

<留意点>

FCP展示会・商談会シート

<加工食品用>

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、ふりがなを振ります。

最もおいしい時期
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。

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。

賞味期限
おいしく食べることができる期限。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。

商品名

最もおいしい時期

主原料産地
(漁獲場所等)

内容量

1ケースあたり入数

発注リードタイム

最低ケース納品単位

認証・認定機関の

主原料産地
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、〇〇他などと記載してください。

内容量
商品あたりの内容量を記載。包装した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。

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、それも記載してください。(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)

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。

賞味期限 / 消費期限

JANコード
(13桁もしくは8桁)

希望小売価格(税込)

保存温度帯

販売エリアの制限

ケースサイズ(重量)

賞味期限

消費期限
・期限を過ぎたら食べない方がよい。
・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。

希望小売価格
製造業者が設定した小売価格。卸値(ネット・納品価格)も同時に尋ねられますので、答えられるようにしておくが良いです。

販売エリア
「◎有」にチェックされた場合は、エリアの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。

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。商品の数量ではないので注意。合わせ商品の場合は、単箱なのか合わせなのかわかるように記載、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。

有機JAS
他

農業生産工程管理(GAP)

認証・認定機関の許認可
該当するものに☑をしてください。ISO、HACCP、GAP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。

ターゲット

お客様
(性別・年齢層など)

利用シーン
(利用方法・おすすめレシピ等)

商品特徴

ターゲット 売り先
フードサービス 小売 卸売 メーカー その他(右に記入→)

ターゲット お客様
《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
入力時の注意事項→100字(数字・訓読点を含む)以内で記入してください。

ターゲット 売り先
《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が良いでしょう。

利用シーン
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。商品の産地でも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。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お夜食に最適です。

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「〇〇なので、〇〇です」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【例文:●●(品質・特徴)なので●●(他の同系品種)よりも●●です。】

■ 商品写真

写真
商品の全体がわかる写真を貼付

写真
スペースに限りはありますが、イメージ写真(中身の見えるもの、または調理例)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挿入しても構いません。生鮮品など一括表示が無い場合は、調理例などの写真を入れることも効果的です。

一括表示
(現物の写真を字が読めるように映像で貼付)

一括表示
特定原材料を使用していない場合、それらを使用している工場内で生産している場合は、同工場内で〇〇を使用していますの文言があると良いでしょう。

アレルギー表示は、使用している項目に☑をしてください。

アレルギー表示(特定原材料) ※使用している項目に☑

- えび
- かき
- 小麦
- そば
- 卵
- 乳
- 落花生

■ 出展企業紹介

出展企業名		<p>出展企業名 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。</p>	
年間売上高	<p>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)</p>	従業員数	<p>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。</p>
代表者氏名		<p>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。</p>	
メッセージ		<p>メッセージ ここには、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。</p>	
ホームページ		<p>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。</p>	
会社所在地	〒	<p>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。</p>	
工場所在地	〒		
担当者		E - m a i l	
T E L		F A X	

写真
代表者の写真を貼付してください。この写真があるのとないのではシートの印象も違います。

■ 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

製造工程
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。

写真

写真

写真

写真
工程で一番アピールしたい工程の写真を貼付してください。
・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。

衛生管理への取り組み
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。

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選択(●)し、検査している項目を記載してください。

■ 品質管理情報

商品検査の有無	○ 無 ○ 有→具体的に		
衛生管理への取組	製造工程の管理		
	従業員の管理		
	施設設備と管理		
危機管理体制	担当者連絡先	担当者	連絡先
	記録		

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等について示してください。
・担当者、緊急時の連絡先
・緊急時における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。