

『FCP展示会・商談会シート』作成の手引き 項目別補足シート

☆：バイヤーが特に重視するシート項目

番号	シート項目	補足内容
1	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、ふりがなを振りましょう。
2	最も美味しい時期	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入してください。
3	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ります。以下に賞味期限などに関する説明をご紹介します。 「全ての加工食品には、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ます。（一部の食品を除く） 賞味期限 Best-before おいしく食べることができる期限です。この期限を過ぎても、すぐ食べられないということではありません。 定義：定められた方法により保存した場合において、期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限を示す年月日をいう。ただし、当該期限を超えた場合であっても、これらの品質が保持されていることがあるものとする。 消費期限 Use-by date 期限を過ぎたら食べない方がよいです。 定義：定められた方法により保存した場合において、腐敗、変敗その他の品質の劣化に伴い安全性を欠くこととなるおそれがないと認められる期限を示す年月日をいう。」 ⇒詳細はこちらから http://www.maff.go.jp/j/jas/hyoji/kigen.html
4	主原料産地（漁獲場所など）	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、○○他などと記載してください。
5	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。使用するには申請が必要です。
6	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りません。
7	希望小売価格（税込）	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、ここに書く必要はありませんが答えられるようにしておくとういでしょう。
8	1ケースあたりの入り数	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、具体的に記載してください。 （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）
9	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、詳細を記載してください。
10	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、日数で記入してください。エリアや最低ケース納品単位によって違う場合は、その内容を記載してください。
11	販売エリアの制限	『有』にチェックされた場合は、範囲とその理由を明確に答えられるようにしておいてください。
12	最低ケース納品単位	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してください。
13	ケースサイズ（重量）	1ケースあたりのサイズ（重量）を記載してください。
14	認定・認証機関の許認可（商品・工場等）	該当するものに○をしてください。ISO、HACCP、GAPIに関しては具体的な名称まで記入してください。 （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入してください。
15	ターゲット ☆	《売り先》 希望する売り先を選択してください（フードサービスとはここでは中食・外食を指します）。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とういでしょう。 《お客様》 まず誰（どの年代、男女など）に食し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。
16	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）等を記入してください。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でしょう。 《例》 ●●することで●●になります。 ①特徴は●●なので、●●料理に最適です。 ⇒内容量は300gですが、カロリーゼロなので肥満の心配はありません。 ②●●なので●●と相性が抜群です。 ⇒薄味に仕上げていますので○○料理の付け合せなどに最適です
17	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」の表現が効果的です。 《例》 ①伝統（理由も説明）②珍しい、地元のみ（理由も説明）③品質・特徴・製法 ●●（品質・特徴）なので●●（他の同系品種）よりも●●です。 ⇒地元の○○地区で採れたもののみを使用しているので、他社の同製品と比べても味の深みと香りが違います。 ⇒わが社では、3年かけて独自の○○製法を開発。その製法で作っているので、1日に作られる量は限られますが、他社では真似のできない高品質の○○を提供できます
18	商品写真 ☆	スペースに限りはありますが、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）の両方があると良いでしょう。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良いでしょう。（てびき参照）
18	一括表示/アレルギー表示 ☆	特定原材料を使用していないくても、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もあると良いでしょう。アレルギー表示は、記載漏れと思われるために、特定原材料を二重線などで「消す」とわかりやすいでしょう。

『FCP展示会・商談会シート』作成の手引き 項目別補足シート

☆：バイヤーが特に重視するシート項目

番号	シート項目	補足内容
19	出展者企業名	出展企業の正式名称を記載してください。 独特の読み方や読みづらい名称は、ふりがなを振りましょう。
20	年間売上高	〇〇年度などを併記すると良いでしょう。見やすいように記載してください。 (例 平成〇〇年度 〇〇〇百万円)
21	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でしょう。
22	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してください。
23	来場者へのメッセージ	ここでは、おもて面の商品ではなく、企業姿勢などを記入してください。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など。
24	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」と記載してください。
25	会社所在地/工場所在地	外部委託の場合は、工場所在地の前に（その外部委託先の）工場名を記載してください。
26	担当者、e-mail, TEL, FAX	担当者の連絡先を記載してください。
27	製造工程（農林水産品の場合は生産工程）などのアピールポイント	工程はフローチャートで記入してください。ポイントとなる製造工程3～8程度を⇒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してください。 《例》計量⇒混合（ 創業120年の伝統配合 ）⇒加熱（ 2段階煎 ）⇒充填⇒殺菌⇒冷却⇒包装⇒衛生検査 ・1次産品の場合は、ほ場の写真、出荷されるまでの工程を写真入りで説明されると良いでしょう。
28	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して下さい。 検査の有無のいずれかを○し、検査している項目を記載してください。
29	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してください。 ・製造工程の管理 ・従業員の管理 ・施設整備と管理
30	危機管理体制【担当連絡先/記録】	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してください。 ・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保険に入られている場合はここに記入してください。