

「第4回コンプライアンス研修会」を開催

会員会社のコンプライアンス・レベルのさらなる向上を図る

トピックス

2012年5月8日に如水会館（東京都千代田区）において、会員会社のコンプライアンス担当者約120名を対象にコンプライアンス研修会が開催されました。会員会社のコンプライアンスの推進を図ることを目的として継続的に開催されており、2010年7月の第1回を皮切りに今回で4回を数えます。今回は、会員会社2社（武田薬品、ファイザー）からの社内コンプライアンス体制の報告と、葉玉匡美弁護士（TMI総合法律事務所）による「不祥事発生時のマスコミ対応の要点」と題した講演がありました。

開会のあいさつ

まずはじめに、製薬協 川邊専務理事から開会のあいさつがあり、その中で本研修会の趣旨や背景についての説明がありました。製薬協としては近年の会員会社による不祥事を重く受け止め、その再発防止のために企業倫理委員会を改組してコンプライアンス委員会を設置したこと、会員会社のコンプライアンス向上のひとつの試みとしてコンプライアンス担当者を対象としたコンプライアンス研修会を継続して開催してきたこと、等が述べられました。

会員会社報告

武田薬品のコンプライアンス推進体制および取り組みの状況

武田薬品工業株式会社
法務統括・グローバルコンプライアンス
法務部シニアマネジャー 廣實 伸 氏

武田薬品では、事業のグローバル化、海外拠点の増加、世界的な法規制の均一化の流れの中で、グローバルでのコンプライアンス基準の確立が進められています。具体的には日本を含むグローバル全体において、グローバル、リージョナル、ローカルの各レベルで、コンプライアンス体制を構築し、贈収賄の防止や個人情報保護への対応、問題発生時の対応などに取り組んでいるといった説明がありました。

ファイザーのコンプライアンス体制について

ファイザー株式会社
法務・コンプライアンス部門
部門長 橋本 浩一 氏

ファイザーの日本法人では、グローバル企業の一員として、武田薬品とは逆にグローバル・レベルで規定されたポリシーや手順などを日本のマーケットで運用することがコンプライアンス上の主要なポイントになる旨の説明がありました。米国本社が実施する内部監査などはコンプライアンス推進の重要なファクターとなっているようです。

講演

不祥事発生時のマスコミ対応の要点

TMI総合法律事務所 弁護士 葉玉 匡美 先生

会員会社からの報告に続いて、葉玉先生から不祥事が発生した場合の危機管理としてのマスコミ対応について、過去の実例を交えながら、ユーモアに富んだ講演がありました。葉玉先生は、そのキャリア（検事、法制担当者、弁護士）を通じてルールや制度の設計と執行、ルール違反の調査といったコンプライアンス実務を経験されました。その経験から、どのように予防しても不祥事は防止することができないという前提で、①社員による「勉強」（トレーニング）、

②不祥事に対する調査の実施、③事後的な対応・善処、を行うことが重要との考えが示されました。

以下は講演の要旨です。

不祥事の内容と製薬業界が抱えるリスク

不祥事を原因として役員や会社が損害賠償を求められるのは、それらを予防できなかったことでなく、発生後の対応や危機管理を誤ったことに起因するものがほとんどである。製薬業界では、不祥事のリスクとして、国内および海外における贈賄行為、データ改ざん、副作用の発生などがあり、これらが発生した時の対応、特に報道対策を誤ると経営に大きな影響を与える可能性がある。医薬品が人の健康や生命に直接影響を与えることから、幅広い層の関心や反応を呼ぶことが想定され、事実を迅速かつ正確に、そして穏便に公表する必要がある。

危機管理プロセス

危機管理プロセスは大きく「初動」と「二次対応」に分かれており、これを明確に分別して迅速な対応を進めることが重要である。たとえば事故による被害者が発生した場合、「初動」段階においては、被害の拡大防止、事実の公表と謝罪、メディアスクラム（さまざまなメディアが五月雨式に不祥事を取り上げる状況）を抑止すること、が重要なポイントになる。

公表時のマスコミ対応では、マスコミをコントロールしようとせず、一方でマスコミの態様や特徴を十分理解して、不祥事を客観的（マスコミにとっての話題性）に評価することにより、タイミングや情報量の点で適切に対応していくなどの工夫が必要になる。

具体的なマスコミ対応

不祥事が起こった場合、当初の情報収集を経て、どこまで対応するか意思決定をする必要がある。並行して経営トップへの報告は即座に行うことにより、後ほどマスコミから追及されるおそれのあるトップの行動（娯楽等）を控えることができる。

話題性の程度により適切な公表方法を選ぶ必要があるが、現代の情報社会においてまったく公表しな

いというリスクは大きくなってきている。隠ぺいというそしりを受けないためにも、少なくとも誰でもアクセスすることができる会社のウェブサイトに掲載しておくなどの対応が求められる。初回の公表のタイミングと内容は極めて重要で、迅速かつ正確に情報を伝えることが必要となる。その際に有用なのが事前にポジション・ペーパー（記者クラブ等に投げ込む公式の見解文）を用意することであり、その中で事実を述べ謝罪の意思を明確にすることにより、会社が誠実かつ真摯な対応をしているイメージを形成することができる。

メディア別の特徴と対応

新聞、週刊誌、テレビは、それぞれ取材や報道の仕方、関心が異なるため対応方法を変える必要がある。新聞の場合、報道の仕方は比較的冷静であることから、その取材に対しては質問内容を明確にして、文書での回答、理性的な対応を心掛ける。また、特定の新聞社だけに対応するのではなく、記者クラブなどを利用して平等な対応をすることが重要である。

まとめ

不祥事発生時の報道対応のポイントは、情報提供の仕方をコントロールすること、つまり事実を伝えることを基本にしつつ、その手法（内容やタイミング）には細心の注意を払うということである。

閉会のあいさつ

製薬協コンプライアンス委員会 新川実務委員長から、葉玉先生の講演に対する感謝の言葉と、各社が対応に苦慮している「不祥事マスコミ対応」というトピックを取り上げてもらい、いくつかの貴重なヒントが得られた旨の感想が述べられました。また、会員会社においては、透明性ガイドラインなど製薬業界の環境が大きく変化する中で、いっそうのコンプライアンス推進に努力する必要があることを確認して、本研修会を終えました。

（コンプライアンス委員会 ワーキングチーム
榎本 欽一）