



■「金融サービス仲介業が創設されました」—取引にあたっては注意が必要です！

金融サービス仲介業が、2021年11月1日施行の「金融サービスの提供に関する法律（金融サービス提供法）」で創設された。

1つの登録で銀行・証券・保険・貸金すべての分野のサービスの仲介を行うことができることになっている。仲介できる商品・サービスは、複雑な説明が要らないもの（例を挙げると、普通預金、住宅ローン、国債、上場株、投資信託、傷害保険、旅行保険等）に限定されているものの消費者が取引するにあたってはいくつかの注意が必要である。主な注意点は2つあげたい。

①消費者が契約する相手は、銀行、証券会社、保険会社等であり、金融サービス仲介業者ではないこと

金融商品の説明は金融サービス仲介業者であることから、消費者は契約の相手を認識して、金融サービス仲介業者の説明をチェックすることが求められる。

②金融サービス仲介業者は金融機関から手数料を受け取っているということを認識すること

金融サービス仲介業者は、利用者から求められたときは、金融サービス仲介業者が金融機関から受け取る手数料、報酬等を明らかにしなければならないことになっていることから、不安や不信があれば説明を求めたい。

なお、金融サービス仲介業者が信頼できるかどうかについては未知数であることから、事業者に関する情報が出るまで様子を見て、安易な取引をしないという選択もあるだろう。

※詳しい内容はCCFSのホームページをご参照ください。



■注目した環境課題・社会課題—「マーケティングと人権」—

家の中で、女性がキッチンで夕食づくり、男性はソファでくつろいでいる。職場の中で、男性上司にアシスタントは若い女性。少しずつ減ってきているとはいえ、根強く残っている、性別役割分担を固定化した表現。このようなコマーシャルにはときどき性別役割分担を助長するとして抗議も起こるが、それほど大きな社会問題になることもない。SDGs（持続可能な開発目標）5には「ジェンダー平等を実現しよう」が掲げられており、世界の目標でもある。日本は、ジェンダーギャップ指数が世界120位であり、なかなか改善の兆しが見えないのも人々の人権意識に問題があるのかもしれない。消費者が企業のマーケティングにおける人権への対応を選択肢の1つにすると、問題あるコマーシャルが減ってくるのではないかと。

※参考資料：CSO ネットワーク発行「ケースで考えるビジネスと人権—個人が尊重される社会を目指して」（500円、送料別）には、「マーケティング」以外にも、「デジタル社会」や「気候変動」と人権について取り上げている。



■消費者の目：消費者庁「消費者志向優良事例表彰」「ライオン」について

2020年度の内閣府特命担当大臣表彰をライオン株式会社が受賞している。CCFSの評価基準*に沿って次のように評価した。*評価基準および詳細はホームページをご参照ください。

【取組み1】地球環境課題への取組み

- ① 使用済み歯ブラシリサイクル
- ② フィルム容器の水平リサイクル（花王と協働）

評価出来ること

- ・地球課題への解決を自社の成長戦略と位置づけ、自社の商品の資源循環に取り組んでいる
- ・多くの企業、自治体と協働して取り組んでいる

【取組み2】健康な生活習慣づくりの課題への取組み

- ① 長年、全ライフステージへの啓発活動を行っている
正しい歯磨き習慣を身につけて、消費者のQOL（生活の質）の向上に貢献している
- ② 子どもが進んで歯みがきを続けたい、成長が見えるようなIoTを活用した仕組みの提案

評価できること

- ・「健康な生活習慣づくり」という社会の課題解決を自社の成長戦略と位置づけで取り組んでいること
- ・正しい歯磨き習慣を身につけることで健康な口内環境づくりに貢献している。
- ・消費者、歯科医院、行政、教育機関、流通、業界等とともに取り組んでいる
- ・インクルーシブオーラルケアの考え方で生活環境、身体、経済、教育・情報などの様々な状況によりお口のケアが十分にできない人たちにも着目した取り組みをしている



■問合せ先：CCFSのホームページ（<https://ccfs2014.jimdofree.com/>）の「問合せ」をご利用ください。

編集後記

新型コロナウイルス感染症がなかなか収束と言えない状況にならないなか、人々の行動も慎重になっているようです。With コロナが定着し、ニューノーマル時代を迎えている実感がありますね。そんななか「新しい資本主義実現会議」の初会合が10月26日に開催されました。委員メンバーに消費者代表がないのが残念です。消費者は資本主義社会で重要な役割を果たすはずではないだろうか。