

ハンス・B・トーレリー 著
 サラー・V・トーレリー

イギリス消費者協会 (I)

呉 世 煌 訳
 清 水 秀 暢

目的と管理方式

イギリス消費者協会 (Consumers' Association, 以下略称 CA) の 1957年の基本定款 (Memorandum of Association) は修正されて「財貨や販売される商品及び公衆に与えられるサービスの規準を改善し維持すること」(第4条) という主要目的に添えて、14の副次的な目的を記載している。特に、消費者協会設立の趣意は次の通りである。

1. 何であれ、あらゆる種類の資材、財貨とサービスの使用者と消費者に関する、すべての問題において、公衆の知識を伸長し向上させること。
2. 使用、購買、賃借または買取選択権付賃貸借 (hire-purchase)^(訳註1)、品質、資材の特性と価格、財貨、商品と各種のサービス等に関する、すべての問題において、情報を収集し普及させること。
3. 前項の事物に関する、すべての問題について、協会の立場において、消費者に助言を与えること。
4. 消費者に関する、すべての問題、また特に上記の資材、財貨、商品

1967~1969年の為替相場はアメリカの2.40ドルが1ポンドであった。CAはアメリカ消費者同盟やそれに該当する他の北大西洋6ヶ国の諸団体のように、私設の、予約購読者会員を基盤とする機構であることに注意されたい。西ドイツの商品テスト財団 (Stiftung Warentest)^(訳註2)、スウェーデンの消費者研究所 (Konsumentinstitutet, 略称KI)^(訳註3) のような、幾つかの他の比較テスト団体は政府所属機構である。ドイツの比較テスト雑誌『ドイッチェ・マルク』 (“DM”)^(訳註4) は、事実上商業誌で、独特の事情を構成している。

とサービスの、すべての面において、協会自身の役員と従業員によってであれ、または（委託した）他機構の機関によってであれ、研究を指揮し後援すること。また他機構による、このような研究の遂行について激励し進展させ助言すること。

5. 前記目的のすべてか、またはそのうちのある目的の促進のために、本協会会員及びその他の人々に頒布する定期刊行物、新聞雑誌、小冊子その他を編集し印刷し発行すること。

6. 上記目的のすべてか、またはそのうちのある目的の達成に伴いまたはそれを促進するような、本協会の目的の慈恵的な本質と一致する、あらゆる他の事業を行なうこと。

最後の条款は近年に至ってイギリス消費者協会にその活動を拡大する権威を与えている。法人設立認可証 (Certificate of Incorporation) は財務管理に必要な力を一層 C A に授与しているのである。

もう一つの文書、つまりイギリス消費者協会の通常定款 (Articles of Association) ^(訳註5) は C A の管理方式を規定している。評議会の評議員は、法人設立の時には11名を数えたが、15名にまでの増加は可能であった (第35条)。1969年には評議員は17名であった。最初の評議員のうち、4名は評議会に残留し、1名は C A の長期会長となっている。評議員は大学出身者 (U-people) である。1967年の15名のうち (1名を除いて全員が1968年度と1969年度の評議員でもあった。) 10名はオックスブリッジ (Oxbridge) ^(訳註6) 住込み、1名はロンドン・スクール・オブ・エコノミクス (London School of Economics) 経済学教授、1名はロンドン大学法学教授、1名は事務弁護士 ^(訳註7)、1名は前のリーズ大学 (Leeds) 中世フランス語の学究である。残り1名の評議員は、創立者でもあり、公認機械技師であり、フェビアン協会会員 ^(訳註8) であった。主事が述べた通り、「我々は議会の両院から議員をそれぞれ1名ずつ評議員として持つ幸運な地位に在るのである」。

評議会の評議員は、正会員でなければならないし、正会員によって年次総会において選出される。その任期は5年間で、もしも評議会自体か、または立候補者と5名の正会員か、によって推薦されるならば、再選されて

もよいのである。評議会は、任期を完了する評議員にやがて再推薦があるか否かを確認するため、その評議員の間で郵便投票を行なう。その任期完了者が推薦されると見なされるには、過半数の投票を受けなければならない。立候補者と5名の正会員が署名する指名推薦書式では、投票用紙に1名の正会員の名を記入することになっている。多分、最高得票者が選出される。評議会はまた、その数がかつても評議会全評議員の3分の1を越えないのであれば、互選による新評議員の追加が認められている。正会員が評議会の評議員になる上の、唯一の制限は、簡明に第5条に述べられている。

評議会の意見により、もしその者が責任者として、財貨や商品の製造、流通、販売、または公衆に対するサービスに、直接に従事する者か、あるいはそのような財貨や商品（またはサービス）の販売や使用を、推進する上で使用人または代理人として直接に従事すべき者ならば、何人といえども協会の評議会の評議員となる、あるいは評議員である、資格をもたないものとする。

第46条は簡単に「協会の事業の経営と管理は……評議会に帰属する」と述べている。評議会は5年の任期で会長を任命し、会長は再選を妨げず、また13名の副会長も任命する。これらはすべて名誉職で、「その支持がイギリス消費者協会に威力を添える」人々に与えられるのである。1971年に、この職に在った人々にはCAの前主事、今はない消費者審議会（Consumer Council）^(訳註9)の前議長、3名のCA評議会の評議員と、ジュリアン・ハックスリー卿（Sir Julian Huxley）^(訳註10)のような著名なイギリス人も名を連らねていた。評議会はまた、主事を任命する。評議会は1年に約12回会合する。

協会の会員資格は、正会員と准会員の2種類である。准会員は予約購読者であり、協会の刊行物受領以外には、何の権利もない。1957年から1963年までは、正会員の資格は、評議会から発行される個人的な招請状に基づいて、承認されていた。1967年3月に正会員は231名を数えた。モロニー

委員会 (Molony Committee) は1962年の報告書で、CAに「その自治の方法に、もっと民主的な要素を導入する手段を、見出すこと」を促したのである¹⁾。1965～1966会計年度期間中に評議会は「准会員として、同一人であると証明されて、連続4年次にある個々の准会員から、そういう正会員資格を申請するよう懇請し、また考慮することによって」正会員の数の「広範囲な、しかし統制された増加」を図ることを決定している。評議会は「この新しい民主的統制の要素は、消費者の独立した闘士としてのCAの声を大いに強めるであろう、という強力な説得を受けている」²⁾と述べた。

1967年6月、CAは、協会刊行物の少なくとも2種類の、3年連続予約購読者に対して、正会員に応募するよう、最初の告示文を公表した。

| 年 度 | 正 (投票) 会員数 |
|---------|------------|
| 1967年3月 | 231名 |
| 1968年 | 1,343名 |
| 1969年 | 約 1,500名 |
| 1970年 | 約 1,700名 |

通常定款は、手続きを一層多くの投票会員数に釣合わせるために修正された。1969年2月には、CAの歴史上その種のものでは第1回の、臨時総会が召集された。それは弗化物を取扱った1968年9月号の『ホイッチ?』 (“Which?” 『どれを?』) の誌上の報告に表わされている論説の的確度及び判定 (テスト結果) の、ある面の異論に対する解答について投票したいという正会員の要求に基づいていた。会に出席している178名の会員の中から、信任投票にも等しいことが157票の投票によって行なわれた (1968～1969年度『年次報告』第9頁)。

1969～1970年に、イギリスの人口を約5,500万人、また見積りで1,800万世帯と仮定すれば、総人口のほぼ1.1パーセント、または全世帯の約3.4パーセントが、協会の機関誌『ホイッチ?』を予約購読したことになる。1967年より前に、『ホイッチ?』の予約購読者の社会経済的な側面に関して

収集された資料に基づく文献によれば、予約購読者はほとんどが、中流階級の上と中流階級のいわゆる「AB」階層から、またAB階層のずっと大きな比率にも拘らず中流階級の下「C1」階層からも徴募されていることを示している³⁾。6,327名を標本に用いた調査に基づくCAの1967年の予約購読者の素描は表1に出ている。

〔表1〕

標本の百分比による1967年度『ホイッチ?』予約購読者の社会経済的素描
(標本数=6,327名)

| 性 別 | パーセント | 世帯内人数 | パーセント |
|----------|-------|------------------|-------|
| 男 | 75 | 1 | 5 |
| 女 | 25 | 2 | 27 |
| | | 3 | 22 |
| 年 齢 | | 4 | 26 |
| 16~24 | 5 | 5 | 12 |
| 25~34 | 24 | 6+ | 7 |
| 35~44 | 28 | | |
| 45~54 | 22 | 15歳または以下の世帯内の子供達 | |
| 55~64 | 14 | 有 47% | 無 52% |
| 65~74 | 4 | | |
| 75+ | 1 | 世帯主の収入別群団 * | |
| | | 250ポンド以下 | |
| 婚姻状態 | | 250~ 500ポンド | 1% |
| 既 婚 | 82 | 500~ 750 | 2 |
| 独 身 | 13 | 750~1,000 | 8 |
| 寡 婦(夫) / | | 1,000~1,250 | 12 |
| 別 居 / | | 1,250~1,500 | 13 |
| 離 婚 | 4 | 1,500~1,750 | 11 |
| | | 1,750~2,000 | 10 |
| 每学期全日制出席 | | 2,000~2,500 | 13 |
| 教育年齢 | | 2,500~3,000 | 8 |
| 14または以下 | 12 | 3,000~4,000 | 8 |
| 15 | 12 | 4,000または以上 | 10 |
| 16 | 19 | | |
| 17 | 12 | | |
| 18 | 11 | | |
| 19 | 6 | | |
| 20または以上 | 30 | | |

* 大多数のイギリス人は、この当時は、1,250ポンド以下の所得であった。
資料来源：1970年2月9日、イギリス消費者協会、マーケティング研究役員、ドロシー・ミルハム (Dorothy Millham) から得た情報。

財 源

イギリス消費者協会は、アメリカ消費者同盟 (Consumers Union) とあるイギリス教育信託 (British educational trust) の助成金を得て発足し、機関誌『ホイッチ?』を1957年10月に創刊した。その発足早々から全収入は予約購読料と刊行物の販売から生じている。近年は1965~1966年、1967~1968年と1969~1970年* の少額な欠損は別として、収入は支出を十分償っている。1967~1968年と1969~1970年の2年の期間中に支出はほとんど70パーセント増加した。表2は、主要な支出項目の総計に対する比率と5カ年間のCAの数字を示している。

〔表2〕 イギリス消費者協会：1967~1971年
主要部門別基金の使用と総額に占めるその百分比

(単位 1千ポンド)

| | 1967年 | 1968年 | 1969年 | 1970年 | 1971年 |
|----------------|---------|---------|---------|---------|----------|
| 研 究 費 | 240 29% | 260 27% | 343 27% | 420 26% | 459 23%* |
| 『ホイッチ?』印刷費と発送費 | 153 19 | 174 18 | 237 19 | 303 18 | 356 18 |
| 出 版 物 費 | 49 6 | 68 7 | 61 5 | 119 7 | 96 5 |
| 予 約 購 読 取 扱 費 | 69 8 | 79 8 | 126 10 | 150 9 | 163 8 |
| 広 報 活 動 費 | 183 22 | 245 25 | 301 24 | 416 25 | 545 28 |
| パブリシティと会員サービス費 | 20 2 | 23 2 | 26 2 | 32 2 | 90 5* |
| 不 動 産 費 | 50 6 | 51 5 | 62 5 | 83 5 | 95 5 |
| 管 理 費 | 63 8 | 82 8 | 99 8 | 127 8 | 149 8 |
| 支 出 総 額 | 827 | 982 | 1,255 | 1,650 | 1,953 |

* 1970~1971年の算定は初期の頃と厳密に比較できないことを示している。

註：各年次とも3月31日が年度末。

恐らく報告が比較できる点を重視して、CAは最初の支出項目名では、もはや諸活動を適切に表現しえないかも知れない、そのような項目の設定を維持している。例えば、次の助成金が、どのような項目名の下で1968~1969年に記帳が行なわれたかを確かめることは不可能である。消費者問題研究所 (Research Institute for Consumer Affairs)^(訳註12) 1万ポンド。全国消費者団体連合会 (National Federation of Consumer Groups)^(訳註13) 9

千ポンド。全国示唆センター（National Suggestion Centre）1千ポンド。^{**}

〔表3〕

イギリス消費者協会
予約購読と売上げによる収入，1967～1971年

（単位 1千ポンド）

| | 1967年 | 1968年 | 1969年 | 1970年 | 1971年 |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------------------|
| 『ホイッチ?』『モータリング・ホイッチ?』 | | | | | |
| 『マナー・ホイッチ?』 ^a 予約購読料 | 715 | 818 | 1,122 | 1,426 | 1,499 |
| 『ホイッチ?』付録，旧号，綴込用 | | | | | |
| 表紙等の売上高 | 67 | 64 | 48 | 59 | 60 |
| 消費者刊行物売上高 | 19 | 33 | 44 | 59 | 47 |
| 『優良食品案内』売上高 | 30 | 29 | 26 | 35 | 36 |
| 『薬品および療法彙報』予約 購読料と売上高 | 12 | 13 | 15 | 16 | 17 |
| 予約購読料と売上高による総収入 | 843 | 957 | 1,255 | 1,595 | 1,659 ^b |

a. 『マナー・ホイッチ?』は1968年9月までは刊行されていなかった。

b. CAの収入総額は，その他の雑収入3万3千ポンドを加えて，169万2千ポンドとなっている。

註：各年次とも3月31日が年度末。

* 予約購読者増加の相対的な減退は——少なくとも幾分かは長期に及んだ郵便ストのために——1970～1971年に26万1千ポンドの欠損という結果を招いた。

**最初に述べた2団体については下記を参照。全国示唆センターは1968年秋，年4回の雑誌『ホワット?』（“What?”『なにを』）の発行を始めた。それはマイクル・ヤング（Michael Young）によって創設された別の機構であり，ヤングは議長であり明らかにその主動的人物である。財団として登記され，多種多様な関係当局から支持を得ている。国営石炭公社（National Coal Board），ユニレヴァー（Unilever），保健省（Ministry of Health），ガス公社（Gas Council），電力公社（Electric Council），イギリス帝国化学工業会社（ICI）^(訳註14) その他等——約17のスポンサーからである。それは地域社会及び公共の問題に解決策を見出すことを求めている。1969年春，『ホワット?』は道路建設，地域開発業者，工場等に対して援助を必要とする団体のために，立案，助言サービス，諮問サービスを行なうと発表した。1969年夏，『ホワット?』は，人々が自動車についてどのような問題を持ち，またその知識にどのような欠陥があるかを知るために，ニューハムのロンドン・パロ
^(訳註15)ーに，市民のための自動車助言班（Mobile Citizens' Advice Team）を創設した。

1966～1971年のCAの収入源は表3に示されている。

職 員

1957年にはイギリス消費者協会は全職員数が5名であった。1970年3月現在で、その数は306名であった。近年の増加は次のようであった。

| | |
|------------|------|
| 1964～1965年 | 198名 |
| 1965～1966年 | 189名 |
| 1966～1967年 | 189名 |
| 1967～1968年 | 202名 |
| 1968～1969年 | 256名 |
| 1969～1970年 | 406名 |
| 1970～1971年 | 317名 |

全従業員に支払われる給与は支出総額の平均21パーセントであった。

上級職員の性格は、精力的で、献身的な、手腕家の素人から、貴族社会の恩着せがましさを発散する、目先が利かない上流階級の玄人になってしまった。最初の評議員のうち残留した者は少しあったし、極めて有能な研究指導者も、その中にいる。

イギリス消費者協会は徐々に、広告は引き合うとか、良い商品といえども、広報活動なしでは自らを売り込むことはない等の、古い教訓を学んで、

〔表4〕

イギリス消費者協会：主要部門別職員配置表（1966及び1969年）

| | 1966年 | 1969年 |
|----------------|-------|-------|
| 研 究 と 論 説 | 54 | 88 |
| 刊 行 物 | 8 | 11 |
| 予 約 購 読 担 当 | 86 | 113 |
| 一 般 管 理 | 25 | 38 |
| 情報、広報活動、印刷、会員 | 16 | 37 |
| 印刷・パブリシティ事務局 | | 5 |
| 開発と会員団体 | | 22 |
| マーケティング班（広報活動） | | 10 |
| 総 計 | 189 | 287 |

資料来源：イギリス消費者協会のマイクル・ハワード（Michael Howard）から得た情報。資料は1969年10月14日現在のCA職員数を示す。

近年は強力で多額な予算を広報活動に注入している。あるかつての広告人が、CAの現在の事業の、この挑戦的な分野の先頭に立っている⁴⁾。表4は1969年10月現在のCA職員数の伸びを示す数字を掲げている。比較のために、該当する個所に、1966年の数字が添えてある。

特に興味があるのは研究と論説担当者の部門である。下記は88名の職員がどのように配置されたかを示す表である。

| | |
|------------------------|-----|
| 研究と論説全般担当 | 3名 |
| 研究管理担当部 | 8名 |
| サービスと調査部 | 6名 |
| 『ホイッチ?』の研究と論説担当 | 24名 |
| 『マネー・ホイッチ?』の研究と論説担当 | 9名 |
| 『モータリング・ホイッチ?』の研究と論説担当 | 20名 |
| マーケット情報部 | 11名 |
| 図書室 | 7名 |

善かれ悪しかれ、CAの創設者は活動的な労働党员、最初の主事は自由党员、現在の主事は保守党员であることを述べるのは興味深いかも知れない。

出版物およびその他の媒体による事業

イギリス消費者協会が毎月発行する『ホイッチ?』は一般消費者向け商品テスト報告に当てられている。その1年の間に『モータリング・ホイッチ?』(“*Motoring Which?*” 『どの自動車(註18)を?』)と『マネー・ホイッチ?』(“*Money Which?*” 『どれに金を?』)は4回発行される別冊誌名であった。後者二種のうち一種だけの予約購読希望者でも必ず『ホイッチ?』を予約購読しなければならない。医療と同系の専門職に利用できる『薬品および療法彙報』(“*Drug and Therapeutics Bulletin*”)は隔週に発行されている。『ハンディマン・ホイッチ?』(“*Handyman Which?*” 『器用な方はどれを?』)は、ご自分でどうぞ(“Do-it-yourself”)に関する

すべての事態に応じて、比較情報と実地指導を提供するために、質問票に回答する形式で年4回発行の、もう一種の別冊として1971年に創刊された（『年次報告』1970～1971年度）。表5は1967～1971年の期間中の全五種の定期刊行物の予約購読者数を示すものである。

〔表5〕

イギリス消費者協会：予約購読統計（1967～1971年）

| | 1967年 | 1968年 | 1969年 | 1970年 | 1971年 |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 『ホイッチ?』（月刊） | 434,000 | 529,000 | 562,000 | 610,000 | 603,000 |
| 『モーターリング・ホイッチ?』（季刊） | 136,000 | 155,000 | 165,000 | 195,000 | 259,000 |
| 『マネー・ホイッチ?』（季刊） a | — | — | 235,000 | 336,000 | 379,000 |
| 『薬品治療法彙報』（隔週刊） | 4,500 | 5,000 | 5,308 | 6,000 | 6,500 |
| 『ハンディマン・ホイッチ?』（季刊） b | — | — | — | — | 92,000 |

a. 創刊号は1968年9月発行。CAは、創刊前にほとんど10万の購読の予約があったことを報じている。

b. 1971年11月創刊号発行10週前の数を示す。

註：註の個所を除いて、各年次とも3月31日が年度末。

『ホイッチ?』は季刊誌として1957年に創刊された。1959年に月刊誌となり、1961年には24頁から32頁に増頁された。以前は、予約購読料は1カ年30シリング（3.60ドル）であったが、1970年7月1日からの新予約購読者は50シリング（6ドル）を支払った。^{*} この7¼インチ×9½インチの楽しい体裁の雑誌は『コンシューマー・レポート』にならって作られたもので、CA

^{*} もし予約購読者が銀行口座振替によって支払えば、予約購読料は1予約毎に1年につき5シリング引き（0.60ドル）である。銀行口座振替とは、口座所有者が通報しない限り、毎年予約購読を継続するために口座から支払われるように銀行に依頼する購読料の支払方式のことである。当座預金口座はイギリスにおいては、まだまだアメリカにおける程、普及してはいない。1966～1967年度の第10次『年次報告』によれば、銀行口座振替による支払者の数は、予約購読者の半数以上の、26万3千名であった。第9次『年次報告』によれば、従来の銀行口座振替を新料金に応じて組み換え、新しい銀行口座振替を始めるのは、特に経費のかかる過程である。これは古い会員に旧料金を残してあることに関係があったかも知れない。この予約継続方式の使用は、CAのその期間中の予約継続者が80～82パーセントの高率であり、無気力販売の烙印を捺された事情の非常によい説明になるかも知れない。

は率直に、それを範としている。折にふれて、付録が添付される。1968年に1年分の総頁数は400頁を数え、1969年には424頁となった。近年は、同じく綴込みで、他のCAの刊行物に関する大量な宣伝資料が添付されている。テスト成績の報告が全誌面の70パーセント、記事が17パーセント、目次が10パーセント、論説と投書が3パーセントを占めている。予約購読者以外には一冊も売らない、という規則はただ寛大に施行されているとしか見えない。事実、1966～1967年度『年次報告』によれば、「教育の目的で、『ホイッチ？』が）購入される時は特別割引が利用できるのである」。更に、会員でもある販売代理業者、小売業者、製造業者等はしばしば余分の部数を購入している。余分の部数を購入しようとする会社は、『ホイッチ？』を広告あるいは販売促進に利用しない、という趣旨の声明書に署名しなければならない。新聞雑誌売場では販売されない。予約購読者数が56万2千に達していた1968～1969年度に、印刷の注文部数は66万部であったが発行部数は不明である⁵⁾。1965～1966年度『年次報告』によれば、『『ホイッチ？』の読者数は会員数の数倍』であり、ギャラップ世論調査(Gallup Poll survey)によれば、1967年には約3百万人と見積られていた⁶⁾。イギリス消費者協会は広告を受け付けず、あるいは、『ホイッチ？』に、または協会の他の刊行物に発表されたものが、いかなる形においても広告や販売促進に利用されることを認めないのである。

『ホイッチ？』の予約購読者だけが入手できる最初の別冊の『ホイッチ？』付録は1963年に発売された。通常これらは、『避妊用具はどれを？』(“Which? Contraceptives”)のような、必ずしも全会員に受入れられるとは限らない問題、または、『生命保険』(“Life Insurance”)と『集中暖房』(“Central Heating”)のような、その取扱う問題の大きさと範囲によっては、二冊ないしそれ以上の分冊が必要となった諸問題を扱っている。『集中暖房』という付録は好評で——最初の7カ月で6万部を売り——新しい型で再発売されている。

自動車テスト班は、早くも1961年1月に発足し、そのテスト報告は1962年から発表されていたが、『モーターリング・ホイッチ？』は、1966年に

『ホイッチ?』の季刊の別冊付録として刊行が始まった。1969年には26種類の自動車について160頁にわたり、すなわち1付録当たり40頁を費やして、報告された。この付録はまた、自動車運転者が購入する必需品と付属品——すなわちガソリン、電池充電器等——テスト成績、あるいは運転者の関心事——例えば自動車走行経費の記事、等を載せている。

『マネー・ホイッチ?』は1968年9月に創刊された。その狙いは、素人向きの言葉を用いて、複雑な金銭上の話題を提供することにある。数多くの図解、挿絵、図表が、投資、借財、租税、保険に関する情報を伝えるために、使用されている。それは、他の『何々ホイッチ?』ものよりも一層強く、基本的な消費者教育の性質を帯びているのである。

『薬品治療法彙報』は、同一系統のアメリカの刊行物『医療通信』(“*Medical Letter*”)のイギリス版として、1962年4月に創刊された。最初は記事の材料は、イギリスの読者向けに編集された、アメリカ産のものばかりであった。しかし1964年からは、この『彙報』の記事の材料は、すべてイギリスのものである。この隔週の刊行物は、ルーズリーフ式ノートブックで4頁に謄写版印刷されている。それは、医学の各分野から汲み上げられる専門家達の集積した経験に基づく、有名薬品に関する、時の情報と批判的な評価を掲載している。それは、同じ症状の処置に使用される薬品を鑑定し、その薬品の治療上の使用法についての研究を要約する。それはまた、調合薬品と医療機器の双方のテスト計画も、時に応じて試みる。『彙報』の記事はオランダ語、ドイツ語、デンマーク語に翻訳されている。予約購読料は1年分63シリング(7.50ドル)である。この刊行物は、一方では、医師や専門家を、時代おくれにならぬように、助けているのではあるが、それがイギリスにおける消費者運動の中核であるとは見なしにくいのである。それは、CAが地位的魅力の点において、高所に狙いを定めていることを示すものと思われる。

消費者向け刊行物紙装本シリーズの狙いは、イギリス消費者公刊資料の不足を補うこと、すなわちその題名によって、その不足が大きなものであったに違いないことを判断することにある。これらの刊行物はいずれも、

銘柄の情報は掲載していない。このシリーズは1970年には、17種ほどの題名を含んでいた⁷⁾。価格は8シリングから15シリング（1ドルから1.80ドル）、大きさは104頁から216頁の範囲であった。CAの他の刊行物には、『中等学校におけるホイッチ？：数学と理科』（“*Which? in Secondary Schools: Maths & Science*”）があり、それは『ホイッチ？』の報告記事に基づいて、特別に考案された教授課題が含まれており、また他に10カ国における電話サービスについての消費者による国際的研究の『電話と住宅用加入者』（“*Telephones and the Private Subscriber*”）があった。1962年にイギリス消費者協会の刊行物として引き継がれた『優良食品案内』（“*The Good Food Guide*”）は、年刊誌として継続し、CA系列下の優良食品クラブ（Good Food Club Limited）を通じて運営されている。

紙装本シリーズの合計部数は1965年に早くも15万部の絶頂に到達した。1966年の5万部の低水準から1967年には7万3千部、1968～1969年には8万1千部、1969～1970年の間に総部数が12万7千部、という具合に徐々にまた増大してきている。

CAの図書室職員は毎日謄写版印刷の覚書を準備するが、それは主として、CAの職員と評議員の使用に充てられているのであるが、一層広範囲に消費者の活動家の間で好評となって、1970年には180部印刷されたのである。その内容は、毎日の新聞報道、雑誌、度量衡局、医薬情報、海外消費者ニュース、また図書室の追加書目録等にわたっている。

1962～1967年の5カ年の期間中、イギリス消費者協会は、『ホイッチ？』からの資料のみをもって製作された『精選品』（“*Choice*”）、というテレビジョンの月次番組のシリーズで、イギリス放送協会（BBC）と提携したのである。CAは報酬も著作権使用料も受領せず、負担した経費だけ償還された。著者達は、この番組中止の理由を知らない⁸⁾。

対報道界関係は良好である。1965年にCAは、その事業と刊行物が、報道関係に平均1日5回取り上げられていると見積っていた。初期の頃には、CAの問題の扱いは、通常のイギリスの慣行とは、大いに相違していて、一騒動起こすに十分な程であった。今日では、CAはイギリスの一制度

(institution) となっているし、それだけでも報道に値する⁹⁾。

CAは、40名以上の経験豊かな講師からなる弁士団を擁し、その講師達は毎年約400件の依頼に応じてきた。話題はCAの事業についてだけではなく、多種多様な消費者問題にまで及んでいた。

原 註

1) 『消費者保護に関する委員会最終報告書』(“*Final Report of the Committee on Consumer Protection*”), Cmnd., 1781, 王室出版所 (Her Majesty's Stationery Office, 略称 HMSO, 1962, 第388節。^(註17)

2) 1966年8月号『ホイッチャ?』p.259所載, 1965~1966年度年次報告。^(註18)

3) クリスチーナ・フューラップ (Christina Fulop), 『市場の消費者達』(“*Consumers in the Market*”) <ロンドン, 経済問題研究所 (Institute of Economic Affairs), 1967年>, p.29以下。社会調査の目的で, イギリスの全住民は, 通常次のような社会経済的な集団に分類されている。

AB: 中流階級の上, 中流階級。世帯主が医師, 会計士, 会社重役, 校長, 銀行支配人といったような家庭。

C1: 中流階級の下。世帯主が教員, 下級公務員, 製図工, 外交員, 警部など。

C2: 熟練労働者階級。職工長, 大工, 植字工, と熟練労働者一般。

DE: 労働者階級。非熟練及び准熟練肉体労働者, 店員, 老齢年金受給者。

ジェレミー・ミッチェル (Jeremy Mitchell) の「1964年11月にイギリス消費者協会の会員に送られた質問書“あなたは『ホイッチャ?』に何を望みますか”の解答集計一覧」という謄写刷り文書で, CAの予約購読者が一般住民と大いに相違していることは極めて明白であった。その文書は第14項に, 上記各階層の範疇に属するCAの調査対象者であった予約購読者の比率と, これらの各階級に属する成人のイギリス全住民の比率を掲載している。

| 階級 | CA予約購読者(調査対象者のみ) | 成人全住民 |
|----|------------------|-------|
| AB | 71% | 12% |
| C1 | 18% | 18% |
| C2 | 11% | 39% |
| DE | 0% | 31% |

4) 恐らく1969年度のおお方百万ドルにも達する経費を正当化する努力から, CAの会長は, 広報活動予算の増加は販売収入増加の説明となると述べて, 広報活動の効果が出てき面であることを示そうと試みた。「1969~1970年における, マーケティングと広報活動経費での11万5千ポンドの増加は, その年だけで我々の予約購読料収入を34万ポンドにまで高めたのである。」『1969~1970年度年次報告』p.8。現管理

者の任命に先立って、CAのこの分野は情報を要求されていた。

5) イギリス消費者協会のアリステアー・マクジョージ (Alistair McGeorge) から入手した情報。

6) フューラーブ, op. cit., p. 26.

7) 題名は次の通りであった。『老齢への準備』 (“*Arrangements for Old Age*”), 『月々の受胎』 (“*Pregnancy Month by Month*”), 『不妊症』 (“*Infertility*”), 『養子縁組の結び方』 (“*How to Adopt*”), 『結婚の礼式』 (“*Formal Aspects of Marriage*”), 『疾病と療法』 (“*Ailments and Remedies*”), 『放射線療法』 (“*Radiation*”), 『生活の重要部分』 (“*Part of life*”), 『誰かが死亡する時に人がなすべき事』 (“*What to Do When Someone Dies*”), 『遺言と遺言検証』 (“*Wills and Probate*”), 『家屋購入の法律知識』 (“*The Legal Side of Buying a House*”), 『保険と消費者』 (“*Insurance and the Consumer*”), 『消費者のための法律』 (“*The Law for Consumers*”), 『自動車所有者のための法律』 (“*The Law for Motorists*”), 『消費者の自動車小辞典』 (“*Consumer's Car Glossary*”), 『自動車を持つには』 (“*Owning a Car*”), 『旅の消費者』 (“*The Travelling Consumer*”), 『中古品の買い方』 (“*Buying Secondhand*”).

8) フューラーブは前掲書18頁に、このシリーズの初期の数年間に、イギリス放送協会 (British Broadcasting Corporation, 略称BBC) のテレビジョン番組の視聴者は概算で4百万人、ラジオ聴取者は3百万人の多数であると引証している。フューラーブは結論する、「一見したところでは、『ホイッチ?』の報告記事を視覚に訴えるのは、その訴求力を強化するだろう、と思われ勝ちであるが、実際は、報告記事はテレビジョン向きの材料を産み出すまでには至っていないし、会得するには、文書形式よりも視覚に訴える方が、恐らくなおさら困難なことであろう」と。

9) 首相はCAは「消費者審議会よりもはるかに多く、全国の、州、または地方の言論機関によって報道」されている、との見解を述べた。<1970年11月19日『国会討議における答弁』 (“*Oral Answers in Parliamentary Debate*”) p. 1428>。首相は「それ〔CA〕はその行なっている仕事を通し、また言論機関を通して、消費者の主要な関心事を探求していること」を信じている、といった。

訳 註

1) イギリスの金融会社はハイヤー・パーチェス、すなわち、買取選択権付賃貸借 (hire-purchase) という独特の契約により信用の供与を行なうが、ハイヤー・パーチェス法 (Hire-Purchase Law, 1965年) の第1条第1項の定義によれば「動産の受寄者 (bailee) において受寄物を買取ることができ、もしくは動産所有権を将来受寄者に移転するかまたは移転することができることを内容に含む動産契約」である。つまり、賃料をとって動産を貸付けるが、借主は目的動産を買入れる権利を有することを内容とするもので、買取選択権付賃貸借であるといわれる。

購買は賃借人の義務ではなく、また賃借人は期間の途中で契約を終了させることができる。ハイヤー・パーチェスにあっては賃料の総計が動産を割賦販売した場合における売買価格に相当するものであるが、その全額を支払う前においても契約を解約することができるのである。詳しくは長尾治助著『英国消費者私法の研究』成文堂、1974年、第2篇第1章、または村井藤十郎「Hire-Purchaseの意義」(『名城大学二十周年<法学>論集』)を参照。なお hire-purchase の訳語を「耐久財使用契約」とする例も見られるが、それでは原意が十分に表われていない嫌いがある。「売主はこの契約を結ぶと、finance house または、industrial bank に対象商品を買取ってもらう」(野田信夫編『経営英和辞典』ダイヤモンド社、1971年)ことになる。

- 2) 西ドイツ商品テスト財団(Stiftung Warentest, 通称 SW)——百パーセント政府予算によって1964年12月に創設された、西ドイツの中立的な商品テスト機構である。経済省をその監督機関とするが、運営には一切関与されないことになっている。1966年4月に月刊の機関誌『テスト』(“*Der Test*”)が創刊されるまでには、かなりの迂余曲折があった。西ドイツの競争取締法が商品テストの可能性を大いに制限するであろうとする見解が、実は一般的であったからである。そこで、とりあえず、商品テストの法的条件の解明が必要であった。結果的には、法律家の法解釈の鑑定と、控訴裁判所の判例によって(詳細は通商産業省企業局消費経済課監修『産業と消費者保護』通産資料調査会、1971年、pp. 729~730参照)現行法の枠内でも、消費者教育のための商品批判や、商品の比較テストによる推薦も、それが真実である限り、公表しても支障がないことが判明し、その結果、民間の商業ベースによる商品テスト専門雑誌『ドイチェ・マルク』(“*DM*”)誌の登場となり(訳註4)、これを契機として1964年に、ついに西ドイツ商品テスト財団の誕生を見るまでに至ったわけである。西ドイツ商品テスト財団は当初その機関誌『テスト』の売上げによって運営し、定期購読者を基盤にして、商品テスト結果の周知、普及を極力はかる意図であったが、1967年に、その計画を断念し、引続き政府から援助を受けた上で、その商品テスト結果を発表して、消費者が一層低廉な価格で商品を手に入れるよう、あらゆる方策を講じる方針に変更している。具体的には、消費者団体、は学校などへの『テスト』誌の無料配布、雑誌『ペトラ』(*Petra / Moderne Frau*, 『現代女性』月刊)の付録とすること、組合紙、業界紙、婦人雑誌などへの記事転載許可等、また国営放送でテレビジョン番組を組み、毎週日曜日に45分間放映し、ラジオでも日に1~2回商品テスト結果を全西ドイツに放送する等、多彩な積極的な活動を展開し、実績を積んでいる。『テスト』誌は定期購読者用14万部、店頭販売3万部、無料配布分を含めて合計、月平均、50万部出ているが、転載や放映または放送によって、実際的には発行部数は数百万部に達するといわれている(大柿好春「海外の消費者問題その2」、『*E SP*』1973年5月号 pp. 105~106)。

- 3) スウェーデン消費者情報研究所 (Konsumentinstitutet. 略称 KI ; Staten Institut för Konsumentfrågor) は政府の全面的な資金援助によって1957年に創設された商品テスト機関である。中立的な立場でテストを行ない、その結果を、年10回発行の機関誌『助言と発見』“*Råd och Rön*” (“*Advice and Discovery*”) 誌上に公表し、機関誌の購読料として年間10クローネをとっている。研究所はストックホルムの中心部に相談センターを設け、住宅器機、建築材料などの展示をし、消費者の相談に応じている。業務方針は国王の任命による6名の代表から構成される委員会が決定する。それらの委員は労働者、農業、家政学、家政研究所、食糧販売組合、国会それぞれの代表である。
- 4) 『ドイッチェ・マルク』誌 (*DM, Deutche Mark*) は西ドイツで初めて刊行された商品テスト誌である。1961年9月フランクフルトで創刊号が発売され、ワルデマール・シュヴァイツァー (Waldemar Schweitzer) はその指導者であり、所有者でもあった。1966年4月に破産し、発行を一時中止したことがきっかけとなって、同年9月にバール・マイエル・ウント・ニケル出版社 (Barmeier & Nikel) の管理の下で復刊第1号が誕生し、この商業ベースによる商品テスト誌は装いを新たにした。『ドイッチェ・マルク』誌の特徴は、その商品テストに合格した製造業者の広告掲載を引き受けたことである。これは消費者による商品テスト誌であるアメリカの『コンシューマー・レポート』誌やイギリスの『ホイッチ?』誌などと全く異なったもので、特に物議をかもし出す原因となった。広告主の干渉や影響を完全に無視して、商品テスト誌としては独立、中立の立場を堅持すべきであるとの視点から、集中的に世間から疑惑の砲火が浴びせられたのである。『ドイッチェ・マルク』誌は頭初の隔週刊行から1963年1月に週刊誌となり、通常64頁の中に、広告の占めるスペースは5~10頁に達して、その発行部数は70数万部を頂点に、1965年に激減して、半分以上に落ち込み、遂に破産に追い込まれたのである。読者層が、ドイツの51種ある雑誌の中で、最高の社会経済的地位の層であったことも特筆すべきであろう。
- 新『ドイッチェ・マルク』誌は再び隔週刊行となり、1968年から月刊誌となり、年間の予約購読料は24ドイツマルク、一部売りは2ドイツ・マルクで、1970年には毎月約10万部の安定した購読者を持ち、発行部数はそれをかなり上回っていた。また、アメリカ消費者同盟の年刊の『バイイング・ガイド』 (“*Buying Guide*”) を偲ばせる買物年鑑である『イアールブックス』 (“*Jahrbuchs*”) を発行している。1970年の年鑑は304頁にも及び、頒価5.90ドイツ・マルク、予約購読者には無料で配布された。新『ドイッチェ・マルク』誌の商品テスト報告は従来自前で実施していたものを、今日ではその大部分を西ドイツ商品テスト財団 (Stiftung Warentest) の『テスト』 (“*Der Test*”) 誌からの転載に依存できるようになったので、大幅なテスト費用の節減が実現したが、電気剃刀とか自動車などは自力でテストを行なった。頁数も100頁前後となり、広告は10~12頁、記事の構成は

20～25%が商品テスト報告，残頁は旅行記，消費者政策，消費者のための金銭管理，健康や婦人の問題，新製品についての覚え書，論説，資料などで占められている。編集の趣旨は，厳格に言えば，これまでの商品テストの専門誌から一般消費者雑誌の志向に変わり，その合言葉は「消費者の啓蒙」になっている。商品テスト報告の転載については，商品テスト財団との間に，中立性，客観性及び事実の真実性の原則を遵守する旨の協定契約を交わしているものの，製造業者に対しては商品テストの推薦を広告に使用するのを自由にと黙認している。

5) **the articles of association** はイギリスの法律用語で，会社の通常定款のことである。通常定款は基本定款 (**memorandum of association**) に記載されない事項を決定する際に用いられるものであるが，アメリカでは特に法人でない団体の定款の意味である。

6) **オックスブリッジ** (Oxbridge) は Oxford, Cambridge 両大学名から合成の“かばん語” (portmanteau word) で“イギリスの伝統的大学”の意味である。“かばん語”は2個の単語を，それぞれ，ある程度まで意味を残して，適当に切って合成する，混成語 (blend word) とも呼ばれるものである。ルイス・キャロル (Lewis Carroll) の筆名で童話『不思議の国のアリスの冒険』 (“*Alice's Adventures in Wonderland*”, 1865年) の作者として聞こえたイギリスの数学者チャールズ・ラトウィッジ・ドッジスン (Charles Lutwidge Dodgson, 1832～1898) がその続篇として出版した『鏡を抜けて』 (“*Through the Looking Glass*” 1872年) の第6章「ハンブティ・ダンプティ」 (Humpty Dumpty) 中の，ハンブティ・ダンプティがアリスの問いに

‘Well, “slithy” means “lithe and slimy”. “Lithe” is the same as “active”. You see it’s like a portmanteau — there are two meanings packed up into one word.’ と教えるくだりに由来するもので，形容詞，動詞，名詞に及んでいる。

glum + dumpy...glumpy (ふさぎ込んだ) (a.)

dumb + confound...dumfound (すっかりまごつかせる) (vt.)

breakfast + lunch...brunch (昼食兼帯のおそい朝食) (n.)

magazine + book...mock (合本すれば単行本となる内容を持ち，雑誌の形で分売されているもの) (n.)

motorist's + hotel...motel (自動車旅行者の宿泊所) (n.)

smoke + fog...smog (都会の上空などの煙のまじった濃霧) (n.)

等，その機知が楽しまれて普及している。

7) **Solicitor** はイギリスの事務弁護士で，法廷弁護士 (**barrister**) と訴訟依頼人との仲を立て，訴訟事務を取り扱う下級弁護士のことである。伊藤正己教授はイギリスにおいては「すぐれた能力をもつ法曹が法廷弁護士となって，主として弁論その他の法廷における活動に力を注ぐ制度がとられている。それがイギリ

スの判例法の質の向上をもたらす一つの理由ともいえよう」（『アメリカ法入門』、日本評論社、昭和36年、p.145）と述べている。

- 8) **フェビアン協会 (Fabian Society)** は1884年1月ロンドンに創設された社会主義研究団体であり、直接行動による革命や階級闘争を避け、平和的、漸進的に社会主義を実現することを目的とした。会員は中産階級に属する知識人が多く、その中心人物は、当時はまだ無名の作家であったジョージ・バーナード・ショー (George Bernard Shaw, 1856~1950)、経済学者で社会民主主義者のシドニー・ジェームズ・ウェップ (Sidney James Webb, 1st Baron Passfield, 1859~1947)、その夫人で社会民主主義者のマーサ・ビアトリス・ウェップ (Martha Beatrice Webb, 旧姓 Potter, 1858~1943) らであった。指導者の思想はショー編集の『フェビアン社会主義論集』 (“*Fabian Essays*”, 1889) に具体的に示されているが、フェビアン社会主義の特色は、第一に、理想主義的であり道徳主義的である、第二に、議会による社会主義化を主張した、第三に、漸進的政策を打ち出した、という三点にある。これらの基本原理はそのまま協会の理念となり、政党運動に生かされ、1893年の独立労働党から1906年の労働党結成へと進み、保守党に脱皮を促し、その上、労働党政権によって具体化された福祉国家の実現に貢献したことは高く評価されるべきであろう。その後1952年に出版された、政治家で左派理論家のリチャード・ハワード・スタッフフォード・クロスマン (Richard Howard Stafford Crossman, 1907~1974) 編の『フェビアン社会主義新論集』 (“*New Fabian Essays*”) も多大の注目を浴びた。フェビアンの名は、戦勝を誇るカルタゴの名将ハンニバル (Hannibal, 247~183 B. C.) に対し極力、決戦を回避し、敵を神経戦で疲労させて奇効を奏した、古代ローマ帝国の知謀の将軍クイントゥス・ファビウス・マクシムス (Quintus Fabius Maximus, 203 B. C. 歿) にちなんだものである。
- 9) **イギリス消費者審議会 (Consumer Council, 略称 CC)** ——1963年7月モロニー委員会報告書の勧告に従って創設され、イギリスの消費者保護行政を手掛ける常設の公的機関として中心的役割を荷なっている。予算は全額政府負担であるが、活動は理事者独自の判断で進め、政府にたいする要望などは文書の形で公表し、直接に政府と会議をすることはない。つまり言論と世論に訴えることによって、政府や業界の行き方を正して行こうというイギリス流民主主義のルールを堅持しているわけで、政府も「カネは出すが口は出さない」やり方を厳守しているという。消費者審議会は直接の苦情相談や商品テストは行なわない。これは会の理事者が、各方面の権威であると共に、あくまでも個人の資格で構成されている妙味を存分に発揮するためである。1970年に保守党のヒース (Edward Richard George Heath, 1916~) 内閣は「政府は消費者保護のために特別の機関を持つ必要はない」とし、消費者審議会は解散となった。しかし、その後1972年には消費者保護の重要性を再認識して、取引・消費者問題担当大臣のポストを商務省内に

新設し、独占禁止、公正競争、消費者保護に関する法律を推進する任に当たらせてたのである。消費者審議会は、モロニー報告書の勧告通り、(1)商品の比較テストの実施、(2)個々の消費者の苦情の処理、(3)法律施行担当の機関となること、の3点は禁止されている。(John Martin & George W. Smith, “*The Consumer Interest*”, Pall Mall, 1968, pp. 35~39)。従って消費者審議会は、(1)その権限が制限され過ぎて、(2)消費者から遠く遊離することになり、(3)結果として、その仕事の多くにわたって、効果を薄めている、というような批判を受けている (ibid., p. 38)。

- 10) ジュリアン・ソレル・ハックスリー卿 (Sir Julian Sorrell Huxley) —— 父方の祖父に自然科学者トマス・ヘンリー・ハックスリー (Thomas Henry Huxley, 1825~1895), 母方の大伯父に詩人, 批評家, 教育家マシュー・アーノルド (Mathew Arnold, 1822~1888), 弟に小説家, 批評家オールダス・レオナード・ハックスリー (Aldous Leonard Huxley, 1894~1963) を持つ, 遺伝学, 相対成長研究の生物学者。1887年6月22日ロンドンに生まれ, イートン校を経てオックスフォード大学で生物学を専攻。首席卒業。「ナポリ奨学金」を受け, ナポリ臨海生物実験所で1カ年研修。オックスフォード大学ベイリオル学寮講師。アメリカ・テキサス州ヒューストンに新設のライス理工学園 (Rice Institute) に招かれて助教授 (1913~1916), オックスフォード大学派遣の, 北極海ノルウェー領群島スピッツベルゲン Spitsbergen 探検隊に参加。帰国後, オックスフォード大学動物学主任教授 (senior demonstrator in zoology) (1919~1925)。ロンドン大学教授 (1925~1927)。同名替教授 (1927~1935)。UNESCO 初代事務局長 (1946~1948)。1927年以後は科学評論家として立ち, 科学の普及, 社会政策, 環境保全に尽し, 1958年ナイト爵に叙せられた。主著に『動物界における個体』 (“*The Individual in the Animal Kingdom*”, 1911), 『生物学者の随想』 (“*Essays of a Biologist*”, 1923), 『生命の流れ』 (“*The Stream of Life*”, 1926), 『生命の科学』 (“*The Science of Life*”, Herbert George Wells, George Philip Wells 父子と共著, 1929), 『もし私が独裁者ならば』 (“*If I were Dictator*”, 1934), 『動物園にて』 (“*At the Zoo*”, 1936), 『進化再説』 (“*Evolution Restated*”, 1940), 『進化: 現代の合成』 (“*Evolution: The Modern Synthesis*”, 1942), 『現代世界の人間』 (“*Man in the Modern World*”, 1948), 『行動における進化』 (“*Evolution in Action*”, 1953), 『癌生物学』 (“*Cancer Biology*”, 1958), 『回想録』 (“*Memories*”, 1970) 等がある。1975年2月14日歿。
- 11) モロニー委員会 (Molony Committee) —— イギリス消費者保護委員会 (the Committee on Consumer Protection) の通称であり, イギリス政府が1959年6月, 消費者保護行政の検討に当たらせるために, 商務大臣の諮問機関として設置したものである。この委員会には「商標や品質保証票などに関する現行法令を検討し, 消費者大衆をさらに保護するために必要とする法律の改正ならびに諸方

策を審議し、報告すること」が諮問された。モロニー委員会はイギリス消費者審議会（訳註9参照）の設置、消費者保護のための商品商標法、計量法の改正などの勧告を含む331頁におよぶ長文の『モロニー報告書』（原註1参照）を1962年に発表し、政府はその勧告のかなりの部分を採用した。この報告書は消費者問題の、わかり易い、苦心の調査として賞賛され、例えばアーリス・ロバーツ（Eirlys Roberts）女史は「各個別の問題を新鮮味と常識でとらえ、世間一般の意見と感情を蒸留するまでにし、超然した精神の産物のように見える」と高く評価している（『消費者』“Consumer” Watts, 1966, pp. 86~87）。「モロニー委員会」は委員数12名。王室顧問弁護士（Queen’s Counsel 略称 QC。cf. King’s Counsel 略称 KC）モロニー（J. T. Molony）委員長の名を会名に用いているのである。

- 12) **イギリス消費者問題調査研究所**（Research Institute for Consumer Affairs, 略称 RICA）——1963年イギリス消費者協会によって創設され、電話などの独占的なサービス事業、理髪業、不動産業などの一般的なサービス企業、および小売業者などについて、調査と批判を行ない、機関誌として定期的に『エッセイズ・アンド・エンクワイアリーズ』（“Essays & Enquiries”, 評論と調査, 隔月刊）『コンシューマー・ニュース』（“Consumer News”, 消費者ニュース, 月刊）の二種を発行している。個人的な苦情の処理は、市民相談局（Citizen’s Advice Bureaux）に一任し、商品テストはイギリス消費者協会、サービスはイギリス消費者問題調査研究所、という三者分業形式である。しかし、もう一つの使命は、消費者が単に生産者が造る商品の良否を比較テストによって判別するばかりでなく、生活手段の理想像を描いて、それに適応する商品の生産を積極的に業者に要求すべき時機に来ているという主張に答えることである。現状では、サービスの分析に追われ、そこまでは手が伸びていないが、こういう機運はイギリスでは相当に強いのである。このような主張者を完全論者（perfectionist）とも呼んでいる。（川崎進「アメリカ、イギリスの消費者対策」, 氏家寿子編『現代消費生活論』所載, 至誠堂, 昭和41年, pp. 130~134）。RICAは国際消費者連盟機構（International Organization of Consumers Unions, 略称 IOCU）に加盟しており、現在、資金不足のため、イギリス消費者協会、イギリス政府、別に二つの慈善信託資金から、補助金を受けている。

- 13) **イギリス全国消費者団体連合会**（National Federation of Consumer Groups, 略称 NFCG）——1961年10月、イギリス消費者協会がアイレスバリーで開いた集会を契機として、商品やサービスの調査、研究を行なう地域グループができ、1963年に正式にそれらの連合体として結成されたものであるが、今日ではイギリスの各地に散在する90の消費者グループと30の消費者団体が加盟している。会員はもともとイギリス消費者協会の機関誌『ホイッチ？』の定期購読者グループであり、地域的消費者活動グループでもあることから、いわばイギリス消費者協会の下部組織の性格が強く、実際の運営面と資金面でイギリス消費者協会の援助に

頼ったが、1966年に完全に独立した組織として活動することに決定した。これらのグループは草の根運動として高く評価されているが、その主な活動は、各地域社会内の身近な問題を取り上げて、例えばショッピング・バスケット方式による価格調査、サービス調査、さらに地方新聞の協力のもとで苦情調査を行ない、場合によっては、消費者の損害賠償請求に助言し、品質改善について直接に業者に進言する等であるが、その上に、各地域グループから集まる調査結果の整理、集計、刊行による消費者情報流布の仕事と、その業務は多方面に及んでいる。その他、会員の教育活動にも積極的であり、特にグループ指導者の育成に力を入れている。

- 14) **ICI** —— イギリス帝国化学工業株式会社 Imperial Chemical Industries Limited の略称。
- 15) **ロンドン・バロー** —— バロー (borough) は自治都市の意味で、勅許状によって法人格の特権を与えられた都市で、格式は市 (city) に次ぐものであり、今日のイギリスにはバローは、人口5万以上の特別市の County boroughs, イングランドとウェールズの自治都市の Municipal boroughs, 首都ロンドンの州議会 (county council) 区域に28ある Metropolitan boroughs の三種類が存在する。the Borough はテムズ河南岸地区のサザーク (Southwark) の自治区を言い、その権限は必ずしも全国的一律に施行するを要しない業務に限定されている。
- 16) 『モータリング・ホイッチ?』 (“*Motoring Which?*”) —— イギリス消費者協会の自動車テスト班は1961年1月に発足したが、そのテスト結果は1962年以降、順次発表され、1966年からは年4回『ホイッチ?』誌の別冊付録『モータリング・ホイッチ?』誌として発売された。『モータリング・ホイッチ?』誌の購読料は年間『ホイッチ?』誌とも60シリング、つまり3ポンド、『ホイッチ?』だけなら30シリング、『マネー・ホイッチ?』 (“*Money Which?*”) の料金もこれと同じ仕組みである。
- 17) 原註1にある『消費者保護に関する委員会最終報告書』第388節「組織についての不安」(Qualms about constitution) の全訳を次に掲げておく。

388. イギリス消費者協会の少数独裁的、自己永存的管理型態をわれわれが幾分か懸念をもって眺めていることにも言及されなければならない。われわれは、もしもその運営の特質と進行状態がそのまま持続されるとすれば、日々の経営がごまかしの監督を受けてはならないことを十分に認める。イギリス消費者協会を支配している人々が正直な人々であること、イギリス消費者協会が能率的に運営され、従業員にその努力に見合うだけの報酬が用意されていること、同類でない他の人々の手に支配が故意に渡される恐れはなかろうということ等に、われわれは満足している。しかし、強力な常に増大する影響力のあるこの団体が、現在の階級組織が持つ健全な判断を欠如しているかも知れない人々の指揮下に何時かは

いることなどはないという保証がある筈はない。万一この事態が発生しても、即時に危険信号が赤々と光るかどうかは疑わしい。予約購読者が——イギリス消費者協会を全国的な協会と認めるに至っているが——その万一の際に運営上の旧来の慣習を棄てることによって、必要な運営規約を自動的に導入するであろうというイギリス消費者協会の信念には、われわれは自信を持って共鳴することはできない。非常に少数者の手に非常に強大な権力が集中すれば必ず事件を起こすに相違ないし、われわれはイギリス消費者協会に、その自治の方法に一層民主的な要素を導入する手段を見いだすように促すものである。

- 18) **クリスティーナ・フューラーブ** (Christina Fulop, 旧姓ハームス Harms) はロンドンに生まれ、1948年ロンドン大学経済学部卒業。『ストアーズ・アンド・ショップス』 (“*Stores and Shops*”) 誌編集補佐 (1948~1955)。小売卸売両流通業者の購買方法の研究に着手し、イングランド銀行のハブラン・ノーマン賞 (Houblon-Norman Award) 受賞 (1955~1957)。ロンドン大学公開講座 (extramural lectures) 講師を数次にわたって勤め、『タイムズ』 (“*The Times*”), 『エコノミスト』 (“*The Economist*”), 『ファイナンシャル・タイムズ』 (“*The Financial Times*”), 『ガーディアン』 (“*The Guardian*”), 『ステイティスト』 (“*The Statist*”) に小売販売について寄稿。小売とマーケティングに関する本とパンフレットの著者であり、『小売販売の革命』 (“*Revolution in Retailing*”, Hobart Paper 9. 国際経済学会 (International Economic Association, 略称 I E A), 1961), 『任意連鎖店による購買』 (“*Buying by Voluntary Chains*”, Allen and Unwin, 1962), 『小売競争におけるクーポン券の役割』 (“*The Role of Trading Stamps in Retail Competition*”) 等があり、最後に挙げたのは国際経済学会がスポンサーとなった研究の報告であり、1964年4月に Eaton Paper 3 として出版されたものである。

(1976年5月31日稿了)