

製品デザインにおけるコンプライアンス支援に関する研究

中村 優^{*1)}、小山元子^{*2)}、山田一徳^{*2)}、伊瀬洋昭^{*3)}

1. はじめに

近年、企業不祥事が起こるたびに、コンプライアンスという言葉が報道されるようになってきた。一般にコンプライアンスは「法令遵守」と訳されているが、この訳語では正確に語感を伝えておらず、その意味は「組織が社会的要請に対応すること」がより正確である。中小企業において新製品を開発するにあたり、科学的な正しさ、法的な正しさと言うコンプライアンス面での組織的支援は不十分であった。企業のリスク回避を製品開発の早期段階で可能とするような技術的支援方法を案出し、関係各局担当部署と連携して実施することを目的とした。

2. 方法

表1 コンプライアンス関連法令

法令はコンプライアンスを考え、社会的要請に応えるための道しるべとされている。そこで、関連する法令について調査した。(表1)

基本法令	民法、会社法	
ビジネス	公正な取引	独占禁止法、景品表示法
	知的財産	著作権法、特許法など
	証券取引	証券取引法など
	個人情報	個人情報保護法など
消費者	情報セキュリティ	電子商取引法など
	消費者保護	消費者基本法など
労働	雇用保障法、雇用関係法	
環境	環境基本法など	
その他	いわゆる業法など	

製品デザインに限定してコンプライアンスを考えると、知的財産関連法、消費者関連法、地球環境関連法などへの対応が求められる。産技研では従前より各法律に関して技術セミナーなどをおして、中小企業への支援を行っている。しかし、これらのうち、産技研内での対応が不十分と思われる消費者関連法について検討を行った。

3. 結果・考察

「科学的な正しさ」に関しては、従来特段の法的規制がなされているわけではなかった。平成15年度に不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)が改正され、効果・効能に関する表示を行う場合には、事業者自身が科学的根拠を示さなければならなくなった(いわゆる不実証広告規制)。このことは製品デザインを検討する上で、ごく初期段階に検討しておくべきことである。また、産技研に曖昧な科学的根拠による技術相談など持ち込まれた場合には、景品表示法による義務を周知することにより、企業のリスクを低減することができることが分かった。

4. まとめ

製品デザインにおけるコンプライアンス支援に関して、これまで対応が不十分と思われる消費者関連法について検討を行った。景品表示法の不実証広告規制は事業者自身に科学的根拠を要求するものである。これを周知することによって、曖昧な科学的根拠による製品開発を未然に防ぎ、企業リスクを回避できる可能性があることがわかった。

また、生活文化局取引指導課、福祉保健局薬事監視課と連携を図り、その成果を中小企業へ提供することができた。今後、技術セミナーなどを通じて、知識の普及をはかるとともに、産技研内職員に対しても職場研修などを通じて知識の普及をはかる予定である。

*1) ライフサイエンスグループ、*2) 情報システム課、*3) 経営企画室