

# 中学及び高校

## 製造販売体験 プログラム (起業体験)

基礎演習教材・ワークシート  
体験学習教材・ワークシート  
事後学習教材・ワークシート

製造販売体験の流れ	
記録の必要性 テキスト	
伝言ゲームお題集	
「会社を作る」テキスト	
「名前を付けよう(ネーミング)」テキスト	
命名集 (資料)	
ネーミングのヒント テキスト	
名前を考えよう ワークシート①	
名前を考えよう ワークシート②	
創業の思い・理念集	
「ルールって必要？」 テキスト	
「ルールを守らないとどうなる」 テキスト	
「会社経営に必要な関係法規」 テキスト	
「会社経営に必要な関係法規(知的財産権)」	
「会社経営に必要な関係法規(食品表示)」	
「会社経営に必要な関係法規(食品衛生等)」	

「アイデアを出し合おう」テキスト	
「企画書書き方のポイント」	
「やってみたい会社・役割」アンケート	
「会社をつくろう」ワークシート	
「協力会社への協力のお願い」依頼書企画書等	
「スケジュール」ワークシート	
「事業計画書の作成」テキスト	
「事業計画書」ワークシート	
「仕入、売上、利益計画表」ワークシート	
「経費一覧表」ワークシート	
「借用書」ワークシート	
「試作費の計算」ワークシート	
「試作報告書」ワークシート	
「経費整理およびレシート仮払い手順書」テキスト	
「経費整理ツール」	
「経費整理台帳一式」	
「個人支払経費精算書」	

	決算書作成の手順書	
	現金有高表(収支計算資料A-1)	
	既に支払をしている場合(収支計算資料A-2)	
	売上実績計算表(収支計算資料A-3)	
	各店の借入及び仕入情報(収支計算資料B)	
	試作費実績一覧表(C)(収支計算資料C)	
	その他経費実績一覧表(D)(収支計算資料D)	
	借入金利息計算の方法(E)(収支計算書資料E)	
	収支計算書	
	既に支払をしている場合(収支計算資料A-2) (サンプル)	
	売上実績計算表(収支計算資料A-3) (サンプル)	
	各店の借入及び仕入情報(収支計算資料B) (サンプル)	
	試作費実績一覧表(C)(収支計算資料C) (サンプル)	
	その他経費実績一覧表(D)(収支計算資料D) (サンプル)	

	借入金利息計算の方法(E) (収支計算書資料E) (サンプル)	
	収支計算書 (サンプル)	
	事業計画と実績の対比表①	
	事業計画と実績の対比表②	

## 製造販売体験のながれ

### 【基礎学習・事前学習】

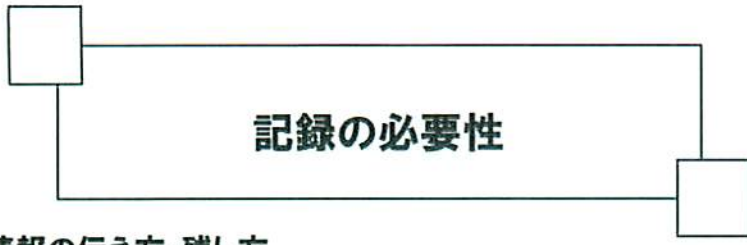
00. オリエンテーション
01. 記録の必要性について
02. 会社と役割について
03. ネーミング（会社名や商品名）について
04. 会社を取り巻く法規等（ルール）について
05. アイデアの出し方
06. 企画書の書き方

### 【体験学習】

07. 会社を作る
08. 企画書を書く
09. 協力者へお願いをする
10. 協力者にヒアリングをする
11. 活動計画を立てる
12. 事業計画を考える
13. 資金の借り入れ
14. 試作品の製造
15. 材料等の仕入
16. 経費管理
17. 商品の製造
18. 広告宣伝活動（看板、ポスター、ちらし作成を含む）
19. 販売に必要なものの作成（POP、レイアウト、販促品、値札表等）
20. 販売準備（ビジネスマナー、レイアウト、シミュレーション等）
21. 販売体験活動

### 【事後学習】

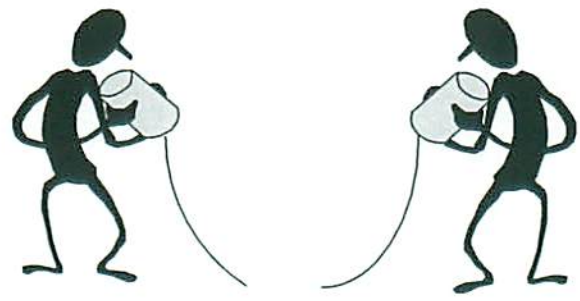
22. 借入金返済
23. 決算報告
24. まとめ



☆情報の伝え方・残し方

伝わるかな？

伝言ゲーム

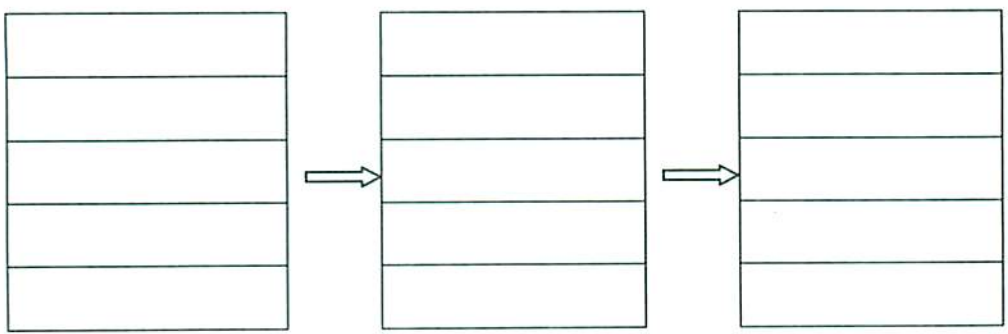


覚えているかな？

今日の夕食

昨日の夕食飯

先週の夕食飯

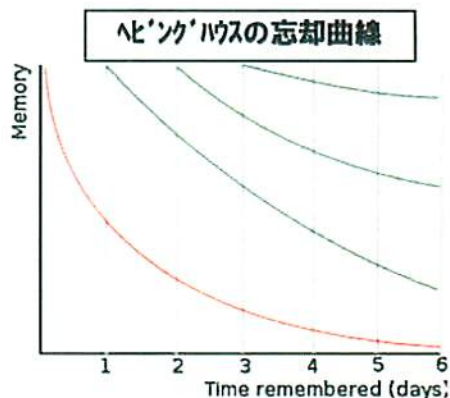




言葉だけでは正確に情報が伝わらない！  
時間がたつほど記憶はあいまいに！

人ってどのくらい忘れるの？

経過時間	忘れる割合
20分後	⇒ 42%
1時間後	⇒ 56%
1日後	⇒ 74%
1週間後	⇒ 77%
1ヶ月後	⇒ 79%



☆忘れないため、正確に情報を伝えるため



記録(メモ)を残す！！





☆どんな時に記録(メモ)をとるの？

どんな時	場 面	例えば
打合せをしたとき	会 議	班で企画会議をしたとき
	商 談	〇〇さんに野菜の仕入れをお願いに行ったとき
	取 材	協力者へヒアリングに行ったとき
伝言するとき	電 話	〇〇さんから△△さんに電話があり、△△さんが不在だったとき
	伝 達	先生から指示があり、そこにいなかった人や休んで人にその指示を伝えるとき
	情報共有	みんなに伝えたほうがよい情報があったとき
調べ物をしたとき	調 査	本やPCで調べ物をしたとき
その他	講 演	外部講師の話を聞くととき
		先生や協力してくれる人達がアドバイスをくれたとき

☆どんな書き方をしたらいいの？

基本は 5W2H	When (いつ)、Where (どこで)、Who (誰が)、 What (何を)、Why (なぜ)、 How (どのように)、How Much (いくら) という項目を基本にして
その場で 書く	約束の日時・場所は、書き漏らし等を防ぐため、聞いたその場で書く。
ポイント のみ	要点のみ箇条書きにする。 そのほうが後から見やすい。かつ時間がかからない
事実・結果	私見や感想は不要で、事実をありのままに書く。
正確な数字	数字(日時・金額等)の間違いでトラブルを起こさない。
読める字	いつ、誰が見ても分かるような筆記を心掛ける。

## 伝言ゲームお題集

① 「この子何処の子。三つ子の子。三つ子の魂百まで」
② 「7月20日（はつか）の核軍縮についての会議は、アメリカのオバマ大統領とロシアのメドベージェフ大統領による侃々諤々（カンカンガクガク）な白熱した会議となった。」
③ 「1月8日（ようか）の国連での会議はフランスのサルコジ大統領と韓国のイ・ミョンバク大統領に合わせてアフリカ諸国の意見の対立が重なり喧々囂々（ケンケンゴウゴウ）牛もうもうの様子であった。」
④ 「やくざ医師からお食事券をもらった7月生まれの市長が汚職事件で逮捕された。お食事券を使いすぎたのが職権乱用だと薬剤師会からも訴えられている」
⑤ 「景気のいいケーキ屋のおじさんが景気よく柿を食べた。」
⑥ 「ソーダ屋の早田さんがソーダ飲んで死んだそうだ。そういうソーダもあったそうだ。」
⑦ 「竹内さんちの猫のティンクが横尾さんちの犬のチャンクに噛まれたそうだ。」
⑧ 「こまだいとまこまいないんとまったやどのこまったまこまいこがまいこ」（駒大苫小牧ナイン泊まった宿の困った孫舞子が迷子）
⑨ 「さばくでさばいたさばくうさんぼのさんぼ」（砂漠でさばいた鯖食う産婆のサンバ）
⑩ 「今年もいい人材を確保しようと、各企業が青田買いを始めていますが」
⑪ 「夏季オリンピックは1896年アテネで開催されてから2008年の北京オリンピックで29回開催されています」
⑫ 「今年で30回目となる夏季オリンピック開催地はロンドンで、初回オリンピックは1896年アテネで開催されている。」
⑬ 「ベレストロイカを推し進めたゴルバチョフ書記長の長男、子ゴルバチョフ氏が来日しフルシチョフ政権について語った。」
⑭ 「今年で19回目となるサッカーワールドカップは南アフリカ共和国で、アフリカ大陸で初めて開催され、2014年はブラジルで開催されます。」
⑮ 「記念すべき20回目のサッカーワールドカップ開催地はブラジルで、南アメリカ大陸での開催は○回目です。」



1. 会社とは？

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. なぜ会社をつくるの？

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 3. 創業の思い・理念

①  江崎グリコ

創業者:江崎利一(現在の佐賀市蓮池町出身)

創業の精神:「みんなに栄養価の高い食品を食べてもらいたい」

事業を通じて社会に貢献したいと願う利一は、栄養価の高いグリコーゲンを活用して広く国民の健康に寄与したいとの考えから栄養菓子グリコを創った。江崎利一の精神の根底にあるのは「事業即奉仕」( 商売とは世の中の役に立つものでなくてはならない)の商業精神である。

②  森永製菓  
MORINAGA

創業者:森永太一郎(佐賀県伊万里市出身)

基本理念 :おいしく、たのしく、すこやかに

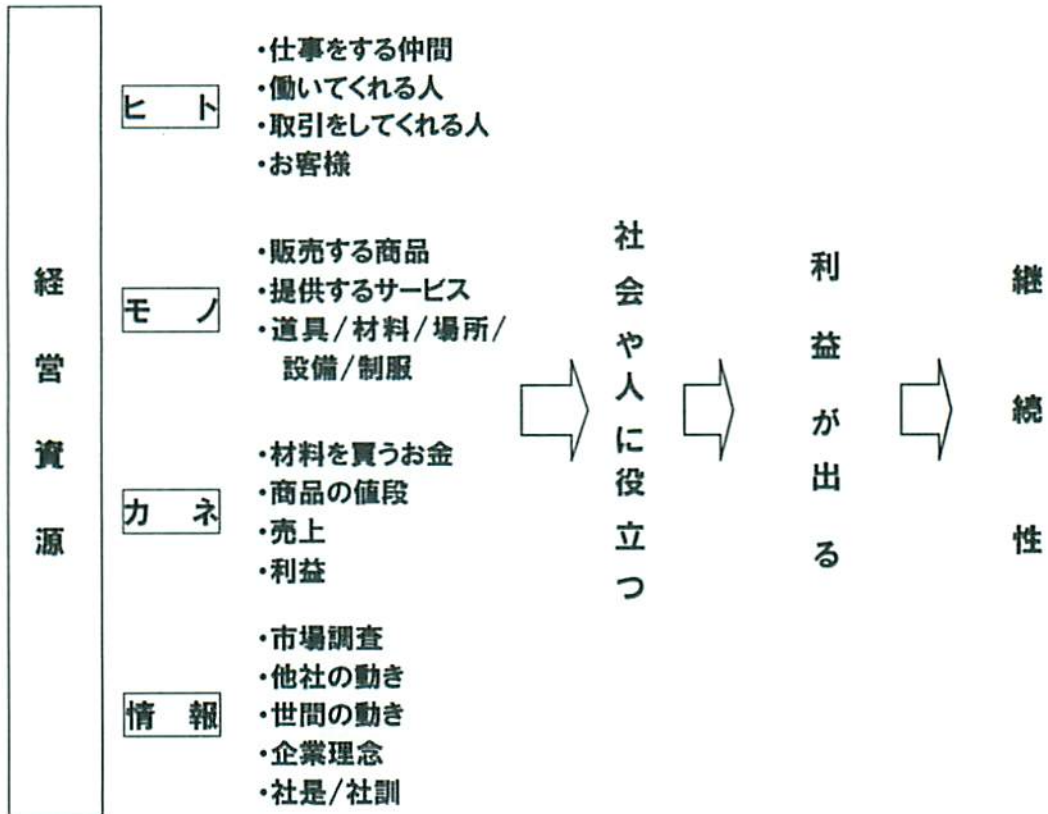
使命 :私たちは、世界の人々の豊かで安全な食生活の実現と健康の増進に貢献します。そのために、バイオニアスピリットに溢れた企業活動を通して、価値と感動のある商品・サービス・情報を提供します。

創業者の森永太一郎は幼くして父を亡くし、伯父に引き取られ、「誠実に良品を扱い、むやみに価格を変えないこと。」という商人の心構えを教え込まれます。身をもって商売を学ぶために天秤(てんびん)棒を担いで早朝からコンニャクを売り歩いた13歳の森永太一郎は、呼び声が大きければ客に商品の存在が伝わり、よく売れることを知ります。創業当初苦勞をしますが、容器の上げ底をしない、品質本位、厳格な衛生管理など誠実な仕事ぶりも評判を呼びました。



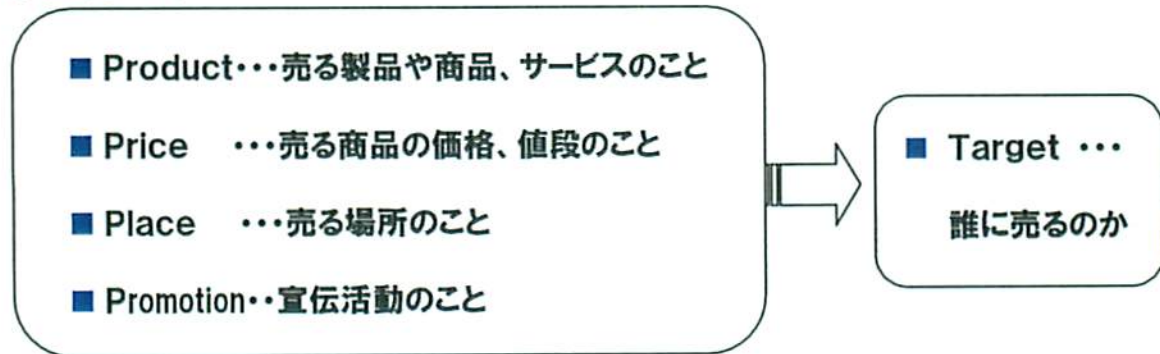
## 5. 会社の経営資源とは

経営資源: 会社を運営していく上で必要不可欠なもの



## 6. 売れる仕組み(マーケティング)

4つのP+T



<ポイント>

- 売ろうとしている商品が お客さまにとって魅力ある商品 かどうか？
- 売ろうとしている商品が お客さまにとって役に立つもの かどうか？
- 売ろうとしている商品の価格が お客さまにとって適正 かどうか、  
お客さまにとって満足できる価格 か？
- 売ろうとしている場所は 人の集まる場所 かどうか？
- 売るための方法として、どのような宣伝方法 があるか？

7. どんな役割が必要？

役割名	仕事内容	適任者

## 8. 製造販売体験では

役割名	仕事内容	適任者
社長	<input type="checkbox"/> 事業計画を立てる <input type="checkbox"/> リーダーとしてグループをまとめる <input type="checkbox"/> 最終決断をする <input type="checkbox"/> 銀行から借入(会計と協力) <input type="checkbox"/> グループの人達に対する気配り <input type="checkbox"/> 売上をあげるための工夫(販売と協力) <input type="checkbox"/> ライバル店の調査 <input type="checkbox"/> 天候について調査(仕入と協力)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リーダーシップをとれる人</li> <li>・みんなの意見を聞くことができる人</li> <li>・決断のできる人</li> </ul>
販売	<input type="checkbox"/> 販売計画を立てる <input type="checkbox"/> 売り方を工夫(商品の並べ方、サービス…) <input type="checkbox"/> 値段の調査(相場を知る) <input type="checkbox"/> 値札づくり(宣伝と協力) <input type="checkbox"/> ライバル店の調査(社長と協力) <input type="checkbox"/> 商品の説明を考える <input type="checkbox"/> お客様への商品の渡し方を考える(容器・袋など)(仕入れ/製造と協力) <input type="checkbox"/> お客様へ商品のアピールをする	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人とのコミュニケーションが好きな人</li> <li>・笑顔であいさつができる人</li> </ul>
会計	<input type="checkbox"/> お金の流れを管理する(支払いや売上) <input type="checkbox"/> 仕入れのお手伝い(予算の確認) <input type="checkbox"/> 販売のお手伝い(お金の確認) <input type="checkbox"/> お金の管理保管	<ul style="list-style-type: none"> <li>・計算間違いをしない人</li> </ul>
仕入/製造	<b>仕入の役割</b> <input type="checkbox"/> 仕入れ商品とその数を決める <input type="checkbox"/> 仕入れの値段の調査・交渉 <input type="checkbox"/> 仕入れ先のお店とその場所の調査 <input type="checkbox"/> 仕入れた商品の保存方法を考える	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品の質(鮮度)がわかる人(五感を使って確認)</li> </ul>
	<b>製造の役割</b> <input type="checkbox"/> 原材料の仕入先・値段を調査 <input type="checkbox"/> 商品の製造方法を考える <input type="checkbox"/> 商品製造の計画を立てる <input type="checkbox"/> 商品の保管方法を考える	<ul style="list-style-type: none"> <li>・質の良い商品を作れる人</li> <li>・お客様の視点に立って商品を作れる人</li> <li>・失敗してもあきらめない人</li> </ul>
宣伝	<input type="checkbox"/> 宣伝方法を考える(販売前、当日) <input type="checkbox"/> 広報活動 <input type="checkbox"/> ポスターやチラシをつくる <input type="checkbox"/> 値札をつくる(販売と協力) <input type="checkbox"/> お客様へ商品のアピールをする	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アイデアをたくさん出せる人</li> <li>・デザインが好きな人</li> </ul>



## 名前をつけよう(ネーミング)

☆名前って

誰にでも一人に一つずつ



思い 意味  
音 漢字 字画  
先祖から一文字

### 売れるかどうかにも影響

レナウンが『フレッシュライフ』という商品名で抗菌靴下を売っていました。が、売れ行きは低迷し続け販売中止も考慮されていたのです。しかし、一人の営業マンの思いつきで『通勤快足』と名前を変えた結果、この商品の年間売上は 8000 万円から 27 億円までアップし、一躍ヒット商品に生まれ変わりました」

お笑いの「くりむしゅー」は、以前「海砂利水魚」というコンビ名で売れない時代を過ごしました。

### いいネーミングの条件

- 1.読みやすい
- 2.聞き取りやすい
- 3.記憶に残る
- 4.親しみやすい
- 5.覚えやすい
- 6.製品との整合性

### ある製菓会社のネーミングの方法

ネーミング＝最高のセールスマンとの考えからネーミングしていきます。ネーミングのパターンは3パターン（仕様や形状をうたう、使用方法をうたう、利便性をうたう）から発想していきます。お客様の視点に立って、お客様の言葉で表現しようとしていることがよくわかります。ネーミングの候補は100～200あげて、それから3つに絞り、役員にプレゼンして最終的に決定します。100以上の候補をあげることが最低ラインになっています。そこから社長と共に1つに絞っていきます。

### グループ名の例

嵐というグループ名は、「世界中に嵐を巻き起こす」「芸能界に嵐を巻き起こす」という意味のほか、頭文字が五十音でも最初の“あ”、アルファベットでも最初の“A”であり、「頂点に立つ」という意味が込められています。そして、トップに立つという意味も込められています。

他には「?」(クエッションズ)などの候補がありました。しかし、嵐は番組の中でクエッションズ(後に単数形ではあるが後輩のバンド名に)よりも嵐のほうが良いと言っていました。

どのように付けているのかな

☆会社名

創業者の名前から

ブリヂストン	創業者の石橋正二郎の姓の英語訳の「stone bridge」を逆にした「bridge stone」からブリヂストンと付けている。
サントリー	創業者の鳥井信治郎の姓と当時人気商品であった「赤玉」を太陽に見立てたサン(SUN)を組合せて「SUN」「鳥井」、「サントリー」とした

理念から

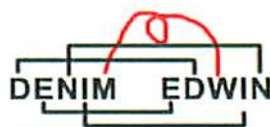
三洋電機	「3つの海を越える」(世界のすべての国を相手にする)という意味を込めて社名にした。ちなみに3大洋とは太平洋、大西洋、インド洋である。
ミニストップ	「Minute Stop (ちょっと立ち寄る(ミニストップ))」から「立ち止まって、次に前進する」という意味も込め発音しやすく、親しみやすいということから「MINI STOP」の社名にした
CoCo 壱番屋	カレーならココ(CoCo)が一番やという意味を持っている

言葉から

カルビー	カルシウムの「カル」と、ビタミンB(ビー)1の「ビー」を組み合わせでつくられた造語です。
グリコ	初めの商品開発の素となった栄養素「グリコーゲン」から創られた。

アナグラム

EDWIN (エドウィン)	ジーンズの素材であるデニム(DENIM)のローマ字を入れ替えたアナグラムであり、「M」だけ180度回転して「W」となっている。
------------------	---



アナグラム (anagram) とは言葉遊びの一つで、単語または文の中の文字をいくつか入れ替えることによって全く別の意味にさせる遊びである。

Ex. モリター→タモリ 阿蘇快→加藤あい

その他

NIKE (ナイキ)	ギリシャ神話の勝利の女神「NIKE(ニケ)」に由来していると言われている。 ロゴマークの SWOOSH (スウッシュ) はその女神の翼をモチーフにデザインされている。 勝利の女神 NIK                      ロゴマークの SWOOSH (スウッシュ)
	 
ユニクロ	ユニーク・クロージング・ウェアハウス」(UNIQUE CLOTHING WAREHOUSE) を開いたのが始まり。ユニクロの呼称はこの店舗名の略称が元になっている。当初略称の英文綴りはそのまま「UNI-CLO」であった。1988年、香港に現地法人を設立した際、会社登記の書類に略称の「UNI-CLO」を書き間違えて「UNI-QLO」と記入して登録してしまったことがきっかけでそのまま英文綴りを「UNI-QLO」に変更した商標が採用されることとなった。

☆商品名

ノーシン	「脳をシーンとしずめる」イメージから。
フマキラー	フライ+モスキート+キラー。それなら当初はフモキラーだったがいつのまにかフマキラーに。(いつからかは記録がないそうです。)
Qoo	「クー」という名前は、大人がビールを飲み干した後にたまたま発する「クーッ！」という言葉からイメージしたもので、子供だっておいしい飲み物を飲んで「クーッ！」と言いたい、そんな子供たちの気持ちを表したネーミング。
ピノ	「ピノ」とは、イタリア語で「松(松の実)」という意味。形が可愛らしいから、このネーミングになった。
おーいお茶	もともとは「缶煎茶」でしたが、売行きがよくありませんでした。“煎茶”を「何て読むのですか」という問合せも多くあった。その後伊藤園の調査により「日本人は緑茶に家庭的なぬくもりと、すぐそこにある日常性を感じている」ということが分かった。その調査結果を受けて「おーいお茶」へ改名となり、世間に浸透するようになった。
ブラックモンブラン	竹下小太郎氏がアルプス山脈を訪れた時に「この真っ白い山にチョコレートをかけて食べたら、さぞ美味しいだろうな」と思ったことがきっかけで、アルプスの最高峰モンブランのようにアイスクリームの最高峰を目指すという意味が込められている。
ポッキー	食べる時にでる、ポッキン、ポッキンという音から発想して「ポッキー」と付けられた。
じゃがりこ	発担当者の友人(りかこさん)がとてもおいしそうに食べている姿を見て、製品名を思いつきました。
ハビコ	ば行の「ば」「び」「ぶ」「べ」「ぼ」は、発音が歯切れも良く、明るいイメージがあるため、多くの商品に使われています。
SOYJOY	主原料が大豆という最大の特徴をネーミングに取り入れることが考えられた。そこで浮かんだ案は、商品名に「大豆」を入れること。そして、アメリカと中国でもグローバルに展開していくプロジェクトの第一弾であったことと、これまでにない新しい大豆の食べ方の提案でもあった。「大豆」より新鮮なイメージをもたらす「SOY(ソイ)」を採用することになった。そしてもうひとつの特徴である、たっぷり入るフルーツとのおいしい味のバランスを楽しみながら食べていただきたいという思いをこめ、「SOY」と韻を踏むことでさらに印象に残る「JOY(ジョイ)」を用い、「SOYJOY(ソイジョイ)」というネーミングが生まれた。SOYJOYというネーミングが広く知られることになった理由には、音からうけるイメージにも一因がある。 <u>語感による感性分析では、「SOYJOYのSが爽やかさを感じさせ、Jの音が印象に残る非常にいいネーミング」と分析している。</u>
エリエール	大王製紙の売り上げの約4分の1を占めている「エリエール」シリーズ。この「エリエール」とは、フランス語の女性代名詞「e   l   e(エル)」と、空気や風などを指す「a i r(エアール)」を組み合わせた造語で、「風の妖精」を意味している。
U.F.O (日清食品)	U:うまい、F:太い、O:大きいの頭文字からとっている。
チョコQ	「チョコチョコ走るキュートなミニカー」のこと。そこから、「チョコQ」となった。

## 命名由来集

花王	<p>前身の長瀬商店の最初の商品である固形石鹸の商品名「花王石鹸」からとられている。当時の石鹸といえば洗濯用石鹸を指し、洗顔用の石鹸は洗濯石鹸と区別するため「顔石鹸」と呼ばれており、その「顔」に発音が通じる「花王」をあて「花王石鹸」と命名している。</p> <p>この時、「美と清浄のシンボル」としておなじみの「月のマーク」が作られた。この三日月マークは、実は6回も変わり、現在の三日月マークは7代目なのです。</p>
キャノン	<p>創業者の一人であった吉田五郎が信仰していた観世音大菩薩を崇める観音教の「観音」に由来した35ミリカメラの試作機の名称の「KWANON（カンノン）」から、より近代的な高級カメラのイメージに合うネーミングとして考えられた35ミリカメラの商標名の「Canon（キャノン）（聖典、規範、標準という意味をもつ）」より</p>
ポプラ	<p>「ポプラ」という樹は、古代ギリシャ神話において「勝利」を象徴し、「愛」を表し、その語源は、英語の「popular」と同じと言われ、チェーンを立ち上げるにあたり、「ポピュラーな店にしたい」、「そしていきいきと成長するポプラ並木のように、チェーン本部とFC加盟店がまっすぐに一丸となって伸びていきたい」という2つの願いを込めて命名した</p>
ダスキン	<p>「dust（ほこり）」と「ぞうきん」を組み合わせさせて社名にした</p>
おやつカンパニー	<p>子供達の視点からみた、たっぷり満足感があり、遊びゴコロ溢れるたのしい「おやつ」を提供し、オリジナリティあふれるおやつ文化の創造に努めていきたいとの思いを込めた</p>
ナイキ	<p>ナイキ社名の由来はギリシャ神話、勝利の女神“NIKE（ニケ）”に由来していると言われていた。</p> <p>BRS社（NIKEの前進）の正社員第一号であるジェフ・ジョンソンの夢の中に、ある日の夜突然、「ギリシャの勝利の女神、ニケ」が現れたことから「NIKE（ナイキ）」と命名された。</p>



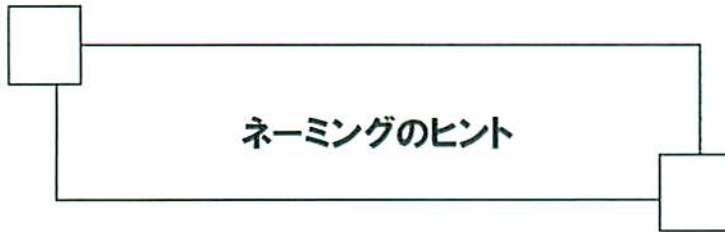
SWOOSH（スウツシュ）はオレゴンのデザイン学科学学生キャロライン・デビットソンのデザインで、ビューンという擬音語は「スピード」と「爽快さ」を表現している。このデザインは一般公募で選ばれ、一説には\$35（もしくは\$70 説もあり）のデザイン料だったとも言われている。勝利の女神ニーケーの彫像の翼をモチーフにデザイン

アディダス 「ダスラー兄弟商会」を解消。アドルフはアディダス社を設立。「アディダス」とはアドルフの愛称「アディ」と「ダスラー」をつなげたもの

かっぱえびせん 「かっぱえびせん」は、なぜかっぱなの？  
「えびせん」はエビ入りの煎餅という意味であることはわかるが、では、なぜかっぱなのだろうか。  
実は、創業当時の昭和 20 年代後半から 30 年代前半にかけて、週刊朝日に連載されていた、清水崑（しみず こん）が描く、かっぱが主人公の漫画「かっぱ天国」がヒットし『かっぱブーム』起こっていました。  
松尾社長は、清水崑氏にシンボルキャラクターの作成を依頼し、かっぱのデザインを描いてもらい、それをカルビーのキャラクターとして採用しました。そして、昭和 29 年に発売したお菓子にも「かっぱあられ」と名付けています。その後、かっぱの名を付けた商品を発売しますが、なかなかヒットに結びつかず、9 年後に発売の「かっぱえびせん」でようやくヒットする事になります。

マンダム	マンダムとは、「丹頂」の時に作られたブランド名ですが、「man(男)」と「domain(領域)」を合わせた造語で「男の領域、男の世界」を表す言葉であり、今後の丹頂の方向性を示すものでありました。 社名が「マンダム」に変わった後は、「human(人間)」と「freedom(自由)」を合わせた言葉として、人間尊重と自由闊達な風土の中で豊かな創造性が発揮される人間集団を意味するとしている。
サンリオ	「キティ」を生み出した「サンリオ」の社名は、スペイン語の「San Rio」に由来しています。「san」は英語の「Saint(セント)」を表し、聖なるという意味を持ち、「rio」は英語の「river(リバー)」を表し、河という意味を持っています。「Sanrio」とは「Saint River」で、聖なる河を表す言葉であります。そして、「人類が最初に住み始めたと言われる河のほとりに聖らかな文化を築きたい」という気持ちが込められています。サンリオの由来をネットで検索すると、社長の出身地の山梨にちなんだ「山梨男」を音読みした「さんりお」が由来という説がありますが、こちらは間違いですのであしからず
マルハ	波を丸くおさめ、漁の無事を願うという意味
クリナップ	長嶋茂雄の現役時代、巨人のクリーンナップトリオにあやかる
セメダイン	海外のヒット接着剤を攻め出せから
ワコール	和江を留める
ミノルタ	稔る田から
サンガリア	「国破れて山河あり」から。
花王	花王＝「顔」に近い音の単語から。当時化粧石鹸は洗濯石鹸と区別して「顔洗い石鹸」と呼ばれていた。
フマキラー	フマキラー＝フライ＋モスキート＋キラー。それなら当初はフモキラーだったがいつのまにかフマキラーに。(いつからかは記録がないそうです。)

エリエール	<p>大王製紙の売り上げの約4分の1を占めている「エリエール」シリーズ。この「エリエール」とは、フランス語の女性代名詞「e l l e (エル)」と、空気や風などを指す「a i r (エール)」を組み合わせた造語で、「風の妖精」を意味しています。</p>
サランラップ	<p>1948年のある日、フィルム製造メーカーの職長を務めていたラドウィック、アイアンズの二人は、妻を伴って近所の人々とピクニックに出かけました。ラドウィックの奥さんは、たまたま夫が会社で作っていたフィルムにレタスを包んで持っていきました。すると「このラップとてもきれい。どこで手に入れたの?」「私も欲しい。どこで売っているの?」と大変な評判になってしまいました。そこでラドウィック、アイアンズの二人は、驚き、早速翌日上司に報告し、クリング・ラップ・カンパニーを設立して開発に着手し、ダウケミカル社から取り寄せた樹脂のロールを紙管に巻き付けて箱詰めし、サランラップ第1号が完成したという訳です。</p> <p>完成すると近郊の都市でも試験的に販売され、結果は上々でした。名前もラドウィックとアイアンズの二人の妻サラ (Sarah) とアン (Ann) にちなんで「サランラップ」 (Sarah &amp; Ann Wrap) と決定されました。</p> <p>発売から2年後の1952年にはダウケミカル社が生産を担当し、サランラップは全米に進出していきました。</p> <p>日本では、1952年に旭化成とダウケミカル社との提携により、1960 (昭和35) 年に発売開始となりました。</p>



### ビジネスにおける命名

ビジネスの世界では、ブランド名や商品名の違いだけで売上げが大きく異なってくるという事があり、そのため命名という行為は商行為の一環として重視される。また法的にもその名前は保護される。詳しくは商標、コーポレートアイデンティティ、ブランド等を参照。

### ネーミング戦略

ビジネスの世界での命名は、名前の持つ「印象」や「覚えやすさ」などの点が重視され、最終的に商業上もっとも有利と思われる名前を選択する。これをネーミング戦略と言い、次のような事を考慮する。

### 〇ツ〇ン〇ー

二重綴り - 靴のことを「くく」、車のことを「ぶーぶー」というところから、子供向けの商品名に使われる。「コロコロコミック」など。

～ラ - 「ゴジラ」から派生し、怪獣の名前に使用された。

### 子音によるネーミング術

K(か行)

速い、骨っほいイメージ。

G(が行)

強いイメージ。怪獣の名前に多い。ゴジラ、ガメラ、ギャオス、ガツバなど。これは胸倉をつかまれたときに「ぐっ」となるところから。「～ガー」を使用する場合もある(「マジンガーZ」など)。

N(な行)

家庭的なイメージ。

F(ふ、ふぁ行)

優雅なイメージ。

B(ば行)

醜い、汚いイメージ。

P(ぱ行)

かわいらしく親しみやすいイメージ。例に、グリコの「ハビコ」はそれを理由として、とくに言葉自体の意味はない。昔の女の子向け魔法少女アニメの呪文にも多用される。ほかには「ベコちゃん」など。ベ・ヨンジュンが日本で人気を得たのも起因ではないかとされる。もし「ベ」と呼ばれていたなら韓流ブームはなかったといってもいい[要出典]。

機動戦士ガンダムの富良野監督によると、商標登録にないこと、濁点が入っていること、「ン」が入っていること…などの法則により、モビルスーツなどのネーミングが決定されていた。



### 省略形風のカナ 4 文字

1998 年頃から若者向けフィクション作品を中心に「何かの省略形に見えるカナ 4 文字」のタイトルが多数誕生した。それ以降もこの流れは続いており、一過性の流行ではなく、一つのフォーマットとして定着したと見られる。日本語では単語の頭を取って 4 音に省略する伝統が元々あるが、このネーミング法では省略形の方が正式なタイトルであり、省略前のフレーズは必ずしも明示されていない場合が多い。

省略形に留まらず、「ばにぼに」のように音感重視で意味を排除したタイトルや、「シングルイ」のように何の省略も無いそのままのタイトルも出てきている。ただしカナ 4 文字というだけなら「ぼるぼら」、「のらくろ」のように先例は存在する。

メリット(省略形風であることによる)

元のフレーズや意味を推測させることで興味を引く

既存の言葉の組み合わせで、既存作品と被らないオリジナルなタイトルを新たに考案できる

メリット(カナ 4 文字であることによる)

4 音と短い人口に膾炙しやすく、キーボードからの入力も容易

文字数が少ないため、限られた面積をいばいに利用できる

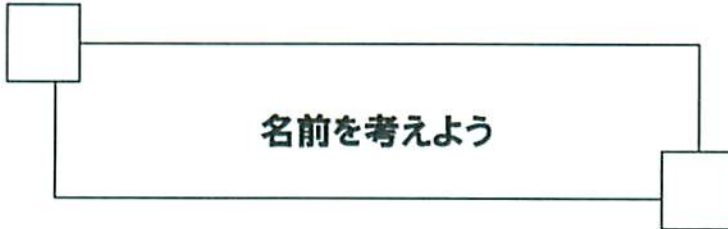
カナなので、文字の大きさに比して漢字よりも視認性が高い

文字を空間の中で大胆に配置したり、タイトルロゴにおいて文字を加工しやすいといったデザイン性に優れる

デメリット

見た側に何も想起させられない場合、その人にとっては全く無意味なタイトルになる

50 音×4 文字という性質からおのずと組み合わせが限られ、似たようなタイトルが増える(例:「まぶらほ」と「まほらば」)



キーワードを探してみよう

	連想する言葉(キーワード)
イメージ	
外観	
特徴	
人名・地名	
記号	
物語	
逆説	
他	

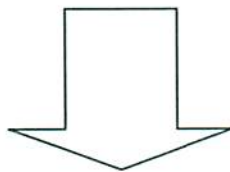
単語を組合せてみよう

キーワード	足す/短くして足す	頭文字/アナグラム/記号	語呂合わせ

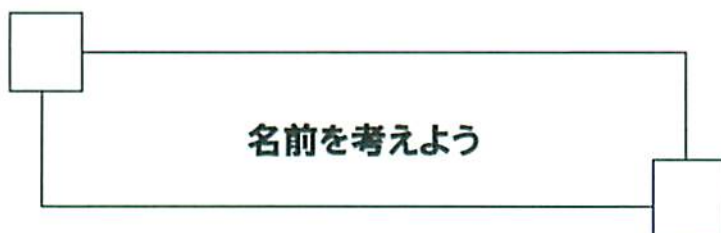


候補を3つ選ぼう

--	--	--



**決定！！**



キーワードを探してみよう

サポートワード キーワードを導くためのサポートワード

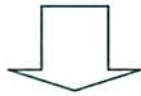
- ☆理念(イメージ) ☆取扱う商品 ☆外観 ☆人名・地名 ☆ストーリー  
 ☆効能 ☆使い方(食べ方) ☆音 ☆匂い ☆感触 ☆味 ☆逆説 他

上のサポートワード群からサポートワードを選んでキーワードを出してみよう

サポートワード	連想する言葉(キーワード)

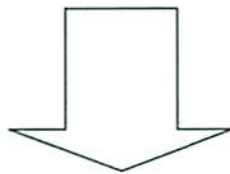
単語を組合せてみよう(キーワードを使って名前を創ってみよう)

英語にする	足す/短くして足す	頭文字/アナグラム/記号	語呂合わせ



候補を3つ選ぼう

--	--	--



**決定！！**

--



キーワードを探してみよう

キーワードを導くためのサポートワード

☆外観 ☆人名・地名 ☆ストーリー ☆効能 ☆使い方(食べ方)  
☆理念 ☆音 ☆匂い ☆感触 ☆味 ☆逆説 他

上のサポートワード群からサポートワードを選んでキーワードを出してみよう

サポートワード	連想する言葉(キーワード)
外観	形 色 質感 ……
人名・地名	発明者 関わった人 原産地 ……
ストーリー	会社立ち上げにいたるプロセス 商品開発のプロセス ……
効能	どのような結果、効果が表れるのか ……
使い方 (食べ方)	貼って使う 冷やして使う 3分待って食べる ……
理念	会社の理念 商品のコンセプト みんなの思い ……
音	使った時の音 食べたときの音 製作時の音 ……
逆説	出されているものの反対語

## ■ 創業の思い・理念

### ケンタッキー・フライドチキン (KFC)

創業者のカーネル・サンダースは40才のときに、ガソリンスタンドの一角を借りて、6席だけでの小さなレストラン「サンダース・カフェ」をオープンしました。しかし、65才の時に経営難により店は閉店してしまい、ほとんどの資産を失ってしまいます。でもここからサンダースは、世界初の「フランチャイズビジネス」を生み出しました。その方法は、ワゴン車でフライドチキン片手に、片っ端から色々な会社を回り、「フライドチキンの調理法を教えるから、かわりに売り上げの一部をくれ。」という「フランチャイズ」の原型と呼べるもので、1009社もの会社に断られ、なんと、1010社目で契約をとり、ここから「ケンタッキー・フライドチキン」の偉大な歴史が始まりました。サンダースのサービスの原点は、伝統的なアメリカ南部の「ホスピタリティ」という考えです。それは、「他人を家人のように温かく迎え、もてなす。」というものです。カーネルにとってそれは、最善を尽くして嘘のない美味しいものをつくること、お客様にご満足いただいているか常に耳と心を傾けること、人を喜ばせることにおいて妥協しないことでした。また「成功は多くの人と分かち合いたい」と、ビジネスを共にする人たちの状況に心を砕き、惜しみなく知識・技術を教え続けました。そして「他の人に一生懸命サービスする人が、最も利益を得る人間である」という信念の実践でした。一方では、少しでも余裕ができると慈善活動を行い、孤児院の子供たちのために毎日アイスクリームをつくったり、肢体不自由児のための基金をつくったりしました。人を幸せにする事に引退はない。「決して引退を考えずにできるだけ働き続けろ」「人間は働きすぎてだめになるより、休みすぎて錆付きだめになる方がずっと多い」。その言葉どおり、カーネルは90才で生涯を閉じるまで現役を通しました。

### ディズニーランド

ウォルト・ディズニーはディズニーランド開設前に「いつでも掃除が行き届いていて、おいしいものが食べられる。そんな夢の世界を作りたい」と語っていました。無論これは現在のディズニーランドの土台となっている大事な思想です。現に他のテーマパークでは何の変哲も無く行われている地面の掃除も、ディズニーランド内ではまるで1つのショーであるかの如く行われています。また、ウォルトはディズニーランドのオープン時のスピーチの中で、「私はディズニーランドが人々に幸福を与える場所、大人も子供も、共に生命の驚異や冒険を体験し、楽しい思い出を作ってもらえる様な場所であって欲しいと願っています。」と言いました。その「誰もが楽しめる」というファミリーエンターテイメントの理念は、今も各ディズニーのパークで受け継がれています。

ウォルト・ディズニーの理念

- ディズニーリゾートは「夢と魔法の王国」
- 「パークを訪れる全ての人が、現実を忘れ、幸せな時間を過ごせるためにはキャストはどんな努力でも惜しんではいけない」

～ディズニーランドの7つの法則～

- ① 目を見て笑いかける
- ② ゲストひとりひとりに挨拶し、歓迎の気持ちを表す
- ③ ゲストに接する⇒何か助けを必要としていないか創造力を働かせて話しかける
- ④ サービスを迅速に回復する
- ⑤ 適切なボディランゲージを示す⇒お客様の目線に合わせる。ゆっくり話す
- ⑥ 魔法のようにすばらしいゲスト経験を保つ⇒すばらしいサービスを行う
- ⑦ ゲストひとりひとりに感謝する⇒サービスをすることは、受けることよりも喜び

Panasonic (パナソニック)

創業者：松下幸之助の言葉

産業人たるの本分に徹し  
社会生活の改善と向上を図り  
世界文化の進展に  
寄与せんことを期す

## 綱領

### 青春

青春とは心の若さである

信念と希望にあふれ勇氣にみちて

日に新たな活動をつづけるかぎり

青春は永遠にその人のものである

松下幸之助

産業人たるの本分に徹し

社会生活の改善と向上を図り

世界文化の進展に寄与せんことを期す

綱領を分かりやすくすると、

「産業人としての本来の役割に徹し、社会生活の向上と世界文化の進展に貢献する」

## 行動基準：第1章 私たちの基本理念

### 基本は経営理念

私たちは、経営理念に基づき事業を進めてきました。経営理念とは、事業の目的と事業活動の基本的な考え方であり、「綱領」「信条」「私たちの遵奉すべき精神」に力強く簡潔に表現されています。経営理念に基づき事業を進めることは、時代の推移、事業規模・事業内容の変化にかかわらず不変です。

### 価値創造による社会貢献

私たちは、社会から「人・物・金・情報」をはじめとする貴重な資源を預かり、新たな価値を付加して商品やサービスを生み出し、世界の人々に広くご利用いただくことによって事業を営んでいます。

この営みにおいて、まず重要なことは、創造性と勤勉性を発揮し、「新たな価値の創造によって持続可能な社会の発展に貢献する」ということです。これが私たちの事業の意義であり、使命でもあります。



## 社会との密接なつながり

あわせて重要なことは、事業は社会と密接にかかわっており、社会の発展を担うとともに、同時に社会から育まれている、ということです。お客様はもちろんのこと、株主・お取引先・従業員・地域社会など、数多くのステークホルダーの有形無形のご協力とご支援があってはじめて事業は成り立ちます。また、私たちの事業活動は、経済・社会・環境のさまざまな側面でこれらの方々に影響を及ぼします。

## 企業は社会の公器

その意味では、私たちの会社は私企業であっても、事業には社会的責任があります。私たちは、「企業は社会の公器」との理念のもと、その責任を自覚し全うしなければなりません。さらに、さまざまなステークホルダーとの対話を通じて、透明性の高い事業活動を心がけ、そして説明責任を果たします。そのために、私たちは、常に公正かつ正直な行動をスピーディーに行うよう努めます。

## 地球環境はかけがえのないもの

私たち人類にとって、地球環境はかけがえのないものです。私たちの事業活動は、資源やエネルギーはもちろんのこと、さまざまな点で地球から多大なる恩恵を受けています。これを念頭に、私たちは、地球環境をより良い状態で次世代に引き継ぐための活動を、自主的かつ積極的に行います。

## グローバルな視野と行動

全世界に事業を展開しているグローバル企業として、私たちは、人権を尊重し、各国・各地域において法令を順守するとともに、文化・宗教・価値観などを正しく理解・認識することに努め、それらに対し敬意をもって接し、誠実に行動します。

## 経営理念の実践

今日、企業の社会的責任や企業倫理が従来にも増して重要になっています。

この行動基準は、経営理念を実践するため、各国・各地域における事業活動のそれぞれの場面において私たちが順守すべき基準ですが、必ずしもすべての行動を網羅するものではありません。この行動基準に定められていないものについては、経営理念に立ち返り、その本質に照らして、行動することが大切です。

### 綱領

産業人たるの本分に徹し  
社会生活の改善と向上を図り  
世界文化の進展に寄与せんことを期す

## 信条

向上発展は各員の和親協力を得るに  
非ざれば得難し 各員至誠を旨とし  
一致団結社務に服すること

## 私たちの遵奉すべき精神

### 一、産業報国の精神

産業報国は当社綱領に示す処にして我等産業人たるものは本精神を第一義とせざるべからず

### 一、公明正大の精神

公明正大は人間処世の大本（たいほん）にして如何に学識才能を有するも此の精神なきものは以て範とするに足らず

### 一、和親一致の精神

和親一致は既に当社信条に掲ぐる処個々に如何なる優秀の人材を聚（あつ）むるも此の精神に欠くるあらば所謂（いわゆる）烏合（うごう）の衆にして何等（なんら）の力なし

### 一、力闘向上の精神

我等使命の達成には徹底的力闘こそ唯一の要諦にして真の平和も向上も此の精神なくては羸（か）ち得られざるべし

### 一、礼節謙讓の精神

人にして礼節を素（みだ）り謙讓の心なくんば社会の秩序は整わざるべし正しき礼儀と謙讓の徳の存する処社会を情操的に美化せしめ以て潤いある人生を現出し得るものなり

### 一、順応同化の精神

進歩発展は自然の摂理に順応同化するにあらざれば得難し社会の大勢に即せず人為に偏（へん）する如きにては決して成功は望み得ざるべし

### 一、感謝報恩の精神

感謝報恩の念は吾人（ごじん）に無限の悦びと活力を与うるものにして此の念深き処如何なる艱難（かんなん）をも克服するを得真の幸福を招来する根源となるものなり

## 江崎グリコ

### 創業時代からのお客様第一主義

創業者江崎利一は、佐賀市近くの蓮池村で、父親の開いた菓種業を引き継ぎながら商売の道を志した。家業の合間をみては独学に励み、近所の楢村佐代吉先生に師事する。先生の教えを通じて「事業即奉仕」の商道精神を学んだ。やがて葡萄酒業で成功するが、このころ近くの有明海で、カキの煮汁に含まれたグリコーゲンと出会い、人生の新たな転機を迎えた。事業を通じて、社会に貢献したいと願う利一は、栄養価の高いグリコーゲンを活用して広く国民の健康に寄与したいとの考えから、栄養菓子グリコを創製した。利一の理念は栄養菓子グリコを通じて実現され、創業の精神「食品による国民の体位向上」として現在も生き続けている。創業期のマーケティングにも、既にお客様第一主義に根ざした製品づくりや広告と販売の実例がみられる。これらは今日の当社の企業活動の原点となっている。

グリコーゲンは簡単に言うと、動物の体内でエネルギーを一時的に保存しておくための物質。

その分子は、いちばんエネルギーに変換されやすい栄養素である糖質（ブドウ糖）がたくさんつながった構造になっています。必要な時にはこのグリコーゲンをどんどん分解して糖質を取り出すことができるので、グリコーゲンを内臓や筋肉に蓄えておくと、運動をする時にフルパワーで動けるといわけです。「一粒 300m」

## 森永製菓

森永太郎（1865年、慶応元年生まれ）の生家は祖父の代まで栄華を極めた。陶磁器の積み出し港として栄えた伊万里で一番の陶器問屋。伊万里湾の漁業権を握る網元でもあったが、父の代には家勢も衰え、6歳の時に父が病死すると財産は人手に渡り、母は再婚。親類の家を転々とする幼少時代を過ごした。

伯父 山崎文左衛門に引き取られた。「これで、お前がすきなように商売をしろ」、文左衛門はそう言って、天秤棒とざるに桶、それに五十銭を太郎にくれた。文左衛門は行商人から焼き物問屋の大商人に成功したほどの人で、太郎にも自力で商売を覚えさせようとした。

数日後、天秤棒をかつぎ、大声でコンニャクを売り歩く少年の姿が見られるようになった。ある日、コンニャク屋の主人が、「品は落ちるが、見かけは変わらない。安く卸してやるからこれを売ってみろ。もっともうかるぞ」と少年にすすめた。

少年は「もうけは多くても、悪い品物は売りたいありません」といってきっぱりと断った。その少年こそ「粗悪な品を商ってはならぬ」という伯父の教えを子供のころから身につけた太郎だった。

## 近江商人 三方よし

「三方よし」という言葉で、近江商人に共通の価値観でもあります。三方よしとは「売り手よし」、「買い手よし」そして「世間よし」ということです。商売をやっている方だけが儲かってはいけない、買い手であるお客様に喜んで貰い、お客様の利益に貢献しなければいけない。しかし、それだけでもまだ不十分で、世間様、つまり社会にその中から還元しなければいけないという考え方です。

## リコー

創業者：市村清（1900年4月4日佐賀県三養基郡北茂安村（現みやき町）市原で、市村豊吉、ツ子の長男として生まれる。）

市村が創業した企業：理研感光紙株式会社（現株式会社リコー）、三愛石油、日米コカ・コーラボトリング(株)（現コーラウエストホールディングス(株)）、三愛（ファッション）、(株)ホテル三愛、(株)日本リース・インターナショナル（現(株)日本リース）、三愛運輸(株)、九州三愛観光株式会社（現三愛観光株式会社）、九州三愛観光株式会社（現三愛観光株式会社）、三愛不動産株式会社

「人を愛し、国を愛し、勤めを愛す。」

これは、創業社長・市村清が、自分の体験に根ざした理想の哲理として、創業以前より、生涯の信念としてきたものです。

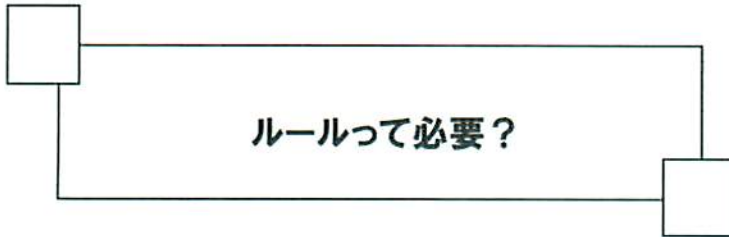
そして、市村清には、この三つの愛の精神を、サービス精神によって具現化したいという夢がありました。

1945年、その夢の実現のとき、社名はすでに決めていました。

「三愛」の誕生です。

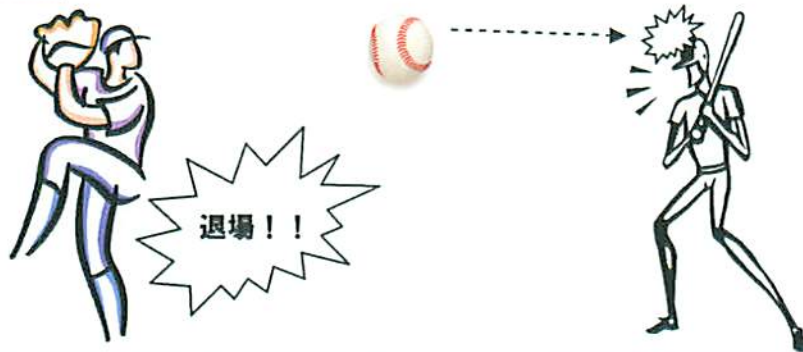
後年、その著述の中で、こう述べています。

「すべての人間が“人を愛し、国を愛し、勤めを愛す”気持ちで生活することができなければ、この社会のどこに救いがあるというのか。わたしが常日頃標榜している“三愛精神”も、根本は仏典にある“衆生済度”につながるといってもいいのである。」共に生きて行く人たちが、物心両面にわたる豊かな生活を実現することをめざし、三愛はこの三愛精神を社是としています



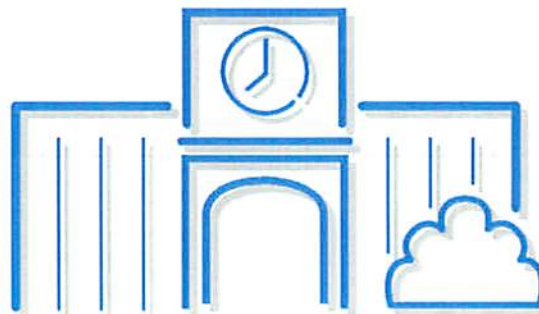
野球のルール

危険球



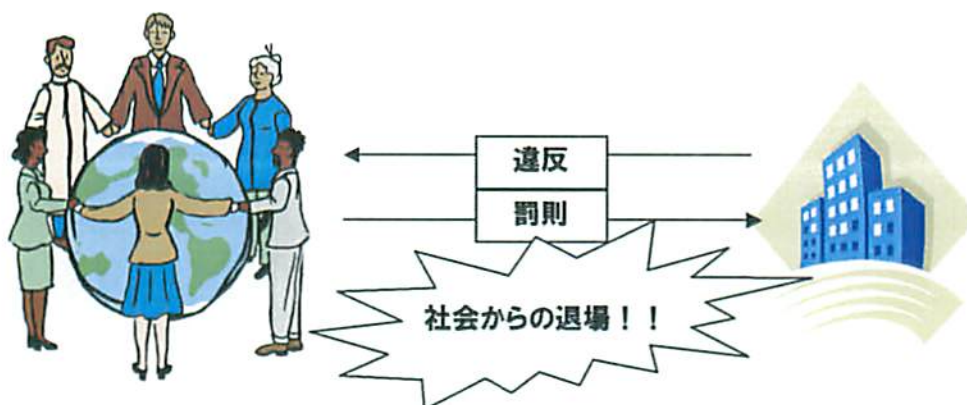
何のため	どんなルール
基本となる決まりごと	バットの材質、サイズ グラウンドの広さ
選手を危険から守るため	頭部付近への投球(危険球)
関係する人達との円滑な関わりのため	延長戦の時間制限 故意に試合を遅らせる行為

学校のルール



何のため	どんなルール
基本となる決まりごと	登校時間 下校時間
生徒を危険から守るため	廊下を走らない 部外者の学校への立入り制限
関係する人達との円滑な関わりのため	欠席/遅刻/忌引等の申請手続 生徒会活動を通して

社会のルール



何のため	どんなルール
基本となる決まりごと	道路交通法(右側通行 信号)
国民を危険から守るため	道路交通法(飲酒運転) 銃砲刀剣類所持等取締法
関係する人達との円滑な関わりのため	迷惑防止条例(騒音) 健康増進法(たばこ)

人間は社会の中で生活しています。

一人で生きているようでもどこかで誰かと関わっています。

人と人が関わりあって生活していくには、ルールを決めておく必要があります。

もしルールが無かったらどうなるでしょうか？

<例えば車を運転する時>

ある人は右側を通る。またある人は真ん中を通る……

なんてことをしていたら車はスムーズに進まないし、渋滞ばかり、そして言い争いが絶えません。

また、ひんばんに車を降りてどっちが道を通るか交渉をしなければなりません。

事故もひんばんに起こるでしょう。

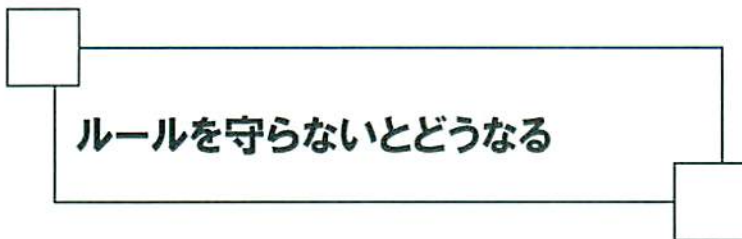
こんなことをしていたら、目的地になかなか着きませんよね。

また命がいくらあっても足りません。

そんな、面倒臭い事や危険なことにならないためにルールはあるのです。

また、ルールを守ることで自分たちの命や生活も守られているのです。

ですから、**ルールを守らないと社会の一員として生活をするを許されず、社会から隔離され、自らの安全を確保できなくなります。**

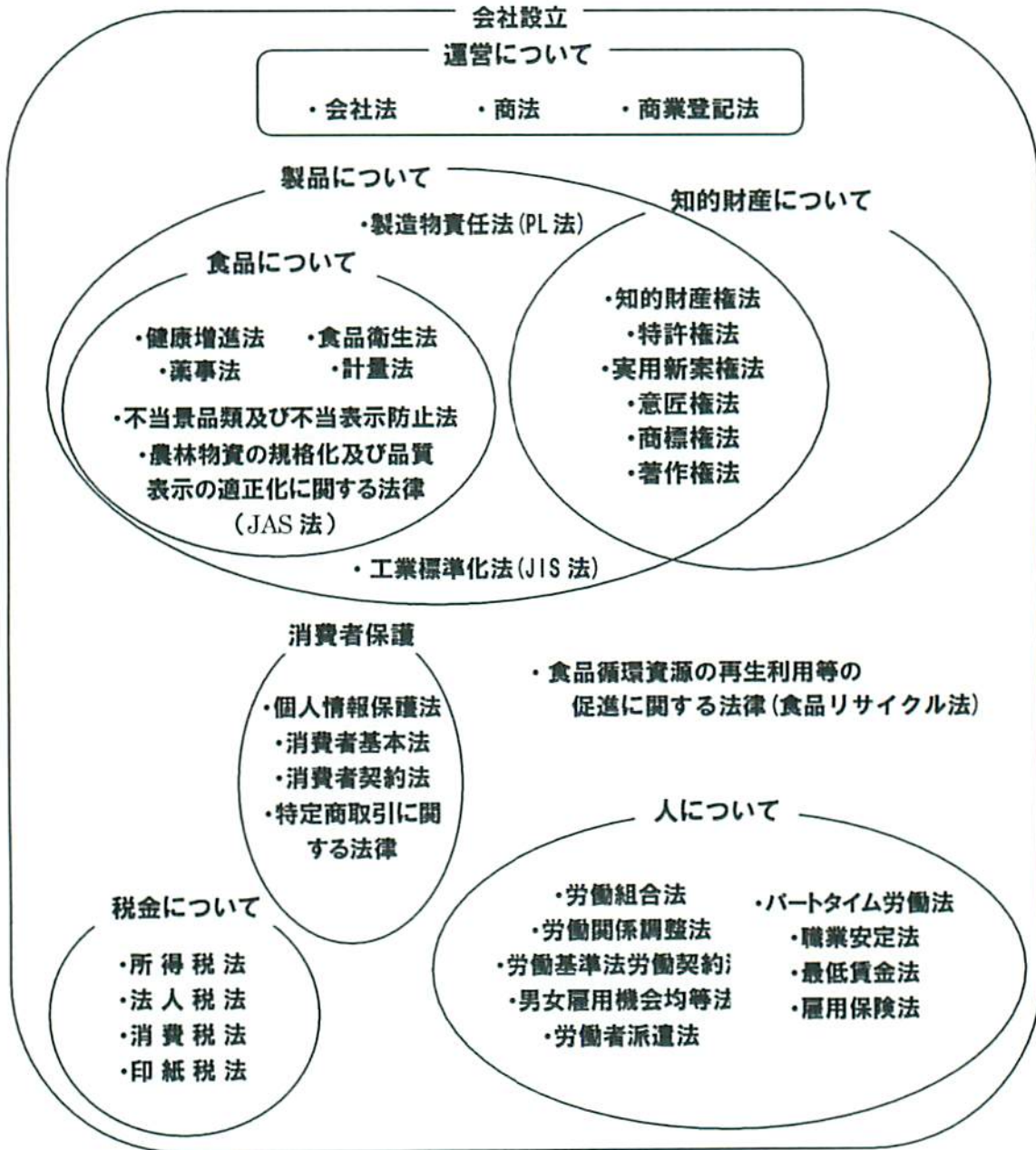


☆企業がルールを守らなかった事例

ミートホープ 牛肉ミンチ品質表示偽装事件							
何をしたの	<p>① 牛肉 100%のひき肉の中に豚肉、鶏肉、パンの切れ端などを混ぜて量を増やした。</p> <p>② ブラジルから輸入した鶏肉を国産の鶏肉と偽って自衛隊などに販売した。</p> <p>③ 味を調整するためにうま味調味料を混ぜた。</p> <p>④ 色味を調整するために血液を混ぜた。</p> <p>⑤ 消費期限が切れたものをラベルを変えて出荷した。</p> <p>⑥ 腐りかけて悪臭を放っている肉を細切れにして少しずつ混ぜた。</p> <p>⑦ サルモネラ菌が検出されたソーセージのデータを改ざんした上で小中学校向け学校給食に納入していた。</p>						
どうなったの	<table border="1"> <tr> <td>会社</td> <td>数々の不正が明らかとなり、事業を続けることが不可能となった。2007年7月18日に自己破産を申請して事実上倒産、本社建物も解体された。</td> </tr> <tr> <td>社長</td> <td>逮捕され、有罪になった(懲役4年の実刑判決)</td> </tr> <tr> <td>従業員</td> <td>職を失う 不正を告発した人も様々な批判を受ける</td> </tr> </table>	会社	数々の不正が明らかとなり、事業を続けることが不可能となった。2007年7月18日に自己破産を申請して事実上倒産、本社建物も解体された。	社長	逮捕され、有罪になった(懲役4年の実刑判決)	従業員	職を失う 不正を告発した人も様々な批判を受ける
会社	数々の不正が明らかとなり、事業を続けることが不可能となった。2007年7月18日に自己破産を申請して事実上倒産、本社建物も解体された。						
社長	逮捕され、有罪になった(懲役4年の実刑判決)						
従業員	職を失う 不正を告発した人も様々な批判を受ける						
なぜ良くないの	<table border="1"> <tr> <td>うそ ①②③</td> <td>品質表示に嘘を表示してはいけません。消費者が何を信じていいのかわからなくなります。正直に表示している人が不利益を被ります。</td> </tr> <tr> <td>毒 ④⑤⑥⑦</td> <td>不特定多数に提供する食品に、品質が劣化したものが混入していると、食中毒の原因になります。また、食中毒は人の生命にもかかわってきます。(殺人につながることもあります)</td> </tr> </table>	うそ ①②③	品質表示に嘘を表示してはいけません。消費者が何を信じていいのかわからなくなります。正直に表示している人が不利益を被ります。	毒 ④⑤⑥⑦	不特定多数に提供する食品に、品質が劣化したものが混入していると、食中毒の原因になります。また、食中毒は人の生命にもかかわってきます。(殺人につながることもあります)		
うそ ①②③	品質表示に嘘を表示してはいけません。消費者が何を信じていいのかわからなくなります。正直に表示している人が不利益を被ります。						
毒 ④⑤⑥⑦	不特定多数に提供する食品に、品質が劣化したものが混入していると、食中毒の原因になります。また、食中毒は人の生命にもかかわってきます。(殺人につながることもあります)						

## 会社経営に必要な関係法規

### ☆会社を取り巻くルール






その他、業種によって様々な守るべき関連法規があります。



## 会社経営に必要な関係法規(中学)

### ☆会社を取り巻くルール

お金について	法人税法	法人税	法人(会社)の所得(利益)にかかる税金。	約半分
	消費税法	消費税	仕入れ先に消費税を支払う。 お客様から消費税を預かる。 預かった消費税から払った消費税を引いたものを税金として納める。	5%
	印紙税法	収入印紙	30,000 円以上の領収書を発行する場合、 200 円の収入印紙を貼り、消印をする。(*1)	金額によって決ま りがあり ます
形の ないもの について	特許法	有用な発明を公開した発明者または特許出願人に対し、その発明を公開した代償として一定期間その発明を独占的に使用する権利を国が与える。 発明の保護と奨励を目的としている。		
	商標法	業務上の信用力(ブランド)を保護する  コカコーラの瓶 かに道楽の動く蟹 カーネルサンダース ベコちゃんホコちゃん    		
	意匠法	工業デザインを保護する。 新規性と創作性があり、美感を起こさせる外観を有する物品の形状・模様・色彩のデザインの創作についての権利をいう。		
	実用新案法	物品の形状等に係る考案を保護する。物品の形状、構造、組み合わせに係る考案を独占排他的に実施する権利		
物を作るとき	製造物責任法 (PL法)	製造物に欠陥があった場合の製造業者などの損害賠償について定めた法律		
特に 食品に ついて	食品衛生法	飲食が原因の危害の発生を防ぐための法律		
	農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(JAS法)	農作物の規格を設定し、消費者の商品選択を助けることを目的に作られた法律 消費者が適正な判断ができるように、加工食品、生鮮食品に表示事項の表示を義務づけている		
	不当景品類及び不当表示防止法	不当な表示や過大な景品類を規制し、公正な競争を確保することにより、消費者が適正に商品・サービスを選択できる環境を守ることを目的としている法律		

\*1:消費税額もしくは税抜き価格を記したものは、消費税別で 30,000 円を超えたものに必要



### ☆知的財産権って

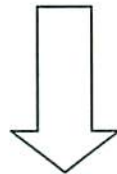
もしもあなたが、何らかの新しい発明を思いついたとします。あなたはその発明のアイデアを誰かに話し、それから自分の手で製造することにしたとします。しかし、あなたのアイデアを聞いた人があなたより先にその発明を作って「自分が考え付いた」と公言した場合、あなたの権利は失われてしまいます。このような事態を避けるために存在するのが「知的財産権」なのです。私たちの出したアイデアを守り運用していくための権利です。

知的財産権の中には

特許権、実用新案権、意匠権、商標権などがあります。

### ☆商標権

商標は、消費者がデザインや名前、形を見たときに目的の商品だとわかるものです。ですから、消費者が間違えやすいデザインや名前、形は禁止されています。



**無断で使用してはダメ！！**

例えば こんな注意がされています。

#### ■データ使用の制限

当サイトで公表されるデータを、いかなる形でも複製、展示、掲示、翻訳、翻案、再出版、配布、送信、配信することはできません。

ただし、非営利目的の個人的用途に限り、著作権に関する表示を保持したままであれば、ダウンロードすることができます。

利用者は所有する記憶媒体にダウンロードしたデータを保管し所有できますが、データにかかるすべての権利は当社及び当該権利者に帰属します。当社及び当該権利者がデータの権利を利用者に譲渡するものではありません。

<http://tezuka.aozama.net/jp/tos/index.html>

## 食品表示について

### <目的>

- ・消費者が商品の内容を正しく理解するため
- ・消費者が適正に商品を選択できるため
- ・もし事故が発生した時、責任を明確にし、対応を迅速にするため

表示は、消費者が食品を購入するとき、正しく食品の内容を理解し、選択したり、適正に使用したりするうえでの重要な情報源となり、JAS法で義務付けられています。もし事故が発生した場合には、その責任の追及や製品回収等をじん速かつ的確に行うための手がかりになります。

### <食品の表示に関する法律>

- ・ JAS法以外にも、色々な法律があります。

- ・ 食品衛生法    ・ 計量法            ・ 薬事法
- ・ 不当景品類及び不当表示防止法    ・ 健康増進法

### <表示内容>

#### ★のり塩味 ポテトチップ

名 称	スナック菓子
原材料名	ばれいしょ、植物油、食塩、青のり、唐辛子、調味料（アミノ酸等）、（原材料の一部に大豆を含む）
内容量	180g
賞味期限	2011.01.05
保存方法	直射日光・高温・多湿を避けて保存してください
製造者	〇〇株式会社 〒123-456 東京都〇〇区△△78-9

アレルギー表示



### ◆ 名称表示


- ・ その食品の一般的な名称が書いてあります。
- ・ 商品名をみただけではどのような食品が分かりづらい時には、名称を確認すればどのような食品が分かります。

### ◆ 原材料表示

- ・ 使った原材料について水以外の全てが書いてあります。
- ・ まず、食品添加物以外の原材料が、食品を作る時に使った重量の多い順に書いてあり、その後に食品添加物が書いてあります。

### ◆ アレルギー表示

- ・ 近年、乳幼児から成人まで、特定の食物が原因でアレルギー症状を起こす人が増えており、中には死に至るほどひどい症状の方もいらっしゃいます。そのため、食品中のアレルギーに関する正確な情報の提供が必要となりました。
- ・ 表示するもの：卵、乳、小麦、そば、落花生、えび、かに
- ・ 表示が推奨されているもの：あわび・いか・いくら・オレンジ・キウイフルーツ・牛肉・くるみ・さけ・さば・大豆・鶏肉・バナナ・豚肉・まつたけ・もも・やまいも・りんご・ゼラチン
- ・ 表示方法：原材料名の最後にまとめて書く表記法（一括表示）と個々の原材料ごとに、アレルギー物質を書く表記法（個別表示）があります。
- ・ 表示例

	名称	ポテトサラダ
	原材料名	じゃがいも、にんじん、ハム(卵・豚肉を含む)、マヨネーズ(大豆油を含む)、たんぱく加水分解物(牛肉・さけ・さば・ゼラチンを含む)、調味料(アミノ酸)、発色剤(亜硝酸 Na)、リン酸 Na

- ・ ハムに使用されている原材料のなかで、アレルギー物質の卵と豚肉が表示されます。
- ・ マヨネーズは卵を使用していることがわかるので、卵は省略されます。

### ◆ 内容量表示

- ・ 食品の重さや容量、個数が書いてあります。

## ◆ 期限表示

- いつまでに食べれば良いかの目安を書いてあり、食品の種類によって賞味期限・消費期限という期限表示があります。
- 「消費期限」は、傷みやすい食品に付けます。作ってからだいたい5日以内に食べ物に表示します。例えば、弁当、サンドイッチ、生めんなど
- 「賞味期限」は、消費期限よりももう少し長く悪くならない食べ物に付けられる、美味しく食べられる期間の目安です。スナック菓子や乳製品、清涼飲料水などについています。また、作ってから3ヶ月以上もつ物については、年月表示（日まで書かなくてよい）で良い事になっています。それから、期限表示をしなくてもよい食品もあります。（アイスクリーム、砂糖、塩など）。

## ◆ 保存方法

- 開封していない食品をどのように保存したら良いか書いてあります。
- 保存方法が書かれていない食品は常温で保存できます。直射日光の当たらない、湿気の少ない場所で保存しましょう。

## ◆ 栄養成分表示

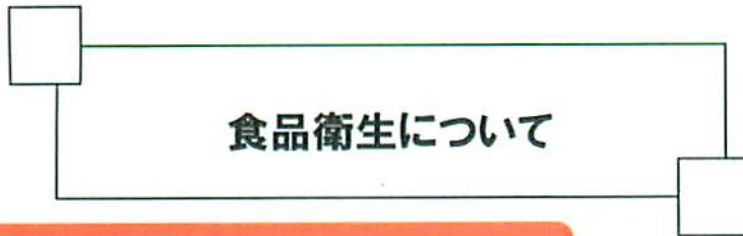
- 日本語で食品の包装容器に「ビタミンC配合」「アミノ酸バランス食品」など栄養に関する表示がある場合、栄養成分表示義務が発生します。
- 色々な栄養素がどれくらい入っているか、5項目で表示されています
- 順番は、熱量（カロリーの事）、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウムの順番で、他にも書きたい成分があればこの後に書く決まりになっています。熱量なら「kcal」とかたんぱく質なら「g」とか表示する単位も決まっています。

標準栄養成分 (1食分20g当たり)	
エネルギー	92kcal
たんぱく質	1.6g
脂質	2.4g
炭水化物	16g
ナトリウム	500mg
カルシウム	19mg

## ◆ 製造者・製造所所在地表示

- 個人の場合は氏名、法人の場合は法人名を記載します。
- 住居表示に従い住居番号まで表示します。県庁所在地や政令指定都市では都道府県名を省略できます。

※農林水産省 HP 参照



## 食中毒を防ぐには

- ◆ 食中毒を増やさない3つのポイントを学びましょう。

### 食中毒を防ぐ3原則



Copyright 2007 ND Software co.,Ltd.

#### ① 菌を付けない

- ・ 清潔を維持するには、材料・作業場・器具を清潔に保ちましょう。
  - ・ 実際調理する人の衛生意識が大切です。
  - ・ 調理前には丁寧に石けんを使って手洗いをしましょう
  - ・ 包丁やまな板など調理器具をきれいに洗いましょう
  - ・ 食材をきれいに洗いましょう
- ⇒ 汚染された食品から手やまな板などを介して他の食品に汚染を広げてしまう事もあるので、これを防ぐ為に気をつけよう

#### ② 菌を増やさない

- ・ 食品は室温で長時間放置しないようにしましょう
- ⇒ 冷凍しても細菌は死なないので、冷凍の方法にも注意が必要です  
冷蔵庫を過信し過ぎないようにしましょう

#### ③ 菌をやっつける

- よく加熱しましょう。細菌やウイルスは、高い温度に弱い生き物です。
- ⇒ 中には熱に強い毒素や細菌があるので、これだけで大丈夫というものではありません。

## 正しい手洗い手順と消毒

### ◆ 手を洗う時

- ・ トイレの後
- ・ 作業開始前
- ・ 汚い物/生ものに触れた後

こういう事にも注意しよう

- ・ 爪を短くしていないと汚れが落ちにくくなります
- ・ 石けんをよく泡立てましょう
- ・ 親指・指先には特に注意して
- ・ 手を拭くハンカチは清潔なもので

### ◆ 正しい手洗いの方法



① 水でぬらす



② 石けんを適量つける



③ よく泡立てる



④ 手の平と甲



⑤ 指の間



⑥ 親指をしっかりと



⑦ 指先(爪)



⑧ 手首



⑨ 十分にすすぐ



⑩ ペーパータオルでよく拭き取る



⑪ 蛇口栓にペーパータオルをかぶせて締める



⑫ アルコールを噴霧し消毒、やり込む

Copyright (C) TOKAI-KAKOSHI CO.,LTD. All Rights Reserved

## 服装と健康管理

### ◆ 服装と健康管理

- 食品を取扱う際の服装は、バンダナ・エプロン・マスク、この3つは最低必要です。
- 細菌やホコリは衣服にたくさん付着しています。外からの細菌やホコリは食品に付着させてはいけません。
- 服装はできるだけ白色を利用した方がよいです。白色だと汚れがよく目立つからです。
- バンダナは、髪の毛の細菌やホコリを落とさないための物です。必ず髪の毛を隠す必要があります。
- マスクはクシャミ・鼻水で食品を汚染しないためのものです。一般的なマスクであればどの様な物でもかまいません。
- 傷のある者、病気中の者は、作業現場に入る事は、先生に相談しましょう。
- トイレに行く時はエプロンなどを外しましょう。

### 安全安心のためのチェックシート



Copyright(C)2004-2010 illustpop

- ◇ 作業場は清掃し片付けましたか。
- ◇ 清潔な器具・容器などを準備してありますか
- ◇ 食品の保管は適正な温度で保たれていますか
- ◇ 爪は短くしてありますか
- ◇ 下痢/発熱などの症状はありませんか
- ◇ マスク・使い捨て手袋を用意してありますか
- ◇ 身だしなみは大丈夫ですか
- ◇ 手を洗いましたか

### <佐賀県での事故例>

① 日付	平成20年5月
② 場所	白石町立有明西小学校
③ 内容	6年生16人(男子6人、女子10人)が調理実習で作ったコンソメスープで腹痛・下痢が発症。 黄色ブドウ球菌が検出され食中毒と断定された

(毎日新聞)



## 食品衛生法

### 赤福 消費期限及び製造日、原材料表示偽装事件

#### 経緯

2007年10月12日、食品の品質表示などを定めた農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）違反容疑で農林水産省及び伊勢保健所の立ち入り調査を受けていることがわかった。関係者によれば、夏場に製造日と消費期限を偽ったことがあると伊勢保健所に情報が入り、その結果9月19日より農水省と伊勢保健所が任意調査を行ったという。

農水省によると、赤福は出荷の際余った餅を冷凍保存して、解凍した時点を製造年月日に偽装して出荷していた。赤福は、解凍しての再包装を「まき直し」と称していた。

偽装は、未出荷のものもあれば、配送車に積んだまま持ち帰ったものもあった。さらには回収した赤福餅を、餅と餡に分けて、それぞれ「むき餅」「むき餡」と称して、自社内での材料に再利用させたり、関連会社へ原料として販売していた事実も発覚した。

偽装品の出荷量は、平成16年（2004年）9月1日から平成19年（2007年）8月31日までの間に、6,054,459箱（総出荷量の約18%）に上り、これ以外の期間にも日常的に出荷していた。10月18日23時赤福側が緊急会見を発表し、売れ残った商品を製造日を偽装再出荷したことを認めた[4]。

これは食品衛生法違反行為であり、農林水産省は本社工場等を強制調査方針。これを受けて三重県は行政処分として19日より無期限営業禁止処分方針を決めた。また、原材料表示では、使用した重量順に「砂糖、小豆、もち米」と表示すべきところを、「小豆、もち米、砂糖」と表示していた。但し、赤福のまき直し行為は十数年前から地元保健所が把握していて、JAS法担当部署に連絡しなかった不作為行為が発覚。行政責任も問われている。この問題が発覚後、三重県内や名古屋市、大阪市など東海・近畿の駅売店、百貨店などでは赤福餅の販売を自粛し、伊勢市の赤福本店は臨時休業となった。また、時事通信によれば、製造日偽装は34年前から行っていた。さらに『日本経済新聞』は、少なくとも40年前（1967年頃）から偽装を始めていたと報じた。

### 船場吉兆 消費/賞味期限切れの菓子・惣菜の販売

2007年10月28日、「吉兆」グループの1社である「船場吉兆」（大阪市）が運営する福岡市岩田屋本館地下2階の「吉兆天神フードパーク」で、売れ残った「黒豆プリン」「桜ゼリー」「抹茶ゼリー（抹茶涼み）」「タルト」「ほうじ茶ケーキ」の5種類の菓子のラベルを毎日張り直し消費期限もしくは賞味期限の表示を偽装していたことが明らかとなった。なお、この製品を製造したのは、船場吉兆の店舗ではなく、製造委託を受けた福岡市内の洋菓子店である。福岡市食品安全推進課は同年9月11日から調査を実施、船場吉兆は同年10月27日より全商品の販売を取りやめた。

2007年11月1日、「吉兆天神フードパーク」で販売していた「栗のふくませ煮」などの惣菜の内、消費期限・賞味期限切れの食材を岩田屋新館7階にあった「吉兆天神店」に流していたことが発覚。また、船場吉兆も12商品の惣菜で期限切れ販売をしていたと認めた。

大阪の各百貨店では今回の事態を重く見て、おせちやその他製品の取り扱いを見合わせ、11月12日、博多大丸は、船場吉兆側に物販・飲食の契約解除を通知、看板も撤去された。

#### 船場吉兆 地鶏の産地偽装

2007年11月9日、大阪府中央区の本店でも、九州産の牛肉を「但馬牛」、ブロイラーを「地鶏」、等と表示を偽装していた事が判明した[2]。産地や原材料を偽装していた物は合計で10商品に上っている。

船場吉兆側は「ブロイラーの件は業者が地鶏と偽って納入した、産地偽装の件は現場の仕入担当者が独断で行った」としているが、前者に関して業者は「地鶏として船場吉兆に販売したことは無い」、後者に関して店員や業者は「値段や品質も違うのは明らかであり、船場吉兆役員も承知していた」とそれぞれ証言しており、両者の言い分は真っ向から対立した。なお、船場吉兆が鶏肉を仕入れていた京都市の「とり安」は「国産若鶏（若鶏＝ブロイラー）」専門業者として100年以上の業歴を有する老舗であり、当事者の吉兆よりも歴史は古い。

#### 船場吉兆 みそ漬の産地偽装

2007年11月16日、大阪府警生活環境課は不正競争防止法違反（品質虚偽表示）の疑いが強まったとして、本店などの関係各所の強制捜査に入った。捜索場所は、本社のほか大阪府中央区の湯木社長宅や、専務宅、事務所など12か所。府警は湯木社長ら幹部からも任意で事情聴取した。

直接の容疑は、同年3-10月にかけて、「牛肉みそ漬」「牛肉みそ漬と鶏肉みそ漬セット」「牛肉みそ漬と明太子セット」の三つのセットの原材料として、佐賀県産と鹿児島県産の牛肉を使って加工した商品を箱詰めした。そのうえで「但馬牛」「三田牛」などと表示したシールをはり、東京都内のギフト販売会社と大阪市内の阪急百貨店に計101個を納入した疑い。この三つの商品は約3万-約1万5000円で販売していたという。

船場吉兆の幹部らは商品表示の一部に虚偽があった事実については認めているが、「会社ぐるみではない」「幹部の承知事項ではない」などと組織的な関与を否定してきた。だが、偽装商品が多岐に渡るなどから末端社員らの単独行為とは考えにくく、府警は不正が長期間継続・放置されてきた疑いが強いとみている。

## JAS法

#### 「白い恋人」賞味期限1ヶ月先延ばし問題

2007年8月、白い恋人の一部に、賞味期限を1ヶ月延ばして販売したものが発覚。全商品の自主回収を行い、本社工場は操業を停止した。後に白い恋人以外の商品について最長2ヶ月の先延ばしも発覚した。この問題の発覚と前後して、本社工場で生産しているアイスクリームから大腸菌群が、ハウムクーヘンから黄色ブドウ球菌が検出されたことも判明した。雪印企業グループやミートホープに続く北海道の食品メーカーによる不祥事は、北海道外の地域での「北海道ブランド」のイメージに非常に大きな影響を与えた。

同年8月17日、石水勲社長は引責辞任を表明。後任の社長には旧北海道拓殖銀行出身で北洋銀行元常務取締役の島田俊平が、8月23日付で就任した。

島田社長は同日、役員を刷新。石水勲を含め5人いた取締役（うち4人は石水とその親族。他の1人は賞味期限延ばしを主導したとされる統括部長）のうち、4人を退任させ、自身のほか、1人（取引店・宮の沢支店の支店長）を北洋銀行から、1人（公認会計士）を外部から招聘、2人を社内から起用した。石水勲の長男石水創は留任させた。これについては、将来の社長候補の含みを持たせているとされている。

同年8月24日、札幌市保健所は食品衛生法に基づき、大腸菌群が検出されたアイス菓子類の廃棄を命令し、衛生面の改善を求める行政処分を行い、8月29日、札幌市の命令に従い、大腸菌群が検出された6月11日製造の「雪だるまくんアイスクリーム（抹茶）」232個を廃棄した。

自主回収から約100日を経た同年11月15日、保健所ので了承を得て製造を再開し、22日に販売も再開した。

## 景品表示法

### ハウス 六甲の美味しい水

公正取引委員会は 2008 年 6 月 17 日、景品表示法違反（優良誤認）で同社に排除命令を出した。

これは、公取委によると 2 リットルボトルを製造する六甲工場が神戸市西区にあり、神戸市灘区の 500 ミリリットルと 1.5 リットルの採水場から 17 キロ離れた場所で採水していること。また、「花崗岩内のミネラルを溶かし込み」とラベルで表示していたが、西区の六甲工場は大阪層群で六甲山系の地下水が流れているとは考えにくく、また、六甲山系から西区の工場に至るまでに透水性の悪い粘土層や高塚山断層があり地下水が流れるとは考えにくく、たとえ地下水が流れたとしても長年かけて粘土層を通るためミネラル分が失われるためだと発表している。（但し、科学的に完全に立証はされていない）。そして、2 リットルボトルは花崗岩質に多く含まれるカルシウム分が灘区の採水場より 4 分の 1 しか含まれていない。

ハウス食品も、複数の専門家から意見を聞き、花崗岩が分布している六甲山系西側の地下水を汲み上げているという学説やデータを提出したものの、地下水脈の構造について 100%証明することができないため、公正取引委員会の理解を得ることができず、花崗岩からミネラルがどのようにどれくらい溶け込んだ事かを立証する事はできないと判断し、（立証できない以上は、）優良誤認であると認めた。景品表示法では合理的な根拠を示す資料を提出しない又は合理的な根拠を示す資料と認められない場合当該表示は不当とみなされる。

### ソフトバンク 通話料 0 円 メール 0 円

ソフトバンクモバイルが顧客同士の通信料金を「通話 0 円、メール 0 円」と強調しているのが景品表示法の「有利誤認」に当たる可能性があるとして、KDDI（au）とNTTドコモが指摘。KDDI が公取委に相談を持ち掛けていた。ドコモとKDDI は、午後 9 時から翌日午前零時台までの無料通話時間に制限があることなど条件の表示が小さく、顧客に誤解を与える恐れがあると主張している。

また「通話 0 円、メール 0 円」を利用する際に新たに契約が必要となり、この契約に基づく基本使用料について「定価 9600 円」を 2880 円へと大幅に割り引くとしている点に対し「そもそも定価の意味が不明」などと指摘、「不当表示」に当たるとしていた。

ソフトバンクモバイルは「公取委に説明をしたのは事実だが、法律を守っていると考えている」（広報部）と反論している。

## 公取委「燃費向上効果なし」 19社に排除命令

冷却水の添加剤やシガーソケット取り付け器具など自動車の「燃費向上」をうたった16商品は効果の根拠がないとして公正取引委員会は8日、景品表示法違反（優良誤認）でカー用品メーカーなど19社に排除命令を出した。命令を受けたのは「ソフト99コーポレーション」（大阪市）、「奈良健康堂」（奈良市）など。公取委は裏付けとなる資料の提出を求めたが各社は科学的な根拠を示さなかったという。（共同通信）

カーショップなどでよく見かける燃費向上グッズ。これを自動車に装着したり添加したりすることでその燃費を抑えるという謳い文句で、実に色々な商品が販売されています。

さてこの燃費向上グッズですが、まあ、よくある疑似科学というヤツを使って、科学的根拠があるかのように謳い消費者を騙すか如くの手口で販売されているのが実情です。車によって個体差が出るというのは解らないでもないですが、装着したからといって必ずしも燃費向上の効果が得られるかというとは必ずしもそういうわけでもなく、その効果は使用者の感覚によるところがあるのです。すなわち変わったように感じることもあれば何にも変わらないと感じる場合があるということで、その効果は非常に曖昧なものが多いのです。

## 薬事法

### 田辺三菱製薬 試験データの改竄

2010年4月13日 同月17日から25日間の業務停止とする行政処分を受けた。理由は、子会社の製造会社である「ハイファ」が人血清アルブミン製剤である「メドウェイ注」を厚生労働省への承認の申請を行った際に不純物の濃度を実際よりも低く見せかけたりアレルギー反応の陽性を陰性にデータを差し替えて16件の項目において改ざんするなどして承認を通りやすくしたことによるもの。なお、「ハイファ」は薬害エイズ問題で経営が悪化し、最終的に田辺三菱製薬に吸収合併された旧ミドリ十字の子会社である

### 食品販売会社「越後花びら茸」の役員が薬事法違反

新潟県の食品販売会社「越後花びら茸」役員の吉原哲也容疑者が、同社が販売する健康食品の広告をインターネット上に掲載した際、医薬品としては承認を得ていないにも関わらず効果をうたったとして13日、新潟県警生活保安課などに薬事法違反の容疑で逮捕されました。

吉原容疑者は同社の販売責任者で、「特選越後花びら茸カプセル」などの商品広告を自社ホームページに掲載した際に、“免疫力のアップによい”や“4年近く飲み続けたらヘルペスになる頻度が減った”などと効果をうたっていたということです。

販売された商品は「ハナビラタケ」と呼ばれるキノコが原料で、カプセル180錠入り8000円、粉末50グラム4500円で、インターネットなどで販売されていたということです。

同社ではハナビラタケの栽培を2003年から始め、商品は毎月500個前後販売していましたが、ここ数年は赤字続きで昨年からは生産をやめて在庫のみの販売をしていたということです。

## 製造者責任法

### 松下製小型ガス湯沸し器死亡事故

2007年2月19日、パロマ、リンナイ製の小型湯沸し器による一酸化炭素中毒死亡事故をうけて、日本ガス石油機器工業会は加盟企業の事故データを発表した。

発表によるとパロマは事故件数7件、死亡人数9人、リンナイは件数5件、死亡10人、松下は件数27件、死亡48人（1986年以降）と松下の数字はパロマ、リンナイの数字を大幅に上回っていた。松下は発表があるまでこれらの事故を公表しておらず、事故原因を「使い方に問題があった」として片付けてきた。

27件の死亡事故が起きていた松下製湯沸かし器は、室内で空気を取り入れ室内に排気する開放式と呼ばれるタイプ。いずれも「不完全燃焼防止装置」は付いておらず、「GW-525」「GW-5D」など少なくとも9機種が確認されている。

年代別では、1986年 - 1989年に17件の事故が起き、計30人が死亡。その後は、1990年～1999年が8件（死者16人）、2000年以降が2件（死者2人）となっている。1989年2月には5件の事故が集中的に起き、1992年3月には1度に4人が死亡する事故もあった。1番新しい事故は2006年3月の発生だった。同工業会が開示した事故データによると、27件の大半は「換気扇を回していなかった」など使用者側の誤使用に原因があったとされている。

松下はいずれの死亡事故も公表していなかったほか、使用者へ注意を呼びかけることもしなかった。同社はFF式石油温風機による一酸化炭素中毒事故の時は「製品に問題がある」として直ちにリコールを行ったが、湯沸し器ではこういった対応をとらなかった。その理由について同社広報は「製品に起因するものではないので必要ないと判断した」としている。同社HPでもFF式石油温風機による死亡事故の記述はあるが、湯沸し器の死亡事故に関する記述は無い。

## 三菱リコール隠し

三菱リコール隠しは、2000年に発覚した三菱自動車工業の乗用車部門とトラック・バス部門（通称三菱ふそう、現在の三菱ふそうトラック・バス）による大規模なリコール隠しをいう。

その後、トラック・バス部門の更なるリコール隠しが2004年に発覚。乗用車部門も再調査され国土交通省によると2000年の調査が不十分だったことが判明し、会社の存続の危機に遭遇している企業倫理の問題として、自動車業界とは異業種ではあるが、松下電器産業のFF式石油温風機の欠陥問題やジョンソン・エンド・ジョンソンの毒物混入事件における速やかな対応などと対比されることもある。

### 概要

2000年に発覚した大規模な三菱自動車工業のリコール隠しで市場の信頼を失い、再建途中にあったが、2003年に発生した系列会社の三菱ふそうトラック・バスの大型車のタイヤ脱落事故について、構造上の欠陥およびリコール隠しの疑いが濃いことが明るみに出るとつれ、2004年4月22日に筆頭株主であるダイムラー・クライスラーは財政的な支援の打ち切りを発表した。これを受けて2002年6月から三菱自動車工業の最高経営責任者（CEO）を務めているロルフ・エクロート社長は辞意を表明している。

2004年5月6日に大型車のタイヤ脱落事故で三菱ふそうトラック・バス前会長の宇佐美隆ら7人が神奈川県警察本部などに逮捕された。同日、国土交通省は三菱ふそう前会長の宇佐美隆ら5人と法人としての三菱ふそう・三菱自動車を神奈川県警察本部に告発した。さらに、6月10日には別の事故で河添克彦元社長・宇佐美隆三菱ふそうトラック・バス前会長ら7人が、神奈川県警察本部・山口県警察本部などに逮捕された。

そのため、以下の制裁措置を受けた。

国土交通省 - 1週間に1回の報告義務、車両の入札における指名停止、型式審査の厳格化

警察庁 - 車両の入札における指名停止

その他、岐阜県、京都府、岡山県、さいたま市、倉敷市以外の一部の自治体も車両の購入を禁止した。

その後、延べ4000人以上を動員して販売会社に残っていた過去全ての不具合記録を自主的に分析し、1998年以前の100件以上の欠陥を発表した。なお、2000年以降、乗用車ではリコール隠しや闇改修は行われていなかった。2006年9月にはユーザーから寄せられた不具合情報を共有可能とする新品質情報システムの導入を発表した。これにより、不具合の原因究明における統計分析の迅速化や、販売会社での修理手順・見積もりの照会などを可能とし、品質改善の迅速化を図っている[1]。

上述の告発を受け、本事件は刑事裁判となった。

### ■横浜母子3人死傷事故<道路運送車両法違反>

2006年12月13日、横浜簡易裁判所は、過去の報告うち9件は虚偽と認めたが、犯罪として証明できないとして無罪判決をした。しかし、2008年7月15日、東京高裁は、これを破棄して、三菱ふそう元会長の宇佐美ら3人と、法人としての三菱自動車に対し、それぞれ求刑通りの罰金20万円の有罪判決をした[2]。

2010年3月9日、最高裁第1小法廷は被告側の上告を棄却、三菱ふそう元会長の宇佐美ら3人の有罪が確定した。法人としての三菱自動車も、2審有罪判決の上告を行わず、有罪が確定している。[3]。

### ■横浜母子3人死傷事故<業務上過失致死傷>

2007年12月13日横浜地裁は「欠陥の把握は可能だった。放置すれば人に危害が及ぶことも容易に予測できた」と認定し、元市場品質部長、村川洋（61）と元同部グループ長、三木広俊（59）の両被告にいずれも禁固1年6月、執行猶予3年の有罪判決を言い渡した。（横浜地裁 平成16年（わ）第1225号）

2009年2月2日東京高裁は、元市場品質部長、村川洋（61）と元同部グループ長、三木広俊（59）の両被告にいずれも禁固1年6月、執行猶予3年の有罪判決を言い渡した地裁判決を支持し、両被告の控訴を棄却した。判決では、「事故原因を強度不足と断定できなくても、その疑いがあつた時点でリコール（回収・無償修理）してい

れば 02 年の事故も防止できた」として、両被告の過失を認定した。

#### ■山口運転手死亡事故<業務上過失致死>

2002 年に起きた三菱自動車製大型車のクラッチ系統部品の欠陥により鹿児島県の運転手の男性が死亡した事故をめぐり、業務上過失致死罪に問われた件については、元会長宇佐美隆氏を含む 4 名は控訴を取り下げて、1 審横浜地裁で言い渡された禁固 2 年、執行猶予 3 年の有罪判決が確定している。[2]

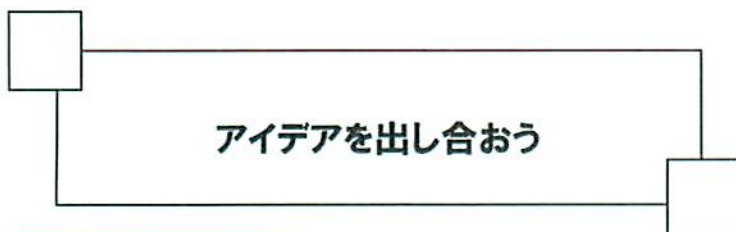
#### こんにゃくゼリー 窒息事故

ゼラチンのものに比べて弾力性が高く、口腔内の温度でも溶解しないため、幼児や老人が噛まずに飲み込んだ場合、最悪喉に詰まらせ窒息する恐れも指摘される。容器から直接に食べるため、吸気と一緒に咽頭や喉頭に嵌頓することも、窒息事故の原因と推定されている。実際に死亡事故も発生しているため、欧州連合では 2003 年からゼリー菓子の材料にこんにゃくを使用することを禁じており、韓国やアメリカ合衆国でもこれに追随する形で、販売の禁止または事実上の流通停止を行っている。

日本においては、一口ずつ噛み切って食べるようにパッケージへの記載や、グルコマンナン濃度の低下など物性や形状等の工夫がはかられているが、国民生活センターによると、1995 年以降 22 件の死亡事故が発生しているとされ [3]、このことが 2007 年から 2008 年にかけて報道された際には大きな社会的関心を集めた。国会やマスメディアがこの問題を取り上げ菓子メーカーの企業責任を厳しく追及し、日本でも海外のようにこんにゃくゼリーを全面的に禁止すべきであるという意見も出される中 [2]、こんにゃくゼリー最大手であるマンナンライフは対策を取るために一時生産を停止し、後に生産を再開する際にも警告文を大きく表示するなどの対応を迫られたほか、同業他社も同様の対策を取るようになった。

一方で 22 件という件数は、「餅」「ご飯」「パン」などを喉に詰まらせ窒息する事故の件数と比較すると極めて少なく [5]、こんにゃくゼリーだけを問題視することには異論もある。前述のように日本において菓子メーカーの責任が関心を集めた際には、こんにゃくゼリーの販売中止に反発するインターネット上の署名運動が 1 か月間で 2 万 7 千筆を集めるなど、菓子メーカーのバッシングに対する反発や同情の声も寄せられており [6]、世論は賛否に分かれた。なお、後に内閣府の食品安全委員会が特定の食品類を 1 億回口に入れた場合に窒息する頻度を推計したところ、こんにゃくゼリーの窒息リスクは 0.16~0.33 人とされ、飴類 (1.0~2.7 人) と同程度としつつも、ワースト 1 位の餅 (6.8~7.6 人) と 4 位のパン (0.25 人) の間に位置する危険度があるという結果を発表している。

このことが報道によって周知され対策が行われていた 2008 年 7 月にも、1 歳 9 か月の幼児に祖母が警告文を読まず、報道でも危険と指摘されていたされていた、コンニャクゼリーを凍らせた状態で与え、ゼラチン原料のゼリーと同感覚にこんにゃくゼリーを噛まずに (吸い込むように) 飲み込み、喉に詰まらせて気道閉塞によって窒息死するという事故が発生している [8]。ゼラチン原料の通常のゼリーでも窒息事故は発生しており、吸い込むように飲み込むのは危険である。また、製造者が意図していない「凍らせる」「冷やす」といった危険性を高める要素が加わると、粘性が高まったり、粘膜に付着し易くなったりして、窒息のおりに取り出すのが更に困難となる。ゼラチンと違い体温で柔らかくなったり溶けたりしないグルコマンナンの性質も窒息の可能性を増加させている。国民生活センターでは「子どもや高齢者に絶対に与えない!」という警告を発している



## ブレインストーミング

ブレインストーミングとは、ある議題についてアイデアを出したい場合や、問題点を列挙したい場合などに、複数人が集まって自由に意見を述べる方法のことです。この方法により、新たな発想を生みだすことが期待できます。

## 四大原則

### ①3セズ(批判せず、議論せず、くどくど説明せず)

特定のアイデアに対してすぐに批判してしまうと、そのアイデアは育つ前に死んでしまいます。芽の段階での批判は簡単ですが、そこから発達するアイデアに飛躍的なものがあるかもしれません。批判されるのが嫌で発言を控える雰囲気になっては元も子もありません。また、量を出すことが目的ですのでここでは議論や説明の必要はありません。



### ②アイデアの量にこだわる。

アイデアの質を気にして発言を控えていては飛躍的なアイデアはなかなか出ません。質よりも量を追求することで、飛躍的なアイデアが出てくることを期待します。

### ③突拍子もないアイデアを歓迎する。

突拍子もないアイデアは一見愚かな意見のように見えますが、参加者の頭の中や議論の方向性に刺激を与えます。また、同じ組織や会社のメンバーは「絶対に」固定観念を持っているので、そこから離れたアイデアの芽は突拍子もないアイデアから生まれることもあります。

### ④アイデアの便乗大歓迎。

他人のアイデアに便乗して他のアイデアを出すことは大歓迎です。量を多く出すことが目的ですので、一つのアイデアをヒントに様々なアイデアを出すことが必要です。

## 準備するもの

- ◇模造紙
- ◇付箋紙
- ◇サインペン(鉛筆)



## 進め方

- ①司会者(リーダー)を決める
- ②メンバーに付箋紙を配る
- ③個人で自由にアイデアを出す。付箋紙1枚に1アイデアを簡潔に書く(10以上)
- ④グループ内でそれぞれのアイデアを出し合う(3セズ)
- ⑤アイデアをグループ分けする(議論する タイトルをつける)
- ⑥できるものと、できないものに分ける
- ⑦商品を決める