

「消費者主権」の時代にふさわしい環境を整備するために

生保労連の消費者政策

消費者を取り巻く環境が大きく変化の中で、消費者が自らの意思で商品・サービスを選択する傾向が強まっています。
わたしたちは、こうした「消費者主権」の時代にふさわしい環境を整備するために、以下の考え方にもとづく諸施策が必要と考えます。

消費者をめぐる現状

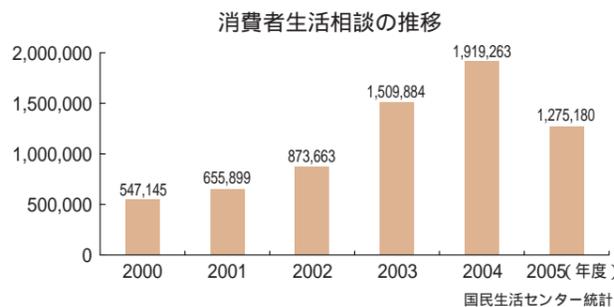
商品・サービスの選択について自らの判断と責任が求められる時代へ

経済のグローバル化と情報化の進展、さらには構造改革による成長力確保という政策課題から規制緩和が推進される中で、国民生活を取り巻く環境は大きく変化しています。具体的には、グローバル化の進展は国境を越えた取引を拡大させ、情報化の進展は取引の多様化・複雑化を一層進めます。加えて、規制緩和によって、一層わ

が国の社会経済システムは市場メカニズム重視型を強め、消費者に自己責任を求める傾向が強まっています。
このような状況の下、金融商品やサービスについても多様化しており、消費者が自らの判断と責任で主体的に選択することが求められています。

増加・複雑化する消費者トラブル

全国の消費生活センターおよび国民生活センターに寄せられた消費者からの苦情・相談件数は、2005年度は2004年度より減っているものの、5年前と比較すると2倍以上となっており、消費者意識の高まりから、その内容も多様化・複雑化する傾向にあります。



わたしたちの基本的な考え方

消費者の自立に向けた支援・環境整備が重要

上記の情勢の流れを受け、消費者関連法令の整備も急速に進められました。

具体的には、2001年4月に「金融商品販売法」、2004年5月に「消費者基本法」、2006年6月に「金融商品取引法」が制定されています。更に、2006年5月には「消費者契約法」が改正され、消費者団体訴訟制度が2007年6月に施行されています。これにより、消費者の全体的な利益のため事業者の不当な勧誘方法や約款などについて差し止め等ができるよう、消費者団体に訴訟の当事者としての訴権が制度化されています。

わたしたちは、消費者保護政策の利点は利点として活かしつつ、現在を来るべき自立社会への助走期間と位置づけ、消費者の自立支援、とりわけその環境整備に注力することが重要と考えます。

消費者基本法に定められている行政（国・地方公共団体）、事業者、消費者の三者の責務

行政は、経済社会の発展に即応して、基本理念にのっとり、消費者施策を推進すること。

事業者は、基本理念にのっとり、供給する商品や役務について、消費者の安全と取引の公正の確保、消費者への情報提供、消費者の知識・経験・財産の状況への配慮、適切な苦情処理、行政の消費者政策への協力、自主行動基準の作成をすること。

消費者は、自ら進んで消費生活に関する必要な知識を修得するとともに、情報収集など自主的かつ合理的に行動するように努め、環境の保全・知的財産権などの保護に配慮するよう努めること。

わたしたちの提言

Our Proposal

各年代を通じた消費者教育、特に学校での金融・保険等に関する教育の実施を

わが国では現在、さまざまな商品・サービスが提供され、その提供方法も多様化していますが、それに伴い、消費者が商品・サービスの仕組みや取引ルールに関する知識・理解を深めることがますます重要となっています。金融・保険分野においても、消費者が主体的に商品選択を行うための金融経済教育や、人生のさまざまなリスクに対応するための生活設計教育を行うことが一層重要となっています。

わたしたちは、消費者の自立に向けた環境整備をはかる観点から、さまざまな機会を活用して、各年代を通じた消費者教育を進めることが必要と考えます。特に、金融環境が変化している中で、社会人になる前の早い段階、すなわち学校における金融・保険等に関する教育の実施の重要性が高まっていると考えます。

商品・サービスに関する消費者への情報提供は消費者教育の充実とセットで

消費者が主体的かつ自立的に商品選択・購入判断を行うようにするためには、消費者へのより適切な情報提供が必要となります。

一方、消費者がそれらの情報をもとに最適な商品選択を行うためには、裏打ちとなるさまざまな知識・理解が必要だけでなく、一人ひとりの消費者への情報提供は消費者教育の充実とあわせて実施すべき課題と考えます。

わたしたちの“ベストアドバイザー活動”推進の取組み

わたしたちは、お客さまとともに発展する“ベストアドバイザー”としての活動の徹底を、生保労連全体で進めています。

とくに、生保会社（営業職員）とお客さまの間で情報の格差が大きければ大きいほど、お客さまはマスコミ論調等の影響を受けやすいことから、お客さまへの正確な情報発信・アドバイスを心がけています。

消費者が多様な紛争処理手段の中から選択できる環境整備を

消費者トラブルは少額の被害が多く、また消費者と事業者の間には資金、時間、専門性等の面で交渉力に大きな格差があります。このため、トラブル解決を裁判制度のみで対応することには限界があり、簡易・迅速・廉価な苦情処理や裁判外紛争処理（ADR）の果たす役割に注目が高まっています。

わが国にもすでに多様なADR機関が存在していますが、その活用状況は区々となっているのが現状です。

今後は、簡易・迅速・廉価という視点に加え、公正性や透明性を確保し消費者の信頼を高めるとともに、商品・サービスの専門性や紛争の内容、希望する解決の柔軟性等に応じて、消費者が多様な紛争解決手段の中から主体的に選択できる環境整備が必要と考えます。

ADRとは

Alternative Dispute Resolutionの略。
ADRは多種・多様であり、その分類も定まったものはないが、例えば以下のような区分ができる。

区分	主な内容
裁判所付設型	（民事調停） ・民事上の紛争解決手段で、第三者の仲介により当事者双方が話し合いの上、和解・示談の成立に努力する
行政型	（国民生活センター、消費生活センター等） ・相談・苦情取扱件数は他のADRを圧倒している。 ・機能が「あっせん」に止まっており、強制力がないことなどが主な課題
民間型	（弁護士仲介センター、業界団体が設置しているものなど、さまざまなADRが存在） ・広く活用されているものもあるが、多くは発展段階