

消費者教育と競争政策、そして企業の責任について

慶應義塾大学法学部教授
田村 次朗

今日、消費者取引の複雑化、多様化さらに近年では悪質な業者による消費者被害が増加しており、消費者をめぐる経済環境について、政府として適切かつ迅速な対応が求められているところである。従って、消費者基本計画の検証・評価・監視を厳格に実施すべきである。以下、次の2点についてコメントしたい。

第1に、改正独占禁止法が平成18年1月より施行され、談合やカルテルなど悪質な反競争的行為に対する課徴金算定率の引き上げが行われる等、競争政策の強化が見られることとなった。また、最近では、独占禁止法の差止請求訴訟も次第に実務に定着し、裁判所を通じた独占禁止法の解釈・適用が進展している。このように独占禁止法の理解が比較的公判に広まりつつあることから、いわゆる独占禁止法違反行為に対する団体差止請求訴訟についても、その導入に向けた環境は整備されつつあるといえよう。

他方、公正取引委員会の活動として、景品表示法の運用は、直接的に消費者保護と関係していることから、より一層公取委の景表法運用の活性化を支援する施策が求められる。今後、消費者保護政策を実現する上で、公取委の存在は極めて重要であることを明記したい。

第2に、消費者教育の一層の充実を図る必要がある。この点、最近ではインターネットを介した取引も一般化していることから、セキュリティに関する認識の格差に伴う被害も散見されるところ、一般的な消費者被害防止施策と共に、インターネットなど電子商取引に関する消費者教育にも一層の配慮が必要となるといえる。特に、この点は高齢者に対して、手厚い消費者教育が必要とされるだろう。

なお、消費者教育の拡充と共に、企業自ら、その社会的責任を十分に自覚した取引活動を行うことが強く求められる。この点、近年では企業の社会的責任、企業倫理などに対する関心が高まりつつあることは極めて好ましいことであるといえる。そして、今後消費者政策を推進するためには、企業自ら、コンプライアンスに努め、その社会的責任を自覚した行動を取ることが望ましく、そのため、今後消費者施策を実施する際にも、企業のコンプライアンス体制を評価する仕組みを組み込むことも重要ではないかと思われる。すなわち、企業がより厳格かつ適切なコンプライアンス体制を取り、消費者被害の防止、さらに発生した場合の迅速な対応の実施それ自体が、法運用乃至行政において高く評価する仕組みを構築する必要があるといえる。このように消費者政策を通じ、コンプライアンス体制構築へのインセンティブを高めることもまた、今後、消費者政策を実施していく上で重要ではないかといえる。

なお、悪質リフォーム業者の中には、そもそも当初より消費者を欺罔することを意図して事業活動を行っているような場合も少なくない。このような場合には、そもそもコンプライアンスを期待することそれ自体が無意味であるから、警察庁などを中心として徹底した違反行為の摘発が必要であり、場合によっては、刑事罰の強化を図る必要があるといえる。

以上