

“製造物責任”から“製造者責任”へ —「倫理的消費」と企業の責任—

細川 幸一¹

概要：1995 年施行の製造物責任法は、製造物の欠陥により損害が生じた場合の製造業者等の損害賠償責任について過失責任主義を転化して欠陥責任主義（無過失責任）を採用した。2000 年代になって企業の社会的責任（CSR）が追求されるようになり、製造者には製品の生産過程における環境保全、持続可能性、ステークホルダーに対する人権の配慮などが一段と求められようになってきた。本論では、こうした流れの中で、消費者の責任のあり方としての倫理的消費概念に焦点をあて、それへの製造者の対応の意義について述べる。

キーワード：製造物責任，CSR，持続可能性，倫理的消費

From “Product Liability” to “Producer Responsibility” - Ethical consumption and the Responsibility of producers -

Koichi Hosokawa¹

Abstract: The Product Liability Act was enforced in 1995 in Japan to protect consumer by strict liability. In 2000s, Producers have been to be interested in CSR, responsibility for their stakeholders, and consumers have been concern of process of making products in the view point of environment, sustainability and human rights, etc. New concept “ethical consumer” and the role of business are mentioned on this paper.

keywords: product liability, CSR, sustainability, ethical consumption

1 問題意識

消費者教育推進法制定を契機に、権利主体としての消費者に加え、責任主体としての消費者にも重きが置かれ、自らの消費行動が社会に与える影響を自覚することが強く求められてきている。その中で、倫理的消費(エシカル消費) (ethical consumption) という概念が注目され始めた。それは消費者の権利確保がもはや直接の契約関係にある者の責任を超えて、経済のグローバル化の中でどこに存在しているかわからない製造業者の責任追及をも必要としているのと同様²、消費者の責任も地球の裏側の労働者の労働条件確保にまで及んでいるからである。自分が接したことのない目に見えない者や社会への関心と配慮が求められる社会となった。

現代社会において消費者でない自然人はほぼいないであろう。自らが必要とするモノすべてを自給自足で調達することは不可能に近い。したがって、現代人のほとんどは他者への労務の提供によって金銭を稼ぎ、それを代金にあてて必要なモノを手に入れる。したがって、倫理的消費を実現しようとするれば、生産する側の倫理も不可欠である。その意味で倫理的消費と企業倫理 (business ethics) は車の両輪である³。

2000 年代初頭くらいから CSR という概念が浸透してきた。2003 年に経済同友会は、第 15 回企業白書『「市場の進化」と社会的責任経営— 企業の信頼構築と持続的な価値創造に向けて—』を取りまとめ、そこでは CSR を中心テーマとしている⁴。「CSR は、単に法令遵守や社会貢献といったレベルにとどまらない。CSR は企業にとってコストではなく、経済・環境・社会のあらゆる側面において社会ニーズの変化をいち早く価値創造へと結び付け、企業の持続的

2017 年 3 月 18 日受付， 2017 年 6 月 12 日採択

¹ 日本女子大学家政学部：〒112-8681 東京都文京区目白台 2-8-1

¹ Faculty of Human Sciences and Design, Japan Women's University, Mejirodai2-8-1, Bunkyo-ku Tokyo, 112-8681, Japan

² 無論、現状では法律は主権国家の外には及ばない。それゆえ、製造物責任法は製造者を「当該製造物を業として製造、加工又は輸入した者」(2 条 3 項 1 号) とし、輸入品の国内における責任主体を規定している。

³ この考えにより、筆者は倫理的消費よりも消費者倫理 (consumer ethics) のネーミングがふさわしいと感じている。

⁴ 「市場の進化」とは、市場の評価が極端に「経済性」偏重に陥ると企業活動の行き過ぎた「結果第一主義」や「株主利益至上主義」を招き、社会の価値観との間に著しい乖離をもたらす恐れがあることに警鐘を鳴らし、市場を「経済性」のみならず「社会性」、「人間性」を含めた総合的な企業価値を評価する市場へと進化させていくことを求めたものである。

な発展を図るための投資である」と述べている。企業と消費者は問題が生じた際に鋭く対峙することもあるが、そもそも市場において相手の存在なくして自らは存在し得ない関係にある。経済同友会の言う企業の持続的な発展は、持続可能な消費の裏返しでもある。倫理的消費の浸透は企業のCSRに対する対応をより深化させていくことになろう。

周知のように1980年、90年代の製造者が迫られた法的課題の一つは製造物責任であろう。製品事故による損害賠償責任を追及する場合、民法の不法行為法における一般原則によれば、要件の一つとして加害者に故意・過失があったことにつき被害者側が証明責任を負うが、過失の証明が困難であるために損害賠償を得ることが不可能になる場合が多くあった。そこで、製造者の過失を要件とせず、製造物に欠陥があったことを要件とすることにより損害賠償責任を追及しやすことを目指した製造物責任法制が欧米で制定され、日本においてもその機運が高まった時代である。紆余曲折あったが1995年に製造物責任法(PL法)が施行された。

以上の観点から、本稿では製造業者が製造物の欠陥責任への対応に苦勞した時代を経てCSRに関心が寄せられる状況に焦点をあてる。すなわち、市場における製造物の購入者に対する法的責任から、製造者が製造物を生産する過程でのステークホルダー⁵へ配慮を行う社会的責任へという、消費社会における製造者の課題の変化を「製造物責任」から「製造者責任」へととらえ、論じるものである。

消費者の消費行動のあり方として、近年、持続可能な消費(sustainable consumption)やフェア・トレード(fair trade)ともに倫理的消費も提起されはじめており、製造業者の配慮すべき社会的責任の問題として検討が加えられるべきであろう。そこで、ここでは倫理的消費について、今後の製造業者等の企業の対応すべき課題として考察することを目的とする。

2 企業の法的責任としての製造物責任

「good」の複数形である「goods」という英単語は「製品」を意味する。なぜであろうか。「良い」という言葉とされる「good」の意味を語源まで遡ると「適切な、適合した」である。これを複数形の名詞にして「所有物」という意味として使い始め、次第に「製品」という意味になっていったようである。なぜ、所有物が製品という意味になったかという製品は

⁵ ステークホルダー(stakeholder)とは、企業に関わる様々な利害関係者を言う。stakeとは「賭け金」の意味で、stakeholderとは競馬の馬主の集まりを意味したが、その後、広く利害関係者を指すようになったとされる。

所有するに適切なもの、適合したもの、つまり所有者にとって効用のあるものだからであろう。最近、「bad」の複数形「bads」という単語が登場し、「廃棄物」、「不用品」と訳されていることからもうなずける。ということは企業が生産する商品やサービスは消費者にとって「good」すなわち、良いもの、適合したもの、効用のあるものでなければならない。消費者にとって悪いもの、消費者に適さないもの、効用をもたらさないものは生産、販売してはならない、それが企業の消費者に対する責任の基本であろう⁶。市場に提供される製品について、もっとも重要なことは消費者の「安全である権利」が確保されていることであり、また仮に消費者被害が生じたときには「救済される権利」が重要である⁷。

消費者の製品被害回復の法的対応について、複雑化する生産・流通のなかで、一対一の直接的契約関係を律する法的構成は、消費者の被害救済にはそぐわないものとなり、直接の契約関係⁸にある小売業をこえて、その背後にある製造者の責任を問い得る形に修正を迫られてきた。製造物責任法は民法で定める不法行為法(709条)の特別法として制定され、消費者と契約関係にない製造者に対して、その被害に対する損害賠償責任を課することができる⁹。また、過失責任主義を転化して欠陥責任主義(無過失責任)を採用した。すなわち、この法律制定の主眼は、消費者と直接の契約関係にない製造者にどのように製品欠陥の責任を負わせるかにあった。

伝統的な不法行為の原則は過失責任主義である。それは伝統的な経済理論の立場と基本的に同じである。伝統的経済理論は、私的所有権制度のもとで、自発的交換が行われる経済を想定しており、そこで最適資源配分をもたらすものとしての市場機構の動きが重視されてきた。市場メカニズムを通じて有効な資源配分をもたらされるための法制的条件として、私的所有権が確立していること、契約の自由が必要である¹⁰。

宮澤健一教授によれば¹¹、このことを法的に支え

⁶ 詳しくは拙稿「消費者視点を経営と市場に生かす」関西消費者協会『消費者情報』2012年5月号8頁以下参照。

⁷ 消費者の権利概念については後述する。

⁸ 英米法ではprivity of contractとして概念される。かつては、契約の直接の当事者ではない者から訴えられた被告はno privityという抗弁を出すことができたが、現代ではこの抗弁は絶対的なものではない。

⁹ 不具合のある製品を使用して損害を生じたような場合、買主としては、本来はその売主に対し、契約上の法的責任として瑕疵担保責任(民法570条)や債務不履行に基づく損害賠償請求(民法415条)を追及するのが原則である。

¹⁰ 福本一朗『法的責任に関する一考察』一特にPL法における「無過失責任」について一『経済学研究(北海道大学)』42巻1号45頁(1992年6月)参照。

¹¹ 宮澤健一「経済構造における消費者の地位」ジュリスト増

てきたのは、第一は、売り手と買い手の間に、「直接的な一対一契約」を規定する近代民法のたてまえであり、第二は、契約社会において自由で責任を持つ個人が行動する以上「過失なきところ責任なし」とする、近代市民法の過失責任の発想である。

今日の事業者と消費者の市場取引は、技術・情報・組織を系統的に動員した流通から大規模大量生産を目指す産業組織のもとで、消費者被害は、商品欠陥いかんでは、財産上の損害を越え、生命・身体上の拡大被害につながる。このような消費者被害の多発、普遍化は、事業者と消費者の立場の格差が一般化したことを意味する。また、過失責任主義の考え方も同様に修正を迫られた。

一般的に無過失責任制度を採用する法理論的根拠として、危険な物を支配管理する者は、その物から生ずる損害について絶対的な責任を負うべきだという「危険責任」の考え方、大規模な事業を営む者はそれに見合う利益を得ているのが通常であるから、その事業過程で他人に損害を与えた場合には、その事業者が利益の中から損害を補償するのが公平であるという「報償責任」の考え方がある。こうした考えから製造物責任法の制定が要請され、製造業者の対応が迫られたのが 80 年、90 年代である。

3 法的責任 (liability) から社会的責任 (responsibility) へ

製造者を含む企業の法的責任を考えた場合、当然、その内容は多岐に渡る。まさに企業法務という概念自体がその法的責任への対応に関する研究あるいは実務領域を示すが、株主、取引先、労働者、競争相手、環境、消費者等々、配慮すべき権利や利益の主体は多岐に渡る。製造物責任法は製造者自らが製造した製品を使用する者の生命・財産侵害に対する民事上の法的義務（損害賠償義務）を定めたものであるが、そのみならず 2000 年代になって、CSR（企業の社会的責任）といった概念で責任が議論されることが多くなった。例えば、ある製品を作る過程で製造業者が環境保全の配慮を怠ったり、労働者の権利を無視すれば、当然、法的責任を問われる。しかし、もしその製品製造業者が製品の一部や部品等について社外の製造業者から提供を受けていれば、その法的責任はその製造業者が負うべきものであり、提供を受けた製品製造業者には法的責任は及ばないのが基本である。しかし、社会的責任はこうした問題も対象とされ、近年、「責任あるサプライチェーン」、「責任あるビジネス」という言葉で語られるようになってきた¹²。英語では法的責任は liability とされ、

より広範な責任を responsibility というが、まさに法的責任である製造物責任は product liability であり、社会的責任と訳される責任は responsibility である。

例えば、世界中で多様な商品・サービスを取り扱う三菱商事は、「サプライチェーンにおける CSR は重要な課題のひとつ」とし、人権・労働問題・地球環境等への取り組みの方針となる「サプライチェーンにおける CSR 行動ガイドライン」を制定し、取引先に以下の項目の実践を求めている¹³。

- ・強制労働の禁止
- ・児童労働の禁止
- ・安全で衛生的かつ健康的な労働環境の提供
- ・従業員の団結権の尊重
- ・差別の禁止
- ・非人道的な扱いの禁止
- ・適切な労働時間の管理
- ・適切な賃金の確保
- ・公正な取引と腐敗防止の徹底
- ・地球環境への配慮
- ・これらに関する適時・適切な情報開示。

英国では現代の奴隷制を防止する「Modern Slavery Act 2015」（現代奴隷法）が制定されたことが注目される。これは企業に、サプライチェーン上の奴隷制の根絶を目指すもので、英国で事業活動を行う営利団体・企業のうち、年間の売上高が一定規模を超えるものに対して、奴隷労働と人身取引がないことを担保するために実施した取組みについて、年次でステートメント¹⁴を作成・公開することを求める法律である。これは社会的責任の法定化の動きとも言えよう。

4 「倫理的消費」の意義

(1) 消費者の権利から責任へ

消費者主権という概念がある。消費者が何をどれだけ買うかは完全に消費者の自由意思に基づくものであり、これが企業の生産体制を決定するという考えである。「消費者は王様」という言い方もあるが、まさに経済活動の主権者は企業ではなく消費者であることを意味している。しかし現実には、企業の広告や宣伝などによって消費者の意思決定が影響を受け、また欠陥商品や強引な勧誘、不当表示などによって消費者が身体生命ある

の商業ビル「ラナプラザ」が崩壊したことで、発展途上国の下請け会社の劣悪な労働環境が注目された。このビルには欧米の衣料品ブランドであるマンゴ、ベネトン、プライマークなど 27 のブランドを対象とする 5 つの縫製工場が入っており、1134 人が死亡、330 人が行方不明となった。

¹³ 三菱商事 HP の「サステナビリティ」項目で公表。

¹⁴ Slavery and Human Trafficking Statement

刊総合特集・消費者問題 (1979 年)33 頁。

¹² 2013 年 4 月 24 日、バングラデシュのサバルで 8 階建て

いは財産の被害を受けるに及んで、消費者主権の言葉は企業や行政に対して消費者の利益を保護するように求める消費者運動のスローガンになっていった。

1962年の米国ケネディ大統領の『消費者の権利保護に関する大統領特別教書』での4つの消費者の権利の表明¹⁵は日本にも影響を与え、1968年には消費者保護基本法が成立した¹⁶。それにより、多くの消費者立法が行われ、消費者の権利を確保する施策が数多く講じられた。しかし、21世紀(2000年代)になって変化が生じる。経済活動における消費者は主権者のはずだが、被害者として発見されたのが20世紀とすれば、21世紀のそれはまさに豊かな消費生活の裏側で犠牲になっているものに配慮した消費行動を行う責任主体としての消費者である。すなわち、加害者にもなり得る(なっている)消費者の発見である。1968年の消費者保護基本法は2004年に改正され、名称も消費者基本法となった。改正法7条2項は「消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない」としており、旧法に規定のなかった社会に対する消費者の責任について述べている。

企業自らが地球市民としての自覚を持ち行動することを促すとともに¹⁷、消費者が自らの消費行動を見直すことが期待され始めている。すなわち、消費者が環境や人権に配慮した商品を購入する、あるいはそれらを配慮しない商品を購入しないという消費行動によって企業にインセンティブを与えようとするものである。

2012年には消費者教育推進法が成立した。これまでの消費者教育は、主に個々の消費者の自立を支援するために行われてきた。消費者個人が、消費者被害に遭わず、適切な情報を基に、自分自身のために合理的な選択を実践し、安全で豊かな生活を送ることができることを基本にしてきたと

いえる。しかし、消費者教育推進法では、消費者教育の定義を「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育」という消費者基本法の理念に則ったものに加えて、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む」としている(2条1項)¹⁸。

同法は消費者教育の基本理念において、消費者が公正で持続可能な社会作りに主体的に参加する消費者市民社会の考え方を盛り込んだ。同法は消費者市民社会を「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」(2条2項)と定義し、基本理念(3条)の2項においては、「消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない」とした。すなわち、従来の消費者教育は買い物上手になること、消費者の権利教育(被害にあわない教育、被害にあった場合には自ら権利を回復できる消費者になる教育)が中心であったが、近年、それに加え、自らの消費が社会に与える影響を考え、行動する消費者になる消費者市民としての消費者教育が求められるようになった。すなわち、buymanship教育からconsumer-citizenship教育へと移行してきたのである。

(2)「倫理的消費」概念

そうした中で近年、ethical consumptionの邦訳である倫理的消費(エシカル消費¹⁹と呼ぶことも多い)概念が登場した²⁰。この分野の第一人者である山本良一氏(東京大学名誉教授)は倫理的消費

¹⁵ 「安全である権利」(the right to safe), 「知らされる権利」(the right to be informed), 「選ぶ権利」(the right to choose), 「意見を聞いてもらう権利」(the right to be heard)の4つの権利がうたわれた。

¹⁶ ただし、同法に消費者の権利についての記述はなく、2004年の改正で明記された。

¹⁷ 企業の自発性を前提として、地球規模の社会問題を解決しようとする動きに、国連グローバル・コンパクト(UNGC)がある。UNGCに署名する企業・団体は、人権の保護、不当な労働の排除、環境への対応、腐敗の防止に関わる10の原則に賛同する企業トップ自らのコミットメントのもとに、その実現を目指している。日本ではグローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン(GCNJ)が活動している。研究組織としては、法政大学現代法研究所に国連GC研究センターが設置され、筆者も研究員として参画した。

¹⁸ 消費者市民社会の概念については後述する。

¹⁹ 英語で倫理的を意味するethicalを片仮名に置き換えた「エシカル」は「倫理的」より柔らかいイメージがあるので、最近マスコミでも「エシカル消費」の記事が増えてきている。河口真理子「環境志向の消費生活考第10回 エシカル消費とは何か?」国民生活センター発行WEB版『国民生活』2016年10月号(No. 51)

²⁰ 倫理的消費の概念を正面から論じるものとしては、猪木武徳「倫理的消費とは何か」エネルギー・文化研究所発行CEL2012年1月号3頁。拙稿『「理的消費(エシカル消費)」概念に関する考察』日本女子大学大学院家政学研究科通信教育課程家政学専攻「家政学専攻研究 樹下道」第9号(2017年3月)。なお、本論の以下の記述の多くは上記拙稿で初出している。

の重要性について以下のような指摘をしている²¹。

「日本の消費者の多くは豊かな消費生活を享受している。お金さえあれば、世界のどのような商品でも入手可能である。一方で、地球温暖化や熱帯雨林の伐採など様々な地球環境問題に直面しており、また深刻な貧困などの社会問題が起きている。私たちの豊かな消費生活は実はこれらの環境問題や社会問題と密接に関係している。消費者は単に自己の利益だけでなく、国内のみならず国境を越えた他国の人々や、時間を越えた子孫のことまでも考慮した商品選択を行なうことが求められている。すなわち、製品の生産者である企業のみならず消費者にも環境配慮、社会配慮の社会的責任があると言える。製品を選択するその瞬間こそが、消費者が世界を変える瞬間である。市民が倫理的な消費を心がけることによって、従来、環境、社会、地域により配慮された製品が市場で競争力を持つようになり、社会を持続可能な方向に動かすことができる。消費者が積極的に倫理的消費をする社会は消費者市民社会と呼ばれ、政府もそうした社会づくりを後押しするために消費者教育推進法を2012年に制定した」。

2015年3月24日に閣議決定された消費者基本計画において倫理的消費の言葉が登場している。同計画では、倫理的消費は「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」と説明されている。同計画においては、「環境等に配慮した商品・サービスの選択を可能とする環境の整備や食品やエネルギーのロスの削減などの社会的課題に配慮した消費を促進することが求められている」とし、「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動(倫理的消費)や、開発途上国の生産者と先進国の消費者を結び付けることで、より公正な取引を促進し、開発途上国の労働者の生活改善を目指すフェアトレードの取組にも関心が高まっている。これを受けて、2015年5月に消費者庁は「倫理的消費」調査研究会を設置した²²。委員は民間人28名で発足し、座長には山本良一氏(東京大学名誉教授)が指名された。10回の会議を経て、2017年4月19日に、『倫理的消費』調査研究会取りまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～が公表された。同報告書では、倫理的消費について「消費

者それぞれが、各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら、消費活動を行うことであるといえる。このため、倫理的消費と称することのできる消費行動は幅広く、すでに普及している多くの概念を包含している」²³と述べている。

5 倫理的消費に対する製造業者の対応

ここまで、1995年に施行された製造物責任法による製造業者の法的責任と、2000年代に議論されはじめたCSRすなわち、社会的責任とを対比して、社会動向についてふれ、さらに製造業者を含む企業が社会的責任を自覚することを促進している市民・消費者サイドの動きとして倫理的消費の主張について言及した。

CSRへの関心が世界的に高まり、それに対する取り組みが進んでいる背景としては、次のようなことが指摘されている²⁴。

- ・頻繁におこる企業の不祥事
- ・企業活動の拡大とグローバル化
- ・規制緩和の進展
- ・環境問題の深刻化
- ・市民の成熟

倫理的消費の重要性の主張は上記項最後の「市民の成熟」によって生まれてきたものである。企業不祥事、企業活動のグローバル化、規制緩和、環境の悪化等の問題も、市民・消費者がそれらを監視し、告発、意見を表明する主体とならなくては責任を求める大きな声とはならない。まさに消費者市民、消費者市民社会の概念の登場はそうした主体としての消費者の自覚と行動、そのような行動を通じて形成される社会を意味している。また、ITの急速な発展により、常にグローバルなレベルで企業を監視できるようになったこともこれを支えている。

今日では、インターネットを通じて、共通の関心事を持つ個人、NGO(NPO)が、簡単に国境を越えて、ネットワーク化される。企業情報も、ステークホルダーによって、瞬時に共有される状況にある²⁵と言ってよいであろう。

²¹ 2015年9月8日NHK放映「視点・論点『倫理的消費とは何か』」による。同局サイトで閲覧可能。山本教授の発言内容を要約している。

²² ただし、消費者庁長官の私的懇談会の位置づけであり、そこでの活動成果が法的効果を生み出すわけではない。2016年12月現在、筆者も委員を務めている。

²³ 「消費者庁『倫理的消費』調査研究会中間取りまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～」(2016年6月)3頁。

²⁴ 「企業の社会的責任(CSR)―背景と取り組み―」国立国会図書館「調査と情報」476号(2005年3月)による。

²⁵ 同上。さらには市民行動として社会的責任投資(Socially Responsible Investment, SRI)も重要な動きである。広義では、社会性に配慮したお金の流れを指すが、一般的には、従来の財務情報による判断に加えて、社会性の観点での評価を加味した投資手法とされている。今日、SRIは、CSRと表

消費者は自らが必要とするモノを代金を支払って手に入れる。そこで倫理的消費が成り立つためには当然、製造業者等の企業サイドがそれに応えるための生産、すなわち「倫理的生産」を行う必要がある。したがって、消費者のそうした声が高まり、需要が増えれば、それに応えるモノを供給できる企業がより市場で消費者に支持されることになる。そしてそれが当然のこととなってくれば、あるいはそうでないものを許さない世論が生まれれば、関連の法整備が進み、法的責任(liability)となっていく可能もある。その意味からも80、90年代の製造業者の大きな課題がPL対応にあったとすれば、2020年を迎えようとする今日、倫理的消費を追求する消費者の声に真摯に耳を傾け、生産過程に検討を加えることが喫急の課題と言えよう。

まさに安全な製品を世に出すという「製造物責任」に加え、製造業者自身はその活動の他者への影響に責任を持つという「製造者責任」が問われることを主張して本稿を終わりたい。

裏一体の概念として扱われることが多い。欧州では、企業に財務以外の情報を開示させ、それにより、投資をSRIにシフトさせ、さらに企業のCSRへの努力を促進させる、という政府の政策が目立っている。