



FCP成果物と令和6年度若手フォーラム ～協働の着眼点とベーシック16～

令和 6年 5月29日

大澤 幸弘

FCP(フード・コミュニケーション・プロジェクト)アドバイザー
ライフフーズ株式会社 品質保証センター長

[1]

フード・コミュニケーション・プロジェクト (FCP)発足の経緯

[1]

平成19～20年の主な食品事件・事故

時期	概 要	関係法令	備考
H19年1月	消費期限切れ原料（牛乳）を使用してシュークリームを製造、細菌数基準を超えた製品を出荷	食品衛生法	
6月	- 食肉加工製品の虚偽表示の他、他商品での意図的な異種製品の混入、賞味期限の改ざん等 - 上記の行為を不正と認識した上で、社長もしくは幹部社員の指示により常態的に実施	不正競争防止法他	破産
8月	菓子製品の賞味期限改ざん、自主検査で製品から大腸菌群等が検出されたが公表せず回収	J A S 法他	
10月	- 和菓子製品の解凍・再包装、製造年月日及び消費期限表示の改ざん、原材料の不適正表示 - 店頭売れ残り返品の原材料を新たに同一製品に再利用・関連会社に販売	J A S 法 食品衛生法	
10月	商品の原材料を産地偽装して販売	不正競争防止法他	破産
11月	製品の消費期限等の改ざん、食肉原材料の原産地の偽装、調理食品の再利用	不正競争防止法他	廃業
H20年6月	販売先から返品された手延素麺を包装し直し、新たな賞味期限を表示して再出荷・販売	J A S 法	
7月	台湾から輸入したマンゴーを沖縄県産として販売	不正競争防止法他	
7月	中国から輸入したトラフグやアンコウを国内産として販売	不正競争防止法他	廃業
7月	基準に満たない等級の牛肉をブランド和牛の「飛騨牛」と不正に表示して販売	不正競争防止法他	
7月	- 鰻蒲焼の産地偽装、偽装するため製造や販売実績のない架空会社を經由し販売 - 事実と異なる不適正な表示がされたものを認識していながら販売	不正競争防止法他	
8月	輸入原材料を使用したリンゴ果汁製品を青森県内産として販売、食品添加物の表示違反	不正競争防止法他	
8月	自社の養鰻場で鰻を養殖し、自社の加工工場で蒲焼を製造したように偽装	不正競争防止法他	解散
9月	事故米を食用米として販売、偽装するため実態のない架空会社を經由し販売	不正競争防止法他	破産
12月	- 中国から輸入したタケノコ水煮に国産を混ぜて袋詰めし、「熊本県産」「鹿児島県産」に偽装 - 一部商品では罐詰メーカー社員の写真を使い、「農家の皆さん」と生産者のように表示	不正競争防止法	

[1]

F C P 立ち上げの背景

相次ぐ事件、事故等による
消費者からの信頼の低下

フードチェーンの複雑化と
コミュニケーション・コストの増大

食品事業者の意欲的な取組の活性化を通じた
消費者の食に対する信頼向上が必要

フード・コミュニケーション・プロジェクトの推進

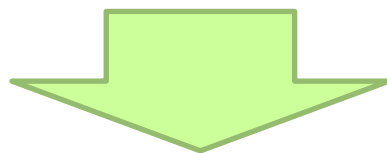
[2]

フード・コミュニケーション・プロジェクト (FCP)の基本ツール ～協働の着眼点～

[2]

F C P の目標を達成するための取組

➤ FCPの目標を達成するため、原料調達から、製造、保管・輸送、販売に至るまでのフードチェーンの各段階における食品事業者の活動を「見える化」し、食品事業者間や消費者まで伝える取組が必要と考えた。



取組の効果

- 業界全体の企業力アップ
- フードチェーン内及び消費者へ提供する情報の量、質の向上
- 食品事業者間のコミュニケーションの活発化

[2]

F C P ツールのベース作り

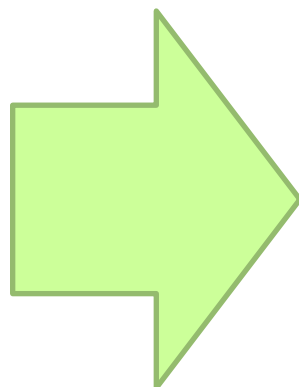
「見える化」でコミュニケーションを図り、
信頼を醸成するため・・・ベース作り

共通のキーワード

協働

共通言語

気付き
等



基本ツール

協働の着眼点

(樹形図)

ベーシック16

[2]

F C P「協働の着眼点」



FCPの活動基盤「共通言語」～基本の16項目～

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

取引先に関するコミュニケーション

お客様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

7 持続性のある関係のための体制整備

10 お客様とのコミュニケーションのための体制整備

4 調達における取組

8 取引先との公正な取引

11 お客様からの情報の収集、管理及び対応

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】

9 取引先との情報共有、「協働」の取組

12 お客様への情報提供

6 販売における取組

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身体制の整備

15 緊急時の自社と取引先との協力体制の整備

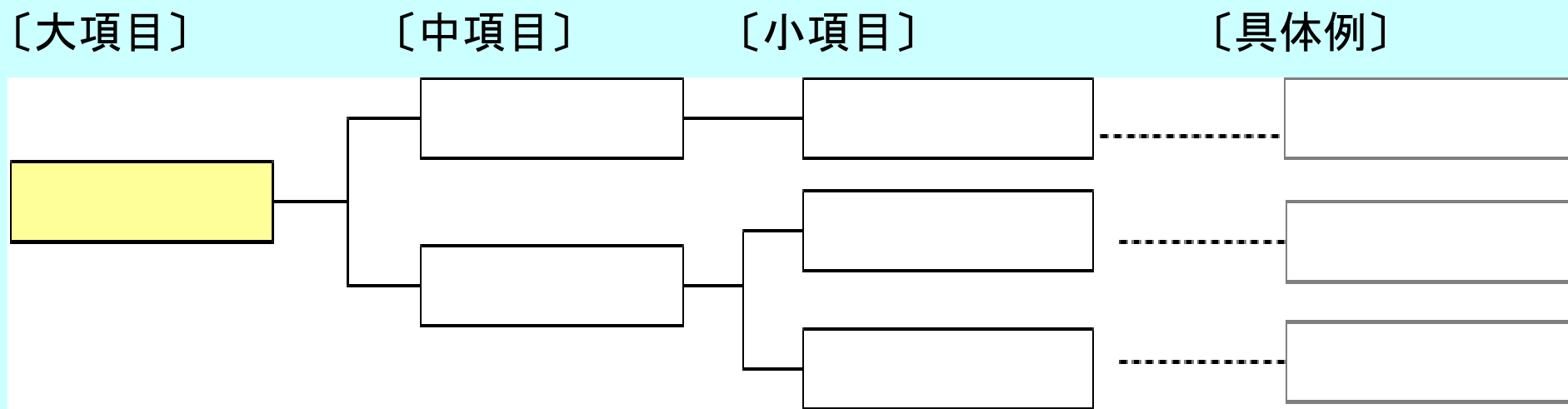
16 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備

[2]

協働の着眼点の構成

業種別の「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。

策定作業では、参加者が実際の業務の具体例を棚卸し、これを「小項目」にまとめ、これを課題毎に「中項目」にまとめ、これを取組分野でまとめるという、積み上げの標準化作業を実施。



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

食品事業者における課題

食品事業者の課題に対する対応

小項目の具体的実践方法を例示

[2] 協働の着眼点の項目例（〔業種別〕 製造版～抜粋）

5.【製造における取組】

安全かつ適切であり、表示が適切で、また品質が維持された食品を販売するための、製造における取組を行っている

(1)【製造工程の管理】

- ①食品製造用の設備及び器具の食品接触面を磨損に保っている
- ②食品製造で使用する水は飲用適であり、安全な方法で処理及び維持管理している
- ③食品に応じた加熱、冷却、乾燥及び包装を適切な条件下で行えるよう管理している
- ④異物混入の防止、異物の検出及び異物の除去に取り組んでいる
- ⑤微生物及びアレルギー誘起物質の交差汚染を防ぐ対策をとっている
- ⑥製造工程中の食品の品質及び衛生検査を行っている

(2)【適切な表示の実施】

- ①適切に設定された、賞味期限または消費期限を食品に表示している
- ②原材料の情報及び製造した食品の情報のリンクを適切に行っている
- ③包装への印字を適切に行うよう、製造した食品及び印刷機の管理を行っている
- ④印字された表示が適切であることを確認している

(3)【食品の保管及び管理】

- ①食品に応じた条件下で保管及び管理している
- ②出荷前に食品の品質検査及び衛生検査を行っている
- ③ロット間の誤混入が起こらないよう食品を取り扱っている

(4)【工場での従業員の衛生管理】

- ①健康状態が適切でない従業員が、工場内に立ち入らない対策をとっている
- ②従業員の衛生状態が維持されるよう、工場での衛生管理を行っている
- ③工場での食品汚染を招きかねない行為を明確に禁止している
- ④工場への訪問者は、従業員と同等の個人衛生規定を守らなければ入場できないよう取り決めている

(5)【施設及び設備の設置】

- ①施設の立地（土壌、水質及び空気）が重大な汚染にさらされていないことを確認している
- ②施設の内部構造、及び窓やドア等の付属品を、耐久性に優れ、メンテナンスがしやすく、必要場合には消毒可能なものにしていく
- ③工場内に換気設備を設置している
- ④衛生的な作業に十分な照明設備を設置している
- ⑤食品製造に使用する設備は、衛生的な取り扱いに適したものを選定し、配置している
- ⑥施設、設備及び器具のメンテナンスのための用具を設置している

(6)【施設及び設備の管理】

- ①有害小動物（鼠及び昆虫等）の駆除及び侵入防止を行っている
- ②有害小動物の駆除及びクリーニング用等の薬剤について、適切な保管及び使用用途の管理を行っている
- ③食品の汚染が起こらないように排水及び廃棄物の処理を行っている
- ④施設及び設備の、メンテナンス及びサニテーションを行い、その効果の検証を行っている

「協働の着眼点」により フードチェーン全体の透明性向上へ

1. 共通言語の確立による食品事業者の行動の「見える化」
2. 企業間コミュニケーションの円滑化・効率化
3. 個別企業による「消費者の信頼向上」への取組の促進

[3]

フード・コミュニケーション・プロジェクト (FCP)活動とツール

[3]

これまでのFCP活動



年度	勉強会・研究会・会議	参加企業／団体数	地域ランチ開催県
20年度	企業行動の情報発信研究会	208	
	アセスメント研究会		
	地域活性化研究会		
21年度	企業行動の情報発信研究会	527	岩手県 三重県 愛媛県 和歌山県
	アセスメント研究会の効率化研究会		
	地域活性化研究会		
22年度	FCP普及・戦略研究会	939	大分県
	アセスメント研究会		
	「消費者との対話のあり方」研究会		
	工場監査項目・共有化研究会		
	商品情報の効率的なやりとり研究会		
23年度	企業力向上の場としてのマッチング・商談会の活用に関する研究会	1,244	栃木県 鳥取県 滋賀県 山梨県
	FCP普及・戦略研究会		
	アセスメント研究会		
	「消費者との対話のあり方」研究会		
	工場監査項目・共有化研究会		
24年度	商品情報の効率的なやりとり研究会	1,452	埼玉県 岡山県 群馬県 福井県
	企業力向上の場としてのマッチング・商談会の活用に関する研究会		
	FCP普及・戦略研究会		
	「食の信頼」標準化研究会		
	FCP企業力アップ研究会		
	消費者対話の活性化研究会		
	品質監査に関する研究会		
25年度	商品情報の効率的なやりとり研究会	1,632	
	「FCP展示会・商談会シート」の普及に向けた勉強会		
	消費者普及システム研究会		
	品質監査に関する研究会		
	輸出版FCP展示会・商談会シート研究会		
26年度	農場と食品事業者をつなぐ研究会	1,708	青森県
	つながる会議（全2回開催）		
	企業力アップ研究会		
	国際標準に関する研究会		
	つながる会議（全3回開催）		

年度	勉強会・研究会・会議	参加企業／団体数	地域ランチ開催県
27年度	消費者対応勉強会	1,816	
	工場監査実証研究会		
	国際標準に関する勉強会		
	植物工場勉強会		
28年度	つながる会議（全2回開催）	1,879	徳島県
	ツールの活用を考える研究会		
	標準・制度に関する勉強会		
	若手フォーラム		
29年度	つながる会議（全2回開催）	1,931	
	食の安全・信頼に関する新たな知見の蓄積勉強会		
	若手フォーラム		
	標準・制度に関する勉強会		
30年度	つながる会議～企業力アップ基礎セミナー～	1,991	
	食の安全・信頼に関する新たな知見の蓄積勉強会		
	若手フォーラム		
	食品安全専門人材育成研究会		
31年度 (令和元年度)	FCPホームページのリニューアル	2,015	
	食の安全・信頼に関する新たな知見の蓄積勉強会		
	若手フォーラム		
	拡大若手フォーラム		
	食品安全専門人材育成研究会		
令和2年度	食品製造業における働き方改革研究会		
	都道府県意見交換会（地域ランチ）		
令和3年度	新型コロナウイルス感染症に係る意見交換会	2,032	
	食の安全・信頼に関する新たな知見の蓄積勉強会		
	若手フォーラム		
令和4年度	FCPホームページ こどもページの作成	2,071	
	食の安全・信頼に関する新たな知見の蓄積勉強会		
	若手フォーラム		
	拡大若手フォーラム		
令和5年度	FCPホームページ こどもページの作成	2,071	
	食の安全・信頼に関する新たな知見の蓄積勉強会		
	若手フォーラム		
	拡大若手フォーラム		
	FCPホームページ こどもページの作成		

[3]

F C P 「ベーシック16」

協働の着眼点を、まず使ってみる
「ベーシック16」



ベーシック16を記入すると

- ① 自らの振り返りができ、次の取組を考えることができます。
- ② 取引先に自社の取組を示すことができます。
- ③ 消費者との信頼を築くために必要な項目を確認できます。

[3]

「ベーシック16」記入用紙



	大項目	御社での取組	資料等
	1. お客様を基点とする企業姿勢の明確化	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	2. コンプライアンスの徹底	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	3. 安全かつ適切な食品の提供をするための体制整備	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	4. 顧客における取組	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
社内に関するコミュニケーション	5. 製造における取組 （原料・流通における取組、衛生管理・加工における取組、付加価値）	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	6. 販路における取組	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	7. 持続性のある関係のための体制整備	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	8. 取引先との公正な取引	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
取引先に関するコミュニケーション	9. 取引先との情報共有、協働の取組	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：

	大項目	御社での取組	資料等
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	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	11. お客様からの情報の収集、対応及び管理	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	12. お客様への情報提供	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	13. 食育の推進	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
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	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	15. 緊急時の自社と取引先との協力体制の整備	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：
	16. 緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備	＜御社の取組内容：250 字以内＞	＜写真など＞ ＜該当するHPのリンク＞ URL：

[3]

「ベーシック16」使用した企業の感想

自社の取組を客観的に評価することができました(A社)

16項目の具体例の洗い出しをされていて気付いた点がいくつかありました。その一つに、わかりやすい仕組みや体制を構築することが、取組としてまだまだ浅いと感じました。

現状を振り返るのに、とても役立ちました(B社)

丁度このような気付きのシートはないかと思っていたところでした。このラインを最低限やっておくべき基礎と考え、それを土台に付加価値で競争していきたいと考えております。

自社の取組を初めて文章化しました(D社)

こんな感じで良いのかと思いながら記入しましたが、自社の取組を初めて文字に起こしたような気がしました。改めて文字に起こしてみると、まだまだすべきことがあるように感じ、反省するところを再認識いたしました。

お客様への情報提供の不足に気付きました(H社)

今回実際に記入してみて、品質管理体制は整備されてきたものの、お客様への情報提供がまだ不足している事を認識しました。これからは今回の取組を活かし、お客様に商品情報を提供できるように取り組んでいきたいと考えております。

緊急時の取組が埋められていないことがわかった(I社)

項目に従って自社の取組を書き出していたが、「緊急時のコミュニケーション」ところに来て、社とくみ方と書き出せることがないことに気付く。この部分の取組の必要性を感じた。

「見える化」

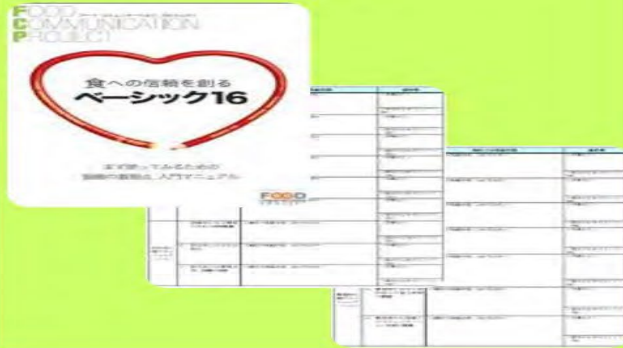
「気づき」

「食への信頼を創る「ベーシック16」 まず使ってみるための協働の着眼点入門マニュアル」より

[3] 企業・商品の「見える化」のためのFCPツール

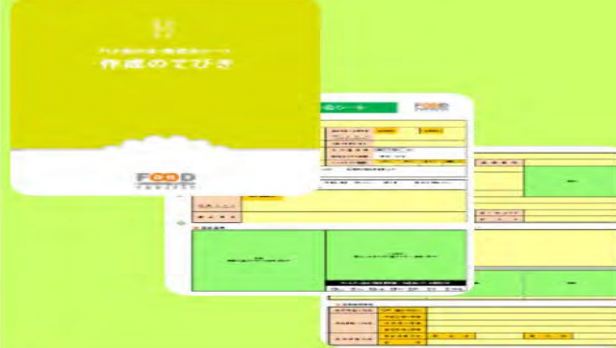
(1) ベーシック16

食品事業者であれば気をつけるべきこと（16分野から成る「協働の着眼点」）について、自らの業務を振り返り、自社の体制強化につなげる「確認シート」



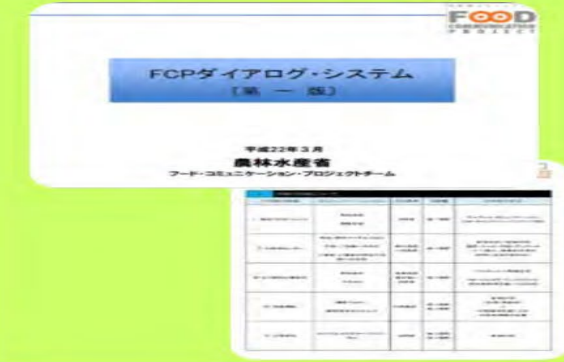
(2) FCP展示会・商談会シート

展示会・商談会において、「出展者」の効率的・効果的な商品の売込みと、「購入者」の効率的な商品発掘を可能にする、統一フォーマット



(3) FCPダイアログ・システム

消費者とのコミュニケーションを効果的に実施するための手引き（各企業の消費者コミュニケーションのたな卸し）



(4) FCP共通工場監査項目

工場監査を行う側・受ける側の双方にとって対応の効率化を図るため、監査のチェック項目を共有化したもの



(5) FCP共通工場監査項目指摘事例集

(4)の中から、監査担当者が特に注意を払う監査項目（29項目）を抜粋し、実際の監査シーンの事例から衛生・品質管理の現場を学ぶ事例集



(6) FCP企業力アッププログラム

(1)～(5)を活用し、FCPで企業活動全般の改善、事業展開に取り組むためのトレーニングツール（自習型及び集団研修型）

