

## 第 20 回公開講演会

「消費者主権の実現をめざして」

平成 12 年 6 月 21 日午後 1 時半より 4 時まで、名古屋ガーデンパレス(名古屋市中区)において、消費者問題研究所主催の第 20 回公開講演会が開かれた。テーマは「消費者主権の実境をめざして」であり、講師として及川昭伍氏(国民生活センター顧問)と原早曾氏(財団法人消費科学センター事務局長)をお招きし、小木紀之前所長(名古屋経済大学教授)が進行役を務めた。

本研究所は「場代経済社会における消費者を取り巻く諸問題を科学的に調査研究し、もって消費者の権利の確立と消費者の地位改善に寄与する」という目的を掲げ、その達成に向かって 20 年間活動してきた。その意味では、消費者問題に造詣が深く、消費者主権実現のために最先端の場で活躍されている講師の方々に講演していただくことは、記念すべき第 20 回公開講演会にふさわしいと言えよう。

末岡熙章名古屋経済大学学長の挨拶に続き、まず、及川省吾氏による講演「消費者問題の二十年過去・現在・未来」が約 50 分間行われた。その後の小木前所長との質疑応答も含め、及川氏の講演要旨は次のようであった。

消費者問題が明確に認識されるようになったのは高度経済成長期以降である。当時、大量生産が行われるようになり、その製造工程における欠陥が森永ミルク事件をはじめとする大量消費の被害をもたらした。これらの被害が生じたのは、生産者と消費者の間で商品に関する情報格差が存在したためである。

1962 年(昭和 37 年)、アメリカ大統領ケネディが消費者の四つの権利(安全である権利、知る権利、選ぶ権利、意見を反映される権利)を提唱した。中でも「これらの権利を守るのは政府の責任である」という主張は注目に値する。

日本では、昭和 43 年に消費者保護基本法が成立したが、そこでは消費者の権利は規定されず、消費者は情報をもたない弱い主体であり、保護される必要があるとされた。このため、その後の消費者行政は、事業者が悪事を働かないように個別規制をするという方針を採用してきた。また、弱い消費者の支えとなるように消費生活センターが活動範囲を広げ、個別問題ごとに苦情相談を受けてきた。

しかし、このような個別規制・相談による対処には抜け穴が存在するため、包括的な対処が必要となってきた。さらに、高度経済成長を通じて消費者が豊かになると、従来の個別規制は逆に消費者の利益を損ない、規制緩和が必要となってきたため、包括法制定の必要性がより一層高まった。

そこで、安全を確保する包括法として六年前に製造物責任法(PL 法)が成立し、商品の安全性に関する責任は、事業者がすべて負うこととなった。近年では、商品より契約をめぐるトラブルが多発しており、これを受けて消費者契約法が今年 4 月 28 日に国会を通過して成立した。このように、日本でも消費者の権利を守る法律が徐々に整備されてきた。

今後、規制緩和が進むにつれ、消費者の自己責任が問われるようになるが、その前提として二つの条件が改善されるべきである。一つは社会的条件の整備であり、消費者の権利を制度的に確立する必要がある。前述のように、安全の権利は PL 法によって保証されている。知る権利は、それが侵害された場合には契約を解消できるという意味で、消費者契約法によってある程度保証されている。同法は、消費者と生産者の情報不平等を改善したという意味で、対等の権利も保証している。また、これらの権利は究極的には裁判で解決されるが、最後の改革として司法改革が現在進行中である。消費生活センターの苦情処理といった、裁判外紛争処理も定着させていく必要がある。

もう一つは消費者自身の能力の問題であり、消費者は行政の個別規制によるマークに頼らず、商品・サービスを選ぶ能力を身に付ける必要がある。社会的条件の整備が進めば、消費者は権利をもつ主体として自立的に行動していかなければならない。そのためには、学校における消費者教育、社会人としての生涯学習が必要である。消費者個人による教育・学習では生産者との対等な関係を確保するには不十分かもしれないが、その場合には、各分野の専門家が消費者としてネットワークを張り、協力していけばよいであろう。

現在の日本は重要な変革期にあり、上記二つの条件を改善する道へと進んでいくとき、弱い消費者から強い消費者への変化を遂げることができる。消費者の権利と合わせ、国際消費者機構は消費者の五つの義務、すなわち批判的精神を持つ義務、主張して行動する義務、社会的弱者に対する配慮の義務、環境に対する配慮の義務、および連帯する義務を提唱している。世界の消費者運動はこれらの義務を憲章として掲げているが、日本の消費者運動もこれらの義務を考慮する時期にきたといえる。

今後は、これまで明確に認識されなかった、新たな消費者問題に耽り組んでいく必要がある。重要なものとしては、消費者の金利収入を損なうゼロ金利政策、介護保険契約の問題、インターネット取引・情報技術(IT)革命に関連する問題、企業の国際化による問題、地球環境問題が挙げられる。これらの新たな問題に消費者、企業、行政が正面から取り組み、消費者主権の確立を弟実のものにしていかなければならない。

及川氏の講演に引き続き、原氏による講演が同じく約 50 分間行われた。その後の小木前所長との質疑応答も含めて、原氏の講演要旨は次のようであった。

消費科学連合会や主婦連合会が掲げてきた消費者運動の目標は高齢社会の問題、環境問題、情報通信の問題、および食品の安全性に関するものであり、今後十年で取り組むべき主要な課題は次のとおりである。

第一の課題は規制緩和後の社会的ルールである。製造物責任法(PL 法)が 6 年前に制定され、消費者契約法が来年から施行される。さらに、消費者契約法の金融版である金融商品等の販売に関する法律も来年から施行される。金融ビッグバンによって金融業務の垣根が取り払われ、様々な金融商品が登場してきたが、中には広告や勧誘が誤解を招きやすいものも多い。金融商品等の販売に関する法律は、イギリスの金融サービス法を模範とし、金融商品の広告・勧誘の適正化をねらいとしている。このように、境制緩和後の社会的ルールが整備されてきているので、われわれ消費者の課題は、これらのルールがどのように機能していくのかを事後チェックすることであろう。

第二の課題は高齢化社会対策としての交通バリアフリー法や公的介護保険に関連する。前者は高齢者の外出しやすい環境整備を目的とするが、補助金給付によってどの程度の目的が達成されていくかが課題となる。後者は、契約過程の煩雑さ、契約内容と実際との乖離、自己負担料金の割増などの問題を抱えている。

第三の課題は環境問題に関連する。企業については ISO14000 のシリーズに代表される環境管理、監査によってその行動をチェックしていく必要がある。また、企業が提供する環境情報、環境ラベルに関する規定方針が出されているが、エコマークなどの第三者による認証だけでなく、企業自身による商品改善情報の提供が必要である。さらに、容器包装リサイクル法の完全実施、いくつかの関連新法の成立、グリーン購入法などにより、近年、循環型社会の実現に向けて法律の整備は進んできているが、ペットボトル処理が直面する困難に見られるように、その実現はいまだ不完全である。

第四の課題は情報(IT)革命に関連し、インターネット使用料金の高さ、インターネット取引における恐さが挙げられる。後者には、個人情報の流出という開放性の問題と、特定の場所にアクセスした者にしか商品価格などの情報が伝わらないなどの閉鎖性の問題が含まれている。

第五の課題は、遺伝子組み替え食品の表示問題などの世界的な消費者問題に対して、日本の消費者運動はどのように展開されていくべきかである。現在、世界の消費者運動は全体的に WTO 協定や ISO などの世界標準へ向かっているが、日本の運動がどこまでその方向を追求するべきかについては慎重に検討するべきである。

第六の課題は、企業の自己認証のあり方に関連する。近年では PL 法や消費者契約法など規制緩和後の社会的ルールが整備されてきているが、今後はこれらと合わせて、企業自身が商品・サービスに関する情報公開を行う必要性が出てくるだろう。

これらの諸課題に対して、われわれはどのように取り組んでいくべきであろうか。消費者運動の担い手については、国民それぞれが消費者としての意識をもつことにより、主婦層だけでなく、若者・高齢者・専門家など幅広い層に広がっていく必要がある。また、非営利団体(NPO)による組織的活動の重要性も増している。消費者運動を手がける NPO は積極的にロビー活動を行い、議員立法に消費者の意見を反映させていくべきである。このような組織的活動をする上で NPO 法は重要な役割を果たしている。同法により、財団法人としての許認可取得に必要とされる財政的基盤が軽減され、法人格をもつ団体は事業者や行政との契約に際して任意団体より活動しやすくなる。今後は NPO 法の有効活用により、従来の消費者団体とは異なる組織的活動の展開が期待される。

従来の消費者運動は特定の商品・サービスに対して消費者の不満を訴えるという苦情提言型であり、利己的なイメージを与えてきた。しかし、多数の人々がその商品・サービスを購入する可能性があるという意味では、そのような活動は利他的でもある。さらに、規制緩和後の社会的ルールが整備され、インターネットや住民投票など利用可能な手段が多様化している現状を踏まえれば、これからの運動はそれらを活用した意見提案型に転換するべきであろう。そのような運動を展開する上で、主体的に考え、行動する消費者を養成する教育が不可欠である。この方向を追求していけば、将来において消費者主権の実現が可能であると考えられる。

様々な方面から多数の方々が参加され、講演会は盛況のうちに終了した。

〔文責:園田正所員〕