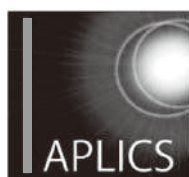


新PL研究 5号

The Journal of New Product Liability
No.5 2020

PL対策のパフォーマンス
Performance of PL measures

渡辺 欣洋
Kinyo Watanabe



一般社団法人 PL研究学会

Association for Product Liability & Consumer Safety Studies
Since April 1st, 2015

aplics.org

PL 対策のパフォーマンス

渡辺 欣洋¹

概要：1995 年 7 月 1 日に製造物責任 (PL) 法が施行され 2020 年 7 月 1 日を以て満 25 年を迎えることとなった。この間同法律を受けて進められてきた PL 対策は十分にその目的を達成したのだろうか。PL 対策の一つとして、かつては取扱説明書の存在が重要であるとの認識が生まれ、望ましい取扱説明書に対する必要性が唱えられた。某事業者からは自社の製品の取扱説明書への検証を依頼された際、PL 法に抵触しない内容に直して欲しいとの条件が示されたことがあるが、珍しいことではなかった。しかし、近年このような事例は稀であり、多くの事業者では PL 対策全般において理解されてきたようである。ただし、PL 対策が事業の運営において、どのような効果が期待できるのかはまだ明確になっていないように見受けられる。PL 対策導入に際してのコストや人的負荷などが前面に出て、十分なメリットが期待できるのかなど不明な点が多いことで、導入に躊躇する側面もあるようだ。そこで PL 対策が有するであろうパフォーマンスについて飽くまでも私見として述べてみる。

キーワード：製品安全対策, ユーザートレーサビリティ, 企業トップ

Performance of PL measures

Kinyo Watanabe

Abstract: The Product Liability (PL) Law came into effect on July 1, 1995, and it will be 25 years since July 1, 2020. Did the PL measures that have been promoted under the law during this time have achieved their purpose sufficiently? As one of the PL measures, it was once recognized that the existence of an instruction manual was important, and the need for a desirable instruction manual was advocated. When a certain business operator asked us to verify the product's instruction manual for its product, there was a condition that it was requested that the content be in compliance with the PL law, but it was not unusual. However, such cases are rare in recent years, and it seems that many businesses have understood PL measures in general. However, it seems that it is not yet clear what kind of effects PL measures can have in the operation of the business. It seems that there are some points that hesitate to introduce PL measures because there are many unclear points such as cost and human load when introducing PL measures, and whether sufficient benefits can be expected. Therefore, I would like to describe as a personal opinion the performance that PL measures may have.

Keywords: product safety measures, company top, user traceability

1 初めに

これまでの PL 対策は、製品事故が起きることを前提とした対応策として捉え、製品欠陥事故予防策 (PLP: Product Liability Prevention) 及び製品欠陥事故後対策 (PLD: Product Liability Defense) の二つの対策を中心とした活動が進められてきた。前者は、製品欠陥による事故が起きる前に起きたときの対策として自らに不利益にならないようにとの観点から、損失を最小限に抑えるための体制作りや責任を回避するための過剰な禁止事項を満載した取扱説明書の作成、又は PL 保険加入などの体制整備を土台として準備されてきたようである。また後者は、欠陥事故が起きてしまった場合の社内連絡網の整備、対外に向けたアナウンス方法の準備などの対応が主体で、被害者救済及び事故の拡散防止を最優先とした姿勢を唱えてはいるが、結果的には自らを守るための対策を準備していたとすることができる。本来、事業者の対応として必要なことは、製品欠陥による事故や不都合なことが市場において消費者 (使用者) に対し可能な限り起きないようにするための体制づくりが求められることであり、事故発生を前提とした PL 対策とは峻別して論じられるべきであろう。

2 事業者はどのような対策を講じればよいのであろうか。

大手事業者に関して述べてみれば、多くが ISO9001 の認定 (対外的な手段) を受け、製品の設計から販売までの各セクションにおける入口と出口において ISO の定めによる確認及びリスク管理などが行われ、良質な製品を提供する体制を整えていると思われる。ISO9001:2015 に新たに定められた「顧客満足の向上」についても日々の努力が重ねられていると考える。

では、製品販売後の顧客満足をどのように管理しているのであろうか。多くの場合、品質保証部などのセクションがその任務を負っているであろうと思われるが、一セクションに負わされた業務としては責任が過大でありながら、品質保証としての本質や目的意識などがそのセクションの業務として留まる傾向があり、事業者全体の

認識に広がることはある意味難しいことと考えると、多くの事業者の現状態勢が望ましいとは言えない。しかしながら、品質保証部門等のセクションを有する事業者は、消費者 (使用者) への安全対策が重要であると認識している事業者であることから他に比べ評価できるものであり、今後への期待が大きいと言える。一方では、製品に関する問い合わせ先 (責任主体) としての連絡方法も明確でない事業者もまだ散見されるのが現実である。

2-1 事業者の在り方

一つの実例を挙げれば、室町や寛保時代のような古に創業され、既に数百年もの歴史を数える老舗和菓子店あるいは日本酒醸造所などのように、創業時の手法を守りながらも時代と共に変化する人々の趣向の移ろいに対応し何代も暖簾を守り抜き、現状においても高い信頼を得ている事業者もある。それは PL 対策などの言葉も無かった時代から、品質の向上及び顧客へのサービスを肌理細かく磨き続けてきた成果として現在に引き継がれているのであろう。老舗の和菓子を贈る人は、その品物の食材の選択や製造手法による品質維持及び衛生管理、また運営や顧客サービスで築かれた運営姿勢を信頼して、この老舗の品物なら自信と誇りを持って贈ることができると考え、また贈られた側はその品物を通して贈る人の心遣いに感謝することになる。このように品物は勿論、事業者への信頼が一体となってこそ本物のブランド力として確立されることの証左と言える。業種の別はあっても、ブランド力とは、事業者が一体となって築くもので、一セクションでの努力では成り立ち得ないものである。

消費者基本法第 5 条 (注 1) のような事業者の責務などが論じられていなかった時代でも様々な顧客の状況に応じて、その事業者としての責任を果たしてきたのであり、今日においても順守し続けているのである。お客様が老舗を支えてくれていることを理解しているからこそ事業を大切にしていると考えれば納得できるが、経営上に不可欠な要件としての顧客管理は如何にしていたのであろうか。品物の配達や通い帳などにより、一軒一軒を足で通い口伝により生きた情報を確保していたのだらうと想像される。果たして現在の事業者において大きな課題となっている老舗

と顧客との間の信頼のような相互コミュニケーションはできているであろうか。またそのために欠かせないトレーサビリティ環境は確保されているのだろうか。現在において、このトレーサビリティ確保は、事業運営に欠くことが出来ない喫緊の課題となっている。ユーザートレーサビリティ確保こそが、今後の事業運命を左右する大きな要因の一つになることになるだろう。

(注1)

消費者基本法

(事業者の責務等)

第5条 事業者は、第2条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する製品(商品)及び役務について、次に掲げる責務を有する。

一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。

二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。

三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。

四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。

五 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

それでは、上記の老舗のような運営が現在の一般の事業においても可能であろうかと問われれば、可能であると答えることができる。現代は経営に関する理論やIoT/ICTなどのツールが数多く展開されており、有効な手段が揃っている。老舗のような長い期間を通して身に付けたような経営体制構築が業種や規模を問わず、導入の意思を示せば展開できる可能性がある時代だと言える。そのための最も大切なことは、消費者(使用者)への製品安全対策を如何に講じていくか。またそれを可能にするための人材を如何に育成するかどうかであろう。

3 現状での対応の可能性

ISO 認定を得ている大手であれば毎年審査を受ける義務があり、教育システムも整っていると想定される。設計から販売まで、またそれを支える管理部門に及ぶ全てのセクションにおいて管理

及び記録等の教育が励行されている。このISOによる管理システムの中に「製品安全対策」を新しい順守項目として加えての管理を行うことで、ISOと製品安全対策が同時並行的な運営が可能となるだろうと考える。

(ただしこの場合、ISO自体が経営上有効であると判断している訳では無く、ISOの仕組みを製品安全対策への教育システムとして活用するツールと考えている。)

設計の段階では現在でも安全については多くの論議がなされているはずだが、更に市場においての製品安全の必要性などを考慮し、現状の技術では避けられない設計上のリスクなどは、設計部門において取扱説明書に明記するなどの対策を講じることで、消費者に対する安全性の向上を図ることが出来ることになる。また、製造部門や販売部門でも市場での使用者の動向などを調査することで得られた情報(ビッグデータ)により安全性の確保を考慮するなどの動きを求めることで、企業全般に亘る安全対策が認識される体制が構築されることになる。また、日常の活動において、売上・収益・効率化の向上などを図るためにPDCAの活用が進められているはずだが、この中に製品安全対策項目も加え、日ごろから消費者のための安全性向上に対する取り組みが欠かせないものとしての認識を醸成することで、個人レベルからのPDCA活用による安全対策向上への意識が事業者全体のDNAとして定着することになれば、前述の老舗のように取引先から信頼される事業者となり得ると考える。

3-1 事業者求められるもの

しかし、これらの望ましい体制を構築することは短期間ではなし得ず、徹底した教育を全社員に対し行う必要がある。それを達成するためには、企業トップの強い信念が求められ、代々の経営者が受け継ぐ事業体質が必要である。ブランド力を上げれば市場からの信頼性が高まることで望ましい事業者と認識される域まで達成できれば最高である。消費者の世界では知名度が薄い事業者であっても、同業者間においての高いブランド力が得られれば、信頼の厚い事業者としての存在になり、最終的に消費者の安全に結びつくこととなる。製品安全対策への取り組みが当たり前のこととする事業者の文化として定着することが望ま

しい。

では、中小事業者においては難しい問題であろうか。否、現状の設計から販売までの流れに製品安全対策を取り込むことは可能であり、大手と同様の効果が期待できる。逆に小規模故にトップの意向は伝わり易く、教育の効果は短期間に現れるなど有利な面も多い。また、製品安全対策の取り組みを通して、既存の運営方法及び考え方の不具合や矛盾点などが具現化される可能性も高く、事業者としての望ましい姿へのリニューアルも期待できるであろう。

一方、これらの取り組みはトップの強い意志が反映されるため、トップの製品安全に対する価値観や思考に大きく左右されることになり、経営者によっては長年築いてきた体制を短期間に崩壊させる懸念もある。それはなぜだろうか。製品安全対策の経営への寄与度が計数として現れ難いためとも考えられる。売上げ及び収益重視に偏重することで製品安全対策が疎かになってしまうことが要因の一つと言えるかもしれない。

培った製品安全対策を維持するためには、しっかりとした理論的根拠に基づいたシステムを構築することが必要である。そこで体制バックアップの理論として、電気通信大学名誉教授 鈴木和幸教授ⁱの未然防止に関する著書ⁱⁱを参考にさせていただくことが有効と考える。

3-2 導入方法

以上の状況から製品安全対策の経営に与える重要性を理解していただけた場合、どのように導入することが効果的かを述べてみる。

先ず教育方法として「PL 検定ⁱⁱⁱ」の受検が考えられる。現状、製品安全対策等を主体とした事業を展開するところは限定されており、また PL 対策に関する検定を実施している事業者は極めて少数である。先ず、PL 対策実務書^{iv}などにより基本習得を行い、その後、PL 検定受検などにより事業者にとって製品安全対策がいかに重要かを認識することを前提としての人材育成を行うこととなる。

また、社内体制の構築に関しては、鈴木和幸先生の理論に基づいた PDCA システムを組織に導入し、製品に関する不具合が発生した場合は、少数かつヒヤリハットの製品トラブルであっても、初期の段階で直ちに設計部門での PDCA による原因

究明と安全に対する改善を徹底し、同製品から同じ問題が起きないように「未然防止」及び「再発防止」を徹底することに取り組む。詳細については専門の方からご教授をいただくことになるが、組織全体に安全対策へ取り組む姿勢で臨むことで、市場において消費者（使用者）が不安を感じる製品を出さない事業者として尽力することが必要である。

ここに万一 PL 事故が起きたときの対応策として、的確な製品回収などの対応を行うこのできる製品安全対策及び PL 対策を一体とした対応システムの運営による事業体を作り上げることが出来ていれば、市場での安全に対する信頼度が大きく向上することとなる。

結果として、製品安全への取り組みは、教育と新しいシステム^vが主体的な役割を果たすことになる。教育は導入経費としては既存の社員に対する教育費に包含される程度であることを考えれば、コストとしての負荷は大きくない。また、システム専用ソフトは、課題としているユーザーサビリティの確保及びリコール対応機能などを考慮すると、コストパフォーマンスは非常に高いものがあると言える。

4 結論として

製品安全対策に関する取り組みは、経済産業省及び消費者庁としても奨励しているものである。例えば経済産業省から平成 30 年 4 月 4 日発表された「産業保安・製品安全スマート化の進捗状況」の 39 ページ（注 2）に示されたものは「製品安全の取り組みを強化し、持続的なものとしていくためには、企業経営や社会貢献の観点からの評価が重要であると示されている。つまり ESG 投資（注 3）を可能にする事業者になること」を勧めている。

（注 2）

産業保安・製品安全スマート化の伸長状況」は、平成 30 年 4 月 4 日付で経済産業省 産業構造審議会 保安・消費生活用製品安全分科会（第 1 回）資料 2 として、経産省・産業保安グループ保安課からは発表された。

（注 3）

ESG 投資
ESG は、環境（Environment）、社会（Social）、企業統治（Governance）の略

で、売上げ重視だけではなく、製品安全の取組を強化し、社会貢献面における活動を通して、長期的な投資を可能にする企業への在り方を推奨し、社会的に存在価値のある事業への投資

(経済産業省「産業保安・製品安全スマート化の進捗状況」の 39 ページ)

また、消費者庁からは、令和 2 年 6 月 1 日 (月) 付「ニッポン消費者新聞」の 4 面の記事によれば、「消費者志向経営推進検討会設置」と題して、消費者庁が「消費者志向の客観的指針作成などの検討に入った」と掲載されている。ここでも「ESG 投資の観点を盛り込む」と示されている。その他、五月二十二日に「消費者志向経営」を測る評価軸開発に向けた審議を開始した。「環境」「社会」及び「企業統治」を重視した「ESG 投資」などの要素を組み込んだ客観的評価軸案を提示していく、とのことが掲載されている。

このように、消費者に対する製品安全対策を重視した経営が今後の企業の在り方として社会的に必要であると認識されてきている。そのための対策は事業者それぞれにて異なり、具体的には示されていないが、上記に述べてきた手段としての製品安全対策を行うことで、事業者としての望ましい力が得られると共に、社会的にも認められた存在価値のある事業者としての位置を得ることが出来ると判断する。

これらの成果を得る手段は教育からスタートし、人材育成によって製品安全対策への理解を事業者内に醸成することである。事業者自らが製品安全志向に変化することで、市場における信頼度及びブランド力の向上に大きな効果をもたらすことを考慮すると、製品安全対策への投資は最も安価で効果の高い投資であると言える。

このように、PL 対策のパフォーマンスは極めて大きな力を有するものであると判断する。以上、渡辺欣洋の私的な結論である。

5 追記

既にご案内のことと思われるが、令和 2 年 6 月 4 日付経済産業省からの情報 (注 4) として、モール事業者に対して、製品安全 4 法 (注 5) においては、法令で定める規制品目において、法令で求められる表示 (PS マーク等) を明示することを義務付け、国内で販売するモール事業者に対し、規制強化の方向で進んでいる。

(注 4)

「今後の産業保安行政のあり方について」の 26 ページ「今後の取組の方向性」(2) 新しいプレイヤーへの対応」として、「インターネットモール事業者と連携し不適切な事業者、製品を排除」を明記している。また、「具体的な施策例」として、下記事項を表示している。

- ④IoT 関連製品の新たなリスクへの対応の実施
- ⑤インターネットモール事業者と連携し不適切な事業者、製品を排除
- ⑥リチウムイオン蓄電池搭載製品の事故リスクへの対応

(経済産業省 産業保安グループが令和 2 年 6 月 4 日発表)

(注 5)

製品安全 4 法

- ・消費生活用製品安全法
- ・電気用品安全法
- ・ガス事業法
- ・液化石油ガスの保安確保及び取引の適正化に関する法律

また、経済産業省産業保安グループ製品安全課を事務局とする「インターネット取引における製品安全に関する検討会」においても、令和 2 年 6 月 1 日付で同様の情報 (注 6) が発信されている。

(注 6)

インターネットと取引における製品安全に関する検討会 (立教大学法学部教授を委員長とし、オブザーバーとしてアマゾンジャパン合同会社を始め 8 モール事業者が参加) は、「インターネットと取引における製品安全に関する提言」を令和 2 年 6 月 1 日付で発表している。

内容 (4 ページ抜粋)

【モール事業者による取組の例】

- ・販売事業者に対する利用規約等での製品安全 4 法遵守の明確化
- ・規制対象製品に PS マークが付されていることがわかる画像を販売ページにおいて明示するように、ガイドライン等で規定
- ・一部規制対象製品に係る販売前の書類審査の実施
- ・販売されている製品の監視 (ネットパトロール)

ールの実施)、危害を及ぼす恐れのある製品や製品安全4法に違反する製品の削除

- ・危害を及ぼす恐れのある製品に関する販売事業者及び購入者への注意喚起(メールや掲示板等での情報発信)
- ・ヒヤリハットなど製品安全情報の独立行政法人製品評価技術基盤機構への共有, 製品事故の未然防止に向けた連携
(インターネット取引における製品安全に関する検討会)

ここでは、表示のない品目をネットで陳列してはならないとしている。言い換えれば、通常の店頭販売においても同様の規制を適用することになるであろう。

国も製品安全対策に本格的な姿勢を示しており、製品安全対策への取組みに躊躇することは許されない環境となりつつあると言える。

偽装表示や粗悪品、加えて中古品もこの規制に加えられることから、真製品を明確に且つ容易に消費者に表示で伝えるための手段(技術)が求められることになる。

参考文献

ⁱ 鈴木 和幸(すずき かずゆき)
電気通信大学名誉教授 電気通信大学大学院情報工学研究科情報学専攻 特任教授
積水化学工業株式会社 社外監査役

ⁱⁱ 品質月間テキスト440 「トラブルの未然防止・再発防止」著者 鈴木 和幸
発行元 品質月間委員会

ⁱⁱⁱ 一般社団法人PL対策推進協議会
所在地:東京都板橋区氷川町47番4号 アビタシオンK
<https://pl-taisaku.org/>

^{iv} 最新!PL対策解説書2020 著者:渡辺吉明
PL検定初級テキスト 著者:渡辺吉明
PL検定上級テキスト 著者:渡辺吉明
PL法概要(PL検定参考書) 著者:大羽宏一・伊藤美奈子共著
発刊:一般社団法人PL対策推進協議会
<https://pl-taisaku.org/>

^v Scodt cloud on-demand system
TDNインターナショナル株式会社
<https://tdn-japan.com/>

新 PL 研究

The Journal of New Product Liability

第 5 号 2020 年 7 月 17 日

編集 一般社団法人 PL 研究学会 学会誌編集委員会

発行 一般社団法人 PL 研究学会

本 部 〒173-0013 東京都板橋区氷川町47-4

アビタシオンK 1F(TDN内)

事務局 〒982-0823 宮城県仙台市太白区恵和町35-28

電話:050-6865-5180 FAX:022-247-8042

©2020 一般社団法人 PL 研究学会

複写複製

転記転載 禁止：本誌を複写する場合は，当研究学会の許諾を受けて下さい。