

消費問題委員会（林野宏委員長）意見書

「健全な市場機能による企業と消費者との信頼構築に向けて
～消費者行政についての意見～」

消費問題委員会（林野宏委員長）は10月30日、意見書「健全な市場機能による企業と消費者との信頼構築に向けて」を発表した。

消費者の不安や不信を招く事件が多発している中、消費者行政を一元化する新組織の創設と

いう動きがある。政府の対応力向上と縦割り行政の見直しという目標は評価できるものの、この新しい行政組織は、消費という幅広い分野に強い権限を持って市場に介入することになる。消費者被害の防止は重要だが、その大義名分の下、過剰な規制

強化により民間主導経済が阻害されてはならない。

社会の支持を得られない企業は、規律ある市場の自浄機能により淘汰されるということが大原則である。われわれは自らの責任で、健全な市場の確立に向けて邁進していかなければならない。

意見書の概略

I 規制強化の弊害

消費者被害の防止のために強化された規制が、実体経済に悪影響を及ぼしている。一部の消費者を保護するための規制が、ほかの多くの消費者の不利益となっている、あるいは、一部の悪質な企業を排除するための規制が、ほかの多くの企業の事業展開に悪影響を与え、結果として社会全体のコストを増大させている。

II 政府・企業・消費者が担う役割

消費者被害の防止にあたっては、消費者の保護と自立、権利と責任の関係と、政府や企業の義務と責任をも踏まえて、社会全体が調和するような多面的な見直しが不可欠である。

1. 消費者行政に対する要望

- (1) 政策遂行のあり方
 - ① 最小限で公正な規制と迅速な対応
 - ② 規制の事前評価と事後チェック基準の公開
 - ③ 風評被害の防止と被害回復
 - ④ 消費者と企業の相互理解の促進
- (2) 組織、ガバナンスのあり方
 - ① 二重行政、縦割り行政の排除
 - ② ガバナンスの構築と企業からの参加

2. 企業がなすべきこと

- (1) 企業間の健全な競争
- (2) 主体的な情報開示
- (3) コミュニケーションの努力
- (4) 信頼を失墜した企業の退場

3. 消費者への期待

- (1) 悪質な企業の淘汰
- (2) 社会全体のコストへの配慮

III マスメディアの支援

マスメディアは、消費者の適切な選択を支援するという大きな役割を果たしてほしい。

おわりに

消費者行政推進基本計画にある「安全安心な市場」、「良質な市場」の実現には、政府や消費者だけでなく企業の自覚が不可欠である。この三者が対立するのではなく、相互に協働してはじめて、豊かな消費社会を実現し、真に国民生活の質を高めることができる。行政と企業は、信頼回復に向けた着実かつ息の長い取り組みによって、消費者の信頼を得ていくより途はない。