

成年年齢引下げと消費者政策

川口 康裕

本稿は、川口康裕・消費者庁次長（当時）を迎え、2018年7月13日（金）に実施された法務研究科主催講演会「成年年齢引下げと消費者政策」の講演記録です。当日は参加者が約100名となり、有意義な会となりました。当日の録音をもとにその講演内容を報告します。【編集担当】

原島有史助教（司会）：これより、法務研究科主催の講演会を始めたいと思います。私、司会を務めさせていただきます法務研究科助教の原島有史と申します。どうぞよろしく願い致します。今回は、「成年年齢引下げと消費者政策」と題しまして、消費者庁次長である川口康裕先生にご講演頂きたいと存じます。川口先生は、製造物責任法、消費者契約法、消費者裁判手続特例法をはじめ、消費者の利益を擁護・増進するための幅広い分野を対象とした横断的な新法等を企画立案する仕事を数多く担当されるとともに、消費者庁・消費者委員会の設立にも関わりました。この講演会では、通常国会で民法の成年年齢を18歳に引き下げる改正法案が成立し、2022年4月に施行されることになったことに対応し、若年者の消費生活相談の状況を踏まえ、消費者政策としてどのような対応をとろうとしているのかをお話して頂きます。まず、開会にあたりまして、法務研究科長の藪口先生にご挨拶を一言賜りたいと存じます。

藪口康夫研究科長：皆さん、こんにちは。私は、大学院法務研究科で科長を務めております藪口と申します。今回の講演会は、大学院法務研究科主催となっております。法務研究科というのは、いわゆる法科大学院やロースクールと呼ばれるところでありまして、従来、法科大学院生向けの講演会という形で行われて参りました。しかし、せっかく有意義なお話をしているのですから、大学院生だけでなく学部の方皆さんも、そして、今回のテーマに関して言えば、高校生や中学生の方も関心を持ち得るテーマであると思いましたので、広く皆さんにご参加頂けるようお誘いしたという次第です。最近、民法は、色々と改正があるわけですが、そのうちの一つである成年年齢の引下げに伴う消費者政策についてお話を伺えるということになっています。恐らく、本日、ここにいらっしゃる方は、引下げまでにはもう成年に達していらっしゃるという場合がほとんどかとは思いますが、年の若い兄弟がいらっしゃる場合ですと、ちょうど2022年の頃に一斉に成年になってし

まうということもあるかと思います。それから、皆さんの場合でも、成年になってしまえば終わりということではなく、そこから色々なトラブルに巻き込まれてしまうこともありますので、将来、法学を専門にするか否かに関わらず、一社会人として良い社会生活を送っていくためには、何かあった時にやはり持っておくべきものは知識ですので、今日、色々学んで頂けると幸いです。それでは、川口先生、本日はよろしくお願い致します。

川口康裕・消費者庁次長：ご紹介頂きました消費者庁次長の川口でございます。楽しい金曜日の午後にもかかわらず、たくさんの方にご出席頂きましてありがとうございます。限られた時間であり、また、不慣れではありますが、説明をさせて頂きたいと思います。いただいたテーマは、「成年年齢引下げと消費者政策」ということですが、資料の最初のページの右のところ、「イヤヤン」というキャラクターを付けた資料（はじめてつけたものですが）を用いて説明させていただきます。イヤヤンはですね、「泣き寝入りは超いやや！」ということで、これは「蝶」なんですね。よく「蜂」じゃないかと言われるんですが、「超いやや！」ということなので、蜂に見える蝶ということ。本日のお題ですが、一つ目は、「成年年齢引下げとは？」ということで、民法の改正は法務省の仕事です。そのため、本日の資料も法務大臣が使う資料をもらって来ました。それから、二つ目は、若い方の消費生活相談がどうなっているかについて、消費者庁が把握していることを説明します。三つ目は、消費者政策について、そもそも消費者政策とはどのようなものがあるのかという点を説明し、その上で、成年年齢の引下げに対応して、どういうことを消費者政策で実施しようとしているのかということの説明です。それは3つあって、①消費者教育を充実する、②制度を整備する、そして、③消費生活窓口を充実・周知するということです。

消費者ホットライン「188」は、「いやや！」ということですが、この「188」を知っている方はちょっと手を挙げて頂けますか？ほとんどいないですね。それでは、今日の講演会が終わったら、一度、自分で「188」に電話してみることをお願いします。繋がらないので大丈夫です。迷惑も掛かりませんので。ただ、1分ぐらい放っておくと繋がるので、2～3分メッセージを聞いたら切って頂いて、もし、問題を抱えていたら本当に掛けて頂くと。

それでは、まず、成年年齢引下げの意義についてお話ししたいと思います。そもそも、成年年齢とは、一人で有効な契約をすることができる年齢ということですし、また、父母の親権に服することがなくなる年齢です。民法を勉強されている方はご存じかと思いますが、父母の同意のない契約は、取り消すことができます。20歳になるまで契約は取り消すことができる、これがポイントです。小遣いで小さい買い物をするというのは別ですが。この年齢を18歳に下げるということで、大変な議論がありました。ただ、もう改正法は成立しました。決まっています。4年経ったら実現します。

成年年齢の歴史ですけども、元服という儀式がありました。20歳成年制というのは、明治の時代に決めたので、もう随分と経つんですね。100年を超える歴史でこれやってきたのですが、これを18歳に変えるということでもあります。「いつから変わるの？」ということですが、法律の施行日はもう平成ではありませんから、西暦でいうと2022年4月1日からということで、もう4年を切りました。「いつから成年になるの？」ということですが、現在の中学3年生と高校1年生は、基本的には、2022年4月1日に一斉に成年になります。それから、現在の中学2年生は、18歳の誕生日を迎えると成年になります。「なぜ引き下げるの？」ということですが、これは、参政権との関係というのが一つあります。それから、若者の自己決定権を尊重しようというのがあります。海外の状況ということですが、海外では、18歳成年が主流です。20歳のところは少ない。若干、古い調査なのでもう少し新しいのがあればいいんですが、18歳以外の国は、日本と韓国以外は少ない。こういった3つのことから成年年齢を引き下げるとのことです。法律上は、民法の4条で「二十歳」と書いてあるんですが、これが「十八歳」に変わったということでもあります。それから、未成年者取消権が認められる要件ですが、そもそも未成年者が単独でできる行為というのがあります。単独でできるということは、逆に言うと、取消しができないということになります。これ以外は、取消しができるということになります。

次に、若者の消費生活相談の現状ということに移ります。消費生活相談というのは、相談することは迷惑だと思わないで、是非、皆さん相談して下さい。お願いいたします。自分のためだけではなく、社会のためにもなるんです。そのことは、今後、すべての高校で教えます。すでに高校を卒業されている方はそれを受けるチャンスがない訳ですが、皆さんの下の世代は、すべての高校でそうした教育をこれから受けます。ですから、そのための教材ということで、今日、お配りした「社会への扉」というものを作りました。この最後のページにですね、消費者トラブルを相談しないとどうなるかということ載せています。まず、「行動しない」とすると不正な取引、トラブル・被害が拡大します。反対に、「行動する」と消費者市民社会が実現します。「行動する」とは何か。色々ありますが、「188」に電話をし、自分のトラブルを相談するというのが一つです。こうした教育を今後していきます。ですから、既に高校を卒業されて、高校での教育というものを今後は受けない皆さんも是非、実行して下さい。現在、全国に消費生活センターは830あるのですが、そこで受け付けている相談としては、件数でいいますと20歳からのものが多いんですね。21歳の相談件数よりも多いです。したがって、成年年齢を引き下げると、こうした相談件数の山も移ることが想定されます。ただ、最近はこの辺の方からの相談は減っているんですね。トラブルが少ないというのであればいいんですが、そもそも電話で相談をしない、問題を抱えてもインターネットで検索をするという方が多くなっていて、それが少し心配

でありまして。インターネットで検索しますと、怪しいアドバイスとか怪しい相談センターに誘導されてしまうことがあります。そうした怪しいところに電話をするのではなく、「188」に電話をして下さい。

次に、消費生活相談の状況(図1)ですが、20歳で多いのは「デジタルコンテンツ」に関するトラブルです。さらに「出会い系サイト」や「フリーローン」などもあります。こうしたトラブルが、成年年齢の引下げで18歳に下りてくるということが想定されます。具体的な相談内容としては、例えば、男性から突然電話が掛かってきて、その男性と話を続けているうちに好きになってしまった。男性から呼び出されるままに宝石を展示してある場所に出向き、そこで長時間拘束され、約100万円もするダイヤを勧められた。なかなか返事をしないでいると、上司を呼んできて一緒になって買うように説得され、「買ってくれたら君とずっと一緒にいる」と言われた。逆に言うと、買って欲なければ関係が破綻するということを匂わせている。この例は、このような状況で、買おうかどうかを相談してきた訳ですが、実際に買ってしまうという場合もあるんですね。また、別のケースとして、タレント志望であることを利用した養成教室に関するトラブルがあります。芸能スクールに通うよう言われ、推薦書を渡されて、月謝を払うように言われた。「このくらいの意気込みがないと芸能界では生き残れない」と不安をあおってですね、強く勧めるというものです。ちなみに、こうしたケースを前提に、今回、消費者契約法は、この場合において契約を締結したとしても取消しができることにするという改正を提案して、今国会で成立をしております。さらに、紹介販売のトラブルとして、仮想通貨に関するものがあります。仮想通貨で儲けることができると言われ、消費者金融からお金を借りてしまった。未成年者であれば取り消すことができますが、このケースでは、20歳になった2日後に勧誘が行われた訳です。消費者契約法では、断定的判断を提供するとかですね、有利なことを告げて不利なことは告げないとか、そういった場合については、現行法でも取消可能性があります。最後に、親しい人間関係を利用したトラブルです。20歳になった後に大学のサークルの先輩から電話があり、投資学習用教材を勧められた。そして、これは儲かるから他の人にも勧めなさいと言われる。こういう場合はどうかということですが、消費者契約法でも、先程、「恋人商法」というものを見ましたが、恋人と近いぐらいの親密な人間関係があれば、場合によっては、このようなケースにおいても取り消すことができるということも視野に入れた消費者契約法の改正をしています。こうしたトラブルというのが、現実にはあるわけです。

次に、消費者政策の類型ということに移ります。消費者契約法は、平成12年にできましたが、その第1条に目的規定があります。あるいは、「消費者」の定義というものもあります。それから、製造物責任法というのは平成6年にできました。これらの法律における考

え方というのは、結局、こうではないかということ私がある日、気づいて絵を描いてみました（図2）。消費者はたくさんいるわけですね。事業者は、こうしたたくさんの消費者と同じような契約をしているわけです。そうすると、同種の行為が反復、継続して行われるわけですが、そこに、情報の質・量、交渉力の格差が生まれます。これは私の私見で、河上先生がどうお考えになれるか分かりませんが、要するに消費者法はこういう構造になっていて、こういう構造になっているからこそ、民法とは別の特別なルールを作った方が良いということになっているのだと思います。逆に言えば、こういう構造になっているものを消費者法と呼ぶのではないかという考え方ですね。消費者政策もこうした構造のものを扱っているわけです。

これは、事業者が必ずしも売り手である必要はなく、また、消費者が買い手である必要はないという考え方になっています。ですから、色々な話がありまして、例えば、アダルトビデオに出演するよう言われた人は、消費者になり得るわけです。あるいは、「カボチャの馬車」などサブリースをめぐる被害がありますけども、その貸し手も消費者になる可能性があるわけです。日本の消費者法は、借り手や買い手だけが「消費者」になるということにはなっていないので、より本質的なことはこういうことです。この前提で消費者政策はどのようになっているかという、私も民事ルールの作成にたくさん関わってきましたが、現実的に消費者法をすべて理解するということは難しいですし、取消しをしたり、事業者と交渉をしたりしても上手くいかないこともあるので、普通は泣き寝入りをしてしまいます。訴訟をしたら勝つかもわからない。勝つかもわからないけど、負けるかもしれない。そんなことを延々としているよりも、諦めるということを選ぶのは、一定の合理性があります。そうすると、消費者と事業者という当事者だけに委ねるのではなく、行政が権力的に事業者を「規制」するというのが結果的に合理的ではないかということになるわけです。したがって、行政が権力によって事業者を規制するという仕組みになっています。しかし、消費生活相談もそうですが、消費者を「支援」するというのも大事でありまして、さらに、最近では、消費者と事業者間の「協働」を促進するということもあります（図3）。そして、消費者利益の擁護及び増進のためには、「被害の防止」、「救済」、「選択の確保」の3つが重要であると仕事をしながら感じるわけです（図4）。さらに、主な行政手法としては、まず、規制行政として、消費者庁が持っている規制の法律で極力対応します。また、民事ルールで取消、解除、無効が可能なかを考えます。次に、支援行政として、消費者教育や消費者団体による差止めがあります。先程の「イヤヤン」を通じて消費者ホットライン「188」を知っていただくというような消費者教育を充実させ、あるいは、周知をします。

以上が、これからお話する成年年齢引下げに対応した消費者政策の背景知識ということになります。この政策は（図5）、河上先生が消費者委員会委員長の時代に、消費者委員

会のお知恵を頂いて、それを消費者庁でさらに検討したものになります。まず、民法の未成年者取消権との関係では、成年年齢が18歳に引き下げられると18歳、19歳の取消権がなくなるということになります。これは、現在は、事業者の悪性・不当性の有無に関わらず、また、契約後に気が変わったという消費者のわがままでも何でも、20歳未満の方は取消しができるというものです。例えばですね、ホストクラブに通って100万円以上を払わなければいけないという若い方からの相談が結構あるようです。契約が成立すれば100万円を払わなければいけません、契約を取り消せば、所詮こんなものは飲み物代がせいぜい1万円ぐらいとすると、不当利得で返還しても最大1万円で済むところ、契約が成立していれば100万円を支払うことになります。成年年齢が引き下げられると、このオールマイティーの取消権が無くなるということになります。それではこれをどうするのかということですが、まず、消費者契約法に基づく取消権というのが今でもあります。こういうものを実際に使えるようにしようというのが基本的な考え方です。さらに、そこに主として若年者を念頭に置いた取消権をさらに整備しようというわけです。社会生活上の経験不足というのが若年者だけかということ、これは年齢を要件としたものではないので、成年者であっても他の要件を満たせば取消しができるようにするということにしました。しかし、こういうことをしても、そもそも民事ルールなので、消費者がこういうことができるのだということを知っていて適切に取消権を行使するということができないといけないわけですね。そうするとそれをどう実現するかというのは、まず、消費者教育です。どういう場合に取消しができて、取消しというものがどのようにありがたいのかということ全員が知っている。高校2年生ぐらいまでが全員知っている、法学部に行かなくとも知っている、そういうことが望ましいわけです。その次に、いざこれが自分の問題になったときに、行動ができるのかということ。取消権以外にもクーリングオフというものもあるわけですが、具体的な場面に、どの方法をとるのが一番適切なのか分からないこともあります。そのことを相談できる窓口を作って、それを周知する必要があります。「社会への扉」という教材の10頁をご覧頂くと、「消費生活センターについて知ろう！」というのがあります。これを見て、消費生活センターに行くとうどうなるかということイメージしておく。先ほどお話ししたように、これは、皆さんより下の世代は全員高校で習うことになりますから、皆これを覚えて社会に出ていくわけですね。消費者庁として、消費者教育を推進するために、この教材と教師用解説書も作って、基本的には、これを日本中の高校生に勉強してもらおうということになります。昨年度は、徳島県の全高校で、この教材を使用した学習をしていただきました。公立も私立も定時制も特別支援学校も全部していただいています。そして、その体験を全国に広めようということで、今年はずでに6つの県において、全ての高校で授業をしてもらうことになっています。これを、再来年までに47都道府県に広め

ようということです。授業の方法はいろいろとあって、例えばアクティブラーニングのような、授業を一方向的に聞くのではなく、生徒の方が説明をするような授業の方式にするなど、それぞれの先生方に工夫をしてもらいます。それから、弁護士、司法書士、消費生活相談員のような実務経験者を外部講師として派遣し、お話をして頂くということもあります。さらに、消費者教育を担当する家庭科の先生や公民科の先生に教える力がなくてはならない訳ですね。そこで、教員の教育・研修ということで、大学でどういう勉強をしてもらうかということを考えなければいけない。それから、教員になった後も研修をする。免許状更新講習、これは10年に1回、この講習を受けないと教員免許が失効するわけですが、そのために受ける講習の中に消費者教育の内容を入れると。この他に、大学、専門学校等と消費生活センターの連携や消費者教育促進の体制整備があります。それから、制度整備はですね、消費者契約法の取消権が認められる類型を充実させます。また、特定商取引法における行政処分について、若年の成人に対する行為もその対象となることを明確化します。それから、消費生活センター自体を身近にたくさん作り、空白地域を作らない。「誰一人取り残さない」。しかし、たくさん作っても消費者が知らなければ意味がないので、「188」という共通の電話番号で全国どこからでも繋がるようにしているわけです。

消費者教育の充実については、先程も申し上げた通り、今年から3年間を集中強化期間として、最初、徳島県だけでの取組だったものをぐんぐんと全国に増やしていくわけです。さらに、消費者教育コーディネーターという人もどんどん増やしていく。こうした目標を立てても、消費者庁だけではダメなので、文部科学省にも通知を発出するなど取り組んでもらうと。それから先生方の養成についてですけども、家庭科と公民科の先生を輩出する大学を調べますと、どうやら消費者教育の授業がなさそうだという大学が、家庭科は30%、公民科は60%あるんですね。そうすると、免許は持っているけれども消費者教育をするための勉強をしていないという先生がこれぐらいいるということです。教えるのも大変ということになります。教科書があってもどう教えてよいのかが分からないと、どうしても暗記物になってしまう。「生きる力」にならないんです。ご本人が信じていないものは教えられないんです。消費者教育で学ぶ内容を、先生自身が、生きていく上で役に立つものであると思わなければならない。そういう教育を学生時代受けていない先生がこれぐらいいるということです。

そこで、教員の指導力向上が大切になります。学習指導要領は立派です。教科書も立派になりました。でも、それを暗記物にしてはいけません。最近の都立高校の入試に「製造物責任法は何年にできましたか？」という問題が出ていましたが、そんなことは知らなくてもいいんですね。その中身を知っているということが大事なんです。先生方がその能力を向上させる機会としては、教職課程と免許状更新講習と教員研修とがある訳ですが、

ここに3つの提言がなされています。まず、大学時代のカリキュラムを充実させる。コアカリキュラムみたいなものを作ってですね、各大学にそれを尊重してもらおうというような考え方ですね。それから、大学での教育と教員になってからの研修を有機的に連携させて、一生涯継続的に研修して頂くと。講座開設数を増やしていくということです。講座開設数はそもそも少ないんですが、国民生活センターのようなところに講座開設をしてもらうなどということになります。外部人材については、弁護士の先生にお願いするなどの仕組みを家庭科や公民科の先生を輩出する大学にとってもらおうと。そのためには人材がないので、消費者庁が人材バンクを作ってお助けをするということです。

次に、制度整備ですが、これは法学部の方には釈迦に説法ですが、素人の方に説明するときにはこのようにやっています。消費者と事業者の間で「売ります」「買います」という意思が合致します。これにより契約が成立します。このときにですね、契約の中にたくさんの条項が付いてくるわけです。この条項というのは、民法の任意規定を修正するようなものがたくさん付いているということです。私が学部有的时候に、任意規定と強行規定を一生懸命に勉強した記憶はないんですね。でも実社会では、法学部で勉強した民法の任意規定どおりには動いていない。任意規定をたくさん修正しているわけです。それを事業者が一方向的に修正しているので、あんまり一方向的に不利なものは無効にしようというのが消費者契約法の考え方です。さらに、契約が成立すると品物が自分の手元に来るわけです。これは嬉しいことですが、代金の支払いが遅延したら10倍支払うとか、自分が困ることも約束しているわけなので契約としてクーリングオフができますということです。それから、取消しができます。これには、未成年者取消し、詐欺・強迫取消しがありますが、これ以外に先程の消費者契約法の取消しがあります。それから、取消しがない場合であっても、債務不履行があれば契約解除ができます。この他に特定商取引法の中途解約というのがあります。例えば、学習塾なんかで契約を締結したとします。しかし、途中で止めたいと思った。しかし、契約をしているのだからあなたは止められませんと言われたときに、この中途解約権があるわけです。それから、美容医療ですね。普通のお医者さんは、行ったときに1日分を払うわけですが、一部の美容医療で、3か月分をいっぺんに払うというような場合、5回コースで2回ぐらい行って止めなくなったときにお金を返してもらえるか。この中途解約によって残りの3回分のお金を返してもらえるわけです。こういうことを知っているということが、やはり良いことなわけです。契約は意思が合致しているので従うべきであろうというのが民法の考え方ですが、恐らく私の理解しているところでは、形式的には合致しているけども本当は合致していないときに救済しようというのが取消しなんですね。形式的にも実質的にも合致しているけども、クーリングオフというのできる場合がある。法学部で勉強した方には、そうしたことを周りの方に教えて頂く義務があ

と思うんですね。自分だけではなく、せっかくなので家族にも教える、近所の人にも教える、同僚の人にも教えて頂けるよう是非勉強して頂きたいと思います。特定商取引法について、クーリングオフが認められるものは少ないのですが、こういうものであればできますというのがあります。ただし、通信販売については色々議論があるわけですが、基本的にはできないというようにこの「社会への扉」には書いてあります。また、クーリングオフについて、これができる期間を8日間と皆さん覚えていらっしゃると思いますが、「その契約書面等受領の日から」というのがあるんですね。契約して8日経っていても、正しい契約書面を受領していなかったならば、起算点が後ろにずれることになります。こういうことがあるので、諦めずに「188」に電話して欲しいです。また、特定商取引法については、現在ですね、若年成人の知識・判断力の不足に乗じた契約をさせるというものも行政処分に含まれると解釈しています。現在、老人その他の者の判断力の不足に乗じ、訪問販売をして契約を締結させたとか、未成年者その他の者の判断力の不足に乗じ、連鎖販売業に関わる契約を締結させた場合の内閣府令というものはあるんですが、若年の成人も含まれていることを法文上も明確化しようと考えているところです。次に、消費者契約法ですが、消費者契約法は取消しと無効と差止請求ができるんですね。全国に適格消費者団体が18ありますが、事業者の不当な行為に対しては、ここが差止めをしてくれます。しかも、誰も報酬を払わずにボランティアでやってくれる大変ありがたい団体です。それから、「消費者契約法の一部を改正する法律」ということで、公布されたのは本年6月15日で、まだ1か月と少し前のことです。これにより、取り消し得る不当な勧誘行為を追加しました。まず、「社会生活上の経験不足の不当な利用」ということで、不安をあおる告知があります。条文としては、まず、「社会生活上の経験が乏しいことから、願望の実現に過大な不安を抱き」となっていますが、願望についても具体的に進学、就職、結婚、容姿、体型と書いてあるわけです。そして、「これを知りながら、不安をあおり、契約の目的となるものが願望に必要な旨告げる」。告げたので消費者は困惑し、困惑によって契約をしたときは取消しが可能ということです。こういう構造になっているわけです。具体的には、就活中の学生の不安を知りつつ、「このままでは一生成功しない、この就職セミナーが必要」と告げ勧誘した場合に取消しができます。また、恋愛感情等に乗じた人間関係の濫用ということで、消費者の恋愛感情を知りつつ、「契約してくれないと関係を続けたい」と告げて勧誘し、契約を締結させたときに後から取り消せます。次に、「加齢等による判断力の低下の不当な利用」及び「靈感等による知見を用いた告知」については、後から追加をしました。これは、河上先生に参考人としてご意見を頂いたということで極めて関係があるのですが、「社会生活上の経験不足」というのはどう考えても若者だけであろうと。もっとお年寄りとかでも必要だろうということでこの要件は落としたりどうかというお話があったのですが、国

会はこれを落とさないでこういう2類型(加齢等による判断力の低下、靈感等)を追加したわけですね。それから、「消費者の後見等を理由とする解除条項」とか「事業者が自分の責任を自ら決める条項」を、無効となる不当な契約条項として追加しました。例えば、スポーツクラブに入会しようとする、「当クラブで事故があつて怪我をしたとしても、当クラブは一切の責任を負いません。」というところは結構あります。そのときにどうするべきか。私も昔はそういうところには入会しないという方針で、私の息子がスイミングクラブに入会するときにも、そういうところには入らないということで子どもを入会させなかったのですが、今だとですね、気にせず入ろうということです。要するにそういう条項は無効なので、何か起きたときには、その条項は無効だと言えばいいんです。ただ、法学部の学生さんは、自分で契約条項を読んで、考えてから決断した方が良いと思います。そのときに、脱法的に事業者が一切責任を負わないというのではなくて、「過失があると認める場合にのみ責任を負う。」という消費者契約法を意識した条項だと有効ということになるので、こういうものも無効にしようという改正です。あとは、「事業者の努力義務」を改正しているのですが、「個々の消費者の知識及び経験を考慮した上で必要な情報を提供」という、この辺の書き方は河上先生にもご協力頂きまして、概ねこのようにまとまっているということです。

次に、消費生活相談窓口の充実・周知ですが、日本中の全ての人に消費者契約法を理解してもらうというのは難しいことですが、理解すれば理解するほど自分の人生にはプラスになる。家族や周りの人を幸せにできるものなので、是非、大学に在る間に勉強して頂きたいと思います。しかし、本当は、消費生活相談窓口を知っている、これを利用できるという能力が極めて実践的であると思います。それでどうなっているかということですが、まず、消費者が相談をします。しかし、相談する電話番号がわからない場合も多いので、全国、局番なしの「188」となっているわけです。110番のようなものです。110番に掛けるとすぐに警察が出ますが、この「188」に掛けるとまずテープが流れます。1番を押すと「郵便番号を入れて下さい。」となります。そこで、郵便番号を入れると最寄りの消費生活センターに繋がります。2番を押すと、都道府県のセンターに繋がります。どちらも押さずに、ぼーっとしているとどうなるのかと言いますと、電話は切れずにちゃんと都道府県のセンターに繋がります。センターに電話が繋がると、女性の方が多いのですが、やさしい相談員の方がいらっしゃって、この方は、基本的に国家試験合格者ないしそれに匹敵する実力者です。この相談員の方が助言をしてくれますので、あとは自分で事業者と交渉します。ただし、消費者が自分で交渉するのは困難であると思われる場合には、相談員が事業者へ直接電話を掛けてくれたり、あるいは事業者を呼び出したりして「あっせん」してくれます。これによってトラブルが解決したり、情報を得ることができたりします。相談

を通じて相談者に関する情報と当事者に関する情報が蓄積されますが、相談者に関する情報は外に出さないんですけども、当事者に関する情報や相談内容については、「PIO-NET（パイオネット）」というオンラインに入れるんですね。これを整理して、行政処分、法律・条令の制定・改正等に役立ってます。こういう仕組みになっていますので、消費者はこれを利用して頂きたいということです。

今日、このほかに配布資料を色々お配りしています。「新生活スタート応援！一契約時に注意したい5つのポイント！」には、まず、「契約するかどうかの判断は慎重に」ということで、「今だけのお得なキャンペーン」、私もこれによく引っ掛かりますが、「今だけ」「今月だけ」と言っていたのにその後5年間も続けていた業者もおりますが、こういうのは注意しましょうということです。次に、「ローンはよく考えて」ということで、「必ず儲かる」というのはないので注意して下さい。さらに、「インターネット通販は事業者・内容を事前にチェック」や「知らない人のSNS情報は確認をしっかりと」、「エステや美容医療を受けるときはよく考えて」というようなことがあって、特にエステについては、消費者委員会の提言を受けて、また、厚労省にもお願いに行って、「美容医療。受ける前に、まずチェックですわよ。」というチラシを作りました。さらに踏み込んだものとしては、『必ず儲かる』ことはありません！』というチラシです。そこに書かれているポイントについて、我々は注意喚起をしています。皆さんは、これを聞くだけではなく、お友達に教えてあげて下さい。さらに、是非、消費者庁のツイッターのフォロワーになって下さい。現在、25万人のフォロワーがいますので。

話を消費者ホットライン「188」に戻しますと、これを最初に作ったときには認知度が低かったんです。6%ぐらい。しかし、初めて知った人は、「こんな良いものがあったのか」「なぜ今まで知らなかったのか」と皆さん仰います。だから、ダメもとで電話をしてみる事が大事なんですね。それで救われる方が結構いらっしゃるんです。皆さん、法学部であるならばなお一層やって頂きたい。ということで、ここまでの話の中で何かご質問を頂ければと思います。何でもいいんです。自分の為ではなく、皆の為に質問して下さい。

原島：本日は、貴重なお話をありがとうございました。私の方からまずお聞きしたいのですが、消費者契約法の一部を改正する法律における困惑類型の「不安をあおる告知」に気になった点がありまして、そこでは、「社会生活上の経験が乏しいことから、願望の実現に過大な不安を抱き、これを知りながら、不安をあおり、契約の目的となるものが願望実現に必要な旨告げる」ということが要件となっていますが、これを実際に適用する場合、消費者の方で多くのことを主張・立証しなければならなくなると思うんですが、「願望の実現に過大な不安を抱いていたこと」は、「願望の実現に必要な旨告げること」が客観的

で立証し易いのに対し、主張・立証するのは難しいのかなと感じたんですけども、こういったものは、どういう状況が当てはまるんですかね。

川口：例えば、就活中の学生に対し、就職セミナーが必要と告げるようなときですが、条文では、「社会生活上の経験が乏しいことから、願望の実現に過大な不安を抱き」となっているのですが、普通の人よりも社会生活上の経験が乏しいことによって、余計な不安を抱いている場合ということでこれ繋がっている訳ですが、そこを一つ一つ証明して頂くとそんなに難しい証明はいらないということと考えております。ただですね、事業者側がそれが全く分からないという場合にはちょっと難しいと思います。何度もやり取りをしたというような場合であれば立証できますし、また、この事業者が同じ手口をあちこちで使っていたということを消費生活相談で証明することもできると思うんですね。それを使って頂いて、立証が可能になるのかなと思います。争いがあって相手が認めない場合に訴訟になる訳ですが、弁護士の先生はそういう場合を想定してご質問されるんですけども、消費生活センターですと色々な状況からしてこれに該当する可能性があるのではないかと説得して、裁判になれば取消しになるのではないですかと言って事業者から半額返してもらうというような解決をするわけです。

原島：ありがとうございます。

学生 1：ご講演して頂きましてありがとうございました。他学部なんですけど、質問させて頂きます。先程の困惑類型の「事業者がこれを知りながら」という点について、事業者が知らなかったと言えば取消しができなくなると認識したんですけど、逆に消費者が、事業者は知っていたのではないかとすることを証明するためにはどうしたらいいのでしょうか。

川口：なかなか証明のことになりますと難しいわけですが、究極的には主張をして、証人尋問をして裁判官がこれは知っていたなと思ったら取消しが認められることもあります。したがって、究極的には人証ということですね。当事者を尋問して、あとはそれを支える情報ということで、現在では電子メールのやり取りがありますので、それを窺わせるものがありましたと言ってそれを出していく訳です。確かに証明は難しいですが、これは事業者が争った場合なので、事業者が認めた場合は、証明は問題にならない訳です。事業者も忙しいので、よほど高額でなく、これは実は知っていたなと思うとお金を返してくれたりすることがあります。ですから、究極的にはすばっと切れるのですが、中間的な解決がなされることも現実にはあります。そこを消費生活相談員はあっせんをする訳ですね。相談

員さんは同じような事例について何回も何回もアドバイスをし、あっせんをしているわけですから、この事業者にはどういう説得をすると取り消してくれるだろう、お金を返してくれるだろうということについての反復継続的なプロです。そういう人の能力を活用すると、私なんかは思いもつかない方法で解決してくれます。ですから、訴訟というのが最終的な決着ではありますけども、その前に裁判外のやや中間的な解決をすることもあります。普通は、まず、相対でやるんですね。

学生 2：私が思うに、こういう相談というのは動くのに根気が要るというか、訴える本人に強い意思がないとできないと思うんですね。電話を掛けるにも、自分がやらかしてしまったことも併せて話さなければならないというのが難しくて、仮に被害額が僅かである場合には、相談せずに自分の仕事に取り組んだ方が、自分が損害を被ったよりも利益が出るというか。相談に行くことの方が、自分にはきついきもあると思うので、こういう相談をもっとし易いようにして頂けたらと思います。

川口：非常に的確なご意見だと思います。ただですね、裁判は大変ですが、「188」に電話するのは全く大変ではありません。相談員の方からすれば事柄を整理してから電話して欲しいのではないかと思うわけですが、相談員の方は、全く整理されていない電話に付き合う訓練を受けているというか、日々そういった対応をしているんですね。ですから、特に法学部の学生さんでしたら、お話をしながら相談員の誘導・質問に応じて答えていけばですね、整理されるのかなと思います。それについてお金も掛かりませんし、特段、精神的コストもないので、気軽に電話をして頂ければと思います。税金で働いている相談員にそういう相談をすると迷惑だろうと思う方も結構いるんですが、行動をしないと不正な取引、トラブル・被害が拡大するわけです。例えば、通販で注文したら不良品が送られてきました。カシミア 100%のセーターだったはずなのに、カシミア 0%のまがい物が届きました。馬鹿馬鹿しいし、交渉をしたとしても返金されないだろうと諦めていると、またその事業者は同じことをやるんですね。明らかにおかしいことはきちんとおかしいと言うということで改善されることもありますし、また、ある事業者はこういうことをしていますということが相談で蓄積されると、行政処分等をやらなければならないになりますし、適格消費者団体も差止めができることになります。それから、金額が大きければ別ですが、ざっと言って 100 万円以下の請求ですと、本人訴訟をしない限りコスト倒れになってしまいます。そこで、消費者裁判手続特例法によって特定適格消費者団体が訴訟を起こせば、共通部分について、被害者の集団で訴訟のコストを薄く広く広げられますから、一人一人のコストは少なくなります。入学しなかった大学への学納金の返還訴訟でしたら、150 万円ぐ

らいは返ってきますので、1000人ぐらいで訴訟ができれば、これは楽勝なわけです。平成18年に最高裁で確定していますから、それとそっくりなものであれば必ず勝つので大丈夫ですが、本人で訴訟をしようとなると、やはりそういうことは分からないわけです。大学ならはっきりしているけど、予備校ならどうか。幼稚園ならどうか。やってみないとちょっと分からないわけです。消費生活センターは全くコストが掛かりませんが、ただ、よく注意して頂きたいのは、ネットで検索すると上の方に出ている消費生活センターを少しもじったような、似たような名前のところというのは、探偵業者がやっていて有料だったり高額なキャンセル料を請求したりします。有料なのでそこに頼むとカモになって、何度も何度もお金を取られるきっかけになったりします。だから、他の怪しいところに相談しないというのが重要で、まずは、「188」に電話をして下さい。こうした、相談をすることが簡単であるということをPRすることが、今は、大切だと思っています。どうも良い質問をありがとうございました。

学生3：貴重なお話をありがとうございました。今日のお話よりも少し大きくなってしまいかもしれませんが、消費者庁ができたことによって、消費者政策や消費者行政が前に進んだ、大きく変わったとか、何かそういったことがあれば教えて頂ければと思います。

川口：実感として、消費者政策というのは、消費者庁ができるまでは、各省がいわば縦割りでやってきたわけです。消費者政策がゼロだったわけではなくて、各省の規制というのはもともとあったわけですね。ですが、そういうものについて、各省庁の規制部門は、事業者の業の健全性確保のついでに利用者保護をやっていたんです。ところが、消費者庁ができて、消費者保護は大事なんだということが業を所管する各省側にも広がったように感じています。各省の方で何か新しい規制や政策を作るときに消費者庁の意見を聞くとか、被害の実態を質問してきてくれたり、あるいは、注意喚起をする際、一緒に知恵を出して下さいという協議をしてくれたりという話が随分と出てきています。それから、今日、お話しした「188」というのは、一元的な窓口を作ろうということですね。消費者庁ができる前は、例えば、「餃子事件」というのがありました。消費者が毒入り餃子を窓口を持って行ったけども、相手にしてもらえなかったんです。その結果、情報が共有されない。情報がそこで止まってしまう。これは、千葉市の保健所の話ですが、千葉市にも伝わらない。千葉市がその情報を知ったのは、1ヶ月後なんです。しかも、千葉県から教えてもらって。その間、市川市において同じ食品で大変な被害が出てしまいました。現在は、消費者庁が司令塔として、関係省庁との情報共有の場を作っています。各省庁には、消費者庁は素人だし、消費者庁が司令塔だと困るかなという感じもあるかもしれません。しかし、やはり緊

張感があるんですね。消費者庁と情報共有しよう、重要な情報は24時間、消費者庁に伝えなければならない。こういう状況でやっていますので、全国の保健所に入った情報があっという間に厚労省に伝えられ、すぐ消費者庁にも伝えられます。こうして情報が一元化された訳です。それから、制度を作るといふときに、縦割りですとどこにも所管する省庁がない、いわゆる隙間ができてきます。隙間については、大変な大きな被害の原因となるわけですけども、消費者庁ができて、できるだけ幅広い分野をカバーした法律を作ると隙間もなくなるし、制度のデコボコもなくなるわけです。平成25年に消費者裁判手続特例法ができましたが、こういう法律があったらいいなということが、消費者契約法ができた頃（平成12年）から言われてきましたが、それを作るのは大変だったんですね。しかし、消費者庁ができたからこそ、こういう法律も作ることができたのではないかと考えています。

原島：川口先生、ありがとうございます。最後にですね、河上正二先生より閉会の挨拶がございます。

河上正二教授：皆さん、どうもご苦労様でした。今日は、現在の消費者政策を形作ってきたリーダーと言ってもいい川口次長に、成年年齢引下げを契機に今後の消費者生活の在り方、どういうことが問題になるかということについて、もっとクラシカルな説明かと思っただんですが、消費者問題の構造の理解から始まって、大変包括的なお話を伺ったということでもあります。このまま推移しますとですね、現在の中学3年生、高校1年生は、将来は18歳で成年年齢に達して未成年者取消権がなくなるということになるわけですけども、現在、未成年者取消権にはあまり関係がないという皆さんでもですね、無視してはいけないわけです。恐らく、今日、川口さんが言いたかったのは、成年年齢の引下げがあるうがなかりょうがですね、皆さんがちゃんとした一人前の消費者として、今後、自分をきちんと見直して力強い、賢い消費者になってもらいたい。少なくとも、「188」を絶対に今日覚えると。それとですね、自分の問題を「188」で表に出すことに抵抗感があるようなんですね。事業者と争うことのコスト、先程、非常に大事な法社会学的な議論を仰いましたけども、イーリングが書いている有名な本の中に『権利のための闘争』というのがあるんですね。自分がこれは正しいことだと思ったことのために社会に向けて主張することは、それに掛かるコストに関係なく義務であるということを言っているわけです。だから、大変かもしれないけども、皆のために「188」で相談して問題を共有するというのを是非やって頂きたいと思います。日常生活の中で消費者被害に遭わないように、今後ともいつも学ぶ姿勢を忘れないように頑張って頂ければと思います。先程あった消費者契約法の改正の中です、ね、私は色々文句があります。例えば、「不安をあおる」というのがありましたけども、

「過大な不安を有している」、その次に「そのことを知り」と書いてあります。つまり、「その」というのが何を指しているかという「過大な不安を有していること」を知っているということになってしまいますと、ちょっと太っているぐらいの人に対してはですね、体型が悪いというのは過大な不安にあたらないと言われかねないですね。何を知っているかということが大事だと言われますけども、実は、事業者は自ら不安をあおっているんですよ。ですから、あおっているという行為の違法性を考えてもらう必要があるわけです。先程、恋愛感情の話がありました。「自分が恋愛感情を持っているだけではなくて、相手も恋愛感情を持っていると誤信して」となっていますけども、これは恋愛をしたことのない人の発言ですよ。つまり、恋愛をすれば相手はどう思ってくれるのか不安ではない。これが普通の状態です。ですから、そういう依存的な気持ちに付け込んだことが悪い。だとすると、あのような要件の立て方だと、非常に惑わせてしまうことになってしまふ。私もこれから色々解説を書かなければと考えておりますけども、その解説の中にですね、これはいらんということの一つ一つ書いていこうと考えております。是非ですね、消費者庁のコンメンタールには「河上はいらんと言っている」と書いて頂きたいと思います。今後、成年年齢の引下げがあるわけですけども、先程、指摘された消費者教育というのが大事になってきます。ですから、若い人も自分から進んでそうした消費者教育に乗り出して頂きたい。そして、今後、若者が大学に来ますよね。1年生、2年生と後輩が来ます。そのときに相談に乗ってあげて、それならば「188」に電話しろと言って相談に乗ってあげられるような上級生になって頂きたいと思います。その意味で、本日の講演は本当に有意義ですね。恐らく、今日は皆さんは最高の消費者教育を受けられたということだと思いますので、今後、頑張って消費者の問題に取り組んで頂ければと思います。改めて、川口さんに心から御礼を申し上げます。どうもありがとうございました。

(図 1)

若年者の消費生活相談の状況 ②(2017年度商品・サービスの内容)

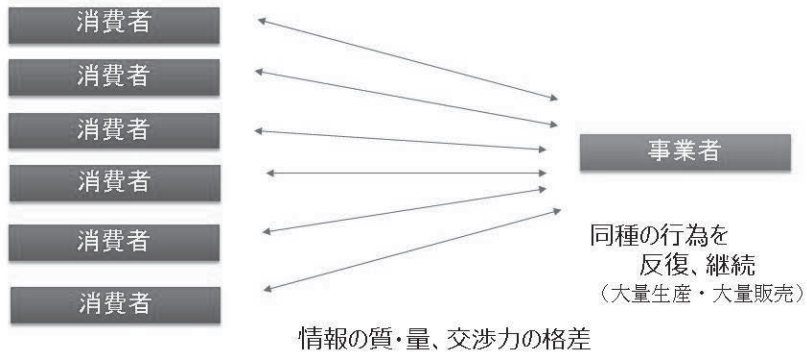
	19歳		19歳		20歳		21歳		22歳	
	商品・サービス名	%	商品・サービス名	%	商品・サービス名	%	商品・サービス名	%	商品・サービス名	%
1	テレビ放送サービス(全般)	7.7	デジタルコンテンツ(全般)	6.5	デジタルコンテンツ(全般)	5.7	デジタルコンテンツ(全般)	5.4	賃貸アパート	7.3
2	アダルト情報サイト	7.2	アダルト情報サイト	5.9	アダルト情報サイト	4.5	脱毛エステ	5.3	脱毛エステ	6.3
3	他の健康食品	6.1	他の健康食品	4.6	脱毛エステ	4.4	賃貸アパート	4.4	デジタルコンテンツ(全般)	5.5
4	デジタルコンテンツ(全般)	5.6	ビジネス教室	4.2	賃貸アパート	4.2	出会い系サイト	4.3	出会い系サイト	3.8
5	賃貸アパート	3.9	テレビ放送サービス(全般)	4.1	他のデジタルコンテンツ	3.7	商品一般	3.7	フリーローン・サラ金	3.6
6	ビジネス教室	2.9	出会い系サイト	3.5	出会い系サイト	3.5	他のデジタルコンテンツ	3.7	商品一般	3.5
7	商品一般	2.7	賃貸アパート	3.4	他の健康食品	3.4	アダルト情報サイト	3.5	アダルト情報サイト	3.1
8	出会い系サイト	2.4	他のデジタルコンテンツ	3.1	商品一般	3.3	フリーローン・サラ金	3.3	他のデジタルコンテンツ	3.0
9	他のデジタルコンテンツ	2.3	商品一般	2.9	フリーローン・サラ金	2.3	他の健康食品	3.1	他の健康食品	2.6
10	新聞	2.0	脱毛剤	2.2	他の内職・副業	2.3	他の内職・副業	2.5	他の内職・副業	2.3
11	自動車運転教習所	1.9	脱毛エステ	1.9	普通・小型自動車	1.9	光ファイバー	2.0	モバイルデータ通信	2.0
12	脱毛剤	1.8	光ファイバー	1.9	光ファイバー	1.9	普通・小型自動車	1.8	光ファイバー	1.9
13	衛星テレビ放送	1.6	普通・小型自動車	1.6	テレビ放送サービス(全般)	1.7	モバイルデータ通信	1.8	普通・小型自動車	1.7
14	酵素食品	1.4	コンサート	1.5	モバイルデータ通信	1.7	携帯電話サービス	1.5	携帯電話サービス	1.6
15	オンラインゲーム	1.4	貸衣装	1.3	役務その他サービス	1.3	痩身エステ	1.3	テレビ放送サービス(全般)	1.4

※黄色はインターネット利用関連、緑は新生活がきっかけになるもの、赤字は成人になって上位15位に登場したもの
(注)2018年6月30日までのPIO-NET登録分。

12

(図 2)

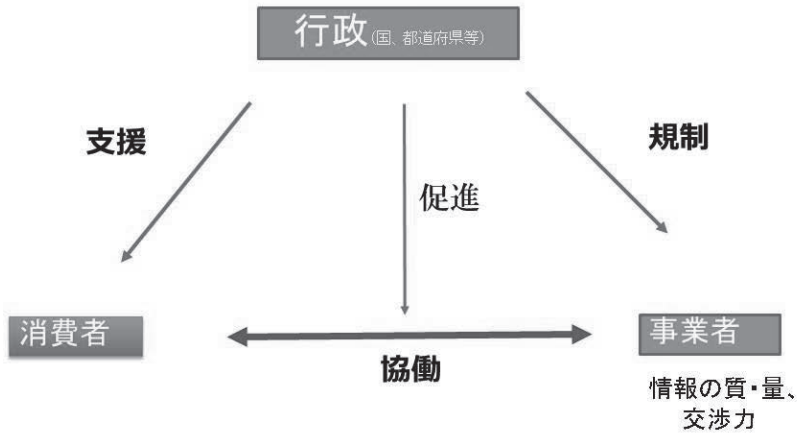
消費者問題の構造



16

(図 3)

消費者政策の類型



17

(図 4)

主な行政手法

	①被害の発生・拡大防止	②被害の適切・迅速な救済	③自主的・合理的な選択の確保
I 規制行政	各種業法等 (命令、指導、罰則) 事前規制・参入規制 行為規制・事後規制 法執行体制の整備	民事ルールの整備 (取消、解除、無効、賠償責任 等の類型の追加)	不当な表示の禁止 課徴金 表示の義務付け (横断 化)
II 支援行政	消費者教育 注意喚起 事故原因究明 消費者団体による差止め (消費者契約法、特定商取 引法)	消費者教育 消費生活相談 (188、消費生 活相談員の資格試験) 行政ADR (後見的) 消費者団体による訴訟	消費者教育 消費者団体による差止め (景品表示法、食品表示 法)
III 協働行政	リスクコミュニケーション 自主行動基準制定支援 消費者志向経営の推進 (リコール等) 見守りネットワーク	民間ADR 消費者志向経営 (お客様相談室の整備等) 見守りネットワーク	公正競争規約 倫理的消費 消費者志向経営 (表示、情報提供の充実)

19

(図5)

