[2] 「協働の着眼点」について

「協働の着眼点」

FCPの活動基盤「共通言語」

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.

[2]

「協働の着眼点」作成プロセス

「協働の着眼点」ができるまで

作業グループには、計70社から社員が参加、42回の会議を開催
（観点別36回＋業種合同6回）

- 食品製造、卸売、小売の業種別、衛生管理、サプライチェーンマネジメント、消費者コミュニケーションの観点別の9グループを編成
- 第一線で活躍する社員延べ400名近くが参画
- 業務実態に則した積み上げの検討作業を展開

〔平成20年度作業グループ〕

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

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.

[2] 自社の取組の充実

経営者

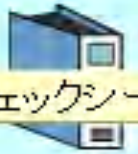
経営全体をトータルで見て、自らの強み、弱みを把握し、中長期的な経営戦略を立てる。

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

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.

[2] 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

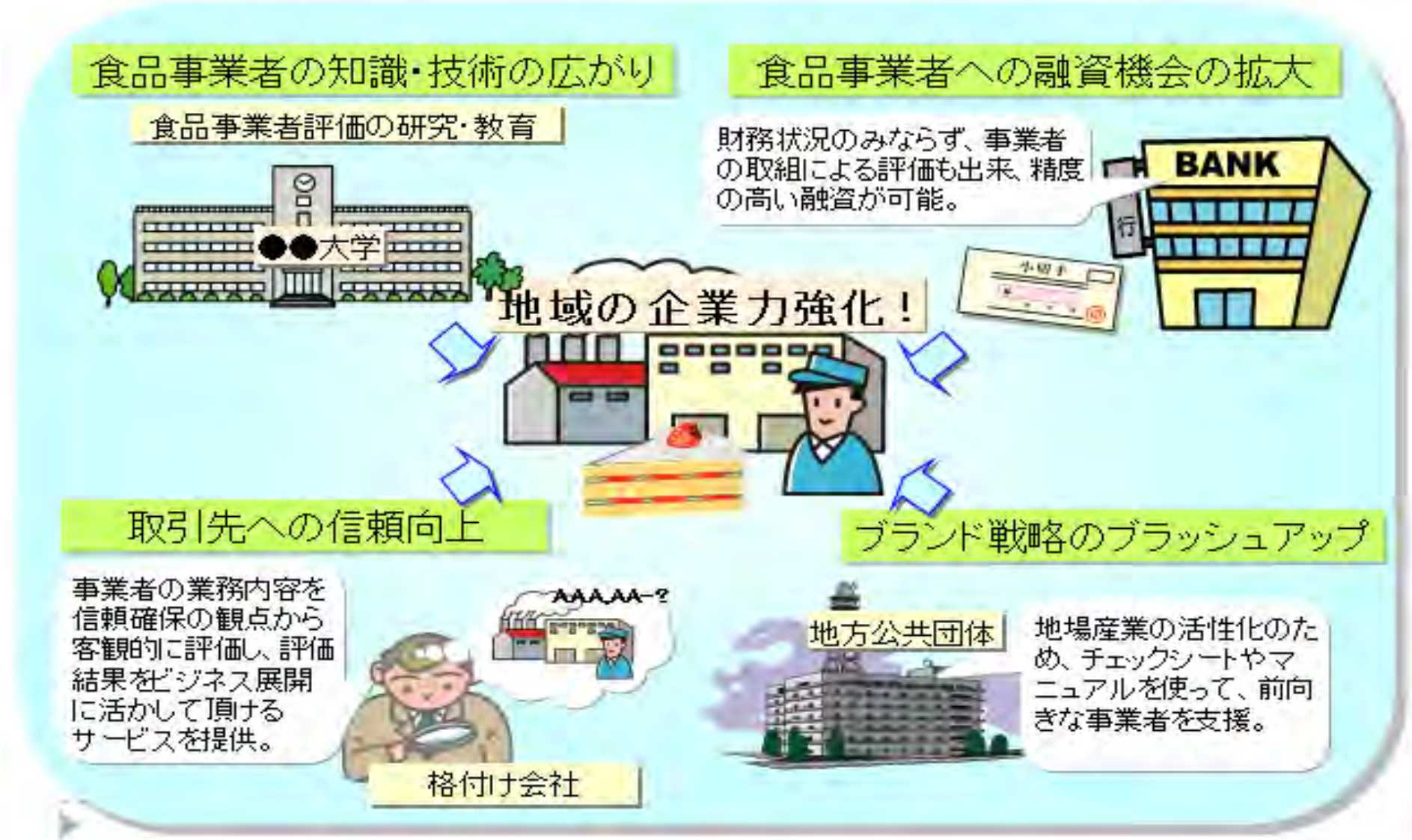
事業者の行動に関する情報をクリアにした商談

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

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.

[2] 第三者視点の活用による企業力向上



Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.

[2] 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

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.

[2]

ＦＣＰ活動の基本「協働の着眼点」

FOOD COMMUNICATION PROJECT

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

ベースとなる価値観と行動

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

※ 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。（７０事業者が参加して、42回の作業グループを開催）

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.