

回収枚数;44 (セミナーに関するもの43 ASCON 運営に関するもの21)

回答をそのままアランダムに掲載しています。

【講演・パネルディスカッションで印象に残ったこと、学んだことなど】

●佐藤さんの講演が 50 分では短すぎ、概論で終わった感が強い。もう少しきちんと時間をとって詳しいお話が聞きたかった。山下さん、小島さん、森さんの話ももっと聞きたかったです。パネルディスカッションも勉強になりました。ありがとうございます。

●佐藤さんの、保健所苦情受付(ハエ・ゴキブリ)と、実際の苦情(イモムシ)との差がなるほどと思いました。現状見る上で使っていきたい。

●異物混入クレームを企業にではなく他(保健所 etc.)に伝える消費者行動について企業と消費者との信頼関係の観点から関心がありました。佐藤さんのプレゼンで、混入異物が何かによっても差があることが伺われ、今後研究したいと思いました。よいヒントをいただきました。

●マクドナルド社の真摯な対応。一部クレーマーではないかとの情報もありました。

●マクドナルドさんが学ばれたこと「お客様視点」。

●異物混入の状況、マクドナルドさんのマニュアルとお客さま対応、メディア対応、その他会場からの率直な意見がとても印象に残りました。

●外注管理している業者の活用(丸投げしない)

●国民生活センターへ相談した事例で何故申し出たのかを紹介していただき参考になりました。メディア対応、初期対応の事例を紹介していただき、何がいけなかったか、どうすれば良かったかという今後の対応方法の参考になりました。

●「食品企業の事故対応マニュアル作成のための手引き」なるものがあるとは知らなかった。是非熟読して当社のマニュアルを見直し補強していきたい。大変勉強になるセミナーであった。

●事故対応マニュアルについては「消費者の視点に立つ」という基本的考えを尊重し、今後もメーカーとして進めることの重要性を学びました。

●食品産業センターの内容の一部が理解できたことが良かった。

●弊社では外食系の企業様へ野菜をおろしているため、苦情も基本的に店舗様、企業様から頂く形になります。そのため、普段直接かかわることのない一般消費者の目線での意見を聞くことができ、貴重な声を聞けたと感じました。特に「ハエやゴキブリなどインパクトの強いものはメーカーにではなく保健所へ連絡される傾向にある」という点について、弊社での異物混入のミスが取引企業様へ与える損害について改めて考えさせられました。

●企業として異物混入の原因をきちんと調査することはもちろんですが、それを消費者に伝えること、理解していただくことの大切さ、難しさを改めて感じました。しかし、それが企業の消費者対応部門の責務であり、そこに所属している責任を重く感じつつ、さらに自覚を持って充実した消費者対応を行っていきたくと考えています。企業と消費者との信頼関係の構築のために企業は、行政、マスコミ、消費者団体の方々と連携を深めたいです。

●健康危害の程度、食品の安全性をまず事業者の方たちは思い浮かべるが、消費者は、健康危害もあるが、気持ち悪い(ハエ・ゴキブリ)が二度と買わないに通じる。リスクゼロではないと言い切るのではなく、構造的にやらなくては・・・(?)またまたありそう。どういうところで、どういう製造法で作っているという情報も含めて、ホ

ームページ等で情報公開を行っていくことは大切になってきているとも感じました。

●異物混入に関しては、当社も寄せられる苦情の多さから、その対応について苦慮しているところである。本日は特にメディア対応、自主的ルール作りのお話は大変参考になった。但し、ルール作りに関しては一般的な判断基準である健康危害や拡散性等の他、昨今の SNS による回収等の対応基準も設けるべきと感じた。

●特に小島氏の講演内容が参考になった。異物混入問題は当該企業の対応と、消費者の受け止め方と、それを報じる報道機関のスタンスの合成ベクトルであり、生き物だと思ふ。小島氏の講演はそれを活写していた。

●毎日新聞の小島様の記者の視点が、情報管理が特に注目していると確認できたことは良かった。

●リリースを、経済ではなく生活にも周知すべきという件、参考にします。

●新聞社の話は興味深かった。

●マスコミの方の話も聞いて参考になった。

●マスコミ報道の仕方、マスコミ各社の情報共有の有無。

●小島さんの苦情(おたずね)は有難い(アリガタイ)ものとのプラス志向のとらえ方が大切と共感しました。消費者からのおたずねには丁寧に対応して仕事に役立てることが大事であると、日頃思っていることを再認識し、今回学んだことを役立てたい。

●毎日新聞の小島様のお話より;異物混入の避けられない発生率のようなものを行政(農林水産省、経産省など)が発表し、マスコミや消費者に教育する(認知させる)という点。それができれば、1件1件の事故に対し、顧客対応をきっちり進めることで解決するようになって感じました。(ビッグニュースにならない)消費者はメディアにあおられる⇒メディアの教育が効果的。

●マスコミ内部のガバナンス。記事について社内の別部門に責任がないのかについて。他部門が知らずに記事になったのはマスコミ内部の問題。メーカーのリリースは一カ所で良いと思う。メーカーでは製品は会社全体の責任となる。

●マスコミ対応は難しさがわかりました。どう日頃の情報発信、コミュニケーションをしていくかですね。

●品質保証に関する情報開示に対するマスコミの取り方がわからない。面白い面だけ切り取られる。企業としての対応をどうすれば良いか考えさせられた。

●メーカーから消費者への直接的開示(情報提供)には限界あり、業界団体、メディアが消費者との接点と思う(行政の役割は?)

業界団体⇔メディア⇔消費者

業界団体 ⇔? 消費者

●SNS 対策(チロルチョコ)で情報が流れてから数時間で対応されたことには驚きました。弊社では昨年度 SNS 対策で苦慮した経緯があり今後の対応の参考にさせていただこうと思います。

●お客さまからのお申し出があった際に対応する方が工程について知識が少なく、お客様の一時対応として満足がいかがずことが大きくなる場合があります。今後、品質にかかわる部署(生産、品質)以外にも、社内レベルアップできるような施策を考えようと思います。

●質疑応答が面白かった。一部ムダなお知らせもあったが。

●企業と消費者団体との関係

●情報公開の仕方、内容

●現在の一般消費者への食育を含めた教育・啓蒙

- 各お立場の方々から横断的なお話を聞いた機会でした。(一般消費者の参加までは無理ですが)
- 「安心したい」時代の対応(=信頼)をどうするのか? 科学的な「安全」情報の提供が前提と考えます。
- 有意義なセミナーでした。食品企業からの情報発信の必要性も感じさせられましたが、行政、マスコミ、各種協会が連携して消費者に正しい判断材料を提供することが大事だと感じました。ASCONE にその主導をしていただければありがたいです。自社としても各種マニュアルを時代のニーズに合わせて見直し続けたいと思います。
- 異物混入への本質的な対応法と、本当の意図が伝わらないことによる企業の被害(マスコミ対応の大切さ)を学ぶことができおもしろかったです。またこんなにも積極的な意見交換の場に参加させて頂く機会がこれまであまりなかったもので、感銘を受けました。本日は大変にありがとうございました。
- 製造者、消費者団体、マスコミが共通の認識にたてるよう努力する必要があると強く感じました。コンセンサスが得られれば、製造者も発生件数等をオープンにできるようになるかと思います。また、お客さま対応部門の対応の仕方が極めて重要であるとあらためて痛感しました。
- 事故が起きた時に真摯な対応をお客さま、社会にしていけることが大切、また社員に対する情報開示の必要性を感じた。日頃から、会社からお客さま、社会、社員に対する丁寧な関わり、傾聴、相手側視点が必要である。社員は会社から受けた情報以上のものをお客さまに提供できない・・・あたり前のことをあたり前にやっていくことが大切。
- ディスカッションで、各団体の方の思っている生の声を聞かせていただき、今後の消費者対応の参考にさせていただきます。
- *一般消費者と興味のある人の意識には大きな差がある *マスコミへの情報提供の方法にも様々なことを理解して動く必要がある *マスコミも感情で動いている部分がある *行政が公開基準を定めるとよい以上の意見が大変印象に残りました。
- 今回のパネルディスカッションのパネラーの選定が良いと思いました。
- 企業の目線と消費者の目線はレベルが違う。企業の常識は社会常識か?
- 消費者の満足度のレベルは高度化、多様化しているということを企業が理解しきれていない。
- 企業は消費者から信頼されているわけではないということを受け入れられていない。
- 企業から正しい情報が発信されているのか?
- 課題や問題点はわかっているのに具体的な対策について決定がされていない。
- いろいろな社内での感度が大切。一人ひとりの問題としてとらえる。誰かが行うのではない。
- 初めて参加しましたがフロアも含めて活発なディスカッションが行われることが大変興味深かったです。
- 企業のお客さま対応をする立場としてあらためて初期対応の重要性を認識しました。ただ同時に、対応をうまくやることで社内の問題意識が希薄にならないことが大切だと思う。
- 「異物混入」は食品事故なのか? ゼロにできないことを言い訳にしてゼロに近づける努力をしようという発言がない!
- 「顧客満足」と同時に「原因究明と対策」の文言が見つからないのはなぜか?
- 「安全性のリスク」の問題と「消費者契約」の問題があり、混同されている。商品の売買契約(約款)における異物の混入はどう扱われているのか?!
- 事業者は「消費者の視点に立つ」と口にするが、発想の転換は起こり得るか?
- 今日の話合いでは事業者と消費者の接点は見出せない!!

- 企業の情報開示の大切さは理解できるが、消費者は(マスコミ含め)一人ひとりの知識レベルが異なり、へたな情報開示は一人歩きし、企業として成り立たなくなることがあるので、団体、協会がマスコミへ説明して頂きたいと思いました。また、FDAの異物基準もマスコミ(テレビ含め)説明していただきたいです。
- パネルディスカッションの質問が充実しており大変考えさせられました。
- 冷房が効きすぎです。
- 異物混入といっても、危険なもの、そうでないものを一般消費者にどう理解させるか。マスコミも含めてそれが大きな課題ですね。
- 活発なディスカッションが行われており、有意義な会になったと思います。
- 生産者、販売者、有識者、マスコミ等、様々な立場からの意見が伺え、参考になりました。特にマスコミ対応については参考にします。
- どの方のお話しも良かった。特にフロアとのやり取りで更に理解が深まりました。たっぷり時間がとられていて良かったです。
- 情報開示のあり方;企業が情報発信していく内容も変化する必要がある。ネガティブな異物混入の切り口でなく食育の一環で仕組が必要。
- 討論の時間を多くとってあり有意義でした。
- 「一般消費者へもっと実態を公表すべき」という声があり、実際のところ、販売メーカーのみでなくさらに弊社のように原料を提供する企業があったりといくつも企業を経由して商品は提供されるものなので、販売メーカーの取組で何とかできることではないと思います。ですが、情報の公開によって信頼を得ていくことも重要であると思いますので、業界全体で協力していく体制づくりが必要かと感じました。
- 本日のお話はマスコミ・メディア対応に関することも多く、異物混入だけでなく様々な事故の対応に応用できるものでしたので、今後の参考にさせていただきたいと思います。
- 事業者の「知らせたい情報」と、消費者が「知りたい情報」が変わってきていること！消費者目線が変わってきていること。一つ一つの学びが大切であることを学びました。
- 企業、消費者、報道 etc.の考え方、求めるもののギャップがある。日々感じていたことですがあらためて確認しました。企業としては、お客様に理解していただくこと、安心して製品をお試しいただくことが目的となりますが、企業としての取り組みなどを説明しても理解していただけないことも多くあります。今回の件を参考に社内でもディスカッションしていきます。
- 大変良かった。企業としてできること、消費者が望むことのギャップも課題となった。
- 異物そのものの実際のリスクより、消費者対応、メディア対応、情報公開に対する姿勢により問題の大きさが変わってくるのが理解できた。
- マニュアルは基準をベースにつくるのは良いが、本当に大切なのは自社に合う形で自社で作るとのこと。
- 企業の情報管理の失敗が過去の事件事故で共通しているということ。
- マスコミへの情報提供(ニュース性だけで判断しない、倫理観も含めて)と、学校教育の必要性。
- 企業側のリスクセンサーと、お客さま視点での行動、経営判断。