[3]

令和3年度若手フォーラム

回		講師/講演タイトル
第1回 (5/18)	講演	株式会社BMLフード・サイエンス　大澤　幸弘氏　/「FCPと協働の着眼点、ベーシック16について」
		中央大学総合政策学部　青木　英孝氏　/「コーポレート・ガバナンスと企業の不祥事について」
	WS	株式会社フードサニテーション78　山下　安信氏　/「消費者の信頼確保のための取組について」
第2回 (7/20)	講演	大阪大学人間科学研究科　木村　友美氏　/「食をとりまく社会環境~食多様性と健康の観点から~」
		京都大学人文科学研究所　藤原　辰史氏　/「コロナ新時代の食と農の思想」
	WS	株式会社フードサニテーション78　山下　安信氏　/「食における課題と社会環境の変化」
第3回 (9/16)	講演	NPO法人食の安全と安心を科学する会（SFSS）　山崎　毅氏 「食のリスクコミュニケーションについて~消費者に寄り添うリスコミとは~」
		カゴメ株式会社　袴田　祥人氏、田口　るみこ氏　/「ファンを知ってファンと創るコミュニティサイト「&KAGOME」のご紹介」
	WS	株式会社フードサニテーション78　山下　安信氏　/「食品事業者のリスクコミュニケーション」
第4回 (11/18)	講演	The Consumer Goods Forum, Japan　大久保　力氏 「すべての消費者に安全な食品を~規格認証に対するGFSIの取り組み～」
		東京海洋大学学術研究院　食品生産科学部門　松本　隆志氏 「規格認証を活用した品質保証・管理の取組の実際」
	WS	株式会社フードサニテーション78　山下　安信氏　/「フードチェーンにおける食の安全・安心と信頼」
第5回 (1/28,31)	WS	活動報告会における発表資料（最終成果物）の作成「社会環境の変化に応じた食品事業者の対応」 ※第5回は講義はなし

- 第1回～4回で学んだことを踏まえ第5回でチーム毎に成果物を作成
- 2月に開催した活動報告会にて成果物の発表

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

ＦＣＰ活動の特徴

FOOD COMMUNICATION PROJECT

話し合ってみましょう

・食品へのかかわり方の違い：
　生産業・製造業・物流業・卸業・販売業・飲食業・検査・監査・・・・・等
・部署での違い：
　営業・仕入・製造・生産管理・品質管理・品質保証・総務・・・・・・・・等

「意見が違う」「意見が多様」
だから、コミュニケーションで解決

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

ご静聴ありがとうございました

お問合せは、農林水産省 食料産業局 食品製造課 食品企業行動室 ＦＣＰ事務局まで
TEL03-6738-6166
FAX03-3502-5336　　Email : fcp_jimukyoku@maff.go.jp

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

信頼結ぶ
ネットワーク
FOOD COMMUNICATION PROJECT

参考資料

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

ＦＣＰの基本的な考え方

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/index.htmlintro/index.htmlより

食品事業者の皆さんと作り上げるプロジェクト

食品事業者に対する、消費者の信頼向上を図る

　食品事業者が、自らの顧客ニーズを見極め、創意工夫を発揮してビジネスを展開することを通じて、「食」に対する消費者の信頼向上を目指します。そして食に携わる関係者がそれぞれの活動を展開することにより、意欲的な食品事業者へメリットが還元され、その取組が持続的に充実・強化される姿を理想とします。

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

ＦＣＰ基本理念

「食」への信頼、見える化計画

FCPは、食品事業者、関連事業者、行政、消費者等の連携により消費者の「食」に対する信頼の向上に取り組むプロジェクトです。

「食」の供給に携わる食品事業者は、その社会的な使命として、消費者の「食」に対する信頼の向上に取り組む必要があります。また、食品事業者を支える関連事業者等も、食品事業者の活動を通して、消費者の「食」に対する信頼向上に関わることが大切です。

食品が食卓に届くまでのフード・チェーンは長く、複雑で、一食品事業者や一関連事業者等の個別の努力のみでは、消費者の「食」に対する信頼を高めていくことは困難です。さらに、信頼を高めるためには、事業者と消費者の相互理解と、消費者からのアプローチも必要となります。

このため、FCPは、立場の異なる食品事業者や関連事業者、そして消費者を結び付ける共通言語である「協働の着眼点」を活用しつつ、事業者と事業者、事業者と消費者の対話をベースとした協働の取組みを進めることで、フード・チェーン全体において食品事業者の取組みの「見える化」を進めていきます。

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

ＦＣＰ行動指針

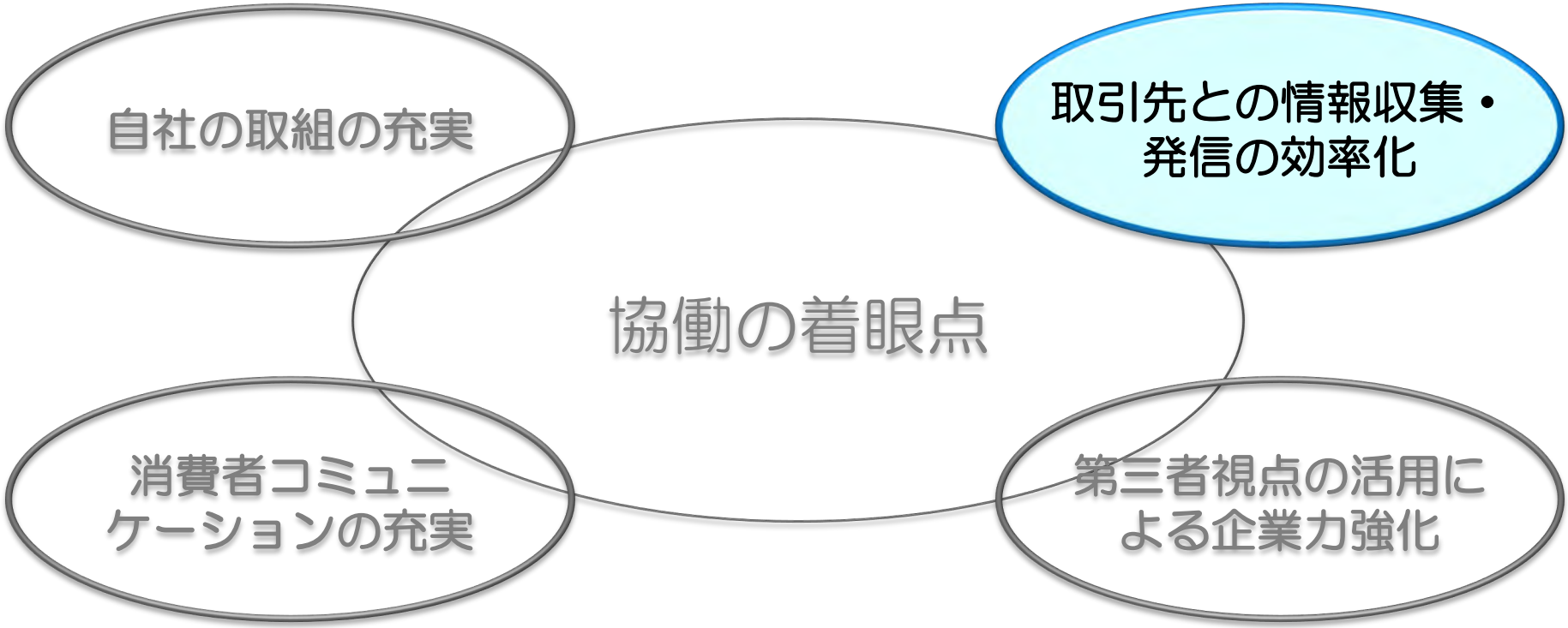
FCPに参加する者は、FCPの基本理念に則り、以下の行動指針を遵守するものとします

1.消費者の食に対する関心や期待に向き合い、「食」に対する信頼の向上に主体的に取り組みます。
2.消費者の「食」に対する信頼の向上という共通の目的のために、業種・業態等の立場や利害の違いを超えた協働を進めます。
3.協働による相乗効果を発揮するために、公平性、透明性を重視するとともに、多様性を尊重し、お互いにとってより良い解(WIN-WINの関係)を探す姿勢を保ちます。
4.「協働の着眼点」を、社内、事業者間、さらに、消費者とのコミュニケーションのツールとして活用し、協働の取組みを進めるためのツールとしても積極的に活用します。
5.「協働の着眼点」の活用を拡大、発展させていくため、その活用に関する情報共有や意見交換に努めます。
6.法令を遵守することはもとより、「食」に対する信頼の向上に関わる事業者としての社会的責任を意識して行動します。
7.「食」に対する信頼の向上を終わりのない挑戦と捉え、「協働の着眼点」の改善に寄与するとともに、FCPの持続的発展に貢献します。

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

「ＦＣＰ展示会・商談会シート」について

商品と取組について効果的に伝える「ＦＣＰ展示会・商談会シート」



Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

「ＦＣＰ展示会・商談会シート」の概要

現場の声に基づいた統一フォーマット

「FCP展示会･商談会シート」の特徴

●商談会主催者、スーパー、コンビニ、百貨店、卸等のバイヤー、地方銀行などの実際のビジネスニーズを踏まえて作成。

●商談の最初の５～10分に必要十分な食品の情報（商品特徴、利用シーン・ターゲット等）と事業者の情報（出展企業紹介、品質管理情報等）に関する項目を整理。

●商品のエントリーシートとして、情報管理を行う場合等にも利用できます。

地域の食品をPRする際、新しい商材を発掘する際に活用!!

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

「ＦＣＰ展示会・商談会シート」開発の背景

展示会･商談会での課題

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・・・

生産者
食品メーカー

知りたい情報のギャップ

おいしいのはわかったけど、
ロットや品質管理の取組も
わからないと判断できない。

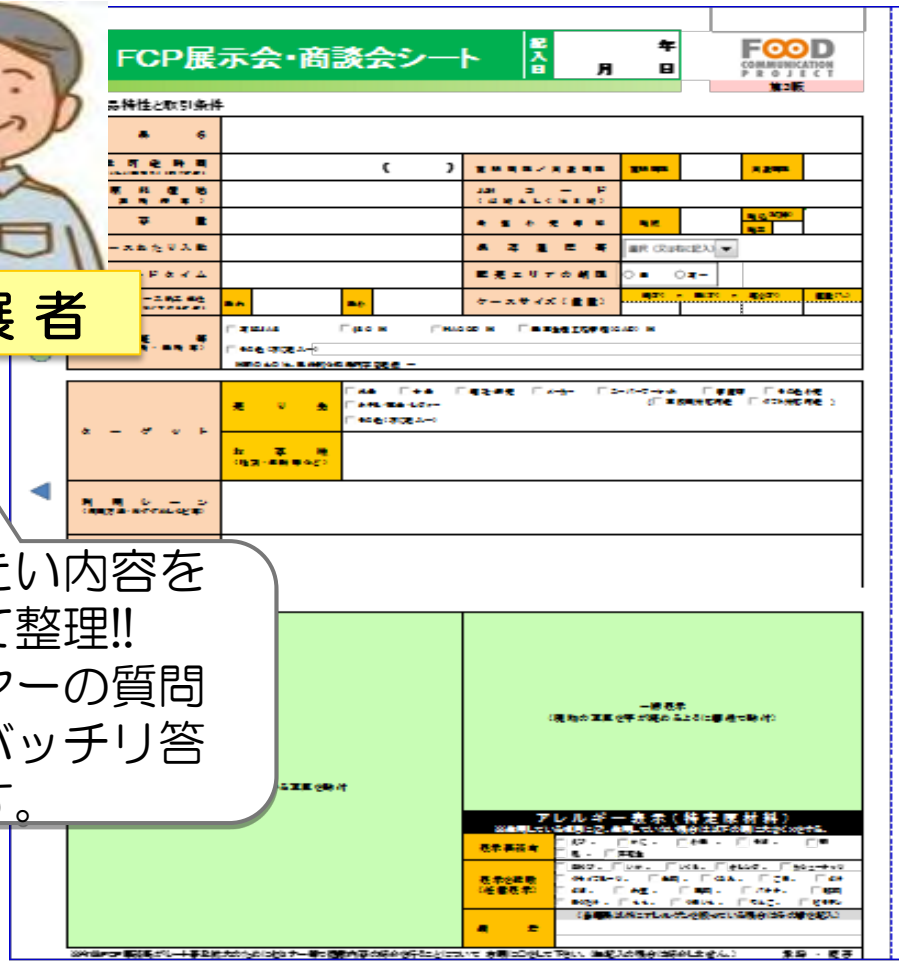
バイヤー

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

「ＦＣＰ展示会・商談会シート」使用のメリット

出展者の「効果的な売り込み」と
バイヤーの「良い商品の発掘」を可能に!!

出 展 者



伝えたい内容を書いて整理!!
バイヤーの質問にもバッチリ答えます。

知りたい情報がひと目で!!
効率的に商談ができますね。

バイヤー

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

「ＦＣＰ展示会・商談会シート」の記入例（加工品）

FCP展示会・商談会シート

記入日 2016 年 5 月 15 日

■ 商品特性と取引条件

商品名	佐藤さんちのピュアプリン
賞味期限	通年 ( )
製造後5日	
主原料産地	千葉県
JAN コード	○○○○○○○○○○○○○
内容量	1個あたり200g
希望小売価格	¥400
税込	¥432
1ケースあたり入数	10個
保存温度帯	冷蔵
発注リードタイム	4日
販売エリアの制限	◉ 無 ○ 有
最大・最小ケース納品単位	最大 乗相談 / 最小 1ケース
ケースサイズ（重量）	縦20.0 × 横48.0 × 高10.0 重量3.0
認証等	☐ 有機JAS ☐ GAP ☐ HACCP ☐ 農産物生産工程管理(GAP) ☐ その他(例)記入 千葉県優良農産品

ターゲット 売り先	☐ 百貨 ☐ 量販 ☑ 専門店 ☐ スーパー ☐ スーパーマーケット ☑ 直販 ☐ その他 ☑ ホテル・旅館・レストラン ☑ ネット対応可能 ☐ その他(例)記入
ターゲット 客層	本物の牛乳、本物の卵の味が分かる中高齢者中心
利用シーン	小腹がすいた午後3時に、お友達と一緒のお茶の時間に、ちょっと贅沢な「佐藤さんちのピュアプリン」をどうぞ。季節の果物を添えるといっそう美味しくいただけます。
商品特徴	安全に飼育した乳牛から搾った新鮮な牛乳と、広い場所で育てた鶏の卵から作った、昔懐かしい本物の牛乳と卵の味がするピュアプリンです。量も多めですのでたっぷり楽しんで食べてください。

■ 商品写真

名称	洋生菓子
原材料名	牛乳、生クリーム、卵、砂糖
内容量	200g
賞味期限	2016.10.6
保存方法	10℃以下で保存し、開封後はなるべく早くお召し上がりください。
製造者	佐藤ファーム株式会社 千葉県茂原市 ○△□株式会社

栄養成分表示 1個(200g)当たり	
熱量	340kcal
たんぱく質	7.0g
脂質	20.0g
炭水化物	28.5g
食塩相当量	220mg

アレルギー表示（特定原材料）	
表示義務品目	☐ えび ☐ かに ☐ 小麦 ☐ そば ☐ 卵 ☑ 乳 ☐ 落花生
表示を推奨(任意表示)	☐ あわび ☐ いか ☐ いくら ☐ オレンジ ☐ カシューナッツ ☐ キウイフルーツ ☐ 牛肉 ☐ ごま ☐ さば ☐ さけ ☐ さば ☐ 大豆 ☐ 鶏肉 ☐ バナナ ☐ 豚肉 ☐ まつたけ ☐ もも ☐ やまいも ☐ りんご ☐ ゼラチン
備考	(他商品のポ)アレルゲンを使っている場合はその旨を記入

■ 企業紹介

企業名	佐藤ファーム株式会社
年商売上高	平成27年度100百万円
従業員数	平成27年度 社員4名、パート4名
代表者氏名	代表取締役 佐藤 太郎
メッセージ	佐藤ファームでは長年の経験を活かして飼育してきました。無添加本物のミルクを味わっていただきたく様々なこだわりを行ってきました。この夜、美味しいミルクと卵の味を感じるプリンの製造に成功しました。その時の喜びは従業員一同喜んでおります。なるべく多くのお客様に味わっていただくことを願っております。
ホームページ	http://www.fuu_fuu_sato_farm.com
本社所在地	〒 297-□□□□ 千葉県茂原市○△ 226番地
工場所在地	〒 同上
担当者	佐藤 次郎
メールアドレス	sato_fuu_fuu_sato_farm.com
TEL	0475-□□-□□□□
FAX	0475-□□-□□□□

■ 生産・製造工程アピールポイント ※商品名の場合は技術開発・品質管理なども記載

■ 品質管理能

電子検査の有無	一定ロット毎に一部生産、大腸菌群の検査を行っている。		
衛生管理への取組	従業員が分担していることを明記している生産工程図を掲示し、担当者とチェックポイントを明確にして衛生管理している。		
	従業員の健康状態、衛生状態を毎日チェックし記録、生産を行う上で、問題点が起こらないように従業員の教育も徹底して、安全衛生を徹底している。		
	毎日の朝礼に同じ生産工程を実施し、違いは工場内問いかけの実施をLINE改善対応を徹底し、従業員の体調を確認に行って異物混入の防止に努めている。		
苦情等相談窓口	苦情等相談担当	品質管理担当 佐藤 花子	電話番号 047-□□□-□□□□
	原材料の搬入から、製造、貯蔵、流通の過程まで全て記録を取っている。また、内部監査に加えて外部の専門家の指導を受けている。		

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.

「ＦＣＰ展示会・商談会シート」の活用例

地方銀行フードセレクション

全国キャラバン　食の発掘商談会

アグリフードEXPO東京

FOODEX　JAPAN

Copyright (C) 2022 MAFF All Rights Reserved.