

2020年9月29日

各位

株式会社マルハチ村松
代表取締役社長 村松善八

第三者委員会調査報告書の概要および関係者の処分と組織体制の変更のお知らせ

弊社の一部製品における原材料の不適切な情報提供につきまして、お客様をはじめとして関係各位には多大なるご迷惑とご心配をおかけしておりますこと、改めて深くお詫び申し上げます。

この度、2020年8月28日付け「原材料の不適切な情報提供の再発防止策の進捗について」にてお知らせいたしました第三者委員会の調査が終了しました。その後、弊社は第三者委員会から再発防止の提言を含む調査報告を受けたことから、その概要を下記の通りお知らせいたします。

また、第三者委員会からの提言を踏まえ、関係者の処分及び組織変更について合わせてお知らせいたします。

記

1. 加工食品メーカー向け商品における原材料の不適切表示に関する第三者委員会の調査報告の概要

(1) 委員会を構成する委員

委員 合田 敏 尚（静岡県立大学食品栄養科学部栄養生命科学科教授）

委員 増田 修 一（静岡県立大学食品栄養科学部食品生命科学科教授）

委員 御宿 哲 也（弁護士法人御宿・長町法律事務所 弁護士）

(2) 調査期間

令和2年5月8日から同年8月31日

(3) 調査方法

- ① 計7回の委員会（WEB会議を含む）を開催し調査方針及び事実認定等の議論・検討
- ② 関係資料の精査（配合や製造工程、表示情報が記載されたレシピ、顧客へ提出した規格書や品質保証書、各種会議の議事録・会議録及び営業日報等）
- ③ 関係者に対するヒアリング（取締役及び従業員に対し、延べ22回にわたるヒアリングを実施）

(4) 不適切表示を生んだ原因

不適切表示を生んだ直接原因は一様ではないが、不適切表示を生んだ背景には以下の真因が存在する。

① 倫理観の欠如、利益重視の姿勢

一部顧客に対して不適切表示を発生させた原因は、対象会社が、個々の不適切な食品表示の社会的影響、その大きさや反響を十分に認識することなく、あるいはそれらを認識してなお、それらを上回るだけの自社内の理由付けによって表示の判断を行ったためである。これは自社商品、顧客、社会全般に対する倫理観の欠如、そしてそこから生じるリスク認識に不足があったと考える。

② 表示に対する知識の欠如、知識習得体制の不備

食品表示を正しく行うためには、食品表示を正確に理解し、食品表示規制の変化に適切に対応するだけの知識の習得が必要不可欠である。しかし、対象会社では、食品表示の専門部署においても、各自の自主的な知識の習得に任せていた面が強いようである。会社として、食品表示に関する専門部署に所属する従業員、それ以外の従業員のいずれに対しても、知識の習得を推奨・支援する制度、機会が不十分であったと考えられる。

③ 表示に関するルールづくり、組織上の相互けん制、監査機能の不全

対象会社において、レシピをどのような場合に、どの範囲で表示する（表示しない）かの明確な線引きがされておらず、対応時における担当者の知識、商品の内容、顧客との関係性等、複合的な要素により表示内容が決定されてきた（対象会社において、「ノウハウを秘匿する。」というマジックワードが用いられ、どの範囲が「ノウハウ」であるかについて、明確な線引きはなかったようである。）と考えられる。

食品表示の違反を防止するためには、組織上、その権限と責任の所在を明確化することが必要であると考えられるが、対象会社においては、権限と責任が不明確であったことから、食品表示の専門部署の対応が中途半端になり、また、責任部署を監査することによる違反を防止する体制がとられていなかったと考えられる。

(5) 不適切表示を解消できなかった原因

不適切表示が発生した後に、対象会社が対象商品の不適切表示を解消できなかった原因は、以下の点のとおりである。

① 「今さら言えない」という意識（顧客の反応や会社存続の危機に対する恐怖（不適切表示を解消しなかった動機））

対象会社では、不適切表示のある対象商品について、表示とレシピの齟齬の開示を伴わない方法（ソフトランディング方式）での問題の解消を試みてきたものの、功を奏さなかった。ソフトランディング方式では、解決が困難な類型に該当する商品は確実に存在し、対象会社は、そのことを認識しながら、他の選択肢をとることをしなかった。その結果、不適切表示が長年に亘り継続してしまっただけで、「今さら言えない」との社内の共通認識が生まれ、以降、不適切表示が、より一層長期化し、尚更「今さら言えない」という悪循環に陥ってしまったと考えられ、これが不適切表示を解消しなかった動機となったと考えられる。

② 組織上の相互けん制、監査機能の不全（不適切表示を解消する機会の欠如（解消できない状況であったこと））

対象会社では、食品表示に関する専門部署への権限の付与、人員の拡充、重要性の周知が不足していたため、同部署が十分に機能を果たせていなかった。

また、不適切表示の問題が、部署をまたいで横断的に把握・共有されていたこと、問題が長期化し、各部署・各役員・各従業員において直接の当事者意識が低下していたことから、特定の部署・個人が主導して問題を解決する体制となっていなかったため、不適切表示を解消する機会が欠如していたと考えられる。

③ 不適切表示の不解消の正当化

対象会社において不適切表示の問題は長年に亘る問題であり、特定の部署・個人において、自分が発生させた問題ではない、との認識から、問題が解決できなくても、自らの責任ではないとの正当化がなされたと考えられる。

また、不適切表示につき、対象会社では長年に亘り、表示とレシピの齟齬の開示を伴わない方法での問題の解消を試みてきたために、対象会社において、対象商品の不適切表示の問題は、未だ問題解決の途上にある、との正当化が行われていたと考えられる。

(6) 再発防止策に対する提言

① 再発防止に向けた取組

対象会社が令和2年5月18日および令和2年8月28日のホームページで公表した再発防止に対する方策は以下の通りである。

- ア. 品質監査部門によるチェック体制の構築
- イ. ルール等の徹底及び責任の所在の明確化
- ウ. コンプライアンス委員会の設置
- エ. 経営改革推進チームの設置
- オ. 社外取締役の招聘（予定）
- カ. 内部通報制度の改善

② 第三者委員会からの提言

ア. はじめに

これは、当委員会が本調査を通じて認定した事実関係を前提としたうえで、対象会社に対して行う再発防止策の提言であるが、対象会社において、前述の「不適切表示を解消できなかった原因」を十分に理解し、これを猛省したうえで、法令順守に向けた「意識」と二度と不適切表示が発生しない「体制（制度的な仕組み）」を確立することが重要である。

イ. 法令順守の意識の確立

食品表示に関するルールを遵守することの重要性を改めて理解し直すとともに、法令順守のための施策を積極的に採用し、従業員にその理解を浸透させること。

食品表示のルールを遵守するにあたり、十分に整備された「体制」が確立されること。整備された体制に基づき業務を繰り返すことにより、法令順守に向けた「意識」を醸成すること。

「コンプライアンス委員会」や「経営改革推進チーム」の活動を永続的に行うこと。

ウ. 表示に関するルールの確立（恣意性の排除）

レシピの変更が必要な際の当該変更を即時かつ正確に表示内容に反映させるシステムの構築を急務とすること。

表示のルールが体系化されていなかったことを是正するため、「表示作成マニュアル」を制定し、これの運用を始めていることは有効な施策と考える。

エ. 品質保証部門の機能強化

品質保証部門の権限の見直しによる、機能強化が必要である。

過去において製法や配合の作成・管理が複数の部門で行われ、責任の所在が不明確であった。この点、「表示作成マニュアル」を整備し、表示作成義務の最終承認部門を品質保証部とする、それまでいくつかの部署で分散して行われていた「レシピの管理責任部門」を開発部に統一する、外部へ製造委託している原材料について、それまで購買部門が行っていた「新規委託製造先の監査部門」を品質保証部とする、顧客に提出する書類の管理は品質保証部部長の決裁を必須とする等々、「責任の所在の明確化」を図っており、評価できる。しかし、扱い品目数が多いことを考えると、今後、品質保証部や品質監査室の人員拡充も必要と考える。

また知識習得体制の整備について、従業員教育に関して、品質保証に携わる従業員のみならず、従業員全体に食品表示に関するルールの知識習得を確保するための教育を実施することが求められる。

オ. 企業風土の改革

対象会社は非公開会社であり、公開会社など不特定多数の者が株式を保有する場合と比べ、株主への責任を果たすという企業の認識は低かったように思える。そこで、対外的な利害関係者（株主はもちろんであるが、取引先あるいは最終の消費者）への責任という認識が抱けなかったのかもしれない。

この点、対象会社の代表取締役および役員は、食品表示のルールを遵守することに正面から取り組んでこなかった対応の甘さを猛省しており、今後、前記の施策を積極的にかつ永続的に行うことを誓約している。

対象会社では「本音の発言や議論」がなされてきておらず、今後において本音が言えない風土を払しょくするために、中堅メンバーによる「経営改革推進チーム」を設置し、ボトムアップ的にまた、横断的に社内の問題を協議する場を設け、これを経営陣に上程する風土改革に取り組んでいる。この取組も評価できる。

カ. その他

対象会社は、上記のほか、内部通報制度を拡充させ、社外取締役を招聘することも検討している。内部通報制度は、それまでの社内通報制度が必ずしも機能していなかったことへの反省から、外部の専門家を窓口とすることで機能強化を図ったものであり評価できる。社外取締役については、代表取締役を含む取締役に対するアドバイスや取締役会の監督という意味で導入を実現すべきと考える。

2. 経営責任者の処分

「加工食品メーカー様向け製品における、原材料の不適切な情報提供」に関する経営責任として、株式会社マルハチ村松グループ本社および株式会社マルハチ村松の取締役を、以下のとおり処分します。

代表取締役社長 月額報酬の 30%減額 (3 ヶ月)

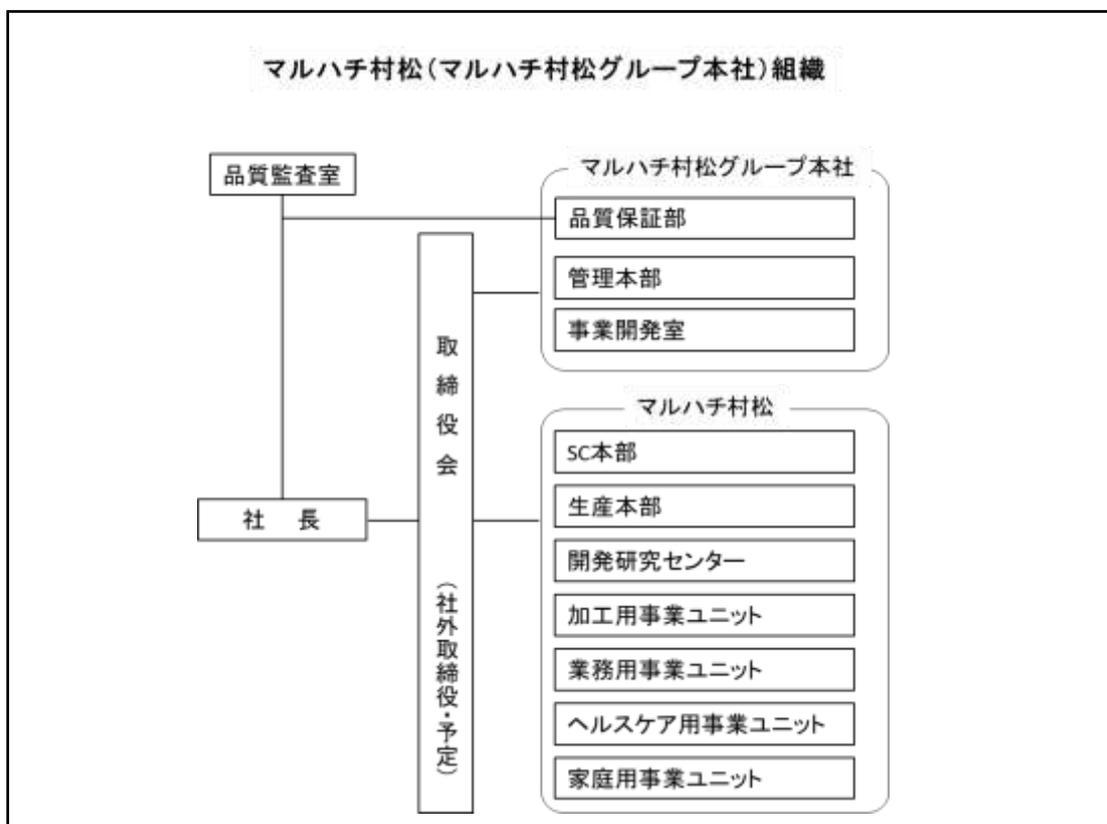
専務取締役 月額報酬の 20%減額 (3 ヶ月)

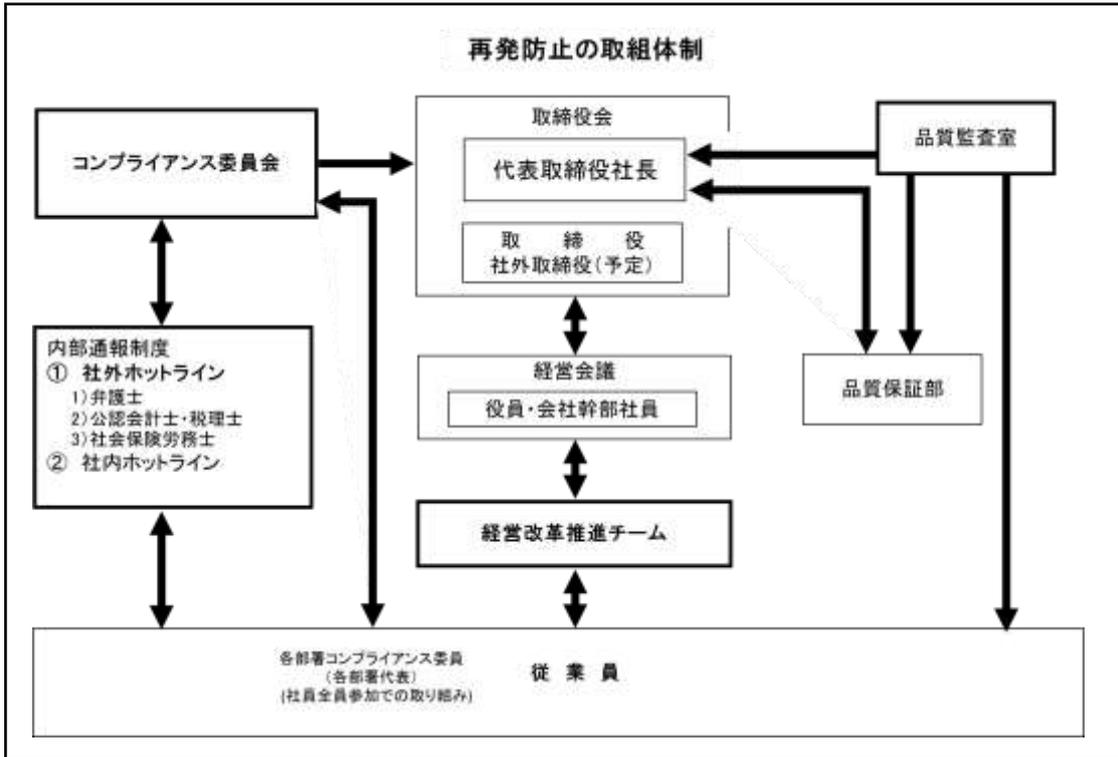
取締役 6名 月額報酬の 10%減額 (3 ヶ月)

(実施日：2020 年 10 月より 3 ヶ月間)

3. 組織体制の変更

マルハチ村松グループでは、グループ会社の品質保証は全て株式会社マルハチ村松グループ本社に属する「品質保証部」が行っていますが、この度の第三者委員会からの提言を踏まえ再発防止を目的とし、2020 年 10 月 1 日より「品質保証部」を社長直轄の部門とします。





以上