

成年年齢引下げを見据えた環境整備に関する 関係府省庁連絡会議幹事会（第1回）

第1 日 時 平成30年11月1日（木） 自 午前10時00分
至 午前11時30分

第2 場 所 法務省第1会議室

○**法務省民事局** 定刻になりましたので、ただいまより成年年齢引下げを見据えた環境整備に関する関係府省庁連絡会議幹事会の第1回会議を開催させていただきたいと思っております。

まず幹事会についての役割等につきまして少し御説明させていただきます。この幹事会は、この親会であります関係府省庁連絡会議の下に設置されたもので、関係府省庁の課室長級により構成されているものであり、成年年齢の引下げを見据えた環境整備に関し、実務的な問題について機動力を持って検討しようという趣旨で設置されたものでございます。

その官職の指定というものが幹事会資料1ですが、それに関連しまして一部改正がございます。文部科学省の組織変更に伴いまして官職の名称等が変更したことに伴いまして、平成30年の10月30日付で一部改正がされております。なお、本日の幹事会につきましては、消費者庁から、消費者制度課、消費者教育・地方協力課及び取引対策課からも出席要請があり、座長である私の判断によりこれを認めておりますので、御報告させていただきます。

また、この幹事会ですけれども、先ほど述べたように実務的な問題について検討をするという目的で設置されたものでございますので、これから、そういった目的に適した場として活用してまいりたいというふうに思っておりますが、今日含めてここ数回は、外部から参考人をお招きしてヒアリングをするという形で進めていきたいというふうに思っております。

ヒアリングと申しますのは、成年年齢の引下げを内容とする民法改正法国会質疑におきまして、弁護士や消費者団体、教育関係者等の意見をしっかり聞きながら、環境整備の検討を進めていくようにという御指摘がございましたし、また、参議院における民法改正法の附帯決議におきましても、同様の指摘がされておきまして、こういったものを受けまして、今後の環境整備のあり方について、有識者の先生方からヒアリングを行うということを行ってまいりたいというふうに考えております。

本日は、冒頭御紹介申し上げましたように、弁護士の中村新造参考人、早稲田大学大学院法務研究科教授の後藤巻則参考人、公益社団法人全国消費生活相談員協会専務理事の阿部美雪参考人にお越しをいただいております。どうぞよろしくお願いいたします。

中村参考人、後藤参考人、阿部参考人の順に各自15分くらいずつ御意見を頂戴した上で、意見交換をさせていただければと考えております。

それでは、早速ですけれども中村新造参考人から御意見を頂戴したいと思います。

○**中村新造参考人** おはようございます。

弁護士の中村と申します。よろしくお願いいたします。

資料は、お手元の幹事会資料2というところになりまして、ここに私が本日申し上げたい内容の目次的なものが載っております。その下に添付資料ということで1、2、3と書いてあるものが、それ以降に続くものとなっておりますので、よろしくお願いいたします。

では、早速、意見の中身に入らせていただきたいと思います。

まず、「はじめに」というところですが、日本弁護士連合会は、民法の成年年齢引下げに関しては、これまで一貫して慎重論を唱えてきました。これは、下に紹介してある添付資料1の意見書もそうですし、2016年2月18日付の意見書にもあらわれているところ

です。

また、日本弁護士連合会のみならず、全国の34の弁護士会が慎重論もしくは反対論等を唱えてきておりまして、それにもかかわらず、先般の通常国会で成年年齢が引き下げられたことについては極めて遺憾であります。

このように、日本弁護士連合会を初めとする多くの弁護士会が慎重論もしくは反対論を展開してきた理由は、①そもそも成年年齢を選挙年齢と一致させる必然性はないこと、②成年年齢の引下げによって、若年者の社会参加の時期を早め、社会のさまざまな分野において積極的な役割を果たしてもらうということが、少子高齢化が急速に進む我が国の社会に大きな活力をもたらすという政府の見解は実証性に乏しく、立法事実として説得的と言いがたいこと、③各世論調査やパブリックコメントの結果を見ても、国民の多くが成年年齢の引下げを望んでいるという状況にないこと、④成年年齢の引下げによって、18歳・19歳の若年者が未成年者取消権を喪失することによる消費者被害拡大のおそれ、親権の対象となる年齢引下げによる自立困難な若年者の困窮の増大、高校教育での生徒指導の困難化、養育費支払終期の繰り上げのおそれなど多くの弊害が生じることが懸念されることなどにあります。

これは、2018年6月13日付の日弁連会長声明、これは添付資料3になりますが、そこにも記載をされているところであります。

さて、今般、国会において成年年齢の引下げが決定されたわけですが、日本弁護士連合会を初め多くの団体が慎重論もしくは反対論を唱えていたことについては、今後も重く受けとめていただきたいと思っております。

実際、参議院の法務委員会では、民法改正する法律案に対する附帯決議が付され、その項目は実に10項目にも上っております。それは、これまで述べてきたような懸念を反映し、施行までに克服すべき課題が山積しているということを示したものとと言えます。

以上のような状況を前提に、成年年齢引下げを見据えた環境整備に関する関係府省庁連絡会議の工程表などを参考にしつつ、消費者問題の観点を中心に意見を述べたいと思います。

それでは、2番目の「消費者教育」、(1)関係各機関の連携というところをお話したいと思えます。

今述べました連絡会議の工程表ですが、この工程表には、若年者の消費者教育に関する関係府省庁間の連携の促進を図るために、実践的な消費者教育の実施を効果的に推進するため、若年者への消費者教育に関するアクションプログラムに基づき、関係省庁と連携して各種取り組みを推進する旨記載されています。しかも、2018年度から2020年度までが集中強化月間とされています。

従来、消費者教育に携わる人たちからは、学校教育においては文部科学省の壁、学校現場の壁、学習指導要領の壁があるという声を聞くことができました。実践的な消費者教育をしようとしても、全体の授業時間に限りがある中で、独立の科目ではない消費者教育はなかなか取り入れてもらえないという意味です。

しかし、平成24年に消費者教育推進法が施行され、今後、順次施行される改訂学習指導要領には消費者教育の要素が大きく取り入れられました。そこで、文部科学省は、他省庁とこれまで以上に緊密に連携し、他省庁や関係団体等の意見を積極的に取り入れていく必要があると考えます。

また、文部科学省と各府省庁との連携のみならず、国と地方公共団体、地方公共団体相互の連携を進める必要もあると考えます。この点につきましては、添付資料2に付しました2017年3月17日付「消費者教育の推進に関する意見書」の5, 6, 7項等で記載をさせていただいております。

次に、(2)の小学校、中学校からの消費者教育の実施ですが、連絡会議の工程表には、高等学校等における消費者教育の推進とか、大学等における消費者教育の推進という項目が上げられています。成年年齢に達する前後である高等学校や大学等で、消費者教育を充実させることはもちろん必要だと思います。

しかし、①およそ教育というものは、十分な効果を生じさせるためには時間をかけて行うべきであること、②日常的な消費行動、例えば買う、食べる、捨てるなどといったものは、小学生・中学生にとっても身近なものであるため、教育効果が十分期待できること③消費者市民社会、これは消費者教育推進法2条に定められているものですが、消費者市民社会の一員として自主的な判断及び批判的な思考ができる力を育むためには、成長過程の早い段階における教育が重要であること、④高等学校に消費者教育のカリキュラムを集中させると、時間数不足から知識偏重教育に後戻りしたり他の授業を圧迫したりする問題が懸念されること、⑤高等学校入学以前においても消費者トラブルの温床ともなり得るデジタルコンテンツに興味を持つ若年者は多数いることなどに鑑みれば、高校や大学だけではなく、小学校、中学校から充実した消費者教育を開始するべきです。

なお、全ての国民は消費者教育を受ける権利を有しています。これは、推進法1条にも記載されているものですが、高等学校、大学等の義務教育以上の課程を中心に消費者教育を実施することになると、貧困家庭の子供が消費者教育を受ける機会を喪失してしまう可能性があります。そのため、国及び地方公共団体は、経済状況や環境にかかわらず消費者教育を受ける機会が確保されるよう、総合的な施策を策定し、これを実施すべきですが、そのためには小学校、中学校の義務教育課程において充実した消費者教育を行わなければならないと考えます。これも添付資料2の意見書に記載されております。

(3)の授業時間数ですが、工程表には、実践的な能力を身につける教材「社会への扉」を活用した授業の実施の推進などが上げられていまして、目標として「2020年度には全ての都道府県で全高校で実施」と書いてあります。また、昨今、消費者教育に関するテキストや「社会への扉」に限らず、充実したものが多数発刊されております。しかし、幾らテキストの内容が充実したとしても、それらのテキストを教材として使用するための授業時数が十分に確保されていなければ意味がありません。連絡会議の工程表には、「目標：2020年度には全ての都道府県で全高校で実施」と記載されていますが、例えば「社会への扉」を例にとったとしても、これは12個のQ&Aで構成されたテキストであって、これを1時限で修了することは到底無理な内容となっています。それにもかかわらず、「社会への扉」を使用した授業を仮に1時限でも行えば実施したとカウントするのであれば、消費者教育の効果を上げるための指標にはなり得ません。すなわち、全高校で実施することで満足するのではなく、全高校でどれくらいの時間をかけて、どのような方法で実施したのかまで、具体的に問う必要があります。その上で、国が主導となって十分な授業時間数を確保することに努める必要があります。

(4)の消費者教育コーディネーターについてお話しします。

連絡会議の工程表には、「消費者教育コーディネーターによる育成・配置等による実務経験者の学校教育現場での活用の推進（目標：2020年度には全ての都道府県で消費者教育コーディネーターを配置）」すると記載されています。しかし、これも各都道府県に1名ずつ消費者教育コーディネーターを配置することで足りるということの意味するのであれば、全国でわずか47人の消費者教育コーディネーターを置くことを意味するものにはすぎません。消費者教育の充実とは、それでは到底言えないと考えられます。

実際には、小学校、中学校、高等学校、大学等、全ての学校に対して消費者教育コーディネーターの目が行き届くようにする必要があります。そうすると、少なくとも各市町村に1名ずつの消費者教育コーディネーターが必要なのではないのでしょうか。

この点に関して問題となるのは、地方消費者行政の予算ですが、この点については後で述べます。

（5）教科横断的な消費者教育の必要性についてです。

消費者教育とは、これまでの学校教育カリキュラムで実施されていたものでは十分とは言えないため、大幅に今後充実させる必要があります。また、消費者教育は、消費生活全般にかかわるものでありますので、特定の教科でのみ実施されるのではなく、教科横断的に行われることが望ましいとの考えであります。

消費者教育が取り入れられるのは、主に家庭科、社会科とされています。しかし、およそ消費活動というものは日常生活のあらゆる場面で登場するものであり、これら2つの教科だけでカバーし得るものではありません。消費者教育が育む生活者としての主体的な力は、学習指導要領が教育の柱に据える「生きる力」も重要な内容の一つであることからすれば、さまざまな既存の教科の中に消費者市民社会の視点を盛り込むことで、全体として消費者教育の充実を図るべきであり、そうすることで、各教科の教育自体もより実践的な「生きる力」の育成につながるという相乗効果も期待できます。そのため、これら2つの教科に限定するのではなく、教科横断的な体系的な消費者教育が実践されるよう環境整備する必要があります。

例えば、消費者庁の消費者教育推進のための体系的プログラム研究会が2013年1月に公表した「消費者教育の体系イメージマップ」の活用ガイドには、「今後、学習指導要領等の項目とイメージマップの項目との関係性を示した資料等を別途作成するなどできれば、より実践的な授業展開ができると考えられます。」と記載されていますが、このとおり、学習指導要領の内容や各教科の各単元と消費者教育が具体的にどのように関連づけることができるのかを示す資料を作成することも有益と考えられます。

以上、（4）、（5）についても、消費者教育推進に関する意見書で述べられているものでもあります。

次に、3番「消費者保護施策」についてお話ししたいと思います。

連絡会議の工程表には、「消費者保護施策の検討」という項目が上げられておりまして、これまでの取り組みとして、消費者契約法の一部改正、これは社会生活上の経験不足を不当に利用した勧誘行為に対する取消権の追加、若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会の開催が上げられています。

しかし、2018年度以降の予定としては、「若年者の消費者被害の状況等の把握、これを踏まえた対応」と、抽象的な記載があるにとどまります。

これに対して、参議院法務委員会の附帯決議では、成立後2年以内に必要な措置を構すべきものとして、1つには、いわゆるつけ込み型不当勧誘取消権の創設、これは196回国会における消費者契約法の一部改正では不十分な部分について指摘しているものです。

それと、事業者の情報提供における考慮要素について、年齢、生活状況や財産状況も考慮要素とすること。

3つ目として、特定商取引法の対象となる連鎖販売取引及び訪問販売について、若年者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。

4つ目として、以上3つに掲げるもののほか、若年者の消費者被害を防止し、救済を図るために必要な法整備を行うこと。

5つ目としては、特定商取引法、割賦販売法、貸金業法その他の業法における執行の強化を図ること。

6つ目として、若年者のマルチ商法等による消費者被害の実態に即して必要な措置を講ずることといった、具体的かつ包括的な施策が附帯決議では検討課題として上げられています。

よって、この附帯決議が示したこれらの施策については、法制上にも速やかに取り込み、具体的な検討を進めていく必要があります。特に、未成年者取消権は、取消権の行使が容易であるために、後戻りのための橋としての機能を有していましたが、そのみならず、悪質業者が未成年者への勧誘を控えていたために、防波堤としての機能をも有していました。成年年齢とは、いわば不招請勧誘禁止の機能を果たしてきたとも言えるものであり、これに代替する制度を検討するとすれば、相当強力な保護施策が必要となると考えられます。

4番目の「与信審査」ですが、これも連絡会議の工程表には、「若年者に対する返済能力の調査を一層適切に行う事業者の自主的な取組を推進」と記載されています。また、附帯決議においても、貸金業法その他の業法における若年成人の被害防止を含む消費者保護のための規制につき、所管官庁による違反事業者に対する処分等の執行の強化を図ること。」と記載されています。

これは、若年者に対する与信審査について厳格な運用を求めているものと考えられます。

高等学校を卒業した若年者の就職率が2割程度という我が国の現状においては、若年者の大半が自分の資産で多額の買い物をすることはありません。しかし、金融業者から借り入れすることができることになると話は別です。定期的かつ安定した収入がなく、あくまで学業を本分とする学生が、あえて金融業者から多額の借り入れをしてまで購入すべきものがあるとは考えられません。

よって、就業していない若年者、定職についていない若年者については一アルバイト程度の収入しか得ていない学生を含む定職についていない若者ですが、そのような若者については、原則として借り入れができないような厳しい与信審査のあり方を検討する必要がありますと考えています。お金を持っておらず、借り入れもできない若年者には悪質業者も勧誘をしないでしょうから、与信審査の厳格化は新たな防波堤の機能を有することになる可能性があると考えられます。

5番目の「改正民法の周知活動」ですが、これも工程表には、改正民法の周知活動として、浸透度の調査、若年者との意見交換の実施などが上げられているのみで、それ以上の具体

的な方針は示されていません。しかし、民法の成年年齢が未成年者取消権と親権に関するものであることを正確に理解している国民は、現時点でもなお多くありません。

よって、改正民法について周知する必要がありますが、その際には、成年年齢が引き下げられたという事実を伝えるだけでなく、民法の成年年齢が持つ意味、消費者被害の実態、そして具体的な救済方法、例えばテレホンナンバー188の存在などですね。そういうものについても、あわせて周知することが必要であると考えます。

6番、地方消費者行政の予算についてお話しします。

消費者教育コーディネーターの配置や、地域の実情に応じたテキストの作成、教員の養成、外部講師の活用、消費生活相談窓口の充実など、地方消費者行政における課題は山積しています。これらを実現していくためには予算が必要です。しかし、このような重大な問題について、工程表には具体的に入れてはありません。

地方消費者行政の充実強化については、平成21年以降、地方消費者行政活性化基金や地方消費者行政推進交付金など国の財源を活用することで、全国の地方公共団体に消費生活センターの設置が進むなど、地方消費者行政の前進が図られてきました。

しかし、平成30年度より、地方消費者行政に対する国の財政措置が見直されてしまい、従来の地方消費者行政推進交付金は、地方消費者行政強化交付金の推進事業として再編され、予算額も大幅に縮小され、平成30年度の予算額は24億円程度となっています。しかも、この交付金は、補助率が2分の1となっているために、地方公共団体が申請に二の足を踏んでいるという状況にあります。

このように、民法の成年年齢引下げに対応するために、直ちに地方消費者行政を強化する必要があるにもかかわらず、実際には国による交付金は減少し、しかも半額しか支給されないということになっており、むしろ国の財政支援は弱体化しているという状況にあると言えます。

民法の成年年齢の引下げとは、国の施策による制度変更そのものであり、地方消費者行政強化交付金の制度趣旨にまさに合致するものですので、予算の大幅増額と全額補助を検討していただくべきと考えます。

7番目の「第三者の意見聴取」についてお話しします。

参議院法務委員会の附帯決議において、成年年齢引下げを見据えた環境整備に関する関係府省庁連絡会議のメンバー等において、弁護士、教育関係者、消費生活相談員等を含む第三者の意見を十分に聴取することが決議されています。本日の会議も、この附帯決議に基づくものと考えております。

このように、第三者の意見を聴取することは非常に重要なことですが、断続的に聴取するのではなく、これら第三者をメンバーに加えた上で、政府の審議会を立ち上げるなどして、定期的かつ継続的に第三者の意見を聴取する機会を設けていただく必要があると考えます。

最後、「おわりに」ですが、今回の意見は、時間の関係上、特に重要と考えられるものに限定したものです。かつ、日弁連の意見に主にのっっているものですが、新しい最近出たトピックに関しては、一部私個人の意見も含まれていることを御了承ください。

以上のような次第ですので、日弁連として言いたいことについては、添付いたしました資料1、2、3についても、ぜひ改めて御参照いただければ幸いです。

以上、私からの意見となります。

○法務省民事局 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、後藤参考人から御意見を頂戴したいと思います。

後藤参考人、どうぞよろしく願いいたします。

○後藤巻則参考人 幹事会資料の3を御覧ください。

本日、意見を述べさせていただくテーマは、「消費者法における『個別消費者』重視の動向と『つけ込み型』不当勧誘規制の必要性—消費者契約法における一定の範囲に限定した法制度の立案」というものです。

テーマの設定としてわかりにくいかとも思いますけれども、消費者委員会の消費者契約法専門調査会の審議に参加し、平成28年及び平成30年の改正にかかわった経験を踏まえてお話しさせていただきます。

成年年齢が18歳に引き下げられますと、18歳・19歳の若者が民法の未成年者取消権を失うことから、消費者被害が拡大することが懸念されています。これに対する法的対応として、特定商取引法や割賦販売法、貸金業法といった個々の問題領域ごとの規定の見直しも議論されています。しかし、これと並行して、消費者契約における包括的な民事ルールを定める消費者契約法の見直しも必要です。

内閣府消費者委員会に設置された成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループによる平成29年1月の報告書が、消費者契約法専門調査会に対して、この問題に対する対応を求めたのもそのためです。

ところで、消費者契約法が適用される個々の事案の解決において、当該事案の具体的な事情が考慮されることはもちろんです。しかし、消費者契約法の規律自体は、もともと個々の消費者というより一般的な消費者を予定しており、消費者契約法2条1項が定める「消費者」の定義も、同法の適用範囲の明確化という観点から、個人の属性を捨象した一般的・抽象的消費者を想定しています。

これに対して、近時においては、個別の消費者の属性に着目した対応が要請されています。最近になってとりわけ注目されています適合性原則、すなわち取引、特に投資取引を勧誘する際に、顧客の知識、経験、投資目的、財産状況等に照らして不相当と認められる勧誘を行ってはならないというのもその手法の一つであると考えられますが、個別消費者への対応が今日の重要な課題です。

実際、消費者契約法の適用範囲が消費者契約一般にわたるものであるがゆえに、法制度の立案に際して、一般的消費者を想定することで規律を広く捉えることへの警戒感が生じ、その規律内容が限定的に捉えられ、あるいは規律自体が断念されるということが生じます。しかし、消費者契約法が適用される具体的な消費者が一定の属性を有し、あるいは一定の状況にあるということはむしろ当然のことで、それに向き合う法制度が要請されることも当然なことだと思われま

す。このような観点から、対象となる消費者の範囲を、いわゆる脆弱な消費者、すなわち高齢者、若年者、障害者等の特に配慮を要する消費者など、一定の範囲に限定した法制度の立案といった手法が検討に値すると思われま

す。ところで、消費者法の分野において、このような一定の属性を有する消費者に特化した規律を定める立法の例がないわけではありません。消費者安全法は、平成26年の改正で、高齢者等の消費生活上、特に配慮を要する消費者に関する情報提供を行うことができる旨

を定め、個人情報の第三者への提供を法的に可能とするものとし、地方公共団体が住民の見守り活動を行う環境を整備しました。

消費者契約法も、平成28年改正で、過量な内容の消費者契約の取消し規定を創設し、法文上は明示されていませんが、合理的な判断をすることができない事情を有する消費者に特化した消費者保護を規定しました。

また、平成30年の改正で、消費者の事情を考慮した情報の提供に努める義務を消費者契約法は規定しました。これは、消費者契約法3条1項においては、消費者と事業者の間に存在する構造的な情報の質及び量並びに交渉力の格差に着目し、事業者の消費者に対する一般的な情報提供の努力義務について規定されているところ、その趣旨に照らすと、事業者の消費者に対する情報提供は、個別の消費者の事情についても考慮した上で実質的に行われるべきであるという理解に基づき、このような個別の消費者の事情の考慮については、消費者契約法3条1項の規定からは必ずしも明らかでなかったため、この点を法文上明示したものです。

また、個別の消費者の事情の考慮の程度については、当該消費者契約の目的となるものの性質によって異なり得るため、「当該消費者契約の目的となるものの性質に応じて」という趣旨も、あわせて明記されました。

さらに、消費者が消費者契約の目的となるものについての知識及び経験を欠いている場合には、事業者から情報提供されたとしても、高額商品の購入や役務の提供をしてしまうとといった被害が報告されていることから、「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」ことについても検討されました。

しかし、専門調査会の審議において、「消費者の需要及び資力に適した商品及び役務」かどうかの判断は事業者側からは困難である、あるいは商品及び役務の提供に配慮した結果、提供を行わないとすることは、結果として消費者利益を害する場面があるといった指摘がなされ、現時点ではコンセンサスを得ることが困難として、見送られました。

このように、平成28年及び平成30年の消費者契約法の改正には、消費者の属性の考慮という点で、注目すべき進展があります。しかし、消費者の属性を考慮した上での消費者契約の取消しという点では、課題が残りました。具体的には、いわゆるつけ込み型の不当勧誘規制の問題ですが、この問題については、平成29年の民法（債権関係）の改正における暴利行為準則の審議にさかのぼって考える必要があります。

公序良俗違反の具体化としての暴利行為の明文化は、民法改正において強く要請されたテーマの一つでしたが、法制審議会の審議の結果、見送りとなりました。しかし、日本社会における高齢化の進展等を考えますと、これが極めて重要な立法課題であることは疑いありません。

この意味で、消費者契約法の平成28年改正によって実現した過量な内容の消費者契約の取消し規定は、民法改正において暴利行為準則の採用が見送られたことを受けて、部分的にはありますが、暴利行為準則が果たす役割を消費者契約法に導入したものと見ることができます。

暴利行為についての改正審議につきましては、レジュメの3ページに、改正の審議の過程で公表されました民法改正の中間論点整理と、それから中間試案を掲げてあります。

これを見ますと、中間論点整理では暴利行為の要件として、相手方の窮迫、軽率または無

経験に乗じるという主観的要素と、著しく過当の利益を獲得するという客観的要素を要求するという伝統的な考え方を出発点として、検討すべき論点を指摘していますが、中間試案は暴利行為の主観的要素を、相手方が法律行為をするかどうかを合理的に判断することができない事情があることを利用することと定式化し、相手方の困窮、経験の不足、知識の不足をその例示として挙げており、暴利行為の主観的要素を拡大する方向を示しています。

裁判例についてですけれども、下級審判決を中心に、暴利行為に関する判決も多数あり、説明義務違反が問題となるもの、判断力が低下した状態を利用するもの、抑圧状態を利用するもの、人間関係（恋愛感情等）を利用するもの、適合性原則違反という観点から問題となるものなどに分類することができますが、レジュメの4ページに掲げた2つの判決のように、判断力の低下や勧誘者との関係など、法律行為をするかどうかを合理的に判断することができない事情があることにつけ込んで、相手方の意思決定の自由を奪う点を問題視しています。このことは、暴利行為の判断が契約締結過程の問題に重点を置いてなされることを意味しています。

そこで、消費者契約法が意思表示の瑕疵に基づく取消し規定を定めていることから、暴利行為が問題となる事例を消費者契約法の枠組みで捉えることが適切であるということになります。すなわち、民法改正で見送られた暴利行為準則を消費者契約法で受けとめることは、理論的にも十分な説得力があるものと考えられます。

この点で、消費者契約法の平成28年改正で、過量契約の取消権が導入されたことは重要な成果です。もっとも、専門調査会では、高齢者等、当該契約を締結するか否かを合理的に判断することができない事情がある消費者が、事業者によるその事情を利用して契約を締結させられる場合を暴利行為とは一線を画する法理として捉え、これが過量契約取消権の創設につながりました。

過量契約取消権が暴利行為と一線を画する法理とされた主たる理由は、消費者にとって不必要な契約であれば、暴利行為と言えなくても契約の行為を否定すべきと考えたためであり、消費者契約法4条4項は、当該消費者にとっての通常の分量等についての判断要素を具体化した規定です。

こうして、過量契約取消権が創設されましたが、それによっても救済対象とならない被害事例への対応については、引き続き検討を行うべきものとされました。

これを受けて、専門調査会において合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させる類型のうち、過量な内容の消費者契約の取消しの規定では、対象とならない被害事例を整理して検討した結果、この類型への対応として、大きく分けて2つのアプローチが考えられるとされました。

1つは、事業者が消費者に合理的に判断することができない事情があることを知りながら勧誘した場合を想定するアプローチであり、状況濫用型ということができます。レジュメの5ページでは、モデル①として表示しております。

もう一つは、事業者が本来の目的を隠して接近する、十分に判断する機会を与えない、殊さらに不安をあおる、断り切れない人間関係を構築して濫用するなど不公正な行為を行って、消費者の合理的な判断をすることができない事情を作出または増幅した上で勧誘をしたという点に着目するアプローチであり、状況作出型ということができます。レジュメで

はモデル②として表示しております。

平成30年改正で立案されたのは状況作出型のケースです。これは消費者契約法の困惑類型に着目し、「消費者の不安を煽る告知」という行為類型と、「勧誘目的で新たに構築した人間関係を濫用する」という行為類型を、困惑による取消しを生ずる類型に追加するもので、レジュメの6ページに示したような法改正が実現しました。

そこで、残された状況濫用型への対応をどう考えるかが問題となります。民法の暴利行為準則、そして平成28年改正の過量契約の取消し規定の延長線上で問題を捉えるならば、消費者契約法の平成30年改正においても、状況濫用型に基づく立法化を検討すべきでした。

これに反して、状況作出型について立法されたわけですが、その理由としては、状況作出型のほうが専門調査会でのコンセンサスを得られやすかったという事情があります。専門調査会において、事業者側委員から、成年年齢を18歳に引き下げるのは、18歳であれば合理的な判断ができることを前提としているはずであるのに、消費者契約法で18歳を合理的な判断ができない事情がある者として捉えることは矛盾するという指摘がなされたことを契機として、状況濫用型でコンセンサスを得ることは困難になったように思います。

消費者契約法の構造という点から見ても、誤認類型、困惑類型はもともと状況作出型を念頭に置いており、状況濫用型のように、当初から合理的な判断をすることができない事情があるといった一定の特性を有する消費者を想定して立法するということは、平成28年の過量契約の取消し規定の創設が初めての経験でした。

しかし、既に指摘しましたように、一般的・抽象的な消費者ではなく、一定の特性を有する個別的な消費者、あるいは一定の状況にある消費者を想定するという方向が、消費者契約法の中に芽生えてきています。この方向で、状況濫用型につき消費者契約法の制度設計をすることが、現在の重要な課題であると思います。

そのような規定案として、専門調査会の報告書でも言及していますが、例えば、「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、当該消費者の年齢又は障害による判断力の不足に乗じて、当該消費者の生活に不必要な商品・役務を目的とする契約や当該消費者に過大な不利益をもたらす契約の勧誘を行い、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」といった規定を設けることが考えられます。

これは一案ですけれども、このような方向の規定を消費者契約法に定めるということが必要だと思えます。

もっとも、つけ込み型不当勧誘規制の若年者への適用という観点に絞って考えた場合、消費者契約法に若年者保護規定を導入することへの抵抗感もあります。具体的には、顧客の属性を勘案する個別性のあるルールを消費者契約の一般ルールである消費者契約法に導入することは不適切であるという意見です。

例えば、若年者保護のために、適合性原則に近いルールを創設するとしますと、事業者は顧客の知識や資産状況等についての調査確認義務を課すことにつながり、事業者のコストの問題のみならず、消費者の個人情報の流出の危険性があるといった問題が生じます。しかし、これに対しては、事業者に調査確認を要求したとしても、若年者であれば定型的に判断できます。18歳、19歳、20歳といった年齢を確認すれば、当然あまり財産を持

っていない、あるいは知識・経験・判断力が乏しいことは想定できます。事業者がかけるコストは、年齢を聞くということぐらいなのではないでしょうか。

このように、若年者あるいは高齢者といった顧客の属性に着目したルールであればルール化は可能であり、この意味でも、消費者契約法の中に高齢者、若年者、障害者等のいわゆる脆弱な消費者を対象とした制度を組み込む時期が来ていると考えます。

以上、本日の報告では、若年者と高齢者を特に区別しないで、つけ込み型不当勧誘規制の立案ということを考えてみましたが、他方で、若年者の場合には、親権者の同意の有無によって未成年者取消の可否が決まることから、取消しを認めるかどうかにつきまして、個々の取引について親権者の同意が期待できるかどうかという視点も必要になるかもしれません。

その意味では、高齢者と若年者を分けて法制度を立案するという考えられるところですが、一定の範囲に限定した法制度の立案という観点からは、このような点についても含めて検討する必要があると思います。

以上で終わらせていただきます。

○法務省民事局 後藤参考人、ありがとうございました。

続きまして、阿部参考人から御意見いただきたいと思います。

それでは、阿部参考人、よろしく願いいたします。

○阿部美雪参考人 よろしく願いいたします。

全国消費生活相談員協会の阿部と申します。よろしく願いいたします。

本日は、成年年齢引下げを見据えた環境整備について、私ども全国消費生活相談員協会の取り組みについてお話ししたいと思っております。

幹事会資料4を御覧ください。

2ページ目になります。

まず、私ども全相協と呼ばせていただきますが、全相協の紹介をさせていただきたいと思っております。

1977年に国民生活センターの消費生活相談員養成講座修了者の会ということで発足いたしました。消費者問題の専門家集団として始まりました。

1987年には、「全国消費生活相談員協会」と名前を改め、また、2007年には適格消費者団体になり、2012年には公益社団法人全国消費生活相談員協会となりました。

私どもは全国に7支部ございまして、会員は約2,000名おります。会員の大半は、地方自治体等の消費生活相談窓口勤務する消費生活相談員となっております。事務所は3カ所、本部東京と大阪、札幌にございます。

3ページ目になります。

全相協の主な活動を御紹介させていただきます。

まず、全国の3カ所の事務所で、「週末電話相談」を開設しております。これについては後ほど御説明させていただきます。

また、必要に応じて、全支部で「電話相談110番」を実施しております。毎年時宜にあったテーマを選び実施しております。昨年は、「ブライダル110番」を実施、結婚式場での契約についての相談を多数受けました。

適格消費者団体として、事業者の不当勧誘、不当表示、不当情報等に対して差止請求や改

善要望をしております。また、消費生活相談員のレベルアップのための各種研修講座をやっております。

公益社団法人としての役割をはたすべく消費者問題出前講座を実施しております。行政機関との委託による消費生活相談、啓発活動等も行っております。各省庁、業界団体、事業者等の意見交換、また、各種委員会等において、消費者の声を伝える消費者委員として、多数の会員が活動しています。

4ページになります。

先ほど申し上げました「全相協週末電話相談」であります。2017年は2,578件を数えておりますが、これは週末に多くの行政の相談窓口がお休みのときに、北海道、東京、大阪の3カ所で受け付けております。この2,578件という数字は、地方行政の中核市の毎日相談体制で窓口を開けているところの年間の相談件数に匹敵しております。私もこの相談で、得られた情報をもとに消費者被害の救済であったり、予防であったり、啓発をしているところでございます。

また、全国から寄せられる相談でございますので、これをもとに意見を出していくということは大変重要なことだと考えております。

中央に本の冊子の絵があります「こんな相談ありました!!」というのは、この週末電話相談をもとに主な相談事例をまとめた冊子でございます。これは、各学校からたくさん要望がございまして、発行しますと、すぐなくなるという人気の商品の一つでございます。

5ページになります。

これは、消費者白書のほうからとらせていただきましたが、私どもの相談と同様傾向ということで、これで説明させていただきます。

これは、「若者の商品・サービス別上位相談件数」ということで見ていただきたいと思いますが、黄色く色づけされているところが、いわゆるインターネット関連のものでございます。近年は、この黄色が多いと思いますが、インターネット関連に関する相談が多数あります。これは、若者ももちろんそうですけれども、全世代で同じような状況になっているということです。

先ほども説明がありましたけれども、その中で、SNSで知り合って、必ず儲かると言われて、情報商材等々の勧誘をされ、お金がないので消費者金融に行ったなどという形で、フリーローン、サラ金も上位に上がってきているというのが現状で見えるかと思えます。

6ページです。

「若者のマルチに関する相談」を御紹介したいと思います。

これは、主な販売購入形態別に見た契約当事者年代割合で、マルチのところを見ていただきたいと思うのですが、このマルチというのは若者に特化してしまっていて、20代の相談が30%という形で多くなっております。

注目していただくところは、20歳未満というところが少ないのです。これは、やはり先ほども説明しましたが、防波堤になっている未成年者取消しというところがあるのかと考えております。今後どうなるかで、心配をしているところです。。これに関しましては、キャッチセールスなども同じような状況ではございます。

次、7ページです。

こちらは、週末電話相談室から、相談を受けた中で若者のトラブルの現状のところにおいて、御紹介したいと思って記載いたしました。

6事例挙げましたけれども、全部はご紹介できませんので、若者に非常に多いマルチの事例を紹介いたします。

マルチ商法の場合は、御親族の方、親御さんから相談が入ることが大変多いです。この相談事例も、一人暮らしの娘（20歳、大学生）がマルチ商法にかかわり、クレジットカード払いで浄水器やシャンプー、そういったものを大量に買っている。未成年者の時に、親が保証人になってクレジットカードを持たせていて、それで借金を重ねてマルチに投じている。やめさせたいという相談でございますが、マルチの場合は、本人がやっている最中は、やはりそのマルチの組織に入ると高収入が得られますよ、成功者になれますよという成功者の話を聞かされて、それを信じてやっているというところもあって、なかなかマルチ商法をやめるということが大変難しい相談でもございます。

②番として、これはキャッチセールスになりますが、路上で声をかけられ、モデルのスカウトをされた。お金はかからないと言われていたけど、レッスンを受けるようにと進められ、半年間15万円で契約をした。さらに、その後、もっとステップアップしないかといわれ、36万円かかるが専属モデルにならないかと言われて、払えないと断ると、減額され契約したが払えないという御相談でございます。キャッチセールスでございますので、クーリングオフということもできますけれども、すぐには分からず被害が大きくなっている事例もあります。

これは、キャッチですので、現在は高校生には街で声がかからないのです。ところが、成年年齢引下げにおいて、高校の制服を着ているような若者たちに声がかかるのではないかと危惧し、こういったところの保護政策は非常に重要ではないかと考えている次第でございます。

飛ばしまして、9ページを御覧ください。

「若者の消費者トラブルの特徴」ということを考えてみました。よく言われているところでございますが、「知識」「社会経験」「お金」が乏しいことが特徴で、20歳前後から勧誘されているということが、相談事例で見受けられます。

SNSなどのバーチャルな人間関係を信用しやすい。それから、インターネットを駆使していても、広告や情報の真偽を確かめない。契約に関する知識が乏しい。誰にも相談しない。それから、その場の雰囲気壊さないようにする気持ちが強くて、事業者からの勧誘をきっぱり断ることができない。先ほど申し上げましたが、借金をして支払うというようなことにより、返済できなくなって相談するということが多くあります。

10ページです。消費生活相談の目的と相談対応を少し御説明させていただきたいと思えます。

私どもの相談窓口でも行政の相談窓口でも、この目的と機能は同じだと思いますが、1番目、消費者支援として情報格差、交渉力の格差を是正する。消費者が適切な選択、あるいは自主交渉ができるように助言、情報提供をしております。消費者被害の回復のために、あっせん交渉もしております。より適切な処理ができる機関を紹介することもしております。今後の被害防止のための啓発をするなどです。

未成年者の相談対応といたしましては、未成年者取消権の活用、これは立証が簡易のため、

これで行っていく。悪質業者の抑制とか防止があるということが明らかなこととございます。

成人の契約ですと、やはり法の活用をします。そのため、取引要件や、どのような状況であったかということを検討する。事業者に交渉して、説得を行うため、聴き取る力、説明力、交渉力、説得力、調整力が必要となり、契約解除をしていきます。

最近では、一度支払ってしまった場合、被害回復が困難なケースが多くなってきていて、若者に弁護士の先生に御相談したらどうかということもお伝えします。裁判までは望まないというケースもあります。

11ページの若者の消費者被害の防止、被害回復のために必要な手当てとして、まずは、消費者教育で、教員自身の指導方法、教材の活用方法の習得、消費者教育の実施ができる環境の整備、地域の学校と消費生活センターとの連携、適切な消費者教育コーディネーターの設置、教育現場における外部の専門家の活用の仕組みの整備、消費者庁・文科省・法務省・金融庁との連携、自治体・教育委員会との連携、行政・消費者団体・事業者団体との連携が必要であること。それから、特定商取引法、消費者契約法等のさらなる整備が必要だと考えます。事業者による年齢状況等に応じた配慮が必要なのではないかということです。

ここからは、「全相協の消費者教育の取り組み」を御説明させていただきます。

先ほど申し上げました出前講座になりますが、2001年に内閣府から委託事業として「消費者問題出前講座」が開始し、2014年まで行いました。延べ件数が2万件、延べ受講者数が8万2,000人に達しております。会員は本当に全国津々浦々、諸島まで行くという形で講座を行って、積み上げた数でございます。

今の全相協消費者講座といたしまして、2015年より自主事業として無料の講座を展開してございます。3年間で944件、4万6,000人の受講者がありました。本年度も開催中でございます。

それから、消費者教育コーディネーター講座、それから見守りサポーター講座も、各自治体、消費者団体から多数依頼があり、展開しております。

次のページの消費者啓発、消費者教育等の冊子の作成をしております。

右下の写真は、昨年40周年を迎えまして、私どものつくった冊子を並べて写真を撮ったものでございます。数々のブックレット、これも続いている事業の一つでございます。消費者教育に特化した冊子については、ここに羅列させていただきました。

それから、SNSでの情報発信を今年度からしております。若者はホームページを見ないと出前講座の中で若者から発言がありましたので、それではSNSで情報発信をしていこうということで始めました。

2017年には、消費者教育研究所を設置いたしました。消費者教育の現場に立脚して、地に足の着いた消費者教育を実施していくことを目的に設立をいたしました。成年年齢引下げを見据えて、若年層への消費者教育の強化が必要であるということで、学校との連携等を進めていこうということを目指の一つとしております。

今年度の消費者教育の活動としましては、先ほど申し上げましたように、全体を強化していきます。学校との連携の強化、それから小学校や中学校、障害者の教材を作成し、それを使って、教育現場で使用することを進めています。

国は、全ての高校に「社会への扉」を活用した事業の実施を目標に立てておりますが、全

相協もその後押しをするとともに、地道に学校へのアプローチをしていこうと考えている次第でございます。

次のページでございます。

これは、消費者教育研究所が立ち上がりまして、まずは会員の消費者教育の実態、どのように取り組んでいるかを調べようということで、実態の調査をいたしました。そして、それによって全相協が目指す消費者教育の方向性を明確にしようということです。今年の1月15日から2月20日の間で、499人、25.4%という回収率ですけれども、その中で見えてきたところを、一部ですが、御紹介したいと思っております。

まず、啓発・消費者教育の実施の内容といたしまして、現職409人の意見ということで、「出前講座」の実施はどういうことをしていますかという問いに対して、約90%が「出前講座」ということになっております。

それから、「消費生活講座」というのは、センターが開催する講座という形で位置づけましたが、それは70%程度はおこなっております。

あと、学校や福祉の関連機関との連携はということでは、40%という形で、少ない状況であることがわかりました。

消費生活センターが消費者教育の拠点化について聞いたところ、拠点化と位置づけられているということは90%の人が認識しておりました。「その役割を果たしている」と回答した人は15%で、大分少ないという状況でした。

拠点化に必要なこと(自由記載)ということでは、「教育機関等の関係機関とのさらなる連携の強化するべきである」とか、「消費生活センターの職員・相談員の人員面での充足が必要なのではないか」と書かれておりました。

16ページになります。

「消費者教育コーディネーターについて」では、消費者教育コーディネーターの設置については6.8%と、大変低い状況でございました。

では、その適任者としては誰がいいのかというのは、右側に図を載せましたが、これは現在設置している6.8%の中で上段は現在の担い手で、下段は適任者は誰ですかという問いで、適任者は消費生活相談員は、37.7%ですが、元消費生活相談員というところが53.9%ということで、元消費生活相談員が良いという意見が多くありました。

また、「コーディネーターの設置を進めるための方策」といたしましては、やはり位置づけや役割を明確にすること。コーディネーターの存在や役割を周知させること。コーディネーターの設置を法的に義務化し、都道府県に100%設置する。国が積極的に予算化し、設置を促す。活躍をしている例を挙げ、先進例を情報提供する必要があるということでもございました。

17ページには、「学校における消費者教育の推進」として、学校における消費者教育と消費生活相談員のかかわりについてという記載があります。「もっと積極的に進めたい」というのが34%、「進めていく必要はあるが難しい」というのが59%で、両意見を合計すると、必要性は90%以上が感じているのがわかります。その「難しい」というのは何かということに関しては、取り組んでいる自治体もあるが、多くの自治体において消費者教育への理解がないため、予算、人員等、実施する体制ができていない。相談員が少ないため、交代で研修に出ることも難しい状況で、消費者教育のための時間的余裕がない。

学校・教員間での理解の格差が大きい。これは、前任の先生が熱心な先生で、非常にいい形で連携とれていたが、その先生がいなくなると次につながらないというような状況が意見としてございました。

教育委員会の理解や協力が得られないことなどがあったということです。

「本協会における消費者教育推進のための活動」というところにおきましては、成年年齢引下げに向け、やはり消費者被害の防止を図ることに重点を置いて、中学生・高校生・大学生向けの消費者教育の実施、教員との連携、自治体、教育関係者、教育委員会、学校等に積極的に働きかけを行う。特に、市町村レベルへのアプローチをしていく。国が、高校への展開をしておりますので、市町村レベルのところに働きかけるという考えでございます。

会員が質の高い講座を実施していけるように、教材作成、講座手法の研修を提供する。また、教員向けの消費者教育の講座をする。さらに、新入社員研修、事業者との連携・啓発をしていくなどです。

「消費者教育コーディネーターの育成」に関しては、消費者教育コーディネーターの本来の役割を果たせる人材の育成をしていく。コーディネーターの役割についてのマニュアル等の作成、自治体における消費者教育コーディネーターの設置と位置づけ確保の働きかけをする。そして、消費教育コーディネーター育成講座の全国展開をすることを目標に掲げております。

私ども消費生活相談員協会は、日々の業務から得た実践的知識をもとに、生きた消費者教育を実施することはできると自負しております。今まで培った力を、自治体だけではなく、消費者委員会、学校、関係団体・関係機関に働きかけ、消費生活相談員経験者を活用し、消費者教育研究所を中心に消費者教育を実施していけたらと思っております。

以上でございます。ありがとうございました。

○法務省民事局 阿部参考人、ありがとうございました。

本日は三名の参考人から、さまざまな施策につきまして広範な御意見を頂戴いたしました。法務省民事局から何点かコメントをさせていただきたいと思っております。

中村参考人から、さまざまな施策につきまして御意見を頂戴しまして、まことにありがとうございました。

成年年齢の引下げの是非につきまして、さまざまな御意見があることは承知をいたしておりますけれども、しかし、今後、その環境整備につきましては積極的に取り組んでいかなければならないということについては、政府、各省庁の中でも意見は一致しているところであろうかと思っております。

さまざまな施策につきまして御意見を頂戴いたしました。法務省といたしましては、今後、この法改正の内容等につきまして周知をしていくことが求められています。これにつきまして、中村参考人からも、単に18歳になるということではなくて、成年年齢というものの意義でありますとか、そういったことについても周知をしていくべきだという御意見を頂戴いたしましたので、そういったことを踏まえて、今後の周知活動に取り組んでまいりたいというふうに思っております。

現状を少し御紹介いたしますと、例えば、法務省のホームページに成年年齢の意義や、法

改正の背景などを含め国民の皆様が疑問に思われるであろうこと、さらにはよくお問い合わせがあることをQ&Aなどにまとめ、できるだけわかりやすく解説をする記事を掲載しているところがございますし、また、法務省のホームページだけではなく、政府広報オンライン等にも同様の記事を掲載していただいたところがございます。

また、若い方々御自身から御意見を頂戴しないといけないというような認識もございまして、法務省で行われたイベントに、高校生や大学生を中心とした若い方々にお越しいただきまして、非常に限られた形ではございますけれども、成年年齢の引下げに向けて、あるいは成年になるということに向けて、中学校・高校生の段階からどういうことを準備していかないといけないのかというようなことを、御意見を頂戴する機会を設け、活発な御議論をいただいたところがございます。

また、今後とも引き続き、こういった周知活動に取り組んでまいりたいと思っているところでございます。もちろん、ホームページや、そういった若い方々との意見交換といいましても、なかなか対象が限定されているということがございまして、今のままで十分だという認識があるわけでもございませぬので、今後、施行に向けてさらにそういった回数をふやすとともに、どんな手だてがあるのかということを引き続き検討していきたいというふうに考えているところでございます。

それでは、幹事会の構成員の方から、御意見等があれば、お伺いしたいと思います。いかがでしょうか。

○消費者庁消費者制度課 すみません。消費者庁の消費者制度課です。

後藤先生からは、当課が所管している消費者契約法に関して御提案いただいたと思いますので、当課として、消費者契約法の関係で取り組んでいる現状について御報告をさせていただきたいと思っております。

まず、今回、30年改正をさせていただきますと、その中には、若者の消費者被害を念頭に置いたような改正部分もあるということでありますので、これをしっかり周知いたしまして、阿部先生のお話にもありましたが、消費生活相談の現場で改正法をしっかりと活用していただけるように取り組んでいきたいと思っております。

また、中村先生の御意見にもございましたが、若者の消費被害は非常に多岐にわたっておりまして、消費者契約法だけで全ての被害に対応するという、オールマイティーなものというわけにはなかなかいかないところがありますので、その他の法制度ですとか、あるいは今回の改正以外の既存の消費者契約法の規定、不退去、退去妨害などのもあると思っておりますし、また、消費者教育その他がこちらに、中村先生からの資料にリストアップされているようなさまざまな施策の中で解決されていくものもあるのではないかとこのように思っております。

それから、ここからは後藤先生の研究室へ行ってお話しすればいいような話なのかもしれないですけども、当方においてもいろいろ考えているところでございますが、同じようなことをお考えいただいている方がいらっしゃるということで、非常に心強くなったと思うんですが、今後の課題につきましては、有識者の先生の御意見もよく伺いながら、しっかり伺いながら進めていきたいというふうに考えてございます。

ただ、合理的に判断ができない事情につけ込んでという類型については、昨年、後藤先生にも御参画いただいて実施しておりました専門調査会でもなかなかコンセンサスが得られ

なかったものでございまして、非常に難題であるというふうに考えております。

一番の越えなきゃいけない山は、要件を明確にするということが重要だと。いずれの方向であっても、明確な要件で立案しなきゃいけない部分ではないかと思っております、5ページの図を見せていただきまして、結局、モデル②の方向性を30年改正では指向したということなわけですが、先ほどの明確化という観点から申しますと、事業者の行為を明確化するという方向であったということだったのではないかと思っております。

そういう意味では、今後の検討の中でもどうやってその要件を明確化していくのかということが非常に重要になってくるものではないかと思っております、現状で救われていない消費者被害というものについて類型化をして、その中でどういったことで不当性を明確に表現ができる、法律にかけるようなより明確なものにしていくということが必要だと考えました。

それで、その上で今般提案いただきました一定の脆弱な消費者というものをですね、消費者という部分の対象の部分の部分を明確化していくというような方向性の御提案だったのではないかというふうな理解をさせていただきました。引き続き検討させていただきたいと考えております。何とぞ引き続きよろしく願いいたします。どうもありがとうございました。

○消費者庁消費者教育・地方協力課 本日は、先生方から大変貴重な御意見をいただきまして、ありがとうございます。

中村先生からいただいたところ、大きな話でいえば、引き続き我々としては各省で連携して、しっかりとアクションプログラムを進めていくことが大事だなというふうに思っております。

その中で、ちょっと具体論になりますけれども、高校生も大事だけど、小・中学校も大事というのはそのとおりで思っています。ただ、我々としては、4年後を見据えますと、まずは優先度からいって高校生のところ、大学生のところを重点に置いております。

他方で、先生に御紹介いただきました消費者教育推進会議では、消費者教育の体系イメージマップということで、ライフステージに応じた消費者教育の重要性を踏まえて、我々は推進のための基本方針を5年ごとに定めておまして、この春にも改定をしております。その中で、民法の成年年齢の引下げに関していえば、当然、優先度としては、まず高校生、ということがございますけれども、高校生だけを対象にしているわけではなくて、あらゆるライフステージにおいて消費者教育を充実すること、被害に遭わない、また、自立した行動のできる消費者を育成するというのが大事だというふうに思っております。

また、188の周知というのは、高校生向けも大事ですし、また、一般向けも大事というふうに思っておりますので、引き続き、法務省さんが例えば成年年齢の引下げの広報を打つときには、我々は188のほうもしっかり周知させていただければと思っております。

予算のところですが、1つだけ、ちょっと実務的なところで細かい話で申し訳ないんですが、先生のほうから、消費者行政の推進交付金のところは、必ずしも2分の1ではなかったというお話がありました。ちょっとここミスリーディングなところになるかと思うので、御説明をさせていただくと、昨年度までの推進交付金事業というのは、県及び市町村の消費者行政予算の額の2分の1を国が交付金という形で――消費者庁から出しているわけですが、額で出しまして、事業ごと採択ではございませんでした。なので、事業によっては全く消費者庁のお金を使わずに、地方で100%でやっているものがあれば、もう

全く地方がお金を出さずに、その事業は全部消費者庁から出たお金でやっている、そういうことがあったので、ともすれば100%、要は消費者庁のお金だけでやっていたということからすると、何か新しい今年からの交付金事業というのは事業ごと2分の1っておかしいじゃないかという御意見だと、御要望いただきまして、そこはそういうことではなくて、県及び市町村のところで総額の2分の1になっているので、全て国の事務として100%やっていた事業ではないということだけは、ちょっと我々として補足させていただければと思います。

その上で、強化事業、2分の1で少ないのではないかという御意見をいただきました。これについては、来年度予算要求においてですね、我々としては補助率が2分の1より引き上げることができないかということで、今、財務当局と調整をしているところでございます。

以上、コメントなんですけど、もしお時間が許せばなんですけれども、具体例として、後藤先生にちょっと1個、お知恵をいただければと思っておるんですが、もしお答えいただける範囲であれば、大学1年生の皆さんに対する現在の消費者教育を、大学としてどういうことを今現状やられているかということをお教えいただきたいのと、先生から御覧になって、大学の門をくぐられた1年生に対して、大学としての消費者教育は十分かどうか、もしそれが不十分であるとすると、どのあたりが足りなくて、何を解決するとうまくいくかというあたりを、今後の我々の業務の参考として教えていただければ幸いです。よろしく願いいたします。

○後藤巻則参考人 入学者に対して、入学時のガイダンスの中でビデオを流して、こういう被害に遭わないようにしましょうというようなことは実施していますが、消費生活センターの相談員の方を大学に招いて、新入生の前で、実際にこんな被害に遭わないようにしましょうとか、消費者問題についていろいろな情報を提供するというところまではしていないのではないかと思います。ただ、ほかの大学でやっているところもあると聞いております。

消費者法の授業もあります。3、4年生が登録する科目として、消費者問題についていろいろ知識を得るということはもっと早くから必要ですけれども、消費者法の内容というのが、民法等それなりに勉強が進んでからでないと消化し切れないというところがありまして、3、4年生に配当されている。ですから、そこでいろいろ消費者問題について、授業の中で学生に伝えるということはやっておりますけれども、選択科目であるということもあって、登録者の数がそう多くない。早稲田大学の場合、大体そんな状況です。

○法務省民事局参事官 よろしいでしょうか。どうもありがとうございました。

本日のヒアリングでは、消費者教育等の話もございましたが、文部科学省からもコメント等はございますでしょうか。

○文部科学省総合教育政策局 きょうは、参考人の皆様からいろいろ消費者教育について御意見いただきまして、我々もその中身について真摯に受けとめ、また、施策にも反映していきたいと思っております。消費者庁からも話がありましたように、4省庁でのアクションプログラムに基づきまして、若年者への消費者教育の推進に取り組んでおります。文部科学省としては、小学校、中学校、高校の学習指導要領の中に消費者教育をそれぞれ既に盛り込んでおり、また、先般、改訂をしまして、消費者教育の内容を更に充実したところ。高等学校においては、この充実した内容につきまして、平成31年度の移行期間か

ら、移行措置として加えて指導することとするなど、消費者教育の推進に鋭意取り組んでいるところでございます。

中村参考人からお話しがございました小学校、中学校の段階からとか、あるいは教科・科目にかかわらず、教科横断的という御指摘については、まさにそのとおりだと思っております。文部科学省では平成28年に「いつでもどこでもだれでもできる！消費者教育のヒント&事例集」を作成して、全国に配布しております。例えば小学校第5学年の社会科で、インターネットのデジタルサイトを使って、情報をどのように判断するかという授業例、あるいは中学校の技術・家庭科の家庭分野で、仮に自分が購入した製品が事故を起こしてしまった場合に、企業に対してどのようにクレームをするのか、そのロールプレイングを通じて、消費者としての意見をどのように発信するかということを行う授業例について掲載しております。また、高校では、数学において、数列や漸化式の学習をする中で、いわゆるリボルビング払いの支払い回数を計算し、利子や総額がどうなるかということについて考えるような授業例や、あるいは情報科の中でCMをつくってみようということに取り組み、どのようなことを訴えたいかということ意識しながらその制作を行うことによって、消費者としてCMを見る場合にはどういうことに気をつけなければいけないのかということもあわせて学習できる、というような授業例を掲載しております。

「社会への扉」につきましては、全国展開が図られております。先行的に徳島県において広範に「社会への扉」を使った授業展開が行われておりますが、1単位時間だけで終わりということではなく、様々な授業の中で、「社会への扉」の教材の一部を使ったり、組み合わせたりして授業展開しているというような事例も出ており、そのような先行事例集がまとめられておりますので、その周知も図っていきたく思っております。

いろいろと教えていかなければならないことがたくさんある中で、消費者教育についても大事なものとして一生懸命やっていきたいと思っておりますので、御指摘いただきました外部人材の活用や、あるいはシミュレーション、ロールプレイングなどの活動を通じた教育の質の向上という取組も必要です。それから阿部参考人から御指摘がありました消費生活センターとの連携なども含めて、家庭教育とか社会教育の部分でも取り組んでまいります。また、先生によって理解が違うというところにつきましても、教員養成や研修、免許状更新講習等の中でも消費者教育の視点からの取組を強化していきたく思っております。

○法務省民事局 ありがとうございます。

そのほか、御出席の皆様から御意見等ございますでしょうか。よろしゅうございますでしょうか。

それでは、もう時間も迫っておりますので、本日の会議としては、これで閉会をさせていただきます。

中村参考人、後藤参考人、阿部参考人、本日はお忙しい中御出席ありがとうございました。

政府といたしまして、本日いただいた御意見、真摯に受けとめまして、今後の活動に反映させてまいりたいというふうに思っております。

それでは、次回の会議におきましてはですね、若年者の自立支援施策に的を絞って、ヒアリング及び意見交換をさせていただきたいと思っております。それでは、本日はこれまでとさせていただきます。どうもありがとうございました。

—了—