

「フード・コミュニケーション・プロジェクト」
について

平成21年10月16日

農林水産省

フード・コミュニケーション・
プロジェクトチーム

「フード・コミュニケーション・プロジェクト」の基本的な考え方

○フード・コミュニケーション・プロジェクト(FCP)は、農林水産省が、「食」に対する消費者の信頼向上のため、平成20年度から立ち上げた取組。

○消費者ニーズが多様化するなか、一律の規制ではなく、意欲的な食品事業者の取組の活性化により、消費者の信頼向上を図ることを提案。

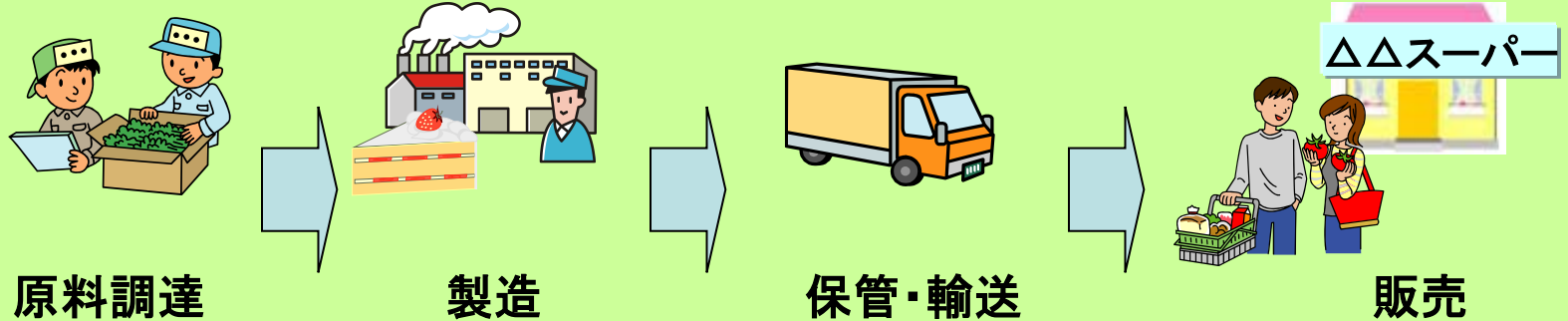
○FCPでは、食品事業者の行動の「見える化」をテーマに取組みを推進。

- ・あらゆる場面で、意欲的な食品事業者等の主体的な参画を働きかけ
- ・食品事業者等が、着目すべき行動のポイントを取りまとめ(「協働の着眼点」)
- ・食品事業者の行動について、「協働の着眼点」に則した情報の受発信を活性化
- ・意欲的な行動が適正に評価される機会を増大、フードチェーン全体で透明性向上

「フード・コミュニケーション・プロジェクト」の目指す姿

情報の好循環がFCPの目指す姿

フードチェーン全体での食の信頼確保のための取組



食品事業者の取組に関する情報が消費者に届く



食品事業者の意欲的な取組を評価し、買う
(投資する)

FCPの取組推進のステップ<概要>

○FCPでは、食品事業者の行動の「見える化」をテーマに取組を推進

①あらゆる場面で、意欲的な食品事業者等の主体的な参画を働きかけ(FCPの情報共有ネットワーク構築)

②食品事業者等が、着目すべき行動のポイントを取りまとめ(「協働の着眼点」(第1版))

③食品事業者の行動について、「協働の着眼点」に則した情報の受発信を活性化(FCP研究会)

④意欲的な行動が適正に評価される機会を増大、フードチェーン全体で透明性向上(実行可能性調査)

平成20年度
取組

FCP取組の仕組づくり

平成21年度
取組

「協働の着眼点」の活用
事例を創っていく年

情報共有ネットワーク

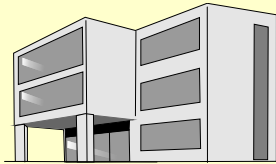
FCPでは、プロジェクトの基本的な考え方等に賛同する食品事業に関わる企業やその団体の間で、情報共有のためのネットワークを構築。

FCP情報共有ネットワーク

ネットワーク参加企業数
326社・団体(10/6現在)

ネットワークへの参加は随時受付

プロジェクト事務局



情報提供

提案等受付

食品事業に関わる企業やその団体



検討の場への参加(参加自由)

- 食の信頼向上に向けた議論
- 事業者による研究活動
- プロジェクトの普及活動 等

「協働の着眼点」の策定プロセス

「協働の着眼点(第1版)」とは ———

平成20年度、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。今後も持続的に改善。

[平成20年度作業グループ] (36回+業種合同6回=42回)

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

第1版策定

業種横断版

協働の着眼点[業種横断版]は、食品事業者が、消費者の食への信頼を向上させるという共通の目的の下、お互いの行動を「見える化」できるようにし、認識を共有化するためのもの。
これにより、業種が異なっても業種間の比較対照が容易に。

業種別

協働の着眼点[業種別]は、製造、卸売、小売、それぞれの業種ごとに活用できる食品事業者の行動のポイントをまとめたもの。

協働の着眼点の全体図

業種横断版

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

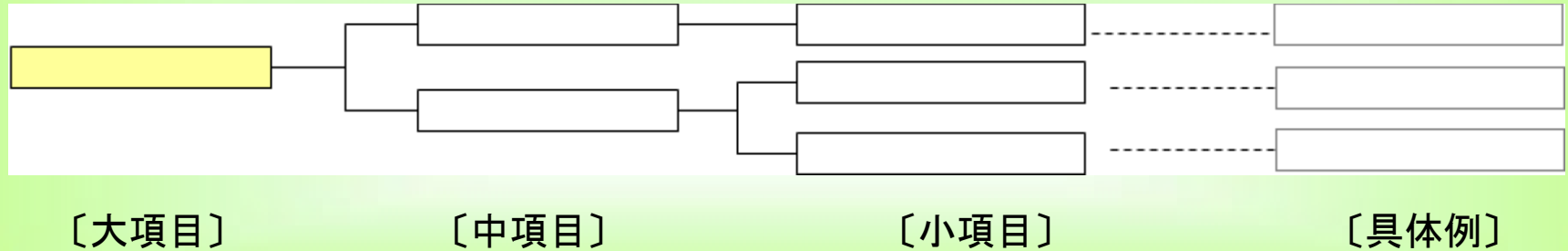
14. 緊急時を想定した自社体制の整備

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

協働の着眼点の構成

それぞれの協働の着眼点は、「大項目」、その下の「中項目」、さらにその下の「小項目」の樹形図で示されます。また、小項目についての「具体例」を付記します。



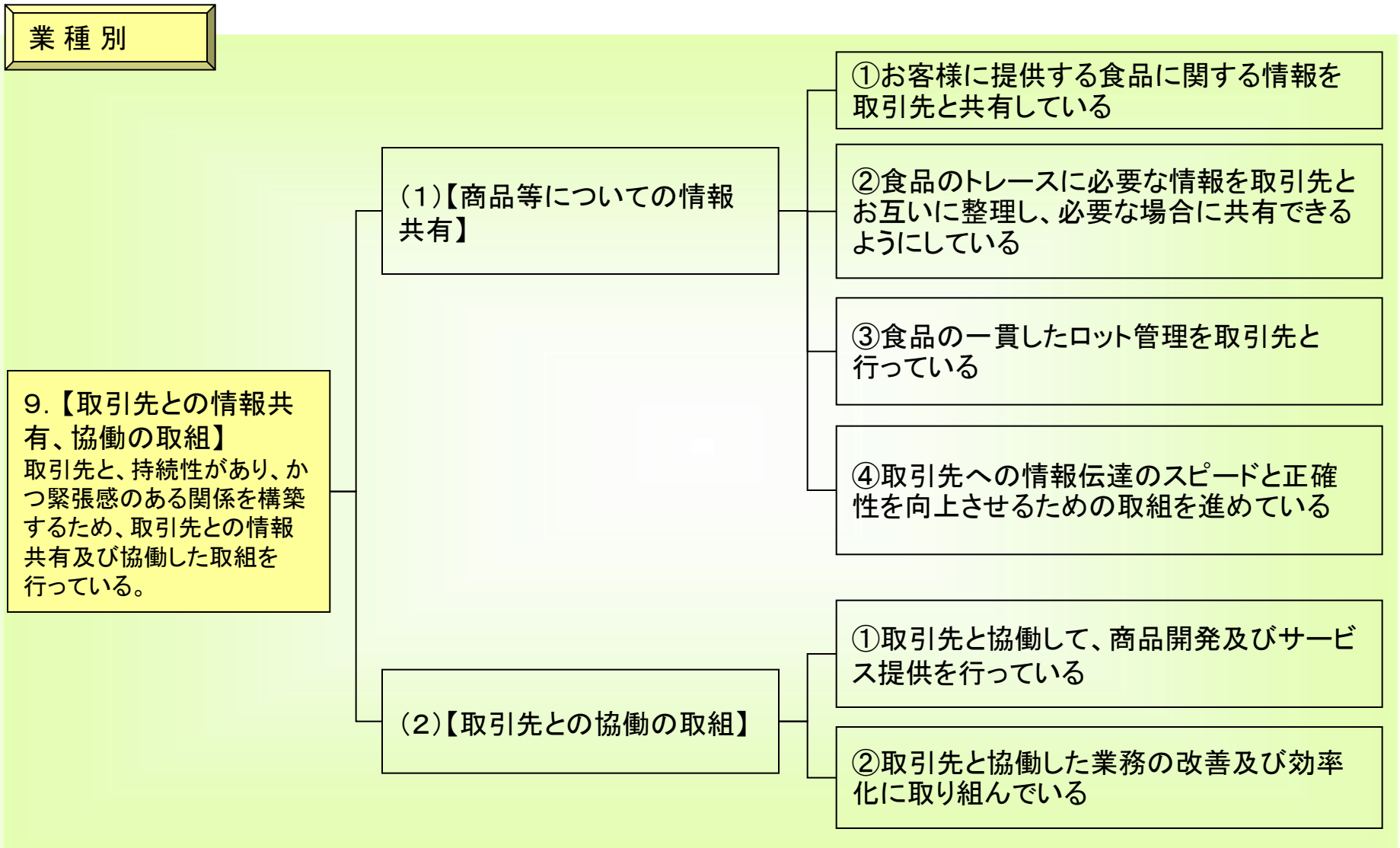
〔大項目〕 ～分野～	〔中項目〕 ～課題～	〔小項目〕 ～対応～	〔具体例〕※
消費者の信頼向上に向けて共有されるべき食品事業者の取組の分野です。	食品事業者における課題です。	食品事業者の課題に対する対応です。	具体例は、小項目の具体的実践方法を、例で示したものです。

※「具体例」

- ・小項目を実践する方法としては、さまざまなものが考えられ、それぞれの食品事業者の特徴や社内体制等の違いにより具体的な方法は異なってきます。
- ・小項目の内容を実際に行う際に、どのような方法があるのかという参考としてご覧ください。具体例については、今後も充実を図ります。
- ・将来的には、食品事業者が自らの取組の高度化を図っていく際の参考情報をストックする役割を担います。

協働の着眼点の樹形図(サンプル)

業種別

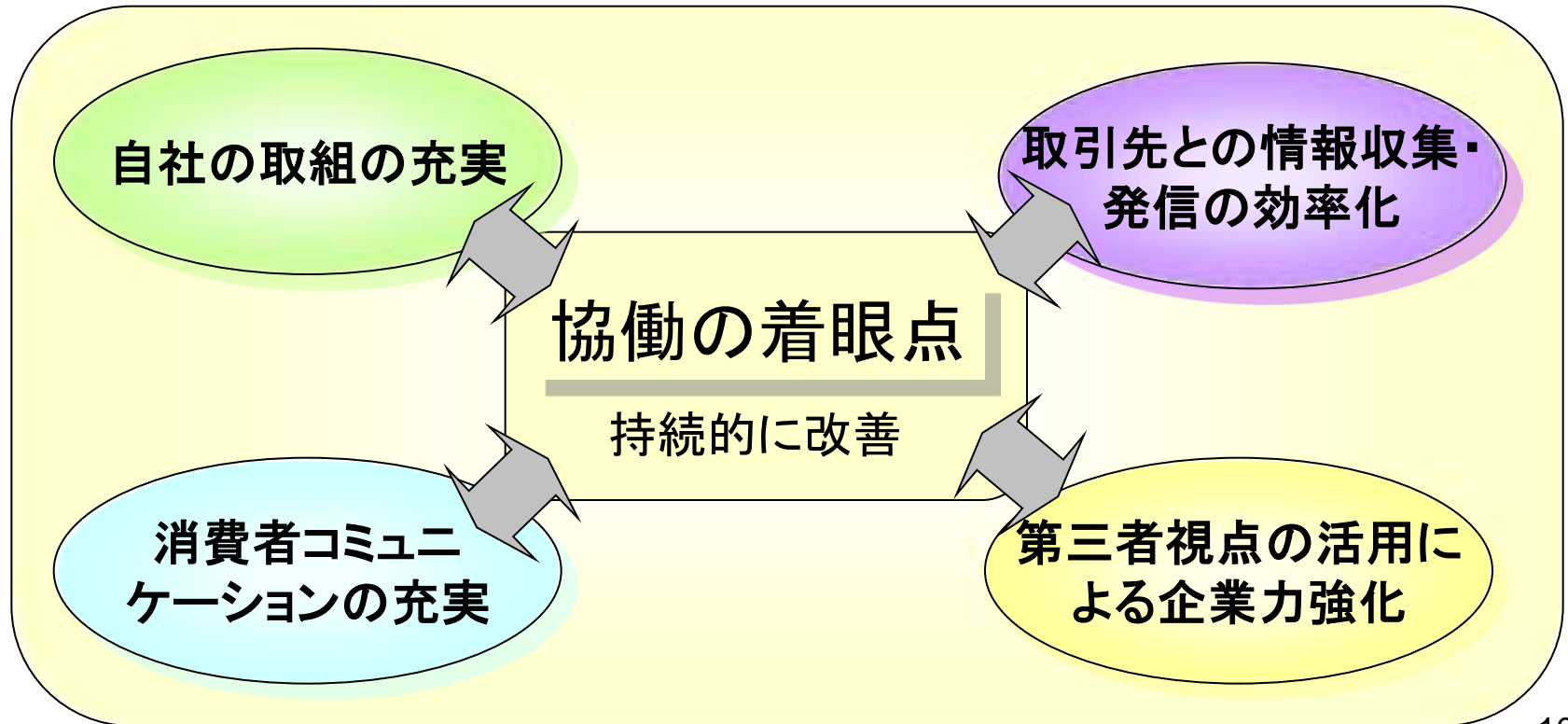


注:「協働の着眼点」業種別～小売 より一部抜粋

FCPのビジネスにおける展開

○FCPでは「協働の着眼点」が、様々なビジネスシーンで活用されるための取組を推進。

○「協働の着眼点」を活用した意欲的な取組が、適正に評価され、その結果がフィードバックされる機会を増大。



平成21年度FCP研究会の概要

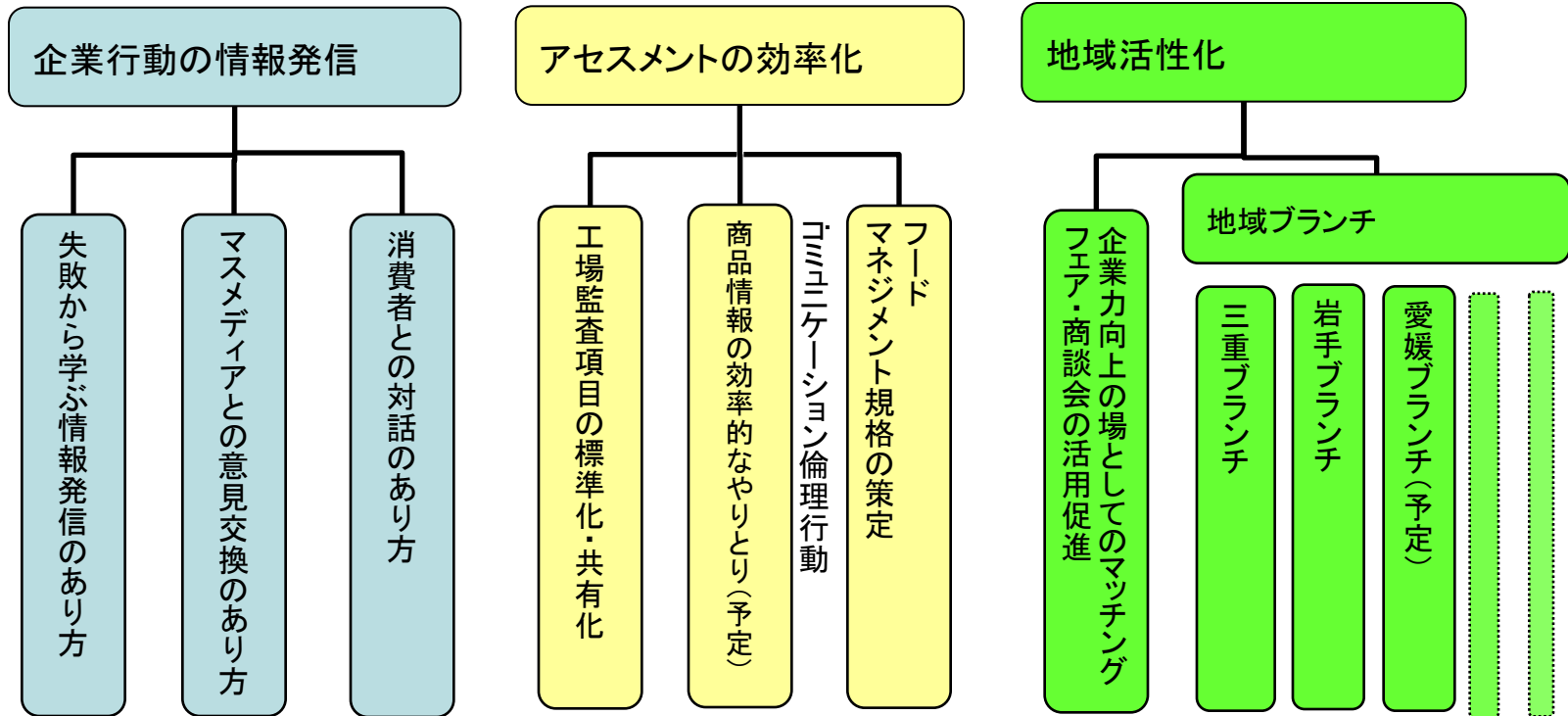
〈研究会及び分科会の目的〉

「協働の着眼点」の活用に関してテーマを設定し、研究会を実施しています。

【研究会】

情報共有の場
(3~4回開催)

【分科会】
具体的検討の場



研究
テーマ

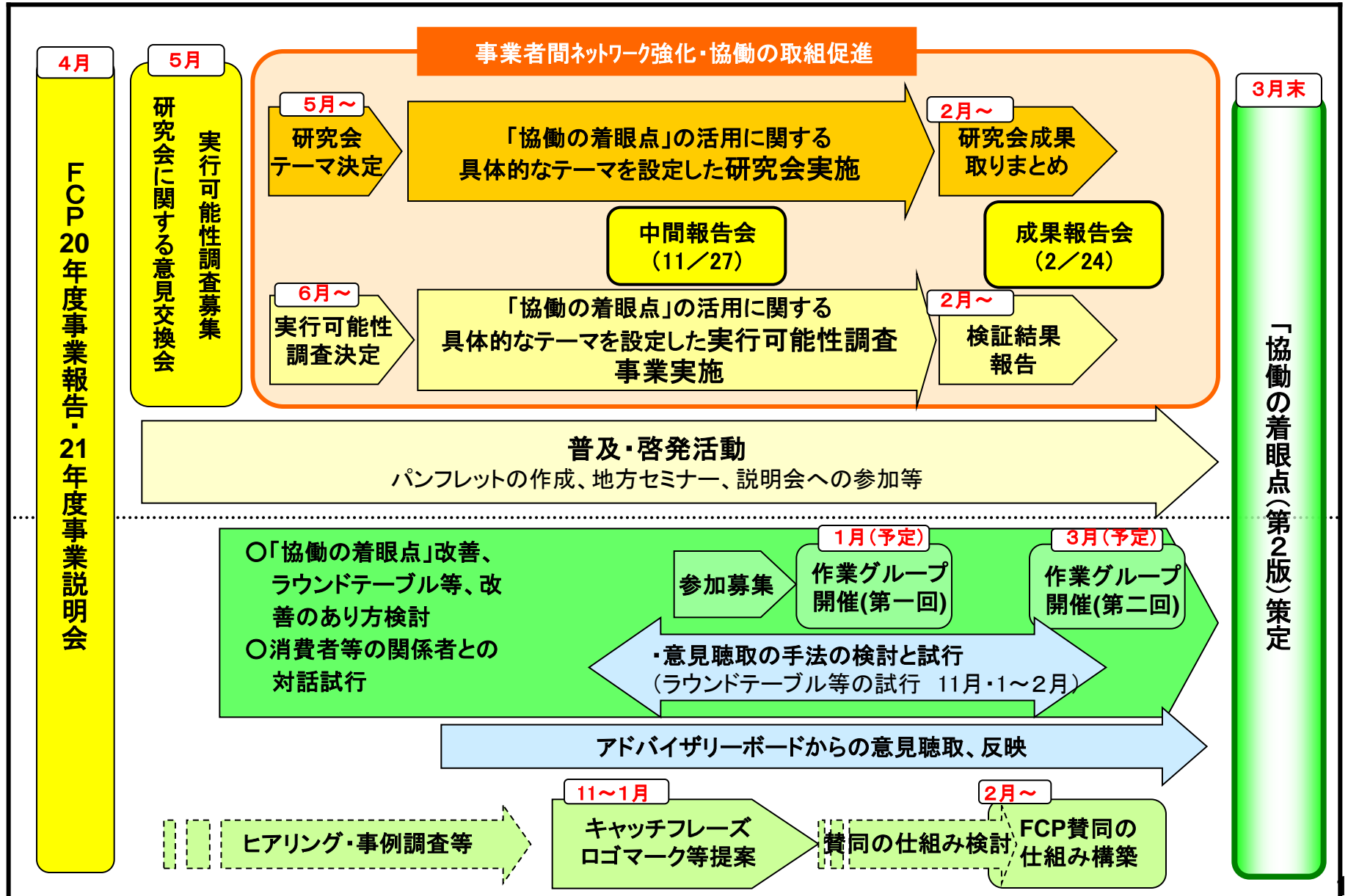
事件・事故等発生時の適切な企業行動や、緊急時の情報開示、情報発信のあり方等の検討	食品事業者の取組を適切に伝達するためのマスメディアに向けた情報発信のあり方、マスメディアとの交流の場の持ち方の検討	消費者との多様な接点における対話型コミュニケーションのあり方及び「協働の着眼点」を活用した対話型コミュニケーションの手法の検討	食品事業者等におけるアセスメント作業の効率化のため、工場監査における項目の標準化・共有化の検討	食品事業者等における商品情報の効率的なやり取りの実現に向けた検討	食品関連事業者の経営倫理・法令遵守マネジメント・システムの構築	企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進について検討
--	---	---	---	----------------------------------	---------------------------------	------------------------------------

【地域の状況に応じたテーマ設定】

平成21年度FCP実行可能性調査の概要

事業名	調査に伴って作成される活用のひな型(イメージ)
FCPポータルサイトの構築・運用	食品事業者の取組を集めたポータルサイト
「協働の着眼点」を活用したセルフアセスメントシートの開発と運用	セルフアセスメントシート
「協働の着眼点」を活用した活動のためのツール開発	パート・アルバイト向けテキスト
「協働の着眼点」を活用した食の安全認証規格開発事業	第三者が行う業務認証の仕組み
食の安全取組成熟度の評価事業	第三者が行う業務格付の仕組み
「食品事業者(経営陣)向け研修プログラム」の開発	経営層向けテキスト
地域の安全・良いモノ発掘マッシュアッププロジェクト	カタログ販売における取引先審査の仕組み
全国地方の事業者と都市消費者とを対象にした「地域の良い(モノ)売れる商品支援事業」のモデルの構築と運営事業	地域産品販売店における取引先審査の仕組み
“食の安全・安心”見える化ツアーのための商品モデル検討事業	工場見学ツアーのモデルプログラム

平成21年度のスケジュール(イメージ)



FCPについてのお問い合わせ

農林水産省 消費・安全局 表示・規格課
フード・コミュニケーション・プロジェクトチーム

TEL: 03-6744-2397

FAX: 03-3502-0594

E-メール: fcp_jimukyoku@nm.maff.go.jp

FCPの詳細については、以下のアドレスの専用ホームページをご参照ください。

URL:

<http://www.food-communication-project.jp>