

3. 指導者のための押さえておきたい知識

1. 消費者市民社会と本教材の目標

消費者教育推進法（平成24年。以下「推進法」）が制定され、消費者教育が定義されて、個々の消費者の安全・安心から消費者市民社会の形成への参画という“行動”にまで広がりました。変化する社会にあって、消費者市民社会という概念の浸透、法令の改正等、それに伴う「消費者の権利と責任」を分かりやすく具体的に示すことを主眼に改訂を加え、本教材の充実を図る内容としました。

(1) 消費者市民社会の形成と学校教育

消費者基本法（平成16年改正。以下「基本法」）は、「消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援すること」を定めています。推進法成立までは、消費者教育は、消費者被害防止や商品の安全に関する知識を提供すること等、個人の安全・安心の確保が主な対象でした。しかし、消費者教育が「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育」と定義されたことで、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育」へと対象が広がりました。学校教育においても、個々の子供たちの「生きる力」を育むという観点から消費者市民社会への参画を促すことは、有為な社会の形成者を育てるためにも必要であり、初等中等教育において、学習指導要領における消費者教育に関する教育内容の充実を反映した授業が期待されています。また、令和4（2022）年に施行された民法の成年年齢引下げを踏まえ、高等学校段階までに、契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任、消費者市民社会の形成に参画することの重要性の理解と、社会において消費者として主体的に判断し、責任を持って行動できる能力を身に付けることが求められています。

さて、「消費者市民社会」という言葉は、推進法で「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義されています。これを受け、「国内のみならず国境を越えた他国の人々や、時間を越えた子孫のことまで考慮した選択を行うこと」、「社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与すること」と、消費者教育の範囲も拡大しました。本教材もこの考えに沿ったステージが構成されています。「自分は被害に遭わないから大丈夫」から「消費生活に関する問題は、自分だけでなく社会全体の問題」へと、視野を社会全体に広げ、実践へと導き、さらに充実を図ることがこれからの消費者教育の課題となります。

(2) 消費者市民社会の形成に向けた消費者の行動

国は、消費者市民社会において求められる消費者像及び消費者教育について、イメージマップ（「消費者教育の体系イメージマップ」）を示して、ライフステージ（幼児期～高齢者）ごとに、身に付ける内容（消費者市民社会の構築、商品等の安全、生活の管理と契約、情報とメディア等）をまとめています。

このうち、他の領域の基盤といえるものが、「消費者市民社会の構築」です。また、この基盤をもとに、他の領域で具体的な行動を学ぶことで、消費者市民社会における消費者像を、より具体的にイメージすることができます。本教材では、「飲み物」、「Tシャツ」、「ドライヤー」を事例に、日常の買い物を疑似体験するなかで商品を選択する背景となる知識を身に付け（各ステージ前半）、さらに、「消費者の権利と責任」へ意識を向ける思考につなげていく（各ステージ後半）構成となっています。

イメージマップにおける中学生期に関する領域の目標

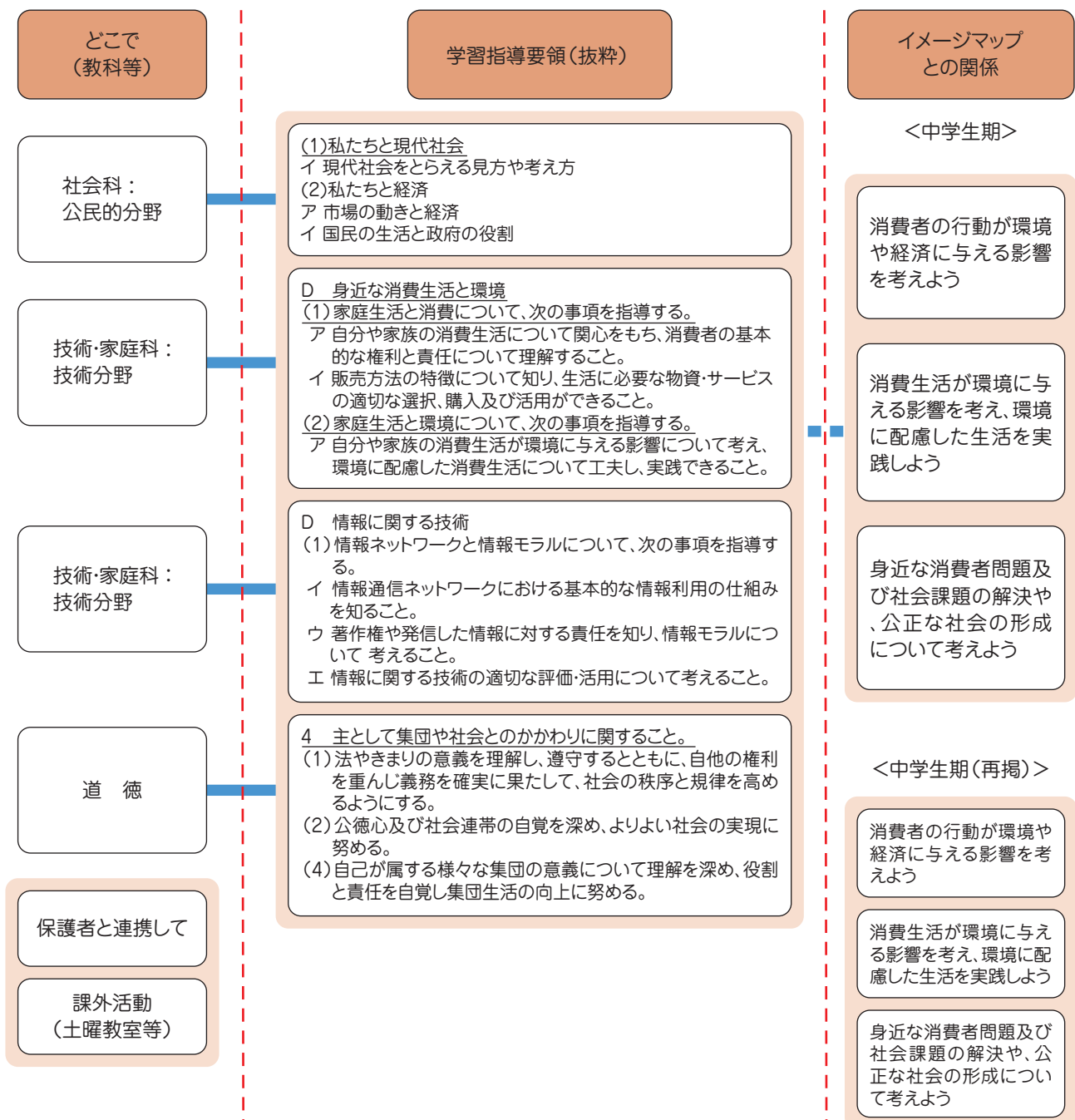
社会の構築 消費者市民	消費がもつ影響力の理解	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう
	持続可能な消費の実践	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう
	消費者の参画・協働	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会形成について考えよう
商品の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう
	トラブル対応能力	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう
生活の管理 と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を知ろう
	生活を設計・管理する能力	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯蓄を計画的にしよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	消費生活に関する情報の収集と発信の技術を身に付けよう
	情報社会のルールやモラルの理解	著作権や発信した情報への責任を知ろう
	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう

消費者庁「消費者教育の体系イメージマップ」より抜粋

例えば、「商品等の安全」とは、「安全性に疑問がある場合には事業者に質問し、トラブルが発生した場合には、事業者に情報提供し、原因を確認するとともに、再発防止を要請する」であり、本教材ではステージ3で「ドライバー」を事例に学習します。「生活の管理と契約」は、「環境や社会に配慮した商品やサービスを選択する」ことであり、Tシャツの背景に隠された児童労働やフェアトレードを学びます。こうして、各事例における買い物を疑似体験しながら、「消費者の権利と責任」について学習していきます。

また、消費者一人一人は、「情報の受け取り手」であり「情報の発信者」でもあります。つまり、生徒一人一人が消費者被害・トラブルの情報や、製品リコール情報等消費生活に関する情報、環境や社会に配慮した消費の在り方等に関する情報を学び、伝え合うことで、「消費者教育の担い手になる」ということでもあります。本教材ステージ3においても、個人の体験を社会で共有することの大切さを学べるように構成しています。

消費者教育の担い手向けナビゲーション (中学校教員等の場合)



※消費者庁「消費者教育推進会議 取りまとめ(平成27年3月)」を参考に、「平成29年告示中学校学習指導要領 解説 総則編」より作成

2. 消費者を巡る状況と消費者関連法の歴史

日本の消費者問題は時代とともにその内容も変化してきました。ここでは日本の消費者問題の歴史を振り返り、時代ごとに顕在化した消費者問題とそれに対応した法整備や行政の動き、消費者の在り方などを概観します。

I：戦後混乱期（終戦（1945年）から1950年代前半頃まで）

第二次世界大戦終結後、人々は生活用品の欠乏、ヤミ物資、不良品、量目不足に悩まされました。主婦たちは身の回りや台所に直結した生活防衛のために消費者運動を起こし（「米よこせ風呂敷デモ」「不良マッチ追放主婦大会」など）、これに多くの人が賛同して運動が発展し、消費者が暮らしの問題（物価、物不足、品質、安全、表示など）を取り上げる消費者団体が結成あるいは再建されました。政府はモノ不足やインフレ対応を主目的に、食料などの配給や物価統制を行い、物資の安定供給を確保するための法整備（独占禁止法、食品衛生法、計量法、規格（JIS、JAS）の制定）を行いました。消費者保護を目的としたものではありませんでした。

II：高度成長期（1950年代中頃から1970年代初め）～現代的な消費者問題の出現

日本経済は朝鮮戦争（1950年～1953年）特需を経て奇跡的な復興を遂げ、大量生産によって物不足は急速に解消し、1956年には「もはや戦後ではない」（1956年「経済白書」）とされ、テレビ・洗濯機・冷蔵庫が「三種の神器」といわれ、生活様式も変化しました。技術革新と大量生産により次々と新商品が販売され、消費者が積極的に新商品を購入する本格的な消費社会が到来する一方で、急速な産業・経済の発展はインフレによる物価高、不当表示（「ニセ牛缶事件」など）、薬害（「サリドマイド事件」など）、公害（「水俣病」「カネミ油症事件」など）のひずみをもたらしました。大規模な工場生産された商品に一度問題が生じると、健康被害など同種の被害が広範囲にわたって大量に発生するという現代的な消費者問題が起り始めたのです。そうした中で、消費者団体では、商品の品質、性能、安全性などについて正しい商品知識を身に付け「賢い消費者」を育てる啓発運動が行われ始め、消費者運動は一層活発になっていきました。

また、諸外国では、アメリカのケネディ大統領が「消費者の4つの権利」を提唱する（1962年）など、消費者保護に関する行政を発展させようとする動きが高まりつつありました。

このような中で、消費生活に関する法制度の整備も進み（薬事法、景品表示法、家庭用品品質表示法の制定など）、1968年には、消費者を行政に「保護される者」と位置付ける消費者保護基本法が公布されました。1970年には国民生活センターが設立され、地方自治体では消費生活センターの開設が進みました。

III：社会構造の変化と新たな消費者問題

(1) 1970年代

消費者問題は、製品の安全性などの問題に加え、いわゆるマルチ商法やネズミ講など、訪問販売、金の先物取引による被害など、多様な販売方法や契約などに関する消費者問題が発生し増えていきました。そこで、技術革新によって登場した新素材、新製品などを規制する法律（化審法^{※Ⅰ}、消費生活用製品安全法、家庭用品規制法^{※Ⅱ}、3つあわせて消費者安全三法と呼ばれる）が制定されました。また、多様な販売方法を規制する法律（訪問販売法^{※Ⅲ}、ネズミ講販売法^{※Ⅳ}など）が制定されたり、クーリング・オフ制度が割賦販売法や訪問販売法に導入されるなどして、規制が強化されました。

消費者には、物質的な豊かさを実現する一方で、使い捨て消費を見直し、心の豊かさを求める意識が芽生え始め、過剰包装や合成洗剤の追放運動、PCB（ポリ塩化ビフェニル）の汚染問題など環境への関心も高まっていきました。

そして、草の根のさまざまな消費者運動が展開され、大企業や行政に直接立ち向かっていく中で、コンシューマリズム（売り手との関係で、買い手の権利と力の強化を求める社会運動）の台頭と進展へとつながりました。

(2) 1980年代

情報化、高齢化、グローバル化が進み、消費者を取り巻く環境は大きく変化しました。クレジットカードやキャッシュカードの普及によってお金を借りることが容易となり、多重債務問題が増加し、サラ金による過剰な融資及び高金利や過酷な取り立てといった多重多額債務被害が深刻化し社会問題化しました。また、高齢化社会への不安につけこんだ悪質商法による被害や霊感商法、バブル経済の中で海外先物取引、悪質抵当証券会社による被害、いわゆる原野商法など資産形成に関する被害も急増しました。このため、貸金業規制法^{※Ⅴ}や預託法^{※Ⅵ}などの制定や出資法の改正などが行われました。

また、輸入食品が増加しましたが、国によって食品の安全基準が異なるため、消費者の間では輸入食品の安全性への不安や食品添加物や残留農薬の基準作りへの関心が高まりました（ポストハーベスト問題など）。こうした中で、国際消費者機構が、消費者の8つの権利と5つの責任を提唱し、世界中の消費者の権利を促進するため「国際消費

※Ⅰ：正式名称「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律」

※Ⅱ：正式名称「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」

※Ⅲ：正式名称「訪問販売等に関する法律」

※Ⅳ：正式名称「無限連鎖講の防止に関する法律」

※Ⅴ：正式名称「貸金業の規制等に関する法律」。現在は「貸金業法」

※Ⅵ：正式名称「特定商品等の預託等取引契約に関する法律」

者権利デー」を定めるなどし、消費者が一方的に「保護」される存在から権利と責任を持つ「主体」へと変化し始めました。

(3) 1990年代

バブル経済の崩壊後、特に低金利時代にかに資産形成を行うかが消費者の関心事となり、金融関連商品の消費者被害や契約に関するトラブルが続出したことで、多くの法改正が行われました。

製造物責任法（PL法）が制定され、製造物の「欠陥」によって損害が生じた場合には、製造業者などは無過失でも被害者に対して損害賠償をしなければならないこととなりました。これにより製造業者は製造物の安全により一層配慮するようになりました。

また、消費者教育が学校教育に本格導入されました。

1955	森永ヒ素ミルク中毒事件
1957	第1回全国消費者大会
1960	薬事法制定、ニセ牛缶事件
1962	サリドマイド薬害事件
1962	ケネディ大統領 「消費者の4つの権利」宣言
1962	家庭用品品質表示法制定 景品表示法制定
1968	カネ三油症事件
1968	消費者保護基本法制定 (→2004 消費者基本法に)
1970	国民生活センター設立
1973	消費者安全三法制定
1976	訪問販売法制定 (→2000 特定商取引法に)
1983	貸金業規制法制定
1994	製造物責任法（PL法）制定
2000	消費者契約法制定
2003	食品安全基本法制定
2004	消費者基本法制定
2009	消費者庁設立
2012	消費者教育推進法制定

IV：消費者の位置づけの転換

(1) 2000年代

安全に関する問題が多発しました。例えば、食品では、狂牛病事件やこんにゃくゼリーによる窒息死亡事故、中国産冷凍ギョーザへの農薬混入中毒事件などがありました。深刻な製品事故も多発し、瞬間湯沸器による一酸化炭素中毒事故やエレベーターの戸開走行による圧死事故がありました。企業の不祥事も相次ぎました。例えば、食品偽装、リコール隠し、耐震強度偽装などの問題が次々と発覚し、企業に対する消費者の信頼が大きく損なわれました。これまで同様、契約に関するトラブルも依然として多く、架空請求のトラブルの多発や大量の個人情報流出など消費者問題の幅も広がっていきました。

このように消費者問題の様相が大きく変わっていく中、消費者行政や法律にも大きな変革がありました。科学技術の発展や国際化に対応し、食品の安全性確保に関する施策を総合的に推進することを目的として食品安全基本法が制定され、食品安全委員会が設置されました。

また、「消費者保護基本法」が「消費者基本法」に抜本改正され（2004年）、消費者政策の理念が「消費者の保護」から「消費者の権利の尊重と自立の支援」に完全にシフトしました。さらに、消費者が主役となって安全で安心して暮らせることができる社会をつくるために、消費者行政の「司令塔」の役割を果たすべく消費者庁が設立され、同時に監視役としての消費者委員会も発足しました。企業の不祥事においては、企業内部の労働者からの通報で明らかになることが少なくないことから、内部通報者を保護する公益通報者保護法が制定されました。

規制緩和に伴う取引の環境整備の中で、情報・交渉力に格差がある消費者と事業者との間での契約（消費者契約）の適正化を図る消費者契約法、電子商取引における消費者保護を目的とした電子消費者契約法^{※Ⅶ}、個人情報保護法^{※Ⅷ}などの制定や、特定商取引法^{※Ⅸ}などの改正がなされました。

(2) 2010年代以降

消費者問題は、従来の類型のものほかに、インターネット利用の広まり、高齢化・グローバル化・デジタル化などが深く広く進展することで、一層幅広くなってきています。例えば、サクラサイト商法（サイト業者の仕込んだ“サクラ”が、さまざまな人物になりすまし、消費者の心を惑わせて有料サイトへ誘導し、利用させ、高額なサイト利用料を請求する悪質なサイト）による被害の拡大や、情報商材や暗号資産（仮想通貨）のトラブル、インターネット通信販売における詐欺的な定期購入商法などによる消費者被害も起きています。また、高齢者が劇場型投資被害や健康食品の送りつけ商法の被害に遭うことが急増しました。さらに、消費者が売り手としてトラブルに陥る事案（貴金属類の強引な訪問買取等）も急増しました。

そこで、消費者保護の観点から特定商取引法や消費者契約法などの改正がなされる一方、消費者被害・事故に遭わない消費者、消費経済の主体である消費者、社会的課題の解決に貢献する消費者を育成するために、消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的に、消費者教育推進法が制定されました。また、消費者庁は、インターネットを利用して海外の事業者と取引をしてトラブルに遭った場合の相談窓口である「越境消費者センター（CCJ）」や、消費生活上の生命・身体に係る事故の原因を究明するための調査を行い、被害の発生又は拡大の防止を図ることを目的とする「消費者安全調査委員会」を設置しました。

他方、2015年に国連でSDGsの17の目標が採択されました。消費者において、持続可能な社会における取組や、より良い社会に向けて、地域の活性化や雇用などを含む人や社会・環境に配慮した消費行動である「エシカル消費」への関心が高まっています。また、2022年には成年年齢引き下げに伴い、若年層の消費者被害防止の必要性が高まりました。

※Ⅶ：正式名称：電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律

※Ⅷ：正式名称：個人情報の保護に関する法律

※Ⅸ：正式名称：特定商取引に関する法律

3. 持続可能な社会とエシカル消費

食料廃棄問題

日本の1年間の食品ロス（まだ、食べられるのに捨てられている食べ物）量は約464万トンです。（令和5年度農林水産省及び環境省推計）これを国民一人当たりで換算すると約102g、毎日おにぎり1個分の食べ物を捨てていることとなります。そして、この食品ロス量は、国連世界食糧計画（WFP）が2023年に世界で飢餓に苦しむ人々に対して行った食料支援量（約370万トン）の1.3倍となります。

世界の食料廃棄問題は深刻です。この問題を食料が廃棄される場面別に考えてみると、生産や加工、流通過程で生じるものと、小売りや飲食店、家庭から生じるものに大別できます。途上国では、インフラ整備の遅れ、適切な温度管理の難しさ、技術的な収穫方法がないことなどから、食べ物が市場に出る前に腐ってしまうという前者の廃棄が見られます。一方、日本を含めた先進国では、作りすぎや食べ残し、期限切れによる売れ残りなど、後者の廃棄が多くあります。先進国で余った食べ物が大量に捨てられている一方で、途上国では11人に1人が飢餓に直面しているのです。

廃棄される食べ物はごみとして出されます。ごみとして扱うことは、食物そのものはもちろん、食品を作る際に使用したエネルギー資源や包装などすべてが無駄になるということです。さらに、ごみの焼却には多額のコストとエネルギーがかかり、温室効果ガス排出や焼却後の灰の埋め立て等による環境負荷も考えられます。

世界の飢餓などの社会問題や環境問題の解決に向かうため、日本では、令和元年に「食品ロスの削減の推進に関する法律（食品ロス削減推進法）」が施行されました。この法律は、国・地方公共団体、事業者、消費者などの多様な主体が連携して、国民運動として食品ロスの削減に取り組むために制定された法律です。令和2年3月に、国は、家庭系食品ロス及び事業系食品ロスのいずれについても、2000年度比で2030年までに半減すること（家庭系食品ロスについては433万トンを216万トンに、事業系食品ロスについては547万トンを273万トンに）を目標に掲げました。令和5年度推計で、家庭系食品ロスは233万トンまで削減、事業系食品ロスは231万トンになり、8年前倒しで目標を達成したため、事業系食品ロス量の目標は2000年度比で6割減に219万トンに改められました。

食品ロス量の削減には、事業者のさまざまな工夫に加えて、家庭でのちょっとした気遣いや行動が鍵となります。商品を買うときに「食べきれぬ量か」と考えたり、賞味期限や消費期限を正しく理解し、「てまえどり」を実践したりするなど食品ロスを減らすことができます。一人ひとりの小さな行動の積み重ねが社会を動かす力にもなるのです。

製品生産の背景にある人権・環境問題 ～インドでのコットン生産での現状～

① 児童労働とは？

「児童労働」とは、国際条約で禁止されている子供の労働のことで、「15歳未満の義務教育を妨げる労働や、18歳未満の危険・有害な労働」をさします。世界には約1億3,800万人、13人に1人の子供が児童労働をしており、その約6割が農林水産業に従事しています（2024年、国際労働機関、ユニセフ発表）。児童労働は、私たちが消費する衣料品（コットン）、食品（エビ、コーヒー、カカオ）、電子機器（鉄鋼物）などの原材料にも関わっています。

インドはコットン生産量が世界で最も多い国のひとつで、そのコットン生産地での児童労働が問題となっています。ある調査では、コットンの種子栽培での児童労働者数は、18歳未満の子供が約48万人おり、そのうち約20万人が14歳以下（義務教育年齢）で、全ての労働者の25%を占めるとされています（2015年、インドオランダ委員会発表）。子供たちは、受粉作業や綿の収穫のために休みなく毎日約9～13時間働きます。炎天下での長時間労働で、1日の休みは昼食の30分のみしかありません。有害な農薬が散布される間も、畑で働かせられるときもあります。



インドのコットン畑で働く子供たち

子供が働かなければならない背景は、家庭の貧困などの生産国での問題だけではありません。先進国でコットン製品を安く製造・販売するために、原料のコットンが安く買い上げられており、インドなどの途上国のコットン農家は栽培のために必要な労働者への賃金を十分に払うことができないため、安い労働力として子供を雇うという悪循環に陥っています。こうした経済の仕組みにより、グローバルな貧富格差を生み出してしまっているのです。

② 農薬による影響 ～環境破壊・健康被害・貧困～

コットンの栽培には、化学肥料・除草剤・殺虫剤などの農薬が多く使われており、農薬による自然環境や生産者の健康への悪影響、貧困の悪循環などが問題となっています。農薬を使い過ぎると、土の中の微生物や無害な虫まで殺して生態系を壊してしまい、土の栄養や保水力などが損なわれて、作物が育ちにくくなります。加えて有害な農薬が、川や地下水を汚染して、安全な飲料水を飲むことができなくなってしまいます。



コットン畑での農薬散布

また人の健康への悪影響として、散布される農薬を吸ってしまう、手に触れるなどして、毎年世界中で約3億4,500万人のコットン農家が農薬中毒に悩まされていると言われています（2023年、Solidaridad, Pesticide Action Network UK 発表）。農薬の危険性や安全な使用方法がよく知られていないことも要因の一つです。インドのコットン生産地で働く子供の多くは、農薬の影響で、頭痛、吐き気、腹痛、皮膚炎、呼吸疾患などさまざまな健康被害を受けています。実際にそれらの健康被害で亡くなった子供もいます（ACEプロジェクト実施地での調査より）。

また、農薬で土壌劣化が進むと、害虫がつきやすくなり収穫量も下がってしまいます。コットン農家はさらに殺虫剤や肥料などの農薬を使う必要が生じ、経済的な負担も増えてしまうのです。費用に見合った収入を得られず、貧困から抜け出せない農家が多く、借金苦から最悪な事態に至るケースも報告されています。

エシカル消費の推進のために子供たちができること

人や社会、環境に配慮した消費行動を「エシカル（倫理的）消費」と言い、近年この考え方が世界的に注目されています。商品を選択し購入するということは、「この商品とこの商品の生産・販売に関わった企業を応援します」という、いわゆる「投票行動」です。多くの人がエシカルな商品を選ぶようになれば企業はそういった商品をより多く作るようになり、私たちの選択肢も広がっていきます。

ファッション業界では、「エシカルファッション」が注目を集めています。「オーガニックコットン」やリサイクル繊維で衣類や布製品を作ったり、使用後もその素材が再利用できるように製品化したりする、人と環境に配慮したファッションです。商品購入の際に、タグや商品説明を確認し、その商品の素材や環境への配慮、作られた背景等を知って選択することは私たちにもできる身近な行動です。

また、「フェアトレード」は、開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入し、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立をめざす「貿易のしくみ」です。生産者からの買取価格の保証、児童労働の禁止、有機栽培の奨励などの基準が守られています。日本でも、コーヒー、紅茶、チョコレート、はちみつ、砂糖、バナナ、スパイス、サッカーボール、衣服、生活雑貨などさまざまなフェアトレード商品があります。チョコレートの原料であるカカオの栽培に児童労働があることを学んだ中学生がチョコレートを販売する企業へ「フェアトレードのチョコレートを作ってほしい」と手紙を書いたり、高校生がバレンタインの時期にフェアトレードのチョコレートを学校や地域で販売したりするなど、実際に子供たちが行動した事例もあります。近年



国際フェアトレード
認証ラベル

では、児童労働対策が取られたカカオを使用したチョコレートや売上の一部をカカオ生産地の子供の支援に寄付するチョコレートも増えてきています。国際協力 NGO などは現地で児童労働問題に取り組んでいますが、それに加え、私たち一人ひとりの選択も児童労働を減らす力になります。

商品を選択する際に、価格、品質、安全性のほかに、それがどのようにして作られたかといった生産背景を知ることや、その商品を選択することが世の中にどのような影響があるのかを考えてみるのが「エシカル消費」の一歩です。毎日の暮らしの中で、できることから「エシカル消費」を取り入れてみませんか。

4. 製品の安全性に関する基準

(1) 製造物責任法【PL法 (Product Liability Act)】

例えば、使用中のドライヤーから、突然火が出て大やけどを負ったとします。製造物責任法は、こうした場合に、ドライヤーを製造、加工又は輸入した者（以下「製造業者」という）が損害賠償の責任を負うことを定めた法律（被害救済法）で、平成7年（1995年）に施行されました。被害者（被害を受けた者）が、損害賠償を製造業者に求めるには、裁判所（地方裁判所）に訴え（訴訟）を起こします。裁判所がドライヤー（製造物）に「欠陥」があったことを認めた場合には、製造業者は被害者にその被害額を賠償しなければなりません。

① 製造物責任法の「製造物」とは何か

「製造物」とは、例えば、電気用品（ドライヤー、テレビ、洗濯機など）、消費生活用製品（玩具、自転車、ライター、石油ストーブなど）、食品（鮎、牛乳、パン、お菓子など）などの製造又は加工された動産のことです。電気、光、ソフトウェアなどの形のないもの（無体物）や建物などの不動産は「製造物」には該当しません。

② 製造物の「欠陥」とは何か

「欠陥」は、3種類に分類されます。

ア) 設計上の欠陥

設計そのものに問題があったために、全ての製造物に一定の不具合がある場合。

イ) 製造上の欠陥

設計どおりに製造されなかったために、一部の製造物に不具合があるものが含まれている場合。

ウ) 指示・警告上の欠陥

誤使用や不注意による事故について、取扱説明書や警告表示で使用者に指示していなかった場合。

消費者が製品を使用する際の方法は、「正しい使用方法」と「誤使用や不注意な使用方法」に大別できます。ドライヤーを「正しい使用方法」で使っていたときに、ドライヤーから突然火が出て重度のやけどを負った場合には、ア) 設計上の欠陥、又はイ) 製造上の欠陥に該当すると考えられます。

「誤使用」とは、ドライヤーのスイッチを入れたままその場を離れたことが原因で火災を起こした場合などで、「不注意な使用方法」とは、スイッチを入れたままのドライヤーを足元に落としてしまい、やけどを負った場合などです。ほとんどのドライヤーの取扱説明書には、「電源スイッチを入れたまま、その場を離れない。火災の原因となります。」「落としたり、ぶついたりしない。感電や発火の原因となります。」と使用上の注意が明記されていますので、「欠陥」には該当しません。ただし、「誤使用や不注意による事故」についての「警告・注意」が取扱説明書に記載されていない場合は、それが容易に予見できる使用方法であったとしても、ウ) 指示・警告上の欠陥と判断され、損害賠償の対象になる可能性があります。

3. 消費生活センター

製品の欠陥が原因で人や物に被害が生じたときには、PL法により、製造した企業が損害を賠償しなければいけない場合があります。

被害







賠償

(2) 製品の安全にかかわる法律とPSマーク制度

消費者が生活する上で使用する製品は、消費者の安全確保のための安全規制が行われています。例えば、ボール、バット、玩具、自転車、学生服、ランドセル、ライター、石油ストーブなどは「消費生活用製品」に該当します。これらの消費生活用製品のうち、消費者の生命・身体に対して特に危害を及ぼすおそれがある製品については、「特定製品」に指定され、国の定めた技術上の基準に適合しないものは販売することができません（PSCマーク制度）。ドライヤー、テレビ、洗濯機などの「電気用品」は、「電気用品安全法」により安全確保のために安全規制が行われており、国の定めた技術上の基準に適合した旨のPSEマークがないと販売できません。

消費生活用製品安全法

電気用品安全法

PSCマークがないと販売できない 特定製品	特別特定製品 ※自主検査+登録検査機関の検査		※自主検査	
		<ul style="list-style-type: none"> 携帯用レーザー応用装置 浴槽用温水循環器 ライター 		<ul style="list-style-type: none"> 家庭用の圧力なべ及び圧力がま 乗車用ヘルメット・登山用ロープ 石油給湯機・石油ふろがま 石油ストーブ 磁石製娯楽用品 吸水性合成樹脂製玩具
	特別特定製品 ※自主検査+登録検査機関の検査		※自主検査	
		<ul style="list-style-type: none"> 乳幼児用ベッド <p>※2025年12月25日施行 2027年3月まで経過措置あり</p>		<ul style="list-style-type: none"> 乳幼児用玩具 <p>※令和7年12月25日施行</p>
PSEマークがないと販売できない 電気用品	特定電気用品 ※自主検査+登録検査機関の検査			
		<ul style="list-style-type: none"> 電気温水器 電気ポンプ 電動式おもちゃ 自動販売機 など <p>116品目</p>		
※自主検査				
	<ul style="list-style-type: none"> ドライヤー 電気こたつ 電気がま 電気冷蔵庫 電気かみそり など <p>341品目</p>			

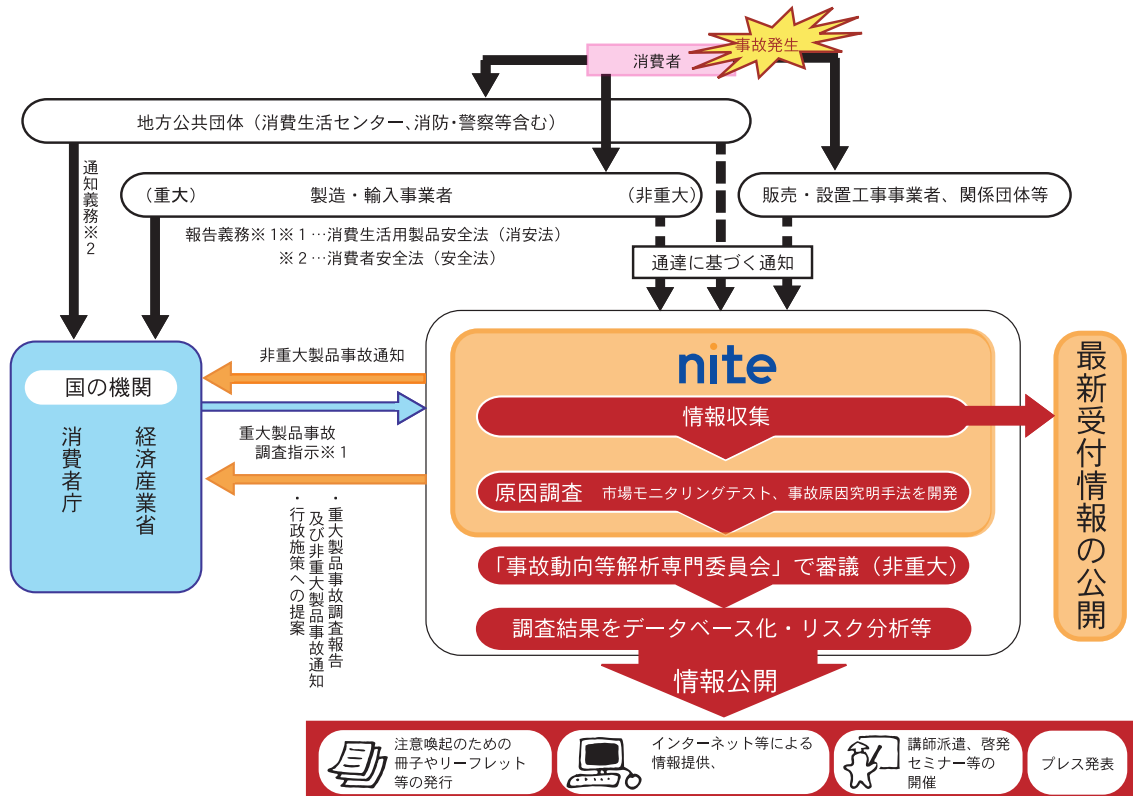
※他に、PS マークには、ガス事業法による PSTG マーク、液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律による PSLPG マークがあります。PS マーク表示を定めているこの 4 つの法律を製品安全 4 法と呼びます。

(3) 被害情報などの収集・活用

消費生活用製品安全法では、重大製品事故[※]の発生を知った製造・輸入事業者は、国へ事故の情報を報告することが義務づけられています。重大製品事故以外の製品事故は、(独)製品評価技術基盤機構 (NITE) が情報収集しています。NITE は、事故情報の収集を通じて社会における製品事故を減少させていくという役割を担っています。収集した事故情報に基づき、通知者から事実関係等を聞き取り、事故発生現場の確認や事故品の入手に努めています。また、必要に応じて事故の再現テスト等を実施して、技術的な調査及び評価を行い、事故原因の究明と事業者の再発防止措置の評価を行っています。

NITE が収集した事故情報の調査結果は、事故原因や事業者の再発防止措置を含め、定期的に公表しています。調査・分析の状況は、随時、経済産業省に報告し、必要な場合には経済産業省から事業者や事業者団体に対して行政上の措置が講じられます。なお、公表している事故情報は NITE SAFE-Lite 事故情報で検索することができます。 <https://safe-lite.nite.go.jp/>

※重大製品事故とは、政令で「死亡事故のほか、治療に要する期間が 30 日以上の負傷・疾病、後遺障害事故、一酸化炭素中毒事故及び火災事故」と定められています。



(独) 製品評価技術基盤機構「製品事故から身を守るために 身・守りハンドブック 2020」より