)	<p>★協働の着眼点との関連に特に留意する項目。</p> <p>【目的】</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>【記入項目】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・代表者の氏名</li> <li>・顔写真</li> <li>・企業理念</li> <li>・食品事業者としての基本方針</li> <li>・法令遵守への取組方針</li> <li>・食の安全・安心に関する理念</li> <li>・お客様とのコミュニケーション方針</li> <li>・食育などの取組方針</li> </ul>	1-(1)
来場者へのメッセージ	(23)		(2)
			(3)
			2-(1)
ホームページ	(24)	【基本情報】	(2)
会社所在地	(25)		(3)
工場所在地			3-(1)
担当者、e-mail、TEL、FAX	(26)		(2)

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、生産工程)等アピールポイント	(27)	<p><b>★協働の着眼点との関連に特に留意する項目。</b></p> <p><b>【目的】</b>  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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p><b>【記入項目】</b>  ・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</p>	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)	<p><b>【目的】</b>  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。</p> <p><b>【記入項目】</b>  ・「有」の場合、検査項目</p>	3-(5) 5-(1) (4) (5) (6)
衛生管理への取組	(29)	<p><b>★協働の着眼点との関連に特に留意する項目。</b></p> <p><b>【目的】</b>  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。</p> <p><b>【記入項目】⇒自由記入</b>  ・製造工程の管理  ・従業員の管理  ・施設整備と管理</p>	3-(5) 5-(1) (4) (5) (6)
危機管理体制	(30)	<p><b>★協働の着眼点との関連に特に留意する項目。</b></p> <p><b>【目的】</b>  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。</p> <p><b>【記入項目】</b>  ・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</p>	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グ・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」