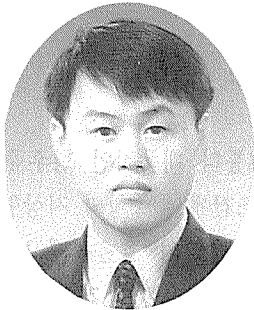




특집 I

제조물책임법의 영향과 대책



신한종합연구소 기업경영정보실
책임연구원 윤 정 현

I. 서

지난 1월 재경원에서는 올 상반기에 제조물책임(Product Liability)법 정부안을 확정, 올 연말이나 내년초 최종안을 입법예고한 후 98년부터 시행할 계획이라고 발표하였다. 그동안 PL법 시행 시기와 관련하여 소비자단체와 정부, 경제단체간에 많은 공방이 있었지만 어차피 국내시장에서도 해외상품과 경쟁해야 하는 개방경제의 특성상 더 이상 연기할 수 없다는 의견이 우세를 보인 것으로 생각된다.

II. PL(제조물책임)이란 무엇인가?

94년 9월 3일 미국 앨라바마주 버밍햄의 연방 지방법원에서는 유방 성형수술을 받은 여성들에게 약 42억 5천만불, 원화로 약 3조 4천억원의 보상금을 지불하라는 제조물책임 배상판결이 내려졌다. 이에 따라 부작용이 있건 없건 실리콘 삽입수술을 받았다는 사실만 입증하면 1인당 최고 1백 40만 달러에 달하는 보상금을 받게 되었다.

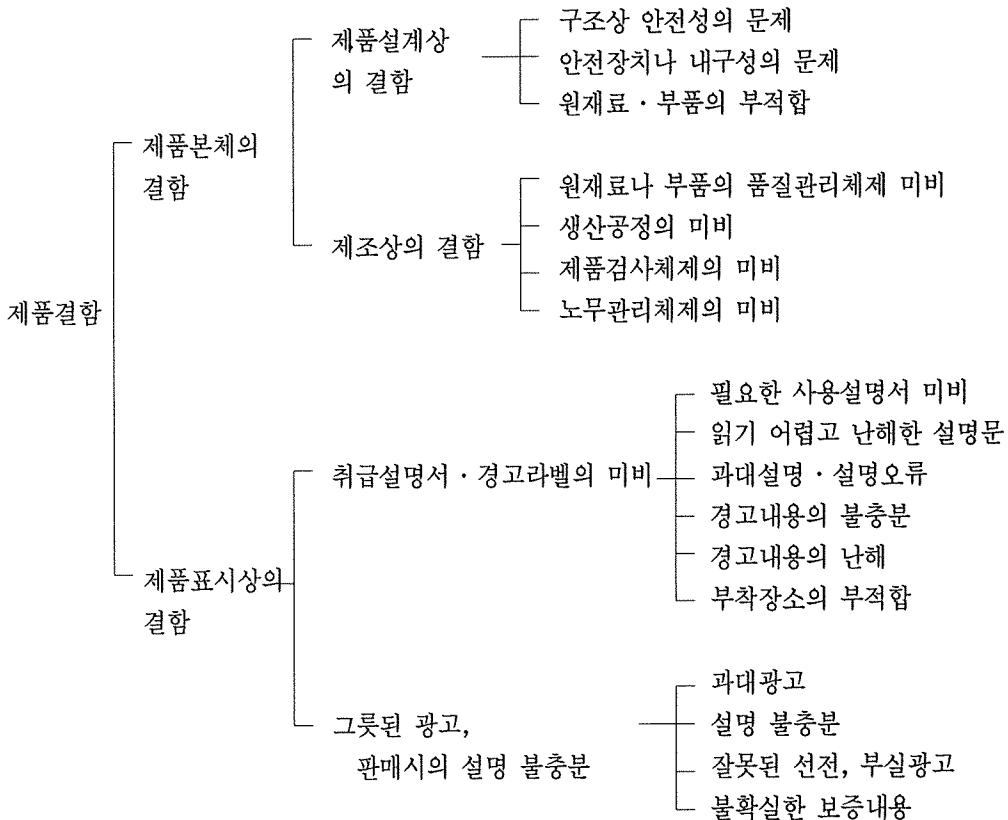
이렇게 수술에 따른 부작용과 관계없이 간단하게 손해배상을 받을 수 있게 된 것은 PL법이 있기 때문이다. 만약 민법이었다면 피해입은 소비자가 상품을 만든 제조업자의 고의 또는 과실이 있었다는 것은 물론 손해가 발생한 사실, 과실과 손해 사이에 인과관계가 있다는 점을 입증해야만 했을 것이다. 그러나 PL법은 '제조업자의 고의 또는 과실'이 아니라 '제품의 결함'만을 문제 삼기 때문에 소비자는 제품에 결함이 있었다는 것만 증명하면 충분하다. 민법과는 달리 제조업자가 공장 안에서 저지른 과실을 찾아서 입증해야 할 필요가

없고 눈앞의 제품에 결함이 있다는 것만 보여 주면 되는 것이다.

〈도표 1〉 PL법과 민법의 차이점

	민 법	PL 법
입 증 범 위 배 상 문 제 의 원 칙 과 한 계	제조업자의 과실 혹은 고의 입증 책임 채무불이행책임 : 직접적 계약관계가 없으면 제조업자에 게 책임을 물을 수 없다. 하자담보책임 : 확대손해에 대한 청구가 불가능하다. 불법행위책임 : 고의 또는 과실이 있었음을 입증하여야 만 배상을 받을 수 있다.	결함상품 입증만으로 충분 상품의 결함만 입증되면 제조업자 의 고의·과실을 묻지 아니하고 배상책임을 지우는 무과실책임을 원칙으로 한다.

〈도표 2〉 제품결함의 내용



결함이란 무엇인가?

제조업자에게 책임이 부과되는 결함의 범위는 매우 광범위하다. 미국의 경우 포르쉐 자동차를 구입한 어떤 부인이 매장안에 있는 광고에서 본 대로 교차로에서 급회전하다가 교통사고를 당하게 되었다. 그 부인은 광고에 문제가 있었다는 점을 들어 자동차 회사를 상대로 손해배상을 청구하였고 그 광고에 결함이 있다는 것이 인정되어 적절한 배상을 받았다. 이렇게 과대 선전이나 부실광고, 설명 불충분까지도 결함의 범위에 포함되고 있다.

원래 제조물책임에서 상품의 결함이란 「일반인이 그 제조물에서 합리적으로 기대할 수 있는 안전성을 결여한 것」을 말한다. 이 정의를 얼핏 보면 설계나 제조과정중에 발생한 결함(제품본체의 결함)만을 생각하기 쉽지만 PL하에서는 제품표시상의 결함까지도 포함시키고 있다. 따라서 사용자에게 제품내용이나 사용방법 등에 대해 정확하게 설명을 하지 않았거나 과대 광고로 피해가 발생한 경우에도 PL하에서는 배상책임이 발생하는 것이다.

제조업자란 누구인가?

이렇게 포괄적인 결함의 범위와 함께 배상 책임을 져야 할 제조업자의 범위도 매우 넓게 규정하고 있다. PL법 체계에서는 제품이 생산되어 최종 소비자에게 넘겨지는 과정에 관계된 당사자 모두를 책임의 주체로 하고 있는 것이다. 제조업자는 물론 판매와 관련된 유통업자까지 포함하게 된 것은 제품의 자체가 매우 다양한 원인을 가지고 있기 때문이다.

제품의 결함은 부품이나 원재료에 원인이 있을 수도 있고 조립과정에서 발생할 수도 있다. 또 생

산자가 아닌 유통업자에게 책임이 있을 수 있으며 제품 판매시 소비자에게 사용상 주의를 환기시키지 않은 판매자에게 책임이 있는 경우도 있다. 따라서 소비자는 이 상품의 결함이 어디에서 발생한 것인지, 누구에게 배상을 청구하여야 하는지 알기가 어렵다. 이를 해결하기 위하여 제조물책임은 공급자책임(Supplier's Liability)의 형태를 취하여 결함제품의 공급과 관련된 모든 당사자에게 책임을 부과하고 있다.

Ⅲ. PL법 추진 동향

제조물책임은 새로운 용어가 아니다. 기본 개념은 이미 1960년대부터 미국에서 판례법에 의해 발전해 오다가 1985년 EC가 「제조물책임에 관한 EC 지침」을 채택함에 따라 세계적인 추세로 자리 잡게 되었다. 지금은 선진국은 말할 것도 없고 브라질, 필리핀 등 후발개도국은 물론 소비자 보호 개념이 희박한 러시아, 중국, 헝가리 등에서도 채택하고 있다. 특히 일본도 95년 7월 1일을 기준으로 PL법을 시행하고 있어 우리나라의 교역대상국 대부분이 시행하고 있는 실정이다.

그러나 국내의 경우 80년대 두 차례에 걸쳐 PL입법이 제안되었으나 그 필요성조차 제대로 인식되지 못하고 있었다. 오랫동안 공급자 중심의 경제개발이 추진되면서 소비자 보호의 개념이 약했기 때문이다. 최근에 와서야 소비자 중심의 경제체제를 구축하지 않고서는 세계 시장에 발붙이기 어렵다는 인식이 확산되면서 PL법 제정 노력도 급진전되어 96년 상반기중에 정부안을 확정하고 98년부터 시행할 예정으로 있다.

현재 최종 검토중인 정부 시안은 소비자보호원(이하 소보원)이 제출한 것으로 대다수가 원안대

로 확정될 전망이지만 「결함의 존재 및 원인관계의 추정 조항」과 「개발위험의 항변」과 관련된 부분에서 소보원과 재경원 사이에 이견을 보이고 있다. 소보원이 주장하는 추정조항은 제조물을 일반적인 방법으로 사용하였음에도 불구하고 손해가 발생한 경우에는 제조물에 결함이 있는 것으로 추정하는 것이다. 예를 들어 전화기 사용중 불이 났을 경우 추정조항이 인정되지 않으면 소비자가 결함을 입증해야 하나 추정조항이 인정되면 제조업자가 전화기에 결함이 없음을 입증해야 하는 것이다. 그 외에 소보원은 제품 출하시의 과학 및 기술 수준으로 결함 발견이 불가능한 경우 제조업체에게 면책권을 주는 개발위험의 항변 조항을 제조업자에게 주어서는 안된다고 주장하고 있다. 이에 반해 재경원은 추정조항은 받아들인다 하더라도 제조업자의 비용부담을 덜어 주기 위해서는 개발위험의 항변 조항, 제조자가 불분명한 경우 판매 및 임대업자에게 책임을 묻지 않는 조항, 외국의 경우 3~10년 적용하고 있는 손해배상청구 소멸시효를 짧게 하는 등 예외조항이 필요하다고 생각하고 있다.

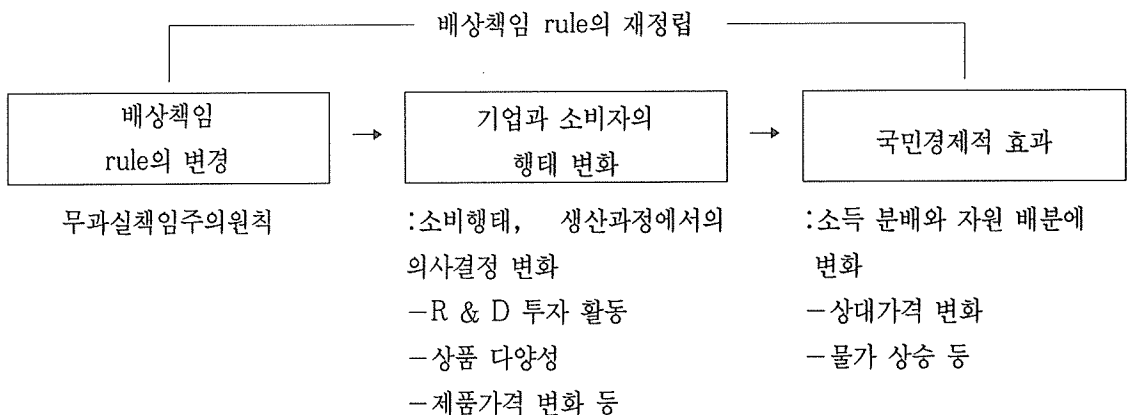
IV. PL법의 영향

PL이란 한마디로 말하면 「제품의 결함으로 야기된 재산상 손해 및 신체상 피해에 대해 제조·수입·유통·판매와 관련된 모든 업자들이 배상 책임을 지는 제도」이다. 얼핏 보면 지금까지는 그렇게 하지 않았나 하는 생각이 들만큼 당연한 내용이지만 PL법은 무과실책임주의를 통하여 현실적인 소비자 피해구제를 가능하게 한다는 점에서 커다란 변화가 예상된다.

즉 지금까지는 특정 제품의 결함과 위해성을 소비자의 개별 문제로 인식하여 소비자와 제조업자 당사자간 피해구제 차원에서 다루어져 왔지만 앞으로는 소비자 전체와 제조업자의 문제로 인식하여 실질적인 피해배상의 차원에서 다루어지게 된다. 이 결과 품질 및 규격기준을 벗어난 제품에 대해서 단속이나 시정 명령을 내리는 것이 고작이었던 지금까지와는 달리 피해소비가 소송을 통하여 제조업자에게 직접 피해배상을 청구하는 형태를 띠게 된다.

그러나 제조물책임의 입법화는 <도표 3>에서

<도표 3> 제조물책임법의 입법화가 경제에 미치는 영향의 흐름도



보듯이 단순히 피해보상이 쉬워진다는 차원만은 아니다. 기업과 소비자들의 위험 회피 노력과 생산·구매과정에서의 의사결정을 변화시킴으로써 해당 제품의 수급량 및 상대가격을 변화시키고 전체적인 자원배분에 영향을 미친다. 또한 기업과 소비자 또는 소비자 상호간의 소득분배, 상품의 다양성, 기업의 R & D 활동등에도 커다란 영향을 미치게 된다.

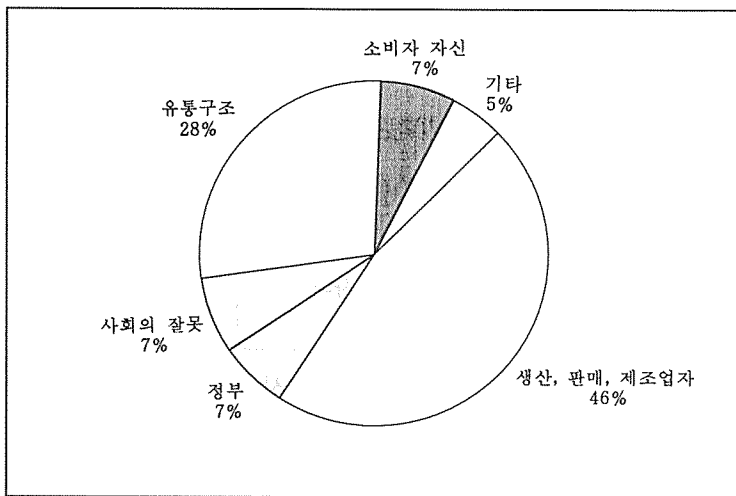
소비자 분쟁의 급증

PL법은 단기간에 소비자의 권리 의식을 높이는 효과가 있으므로 소비자 분쟁이 급증할 가능성이 있다. 일본의 경우 지난해 7월부터 PL법을 시행한 후 관련 소송은 아직 발생하지 않고 있지만 제품 안전에 대한 소비자들의 의식은 눈에 띄게 높아지고 있다. 일본 국민생활센터에 의하면 PL법

시행 4개월만에 전국 320개 소비자생활센터에 신고된 제품 위해정보가 총 2,580여건에 달해 전년 동기대비 50% 이상의 증가세를 보이고 있다고 한다. 또한 산업계가 자체적으로 설립한 업계별 PL센터(95년 12월말 현재 15개소)에도 월평균 100-200건의 문의가 쇄도하고 있다. 물론 대다수가 PL법과 관계없는 제품의 사용법 등에 관한 문의이지만 종전에는 볼 수 없었던 현상으로 PL법 시행으로 소비자가 변하고 있는 것이 분명하다.

국내의 경우에도 소비원의 집계에 따르면 소비자 상담 및 불만 접수 건수가 지속적으로 증가하고 있을 뿐만 아니라 소비자 대다수가 소비자 문제의 발생원인을 공급자(제조업자와 유통업자) 잘못으로 생각하고 있어 PL법의 파장은 결코 작지 않을 것으로 예상할 수 있다.

(도표 4) 소비자 문제 발생원인에 대한 인식



출처 : 한국의 소비생활 지표 1994, 한국소비자보호원

기업의 비용 증가와 경영 위기

제조업자의 입장에서 보면 PL도입에 따른 단기적인 영향은 각종 경영 리스크와 비용 증가로 이해할 수 있다. 예컨대 공정관리나 부품 및 원재료 관리를 보다 체계적이고 엄격하게 하는 등 손실 방지대책을 강구해야 하고 사고에 대비하여 보험에 가입하거나 자금을 적립해야 한다. 또한 설계에서 제조에 이르는 전 과정에서 제품의 안전성을 우선적으로 고려하는 것은 물론이고 광고에서부터 취급 설명서, 경고 라벨, 판매 후의 리콜(제품소환)관리에 이르기까지 분쟁의 소지가 있는가를 검토해야 한다.

일본의 경우를 보아도 PL법 시행을 계기로 표시 방법을 개선하거나 소비자 상담 창구를 확대하여 품질보증·품질관리에 노력하거나 제조물배상 책임보험에 가입하고 PL센터를 설치하는 업종(95년 12월말 현재 15개 업종)이 늘고 있다. 이러한 모든 노력은 제조업자에게 추가 비용을 발생시키기 때문에 그만큼 생산 코스트가 상승하는 효과를 가져온다.

그러나 생산 코스트 상승을 기업 내부에서 소화하기 위한 다양한 노력이 기대되기 때문에 장기적으로는 기업의 합리화를 촉진시킨다는 견해도 있다. 일본의 대형 식품기계회사인 레온자동기가 지역과 국가별로 실시해온 안전 기준을 통일하여 설계를 표준화함으로써 원가절감을 시도하고 있는 사례 등이 안전성 강화에 따른 가격인상 요인을 표준화에 의한 규모의 이익으로 대응하고 있는 예이다. 이외에도 생산에서 판매에 이르는 기업 활동의 전과정을 제품 안전의 관점에서 재평가, 예상외의 성과를 거두고 있는 사례도 있다. 일본의 화장품 회사인 시세이도는 재고 상품의 장기화가

품질 이상을 가져와 PL분쟁을 일으킬 수 있다고 판단하여 물류 부문 개선에 노력을 집중하고 있다. 즉 공장에서 제조한 상품을 이 회사의 판매회사인 시세이도 화장품 판매가 전국 9개의 상품센터에 직접 배송하는 '직배방식'을 도입하여 재고 상품의 장기화로 품질 이상이 생기는 것을 막는 한편 물류 비용 절감이라는 성과를 거두고 있다.

V. PL법에 어떻게 대응할 것인가.

각국이 PL법 도입에 열심인 이유는 PL법이 소비자 보호와 제조업자의 생산 혁신을 유도하여 국제경쟁력을 높이는 효과가 있다는 것이다. 그러나 PL법 시행으로 이러한 긍정적인 효과만을 기대할 수 있는 것은 아니다. 오히려 소비자의 제품 안전성 선호로 중소기업 제품이 시장에서 축출되거나 갑작스러운 소비자 피해배상 청구로 엄청난 소송 비용, 배상금을 지불하게 되어 중견 우량기업의 도산이 우려되기도 한다. 특히 대기업의 경우 이미 미국과 유럽, 일본의 PL법에 대응하여 수출상품을 만들어 왔으므로 국내 PL법에 적용하는데 큰 무리가 없지만 중소기업들은 품질지수계약 등 수급기업의 비용 부담 요구와 안전 설비 확충이나 PL보험 가입에 따르는 비용 증가로 상당한 경영애로를 겪을 수도 있다.

따라서 PL법 시행과 함께 기업의 경영 위기를 경감시키기 위한 다양한 노력이 필요하다. 특히 중소기업들에 대해서는 저렴한 비용으로 PL대책을 수립할 수 있도록 특별한 지원이 필요할 것이다. 비교적 탄탄한 중소기업층을 가지고 있는 일본 오사카시에서도 중소기업을 위해 PL법대책 융자제도를 신설, PL도입에 따른 충격을 완화시키기 위하여 노력하고 있다.

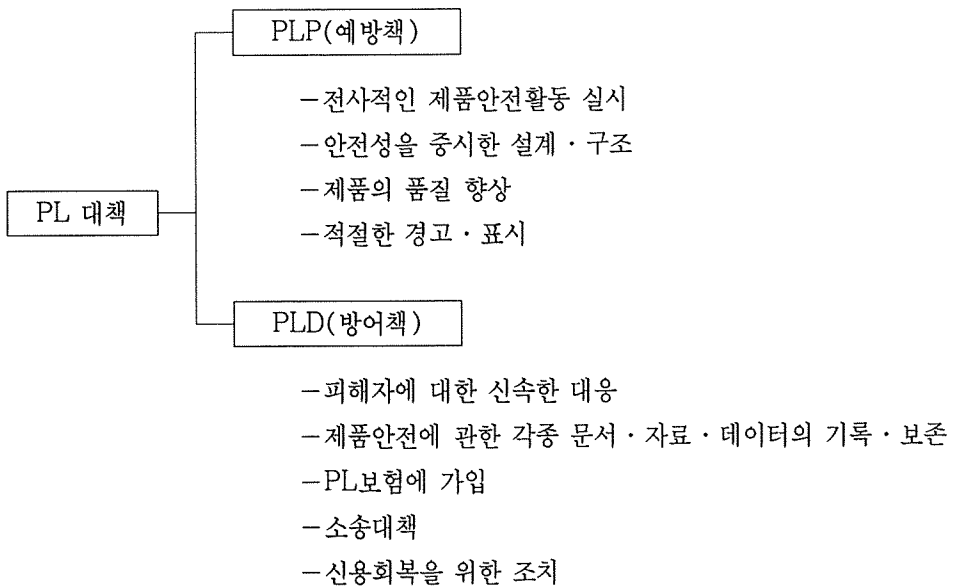
그러나 이러한 지원들은 기업 스스로의 노력을 지원하기 위한 것에 불과한 것이다. 기업 스스로가 생산과 판매 과정 중에 결함 상품을 만들어 낼 가능성을 없애기 위하여 노력하여야 할 것이다.

기업 차원의 PL대책

기업차원에서의 PL대책은 예방대책인 PLP(Product Liability Prevention)와 방어대책인 PLD(Product Liability Defence)로 나누어 생각

할 수 있다. PLP는 사고 발생을 사전에 방지하기 위한 모든 안전대책 활동을 의미한다. 반면에 PLD는 사고 발생 후의 방어대책으로 소송대책이 중심이 되지만 소송에서 불이익을 당하지 않기 위하여 기록의 보존 등 사고 이전의 노력까지도 포함하고 있다. 따라서 PLD는 배상책임의 경감 혹은 회피를 위하여 취해야 할 사전, 사후 대책의 제반활동을 지칭한다.

〈도표 4〉 제조물책임 대책의 분류



기업 입장에서 본다면 PL대책은 소송이 제기되기 이전에 실시하는 것이 바람직하다. 일단 소송에 휘말리면 기업은 많은 부담을 피하기가 어렵기 때문이다. 특히 경영환경이 열악한 중소기업의 경우 다음과 같이 가능한 한 적은 비용으로도 구축할 수 있는 PLP대책 수립에 노력하여야 할 것이다.

1. 사내 PL의식 확산과 전사적 대책위원회 설치

제조물의 품질관리에만 전념하고 품질만 좋으면 안심하던 기업도 PL법 시행으로 소비자의 안전을 생각하지 않으면 큰 손실을 감수해야 할 처지가 되고 있다. 따라서 제품의 설계에서부터 부품, 원자재 구입 및 완성품 제조에 이르기까지의 모든

과정에 제품의 안전성을 중시하는 태도를 사내에 확산시킬 필요가 있다. 즉 설계단계의 디자인에 있어서는 미관상의 고려사항뿐만 아니라 소비자 안전에 보다 충실한 디자인을 추구해야 한다. 그리고 제조단계에서도 ZD(Zero Defect, 무결점운동) 등을 추진하여 결점없는 상품생산에 노력할 필요가 있다.

이러한 모든 것을 추진하기 위해서는 관리와 생산의 유기적인 관계에 정통할 필요가 있다. 따라서 「PL대책위원회」와 같은 전사적인 사내체제 구축이 필요하다. 그러나 새롭게 조직하기보다는 기존의 품질관리 조직을 이용하는 것이 비용부담의 측면에서 바람직할 것이다. 또한 업무범위에 있어서도 기존의 품질관리에서 무결점 생산관리로 바꾸는 것만이 아니라 제품결함을 미연에 방지하기 위한 정보의 피드백 체계를 구축하거나 PL제도시 제품의 안전성에 대한 증거자료로 제시할 수 있는 ISO 9000과 같은 국제품질규격 획득을 추진하는 등 기업의 체질을 강화시키는 모든 노력을 포괄하고 있어야 한다.

2. 개별적인 노력보다는 공동의 노력이 효과적

PL대책은 개별 기업의 노력보다는 공동의 노력이 보다 효과적이다. 특히 동일업종, 제조업자와 판매업자간, 대기업과 부품중소기업 등 상품의 생산, 판매에 관련있는 모든 기업들이 유기적인 협조체제를 구축하는 것이 바람직하다.

공동대응이 호소력이 있는 한가지 이유는 상품 결함에 대한 책임소재가 광범위하기 때문에 결함 발생을 차단하기 위해서는 수직, 수평 계열관계에 있는 기업 모두의 우호적 협력이 필요하기 때문이다. 예컨대 주택자재업의 경우 자사의 제품에 아

무리 결함이 없어도 시공이 잘못되면 PL법에 연루될 수가 있다. 일본 다이켄공업이 전국의 일반 토목건축사무소를 대상으로 올바른 주택시공법 정착을 위한 ‘파워 업 캠페인’을 전개하고 있는 것도 바로 이런 이유 때문이다.

또한 업종별 클레임 사례가 비슷한 동일업종의 기업들이 분쟁 조정이나, 소비자 상담내용, 사고 기록을 통폐합하면 보다 효과적인 PL대책 수립이 가능해진다. 이미 일본의 경우 업계의 표준을 새로 신설할 정도로 업계의 공동노력이 진척되고 있다. 일본 가구메이커 1백 2개사가 참여하고 있는 사무실가구협회는 과거의 사고데이터를 모으고 JIS의 부족한 점을 개선하여 PL소송을 야기하지 않을 만큼 엄격한 신기준을 설정, 공동으로 대응하고 있다. 이외에도 일본화학섬유협회는 소비자 서비스위원회에 PL연락사무소를 설치하여 행정, 소비자단체의 PL에 관한 정보수집, PL사례에 대한 안내 등은 물론 각 메이커별로 접수된 피해자 클레임을 모아 일본화학섬유검사협회에 원인규명을 의뢰하고 있다. 그외에도 고충처리 매뉴얼을 작성하여 체계적인 소비자 클레임 대책을 문서화하는 작업도 하고 있다.

또한 일본 아이치현(愛知縣)의 중소기업단체인 ‘아이치중소기업가 동우회’가 처음 창안한 ‘PL 공제제도’도 매우 효과적인 PL대책이라고 할 수 있다. 공제제도는 PL 소송에 말려들어 손해배상 청구를 받을 경우 배상능력이 부족할 것으로 예상되는 중소기업에게는 매우 유용한 수단이 되기 때문이다.

3. 취급 설명서, 주의사항 명기

PL에서는 제품사용 설명서가 제대로 갖추어지

지 않으면 결함이 있는 것으로 간주하기 때문에 취급설명서와 주의사항 표시에 신경을 써야 한다. 너무 지나친 예이지만 미국에서는 전자레인지에 물에 젖은 고양이를 넣어 말리다 고양이가 죽은 사고가 발생하였는데 전자레인지에 동물을 넣지 말라는 문구가 없었기 때문에 제조업체가 손해를 배상해야 한다는 판결이 있었다.

PL하에서 적절한 경고라는 것은 「통상의 주의력을 지닌 사용자의 주의를 합리적으로 환기할 수 있는 것으로 그 내용은 이해하기 쉽고 위협의 성질과 정도를 정확히 사용자에게 전달하는 것」으로 되어 있다. 따라서 소비자들에게 제품사용시의 주의사항을 쉽게 이해할 수 있도록 제시해야 상품광고에 있어서도 과장광고나 오해를 불러 일으킬 수 있는 광고는 가급적 피하는 것이 바람직하다.

4. 계약시 책임 분담을 명확히

각종 계약시에 책임 분담을 명확히 하는 것이 중요하다. PL법 시행으로 소비자 배상청구의 위험성이 높아짐에 따라 거래 당사자는 발생할지도 모를 위험을 거래 상대방에게 전가시키려고 하게 된다. 특히 수출 계약에 있어서는 해당국의 수입업자가 PL보험 가입이나 준비금 적립 등 사고발생시에 책임을 부담하도록 요청하는 경우가 많아지게 된다.

따라서 제품 판매와 원재료·부품 구입 등 모든 거래에 있어서 계약단계에서 책임의 소재를 분명히 할 필요가 있다. 손해를 배상하는 범위를 설정하여 제품 자체의 결함에 의한 경우 사용상의 부주의나 유통, 가공상의 문제에 따른 결함의 경우를 엄격히 구분하고 각각의 책임에 대하여 계약서에 명기하는 것이 바람직하다. 이밖에 제조공정상

의 문제나 취급설명서의 작성주체 등에 대해서도 명확히 해둘 필요가 있으며, 손해발생시 변호사 선임이나 소송의 처리문제 등도 미리 협의해 둘 필요가 있다.

상기한 PL대책은 갑작스러운 피해배상 소송을 당하지 않도록 결함의 발생을 예방하고 소송이 생긴다하더라도 감당하여야 할 부담을 경감하는데 있어서는 효과적인 수단이라 할 수 있다. 그러나 궁극적인 PL대책이라고 할 수는 없다. PL대책의 궁극적인 목적은 PL법 시행에 따른 부담을 기업의 관리부문 혁신과 공정, 제품혁신을 통하여 기업내에서 소화하는 한편 기업의 경쟁력을 개선하는 것이어야 하기 때문이다.

예컨대 PL소송이 발생하면 이에 대응하기 위해서 사내 서류가 정비되어 있어야 할 것이다. 따라서 관리부문의 정비가 요구되지만 이에 멈추지 않고 관리부문의 혁신을 추진할 필요가 있다. 일본 후지필름이 판매하는 중소기업용 광파일 시스템을 구입하는 기업들이 증가하고 있는 것도 바로 이런 이유 때문이다. 원래 사내 페이퍼리스화의 중요한 수단으로 개발한 시스템이 PL법 시행으로 중소기업의 위험관리와 관리부문 혁신으로 이어지고 있는 것이다.

이러한 관리부문의외에도 공정혁신(Process Innovation)도 매우 중요하다. 일본의 전자업체인 마쓰시타전기산업은 제조업체가 제품 폐기처리까지 책임지도록 규정하는 PL법 발효에 대응, 사용부품수를 지금의 3분의 1로 줄이는 노력을 하고 있다. 이처럼 사용 부품수를 대폭 줄이면 품질관리가 편리해지고 부품의 신뢰성이 높아질 뿐만 아니라 제조비용을 절감하는 등 다양한 효과를 거둘 수 있기 때문이다.

또한 기업내부 혁신 노력 못지않게 기업 밖에

있는 소비자를 이해하기 위한 노력도 매우 중요하다. 왜냐하면 PL시대서는 소비자의 니즈에 능동적으로 대응할 수 있는 기업의 체질 구축이 무엇보다 중요해지기 때문이다. 일본 일용품업체인 라이온은 상담내용을 보다 정확하게 품질보증·관리에 반영하기 위하여 소비자 상담창구를 품질보증 부문 산하에 편입시켰다. 또한 가오는 '가오FAX 생활정보'라는 서비스를 통하여 세계·의류손질, 부엌의 청소 등과 관련하여 자사내에 축적해 놓은 일반 생활정보를 제공하고 있다. 이러한 노력은

PL소송을 일으킬 잠재적인 문제로 소비자를 보는 것이 아니라 소비자의 신뢰가 기업의 경쟁력이라는 당연 원리에 충실한 것이다.

이처럼 PL을 통한 기업의 경쟁력 제고는 일본의 경우에만 가능한 것은 아니다. 국내 기업들도 PL법 시행에 따른 충격에 적극적으로 대응하여 기업 경쟁력을 한층 더 높일 수 있을 것이다. 다만 이러한 기대가 실현될 수 있도록 정부와 소비자, 기업 모두의 관심과 지원이 그 어느 때보다 요구된다고 할 것이다.

◆ 퍼실리티 매니지먼트 ◆

최근 일본에서는 기업의 경영악화로 인해 설비투자의 억제, 원가삭감 및 노동 생산성의 추구하고 더불어 오피스 등의 사실입지와 사업개발에 대한 관심이 높아지고 있다. 이러한 과제 해결을 위한 새로운 경영관리 기법으로 주목받고 있는 것이 퍼실리티 매니지먼트(facility management : FM)이다. FM은 토지·오피스·시설·설비·기타 경영자산을 단순히 유지하고, 관리하는 것 뿐만 아니라 사업 포트폴리오의 관점에서 경영자산의 효과적인 활용이나 재분배를 도모하는 것을 의미한다. 특히 미국에서는 이를 최첨단의 경영기법으로서 기업에 도입시켜 업무의 효율화와 생산성의 향상을 꾀하고, 오피스 등의 시설입지나 사업개발 추진시 중요한 역할을 수행하도록 하고 있다.

현재 일반화된 FM의 개념은 조직·업무 기능 및 가구·설비·기기 등을 특정공간(토지·시설)에 효과적으로 배분·설치하고, 비용의 합리성을 추구하면서 경영자산을 형성하고 유지해 가는 기능으로 본다. 즉, FM은 기업이 현재 보유하고 있는 경영자산을 효율적으로 관리·배분해서 경영계획에 의거한 구체적인 시설입지나 뉴오피스 계획 및 사업개발에 주력하자는 것으로 일본에서도 본격적으로 도입되고 있다.