



消費者運動

昔 今 これから

消費者運動の歴史 (戦後～1960年代)

田口 義明

Taguchi Yoshiaki

名古屋経済大学 教授・消費者問題研究所長

内閣府国民生活局長、国民生活センター理事等を歴任。名古屋市消費生活審議会会長。(公財)横浜市消費者協会評議員。編著『グローバル時代の消費者と政策』(民事法研究会)。



はじめに

わが国の消費者運動は、戦前の消費組合(現在の生活協同組合)の運動にその萌芽がみられましたが、より本格的には、戦後の深刻な食糧不足のなか、生活必需物資を確保する運動からスタートしたと言ってよいでしょう。その後、高度経済成長の時代に入り、さまざまな消費者問題が顕在化するなかで、消費者自らその権利・利益を守り実現する運動として展開されてきました。今日では、消費者運動の対象や取り組み手法も多様化してきています。本稿では、戦後の消費者運動の大きな流れと特徴を3回にわたって概観してみましょう。



消費者運動の立ち上がり期(戦後～1950年代)

(1) 1940年代後半：生活の基礎的需要の充足を求める運動

1945年の終戦直後、深刻な食糧不足と激しいインフレが進むなか、米の欠配に苦しむ大阪鴻池の主婦らにより「米よこせ運動(風呂敷デモ)」が行われ、後に関西主婦連合会(関西主婦連)の結成(1949年)につながりました。東京では、1948年、粗悪で火のつかない配給品マッチの出回りに抗議する「不良マッチ追放運動(おしゃもじデモ)」を契機として主婦連合会(以下、主婦連)が結成されました。

(2) 1950年代：組織化の広まりによる運動基盤の構築

1950年代に入ると、消費者運動を担う全国的な消費者団体が相次いで設立されます。

消費生活協同組合法の制定(1948年)を受けて各地で消費生活協同組合(生協)が活発な活動を始めましたが、1951年には、その全国組織として日本生活協同組合連合会(以下、生協連)が設立されました。また、各地域の婦人会が婦人の利益向上を掲げて次第に都道府県単位でまとまり、さらにその全国組織として、1952年全国地域婦人団体

消費者運動 略史 (戦後～1960年代)

年	主な出来事
1946年 (昭21)	●食糧メーデー(米よこせ大会)
1948年 (昭23)	●不良マッチ追放主婦大会開催 ●「暮らしの手帖」創刊 ●主婦連合会(主婦連)結成
1949年 (昭24)	●関西主婦連合会(関西主婦連)結成
1951年 (昭26)	●日本生活協同組合連合会(生協連)結成
1952年 (昭27)	●全国地域婦人団体連絡協議会(地婦連)結成
1955年 (昭30)	●三種の神器(洗濯機、冷蔵庫、白黒テレビ)ブーム ●森永ヒ素ミルク中毒事件 ●整腸剤キノホルムによるスモン被害発生
1956年 (昭31)	●「もはや戦後ではない」(経済白書) ●全国消費者団体連絡会(全国消団連)結成
1957年 (昭32)	●第1回全国消費者大会開催「消費者宣言」採択
1960年 (昭35)	●国際消費者機構(IOCU)結成(1995年から国際消費者機構(CI)) ●ニセ牛缶事件
1961年 (昭36)	●財日本消費者協会設立
1962年 (昭37)	●サリドマイド事件 ●ケネディ米大統領「消費者の4つの権利」宣言

連絡協議会(以下、地婦連)が結成されました。

1955年頃からは、日本経済は高度経済成長の時代に入っていきます。1956年の「経済白書」では、「もはや戦後ではない」と宣言されました。大量生産・大量消費のしくみが広まり、生活が次第に豊かになっていく反面で、欠陥商品などによる深刻な消費者被害が相次いで発生しました。ヒ素の混入した粉ミルクを飲んだ乳児に多数の死者、中毒患者を出した森永ヒ素ミルク中毒事件(1955年)はその象徴的なものといえるでしょう。こうして本格的な消費者問題が登場してきました。

1956年には、生協連が中心になり、主婦連やその他の消費者団体も加わって、全国消費者団体連絡会(全国消団連)が結成されました。翌1957年には第1回全国消費者大会が開催され、「消費者宣言^{*1}」が採択されました。かくして消費者運動の基盤が整ってきたと言えるでしょう。



1960年代：「賢い消費者」をめざす運動

1960年代は、高度経済成長が進み、新商品が次々と発売されます。そうしたなか、商品知識が不足しがちな消費者と専門分化が進む事業者との間で情報力や交渉力の格差が拡大していきました。消費者運動は、この格差を実質的に縮小させるために、合理的な選択ができる「賢い消費者」をめざす活動に重点が置かれるようになります。

(1) 情報提供型消費者運動の展開

主婦連は、1950年に日用品審査部を設けて以来、商品テストに取り組んできましたが、1960年代には食品や食器などの安全性に関し問題提起をしていきます。

1961年には、日本生産性本部の消費者教育室から発展するかたちで(財)日本消費者協会^{*2}が設立されました。同協会は、消費者リーダーの養成などをめざした消費者教育事業を実施するとともに、商品テストの結果を情報誌(『買い物上手』、1963年以降は『月刊消費者』)に掲載する活動^{*3}などに取り組めます。

1964年には、消費科学連合会(消科連)が設立され、消費生活を科学的に考えることをめざし消費者講座などの実施に取り組めます^{*4}。

(2) 生活の合理化—新生活運動・生活学校

戦後の混乱のなかで、従来の因習を打破し生活を合理化しようとする「新生活運動」が生まれましたが、その推進に当たる(財)新生活運動協会^{*5}の支援により、1960年代半ば頃から「生活学校^{*6}」が全国各地に1,000校以上開設されました。生活学校は、地域の消費者グループとして、食品の安全、資源・リサイクルなど生活に係わるさまざまな問

消費者運動 略史 (戦後～1960年代)

年	主な出来事
1964年 (昭39)	<ul style="list-style-type: none"> 主婦連、粉末ジュースのうそつき表示を発表 消費科学連合会(消科連)結成 生活学校の開設始まる
1965年 (昭40)	<ul style="list-style-type: none"> アンプル入り風邪薬を飲んだ人のショック死事件が続発
1966年 (昭41)	<ul style="list-style-type: none"> 第1回物価メーデー各地で開かれる 主婦連、ユリア樹脂製食器からホルマリン検出 ビール瓶の破裂事故各地で起こる
1967年 (昭42)	<ul style="list-style-type: none"> ポッカレモン不当表示事件 3C(自動車、カラーテレビ、ルームクーラー)時代本格化
1968年 (昭43)	<ul style="list-style-type: none"> 消費者保護基本法制定 地婦連、100円化粧品「ちふれ」発売 カネミ油症事件(PCB問題)
1969年 (昭44)	<ul style="list-style-type: none"> 日本消費者連盟創立委員会結成 欠陥自動車問題発生

(注)消費者庁『消費者白書』を参考に筆者作成。

^{*1} 「ものの買手としての消費者、特に主婦の社会的責任は非常に大きい。もっと声を大きくして消費者の立場を主張しましょう。そして私たちの暮らしよい社会をつくろう」と格調高くうたわれた。

^{*2} 現在は一般財団法人。

^{*3} アメリカの消費者同盟(Consumers Union、2012年に団体名をConsumer Reportsに改称)による商品テスト誌“Consumer Reports”発行事業が参考とされた。

^{*4} 2012年消費科学センターと合併。

^{*5} 現在の公益財団法人あしたの日本を創る協会。

^{*6} 50人程度の主婦を中心とした学習・活動グループ。

題をめぐって運動を展開していきます。

(3) 不当表示追放運動—二セ牛缶事件と景品表示法の制定

1960年、「牛肉大和煮」と表示して販売されていた缶詰の中身がほとんど(当時廉価な)馬肉や鯨肉だということが判明しました*7。東京都の調査によれば、すべて牛肉を使ったものは1割ほどしかありませんでした。主婦連は、これを重大な問題ととらえ、缶詰協会や関係省庁に対し、うそつき缶詰の追放を求めるとともに、商品やサービスの不当表示を機動的に規制する法律の制定を求める運動を行いました。これが1962年、景品表示法の制定につながりました。

(4) 物価問題と生活防衛

1960年代は物価がじわじわと上昇し続ける時代でした。地婦連は、1952年の結成以来、社会や生活に関する幅広い活動を行っていましたが、この頃から物価問題、生活防衛など消費者問題への取り組みを強めました。その1つが化粧品をめぐる運動でした。

当時、市販の化粧品は、再販売価格維持制度*8の下でメーカーにより販売価格が固定されていました。そうしたなか、品質や原料が同等なのに価格に大きな開きがあることがマスコミで問題とされました。そこで、地婦連は、「賢い消費者」をめざす自衛運動として、1968年、100円化粧品を扱っていた会社と共同して安価な「ちふれ*9化粧品」を開発し販売を始めました。この活動は、1970年代には地婦連など消費者8団体による再販制度の廃止運動につながっていきます。

*7

「牛缶」の中身が偽であると分かったきっかけは、缶詰にハ工が入っていたとの苦情の申し出が東京都の保健所にあったことだった。調べてみると、ハ工の混入に加えて、中身が牛肉ではないことが判明した。このことから、「一匹のハ工が景品表示法を作った」といわれる。

*8

メーカーなどが卸売店や小売店に対して商品の再販売価格を拘束すること(再販売価格維持行為)は、独占禁止法により「不公正な取引方法」として禁止されているが、当時は、化粧品、歯磨きなどの日用品が適用除外商品として指定されていた。

*9

「ちふれ」という名称は、言うまでもなく団体名に由来。



〈参考文献〉

及川昭伍・田口義明『消費者事件 歴史の証言』(民事法研究会、2015年)第1章、第2章
日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編『キーワード式 消費者法事典(第2版)』(民事法研究会、2015年) XV
西村多嘉子・藤井千賀・森宮勝子編著『法と消費者』(慶應義塾大学出版会、2010年)第2章