



アメリカ消費者運動の歴史と 消費者団体の資金調達〈前編〉

金城学院大学教授
丸山 千賀子 (まるやま・ちかこ)

消費者運動には資金が必要だが、その多くが慈善事業の性格を持つため、資金集めに苦慮する団体は少なくない。本稿では、消費者運動が最も発展した国であるアメリカの団体が、この課題をどのように克服しているか、その資金調達に焦点を当てる。前編では、運動の歴史的背景と、独自のビジネスモデルで独立性を徹底する「コンシューマー・レポート」の資金調達戦略を考察する。

アメリカ消費者運動の歴史と発展

19世紀後半、産業革命の進展とともに、アメリカでは大量生産、大量消費社会が到来した。企業規模が飛躍的に拡大する一方で、製品の安全性や品質に関する問題が顕在化し始めた。特に食品、医薬品、そして労働環境における劣悪な状況は、多くの消費者に不安をもたらし、社会全体の大きな関心事となった。この時代、アメリカでもっとも歴史の古い消費者団体である全米消費者連盟(NCCL)は、非衛生的な食品の規制を要求するようになった(※1)。このような運動に加え、シカゴ精肉産業の内幕を暴くアプトン・シンクレアの小説『ジャングル』(1906年)が出版され、ベストセラーとなった(※2)。シカゴの不衛生な食肉業界の実態を告発したこの小説に驚愕したセオドア・ルーズベルト大統領は、純正食品医薬品法を成立させた。同年に連邦食肉検査法も制定され、後の食品医薬品局(FDA)の創設へとつながる礎が築かれた。

20世紀半ばには、弁護士ラルフ・ネーダーが消費者運動の象徴的存在として登場し、現代の消費者運動に多大

な影響を与えた。ネーダーの著書『どんなスピードでも自動車は危険だ』(1965年)は、自動車産業が利益を優先し、安全性を軽視している実態を告発して、全米でベストセラーとなった。この一冊がきっかけとなり、翌年には全米自動車交通安全法が制定され、シートベルトやエアバッグの標準装備化、自動車のリコール制度の確立など、今日の自動車安全基準の基礎が築かれた。ネーダーの活動は自動車分野にとどまらず、医薬品の安全性、環境汚染、政府の透明性、企業の倫理など、多岐にわたる分野で告発型の消費者運動を主導し、消費者の権利擁護に貢献した(※3)。

ネーダーは、企業のみならず政府機関の責任も厳しく追及し、公的利益の実現に向けて、市民が社会を動かす力を持ち得ることを示した。このように、アメリカの消費者運動は、ジャーナリズムや法律を武器に実践的なアプローチで発展してきたといえよう。

独立性を徹底する「コンシューマー・レポート」のビジネスモデル

アメリカの消費者団体は、その独立性を保ちつつ、活動を継続するための多様な資金調達戦略を築き上げてきた。その中でも、世界最大規模を誇るのが、アメリカ消費者同盟(コンシューマー・レポート)である。

コンシューマー・レポートは、1936年に「コンシューマーズ・ユニオン(Consumers Union)」として設立された。その目的は、政府や企業からの影響を受けずに、消費

者が製品やサービスを賢く選択できるよう、客観的で信頼性の高い情報を提供することにあつた。

主な財源は、雑誌の購読料となる会費で、予算総額の85〜90%を占める。旗艦雑誌『コンシューマー・レポート』は、広告を掲載していない。この姿勢は、企業からの経済的な影響を完全に排除し、提供する情報の公正性と客観性を担保するために不可欠な要素である。この独立性が、購読者からの信頼につながり、安定した会費収入を可能にしている。消費者は、広告に左右されない客観的な製品評価を求めている。そのニーズに応えることで、コンシューマー・レポートは独立した情報源としての確固たる地位を確立している。民間企業からの寄付は利害関係が生じる可能性があるとして受け取っていない。

ニューヨーク州ヨンカースに広大なテスト施設を擁し、約500名の専門スタッフ(科学者、技術者、編集者など)は、一般消費者と同じ方法で市場から匿名で購入した製品を科学的基準に基づいてテストしている。自動車についてはコネティカット州に専用のテストコースを所有している。この膨大なコストのかかるテストと分析を、会費(主に雑誌の購読料)で賄うというビジネスモデルは、彼らの活動の根幹である。コンシューマー・レポートの評価やランキングは、市場の製品開発や企業の品質向上にも大きな影響を与えるほどの影響力を持っている。

前編のまとめ

アメリカの消費者運動は、社会的な課題に対峙する中で発展してきた。その中で、コンシューマー・レポートは、広告収入に頼らず、購読料という独自のビジネスモデルを確立することで、活動の独立性を徹底してきた。この資金調達戦略は、企業からの影響を排除し、消費者の信頼を基盤とする、アメリカ消費者運動の理想的なモデルの一つといえるだろう。後編では、これとは異なるアプローチで資金を調達する団体や、アメリカの特徴的な制度について紹介する。

本研究は、JSPS科研費22K01941、20K02085の助成を受けたものです。



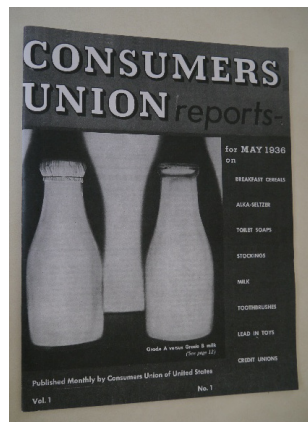
コネティカット州の自動車テスト施設(2014年撮影)

本部を訪問した際、廊下に飾られていた写真を撮影させてもらった。この専用コースを持つことは、同誌が高額な費用をかけて客観的な評価を行う、活動の根幹を象徴している。



コンシューマー・レポート本部(2014年撮影)

ニューヨーク州ヨンカースにあるコンシューマー・レポートの本部。郊外の静かな環境にありながら、大規模な研究・テスト施設を擁している。



『コンシューマーレポート』創刊号(2016年撮影)

2014年に本部を訪問した際、貴重な創刊号をいただいた。同誌が広告を載せず、購読者の信頼を第一にしていることが伝わる潔さを感じるデザイン。

※1 丸山千賀子『欧米の消費者団体—消費者政策のステークホルダー—』開成出版(2024年)34頁
※2 訳書:アプトン・シンクレア著、巽孝之監修、大井浩二訳『ジャングル』松柏社(2009年)
※3 丸山(前掲・※1)27-30頁