

発言要旨

(財)日本消費者協会

木本 希

【流れ】

- 1) 消費生活を営む上で担保されなければならないのは安心・安全。その意味では郵貯銀行はまさにお金の安全、かんぽ生命保険は命とお金の安全という視点からはそれなりの支持を得ているものと思われる。ただし、それらに郵便局業務を加えた日本郵政グループの展開する事業はサービス業務そのものであり、地域や年齢層等によって凸凹はあるものの、消費者は便利で当たり前だというイメージをかなり強く抱いている。そうしたなか、利便性を低下させるのは好ましくない。
- 2) そうしたなか、以前の民がいいか官がいいか、あるいは最近の郵政グループの株式売却といった議論は、利便性の追求・維持、すなわちサービスの向上の観点からおおいになされるべきだが、消費者にとっては一部の関係者等を除き、政治的な動き、あるいは政争の具になっているとしか映っていないように思える。このあたりはもう少し広報のあり方を考える余地があるのではなかろうか。
- 3) 銀行と生保に関しては、巨大なだけにいわゆる民の圧迫につながらないことを望む（その危惧はさほど大きくないと思うが）。
- 4) 現在、各地（主要都市）に消費生活センターがあり、消費者トラブルに巻き込まれた人たちの駆け込み寺的な存在になっている。あわせていわゆる消費者啓発の任も担っているが、悪質商法が後を絶たない現状等から十分に機能しているとは言い切れない（自治体の人的・財政的な制約が主たる要因）。
- 5) その観点から、郵便局（員）が地域においてプライバシーに立ち入らない範囲で、消費生活見守役としての機能を果たせるのではないかとと思われる。

【結論】

- 1) 利便性に立脚した議論を徹底的にすべきである。
- 2) 消費者と一言でくくることはできても、実際に消費生活を営む地域や利用年齢層等によって消費行動は異なる。そうしたなか、何をユニバーサルサービスとして法的に位置づけるかを検討していただいたうえで、地域事情等を考慮に入れて柔軟な運営体制をとれるような配慮もほしい。このことを踏まえた経営形態の再編をお願いしたい