

# 「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5月  
農林水産省表示・規格課

## 1. FCPの概要

(1) 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み (3カ年計画)

(2) 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みの活性化により、消費者の信頼向上を図ることを提案

(3) 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

## 2. 平成20年度の取組

(1) 多様な関係者と農林水産省との間で「情報ネットワーク」を構築

- ・FCPの基本的な考え方に賛同する食品事業者等と情報を共有し、意見募集等を実施
- ・昨年6月から募集を開始し、4月現在で、約230社／団体が参画

(2) 作業グループによる「協働の着眼点 (第1版)」を策定

- ・製造、卸売、小売の業種別、観点別に9つの作業グループを編成。計70社が参画して、計42回会議を開催
- ・「食に携わる関係者が、それぞれの立場で、また連携して消費者の信頼を高めしていくために着目すべきポイント」を、現場の知恵を積み上げて作成

(3) 「協働の着眼点」の活用方策を「研究会」で検討し、提言をとりまとめ

- ・「企業行動の情報発信」「アセスメント」「地域活性化」の3テーマで、計88社／団体が参画して、計16回会議を開催
- ・平成21年度以降、FCPが推進すべき (自らも参加を希望する) 研究会や実行可能性調査 (パイロット事業) について、農林水産省に提言

### 3. 平成21年度の展開

平成21年度は、昨年度整えた仕組み「協働の着眼点」の活用事例を創っていくことが最大のテーマ。

さらに、食品事業者等の具体的な活動を消費者、食品事業者等に伝えていく動きも本格化。

#### (1) 食品事業者等に対して「協働の着眼点」の活用を働きかけ

- ・パンフレット等の説明資料を開発し、あらゆる機会を捉えて、FCPの主旨や取組内容を分かりやすく情報発信
- ・「協働の着眼点」の活用事例を収集し、消費者、食品事業者等に対して発信、さらなる活用を促進
- ・地方公共団体等と連携した普及活動や情報共有NW参加者の協力を得た説明会を重点的に実施

#### (2) テーマ別の研究会やパイロット事業で具体的な活用例を創出

- ・情報共有NW参加者を対象に、「協働の着眼点」の具体的な活用に関するテーマ別研究会、パイロット事業(実行可能性調査)を実施
- ・【想定されるテーマ】  
消費者との対話促進、マスメディアとの意見交換のあり方、FCPポータルサイト(仮称)の構築、アセスメントシート開発、業務評価基準の開発、商談会での活用促進、工場監査の基礎項目の標準化・共有化 等

#### (3) 食品事業者等の中の「協働」の取組を活性化

- ・テーマ別研究会やパイロット事業に参加する食品事業者等の中で情報共有、意見交換を活性化し、消費者の信頼向上のための調査・研究など、業種を越えた「協働」の取組が展開される機運を醸成
- ・FCPの活動を対外的に表明する自主賛同の仕組み(キャッチフレーズ等を含む)を検討し、食品事業者等の連携強化を促進

#### (4) 「協働の着眼点」の持続的な改善

- ・食品事業者等と消費者、地方公共団体、農水省等が参加する「対話」の場を試行することなどにより、社会的要請を踏まえて「協働の着眼点」を持続的に改善する仕組みを検討
- ・情報共有NW参加者に参加を呼びかけ、「協働の着眼点(第2版)」の策定について検討する作業グループを開催