

郵政民営化委員会の調査審議に関する所見（案）に対する意見

本協会は、全国の地方自治体等の消費生活センター等消費生活相談窓口で消費者からの相談を受け、トラブル解決のために助言やあっせんをする消費生活相談員を主とする会員で構成される消費生活の専門家団体です。会員は全国に約 2,200 名おり、日々、それぞれに勤務する消費生活センター等で多種多様な相談に対応しています。

郵政民営化委員会の調査審議に関する所見に対して、本協会は消費者相談の現場から、下記のように意見を述べます。

2 郵政民営化と新規業務

① 民営化の意義と金融二社のビジネスモデル

近年、民間金融機関の合理化・統廃合により、民間金融機関が存在しない地域が増えています。とりわけ高齢者人口が占める割合が大きい地方では、高額な現金を手元に置く家庭が多くなっています。これは、東日本大震災において、多くの被災者の方が、いわゆるタンス預金を津波や火災で失ってしまったことから実証される事実です。そして、そのために、不意打ち的な訪問販売等により手元に現金があることで、容易に高額な商品を購入してしまうトラブルが少なくありません。

従来、身近な金融機関として、日本全国津々浦々までカバーしてきた郵便局の存在は、民間金融機関がなくかつ高齢化に歯止めがきかない地方にとってユニバーサルサービスとしての大きな役割を果たしてきました。この機能の維持・充実は、郵便局、ゆうちょ銀行、さらにかんぽ生命を含めて郵政事業の社会的責任と考えます。

なお、郵政民営化の方向自体は、合理的かつ効率的な事業展開を行う大きな端緒となり、消費者・利用者に、従来以上に安心して利用できる、貯金機能・保険機能を提供する金融機関になることを期待します。

⑤ 内部監査・コンプライアンス態勢等の整備

郵政民営化後の歴史はまだ5年と浅く、郵政事業に関しての消費者・利用者の「暗黙の政府保証」が存在するとの認識は、まだまだ払拭されてはおりません。今後はさらに、グループ各社の窓口で民間金融機関であることの丁寧な説明を重ねていく必要があります。

消費生活相談では、「定期貯金にしようとしたが、簡易保険の方がよいと勧

められ加入。満期を直前に言われた額は当初の半額にしかならず不満」などのトラブルもあります。

また、振り込め詐欺では、最近は銀行等でなく郵便局やゆうパックが悪用されています。これらは警戒の強い銀行等を避けているものと思われます。郵便局員の消費者被害の理解が少ないため悪用されていると思います。

また、しばしば報道される不祥事は、消費者・利用者の信頼性を欠くものがあります。

内部監査の充実とコンプライアンス態勢の早急な整備が必要であります。

⑥ 利用者保護及び検査監督態勢

全国の消費生活センターが受け付け、「全国消費生活情報ネットワーク・システム」(PIO-NET：パイオネット)に登録された 2010 年度の消費生活相談は、887,972 件(独立行政法人国民生活センター編「消費生活年報 2011」より)であり、相談の多い商品や役務について最も多いのは情報通信に関連する「運輸・通信サービス」であるが、次に多いのは、「金融・保険サービス」であり、この中には保険や貯金などに関する相談が含まれています。

その内容をみると、高齢者等に対する不十分な説明や適合性の原則を怠った勧誘に起因すると思われるものが多数あります。

消費者基本法第 5 条には事業者の責務として消費者との取引には、公正な取引、明確かつ平易な情報提供、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮する、苦情体制の整備及び適切な処理等が定められています。

特に高齢者への勧誘には一層の配慮やきめ細やかな指針が必要です。

さらに消費者トラブルの現場からは、民間金融機関に比べ、郵政各社においては消費者トラブルに対応する窓口が分かりにくいなどの声があります。

消費者トラブルをはじめ消費者の声に真摯に耳を傾け、それぞれの業務にフィードバックさせる体制(PDCA サイクル)の充実を強く望みます。