

# 「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、以下の考え方のもとづく諸施策が必要と考えます。

## 消費者をめぐる現状

### 激変する消費者を取り巻く環境

消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。規制改革の進展は、わが国の経済社会システムを市場メカニズム重視型に大きくシフトさせ、消費者に自己責任を

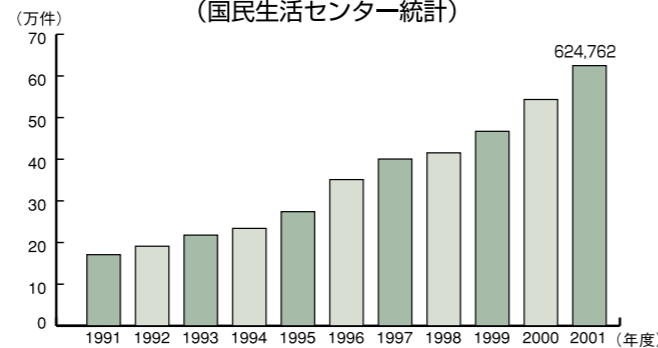
求める傾向が強まっています。また、グローバル化の進展は国境を越えた消費者取引を拡大させるとともに、IT化の進展は取引の多様化・複雑化を一層進めています。

### 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、2001年度で約62万件と10年前の約3.7倍にまで膨らんでおり、その内容も多様化・複雑化する傾向にあります。

一方、統廃する企業不祥事等を背景に、消費者の事業者に対する信頼は大きくゆらいでおり、こうした不祥事が事業者の存立基盤をゆるがす事態も発生している状況にあります。

◆ 消費者生活に関する苦情・相談の年度別総件数の推移 (国民生活センター統計)



## 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

国民生活審議会において、21世紀型の消費者政策の在り方について議論され、その中で、消費者を「保護の対象」ではなく、自ら消費者利益を確保する「自立した主体」として捉え直す必要性が指摘されています。しかし、わが国の法体系や行政制度は「消費者保護」を重視した構成になっているなど、「保護」から「自立」に大きく舵を切るには、消費者が自立できるための環境整備が未だ不十分な状況に

あるといわざるを得ません。

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。

◆ 国民生活審議会「21世紀型の消費者政策の在り方について (最終報告)」(2003年5月) より

#### 21世紀型の消費者政策の検討の背景

- 経済社会の変化
  - ・ 経済社会システムの変化、IT化・国際化の進展、家族、ライフスタイルの多様化
- 消費者問題の推移と消費者政策
  - ・ 消費者トラブルの増加・複雑化、企業不祥事の統廃等
- 消費者政策の抜本的見直しの必要性
  - ・ 1968年の消費者保護基本法制定時の情勢を前提とした政策では対応困難

#### 21世紀型の消費者政策の在り方

- 消費者政策の理念
- ・ 消費者政策の転換
  - ① 消費者の位置づけの転換—保護から自立へ
  - ② 市場メカニズムの活用—事前規制から事後チェックへの重点シフト
  - ③ 情報公開と事業者のコンプライアンス経営
- ・ 消費者の権利と消費者政策
- 行政・事業者の責務、消費者の役割
- 消費者政策の方向性

## わたしたちの提言

Our Proposal

### 各年代を通じた体系的な消費者教育の実施を

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知識教育や、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消費者教育を進めることが必要と考えます。その場合、生涯を通じた教育・学習、とりわけ学校教育・社会教育の一層の充実をはかり、各年代を通じて体系的に行うことが重要です。

### 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。

◆ 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。

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・理解が必要なだけに、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。

### 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