



# FCP 展示会・商談会シート 作成のてびき

# FCP展示会・商談会シートは、

伝えたい情報、きちんと伝わっていますか？

出展者さん（皆さん）の**伝えたい情報**と、バイヤーさんの**知りたい情報**を、1枚の紙にまとめることで、**効率的に商談を進める**ことを可能にした商談用の**統一シート**

## 百貨店マネージャーさんに聞きました

### 「必要不可欠なツール。」

現在、全国各地で開催されている食品の展示会・商談会。展示会場では多くの食品メーカー様が真剣に取り組んだ自慢の逸品をアピールしています。一方で百貨店・スーパー・コンビニエンスストアのバイヤーもお客様（最終消費者）の笑顔を思い浮かべながら美味しい商品を見つけようと探し歩いています。

このような食の『つくり手』と『買い手』の出会いの場で良縁を導き出すためのツールとして作られたのが『FCP展示会・商談会シート』です。わずか数分間の商談の場における両者の出会いを、継続的なビジネスに発展させるためのツールの活用には是非、チャレンジしていただき、自社の商品力、品質管理力の再確認にもお役立ていただきたく思います。

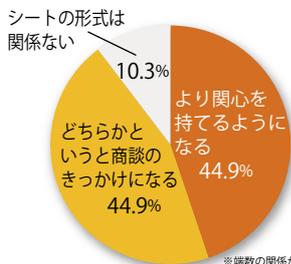
# FCP展示会・商談会シート導入のメリット

共通のFCP展示会・商談会シートを使うことで、出展者さん、バイヤーさん双方にとってメリットが生まれます。

※出展：いずれのグラフも農林水産省「平成22年度 食の情報提供活動促進委託事業報告」

### バイヤーさんにお尋ねします。

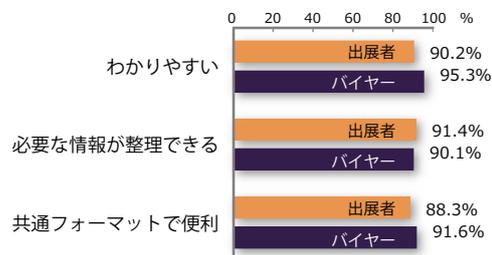
**Q.** FCP展示会・商談会シートを活用することで、他の展示会・商談会よりも**お互いの興味・関心が広がる**と思いますか。



FCP展示会・商談会シートの活用によって、出展者さんに対して「より関心を持てるようになる」、「どちらかという商談のきっかけになる」と答えたバイヤーさんが合わせて9割弱。シートを活用することで、よりスムーズな商談が期待できそうです。

### 出展者さん、バイヤーさんにお尋ねします。

**Q.** FCP展示会・商談会シートをご覧になって、どのような**点が良かった**ですか。



FCP展示会・商談会シートは「わかりやすいものになっている」、「必要な情報が整理されている」とする出展者さん、バイヤーさんがいずれも9割以上。また、「便利である」とする出展者さん、バイヤーさんが9割前後。出展者さんにもバイヤーさんにも役に立つツールと言えます。

# コミュニケーション ツール !!

## FCP 展示会・商談会シート

- 出展者の「効率的な売り込み」と購入者の「効率の良い発掘」を可能にする統一フォーマット
- 商談の最初の5～10分に必要十分な食品の情報（商品特徴、利用シーン・ターゲット等）と事業者の情報をアピール
- 両面1枚のコンパクトなシートで、商品と会社を強くアピールできます
- 商品のエントリーシートとして、情報管理を行う場合にも利用可能
- 農林水産省の呼びかけで多くの食品事業者や関連事業者が参画するFCPのツールとして作成

## 食品製造業者に聞きました

### 「企業力がアップする。」

これまで食品とは異なる業界で事業展開を行ってききましたが、数年前より県内の森林資源を活かしたキノコ栽培事業を始めました。FCP 展示会・商談会シートは表面に商品の情報を、裏面に企業の考え方・製造工程・品質管理情報と、食品の提供会社の取組や考え方

を総合的に示す作りになっています。

このシートを記入することによって、取引をしようとしている食品のアピールだけではなく、食品を安全に作るための体制や管理についても確認し、再考することができ、総合的な企業力を向上することができる作りになっていると思います。

## FCP 展示会・商談会シートを通して、さらに企業力を向上させるためには

平成24年度のFCPの研究会でまとめられた『FCP 企業力アッププログラムⅠ』は、「消費者から信頼を得るために行動すべきポイント」をまとめた『ベーシック16』や、品質管理を強化する上で重要な項目をまとめた『監査担当者が注意を払う監査項目29項目』を使って自社の強み・弱みが見える化し、弱みの改善につなげ、最終的にFCP展示会・商談会シートを完成させるドリル形式のプログラムです。

これを使うことによって、FCP展示会・商談会シートをより良いものにすることができ、企業力のアップにもつながります。

『FCP 企業力アッププログラムⅠ』は以下のFCPホームページで公開しています。ダウンロードしてご利用ください。

<<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/kigyouup/index.html>>



# FCP 展示会・商談会シート解説

## (表面：商品情報)

①【チェック欄】 バイヤーさんや買い手担当者がチェックを記入する欄。

②【記入日】 FCP 展示会・商談会シートを記入した日付を記載。

③【商品名】 今回商談する商品の名称を記入してください。独特の読み方や読みづらい名称は、ふりがなを振る。

④【提供可能時期】 旬に関係なく、年間販売が可能な加工品等の場合は『通年』も可ですが、一番販売に適している時期や販売強化をしたい時期を（ ）内に記入してください。また期間限定の場合はその理由とともに限定期間を記載。

⑤【賞味期限／消費期限】 食品の情報を把握している製造業者等が科学的、合理的根拠をもって適正に設定する必要がある。加工食品には、賞味期限又は消費期限のどちらかの期限表示が表示されている。(一部の食品を除く)  
賞味期限と消費期限の詳細はこちらを参照。  
<http://www.maff.go.jp/j/jas/hyoji/kigen.html>

⑥【主原料産地（漁獲場所等）】 複数の原材料について記載する場合は、原材料名と産地を記載してください。産地が限定できない場合は、〇〇他などと記載。

⑦【JAN コード】 JAN コードはバーコード(JAN シンボル)として商品などに表示されるもの。JAN コードを利用するには、一般財団法人流通システム開発センターの流通コードセンターが JAN コードを管理しており、申請が必要。詳細はこちらを参照。  
<http://www.dsri.jp/>

⑧【内容量】 商品あたりの内容量を記載。包装した生鮮食品、及び加工食品にあつては、内容量を内容重量、内容体積又は内容数量のいずれかの方法で表示しなければならない。

⑨【希望小売価格】 製造業者が設定した小売価格。卸値(取引先受け渡し価格(送料の有無)・ネット・納品価格)も同時に尋ねられる場合もありますので、答えられるようにしておくといいでしょう。また、オープン価格の場合は、オープンと書きましょう。

⑩【1 ケースあたり入数】 1 ケースあたりに商品がいくつ入っているか。荷姿が合わせの場合は、具体的に記載。  
(例 1 ケースあたり 10 入りで 2 合わせの場合⇒10 入り 2 合わせ)

⑪【保存温度帯】 常温、チルド、冷凍などを記載。特殊な温度帯の場合は、詳細を記載。

### 商品特性と取引条件

商品の基本情報です！  
まずはここをもれなく埋めましょう。

### FCP 展示会・商談会

#### 商品特性と取引条件

商品名	③
提供可能時期 (最もおいしい時期を( )内に記載)	④
主原料産地 (漁獲場所等)	⑥
内容量	⑧
1 ケースあたり入数	⑩
発注リードタイム	⑫
最大・最小ケース納品単位 (〇ケース/日本など単位も記載)	⑭最大 最小
認 証 等⑯	<input type="checkbox"/> 有機 JAS <input type="checkbox"/> ISO <input type="checkbox"/> その他(右に記入→) ※印のものは、具体的な取得内容

### ターゲット

売り先ターゲットはもちろん、商品の魅力を最大限にアピールする「利用シーン」や「商品特徴」は細かく書いて商品をアピールしましょう！

ターゲット⑰	売 り 先 <input type="checkbox"/> 外食 <input type="checkbox"/> ホテル <input type="checkbox"/> その他
利用シーン⑱ (利用方法・おすすめレシピ等)	お 客 様 (性別・年齢層等)
商品特徴⑲	

#### 商品写真

バイヤーさんにとって、  
写真はとても重要！

### 商品写真

商品が『一番美味しく見えますように』見える写真を選びましょう！  
ぼやけていたり、魅力が半減する写真は×です。

写真  
商品の全体がわかる写真を貼付

※今後 FCP 事務局がシート普及拡大のためにセミナー等で掲載内容の

# フォント(文字)は大きめにしましょう!

シート	記入日	② 年
		月 日



( )	賞味期限/消費期限	⑤ 賞味期限	消費期限
	JANコード (13桁もしくは8桁)	⑦	
	希望小売価格	⑨ 税抜	税込(切捨) 税率
	保存温度帯	⑪ 形状(又は右に記入)	
	販売エリアの制限	⑬ ○無 ○有→	
	ケースサイズ(重量)	⑮ 縦(寸) × 横(寸) × 高さ(寸)	重量(%)

※  HACCP ※  農業生産工程管理(GAP) ※

<input type="checkbox"/> 中食	<input type="checkbox"/> 照射・卸売	<input type="checkbox"/> メーカー	<input type="checkbox"/> スーパーマーケット	<input type="checkbox"/> 百貨店	<input type="checkbox"/> その他小売
<input type="checkbox"/> レストラン	<input type="checkbox"/> 宴会・レジャー		<input type="checkbox"/> 業務用対応可能	<input type="checkbox"/> ギフト対応可能	

## 一括表示

一括表示を必ず、添付しましょう!  
(一括表示のない生鮮商品などの場合は調理例などの写真をのせましょう)

一括表示  
(現物の写真を字が読めるように画像で貼付)

## 21 アレルギー表示(特定原材料)

※使用している項目に☑、使用していない場合は以下の欄に大きく×をする。

表示義務有	<input type="checkbox"/> えび、 <input type="checkbox"/> かき、 <input type="checkbox"/> 小麦、 <input type="checkbox"/> そば、 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 乳、 <input type="checkbox"/> 落花生
表示を奨励 (任意表示)	<input type="checkbox"/> あび、 <input type="checkbox"/> いち、 <input type="checkbox"/> いくら、 <input type="checkbox"/> オレンジ、 <input type="checkbox"/> カシューナッツ <input type="checkbox"/> キウイフルーツ、 <input type="checkbox"/> 牛肉、 <input type="checkbox"/> くるみ、 <input type="checkbox"/> ごま、 <input type="checkbox"/> さば、 <input type="checkbox"/> 大豆、 <input type="checkbox"/> 鶏肉、 <input type="checkbox"/> パナナ、 <input type="checkbox"/> まつたけ、 <input type="checkbox"/> もも、 <input type="checkbox"/> やまいも、 <input type="checkbox"/> りんご、 <input type="checkbox"/>
備考	(当商品以外にアレルギーを扱っている場合はその旨を記入)

紹介を行うことについて 右欄に○をしてください。(無記入の場合は紹介しません。) 承諾・拒否

⑫【発注リードタイム】 御社に注文が入ってから、取引先に納品されるまでを、日数で記載。  
エリアや最低ケース納品単位によって違う場合は、その内容を記載。

⑬【販売エリアの制限】 『有』にチェックされた場合は、右欄に範囲を記入し、その理由を明確に答えられるようにしておくこと。

⑭【最大・最小ケース納品単位】 ・最大の欄には、何ケースまで納品可能かを記載。(例 日量200ケースまでなら、200ケース/日)  
・最小の欄には、何ケースから納品が可能かケースを記載。  
合わせ商品の場合は具体的に記載してください(例 5ケース=1甲(こおり)等)、またエリアによって違う場合はその内容を記載。

⑮【ケースサイズ(重量)】 1ケースあたりのサイズと重量を記載。

⑯【認証等(商品・工場・農場等)】 該当するものにチェックをしてください。※ISO,HACCP,GAPに関しては、具体的な名称まで記載。  
(例 ISO22000等) また、自治体等の認証を取得されている場合も積極的に記載。

## ⑰【ターゲット】

《売り先》 希望する売り先を選択してください。またバイヤーからは、過去に取引実績のある売り先を聞かれる場合がありますので、答えられるようにしておくが良い。  
《お客様》 まず誰(どの年代、男女など)に食べてもらいたいかを明確にすることです。「全ての年代」「老若男女」などはやめましょう。

⑱【利用シーン(利用方法・おすすめレシピ等)】 商品の利用方法(一番美味しく食べられる)調理法、場面、組み合わせ(食べ合わせ)等を記入すること。商品の産地でよく食べられている、または、ちょっと変わった調理法や風習などがあれば記入すると良い。

⑲【商品特徴】 差別化のポイントを記載。原材料や使用した副材料の特徴、製造過程でのこだわり、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と良いでしょう。また文章に関しては「○○なので、○○です」の表現が効果的。

⑳【商品写真、一括表示】 スペースに限りはあるが、イメージ写真(調理例、中身の見えるもの)とパッケージ写真(外観)の両方があるとよい。生鮮品など一括表示が無い場合は、調理例などの写真を一括表示欄に貼付するとよい。

㉑【アレルギー表示】 特定原材料を使用していなくても、それらを使用している工場内で生産している場合は、『同工場内で○○を使用しています』の文言を備考欄に記入するとよい。アレルギー表示は、全項目該当しない場合は、記載漏れとされないために特定原材料を×で「消す」とわかりやすい。

㉒【掲載内容の紹介】 FCP 展示会・商談会シート普及のために、シートの掲載内容を FCP 事務局から紹介してもよい場合は承諾に○。無記入の場合は紹介しません。

# FCP 展示会・商談会シート解説 (裏面：企業情報)

①【チェック欄】バイヤーさんや買い手担当者がチェックを記入する欄。

②【出展企業名】出展企業（皆さん）の正式名称を記載。独特な読み方や読みづらい名称は、ふりがなを振る。

③【年間売上高】〇〇年度などを併記すると良い。見やすいように記載。  
(例 平成〇〇年度 〇〇〇百万円)

④【従業員数】おおよその人数で可。〇年〇月時点、〇年度などを併記すると良い。

⑤【代表者氏名】出展企業の代表の役職、氏名をフルネームで記載。独特な読み方や読みづらい名称は、ふりがなを振る。

⑥【メッセージ】ここでは、商品情報ではなく、企業姿勢などを記載。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・食育に対する取組方針など。また、他に取扱商品がある場合はこの欄に記載して紹介。

⑦【ホームページ】ホームページのリンク先を記載。ない場合は、「なし」と記載。

⑧【写真】社長の笑顔の写真、あるいは従業員の皆さんの笑顔の写真を掲載。

⑨【会社所在地／工場等所在地】外部委託の場合は、工場等所在地の前に（その外部委託先の）工場名を記載。

⑩【担当者】、【E-mail】、【TEL】、【FAX】 担当者の連絡先を記載。

## 出展企業紹介

企業姿勢、取引内容、など貴社の熱い思いを記入して下さい。代表者の写真も忘れずに！安心感が増します。

### ■ 出展企業紹介

出展企業名	②	
年間売上高	③	
代表者氏名	⑤	
メッセージ	⑥	
ホームページ	⑦	
会社所在地	〒	⑨
工場等所在地	〒	
担当者	⑩	
T E L		

### ■ 生産・製造工程アピールポイント ※農産物の場

## 生産・製造工程等

製造工程はフローチャート（作業工程順）で説明するのが効果的。圃場・工場内の写真もそのフローチャートと連動していると効果大です。

写真	
----	--

## 品質管理情報

衛生管理や、危機管理は重要なポイントです。商談会では工場や圃場を見てもらうわけにはいきませんので、きちんと記入して、相手に安心感を与えることが重要です。

### ■ 品質管理情報

商品検査の有無	⑫ 無 ○有→具体的に	
衛生管理への取組	⑬ 生産・製造工程の管理	
	従業員の管理	
危機管理体制	施設設備の管理	
	⑭ 担当者連絡先	担当者名または担当者部署
	危機管理に対する対応や生産物賠償責任保険（PL保険）の加入など	

このシートは農林水産省フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）

①

従業員数 (社員名、パート名など)		④
		⑧ 写真
E - m a i l		
F A X		

合は栽培面積・年間収穫量なども記載

⑪	
写真	写真

氏名	連絡先

により、作成されました。詳しくは <http://www.food-communication-project.jp> をご覧ください。

⑪【生産・製造工程アピールポイント】 工程はフローチャートで記入してください。ポイントとなる工程3～8程度を矢印で結び、その工程でアピールポイントがあれば文章で補足します。またそれらの工程で一番アピールしたい工程の写真を下部に貼付。  
・1次産品の場合は、圃場の写真、出荷されるまでの工程を写真入りで説明すると良い。

⑫【商品検査の有無】 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。検査の有無のいずれかに印を付け、検査している項目を記載。

⑬【衛生管理への取組】 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。  
・生産・製造工程の管理 ・従業員の管理 ・施設整備の管理

⑭【危機管理体制】 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などについて示す。  
・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  
・PL 保険に入っている場合はここに記載。

## 全部埋めることができましたか？

もし空白があるとしたら、そこは貴社のウィークポイント（弱点）です！商談会までにできる限り改善し、このシートを完成させましょう。

# 表面

# FCP 展示会・商談会シート 記入の例・アドバイス①

## 加工食品の例

もれなく、見やすい。

空白がなく、きちんと記入されています。  
また文字も大きく見やすくなっています。

### ターゲットが明確です。

利用シーンも一般的な食べ方、ちょっと工夫した食べ方などいくつかのパターンが浮かぶようなコメントがいいですね。  
商品特徴では、「本物の牛乳と卵の味がする」ことを売りにしているので赤字で下線を引いています。

### パイヤーからの



### ワンポイントアドバイス

「商品特徴」や「メッセージ」などの欄に、熱い思いが記入されていると、商品やその会社へのイメージがぐっと良くなります。  
企業の商品作りに対する姿勢がきちんと伝わると、この企業と一緒に仕事がしてみたいと思えますね。

FCP展示会・商談会シート | 記入日 2017年 5月 15日



■ 商品特性と取引条件

商 品 名	佐藤さんちのピュアプリン			
提 供 可 能 時 期 (最もおいしい時期を( )内に記載)	通年 ( )	賞味期限/消費期限	賞味期限	製造後6日
主 原 料 産 地 (漁獲場所等)	千葉県	JANコード (13桁もしくは8桁)	○○○○○○○○○○○○○○	
内 容 量	1個当たり 150g	希 望 小 売 価 格	税 抜	¥400 (税込(切捨) 税率8% ¥432)
1 ケースあたり入数	10 個	保 存 温 度 帯	冷蔵	
発 注 リードタイム	4 日	販 売 エリア の 制 限	●無 ○有→	
最大・最小ケース納品単位 (◎ケース/日など単位も記載)	最大 要相談 最小 1ケース	ケースサイズ(重量)	縦(寸) × 横(寸) × 高さ(寸)	重量(斤)
認 証 等 (商 品 ・ 工 場 ・ 農 場 等)	<input type="checkbox"/> 有機 JAS <input type="checkbox"/> ISO ※ <input type="checkbox"/> HACCP ※ <input type="checkbox"/> 農業生産工程管理(GAP) ※ <input checked="" type="checkbox"/> その他(右に記入→) <u>千葉県優良県産品</u> <small>※印のものは、具体的な取得内容を記載 →</small>			

タ ー ゲ ッ ト	売 り 先 <input type="checkbox"/> 外食 <input type="checkbox"/> 中食 <input checked="" type="checkbox"/> 商社・卸売 <input type="checkbox"/> メーカー <input type="checkbox"/> スーパーマーケット <input checked="" type="checkbox"/> 百貨店 <input type="checkbox"/> その他小売 <input checked="" type="checkbox"/> ホテル・宴会・レジャー <input type="checkbox"/> その他(右に記入→)
利 用 シ ーン (利用方法・おすすしめレシピ等)	小腹がすいた午後3時に、お友達と一緒にのお茶の時間に、ちょっと贅沢な「佐藤さんちのピュアプリン」をどうぞ。季節の果物を添えるといっそう美味しくいただけます。
商 品 特 徴	安全に飼育した乳牛から搾った新鮮な牛乳と、広い場所で育てた鶏の卵から作った、昔懐かしい <u>本物の牛乳と卵の味がするピュアプリン</u> です。150gなので1食で食べられる大きさ。

■ 商品写真

	名 称	洋菓子	栄 養 成 分 表 示 1 個 (150g) 当 たり	
	原 材 料 名	牛乳、生クリーム、卵、砂糖	熱 量	255kcal
	内 容 量	150g	たんぱく質	5.3g
	賞味期限	2017.5.21	脂 質	15.0g
	保存方法	10℃以下で保存し、開封後はなるべく早くお召し上がりください。	炭 水 化 物	21.4g
製 造 者	佐藤ファーム(株) 千葉県茂原市 ○△230番地		食 塩 相 当 量	165mg

アレルギー表示(特定原材料)  
※使用している項目に☑、使用していない場合は以下の欄に大きく×をす。

表示義務有	☑えび、☐かに、☐小麦、☐そば、☑卵 ☑乳、☐落花生
表示を奨励(任意表示)	☐あわび、☐いか、☐いくら、☐オレンジ、☐カシューナッツ ☐キウイフルーツ、☐牛肉、☐くるみ、☐ごま、☐さけ ☐さば、☐大豆、☐鶏肉、☐バナナ、☐豚肉 ☐まつたけ、☐もも、☐やまいも、☐りんご、☐ゼラチン
備 考	(当商品以外にアレルギーを扱っている場合はその旨を記入)

### ラベルは広げて

曲面に貼ったラベルをそのまま写真に撮ると文字が曲がって読みにくくなります。ラベルは広げて文字を読みやすくしましょう。

※今後FCP事務局がシート普及拡大のためにセミナー等で掲載内容の紹介を行うことについて 右欄に○をしてください。(無記入の場合は紹介しません。)(承諾)拒否

※イラストはイメージです。実際には写真を撮って掲載しましょう。

# 写真撮影の アドバイス

①

## 商品写真

「おいしそう！食べてみたい！と思える写真を」

商品パッケージも商品と一緒に入れましょう。  
大きさの分かる工夫や、利用シーンを演出しても良いですね。

# 裏面

## 好印象のメッセージ。

代表者からの気持ちのこもったメッセージがいいですね。代表の写真がきちんと貼られているのにも好感が持てます。

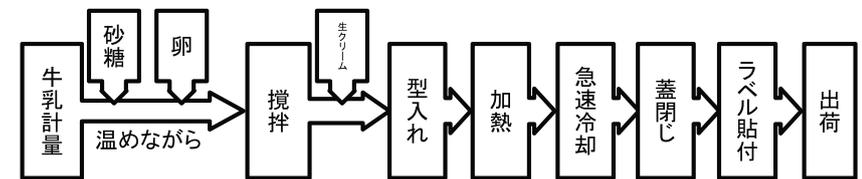
### ■ 出展企業紹介

出展企業名	佐藤ファーム株式会社		
年間売上高	平成27年度 100百万円	従業員数 (社員名、パート名など)	平成27年度 正社員4名、パート6名
代表者氏名	代表取締役 佐藤 太郎		
メッセージ	佐藤ファームでは長らく乳牛を飼育して参りました。新鮮な本当のミルクを味わっていただきたく様々な試みを行ってきました。この度美味しいミルクと卵の味を感じるプリン製造に成功しました。その味の良さに従業員一同喜んでおります。なるべく多くのお客様に味わっていただくことを願っております。		
ホームページ	http://www.fun_fun_sato_farm.com		
会社所在地	〒297-□□□□	千葉県茂原市○△236 番地	
工場所在地	〒	同上	
担当者	佐藤 次郎	E-mail	satojiro@fun_fun_sato_farm.com
TEL	0475-□□-□□□□	FAX	0475-□□-□□□□

チャートで  
わかりやすい。

丁寧にプリン製造のフローチャートを書くことによって、伝わりやすく、分かりやすい説明ができます。

### ■ 生産・製造工程アピールポイント ※農産品の場合は栽培面積・年間収穫量なども記載





新鮮な牛乳を原料に温めながら砂糖・卵を混ぜます



ガラス製プリン型に生地を流し込みます



オープンで加熱します



工場や圃場は、商品からだけではわからないので、このシートに圃場などの写真や製造工程などが記載されているのといないのでは、その企業に対する理解度は大きく変わりますよね。

### ■ 品質管理情報

商品検査の有無	<input type="radio"/> 無 <input checked="" type="radio"/> 有→具体的に	一定ロット毎に一般細菌、大腸菌群の菌検査を行っている。
衛生管理への取組	生産・製造工程の管理	現場と合致していることを確認している生産工程図を書き出し、危害となりそうなポイントを集中的に衛生管理している。
	従業員の管理	従業員の健康状態、衛生状態を毎日チェックし記録。生産を行う上で、間違いが起こらないように従業員の動線も確認して、安全衛生も確保している。
	施設設備の管理	毎日終業時に隅々まで工場を清掃し、週に1度は工場外回りも含めた清掃をし防虫防鼠対策を施し、備品類の点検を定期的に行って異物混入の防止に努めている。
危機管理体制	担当者連絡先	担当者名または担当者部署名   品質保証担当 佐藤 花子   連絡先   047-□□□-□□□□
	危機管理に対する対応や生産物賠償責任保険(PL保険)の加入など	原材料の搬入から、製造、貯蔵、製品の搬出まで全て記録を取っている。また、PL保険に加入してもしもの際の対策を取っている。

このシートは農林水産省フード・コミュニケーション・プロジェクト (FCP) により、作成されました。詳しくは <http://www.food-communication-project.jp/> をご覧ください。

※イラストはイメージです。実際には写真を撮って掲載しましょう。

## 加工食品の例

FCP 展示会・商談会シート | 記入日 2017年 10月 1日



### 商品特性と取引条件

商 品 名	薄墨さくらそば				
提 供 可 能 時 期 (最もおいしい時期を( )内に記載)	通年 ( )	賞味期限/消費期限	賞味期限	製造後1年	消費期限
主 原 料 産 地 (漁獲場所等)	岐阜県	J A N コ ー ド (13桁もしくは8桁)	○○○○○○○○○○○○○○		
内 容 量	250g(乾麺)	希 望 小 売 価 格	税 抜	¥ 300	税 込 (切 除 税 率 8%)
1 ケースあたり入数	30 食分	保 存 温 度 帯	常温		
発 注 リードタイム	5 日	販 売 エリアの制限	●無 ○有→		
最大・最小ケース納品単位 (◎ケース/日など単位も記載)	最大 20 ケース 要相談	最小 1 ケース	ケースサイズ(重量)	縦(寸) × 横(寸) × 高さ(寸)	重量(kg)
			25.0	35.0	10.0
認 証 等 (商 品・工 場・場 所 等)	<input type="checkbox"/> 有機 JAS <input type="checkbox"/> ISO ※ <input checked="" type="checkbox"/> HACCP ※ <input type="checkbox"/> 農業生産工程管理(GAP) ※ <input type="checkbox"/> その他(右に記入→) ※印のものは、具体的な取得内容を記載 → 岐阜県 HACCP 導入施設認定				

利用シーンが具体的でわかりやすい。

具体的な調理を記載すると、利用シーンをイメージしやすいです。また、箇条書きで、具体的にかつ簡潔に書くことがコツです。

タ ー ゲ ッ ト	売 り 先	<input checked="" type="checkbox"/> 外食 <input type="checkbox"/> 中食 <input checked="" type="checkbox"/> 商社・卸売 <input type="checkbox"/> メーカー <input type="checkbox"/> スーパーマーケット <input checked="" type="checkbox"/> 百貨店 <input type="checkbox"/> その他小売 <input checked="" type="checkbox"/> ホテル・宴会・レジャー   ( <input type="checkbox"/> 業務用対応可能 <input checked="" type="checkbox"/> ギフト対応可能 ) <input checked="" type="checkbox"/> その他(右に記入→)   そば屋さん、レストラン、食堂など
	お 客 様 (性別・年齢層など)	岐阜県産そばの歯切れの良い麺を実感していただける中高齢の男女。ゆで時間も短くて忙しいサラリーマンにもご賞味いただきたいです。
利 用 シ ーン (利用方法・おすすしめレシピ等)	・春は、天ぷらをのせて温かいつゆと一緒にどうぞ。 ・夏は、冷たい水でさっとゆすいで氷を散らした盛りそばをご賞味下さい。 ・秋は、茹でたそばをのりで巻いて油で揚げると、さくさくした揚げそばをいただけます。 ・冬は、釜揚げそばであつあつをつゆにつけてお召し上がりください。	
商 品 特 徴	歯切れのよい岐阜県産そば粉を使用して、つなぎとして国産小麦粉を使っています。そば粉は石臼で挽いてじっくり時間をかけてそば粉を作ります。原料からそば粉、そば打ちまで一貫して自社工場こだわりの製法を持っています。	

### 商品写真

名 称	干そば	栄 養 成 分 表 示 (100g) 当 たり
原 材 料 名	そば、小麦粉、食塩	熱 量 350kcal
内 容 量	250g	たんぱく質 15.0g
賞味期限	2018.9.30	脂 質 2.5g
保 存 方 法	直射日光、高温多湿を避けて保存してください	炭 水 化 物 67.0g
調 理 方 法	枠外に記載	食 塩 相 当 量 2.1g
製 造 者	薄墨さくら製麺(株) 岐阜県岐阜市△町○ ※	

**アレルギー表示(特定原材料)**  
※使用している項目に☑、使用していない場合は以下の欄に×をする。

表示義務有	<input type="checkbox"/> えび、 <input type="checkbox"/> かに、 <input checked="" type="checkbox"/> 小麦、 <input checked="" type="checkbox"/> そば、 <input type="checkbox"/> 卵 乳、 <input type="checkbox"/> 落花生
表示を奨励 (任意表示)	<input type="checkbox"/> あわび、 <input type="checkbox"/> いか、 <input type="checkbox"/> いくら、 <input type="checkbox"/> オレンジ、 <input type="checkbox"/> カシューナッツ キウイフルーツ、 <input type="checkbox"/> 牛肉、 <input type="checkbox"/> くるみ、 <input type="checkbox"/> ごま、 <input type="checkbox"/> さけ さば、 <input type="checkbox"/> 大豆、 <input type="checkbox"/> 鶏肉、 <input type="checkbox"/> バナナ、 <input type="checkbox"/> 豚肉 まっぴげ、 <input type="checkbox"/> もも、 <input type="checkbox"/> やまいも、 <input type="checkbox"/> りんご、 <input type="checkbox"/> ゼラチン
備 考	(当商品以外にアレルギーを扱っている場合はその旨を記入) 工場では卵を使った製品も製造しています

バイヤーからの



特に“売り”にしている商品の特徴には赤字にしたり下線を引いて、一目で分かるようにしましょう。

**チェック漏れはありませんか。**  
アレルギー表示の項目は重要です。同工場内で他のアレルギー表示原料など扱っている場合は、備考欄に記入してください。

※イラストはイメージです。実際には写真を撮って掲載しましょう。

# 写真撮影の アドバイス

②

工場写真 「これなら任せて安心!と思える写真を」

こだわりの設備や検品包装工程、品質検査の状況を写真で示すことも効果的です。

# 裏面

## 出展企業紹介欄は思いを込めて。

代表者の「そば」に対する思いが伝わってきますね。  
他に取扱商品がある場合は、この欄に記載してください。  
通信販売や会社情報を伝えるためにホームページの記載も忘れずに。

### ■ 出展企業紹介

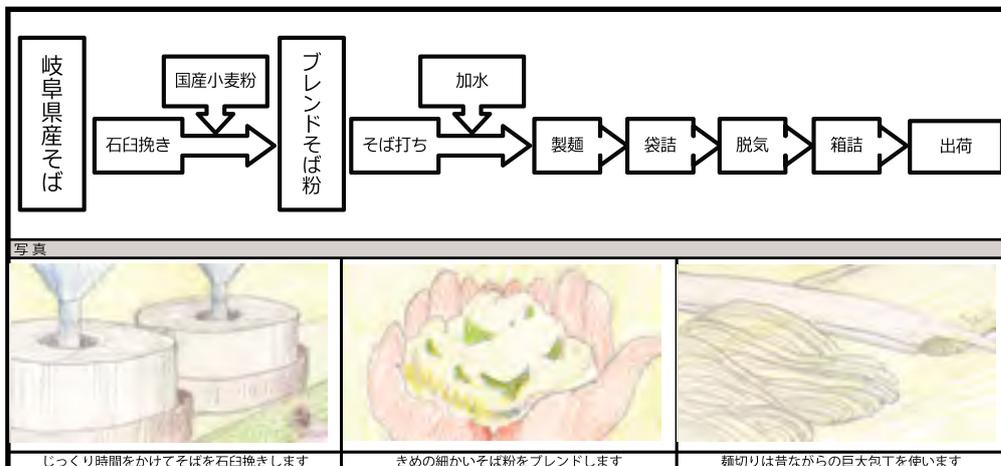
出展企業名	薄墨さくら製麺 株式会社		
年間売上高	平成27年度 300百万円	従業員数 (社員〇名、パート〇名など)	平成27年度 正社員10名、パート10名
代表者氏名	山本 蕎麦夫		
メッセージ	創業は明治元年。創業者が、皆様にそばを食べていただくそば屋を開店したことが始まりでした。以来、原料にこだわり、製造方法にこだわり、広く皆様にご賞味いただきたくて干そばの製造も始めました。おかげさまで認知度が上がり、今では薄墨さくらそば（つゆ付き）、薄墨さくらそばせんべいなど製造品目も増え、通信販売も行っています。是非薄墨さくらそばを一度ご賞味下さい。		
ホームページ	http://www.usuzumi_sakura_soba〇.com		
会社所在地	〒500-□□□□	岐阜県岐阜市△□町〇※	
工場等所在地	〒	同上	
担当者	山本 麵次	E-mail	info@usuzumi_sakura_soba〇.com
T E L	058-□□□-□□□□	F A X	058-□□□-□□□□

バイヤーからの



ここで紹介したFCP展示会・商談会シートはあくまでも「アドバイス」です。この内容にとらわれず、自分の言葉で書くように心がけましょう。

### ■ 生産・製造工程アピールポイント ※農産品の場合は栽培面積・年間収穫量なども記載



## 品質管理情報はきっちり記載。

商品そのものの味や特徴だけではなく、製造工場の衛生管理への取組は重要事項です。分かりやすく簡潔に、記載しましょう。

### ■ 品質管理情報

商品検査の有無	○無 ●有→具体的に	目の細かいふるいで異物を取り除き、品質担当者の触覚と目視で検査します。
衛生管理への取組	生産・製造工程の管理	買付け担当者は、原料の搬入から保管まで責任を持って管理して記録をつけます。製造担当者はそばの石臼挽きから製麺、袋詰め箱詰めまで責任を持って管理し、記録を付けます。
	従業員の管理	保管区画、製造区画を外部と厳密に分け、内部に入る者は衛生的に管理された作業着、帽子、マスク、長靴に着用後、入念なローラーがけでゴミを取り除き、手洗い後衛生区画に入ります。衛生安全教育は従業員一人一人に教育・訓練を施しています。
	施設設備の管理	直接原料や加工後の麺に接触する可能性のある装置や器具は毎日の掃除に加えて、1週間に一度従業員による一斉清掃を行い、施設の衛生管理を行っています。
危機管理体制	担当者連絡先	担当者名または担当者部署名   品質管理部   連絡先   058-□□□-□□□□
	危機管理に対する対応や生産物賠償責任保険 (PL保険) の加入など	食品製造における全ての工程の記録をつけ、管理しています。また、生産物賠償保険には加入して万一の対応をしています。

このシートは農林水産省フード・コミュニケーション・プロジェクト (FCP) により、作成されました。詳しくは <http://www.food-communication-project.jp/> をご覧ください。

※イラストはイメージです。実際には写真を撮って掲載しましょう。

FCP 展示会・商談会シートの  
フォーマットは、こちらからダウンロードできます

[http://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/syoudan\\_sheet/index.html](http://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/syoudan_sheet/index.html)

FCP 展示会・商談会シートをそのまま利用したり、自社内利用の範囲で利用する場合は、そのままご利用いただけますが、それ以外の方法で使用する場合は、FCP 成果物利用申請書を農林水産省 FCP 事務局まで提出して利用許諾を得てください。詳しくは上記アドレス内の「成果物利用規約」をご覧ください。

「FCP 展示会・商談会シート」を開発した、  
「食の信頼向上」に向けた産学官協働のプロジェクト、

## 「フード・コミュニケーション・プロジェクト」(FCP)

では、現在ネットワーク参加企業を募集しています。ホームページでは、詳しい活動内容や、その他の様々なツールの紹介なども行っていますので、是非ご覧ください。(ホームページからネットワーク参加登録を行うこともできます。)

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/fcp/index.html>

「FCP 展示会・商談会シート作成のてびき」は、平成 23 年度「『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」にて作成されたものです。

<参加企業・団体>平成 23 年 9 月 27 日現在

株式会社 アール・ピー・アイ	株式会社 生活品質科学研究所
イオンリテール 株式会社	株式会社 千葉銀行
一神商事 株式会社	株式会社 東急ストア
伊藤ハム 株式会社	株式会社 高島屋
株式会社 イトーヨーカ堂	栃木県
岩手県	社団法人 日本能率協会
エグジビジョンテクノロジーズ 株式会社	株式会社 三越伊勢丹
大分県	三菱食品 株式会社
株式会社 京王百貨店	リッキービジネスソリューション 株式会社
株式会社 JTB 西日本	和歌山県
信金中央金庫	山梨県

計 22 企業 / 団体

この、「FCP 展示会・商談会シート」および「FCP 展示会・商談会シート作成のてびき」は、平成 28 年 2 月～3 月に開催した「企業力を向上させる FCP 展示会・商談会シート活用研究会」及び「都道府県意見交換会」にて議論し改訂したものです。

<参加企業・団体>平成 28 年 3 月 10 日現在

株式会社アール・ピー・アイ	損保ジャパン日本興亜リスクマネジメント 株式会社
株式会社 浅野屋	東京海洋大学 先端科学技術研究センター
認定 NPO 法人 アジア GAP 総合研究所	東京農業大学 農山村支援センター
イオンリテール 株式会社	公益財団法人 長野県中小企業振興センター
伊藤忠食品 株式会社	農と食女性協会
株式会社 イトーヨーカ堂	株式会社 バイヤーズ・ガイド
岩手県	福井県
大分県	mocco.company
岡山県	和歌山県
環境電子株式会社	
株式会社 京王百貨店	計 22 企業 / 団体
高知県	
株式会社 シジシージャパン	(企業 / 団体名の掲載について同意を いただいた方のみ掲載しております。)

その他お問い合わせ先

農林水産省フード・コミュニケーション・プロジェクト事務局

TEL.03-6744-2397 FAX.03-6744-2369 E-mail: fcp\_jimukyoku@maff.go.jp

リサイクル適性<sup>®</sup>(A)

この印刷物は、印刷用の紙へ  
リサイクルできます。

平成 28 年 3 月 10 日 改訂版