

FCPの近未来 20xx年の姿

「協働の着眼点」が広く活用されることにより 消費者の信頼向上

● FCP 20XX年の姿

フード・コミュニケーション・プロジェクト(FCP)の具体的なイメージを共有していただくため、本プロジェクトが理想的に機能している場合の近未来の姿を、食品事業者の立場と、消費者の立場から想定し、試みに創作した話をご紹介します。

「食品事業者の場合」

食品事業者の意欲的な取組の活性化

A県の菓子メーカー新井本舗がFCPに賛同し、取組を高度化、消費者の信頼を獲得するとともに、経営発展していく様子を見てみましょう。



業務全体を振り返り取組を充実



新井本舗

●プロフィール

新井本舗は、地元産の食材を使ったこだわりの菓子が人気を博して、次々に新規商品を開発し、経営を発展させています。

社長の新井氏は、さらなる飛躍を目指して、経営戦略の見直しを行おうと考えていますが、経営全体を見て、自らの強み、弱みを把握できているかどうか、不安に感じていました。

そんな折、A県とA県食品産業振興会の共催のセミナーでFCPの存

在を知り、前向きに消費者の信頼向上を捉える理念に共鳴して、FCPへの賛同を宣言することにしたのです。

1 チェックシートを活用して、業務全体を振り返る

新井本舗は、A県が、県内の中小食品メーカー向けに開発した、「協働の着眼点」を具体化したチェックシートを活用して、自社の業務全体を振り返り、自社の強み、弱みを分析。把握した強み、弱みを意識して、中長期的な経営戦略を立て、計画的に業務改善に取り組むこととした。

○ 中長期的な経営戦略をたてて、計画的に業務改善

- ・ 新井本舗は自社の強みを「食育の推進」と「取引先との協働の取組」、弱みは「緊急時の自社と取引先との協力体制」と分析。
- ・ 強みの食育を武器に地元のファン作りを強化することとした。原材料供給産地との情報共有、協働の取組も充実し、原材料を安定的に確保。
- ・ 他方で緊急時の自社と取引先との協力体制の整備を見直し、万一の事態の備えを強化することとした。

2 研修プログラムを活用して職員の資質を向上

地元のA大学では産学連携のプロジェクトとして、「協働の着眼点」をベースにした食品事業者の職員向けの研修プログラムを開発し、社会人向け講座を開設している。

新井本舗では職員の資質を向上して、持続的に業務内容を高度化していくために、年1名を選んでこの「食の安全・安心講座」に派遣している。



● A県の推進方針

県内の中小食品メーカーが、消費者の信頼確保のために熱心に取り組むことは、県民の安心のためにも、地場産業の活性化のためにも大切なことだと考えています。

事業者の団体である食品産業振興会とも連携してチェックシートを開発し、前向きな事業者の取組を支援しています。

情報を伝達し、高い評価を獲得

3 取引先、お客様への情報提供の一環としてホームページの構成を「協働の着眼点」ベースで見直し

新井本舗では、充実した取組内容を取引先やお客様に知っていただくため、ホームページを充実、さらに FCP ポータルサイト (FCP 賛同企業が連携し、「協働の着眼点」に則した情報発信を行っているホームページ) と自社ホームページをリンクして事業者間の比較対照を容易にする取組にも参加。



新井本舗

● 情報発信に関する新井本舗の感想

PDCA サイクルで、自社の取組を充実することに止まらず、その内容を広くお知らせすることにしたため、「見られている」意識が高まり、自己チェックや情報管理の意識も高まって来たように感じます。

「協働の着眼点」に則って情報を整理していることで、地に足のついた取組として取引先様やお客様からの評判も良いようです。

4 取引先の量販店、百貨店の工場監査に効率的に対応

FCP に賛同する事業者が集まって工場監査の項目の標準化を行い、工場監査シートの基礎項目が関係者で共有されている。このため、食品メーカーの側からみると、複数の取引相手先の工場監査への対応も重複や混乱無く、効率的に行うことが可能となっている。

新井本舗は、日頃から「協働の着眼点」に則して、業務の改善や書類の管理などに取り組んでいるため、FCP に賛同している量販店、百貨店等の自社工場に対する監査にも、迅速に対応することができ、これらの取引先からの信頼感が高まっている。



堀商店

● スーパー堀商店バイヤーの評価

安全・安心の観点から取引相手先の業務内容を確認しようというのは、業種を問わず、バイヤー共通の意識です。

FCP に賛同を表明して「協働の着眼点」に則して業務を行っていること、さらにその内容を情報として整理し、開示できるようにされていることは、我々が効率的に情報を収集し、社会的なコストを抑えて、お客様の信頼を確保する上で、高く評価されるものです。

5 商談会の場を活用して、新規販路を効果的に開拓

新井本舗は、FCP 賛同企業によって開発された商談会用共通シートに自社の取組を整理して、商談相手先を明確化して複数の商談会に参加。

全ての商談会で食品の安全性確保、消費者の信頼確保のために必要とされる情報が共通のシートでやり取りされており、参加している量販店や百貨店のバイヤーも皆、共通シートを基に業務内容の確認を行っているため、商談成立のために必要な情報を効率的にやり取りできる。

商談会開催者側としても、イベントがマンネリ化することを怖れていた状態から、商談会が新井本舗のような会社の企業価値向上のための学びの場への転換を果たすことができています。

6 メインバンクとかけあい、販路拡大に伴う施設整備を実現

新井本舗では、販路拡大に対応して、衛生管理を行いやすい構造で製造工場の生産能力を高めることが必要となり、メインバンクから資金調達を行って、施設整備を行うこととした。

メインバンクからの融資を受けやすくするため、「協働の着眼点」を利用して格付調査会社矢口レーティングが開発した中小食品企業向けの業務格付け商品「食の安全・安心格付け」の格付けを行ってもらいAAの格付け結果を獲得。

格付け結果をもって、メインバンクの高村銀行に、販路拡大に対応するための施設整備に必要な資金調達を交渉。財務面だけでなく、業務面でも評価され、資金調達に成功。

7 県からの表彰や業務格付けの結果をプロモーションにも活用

新井本舗は、A県から、マニュアル、チェックシートを活用した継続的な業務改善の取組等が高く評価され、県知事表彰を受賞。ホームページ等で受賞の事実や、業務格付けの結果を幅広くお知らせしてプロモーションに役立てている。



高村銀行

●高村銀行の感想

地域密着型の金融機関として、地場産業の食品メーカーの皆様へのきめ細やかな支援を行っていきたいと考えています。効果的な支援のためにも業務内容の透明性が確保されていることは、とても重要です。「協働の着眼点」に基づいた業務格付けは、業務上のリスクを的確に見通せるだけでなく、取引先から評価されるポイントをおさえているため、ビジネスの可能性を判断する上でも有効でした。

継続的な事業展開

8 FCP賛同企業で作る「ベストプラクティス研究会」に参加、消費者の信頼を確保する最先端のノウハウを学び、取り入れる努力を継続

FCP 賛同企業の間では、消費者の信頼確保のため、各社が独自に実践している取組に関する情報を集積し、分析。その結果を、FCP 賛同企業に還元し、経営革新につなげようという活動が「ベストプラクティス研究会」として展開されている。

9 消費者との対話を「協働の着眼点」を活用して実施

企業の社会的責任（CSR）として、消費者や株主、取引先などの多様な関係者（ステークホルダー）の意見を会社としての意志決定に反映する取組（ステークホルダー・エンゲージメント）を実施することに注目が集まっており、中でも消費者との対話を行うことが重要視されている。

新井本舗では、FCP 賛同企業の研究成果も参考にしながら「協働の着眼点」を活用することにより、自らの取組を的確に伝えて、消費者と対話を実践しており、その内容を経営判断に活用している。



新井本舗の変化

●「協働の着眼点」を活用した取組により生まれた5つの変化

このような一連の取組に関して、新井本舗では以下のような認識の変化が生まれている

- ・ 食の安全や消費者の信頼確保のための取組を単なるコストとして捉えるのではなく、経営発展と同軸で捉える意識が徹底されてきた。
- ・ 事業継続のために重要なステークホルダー・エンゲージメントを効果的に実施することができるようになった。
- ・ 自社の強み、弱みを客観的に分析し、それらを反映した中長期的な戦略を自信を持って進めることができるようになった。
- ・ 戦略的な販路開拓が容易になり、効率的に商談相手先にアプローチできるようになった。
- ・ 社内で、部門間の壁を越えた意思統一が容易になり、企業統治の能力が向上するとともに、社内の対話も促進され、風通しの良い組織風土が醸成されて来たを受け止めている。

「消費者の場合」

FCPのある食生活の楽しみかた

都内在住の山田家の場合を見てみましょう。



●山田家のプロフィール

山田 太郎(45歳)

花子(40歳)

健太(13歳)

良美(7歳)

事業者の取組を比較して買い物



納得できる
買い物のために
FCPのポータルサイトを
チェック

1 食品事業者の取組を比較して買い物

花子は、原材料の管理がしっかり行われている食品メーカーの加工食品を選ぶために、FCPのポータルサイトから「協働の着眼点」の「4. 調達における取組」と「12. お客様への情報提供」の項目を検索し、リンクがはられている各メーカーの取組を比較してみた。

その中から、原材料の安全性や品質をキチンと確認している取組や、食品の長所だけでなく、短所についても情報を提供している、有馬食品の取組に共感を覚えた。

このため、日常の買い物では、有馬食品の製品を優先して購入することになっている。

2 ギフトもFCP賛同事業者のカタログから

山田家では、お中元やお歳暮などの親しい間柄の方へのギフトは、相手方の家族構成や好みなどを考えて選ぶことにしている。

百貨店「伊藤屋」では、FCPに賛同し、「協働の着眼点」に基づいて作成した評価基準を用いて、ギフト商品をセレクトし、ギフトカタログを作成している。

太郎と花子は、伊藤屋のホームページ等を通じて、それぞれの商品に関する情報を調べ、ギフトを贈ることとしている。



百貨店「伊藤屋」

●百貨店「伊藤屋」のギフトカタログの取組方針

当社では、通常のお取引から、「協働の着眼点」に則して作成した審査基準でテナント出店事業者様や食品メーカー様と情報のやり取りをさせていただいております。

ギフト商品を選ぶ際に、お客様の信頼を確保する観点から、「協働の着眼点」に則して、情報提供を充実できるよう、お取引先様と御相談して、カタログを作成しており、好評をいただいております。

食に対する理解を深める

3 工場見学でメーカーへの信頼感を高める

健太は、夏休みの調べ物で、いつも冷蔵庫の中にある有馬食品の製品がどのように作られているかに興味を抱いて、同社のHPから、「協働の着眼点」の「13. 食育の推進」の項目に該当する情報を調べ、工場見学を申し込んだ。

家族4人で、工場見学に参加し、「製造工程の管理」や「従業員の衛生管理」などがしっかり行われていることを実感して帰って来ることができた。



健太

● 健太の感想

今まで、安全・安心と盛んに言われているのを聞いていたけれど、地道な仕事がキチンと行われていることを実際に見ることができて、その大変さが分かりました。同時に、改めて有馬食品のファンになりました。手洗いや服装チェックが、あんなに厳しいなんて全然知りませんでした。



有馬食品

● 食育プログラムを開発した有馬食品のコメント

工場見学は、当社の取組をお客様に知っていただき、共感を覚えていただくために特に大切な取組と位置づけています。

ただ、ご覧頂くだけでなく、「協働の着眼点」を意識して、普段の情報発信では目立ちにくい安全性確保や信頼向上のための取組を意識していただけるよう、プログラムを工夫しています。



消費者の声を積極的に聞こうとする企業には好感が持てます

4 事業者との対話などに積極的に参加

花子は、有馬食品のホームページから、「11. お客様からの情報の収集、管理及び対応」の項目として、お客様モニター制度を活用した商品、サービスの改善を行っていることを知り、モニターとして登録し、製品の商品改善プログラムに参加した。

また、スーパー堀商店がCSRとして実施するステークホルダー・ダイアログに参加。日頃感じている疑問点を直接やり取りし、能動的に食品事業者に働きかけることで、お互いの関係をより建設的なものにできることを実感した。

マネープランでも選択



食の安全・安心を
実践している企業には
投資という形で
応援したい

5 取組を評価できる事業者を選択して投資

太郎は、FCP に賛同している格付調査会社矢口レーティングの「食の安全・安心格付け」で、お気に入りの食品メーカーである内藤フーズの格付けがAAになっていることを知った。

さらに、株主へのサービスも充実していることが分かったため、花子と相談して、内藤フーズの株式を購入することにした。

お気に入りのメーカーが、安全で信頼のおける商品を供給すること(言い換えれば、本業を通じて社会に貢献すること)を、投資の形でサポートするとともに、株主参加型の体験企画やプレゼント企画を楽しむこともできている。



矢口レーティング

●格付調査会社矢口レーティングの方針

食品事業者の業務は、他の業種と異なり、食品特有のリスクが多いことや、その現状が見えにくいことを特徴としています。

当社は、食品事業者様からの依頼を受けて、その業務を食の安全・安心の観点から客観的に評価し、評価結果をビジネス展開に活かしていただけるよう、サービスを提供しています。

万一の事故の時にも

6 輸入食品のトラブルに関する不安拡大の未然防止

卸売業者橋本物産が、輸入業者島崎商事より輸入し、スーパー掘商店で販売したC国の加工食品サニーフーズインダストリーの加工食品が原因と考えられる健康被害が国内で数件発生した。

速やかに原因が特定され、必要な範囲での回収も行われ大事には至らなかったが、C国産食品全般に関する不買運動が出始めるとともに、同じカテゴリーの食品に対する不安感、不信感も募ってマーケット全体に悪影響が出るのが懸念される事態に陥った。

この際、「協働の着眼点」の「16. 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備」に即して、事業者がそれぞれの取組を消費者等に対して紹介し、事態の沈静化を図った。



橋本物産

●卸売業者橋本物産の対応

通常、当社のような卸売会社は、消費者の皆さんとの接触の機会が少なく、情報発信に関する意識も希薄になりがちだという問題を抱えています。

今回の事件では、日頃から「協働の着眼点」を意識して業務を推進していた効果があって、お客様からのお問い合わせにも比較的円滑に対応できたと感じています。

卸売会社が、安全な食品の供給に貢献していることを少しでも感じていただけたとしたら、ありがたいですね。



●食品事業者の対応に関する太郎と花子の感想

花子 事故が起こってから、慌てて釈明会見を行っているのを見ると、どうしても言い逃れとか、隠ぺいを疑ってしまいたくなるけれど…、今回はどの会社も事故が起こる前から「協働の着眼点」に則して情報提供を行っていて、それを改めて説明しているので胡散臭さは感じなかった。



太郎 今回は「協働の着眼点」に則して連携して情報提供を行ったことで、「消費者の信頼確保のために食品産業界全体で努力している」姿勢が伝わって来たね。

花子 今まで気にすることの少なかった卸売会社や商社も、今回の情報提供に参画したことで、安全な食品の供給に大きな貢献をしていることを実感することができたわ。

太郎 いずれにしても、食品を選ぶことについて改めて考え直す良い機会になったよね。

家庭内でのコミュニケーション

7 FCPの運動としての広がりを与える安心感



FCP参加企業が
増えることは
安心感に
つながります

FCPに賛同する企業は、共通のキャッチフレーズを利用し、名刺などにFCPのシンボルマークをつけて、消費者の信頼向上のために積極的に取り組んでいることをPRしている。食品の供給に携わる企業にとっては、まさに本業としてのCSRとしての取組と言える。

FCPに参加すれば事故もなくなり、全ての問題が解消するという訳ではないが、太郎と花子は、FCPに賛同する企業の数、目に見えて増えること自体、「消費者の信頼向上のために一生懸命取り組んでいる事業者がこんなにたくさん居る」という、安心材料になると感じている。

山田家の変化



- 必要な情報を的確に判断できるようになった。
- 食品に対するリテラシーが高まった。

協働の着眼点に則して情報のやり取りが盛んになることで、山田家では、自分達の価値観に照らして食べ物を選ぶ際に、何が関連のある情報でじっくり考えなければならないのか、逆に何を気にしなくてもよいのかを、よりの確に判断できるようになったと感じている。

山田家では、食品事業者の企業行動について、当該事業者のホームページやCSRレポート等で直接情報を手に入れることもあれば、格付調査会社の格付結果や小売業者による評価などを通じて情報を手に入れることもある。

協働の着眼点に即して、関係者の目線が揃っていることで、食品事業者間の比較対照もしやすく、それぞれの独自性、特色も把握しやすくなっている。また、評価する者の価値観によって、評価が異なることを実感でき、一方的な決め付けに陥りにくくなっていることも山田家では良いことと捉えている。いずれにせよ、山田家の食品に対するリテラシーは「協働の着眼点」を知ったことで著しく高まったと感じている。

自分達が支持する食品事業者の良い取組が、持続可能な形で発展していくためには、その食品事業者の商品を買う(その店舗で買い物をする)ことや、その食品事業者に投資することによって、市場で明確なシグナルを発することが大切だと、太郎と花子は話し合っている。