

2024.09.02

PL レポート(製品安全) <2024 年 9 月号>

■PL レポートは四半期に 1 回、国内外の製品安全、PL リスクに関連するニュースを紹介するとともに、昨今の技術革新や市場の変化等を踏まえた製品安全に関わる旬のトピックスを連載します。

国内のトピックス

○製品安全 4 法の改正案が成立、2025 年末までに施行へ

(2024 年 6 月 26 日 官報掲載)

製品安全 4 法^{*1}の改正案が本年 6 月 19 日に国会で可決・成立し、同月 26 日に公布されました。

近年、インターネット取引の拡大に伴い、国内外の事業者がネット上の取引デジタルプラットフォーム（以下、取引 DPF）を通じ、国内消費者に製品を販売する機会が増えています。

その一方で、（１）海外事業者が国内消費者に直接製品を販売した場合、製品の安全性について法的責任を有すべき国内の製造・輸入事業者が存在しない、（２）玩具をはじめとした子供用製品の安全性を業界の自主規制に委ねており、海外事業者に対して実効性を欠く、といった問題が指摘されていました。

今回の法改正はこうした課題を踏まえたもので、以下のような規定が盛り込まれました。

インターネット取引の拡大への対応	海外事業者の規制対象化(国内管理人の選定)	・海外事業者が国内消費者に直接製品を販売する場合、当該事業者を消安法等において届出を行える主体として明確化する ・規制の執行を担保するため、当該事業者に対し、国内における責任者（国内管理人）の選定を求める
	取引 DPF 提供者に対する出品削除要請等の創設	・取引 DPF において提供される消費生活用製品について、一定の場合^{*2}に当該製品の出品削除を要請できるなどの措置を講ずる
	届出事項の公表制度の創設	・届出事業者の指名や特定製品の型式の区分、国内管理人の指名等を公表する制度を創設する
	法令等違反行為者の公表制度の創設	・法律や法律に基づく命令等に違反する行為を行った者の氏名等について、公表することができる制度を創設する

玩具等の子供用の製品の安全確保への対応	子供用の製品に係る規制の創設	・子供用特定製品^{*3}の製造・輸入事業者に対し、国が定める技術基準への適合、対象年齢・使用上の注意等の警告表示等を求める ・上記の義務を履行している旨の表示のない製品の販売を禁止する
	子供用特定製品の中古品特例	・子供用特定製品の中古品については一定条件^{*4}を満たすことで販売を可能とする

経済産業省資料「消費生活用製品安全法等の一部を改正する法律の概要（令和6年法律第67号）」に基づき弊社整理

改正法は2025年末までに施行となる見通しです。

今後、より具体的な規制の中身（たとえば、子供用特定製品にあてはまる製品や、製品ごとの規制内容）が明確になっていくと考えられ、関連する事業者はこうした情報を継続的に収集し、適宜対応していくことが求められます。

出所：経済産業省「消費生活用製品安全法の一部改正について」

https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/shouan/shouan_ichibu_kaisei.html

- *1 危害発生のおそれがある製品（PSマーク対象製品）を指定し、製造・輸入事業者に対して国が定めた技術基準の遵守を義務付ける一連の法律。消費生活用製品安全法、電気用品安全法などから構成される。
- *2 国内消費者に危険が及ぶおそれがあると認められ、かつ、その製品の出品者によってリコール等の必要な措置が講じられることが期待できないとき。
- *3 主として子供の生活の用に供されるものとして対象年齢や使用上の注意を表示することが必要な製品
- *4 国内消費者に対する注意喚起や安全確保のための体制整備等が条件となる

国外のトピックス

OACCC が 2024－25 年度の優先事項を公表

(2024 年 6 月 27 日、ACCC)

豪州競争・消費者委員会（Australian Competition & Consumer Commission、以下 ACCC）のキャスゴットリーブ委員長は 6 月 27 日、豪州全国消費者会議において、2024－25 年の製品安全に関する優先事項を公表しました。

以下は、優先事項 5 項目とその施策の概要です。

1) 育児製品を中心とした、乳幼児用品の安全の強化

哺乳瓶ホルダー^{*1}のような新しい育児製品に関わるリスクの監視、ウェブサイトの更新、家具の転倒と乳児用睡眠用品の基準に関する啓発、など

2) ネット販売における製品安全の強化

国内外の規制当局との協力、ネット市場に関わる事業者との連携の強化、ネット購入における消費者の啓発、製品安全誓約^{*2}の改善、など

3) 製品の安全性確保を通じた、持続可能な経済への移行の支援

環境の持続可能性に障壁とならない方法での製品安全の推進、リチウムイオン電池など脱炭素及び循環型経済への移行に必要な製品の安全性向上に関する支援、中古品の製品安全向上のための取引関係者向けガイダンスの策定、など

4) 新しい技術を用いた消費者製品に関連する製品安全リスクの調査

国内外の規制当局との協力、新しい技術の適用による製品安全リスクの理解の推進、製品安全に関する法的枠組の新しい技術への適用の検討、など

5) 製品安全データの改善

製品安全に関する各種のデータの質の向上、製品安全に関する新しい課題の特定、事故報告義務に関するガイドラインの更新、など

キャスゴットリーブ委員長は談話で、「ACCC は今後も新しいタイプの製品の安全リスクを評価し、新しい技術を使用した製品の安全性をどのように確保できるか、既存の安全法制の枠組みをどのように適用できるかを検討していく」と述べています。また、「将来の製品安全リスクをより良く理解するよう努め、新たな製品安全問題を迅速かつ効果的に特定する能力を強化する」としています。

従来型の製品安全に加えて、ネット市場での流通量が拡大している中古品の安全など、製品や社会の変化による新たなリスクはこれからも生じてくることが予想されます。さらに、脱炭素社会の指向を背景にした新技術・新製品の登場による新たな製品安全上のリスクも考えられます。

わが国の事業者としても、足元の社会に適合した製品安全に遅滞なく取組むだけでなく、製品安全に関する状況の変化や新たなリスクに注意を払い、それらへの対応を先取りして検討していくことが期待されます。

出所：ACCC のリリース

<https://www.productsafety.gov.au/news/emerging-technology-risks-among-accc-product-safety-priorities>

- *1 ベビーカーやベビーベッドに取り付ける哺乳瓶ホルダー。米国では 2018 年から 2021 年にかけて窒息による 3 件の死亡事故が報告されている。
- *2 ネット市場の運営事業者が、製品の安全性の確保に関する自主的な取組を誓約するもの。

○米国においてリチウムイオン電池の安全対策に関する複数の法案が可決

(2024 年 5 月 21 日、米国ニューヨーク州議会など)

米国ニューヨーク州議会は 5 月 21 日、小型軽量の移動機器に搭載されるリチウムイオン電池の安全性の強化を目的とした一連の法案を可決しました。7 月 11 日にはニューヨーク州知事が本法案に署名し、90 日以内に法制化されることとなります。

電動アシスト自転車や電動スクーター、電動キックボード等の小型軽量の移動機器（以下、マイクロモビリティ）の人気は世界的に高まっています。しかし、ニューヨーク市消防局の統計によると、同市では 2019 年から 2023 年の間に、リチウムイオン電池を原因とする火災が 400 件以上発生し 300 人が負傷、12 人が死亡しています。

こうした状況を背景にニューヨーク州議会では、マイクロモビリティで使用されるリチウムイオン電池の安全確保に向けた検討が行われてきました。

今回可決されたのは 9 法案ありますが、以下はその一部です。

法案	内容
リチウムイオン電池の製造・販売基準の設定	マイクロモビリティに使用されるリチウムイオン電池について、一定の基準に従って製造されていることを販売の条件とする
リチウムイオン電池の被害軽減の義務付け	マイクロモビリティやリチウムイオン電池の販売や修理等を行う事業者に対し防火対策や消火対策を講じることを義務付ける
プラグの警告タグの義務付け	マイクロモビリティの充電コードに、使用していないときはプラグを抜くことを明記した赤いタグを付けることを義務付ける
取扱説明書の提供義務付け	マイクロモビリティ及びマイクロモビリティ用のリチウムイオン電池の販売事業者に対し、顧客に取扱説明書を提供することを義務付ける

一連の法案はリチウムイオン電池そのものの基準だけでなく、マイクロモビリティの製造・販売等の事業者への被害の未然防止策の義務付けなど幅広い事項を対象としており、当該議会

の危機感の表れと受け取ることができます。

一方、米国下院においても 5 月 15 日、CPSC（米国消費者製品安全委員会）に対しマイクロモビリティに搭載されるリチウムイオン電池の安全基準を策定するよう求める法案（Setting Consumer Standards for Lithium-Ion Batteries Act）が可決されました（今後上院で審議予定）。米国全土でマイクロモビリティに搭載されるリチウムイオン電池のリスクについて関心が高まっていることがうかがえます。

マイクロモビリティは日本においても利用が広がっており、搭載されたリチウムイオン電池に起因すると思われる火災事故も発生しています。マイクロモビリティやリチウムイオン電池に関わる事業者は、関連する規制の状況を注視するだけでなく、規制を先取りした自主的な安全上の取り組みがより一層求められます。

出所：ニューヨーク州上院のリリース

<https://www.nysenate.gov/newsroom/press-releases/2024/senate-advances-slate-lithium-ion-battery-safety-standards>

米国下院の法案

<https://www.congress.gov/bill/118th-congress/house-bill/1797>

コラム：ソーシャルインフレーション —その現状、要因と今後の展望—

本連載では、ソーシャルインフレーション、すなわち「（損害賠償責任保険の）保険金支払いが一般的な経済的インフレーションを上回って上昇」する現象について、その現状、要因と今後の展望を述べていきます。

前回はソーシャルインフレーションの現状を概観しました。連載 2 回目となる今回は、ソーシャルインフレーションの要因について、社会および経済の観点からみていきます。

1. ソーシャルインフレーションの要因 —社会的観点—

（1）ミレニアル世代の台頭

米国では刑事訴訟だけでなく、民事訴訟においても陪審制が採用されており、一般市民から選ばれた陪審員が合議により事実認定を行い、評決を下します。

近年、陪審員の多くをミレニアル世代と呼ばれる 1980 年代前半から 1990 年代半ばまでに生まれた人々が占めるようになっており、この世代特有の考え方が評決のあり方に影響を及ぼしているのではないかという指摘がなされています。

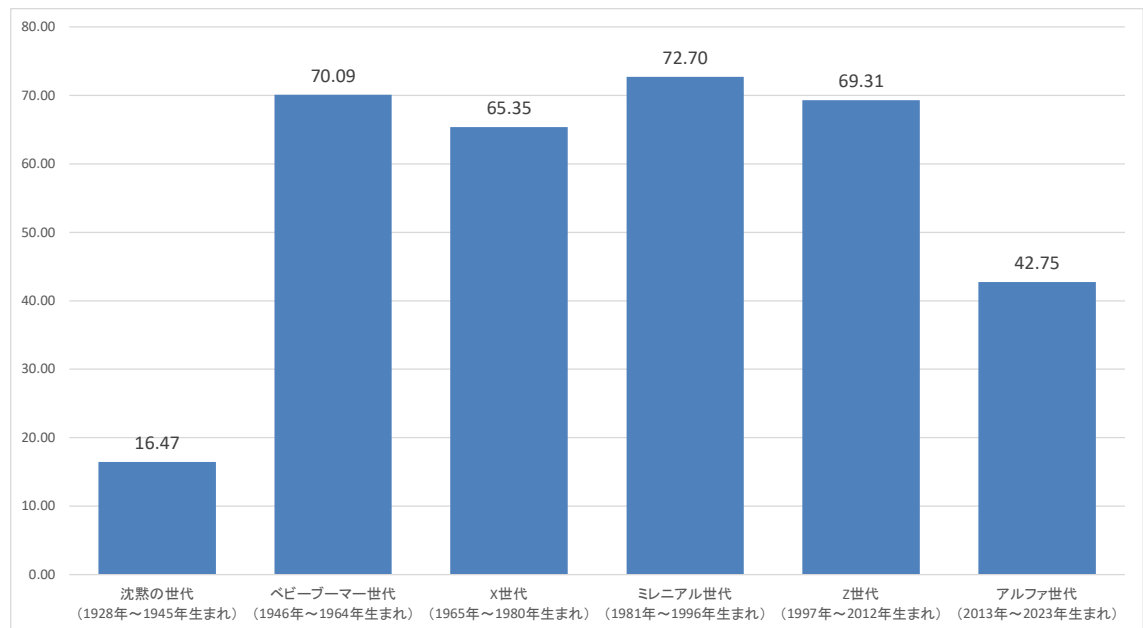


図1 米国における世代ごとの人口（単位は 100 万人）¹

ミレニアル世代は「正しい行い」を強く求める傾向があると一般的には指摘されています。ある調査によると、「企業はコストや実現可能性に関わらず、安全の実現のためにあらゆる手段を尽くすべきか」という問いに対し、ミレニアル世代の 84% が「そう思う」（「強くそう思う」と回答した 63% を含む）と回答しています²。

こうした傾向から、ミレニアル世代の陪審員が「企業の安全対策が不十分なために事故が起きた」と評価した場合、陪審員の期待に沿わない対応をしていた企業へ厳しい目が向けられることになります。

一方で、ミレニアル世代は「何が正しいか」についても独自の価値観を持っているともみられます。

別の調査によると、ミレニアル世代の 82% は「自己の信念と法律が相反する場合、自己の信念に従って評決を下す」と回答しています³。

ここから、ミレニアル世代の陪審員は法律の求める範囲を超えて被告企業の責任を追及する場合が想起されます。

以上のようなミレニアル世代の傾向や価値観が、前回記事において取り上げた、1,000 万ドル（約 15 億円）を超える「Nuclear Verdict（核評決）」の規模および頻度の増加に寄与している可能性が考えられます。

ミレニアル世代の台頭とソーシャルインフレーションとの相関関係については懐疑的な見解もあり、さらなる調査・研究が求められるところです。陪審員に占めるミレニアル世代の割合が高い状況は今後も継続するため、企業をはじめとする被告側からはその存在を軽視す

¹ Statista “Resident population in the United States in 2023, by generation” (<https://www.statista.com/statistics/797321/us-population-by-generation/>) に基づき弊社作成

² Nelson Mullins “The Millennial Invasion of Jury Pools” (<https://www.nelsonmullins.com/storage/HIL9gg7pag9D2FKTs4ptpKriTsrcGcA0fVsXhLga.pdf>) より

³ Sound Jury Consulting “The Importance of Letting Jurors Be Egocentric in Voir Dire” (<https://soundjuryconsulting.com/the-importance-of-letting-jurors-be-egocentric-in-voir-dire/>)

ることはできません。

（２）企業に対する不信感

世代を超えた傾向として、企業に対する不信感を挙げることができます。

米国においては、2007年の世界金融危機の際「一般債務者より金融機関の救済が優先された」という受け止め方がされたことを契機として、企業に対する不信感が醸成されたといわれています。

こうした不信感は年々強まっているといわれており、2019年に行われたある意識調査によると、「大企業はあまりにも大きな力と社会への影響を有している」と考える米国の成人の割合は82%（2011年時の同様の調査と比較して1.75倍増）となっています⁴。

不信感が向けられる先は大企業に限られず、別の調査では「企業は市民の安全より自らの利益を優先するか」という問いに対し、回答者の81%が「思う」（「強くそう思う」と回答した28%を含む）と回答しています⁵。

では、企業に対する不信感と訴訟における評決額に相関関係はあるのでしょうか。

この点に着目した論文によると、企業に対する不信感が強くなるほど、評決額が大きくなるという関係性が示されています⁶。

この研究は、過去に起きた製造物責任訴訟をモデルケースとして、模擬陪審に評決を下してもらい、その結果をまとめたものです。

以下に引用するグラフは、縦軸が下された評決額（上にいくほど大きい）、横軸が企業に対する不信感（右に行くほど強い）を7段階で指標化して示しています。引かれた3本の線はそれぞれ、実線が知名度の高い企業、破線が知名度が中程度の企業、点線が知名度が低い企業を被告として設定した場合の結果を表しています。

いずれの線も右肩上がりとなっており、不信感が強いほど評決額が大きくなっている相関が読み取れます。また、この傾向は知名度が低い企業においてより顕著となっています。

⁴ CapSpecialty “Social Inflation” (https://psmedia.capspecialty.com/wp-content/uploads/2021/01/26130924/White-Paper_Social-Inflation.pdf)

⁵ ジュネーブ協会 “Social Inflation: Navigating the evolving claims environment” (https://www.genevaassociation.org/sites/default/files/social_inflation_web_171220.pdf)

⁶ Hunter, Kirsten Deming “Company Familiarity Moderates Anti-corporate Bias and Jurors' Compensatory Award Amounts”

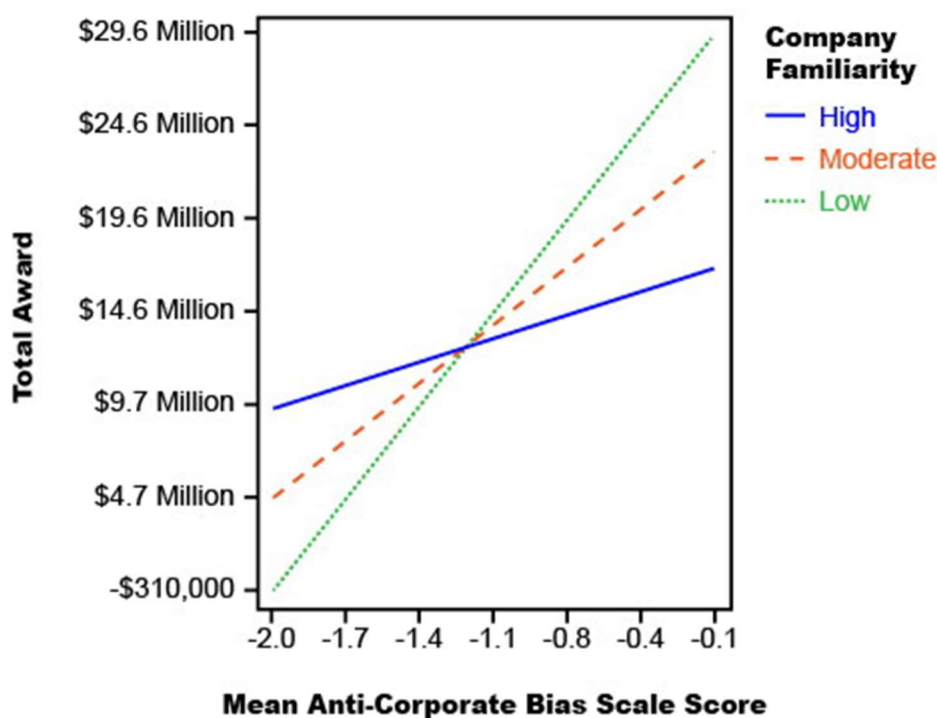


図2 企業に対する不信感と評決額の相関関係⁶

この研究はあくまで一定条件下での検証における傾向を示すものですが、ソーシャルインフレーションの一要因として企業に対する不信感の広がりを指摘するレポートは多くみられます⁷。

2. ソーシャルインフレーションの要因 ―経済的観点―

(1) 弁護士事務所による広告への投資

米国においては従来より、テレビやラジオでのCMから、インターネット広告、幹線道路沿いの大型看板に至るまで、多種多様な手段を通じ、弁護士事務所が潜在的な被害者に対し訴訟提起を呼び掛けています。

このような宣伝活動は、近年ますます活発になっています。

たとえば、弁護士事務所によるテレビCMは2006年から2020年にかけて3.5倍以上に、弁護士事務所によるインターネット広告のクリック数は2018年から2022年にかけて5倍以上にそれぞれ増えています⁸。

加えて、特定の製品による集団的被害に関し、訴訟参加を呼び掛ける広告もみられます。

⁷ 一例として、ジュネーブ協会 “Social Inflation: Navigating the evolving claims environment” (https://www.genevaassociation.org/sites/default/files/social_inflation_web_171220.pdf)

⁸ Boston Consulting Group “Tackling Social Inflation: A Strategic Imperative for P&C Insurers” (<https://media-publications.bcg.com/Tackling-Social-Inflation.pdf>)

表 1 特定製品に関する訴訟を喚起する宣伝活動の例⁹

広告の開始時期	標的となった製品	投じられたテレビ広告費	放映されたテレビ CM 数
2015 年～	除草剤	1 億 3100 万ドル	625,000 本
2015 年～	ベビーパウダー	1 億 900 万ドル	370,000 本
2021 年～	除草剤	2400 万ドル	150,000 本

上表 1 で「標的になった製品」として挙げたものは、いずれも長年にわたり広く使われてきた製品で、がんなどの健康被害を引き起こす可能性が主張されていました。

結果的に、2015 年から広告が行われてきた除草剤については、約 12 万 5000 件の訴訟が提起され、2020 年に原告約 10 万人と 109 億ドル（約 1 兆 1600 億円、当時）で和解が成立しました。

また、ベビーパウダーについては、5 万件を超える訴訟が提起され、2024 年に 64 億 8000 万ドル（約 1 兆 200 億円、当時）で和解提案がされています。

これらの事例から、弁護士事務所による広告を通じ、より多くの訴訟が提起され、高額な賠償につながっている可能性が考えられます。

（2）所得格差

経済を切り口としたソーシャルインフレーションに関する研究の一つとして、地域における所得格差と評決額の関係性に着目した調査が行われています¹⁰。

この調査では、所得格差を表すジニ係数などに基づき「所得格差が大きい」とされた地域においては「陪審員がより高額の評決を下す傾向がある」という結論が得られました。

ジニ係数に基づく、米国では 1981 年以降、所得格差が拡大傾向にあり、これがソーシャルインフレーションを進展させる一要素となっていると考えられます。

次号の PL レポートでは、ソーシャルインフレーションの第三の要因として法制度に着目し、その内容を詳述します。

以 上

文責：リスクマネジメント第三部 危機管理・コンプライアンスグループ

⁹ 米国不法行為改革協会 “Legal Services Advertising Quarters 1-2” (<https://www.atra.org/wp-content/uploads/2022/09/California-Legal-Services-Ad-Spending-Report-Q1-Q22022-ATRA-X-Ante-9.15.22.pdf>) に基づき弊社作成。ただし、文中の「訴訟の結果・金額」等は報道に基づく。

¹⁰ ゼネラル再保険 “Quantifying Social Inflation - Jury Awards, Income Inequality and the Bronx Jury Hypothesis” (<https://www.genre.com/us/knowledge/publications/2020/september/quantifying-social-inflation-jury-awards-income-inequality-and-the-bronx-jury-hypothesis-en>)

【製品安全／PL・リコール対策関連サービスのご案内】

- ・市場のグローバル化の進展・消費者の期待の変化に伴いしかるべき PL・リコール対策、そして、製品安全の実現は企業の皆様にとってはますます重要かつ喫緊の課題となっています。
- ・弊社では、製品安全に関する態勢構築・整備、新製品等個別製品のリスクアセスメントや取扱説明書の診断、PL・リコール対策など、多くの企業へのコンサルティング実績があります。さらに、経済産業省発行の「製品安全に関する事業者ハンドブック」「消費生活用製品のリコールハンドブック 2016」などの策定を受託するなど、当該分野に関し、豊富な調査実績もあります。
- ・弊社では、このような実績のもと、製品安全実現のための態勢整備、個々の製品の安全性評価、製品事故発生時の対応に関するコンサルティング、情報提供、セミナー等のサービスメニュー「PL MASTER」をご用意しております。
- ・製品安全／PL・リコール関連の課題解決に向けて、ぜひ、「PL MASTER」をご活用ください。

PL Masterメニュー

I. マネジメントシステム構築・運営

1. 製品安全管理態勢の構築支援
2. リスクアセスメント態勢の導入支援

II. 製造物責任予防(PLP)対策

1. 製品安全診断
2. 取扱説明書診断

III. 製造物責任防衛(PLD)対策

1. PL事故対応マニュアルの策定
2. リコールに関する緊急時対応計画の策定

IV. 教育・研修

1. 製品安全セミナー(講義型)
2. リスクアセスメント導入研修(ケーススタディ型)
3. PL事故・リコール対応シミュレーショントレーニング

V. 調査研究・情報提供

1. 判例・事故例の調査分析
2. 各国の生産物賠償法一覧の提供
3. 各種リスクマネジメント情報の提供

「PL MASTER」をはじめ、弊社の製品安全・PL 関連メニューに関するお問い合わせ・お申し込み等は、MS & AD インターリスク総研 リスクマネジメント第三部 危機管理・コンプライアンスグループ (interrisk_csr@ms-ad-hd.com)、またはお近くの三井住友海上、あいおいニッセイ同和損保の各社営業担当までお気軽にお寄せ下さい。

本誌は、マスコミ報道など公開されている情報に基づいて作成しております。
また、本誌は、読者の方々に対して企業のRM活動等に役立てていただくことを目的としたものであり、事案そのものに対する批評その他を意図しているものではありません。

不許複製／Copyright MS & AD インターリスク総研 2024

MS&AD インターリスク総研は、2024 年 4 月、これまでのホームページを刷新し、リスクに強い組織づくりをサポートするプラットフォーム「RM NAVI(リスクマネジメント ナビ)」をリリースしました。

「RM NAVI」は、MS&AD インターリスク総研の知見をフル活用して、情報提供から実践までをトータルサポート。

コンサルタントの豊富な経験と、最先端のデジタルサービスで、リスクに強い組織づくりを支えます。

あなたに寄り添い、最適な答えへと導く、リスクマネジメントの羅針盤です。

リスク対策がわかる。 組織がかわる。

リスクに強い組織づくりをサポートするプラットフォーム



RM NAVI

リスクマネジメントナビ

こんなお悩みはありませんか？

リスクが多様化・複雑化し、
最新ノウハウを
得ることが困難に…

リスク対策を
効率化したいが、
リソースが足りない…

情報セキュリティや
BCPなどのリスク対策が
進んでいない…

RM NAVIが最適なリスクマネジメントへと導きます



MS&AD-インターリスク総研の知見をフル活用
して、リスクマネジメントをサポート！



現場経験豊富なコンサルタントが、
最新の情報を提供！



最先端のデジタルサービスを駆使して、
対策の実行までを支援！

「RM NAVI」はこちら（会員登録もこちらから可能です） >

<https://rm-navi.com>

