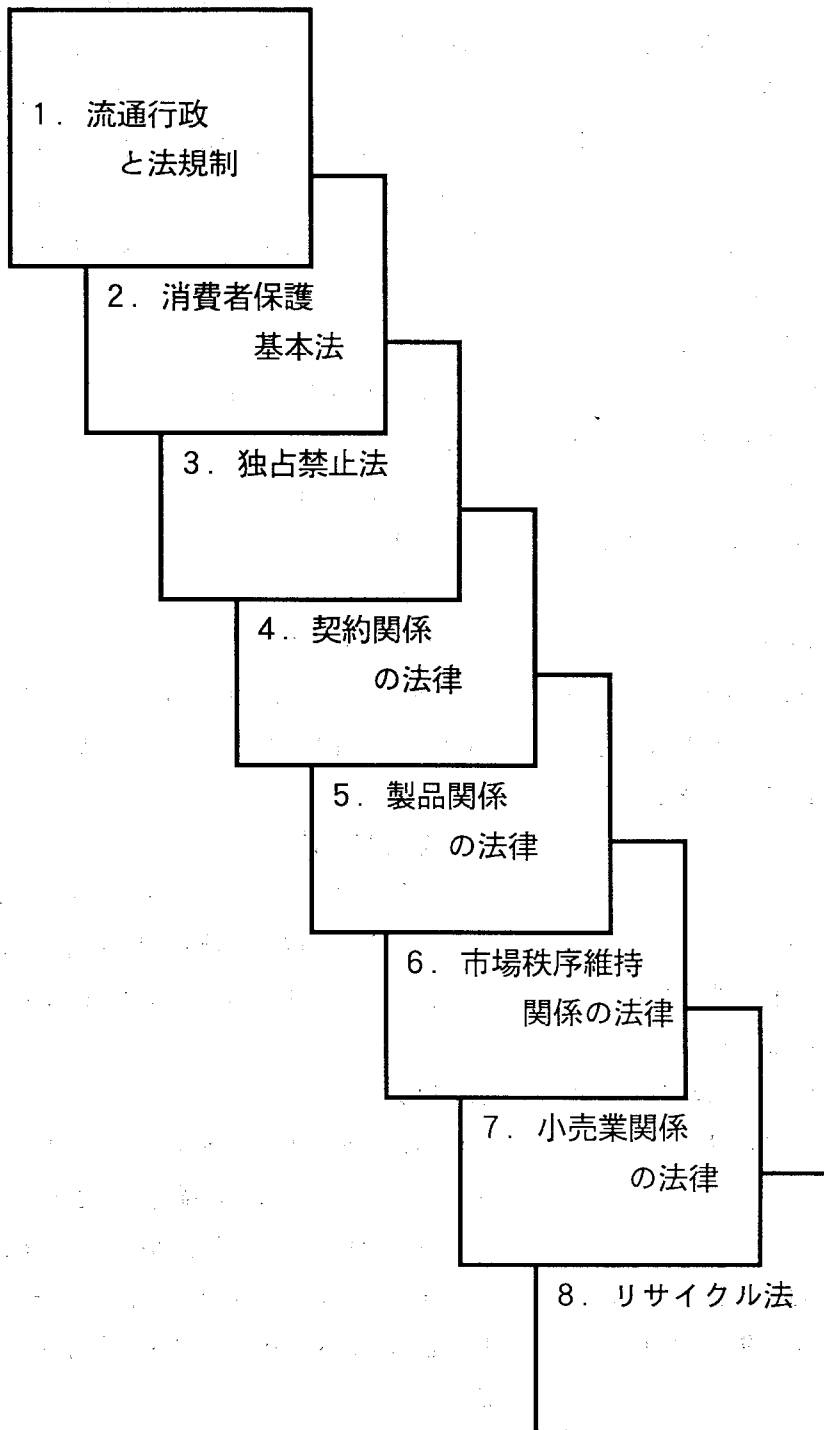


第8章 マーケティングに関する法律



この章では、私たちの消費生活に直接または間接的影響を与えている、さまざまな法律を学習しましょう！

1. 流通行政と法規制

近年、日本の流通行政や法規制が、とかく内外から悪く指摘されています。

本来、流通行政の目的は、流通業の商業活動の効率化を進めることと、競争圧力から中小の流通業を保護し、健全に育てることにありました。

しかし、時代は変化し、消費者ニーズが多様化し、かつ大手流通業者が情報ハイテクを有効に活用し、効率化を急速に進めています。

そして、変化する消費者ニーズをいち早くキャッチしようとしています。その点、中小流通業者とは、大きな隔たりが生じてきています。

したがって、中小流通業者の保護・育成が足かせとなり流通近代化を進めるうえで、大きな行政の問題になってきています。

このような変化の中で、行政側として発想の転換や政策手段の再検討など、革新的な対応が迫られていることをまず知っておきましょう。

2. 消費者保護基本法

この法律は、さまざまなマーケティング関連法規にあたって、最も重要な位置を占めるものです。この法律に置ける規定は多岐にわたりますが、そのすべてを記述することは困難ですので、ここでは、その概要のみを記述します。

(1) 歴史

消費者の利益を守る法律は、消費者保護基本法の制定以前にも少なからず成立していました。

しかし、それらはいずれも個別の法律としての性格をもち、かつ行政面でも、従来よりの生産重視の傾向を強くもっていました。

このような状況のもとで、総合的かつ体系的な消費者保護を推進すべく、消費者保護基本法が1968年制定されました。

この法律は、「消費者の利益の擁護および推進に関し、国、地方公共団体および事業者の果たすべき責務並びに消費者の果たすべき役割を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護および推進に関する対策の総合的推進を図り、もって国民の消費生活の安定および向上を確保することを目的とする」いわば「消費者保護の憲法」ともいうべき位置づけにあります。

(2) 消費者保護を推進する4つの主体

- ① 国
- ② 地方公共団体
- ③ 事業者
- ④ 消費者

の4つの主体によって実現されるものです。

現在、経済企画庁の所管にあり、毎年5月30日は『消費者の日』と決められています。

3. 独占禁止法

独占禁止法は、「経済の憲法」とさえいわれるように、会社の経営活動の秩序を適正に維持すべく具体的ルールの掲示された法律です。

(1) 歴史

戦前のわが日本の経済は、カルテル、トラスト、コンツェルンなどが横行し、きわめて閉鎖的なものでした。しかし、戦後になって占領軍が、米国における反トラスト法を参考にして、日本経済の民主化を助長すべく法制の確立を推進したのです。

このような背景のもと、産業民主化政策の一環として「私的独占、不当な取引制限および不公正な取引方法を禁止し、事業支配力の過度の集中を防止して、結合、協定等の方法による生産、販売、価格、技術等の不当な制限その他一切の事業活動の不当な拘束を排除すること」に

より、「公正かつ自由な競争を促進し、……一般消費者の利益を確保すると共に、国民経済の民主的で健全な発達を促進すること」を目的とする独占禁止法が制定されました。

(2) 規制対象

前述の条文にもあるように、独占禁止法は、

- ①私的独占
- ②不当な取引制限
- ③不正な取引方法

を規制することに重点をおくものです。

これらの規制に違反する会社があれば、公正取引委員会によりしかるべき措置がとられることになっていますが、現状は必ずしも、その有効な運用がなされていません。

4. 契約関係の法律

(1) 訪問販売法

通常の小売業の店頭販売とは性格を異にする、訪問販売、通信販売および連鎖販売取引にまつわる諸問題に関する法律で、1976年に、消費者とのトラブル防止を目的に制定されました。

業者名の明示、契約者の義務づけ、クーリング・オフ（買った人が理由をとわず、かつ違約金を払うことなく、契約の解除を自由に行う）制度などを定めています。

(2) 割賦販売法

この法律は、各種の割賦販売、

- ・ 自社割賦方式
- ・ 系列方式
- ・ クレジット方式
- ・ 前払い方式
- ・ ローン方式など

にかかわる取引の公正を目的に1971年制定されています。

5. 製品関係の法律

(1) 消費生活用製品安全法

製品の安全性確保について、特定の製品群を対象とする個別法（例えば、薬事法、食品衛生法・電気用品取締法・ガス事業法など）に対して、消費生活用品全般を対象とする一般法として位置づけられます。

この法律では、危険な製品が消費者に届くことを防止するために、国および民間事業所のなすべき措置が明記されています。

(図8-1参照)



図8-1 製品安全協会によるマーク

(2) 工業標準化法および農林物資規格法

この法律は、規格化による社会貢献を国家的に推進するために制定されたものです。

その運営は、工業製品に関しては「日本工業規格」(JIS=Japanese Industrial Standard) および「日本農林規格表示認可制度」(JASマーク制度)を中心に、重要な役割を果たしてきています。

(図8-2参照)

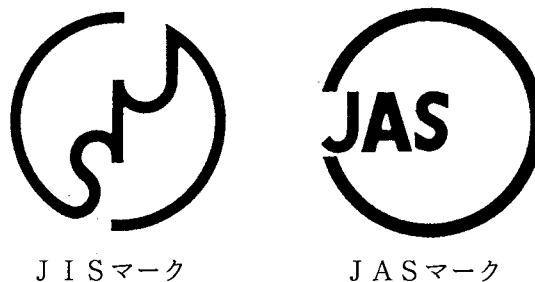


図8-2 JISとJASマーク

6. 市場秩序維持関係法規

(1) 不正競争防止法

競争秩序を構成する、つまり不当な手段による競争者利益を阻害する行為を防止することを目的に1934年に制定されました。

不当行為として、商品・経営主体の混同誘発、原料・出生地の虚偽表示、商品の品質・内容・製造方法・用途・数量の誤認誘発、競争相手の信用阻害があります。

(2) 景品表示法

消費者の正しい選択を阻害し、競争者の顧客を不当に誘引する恐れのある表示および景品を規制するための法律であり、1962年に制定されています。

競争秩序の維持という目的から、独禁法の特別法として位置づけられます。

この法律では、公正競争の範囲と認める各種景品類の最高額と総額、規制対象となる不当表示の具体的な例などを明記し、不当な景品類および表示を規制する枠組みを提示しています。

7. 小売業関連の法規

(1) 大店法

この法律は、大規模小売店舗における事業活動を調整することにより、その周辺に位置する中小小売店舗の事業活動の機会を適正に確保することを目的に、1974年に制定されたものです。同法では規制項目として対象となる大型店の新增設（届出制）、店舗規格、営業時間、休日などを明記しています。

また、対象となる大規模小売店は、前者は一つの建物で店舗面積が1,500㎡（政令指定都市においては3,000㎡）を越える小売店舗であり、通産大臣の担当となり、後者は同じく店舗面積が500㎡を超える第1種に達しない小売店舗であり、各都道府県知事の担当となります。

(2) 小売商業調整特別措置法（商調法）

小売商業の事業機会を確保し、その正常な秩序を維持することを目的に、1959年に制定されました。

その内容には、購買会事業、小売市場（10以上の小売店が入居する建物）、製造業者および卸売業者の小売業の兼業などに対する規制も含まれています。

8. リサイクル法

1991年10月に施工されました。正式には「再生資源の利用に関する法律」となります。

ポイントとしては、業種や品目を明記し、資源の有効利用や廃棄物の排出抑制を促している点です。

具体的には、

- (1) 原材料使用でのリサイクル率を高める特定業種（紙、ガラス、建設）
 - (2) リサイクルが容易となる構造・材質を工夫すべき商品（自動車、テレビ、冷蔵庫）
 - (3) 分別回収のため、表示すべき商品（缶）
 - (4) 工場から発生する副産物のリサイクルを求める指定副産物（鉄鋼スラグ、土砂、コンクリートの塊、木材など）
- を特定し、該当企業への対応を迫っています。