

# 消費生活論

## 第3講 「消費者の権利と責任」

三輪 聖子 (岐阜女子大学)

# 第3講 「消費者の権利と責任」

## 【目的】

消費者には、8つの権利と5つの責任があることを知り、自分事として理解する。

## 【学修到達目標】

- ・ 消費者の権利と責任について説明できる。
- ・ 消費者を取り巻く社会経済情勢について説明できる。  
(サービス化、高齢化、高度情報化、国際化の進展について)

## 1-5 消費者の権利と責任

### 1. 「消費者の権利」の意義

1962年 アメリカのケネディ大統領⇒ 「消費者の権利」宣言

P21 コラム 消費者保護基本法は、なぜ「消費者の権利」を明記しなかったのか

1968年 日本 「消費者保護基本法」制定 消費者の権利は明記されなかった  
2004年 「消費者基本法」の消費者の権利明記

### 2. ケネディ大統領が提唱した「消費者の4つの権利」

「消費者の利益保護に関する特別教書」

- ① 「安全である権利」
- ② 「知らされる権利」
- ③ 「選ぶ権利」
- ④ 「意見を聞いてもらう権利」

1975年 フォード大統領 ⑤ 「消費者教育を受ける権利」を加える

### 3. 国際消費者運動機関が提唱する消費者の「8つの権利」と5つの責任



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)

十分な食料、衣服、家屋、医療、教育、公益事業、水道、公衆衛生といった基本的かつ必需の製品・サービスを得ることができること

②**安全である権利 (Safety)**

健康・生命に危険な製品・製造過程・サービスから守られること

③**知らされる権利 (Information)**

選択するに際して必要な事実を与えられる、または不誠実あるいは誤解を与える広告あるいは表示から守られること

④**選ぶ権利 (Choice)**

満足いく質を持ち、競争価格で提供される製品・サービスがたくさんあり、その中から選ぶことができること

⑤**意見を反映される権利 (Representation)**

政府が政策を企画・遂行する際、または製品・サービスを開発する際に消費者利益の代表を含むこと

⑥**補償を受ける権利 (Redress)**

誤り、偽物、あるいは不満足なサービスについての補償を含めて苦情が適切に処理されること

⑦**消費者教育を受ける権利 (Consumer Education)**

基本的な消費者の権利及び責任といかに行動するかを知る以外にも、情報を与えられ、自信を持って商品やサービスを選ぶのに必要な知識と能力を得られること

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

現在及び将来の世代に対して恐怖とまらない環境で働き生活すること

(2)消費者の5つの責任

①**批判的意識 (Critical Awareness)**

商品やサービスの用途、価格、質に対し、敏感で問題意識をもつ消費者になるという責任

②**自己主張と行動 (Action)**

自己主張し、公正な取引を得られるように行動する責任

③**社会的関心 (Social Concern)**

自らの消費生活が他者に与える影響、とりわけ弱者に及ぼす影響を自覚する責任

④**環境への自覚 (Environmental Awareness)**

自らの消費行動が環境に及ぼす影響を理解する責任

⑤**連帯 (Solidarity)**

消費者の利益を擁護し、促進するため、消費者として団結し、連帯する責任

2012年 「消費者教育推進法」 制定 ⇒ 消費者市民社会の形成 「倫理的消費 (エシカル消費)」

コラム 「責任」とは

## 4. わが国における消費者の権利

### (1) 消費者基本法の消費者の権利

2004年「消費者基本法」⇒「消費者の権利尊重」「消費者の自立支援」を基本理念として第2条で列挙

### (2) 消費者の権利・消費者主権と消費者運動、自治体の消費生活条例

1962年→2004年(42年間) 消費者の権利はどうなっていたか？

1950年代後半 消費者運動中心⇒ 「消費者主権の実現に向けて」  
1970年代 自治体⇒ 消費者条例を制定

例: 東京都⇒東京都消費生活対策審議会→ 1975年

都民の参加協力を求めた

画期的なこと

コラム 消費者主権

「東京都消費生活条例」制定  
「消費者の権利」を明示  
「都民の申出制度」を設けた



消費者団体によって活用

## 1-6 消費者を取り巻く社会経済情勢の変化

### 1. サービス化、高齢化、高度情報化、国際化の進展

消費者庁⇒ 『消費者問題及び消費者政策に関する報告(2009～2011年度)』(2012)に基づく

#### (1) 家計の消費支出構造の変化:モノからサービスへ

消費のサービス化⇒ サービスの支出割合が大きくなること

1970年代 3割弱 → 2011年 4割を超える

→ 通信サービス、教養娯楽サービス、自動車関連サービス

#### サービスの特性

- ①無形性: 形がないので事前に目で確かめられない
- ②復元・還元の困難性: 一度サービスが提供されると元に戻せないため、取り替え・返品が不可能
- ③品質の客観的判断の困難性: 評価は個人の価値観が大きく左右し、品質の優劣、良否の評価が困難
- ④供給と消費の同時性: サービス提供は、人力に依存する性格から、在庫や輸送が不可能

#### (2) 高齢化の進展: 高齢化率は上昇傾向

高齢者⇒ 消費者トラブルに巻き込まれるリスクが高まる

高齢化率 1960年5.7%⇒ 2010年23.0%⇒ 2060年39.9%

高齢者の被害⇒だまされたことに気付かない

だまされたことで自分を責める

周囲に相談できる人がいない

周囲の見守りが大切  
「高齢者見守りネットワーク」  
社会全体で取り組む

(3)高度情報化の進展: インターネット利用が大きく増加

2011年 インターネット利用者数9,610万人 人口普及率は約8割

メリット: 営業時間、価格比較も簡単、移動時間・交通費もかからない・・・

電子商取引の規模: 2005年3.5兆円→ 2010年7.8兆円 5年間で2倍以上 コロナでさらに進展



消費者の被害・トラブルも増加

- ・人による説明がなく、画面表示がすべてである 表示が不十分、確認が不十分
- ・スマホは、画面が小さく、保存・印刷もしにくい
- ・相手が日本にいるとは限らない



便利であるが一定のリスクもあることを認識して利用しなければならない

(4)国際化の進展: 輸入品や海外直接購入の増加

日本の輸入: 1980年32兆円→ 2011年68.1兆円 2倍以上に増加 個人による越境電子商取引も増加

消費者問題の国際化: チェルノブイリ原発事故の食品汚染事件、中国製冷凍餃子中毒事件

衣料品の原産国表示

2011年消費者庁⇒越境消費者センター(CCJ)を開設 → 2015年国民生活センター移管

「国民生活センター・越境消費者センター」

## 2. 高度情報化と個人情報保護

### (1) 個人情報保護に関するOECDの8原則



様々な方法で収集・蓄積・処理・利用されている

利益をもたらす有用なもの  個人に取り返しのつかない被害を及ぼす

個人の私生活に関わる個人情報漏えいによりプライバシー権を侵害する

個人情報保護はどのようにすればよいのか?

公的部門 1988年に法律が制定

民間部門 各省庁別に行政指導と業界自主規制で対応

## 1980年OECDが勧告「OECDプライバシーガイドライン」

### 「OECDの8原則」

#### ①「**収集制限の原則**」

個人データは、適法・公正な手段により、かつ情報主体に通知または同意を得て収集されるべきである

#### ②「**データ内容の原則**」

収集するデータは、利用目的に沿ったもので、かつ、正確・完全・最新であるべきである

#### ③「**目的明確化の原則**」

収集目的を明確にし、データ利用は収集目的に合致するべきである

#### ④「**利用制限の原則**」

データ主体の同意がある場合や法律の規定による場合を除いて、収集したデータを目的以外に利用してはならない

#### ⑤「**安全保護の原則**」

合理的安全保護措置により、紛失・破壊・使用・修正・開示等から保護すべきである

#### ⑥「**公開の原則**」

データ収集の実施方針等を公開し、データの存在、利用目的、管理者等を明示するべきである

#### ⑦「**個人参加の原則**」

データ主体に対して、自己に関するデータの所在及び内容を確認させ、または異議申立を保証するべきである

#### ⑧「**責任の原則**」

データの管理者は諸原則実施の責任を有する

(2)個人情報保護法の制定・改正

2003年 「個人情報保護法」が制定

情報化の急速な進展により、「個人の権利利益」の侵害の危険性が高まったこと、国際的な法制定の動向等を受けて制定された。個人情報そのものの保護を目的とするものではない。

2015年 大幅改定

個人情報保護委員会が内閣府に新設され、所管が消費者庁から移された

OECDの8原則

⑦「個人参加の原則」は開示等請求権(自己情報開示・訂正・削除請求権)について定めている



個人が活用できる重要な権利 (2003年の制定ではあいまいだった)

消費者基本法 ⇒ 高度情報通信社会の進展への的確な対応について規定している

### 3. 社会経済情勢の変化への国の対応

1980年代 国民生活審議会 ⇒ 欧米先進国の立法動向を調査・検討し国へ提言したが実現しなかった



1990年代以降 日本でもやっと実現へ向かう

#### 80年代の国民生活審議会消費者政策部会報告

- 1981年: 消費者取引に用いられる約款の適正化  
消費者情報信用機関の適正な運営  
製品関連事故による消費者被害の救済
- 1983年: 店舗外における消費者取引の適正化
- 1984年: 消費者取引に用いられる約款の適正化
- 1985年: 情報化時代の消費者政策
- 1986年: いわゆる『現物まがい商法』への対応  
学校における消費者教育  
新しいサービス取引における消費者保護
- 1988年: サービス取引における約款の適正化  
消費者取引における個人情報保護のあり方

1980年代の特徴 ⇒ 取引被害の多発を背景に消費者問題に取り組む法律家が増加

1985年 日本弁護士連合会に消費者問題対策委員会 設置

## 課題

消費者の権利と責任についてまとめなさい。