



フード・コミュニケーション・プロジェクトについて

平成30年7月6日

農林水産省
食料産業局食品製造課食品企業行動室
フード・コミュニケーション・プロジェクト事務局

フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）とは

- 農林水産省は、消費者の「食」に対する信頼を高めることを目的として、農林水産省が提供するプラットフォームの下に食品関連事業者が主体的に食品の安全や信頼確保のための取組を進めるプロジェクトとして、FCP（フード・コミュニケーション・プロジェクト）を平成20年6月に立ち上げ
- 食品事業者が消費者の信頼を確保するために取り組むべき事項や関連する情報を共有することで、原料調達から、製造、保管・輸送、販売に至るまでのフードチェーンの各段階における食品事業者の活動を「見える化」し、食品事業者間や消費者まで伝える取組を実施

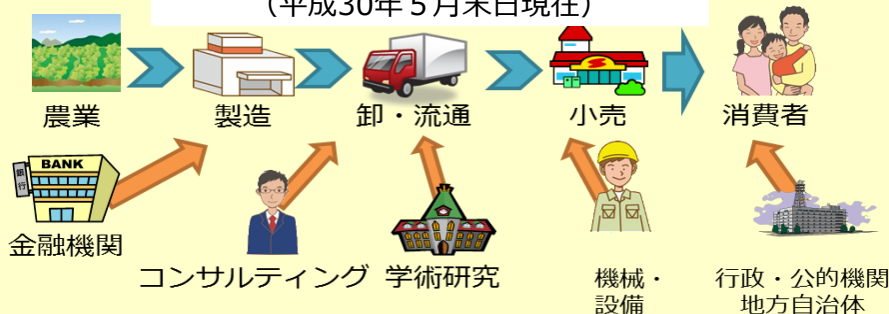
目標

- 消費者の信頼向上
- 食品安全の向上・食品事故の減少
- 企業コンプライアンスの向上
- 取引の活発化

中小事業者の取組の向上！

FCP情報共有ネットワーク

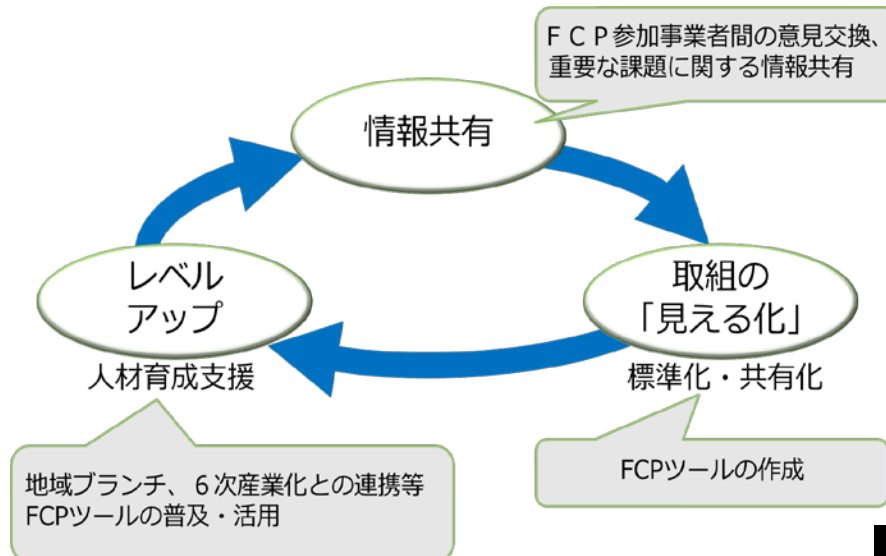
農林水産省：プラットフォームの提供
 食品関連事業者：1,948社/団体が参画
 （平成30年5月末日現在）



【活動内容】

- 情報共有（コミュニケーションの促進）
- 工場監査項目等の共有化（見える化）
- 参加企業のレベルアップ（人材育成）

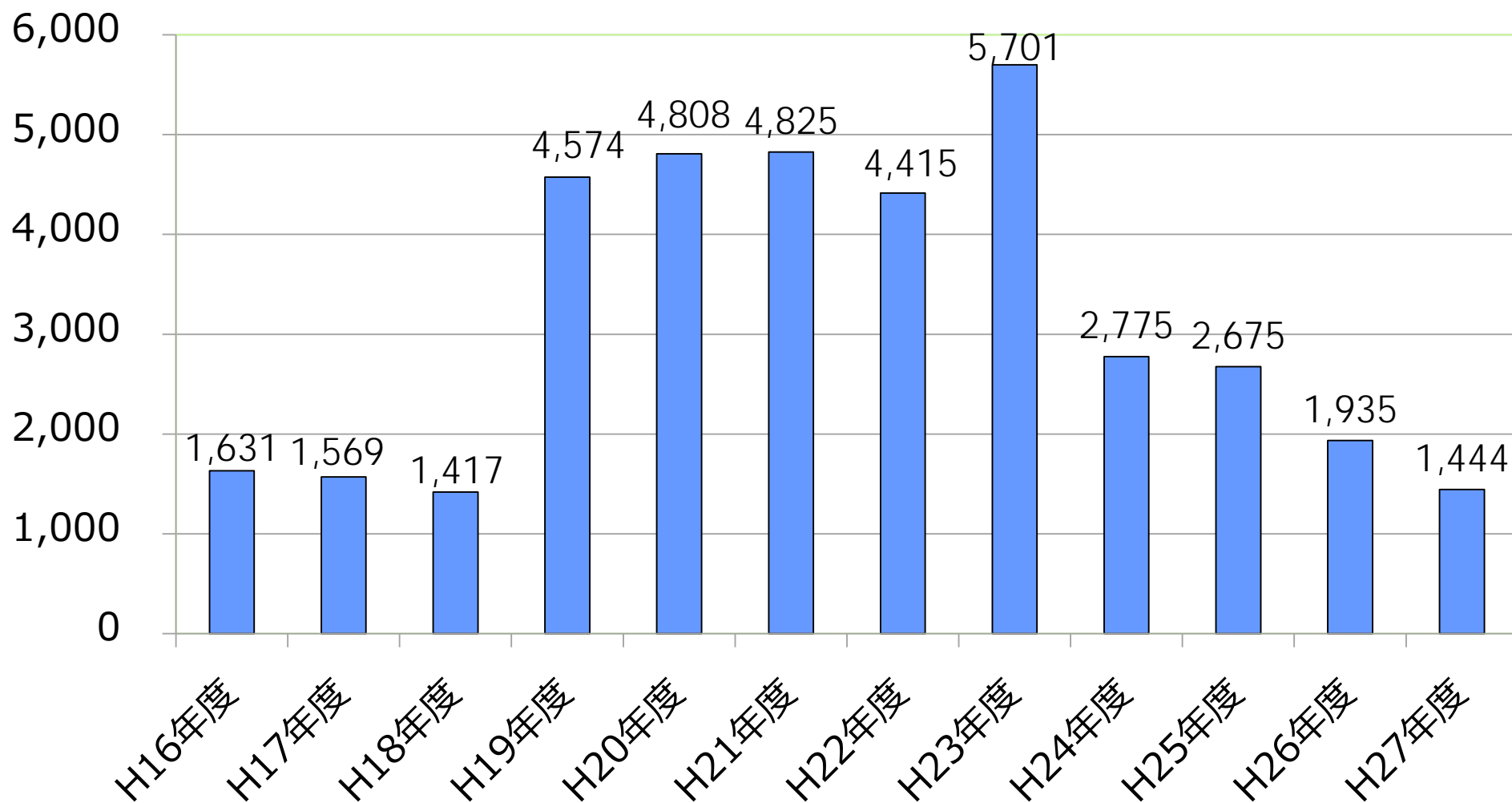
FCP活動



平成19～20年の主な食品事件・事故

時期	概 要	関係法令	備考
H19年1月	<ul style="list-style-type: none"> 消費期限切れ原料（牛乳）を使用してシュークリームを製造、細菌数基準を超えた製品を出荷 	食品衛生法	
6月	<ul style="list-style-type: none"> 食肉加工製品の虚偽表示の他、他商品での意図的な異種製品の混入、賞味期限の改ざん等 上記の行為を不正と認識した上で、社長もしくは幹部社員の指示により常態的に実施 	不正競争防止法他	破産
8月	<ul style="list-style-type: none"> 菓子製品の賞味期限改ざん、自主検査で製品から大腸菌群等が検出されたが公表せず回収 	J A S 法他	
10月	<ul style="list-style-type: none"> 和菓子製品の解凍・再包装、製造年月日及び消費期限表示の改ざん、原材料の不適正表示 店頭売れ残り返品の原材料を新たに同一製品に再利用・関連会社に販売 	J A S 法 食品衛生法	
10月	<ul style="list-style-type: none"> 商品の原材料を産地偽装して販売 	不正競争防止法他	破産
11月	<ul style="list-style-type: none"> 製品の消費期限等の改ざん、食肉原材料の原産地の偽装、調理食品の再利用 	不正競争防止法他	廃業
H20年6月	<ul style="list-style-type: none"> 販売先から返品された手延素麺を包装し直し、新たな賞味期限を表示して再出荷・販売 	J A S 法	
7月	<ul style="list-style-type: none"> 台湾から輸入したマンゴーを沖縄県産として販売 	不正競争防止法他	
7月	<ul style="list-style-type: none"> 中国から輸入したトラフグやアンコウを国内産として販売 	不正競争防止法他	廃業
7月	<ul style="list-style-type: none"> 基準に満たない等級の牛肉をブランド和牛の「飛騨牛」と不正に表示して販売 	不正競争防止法他	
7月	<ul style="list-style-type: none"> 鰻蒲焼の産地偽装、偽装するため製造や販売実績のない架空会社を經由し販売 事実と異なる不適正な表示がされたものを認識しながら販売 	不正競争防止法他	
8月	<ul style="list-style-type: none"> 輸入原材料を使用したリンゴ果汁製品を青森県内産として販売、食品添加物の表示違反 	不正競争防止法他	
8月	<ul style="list-style-type: none"> 自社の養鰻場で鰻を養殖し、自社の加工工場で蒲焼を製造したように偽装 	不正競争防止法他	解散
9月	<ul style="list-style-type: none"> 事故米を食用米として販売、偽装するため実態のない架空会社を經由し販売 	不正競争防止法他	破産
12月	<ul style="list-style-type: none"> 中国から輸入したタケノコ水煮に国産を混ぜて袋詰めし、「熊本県産」「鹿児島県産」に偽装 一部商品では罐詰メーカー社員の写真を使い、「農家の皆さん」と生産者のように表示 	不正競争防止法	

食品表示110番への疑義情報 (国民から食品表示についてのホットライン)



「食」への信頼、見える化計画

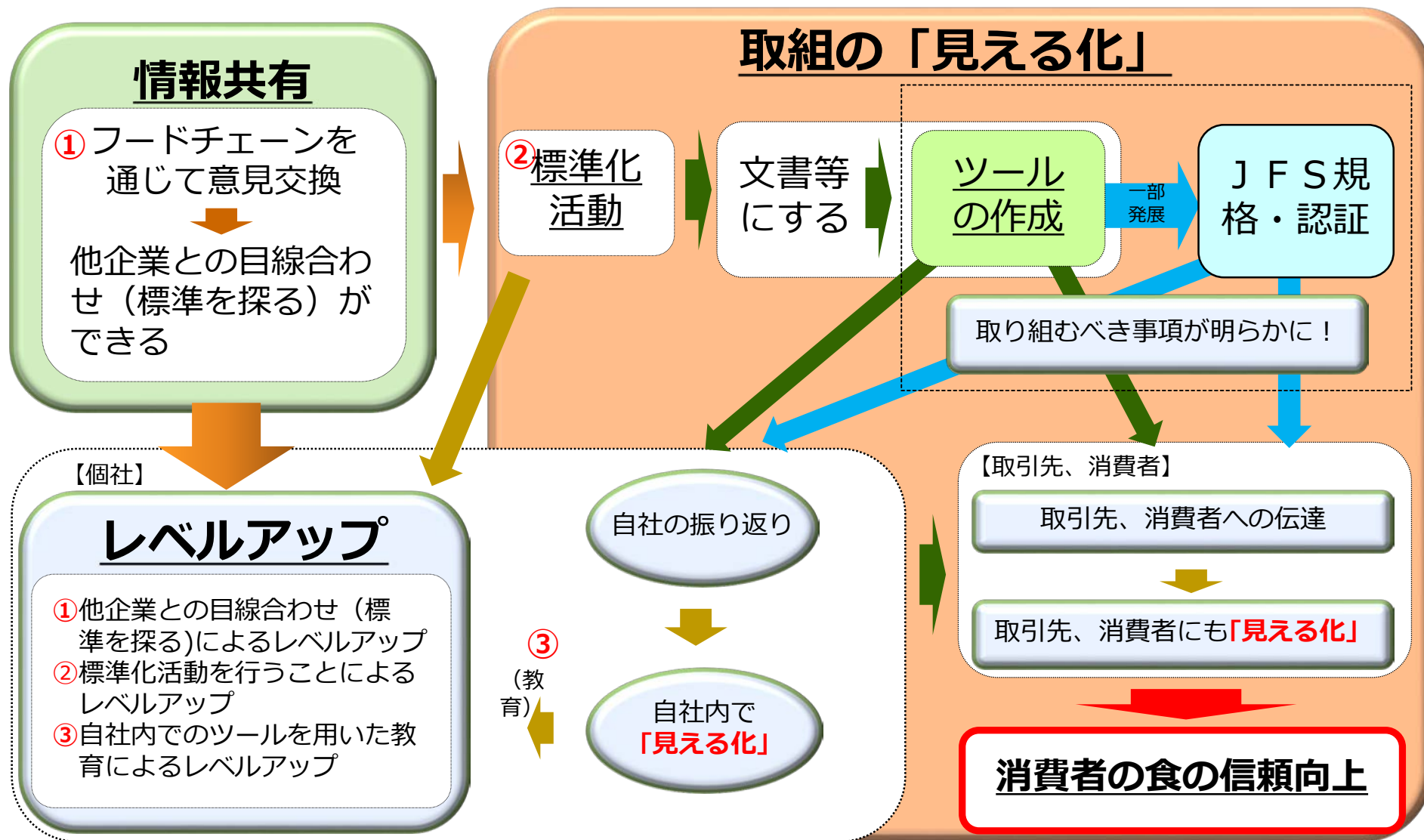
FCPは、食品事業者、関連事業者、行政、消費者等の連携により消費者の「食」に対する信頼の向上に取り組むプロジェクトです。

「食」の供給に携わる食品事業者は、その社会的な使命として、消費者の「食」に対する信頼の向上に取り組む必要があります。また、食品事業者を支える関連事業者等も、食品事業者の活動を通して、消費者の「食」に対する信頼向上に関わることが大切です。

食品が食卓に届くまでのフード・チェーンは長く、複雑で、一食品事業者や一関連事業者等の個別の努力のみでは、消費者の「食」に対する信頼を高めていくことは困難です。さらに、信頼を高めるためには、事業者と消費者の相互理解と、消費者からのアプローチも必要となります。

このため、FCPは、立場の異なる食品事業者や関連事業者、そして消費者を結び付ける共通言語である「協働の着眼点」を活用しつつ、事業者と事業者、事業者と消費者の対話をベースとした協働の取組みを進めることで、フード・チェーン全体において食品事業者の取組みの「見える化」を進めていきます。

F C P 活動の機能 (図解)



F C P 活動の基本「協働の着眼点」

消費者の信頼を高めるために着目すべき「食品事業者の行動のポイント」

「協働の着眼点」を食品事業者が活用し、自ら透明性を高める努力が、取引先や消費者からの評価に

ベースとなる価値観と行動

1 お客様を基点とする企業姿勢の明確化

2 コンプライアンスの徹底

社内に関するコミュニケーション

取引先に関するコミュニケーション

お客様に関するコミュニケーション

3 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備

7 持続性のある関係のための体制整備

10 お客様とのコミュニケーションのための体制整備

4 調達における取組

8 取引先との公正な取引

11 お客様からの情報の収集、管理及び対応

5 製造における取組【製造】
保管・流通における取組【卸売】
調理・加工における取組【小売】

9 取引先との情報共有、「協働」の取組

12 お客様への情報提供

6 販売における取組

13 食育の推進

緊急時に関するコミュニケーション

14 緊急時を想定した自社体制の整備

15 緊急時の自社と取引先との協力体制の整備

16 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備

企業・商品の「見える化」のためのFCPツール

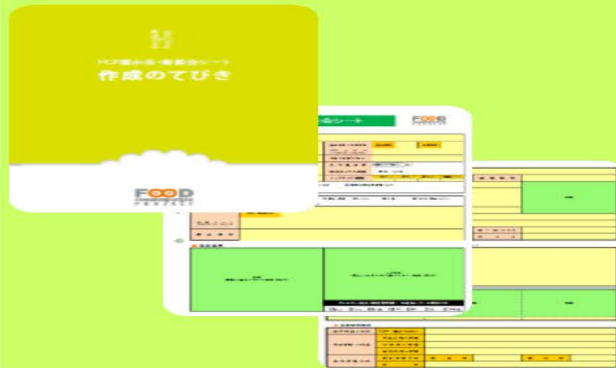
(1) ベーシック16

食品事業者であれば気をつけるべきこと（16分野から成る「協働の着眼点」）について、自らの業務を振り返り、自社の体制強化につながる「確認シート」



(2) FCP展示会・商談会シート

展示会・商談会において、「出展者」の効率的・効果的な商品の売込みと、「購入者」の効率的な商品発掘を可能にする、統一フォーマット



(3) FCP ダイアログ・システム

消費者とのコミュニケーションを効果的に実施するための手引き（各企業の消費者コミュニケーションのたな卸し）



(4) FCP共通工場 監査項目

工場監査を行う側・受ける側の双方にとって対応の効率化を図るため、監査のチェック項目を共有化したもの



(5) FCP共通工場監査項目指摘事例集

(4)の中から、監査担当者が特に注意を払う監査項目（29項目）を抜粋し、実際の監査シーンの事例から衛生・品質管理の現場を学ぶ事例集



(6) FCP企業カアアッププログラム

(1)～(5)を活用し、FCPで企業活動全般の改善、事業展開に取り組むためのトレーニングツール（自習型及び集団研修型）

