

氏名（生年月日）	フルヤ ユキコ 古谷 由紀子	(1949年8月6日)
学位の種類	博士（総合政策）	
学位記番号	総博甲第74号	
学位授与の日付	2016年3月18日	
学位授与の要件	中央大学学位規則第4条第1項	
学位論文題目	持続可能な社会における消費者政策の新たな枠組みとは —「現代の消費者主権」にもとづいて—	
論文審査委員	主査 横山 彰	
	副査 花枝 英樹・平野 晋・木立 真直	

内容の要旨及び審査の結果の要旨

1. 本論文の目的と意義

本論文の目的は、「現代の消費者主権」に基づいて消費者問題を解決して「消費者利益」を確保していくために必要となる日本の消費者政策の新たな枠組みを提案することである。戦後の経済社会の変化とともに、新たな消費者問題が生じただけでなく消費者の市場における役割や責任も変化し、環境の悪化が「持続可能な開発」という考え方を生み出し、消費者にも「持続可能な消費」など積極的な役割が期待され消費者にも変化が見られるようになってきている。本論文は、こうした認識に基づいて、現在の消費者政策はそうした消費者や社会の変化に対応できる枠組みを提供できているかという問題を提起している。そして、現在の「消費者の権利の尊重及び自立の支援」を理念とした行政中心の消費者政策では、現状の問題を解決できないと考え、従来の消費者主権を捉え直して現代社会にふさわしい消費者主権を確立する、消費者政策の新たな枠組みの構築が必要である、と本論文は主張する。

本論文の研究意義は、消費者が本来市場では主権者であることを再認識し、消費者は市場から影響を受ける存在であるにとどまらず、市場に影響力を行使しうる積極的な存在であることを明示することで、消費者問題の「発生要因」を明確にして消費者政策の枠組みを提案し、消費者が消費者問題の「発生要因」に沿って主権の実現を図ることができる点を明らかにした点にある。

2. 本論文の構成

本論文は、第1章序論、第2章から第6章、第7章結論、補足資料から構成されている。第1章の序論は、本研究の目的・意義・研究方法、そして本論文の構成について述べる。第2章は、消費者政策の枠組みに関する先行研究について、伝統的アプローチ・協働アプローチ・市場の規範アプローチの3つに分類して考察する。第3章では、市場における消費者の位置づけとその実態から「現

代の消費者主権」を明らかにする。第4章は、消費者問題の問題点と発生要因を明らかにする。第5章は、戦後からの消費者政策の変遷について「現代の消費者主権」の観点から考察し、消費者政策の問題点を指摘する。第6章では、第5章までの考察結果から、「現代の消費者主権」に基づく消費者利益を確保する消費者政策の新たな枠組みを提案する。第7章結論で、本研究の考察のまとめと結論、本研究の意義と今後の研究課題が述べられている。

本論文の内容構成は、以下のとおりである。

第1章 序論

- 1.1. 本研究の目的・意義・研究方法
- 1.2. 本研究の構成

第2章 消費者政策の枠組みに関する先行研究

- 2.1. 「伝統的アプローチ」
- 2.2. 「協働アプローチ」
- 2.3. 「市場の規範アプローチ」
- 2.4. 小括

第3章 市場経済における消費者

- 3.1. はじめに
- 3.2. 市場経済における消費者
- 3.3. 消費者主権と消費者の権利との関係
- 3.4. 消費者主権と消費者の役割との関係
- 3.5. 「現代の消費者主権」の確立とその実現
- 3.6. 小括

第4章 消費者問題の「問題点」と「発生要因」

- 4.1. はじめに
- 4.2. 消費者問題の実態
- 4.3. 消費者問題の「問題点」と「発生要因」
- 4.4. 消費者問題の「発生要因」と「現代の消費者主権」との関係
- 4.5. 小括

第5章 これまでの消費者政策とその「問題点」

- 5.1. はじめに
- 5.2. 消費者問題の推移とこれまでの消費者政策
- 5.3. これまでの消費者政策の「問題点」
- 5.4. 小括

第6章 消費者政策の新たな枠組み

- 6.1. はじめに

- 6.2. 提案 1—理念を「現代の消費者主権」の実現とする
- 6.3. 提案 2—消費者問題の「発生要因」に沿って体系化する
- 6.4. 提案 3—消費者以外の他の主体の役割は消費者への支援とする
- 6.5. 小括

第 7 章 結論

- 7.1. はじめに
- 7.2. 本研究の考察
- 7.3. 本研究で得られた結論
- 7.4. 本研究の意義と課題

謝辞

参考文献

補足資料

また、本論文の頁数、参考文献数、本文中の表の数は、次のとおりである。

頁数：146 頁

(目次 4 頁、本文 111 頁、謝辞 1 頁、参考文献 12 頁、補足資料 18 頁)

参考文献数：全文献 196 点

(日本語文献 94 点、外国語文献 15 点、日本語参考資料 67 点、外国語参考資料 20 点)

図の数：14 点

表の数：6 点

3. 各章の概要

第 1 章「序論」は、本研究の目的・意義・研究方法と本論文の構成を述べている。上記のとおり、本研究の目的は現代の消費者や社会の変化に対応した消費者政策の新たな枠組みの提案を行うことであり、本研究の意義は消費者が現代における消費者の権利と役割を認識した主権者としての行動を可能にする消費者政策の体系化を図ったことにある。研究方法は文献研究が中心で、従来の消費者政策の枠組みに関する先行研究をレビューしたのち、市場経済における消費者の基本的な位置づけと実態について文献を考察して、消費者問題の「問題点」とその「発生要因」を事例や関係省庁の報告書をもとに検討し、「現代の消費者主権」との関係性を明らかにする。

第 2 章「消費者政策の先行研究」では、消費者政策の枠組みに関する先行研究について「伝統的アプローチ」、「協働アプローチ」、「市場の規範アプローチ」の 3 つに分類して考察し、その意義と問題点を以下のように指摘する。「伝統的アプローチ」は消費者問題が市場の構造的要因により発生するとした功績はあるが、市場への問題解決を示さないことや現代の消費者の役割を反映できていないことに問題がある。「協働アプローチ」は、消費者の責任と各主体の協働を主張し、現代の消費

者や社会を反映したものであるが、根本的にある市場の問題への解決を示さないことが問題である。さらに、「市場の規範アプローチ」には、市場を問題にしたもので従来の先行研究とは異なるが、市場の主要なプレーヤーである消費者の主権者としての行動への考慮がないことなどに問題がある。

第3章「市場経済における消費者」では、市場経済における消費者の位置づけとその実態、そして市場経済における消費者主権の変化を考察し、従来の消費者主権を見直し「現代の消費者主権」の考え方を提案している。市場を通して財・サービスの取引が行われる市場経済では、消費者が市場での主権者として位置づけられ消費者の選択によって財・サービスが供給されるが、市場の不完全性、情報の非対称性、不確実性の存在など市場の限界もあり、市場経済には消費者に不利益をもたらす構造的な要因がある。したがって、市場経済をそのまま無条件に推進すると消費者問題が起き、その問題を解決するためには消費者の権利を認める必要があると指摘する。そして、市場において消費者は利益の享受と不利益の排除・補償を請求する基本的権利を有しているという意味での経済上の概念である「消費者主権」と、日々の生活において消費者が自らの正当性や權益などを主張できる法律上の「消費者の権利」の関係を、消費者主権の実現のために消費者の権利が認められる関係にあると明示した。他方、現在の社会・経済の実態は消費者に対して消費者の権利のみならずその役割・責任も求めるようになってきており、それらの背景には規制緩和と持続可能な社会の要請があると認識する。この認識に基づき、現代社会における消費者は単に権利を主張して自己の利益を守ることに併せて、市場における基本的な役割、さらには持続可能な社会を形成していく役割を持つ存在として、新たな消費者主権を確立することが求められているという。著者は、この新たな消費者主権について従来のものと区別する意味で「現代の消費者主権」と呼び、消費者は市場経済から影響を受ける側面だけではなく、市場に影響を与える側面をもつ者として、「現代における消費者主権」をもとに消費者問題を解決して「消費者利益」を確保していく必要がある、と主張する。

第4章「消費者問題の『問題点』と『発生要因』」では、現在発生しているさまざまな消費者問題について、どのような「問題点」があり、それはどのような「発生要因」として捉えるべきかを、実際に発生している消費者問題を題材に考察する。まず、消費生活相談の実態や被害金額さらには最近の消費者問題の事例を概観し、「基準・ルールの問題」「情報格差の問題」「事業者の行動の問題」「行政の行動の問題」「消費者の行動の問題」「消費者の被害や不利益の発生の問題」の6つを消費者問題の「問題点」として整理し、それはどのような「発生要因」によるものと捉えるべきかを、実際に発生している消費者問題を題材に検討を加える。その結果、消費者問題の「発生要因」として、「市場経済の機能の整備の問題」「市場原理では解決できない消費者の被害・不利益の回復の問題」「市場経済における消費者の強化の問題」の3つに分類する。第1の発生要因である「市場経済の機能の整備の問題」は、市場経済の競争や情報格差などの問題で市場ルールなど整備する問題である。第2の発生要因、「市場原理では解決できない消費者の被害・不利益等の回復の問題」は、市場ルールが整備されて市場経済としての問題が解決されても、現に被害を受けた消費者の不利益や被害に対する回復が必要になるという問題である。第3の発生要因である「市場経済における消費者の強化の問題」は、消費者が自己の利益を考えた合理的行動のみならず、社会や環境にも配慮した行動

によって市場を積極的に活用していく問題である。そして、消費者問題の「発生要因」と「現代の消費者主権」との関係について考察を加え、第1の「発生要因」は消費者の権利の反映、第2の「発生要因」は消費者の権利の侵害、そして第3の「発生要因」は消費者の役割の行使の問題であると明らかにする。

第5章「これまでの消費者政策と『問題点』」では、戦後70年の消費者政策を「現代の消費者主権」から振り返り、これまでの消費者政策についての問題点を、以下の4点指摘する。①「保護」から「自立」への転換に問題がある。2004年の消費者基本法の成立によって、まず「保護」の考え方をはずしたことが問題であり、また「自立」への転換もまた問題である。消費者問題の「発生要因」に照らすならば、「自立」の問題は第3の「発生要因」に対応するものであり、第1、第2の「発生要因」には対応できないからである。②消費者政策の体系の枠組みに問題がある。現在の消費者政策は消費者の権利を中心とした体系化が図られているが、消費者問題の解決において「消費者の権利」は必要だが、「消費者の役割」もまた必要であり、いずれも消費者政策の理念とすべきである。③主権者としての消費者の役割の内容が不十分である。現在、消費者基本法における「消費者の役割」に関わる規定（同法第7条）は知識の修得に加えて、環境や知的財産への配慮が定めているにすぎず、消費者が主権者として消費者問題を解決していくものにはなっていない。「現代の消費者主権」で指摘しているように、市場において消費者が主権者として問題解決していくためには、消費者が権利と役割を認識して行動する必要がある。④主権者としての消費者と他の主体との関係が明確ではない。消費者は市場から構造的に不利益や被害を受け、その結果、数多くの消費者政策が実施されてきた。特に行政の介入は消費者問題が消費者個人の問題ではなく、市場経済に起因する構造的な問題であり、消費者個人の努力だけでは問題解決が困難とされているからである。そして、現在、国を始め、消費者以外の主体の責務として「消費者の権利の尊重及び自立の支援」が述べられているにすぎず、自立・自律した消費者の行動を支援するものとして体系づけられてはいない。したがって、消費者の主権者としての行動を実効可能なものにするための消費者政策にはなっていないという問題がある。

第6章「消費者政策の新たな枠組み」では、第5章で明らかにした従来の消費者政策の4つの問題点を解消し「現代の消費者主権」に基づいて「消費者利益」を確保するために消費者政策の新たな枠組みを設計する必要がある、その際に求められる3つの取組みが示されている。第1の提案「理念を『現代の消費者主権』の実現とする」については、消費者政策の基本的考え方として、それを理念とすることが必要である。また「現代の消費者主権」と現在の理念である「消費者の権利と自立の支援」との違いを明らかにし、消費者の責任を追究する「自立」ではなく、消費者が必要な役割を果たすものであると指摘する。第2の提案「消費者問題の『発生要因』に沿って体系化する」については、消費者問題は一律ではなく、その「発生要因」に結びつけてこそ消費者問題の解決が可能であると主張する。そして消費者問題の「発生要因」に沿って「現代の消費者主権」に基づいて問題解決をしていくことを示している。第3の提案「消費者以外の他の主体の役割は消費者への支援とする」については、消費者が本来の主権者であり、消費者問題が市場に基づく構造的な問題で

あるとしても、そのことから当然に行政を主要な主体とするのではなく、発生要因に沿ったそれぞれの主体による消費者への支援が重要であるとして、行政、事業者（団体）、消費者団体それぞれの役割、さらには各主体の連携・協働について具体的な考察を行っている。

第7章「結論」では、本研究の考察のまとめ、本研究で得られた結論、本研究の意義と課題を述べている。

本研究で得られた結論は、消費者政策は「現代の消費者主権」に基づく枠組みとして設計する必要があることである。具体的には次のような個々の結論から成る。①「現代の消費者主権」を明確にした。持続可能な社会に向けて消費者に適切な行動が期待されている現代においては、従来型の消費者の権利を中心とした消費者主権の実現をそのまま踏襲することはできず、消費者の権利とともに消費者の役割を加味した「現代の消費者主権」によって「消費者利益」が図られることになる。②消費者問題の「発生要因」を明確にした。消費者問題の「発生要因」を、消費者問題を市場経済との関係から、「市場経済の機能整備の問題」「市場原理では解決できない被害不利益の回復の問題」「市場における消費者の強化の問題」の3つに分類したことにより、消費者問題の「発生要因」ごとに解決策を検討することができ消費者政策の体系化に寄与できる。③消費者問題の「発生要因」と「現代の消費者主権」との関係を明確にした。従来、消費者問題の「発生要因」と消費者主権との関係が必ずしも明確ではなかったが、消費者が主体的に消費者問題を解決していく「現代の消費者主権」との関係を明らかにした。消費者問題の第1の「発生要因」は市場が整備されることで消費者の権利が確保されているかどうかの場面の問題であり、第2の「発生要因」は消費者の権利が侵害された状況が回復されているかどうかの場面の問題、第3の「発生要因」は消費者が役割を発揮することによって市場が活用されるように消費者が強化されているかどうかの場面の問題である。それぞれの場面で問題が発生すれば、その「発生要因」に沿って、消費者が主権者として行動して消費者問題を解決していくことができるのである。④他の主体の役割は消費者支援であることを明確にした。消費者主権は消費者が主権者として消費者問題の解決をしていくことであることから、消費者が主人公であるとし、行政、事業者、消費者団体など他の主体の役割は、消費者主権を実現するための消費者支援にあることを明示した。

本研究の意義は、第1に消費者が本来市場では主権者であることを再認識し、消費者は市場から影響を受ける存在であるにとどまらず、市場に影響力を行使しうる積極的な存在であることを明確にしたことである。第2に、消費者問題の「発生要因」を明確にして消費者政策の枠組みを提案したことにより消費者は消費者問題の「発生要因」に沿って主権の実現を図ることができるものにしたことに本研究の意義がある。

4. 本論文の評価

本論文の目的は、「現代の消費者主権」に基づいて消費者問題を解決して「消費者利益」を確保していくために必要となる日本の消費者政策の新たな枠組みを提案することであった。本研究は、膨大な先行研究に関して綿密な文献研究を行っただけでなく、日本消費生活アドバイザー・コンサル

タント・相談員協会の理事・常任顧問の立場にある消費者問題の専門家としての経験に基づき、実際の消費者問題の実態から帰納法的に「問題点」を抽出し消費者問題の「発生要因」を明確にして消費者政策のあり方を検討している。ここに、著者独自の消費者問題の認識と発生要因の理解と、「現代の消費者主権」に基づく消費者政策の新たな枠組み提案の基礎がある。そして、消費者が市場において本来的に主権者であることを再認識し、消費者は市場から影響を受ける存在であるにとどまらず市場に影響力を行使しうる積極的な存在であることを「現代の消費者主権」として明確にした上で、消費者問題の「発生要因」を示して消費者政策の枠組みを提案することにより、消費者は消費者問題の「発生要因」に沿って主権の実現を図ることができることを明らかにした点に、本論文の独創性と意義がある。さらに、戦後から今日までの消費者政策の変遷について、詳細な補足資料（1.戦後から現在まで消費者問題の変遷、2.戦後から現在まで消費者運動の変遷、3.戦後から現在まで消費者制度の変遷）として参考文献の後にまとめている点は、今後の消費者政策研究の重要な基礎資料となりうる点で、本論文の価値を極めて高めている。この補足資料においては本文中で言及した事例や取組みなどがゴシック表記されているので、本文で取り上げた事例や取組みの時代背景や社会経済状況などを的確に理解できるようになっている。この点も、本論文の独自性になっている。また、図と表の使い方も有効で、著者の言いたいことをよりの確に伝えられるように示されていた。

しかしながら、本論文には少なからず改善すべき問題点もある。まず第1に、本論文の論題でいう「持続可能な社会」については、十分な考察がなされているとは言えない点である。そもそも本論文でいう「持続可能な社会」とは何か、その社会を実現するうえで、消費者の責任や役割は政府や企業などの他の主体の責任や役割とどのような関係にあるのかも、必ずしも明確ではない。第2に、消費者問題の「発生要因」として論述がなされている「市場経済の機能の整備の問題」については、「市場経済」という一般的な広義の用語の多用は避けるとともに、発生要因の意味内容をより明確にする必要がある。第3に、「現代社会における消費者は単に権利を主張して自己の利益を守ることに併せて、市場における基本的な役割、さらには持続可能な社会を形成していく役割を持つ存在として、新たな消費者主権を確立することが求められている」として、消費者が自らの責任と役割を果たすことで主権者となりうるという点が含意されている「現代の消費者主権」において、「現代」とは時間的に何時を指すのか、消費者の責任と役割とは本論文で言及されていたCI (Consumers International) の「消費者の5つの責任」なのか、明らかではない。第4に、著者が主張するような消費者問題の「発生要因」に基づく消費者政策の新たな枠組みは、現実の政策決定過程の中でどこまで実現可能なのか、ほとんど考察されていない。第5に、法律に関する考察については、今一步慎重な記述がほしかった。とりわけ、43頁のPL法への改正要望や70頁のPL法に関連する記述箇所は、一部の偏った意見だけに触れている虞もある点、注意が必要である。

以上のように改善すべき問題点は少なからずあるにせよ、本論文は、消費者問題の専門家としての経験に基づき、実際の消費者問題の実態から帰納法的に「問題点」を抽出し消費者問題の「発生要因」を明確にして新たな消費者政策の枠組みを提案した点で、その独創性と貢献があると評価で

きる。

よって審査委員一同は、本論文は博士学位論文として適格であると判断し、口頭試問による最終試験の結果も勘案し、古谷由紀子氏に博士（総合政策）の学位を与えることに同意するものである。