

## 【報告事項】

### I. 令和4年度 事業計画

(注)令和4年3月24日の理事会で承認されたものである。

#### <事業運営方針>

- ① 冷凍食品産業の健全な発展に寄与するため、活発な事業展開を行う。
- ② 広く、冷凍食品の優れた特性や食の安全に対する科学的な考え方の広報・啓発を行う。
- ③ 冷凍食品の品質・安全性や信頼性をより高めるため、冷凍食品認定制度の適切な運用を行うとともに、各種公的制度の変更に対応する。
- ④ 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、関係者の情報共有を図る。
- ⑤ 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と効率的活用を図る。

## 1. 広報事業

業界統一キャッチを「べんりとおいしいのその先へ 冷凍食品」をベースに、今後も広報事業全体で統一的に進める。

厳しい経営環境にある業務用の需要回復に向けて、PR活動を強化する。

訴求対象に適したメディアを幅広く活用し、特にWEB、SNSの比重を高める。

また、訴求対象として、ノンユーザーや新規ユーザーが多いシニアや単身世帯を主体とするほか、子育て世代などのユーザー層にも対応する。さらに、業務用として従来の学校給食、医療・介護関係に加え、一般外食、産業給食関係などにも対応する。

### (1)PR活動

#### ア. 統一キャッチコピー・ロゴ等による展開

統一キャッチコピー「べんりとおいしいのその先へ 冷凍食品」と、ロゴを各種事業で活用する。会員や業界関係者のWEB、パンフレット等での協力を要請する。

「冷凍食品アンバサダー」の三國清三氏(洋食料理家)に対し、アンバサダーとしての活動を引き続きバックアップする。

#### イ. 冷凍食品PRイベント

##### (ア)「冷凍食品の日」PRイベント

「冷凍食品の日」PRイベントとして、一般消費者を対象に、10月17日(仮)に前半は著名人をゲストとしたトークショー、後半は試食会とする内容で都内にて開催する。一般消費者の参加対象を、新規ユーザー、ノンユーザーが多く参加できるようにする。より多くのメディア露出となるよう努める。

##### (イ)農林水産省「消費者の部屋」展示

前年同様、冷凍食品月間である10月に、農林水産省「消費者の部屋」において冷凍食品展示を実施する方向で農林水産省と調整する。業界統一キャッチコピー・ロゴを活用して、会員企業の協力の下、試食、冷凍食品に対するポジティブイメージを高めるような展示等を実施し、家庭用、業務用ともに、より注目されるように工夫する。また、ラジオ中継を検討するとともに、各種メディアからの取材を促し情報発信の機会とする。

## ウ. WEB の活用

### (ア) ホームページ

消費者や会員向けに各種情報を迅速に提供するとともに、特に消費者向けには、「冷食 ONLINE」へ誘導を図り、情報発信力をより高める。

業務用関係者に向けて、冷凍食品活用の優位性やポイントを紹介した動画を制作し、掲載する。

### (イ) 冷食 ONLINE

週に 1 回の更新を継続するほか、アレンジレシピに加えて、他の事業と連携した特集記事、トレンドや食の豊富な情報などのコンテンツを提供し、ユーザー数を増やしていく。また、シニア、単身世帯向けに動画を制作し、掲載する。

### (ウ) Facebook

「冷食 ONLINE」のニュース更新を伝える告知媒体として引き続き活用する。

## エ. メディア展開

### (ア) 全国メディア

全国及び関東エリアについては、「冷凍食品の日」や「冷凍食品月間」を中心に、一般紙、ラジオなどを活用するとともに、それらに付随した WEB メディアを活用する。

### (イ) 地方メディアミックス

京阪神エリア、中国・四国地方において、テレビ、ラジオ、新聞等のメディアミックスでの露出を行い、相乗的な PR 効果を高める。

### (ウ) WEB メディア

前述の協会ホームページ、冷食 ONLINE のほか、特定の業務用ユーザーや若年層など、それぞれの関心の高い WEB、SNS を活用する。また、WEB メディア等で放映する訴求対象別の動画広告を制作する。

### (エ) 専門紙・雑誌

セミナーなどとのタイアップで、その内容を紹介する記事を掲載する。

## オ. 店頭での需要喚起

「10 月 18 日は冷凍食品の日」、「10 月は冷凍食品月間」をフックとして、当協会が制作する店頭用 POP 等を、卸売事業者を介して、小売事業者に案内し、店頭で活用してもらう。

## カ. 業務用関係者向け

### (ア) 学校給食関係

引き続き、栄養教諭などの学校給食関係者を対象として、学校給食の調理現場において発揮される冷凍食品の優れた特性を啓発するため、専門家の講演、学校給食向け製品の試食展示等を内容とする研修会を実施する。その際、オンラインでの開催を検討するとともに、教育専門紙とタイアップして、その内容を全国に広める。

### (イ) 医療・介護関係

引き続き、医療・介護の関係者を対象に、在宅介護での訪問や高齢者に対する栄養指導等に際して冷凍食品の優れた特性を啓発するため、管理栄養士等の専門家によるセミナーを実施する。その際、オンラインでの開催を検討するとともに、専門誌とタイアップして、その内容を全国に広める。

### (ウ) 産業給食・一般外食関係

新たに、関係団体等と共催して産業給食、一般外食関係者等を対象としたセミナーの開催を検討する。

## キ. 冷凍食品の利用実態調査

消費者の冷凍食品の利用状況の経年変化、タイムリーな項目等を引き続き調査し、事業展開の参考とする。また、調査結果は広く情報発信していく。

## (2) 啓発活動

### ア. 冷凍食品ゼミナール・講習会

#### (ア) 学生を対象にした冷凍食品ゼミナール

引き続き、栄養士・調理師の資格を得られる大学、短大、高校、専門学校等で冷凍食品ゼミナールを開催し、開催数の増加に努める。要望に応じてオンラインでの開催も行う。

#### (イ) 消費者を対象にした講習会

引き続き、全国の消費生活センター、保健所等と協力して、講習会を開催する。子育て世代、PTA、高齢者等、細分化した対象での講演会を企画し、開催数の増加を図るとともに、オンラインでの開催を検討する。

#### (ウ) 業務用ユーザーを対象にした講習会

引き続き、業務用ユーザーを対象に、保健所等を通じ専門性に応じた講習会を

開催するとともに、特に学校給食関係者を対象とした開催の増加に努める。オンラインでの開催を検討する。

#### **(エ)調理コンサルタントの研修**

当協会の「冷凍食品調理コンサルタント」を対象に、工場視察を含め、冷凍食品に関する最新情報の共有、講習会での訴求ポイントの確認等を内容とした研修を実施し、スキルの向上を図る。

#### **イ. 消費者団体への働きかけ**

引き続き、冷凍食品に関する課題、食に関する諸問題等について、消費者団体との意見交換会を実施する。

#### **ウ. 普及広報資材**

講習会、ゼミナール、イベント等で使用するパンフレット、冊子についてその内容を適宜見直し、広く配布・活用するほか、会員、関連団体などのイベント、研修会等での活用を促す。

新たに制作している一般消費者向け啓発 DVD については、コロナ禍のため撮影が遅れているが、4 年度初めに完成させ、講習会等で活用する。また、新たに学生向け啓発 DVD を制作することとし、秋頃の完成を目指す。

### **(3)その他**

#### **ア. 流通事業者との連携**

流通事業者が開催する展示会、イベント等に、PR 動画、展示パネルなど普及資材を積極的に提供する。

#### **イ. ブロック協議会との連携**

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、イベントや講習会開催の協力、展示パネルや普及資材の提供、助成支援等を行う。

(参考)令和4年度 広報事業年間スケジュール

項目	内容	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
(1) PR活動	ア. 統一キャッチコピー・ロゴによる展開	キャッチコピー・ロゴの活用促進												
	イ. PRイベント	消費者向け												
		展示												
	ウ. WEBの活用	ホームページ	会員、消費者への情報発信と「冷食ONLINE」へリンク											
		冷食ONLINE	新規コンテンツの投入											
		Facebook	「冷食ONLINE」更新の案内											
	エ. メディア展開	新聞(一般紙)												
		専門誌紙												
		ラジオ広告												
		WEB広告												
		地方メディア												
		パブリシティ	ラジオ、TV、新聞等											
	オ. 利用実態調査													
	カ. 業務用関係者向け													
(2) 啓発活動	ア. 冷凍食品ゼミナール・講習会	大学・短大、高校、専門学校の学生、消費者、業務用ユーザー向け												
	イ. 消費者団体への働きかけ													
	ウ. 普及広報資料	各種パンフレット・冊子のリニューアル、製作及び配布												
(3) その他	ア. 流通事業者との連携													
	イ. ブロック協議会との連携													

## 2. 品質・技術事業

2年及び3年工場に対する指導を、より具体的に改善できるような内容とする。講習会は、現地開催を基本に、遠隔地の会員が参加しやすいよう、オンラインも活用した開催を継続する。

また、オンラインを活用して認定工場と双方向のコミュニケーションを深めるとともに、定期的にメールマガジンを発信し、情報提供を行う。

### (1)「冷凍食品認定制度」の運用

認定工場の品質管理の更なる向上を目指すとともに、コロナ禍の状況においても、認定制度の円滑な運用に努める。

認定工場に対する検査・指導業務等については、引き続き、(一財)日本食品検査に委託する。

#### ア. 前年度まとめ

認定工場の更新調査、定期検査の総括を行い、その結果を公表する。また、検査員による認定工場の更新調査を精査し、調査担当者及び調査方法の標準化の参考とする。

3年度の各工場の年間格付量を把握し、2年度の結果と合わせ、年間最小格付量(60トン)未達工場への対応(格付量確保の誓約書の提出等)のための資料とする。

#### イ. 更新調査

4年度中に有効期間を満了する112工場(海外11工場含む)の更新調査を実施する。

#### ウ. 品質管理強化のための取組み

##### (ア) 定期検査の実施

2年及び3年工場に対しては、改善実施計画を作成し、より具体的に改善ができるような指導的な検査を実施する。

検査回数については、年2回を基本とするが、工場の希望により、最大4回を限度に対応する。なお、優良工場においては、希望により1回とする。

検査方法については、現地訪問を基本とするが、訪問不可の場合は、引き続き、オンライン検査を活用する。

### **(イ)工場指導の実施**

認定工場の品質管理水準の向上により、指導対象となる2年工場及び3年工場は減少し、3年度末には23工場と全体の約7%まで減少した。これらの工場に対して、より強化した指導を行う。また、衛生管理計画の作成・運用、微生物検査室、官能検査及び拭取り検査について、引き続き指導を行う。

### **(ウ)複合型冷凍食品製造業の営業許可の取得状況**

3年6月に施行された改正食品衛生法に基づく新たな営業許可制度について、認定工場が更新した営業許可情報を引き続き把握していく。

### **(エ)講習会の実施**

これまでコロナ禍により開催できなかった講習会を開催する。開催方法は、現地開催を基本とするが、3年度末に試験的にオンラインで開催した「衛生管理計画作成講習会」について、これまで参加できなかった会員や新人教育に活用してもらえよう継続して開催する。また、新たに「制度改正に関する情報」や「新たな製造技術」などのテーマも取り上げていく。

## **エ. 認定工場への情報提供及びコミュニケーションの強化**

認定工場にとって有益な情報をメールマガジンとして定期的に発信する。また、オンラインを活用し、認定工場と意見交換を行う。

## **オ. 格付数量の拡大**

認定制度の社会的価値を高めるため、認定証マークの認知度向上に向けた広報事業の拡充を図るとともに、認定工場数及び格付数量の維持・拡大に努める。

## **(2)会員非認定工場に対する支援**

平成31年2月より開始した会員企業の非認定冷凍食品工場に対する「HACCP支援」「品質保証支援」に、新たにHACCP診断やオンラインによる支援を加え、引き続き実施する。また、非認定工場に対し、支援策の再周知、HACCP制度化の対応状況を確認し、認定工場への誘導を行う。

## **(3)非会員への対応**

講習会の開催案内を協会ホームページに掲載するとともに、協会が把握している非会員に対して周知し、参加の促進を図る。

また、会員非認定工場向けの支援の対象を非会員にも拡大し、講習会やHACCP支援を通じて会員や認定工場への誘導を行う。



#### (4) 冷凍食品の技術的課題の検討

新たな技術的課題として、会員にとって有益となるような凍結技術や冷凍食品の環境優位性などについて取組んでいく。

#### (5) 品質・安全問題への対応

##### ア. 各種制度改定

各種制度改定などがあつた場合は、業界の立場を踏まえた意見の申し入れ等を行うとともに、メールマガジン等を通じて会員への周知を行う。

##### イ. 調理冷凍食品品質表示基準

調理冷凍食品品質表示基準について、当協会として、引き続き、廃止する方向で関係機関と調整する。

##### ウ. HACCP 支援法に基づく高度化基盤整備認定

引き続き、冷凍食品のHACCP導入のための高度化計画及びその前段階である衛生・品質管理の基盤整備計画について、申請があつた場合は、速やかに認定審査を行う。

#### (6) 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、継続的に周知を図るため、引き続き「温度管理強化月間」(6月～9月)に流通事業者への啓発活動を行う。

### 3. 統計調査事業

#### (1) 統計

##### ア. 冷凍食品の国内生産調査及び生産・消費に関する統計

4年年初に実施した3年の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及びイの調理冷凍食品輸入調査の結果をとりまとめた統計速報を4月に公表する。

また、「令和3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、5月に、会員、関係官庁、団体、教育機関等に配布する。

5年年初には、4年の上記各調査を実施する。

引き続き、WEB入力により実施するが、昨年新たに導入したシステムを活用して、より効率的に行う。

## イ. 調理冷凍食品輸入調査

4 年年初に実施した 3 年調理冷凍食品輸入調査の結果を、アの統計とともに 4 月に公表する。また、5 年年初には、4 年調理冷凍食品輸入調査を実施する。

## ウ. 冷凍食品に関連する諸統計

アの統計に、関係官庁等で発表する「冷凍」に関連する各種統計と諸外国の冷凍食品統計等を加え、「令和 3 年 冷凍食品に関連する諸統計」を作成して、10 月頃に関係者に配布する。

## エ. 英語版統計

アの統計の英語版として、「JAPANESE FROZEN FOOD STATISTICS」を作成し、当協会のホームページに掲載する。

## (2) 冷凍食品仕向先実態調査

冷凍食品の利用実態を家庭用・業務用に分け、卸売事業者を対象として実態調査を行う。平成 30 年度に実施した同様の調査との比較、環境問題への対応などについて、対象事業者へのヒアリング等を含め調査する。

## 4. 環境対策事業

### (1) 環境自主行動計画の推進

平成 27 年 3 月に策定した「冷凍食品業界における第二次環境自主行動計画」に基づき、フォローアップ調査を行う。

なお、「2050 年カーボンニュートラル宣言」の動向等を参考に、目標数値見直しを検討する。

### (2) 容器包装 3R の推進

冷凍食品業界における容器包装 3R 推進のため、引き続き、フォローアップ調査を行う。

なお、プラスチック資源循環戦略の動向等を参考に、次期計画の策定を検討する。

### **(3) 自然冷媒への転換促進**

環境省の「脱フロン・低炭素社会の早期実現のための省エネ型自然冷媒機器導入加速化事業」(平成 30～令和 4 年度)が終了するが、令和 5 年度以降も、引き続き、冷凍冷蔵倉庫及び食品製造工場が補助対象となるように働きかけるとともに、補助事業の概要や応募期間などについてホームページなどで周知するなど、会員に対してフロンから自然冷媒への転換を促す。

また、引き続き、この補助事業の基礎データとなる会員企業におけるフロン保管量、冷媒別 Kw 数等を調査する。

## **5. 会員関係事業**

### **(1) 情報の提供**

#### **ア. 会報誌の発行**

「冷凍食品情報」の毎月の発行及びホームページでの掲載により、会員はじめ関係官庁、各種団体、マスコミ関係者などに情報提供する。会員の関心の高いテーマを取り上げるなど、内容の一層の充実を図る。

#### **イ. ホームページによる情報発信**

(既述)

### **(2) 地区会員協議会**

地区会員協議会では、当協会の事業内容、認定制度の運用等について説明するとともに意見交換を行うこととし、4 年度では 3 地区での開催を検討する。

### **(3) 流通会員社懇談会**

流通会員社と懇談会を開催し、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。

### **(4) 会員の加入促進**

正会員、準会員、賛助会員の加入について、直接的な働きかけを行うなど、その促進を図る。

## 6. 外国人材受入れ制度への対応

引き続き、「外国人食品産業技能評価機構」の理事として、その運営に寄与するとともに、会員への飲食料品製造業における特定技能制度に関する情報提供を行う。