●FCP中間報告会の概要報告

日時　平成 21 年 11 月 27 日（金）13:00～18:00

会場　東京大学弥生キャンパス（弥生講堂アネックス　セイホクギャラリーほか）

主催　農林水産省

共催　東京大学大学院農学生命科学研究科　食の安全研究センター／アグリコクーン

参加者　164 名

議事次第

【第 1 部】開会式

- 主催者挨拶
  平尾　豊徳　農林水産省　消費・安全局　局長
- 共催者挨拶
  熊谷　進　東京大学大学院　農学生命科学研究科食の安全研究センター　センター長
- 特別講演
  中嶋　康博　東京大学大学院　農学生命科学研究科　准教授
- 平成 21 年度 FCP 進捗報告
  神井　弘之　農林水産省　消費・安全局　表示・規格課　FCP チームリーダー
- 実行可能性調査、分科会幹事紹介

【第 2 部】実行可能性調査および分科会の進捗報告

〔メイン会場：セイホクギャラリー〕

14:30～　情報発信・CSR系実行可能性調査・分科会の進捗報告

- マスメディアとの意見交換のあり方分科会
- 失敗から学ぶ情報発信のあり方分科会
- 消費者との対話のあり方分科会
- FCPポータルサイトの構築・運用
- “食の安全・安心”見える化ツアーのための商品モデル検討事業

15:45～　地域活性化系実行可能性調査・分科会の進捗報告

- 地域の安全・良いモノ発掘マッシュアッププロジェクト
- 全国地方の事業者と都市消費者とを対象にした「地域の良い〔モノ〕売れる商品支援事業」のモデルの構築と運営事業
- 岩手ブランチ
- 三重ブランチ
- 和歌山ブランチ
- 愛媛ブランチ

〔第1会場:7号館A棟〕

14:35～　マネジメント系実行可能性調査・分科会の進捗報告

- フードコミュニケーション倫理行動マネジメント規格策定分科会
- 企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進分科会

15:45～　アセスメント・人材育成系実行可能性調査・分科会の進捗報告

- 工場監査の標準化・共有化分科会

・ 商品情報の効率的なやりとり分科会

・「協働の着眼点」を活用したセルフアセスメントシートの開発と運用

・「協働の着眼点」を活用した活動のためのツールの開発

・「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」を活用した認証規格開発事業

・ 食の信頼確保のための成熟度評価事業

【第 3 部】閉会式

・ 全体のまとめと今後に向けて

報告会概要

農林水産省　消費・安全局　平尾局長

フード・コミュニケーション・プロジェクトでは、11 月 27 日（金）に本年度のプロジェクトの中で取り組んでいる実行可能性調査及び分科会の中間報告会を、東京大学弥生キャンパスで開催いたしました。

食の安全研究センター　熊谷センター長

第 1 部では、主催者である農林水産省　消費・安全局　平尾局長から FCP の取組の重要性と今後も農林水産省として運動を積極的に推進していく旨ご挨

拶をした後、共催者である東京大学大学院　農学生命科学研究科　食の安全研究センター　熊谷センター長から、食の安全研究センターのミッションとFCPとの連携についてご紹介いただきました。
? また、特別講演として、東京大学大学院　農学生命科学研究科の中嶋　康博准教授から「食の信頼はこう創る！」と題して、食の信頼向上におけるFCP及びに協働の着眼点の重要性についてご講演いただきました。続いて農林水産省　神井チームリーダーより、昨年からのFCPの活動内容と今後の展開についてご説明いたしました。

第2部では、「情報発信・CSR」、「マネジメント」、「地域活性化」、「アセスメント・人材育成」といったテーマごとに分かれて、「協働の着眼点」の活用について研究及び実際のビジネスシーンでの実証を進めていただいている事業者の方々から、それぞれの取組の進捗についてご報告いただきました。

第3部では、中嶋准教授の司会のもとファシリテーターと神井チームリーダーで本日の報告内容のまとめと総括を行いました。
当日は164名と大勢の事業者の方々にお集まりいただき、情報交換や交流を深めていただきました。2月24日に同じく東京大学弥生キャンパスで予定されている成果報告会に向けて、今後、取組を一層加速させてまいります。
なお、各パートの概要についてはそれぞれの概要報告をご覧ください。

概要報告・資料

第1部	開会式
第2部	情報発信・CSR系
	マネジメント系
	アセスメント・人材育成系
	地域活性化系

第 3 部	閉会式

平成 21 年度 FCP 中間報告会 第1部開会式 概要報告

・ 日時: 平成 21 年 11 月 27 日(金)13:00～14:20
・ 場所: 東京大学弥生キャンパス 弥生講堂アネックス セイホクギャラリー

＜議事次第＞

1. 主催者挨拶(平尾 豊徳 農林水産省 消費・安全局 局長)
2. 共催者挨拶(熊谷 進 東京大学大学院 農学生命科学研究科 食の安全研究センター センター長
3. 特別公演 (中嶋 康博 東京大学大学院 農学生命科学研究科 准教授)
4. 平成 21 年度 FCP 全体進捗報告(神井 弘之 農林水産省 消費・安全局 表示・規格課 FCP チーム リーダー)
5. 後半プログラム案内および実行可能性調査、分科会幹事紹介

＜議事概要＞

冒頭、主催者である農林水産省消費・安全局 平尾局長からFCPの取組の重要性と今後も農林水産省として運動を積極的に推進していく旨のご挨拶をした後、共催者である東京大学大学院農学生命科学研究科 食の安全研究センター 熊谷センター長から、食の安全研究センターのミッションとFCPとの連携についてご紹介いただきました。

特別講演として、FCP推進アドバイザリーボードの座長としてもご活躍いただいている東京大学大学院 農学生命科学研究科の中嶋 康博准教授から、「食の信頼はこう創る！」というテーマでご講演をいただきました。

続いて、資料に沿ってFCPの昨年からの活動の内容と、今後の展開について、農林水産省 神井チームリーダーよりご説明いたしました。

＜講演の主な内容＞

特別講演:「食の信頼はこう創る！」

東京大学大学院 農学生命科学研究科 中嶋 康博准教授

「食の信頼はこう創る！」というテーマで、食への信頼をどのように構築していくかについて、

・ 戦後に食品経済が拡大し発展するにつれて、食品安全対策には新たなシステムが必要となっていった。
・ 食品業界において進められた規制緩和は、一面で偽装表示の多発を誘発することになった。
・ 情報の非対称性と相俟って、消費者の食への信頼は傷つけられている。
・ 安全(リスク)・安心を左右する要因として、ハザードの存在、ハザードへの暴露、感受性があり、リスクはそれぞれを掛け合わせることによって顕在化する。
・ リスクに対応するには、リスク分析が重要であり、リスク評価し管理する技術(科学)とリスクコミュニケーションが不可欠である。
・ 食品事業者や消費者をはじめとする関係者のプラットフォームを構築し、食品の品質管理や消費者への情報提供等を充実させて、食への信頼を向上させる活動を推進していく上で、

「協働の着眼点」は基本的なツールであり、重要な財産である。

・ 食の信頼は、技術（科学）と人が支えて構築していく。

平成 21 年度 FCP 全体進捗報告

農林水産省　神井　FCP チームリーダー

平成 21 年度 FCP 全体進捗報告として、

・ 平成 20 年度は、FCP の取組を進めていくための仕組み作りの年であり、意欲的な食品事業者等の主体的な参画を働きかけ、情報共有ネットワークを構築し、延べ 400 名近い食品事業者の参画により「協働の着眼点」をとりまとめた。

・ 平成 21 年度は、「協働の着眼点」の活用事例を創っていく年であり、「協働の着眼点」の活用に関してテーマを設定し分科会という形で研究を実施。また、「協働の着眼点」が様々なビジネスシーンで活用されるための取組として実行可能性調査を実施している。

・ さらに、多くの事業者の皆さまに「協働の着眼点」に触れていただくために「ベーシック１６」を開発し、活用を広げていくことを考えている。

・ 本日の FCP 中間報告会では、各セッションの進捗状況を聞いていただき、それぞれの活動を繋げ、どのようにシナジー効果を発揮できるかを考える場としたい。

＜配付資料＞

１. 平成２１年度FCP　中間報告会プログラム

２. 平成２１年度　FCP研究会・実行可能性調査の概要と進捗状況について

３. 「フード・コミュニケーション・プロジェクト」～１１月２７日FCP中間報告会～

４. 食への信頼を創るベーシック１６

以上

FCP 中間報告会

食への信頼はこう創る！

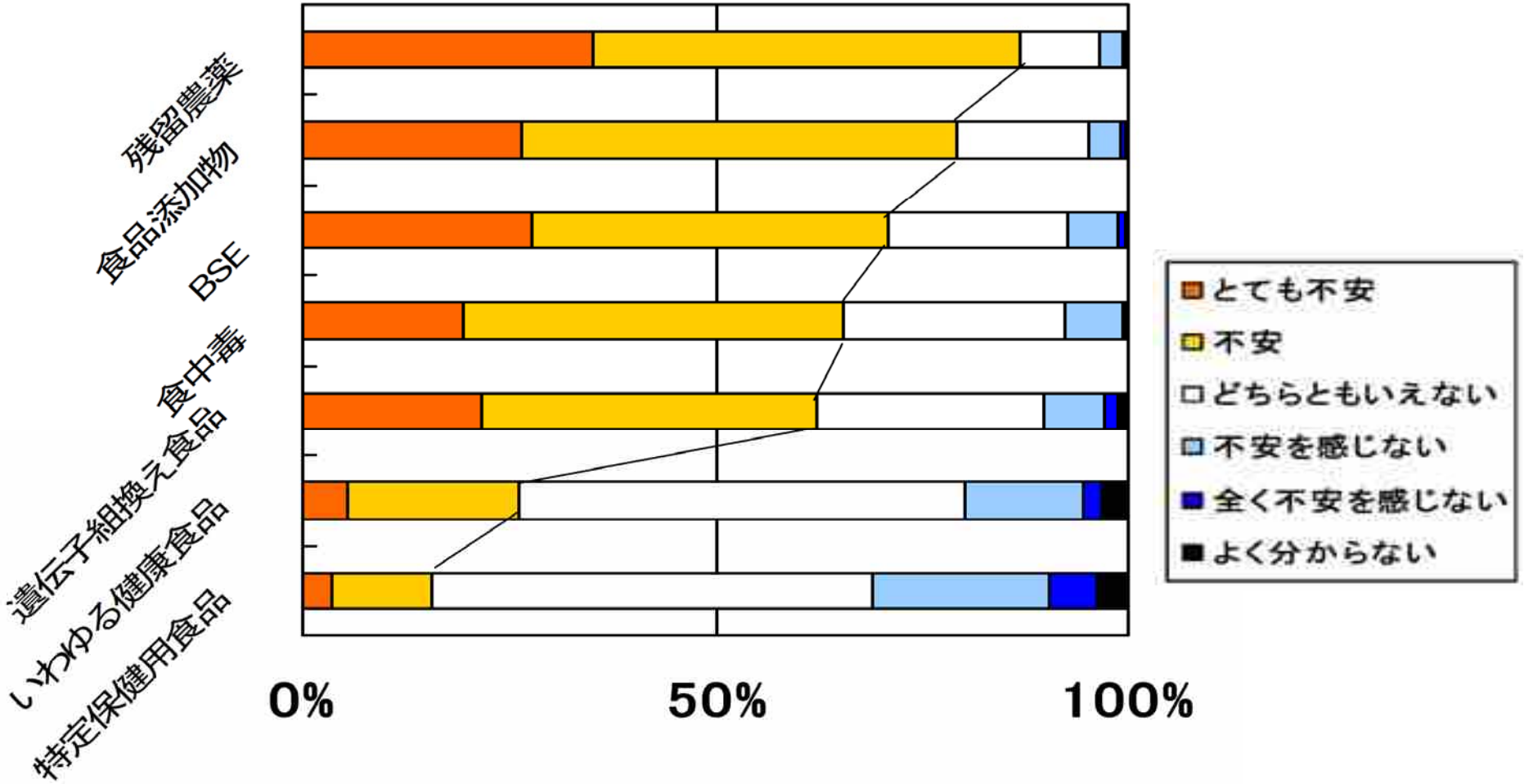
2009年11月27日

東京大学大学院農学生命科学研究科

中嶋　康博

食への懸念

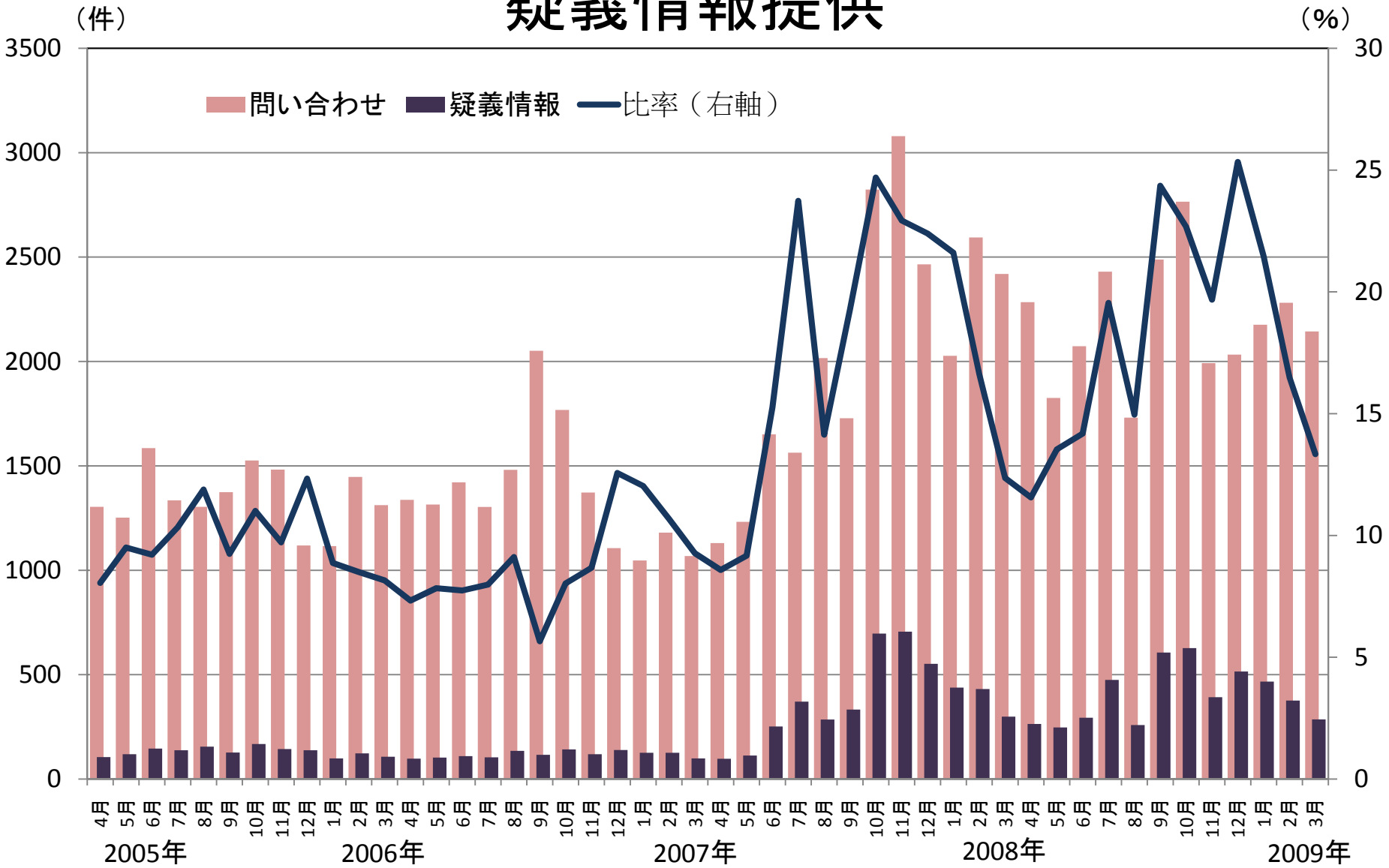
消費者の不安はどこにあるか



平成20年度食品安全確保総合調査報告書
リスク認知の形成要因等に関する調査（平成21年1月） 2000サンプル・インターネットアンケート

資料：消費者問題国民会議2009徳島大会（2009/5/27）内閣府食品安全委員会小平氏発表資料

食品表示110番への問い合わせと疑義情報提供



資料：農林水産省

近年の偽装表示問題

2007年1月	大手洋菓子業者による賞味期限改ざん
2007年6月	北海道食肉加工業者による牛ミンチ偽装等
2007年8月	北海道菓子業者による賞味期限改ざん
2007年10月	三重県和菓子業者による賞味期限改ざん等
2007年10月	愛知県食肉加工業者によるブランド畜肉偽装
2007年10月	秋田県食肉加工業者によるブランド畜肉偽装
2007年11月	有名老舗料亭による産地偽装等
2008年6月	岐阜県食肉加工業者によるブランド畜肉偽装
2008年6月	大阪府水産物販売業者による産地偽装
2008年6月	兵庫県・徳島県水産物卸売業者によるうなぎ産地偽装
2008年9月	事故米不正転売事件
2008年12月	愛知県農産物販売業者によるたけのこ産地偽装

安全（リスク）・安心を左右する要因

【主観的要素】

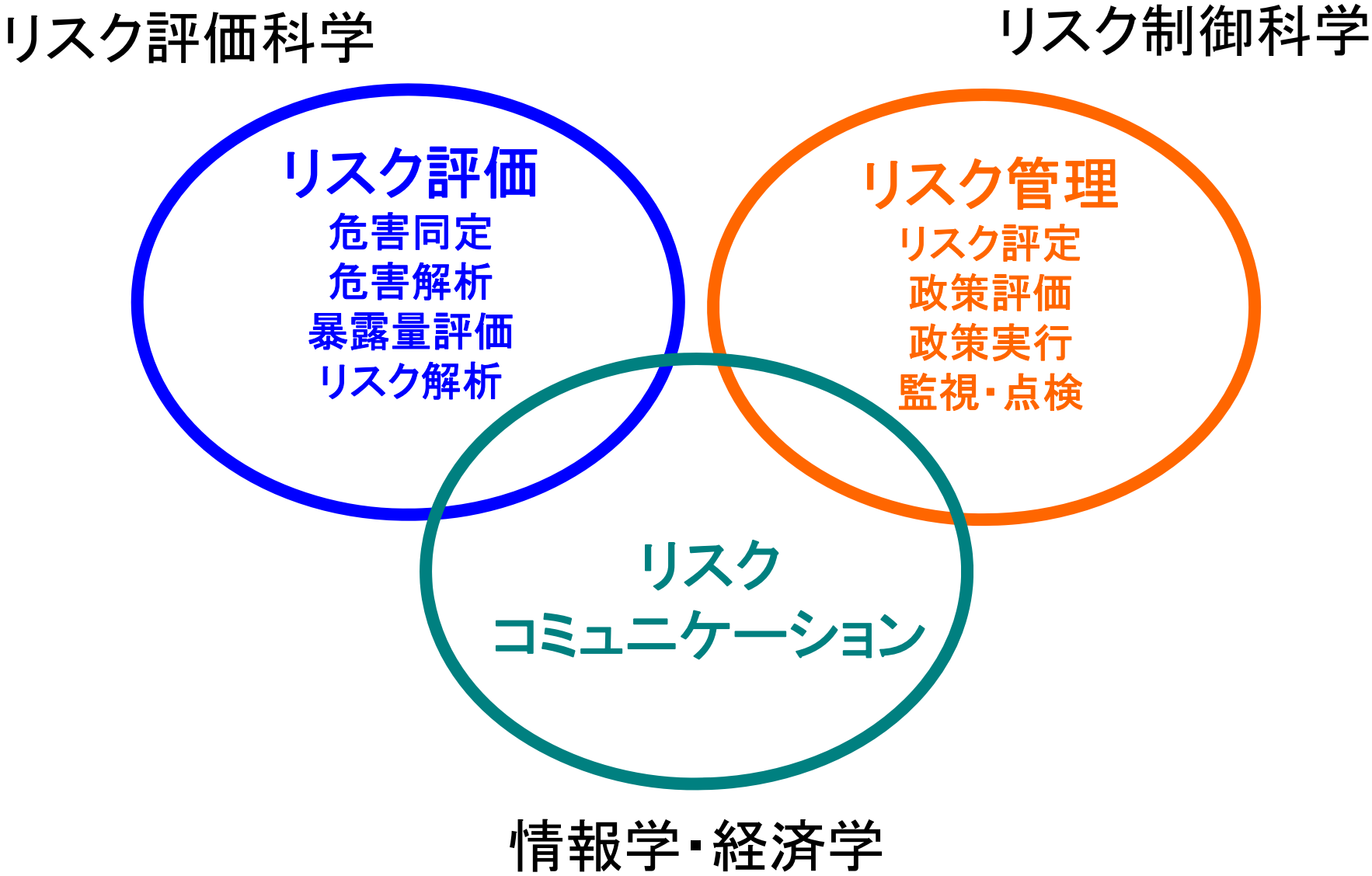
①ハザードの存在　←　フレーミング

②ハザードへの暴露　←　予想（程度・確率）

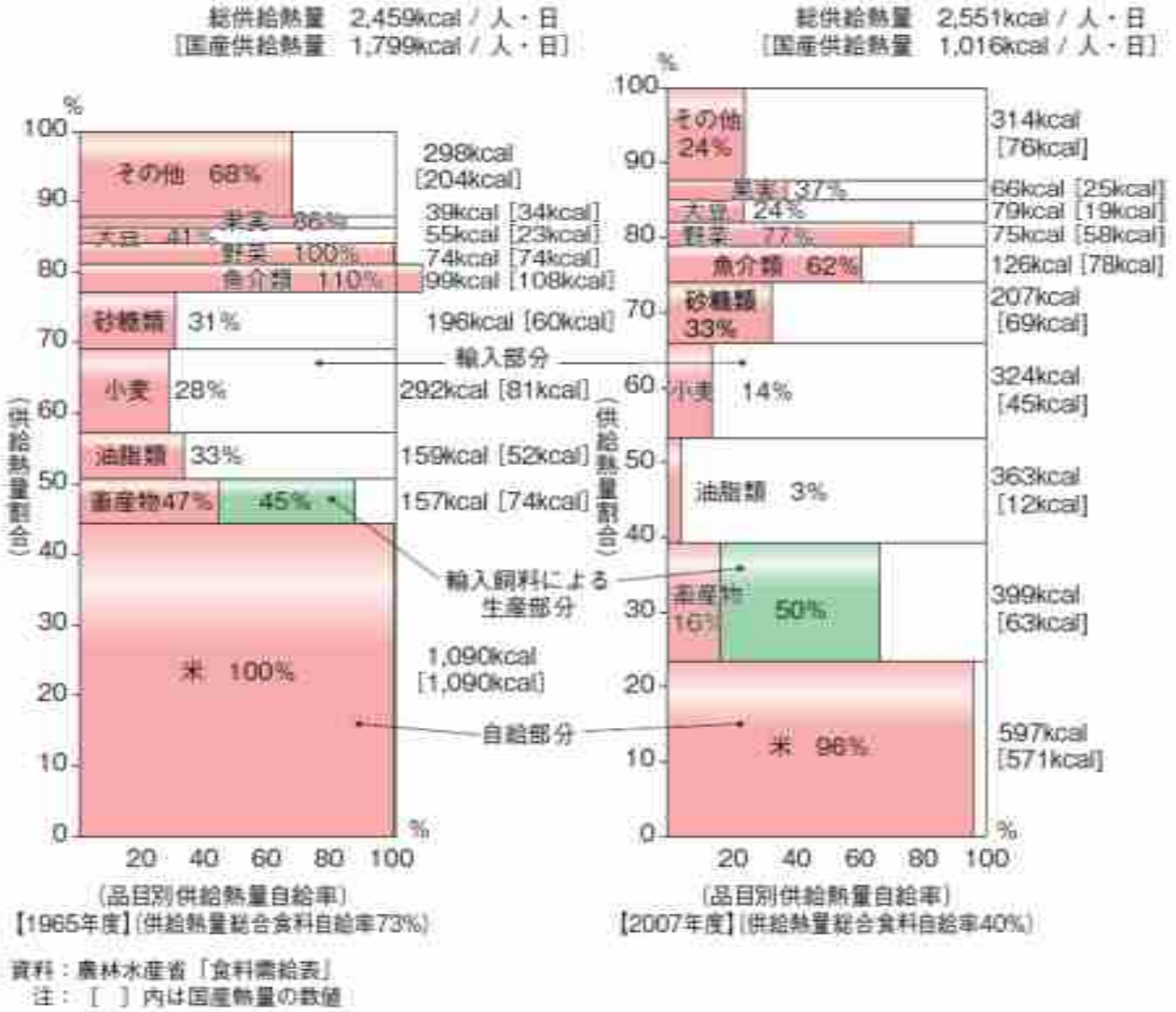
③感受性　←　個別性

■　リスク＝①×②×③

リスク分析


リスク評価科学
リスク制御科学
リスク評価
危害同定
危害解析
暴露量評価
リスク解析
リスク管理
リスク評定
政策評価
政策実行
監視・点検
リスク
コミュニケーション
情報学・経済学

供給熱量の構成の変化と品目別の食料自給率（供給熱量ベース）

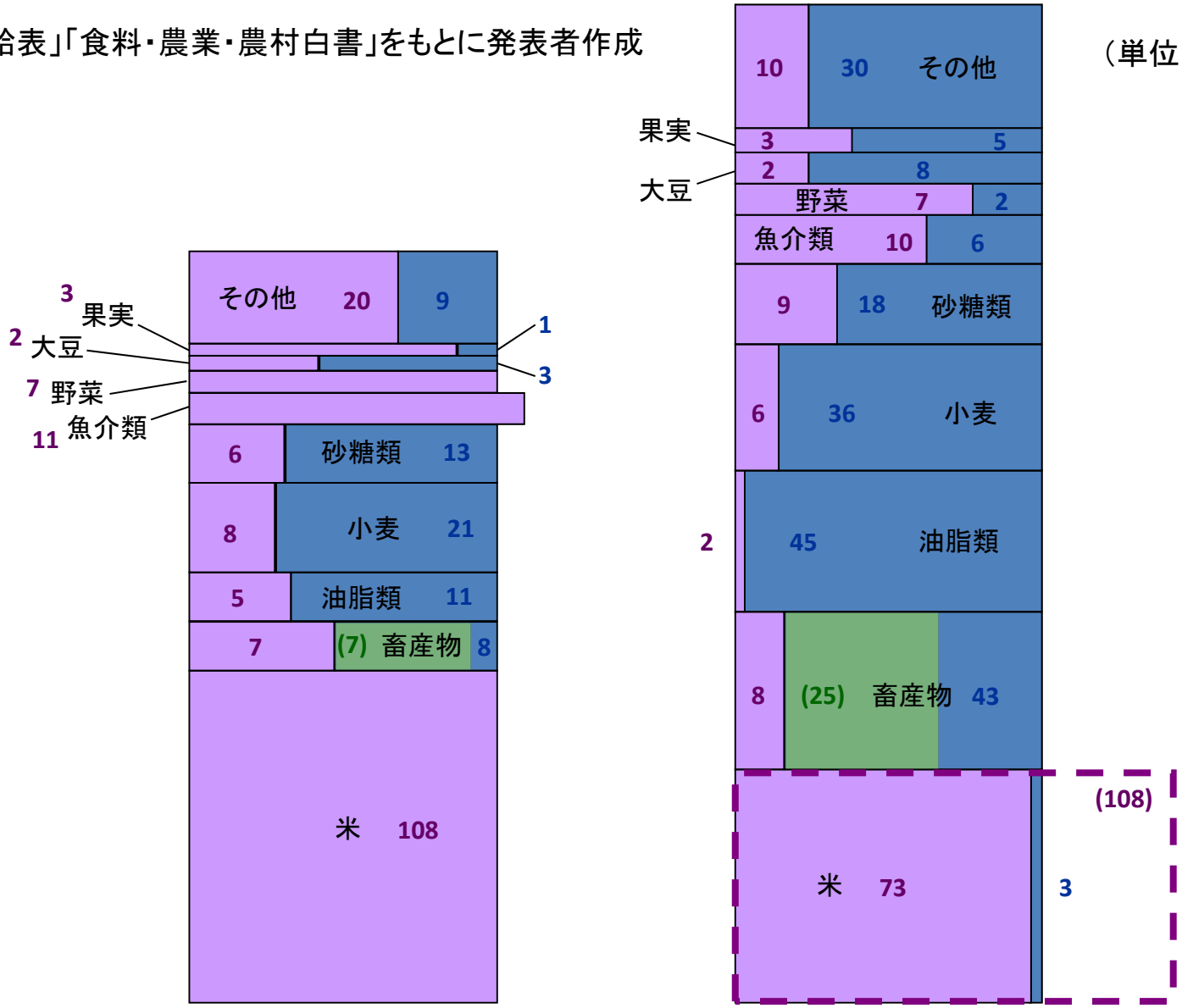


出典:「食料・農業・農村白書」（平成20年版）

供給熱量の構成の変化と品目別の食料自給率（供給熱量ベース）

注：「食料需給表」「食料・農業・農村白書」をもとに発表者作成

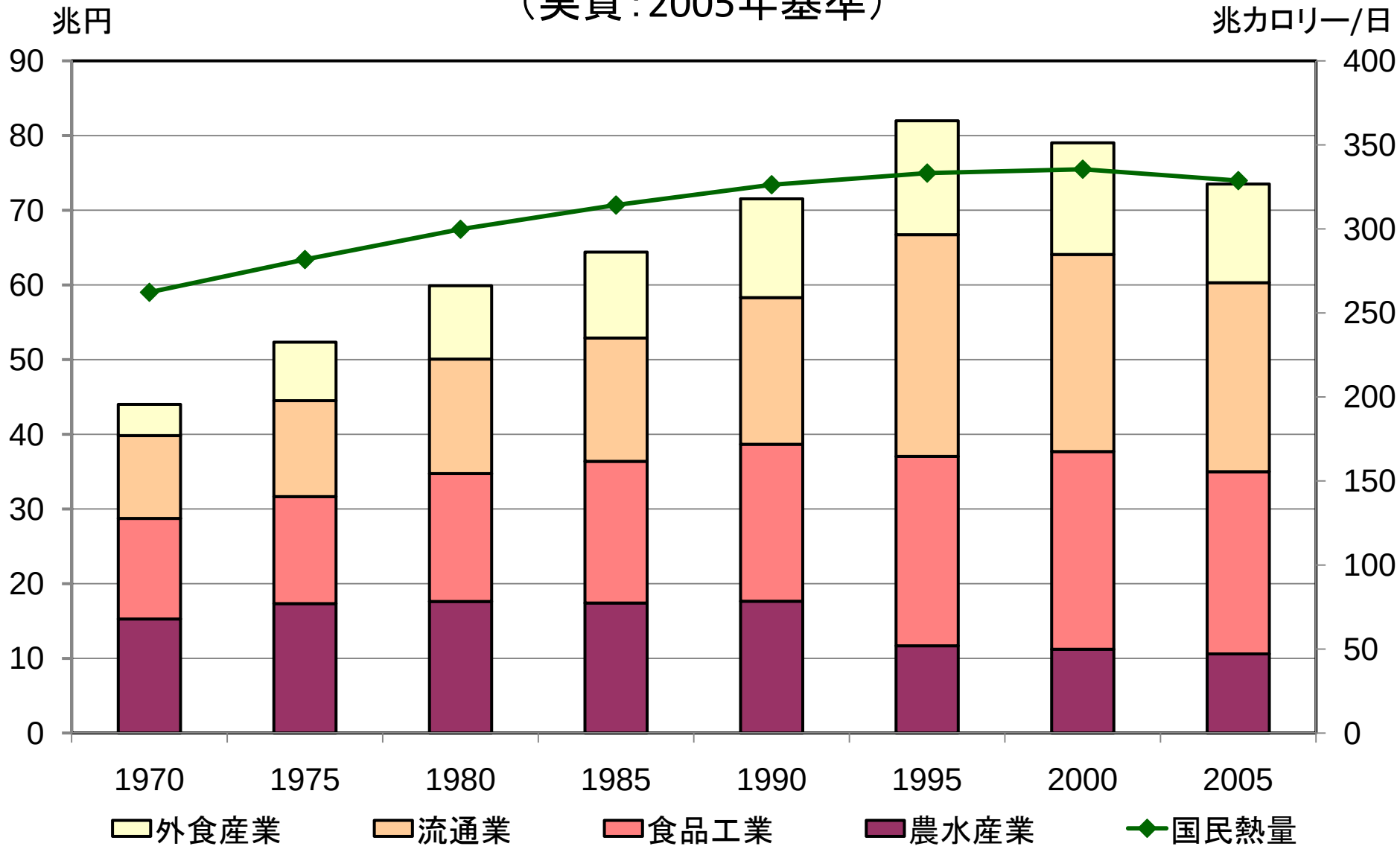
（単位：兆カロリー/日）



【1965年度】 消費244兆カロリー
国内供給179兆カロリー

【2007年度】 消費326兆カロリー
国内供給130兆カロリー

食料支出と部門別にみた帰属
（実質：2005年基準）



資料：農水省「農林漁業・食品工業を中心とした産業連関表」「食料需給表」、総務省「消費者物価指数」

食の取扱量・額が年々増加、莫大かつ複雑なものに

↓

新しい安全・信頼システムの構築の必要性

規制だけでは対処できないところも

↓

信頼回復のために攻めの姿勢

↓

評価してもらうためのモノサシが必要

コンセプトブックでの主張

- 行動の「見える化」
- 共通の土俵作り
- 共に創る

協働の着眼点

食の信頼は
技術（科学）と人が支える

「フード・コミュニケーション・プロジェクト」
～11月27日　ＦＣＰ中間報告会～

平成21年11月

農林水産省

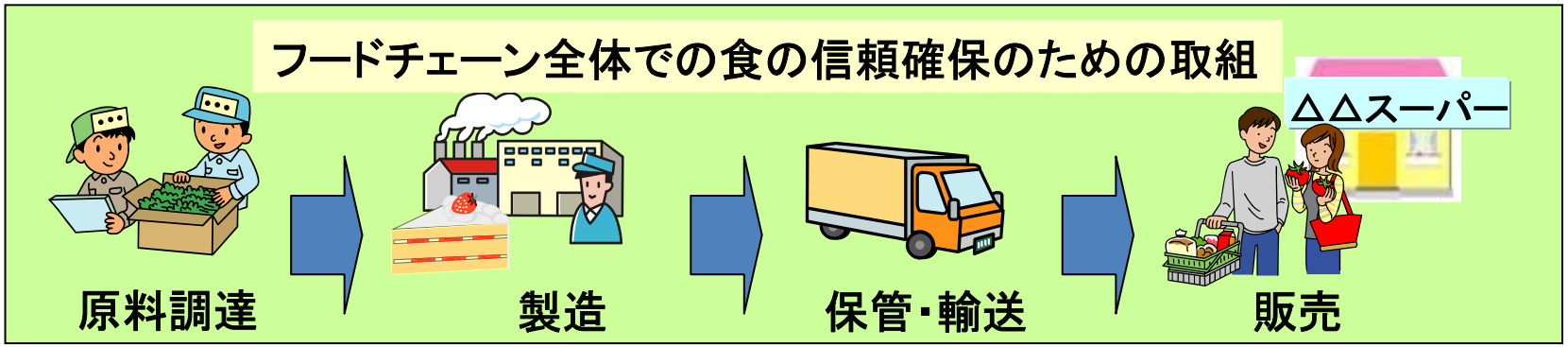
フード・コミュニケーション・プロジェクトチーム

「フード・コミュニケーション・プロジェクト」の基本的な考え方

○フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）は、農林水産省が、「食」に対する消費者の信頼向上のため、平成20年度から立ち上げた取組。

○消費者ニーズが多様化するなか、一律の規制ではなく、意欲的な食品事業者の取組の活性化により、消費者の信頼向上を図ることを提案。

情報の好循環がFCPの目指す姿



食品事業者の取組に関する情報が消費者に届く

食品事業者の意欲的な取組を評価し、買う（投資する）

FCPの取組推進のステップ＜概要＞

○FCPでは、食品事業者の行動の「見える化」をテーマに取組を推進

①あらゆる場面で、意欲的な食品事業者等の主体的な参画を働きかけ（FCPの情報共有ネットワーク構築）

②食品事業者等が、着目すべき行動のポイントを取りまとめ（「協働の着眼点」）

③食品事業者の行動について、「協働の着眼点」に則した情報の受発信を活性化（FCP研究会）

④意欲的な行動が適正に評価される機会を増大、フードチェーン全体で透明性向上（実行可能性調査）

平成20年度取組

FCP取組の仕組つくり

平成21年度取組

「協働の着眼点」の活用事例を創っていく年

情報共有ネットワーク

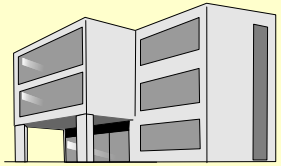
FCPでは、プロジェクトの基本的な考え方等に賛同する食品事業に関わる企業やその団体の間で、情報共有のためのネットワークを構築。

ネットワーク参加企業数
346社・団体（11/25現在）

FCP情報共有ネットワーク

ネットワークへの参加は随時受付

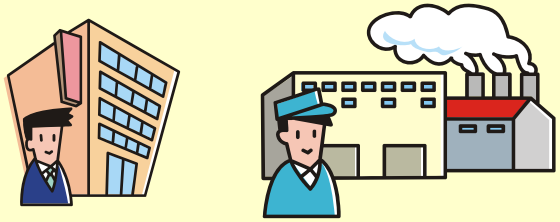
プロジェクト事務局



情報提供

提案等受付

食品事業に関わる企業やその団体



検討の場への参加（参加自由）

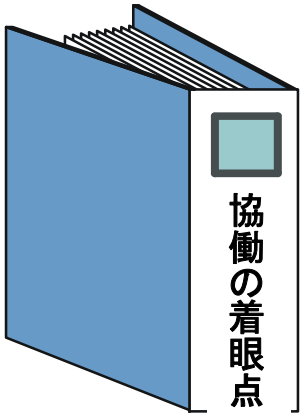
- ●食の信頼向上に向けた議論
- ●事業者による研究活動
- ●プロジェクトの普及活動　等

「協働の着眼点（第一版）」策定

「協働の着眼点」とは？

消費者の信頼を高めていくために着目すべき「食品事業者の行動のポイント」。

「協働の着眼点」を食品事業者が活用し、自ら透明性を高める努力が、取引先や消費者からの評価に！



「協働の着眼点」ができるまで

平成20年度、意欲的な食品事業者が主体的に参画して、食への信頼を向上させるために、実態に即した意見交換を積み上げて作成したもの。

今後も皆様の意見を取り入れて、見直しを図ります。

〔平成20年度作業グループ〕

（36回＋業種合同6回＝42回）

業種	観点	開催回数	参加企業数
製造	衛生管理	5	14
	サプライチェーンマネジメント	4	9
	消費者コミュニケーション	5	15
卸売	衛生管理	3	4
	サプライチェーンマネジメント	3	6
	消費者コミュニケーション	3	5
小売	衛生管理	4	5
	サプライチェーンマネジメント	4	7
	消費者コミュニケーション	5	5
合計		36	70

平成21年度FCP研究会の概要

〈研究会及び分科会の目的〉
「協働の着眼点」の活用に関してテーマを設定し、研究する。

【研究会】情報共有の場（3～4回開催）

【分科会】具体的検討の場

- 企業行動の情報発信
  - 失敗から学ぶ情報発信のあり方
  - マスメディアとの意見交換のあり方
  - 消費者との対話のあり方
- アセスメントの効率化
  - 工場監査項目の標準化・共有化
  - 商品情報の効率的なやりとり
  - フード・コミュニケーション倫理行動マネジメント規格の策定
- 地域活性化
  - 企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進
  - 地域ブランチ
    - 三重ブランチ
    - 岩手ブランチ
    - 愛媛ブランチ
    - 和歌山ブランチ（予定）
    - …

研究テーマ

企業行動の情報発信			アセスメントの効率化			地域活性化
事件・事故等発生時の適切な企業行動や、緊急時の情報開示、情報発信のあり方等の検討	食品事業者の取組を適切に伝達するためのマスメディアに向けた情報発信のあり方、マスメディアとの交流の場の持ち方の検討	消費者との多様な接点における対話型コミュニケーションのあり方及び「協働の着眼点」を活用した対話型コミュニケーションの手法の検討	食品事業者等におけるアセスメント作業の効率化のため、工場監査における項目の標準化・共有化の検討	食品事業者等における商品情報の効率的なやり取りの実現に向けた検討	食品関連事業者の経営倫理・法令遵守マネジメント・システムの構築	企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進について検討

【地域の状況に応じたテーマ設定】

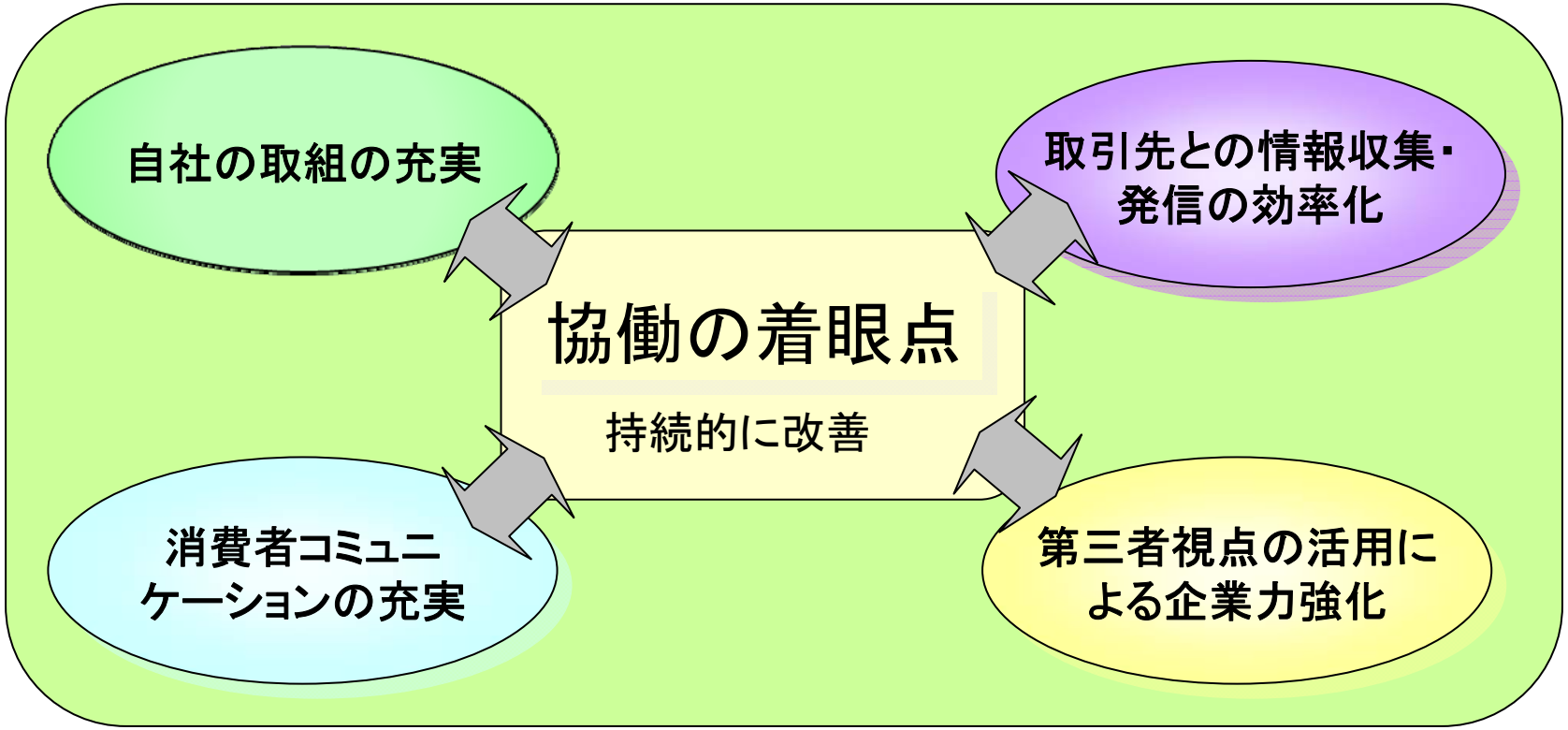
平成21年度FCP実行可能性調査の概要

事業名	調査に伴って作成される活用のひな型（イメージ）	実施者
FCPポータルサイトの構築・運用	食品事業者の取組を集めたポータルサイト	エヌ・ティ・ティレゾナント（株）
「協働の着眼点」を活用したセルフアセスメントシートの開発と運用	セルフアセスメントシート	（株）阪急クオリティーサポート
「協働の着眼点」を活用した活動のためのツール開発	パート・アルバイト向けテキスト	三菱化学メディエンス（株）
「協働の着眼点」を活用した認証規格開発事業	第三者が行う業務認証の仕組み	SGSジャパン（株）
食の信頼確保のための成熟度評価事業	第三者が行う業務格付の仕組み	（株）アイ・エス・レーティング
「食品事業者（経営陣）向け研修プログラム」の開発	経営層向けテキスト	日本HACCPトレーニングセンター
地域の安全・良いモノ発掘マッシュアッププロジェクト	カタログ販売における取引先審査の仕組み	（株）CTU
全国地方の事業者と都市消費者とを対象にした「地域の良い（モノ）売れる商品支援事業」のモデルの構築と運営事業	地域産品販売店における取引先審査の仕組み	（有）ケンプランニングオフィス
“食の安全・安心”見える化ツアーのための商品モデル検討事業	工場見学ツアーのモデルプログラム	（財）日本システム開発研究所

「協働の着眼点」の活用

○FCPでは「協働の着眼点」が、様々なビジネスシーンで活用されるための取組を推進。

○「協働の着眼点」を活用した意欲的な取組が、適正に評価され、その結果がフィードバックされる機会が増大。



自社の取組の充実

経営者

経営全体をトータルで見て、自らの強み、弱みを把握し、中長期的な経営戦略を立てることができました。

従業員の資質向上

教育
ﾌﾟﾛｸﾞﾗﾑ

表示の専門家
品質管理専門家など

経営方針の精査・質の向上

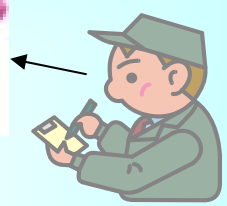
チェックシート

コンプライアンスの徹底

取引先との公正な取引が大事

チェックシートを活用した経営会議

工場・店舗の取組の見直し・改善



取引先との情報収集・発信の効率化

監査作業の効率化

バイヤーと食品事業者との情報交換の効率化

事業者の行動に関する情報をクリアにした商談

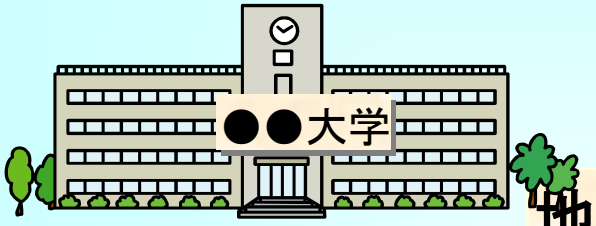
商談会をイベントから学びの場に

農商工連携の取組を効果的に展開

第三者視点の活用による企業力強化

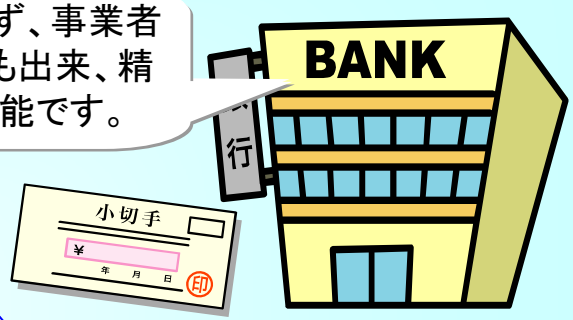
食品事業者の知識・技術の広がり

食品事業者評価の研究・教育

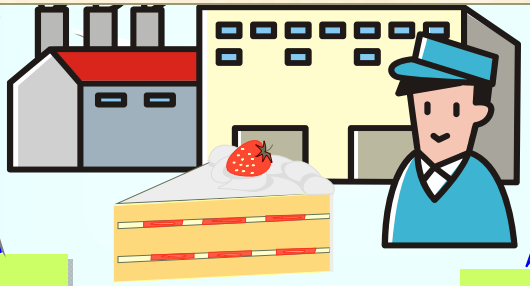


食品事業者への融資機会の拡大

財務状況のみならず、事業者の取組による評価も出来、精度の高い融資が可能です。



地域の企業力強化！



取引先への信頼向上

事業者の業務内容を信頼確保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頂けるサービスを提供します。

格付け会社

ブランド戦略のブラッシュアップ

地方公共団体

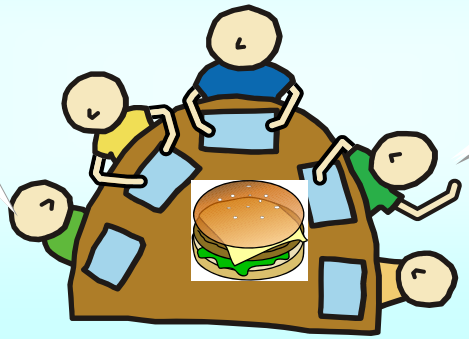
地場産業の活性化のため、チェックシートやマニュアルを使って、前向きな事業者を支援します。

消費者コミュニケーションの充実

食品事業者と消費者間の相互理解の促進

消費者と食品事業者直接対話

消費者の知りたいことがわかりました。



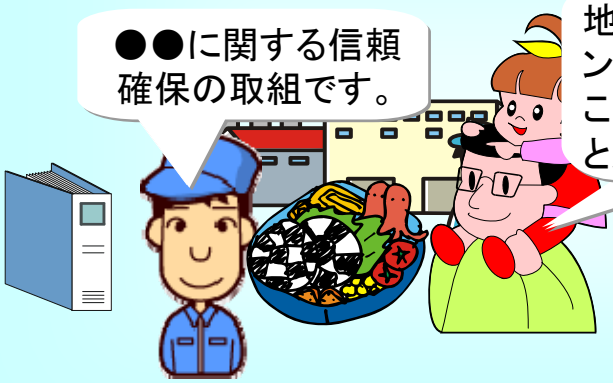
事業者の方の取組の理解が進みました！

食品事業者

消費者

消費者の食品事業者の取組に対する理解の深化

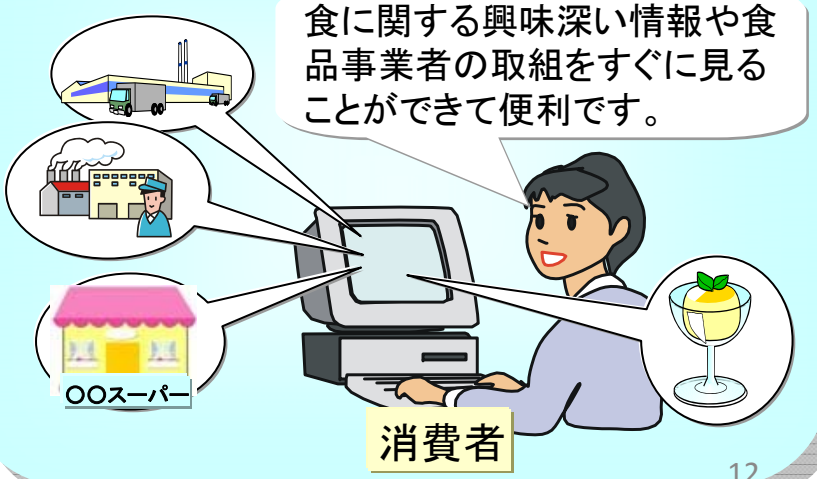
●●に関する信頼確保の取組です。



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ました。

食品事業者の取組に関する情報の効率的な集約・発信

食に関する興味深い情報や食品事業者の取組をすぐに見ることができて便利です。



消費者