

I 事例

- 死亡事故
 - パロマのガス瞬間湯沸器一酸化炭素中毒死事件
- 健康被害
 - 雪印乳業食中毒事件
- 偽装
 - 船場吉兆の牛肉味噌漬事件・食べ残し天ぷら提供
 - ミートホープのコロッケ偽装
 - 製紙会社のエコ偽装
 - ダスキン「肉まん」事件
- 不正会計事件
 - エンロン
 - ライブドア
- 談合やカルテル事件
 - ゼネコン
 - 水道メーター
- インサイダー取引
 - NHKの、記者・ディレクターによるインサイダー取引事件
 - 野村証券社員によるインサイダー取引事件
- 顧客情報流出事件
 - Yahoo! BB 顧客情報漏洩事件
 - ウェスティンホテル東京
- その他
 - NHKの、チーフ・プロデューサーの制作費に関する不正事件
 - 大相撲野球賭博・八百長事件
- 消費者の暴走
 - こんにゃくゼリー事件
 - 花王エコナ事件

II コンプライアンスとは

「コンプライアンス＝法令遵守」ではない。

遵守すべきルール：

- ① （企業が関係する）法令

重要な法令の「基本的な考え方」（どのような価値基準でどのような行為が規制されるのか）を理解する。「その行為がもしかしたら法令に違反するのではないか」という疑問を抱くことができればいい。

⇒コンプライアンス部門に相談すればいい。

② 社会の一員として守るべきルール

法令でなくても、「社会の一員」としてどうあるべきかという観点から守るべきルール。

「正直であれ」「誠実であれ」「他人に迷惑をかけるな」「迷惑をかけたときは相手方に誠意をもって説明し謝罪する」といった、社会の一員として求められるルール。

③ （企業やステークホルダーにとっての）リスクを回避するためのルール

企業には、従業員、顧客、株主、製品使用者等の様々な関係者（ステークホルダー）がいる。自社が損害を被るリスクは回避しないといけないが、それ以外に（場合によってそれ以上に）様々なステークホルダーに損害を与えるリスクを回避する必要がある、そのためのルールを考えて守る必要がある。

Ⅲ 金商法上の内部統制との関係

金商法上の内部統制は、財務報告の適正性担保のためにという限定された範囲で作られた法律上の制度。

⇒

上記の事例のうち、金商法上の内部統制でカバーするのは「不正会計事件」のみ。

その他はカバーされない。

Ⅳ リスクベースアプローチ

リスクベースアプローチ：

起こりうる（ルール違反の）リスクを想定し、それに対するリスク評価を行い、優先順位をつけて必要な対応策を検討・導入する。

<情報管理の例>

リスクの存在：

- インサイダー取引での摘発事例
- インターネットで誰でも情報発信
- ノウハウ等の秘密情報が他社に漏洩するリスク

対応策：

- 取扱ルールを策定（情報の開示範囲を限定、守秘義務）
情報を分類し、開示範囲を限定。（社内での情報制限。）

e x. レンタルビデオ店では、個人のレンタル履歴は店長しか見られない。
守秘義務契約・宣誓書等

- システム

e x. パスワード規制、アクセス履歴、印刷・外部記憶媒体へのコピー履歴

- 教育

「情報管理の重要性」「違反による結果の重大性」を教育

①悪意者（意図的に情報の不正利用）と

②うっかり者（悪意なくインターネットに書き込み）

- 監査

内部監査がシステム部に及んでいるか？

V 違反が生じた場合の対応

(1) 裁判例

ダスキン株主代表訴訟判決

<事実関係>

- ダスキンの経営する「ミスタードーナツ」は、食品衛生法上使用が認可されていない添加物を含んだ「大肉まん」を平成12年5月から同年12月20日までの間1314万個販売。
- この事実が匿名通報され、平成14年5月15日保険所が大阪府下のミスタードーナツ店に立入検査。
- ダスキンは、同月20日記者会見において事実関係を公表。
- 大阪府は、同月31、ダスキンに対し、「大肉まん」の仕入・販売禁止の処分。

<判断>

大阪高裁（H18.6.9 判決）

食品販売会社が食品衛生法に違反する無認可添加物を含む「肉まん」の販売について、販売を継続した担当取締役2名について約53億円の、その他の当時の取締役および監査役合計11名について約5億6000万円から2億1000万円の損害賠償を命じた。

「エ 以上のとおり、一審被告らは、本件混入や本件販売継続の事実がZ側からマスコミに流される危険を十分認識しながら、それには目をつぶって、あえて、「自ら積極的に公表しない」というあいまいな対応を決めたのである。そして、これを経営判断の問題であると主張する。

しかしながら、それは、本件混入や販売継続及び隠ぺいのような重大な問題を起こしてしまった食品販売会社の消費者及びマスコミへの危機対応として、到底合理的なものとはいえない。

すなわち、現代の風潮として、消費者は食品の安全性については極めて敏感であり、企業に対して厳しい安全性確保の措置を求めている。未認可添加物が混入した違法な食品を、それと知りながら継続して販売したなどということになると、その食品添加物が実際に健康被害をもたらすおそれがあるのかどうかにかかわらず、違法性を知りながら販売を継続したという事実だけで、当該食品販売会社の信頼性は大きく損なわれることになる。ましてや、その事実を隠ぺいしたなどということになると、その点について更に厳しい非難を受けることになるのは目に見えている。それに対応するには、過去になされた隠ぺいとはまさに正反対に、自ら進んで事実を公表して、既に安全対策が取られ問題が解消していることを明らかにすると共に、隠ぺいが既に過去の問題であり克服されていることを印象づけることによって、積極的に消費者の信頼を取り戻すために行動し、新たな信頼関係を構築していく途をとるしかないと考えられる。また、マスコミの姿勢や世論が、企業の不祥事や隠ぺい体質について敏感であり、少しでも不祥事を隠ぺいするとみられるようなことがあると、しばしばそのこと自体が大々的に取り上げられ、追及がエスカレートし、それにより企業の信頼が大きく傷つく結果になることが過去の事例に照らしても明らかである。ましてや、本件のように6300万円もの不明朗な資金の提供があり、それが積極的な隠ぺい工作であると疑われているのに、さらに消極的な隠ぺいとみられる方策を重ねることは、ことが食品の安全性にかかわるだけに、企業にとっては存亡の危機をもたらす結果につながる危険性があることが、十分に予測可能であったといわなければならない。

したがって、そのような事態を回避するために、そして、現に行われてしまった重大な違法行為によってダスキンが受ける企業としての信頼喪失の損害を最小限度に止める方策を積極的に検討することこそが、このとき経営者に求められていたことは明らかである。ところが、前記のように、一審被告らはそのための方策を取締役会で明示的に議論することもなく、「自ら積極的に公表しない」などというあいまいで、成り行き任せの方針を、手続き的にもあいまいなままに黙示的に事実上承認したのである。それは、到底、「経営判断」というに値しないものというしかない。」

最高裁は平成20年2月12日上告棄却。

(2) 対処方法

① 隠さない

- (ア) 隠蔽は不可能（問題を知る人間がいる。ネット社会。）
- (イ) 監督官庁も、企業の不正行為に関する情報を受け付ける公益通報窓口を設置。
- (ウ) マスコミの隠蔽批判⇒憶測報道⇒火だるまに

② 対応を決断する

- (ア) 参天製薬は、異物混入の脅迫状が届いた翌日に記者会見で事実を公表し、全国7万の薬局・薬店で販売されている一般用目薬24品目、250万個を全品回収。
- (イ) 「短期的な利益より消費者の安全を優先させる」という明確な価値基準が日頃か

らあったから、迅速な決断ができた。

③ 説明する

(ア) 謝罪だけでは不十分。

(イ) 必要なことは、ステークホルダーに対して、事実関係を明らかにし、説明すること。

(ウ) 「いつ、何が起きたのか」「被害は広がるのか」「なぜ起きたのか」「責任の所在」「どのような対策を講じているのか」「同種の事件はおきていないのか」