

船場吉兆がついに廃業！ 相次ぐ食品偽装から学ぶ教訓

消費者が食品に求めるのは「安心感」だ。法律を守るだけでは不十分、積極的な情報開示こそが消費者の信頼を勝ち取る。

大久保和孝 ●新日本監査法人CSR推進部長(公認会計士)

船 場吉兆、ミートホープ、赤福など、食品業界では企業不祥事が相次いで露見した。牛肉の産地偽装に加えて、客の食べ残しの使い回しまで発覚した船場吉兆は、ついに廃業に追い込まれた。

期切れ牛乳の使用が問題になった不二家のように、食中毒などの健康被害でもなく、食品衛生法やJAS法などの法令違反にも該当しないケースもある。だが、大きな社会問題に発展した背景には、「何か隠しているのではないか」という消費者の

強い疑念があった。雪印の食中毒事件のように健康被害につながる「食の安全性」を脅かす行為は、それだけで企業を存続の危機に陥れる可能性があることは言うまでもない。だが、食品の世界では「安全」であるのは、むしろ当たり前前。消費者に「安心感」を持つてもらえるかどうか重要なのだ。

実際には法令の範囲内であったとしても、消費者にうそをついて売りつけることは、時には「詐欺」と呼ばれかねない。安全性の面を一方的に伝えるのではなく、「どこに」「どのような形」で危険があるのかについても、適切に情報開示することが求められている。法令などの形式的要件の順守よりも、正確かつ適切な情報を開示することによってこそ、消費者に安心感をもたらす、その信頼を獲得することができるのだ。

通用しなくなった「職人の世界」の常識

だが、そうした情報開示こそ、食品業界が最も遅れていた部分ではないだろうか。最近のレストランでは、決まり文句のように「当店は安全・安心に取り組んでいます」という文

をうたい餡や餅のみずみずしさを売りにしていたにもかかわらず、店頭で売れ残った商品

る熟練を積み重ねた職人(工場長)が品質上なら問題を生じさせないとの判断により、消費期限が1日切れた牛乳を原料使用したことが、社会的批判を浴びる結果となった。

意図的な情報の隠蔽は論外としても、適切な情報開示ができない企業は、メディアからたたかれ消費者の不信を招き、結果として存続の危機にさらされる。

不二家の場合は、消費期限切れ牛乳の原料使用の事実を発見した外部コンサルタントが会社社長が、これを必要以上に過大視し「マスコミに知られると雪印乳業の二の舞になる」

さらに、「ダスキン肉まん」訴訟では、経営者の消極的な情報開示を理由に、株主代表訴訟により2人の当時の役員に対して巨額の賠償額(約53億円)が大阪高裁で認定された。適切な情報開示を行うことが、経営者の責務であることが明確にされたのである。

もともと、業界の常識がいつの間にか世間の非常識となるのは、何も食品業界だけの話ではない。談合の摘発が相次いだ建設業界や、再生紙偽装が軒並み発覚した製紙業界など、一つの企業で不祥事が発覚すると、業界全体に波及するケースが多いのが、最近の企業不祥事の特徴だ。劇的に変化する経済社会において、業界の論理がいつまでも通用するとは限らないのである。

情報開示こそ企業競争力の源泉

これまで多くの企業では、「情報開示」を義務的な対応として受け止めてきた。だが、これだけ社会全体に不信感が漂う中では、むしろ情報開示こそ企業競争力の源泉と、とらえるべきではないか。

食品不信が広がる中国では、2000年に設立した鶏卵メーカーが、中国で初めて「産卵日」を明示するなど徹底した情報開示を行うことで安全性をアピールしたところ、北京のブランド卵市場の71%のシェアを握るなどの飛躍的な成長を遂げた。日本でも、スーパーの牛肉販売コーナーで生産者の写真が掲載されているのを見かける。消費者のニーズに応じた適切な情報開示は、他の企業との差別化につながるのだ。

変化する社会を鋭い感性でとらえて、鋭敏に実行することができるような「センシティブティ」を、すべての役員・従業員がいかに身につけるかが重要だ。社会からの期待や要請を理解し、それに対して積極的に取り組むことこそ、リスクを回避すると同時に、企業競争力の源泉となる。

おおくぼ かずたか ●慶應義塾大学法学部卒。新日本監査法人社員。不二家情報回復対策会議等多数の委員歴任。早稲田大学等で非常勤講師を務める。

消極的な情報開示で元役員が巨額の賠償

意図的な情報の隠蔽は論外としても、適切な情報開示ができない企業は、メディアからたたかれ消費者の不信を招き、結果として存続の危機にさらされる。

不二家の場合は、消費期限切れ牛乳の原料使用の事実を発見した外部コンサルタントが会社社長が、これを必要以上に過大視し「マスコミに知られると雪印乳業の二の舞になる」

これまで多くの企業では、「情報開示」を義務的な対応として受け止めてきた。だが、これだけ社会全体に不信感が漂う中では、むしろ情報開示こそ企業競争力の源泉と、とらえるべきではないか。