



太陽グラントソントン Advisory Insights

フォレンジック & サイバー

今回のテーマ： 不正調査におけるアンケート調査の進め方

はじめに

第31号「不正調査における類似案件調査 後編」において、不正調査におけるアンケート調査の概要をご説明しました。本稿では、不正調査において特徴的な手続であるアンケート調査について詳しくご紹介します。

1. アンケート調査の目的

不正調査におけるアンケートでは、多数の対象者から調査対象事項に関する様々な情報を収集します。それらの情報には、時として調査実施者が想定していなかった内容が含まれていることもあります。不正調査におけるアンケート調査で収集すべき情報は大きく2つに分類されます。

- ① 調査対象事案に類似する不正（類似事案）に関する情報
- ② 調査対象事案の発生原因や再発防止策の検討に資する情報

このうち、②はどちらかといえば外部専門家による第三者委員会調査等が想定されるため、本稿では①を念頭にご紹介します。

2. 質問項目の作り方

a 質問内容

類似事案に関する情報収集のための質問項目として、まずは「判明している不正事案と同種の不正について見聞きしたことはないか」というストレートな質問が考えられます。不正は隠蔽を伴うものですが、「人の口には戸は立てられぬ」のとえもあるように、意外と重要な情報が得られることがあります。

もちろん、これだけでは質問事項としては不十分で、その不正に関連する取引の性質等に着目した質問から不正発見の端緒となる情報を収集します。特徴的な取引は取引データ分析やドキュメントレビューで調査することもできますが、機械的に抽出することが難しい特徴や社内データの整備・保存状況から客観証拠からの洗い出しが困難な場合もあり、そうした場合はアンケート調査が有効です。

ご参考に不正支出に関するアンケート項目の例を紹介します。

- ① 支払先に架空の取引を発注し、あるいは通常よりも過大な金額で取引を発注し、その支払額の一部あるいは全部を支払先から個人的に受け取ったことはありますか、あるいはそうした行為を見聞きしたことがありますか？
- ② 親族あるいは知人の会社と支払取引を行ったことがありますか、あるいはそうした行為を見聞きしたことがありますか？
- ③ 仕入先・外注先から得意先に商品あるいはサービスが直接提供され、販売先への役務提供を貴社が直接確認していない取引はありますか。
- ④ 複数の発注候補から選定することが難しい特殊な外注取引や購買取引はありますか。
- ⑤ 発注担当者以外の第三者（当該部門の上長や購買部など）に発注内容や価格の妥当性の検討が難しい取引はありますか？

b 質問形式

有用な情報を得るために形式面でも注意を払う必要があります。例えば、質問数が多すぎると回答者が真面目に対応しない場合があります。回答者が理解できるように平易な表現を用います、不正の手口など複雑な説明が必要な場合には図示することも検討します。

回答をデータ集計することを念頭に、質問は YES/NO で回答出来る内容とし、質問した事項に該当する場合に詳細な記述を求める形式とするのが一般的です。

その他に質問項目として、オープンクエスチョン（例えば、「これまでの質問項目に限らず、何か不適切な会計処理あるいはその疑義に関してご存じのことがあれば記載ください。」）を設定するかどうかという論点があります。アンケート調査を利用して広く情報を集める趣旨ですが、何らか不正の疑義の可能性のある情報が寄せられた場合、それが不確かなものであっても、無視するという選択肢は会社としてはなく、なんらかの対応が必要となります。オープンクエスチョンを採用する際には、そのことを十分に理解しておく必要があります。

3. アンケート調査の手続設計

質問事項のほかに、以下の項目等について具体的な内容を設計します。

項目	内容
記名／無記名	無記名式は自由な意見が集まりやすいですが、回答の内容に対する追加調査が必要になる場合があるため記名式が原則です。
調査対象期間	回答者が過去の出来事を回答不要であると誤認しないように、また不必要に過去の情報を持ち出さないように何らか調査対象期間を明記するのが基本です。
対象者（社内）	調査及びアンケートの目的に応じて、企業グループ内の対象会社、対象部署、対象職位等を決定します。 不正を行った本人が自己申告するケースは少ないので、不正に関連する情報を持っている可能性のある者をカバーできる合理的な送付範囲の設定が重要です。 調査対象期間における組織変更や人事異動にも注意する必要があります。
対象者（取引先）	共謀あるいは強要等により取引先を巻き込んでいる事案では、取引先にアンケートを実施する場合があります。
言語	海外拠点を対象とする場合、英語や現地語での対応が必要です。

4. 有用な回答の回収のための仕組み

アンケートの回収率は原則として 100%を目指します。平時のサーベイとは異なる不正調査の手続ですので、アンケートの対象者は何らか不正に関する情報を持っている可能性がある者に限定されています。アンケートに回答しないということは、何らか回答できない不適切な事情（答えたくない情報を持っている、調査に協力しないように圧力がかけられている等）の可能性が示唆されます。そのため、病気療養中等の合理的な理由がある場合を除き、未回答者に対しては回答を督促します。

もちろん単に回答を集めれば良いということではなく、回答者から有用な情報を集めることが重要です。このため、回答者が不正関係者からの圧力を恐れずに、積極的な情報提供を可能とするための方策として、例えば以下のようなことが考えられます。

対策	内容
----	----

回答内容の守秘	<p>回答内容は限られた関係者でのみ共有されることをアンケートに明記します。</p> <p>場合によっては社外の第三者に委託することで匿名性を確保することも検討する必要があります。</p> <p>また、実際には寄せられた情報に関して詳細調査をするために調査チーム以外の者に回答内容を共有する必要があり、その結果として回答者が特定される可能性もあります。その際には、予めその可能性を明記するか、回答者に個別に承諾を得ます。</p>
回答者の保護	<p>回答者が会社の役職員あるいは会社に不利益となる回答をしても、そのことを以て不当な扱いを受けることがない旨をアンケートに明記します。</p>
不誠実な回答による不利益	<p>虚偽の回答をしていたことが判明した場合、役職員であれば懲戒等、取引先であれば取引停止等のペナルティの可能性のある旨をアンケートに記載し、虚偽の回答や不誠実な回答を牽制します。</p>
社内リニエンシー	<p>社内リニエンシーとは、自主的に自身の不適切行為を告白してきた場合に、当該従業員の社内での責任を減免することです。外注先等の取引先についてもこれに似た取扱いをすることがあります。</p> <p>当該制度は不正に直接・間接に関与した者からの情報提供が期待出来ませんが、会社として不正を容認すると受け止められるリスクや、他の不正実行者に対する措置との不平等の問題などがありますので、採用するか否かは、事案の内容や会社のポリシーによります。</p>
トップメッセージの発信	<p>調査対象事案への対応が会社の重要な経営課題であり、迅速かつ誠実な対応が求められることをトップダウンで対象者に伝達します。アンケートにその旨を明記する他にメールやビデオメッセージ等を活用する場合があります。</p>

最後に

アンケート調査は類似事案の有無を網羅的に調査できる手続です。調査の有用性を高めるには質問項目に工夫も必要ですが、そもそもアンケート実施者（会社マネジメント、コンプライアンス部門、内部監査分門など）とアンケート回答者（従業員、取引先）との間で信頼関係が存在することが不可欠です。

したがって、実務でアンケート調査を行う際には、そのこと念頭にアンケート対象者が安心して回答できる仕組みを構築し、そのことをきちんと伝えることが何より重要です。