

『これからの消費者法：
社会と未来をつなぐ消費者教育 [第2版]』
谷本圭子*・坂東俊矢**・カライスコス・アントニオス***著、
法律文化社、2023年

山 田 泰 弘[†]

I. はじめに——本書のインパクト「これからの消費者法」

本書のインパクトは、いわゆる現行の法制度を解説する「消費者法」のテキストではないということに現れる。本書の章立ては、「はじめに」、Part 1～Part 6、そして、「おわりに」によって構成される。通例のテキストであれば、「弱者である消費者」の保護制度を解説することに力点がある。しかし本書では、それはPart 2、Part 3で触れられるに過ぎない。本書は、そのタイトルにある「これからの」という表現に体现されるように、「これからの」消費者法をどのように位置づけるかということを読者とともに考えることを目的とするように思われる。その結果として本書の「社会と未来をつなぐ消費者教育」というサブタイトルに執筆者のメッセージが込められている。消費が現代社会においては自己実現の場であり、「市民である消費者」として、消費における選択が過去や未来の市民や社会に影響を与えることを自覚すべきと本書は強く主張する。そして、社会的責務に基づいて自覚的に消費を選択しうる能力を涵養する手段として「消費者教育」の重要性を訴える。このような啓蒙的な主張が本書のインパクトである。

II. 本書の企図——現行法制の消費者法と「これからの消費者法」

1. 現行法制の消費者法

社会を構成する市民間の「関係」の法的基礎を提供する「民法」（制定法としての法典としての民法）は、万人の市民に適用されることが想定されている。このため、そこでは様々な生身の「人」としての個性は捨象され、その公約数的に抽象化された人（自然人〔出生により人となったもの。生身の人間〕・法人〔法が人として認めたもの〕）が、自らの意思に基づき関係を構築するとされる。民法はこのことを端的に「契約自由の原則」（同 521 条）として規定する。人は、自身が自らの責任で収集した情報に基づき、自らの判断で契約を締結するために交渉し、その契約内容を決定する。

* 立命館大学法学部教授

** 京都産業大学法学部教授

*** 龍谷大学法学部教授

[†] 立命館大学法学部教授

yamatai@law.ritsumei.ac.jp

民法上の「人」は抽象化されたが故に、その経済力、社会的な影響力そして情報収集能力には差がないとされる。しかしながら、現実の社会では「人」には個性があり、それぞれの能力には差がある。

現代社会は資本主義市場経済であり、そこでのアクターは、単純化すれば、生活に必要な財やサービスを提供する事業者（多くの場合で法人〔会社〕）、事業者と雇用契約にある賃金労働者（市民）、そして、事業者に事業資金を提供する投資家（最終的には市民¹⁾）に分類される。賃金労働者は生産手段を持たず、生活に必要な材やサービスを事業者より購入せざるを得ず、それを消費するしかない（このように、生活に必要な財やサービスを事業者より購入して消費する者を消費者という²⁾）。自然人たる市民は賃金労働者・投資家であるとともに、消費者となる。市民が、「賃金労働者」「投資家」「消費者」として事業者に対置する際には、交渉力の差や情報量の差がある。こういった差を是正し、市民が不当に害されないようにすることが法制度の役割である。「賃金労働者」としての側面では労働法制が、投資家としての側面では会社法・金融商品取引法制が、「消費者」としての側面では消費者法制が対処をする。このうち消費者法制にあって問題とされるのは、次のような危惧である。すなわち、商品・サービスを製造・販売する事業者よりも消費者は情報の質と量で劣り、消費者は事業者と比較して交渉力に劣り、巧みなセールストークや強引な売り込みにより、意図せざる消費行動をとってしまいかねないという危惧がある。そして、消費が生活に必要な財やサービスの提供を事業者から受けることを考慮すれば、生身の自然人である消費者は、ときには、生命や身体に深刻な被害を受けかねないという危惧がある。

消費者法は、元来は、主として、こういった危惧に対処し、消費者たる市民を保護する法政策・法制度を指す。消費者法という学問は、消費者・事業者の個性に応じて、権利義務の発生や行政的規制を議論する分野と考えられていた（既に述べたように、本書の Part 2、Part 3 がこの点を示す）。

2. 本書の企図する「これからの消費者法」

本書の企図する「これからの消費者法」は、生身の「人間」中心の社会枠組みを提供する法制度である。その目的は、生活者である生身の人間＝市民が、自ら納得のいく選択の自由を享受し、主体的に、自らの判断基準に基づき消費を行うことを可能とするための法制度の構築である。消費を含む経済活動は多くの社会的課題それ自体であるだけに、そういった社会的課題に解決の道を開くのも、深刻化の道へと進めるのも消費者の選択であることを意識した判断が「消費」に求められるとする。

¹⁾ 賃金労働者等である市民は、生活の余剰を事業者の事業用資金として提供し、その見返り（配当・利息）を得ることで一定富の蓄積を行う。相続税法制の存在は、世代を超えて富が一部の者に蓄積することを阻害するとともに税による再配分がなされることを意味する。これにより投資家と賃金労働者の同値性が維持されうる。銀行システムによる間接投資や、市民の生命保険や年金を運用する生命保険会社や年金基金が機関投資家として投資を行うこと、そして投資信託の購入はこの同値性を高める効果を有する。

²⁾ 『平成 30 年度消費者政策の実施の状況平成 30 年度消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告（令和元年消費者白書）』（第 198 回国会（常会）提出）45 頁 https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11690698/www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/pdf/2019_whitepaper_0002.pdf（2025 年 4 月 1 日閲覧）。消費者契約法第 2 条第 1 項は、消費者を「個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）」とする。

評者が大学生の際の1990年代には鶴見良行『バナナと日本人』（岩波新書、1982年）はすでに名著と位置づけられていた。『バナナと日本人』は、消費者の判断・行動が社会問題や世界経済のあり方に直結していることを鮮やかに描き、それに出会った衝撃は忘れられない。「バナナ」という商品を巡る私たちの消費活動が、どこかで収奪や人々の抑圧につながり、バナナを消費することにより無意識でもそれに加担していたという事実を『バナナと日本人』が提示したことは、周辺部からの収奪で中核の繁栄がもたらされる世界経済システムのイメージを読者の頭に鮮明に浮かび上がらせた。声高に主張をしなくても、客観的な事実の提示は、読者に、何か行動をしなければ、と思わせる重さがあった。『バナナと日本人』と同じように、本書も、多くの記述を、サプライチェーンの人権問題、気候変動、アニマルウェルフェア、生物多様性の維持の困難さといった、人間の活動（資本主義市場経済ではそれは「消費」である）がもたらす社会的課題の描写やその解決としての国際協調の動きや活動の紹介に割く。判断基準は押し売られるものではなく、その問題の内容や他者の対処方法や価値観を踏まえて自らが獲得するものである。『バナナと日本人』がそうであったように、本書も、問題・事実を伝えることで、読者に行動する際の価値判断の基準を形成を委ねている。

本書は、これからの消費者法制を、生身の人間が消費をする（生活をする）際にその者が納得のいく判断を行いうることを法的に保障する制度と考える。この時の消費者の納得は自身の判断基準に基づいて消費を選択したことに求める。本書の考える「これからの消費者法」の目的は、個々の消費者が納得のいく「消費」の選択をできるように配慮し、消費者の選択・判断への介入（「不当な」介入）を抑止することであり、個々の消費者が自らの判断基準を確立する活動が消費者教育と考える。生身の人間である市民は、自らの判断・選択にあつて、他者から配慮されるのであれば、同時に他者に対しても配慮することが要求される。その結果として、「人間の尊重」ひいては「生命の尊重」が万人に共通する判断基準・原理として位置づけられる。

Ⅲ. 本書を読んで——むすびに代えて

評者は、会社法制を研究の対象とし、事業者のガバナンスや事業者と投資家の関係につき考察をしてきた。会社法制は、事業者へ資金提供を行う株式保有者（株主）の有限責任制や事業者からの元本の返済を禁止し、投下資本の回収を株式の転売によってのみ実現するという設計を基礎とする。この点が、成長や生活を豊かになることを常に求めるという資本主義社会のDNAの根源であり、人の欲望や向上心を解放し、社会の発展の原動力とすることを可能としている。もっとも、社会が人と人との関係である以上、人間の行動原理は個人の「欲望の充足」だけでなく、他者の尊重が織り込まれるべきであるから、「人間の尊重」「生命の尊重」は消費者の判断の原理だけでなく、事業者の行動原理の軸でもあるべきであり、消費者の弱さにつけ込むような事業者の活動³は抑止されるべきである。この点で本書の主張には大いに共感する。しかし同時に、抽象的な目標には共感しつつも、その実現に向かう具体的な道筋を考えれば、本書と評者との間には不協和音も発生する。例えば、それは消費者に対峙する「事業者」の負担量の問題である。消費者が納得のいく判断をし

³ 2018年のかんぽ生命の不正契約問題（朝日新聞2019年9月26日朝刊7面「(けいざい+) かんぽ不正の現場：3『顧客のお金落とす』耳を疑った」などを参照）は、15～19世紀の大西洋奴隷貿易において、黒人奴隷を「商品」として管理していたことを彷彿とさせる。事業者の活動にあつて「人間の尊重」が基礎理念であることは忘れてはならない。

うる環境の整備は、消費者の選択の質を上昇させるための判断材料の提供を事業者に要求することを意味する。「価格」や「商品の質」（とりわけ「生命」や「安全」に関するもの）といったわかりやすい指標につき情報を提供するだけでなく、商品の背後にあるストーリー（誰がどのように商品を作り、原材料を確保したか）といった情報を常に提示することが求められれば、事業者の負担となる。競争力のある「価格」を提示できることの背景に費用の外部性がある場合には、その内部化をすべきことがフェアであるとしても、その実現には費用がかかる。事業者の実際の運営を担うのは賃金労働者である市民であり、そのマンパワーには限界がある。また、グローバルな社会において、外部的な費用の内部化に関する規制枠組みが共通でなければ、かえっていびつな競争を生む。これらの点で、消費者と事業者の間には緊張関係がある。サステナビリティ情報の開示を企業に義務づける EU の「企業サステナビリティ報告指令（CSRD）」を簡素化する方針が 2025 年 2 月 26 日に欧州委員会より発表されたことは⁴、この緊張関係の表れである。事業者の負担や競争環境に配慮しながら、「人間の尊重」を図る道が検討されるべきである。

事業者側のマンパワーの問題の解決や効率的な運営には IT 技術が欠かせない。しかし、DX の導入や業務に付随して取得・管理する大量の顧客情報を事業者が利用し、アルゴリズムを基礎に事業者が顧客と向き合うことは、消費者から見れば、「配慮」を超えて、過度の「介入」とも映る。本書がこの点に警鐘を鳴らすこともよくわかりつつ、事業者の便宜や開発という要請と、消費者の自主的な判断をしうる環境を整備すべきという要請との間で、どう折り合いをつけるべきかは、取り組むべき課題となる。

本書が重視する「教育」は単に知識や技術の伝授を意味せず、課題解決に必要な思考力・判断力・表現力といったものや、主体的に学習に取り組む態度の涵養を意味する⁵。この過程では、「何を学び取るのか」、「何が正しいのか」という問いに教育対象者が主観的に取り組むことが必要である。教育者は、自らが正しいと思う価値観・倫理観を表明する。教育対象者はそれに共感したり、反論したり、様々な反応をする。この過程にあって、教育者と教育対象者とは、立場の相互互換性があり、学び合い、相互の価値観・倫理観に共感し合ったり、対立があれば、相互に理解し合える事象を探りつつ、意見の相違・対立を生じさせたポイントを特定し、相互に譲歩したり、留保をつけることで、相互に変容する。

本書が、消費者法制の社会システムにおける位置づけやあり方に関して、共感や疑問を呼び起こし、周囲の者と議論をし、消費や社会システムの在り方を考える必要性を読者に認識させたことは本書の企画の成功であり、本書が大きなインパクトを社会に与えたという証左である。音楽には不協和音もたらす緊張が不可欠であり、不協和音から協和音に展開される際にもたらされる安定感が音楽を豊かにする。幸運にも評者は本書の共著者の一人と同僚の関係にある。相互に議論をしつつ、共通理解を増やす活動が研究をより豊かにしてくれると確信している。

⁴ 日本経済新聞 2025 年 2 月 28 日付朝刊 3 面「EU、環境・人権対策の規制緩和」。

⁵ 学校教育法 30 条 2 項。