[3] 「ＦＣＰダイアログ・システム　作業シート」使用者からのコメント

- 社内の各部署が消費者対話を行っていることが改めてわかり、社内消費者コミュニケーションの「見える化」につながる。
- 従来“漠”としたイメージだった「消費者とのコミュニケーション」が、消費者を階層分けするだけで、具体的・論理的に考えることが出来るようになった。
- するべき課題がはっきり意識され反省に繋がった。一度作成してみるべきだと感じた。
- 全社ではもっと様々な取り組みがあるのではないかと感じた。日頃から作業シートのようなものを使って情報共有をしていくことが必要だと感じた。

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.

「ベーシック１６」の項目について

話し合ってみましょう

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved

[4]

これからの
フード・コミュニケーション・プロジェクト
（FCP）活動について

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.

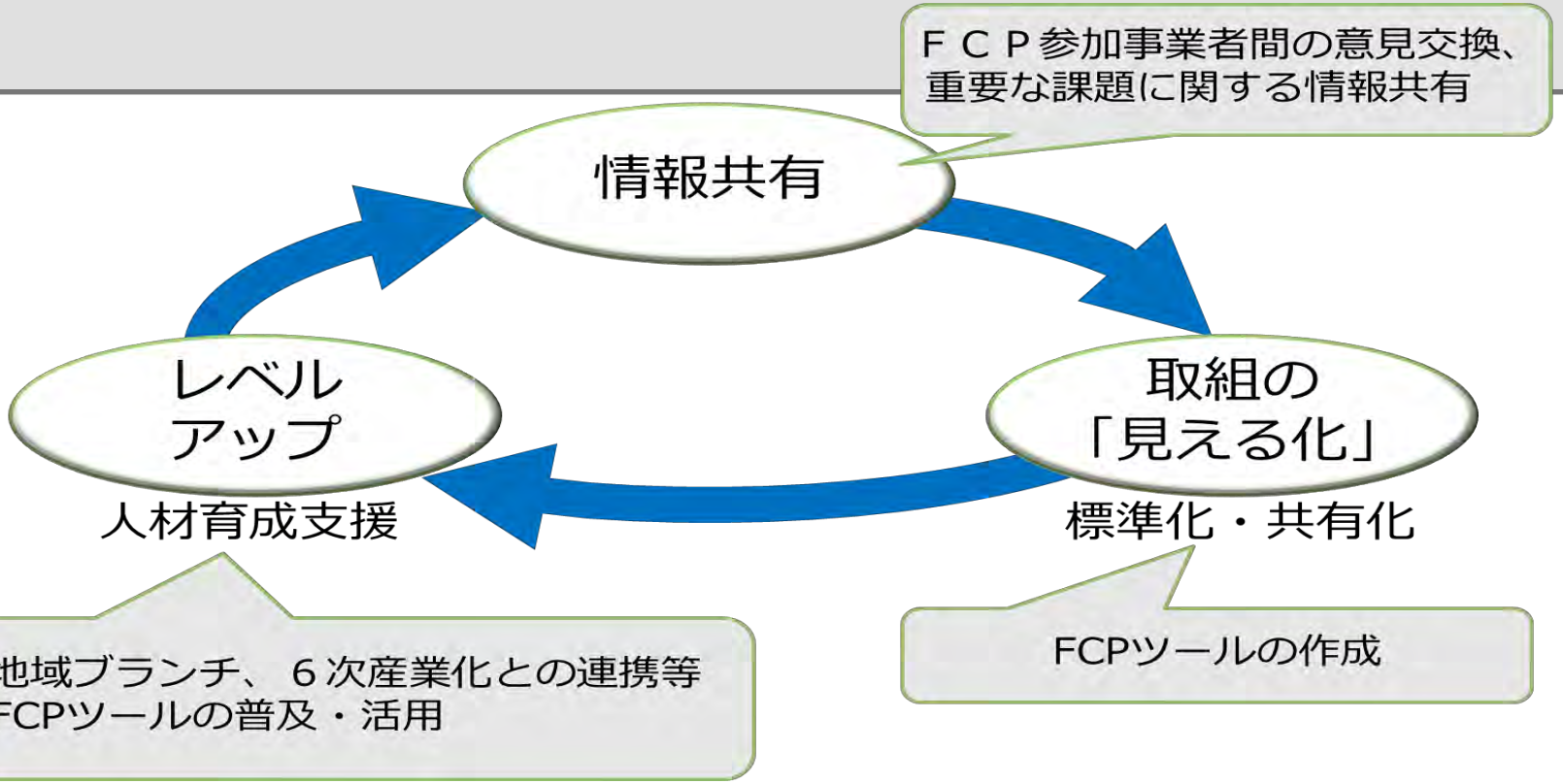
[4]

ＦＣＰ活動のねらい

目　標

- ●消費者の信頼向上
- ●食品安全の向上・食品事故の減少
- ●企業コンプライアンスの向上
- ●取引の活発化

中小事業者を含めた
取組の強化



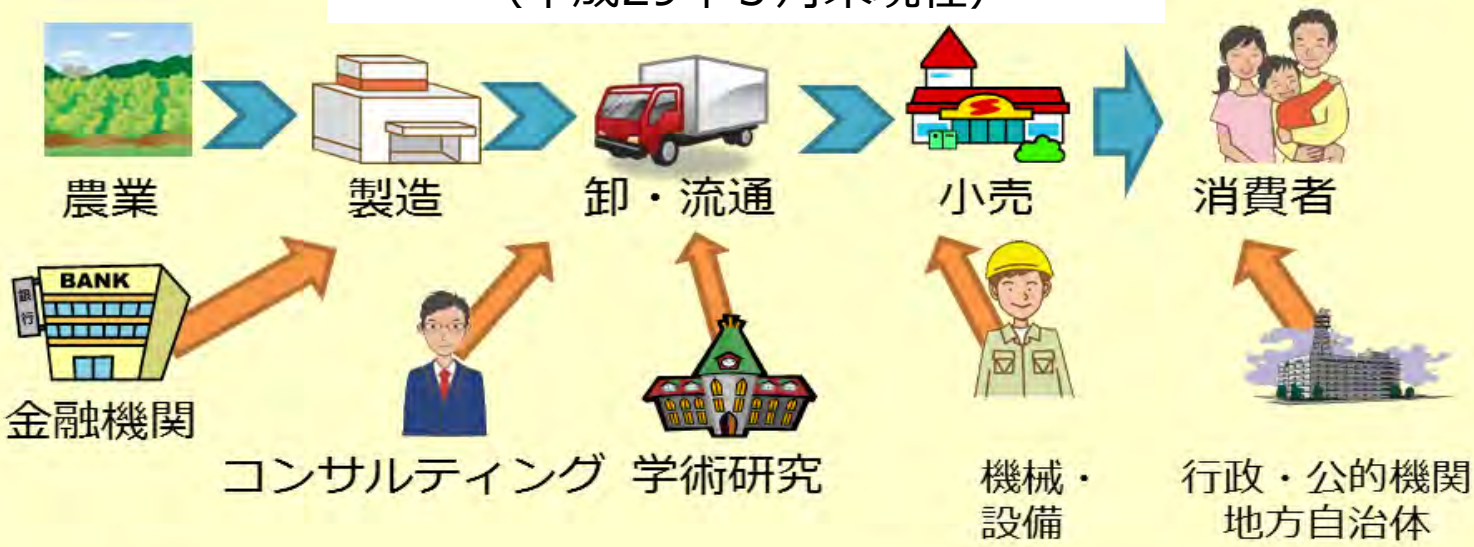
Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.

[4]

ＦＣＰ情報共有ネットワーク

FCP情報共有ネットワーク

農林水産省：プラットフォームの提供
食品関連事業者：1,879社/団体が参画
（平成29年３月末現在）



【活動内容】

- 情報共有（コミュニケーションの促進）
- 工場監査項目等の共有化（見える化）
- 参加企業のレベルアップ（人材育成）

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.

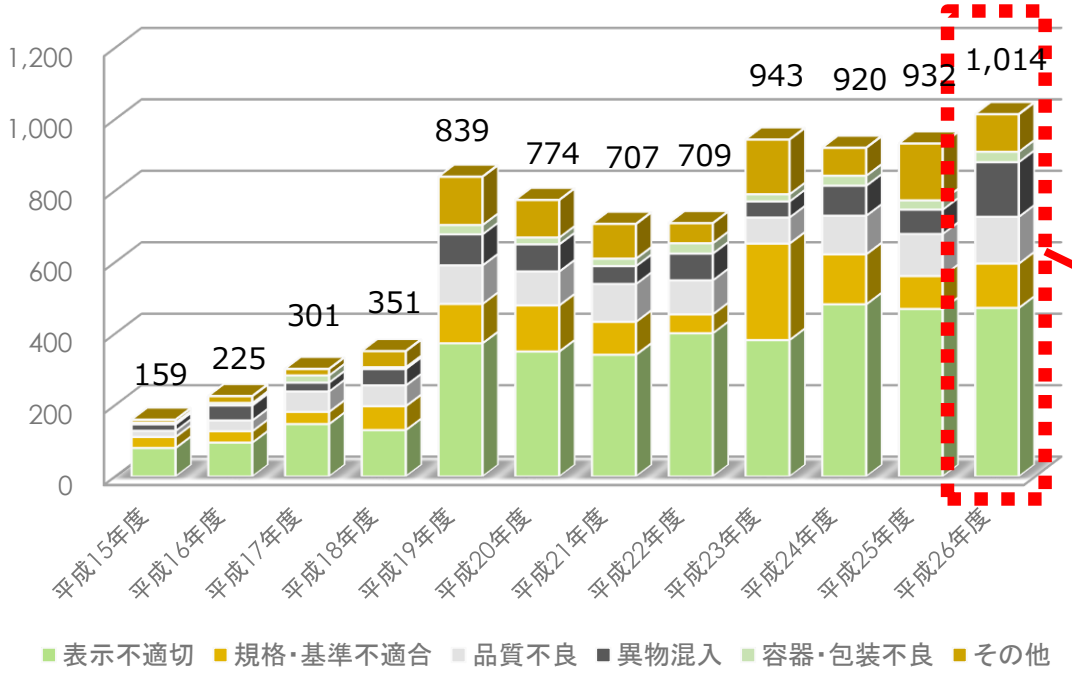
[4]

食品の自主回収の状況

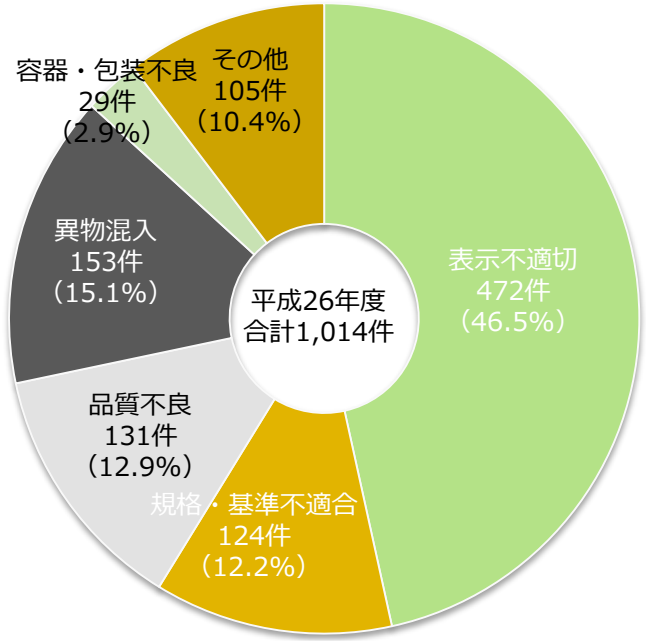
○　（独）農林水産消費安全技術センター調べによる食品自主回収件数は、平成19年度には前年比３倍以上に増加

○　食品自主回収件は表示不適切によるものが多数。平成19年度以降、表示不適切の案件は横ばいで推移。

○　食品自主回収件数推移（年度別）



○　食品自主回収の要因別内訳(平成26年度)



資料：（独）農林水産消費安全技術センター

Copyright (C) 2017 MAFF All Rights Reserved.