

平成 28 年 12 月 27 日

成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ報告書(案)

はじめに

民法の成年年齢が引き下げられた場合、新たに成年となる 18 歳、19 歳の消費者被害の防止・救済のためには、本報告書を踏まえた消費者教育などの充実や制度整備等が検討されることが必要である。(P)

まず、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。

この点、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、消費者教育や新たに成年となる 18 歳、19 歳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¹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。

さらに、成年年齢が引き下げられるまでの間に新たに成年となる 18 歳、19 歳の消費者被害の防止・救済のための消費者教育、制度整備及びその他の措置が整わない場合、これらの者が消費者被害に遭う危険性が高まる。そこで、新たに成年となる 18 歳、19 歳の消費者被害の防止・救済のためには、例えば、後述する消費者教育の充実、相談体制の強化、第 2 の 1. で指摘する制度整備などについて検討することが考え得る。(P)

したがって、成年年齢を引き下げるものとする民法改正を実施する場合には、新たに成年となる 18 歳、19 歳に対して、①十分な消費者教育がされるまでの準備期間を確保するとともに、②消費者被害の防止・救済のためのその他の措置が実施されるために必要な期間を確保することが重要である。なお、制度整備については、成年年齢が引き下げられるものとする改正民法が施行されることを踏まえつつ、国民的コンセンサスを得た上で検討が進められることを期待したい。(P)

特に、第 2 の 1. で指摘する制度整備については、国民的コンセンサスが得られておらず、その点を踏まえて取り扱う必要がある。(P)

¹ 「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。

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・トレーニングをする、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とされ、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²。

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や、子どもに経済的なトラブルが起こった場合に親が肩代わりをする親子関係がある一方、親が子どもに稼がせてそのお金を親が使ってしまう親子関係があるという問題も指摘されている。加えて、私生活の経済問題が原因で退学し不安定な状態に立たされてしまうケースや、高校を中途退学すると教育を受ける環境が減ってしまう状況なども指摘されている³。

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。18歳という年齢は多くの者にとって高校を卒業し、大学へ進学したり、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ると、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。また、クレジット等を利用することで、被害が大きくなるとの報告もある⁴。

さらに、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」と言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⁵。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^{6・7}。

² 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・資料1）。

³ 古賀正義中央大学文学部教授からのヒアリング（第2回WG）。

⁴ 国民生活センターからのヒアリング（第1回WG）。

⁵ 学生団体スマセレからのヒアリング（第7回WG）。

⁶ 同志社生活協同組合からのヒアリング（第3回WG）。

⁷ 工藤由貴子横浜国立大学教育人間科学部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・判断能力が身につい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、社会人としての出発点あるいは助走期間とも言える時点で多額の負債を負い、また、その支払いのためのアルバイトで学業や就職活動がままならなくなるなどの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人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（以下、「国民生活センター」という。）からの報告によると、若年者（18～22 歳）の消費者相談として、以下のような傾向が見られる⁸。

- ・18 歳、19 歳の相談件数と比べて、20 歳以降の相談件数は増えている。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⁹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、18 歳、19 歳と比較して、20～22 歳で相談件数が増えているものとして、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、成年となり、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¹⁰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

⁸ 国民生活センターからのヒアリング（第1回 WG）。

⁹ 国民生活センターによると、マルチ取引は「商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入る取引形態。買い手が次にその販売組織の売り手となり、組織が拡大していく」取引と定義されている（第1回 WG 資料2・参考資料 12 頁）。

¹⁰ 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）。

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付け込まれる、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、ソーシャルネットワーキングサービス（以下、「SNS」という。）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。

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、若年成人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、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¹¹。

(3) 貸金業法（昭和 58 年法律第 32 号）

貸金業者には、貸金業法第 13 条の 2 において、年収の 3 分の 1 を超える貸付契約の締結が禁止されているほか、同法第 13 条第 1 項において、顧客の収入又は収益その他の資力、信用、借入れの状況、返済計画その他の返済能力の調査をしなければならないこととされており、同条第 3 項において、当該顧客に対する当該貸金業者の貸付金額の合算額が 50 万円

¹¹ 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るかは明示されていない。

を超える場合等においては源泉徴収票その他の当該顧客の資力を明らかにする書面の提出等を受けなければならないこととされている。

(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付けられている。

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（同規則第 43 条第 1 項第 1 号）。

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）に位置付けられ、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く、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、履修者が「消費者教育」に関する成果が確実に身につけているとはいえない状況にある。(P)

また、「学校における消費者教育の充実に向けて」(平成 28 年 4 月 28 日消費者教育推進会議)によれば、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僅かとなっており、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

本ワーキング・グループは、本年 9 月 1 日付で消費者庁長官から、民法の成年年齢が引き下げられた場合、新たに成年となる者の消費者被害の防止・救済のための対応策についての意見を求められたことを受け、9 月 8 日に設置され、その後、有識者、関係団体、関係省庁等からヒアリングを行ってきた。そのヒアリングにおいて、若者の実態や若年者の消費者被害の動向、若年者の消費者保護のための制度整備の在り方や消費者教育などの現状等についての報告を受けた。その結果、18 歳、19 歳について消費者契約における新たな取消権を設けるなど年齢のみによって画一的に処理するのではなく、個人の知識・経験・判断力等に応じた対応をしつつ、若者が成熟した成人として社会に参画することができるようになるための支援の必要性が確認された。

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ることができ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。

具体的な制度整備や消費者教育などの実施にあたっては、個々の制度や施策等の実態に応じて対象とする「若年成人」の年齢、属性（学生等）を検討し、各々に則した対応をすべきである。

なお、「若年成人」を（18歳及び19歳の範囲を越えて）18歳から22歳として対応策を検討することや、後述する第2の1.において、対象が18歳及び19歳を超えていることなど、その内容については、消費者庁長官からの意見の求め（「民法の成年年齢が引き下げられた場合、新たに成年となる者の消費者被害の防止・救済のための対応策について（意見聴取）」平成28年9月1日付け）の範囲を越えるものであること、関係者と調整が未了であることなどから、国民的コンセンサスが得られておらず、その点を踏まえて取り扱う必要がある。（P）

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）（P）

成年に達して間もない若年成人は、成熟した成人に比して、契約についての知識・経験・交渉力等が十分とはいえないことがあるため、若年成人の消費者被害の防止・救済のためには、事業者が、若年成人の知識・経験等の不足その他の合理的な判断をすることができない事情につけ込んで締結した不当な契約を取り消すことができる規定を設けるとともに、若年成人に配慮すべき義務を明らかにすることが必要である¹²。

ア 若年成人に対する配慮に努める義務

提案内容

- 事業者は、消費者契約を締結するに際しては、消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験並びに消費生活における能力に応じて、適切な形で情報を提供するとともに、当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするよう努めるものとすることが考えられる。

理由

消費者契約においては、事業者と消費者との間の情報の質及び量並びに交渉力の構造的格差があるが、若年成人の場合、成熟した成人に比して、知識・経験・交渉力等が十分でないことがあり、事業者との格差が一層顕著となる。その格差を解消するためには事業者から消費者に対する適切な情報提供をすることが必要であり、このことは消費者基本法（昭和 43 年法律第 78 号）第 2 条第 2 項に「消費者の年齢その他の特性に配慮」しなければならないと年齢を配慮すべき要素と掲げていることから要請される。このような情報提供義務については、適合性原則¹³からのアプローチ¹⁴として、事業者との情報力及び交渉力格差が顕著にみられる若年成人という顧客属性に着

¹² 法制審議会民法成年年齢部会の平成 21 年 10 月付け「民法の成年年齢の引下げについての最終報告書」において、若年者の特性に応じて事業者に重い説明義務を課すこと、若年者の社会的経験の乏しさによる判断力不足に乗じた契約の取消権を付与することなどが消費者保護施策の具体例として掲げられている。

¹³ 特に投資取引において、顧客の知識・経験・投資目的・財産状況等に照らして、当該顧客にとって不適当な勧誘を行ってはならないという原則。

¹⁴ 宮下修一中央大学大学院法務研究科教授からのヒアリング（第 4 回 WG）。

目しつつ、年齢等に配慮した情報提供義務が考えられる。また、暴利行為のルールからのアプローチ¹⁵として、事業者が消費者の知的・社会的・経済的成熟度（年齢等）に応じた情報の提供、意見・判断を提供するよう努力すべき説明義務・情報提供義務が考えられる。

さらに、事業者から説明がなされた場合にも、若年成人は安易に友人や知り合いの説明により、高額商品の購入や役務の提供の契約を締結してしまうといった被害が報告されている¹⁶。そのため、消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験、消費生活における能力に応じて、当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供がなされる必要がある。

そこで、若年成人が真に自由な自己決定をする前提として、また、社会全体で若年成人が成熟した成人になるよう支援するため、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べき事業者の義務を明らかにする規定の在り方については、別途検討することが望まれる。

イ 不当勧誘に対する取消権

提案内容

- 事業者が若年成人の知識、経験不足等の合理的な判断をすることができない事情に乗じることにより締結させた、当該若年成人に適合しない消費者契約を取り消すことができる制度の検討を進めるべきである。

理由

事業者が、消費生活に係る知識・経験・能力が乏しいこと等を原因とした、相手方消費者が合理的な判断をすることができない事情を利用し、当該消費者の需要や資力等に照らして不合理な商品・役務を提供する等の契約をすることは、事業者が消費者の合理的な判断をすることができない事情につけ込んで、消費者の意思決定を侵害する不当な取引である。消費者契約では、事業者と消費者の情報力及び交渉力の格差が不当に利用される取引が発生する可能性を構造的に

¹⁵ 潮見佳男京都大学大学院法学研究所教授・法学研究科長からのヒアリング（第7回WG）。

¹⁶ 国民生活センターからのヒアリング（第1回WG）、東京都消費生活総合センターからのヒアリング（第6回WG）。

内包しているが、成熟した成人と比べ、若年成人については、その危険性がより増幅されていると考えられる。

このような危険性に対応するアプローチとして、適合性原則からのアプローチと暴利行為のルールからのアプローチが考えられる。

適合性原則からのアプローチ¹⁷として、若年成人の知識・経験、契約目的・意向、財産状況などに適合しない場合に当該契約を取り消すことができるということが考えられる。

また、暴利行為のルールからのアプローチ¹⁸として、情報力及び交渉力格差の存在が、消費者の脆弱性へのつけ込みによる取引を招来するリスクを構造的に内包している点に鑑み、暴利行為のルール¹⁹を消費者契約法に導入することが考えられる。

具体的には、消費者の知的・社会的・経済的成熟度の不足等に乗じて事業者がした行為の結果として消費者の自己決定権が侵害されたと評価される場合には、当該契約の効力を否定するルールを設けることが考えられる。

適合性原則からのアプローチや暴利行為のルールからのアプローチのいずれからも、事業者が若年成人等の脆弱性につけ込んで契約を締結した場合にその効力を否定するという結論部分では、同様の制度の導入が示唆されている。

そこで、若年成人等の消費者に対して、事業者が当該消費者の知識、経験不足等の合理的な判断をすることができない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という規定を設けることが考えられる。

一例としては、年齢、消費生活に関する知識及び経験並びに消費生活における能力に照らして消費生活上特に配慮を要する消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、成熟した成人に比して 当該消費者の消費生活に関する知識若しくは経験又は消費生活における能力が不十分であることを利用した場合において、その勧誘により当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができるものとし、ただし、当該消費者契約の目的となるものが当該消費者の需要及び資力に応じ合理

¹⁷ 宮下教授からのヒアリング（第4回WG）。

¹⁸ 潮見教授からのヒアリング（第7回WG）。

¹⁹ 潮見教授によると、この場合の暴利行為のルールが意味するものは「他方当事者の不当な介入により、意思決定過程がコントロールされた結果として、表意者の自己決定権が侵害されたゆえに、当該取引の効力を否定する」ことをいう。

的に必要と判断されるときはこの限りでないものとすることが考えられる。

この場合、考慮するにあたっての重要な要素としては、①消費者の知識・経験・消費生活における能力の不十分性、②事業者が①を利用したこと、③消費者契約の目的が当該消費者の需要及び資力との関係で合理性・必要性を欠くことが考えられる。

また、合理的な判断をすることができない事情につけ込んだことを「困惑」の一つとして取り消すことができる規定を設けることも考えられる。そこで、対象を若年成人に限定しない規制の在り方も含め、消費者契約法専門調査会において更に検討すべきである。

(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、積極的な執行を行うなど可能な手段を尽くしても若年成人に対する広範な消費者被害が確認される場合は、更なる制度整備を含め、必要な対策を検討すべきである。

ア 連鎖販売取引における若年成人の判断力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すること

提案内容

- 連鎖販売取引において、若年成人の判断力の不足に乗じて契約を締結させることを行政処分の対象行為とすべきである。

理由

国民生活センターからのヒアリングでもみられるように、マルチ取引は、成年となった直後に被害が急激に増える取引類型である²⁰。特に大学でのサークル内などで勧誘被害が急速に広まるケースや契約に際し、事業者が消費者に対し、貸金業者から借入れをした上で代金を支払うよう指示するなど、支払能力を超える債務を負わせるケースなどもみられ、消費者被害を生じさせている。

²⁰ 国民生活センターからのヒアリング（第1回WG）。なお、「マルチ取引」は、特定商取引法の「連鎖販売取引」とは必ずしも一致しない。

特に、成年年齢が18歳に引き下げられた場合、高校3年生で成年となる者が現れることになるが、学校生活において集団で行動し、日常的に接触する時間が多い高校生の中で被害が拡大することが懸念される。

そこで、「未成年者」（特定商取引法施行規則第31条第6号）に加えて、若年成人についても判断力の不足に乗じて、連鎖販売取引の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。それによって、知識・経験・財産状況等に照らして客観的にみて不相当と認められる勧誘を行政処分の対象行為とする適合性原則の規定（同条第7号）と併せて、知識、経験、資力に乏しい学生等のビジネス活動をするのにふさわしくない者への特定商取引法に違反するような不適切な勧誘行為や契約締結行為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。

- 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²¹。

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

²¹ 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）。

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、主務省令を改正した上で、指示の対象行為として明確に位置付けるとともに、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

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悪質性が高い行為である。

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²²、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) 若年成人に被害の多い商品等に関する執行の強化

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、それに対して厳正な執行をすべきである。

3. 消費者教育の充実

消費者教育については、学校、地域、家庭の場において連携して取り組むことが重要である。成熟した成人期への移行に至るまでの消費者教育の中核となるのは学校教育であるが、消費生活センターをはじめとする地域からの支援、保護者(PTA)からの家庭支援等を得ることにより、学びの相乗効果が格段に図られることとなる。

²² 消費者庁からのヒアリング（第9回WG）。

(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、多くの若者が成年を迎える高等学校までの間に、特に中学校に入った早い段階から、成年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・能力を高める消費者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)²³」につき、消費者教育に関する内容充実を図るべきである。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べきである。(P) 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。
- 消費者被害防止の取組など、社会の一員として果たすべき役割や責任に関する指導の充実を図るべきである。(P)
- 「学校家庭クラブ活動²⁴」を活用し、消費者教育を積極的に推進すべきである。

理由

現在、消費者教育に関しては、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。児童・生徒を取り巻く状況や発達段階に応じて、小中高の各段階において体系的・組織的に消費者教育を実施していくことは、成人として安心・安全で豊かな消費生活を営むためにも何よりも重要であることから、これに着実に取り組むべきである。

しかしながら、これらの科目において、実際に消費者教育に割かれ

²³ 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。

²⁴ 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。

ている授業時間が少ないとの指摘もある。このため、高等学校での次期学習指導要領にておいて新たに検討され、共通必修となる予定の新科目「公共（仮称）」においては、文部科学省は、主体的に社会に参画し自立して社会生活を営むために必要な力を習得する観点から、消費者教育の位置付けを重視し、その科目内での消費者教育の充実を図るべきである。また、消費者教育は、教科横断的に相互に関連付けて行うことが効果的であることから、その充実に当たっては、各学校において教科横断的な視点から教育課程を編成し、消費者教育の推進を図ることができるよう、消費者庁を中心として消費者教育において育成を目指す資質・能力を整理すべきである。(P)

学校における消費者教育に関しては、どの程度効果があったのか効果測定は行われていない。例えば高校を卒業した大学生からは、授業で聞いたことと実生活がつながっていないとの指摘もされていることから、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。消費者庁は、文部科学省等の関係行政機関と調整の上、これまでの学校教育における消費者教育により、国民が消費者問題等に関する知識をどの程度身につけているかだけでなく、その知識に基づき取った行動内容についても把握するなど、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。

また、成年年齢が引き下げられた場合には、高等学校段階においてクラスの中で成年に達する生徒が出てくる。このため、集団や社会の一員として、よりよい生活を築こうとする自主的、実践的な態度を育成する観点から、薬物乱用防止等とともに、生徒指導における消費者被害防止が重要な課題となる。(P)

さらに、高等学校家庭科における「学校家庭クラブ活動」といった場を活用し、消費者教育を積極的に推進し、生徒に消費者問題を考えってもらう機会の増加を図るべきであり、消費者庁及び文部科学省は、その支援策を講じるべきである。

イ 消費者教育推進のための人材開発

提案内容

- 初任者・中堅教諭等資質向上研修、教員免許更新講習において、地元自治体消費者行政部局が作成する資料を配布するなど、消費者教育の実施の重要性につき認識してもらうよう教育委員会へ働きかけるべきである。(P)
- 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。

理由

消費者教育を効果的・効率的に実践するためには、教員の指導力の向上が不可欠である。しかしながら、現状の初任者研修及び10年経験者研修においては、消費者教育が必須となっている割合は低いものとなっている。また、教員免許更新時に実施される免許状更新講習についても、現在、大学等において開講されている講習のうち、消費者教育を取り扱うものはごくわずかとなっている。このため、消費者庁及び文部科学省は、教育委員会に対して、成年年齢引下げ対応の重要性に鑑み、初任者・中堅教諭等資質向上研修において、地元自治体消費者行政部局で作成する資料を配布するなど、消費者教育の実施の重要性につき認識してもらうよう教育委員会へ働きかけるべきである。(P) また、大学等に対してもインターネットなどのツールも工夫した上で、教員免許更新時講習についても必須化を要請すべきである。あわせて、消費者庁及び文部科学省は、独立行政法人教員研修センター主催の研修等や都道府県教育委員会における独自研修において、消費生活センターと連携して、消費者教育を取り入れることを働きかけるべきである。

消費生活相談員等が外部講師として日々の相談事例を活用することは、「消費者問題は高齢者、又は自分とは遠い世界の問題」と捉えがちな児童・生徒に身近で現実的な問題として体感してもらう面で極めて効果が高いが、学校現場の中では外部講師として適当な者を見つけにくく実施ができないといった課題が指摘されている。このため、消費生活相談員、元教職員、元行政職員、消費者団体・NPO法人・民間企業で消費者教育に携わっていた者等の幅広い分野から人材を求め、その者に対して外部講師や消費者教育に係るコーディネーター²⁵として活動してもらうため、消費者庁及び文部科学省は学校への情報提供や研修等をより積極的に推進すべきである。特にこれらコーディネーターについては、学校の中で科目担当教員と協働した上で、教科横断的な学習プログラム開発をしてもらうといった役

²⁵ コーディネーターについて、「地域連携推進小委員会取りまとめ」（平成27年3月消費者教育推進会議地域連携推進小委員会）では「コーディネーターは、担当地域における日々の消費者教育を実践面・実績面において全般的に企画・調整し推進する。消費者教育の拠点等で、地域全体の消費者教育の実践を支援する専門職として環境の整備などを担う。」とされている。

割が期待される。

ウ 手法の高度化や実効性確保・教材の開発

提案内容

- 消費者教育におけるアクティブ・ラーニング（参加型授業・模擬体験）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²⁶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。

理由

今後の学校教育においては、児童・生徒の主体的な学びを引き出し、資質・能力を育むことを目的とした「アクティブ・ラーニング²⁷」の視点からの学習・指導方法の改善が求められている。消費者教育はまさに主体的な学びの実施により効果を持つ分野であることから、学校現場においては、買物や借入れ、あるいは広告表示に係る消費者トラブルを例にとって被害者と加害者の役割を演じるロールプレイや、実際に地域のお年寄りに商品販売をするといった参加型授業・模擬体験等、様々な取組を駆使してこれを推進していく必要がある。また、若者の興味を惹きつけ、学習効果を高めるためには、e-Learning、動画等の ICT を活用した教材の提供が効果的である。このため、こうした学びの手法や教材について、消費者庁、文部科学省は、例えば消費者教育のエッセンスが現場の担当教員に端的に分かるような教材など積極的な優良事例の情報提供をしていくとともに、手法の高度化や教材開発に係る調査研究などを含む積極的な支援を行うべきであ

²⁶ 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。

²⁷ 伝統的な教員による一方向的な講義形式の教育とは異なり、学習者の能動的な学習への参加を取り入れた教授・学習法の総称。

る。さらに、地方自治体が設立する消費者教育推進地域協議会の枠組みを積極的に活用し、学校現場と消費生活センターとの積極的な連携を図り、学校現場のニーズと消費生活センターが提供できる教材や出前講座の活用を含む外部人材のマッチング、地元商店街等といった主体も参画し、地域全体を巻き込むような学びの場の創出等を実現していくべきである。

高校生においては、進学や就職等の今後の将来の方向性により、効果的な消費者教育の内容等は異なってくることから、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、さらには高校生自身による中学生・小学生に対しての啓発などを組み入れるなど工夫を凝らしたプログラムについて、学校現場やノウハウを持つ NPO 等と連携した開発が行われるよう、消費者庁及び文部科学省は支援していくべきである。

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。

理由

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った。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付けていく必要があるとともに、キャリア教育²⁸との関係につき整理を行いつつ、連携を推進していく必要がある。

消費者教育においては、学校教育のみならず、家庭教育や地域教育と連携をとった取組が重要である。このような状況の中、児童養護施設等を出て社会生活を営み始めていく子どもたちには、家庭教育に係る消費者教育に関して親の支援等が期待できない面もあることから、消費者庁においては、例えば生活設計や金銭管理などに力点に置いた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。

²⁸ 一人一人の社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度を育てることを通して、キャリア発達を促す教育(中央教育審議会答申「今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について」(平成 23 年 1 月)より)。

(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、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」につき、成年年齢引下げの対応の重要性に鑑み、教員養成課程を有する大学等へその確実な実施を要請すべきである。(P)

理由

消費者教育の担い手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、現行の教育職員免許法施行規則（昭和29年文部省令第26号）において単位取得が必須とされている「教科に関する科目」にて、中学校教員免許では、「家庭経営学」、「被服学」、「食物学」、「住居学」、「保育学」の5分野から構成され、高等学校教員免許では、これらに、「家庭電気・機械及び情報処理」が加わっている。消費者教育に関しては、この中の「家庭経営学」に含まれているとされている。家族関係論を含む幅広い問題を扱う「家庭経営学」においては、養成課程の現場において、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、家庭科教員においては、食物や被服の分野に比して消費生活分野は得意でないとする者が相対的に多いとの調査結果もある²⁹。このため、文部科学省は、成年年齢引下げ対応の重要性に鑑み、現行の「家庭経営学」内において、「消費者教育」につき、その確実な実施を、教員養成課程を有する大学へ要請し、教員養成課程における消費者教育の位置づけを強化すべき

²⁹ 「家庭科及び家庭科教員養成に関する調査-これからのくらしに家政学が果たすべき役割を考えるために-」（日本学術会議健康・生活科学委員会家政学分会平成26年8月）。

である。(P)

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。

理由

公立学校を中心に教育委員会を通じたチャンネルを有する小中高等学校とは異なり、地方自治体には地元大学や専門学校等に対してアプローチするチャンネルがないのが現状である。若者の消費者被害防止のためには、地元の大学・専門学校等と消費生活センターとの間で情報共有の仕組みが円滑に構築できれば、効率的に大学等の実情に応じた出前講座の活用等を含むきめ細かな対応を図ることが可能となる。このため、消費者庁及び文部科学省は、大学・専門学校等教員及び職員に消費者教育・啓発の重要性を認識してもらった上で、地方自治体が設立する消費者教育推進地域協議会の枠組みに大学・専門学校等に参画してもらうよう、大学・専門学校等関係団体等を通じて要請し、大学・専門学校等との連携枠組みの構築を図るべきである。

ウ 学生相談室等を通じた大学・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・SNS など ICT を活用した消費者トラブルに係る被害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、国民生活センターや独立行政法人日本学生支援機構（JASSO）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、大学関係団体と大学当局とが協力して、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。

理由

大学においては、個々の実情により対応は様々ではあるが、在校生

の消費者トラブル防止のために、奨学金や学費、心理的な悩みに関する相談に対応している学生相談室等が中心となって消費者相談や消費者啓発・教育に取り組んでいるところである。

成年年齢が18歳に引き下げられた場合、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から、大学当局は学生に対してメールやSNSなどICTを活用した注意喚起に取り組むとともに、文部科学省は、こうした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、国民生活センターや日本学生支援機構（JASSO）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。

また、学生に対して効果的にアナウンスできる新入生ガイダンスは、消費者啓発・教育に係る絶好の機会である。この際、大学等の協力の下、保護者の出席も得て消費者被害の実情につき実例を交えながら説明することが有効である。消費者庁及び文部科学省は、高大接続の観点から、こうした初年次教育における消費者教育の取組強化を大学当局に対して要請すべきである。また、大学関係団体に関しても、消費者啓発・教育につき大学当局と協力して取り組んでもらえるよう要請をすべきである。

一方、専門学校等での消費者啓発・教育については、その取組の重要性は認識されているものの、大学と比較すると進んでいないと考えられ、早急な強化のため方策につき検討することが必要である。このため、消費者庁及び文部科学省は、まずは、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、今後の対応策を早急に検討すべきである。

エ その他

提案内容

- 消費者庁は、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。(P)

理由

いわゆるマルチ商法の被害に関しては、単に金銭的被害のみならず、被害意識がないまま加害者となり、友人・知人関係を損なうといった社会的被害を大学生等の若者にもたらすとの指摘がある。このため、消費者庁は、被害を重篤化させる「マインドコントロール」の

仕組みとその解消を含む対応策につき、社会心理学や臨床心理学等の知見を得た調査研究を行うべきである。(P)

(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。

理由

法教育・金融経済教育は、生活全般や消費者の視点を通じて消費者教育と重なる部分が多い³⁰。成年年齢引下げに伴い、若者の消費者被害防止のためには、各教育の推進主体である法務省や、金融庁及び金融広報中央委員会との連携が不可欠である。このため、消費者庁は、文部科学省及び法教育・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、消費者教育のための取組を強化すべきである。

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

³⁰ 法教育の内容の一部として、日常生活を支える私法の基本的な考え方を実感として理解し、身に付けることが挙げられる。自立した消費生活を営むためには、消費活動の前提となる身近な法律である私法の基本的な考え方（契約自由の原則、私的自治の原則など）を理解する必要がある。この点で、法教育は、選択し、契約することの理解と考える態度を身に付け、消費者契約の適正化を目指す消費者教育と整合する。

また、金融経済教育の意義・目的は、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）の向上を通じて、国民一人一人が、経済的に自立し、より良い暮らしを送っていくことを可能とするとともに、健全で質の高い金融商品の提供の促進や家計金融資産の有効活用を通じ、公正で持続可能な社会の実現に貢献していくことにある。

これらの金融リテラシーは、自立した消費生活を営む上で、必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素であることから、金融経済教育の内容を消費者教育の内容に盛り込むとともに、金融経済教育と連携した消費者教育を推進することが重要である（消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月閣議決定））。

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。

理由

若者に対する消費生活センターの相談窓口の周知はまだ十分に進んでおらず、消費者トラブルに遭った若者が、相談窓口を知らないために、適切な対応ができないばかりか、不適切な選択を重ねる悪循環に陥る例が多いとの指摘もある³¹。相談窓口の広報に関する取組は各自治体において行われているが、従来の紙媒体を利用した周知啓発は若年層には届きにくいのが実態である。若年成人に対し、より一層の周知を図るためには、若年層に届きやすい媒体を利用した情報発信を積極的に行うべきである。また、高校生が消費者問題に関する取組等を行う際に、地域の消費生活センターが積極的に協力し、消費生活センターを身近なものとするこも、高等学校卒業後に地元で就職し、あるいは地元で進学する若年成人に対する消費生活センターの周知策になり得ると考えられる。

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。

³¹ 古賀教授からのヒアリング（第2回WG）。

- 高等学校、大学、専門学校等において、自校の学生の消費者トラブルにつき校内での情報共有を徹底し、必要に応じて相談窓口につなぐことができる体制を作る。

理由

消費者トラブルに遭った若年成人に対し、相談窓口への相談を促すためには、それを周知するだけでなく、若者が利用しやすいように整備することが不可欠である。地域の消費生活センターにおいて、出張相談の実施などにより若年成人が足を運びやすい相談窓口を拡充するとともに、相談体制においても若年層に届きやすい媒体の利用を積極的に推進すべきである。

また、高等学校、大学、専門学校等においても、自校の学生の消費者トラブルにつき適切に対応するため、教職員等による校内での情報共有を徹底することが望まれる。

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³²」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。

理由

知識や社会経験に乏しい若年成人がトラブルに遭った際に、その相談先を適切に選択するためには、そのトラブルの性質を見極める必要がある。家庭や学校等において適切な相談先につなぐ助言がなされればよいが、親元を離れて一人暮らしをする若年成人³³や学校に通っていない若年成人にとっては、そうした助言を得られる機会は極めて少ないと考えられる。また、トラブルに遭っても、どこからがいわゆる悪質クレームになるのかという判断ができないために相談

³² 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 箇所で開催され、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。

³³ 同志社生活協同組合の五藤専務理事は、親元を離れて大学に通う「自宅外生」の多くはワンルームマンションに住んでおり、いわゆる「下宿生」とは異なり身近に相談相手がいないと指摘する（第 3 回 WG）。

しない若者が多いとの指摘もある³⁴。さらに、知識や社会経験に乏しい若年成人にとって、消費者トラブルに巻き込まれることは、金銭面だけでなく精神的なダメージにもつながりやすく、経済的な解決に向けた支援にとどまらず、心理的なサポートが必要となる場合もある。

支援を必要とする若年成人に適切な支援を行うためには、若者が何でも気軽に相談できるよう、若年成人と顔の見える関係を築くことが重要である³⁵。EU では、2000 年代から各国において若者の課題に対する取組が強化され、思春期から 20 代程度までの若者に関する就労、教育、職業訓練、消費者問題等に関する相談・支援をワンストップで引き受けるセンターが各地に設置された³⁶。こうした取組をモデルとし、我が国においても、消費生活センターが「地域若者サポートステーション」等の若者支援機関と連携することにより、消費者トラブルを含めた若年期におけるあらゆる課題について包括的に対応できるプラットフォームを学校外に設け、トラブルに遭った若年成人が相談先に迷うことなく相談できる環境を整えることが考えられる。

(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。

理由

大学・専門学校等の学生相談室等は、学生にとって、消費生活センターよりも身近な相談窓口と考えられる。大学・専門学校等の学生相

³⁴ 学生団体スマセレからのヒアリング（第7回 WG）。

³⁵ 古賀教授からのヒアリング（第2回 WG）。

³⁶ 宮本副学長からのヒアリング（第2回 WG）。

談室等と消費生活センターとの間で定期的に連絡会議を行い、消費生活センターが有する消費者トラブルにおける最新の手口などの情報が学生相談室等に提供されれば、そうした情報を学生のサポートに活用することができる。また、学生の消費者被害事例においては、例えば、いわゆるマルチ商法による類似のトラブルが特定の鉄道沿線上の大学で増加しているといった事象が見られることがある³⁷。消費生活センターにおいてこうした情報に接した場合、当該沿線上の大学に対して情報を提供することで、当該大学において早期にトラブルの拡大防止に関する対応をとることができる。

なお、消費生活センターからの情報提供は、トラブル防止の実効性や啓発・教育の訴求力確保の観点から、できる限り具体的にされるべきである。

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。

理由

大学における消費者被害に関する情報交換の取組として、関東の私学6大学（明治大学、早稲田大学、慶應義塾大学、法政大学、中央大学及び立教大学）による学生相談連絡会議や同6大学に関西の4大学（関西大学、関西学院大学、同志社大学及び立命館大学）を加えた関東・関西学生問題懇談会等が実施されており、各大学が事例報告と検討を行うなど定期的な情報共有を図っている。また、日本学生支援機構（JASSO）や日本学生相談学会で行われる研修会等の機会にも大学間での情報交換が行われており、こうした情報が各大学において被害対策に役立てられている³⁸。

大学・専門学校等では、その実情に応じ、それぞれ自校の学生のトラブルへの対応を行っていると考えられるが、自校の情報だけではなく、近隣の学校の被害情報や他校で実施している対応策などに関する情報を得ることができれば、より有効な対応が可能になる。そこで、他の大学や専門学校等と連携して連絡会議を定期的を開催するなどして、若年成人の消費者被害に係る情報提供・交換を行うことが

³⁷ 国民生活センターからのヒアリング（第1回WG）。

³⁸ 明治大学からのヒアリング（第3回WG）。

望まれる。

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。

理由

若年消費者に配慮した自主行動基準の制定・遵守等の取組は、各業界において行われている。また、未成年者との契約については、法定の枠組みに加え、各業界の自主行動基準においても特に慎重な姿勢をとっている例がみられる。こうした取組は、契約内容が複雑であるとか、契約期間が長期にわたるとか、高額になりがちであるといった各業界における取引の特徴等を踏まえ、想定し得るトラブルの未然防止のため、必要に応じて各業界が自主的に工夫して実施しているものであり、その内容は業界により様々であるが、基準に違反することで当該業界における事実上の制裁措置が取られる例もあり、一定の効果を期待し得る³⁹。

成年年齢が18歳に引き下げられた場合、現行の自主行動基準によれば、新たに成年となる18歳、19歳の若者は未成年者としての保護の対象から外れることになると思われる。しかし、仮に消費者教育の充実が図られ十分に行われたとしても、成年になって間もない若年成人が社会経験に乏しいことは従来 of 未成年者と変わらないのであり、若年成人を直ちに保護の対象外とすることは、トラブルの増加に直結しかねない。他方、事業者にとっても、若年成人との取引において必要な配慮を行うことは、将来に向けて顧客となるべき若年成人との取引の健全

³⁹ 関係団体からのヒアリング（第5回WG）。

な継続につながる⁴⁰。

事業者からのヒアリングでは、各業界の自主基準等⁴¹として、以下の取組が紹介された。

- ・当該消費者の判断力不足を認識しながら、それに乗じて勧誘活動を行ってはならない(判断力の不足している場合の例として、老人又は未成年者等で判断力が不足している場合等)。
- ・未成年者との契約に際しては、親権者の同席及び同意を必要とする。
- ・成年者・未成年者においてそれぞれ正規雇用者、非正規雇用者、学生等において契約上限金額を定めている。
- ・学生に対して与信額の上限を設けることに加えて、返済能力や借入目的の審査について、申込みの段階で厳密なチェックを実施している。

事業者においては、これらの取組を参考に、各業界における取引の特徴や実態等を踏まえ、未成年者あるいは若年者に配慮した消費者保護の取組を堅持し、更には強化していくことが望まれる。(P)

(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。

理由

業界団体において、業界内で優良経営認証制度等を設け、基準や規格に適合した商品やサービスを消費者に明示する例がある⁴²。こうした制度による認証は、若年成人にとっても安心して商品やサービスを選択するための有用な情報になり得ることから、各業界において、制度の設置やその推進を図ることが考えられる。

イ 若年成人に配慮した顧客対応窓口の強化

⁴⁰ 特定非営利活動法人日本エステティック機構の高橋事務局長は、18、19歳が成年となることで購入意欲が高まる可能性を指摘し、若年成人が20歳になるまで、いわば「初心者マーク」のような形で契約金額に上限を設けることは、社会としても、また事業者としても長く利用してもらうために、必要なのではないかと指摘する(第5回WG)。

⁴¹ 関係団体からのヒアリング(第5回WG)。

⁴² 日本エステティック機構からのヒアリング(第5回WG)。

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。

理由

事業者や業界団体において、独自に消費者相談室を設置し、当該事業に関する消費者等からの苦情相談に応じ、助言、調査、あっせん等を行っている例がある⁴³。こうした取組を若年成人に配慮する形で強化することも考えられる。

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 歳、19 歳の者の保護も想定した形で更に推進する。

理由

事業者や業界団体において行われている従業員の教育・研修等⁴⁴の徹底により、その資質向上を図ることも重要である。

また、消費者に対する教育も各事業者や業界団体において行われているところであるが、成年年齢が 18 歳に引き下げられた場合には、新たに成人になる 18 歳、19 歳の者の保護も想定した消費者教育が更に推進されるべきである。

(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⁴⁵。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。

⁴³ 関係団体からのヒアリング（第 5 回 WG）。

⁴⁴ 例えば、公益社団法人日本訪問販売協会では、販売員の資質の向上を図り、取引の公正・適正化に資するため、訪問販売員を教育・評価し、試験に合格した販売員に登録証を発行する JDSA 教育登録制度を設けている（第 5 回 WG）。また、従業員に対し、若年層には事情の確認なくして高額商品を勧めないよう指導するといった取組例も挙げられている（消費者団体ほか関係団体等との意見交換会）。

⁴⁵ 国民生活センターからのヒアリング（第 1 回 WG）。

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（特に 18 歳、19 歳の成人）に対する貸付に際しては、貸付額に一定の利用限度額を設けることや、借入目的や勤務実態の確認を電話連絡等で実施するなど、返済能力の調査を一層適切に行う取組を推進する。
- 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、若年成人からの個別クレジット契約の申込みに対しては収入源や収入額の確認を電話連絡等で実施するなど、支払可能見込額調査をより一層丁寧に行う取組を推進する。

理由

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のヒアリングにおいて、収入の少ない 20 歳前後の若者に特徴的な消費者トラブルの事例として、高額な契約金額を支払うために貸金やクレジットが利用されていることが多いことが指摘されている。さらに、若者が事業者収入等につき、虚偽の申告をするよう唆され、結果として、返済能力を超える過剰な貸付や信用供与を受けているケースも報告されており⁴⁶、若者の社会経験の未熟さゆえに事業者の指示に従い、事実と異なる収入等を申告することにより被害が拡大するトラブルがみられる。

貸金業法では、貸金業者は年収の 3 分の 1 を超える貸付契約の締結が禁止されているほか（第 13 条の 2）、顧客の返済能力の調査をしなければならないとし（第 13 条第 1 項）、当該顧客に対する当該貸金業者の貸付金額の合算額が 50 万円を超える場合等においては、源泉徴収票その他の当該顧客の資力を明らかにする書面の提出等を受けなければならないとしている（同条第 3 項）。それに加えて、これまでも貸金業を営む事業者の自主的な取組として、借入目的の確認等返済能力の調査が行われている。また、収入の乏しい若者は貸付を受けた場合、返済が困難となる場合もあることから、未成年者に対する貸付は行わず、若年層に対しては、貸付額を低く抑えるといった取組も行われているところである。成年年齢が 18 歳に引き下げられた場

⁴⁶ 国民生活センターからのヒアリング（第 1 回 WG）、東京都消費生活総合センターからのヒアリング（第 6 回 WG）。

合には、新たに成年となる 18 歳、19 歳の者に対しては、勤務実態の確認を電話連絡等で実施するなど返済能力調査を一層適切に行うことや、20 歳以上の者に比して貸付額を低く抑えるなどの取組を一層推進することが望まれる⁴⁷。

また、割賦販売法は、クレジット契約申込者の年収等の情報を基にした支払可能見込額調査を義務づけ、支払可能見込額を超える極度額のクレジットカードの交付及び個別クレジット契約を禁止している（割賦販売法第 30 条の 2、第 30 条の 2 の 2、第 35 条の 3 の 3、第 35 条の 3 の 4）。年収額は自己申告によるものとされており（同法施行規則第 40 条第 2 項、第 72 条第 2 項）、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、支払可能見込額の調査義務が免除されているが（同規則第 43 条第 1 項第 1 号）、包括クレジット業者においては、学生に発行するクレジットカードの極度額の上限を 10 万円程度に設定するといった自主的な取組が行われている。

販売業者が販売契約とクレジット契約を一体的に勧誘する取引形態である個別クレジットでは、特定商取引法で規制する取引（通信販売を除く。）においてクレジット契約を締結しようとする場合、個別クレジット業者は販売業者による不適切な勧誘行為の有無を確認しなければならないとしている（同法第 35 条の 3 の 5）。

また、これらの義務の対象外である店舗等での個別クレジット取引であっても、個別クレジット業者においては、申込者に電話連絡等により申込者の本人確認や申込内容の確認を行っているところ、若年成人からの申込みについては、クレジットカードの極度額に一定の制限を設ける取組や、個別クレジット事業者において直接電話等で若年成人に収入源や収入額についても確認を行うなど、より一層丁寧な支払可能見込額調査を実施する取組の推進が望まれる。

事業者におけるこれらの自主的な取組が奏功しない場合、若年成人に過剰な消費者信用取引を利用させる悪質事業者による消費者被害を防止するため、更なる必要な対策を検討すべきである。

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

⁴⁷ なお、事業活動を行うための借入れについては、若年成人であっても利用限度制限の対象外とすべきであるが、この場合も、連鎖販売取引に関連した借入れについては、被害事例が多いことに鑑み、制限額を超える貸付は行わないことが望ましい。

- 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。

理由

日本貸金業協会においては、相談・紛争解決センターを設置し、多重債務問題、あるいは金融トラブルに対して同センターで資金需要者からの相談や苦情を受け付け、生活再建支援等を実施している⁴⁸。若年成人が消費者被害に遭った場合、収入が少ない場合が多く、また知識や社会経験にも乏しいことから、その被害額の多寡にかかわらず生活に大きなダメージを受け、その回復が困難となることがある。被害に遭った若年成人をこうした事態から救済するため、消費者信用取引にかかる業界団体等において相談窓口等を設置し、トラブルの解決に向けた支援を行うとともに、被害に遭った若年成人の生活再建に向けた支援等も実施するなどの取組を推進することが望まれる。

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

⁴⁸ 日本貸金業協会からのヒアリング（第5回WG）。

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、高校生を巻き込みながら地域の実態に応じたイベントを展開するなどして、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。

(以上)