

第 部 消費者金融に関する消費者契約教育の意義

第 部 消費者金融に関する消費者契約教育の意義

平成 15 年度調査の趣旨

1 . 2 1 世紀型の消費者政策の在り方と消費者契約教育の意義

21世紀を迎え、我が国では、消費者政策の理念を時代にふさわしく再定義し、消費者政策の新たな枠組を構築することが目指されている。国民生活審議会消費者政策部会の報告「21世紀型の消費者政策の在り方について」(平成15年5月)の表現を借りれば、業法等によって事業者を規制することを中心とする手法から、市場メカニズムを活用するために、消費者が「自立した主体」として市場に参画し、積極的に自らの利益を確保できるよう支援する手法へと、消費者政策の重点をシフトすべきことが企図されているのである。

消費者が「自立した主体」として市場において能動的に行動できるようにするためには、必要な情報を消費者に提供したり、消費者と事業者が市場において自由で公正な取引を行うための法的ルールを整備すること等のほか、消費者教育を積極的に推進することが要請される。前記の報告書も「消費者教育の果たすべき役割はますます大きくなっている」と述べた上で、「学校、地域、職場、家庭などにおいて、幅広い年齢層を対象に消費者教育を充実させることが必要である」と指摘している。

ところで、消費者教育の意義の強調は何もいまに始まったことではない。本書の対象である消費者契約教育についていえば、消費者契約におけるトラブルを適切に解決し、防止するために、法的ルールの整備等の施策と並んで、消費者が自らのリーガル・リテラシーを向上させる機会を与える消費者契約教育の充実を図ることが、是非とも必要であることは、早くから認識されていた。折角の法律制度も、消費者が実際にそのようなルールを使いこなして、自らの権利を実現することができなければ、画餅に帰するのであり、消費者が、契約に関する基本的考え方、消費者契約に関する法的ルールの基本的知識、消費行動の際の判断能力、さらには自らの権利を実現する能力を段階的・体系的に身に付けられる枠組を、消費者契約教育のシステムの中で作り上げていくことが必要である。

前記の国民生活審議会消費者政策部会報告は、このことを21世紀型の消費者政策の体系に位置付けつつ、改めて確認したものといえよう。

2．今年度調査の対象

1に述べたような消費者契約教育の考え方に基づいて、平成11年度より5ヵ年計画で、「消費者契約教育に関する調査」が実施されている。今年度調査は、その5年目として行われるものである。初年度の紛争解決機関に関する総論的調査に引き続き、次の年度からは各取引分野別の各論的検討に取り組んできた。今年度は、各論的検討の一つとして、消費者金融に関する消費者契約教育を取り上げた。

景気の低迷の長期化等を背景に消費者が金融関係のトラブルに巻き込まれるケースが増加し、中でも、融資に関する消費者からの苦情相談件数が急増している。また、悪質金融事業者による消費者被害の手口が巧妙化してきており、被害が拡大し社会問題化している。倒産や高失業率といった消費者を取り巻く厳しい環境が続けば、さらに状況の悪化が懸念される。消費者金融の分野では若年層にも多重債務等の問題が深刻化していることから、学齢期からの消費者教育を求める声が多い。このような状況を考えると、この分野の消費者契約教育に取り組むことは、まさに喫緊の課題といえることができるであろう。

3．今年度調査の内容

今年度調査においては、高等学校を中心とする学校教育の場で活用できる副教材（副読本）を作成した。これは、消費者金融契約について、その基礎的な知識、自分が契約を締結するために判断を迫られる場合やトラブルに直面した場合に、消費者に期待される行動や紛争の適切な解決方法など盛り込んだものである。

また、上記の副教材の解説や活用方法を記述し、さらには、消費者金融について、消費生活センター等に寄せられる相談・苦情の実情、消費者金融業界の現状、消費者金融の適正化のために講ぜられている立法措置の現状等を調査して盛り込んだ指導書（本書）をとりまとめた。