

成年年齢が引き下げられた場合の対応策への要望（意見）について

平成 28 年 12 月 8 日（木）

日本消費者教育学会会長 東 珠実

民法の成年年齢の引下げについては、若年者の消費者被害の現状に鑑み、契約年齢の引下げに伴う 18 歳、19 歳の未成年者取消権の喪失という点において、慎重に検討されるべきであると考えます。そのうえで、民法の成年年齢が引き下げられた場合の対応策に関する要望について、消費者教育に関連する事項を中心に、以下の意見を提出いたします。

1. 高等学校における消費者教育の拡充

1) 機会の拡充

成年年齢の引き下げに伴い、最も懸念されるのは、言うまでもなく 18 歳、19 歳の若年成人の消費者被害の拡大である。現在、未成年者の取消権が行使できなくなる 20 歳の若者をターゲットとした契約トラブルが多く発生していることから、成年年齢が引き下げられれば、同じ状況が 18 歳に移行することになる。消費者委員会による「若年層を中心とした消費者教育の効果的な推進に関する提言」(平成 28 年 6 月)にもあるとおり、「成年年齢が 18 歳に引き下げられた場合には、高校生であっても契約の責任を自ら負うことが考えられる」ことから、今後は、多くの若者が 18 歳を迎える高等学校という場において、批判的思考力や判断力、意思決定のスキルを高める消費者教育が一層推進される必要がある。現在の高等学校における消費者教育は、家庭科、公民科などを中心に実施されているが、新教科「公民」やその他の教科、活動などを含め、学校教育全体を通じて生徒一人ひとりに消費者市民リテラシーを涵養することが喫緊の課題である。

2) 主権者教育と連携した消費者教育の推進

高等学校における消費者教育の拡充に際して、特に重視されるべき点は、主権者教育と連携した消費者教育の推進である。文部科学省の「『主権者教育の推進に関する検討チーム』最終まとめ」(平成 28 年 6 月)によれば、「『深い学び』『対話的な学び』『主体的な学び』のアクティブ・ラーニングの 3 つの視点に立って学び全体を改善することは、(中略)『社会の中で自立し、他者と連携・協働しながら、社会を生き抜く力や地域の課題解決を社会の構成員の一人として主体的に担うことができる力を養う』という主権者教育の目的にも資するものであり、その一層の推進を図ることが期待される。」とある。これまで消費者教育は、法教育などと連携してきたが、主権者教育との具体的なつながりは不十分である。今後は、主権者教育の一環として、消費者の権利学習を明確に位置づけていく必要がある。また、先進的な取り組みとして、生徒会活動等と連携した生徒たちによる消費者委員会の設置や情報発信、ならびにそれを教育委員会等が評価し奨励する仕組みづくりなども求められよう。

2. 若年成人のための消費生活相談体制の確保

1) 高等学校における消費生活相談体制の整備

高校生成人が誕生するようになると、消費者被害が高等学校の内部で広がることが懸念される。特に、マルチ商法の被害などは友人関係をくずしかねず、学校現場が、水面下の被害の温床にもなりかねない。そこで、従来の生徒指導とも連携しながら、校内の消費者問題の早期発見や、被害を相談できる環境の確保が不可欠となる。いつでも相談可能な相談窓口を設置するとともに、その窓口を有効に活用するために、すべての教員に対し、消費者問題や消費者教育に関するリテラシーを育む学内研修などを行う必要がある。

2) 地域における若年消費者のための消費生活相談体制の拡充

地域の消費生活センター等においても、消費生活相談体制を、より若年者に利用しやすいかたちに整えていく必要がある。若年者に対し、消費生活相談窓口の存在を周知徹底し、気軽に相談できるようにするために、インターネットやSNSなどを一層活用した新たな仕組みづくりが求められる。また、高等学校と連携し、「出張学校相談日」を開設することも、若年成人の消費者被害の早期解決のために有効な手段と考えられる。

3. 文部科学省と消費者庁、教育委員会と消費生活センター等の連携による成年年齢の引き下げに関する取り組み

1) 教材の開発

消費者教育用教材については、すでに様々な機関によって多種多様なものが作成され「消費者教育ポータルサイト」において公表されているが、成年年齢の引き下げというテーマを中心に扱うものは見られない。成年年齢が引き下げられるのであれば、その移行期において、この問題を正面から取り扱い、消費者として理解すべき知識はもとより、実践的な消費者スキルがマスターできるような教材が求められる。文部科学省と消費者庁の連携により、高校生向けのわかりやすい教材が開発されるとともに、その配布にあたっては、各地の教育委員会と消費生活センター等が連携し、内容が周知徹底されるような方法を工夫すべきである。

2) 広報・イベント等の実施

成年年齢の引き下げに伴う若年消費者の被害防止と主権者意識の醸成のためには、その社会的周知が不可欠である。国民全体に対する大規模なキャンペーン的活動を文部科学省、消費者庁、法務省等関連する省庁の連携の下で展開するとともに、各地において、教育委員会や消費生活センター等が中心となり、地域の実態に応じたイベントを、高校生を巻き込みながら展開するなどして、この問題を社会的なムーブメントに高めていく必要がある。

以上