

製造業：作業グループ 第1回の概要報告

- ・日時 平成 21 年 1 月 22 日（木） 13:30～16:30
- ・場所 丸ビル 8 階 コンファレンススクエア Room 2
- ・出席者 製造事業者 12 社、出席人数 13 人

<議事次第>

1. 本日の議題と資料の説明
2. ディスカッション①：「協働の着眼点（第1版）」の位置づけについて
3. ディスカッション②：協働の着眼点〔業態横断版〕について
4. ディスカッション③：協働の着眼点〔業態別〕について
5. まとめ、事務連絡

<議事>

今回の製造業：作業グループでは、「協働の着眼点（第1版）」の位置づけや構成について、また、フードチェーンをまたがる〔業態横断版〕と、食品の製造、卸売、小売という業態ごとの〔業態別〕からなる「協働の着眼点たたき台2次案」について参加者の皆さんに説明し、議論を行いました。

「協働の着眼点（第1版）」の位置づけについては、「意欲的な事業者が自主的に集まって、消費者や取引先などの関係者に自らの取組のどのようなポイントを伝えるべきか、事業者間でどのような取組を重要なポイントとすべきかという観点から意見交換を積み上げて作成したもの」であることなどを確認しました。

協働の着眼点〔業態横断版〕については、それぞれの業態の食品事業者が他業態と比較できる着眼点を俯瞰する「全体図」、それぞれの大項目についてなぜ重要なポイントと考えるかを説明する「項目の説明」から構成する案を提示しました。

ご参加頂いた皆さんからは、様々なご意見・ご質問を頂戴しましたので、議論の一部を以下に紹介します。

【「協働の着眼点（第1版）」の位置づけについて】

- ① 資料の最初の位置づけの説明の部分に「事業者の規模の大小にかかわらず、誰もが使えるものを目指している」など、明確に説明を入れた方が良いのではないか。
- ② 「協働の着眼点」を活用する際に、立場によって使い方が異なる可能性があるので、樹形図の全ての項目を必ず網羅する訳ではなく、ヒント集である樹形図の中から拾って加工し活用していくこともあるという説明の文章が必要ではないか。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 資料中の「協働の着眼点」の特徴説明の部分で、「さまざまな事業規模」という記述を加えた。様々な商品や事業形態・規模がある中で、皆さんに広く使っていただけるものを目指して作っていきたいと考えており、どのように表現するのが良いかは、一

つの課題として認識している。

- ② 伝え方には十分な配慮が必要と思う。現在行われている研究会の意見交換でも、関係者間で重要視している観点のミスマッチの例の話などがあがっている。また着眼点の活用の仕方については、研究会や来年度のパイロット事業などによってプロトタイプを増やしていきこのような事例を数多く積み上げて、効率的に情報のやりとりができるようにすることが今後の課題と認識している。

【協働の着眼点〔業態横断版〕について】

- ① 16 の大項目には項目と説明の部分のみを表記して、詳細内容の部分は、必要に応じて見られるようにしてあれば良いのではないかな。
- ② 協働の着眼点〔業態横断版〕全体図において、「コミュニケーション」で括っている理由は何かな。「コミュニケーション」を「協働の着眼点」に置き換えてはどうか。これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。
 - ① 公開時には、すべての事業者に共通の〔業態横断版〕をまず示し、さらに詳しい取組を知りたい方には、〔業態別〕の樹形図を見ていただくという構成を考えている。
 - ② 以前は「取組事項」としていたが、チェックリストや尋問のような印象を与えてしまうので、コミュニケーションを円滑に行うことが信頼向上を実現するベースになるという観点で提案した。「協働の着眼点」とする議論もあったが、今後整理をしていきたい。

【協働の着眼点〔業態別〕について】

- ① 協働の着眼点〔業態別〕には、「交差汚染」など、一般の人には難しい用語が使われているので、もっと詳しい用語集を作る必要があるのではないかな。
- ② 参考資料の用語集の「危害要因」の説明で使われている「ハザード」は、「危害要因」よりも難しいと思われる。これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。
 - ① 難しい単語は記載しないようにしているが、一般的に食品事業者で使われている単語は、補足として用語集での説明を加えて記載している。
 - ② 「危害要因」や「ハザード」という言葉は、食品安全の説明には必要な用語と考えている。用語の説明の書き方については検討の上対応したい。

上記の議論を反映し、資料ならびに説明内容について今後も継続して検討を行うこととしています。

次回の作業グループでは、今回の議論内容に加え、FCP ホームページで公表した「協働の着眼点たたき台2次案」について一般の皆さんからいただいたご意見や、他業態での議論内容を踏まえ、「協働の着眼点（第1版）」のまとめ方について議論を行う予定です。

以上

製造業：作業グループ 第2回の概要報告

- ・日時 平成 21 年 3 月 4 日（水） 13:30～16:00
- ・場所 TKP 東京駅ビジネスセンター 1 号館 5 階 カンファレンスルーム 15A
- ・出席者 製造事業者 13 社、出席人数 14 人

<議事次第>

1. 開会
2. 前回の作業グループ以降の経緯
3. 「協働の着眼点（第 1 版）」手引き、及び業種横断版について
4. 「協働の着眼点（第 1 版）」〔業種別〕について
5. FCP の今後の推進戦略について
6. まとめ

<議事>

今回の製造業：作業グループでは、「協働の着眼点（第 1 版）」の位置づけや構成を示す「協働の着眼点（第 1 版）」手引きを作成したこと、また、フードチェーンをまたがる〔業種横断版〕と、食品事業者の製造、卸売、小売という業種ごとの〔業種別〕からなる「協働の着眼点（第 1 版）」について、たたき台 2 次案からの変更点を中心に参加者の皆さんに説明し、議論を行いました。

全体的な変更点としては、これまで、製造、卸売、小売の区別を「業態」としていましたが、これを「業種」に変更した点が挙げられます。

「協働の着眼点（第 1 版）」手引きについては、「協働の着眼点」の活用方法を具体的に示すために、基本的な取り扱い方と活用の方面の説明を記述し、また、今年度の「協働の着眼点（第 1 版）」策定までの経緯を記述したことなどを説明しました。

協働の着眼点〔業種横断版〕については、大項目「コンプライアンスの徹底」の説明文を一部修正したことなどを説明しました。協働の着眼点〔業種別〕については、前回の議論内容を受け、中項目の説明文をなくしタイトルのみにしたこと、業種固有の項目と業種共通の項目を識別する記号を追加したことや、ネットワーク参加者にヒアリングをした内容を具体例に反映したこと、製造及び小売において、小項目「適切な表示の実施」を追加したことなどを説明しました。

また、第 1 回戦略検討委員会の概要、「協働の着眼点」活用方策研究会の概要、今年度の成果を取りまとめたコンセプトブックの発行について、事務局から説明しました。

ご参加頂いた皆さんからは、様々なご意見・ご質問を頂戴しましたので、議論の一部を以下に紹介します。

【「協働の着眼点（第 1 版）」について】

- ① 業種固有の項目と業種共通の項目を識別する記号の付け方に違和感のある箇所がある。もう少し整理をして欲しい。
- ② 大項目「製造における取組」において、「適切な賞味期限や消費期限を設定している」

という趣旨の小項目があるが、これは設計段階での取組なのではないか。

- ③ 「協働の着眼点」〔業種別〕の資料に、「※」がついた用語については用語集で説明している旨の説明をつけた方が良い。また、詳細版にも共通項目の識別記号をつけたほうが良い。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 大項目同士、中項目同士、小項目同士を比較し、文言がまったく同じ場合に業種共通と整理した。ただし、ご指摘をふまえて、実質的に内容が同じであれば業種共通と判断するという考え方で整理したい。
- ② 食品の製造段階において表示を行うため、製造における取組に表示の項目を設定している。ご意見の通り、小項目の「賞味期限や消費期限の設定」は設計での取組なので、「設定された賞味期限や消費期限を表示する」という趣旨の内容に修正する。
- ③ ご意見の通りに資料を修正する。

【FCP の今後の推進戦略について】

- ① 地域活性化の観点では、様々な規模の事業者が FCP に賛同して前向きに取り組んでもらうためには、地域の支援者とのつながりを作ることによってメリットが得られるようにするなどの工夫を行う必要があると思われる。
- ② 来年度の取組について、「FCP に賛同」することの考え方として、自分から賛同していると宣言することを考えているのか、それとも、FCP の運営主体が承認する仕組みを考えているのか。
- ③ 現在ネットワークに登録している事業者が離れないようにし、ラウンドテーブルのような仕組みを立ち上げる時には協力してもらえようように工夫する必要がある。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 地域の事業者を応援する金融機関等の関係者にも働きかけ、様々な規模の事業者が協働の着眼点を利用しやすい環境を整えていくことを考えている。
- ② プロジェクトへの賛同に関して厳格な評価をするつもりはなく、自主宣言が基本と考えている。ただし、自主宣言をしても、中身は何でもいいかという点は論点である。FCP の基本的な趣旨に反する使い方にはどう対応するのか、食品事業者の自主宣言をどう活用していくのか、優良事例をどう吸い上げて底上げにつなげていくのかなどは、今後の課題と認識している。
- ③ ネットワークに登録している事業者は、現在 FCP に興味を持っていただいている層であり、大変重要である。これらの事業者の中から、FCP に賛同してこんなことをしているという自主宣言をしてもらえようようにしたい。そのために、来年度の研究会やパイロット事業と連動させながら、ネットワークを強化したい。

上記の議論を反映し、第 2 回戦略検討委員会での議論を経て、「協働の着眼点（第 1 版）」として正式に公開する予定です。また、継続して検討すべき事項については、来年度以降、検討を続ける予定です。

以上

小売業：作業グループ 第1回の概要報告

- ・日時 平成 21 年 1 月 23 日（金） 13:30～16:30
- ・場所 丸ビル 8 階 コンファレンススクエア Room 2
- ・出席者 小売事業者 6 社、出席人数 7 人

<議事次第>

1. 本日の議題と資料の説明
2. ディスカッション①：「協働の着眼点（第1版）」の位置づけについて
3. ディスカッション②：協働の着眼点〔業態横断版〕について
4. ディスカッション③：協働の着眼点〔業態別〕について
5. まとめ、事務連絡

<議事>

今回の小売業：作業グループでは、「協働の着眼点（第1版）」の位置づけや構成について、また、フードチェーンをまたがる〔業態横断版〕と、食品の製造、卸売、小売という業態ごとの〔業態別〕からなる「協働の着眼点たたき台2次案」について参加者の皆さんに説明し、議論を行いました。

「協働の着眼点（第1版）」の位置づけについては、「意欲的な事業者が自主的に集まって、消費者や取引先などの関係者に自らの取組のどのようなポイントを伝えるべきか、事業者間でどのような取組を重要なポイントとすべきかという観点から意見交換を積み上げて作成したもの」であることなどを確認しました。

協働の着眼点〔業態横断版〕については、それぞれの業態の食品事業者が他業態と比較できる着眼点を俯瞰する「全体図」、それぞれの大項目についてなぜ重要なポイントと考えるかを説明する「項目の説明」から構成する案を提示しました。

ご参加頂いた皆さんからは、様々なご意見・ご質問を頂戴しましたので、議論の一部を以下に紹介します。

【「協働の着眼点（第1版）」の位置づけについて】

- ① 「協働の着眼点」を活用するメリットとして、企業経営が継続されていくという効果も期待されるので、そうした説明を打ち出してはどうか。
- ② 「協働の着眼点」とは何かという問いに、答えられる意味づけの文章が必要ではないか。「フード・コミュニケーション」についても同様である。
- ③ 「協働の着眼点」という言葉がわかりにくい。親しみやすい名称にしてはどうか。これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。
- ① 『④「協働の着眼点」により期待される効果』の記述の中で、ご意見の内容を反映できるように検討する。
- ② 定義については配布資料の「協働の着眼点の性格～5つの特徴～」箇所では記述しており、ご指摘を踏まえ、位置づけたい。他業態の作業グループでも同様の指摘があり、説明を追加する方向で検討する。

- ③ 今年度の作業グループでは「協働の着眼点」として策定作業を進めていただいているので、継続性を重視した方が良くように考えている。普及にふさわしい名称の検討方法については、今後検討していきたい。

【協働の着眼点〔業態横断版〕について】

- ① （文章量が多いとの懸念に対して）業態横断版を活用しようとする人は、内容について理解する知識を有するので、無理に内容を減らす必要はないのではないか。冊子にするならば分量は適当であろう。
- ② 「社内」や「取引先」というネーミングは、消費者にとっての分け方ではないのではないか。「安全のためのコミュニケーション」と「継続して信頼するためのコミュニケーション」など消費者向けの表記にした方が良くのではないか。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① プロジェクトや協働の着眼点をわかりやすく読めるような冊子の作成も予定している。それ以外の広報手段はホームページが基本的な情報開示のツールと考えている。
- ② 今回のとりまとめでは、実際のビジネスで活用していただきやすいよう自社内や取引先の取組項目を BtoB 視点で整理している。事業者視点との整理ということは確かなので、将来的に消費者視点で着眼点を活用する、「逆引き」のような整理を行うことになった場合には、ネーミングも含めて精査していく必要があると認識している。

【協働の着眼点〔業態別〕について】

- ① 大項目を分類したのが中項目、中項目を具体的にしたものが小項目という整理からすると、中項目はもっとシンプルな方が良くのではないか。
- ② 卸売業者の PB（プライベートブランド）商品に関する項目があるが、PB 商品を製造委託している卸売業者もいることを知らない人に、「小売業者の PB 商品に対して卸売業者が取組を行っている」と誤解される可能性があるのではないか。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 大項目と中項目はタイトルだけの方が見やすいという意見も頂戴した。今回は、これまで積み上げてきた議論を確認いただく趣旨もあるので、今のような書き方にしている。今後、大項目が「where, when」、中項目が「what」、小項目が「how」という整理がわかりやすく伝わるよう、見せ方を考えたい。
- ② 用語集の PB の定義で、「卸売業者」も PB を作っていることがわかるような説明に修正をする。

上記の議論を反映し、資料ならびに説明内容について今後も継続して検討を行うこととしています。

次回の作業グループでは、今回の議論内容に加え、FCP ホームページで公表した「協働の着眼点たたき台 2 次案」について一般の皆さんからいただいたご意見や、他業態での議論内容を踏まえ、「協働の着眼点（第 1 版）」のまとめ方について議論を行う予定です。

以上

小売業：作業グループ 第2回の概要報告

- ・日時 平成 21 年 3 月 5 日（木） 13:30～15:30
- ・場所 TKP 東京駅ビジネスセンター 1 号館 5 階 カンファレンスルーム 15A
- ・出席者 小売事業者 8 社、出席人数 11 人

<議事次第>

1. 開会
2. 前回の作業グループ以降の経緯
3. 「協働の着眼点（第 1 版）」手引き、及び業種横断版について
4. 「協働の着眼点（第 1 版）」〔業種別〕について
5. FCP の今後の推進戦略について
6. まとめ

<議事>

今回の小売業：作業グループでは、「協働の着眼点（第 1 版）」の位置づけや構成を示す「協働の着眼点（第 1 版）」手引きを作成したこと、また、フードチェーンをまたがる〔業種横断版〕と、食品事業者の製造、卸売、小売という業種ごとの〔業種別〕からなる「協働の着眼点（第 1 版）」について、たたき台 2 次案からの変更点を中心に参加者の皆さんに説明し、議論を行いました。

全体的な変更点としては、これまで、製造、卸売、小売の区別を「業態」としていましたが、これを「業種」に変更した点が挙げられます。

「協働の着眼点（第 1 版）」手引きについては、「協働の着眼点」の活用方法を具体的に示すために、基本的な取り扱い方と活用の方面の説明を記述し、また、今年度の「協働の着眼点（第 1 版）」策定までの経緯を記述したことなどを説明しました。

協働の着眼点〔業種横断版〕については、大項目「コンプライアンスの徹底」の説明文を一部修正したことなどを説明しました。協働の着眼点〔業種別〕については、前回の議論内容を受け、中項目の説明文をなくしタイトルのみにしたこと、業種固有の項目と業種共通の項目の識別のために記号を追加したことや、ネットワーク参加者にヒアリングをした内容を具体例に反映したことなどを説明しました。

また、第 1 回戦略検討委員会の概要、「協働の着眼点」活用方策研究会の概要、今年度の成果を取りまとめたコンセプトブックの発行について、事務局から説明しました。

ご参加頂いた皆さんからは、様々なご意見・ご質問を頂戴しましたので、議論の一部を以下に紹介します。

【「協働の着眼点（第 1 版）」について】

- ① 「協働の着眼点（第 1 版）」のコンセプトブックは、どのようなものか。
- ② 手引きの中の「協働の着眼点」の活用方法の部分は重要であり、その効果の説明をもっと加えた方が良い。消費者の信頼向上のための「実践アイデア」の提示とあるが、誰がどこに提示するのか。

- ③ 「手引き」について、もう少し見やすさを工夫したほうが良い。
- ④ 製造と卸売にある、大項目「緊急時を想定した自社体制の整備」の中にある小項目「緊急時において関連する情報を、迅速に収集する体制を整備している」は、小売にもあるべきである。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 一般の書店での販売を計画している。地域の事業者インタビューをしたり、実際に協働の着眼点を活用してもらった事業者の感想も入れ、作業グループに協力いただいた事業者の意見も載せる予定である。FCP の基礎資料として、事業者を活用してもらうようにしたい。
- ② これからパイロット事業で事例を増やし、提示していく。現在、戦略検討委員会や研究会で議論しており、どのように進めていくかの案を出す。
- ③ フォントなど見せ方を工夫していきたい。
- ④ 小売においては、緊急時における情報収集は主として取引先等から行い、その情報を店舗、関連部署や経営者に伝達するという観点から、「自社内の情報収集」の趣旨の小項目を定めていなかった。しかしご指摘の通り、各店舗においてのお客様等からの情報収集の観点も重要であるため、「緊急時において関連する情報を、迅速に収集する体制を整備している」に関する小項目を追加する。

【FCP の今後の推進戦略について】

- ① 資料 6 「今後の推進戦略について」に「持続可能性」とあるが、これはどういう意味か。
- ② 「協働の着眼点」という名前だけではわかりにくい。「食品の」をつける必要があるのではないか。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① FCP の取組を持続していくための体制の整備が必要と考えている。ラウンドテーブルを立ち上げ、3 年間でパイロット事業などを行うところまでは農林水産省が行うつもりだが、それ以降は事業者で自立して続けて欲しい。農林水産省の役割は、FCP の取組を持続的に進めるための環境整備を行うことと考えている。
- ② 戦略検討委員会でも「協働の着眼点」という名称自体を見直す意見が出ており、今後見直しも含めて検討する。

上記の議論を反映し、第 2 回戦略検討委員会での議論を経て、「協働の着眼点（第 1 版）」として正式に公開する予定です。また、継続して検討すべき事項については、来年度以降、検討を続ける予定です。

以上

卸売業：作業グループ 第1回の概要報告

- ・日時 平成 21 年 1 月 23 日（金） 10:00～12:00
- ・場所 東京海上日動リスクコンサルティング（株）内 会議室
- ・出席者 卸売事業者 4 社、出席人数 9 人

<議事次第>

1. 本日の議題と資料の説明
2. ディスカッション①：「協働の着眼点（第1版）」の位置づけについて
3. ディスカッション②：協働の着眼点〔業態横断版〕について
4. ディスカッション③：協働の着眼点〔業態別〕について
5. まとめ、事務連絡

<議事>

今回の卸売業：作業グループでは、「協働の着眼点（第1版）」の位置づけや構成について、また、フードチェーンをまたがる〔業態横断版〕と、食品の製造、卸売、小売という業態ごとの〔業態別〕からなる「協働の着眼点たたき台2次案」について参加者の皆さんに説明し、議論を行いました。

「協働の着眼点（第1版）」の位置づけについては、「意欲的な事業者が自主的に集まって、消費者や取引先などの関係者に自らの取組のどのようなポイントを伝えるべきか、事業者間でどのような取組を重要なポイントとすべきかという観点から意見交換を積み上げて作成したもの」であることなどを確認しました。

協働の着眼点〔業態横断版〕については、それぞれの業態の食品事業者が他業態と比較できる着眼点を俯瞰する「全体図」、それぞれの大項目についてなぜ重要なポイントと考えるかを説明する「項目の説明」から構成する案を提示しました。

ご参加頂いた皆さんからは、様々なご意見・ご質問を頂戴しましたので、議論の一部を以下に紹介します。

【協働の着眼点（第1版）」の位置づけについて】

- ① 社内でも部署が異なると話が通じにくい場合があり、共通言語の確立は非常に重要と考えている。「協働の着眼点」によって消費者基点からのコミュニケーションの活性化も期待されるため、この点を明確に記載した方が良いのではないかと。
- ② 今後、中小規模の食品事業者の参画を広げていくにあたっては、「協働の着眼点」の活用メリットなど、具体的に提示した方が良いのではないかと。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 「企業行動の情報発信研究会」でも、まず社内のコミュニケーションが課題だと

いう話が出ている。「協働の着眼点（第1版）」の位置づけにおいて「社内や同業態の事業者の間で…」と記載したが、示し方は今後も検討したい。

- ② こうすれば必ず儲かるというような示し方は難しいと考える。着眼点の活用方策のイメージを提供し、食品事業者の皆さんの創意工夫によりビジネスチャンスが得ていただくというスタンスで臨み、今後の研究会やパイロット事業などを通じて具体的な実践例を積み重ねて示していくこととしたい。

【協働の着眼点〔業態横断版〕について】

- ① 項目の説明の文章が長い。例えば大項目の説明に、「～があり、かつ～」との記述があり読みづらい。

この意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 他業態の作業グループでもご指摘をいただいているので、できる限り読みやすくする方向で検討したい。

【協働の着眼点〔業態別〕について】

- ① 用語集で「お客様」は「一般の消費者の皆様」と定義されているが、卸売業者にとって「お客様」は「消費者」だけではなく「取引先」も含むため違和感がある。「一般の消費者の皆様」は「消費者」で良いのではないか。

- ② 参考資料の用語集には、一般的に使用される言葉が含まれている。もう少し絞り込んでどうか。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① これまでの議論で、日常の業務で消費者を「お客様」としているという意見が複数出たため、食品事業者の皆さんの言葉としてまとめていく考えにより、「お客様」を使うことにした。ただし、業態によっては違和感を覚える可能性もあるので、用語集で定義を明らかにしている。
- ② これまでの議論では業態によって意味が異なる言葉も同じ単語が使われていたもので、定義を要する用語を整理したという経緯がある。主に食品事業者間での活用を想定している現段階では、誤解のないよう説明をつけた方が良く考えている。

上記の議論を反映し、資料ならびに説明内容について今後も継続して検討を行うこととしています。

次回の作業グループでは、今回の議論内容に加え、FCP ホームページで公表した「協働の着眼点たたき台2次案」について一般の皆さんからいただいたご意見や、他業態での議論内容を踏まえ、「協働の着眼点（第1版）」のまとめ方について議論を行う予定です。

以上

卸売業：作業グループ 第2回の概要報告

- ・日時 平成 21 年 3 月 5 日（木） 10:00～12:00
- ・場所 東京海上日動リスクコンサルティング株式会社 会議室 E
- ・出席者 卸売事業者 7 社、出席人数 11 人

<議事次第>

1. 開会
2. 前回の作業グループ以降の経緯
3. 「協働の着眼点（第 1 版）」手引き、及び業種横断版について
4. 「協働の着眼点（第 1 版）」〔業種別〕について
5. FCP の今後の推進戦略について
6. まとめ

<議事>

今回の卸売業：作業グループでは、「協働の着眼点（第 1 版）」の位置づけや構成を示す「協働の着眼点（第 1 版）」手引きを作成したこと、また、フードチェーンをまたがる〔業種横断版〕と、食品事業者の製造、卸売、小売という業種ごとの〔業種別〕からなる「協働の着眼点（第 1 版）」について、たたき台 2 次案からの変更点を中心に参加者の皆さんに説明し、議論を行いました。

全体的な変更点としては、これまで、製造、卸売、小売の区別を「業態」としていましたが、これを「業種」に変更した点が挙げられます。

「協働の着眼点（第 1 版）」手引きについては、「協働の着眼点」の活用方法を具体的に示すために、基本的な取り扱い方と活用場の説明を記述し、また、今年度の「協働の着眼点（第 1 版）」策定までの経緯を記述したことなどを説明しました。

協働の着眼点〔業種横断版〕については、大項目「コンプライアンスの徹底」の説明文を一部修正したことなどを説明しました。協働の着眼点〔業種別〕については、前回の議論内容を受け、中項目の説明文をなくしタイトルのみとしたこと、業種固有の項目と業種共通の項目を識別する記号を追加したことや、ネットワーク参加者にヒアリングをした内容を具体例に反映したことなどを説明しました。

また、第 1 回戦略検討委員会の概要、「協働の着眼点」活用方策研究会の概要、今年度の成果を取りまとめたコンセプトブックの発行について、事務局から説明しました。

ご参加頂いた皆さんからは、様々なご意見・ご質問を頂戴しましたので、議論の一部を以下に紹介します。

【「協働の着眼点（第1版）」について】

- ① 協働の着眼点〔業種別〕樹形図中の青い点線はどういう位置づけで使用しているのか。
- ② 協働の着眼点〔業種別〕は、一見マニュアルに見える。だとすると、もう少し分かりやすくした方がよい。また、消費者に対して FCP の活動を広報していく場合、より分かりやすく見せて広めていく工夫が必要だと思うが、来年度に検討するのか。
- ③ 「原材料から食品を消費するまでの安全に関わる危害要因を明確にしている」は、卸売業者に関しては、PB 商品の場合のみに限定している理由は何か。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 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、緊急時に関するコミュニケーションのカテゴリを分ける線である。見やすさの観点から再度検討する。
- ② 来年度検討を行う、消費者に対する見せ方の工夫は、当然考えていく必要があり、皆さんのご意見を伺いながら検討していきたい。また、マニュアルというのは使い方の一例であり、使い方は自由度の高いものを提案したい。そのためパイロット事業や研究会の機会をたくさん用意し、具体的な使い方のパターンを数多く示して、実際に皆さんに使ってもらいたい。実際に使った方から、使い道や実践内容の情報を提供してもらい、それを他の人にも見せるというプロセスで、この取組を活性化することを考えている。
- ③ 今年度の作業グループにおいては、生鮮食品を扱っている卸売業者の話聞く機会が少なかったという事情もあり、PB 商品に限定した書き方になっている。確かに、完全に PB 商品に限定してよいかどうか議論の必要があると考えるが、現時点では、今後の検討課題とさせていただきたい。

上記の議論を反映し、第2回戦略検討委員会での議論を経て、「協働の着眼点（第1版）」として正式に公開する予定です。また、継続して検討すべき事項については、来年度以降、検討を続ける予定です。

以上