

週刊WEB

# 企業 経営

MAGA  
ZINE

Vol.730 2021. 6. 29

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2021年6月17日号

## 日銀短観(6月調査)予測

～大企業製造業の業況判断DIは9ポイント上昇  
の14と予想、非製造業との格差は拡大へ

経済・金融フラッシュ 2021年6月18日号

## 消費者物価(全国21年5月)

～コアCPI上昇率はプラスに転じたが、  
基準改定でマイナスに修正される可能性も

経営 TOPICS

統計調査資料

## 全国小企業月次動向調査

(2021年5月実績、6月見通し)

経営情報レポート

働き方改革の解決策として経営革新に貢献する  
ロボットがもたらす未来の働き方

経営データベース

ジャンル:内部統制 > サブジャンル:法令上の権限

不正競争防止法について  
製造物責任法(PL法)とは

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行:税理士法人 森田会計事務所

# 日銀短観(6月調査)予測 ～大企業製造業の業況判断DIは9ポイント上昇 の14と予想、非製造業との格差は拡大へ

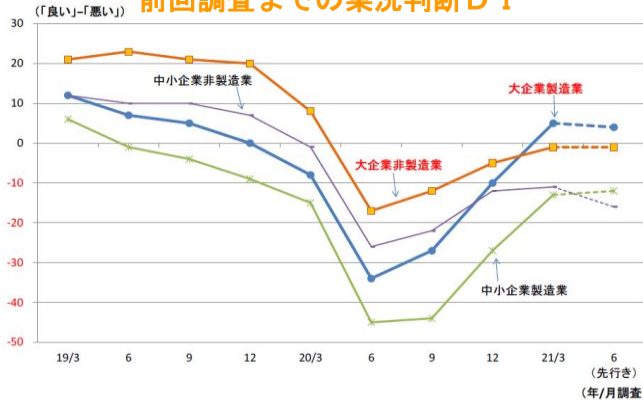
ニッセイ基礎研究所

**1** 6月短観では、大企業製造業で景況感の順調な回復が続いていることが確認されると予想する。海外経済回復に伴う輸出の増加や円安基調の継続が追い風になる。

一方、非製造業では、社会のオンライン化に伴う情報通信サービス需要増加や、製造業からの物流・法人向けサービス需要増加などが追い風になるものの、3度目の緊急事態宣言発令による対面サービス需要の低迷等を受けて、景況感が伸び悩むと予想。

製造業・非製造業間の景況感格差がさらに拡大することになりそうだ。

前回調査までの業況判断DI



(注) 21年6月の値は21年3月調査における先行き見通し  
(資料) 日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

**2** 先行きの景況感は総じてやや改善すると予想。内外でワクチンの接種が進み、経済活動が回復に向かうことが期待されるためだ。

ただし、コロナ変異株や原材料コストのさらなる増加への警戒が重荷になる。

東京五輪については見方が交錯し、影響が限られるだろう。

**3** 今年度の設備投資計画は前年度比3.7%増へ上方修正されると予想。

例年、6月調査では上方修正される傾向が強いうえ、製造業を中心に投資余力が回復したことや、設備の過剰感が緩和していることがその理由となる。

ただし、対面サービス業の投資意欲低迷が重荷となるため、上方修正幅は近年の平均値を下回るだろう。今回は計画の上方修正によって企業の設備投資意欲の持ち直しが確認されるものの、前年度の大幅な減少の後には反発力に欠け、慎重姿勢が未だ残っていることも垣間見える結果になると見ている。

**4** 今回の短観で景況感や設備投資計画以外でまず注目されるのは仕入価格判断DIだ。資源価格高騰によるコスト増加が利益を圧迫しているとみられるだけに、その影響度合いがポイントとなる。

また、資金繰り判断DIも注目点になる。

民間金融機関による実質無利子無担保融資制度が終了したうえ、コロナ関連融資の返済も一部で始まっているとみられるだけに、対面サービス業を中心に資金繰りが悪化していないかがポイントとなる。

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、  
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」  
よりご確認ください

ネット  
ジャーナル

# 消費者物価(全国21年5月) ～コアCPI上昇率はプラスに転じたが、 基準改定でマイナスに修正される可能性も

ニッセイ基礎研究所

## 1 コアCPI上昇率は1年2ヵ月ぶりのプラス

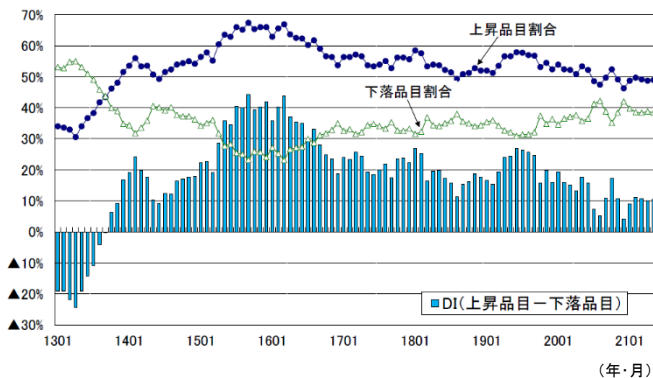
総務省が6月18日に公表した消費者物価指数によると、21年5月の消費者物価(全国、生鮮食品を除く総合、以下コアCPI)は前年比0.1%(4月:同▲0.1%)となり、1年2ヵ月ぶりにプラスとなった。事前の市場予想(QUICK集計:0.1%、当社予想も0.1%)通りの結果であった。

## 2 上昇品目数の割合は 引き続き50%を下回る

消費者物価指数の調査対象523品目(生鮮食品を除く)を、前年に比べて上昇している品目と下落している品目に分けてみると、5月の上昇品目数は256品目(4月は255品目)、下落品目数は201品目(4月は203品目)となり、上昇品目数が前月から増加した。

上昇品目数の割合は48.9%(4月は48.8%)、下落品目数の割合は38.4%(4

### 消費者物価(除く生鮮食品)の 「上昇品目数(割合) - 下落品目数(割合)」



(注) 消費税率引き上げの影響を除いている。

月は38.8%)、「上昇品目割合」-「下落品目割合」は10.5%(4月は9.9%)であった。

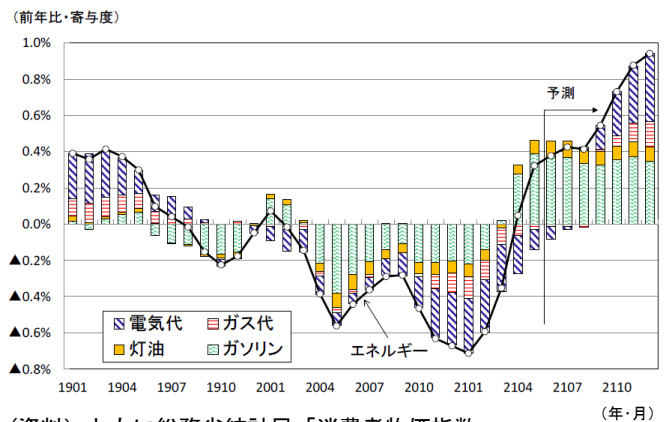
## 3 コアCPI上昇率は基準改定で マイナスに修正される可能性も

コアCPI上昇率は、エネルギー価格の上昇率拡大を主因として1年2ヵ月ぶりのプラスとなった。

足もとの原油価格上昇を受けて、エネルギー価格の上昇ペースはさらに加速し、年末にかけては前年比で二桁の伸びとなり、コアCPI上昇率への寄与度は1%近くまで高まることを見込まれる。

また、8~12月は前年の「Go Toトラベル」による宿泊料の大幅下落の裏が出ることも押し上げ要因となるため、コアCPIは年末にかけて1%程度まで伸びを高めることが予想される。

### コアCPIに対するエネルギーの寄与度



(資料) とともに総務省統計局「消費者物価指数」

経済・金融フラッシュの全文は、  
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」  
よりご確認ください。

# 全国小企業月次動向調査 (2021年5月実績、6月見通し)

日本政策金融公庫 2021年6月21日公表

## 結果の概況

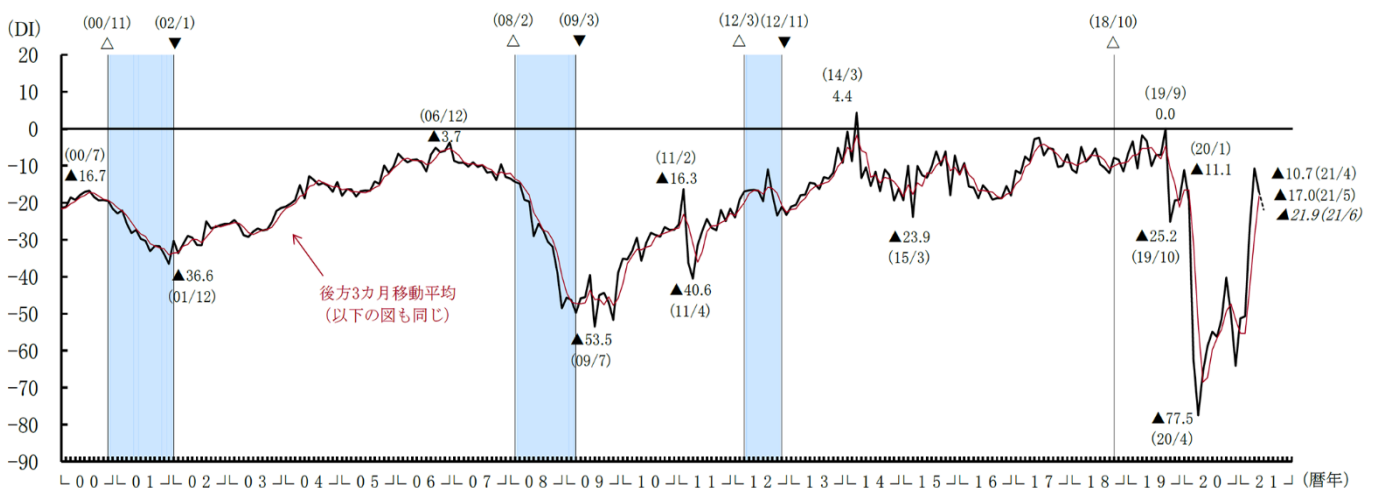
[概況] 小企業の売上DI(5月実績)は、マイナス幅が拡大

### 1 売上

- 5月の売上DIは、4月からマイナス幅が6.3ポイント拡大し、▲17.0となった。6月はマイナス幅が拡大し、▲21.9となる見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業(▲14.4→▲7.6)ではマイナス幅が縮小した一方、非製造業(▲10.1→▲18.0)ではマイナス幅が拡大した。6月は、製造業で▲16.3、非製造業で▲22.6と、ともにマイナス幅が拡大する見通しとなっている。
- 非製造業では、卸売業と運輸業を除く全ての業種でマイナス幅が拡大している。6月は、サービス業を除く全ての業種で低下する見通しとなっている。

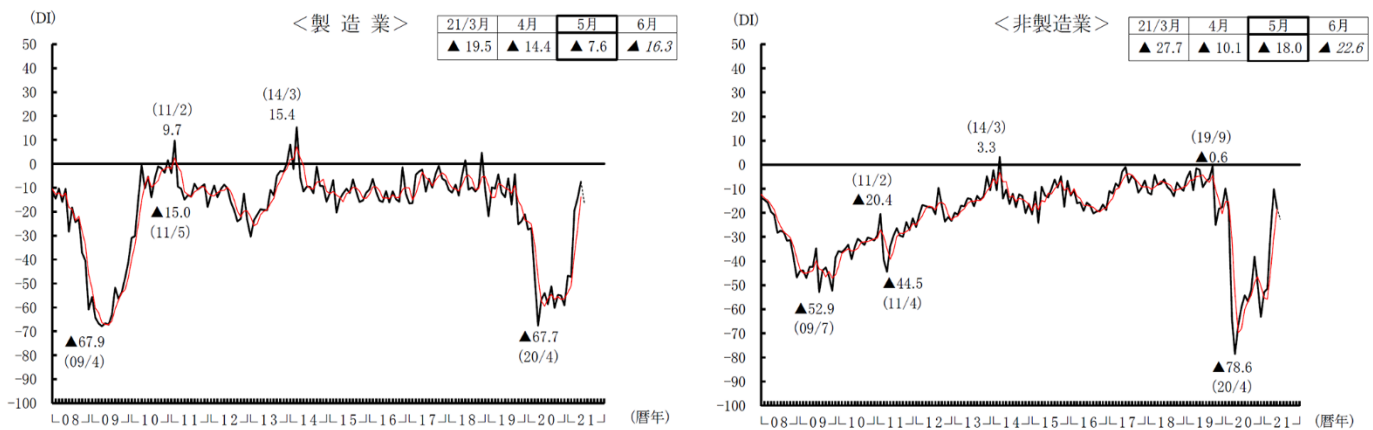
売上DIの推移(全業種計、季節調整値)

	2020 5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2021 1月	2月	3月	4月	5月	6月
実績	▲65.7	▲58.8	▲54.9	▲56.2	▲51.5	▲40.2	▲50.4	▲64.1	▲51.3	▲50.7	▲26.9	▲10.7	▲17.0	-
見通し	▲73.7	▲63.7	▲60.7	▲57.6	▲57.5	▲46.5	▲45.2	▲59.5	▲56.7	▲53.6	▲41.9	▲16.5	▲7.6	▲21.9



(注) 1 売上DIは前年同月比で「増加」企業割合－「減少」企業割合。  
2 —は実績、---は見通し、斜体は見通しの値を示す。△は景気の山、▼は景気の谷、シャドー部分は景気後退期を示す。ただし、直近の谷は設定されていないため、2018年10月以降にシャドーはかけていない(以下同じ)。

### 業種別売上DIの推移(季節調整値)



		(見通し)																			
		2019年	2020年	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2021年	2月	3月	4月	5月	6月	
		12月	1月											1月							
製造業		▲21.1	▲27.4	▲26.9	▲47.9	▲67.7	▲56.7	▲54.0	▲58.7	▲51.2	▲60.2	▲54.8	▲55.1	▲59.2	▲46.8	▲47.2	▲19.5	▲14.4	▲7.6	▲16.3	製造業
金属・機械		▲27.3	▲20.8	▲31.5	▲44.2	▲54.7	▲51.0	▲51.1	▲62.2	▲60.5	▲64.2	▲60.5	▲63.0	▲64.0	▲46.9	▲50.0	▲21.0	▲6.6	▲12.2	▲19.3	金属・機械
その他製造		▲14.5	▲31.0	▲23.8	▲52.3	▲72.0	▲62.0	▲54.9	▲53.0	▲47.1	▲58.3	▲52.9	▲52.5	▲53.8	▲43.8	▲45.7	▲19.6	▲13.7	▲4.2	▲12.9	その他製造
非製造業		▲17.7	▲9.9	▲18.7	▲64.0	▲78.6	▲66.7	▲59.1	▲54.2	▲56.8	▲51.8	▲38.1	▲49.5	▲63.3	▲52.9	▲51.5	▲27.7	▲10.1	▲18.0	▲22.6	非製造業
①卸売業		▲23.5	▲13.1	▲21.5	▲53.7	▲63.2	▲62.7	▲48.2	▲46.8	▲49.4	▲44.2	▲37.4	▲42.1	▲38.9	▲46.0	▲45.0	▲17.5	▲23.3	▲13.1	▲25.6	①卸売業
織・衣・食		▲31.2	▲20.4	▲36.9	▲59.5	▲80.7	▲82.0	▲56.3	▲52.8	▲61.8	▲56.0	▲50.1	▲55.5	▲60.3	▲58.1	▲62.1	▲22.2	▲19.2	▲24.0	▲40.9	織・衣・食
機械・建材		▲18.6	▲8.9	▲13.1	▲45.4	▲53.1	▲50.6	▲45.5	▲42.0	▲40.6	▲36.8	▲26.3	▲31.2	▲24.5	▲38.8	▲35.6	▲9.4	▲27.7	▲6.6	▲13.5	機械・建材
②小売業		▲19.7	▲19.9	▲19.6	▲66.1	▲75.7	▲64.8	▲55.3	▲49.9	▲44.4	▲46.5	▲38.4	▲42.9	▲55.0	▲43.6	▲40.9	▲20.3	▲12.6	▲14.9	▲17.2	②小売業
耐久消費財		▲23.6	▲21.5	▲19.7	▲40.0	▲70.5	▲53.9	▲42.6	▲51.0	▲37.3	▲37.8	▲28.2	▲22.0	▲21.4	▲19.7	▲11.3	▲0.0	▲9.9	1.6	▲11.7	耐久消費財
非耐久消費財		▲19.8	▲22.2	▲18.8	▲72.7	▲76.2	▲66.4	▲57.4	▲50.5	▲45.2	▲47.8	▲39.2	▲46.2	▲63.1	▲51.5	▲46.3	▲25.2	▲12.6	▲17.6	▲18.3	非耐久消費財
③飲食店		▲12.0	2.3	▲21.6	▲87.5	▲100.0	▲84.8	▲78.8	▲62.2	▲87.4	▲61.4	▲34.9	▲69.1	▲93.0	▲89.6	▲82.9	▲50.2	▲8.3	▲19.9	▲39.9	③飲食店
④サービス業		▲15.3	▲7.9	▲22.6	▲61.1	▲83.8	▲66.3	▲64.0	▲58.4	▲61.2	▲55.3	▲43.2	▲54.7	▲66.8	▲53.8	▲52.2	▲19.2	▲4.3	▲21.4	▲19.9	④サービス業
事業所向け		▲15.2	▲16.2	▲24.8	▲31.9	▲68.6	▲49.1	▲47.6	▲42.5	▲51.5	▲40.8	▲28.8	▲41.1	▲52.2	▲35.2	▲31.5	▲14.9	▲21.8	▲13.3	▲21.0	事業所向け
個人向け		▲15.5	▲5.9	▲22.5	▲71.0	▲88.8	▲71.4	▲68.2	▲63.7	▲63.7	▲59.0	▲47.3	▲58.0	▲71.5	▲60.1	▲59.2	▲22.0	0.9	▲23.6	▲19.0	個人向け
⑤建設業		▲17.7	▲15.2	▲7.4	▲29.4	▲39.7	▲41.6	▲41.9	▲47.9	▲39.8	▲42.2	▲37.0	▲32.3	▲34.7	▲33.1	▲34.4	▲25.3	▲12.7	▲13.2	▲18.1	⑤建設業
⑥運輸業		8.2	▲13.8	▲14.6	▲37.3	▲74.7	▲58.1	▲59.3	▲56.8	▲53.6	▲50.6	▲42.2	▲43.4	▲49.5	▲44.8	▲62.7	▲24.0	▲21.0	6.9	▲14.8	⑥運輸業
道路貨物		▲13.9	▲14.7	▲5.0	▲35.6	▲49.3	▲56.3	▲57.1	▲51.1	▲43.5	▲41.0	▲33.7	▲33.9	▲36.9	▲35.5	▲53.8	▲28.0	0.3	7.2	▲16.0	道路貨物
個人タクシー		▲18.3	▲6.2	▲47.0	▲100.0	▲100.0	▲79.3	▲69.0	▲100.0	▲100.0	▲100.0	▲87.9	▲93.5	▲100.0	▲83.6	▲90.1	▲66.1	▲33.7	▲8.0	▲12.8	個人タクシー
全業種計		▲19.2	▲11.1	▲19.3	▲62.2	▲77.5	▲65.7	▲58.8	▲54.9	▲56.2	▲51.5	▲40.2	▲50.4	▲64.1	▲51.3	▲50.7	▲26.9	▲10.7	▲17.0	▲21.9	全業種計

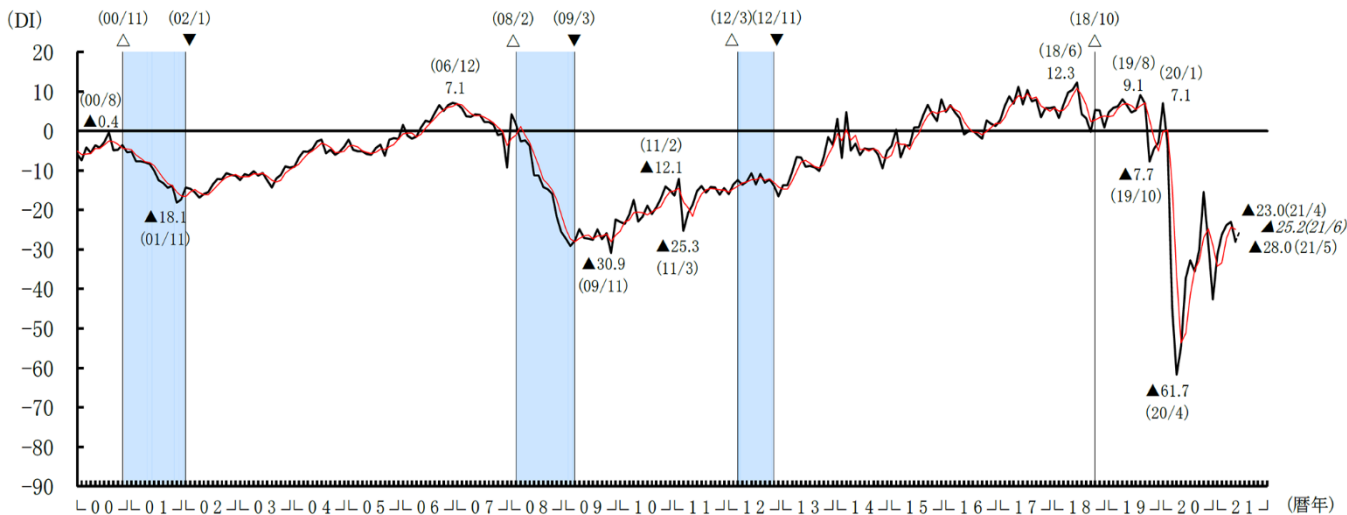
(注) 1 網掛けは、前月から低下した数値。 (注) 2 季節調整は業種ごとに行っている。

## 2 採算

- 5月の採算DIは、4月からマイナス幅が5.0ポイント拡大し、▲28.0となった。
- 6月の採算DIは、▲25.2とマイナス幅が縮小する見通しとなっている。

### 採算DIの推移(全業種計、季節調整値)

	2020	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2021	2月	3月	4月	5月	6月
	5月								1月					
実績	▲54.6	▲37.2	▲32.8	▲35.5	▲30.2	▲15.4	▲28.7	▲42.6	▲31.3	▲26.2	▲23.8	▲23.0	▲28.0	-
見通し	▲60.0	▲45.3	▲38.7	▲36.5	▲38.1	▲30.7	▲26.0	▲37.9	▲37.7	▲31.0	▲27.2	▲21.8	▲20.4	▲25.2

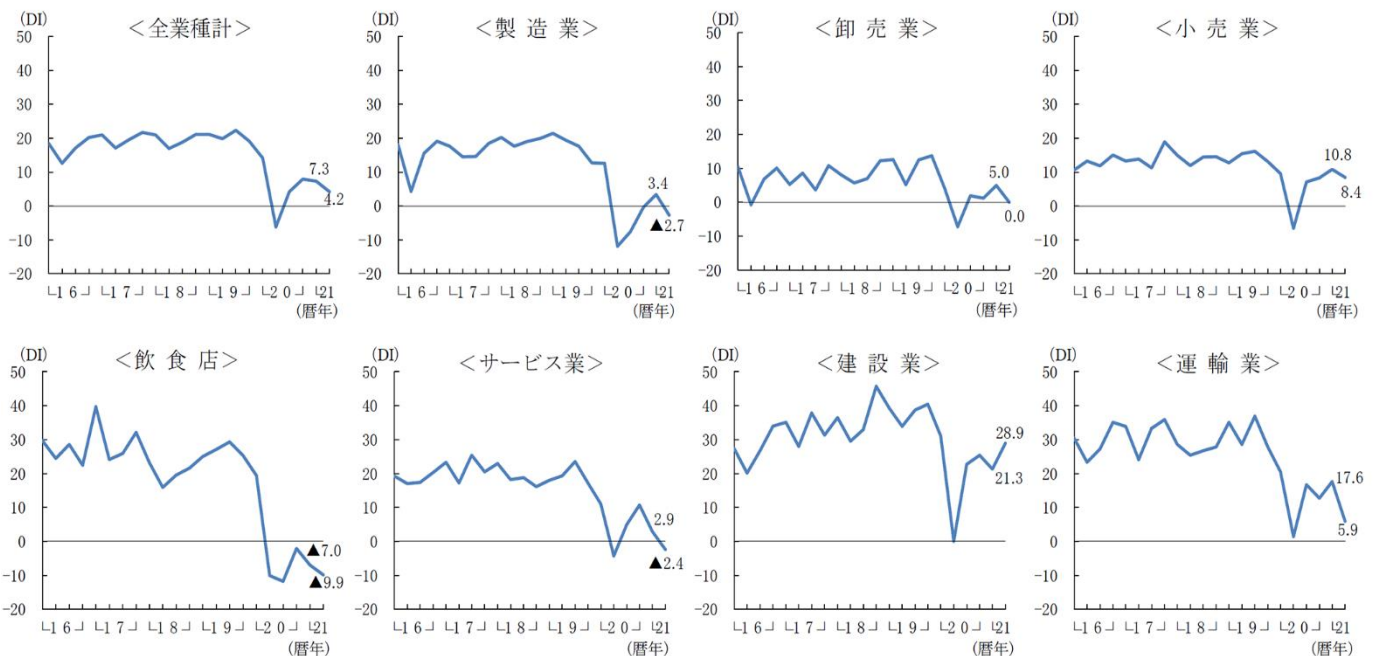


(注) DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合。

### 3 雇用

- 2021年6月の従業員過不足DIは、4.2となった。
- 業種別にみると、建設業が28.9と最も高く、次いで小売業（8.4）、運輸業（5.9）の順となっている。

#### 従業員過不足DIの推移



- (注) 1 このところ（3カ月程度）の仕事量からみた従業員数の過不足を尋ねたもの。  
 2 従業員過不足 DIは「不足」企業割合－「過剰」企業割合。  
 3 調査期は、各年の3、6、9、12月。

全国小企業月次動向調査（2021年5月実績、6月見通し）の全文は、  
 当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



働き方改革の解決策として経営革新に貢献する

# ロボットがもたらす 未来の働き方

1. 競争力強化に期待されるロボット導入
2. ホワイトカラーの業務効率化を可能にするRPA
3. ロボット導入の進め方と成功のポイント
4. 生産性が向上したロボットの導入事例



## 参考文献

『図解入門 最新RPAがよーくわかる本』西村 泰洋著（秀和システム） 『デジタルレイバーが部下になる日』池邊 竜一著（日経BP社） 『RPAの威力』安部 慶喜、金弘 潤一郎著（日経BP社）

# 1

## 企業経営情報レポート

# 競争力強化に期待されるロボット導入

### ■ ロボット導入の必要性

日本人労働者が単純作業に追われている現状を見直して生産性を向上させるために、人間に代わって働いてくれるロボットが注目されています。

産業用ロボットであるロボットアームが人に代わって工場のラインで作業を行うかのように、人がパソコンを使って行っていた事務処理をソフトウェアロボットが代わって行う、すなわちホワイトカラー業務の自動化を後押しする役割を担ってくれます。

「ITによる改善を試みたものの、費用対効果が見合わず断念した」「そもそも自動化はできないとあきらめていた」業務などにも、改善と改革の可能性を与えてくれる技術です。

#### ロボット導入の効果

- 辞めることがなく、24 時間休みなく働き続けることも可能
- 日ごとに代わる業務にも柔軟に対応し、同じ間違いを繰り返さない
- 人の手による作業よりはるかに正確で、見落としがない

ロボットの導入により、パソコンやサーバーに対して、人手で行われている処理の一部の自動化ができることとなります。また、個人の手作業を自動で実行することができるため、「単純作業」に追われてしまっている問題を解決するうえでの切り札となります。

### ■ ロボット導入による生産性向上の方向性

#### 代表的な単純作業

- **量が少ない業務**  
ルーティン業務であるが、量が少ない業務はシステム化の投資対効果が限定的なため対応が後回し
- **異なるシステムをまたがる業務**  
異なるシステムにまたがる業務は、システム化の際に既存システムの影響調査など手間が大きく、改修が生じた場合は多額の費用が必要なため人手で対応
- **流れ・やり方の変更が多い業務**  
業務の流れ・やり方が頻繁に変わる業務はシステム変更も頻繁に必要となるため、人手で対応



#### ロボットによる業務自動化のメリット

- **小規模業務の効率化にも見合う低コスト**  
低コストで自動化できるため量が少ない業務でも投資対効果が見込める
- **既存システムへの影響を抑えた導入**  
様々な媒体で動作する技術を活用しているため、既存システムを改修することなく異なるシステムにまたがる業務も自動化可能
- **変化への迅速な対応**  
プログラミングが要らないため、業務ルール変更・帳票などの項目にもユーザー部門で短期間に対応可能



## 2

## 企業経営情報レポート

## ホワイトカラーの業務効率化を可能にするRPA

## ■ RPAとは何か

ホワイトカラーによるパソコン業務の自動化を担う、ソフトウェアロボットの名称を、RPA (Robotic Process Automation) と言います。より細かく言えば、端末に表示されているアプリケーションや業務システムを識別して、人と同じような操作ができるソフトウェアということになります。ソフトウェアロボットと呼ばれることもありますし、デジタルレイバー (Digital labor: デジタル労働者) と称されることもあります。

ソフトウェアですので、ロボットと言っても、工場で組み立てや溶接をしているロボットや、先進的な店舗で顧客対応に取り組むロボットのように、形がある物理的な存在ではありません。あくまでパソコンやサーバーのなかで動作するものです。

## ■ RPAの特徴

RPA の特徴で挙げられるのは代行業務です。これまでホワイトカラーが担ってきた業務をロボットが代行して効率を高め、さらに事業拡大に結びつけようというものです。

## ■ RPAの特徴

## ①ロボットが代行

基本的には人間がパソコンで行っている機械的な仕事の代行ですが、Aさんが別のBさんの仕事を代行するのではなく、ロボットがBさんの仕事を代行するので、ロボットとしての特徴になります。

## ②プログラミングを必要としない

プログラミングをしなくて、設定や記録でロボットの動作を定義することができます。

マスコミでRPAが紹介されたときは、この機能がクローズアップされてきました。

RPAらしい印象的な機能の一つだと思います。製品によっては、プログラミングでロボットの動作を定義するものもあります。

## ③業務プロセスとして複数のロボットを管理できる

個々のロボットだけでなく、人が分業で仕事を進めていくように、複数のロボットの間の順番や仕事の受け渡しなどの集中管理をすることができます。

人の場合、管理者がそれぞれの人の分担の進捗状況や完了をマネジメントしていますが、それをソフトウェアロボットに対しても同じように行うことができます。

## ■ RPAの活用方法・場面

デジタルレイバーは、社内外の様々なデータをインプット情報とすることができます。インターネット上のWebやデータベースサービス、オープンデータなど、世の中に出回っている情報のほか、自社で蓄積している電子データがインプット情報の対象となります。特にWebからはネット上の最新情報を取ることができ、官公庁や自治体が公開しているオープンデータのほか、競合企業の新製品情報などをインプット情報として入手することができるのも大きな特徴です。

# 3

## 企業経営情報レポート

# ロボット導入の進め方と成功のポイント

### ■ ロボット導入を検討している企業の期待と課題

#### (1) 企業のRPAに対する期待

導入を進めている企業の期待は以下のとおりです。現場の方と経営幹部で、それぞれの視点は違いますが、大きな意味では同じことを考えています。

##### ● 現場で実務に携わる方々とその管理者

- 作業の効率化のルールとして捉えている
- パソコンの操作の自動化で正確かつ多量な事務処理ができる
- 軌道に乗れば別の仕事に工数を使うことができる

##### ● 経営幹部

- リソースシフト、サービスの迅速化に期待
- 自動化できる業務は全て自動化し大幅なコスト削減に期待
- 浮いた人材を別の業務や事業にシフトし効率的な人材の配置を目指す
- サービスのリードタイムを短くして競合優位性を確立したい

#### (2) 企業の懸念は少ないロボット導入

導入企業は、RPA への期待を持つとともに、RPA が「初物」であることから心配していることもあります。具体的には、導入後の効率やスムーズに運用できるかなどがあり、それに対する先行企業の声を取り上げます。

<p>①導入後に運用がうまく回らなくなる可能性</p>	<p>「初物」のデジタル技術全般にいわれることで、技術的な特徴を把握することや慣れることで、解消したり軽減することができる。</p>
<p>②ロボットが暴走したり放置する可能性</p>	<p>条件分岐や場合分けなど、想定されるケースをできるだけカバーして、動作の定義を現実に合わせることで回避することができる。</p>

ロボット導入に対する懸念事項に対しては、導入基準を明確にして、RPA が担当する仕事を一定のレベルに合わせる、エラー対応時のマニュアルを整備する、などの先行企業の経験が役に立ちます。

多くの先行企業はまさにこれらの心配事をクリアしています。

## 4

## 企業経営情報レポート

## 生産性が向上したロボットの導入事例

## ■ RPAの活用事例①～経理業務の効率化

経理業務はオフィスワークの重要な一環として、毎月の業務負荷は大きい一方、Excel 入力、会計システムなどの操作が多く、例えば、仕訳作業は特定の Excel や会計システムにデータを転記することがメインですが、基本的なルールと手順などが決まっているこれらの作業は、ソフトウェア操作が得意な RPA との相性がとても良い部分があります。

今回は「請求書照合・計上業務」を RPA 化した A 社の事例を紹介します。

請求書照合の業務はどの企業でも行うことですが、A 社は毎月数十時間をかけて行っていたところ、会社の成長に伴って作業量がさらに増え、作業時間も必要な人員も増える一方でした。

## ■ A社の請求書照合・計上業務(RPA導入前)



請求書情報の入力や振込実行段階は、人間が目視で確認したほうが好ましいですが、この二つの段階以外は、データの編集のほか、他のソフトウェアにデータ入力する作業になるため RPA の活用が可能となりました。

手操作で請求書情報をパソコンに入力後、決まったルールで RPA がデータを編集し、会計システムに取り込みます。RPA は各種パスワードや ID を保存する機能もありますので、自動でインターネットバンキングにログインし、振り込み情報を登録することができます。

## ■ A社の請求書照合・計上業務(RPA導入後)



A 社は RPA の導入により、請求書照合・計上業務の半分以上の作業が自動化できました。RPA は夜中でも作業可能という強みがあるため、昼間請求書を Excel に入力し、翌日出勤したら既に振込情報がインターネットバンキングに登録済になり、確認して実行するのみです。作業の量が増えれば増えるほど効果が大きいです。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル:内部統制 > サブジャンル:法令上の権限

# 不正競争防止法について

**不正競争防止法とはどんな法律でしょうか。またどのような行為が不正競争行為になるのでしょうか。**

「不正競争防止法」とは、企業が競合他社や個人に対して、不正な手段による競争の差し止めや損害賠償請求をできるように認めた法律です。不正競争防止法第1条では、以下のように法律の目的を明らかにしています。

## 第1条

この法律は、事業者間の公正な競争及びこれに関する国際約束の的確な実施を確保するため、不正競争の防止及び不正競争に係る損害賠償に関する措置等を講じ、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

不正競争防止法は”不正な行為”に対して差し止めや損害賠償請求を行うことを認めている法律です。そのため法律が適用される範囲に柔軟性があるのが特徴です。実際に不正競争防止法では、どういった行為が禁止行為として定められているのか、以下にまとめます。

### 1. 周知な商品等表示の混同惹起

すでに社会で広く知られている商品のパッケージや商品名に似せたものを販売し、元となった商品と勘違いして購入するよう促す行為を指します。

例えば、SONYの発売している「ウォークマン」という商品に対して、同一の表記を看板として利用し、「有限会社ウォークマン」という商号として使用した企業に対しては、看板及び称号の使用禁止が認められています。

### 2. 著名な商品等表示の冒用

著名な商品の名前を自社の商品やサービスの名称として利用する行為を指します。

例えば「シャネル」というファッションブランドの名前を風俗店の店名として利用した場合、消費者から見て、ファッションブランドと風俗店を混同することはまずありえませんが、ファッションブランド側にとってはブランドイメージに関わるでしょう。

### 3. 営業秘密の侵害

顧客情報や技術的なノウハウといった営業秘密を窃盗などの手段により取得する行為を指します。

しかし、企業が所有しているノウハウや情報の全てが営業秘密として不正競争防止法に適用されるわけではありません。

**具体的には以下の3つの要件全てを満たす必要があります。**

- ① 秘密管理性：秘密として管理されていること
- ② 有用性：実際に利用されているかに関わらず、有益な情報であること
- ③ 非公知性：公然に知られていないこと

ジャンル:内部統制 > サブジャンル:法令上の権限

# 製造物責任法(PL法)とは

製造物責任法(PL法)とは、どのような法律ですか。

日本のPL法は、1994年可決成立し、1995年7月より施行されました。その目的は、以下の通りです。

## 日本のPL法とは

「製造物の欠陥により人の生命、身体又は財産に係る被害が生じた場合における製造業者等の損害賠償の責任について定めることにより、被害者の保護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。」

すなわち、製造物の欠陥による被害者の救済を図ると共に、被害の予防を製造者に明確に持たせた法律であると言えます。つまり、PL法は、その責任要件を民法における不法行為要件の「過失」から「欠陥」に変更し、無過失責任化することによって、被害者の立証負担を軽減して、損害賠償請求を容易にすることが意図されており、法的には民法不法行為の特別法として制定されたものです。

ここで問題となるのは、PL法は、不動産・ソフトウェア・サービス等には適用されないため、これらの業種では、加害者と被害者の間に直接の契約関係がない場合、従来どおり民法における不法行為に関する規定によって処理されることとなります。

## だれに損害賠償を請求できるか？

欠陥ある製品を製造した製造業者、その製品が輸入品の場合には輸入業者に対して損害賠償を求めることができます。PB（プライベートブランド）製品やOEM供給された製品など、自らその製品を製造していなくても「製造元〇〇」、「輸入元〇〇」などの表示をしている企業や自社ブランドを付けて販売している企業に対しても損害賠償請求ができます。

## PL法の「欠陥」とは？

人的損害やその製造物以外の物的損害をもたらすような製品の安全上の瑕疵をいいます。

ですから、製品の性能や調子が悪いといった安全性にかかわらない単なる品質とか機能上の問題は、PL法の「欠陥」にはあたりません。また、人的損害やその製造物以外の物的損害が発生していない場合には、PL法で損害賠償請求はできません。

## どのように「欠陥」の判断はなされるのか？

いろいろな情報を総合的に考慮して、その製造物が通常有すべき安全性を欠いていたかどうかによって判断されます。ですから、事故などの危険について警告表示・取扱説明書に適切に示されていたかどうか、使い方は通常予見される範囲内であったかどうか、使用者の方でも事故を防止できなかったかどうか、など総合的に勘案されて、「欠陥」があったかどうか判断されます。

## 週刊 WEB 企業経営マガジン No. 730

---

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578 FAX 0742-27-1681

---

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複製することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。