

規制緩和と消費者対応

—第1報 消費者の理解—

須田 博司 伊藤万知子*¹
石原 敬一*² 堀田 剛吉*³

1. 問題の所在

一般に資本主義社会においては、自由競争を基本としているが、各国の発達段階によってその保護対策に多くの制限が加えられている。しかし現代は、生活物資の流通が国際経済社会に拡大してきており、規制緩和がその改善方向になっている。この中の主要ポイントは2点である。

まず第1は、国際貿易における日本の経常収支の黒字の縮小問題で、輸入の拡大対策としての自由化問題である。

第2は、消費者ニーズへの対応で、消費財の多様化と国内物価の引下げに対応する競争の自由化であろう。

しかもこれらには、多くの制限がつけられている。その理由としては、例えば安全性も大切であるし、外国からの輸入も長期的視点で安定させるための対応も必要である。また基本としては、消費者にとって好ましい商品売買であるし、企業の発展、成立に結びつくものでなければならない。

本研究では、この問題を特に消費者にとってプラスにするため、消費者ニーズに合わせた規制緩和の方向を考えるとともに、具体的な経済的課題を検討してみたい。

2. 研究の目的と方法

(1) 目的

本研究においては、社会的に規制が主にい

かなる目的に対してなされているか、また近年行政の趨勢になってきている規制緩和の方向はどうあるべきかを、社会条件の変化予測、消費者の要望を、アンケート調査をもとに分析することを目的とする。

そのため研究は2報に分けてまとめた。第1報は「消費者の理解」とし、規制緩和の現状を整理すると共に、消費者の規制緩和に対する全体的な理解度と問題点の認識度を見ることにした。第2報は「意識とその対応」を中心とした、消費者の意識と企業・行政への要望を分析し、これらを総合して課題と提言をしたい。

第1報は、主に次の課題の分析を行いたい。

- ①生活に関する規制問題の現状
- ②消費者の規制緩和に関する理解
- ③規制緩和施行上の問題点

これらを研究していくため、次のごとき調査仮説をたてた。

イ. 国際経済社会の動向や行政の立場から、消費生活にとって規制緩和が望ましくなっているのではないか。

ロ. 一般に規制緩和をすることは、日常生活にとってプラスの面が多いのではないか。

ハ. 規制緩和は、安易に行うと消費者や企業経営に問題を起こす心配も出るのではないか。

これらの仮説を検証するため、具体的な消費者の調査票を作成することにした。

(2) 調査対象者と方法

調査対象として、性別やライフステージに

*¹名古屋女子大学(非) *²名古屋音楽大学 *³徳島文理大学

よって見るべきであるが、問題内容が難しいので、今回は若干勉強はしているが生活経験が少ない大学生と、生活経験が豊富であろう大学生の親を対象にした。これは国民全体からみると、やや偏倚することになるが、よりの確に問題点の把握を行うことに役立つであろう。

まずは仮説にあう質問紙をつくり、大都市、中都市、小都市、町村の在住者別の調査のため、これを徳島文理大学、名古屋音楽大学、名古屋女子大学、東海女子短期大学の4大学で調査した。

学生の調査は、若干の説明を加えつつ授業時間に行い、学生の親の調査は学生が持ち帰り、説明を加えて親に調査させた。意向調査の時期は、平成8年12月から平成9年1月にかけて実施した。

(3) 調査内容と概要

1) 調査の内容

スペースの関係で調査票は割愛するが、設問内容は下記のごとくである。

I. フェイスシート

①性別、②年齢、③職業、④居住地、
学生には⑤生活の場、⑥世帯主の職業

II. 設問項目・内容(生活問題を中心とする)

- ①生活にプラスか、②関係ある項目、
- ③社会問題の理由、④するとよい点、
- ⑤輸入品でよくなる点、⑥今後必要、
- ⑦好ましい内容、⑧プラスになる項目、
- ⑨問題点、⑩マイナス項目、⑪困る点、
- ⑫続けた方がよい、
- ⑬強化した方がよい、⑭国が積極的に、
- ⑮行政への要望

2) 調査の概要

①配布総数1,913で、有効回収表1,557 (81.4%)であった。

②調査対象者 (性別)

性別	一般	学生
男性	53.5(355)	17.8(159)
女性	46.7(311)	81.7(728)
N A		0.5(4)
合計	100.0(666)	100.0(891)

単位：% () 実数

③調査対象者 (年齢別)

年齢	一般	年齢	学生
35才以上 45才未満	15.2(101)	18才以上 20才未満	54.7(487)
45才以上 55才未満	76.6(497)	20才以上 22才未満	42.4(378)
55才以上 65才未満	7.7(51)	22才以上 25才未満	2.2(20)
65才以上	2.6(17)	25才以上 N・A	0.7(6)
合計	100.0(666)	合計	100.0(891)

単位：% () 実数

第1報では、フェイスシートと調査内容①～③までの設問を使用して分析した。

3. 消費生活に影響する規制緩和の整理

(1) 規制緩和の推進

国は、1993年10月の第二次臨時行政調査会の答申に基づき、1995年3月に「規制緩和推進計画(3年間で実施)」を閣議決定し、その後各年毎に見直しを行い、1997年3月現在、全体で2,823事項の改善に取り組んでいる。

現行の規制については次のように考えられている。公的規制は、経済的規制と社会的規制の2つに分けられる。経済的規制とは、独占の傾向をもつ公益事業等への規制のごとく、市場の自由な働きでは適切な財・サービスの供給、価格水準が確保出来ないという理由で行われる参入規制、設備規制等の直接的規制である。

社会的規制は、経済的・社会的活動に伴う社会的副作用を最小限にとどめ、国民の生命・財産を守り、公共の福祉に寄与するための規制である。^{注1)}

各省庁は、経済・社会情勢の変化をふまえ、経済的規制は「原則自由・例外規制」の基本的立場で、他方社会的規制は「自己責任を原則として、本来の政策目的にそって規制を必要最小限度とする」よう、それぞれの規制を見直している。

規制緩和のスケジュール

1993年 9月	「緊急経済対策」	94事項
1994年 2月	「行政改革大綱」	781事項
1994年 7月	「規制緩和推進要綱」	279事項
1995年 3月	「規制緩和推進計画」	1091事項 (既往367、新規724)
1996年 3月	「規制緩和推進計画」の改定	1797事項 (既往1116事項、新規その他681事項)
1997年 3月	「規制緩和推進計画」の改定	2823事項 (既往1287事項、新規その他1536事項)

規制緩和推進計画改定の概要 (1997年 3月29日)

1. 住宅・土地関係 <海外資材の輸入促進等による住宅建築コストの低減><仕様基準からの性能基準へ><新総合土地対策推進要綱>
2. 情報・通信関係 <新規事業の創出・新規参入の促進>
3. 流通等関係 <多様な流通産業の発展等>
 - 1) 大規模小売店舗 2) 酒類販売 3) たばこ販売 4) 塩専売 5) アルコール販売
 - 6) 医薬品等 7) 米穀流通等 8) 農産物等 9) 食品衛生 10) 割賦販売
 - 11) 古物営業 12) その他
4. 運輸関係 <物流コストの削減等>
5. 基準・認証・輸入等関連関係 <外国データの受入、自己認証制の導入>
6. 金融・証券・保険関係 <金融分野における市場機能の一層の活用>
7. エネルギー関係 <石油製品の輸入の自由化等>
8. 雇用・労働関係 <産業雇用構造の変化に対応した民間労働力需給調整機能の充実>
9. 公害・廃棄物・環境保全関係 <環境の維持・保全>
10. 危険物・防災・保安関係 <高圧ガス保安法関係等>
11. 教育関係 <教育制度の弾力化>
12. その他 <保険・医療・医療関係の広告規制の緩和他>

<備考> 日本消費者教育学会・第17回大会講演(惣宇利起男氏)資料より

(2) 規制緩和の効果

国が公表している規制緩和の効果は、(a)新規産業の創出、事業拡大等による経済の活性化、(b)競争の促進、価格設定の弾力化等消費者の選択の幅の拡大、サービスの向上、(c)輸入の促進、(d)国民負担の軽減等多様な効果を生み出す可能性があるとしている。

またこのうち定量的に計測可能な経済効果は、(a)消費や設備投資等の需要を拡大する効果(需要効果)、(b)価格が低下したことにより、利用者が負担すべき額が低下する効果(利用者メリット)であり、前者は企業・生産者に、後者は消費者側にそれぞれ直接影響を及ぼす効果である。1997年4月経済企画庁は、需要効果を7.9兆円(GDP比1.68%)、

利用者メリットを4.62兆円(GDP比0.98%)と計測結果を公表している。

(3) 消費生活に影響する規制緩和の整理

国の経済規模が小さく企業の力が弱い段階は、国家による防衛的な多くの規制が必要であった。しかし企業に経済力がついてくると、規制には多くの障害が出てきてこれを緩和することが必要となってきた。

最近外国との貿易収支の大幅黒字を減少させる必要が生じてきたし、消費者の自由競争への要望も強く出てきている。加えて行政事務の簡素化をねらう行政改革の必要性を強めている。これらの緩和効果は、内容によ

て違うが、消費者にとっては外国の商品が入るために、多様な商品を比較的安価に入手出来る面と、国内の商品販売やサービスの競争による価格引下げが大きく効果をもたらす。

わが国で考えられている規制緩和の内容は極めて多種多面にわたるが、消費者に大きく影響を与えている内容(商品別)を、行政・企業・消費者の立場に分けて整理検討したい。

①行政の立場

イ) 農産物の規制緩和

日本農業は、ウルグアイランドによる輸入自由化が進む中で、農業後継者不足等により大きな転換期に立っている。農政の大きな柱である農産物価格支持制度、農業経営形態、農業の法人経営、新食糧法における米穀流通のあり方等を検討、見直すこととなった。農政の見直しの中で、1997年から新食糧法による米穀流通の規制緩和が実施され、小売業の登録及び業者数は、それぞれ約1.2倍、約1.9倍に増加している。

ロ) 化粧品・薬品の輸入規制緩和

医薬品・化粧品の成分規制方式の国際的整合化をはかる等による承認・許可基準を見直し、輸入の拡大、手続きの簡素化、迅速化をはかる。1993年から1997年にかけて化粧品・医薬品の再販指定商品が解除されたことにより、化粧品及び医薬品の価格が下がっている。

ハ) 交通面・情報提供面の規制緩和

トラック事業の営業区域・運賃、貸切りバス、路線バス、タクシー事業、自動車登録・検査、航空運賃等々について見直す。1995年に車検制度の見直しが行われ、点検項目の簡素化等が実施され、車検費用が大幅に低下した。

ニ) 流通面の規制緩和

大規模小売店舗の出店、営業規制、酒類・みりん販売、煙草・塩・アルコールの販売許可等の規制を見直す。

1990年、1991年、1994年にそれぞれ大店法の改正が強化され、全国各地で大規模小売店の出店が急増し個人消費、設備投資が増加し

た。また酒類小売業の規制緩和を行い、酒類市場が拡大し、価格が低下してきている。

ホ) 金融・証券面の規制緩和

金融・証券・生保・損保の各業務分野の相互乗り入れの推進、厚生年金基金・国民年金等年金資産の運用の拡大、貸金業者・銀行・リース・クレジット会社、外国為替銀行等へのデリバティブ等の規制など金融システム全体を見直し、いわゆる日本版ビックバン(金融制度大改革)の実現を目指す。

ヘ) 放送・通信事業の規制緩和

放送のデジタル化・多チャンネル化・第一種通信事業者への参入、ネットワークの相互接続等の規制を見直す。

1985年に情報化の推進に伴い、電気通信事業法の改正が行われ、それ以降今日まで規制緩和が順次行われた。この結果、端末売切制の導入に伴う料金低下、移動体通信の発展等により、企業側の消費効果・投資効果、利用者側の大幅な価格低下が見られた。

ト) 一般製造業とエネルギーの生産・流通の規制緩和

製品の基準・認証(安全基準・品質表示・JIS・JASの基準)等を見直す。エネルギー関係では石油の輸出入、ガス、電力会社にかかるガス・電気事業法の改正を行い、手続きの簡素化・民間の参入も推進する。

石油製品については、従来の輸入・販売・保安を規制する「特石法」等の改廃が行われ、競争原理が導入され、石油製品全般に小売価格が低下した。電力事業では、電気事業法の開放・事業効率化による料金改定等が行われた。ガス事業では、ガス事業法の改正によるガス料金の査定方式の改正等が行われ、電力事業同様事業の効率化による料金改定が行われた。

チ) 土地利用・建設の規制緩和

建築基準法上の各種の建築規制(工法・構造・設備・工事・容積率等にかかる)、大都市地域の土地の計画的利用、市街化調整区域から市街化区域への編入、農地転用手続きの運用、定期借地権の活用等を見直し、住宅供給を促進する。

②企業の立場

イ) 農産物の規制緩和

食品業界の多くは、農産物の高価格維持政策という規制により割高な原料を使用せざるをえない立場にあるが、規制の緩和により安い海外原料が調達出来るようになりコストダウンが可能となる。小麦粉のように国際競争力のある大手企業が存在する業界は飛躍が期待出来るが、農業や中小零細企業のように国際競争力に劣る場合は、輸入製品にシェアを奪われる可能性があり苦しい立場になってくる。

ロ) 化粧品・薬品の輸入規制緩和

化粧品においては、1993年4月以降も残っていた14品目の再販指定が、97年4月より廃止され本格的な安売り競争がスタートした。大手メーカーは資本力により、コンサルティング販売を基本とする商品とセルフ販売用の商品等、多様な商品を分散して販売する戦略で競争に対応しているが、中小メーカーは激化する価格競争に深刻になっている。また、薬事法の緩和により並行輸入業者による海外有名ブランド化粧品の輸入が可能になったが、薬事法で許可されていない成分を含むものは輸入が出来ないという壁により、輸入の拡大が阻まれている。

薬品については、薬局で取り扱うことの出来る品目の拡大により、指定医薬品を含有する商品を多く販売出来るようになり、店の信用も増大する。

ハ) 交通面の規制緩和

緩和により、例えばタクシー業界において、運賃値下げ競争の兆しがある中で、サービスの低下を理由に価格競争にすぐ追随するのではなく様子を見ている企業が多い。将来的には競争が激化することは避けられず、弱小企業の淘汰・集中合併の促進により、タクシー労働者の生活の安定が脅かされる可能性がある。

ニ) 流通面の規制緩和

流通業界においては、数回にわたる大店法の緩和により大型店はこれにより出店しやす

くなり、さらに閉店時間の延長・休業日の削減等が出来るようになった。これは大型店の企業活動を促進させる一方で、周辺の中小零細業者に売上低下という大きな影響を及ぼし、都市中心商店街の歯抜け状態を生じさせ、規制の強化を訴える商工会議所も出てきている。

ホ) 金融・証券面の規制緩和

金利・手数料・金融商品開発の自由化、参入の自由化によって、多様な商品を販売する等競争に対応すべく独自の活動が可能となったが、競争以前に不良債権や損失補填の問題等社会的な責任が問われており、さらに98年度以降の為替をはじめとする金融制度の自由化により、いわゆるビックバンが実現され、金融業界は存亡をかけて対応に努力している。

ヘ) 放送・通信事業の規制緩和

1985年に新電電が通信事業に参入して以来、激しい競争が展開され、通話料金は低下の一途をたどっている。また国際電話におけるインターネット電話での海外企業の進出により、料金・サービス競争が一段と激化するために、弱小企業は淘汰され、業界再編が促進される。

ト) 一般製造業とエネルギーの生産・流通の規制緩和

例えばガソリンの生産・流通においては、石油製品の輸入自由化による過当競争によって価格が低下したために、中小ガソリンスタンドの廃業が進み、石油元売り会社直営の大型スタンドが増加するという淘汰が行われている。石油企業は成長する企業とそうでない企業に二分される可能性があるが、電力やガス等への異業種参入という新たな方向性もある。

チ) 土地利用・建設の規制緩和

緩和により海外の建築資材等の受入れ拡大や居室の地下設置、市街化区域及び市街化調整区域の見直しといった住宅建設コストの低減、土地の有効利用や宅地供給の促進により、住宅産業は新規需要や建て替え需要に対して、価格低下による対応が求められている。

このような状況下で、競争力の弱い中小の建設業者や不動産業者の中には経営危機に陥

っているところもある。

このように規制緩和とりわけ経済的規制の緩和による市場競争の活性化は、足腰の強い大企業にとってはさらなる飛躍につながり歓迎されるものであるが、競争力の劣る中小企業には淘汰される可能性が高く厳しいものである。

③消費者の立場

イ) 農産物の規制緩和

日本の農業は、土地と労働集約的であり、生産物の価格は一般的に高く、従来から国内農業に強い保護政策がとられている。従って、麦や大豆、肉類等の外国の安価な製品や、気候条件等で国内で生産出来ない商品を、積極的に輸入する面の規制緩和が問題となってくる。しかし自由化が輸入時の防疫問題等の面で、消費者にとって危険性をともなう心配もある。また国内の生産物中、作付け制限に関する規制の緩和も大切で、近年は食管理制度の改善が急速に進められている。

ロ) 化粧品・薬品の輸入規制緩和

一般に化粧品や薬品は品質を重視するのみでなく、特に国民の体質等に合わせる必要もあり、安易に外国から商品を輸入することは出来ない。反面、新しい商品等に消費者が魅力をもっている、輸入規制や関税等のために高価になり、購入を減らしているものも出ている。従って、この種の商品は消費者の生活水準の向上の中で、品質の高度化とともに安全性から規制を残すべきものと、緩和した方がよいものとに分けて考える必要がある。

ハ) 交通面・情報提供面の緩和

現在の交通運賃は、陸運局等により料金規制を受けているし、空港等では離発着機の規制もしている。また一般の情報の提供もその混乱を避けるために、認可時期や取扱う内容等に規制がある。勿論この中ではやむを得ないものもあるが、自由競争により価格の引下げや知らされる権利の主張等、消費者にプラスになる問題も多くなると推定される。

ニ) 一般商品販売や商店出店の緩和

現在商品流通で一番大きな問題は、よい商

品を安価に輸入したいという消費者のニーズにあわせて、外国商品の国内での販売自由化と流通機構の改善、特に地域への大規模店の出店の自由化であろう。これらは一面では中小企業等への競争圧力となるが、消費者の自由化要求はきわめて強いものである。特に近年は、車の輸入や再販制度の改善等が、外国企業からの出店の要望となっている。

ホ) 金融・証券面の緩和

一般に金融面の規制緩和は、金利の自由化と多種類の金融商品の自由化が考えられる。この中で消費者の立場をみると多くの好ましい面もあるが、企業の信用をもつカードの販売等には、多くの不安条件をもち、金融制度やその保障問題を含めて安全性を重視した調整の方向で考えるべきであろう。また証券面では、手数料の自由化や特定企業の優遇処置の排除等は大口取引者に有利で、小口の利用者(生活者)が問題となってくるであろう。

ヘ) 放送・通信事業の緩和

現在わが国では多くの民間放送局が出きているし、今後も増加傾向にあるがそのために電波の混乱を起こす心配が出てきている。しかし、生活をより便利にするため、高度な通信手段がもちこまれることは好ましいことであり、マスメディアによる集中混乱を避ける中で、緩和の方向が出されてきている。特に今後光ファイバーや急激な移動電話の導入競争や、料金体系の多様化・低下をもたらす方向が出てこよう。

ト) 一般製造業とエネルギーの生産・流通の緩和

一般に製造業も出来るだけ独占をさげ、自由な競争が望まれる。特に工業原料や製品のみでなく、酒類等も輸入・輸出の自由化が大きな問題である。またわが国では資源問題の不足の中で、危険なエネルギーの利用に対して慎重を要するが、特に電力生産の自由化は大きな問題であろう。これらも、消費者に料金の多様化・価格の低下の効果が期待出来る。

チ) 土地利用・建設の緩和

日本の公共料金は、一般にかなり高いとい

われている。これは現行税制と結びついている処が多いが、自由化を進めることによりとくに土地取引や輸入建物材料の増加等価格引下げが考えられる。

このように規制の緩和・自由化の効果は、消費者に対して若干の危険を含みつつ利用出来る商品の多様化や価格引き下げ等、プラスになる面が多い。しかし反面、これを強力に進めると、多くの危険性を含んでいる。従って、消費者に物財の選択能力・計画的購入能力の養成が期待されよう。

なお公共料金や教育問題等にも規制緩和問題があるが、これらは消費者にとってマイナスになることも出る可能性をもっている。

4. 消費者の規制緩和に対する理解

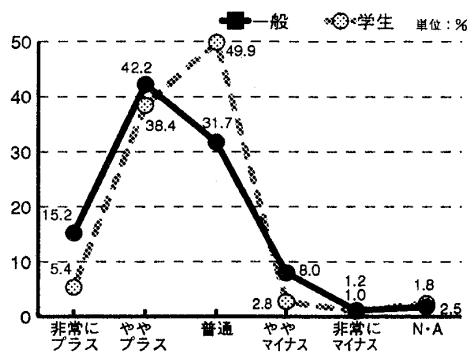
前項までは、一般論をまとめてきたが、ここからは今回規制緩和の調査結果を基に分析を進めていくことにし、特に大学生ではなく一般消費者（調査対象は学生の親）に対し生活問題を中心に大学生を比較対象として見ることにした。

(1) 規制緩和と生活に関する理解度

規制緩和が生活にとってプラスであるかは、学生と一般消費者では意識の違いがある。学生は生活経験が浅いこともあり、規制緩和は生活には「普通」との回答が約50%あり、「非常に・ややプラス」は43.8%に対して、一般消費者は「非常に・ややプラス」で57.4%あり差が出ている。一般消費者には一割近くが「マイナス」と考えている人もあり、全体的に関心・理解度があると解釈出来る(図：1)。

一般消費者だけを、さらに詳細に見ていくと、表にはしないが性別により差があった。男性は「非常に・ややプラス」で65.1%に対して、女性は48.5%しかなく、その分「普通」(39.6%)との回答が多かった。これは家庭生活より、男性は職場でのメリットが多くありこの様な結果が出たと思われる。

次に、さらに詳細な内容の理解度を見ていくことにする。



図：1 規制緩和はあなたの生活にプラス
『学生と一般との比較』

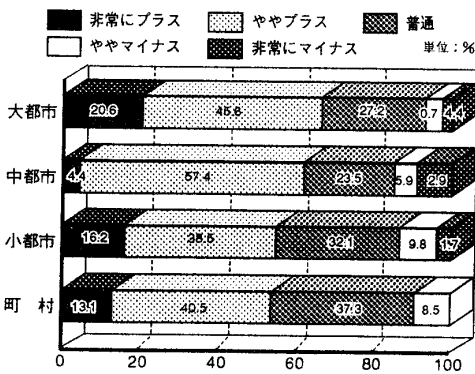
次に年齢階層別に見ると、高年齢になるほど生活に対するプラス意識が高くなっていく(「非常に・ややプラス」の小計値、35才以上45才未満：47.5%、45才以上55才未満：58.4%、55才以上65才未満：68.6%)。これは高年齢になるほど規制緩和に対する理解も高く、生活にもプラスと考えていると思われる。

やはり表にはしないが、職業別での数値をみると自営業の人の回答が特に目立った。自営業と民間企業の常勤者を比較すると、「非常にマイナス・ややマイナス」が自営業18.3%・企業常勤者8.3%(「非常にプラス・ややプラス」は48.6%・65.2%)と大きな差異があり、規制緩和は中小企業に大きな影響があり、自営業の方の心配度が高いと言える。

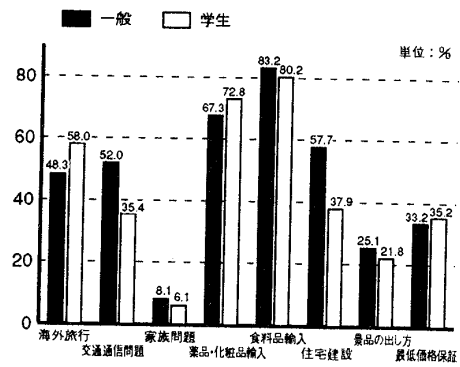
最後に、居住地別で見ると、大都市の方が、小都市・町村よりプラス思考が強い。大都市は「非常に・ややプラス」が66.2%もあるが、小都市は54.7%・町村は53.6%と10%以上の開きがある。反対にマイナスは特に小都市に多く、規制緩和は住宅・土地、情報・通信、流通等都心部の人にはメリットがあるが、逆に地方都市ではデメリット部分も多くあると思われる(図：2居住地別の比較)。

これらからも全体の規制緩和政策に対しての関心・理解度はあると言える。また、生活とのプラス・マイナスの特徴も生活条件別に現れている。

次に、さらに詳細な内容の理解度を見ていくことにする。



図：2 規制緩和は生活にプラス『居住地別』



図：3 規制緩和と関係あるもの『学生と一般消費者の比較』

(2) 具体的規制緩和の理解度

ここでは規制緩和に関係する生活問題の代表的な7項目と全く関係無い「家族問題」を入れて、テストを兼ねて理解度を分析する(図：3参照)。家族問題は関係のないものであるが、大学生・一般消費者とも選択しない正解者が圧倒的に多かった。また大学生・一般消費者とも「食料品輸入」が1位で80.2%・83.2%、2位に「薬品・化粧品輸入」が72.8%・67.3%と高い理解度があった。これらは生活に密着しているもので、日常生活の中で体験しているからである。特に大学生は女子の回答者が多いため、「化粧品」では一般消費者より理解度が高い数値になっている。

次いで大学生は「海外旅行」の58.0%で、日常生活での関心度の高いものは規制緩和政策であることが理解出来るが、4位の「住宅建設」以下になると急激に減少してくる。一般消費者も「住宅建設」「交通・通信問題」は半数以上、「海外旅行」で50%近くの人が規制緩和として理解しているが、それ以外は理解度が低く、一般にはまだ浸透していないことが分かる。特に「農品の出し方」は、一時マスコミで問題にし、金融機関のサービスの過剰問題も出たが、意外に理解されていなかった。

一般消費者だけを、さらに詳細に分析する(表省略)。まず性別で各項目を比較すると、「薬品・化粧品輸入」「食料品輸入」は女性の方が理解度が高く女性は各々73.0%・84.9%、

男性は各々62.3%・81.8%であり、その他の項目は男性の方が高い数値であった。特に「住宅建設」(男性…63.7%、女性…50.5%…以下同様)や「交通・通信問題」(59.7%、43.1%)、「最低価格保証」(37.8%、28.0%)に大きな差異があった。これらは男性の方が仕事の関係や情報の収集が多方面にあり、それ故理解度も高くなってきたと言えよう。次いで、職業別で見ると女性回答者が多い無職・パートで性別同様「化粧品」「食料品」の理解度が高く、他の項目は常勤公務員・民間企業の人の方が高かった。特にパートは「食料品」では90.3%の高い理解度に対して、「農品の出し方」18.1%・「最低価格保証」19.1%と非常に低い回答であるが、詳細な分析は2報に譲ることにする。

次に年齢階層別で見ると、表：1のように非常にバラつきがある。「食料品輸入」は全体的に理解度が高い項目であるが、特に35才以上45才未満で91.1%と高く、食べ盛りの子供がいる関係かも知れない。「薬品・化粧品輸入」は若い人に関心がある問題かと思ったが、55才以上65才未満が76.5%と一番高い理解度であった。45才以上55才未満の階層では「住宅建設」60.0%、「交通・通信問題」53.5%と他の階層と比較して一番高い理解度である。これらの規制緩和項目は生活との関連が多く、その年代で出てくる家庭生活問題も違い、この様な結果が出たと言えよう。

最後に表は割愛するが、居住地別での比較

表：1 規制緩和に関係あるもの 『年齢階層別』

単位：％ 実数……人

規制緩和と関係ある項目 年齢	海外旅行	交通・通信問題	家族問題	薬品・化粧品輸入	食料品輸入	住宅建設	景品の出し方	最低価格保証	各年齢階層実数
35才以上45才未満	49.5	39.6	5.9	62.4	91.1	51.5	21.8	35.6	101
45才以上55才未満	47.3	53.5	8.5	67.2	82.1	60.0	24.9	32.2	497
55才以上65才未満	51.0	13.7	11.8	76.5	82.4	49.0	29.4	39.2	51
合計	47.9	52.0	5.4	67.3	83.2	57.5	24.9	33.0	666

注…各年齢階層別に、関係あると回答した者の割合
65才以上の17名分は表から割愛したが、実数合計には記載した。

表：2 最近規制緩和が社会問題になっている理由 『年齢階層別』

単位：％ ()実数

社会問題 年齢階層	日本の物価が高いから	外国からよい商品が入り易い	外国から貿易の圧力がある	企業や経済社会等から要求	消費者が色々要求している	行政担当者が考えている	その他 N・A	合計
35才以上45才未満	43.6	23.8	71.3	31.7	17.8	6.9	4.9	200.0 (202)
45才以上55才未満	46.9	19.1	69.6	37.2	16.3	5.2	5.7	200.0 (994)
55才以上65才未満	52.9	27.5	68.6	25.5	19.6	3.0	3.9	200.0 (102)
65才以上	35.3	5.9	70.6	47.0	29.4		11.8	200.0 (34)
合計	46.6	20.1	69.8	35.7	17.1	5.1	5.6	200.0 (1332)

を見たが、ほとんど差異はなかった。大都市の「薬品・化粧品」75.0%、中都市の「住宅建設」64.7%が若干他と比べ高い程度であり、中都市の「景品の出し方」14.7%他と比較し10%程低い数字であった。

(3) 規制緩和の社会的問題の理解度

一般論のところでも述べたが、規制緩和は消費者にとってプラスの面ばかりでなく、不利益になるものもある。項目・費目別の詳細な消費者意識は第2報で分析するので、ここでは規制緩和政策が取り入れられるようになった社会的問題点を消費者がどのように捉えているかを見ることにした。

学生・一般とも、同一の傾向が読み取れるので表を割愛するが、1番に「外国から貿易

の圧力がある」(学生…60.6%、一般消費者…70.4%、以下同様)、2番目に「日本の物価が高いから」(52.0%、46.6%)、3番目に「企業や経済社会等からの要求がある」(25.6%、35.9%)を挙げている。「消費者がいろいろ要求している」(22.3%、17.1%)のではなく、むしろ外国・経済界からの要望で政府が取り組んでいると理解している。勿論、政府も日本の将来や現在の景気対策等も含めて検討したものが発表されている。これらの項目を一般消費者を中心に、意識・理解度の分析を進める。

性別・職業・居住地別での比較もしてみたが、大きな差異はなかった。表は割愛するが性別では、女性が「外国からよい商品が入りやすい」22.8%と男性より5%程高く、「企業や経済社会等からの要求がある」では男性

が38.3%と女性に比して5%程高いのが目につく程度である。職別業では、パートが僅かではあるが「外国からの貿易の圧力(79.1%)」で高く、居住地別では中都市が「日本の物価が高い(36.8%)」で若干他より低い回答であった。

年齢階層別でみると、表：2から見られるように大きな差異がある訳ではないが、55才以上65才未満の階層は「日本の物価が高いから(52.9%)」と「外国からよい商品がはいりやすい(27.5%)」が他の階層より高い数値で、規制緩和をプラス思考で捉えている。45才以上55才未満では「企業や経済社会等からの要求(37.2%)」が他より若干高く、職場での地位とも関係しているのではないかと推察される。

以上、規制緩和の社会的問題点の認識についての分析をしてきたが、全体的に差異はなく、生活条件別に大きな特徴はなかった。

そこで、さらに分析を深めるために、規制緩和が生活にプラスかマイナスかとの考えと、社会的に問題になっている理由とをクロスしてみた(表：3)。

規制緩和は生活にプラスと思う人は、「日本の物価が高いから」がマイナスと考える人より高く、規制緩和により物価が下がることの期待感が読み取れる。逆にマイナスと思う人は「外国からの圧力がある」の回答が多く、規制緩和が消費者のためではなく外国からの強い要求であれば、生活にもマイナスになると考えている。

この分析を仮に点数化して検討した。非常にプラスとの回答を仮5点とし、以下ややプラス仮4点、普通3点・ややマイナス2点・非常にマイナス1点として回答者数を掛け、その点数を回答数で割った点数が表の合計欄下の数値である。

この欄を見ると、一般消費者が規制緩和に期待する順序が分かり、これらを念頭に於いて規制緩和が実施されれば、生活にプラスの面が多いと認識していると解釈出来る。

即ち、1位に「日本の物価が高いから(3.72)」は、現在の景気低迷の中、所得向上も望むことも出来ず、物価安定だけでなく、規制緩和により公共料金を始めとして値下がり期待することが読み取れる。

表：3 規制緩和の社会問題と生活のプラスとの関係

単位：% ()実数

社会問題 生活にプラスか マイナスか	日本の物 価が高い から	外国から よい商品 が入り易い	外国から 貿易の圧 力がある	企業や経 済社会等 から要求	消費者が 色々要求 している	行政担当 者が考え ている	その他 N・A	合 計
非常にプラス	51.5	18.1	61.4	39.6	20.8	3.0	4.9	200.0 (202)
ややプラス	49.8	18.9	70.8	37.0	14.2	3.9	5.4	200.0 (562)
普通	43.6	24.6	68.3	32.7	20.9	4.7	5.2	200.0 (432)
ややマイナス	41.5	11.3	79.3	37.7	13.2	15.1	1.9	200.0 (106)
非常にマイナス	12.5	12.5	100.	12.5	12.5	12.5	37.5	200.0 (16)
N・A	25.0	25.0	91.7	41.7	8.3	8.3		200.0 (24)
合 計	46.5	20.1	70.0	35.9	17.1	5.1	5.3	200.0 (1332)
点 数 化	3.72	3.63	3.59	3.69	3.65	3.21		

注…プラス・マイナス項目のNA24名は表から割愛したが、合計には加えてある。

点数化は本文にも入れてあるが、非常にプラスを仮に5点とし、以下1点づつ減少し、非常にマイナスは1点とした。縦欄回答者に各点数を掛け、実数で割ったものが点数である。

2位には、「企業や経済社会等からの要求がある(3.69)」で、バブル景気が崩壊し低成長と不況の続く中、リストラ・失業等消費者にとっても厳しい経済情勢であることが分かり、規制緩和により景気が回復することが期待出来ないかとの認識であると理解した。

3位に、当然ではあるが「消費者がいろいろ要求している(3.65)」がきて、規制緩和は消費者の利益になるものを行い、不利益になるようなものは現状のままでよく、規制強化をして欲しいものもあり、政府・行政当局は消費者の要望を更に聞く必要がある。

4位に、「外国からよい商品が入りやすいから(3.63)」は自由化等で、規制を緩和して品質のよい外国製品が安く購入出来るようになれば、物価も下がり、内外価格格差も解消されて非常に望ましい姿になる。しかし、前述したが、自営業者の人で緩和をマイナスと考えている人が2割弱いることも念頭に置かなければならない。大企業には規制緩和はメリットがあるかもしれないが、中小や零細企業にとっては厳しくなっていくことも理解しておく必要がある。

その他「外国からの圧力(3.59)」「行政担当者が考えている(3.21)」と続くが、外国からの圧力は、消費者から見て緩和のメリットにはならず、行政担当者に期待している訳では無いことが明らかになった。

5. 要 約

ここでは、先ず規制緩和の内容や消費生活に影響するものを一般論として整理をした。

次に、アンケート調査に基づく分析を行い、規制緩和に対する理解度をみたが、全体的に規制緩和が家庭生活に及ぼす影響については認識しているようであった。しかし、具体的な項目別での理解度は、生活に密着している規制緩和は理解度が高いが、それ以外になると非常に低い結果が出た。それ故、行政担当者は一般消費者により理解が出来るような広

報を考え、理解した上での実行でないとトラブルが出てくると思われる。

また規制緩和の社会的問題点についても、外国からの圧力というデメリット部分の認識が強く、今後規制緩和を推進していく上で行政担当者はメリット・デメリットを充分消費者に理解して貰えるような、広報を考える必要がある。

さらに、規制緩和問題から見た消費者の要望・期待はあまり大きくないが、その中で、①物価問題、②景気対策、③消費者の要望を取り入れる機関、④外国製品の輸入拡大等々にあることが分かった。

今後、規制緩和は時代の流れではあるが、国民の生活安全保護や企業・国家の発展等の面から、最低限の規制は残すべきである。

また、消費者に対して物を見る目を養わせると同時に、生活面の保護を受ける権利の自覚を持たせるようにするため、消費者教育を強く進める必要がある。

なお、第2報で消費者のメリット・デメリットと要望を分析するが、それらを基に、統括して行政・企業・消費者への『課題と提言』をしたい。

注) 総務庁編『規制緩和推進の現況』大蔵省印刷局 平成8年7月、29～31ページ 及び 経済法学会年報第16号『規制緩和と消費者』有斐閣 平成7年9月、15～16ページ。

参 考 資 料

1. 総務庁編『規制緩和推進の現況』
大蔵省印刷局 平成8年7月
2. 経済企画庁調整局産業経済課編「近年の規制緩和による経済効果の定量的試算」平成9年4月
3. 経済法学会年報第16号『規制緩和と消費者』
有斐閣 平成7年9月
4. 大和総研調査本部『規制緩和で業界はこう変わる』
日本実業出版社 平成6年1月
5. 杉村富生『規制緩和—これだけは知っておきたい—』
実業之日本社 平成6年10月
6. 角瀬保雄監修『「規制緩和」で日本はどうなる』
新日本出版社 平成7年8月