

目 次

はじめに——消費者法を学ぼうとする人にまず考えてほしいこと	1
1 自分が生きている世界と「消費」	1
2 大量「消費」がもたらしたもの	1
3 消費者法の存在意義	2
4 消費者・生活者・消費者市民社会——消費者としての自分	3
5 自分がすべきなのは？	5
Part 1 消費者法をどのように学ぶか？	7
I 自分の生活は「契約」によって成り立っている	8
II この本の構成	10
1 自分の消費生活の近辺	10
2 土台となる消費社会と世界	10
Part 2 自分の消費生活が誰かによって配慮され、 介入されているという事実	13
I 配慮？ 誰から？	14
1 消費者の権利	14
2 契約に入る前の規制	25
3 取引条件規制——約款規制	29
4 表示規制	31
5 行為規制——禁止・命令・民事規制	33
6 消費者団体訴訟制度——被害救済と拡大防止への支援	35
7 消費者教育——消費者市民の育成・消費者市民社会の生成	41

- II 介入？ 誰から？ 47
 - 1 便利な広告の課題——「便利さ」の名の下の広告 47
 - 2 行き過ぎた販売促進活動としての広告の問題 50

Part 3 消費者としての自分の権利を知る 55

- I 契約を学ぶ 56
 - 1 買い物と契約 56
 - 2 売買契約と契約書 57
 - 3 契約と約款 58
 - 4 売買契約と消費者の権利 60
 - 5 消費者の権利と契約の自由 61
 - 6 選択の権利と消費者 63
- II 消費者契約法を学ぶ 64
 - 1 どのようにしてこの法律はできたのか？ 64
 - 2 なぜこの法律は存在するのか？ 65
 - 3 「国民生活の安定向上」「国民経済の健全な発展」とは？ 66
 - 4 消費者契約法が定めていることは？ 68
 - 5 消費者契約法から学べることは？ 72
 - 6 新しい考え方へ 75
- III 特定商取引法を学ぶ 76
 - 1 いつ、なぜ制定されたのか？ 76
 - 2 「特定の商取引」とは何だろうか？ 78
 - 3 「特定の商取引」についてはどのような規制が行われているのだろうか？ 82
- IV 割賦販売法を学ぶ 93
 - 1 どのようにしてこの法律はできたのか？ 93
 - 2 なぜこの法律は存在するのか？ 94
 - 3 「国民経済の発展」とは？ 95

- 4 割賦販売法が定めていることは？ 96
 5 割賦販売法から見えてくること 102

Part 4 自分を取り巻く消費社会 105

- I 自分は何を消費しているのか？ 106
- 1 物・サービスの購入 106
 - 2 商品の価値とは？ 109
 - 3 生物の価値とは？ 114
 - 4 人間の価値とは？ 116
 - 5 「経済的利益」による侵食からの人生の解放 119
- II 自分を取り巻くデータ社会で何が起きているのか？ 120
- 1 「便利さ・利益・快樂」の対価としての「プライバシー提供」 120
 - 2 個人データ蓄積の結果「素晴らしい未来」が到来するのか？ 124
 - 3 「目指すべき未来」とデータ収集 129
- III 年齢は自分の消費生活にどのようにかわるのか？ 133
- 1 社会の変化と消費者相談の傾向 134
 - 2 高齢者の消費者被害とその救済の仕組み 135
 - 3 若者の消費者被害とその救済の仕組み 139
 - 4 高齢者と若者から消費者取引を考える意味 146
- IV 大量消費社会に流されていないか？ 147
- 1 どのようにして「真実」を知ることができるのか？ 147
 - 2 消費者教育推進法にはどんな役割があるのか？ 154
 - 3 自分はどのような社会で生きたいのか？ 159

Part 5 自分を取り巻く社会と世界 165

- I 消費社会と世界 166
- 1 商品の製造 166
 - 2 食 品 168

3	食品の産地表示を学ぶ——国産の法的意味	170
4	食品や製品の安全のために消費者は何ができるのか？	172
II	世界で起きる悲惨な出来事とSDGs	174
1	世界で起きる悲惨な出来事	174
2	SDGsとは何か？	174
3	SDGsの具体的な内容	177
4	SDGsの達成状況	184
5	いくつか、関連する事柄	184
6	最後に、日常を振り返ってみる	186
III	世界の国々から学べること	187
1	世界の消費者法	187
2	大量消費社会から脱却する試み	206
3	人間とその他の生物との関係	212
Part 6	一番大切なこと、忘れてはならないこと	223
1	消費者への配慮、権利と自律、そして消費の決定と責任	224
2	消費が環境に決定的な影響を与えるということ	225
3	自然環境の代替不可能性	228
4	経済的利益追求への疑問視	229
5	自分が生きる未来は「消費者」としての自分がつくる	230

おわりに——この本を読んでくれてありがとう

索引