

消費者ネットワーク

2007年2月1日

第116号

全国消費者団体連絡会
発行責任者 神田敏子

TEL : 03-5216-6024

FAX : 03-5216-6036



消団連とこのごろ



不二家問題に関する一連の報道やコメントで、少し気になることがある。ひとつは、公表の遅れを指摘するものが非常に多いこと。そしてその公表の遅れが信頼を大きく損ねることにつながっている、という指摘が目立つことである。

「いち早く公表していれば、ここまでにはならなかっただろう」、「会社の損害が拡大するのを防ぐためにも、速やかな公表は経営者の義務だ」という学者らの声や、「雪印の教訓が生かされていない」、「同じ食品メーカーとして肝心なことを何も学んでいない」という識者の意見もよく聞かれる。「肝心なこと」とはいったい何を指しているのだろう。論調からは、公表時期の問題を言っているようにも聞こえる。もしそうだとしたら、それこそ「肝心なこと」がずれているのではないか。

食品を提供する企業がまず大事にしなければならないことは、言うまでもなく食品の安全を確保することである。不二家はそのことをおろそかにしたからこそ、消費者の信頼を失ったのであり、肝心なのはその点である。即公表することで、それまでの杜撰なやり方が、許されるものではないし、割り引かれるものでもない。もちろん問題が分かった時点で、すぐ公表することは重要だが、そのことと肝心な問題を縋い交ぜにしていけないだろう。本質を見失なわせてしまうからである。

もうひとつ気になることは、「自分の子どもが食べると思って仕事をしてほしい」といった類の発言である。自分は大事にするが他人は大事にしなくていい、という考え方が根底にあるように感じられ、違和感を覚える。個人レベルの話ではなく、企業としてのあり方が問われている問題である。いろいろな人・他人が食べるものだからこそ、自分のこと以上に気をつけなければならないはずだ。企業にはそうした姿勢が求められるのではないか。

不二家の問題は、たくさんの食中毒を出した雪印の問題とは違う。しかし、ことの大小ではなく、企業としての姿勢が問われている問題である。そこを曖昧にしてはならないだろう。

もくじ

消団連とこのごろ	・・・p.1
BSEパンフレットが出来上がりました。	・・・p.2
消費者政策関係の動向	・・・p.6
国際消費者機構(CI)の戦略プランと行動計画	・・・p.8
2006年「消費者の標準化参画入門セミナー」が開催されました	・・・p.9
インターンシップで、消費者団体への理解を広げる	・・・p.10
会員団体・活動紹介	・・・p.11
お知らせ・編集後記	・・・p.12