

消費生活と経済

ここからは経済の勉強だ。経済に対して、政治と同じように難しいもの、というイメージを持っているかもしれない。でも、経済は中学生のキミにとっては政治よりも身近だ。だって、店で何かを買うことだって、経済の一部だからだ。物を買うことを「消費」、買う人のことを「消費者」という。

そして、将来就職して、人びとにお金を介して物やサービスを提供する側になれば、「生産者」となる。この「生産」と「消費」のサイクルのことを「経済」という。

また、物を買うにあたっては、売り手にだまされないための知識を持つことも大切だ。この章での学習を通じて、賢い消費者になってほしい。

この章のポイント!

「消費生活と経済」のキーワード

- ① 財とサービス ② 生産と消費
③ 流通と商業

理解を深めるエッセンス★

経済は財やサービスを生産者が消費者に提供し、それを消費者が買う(契約する)ことで成り立っている。その商品の流れを「流通」という。

テーマ

36 消費生活

日常生活と経済活動

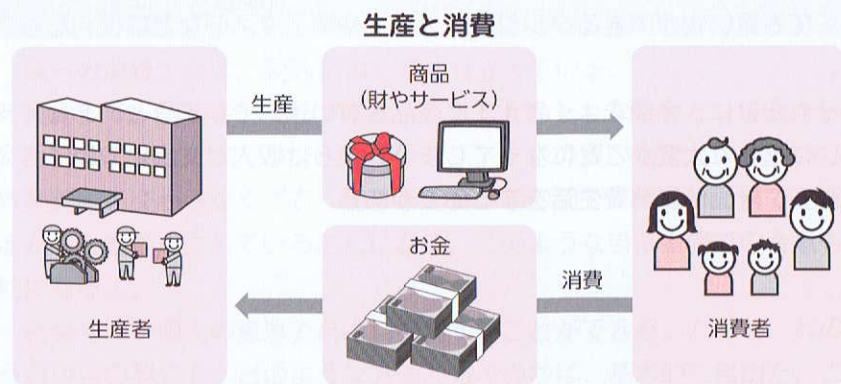
僕らは、日常生活でいろいろな商品しょうひんを購入している。食べ物や衣類、本や電化製品など、形のある商品しょうひんは財たいと呼ばれる。そ

れに対して、電車やバスに乗ったり、レストランで食事をしたり、塾で授業を受けたりするなど、形のない商品をサービスというよ。僕らはいろいろな財やサービスを消費することで、生活を便利で豊かなものになっている。

一方、僕らが消費する財やサービスは、農家や工場、店などが生産している。生産と消費は、僕らが財やサービスに対してお金を支払って、店などがそれを受け取るというように、お金のやり取りでつながっている。このような、生産者が商品をつかって、消費者がお金を支払って商品を受け取るという仕組みを経済というんだ。

人間の欲求は、「今よりもっと便利に」「もっと豊かに」と、限りがない。友達がスマホを手に入れると、自分もほしくなる。おしゃれな服を着たいし、おいしいものも食べたい。でも、僕らはすべての欲求を満たすことはできない。そこで、限られた収入と時間の中で、本当に必要な商品かどうかをせんたく選択していく必要がある。

店やインターネット上には、いろいろな商品があふれていて、しかも、新しい商品が次つぎと出される。僕ら消費者は、それらの商品の性能や仕組みをすべて理解するのは不可能だ。それで、僕らは広告にたよりがちになって、企業きぎょうの出す情報をそのまま信用して商品を購入することも多くなる。だから、消費者が自分の意思と判断で適切な商品を選び出して購入することができる、消費者主権を実現していきたいよね。



家計の収入と支出

個人や家族などで、消費生活を営む単位を**家計**という。

家計は収入を得て、それをいろいろな目的で支出する。会社員や公務員の家計では給料が、農家や個人商店の場合は事業で得た利益が主な収入で、**所得**という。支出のうち、衣食や娯楽、教育、医療など、生活に必要な財やサービスへの支出を**消費支出**というよ。

そして、収入から消費支出と税金などを差し引いた残りを**貯蓄**という。貯蓄は銀行預金や保険料の支払いなどにあてられ、将来の支出への備えになる。限られた収入でやりくりするには、消費と貯蓄のバランスをうまくとってきたい。

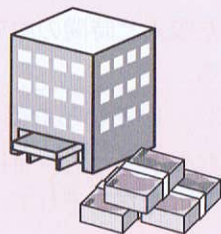
さまざまな所得

給与所得



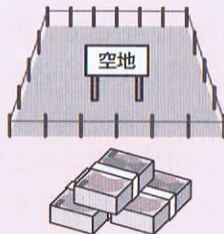
会社などで働いて得る所得

事業所得



事業をおこなって得る所得

財産所得



土地などの財産によって得る所得

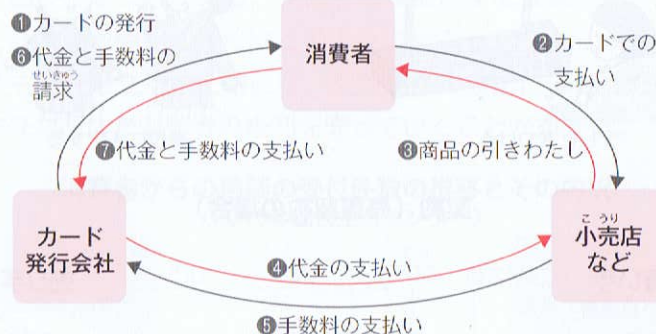
ところで、支払いには現金のほかいろいろな方法がある。手元に現金がなくても買い物ができるクレジットカードや電子マネーなどは便利なものだ。

それだけに、金額をよく考えずに商品を買ってしまえば、あとで支払いに追われ大変なことになってしまう。僕らは収入と支出について考えながら、計画的に消費生活をする必要がある。

クレジットカードの発行枚数と利用額の推移 (2018年度日本クレジット協会資料ほかより作成)



クレジットカードの仕組み



消費生活と契約

僕らの消費生活は、**契約**によって成り立っている。

契約って、契約書を交わすことって思うかもしれないけど、それだけではないよ。たとえば、コンビニエンスストアでの買い物など、いちいち売買契約書を交わさなくても、売り手と買い手の間で、何をいくらで売買するか、合意が成立していることになる。このような当事者間での合意も契約になるよ。

社会では、個人の意思で自由に契約することができる。だれと、どのような内容の契約を、どのような方法で結ぶのかは、基本的に自由だ。これ

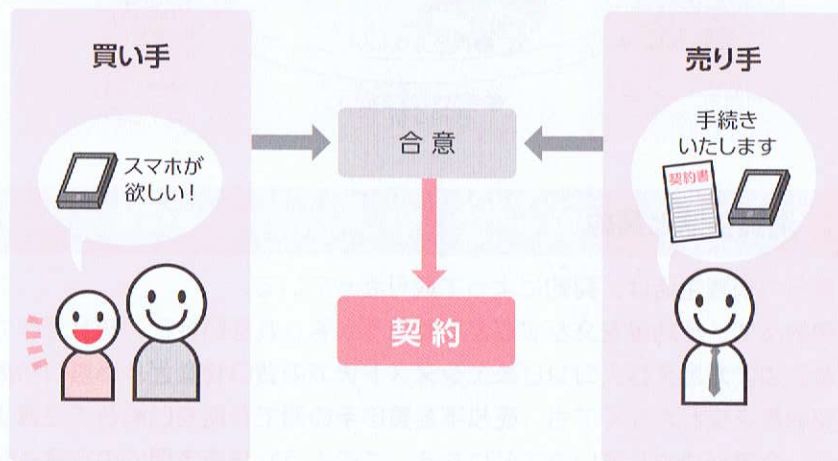
を**契約自由の原則**と言う。

いったん契約を結ぶと、契約を結んだ当事者にはそれを守る義務が生まれる。勝手な都合で契約を取り消すことは、基本的に許されない。だから、契約を結ぶときには、その内容を慎重に検討しないと後で大変なことになる。

日常生活のさまざまな契約



契約（売買契約の場合）



テーマ

37 消費者の権利

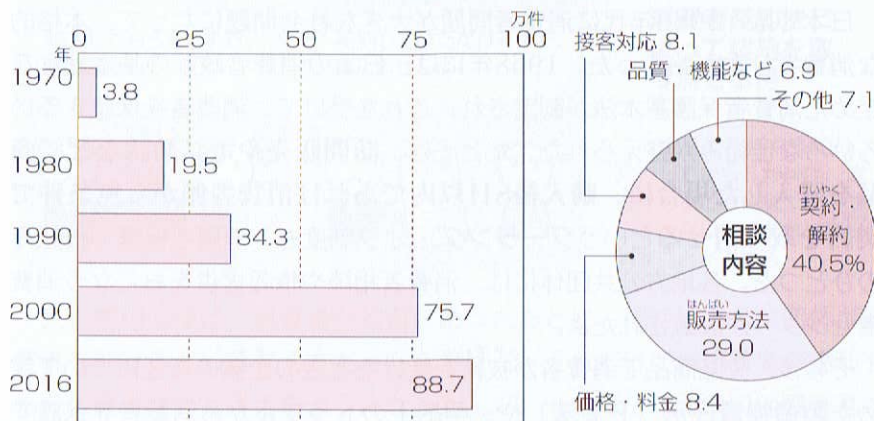
消費者問題

消費者が契約内容について正確に判断するのは難しい。売り手はその商品についての知識や情報を十分に持っているけど、消費者はそうとは限らない。消費者は売り手の出す情報にたよることになる。

たとえば、食品を買うとき、消費者は食品表示に書かれている原材料や生産地、食品添加物などの表示でしか知ることができない。もし、その食品表示に書かれていることがうそでも、気づくことは難しいよね。このように、消費者が売り手に対して不利な立場にあることが原因で、消費者が不利益をこうむることがある。食品や医薬品による健康被害、欠陥住宅、詐欺などの**消費者問題**の多くはこのように起こっているんだ。

消費者主権を確立するためには、契約自由の原則に任せるだけでなく、国や地方公共団体が消費者の権利を守っていくことが重要だ。

消費者からの相談の受付件数の推移とその内訳 (2016年国民生活センター)



消費者問題が深刻化すると、消費者は消費者団体をつくって、企業に抗議したり、行政に対応を求めたりする消費者運動を活発におこなうようになった。こうして、消費者主権を確立して、健康で文化的な生活を送るこ

とができるようにするためには、**消費者の権利**をしっかりと保障することが必要だという考え方が強まった。1962(昭和37)年には、アメリカのケネディ大統領が「消費者の四つの権利」を初めて明確にかかげて、諸外国の消費者行政に大きな影響を与えたよ。

消費者の権利

■消費者の四つの権利(1962年 ケネディ大統領)

- ①安全を求める権利
- ②知らされる権利
- ③選択する権利
- ④意見を反映させる権利



■消費者の権利(2004年 消費者基本法)

- ①安全の確保
- ②選択の機会の確保
- ③必要な情報の提供
- ④教育の機会の提供
- ⑤消費者の意見の反映
- ⑥消費者被害の救済



[ケネディ大統領]

消費者問題への行政の対応

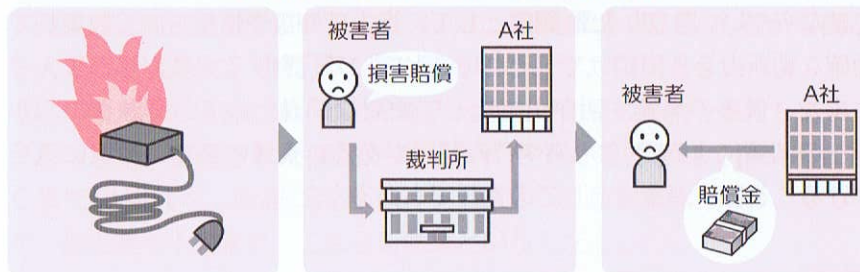
日本では、1960年代に消費者問題が大きな社会問題になって、本格的な消費者行政が始まった。1968年には、日本の消費者政策の基本理念を定めた消費者保護基本法が制定され、これを受けて、消費者を保護するいろいろな仕組みが整えられた。たとえば、訪問販売や電話勧誘などで商品を購入した場合に、購入後8日以内であれば消費者側から無条件で契約を取り消せるというクーリング・オフ制度も、消費者保護の仕組みのひとつだ。各地方公共団体には、消費者相談や情報提供をおこなう消費者センターが設置されたよ。

その後、欠陥商品で消費者が被害を受けたときの企業の責任について定めた**製造物責任法 (PL法)**や、契約上のトラブルから消費者を保護する**消費者契約法**などの法律も制定された。

2009(平成21)年には、政府のいろいろな省庁に分かれていた消費者行政をひとまとめにするために、**消費者庁**が設置されている。

消費者保護基本法は、2004年に**消費者基本法**に改正された。

製造物責任法 (PL法) による裁判例



スマホを充電したら発火して、全治1か月のやけどを負った。

被害者は製造物責任法(PL法)にもとづき、メーカーを裁判所に訴え、損害賠償を請求した。

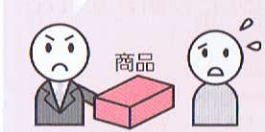
裁判所は製品の欠陥を認め、メーカーに50万円の賠償金を支払うことを命じた。



購入してもらえないまで、帰しません!

契約していただけるまで、帰しませんよ!

消費者契約法によって契約を取り消せる例



このように不当な契約は、契約してから5年以内、違法であることに気づいてから6か月以内であれば取り消すことができる

改正前の法律は、消費者が被害にあったあとに、国や地方公共団体が消費者を助けるという考え方だったんだけど、それだけでは消費者の権利を十分に守れないと考えるようになったんだ。そこで、改正後の消費者基本法では、消費者の権利を明記するとともに、国や地方公共団体に、法律や仕組みを整備したり、情報開示を進めたりすることで、消費者が被害にあうことなく、自立した消費生活を送ることができるようにサポートする責任があると定めたんだ。

その一方で、僕ら消費者も、権利とともに責任を負っていることを忘れてはならない。**自立した消費者**として、進んで知識や情報を広く収集して、的確な判断力を身につけて、それにもとづいて行動する必要があるよ。

また、僕らの消費生活が引き起こす重要な問題として、資源やエネルギーの消費による**環境汚染**やごみ問題がある。資源の節約、環境に気をつけることは、消費者としての責任でもあるんだよ。

テーマ

38 商品の流通

商品が届くまで

僕らは商品を製造業者や産地から直接購入するのではなく、コンビニエンスストアやスーパーマーケットなどの小売業者から購入することが多い。**小売業者は、僕たち一般の消費者に商品を売る人たちのことだよ。**さて、では小売業者はどこから商品を仕入れるのだろうか。

魚や野菜などの生鮮食品の場合には、産地から運ばれた魚や野菜は魚市場や青果市場でせりかけられ、せり落とした小売業者の店先に並べられる。



「せり」と「せり落とし」ですか？ なんだか聞きなれない言葉です……。

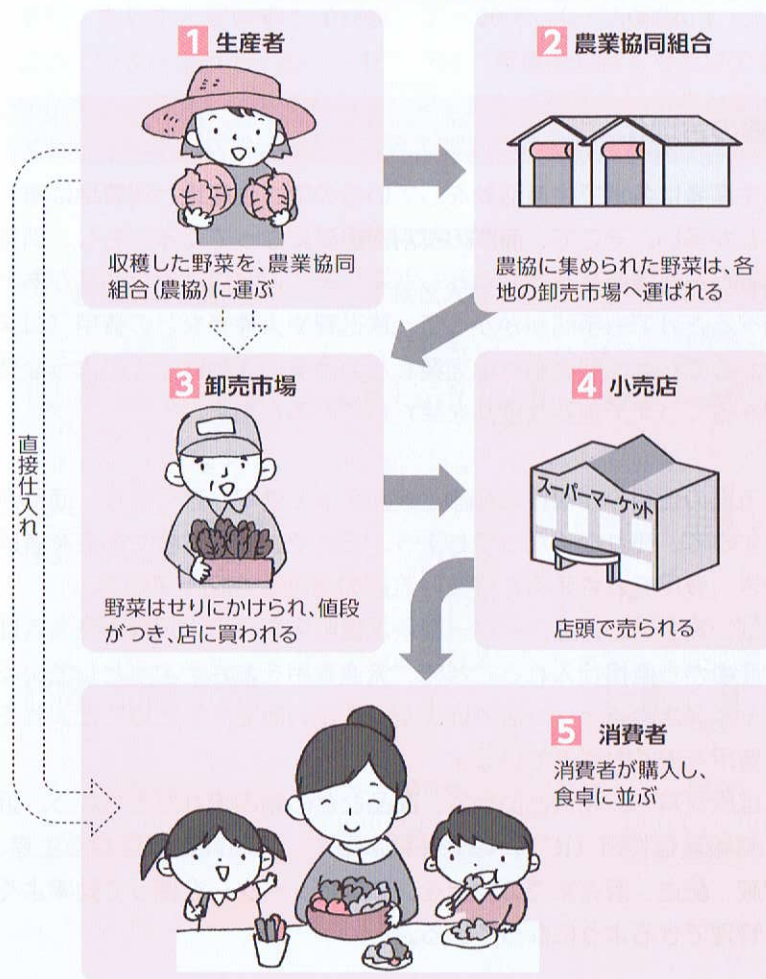
うん、「せり」というのは「競り」と書くんだけど、ほしい人が競争して品物を買う方法だ。

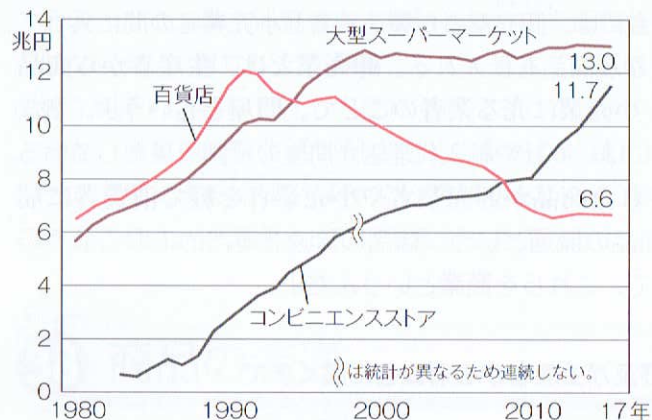
日本全国から市場に運ばれてきた魚や野菜は、まだ値段が決まっていない。そこで、魚屋さんや八百屋さんが集まって、運ばれてきた品物を「ほしい」と思ったら、「買いたい」と思う値段をつける。いちばん高い値段をつけた人だけが、その品物を買うことができるのが「せり」という方法だ。「せり落とした」というのは、いちばん高い値段をつけて買うことができた、ということだ。

工業製品などの場合には、卸売業者が製造業者と小売業者の間に入って、小売業者は卸売業者から商品を仕入れる。**卸売業とは、生産者から商品を大量に仕入れて、小売業に売る業者のことで、問屋ともいうよ。**ちなみに、輸入品の場合には、商社や輸入代理店が問屋の役割を果たしている。

こうして、生産された商品が卸売業者や小売業者を経て消費者に届くまでの流れを、商品の**流通**という。商品の流通を専門的におこなうのが、卸売業や小売業で、これらを**商業**というんだよ。

野菜が生産者から消費者に届くまで





百貨店、大型スーパーマーケット、コンビニエンスストアの販売額の推移（経済産業省「商業動態統計」ほかより作成）

流通の合理化

商品の生産者は各地で生産活動をしているので、生産地と消費地は離れていることが多い。そこで、商業の役割が重要になってくる。もし、消費者が生産者から直接商品を買おうとしたら、そこにどのような商品があるのかを調べるだけでも手間がかかって、輸送費や人件費などの費用（コスト）もかかるでしょ。卸売業や小売業などの商業の活動は、このような費用や手間を省くうえで重要な役割を果たしているんだよ。

ただ、流通の仕組みが複雑になると、かえって効率が悪くなり、商品が高くなりすぎて、売れなくなってしまう。そこで、卸売業者や小売業者は、人手を省き、費用をおさえるために、**流通の合理化**を図っている。

たとえば、資金力のあるスーパーや家電量販店などの大規模小売業者は、商品を生産者から直接仕入れることで、流通費用をおさえようとしている。フランチャイズ店やチェーン店では、たくさんの商品をまとめて仕入れることで、費用を安くおさえているよ。

商業には原材料や、物流といって、商品などの物の流れがともなう。近年では、情報通信技術（ICT）の発達によって、原材料の調達から生産、製品の貯蔵、配送、販売までの物流を、コンピューターを使って効率よくまとめて管理できるようになっている。

フランチャイズ店、チェーン店

フランチャイズは、コンビニエンスストアなどで採用されている事業形態です。本部が持っている商標（ブランド名）を加盟店（フランチャイズ店）が使用して商品を販売する代わりに、加盟店は本部に商標使用料を支払います。本部は少ない費用で事業を拡大でき、加盟店は初めから知名度のある商標（ブランド）を使って事業を運営できるという利点があります。

チェーン店は企業が直接運営する店で、直営店を複数展開して事業を広げる事業形態によるものです。

また、売り手と買い手をインターネットでつなぐAmazon（アマゾン）などのインターネット・ショッピングは、流通を短縮するだけでなく、商品を手もとに保管しておく費用を大幅に節約できるということで、どんどん広がっている。情報社会と呼ばれる理由のひとつだね。

流通の合理化

