

規制緩和と消費者対応

—第2報 消費者の意識とその対応—

須田 博司 伊藤万知子*¹
堀田 剛吉*³ 石原 敬一*²

1. 問題の所在

第1報で消費者の規制緩和に対する理解の程度について検討した。規制緩和は、行政主導で進展が図られ、市場競争の積極的な導入や輸入の自由化によって、電話料金、ガソリン、牛肉、オレンジジュースなどの値下げが実現したり、建築規制の緩和によって3階建てや地下室のある住宅が増加したりと、着実にわれわれの生活の質の向上に貢献しているといえる。しかし、誰のための規制かを考えるとき、「規制はすべて悪、規制緩和はすべて善」とは決していえないのではないか。本稿では、前報の「規制緩和と消費者対応—消費者の理解—」の調査結果について、現在行なわれている行政主導の規制緩和に対する消費者の意識、特に消費者にとってのメリット、デメリットを中心に検討してみたい。

2. 研究の目的と方法

本研究では、ここ数年「今後の日本の大きな目標」として行政中心に推進されている規制緩和について、前報の消費者のアンケート調査をもとに消費者の立場から規制緩和のメリット、デメリットを分析し、消費者の生活にとって好ましい規制緩和の方向を検討することを目的とする。

この研究目的のために、下記のような課題と調査仮説を設け、第1報で示した調査対象者と調査内容④～⑤の設問を分析検討した。

第2報は次の課題の分析を行う。

- ①生活に関係する規制問題の現状
 - ②消費者の規制緩和への要望
 - ③規制緩和施行上の具体的方策と留意課題
- 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から、規制緩和が望ましくなっているのではないか。
ロ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。
ハ規制緩和をすることは、多面的に問題を起こす心配もでるのではないか。
ニ規制緩和は多種類にわたっているが、その内容によってその意義や効果に違いがあるので、そこに生ずる障害への対応の仕方を考えるべきではないか。
ホ現在規制緩和は、行政的主導でなされているが、国民の一般的要求にもなっているのではないか。
ヘ規制緩和に対応する国民の準備として、とくに消費者教育が必要ではないか。
なお対象と方法は、第1報と同じである。

3. 規制緩和のメリットとデメリット

(1) 規制緩和のメリット

調査結果によると、消費者が規制緩和に対して利点であると考えているのは、表：1に示すように、「自由競争で競い合うことができる」が一般消費者59.3%、大学生42.2%と高く、次いで「商品価格の引き下げがある」

*¹名古屋女子大学(非) *²名古屋音楽大学 *³徳島文理大学

表：1 規制緩和のよい点 (2つ選択)

単位：% ()実数

対 象 項 目	学 生	一 般	一 般						
			35~45才 未 満	45~55才 未 満	55~65才 未 満	65才以上	生活に プラス	普 通	生活に マイナス
自由競争で競い合える	42.2	59.3	49.5	60.8	60.8	70.6	65.2	48.3	57.3
各々が努力の結果、調和発展する	22.0	25.4	28.7	24.3	33.3	11.8	27.8	25.1	13.1
多くの外国商品が入りやすくなる	38.8	33.0	38.6	32.2	27.5	41.2	29.0	40.8	32.8
新しい活動が生まれる	19.5	27.6	22.8	29.4	19.6	29.4	30.6	24.2	23.0
外国との交流がしやすい	17.9	9.9	12.9	9.3	11.8	5.8	6.8	15.2	8.2
商品価格の引き下げ	55.8	41.8	44.6	41.0	43.1	41.2	38.8	42.2	59.0
その他、N・A	3.8	3.0	3.0	3.0	4.0	0.0	1.8	4.3	6.6
合 計	200.0 (1782)	200.0 (1332)	200.0 (202)	200.0 (994)	200.0 (102)	200.0 (34)	200.0 (764)	200.0 (422)	200.0 (132)

表：2 輸入品の規制緩和でよくなる点 (複数選択)

単位：%

対 象 項 目	学 生	一 般
多くの外国商品が入る	67.5	64.3
安い商品が入る	78.9	74.8
国内産業の活性化	43.9	46.4
特色ある外国商品が入る	47.4	52.3
自由主義国家の主張ができる	14.4	24.3
その他、N・A	1.3	3.0

が大学生55.8%、一般消費者41.8%と上位になっている。一般消費者を年齢別に比較してみると、大きな差はあまりみられないが、「多くの外国商品が入りやすくなる」の項目で65才以上は例外として、年齢が低いほど利点であると回答している。これは若い人ほど外国商品に対する関心が高いためであると考えられる。また1報でみた自分の生活にとって規制緩和はプラスであると思っている人と、マイナスであると思っている人とを比較する。マイナスであると思っている人も、規制緩和による自由競争の促進や商品価格の引き下げについては、約半数以上が良い点としており、規制緩和による自由競争の促進とそれともなう商品価格の引き下げを多くの消費者は、メリットとして認めているといえる。

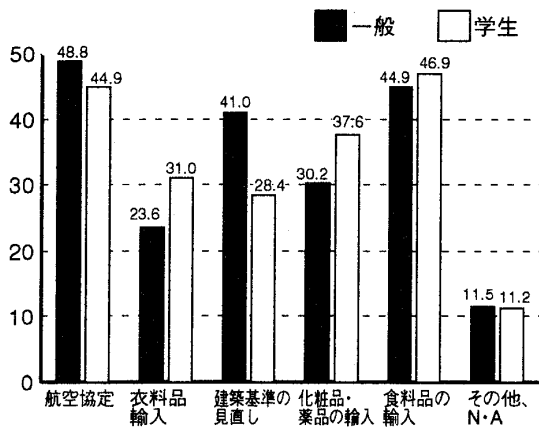
次に輸入品の規制緩和でよくなる点につい

て尋ねたところ、表：2のような結果を得た。一般消費者も大学生も「安い商品が入ってくる」(大学生78.9%、一般消費者74.8%、以下同様)、「多くの商品が外国から入ってくる」(67.5%、64.3%)、「特色ある外国商品が入ってくる」(47.4%、52.3%)という生活と密着した項目を多く選択し、「自由主義国家として主張ができる」(24.3%、14.4%)の項目に回答が低かった。一般消費者について性別、年齢別、職業別、居住地別に比較してみたが大きな差異は認められなかった。消費者は自分の生活の中で実感できることがらについては、利点として意識しているようである。

現在規制緩和は多くの分野で推進されているが、規制緩和について今最も必要とされる緩和項目について、一般消費者では「航空協定」48.8%、「食料品の輸入」44.9%、「建築基準の見直し」41.0%の順に必要としているのに対し、学生は「食料品の輸入」46.9%、「航空協定」44.9%、「化粧品・薬品の輸入」37.6%の順で必要としている(図：1)。この結果は一般消費者と学生の関心分野の違いが表れているものと考えられる。図表は示さないが、一般消費者における性別比較をみると、「衣料品輸入」(男性18.0%、女性29.9%)で女性の方が、「食料品の輸入」(男性48.5%、女性40.0%)では男性の方がより必要性を訴えている。さらに規制緩和が生活にとって普

図：1 今もっとも必要とされる規制緩和
(学生と一般の比較)

単位：%



通であるという緩和にあまり関心のない人にも、「食料品の輸入」については、生活にプラス46.9%、普通46.4%、生活にマイナス28.8%となっており、必要であるとする意見が多い。全般的に「航空協定」は旅行経験が増加するなかで、また「食料品の輸入」については、牛肉やオレンジの自由化による価格低下の経験から一層の緩和を望んでいると考えられる。

次に消費者にとって好ましい規制緩和の内容をみてる。表は割愛するが、一般消費者も大学生も「競争により商品の価格を下げる」(一般65.9%、学生70.6%)を第一にあげ、次に一般消費者は「企業間競争がすすむ」(44.5%)、大学生は「購入できる商品の種類

表：3 消費者にとって好ましい規制緩和
(2つ選択)「一般年齢階層別」

単位：% ()実数

項目	年 齢			
	35~45才未満	45~55才未満	55~65才未満	65才以上
購入商品の種類が多くなる	51.5	39.8	25.5	70.6
外国商品が自由に入る	31.7	34.2	25.5	17.6
競争により価格が下がる	68.3	65.0	72.5	58.8
企業間競争がすすむ	33.7	44.7	64.7	41.2
外国商品を自由に売れる	6.9	5.0	0.0	5.9
適当がよい	7.9	7.6	2.0	5.9
その他、N・A	0.0	3.6	9.8	0.0
合計	200.0 (202)	200.0 (994)	200.0 (102)	200.0 (34)

類が多くなる」(48.3%)をあげている。これを一般消費者において年齢別に比較する(65才以上は除く)と、年齢が35~45才未満、45~55才未満、55~65才未満と低い層ほど、51.5%、39.8%、25.5%となっており、若い人ほどバラエティーに富んだ購買選択肢を望むためか、「購入商品の種類が多くなる」規制緩和を好ましいと考える人が多く、逆に「企業間競争がすすむ」緩和については、それぞれ33.7%、44.7%、64.7%と年齢が高い層ほど好ましいとしている。これは生活経験が長いほど自由競争の利点がよく理解できるからであろうか(表：3)。

さらに具体的に消費者にプラスになると思われる規制緩和の項目を聞いた結果が表：4である。それぞれ多い順に1位から5位まで列挙してみる。一般消費者では「流通」「化粧品・薬品」「交通・情報」「農産物」「放送・通信」となり、大学生では「化粧品・薬品」「交通・情報」「流通」「放送・通信」「農産物」の順となっている。同じ項目が上位になっているが順位が異なるのは、生活経験や関心事の違いによりそれぞれの立場でプラスと考える項目が異なるからであろう。学生では回答者の約8割を女子が占めたため、「化粧品・薬品」が65.0%と最も高い値となったと考えられる。

いずれにせよ消費者は、自分の生活と身近なもの、具体的に解るもの、つまり自分にとって情報のあるものにはプラスの値が高いといえる。

(2) 規制緩和のデメリット

規制緩和の強力な推進により、逆に色々問題もおこすことにもなるであろう。とくに規制がはずされ自由になると、企業の競争激化のみでなく、商品の安全性が心配になるし、それを選択する人の能力や責任が問題となる。これを一般消費者と学生で調査すると次の如き特徴がでた(表：5)。

「安全性が管理できない」という心配が最も大きく、一般消費者と大学生は各々64.7%と61.4%と最高であった。次いで一般消費者

表：4 消費者にとってプラスの規制緩和項目 (複数選択)

単位：%

項目	対象	一般	学生
農産物		49.1	38.2
化粧品・薬品		54.5	65.0
交通・情報		52.1	56.2
流通		56.6	50.4
金融		42.2	26.5
放送・通信		44.6	45.2
製造業		29.1	22.4
エネルギー		33.6	22.9
土地利用・建設		35.4	31.3
環境		12.8	13.3
その他、N・A		1.5	0.6

注：回答は一般666人と学生891人を100%として算出され、一般計2,741、学生計3,313の回答があった。

は「法律で規制ができず困る」が35.3%あり、これと結びつきの深い「商品の選択能力が要求される」が32.9%と心配された。更に学生は「商品の保証がない」とするものが44.6%と2位であった。現在考えられている問題点がかかり理解されている。

次にこの問題を一般消費者において年齢階層別で検討してみたい (表：6)。

表：5 規制緩和の問題点 (2つ選択)

単位：% (人)

項目	対象	一般	学生
商品・サービスの質を悪くされる		15.0	25.8
商品の価格のみ問題とされる		17.4	14.0
安全性の管理ができない		64.7	61.4
商品の保証が弱くなる		28.5	44.6
法律で規制ができず困る		35.3	28.4
商品などの選択能力が要求される		32.9	18.7
その他、N・A		6.2	7.1
合計		200.0 (666)	200.0 (891)

高齢者 (65才以上) は若干特殊な考え方をもちが、「法律で規制ができず困る」と「安全性が管理できない」が各47.1%あり、「商品の価格のみが問題とされる」も29.4%と比較的大きいが、他の年代に比べ「安全性が管理できない」「商品の選択能力が要求される」がやや少ない。次に55~65才未満は他の年代に比べやや特色がでていいる。

なお表には出さないが、性別でみると男性は「法律で統制ができない」が多く、女性は「安全性が管理できない」と「商品の保証が

表：6 消費者にとって規制緩和の問題点 (2つ選択) 「一般年齢階層別」

単位：% (人)

項目	年齢	35~45才未満	45~55才未満	55~65才未満	65才~	合計
商品・サービスの質が悪くされる		14.8	15.1	17.7	5.9	15.0
商品の価格のみが問題とされる		18.8	18.1	3.9	29.4	17.4
安全性が管理できない		74.3	62.8	70.6	47.1	64.7
商品の保証が弱くなる		32.7	27.2	35.3	23.5	28.5
法律で統制ができず困る		29.7	36.4	31.4	47.1	35.3
商品などの選択能力が要求される		26.7	34.6	33.3	17.6	32.9
その他、N・A		3.0	5.8	7.8	29.4	6.2
合計		200.0 (202)	200.0 (994)	200.0 (102)	200.0 (34)	200.0 (1332)

弱い」が多くなっている。また、これを居住地別に対してみたが、これも格差は少なかった。更に緩和が「ややマイナス」「非常にマイナス」とした人は「安全が管理できない」「法律で統制ができず困る」「商品の保証が弱い」などがやや重視されていた。

次に、規制緩和が消費者にとってマイナスになる生活分野は何かを考えさせた。これは考えられるものすべてとして選択させたが、一般消費者は2.35個、学生は2.60個の選択となりやや学生が多かった。しかし選択数は総体的に予測より多くなかった。

表：7に示した数値は、消費者にとってマイナスになると思われる規制緩和項目を調査者のなかでどれだけの人が選択したかというものであるが、この中で一番大きいマイナス課題は、両者とも「農産物」と「環境」の問題であった。

表：7 消費者にとってマイナスになる規制緩和項目（複数選択）

単位：％

項目 \ 対象	一 般	学 生
農 産 物	43.2	48.8
化粧品・薬品	21.0	22.6
交通・情報	11.6	14.6
流 通	13.1	14.1
金 融	21.9	27.4
放送・通信	9.8	10.2
製 造 業	32.7	28.2
エ ネ ル ギ ー	12.3	21.8
土地利用・建設	22.4	24.4
環 境	44.6	47.1
その他、N・A	2.1	1.2

注. 回答は一般計666人と学生891人を100%として算出され、一般計1563、学生計2320の回答があった。

次にこのうち一般消費者は、「環境」の問題が1位で全体の44.6%を占めており、ついで「農産物」のマイナスは43.2%選択されており、更に「製造業」の問題が32.7%あり、この他「土地利用」「金融」「化粧品」などにも若干心配をしているものがいた。

他方、大学生の方も類似の傾向をもつが、1位は「農産物」で48.8%ついで「環境」47.1%、あとは「製造業」「金融」問題の順になっている。

次にこの問題を、更に性別により検討してみたい。表には出さないが、性別による差は比較的少ない。わずかに比較的身近な「農産物」（男性17.2%、女性20.3%）に女性が、そして幅広い「環境」問題（男性20.2%、女性18.0%）は男性が多くマイナスとみている。また消費者にとって農産物の輸入が多くなると商品が安価になる傾向と思われるのに、「農産物の価格低下」などを考えたのは、回答者の中に若干農家の女性がいたためであろうか。

次に、マイナスになる問題を年代別でみたい。表は割愛するが、35～65才未満には比較的差が少なく、ここでも65才以上は化粧品・薬品問題に76.5%と関心が高かった。

次に、規制緩和により困る問題としては、何が考えられるかを質問した。その結果が表：8である。

表：8 規制緩和で困ること（複数選択）

単位：％

項 目 \ 対 象	一 般	学 生
中小企業が商売しにくくなる	64.0	63.6
輸入品に押されてつぶれる会社が増える	59.8	68.8
中高年社員の失業や転職が増える	52.4	45.3
価格破壊現象がおこり混乱する	43.5	47.4
品質検査、品質表示が不十分なため、健康被害をおこす	72.8	71.7
制度や規制を急いで変えると各方面に悪影響がでる	46.4	42.0
その他、	—	1.3

注. 回答は、一般666人と学生891人を100%としており、回答数は一般2257、学生3031あった。

選択肢はいくつでも自由に選択させたが、一般消費者が平均3.39個、学生が3.40個選んでいた。また内容としては、全般に「品質検査や品質表示の不十分」「中小企業が商売しにくい」などが大きいし、他の問題もかなりウエイトは高かった。

次に一般消費者はやはり「品質検査、品質表示の不十分」が大きく72.8%、次に「中小企業

が商売しにくい」64.0%にマイナスで、輸入品におされて「会社がつぶされる」と考えているものが59.8%あった。他方学生もほぼ同じ傾向にあった。したがって、このように規制緩和は各方面にマイナスがでる心配もあるので、時間をかけてゆっくりすすめるべきであろう。

次に、一般消費者に限定して性別でその特徴をみた(表:9)。

表:9 規制緩和で困ること(複数選択) 「一般性別」

単位:%(人)

項目	性別	男性	女性	合計
中小企業が商売しにくくなる		19.4	18.3	18.9
輸入品に押されてつぶれる会社が増える		18.4	16.7	17.6
中高年社員の失業や転職が増える		17.1	13.5	15.5
価格破壊がおこり混乱する		12.6	13.2	12.8
品質検査や表示が不十分のため健康被害をおこす		19.8	23.4	21.5
制度や規制を急いで変えようと各方面に影響がでる		12.7	14.9	13.7
合計		100.0 (1209)	100.0 (1048)	100.0 (2257)

注. N.A. は28名ある。

ここでは回答者全体を100としてその重要性を比較したが、全般的に格差は少なくわずかに男性は「失業問題」に、女性は「品質検査や表示」に関心が強かった。

次に、この問題を年代別でみると次の如くなる(表:10)。

55才未満は比較的類似しているが、55~65才未満は少し変わり、65才以上は更に大きく変わっているように思われた。

このように規制緩和は、年代により関心の持ち方に差があり、マイナスの効果を出すものも若干あるが、プラスとみるものに比べ困るとするものは選択数でやや少なかった。

表:10 規制緩和で困ること(複数選択) 「一般年齢階層」

単位:%(人)

項目	年齢	35~45才未満	45~55才未満	55~65才未満	65才~	合計
中小企業が商売しにくい		19.0	18.8	18.2	25.6	18.9
輸入品に押しつぶされる会社が増える		19.0	18.0	12.7	11.6	17.7
中高年社員の失業や転職が増える		13.4	15.3	20.0	18.6	15.4
価格破壊がおこり混乱する		13.1	12.7	14.6	9.3	12.8
品質検査や表示が不十分のため健康被害を起す		22.1	21.0	23.0	27.9	21.5
制度や規制を急いで変えようと各方面に影響がでる		13.4	14.2	11.5	7.0	13.7
合計		100.0 (358)	100.0 (1684)	100.0 (165)	100.0 (43)	100.0 (2250)

注. その他、N・Aなど34名除く。

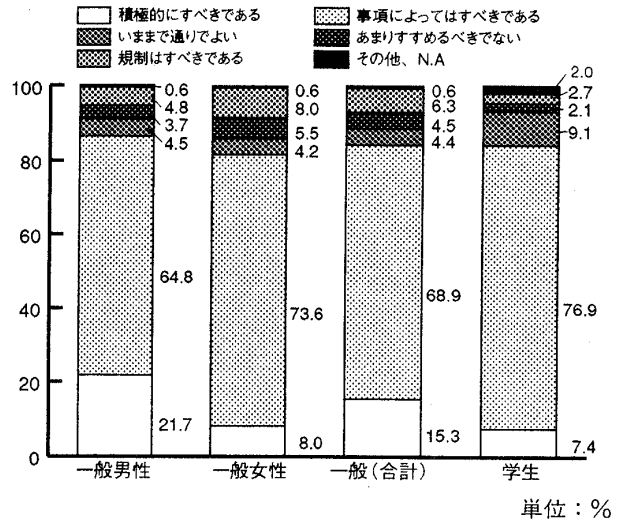
4. 規制緩和に対する消費者の要望

(1) 規制緩和の推進に対する消費者の受け止め方

まず、現在すすめられている国の規制緩和を、今後も積極的にすすめるべきかどうかを調査した結果は、図：2の通りである。

一般消費者、学生ともに「事項によってはすべきである」との受け止め方が、それぞれ68.9%、76.9%と最も多い。さらに一般消費者を性別で比較すると、男女ともに「事項によってはすべきである」との考え方が最も多いが、「積極的にすべきである」という意見に対し、男性21.7%、女性8.0%とかなりの差が見られる。これは一般消費者（15.3%）と学生（7.4%）との比較にも共通しており、第1報「規制緩和と生活に関する理解度」において一般消費者と学生、男女間それぞれの意識の違いにみられた事由と同様の事由によるものと思われる。いずれにせよ、規制緩和を「積極的にすべきである」と「事項によってはすべきである」を合わせた規制緩和推進の肯定派は、8割以上を占めている。

規制緩和についての国民の声を聞いた数少ない世論調査で、今回の調査と多少調査の視点は異なるが平成9年8月内閣総理大臣官房広報室の「6つの改革についての有識者アン

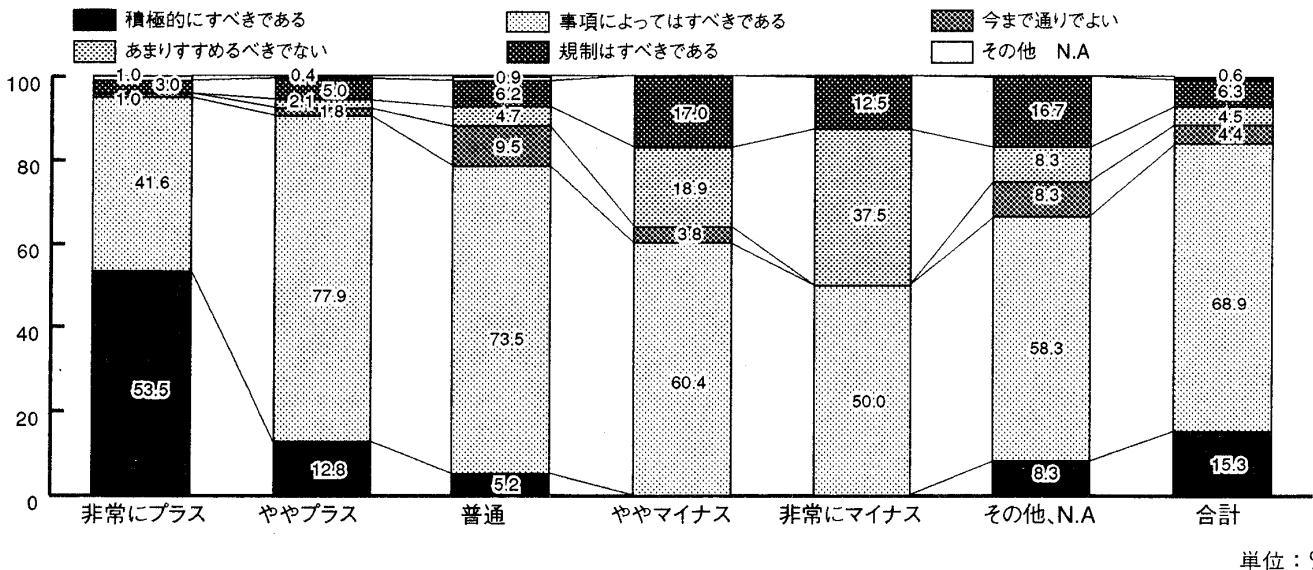


図：2 規制緩和を積極的に進めること

ケート調査」がある。そこでは「規制緩和についての考え方」の項目で、規制緩和推進に肯定的な意見は87.7%、否定的な意見「社会不安が生じないように規制緩和は慎重に進めるべきである」は、僅かに9.6%であった。今回のわれわれの調査でもこの点については、この世論調査とほぼ同じ結果がでていと言えよう。

国の規制緩和の推進に対して有識者は、全体として肯定的であるが、規制緩和が直接自分自身の生活に利益をもたらすかどうかで、その意見は大きく変わってくることは否めない。

図：3は、図：2の一般消費者を、「生活にプラスか」とクロス集計したものである。規制緩和を「積極的にすべき」とする人は、



図：3 国として規制緩和を積極的にすべきこと

「非常にプラス」の人の53.5%を占めている。逆に「普通」「ややマイナス」「非常にマイナス」の人では「積極的にすべき」は、それぞれ5.2%, 0.0%, 0.0%となっており当然ながら極めて否定的である。しかしこれらの人で、「事項によってはすべきである」とする人は73.5%, 60.4%, 50.0%とかなり高い割合で事項によって規制緩和をすべき必要を容認している。「規制緩和をあまりすすめるべきでない」とする人は「普通」「ややマイナス」「非常にマイナス」の人についてそれぞれ4.7%, 18.9%, 37.5%ありその割合は低い。「規制はすべきである」とする人も「ややマイナス」「非常にマイナス」の人はそれぞれ17.0%, 12.5%でその割合は同様に低い。

国の規制緩和の推進には、消費者の80%以上が肯定的であるが、そのすすめ方には大方の人が「事項によってはすべきである」として自分自身の利益を考慮して判断していることと思われる。この背景として、現行の規制による利害が消費者（ひとりの人が一方で企業経営者を含む企業者サイド、生産者を含む事業者サイドであり、他方で消費者サイドとして両方の関係をもつ場合もある）それぞれによって、様々であるとも思われる。規制緩和の影響は、一方において企業者、事業者サイドに利益をもたらすとしても、他方消費者サイドには、むしろ不利益をもたらすケースも生ずる。反面当然ながら一方において、消費者サイドに利益をもたらすとしても、他方企業者、事業者サイドの事業遂行に大きな影響を与えるケースも生ずる。

そこで、現行の規制について、消費者としてはどのように考えているかを、主として経済的規制について規制緩和の対象となっている規制項目と、主として所謂社会的規制たとえば食品添加物、公害規制など特に安全が必要なものとか輸入種苗（遺伝子組み換え作物など）の規制等に対する規制緩和の対象項目についてそれぞれの考え方を調査した。

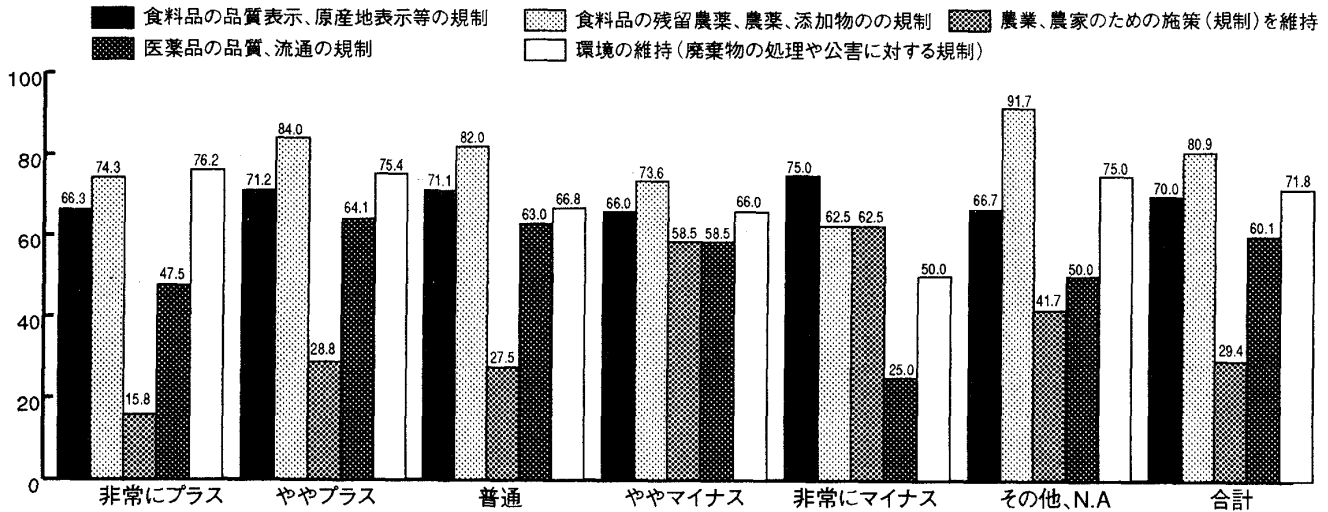
表：11は、一般消費者に対して規制緩和の対象となっている現行規制の9項目をとりあげ、その規制の必要性の高さを判断するため、「規制を続けた方が良いと思うもの」を3つ選択回答してもらった。回答は、「規制」のうち「とくに安全が必要なもの」が、74.9%と圧倒的に高く、これに次いで「必要で低需要品の保護」34.5%「独占的市場の調整」30.6%が続き、「内外価格差が大きすぎる」27.0%、「低価格商品の保障」23.4%、「物価安定基金の保持」22.2%などとなっている。

これを「生活にプラスか」とクロス集計した結果で更に細かく検討する。「特に安全が必要なもの」は、「非常にプラス」とする人から「普通」であるとするとする人までは、70%以上と高いが、「ややマイナス」及び「非常にマイナス」とする人は、26.4%, 37.5%と低い。「非常にプラス」「ややプラス」とする人も「独占的市場の調整」についてはそれぞれ23.8%, 30.2%「必要で低需要品の保護」については35.6%, 33.1%と規制を続けることは必要としており、「普通」「ややマイナス」とする人も「内外価格差が大きすぎる」では26.5%, 37.0%と是正を必要としている。規

表：11 規制を受けた方が良いと思うこと（3つ選択）

単位：% 実数人

項目	実数	幼稚産業の保護	独占的市場の調整	必要で低需要品の保護	とくに安全が必要なもの	農地移転などの調整	輸入種苗の規制	低価格商品の保証	物価安定基金の保持	内外価格差が大きすぎる	その他 N・A
生活にプラスか											
非常にプラス	101	17.8	23.8	35.6	75.2	23.8	18.8	19.8	13.9	14.9	2.0
ややプラス	281	22.1	30.2	33.1	83.3	19.2	16.7	20.6	19.9	29.9	1.4
普通	211	15.6	30.3	36.5	77.7	21.8	15.2	24.2	26.1	26.5	1.4
ややマイナス	53	17.0	43.4	28.3	26.4	5.7	22.6	39.6	35.8	37.7	3.3
非常にマイナス	8	0.0	62.5	50.0	37.5	25.0	12.5	12.5	37.5	25.0	0.0
その他、N・A	12	8.3	25.0	41.7	66.7	25.0	0.0	41.7	8.3	25.0	8.3
合計	666	18.5	30.6	34.5	74.9	19.8	16.7	23.4	22.2	27.0	1.8



単位：％

図：4 規制を強化した方が良いと思うこと

規制緩和の消費者自身の生活への影響が、現行規制を続けて行く必要度についてもそれぞれ異なった意見を持っていることが分かる。

さらに社会的規制とみられる規制緩和において、対象となっている5項目について、「規制をむしろ強化した方が良いと思うもの」をいくつでも選択可として考え方を聞いた。表は割愛するが、回答では食品の安全性に関する「食品の残留農薬、農薬・添加物の規制」が80.9%と最も高く、次いで「環境の維持(廃棄物の処理や公害規制)」71.8%「食品の品質表示、原産地表示」70.0%とがそれぞれ同程度に高く、「医薬品の品質、流通の規制」は、60.1%とやや高く、「農業、農家のための施策維持」は29.4%と低い。

これを一般消費者の「生活にプラスか」とクロス集計した結果によって更に細かく検討する。図：4に示すように、「食品の残留農薬、農薬添加物の規制」「食品の品質表示、原産地表示等の規制」については「生活にプラスか」の「非常にプラス」とする人から「非常にマイナス」とする人までそれぞれ、84%~62%、75%~66%の高い割合で「規制をむしろ強化」するとの意見を持っていることが分かる。「環境の維持、廃棄物の処理や公害規制」についても「非常にマイナス」の人を除き66%~76%の人が、規制を強化した

方が良いとの意見を持っている。

「医薬品の品質、流通の規制」については「非常にプラス」とする人「非常にマイナス」とする人が、それぞれ47.5%、25.0%と低く、「ややプラス」「普通」「ややマイナス」は、64.1%、63.0%、58.5%とかなり高い。「非常にプラス」とする人は、47.5%とやや低く、医薬品については多くは今以上の規制は必要無しとしている。

「農業、農家のための施策の維持」については、「ややマイナス」とする人及び「非常にマイナス」とする人が、それぞれ58.5%、62.5%と高い。別途集計の結果から居住地別にみるとこれらの人は小都市、町村が多いことからこのような結果になったと思われる。これに対し「非常にプラス」「ややプラス」「普通」とする人は、それぞれ15.8%、28.8%及び27.5%と低い。これは「農業、農家のための施策の維持」は、これらの人たちにとって食品の安全性などの規制と別個の国の固有の政策問題であるとの認識によるものではなかろうか。

(2) 規制緩和に対する行政への要望

われわれは、この調査において現在行政主導で行われている規制緩和について、一般消費者、大学生ともこれを大部分の人が肯定的

に受けとめてはいるが、自分自身の生活にプラスかマイナスかにより、規制緩和の対象となる規制項目の受けとめ方がかなり異なっていることを明らかにすることができた。

そこで次に消費者の立場から規制緩和に対する行政への要望を消費者利益に関連を持つ7項目についていくつでも選択可として、行政に対する各項目への要望度の高さをみた。

表：12により行政への要望は、全体では「商品品質の管理をしてほしい」「消費者の立場を大切にしたい規制緩和をすべきである」の両者が、それぞれ一般消費者79.7%、75.5%、学生76.3%、69.1%と圧倒的に高く、次いで「企業の指導をすべきである」「法律を詳細に作るべきである」「住民を入れた緩和の委員会を作って検討させるべきである」「消費者教育を多くすべきである」「ある程度の規制はすべての事項にすべきである」の各項目が、一般消費者で29.0%~38.1%、学生で23.6%~38.9%とほぼ同水準の高さで要望されている。これを男女別にみると、「商品の品質管理」については女性86.2%、男性74.1%と女性が高く、「消費者の立場を大切に」は、男性77.7%、女性は73.0%と男性がやや高い。

次に表には示さないが居住地別にみると、「商品の品質管理」では、大都市、中都市、小都市、町村別にみると要望度が76.5%、77.9%、80.1%、81.0%と大都市から町村にゆくに従って順次高くなっていることが特徴的にみられる。「消費者の立場を大切に」は、居住地別に要望度の差異は見られず同一の水準にある。

次に、同じく表は割愛するが年代別にみる

と、「商品の品質管理」では年齢が65才以上、55才~65才未満、45才~55才未満、35才~45才未満と年齢階層が低くなるに従って、64.5%、72.5%、78.5%、91.1%と順次要望度が高くなっている傾向が顕著にみられる。この傾向は「ある程度の規制は全ての事項にすべきである」(65才以上11.7%、55~65才未満25.5%、45~55才未満28.6%、35~45才未満41.6%)についても、「法律を詳細につくるべきだ」についても(法律を詳細につくるべきだの項目を高年齢順にみると、それぞれ23.5%、31.6%、39.6%)若い人程要望度が高いことが分かる。このことは、現代の若い世代は、環境問題、生協活動等により食料品の安全性、商品の品質の管理等社会的規制については、高年齢世代よりも、より敏感に対応し、これらに対する規制については、高年齢世代よりも規制をむしろ容認する意識が強いものと考えられる。

最後に規制緩和に対する行政庁への要望を「生活にプラスか」とクロス集計した結果を表：13により更に細かく検討する。

全体的な特徴・傾向などは省略して、第1報と同じく、この分析を深めるために点数化してみる。こうすることにより「規制緩和は生活にプラスか」という視点で、一般消費者が行政へ要望する事項のウェイトが認識できるからである。

第1位は、「消費者教育を多くすべきである」(3.72)である。規制緩和により、内外の財・サービスの消費の多様化が進むなかで、これらを適切に選択、消費するための消費者教育こそ行政が主導して行う必要があるとの要望である。このためには、わが国には国民

表：12 規制緩和に対する行政への要望（複数選択）「一般性別」

単位：% 実数人

項目 対象	実数	商品の品質 管理	消費者教育 を多くする	消費者の立 場を大切に した規制緩 和	住民を入 れた緩和の委 員会	ある程度 の規制はす べての事項 に	企業 の指導	法律を詳 細に作る	その他、 N・A
男 性	355	74.1	31.0	77.7	34.9	27.6	37.7	31.5	3.1
女 性	311	86.2	29.6	73.0	28.0	32.5	38.6	33.4	2.6
合 計	666	79.7	30.3	75.5	31.7	29.9	38.1	32.4	2.9
学 生	891	76.3	23.6	69.1	30.3	31.3	38.9	32.9	0.8

表：13 規制緩和に対する行政への要望の強さ（一般、複数選択）

単位：％ 実数人

項目 生活にプラスか	実数	商品の品質管理	消費者教育を多くする	消費者の立場を大切に した規制緩和	住民を入れた緩和の委員会	ある程度の規制はすべての事項に	企業の指導	法律を詳細に作る	その他、N・A
非常にプラス	101	60.4	41.6	75.2	36.6	20.8	27.7	26.7	5.9
ややプラス	281	80.8	33.5	77.9	28.8	24.6	43.4	33.1	2.1
普通	211	85.8	22.3	74.9	29.9	35.5	33.2	31.8	1.9
ややマイナス	53	86.8	26.4	69.8	37.7	47.2	45.3	47.2	5.7
非常にマイナス	8	75.0	25.0	50.0	50.0	50.0	75.0	12.5	0.0
その他、N・A	12	83.3	33.3	75.0	50.0	41.7	33.3	25.0	0.0
合計	666	79.7	30.5	75.5	31.7	29.9	38.1	32.4	2.9
点数化	3.39	3.49	3.72	3.59	2.77	3.31	3.51	3.51	
点数合計	7,866	1,854	757	1,808	1,142	660	892	753	
回答者数	2,317	531	203	503	411	199	254	216	

注：プラス、マイナス項目はNA60は割愛したが、合計には加えてある。

点数化は、第1報にあわせ、非常にプラスを5点とし、以下1点ずつ減少し、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。

生活センターなどがあるが、もっと強力なデンマークの全国消費者庁やニュージーランドの消費者問題省などのような中央の組織が必要ではなかろうか。

第2位は、「消費者の立場にたった規制緩和をすべきである」(3.59)である。現在国が行っている規制緩和は、行政改革の一環として内閣主導で行われている。その視点はいわゆるベンチャービジネスの育成、景気刺激、経済活力のための企業者、生産者、財界サイドに立って行われている。利用者メリット・消費者利益は需要効果に付随して発現されるものが多い。これらも必要ではあるが、今後は社会の主人公である消費者・生活者の立場に立った規制のあり方、規制緩和のあり方を議論し、すすめていくことが強く望まれている。

第3位は、「企業の指導をすべきである」「法律を詳細に作るべきである」(ともに3.51)。規制が緩和されて企業が自由な活動をするようになればなるほど、消費者を守る仕組みも重要となる。「大量消費の生み出すマイナスは、つくる側よりも使う側を重視する行政にしなければならない。」^{註1)}という主張も行われている。現在製造物責任法、公害防止法などがあるが、これからの行政は、生活者・消費者のニーズの視点に立った行政指導や生活や

消費に直接関わる環境、健康、安全を十二分に確保できるための法律等による規制の整備がより必要とされる時代になったと言えよう。

第4位は、「商品の品質をよく管理してほしい」(3.49)。生活にプラスの視点でみると4位であるが、全体では最も要望が多い。消費財・サービスの品質の安全等の確保には、生産者に比べて情報が圧倒的に少ない消費者を守るための品質、安全等に対して、行政が必要な情報の開示義務、法律等の規制を行った上での、良質な消費財やサービスの流通が必要という認識である。

第5位の「ある程度の規制はすべての事項にすべきである」(3.31)も第3位及び第4位の事項に通ずる一般消費者にとって重要な認識である。

5. 規制緩和に対する課題と提言

以上、消費者にとっての規制緩和のメリット・デメリットについて消費者がどう捉えているか、第1報、第2報を通じての調査結果をもとに考察した。緩和のメリットについては、仮説イ、ロ、ホのように多くの消費者が規制緩和の推進で自由競争が活発となり、そ

の結果商品価格の引き下げが行われていると見ている。また輸入品の規制緩和によって、低価格の多種類の商品が購買可能になることをあげており、特に流通、化粧品・薬品、交通・情報面といった日常生活と関係の深い項目に対してプラスの面が多いと考え、日本の物価高に対応する国民の一般的要求にもなっている。

反対にデメリットについては、緩和による安全性の管理が大きく意識され、消費者の商品選択能力の必要度が高くなる点も指摘し、規制緩和による多面的な問題発生に対する心配が認められた。規制緩和は、企業や消費者にとっても望ましく時代的な流れであるとはいえ、特に国民の安全に関わる事項については、最低限の規制は残すべきあるいはもっと強化すべきであるという意見が多かった。

そして規制緩和に対する行政への要望として、消費者教育の強化があげられた。もちろん規制は、対象となるものにより具体的にはかなりの差がある。

最後に規制緩和施行上の今後考慮すべき点を整理して課題と提言をとりまとめた。

第1に規制緩和をすすめる上で最も重要なことは、それが消費者主権に立脚したものとすべきである。アンケート結果にあったように「消費者の立場に立った規制緩和をすべきである」という項目に消費者の要望が高かったことからしても、消費者・生活者の視点を中心にするべきである。

第2には、商品・サービスに関わる適切な選択に必要な情報が欠如しているといえる。消費者に対して供給される商品やサービスに関する積極的な情報を提供することである。市場に供給される商品やサービスの品質に関する情報を消費者が完全に有し、それを踏まえて市場において自由な取引が行われることが消費者の便益を高める上で最も必要なことである。

今回の調査結果からも消費者が食料品、化粧品・薬品、環境面での規制緩和による自由競争により、健康に有害なものが流入する可能性を懸念していることから、特に安全性に

関する情報（品質表示や残留農薬など）をはじめとする情報の開示に対して、行政、企業、消費者はそれぞれの立場で積極的に行動する必要がある。

第3に消費者教育の積極的な展開が必要である。規制緩和による購買選択肢の多様化に対して、消費者自身もアンケート結果に出たように、消費者の自立、自己責任がより求められ、ものをみる目を養う必要があることを認識していた。そのためには商品・サービスの安全性に関する情報を幅広く開示し、その情報を正確に理解し、購買選択の知識として活用できるように、国による消費者教育を幼少のころから強力にすすめるようにする必要がある。

また規制緩和によって消費者の諸権利が剥奪されないように、単に価格の問題だけに限定して消費者のメリット・デメリットを考えるような目先の経済的利害だけを追求するのではなく、もっと多目的に判断できる人材の育成をめざした消費者教育の展開が求められている。

さらに、第4として消費者の意見を反映させる消費者の組織を形成し、政策決定の場に参加させることが必要である。アンケート調査でも分かったように、消費者は規制緩和を充分理解していないので、行政はもっと積極的に消費者の主張を聞き、消費者・生活者の視点に立った規制緩和あるいは規制の強化を行うことが必要である。

注1) 朝日新聞 平成9年11月16日付朝刊 社説
「生活者の視点を忘れるな—省庁再編に問う—」

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. 総理府内閣総理大臣官房広報室「6つの改革についての有識者アンケート調査」平成9年8月
4. 国民生活センター編『国民生活』第27巻第5号 国民生活センター 平成9年4月