

“食の信頼”見える化ツアーのための 商品モデル検討事業 ツール集

＝目 次＝

①“食の信頼”見える化ツアーとは？	1
②企画団体に活用する情報整理のためのテンプレートイメージ	5
③モデルツアー進行台本例	8
④説明補足パネル例	21
⑤参加者アンケート例	28

平成 22 年 3 月

財団法人 日本システム開発研究所

■ “食の信頼”見える化ツアー検討のためのツール

① “食の信頼”見える化ツアーとは？

1. “食の信頼”見える化ツアーのコンセプト

“食の信頼”見える化ツアーのコンセプトは、B2B、B2Cのそれぞれの企業間、企業と消費者間のコミュニケーションにおいて、「協働の着眼点」の活用しながら、現状の課題を克服し、次のような効果を期待できるものとする必要がある。

<B2Bのシーンでは>

B2Bのシーンでは、企業間の主たる情報のやり取りは、「検査」、「査察」、「チェック」という場面において、安全・衛生面の情報のやりとりが中心となっている。しかし、食品事業者における“食の信頼向上”への取組は、製造現場だけの取組のみで終わるものではなく、むしろ、企業全体として、どう取り組まれているのかを伝えることが重要となっている。

そのため、企業理念や生産者、取引先との信頼関係構築のための取組（情報共有や連携）や危機管理やお客様対応等の企業としての組織マネジメント体制などを伝えること、そこで働くスタッフの想いを伝えることなどが、B2Bのコミュニケーション手法としても、工場見学プログラムの中に織り込んでいく必要がある。

<B2Cのシーンでは>

また、前節で示したとおり、一般見学者向け工場見学は身近な製品ができるまでが伝えている情報の中心であり、製品原材料の説明、工場施設の機能説明、製造工程の説明などの情報の企業側からの「提供」というスタイルであり、自社の安全・衛生面に関する情報提供はあまりなされていないし、お客様基点での自社のスタッフがどのような取組をしているのか等はあまり積極的に語られていない。

もっと、企業側として、お客様に知ってもらいたいコト、伝えたいコトなどを積極的に情報発信できるよう、工場見学プログラムの中に織り込んでいくことが提供していく必要がある。加えて、一般見学者向けの工場見学プログラムにおいては、見学だけにとどまらない記憶に残る体験（アクティビティ）も必要で、それらを通した楽しみの要素も加えたエデュテインメント性（娯楽＋教育）を志向することが、工場見学をお客様コミュニケーション手法として、より効果的にするものと考ええる。

2. “食の信頼”見える化ツアーの流れ

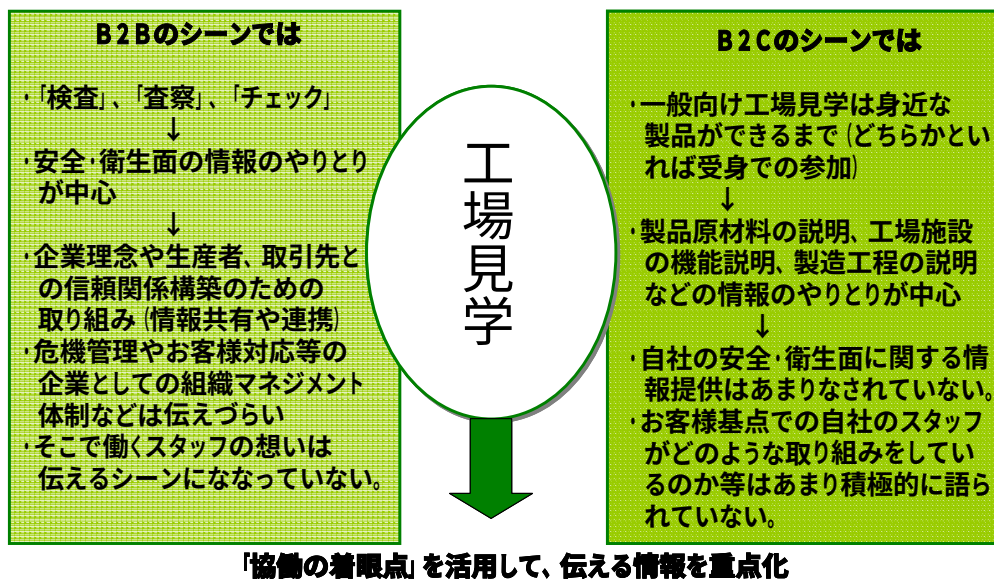


図 “食の信頼”見える化ツアーのコンセプト

上図のような利用シーンを想定し、本事業においては、

- ・サプライチェーンの構成する事業者が連携して、食の安全・安心についての企業行動を知ってもらう場を提供するプログラムを検討することで、「協働の着眼点」を活用した「ツアーガイド」の雛形をつくること、
- ・「現場見学」、「工場見学」というスタイルの中に「体験」的要素を組み込むことで、食の安全を守るには当然の「企業努力」について、「実感」と「発見」、そして企業行動への「共感」を育む場のスタイルを検討することで、現場の人との直接的な触れ合い・交流の機会の雛形をつくること

の2点を重視して“食の信頼”見える化ツアーのモデルプログラムを構築することが有効である。

[基本ストーリー]

サプライチェーンを構成する食品スーパー、食品メーカーによる実施する“食の信頼”見える化ツアーの基本ストーリーは、次のように設定した。

私たちがいつもスーパーで買っている「あの食品」。
子どもたちが大好きな「あの食品」。
馴染みのアイテムだけど、どんな所で、
どうやって作られているのか？どうやって運ばれて来るのか？
私たちの食卓までの食べ物の「旅路」は、意外と知らないもの。
このツアーは、毎日の食卓に欠かせない「あの食品」達の、
皆さんの食卓までの旅路をさかのぼることで、
安全で安心な食品を皆さんに届けるため、「食」の
信頼のバトンをつなぐ、プロフェッショナル達の技と工夫と熱い想い
に触れる旅をにご案内します。

[シーン展開構成]

シーンは、食品スーパーに集合、そこからスタートする。ツアー参加者（お客様）に伝えるメッセージ・情報のポイントは、「信頼のバトンをつなぐ」という基本ストーリーを強調するために、業種が異なっても、協働の着眼点に中から、次の3つをかならず盛り込むこととした。

1) お客様基点の姿勢について語ること

[→ [協働の着眼点] 1. お客様を基点とする企業姿勢の明確化]

2) 安全な食品提供ための体制について語ること

[→ [協働の着眼点] 3. 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備]

[→ [協働の着眼点] 5. 製造における取組]

[→ [協働の着眼点] 6. 販売における取組]

3) 原材料、製品の保管、調達先の評価や選定の考えを語ること

[→ [協働の着眼点] 4. 調達における取組]

START (搬入口→小売スーパー等の売場)

- お客様基点の姿勢について語る
→我が社は、我が売り場は……
- 安全な食品提供ための体制について語る
→保管と販売の体制
- 調達先の評価や選定の考えを語る

見学① 食品メーカー(工場施設内)

- お客様基点の姿勢について語る
→2つのお客様に対して(消費者、小売業者)
- 安全な食品提供ための体制について語る
→製造、品質管理、保管体制
- おいしい食品づくりへのこだわりも語る

見学② 生産者、原料メーカー、卸売・運輸

- お客様基点の姿勢について語る
→3つのお客様に対して(消費者、食品メーカー、小売業等)
- 安全な食品提供ための体制について語る
→保管と販売、
- 製品、産物へのこだわりも語る(原料メーカー、生産者)
- 調達先の評価や選定の考え方を語る
→CSR調達など

GOAL (小売スーパー等へ戻る)

図 “食の信頼”見える化ツアーの流れ

②企画団体に活用する情報整理のためのテンプレートイメージ

“食の信頼”見える化ツアー検討テンプレート（日帰り用）

1. 開催概要

①ツアー名称			
②実施日	平成 年 月 日 () (集合) 時 分 ~ (解散) 時 分		
③想定する参加者		④定員	
⑤見学場所等	集合場所		
	見学①		
	見学②		
	解散場所		

2. プログラム内容

見学①:

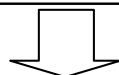
伝える情報:		
ガイド(1)	場所	所要時間: 分
	内容	

伝える情報:		
ガイド(2)	場所	所要時間: 分
	内容	

伝える情報:		
ガイド(3)	場所	所要時間: 分
	内容	

見学①:

伝える情報：		
ガイド(4)	場所	所要時間： 分
	内容	



移動時間 (分)

見学②:

伝える情報：		
ガイド(1)	場所	所要時間： 分
	内容	

伝える情報：		
ガイド(2)	場所	所要時間： 分
	内容	

伝える情報：		
ガイド(3)	場所	所要時間： 分
	内容	

伝える情報：		
ガイド(4)	場所	所要時間： 分
	内容	

3. 行程表 実施日:平成 年 月 日 ()

時 間	所要(分)	工 程	備考 担当／備品／注意事項など
：		参加者集合	
：		見学① ガイド(1)	
：		ガイド(2)	
：		ガイド(3)	
：		ガイド(4)	
：		見学② ガイド(1)	
：		ガイド(2)	
：		ガイド(3)	
：		ガイド(4)	
：		解散	

③モデルツアー進行台本例（ぎゅーとら、マスヤ工場モデルツアー）

例として、ぎゅーとら、マスヤ工場モデルツアーの工場見学までの進行台本のたたき台を掲載した。当日は、この内容をベースに各自がアドリブなどを交えながら進行した。

時間	所要 (分)	シーン	伝える情報	ガイド内容	備 考
9:30		・集合		[受付担当:ぎゅーとらスタッフ] ※スタッフ集合:9:00 (ラプリー明和店 事務所)、パネル事前配置、動線確認	適宜、受付、資料と名札を渡す、
9:35	5	・オリエンテーション	FCP とツアーの関係の説明	[進行:SRDI 中山] ・本日は、食の「信頼」見える化ツアーin 伊勢にご参加いただきありがとうございます。このツアーは、農林水産省と全国の食品事業者の方が取り組んでいるフード・コミュニケーション・プロジェクトという活動の一環として、消費者の皆さんに、安全で安心な食をお届けする、食卓の笑顔を作るために、日々、取り組んでいるコトをお伝えする方法として、見学・体験ツアーを試験的に実施しているものです。 ・今回は、三重県庁さん、ぎゅーとらさん、マスヤさん、そして、相可高校の皆さんのご協力をいただいて、ツアーを企画、実施しています。私は、ツアーの企画をしています財団法人 日本システム開発研究所の中山といいます。本日は私、中山と、宮原の2名でツアーの進行のお手伝いをさせていただきます。どうぞ、よろしくお願いします。 ・今日のツアーの流れを簡単に確認させてください。 (手持ち資料でスケジュールを確認) (ゲーとパーで、2班に分ける) → 「ゲー」チーム 宮原、「パー」チーム 中山 ・それでは早速ですが、ぎゅーとらさんの普段からの取組、ごたわりについて、ご紹介をしてもらいましょう。本日、ご案内をいただく、株式会社ぎゅーとら MT 室のIさんとラプリー明和店店長のYさんをご紹介します。 →Iさん、Y店長、自己紹介。	場所:ラプリー明和店 正面右側入口前 (雨天時、寒冷日の場合は、店内、サッカー台前) シーン2の後に2班分れ ・ゲーチームは先に総菜コーナー (シーン3へ) ・パーチームは、お菓子コーナーへ (シーン4へ)

時間	所要 (分)	シーン	伝える情報	ガイド内容	備 考
9:40	5	シーン 1 ・「ようこそ、ぎゅーとらへ」	行 動 指 針 ー： 「ふれあい・たいせつに」 店舗運営の方針 「笑顔で楽しく買い物をできる場所づくり」	自己紹介から引き続き。 [進行:ぎゅーとら「さん」] ・ぎゅーとらは、昭和 24 年に前身となる精肉専門店「うし虎」を設立してから、60 年周年を迎えます。おかげさまで、地域のみなさまの声を大切にし続けることで、25 店舗を展開する、中南勢地区トップクラスのスーパーマーケットチェーンへと成長することができました。 ・ぎゅーとらは“ふれあい・たいせつに”をモットーにしています。ただ商品売っているだけではなく、お客様にとって「笑顔で楽しく買い物をできる場所」であるよう、現状に満足せずつねに新しいことに取り組んでいます。 ・また、60 周年を迎えた今、私たちはこの節目を「進化するタイミング」と捉えることにしています。地域のみなさまに対する姿勢はこれまで通りに、よりお客さまのニーズにスピーディかつ的確に対応し、そのために従業員一人ひとりが力を発揮できる、働き甲斐のある職場を作ること。そして商品だけでなく、楽しさや元気を提供できるような店舗を展開し続け、より必要とされる店作りを行うことで、新たな進化を遂げたいと考えています。 ・本日は、このツアーを通して、こんな私たちの取組をご紹介させて頂ければと思います。どうかよろしくお願いします。 ・それでは、開店前ですが、どうぞ店内へお進みください。	場所：ラブリー明和店 正面右側入口前 (雨天時、寒冷日の場合は、店内、サッカー台前)

時間	所要 (分)	シーン	伝える情報	ガイド内容	備 考
9:45	20	シーン2 ・「おおき んな」のし くみ	ぎゅーとらの大 切な役割→地 産地消。農家 と消費者の橋 渡し。	【進行：中山】 前説 ・皆さんが今いるのが、「おおきんな」という地元食 材を扱うコーナーです。 ・それでは、この「おおきんな」の仕組みなどについ て、おおきんなのバイヤーを担当している、Fさん と、おおきんな組合の会長のKさんにお話をしても らいます。よろしくお願いします。 →Fさん自己紹介をして、解説へ 【進行：ぎゅーとら Fさん】 ・豊富な自然と独自の食文化を持つ三重県。そ の三重県でとれるおいしい食材、こだわりの食材 をお届けすることも、ぎゅーとらの大切な役割の 1 つだと考えています。 ・それを具体化する「売り場づくり」の一つとしては じめたのが、皆さんの前にある「おおきんな」のコー ナーです。地元の人たちの手で育まれたものを販 売するコーナー「おおきんな」では、ぎゅーとらが橋 渡し役となって、人(作り手)から人(お客様)へと 毎日心のこもった商品をお届けしています。 ・これから、この「おおきんな」がどういく仕組みで 運営されているのかを、少しお話をさせてくださ い。→おおきんなの体制、等 →規約を定めて農家の人が自主的に品質 管理を心がけていること、 →コンピューターと携帯メールを通じて、売り 上げ情報をフィードバック、午後になっても 新鮮野菜が畑からとどけられる仕組みにな っていること	・アイスブレイクとして、 「おんな」での買い物 経験などを聞く。 ・仕組み図を宮原が提 示 話が詰まるようであれ ば、中山が話題を投げ かけて、インタビュー形 式にします。 →パーチームは、青果、 精肉、鮮魚コーナーを 経由して総菜コーナー に移動 →グーチームは、途中か ら らお菓子コーナーに まがる
9:45	20		ぎゅーとらの大 切な役割→地 産地消。農家 と消費者の橋 渡し。	【進行：中山】 ・それでは、おおきんなにお野菜などを出荷されて いる農家の皆さんを代表して、おおきんな組合会 長のKさんにお話をさせていただきます。 →Kさん、おおきんなコーナーを生産者の方が	

				どのような想いで運営しているのかを語る ・Fさん、Kさんありがとうございました。 ・それでは、次のコーナーへ移動したいと思います。グーチームは宮原に、パーチームは中山について来てください。 【進行：Y店長】 2班が分岐する前までにコメントを！！ ・さきほどの「おおきんな」同様に、たとえばぎゅーとらのお店では、地元の農家の方が丹念に育てた野菜や、近くの漁港で水揚げされたばかりの新鮮な魚介類など、地元産にこだわった食材を積極的に販売しています。 ・鮮度はもちろん、安心・安全・健康にもこだわったこれらの食材すべて「地産地消」という考えのもとでぎゅーとらが厳選したものばかりです。 →精肉、鮮魚、売り場担当者を紹介、今日の地元お薦めとお薦めの食べ方を紹介などをして良い。	
--	--	--	--	---	--

時間	所要 (分)	シーン	伝える情報	ガイド内容	備 考
10:05 (10:25)	20 (20)	シーン3 ・ぎゅーと らのお総 菜のこだ わり	ぎゅーとらは、 食卓の安心・ 安全のための、 こんな見えない 努力をしていま す(衛生管理 体制)	【進行:中山】 ・「ぎゅーとら」さんといえば、お総菜が伊勢の人には大人気ですが、お客さまの食卓に、安心して安全な商品をお届けするために、日頃、どのようなことに心がけているか教えてください。 【進行:ぎゅーとら Y店長】 ・ぎゅーとらの自慢のお惣菜は、伊勢の家庭の味を出来たてでお届けしたいと日々努力をさせていただいております。私たちが販売しているお総菜は、協力工場から各店舗に配送されてくものと、各店舗の中になる調理室で調理しているものの2種類があります。できたてを、当日に召し上がっていただくことを前提に、必要のない保存料などは使わないように心がけています。 【進行:ぎゅーとら Iさん】 ・衛生管理面でも、ぎゅーとらは、10 年前にスーパー業界では、日本で最初に品質管理の仕組みについて定めた国際規格 (ISO9001 といいます) を取得し、品質管理の体制づくりを進めてます。また、6 年前には、地球環境に配慮した企業活動のための国際規格 (ISO14001 といいます) も取得しています。 ・衛生管理という点でいえば、例えば、皆さんの前で調理をしているスタッフは、調理に入る前に手や調理器具を洗いますが、それは、普段、ご家庭で皆さんがやっているコトよりも、厳密に手順がさだめられています。 →手あらい、まないたの消毒の手順の話 【進行:中山】 (話題変え)	※(時間) はグーチーム →図面パネル(手洗い、まな板消毒)を宮原・中山提示 ※(時間) はグーチーム →平均的な1バックグラムで 2834kg を換算!!
10:05 (10:25)	20 (20)		ぎゅーとらは、 食卓の安心・ 安全のための、 こんな見えない 努力をしていま す(衛生管理		

			体制) ・人気のお総菜についてお話をしてもらいましょう。 ・好きなお総菜などについて、参加者と意見交換。 ・それでは、答えはY店長が教えていきましょう [進行: Y店長] それでは、ここで皆さんにクイズがあります。 お総菜の明和店の年間売上上位ランキング、ベスト3は何だと思えますか？ 第3位は？・・・参加者がいろいろ答える →正解は上カツ丼（年間 400 万円、4 万食） 第2位は・・・ 同上 → 正解は唐揚げ（年間 500 万円） 第1位は・・・ → 正解はコロッケ（年間 780 万円、17 万個） ちなみに、ぎゅーとらチェーン25店舗全体の年間売上ランキングでも、 第1位はコロッケ、第2位、唐揚げ、第3位、上カツ丼と不動のトップ3なのです。 ちなみにぎゅーとらチェーン全体のコロッケの年間販売個数は、206 万個。（松阪市と伊勢市をあわせた人口が約 30 万人。お年寄りから赤ちゃんまで入れて、年に6個以上食べている換算） ・コピーライターの糸井重里さんがインターネット上で運営している「ほぼ日刊イトイ新聞」でもアイドルコロッケが、伊勢のソウルフードだ!!って紹介されています。 今までに食べたことがないという方??（→挙手 たぶんいないはず） それでは、今日は、特別に、揚げたてのコロッケを、あとでバスの中で召し上がっていただこうと思いますので、楽しみにしてください。 [進行: 中山] ・もう一つ、遠くは名古屋からも買いに来るお客さんがいるといわれる、幻のお弁当と呼ばれるものがあると聞いてますが？それはどんなのです	パネルは事前にコーナーに配置、パーチーム終了後は、その場に戻しておくこと 製造風景のパネルを掲示 (宮原・中山) ・Iさん、Yさんは、グーチームが来るので待機
--	--	--	---	--

			か？ 【進行：Iさん】 ・「地産地消」を進めたいという「ぎゅーとら」が、同じく、「地産地消」を考えている相可高校調理クラブ・マゴの店のコラボレーション企画、県の施策でもある「地物一番」にもタイアップしたもののとしての「青春弁当」の話を!! ・松坂・津地区、伊勢地区それぞれ月1回、300～400食を相可高校の1～2年生が製造 ・ぎゅーとらで高校まで取りに行き、各店舗に出来たてを配送 ・メニューは高校生が考えている、これからの販売日はいつで、メニュー構成はこうなっている ・今日は、「青春弁当」をお願いしている相可高校の調理クラブが運営するマゴの店で、お昼を用意してもらっています。楽しみにしてください。 ・それでは次のコーナーに移動します	
--	--	--	---	--

時間	所要 (分)	シーン	伝える情報	ガイド内容	備 考
10:25 (10:05)	20 (20)	シーン4 ・地場産 おやつをさ がそう	陳列後の商品 管理はこうやっ ている 三重の地物お 菓子は全国 区、ワールドワ イド	[進行:ぎゅーとら Oさん] ・ここは、みんなが大好きなお菓子などが販売されているコーナーです。このコーナーには、甘いお菓子からおせんべい、珍味類などが販売されています。 ・これらの商品には、全部、「賞味期限」というものが決められています。私たちは、賞味期限が切れた商品や包装が破損した商品などが棚にならばないように、担当のスタッフが、棚をチェックして、掃除をしたり、足りない商品の追加したり、棚にならんでからも、安心して皆さんに買っていただけるように、注意を払っています。 [進行:SRDI 中山・宮原] ・さて、ここで少しゲームをしましょう。この中には、私たちの三重県で作られているお菓子も少なくありません。みんなはどれが地元の会社を作っているお菓子がわかるかな？ ・今から10分間で、地元の会社を作っているお菓子を10種類見つけて、みんながもっているカードの商品名を書き出してください。 ・そして、その中から、これが明和店で、一番売られていると思う品物を1つだけ選んで来てください →全員が戻ってきたら ・はい、ごろうさまでした。すぐに10個見つけれ た人→挙手 結構、知らなくて探した人→挙手 ・皆さんが1番だと思うお菓子を見せてください ・Q1. ここでクイズです。皆さんが選んだお菓子で、世界中で売られているものがあります？ →ベビースターラーメンは世界で売られているよ (パネル) ・Q2. それでは、ここ伊勢に本社があって、日本全国で売られているお菓子があります？ →おにぎりせんべいは、北は北海道から南は九州・沖縄まで売られています。	※ (時間) はグーチーム カード、筆記具の配布 パネル (世界のベビースター、おにぎりせんべい分布図) は、事前にコーナーに配置、グーチーム終了後は、その場に置いておくこと。

				・おにぎりせんべいを食べたコトがある人？ない人？工場がどこにあるか知っている人？ →それでは、この後に、私たちと一緒に、おにぎりせんべいがどうやってできているのか見せてもらいにいきましょう。 ・選んできたお菓子は、サービスカウンターで、チェックをしてもらってきてください。 ・何が一番売れているかの答えあわせは、バスの中でします!! →グーチームは、お総菜コーナーへ →パーチームは、店外へ	
10:45	5	・時間調整			
10:50	30	= マスヤ 本社工場 へ移動		・車中、揚げたてコロッケの試食 ・地元お菓子一番人気商品の答え合わせ(売り上げ) (ベスト3まで欲しい→売り上げランキング1位:田舎あられ～	※ウエットティッシュ等の準備・配布 ※乗込時にマスヤ、Yさんに電話!!

時間	所要 (分)	シーン	伝える 情報	ガイド内容	備 考
11:20	5	シーン5 ・「ようこそ マスヤへ」	・工場施設の 概要	→Yさんほか、バス到着を出迎え。A棟入室時に、消毒を してもらうことをアナウンスして会議室へ誘導 →全員入室を確認してプログラムスタート 【進行:中山】 ・それでは、マスヤのYさんに、案内をお願いしています。Y さん、よろしくお願いします 【進行:マスヤ Yさん】 ・皆さん、ようこそマスヤへいらっしゃいました。私は、本 日、「おにぎりせんべい」の工場の紹介をする株式会社マ スヤのYといいます。よろしくお願いします。わからないことや 興味がわいたことなどは、どんどん質問してくださいね。 (衛星写真図を見せながら) ・今、皆さんはこの建物の中にいます。 ・皆さんが来ているマスヤ本社工場は、総面積が27,12 0㎡。東京ドームのグラウンド面積のちょうど倍くらい(東京ド ームグラウンド:13,000㎡)あります。 ・ここでは、「おにぎりせんべい」のほかに、「欧風せんべい ピケイト」などが作られ、全国に出荷されています。 ・工場内は、後でお話をしますが、衛生管理をきちんとし ないといけないため、製造に関係のない人を無暗に入れ ることができません。また、施設内に入るためにはいろい ろな準備やチェックが必要なこと、おせんべいを焼く機械の 熱気やいろいろな機械類もあり、施設に馴れてない人が ケガをしてしまうことも心配なので、今日は、「おにぎりせん べい」ができるまでをビデオで紹介して、皆さんが安全に 見学できる一部の工程を実際に専用の見学ブースから 見てもらうことにします。 ・それでは、まず、会議室にご案内します。この建物の二 階です。私についてきてください。トイレに行きたい方は、寄 ってから会議室に入ってください。	・工場到着後、A 棟 2F 会議室へ入 室してから開始 →パワーポイント 敷地図

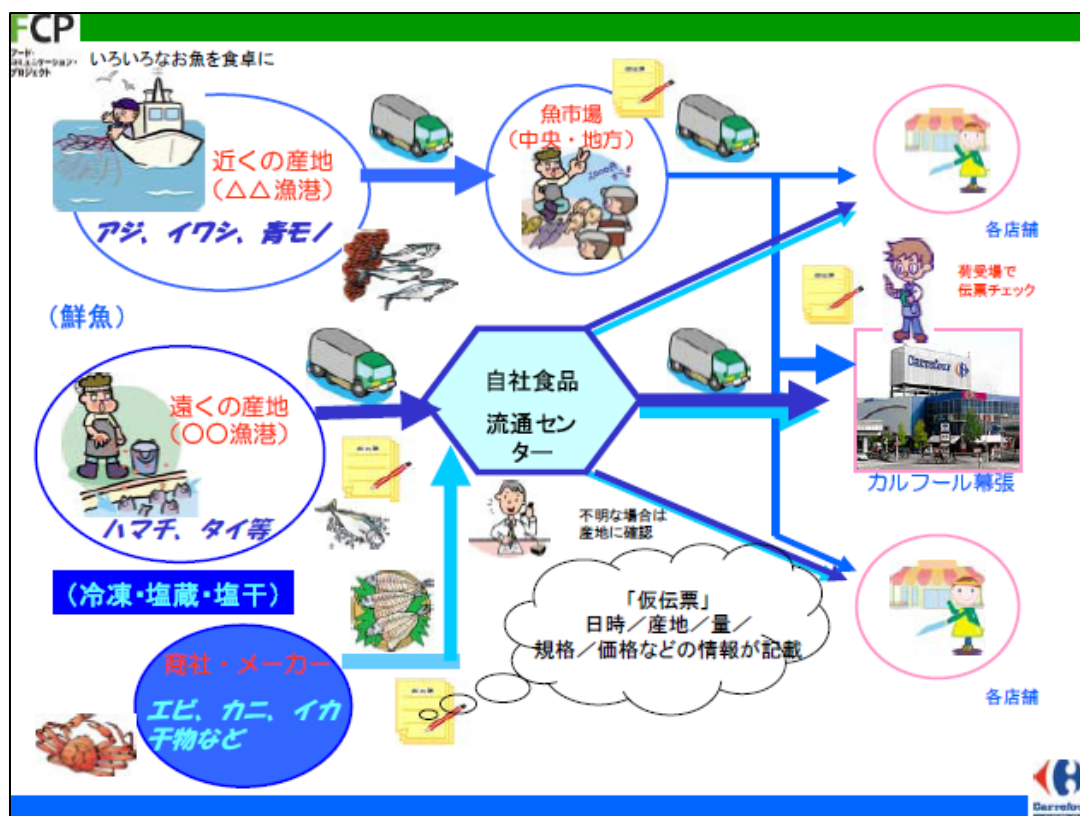
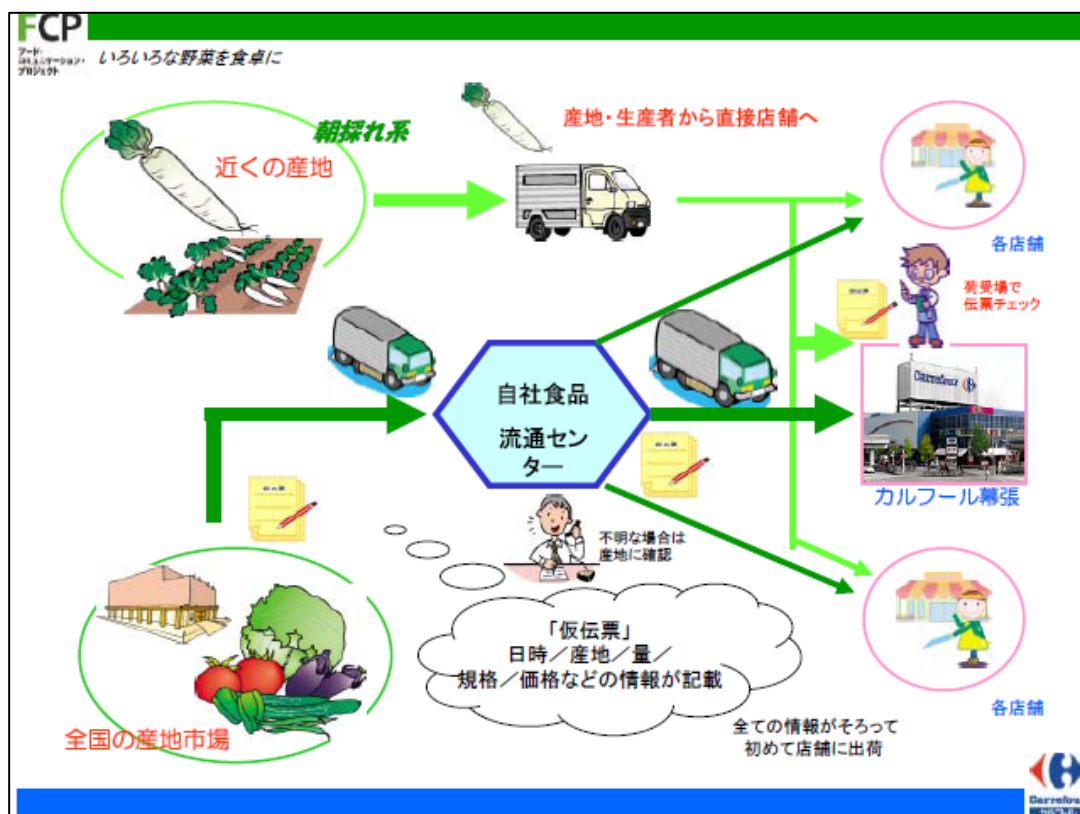
時間	所要 (分)	シーン	伝える 情報	ガイド内容	備 考
11:25	20	シーン6 ・「おにぎりせんべい」ができるまで (話・ビデオ)	お客様基 点の企業 経営指 針と社内 共有のた めの努力	【進行:マस्या ヱさん】 ・「おにぎりせんべい」ができるまでのお話の前に、私たちの会社のことをお話させてください。 ・ここ伊勢に誕生してから40年以上にわたり、皆さんに愛されております「おにぎりせんべい」を作っている株式会社マस्याは、米菓、和菓子、焼酎などの製造販売や、介護事業、不動産など異なる複数の企業からなるマस्याグループの一員です。 ・全国で相次いだ食の安全を揺さぶる事件・事故を教訓に、マस्याグループではちょうど2年前に、グループ全体で実現していくべき目標を明確に掲げることとしました。 異なる業種も含むグループ企業の全てが第一とするものが、「一番大切な人に食べさせたい製品を作る」ということ、ここ、マस्याにおいては「一番大切な人に食べさせたいお菓子を作る」ということを、何よりも重要な目標において日々、努力をしています。 ・主力商品の「おにぎりせんべい」は、親子で、また最近では祖父母から3世代にわたって親しんでいただいているロングセラーです。この信頼を欠くことがないよう、どうしたらいいか。それはやはり、「大切な人のために」作ることです。家族や子どもたちを思って製造したお菓子に、手抜きや品質劣化はありません。 ・こうした会社の考え方を従業員一人ひとりが共有していくために、8つの行動指針を定めており、例えば、朝礼などで唱和したり、カード化して全従業員が携帯し、いつでも見返せるようにしています。 ・私たちは、「おにぎりせんべい」はこのような気持ちを込めて、作っています。それでは、「おにぎりせんべい」がどうやってできるのかを、ご紹介します。 ＝ビデオ上映＝ (10分) ・いかがでしたか？ どうやって作られるのかの流れをわかっていただけましたか？ もし質問があればどうぞ（質疑応答→なければ、次ぎへ） ・それでは、次は実際に、ビデオの中でも紹介された「おにぎりせんべい」の包装や検査をしているところを見にいきましょう。大きな荷物は置いていても構いませんが、貴重品を各自で持って行ってください。それと工場の中の写真撮影はご遠慮いただいておりますので、ご了承ください。	(10分程度) パワーポイント利用

時間	所要 (分)	シーン	伝える 情報	ガイド内容	備 考
11:45	20	シーン7 ・「おにぎりせんべい」ができるところ (工場見学)	・製造現場での品質管理の状況	【進行:マスヤ ヱさん】(工場入口で) ・この建物は、お菓子をつくる工場施設のほかに、管理をする事務の職員も出入します。また、外部からのお客様も訪れることもあるため、衛生管理の観点から、建物に入る人は、熱はないかなどをチェックすること、備え付けの消毒液で手を消毒して建物に入るをお願いしています ・皆さんもどうぞ消毒をお願いします。消毒が済んだ方から階段で上がってください。 ――包装工程:通常の説明内容+職員の方の服装について少し強調―― ――検査工程:食味検査のことを後で触れるために、そのことを強調―― ・以上が、包装工程、検査工程の説明です。この後、倉庫に保管された「おにぎりせんべい」は、注文に応じて全国に出荷されていきます。 ・それでは、先ほどの会議室に戻りましょう。食味検査をする職員の密かな楽しみがあります。 会議室にもどって、工場見学に来てくれた皆さんにだけ、今回は特別に教えます。	(→「実際」と整合をとる!!) (→時間短縮のため消毒液の装置を複数用意)
12:05	25	シーン8 ・「安心・安全」へのこだわり 体験:ハットとマスクを着けてみて 体験:食味検査を体験しよう(焼きたて「おにぎりせんべい」の試食)	・見えない努力が食の安全・安心を支える(安全を支えるのは、こんなに大変)	【進行:マスヤ ヱさん】 ・さっき、見学したコトに関して質問はありますか？(→あれば1つ2つ、なければ次ぎへ) ・工場の中に居た人は、どんな格好をしていましたか？(子ども答える) ・そうです、工場の中に居た人は、みんなこんな白い帽子とマスクをつけていました。これは、さっきも説明したように、「おにぎりせんべい」の中に髪の毛などの異物が入らないように細心の注意を払っているからです。 ・私たちは、1998年に米菓メーカーでは国内で初めて、品質管理の仕組みについて定めた国際規格(ISO9002といえます)を取得し、品質管理の体制づくりを進めてきました。さらに、3年前からは、60年前にアメリカで開発され、世界各国で、食品工場の安全管理の仕組みで採用されているAISという仕組みを取り入れて、食品安全管理体制の強	→流れ、タイミングのすり合わせが

		・トライ君、おにぎり坊やと撮影会	化・徹底に努めています。 ・このことにより、日常的に自主点検を行うルールが定着し、なにか異常が起こる前に気付くことができるようになっていきます。また、従業員の中にも日々の業務がルールに則って行われているかをチェックする体制ができてきたので、チェックレベルを年々あげていきたいと考えています。 ・さて、ここで、皆さんには、工場の中でみた「検査」の工程を体験してもらいたいと思います。さきほど「食味検査」という、科学的な検査のほかに、最後は人間が食べてみて判断するというお話をしました。この「食味検査」は、社内で行われる味の感覚をみる試験に合格した人しか行うことができません。現在、工場のスタッフの中では、限られた人しか、この検査を行うことができます。その検査をする人たちだけが味わえるのが、「焼きたてのおにぎりせんべい」なのです（おにぎりせんべいの入場）。 ・香ばしい良いにおいがしていますね。それでは、早速みなさん、検査官になって、焼きたておにぎりせんべいを味わってみましょう!! →マスク、ハットの着けた方のコツなどを紹介 →適宜、せんべいの試食 →状況をみて締め ・はい、以上で、おにぎりせんべいができるまでの紹介は終わりです。どうもありがとうございました。 【進行：SRDI 中山】 ・準備ができた人から、バスに戻ってください。工場の前で記念撮影をしますので、もし、良かったらハットとマスクを付けたままで撮りましょう。それから、長くバスにのりますので、お手洗いに行きたい人はかならず、この階にあるトイレで済ませてから、外に出てくださいしてください。	必要 →本格的な服装体験は希望者がいれば、参加者から、いなければ、マスのスタッフがモデルになって見本を。 →ツアー参加者は使い捨て
12:30	10	・トイレ／時間調整	・全員退出したかを確認して、記念撮影、その後バスに乗車、マゴの店へ移動	
12:40	50	・マゴの店に移動	※13:30 前後に五桂池ふるさと村に着くように、バスルートで時間調整をする	

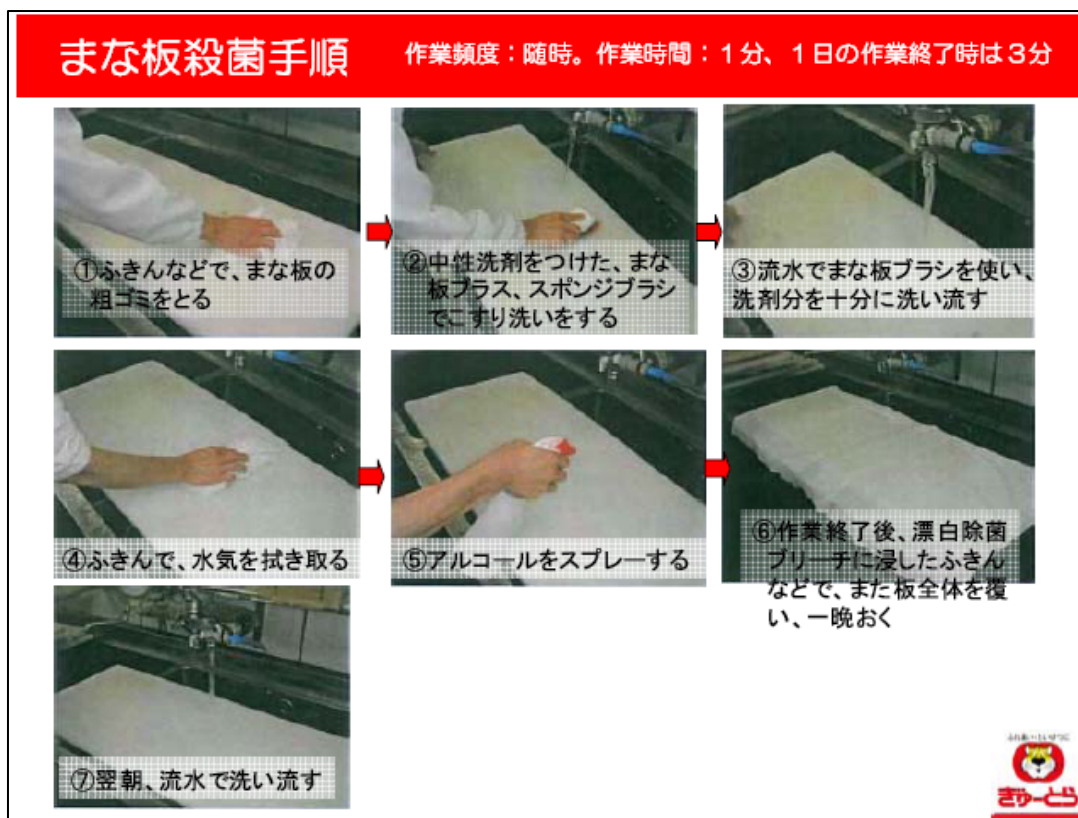
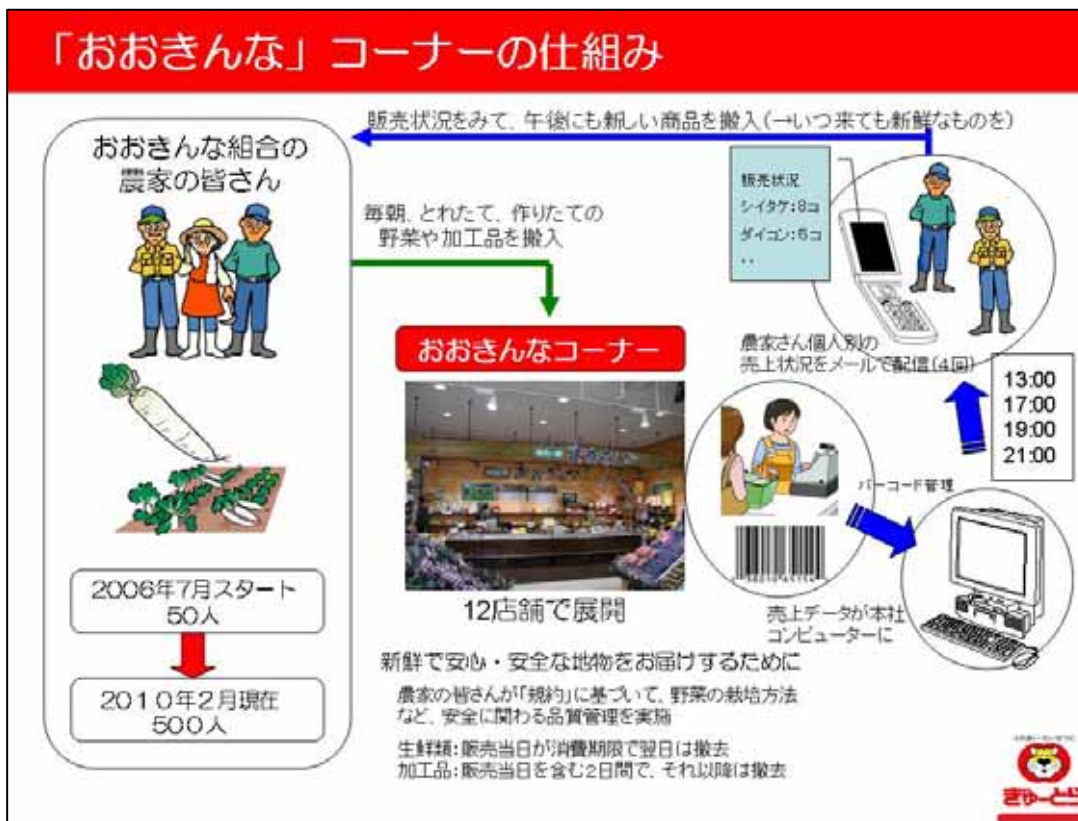
④説明補足パネル例

モデルツアー用に作成した補足説明パネル類は次のようなものがある。自社のパネル作成の参考にされたい。



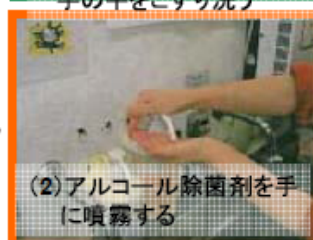
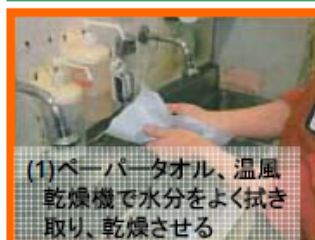


<ぎゅーとら、マスヤ工場モデルツアー 説明パネル>



手洗い殺菌手順

標準時間：1 分間



(作業頻度)
バックヤードに入る時。
調理をする前や食品に触れる前。
清掃作業を行った後。
次の作業に入る前。トレイの後。
その他、器具、備品に触れた後。

 手洗い石けん液による1次殺菌
 アルコールによる2次殺菌



「青春弁当」作りの様子





<ぎゅーとら、マスヤ工場モデルツアー ゲームパネル>



君はいくつ見つけられるかな？

地元のお菓子を探そう!!

NO	おかしの名前 (商品名)	つくってる会社の名前 (お菓子メーカー名)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

↑ このリストの中から、イチバン売れていると思うお菓子を1つ選んで来て!!

⑤参加者アンケート例

モデルツアー用の評価用に作成した参加者アンケートである。

平成20年度 フード・コミュニケーション・プロジェクト パイロット事業

食の安全見える化ツアーin伊勢 参加者アンケート

平成22年2月11日(木)

(財)日本システム開発研究所

Q1. あなたは食品を購入する場合に、どのようなことを重視されますか(あてはまるものをいくつかでも選び番号に○印を)

1. とにかく安く経済的なモノを買う
2. 多少高くても品質の良いモノを買う
3. 自分の好みにこだわってモノを買う(産地・メーカー、味、製法など)
4. 同じモノなら日持ちのするモノを買う
5. 同じモノなら日持ちはしなくても新鮮なものを買う
6. 安全性を何より重視してモノを買う
7. 全国的に有名なメーカーのモノを買う
8. 地元に密着したメーカーのモノを買う
9. その他()

Q2. あなたご自身の「ぎゅーとら」、「マスヤ」との関わり度合いについておたずねします。

(1)「ぎゅーとら」の店舗は、どのくらいの頻度で利用されていますか。(あてはまるものを1つ選び番号に○印を) ※ラブリー明和店以外も含めてお考えください。

1. ほぼ毎日
2. 一週間に2～3回
3. 1月に2～3回
4. 1月に1回
5. 2月に1回以上
6. その他()

(2)[ぎゅーとら]を利用される理由はどのようなものですか。(あてはまるものをいくつかでも選び番号に○印を)

1. 近くて便利だから
2. 品揃えが豊富だから
3. 値段が安いから
4. 営業時間が長いから
5. 信用できるお店だから
6. 店員の感じが良いから
7. 商品の品質が良いから
8. お店がキレイだから
9. 他では売っていない商品があるから。
10. サービスが良いから。
11. セールをよくやっているから。
12. 駐車スペースがあるから。
13. 店員と親しいから。
14. その他()

(3)「マスヤ」の商品の購入経験をおたずねします(あてはまるものを1つ選び番号に○印を)
※「おにぎりせんべい」以外の商品も含めてお考えください。

1. よく買う方
2. たまに買う
3. あまり買わない
4. 買ったことがない
5. わからない

(4)「マスヤ」の商品を購入する理由はどのようなものですか。(あてはまるものをいくつでも選び番号に○印を)

1. 安いから
2. 美味しいから
3. 量がちょうど良いから
4. どこでも買えるから
5. 安全性が信用できるから
6. 種類が多いから
7. 他社に無い商品があるから
8. 昔からあるから
9. その他()

Q3. 今回のツアーに参加して、企業や製造している商品、販売している商品に対するイメージが変わりましたか？変わったとしたら、どんな点ですか。

(1) イメージ変化の方向(あてはまるものを1つ選び○印をつけてください)

1. 大きく良い方向に変わった
2. 少し良い方向に変わった
3. どちらともいえない
4. 少し悪い方向に変わった
5. 大きく悪い方向に変わった

(2) 前問の評価をされたのは何故ですか？その理由を簡単にお書きください(いくつでも)。

Q4. 今回のツアーの中で印象に残った説明には、どのようなものがありますか。

(1)ぎゅーとら ラブリー明和店でのガイド内容

--

(2)マスヤ おにぎりせんべい工場でのガイド内容

--

(3)相可高校 マゴの店でのガイド内容(講演)

--

Q5. 食品メーカーや食品スーパーなどの食品に関わる企業は、衛生管理をはじめとする食の安全に関する自らの取組をもっと外に情報発信すべきだと思いますか？また、それはどのような方法で行うのが効果を高めると思いますか？

(1)安全に関する情報発信について(あてはまるものを1つ選び番号に○印を)

1. 安全に取り組むのは当たり前であるが、取組内容を積極的に情報発信すべき
2. 安全に取り組むのは当たり前であるが、ある程度は情報発信すべき
3. どちらともいえない
4. 安全に取り組むことは、当たり前のことなのであまり必要ない
5. 安全に取り組むことは、当たり前のことなのでまったく必要ない
6. わからない
7. その他(具体的に)

(2)企業の情報発信はどのような方法で行うのが効果的などお考えですか(あてはまるものをいくつでも選び番号に○印を)

1. 新聞広告
2. 新聞折り込みチラシ
3. テレビやラジオ CM
4. それぞれの企業によるホームページ
5. それぞれの企業によるメールマガジン
6. 業界が横断して運営するホームページ(ポータルサイト)やメールマガジン
7. 県や市町村のホームページ
8. 店舗のポスター(スーパーなどの場合)
9. 見学ツアー等の実施による直接対話
10. その他(具体的に)

Q6. あなた自身についておたずねします。以下の設問それぞれについてお答えください。

- | | | |
|----------------|----------|---------------------------------|
| (1)性別: | 1. 男性 | 2. 女性 |
| (2)年齢: | 20 歳代 | 30 歳代 40 歳代 50 歳代 60 歳代 70 歳代以上 |
| (3)お住まい | () 市・町内 | |
| (4)職業 | 1. 勤め人 | 2. パート・アルバイト 3. 主婦 4. 学生 5. その他 |
| (5)同行されたお子様の学年 | | |
| お一人目 | 小学校()年生 | |
| お二人目 | 小学校()年生 | |