

食品への意図的な毒物等の混入の 未然防止等に関する検討会報告書

平成 26 年 6 月 27 日

目次

はじめに

1 本検討会において検討した事項

2 今般の食品への意図的なマラチオンの混入事案から得られる教訓

- (1) 危機管理に関する問題
- (2) 食品事業者のガバナンス
- (3) 従業員によると思われる農薬混入を未然に防げなかった点（食品防御）

3 食品事業者が食品防御に取り組むに当たり参考となる事項

- (1) 食品防御に対する意識を向上させる
- (2) 意図的な混入をしたいと思わせない職場の風土をつくる
- (3) 意図的な混入が実行し難い環境をつくる
- (4) 食品防御の取組に参考となる資料
- (5) その他

4 検討内容の食品事業者への普及等

- (1) 個々の食品事業者の取組
- (2) 関係業界等の取組
- (3) 農林水産省の取組
- (4) 消費者の皆様へ

おわりに

はじめに

平成25年12月29日、株式会社マルハニチロホールディングス（以下「(株)マルハニチロH」という。）^(注)のグループ企業である株式会社アクリフーズ（以下「(株)アクリフーズ」という。）は、同社群馬工場が製造した数種類の冷凍食品から極めて高濃度（最大15,000 ppm）のマラチオンが検出されたことから、群馬工場が製造する全製品を自主回収すると記者会見で公表した。

その後、同工場の準社員が群馬工場内で冷凍食品の製造中にマラチオンを故意に混入した容疑で平成26年1月25日に逮捕されたことを受けて、(株)マルハニチロHは、食品安全管理、危機管理対応に関するグループの抜本的対応策について検討するため第三者検証委員会を設置し、同委員会が5月29日にとりまとめた最終報告（提言）に基づき、対策を進めることとしている。

(株)アクリフーズで起こった食品への意図的なマラチオンの混入事案（以下「今般の事案」という。）は、食に対する消費者の信頼を揺るがすものであり、同様の事案の発生防止及び被害の拡大防止に当たり、事業者自らが消費者からの信頼を維持・確保するための措置を講じることができるよう、関係府省庁は3月14日に消費者安全情報総括官会議を開催し、政府としての今後の対応方針を取りまとめた。この中で、農林水産省は、「事業者による食品防御等の取組について検討する」とこととした。

これを受け、農林水産省は、外部有識者からなる「食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会」（以下「本検討会」という。）を平成26年4月に設置し、今般の事案から得られる食品事業者に対する教訓について検討するとともに、この中で指摘された食品事業者による食品防御の取組の促進について検討し、これらの検討結果について広く関係者への共有を図ることとした。

本検討会では、食品防御の考え方を確認するとともに、(株)アクリフーズの一連の事案から食品事業者が教訓とすべき事柄や課題について議論を行った。その結果、(株)アクリフーズの事案はかなりの特殊性を持った事案ではあるが、他の食品事業者は、本事案を他山の石として自社の取組を再点検し、類似の事象が発生しないよう取り組むことが重要であるとした。意図的な混入は、食品衛生対策だけで防止することは困難であり、また、どのような対策をしたとしても完全に防ぐことはできない。本検討会では、「食品中に意図的に異物が混入されるようなことがあり得る」という意識を持って、食品事業者が日々のリスク管理を行うことや、日ごろからの従業員との信頼関係を構築することの重要性とともに、併せて危機管理への対応が重要であることを改めて認識した。

以上のような観点から、本報告書のとりまとめを行った。本報告書が食品事業者にとって有益なものとなることを期待する。

（注）(株)マルハニチロHは、本年4月より、傘下の企業5社（(株)アクリフーズを含む）と合併し、マルハニチロ株式会社（以下「マルハニチロ(株)」という。）となった。

1 本検討会において検討した事項

今般の事案は、(株)アクリフーズの特殊事情が大きく影響した、一企業において発生した問題であるが、他の食品事業者や関係業界も、これを他人事とせず、今般発生した事案の背景と当該企業の対応から、自身の今後の対応について学べるところは学んでいただくことが重要である。

本検討会では、

- ① マルハニチロ(株)の第三者検証委員会による本事案の検証結果等を参考として、食品業界全体で共有すべき発生防止に向けた教訓
 - ② 既存の食品防御のガイドライン等を踏まえ、食品事業者が食品防御に取り組むに当たり参考となる事項等
- について検討するとともに、
- ③ これらの検討結果の食品事業者等への普及方策について検討した。

これらの検討を進めるに当たり、検討対象とする業態については、今般の事案が発生した食品製造業を中心とした。また、フードチェーン全体で食品の安全を考える際に、その各段階における食品安全の取組が、次の段階における食品の安全の基礎となると考えられ、検討結果は、セントラルキッチン方式をとっている外食、店舗内製造を行っている中食等の他の業態に応用できるほか、フードチェーン全体にわたる全ての関係者が共有できるものとすることを念頭に検討を進めた。

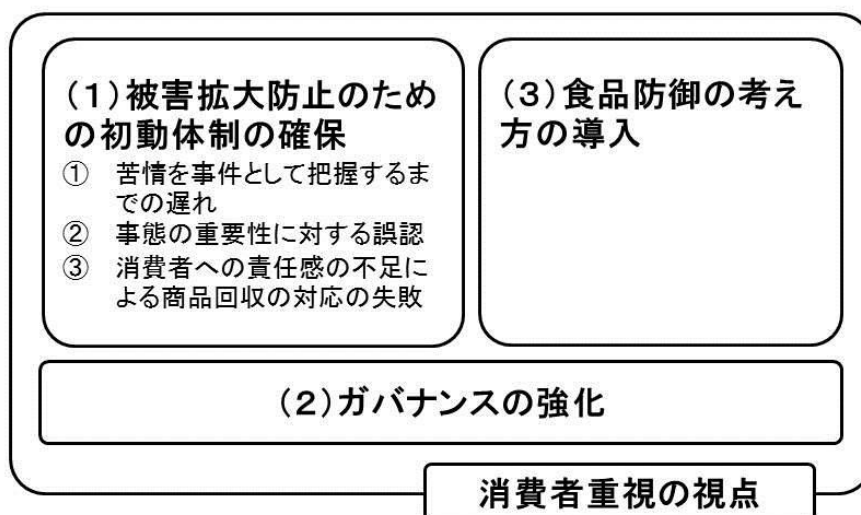
2 今般の食品への意図的なマラチオンの混入事案から得られる教訓

マルハニチロ(株)の第三者検証委員会は、本事案の検証と同社に対する再発防止のための提言を目的として、平成26年2月から同社への調査や関係者へのヒアリング等を行い、4月30日に検証結果に関する中間報告を、5月29日に最終報告を、それぞれ公表した。同第三者検証委員会は、本事件に対するマルハニチログループの対応について、4月30日に公表した中間報告の中で、(1)事案発生時の被害拡大防止のための初動体制の確保、(2)同社のガバナンスの強化、及び(3)食品防御の考え方の導入の3点が重要であると評価した。また、消費者重視の視点が何より重要であり、食品提供者として消費者への責任を果たすべきであると総括した。

5月29日に公表した最終報告の中では、今回の事件の背景にはマルハニチログループが抱える本質的な課題として(1)企業としてのミッションの欠如、(2)ガバナンスの弱さ、(3)コンプライアンス能力の不足が指摘され、マルハニチロ(株)への提言がとりまとめられている。

さらに、第三者検証委員会の最終報告では、「社会への提案」として(1)プライベートブランド商品に付随する問題、(2)食品防御についての社会の備え、(3)危機管理時の食品分析について、(4)第三者検証委員会からの消費者へのお願い、の4点がまとめられている。

第三者検証委員会による今般の事案の評価



中間報告・最終報告はマルハニチログループ独自の課題が多く含まれていることから、本検討会では、これらの報告を参考としつつ、他の食品事業者にとって参考となる事項を抽出するとの観点から検討を行った。

以下、その取りまとめについて、（１）危機管理に関する問題、（２）事業者のガバナンスの問題、（３）従業員によるとと思われる農薬混入を未然に防げなかった問題の３点について、整理して示すこととする。

（１）危機管理に関する問題

第三者検証委員会は、今般の事案に対する当該企業の対応について、３つの点を指摘している。すなわち、①消費者から最初の苦情を11月に受け取ってから、事件として認識し、公表や製品の回収を行うまでに１か月半の遅れを生じたこと、②事態の重要性を誤認したこと、及び③食品提供者として消費者への責任感の不足により商品回収の対応が不十分であったことである。

① 多くの苦情を事件として認識するまでの遅れ等

（第三者検証委員会中間報告 p. 7～19, 32頁）

第三者検証委員会は、(株)マルハニチロH及び(株)アクリフーズが消費者から11月に最初の異臭苦情を受け取り、また、同様の苦情がその後も続いたが、これを有害な事象と認識し、さらに公表・回収に着手するまで1か月半を要したことについて、「最初の苦情が来てから、これが有害な事象であることを認識するまでに1か月半かかった。特に組織間の危機意識の共有の失敗などにより原因究明のための外部検査の実施決定が遅れたことは問題である。」、「有機溶媒や高濃度農薬の混入が判明してから事件の公表や回収開始、行政への報告までに時間がかかった。特に最初の農薬混入の報告から発表まで、2日以上かかったことは問題である。」と評価している。

このことを踏まえ、食品事業者には以下の点が参考になるものとする。

- 苦情への対応や、商品回収等を含む危機対応については、予め対応手順を定めておくことにより、事故や事件が起きたときに慌てず、的確かつ迅速に対応することが重要である。これらの苦情対応や商品回収等に関する手順は文書化しておくことが望ましい。その際、特に、以下に留意すれば、いざというときに判断に迷うことなく、適切かつ迅速な対応に役立つ。
 - ア) 苦情を受けた際の調査や問題製品の回収等を判断する責任者とその権限を予め明確にする。その際、食品事業者（経営者）は、安全な食品を

供給するという自らの社会的責任を踏まえて、当該責任者には、高位の者をもってあて、十分な権限を付与するとともに、日頃より十分な意思疎通を図ることが重要である。

イ) 苦情への対応や回収等の判断について、予め社内基準を明確化しておく。例えば、具体的にどのような苦情を受けたら分析結果が出る前でも回収を決断するか等を明記する。

ウ) 責任者への報告手順を明確にし、判断をする者に必要な情報を集中させる体制を作っておく。

エ) 経営陣や品質管理部門の責任者・担当者等は、危機管理マニュアルに即して対応できるよう日頃から訓練しておく。

② 事態の重要性に対する誤認

(第三者検証委員会中間報告 p. 17～22, 32頁)

第三者検証委員会は、㈱マルハニチロHが本事態の重要性を誤認したこと、特に当該製品の摂取者への健康影響について、急性参照量 (ARfD) ではなく半数致死量 (LD_{50}) を用いて、当初「1度に60個のコーンクリームコロッケを食べないと発症しない量」等と誤って過小に評価したことについて、「原因が故意、事故に関わらず、健康に関する危害には迅速な対応が必要であるがそのスピードが非常に遅かった。特にその背景として、健康への影響を過小評価したことは致命的な問題である。この点が自らは是正されなかったことも極めて根が深い問題と考える。マルハニチログループの危機管理対応には大きな不備があった。」と評価している。

このことを踏まえ、食品事業者には以下の点が参考になるものとする。

- 品質管理の責任者及び担当者は、急性参照量 (ARfD) 等の食品安全や、関係法令に関する知識をはじめ、食品安全に係るリスク管理について平時から習得する努力をすることが必要である。
- 特に、危機管理に関する組織体制では、食品安全や関係法令に関する知識や経験、判断力を考慮した適材適所の人材配置や、経営トップが早期から関与する体制を構築しておけば、問題の発生・拡大を最小限にとどめることが期待できる。
- 危機管理マニュアル等において、消費者の視点から、健康への被害を想定し、迅速に判断し、対応する手順を予め定めるとともに、危機管理マニュアルに即して対応できるよう日頃から訓練しておけば、いざというとき

に慌てず、的確に対応することができる。その際、マニュアルで規定していないことには対応できないため、定期的に、新たな情報に基づき見直していく必要がある。

- 消費者重視（自社製品による健康被害発生の可能性）の視点の不足や、商品の回収範囲や食品事業者への影響がなるべく少なければよいという安易な期待が判断を誤らせ、事案をかえって大きくしてしまう結果につながる場合があることも再認識する必要がある。

③ 食品提供者としての消費者への責任感の不足による商品回収の対応の失敗

（第三者検証委員会中間報告 p. 22～24, 32頁）

第三者検証委員会は、㈱マルハニチロ H による消費者への商品回収に係る情報提供について、「当初、消費者に回収対象商品名を正確に伝えなかった。年末最終営業日に回収の必要性が判明しているにもかかわらず休みに入ってから対応したために、広報や必要な問い合わせ電話の設置等対応に時間がかかった。また不正確な数字を根拠に回収率を情報提供したのは適切ではなかった。」と評価している。

第三者検証委員会の中間報告では、商品回収への対応に関し、以下のよう

に指摘している。

- ア) 消費者への回収働きかけについては、最も重要な回収対象の「商品名」を、当初は正確に消費者に伝えなかったほか、消費者が多数の回収対象商品を認知するために必要な商品写真などの告知手段も公表前に準備していなかった。また、ウェブサイトや新聞社告は企業が消費者に直接情報を届けることができる極めて重要な手段であるという認識に欠け、情報提供が不十分であった。更に、回収対象物量の想定に関する根拠が不足しており、あやふやな推定により数字を出すべきではなかった。
- イ) 消費者からの問い合わせ対応については、コールセンター設置の初動が遅れ、また、10万件を超える入電数を想定していなかったため、受電体制（回線数と要員）を早期に整えられなかった。ある程度安定するまでには10日以上を要した。
- ウ) 消費者との重要な接点である流通企業に対して、情報提供やコミュニケーションが不足し、店頭告知や商品回収に向けた組織的な連携ができなかった。また、プライベートブランドオーナーへの情報

提供を早期に均一に行うべきであった。

エ) 年末年始9連休や深夜におけるマスメディアへの緊急連絡体制が十分に構築できていなかった。また、報道資料に対する事前チェック機能が不十分であり、内容に不備があるまま公表された。

オ) 消費者、メディア、流通企業等に対する情報提供を統轄している組織がなく、それぞれへの提供のタイミングや内容にばらつきがあった。

行政への商品回収に対する報告が遅れ、また、回収をスムーズに行うためのシミュレーションなどの実践的な準備ができていなかった。

以上のとおり、工場の全商品を回収することへの準備、また、商品回収を年末年始休暇中に発表及び実施することへの準備の不足により、消費者が家庭等に保有する商品の回収に当たって混乱を生じることとなった。

以上を踏まえ、食品事業者には以下の点が参考になるものとする。

- 食品事業者が定める回収に係る危機管理マニュアルに、回収範囲の決定や回収の方法、公表や消費者等への対応方法など、必要な事項を具体的に網羅することにより実際の対応に役立つ。
- 回収等には、プライベートブランド商品の製造委託元である流通事業者や商品の販売事業者・製造事業者等及び行政との連携が重要となり、平時から情報を交換・共有するとともに、休日・夜間等も含めた連絡先を準備すること等、食品の安全の確保に責任を有する製造事業者と流通事業者が、連携して対応できるように検討しておくことが、緊急時の円滑な対応に不可欠である。
- 当該事業者が回収する可能性のある範囲を想定した回収のシミュレーションを行い、マニュアルに即して対応できるよう訓練しておくことにより、回収商品の保管や消費者からの問い合わせへの対応、流通事業者への対応等、予め具体的な課題を洗い出すことができ、いざというときに的確に対応することに役立つ。
- 管理者は、従業員に対し、日頃の業務にあたって、商品の向こう側には消費者がいることを意識付けし、消費者への責任感を醸成していくことにより、いざというとき消費者の安全を考えた対応をとることに役立ち、食品事業者にとっても消費者からの信頼獲得につながる。
- 自社製品の事故情報は食品事業者にとってネガティブな情報だが、消費

者の安全を考え、積極的に発信するなど、事故後の対応が食品事業者に対する消費者の信頼を左右すると考える。

（２）食品事業者のガバナンス

第三者検証委員会は、マルハニチログループの組織構造についての問題として、「マルハニチログループの組織が巨大で複雑であるため、責任の所在が明らかでなく、情報の共有化も不十分であった。そのため意思決定と実行に大きな支障が出たことは問題である。」と評価している。

（第三者検証委員会中間報告 p. 5～7, 24～25, 32 頁）

（株）マルハニチロ H の子会社に（株）マルハニチロ食品、その子会社に（株）アクリフーズが連なるという三層構造の経営体制になっている中、（株）アクリフーズは独自の経営理念を掲げて独立的な経営路線を堅持していた。一方、親会社である（株）マルハニチロ H と（株）マルハニチロ食品も、（株）アクリフーズの経営に対して積極的に関与しておらず、（株）アクリフーズの独立的な経営を容認し、ホールディングスとしてのコントロールは行わなかった。また、直近の顧客対応は三社共同分担とはいうものの、その実態は（株）アクリフーズの本社と群馬工場の品質保証室を含めた 4 部署で顧客苦情処理を分担する結果、迂遠で時間のかかるシステムとなっていた。

また、新人事制度の導入を、準社員たちは賃金引き下げ策と理解した。人事評価について準社員に十分な説明がされず、また、評価者たる係長・班長が製造現場にいないことから評価に疑問を抱き、不満が強まった。準社員と上司や経営層との間で納得感のあるコミュニケーションはとられなかった。

本件は、以上の要因が重畳して発生したものであり、食品防御体制の脆弱性や商品回収に当たったの失敗もこうしたガバナンス不全のもたらしたものと見えよう。

以上を踏まえ、食品事業者には以下の点が参考になるものとする。

- 経営体制や品質保証（顧客対応）の体制は、食品安全問題等を的確に把握し、回収等の判断を行う上で責任体制が明確となっているか、今般のような事案が自社で発生した等の想定の下で見直してみることが役立つ。
- 企業統合等によりグループ経営を行っている食品事業者は、グループ内の特定部門や子会社を聖域化することなく、食品の安全についてグループ全体に食品事業者の使命を徹底することが必要である。また、グループ全

体の品質管理を統括する品質管理責任者や、消費者の「監視の眼」を活かす社外・独立役員の設置等を行っている事業者の例も参考となる。

- また、苦情対応や商品回収、従業員への各種説明などの手続きについて、自社の体制を見直すことも同様である。

(3) 従業員によると思われる農薬混入を未然に防げなかった点（食品防御）

第三者検証委員会は、「給料の減少や新人事評価システムへの従業員の不満の把握や、それを和らげるための施策も打たなかった。食品防御体制も不備が多く、容易に農薬の混入が可能だったことも問題である。」と評価している。

(第三者検証委員会中間報告 p. 24～32 頁)

中間報告は、食品防御に関し、具体的に以下の4点を指摘している。

ア) 新人事制度の導入と社員への説明

新人事制度の導入に対して準社員の不満が強まったが、準社員と上司や経営層との間で納得感のあるコミュニケーションはとられなかった。

イ) 特異な異物苦情の多発や問題行動の発生

2013年4月～12月に、ボールペンのシール、つまようじ、結束バンド等の食品への混入苦情が多発。外部から異物を持ち込み、意図的に混入させた可能性は否定できないにもかかわらず、従業員を含めた具体的な調査と対策を実施していなかった。また、同年7～8月、従業員の自転車、車のタイヤの空気が抜かれたり、便器にものを捨てる悪戯が発生し、更衣室への掲示や、朝礼等で注意喚起した。

これらについて、事件との関連性は不明であるが、従業員による悪戯や不満の表れと見る意識がなかった。明らかな悪戯に対して、警察への相談や夜間警備の強化などの対応を行わなかった。

ウ) ㈱アクリフーズ群馬工場の食品防御体制

① ㈱アクリフーズ本社役員および工場長以下の社員は、従業員による意図的な混入の可能性について意識していなかった。

② カメラや定期巡回はあったが、外部からの不審者侵入のみを意識したものであり、悪意を持った従業員の発見や、その行為を抑制するような監視体制をとっていなかった。

③ 正規の出入り口・非常口以外に複数の外部との出入り口があり、鍵が

あるものの工場の内側から鍵をあけて出入りすることは事実上制限されており、侵入防止・異物持ち込み防止体制は脆弱であった。原材料搬入口のシートシャッターは夜間も施錠しておらず、内部の状況を把握している人であれば、容易に侵入可能であった。

- ④ 容易に危険物を誰にも気づかれずに工場製造エリアに持ち込める環境だった。

また、製造棟内への正規の出入り口からの入場時の私物持ち込みチェック体制は機能しておらず、単独での入場が可能であり、危険物の持ち込みは正規の出入り口からでも十分に可能な状況であった。

- ⑤ 薬剤の管理、鍵の管理、入室者管理を徹底していなかった。工場内の防虫作業はルーチン化しており、作業者が農薬を使用しているとの意識は低かった。

- ⑥ 原料や製品に容易に触れることができ、異物を混入させることが可能であったり、工場製造エリア内に危険物と成り得るものがあり、容易に使用できる環境であった。工場製造エリアは異物持ち込み対策が不十分な状況であり、死角になる場所が複数あり、日常的に製品への接触が容易な環境であったにもかかわらず、カバーやカメラ、相互監視等の食品防御対策を取っていなかった。

エ) 品質保証関連の規程の遵守

「グループ重大事故対応マニュアル」の周知を徹底しておらず、(株)アクリフーズはこれを認識していなかった。また、(株)アクリフーズ独自の「重大事故処理基準」も遵守しなかった。

以上を踏まえ、食品事業者には以下の点が参考になるものとする。

それぞれの項目については、改めて、次の「3 食品事業者が食品防御に取り組むに当たり参考となる事項」で詳述する。

- 従業員など内部の者による意図的な混入についても現実に発生しうる問題であると考え、食品防御の概念を理解し、取組の必要性を意識する。
- 食品事業者は、普段からのコミュニケーションなどを通して、従業員との信頼関係を築き協力し合い、適切なリスク管理を行う事で、従業員等の不満や、事件の予兆と考えられる事象の把握、及びそれらに適切に対応することにより、意図的な混入をしたいと思わせない職場の風土をつくることが重要である。

- 加えて、仮に何者かが意図的に混入しようと思った場合であっても、混入が実行し難い環境をつくることが重要である。それぞれの食品事業者が、規模や製造工程など各事業所が置かれている条件等を踏まえ、自らの弱いところや、対策の効果が高いところなど、できるところから対策に取り組むことが望まれる。
- 食品防御は意図的な混入のリスクを下げる効果が期待できるが、事案の発生を完全に防ぐことはできないので、併せて危機発生時における被害拡大防止のための初動体制の確保と訓練等の危機管理体制を整備しておくことが重要である。

3 食品事業者が食品防御に取り組むに当たり参考となる事項

ここでは、「2 今般の食品への意図的なマラチオンの混入事案から得られる教訓」を踏まえ、第三者検証委員会の報告では事業者のガバナンスなどの他の項目で整理された事項も含め、意図的な異物の混入に対して食品事業者が取組を進める際に参考となる事項について整理した。

食品防御は、「公衆衛生への危害及び経済的な混乱を引き起こす意図的な異物混入から、食品を守る努力」と定義できる。

この場合、食品への意図的な異物混入は、様々な場所、手法、目的で行われることに留意が必要である。

場所：食品製造工場のほか、生産現場から、流通、小売、消費者の手に届くまでのフードチェーンの全工程

手法：殺虫剤、医薬品等の化学物質のほか、微生物、針・ガラス片等

目的：・従業員や元従業員等による職場への不満のはけ口

・脅迫による金銭等の利益

・食品事業者の経済的・社会的損害、嫌がらせ

・世間の騒乱、愉快犯、いたずら（店頭での異物混入等）

・思想・政治的背景等による大量破壊活動（テロ） 等

これら全ての攻撃を想定して各事業者が一様に対応することは現実的でも効果的でもなく、食品事業者や食品事業所ごとに健康被害に対する脅威や脆弱と考えられる工程を分析し、食品防御に計画的に取り組むことが重要である。

（1）食品防御に対する意識を向上させる

我が国では、従来、食中毒等の防止といった食品衛生の観点から食品安全対策が進められてきた。一方、今般の事案のように意図的な混入が疑われる事案に対しては食品衛生対策のみでは対応できず、食品防御の考え方が必要となることを食品業界全体で改めて認識する必要がある。

本検討会では、食品事業者が食品防御に自主的に取り組むための第1歩として、食品防御の概念を理解し、取組の必要性に気づくことが重要と考えた。

食品事業者の食品防御に対する意識は向上しているが、悪意を持つ内部又は外部の者による食品への意図的な混入は、我が国においても発生し得る問題となっている。食品事業者には、安全な食品を消費者に提供するた

め、従来から取り組んできた食品衛生の取組に加え、意図的な混入は起こり得るものであるということを想定し、食品防御の必要性を改めて意識すること、そして、第三者検証委員会の最終報告においても指摘されているように、ガバナンス（組織のマネジメント等）が最も重要な課題であることを認識することが期待される。

食品事業者が食品防御を意識することにより、内部又は外部の者が当該事業所で意図的な混入をしたいと思わせないようにすることが期待される。

また、万一、意図的な混入が発生した場合においても、危機管理のための体制の構築や訓練がなされていれば、当該食品による消費者の健康被害や、食品事業者の経済的・社会的な損失を最小限に抑えることが期待できる。

（２）意図的な混入をしたいと思わせない職場の風土をつくる

マルハニチロ㈱の第三者検証委員会の中間報告では、従業員によると思われる農薬の混入を未然に防げなかったことに対し、「給料の減少や新人事評価システムへの従業員の不満の把握や、それを和らげるための施策も打たなかった」ことを第一に挙げている。

㈱アクリフーズは、2012年4月に準社員（一般に契約社員のこと。以下同じ。）を対象とした新人事制度を導入した。これは、準社員の能力・役割を重視し、労働意欲を高めることを目的とすることを標榜したものであったが、新人事制度の一部として家族手当等を廃止したことにより、準社員の3分の2は賃金がダウンし、準社員たちは新人事制度を賃金引き下げ策と理解したとされている。また、準社員を評価すべき係長・班長が製造現場にいないことが多く、人事評価結果の説明等も十分でなかったほか、準社員の不満の声を管理職が把握し切れていなかった。また、準社員の不満を経営層が吸い上げる仕組みもなかった。したがって、準社員と上司や経営層との間で納得感のあるコミュニケーションはとられなかったとされている。

さらに、2013年の4月から12月にかけて、群馬工場のピザラインで、ボールペンのシール、つまようじなどの特異な異物苦情が多発した。同工場は不要物の工場内への持ち込みを禁止しており、通常の製造工程でこれらが混入する可能性は低い。しかし、外部から異物を持ち込み、意図的に混入させた可能性が否定できないにもかかわらず、従業員を含めた具体的な原因の調査と対策は実施されなかったとされている。また、7月から8

月には従業員の自転車や車のタイヤの空気が抜かれるなどの悪戯が発生し、対応策として、更衣室への掲示や朝礼などを通じて工場従業員に注意が喚起された。これらの事象と事件との関連性は不明であるが、従業員による悪戯や不満の表れとみる意識がなかったとされている。

悪意の者による食品への意図的な混入を完全に防ぐことはできない。したがって、

- 「消費者に安全で高品質な食品を届ける」といった食品事業者の使命を従業員に浸透させることが重要である。
- 日常のリスク管理の一環として、異物混入等が発生した場合は全従業員に対する注意喚起は行われているが、それらの取組を通じて、意図的な異物混入に対する従業員の意識向上を図ることも重要である。
- 従業員からの提案を業務改善に活かす取組によるモチベーションの向上や、定期的な面談等で従業員の不満を吸い上げる仕組みによる従業員との良好な人間関係や信頼関係の構築が重要である。経営幹部や工場のライン管理職が日頃から従業員に目配りとコミュニケーションをとって、職場環境の改善に協力し合うことが望ましい。
- 意図的な混入や犯罪を防止する意識と環境を醸成するために、例えば企業等で用いられているような各種の問題に対する内部通報システムや責任者へのホットライン等の活用も検討することが望ましい。

これらの取組を通じて、自分の職場、自社製品への愛情を深め、意図的な混入の原因をつくらないようにするとともに、事件への予兆と考えられる事象を把握し、調査等によって適切に対応することにより、次の事件の発生を未然に抑制することが期待できる。この様な取組により、意図的な混入をしたいと思わせない職場の風土をつくることが大切である。

(3) 意図的な混入が実行し難い環境をつくる

マルハニチロ㈱の第三者検証委員会の中間報告では、食品防御に関し、外部からの不審者侵入に対しての防御意識は持っていたが、従業員による意図的な混入の可能性は意識していなかったとしている。さらに、危険物を誰にも気づかれずに容易に工場製造エリアに持ち込める環境だった、薬剤等の管理を徹底していなかった、原料や製品に対して容易に触れることができ異物を混入可能な環境であった、製品のカバーや監視カメラ、相互監視対策等がとられていなかったなど、実際の食品防御体制も不備が多く、

容易に農薬の混入が可能だったことも問題であると指摘されている。

内部又は外部の者が、万一悪意を持ったとしても、ソフト又はハードの対策により異物の混入が実行し難い環境をつくることが大切である。これにより、意図的な混入のリスクを低減することができると考えられる。その際、上述の個々の対策はマルハニチロ(株)の群馬工場に対する分析の結果であり、全ての事業所で同じ対策が有効とは限らない。

それぞれの食品事業者や事業所は、規模や立地、人的資源等の他、扱う食品や製造工程等が異なり、意図的な混入を受けやすい場所や混入物、時間等も異なる。また、個別の対策を講じるに当たっては、食品事業者と従業員が常に協力し合って意図的な混入、犯罪を防止する意識を醸成し、意図的な混入が実行し難い環境を整備していくことが肝要である。例えば、工場への立入者を記録することなどは、不自然な立入や、意図的な混入に対する牽制にもなり、また、万が一意図的な混入が発生した場合には不審者の特定にも役立つことが期待される。

各事業所において諸条件を勘案しながら、意図的な攻撃に対する脆弱性や対策の効果等を分析し、自身が弱いところや効果的な対策ができるところを優先して、計画的に対策を講じることが重要となる。なお、食品防御は食品事業者の規模や施設の状況、扱う製品によって適切な対策が異なることから、カメラの設置数などによって一概に達成状況が判断できるものではないということに留意が必要である。また、第三者検証委員会の最終報告においても記されたように従業員との信頼関係を構築することが基本であり、その上にそれぞれの食品事業者に最適な技術的対策を講じること、また、教育などを進めることが大切である。こうした取組を進めるに当たり食品防御の対策には一定のコストの問題があることや食品事業者ごとの状況によって適切な対応が異なることについて、消費者や流通をはじめ、全てのステークホルダーの理解を得ることが重要である。

(4) 食品防御の取組に参考となる資料

各食品事業者が食品防御に自主的に取り組むに当たり、食品防御に対する理解を深め、実際の対策を検討する際の参考として、厚生労働科学研究班（主任研究者；今村知明・奈良県立医科大学健康政策医学講座教授）が作成した食品防御対策のガイドライン等が公表されている（一連の資料を巻末に参考資料として添付）。同ガイドライン等は、新たな情報等を踏まえ、引き続き改訂が進められている。

また、意図的な混入への対策である食品防御は、非意図的な混入等を対象に HACCP 等の取組により実現される食品衛生とは異なるものである。一方、既に総合衛生管理製造過程承認制度実施要領に基づき食品衛生の取組を行っている食品事業者が、新たに食品防御に取り組む際の参考として、同研究班では「総合衛生管理製造過程承認制度実施要領における留意事項」を公表している。食品衛生への取組を進めている食品事業者が、どこを工夫すれば食品防御にも取り組めるかを検討する際に、参考となるものとする。

(5) その他

- ① 食品防御の前に、まず、食品安全、品質向上にしっかり取り組むことが重要である。そのことが、安全な食品を提供することで社会に貢献するという従業員の意識の向上にもつながり、食品防御の基礎になると考える。
- ② 意図的な混入による事件の発生を完全に防ぐことはできないので、平時における危機への備え（関係事業者との協議、行政関係者との関係の構築、回収、消費者への周知等に関する備え）として、さまざまなテーマの下に食品の事故・事件を想定した訓練を定期的にも実施することも重要である。

4 検討内容の食品事業者への普及等

以上、第三者検証委員会の中間報告及び最終報告等を参考に、今般の事案から得られる教訓を整理するとともに、この中で指摘のあった食品防御に食品事業者が取り組むに当たり参考となる事項を整理した。これらの情報については広く食品事業者が共有し、各食品事業者の実情に応じて、以下のように取組まれることが望まれる。

また、関係業界団体及び農林水産省には、以下のとおり、本報告書の普及等を進めることを期待する。

(1) 個々の食品事業者の取組

食品事業者は、提供する食品の安全を確保するため、自らの責任で各種の対策を講じてきているところであるが、一方、今般の冷凍食品への農薬混入事案のような従業員による混入が疑われる事案を含め、意図的な混入については、従来からの食品衛生対策だけでは防止することは難しい。

意図的な混入等の事案の発生防止及び被害の拡大防止のため、食品事業者は、本報告書で整理された教訓や、食品防御に取り組むに当たり参考となる事項等を踏まえて、自らに課された安全な食品を提供する社会的な責務と、食品防御の必要性について、今一度検討いただきたい。

万一混入が起きてしまった際の危機管理体制について、平時から訓練を行っておく等の危機管理対策の構築と実行に加え、食品防御を理解し、意識することが取組の第一歩となる。意図的な混入をしたいと思わせない職場の風土づくりや、意図的な混入が実行し難い環境づくりの具体的な方法は、それぞれの事業所の条件等により異なる。したがって、本報告書で示した事項等を参考に、自らでチェックするところから始めていただきたい。

実際の対策は、自らが扱う食品の特性や、事業所の規模、施設等の実情に応じ、自らの弱いところや、現実的に対応可能なところから対策を進めることが重要である。これらの実行により、消費者の健康被害や事業者の経済的・社会的被害を最小限に食い止めることにつながると考えられる。

(2) 関係業界等の取組

関係業界等は、危機管理（今般の事案から得られる具体的な教訓としては、特にプライベートブランド商品に関して、製造事業者と製造委託元である流通事業者等が緊急時に円滑な商品回収ができるよう平時から情報を交換・共有等することの重要性など）、ガバナンス、食品防御への取組等本報告書の

内容について関係食品事業者へ周知いただきたい。

また、各業界が扱う商品の特性や製造工程等の実情に応じ、それぞれの業界における具体的な危機管理や食品防御対策の必要性、個々の食品事業者がどのように取組を進めていくのかについて検討することが重要である。

その際、例えば食品安全に関する科学的な知識についての参考資料、危機管理や食品防御に関する事例集やヒヤリハット集など、各食品事業者が具体的な取組を進める際に参考となる情報の収集・普及等を行うことが有益と考えられる。

（３）農林水産省の取組

農林水産省は、本報告書で整理した今般の事案から得られる教訓や、食品事業者が食品防御に取り組むに当たり参考となる事項について、関係業界や地方自治体等を通じて、食品事業者への周知を図るべきである。

加えて、関係業界等が行う研修会への専門家の派遣等を通して、本報告書の内容を含め危機管理の重要性や食品防御等の考え方に関する食品事業者の理解の促進を図り、自主的な取組を支援していくべきである。また、食品防御については、今般の事案を教訓・参考として、改めてその概念や内容について浸透に努め、意識の向上を図るところから取り組むことが適当である。

また、農林水産省は関係府省庁と連携し、情報提供等の取組により消費者の意識の一層の向上を図っていくべきである。

（４）消費者の皆様へ

消費者の皆様におかれては、食品防御の取組により意図的な混入を完全には防ぐことができないことを理解し、また、自らがフードチェーンの最終段階に位置していることを自覚して、食品の安全について関心を持ち、食品事業者や行政が提供する食品安全に関する情報（リコール情報を含む）をはじめとする各種の情報に注意していただくことを期待する。

また、消費者の皆様自身が健康被害を防ぐために、異臭や異味を感じたり、外見や包装に普段と異なる点があることに気づいた場合には、当該製品を食べないことが大変重要である。消費者の皆様自身にもそうした自己防衛能力を身につけていただくことを期待する。

おわりに

従来、食品安全対策は主として食品衛生の観点から進められてきたが、今般のような意図的な混入が強く疑われる事案に対しても意識していくことが必要となっている。

今般の事案は一事業所で発生した犯罪行為を原因とするものであると考えられるが、将来に向けて、広く食品事業者への教訓とし、風化させないことが望まれる。

食品事業者に対しては、まず消費者視点を重視し、安全で高品質な食品を提供するという食品事業者としての社会的使命を再認識していただくことを期待する。その上で、食品防御や危機管理に適切に対応できるように、食品事業者のガバナンス（組織のマネジメント等）の強化の重要性や、コンプライアンスについての意識と能力を高めることの必要性について考えていただきたい。

食品防御対策により意図的な混入のリスクを下げることは重要だが、これを完全に防ぐことはできない。意図的な混入は、カメラ等の設備投資だけで防止できる問題ではなく、日常の業務を通じた従業員との信頼関係や、企業風土が大きく関係すること、また、緊急事態発生時の危機管理体制の整備と訓練が重要であることも忘れてはならない。

加えて、消費者に対しては、自らがフードチェーンの最終段階に位置していることを自覚し、食品の安全について関心を持ち、注意することの重要性を再認識いただくことを期待する。

本報告書が広く食品事業者及び関係業界に共有され、食品事業者の意識の向上や取組を通し、国民への安全な食品の供給体制が一層強化されることを強く期待する。

以上

食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会
委員名簿

今村 知明	奈良県立医科大学健康政策医学講座教授（座長）
大隅 和昭	一般社団法人日本惣菜協会教育事業部長
鬼武 一夫	日本生活協同組合連合会品質保証本部安全政策推進部部長
折井 雅子	サントリービジネスエキスパート株式会社常務取締役 お客様リレーション本部長
神奈川芳行	東日本旅客鉄道株式会社ＪＲ東日本健康推進センター 労働衛生科医長
川崎 一平	一般財団法人食品産業センター技術環境部長
関川 和孝	一般社団法人日本フードサービス協会専務理事
高谷 幸	公益社団法人日本食品衛生協会専務理事
中島 正	日本チェーンストア協会総務委員会取引委員会委員
中村 啓一	公益財団法人食の安全・安心財団理事・事務局長
長谷川俊明	長谷川俊明法律事務所代表弁護士
松永 和紀	科学ライター

（五十音順、敬称略）

開催実績

平成 26 年 4 月 21 日 第 1 回検討会

- ・厚生労働科学研究班の食品防御についての検討状況等

平成 26 年 5 月 26 日 第 2 回検討会

- ・第三者検証委員会の中間報告について等

平成 26 年 6 月 16 日 第 3 回検討会

- ・第三者検証委員会の最終報告について
- ・報告書のとりまとめについて

FCP 消費者対応勉強会

第2回 食の安全・安心に関する報道の考え方を学ぶ 議事概要

日時：平成27年8月25日(火)14:00～17:30

場所：中央合同庁舎4号館12階1219-1221会議室

参加者：42事業者・団体 計56名

議事次第：

1. 開会挨拶
2. 本日の進め方
3. 食の安全と安心 マスコミはどう見ているか
日本放送協会 解説主幹 合瀬宏毅 様
4. 「マスコミは最強の広報媒体」～記者の目は国民の目～
公益財団法人 食の安全・安心財団 理事・事務局長 中村啓一 様
5. グループディスカッション
論点説明・ ディスカッション・ 発表
6. 事務局連絡

議事概要：

<第2回消費者対応勉強会について>

第2回目の消費者対応勉強会では、「食の安全・安心に関する報道の考え方を学ぶ」として以下の2名の講師より講演していただいた。

- ・食の安全と安心 マスコミはどう見ているか 日本放送協会 解説主幹 合瀬宏毅 様
- ・「マスコミは最強の広報媒体」～記者の目は国民の目～ 公益財団法人 食の安全・安心財団 理事・事務局長 中村啓一 様

講演の後、「事業者による食の安全に関する情報の提供方法について ・消費者に対して ・取引先に対して ・報道機関に対して」という論点で参加者に議論していただき、グループ毎に発表を行った。以下は、項目別の意見。

【消費者に対して】

- ・何か大きな事が起こる有事の際は、健康被害がどれぐらい起こるか、リスクの大きさと拡大性についてきちんと検討した上で、リスクの度合いを消費者が理解できるよう情報提供すべきである。【A班】
- ・通常の対応としては、1件1件の苦情は通常の対応を誠実に消費者向けに行うべきである。お客様相談窓口をきちんと活用して、ちゃんととらえる。お客様の所でも保管方法や調理によって、あるいは食品そのものではなく包材による危険も場合によってはあると思うので、そのような情報も平時に伝えるべきである。【A班】
- ・まず、消費者に対してはホームページ、テレビ、SNS、商品のパッケージを使ったコミュニ

- ケーションを日頃からとっていく。【B 班】
- ・平時と緊急時、対応する部署や対応する提供情報はそれぞれ異なっている。【C 班】
 - ・きちんとマネジメントが平常時、緊急時含めて消費者に対する情報提供については、施策をまとめていくことがまず前提になるだろう。【C 班】
 - ・消費者との対応では、相談窓口や HP、場合によっては訪問によるコミュニケーションなど色々なやり方がある。【C 班】
 - ・コミュニケーションで重要なのは、消費者が何を期待しているか、何を知りたいのか、何を求めて相談窓口にお問い合わせしているのか、を理解した上で消費者の意向に沿った形で対応していかなければ、不満がどうしても出る。【C 班】
 - ・緊急時と平常時の伝え方は異なってくる。特に緊急時の健康被害や保健衛生に関する事項は、メディアの活用を含めて効果的な商品回収や消費者に対して必要になってくる。【D 班】
 - ・同じ伝え方にしても社告など文字だけでは無く、写真などを使って伝わり易い表現をして活用すべき。【D 班】
 - ・健康被害のあるなしの判断で、例えば虫の混入があった場合は、一般的には健康被害はないのかもしれない。しかし虫の混入により気分が悪くなり嘔吐して窒息するようなケースも考えられる。何を持って緊急性があるのかはガイドラインなど整備が必要。【D 班】
 - ・普段から食の安全に対する取組や消費者に対する姿勢など何らかの方法で平時から公表した方が信頼を高めることができる。何かあったときもそこにアクセスすることでちゃんと情報があると言うことで信頼を得る。【D 班】
 - ・日本人のメンタリティとして組織ぐるみで消費者から搾取しているようなイメージを嫌う。そのことから、真に消費者のことを考えている信頼関係を普段から作っておくことが必要。【D 班】
 - ・最近、機能性表示食品の話もあり、食の効果・効能の情報がますますあふれている。そのような情報の消費者側のとらえ方について。日本人は人の言うことを信じやすい。特に身近な人や有名芸能人の口コミは信じやすい傾向がある。【E 班】
 - ・伝える人により、その影響力が大きい場合もあることを認識していなければならない。【E 班】
 - ・情報を出す側の企業としては、国の安全性の確認が取れている食品添加物にしても米国産牛肉にしても問題ないはずなのに、身近な人の口コミによって評価されてしまう。科学的根拠がないがしろにされてしまう。【E 班】
 - ・そのような状況の中で、例えば上場企業が表示の改ざんなどしてしまうとメーカーが用意している説明を信じてもらえない状況になってしまう。【E 班】
 - ・情報を伝える側の責任、コンプライアンスからの正しい情報を伝えていけるような体制は必要であろう。お客様相談窓口やホームページでの情報の開示は適切にきっちりやっていかなければならない。あわせて、SNS で情報漏洩などあるが、足下からすくわれないような体制作りが必要。【E 班】
 - ・はじめに戻るが、日本人は特に身近な人の言うことを信じやすい、ということは信頼のある人の言うことを信じると言うことである。FCP のテーマでもある消費者の信頼を得ると言うところがキーポイントになる。【E 班】

- ・正しい情報は当然として、会見などの際は見た目の良さも重要になる。きっちりした身だしなみ、態度、言葉の使い方などしっかり整えるべき。【E 班】
- ・平時の消費者に対して、ホームページ、SNS、商品の表示、特に一括表示以外の部分のアピール、表示から QR コードなどで、いかにホームページに誘導するか。すでに皆さんがやられていると思うが、今後どのように拡充するかが課題。【F 班】
- ・有事の場合もホームページの対応をしていく必要はある。SNS 対応では、SNS を使って対応すべきなのか、会社のホームページに誘導すべきなのかの自社のスタンスを事前に決めておかねばならない。【F 班】
- ・危機管理については一番件数が多いのは平時でのお客様からの申し出である。どう対応していくのか、安全に関する情報等出していくべきである。ただ、安全に関する情報はどんなものがあるのか？【G 班】
- ・お客様に提供している商品に関して、そのものが何であるか分からないまま食べるときは不安に感じる。一般消費者や小売り、メーカーに欠けている物は、詳細な食の情報提供かと思う。【G 班】
- ・食品の原料の特性、製品特性やデメリット、調理方法を間違えたり原料の特性で変色することがあるなど、デメリットも積極的に情報として提供することによって信頼を得ることができる。【G 班】
- ・何かがあった際の原因が自社由来である場合や、自社でない場合など、原因が特定できた場合は再発防止策をきちんと誠実に説明すること。これも安全につながるのかなと思う。【G 班】
- ・消費者、取引先、報道と 3 つあるが、最終的には消費者につながると言うことで信頼を失わないで対応することが重要。【H 班】
- ・消費者と取引先は迅速かつ正確な情報が必要、分からないことがあればきちんと詳細を報告すること。【H 班】

【取引先に対して】

- ・取引先に対しては、たいていのメーカーの場合、流通が介在するので回収などが起こった際は、流通に対する協力要請が必ず必要で、正しい情報を伝達する必要がある。【A 班】
- ・取引先に関しても正しい保存を含めた取扱いの方法など、啓蒙することが企業として必要だろう。【A 班】
- ・取引先に対しては、仕入れ関係の会社もあれば、商品販売をしていただく取引先もある。大きくは二つに分けられる。【B 班】
- ・平時の取引先に対しては、監査や訪問などあるが、情報発信法令が変わったときなど定期的な情報を出すべきである。【F 班】
- ・有事の際の取引先対応については、十分議論ができなかったが、報道機関に情報を出すより先、あるいは同時に情報を出して、取引先から裏切られたと思われぬようにすべき。

【報道機関に対して】

- ・報道機関に対しては、特に緊急性が高くていち早く回収しなければならない時には、むしろ

メディアを利用する。協力をいただいてなるべく消費者に情報を伝える手助けをしてもらう
と言う意味で重要。【A 班】

- ・回収の必要性や、会社の姿勢、謝罪等は、報道機関を通じて消費者に伝えることになるだろう。ここも健康被害のリスクの度合いを何でも食の安全という言葉でまとめられがちだが、非常に危険なのか、少し危険なのか、念のための回収なのか、きちんと正しく伝えていただく工夫が必要。【A 班】
- ・報道機関や農林水産省など関係省庁、業界団体をうまく利用しながら関係省庁とうまくコミュニケーションを図るべき。【B 班】
- ・メディアや行政とのコミュニケーションは日頃から進める必要がある。【C 班】
- ・平時の報道に対しては、日頃からの人間関係の構築が重要。報道側も短いスパンで人事異動があるが、それでもコミュニケーションを取っておくべきである。【F 班】
- ・有事の場合は、適時適切に発表していく必要があるが、報道機関に偏らないように発表すべき。1 社のみに特ダネと思われないように対応する必要がある。【F 班】
- ・報道機関に関しては会社の信頼を失わない対応をすることが重要。【H 班】
- ・会見時には、答えられる範囲と時期を明確にする。トップ自らきちんと説明する必要がある。【H 班】
- ・普段から最悪の事態が起こることを想定して、年に数度手順の確認をすべき。【H 班】

【その他】

- ・行政に対しても、保健所への通知があるのでそれに照らして適正に行うべきであろう。【A 班】
- ・消費者、取引先、報道に対して何を伝えるのか。原点を考えると、お客様に私たちは安全安心な商品を提供していくことが原点。それは言葉を換えれば商品価値をきちんと伝える、ということ。それにはポジティブなこともあればネガティブなこともある。そのようなとらえ方をしていくと、何をどのように伝えられるか、ということになる。【B 班】
- ・社内の一人一人の従業員も商品を買ってくれる消費者でもある、社内コミュニケーションも重要。【B 班】
- ・会社側が上から目線ではなく常にフレンドリーなコミュニケーションを取っていくことが日頃から必要。【B 班】
- ・キーワードとして、商品価値のバリューとそれぞれに対するコミュニケーション。【B 班】
- ・内部告発だけでは無く外部告発（誹謗中傷）の情報もある。そうすると本来やっていないのに告発が来ることもある。その中でどうやってメーカーは安全を提供しているか。いかに告発があった場合、行政や小売り消費者に対して自分たちの管理に対していかに透明性を持って第三者に開示できるか。これがポイントになる。特に、第三者開示性、自分たちにだけ分かるような管理をして説明をしても分からないので、注意が必要。【G 班】

フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）
第2回消費者対応勉強会
食の安全・安心に関する報道の考え方を学ぶ

議事次第

日 時：平成27年8月25日（火） 14:00～17:30

場 所：中央合同庁舎4号館12階 第1219－1221会議室

議 事 次 第

- | | |
|---|-------------|
| 1. 開会挨拶 | 14:00～14:05 |
| 2. 本日の進め方 | 14:05～14:10 |
| 3. 食の安全と安心 マスコミはどう見ているか
日本放送協会 解説主幹 合瀬宏毅 様 | 14:10～15:10 |
| 4. 「マスコミは最強の広報媒体」～記者の目は国民の目～
公益財団法人 食の安全・安心財団 理事・事務局長 中村啓一 様 | 15:10～16:10 |
| 休憩 | 16:10～16:25 |
| 5. グループディスカッション
論点説明・ディスカッション・発表 | 16:25～17:25 |
| 6. 事務局連絡 | 17:25～17:30 |

配 布 資 料

- 資料1：第2回FCP消費者対応勉強会 次第（本紙）
資料2：第2回FCP消費者対応勉強会 参加名簿
資料3：合瀬様資料
資料4：中村様資料

平成27年度 「消費者対応勉強会」 第2回 参加者名簿(42社56名参加)

No.	企業名	No.	企業名
1	株式会社アートコーヒー	31	東京海洋大学先端科学技術研究センター
2	ITマネジメントセンター	32	株式会社日清製粉グループ本社
3	味の素株式会社	33	日本ビュアフード株式会社
4	味の素株式会社	34	日本ビュアフード株式会社
5	味の素株式会社	35	株式会社日本アクセス
6	伊藤忠商事株式会社	36	日本水産株式会社
7	伊藤忠商事株式会社	37	公益財団法人日本適合性認定協会
8	伊藤忠商事株式会社	38	一般社団法人日本能率協会審査登録センター
9	伊藤ハム株式会社	39	一般社団法人日本能率協会審査登録センター
10	株式会社イトーヨーカ堂	40	日本マクドナルド株式会社
11	一般社団法人インターナショナル・バリューマネジメント協会	41	日本マクドナルド株式会社
12	株式会社エイガアル	42	HAVIサプライチェーン・ソリューションズ・ジャパン合同会社
13	江崎グリコ株式会社	43	ハウス食品株式会社
14	株式会社エム・シー・フーズ	44	株式会社阪急クオリティサポート
15	大塚食品株式会社	45	B S I ジャパン
16	大塚食品株式会社	46	株式会社ベスカリッチ
17	花王株式会社	47	有限会社マザー食品
18	花王株式会社	48	株式会社ミツカングループ本社
19	花王株式会社	49	三菱食品株式会社
20	花王株式会社	50	ミライエール
21	花王株式会社	51	モーションマインド
22	川商フーズ株式会社	52	株式会社モスフードサービス
23	キュービー株式会社	53	有限会社山本フードビジネス研究所
24	キュービー株式会社	54	山芳製菓株式会社
25	株式会社ジェイワンフーズ	55	菱熱工業株式会社
26	昭和産業株式会社	56	菱熱工業株式会社
27	損保ジャパン日本興亜リスクマネジメント株式会社	57	
28	株式会社タカキフードサービスパートナーズ	58	
29	株式会社中央微生物検査所	59	
30	寺原事務所	60	

※企業名五十音順

<本日ご欠席>

No.	企業名	No.	企業名
1	株式会社アートコーヒー	41	一般財団法人東京顕微鏡院
2	株式会社アール・ビー・アイ	42	東洋冷蔵株式会社
3	青森中央学院大学	43	株式会社虎屋
4	株式会社浅野屋	44	株式会社虎屋
5	イオンリテール株式会社	45	ニシフミート株式会社
6	イオンリテール株式会社	46	株式会社日清製粉グループ本社
7	伊藤忠商事株式会社	47	株式会社日清製粉グループ本社
8	伊藤忠商事株式会社	48	日世株式会社
9	伊藤忠商事株式会社	49	株式会社日本アクセス
10	伊藤忠商事株式会社	50	一般財団法人日本規格協会
11	伊藤忠商事株式会社	51	日本ケロッグ合同会社
12	伊藤忠商事株式会社	52	日本農業情報システム協会
13	株式会社エム・アイグッドフェローズ	53	日本農業情報システム協会
14	株式会社エム・シー・フーズ	54	日本農業情報システム協会
15	株式会社MA FOODS CONSULTING	55	日本ハム・ソーセージ工業協同組合
16	株式会社 office 3.11	56	一般財団法人日本品質保証機構
17	川商フーズ株式会社	57	一般社団法人日本冷凍食品協会
18	共栄製茶株式会社	58	パシフィックコンサルタンツ株式会社
19	株式会社ぐるなび	59	株式会社阪急クオリティサポート
20	株式会社ぐるなび	60	B S I ジャパン
21	株式会社ぐるなび	61	フードテクノエンジニアリング株式会社
22	K - O F F I C E	62	フードリンク株式会社
23	高知県	63	株式会社福楽得
24	一般社団法人国際バイオマスセンター	64	株式会社富士通工フサス
25	特定非営利活動法人サニテーション・デザイナー協会	65	プリマハム株式会社
26	株式会社シー・アイ・シー	66	プリマハム株式会社
27	株式会社シー・アイ・シー	67	株式会社プレシアホールディングス
28	一般財団法人食品産業センター	68	株式会社ベジテック
29	全日空商事株式会社	69	三菱商事株式会社
30	双日株式会社	70	三菱食品株式会社
31	損保ジャパン日本興亜リスクマネジメント株式会社	71	三菱食品株式会社
32	損保ジャパン日本興亜リスクマネジメント株式会社	72	有限会社みやぎ保健企画セントラルキッチン事業部
33	損保ジャパン日本興亜リスクマネジメント株式会社	73	株式会社モスフードサービス
34	株式会社大和コンピューター	74	株式会社モスフードサービス
35	株式会社高島屋	75	株式会社モスフードサービス
36	株式会社チームのちから	76	
37	株式会社中央微生物検査所	77	
38	合同会社TFMHY研究所	78	
39	株式会社テクノファ	79	
40	東京海洋大学先端科学技術研究センター	80	

※企業名五十音順

食の安全と安心

マスコミはどう見ているか

2015年8月25日
FCP第2回消費者対応勉強会

NHK解説委員室
合瀬宏毅

1

現代は「漠然とした不安」の時代



自分のことを健康だと思う

73.7%

健康について不安がある

61.1%

健康のため気を付けてる

53.9%

2

食を巡る事件事故

- 2000年 乳業会社による集団食中毒事件 1万5千人の患者発生
- 10月 安全性未審査の遺伝子組み替えトウモロコシ、スターリンクを広範囲で検出
- 2001年
- 9月 国内初のBSE感染牛みつかる
- 2002年
- 1月 食品会社の食肉偽装事件が発覚
- 3月 食品会社の鶏肉偽装事件が発覚
- 6月 香料化学会社の無認可添加物使用で、商品自主回収広がる
- 7月 残留農薬問題で、中国産の冷凍ホウレンソウ輸入自粛を要請
- 8月 全国の農家でダイホルタンなど「無登録農薬」の使用が露見
- 2003年
- 2月 大手スーパーがアレルギー物質混入で食肉会社を告発
- 6月 厚労省が魚の水銀基準を発表し、消費者の間で金目鯛など買い控え
- 7月 食品安全委員会が発足。
- 12月 アメリカでBSE感染牛、アメリカ産牛肉の輸入禁止
- 2004年
- 1月 山口で79年ぶりに鳥インフルエンザ発生
- 1月 アジア各地に鳥インフルエンザ拡大。各国から輸入禁止へ

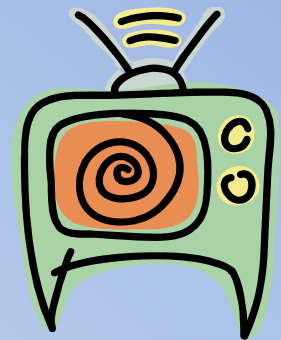
- 2月 京都で3例目の鳥インフルエンザ感染。
- 2005年
- 12月 アメリカ産牛肉の輸入再開
- 2006年
- 5月 TV局の番組「白インゲン豆ダイエット」で600人以上が腹痛
- 2007年
- 3月 菓子メーカーで消費期限切れの牛乳などを使用して回収へ。
- 6月 食肉会社が挽肉偽装
- 2008年
- 1月 中国産冷凍ギョーザに毒物混入。10人が入院
- 10月 政府売り渡しの汚染米が食用として流通していることが発覚
- 2009年
- 9月 化学会社が食用油の販売停止
- 2010年
- 4月 宮崎で口蹄疫、大量の牛豚を処分へ
- 12月 野鳥の間でも鳥インフルエンザが大流行
- 2011年
- 3月 東日本大震災で原発事故、食品の放射性物質汚染広がる
- 5月 ユッケによる食中毒で5人が死亡
- 2012年
- 7月 レバ刺し禁止
- 8月 白菜浅漬け、0157汚染で7人死亡
- 2013年
- 11月 メニュー偽装 全国で発覚
- 12月 食品会社で農薬混入
- 2014 異物混入多発

マスコミはどう対応？

5

関心高い食の問題

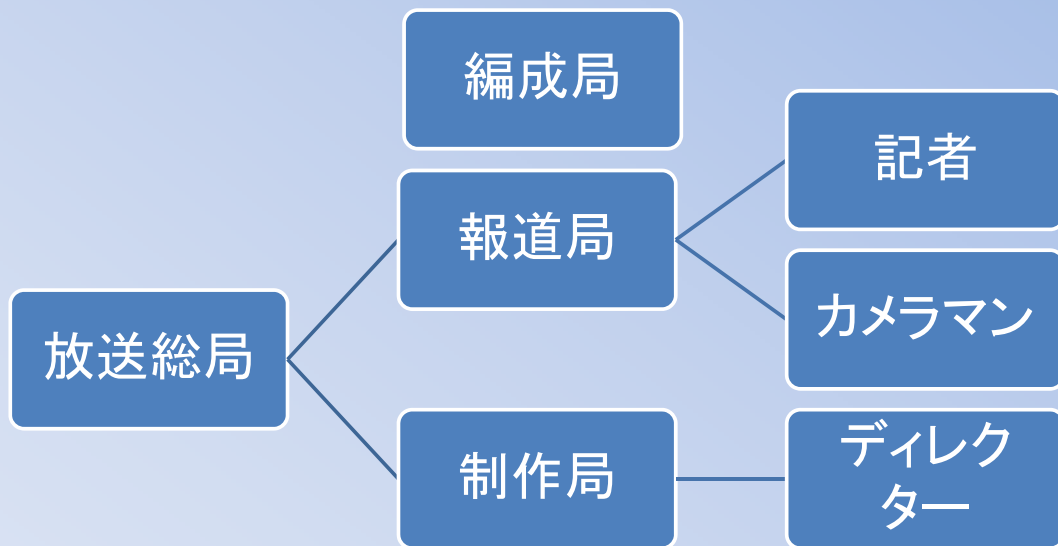
- テレビ局の定番、困ったときの健康、グルメ番組
- 食品、飲料の広告費 年間5000億円 化粧品の2倍、シェア18%とトップ(電通)
- 食の安全安心問題は、テレビ・新聞にとって「数字のとれるテーマ」
- 子供が絡むと大きなニュースに



事件事故は時代を映す鏡

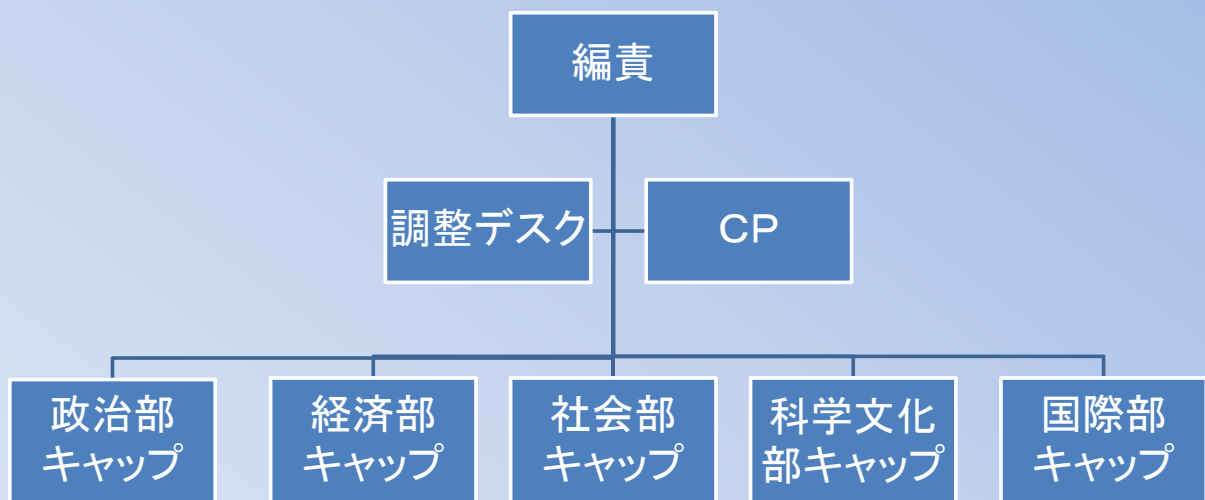
6

放送局の組織



7

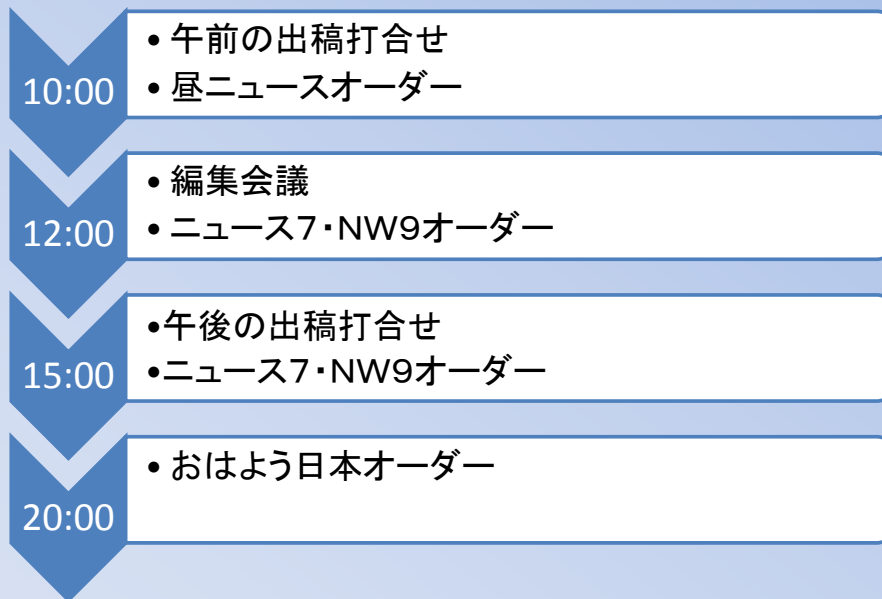
ニュース制作体制



- ・それぞれに40～90名の記者
- ・記者は基本的にクラブ詰め 他に遊軍担当
- ・海外支局、地方局からの原稿も集まる。

8

一日の作業の流れ



9

番組制作の流れ



10

どんな内容を放送するのか？

- 視聴者のニーズはあるか？
- 社会的な影響の大きさ
- 放送の意味はあるのか？
- 誰の視点で描くのか
- 共感と感動があるか？
- 他のニュースとの兼ね合いは？

11

どういう体勢で取材する？

- 本記(事実関係の整理、発表事項)
- 取引先、顧客、被害者
- 従業員
- 専門家の声
- 類似の事件はないか？
(デスク以下 記者4-5人で担当)

12

変わる食を巡る状況

13

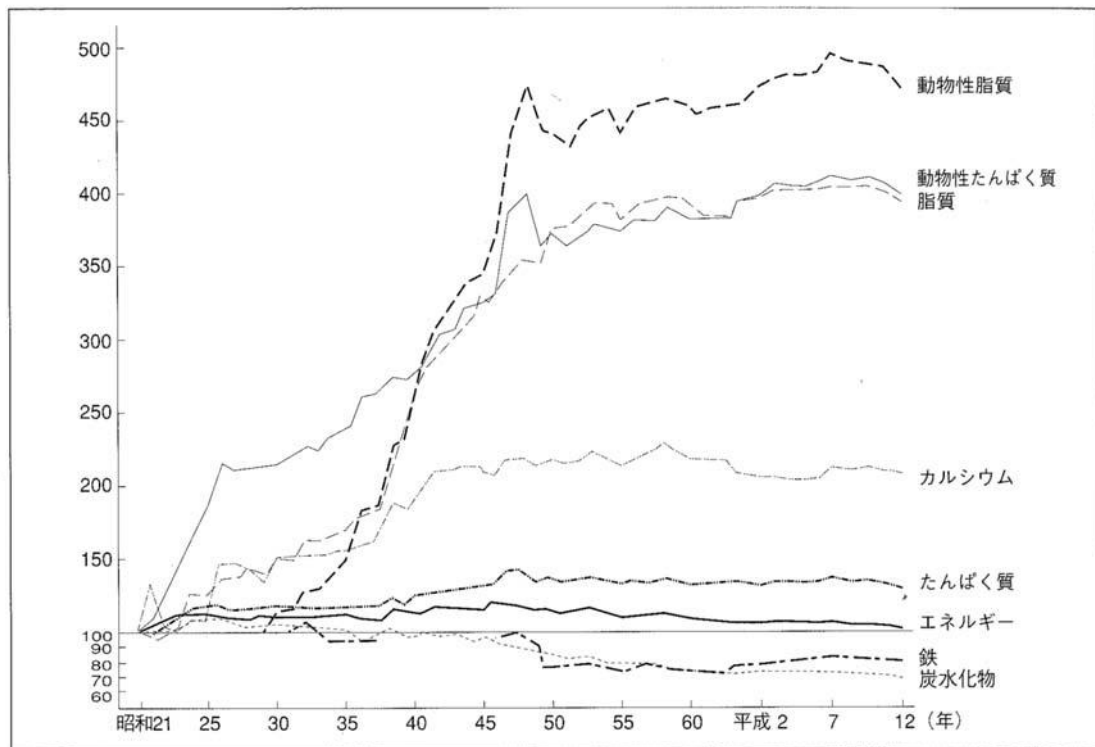
食を巡る環境の変化

1. 加速する大量生産・大量流通
2. 食料の6割が海外から。高くなる加工度
3. 先端科学が食卓へ(遺伝子組み換え)
4. 自然志向の高まり
5. ところが消費者の感覚は鈍感に
 - 検査精度の向上(一兆分の1まで検出可能に)

 情報が一人歩きする

14

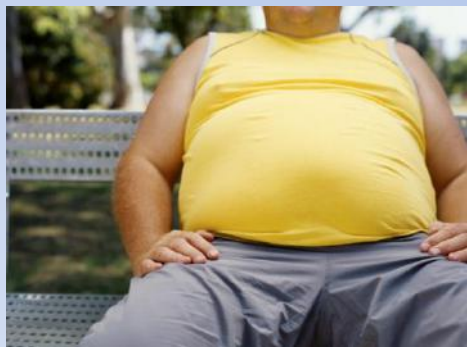
栄養素等摂取量の推移（昭和21年 = 100）



注）動物性脂質については昭和27年 = 100、鉄については昭和30年 = 100としている。

国民健康・栄養調査

15



「糖尿病が強く疑われる人」
890万人

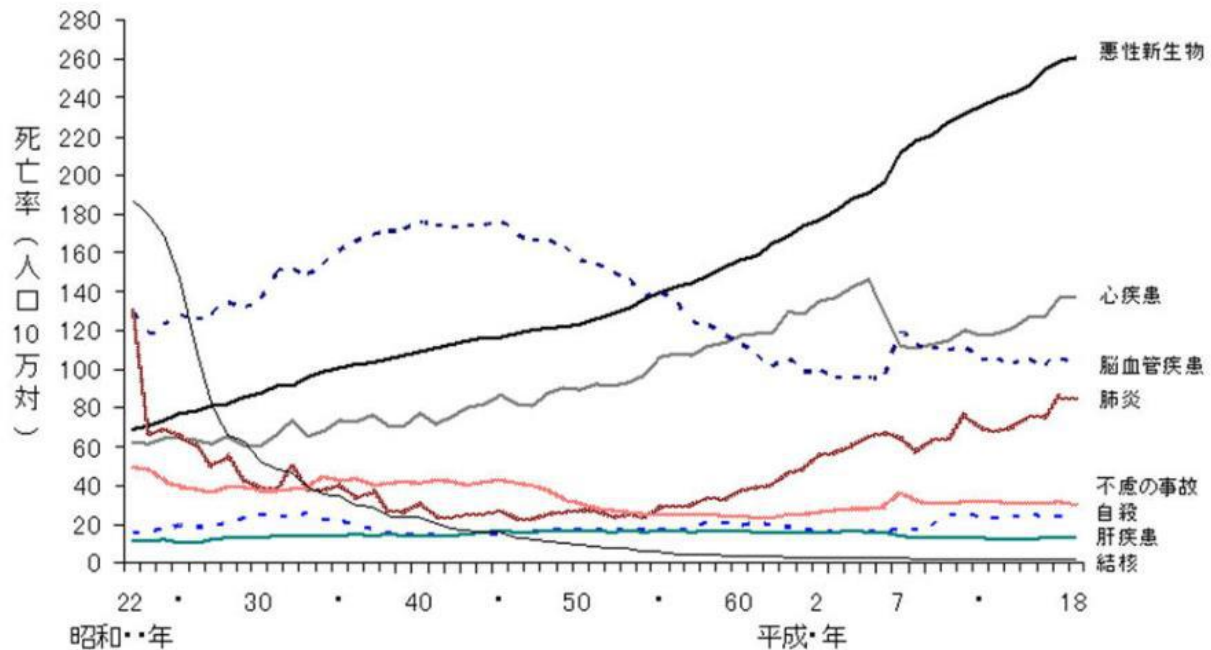
「糖尿病の可能性を否定できない人」の1,320万人を合わせると、全国に2,210万人



中性脂肪やコレステロールが高い脂質異常症の人は、潜在患者も入れると、2,200万人

16

感染症から慢性疾患の時代へ



注：1) 平成6・7年の心疾患の低下は、死亡診断書(死体検案書)(平成7年1月施行)において「死亡の原因欄には、疾患の終末期の状態としての心不全、呼吸不全等は書かないでください」という注意書きの施行前からの周知の影響によるものと考えられる。
2) 平成7年の脳血管疾患の上昇の主な要因は、ICD-10(平成7年1月適用)による原死因選択ルールの明確化によるものと考えられる。

17

平成20年厚生労働白書

「漠然とした不安」はどこから？

- 慢性疾患は複合的な要因から来る病気
- 化学物質、放射能、ウイルス、遺伝的要因だけでなく、コレステロール、肥満、喫煙、ストレス、運動不足、不規則な食事など原因は多岐に。
- 健康で長生きができるのか？
- 「健康でありたい」という水準の上昇

日本人の死因一位は「がん」

18

朝食の支度にかかる時間

(平日)

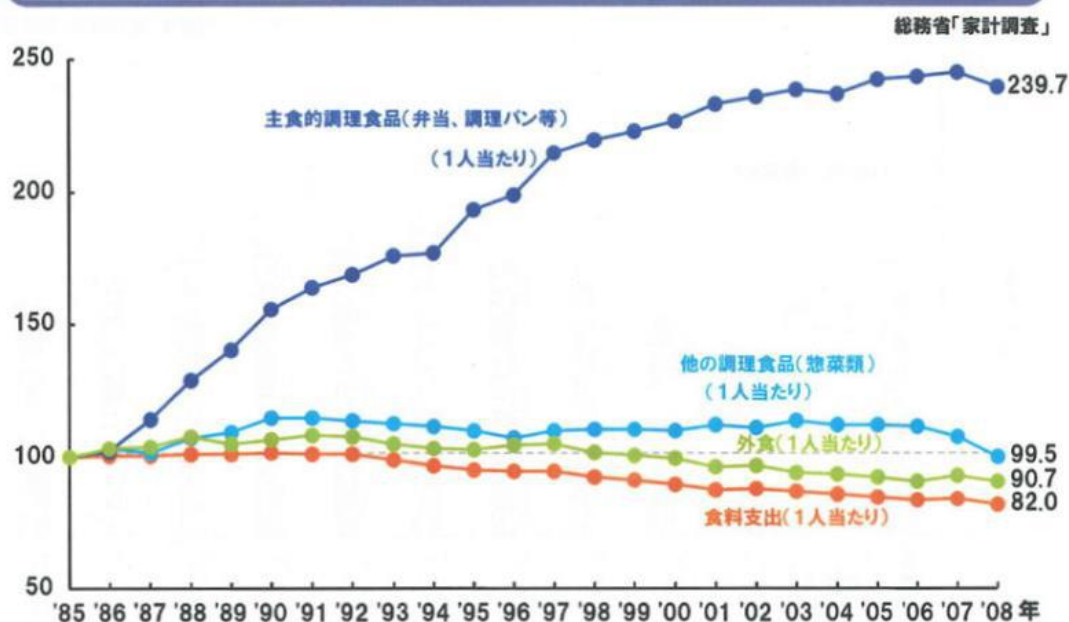
10分	42%
20分	31%
30分	18%
40分以上	6%
その他	3%

味の素 AMC調査(2009)

19

主食的な中食の伸びが大きい

外部化支出の実質推移 (1985年=100とした価格変動分を除いた実質比較)



20

食ってどういう市場？

市場の実態

- 新商品年間5万点 競合商品極めて多い
- 低価格化 PB商品の拡大
- 10億円売ればヒットだが、割合は0.2～0.3%
- 投資回収は難しい

消費者ニーズの方向

- 簡便化、個食化
- 不況で内食、家飲みの定着
- 健康、ヘルシーに根強い人気

21

**事故は必ず起きる！
注目するのは企業の対応**

22

どう考える メニューの信頼性

23

「霧島ポークの
上海醤油煮込み」

➡ 神戸産豚肉を使用

「若鶏の照り焼き
九条ネギのロティと共に」

➡ 一般的なネギを使用

「手ごね煮込みハンバーグ」

➡ 加工品で提供

1,700円

「フレッシュジュース」

➡ 瓶詰ジュースを使用

1,400円

24

JAS法

食品衛生法

健康増進法

直接問い合わせができる

不当景品類および
不当表示防止法

対象は
生鮮食品・加工品

- ・ 事後規制
- ・ 消費者や事業者の申し出

25

食品加工技術の進歩

26

どう防ぐ 食品の毒物混入

27

- ・ ピザやコロッケ9商品からマラチオン成分
- ・ 2,800人以上が健康被害を訴え
- ・ 従業員300人から聞き取り

40代の従業員を逮捕

28

食品防衛対策ガイドライン

部外者対応

- ・ 立ち入り区域の設定
- ・ 荷物の受け渡し

施設管理

- ・ 薬品の管理
- ・ 製品数の管理

従業員対策

- ・ 身元確認
- ・ 作業の監視
- ・ 態度の変化の把握

29

農薬購入事件を起こした 食品会社の対応

11月13日；ミックスピザから異臭のクリーム
塗料などの成分調査を開始

12月17日；農薬分析を開始

12月27日；ピザからマラチオン検出

12月29日；回収を発表

健康被害を過小評価

危機感に欠ける対応

30

業界内のルールは通じない

誰の立場で説明？

記者は相当勉強して臨んでいる。

注目するのは企業の「対応」

イメージとのギャップが大きいかどうか？

構造的なものか否か？（関連ニュース）

➡ 素人の記者が一番怖い

31

専門家と消費者の考え方の違い



科学的に考える
統計を重視
食中毒のリスク



長期的影響への不安
出てきたときには手遅れ
いつの間にか広がっている
BSE・遺伝子組み換えは×
レバ刺し○

32

「異物混入」ニュース項目件数(NHKのみ)



33

2004.4 菓子メーカーが製造した菓子に金属片(甲府)

乳業会社から仕入れたドイツ産のバターを使った菓子から金属片が見つかり、兵庫県内の男性が口の中を切るけが。菓子メーカーは金属片混入が分かってから12日間放置。販売されていたことが分かってからも4日間公表していなかった。

2008.8 給食異物混入で公表基準(鳥取)

県立鳥取聾学校と盲学校の給食に袋の切れ端やはえなどの異物の混入が相次いだ問題で県教委が公表基準。基準では▼金属類やガラス片など健康被害の恐れが高い異物が混入した場合や▼食品が腐っていたり異臭がした場合などは公表する。卵の殻や髪の毛など健康被害の恐れが低く、業者側に過失がない場合は公表しない。しかし短期間に数回続いた場合には公表する。

2008.5 異物混入で警察が対策(福島)

スーパーなどで食品に金属などが混入する被害を受けて、軒警察本部は緊急の対策室を設け対応。具体的には▼スーパーなどに対して防犯カメラの設置を呼びかけるほか、▼パトロールを強化する。

34

“普通の感覚”で報道する

35



安心情報より リスクを伝える方が先



- ◆まずは視聴者の関心を集める
- ◆不正を追求する使命
- ◆危険性は徹底的に排除したい
- ◆パニックを起こさない

36

放送法第4条

- 公安および善良な風俗を害しないこと
- 政治的な公平
- 事実を曲げないこと
- 意見が対立している問題は多面的に報道

37

行きすぎた報道も・・・

2007年1月 朝の情報番組

菓子メーカーの期限切れ原材料使用問題に関する一連の報道の中で、

「賞味期限の切れたチョコレートの包装をし直したり、溶かし直して再使用していた」と報道

司会者が

「古くなったチョコレートを集めてきて、それを溶かして、新しい製品に平気で作り替える会社は、もうはっきり言って、廃業してもらいたい」と発言

BPO(放送倫理検証委員会)

「内部告発の存在自体に捏造はないものの、重大な放送倫理上の問題があった」

38

増えてきた勉強会、意見交換会

- ・食品安全委員会
- ・厚生労働省
- ・農林水産省
- ・消費者庁

- ・食の安全・安心財団
- ・日本添加物協会
- ・foocom
- ・東京大学 食の安全研究センター
- ・日本獣医師会

39

食の安全を守るために

- ・行政の管理
- ・情報の収集
- ・企業の法令遵守
- ・市民の監視(マスコミも)

40

食品安全基本法

- 第一条

この法律は、科学技術の発展、国際化の進展
その他の国民の食生活を取り巻く環境の変化に
適確に対応することの緊要性にかんがみ・・・

国、地方公共団体及び食品関連事業者の責務
並びに消費者の役割を明らかにするとともに・・・

食品の安全性の確保に関する施策を総合的に
推進することを目的とする。

「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

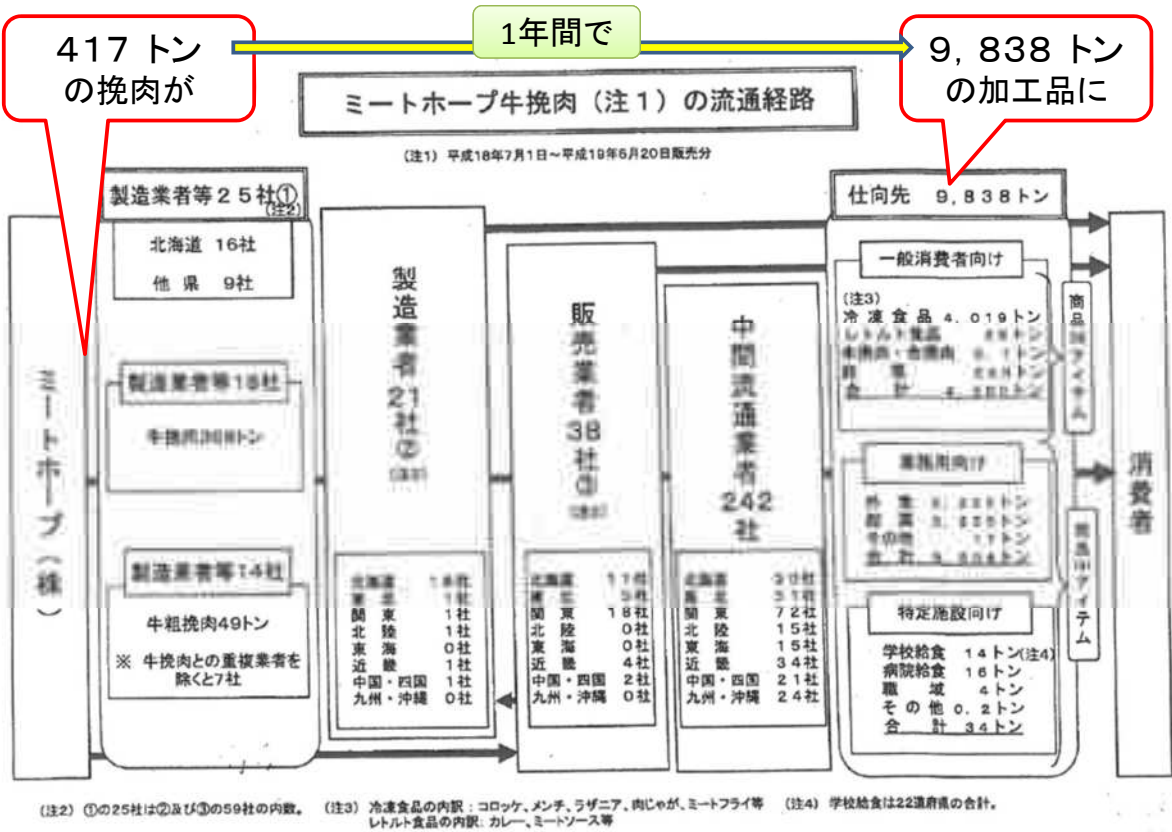
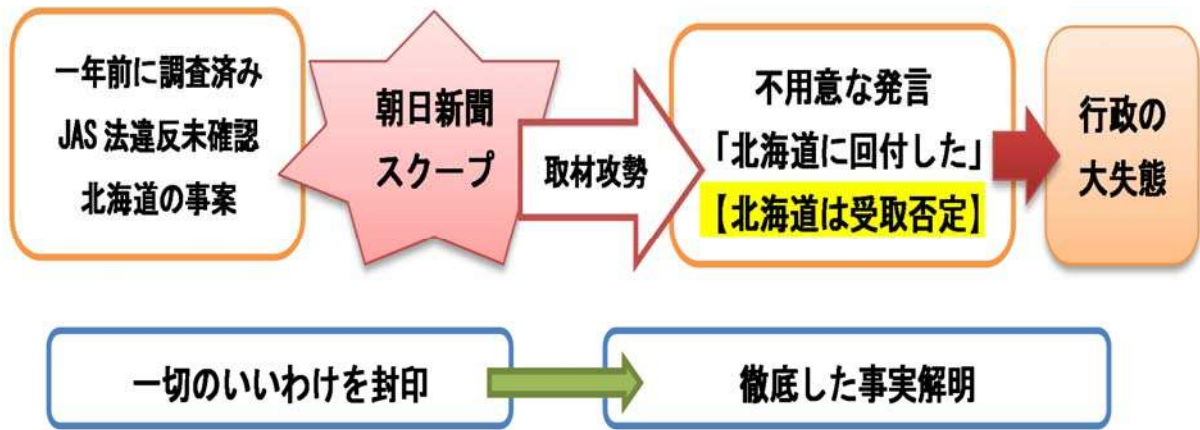
- 1 牛挽肉に豚内臓肉、鶏や鴨の挽肉を混入して販売
- 2 1に外国産牛肉を混入し国産又は北海道産として販売
- 3 牛脂に豚脂を混入して販売
- 4 牛挽肉の賞味期限を根拠無く延伸
- 5 牛粗挽き肉に豚肉やラム肉を混入
- 6 国産牛スライス肉に外国産牛肉を混入、個体識別番号不伝達
- 7 豚肩ロース挽肉に豚の内臓肉を混入
- 8 豚の挽肉に牛の心臓を混入
- 9 冷凍食品の賞味期限を改ざん
- 10 冷凍コロッケの賞味期限を改ざん
- 11 過去(15~24年前)に、他社の包材を使用して販売、鹿肉ジャーキーに羊肉を使用、豚挽肉に焼豚の端材を使用

4

行政の失敗

① ミートホープ事件

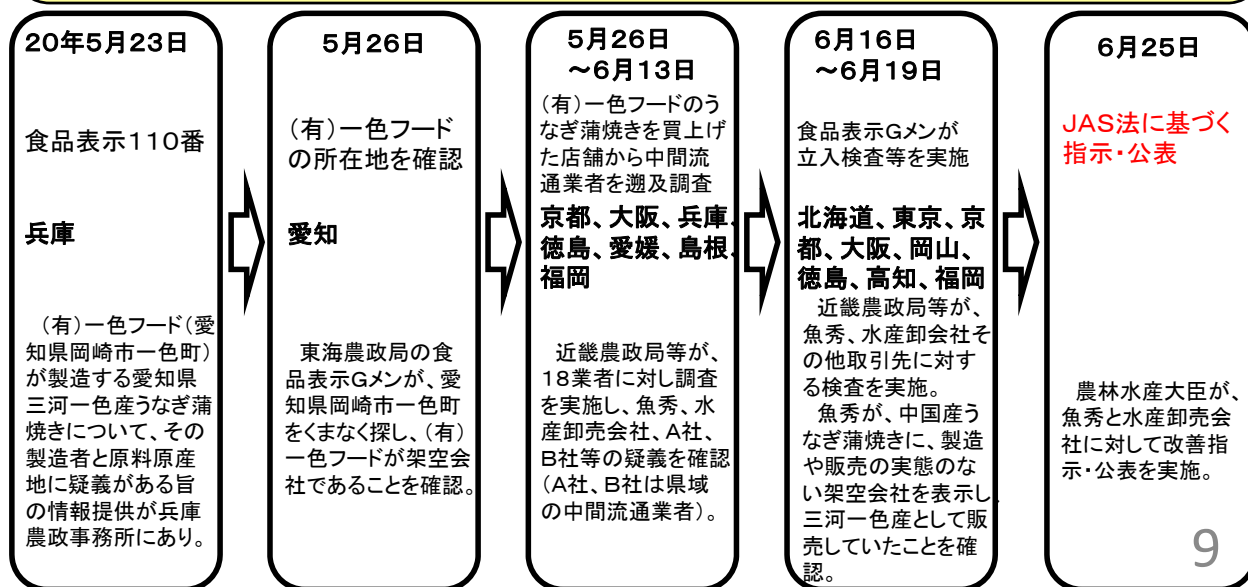
不意打ちによる不用意な発言と予想外の展開



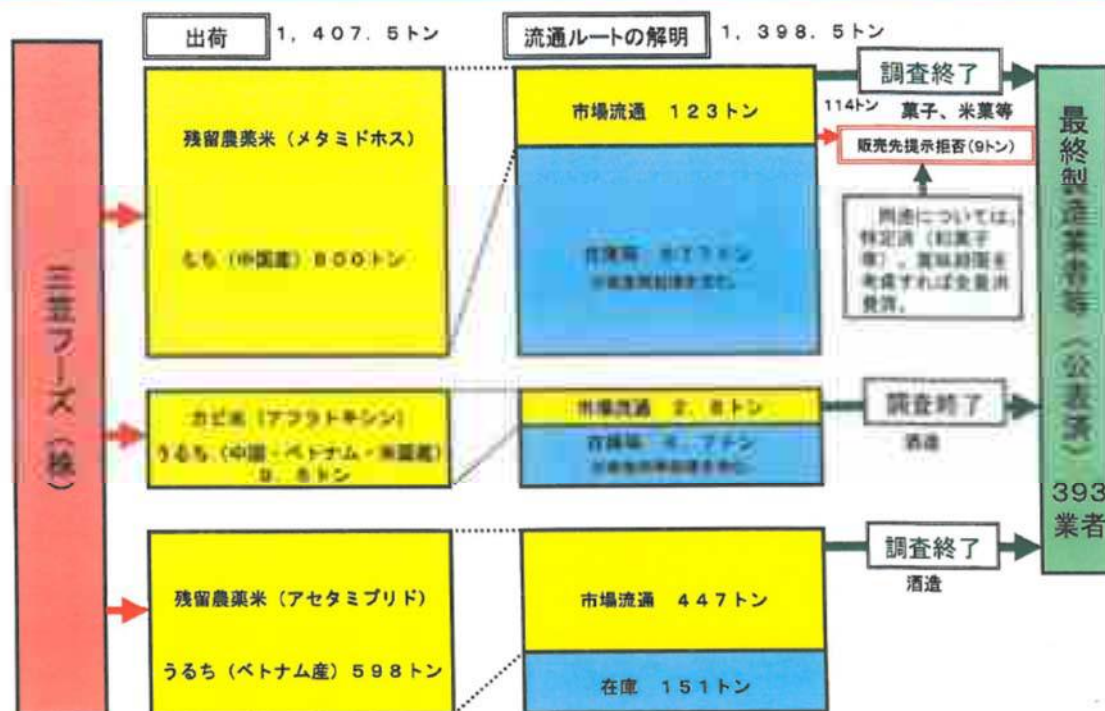
農林物資の品質表示の適正化(うなぎ蒲焼きの産地偽装の例)

- 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)



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

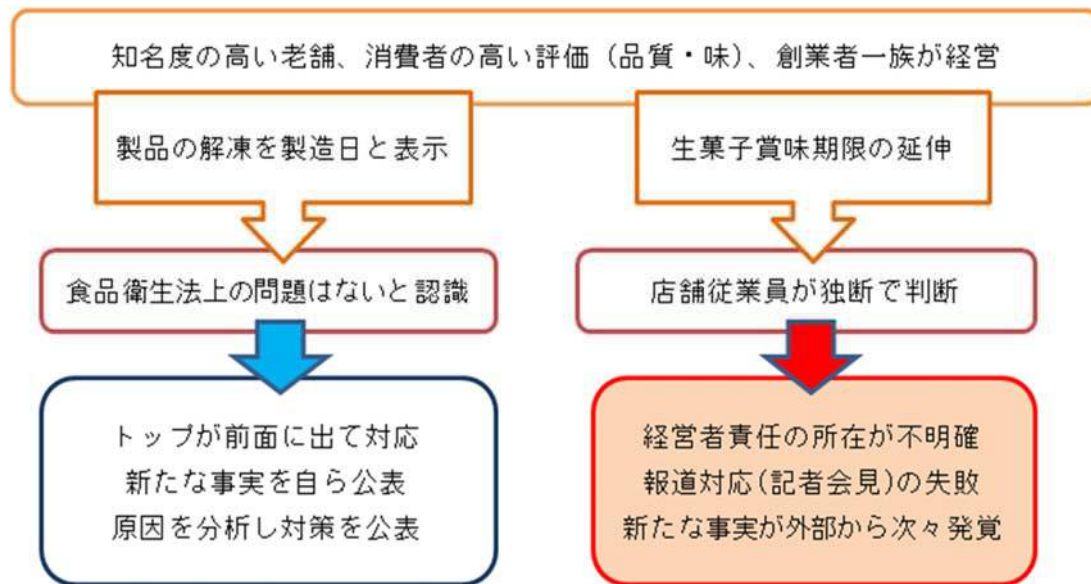
- 流通した事故米穀の量 7552トン
- 流通先が解明された量 6005トン(80%)
- 流通した業者 530社

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

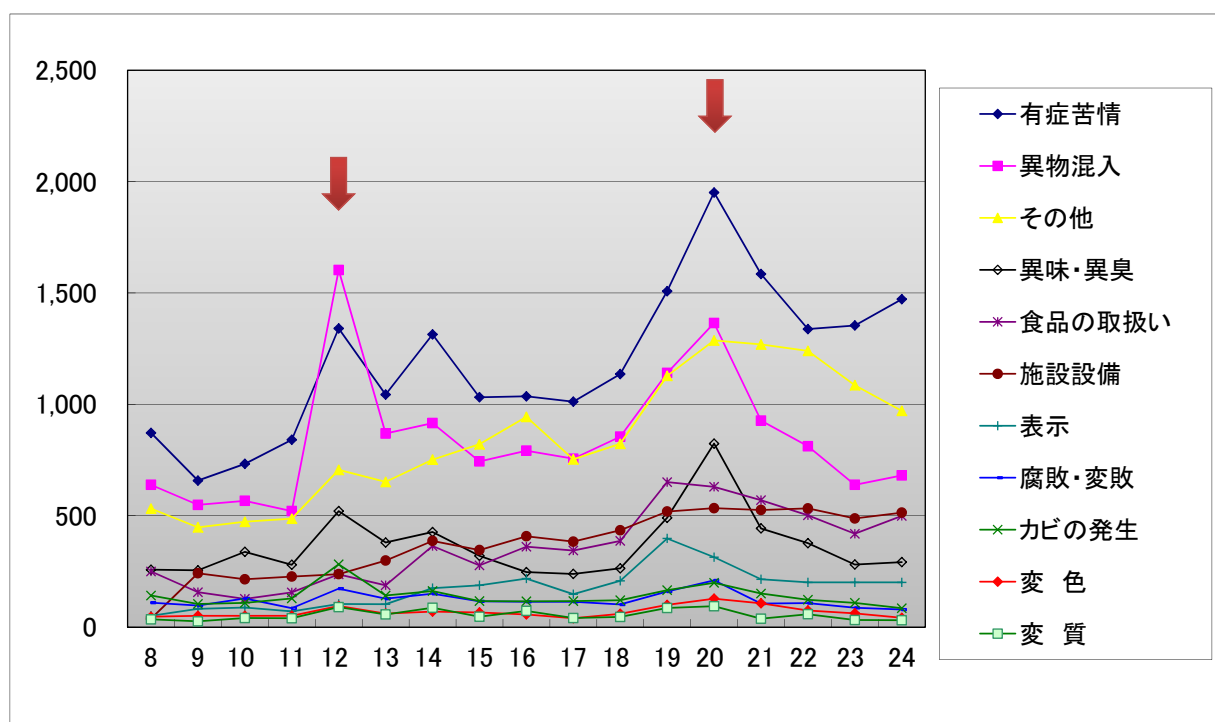
- ・異物混入をゼロにすることは困難
- ・原因が分からない場合も多い

○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

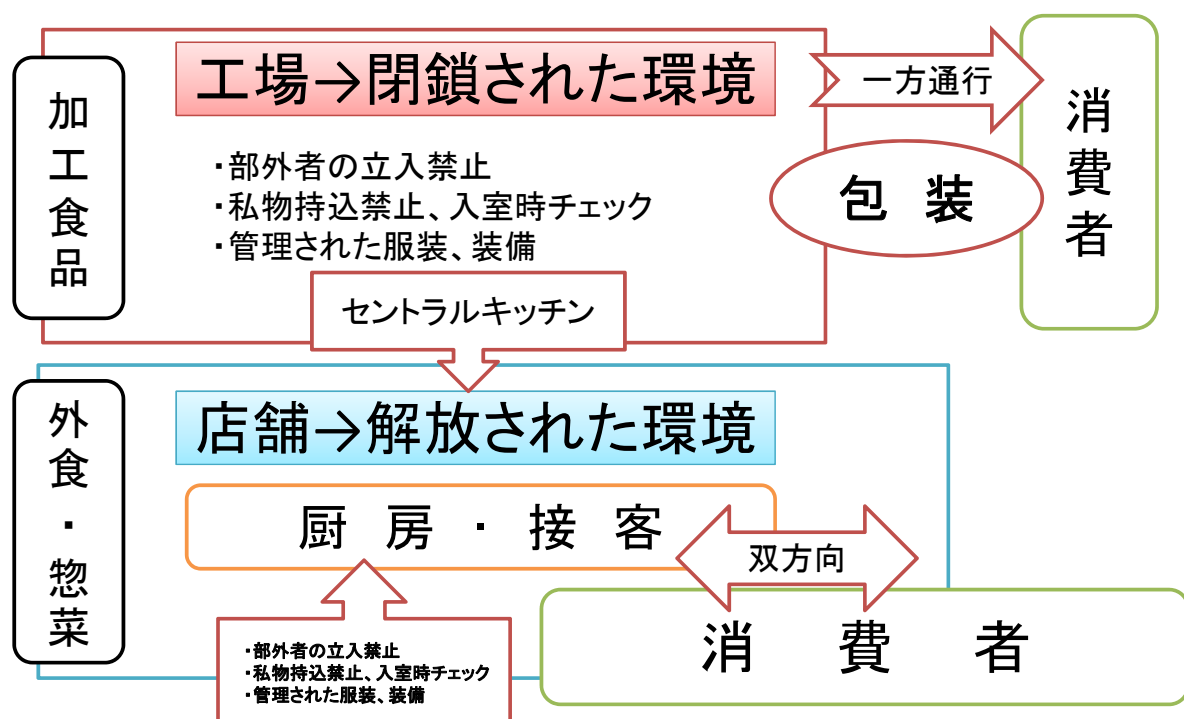
16

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

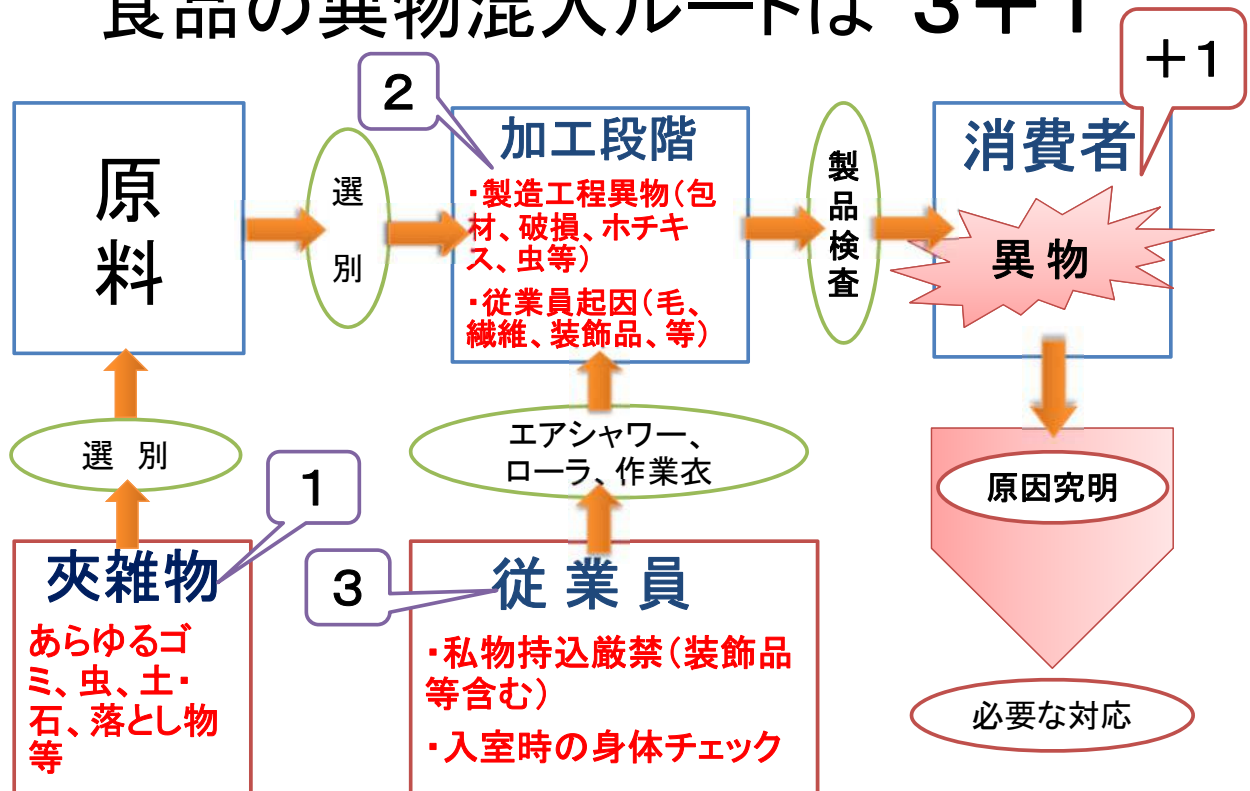
17

加工食品と外食の環境の違い

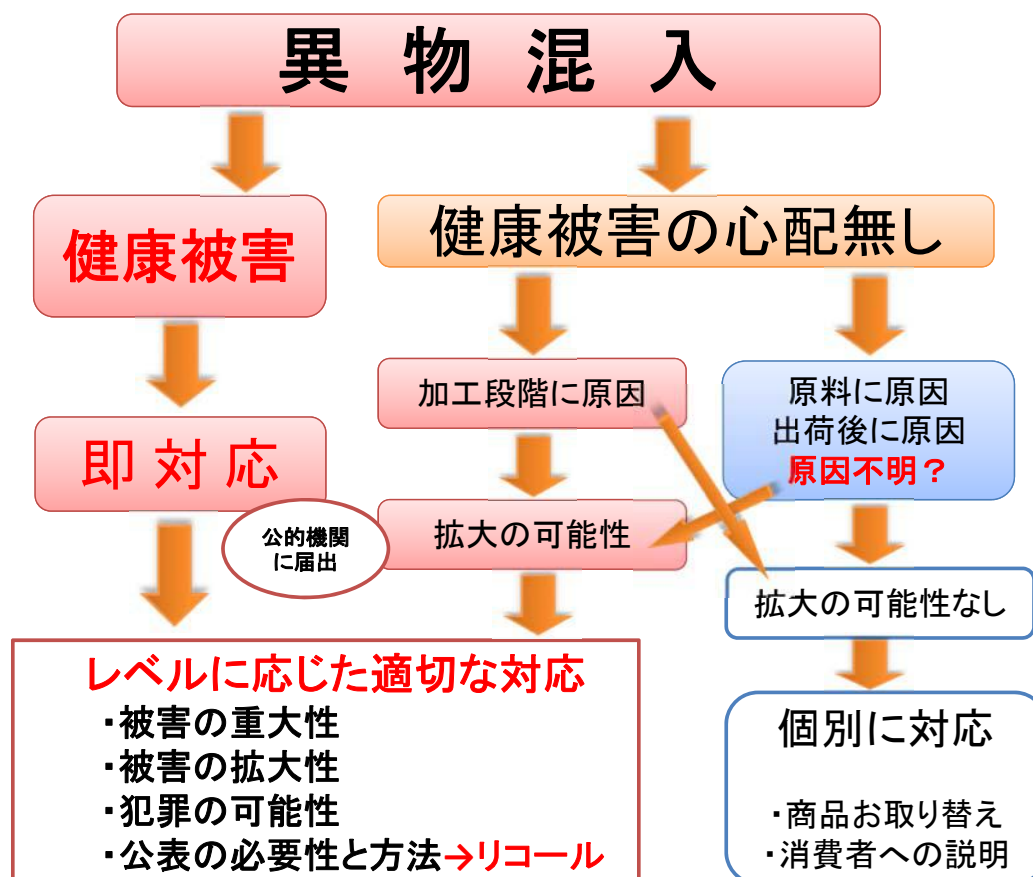


18

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)