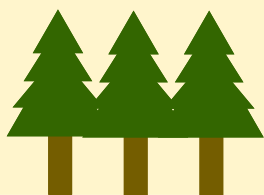


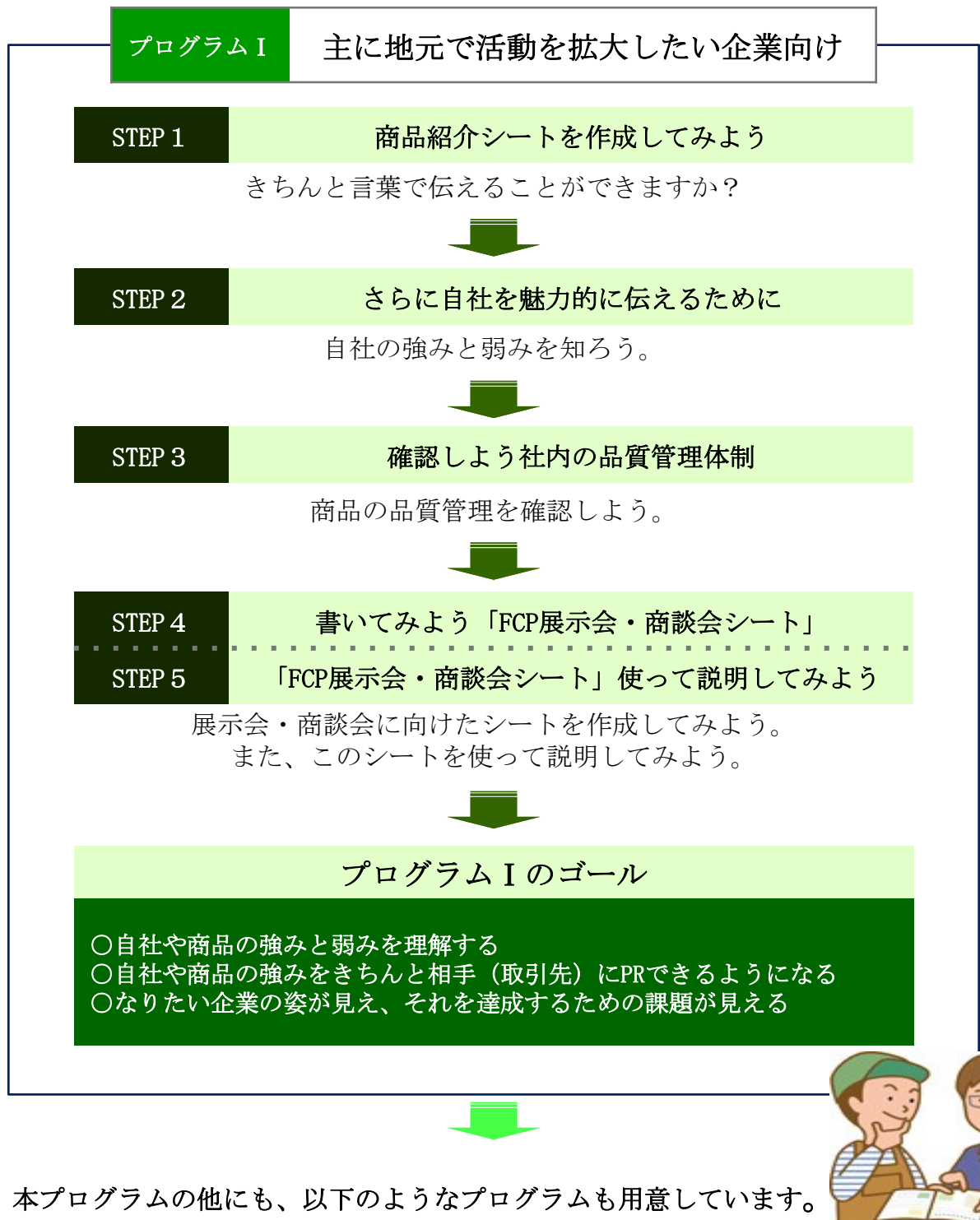
FCP 企業力アップ プログラム 「プログラムⅠ」 Ver.1

～自慢の商品売れていますか?～



企業力アッププログラムの構成

企業力プログラムは、企業の活動内容に合わせて、「プログラムⅠ」、「プログラムⅡ」、「プログラムⅢ」の3つのプログラムで構成されています。「プログラムⅠ」の内容は以下の通りです。



プログラムⅡ 主に商品価値向上を目指す企業向け

プログラムⅢ 主に全国規模の活動を目指す企業向け

このような企業の皆様を対象としています。

- 今まで生産（製造）だけだったが、
自分で販売してみたい！
- いいものを作っている自信はあるが、
売り方が分からない・・・
- お客様に「いいね！」と言われるが、
なぜか売れない・・・



「FCP企業力アッププログラム」とは

地域の中小食品企業（※1）の皆さんが、事業の活性化と企業の信頼向上に取り組むことで、消費者の食に対する信頼を高めることを目標として、フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）において作成したものです。

企業と商品価値を向上させるヒントを得ると同時に、それらを正確に伝えるためのコミュニケーション力を向上させるプログラムです。

したがって、このプログラムは活用することで

「企業力を向上させるための“ヒント”を得る」

ことを目的としています。

*このため、活用することで自社の企業力の向上自体を保証するものではありません。

（※1）【中小企業者の定義】

・業種：従業員規模・資本金規模
・製造業・その他の業種：300人以下又は3億円以下 ・卸売業：100人以下又は1億円以下
・小売業：50人以下又は5,000万円以下 ・サービス業：100人以下又は5,000万円以下

【小規模企業者の定義】

業種：従業員規模 製造業・その他の業種：20人以下 商業（※）・サービス業：5人以下
※商業とは、卸売業、小売業（飲食店含む）を指します。

相手の知りたい情報を簡潔かつ正確に伝えるためには、自社の商品の情報がきちんと把握できていて、かつそれが分かりやすく整理されていなければなりません。下のシートは、その「商品」の良さを伝える手段のひとつである「商品紹介シート」です。



それでは早速、書いてみましょう（制限時間は10分）

商品紹介シート		
商 品 名		
タ ー ゲ ッ ト	売り先	
	お客様 (性別・ 年 齢 層 な ど)	
利 用 シ ー ン		
商 品 特 徴		
企 業 メ ッ セ ー ジ		
衛 生 管 理 へ の 取 組	製 造 工 程 の 管 理	
	従 業 員 の 管 理	
	施 設 設 備 と 管 理	

きちんと書くことができましたか？

- STEP 1 では、制限時間内に全ての項目を書き出すことができましたか？書き出せた方は商品の良さを相手に分かりやすいように書けましたか？
- 満足のいくように全てを書き出すことができた方は少ないのではないのでしょうか。また、例え書き出せたとしても、その商品の良さが相手に分かりやすく伝えられていなければいけません。
- そこで、次のページからのSTEP 2 では、
「自社の魅力をもっと効果的に伝えるための演習」
を行います。

MEMO

（書いてみて、気づいたことをメモしておきましょう。）

・ 商品面

・ 品質管理面

自社の魅力を伝えるためには、業務の全体像や自社の企業姿勢を体系的に振り返ることが必要になります。改めて見直すことで、今まで気付かなかったことが明らかになり、自社の「強み」、「弱み」に気づくことができます。

 それでは早速、書いてみましょう（制限時間は10分）

お客様の視点に立って活動を展開する企業姿勢

について自社の取組を記入して下さい。

（*1）ページ16/「お客様を基点とする企業姿勢の明確化」より

（*1）ページ16・・・12ページ参照



- ✓ 最初から文章にまとめる必要はありません。まずはキーワードを書き出してみましょう。
- ✓ 書き出したキーワードを並べて、自社として一番伝えたいことが何かを考えて、文章にまとめてみましょう！

実際に、書き出してみると、何を書いたら良いか分からない場合は、次項の「食品事業者に求められる課題」を参考にして整理をしてみましょう！



食品事業者求められる課題ごとに、自社の取組を書いてみましょう (制限時間は10分)

お客様の視点に立って活動を展開する企業姿勢

●なぜ、この項目が大事なのか

お客さまに安全で適切な食品を提供するとともに、これを安心して楽しんでもいただくためには、**常にお客様の視点に立って活動を展開する企業姿勢**が明確になっており、**全社員に徹底**されていることが重要です。

手順 1

食品事業者求められる課題に対して自社で取り組んでいることを記入します。



手順 2

手順1で整理をした、自社の取組の中で、一番伝えたいことが何かを考えて、まとめてみましょう。

手順1: 各項目に対して自社の取組について箇条書きで記入して下さい。

(1)経営姿勢の明確化	
(2)基本方針の保持について	
(3)社内の情報共有及び連携体制の整備について	



手順2: 手順2で記入したことを踏まえて(整理して)、「**お客様を基点とする企業姿勢の明確化**」について記入して下さい。

きちんと書くことができましたか？

いかがでしたか？一番伝えたい自社の取組を書き出すことができたでしょうか。手順3でまとめた文章はそのまま「**お客様を基点とする企業姿勢の明確化**」として記入できます。
同じように、「**お客様からの情報収集、管理及び対応**」について、書いてみましょう。



もう一度書いてみましょう（制限時間10分）

お客様からの情報の収集、管理及び対応

について自社の取組を記入して下さい。

ベーシック16/「お客様を基点とする企業姿勢の明確化」より

--

先ほどと同じように、書き出してみると、何を書いたら良いか分からないと感じられることがあるかもしれません。その場合は、先ほどと同じように食品事業者に求められる課題を参考にして整理をしてみましょう。

お客様からの情報の収集、管理及び対応

●なぜ、この項目が大事なのか

お客様に安心して食品を楽しんでいただくとともに、食品事業者への信頼を向上するためには、**お客様からの情報を収集し、その声に適切に対応すること**、さらには、収集した情報を**適正に管理すること**が重要です。

手順1：各項目に対して自社の取組について箇条書きで記入して下さい。

(1)情報収集について	
(2)収集した情報の管理について	
(3)適時、適切なお客様対応について	



手順2：手順1で記入したことを踏まえて（整理して）、**「お客様からの情報の収集、管理及び対応」**について記入して下さい。

商品を魅力的に伝える際に対象となるのは、味や鮮度といった部分ばかりではありません。正しい品質管理ができていることも、その商品の魅力を伝える上でとても重要です。ここではFCPのツール「監査担当者が注意を払う監査項目29項目と実際の監査シーンで見られる指摘事例集」から、29項目のチェック表を活用して、自社の品質管理の強みと弱みを確認してみましょう。



チェック表を使って自社の状況を確認しよう！

監査担当者が注意を払う監査項目29項目

●安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備		チェック
1 仕様書等(製品仕様書、原材料・資材規格書、製造標準書、作業手順書等)が整備されている		
2 安全かつ適切な食品の提供のための業務ルールに従業員に教育する体制が整備されている		
3 工程図がある		
●調達における取組		チェック
4 防虫・防鼠のルールがある		
●製造における取組		チェック
○製造工程の管理		
5 製造機器・器具・備品の食品接触面の清掃・洗浄が作業手順通り実施されている		
6 食品製造で使用する水の供給方法を把握している		
7 食品製造で使用する水の定期的な水質検査を実施している		
8 加熱、冷却、乾燥及び包装の管理基準がある		
9 加熱、冷却、乾燥及び包装が管理基準通り実施されている		
10 備品類、及び備品類に由来する異物の混入防止対策のルールがある		
11 工場入室時の毛髪・埃除去のルールがある		
12 異物の検知・除去対策、及び混入の防止、低減への取り組みのルールがある		
13 機器・設備や器具等の点検、メンテナンスに関するルールがある		
14 原材料に含まれるアレルギー物質が正確に把握されている		
15 交差汚染が起きにくいような、原材料・製品・包材の動線のルールがある		
○適切な表示の実施		チェック
16 科学的根拠に基づいた賞味期限表示・消費期限表示の実施のルールがある		
17 ラベル表示が正しく行われるための作業手順がある		
18 ラベル表示が正しく行われているかの確認作業のルールがある		
○食品の保管及び管理		チェック
19 製品ロットごとに原材料ロットをトレースできる手順がある		
○工場での従業員の衛生管理		チェック
20 検便の実施ルールがある		
21 入室時の必要な場所に衛生的な手洗い設備がある		
22 トイレ用の衛生的な手洗い設備がある		
23 入室ルールがある		
24 個人所持品持ち込みのルールがある		
25 工場内に自由に入場できない仕組みになっている		
○施設及び設備の設置		チェック
26 使用する水の管理ルールがある		
27 施設の清掃、洗浄方法が設定されている		
○施設及び設備の管理		チェック
28 有害小動物侵入防止のための対策が実施されている		
29 薬剤保管についてのルールがある		



✓ いかがでしたか？○をつけた部分は自社（または委託している取引先）がきちんと取り組んでいる部分、「強み」としてPRすることも可能です。また、×の箇所は「弱み」になりかねませんので、至急改善することをお勧めします。

このチェック表は、FCPのツール「監査担当者が注意を払う監査項目29項目と実際の監査シーンで見られる指摘事例集」の監査項目29項目の要求水準レベル1を抜き出して整理したものです。詳しくは、P13「解説STEP3」をご確認下さい。

STEP 1～3のまとめ

STEP 4に進む前にこれまでの内容を振り返ってみましょう。

- STEP 2 の書き出しとSTEP3でチェックした内容は、実はSTEP 1 の「商品紹介シート」のいくつかの項目に連動しています。STEP 2 と 3 で書き出した項目を見ながら、それらのポイントが「商品紹介シート」に書き出されていたか？確認してみましょう。

STEP 3

確認しよう品質管理

STEP 2

さらに自社を魅力的に伝えるために

監査担当者が注意を払う監査項目29項目

●安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備	チェック
1 仕様書等(製品仕様書、原材料・資材規格書、製造標準書、作業手順書等)が整備されている	
2 安全かつ適切な食品の提供のための業務ルールを従業員に教育する体制が整備されている	
3 工程図がある	
●調達における取組	チェック
4 防虫・防鼠のルールがある	
●製造における取組	チェック
製造工程の管理	
5 製造機器・器具・備品の食品接触面の清掃・洗浄が作業手順通り実施されている	
6 食品製造で使用する水の供給方法を把握している	
7 食品製造で使用する水の定期的な水質検査を実施している	
8 加熱、冷却、乾燥及び包装の管理基準がある	
9 加熱、冷却、乾燥及び包装が管理基準通り実施されている	
10 備品類、及び備品類に由来する異物の混入防止対策のルールがある	
11 工場入室時の毛髪・埃除去のルールがある	
12 異物の検知・除去対策、及び混入の防止、低減への取り組みのルールがある	
13 機器・設備や器具等の点検、メンテナンスに関するルールがある	
14 原材料に含まれるアレルギー物質が正確に把握されている	
15 交差汚染が起きにくいよう、原材料・製品・包装の分離のルールがある	
○適切な表示の実施	チェック
16 科学的根拠に基づいた賞味期限表示・消費期限表示の実施のルールがある	
17 ラベル表示が正しく行われるための作業手順がある	
18 ラベル表示が正しく行われているかの確認作業のルールがある	
○食品の保管及び管理	チェック
19 製造ロットごとに原材料ロットをトレーサブルできる手順がある	
工場での従業員の衛生管理	チェック
20 検便の実施ルールがある	
21 入室時の必要な場所に衛生的な手洗い設備がある	
22 トイレ用の衛生的な手洗い設備がある	
23 入室ルールがある	
24 個人所持品持ち込みのルールがある	
25 工場内を自由に歩行できない、はねがつかない	
施設及び設備の設置	チェック
26 使用する水の管理ルールがある	
27 施設の清掃、洗浄方法が設定されている	
施設及び設備の管理	チェック
28 有害小動物侵入防止のための対策が実施されている	
29 薬剤保管についてのルールがある	

お客様を基点とする企業姿勢の明確化

お客様からの情報の収集、管理及び対応

STEP 1

商品紹介シートを作成してみよう

商品紹介シート		
企業メッセージ	製造工程の管理	従業員の管理
衛生管理への取組	従業員の管理	施設設備の管理

※1 研修プラン：一般的な業務ルール、新人教育、階層別教育、衛生に関する教育、製造に関する教育などのプラン

● 「商品紹介シート」の「ターゲット」、「利用シーン」、「商品特徴」の欄に関しては、次ページの解説を参考にしてください。

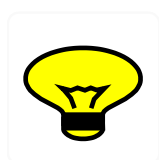
● もし、それでも書くことがないとしたら、それは自社の「弱み」の部分ともいえます。改善計画や新規対応に取り組みましょう。

● また改善することで、アピールできる強みになる場合もあります。その際は「商品紹介シート」に記載して下さい。

STEP1では、制限時間内に全て書き出すことができましたか？書き出せた方は商品の良さを相手に分かりやすいように書けましたか？以下の解説と比べてみてください。

満足のいくように全てを書き出すことができた方は少ないのではないのでしょうか。また例え書き出せたとしても、その商品の良さが相手にわかりやすく伝えられていなければいけません。

商品紹介シート		
商 品 名		今回商談する商品の名称を記入して下さい。独特の読み方や読みづらい名称には、ふりがなを振りましょう。
ターゲット	売り先	売り先→希望する売り先を選択して下さい。（フードサービスとは、ここでは、中食・外食を指します）またバイヤーからは、過去に取引実績のある売り先を聞かれる場合がありますので、答えられるようにしておくといいでしょう。
	お客様	具体的に記入すると良いでしょう
利 用 シ ーン		商品の利用方法（一番美味しく食べられる）調理法、場面、組み合わせ（食べ合わせ）等を記入して下さい。商品の産地でよく食べられている、または、ちょっと変わった調理法や風習などがあれば記入すると良いでしょう。
商 品 特 徴		差別化のポイントを記載。原材料や使用した副材料の特徴、製造過程でのこだわり、商品開発にあたり最も工夫した点、開発にまつわるエピソード等を明示すると良いでしょう。また文章に関しては「〇〇なので、〇〇です」の表現が効果的です。 《例》①伝統（理由も説明）②珍しい、地元のみ（理由も説明）③品質・特徴・製法 ●●（品質・特徴）なので●●（他の同系品種）よりも●●です。 ⇒地元の〇〇地区で採れたもののみを使用しているので、他社の同製品と比べても味の深みと香りが違います。 ⇒わが社では、3年かけて独自の〇〇製法を開発。その製法で作っているので、1日に作られる量は限られますが、他社では真似のできない高品質の〇〇を提供できます
企 業 メ ッ セ ー ジ		ここでは、商品ではなく、企業姿勢などを記入して下さい。企業理念・食品事業者としての基本方針・法令遵守への取組方針・食の安全・安心に関する理念・お客様とのコミュニケーション方針・食育などの取組方針など。
衛生管理への取組	製 造 工 程 の 管 理	製造現場・生産現場が安全かつ適切な食品を供給し、危害の発生をぼうしするための体制が整っていることを示して下さい。 ・製造工程の管理 ・従業員の管理 ・施設設備と管理
	従 業 員 の 管 理	
	施 設 設 備 と 管 理	



✓ **制限時間10分には理由があります。**展示会や商談会などの商談時間は通常一社につきおおよそ30分です。挨拶や名刺交換、意見交換や質問と、限られた時間の中で商品の説明にかけられる時間は「10分以内」とされているのです。

書くことにより、情報を整理し把握することができ、商品をより深く理解することにつながります。その結果、相手に対して言葉で説明する際も、伝えたい内容をきちんと伝えることができるようになるわけです。

STEP2はFCPツール「ベーシック16」の項目を活用しました。「ベーシック16」は食品事業者が消費者から信頼を得るために行動すべきポイントを16項目にまとめたFCPのツールです。今回は、「ベーシック16」の16項目の中から2つの項目を記入しました。



「ベーシック16」は
自らの業務を振り返り、
事業者同士、そして消費者との
信頼を築くためのツールです。

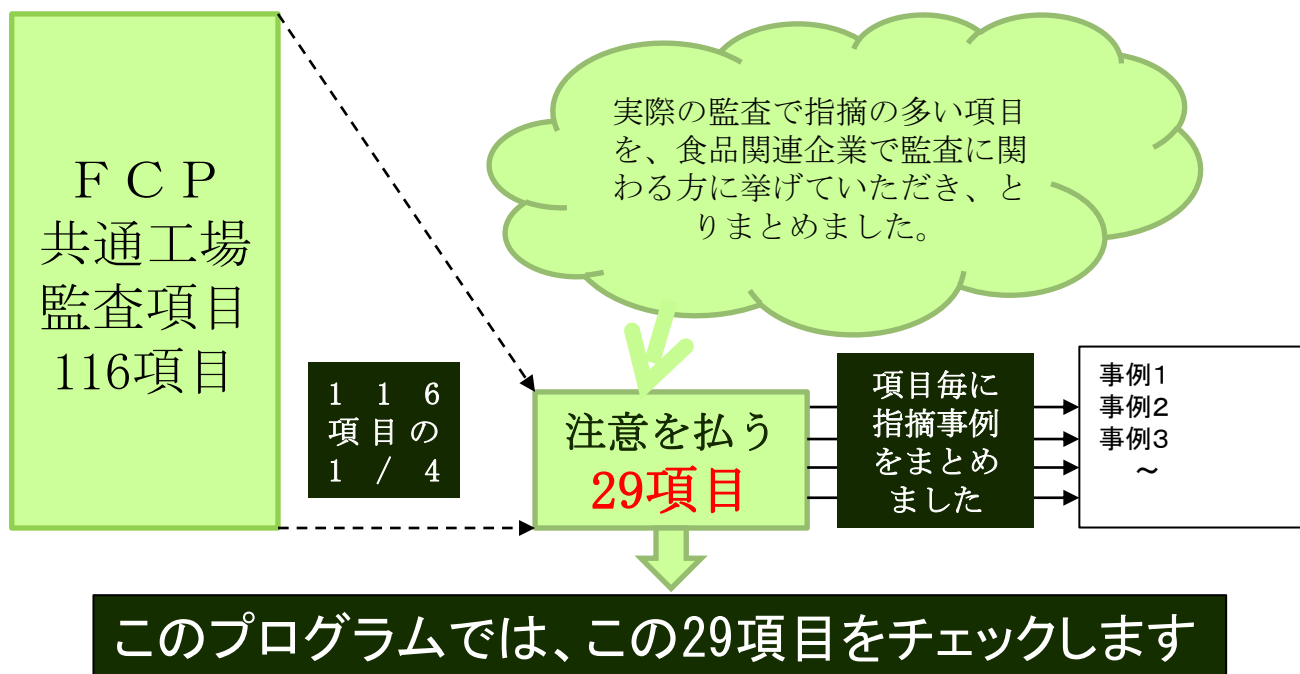
「ベーシック16」を使ってみると

- 消費者の「食」に対する信頼向上のために重要な項目を整理できる
- 事業者間で共通の視点をもつことができる
- 消費者に伝えるべきことがわかる

書くことで見えてくるものがある

- 「そんなことをしなくても、自分の会社のことはわかっている」「忙しいので、記入する時間がなかなか取れない」最初のうちは、そんな声も耳にします。
- しかし、実際に記入してみることで、日頃目立たないところや、気にかけていなかったところに注意が向いたのではないのでしょうか。また、ここで書き出した内容は自社の「強み」といえます。先ほどの「商品紹介シート」や、この先の章で記入する「FCP展示会・商談会シート」を記入する際にも活用できます。
- 今回は2項目のみの演習でしたが、自社の幅広く複雑な業務を正確に把握し、すっきり整理するために、「ベーシック16」の記入をお勧めします。

- 加工食品の製造や販路の拡大を目指すために、品質管理に取り組むことは大変重要です。しかし、はじめから大手企業と同様のレベルの取組をするのは困難もあるかと思います。
- 「監査担当者が注意を払う監査項目29項目と実際の監査シーンで見られる指摘事例集」は、これから品質管理に取り組もうとする方にも抵抗なく取り組んでいただけるように、FCP共通工場監査項目（116項目）の中で監査担当者が特に注意を払う項目29項目を選定し、更に実際の監査をイメージできるように指摘する事例をまとめたものです。



【監査担当者が注意を払う29項目の構成】

- 安全かつ適切な食品を提供するための体制整備（項目数3）
- 調達における取組（項目数1）
- 製造における取組
 - ・製造工程の管理（項目数11）
 - ・適切な表示の実施（項目数3）
 - ・食品の保管及び管理（項目数1）
 - ・工場での従業員の衛生管理（項目数6）
 - ・施設及び設備の設置（項目数2）
 - ・施設及び設備の管理（項目数2）

製造における取組（計25項目）

品質管理の取組は継続して実施することが何よりも重要です。今回は、事例集29項目を確認しましたが、品質管理レベルを維持するためにも、FCP共通工場監査項目（116項目）での定期的なチェックをお勧めします。

* 指摘事例集に関しては・・・

http://www.food-communication-project.jp/pdf/h24_result_01.pdf

- それでは、これまでのSTEPで書き出した内容を踏まえて、展示会や商談会の場で効率的かつ効果的に商談を進められるようにするためのツールである「FCP展示会・商談会シート」を記入してみましょう。（次ページにシートがあります。また下記URLからもダウンロードができます。）
- このシートは、FCPの研究会で開発されたツールで、このシートに一度記入すれば様々な展示会や商談会でも活用することができます。先ほど作成した「商品紹介シート」も「FCP展示会・商談会シート」の項目を抜粋したものです。
- このシートには商談の際に必要とされる30項目が網羅されています。この中でも重要とされる項目が、先ほどの「商品紹介シート」の項目になります。作成の際に参考となる「FCP展示会・商談会シート 作成のてびき」と「FCP展示会・商談会シート 作成のてびき 項目別補足シート」も用意していますので、そちらを参考に書き込みをしてみてください。
- 「FCP展示会・商談会シート」様式
http://www.food-communication-project.jp/pdf/h22_result_010.xls

(参考)

・FCP展示会・商談会シート 作成のてびき

http://www.food-communication-project.jp/pdf/h23_result_01.pdf

・FCP展示会・商談会シート 作成のてびき 項目別補足シート

http://www.food-communication-project.jp/pdf/h23_result_02.pdf



FCP展示会・商談会シート

商品特性と取引条件

商 品 名					
最もおいしい時期		賞味期限／消費期限	賞味期限		消費期限
主 原 料 産 地 (漁獲場所等)		JAN コー ド (13桁もしくは8桁)			
内 容 量		希望小売価格(税込)			
1ケースあたり入数		保 存 温 度 帯	選択してください ▼		
発注リードタイム		販売エリアの制限	○無 ○有→		
最低ケース納品単位		ケースサイズ(重量)	縦(デ) ×	横(デ) ×	高さ(デ)
					重量(キ)
認 証・認 定 機 関 の 許 認 可 (商 品・工 場 等)	☐ 有機JAS ☐ ISO ☐ HACCP ☐ 農業生産工程管理(GAP) ☐ その他→				

タ ー ゲ ッ ト	売 り 先	☐ フードサービス ☐ 商社・卸売 ☐ メーカー ☐ 小売 ☐ ホテル・宴会・レジャー ☐ その他(右に記入→)
	お 客 様 (性別・年齢層など)	
利 用 シ ー ン (利用方法・おすすめレシピ等)		
商 品 特 徴		

商品写真

写真 商品の全体がわかる写真を貼付	一括表示 (現物の写真を字が読めるように映像で貼付)
	アレルギー表示(特定原材料) ※使用している項目に☑
	☐ えび ☐ かい ☐ 小麦 ☐ そば ☐ 卵 ☐ 乳 ☐ 落花生

■ 出展企業紹介

出 展 企 業 名					
年 間 売 上 高		従 業 員 数			
代 表 者 氏 名				写真	
メ ッ セ ー ジ					
ホ ー ム ペ ー ジ					
会 社 所 在 地	〒				
工 場 所 在 地	〒				
担 当 者			E - m a i l		
T E L			F A X		

■ 製造工程（農林水産品の場合は生産工程等）アピールポイント

写 真		
写真	写真	写真

■ 品質管理情報

商 品 検 査 の 有 無	○ 無 ○ 有→具体的に				
衛 生 管 理 へ の 取 組	製 造 工 程 の 管 理				
	従 業 員 の 管 理				
	施 設 設 備 と 管 理				
危 機 管 理 体 制	担 当 者 連 絡 先	担 当 者		連 絡 先	
	記 録				

- 「FCP展示会・商談会シート」の全ての項目を記入し終えたら、次は実践形式の演習を試みましょう。
- 実際の商談を想定し、商品と「FCP展示会・商談会シート」を並べ、時間を決めて自社と商品のPRを試みましょう。
- その場合、同僚などに相手をしてもらい、想定される質問等をしてもらうとより良いでしょう。

(参考) 商談会でよく聞かれる質問

- ・ 一番美味しい時期はいつ頃ですか？
- ・ この商品の特徴を教えてください
- ・ 御社はどのような会社なのですか？
- ・ 購買層はどのような人達を想定していますか？

などなど・・・





最後に書き出してみましょう！

STEP 1～4に取り組んだことで、自社の活動や商品について普段見えていなかった部分に気が付いたり、新たな発見や課題がありましたか？

この機会にそれを書き出し、今後の企業活動に役立てましょう。

■ 自社や商品の問題点

■ FCP企業力アッププログラムⅠを書き出すことで、見えてきた自社のあるべき姿

■ それらを達成又は克服するための具体的方法



まとめ

- 以上で「FCP企業力アッププログラム プログラムⅠ」は修了です。FCPのツールを活用して自社や商品の強みと弱みを把握し、それを書き出して整理することで、

自社や商品の強みと弱みを理解し、

それをきちんと相手（取引先）にPRでき、

なりたい企業の姿が見え、それを達成するための課題が見えてくる

ようになりましたか？

- また、良いところを伝える技術だけでなく、改善するべきところは手を打ち、自社のアピールポイントとなるように努めましょう。
- 今後、「さらにレベルアップしたい」、「もっと詳しく勉強したい」方には、FCPで開発した各ツールを活用することをお勧めします。また、これらの「FCPツール」は、FCPが平成20年度に作成した、食の信頼向上のために食品企業の行動のポイントをまとめた「協働の着眼点」に基づいて作成されています。そちらもあわせて活用して下さい。

FCP成果物一覧

- 協働の着眼点
http://www.food-communication-project.jp/aim/aim_01.html
- ベーシック16
<http://www.food-communication-project.jp/pdf/basic16.pdf>
- 「FCP展示会・商談会シート」関連
<http://www.food-communication-project.jp/result/index.html#01>
- 「FCP共通工場監査項目」関連
<http://www.food-communication-project.jp/result/index.html#02>
- 「FCPダイアログ・システム」関連
<http://www.food-communication-project.jp/result/index.html#03>
- 「FCP商品情報の管理体制項目」
http://www.food-communication-project.jp/pdf/h23_result_03.pdf

※ 各成果物には、御利用いただく際の注意点があります。利用規約をよくお読みいただき、御同意いただいた上で御活用ください。

（ <http://www.food-communication-project.jp/pdf/result12.pdf> ）

企業力アッププログラムで使用した
FCPツールのフォーマットは、こちらからダウンロードできます

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

「FCP企業力アッププログラム」を開発した、
「食の信頼向上」に向けた産学官協働のプロジェクト、

「フード・コミュニケーション・プロジェクト」(FCP)

では、現在ネットワーク参加企業を募集しております。FCPのネットワーク力で、消費者への食の信頼向上のための取組の輪を広げてまいります。FCPホームページでは、詳しい活動内容や、その他の様々なツールの紹介なども行っていますので、ぜひご覧下さい。(ホームページからネットワーク参加登録を行うこともできます)

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

FCP

検索



この「FCP企業力アッププログラム（プログラムⅠ）」は、平成24年度「FCP企業力アップ研究会」での議論をもとに作成されたものです。

〈参加企業・団体〉平成24年度10月23日現在

株式会社アール・ピー・アイ

株式会社青森銀行

青森中央学院大学

イオン株式会社

株式会社イトーヨーカ堂

一般社団法人インターナショナル・バリューマネジメント協会

NKSJリスクマネジメント株式会社

大分県

株式会社京王百貨店

株式会社循環社会研究所

信金中央金庫

株式会社スコラ・コンサルト

株式会社生活品質科学研究所

株式会社タイヨー

株式会社千葉銀行

合同会社TFMHY研究所

株式会社東急ストア

栃木県

日本HACCPトレーニングセンター

一般社団法人日本能率協会

三菱商事株式会社

計21企業／団体 ※五十音順

その他お問い合わせ先

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

TEL03-6744-2397 FAX03-6744-2369 E-mail: fcp_jimukyoku@nm.maff.go.jp