FCPアセスメント研究会
「工場監査項目の標準化・共有化分科会」の活動について

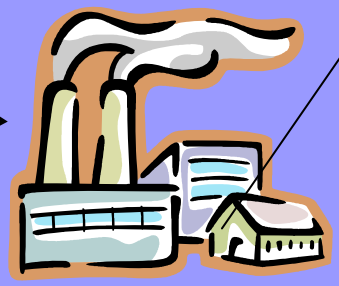
平成22年2月24日

FCP事務局

工場監査項目の標準化・共有化分科会

原材料供給

食品製造



食品販売

工場監査項目の標準化・共有化

「工場」を切り口に、製造事業者の取り組みを確認
“固定的なロケーション”の話

商品情報の効率的なやりとり

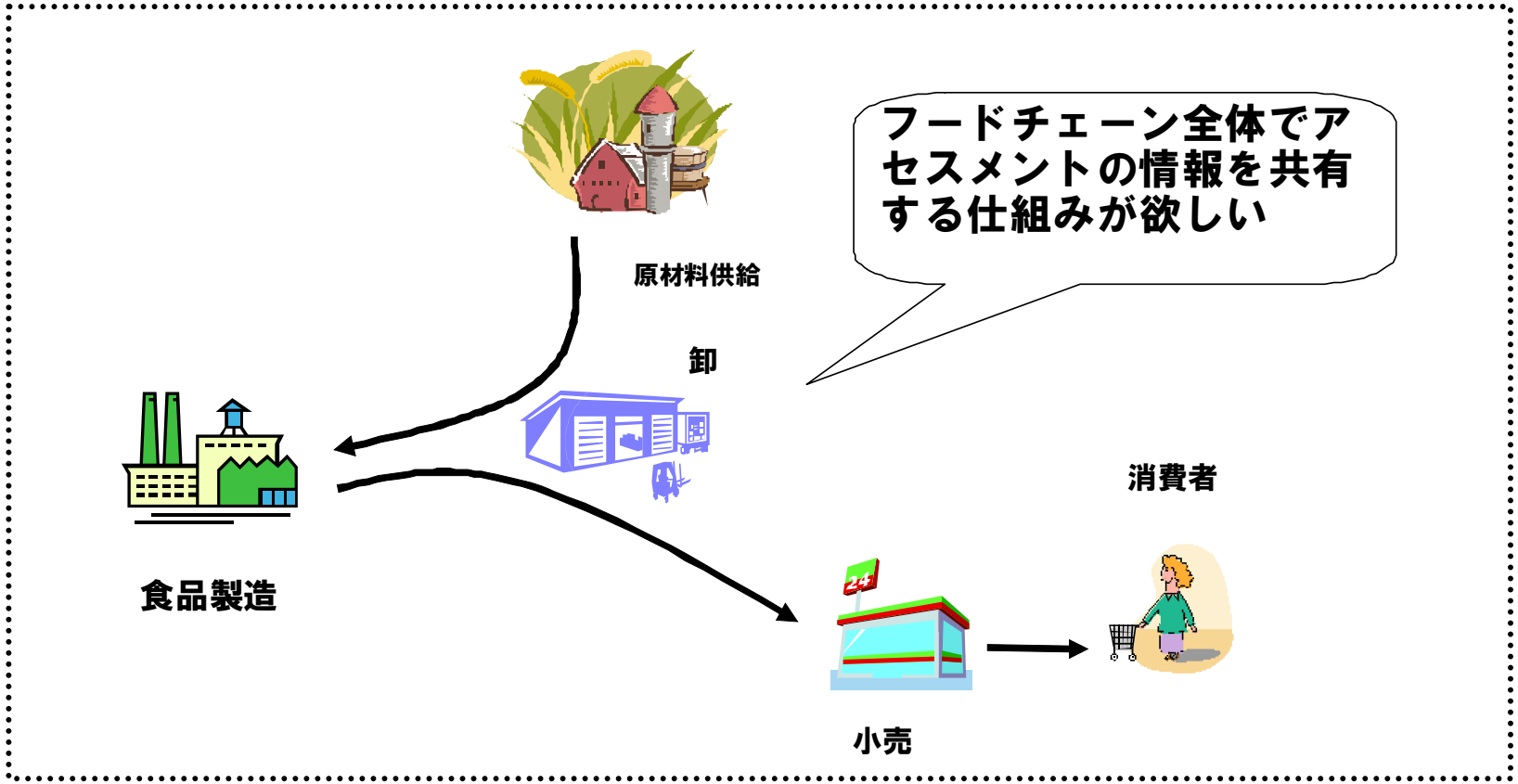
「商品」を切り口に、複数事業者の取り組みを確認
“ロケーションを変えて流通する、フローなものの”の話

分科会ご参加事業者（42事業者）

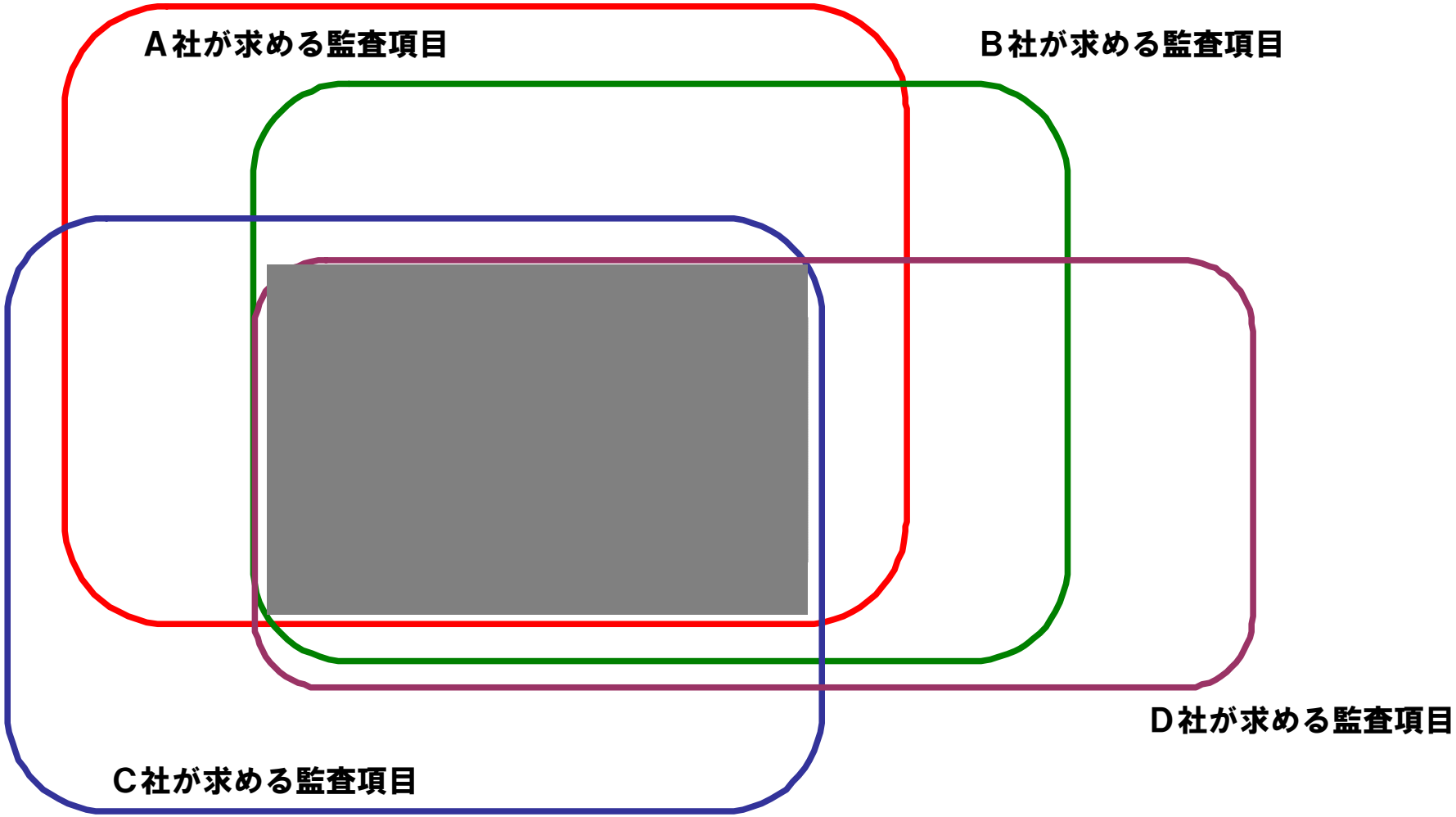
- 株式会社アイ・エス・レーティング
- 味の素株式会社
- イオン株式会社
- 株式会社イトーヨーカ堂
- カゴメ株式会社
- 京セラミタジャパン株式会社
- サーモフィッシャーサイエンティフィック株式会社
- NPO法人サニテーション・デザイナー協会
- サントリーホールディングス株式会社
- 敷島製パン株式会社
- 株式会社シジシージャパン
- 株式会社消費経済研究所
- 太陽化学株式会社
- 株式会社竹中工務店
- 株式会社ちぼり
- 株式会社東急ストア
- 東京サラヤ株式会社
- 東洋冷蔵株式会社
- 株式会社ニチレイフーズ
- 日清オイリオグループ株式会社
- 株式会社日清製粉グループ本社
- 株式会社日本アクセス
- 日本検査キューエイ株式会社
- 日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社
- 財団法人日本食品分析センター
- 社団法人日本能率協会
- 日本マクドナルド株式会社
- ハウス食品株式会社
- 株式会社阪急クオリティーサポート
- 株式会社ファミリーマート
- 株式会社ホンダトレーディング
- 株式会社マルハニチロホールディングス
- みたけ食品工業株式会社
- ミツイワ株式会社
- 株式会社ミツカンサンミ
- 三菱化学メディエンス株式会社
- 三菱商事株式会社
- 明治乳業株式会社
- 株式会社山武
- 株式会社菱食
- 株式会社ローソン
- わらべや日洋株式会社

【1】
「工場監査項目の標準化・共有化」の背景

（1） 平成20年度FCPアセスメント研究会議論内容から



（2） 工場監査項目標準化･共有化の考え方



【2】
「工場監査項目の標準化・共有化」の作業の流れ

「工場監査項目の標準化・共有化」の作業の流れ

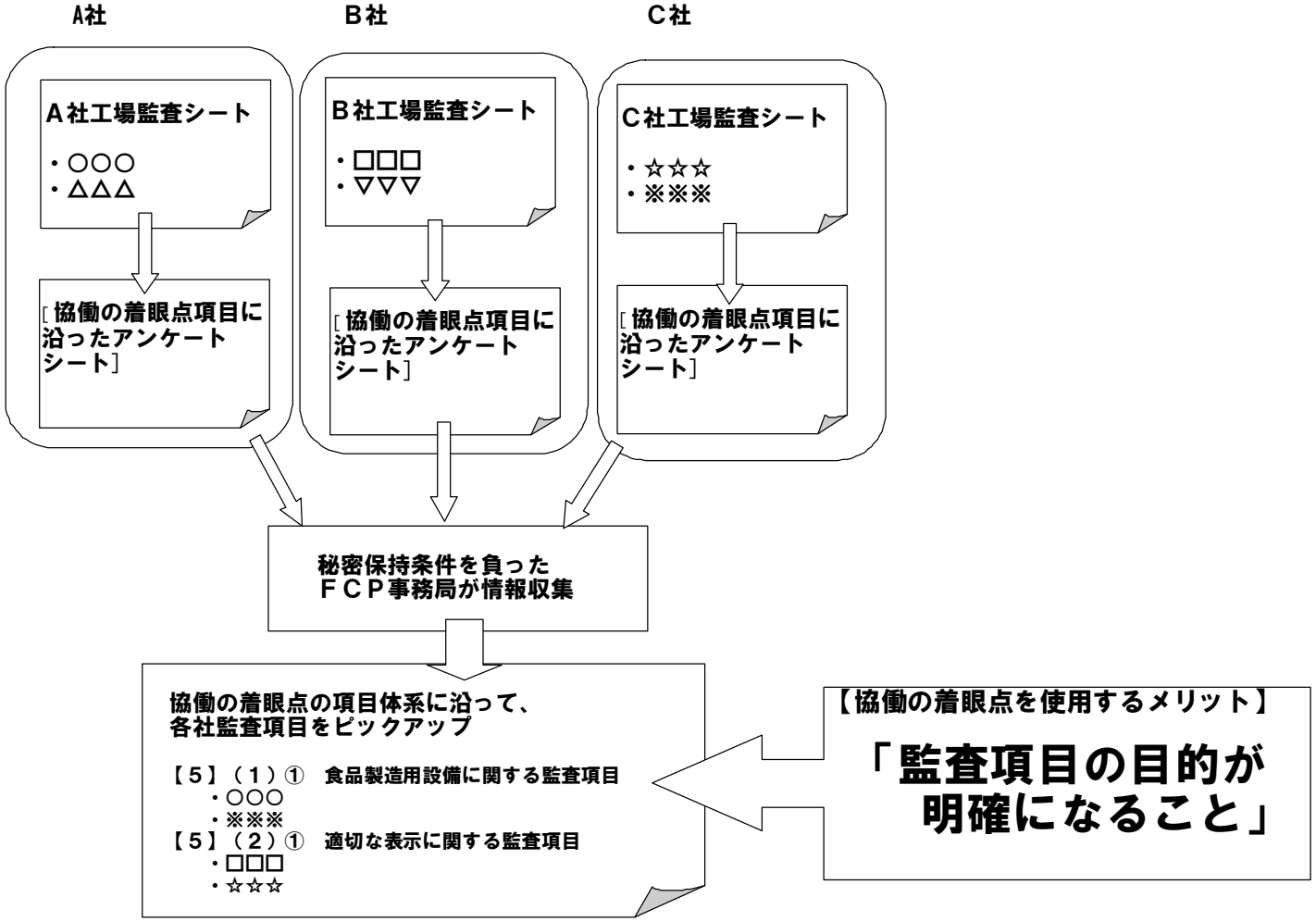
Step1:　各社からの「工場監査項目」情報の収集

Step2:　各社工場監査項目の整理

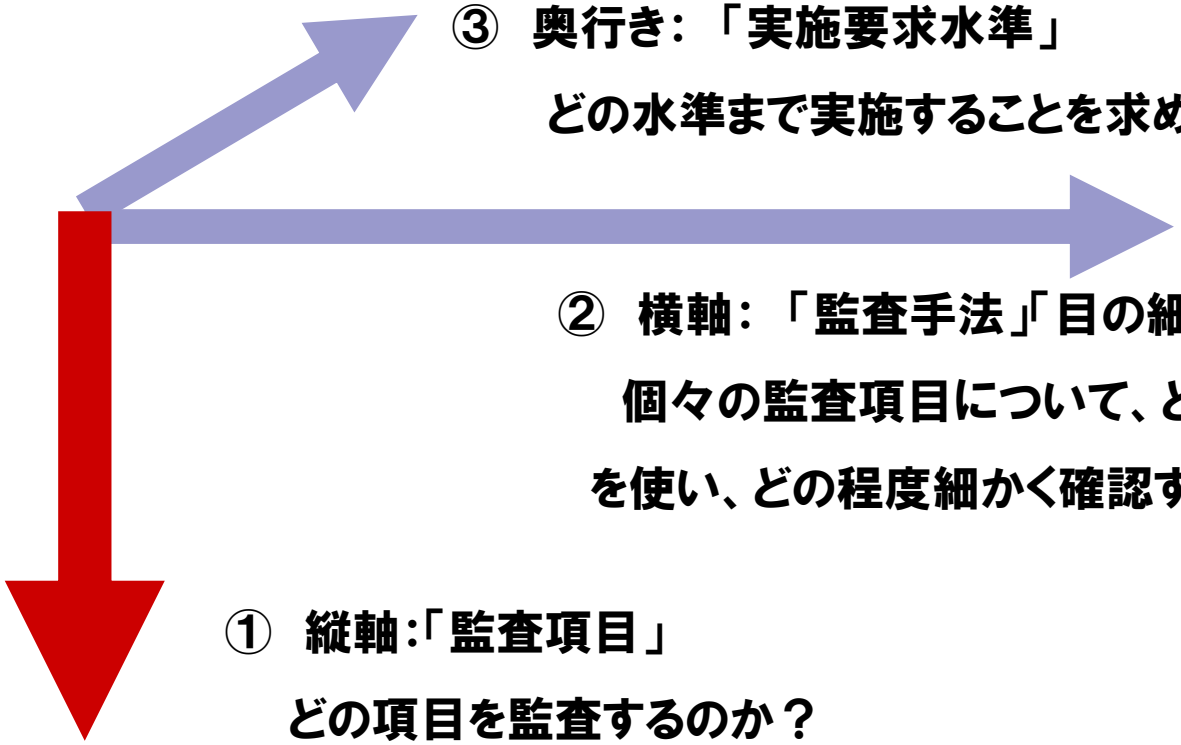
Step3:　「共通監査項目」の抽出

8

【Step1作業】
「協働の着眼点」を使った
各社「工場監査項目」情報の収集



工場監査項目を議論する際の視点



③　奥行き：「実施要求水準」

どの水準まで実施することを求めるか？

②　横軸：「監査手法」「目の細かさ」

個々の監査項目について、どのような手法を使い、どの程度細かく確認するか？

①　縦軸：「監査項目」

どの項目を監査するのか？

今回は縦軸部分を議論

「工場監査項目」としてフォーカスをあてる領域

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

3. 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備

4. 調達における取組

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】

6. 販売における取組

取引先に関するコミュニケーション

7. 持続性のある関係のための体制整備

8. 取引先との公正な取引

9. 取引先との情報共有、協働の取組

お客様に関するコミュニケーション

10. お客様とのコミュニケーションのための体制整備

11. お客様からの情報の収集、管理及び対応

12. お客様への情報提供

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

大項目5. を中心に、○印がついている項目を検討

「工場監査項目の標準化・共有化」の作業の流れ

Step1:　各社からの「工場監査項目」情報の収集

Step2:　各社工場監査項目の整理

Step3:　「共通監査項目」の抽出

【Step2】
「各社工場監査項目の整理」(分科会作業)

- 各社監査項目の内容を精査(各社の監査の狙いを把握)し、類似の項目を括る作業を実施

【分科会作業Input】
協働の着眼点の項目に沿って、
各社の監査項目を羅列したもの

	大項目	中項目	小項目	貴社／貴団体にて実施されている監査項目
社内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(※16)整備】 安全かつ適切な食品を提供し、また危害(※21)の発生を防止するための体制を整備している	(1)【方針及び業務ルール(※13)の策定及び更新】	①企業理念または方針の中に、安全かつ適切な食品の提供に取り組む姿勢を盛り込んでいる	盛り込んでいる
				ISOに準じた品質マニュアルが活用されていること
				HACCPチームもしくはPS推進の為のチームが編成されている。
				1.(1)、①の方針に含まれているか確認
			②安全かつ適切な食品の提供のための業務ルールを定めている	(着眼点と同じ)
				定めている
				製品仕様書、原料・資材規格書、製造標準書等が整備されており、文書管理されている
				…の基準を確認

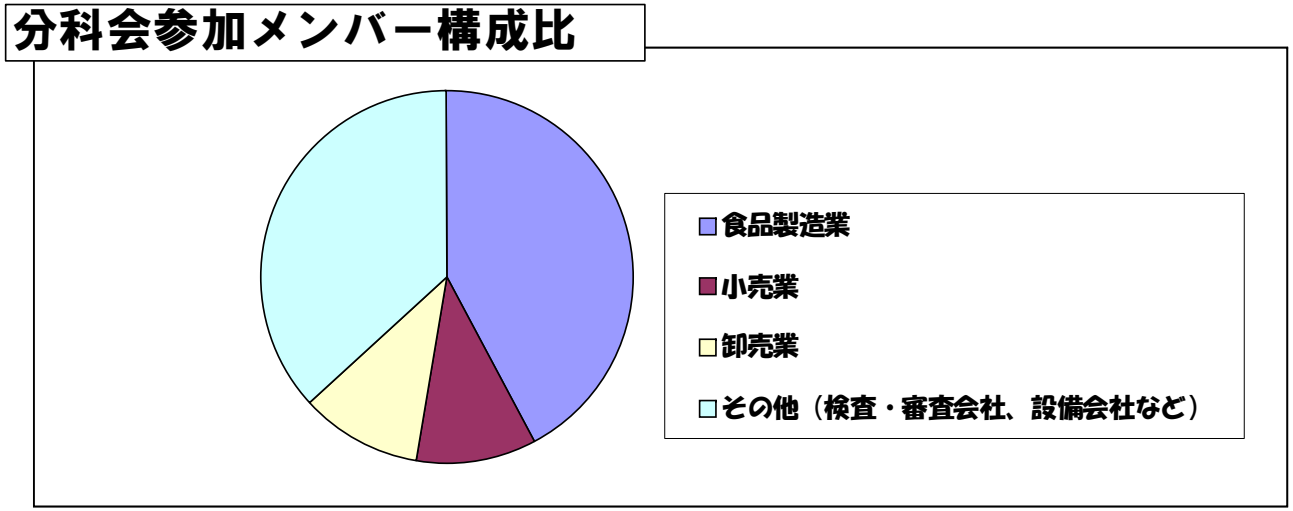
類似項目を括る作業

【Step3】「共通監査項目」の抽出

- Step2で括った各監査項目が、製造食品・企業規模などに係わりなく、「共通監査項目」に該当するかを検討

	主要監査項目	分科会検討結果			アンケート集				
		項目区分			項目区分				条件内容
		基礎項目	条件により適用	応用項目	事業者分類	基礎項目	条件により適用	応用項目	
1	消費期限・賞味期限は科学的根拠に基づき表示している				食品事業者	17	1	1	
					検査・審査会社等	10	0	1	
					合計	27	1	2	
2	消費期限・賞味期限は科学的根拠で示されている期間に安全係数をかけて設定している				食品事業者	17	0	2	特に事業者が付加価値を与え場合は安全係数を掛けない場
					検査・審査会社等	7	2	2	
					合計	24	2	4	
3	消費期限・賞味期限の妥当性を検証している				食品事業者	17	0	2	自社基準を定めた場合
					検査・審査会社等	8	1	2	
					合計	25	1	4	

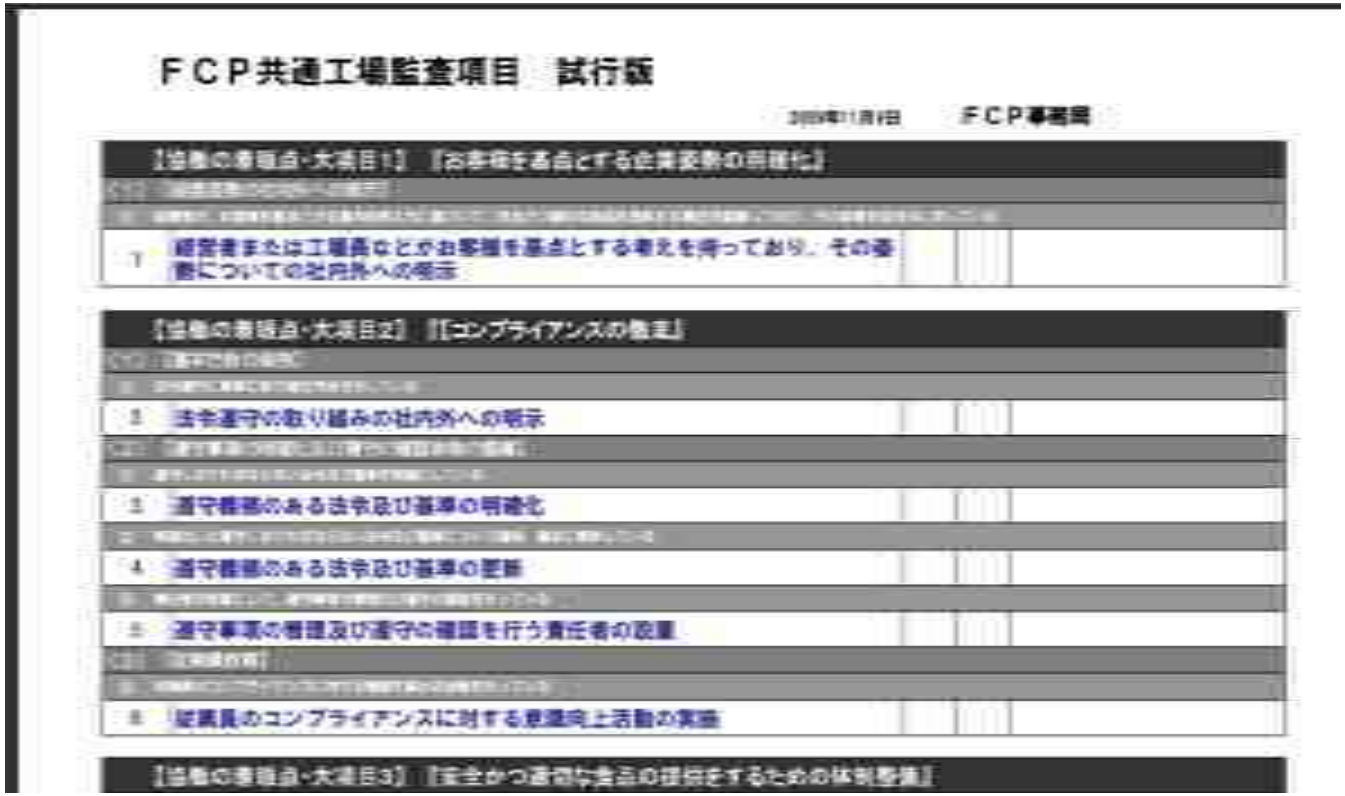
- 7回の分科会で計202名の参加者
- 各回約3時間のグループディスカッション
- 普段同じテーブルにつくことが少ない業態を超えた意見交換を実施
- 分科会後にアンケートを6回実施（回答121通）



分科会風景①

分科会風景②

2009年11月に完成した「FCP共通工場監査項目（試行版）」



ＦＣＰ共通工場監査項目　試行版

ＦＣＰ事務局

【診断の着眼点・大項目1】『お客様を基点とする企業姿勢の明確化』

7　経営者または工場長などがお客様を基点とする考えを持っており、その姿勢についての社内外への明示

【診断の着眼点・大項目2】『コンプライアンスの徹底』

3　法令遵守の取り組みの社内外への明示

5　遵守義務のある法令及び基準の明確化

4　遵守義務のある法令及び基準の更新

5　遵守事項の管理及び遵守の確認を行う責任者の設置

6　従業員のコンプライアンスに対する意識向上活動の実施

【診断の着眼点・大項目3】『安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備』

- **116項目からなる工場監査シート（試行版）**

【3】
「FCP共通工場監査項目（試行版）」を使った試行結果について

「FCP共通工場監査項目・試行版」を使った試行の実施

- 試行期間：

  平成21年11月～平成22年1月末

試行結果アンケート

３１事業者から回答（３６事例）

工場監査試行結果

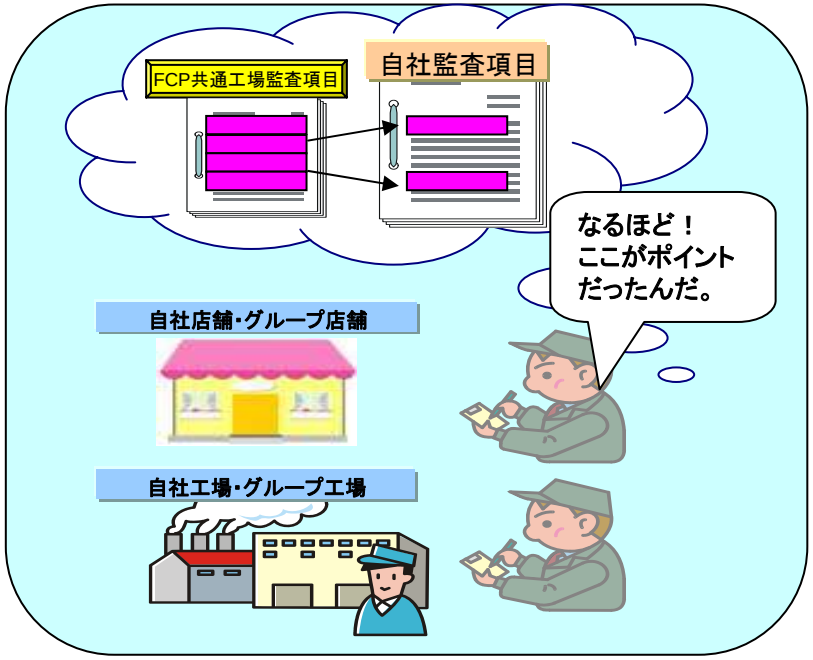
「気付き」や「効率改善」に関してのご回答（抜粋）

・「侵入防止等のセキュリティー」について新たな気付きができた。
・確認すべき項目をモレなく体系的に確認することができた。
・（監査する側として）質問に対する回答が要領を得ていた。
・表現が端的で、わかりやすかった。
・優先順位が明確になり、指導、改善業務の効率があがった。
・項目の網羅性からみて、抜けもれなく整備されており効率化できた。
・「ｺﾝﾌﾟﾗｲｱﾝｽ」、「ｸﾚｰﾑ対応」、「表示確認ﾙｰﾙ」について自社の監査シートに追加した。
・「薬剤の管理」や「廃棄物の管理」の項目が自社で不足していることに気付いた。
・工場では、自ら積極的に法令を知ろうという意識が薄いことに気付いた。
・管理の上位概念である「実施」の項目が、自社の監査シートにないことに気付いた。
・「責任者の設定」に関する明確さに欠く部分があることに気付いた。
・監査のポイントが明確になってスムーズに実施できた。
・コンプライアンスに関する重要性に気付いた。
・お客様対応が、川上の製造業、加工業でも必要であることがわかった。
・何を監査するのか明確になっているので使い勝手がよい。
・情報収集担当者を配置する必要性について、新たな気付きがあった。
・管理しておかなければならない部分が明示され、どの部分が整備できてないかわかった。
・事前の自社チェックが自律的に行われるようになった。

（2）「FCP共通工場監査項目試行用シートの使用場面①

場面1:　自社内での活用

自己の取組みの見直し・改善



自社監査項目と「FCP共通工場監査項目」を照らし合わせてみた上で、自社内監査を行って頂ければ、消費者の信頼向上に向けての新たな気付き（自らの取組みの見直し・改善等）の参考となります。

アンケート回答　21事例

- そのまま監査項目として使用
- 自社監査項目と比較
- 工場監査に関する社内教育資料として使用
- 自社工場監査前の自己点検用チェックリストとして使用
- 自社グループ会社の監査に使用
- 自社内の工場間で相互監査を実施する際に使用

「自社内での活用」場面における主なご意見

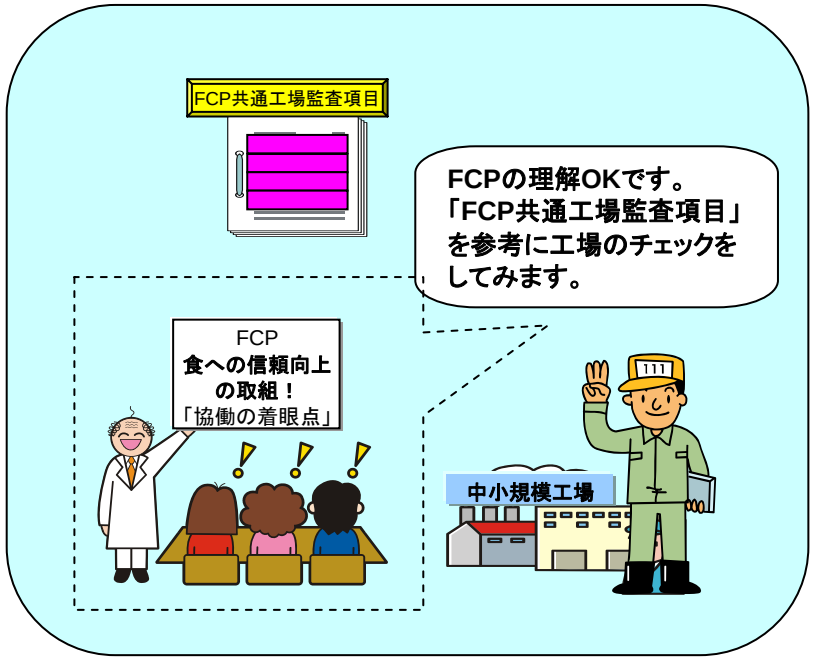
- 新たな気づきや効率改善
  - 自社の工場監査の視点として不足している項目があることに気がついた。（特にコンプライアンスに関する項目）
  - 工場監査項目の網羅性を確認するのに使用できる。
  - 自社で実施している工場監査項目のレベルわけ（必須項目とそうでないもの）を行うのに参考となった。

- 課題
  - 評価基準が設定されないと、使いにくい
  - 「協働の着眼点」に沿った項目立てとなっているので、複数個所で類似した設問が出てくる
  - 実際に監査で使用するためには、監査項目をもっとブレークダウンし、取扱う食品に応じた設問を設定する必要がある

（2）「FCP共通工場監査項目試行用シートの使用場面②

場面2:　取引先工場の監査

自己の取組みの見直し・改善



既存の取引先（中小規模工場等）にFCPの理念を理解して頂いた上で、「FCP共通工場監査項目」を参考に監査を行うことで、取引先自らの見直し・改善等の活動につなげることができます。

アンケート回答　12事例

- 取引先工場でそのまま使用
- 取引先工場へ監査を実施する前に、監査の視点として情報提供

「取引先工場の監査」における主なご意見

- 新たな気づきや効率改善
  - 監査を受け入れる側にとっては、受け入れ易い監査項目であるので、全ての取引先がこの監査項目で統一して監査を実施することになれば、大幅な負担減を図ることができる。
  - これまでの工場監査では気がつかなかった新たな気づきを得た。（「法令遵守」や「社外とのコミュニケーション」に関する項目など）
  - 会社の方針、姿勢を問われる設問が多く、現場だけでなく経営者も評価されるようになってきていると感じる

- 課題
  - 評価基準が設定されないと、使いにくい
  - 項目数が多く、従来よりも監査に時間がかかる
  - 工場の規模、取扱う食品によっては、監査項目として適用できないものも多い

（2）「FCP共通工場監査項目試行用シートの使用場面③

取引コストの改善

新規取引においては、企業姿勢を含めた監査が必要となります。FCPへの取組みと共に、「FCP共通工場監査項目」を共有化して下さい。事前の相互理解があれば、監査の効率化が進みます。

場面3：　新規取引時の監査（初回監査）

アンケート回答　3事例

・　新規取引先工場へ監査を実施する前に、監査の視点として情報提供

「新規取引時の監査」における主なご意見

- 新たな気づきや効率改善
  - 新規取引開始時の確認項目を、体系的・網羅的に考えることができる
  - 新規取引開始時の確認ポイントとして予め提示することで、監査の実施をスムーズに行うことができる。

- 課題
  - 評価基準が設定されないと、使いにくい
  - 工場の規模、取扱う食品によっては、監査項目として適用できないものも多い

（4）課題への対応

評価基準の目あわせ

③ 奥行き：「実施要求水準」

どの水準まで実施することを求めるか？

② 横軸：「監査手法」「目の細かさ」

個々の監査項目について、どのような手法

を使い、どの程度細かく確認するか？

業種・取扱う食品に
応じた対応

① 縦軸：「監査項目」

どの項目を監査するのか？

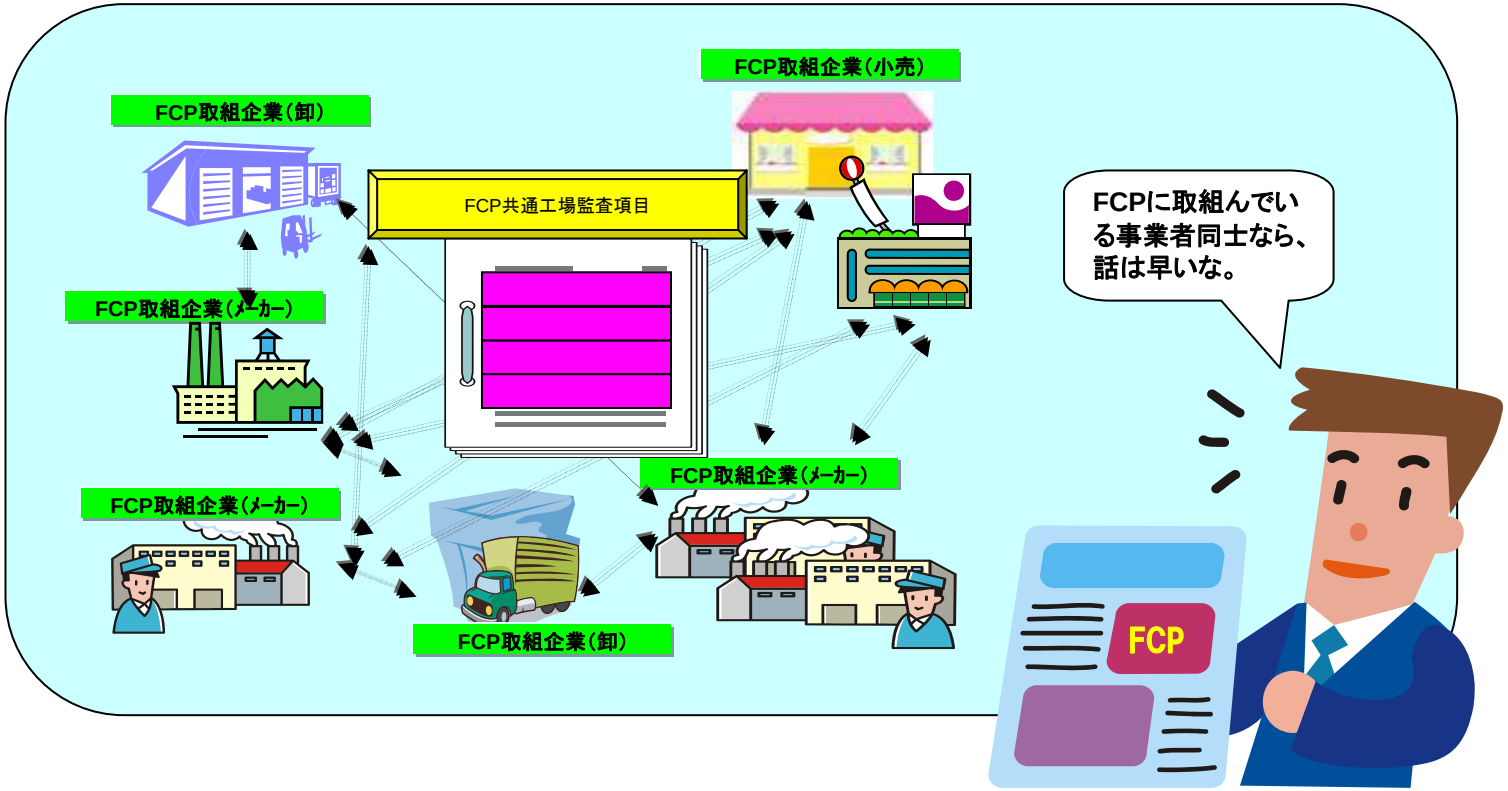
今年度議論の
中心

（5）今後の議論の流れ

	議論のポイント	食品事業者にとってのメリット
今年度の議論	工場監査項目の整理	自社における気づき・自社で実施する監査業務の効率化
今後の議論	評価基準の目あわせ 業種・取扱う食品に応じた対応	同一基準による監査結果の交換などによる工場監査の効率化

「FCP共通工場監査項目」 将来の想定使用場面

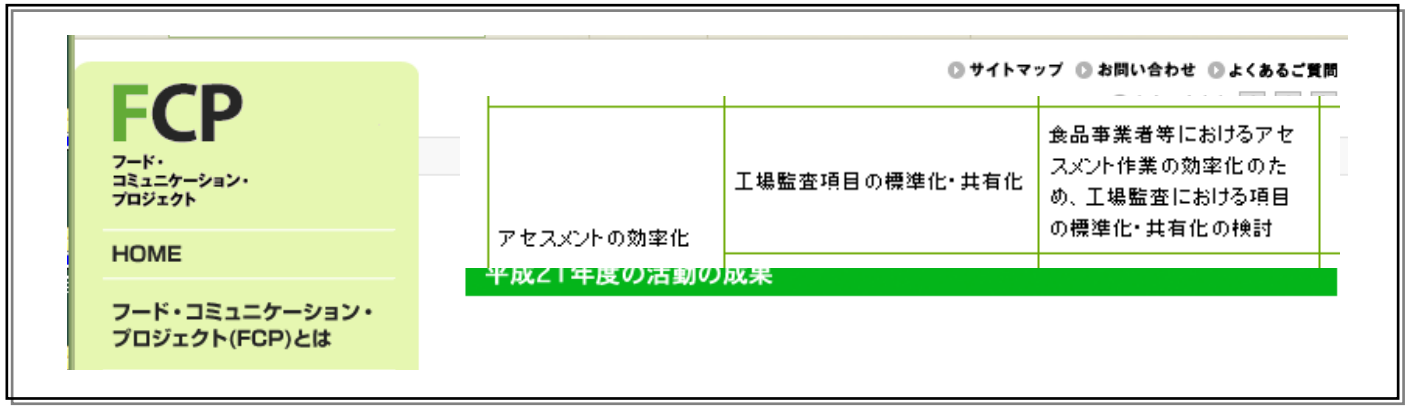
取引コストの改善



FCPに賛同している事業者同士で、「FCP共通工場監査項目」を共有化した上で、取引先工場監査を行ない、監査結果の交換を行うことで、相互理解が深まると共に監査の効率化が進みます。

- 監査項目(第１．０版）のファイルは、FCPホームページ「平成21年度の活動の成果」のページからダウンロードしてご利用いただけるようになります。

http://www.food-communication-project.jp/result/index.html



- 今後も「工場監査項目の標準化・共有化」に向けた分科会活動を予定しておりますので、是非皆様ご参加ください。

平成21年度
商品情報の効率的なやりとり分科会

商品情報の効率的なやりとり分科会

原材料供給

食品製造

食品販売

工場監査項目の標準化・共有化

「工場」を切り口に、製造事業者の取り組みを確認
“固定的なロケーション”の話

商品情報の効率的なやりとり

「商品」を切り口に、複数事業者の取り組みを確認
“ロケーションを変えて流通する、フローなものの”の話

商品情報の効率的なやりとり分科会　開催のご案内

H21年度分科会

◇第１回分科会　平成22年　３月９日（火曜日）　14時～17時

【問題点の洗い出し】 テーマ：業務における問題点の洗い出し

商品情報に関するやりとりの業務は、様々な関係者が関わって実施されており、かつその情報量は膨大となっています。

まずは、参加者の皆さんで、業態、業種、職種の壁を越えて議論を進め、様々な観点から問題点を洗い出し、課題を共有しましょう。

～皆様のご参加をお待ちしております。～

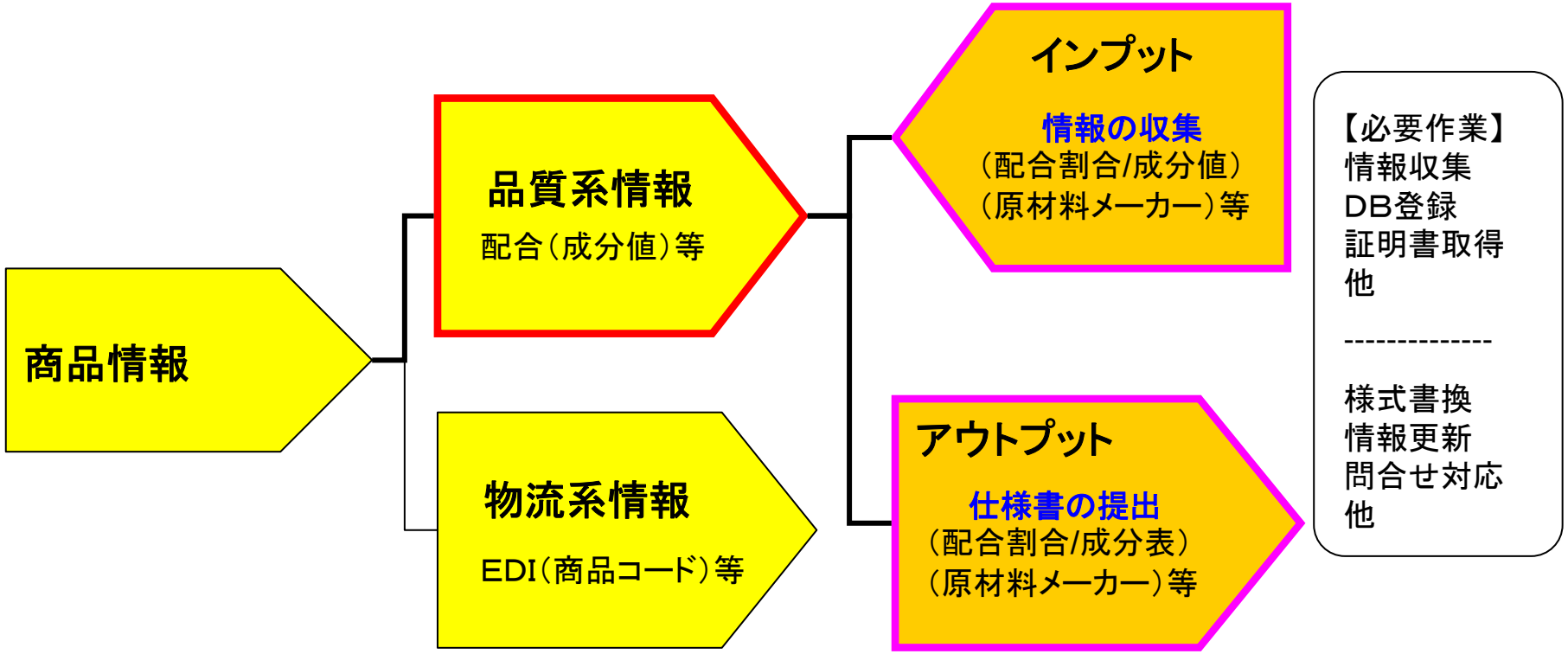
H22年度分科会

【課題解決の議論】 テーマ：洗い出された問題点よりテーマ設定し議論

商品情報の効率的なやりとり分科会　参考資料①

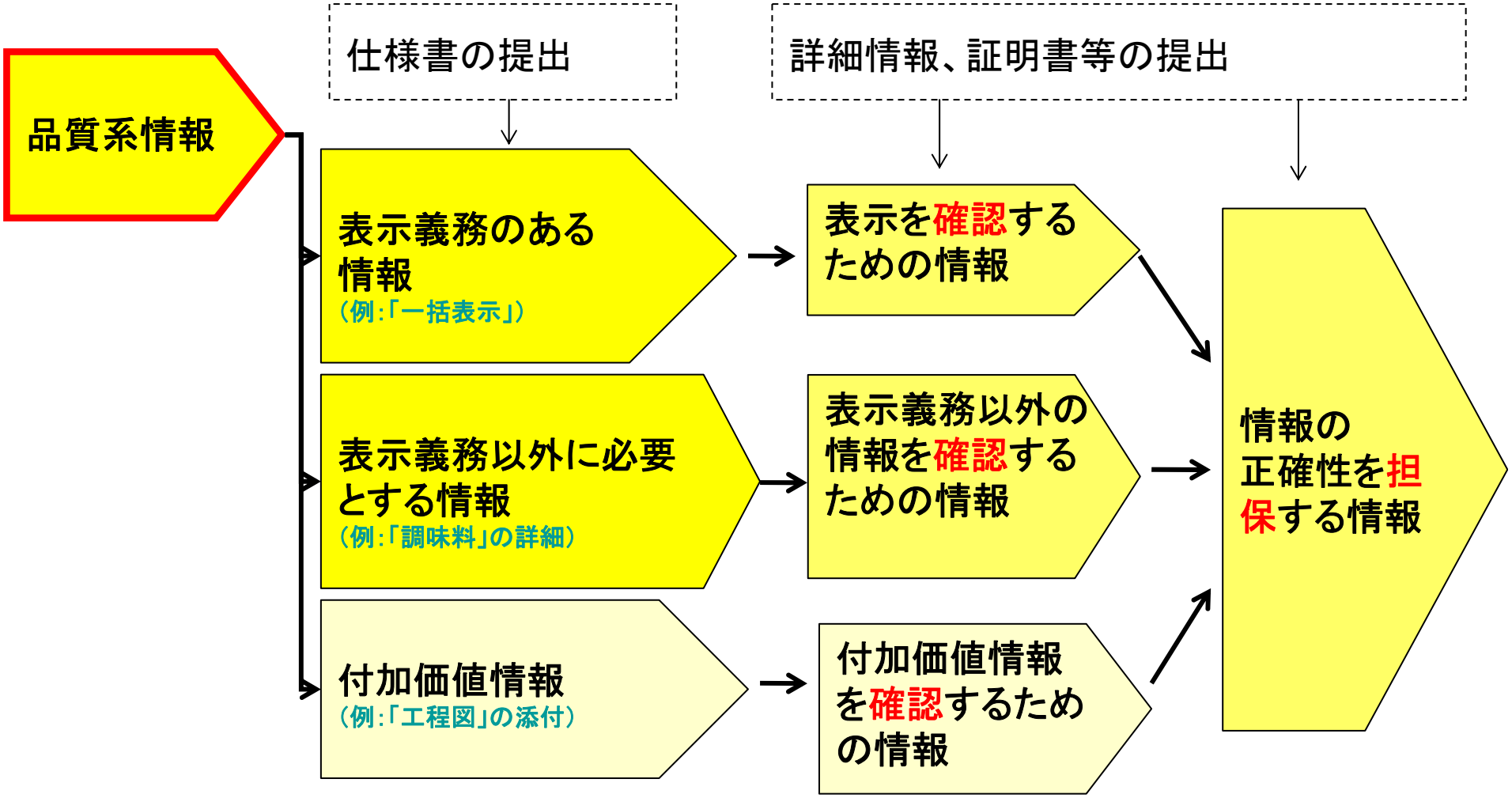
品質系情報とは①

品質系情報については、1アイテムごとに作業が発生



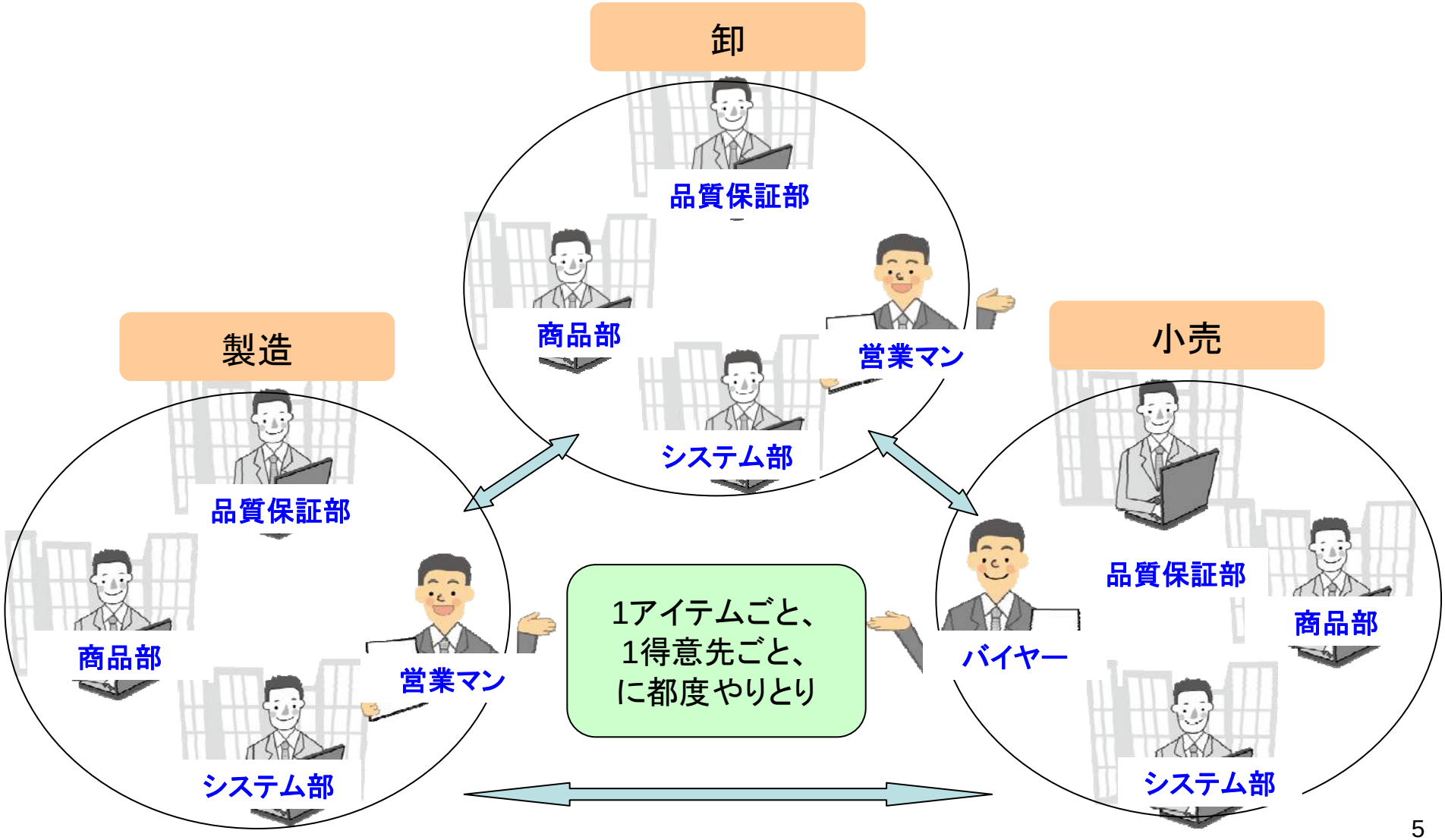
商品情報の効率的なやりとり分科会　参考資料②

品質系情報とは②



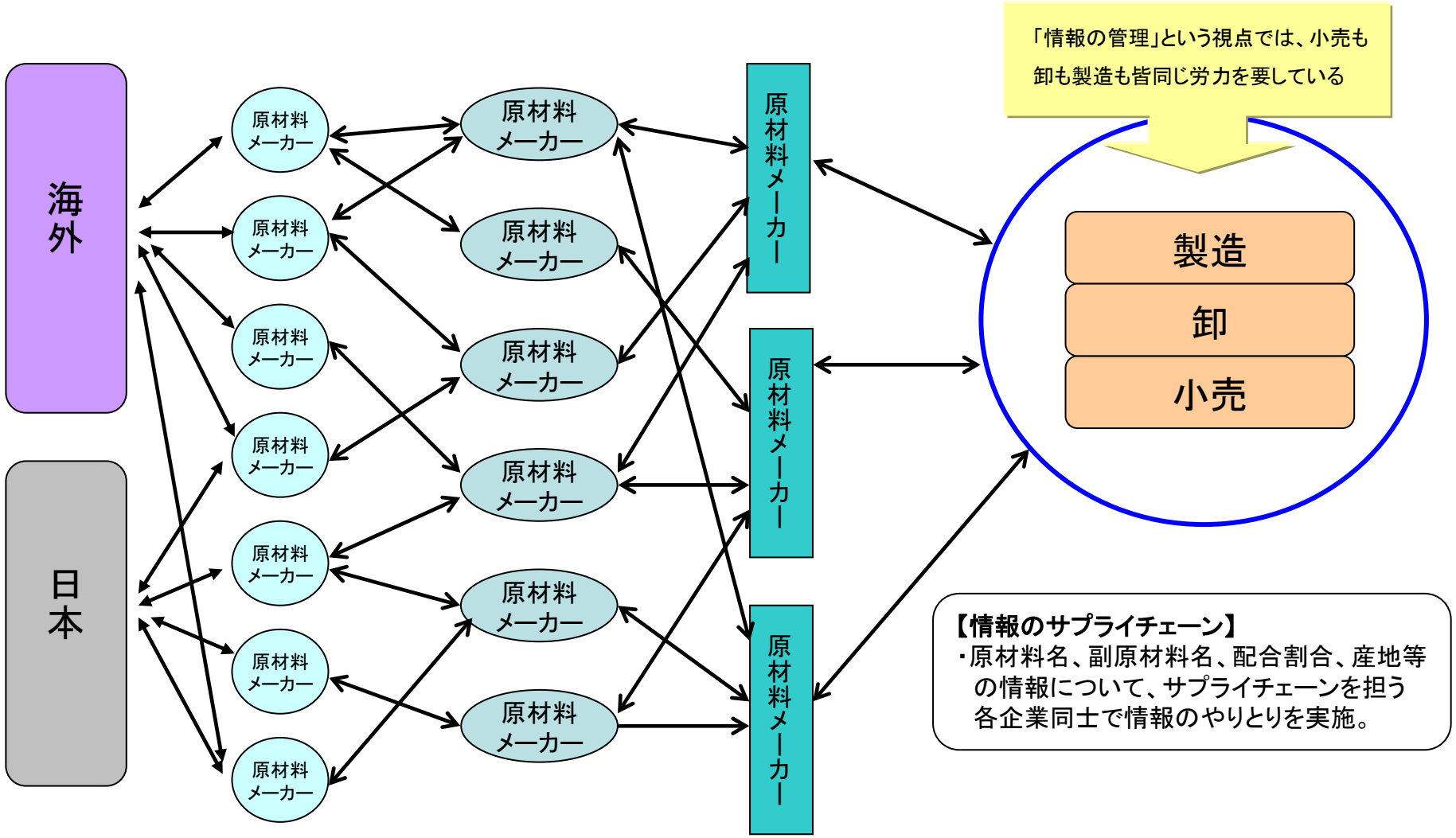
商品情報の効率的なやりとり分科会　参考資料③

様々な関係者が関わって、商品情報に関するやりとりを実施



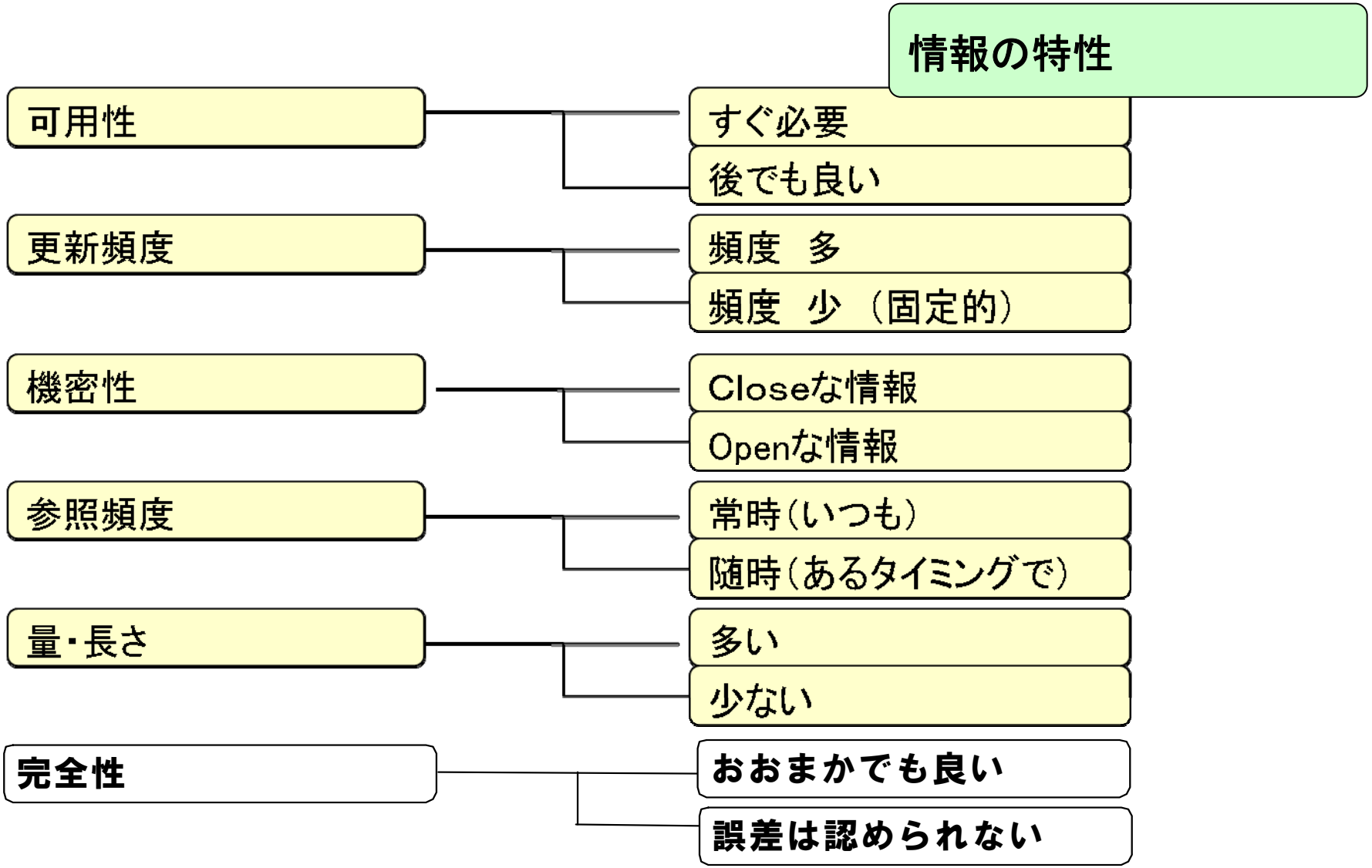
商品情報の効率的なやりとり分科会　参考資料④

サプライチェーンを通じて情報量は膨大になっている



【情報のサプライチェーン】
・原材料名、副原材料名、配合割合、産地等の情報について、サプライチェーンを担う各企業同士で情報のやりとりを実施。

商品情報の効率的なやりとり分科会　参考資料⑤



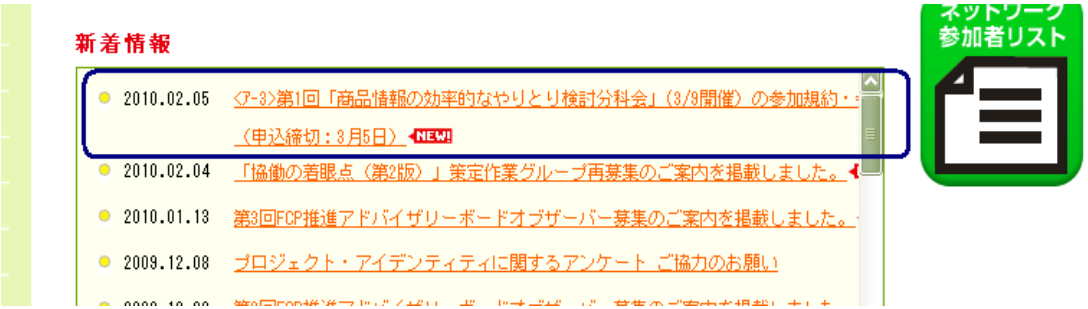
※情報には「変化するもの」「変化しないもの」がある（H20年度研究会より）

商品情報の効率的なやりとり分科会　参考資料⑥

ヒアリング等で出てきたご意見

- 企業間でやりとりする情報項目が異なる（種類）
- 企業間でやりとりする情報項目の範囲（組成表・成分比・原料原産地等）が異なる
- 企業間でやりとりされる情報項目の深さ（二次原料・三次原料等）が異なる
- 企業により、交換される情報項目の表現が異なる
- 企業秘密管理として交換出来ない情報がある
- 情報に変更が発生した際に、適切な情報交換がされない場合がある
- 企業により情報交換する頻度が異なる
- 緊急時の情報交換が円滑に行われない場合がある
- 取引先で情報が管理されていない場合がある（川上・川下）

商品情報の効率的なやりとり分科会　参加申し込み方法



参加申し込みは、FCPホームページのネットワーク参加者メニューから申込書用紙を入手の上、FAXでお申し込みください。
アセスメントの効率化研究会に未登録の事業者様が本分科会に参加される場合は、別途研究会参加登録手続きが必要となります。

申し込み締め切り：　3月5日（金曜）

フード・コミュニケーション・企業行動マネジメント規格

【目次】

Ⅰ 「フード・コミュニケーション(FC)企業行動マネジメント規格(FCM)」について
1 はじめに
2 FCMの方向性
3 FCM導入にあたっての注意事項
4 FCMの作成にあたり
(1) 「消費の着眼点」とFCMとの関係
(2) コンプライアンスの定義
Ⅱ FCPにおけるコンプライアンスの概念
1 FCPにおけるコンプライアンスの基本概念
2 製品実現の基準
(1) 社内に関するコミュニケーション
(2) 取引先に関するコミュニケーション
(3) お客様に関するコミュニケーション
(4) 緊急時に関するコミュニケーション
Ⅲ FCMの構成内容
1 コンプライアンスの基本
(1) ステークホルダーとコンプライアンス内容
(2) コンプライアンス体制の維持
2 コンプライアンス・マネジメントシステムの確立
(1) 経営姿勢の社内外への明示（経営トップの意思決定、その表明と責任の確立）
(2) コンプライアンス・マネジメントシステムの全体仕組みと手続きの公式化
(3) 公式的なコンプライアンスの組織設置
(4) 管理のコンプライアンス行動基準と規定の作成
(5) 組織構成員への周知徹底とコンプライアンス意識醸成
3 コンプライアンス・マネジメント取組体制
(1) プロジェクトチームとプロジェクトマネジメント
(2) コンプライアンス推進体制
4 FCMの策定の進め方
(1) 計画：企業行動マネジメント規格策定計画
(2) 実施と運用：コンプライアンス計画の実施
(3) 監査：コンプライアンス監査
5 食品事業者におけるコンプライアンス体制構築の事例
はくばく、マスヤ、ニチレイ、イトーヨーカ堂
6 おわりに
用語集
あいさつ

フードコミュニケーションプロジェクト「協働の着眼点」
実行可能性調査事業成果法報告会

「食の安全・信頼に向けた取り組み」のための「経営者教育プログラム」

「協働の着眼点」および「食品事業者の信頼性向上を支援するプログラム」の活用

2010年2月24日

JHTC Japan HACCP Training Center
日本HACCPトレーニングセンター
Japan HACCP Training Center
コンサルティングファーム運営委員会

■実行可能性調査の目的

日本HACCPトレーニングセンター（JHTC）の教育プログラムとして、経営層が自社の課題を把握し経営戦略を明確化させるのに「協働の着眼点」（16項目）を活用したプログラムを、実際に食品企業経営者層を集めて研修を実施し、その効果を検証する。

JHTCが有する、専門コンサルタント・インストラクターを紹介する仕組みである「JHTCコンサルティングファーム」の人材プールを活用し、経営者教育に携わる講師陣養成により全国の中小企業で指導を行うための環境を整備する。

経営者教育プログラムの開発目的

経営者向けプログラムについては、企業自身の活用イメージ、且つ16の着眼点との関連性が明確であること、に沿ったシンプルな内容

現状の取り組みをベースに短中期プロジェクトの継続的改善の仕組みを学ぶことに注力し、中小企業の経営者に向けて適切なレベル感（できそう、やりたい）に配慮

今年度は第一段階レベルとして短中期プロジェクトの継続的改善の内容とする

■協働の着眼点の活用

1．「協働の着眼点」の活用と食品事業者の信頼性向上を支援する「経営者教育プログラム」

食品企業経営者対象

1. 取組みの目的を明らかにする

※モデル事例を土台に「価値創造のあるべき姿」を明らかにするためのワークショップと演習

協働の着眼点活用のために、モデル事例を基にした「企業価値マネジメントモデル構築」の基本となる「あるべき姿」を検証し、取組みの目的を明らかにする。

◎あるべき姿を明らかにするための信頼性向上支援プログラムの確認

企業を取巻く環境を俯瞰し、変化と不確実性に対応するためのマネジメント解説

◎「協働の着眼点」解説プログラム～３つのポイント

・消費者とのコミュニケーション ・サプライチエーンとの協働 ・顧客リスクの管理（衛生管理を含む）

◎モデル事例における事業活動の現状を分析し、重点課題を抽出（演習 ）

1) わが社のありのままの姿（事例を基に現状を分析）
2) 課題は何か（リスクの評価・分析と重点課題の抽出）
3) 重点課題改善のための具体的施策
4) あるべき姿（経営者が達成すべき目標の明確化）

3. 目標を実現するための具体的な方策

実行計画 ⇒ 進捗管理 ⇒ 成果検証

※モデル事例を基に、16の着眼点に落とし込んで具体化した取組みの運用を明らかにするワークショップと演習

具体化した取組みの実現には、方策のより実際的な効果・効率が確認できる「計画－進捗管理－検証」の流れをプロジェクトとして運用し、現場への導入・定着を推進する。その基礎としての設計及び進捗管理、評価・検証計画の構築を目指す。

具体化した取組みをプロジェクトとして、その設計及び進捗管理、評価・検証計画を明らかにする

3つの取組みに基づくプログラム

2. 目的に沿った目標を明らかにする

1)「協働の着眼点」の有効活用

（評価・改善、取組みを評価、情報交換の効率化）

◎協働の着眼点有効活用のための「信頼性向上支援プログラム」を理解する

2)「協働の着眼点」を支援する「信頼性向上支援プログラム」の活用で持続的発展を目指す

（お客様基点を戦略の中心に、お客様価値の創造・満足度の向上、差別化を図りながら食品事業者の持続的発展を目指すマネジメントモデル）

◎ケーススタディによる信頼性向上支援プログラムの確立

製品戦略の選択・ビジネスプロセスの確立・経営資源を明らかにして、企業価値創造マネジメントモデル（バリューマネジメントモデル）を構築

3)「協働の着眼点」をわが社の体制に組み入れて改善・向上につなげる

（お客様を基点とする企業姿勢の明確化とコンプライアンスの徹底を基盤としたコミュニケーションの仕組み作りは、戦略目標を明らかにすることから始まる）

◎ケーススタディによる戦略目標（ミッションプラン）の明確化

協働の着眼点を基礎とした、戦略目標（製品戦略・ビジネスプロセス・経営資源）を設定

食品事業者の意欲的な取組みは、お客様への情報提供・信頼性向上、お客様からの適正な評価につながることを確信する

気づきを得る

研修への参加

「 食の安全・ 信頼に向けた取り組み」 のための
「 経営者教育プログラム」

「 協働の着眼点」 の活用と 食品事業者の信頼性向上を支援する「 経営者教育プログラム」

３つの取組みに基づく「経営者向け教育プログラム」
＜テキスト＞

日本HACCPトレーニングセンター
コンサルティングファーム運営委員会

＋

ワークショップ（WS）スタイルによる研修

2日間
プログラム

経営者は…

- まず、みずからのミッション（社会的使命）を明らかにすること、
- 外部環境の変化をとらえ、3～5年程度のビジョンを明確にすること、
- 実現するために解決すべき内部の課題を“協働の着眼点”に照らして全体最適し、1～2年の具体的な製品戦略に落とし込み、
- 戦術として必要なビジネスプロセスと経営資源の配置を決断する。

2．講師・指導者向け「経営者教育プログラム」

JHTC CF指導者候補対象

「 食の安全・ 信頼に向けた取り組み」のための
「 経営者教育プログラム」

「協働の着眼点」の活用と食品事業者の信頼性向上を支援する「 経営者教育プログラム」

「講師向け指導テキスト」

日本HACCPトレーニングセンター
コンサルティングファーム運営委員会

経営者対象ワークショップ（WS）

講師・テーブルコーチとしてWSを牽引

厳しい評価に耐え得るスキル獲得

事例を基に自らのストーリーを展開

密度の濃いWSスタイルによる研修

研修プログラム1

◎ 食の安全性と消費者からの信頼性確保のためのマネジメントプログラム（ 企業を取巻く環境を俯瞰し、変化と不確実性に対応するためのマネジメント ）

・ バリューマネジメントモデルの全体像とスキームモデルの解説
・ 企業が持続的発展をするために必要なビジネスプロセスの解説

◎「 協働の着眼点」の解説プロ
（ ３つのポイント：・ 消費者と
〈 衛生
・ お客様基点 ・ コンプライア
の解説
・ カテゴリーのポイントおよび

研修プログラム2

◎食品事業者の信頼性向上を支援するプログラム（ バリューマネジメントモデル：顧客の価値創造と顧客満足度の向上を企図するマネジメント ）

・ 製品戦略（ ・ コスト削減戦略 ・ 製品
※各戦略の特徴の説明と、・ 業務プロ
務プロセス （ ・ 業務管理プロセス
値創造のための具体的施策の説明
源（ ・ 人的資源 ・ 情報資源
創造支援のために、３つの資源

研修プログラム3

◎ワークショップ演習（ バリューマネジメントモデルの構築）

・ ＳＷＯＴ分析・ リスク評価
  ・ ３要素（ ・ 製品戦略・ 業務プロセス・ 経営資源）の視点で事業活動の現状を分析し、重点課題を抽出する
・ バリューマネジメントモデルの策定
  ・ 抽出された重点課題を、バリューマネジメントモデルとして再構築する
・ ミッションプランの策定 （ 協働の着眼点）
  ・ バリューマネジメントモデルを「 協働の着眼点」の視点で全体最適化し、事業活動の適切性と有効性を検証する
・ 演習発表 （ 上記の纏め）
  ・ ミッションから構想され経営トップが確信を持てるもの、ベストプラクティス（ 将来方向付け）実践レベルであること

4日間
プログラム

経営者向け指導プログラム

- 経営者が知りたいのは、これからの時代に生き残る戦略（明確なる道筋）
- 戦略を実現し、日々監督するためのマネジメント
- 計画とそれを実行するオペレーションのコントロール（HACCP）は現場が学べば良い
- オペレーションを補完する前提条件プログラム（5S・7S、施設・設備等、いわゆる一般衛生管理）こそコンサルのスキルを活かせる場
- コンサルの活躍は、まず経営者のコミットを得ることからはじまる

講師・指導者向けプログラムの目的

- コンサルティングやインストラクトの場で、
- 経営者に目指すべき戦略目標の示唆を与えられるスキルを持つ人材を育成することで、
- 個別企業の有効なパートナーとしてご活用いただく、
- 5S・7S、HACCP等の専門性の高いオペレーションスキルをもつコンサルタント・インストラクターが、存分に活用いただける場を創り上げること。
- 食品事業者の協働の取り組みを効率的に拡大

JHTC
Japan HACCP Training Center

日本ＨＡＣＣＰトレーニングセンター

実証事業

「食品事業者（経営陣）向け研修プログラム」の開発

「協働の着眼点」を活用した食品事業者等の経営層を対象とした教育プログラムの開発

＜ポイント＞

「協働の着眼点」を活用したテキストを使用した研修プログラムの試行

実施者が有する人材プールによる「協働の着眼点」の普及