

[共同研究]

高度情報化社会における公共的消費者情報について

共同研究者

代表 江上 哲 (日本大学経済学部教授)
大澤 秀雄 (日本大学経済学部教授)
木立 真直 (中央大学商学部教授)
武市 三智子 (東洋大学総合情報学部准教授)
中西 大輔 (日本大学経済学部非常勤講師)
河田 祐也 (日本大学大学院経済学部産業経営研究所研究員)

はしがき

高度情報化社会に突入しわれわれの日常的な消費生活が大きく変わった。経済学の研究において、米国の経済学者アカロフが「レモンの原理」というわかりやすい事例を示して、「消費者情報の非対称性」の問題を提起して久しい。しかし、消費者情報に関わる消費者行政は日本においては未だにさまざまな問題を抱えている。平成20年版の『国民生活白書』はサブタイトルを「消費市民社会への展望—ゆとりと成熟した社会構築に向けて—」として、消費者問題を大きく取り上げている。その中で、消費者団体を国際的に比較した調査で「政府などの公的機関が消費者の一人としてあなたの権利を守ってくれていると感じますか」というアンケートに日本の消費者の70%の人が「公的機関に消費者権利を擁護されていると感じていない」と答えている。この比率は先進国の中で突き抜けて高い。ちなみに公的機関に守られていると答えている人が日本では、6.9%、同じく英国では71%、フランスで55%である。まさに桁違いなのである。日本の国民の意識と消費者行政の溝は幅広く深い。

このことは、「消費者情報の非対称性」をこえて「消費者行政の非対称性」ともいえる状況と考える。われわれはそのような問題意識を持ち、今日の高度情報化社会における消費者行政を公共的な消費者情報に焦点を当て考察した。章立てを示しておきたい。

- 1章 江上 産業構造における情報部門の位置と動態
- 2章 大澤 市場占有率に関する数学モデル
- 3章 河田 産業連関表による情報部門のマクロ分析
- 4章 中西 高度情報化社会における消費パターンの変容
- 5章 木立・武市 公共的商品テスト誌の現状と重要性
- 6章 江上・大澤 消費生活センターの活動分析

1章では今日の情報化社会の動態をセミ・マクロ的に捉えている。ついで2章で情報化についての国際比較を日米の国際産業連関表をもとに分析している。3章は、情報の非対称性と関連する市場の寡占度についての基礎的な考察を行っている。4章は、今日の高度情報化社会における消費問題を消費者の欲

望の問題を軸に考察している。5章では公共的な消費者情報誌について国際的に比較し日本の現状を分析している。6章では我が国の消費生活センターの活動を各地の消費生活センターへのアンケート調査により分析を行っている。以上のように、情報化の方向を産業連関表で把握し、そこでのセミ・マクロ的な問題を踏まえて消費者情報としての商品テスト誌、さらに現実的な消費者行政を司る消費生活センターの活動などに焦点をあて考察している。

なお、今回の研究プロジェクトで注目してほしいのは、まず第1章で明らかにしているように、日本の情報化が「モノ」作りのための情報化の側面が強化されていることである。情報産業がより高度化された多様な「次なる情報産業」を生み出しているとはいえない状況についてである。情報が単なるデータでなく、知識など発展してゆく方向が重要であろう。しかしながら、現状の日本では、高度情報社会から高度知識社会への方向へ向かっていないといえよう。やはり、「消費者情報の非対称性」を一步一步解消するためには、消費者教育や消費者意識の高度化に向けた現実的な政策が議論されなければならない。この研究プロジェクトの参加者はそのような社会的な議論の叩き台になり、消費者行政の充実に資すればと願っている。

(江上 哲)