

卸売業：作業グループ 第1回の概要報告

- ・日時 平成 21 年 1 月 23 日（金） 10:00～12:00
- ・場所 東京海上日動リスクコンサルティング（株）内 会議室
- ・出席者 卸売事業者 4 社、出席人数 9 人

<議事次第>

1. 本日の議題と資料の説明
2. ディスカッション①：「協働の着眼点（第1版）」の位置づけについて
3. ディスカッション②：協働の着眼点〔業態横断版〕について
4. ディスカッション③：協働の着眼点〔業態別〕について
5. まとめ、事務連絡

<議事>

今回の卸売業：作業グループでは、「協働の着眼点（第1版）」の位置づけや構成について、また、フードチェーンをまたがる〔業態横断版〕と、食品の製造、卸売、小売という業態ごとの〔業態別〕からなる「協働の着眼点たたき台2次案」について参加者の皆さんに説明し、議論を行いました。

「協働の着眼点（第1版）」の位置づけについては、「意欲的な事業者が自主的に集まって、消費者や取引先などの関係者に自らの取組のどのようなポイントを伝えるべきか、事業者間でどのような取組を重要なポイントとすべきかという観点から意見交換を積み上げて作成したもの」であることなどを確認しました。

協働の着眼点〔業態横断版〕については、それぞれの業態の食品事業者が他業態と比較できる着眼点を俯瞰する「全体図」、それぞれの大項目についてなぜ重要なポイントと考えるかを説明する「項目の説明」から構成する案を提示しました。

ご参加頂いた皆さんからは、様々なご意見・ご質問を頂戴しましたので、議論の一部を以下に紹介します。

【協働の着眼点（第1版）」の位置づけについて】

- ① 社内でも部署が異なると話が通じにくい場合があり、共通言語の確立は非常に重要と考えている。「協働の着眼点」によって消費者基点からのコミュニケーションの活性化も期待されるため、この点を明確に記載した方が良いのではないかと。
- ② 今後、中小規模の食品事業者の参画を広げていくにあたっては、「協働の着眼点」の活用メリットなど、具体的に提示した方が良いのではないかと。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 「企業行動の情報発信研究会」でも、まず社内のコミュニケーションが課題だと

いう話が出ている。「協働の着眼点（第1版）」の位置づけにおいて「社内や同業態の事業者の間で…」と記載したが、示し方は今後も検討したい。

- ② こうすれば必ず儲かるというような示し方は難しいと考える。着眼点の活用方策のイメージを提供し、食品事業者の皆さんの創意工夫によりビジネスチャンスが得ていただくというスタンスで臨み、今後の研究会やパイロット事業などを通じて具体的な実践例を積み重ねて示していくこととしたい。

【協働の着眼点〔業態横断版〕について】

- ① 項目の説明の文章が長い。例えば大項目の説明に、「～があり、かつ～」との記述があり読みづらい。

この意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 他業態の作業グループでもご指摘をいただいているので、できる限り読みやすくする方向で検討したい。

【協働の着眼点〔業態別〕について】

- ① 用語集で「お客様」は「一般の消費者の皆様」と定義されているが、卸売業者にとって「お客様」は「消費者」だけではなく「取引先」も含むため違和感がある。「一般の消費者の皆様」は「消費者」で良いのではないか。

- ② 参考資料の用語集には、一般的に使用される言葉が含まれている。もう少し絞り込んでどうか。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① これまでの議論で、日常の業務で消費者を「お客様」としているという意見が複数出たため、食品事業者の皆さんの言葉としてまとめていく考えにより、「お客様」を使うことにした。ただし、業態によっては違和感を覚える可能性もあるので、用語集で定義を明らかにしている。
- ② これまでの議論では業態によって意味が異なる言葉も同じ単語が使われていたので、定義を要する用語を整理したという経緯がある。主に食品事業者間での活用を想定している現段階では、誤解のないよう説明をつけた方が良く考えている。

上記の議論を反映し、資料ならびに説明内容について今後も継続して検討を行うこととしています。

次回の作業グループでは、今回の議論内容に加え、FCP ホームページで公表した「協働の着眼点たたき台2次案」について一般の皆さんからいただいたご意見や、他業態での議論内容を踏まえ、「協働の着眼点（第1版）」のまとめ方について議論を行う予定です。

以上

卸売業：作業グループ 第2回の概要報告

- ・日時 平成 21 年 3 月 5 日（木） 10:00～12:00
- ・場所 東京海上日動リスクコンサルティング株式会社 会議室 E
- ・出席者 卸売事業者 7 社、出席人数 11 人

<議事次第>

1. 開会
2. 前回の作業グループ以降の経緯
3. 「協働の着眼点（第1版）」手引き、及び業種横断版について
4. 「協働の着眼点（第1版）」〔業種別〕について
5. FCP の今後の推進戦略について
6. まとめ

<議事>

今回の卸売業：作業グループでは、「協働の着眼点（第1版）」の位置づけや構成を示す「協働の着眼点（第1版）」手引きを作成したこと、また、フードチェーンをまたがる〔業種横断版〕と、食品事業者の製造、卸売、小売という業種ごとの〔業種別〕からなる「協働の着眼点（第1版）」について、たたき台2次案からの変更点を中心に参加者の皆さんに説明し、議論を行いました。

全体的な変更点としては、これまで、製造、卸売、小売の区別を「業態」としていましたが、これを「業種」に変更した点が挙げられます。

「協働の着眼点（第1版）」手引きについては、「協働の着眼点」の活用方法を具体的に示すために、基本的な取り扱い方と活用の場面の説明を記述し、また、今年度の「協働の着眼点（第1版）」策定までの経緯を記述したことなどを説明しました。

協働の着眼点〔業種横断版〕については、大項目「コンプライアンスの徹底」の説明文を一部修正したことなどを説明しました。協働の着眼点〔業種別〕については、前回の議論内容を受け、中項目の説明文をなくしタイトルのみとしたこと、業種固有の項目と業種共通の項目を識別する記号を追加したことや、ネットワーク参加者にヒアリングをした内容を具体例に反映したことなどを説明しました。

また、第1回戦略検討委員会の概要、「協働の着眼点」活用方策研究会の概要、今年度の成果を取りまとめたコンセプトブックの発行について、事務局から説明しました。

ご参加頂いた皆さんからは、様々なご意見・ご質問を頂戴しましたので、議論の一部を以下に紹介します。

【「協働の着眼点（第1版）」について】

- ① 協働の着眼点〔業種別〕樹形図中の青い点線はどのような位置づけで使用しているのか。
- ② 協働の着眼点〔業種別〕は、一見マニュアルに見える。だとすると、もう少し分かりやすくした方がよい。また、消費者に対してFCPの活動を広報していく場合、より分かりやすく見せて広めていく工夫が必要だと思うが、来年度に検討するのか。
- ③ 「原材料から食品を消費するまでの安全に関わる危害要因を明確にしている」は、卸売業者に関しては、PB商品の場合のみに限定している理由は何か。

これらの意見に対し、事務局より以下の回答を行いました。

- ① 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、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のカテゴリを分ける線である。見やすさの観点から再度検討する。
- ② 来年度検討を行う、消費者に対する見せ方の工夫は、当然考えていく必要があり、皆様のご意見を伺いながら検討していきたい。また、マニュアルというのは使い方の一例であり、使い方は自由度の高いものを提案したい。そのためパイロット事業や研究会の機会をたくさん用意し、具体的な使い方のパターンを数多く示して、実際に皆さんに使ってもらいたい。実際に使った方から、使い道や実践内容の情報を提供してもらい、それを他の人にも見せるというプロセスで、この取組を活性化することを考えている。
- ③ 今年度の作業グループにおいては、生鮮食品を扱っている卸売業者の話聞く機会が少なかったという事情もあり、PB商品に限定した書き方になっている。確かに、完全にPB商品に限定してよいかどうか議論の必要があると考えるが、現時点では、今後の検討課題とさせていただきたい。

上記の議論を反映し、第2回戦略検討委員会での議論を経て、「協働の着眼点（第1版）」として正式に公開する予定です。また、継続して検討すべき事項については、来年度以降、検討を続ける予定です。

以上