

ビジネスパーソンのための アメリカ・カリフォルニア法実務講座

〈その6〉アメリカにおける商品販売活動をめぐる法律問題 —製造物責任法(1)

第71回

下田 範 幸*

3 製造物責任法 (Product Liability Laws)

はじめに

アメリカで物品販売のビジネスに従事する場合に少なくとも基本的な知識を持っているべき法律分野の一つとして、製造物責任法 (Product Liability Laws) がある。製造、販売した商品に隠れた瑕疵・欠陥 (defect) があり、それを購入した者がその瑕疵・欠陥を原因として生命、健康に被害を受けた場合に、製造者、さらには販売者に対して損害賠償請求を行う根拠となる法律が製造物責任法である。アメリカの製造物責任法という、裁判で認められる損害賠償額が極めて高額になることと、日本人には信じられないようなことまで裁判の対象になる、ということで、ある意味悪評が高い分野である。その関係でよく話題になるのが、濡れた猫を乾かそうとして子供が猫を電子レンジに入れてスイッチをいれたら猫が死んでしまったので、電子レンジの製造会社を被告として裁判を起こした、という事件と、マクドナルドのハンバーガーショップで買ったコーヒーを自分でこぼしてやけどしたので、マクドナルド社を被告に裁判を起こして100万ドルの損害賠償を勝ち取ったという事件である。これら裁判について、機会があったので、調べてみたところ、電子レンジ事件は見つからなかったが、マクドナルド事件は2つ実在することがわかった。本稿では、

アメリカにおける製造物責任法の基本的知識を解説していくが、その中で、二つのマクドナルド事件の実例についても説明したい。

a. 製造物責任追及の法理 (Legal Theories for Product Liability)

現在では、一般に製造物責任法といった場合、無過失責任・厳格責任を認める法理のことを意味するが、厳格責任の法理が裁判によって認められるようになるまでは、アメリカでも相当な時間がかかった。それまでは、製造物の欠陥から発生した被害に基づく損害賠償請求をする法理としては一般不法行為法 (torts) としての過失責任 (negligence liability) と契約法に基づく保証義務違反 (breach of warranty liability) が主張された。まずは、この古典的な二つの法理 (古典的とはいっても、現在でも有効に主張されている法理であるから、古くなってすでに使われていないというわけではないが。) を説明し、その後で、厳格責任・無過失責任としての製造物責任法について説明をする。

A. 過失責任 (Liability for Negligence)

不法行為としての過失責任を主張するために必要な一般的な要件は以下のとおりである。

- (1) 被告が原告に対して、被害を与えないように注意する法的義務を負っていること、
- (2) 被告がその注意義務に違反したこと、
- (3) 原告が法律上認識すべき程度の損害を被ったこと、
- (4) 発生した損害が、被告の注意義務違反行為から発生したと言える程度の相当な (proximately) 因果関係があること、

*しもだのりゆき、日本国及びカリフォルニア州弁護士、Squire Sanders & Dempsey LLP パートナー

である。

以上の過失責任が認められるための一般要件を製造物責任訴訟に適用する場合、原告は損害賠償請求を行うために以下の要件を主張立証する必要があると考えられている。

- (1) 製品に欠陥があり、製品の欠陥が被告の手を離れた時点で存在していたこと、
 - (2) その製品の欠陥が、被告の注意義務違反(過失)によってもたらされたこと、
 - (3) 製品の欠陥が原告に対して何らかの傷害(injury)を発生させたこと、
 - (4) 被告の注意義務違反と原告が被った傷害との発生に相当近い因果関係があること、
- である。

これらを原告が主張立証しなければならないわけであるが、上記(3)と(4)の証明はともかく、一般消費者の立場にある欠陥製品の被害者が、(1)製品の欠陥が被告の手を離れた時点で存在していたこと、や(2)製品の欠陥が被告の注意義務違反によってもたらされたこと、などを立証することはたやすくはない。したがって、この過失責任に基づく責任追及の裁判では、被害者の救済がしばしば困難を極めたことも想像に難くない。

B. 契約上の保証義務違反 (Breach of Warranty Liability)

つぎに、契約法上の保証義務違反に基づく責任追及に必要な要件を検討する。

まず、保証責任には、大きく分けて二つある。一つは黙示の保証(implied warranty)であり、もう一つは明示の保証(express warranty)である。この黙示の保証と明示の保証に関しては、以前も説明したことがあるが、復習もかねて以下説明する。

(1) 黙示の保証 (Implied Warranty)

黙示の保証は統一商法典(Uniform Commercial Code, "UCC")の条文によって規定されている。UCCには、格別契約書に明文規定で合意しなくても、ビジネス上物品を販売する者は、merchantability(一般商品性)およびfitness for particular purpose(特定目的適合性)の黙示の保証をしていることになると規定されている。

一般商品性の黙示の保証とは、対象の商品が、

そのような商品が使用される通常の目的を達成する一般的な品質を備えていることの保証を意味する。適切な容器やパッケージに入っていること自体や、商品のパッケージや容器に記載してある性能を備えていることも一般商品性の保証の一部とされている。それに対して、特定目的適合性の黙示の保証とは、通常の目的のほか、買主が特別な用途に使用することを目的として購入をした際に、売主が、その特別な目的を知っていたか、知るべき理由があった場合には、その商品がその特別目的を達成する性能を持っていることを売主として保証していることになることを意味する。

以上の黙示の保証の対象となっているような品質、安全性を欠いているような製品上の問題があって、それによって被害が発生したような場合には、被害者である消費者は、黙示の保証義務違反に基づいて損害賠償請求を行うことができることになる。

ただし、この黙示の保証義務違反に基づく損害賠償請求には被害者救済の観点から大きな欠点があった。それは、"privity requirement"(直接の当事者関係の要件)と呼ばれている要件であり、要は売買契約上認められる黙示の保証義務に基づく損害賠償請求は契約の当事者が他方当事者に対してのみ行うことができる、という要件である。したがって、直接の契約当事者関係にない相手には黙示の保証義務違反に基づく損害賠償請求はできないことになる。商品の売買は、たとえば、まず、製造者が商品を製造し、卸売り業者に販売し、その卸売業者が、その下の第2次卸売業者に販売して、第2次卸売業者が小売業者に販売し、小売業者が消費者に商品を販売する、という流れによって行われている。商品に黙示の保証義務違反の欠陥があって、それに基づいて被害が消費者に発生しても、消費者と契約関係にあるのは小売業者だけである。小売業者に対しては黙示の保証義務違反に基づく損害賠償請求ができるとしても、末端の小売業者には支払い能力がないことが珍しくない。通常、製品の欠陥をもたらした主体であることが多く、また、経済的にも最も損害賠償金額の支払能力もあると考えられている製造者とは消費者は直接の契約関係に立たないのが通常であるから、黙示の保証義務違反を根拠としてでは、製造者への責任追及はできないの

である。したがって、黙示の保証義務違反に基づく損害賠償請求によっては、現実的には被害者救済はできないという結果になることが多い。

ところで、以上はカリフォルニア州法に基づく説明である。カリフォルニア州では、黙示の保証に基づく請求が認められるためには、“privity requirement”を満たす必要があると解釈されているが、他の州ではこの要件を不要と解釈しているところもあるので、準拠法がどこかによっては黙示の保証義務違反に基づく裁判を製造業者相手に起こすこともできる場合もあることに注意が必要である。

ところで、黙示の保証は黙示の契約に基づく保証であるから、明示の契約によって、その責任を放棄する (disclaim) こともできる。商品を販売する側の立場にたち、黙示の保証義務違反に基づく損害賠償の被告にされることを防ぐためには、契約上、黙示の保証を負わないことを明示し、それを放棄する必要がある。ただし、そのためには単に、黙示の保証を放棄すると記載するだけでは足りない。黙示の保証を放棄するには、明文規定で、かつ契約書の中で、目立った (conspicuous) 記載方法によって、黙示の保証をしないことを記載しなければならない。ことに、一般商品性の黙示の保証の放棄の場合には、“merchantability”という用語をそのまま使用して放棄しなければならない。英文契約書の中で、黙示の保証の放棄を規定する条文の文章は例外なくすべて大文字になっているのであるが (さらに Bold 体になっている場合もある)、その理由は、この「目立った記載方法」の要件を満たすためである。

ついでに、黙示の保証義務違反 (明示の保証の場合も同様であるが) に基づく損害賠償訴訟の被告側に立つ可能性のある会社が、売買契約書の中に取り入れるべき条項は、上記の黙示の保証の放棄にプラスして、契約上負担する責任範囲について制限を設ける条項である。そのような条文を責任制限 (limitation of liability) の条項と言う。この条項では、結果的責任 (consequential damages) については一切負わないことを規定することもでき、また、最大限負担すべき損害賠償額について数値的な上限を設けることも出来る。たとえば、ある商品の販売によって発生した損害に関しては、\$ 100,000までを上限として損害賠償義務を負う、というよ

うに規定するのである。これによって、実際に発生した損害額が \$ 1,000,000であっても、\$ 100,000以上については責任を負担しなくてもよいことになる。では、損害の上限を \$ 100にしたらどうか、ということが問題になりそうであるが、このような極端に低い上限設定は無効になる可能性が高いので、やめておいたほうがよい。カリフォルニア州法では責任の制限についての合意は一般的に有効であるが、その制限の程度が良心に反するような、損害賠償請求制度の本質的な目的を無にするようなものは無効であると規定されているのである。さらに、一般消費者向けの商品の販売に関して、人体への傷害に基づく損害賠償請求において結果責任が発生しないとの条項は、原則として良心に反する条項であると解釈されている。

(2) 明示の保証 (Express Warranties)

明示の保証は、原則として契約書の明文で具体的な保証内容を約束するものであり、その内容はその条文の記載次第である。販売する側の一方的な利益を守る観点からは、黙示の保証を放棄し、かつ、明示の保証もしないのがベストである。明示の保証をしないことを明確に規定する場合に使われるのは、“AS IS”という言葉である。これは「現状有姿」という意味であり、あるがままの対象商品を販売するのであって、その商品の性能については一切の保証をしないことを意味する。このAS ISでの契約が売主としては理想であるが、買主としてはそれでは困るということになる。そこで、よくある落としどころとしては、売主として保証できる範囲を製品に添付される書面に記載してある仕様 (specification) どおりの機能を有する、ということを保証するとともに、売主のコントロールの及ばない、人的、物的原因が絡んだ場合、および厳密に指示された使用方法以外の方法で使用したことが原因になっている場合は、保証の対象外であることを明示しておくという条文を採用することである。

ところで、明示の保証義務は上記のとおり、契約書の記載に基づいて発生するのが原則であるが、契約書に記載しなくても発生する場合もある。契約上の義務は email や fax などのやり取りを通して発生するし、原則として口頭でも成立するのは日本でもアメリカでも同じであ

り、それは保証義務の場合も同じである。いわゆる契約書の形式になっていない書面であれ、さらには、まったく書面になっていなくても(書面がないと証明は困難だという現実問題はもちろんあるが)、販売する側が、相手に商品についての安全性などについて説明したり、サンプルを示したりしてその商品が持つべき性能などについて約束したりした場合、それによって、明示の保証義務が発生することがある。また、明示の保証とは言え、「保証」(“warranty”とか“guarantee”)という言葉そのものを使わなくても、中身として、保証したと解釈される場合には保証義務が発生すると考えられている。ただし、商品を売り込むためのセールストークの中の商品の価値などに関する意見に当たる表現によっては明示の保証義務は発生しないと考えられている点に注意が必要である。

以上説明したようなことから明示の保証がなされたと解釈され、その保証対象である性能に欠陥があることによって損害が発生すれば、明示の保証義務違反に基づく損害賠償請求という方法で製造物責任の追及をすることができる。

ただ、明示の保証義務違反に基づく損害賠償請求の場合にも、黙示の保証の場合と同様、privity requirement が必要とされているという点が、被害者救済の観点からは問題である。明示の保証義務違反に基づく損害賠償請求も契約当事者が他方当事者に対して行うことができるだけなのである。ただし、これには例外があって、消費者が、製造者が作成したラベルや宣伝用の文書に記載してあることを信頼してその商品を購入した場合には、製造者はその消費者との間の直接の売買契約の当事者関係になくても、ラベルや宣伝用文書に記載した内容について明示の保証の義務を負うことになっている。このような場合に当たるときには、消費者は、製造業者に対して、privity requirement の主張立証ができなくても、明示の保証義務違反に基づく損害賠償請求を行える可能性がある。

C. 製造物責任における厳格責任 (Strict Liability for Product Defects)

以上説明したように、不法行為に基づく過失責任や、黙示、明示の保証義務違反に基づく損害賠償請求によっては、欠陥製造物に基づく被害者に対する救済が不十分である、ということ

から、発展してきたのが、製造物責任の厳格責任法理 (Doctrine of Strict Liability) である。厳格責任は、無過失責任と同義である。製造者が製造した商品に欠陥があり、そのような商品を取引ルートに乗せた結果、消費者に被害が発生した以上、欠陥の存在について製造者に過失があることが証明されなくても、また、被害者である消費者と製造者との間に直接の契約関係がなくとも、製造者が損害賠償責任を負わなければならない、というのが製造物責任における厳格責任の法理である。これは製造者の立場から考えれば過酷な責任とも言えるが、この法理の目的は、商品を製造販売することによって大きな利益を得る企業に対して、弱い立場にある個人消費者を保護することである。多様で大量の消費物を購入し、消費することなしに生きていけない個人としての消費者が、商品の欠陥を自ら発見して、欠陥商品を購入しないことによって自分を守ることなど現実的には不可能であり、また、被害が発生した場合にその商品に欠陥があることを証明し、かつ、その欠陥が製造者の過失に基づくものであることまでを証明することも現実的にはおおよそ困難なことである。他方、製造者側は、欠陥商品を製造しないように企業努力をすることで、そのような欠陥商品による被害の発生を自ら防止できる立場にあるとともに、商品の価格に転嫁することによってリスク分散をすることもできる立場にあることから、自ら製造し市場に載せ、その活動から利益を得ている企業は、自らの商品の欠陥を原因として被害が発生したときには、過失のあるなしに関わらず、製造者こそが経済的な負担を負うのが公平と考えられるのである。その意味で、製造物責任における厳格責任の法理は合理的で適切なものと考えざるを得ないであろう。製造物責任問題における被害者との関係では、売買契約書にどのような条文を記載してもその責任を避けることができないから、企業としては、自らが製造する製品に欠陥が発生しないように最善の努力することが、製造物責任問題を防ぐ最善で唯一の方法である。ただ、製造者と卸売り業者、卸売り業者と小売業者間においては、契約書による責任の分担の合意は基本的に有効であるから、そのような企業間の契約書にどのような内容を盛り込むかは重要な問題であることに変わりはない。

ビジネスパーソンのための アメリカ・カリフォルニア法実務講座

〈その6〉アメリカにおける商品販売活動をめぐる法律問題 —製造物責任法(2)

第72回

下田 範幸*

3 製造物責任法 (Product Liability Laws)

b. 欠陥の三類型 (Three Types of Defects)

製造物責任の対象となる製品の欠陥・瑕疵の種類として、製造上の欠陥 (manufacturing defects), 設計上の欠陥 (design defects), および警告上の欠陥 (failure to warn defects) の三つがある。以下それぞれ説明する。

A. 製造上の欠陥 (Manufacturing Defects)

製造上の欠陥とは、本来の設計どおりに製造されれば欠陥は発生しないのに、製造工程のどこかになんらかの問題があって、予定された設計から離れた、不完全な製品が製造されてしまった場合の製品の欠陥のことを言う。そのような問題を防ぐための最善の努力を尽くしたかどうかに関わりなく、欠陥は認定され製造物責任の根拠となる。使用した者に被害をもたらしたその製品が、製造者が予定した品質とは違った品質をもち、また、正常に製造された製品と比較して、安全上劣った品質の製品である場合に、製造上の欠陥が認定される。

製造上の欠陥に基づく厳格責任としての製造物責任が認められる要件は以下のとおりである。

- (1) 被告は、その製品の、製造業者、小売業者、問屋、販売業者、またはその他、その製品が市場で販売される商流の中の重要な寄与者であること、
- (2) 製造時に欠陥が発生したこと、
- (3) 製造時発生した欠陥が、その製品が被告の手元を離れた時点で存在していたこと、
- (4) その欠陥が原告の傷害、被害の原因となったこと、
- (5) 原告の傷害が、その製品の通常の使用によって発生しうることが被告によって予測可能であったこと、

である。上記の要件が存在していることを原告が主張立証する必要がある。過失の証明が不要とは言え、上記の(2), (3), (4)などの証明は簡単ではないが、アメリカにおいては、ディスカバリー (証拠開示手続) によって、原告側は被告側から豊富な証拠を取得することができるし、また裁判所は適宜その要件の存在を推定することによって、原告の証明責任を軽減するようにしているので、日本であれば困難と思われる製造物責任訴訟でもアメリカでは原告が格別不利な立場には立っていない。

B. 設計上の欠陥 (Design Defects)

設計上の欠陥とは、製造、販売する側が、より安全な設計を採用すれば、予測可能な被害を避けることができたと考えられるような場合に、そのような安全な設計を採用しなかったために、

*しもだのりゆき、日本国及びカリフォルニア州弁護士、Squire Sanders & Dempsey LLP パートナー

不合理に危険な製品となり、結果として被害が発生した場合の欠陥を言う。設計どおりに製造されたがもとの設計に問題があった場合の欠陥である。

設計上の欠陥に基づく厳格責任が認められるための要件は以下のとおりである。

- (1) 被告は、その製品の、製造業者、小売業者、問屋、販売業者、またはその他、その製品が市場で販売される商流の中の重要な寄与者であること、
- (2) 設計自体に欠陥があったこと、
- (3) 設計自体に欠陥が存在した結果発生した製品の欠陥が、その製品が被告の手元を離れた時点で存在していたこと、
- (4) その欠陥が原告の傷害、被害の原因となったこと、
- (5) 原告に傷害・被害が、その製品の通常の使用によって発生しうることが被告によって予測可能であったこと、

ところで、製品の種類によっては、もともとある程度の危険を持っているものがある。わかりやすい例で言えば、包丁などはもともと危険なものであるが、包丁で怪我をした消費者がいたからと言って当然に設計上の欠陥があったことにはならないのは当然である。ただ、包丁によっては設計上の問題があったことによって平均的な包丁より危険な状態になっていると言うものもあるだろうし、工夫をすることによってより安全な包丁を作ることもできるだろう。したがって、特にもともとある程度の危険を本来的に持っている製品について設計上の欠陥があるかどうかを判断することは必ずしも簡単ではない。設計上の欠陥とは何かを判断する基準が必要となる。この設計上の欠陥があったかどうかを判定する基準には以下の二つがある。一つは、消費者期待基準 (The Consumer Expectation Test) であり、もう一つが、危険と利益の考量基準 (The Risk-Benefit Test) である。

消費者期待基準は、設計どおりに製造された製品が、一般の消費者がその製品を通常の方法によって使用する場合に、常識的に期待する通

常の安全性を持っているといえるかどうかという観点から判断するものである。包丁の例で言えば包丁は刃物であり、切れるものであることは一般の消費者は知っていることであるから、消費者が包丁に対して持っている通常の安全性を持っているかどうかによって欠陥があるかどうか判断される。

他方、危険と利益の考量基準は、当該設計によって得られる利益とそれによって発生する危険と比較し、その危険の大きさが利益を上回っている場合に欠陥があると判断するものである。包丁の例をまた使えば、包丁は危険なものであるが、料理のための不可欠な道具で、切れ味のよい包丁によって得られる利益は大変大きなものである。したがって、切れ味のよい包丁によって発生する怪我の可能性という危険と比べても利益が多いから、よく切れる包丁を設計することは、設計上の欠陥とはいえない、というように判断することになる。

C. 警告上の欠陥(Failure to Warn Defects)

警告上の欠陥とは、製品について、その製品を、予想可能な使用方法で使用する上で、危険が発生しないように、または危険を避けることができるように、消費者が知るべき危険性を適切に警告し、または危険を発生しないようにするために必要な使用方法についての注意事項を適切に指示することを怠った場合のことを言う。

警告上の欠陥に基づく厳格責任が認められるための要件は以下のとおりである。

- (1) 被告は、その製品の、製造業者、小売業者、問屋、販売業者、またはその他、その製品が市場で販売される商流の中の重要な寄与者であること、
- (2) 製品の取り扱い説明書やラベル、パッケージなどに、目立つ、わかりやすい方法で、適切な説明、警告をすることを怠ったこと (警告上の欠陥があったこと)、
- (3) 警告上の欠陥が、その製品が被告の手元を離れた時点で存在していたこと、

- (4) その欠陥が原告の傷害、被害の原因となったこと、
- (5) 原告の傷害・被害が、その製品の通常の使用によって発生しうることが被告によって予測可能であったこと、
- である。

製造物責任に関しては、事件が起こる前に問題の発生を防止するために弁護士ができることはあまりないが、警告上の欠陥については、弁護士がその防止の手伝いをすることができる。具体的には、商品につける取り扱い注意書や、使用説明書などのドラフトを弁護士がレビューして適切な表現で、わかりやすく商品の危険を説明し、危険の発生を防止するため必要な使用上の注意を記載していることを確認することである。そのような依頼を受けることは多くはないが、ある依頼者からアメリカの市場に新製品を売り出すたびに商品の取扱説明書、使用説明書のレビューを依頼されている。これは予防のための弁護士の使い方として、大変よい方法だと思う。自分で言うのも何であるが、本来もっと多くの依頼者がこのようなことについても弁護士を利用すべきだと思う。

D. 二つのマクドナルド事件 (Two McDonald's Hot Coffee Cases)

上記で説明した欠陥のうち、設計上の欠陥と警告上の欠陥が問題となったのが、マクドナルド・コーヒー事件である。そして、前回説明したように、判例調査をしたところ、マクドナルド・コーヒー事件は二つあることがわかった。

まず、1992年に *Stella Liebeck vs. McDonald's* (New Mexico 1992) という裁判が起こった。これが一般にマクドナルド・コーヒー事件として知られている有名な(悪名高い?)事件である。ステラ (Stella) さんという当時79歳の女性が、マクドナルドのドライブスルーでコーヒーを購入した後、動き出した自動車を運転していた彼女の孫が、カーブの手前でブレーキをかけて止まったところ、ステラさんがコーヒーをこぼしてしまい大やけどをしたとい

う事件であった。ステラさんは、太ももから女性の局部にわたってひどいやけどを負い、入院し、何度も皮膚の移植手術を繰り返すことになった。治療費は\$20,000ほどになった。そこで、ステラさんは、マクドナルドに対して、\$20,000の医療費を損害賠償するように請求を行ったところ、マクドナルドは一切の支払いを拒否した。そこで、彼女はマクドナルドを被告として裁判を起こすにいたった。請求原因は、必要以上にコーヒーの温度を高温にした点に設計上の欠陥があること、および、それほど熱い温度設定になっているのに、人体にこぼしたらやけどするから注意すべきとの適切な警告をしなかった点に警告上の欠陥があること、の2点であった。審理の結果、第一審裁判所で、陪審員は、ステラさんの主張を認め、通常の損害賠償額として\$200,000を認定して、ステラさん側にも20%程度の過失があるとして、過失相殺を行った結果\$160,000の通常損害賠償を認定する評決を下した。さらに、陪審員は、マクドナルドは、それまでに何度もコーヒーが熱すぎるといふ苦情を受けていたにも関わらず改善していなかったことを悪質と判断して、制裁的慰謝料 (punitive damages) として\$2,700,000の損害賠償金額を認める評決を下した。ただ、その制裁的慰謝料は裁判所の判断で、\$480,000に減額になった。この第一審裁判所の判断が出された後、ステラさんとマクドナルドの間で和解が成立したが、和解の場合によくあるように、その和解内容は秘密とされた。うわさでは\$900,000くらいで和解したといわれているが、正確な金額は公になっていない。

このマクドナルド・コーヒー事件についてはさかんに報道され、アメリカでも賛否両論の渦が沸きあがった。自分側の失敗でコーヒーをこぼしてやけどを負ったものが裁判で数ミリオンを勝ち取れるのは異常である、という意見がアメリカでも多かったが、他方で、年配の女性が大切な体の部分にひどいやけどを負って、何度も皮膚の移植手術を受けたこと、最初治療費だけを要求したのにマクドナルドが完全拒否をし

たこと、さらに、以前からマクドナルドのコーヒーは熱すぎるとの批判、苦情があったのに、マクドナルドはなんらの改善もしてこなかったことなどから、ステラさんに対する同情論と、マクドナルドが負けたことの妥当性を主張する声も少なくなかった。それに対して日本を含め、国際的には、この事件は、アメリカの製造物責任裁判の異常性、不合理性を示す象徴的な事件として、たちまち有名になった事件であった。この事件の結果、アメリカの製造物責任裁判が異常であることが日本では常識となった感がある。

しかし、ステラさんの裁判の後、ほとんど知られていないが、実は、もう一つマクドナルド・コーヒー事件が起こった。

1998年の *Holowaty v. McDonald's* (Minn. 1998) 事件である。ホロワティさんという女性が、彼女の夫が運転する自動車で、マクドナルドのドライブスルーでコーヒーを購入した。そして、自動車が動き出した後に、誤って、コーヒーをこぼし、太ももあたりにひどいやけどを負ったという事件であった。事実関係はステラさんの事件とほぼ同じである。彼女と夫は、マクドナルドに対して裁判を起こした。ステラさん事件にならって、請求原因として、マクドナルドのコーヒーは必要以上に高温だったことに設計上の欠陥があり、こぼすとやけどを負うから注意するようにとの警告がなかったことに警告上の欠陥があると主張したのである。ステラさんの裁判の前例からすればホロワティさんの請求も認められるはずであったが、この事件ではマクドナルド側が勝訴した。裁判所は、上記の消費者期待基準を適用して、原告は、マクドナルドのコーヒーが、一般消費者が期待する以上の高温であったことを証明しなかったとして、コーヒーに設計上の欠陥があるとはいえないと判断し、また、コーヒーが熱いのは常識であり、熱いコーヒーを体にこぼすとやけどをする、というような常識は警告をする必要はないと判断して警告上の欠陥もないと認定し、原告の請求を棄却したのである。ちなみに、この常識に当

たることは警告をする必要がない、という抗弁のことを、文字通り、Common Knowledge Defense (常識の抗弁) という。この抗弁があるから、包丁で人間の体を切ると怪我をするから注意するようという警告を包丁を販売するときにする必要がないのである。いずれにせよ、二つ目のマクドナルド事件では、ステラさん事件と比べて正反対の結果になったのである。

事実関係を調べて比較してみたが、違っているのは、ステラさんのときのほうが、マクドナルドのコーヒーの温度が若干高かったことから、やけどの程度がステラさんのほうが深刻だったという点くらいで、それ以外の事実関係はほぼ同じで、大差がなかった。それなのに、なぜ、ステラさん事件では、原告が勝利し、ホロワティさん事件のときは原告が敗訴したのかは、判例の内容からは明らかではない。法律論や事実認定がどうかというよりも、たぶん、ステラさん事件の結果に対して、国内、国外で、すさまじい批判の声があがり、世論を考慮して裁判所が軌道修正をした結果だったのではないかと思われる。

マクドナルドと言えば、比較的最近 (2003年) に、栄養のよい食べ物であるとのマクドナルドの宣伝が虚偽のものであり、その虚偽の宣伝に乗って、マクドナルドハンバーガーを食べすぎた子供たちが肥満になり、肥満に伴うさまざまな病気に苦しんでいるのは、マクドナルドによる不法行為による被害である等の主張にもとづいて、ニューヨークにおいてクラスアクションが起こされた。その裁判は、原告が訴状において十分な請求原因を述べていないことを理由に却下判決が下された。しかも、その却下判決は、同じ理由では二度と裁判を起こせない制限が課されているもので (with prejudice)、マクドナルドの完全勝利となった。現在では、さすがのアメリカの製造物責任裁判でも、あまりに常識に反する主張では勝てないのである。 (EB)

ビジネスパーソンのための アメリカ・カリフォルニア法実務講座

〈その6〉アメリカにおける商品販売活動をめぐる法律問題 —製造物責任法(3)

第73回

下田 範幸*

3 製造物責任法(Product Liability Law)

c 商流の一環理論 (Stream of Commerce Theory)

前回説明した3つの欠陥のタイプに基づく製造物責任が認められるための最初の共通の要件として、「被告は、その製品の、製造業者、小売業者、問屋、販売業者、またはその他、その製品が市場で販売される商流の中の重要な寄与者であること」と記載した。この要件のポイントは、製造物責任の責任を負う主体は、いわゆる製造業者だけではない、ということである。製造業者が製品を製造し、卸売り業者に販売し、卸売り業者が小売業者に販売し、そして小売業者が一般消費者に販売する、という、欠陥のある製品を製造し、市場に出し、消費者に到達する、という商流に関わった当事者を幅広く被告にすることができるのが、製造物責任の法理である。したがって、過失の証明責任を不要とただだけでなく、被告の範囲を著しく拡大したのである。この責任主体の拡大のための根拠となる法理が、stream of commerce theory (商流の一環理論)であり、欠陥製品を市場に出すことに関与し、寄与した、すべての当事者を、大きな「製造マーケティング販売企業」(the overall producing and marketing enterprise)の一部として位置づけて、そのすべての当事者に製造物責任を及ぼそうとするものである。さらに、商流の一環として製造物責任の主体として扱われる当事者には、欠陥のある設計を行っ

た設計者や、欠陥製品を製造した製造業者や、それら欠陥製品を販売した販売業者にとどまらず、製品の設計製造から、最終ユーザー、消費者の手元に届くまでの商流の鎖の中の一つの輪(“a link in the chain”)と言えるすべての当事者が含まれるのである。したがって、この理論によれば、たとえば、その製品のトレードマークや、その製品を製造するための不可欠な技術を提供する特許の所有者も、その製品を世に送り出すことに積極的に参加し、その商流の鎖の中の一つの輪と言えるような役割を果たしている場合には、製造物責任の主体になる可能性が出てくるのである。

そのような商流の一環と言えるかどうかについては、以下の3要件が満たされるかどうかで判例上判断されている。

- (1) その当事者が、製品の販売とそれに関わる自分の活動から、直接的な経済的利益を得ていること、
 - (2) その当事者の役割と活動が、欠陥製品を世に送り出すことにおいて重要かつ必要なものであったこと、
 - (3) その当事者は、その製品の製造または販売活動をコントロールまたは重要な影響を与えることができる力を持っていたこと、
- である。

以上の、商流の一環理論に基づいた判決を下した判例で、この理論の結果の重要性を浮き彫りにした事件が、*Fortman Case* (citing *Becker v. IRM Corp.*, 38 Cal. 3d 454, 459 (1985)) (フォートマン事件)である。この事件は、幼児が親の運転していたジープに乗っていたところ、走行中のジープのドアが突然開いてしまった結果、ジープから振り落とされ、他

*しもだのりゆき、日本国及びカリフォルニア州弁護士、Squire Sanders & Dempsey LLP パートナー

の自動車にはねられて大怪我を負ったという事件であった。製造物責任の根拠となった欠陥は、自動車のドアが、その後方部分がちょうつがいにつながっていて、前方から開くという構造になっていたうえ、ドアの外側のドアハンドルが露出していて、外部の刺激によってドアが開きやすい設計になっていたことであった。いわゆる設計上の欠陥である。したがって、このジープを設計製造した製造会社とドア部分の設計者が製造物責任を負うことになることは明らかであるが、本判例のポイントは、被告の1人として、Hemco（ヘムコ）という会社が訴えられたことである。ヘムコは、欠陥のあったドアの設計や製造に関与していたわけではない。ヘムコはファイバークラス（繊維ガラス）からなる自動車ボディの製造のための金型（mold）の設計、製造会社であった。ヘムコの設計製造した金型にはなんらの欠陥もなかった。ところが、ヘムコは、この裁判で、子供の被害に対して25%の責任を負うべきだと認定されたのである。その理由は、ヘムコは、欠陥商品であったジープが最終ユーザーの手元に渡るまでの、製造販売側の鎖の中の一つの輪であったと認定されたからであった。ヘムコは自分の製造した金型にはまったく欠陥がなく、なんらの落ち度もなかったのに、損害賠償責任を負わされたのである。

裁判所は、以下のように認定した。「ヘムコは、設計上の欠陥によって欠陥をもつ状態で製造されたドアをその一部として、市場に出され、最終ユーザーに届いてしまったジープの全体としての製造側のエンタープライズの一部として、鎖の一環であった。そして、ヘムコのその鎖の一環としての役割は、偶然でも偶発的なものでもなく（was not “random or accidental”）、また、付随的なものでもなかった（nor was its role incidental）。ヘムコは、ファイバークラス（繊維ガラス）製品を製造するための金型を製造するビジネスに従事してきており、そのビジネスゆえに、自動車のボディの製造メーカーは、ヘムコに金型の製造を依頼した。ヘムコの参加がなければ、この繊維ガラス製のボディを持つジープは製造されることはなく、市場に出ることもなかったのである。」

以上のように認定されて、ヘムコは製造物責任を負わされたのである。

以上からすると、自動車のようなさまざまな部品からなる総合製品と言うべき製品については、その全体の製造メーカーだけでなく、その部品を供給している会社も責任主体とされる危険があることがわかるし、また、前述したように、その製品のトレードマークや、製造に不可欠な技術を提供する特許の所有者なども製造物責任の主体とされる可能性があることがわかるだろう。ただし、上記の判決の反対解釈からすると、その関与、参加の程度が、偶然で偶発的なものであり（“random or accidental”）、また、付随的なものであった（incidental）場合には製造物責任を問われず、という解釈が可能ということになる。したがって、欠陥製品である自動車のごく小さい部品を供給しているような業者には、その部品に欠陥がない限り、製造物責任は発生しないと考えることができる。

d 製造物責任に対する抗弁（Defenses to PL Claims Defenses）

製造物責任を追及された側が主張できる抗弁（defense）としては、時効の成立（statute of limitation）、寄与過失（contributory negligence）、過失相殺（contributory negligence）、危険の引き受け（assumption of risk）、明らかな危険の理論（open and obvious danger）などの一般的な抗弁のほか、製造物責任訴訟に特有な、製品の使用方法の間違い（misuse of product）、より安全な装置付きの製品を購入する機会があったのに、あえて危険な製品を購入した事実（failure to purchase an optional safety device）および、第三者の手により製品が実質的に改変されていた事実（substantial modification, alteration or change）などが考えられる。

設計上の欠陥と警告上の欠陥に対する特有の抗弁としてはさらに、最先端技術の抗弁（State of Art Defense）がある。これは、製品の設計や、その製品の危険性に関する警告が、それらがなされた時点において、経済的合理性から言って可能な限り、その製品の分野における最先端の科学、技術、知識に基づいて行われたものであることを主張する抗弁である。その他、被告側は、業界標準や慣習の遵守や、法規で要求されている基準を満たしていること等も抗弁として使える場合もある。

以上のような抗弁が問題になった判例を以下2つあげる。寄与過失の抗弁が認められた裁判例が、Parris v. M. A. Bruder & Sons, Inc. (261 F. Supp. 406 (E.D. Pa. 1966))である。この事件の原告は、スプレーによるペンキ職人であったが、マスクをつけないでスプレーを仕事上使い続けた結果、重度の喘息になって仕事が出来なくなったので、ペンキスプレーの製造メーカーである被告に対して損害賠償を求めたものである。それに対し、被告側は、ペンキスプレーの使用中に原告がマスクをしなかったことが、原告自身の過失に当たり、それが損害に寄与したと、寄与過失の抗弁を主張した。裁判所は、原告がマスクをしないと危険であることを承知の上でマスクをすることを怠ったと認定して、寄与過失の抗弁を認め原告の主張を棄却した。このように100パーセント原告の主張を否定する根拠になるところが、寄与過失の特徴で過失相殺との違いである。

第三者の手により製品が実質的に改変されている事実を抗弁として主張した裁判例が *in Leon v. Caterpillar Industrial, Inc.* (69 F.3d 1326 (7th Cir. 1995))である。この事件では、原告はフォークリフトに乗っているときに、あるスイッチが正常に機能しなかったために事故にあって怪我をしたので、フォークリフトの製造メーカーに対して裁判を起こした。しかし、異常を起こしたスイッチは、製造メーカーではなく、小売業者によってインストールされたことが証明された。裁判所は、以上の事実を認定して、原告の請求を棄却した。

e リコール (Recall)

製造物責任法に関する説明の最後として、リコールについて説明する。ご存知のとおり、リコールとは典型的には、欠陥製品を世に送り出してしまった製造会社が、その製品に欠陥があることを公表して、無料で修理したり、欠陥のある部品を取り替えたり、製品全体を取り替えたりすることである。法律用語としては、リコールの概念はもっと広く、製造会社だけでなく、販売業者、輸入業者、小売業者等商品の販売側の当事者が、商品に欠陥があることが判明した際に、購入者、最終消費者等の購入者側、さらには一般公衆に対して、欠陥の事実を知らせ、危険を回避するために、欠陥商品に関して

一定の対応を取る機会を与える手続きのことが一般を広く意味する。

リコールの具体的な手続きとしてはいろいろな方法がある。たとえば、まだ販売されていない商品のパッケージの中に新たに発見された商品の危険などについて、それを避けるための警告を記載した書面を入れるだけの場合もあるし、修理、部品の交換、商品全体の交換、さらには、買戻して消費者へ販売代金全額を返金する場合などもある。

リコールの原因になる商品の欠陥 (recall defect, 以下「リコール・ディフェクト」という。) は、必ずしも、製造物責任法における欠陥と同じものではない。製造物責任法における欠陥と異なり、リコール・ディフェクトは、法規上定義される欠陥であり、かならずしも製造上または設計上の失敗から発生する欠陥であったかどうかにかかわらない。その商品のパフォーマンスの記録上機能が不十分である、ということだけでもリコール・ディフェクトと判断される場合もある。そして、製品の種類によって適用される法規はさまざまであり、それぞれの法規ごとにリコール・ディフェクトの定義が異なるので、個別に法規を確認する必要がある。

ところで、リコールを行ったからといって、その後発生する製造物の欠陥に基づく被害に対する責任がなくなるというわけではないので、抗弁とはならない。事実上将来の被害を発生する可能性を少なくするために行われるのがリコールだといってよい。

リコールには、2種類あり、一つは自由意思に基づくリコールであり、もう一つは法律上の義務として強制されるリコールである。法律上の義務としてのリコールは、それぞれの法規上の権限に基づき、問題となった製品の監督官庁の主導によって行われる。当該監督官庁は、それぞれの根拠法規に基づき、自動車、消費物、医療器具、乳児・幼児用食品、放射能放出電気器具、等の商品についてリコールの実行を命じる。

それに対して、自由意思に基づくリコールは、問題となった商品の製造会社や販売会社が、官庁からの命令等を受ける前に、または、受ける可能性がない場合でも、自分の判断で、行うリコールであるが、実際上は、監督官庁が強権を発動する前に、製造業者に任意でのリコールを強く示唆することによって始められる例も多い。

ちなみに、個別の法規でリコールを義務付けていない限り、仮に自ら製造・販売した商品に欠陥があることが判明しても、一般的にはリコールを行う義務は発生しないと考えられている。不法行為に関する第3リステイメント (Restatement (Third) of Torts, 法律そのものではないが、法律と同様な影響力を持つ。) では、リコールの義務があると判断されるのは、法規に基づいて監督官庁がリコールを命じたのに、それに反してリコールを実行しなかった場合と、自らの自由意思でリコールを開始しておきながら適切にリコールの実施を怠った場合の2つの場合だけであると規定している。そのようなリステイメントにしたがって、判決を下した裁判例もある。

リコールの実施を強制できる監督官庁にはいろいろあるが、その例としては、連邦高速道路交通安全局 (National Highway Traffic Safety Administration)、消費者製品安全委員会 (Consumer Products Safety Commission (CPSC))、食品薬品局 (Food and Drug Administration (FDA))、住宅都市開発局 (Department of Housing and Urban Development) などがある。

またその根拠法規にもいろいろあり、その例としては、消費者製品安全法 (Consumer Product Safety Act)、食品薬品化粧品法 (Food Drug and Cosmetic Act) などがある。消費者製品安全法は、1972年に制定されたもので、消費者製品が人体に被害をもたらす不合理な危険性を有すると判断される場合に、そのような危険から一般消費者を保護することを目的として制定されたものである。同法は、自分が製造、販売した商品が、一定の安全基準を満たしていないこと、または、相当な危険を発生させること、を結論するに足る何らかの情報を得た製造会社、販売会社、小売業者は、CPSC に通知することを義務付けている。その通知を受け取った CPSC は以下のうちの一つまたは複数の方策を採ることができる。

- (1) 製造会社や、販売会社、小売業者に対して、一般に対して知らせ、その商品の製造販売に関与したことを知っている会社、業者に通知を送付し、その商品を購入ないし受け取った相手に対して個別の通知を出して、危険を知らせることを命じること、

- (2) 製造会社や、販売会社、小売業者に対して、商品の無料修理、部品交換、または買戻しを命じること、

- (3) 連邦裁判所での手続きによって、その商品が緊急性を要する危険を持っているものであることを宣言し、修理、買戻しを含めてリコールを命じること、

- (4) もし、市場に出された商品が、一般に対して有害で不合理な被害をもたらす危険を有するものであると判断し、その危険を防ぐために安全のための遵守基準の設定だけでは不十分と考えられる場合には、そのような商品を全面的に禁止するルールを採用して、それを宣言すること。

次に、食品薬品化粧品法は、医療器具、化粧品、食品の安全基準を設定する法律であり、FDA にそれらの製品を規制する権限を与えている。FDA は、医療器具、乳幼児用食品 (人工ミルクなど)、放射能放出電気製品などに関するリコールの権限を与えられている。上記のリコールの権限が与えられている具体的な製品分野以外の食品等についても、差し止め処分の手続きや、刑事処分を求める権限が与えられている。その他、違反行為を行ったと判断した会社に対して、警告や、改善命令を出すこともできる。さらに、FDAは、一般に対して緊急性の高い危険を含むか、または、一般消費者を欺く可能性の高いと判断される商品に関しては、違反の事実を公表して、一般に注意を促す権限も与えられている。

FDA がリコールを命令する権限の対象としては、前述した医療器具、乳幼児用食品 (人工ミルクなど)、放射能放出電気製品についてだけであるが、上記のような各種の権限を持っている FDA は、事実上、違反会社に対して、自由意思によるリコールを実施させることができるのが実態である。その会社の商品が危険なものであると公表されるよりは、自らリコールを実施したほうが、企業イメージを損なうことを避けることが出来るからである。

以上で、製造物責任に関する説明を終わりにする。次回からは、商品販売活動に関わる法律問題の一環として、債権回収活動と、それに関連する範囲で破産法と、商品販売によって発生する債権を保全するための動産担保権の設定方法等について解説をする。