

利用者等の基本的権利に関するこれまでの主な意見

【総論】

- 視聴者の権利(安全な、健全な環境において情報を取捨選択できる権利、すべて等しくアクセスできる権利、情報教育を受ける権利)がしっかりと保障されてこそ、発信者の権利(表現・言論の自由)が成り立つ。
- 視聴者の基本的人権とは、単に放送の内容に不服申立てをするというだけではない。視聴者の知る権利、広く公正に公平に情報を選択する権利、これを少しブレークダウンして議論すれば、守るべきものの本質が見えてくる。
- 新しい基本的人権として、あらゆる情報にアクセスできる権利(知る権利・伝える権利)がある。今や放送は特定の社に独占されるべきでない。

【放送関連】

- 放送被害者の権利を回復するということと、国民の知る権利とのバランスをとっていくというのがBP
○の役割。その場合、不当な放送被害の救済がすべてに優先する。
- 誤った番組の内容は、社会に急速に広がってしまう権利侵害を生む反面、裁判で争うには時間・費用がかかる。放送局側の故意・過失を市民が立証することにも困難が伴う。

- 近年、表現の自由などの情報の送り手側の権利と、それによって侵害される受け手側の権利が対立する構造が深刻化してきている。
- 問題放送についても訂正放送が行われている事例は非常に少ないし、全体としてまともな対応ができていないとは言えない。
- 報道被害を受けた企業が訴訟提起をあきらめた場合、報道によって誤解させられた視聴者の権利は害されたままになる。
- 放送被害が起きた場合に、どう償うか検討するのは当然であるが、番組の中身を規制するのは、まさに憲法が禁じるもの。
- 放送による人権侵害については、BPOや司法による事後的規制により十分対処可能。
- 一部の放送局では、外部委員で構成されるオンブズマン制度を社内に導入し、放送倫理の遵守体制を監視させる等、報道による人権侵害等の問題の適切な解決を図っている。

国際消費者機構[※]の「消費者の8つの権利」

「国民生活審議会消費者政策部会自主行動基準検討委員会」資料から作成

8つの権利	権利の内容
① 生活の基本的ニーズが保証される権利	十分な食料、衣服、家屋、医療、教育、公益事業、水道、公衆衛生といった基本的かつ必需の製品・サービスを得ることができること
② 安全である権利	健康、生命に危険な製品、製造過程、サービスから守られること
③ 知らされる権利	選択するに際して必要な事実を与えられる、または不誠実あるいは誤解を与える広告あるいは表示から守られること
④ 選ぶ権利	満足行く質を持ち、競争価格で提供される製品・サービスが沢山あり、その中から選ぶことができること
⑤ 意見を反映される権利	政府が政策を企画・遂行する際、または製品・サービスを開発する際に消費者利益の代表を含むこと
⑥ 補償を受ける権利	誤り、偽物、あるいは不満足なサービスについての補償を含めて苦情が適切に処理されること
⑦ 消費者教育を受ける権利	基本的な消費者の権利及び責任と如何に行動するかを知る以外にも、情報を与えられ、自信を持って商品やサービスを選ぶのに必要な知識と能力を得られること
⑧ 健全な環境の中で働き生活する権利	現在及び将来の世代に対して恐怖とまらない環境で働き生活すること

※ 「国際消費者機構」(Consumers International)

消費者団体の国際組織。1960年設立。商品テスト情報の交換、共同テストなどの推進を目的とする。115カ国に220を超えるメンバー組織が存在する。

(参考) 消費者基本法

(基本理念)

第二条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ（※1）、その健全な生活環境が確保（※2）される中で、消費者の安全が確保され（※3）、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され（※4）、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され（※5、6）、消費者の意見が消費者政策に反映され（※7）、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済される（※8）ことが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

2 (略)

3 消費者政策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

4 及び 5 (略)

※1 生活の基本的ニーズが保証される権利 ※2 健全な環境の中で働き生活する権利 ※3 安全である権利

※4 選ぶ権利 ※5 知らされる権利 ※6 消費者教育を受ける権利 ※7 意見を反映される権利 ※8 補償を受ける権利

(事業者の責務等)

第五条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。

二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。

三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。

四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。

五 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

第六条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

(高度情報通信社会の進展への的確な対応)

第二十条 国は、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動及び教育の推進、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって高度情報通信社会の進展に的確に対応するために必要な施策を講ずるものとする。

I C T分野における関連する取組の例

法律に基づく取組

放送分野

- 苦情処理義務(NHK)
- 放送普及基本計画、番組準則に基づく番組編集
- 訂正放送制度

その他

- パブリック・コメントの実施による広く一般からの意見の募集

通信分野

- 苦情処理義務
- 提供条件の説明義務
- ユニバーサルサービス制度
- 迷惑メール対策
- 青少年健全育成を目的とする有害サイトへのアクセス制限

その他の取組

放送分野

- 自主的な苦情処理(民間放送事業者)
- 放送への苦情や放送倫理上の問題への対応(BPO)
- メディアリテラシー教材の配布(総務省)
- メディアリテラシー実践プロジェクト(民放連)

通信分野

- インターネットの利用環境整備や安心・安全に向けた普及啓発活動(e-ネットキャラバン協議会、安心ネットづくり促進協議会)