

## 平成23年度事業方針・事業計画

### 1. 事業方針・事業計画

#### 事業方針

##### 《協会理念》

社団法人日本冷凍食品協会は、冷凍食品産業の健全な発展に貢献するとともに、冷凍食品に関する情報提供などにより国民の健康で豊かな食生活の実現に寄与します。

##### 《運営基本方針》

- (1) 冷凍食品の品質・安全性をより高めるため、冷凍食品認定制度の的確な運用と不断の見直しを行います。
- (2) 広く国民に対し、冷凍食品の優れた特性や食の安全に関する科学的な考え方の広報・啓発を行います。
- (3) 冷凍食品の生産・流通・消費に関する調査・分析を行い、各分野における課題と対応方向を明確化し、関係者間の情報共有化を図ります。
- (4) これらの基本方針を達成するため、協会資源の適正な管理を行うとともに、協会内外の協力体制強化に向けて協会組織の在り方を検討します。

#### 事業計画

##### 《基本方針》

東日本大震災による未曾有の被害と原発事故、さらには電力供給制限などによって、持ち直しつつあった我が国経済は極めて厳しい状況に陥っている。生産活動の低下、企業収益や雇用情勢の悪化、個人消費の弱さなどに加え、デフレからの脱却も遅れており、当面、ほとんどの経済指標の改善は難しいと見られる。また、原油や穀物などの一次産品価格が上昇を続けており、今後のコスト要因として懸念される。しかし、被災地域の復旧・復興が着実に進み、原発問題も目処がつけば、経済の急速な回復が期待される。

一方で、政治の不安定性が増す中で、TPP(環太平洋パートナーシップ)やFTA・EPA など国際的な枠組みへの対応、仕切り直しが求められる地球温暖化対策など、今後の我が国のあり方に深く関わる問題について、その方向性を決めなくてはならない状況にある。

このような中で、当協会としては次の事項を重点ポイントとして各種事業を展開する。

## (A) 広報事業の拡充

22年度から、「意外とスゴイ、冷凍食品」をキャッチコピーとして、冷凍食品の基本的な特性を訴求しており、さらに業界挙げての活動強化を図る。一方、食の安全に関する活動については、「食品安全ハンドブック」を基礎素材とし、様々な場面を活用してメディア、消費者、食の関係者などに対して働きかける。

なお、今回の大震災の影響を考慮して広報活動の内容、時期、手法を随時見直していく。

### a) 「意外とスゴイ、冷凍食品」の訴求

- ・当協会と会員各社がこの統一ロゴ・キャッチコピーを活用し、冷凍食品業界全体の活動を一層活性化させる。
- ・主婦、男性、シニア世代、食の関係者などの訴求対象ごとに適切な媒体を活用するとともに、メディアミックスによりその効果を増幅させる。
- ・業務用及び消費者向け広報 DVD について、最近の情勢変化を踏まえた内容に改定する。

### b) 食の安全の訴求

- ・食の安全についての科学的な考え方を啓発するため、「食品安全ハンドブック」を基礎素材として、各種セミナー参加者、学校関係者、メディアなどへの配布・説明を一層進める。また、学校関係者向けに、同ハンドブックの再編集を検討する。
- ・食問題に関与しているメディア記者などに対する継続的な働きかけ、情報提供、セミナーなどを実施する。
- ・消費者団体との継続的な意見交換を行う。

## (B) 「冷凍食品認定制度」の定着・見直し

- ・21年4月、新制度に移行し、22年度末には初めて2年工場の更新業務が終了したが、23年度は3年工場の更新業務を円滑に進める。
- ・制度面及び運用面での見直しを行う。加えて、認定工場従業員の能力向上のため各種のセミナー・講習会を開催する。
- ・認定制度及び認定マークの認知向上に努める。

### (C) 調査事業の拡充

- ・従来の調査内容に加え、障害者などが冷凍食品を利用する場合の課題調査などを行う。

### (D) 環境問題への対応

- ・環境自主行動計画の見直し、容器包装リサイクル制度の見直しなどの動きに対し、冷凍食品業界の実情を踏まえて適切に対応する。

### (E) 委員会・部会・研究会の活性化

- ・冷凍食品業界を取り巻く様々な状況変化に適時適切に対応するため、委員会・部会・研究会の活動をより活発化させ、課題に対する取組みの強化、会員間の意思疎通の醸成を図る。

### (F) 公益法人制度改革への対応

- ・既存の公益法人は、平成 25 年 11 月末までに公益社団法人または一般社団法人に移行する必要がある。当協会としては昨年度の総会で一般社団法人の方向が決定されているが、申請時期は他団体の動向などを見て判断する。

### (G) その他

- ・政府の電力需給対策に沿って、冷凍食品業界としてもその達成に向けた検討、情報交換を行う。

## (1) 広報事業

広報事業は、冷凍食品の優れた特性を訴求する宣伝活動と食の安全に関する科学的な考え方を訴求する広報活動を基軸として展開する。

なお、東日本大震災に起因する諸問題（停電・節電対策、食品への放射性物質汚染、風評被害など）が新たに生じており、必要に応じて事業の内容や手法の見直しを行なう。

### ①宣伝活動（冷凍食品の優れた特性の訴求）

#### ア．統一ロゴ・キャッチコピーによる展開

冷凍食品の宣伝活動を業界全体で盛り上げるため、業界統一ロゴ・キャッチコピー「意外とスゴイ、冷凍食品」を各種の事業展開でより一層活用する。具体的には、Web（ホームページなど）、パンフレット、各種媒体広告での掲載など、会員企業と一体となって展開する。

#### イ．訴求対象の特性に合わせた PR

冷凍食品のメインユーザーである主婦のほか、シニア層、独身世帯などを新たなターゲットとし、それぞれに相応しいメディアの選択と、メディアミックスにより効果的な PR 活動を展開する。

また、消費者団体や業務用ルートなどに対しても、適切な媒体を活用して PR 活動を実施する。

#### ウ．冷凍食品 PR イベント

##### 1) 消費者向け PR イベント

冷凍食品の日である 10 月 18 日に消費者向け PR イベントを開催する。消費者を招待し、冷凍食品の優れた特性や安全性について分かりやすい形で訴求するとともに、冷凍食品を素材にした料理の試食会を通して、多面的な利用方法の紹介を行なう。その際、波及効果を高めるため、メディアへの露出連動も検討する。

##### 2) 農林水産省「消費者の部屋」特別展示

農林水産省「消費者の部屋」において、冷凍食品に関する特別展示を冷凍食品月間である 10 月に実施する方向で農林水産省と調整する。主な家庭用メーカー担当で構成する展示準備委員会で展示内容を検討し、冷凍食品の優れた特性や当協会の活動について訴求する。

## エ. 啓発活動

### 1) スペシャル Web サイトの活用

21年5月から継続しているスペシャルサイト「カイトウ冷凍のホントウ」を利用し、冷凍食品の優秀性を分かりやすく伝えるコンテンツのほか、会員社の工場見学レポートなどを掲載する。

また、ホームページへのリンクや雑誌系列 Web サイトとの連動で波及効果を高めていく。

### 2) 消費者苦情の公表

ホームページに掲載している消費者による誤使用・異物誤認の事例を追加するとともに、共通的なアイコンを検討する。

### 3) ゼミナール・講習会

#### i) 学生を対象にした冷凍食品ゼミナールの開催

全国の栄養士養成講座を持つ大学及び短期大学の中から、希望する大学の学生を対象に冷凍食品ゼミナールを開催する。将来の業務用冷凍食品ユーザーとなり得る学生に対し、講演、業務用広報 DVD の上映、調理実習などを通して冷凍食品の優れた特性、取り扱い方の周知や食の安全性に関する正しい知識の啓発を図る。

#### ii) 消費者を対象にした講習会

全国の消費生活センター、保健所、地域婦人団体などと協力して、消費者向け広報 DVD の上映、講演、調理実習などを主体とした講習会を開催する。調理コンサルタントを派遣し受講者との質疑応答などにより消費者の冷凍食品に対する理解を深めるとともに、意識や考え方などを把握する。

#### iii) 業務用ユーザーを対象にした講習会・セミナー

給食や惣菜製造業に携わる栄養士、調理師などに対して、専門性に応じた講習会を開催し冷凍食品の理解の促進と需要喚起を図る。さらに、今年度は学校栄養士協議会などの団体と共同で学校給食関係者対象のセミナーの開催を検討する。

#### iv) 調理コンサルタント研究会の開催

当協会が委嘱している全国の冷凍食品調理コンサルタントを対象に、冷凍食品及び関連機器などについての最新の製造、品質管理の知識の共有、講習会などでの訴求ポイントの確認、最近の課題に関する意見交換のための研究会を開催する。今年度も冷凍食品工場視察を併せて行い、品質・衛生管理への理解を深める。

#### 4) 料理レシピ集の整理編集

メディア広告やスペシャルサイトなどで掲載した冷凍食品を使った料理レシピをホームページに掲載中の既存レシピに加えて、レシピ集の充実を図る。

#### オ. 普及広報資材の制作・配付

##### 1) 広報 DVD（消費者向け及び業務用）の改訂

消費者などを対象とした講習会で活用する消費者向け広報 DVD を最近の状況変化に対応した内容に改訂する。また、前年度改訂に着手した業務用 DVD については秋頃までに完成させ、年度後半以降活用する。

制作した DVD は冷凍食品講習会関係者（当協会関係者、大学、調理コンサルタントほか）に配布し、冷凍食品への理解醸成を図る。

##### 2) パンフレット・冊子類の活用

講習会、ゼミナールなどで使用する各種パンフレット・冊子類について、その内容を適宜見直し、広く関係者や消費者向けとして活用する。

### ② 広報活動（食の安全に関する科学的な考え方の訴求）

#### ア. 理解促進活動

##### 1) 情報伝達ツールの活用

食の安全に関する正しい理解促進のために製作した「食品安全ハンドブック」を消費者、業務用ユーザー、学生及び各メディアへ広く配付する。

##### 2) 消費者団体への働きかけ

食の安全をめぐる問題、冷凍食品に関する課題などについて、意見交換を行い、消費者団体との意思疎通を図る。

### 3) 工場見学の推進

冷凍食品工場の見学を通して冷凍食品への理解を深めるため、引続き、メディアや消費者団体に対して工場見学を誘引していく。

また、ホームページで消費者や児童・生徒が見学できる国内工場を公表しているが、その数を増やすとともに、見学者に対して冷凍食品に関する各種の情報提供を行なう。

### 4) 食の安全セミナーの開催

学校関係者（栄養教諭、栄養士）や業務用ユーザー、流通関係者などを対象に関係団体とタイアップして、食の安全についての科学的な考え方、理解・啓発を図るセミナーを開催する。

## イ. PR プロモーション

### 冷凍食品に関する消費者意識及び利用実態調査

冷凍食品の認知度や利用状況、食の安全についての意識に関する調査を継続して実施し、その結果を事業展開に活用する。

## ③その他

### 各ブロック協議会との連携

全国各地で冷凍食品の普及・消費拡大事業を展開している各ブロック協議会に対し、情報や広報資材を提供するなどの支援を行い連携して冷凍食品業界の発展を目指す。

## 広報事業年間スケジュール（案）

|                  |                                 | 4月                         | 5月                    | 6月                | 7月 | 8月 | 9月       | 10月        | 11月                              | 12月                      | 1月      | 2月 | 3月 |  |  |
|------------------|---------------------------------|----------------------------|-----------------------|-------------------|----|----|----------|------------|----------------------------------|--------------------------|---------|----|----|--|--|
| 宣<br>伝<br>活<br>動 | 啓<br>発<br>活<br>動                | WEB活動                      | 協会ホームページ<br>会員工場見学の案内 |                   |    |    |          |            |                                  |                          |         |    |    |  |  |
|                  |                                 | スペシャルサイト                   | 各種コンテンツ               |                   |    |    |          |            |                                  |                          |         |    |    |  |  |
|                  |                                 | 統一コピー・ロゴ                   | 統一コピー・ロゴの推進           |                   |    |    |          |            |                                  |                          |         |    |    |  |  |
|                  | 新<br>聞<br>・<br>雑<br>誌<br>廣<br>告 | 新聞                         |                       |                   |    |    |          |            | 10月18日「冷凍食品の日」出稿<br>全国紙+ブロック紙    |                          |         |    |    |  |  |
|                  |                                 | 雑誌                         | 各種雑誌出稿                |                   |    |    |          |            |                                  |                          |         |    |    |  |  |
|                  |                                 | ラジオ                        |                       |                   |    |    |          | ラジオ番組提供    |                                  |                          |         |    |    |  |  |
|                  |                                 | 教育関係                       |                       |                   |    |    |          |            | 教育家庭新聞出稿                         |                          |         |    |    |  |  |
|                  |                                 | 料理レシピの充実                   | 料理レシピの開発              |                   |    |    |          |            |                                  |                          |         |    |    |  |  |
|                  |                                 | P<br>R<br>イ<br>ベ<br>ン<br>ト | 消費者向け                 |                   |    |    |          |            |                                  | 10月18日<br>「冷凍食品の日」PRイベント |         |    |    |  |  |
|                  | 展示会                             |                            |                       |                   |    |    |          |            | 10月3日～7日 農林水産省<br>「消費者の部屋」特別展示予定 |                          |         |    |    |  |  |
|                  | 各協議会・流通関係                       |                            |                       |                   |    |    |          |            | 各ブロック協議会への支援                     |                          |         |    |    |  |  |
|                  | 広<br>報<br>活<br>動                | 理<br>解<br>促<br>進<br>活<br>動 | 国内工場見学                | 対象：消費者、メディア、消費者団体 |    |    |          |            |                                  |                          |         |    |    |  |  |
|                  |                                 |                            | 各種セミナー企画              |                   |    |    | 各種セミナー開催 |            |                                  |                          |         |    |    |  |  |
| 消費者団体意見交換会       |                                 |                            |                       |                   |    |    |          |            | 消費者団体との意見交換会                     |                          |         |    |    |  |  |
| D<br>V<br>D      |                                 | 業務用                        | 業務用DVD製作              |                   |    |    |          |            |                                  |                          |         |    |    |  |  |
|                  |                                 | 消費者向け                      |                       |                   |    |    |          | 消費者向けDVD製作 |                                  |                          |         |    |    |  |  |
| P<br>R<br>活<br>動 |                                 | 食品安全ハンドブック                 | 食品安全ハンドブックの配布         |                   |    |    |          |            |                                  |                          |         |    |    |  |  |
|                  |                                 | 「食の安全」啓発キャラバン              | 「食の安全」啓発キャラバン(メディア関係) |                   |    |    |          |            |                                  |                          |         |    |    |  |  |
|                  | 消費者意識調査(2回)                     |                            |                       |                   |    |    | パブリシティ調査 |            |                                  |                          | 消費者意識調査 |    |    |  |  |

(注) 時期、内容は現時点での予定であり、変更はあり得る。

## (2) 品質・技術事業

21年度より本格的な運用を開始した新「冷凍食品認定制度」は、2年を経過した。この間の検査実績などを踏まえ、本年度は、認定工場の品質管理水準の一層の向上、監査体制の強化、基準の改定などのほか、中長期的な「冷凍食品認定制度」のあり方についても検討する。

23年度末に有効期限を迎える認定工場の更新審査を年度後半から行う。

なお、東日本大震災により大きな被害を受けた認定工場については、運用条件の緩和など、被害状況に応じた弾力的な対応を行う。

### ①「冷凍食品認定制度」の運用

#### ア. 前年度の総括

認定工場の自主的改善状況、定期検査、工場指導及び更新認定調査の総括を行い、その結果を公表する。

22年度の各工場の年間格付量を確認し、21年度の結果と合わせ、年間最小格付量（60 t）未達工場への対応を検討する。

#### イ. 制度内容・基準の周知

アの総括で判明した課題に対応して、工場の現場確認の徹底、検査員の能力向上、従業員を対象とした講習会などにより、制度内容・基準の周知を図る。

#### ウ. 「冷凍食品認定制度」のあり方の検討

中長期的な観点から、「冷凍食品認定制度」のあり方について検討する。

#### エ. 委託業務の効率化

冷検協に委託している定期検査、工場指導、認定・更新調査などについて、必要に応じて当協会職員が同行する。また、冷検協との継続的な打合せにより、委託業務の効率化と制度運用の徹底を図る。

#### オ. 基準等の改訂

認定審査や定期検査を通じて、工場で認定制度を運用する際の問題点を確認し、基準、内規、チェックシートの見直しを行う。基準内容の変更については品質・技術部会で検討する。

## ②品質管理強化のための取組み

### ア. 調理冷凍食品の JAS 規格及び品質表示基準の改正対応

調理冷凍食品の JAS 規格を廃止する方向で行政庁と調整する。また、調理冷凍食品の品質表示基準の改正についても、業界としての意見が反映されるよう対応する。

### イ. HACCP 支援法に基づく高度化認定

22 年度に始まった低コスト導入モデルによる HACCP 計画の高度化認定について、認定審査会を開催して審査する。

### ウ. 流通事業者への温度管理徹底に関する啓発活動

冷凍食品にとって夏場の温度管理は重要な課題であり、継続的に周知する必要があるため、23 年度も 6 月～8 月を温度管理強化月間として流通事業者への啓発活動を実施する。

### エ. その他

消費者庁における加工食品の原料原産地表示拡大の検討について、情報収集に努めるとともに、適切に対応していく。

## (3) 統計調査事業

### ①冷凍食品の国内生産調査及び生産・消費に関する統計

23 年初に実施した 22 年(1 月～12 月)冷凍食品の国内生産調査の結果と、財務省貿易統計から抽出した冷凍野菜輸入量及び下記②の調理冷凍食品輸入調査の結果をとりまとめて統計速報を公表する(23 年 4 月に公表済み)。

また、「22 年(1～12 月)日本の冷凍食品生産・消費に関する統計」を作成し、会員及び関係官庁、団体、教育機関などへ配布する。

なお、24 年初は 23 年(1 月～12 月)冷凍食品の国内生産調査を実施する。

### ②調理冷凍食品輸入調査

23 年初に実施した 22 年(1 月～12 月)調理冷凍食品輸入調査の結果を上記①の統計とともに公表する(23 年 4 月に公表済み)。

また、24 年初は 23 年(1 月～12 月)調理冷凍食品輸入調査を実施する。

### ③冷凍食品に関連する諸統計

上記①の統計に、関係官庁などで発表する「冷凍」に関連する各種統計とアメリカ、ドイツの冷凍食品統計などを加え、「平成 22 年冷凍食品に関連する諸統計」を作成して、関係各所へ配布する。

### ④英語版統計

上記①の英語版「2010 (Jan. ~Dec.) JAPANESE FROZEN FOOD STATISTICS」を作成し、各国の冷凍食品関連団体や駐日大使館などへ配布する。

### ⑤障害者の冷凍食品利用状況調査

22 年度に実施した高齢者の冷凍食品利用状況調査に続き、23 年度は障害者を対象に、公益財団法人すこやか食生活協会の協力を得て、冷凍食品の利用状況、利用する際の問題点や改善要望などを把握する調査を実施する。

## (4) 環境対策事業

### ①環境自主行動計画の推進

11 年 2 月に策定した「冷凍食品業界における環境自主行動計画」に基づき、会員各社の進捗状況の把握及び着実な推進を目的として、22 年の会員各社の実績についてフォローアップ調査を実施する。

なお、この計画は 22 年为目标達成年であり、最終年の調査となる。政府の方針や産業界の動き、冷凍食品業界の実状を踏まえて、今後の環境対策について検討を進める。

### ②容器包装 3R の推進

18 年 3 月に策定した「冷凍食品業界における容器包装 3R 推進のための自主行動計画」に基づき、進捗状況の把握及び着実な推進を目的として、22 年度実績のフォローアップ調査を実施する。

なお、この調査は 22 年度为目标達成年であり、最終年の調査となる。容器包装リサイクル制度の見直しや冷凍食品業界の実状を踏まえて、次期計画の策定などを検討する。

### ③その他

- ・食品トレイの削減に向けて検討を進める。
- ・環境に関する諸課題については、環境部会において適切に対応するとともに、セミナーや勉強会を開催して知識や情報の取得を図る。また、環境に関する各種情報を「冷凍食品情報」やホームページで発信していく。

## (5) 会員関係事業

### ①情報の提供

#### ア. 月刊誌の発行

「冷凍食品情報」を毎月発行することにより、会員はじめ関係官庁・団体・マスコミ関係者などに情報を提供する。新企画の掲載などにより、さらに内容の充実に努める。

#### イ. Eメール、ホームページによる情報配信

会員に提供する情報のうち緊急を要するものは、Eメールを活用して通知する。このため、メールアドレスが未登録の会員に登録を促す。併せて、ホームページを活用し、迅速な情報の発信に務める。

### ②地区別会員協議会の開催

冷検協の協力を得て、地区ごとに会員協議会を開催し、当協会の事業の進め方や品質管理・衛生管理のあり方などについて意見交換を行う。23年度は、関東甲越、東海・北陸・長野及び近畿・中国・四国の3地区で開催する。

### ③流通会員社懇談会の開催

流通会員社を対象とする懇談会を開催し、冷凍食品業界をめぐる諸問題や当協会の諸事業のあり方について意見交換を行う。

## (6) その他事業

### ①電力問題への対応

政府の電力需給対策に沿って、冷凍食品業界としての対応を検討するとともに、情報交換を行う。

### ②外国冷凍食品関係団体との交流

諸外国の冷凍食品関係の団体・機関との直接的な交流や、統計をはじめ各種資料・情報の交換などを行う。また、それら団体・機関の関係者が来日した際には、意見交換会などの場を設け、積極的に交流を図る。

### ③公益法人改革への対応

平成 25 年 11 月末までに公益社団法人か一般社団法人に移行する必要があるが、当協会としては、一般社団法人への移行を目指すことを 22 年度通常総会で議決した。申請時期については、類似団体の動向などをみて判断するが、定款、各種規程の見直しなど、申請の準備を進める。

### ④その他

当協会未加入の冷凍食品関連企業の把握に努め、加入の促進を図る。その他、必要に応じた事業を適時適切に実施する。