

第3回 FCP 展示会・商談会シートの活用に関する研究会

日時：令和7年3月12日（水）14時00分～16時00分

場所：中央合同庁舎4号館12階会議室

次第：

1. 開 会

2. 議 事

（1）研究会活動の振り返り

（2）今後の研究会活動の方針について

（3）意見交換

3. 閉 会

※資料 2024 年度の活動の振り返りと来年度に向けた活動方針について

○2024 年度活動の振り返り（資料に基づく共有）

● FCP シートの活用状況

- デファクト・スタンダードとして一定の普及が実現（ただし、バイヤー等の年齢層によって認知度の格差がみられるのではないかな）。
- 表面（商品情報）は充実しているが、裏面（企業情報・品質管理関連）の記入が不十分なものが多い。
- FCP 本来の目的である、食品事業者間の協働促進、食への信頼向上という観点での FCP シート利用が普及しているとは言い難い状態。
- 地方の中小規模事業者にとって、FCP シートの記入、記入に伴う気づきの獲得などのハードルは引き続き高い状態。

● FCP シートに関する課題

- 食に関する知識・経験の少ない関係者の参入等に対応して、表示適正化、コミュニケーション充実等の取組が必要（例：ふるさと納税返礼品の適正表示、人手不足のなかでの人材育成、増加する EC 取引への対応など）。
- デジタル化を踏まえた対応が必要（ただし、事業者が独自サービスを提供している例もあり、農水省の直接対応については慎重な検討が必要）。そもそも何をもって“デジタル化”と設定するかも現状を踏まえて明確化し、対応を考える必要。
- FCP シートに書かれていることが真正であることの担保がない状態。普及を考えると真正性の担保の仕方を検討する必要はないかな。
- 法令の改正等を踏まえて、継続的にシートの見直しが必要。他方で、デファクト・スタンダードとなっていることを考慮し、安定性も重要。大幅な内容の改編が適切な状況ではないのではないかな。

○普及のターゲットに関する論点（資料に基づく共有）

- 地方の中小規模事業者への普及、業界の若手関係者（バイヤー等）への普及、新しい活用方策についての提案が課題。
- バイヤー等をターゲットする際の論点
 - ・ 業界の人手不足でバイヤー等の情報収集、コミュニケーションに限界（改めてバイヤー等に裏面情報の重要性を周知する必要性）
 - ・ 関係者の世代間の認識ギャップ（デジタル技術活用を前提とする若手バイヤー等への周知啓発の必要性）
- 地方の中小事業者（それを支援する地方自治体等）をターゲットとする際の論点
 - ・ 負担軽減のための、記入サポート等の普及啓発の必要性
 - ・ そもそもの利用の目的、メリットを意識した普及啓発（自らの取組の振り返り、体質強化への活用等）
 - ・ 地域の事業者が単独ではなく、コミュニティを形成して取り組む方向性（関連の地域産品開発事業との連携など）

○意見交換の主な内容

【来年度のターゲットに関する意見交換】

- ・ FCP 展示会・商談会シートの記載内容の真正性が課題となっていることを書き手・読み手の両方に伝える必要。真正性の確認、ファクトチェックをする人がいるとよい。
- ・ 来年度の活動対象者は、食品事業者が第一ターゲット。そこにファクトチェックを行う人が絡めるとなるとよい。
- ・ 自分の仕事のなかで感じるのは、食品安全マネジメントの第三者認証を取得した事業者であっても、実際には食品安全の体制が十分構築できているとは言えないところもあること。事業者に対して体制化を含めて FCP の取り組みを打ち込んでいくことが必要と思う。
- ・ デジタル化については、FCP でのデジタル化・電子化の定義を決めることが必要。デジタル化ができれば、真正性の確認もしやすくなると思う。
- ・ FCP シートの一番の目的は、商品を見つけてもらうことなので、そこに至るためのステップを明確化する必要があるのではないかと。活動の対象ターゲットはユーザー全体。
- ・ 課題となっていることの多くは普及と認識。普及の場を探す必要。特に若手向けの普及の場がなかなか無いので、それを見つけることが必要。
- ・ 即時に取り組める手段と段階的に取り組む手段とを分けて考え、即時にできることは来年度からやるのがよい。

- ・バイヤーは忙しいので研修会をやっても参加できない。バイヤーが集まる場がどこかにあれば、そこで出前授業もよいのではないか。
- ・来年度はデジタル化の内容の解像度を上げることをやってはどうか。例えば、確定申告に関わる場所では、インボイス事業者を国税庁がデータベース化公開していることで、品質保証（＝認証された事業者の公開）と、納税者側の効率化（＝自動入力できるなど）というそれぞれの面が一致している。そういうことを参考にして考えると、目指すべき方向性が見えてくるのではないかと思う。
- ・デファクト・スタンダードとなっていると言うが、FCP シートが自分の外の存在であると感じている。最近の商談・取引や展示会参加においても作成を求められることがなかった。例えば、作成した FCP シートを省庁に登録できる制度などがあれば多少違う存在となってくるのではないかと思う。
- ・FCP シートについて、表面は書けるが裏面は書けないというのは、HACCP 等にかかわる話なので問題である。また、FCP の普及が点にとどまっていると感じており、農林水産省の他の諸事業や取り組みと連動して、面として展開されるとよいのではないか。（例えば、産品開発事業においても FCP ツールが活用されるように連動するなど）
- ・FCP 商談会シートについて、基本的に事業者間のコミュニケーションに役立つものだが、シートの裏面の情報というのは消費者も関心がある。消費者に対して広めることで事業者を意識を向けさせるというのものもあるのではないか。地方の事業者に対しては地方自治体と連携することがよい。
- ・産直対応の EC サイトについてはふるさと納税と似たところがあり、食品安全の知識がない人などがやっており、心持ちは「販売」ではなく「紹介」しているような感じなのではないかと思う。
- ・地方自治体での使われ方は、農村振興課が産品開発事業でカルテをつくる、産業振興・ブランド課の事業でそのためにカルテをつくるという形になっている。その際に代筆する人がいると、事業者本人が気づきを得る機会がなくなってしまうという課題がある。
- ・先日、シート作成が難しいという事業者に出会った。ある商談会に出展することになったが、必要資料としては FCP 商談会シートだけがただ送られてきたような状態だった。担当者はお客様対応担当なので表面しか知識がなく裏面が書けない。しかし裏面も、製造は認証付き農産加工所で行っていることから既存のマニュアルが活用できることを伝え、外部委託の袋詰め工程についても委託手順書があることを伝えたら自力で記載することができた。そうしたハンズオン支援の機会をどれだけつくれるかが重要で、支援の機会をつくるには地方銀行と連携するのが有効ではないかと感じた。

- ・ 地方の食品メーカー、特に零細企業は自社のチラシやパンフレットで商談に対応している状況。FCP シートを広めるには、意義やメリットを理解してもらうことが必要ではないか。
- ・ FCP シートを書く意義だけでなく、メリットが必要。例えば、デジタルデータ化することで、マッチングプラットフォーム上で商談ができるようになるというのではないか。また、FCP シートを 1 度作成するだけでなく、商品等の変更があった際にそれに合わせてアップデートができていない事業者がいることも課題である。

○来年度の活動内容に関する論点（資料に基づき共有の後、意見交換）

- 来年度の研究会活動の基本的な考え方の提案
 - ・ 主なターゲットを地方の中小事業者としてはどうか。
 - ・ 地域での普及啓発、支援機関のサポートに役立つツールを提供してはどうか。
 - ・ デジタル技術の活用との相性も考慮し、短編動画等を検討してはどうか。
 - ・ 農水省 FCP ホームページの内容更新・充実に貢献することを考えてはどうか。
 - ・ 関係者のモチベーションにつながるよう、具体的な成功事例、新たな活用方法の事例収集・紹介を検討してはどうか。
 - ・ 具体的な普及啓発を考慮して、関連の農水省事業に参画している地方自治体関係者もメンバーに加わる開催方式を検討してはどうか。
- 具体的な取組の提案 短編動画の制作と普及
 - ・ 短い普及啓発用の動画を参加メンバーで作成し、農水省 FCP ホームページに掲載することとしてはどうか。
 - ・ 例えば、「FCP シートの基礎」「記入のコツ」「実際の活用事例」「地域コミュニティでの活用」など、研究会でテーマを検討し短編動画（3～5 分）を制作。
 - ・ 農水省の FCP の HP の FCP シートに関するコーナーに掲載し、各地域の商工会、自治体、食品関連団体、展示会主催者などが活用できる形式としてはどうか。
 - ・ 農水省の地域産品開発に関する事業を実施している自治体等と連携し、具体的な事業の際に利用し、普及することとしてはどうか（例：展示会・商談会、事業者向け研修・勉強会で活用）。
 - ・ 来年度、若手フォーラム、新たな知見の蓄積勉強会等との連携を検討してはどうか。

○意見交換の主な内容

【来年度の活動に関する意見交換】

- ・ 農林水産省内でのルートを通じた FCP シートの普及の場の創出について、地方農政局を通じた展開が必要。農水省内の産品開発担当など関連部署への情報連携はすぐにも可能ではないか。
- ・ 地方農政局で輸出（GFP）を扱う部署がある。そうした部署と FCP の利用方法や意味などの実質的・実利的なところを伝える取り組みを行ってはどうか。GFP の担当部署は、都道府県の輸出担当ともつながりがある。
- ・ 活動の対象については、特産品等を扱う催事事業者などもターゲットとした方がよいのではないか。
- ・ 農林水産省の補助事業を活用する場合は、FCP シートを書くことが要件になっているものがあるので、その際の取り組みとして WEB で記入ガイドを公開するのはよいのではないか。
- ・ SDGs には目標 12 番に作る側の責任があり、親和性がある。SDGs と絡めて普及するのはよいのではないか。SDGs は指標の達成度が要件となっているので、成果指標として FCP シートの作成・公開と設定するよう促していくことは有効かもしれない。
- ・ 普及の場としては、大規模展示会を活用してはどうか。
- ・ FCP シートは実業の未来のために作成するもの。事業者がステップアップしていった先には卒業もあると考える。そうした成長のための補助ツールとして、地方自治体の農林水産部署などでランチをつくるなど、各地で小規模な活動体・場が展開するようなあり方を推進していくのがよいのではないか。

以上