

思ったとおりだったのがア

JRCP(ホームページ) 消費期限「逸脱」 お客様(マスコミ) 消費期限「偽装」 この違いは何を意味するのか

〒21

2008. 3. 12

JR東海労東二運分会

何とも恥ずかしい記者会見でした。11日、JRCP建守社長が調査結果を元に、記者会見でまた頭を下げました。テレビを見る限りでは開き直りとも取れる内容でした。

「〒20」で「1年前(もっと前?)からと、東京工場(内部告発?)で、が気になります」と二つの指摘をしたとおり、社内規定を見直して消費期限を5時間短縮した「平成17年4月頃を節目に消費期限を超えるような前倒し作業が多く発生したものと考えられる(JRCPホームページ)」、ということです。なんともお客様を馬鹿にした話しです。

同じくホームページの見苦しい言い訳は「万博需要による工場の製造数が増大した」ためです。しかも平成17年以前にも「イベント等で大量注文があった場合などは前倒し作業が発生していたのではないか」とも。さらに、販売商品数について、前回の15,900を「サンドイッチの集計に一部漏れがあった」として16,800に訂正しました。

(風聞ですが、サンドイッチと言えば、お客様から「サンドイッチのパンが硬い」と言われたパーサーが「硬めのパンに変わりました」と言ったとか、言わなかったとか。実際に硬目のパンを使用しているとしても、このお客様は今、何を思っているかを考えると心が痛みます)

マスコミ＝お客様は「偽装」と断言しているのに JRCPは「逸脱」としています。この違いこそ「偽装」の証です。建守さんは05年度まではJR東海の常務取締役でした。社長お願いです、二つ目の指摘、東京工場(内部告発?)で、当たっていても犯人探しはしないでください。

しかし疑問です。平成17年以前にも前倒しがあったのになぜ5時間短縮したのでしょうか。邪推かもしれませんが、社員の苦労を知らない管理者が一方的に決めたのかもしれない。どこかわたしたちの職場に似ていませんか。

「前倒し 偽装重ねて 逸脱と」 CD頑爺