

## F-12 消費者保護政策の基本的問題(第1報)

ノートルダム清心女大家政 小木紀之

目的 本報告では1970年代がまさに社会福祉、生活優先の時代であり、消費者主義の抬頭がめざましい中で、真に消費者福祉の確立が可能ならしめられるための方策としての消費者保護政策のあり方を追求していく。

方法 技術革新と大量生産・大量販売体制の確立は1960年代の高度経済成長至上主義の産物であった。しかし、一方ではこの技術革新と大量生産・大量販売の体制の定着化は事業者との取引関係において、消費者をいつそう弱い立場に追いやることになってしまった。巨大企業は、流通を支配するために次々と新しい市場政策を講じ、そのマーケティング戦略を展開している。消費者不在のマーケティング戦略の展開は、現実的に商品・サービスの購入と使用をめぐっての消費者被害の多発化をもたらしめている。この意味からも消費者保護政策の弾力的展開と、さらに企業行動に対する新たな規制強化が必要とされるようになった。

結果 わが国における消費者保護政策の弾力的展開を期す意味で外国における主要な個別政策—① Small Claim Court ② Class Action ③ Konsumentombudsman につき紹介しその検討を通じ、わが国における消費者保護政策のあり方を考へたい。