

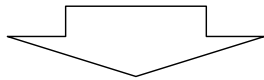
1 本研究会の目的と課題

- 研究の目的 -

3年目を迎えたフード・コミュニケーション・プロジェクト(以下、FCPという)は、活動の中心となるFCP情報共有ネットワーク(以下、FCP情報共有NWという)への参加事業者等を着実に増やしつつあり、また、「協働の着眼点」の多様な活用方法が研究・開発されはじめました。

しかしながら、食品関連事業者全体に対するFCPの浸透度はまだまだ低く、また、消費者への認知についても今後の課題となっています。状況下、中小を含めた多くの食品事業者等がFCPの理念に賛同し、「協働の着眼点」を活用して、自社・フードチェーンにおける取り組みを活性化することが必要であり、さらには、消費者に対する認知向上を促すための方策を講じていくなど、食品事業者等と消費者に対して「FCPの普及」を戦略的に展開していくことが重要です。

本研究会においては、FCPの自立的展開を促すため、広義な意味も含めた「普及のあり方や普及方法」に関わる研究と実践的取り組みを行うことを基本的な目的とします。



- 課題の抽出 -

- 食品事業者等のFCPへの参加を拡充する「普及」方法の研究と実践
- 食品事業者等の活動参加の動機付けとなる消費者への周知
- 「協働の着眼点」活用によるマーケティングやビジネスモデルの構築
- 普及を集約して行うことの出来る既存食品関係等のネットワークの活用推進基盤づくりのための事業者協働のあり方等の検討
- 事業効果や信頼向上を科学的に測定、検証する手法・評価基準の確立

2 研究テーマの設定

本研究会は、FCPの普及のあり方や方法の研究と実践を行います。

研究テーマは、普及を行う主体から「FCP情報共有ネットワーク参加事業者の主導による普及のあり方研究」と「産学官協働による普及のあり方研究」の2つに大分し、それぞれに複数の研究テーマを設定します。

FCP情報共有NW参加事業者の主導による普及のあり方研究

小売店舗のメディア化手法の研究
事業者行動「見せる化」マーケティングの研究
その他の戦略的普及のあり方検討

産学官連携による普及のあり方研究

実習型教育プログラム等の研究・開発
出版・寄稿等活動による普及方法の研究
信頼度の測定のための評価基準等の研究 * <参考>

<参考>

- * ブータン「国民総幸福度、GNH(Gross National Happiness)」
- * 英NEF「地球幸福度指数、Happy Planet Index、HPI2.0」
- ・143カ国地域対象 ・生活満足度・寿命・環境負荷などから算出

3 成果目標

3-1 目標の考え方

FCP情報共有NWへの参加者数が国内全食品関係事業者の2~3%(約4,000事業者)に浸透すると、FCPの認知が飛躍的に拡大していくという仮説の基に、現状の567事業者(H22年5月末現在)から4,000事業者のFCP情報共有NWへの参加を促すことのできる「普及のあり方や方法」の研究と実践を行います。

また、広義の意味の普及のあり方として、FCPの持続的な発展を確保するため教育・人材育成のあり方等を検討・研究し、テキストやプログラムの作成につなげます。

・[4,000事業者の内訳イメージ] 大企業 = 100社 中小企業 = 3,900社

主な食品事業者数

	総数	中小企業者		
		小規模企業者	中小企業者	大企業者
食料品製造業	23,488	15,401	22,993	495
飲食料品卸売業	36,960	17,252	35,999	961
飲食料品小売業 各種商品小売業	77,086	41,712	73,371	3,715
合計	137,534	74,365	132,363	5,171

平成18年事業所・企業統計調査「全国(会社企業)結果」より

小規模企業者、中小企業者を従業員数から算出し、それ以外を大企業者としている
・製造業：小規模企業者 = 従業員数19人以下、中小企業者 = 従業員数200人以上
・卸売業：小規模企業者 = 従業員数4人以下、中小企業者 = 従業員数5人以上
・小売業：小規模企業者 = 従業員数4人以下、中小企業者 = 従業員数5人以上

3-2 成果目標

FCP情報共有NW参加事業者の主導による普及のあり方研究

FCP情報共有NWが主体となって、食品事業者等及び消費者に対して普及・啓発活動を実施することのできる方法やプログラム等を研究・開発します。

- ・店頭等におけるメディア化の手法
- ・「見せる化」普及プログラムのパッケージ化

産学官協働による普及のあり方研究

長期的な視点のもとに、教育におけるFCPの導入のあり方を研究するとともに、企業の教育CSR等についても検討します。大学においては、FCPを積極的に教育に組み込むことで、その活動内容を科学的に検討し学問的基礎を与え、さらに関連する制度やマネジメントをレビューしながら、食の信頼の理論の構築とその実践を目指しつつ、教科書や講座づくりにつなげていきます。

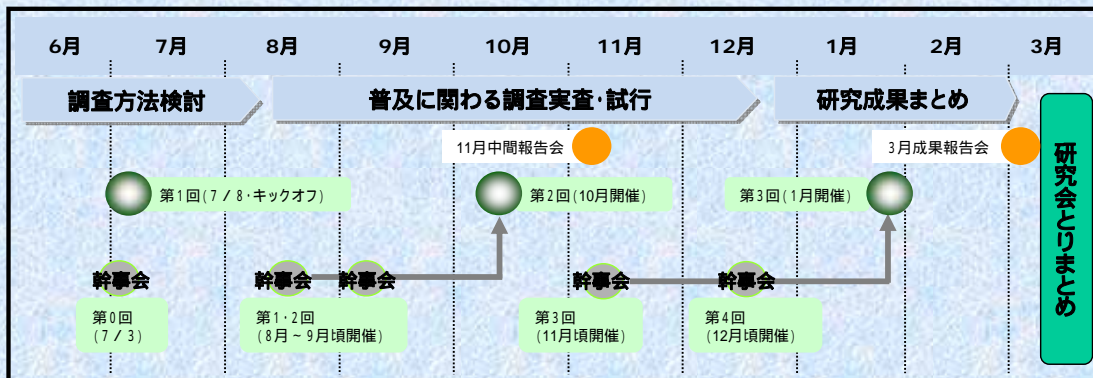
- ・大学における実習型FCP教育プログラム
- ・「信頼」を測定するための指標・評価基準

4 研究会の進め方

研究会を年間3回開催し、別途幹事会も4回程度開催する予定です。内容は、下記のとおり予定しています。

- ・(第0回 幹事会): 7月3日(土) 予定 <研究会の運営、研究テーマ・方針について>
- ・[第1回 研究会]: 7月8日(木) 14:00~17:00 研究テーマの洗い出し 研究方針、課題の共有
- ・(第1・2回 幹事会): 8月~9月頃開催予定 <店頭PR等の各種普及方法の試行>
事業者・消費者に向けた普及活動の試行
信頼向上の測定基準作成のための調査等の実施
効果検証のための事前調査等の実施
- ・[第2回 研究会]: 10月頃開催予定 普及手法等の検討・共有 指標化の考え方検討
- ・[全体成果報告会]: 東京大学にて11月実施予定
- ・(第3回 幹事会): 11月頃開催予定 <試行結果等検証>
調査及び試行結果の分析
- ・(第4回 幹事会): 12月頃開催予定 <まとめ作業>
普及手法・あり方まとめ 信頼度指標の作成
- ・[第3回 研究会]: 1月頃開催予定 研究成果(案)の報告・検討
- ・[全体成果報告会]: 東京大学にて3月実施予定

5 スケジュール



6 研究体制

6-1 研究会のメンバー候補

【研究会】

本研究会は、FCP情報共有NW参加者、及び、平成21年度FCP推進アドバイザーボード、平成21年度ファシリテーターから参加者を募る。

【幹事会】

幹事会は、東京大学食の安全研究センター(中嶋准教授)、青森中央学院大学(塩谷教授)、オラルひとしくみ研究所(小阪代表)、東京農大山村再生支援センター(中山学術研究員)、アール・ピー・アイ(長澤取締役)、他とする。

【アドバイザーとの連携】

FCPアドバイザーと連携し、情報共有や意見聴取・交換のため、FCPアドバイザーとの連携方を検討する。

6-2 参加メンバーの役割

【食品事業者等(アドバイザーを含む)】

食品事業者・周辺事業者及び消費者への普及に関わる実践的な研究活動及び、学術研究のフィールド提供等の協力。

【アドバイザーボード・ファシリテーター】

研究活動における学術、実用面からのご助言・ご意見及び、具体的テーマの研究・開発の実施・協力。

【幹事】

研究テーマ・内容のコーディネーター、研究活動方針の検討、特定テーマの研究活動。

6-3 運営態勢

