

マーシュジャパン

食品業界向けにセミナー

RMの重要性強調

具体的ソリューション(KIF)を紹介

マーシュはこのほど都内で食品業界向けのセミナーを開催した。近年、消費者の食に対する安全への関心が高まると同時に、食品業界の不祥事が頻発。これを受けて監督省庁による法や規制が厳格化している。同社は、食品業界と関連企業・団体にリスクマネジメント(RM)の重要性を訴えるとともに、戦略コミュニケーション・コンサルティング会社のフライシュマン・ヒラード・ジャパンと、リスクコンサルティング、RMを専門に行うクロール(注)が共同で提供する「KIF(以下、KIFH)ソリューション」(以下、KIF)を紹介。マーシュプロローグジャパン代表取締役の平賀暁氏が保険の活用法について説明した。



左から平賀氏、佐藤氏、田中氏

の四つの工程で構成される。社内外への意思伝達力の強化が軸となる②・④は、フライシュマン・ヒラード・ジャパンが、①・③をクロールが担当する。

フライシュマン・ヒラード・ジャパン代表取締役社長の中村慎一氏は、危機発覚時のマスコミ対応に焦点を絞り、最近の事例を映像で見ながら分析した後、取るべき対応の原則を説明。有事発生後、現状を把握して2時間以内にメッセージを発信することや、限られた時間と情報から、一貫性があり納得性の高いメッセージを構築すると同時に、短時間

間で危機意識を醸成するために経営責任者は可能な限り現場に急行する必要があることを強調した。

クロール東京支社長の佐藤剛己氏は、KIFの特徴を説明した。

リコール保険など活用法も提案

一方、マーシュの平賀氏は保険の活用法を提案。食品業界を取り巻くリスクの全体像を説明した上で、事前のリスク把握

握(調査・リスク分析)と②「メッセージ発信」、内部統制に分類される③「システムと体制」と④「個人の意識変革とRMへの組織参画」

段階での注意点として、損害規模の大小にとらわれず、自社の性質に合わせた議論を重ねることが重要と強調した。また、日本企業は一般

的にリスク分析が不十分な傾向にあるため、リスクの実態を把握できず、本来ならば削減できる保険料を支払っていたり、不要な補償を付けていることも見受けられるとして、保険の具体的な適用に関して、教社が提供するリコール保険の一般的

な内容を詳しく紹介した。保険の対象となる項目については、原因究明費用や商品の回収・交換費用、苦情受け付けなどの通信費用、信用回復のための広告費用などを挙げ、基本的な保険金支払い条件として、行政庁に

対する届け出、新聞・テレビなどによる社告、行政による回収命令のいずれかが客観的に明らかになることを説明した。また、リコール後は多方面から訴訟を起されることがあることから、賠償責任に関連する保険の種類と担保内容を

紹介した。現在の日本は欧米に比べて高額訴訟はなっていないが、将来の可能性について示唆した。

(注)クロールとマーシュは、マーシュ・アンド・マクレンアン・カンパニーズ・グループ傘下の関連会社。