

# FCP 第2回若手フォーラム 議事概要

～食の安全・信頼の観点から企業行動を考える～

日時：平成30年9月7日（金） 10:00～16:30

場所：農林水産省本館7階 共用第1会議室

参加者：23事業者・団体 計37名

## 議事次第：

1. 開会挨拶
2. 本日の進め方について
3. 専門家講義
  - ① 「マーケティング視点からのサステナビリティ」  
株式会社エンゲージメント・ファースト 原 裕様
  - ② 「この10年における食に関する事業者課題の変化について」  
SOMPO リスケアマネジメント株式会社 佐川 一史様
  - ③ 「この10年における食の安全・信頼に対する取組について」  
ハウス食品グループ本社株式会社 折井 真人様
  - ④ パネルディスカッション
4. ワークショップ ～10年間の環境変化と協働の着眼点～  
ファシリテーターより  
グループごと意見交換・発表  
まとめ・次回に向けて

## 議事概要：

第2回若手フォーラムでは進め方について、ファシリテーターの株式会社4CYCLE 田井中様からご説明いただいた後、3名の講師の方からご講演いただいた。講演に続いて、参加者が取組んだ事前課題等について、田井中様から話題提供を行った後、田井中様と講師3名によるパネルディスカッションを行った。

昼食休憩の後、ファシリテーターの田井中様の主導のもと、ワークショップを行った。

### 【ワークショップの概要】

ワークショップでは、チームごとに、「協働の着眼点の中で、10年間で変化した項目」と、「協働の着眼点を見直すとしたら、どの部分をどう変えていったらいいか、具体の提案」について意見交換を行った。意見交換の後、チームごとに、特に取り上げる意見を中心として、発表を行った。発表の内容は以下のとおり。

## 【協働の着眼点の中で、10年間で変化した項目】

### [A チーム]

- ・現在の協働の着眼点には、異文化対応に関する内容があまり入っていないのではないか。
- ・ブラック企業が問題となっているので、従業員に対するケアも含めた対策を行っていく必要があるのではないか。この点は、社内のみでなく、取引先に対しても考えていく必要がある。
- ・SNS等のコミュニケーションツールについて、さらに言及していく必要があるのではないか。

### [B チーム]

- ・(1. (1) 経営姿勢の社内外への明示) 具体例に「ホームページ」「パンフレット」とあるが、ここにSNS等による情報発信も手段に入れてはどうか。
- ・10年前に比べ、社内・社外とも外国人が増加しており、外国人に正確な情報をどのように伝えていくか、という点も視点に入れてはどうか。
- ・技術者の減少や、工場の無人化といった話が出たが、この点も10年前と比べると切実な問題になっており、視点に入れてはどうか。
- ・取引先とのコミュニケーションの範囲が限定されている印象があるので、取引先だけでなく、同業他社や社会とのコミュニケーションも視点に入れてはどうか。
- ・緊急時に関するコミュニケーションの中には、食品事故が起こったときの対策は書かれているが、地震や台風等の災害に関する対応は具体的に書かれていないので、その点も視点に入れてはどうか。
- ・お客様に関するコミュニケーションの中に窓口の設置についての項目があるが、窓口に伝えずにSNS等でつぶやく消費者も増えているので、窓口の設置だけでなく、企業が自らSNS等の情報を収集していくことも視点に入れてはどうか。
- ・パンフレットという媒体を最近見ることが少なくなったが、例えば植樹をしていることをパンフレットでPRするのもどうかと思うので、パンフレットという表現は今の時代に合っていないのかもしれない。

### [C チーム]

- ・(5. 製造における取組) この10年の間に従業員による意図的な混入事件が起こったが、その事件の原因のひとつに従業員が不満を持っていたということがあったことから、フードディフェンスの観点から、従業員の職場環境について盛込んだ方がいいのではないか。
- ・(10. お客様とのコミュニケーションのための体制整備) 外国人が増加しているので、外国人消費者が大切にしている宗教やアレルギーに関する情報提供について、項目を追加してはどうか。
- ・(10、11、12、16) SNS等の活用や対策について内容を追加してはどうか。

#### [D チーム]

- ・ブラック企業への警戒・反発が強まっており、そういった点で企業姿勢も見られるようになったため、社内・取引先の両方に対するコンプライアンスやワークライフバランスについて、さらに考えた方がいいのではないか。
- ・(2. コンプライアンスの徹底) 環境への取組をさらに強化する必要があるのではないか。
- ・食品ロス対策も進める必要があるのではないか。
- ・食育に関しては、言葉が出てから時間が経っており、社会から求められているものを再度認識した方がよいのではないか。
- ・健康志向が高まっているので、それに対する手当が必要ではないか。
- ・価値観が多様化しており、例えばオーガニック志向が高まると、農薬を使わないことによる工場内の防虫対策などの課題も出てくる。求められているものを全て実現するのは難しく、認識をしていく必要があるのではないか。
- ・緊急時の対応について、協働の着眼点の項目は食品事故に関するものだが、今は災害が多くなっているので、社会とのコミュニケーションがさらに必要になっているのではないか。
- ・ネット関連の対策では、SNS の炎上等に対する初動をどうするかについて手厚くする必要があるのでないか。また、真偽の定かではない情報も増加する中、企業が正しい情報をどのように発信して、コントロールしていくかについても追加する必要があるのではないか。

#### [E チーム]

- ・外国人消費者やインバウンド対応、マスメディア対応、消費者のモンスター化について、さらに深堀する必要があるのではないか。
- ・E コマース等、小売の業態変化があり、消費者が購入するチャネルが多様化しているので、販売のツールについてさらに見ていく必要があるのではないか。
- ・緊急時の対応について、今は食品事故について主に挙げられているが、自然災害についての項目を入れていく必要があるのではないか。
- ・働き方改革、ワンオペ、人手不足等の課題があるので、企業として、会社の風土や環境を考えていく必要があるのではないか。

#### [F チーム]

- ・当チームは大枠の議論になった。
- ・社内・取引先・お客様というコミュニケーションのカテゴリーの分け方に疑問を持った。
- ・(疑問を持った経緯) かつては情報もモノも、原材料生産→製造→卸→小売→消費者というフードチェーンの順番通りに流れていき、消費者の声も小売→卸→製造・・・と矢印は一方方向だった。しかし、SNS 等の普及で消費者の発信力が強くなった現在では、消費者が情報を発信すると、フードチェーンの順序に関係なく、生産・製造・卸・小売等それぞれに情報が発信されるようになった。しかも、双方向のやりとりに変化した(チーム内では、その状況を「フードサイクル」と呼ぶ)。これらの環境変化から、カテゴリー分けに疑問を持った。

## 【協働の着眼点を見直すとしたら、どの部分をどう変えていったらいいか、具体の提案】

### [A チーム]

- ・(1～16) コミュニケーションツールとして SNS を具体例に追加してはどうか。
- ・(3. 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備) 自社の持続性に関する体制整備に、内容を追加してはどうか。例：社員の精神衛生管理
- ・(3. 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備) 外国人従業員に対する教育方法に関する内容を追加してはどうか。
- ・(全体) 製造・小売・卸売の区分は必要かどうかという議論があった。必要な項目を各社で選択して使うという方法も考えられる。全体で同じ内容にすれば見やすくなる。

### [B チーム]

- ・(3. 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備) 異文化の理解が必要になり、外国人労働者が増加する中、多言語対応が必要ではないか。
- ・(5. 製造における取組) 技術の発達から、無人化したことによるリスクへの対策や、技術を従業員の健康管理に活かす等の取組を追加してはどうか。
- ・SNS は、企業姿勢の発信と情報収集の両方に使えるツールであるので、SNS への対応をお客様とのコミュニケーションに追加してはどうか。
- ・災害への対策を追加するべきでは。現状の項目に当てはまらないので、17 項目目を設けてはどうか。

### [C チーム]

- ・(5. (4) ④) 意図的混入を防ぐ取組を追加してはどうか。
- ・(8. (1)) 廃棄物の処理に関する取組を追加してはどうか。
- ・(10. (2)、3. (2)) 外国人対応を追加してはどうか。
- ・(14～16) 中項目に災害時対応を追加してはどうか。
- ・(全体) 項目に、企業が取組む強弱があってもいいのではないか。
- ・(全体) FCP 活動の目的・ゴールは何なのかについて、議論する必要があるのではないか。
- ・(全体) FCP 活動を評価する仕組みを考えてもよいのでは。消費者の信頼をどう評価するのが課題。

### [D チーム]

- ・(2、8) 下請法、労基法等、コンプライアンスへの対応状況に関する企業姿勢の見える化が必要ではないか。
- ・(7、8) メーカーには供給責任があり、ロスよりも供給を重視する意識を見直す必要があると考えたが、具体的な解決策は見出せなかった。
- ・(14. 緊急時を想定した自社体制の整備) 初動で失敗しないよう、リスクマネジメント体制の構築など、SNS 対策を追加してはどうか。
- ・(17 項目目) 災害時の対応を追加してはどうか。特に、避難場所の提供や減災の取組等が

必要ではないか。

[E チーム]

- ・(2. コンプライアンスの徹底) ブラック企業の食品を消費者が避けるようになってきているため、この点に関する取組を追加してはどうか。
- ・(4. 調達における取組) 調達先のグローバル化が進んでいるが、国内外で法律が異なること等から、この点に関する取組を追加してはどうか。
- ・(5、6) 小売の業態が変わってきていることから、この点に関する取組を追加してはどうか。
- ・(12. お客様への情報提供) の項目に関する取組を追加してはどうか。
- ・(14、15、16) 緊急時のコミュニケーションに、災害に関する取組を追加してはどうか。
- ・(全体) どの部分に追加するかが課題。具体例に追加すると重箱の隅をつつくような細かい話になってしまう。そこで、小項目に追加することを考えたが、すでに小項目にはその考え方が入っていた。具体的にどのように追加したらよいか、答えは出なかった。

[F チーム]

- ・情報の非対称性を解消するためには、生産・製造・卸・小売等の各企業が、全ての情報を発信し透明性を高めることが重要。
- ・子供に関しては、小学校の科目にする等の取組が有効では(フードロス対策にもなる)。
- ・大人に対しては、情報を「分かりやすい形で」提供することが重要。

【田井中様より、解説・次回に向けて】

- ・オーガニックの話が出たが、安心の追求は、必ずしも安全につながらない場合があるということも覚えておかなければならない。
  - ・情報の非対称性について考えておく必要がある。以前は企業側が多くの情報を持っていたが、現在は消費者の方が多くの情報を発信し、情報を生み出している。また、先ほど出た意見の、情報の流れがフードサイクルという形に変わってきたという考え方も興味深い。
  - ・情報の真偽は、受け手側の判断によるところが大きい。多くの受け手が正しいと思えば、その情報が真実になりうる。
  - ・情報発信は日本語だけでは足りない。異文化理解についての内容を追加することはあり得るのではないかと思う。
- 
- ・＜A チームに対して＞コミュニケーションの手法の話であった。協働の着眼点を様々な言語に翻訳するやり方もあるし、動画でつくってしまうやり方もあると思う。メディアの使い方をさらに議論してもよいと思う。業種の区分についての指摘については、小売が製造するようになったりもしているので、もっともな指摘であると思う。
  - ・＜B チームに対して＞異文化コミュニケーションがテーマであった。人と人とのコミュニケーションに加え、人と機械とのコミュニケーションについても考えていたと思うが、さらに、その「人」についても今は外国人が多くなっている。多言語対応については、消費者も外国人が増えているので、情報発信の多言語化が必要では。
  - ・＜C チームに対して＞FCP 活動に対する評価方法の検討という議論は今まであまりされて来なかった。消費者の食に対する信頼がどういう状況になっているのかは具体的に見えないが、それをどう評価するのかは今後の重要なテーマかも知れない。
  - ・＜D チームに対して＞企業姿勢を明確にするような着眼点の入口をつくってもいいのでは、という議論だったように思う。その考え方はとてもよい。
  - ・＜E チームに対して＞具体的な事例を出してみても、今後このような事例が出てくるのでは、という事例紹介を考えてもいいと思う。具体的な事例を下から積み上げていくという方向性で議論をすすめてもいいのではないか。
  - ・＜F チームに対して＞大人・子供含めて、食に対する教育をどうするかという話だったと思う。教育については協働の着眼点にあまり書かれてないので、17 項目目をつくる、ということになるのかもしれない。新しい消費者と、どう新しい環境をつくるのか、という項目になるのではないか。
- 
- ・皆さんとてもいい議論をしていると思う。
  - ・次回は、味の素さんの工場見学をした上で、協働の着眼点をどう変えていこうか、どう運用していくべきか等、より具体的なアウトプット(提案)に近づけていく議論をしていきたい。