

消費者像の多様性と「消費者市民」(1)¹⁾

松 岡 勝 実

1 はじめに

近時、消費者・生活者を主役とした社会、「消費者市民社会」ということばが注目を集めている。2008年の『国民生活白書』は、日常生活の様々な面において(食生活、移動、購買、情報伝達等)、人・モノ・カネ・情報が大量に地球の規模で対流しているおり、それぞれの相互依存がますます強まる現代社会状況を背景に、「消費者市民社会への転換」を提言する。白書によれば、「消費者市民社会」は、個人が、消費者・生活者としての役割において、…社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味し、「そこで期待される消費者・生活者像は、…消費や社会生活、政策形成過程などを通じて…社会の主役として活躍する人々である」という(内閣府2008)。

消費者市民社会とはいかなる社会か。本稿のテーマの前提となる課題である。まずわれわれの生活環境で、消費生活に着目してみよう。

食べるもの、着るもの、住まい、健康維持(医療)、金融、および移動の日常生活において、われわれは消費者として生活をしている。それらの消費過程では、自ら出向いて対面で商品・サービスを購入する(現実売買)以外に、取引の場として、ネット上でのショッピング、ネットオークションがあり、代金の支払いについてクレジットや電子マネーでの決済が行われる。代金そのものについても、通貨・貨幣以外に、一定に消費にともない蓄積されたポイント(疑似通貨)を利用すると、ポイントでの一部または全額の支払いが可能となる。海外渡航をしたければ、ネット上で航空券を予約、座席を指定し、ペーパーレスでチェックイン、支払いはマイレージでということになる。医師の診察を受けると、カルテは電子化され、患者にそのカルテは手交される。治療内容や処方薬についても複数の選択肢があり、患者は医者の説明を受けて自己判断において「医療サービス」を受ける。こうした生活は、一見して極めて便利であるかに見えるが、消費生活には常にさまざまな消費者問題(例えば、食品の偽装表示、悪質商法、個人情報流出、多重債務、欠陥住宅等)がつきまとう。

さらに消費生活は地球環境と無縁ではない。電化製品を選ぶときには省エネ水準のものに目を向ける。ガソリン車の利用を控えて公共交通機関や自転車を利用すれば、CO₂の削減に貢献できる。小麦1kgを生産するのに農業先進国では1000ℓの水が必要であると推計されている。小麦1kgの消費は1000ℓの水資源の消費をもたらすことになる。餌となる穀物も含めると牛肉1kgの生産の場合には、2000ℓもの水が必要であると算定されている。牛丼1杯をつくるのに、

1) 本稿は、松岡勝実『『消費者市民社会』における人間像』佐藤祐介=松岡勝実編『消費者市民社会の制度論』成文堂(近刊予定)を修正、加筆して、再構成したものである。

2000ℓの水を使用する。食料を輸入に依存する日本は、同時に世界の水を仮想的に輸入していることにつながる。日本が輸入している食品の生産に必要な水(仮想水)は6400億 m^3 /年である。日本国内の水需要は鈍化しているが、世界的に見ると、急激な人口増加と地球温暖化で、多くの国々が深刻な水問題に直面している。われわれの消費行動は、グローバルな食料事情と、その外延において空気や水のような自由財の消費にも強くかかわっているのである。

以上の消費生活の側面の他に、社会的側面を考えてみよう。家族・親族はわれわれの接する最小の単位の社会であるとも言えるが、ライフスタイルの変化や少子高齢化で、夫婦、親子、育児、扶養、関係についての状況は、先行き不安を増すばかりである。さらにその外延には、地域、コミュニティ、国、地方公共団体、職場というさまざまな環境が取り巻いているが、われわれの消費生活を支えるネットワークは弱体化の一途をたどっている。国の財政赤字、格差社会といわれる貧困問題、深刻なまでの雇用環境の悪化、若者の経済的自立の困難、高齢化社会における医療・介護等の諸問題が山積している。

経済的な面はどうか。90年代からはじまった規制緩和によって、派遣労働、ニート、フリーターの増加、失業の長期化等によって、かつての終身雇用から、労働市場が変容した。アメリカのサブプライムローンの破綻による市場の失敗は、世界的な不景気をもたらした。自由市場と自己責任を重視する自由主義的世界観は危うくなってきており、暗い世相イメージが瀰漫しつつある。

さて、先の白書は、「消費者市民」が、①「経済の主体」として、効用や便益の大きい商品・サービス、企業を選好することによって望ましい競争と公正な市場を生み、その行動は個々の企業の競争力と国全体の力に結びつく、とする。さらに、②「社会を変革する主体」として、社会問題への解決、困窮者への支援、人々と社会へのつながりの重視などの社会的価値の高まりの伝播者となって、社会構造自体の変革をもたらす、とする。そして、その変革の最終的な目的は、「市場や社会をより消費者・生活者主権の方向にすべく、消費者・生活者の行動並びに市場経済・社会の枠組みを消費者・生活者を中心に据えて組み立て直すことである」。消費者・生活者は、経済活動の主体であり、同時にその豊かさを享受しつつ社会を変革する原動力としての役割が求められている(内閣府 2008)。

日弁連も、かかる「消費者市民社会」の提言に同調・呼応し、2009年の人権擁護大会シンポジウムでは「安全で公正な社会を消費者の力で実現しよう～消費者市民社会の確立をめざして～」というテーマを掲げ、「消費者・生活者の視点を中心に据えた市場・社会のあり方」に関する議論を深めようとしている。

さて、本稿は、かかる消費者市民社会への提言を機縁として、消費者市民社会とその社会における「市民像」「人間像」をいくぶん解き明かそうとするものである。

消費者市民社会という語は、いくつかの語の組み合わせで成り立っている。まず、「消費者市民」は「消費者」と「市民」に、「消費者市民社会」は「消費者の市民社会」と「消費者市民の社会」とに分解しうる。「市民社会」の概念についても相当な考慮が必要である。「社会と人間との関係」も問われなければなるまい。いずれも根本的な問題である。しかもこれらは特定領域の術語ではないから、関連諸科学での議論も盛んである。それらをすべて網羅して検討することは、筆者の能力の範囲をこえている。本稿は、筆者の関心に的を絞り、「消費者市民」に論及するものであることを断っておかなくてはならない。

ところで、民法は「私法の一般法である」「市民社会の法」とであると定義される。私法は、国家と市民との関係を規律する公法と対比され、民法は、通常、国家とは峻別されるところの市民社会—歴史的に言えば、近代市民革命後の「近代社会」—を規律する近代私法、とくに「近

代民法」のことを指す(川島 1965, 6; 星野 1998, 102)。

近代民法は、市民社会の関係を規律しているがゆえに、近代市民社会の法秩序を体現している。そこで、先達の研究に依拠しながら、民法ないし民法学が前提としてきた市民社会のモデル、市民社会の法秩序、そこで措定してきた人間像を観察の「窓」とすることにしよう。

2 市民社会・市民像の変容

2-1近代市民社会の法秩序

(1) 社会規範としての法秩序

人間は孤立した個人で生活することはできない。人間は、家族をつくり、他の市民と一緒にあって共同体を形成し、経済的活動を通じて、生活上の欲求をみだす。ばらばらの個人の行動では成し遂げられないようなことが、社会的に組織された行動によってはじめて可能になる。未開な社会においてすら、狩猟や漁労における協働的活動が、互いの生活基盤をより強固にしてきたことは自明である。さらに、人類は、その組織的行動の過程において、生存のためだけではなく、倫理的存在として、精神的価値や生き甲斐を見出し、より豊かに生きることで進化を遂げてきた。人類が動物界においてこの地球上に君臨することができたのは、その結合として「社会」「社会秩序」「社会組織」を発展させてきたことにある。

社会形成(人と人との結合)は交渉によってなされるが、その交渉を成立させるためにはどうしても守らなければならない一定の要件がある。素朴的には、他人の物を盗んではならないとか、お互いを傷つけてはならないとか、隣人の損失に基づいて利益を得てはならないとか、という行為規範ないし社会規範(=秩序)である。この秩序において、個々の行動はパターン化され、その正当性が規範的に保障され、各自の欲求が平和裡にみだされる。法制度は社会組織の一種であると説明されるところである(ヴィノグラドフ 1972, 17; 碧海 1967, 40-43)。

近代市民社会における、法秩序もその構造においてこれと本質的に異なるものではないが、制度的にははるかに複雑かつ重層的なものとなる。

秩序なり組織は、しばしば個人の意図や願望をこえてあたかも、社会が実在するかのようになり「物的に」個人にのしかかってくることがある(碧海 1967, 40-43)。しかしながら、社会それ自体に「意思」なるものがあるわけではない。この意味において、「法秩序」「法制度」そのものに物心性ないし物神性があるわけでもない。社会は、さまざまな作用の総合であって、究極的には、社会は個人の意思や行動に還元されるというべきである。

とすれば、市民社会においては、市民がその法秩序においてその行動が承認されている側面と、その構成員であるひとりひとりの市民の意思や個性が同定される、という側面があるということに注意しておく必要がある。

(2) 国家と分離した経済領域としての市民社会

近代市民社会の観念は、周知のようにフランス革命を経てフランス民法典に具現化した市民社会のモデルをはじめとして、西欧社会で発展してきたものである。

市民社会は、本来、封建的共同体の束縛から解放された・自由にして平等な独立の都市市民により形成された社会であり、それまでの絶対主義国家と対立するのみならず、政治共同体である国家とも対立する。そしてその社会の担い手である市民は、自己完結的で自律的な原始論的人間であり、理性的かつ利己心をもって経済利益に関心を向ける主体である(木下 1999, 7ff)。市民は、中世の領民とは異なり、村落や同業者組合から独立して、経済活動を営み、内面の意

思によって生活を開拓し幸福を求めてゆく存在である。

市民社会の経済基盤は資本主義経済である。それゆえ市民社会は、資本主義経済社会としての市民社会として把握されることがある(マルクス)。近代市民法の法秩序は、資本主義経済における商品の等価交換を法的に保障するために、商品交換の主体として「人格の自由」、その客体としての「所有権の自由」、その媒介手段としての「契約の自由」、そして契約自由の裏面として「過失責任の原則」を基本原理として成立している。特に契約自由の原則は、メーンが「身分から契約へ」と整式化したように、近代社会の思想的基盤として、個人の自由意思に基づく契約関係の社会の法秩序として強調される場所である。かような構造転換は、それまで個人が共同体に吸収されていた社会から、個人それ自体を尊重する社会への転換でもあった(笹倉 2007(下), 33)。

この法秩序は、国家と市民との関係を規律する公法と対比され、市民社会と国家の分離にも対応している。要するに、市民社会は国家の介入を受けることなしに自由に社会関係を形成することが認められた経済的社会領域である(板橋 2000, 2)。

法秩序と人間観は照応するところがある。民法における人間像は、現実の人間像ではなく、類的なものである。人間は自律的な存在であるという形而上学的特徴を共通とし、この共通の特徴と矛盾するすべての現実性(例えば職業・性別、貧富等々)は、人間にとって非本質的なものとして扱われ、自己自身を決定しうる自由な存在が「人間の本質」とされる。人間の生存に対する民法の秩序は、人間の現実から出発するのではなく、人間を抽象的に自由な存在として前提する、「人間の本質」に照応する自由秩序であり、人間の現実がどうであるかを考慮しない自由秩序である(大橋 1970, 159)。

(3) 抽象的人間観・法秩序と現実世界の倒錯

かような「抽象的自由を中心とする法的人間像」と法律上の可能性は、事実上の可能性と同視される傾向を生み出した。法形式的な契約自由はあたかも現実の契約自由とみなされる。利己的、知性的、活動的で、自由なものであると考えられた人間は、それがゆえに現実に互いに平等であると観念される。契約当事者は、鏡に映る人のようにお互いに対称かつ平等であり、法的な生活においては、お互いの役割が変わろうとも、また取引が千遍となく繰り返されるにせよ、「あやしい亡霊のように、いつも対等な人間が相対峙するのである」(ラードブルフ 1962, 8-9)。

そもそも、原子論的個人が自由に契約内容を決定し、契約条件は当事者の自治に委ねられていたという古典的契約観が、現実に、近代市民社会における典型的な契約であったかどうかについては疑問視されており、多分にそれは思想的なものであるといわれている(内田 2000, 26ff, id 1990)。

「現実の契約の背後には、今も昔も様々な社会関係が存在していて、そのおかげで契約の実効性や有効性が担保されている。これは契約だけではなく、そもそも資本主義というものの自体が、様々な社会的倫理や信義の観念、社会的『連帯』の中ではじめて成立し発展したのである…ところが個人の意思を極端に尊重する意思主義、あるいは個人主義的自由主義の思想は、そういう社会的な条件をすべて排除して、意思だけに純化された契約像を作ったわけである。／なぜそのようなものを作ったのか、それは、その思想が誕生したのが、まさに自由で自律的な個人の尊重を高らかに宣言した時代であったからである。古典的契約モデルは、そういう時代にふさわしい契約モデルであった。しかし当時であっても純粋に主体的な意思だけで形成されるような契約が、現実の社会で典型的契約であったかどうか疑わしい」(ibid. 28-29)。

2-2だれのための近代市民社会であったか

近代市民社会の人間像は典型的にはだれを指していたか。近代市民社会の担い手として市民の原型は「独立自営農民」「独立の小生産者」「土地所有者または家族経営の小商工業者」であった。無産者や女性は市民から排除されていた。ここでの市民は、財産と教養に恵まれた家長(男性)であって、家長は家族の統率者であるが、家族それ自体は今日のような消費単位としての家族ではなく生産単位としての家族であった。家長は、家族の生産活動を統括し、市場で生産物を売りさばく。家長間には、互換可能性があり、平等で自律的な市民による財貨の交換が可能であった。こうした人間像は、確かに、資本主義経済社会としての近代的市民社会において適格的であった。しかしながら、実際には、その範囲とする人間像の射程も登場人物も限られていたのである。

日本民法典が制定された19世紀末の日本社会は農村社会であった。しかも、民法の対象とする市民は、非常に限られていた。そこでの「市民」は、「一般の人々」のことでなく、財産をもつ人々のことであって、「有産階級」(大土地所有者)を指していた。農業人口が総人口の70%を占めていた農村社会にあって、参政権を行使できた有産階級の市民は総人口のわずか1%に過ぎなかった。民法が制定された当時の「市民社会」のモデルは、少なくともその出発点においては、農村社会がモデルになっており、かつ対象とする市民は非常に限られていたということになる(大村 2003, 20)

さて、近代的市民社会は、西欧では19世後半には現代的市民社会への転換を開始する。まずは、近代市民社会の「狭隘性」を克服して「無産者の市民社会への参加とその役割増大が進み、市民社会の大衆化」の過程が進行する。イギリスにおける選挙権の拡大、フランスにおける家父長制度の解体、産業革命を通じた新しい「大衆」(多くは労働者)の登場などが現代市民社会の特徴として観察されている。そして、現代的市民社会は、第2次政界大戦後の高度成長時代を経て、その成熟期を迎える(吉田 1999b, 131ff)。その現代市民社会の特徴は項を改めて述べる。

ところで、日本民法典は、市民革命を経て成立したものでもなく、民族の法的確信や法慣行を表現したのものでもない。ましてや、日本民法典は、イギリス判例法の組織において見られるように、歴史的な「経験」「実践」「試行錯誤」によって確乎として保持されてきた「法の支配」「正義と公正」「救済の重視」「市民常識と理性の支配」といった伝統を汲み上げて成立したものでもない。日本民法はわれわれのなかから生まれたものではなく、明治政府が「近代化」=富国強兵という国家政策的見地から、「手段」として導入したものであった。空間的な市民社会の概念は日本民法典の構築においておよそ埒外であったし、その成立環境としては、国家主義的、官僚法学的な民法が重視される傾向があった。国民にとって日本民法典は、お上から与えられたものであって、国民の間に、個人と社会の関係において、個人の人権を中心とする近代市民法の精神は当時醸成されていなかった。西欧近代文明の恩恵を受ける可能性は生じても、日本民法典は当時の国民の日常生活とは無縁なものであった。

それゆえ、日本に「市民社会」「市民」の観念は成立するののかという根本的な問題が横たわっているが、本稿ではこうした問題に立ち入らない。いずれ日本は、外形的システムとしては100年以上、西欧流の市民法の伝統と法秩序を成功裡に継承してきた(あるいは移植した)といって大過ないと見られるので、システムとの関連で「市民社会」「市民」を論じることはできるだろう。また、市民社会と資本主義経済は表裏一体の関係にあり、日本が資本主義経済を基盤として発展してきている以上、世界の資本主義社会の構造変化と日本社会は無関係ではないから、経済構造の変化を通じて「社会」を語ることはできるだろう。

2-3現代市民社会における消費者の登場

現代市民社会モデルの特徴の1つは、産業構造の変化（綿工業から石油を中心とした重化学工業へ）と農村から都市への人口集中により、都市で生活する消費者の市民社会で占める比重が圧倒的に強くなったことである。

この構造変化は、企業の巨大化にともない労働者が、「労働力商品」の主体として市民社会に登場したことと密接に関連する。生産主体が家族から企業に置き換えられ、大量生産は、販路を拡大し（流通革命）、消費を呼び込み大量消費を必要とする（しなければ持続的に企業活動ができない）。すると、消費主体が市場で取り結ぶ法的関係（消費者契約）の意義が格段に大きくなってきた。消費者が市民社会に本格的に登場するようにいたる。こうした現象は、1960年代からはじまり、70年代以降、特に顕著になる。大量生産、大量販売、大量消費を背景にした「豊かな社会」「消費社会」と表現される社会が到来したのである（吉田 1999a, 35ff; id. 1999b, 136ff; 竹内 1975, 8ff）。さらに、農村・漁村からの都市への人口の移動と流通革命は、交通手段の高度化により人的物的双方交通が格段に進歩し、農村・漁村の生活においても、所得格差、地域格差が縮小し、いわば国土全体の生活が、均質化、都市化してきたことが指摘される（竹内 1975, 10）。

もう1つの特徴は、近代市民社会において家長間が取り結ぶ、互換性のある法的関係のみを処理していた民法が、より広く日常の生活部分をサポートするようになったことである。これまで、家族や地域共同体が担っていた機能が、それらの弱体化・希薄化により、各種の日常のサービス産業によって（外食産業、便利屋、シルバー産業など）代替されるようになった。共同体によって市場外で行われていたサービス（役務）が商品化され、市場的に供給されることになれば、市場の拡大・開拓とともに、市場の論理が日常生活により深く浸透してゆく。経済領域（市場）の拡大は、近代的市民社会の空間的拡大を意味するとともに、その法秩序を構成する民法の扱う「社会関係の拡大」と「法的空間の拡大」ともなうことになる（吉田 1999b, 313ff）。

現代市民社会において、民法が制定された当時の「農村」をモデルとした社会は、「都市」で生活する消費者が取り結ぶ社会を平均的モデルとした「消費者の社会」に漸進的に変容してきたといつてよいだろう。

消費者の社会において、「人々の多くは、すくなくとも意識の上では、生活中心に『自己』を据えて、消費生活を重視し、緩やかな家族生活・希薄な社交生活を望んでいる」と評言しうる（大村 2003, 131）。

2-4公共圏としての市民社会

現代的な意味での「市民社会」論に少しふれておこう。市民社会の意味については様々なアプローチが考えられるが、さしあたり市民社会は3つの領域に分けられる。①市場経済としての市民社会、②政治共同体としての市民社会、そして③自由な意思に基づく非国家的・非経済的市民社会である（吉田 1999b, 107ff; 星野 1998, 115ff）。③は、「公共圏」として論じられる市民社会であり、市民社会を「空間概念」（「関係概念」の市民社会と対比されるものの）として把握しようというものである。公共圏（公共性）は、私法的に構築された、マルクスのいう労働・資本・財の市場を通じて操作される経済社会ではなく、むしろ自由な意思に基づく非国家的・非経済的な「結合関係」「連合体」「結社」を制度の核心とする（ハーバーマス 1994, 「1990年新版への序言」; 花田 1996, 151ff; 広瀬 2006, 255ff）。市民社会は、公共圏のコミュニケーション構造を媒介として民主的に構成され、立法、司法の領域にも属さず、市民のもつ多重の自己

認識を無数のばらばらな課題に分解することなく、市民が合意する共通の利益を平和裡に表現できるよう支援する(エドワーズ 2008, 31, 114, 127)。

民法は、①の経済領域としての市民社会をモデルとしているが、そのみに限定されるものではなく、近代市民社会から現代市民社会への構造変容のなかで、最近ではますます③の公共圏としての非経済的市民社会の重要性が顕著なものとなってきている(吉田 1999b, 109)。③の市民社会は、事実概念としては「自律した人間(個人)の自発的団体が形成する社会」(消費者団体、環境保護団体、人権擁護団体など)であり、理念的な面では、「自由で平等な人間の、人間らしい生活、人間にふさわしい真善美聖等の価値の探求、広く現在・将来の社会(国際社会を含む)の福祉を求めて連帯する」意義がある。そして、連帯の面で、市民社会の団体のあるべき姿・特色を論じれば、1つの目的によって、国籍、貧富の差を問わず、能力や特色に応じて、1つの体のように働き、身体に弱い部分と強い部分があるようにお互いの存在を許容しつつ、苦楽を共にできる団体(「共生社会」に近い)が描写されるのである(星野 1998, 115-128)。

3 民法における人間像の具体化・多様化

近代民法における「人間の地位」は、「自らの意思により自由に自己に関する私法関係を形成しうる立法者」であり、「知的・社会的・経済的力の差異が考慮されていない『抽象的人格』」をもつものである。そして、その背後にある人間像は「理性的・意思的で強く賢い人間像」であると描写される。しかし、自由な経済活動の進展にともなって、社会的・経済的格差・不平等が顕著になって、もはやこうした人間像は維持しえなくなった。「使用者と労働者」「土地・建物の所有者とその賃借人」「売主(企業)と消費者」の3つ類型において、契約両当事者の自由・平等を前提とする契約諸理論は破綻する。現代法における人間は、法的人格としては、「自由な立法者から保護の対象へ」「法的人格の平等から不平等な人間へ」、その背後にある人間像は「理性的・意思的で強く賢い人間から弱く愚かな人間へ」と、「具体的人間像」に変遷していると要言できる(星野 1983, 125ff)。

かくして、現代法は、個人を抽象的な人格から貧富・強弱・賢愚の差別ある具体的人間と見て、人間らしい生存能力を保障するようにいたり、その限りにおいて、近代市民法秩序を形成してきた「所有権の自由」と「契約の自由」は、社会的統制に服するようになったのである(我妻 1965, 47; id. 1954, 12)。

新しい人間像は、それ以前の人間類型よりも「はるかに生活に密着した類型であって、それにあっては、権利主体の知的・経済的・社会的な勢力関係というものもあわせ考慮され」、法律的人格が、社会的現実へと接近してゆくにつれて、権利主体もまた、社会的な、しかもいまや法律的にも意味のある多数の類型へと分裂」していく(ラードブルフ 1962, 11ff)。

現代法においては、「高齢者」「専門家と素人」「患者と医者」「投資者」「終末期医療の患者という人間」「胎児の人権」「情報化社会における人間像」というように、民法学においてこれまで想定されてこなかった人間像が次々とおこってきている。これは、法的空間の拡大、法の進展によって、民法が、それまでとらえていなかった人間関係・人間像を具体的にとらえるようになった結果である。「法における人間像」は、多面化・立体化し、1人の人間であっても見方によって多様な側面を映し出しており、あたかも万華鏡が映し出す図柄のようであると比喩されることがある(瀬川 2008)。

4 消費者という人間像

4-1消費者の特性

これまで見てきたように、市民社会の変容にともなって、法における人間像は変化してきた。特に、消費者は、「愚かな人間」「弱い人間」「具体的人間」であるという前提に立つ。かような人間像を背景として、消費者問題に対して、司法・立法・行政のすべての分野において、法的の保護が図られ、消費者保護法ないし消費者法という法領域が1960年代から発展してきたのは周知のとおりである。

例えば、一旦結んだ契約を撤回可能とする「クーリング・オフ」制度が、割賦販売法の改正(1962年)で導入され、その後、旧訪問販売法(現在の特定商取引法)、宅地建物取引業法などで採用され、その適用条件においても拡充が図られてきた。クーリング・オフは、今や消費者取引を規律する代表的な制度であるといつてよいが、これは「弱く」(無防備で)、「愚かな」(軽率な)消費者を前提としてそれを保護する手段であるとするのが一般的理解である(e.g. 河上 1996)。

消費者契約法(2000年)は、規制緩和の流れのなかで、「市場メカニズムを重視した活力ある経済社会」を標榜して、いわば国の政策全体と調和されながら立法された。とはいえ、同法はその目的において消費者と事業者との間の情報の質量、交渉力の格差を明文上認め(1条)、事業者の一定の行為により消費者が誤認又は困惑して結んだ契約を取り消すこと(4条)、また消費者の利益を不当に害する契約内容を無効とすることを規定している(8条)。クーリング・オフもこれまで消費者被害に活用されてきたが、その対象が個別の業法に基づく取引に限定されていたところ、行政規制だけでは不十分であるとの認識もあり、消費者契約法は、消費者契約を包括的に規律する民事ルールとして成立したものである。消費者契約法によって、「当事者の自己決定の尊重や公正な自由市場の環境の整備」が追求されるにしても、「経済的弱者保護と被害の適切な救済」に応えることもその理念として等価値で含まれていることが強調されてよい(河上 2000, 10)。

そこで、消費者の保護と救済においては、消費者のどのような特性・属性が想定されているのか少し考えよう。

消費者は、生産者・供給者という対立概念からすると、「他人の供給する物資・役務を消費生活のために購入・利用する者」であり(竹内 1995, 12)、その行為の目的に照らすと、「消費者とは、営業とは直接には関連しない目的のために行為する者」と定義される(大村 1997, 25)。消費者概念は、多様性がある、一義的に定まるわけではなく、相対的かつ可変的でもある。消費者と供給者は入れ代わる可能性があり、だれしものが「営業として」ある物品を購入する場合もあり、同一の商品を「消費者として」購入する場合もあるからである。消費者概念の外延は不定形で閉じられたものではないと思われるが、消費者保護の観点から共通要素を同定すると、「非事業目的ないし消費目的で、商品または役務を、取得または利用する者」という定義も成り立つであろう(鎌田 1997, 9-10)。

消費者の特性は、消費者を取り巻く環境と消費者の事情・能力からとらえることができる。まず消費者を取り巻く環境として(相手とする事業者側の事情とも重なる)、①商品の大量化、②商品の高度化・複雑化、③販売技術の進歩、④企業自体の大規模化、⑤消費者信用の発達、などが指摘される。この環境において、消費者側の事情・能力として、⑥消費者は日々生活を営む「生身の人間」である、⑦決定の際の判断能力の情報が不足する、⑧契約条件に関する交

渉の余地も乏しい, ⑨商品の比較選択の機会が失われる, ⑩決定のために冷静に熟考することが難しい, ⑪危険な商品・劣悪な商品, 不要な商品・期待はずれな商品を購入したり, 自己に不利益をもたらす不公正な契約条件に縛られたりすることも多くなる, ⑫生身の人間であるがゆえに傷つきやすく被害の回復が困難である, ⑬一方で紛争解決が困難である(泣き寝入りすることが多い), ⑭他方で負担転嫁も原則としてできない, ということなどが指摘されている(大村 1999, 14ff)。

4-2消費者=生活者論

消費者の⑥の特性と関連して, 消費者は生活者であるといわれる。消費者は生活者であるという把握は, 「経済活動の目的」「取引の主体の性格」「活動の実際」の3つの観点から分析することが可能である。つまり, 「経済活動の目的」について, 消費者と事業者の行動は経済活動という点では共通しているが質が異なる。事業者は「利潤追及が目的」であるが, 消費者の経済活動は, 「生活を維持することが目的」である。「取引の主体の性格」について, 事業者は組織体(個人事業者, 従業員, 組織の構成員, 暖簾, 経済価値のかたまり)であるが, 消費者は人間(自然人・生身の人間)である。「活動の実際」について, 事業者の行動は, 合理的, 組織的, 合理的に行われ, 生身の人間が取引を担当するにしても「役者」として行動する。他方の取引当事者である消費者は, 人間らしい生活を追及することが一方で考えられている反面では, 人間性の弱みを十分に備えて取引の場に登場している(正田 1999, 2ff; id. 1972, 28ff)。

さらに, 消費者が生活者であるということは, 取引の効果が, 消費者の日常生活・経済生活に直接的にあらわれることを意味する。これは, 消費者の特性の⑫~⑭とも関連する。高度成長時代に顕著になった欠陥商品による消費者被害の多くは, 消費者の生命・健康に甚大な被害を及ぼした。生活上の被害をこえて消費者の人生を奪うことすらある。多重債務問題は, 被害者の生活を経済的に破綻させ, 家族の崩壊, 精神疾患, 自殺にすら追い込む深刻な社会問題になった(松岡 2009)。悪質な商法は, 複雑化・巧妙化し, 市民生活を蝕み, 消えることはなく拡大の傾向すらある。こうした被害の救済と回復は, 困難さがともない時間もかかる。消費者の身体的経済的被害は, 事業者側のそれとは根本的に異なり転嫁することはできないのである。

4-3消費者=市民論

「消費者は市民である」と説かれることがある。その意味については様々なレベルがあるように思われる。

第1に, だれしもが消費者であるという特性において, 消費者=市民論が成立する。そもそも, 消費者は排他的なカテゴリーではなく, 人間の持っている一側面をとらえたものであり, 消費者イコール全国民という考え方も成り立つ(大村 1999, 28)。借地・借家人とか労働者のような人間は, ある特定の利害関係における一部の人間を指すが, 消費者はそうした市民の「部分集合」ではなく, 「全体集合」(またはその一側面)である(松本 1991, 31)。借地・借家人, 労働者が特定市民であるとすれば, 消費者は一般市民(不特定市民)と呼んでよいだろう。

第2に, 消費者には市民法(=民法)が適用されるという意味において, 消費者は市民である。市民法はそもそも, 労働者や消費者というような具体的人間像に配慮せず, 抽象的な「人」——「自律した人間」をその本質とする——を市民として措定するが, まさしくその抽象性のゆえに, 消費者という新型の具体的「市民」に対して, 市民法の諸概念や制度の適用があるという2面性を備えている。(後藤 2008, 34; 北川 1978, 8)

しかし, これまで見てきたように, 近代民法の想定する市民像=人間像は, 抽象的人格者(自

然人・法人)であって、具体的人間像たる消費者は、民法における人間像の原型とは一致しないところがある。民法における人間像の分化と、こうした消費者＝市民論は矛盾しないだろうか。分化した人間像は、市民論によって統合されうるのはか。民法ないし民法学において、「市民」の意味内容如何にかかわる問題である。

近代的市民社会における人間観＝古典的民法の人間像は、限定的であったために排除の論理を具えていたが、現代社会における市民像は、消費者を社会的に包摂しているともいえる。とすれば、民法における現代的市民像は、市民社会の変容とともに、塑性的に「消費者」概念に変形してきているといえるのではないだろうか。

第3に、「消費者問題」が立ちあらわれてきた状況における消費者＝市民論に目を向ける必要がある。伝統的な市民法秩序は、市民と市民の取引を想定しており、商品交換の当事者としてはいずれの側にも消費者として位置づけられていた。その意味で伝統的に民法は、「市民(＝消費者)と市民(＝消費者)」の関係、すなわち、消費者の等質性・互換性を前提とした消費生活を規律していたのである(伊藤 1977)。しかし、現代市民法における取引秩序では、「市民と市民」「企業と企業」という取引関係の他に、「企業と市民(＝消費者)」という取引関係がクローズアップされる。「企業と市民」の取引関係では、大量生産と生活の商品化によって、物品とサービスが企業から市民へ一方的に移動し、企業は組織的であるのに消費者たる市民はばらばらで力がない、対等性、平等性の保障がない。民法がかような問題状況においてどう対応するかという意味において、消費者＝市民論は把握される必要がある(加藤 1978, 64)。

第4に、市民法原理実質化のための、消費者＝市民論である。第2の、消費者に対する市民法適用論とも関連するが、市民法の間像が抽象的性格であるがゆえに、市民法は消費者にも適用があるという事情と消費者問題に市民法的アプローチが可能であることとあいまって、消費者法において、市民法原理の排斥ではなく、市民法原理の実質化を貫徹させる論調が主流になりつつある(後藤 2008; 鎌田 1997. cf. 谷本 2000)。その文脈において、「市民の自律」と「消費者の自律」は本質的に異ならないとする共通した人間観を見てとることができる。市民法の復権ともいべき議論における、消費者＝市民論である(実際には単純にイコールではないが)。これは、「弱く愚かな」消費者像とは表面上対立することになるが、理念のレベルにおいて両者は矛盾するものではないと説明することが可能である。項をあらためて議論する。

5 多様化する消費者像

消費者は、「愚かな人間」「弱い人間」「具体的人間」であり、すでに言及した特性を具えつつ、「保護を必要とする人間」であるとするのがこれまでの一般的理解であった。しかし、近時、消費者＝要保護者＝弱者論のみにとどまらない——あるいはそれを克服しようとする——、消費者像の議論の進展がある。

5-1 自律のために支援を要請する人間像

市民法の間像を維持しつつ、新たな消費者像を再構築する試みがある。先述の消費者＝市民論の議論における、第4の消費者像と関連する市民法的消費者観である。

市民法的消費者観は、現代社会における人間を、理念的には、「主体的に生活を築く存在」であり、根本的には「近代市民社会における自律の人間像」と根本的に異ならないとしつつ、企業などの社会的経済的力との関係の差(その意味で消費者は弱者ではある)という現実を踏ま

えて、消費者像をより一層具体的かつ多面的にとらえる。つまり、一方で、市場秩序において、消費者は、生身の人間としては、回復不能な損害を被りやすい「具体的」存在であるから、保護されるべきは生身の人間の「人格権や人格的利益」(身体・生命・健康・生活環境)であると、「抽象的人間から具体的人間へ転換した」「生身の人間」たる人格権侵害を回避するために保護を求める人間像として表現される。他方において、消費者契約関係では、単に「弱者」ではなく、「構造的な情報格差のもとで自己決定権利を奪われている現状を克服し、支援を得て自己の決定の主体になろうとする消費者」たる「自律のために支援を要請する個人」という人間像が提示されている(吉田 2008)。

市民法的消費者観は、「消費者を単なる受動的な保護の対象とみるのではなく積極的な権利行使の主体」と位置づけ、消費者私法の役割は、「弱い立場にある消費者に法的武器を与え、地位を向上させる、あるいは本来の地位を回復させる」(傍点・引用者)ことにあるとする、「消費者私法」の役割と重なる部分も多いと考えられる(松本 1991, 32)。

さらには、消費者は生身の人間としての現実があるにせよ、消費者を「弱く」「愚かな」存在であってはならないとし、市民がいかなる「場」で「いかなる相手」に対して特別の保護を求めているのかを見極めて、「市民の市民による《自己決定》の実質化のための法的担保が肝心で」あって、市民法原理を貫徹しようという見解がある(川角 1997)。ただし、この場合に「消費者」は、法規範的レベルにおいて相対的、副次的存在として位置づけられている。

(未完)

引用・参考文献

- 碧海純一1967『法と社会』中公新書。
 板橋郁夫2000『新版民法総則』成文堂。
 伊藤 進1977「民法学の新しい任務」法学セミナー271号109-113頁。
 ————1998『消費者私法論』信山社。
 内田 貴2000『契約の時代』岩波書店。
 ————1990『契約の再生』弘文堂。
 ヴィノグラドフ(末延三次=伊藤正己訳)1972『法における常識』岩波文庫。
 大橋智之輔1970「法哲学における『市民』の問題」矢崎光圀=井上茂編『法哲学講義』青林書院新社。
 大村敦志1997『消費者法〔第3版〕』有斐閣。
 ————1999『消費者・家族と法〔生活民法〕』東京大学出版会。
 ————2003『生活民法入門』東京大学出版会。
 ————2004『もうひとつの基本民法I』有斐閣。
 オッコー・ペーレンツ(河上正二訳)2001『歴史の中の民法』日本評論社。
 加藤雅信=加藤新太郎編2008『現代民法学と実務(中)』判例タイムズ社。
 加藤一郎1966「市民法の現代的意義」加藤一郎編『岩波講座・現代法8・現代法と市民』3-26頁。
 ————(発言)1978「討論・消費者保護と私法」私法40号49頁以下。
 鎌田 薫1997「『消費者法』の意義と課題」『岩波講座・現代の法13・消費生活と法』岩波書店3-22頁。
 川角由和1997「消費者保護における『消費者』概念と自己決定」松本博之=西谷敏編『現代社会と自己決定権-日独シンポジウム』信山社321-343頁。
 河上正二1996「『クーリング・オフ』についての一考察」法学60巻6号1178-1242頁。
 ————2000「『消費者契約法』をめぐる立法的課題」私法62号11-24頁。
 川島武宜1965『民法総則』有斐閣。
 北村一郎編2006『フランス民法典の200年』有斐閣。

- 北川善太郎1978「消費者保護と民法」私法40号6-25頁.
- 木下 毅1999「市民法秩序からポストモダン法秩序へ」長谷川見編『市民的秩序のゆくえ』北海道大学図書刊行会.
- 後藤卷則2008「消費者のパラドックス」法律時報80巻1号33-39頁.
- 瀬川信久（発言）2008「《座談会》法における人間像を語る」法律時報80巻1号4-32頁.
- 笹倉秀夫2007『法思想史講義〈上〉〈下〉』東京大学出版会.
- 正田 彬1972『消費者の権利』岩波新書.
- 1999「消費者行政の理念を語る」神奈川大学法学研究所・研究年報17号1-22頁.
- 竹内昭夫1975『現代の経済構造と法』筑摩書房.
- 1995『消費者保護法の理論』有斐閣.
- 谷本圭子2000「民法上の『人』と『消費者』」『民法学の課題と展望』成文堂73-92頁.
- 独立行政法人国民生活センター編2008『消費生活年報2008』.
- 内 閣 府2008『平成20年版国民生活白書〔消費者市民社会への展望－ゆとりと成熟した社会構築へ向けて－〕』.
- 日本消費者教育学会編2005『消費生活思想の展開』税務経理協会.
- 花田達郎1996『公共圏という名の社会空間』木鐸社.
- 平井宜雄1995『法政策学〔第2版〕』有斐閣.
- 広瀬清吾2006「市民社会論のルネサンスと市民法論」林信夫＝佐藤岩夫編『法の生成と民法の体系』創文社251-294頁.
- 星野英一1983「私法における人間」『岩波講座・基本法学1・人』岩波書店125-173頁.
- 1998『民法のすすめ』岩波新書.
- マイケル・エドワーズ（堀内一史訳）2008『「市民社会」とは何か』麗澤大学出版会.
- 松岡勝実2009「盛岡市との連携による消費者問題の取り組み」岩手大学生涯学習論集5号22-36頁.
- 松本恒雄1991「消費者私法ないし消費者契約という概念は可能か必要か」椿寿夫編『講座現代契約と現代債権の展望6・新種および特殊の契約』日本評論社1-34頁.
- 村上淳一1997『法の歴史』東京大学出版会.
- 山本良一編2008『みずのものがたり』ダイヤモンド社.
- ユルゲン・ハーバーマス（細谷貞雄＝山田正行訳）1994『公共性の構造転換』未来社.
- 吉田克己1999a「民法のなかの人間：総論－近代から現代へ」法学セミナー529号34-51頁.
- 1999b『現代市民社会と民法学』日本評論社.
- 2008「市場秩序と民法・消費者」現代消費者法1号67-78頁.
- ラードブルフ（桑田三郎＝常磐忠充訳）1962『ラードブルフ著作集5・法における人間』東京大学出版会.
- ロビン・クラーク＝ジャネット・キング（沖大幹監訳＝沖明訳）2006『水の世界地図』丸善株式会社.
- 我妻 栄1954『債権各論（民法講義V1）』岩波書店.
- 1965『新訂民法総則（民法講義I）』岩波書店.