

『商品情報の効率的なやりとり』研究会

第1回 研究会 議事次第

日時：平成22年7月7日（水）14:00～17:00

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. 研究会の進め方（事務局）
3. 自己紹介
4. グループディスカッション
消費者へ発信、提供する商品情報の場面別整理
5. グループディスカッション結果発表
6. 閉会挨拶（農林水産省 FCPチームリーダー 神井調査官）

配布資料

資料1 参加者名簿

資料2 平成22年度第1回「商品情報の効率的なやりとり」研究会について

平成22年7月7日(水)14:00~17:00

* 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。(敬称略/企業名五十音順)

「商品情報の効率的なやりとり」研究会 第1回参加者

	企業名
1	味の素株式会社
2	イオン株式会社
3	花王株式会社
4	カゴメ株式会社
5	有限会社木村ビジネスネットワーク
6	株式会社ンジシージャパン
7	財団法人食品流通構造改善促進機構
8	太陽化学株式会社
9	テュフラインランドジャパン株式会社
10	東洋冷蔵株式会社
11	株式会社ニチレイフーズ
12	株式会社日清製粉グループ本社
13	テーブルマーク株式会社
14	株式会社ファイネット
15	株式会社ミツカン
16	三菱商事株式会社
17	明治乳業株式会社
18	株式会社ローソン

<オブザーブ>

1	横浜商科大学地域産業研究所
---	---------------

平成22年度 第1回
「商品情報の効率的なやりとり」
研究会について

平成22年7月7日
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

「商品情報の効率的なやりとり研究会」の目的

消費者の食への信頼向上の為に、事業者間でやりとりされる商品に関する情報は増加しており、フードチェーンの各段階で情報のやりとりに関する作業も増加しています。また、同じやりとりの場面でも多様な関係者の間で立場が異なることから、商品情報のやりとりについての考え方は異なる傾向にあり、問題は複雑化しています。

このため、お互いの立場、考え方の違いを認識しつつ、消費者の信頼確保と情報のやりとりの効率化という目的を共有して課題解決に取り組む必要があります。

本研究会では「協働の着眼点」にもとづき、消費者を起点として、フードチェーン全体で情報共有の手法を研究することにより、事業規模に関わらず、全てのステークホルダーの間で、商品に関する情報(特に品質情報)が効率的にやりとりされるための論点を整理し、協働での対応方向を研究します。

平成21年度分科会での問題提起(一部抜粋)

やりとりする情報の目的(情報の活用方法)が不明確

多様な調達現状から正確性が担保出来ない場合がある(変化する情報)

情報提供出来ない場合がある(ノウハウに関する情報)

記入出来るお取引先、記入出来ないお取引先の差がある

研究会の運営について

- (1) 研究会の資料・議事概要については、ホームページ等で原則公表します。その際議事概要等は、発言者が特定できないようにしてから公表いたします。ただし研究会の議論内容が、企業秘密に触れたり、個人の権利・利益を害する恐れがあると判断した場合には、研究会資料等を非公表とします。
- (2) 本研究会では効率的な議論を行うため、研究会開催前のアンケートやヒアリングによって、参加者の意向を伺いながら進めます。
- (3) 研究会のアウトプット等は、FCPの成果として公表することを原則とします。

『検討作業におけるルール』

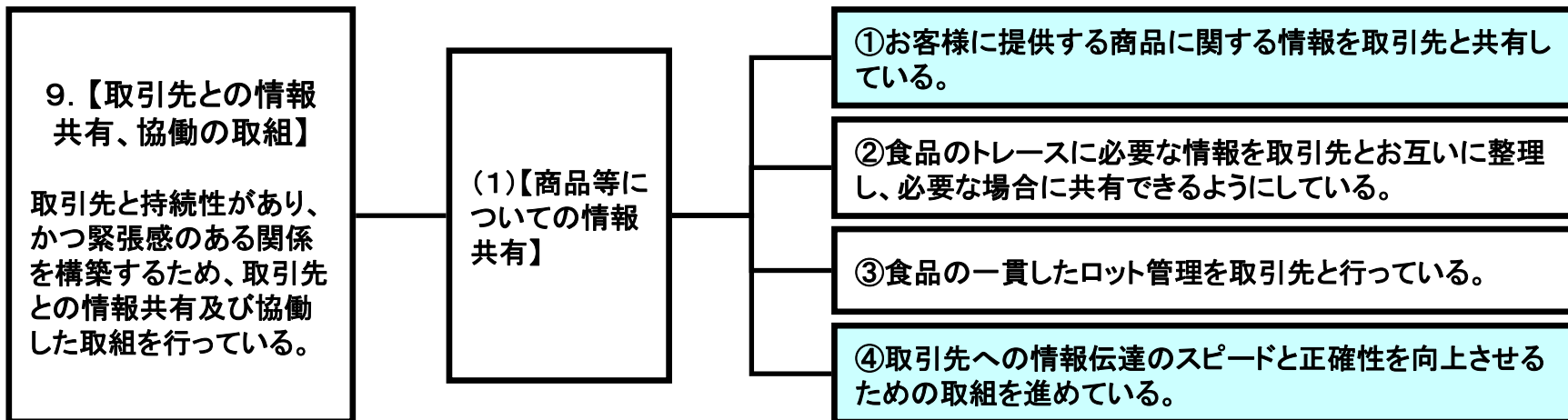
- ① ステークホルダー間でのWIN-WINの関係づくりを重視すること
- ② 建設的・効果的な意見交換に貢献すること
(批判に終始せず、対案を提示するように努めること)
- ③ 個別の組織や団体に対する、誹謗・中傷は行わないこと
(研究会においては、事業者間の利害調整等はいりません)

研究会の進め方①

「協働の着眼点」取引先に関するコミュニケーション

9.【取引先との情報共有、協働の取組】

項目の説明: お客様に安全で適切な食品を安定的に供給し、その信頼を獲得するには、取引先と協力して、商品等の情報を共有することによって、正確な情報をお客様に提供するとともに、商品開発や業務の見直しを行うことが重要だと考えます。



特に小項目のうち

- ①お客様に提供する商品に関する情報を取引先と共有している。
 - 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。
- に関し、事実関係や相互の認識を共有するとともに対応方向について研究します。

研究会の進め方②

【方針】

- ・協働で取り組む
- ・積み上げで議論する
- ・小さくても成功例を作る

研究のプロセス

事実の共有

課題の共有

WIN WINの解の模索

①お客様に提供する商品に関する情報を取引先と共有している。

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。

共有している情報の
たな卸し

実際の取組事例の
たな卸し

情報の性質に応じて
整理

取組の目的、手法に応じて
整理

情報のやり取りに関する
課題を抽出

スピードと正確性を向上
させるための課題を抽出

情報共有のあり方について意見交換

協働での対応方向について検討

本研究会では協働の着眼点の「商品等についての情報共有」をベースに、消費者の信頼を確保するために、事業者間の情報のやりとりをいかに効率的に行うかという研究を、参加者による積み上げの協働作業により進めます。直接的に仕様書のフォーマットやシステムについて議論することは予定していません。(研究が進むなかで、参加者の希望により議論する可能性はあります)

議論のステップ

Step1 消費者への情報提供の場面を起点に事業者間でやりとりされる情報の整理

商品包装(パッケージ) お客様相談室(問い合わせ) 店頭 HP公開 等

Step2 消費者の食への信頼確保の為に、やりとりされる情報を目的ごとに分類

法令遵守の為に必要な情報とは？
(表示をする為に必要な情報等)

消費者に発信したい情報とは？

消費者より問い合わせがあった時に
必要な情報とは？

情報の信頼性を
担保する情報とは？
(検査証等)

Step3 分類した情報の持つ特性について整理

機密性 参照頻度 更新頻度 完全性 等

Step4 情報共有のために必要なマネジメントについて検討する

フードチェーンの各段階で、どの様な情報を把握し、共有する必要があるか

情報伝達のスピードと正確性を確保するに、どのような取組が必要か

等

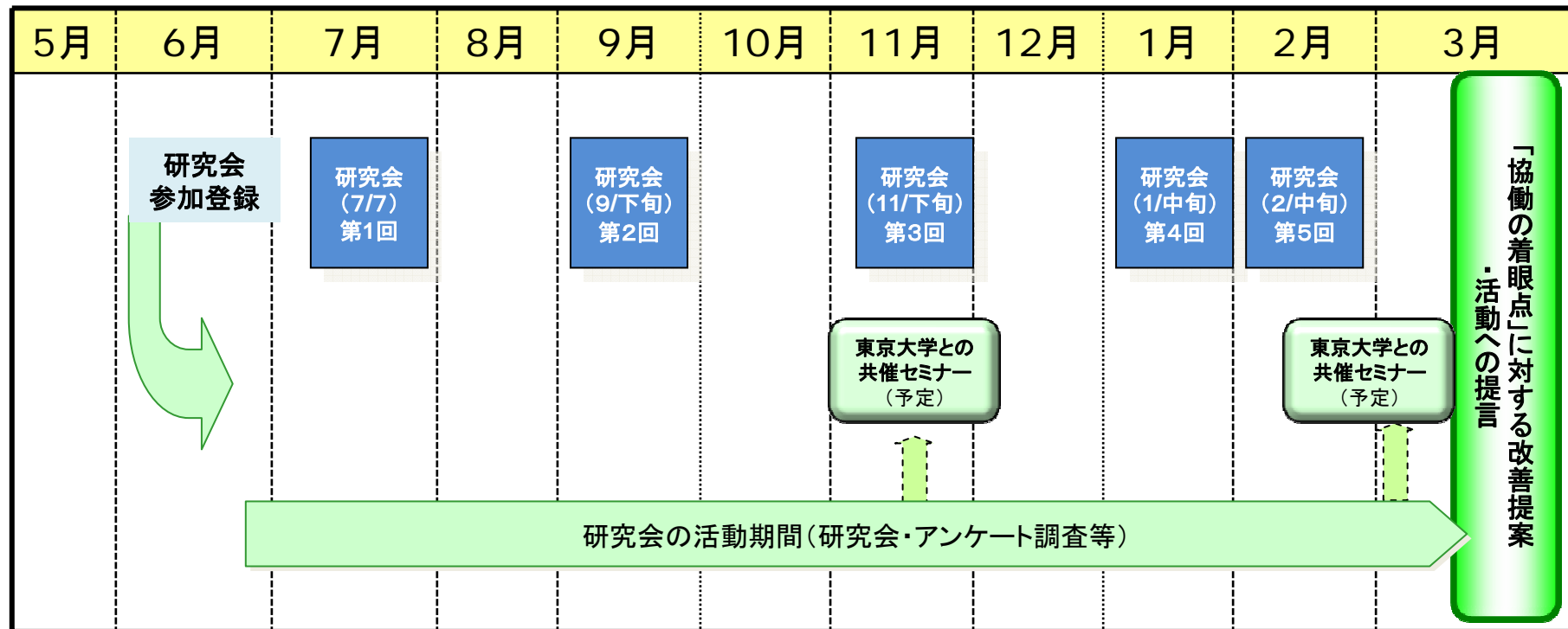
研究会の進め方とスケジュール(案)

○研究会:年間5回の開催を予定しています。

(開催回数は研究会での検討状況に応じて変更する場合があります)

○東京大学との共催セミナー:年間2回を予定しています。

・研究会の取組、成果報告を発表する予定です。



本日の作業 消費者へ発信、提供する商品情報の場面別整理

取引先との情報のやりとりが、最終的にどのような場面での消費者への情報発信、提供につながっているのか。参加者の皆さんのそれぞれの立場で情報のやりとりをたな卸して、認識の共有を図ります。ここから消費者起点での研究をスタートする狙いです。

作業内容

1. 自らの立場で、やりとりしている情報を付箋に記入し、どのコンタクトポイントで使用されているか、(使用されていると考えているか)貼付してください。
 - ・複数の立場がある場合は複数の立場で記入してください。
 - ・複数のコンタクトポイントがある場合は複数記入してください。
 - ・情報の表現は自らが使用している表現で記入してください。
2. グループ内で認識の共有を図ってください。
3. ディスカッションでの「気づき」について発表してください。

	小売・外食	卸	メーカー	サプライヤー	第3者
商品包装 (パッケージ)	(例)アレルギー物質			(例)アレルギー物質	
お客様 相談窓口		(例)原材料原産地	(例)製造工程情報		
店頭 (販売・POP)					
HP					

イメージ

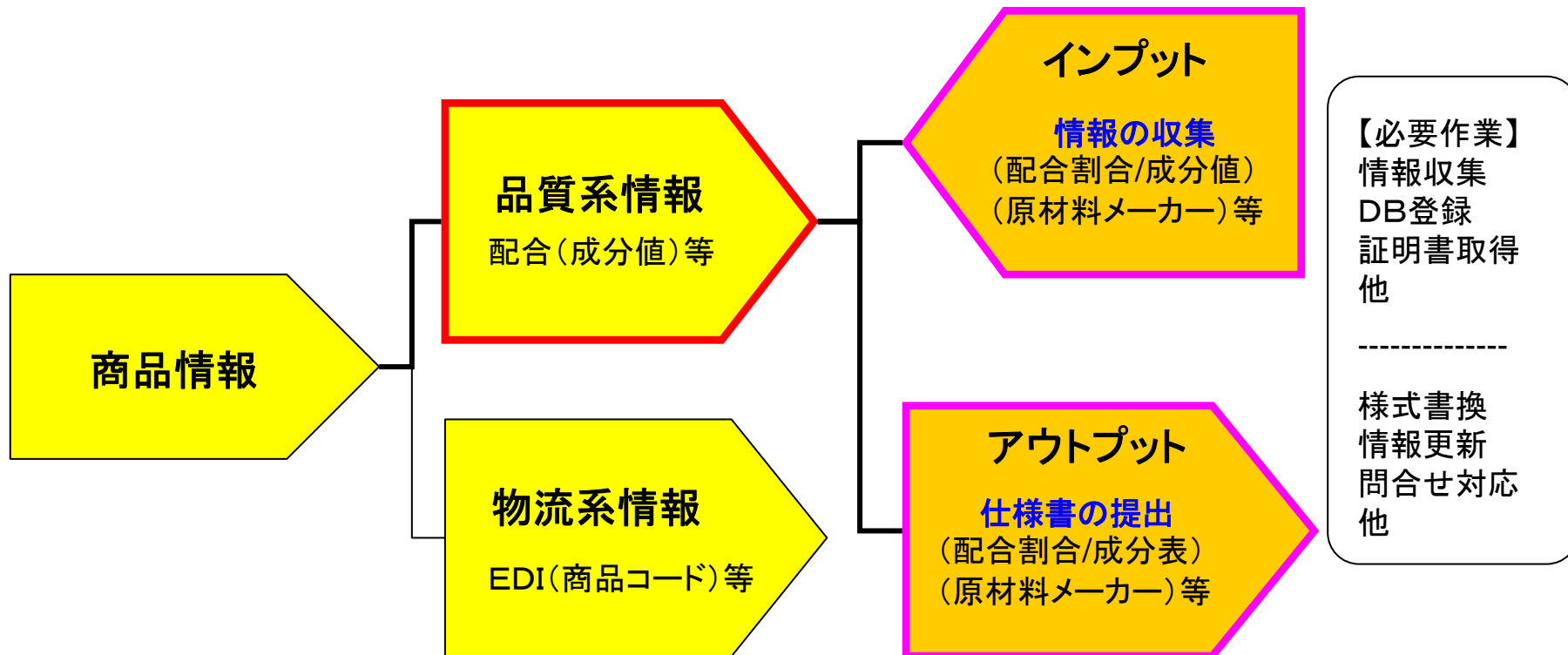
「気づき」「コメント」:

參考資料

グループワークの前に（品質系情報とは①）

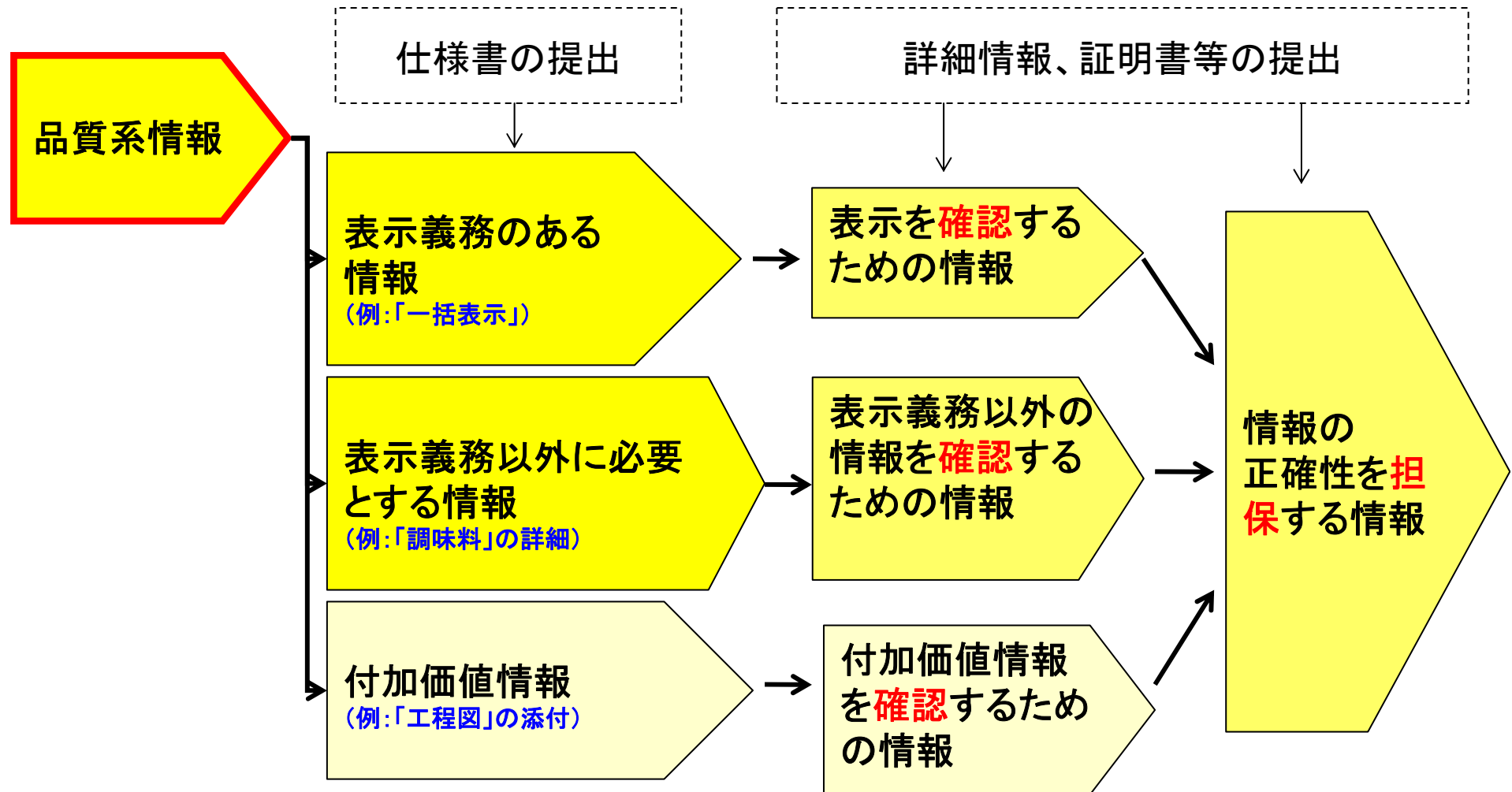
品質系情報とは①

品質系情報については、1アイテムごとに作業が発生



グループワークの前に（品質系情報とは②）

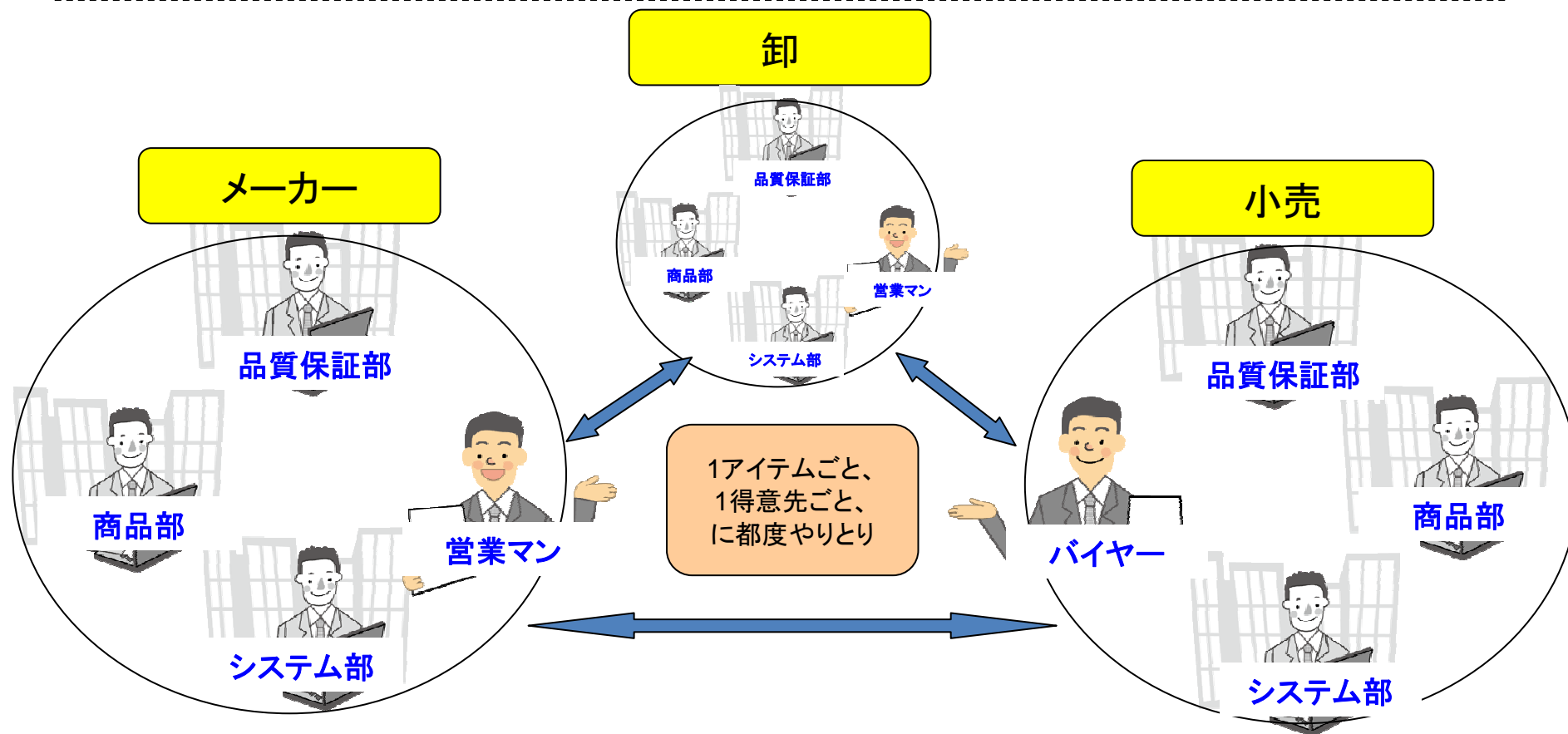
品質系情報とは②



グループワークの前に（品質系情報とは③）

情報のやりとり業務①

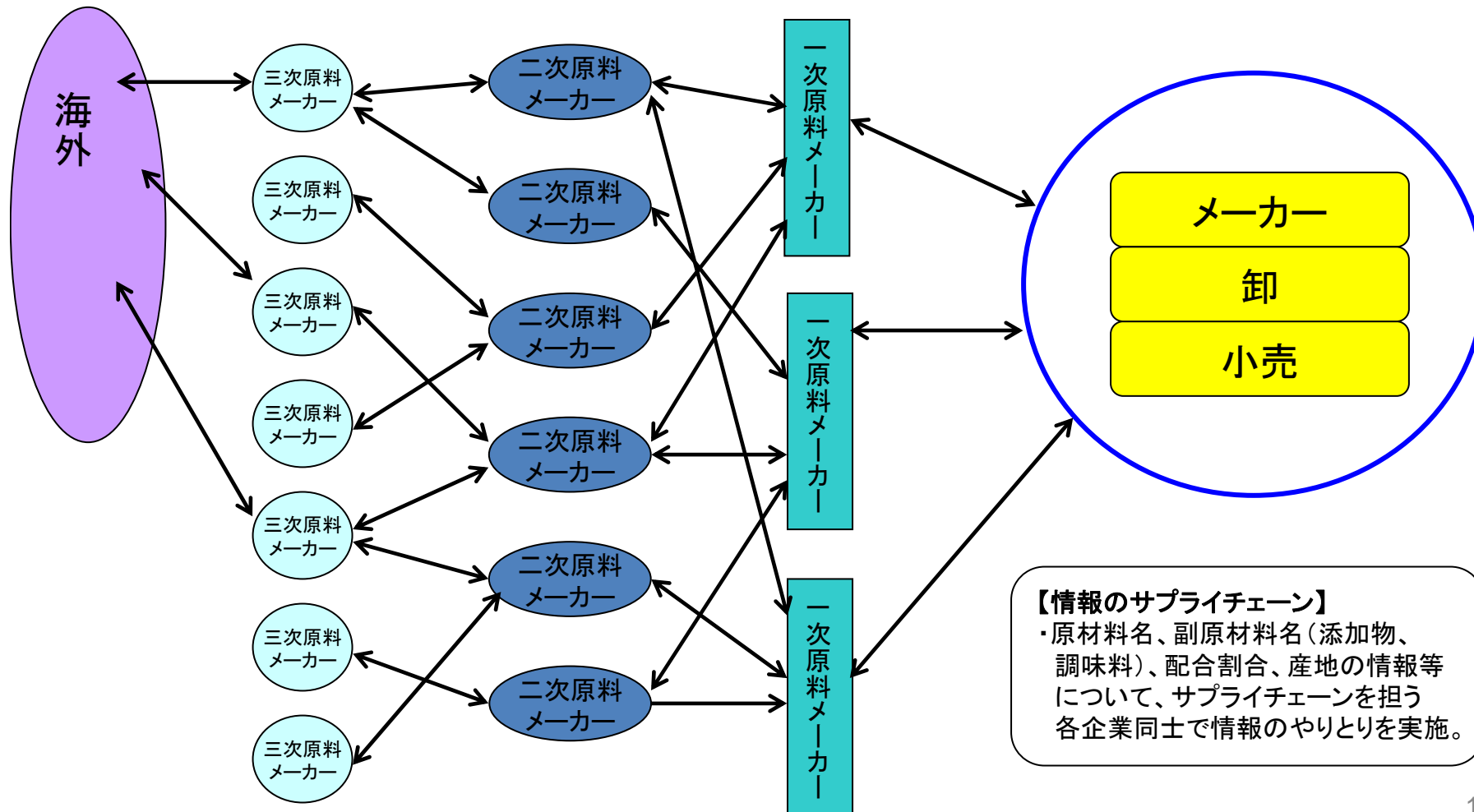
様々な関係者が関わって、商品情報のやりとりを実施



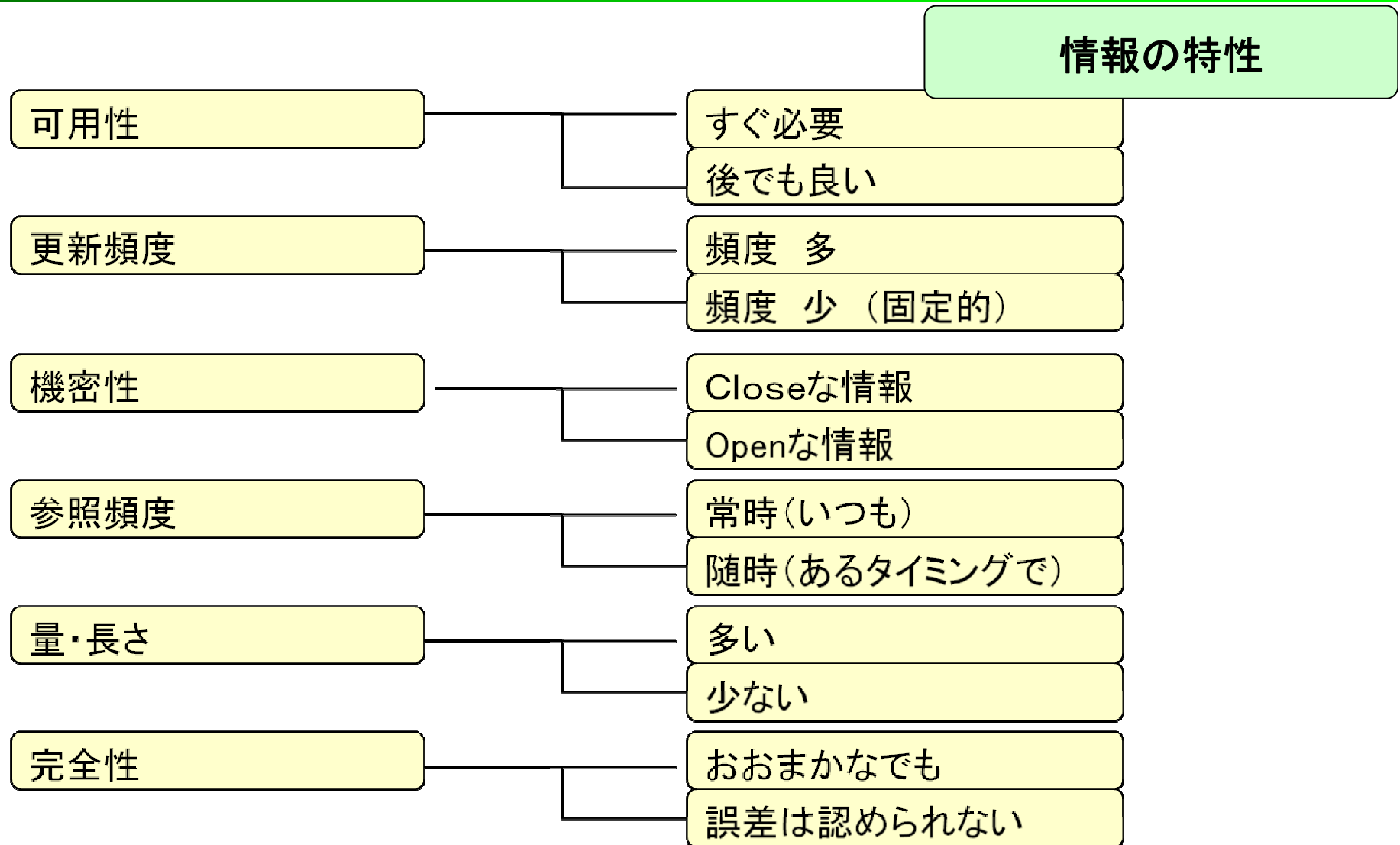
グループワークの前に（品質系情報とは④）

情報のやりとり業務②

サプライチェーンを通じて情報量は膨大になっている



グループワークの前に（品質系情報とは⑤）



※情報には「変化するもの」「変化しないもの」がある(H20年度研究会より)