



平成24年度の取組に関する説明会資料

フード・コミュニケーション・プロジェクト
~~平成24年度の研究会・勉強会のテーマと進め方について~~

平成24年5月29日

農林水産省

食料産業局 企画課 食品企業行動室
フード・コミュニケーション・プロジェクト事務局

目 次

○平成24年度の研究会・勉強会のテーマと進め方について	P3
・FCP企業力アップ研究会	P11
・品質監査に関する研究会	P19
・商品情報の効率的なやり取りに関する研究会	P31
・「FCP展示会・商談会シート」の普及に向けた勉強会	P41
・消費者対話の活性化勉強会	P53
・FCP普及・戦略研究会	P61
・「食の信頼」標準化研究会	P67
○（参考）FCPへの参画について	P75

平成24年度の研究会・勉強会の テーマと進め方について

平成24年度の活動イメージ

平成24年度も、引き続きネットワーク（NW）に参加する事業者様・団体様に様々なステージで活動いただく場を設けています。

1

農林水産省が設ける
研究、発表の場への
参加



2

事業者の主体的な取
組（農水省が運営に
関与）



3

事業者の自主的な協
働の取組（農水省と
情報を共有）



4

個々のビジネス展開
（農水省と情報を共
有）



<想定される活動内容>

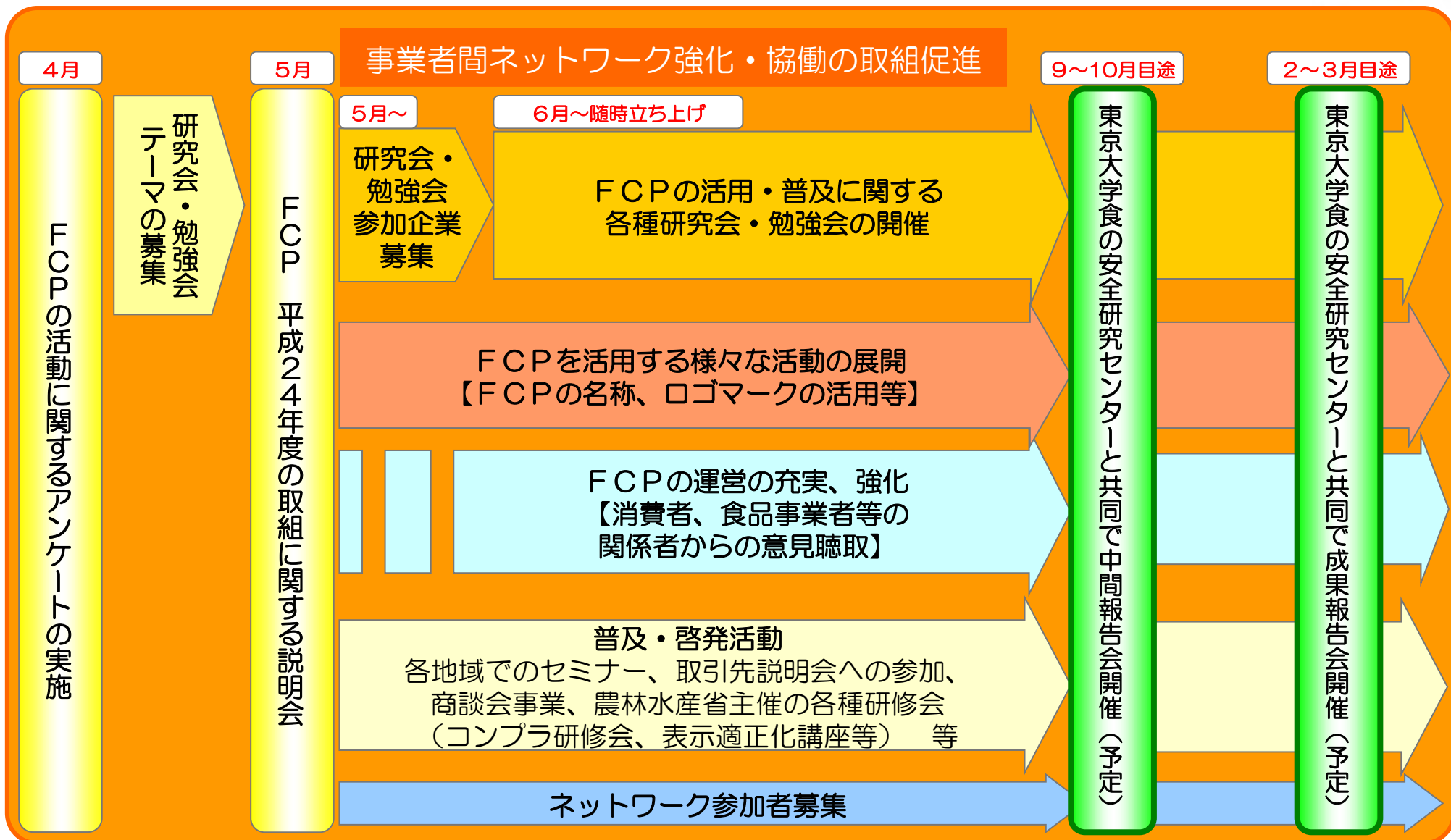
- FCPで開発されたツールに関する研究会・勉強会
- 活動報告会、成果発表会など
- 「協働の着眼点」の見直し作業

- 事業者が主体となって運営する研究会
- 各都道府県主催など地域でのFCP活動 など

- FCPの活動と銘打った事業者間での自主勉強会
- FCPの活動と銘打ったセミナー、シンポジウムなど

- 「協働の着眼点」をはじめFCPの考え方・ツールを活用したビジネスの展開
 - ・ 展示会・商談会
 - ・ 人材育成
 - ・ 取引先の審査 など

平成24年度のスケジュール（イメージ）



平成24年度研究会・勉強会のテーマについて

1. 研究会・勉強会のテーマについて

- 研究会は、FCPの基本的な考え方に基づき「協働の着眼点」を活用した食品事業者の取組の活性化などについて検討していただく場として位置づけており、手挙げ方式で参加者を募集しています。研究会のテーマはNW参加企業・団体の御意見・御要望を踏まえて毎年度設定しています。
- 平成24年度の研究会テーマについては、NW参加企業・団体から募集（アンケート）するとともに、昨年度研究会に御参加いただいた方の一部から、研究会の運営方法等についてヒアリングを行いました。あわせて、事業者の主体的な取組としての研究会の主催希望を募りました。
- これらのNW参加企業・団体からの御意見を踏まえ、
 - ① 農林水産省が運営する研究・発表の場としては、「FCP企業力アップ研究会」、「消費者対話の活性化勉強会」、「品質監査に関する研究会」、「商品情報の効率的なやりとりに関する研究会」及び「『FCP展示会・商談会シート』の普及に向けた勉強会」を開催することといたします。
 - ② 事業者の主体的な取組としての研究会（農林水産省が運営をサポート）としては、「FCP普及・戦略研究会」及び「『食の信頼』標準化研究会」について申請をいただいています。（なお、事業者の主体的な取組としての研究会につきましては、随時募集を行っておりますので、FCP事務局までお問い合わせ下さい。）

2. 研究会・勉強会への参加募集について

- これらの研究会・勉強会の参加者は、本日から募集を開始いたします。事務局宛に参加登録申込書の提出をお願いいたします。（第1次の締切を6月8日（金）に設定させていただきますが、参加希望はその後も随時受け付けます。）
- なお、研究会の参加登録には、確認作業等を含む事務手続きに2～3日を要することがありますことを予めご了承ください。

平成24年度 FCP研究会・勉強会

活動パターン

①農林水産省が設ける
研究・発表の場

②事業者の主体的な取組
(農水省が運営に関与)

【研究会・勉強会】情報共有の場

FCP企業力アップ研究会



連動

消費者対話の活性化勉強会
品質監査に関する研究会
商品情報の効率的なやり取りに関する研究会
「FCP展示会・商談会シート」の普及に向けた勉強会

FCP普及・戦略研究会

「食の信頼」標準化研究会

地域
ブラン
チ

三重ブラン

岩手ブラン

愛媛ブラン

和歌山ブラン

山梨ブラン

栃木ブラン

大分ブラン

滋賀ブラン

島根ブラン

地域の状況に応じたテーマ設定

研究会・勉強会の運営について

- (1) 各研究会・勉強会への参加は、参加規約に同意の上、参加登録申込書に必要な事項を御記入いただき、F C P 事務局までE-mail又はF A Xでお申し込みください。
- (2) 研究会・勉強会の資料や議事概要については、ホームページ等で原則公表します。その際、議事概要は、発言者が特定できない形で公表します。
ただし、研究会・勉強会の議論内容が、企業秘密に触れたり、個人の権利・利益を害するおそれがあると判断した場合には、資料等を非公表とします。
- (3) 効率的な議論を行うため、研究会・勉強会開催前にアンケートやヒアリングを実施し、参加者の意向を伺いながら進めます。
- (4) 研究会・勉強会のアウトプット等は、F C P の成果として公表することを原則とします。

研究会・勉強会の参加者にお守りいただきたい事項 (検討作業におけるルール)

- ステークホルダー間でのWin-Winの関係づくりを重視すること
- 建設的・効果的な意見交換に貢献すること
(批判に終始せず、対案を提示するように努めること)
- 個別の組織や団体に対する誹謗・中傷は行わないこと
(研究会・勉強会においては、事業者間の利害調整等はいりません)



平成24年度の取組に関する説明会資料

FCP企業力アップ研究会

平成24年5月29日

農林水産省

食料産業局 企画課 食品企業行動室
フード・コミュニケーション・プロジェクト事務局

「FCP企業力アップ研究会」の立ち上げの背景と目的

1) 研究会立ち上げの背景

- 平成23年度までの活動において、フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）では、民間企業の皆様と「協働」で「食の信頼向上のための取組」として様々なツールや考え方を開発してきました。
- そうした中、今年度の活動に際しFCP参加企業の皆様にアンケートを実施したところ、「今後は積極的に普及を行うべき」、「様々なツールを個々に利用するのではなく、一企業の事業活動の中でパッケージとして一括活用し、FCPの良さを活かすべき」との声が多くあがりました。
- これらの声を受けて今回、これまでのFCPのツールを事業活動全般において一括して取り入れることができるプログラムを開発し、より多くの食品企業の皆様に活用していただくことで、企業力の向上を図るとともに、多くの企業の皆様によるそのような取組の進展がFCPの普及にもつながると考え、本研究会を立ち上げることとしました。

2) 研究会開催の目的

- FCPに参加されている地域の中小食品企業等が、事業の活性化と企業の信頼向上を図り、ひいては国内の食品産業が消費者からの一層の信頼を得た社会の構築に向け、その実現の手段のひとつとして、当該企業の事業活動全般にFCPの考え方やツールを一括して活用できるプログラムを作成する。
- 実際にプログラムを使用した参加食品企業の活用事例をFCPのホームページ等に掲載することでFCPの利点を「見える化」し、まだ参加されていない企業の参画を促進する。
- 活用過程での「お悩み」に研究会として応えるとともに、事後の検証等を通じ、FCPのツールの課題や問題点を抽出し、改善につなげる。

「FCP企業力アップ研究会」の進め方

3) 研究会の進め方

- 研究会参加企業の皆さんで、「FCPツール」や「考え方」を事業活動全般に一括活用することにより企業力を向上させるための「FCP企業力アッププログラム」を開発していただきます。
- 完成した「FCP企業力アッププログラム」はFCP参加企業に公開し、個人企業、団体問わず希望する企業等実際に利用していただき、その状況を本研究会及び、各ツールを開発した研究会を継承する今年度の研究会等（以下「各ツール担当研究会等」という。）にフィードバックします。
- 実際の活動内容に関しては、参加企業の同意を得た上でFCPのホームページで公開します。またFCPの各ツールを利用した際の課題や不具合に関しては、各ツール担当研究会等へフィードバックして、今後の改善につなげていきます。

4) 研究会募集要項

- FCPのネットワーク参加企業の方であれば、どなたでも参加可能です。
- 本プログラムの完成後、実際に活用したい企業、地域ブランチャや6次産業化に携わる地方自治体のご担当、地域の食品産業の振興に携わる企業（団体・個人）の皆様も、積極的にご参加ください。
- ただし、本プログラム作成に当たっては、FCPのツールや考え方を活用するため、FCPの基本的な知識を必要とします。参加ご希望の方で、FCPについてわからない点があると思われる方におかれましては本日会場内に「フード・コミュニケーション・プロジェクトについて」との表題の資料を用意しておりますので、ご一読の上ご参加ください。またFCPに関する質問などは、いつでも事務局までお問い合わせください。

「FCP企業力アッププログラム」とは

5) 企業力アッププログラムのイメージ

対象：

全国の中小食品企業又はその企業が参加する団体

内容：

- 上記対象企業の皆さんが勉強会や講習会などに活用できるプログラム
- なお、現在FCPには「FCP展示会・商談会シート作成プログラム運営マニュアル」がありますが、このマニュアルは県庁が主催するランチで、そのランチに参加する企業が「ベーシック16」で自社分析をし、その内容を基に「FCP展示会・商談会シート」を作成し、商談会で活用することを目的としたものです。
- 一方、今回研究会で取り組む「企業力アッププログラム」は、品質管理やコンプライアンスの部分を強化するとともに、FCPのツールや考え方を総合的に織り込み、地域の個々の中小食品企業から、その企業が参加する団体まで、企業内や団体等主催の講習会や勉強会で幅広く活用し、企業力を向上させることを目的としたプログラムをイメージしています。

「FCP企業力アッププログラム」イメージ

研究会で作成していただく所
「FCP企業力アッププログラム」(案)

ステップ1 ステップ2 ステップ3 ステップ4

●FCPの各ツール

ベーシック16
商談会シート
工場監査シート
など・・・

●FCPの考え方

協働の着眼点

各
ツールの説明

各
ツールの使い方

ロ
ール
プレイング

検
証

①商談の場の交渉
力アップ

②品質管理レベル
の向上

③マネージメント
力の向上

企業力アップ！

ステップ1 ツールの意味について
ステップ2 書いてみよう（使ってみよう）
ステップ3 模擬商談の仕方、模擬監査手法
ステップ4 プログラム使用後の検証・・・



平成24年度 研究会概要

6) 研究会スケジュール及び内容（案）

● 《プログラム作成の研究会の参加企業主体》

- ・ 第1回～3回「FCP企業力アッププログラム」作成
会場：東京 6月～8月 月1回開催
《具体的内容》
- ・ プログラムのあり方、対象となる企業は？
- ・ 具体的な取組マニュアル …etc

- ・ 9月「FCP企業力アッププログラム」公開（予定）

《利用企業・団体に向け公募》

＊プログラムの活用状況等に関しては、研究会メンバーリングリストを作成し、随時研究会員に報告

● 《プログラム作成の研究会の参加企業主体》

- ・ 第4回「活用報告会」 2月（予定） 会場：東京



7) 研究会での成果について

- ・ 本研究会で中小食品企業の皆様が取り組まれた内容につきましては、事務局でとりまとめ、FCPのホームページなどで公開していきます。また、新たにFCPに取り組まれる食品事業者の皆様の参考資料等に活用させていただく予定です。

「FCP企業力アップ研究会」年間スケジュール

企業力アップ研究会

主催地：東京
研究会：6月～8月 計3回実施
(内容に関しては、中間報告会、成果報告会でそれぞれ報告予定)
内 容：FCPの考え方やツールを活用した「企業力アッププログラム」の開発

第1回研究会

第2回研究会

第3回研究会

第4回研究会

企業力
アップ
プログラム

地方の事業者

地域
ブラン
チ

六次
産業
化の
取組

地銀
セミ
ナー
等

地域
食品
団体

主催地：各地域
活動時期：9月～12月
内容：「企業力アッププログラム」の運用

FCP各種研究会

主催地：東京
平成24年度研究会及び勉強会
「商談会シート勉強会」
「品質監査に関する研究会」など
内容：「プログラム」を使用した際の
FCPツールの課題、問題点の
抽出と改善

フィードバック

運用結果

優良事例の情報共有
各ツール等の課題など



平成24年度の取組に関する説明会資料

品質監査に関する研究会

平成24年5月29日

農林水産省

食料産業局 企画課 食品企業行動室
フード・コミュニケーション・プロジェクト事務局

「品質監査に関する研究会」の背景・取組の経緯

【背景】

- フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）の基本的な考え方に基づき、食品事業者間の効率的なアセスメントの実施、アセスメント結果の適正なフィードバックのために、「工場監査項目の標準化・共有化研究会」を立ち上げ、取引先との情報収集・発信の効率化に向けた検討を行ってきました。

【取組の概要】

「工場監査項目の標準化・共有化」研究会では、

- 平成21年度に、共有可能な項目として「FCP共通工場監査項目（第1.0版）」のとりまとめ
- 平成22年度に、それぞれの監査項目に対して「実施要求水準」と「監査手法」を設定し、「FCP共通工場監査項目に関する要求水準及び監査手法」としてとりまとめ
- 平成23年度に、使い勝手の良い監査シートにするため、用途別・目的別の工場監査シートを作成し、必要に応じたシートを出力するためのWEBページの作成を行いました。

アンケートでいただいたご意見

平成24年度のFCPの活動展開等の参考にさせていただくために、FCP情報共有ネットワークにご登録の皆さまに、平成24年4月24日（火）締め切りのアンケートを行いました。

【アンケートでいただいた工場監査項目の標準化・共有化研究会へのご意見】

- 多くのスキームがある中で、他のスキームとの整合性を図り、立ち位置を明確にすることが必要。
- 各レベル（業種・業態・管理レベル等）で使用可能な監査チェックシート等の開発が必要。
- 監査するべきこと、無駄なことを明確にして欲しい。
- より簡素化した項目で、消費者に分かりやすい表現にしたものが必要。
- 監査者の資質に課題がある。
- 仕入れ先の監査では、どこをどう見れば良いのかという問い合わせが多い。
- レベルの低いところでも取り組めるよう簡素化したもの、初級、中級、上級などが必要。
- 現状のままでは活用は難しい。利用するためには具体的なチェック項目が必要。
- 国際的に通用するものにして欲しい。（普及のために）
- G F S I 等との連携により、更に集約して欲しい。

簡単で分かりやすいシートの必要性について、多くのご意見をいただきました。

「品質監査に関する研究会」の目的・取組内容

【本年度の目標】

本研究会では、「工場監査項目の標準化・共有化」研究会の成果物である「FCP共通工場監査項目」の普及を目指し、「FCP共通工場監査項目」の中から、監査の際に指摘の多い項目など重要な項目を抽出し、抽出した項目の具体的なチェック方法や解説を付記した入門編の作成を目指します。

【本年度の取組内容】

1. 「FCP共通工場監査項目」を基に、工場監査において指摘する（される）頻度が多いなど特に重要と考える項目を抽出していただきます。（重要な項目数は数十項目を予定しています）
2. 監査において指摘する（される）頻度が多いなど重要と考える項目を監査する際の判断基準をとりまとめます。更に、具体的なチェック方法や解説を付記した監査の際の参考情報となるものを目指します。
3. 監査する際の判断基準を一覧性を持った様式にとりまとめ、これから品質監査に取り組む企業でも、教育プログラムや品質管理体制の申告などで活用できるシートの作成につなげていきます。

上記の取組内容に加え、本年度から新たに立ち上げる「FCP『食の信頼』標準化研究会」において「FCP共通工場監査項目」について検討が行われる際には、本研究会の議題として取り上げ、ご意見を伺う予定です。

本研究会の進め方とスケジュール（案）

○研究会：年間3回程度の開催を予定しています。

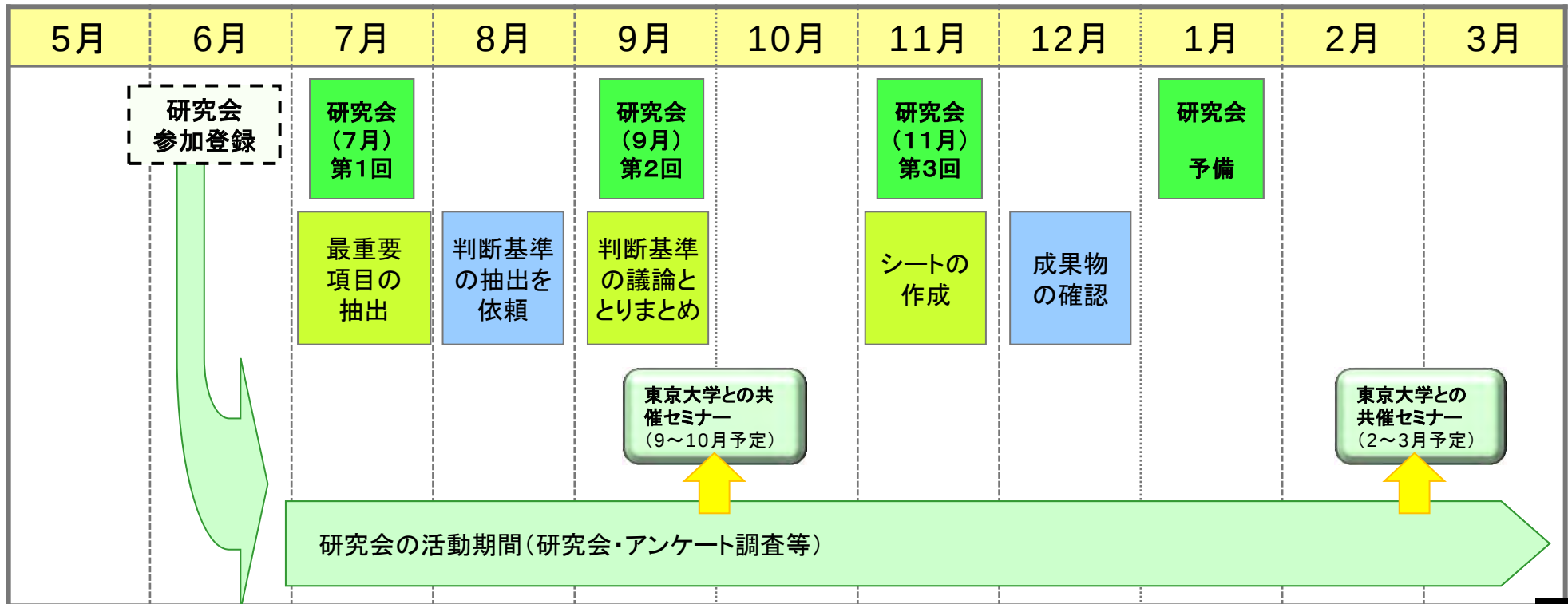
（開催回数は研究会での検討状況に応じて変更する場合があります）

・第1回：平成24年7月予定（詳細は別途ご案内します）

活用事例の報告、およびグループディスカッション

○東京大学との共催セミナー：年間2回を予定しています。

・研究会の取組、進捗報告、成果報告を発表する予定です。



(参考) 工場監査項目の標準化・共有化研究会の経緯

FCP工場監査項目の作成

<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?

H22年度研究会

H21年度研究会

FCP工場監査項目の普及にむけて

<普及に向けたご意見>

～H22年度試行アンケートより～

- 効率化が可能
- 評価者の目線合せに有効
- セルフチェックに有効

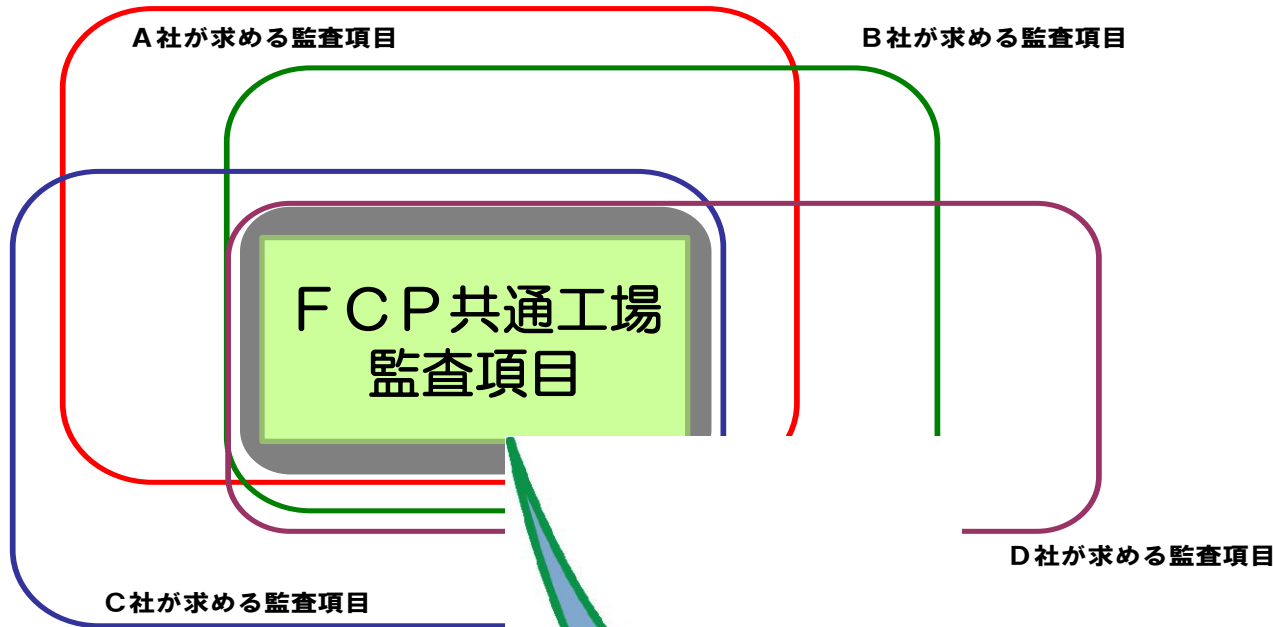
- ×監査項目の重複
- ×項目の順番が不適當
- ×項目数が多い 等

各社による用途別・目的別の編集で対応可能

FCP工場監査項目(第1.0版)をベースとした各社による用途別・目的別の編集を促進するため、シーンごとにどのような切口が必要か、という観点から用途別・目的別の編集例を作成

H23年度研究会

工場監査項目の標準化・共有化研究会（平成21年度成果）



H21年度は各社が求める監査項目のうち共有化できる116項目をとりまとめ、FCP 共通工場監査項目 第1.0版としてとりまとめました。

FCP 共通工場監査項目 第1.0版				
			平成22年 2月22日	FCP事務局
【協働の着眼点・大項目1】『お客様を基点とする企業姿勢の明確化』				
(1) 【経営姿勢の社内外への明示】				
① 経営者が、お客様を基点とする基本的考え方に基づいて、安全かつ適切な食品を提供する責任を認識しており、その姿勢を社内				
1	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			
【協働の着眼点・大項目2】『【コンプライアンスの徹底】				
(1) 【基本方針の保持】				
① 法令遵守に真摯に取り組む方針を示している				
2	法令遵守の取組みの社内外への明示			
(2) 【遵守事項の明確化及び遵守の確認体制の整備】				
① 遵守しなければならない法令及び基準を明確にしている				
3	遵守義務のある法令及び基準の明確化			
② 明確化した遵守しなければならない法令及び基準について随時、適切に更新している				

工場監査項目の標準化・共有化研究会（平成22年度成果）

H21年度に共有した項目ごとに実施要求水準と監査手法をとりまとめ、FCP共通工場監査項目（第1.0版）の付属資料として、「FCP共通工場監査項目に関する要求水準及び監査手法」をとりまとめました。

（項目ごとにとりまとめた要求水準と監査手法の一例）

40. 異物検知時の除去、および再発防止対策の確認 （H21年度に監査項目の抽出実施）

実施要求水準

異物の検知・除去対策、及び混入の防止、低減への取組のルールがある

異物の検知・除去対策、及び混入の防止、低減への取組がルール通り実施されている

異物の検知・除去対策、及び混入の防止、低減への取組が必要に応じ記録されている

監査手法

異物検知、排除の方法、排除品の管理ルールを確認

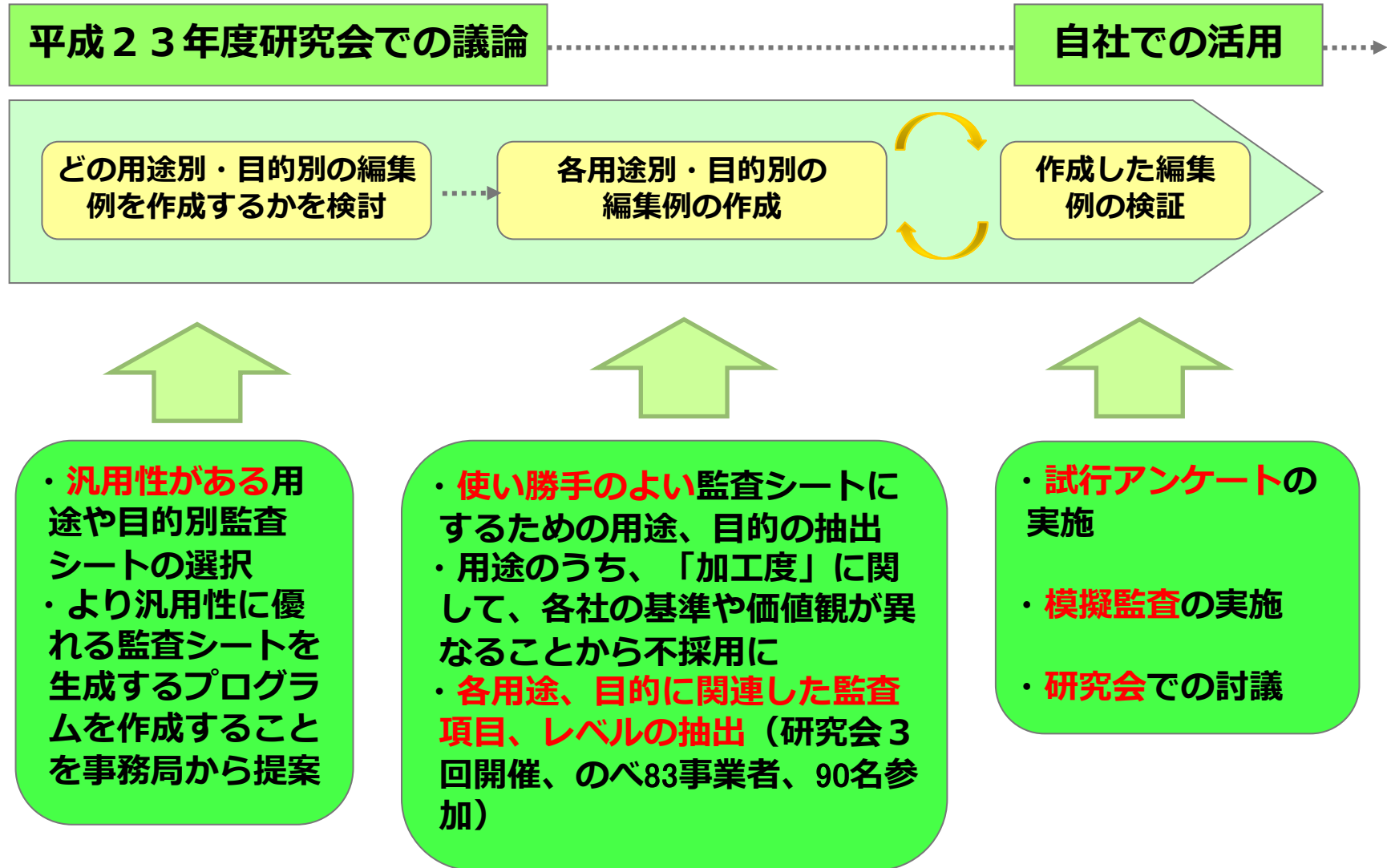
検知・排除結果に基づく対処ルールを確認

異物検知・排除の現場及び記録にてルール通り実施されていることを確認
設定した基準通りの精度で排除できることを確認

製品を全量、機器で検査していることを確認

異物検知時の記録を確認

平成23年度 工場監査項目の標準化・共有化研究会 議論の過程



工場監査項目の標準化・共有化研究会（平成23年度成果）

「FCP共通工場監査項目をベースとした用途別・目的別の編集例を作成し、用途・目的を選択するとそれに適した監査シートを自動生成するプログラムを作成し、WEBページに掲載しました。

用途別・目的別 工場監査シート 自動生成ページ
使いたい用途・目的をクリックすると用途別・目的別のシートが自動生成できます。
(javaスクリプトをonにしてご利用下さい。)

- 基本的な衛生管理の確認
- コンプライアンス関連の確認
- 社内教育
- 二者監査

➡➡

- 新規監査
- 定期監査

➡➡

- すべての危害のチェック
- リスク別に監査を行う
(以下から監査したいリスクを選択して下さい)

- ☐ 生物学的危害のチェック
- ☒ 物理的危険のチェック
- ☒ 化学的危険のチェック
- ☐ 食物アレルギー物質のチェック

健康危害をもたらす原因となる食中細菌などが食品中に混入する危険度に関する一連の確認項目が出力されます。

目的や用途を選択して「決定」を押して下さい

決定

平成23年度工場監査項目の標準化・共有化研究会 ご登録企業／団体

40企業／団体（平成24年2月29日現在）

味の素株式会社	アツマックス株式会社	イオン株式会社
伊藤ハム株式会社	株式会社イトーヨーカ堂	花王株式会社
株式会社光陽	財団法人 東京顕微鏡院	株式会社シジシージャパン
全国乳業協同組合連合会	全日空商事株式会社	太陽化学株式会社
株式会社竹中工務店	テーブルマーク株式会社	テュフラインランドジャパン株式会社
株式会社東急ストア	東洋冷蔵株式会社	株式会社ニチレイフーズ
株式会社日清製粉グループ本社	株式会社日本アクセス	日本フレッシュフーズ協同組合
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	日本生活協同組合連合会
日本製粉株式会社	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	株式会社フードサービスネットワーク
フードテクノエンジニアリング株式会社	みたけ食品工業株式会社	株式会社三越伊勢丹
三菱化学メディエンス株式会社	三菱商事株式会社	三菱食品株式会社
株式会社明治	株式会社山武	株式会社ローソン
わらべや日洋株式会社		



平成24年度の取組に関する説明会資料

商品情報の効率的なやり取りに関する研究会

平成24年5月29日

農林水産省

食料産業局 企画課 食品企業行動室
フード・コミュニケーション・プロジェクト事務局

「商品情報の効率的なやり取りに関する研究会」の背景・目的

【背景・目的】

- 消費者の食への信頼向上の為に、事業者間でやりとりされる商品に関する情報は増加しており、フードチェーンの各段階で情報のやりとりに関する作業も増加しています。また、同じやりとりの場面でも多様な関係者の間で立場が異なることから、商品情報のやりとりについての考え方は異なる傾向にあり、問題は複雑化しています。
- このため、お互いの立場、考え方の違いを認識しつつ、消費者の信頼確保と情報のやりとりの効率化という目的を共有して課題解決に取り組む必要があります。

【取組の概要】

- 本研究会では「協働の着眼点」に基づき、消費者を起点としてフードチェーン全体で情報共有の手法を研究することにより、事業規模に関わらず、全てのステークホルダーの間で、商品に関する情報（特に品質情報）が効率的にやりとりされるための論点を整理し、協働での対応方向を研究しました。（直接的に仕様書のフォーマットやシステムについて議論は行いませんでした。）
- 最終的に、「FCP商品情報の管理体制項目」をとりまとめ、研究会の目的である「お互いの立場、考え方の違いを認識しつつ、消費者の信頼確保と情報のやりとりを効率化する」という課題解決の取組について共有しました。

本研究会の目的・取組内容

【本年度の取組】

- 23年度の成果物のとりまとめを受けて、本年度4月に実施したアンケートでは、本研究会について、新たなテーマなど特段のご提案はなく、成果物等ある程度の区切りがついたものと考えております。
- 一方で、本年度新たに立ち上げる予定の研究会である「FCP企業力アップ研究会」、「FCP『食の信頼』標準化研究会」等の他の研究会において、本研究会の成果物「FCP商品情報の管理体制項目」が議題として取り上げられる予定です。
- これら研究会において、本研究会のこれまでの取組が研究される際には、商品情報のやり取りに関わる皆様に、アンケートへのご回答や、ご意見を伺うためにお集まりいただくなどのご協力をお願いしたいと考えております。
- ついては、このようなご協力をいただける方を確認させていただくためにも、本年度も本研究会への参加者募集を実施しますので、趣旨をご理解いただき、申し込みをお願いします。
- なお、研究会にご登録いただいた皆様にお集まりいただく際は、改めてFCP事務局よりご連絡させていただきます。

(参考) 商品情報の効率的なやりとりに関する研究会の経緯

平成22年度 仮説と検証結果

情報そのものをやりとりする以外の手法は、複数の選択肢があり得るが、参加事業者様から頂いたアンケートの中で有望なものを選び、その仮説について実際に検証を行った。

アンケートの事例(抜粋)

「お取引先様及び社内、品質管理部署と商品取引部署及び関連部署にて、**確認項目(検査内容や製造キャパ、対象商品の原料仕入先、等)を互いに共通項目を決めて持ちあう(帳票類そのものではなく、何の帳票もしくは記録があるのか無いのか)**ことで、確認時に項目を限定して話をする事が出来る体制にする。」

仮説と検証結果

情報管理体制等に関する情報をやりとりすることで、実際にやりとりする情報項目の量・回数(頻度)を減らす可能性が認められた(代替出来るのではないか)。

- この際、情報管理体制に求められる条件としては
 - 情報の一元管理(社内体制、情報をストックする仕組み)
 - 規格書の整備
 - 取引先との関係(常に情報のやり取りが出来る関係)
 - トレースが出来る仕組み
- などの意見が出された。

平成23年度 商品情報の効率的なやりとりに関する研究会 ご登録企業／団体

27企業／団体（平成24年2月29日現在）

株式会社アイ・エス・レーティング	東洋冷蔵株式会社
味の素株式会社	株式会社ニチレイフーズ
イオン株式会社	株式会社日清製粉グループ本社
株式会社 イトーヨーカ堂	株式会社 日本アクセス
株式会社内田洋行	日本HACCPトレーニングセンター
カゴメ株式会社	株式会社ファミリーマート
サントリーホールディングス株式会社	富士ゼロックス株式会社
株式会社 生活品質科学研究所	株式会社 みつかん
太陽化学株式会社	三菱化学メディエンス株式会社
株式会社 高島屋	三菱商事株式会社
合同会社TFMHY研究所	三菱食品株式会社
テーブルマーク株式会社	株式会社 明治
株式会社 東急ストア	株式会社ローソン
財団法人 東京顕微鏡院	

商品情報の効率的なやりとりに関する研究会（平成23年度取組）

平成22年度の研究会で立てた仮説

情報管理体制等に関する情報をやりとりすることで、実際にやりとりする情報項目の量・回数（頻度）を減らせるのではないかと（代替出来るのではないかと）

にもとづいた議論を進め、個別事例の研究を積み上げました。

「お取引先様及び社内、品質管理部署と商品取引部署及び関連部署にて、確認項目（検査内容や製造キャパ、対象商品の原料仕入先、等）を互いに共通項目を決めて持ちあう（帳票類そのものではなく、何の帳票もしくは記録があるのか無いのか）ことで、確認時に項目を限定して話をする事が出来る体制にする。」といったアンケート結果を踏まえて検討したものです。

平成23年度は

①平成22年度の議論について振り返りを行い、その中でなぜ「情報の信頼性を担保する情報」がやりとりされているかその背景を討議し、フードチェーン全体での相互理解につなげました。

②平成22年度の仮説について、ケーススタディーを広げ、解決手法をブラッシュアップしました。

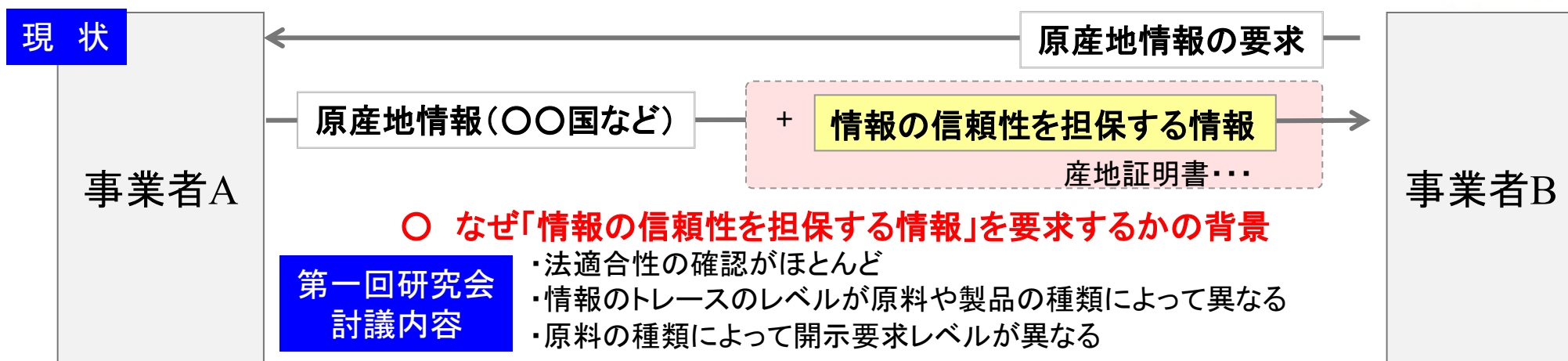
平成22年度は原産地・配合率を用いて事例研究を行いました。

平成23年度は新たな商品情報の項目を取り上げ、その項目について「情報の信頼性を担保する情報」に置き換えられる可能性と「情報管理体制」に求められる条件について議論を深めました。

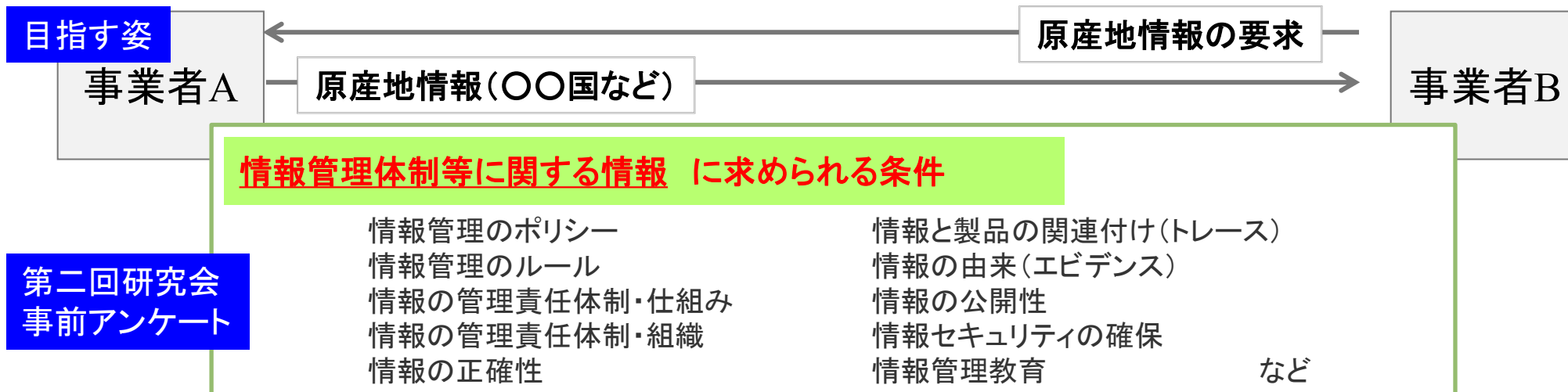
③「情報管理体制に関する情報」について、その確認方法について検討しました。

「情報管理体制に関する情報」をやりとりすることで、「情報の信頼性を担保する情報」のやりとりの負担を低減できるのではないかとという仮説に基づいて、情報管理体制の整備状況について確認する方法を検討しました。

商品情報の効率的なやりとりに関する研究会（平成23年度進め方）



（平成22年度研究会から） **情報管理体制等に関する情報**をやりとりすることで、実際にやりとりする情報項目の量・回数（頻度）を減らす可能性が認められた（代替出来るのではないか）



商品情報の効率的なやりとりに関する研究会（平成23年度成果）

商品情報の管理体制について項目として整理し、それぞれの管理体制がどのような状態であることが望ましいか、確認する際の視点を「商品情報の管理体制項目」21項目としてまとめました。

なお、「商品情報の管理体制項目」は、商品情報をやりとりする事業者間の関係に応じて、柔軟に活用していただくことを想定しており、一律に必須項目として求めるような利用は想定しておりません。

項目番号	重要度	商品情報の管理体制	管理体制の状態
1	望ましい	企業の商品情報管理について、理念を決めている	商品情報管理についての理念を、経営層が約束している 商品情報管理についての理念を、文書化している 商品情報管理についての理念を、会社ホームページや会社案内などで示している
2	望ましい	企業の商品情報管理について、管理のルールを決めている	管理する商品情報を明確にしている 商品情報管理の実施手順を、文書化している
3	必須	商品情報について、管理する項目を決めている	商品情報の項目について、フードチェーン管理する項目を、文書化・様式化している
4	必須	商品情報について、管理する項目ごとに保管する期間を決めている	保管期間を決めた根拠がある 商品の販売期間を考慮し、項目別に商品変更を伴う商品情報の項目について、商品情報について、項目別に保管期間
5	必須	商品情報について、問合せを受けた際、的確な対応を実施する体制を決めている	迅速に対応できる仕組みがある 商品情報について、問合せ時の対応手順 問合せがあった場合、回答期日の目処
6	必須	商品情報について、取得・承認・保管の手順を決めている	商品情報の取得・承認・保管の手順を、商品情報の取得・承認・保管を規程通り
7	必須	商品情報について、保管する方法を決めている	商品情報の保管方法を、規程で文書化 商品情報を規程に従って保管している
8	望ましい	商品情報について、管理する項目ごとに商品情報として設定した理由を決めている	顧客の求める内容に合わせて、商品情報表示の根拠となる商品情報の項目を明
9	必須	商品情報について、管理する部門を決めている	商品情報の管理業務を規程で文書化し 商品情報について、担当する部門が管
		商品情報について、工程管理、品質管理、品質保証、原材料管理を行うための体制を決め	

F C P 商品情報の管理体制項目

平成24年 2月27日作成

F C P 事務局

目次

- 「F C P 商品情報の管理体制項目」 概要 P. 2
 - 「F C P 商品情報の管理体制項目」について
 - 「F C P 商品情報の管理体制項目」の活用に向けた機能
- 「F C P 商品情報の管理体制項目」 P. 4
- 参考資料
 - 「商品情報の種類別を担担する機能」を省略できるシーンの機能
 - 「F C P 商品情報の管理体制項目」の商品情報のやり取り以外のシーンの活用機能

「F C P 商品情報の管理体制項目」の活用機能は、随時更新を継続します。

1

「商品情報の管理体制項目」の活用シーンの提案

「FCP商品情報の管理体制項目」を用いることで、商品情報以外にその「商品情報の信頼性を担保する情報」について、やり取りする量・回数(頻度)を減らすことができると考えられる具体的なシーンの例を提案としてまとめました。商品情報をやり取りする相手方との関係に応じて、どの程度確認すれば担保情報を減らすことができるのか判断していただく上でご参考になしてください。

なお、この提案はあくまで例示です。

どのような場合に			どのような関係であれば		何を省略できるか
誰が	何をする場合に		誰と	やり取りする者の関係性	(信頼性を担保する情報)
原料メーカー	あらゆる商品情報の確認を受ける		製造メーカー	商品情報の管理体制を確認される前である	相手にその後の監査や証明書提出の頻度や回数や省略を検討してもらう
製造メーカー	あらゆる原料情報を確認する		原料メーカー	①過去に商品情報に関してトラブルが無い ②商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている ③定期監査する関係である ④定期的な意見交換を行っている ⑤緊急時の対応も協力に向けた認識の共有が出来ている	・各種証明書 ・仕様書の項目の一部 ・監査の回数や監査項目
	個別事例	アレルギー物質を確認する		アレルギー物質に対する管理内容が分かっている (分析、コンタミ防止策など)	・アレルギー物質分析証明書
		農薬情報を確認する		①商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている ②原料購入先が明示されている ③農産物の産地が生産履歴の管理を行なっている ④定期的に残留農薬の分析をしている	・農薬情報に関する各種証明書
		特色ある原産地を確認する		①商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている ②規格書で情報をやりとりしている ③原料メーカーの規格書の正確性が高いと分かっている	原産地証明書
	あらゆる商品情報の確認を受ける		リテラー	商品情報の管理体制を確認される前である	相手にその後の監査や証明書提出の頻度や回数や省略を検討してもらう
リテラー	あらゆる商品情報を確認する		製造メーカー	①過去に商品情報に関してトラブルが無い ②商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている ③定期監査する関係である ④定期的な意見交換を行っている ⑤緊急時の対応も協力に向けた認識の共有が出来ている	・各種証明書 ・仕様書の項目の一部 ・監査の回数や監査項目 ・商品の受入検査
	個別	アレルギー物質を確認する		アレルギー物質に対する管理内容が分かっている (分析、コンタミ防止策など)	・アレルギー物質分析証明書
					①商品の取引契約(売買契約書や覚書など)をしている

39

「商品情報の管理体制項目」の商品情報のやりとり以外のシーンでの活用提案

「FCP商品情報の管理体制項目」が、商品情報のやり取りの際に「商品情報の信頼性を担保する情報」と置き換えること以外にどのようなシーンで活用できるのか、具体的な例を提案としてまとめました。
「FCP商品情報の管理体制項目」を活用していただく上でご参考になさってください。
なお、この提案はあくまで例示です。

どのような用途で		活用方法
誰が	何をする場合に	
自社	自社の取組を組み立てる場合	自社の取組を確認して、不足している部分を組立てるとともに、体系化するのに利用する
	自社の取組を説明する場合	商品情報の管理体制をアピールすることで、展示会などで不特定多数の企業に対して、自社の情報管理体制を評価してもらう
	消費者とのコミュニケーションを図る場合	商品情報の管理体制をアピールすることで、安全・安心に関する懸念を払拭するとともに、企業価値の向上に繋げる
売る側 (商品／原材料)	取引を開始する場合	積極的に商品情報の管理体制を開示し、信頼を得る
	商品情報の管理体制を確認される場合	自社としてどのような情報を提供できる体制であるか事前に伝えることで、確認時間や確認項目の省力化できる
	回答が難しい商品情報の提出を要求された場合	自社の情報管理のレベルを説明することで、取引先に対して提出が不要であると理解してもらう
買う側 (商品／原材料)	取引を開始する場合	商品情報の管理体制について、取引前に求める内容を整理し取引先に示す
		購入するための条件として、管理レベルが要求水準以上であることを確認する
	複数の商品を取扱う場合	その都度提出を求めている情報の信頼性を担保する情報の提出を省くことが出来る
	商品情報の管理体制を確認する場合	商品情報の管理体制を確認することで、情報の信頼性を担保する情報の提出を省いたり、今後の確認の頻度を減らすことが出来る



平成24年度の取組に関する説明会資料

「FCP展示会・商談会シート」の普及に向けた勉強会

平成24年5月29日

農林水産省

食料産業局 企画課 食品企業行動室
フード・コミュニケーション・プロジェクト事務局

これまでの「FCP展示会・商談会シート」に関わる活動内容について

■ 平成21年度

「地域活性化研究会」の中で、「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」を立ち上げ。

- ・「FCP展示会・商談会シート」が完成。

（研究会には、19企業・団体が参加）

■ 平成22年度

「企業力向上の場としてのマッチング・商談会の活用に関する研究会」にて、

- ・「FCP展示会・商談会シート」の改定版完成。

（研究会には 20企業・団体が参加）

■ 平成23年度

「企業力向上の場としてのマッチング・商談会」の活用に関する研究会」にて、

- ・「FCP展示会・商談会シート 作成のてびき」
- ・「項目別補足シート」
- ・「バイヤーの皆様へのPRビラ」 がそれぞれ完成

（研究会には 22企業・団体が参加）

平成23年度までの「FCP展示会・商談会シート」関連の成果物について



FCP展示会・商談会シート

出品企業紹介

出品企業名
代表者氏名
〒(000-0000)
〒(000-0000)

商品特性と取引条件

商品名	農産物/消費期限	賞味期限	消費期限
最もおいしい時期	JAS コーデ		
主原料産地	希望の産地(指定)		
内容量	保存温度等	調理法	
1ケースあたり人数	販売エリアの制限	ケースサイズ(重量)	
製造/加工/包装単位	賞味/消費期限	賞味/消費期限	
製造/加工/包装単位	賞味/消費期限	賞味/消費期限	

商品写真

写真 (農産物の写真は字が読めるように横向きで貼付)

FCP展示会・商談会シート

バイヤーの皆様！農水省FCPが推奨する『展示会・商談会シート』はもうご存知ですか？

バイヤー

展示会・商談会シートとは？

出展者の「効率的な売り込み」と購入者の「効率の良い発掘」を可能にする統一フォーマット。
既に、様々な商談会場において、多くの事業者さんが、このシートを参加しています。

バイヤーの皆様へのPRビラ

限られた時間の中、効率的に、ひとつでも多くの良い商品を見つけたい！

知りたい情報がひと目でわかる。これがあれば効率的に商談ができますね

作成者との商談なら・・・

展示会・商談会シート記入のアドバイス

作成のてびき

写真撮影のアドバイス

商品写真

商品写真は、商品の特徴をわかりやすく、かつ、商品の魅力を伝えることが目的です。商品の特徴をわかりやすく、かつ、商品の魅力を伝えることが目的です。商品の特徴をわかりやすく、かつ、商品の魅力を伝えることが目的です。

項目別補足シート

商品写真

商品写真は、商品の特徴をわかりやすく、かつ、商品の魅力を伝えることが目的です。商品の特徴をわかりやすく、かつ、商品の魅力を伝えることが目的です。商品の特徴をわかりやすく、かつ、商品の魅力を伝えることが目的です。

商品写真

商品写真は、商品の特徴をわかりやすく、かつ、商品の魅力を伝えることが目的です。商品の特徴をわかりやすく、かつ、商品の魅力を伝えることが目的です。商品の特徴をわかりやすく、かつ、商品の魅力を伝えることが目的です。

平成23年度研究会ご登録企業/団体 22企業団体

株式会社アールピーアイ	株式会社 生活品質科学研究所
イオンリテール株式会社	株式会社高島屋
一神商事株式会社	株式会社千葉銀行
伊藤ハム株式会社	株式会社東急ストア
株式会社イトーヨーカ堂	栃木県
岩手県	社団法人日本能率協会
エグジビションテクノロジーズ株式会社	株式会社三越伊勢丹
大分県	三菱食品株式会社
株式会社京王百貨店	山梨県
株式会社JTB西日本	リッキービジネスソリューション株式会社
信金中央金庫	和歌山県

研究会成果物 「FCP展示会・商談会シート」について

「FCP展示会・商談会シート」開発の背景

FCPに参加する事業者の皆様から、商談会についてこんな意見が寄せられました。そこでFCPに参加する事業者の皆様と作成したのが『FCP展示会・商談会シート』



食品メーカー

商品特性の何をバイヤーさんに伝えれば良いかわからない・・・。



美味しいのはわかる、でもロットや品質管理の取組もわからないと判断できない。



バイヤー

知りたい情報の
ギャップ

『FCP展示会・商談会シート』の開発。

- これまで行われてきた展示会・商談会は、結果として、食に関するイベントとなりがちであり、そもそもの商談成立の機会づくりとしての役割や、中長期的に重要な食の信頼性向上に必要な気づき、学びの場としての役割が十分に発揮されていないとの問題意識がありました。
- これは、1社あたりの商談の時間が限られる展示会・商談会において、利用目的が異なる出展者、来場者、主催者の交換する情報が整理できていないことが原因であると考えられました。
- このため、フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）の「協働の着眼点」を活用して「FCP展示会・商談会シート」を開発し、その普及・拡大を行うことによって、展示会・商談会を単なるイベントに終わらせず、情報のやり取りの効率化と参加企業の企業力向上を図る場としての活用を促進してきたところです。

「FCP展示会・商談会シート」とは？

出展者の「効率的な売り込み」と購入者の「効率の良い発掘」を可能にする統一フォーマット



出展者

FCP展示会・商談会シート				
■ 商品特性と取引条件				
商 品 名				
最もおいしい時期	賞味期限／消費期限	賞味期限	消費期限	
主 原 料 産 地 (産 産 場 所 等)	JAN コー ド (13 桁もしくは8 桁)			
内 容 量	希望小売価格(税込)			
1ケースあたり入数	保 存 温 度 帯	選択して(たがい)		
発 注 リードタイム	販 売 エリア の 制 限	☐ ☐		
最低ケース納品単位	ケースサイズ(重量)	縦(寸) ×	横(寸) ×	高さ(寸) × 重量(kg)
認証・認定機関の 許可可(商品・工場等)	☒ ☒ ☒ ☒ ☒			
ターゲット	売り先	☒ ☒ ☒ ☒ ☒		
	お客様			
一括表示 (現物の写真を字が読めるように映像で貼付)				
アレルギー表示(特定原材料) ※使用している項目に☑ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒				

伝えたい内容を書くことで整理できる。
バイヤーからの質問のアンチョコにもなる。

■ 出展企業紹介		
出 展 企 業 名		
年 間 売 上 高	従 業 員 数	
代 表 者 氏 名		
メ ッ セ ー ジ		
ホ ー ム ペ ー ジ		
会 社 所 在 地	〒 (000-000)	
工 場 所 在 地	〒 (000-000)	
担 当 者	E - m a i l	
T E L	F A X	
■ 製造工程(農林水産品の場合は生産工程等)アピールポイント		
工場写真(清掃状況)	工場写真(外観)	工場写真(内部)
■ 品質管理情報		
商品検査の有無	☒ ☒	
衛生管理への取組	製造工程の管理	
	従業員の管理	
	施設設備と管理	
担当者連絡先	担 当 者	連 絡 先
危機管理体制		

知りたい情報がひと目でわかる。
効率的に商談ができますね。



バイヤー

平成23年度 地域ランチでの「商談会シート」活用状況

県	参加事業者	目的とする商談会	内容及び特徴
和歌山県	食品製造事業者、生産者 約20社	わかやま産品商談会IN 大阪 (OMMビル 2月9日)	【テーマ】 「食の安全・安心を伝える技術を磨く！」 「ベーシック16」で自社分析を行い、その上で、「FCP展示会・商談会シート」の作成。商談ロールプレイでシートを使い、短い時間で何をどのように説明するとバイヤーに伝わりやすいか学習。百貨店バイヤー等にゲスト講師として講演いただき、アドバイスをいただきながら進める。 <u>商談会本番では、FCP和歌山ランチ参加企業を一箇所に纏め、FCPの取組についての紹介。</u> (年6回開催予定)
愛媛県	<u>普及指導員13名</u>	—	<u>普及指導員を対象にしたランチと食品関連事業者を対象にしたランチの2つのランチを展開</u> 【目的】 県内の農業普及指導員向けに、FCPの目的や商品の魅力の伝え方に対するスキル向上 【内容】 3回コースのセミナー (座学とグループワーク)
	<u>食品関連事業者 (製造、小売) 29社</u> <u>農協、商工会議所等 5社</u>	・FOODEX JAPAN ・アグリフードエキスポ (東京、大阪)	【目的】 ①農業者と企業が交流できる場「めぐりとクラブ」の活動を通じ、農産物を活用した新たな加工への取組みや、販路拡大、付加 価値向上への取組②異業種の交流を通じた新たな連携体の醸成 【内容】 5回コース (座学とワークグループ)
島根県	食品製造事業者、生産者	・FOODEX JAPAN ・アグリフードエキスポ ・にほんばし島根館商品提案会 他	【テーマ】 商品力アップ 食の安全・安心への取組みを再確認したい方や、自社商品の販路拡大を目指す方、展示会などでの商談を効率良く進めたい方を対象 【概要】 「FCP展示会・商談会シート」作成など実践中心の全5回シリーズのセミナー
山梨県	食品製造事業者 約20社	食の発掘商談会 (2月8日、9日)	【テーマ】 企業力向上の場としての商談会活用講座 【目的】 県内食品事業者様の食の安全・安心の向上と販路拡大・企業価値の向上を図る 【進め方】 <u>上半期：各種団体が主催する食品イベントでのFCPの普及啓発。下半期：県が主体となって、研修会を開催。</u> 【内容】 ・FCPの概要説明 ・バイヤー目線での展示会商談会シートの作成方法説明 ・模擬商談
滋賀県	<u>県が指定する重点素材、地域素材生産者 (団体)</u> <u>約17生産者 (団体)</u>	—	【テーマ】 食の安全・安心を基本とした生産者の「商品企画力」・「営業力」の向上 【目的】 生産者の食の安全・安心を基本とした「商品企画力」と「営業力」を向上させることで、更に県産の農水畜産物の需要喚起を図る 【進め方】 生産者自らが積極的に販売促進を行えるよう、展示会・商談会シートの作成と活用についてセミナーを実施。 【内容】 ・FCPの概要説明 ・展示会商談会シート作成 ・自社商品のプレゼン・グループワーク
大分県	食品製造事業者 約15社	大分県求評商談会他 (大分市 東洋ホテル)	【テーマ】 「食の信頼向上による企業力と商品力の強化」 作成したシートを使い、模擬商談をグループワークを実施。短い時間で何をどのように説明するとバイヤーの印象に残るか、百貨店バイヤーに講師として講演いただき、模擬商談でアドバイスをいただく。1月末の大分県求評商談会等を本番とし、振り返って成果を共有。 (年5回 (うち1回は商談会) 開催予定)
栃木県	食品製造事業者 約20社	アグリフードEXPO FOODEX JAPAN	【内容】 ベーシック16を用いて自社の強み、弱み、こだわっている部分などについて棚卸しを行い、展示会・商談会シートを作成。ロールプレイングを行い、商談会における商談会シートの使用等について、更にブラッシュアップを行う。
三重県	食品製造事業者 約20社	「みえの食」オンラインストア提案会 (10/19)	「みえの食魅力向上セミナー」研修会 【内容】 ベーシック16を用いて自社の強み、弱み、こだわっている部分などについて棚卸しを行い、展示会・商談会シートを作成。「みえの食」オンラインストア提案会を想定したロールプレイングを行い、商談会における商談会シートの使用等について、更にブラッシュアップを行った。
岩手県	食品製造事業者 約50社	がんばろう！岩手2011 食の発掘商談会	【内容】 FCP展示会・商談会シート作成研修会開催

平成23年度 商談会などでの「商談会シート」活用状況

FCP展示会・商談会シートの活用が広がっています。（平成23年度活用状況）

研究会メンバー	商談会等名称	会場	日程	出展社数/来場者数	シートの活用	活用の仕方
1 リッキービジネスソリューション(株)	食の魅力発見プロジェクト2011（第二地銀24行）	TRC東京流通センター	7月6日	77社/520人	必須	Web入力、事業者が当日使用。
2 山梨県	やまなし食のマッチングフェア2011（山梨中央銀行主催イベント）	アイメッセ山梨	7月6日	77社/1,100人	推奨	事業者がブースにて配布
3 千葉銀行	セブンネットショッピング説明会・商談会	千葉商工会議所	7月21日	53社	推奨	
4 千葉銀行	ちばぎんアグリ商談会	千葉銀行本店3階大ホール	7月29日	約40社/200人	推奨	
5 エグジビション テクノロジーズ(株)	アグリフードEXPO東京2011	東京ビッグサイト	8月2、3日	約564社/約12,000人	推奨	事業者がブースにて配布
6 エグジビション テクノロジーズ(株)	ふるさと商品おとりよせ展示商談会	東京国際フォーラム	8月26、27日	来場者5,600人	推奨	事業者がブースにて配布
7 （愛媛県）	テーマ設定型商談会	メルパルク松山	9月2日	14社	推奨	商談に使用
8 栃木県	とちぎのいいものステーション2011	JR池袋駅東口「リソナラザビル」	10月18～19	25社/5000人	推奨	
9 千葉銀行, リッキービジネスソリューション(株)	地方銀行Food Selection 2011（地銀35行）	東京ビッグサイト	11月1、2日	約630社/12,000人	必須	Web入力、事業者が当日使用。
10 (株)JTB西日本	全国キャラバン！食の発掘商談会	全国5箇所(大阪・札幌・熊本・仙台・東京)	11/10～2/23 (随時開催)	約500社/1000社	必須	Web入力、バイヤーに当日配布
11 信金中央金庫	静岡県東部・十勝帯広ビジネスマッチング『食&農』こだわり逸品展示会2011（主催：三島信用金庫）	沼津卸商社センター展示場	11月10日	約70社/300人	推奨（個別商談会は必須）	事業者がブースにて配布（個別商談会は、必須）
12 信金中央金庫	富士山麓・駿河湾 フード商談会inおた（主催：沼津信用金庫）	大田区産業プラザP i O	11月17日	約100社	推奨	事業者がブースにて配布
13 リッキービジネスソリューション(株)	フードメッセ IN にいがた	新潟コンベンションセンター「朱鷺メッセ」	11月17～19日	140社/4400人	推奨	Web入力
14 リッキービジネスソリューション(株)	津軽海峡食景色 青森・函館商談会in K I H A C H I	K I H A C H I 銀座本店	11月25日	20社/50人	推奨	
15 栃木県	とちぎ食と農の展示・商談会2012	栃木県立宇都宮産業展示館（マロニエプラザ）	1月19日	約150社/1,500人	推奨	
16 千葉銀行	AEONの通信販売 イオンサクワ説明会・商談会	塚本ビルちばぎんセミナールーム	1月19日	約40社	推奨	事業者が商談時に持参
17 和歌山県	わかやま産品商談会 IN 大阪	OMMビル	2月9日	78社/318名	推奨	事業者がブースにて配布
18 日本政策金融公庫, エグジビション テクノロジーズ(株)	アグリフードEXPO大阪2011	アジア太平洋トレードセンター	2月14、15日	約300社/約11,000人	推奨	事業者がブースにて配布
19 エグジビション テクノロジーズ(株)	J Aグループ国産農畜産物商談会「食と農のかけ橋」	東京国際フォーラム	3月6、7日	来場者4,000人	推奨	事業者がブースにて配布
20 (社)日本能率協会	FOODEX JAPAN 2012	幕張メッセ	3月6～9日	約2,400社/75,000人	必須	Web入力、事業者に当日配布を推奨。
21 栃木県	栃木のいいもの販売推進	首都圏	通年	40社/220商品	必須	入力データをタブレット型端末を使用し紹介
22 千葉銀行	北野エース千産千消 新商品発掘商談会	株エース商談ルーム	随時	約30社	必須	商談希望の事業者が事前に提出

「FCP商談会・展示会シート」及びそれに係る研究会などへのコメント

1) 平成23年度「第3回企業力向上の場としてのマッチング・商談会」の活用に関する研究会において、展示会・商談会の場での活用事例報告と次年度への課題の意見交換では、

- 商談自体の成約率が高くなっている。特に商談会シートをウェブ上で見えるようにしているが、ウェブ上での成約が増えているのは商談会シートの効果が大いと考えている。
- 商談会の事前説明会の場でロールプレイを行うなど、各地域ランチで行っている取組を参考に考えてみたい。
- 商談会シートの使い方をきちんと伝えることも重要。
- 商談会出展者の事前研修会で、商談会シートの説明と商談会シートを使ったロールプレイをセットで行っている。セットで行うことで商談会シートの活用の仕方まで理解いただくことができ、バイヤーから出展事業者様のレベルが高いと評価をいただいた。

2) 平成24年度 FCP会員に対する「FCPに関するアンケート」における「商談会シート」及びそれに係る研究会などへの意見では、

- FCP商談会シートを活用する商談会の場の増加を期待
- 中小企業のレベルアップ（また、販売機会の拡大）
- 国内共通のスタンダードツールとなることを期待
- FCPが提供する共通資料について、入力画面と印刷ではおおきくずれが生じる。対応できる形にして欲しい。
- FOOD EX、スーパーマーケット・トレードショーの大規模な商談会での商談会シートの活用は順調に進んでいるが、中小、地方開催の商談会においては今後の活用促進が期待。このため、地方での活用促進を引き続き進め、FCPの浸透を期待
- 地域での指導・勉強会等を期待（特に生鮮・デリカテッソ関係）
- 商談会も重要だが、実際の商談に活用できる営業用のツールとしての活用方法を期待
- 日本全体の産業を捉えたとき、海外マーケットの進出も大変顕著になっている。海外進出を図る企業向けの国別商談会シートの作成検討はどうか。

平成24年度 勉強会の目的と内容

- 研究会主催：農林水産省 フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）事務局

1) 勉強会開催の目的

- これまでの経緯を踏まえて、今年度は「商談会シート」の更なる普及を目指していきます。併せて「商談会シート」勉強会を開催し、様々な角度からシートの活用可能性等について勉強し、普及に役立てていくことを目的とします。

2) 勉強会の進め方

- 年間3回程度を予定しています。
- 今年度は上記の目的により開催しますが、随時、勉強会参加者に限らず幅広くテーマを募集し、希望の多いものがあれば、積極的に取り入れていきたいと考えています。また、勉強会の開催ごとに参加者を募集し、より多くの皆様に参加いただけるようにしていきたいと考えています。

3) 勉強会での成果について

- 本勉強会で出された意見や提案は、事務局でまとめ、FCPのホームページなどで公開していきます。また、他の研究会・勉強会等と情報を共有したり、今後の研究会・勉強会等の資料などに活用していきます。

平成24年度 勉強会概要

【第1回 勉強会】 : 7月下旬実施予定（後日案内）

「予定」①近年の海外における国産食品の評価と今後の展望について

「予定」②輸出における「FCP展示会・商談会シート」のあり方について

《第1回勉強会の募集に関して》

6月のメールマガジン、FCPのホームページ等で募集いたします。FCPのネットワーク会員企業であれば、輸出業務に携わる事業者さんのみならず、国産食品の輸出に関心のある方ならどなたでも参加可能です。

【第2回 勉強会】 : 10月中旬実施予定（後日ご案内）

【第3回 勉強会】 : 1月中旬実施予定（後日ご案内）

この勉強会活動の一環として、勉強会参加の皆様には、事前事後などにヒアリングやグループインタビュー等のご協力をお願いさせていただくことがあります。