

# 【報告事項】

## I. 令和5年度 事業計画

(注)令和5年3月30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

業界統一キャッチコピーを「べんりとおいしいのその先へ 冷凍食品」をベースに、冷凍食品の優れた価値や特性の訴求、ポジティブイメージを高める。ボリュームの大きいシニア、単身世帯を主な訴求対象とするほか、子供や子育て世代など、特定のユーザー層にも対応する。また、広告媒体として比重が高まっているWEBによる広報を強化するほか、業務用のPR活動を強化・継続する。さらに、冷凍食品認定制度・認定マークの認知向上に努め、会員の製造する製品の価値を高める。

### (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)には、イベントへの参加など協会事業への協力を要請する。

#### 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18日(仮)に前半は著名人をゲストとしたトークショー、後半は立食によるbuffet形式の試食会とする内容で都内にて開催する。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」特別展示

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」において冷凍食品特別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、冷凍食品に対するポジティブイメージを高め、認定マークの認知度が向上する展示を実施し、家庭用、業務用ともに、より注目されるように工夫する。また農林水産省と調整の上、試食提供やラジオ中継を実施するとともに、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による情報発信力の強化

##### (ア)協会スマホアプリの浸透

情報発信力が大幅に増大しているスマートフォンについて、5年3月に、協会独自のアプリを制作した。このアプリを通じて、消費者に冷凍食品の魅力や協会の活動を広く伝えるだけでなく、協会会員への情報発信にもつなげるプラットフォーム

ームとして発展させていく。独自のコンテンツの開発や既存のホームページ、冷食 ONLINE 等と連動しながら情報発信力を高めていく。

#### (イ)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。

#### (ウ)冷食 ONLINE

週に 1 回の更新を継続するほか、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、新たなアレンジレシピ動画を制作する。

#### (エ)Facebook

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

### エ. 認定制度、認定マークの認知度向上

認定制度、認定マークに対する認知度を向上させることで、その価値への理解度を高め、会員の製造する製品の価値を高める。具体的には、認定マークに関する消費者向け動画の制作、各種団体との連携によるセミナー・講座の開催、啓発資料の作成・活用等を検討する。

### オ. 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

東海・北陸地方において、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

前述の協会スマホアプリ、「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メディアを活用する。また、WEBメディア等で、既存動画広告のさらなる活用のほか、訴求対象別の動画を新たに制作する。

## **(エ) 専門紙・雑誌**

引き続き、高齢者や介護を受ける方に対する在宅等での栄養摂取の際の冷凍食品の優れた特性を啓発するため、栄養士等を対象として専門家によるセミナーを実施する。その際、専門誌とタイアップして、その内容を全国に広める。

## **カ. 店頭での需要喚起**

引き続き、「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等について、卸事業者を介して小売業者に案内し、前年度よりも多くの店頭で掲示してもらうよう努める。

## **キ. 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、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) 産業給食・一般外食関係**

大量調理における冷凍食品の優れた特性を啓発するため、産業給食・一般外食関係者を対象としたセミナー・講習会について、関係団体と協力して開催する。

## **ク. 小・中・高校生向け**

子ども向け新聞への記事広告を出稿する。また、専門紙とタイアップして、冷凍食品をテーマにした中高生対象の自由研究発表会の実施等を検討する。

## **ケ. 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新教材(DVD)を活用して開催し、ゼミナール自体も一方的な講義形式ではなく、対話形式でのコミュニケーションを強化していく。

#### **(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習会を企画し、開催数の増加を図る。

#### **(ウ)業務用ユーザーを対象にした講習会**

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、学校給食関係者、集団給食関係者を対象とした開催の増加に努める。

#### **(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、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. 工場見学の推進**

引き続き、ホームページで一般消費者が見学可能な国内工場を掲載する。

### **エ. 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。

## **(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**

引き続き、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5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
	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												「冷凍食品の日」PRイベント
	展示												農林水産省「消費者の部屋」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等											
	協会スマホアプリ「冷凍食品1018.」	コンテンツの拡充、キャンペーンの展開											
	Facebook	「冷食ONLINE」更新の案内											
エ. メディア展開	新聞												
	専門誌紙				教育専門紙								医療・介護専門誌
	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. 利用状況実態調査													
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. 工場見学の推進	ホームページで会員社の見学可能な工場を掲載											
	エ. 普及広報資材	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	流通事業者イベントに普及資材、パネル等の提供											
	イ. ブロック協議会との連携												

## 2. 品質・技術事業

7年度に予定している認定制度改定のため、具体的な改定作業を開始する。重点指導は、2年及び3年工場に対して実施してきたが、新たに一部の4年工場も対象とする。講習会は、引き続き主にオンラインによる開催を継続するが、内容によっては現地開催を実施する。

また、オンラインを活用した認定工場と双方向のコミュニケーションを継続するほか、定期的なメールマガジンの発信等、情報提供を拡充する。

### (1)「冷凍食品認定制度」の改定検討

7年度の改定実施に向けて、6年度初めには改定内容を会員に開示する必要があるため、5年度は長期を見据えた改定内容の具体化の検討とともに、制度改定に伴うシステムの改修に着手する。

### (2)「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、認定制度の円滑な運用に努める。なお、多くの認定工場が4年工場となってきたことから、検査・指導内容は、工場が希望する内容、工場の管理レベル等に合わせていく。

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。

4年度の各工場の年間格付量を把握し、3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

5年度中に有効期間を満了する50工場(海外6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

自己改善が進まない工場に対しては、改善実施計画の作成を支援し、より具体的に改善ができるよう指導的な内容とする。

検査回数については、年 2 回を基本とする。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。工場のレベルや要望に見合った内容とし、ウォークスルーに重点をおく。但し、訪問不可の場合は、オンラインによる検査を活用する。

### (イ) 工場指導の実施

指導対象となる 2 年工場及び 3 年工場は全体の約 5%まで減少したが、その指導方法は、工場自身で改善に取り組みにくい課題に重点をおく。また、必要に応じて衛生管理計画の作成・運用、微生物検査指導、官能検査指導、拭取り検査指導、内部監査手法、個別講習会など、特別指導として行う。

### (ウ) 講習会の実施

4 年度開催した、WEB 講習会に対するニーズが高く、現場従業員への教育の機会のある場として、5 年度もオンライン開催を主とする。テーマは、品質管理に関するもの以外に、「法令改正など行政情報」、「新たな製造技術」なども取り上げていく。また、講習会動画を会員向けの教育ツールとして、視聴期間を限定しない公開方法を検討する。

## 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た意見交換については効果的であり、対象工場を拡大していく。

## オ. 認定工場数格付数量の拡大

引き続き、認定工場数及び格付数量の維持・拡大に努める。

## (3) 会員非認定工場に対する支援

認定工場への誘導を行うため、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」、「HACCP診断」を実施する。なお、支援を受けやすくするため、希望によりオンラインも可能とした支援策を周知する。

#### **(4) 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、(2)の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。

#### **(5) 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り組んでいく。

#### **(6) 品質・安全問題への対応**

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。また、冷凍食品に関して、新たな問題が発生した場合は、品質・技術部会と連携し、速やかな対応を行う。

#### **(7) 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. 環境対策事業

#### (1) 環境自主行動計画の推進

「冷凍食品業界における第二次環境自主行動計画」(令和 4 年改正版)に基づきフォローアップ調査を行う。

#### (2) 自然冷媒への転換促進

環境省の「コールドチェーンを支える冷凍冷蔵機器の脱フロン・脱炭素化推進事業」(令和 5 年度～9 年度)に関し、補助事業の概要や応募期間などについて、会員に周知するなど、フロンから自然冷媒への転換を促す。

当事業に関連して、会員における冷媒ごとの使用状況調査を実施する。

#### (3) 容器包装 3R の推進

「冷凍食品業界における容器包装 3R 推進のための第三次自主行動計画」に基づき、フォローアップ調査を行う。

また、プラスチック資源循環促進法の施行等を踏まえ、新たな自主行動計画の策定を検討する。

#### (4) プラスチック資源循環促進法への対応

4 年度に策定した冷凍食品プラスチック容器包装の環境配慮自主設計指針及び環境配慮設計ガイドライン(標準基準)に加え、新たに環境配慮認定基準について、関係省等と調整の上、策定し、これらを全体パッケージとして公表する。これに基づき、会員への周知と自主的な取組の推進を行う。

### 4. 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

5 年年初に実施した 4 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 4 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。

6 年年初には、5 年の上記各調査を実施する。

#### イ. 調理冷凍食品輸入調査

5 年年初に実施した 4 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、6 年年初には、5 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 4 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 STATICS」を作成し、当協会のホームページに掲載する。

### (2) 外食における冷凍食品利用とテイクアウト調査

コロナ禍により外食産業は大幅に縮小したが、この間の外食業態における冷凍食品の利用状況の変化と、新たに自販機販売を含めた冷凍食品等のテイクアウト事業が大きく進展しており、その実態について調査する。

## 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. スマートフォンアプリ、ホームページによる情報発信

ホームページについては、会員向け情報を一層充実させるとともに、新たに設けたスマートフォンアプリを会員に広く周知することで、協会と会員従業員等との情報共有を深める。

## **(2) 地区会員協議会**

前年度は3年ぶり開催したが、5年度は北海道、東海・北陸、関東・甲越地区でハイブリッド形式で開催する。

## **(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と企業申請窓口(推薦)を行う。