

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 8 日現在

機関番号：12101

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2016

課題番号：25380146

研究課題名(和文)消費者団体のアメリカ・モデルの受容と展開に関する6カ国の比較研究

研究課題名(英文)The Introduction of the American Consumer Group Model to Six Countries' Consumer Movements

研究代表者

井上 拓也 (Inoue, Takuya)

茨城大学・人文学部・教授

研究者番号：70291284

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,200,000円

研究成果の概要(和文)：この研究の目的は、アメリカの消費者同盟(CU)を起源とする消費者団体のアメリカ・モデルが、イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、ベルギー、日本の6ヶ国でどのように受容・展開されてきたかを検討した。

結論として、このモデルに基づく有力な消費者団体が、イギリス、フランス、イタリア、ベルギーでは結成されたのに対して、ドイツと日本では結成されなかった。またイギリスとベルギーでは、消費者団体がモデルと同様に政府からの自立性を維持しているのに対して、イタリアでは維持していない。またフランスでは、消費者団体以外にも、このモデルに基づく政府機関が設立されている。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this research is to examine how the American model of consumer group based on the U.S. Consumers Union has been introduced to the consumer movements in the UK, France, Germany, Italy, Belgium, and Japan. The development of the model in these six countries varied. Powerful consumer groups based on this model were formed in the UK, France, Italy and Belgium, but were not in Germany and Japan. In the UK and Belgium, these consumer groups has been successfully independent from the governments like the original model. But the Italian consumer group has not been successful. In France, in addition to the consumer group, the government agency based on this model was also established.

研究分野：政治学

キーワード：消費者団体 消費者運動 消費者政策 利益団体

1. 研究開始当初の背景

(1) 申請者は、研究の全体的な構想としては、公共利益の実現をめぐる集合行為の様々なパターンを、公共利益団体としての消費者団体の組織化・選好形成・影響力行使、およびそれを通じた消費者利益の実現を事例として明らかにしようとしている。そのため、とくに日本とアメリカの消費者団体と消費者政策担当機関について、アメリカでの在外研究期間も含め、長らく検討してきた。

そこでこの研究の開始当初には、それらの検討を踏まえて、アメリカの消費者同盟 (Consumers Union: CU)、あるいは通称コンシューマー・リポーツ (Consumer Reports) を起源とする消費者団体のモデルが、主要国の消費者運動においてどのように受容され展開されてきたのか、具体的にはそれらの国の消費者団体の結成と性格変容にどのような影響を与えてきたのかに関心を持つようになった。

そこでこの研究では、いわゆる先進主要国である日本、イギリス、フランス、ドイツ、イタリアに加えて、隣国の韓国の消費者団体を事例として、この消費者団体のアメリカ・モデルの6ヶ国における受容と展開を比較研究しようと考えた。

(2) 実際に研究を進めていく過程で、後述するイタリアの消費者団体の事務局長から、同国などの消費者運動について、ベルギーの消費者団体が、消費者団体のアメリカ・モデルの導入を媒介したことを教示された。またさらに検討を進めていく過程で、オランダの消費者団体の重要性も明らかになった。

このことによって、単純に先進主要6ヶ国+韓国の消費者団体を対象としていた浅薄な研究計画に、修正を迫られることとなった。具体的には、とくにベルギーの消費者団体の検討を加え、研究全体の整合性を整えていく上で、韓国の消費者団体の検討が実質的に抜け落ちてしまった。

そのためこの研究は、結果的には、消費者団体のアメリカ・モデルのヨーロッパ諸国における受容と展開の比較研究になってしまった。なお日本については、以前からの研究を継続した。

2. 研究の目的

(1) この研究の当初の目的は、CUを起源とする消費者団体のアメリカ・モデルが、日本、イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、韓国においてどのように受容され展開されてきたかを明らかにすることであった。

消費者団体のうち狭義の消費者団体、つまり消費者個人を会員とする消費者団体には、顧客消費者団体と市民消費者団体という類型、すなわちモデルがある。このうち前者は、製品テストやサービス評価に基づく消費者情報という物質的・経済的便益を選択的誘因として、大衆基盤の多数の会員から資源を獲

得し、一般の消費者にも関連する集合行為を実現する消費者団体である。それに対して後者は、貢献感や連帯感といった非物質的・社会的便益を選択的誘因として、少数の会員から資源を獲得し、一般の消費者にも関連する集合行為を実現する消費者団体である。

この2つのモデルのうち、市民消費者団体は、様々な態様を取りつつも、各国で内発的・自生的に結成されてきた。しかし顧客消費者団体は、意識的にアメリカのCUをモデルとして結成されてきたし、CUもそれらの結成を支援してきた。顧客消費者団体が、消費者団体のアメリカ・モデルたる所以である。

そこでこの研究では、前述の6ヶ国の消費者運動において、この消費者団体のアメリカ・モデルがどのように受容され展開されてきたかを明らかにしようとした。

(2) しかし前述のような理由から、韓国に代わってベルギーの消費者団体が検討の対象となったため、この研究は、日本、イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、ベルギーの6ヶ国における、消費者団体のアメリカ・モデルの導入と展開に関する比較研究となった。

3. 研究の方法

(1) この研究は、大別すると文献調査と訪問調査を方法として実施された。

文献調査については、利益団体・市民社会関係図書によってこの研究の枠組みを構築するとともに、各国の消費者団体に関する文献によって具合的な事例研究を実施した。また関連して、各国の消費者団体の位置づけを確認するために、それらが加入する4つの国際組織、すなわち国際消費者機構 (CI)、ヨーロッパ消費者機構 (Bureau européen des unions de consommateurs: BEUC)、環大西洋消費者対話 (Trans Atlantic Consumer Dialogue: TACD)、および国際消費者研究テスト機構 (International Consumer Research & Testing: ICRT) の文献調査を実施した (CIとBEUCについては、この研究とは異なる文脈で訪問も実施済み)。

(2) 訪問調査については、まず平成25 (2013) 年度に、アメリカのCU、アメリカ消費者連合 (Consumer Federation of America: CFA)、全米消費者連盟 (National Consumers League: NCL)、サービス研究センター (Center for the Study of Services: CSS) を訪問し、それぞれの会長ないし事務局長から取材し、CUを起源とする消費者団体のアメリカ・モデルの意義を確認した。なおこの訪問調査は、ユタ大学のロバート・メイヤー (Robert Mayer) 教授と共同で実施した。

平成27 (2015) 年度には、イギリスの消費者協会 (Consumers Association: CA) 通称フィッチ? (Which?)、フランスの消費者同

盟連合クショワジュール (Union Fédérale des Consommateurs-Que Choisir: UFC)、ドイツの消費者センター連邦同盟 (Verbraucherzentrale Bundesverband: VZBV)、イタリアのアルトゥロ・コンスーモ (Altro Consumo) を訪問し、それぞれの事務局ないし組織担当や政策担当のスタッフから取材した。

平成 28 (2016) 年度には、当初の予定の韓国の消費者団体からベルギーのそれへと対象を変更し、消費者協会 (Association des Consommateurs) 通称テスト・アシャ (Test-Achats) を訪問し、スタッフから取材した。

以上のように訪問調査では、まず消費者団体のアメリカ・モデルの意義を、アメリカの消費者団体への取材を通じて確認した。そしてイギリス、フランス、ドイツ、イタリア、ベルギーにおける受容と展開を、それらの国の消費者団体への取材を通じて明らかにしようとした。なお日本における受容と展開については、日本の消費者団体との日常的な交流を通じて明らかにしようとした。

4. 研究成果

(1) この研究の成果は、これまでのところ、3 本の学術論文に発表されているとともに、付随して、2 回の報告と 2 冊の項目執筆にも発表されている。

(2) 以下の論文 「 公共利益の実現における誘因の種類」と 「 消費者団体のアメリカ・モデルの再検討」では、おもにこの研究の枠組の構築を行った。

の論文では、公共利益団体にとって、フリーライダー問題を克服しつつ集合行為を実現するためには、会員に対してどのような選択的誘因の提供が必要となるかを検討した。具体的には、公共利益の実現のための誘因を、公共利益それ自体に伴う集合的誘因・目的誘因、および公共利益に付随する個別的誘因・選択的誘因に区分した。また誘因となりうる便益を、物質的・経済的便益と非物質的・社会的便益に区分した。その上で、価格と品質が両立した製品・サービスの一般的な入手可能性やそれを実現するための公正な市場といった、一般の消費者団体が追求する物質的便益を目的誘因とした場合、消費者団体が会員に提供すべき選択的誘因として、製品テストなどに基づく消費者情報などの経済的便益、および社会的貢献感や連帯感などの社会的便益がありうることを指摘した。そして実際の消費者団体を見た場合、経済的便益を選択的誘因とし、大衆基盤の多数の消費者を会員とする消費者団体、すなわち顧客消費者団体は、つねに公正な市場などの経済的利益を追求する傾向にあることを指摘した。それに対して社会的便益を選択的誘因とし、少数の意識の高い消費者を会員とする消費者団体、すなわち市民消費者団体は、消費

者問題が注目を集めている場合は消費者の経済的利益を追求するが、環境問題など他の問題が注目を集めている場合はそれらの一般的な社会的利益を追求する傾向にあることを指摘した。

の論文では、以上のような顧客消費者団体と市民消費者団体という消費者団体の 2 つのモデルの原型を、前述のアメリカでの訪問調査を踏まえ、同国の消費者団体の中に確認した。具体的には、顧客消費者団体というモデルの原型を、CU およびその前身である消費者研究所 (Consumers Research) に確認するとともに、その展開の 1 つのパターンとしての CSS、およびそれらを含む連合団体としての CFA について検討した。また市民消費者団体の原型が、NCL にあることを確認するとともに、その選好が消費者の経済的利益と一般の社会的利益の間で揺れ動いてきたことを確認した。その上で、CR が完成させた、製品テストに基づく消費者情報という経済的便益を選択的誘因とし、大衆基盤の多数の消費者としての会員から資源を獲得し、会員以外の不特定多数の消費者の経済的利益を実現するための集合行為を行う顧客消費者団体を、消費者団体のアメリカ・モデルとした再確認した。なお CU は、現在約 800 万人の会員を擁している。

(3) 以下の論文 「 消費者団体のアメリカ・モデルのヨーロッパにおける受容と展開」では、CU を起源とする顧客消費者団体という消費者団体のアメリカ・モデルが、ヨーロッパ諸国の消費者運動においてどのように受容・展開され、それに基づくどのような消費者団体の結成を導いてきたかを、オランダ、イギリス、ベルギー、フランス、イタリアの消費者団体を事例として検討した。

なおこの論文では、ドイツの消費者団体については、訪問調査の結果、当初の意図はともかく結果としてアメリカ・モデルを導入せず、そこから逸脱した組織を発展させたことが判明したため、検討の対象から外した。またこの間の調査で、オランダのコンジュメンテボンド (Consumentebond: CB) が、ヨーロッパにおいて消費者団体のアメリカ・モデルを最初に導入した団体であることが判明したので、文献研究だけにに基づくものであるが、こちらの検討を加えた。

具体的には、まずオランダについては、CB が、消費者団体のアメリカ・モデルを基本的に継承した消費者団体であり、現在約 48 万 6000 人の会員を擁しており、ヨーロッパにおける、そして世界における、このモデルの伝道的な役割を担ってきたことを指摘した。

イギリスについては、CA、およびその周辺の消費者団体などとして、消費者問題研究所 (Research Institute for Consumer Affairs: RICA)、全英消費者連合 (National Consumer Federation: NCF)、シティズン

ズ・アドバイス (Citizens Advice) および
コンシューマー・フューチャーズ (Consumer
Futures) を概観した。そして M・ヤング
(Michael Young) という起業家を通じて、
CU を起源とする消費者団体のアメリカ・モ
デルが、現在約 79 万 7000 人の会員を擁する
CA に忠実に継承されているとともに、アメ
リカにはないクワンゴや市民助言局といっ
た制度の下でも部分的に継承されているこ
とを指摘した。と同時に、それらの組織が、
CA を除くと、規模を縮小し影響を低下させ
てきている現状を指摘した。

ベルギーについては、テスト・アシャとい
う、消費者団体のアメリカ・モデルを導入し
た顧客消費者団体が、現在約 34 万 5000 人
の会員を擁して成功を収めていること、しか
もそれが、EU の首都であり、BEUC の本部
が位置するブリュッセルに所在する地の利
から、ヨーロッパの消費団体の中でも有力
な存在として位置づけられていることを指
摘した。

フランスについては、CU をモデルとす
る UFC、およびその周辺の消費者団体など
として、消費・住宅・環境 (CLCV) と全
仏消費者機構 (**Institut National de la
Consommation: INC**) を概観した。同国
では、CU に起源を持つ消費者団体のアメ
リカ・モデルは、他国より遅れて 1960 年
代以降に導入され展開されることとなっ
た。しかもその際に、民間にすでに 4 つの
源流を持つ多様な消費者団体が存在する
とともに、政府も消費者問題への関与が
積極的であった。その結果、顧客消費
者団体であるとともに連合団体でもある
約 50 万人の会員を擁する UFC、およ
び政府系の法人である INC が、とも
に製品テストに基づく消費者情報を提
供するという、アメリカ・モデルを他
国とは異なった形で展開していること
を指摘した。

イタリアについては、CU をモデルと
するアルトゥロ・コンスーモ、および
周辺の機関として、全国消費者利用者
評議会 (Il Consiglio Nazionale dei
Consumatori e degli Utenti: CNCU)
について概観した。同国には、消費
者団体のアメリカ・モデルを採用した
顧客消費者団体であり、約 30 万人
の会員を擁し組織基盤が相対的に強
固なアルトゥロ・コンスーモ以外
にも、市民消費者団体の傾向が強い
ものも含めて、多様な消費者団体が
存在している。このことは、CNCU
の存在によって、それらの消費者
団体が政府から資源を獲得することが
可能となっているからである。しか
がってそのような政府と消費者団体
の関係においては、アルトゥロ・コ
ンスーモすらも、他国のアメリカ・
モデルを採用した消費者団体と違
って、政府から自立した存在となり
ていないことを指摘した。

なおこの論文では、以上の 5 つの
消費者団体をヨーロッパの主要な
消費者団体として

論じる前提として、上記の 4 つの
国際組織に加入する 112 の消費
者団体ないし関連する機関の
リストを付している。

最後に、この論文は、消費者
団体のアメリカ・モデルが限界
を迎えている可能性があること
を指摘した。具体的には、これ
らの消費者団体の会員が高齢
化しており、若い消費者にと
っては製品テストに基づく消
費者情報が経済的便益にな
っていないということである。
このことは、経済的便益を
選択的誘因とする公共利
益団体としての消費者団体
にとって、存続を左右しか
ねない問題となっている
と言える。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び
連携研究者には下線)

[雑誌論文](計 3 件)

井上 拓也

消費者団体のアメリカ・モデルの
ヨーロッパにおける受容と展
開、茨城大学人文社会科学部
紀要・社会科学論集、査読無、
1 号、2017 年 9 月刊行予定。

井上 拓也

消費者団体のアメリカ・モデル
の再検討、茨城大学人文学部
紀要・社会科学論集、査読無、
60 号、2015 年、37-48 頁。

井上 拓也

公共利益の実現における誘因
の種類、茨城大学人文学部紀
要・社会科学論集、査読無、
56 号、2013 年、11-25 頁。

[学会発表](計 2 件)

井上 拓也

日本の消費者団体 - 比較の視
点から、内閣府消費者委員会
「消費者行政における新たな
官民連携の在り方に関する
ワーキング・グループ」、
2015 年 6 月 9 日、内閣府

井上 拓也

日本の消費者政策と消費者
団体 - 比較の視点から、第
116 回関西公共政策研究会、
2014 年 9 月 6 日、京都大学

[図書](計 2 件)

Takuya Inoue

“Japanese Consumer Movement”,
Stephen Brobeck and Robert
Mayer eds., *Watchdog and
Whistleblowers: A Reference
Guide to Consumer Activism*,
Greenwood, 2015, pp.277-280.

井上 拓也

「利益団体の発達と変容」など
5 項目、吉野孝・谷藤悦司・
今村浩編『論点日本の政治』、
東京法令、2015 年。

〔産業財産権〕

○出願状況（計 0 件）

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

○取得状況（計 0 件）

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

6．研究組織

(1)研究代表者

井上 拓也 (INOUE, Takuya)
茨城大学・人文学部・教授
研究者番号：70291284

(2)研究分担者

なし

(3)連携研究者

なし

(4)研究協力者

なし