

ブラジルにおける消費者権利保護と倫理的消費

小池 洋一

はじめに

経済活動の最終の過程、目的は消費である。その意味で消費者は主役であるが、経済力と情報量において劣っているため、一般的に生産者に対して不利な地位にある。さらに、食品添加物の増加、製品機能の複雑化など、生産物とサービスの変化は、消費者の生命、財産に対する損害のリスクを高めている。消費者保護は、交渉力の格差とそれに起因する生産者の不正な行為や消費者の不利益を予防、回復するための政策である。他方で、消費者は消費とそれに先立つ生産が引き起こす社会問題や環境問題に対して責任を負っている。社会、環境など他者に配慮した消費、すなわち倫理的な消費 (ethical consumption) または責任ある消費 (responsible consumption) が求められている。

経済自由化、グローバル化にともない、ブラジルでは高度な消費社会が到来し、人々は豊かな消費生活を享受している。個人消費が経済成長を牽引している。政府、研究機関、企業者団体は中間層の拡大を誇らしく語っている⁽¹⁾。しかし、条件付き現金給付などの貧困政策によって貧困人口は減少し、分配が公正化したとはいえ、ブラジルにはなお著しい格差が存在する。所得により消費財へのアクセスには格差があり、そのことが犯罪など社会的暴力が一向に減少しない一因となっている。経済回復によって失業率は低下したが、不安定、不規則な労働条件のもとで働く偽装失業を含

めれば、失業人口はなお大きい。経済自由化にともなう輸入の増加と競争の激化は、小規模な生産者を苦境に追いやっている。所得の上昇に加えて、輸入品の増加とそのデモンストレーション効果⁽²⁾、さらに消費者金融の拡大によって、浪費と奢侈が広まり、このような行動が環境への負荷を増大させている。

ブラジルでは、消費者権利保護のための政策と制度が整備され、倫理的消費の普及、そのための消費者教育が積極的に行われている。消費者保護や倫理的消費は、初め非政府組織 (NGO) などによる社会運動として展開され、後に政府がそれを引き受けて制度化した。政府による政策や制度において、NGO はパートナーとして重要な役割を果たしている。ブラジルにおける消費者の運動はまた、民衆協同組合など連帯経済 (economia solidária) と密接な関係をもって実行されている。さらに、倫理的な消費を促進する消費者運動は、大量生産・消費を奨励、強制する消費主義、その背景にある資本主義のオルタナティブをめざす運動へと展開している。

本稿は、ブラジルにおける消費者権利保護政策と倫理的消費運動の展開を論じ、消費主義に対抗し社会と環境との調和をめざす、オルタナティブな消費の可能性と課題を明らかにするものである。第1節では消費者権利保護と倫理的消費の意義を、第2節ではブラジルの消費者運動と消費者

権利保護法制を、第3節は倫理的消費、生産者との連帯による消費を、むすびでは倫理的消費がオルタナティブな消費になるための課題を述べる。

I 市場経済と消費者

消費者は本来、市場経済において主権者の地位にある。消費は人々が主体的、自覚的にモノやサービスを選ぶ行為である。こうした消費者の選択的な行為が、企業に優れたモノやサービスの生産を促し、市場経済を普及させる。そのためには、多数の生産者が存在し、市場が競争的である必要がある。新古典派経済学の理解では、供給側が競争的であれば、消費者の利益は自動的に保障される。しかし、現実の市場は、一方におびただしい数の小さな消費者があり、他方にそれに比べれば少数の生産者があるというものである。加えて、科学技術の発展によって商品やサービスが複雑になり、それらを選択し利用するにあたって消費者にも高度な知識が必要になり、消費者はより脆弱な存在となった。消費者保護は、消費者と生産者の間の情報の質と量や交渉力の格差、それを背景とする生産者の不正な行為、それにとともなう消費者の不利益を予防、回復するための政策である。

このように、消費者は消費者保護政策の対象であるが、他方で消費者には倫理的な消費、責任ある消費が求められる。消費者は、ときに生産者の不正な行動によって被害を受けるが、モノとサービスの享受者である。生産者は消費者に向けてモノとサービスを生産する。したがって、消費者は少なくとも形式的にはモノとサービスの購入において選択の自由を持っている。消費者がいたずらに低価格を求めれば、生産者の労働条件を悪化させるかもしれない。生産者の反社会的な行為を助

長するかもしれない。消費を奨励する消費主義のまん延は、商品やサービスの大量生産・大量消費をもたらし、生産および消費の過程で環境に多大な負荷を与える。消費主義は、人間が無限の欲求を持つからではなく、経済が消費を不断に強制することによって成立しているからである。その意味で、浪費や奢侈、環境破壊の究極の原因は経済システムすなわち資本主義経済にあるが、その受益者である消費者にも責任がある。生産物やサービスが、国内外の劣悪な労働によって提供されているとき、消費者はその責任の一端を担っている。

倫理的消費には陥りやすい罠がある。柘植[2012]は、倫理的消費が持つ数々の問題点を指摘している。消費には文化を創造する、経済を発展させるなどの正の側面と、人間を貪欲にする、浪費や奢侈を生み出す、環境を破壊する、社会の不平等や格差を拡大するといった負の側面がある。倫理的消費は負の側面を乗り越える試みであるが、消費に「倫理的」という言葉が付されることによって消費が容認される、「エコ」を冠した商品が大量に生産されることによって環境が破壊される、倫理的であることを主張すること自体が自己顕示の手段となり顕示に基づく消費を促進する、倫理的消費そのものが商品になる、倫理的消費が強制される、などが起こる。その結果、環境破壊が深刻なものとなり、経済的理由で環境や社会に配慮した商品を買うことができない人々が差別を受ける。倫理的消費が持つこうした問題を克服するには、大量消費を正当化してきた従来の消費の倫理に代わる、新たな消費の倫理を確立する必要がある。

新しい消費は新しい生産をとともなう必要がある。消費行動を通じて従来の資本主義的生産を変更する必要がある。消費者の行動に資本主義変革の可能性を見出したのは柄谷[1999]であった。

資本（および国家）への対抗において重要なのは労働者であるが、労働力を売る人間である労働者は受動的な存在であり、資本主義変革の担い手となり難い。労働者が唯一主体として現れる場がある。それは消費である。そこでは労働者が貨幣を持ち、買う立場になる。資本にとって利潤の源泉となる剰余価値は流通過程（消費）において初めて実現される。したがって資本は消費者に敵対できない。しかし、人々が生産過程と流通過程に分離されている限りは資本に対抗できない。そこで労働者＝消費者を、資本を介在することなく統合する必要がある。柄谷は、資本主義への対抗を、生産者協同組合と消費者協同組合、両者の連携に求めた。

このように、消費者とその運動は、消費主義とその根底にある資本主義変革の担い手になる可能性があるが、そのためには消費者側の行動の転換が必要になる。消費者個人の自己利益だけを追求しては社会変革につながらない。生産者との公正な取引、環境への配慮が必要となる。協働、平等な分配、有機農業など新たな生産様式を求める協同組合や、アソシエーション（自立した諸個人の自由で平等なネットワークの組織）などの連帯経済との連携が必要となる。

II ブラジルにおける消費者権利保護法制と制度

ブラジルでは、消費者運動あるいは広範な社会運動、そして政治の民主化を受けて、1990年代に消費者の権利を保護する先進的な制度が整備された。

1 消費者運動

ブラジルにおける消費者運動は、物価高騰に対する民衆の抗議運動に起源を持つ⁽³⁾。1931年

の飢餓行進（marcha da fome）、1953年の空鍋たたき行進（marcha da panela vazia）、1965年の物価高騰に対する抗議、1979年の牛肉の購買ボイコット運動などがそれである。消費者運動はとりわけ1970年代に活発化した。その時代に起きた急速な経済成長と都市発展が高度な消費社会をもたらした。商品やサービスの質への関心が高まったからである。所得の上昇にともない、多様な商品が大量に需要されたが、対外的に閉鎖的な輸入代替工業化のもとで競争が不足していたため、国内で生産される製品の多くは価格が高く質が低いものであった。商品の内容表示は不十分で、企業広告は必ずしも正当なものでなかった。こうしたなかで消費者保護を議論する多くの集会が開かれ、消費者の置かれた実態とその保護を求める報道が盛んになされた。1971年には、ブラジル報道協会（ABI）の第1回全国通信会議が、消費にかかわるトラブルから消費者を保護するため、商工省に特別の委員会を設置するよう提言した。1973年には、サンパウロ市議会が消費者週間（Semana do Consumidor）を開催した。

1970年代には、消費者保護を法制化する動きもみられた。成立には至らなかったが、連邦下院議員のニナ・リベイロ（Nina Ribeiro）が、1971年に消費者保護審議会の設置を求める法案を、1976年に消費者保護の規則を定める法案を提出した。地方レベルでは、消費者保護のための民間組織が活動を開始した。1974年にリオデジャネイロ市に消費者保護審議会（CONDECON）が、1976年にクリチバ市に消費者保護・指導協会（ADOC）が、ポルトアレグレ市に消費者保護協会（APC）が設立された。うちADOCは現在も存続している。並行して公的な組織も誕生した。サンパウロ州では1976年に州消費者保護システム（Sistema Estadual de Defesa do Consumidor）

が政令第 7890 号（後に 1978 年の州法第 1930 号に統合）によって設立され、実行組織として消費者保護実行グループ（Grupo Executivo de Proteção do Consumidor: PROCON）が設置された⁽⁴⁾。PROCON は、消費者からの苦情、相談業務などを通じて、消費者と企業の間での対立を司法手続きに先立って調整、解決する役割を担った。サンパウロ州にならって、その後多くの州、ムニシピオ（基礎自治体）で PROCON が設置された。

1976 年にはまた、連邦下院に商品の品質にかかわる問題を解決するための議会調査委員会（Comissão Parlamentar de Inquérito: CPI）が設立された⁽⁵⁾。CPI は消費者保護のための国家組織と消費者裁判所の設立を提言した。1978 年には、サンパウロ市では市議会に消費者保護協会（Associação de Defesa do Consumidor: Adecon）が設立された。連邦レベルでは、不正な広告から消費者を保護するため、広告自主規制法典（Código de Auto-Regulamentação Publicitária）が制定され、国家広告自主規制審議会（Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária: CONAR）が設立された⁽⁶⁾。

消費者運動が活発化し、消費者保護が制度化された背景には政治の民主化があった。消費者保護が次第に関心を集めるようになった 1970 年代は軍事政権のただ中にあり、社会運動には制約があった。それでも 1970 年代半ば以降、部分的な民主化や都市中間層の形成にともない、軍政に対抗する運動が現れた。労働組合運動も現れ、1980 年には労働者党（PT）が組織された。エンジニア、医師、教員、公務員などが団体を組織した。多くの州で PROCON が設置されたのは、1982 年に初めて実施された州知事選挙で、有力州において野党が勝利したこととも関連している。さらに、大統領の直接選挙を求める大衆運動が活発化し、

1984 年にそれは全国に拡大した。こうした政治運動を受けて、1986 年には制憲議会選挙が実施され、88 年にはついに民主憲法が成立した。

2 消費者保護法

1970 年代に活発化した消費者運動、そして行政による消費者保護組織の設置は、1980 年代以降消費者保護の法制化に向かった⁽⁷⁾。1985 年の法律第 7347 号はとくに重要であった。同法は、環境、消費者、芸術的・歴史的な財産・権利など拡散的、集団的な利益を損なう行為に対する公共民事訴訟（ação civil social: ACS）とその手続きを定めた。法律第 7347 号に規定された訴訟手続きは、1990 年の消費者保護法に基本的に引き継がれた。

1985 年には、大統領府を補佐する組織として国家消費者保護審議会（Conselho Nacional de Defesa do Consumidor: CNDC）が設立された。CNDC は、1986 年に組織された制憲議会に消費者保護を議論するよう提言した。消費者保護を憲法で規定する要求は、NGO、PROCON、検察庁、労働組合など多様な組織によってなされた。1987 年の第 8 回全国消費者保護団体会議は、制憲議会に消費者保護規定を求めるブラジリア文書（Carta Brasília）を提出した。こうした社会的運動、圧力もあって、1988 年憲法に消費者保護の規定が盛り込まれた。第 5 条で、法はブラジル人およびブラジルに居住する外国人に、不可侵の生命、自由、安全、所有の権利を保障するとし、その第 XXXII 項で国家は法に従い消費者保護増進の責務を負うことになった。CNDC 法律委員会は、憲法第 5 条を受けて消費者保護法案の作成に着手し、1990 年には消費者保護法（Código de Defesa do Consumidor, 法律第 8078 号）が成立した⁽⁸⁾。同法はコロール政権が実施した経済自由化政策に沿う

ものであった。経済自由化政策が目標とする市場秩序と公正な取引には、消費者権利保護が不可欠だったからである。

消費者保護法の起草に参加したワタナベは、同法の特徴として、憲法を踏まえた公共秩序と社会的利益を実現するための強行規定、つまり当事者の意思や合意に関係なく適用される規定であること、広範囲にわたる万全な消費者保護、消費者脆弱性の原則、消費者保護における政府主導の原則、消費関係当事者間の利益調和と消費者保護と経済技術発展との両立などを挙げている（ワタナベ [2013: 8-9]）。消費者保護法はその目的について、憲法の規定に基づき公共秩序と社会的利益を実現するため、消費者保護の規範を定めるとした（第1条）。同法は消費者と供給者の概念を広義にとらえている。すなわち、消費者は自然人あるいは法人で製品および役務の最終的な取得・利用者とし（第2条）、供給者は国内外の自然人あるいは法人で生産、輸出入、流通、役務提供を行うものとした（第3条）。続いて、消費者保護政策に関する章で、政策の目標として、消費者の尊厳・健康・安全の尊重、経済的利益の保護、生活の質改善、消費に関する透明性と調和の実現を挙げている。さらに、政策の原則として、消費者が市場において脆弱な存在であるとの認識を持つこと、それを踏まえて政府が効果的な消費者保護を実施すること、消費関係者間の調和、消費者保護と経済・技術発展との調和を実現すること、ただしその場合、消費者と供給者との間で誠実な関係を基礎とすること、供給者と消費者の教育と情報を提供すること、供給者による品質と安全性向上や消費にかかわる代替的な紛争解決制度創設を支援することなどを挙げている（第4条）。

つぎに、同法は消費者の基本的権利として、生命と安全の保護、消費教育、製品・役務に関する

適切かつ明瞭な情報、虚偽的で誇大な広告からの保護、不当な契約条項変更に対する保護、財産および倫理的な損害に対する予防と賠償、公共サービスの適切かつ効率的な提供、この観点からの司法・行政組織へのアクセス、消費者権利の防御の便宜を挙げている（第6条）。「消費者権利の防御の便宜」には、民事訴訟における挙証責任の転換が含まれる。すなわち、消費者の申し立てが裁判官からみて信憑性があるか、経験則からみて消費者側の証明力が弱い場合、立証義務は消費者ではなく供給者が負う。法はまた、消費者の損害について供給者の無過失責任を定めている。すなわち、製品・役務の欠陥、不十分・不適切な情報などによって消費者が受けた損害については、過失の有無にかかわらず、製造業者その他の供給者が責を負うとした（第12条）。これは、供給者側の無過失責任を明確にしたものである。また、製品の^{かし}瑕疵にかかわるすべての供給者の連帯責任を明記した（第18条）。現代の生産・流通が、連鎖のように多様な経済主体によって担われ、複雑化していることを考慮すれば、この規定はきわめて重要である。

消費者保護法は、集団訴訟についても新しい制度を導入した。消費者の利益・権利保護と損害の回復は、供給者との個別の交渉、行政的な手段とともに、司法的な手段によって実行される。第Ⅲ部で司法における消費者の利益・権利保護と裁判手続きを定めている。利益・権利保護と損害の回復は、消費者による個別的または集団的方法で行われる。後者の集団的な保護の対象となるのは、「拡散的利益または権利」(interesses ou direitos difusos)、「集合的利益または権利」(interesses ou direitos coletivos)、「同種個別的利益または権利」(interesses ou direitos individuais homogêneos)の三つである。「拡散的利益または権利」とは、同

一の事実によって結び付けられた不特定の人々が有する利益または権利である。「集合的利益または権利」とは、相互的な法律関係または対立的な法律関係により結び付けられた集団に属する人々が有する利益または権利である。「同種個別的利益または権利」とは、共通の原因から生じた損害に対する個別的な利益または権利である。(第81条)。

この集団の権利を求める訴訟について重要なのは、判決の効力が当事者だけではなく、第三者にも及ぶことである。たとえば、虚偽広告として差し止めを認める判決がなされた場合、虚偽広告によって商品を購入した消費者が個別訴訟を提起すれば、供給者は個別訴訟で広告の虚偽性を争うことができない。もう一つ重要なのは、訴訟の対象となった集団に属する人々が個別に有する利益または権利を侵害しないことである。つまり、個々の消費者は、81条訴訟の判決での結果にかかわらず、自己の権利に基づく提訴が可能であり、その個別訴訟において81条訴訟の判決で否定された主張を改めて主張できる(日本弁護士連合会・京都弁護士会 [2009: 9])。なお、81条は集団的な権利の保護を求める訴訟の適格者を検察庁(Minisério Público: MP)、連邦・州・ムニシピオ・連邦直轄区、官公庁および準官公庁、設立後少なくとも1年経過し消費者権利保護を一つの目的とするアソシエーション(associações)に限定した(第82条)。

3 消費者の権利執行

消費者保護法は、消費者権利保護に官民の多様な組織が参加することを想定した。消費者の権利はそれらの組織を通じて執行される。ブラジル政府は、消費者保護にかかわる組織間の調整と消費者保護政策の立案・実行のため、政令第

2181号(1997年)によって国家消費者保護システム(Sistema Nacional de Defesa do Consumidor: SNDC)を設立し、法務省経済法局の消費者保護防衛部(DPDC)の所管とした⁽⁹⁾。

PROCONは、SNDCの公的組織の重要なメンバーである。州およびムニシピオに組織されるPROCONは、消費者にとって最も身近で最も強力な組織である。消費者への情報提供、教育指導、企業との調停と監督、懲罰、訴訟などを通じて、総合的に消費者保護を実行する。2005年には、PROCONが持つ情報を相互に共有するため国家消費者保護情報システム(SIDEC)を設立した。国家度量衡品質企画院(INMETRO)は、製品・サービスの規格や品質基準の設定、検査などを通じて、ブラジル企業の生産性、品質向上を目的とする政府機関であるが、消費者保護に関連して商品・サービス情報の提供、消費者教育の教材作成などを行っている。

公共サービスについては、消費者は規制官庁に対しても損害の救済を申し立てることができる。ブラジルでは1990年代末に多くの公共事業が民営化されたが、それに当たって消費者など公共の利益を保護するため、政府から独立した機関として規制官庁が設立された。国家通信庁(ANATEL)、国家電力エネルギー庁(ANEEL)、国家石油庁(ANP)などがそれである⁽¹⁰⁾。規制官庁は、企業が提供する製品・サービスの料金や品質基準を定め、それらが経済的あるいは社会的に不適切であれば罰則を適用する権限を持つ。規制官庁はまた、事業者に対し情報の開示と社会参加を求める権限を持つ。たとえば、ANEELの設置を定めた政令第2335号(1997年)は、その権限として、電力会社が消費者保護法に沿ってサービス改善を行っているかを監視すること、電力会社に消費者委員会を設置するよう求めることを挙

げている。消費者委員会は ANEEL、電力会社、消費者の代表から構成される諮問機関である⁽¹¹⁾。

司法で消費者保護にかかわるのは、特別民事裁判所 (Juizado Especial Civil: JEC) と一般裁判所 (Justiça Comun) である。特別民事裁判所は小額の事案について簡略な手続きで処理し、申立人は第一審の訴訟費用が免除される。ごく小額の訴訟の場合、弁護士が不要であり、また被申立人が法人で弁護士を付けた場合、申立人は法的支援を無料で受けることができる。一定額を超える訴訟の場合、あるいは国家や政府機関、政府企業に対する訴訟など、JEC が扱わない訴訟の場合は、一般裁判所で法的な手続きが行われる。申し立ては通常、弁護士を通じて行われ、訴訟費用の負担が生じる。申立人が低所得で、訴訟に当たって法律相談や裁判立会が必要なときは、公共弁護士局 (Defensoria Pública) が無料で対応する。消費者保護の公的組織としてもう一つ重要なのは、連邦および州検察庁 (MP) である。消費者からの告発があった場合、供給者への聴取などによって証拠収集をする。そのうえで MP は、消費者の集合的な利益が侵されていると判断した場合、可能であれば和解に持ち込み、それが困難であれば訴訟手続きを行うことによって違法行為の排除に努める⁽¹²⁾。

こうした公的組織のほかに、ブラジルでは多数の民間組織が消費者権利保護にかかわっている。ブラジル消費者保護研究所 (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor: IDEC) はその中心的な組織である。IDEC は、1987 年に消費者のアソシエーションとして設立された。IDEC の活動は、一般向けおよび会員向けの消費者保護指針の作成、製品・サービスの品質検査、企業および政府に対する集団訴訟への支援、消費および消費者権利に関する情報提供など多岐にわたってい

る。品質検査では、自ら検査スタッフを持つだけでなく、政府、企業をモニターする専門家を協力者として抱えている⁽¹³⁾。IDEC に影響されて、消費者保護を目的とした民間組織が多数設立された。そこで IDEC は、1998 年にブラジル NGO 協会 (ABONG) とともに、消費者保護団体間の交流を目的に、全国消費者保護民間組織フォーラム (Fórum Nacional das Entidades Civas de Defesa do Consumidor: FNECDC) を設立した⁽¹⁴⁾。

消費者側に立った組織の活動の一方で、企業側も消費者対応のための制度を整備してきた。消費者対応サービス (Serviço de Atendimento ao Consumidor: SAC) がそれである。1978 年にネスレ社が設立したものがブラジルでは最初の SAC とされるが、1990 年の消費者保護法制定以降、急速にその数が増加した (Simonetti [2011:29])。SAC は、直接的には消費者のクレームに対して企業を防衛することを目的としているが、企業が消費者のクレーム、要求、提案を積極的に受け入れることは消費者保護につながる。

このように、官民の多様な組織が消費者保護にかかわっているが、多くの問題点が指摘されている。一つは制度の統一性の問題である。統合した指針が不足し、組織間の政策の調整がなされていない。消費者保護にかかわる組織の一部は消費者保護を直接的に扱うものではなく、ときに矛盾した目標を持っているなどの指摘がある (Pó [2008: 18])。制度そのものが持つ欠陥もある。ANEEL など規制官庁は、事業者には諮問委員会への消費者の参加を求めているが、強制的な権限のない諮問委員会への参加では影響力の行使に限界がある (SAL [2009: 41])。法と制度をより実効あるものにするためには、消費者とその団体がより強い権限を持ち、さらにそれぞれの能力を高める必要がある。

Ⅲ 倫理的消費と連帯

ブラジルでは消費者権利保護とともに倫理的消費 (consumo ético)⁽¹⁵⁾が追求されている。それは、従来の消費が貧困などの社会問題への配慮を欠き、環境への負荷を高めたことへの反省に基づくものであった。消費主義への批判は、それに代わる新しい生産と消費を求める生産者の運動と結び付き、生産者と消費者の新しい関係が現れた。

1 倫理的消費

経済グローバル化によって、大量の財・サービスの消費を奨励・強制する消費主義が広がるなかで、過剰な消費が引き起こす環境破壊、不平等などが問題となり、消費が持つ公共性とその復権が問われている。ブラジルのような後発国では、デモンストレーション効果によって先進国の購買行動が急速に普及し、また著しい所得格差のなかで高所得層は奢侈的で顕示的な消費を、低所得層は低価格で質的に劣化した消費を指向している。これらの消費はともに環境への影響や生産者が置かれた条件を顧みることの少ないものである。安全性が疑わしい食品などの消費、大量で危険な廃棄物の発生、労働現場における過酷な労働、差別、違法行為など、反社会的消費がまん延している。

国家度量衡品質企画院 (INMETRO) とブラジル消費者保護研究所 (IDEC) は、消費者がその権利を執行するための包括的なマニュアルを作成しているが、その最後の部分で消費者が果たすべき倫理的消費について多くを記述している。すなわち、従来の反社会的な消費行動を打破するには、市民として、倫理と連帯原則、共通善 (bem comum)、社会的に有用で公正な労働の回復、持続的な開発、法令準拠などを追及する必要がある。誤った消費主義を打破するうえで消費者の役割は

大きい。消費者が自覚を持って購買力を行使すれば、生産者が倫理と社会的責任を持って活動するよう仕向けることができる (INMETRO・IDEC [2002: 56])。

倫理的消費が広く関心を集めた背景には、倫理的消費、消費者教育をテーマとする NGO の活動、マスコミでの報道、企業の社会的責任 (CSR) 活動などがある⁽¹⁶⁾。なかでも NGO の活動が重要であった。NGO は政府や企業に先行して倫理的消費の意義、重要性を主張し、倫理的消費のためのマニュアルの作成、消費行動に関する調査、消費者教育などを実践してきた。前述のように、IDEC は消費者保護の中心的な組織であるが、倫理的消費でも指導的な存在である。消費者が倫理的消費を実践するよう、多様な教育活動を行ってきた。

倫理的消費は企業の側でも議論されてきた。CSR にとって、消費者は最も重要なステークホルダーである。消費者の利益を損なうことは、企業にとってときに死活問題になる。企業活動は消費者の利益に沿う必要がある。他方で、消費者が倫理的でなければ、企業は消費者以外のステークホルダーの利益を損なうような行動、たとえば環境破壊によって地域社会にダメージを与える、自身あるいは商品の納入先に劣悪な労働を強いるなどの行動をとるかもしれない。企業が、それにかかわるすべてのステークホルダーと調和ある行動をとるには、自覚を持った倫理的な消費者が必要である。アカツ研究所 (Instituto Akatu) は企業側から倫理的消費を推進する組織である。同研究所は、CSR を推進する経営者団体であるエトス研究所 (Instituto de Ethos)⁽¹⁷⁾ から独立する形で、2000 年に非政府・非営利組織として設立された。その目的は、消費者の自覚的消費 (consumo consciente) を促し、持続可能な社会を建設する

ことである。エトス研究所のリーダーたちが消費者に着目したのは、企業による社会的責任行動 (práticas de responsabilidade social: PRS) の深化には、消費者の購買行動の変革が不可欠であるとの認識からであった。つまり、消費者はPRSを誘導する重要な主体とされたのである。消費者の誘導が不十分であれば、PRSは社会変革の担い手にはならない。こうした理由から、アカツ研究所はブラジルの消費者の意識と行動の調査、自覚的消費を促進するための消費者教育、政策提言などを実施している。

政府もまた倫理的消費を推進した。とくに1990年代半ば以降の中道左派政権は、社会・環境運動家を多数動員し、その結果、社会的公正や環境保全が重視され、それを実現するための政策、プログラムが実行された。環境省の「持続的な生産と消費のためのアクションプラン」(Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentável: PPCS, 第1期は2011～2014年)はその一つである。PPCSは、持続的な生産と消費によってブラジルの社会環境問題の解決を目標とするものであり、持続可能な消費のための教育、持続可能な公共調達、行政における環境目標の設定、固形廃棄物のリサイクル、持続可能な小売、持続可能な建設を優先目標とした (Ministério do Meio Ambiente [2011])。

倫理的消費のための消費者教育は、公教育の課題ともなった。1990年に消費者保護法が制定され、消費者教育が消費者の権利の一つとされたことにより、消費者教育が学校教育に取り入れられることになった。1997年の教育省の国家カリキュラム指針(PCN)には、初等教育後期のカリキュラムに「労働と消費」が含まれた。「労働と消費」は、現在の生産様式、労働と消費のあり方に対する批判を教育内容の一つとしていた。そうした意

図は現実には教育現場では十分理解されなかったが (Badue e Zerbin [2006: 11-12])、PCNがオルタナティブな消費と生産を教育目標としていたのは興味深い。

このように、倫理的消費と消費者教育が開始されたが、消費者の意識と行動は容易に変わるものではない。前述のアカツ研究所は継続的にブラジル人がどのような消費行動をとっているかを調査し、消費行動に表れる消費者意識を明らかにしている。表1は、2012年の調査結果をそれに先立つ調査と比較したものである⁽¹⁸⁾。全体に経済性、計画性にかかわる実践度が高く、リサイクル、持続的な購入にかかわる実践度が低い。ブラジルの消費者は経済性には意識が高いが、安全性や環境には意識が低い。経済的な節約につながらない環境保全には消極的である。時系列でみると、あらゆる項目で意識ある行動が減少している。とくに経済性、計画性の減少が著しい。2006年から2012年、とりわけ2006年から2010年は所得が増加し、消費者金融の拡大もあって耐久消費財が急速に普及し、消費主義的傾向が強まった時代であった。節約、堅実な消費が軽視された。そうしたなかでリサイクルや持続可能な購入がさほど減少していないのは、これらの行動が定着していることを示すものである。しかし、消費主義が強まるなかで、それに対する反省や批判を促す消費者行動は発展しなかった。ブラジルでは倫理的消費者はなお少数派なのである。

2 公正取引

倫理的な消費は、生産者との公正な取引を含むものである。消費者は、大規模な供給者である企業との関係では保護の対象であるが、小規模な生産者との関係では強者となる。消費者保護によって消費者の権利が強まれば、小規模な生産者はよ

表 1 意識ある消費行動の実践度*

分野	消費行動	2006年	2010年	2012年
経済性	歯磨きのときに蛇口を閉める	75	71	67
	不在のときに電燈を消す	77	69	67
	冷蔵庫に入れる前に食品を冷ます	77	62	62
	不使用時に電気製品の電源を切る	72	62	53
計画性	計画的に食品を購入する	55	48	47
	計画的に衣類を購入する	36	41	40
	買物時に領収証を要求する	42	36	35
	購入を決定するときにラベルを読む	44	33	27
リサイクル	可能な限り裏紙を利用する	34	38	35
	リサイクルのためゴミを分類する	28	24	23
持続可能な購入	可能な限り企業・製品情報を他人に伝える	34	29	26
	過去6カ月にオーガニック製品を購入	24	23	23
	過去6カ月にリサイクル製品を購入	27	29	29

(出所) Instituto Akatu [2013].

(注) 実践している, 常に実践している者の割合 (%)

り弱い立場に追い込まれる。小規模な生産者は、製品やサービスの価格や品質が劣るだけではなく、消費者が生産者に関して正確な情報を持たないために、取引から排除される。他方で、消費者が小規模な生産者と取引を開始し強化すれば、それは小規模な生産者の雇用と所得を増大させる。生産者が、小規模ゆえに、多様で安全な商品・サービスを機動的に提供すれば、それは消費者の利益にもなる。

ブラジルではこうした認識に基づいて、倫理的な消費の一つとして公正取引 (comércio justo) が広がりつつある。公正取引は、国際的な、とりわけ北の消費者と南の生産者との公正な取引、すなわちフェアトレードを指すことが一般的であるが、ブラジルでは国内を中心とする、しかも消費者と生産者の間だけではなく生産者間を含む広い意味での公正取引として語られてきた。2010年の政令第7358号は、ブラジルの公正取引に特異な政策を与えた(Mendonça [2011: 60])。すなわち、

公正取引は連帯経済を支援する制度とされたのである。政令第7358号は、労働雇用省 (MTE) 国家連帯経済局 (SENAES) に国家公正・連帯取引システム (Sistema do Comércio Justo e Solidário: SCJS) を設立した。SCJSの目的は、公正・連帯取引の概念⁽¹⁹⁾、原理、行為を普及させ公正な取引を促進すること、公正な取引で生産、販売、消費する行為を優遇すること、SCJSの規則を尊重する生産物、サービス、経験、組織を広く流通させることである。

ブラジルでは、政令第7358号に先立つ2001年にブラジル・ファセス (FACES DO BRASIL) が設立された。それは国内外でのオルタナティブな販路を求める農村・都市の生産者の運動であり、生産者団体に加えてNGO、労働組合、政府機関が結集した。オルタナティブな販路は、資本主義的な生産、流通、消費システムのなかで限界化した小規模な経済活動を持続可能なものとする手段であった。ファセスは、公正取引活動を行う全国

家族農業協同組合・連帯経済連合 (UNIFACES)、ブラジル公正連帯取引事業協会 (ECOJUS)、ブラジル連帯経済フォーラム (FBES) とともに、政府に対し公正取引を支援する制度の導入を要求し、そのことが SCJS 設立につながった⁽²⁰⁾。カイオス研究所 (Instituto Kairós) もまた、責任消費と公正・連帯取引を教育、助言、調査などを通じて推進し、社会的不正の克服、社会と環境の調和をめざしている⁽²¹⁾。

連帯経済が抱える最大の困難は販路である。SENAES の連帯経済情報システム (SIES) が実施した調査によれば、連帯経済事業体 (ESS) が直面する困難について、72% の ESS が商品化 (販売) と答えている。資金のアクセス 56%、支援の不足 28% が続く⁽²²⁾。消費者の商品・サービスの購入は最大の連帯経済支援の手段である⁽²³⁾。公正・連帯取引は連帯経済が抱える隘路^{あいろ}を克服する。

3 連帯消費—消費者と生産者の新たな関係

生産者と連帯して倫理的消費を実践するグループも多数存在する。リオデジャネイロ州で活動する環境ネットワーク (Rede Ecológica)、ブラジル南部で活動するエコヴィダ・アグロエコロジー・ネットワーク (Rede de Agroecologia ECOVIDA) がその例である。環境ネットワークは倫理的、連帯的、環境保護的な消費を促進することを目的とする社会運動である。小生産者から直接に有機作物を適切な価格で団体購入する消費者グループで構成される⁽²⁴⁾。

エコヴィダは、リオグランデドスル、サンタカタリーナ、パラナ、サンパウロ州のアソシエーション、協同組合、非公式なグループに参加する家族農、消費者、技術者と、小規模なアグロインダストリー、環境保全を一つの事業目的とする商人、

環境的農業を営む個人をメンバーとして 1998 年に設立された。法的な組織ではなく、あくまでネットワークである。各地域で関係が活動を営むメンバーはコア (núcleo) を組織している。エコヴィダの目的は、アグロエコロジーの推進、協働による生産と消費、情報の共有、農家と消費者の連帯、民衆が持つ知識の交換・再評価・再生、共通の商標の獲得などである。現在では約 170 のムニシピオに 23 のコアが組織され、200 の農業グループ、20 の NGO、10 の消費者協同組合が活動している。毎年 100 を超えるフリーマーケットその他の商業イベントを開催している⁽²⁵⁾。

エコヴィダの活動で重要なのは、有機農産物の認証である。1997 年の政令第 6323 号は、有機農産物の評価システム (Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica: SisOrg) を設立した。この制度は政府組織と市民社会の共同による認証制度であるが、その原型はエコヴィダの参加型認証ネットワーク (Rede Ecológica de Certificação) であった。SisOrg では、有機農業や認証に関心ある生産者などは参加型有機品質

エコヴィダの参加型認証



保証システム (Sistema Participativo de Garantia da Qualidade Orgânica: SPG) を組織し、つぎに SPG 内に流通業を営む個人あるいは法人、消費者、専門家などの協力者からなる参加型審査組織 (Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade: OPAC) を設立する。OPAC 設立には農業省 (MAPA) の認可を必要とする。OPAC は検査を終えた農産物について有機の認証を与える。エコヴィダの場合、審査組織としてエコヴィダ・アグロエコロジー協会 (Associação Ecovida de Agroecologia) を設立し、それに合格した農産物について “Produto Ecológico” (環境に優しい生産物) という認証ラベル (写真) を与えている。SPG は、行政また消費者側による一方的な認証制度とは異なり、関係する人々による社会的統治、連帯責任という性格を持っている (Barban [2010: 228])。

消費と生産を統合した協同組合も存在する。コープ・エコソル (Cooperativa de Produção e Consumo Solidário Passo Fundo Ltda.: Cooper Ecosol) はその一つである。コープ・エコソルはブラジル南部リオグランデス州パソフンド市に設立された生産・消費協同組合である。その目的は、批判的・集团的・連帯的・環境保護的な消費によって民衆・連帯経済を強化することである。さらに、そうした消費を通じて生産チェーンを再編成し、連帯と協力の文化を創造し、組合員と地域社会の幸福を実現し、環境を保全することである。コープ・エコソルは 2000 年に学生、非政府組織の労働者をメンバーに批判的消費グループとして出発し、2005 年に正式に生産・消費協同組合となった。2006 年には店舗を設置した。そのメンバーは個人、団体、協同組合である。うち協同組合は、家族農業あるいは連帯経済協同組合であり、そのなかにはリオグランデス州で

有力なコープ・ヴィタ (CooperVita)、コープ・ヴィダ (CooperVida) が含まれる。コープ・エコソルの消費者には会員だけでなく非会員が含まれ、開かれた組織となっている (Pistelli [2010])。

こうした消費者と生産者の新しい関係は、倫理的消費、連帯経済を強化し、大量生産、大量消費あるいは浪費を意味する消費主義に対して、オルタナティブな消費と生産を提案している。

むすび

消費者は、消費主義とそれが引き起こす社会問題を克服する重要な主体であり、保護される必要がある。消費者保護は、供給者と消費者の経済力の均衡を図り、消費者の利益を拡大する政策である。他方で消費者には倫理的な消費、環境を含め社会的な問題に対して責任ある消費が求められる。しかし、環境や社会に配慮した消費だけでは不十分である。消費者は、人々に不断に消費を強制することによって成立している資本主義経済に対するオルタナティブを求める必要がある。そのためにはまず、消費に対する価値観を根底から見直すと同時に、同じように新しい社会をめざす生産者の運動を消費を通じて支援し、新しい消費と生産のあり方を広げていく必要がある。

ブラジルでの消費者運動は、企業の虚偽的行為から消費者を保護する運動として始まった。1988 年の新憲法は消費者権利を市民権の一部として位置づけ、国家に消費者の権利保護を義務づけた。その後成立した消費者保護法は、保護の対象となる消費者権利を定めるとともに、権利侵害に対する法的手続きを定めた。消費者運動は、消費者保護にとどまらず、新しい消費を求める運動に向かった。一つは環境に優しい、持続可能な消費である。もう一つは生産者、とくに零細な生産者との公正で互恵的な取引である。環境保全、公正・

連帯取引を实践, 支援する組織が数多く生まれた。

しかし, こうした法制度や組織の成立にもかかわらず, ブラジルの多くの消費者は従来の消費主義のなかにある。消費主義から脱するには, 社会, 環境を配慮した消費行動をとる賢明な消費者が不可欠である。新しい消費を担う消費者が多数派になるには, 学校教育を含めた消費者教育もまた重要である。消費者は, 受動的な存在から脱し, 企業が提供する商品・サービスについて厳しい目を持ち, その利益が損なわれた場合に, 司法手続きを含めて対抗して行動する必要がある。さらに, 新しい消費を实践する協同組合などを組織し, 消費を通じて, 安全や環境に配慮し優れた労働条件で商品・サービスを生産する協同組合などを支援する取り組みが求められている。こうした消費者と生産者の新しい関係, 連帯が消費主義を克服し, 公正で持続可能な社会の創造を可能とする。

注

- (1) 大統領府戦略局 (SAE), ジェツリオ・ヴァルガス財団社会政策センター (CPS-FGV), ブラジル調査会社協会 (ABEP) などは, ブラジルにおける社会階層構造の変化, 中間層の増加を所得, 消費財の普及から考察している。
- (2) 先進国や高所得者の消費行動が他国や下位所得者の消費行動に影響を与えること。
- (3) ブラジルの消費者運動の歴史については, Zülzuke [1997], Rios [1998], Pó [2008]などを参照した。
- (4) PROCONについては以下参照。https://www.procon.sp.gov.br
- (5) CPIは準司法的な調査権を持ち, 上院あるいは下院の請求によって各院あるいは両院合同で設置され, 違法行為があれば調査結果を検察庁に送り, 調査対象者の民刑事の責任を追及するよう求める。
- (6) 広告自主規制法典と CONARについては以下参照。http://www.conar.org.br/
- (7) 消費者保護法の経緯については Pó [2008]が詳しい。
- (8) 消費者保護法については前田 [2007]が参考になる。
- (9) SNDCを所管する DPDCは, 2012年の政令第7738号で国家消費者局 (Secretaria Nacional do Consumidor: SNC)に移された。
- (10) 規制官庁にはほかに, 国家衛生監督庁 (ANVISA), 国家保健庁 (ANS), 中央銀行 (BC), 民間保険監督庁 (SUSEP), PROCONなどがある。ANVISAは食品と薬品を, ANSは健康計画を所管する (INMETRO・IDEC [2002])。
- (11) 消費者委員会設置は法律第8631号/1993年によって定められた。
- (12) MPは憲法に定められた権限 (民主主義体制および国民の社会的・個人的権利の擁護)に独自の判断で捜査, 訴追する権限を持つ。消費者権利も保護の対象となる権利である。
- (13) IDECは国際消費者機構 (Consumers International: CI)の正式メンバーでもある。カナダの国際協力センター (IDRC), オクスファム (Oxfam), フォード財団などから資金支援を受けている。詳細は <http://www.idec.org.br/>。
- (14) FNECDCには2014年9月現在22団体が加盟している。http://www.forumdoconsumidor.org.br/
- (15) ブラジルでは倫理的消費の同様の意味を持つ言葉として責任消費 (consumo responsável), 自覚的消費 (consumo consciente), 持続的消費 (consumo sustentável)などが使われている。
- (16) 倫理的消費を支援するNGOの活動, 政府の政策については, Ariztia et al. [2012], Kleine e outros [2012]を参照。
- (17) エトス研究所は, 企業の経済活動が社会的な責任を踏まえて実行されるよう支援し, それを通じて公正で持続的な社会を建設することを目的に, 1998年に企業家のリーダーシップによって設立された。市民運動のブラジル社会経済分析研究所 (IBASE) とともに, ブラジルでCSRを推進する中心的な組織である。
- (18) 調査はブラジル全土の主要12都市に住む16歳以上の男女で, 5段階の社会階層分類の上位4段階の800人を対象としたものである (Instituto Akatu [2013: 88])。
- (19) 政令第7358号は, 公正・連帯取引がフェアトレード, 公正な取引, 平等な取引, オルタナティブな取引, 連帯取引, 倫理的取引, 倫理的・連帯的取引と同

様な概念であるとしている（第2条単項）。

- (20) フェセスの歴史については <http://www.facesdobrasil.org.br/> を参照。
- (21) 正式名称はカイオス研究所－倫理・責任ある行動 (Instituto Kairós Ética e Atuação Responsável)。2000年に労働者自主管理、連帯経済、農民・家族農、アグロエコロジー、食の主権回復などに対する支援を目的に設立された。(<http://institutokairos.net/>)。
- (22) 2005～07年に全国約22000のESSに対して実施。ここでいうESSとは、(1) 集団的で家族・同族を超える組織、すなわちアソシエーション、協同組合、自主管理企業、生産グループ、交換グループ、ネットワーク、センターなどで、(2) その参加者あるいはメンバーが都市あるいは農村の労働者で、経済活動と成果の配分が集団的に行われること、(3) 経済活動が持続性を持つこと、(4) 法的に登録されているかどうかは問わないが、活動が実際になされていること、(5) 財の生産、サービスの提供、信用(信用組合、講)、商業(購買、販売、原材料・製品・サービスの交換)、連帯的な消費を行う組織である (ANTEAG [2009])。
- (23) ブラジルの連帯経済については小池 [2014] 第3章を参照。
- (24) 環境ネットワークは2001年設立。(<http://redeecologicario.org/>)
- (25) エコヴィダのWEBサイト (<http://www.ecovida.org.br/>)。2014年9月2日。

参考文献

<日本語文献>

- 柄谷行人 [1999]「資本主義への対抗運動」(『状況』第2期第10巻第7号, 7月)。
- 小池洋一 [2014]『社会自由主義国家－ブラジルの「第三の道」』新評論。
- 柘植尚則 [2012]「倫理学から考える『倫理的消費』」(『CEL』Vol.98, 1月)。
- 日本弁護士連合会・京都弁護士会 [2009]「ブラジル・集団的権利保護訴訟制度調査報告書」
- 前田美千代 [2007]「ブラジル消費者法研究序説－ラテンアメリカ民事法の理解に向けて－」(『国際商事法務』第35巻第3号)。

ワタナベ, カズオ (前田美千代訳) [2013]「ブラジル消費者法の概要」(『法学研究』(慶應義塾大学) 第86巻, 第9号)。

<外国語文献>

- ANTEAG (Associação Nacional de Trabalhadores em Empresas de Autogestão e de Participação Acionária) org. [2009], *Atlas da Economia Solidária no Brasil 2005-2007*, São Paulo: N.T. Mendes Editora.
- Ariztia, Tomas, Dorothea Kleine, Graca Brightwell, Nurjk Agoni e Rita Afonso [2012] “Ethical Consumption in Brazil and Chile: Institutional Context and Path of Developments, *Proceedings: Global research Forum and Sustainable Consumption and Production, Workshop, June 13-15, Rio de Janeiro*.”
- Badue, Ana Flávia Borges e Fabíola Maroco Zerbini [2006] “Educação para o consume responsável e a economia solidária: um caminho para a educação crítica,” Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo.
- Barban, Vilma [2010] “Rede Ecovida de Agroecologia,” in Moraes, Leandro e Adriano Borges orgs., *Novos paradigmas de produção e consume: experiências inovadoras*, São Paulo: Instituto Pólis, pp.221-246.
- INMETRO e IDEC [2002] “Direitos do consumidor Ética no consumo.”
- Instituto Akatu [2013] “Pesquisa Akatu 2012: Rumo à sociedade do bem-estar,” São Paulo.
- Kleine, Dorothea, Tomas Ariztia e Roberto Barthoro [2012] “Consumo Ético no Brasil” (First Report: Leveraging Buying Power for Development: Ethical Consumption and Sustainable Procurement in Chile and Brazil), Rio de Janeiro: LTDS.
- Mendonça, Haroldo [2011] “Comércio justo e economia solidária no Brasil e o papel da política pública na sua promoção,” *Mercado de Trabalho (IPEA)*, No.49, novembro.
- Ministério do Meio Ambiente [2011] *Plano de ação para produção e consume sustentáveis- PPCS sumário executivo*, Brasília.

- Pistelli, Renata [2010] “A experiência da Cooper Ecosol e os aportes do consumo responsável na consolidação de novos paradigmas de produção e consumo,” in Moraes, Leandro e Adriano Borges orgs., *Novos paradigmas de produção e consumo: experiências inovadoras*, São Paulo: Instituto Pólis, pp.179-218.
- Pó, Marcos Vinicius [2008] “Defesa do consumidor no Brasil: contextualização histórica, legislação e mapa das instituições pública e sociais atuantes no tema,” *Análisis y Propuestas*, enero.
- Rios, Josué [1998] *A defesa do consumidor e o direito como instrumento de mobilização social*, Rio de Janeiro MAUAD Consultoria e Planejamento Editorial Ltda.
- SAL- Secretaria de Assuntos Legislativos do Ministério da Justiça [2009] *Série Pensando o Direito*, No.21, Brasília.
- Simonetti, Karla Orlandi [2011] “Gestão dos canais de comunicação pelo serviço de atendimento ao consumidor de bens de consumo: um estudo de setor de alimentos,” Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças: FICAPE.
- Zülzuke, Maria Lúcia [1997] *Abrindo a Empresa para o consumidor*, 4.ª Edição, Rio de Janeiro: Qualimark Editora.

本稿執筆に当たって、法制にかかわる部分について佐藤美由紀先生（杏林大学）にご指導を受けた。記して感謝したい。内容に誤りなどあれば筆者の責任があるのはいうまでもない。

（こいけ・よういち／立命館大学経済学部特任教授）