



平成24年度 FCP成果報告会

品質監査に関する研究会

平成25年2月13日

食料産業局 企画課 食品企業行動室

農林水産省

「品質監査に関する研究会」の経緯

【背景】

F C P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。

【今年度までの経緯】

「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。

「品質監査に関する研究会」の目的と活動内容

【本年度の目的】

品質監査に関する研究会では、「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**を目指しました。

ファシリテーター：杉浦 嘉彦 様（株式会社鶏卵肉情報センター）

【本年度の活動内容】

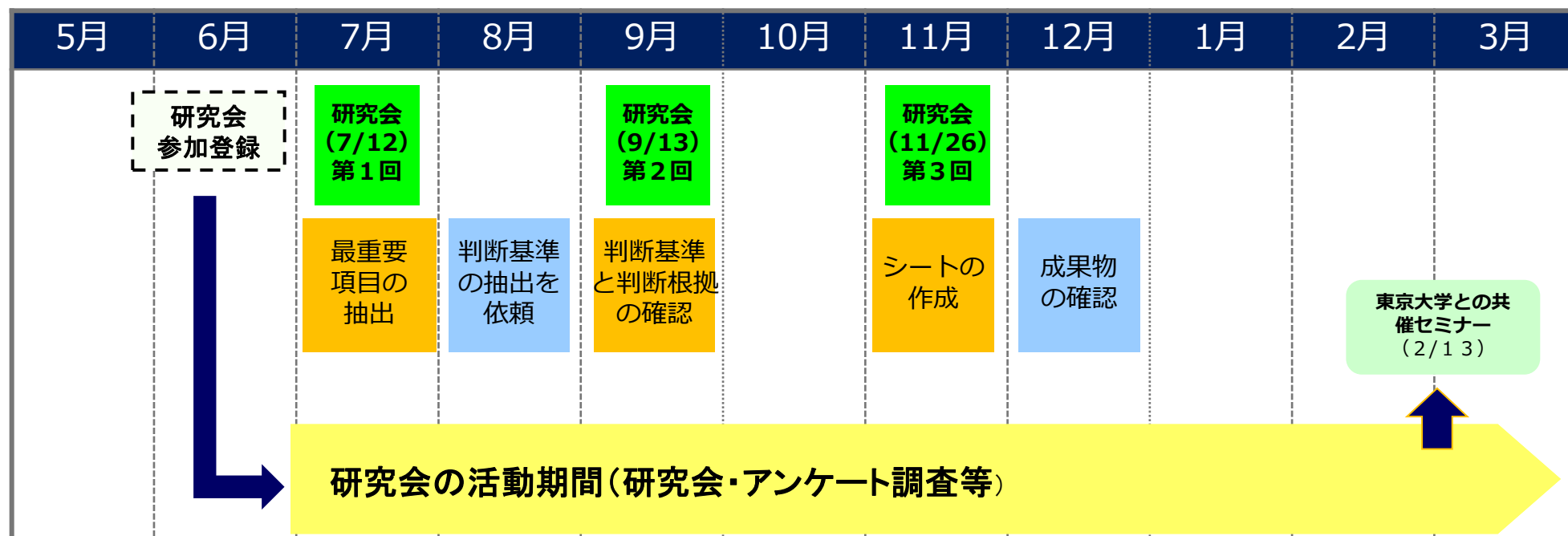
- ◆ 「FCP共通工場監査項目」の116項目を基に、工場監査において指摘する、指摘される頻度が多いなど特に重要と考える項目を抽出していただきました。
（議論の結果、29項目【116項目の4分の1】となっています。）
- ◆ 指摘の多い29項目について、実際の監査での指摘事例を挙げていただきました。
- ◆ 指摘事例をより参考となる事例に集約・整理するために、個々の事例の**判断基準と判断根拠**を確認しました。
- ◆ 指摘の多い29項目と指摘事例が、教育プログラムや品質管理体制の申告などで活用しやすいよう、**1つのシート**にとりまとめました。

上記の取組内容に加え、本年度新たに立ち上げた「FCP企業力アップ研究会」へ品質監査に関する研究会の成果を提案し、FCP共通工場監査項目の活用を推進しています。

本研究会の進め方とスケジュール

● 研究会：年間3回の開催

- 第1回：平成24年7月12日（木） 14：00～17：00
- 第2回：平成24年9月13日（木） 14：00～17：00
- 第3回：平成24年11月26日（月） 14：00～17：00



本年度の成果物イメージ

研究会にご登録いただいた皆様にご協力いただき、本年度の成果物として「**FCP**共通工場監査項目 指摘事例集（事例で学ぶ工場監査）」（仮称）をとりまとめました。
（3回の研究会で延べ97社107名の方にご協力いただきました。）

FCP共通工場監査項目 指摘事例集（事例で学ぶ工場監査）（仮称）

監査担当者が注意を払う監査項目29項目【一例】

●安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備		チェック
1	仕様書等（製品仕様書、原材料・資材規格書、製造標準書、作業手順書等）が整備されている	
2	安全かつ適切な食品の提供のための業務ルールに従業員に教育する体制が整備されている	
3	工程図がある	

●調達における取組		チェック
4	防虫・防鼠のルールがある	

●製造における取組		チェック
○製造工程の管理		
5	製造機器・器具・備品の食品接触面の清掃・洗浄が作業手順通り実施されている	
6	食品製造で使用する水の供給方法を把握している	
7	食品製造で使用する水の定期的な水質検査を実施している	
8	加熱、冷却、乾燥及び包装の管理基準がある	
9	加熱、冷却、乾燥及び包装が管理基準通り実施されている	

研究会御登録企業/団体 48企業団体（平成24年1月31日現在）

愛知県経済農業協同組合連合会	株式会社タイヨー	日本マクドナルド株式会社
味の素株式会社	株式会社高島屋	ハウス食品株式会社
アズビル株式会社	株式会社竹中工務店	株式会社阪急クオリティーサポート
イオン株式会社	株式会社旅人	株式会社BMLフードサイエンス
伊藤ハム株式会社	株式会社中央微生物検査所	株式会社ファミリーマート
株式会社イトーヨーカ堂	テーブルマーク株式会社	フードテクノエンジニアリング株式会社
キリングroupオフィス株式会社	財団法人東京顕微鏡院	株式会社ペスカリッチ
グリフィス・ラボラトリーズ株式会社	東洋冷蔵株式会社	有限会社マルトモ食品
株式会社グローバルテクノ	株式会社永谷園	みたけ食品工業株式会社
株式会社虎玄	株式会社日清製粉グループ本社	三菱化学メディエンス株式会社
コンフェックス株式会社	株式会社日本アクセス	三菱商事株式会社
GBIキャピタル株式会社	特定非営利活動法人日本GAP協会	三菱食品株式会社
株式会社シジシージャパン	日本製粉株式会社	株式会社モスフードサービス
全日空商事株式会社	日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社	株式会社UL ASG Japan
双日株式会社	一般社団法人日本能率協会	横河電機株式会社
太陽化学株式会社	日本HACCPトレーニングセンター	株式会社ローソン



平成24年度 FCP成果報告会

FCP展示会・商談会シートの普及に向けた勉強会

平成25年2月13日

食料産業局 企画課 食品企業行動室

農林水産省

「FCP展示会・商談会シート」の普及に向けた勉強会の目的と活動内容

【目的】

「FCP展示会・商談会シート」の開発（21年度）とその改訂版（22年度）、「FCP展示会・商談会シート 作成のてびき」の作成等（23年度）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、様々な角度からシートの活用可能性等についての勉強会を開催し、「FCP展示会・商談会シート」の普及に役立てていくことを目的とします。

【活動内容】

第1回勉強会（7月20日）

- ・（独）日本貿易振興機構（ジェトロ）様から「農林水産物・食品の輸出を巡る状況」をテーマに、農林水産物・食品輸出の状況や食品輸出に取り組むための基礎知識について講演していただきました。
- ・「輸出（輸入）時において「FCP展示会・商談会シート」を使用する際に、不要な項目と不足している項目について参加者で議論を行い、以下のような意見が出されました。

①輸出（輸入）の際に使用する過程において、現在の「商談会シート」で必要のない項目

- ・希望小売価格（但し国内の市場価格などの表記が必要）・販売エリアの制限
- ・最低ケース納品単位・賞味期限
- ・アレルギー表示（海外とは基準が違うため、記入式に変更したほうが良い）
- ・JANコード・危機管理体制

②輸出（輸入）の際に使用する過程において、現在の「商談会シート」で不足している項目

- ・遺伝子組み換えに関する表記 ・放射能検査 ・商品の細かい管理基準・方法
- ・日本への輸出実績（輸入の際）/海外への輸出実績（輸出の際）
- ・製造してからどのくらいで輸出することができるか
- ・国際的な認証制度 ・（国内での）最終加工地
- ・何語で対応が可能か
- ・ホームページの言語（日本語以外の対応があるか）



「FCP展示会・商談会シート」の普及に向けた勉強会の活動内容

③その他「気づき」など

- ・利用シーン・・・国内で利用されている方法を詳細に記載するとともに、海外での利用シーンにおいても記載が必要
- ・メッセージ・・・会社の地理・歴史などを事細かく表示することが重要

最後にジェットロの花田様に、実際の業務での体験を踏まえて、以下のような総括をしていただきました。

- ・商談にあたっては、日本側の港/空港での引き渡し価格は最低準備しておく必要がある
- ・放射能の検査の有無及びその証明書などがあれば良いが、義務化する必要性までは感じていない (また、それらが無いからといって商談が上手くいかないというわけではない)
- ・冷凍・冷蔵といった商品の管理方法は必要。ただしそれ以上の細かな商品情報は (そもそも、ファーストコンタクトの際に活用するという「商談会シート」の意味合いからしても) 必要なく、その後の商談の場で取り込んでいけばよいと思われる
- ・メッセージ・・・社長の熱い思いや企業姿勢などは海外でも受けが非常に良い
- ・国内での品評会での実績があれば、それを記載することも海外では評価される要因となりうる
- ・利用シーンはイメージしてもらえよう、できるだけ記載することが重要である
- ・海外での商談の際も国内同様、相手に対し、「商品の良さを如何に上手に伝える」ことが重要



「FCP展示会・商談会シート」の普及に向けた勉強会の活動内容

第2回勉強会（10月26日）

- ・フタバ食品株式会社（栃木県）様から、国内商談会のみならず、本年8月に開催された香港FOODEXPO2012においても同社にてシートを翻訳し、輸出促進に活用している事例について講演していただきました。
- ・「FCP企業力アッププログラム」で活用する「商品紹介シート」の項目について参加者で議論を行い、以下のような意見が出されました。
（「商品紹介シート」・・・「FCP展示会・商談会シート」の簡略版のようなもので、企業力アッププログラムの中でのみ活用し、その項目は「FCP展示会・商談会シート」の特に重要なものに絞ったものを想定しています。）

「重要な項目とその理由」についての主な意見

- | | |
|---------------|--|
| ・商品名 | 取引の際に必須情報であるため、無いと話にならない。 |
| ・希望小売価格 | 買い手が特に関心を持つ項目、価格からその商品に価値があるかを見ることがあるため。 |
| ・ターゲット | ターゲットと商品が合っているかが重要であるため。 |
| ・商品写真 | 写真があると、シートが映えるし、視覚的に分かりやすい。 |
| ・利用シーン | どのような利用方法（料理方法）があるのかは商談成立にあたり重要な情報であるため。 |
| ・企業メッセージ | 継続して取引できる企業であるのかを判断する材料となるため。 |
| ・商品特徴 | 商品で一番訴えたいところを書く欄で、バイヤーが一番知りたいところであるため。 |
| ・賞味/消費期限・一括表示 | 商品を仕入れる段階で不可欠な情報であるため。 |

事務局ではこれらの意見を「FCP企業力アップ研究会」にフィードバックし、「FCP企業力アッププログラム」に活用することとしました。

勉強会御登録企業/団体 27企業団体（平成24年1月31日現在）

株式会社アール・ピー・アイ	コンフェックス株式会社	株式会社東急ストア
アルテ設計事務所	埼玉県	東邦物産株式会社
一神商事株式会社	GBIキャピタル株式会社	一般社団法人日本能率協会
伊藤ハム株式会社	株式会社JTB西日本	沼津米穀卸株式会社
株式会社イトーヨーカ堂	株式会社静岡銀行	株式会社ペスカリッチ
エグジビションテクノロジーズ株式会社	信金中央金庫	有限会社マルトモ食品
有限会社川松商店	株式会社水産流通	三菱商事株式会社
株式会社京王百貨店	株式会社高島屋	三菱食品株式会社
株式会社鶏卵肉情報センター	千葉銀行	リッキービジネスソリューション株式会社

Memo



平成24年度 FCP成果報告会

「食の信頼」標準化研究会

平成25年2月13日

東京海洋大学 先端科学技術研究センター

湯川 剛一郎

本研究会の背景・目的

【背景】

フード・コミュニケーション・プロジェクト（以下FCP）では、これまで様々な角度から「食の信頼」確保へ向けた議論を行ってきました。

一方、食品事業者はお客様からの「信頼」を得るために、食品安全のためのさまざまなスキームやツール・手法などを活用しています。

今回は、これらの状況を踏まえて、「食の信頼」を担保するために必要な事項について、幅広く検討を行うこととしました。

【本年度の目的】

本年度の研究会では、「食の信頼」の要件を整理・再構築し、最終的に「食の安心」を確保するための提言をまとめます。具体的には、各種の認証スキーム等におけるマネジメントシステムの項目について、「食の信頼」の視点から強化・再構築を図ります。

併せて、関連する産学官の活動と緊密な連携を図り、情報を広くご提供いただくとともに意見交換を重ね、「食」への様々なかかわりを踏まえた提案の検討を行っていただきます。

本研究会の研究内容

各種の認証スキーム等におけるマネジメントシステムの項目について、「食の信頼」を強化し再構築したものを提言したい。

本年度の研究会では以下の方向で進めました。

- ① 昨年度までにFCPで作成したツール（FCP監査シート等）をはじめ、国内外にある食品安全のための規格や手法（衛生管理、コンプライアンス等）の項目を参考に、「食の信頼」を担保し得る項目を整理します。
- ② ①で作成した各項目について、何ができていれば「食の信頼」ひいては「食の安心」が確保されるか整理します。
- ③ あわせて、国内の食品産業の実情に即したスキームのあり方を検討します。（スキーム作成を前提とするものではありません。）

本研究会の進め方

第1回 「食の信頼」を担保し得るとは、こういったことや状態を指すか、目線を合わせました。

- ・食の安心に関する基礎解説「マネジメントシステム規格」
- ・食の安心への対策として、BSE・事故米穀・食品の放射能汚染対策を事例として挙げ、それらの内容を踏まえて食品安全の失敗事例から抽出した「問題点」を「食の信頼」を担保するポイント毎に整理

第2回 「食の信頼」を担保し得る項目を抽出し整理しました。

- ・食の安心に関する基礎解説「安心への対策」
- ・討議テーマ：食の安心を担保する要件をいろいろな視点から挙げて頂き、それらの内容を協働の着眼点のフレームに基づいて整理

第3回 製品認証の考え方を踏まえて「食の信頼」を担保し得る項目を整理しました。

- ・食の安心に関する基礎解説「製品認証とマネジメント認証」
- ・討議テーマ：
 - 1) 製品認証の考えを踏まえ、消費者の安心を確保するためには、どのような形で製品検査を仕組めばよいか
 - 2) 製品検査に関してどのような情報を伝えれば消費者の安心が得られるか

第4回 具体的なスキームを題材にして、マネジメントシステムに「食の信頼」を確保するような要件を盛り込むための討議を行いました。

第5回 信頼獲得のためのスキームの姿について、スキームオーナー・適用範囲(Scope)・認証システム・要求事項の視点で議論を行いました。

最終的に、何ができていれば「食の信頼」ひいては「食の安心」が確保されるか整理し、国内の食品産業の実情に即したスキームの構成要素やあり方を提言書として取りまとめました。

「食の信頼」を担保するポイント（１）

第1～2回研究会で討議した内容を「協働の着眼点」の視点で整理しました。

協働の着眼点	「食の信頼」の担保要件
1. お客様を基点とする 企業姿勢の明確化	企業のあり方を定期的に考え直している 企業が管理にコストをかけている
2. コンプライアンスの徹底	コンプライアンスに取り組んでいる
3. 安全かつ適切な食品の 提供をするための体制整備	検査の目的を伝えている 取得している認証の意義を伝達している 担当者の力量がある
4. 調達における取組	検査している 検査が正しいことを伝えている
5. 製造における取組	HACCP、ISOなど食品安全マネジメントシステムに基づいて保証している HACCPの専門家がいる 現場の一人一人が責任感を持っている 定期的なオペレーターの力量向上を行なっている
10. お客様とのコミュニケーションのための体制整備	企業（生産者、小売）と消費者のコミュニケーションを密接にしている 根拠や精度、情報の展開を行っている 正確な情報を発信している 表示（ISO,HACCP）の存在を消費者に説明している 情報を共有する仕組みがある

「食の信頼」を担保するポイント（２）

第1～2回研究会で討議した内容を「協働の着眼点」の視点で整理しました。

協働の着眼点	「食の信頼」の担保要件
10. お客様とのコミュニケーションのための体制整備	メディアへの教育を行っている
	情報の発信者を信用できる
	消費者が第三者機関のデータを信頼している
	消費者が原データにアクセスできる
11. お客様からの情報の収集、管理及び対応	店頭で消費者の意見を吸収をしている
	情報収集している
12. お客様への情報提供	消費者とのコミュニケーションを行っている
	正確な情報の開示を行っている
	必要な情報をすべて説明できる
	消費者教育をしている
	認証制度や仕組みを消費者に理解してもらっている
	企業の活動情報を発信している
	判断基準をわかりやすく説明している
14. 緊急時を想定した自社体制の整備	クレームをしっかりと対応している
	認証に基づいて問題が起きた時に的確な対応ができる
	緊急時対応の体制がある

研究会御登録企業/団体 41 企業団体（平成24年1月31日現在）

アヅマックス株式会社	株式会社すかいらく	ハウス食品株式会社
イカリ消毒株式会社	株式会社生活品質科学研究所	株式会社阪急クオリティーサポート
株式会社イトーヨーカ堂	全日本菓子協会	株式会社BMLフードサイエンス
一般社団法人インターナショナル・ バリューマネジメント協会	株式会社高島屋	フードテクノエンジニアリング株式会社
株式会社インターリスク総研	株式会社旅人	富士ゼロックス株式会社
有限会社エコロジック	TFMHY研究所	株式会社ベスカリッチ
N K S リスクマネジメント株式会社	テーブルマーク株式会社	丸善食品工業株式会社
花王株式会社	テュフラインランドジャパン株式会社	有限会社マルトモ食品
有限会社川松商店	財団法人東京顕微鏡院	三菱商事株式会社
キューピー株式会社	株式会社日本アクセス	森永製菓株式会社
株式会社グローバルテクノ	特定非営利活動法人日本GAP協会	横河電機株式会社
株式会社京王百貨店	日本検査キューエイ株式会社	LinguaLux
コンフェックス株式会社	一般社団法人日本能率協会	和光堂株式会社
株式会社シジシージャパン	日本マクドナルド株式会社	

Memo



平成24年度 FCP成果報告会

地域ランチ・リレー報告

平成25年2月13日

岩手県、栃木県、和歌山県、愛媛県、
大分県、山梨県、三重県、滋賀県

FCP岩手ブランチャ

◆ 学びの場の提供



食の安全安心
パワーアップセミナー



いわて復興推進CD
パネルディスカッション

◆ ビジネスモデルの構築



三陸復興商品力向上
プロジェクト



工場点検
衛生管理アドバイス

◆ ビジネスマッチング支援



いわて食の大商談会
2013



いわて食産業ビジネス
大交流会

◆ FCPを核とした総合協働体制構築



岩手ならではのビジネスモデル創出

FCP栃木ランチ

「食」をテーマに地域経済が成長・発展し、活力あふれる
“フードバレーとちぎ”を目指して

FCPの取組

販路開拓・拡大や新商品開発等に意欲ある事業者の取り組みを支援するため、フード・コミュニケーション・プロジェクト(FCP)により開発された「展示会・商談会シート(以下、「FCPシート」)」の作成やFCPシートを活用した商談実践等を通じて、県内事業者の企業力や商品力の向上を図った。

- ◆FCPセミナーの開催
- ◆農業者向けFCP研修会の開催
- ◆FCPシート作成研修会の開催(全4回)

【研修会を通して】

- ◆農業者向けFCP研修会では、6次産業化に取り組む農業者の、商品開発・販路開拓に対しての意識向上につながった。
- ◆FCPシート作成研修会では、それぞれの部門(企画、生産、営業等)で業務を担っており、FCPシート作成に当たって、担当外の部分を再度見直すことにつながった(社内の連携が図られた)など。

とちぎの「食」の強みを活かす
(豊かな農産物、恵まれた立地条件など)

食品事業者

農業者
(6次産業化)

バリューチェーンの構築による農産物の利用拡大



FCP研修会

関係者が連携した
「食の産業振興」

FCPの
活用



展示商談会

- ・商品開発
- ・技術開発
- ・販路開拓等

“フードバレーとちぎ”

“食”に関連する産業の振興を図ることにより、
“食”をテーマに地域経済が成長・発展

FCP和歌山ランチ（生産者支援セミナー）

～ **3つ**のコースで県内食品事業者の企業力をアップ！ ～

営業力
UP!

A. 商談会成約アップコース

参加事業者 28社



- ・参加者が主役のグループワーク
- ・コミュニケーション力をつけてバイヤーのニーズをつかむ



実際の商談
会で研修成
果を実践！

品管力
UP!

NEW!

B. 戦略的品質管理コース

- ・座学で自社の課題を明確化し、フコが現地に出向き指導。
- ・安全・安心を商品の強みに！

参加事業者 6社



NEW!
商品開発力
UP!

- ・マーケットニーズを企画段階から
- ・専任のプランナーがワンツーマン指導



参加事業者 3社

全コース 各5回の講座メニューを用意。FCPのツールを活用

FCP愛媛ランチ

愛媛県では、対象者別に2つの講座を実施

ビジネス力向上実践講座 対象：農業者、食品事業者他

【目的】

商談会等の要望がある「あぐりすとクラブ会員等」のスキルアップを図るため、FCP展示会・商談会シートを基本ツールとした研究会を開催し、それをもとに実践(商談会)を展開することを目的とする。

【内容】

- FCP展示会・商談会シートおよびベーシック16を基本ツールとして活用
- 商談会出展予定者のシートに対して多様な業態の参加者と意見交換して完成
- ベーシック16に基づいて自社の振り返りを行い、お客様視点の考え方を学習
- 全国規模の商談会に参加し、その成果を共有



実践講座
(7月、2回)

商談会
アグリフード
EXPO東京
(8月)

実践講座
(8月、1回)



実践講座
(12～2月
2回)

【商談会】
アグリフードEXPO大阪
(2月)
FOODEX2013(3月)



普及指導員指導者養成講座 対象者：普及指導員等

【目的】

現場で農業者への指導的立場である普及指導員に対して、「書き方」、「伝え方」が指導できるスキルを向上させることにより、地域の農業者のレベルアップを図り、所得向上を目指すことを目的とする。

【内容 検討中】

- FCP展示会・商談会シートおよびベーシック16の書き方、伝え方を学習

養成講座
(11～2月、2回)

現場での活用事例の共有
・実際に作成したシート等
を調査研究会の成果として普及指導員間で共有



FCP大分ランチ

消費者の心をつかむ商品(もの)づくり

■安全・安心で消費者や市場のニーズに的確に応える商品を創出

販売力強化支援



「The・おおいた」ブランドの確立

FCPの活用!!

企業力・商品力強化セミナー

テーマ ～ 商談会シートで、商品・自分の強みを伝える技術を磨く! 全6回

8月23日 事業者説明会

10月4日 安全・安心を伝える

11月9日 自社製品を伝える!

1月16日 商談会直前セミナー

商談会に出る!!

3月 安全・安心を実践する



お客様は何を見ている?
見られる品質から見せる品質へ
HACCPとは?

なぜ、商談会に出るのか
出るからには、
どうやって出すか



この取引先と一緒に仕事がしたい
と思われるためには
～商談会・展示会運営のポイント～

FCP山梨ランチ

- 食品事業者の自発的な取組を促進するFCP事業について、県が推進することにより、販路拡大や食品事故の予防に努める。
- 県としては、農水省の協力を得て、FCPの知識や情報を食品事業者に浸透させていく。
- 具体的には、食品事業者が所属する県中小企業団体中央会、県商工会連合会、山梨中央銀行等が開催するイベントにFCPの取組を取り入れ、業者の認知度を高めていく他、県主催の山梨ランチを開催し、基本講座や模擬商談会を開催する。

第1回ランチ 平成24年12月18日(火) 実施

展示会・商談会シート作成基本講座

商談会に向けて、展示会・商談会シートを習得するための講座を開催

(1) フード・コミュニケーション・プロジェクト (FCP) とは？

農林水産省 食料産業局 企画課 食品企業行動室 FCP事務局
課長補佐 武藤 明子 氏

(2) バイヤーが語る 展示会・商談会シートについて

農林水産省 食料産業局 企画課 食品企業行動室 FCP事務局
安田 茂 氏



第2回ランチ 平成25年1月16日(水) 実施

模擬商談会の実施

外部講師(バイヤー)による実際の商談会を想定した講義および実習

農林水産省 食料産業局 企画課 食品企業行動室 安田 茂 氏
(株)オギノ 食品部 農産 チーフバイヤー 長沼 優 氏
日配 バイヤー 福島 佐恵 氏



FCP三重ランチ

FCP商談会シートを活用した商品力・営業力アップセミナーを実施中

県内食品関係事業者(約20事業者)を対象に、商品力・営業力アップのための連続セミナーを開催しています。

FCP事務局職員、百貨店・スーパーマーケット関係の方を講師に迎え、FCP商談会シートを活用しながら取り組んでいます。

(実績・予定)第1回 8月24日 第2回 9月25, 26日 第3回 10月23, 24日
第4回 1月29日 第5回 3月5, 6日



FCP商談会シートを活用した
セミナーや個別相談を通じて
商品力・営業力をアップ



FCP商談会シートを利用して、実際に展示会に出展

本セミナーで学んだことを実践する場として、平成25年2月13-15日に開催される第47回スーパーマーケットトレードショー2013に出展します。

FCP滋賀ランチ

商談シートを活用した研修会の開催

第1回「展示商談会に向けた準備 ～商品のウリをまとめる～」【H24. 12. 5】

講座：商談のポイントと商談シートの書き方について

第2回「展示商談会に向けた準備 ～ディスプレイと情報発信を考える～」【H24. 1. 17】

講座：効果的な商品の見せ方、伝え方について

講座：情報発信の手法について

第3回「展示商談会に向けた準備 ～買い手への営業手法を学ぶ」 【H25. 2. 5】

講座：「プロの視点で見た商品の選び方」

模擬商談



Memo