

## 消費者から見た自主行動基準の在り方

2001年12月21日

吉岡 初子

2001年4月1日、消費者契約法、金融商品販売法等が施行され、消費者と事業者間の契約に係わる紛争の解決及び未然防止の効果が期待されている。

一方、消費者被害は増加傾向にあり、企業の社会的責任が問われるような問題も多発している。

こうした消費者被害の対策として行政規制を強めることも必要であるが、事業者による自主行動基準が作成されることができればより効果的に実効性が高められると考えられる。

以下、消費者の立場から見た自主行動基準の在り方について意見を述べる。

## 1. 消費者の権利から見た自主行動基準の意義（別紙1）

- ・国際消費者機構（C I）の提唱する消費者の権利との関係  
C I では以下に示す「消費者の8つの権利と5つの責任」を掲げているが、特に「安全である権利」、「知らされる権利」、「選ぶ権利」、「補償を受ける権利」を具現化するものとなるのであれば評価可能。
  
- ・国際消費者機構（C I）による権利と責任より

## 消費者の8つの権利

- ①生活の基本的ニーズが保証される権利 (Basic needs)  
十分な食料、衣服、家屋、医療、教育、公益事業、水道、公衆衛生といった基本的かつ必需の製品・サービスを得ることができること
- ②安全である権利 (Safety)  
健康、生命に危険な製品、製造過程、サービスから守られること
- ③知らされる権利 (Information)  
選択するに際して必要な事実を与えられる、または不誠実あるいは誤解を与える広告あるいは表示から守られること
- ④選ぶ権利 (Choice)  
満足行く質を持ち、競争価格で提供される製品・サービスが沢山あり、その中から選ぶことができること

- ⑤ 意見を反映される権利 (Representation)  
政府が政策を企画・遂行する際、または製品・サービスを開発する際に消費者利益の代表を含むこと
- ⑥ 補償を受ける権利 (Redress)  
誤り、偽物、あるいは不満足なサービスについての補償を含めて苦情が適切に処理されること
- ⑦ 消費者教育を受ける権利 (Consumer education)  
基本的な消費者の権利及び責任と如何に行動するかを知る以外にも、情報を与えられ、自信を持って商品やサービスを選ぶのに必要な知識と能力を得られること
- ⑧ 健全な環境の中で働き生活する権利 (Healthy environment)  
現在及び将来の世代に対して恐怖とまらない環境で働き生活すること

## 2. 日本での現状評価

- ・消費者に対する指針が少ない
- ・具体的内容が乏しい（金融商品販売法における勧誘方針など）

第2回でも議論されたようだが、消費者に向けて作られた自主基準は少なく、現状は不十分な状況。

また、作られていても金融商品販売法に基づく勧誘方針のように具体的でなく、それだけで企業を評価できない状況。

金融商品の販売等に関する法律では、金融商品販売業者等の説明義務、重要事項の説明義務違反に対する損害賠償責任、損害額の推定、勧誘の適正の確保、勧誘方針の策定等を決めている。

金融商品販売業者はそれぞれ販売しようとする金融商品について勧誘方針を策定し公表することになっている。

## 3. 評価に当たっての視点（別紙2、3）

・消費者が評価できる水準での具体化された自主行動基準が示される必要がある。消費者の位置付けの明確化、望ましくないと考える勧誘方法、適合性原則、重要事項の具体化、一般条項の具体化、製品安全情報の開示、苦情処理体制、経営体制などを含むべき。

(別紙2) ToBL「自主基準の実効性を評価するための基準」より

中身：適切な内容と言葉

目的や履行や促進手段を説明する自主基準が、どれだけ明白かつ曖昧でない言葉で述べられているか。

統合：社会的・環境的価値の企業理念や企業行動への組み込み

持続可能性や社会的公平といった価値が、どの程度まで、産業や企業によって促進され、成功させるための考え方や手段に統合されるのか。

・より公正な公表方法の採用（「透明性」、「説明責任」）

(別紙2) ToBL「自主基準の実効性を評価するための基準」より

透明性：タイムリーで適切な報告を伴う第三者等の独立した履行状況のモニタリング

製品や製法に関する情報を消費者に入手可能にするとともに、消費者が効果的に情報をたどることができるように、企業がどれほど透明性を有しているか。

説明責任：自主基準が十分でない分野で、責任ある行動を促進し強制するために、補完的に規制や市民制度を利用すること

自主基準は企業や産業の説明責任を改善するのか。自主基準は既存の規制と一体的に働くのか、あるいは衝突したり侵害したりするのか。

・策定や改訂における消費者の関与（「関与」）

(別紙2) ToBL「自主基準の実効性を評価するための基準」より

関与：影響を受ける個人や組織を幅広く参加させるための機会や資金を含む、適切なステークホルダーを積極的に参加させること

どの程度までステークホルダーを自主基準の策定に参画させているのか。実行段階ではどうか。モニターや検証の段階ではどうか。効果の評価段階ではどうか。

・Whistleblowingの制度化

企業の中で検討

#### 4. 行政への期待

・消費者啓発と教育

消費者が評価する際の基準の提示 等

- ・ 企業経営が実効性ある形で実践されていることの担保  
行政罰において量刑ガイドラインの考え方の導入（特に独禁法）  
より高いレベルで実効性のある自主行動基準の推進 等

## 5. 消費者の役割

「批判的意識」と「連帯」の責務を果たすことが重要

- ・ 消費者に顔の向いた企業を応援
- ・ 行動基準を示さない企業は評価しない

（別紙1）国際消費者機構による権利と責任より

消費者の5つの責任

- ① 批判的意識 (Critical awareness)
  - 商品やサービスの用途、価格、質に対し、敏感で問題意識をもつ消費者になるという責任
- ② 自己主張と行動 (Action and involvement)
  - 自己主張し、公正な取引を得られるように行動する責任
- ③ 社会的関心 (Social responsibility)
  - 自らの消費生活が他者に与える影響、とりわけ弱者に及ぼす影響を自覚する責任
- ④ 環境への自覚 (Ecological responsibility)
  - 自らの消費行動が環境に及ぼす影響を理解する責任
- ⑤ 連帯 (Solidarity)
  - 消費者の利益を擁護し、促進するため、消費者として団結し、連帯する責任