

『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』

第二回 研究会 議事次第

日時：平成22年10月8日（金）16:00-17:30

場所：中央合同庁舎4号館 1220～1221 会議室

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)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

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）

平成22年10月8日(金)16:00~17:30

「企業力向上の場としてのマッチングフェア・商談会」の活用促進に関する研究会

第二回参加者名簿

* 個人情報保護の観点から参加企業／団体名のみ掲載します。

1	株式会社アール・ピー・アイ
2	イオンリテール株式会社
3	一神商事株式会社
4	伊藤ハム株式会社
5	株式会社イトーヨーカ堂
6	株式会社京王百貨店
7	株式会社JTB西日本
8	静岡銀行
9	信金中央金庫
10	社団法人新日本スーパーマーケット協会
11	株式会社高島屋
12	千葉銀行
13	株式会社東急ストア
14	社団法人日本能率協会
15	三菱商事株式会社
16	横浜商科大学 地域産業研究所
17	リッキービジネスソリューション株式会社
18	株式会社菱食

【オブザーバー】

1	株式会社三菱総研
---	----------

※敬称略 企業/団体名 五十音順

**平成22年度 FCP
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について**

平成22年10月

農林水産省

フード・コミュニケーション・プロジェクトチーム

研究会の目的

- 研究会主催：農林水産省 フード・コミュニケーション・プロジェクト(FCP)事務局
- フード・コミュニケーション・プロジェクト(以下FCPとする)の基本的な考え方に基づき、平成21年度に作成した「FCP商談会・展示会シート」の活用に関する情報を共有し、広く普及させるための意見交換を行います。

本研究会では、具体的に「FCP商談会・展示会シート」を活用した結果をご報告いただき、「FCP商談会・展示会シート」活用に関する情報を共有し、「FCP商談会・展示会シート」を広く普及させるためのご提案や課題解決に向けた意見交換を行います。

併せて、「協働の着眼点」を活用した食品事業者の取組事例に関する情報を広くご提供いただき、意見交換を行うとともに、「協働の着眼点」をより良いものに見直すための情報の提供、改善に向けた提案をしていただきます。

○研究会の情報共有ネットワークの構築

メーリングリストを作成し、「FCP商談会・展示会シート」の活用状況及び、「協働の着眼点(第1版)」の活用事例等に関して、研究会に所属するメンバー間の情報共有を促進します。

研究会のスケジュール

○研究会：第1回を含め、年間3回、全体報告会2回実施を予定しています。内容は、下記の通り予定しています。

・【第1回 研究会】：7月2日(金)10:00～12:00、合同庁舎4号館

平成22年度「企業力向上の場としてのマッチング・商談会」の活用促進に関する研究会の進め方と、「FCP商談会・展示会シート」の今後の活用に関する意見交換等

・【第2回 研究会】：10月8日(金)16:00～17:30、合同庁舎4号館

研究会参加メンバーのシート活用状況に関する情報共有及び、「FCP商談会・展示会シート」に係る農林水産省の規格検討に関する調査の進捗報告

・【全体中間報告会】：11月8日(月)午後 東京大学弥生講堂

・【第3回 研究会】：1月実施予定(後日ご案内)

シート・「協働の着眼点」の活用、項目等に関する意見交換、研究会の取りまとめ及び、「FCP商談会・展示会シート」に係る農林水産省の規格検討に関する調査の進捗報告

・【全体成果報告会】：東京大学にて3月実施予定(後日ご案内)

※「FCP展示会・商談会シート」に係る農林水産省による規格の検討について

今年度農林水産省表示・規格課では、商談会・展示会での情報のやり取りに関する規格の策定を検討するため、商談会の実態調査及び「FCP商談会・展示会シート」の利用に関する実態調査を行います。これは、食品事業者による消費者への食品情報の提供及びその前提となる事業者間でのやりとり等の手順について、適切性かつ透明性を確保するための農林水産省の規格の策定に向けた調査です。

この調査の一環として研究会参加皆様には、商談会シートの使用実態について、関係者ヒアリングやグループインタビュー等のご協力をお願いさせていただくこともあります。

研究会メンバーの「展示会・商談会シート」活用状況

研究会メンバー	商談会等の種類	会場	日程	出展社数/ 来場者数	シートの活用等
(株)JTB西日本	食の発掘商談会	全国5箇所 (大阪・札幌・福岡・ 仙台・東京)	11/4～2/22 (随時開催)	380社/ 380社	○(項目変更有り) 出展企業紹介、商品提案書に利用
千葉銀行 静岡銀行 リッキービジネスソリューション(株)	Food Selection 2010(地銀32行)	東京ビッグサイト	11/9	約660社/ 7,500人	○(項目変更なし) Web入力、当日は2品程度に絞ってシート配布
(社)新日本スーパーマーケット協会	スーパーマーケット・ トレードショー 2011を はじめとする40箇所超の商談会等	東京ビッグサイト (全国各地)	2/8～2/10 (トレードショー)	約1,100社/ 80,000人 (トレードショー)	△(検討中) 申込み書、商品カルテへの活用を検討
(社)日本能率協会	FOODEX JAPAN 2011	幕張メッセ	3/1～3/4	約2,500社/ 73,000人	○(項目変更なし) Web入力、当日の配布有り

※日程順に記載。他にも個別の展示会・商談会等にて随時活用。

FCP「展示会・商談会シート」各項目への意見

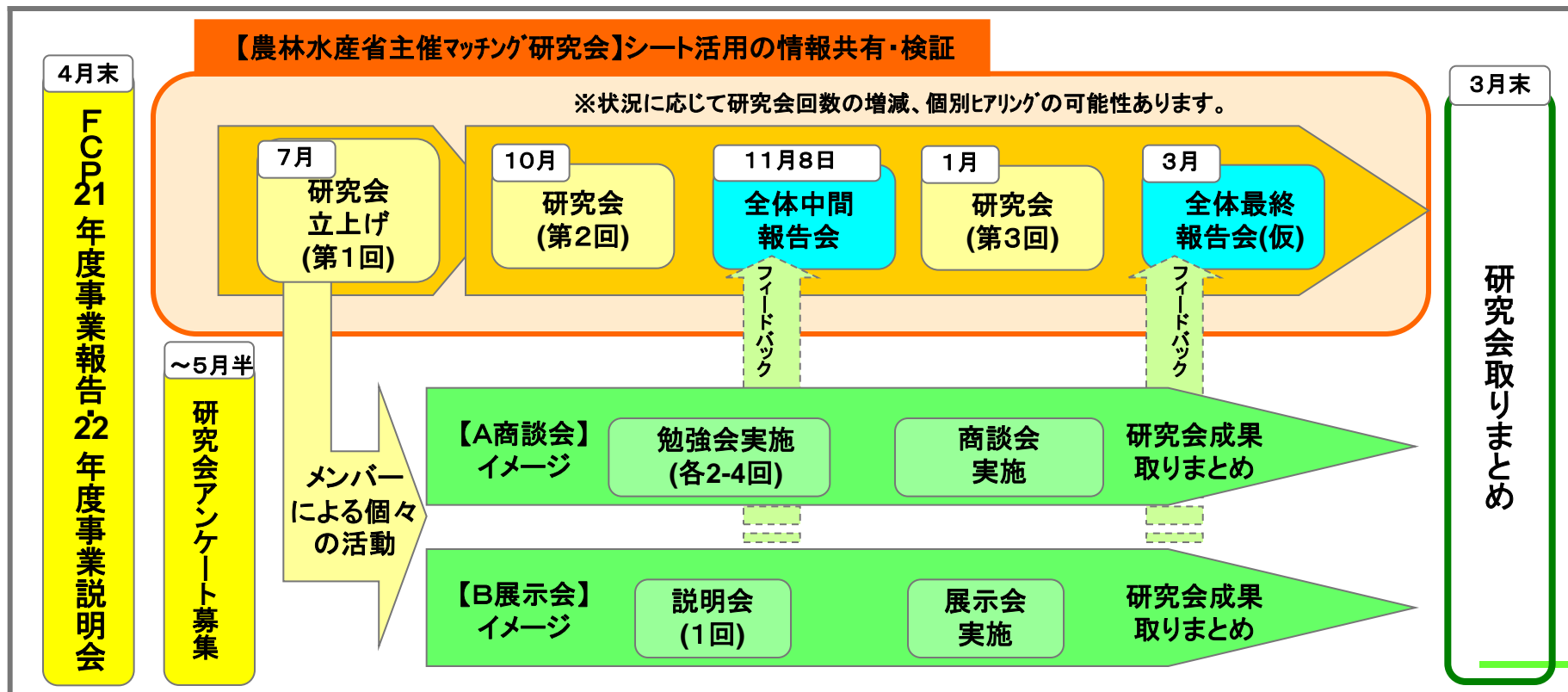
- (1)商品名 品目(商品カテゴリ)の追加。
- (2)最もおいしい時期 最もおいしい時期＋供給可能時期。
- (7)希望小売価格 「税込」の文言追加。 原価、値入の追加。
- (14)認証・認定機関の許認可 項目を追加をしてはどうか。(例:GAP農水省ガイドライン)
- (15)ターゲット 1)フードサービスに補足説明。
4)小売を量販店、百貨店などに細分化。
販売希望エリアの追加。例:全国、首都圏、海外…
- (17)商品特徴 セールスポイント(例えば20字ぐらいで)としてはどうか。
- (15)～(17)まで おすすめのレシピ、メニュー提案等を加えてはどうか。
- (19)～(26)までの出展企業紹介 資本金、決算月、主要取引銀行、主要取扱品等の項目の追加。
- (26)担当者、e-mail、TEL、FAX 直接連絡先として、もう少しわかり易く(目立つように)してはどうか。
- (28)～(30)までの品質管理情報 保険加入の有無(PL保険、リコール保険等)の項目の追加。

FCP「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

○農林水産省主催 FCP企業力向上の場としての商談会・展示会研究会

【回数】全3回開催(予定)、【目的】FCP商談シートの活用拡大と検証

- ・平成21年度に作成したFCP商談会・展示会シートを参加メンバーを中心に様々な商談会、展示会等で活用し、そのシートの周知・普及を図る。
 - ・また、シートを実際に活用した際の、主催者・出展者・来場者(バイヤー等)それぞれの意見や感想を参加メンバーで情報共有し、シートの項目に関する検証も行う。
- ※ML等で随時情報共有。各商談会・展示会での農林水産省のシート説明等も可能。



展示会・商談会シート

記入日：

商品特性と取引条件

商品名(1)			
最もおいしい時期(2)		賞味期限・消費期限(3)	
主原料産地 (漁獲場所等)(4)		JANコード(5)	
内容量(6)		希望小売価格(7)	
1ケースあたり入数(8)		保存温度帯(9)	
発注リードタイム(10)		販売エリアの制限(11)	有・無
最低ケース納品単位(12)		ケースサイズ(重量)(13)	縦 × 横 × 高さ (kg)
認証・認定機関の許認可 (商品・工場等)(14)	有機JAS HACCP ISO JGAP その他()		

ターゲット(15)	売り先 (複数可)	1)フードサービス 2) 商社・卸 3)メーカー 4)小売 5)ホテル・宴会・レジャー 6)その他()
	お客様(性別・年齢層など)	
利用シーン(16) (利用方法・調理例等)		
商品特徴(17)		

商品写真 (18)



出展企業紹介

出展企業名(19)			
年間売上高(20)		従業員数(21)	
代表者氏名(22)			
メッセージ (23)			顔写真
ホームページ(24)			
会社所在地(25)			
工場所在地(25)			
担当者(26)		e-mail (26)	
TEL (26)		FAX (26)	

製造工程（農林水産品の場合は、生産工程）等アピールポイント (27)

工場写真 (外観)	工場写真 (内部)	工場写真 (清掃状況)

品質管理情報

商品検査の有無(28)	有・無（「有」の場合⇒検査項目：_____）	
衛生管理への取組(29)	製造工程の管理	
	従業員の管理	
	施設整備と管理	
危機管理体制 【担当者・連絡先／記録】(30)		

展示会・商談会シート項目と着眼点との関連

(生産者・加工業者からみたシート項目の記入目的等について)

シート項目	番号	目的と記入項目	着眼点項目
商品特性と取引条件			
実際の取引を検討する場合には、今後、下記の項目以外にも多くの項目を示していく必要がある。ここで取り上げるのは、最初の出会い(ファーストコンタクトレベル)で最低限必要とされるものである。			
商品名	(1)	【基本情報】 商品の基本情報を示す。 また、展示会・商談会では、出展商品の「アピールポイント」が何であるかを明確に示すことが必要である。 これまでの展示会・商談会では、明示されることが少なく、かつ来場者にとって、大きな関心のある項目である「最もおいしい時期」(旬)を設けている。これは、イベントで活用できる時期等でも商品の特性が最も明確になる時期が良い。	
最もおいしい時期	(2)		
賞味期限・消費期限	(3)		
主原料産地(漁獲場所等)	(4)		
JANコード	(5)		
内容量	(6)		
希望小売価格	(7)		
1ケースあたり入数	(8)		
保存温度帯	(9)		
発注リードタイム	(10)		
販売エリアの制限	(11)		
最低ケース納品単位	(12)		
ケースサイズ(重量)	(13)		
認証・認定機関の許認可(商品・工場等)	(14)	【目的】 食に関わる認証・認定機関の許認可の情報を示す。 【記入項目】 該当があれば、○で囲む。 ・有機JAS、HACCP、ISO、JGAP、その他	4-(1) (2) (3) 5-(1) (2) (3)
ターゲット	(15)	【目的】 商品をどういったお客様に販売したいのか明確ではない場合が多くみられる。展示会・商談会の来場者に、商品のターゲットを示すことで、商談の効率化等が図られる。 記述内容は、販売先(フードサービス、商社・卸、メーカー、小売、ホテル・宴会・レジャー)、性別、年齢層等どういったお客様を主な対象と考えているかを明示する。(例えば、「全て」の場合にはその根拠も。) 【記入項目】 ⇒自由記入 ・該当があれば、○で囲む。 (フードサービス、商社・卸、メーカー、小売、ホテル・宴会・レジャー、その他 ※FOODEX JAPANによる分類を援用した。) ・年齢・性別等属性ターゲット	6-(1) (2) 12-(1) (2) 13-(1) (2)
利用シーン	(16)	【目的】 出展商品の利用シーンを記述する。記述内容は、商品の利用方法(食べ方、関連イベント、調理例等)等、どういった利用シーンを考えているかを明示する。 【記入項目】 ⇒自由記入 ・利用方法 ・調理例 他	

※着眼点項目の番号は、「大項目番号－(中項目番号)」である。

シート項目	番号	目的と記入項目	着眼点項目
商品特徴	(17)	<p>【目的】 出展商品の商品特徴を記述する。記述内容は、原材料や使用した副材料の特徴、商品開発にあたり最も工夫した点、開発にまつわるエピソード等を明示する。商品に関連する着眼点の項目の記述も考えられる。</p> <p>【記入項目】⇒自由記入 ・原材料の特徴 ・開発において工夫した点 他</p>	
商品写真・一括表示	(18)	<p>【目的】 商談会・展示会に出品した商品について、バイヤー等来場者が後日確認等をしやすくするために商品写真を貼付する。 また、適切な表示を行っていることを一目で示すため、一括表示の写真を貼付する。</p> <p>【記入項目】 ・商品写真 ・一括表示(栄養分析・アレルギー表示が含まれる)</p>	5-(2) 12-(1) (2)

出展企業紹介

企業名や企業規模といった基本情報に加え、「食の安全・安心」、「商品開発」への思いを示し、バイヤー等来場者が取引してみたいと考える「魅力」を伝える必要がある。

出展企業名	(19)	<p>【基本情報】 ファーストコンタクトのレベルで、多くの企業情報が要求されることはないが、「売上高」、「従業員数」は企業紹介情報として必須である。</p>	
年間売上高	(20)		
従業員数	(21)		
代表者氏名 (顔写真)	(22)	<p>★協働の着眼点との関連に特に留意する項目。</p> <p>【目的】 商談会・展示会においては、将来の取引相手として、「商品」と共にどんな「企業」であるかを示し、商品開発にかける「思い」を伝える必要がある。 また、特に消費者の「食の安全・安心」に係る取組への関心は高く、消費者からの信頼を得るために、どのような経営姿勢、基本方針、社内体制を採っているかを明確に示すことが重要である。</p> <p>【記入項目】 ・代表者の氏名 ・顔写真 ・企業理念 ・食品事業者としての基本方針 ・法令遵守への取組方針 ・食の安全・安心に関する理念 ・お客様とのコミュニケーション方針 ・食育などの取組方針</p>	1-(1) (2) (3) 2-(1) (2) (3) 3-(1) (2) (3) (4) 10-(1) (2) (3) (4) 13-(1) (2)
来場者へのメッセージ	(23)		
ホームページ	(24)	<p>【基本情報】</p>	
会社所在地	(25)		
工場所在地			
担当者、e-mail、TEL、FAX	(26)		

シート項目	番号	目的と記入項目	着眼点項目
製造工程(農林水産品の場合、生産工程)等アピールポイント	(27)	<p>★協働の着眼点との関連に特に留意する項目。</p> <p>【目的】 食の安全・安心に係る取組等、出展企業がアピールしたい点について記述する。特に、工場内の整理整頓状況、清掃備品の取扱状況は継続的な取引を考慮する場合に重要なチェックポイントとなることを念頭にアピールできる点を整理する必要がある。</p> <p>例えば、展示会・商談会レベルから食の安全・安心のための「見える化」を意識して、バイヤー等来場者に製造工程あるいは生産工程について、フロー図を示したり、別途、貼付しても良い。</p> <p>また、関連する「協働の着眼点」項目について意識し、衛生管理への取組状況と共に、「工場写真(外観)」、「工場写真(内部)」、「工場写真(清掃状況)」等を示しても良い。この他に、品質管理に関わり、アピールポイントとなる様な設備(金属探知機、X線検査装置等)の状況を示しても良い。</p> <p>【記入項目】 ・製造工程図 ・工場写真(外観・内部・清掃状況) ・設備投資の状況 他</p>	3-(1) (3) (5) 4-(3) 5-(1) (2) (3) (4) (5) (6)

品質管理情報

展示会・商談会レベルにおいても、基本的な衛生管理情報を示すことで、取引の出来る食品事業者であることを示す必要がある。記述できない項目については、今後、どの様な対応を進めていくかについて、食品事業者は検討しておく必要がある。

商品検査の有無	(28)	<p>【目的】 衛生管理に係る検査項目につき、検査結果を示し、製造現場、生産現場の安全性を示す。</p> <p>【記入項目】 ・「有」の場合、検査項目</p>	3-(5) 5-(1) (4) (5) (6)
衛生管理への取組	(29)	<p>★協働の着眼点との関連に特に留意する項目。</p> <p>【目的】 製造現場、生産現場が安全かつ適切な食品を供給し、危害の発生を防止するための体制が整っていることを示す。</p> <p>【記入項目】⇒自由記入 ・製造工程の管理 ・従業員の管理 ・施設整備と管理</p>	3-(5) 5-(1) (4) (5) (6)
危機管理体制	(30)	<p>★協働の着眼点との関連に特に留意する項目。</p> <p>【目的】 緊急時(事件及び事故発生時)における、社内体制やお客様とのコミュニケーション方法の取り決め等について示す。</p> <p>【記入項目】 ・担当者 ・緊急時における担当者と連絡先 ・原因究明を容易にする情報(原材料情報、品質検査記録等)の記録及び管理方法</p>	14-(1) (3) 16-(1) (2)

協働の着眼点〔業種別〕【製造版】

協働の着眼点(第1版)

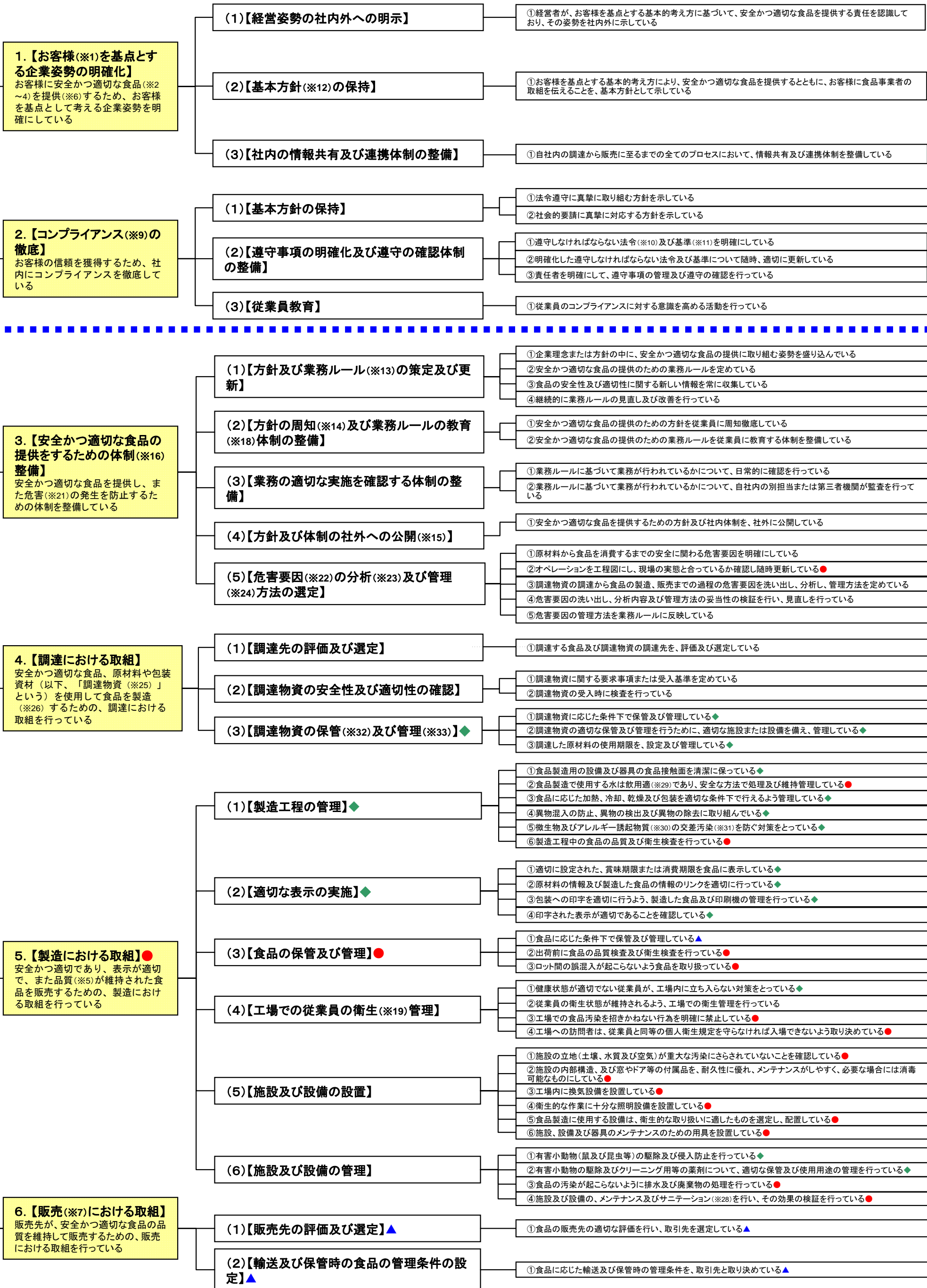
平成21年3月

P1/2

無印 = 製造・卸売・小売 共通 ◆ = 製造・小売 共通 ▲ = 製造・卸売 共通 ● = 製造のみ

注:(※数字)の用語については、(参考)用語集に定義を示しています

食への信頼向上のための製造業者の着眼点



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

7. 【持続性のある関係(※34)のための体制整備】 安全かつ適切な食品を安定的に提供していくため、公正な取引及び円滑な情報共有に基づいた、取引先(※36)との持続性のある関係のための体制を整備している	(1)【業務ルールの策定】	①取引先との取引条件の設定や契約等に関して公正な取引をするための業務ルールを定めている
	(2)【業務ルールの周知及び教育体制の整備】	①公正な取引のための業務ルールを社内に周知徹底している ②公正な取引のための業務ルールを必要な従業員に教育する体制を整備している
	(3)【公正な取引の確認体制の整備】	①公正な取引の実施を確認する責任者を明確にしている ②公正な取引のための業務ルールの改善を行っている
	(4)【業務ルールの社外への公開】	①取引先との公正な取引に関する業務ルールを社外へ公開している
	(5)【情報共有の仕組み(※17)の整備】	①取引先との意見交換ができるよう担当窓口を設置している ②取引先の意見について社内に伝達するルート及び共有方法を定めている ③取引先とより効果的な情報共有を行うための場を設けている
8. 【取引先との公正な取引(※35)】 取引先と、持続性があり、かつ緊張感のある関係を構築するため、公正な取引を行っている	(1)【公正取引の実施】	①取引先と適正な契約を結んでいる ②取引に際し、契約の内容を文書で双方が取り交わしている ③取引に関する解決すべき問題点や改善点を相互で議論し、意思疎通を図り、問題解決をしている
	(1)【商品(※8)等についての情報共有】	①お客様に提供する食品に関する情報を取引先と共有している ②食品のトレーサに必要な情報を取引先とお互いに整理し、必要な場合に共有できるようにしている ③食品の一貫したロット管理を取引先と行っている ④取引先への情報伝達のスピードと正確性を向上させるための取組を進めている
	(2)【取引先との協働の取組】	①取引先と協働して、商品開発及びサービス提供を行っている ②取引先と協働した業務の改善及び効率化に取り組んでいる

9. 【取引先との情報共有、協働の取組】 取引先と、持続性があり、かつ緊張感のある関係を構築するため、取引先との情報共有及び協働した取組を行っている	(1)【商品(※8)等についての情報共有】	①お客様に提供する食品に関する情報を取引先と共有している ②食品のトレーサに必要な情報を取引先とお互いに整理し、必要な場合に共有できるようにしている ③食品の一貫したロット管理を取引先と行っている ④取引先への情報伝達のスピードと正確性を向上させるための取組を進めている
	(2)【取引先との協働の取組】	①取引先と協働して、商品開発及びサービス提供を行っている ②取引先と協働した業務の改善及び効率化に取り組んでいる
	(1)【方針及び業務ルールの策定】◆	①企業理念または方針の中に、お客様とのコミュニケーションを重視する姿勢を盛り込んでいる◆ ②お客様とのコミュニケーションを重視する業務ルールを定めている◆
	(2)【方針の社内周知及び業務ルールの教育体制の整備】◆	①お客様とのコミュニケーションに関して、従業員に教育する体制を整備している◆ ②お客様とのコミュニケーションに関して、新しい情報を収集し、工夫している◆ ③お客様とのコミュニケーションに関して責任者を明確にしている◆

10. 【お客様とのコミュニケーションのための体制整備】 お客様とのコミュニケーションを重視し、適切に対応するための体制を整備している	(3)【情報の収集、管理及びお客様対応体制の整備】	①お客様からの問い合わせ及び情報提供を受けるための体制として、窓口を設置している ②お客様対応担当とその関係者が連携して対応する体制を整備している ③お客様の意見を経営に活かす体制を整備している ④お客様から収集した個人情報の保護措置をとっている
	(4)【情報提供体制の整備】	①お客様に情報提供する責任者を明確にしている ②お客様に提供する情報の正確性及びわかりやすさを確認する体制を整備している
	(1)【情報収集】	①お客様から情報を受け取る手段を整備し、お客様に選択肢として提供している● ②お客様に働きかけることにより、お客様からの意見を積極的に収集している ③お客様以外から幅広く情報及び要望を収集している●
	(2)【収集した情報の管理】	①お客様から収集した情報を集約して管理している ②お客様から収集した情報を分類及び分析している ③お客様から収集した情報を関係者において共有し、必要な情報を関連先まで伝達している

11. 【お客様からの情報の収集(※38)、管理及び対応】 クレームを含むお客様からの情報を収集及び管理し、適時、適切な対応を行っている	(3)【適時、適切なお客様対応】	①お客様からの問い合わせに対して、正確な情報を提供できるように対応している ②お客様からのクレームに適切に対応している ③お客様からの意見を商品及びサービスの改善につなげている
	(1)【効果的な手段による情報提供】◆	①商品パッケージ及び販促資材により情報を提供している● ②商品パッケージ及び販促資材以外に適切な仕組みを用いて効果的に情報を提供している●
	(2)【正確でわかりやすい情報提供】◆	①法令に基づく商品情報の提供をしている◆ ②お客様のニーズに対応した商品情報を、わかりやすく提供している◆ ③食品の長所だけでなく、短所についても、必要に応じてお客様に情報を提供している◆ ④安全かつ適切な食品を提供するための取組に関する情報を提供している◆

12. 【お客様への情報提供(※39)】 お客様に提供する食品に関する情報を、適切な情報量かつお客様が理解しやすい正確な内容で、お客様が入手しやすい手段を用いて提供している	(1)【重要性の認識及び事業活動への取り入れ】	①従業員が食育に関する知識を深める場を設けている ②食育を取り入れた商品開発及びサービス提供をしている
	(2)【食に関する幅広い情報等の提供】	①食に関するテーマについて、幅広い情報を提供している◆ ②お客様とともに、食について考える場を設けている◆ ③他業種などとの協働による食育推進活動をしている◆

13. 【食育(※40)の推進】 お客様の食に密接にかかわる企業として、食育活動を推進している	(1)【緊急時対応体制の整備】	①緊急時における社内の各担当の責任及び役割をあらかじめ定めている ②緊急時において関連する情報を、迅速に収集する体制を整備している ③緊急時において関連する情報を、関係者に迅速に伝達する体制を整備している ④原因究明が迅速にできるよう、あらかじめ記録を管理している
	(2)【判断基準、緊急時対応ルール及び手順の設定】	①緊急時に迅速に対応するため、事件性のある食品汚染も想定して、判断基準、対応ルール及び手順をあらかじめ定めている
	(3)【事件及び事故の事態収束後の緊急時対応体制及び取組の見直し】	①緊急時対応の経験に基づいて、自社における体制及び取組の見直しを行うこととしている

14. 【緊急時(※41)を想定した自社体制の整備】 緊急時(事件及び事故発生時)に、迅速、円滑かつ適切に対応するための自社内の体制を整備し、また体制の見直しを行っている	(1)【協力に向けた認識の共有】	①緊急時に対応をスムーズに行えるよう、取引先との協力について認識を共有している
	(2)【協力して取り組むための緊急時対応体制の整備】	①事件及び事故に迅速に対応するため、取引先と協働の取組ができる体制を整備している ②緊急時対応中における情報交換が適時、的確にできるための連絡体制を整備している
	(3)【事件及び事故の事態収束後の協力体制及び取組の見直し】	①緊急時対応の経験に基づいて、取引先との協力体制及び取組の見直しを行うこととしている

15. 【緊急時の自社と取引先との協力体制の整備】 緊急時(事件及び事故発生時)に、取引先と協力してスムーズに対応するための体制を整備し、また体制の見直しを行っている	(1)【情報提供体制の整備】	①緊急時の情報の公開についての基準を定めている ②緊急時の情報提供の具体的方法について定めている
	(2)【お客様対応及び情報活用体制の整備】	①緊急時にお客様からの問い合わせ窓口を設置することとしている ②緊急時にお客様からの情報も具体的な対応や原因究明に活用することとしている

16. 【緊急時のお客様とのコミュニケーション体制の整備】 緊急時(事件及び事故発生時)に、お客様とのコミュニケーションを適時、適切に行う体制を整備している	(1)【情報提供体制の整備】	①緊急時の情報の公開についての基準を定めている ②緊急時の情報提供の具体的方法について定めている
	(2)【お客様対応及び情報活用体制の整備】	①緊急時にお客様からの問い合わせ窓口を設置することとしている ②緊急時にお客様からの情報も具体的な対応や原因究明に活用することとしている

お客様に関するコミュニケーション

緊急時に関するコミュニケーション