

「国民生活研究」第 60 巻第 1 号（2020 年 8 月）

〔巻頭言〕

「国民生活研究」発行 60 巻によせて

独立行政法人国民生活センター理事長 松本 恒雄

1 「国民生活研究所」と「国民生活研究」の発行

独立行政法人国民生活センターは、本年 10 月に特殊法人国民生活センターとして設立されてから 50 周年を迎える。ところが、国民生活センターが発行している「国民生活研究」誌は、本年 8 月にその第 60 巻第 1 号を送り出す。というのも、「国民生活研究」の第 1 巻第 1 号は、1962 年 4 月に発行されているからである。

これは、国民生活センターの前身である特殊法人国民生活研究所が同年に設立されたことによる。もっとも、国民生活研究所法が公布され、即日施行されたのが同年 4 月 16 日で、設立登記を経て研究所が正式に発足したのは同年 6 月 1 日なので、最初の 2 号分ほどは、特殊法人国民生活研究所のさらに前身であって 1959 年に設立された「社団法人国民生活研究所」（1961 年に改称するまでは「社団法人国民生活研究協会」）から発行されている。それなら、第 60 巻の発行は 2021 年になるはずであるが、そのからくりは後述する。

社団法人国民生活研究所の当時の会長であり、設立当初の特殊法人国民生活研究所の会長を務めた松隈秀雄氏（元大蔵事務次官）は、第 1 巻第 1 号巻頭の「『国民生活研究』の発刊にあたって」において、研究所の初年度の事業計画として、官民の委託調査のほか、独自の調査研究に力を注ぐために、すでに「生活環境整備研究委員会」と「地域経済研究委員会」が発足しており、「国民生活動向調査」も準備していると述べている。「国民生活動向調査」は、国民生活センターにも引き継がれ、2013 年度の第 41 回調査「くらしと海外」まで毎年テーマを決めて行われてきた。2014 年度以降は、消費生活センター及び消費生活相談員を対象とした調査が、毎年テーマを決めて行われている。最新の 2019 年度は、「消費者被害の防止や救済のための見守り事業に関する現況調査－消費者安全確保地域協議会の取組を中心に－」である。

さらに、松隈氏は、「機関誌『国民生活研究』を発刊いたすことにしました。これは、先学諸賢の国民生活に関する研究及び調査を、広く関係方面に紹介し周知せしめるとともに、当研究所の調査研究を公表する場とし、これによって厳正なるご批判を賜わり、ご指導、ご鞭撻を仰ぐよすがといたしたいと考えておるからです」と、「国民生活研究」発刊の趣旨を述べている。

2 消費者政策の節目としての 1962 年

「国民生活研究」の第 1 巻第 1 号が送り出された 1962 年は、世界及び日本の消費者政策の歴史にとって重要な年であった。

アメリカのケネディ大統領が、1962 年 3 月 15 日に「消費者の利益保護に関する特別教書」を連邦議会に送付した。特別教書では、冒頭、「われわれみんなが消費者だ。経済活動の 3 分の 2 が一般消費者の消費によって行われている。にもかかわらず、組織されていないためにその力を発揮できず、その意見を聞いてもらえない。」と消費者の特性を明らかにしている。その上で、消費者には 4 つの権利、すなわち、「安全である権利」、「知らされる権利」、「選択する権利」、「意見を聞いてもらう権利」があることを宣言し、消費者の権利保護のための立法の必要性を力説している。現在、3 月 15 日は、コンシューマーズ・インターナショナル（CI = 国際消費者機構）の提唱によって、「世界消費者権利の日」として世界中で祝賀されている。

日本でも、1960 年に発覚した鯨肉の大和煮の缶詰に牛の絵のラベルを付けて牛肉に見せかけていたという「にせ牛缶事件」を契機として、一般消費者を対象とした不当表示を迅速に規制するために、国民生活研究所法が制定されたのと同じ 1962 年に「不当景品類及び不当表示防止法」（景品表示法）が制定された。景品表示法の制定は、日本の消費者行政の黎明期を象徴する出来事である。同じ 1962 年には、1955 年制定の繊維製品品質表示法を拡充する形で、家庭用品品質表示法も制定されている。

第 1 巻第 3 号（1962 年 6 月発行）に掲載された経済企画庁調整局の安達五郎氏の「国民生活研究所法について－法律制定の意義とその内容－」によると、消費者のための施策を総合的な観点から審議するために、前年の 1961 年に経済企画庁長官の諮問機関として「国民生活向上対策審議会」（1965 年設置の国民生活審議会、2009 年設置の消費者委員会の淵源）が設置されており、それに次ぐ 2 本目の柱として、国民生活に関する調査・研究を行う国民生活研究所が設立されたと位置づけられている。そして、3 本目の柱として、これまでの各省による消費者に対する施策をより協力に進める新たな行政部局の必要性にも言及されている。これは、1965 年に経済企画庁国民生活局の調整局からの分離・独立として実現している（その後、2001 年内閣府国民生活局への移行を経て、2009 年消費者庁へと発展）。

そして、1968 年の消費者保護基本法の制定、1969 年の地方自治法の改正による消費者保護が地方公共団体の固有の事務（現在の自治事務）であるとの位置づけによって、日本の消費者政策のフレームワークが形成された。

3 国民生活センターの誕生と「国民生活研究」

1970 年 5 月 23 日に国民生活センター法が公布・施行され、同年 10 月 1 日に、設立登記を経て特殊法人国民生活センターが正式に成立した。国民生活センター法において、研究所はセンターの成立の時に解散するものとされ、その一切の権利及び義務はセンターが承継するとされた。

国民生活研究所の目的は、「国民生活に関する基礎的かつ総合的な調査研究を行ない、及びその成果を普及し、もつて国民生活の安定及び向上に寄与すること」（国民生活研究所法 1 条）とされていたのに対して、国民生活センターの目的は、「国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から、国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行なうこと」（国民生活センター法 1 条）とされ、「国民生活に関する情報の提供」がより重要な業務として加えられた。ここでいう「情報の提供」として、相談、商品テスト、相談情報の収集・分析・提供、広報、研修に関する業務が行われ、さらに、現在では、「重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施し、及びその利用を容易にすること」（いわゆる裁判外紛争解決業務、独立行政法人国民生活センター法 3 条）が行うべき業務として付け加えられている。

国民生活センターが引き継いだ業務の 1 つが、「国民生活研究」の発行である。「国民生活研究」は国民生活研究所の機関誌としてほぼ月刊で通巻 95 号まで発行され、第 9 巻第 10 号（1970 年 11 月発行）からは国民生活センターに引き継がれて第 10 巻第 3 号（1971 年 3 月発行、通巻 100 号）まで同様にほぼ毎月発行された。しかし、前述のように国民生活センターの事業分野の拡大によって、「国民生活研究」だけでその活動を代表させることが不可能となったことから、1971 年 2 月には、生活を取り巻く様々な問題について、地方公共団体の消費者行政職員や消費者運動のリーダーを主な読者対象として解説・評価・分析を行う雑誌として、「国民生活」の創刊号が発行され、同年 4 月から月刊誌となった。

そこで、1971 年 6 月から、「国民生活研究」は、従来の総合誌的性格から、国民生活センターの調査研究分野の専門誌へと装いを変えて、巻数も第 11 巻と改め、発行も年 4 回（6 月、9 月、12 月、3 月）の季刊誌となった。季刊「国民生活研究」は、国民生活センターが行った調査研究の成果と、外部の専門家にも門戸を開放してセンター内外の国民生活に関する様々な調査研究の成果を掲載している。

なお、「国民生活」は、2008 年 5 月号から、1981 年創刊の暮らしと商品テストの情報誌である月刊誌「たしかな目」と統合されて、「月刊国民生活」となり、2012 年 5 月号からは、紙媒体での発行を停止してウェブ版「国民生活」として毎月発行されている。

4 最近の「国民生活研究」

その後、「国民生活研究」は、2013 年度（第 53 巻）からは、年 2 回発行となり、毎年 12 月に発行される第 2 号を一定のテーマに基づく特集とする編集方針が採用された。ここで、編集テーマを一覧すると次のようになる。

- 2013 年度（第 53 巻）【特集】国境を越える消費生活相談
－ 越境消費者取引に関する相談とその解決に向けて
- 2014 年度（第 54 巻）【特集】進化・多様化する決済手段と消費者トラブル
- 2015 年度（第 55 巻）【特集】アジア諸国の消費者問題・消費者政策の動向
- 2016 年度（第 56 巻）【特集】広告に関する消費者問題
- 2017 年度（第 57 巻）【特集】成年年齢の引下げをめぐる消費者問題
- 2018 年度（第 58 巻）【特集】脆弱な消費者
- 2019 年度（第 59 巻）【特集】医療と消費者 ～コミュニケーションの重要性～

さらに、「国民生活研究」は、第 59 巻第 2 号（2019 年 12 月発行）から、紙媒体での発行も継続しつつ、センターホームページ上で掲載論文の公開を開始した。紙媒体としての「国民生活研究」のこれまでの主な読者は消費生活センターや研究者、大学等の研究機関であったが、ホームページに公開することで、掲載論文が閲覧される機会や他の論文に引用される機会が増えるとともに、論文投稿者のインセンティブになることが期待される。