

「マスコミは最強の広報媒体」

～記者の目は国民の目～

平成27年8月25日
FCP・第2回消費者対応勉強会

公益財団法人食の安全・安心財団
中村 啓一

1

社会を騒がせた食品表示事案

- 2002.1 牛肉産地偽装事件**
- 2002.3 JA系企業の鶏肉産地偽装事件
- 2007.1 洋菓子賞味期限問題
- 2007.6 ミートホープ牛ミンチ偽装事件**
- 2007.8 北海道銘菓賞味期限違反
- 2007.10 三重県銘菓製造日・賞味期限表示違反**
- 2007.11 老舗料亭、賞味期限、産地偽装事件
- 2008.6 うなぎ蒲焼き産地偽装事件**
- 2008.7 飛騨牛偽装事件
- 2008.9 事故米不正流通事件**
- 2013.10 メニュー食材偽装問題**

2

担当者の告白

「こんなこと(表示の改ざん)はどこでもやっている。うちだけじゃない」

「肉の世界には口を出せなかった」

行政の認識不足

- 想定外だった食品表示の意図的な改ざん
- 学校給食と生協がどうして？
- 食品表示110番の開設と不十分な体制
- 内部告発による摘発

3

ミートホープで何が起きていたのか

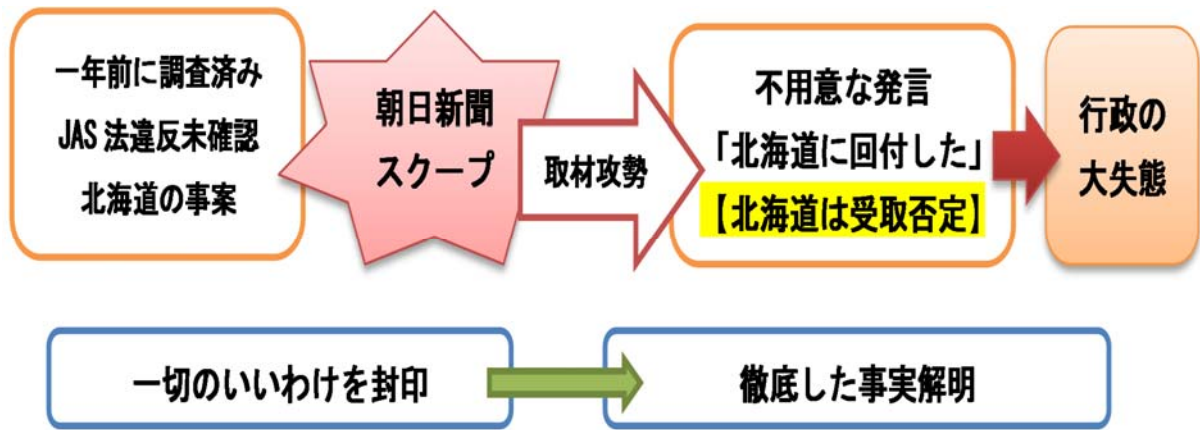
- 1 牛挽肉に豚内臓肉、鶏や鴨の挽肉を混入して販売
- 2 1に外国産牛肉を混入し国産又は北海道産として販売
- 3 牛脂に豚脂を混入して販売
- 4 牛挽肉の賞味期限を根拠無く延伸
- 5 牛粗挽き肉に豚肉やラム肉を混入
- 6 国産牛スライス肉に外国産牛肉を混入、個体識別番号不伝達
- 7 豚肩ロース挽肉に豚の内臓肉を混入
- 8 豚の挽肉に牛の心臓を混入
- 9 冷凍食品の賞味期限を改ざん
- 10 冷凍コロッケの賞味期限を改ざん
- 11 過去(15~24年前)に、他社の包材を使用して販売、鹿肉ジャーキーに羊肉を使用、豚挽肉に焼豚の端材を使用

4

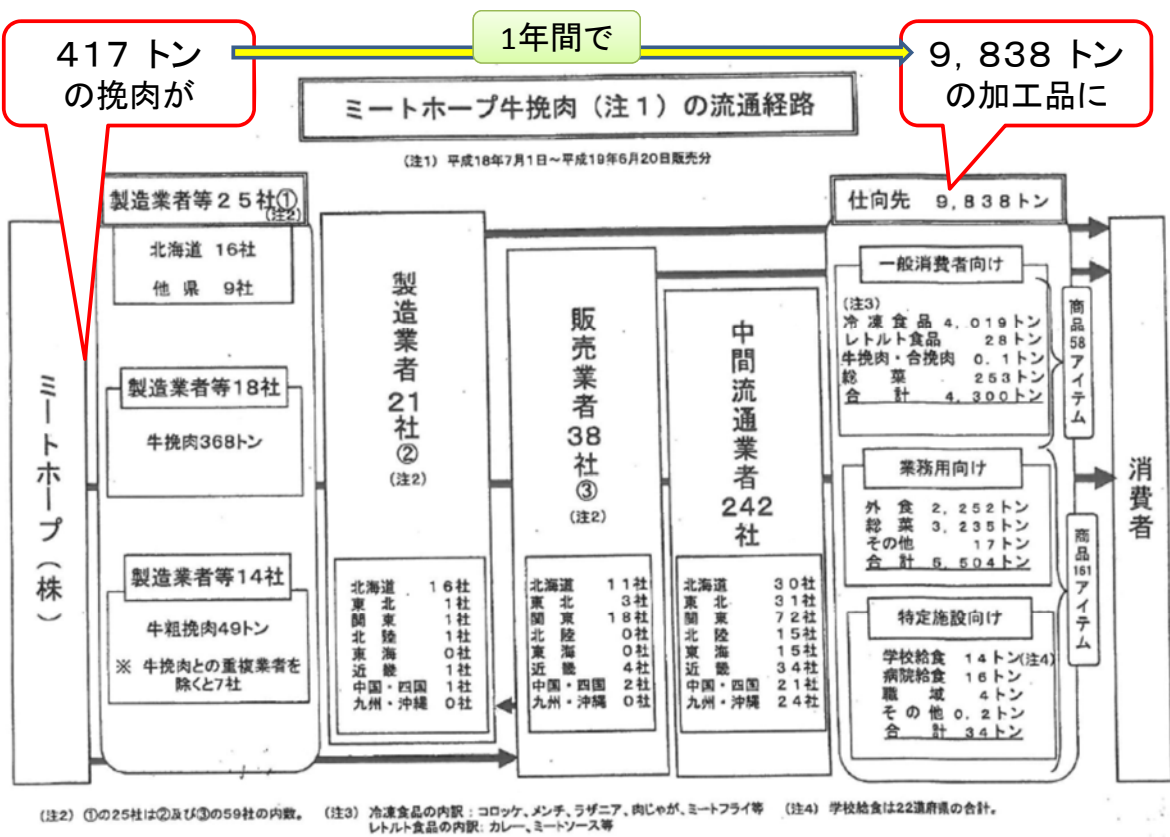
行政の失敗

① ミートホープ事件

不意打ちによる不用意な発言と予想外の展開



5



6

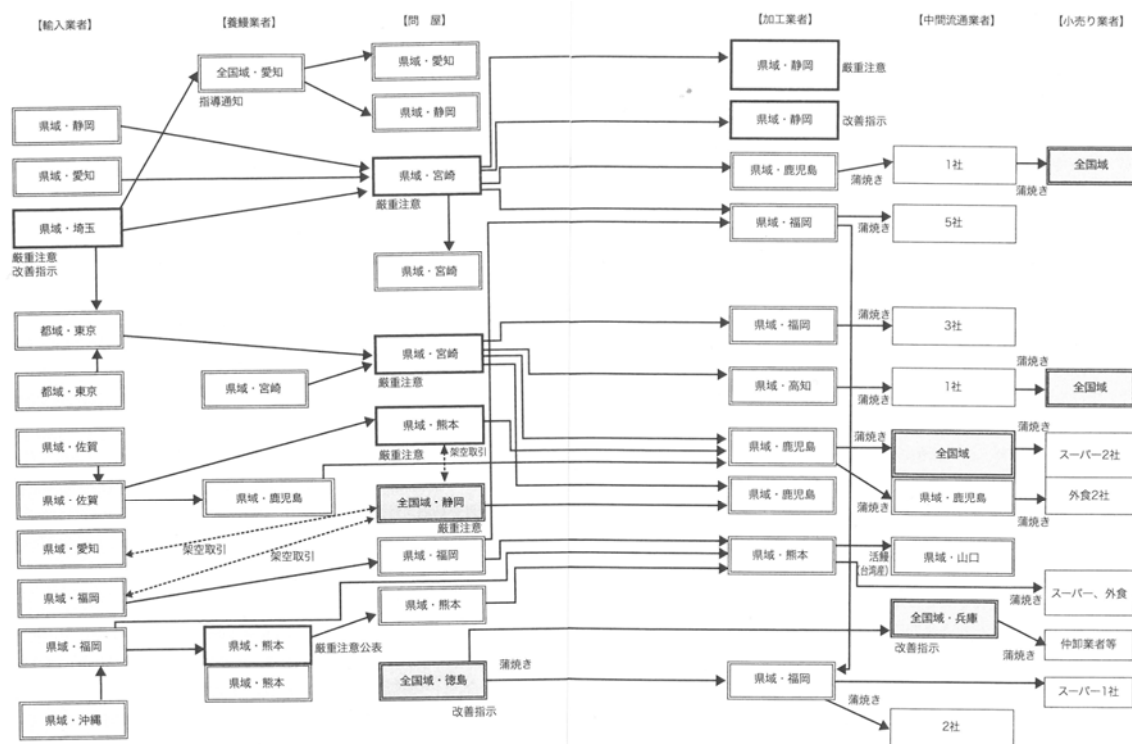
記者の目は国民の目

記者を通じて情報提供

- 部屋への記者の出入りはアポ無しでも自由
- 希望する記者には携帯番号を開示
- 時にワインを飲みながら記者との議論
- 出来る範囲で記者の都合に配慮
- 公表のタイミング(時間・時期)を考慮
- テレビには絵が必要
- 取材内容は情報として共有
- いざという時に動けない状況に身を置かない

7

ウナギ追跡調査による流通ルート(20都道府県、100業者)

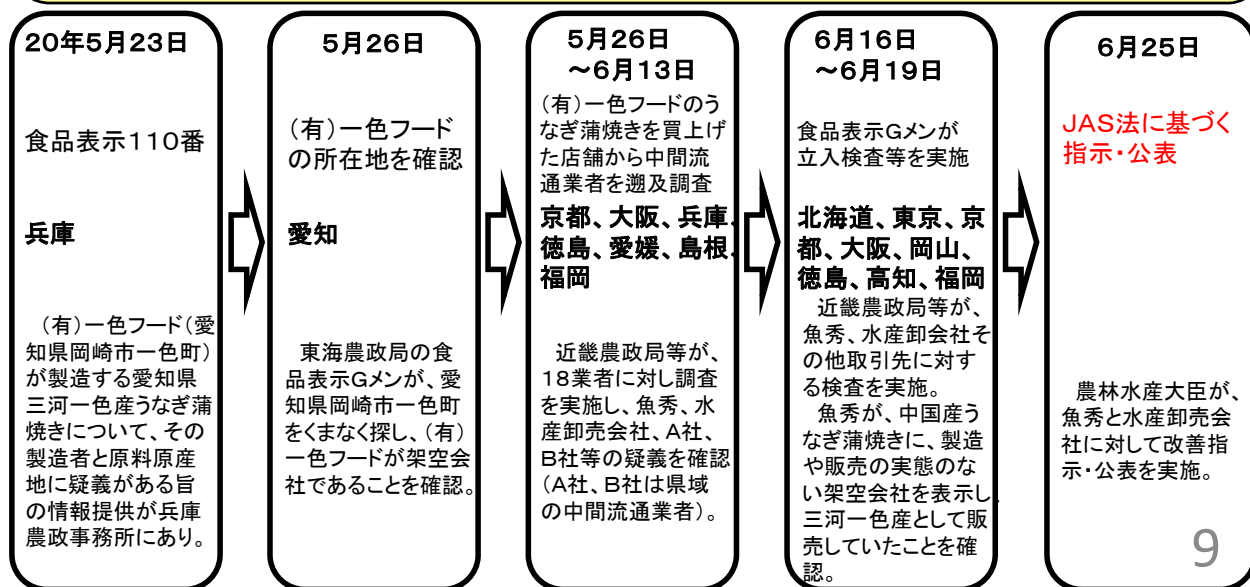


8

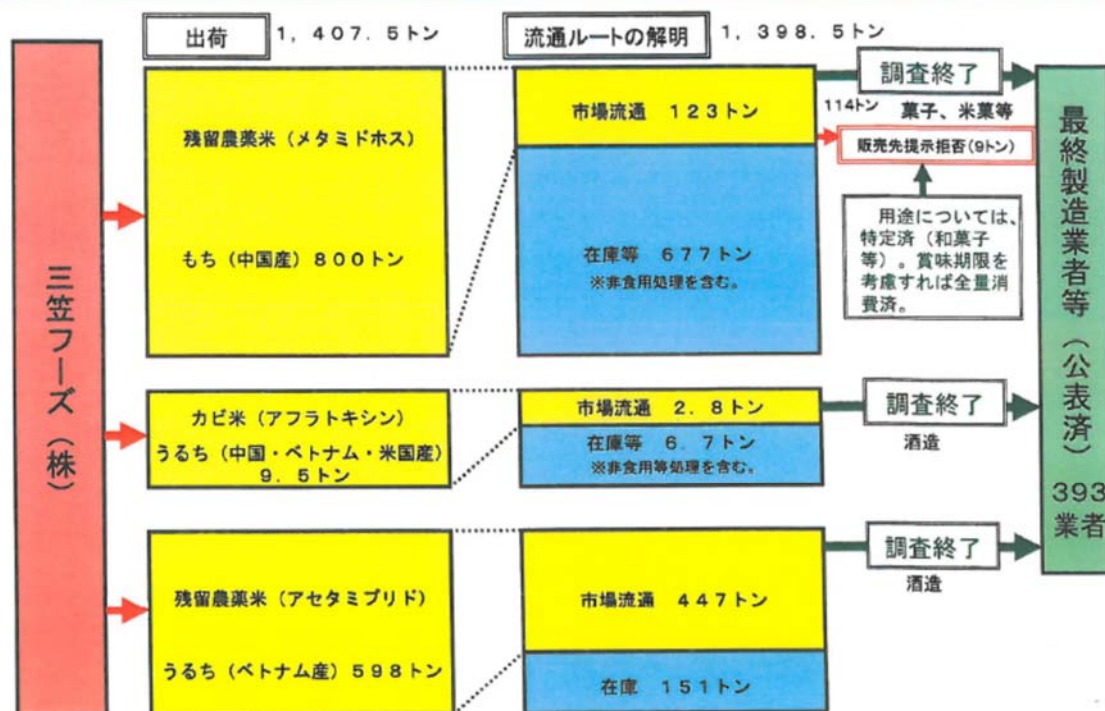
農林物資の品質表示の適正化(うなぎ蒲焼きの産地偽装の例)

- 食品の流通経路は、複数の県をまたぐ広域業者や複数県の県域業者が関係するなど広域的で複雑。偽装事案の全体像は、商品の販売ルートを通りながら、関係地域、関係業者等の特定が進んでいって初めて解明可能なもの。このための機動的かつ臨機応変な調査を行うには、国が統一的な指揮命令の下で一斉に行うことが必要(事案ごとに関係地域等も異なる)。
- 一色産うなぎ蒲焼きの産地偽装は、多県の複数の中間流通業者が介在し、架空会社の特定が困難である中、地方農政局が中心となり、短期間(平成20年5月26日～平成20年6月19日)に、11都道府県の19業者に対し一斉調査(延べ40回)を実施。

〔 事案の概要:株式会社魚秀(大阪府)及び水産卸会社(兵庫県)が、中国産うなぎ蒲焼きに、製造や販売の実態のない架空会社((有)一色フード)を表示し、愛知県三河一色産として販売。 〕



三笠フーズ(株)による不正規流通の概要(流通量)

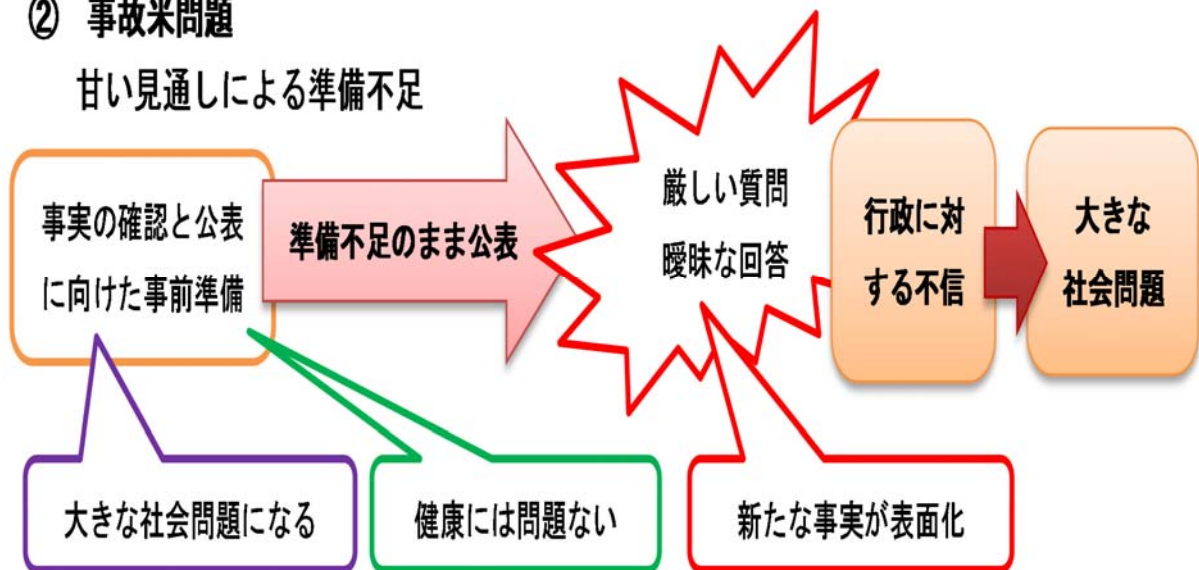


※ 上記以外に、カビ米(非アフラトキシン)等(残留農薬、カビ毒の検出なし)について、1,187トンの流通ルートの説明調査を実施。

行政の失敗

② 事故米問題

甘い見通しによる準備不足



11

事故米穀の流通を解明

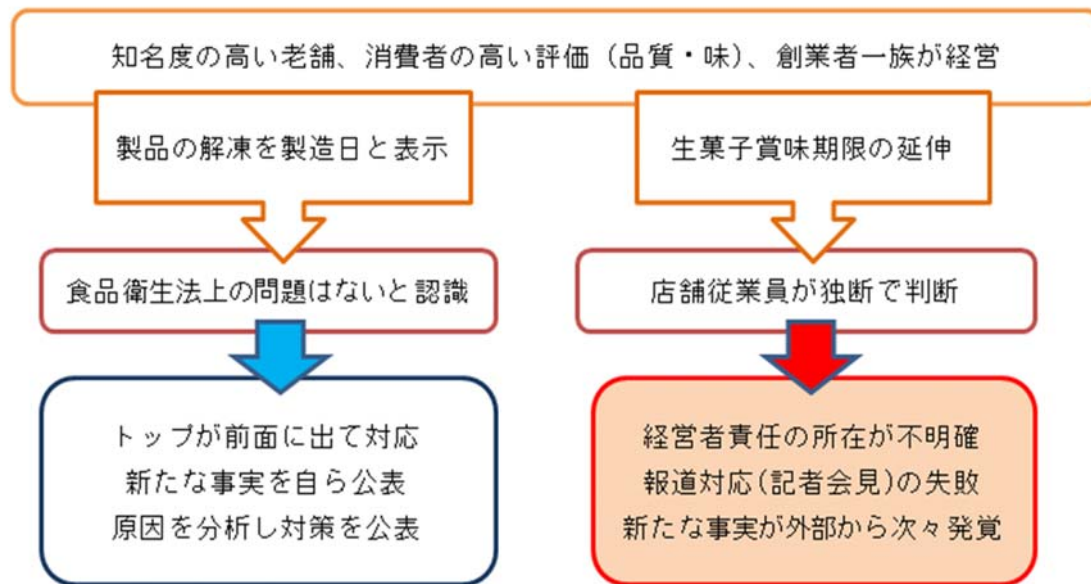
- 流通した事故米穀の量 7552トン
- 流通先が解明された量 6005トン(80%)
- 流通した業者 530社

注; いずれも平成20年10月31日公表時点

12

報道対応の失敗（老舗の信頼失墜）

老舗二社の違いとは？



13

絶対にやってはいけないこと （事実の小出し、責任の転嫁、曖昧な回答）

- ① 事実の小出しは事態を深刻にする
 - 後から新たな問題の発覚は隠蔽と疑われる
 - 外部からの暴露は組織への大きなダメージになる
- ② 責任の転嫁は社会の反感を買う
 - 原因が個人にあっても組織としての責任は免れない
 - 組織内の対立は事態を拡大させる
- ③ 曖昧な回答は信頼を失う
 - 一度出した情報の訂正はトラブルの原因になる
 - 答えられる範囲と時期を明確にする

14

異物混入問題で必要なこと

○事業者の努力

- ・品質管理の徹底と十分な従業員教育
- ・消費者への丁寧な説明

○消費者の理解

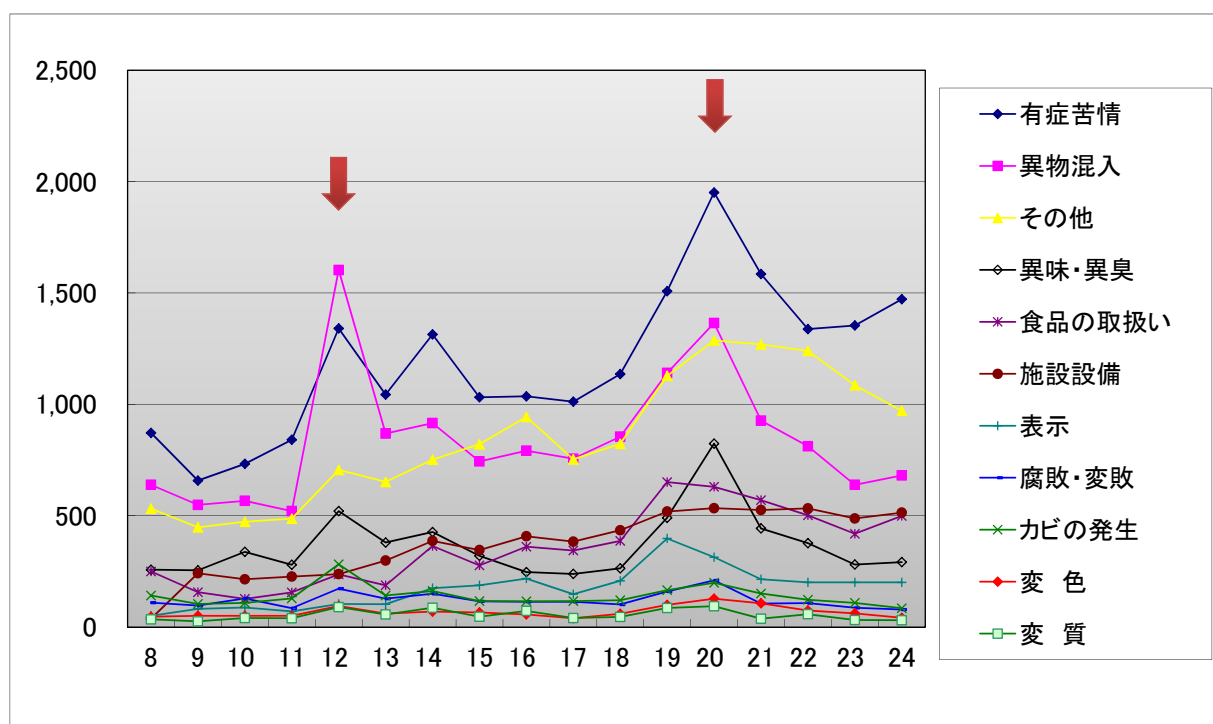
- ・異物混入をゼロにすることは困難
- ・原因が分からない場合も多い

○メディアの冷静な報道(映像と活字の違い)

- ・信頼性が確認出来ない情報への慎重な対応
- ・食の現場を理解した適切な解説

15

東京都の食品苦情数の推移



12年は乳業会社の集団食中毒、20年は事故米不正流通

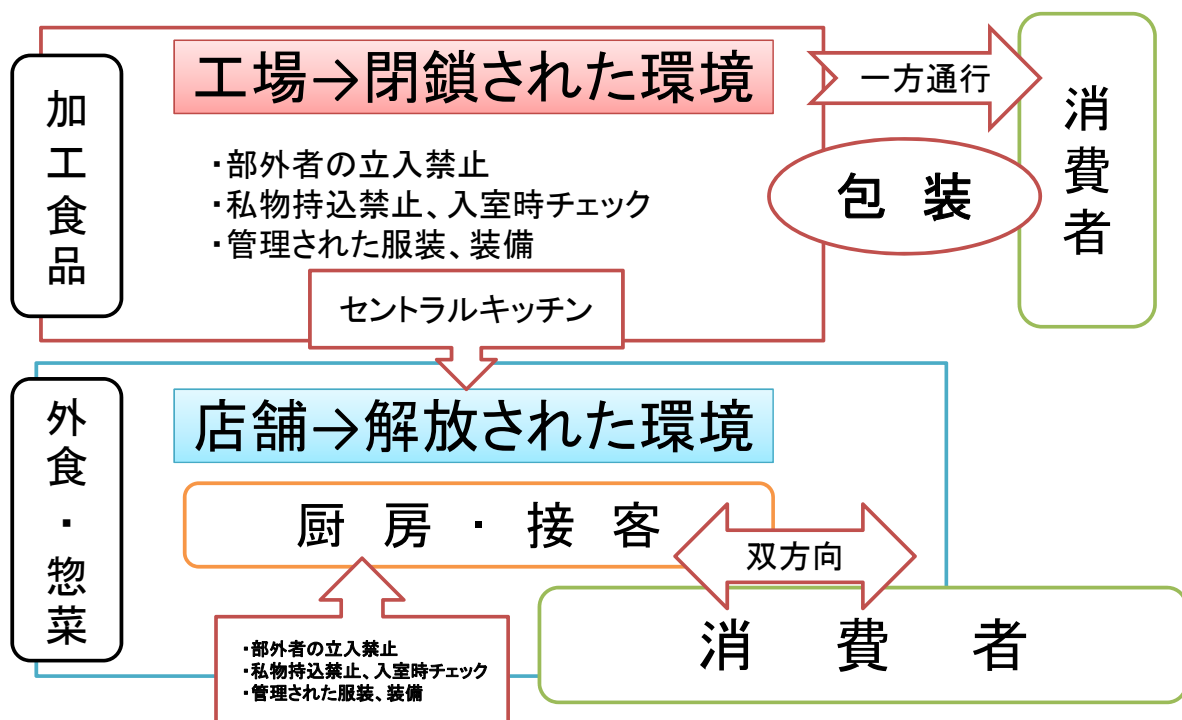
16

過去5年間にける施設別苦情件数

施設別苦情件数		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成24年度 構 成 比 (%)
計		6,978	5,462	4,981	4,478	4,544	100
外 食		3,123	2,779	2,700	2,560	2,710	59.6
製造業	菓子製造業	344	236	250	176	159	3.5
		699	408	382	295	281	6.2
販売業	デパート・スーパー・コンビニエンスストア	1,025	618	525	432	424	9.3
		2188	1618	1338	1130	1082	23.8
本人又は家族		134	69	64	77	46	1
その他		302	361	315	152	226	5
不明		532	227	182	264	194	4.3

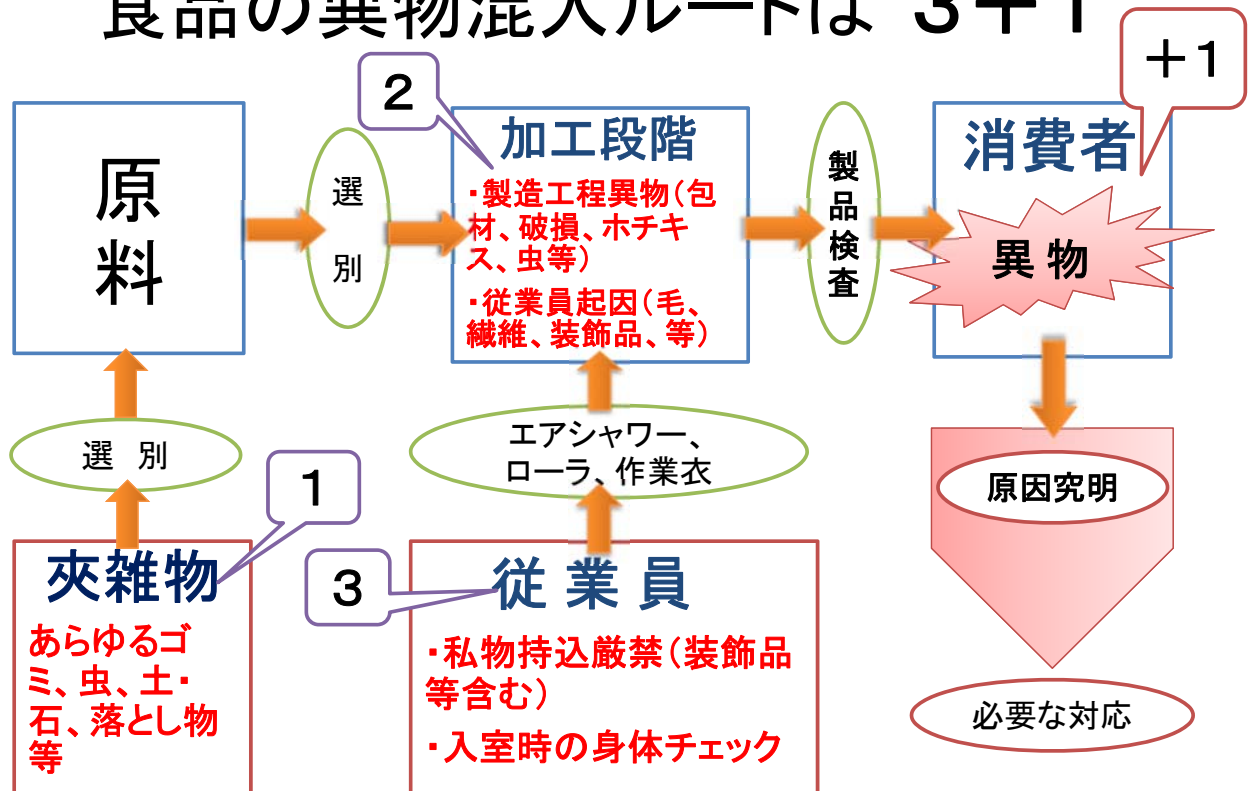
17

加工食品と外食の環境の違い

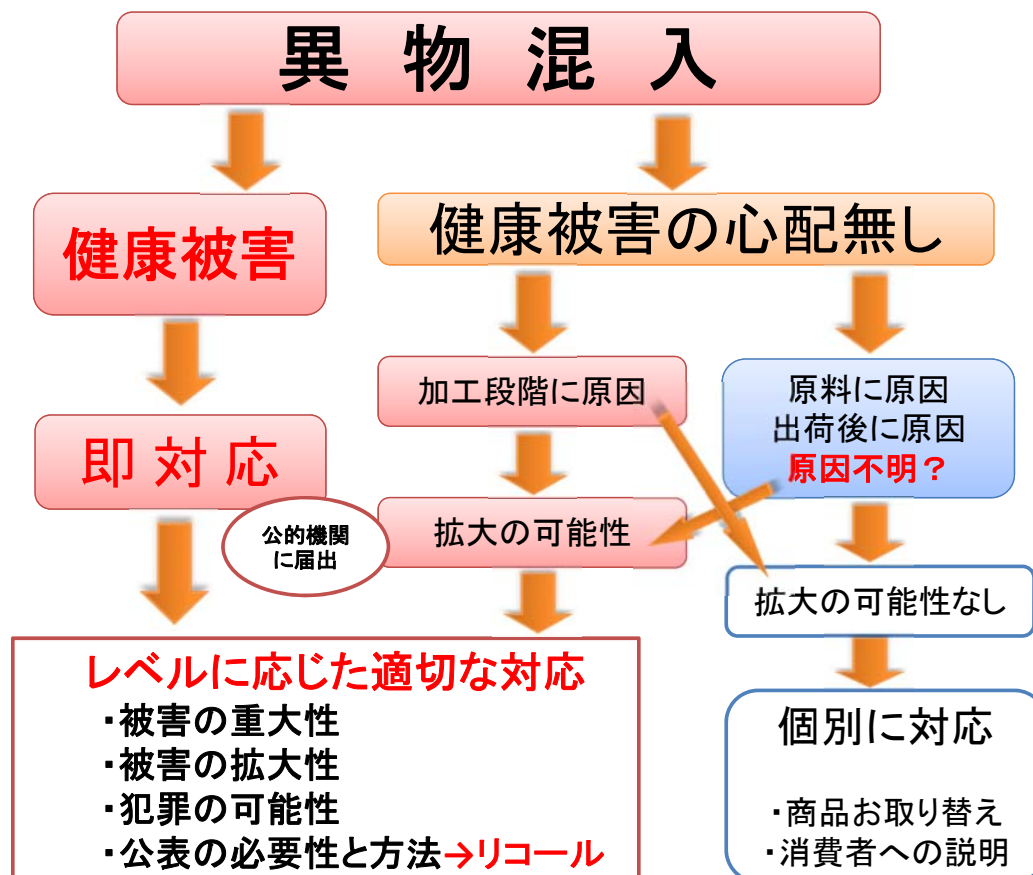


18

食品の異物混入ルートは 3+1



19



20

食品への異物混入に対する行政の考え方

○平成27年1月9日・都道府県宛・厚生労働省通知(抜粋)

4. 保健所の助言及び指導の下、迅速かつ効果的な原因究明を実施し、食品衛生上の被害拡大防止対策を速やかに講ずるため、消費者等からの食品等に係る苦情であって、健康被害につながるおそれが否定できないものを受けた場合は、保健所等へ速やかに報告するよう指導を徹底すること。

○平成27年1月9日・都道府県、国民生活センター宛・消費者庁通知(抜粋)

つきましては、消費者から健康被害につながるおそれが否定できない異物混入等の相談情報が寄せられた際には、食品衛生担当部局等の連絡先についてもお伝えしていただく等、保健所等に適切に情報が提供されるよう御協力をお願いいたします。

また、食品中に異物が混入している事案も含め、消費者安全法に基づく通知を行う必要のある相談情報が寄せられた場合は、改めて速やかな通知の徹底をお願いいたします(添付資料参照)。

21

消費者にお願いしていること

- ・商品は必ず保管(レシート等も含めて)
- ・確認した状況を記録(お店ではその場で確認)
- ・お客様相談窓口の活用(お店に問い合わせ)
- ・行政窓口(消費生活センター、保健所)の活用

《注意すべきこと》

- ・事業者は代金(代替品)以上の対応はしない
- ・原因が特定出来ない場合も多い
(事業者は消費者の責任にはしない)
- ・異物は家庭内(店舗内)でも混入する

22

あなたの会社は信頼確保のための 社内体制ができているか

社内における三つの部門の位置付け

- **信頼の要 → 品質管理部門**
(生産現場、営業サイドの都合が優先されていないか)
- **触覚機能 → お客様相談室**
(クレーム処理係に陥っていないか)
- **企業の顔 → 広報**
(いざという時に企業の命運を左右する)