

# 社会運動の新しい視点と消費者運動

—技術と消費者との関わりについて—

An Idea for Consumer Movement as a New Social Movement

—All you need is knowledge and self-consciousness—

春木 良且

Yoshikatsu HARUKI

## 0. 消費者運動への視点と問題提起

—昨年度より、学内にて消費者問題に関する勉強会を主催しており、シンポジウムの開催など一応の成果を上げてきた。本稿では、その報告を兼ねて、社会運動としての消費者運動に関して考察する。

筆者はソフトウェア工学を中心とした情報技術を専攻するが、近年先端技術と社会との関わりについて関心を広げている。情報技術の一般化により、パソコンやネットワークの導入などがごく当たり前のように行われているが、メーカ主導の技術展開やユーザ側の知識の欠如、誤解などにより、技術がその目的や方向性を見失っている例を少なからず目にする。

技術には、それを受け入れる側の批評性が必要である。さもなければ、技術は独善的に暴走してしまう可能性がある。その一つの結果が、原子爆弾の開発とその悲劇的な実験であると言っても過言ではないだろう。技術を使う側は、新しい技術を無条件に受け入れるのではなく、常に批評して技術を提供する側にフィードバックをして行かねばならない。その意味で、技術を専攻する人間として、消費者という存在に大きく関心を抱いており、学内での勉強会もその一環として実施してきたものである。

その中で取上げたテーマの内の一つに、「化粧品動物実験」に関するものがある。化粧品は、医薬品と並び高度な化学技術の産物であり、そこにも前述の技術と消費者との関わりを見ることが出来る。化粧品は、安全性及び品質の確保の観点から、薬事法により規制されている。また医薬品とは異なり疾病等の治療を目的とするものではなく、人体に対する作用が緩和なものであること等の特性から、種別ごとに承認、許可を行う包括承認・許可制が取られている。こうした規制の元での製造販売により、消費者は大きく保護されていると言える。しかしそれらの安全性評価が、動物実験によって検証されたものであるということは意外と知られてはいないであろう。

医薬品や化粧品の安全性を臨床的に検証するためには、実験的な手法による毒性試験が行われる。それには動物を使った動物実験と、動物の生体以外のものを用いた代替法の二種類がある。前者は、哺乳類を中心とした動物を用いて生体実験を行う手法であり、実験動物としては兎が最も頻繁に使われる。兎は鳴かないしまた扱いやすいためだそうである。しかしその実験内容は余りに残酷なものであり、倫理的には大きな問題を孕んでいる。何より、人間と他の実験に使われる動物とは同じ哺乳類とはいえ、本質的に生体のメカニズムが大きく異なっているため、動物実験から得られるデータ自体、人間に適用するには不確実であるということは否めない。また、実験期間は長期化し高コストともなるため、最近では、動物実験に代わる後者の代替法という手法が用いられる。これは、ソラマメから抽出した蛋白試薬をつかった眼刺激性試験やタンパク質の繊維網、コラーゲンでできた人工皮膚をつかった皮膚刺激性試験など、動物の生体ではなくその代替となる検体を使って検証を行う方法である。

実際世界的な傾向としては、動物実験から代替法へという動きが顕著である。EUは1998年までに化粧品に関する動物実験を廃止

するという規定を1992年に決定している。イギリス、ドイツ、フランス、アメリカでは動物実験を義務付ける法律は無く、特にドイツではタバコと装飾用化粧品、洗剤、掃除用品の動物実験が一切禁止されている。しかし日本では、国が動物実験を義務付けていることに加え、研究者が積極的に代替法の研究に切り替えられない、動物実験をしていないと商品に表示する会社が少ないといった点が指摘されている。それは多分に、動物実験が化粧品メーカーの責任回避として機能しているためと言えるであろう。

勉強会では、特に消費者の動物実験についての認識が薄いことに着目し、各企業の動物実験に対する取り組みについて、アンケート調査を行った。その結果、動物実験をしていないとされているいくつかのメーカーから得た回答例を表に示す。これらの企業は、全て動物愛護団体などから、動物実験をしていない化粧品メーカーとして企業名が公表されている企業である。しかしここで見るように、社会的に「動物実験をしていない」とみなされている企業であっても、その事実に対する自己評価は千差万別である。

たとえば動物実験のみならず、エイズや温暖化、フェアトレードリングなど、広く社会啓蒙と広告宣伝を展開している企業にボディショップ（イオンフォレスト株式会社）がある。同社の動物実験に対する方針は、実はここで指摘するD社とほぼ同じである。すなわち過去に行った動物実験をもとに基礎データを作り上げたことは肯定している。D社は過去のその事実を重視し、ボディショップはそれを取り止めたという点を重視しているという違いがあるにしか過ぎない。

ここからわかるように、もし「化粧品の動物実験」に対する反対運動を行ったとしても、最終的には好き嫌いや価値観の相違など、主観的な要素によって左右されてしまうということになってしまう。これは別に動物実験の反対運動だけに限ったことではなく、殆どの社会運動が多かれ少なかれ、そうした側面を持つとい

うことに注意しなければならないだろう。すなわち、社会運動は単純な反対運動では意味が無いのである。

こうした問題意識を元に、以降には社会運動としての消費者運動について、その方向性や意義などを考察する。

●動物実験を行っていない化粧品メーカーからのアンケート回答例

A社	弊社取り扱い製品については動物実験を行っておりませんが、OEM先およびその関連会社の中には、医薬品等の研究開発を行っているところもあり、直接的ではないものの、動物実験とは無縁とは言いきれない部分もございます。そのため、製品やカタログ等には動物実験に反対することや、行わないことをアピールするようなことは何も記載しておりません。
B社	弊社及び関連企業は、動物実験を行っておりませんが、この事実が決して『一切の動物の犠牲無しに』化粧品を開発していると主張できるものとは、考えておりません。それが例え動物代替実験であっても少なからず、動物のおかげをこうむっております。動物実験を他人事と捕らえている訳ではなく、上記のような、諸事情も含め安易に『動物実験を行っていない』旨を声高に叫ぶ事は差し控えつつ、これからも商品開発及び企業努力を行ってまいりたく存じます。
C社	弊社では、確かに動物実験をしておりませんが、これは、できるだけ動物実験の必要の無い安全性の高い原材料を選んでいる結果としてであって、動物実験に反対というスタンスのためではありません。また、使用している原材料の中には、原料メーカーが、使用承認を得る段階において、安全性確保のために動物実験を行ったものも含まれています。そのため、弊社製品には、その旨を表示しておりませんし、外部に対しても、広報活動をしておりません。
D社	弊社では、自社内における動物実験は行っておりませんが、遡ってみますと、弊社がその使用を決定する根拠は、それ以前に既に行われた動物実験による安全性の確認にありますので、広義においては、弊社もまたそれに参加していると言わざるを得ないかもしれません。
E社	私どもの製品は動物実験はもちろんしてはおりませんが、声高に「反対しています。」の姿勢はとっておりません。「動物実験はしていなくて当然」という本社の意識からでございます。従ってリーフレットや製品に、そういった記載されたものがございません。

## 1. 新しい社会運動について

社会運動とは<sup>[1]</sup>などによれば「公的な状況の一部ないしは全体を変革しようとする非制度的な組織的活動」と定義される。人々の集合による行為を通して、その集合に共通する利害関心や目標を達成しようとする試みを言うわけであるが、アリストテレスやセネカの言を待つまでも無く、人間は「社会的動物・animal socialis」であるがゆえに、社会運動とは組織的活動という形態をとる。

注意したいのは、そこには二重の社会が存在しているという点である。すなわち社会運動によって変革されるべき対象としての社会と、運動主体の社会である。通常対象側の社会は現状に対する維持、肯定を価値観として包含しており、逆に運動側は対象側の社会に含まれる様々な要素に対する否定的な変革を行おうとする。さらに、構成員の数的な規模や、設備、資源など経済的な意味において、対象側が運動側に対して優位にいるのが通常である。でなければ、変革は既存の社会の運営の一環としてなされるはずである。それを変革と呼ぶかどうかは疑問であるが。ゆえに変革者としての運動主体と運動の対象となるべき社会の間には、本質的に対立構造が包含されている。旧来の社会運動は、その対立構造を階級闘争と位置付けることによって、いわばマルクス＝エンゲルス流のイデオロギーをその運動エネルギーとしてきたと言える<sup>[2]</sup>。

一方1960年代以降、先進諸国に出現して来たさまざまな社会運動に対して、フランスの社会学者A.トゥレーヌが「新しい社会運動 (new social movements)」という総称を与えている<sup>[3]</sup>。この「新しい社会運動」という用語は、日本においても1980年代半ば頃から使われるようになった。

これはもともと、1968年のフランス「五月革命」を起源とし、西ヨーロッパで始まった新しいタイプの社会運動を指している。具体的には、それらの運動内容は多種多様であり、例えば、差別

撤廃、フェミニズム、環境保護、動物愛護、住民運動、反核、消費者運動、平和運動、さらには反原発や同性愛、少数民族などに到るまで、政治、文化、経済、社会など様々な問題圏に及んでおり、これらを一括して捉えることはほとんど不可能である。旧西ドイツでは、この「新しい社会運動」が「緑の党」という政治的な結実を見ており、政治的に最も成功したと言われているが、EUにおいても「社会的経済」という概念に見られるように、社会変革という本来の目的は達成されてきていると言えるだろう。なおEUでの「社会的経済」とは、「営利を優先しない人間優先の経済体、結社の自由、民主的意志決定、行政からの独立、利益配分の公益性といった性格をもつ事業体による経済活動を指し、具体的には主として協同組合、共済組合、非営利組織（associationとfoundation）で構成される」という定義であり<sup>[4]</sup>、そこには「新しい社会運動」に見るものと同じ問題意識を読み取ることができる。

さてこうした一連の社会運動が「新しい」と言われる所以は、時間的な問題ではなく、階級的視点に立っていないという点にある<sup>[3]</sup>。そのため、イデオロギーや方法論などから自由になり、様々な領域に対して、様々な方法で活動が広がって行ったと考えることが出来るだろう。

ここで注目したいのは、「新しい社会運動」の登場によって、社会運動とは端的に言えば、階級闘争やイデオロギーの対立のみならず、ある特定の価値観を持つ集団とそうではない集団の衝突（コンフリクト）であるという構造が明確になってきたという点である。社会運動が、集団同士のコンフリクト、すなわち、異文化の衝突であるという構造は、単純に政治体制や経済体制などの変革によって目的が達成できないということをも意味する。実際「新しい社会運動」として指摘されているさまざまな社会運動は、旧来の「社会運動」が、旧ソ連の崩壊や東西ドイツの統一などに

見るように、非常に明確かつわかりやすい結果となったのに比べ（注：その結果の善し悪しや本来の目的が達成されたかどうかという評価とは別に）、明確に結論がでていない。端的に言えば、多くの「新しい社会運動」は、問題提起のレベルで終わってしまっているように見受けられる。それはまさに、その対立構造の背後にあるのは、文化間の問題に帰結されるということの表れとも言えるのではなかろうか。

## 2. 文化間のコンフリクトと問題提起

前述のように、イデオロギーの対立に比べて文化的な対立は、元来理性的な議論や科学的な検証に馴染まない部分があり、最終的には感情的な問題に帰結しがちである。確かに誰も他の文化を、客観的且つ科学的に否定や評価をすることはできない。

そうした他者の文化に対する感情的なものは、例えば特定の社会において、文化的なミーム（文化遺伝子）として昇華することも多々あることが指摘されている。例えばハリウッド映画に見る湿地帯やエイリアン、その他異形のものは、アメリカのアジアやアジア人に対する、ベトナム戦争を大きなきっかけとするトラウマ化した違和感や嫌悪感の現われであるという指摘がある<sup>[5]</sup>。

S・P・ハンチントンによる「文明の衝突（The Clash of Civilizations）」は、そのタイトル通り、冷戦が終結してイデオロギーをめぐる対立が終焉した後の世界を、文明同士のコンフリクトという観点から記述したもので、大きな論争を巻き起こした<sup>[6]</sup>。文化と文明を混同している、あるいは短絡的に結び付けているなどさまざまな指摘がなされているが、基本的な骨子は、ポスト冷戦後の世界構造は、国家単位ではなく、宗教・言語・民族・歴史などの要素からなる文明圏単位の区分により規定され、異なる文明間に対立・紛争が起こりうるという指摘である。同書ではその大文明圏を、西欧、儒教、日本、イスラム、ヒンズー、スラブ、

ラテン・アメリカ、アフリカ文明と区分しており、中でも「西欧文明対非西欧文明」の衝突が最も大きな対立の構図であるということになる。この指摘に関してはここでは詳細に議論をする余裕がないが、西欧、非西欧という観点や、八大文明圏の区分に関して我々が感じる違和感自体が、もうすでに文化的な対立がそこにあることを感じさせる。「西欧対非西欧」という捉え方は、確かに「キリスト教対イスラム・異教徒」という認識を表現を変えたものにしか見えない部分もあり、その正否はここでは考察しないが、アジアでは各宗教が対立することはなく、むしろ他と共存、融合しているという指摘もある<sup>[7]</sup>。その意味で、同書と同書を巡る議論は、皮肉にも異なった文化同士の対立を露呈させる結果にもなっているのである。

実は異質な文化同士のコンフリクトは、歴史的に見て、それほど珍しいことではない。人間が社会を持った時点から、異なった社会との出会いというのは数限りなく行われてきたはずである。しかし我々人類は、異文化や異質なものと上手くつきあうことが、昔から苦手であったということは認めねばならないだろう。「新しい社会運動」が、問題提起で終わっているのは、まさにその表れである。社会運動はその目的をどう実現させていかねばならないのであろうか。言い換えると、異文化とのコンフリクトをどう処理していかねばならないのであろうか。

コミュニケーション学的なコンテクストでは、おそらくコンフリクトを極小化し回避していくといった方法論がとられるはずである。すなわち文化の共通部分の抽出による方法である。しかしそれは「社会運動」とはならず、目的を達成することはできない。多くの社会運動は、この点において行き詰るはずである。そしてその逆にコンフリクトを極大化する方向には、力による対立しか残されていない。それがどのような結果となるかは、ここで指摘するまでもないことであろう。結論的に言えば、文化の違いや違



和感は、知ることによってしか拭えない。しかし何をどう知ればいいのか。

### 3. 世界の非対称性と社会の多層構造

朝日新聞に掲載された東大の岩井克人教授の評論「アメリカ、アメリカ テロリストの誤った世界認識」は、異文化という概念を考える上で、非常に示唆的かつ興味深い。

「アメリカが世界を支配しているのではありません。アメリカの貨幣や言語や文化や政治や軍事が圧倒的な存在感を持っているのは、それらがアメリカのものでありながらアメリカのものではないからです。それらがグローバルなコミュニケーションに関わるすべての人間のコミュニケーションの媒介として世界を流通しているからです」<sup>[8]</sup>。

この引用に見るように、アメリカによって世界が一元的に支配されているという認識は誤りであり、「支配」ではなく「機軸」国としての位置を占めているに過ぎないというのがその骨子である。確かに例として挙げられている英語やドルは、世界の基軸としての貨幣であり言語であって、それはアメリカ対他国という集権的な構造によるものではなく、アメリカ以外の国々が互いに決済し、意志を疎通し合う場合にも使われている。その意味で、言語や金融システムという人間が作り上げた文化の代表と言えるであろう。

より興味深いのは以下の指摘である。

「人類の歴史は支配と従属の歴史でした。長い進化の過程の中で、どうやら私たちの脳は世にあるすべての非対称的な関係を支配と従属の関係として理解するようにプログラムされてしまったようです」<sup>[8]</sup>。

一般紙という媒体の性質もあり、噛み砕いた言い回しで誤解を呼びかねない部分であるが、「異」なるものへの我々の態度や意

識を非常にうまく表現していると思う。

前述のように、異文化という言葉には、既に非対称性が含まれている。観察者、あるいは表現者が所属している社会に対する「異界」という位置づけであり、そこには表現者の心的な態度として自らの肯定と他者の否定が見える。そこに何らかの強弱、優劣などの線形な尺度で評価し得る差異が存在するとするならば、特に弱者側は支配と被支配という関係に代表される「力関係」に昇華させてしまいがちなのは、納得する点が多いのではないだろうか。

岩井氏の指摘を待つまでもなく、現実世界の社会関係の多くは対称性を欠いている。親子、教師と学生、男女、異民族、異教徒、貧者と富者等など、我々の周りにはさまざまな非対称性が存在している。問題はそれらの異なったものの中に、我々は「力関係」を見てしまうということなのである。その意味で言えば、子供は親に支配され、学生は教師に支配され、女性は男性に支配され、貧者は富者に支配され、ということになるが、そうした表現に違和感が無いことはまさにその表れであると言えよう。

ここで再び「新しい社会運動」に話を戻すならば、それら運動の全てにおいては、コンフリクトを起こしている文化間に非対称性があり、それらを特に弱者側が「力関係」として捉えている構造があると言って過言ではないだろう。

ここに興味深い指摘がある。中根千枝東京大学名誉教授による、前述の「文明の衝突」に関する批判であるが、それを以下に引用する。

「民族の間で対立が起こるのは、不自然な人為的要因が働いた場合である。例えば、政治的に権力を拡張したいと思う勢力が現れると、その領土拡張のために民族が利用され、結果として民族対立が起こる。(中略) とくにここ100年あまりの中で民族紛争は多発しているが、その大きな原因の一つは、国民国家（ネイショ

ン・ステイト)による領土が人為的に決められ、それによってある日突然勝手に引かれた国境で、その民族の経済・社会生活が崩されることにある。国境線上で分断される民族は、たいていは弱小の少数民族である場合が多く、この被害を甚大に受けるのである。」<sup>[7]</sup>

詳細に調べたわけではないが、もしその通りであるとするならば、本来「異」なるもの同士に存在するのはあくまでも非対称性であって、力関係や対立という構造は、非対称性とは別のものということになる。

さらにここで指摘したいのは、こうした非対称性というのは、特に現在社会においては、単純に「力関係」で理解することができないようなある種の複雑さを包含しているという点である。これもここで詳細に述べる余裕は無いが、近代工業化社会は技術によってのみ成立したものではない<sup>[9]</sup>。工場労働者という社会階層やそれを支える核家族、性別による役割分担など、さまざまな社会システムをも包含して成立しているものである。さらに近代工業社会において最も重要なのは、「労働者」という名前の消費者を発明（あるいは発見か）した点にもある。工場労働者は、生産者として工業製品を製造し供給する側であるが、実は彼ら工場労働者はその労働の対価たる賃金によって消費を行う消費者でもある。すなわち純粋な消費者、あるいは労働者というのは現実社会には存在せず、労働者は消費者でもあるという多層的な構造を持っている。

ことに成熟した産業資本主義の元にある現代企業においては、その規模や社会的な存在意義などから見て、企業が特定の少数の人間によって独占的に所有されている構造というのは実質的に考えられなくなっている。極端な言い方をすれば、現代においては資本家すら労働者としての側面を持っているとも言えるわけである。その意味で、階級闘争を背後に持つ旧来の社会運動において

は、明確に意識されていた「(一方的に) 搾取する側としての資本家」は、ある種成熟してしまった工業社会においては、果たして本当に存在するのかという疑問が起こってくる。搾取する側と搾取される側の関係がもし存在するとしても、それは固定的かつ唯一のものではなく、搾取する側が他から搾取され、また搾取される側がさらに他を搾取するという構造が、十分考えられるのである。

このように、社会における非対称性が重層的な構造を取っているとすれば、単純な文化間の対立関係で構造を理解し、問題を解決することは不可能である。例えばある社会運動において「被支配者X」と「支配者A」の間での解放運動として進展させたとしても、「被支配者X」が「他者Y」に対する支配の関係があるとするならば、その運動のベクトルが強ければ強いほど、その社会運動に対するネガティブな力となって働くのである。我々の住むこの非対称な世界は、対立する二者によって構成されるような単純な構造ではない。

#### 4. 新しい社会運動としての消費者運動

さてここでは次に、非対称関係の例として企業と消費者間での消費者運動について考えてみたい。企業と消費者の間には、明らかに非対称性がある。資本力や規模などであり、改めて指摘するまでも無いが、それらは企業自体が現代の社会においては重要な役割を持っているということと密接に関係する。すなわち企業は、社会において経済活動を推進している主体であるが、それは多くの労働者を雇用することによって彼らの生活の糧を提供するという役割を果たしている。すなわち企業の労働者は、そこでは企業によって搾取されているのではなく、明らかに企業によって恩恵を得ている。そのため、特定企業に所属する労働者は、特定企業の利益のために動くはずである。つまり、特定の企業は多くの利

益の関係者を持つわけで、資本力のみならず、数的な側面でもまたその主体が持つ力でも、企業は圧倒的に個人を圧倒している。

その意味では、社会運動としての消費者運動とは、確かに非対称者同士の衝突であり、強者と弱者という対立関係を見ることが出来る。そこにイデオロギー的な観点で搾取や支配などを見ることが出来れば、問題の構造は単純化し、企業に対する消費者側からの反対運動として成立する。

しかし前述の様に、「新しい社会運動」の延長にある現代の消費者運動は、イデオロギー的な問題よりも別な原理によって動いており、それは最終的には文化的な問題に帰着してしまうことが多々ある。例えば消費者運動には、企業側による欠陥商品、誇大広告、有害食品、価格の不当な引き上げ、動物実験に関する問題等々が考えられるが、それらが順法行為として行われている限り、どのような行為を行っても法律上は咎められることは無い。

元来法人制度とは、法によってのみ認められた仮想の人格に基づいたものであるがゆえ、法人たる企業は純理論的に言えば、法規によって決められたことしかできない、言い換えれば法人は違法行為を行うことはできない存在であるからである（注：あくまでも法規上、理論上の問題であって、現実にはそうではないのは言うまでもない）。そのため、消費者運動は単純な反対運動としては成立せず、運動の力の根拠となるものが、最終的には非対称者間の価値観の違い、文化の違いに帰結してしまうのは前述の通りである。消費者運動は、感情的な問題、すなわち違和感や嫌悪感はその運動の根底にあるという、極めて非合理的な運動になってしまいがちである。

近年、企業のモラルハザードにまつわる事件、事故が多く報道されるようになってきている。「moral hazard」すなわち「道徳的危機」であるが、本来は保険会社の用語で、保険加入により損害に無関心になりかえって事故が多発することを意味していた。ま

た金融の分野において、いわゆるセーフティネットの存在により、金融機関の経営者、株主や預金者等が、経営や資産運用等における自己規律を失うことを言う<sup>[10]</sup>。しかし最近では、金融のみならず、製造業、食品、流通など企業に共通する概念となってきた。このモラルハザードは客観的に見ても現在の日本企業の抱える大きな問題であり、明らかにそうした企業側の意識の欠如が、一般消費者の購買意欲などを削ぐことで、現在の景気の低迷を引き起こしているといった側面があるのは否定できないだろう。企業のモラルハザードによって、企業と消費者の間の非対称性がより鮮明になってきていると言えらるであろう。

こうした企業のモラルハザードに関しては、企業側の情報開示の不足や欠陥が指摘されることが多い。非対称性を特に情報の観点から捉えて、市場経済を分析したものに、2001年のノーベル経済学賞を与えられたJ.スティグリッツ・コロンビア大学教授らの研究がある。それは「経済主体によって情報に偏りがある場合の経済行動」に関するものであり、情報の非対称性が引き起こす2つの病理現象として、「逆選択」と「モラルハザード」が指摘されている<sup>[11]</sup>。ここでの文脈は市場経済であって、契約に対するモラルハザードを意味しており、一般的な企業のモラルハザードとは若干意味合いが違うと思われるが、本質的な問題は同じであろう。

確かに、情報量の問題によって企業と消費者の間の非対称性は大きく緩和される。実際証券市場に株式公開している企業すら財務情報は、客観的に見てかなり少ないものと感じることが多いし、会計監査システムの機能を疑わざるを得ない事例も多い。

しかしそれが本質的な問題なのかという疑問は付きまとう。企業は営利団体である限り、自らの営利活動に不利となる情報を進んで提示することはまずありえないし、それを期待するのも、本来の企業というものの存在趣旨からすればおかしい話ではある。

ここで再度考えたいのは、前述したように成熟した産業資本主義社会においては、純粹な消費者というのは存在せず、すべてが消費者であり生産者・供給側でもあるということである。企業を支えている様々な利害関係者が同時に消費者という側面をも持つとするならば、実は「企業のモラルハザード」は「消費者のモラルハザード」でもあると考えざるを得ないのではなかろうか。実際、たとえば記憶に新しいが、あるスーパーが輸入豚肉などを国産品に偽装していた問題で、対象品購入者に対する返金額が販売の3.5倍にも及びさらに逮捕者まで出た事例などは、完全に消費者自体がモラルハザードに陥っているということ以外の何者でもない。こうした前提では、社会運動としての消費者運動が持つ反対のベクトルは、なんら説得力を持たないことになってしまう。

企業の抱える問題は、実は消費者側の問題でもあるのではないだろうか。本稿では、そこに新たな視点を発見したい。すなわち現代の消費者運動は、消費者自身へのベクトルを持たねばならないということである。

それは単に消費者のモラルの問題だけではなく、さまざまな要素を包含する。例えば企業情報の開示において制度的にいくら企業側から情報を開示されたとしても、消費者側がその情報を受け取る力を持たねば意味が無くなってしまう。すなわち消費者の意識と知識の問題として消費者運動を考えねばならない。

## 5. 消費者政策の概要

消費者の知識と意識はどのように扱われているのか、ここでは特に政策的な観点から見てみることにする。

各国の消費者行政に大きな影響を与えたのは、1962年3月15日のケネディ米国大統領の「消費者の利益保護に関する大統領教書」であるといわれている。1961年1月20日に、ケネディは「国家に何をして欲しいかではなく、あなたが国家に対して何ができるか

を考えよ」で知られる大統領就任演説をしているが、その1年余り後の議会演説でそれが明らかにされた。このケネディ教書は、端的に言えば、いわゆる「消費者主権」とそのための原則が明らかにされている。そこに言う原則とは「安全が守られる権利」「選択の権利」「知る権利」「知らされる権利」であり、後年になって、「不満の声が記録される権利」（1969年 ニクソン大統領）、「消費者教育を受ける権利」（1975年 フォード大統領）が追加された。

例えば「安全が守られる権利」は、PL法として実現され、他にも様々な形で現在の消費者に関わってきている。米国経済が現在の隆盛に至った原点がこのケネディによる「消費者主権宣言」であったという意見もある<sup>[12]</sup>。

世界的な動きとしては、1960年（昭和35年）にアメリカ消費者同盟、イギリス消費者協会、オランダ消費者協会、ベルギー消費者協会、オーストラリア消費者協会の5団体を理事として、IOCU（国際消費者機構・International Organization of Consumers Unions）が、非営利、非政府系の消費者団体の国際連絡組織として創設されている。IOCUは1995年1月よりCI（Consumers International）と名称変更し現在でも活動が継続している。加盟団体数は、2000年3月現在、110か国245団体に及んでおり、我が国においても7団体が加盟している<sup>[13]</sup>。

IOCUでは消費者の権利と責任を、次のように定めている。消費者の権利として、「基本的ニーズが保障される権利」、「安全が保証される権利」、「情報＝説明が与えられる権利（The Right to be Informed）」、「選択＝自己決定する権利」、「意見が聞き届けられる権利」、「救済＝補償を受ける権利」「消費者教育を受ける権利」、「健全な環境で生きる権利」の8項目がある。また消費者の責任として、「批判的意識をもつ責任」、「参加して行動する責任」、「社会に配慮する責任」、「環境に配慮する責任」、「団結＝連帯す



る責任」の5項目があがっている<sup>[13]</sup>。

ここで注意したいのは、これらは消費者の権利宣言という形式を取っているが、実は経済政策的な意味があるという点である。

現代の社会は産業に対して資本が投資され、さらに産業がその資本を生み出すという経済の仕組みを持っている。それを産業資本主義と呼ぶが、その原動力になっているものは、技術革新である。産業資本主義経済においては、技術革新が新しい製品を生み、その製品が新しく資本を生むという連鎖が無限に継続して行かねばならない。産業資本主義の最大の特徴は、市場競争を原則とした「技術革新」の無限の継続にある。

市場競争が円滑に機能するためには、端的に言えば「優れた製品」が「売れる製品」となっていく行かねばならない。そうした経済活動を円滑にするために、こうした消費者の保護や教育等の消費者政策が必要であるといった観点から、これらの宣言がなされていると見ることができる。すなわち消費者政策は、企業を含めた経済政策でもあったわけであり、前述のケネディの一般教書が以降のアメリカの産業の隆盛の源にあるという見方も納得できる。そしてそこに、現代の企業、消費者の多層性を見ることがもできる。

このように、消費者に関しては欧米を中心に、様々な施策が行われており、日本でも消費者教育が始まっている。それらについて個々に取り上げて考察する余裕は無いが、特に日本の消費者行政、特に教育においては、企業と消費者という非対称性を単なる強者と弱者の対立として捉えているように思われる点が多々ある。

## 6. 非対称性を埋めるもの

ここまで述べてきたように、企業と消費者は、情報のみならず様々な側面において非対称性を持っているが、問題はそれが単純な二項対立では無いという点にある。文化の違い、違和感そうい

った感情に帰結してしまう非対称性をどう埋めていけばいいのか。消費者の知識と意識を養うことが可能なのか。現在の消費者教育、施策に対する有効性への疑問はぬぐえないものがある。

近年、消費者の能力を表す概念として、「消費者リテラシー」という概念が使われている。明確な定義は見当たらないが、例えば<sup>[14]</sup>などでは、「電子署名をどこで使っているのかという認識、その電子署名がどういう意味を持っているかという認識、いわば消費者リテラシーが必要不可欠である」というように、Eコマースなどのような新しい形態の商行為や契約などを前提とした能力として考えられているようである。しかし、Eコマースだけが経済活動ではないのは論を待たない。最終的には、消費者であることにも能力が必要なのは間違いない話である。

消費者にとって必要なのは、非対称的な位置で、さらに対立関係ではなく、企業と接点を持つための能力である。文化の違いや違和感は、知ることによってしか拭えない。が、知る側に能力がなければ知ることすらできない。具体的には、企業側がディスクローズする情報を受け取り、さらに企業側に必要な情報を要求する能力である。それが「新しい社会運動」としての消費者運動における最終的な鍵と考える。

究極の消費者運動は、消費行動であると言えよう。消費者は、適正な情報によって適正な購買行動をしなければならない。情報を得る機会を消費者自ら作り出し、それによって購買活動を行うことが、企業や社会を変えていくはずである。冒頭に上げた動物実験の例でも、動物を虐待してまで特定の化粧品を使おうという消費者は稀であろう。消費者は、単に知らないし、知らされていないだけなのである。その意味で、ケネディの提起した消費者主権を構成する「The Right to be Informed」こそが、日本における消費者に最も欠如しているものと言わざるを得ないだろう。

本論文を書くにあたって、多くの研究者、学生、運動家の方々から、様々な教えを頂きました。本学国際交流学部の井手菜々子さん、鈴木友紀乃さんは、「化粧品動物実験」について問題提起をしてくれました。君達のおかげで、技術に対して新しい視点を持つことができました。食育コーディネータとして活躍されている大村直己氏には、社会運動と教育の関わりについて、大きく示唆をいただきました。また佐竹明本学学長は、学園祭で開催したシンポジウムに来てくださいました。不手際でさまざまなトラブルがあり、お見苦しい結果になってしまいましたが、学生たちにはとてもいい思い出になったようです。

最後に、今年度勉強会（アドバイザグループ）のメンバ、内田、村松、景山、森、宮田、稲本、小川の諸君、君達の明るさと前向きな姿勢にずいぶん励まされました。心から感謝します。君達にとって、勉強会での経験が少しでも役に立てば、教師として幸せです。

---

#### 参考文献

- [1] 片桐新自, 「社会運動の総合的把握のための分析枠組」(社会運動論研究会編, 1994, 「社会運動の現代的位相」成文堂所収)
- [2] 石堂清倫, 講演記録20世紀の意味, 「永続革命から市民的ヘゲモニーへ」, 2001, <http://www2s.biglobe.ne.jp/~mike/isido20.htm>
- [3] A.トゥレーヌ, 「ポスト社会主義」, 平田清明・清水耕一訳, 新泉社, 1982
- [4] レスター・M.サラモン、ヘルムート・K.アンハイアー, 今田忠監訳, 「台頭する非営利セクター」, ダイヤモンド社, 1996年]
- [5] 浜野保樹, 「コンピュータの終焉・ハイパーメディア・ギャラクシー」, 福武書店, 1989
- [6] サミュエル・ハンチントン, 鈴木主税訳, 「文明の衝突」, 集英社, 1998
- [7] 「21世紀かながわ円卓会議」記録, 1997, <http://k-face.org/gb/contents/01010301.htm>
- [8] 岩井克人, 「アメリカ、アメリカ テロリストの誤った世界認識」, 朝日新聞2001年11月5日夕刊

- 
- [9] 穂積忠, 林信雄, 「消費者利益の二元的性格—消費経済学の役割—」日本消費経済学年報22集, 2000
- [10] 教えてにちぎん, [http://www.boj.or.jp/wakaru/yougo/yougo\\_m.htm](http://www.boj.or.jp/wakaru/yougo/yougo_m.htm)
- [11] J.スティグリッツ, 藪下史郎他訳「スティグリッツ 入門経済学」, 東洋経済新報社, 1994年
- [12] 築地達郎, 政治家と政府は「消費者主権宣言」を, 「電子商取引が切り開くネットワーク経済」, 世界情報通信サミット1999, <http://www.nikkei.co.jp/summit/99summit/index.html>
- [13] <http://www.consumersinternational.org/>
- [14] 総務省, 暗号通信の在り方に関する研究会第2回会合 議事要旨, 1999, [http://www.soumu.go.jp/joho\\_tsusin/pressrelease/japanese/denki/990326d601.html](http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/pressrelease/japanese/denki/990326d601.html)
- [15] 堺屋太一, 豊かさはどこへ行くのか—日本経済の百年を考える, NHK人間講座, 日本放送出版協会, 2002
- [16] 厚生労働省 (旧厚生省), 報道発表, 97/03/31 化粧品規制の在り方に関する検討会の中間とりまとめ