

新版 消費生活論

B5版 1,870円(税込)
(本体価格1,700円+税)



本書は、衣料管理士を目指す学生に向けて消費者問題と消費者関連のルールや制度をわかりやすく解説している。

消費者問題を考察する場合の基礎的な事項、1960年代以降の代表的な消費者問題と関連する制度、企業の消費者対応、消費者教育、消費者に必要な消費生活情報を扱っている。

衣料管理士科目：消費生活論 (協会科目名)

目次

第1章 消費者問題の基礎

1-1 消費者問題とは何か

- 1.現代社会を生きる
- 2.消費者、消費者問題、消費者被害
- 3.消費者被害の発生原因

1-2 消費者問題の発生・顕在化

- 1.わが国における消費者問題の発生
- 2.消費者問題と消費者運動
- 3.消費者問題発生背景
- 4.消費者問題の顕在化

1-3 消費者事件の多発 ～1960年代～

- 1.欠陥商品、不当表示、物価の問題
- 2.消費者行政の展開

1-4 消費者問題の多様化・複雑化 ～1970年代を中心にして～

- 1.消費者取引をめぐる消費者事件
 - 2.取引被害を深刻にするクレジット・ローンの普及
 - 3.消費者取引関連の法律増大～「後追い立法」～
- #### 1-5 消費者の権利と責任
- 1.「消費者の権利」の意義
 - 2.ケネディ大統領が提唱した「消費者の4つの権利」
 - 3.国際消費者運動機関が提唱する消費者の「8つの権利」と5つの責任
 - 4.わが国における消費者の権利

1-6 消費者を取り巻く社会経済情勢の変化

- 1.サービス化、高齢化、高度情報化、国際化の進展
- 2.高度情報化と個人情報保護
- 3.社会経済の情勢の変化への国の対応

1-7 環境問題の深刻化～持続可能な社会の形成と消費者～

- 1.大量生産・大量消費・大量廃棄型の社会と消費者
- 2.「持続可能な開発」～国連の取り組み、SDGs～
- 3.持続可能な社会の形成と消費者
- 4.環境・社会等に配慮した消費行動、倫理的消費(エシカル消費)～消費者市民社会の形成に向けて～

第2章 消費者問題と消費者政策

2-1 わが国の消費者政策

2-2 消費者政策の転換～消費者保護基本法から消費者基本法へ～

- 1.規制改革の進展と新たな消費者政策の形成
 - 2.「21世紀型消費者政策」～消費者の位置づけの転換～
- #### 2-3 消費者基本法、消費者政策の基本理念
- 1.消費者保護基本法と消費者基本法
 - 2.消費者政策の基本理念、基本的施策、消費者基本計画
- #### 2-4 消費者庁、消費者委員会の創設

2-5 消費者行政

- 1.消費者行政とは
- 2.消費者行政の範囲
- 3.消費者行政の基本的枠組み

2-6 公正かつ自由な競争の推進と独占禁止法、競争行政

第3章 消費者政策の展開

3-1 21世紀型消費者政策の展開

- 1.消費者政策の概況、「消費者白書」の作成・公表
- 2.消費者関連法の制定・改正の動向
- 3.消費者被害の発生・拡大防止の仕組み～消費者事故等に関する情報の一元集約とその活用～
- 4.消費者政策の実効性確保～違法・不正行為の抑止と監視～

3-2 消費者契約の適正化等

- 1.取引をめぐるトラブル・被害の多発と「消費者契約の適正化等」
- 2.契約ルールの基礎知識
- 3.問題を生じやすい取引と特定商取引法
- 4.消費者借用の普及～クレジット・ローン～
- 5.支払決済方法の多様化

3-3 消費者紛争の解決・被害救済

- 1.民事紛争の解決方法と消費生活センター
- 2.消費生活相談体制の充実と強化
- 3.財産被害の集団的回復制度、トラブル解決・被害救済に関連する同行

3-4 消費者政策の展開と繊維製品の「表示」「安全」

- 1.繊維製品の「表示」
- 2.繊維製品の「安全」

第4章 企業の消費者対応

4-1 企業における消費者対応の変遷と責務

- 1.プロダクトアウトの時代からマーケットインの時代へ
- 2.今後に向けて

4-2 消費者対応部門の役割と進化

- 1.消費者対応部門の重要性
- 2.消費者対応部門の設置状況
- 3.消費者対応部門の役割
- 4.消費者対応部門の進化
- 5.ISO/IEC 10002苦情対応マネジメントシステム

4-3 消費者対応部門の課題

- 1.消費者対応部門に求められる期待
 - 2.お客様満足度の向上
 - 3.持続可能な社会
- #### 4-4 企業市民としての消費者・社会とのかわり
- 1.企業の社会的責任とコンプライアンス経営
 - 2.消費者志向経営
 - 3.持続可能な社会

第5章 消費者教育とは何か

5-1 消費者教育とは何か

- 1.消費者教育の必要性
 - 2.消費者教育の考え方
 - 3.消費者教育の目標
 - 4.消費者教育の推進に関する法律の制定
- #### 5-2 消費者教育発展の歴史

- 1.消費者教育の誕生
- 2.消費者教育の定着過程
- 3.消費者教育の進展過程

5-3 消費者教育の担い手

- 1.行政における消費者教育
 - 2.企業における消費者教育
 - 3.学校における消費者教育
 - 4.家庭や地域と消費者教育
 - 5.消費者団体の行う消費者教育
- #### 5-4 消費者教育の内容
- 1.目的による内容の分類
 - 2.課題による内容の分類
- #### 5-5 消費者教育の方法
- 1.消費者教育メディア
 - 2.消費者教育の指導法
 - 3.代表的消費者教育機関
- #### 5-6 消費者教育と関連領域

- 1.法教育
 - 2.金融教育
 - 3.環境教育・ESD
- #### 5-7 消費者教育の海外動向
- 1.アメリカ
 - 2.欧州
 - 3.アジア
 - 4.オセアニア

第6章 消費生活情報

6-1 消費生活と情報

- 1.消費生活における情報の重要性
- 2.消費生活情報とは

6-2 表示・広告情報

- 1.表示・広告の機能
- 2.消費・サービスの表示
- 3.マークによる表示
- 4.広告情報

6-3 消費生活相談情報

- 1.PIO-NETによる消費生活相談情報の収集・提供
- 2.消費生活相談の推移と動向
- 3.情報の提供

6-4 危害・危険情報、製品事故情報、製品回収情報

- 1.商品事故データの一元化
- 2.危害・危険情報の収集・提供
- 3.製品事故情報の収集・提供
- 4.製品回収情報の収集・提供

6-5 商品テスト情報

- 1.商品テストの目的と種類
- 2.商品テスト情報の提供

6-6 消費生活情報へのアクセス

- 1.消費生活情報の提供
- 2.消費生活情報の提供機関

資料1 消費者基本法

資料2 消費生活関連資格

索引