

消費生活論

第5講 「日本の消費者政策」

三輪 聖子（岐阜女子大学）

【目的】

日本の消費者政策の流れを理解し、消費者基本法制定と基本理念を理解する。

【学修到達目標】

- ・ 日本の消費者政策の流れを説明できる。
- ・ 消費者保護基本法から消費者基本法へ移行した経緯について説明できる。
- ・ 消費者政策の基本理念について説明できる。

第2章 消費者問題と消費者政策
2-1 わが国の消費者政策

1960年代

消費者問題に対処する国の政策 ⇒ 行政中心

「消費者行政」 → 消費者規制行政 = 国が事業者を規制し、消費者に被害がないようにする

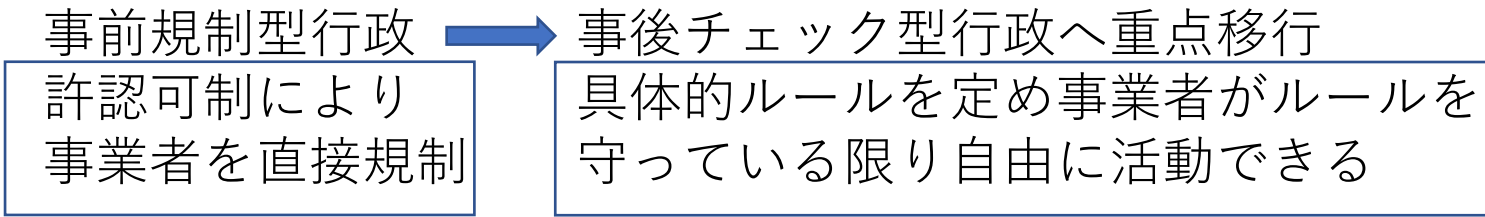
→ 消費者支援行政 = 問題が生じた後 国民生活センター
消費生活センター 相談に応じる

1968年消費者保護基本法 制定

1990年代半ばまで続く

1980年代

行政改革、「規制緩和」の進展



1990年代

規制改革により「民事ルール」が整備
製造物責任法(1994)
消費者契約法(2000)など

消費者が裁判で使う権利
↓
司法の重視

消費者基本法

- ・安全が確保されること
- ・適切な選択をおこなえること
- ・必要な情報を知ることができること
- ・消費者教育を受けられること
- ・被害の救済を受けられること
- ・消費者の意見が反映されること

コラム
「消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策」
を「消費者政策」というと明記



「消費者の権利」 消費者政策の
基本理念としなければならない



国・自治体
消費者
消費者団体
事業者
事業者団体

の「消費者の経済社会」「環境へ配慮した能動的行動」を重視している

現在、私たち消費者は自立した消費者にふさわしい能動的行動をとっているか？

2-2 消費者政策の転換 ～消費者保護基本法から消費者基本法へ～

1. 規制改革の展開と新たな消費者政策の形成

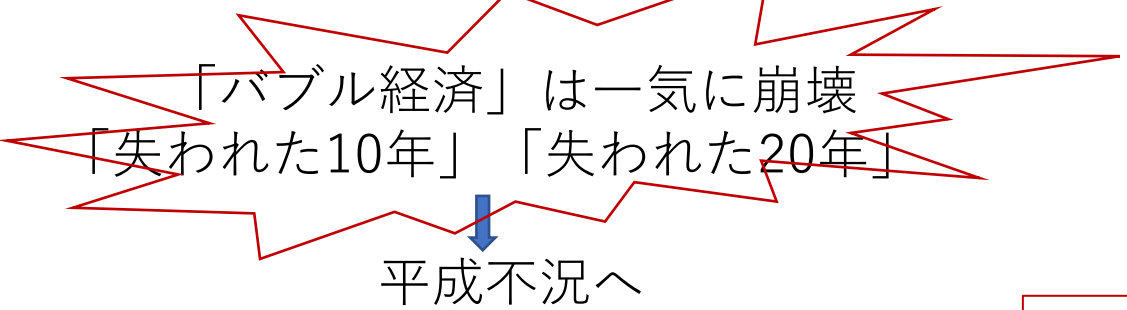
消費者保護基本法(1968)⇒ 消費者行政の基本的な枠組み

見直し 背景: 消費者問題多発、社会経済情勢の変化など
「規制緩和」政策の推進

(1) 規制改革の進展～規制緩和か、規制改革か～

1980年代後半 「バブル経済」

1989年 政府は金融引き締め政策を断行



政府は「規制緩和」を1つの柱に推進

事前規制を緩和・撤廃⇒ 自由競争・市場メカニズムを中心とする経済システムへの転換

「規制緩和」の表現を「規制改革」へ変更

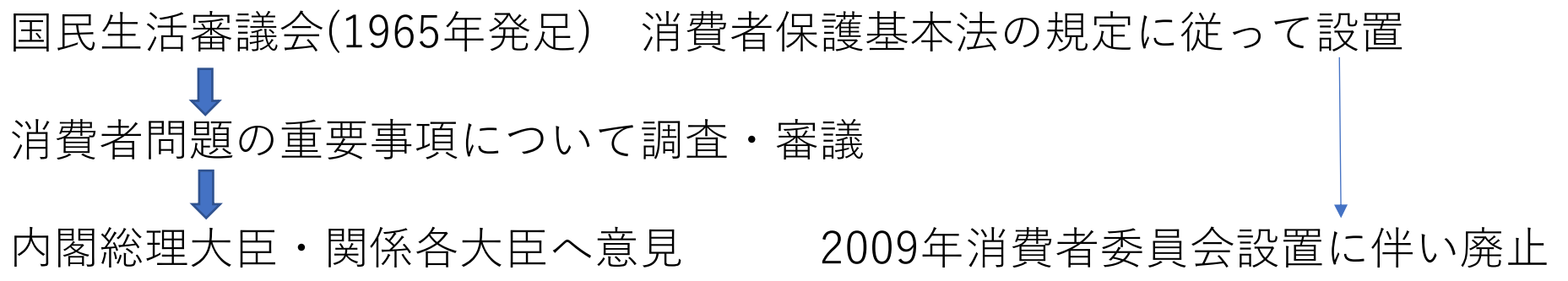
1999年「規制緩和委員会」を「規制改革委員会」へ改称

例: 銀行開業 事前規制は緩和するが開業規制はしっかり行う

新規ルールの創設、調査審議、消費者契約法の制定、司法制度の改革など

(2) 規制改革の進展と消費者行政

コラム



国民生活審議会

弱者である消費者を擁護するというこれまでのあり方を見直す

製品の欠陥から生じる被害を救済する ⇒ 消費者が活用する民事ルールの導入を検討

1994年「**製造物責任法**」の制定へ結実 (海外ではすでに多数の国で導入されていた)

1994年11月「消費者行政問題検討委員会報告」をまとめ発表
「消費者教育の在り方」「消費者取引の適正化」が取り上げられている

「製品」と「取引・契約」
の2本柱

1999年 消費者契約に関する包括的な民事ルールの立法化を目指し6年間審議

2000年 国会での審議を経て「**消費者契約法**」成立

コラム 消費者契約法の2つの目的

国民生活審議会消費者政策部会 落合誠一部会長

第1の目的

現行の民法・商法は、消費者契約関係紛争の解決、防止の法的ルールとしては、ルールを適用した結果を予測することが困難で、裁判してみなければ結果がわからない。また、業法の対応規制には、すき間が生ずる問題がある。こうした欠陥に対処しようとするもの

第2の目的

市場メカニズムを有効に機能させるためには、市場参加者である消費者及び事業者の自由と自律をできる限り許容し、尊重していく必要がある。そのために消費者取引も私人による法実現を容易にするための民事ルールの実現が不可欠であり、消費者契約法は、そのための環境整備の一環

2. 「21世紀型消費者政策」～消費者の位置づけの転換～

(1) 国民生活審議会の報告書

2002年6月 「21世紀型消費者政策のあり方」 審議開始

2003年5月 グランドデザインを提示する報告書を公表

・消費者保護基本法の見直しの提言

- ①消費者政策の理念の明確化 ②行政・事業者の責務と消費者の役割の明確化
- ③施策に関する規定の充実化 ④苦情処理体制の明確化と裁判外紛争解決の位置づけ
- ⑤行政の推進体制の充実・強化

・施策の実効性の確保が不可欠

- ①行政の推進体制 ②違法・不当行為の抑止と監視 ③自主行動基準の策定・運用
- ④公益通報者保護制度、消費者団体訴訟制度

2004年 「消費者基本法」 公布、施行

(2) 消費者の位置づけの転換～保護の対象から自立へ～

市場メカニズムを十分活用するには

- ・事業者⇒ 事業者間での活発な競争と市場の公平性・透明性が確保されること
- ・消費者⇒ 『自立した主体』として市場に参画、自ら積極的に利益確保の行動が必要
- ・行政 ⇒ 消費者の自立のための環境整備を行うことが必要

新しい消費者政策⇒ 消費者の権利の明示と消費者政策の充実・強化を目指すもの

↓
競争原理の導入による創意工夫の促進 ➡ 経済活性化政策を目指している

(3) 消費者基本法の誕生、公益通報者保護法の制定、消費者団体訴訟制度の導入

2004年 公益通報者保護法 制定
2006年 消費者団体訴訟制度 導入 ➡ 国の消費者政策に対する積極性が現れている

2-3 消費者基本法、消費者政策の基本理念

1. 消費者保護基本法と消費者基本法

P43 比較表 改正点

①消費者政策の推進に関する基本理念の新設

配慮すべき事項⇒ 高度情報通信社会進展への的確な対応、国際的な連携の確保、環境保全への配慮

②事業者の責務等

③消費者基本計画の新設

④基本的な施策の充実・強化

⑤国民生活センターの役割

⑥消費者政策の推進体制の強化

消費者政策会議⇒ 消費者基本計画案作成、基本的事項の企画の審議、消費者政策の実施推進、
実施状況の検証、評価、監視



会長は内閣総理大臣

消費者基本法2009年改正 国民生活審議会 廃止→消費者委員会

2012年改正 第10条の2 政府は毎年、年次報告書を提出しなければならないとした

2. 消費者政策の基本理念、基本的施策、消費者基本計画

(1) 消費者政策の基本理念

P45 下線部

消費者の権利 ⇒ CIの8つの権利を反映したもの

改正する際に 「消費者の自立」 支援に力点を置く与党
「消費者の権利」 尊重に力点を置く野党

対立した結果

(2) 基本的な施策

図2-1

消費者の権利

- ・ 安全の確保
- ・ 選択の機会の確保
- ・ 必要な情報の提供
- ・ 教育の機会の確保
- ・ 消費者の意見の反映
- ・ 消費者被害の救済

国が行う基本的施策

- ・ 安全の確保
- ・ 消費者契約の適正化
- ・ 計量の適正化
- ・ 規格の適正化
- ・ 広告その他の表示の適正化等
- ・ 公正自由な競争の推進等
- ・ 啓発活動及び教育の推進
- ・ 意見の反映及び透明性の確保
- ・ 苦情処理及び紛争解決の推進
- ・ 高度情報通信社会の進展への的確な対応
- ・ 国際的な連携の確保
- ・ 環境の保全への配慮
- ・ 試験、検査等の施設の整備等

配慮すべき事項

3. 国際消費者運動機関が提唱する消費者の「8つの権利」



CI(Consumers International) → 1995年名称変更 IOCU

(1)消費者の8つの権利

①**生活の基本的ニーズが保障される権利 (Basic Needs)** ⇒ 発展途上国を意識 (SDGs)

②**安全である権利 (Safety)**

③**知らされる権利 (Information)**

④**選ぶ権利 (Choice)**

⑤**意見を反映される権利 (Representation)**

⑥**補償を受ける権利 (Redress)**

⑦**消費者教育を受ける権利 (Consumer Education)**

⑧**健全な環境の中で働き生活する権利 (Healthy Environment)**

(3) 消費者基本計画



- ①長期的に講ずべき消費者政策の大綱
- ②消費者政策の計画的推進を図るために必要な事項について定める

5年ごとに計画がまとめられ、実行に移される。

第4期消費者基本計画の概要(2020～2024年)

【消費者政策をめぐる現状と課題】

<現状認識>

1. ぜい弱な消費者の増加など消費者の多様化

- 高齢化の進行等
- 成年年齢の引下げ
- 世帯の単身化・地域コミュニティの衰退等
- 訪日外国人・在留外国人による消費増加

2. 社会情勢の変化

- デジタル化の進展・電子商取引の拡大
- 自然災害の激甚化・多発化、新型コロナウイルス感染症の拡大
- 持続可能で多様性と包摂性のある社会への関心の高まり

<課題分析>

- ぜい弱な消費者の増加や一時的弱者の発生を踏まえ、重層的かつきめ細かな対策を講じる必要
- デジタル化の進展による電子商取引の拡大を踏まえ、政策面・制度面からの対応が必要
- 持続可能な社会の実現に向け、消費者と事業者との「協働」を促す必要

【第5章 重点的な施策の推進】

(1)消費者被害の防止

- ・消費者の安全の確保
- ・取引及び表示の適正化等
- ・ぜい弱性等を抱える消費者の支援
- ・消費者の苦情処理等のための枠組み整備

(2)消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革促進

- ・食品ロス削減等
- ・環境の保全
- ・その他の持続可能な社会形成に資する取組
- ・事業活動におけるコンプライアンス向上

(3)消費生活に関連する多様な課題への機動的・集中的な対応

- ・デジタル・プラットフォーム等の利用と消費者利益の保護・増進の両立
- ・国際化の進展への対応
- ・新型コロナ感染症拡大・災害など緊急時対応

(4)消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

- ・消費者教育の推進
- ・消費者政策の啓発活動の推進

(5)消費者行政を推進するための体制整備

- ・消費者の意見反映・消費者政策の透明性確保
- ・国等における体制整備 ・地方における体制整備

課題

消費者保護基本法と消費者基本法の違いをまとめてください。