

消費者が理解・納得して商品・サービスを購入できる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、消費者の商品・サービスに対する選択意識も変化しています。わたしたちは、消費者が理解・納得して商品・サービスを購入できる環境を整備するために、以下の考え方に沿った政策が必要であると考えます。

消費者をめぐる現状

商品・サービス選択に際して判断と責任が一層求められる時代へ

商品・サービスの提供方法については、従来の対面での取引のみならず、インターネット等を利用した電子商取引が拡大傾向にあります。加えて、金融商品をはじめとして、商品・サービスが多様化・高度化・複雑化している中、消費者・事業者間の情報格差をどう埋めるかが大きな課題となっています。また、悪質商法や特殊詐欺等の被害は後を絶たない状況にあり、その手口は年を追うごとに複雑化・多様化しています。

こうした中、事業者には消費者への適切な情報提供が一層求められる一方で、消費者自身にも、みずからの判断と責任でしっかりと商品選択を行うことが求められているといえます。

60歳以上の方に関する相談が増加

全国の消費生活センターおよび国民生活センターには、消費者からの苦情・相談が多く寄せられています。年代別にみると、2015年度の60歳以上の割合は、2006年度の約1.5倍となっています。

わたしたちの基本的な考え方

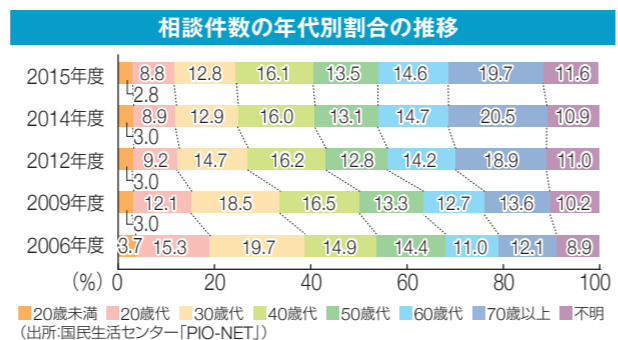
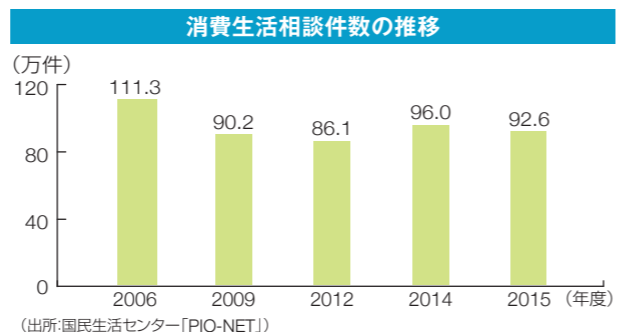
消費者の自立と消費者被害の救済に向けた環境整備が重要

消費者をめぐる環境変化を受け、行政面・法制面の整備も進められています。

具体的には、2009年9月に、消費者被害の情報について一元化をはかり、消費者の視点から政策全般を監視することを目的として「消費者庁」が設立されました。2010年10月には金融ADR制度がスタートし、2012年12月には消費者教育推進法が施行され、2016年10月には消費者の財産的被害の集団的回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律が施行されました。

また、2015年3月には、2015年度から2019年度までの5年間を対象とする「消費者基本計画」が閣議決定され、これに基づき、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題に対応した消費者政策が進められています。

このような取組みを通じて、より消費者の目線に立ち、消費者の自立と消費者被害の救済に向けた環境整備を一層はかっけていくことが重要であると考えます。



消費者政策をめぐる近年の主な動き

2009年 9月	消費者庁 設立
2010年10月	金融ADR制度 スタート
2012年12月	消費者教育推進法 施行
2015年 3月	消費者基本計画 閣議決定 (2019年度までの5年間を対象)
2016年10月	消費者の財産的被害の集団的回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律 施行

「消費者基本計画」における消費者政策の基本的方針 (目指すべき姿)

- 消費者の権利が尊重され、安全な商品・サービスを安心して消費できる
- 消費の効用・満足度が高まり、豊かな消費生活を営める
- 消費者が、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画する

わたしたちの提言

Our Proposal

各年代を通じた消費者教育・生活設計教育の推進を

各種の商品・サービスの提供方法の多様化に伴い、消費者が商品・サービスのしくみや取引ルールに関する正しい知識を身に付け、理解を深めることがますます重要となっています。

消費者みずからの判断と責任でしっかりと商品選択を行うためには、さまざまな機会を活用して、各年代に応じた消費者教育を進める必要があります。なかでも、高齢単独世帯の増加などを背景に、高齢者を対象とした詐欺等の消費者被害防止教育や啓発活動への取組みが求められていると考えます。

また、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重要となっています。社会・経済環境が先行き不透明な中、社会人になる前のできるだけ早い段階から学校等の場で、人生のさまざまなリスクを認識し、経済・金融のしくみや保険等を活用した生活設計に関する教育を実施することが重要であると考えます。

事業者は より丁寧な情報提供を

消費者が主体的かつ自立的に商品選択・購入判断を行えるようにするためには、事業者が消費者との情報格差を意識し、より丁寧な情報提供を行うことが必要です。

そして、それらの情報を消費者が十分に理解するためにはさまざまな知識が必要なだけに、消費者教育の充実が一層求められており、消費者教育推進法をより実効性あるものとしていくことが重要であると考えます。

お客さまへの情報提供に向けた生保労連の取組み

わたしたち生保労連は、営業職員がコンサルティング活動やお客さまサービス活動、販売ルールを守った活動を通じて、正確な情報発信・アドバイスを行うよう、お客さまからの期待・信頼に応える活動(ベストアドバイザー活動)を推進・徹底しています。

裁判外紛争解決手続(ADR)の活用促進を

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・廉価な苦情解決手段である裁判外紛争解決手続(ADR)の果たす役割が重要になっています。

わが国にもすでに多様なADR機関が存在し、生命保険産業においても生命保険協会が指定紛争解決機関として指定を受け、2010年10月より苦情処理および紛争解決にあたるなど、取組みが進められています。

今後も、金融ADRに関する消費者への普及活動・周知活動を一層進め、制度に対する認知度を高めるとともに、制度の活用促進に向けて取組みを推進していく必要があると考えます。

ADRとは

- Alternative Dispute Resolutionの略。
- ADRは多様・多様であるが、例えば以下のような区分が可能である。

区分	主な内容
司法型	(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	(弁護士仲裁センター、業界団体が設置しているもの等) ● 2007年の「ADR利用促進法」の制定により、今後の発展が期待されている。