

● FCP平成24年度の取組に関する説明会の概要報告

日時 平成 24 年 5 月 29 日（火） 第 1 回 10:00～12:00
第 2 回 15:30～17:30

会場 中央合同庁舎 4 号館 12 階 第 1219-1221 会議室

参加者 153 社／団体 203 名（2 回合計）

議事次第

- (1) 挨拶 農林水産省 食料産業局 企画課 食品企業行動室長 西
経子
- (2) 平成 23 年度の取組の概要について
- (3) 平成 24 年度の研究会・勉強会のテーマと進め方について
 - ・FCP 企業力アップ研究会
 - ・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
 - ・消費者対話の活性化勉強会
 - ・FCP 普及・戦略研究会
 - ・「食の信頼」標準化研究会
- (4) 質疑応答
- (5) その他

説明会概要



農林水産省では、フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）平成 24 年度の取組に関する説明会を平成 24 年 5 月 29 日（火）に開催しました。農林水産省食料産業局企画課食品企業行動室長の西からの冒頭挨拶のあと、平成 23 年度の活動内容の概要報告と、平成 24 年度の取組内容に関する説明をさせていただきました。

1.平成 23 年度の取組の概要について

FCP の基本的な考え方や FCP で開発した各種ツールの概要等について御説明するとともに、平成 23 年度の取組概要として、農林水産省が主催した 4 つの「研究会」の活動内容を御紹介しました。（詳細につきましては、資料 1 及び 2 を御参照下さい。）

また、FCP の仕組みを活用して地域の食品産業の活性化につながる活動を行っている「地域ランチ」の概要について御紹介しました。（詳細につきましては、資料 5 を御参照下さい。）

2.平成 24 年度の研究会・勉強会のテーマと進め方について

（1）平成 24 年度の研究会のテーマについて

平成 24 年度の研究会のテーマについては、4 月に行った FCP 情報共有ネットワークの参加企業・団体の皆様からいただいた御意見・御要望を踏まえ、以下のとおりとしたことを御説明しました。（活動内容及びスケジュール等の詳細につきましては、資料 3 を御参照下さい。）

① 農林水産省が運営する研究会・勉強会

- ・ FCP 企業力アップ研究会
- ・ 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
- ・消費者対話の活性化勉強会

② 事業者の主体的な取組としての研究会

- ・FCP 普及・戦略研究会
- ・「食の信頼」標準化研究会

(2) 参加申し込みについて

平成 24 年度研究会・勉強会の参加規約、参加申込方法及び参加申込書の提出期限等の概要について御説明しました。(詳細につきましては、資料 4 を御参照下さい。)

※参加申込書の提出期限は 6 月 8 日(金)とさせていただいておりますが、その後も年間を通して随時受け付けます。

配布資料

FCPとは

- FCPは、規制によってではなく、**食品事業者の意欲的な取組の活性化**により、**消費者の食に対する信頼向上**を図る取組。食品事業者の行動の「見える化」をテーマに取組を推進。
- 農林水産省が、食品事業者や関連事業者に参加を呼びかけ、これら関係者の「**協働**」で推進（平成20年度に立ち上げ）。
- 原料調達から、製造、保管・輸送、販売に至るまでの複雑なフードチェーンの各段階において、食品事業者が何をしているかを「見える化」することにより、食への信頼確保のため努力している食品事業者が適正に評価される機会の増大を目指す。

FCPの特長

1 食品事業者、地方公共団体、金融機関等からなる「情報共有ネットワーク」を構築

- ▶ FCPの基本的な考え方に賛同する食品事業者（製造、卸売、小売等）、地方公共団体、金融機関等と農林水産省との間でネットワークを構築（平成24年4月末現在で1,252社／団体が参画）。

2 業種を超えて「食」への信頼向上に取り組む「**協働の着眼点**」を策定

- ▶ FCPは、フードチェーン全体を見通す取組であり、関係する業種（製造、卸売、小売）も企業規模も様々。多種多様な食品事業者が「協働」で「食への信頼向上」への取組を進めるためには、「共通言語」が必要。
- ▶ このため、業種、規模、企業内の部署等にかかわらず、消費者の信頼向上のため「食品事業者であれば気をつけるべきこと」を「協働の着眼点」（食品の品質管理や消費者への情報提供など16項目）としてまとめ、業種を超えて共有。

平成20年度に、食品事業者の自主的な参加による作業グループを組織して策定。42回の会合に、合計で70社から、延べ400名近い方々が参画。

3 「**協働の着眼点**」をフードチェーンの様々な段階で活用し、食への信頼の「**見える化**」を推進

- ▶ 「協働の着眼点」を共通基盤として、取引情報のやり取り効率化、社内や取引先の適正な評価、消費者とのコミュニケーション強化等に取り組む食品事業者の輪を拡げることにより、フードチェーン全体での透明性向上や社会的コスト抑制につなげる。



フード・コミュニケーション・プロジェクト (FCP)について～具体的な取組①～

FCP推進のためのツールの作成

ベーシック16

「協働の着眼点」の16分野を基に、自らの業務を振り返り、自社の体制強化につなげる「確認シート」



分野	協働の着眼点	確認事項
1. 経営理念・ビジョン・使命	経営理念・ビジョン・使命が明確であるか	経営理念・ビジョン・使命が明確であるか
2. 経営方針・戦略	経営方針・戦略が明確であるか	経営方針・戦略が明確であるか
3. 経営体制・組織	経営体制・組織が明確であるか	経営体制・組織が明確であるか
4. 経営資源	経営資源が明確であるか	経営資源が明確であるか
5. 経営課題	経営課題が明確であるか	経営課題が明確であるか
6. 経営戦略	経営戦略が明確であるか	経営戦略が明確であるか
7. 経営計画	経営計画が明確であるか	経営計画が明確であるか
8. 経営評価	経営評価が明確であるか	経営評価が明確であるか
9. 経営改善	経営改善が明確であるか	経営改善が明確であるか
10. 経営革新	経営革新が明確であるか	経営革新が明確であるか
11. 経営変革	経営変革が明確であるか	経営変革が明確であるか
12. 経営創造	経営創造が明確であるか	経営創造が明確であるか
13. 経営発展	経営発展が明確であるか	経営発展が明確であるか
14. 経営持続	経営持続が明確であるか	経営持続が明確であるか
15. 経営貢献	経営貢献が明確であるか	経営貢献が明確であるか
16. 経営未来	経営未来が明確であるか	経営未来が明確であるか

FCP展示会・商談会シート

展示会・商談会において、「出展者」の効率的・効果的な商品の売込みと、「購入者」の効率的な商品発掘可能にする、統一フォーマット



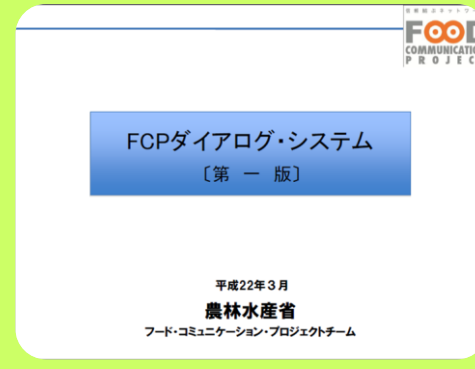
FCP共通工場監査項目

工場監査を行う側・受ける側の双方にとって対応の効率化を図るため、監査のチェック項目を共有化



FCPダイアログ・システム

消費者とのコミュニケーションを効果的に実施するための手引き



地域の食品事業者への「協働の着眼点」の普及 地域ランチの活動

- 地域の食品産業の活性化のため、都道府県単位で、独自にFCPの仕組みを活用する活動を「地域ランチ」としてサポート。
- 各都道府県から、人材育成、販路開拓などの活動の提案を受け付け。平成23年度は、岩手県、三重県、和歌山県、愛媛県、山梨県、栃木県、大分県、滋賀県、島根県で地域ランチの展開。



栃木県



三重県



愛媛県



山梨県



岩手県



和歌山県



島根県



大分県



滋賀県

事業者間の「協働」の取組の促進

- FCP推進に向けた課題に対応するため、農水省がテーマを設定して食品事業者に参加を呼びかける研究会を運営。



- また、食品事業者や関連事業者が、自らFCPを普及し、「協働の着眼点」を積極的にビジネスで活用していただけのよう、業種を超えた「協働」の場作りを促進。
- 事業者によるFCPの普及のあり方の研究の場や、「協働の着眼点」を活用したアセスメントに関する情報共有の場をサポートするほか、東京大学食の安全研究センターと連携して活動報告会を開催。



FCP 成果物は、以下よりダウンロードできます。

- 協働の着眼点樹形図
製造版 http://www.food-communication-project.jp/pdf/aim04_m03.pdf
- ベーシック16 <http://www.food-communication-project.jp/pdf/basic16.pdf>
- 消費者との対話のあり方研究会
FCPダイアログ・システム（第一版）
http://www.food-communication-project.jp/pdf/h22_result_005.pdf

FCPダイアログ・システム作業シート
http://www.food-communication-project.jp/pdf/h22_result_004.pdf
- 「企業力向上の場としてのマッチング・商談会」の活用促進に関する研究会
FCP展示会・商談会シートと着眼点との関連
http://www.food-communication-project.jp/pdf/h22_result_011.pdf
FCP展示会・商談会シート
<http://www.food-communication-project.jp/result/index.html#01>
- 「工場監査項目の標準化・共有化」研究会 FCP 共通工場監査項目 第1. 0版
http://www.food-communication-project.jp/pdf/h22_result_001.pdf
- FCP 共通工場監査項目に関する要求水準及び監査手法 ～FCP 共通工場監査項目（第1. 0版） 付属資料～
http://www.food-communication-project.jp/pdf/h22_result_007.pdf

※ご利用いただく際の注意点がありますので、詳細は、ホームページをご確認ください。

FCPの詳細はホームページ（ <http://www.food-communication-project.jp> ）を御参照下さい



フード・コミュニケーション・プロジェクト
～～平成23年度の取組の概要について～～

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

活動パターン

【研究会】情報共有の場

①農林水産省
が設ける研究・
発表の場

消費者との対話のあり方

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

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

FCP普及・戦略

FCPアセスメント

②事業者の主
体的な取組
(農水省が運営
に 関 与)

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

山 梨
ブラン
チ

栃 木
ブラン
チ

大 分
ブラン
チ

滋 賀
ブラン
チ

島 根
ブラン
チ

地域の状況に応じた
テーマ設定

【平成23年度の研究会の目的】監査の用途や目的を入力すると、それに適した監査シートを作成するプログラムの作成(完成後、ホームページで公開)

食品工場の品質管理は 万全ですか？

— 工場監査のすすめ



あなたは、どこに着目しますか？

品質管理状況をチェックするにあたって、あなたならどこに着目しますか？

食品衛生に関する事故が相次ぐ今、食品工場における品質管理が求められています。
品質管理の状況を確認する方法の一つが「工場監査」です。
食品を取り扱う小売店などは、取引先の食品工場における品質管理の状況を確認するため、
工場監査を重視しています。



工場監査では、ここに着目します。

小売店などが取引先の工場監査を行う場合、監査員は、たとえばここに着目します。

工場監査とは・・・？

第三者の目を通じて改善点に気づき、
食品の品質を高める作業

工場監査とは、食品を取り扱う小売店などが、その取引先の工場に対して行う品質管理状況等の確認作業をいいます。
「取引先からチェックされるのは抵抗がある」と感じるかもしれません。しかし、品質管理状況を他者の目で確認してもらって「初めて改善点に気づく」ことも多いのです。それは、より安全な食品製造につながる、さらには取引先が拡大できるなど、工場側にとって大きなメリットとなるはずです。

工場監査は、監査をする側、される側のコミュニケーションを通じて、食品の品質を高める作業ともいえるでしょう。

用途や目的にあわせ 品質管理状況をチェックしたい。

— 用途別・目的別に、チェック項目を自動作成できます！

「FCP共通工場監査項目」について、「用途別・目的別工場監査シート自動作成ページ」を用意しました。

条件をクリックするだけで、簡単に用途や目的に応じた工場監査シートが作成、出力できます。



必要な監査項目が網羅された

工場監査シートをプリントアウトして監査が実施できる！



FCP共通工場監査項目の活用シーン

社内向け

自主的に品質管理状況を確認し、必要な箇所の改善ができる、レベルアップができる。

セルフチェック

- 監査官の準備に...
- 現状の自己点検に...

社内教育

- 社員の講習テキストとして...
- 新人や不慣れな方向け教材として...

社外向け

監査官との目標あわせにより円滑なコミュニケーションができる。工場監査をより効果的に進められる。取引先とより良いパートナーシップが築ける。

取引前の確認

- 取引先として問合に...

取引後の監査

- 監査員にチェックポイントを知りたい...
- 実際の監査シートとして...

【平成23年度の研究会の目的】

本研究会では、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、商品に関する情報(特に品質情報)が効率的にやり取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ています。

平成23年度は、「情報管理体制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の量・回数(頻度)を減らせるのではない(代替できるのではない)」という仮説に基づいて議論を進め、個別事例の研究を積み上げました。

「FCP商品情報の管理体制項目」を作成！

「情報の信頼性を担保する情報」のやり取りを減らすために、「商品情報の管理体制」がどのような状態であれば良いかを整理した一覧表を作成しました。

項目番号	情報源	商品情報の管理体制	管理体制の状況
1	必須	事業者の商品情報について、信頼性を担保している	商品情報管理に関する法令や規程が整備されている
2	望ましい	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
3	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
4	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
5	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
6	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
7	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
8	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
9	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
10	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
11	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
12	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
13	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
14	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
15	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
16	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
17	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
18	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
19	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
20	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている
21	必須	事業者の商品情報について、信頼性の担保がとれている	事業者の商品情報に関する法令や規程が整備されている



●「情報の信頼性を担保する情報」を省略できる事例

「FCP商品情報の管理体制項目」を使用することで、情報の信頼性を担保する情報を減らすことができると考えられる具体的なケースやシーンについてご提案をまとめました。

●「FCP商品情報の管理体制項目」の活用事例

「FCP商品情報の管理体制項目」を別の局面(取組のPRや工場監査での利用など)でどのように活用できるか、今後の発展可能性についてご提案をまとめました。

FOOD
COMMUNICATION
PROJECT

【研究内容】

5

FCPダイアログ・システム 作業シートを利用した事例発表中心の研究会！

食品事業者と消費者間の信頼構築を目的とした対話型コミュニケーションについて、研究会成果物である「FCPダイアログ・システム」及び「作業シート」を利用して、参加事業者の皆様の議論により、消費者との対話のテーマ（コンテンツ）を選定し、そのテーマに基づいて事例発表を行うとともに、消費者との対話についてどのように取り組むべきかの議論を行い、その結果の共有化を行いました

13事業者による「消費者との対話」の事例発表とグループワークの実施！



- 37企業・団体、総勢53名の皆さまの御参加
- 研究会は、5回開催（1回目は、拡大研究会として「震災後の消費者意識の変化への対応について」テーマに各研究会の垣根を越えて46名参加で開催）
- 発表資料は作業シート普及のために、全てホームページで公開

FCPダイアログ・システムの考え方に基づいた総合的なコミュニケーション

※「お客様相談窓口」を起点とした場合のイメージ

