

平成 28 年 12 月 20 日

成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ報告書(素案)**第 1 現状と課題****1. 若者の実態と課題**

成熟した成人期へ移行する時期の課題として、①安定した職業生活の基礎固めをする、②親の家を出て、独立した生活基盤を築く、③社会のフルメンバーとしての権利を獲得し義務を果たすことができるようになる準備・トレーニング、④社会的役割を取得し社会に参画するといったことがある。現代の問題として、この移行プロセスが長期化し、かつ、個別化・多様化・流動化していることが指摘されている¹。

また、家庭環境により、親が長期にわたって子どもを保護し、仕送りなどの経済的な援助をする家庭がある一方、家庭からそのような援助が受けられない若者が増加しているという実態も指摘されている。

このように、若者の保護の必要性といっても若者の置かれている環境、その者の知識・経験・判断能力等によって必要な対策は様々であり、単純に年齢のみで画一的に処理することは若者の実態と合っていない面がある。また、18 歳という年齢は多くの者にとって高校を卒業し、大学に進学したり、就職したりするなど生活環境が大きく変わる時期である。例えば、大学へ進学し、親元を離れて一人暮らしを始めて扱う金銭の額が大きくなるなど生活環境が変わるため、消費者トラブルに遭った場合の被害も大きくなる。クレジットカード等を利用することで被害が大きくなる場合があるとの報告もある²。

また、知識としてクーリング・オフという言葉を知っていても、正確な知識がないためにかえって被害に遭ってしまうことや「マルチ商法」は知っていても「ネットワークビジネス」といわれるとその区別がつかず被害に遭ってしまうなど適切な判断ができないことも指摘されている³。他方、この年代は、就職活動や教育実習など社会と接点を持つ活動を体験すると、急速に成長するという指摘もされている^{4・5}。

¹ 宮本みち子放送大学副学長は成人期への移行プロセスとして、思春期（後期中等教育）から 30 歳程度まで期間を指摘している（第 2 回 WG）。

² 国民生活センターからのヒアリング（第 1 回 WG）

³ 学生団体スマセレからのヒアリング（第 7 回 WG）。

⁴ 同志社生活協同組合からのヒアリング（第 3 回 WG）。

⁵ 工藤由貴子横浜国立大学教授からのヒアリング（第 3 回 WG）。

このように大きく生活状況が変化するなかで、成熟した成人として十分な知識・経験・判断能力が身につけているとはいえない若者に対して、成年になった時点で全て自己責任ということで責任を負わせるのではなく、回復不能なダメージから保護しつつ、段階的に経験を積んで成熟した成年に成長することができる社会環境を整備し若者の成長を支える必要がある。

2. 若年者の消費者被害の動向

独立行政法人国民生活センターによる報告によると若年者(18歳～22歳)の消費者相談として、以下のような傾向が見られる⁶。

- ・ 18歳、19歳の相談件数は年間約5,000件であるのに対して、21、22歳の相談件数は年間約7,000件と約1.4倍に増加している。被害事例としては、成年直後に勧誘を受けるなど成年になることが消費者被害に遭う一つの転換点となっている事例がある。
- ・ 年齢別の販売購入形態の特徴は、18歳、19歳では通信販売（アダルト情報サイト等）が多く、20～22歳では店舗購入やマルチ取引の被害の割合が増えている。特に、20～22歳の男性ではマルチ取引の割合が高く、女性では店舗購入の割合が高くなっている。
- ・ 個別の商品・役務の内容をみると、20～22歳で相談件数が多いものとして、男性はマルチ取引、フリーローン・サラ金、内職・副業、教養娯楽教材(DVD)、女性はエステ（脱毛エステ、痩身エステ、美顔エステなど）、医療サービスが特徴的である。
- ・ 契約購入金額の平均は18歳（男性：約16万円、女性：約16万円）、19歳（男性：約21万円、女性：約17万円）と比べ、20～22歳以降は増えている（男性：約39万円、女性：約27万円）。これは、成年となることで親権者の同意なくクレジットやローン契約が利用できるようになることが被害を拡大させる原因の一つとなっていると考えられる。

また、東京都消費生活総合センターからの報告⁷では、20～22歳に多い商品・役務として、教養娯楽教材、タレント・モデル養成教室、エステなどが上位にあがっている。具体的な相談事例としては、投資用教材の購入、就活支援塾、デート商法、スカウト詐欺などの事例が報告されている。このような若者の消費者被害の特徴として、法的知識や社会経験が乏しいところにつけ込まれる、契約についての知識が不足している、適正な金銭感覚が身についておらず安易な借金により高額な契約代金の支払をする、SNSがトラブルのきっかけになっているといったことが指摘されている。

⁶ 国民生活センターからのヒアリング（第1回WG）。

⁷ 東京都消費生活総合センターからのヒアリング（第7回WG）。

3. 若年者保護のための具体的措置に関する制度の現状

(1) 民法（明治 29 年法律第 89 号）

民法では、未成年者が法定代理人の同意を得ずに行った法律行為については、未成年者取消権（民法第 5 条第 2 項）により取り消すことができる。

未成年者を対象とする制度であることから、成年年齢が引き下げられた場合、特段の措置がなされない限り、新たに成年となる 18、19 歳はこの未成年者取消権を行使することはできなくなる。

(2) 特定商取引法（昭和 51 年法律第 57 号）

特定商取引に関する法律（以下、「特定商取引法」という。）第 7 条第 4 号、特定商取引法施行規則（昭和 51 年通商産業省令第 89 号）第 7 条第 2 号では「老人その他の者の判断力の不足に乘じ、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結させること」が指示対象行為とされている。しかし、未成年者及び成年直後の者が対象となるかは規定の文言上、明らかでない。また、解釈上も未成年者は含まれるが、20 歳以降の者が対象となるのかは明示されていない⁸。

(3) 貸金業法（昭和 58 年法律第 32 号）

※貸金業法第 13 条（返済能力の調査）第 1 項及び第 3 項、
第 13 条の 2（過剰貸付け等の禁止）の趣旨について

(4) 割賦販売法（昭和 36 年法律第 159 号）

包括クレジットでは割賦販売法第 30 条の 2、個別クレジットでは同法第 35 条の 3 において、年収等の確認による支払可能見込額の調査が義務づけられている。

しかし、年収額は自己申告によるものとされている（同法施行規則（昭和 36 年通商産業省令第 95 号）第 40 条第 2 項、第 72 条第 2 項）。また、包括クレジットの場合、極度額が 30 万円以下のクレジットカードを発行する場合には、原則として支払可能見込額の調査義務が免除されるなどの例外が定められている。

⁸ 消費者庁の逐条解説によれば「老人その他の者」には「老人、未成年者、知的障害者、認知障害が認められる者」が一般的に該当すると解説されており（「特定商取引に関する法律の解説 平成 24 年版」82 頁）、成人となった直後の者が含まれているかは明示されていない。

4. 消費者教育における現状と課題

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律(平成 24 年法律第 61 号)に位置づけられ、児童・生徒に対して、その発達段階に応じて、小中高等学校において、家庭科、社会科(公民科)などを中心に実施されており、平成 20 年及び 21 年の学習指導要領改訂においてもその内容の充実が図られている。具体的には例えば、小学校家庭科において、物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えることや、身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること、などを指導することとしている。また、中学校では、社会科(公民的分野)において、金融の仕組みや働き、消費者の自立の支援なども含めた消費者行政を指導するほか、技術・家庭科(家庭分野)において、自分や家族の消費生活に関心を持ち、消費者の基本的な権利と責任について理解させることや、販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができることなどを指導することとしている。さらに、高等学校では、公民科において、消費者に関する問題を指導するほか、家庭科において、消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任、消費生活と生涯を見通した経済の計画、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題や消費者の自立と支援などを指導することとしている。

これらの科目においては、実際に消費者教育に割かれている授業時間が少ないとの指摘がなされるとともに、学校教育での学習がどの程度効果があったか明確でないといった指摘もなされている。また、消費者被害防止に係る学習に関しては、悪質商法や消費者保護に係る制度など消費生活の分野は変化が早く、教育を担当する学校教員にとっても指導への負担が大きく、適切な教材に関する情報提供も十分ではないとの指摘もある。

他方、大学においては、新入生ガイダンスでの啓発や在校生に対する消費者トラブルに係る被害喚起に取り組むとともに、消費生活センターによる講義を取り入れた授業科目の開設、学生相談室等における消費者トラブルへの相談対応も行っているが、大学等によってバラつきが大きく全体的に言えばその取組みは十分とはいえない状況にある。

さらに、大学では将来の消費者教育の担い手である教員の養成課程を有しているが、消費者教育の指導の主力となっている家庭科教員の大学教員養成課程においては、消費者教育が必ず講義・演習で取り扱われるわけではないため、全ての養成課程履修者が消費者教育に触れているとは言えない状況にある。また、大学等において開講されている教員免許更新講習に関しても、消費者教育を取り扱うものはごくわずかとなっており、都道府県教育委員会等が公立の小学校等の教諭等に対して実施することとなっている初任者研修及び 10 年経験者研修においても、消費者教育が必須となっている割合は低い状況とな

っている。

5. 本報告書が対象とする若者の範囲

既に述べたとおり、若者は、社会との接点を持つようになると急速に成長するが、現在、大学進学率は5割に達し、専門学校等への進学者を加えると7割以上の者が18歳を超えても学業を継続している状態にある。このような社会状況を踏まえると、成熟した成人期に移行する準備段階として、仮に成年年齢が引き下げられた場合、特に成年になって間もない18歳から20代初めにかけての若者は「若年成人」として、成熟した成人期とは異なる配慮が必要な年齢層といえる。そのため、社会全体で若年成人が成熟した成人になれるよう支援していく必要がある。

そこで、本報告書では18歳から22歳を念頭に「若年成人」とし、「若年成人」の消費者被害の防止・救済の観点から望ましい対応策について以下述べる。

第2 望ましい対応策

1. 若年成人の消費者被害の防止・救済のための制度整備

(1) 消費者契約法（平成12年法律第61号）

ア 契約の相手となる消費者の年齢や消費生活に関する知識・経験・能力に応じて、適切な形で情報を提供するとともに、当該消費者の需要や資力に適した商品・役務の提供に配慮するよう努める事業者の義務を定めること

イ 若年成人等の消費生活上特に配慮を要する消費者に対して、事業者がその配慮を要する事情につけ込んで締結した契約を取り消すことができる規定を設けること

(2) 特定商取引法

特定商取引法の対象となっている取引類型については、消費者被害が多く発生している商品等もある。これに対応するためには2.で後述するとおり、これらの事案について積極的に執行を行うことが重要であるが、制度面においても、成年年齢が引き下げられるまでに少なくとも以下の点を整備すべきと考えられる。

その上で、…

ア 連鎖販売取引における対策

提案内容

・若年成人に対する連鎖販売取引の勧誘の禁止

または

・「未成年者その他の者」の判断力の不足に乗じて連鎖販売取引を締結する行為の対象（特定商取引法施行規則 31 条 6 号）に若年成人を追加する改正を行うこと。

- イ 若年成人の知識・判断力等の不足に乗じて契約を締結させる行為を行政処分の対象として明確化すること

提案内容

- 訪問販売において、若年成人の判断力の不足に乗じて売買契約または役務提供契約を締結させることが行政処分の対象行為となることを規定上、明確にすべきである。

理由

現状、特定商取引法施行規則第 7 条第 2 号では「老人その他の者の判断力の不足に乗じ、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結させること」が指示対象行為とされており、若年成人が対象となるか規定上明らかでない。したがって、「老人」と並べて若年成人についても判断力の不足に乗じて販売契約又は役務提供契約を締結させることが行政処分の対象行為となることを明らかにすべきである⁹。

2. 処分等の執行の強化

特定商取引法の対象となっている取引類型については、若年成人に消費者被害が多く発生している商品等もあるため、若年成人保護のための制度整備の検討を進めるとともに、若年成人の消費者被害の予防のためには特定商取引法に違反した事業者に対する処分等の執行を強化することが重要である。

- (1) 特定商取引法に係る契約またはその支払手段となる信用供与契約について虚偽記載を唆す行為の禁止及びその積極的な執行

提案内容

- 販売契約の支払手段としてのクレジット契約または貸金契約について、販売業者が若年成人に収入等の虚偽記載を唆す行為に対して、積極的に処分等の執行をすべきである。

理由

⁹ 法制審議会民法成年年齢部会の「民法の成年年齢の引下げについての最終報告書」17 頁にも同様の指摘がなされている（第 2 回 WG・参考資料 1）。

特定商取引法第7条第4号、特定商取引法施行規則第7条第4号では、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結するに際し、当該契約に係る書面に年齢、職業その他の事項について虚偽の記載をさせる行為を禁止している。

また、平成27年12月に消費者委員会特定商取引法専門調査会で取りまとめられた報告書において、「事業者が消費者に支払いのために金融機関等に対して虚偽の申告を行うように唆す行為については、主務省令を改正し、これを行政庁による指示の対象とするべきである。」(同報告書17頁)と提言しており、平成28年法改正に伴う主務省令改正により導入される見込みである。このように、収入等の虚偽申告により支払能力を超える与信契約及び販売契約を締結させる行為は不当な行為である。

国民生活センター及び東京都消費生活総合センターから報告された事例にもあるように、事業者が若年成人に対し、クレジット契約や貸金契約を利用して契約代金を支払うことを勧め、かつ、クレジット契約や貸金契約を締結する際に収入等について虚偽の申告をするよう唆す事例が存在している。このように、事業者が虚偽の申告を唆すことで返済能力調査、支払可能見込額調査が十分に機能せず、若年成人に支払能力を超える貸金契約やクレジット契約や利用させることで、消費者被害を助長している。このような被害を防止するため、今後主務省令が改正され施行された後は、積極的に処分等の執行をすべきである。

(2) 特定商取引法における若年成人の知識・判断力等の不足に乗じて契約させる事案に対する執行の強化

提案内容

- 若年成人の判断力の不足に乗じて売買契約又は役務提供契約を締結した事例について執行を強化すべきである。

理由

現状、特定商取引法施行規則第7条第2号では「老人その他の者の判断力の不足に乗じ、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結させること」が指示対象行為とされているが、近年の国の執行においては若年成人の判断力の不足に乗じて契約を締結させたことを

理由とする処分事例はないとのことであるが¹⁰、若年成人の判断力の不足に乗じて契約を締結させる事例を注視し、そういった事例が確認されれば執行を強化すべきである。

(3) 特定商取引法における若年成人に被害の多い商品等に関する処分等の執行の強化

提案内容

- 若年成人に被害の多い商品等に関する執行を強化すべきである。

理由

国民生活センターや東京都消費生活総合センターからの報告によると、若年成人に多い消費者被害として、連鎖販売取引における不実告知や断定的判断の提供、継続的役務提供（エステ関連）における不実告知や迷惑勧誘など特定商取引法の適用対象となる取引類型の違反行為に該当すると思われる事例がみられる。そこで、これらの事例を注視し、特定商取引法に違反する行為が確認されれば、それに対して厳正に執行すべきである。

3. 消費者教育の充実

(1) 小中高等学校

若者は消費者問題に係る知識や社会経験の乏しさから、様々な消費者トラブルに巻き込まれる可能性がある。成年年齢が18歳に引き下げられた場合、多くの若者が成人を迎える高等学校までの間に、特に中学校に入った段階から早目に成人となることを意識させるような学びが必要との指摘もあり、意思決定のスキルや批判的思考力、判断力など消費者教育にて育成すべき資質・能力を高める教育が一層推進される必要がある。このため、以下の取組を早急に進めるべきである。

ア 消費者教育の機会の充実

提案内容

- 家庭科、社会科等において、また教科横断的な視点から教育課程を編成するなど消費者教育を系統的、体系的に着実に取り組むべきである。新科目「公共(仮称)¹¹」につき、消費者教育に関する内容充実を

¹⁰ 消費者庁からのヒアリング（第9回WG）。

¹¹ 国家及び社会の責任ある形成者となるための教養と行動規範や、主体的に社会に参画し

図るべきである。生活科・総合的学習の時間を活用した消費者教育の推進を図ることを要請すべきである。さらに、学校における消費者教育の効果測定を行うための必要な調査を行うべきである。

- 「特別活動」について、消費者被害防止の取組など「社会生活における役割の自覚と自己責任」に関する指導の充実。
- 「学校家庭クラブ活動¹²」を活用し、消費者教育を積極的に推進すべきである。

イ 消費者教育推進のための人材開発

提案内容

- 初任者・10年目研修、教員免許更新時研修での消費者教育の強化。
- 幅広い分野から外部講師、消費者教育コーディネーターの人材を求め、学校現場での活動の支援を行うべきである。

ウ 手法の高度化や実効性確保・教材の開発

提案内容

- 消費者教育においてもアクティブ・ラーニングの視点から学習・指導方法を改善することは重要であり、例えば e-Learning を含む ICT に対応した教材の優良事例を情報提供したり、手法の高度化や教材開発に対して調査研究を進めたりするなど積極的な支援を行うべきである。
- 消費者教育推進地域協議会¹³の枠組みの活用を通じた学校現場と消費生活センターとの積極的な連携を図るべきである。
- 地域や学校の実態に応じた消費者教育学習プログラムや、高校生自身が啓発活動に参加するなど工夫を凝らした教育プログラムを開発すべきである。

自立して社会生活を営むために必要な力を、実践的に身に付けることを目的とするとされている。

¹² 家庭科の学習方法の一つで、授業で習った知識を生かしてグループや学校単位で、学校や地域生活の充実・向上をめざす実践活動。家庭科の学習を生かして、クラブ員が主体となり顧問の家庭科教諭の指導や助言を受けて行う学習活動。

¹³ 消費者教育の推進に関する法律第20条第1項の規定（「都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない」）に基づくものを指す。

エ その他

提案内容

- 主権者教育、キャリア教育との連携を推進すべきである。
- 児童養護施設等での消費者教育支援に関するプログラムを検討すべきである。

(2) 大学・専門学校等

成年年齢が18歳に引き下げられた場合、大学や専門学校等において学生は成人により構成されることとなり、消費者トラブルに巻き込まれる可能性は従前に増して高まることとなる。

また、大学においては、将来の消費者教育の担い手となる教員養成課程を抱える側面もあり、消費者教育に関して養成課程履修生が消費者教育について触れる機会があるか否かの影響力は非常に大きいと考えられる。このため、以下の取組を早急に進めるべきである。

ア 消費者教育推進のための人材開発

提案内容

- 教員養成課程における「消費者教育」の強化。

イ 自治体と大学等との連携枠組みの強化

提案内容

- 地方自治体と大学・専門学校等との若者の消費者被害防止のための連携の枠組みを構築すべきである。

ウ 学生相談室・大学生協等を通じた大学・専門学校等での消費者教育・啓発強化

提案内容

- 大学において在校生に対してメール・ソーシャルネットワーキングサービス（以下「SNS」という。）など ICT を活用した消費者トラブルに係る注意喚起に取り組むとともに、大学学生相談室等における消費者トラブル対応の強化を図るため、独立行政法人国民生活センターや独立行政法人日本学生支援機構（JASSO）等での研修の機会を活用し、消費者被害対応の充実を図るべきである。
- 新入生ガイダンスの機会などを活用し、大学における初年次教育における消費者啓発・教育の取組を強化すべきである。また、大学生生活協同組合連合会と大学とが協力して消費者啓発・教育に取り組むべ

きである。

- 専門学校等における消費者啓発・教育の取組につき実態把握を行い、今後の対応策を検討すべきである。

エ その他

提案内容

- 大学生等が被害に陥りやすいいわゆるマルチ商法において展開される「マインドコントロール」につき、社会心理学や臨床心理学等の知見を得た対応策に関する調査研究を行うべきである。

(3) 法教育・金融経済教育

提案内容

- 法教育・金融経済教育に取り組む関係省庁・機関との連携を通じて消費者教育の取組強化を図るべきである。

4. 若年成人に向けた消費者被害対応の充実

(1) 相談体制の強化・拡充

知識や社会経験に乏しい若年成人が消費者トラブルに遭った場合、それをすぐに専門家に相談することができれば、適切な対応につながる。そのためには、若年者の消費者被害に関する相談窓口が整備され、その存在と役割が若年成人に対して十分に認知される必要がある。成年年齢が 18 歳に引き下げられた場合、消費者被害に関する相談窓口の存在やその利用方法について、若年成人に対し、より一層の周知徹底を図るとともに、若年者のための相談体制を強化・拡充することにより、若年成人が被害に遭った際に気軽に相談できる環境の整備を進めるべきである。

ア 消費生活センターの周知

提案内容

- 消費生活センターの存在と役割、消費者ホットライン（188）の利用方法等について、Facebook や twitter 等の SNS や動画の配信などインターネットその他の多様な媒体を利用した広報を積極的に行うべきである。
- 高等学校と連携するなどして、高校生が消費者問題に関する取組等を行う際に、地元の消費生活センターの協力の下でこれを実施することを推進すべきである。

イ 相談体制の強化策

提案内容

- 定期的に若者消費者相談 110 番を実施すべきである。
- 高等学校、大学、専門学校等や成人式、若者向け健康診断等、若年成人が足を運びやすい場所や機会に消費生活センターによる出張相談窓口を開設すべきである。
- 地方消費者行政推進交付金の活用等により、SNS やメール等インターネットを利用した消費生活相談体制を整備すべきである。

ウ 若者支援機関との連携

提案内容

- 「地域若者サポートステーション¹⁴」等の若者支援機関と連携し、若年成人が直面し得る課題に対しワンストップで対応する仕組みを作るべきである。

(2) 大学・専門学校等の有する情報の充実及び活用

各地の消費生活センターには地域における消費者トラブルの情報が集積されるが、大学や専門学校等においても、学生相談室等を通じ、自校の学生が遭った消費者トラブルに関する情報を把握しており、こうした情報を交換し、若年成人の消費者被害の防止のために活用すべきである。

ア 消費生活センターと大学・専門学校等との情報交換

提案内容

- 消費生活センターと大学・専門学校等の学生相談室等との間で定期的に連絡会議を行うほか、時機に応じた連絡等により、学生等の被害事例に関する情報交換を行う。

イ 大学・専門学校等の間での消費者被害に係る情報交換

提案内容

- 大学・専門学校等の中で定期的に連絡会議を開催し、若年成人の消費者被害等に係る情報交換を行う。

¹⁴ 厚生労働省が委託した若者支援の実績やノウハウのある NPO 法人、株式会社などにより、全国 160 箇所で実施され、働くことに悩みを抱えている 15 歳～39 歳までの若者に対し、就労に向けた支援を行っている。就労支援機関のほか、教育機関や自治体など様々な機関とネットワークを結び、地域における若者支援ネットワークの拠点として機能している。

5. 事業者の自主的取組の促進

(1) 各業界における若年消費者に配慮した自主行動基準の堅持・強化

事業者においては、法令により一定の消費者保護が担保されているが、それに加え、未成年者や成人になったばかりの若者に配慮した自主行動基準の制定・遵守等の取組が、各業界において行われている。基準が制定・遵守されることは、法の枠組みを超え、当該事業の特徴によりの確に対応した形での消費者保護につながることから、成年年齢が18歳に引き下げられた場合、そうした取組が堅持され、更に強化されることが望ましい。

提案内容

各業界の自主行動基準等において、必要に応じ、若年者に配慮した消費者保護の工夫を堅持・強化する。

例えば、各業界の取引の特徴や実態等を考慮し、必要に応じて、

- 収入の少ない若年成人との取引を抑制し、または禁止する。
- 若年成人との契約時に親族等の立合いを求める。
- 若年成人とみられる契約者の年齢・収入確認を徹底する。
- 18、19歳の成人に対し、未成年者に配慮した消費者保護の取組を継続して実施する。 等

(2) 若年消費者への配慮に着目した「消費者志向経営」の促進

ア 優良経営認証制度等の推進

提案内容

- 事業者において、基準や規格に適合した商品やサービスを消費者に分かりやすく示すことで若年成人が安心して商品やサービスを利用できるよう、優良経営認証制度等の設置及び推進を図る。

イ 若年成人に配慮した顧客対応の推進

提案内容

- 事業者において設置する顧客対応窓口につき、若年成人に配慮した取組を強化する。

ウ 事業者による従業員研修の徹底と消費者教育の推進

提案内容

- 事業者において、従業員に対する研修を徹底し、従業員の資質向上を図る。
- 事業者において実施されている消費者教育を新たに成年になる18、

19歳の者の保護も想定した形で更に推進する。

(3) 若年成人に対する健全な与信のための取組

一般に収入が少なく経済力に乏しい若者が多額の消費者被害に遭う事例があり、中には経済力に見合わない過剰な消費者信用取引の利用が原因となっているものもみられる¹⁵。事業者においては、若年成人に対する健全な与信のための取組を推進することが望まれる。

ア 若年成人に対する貸付・信用供与に係る健全性確保

提案内容

※貸金業を営む事業者の自主的な取組として、若年成人に対する貸付額に一定の利用限度額を設けることや、返済能力調査を一層丁寧に行う取組の推進について

※クレジット取引における事業者の自主的な取組として、若年成人に対するクレジットカードの極度額に一定の制限を設けることや、支払可能見込額調査を一層丁寧に行う取組の推進について

イ 消費者トラブルに遭った場合の生活再建支援等の取組の推進

提案内容

- 消費者信用取引にかかる業界団体等において、当該事業に関して消費者トラブルに遭った場合の相談窓口を設置し、相談内容に応じた助言のみならず、生活再建カウンセリング等の支援を行う取組を推進する。

6. その他

提案内容

- 消費者被害防止のための啓発活動を実施する若者団体の活動につき大学等による施設貸与等の承認も含む支援を行うべきである。
- 成年年齢引下げに伴う若年消費者被害防止の社会的周知のための国民キャンペーンを実施すべきである。

理由

若年消費者被害は、年長者等には相談しにくい面もあり、その防止のためには同年代の若者らの同世代の仲間が集まった上で主体的にピア・ラ

¹⁵ 国民生活センターからのヒアリング（第1回WG）。

ーニングし共感の輪を広げていくことが重要であり効果も高い。このため、こうした啓発活動を実施する若者団体の活動につき、それを支える大学施設貸与等の承認も含む各種の支援が重要である。消費者庁及び文部科学省は、大学当局への要請を含む各種の支援を行うべきである。

成年年齢の引下げに伴う若年消費者の被害防止のためには、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べきである。その際、消費者教育を学ぶべき場所は学校施設等に限定されるものではなく、成人式や企業の新人研修といった地域・職場、あるいは家庭においても保護者が加わって学ぶべき喫緊の課題である、との呼びかけを行うことが重要である。

7. 改正民法施行に関する配慮

提案内容

- 消費者教育の取組について、十分な準備や周知の期間が必要。
- 若年成人の消費者被害の予防・救済のためには、1. で指摘した制度整備が重要。

理由

若年成人の消費者被害の防止・救済のためには、これまで指摘した消費者教育・法教育・金融教育の充実などの施策が行われることが重要であり、かつ、消費者教育を担う教員の養成などの準備や、これらの効果が十分に行き渡るまでの準備期間が必要である。

また、本年9月に法務省が実施した「民法の成年年齢の引下げの施行方法に関する意見募集」に対する意見としても、消費者教育や若年成人の消費者被害防止のための施策を講ずるために、少なくとも5年間¹⁶は周知期間を設定すべきという意見が多く寄せられている。

また、若年成人の消費者被害の予防・救済のためには、1. で指摘した制度整備が重要である。

¹⁶ 「民法の成年年齢の引下げの施行方法に関する意見募集」に対して寄せられた意見の概要（法務省民事局平成28年11月）によれば、施行までの周知期間として、「3年より長い周知期間が相当であるとの意見が多数であり、3年又は3年より短い周知期間が相当であるとの意見は少数にとどまった。」としている。