

(公社) 通販協第28-32号

平成28年12月22日

消費者委員会

委員長 河上 正二 様

公益社団法人 日本通信販売協会

成年年齢引き下げ対応検討ワーキング・グループ報告書素案に対する意見

標記の件について下記の通り意見を提出します。

記



はじめに

若者の範囲として「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」と述べる一方で、「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」なる概念をあらたに作り、成熟した成人期と異なる配慮が必要な年齢層として、保護対象とすべきとしており、矛盾しているものと思います。そもそも、そのような概念を設けて保護対象をいたずらに拡大する必然性があるのでしょうか。なぜなら、国民生活センターのデータによると若年者（18歳から22歳）の消費者被害の状況として、18歳、19歳の「相談件数（苦情とは限らないものも含む）」が年間5000件で、21歳、22歳はそれが7000件だと報告されています。その数字を前提に若年者を特別に保護すべきとの議論がなされていますが、若年者全体が行う契約はいったい年間でどれだけの件数があるのでしょうか。まず契約件数全体とその実態を把握して議論すべきではないでしょうか。契約件数全体は膨大な数となりましょう。そのうちの7000件だとしますと、相談件数（苦情あるいは被害とは限らない）の比率はほとんど0に近い数字なのではないでしょうか。大半の若年者の契約は何の問題もなく履行されているものと思います。ことさら一部の悪質な事例を取り上げ、「若年成人」なるものを作り出し特別の保護を主張することは消費者トラブルを針小棒大に叫ぶことと同じではないでしょうか。

現状の若年者のトラブルへの保護施策については、消費者教育の充実と既存法令の執行強化によって十分カバーできるものと考えます。

特に、18歳、19歳については購入形態別でみると通信販売が多いとされ

ていますが、その内容を見るとアダルトサイト情報、出会い系サイト、通信サービスが大半であり、いわゆる物販中心の普通の通信販売とは全く異なるものです。それらに騙されたからといって本当に保護対象にすべきなのでしょうか。むしろそれらは、消費者教育によって未然防止を図ることが先決であると考えます。

望ましい対応策、若年成人の消費者被害防止・救済のための制度整備でまず消費者契約法をあげています。消費者契約法ではア. 消費者の年齢、消費生活に関する知識・経験・能力に応じて情報提供し、当該消費者の需要や資力に適した商品等の提供に配慮するよう努める事業者の義務を定める、イ. 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、としています。それでは事業者は①どうやって配慮すべき消費者を見分け、その年齢や知識・経験・能力を知り情報を提供するのでしょうか。また、需要や資力をどうやって知ることができるのでしょうか。そのような情報はプライバシーであってそれらを当該消費者が事業者から情報提供、開示するとは到底思えません。また、②事業者がどうやって配慮を要する事情につけ込んだかどうか、誰がどのように判断するというのでしょうか。あまりに現実とかけ離れてはいないでしょうか。

つぎに特商法です。ここでも、若年者の知識・判断能力不足等に乗じて契約を締結させるなどとされているが、事業者はどうやって知識・判断能力が不足していることを知るのでしょうか。対面であろうが、ましてや非対面の通信販売は知り得る手段がそもそもないのです。

つぎに、事業者の自主的取組の促進について(1) 若年成人との取引を抑制し又は禁止する、契約時に親族等の立ち会いを求める、年齢、収入確認を徹底する、などと提案がありますが、およそ現実的ではありません。収入の多寡にかかわらず、若者は欲しいものがあれば手に入れようとするのは当然であり、需要があればそれに応えていくのが小売業です。そのような商売の根幹にかかわることについて自主的取組であっても規制を加えるのはいかながなものでしょう。このような自主規制がまかり通るのであれば、店舗においても若年者が多く繁華街の多い東京は真っ先に店出規制をすることになってしまいます。どこの誰がそのような自主規制を望むのでしょうか。

つぎに(2) 若年成人への配慮に着目した「消費者志向経営」の促進とありますが、そもそも小売業において消費者志向でない経営をしているものなどいません。あらためて行政にいわれるまでもなく、小売業は消費者の方々に一歩でも近づき、そのニーズを把握し適切な商品をお届けする姿勢で事業を行っているものと思います。認証制度というより、消費者志向はいつの時代でも変わらぬものではないでしょうか。

最後に7.改正民法施行に関する配慮についてですが、消費者被害にあわな
いための消費者教育は重要であると思います。当協会でも消費者向けパンフ
レットを作成し、全国の消費生活センターに配布、通信販売の上手な利用方
法と注意点について普及啓発活動を実施しています。ただし、今回の報告書
にあるような過保護ともいうべき施策を講じていくと、ともすると何でも他
人が悪い、世の中が悪い、企業が悪いと、人のせいにする風潮を助長するも
のと思います。ましてや、成人なのですから保護ばかりではなく社会の一員
として責任を果たす義務があるはずです。まず、そのことを消費者教育の第
一步にしてほしいものです。

そうでなければ、いつまでたっても過保護のまま成長し、権利主張ばかり
する、いわば未成人の若年成人が溢れかえることになり、日本の将来は憂う
ばかりの状態になることは必定です。

以上