

13. 消費者市場に関する一考察

帝塚山学院短大 金子多美子

1. 技術革新を主導力として高度成長を続けている日本経済の構造変化は、生産・投資・貿易等の分野に滲透したのみならず、²消費革命、という言葉が生れるほど消費需要の構造を変えている。しかも卸売物価が比較的安定しているのに、消費者物価は異常な騰勢を見せている。この為消費者の立場を守るべきであるとの要求が強くなってきた。そこで消費者のおかれている立場を考察し、消費者の利益保護の必要の有無、及び対策を検討する。

2. 一般に市場の完全性の条件としては、市場構造上

1. 取引主体の平等性 2. 取引客体の等質性 3. 取引関係の透明性、及び、市場主体の市場行動性 4. 価格・需給反応の敏感性 5. 余剰の極大性 6. 市場参入の自由性があげられている。従ってこれらの諸条件が充されていないならば市場は完全性を持っていない、換言すれば、不完全性を持っていると考えねばならない。又市場の不完全性には事実上種々の変化がみられるものと思われる。

3. 現実の消費者市場は一般に上述の完全性の諸条件を欠いてあり、必ずしも取引が円満且つ公平に行われ、適正な価格が形成されているとは限らない。それ故、経済政策上、市場に統制を加えて完全性の条件を出来るだけ満たすことが望ましい。品質表示法や消費生活協同組合法の様な消費保護立法、又、総合的な見地に立った消費者行政をすすめる為の調査審議機関等の必要が認められるのである。