

平成 22 年度 フード・コミュニケーション・プロジェクト (FCP)
第二回 「企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会の活用促進研究会」

日時 平成 22 年 10 月 8 日 16:00～17:30

場所 中央合同庁舎 4 号館 1220、1221 会議室

出席者 18 社 21 名様

<次第>

1、開会挨拶

農林水産省 FCP チームリーダー 神井調査官

2、規格化にむけた調査事業に関する進捗報告

株式会社三菱総合研究所

3、事例紹介

4、意見交換

- ・ FCP 商談会・展示会シートの具体的な活用に関して
- ・ シートの項目に関して etc・・・

5、その他

<概要>

冒頭で FCP 展示会・商談会シート（以下、「FCP 商談会シート」という。）と FCP 和歌山ブランチの事例紹介を行った後に、FCP 中間報告会等について FCP チームリーダー 神井調査官より説明を行った。

また、本研究会の進め方について、改めて説明し、商談会シートのフォーマットの標準化に関する枠についての意見交換と、その枠の中にいかに魅力的な内容を書くかという中身についての意見交換を区別しながら会を進めていくことを話した。

次に平成 22 年度 食の情報提供活動促進委託事業の検討について株式会社三菱総合研究所より説明と協力依頼を行った。

続いて事例紹介と「FCP 商談会シート」に関する意見交換を行った。

事例紹介、意見交換等の概要に関しては以下の通り。

(A 社)

- ・ 「FCP 商談会シート」はファーストコンタクト時のシートとしては、全体的に品質管理、衛生管理面が強い気がするという意見もある。
- ・ (売り込みたい商品の) お勧めのレシピ、メニュー提案があってもよいのではないか。
- ・ 商品特徴とは別に、キャッチコピーやセールスポイントといった、例えば 20 文字程度の POP に収まるような項目があればよいという意見もある。

- ・ 売り先の「小売」を、さらに「量販店」、「百貨店」等に細分化したほうがよい。
- ・ 希望小売価格に税込の追記。
- ・ 商品の供給可能時期も項目追加してはどうか。
- ・ 原料原産地の表示は全ての表記があった方がよいのではないか。
- ・ 保存温度帯だけでなく、流通温度帯も加えたほうがよいのではないか。
- ・ 返品可否を加えたらどうか。
- ・ PL 保険等への加入の有無があったほうがよい。
- ・ 希望小売価格だけでなく、値入率も追加してはどうか。
- ・ このシートを活用して2～3分程度でバイヤーに説明できるような研修も含めた体制づくりも大切だと感じる。
- ・ この展示会・商談会シートはよくまとまっていると感じる。
- ・ 商品写真に一括表示があるのは分かりやすく、とてもよい。

(B社)

- ・ 「FCP 商談会シート」を実際に活用しているが、製造工程等アピールポイントや、品質管理情報は、実際に記入する事業者のレベル等により内容の差が大きい。

(C社)

- ・ 昨年度から複数の商談会等で、「FCP 商談会シート」を実際に活用してみて感じるのだが、事業者にはまだまだ記入する経験が不足している。繰り返し記入内容を検討する教育をしていく必要がある。

(D社)

- ・ 商品売り（込み）方を勉強したほうがよいとバイヤーから言われることも多く、そうした意味で、「FCP 商談会シート」を知り、実際に活用することにより、そうしたニーズにも応えたい。
- ・ 「FCP 商談会シート」は売ることを手助けするツール。そこには商品のストーリーが大切になり、記入の仕方も重要となる。
- ・ 製造工程等アピールポイントにおいて、実際の写真とポイントの箇条書き等のセットで記入するような提案もしている。

(E社)

- ・ シートを実際に作成することにより、商談会当日における話し方や話したい順番や、思いがけない質問への対応等、頭の整理をすることができるのではないか。

(F社)

- ・ シートの項目等に関して、現状でよいと思う。昨年度つくったシートを「こういうものがあるんですよ」と、浸透させていくことが大切。広く浸透して始めて次の議論だと思う。まずは現状（項目）重視だと考える。

(G社)

- ・ まず、シートそのものの普及と、シートを記入することが必要、という考え方の普及が大切。
- ・ 事業者が自分たちの言いたいこと、伝えたいことをキチンと伝える訓練が第一。それができるようになってから、その次のステップとして項目の見直しの議論をしていくほうがよい。
- ・ 企業によって、専門的な用語の使い方は異なるため、項目検討の際にも注意が必要。
- ・ まずはシートを実際に記入することが大切。シートの項目に慣れ始めている事業者・バイヤーがキャッチアップする時間が必要。
- ・ 品質管理色が強いという意見があったが、一部ではむしろ、品質管理面の項目が不足しているとの指摘もあった。両方の意見があるということは、適当な内容ということかもしれない。

(H社)

- ・ 海外での商談会に「FCP 商談会シート」の一部を活用。現地でも分かりやすいとの声。その際、（出展企業紹介の代表の）メッセージを重視する傾向があった。

(I社)

- ・ 展示会・商談会で活用するシートはこれ以上項目を増やして、難しすぎるようにしてはよくないと考えている。
- ・ （先ほど 20 文字で商品特徴という話もあったが、）20 文字で本当に言いたいことが伝わるのか疑問。新たに出てきた項目や意見は中小企業にとって記入することが難しすぎて拒否にならないよう、精査する必要があるのではないか。
- ・ 写真添付時には写真のカット等に関する基準のようなものがあってもよいのではないか。
- ・ 現状のシートのままでよいと感じている。

(J社)

- ・ 現在、自社で独自に使用しているシートと比較してみたが、「FCP 商談会シート」で不足しているのは、アレルギーと栄養成分に関する項目程度であり、他は、ほぼ一致しており、概ね必要事項を備えていると考えて良いのではないか。

(K社)

- ・ 製造工程等アピールポイントの項目は記入が難しいとの声がある。
- ・ バイヤーに見せるものとしては、ターゲットの項目についてはそもそも記載する必要があるのか疑問も感じる。
- ・ PL保険、リコール保険については、項目があった方がよいのではないか。
- ・ また別途、商談会ごとに冊子を作る際などに、複数商品を掲載しようとする、裏面は共通しているため繰り返しになってしまう。この商談シートの中からどれだけ抜粋すべきか、自社の運用について、研究会メンバーにもアドバイスをいただきたい。

(L社)

- ・ 「FCP 展示会・商談会シート」は（バイヤーの立場から）知りたい必要な項目は揃っていると感じている。このシートはあくまで（取引を）決めるためのものではなく、（取引の）とっかかりのためのものであると考える。このシートをもとに質問をしていけばよい。

(M社)

- ・ FCP 展示会・商談会シートの作成の理念としては、ファーストコンタクト時の優先順位なども含め、昨年度の研究会で作りに上げていったという経緯がある。そのため、研究会の中での議論の結果、いろいろな項目を落として現在のシートになったということ再認識しておく必要がある。
- ・ そういう作成の理念を前提にこのシートを考えた際、今まで商談会に出ることができない、そうしたレベルになかった実際は良い商品を持ってはいる事業者が商談にのっていただけるようにするためのシートである。現状の項目で良いと感じている。項目が難しすぎて、書けない事業者が多くなってしまふことは好ましくない。
- ・ 例えば、ターゲットの選択肢についても昨年度、「小売」の項目をもっと詳細に区分すべき意見もあったが、中小の事業者の負担や必要性を考えて協議し、現シート程度の項目でよからうという結論にした経緯がある。
- ・ 商品説明について、（20文字程度で）POPに収まる範囲にするというのは、実際はバイヤーが考えなければいけないこと。このシートでターゲットにしている中小零細事業者の負担を考慮すると、事業者に考えさせることではないのではないか。

(N社)

- ・ JGAP、HACCP などの記述の仕方等について補足説明や見直しを検討してもよいのではないか。

(O社)

- ・ 「FCP 商談会シート」は良くまとまっており、最初の出会いの場面では、現状の情報量で十分だと感じている。

(P社)

- ・ 商談のとっかかり、という意味では現状のままシンプルなものがよい。
- ・ アレルゲンは重視すべき項目であり、それだけは入れた方がよいと感じている。

<事務局>

「FCP 商談会」シート見直しについて、12月初旬までに素案を作成し、意見を伺いたい。個別にヒヤリングを実施するので協力をお願いしたい。12月末には素案を確定をしていく予定。次回研究会は、1月を予定としている。

最後に FCP 中間報告会の案内を行い、終了した。

<配布資料>

資料1 第二回研究会資料

資料2 FCP 展示会・商談会シート

資料3 「協働の着眼点」樹形図（業種別～製造）

参考資料① 事例紹介に関する資料

参考資料② 規格化に関する資料