

第2章

消費や環境に配慮した ライフスタイルの確立

第1節 消費生活と生涯を見通した経済の計画

1. 消費者問題の現状と課題

昭和30年（1955年）から昭和48年（1973年）まで、日本は実質経済成長率が平均約10%にもなる高度経済成長を実現し、家電製品や自動車などの耐久消費財が家庭に普及するなど、製品の大量生産、大量消費を可能とする社会となった。しかし、それは必要以上に大量消費や大量廃棄をもたらし、地球環境問題等の原因ともなっている。また、国際化の進展により衣料、食料、自動車等の輸入品も増え、消費生活においてもグローバル化が進んでいる。さらに、情報化によりインターネット等の通信販売も普及し、販売方法も多様化してきた。クレジットを中心とした支払いも増え、多重債務問題も大きな課題となっている。

このような時代背景のもと、欠陥商品や食の安全・表示、問題商法の横行、契約やネットトラブルに関する消費者問題も多発している。消費者被害の主たる原因は企業が利益を優先するために安全や表示等について十分な対応をしないまま、商品やサービスを市場に売り出すためともいわれている。

日本では、平成16年（2004年）に、消費者基本法が成立し、「消費者の権利」が初めて法律に明記された。また、平成21年（2009年）には、消費者行政の司令塔として消費者庁も設置された。しかし、詐欺まがいの問題のある商法は相変わらず横行している。消費者が消費生活において被る被害を「消費被害」と言い、消費者と事業者との情報力、技術力、組織力、交渉力等の力の格差から発生する問題を「消費者問題」という。消費者問題は経済的な損失だけでなく、身体的な被害にまで及び、しかもその内容は多様である。ここではこれらの消費者問題に主体的に関わり、自立した消費者としてどのように対応すべきかを話し合い、問題解決能力を身に付けさせたい。

(1) 契約者としての消費者

私たちの消費生活は商品やサービスを購入することで成り立っている。商品の購入は全て買う側と売る側の合意により契約を取り交わしている。契約は、成立すると守ることが要求され、それを自覚していないと契約トラブルに遭う原因になる。その基本について、①契約はいつ成立するのか、②契約が成立するとどうなるのか、③契約を解約することはできないのか、④消費者契約法で契約を「取り消す」ことができるのか、⑤未成年者の契約は法的にどのような制約があるのか、⑥頭を冷やして考える期間としての解約「クーリング・オフ」はどのようにできるのかを、具体的な事例や課題を通して身に付けるようにする。

【契約の基本】

法律上の保護のある約束が契約である。当事者が合意した内容に関して法律関係つまり権利と義務が発生するものをいう。民法では金銭を借りる「消費貸借契約」や不動産の賃貸契約の「使用貸借契約」など13の典型契約を規定しているが、契約自由の原則により当事者の自由な発想で有効な契約も創出できるとしている。

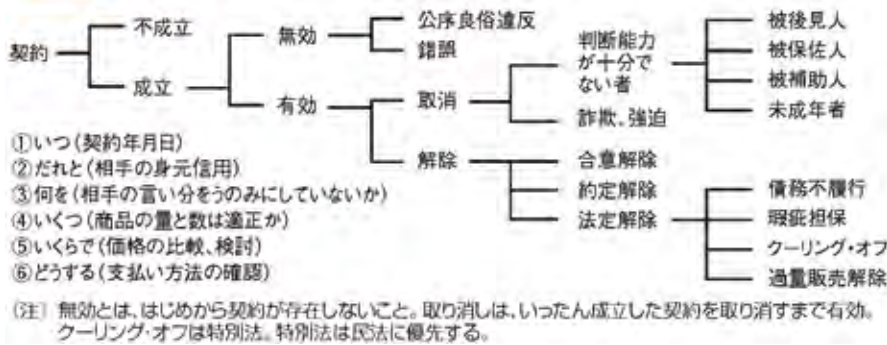
いったん契約が成立すると、一方的に契約を変更、破棄することは許さない。民法では、権利行使や義務の履行は信義誠実の原則に従うべきとされている。

また、契約が守られない時には裁判に訴え、債務内容を確定し「履行」を迫ることも、また国家権力による「強制執行」もできる。

契約の成立要件としては「申し込みと承諾による意思の合致」によって成立するが、その申し込み内容は一致していることが必要である。「契約方式自由の原則」に立ち、民法は意思の合致以外に特段の様式を必要とせず、したがって口約束でも契約は成立するのが原則である。
(法務省 HP を基に作成)

■民法の法的処理の考え方

資料1 契約の体系



(出典) 金融広報中央委員会「これであなたもひとり立ち(指導書)」

資料2 契約の賢い締結のための基礎知識

1. 契約は約束

信用できるか、自分は本当にほしいか、契約内容に納得できるか、十分な情報で検討したか、契約するまでは慎重に考える。

2. イエス、ノーは明確に

3. 契約書はよく読んでからサイン

4. 契約書は契約後にも再確認を

5. 書類などは大切に保管する

6. 変だな、おかしいと思ったらすぐ消費生活センターなどに相談。早いほど、よい解決が得られる

(出典) 金融広報中央委員会「これであなたもひとり立ち(指導書)」

(関連資料)

- ・「これだけは知っておきたい! 消費生活のキホン」(兵庫県 HP)
 (全体) http://web.pref.hyogo.lg.jp/ac10/ac10_000000075.html
 〈<http://web.pref.hyogo.lg.jp/ac10/documents/000172036.pdf>〉
 (消費生活の契約と消費者契約法の内容について、簡潔に分かりやすく説明している。)
- ・「若者向け啓発用テキスト(知っておきたいこれだけは一オトナ社会へのパスポート)」(千葉県 HP)
<http://www.pref.chiba.lg.jp/kenmin/shouhi/shiryuu/kankoubutsu/documents/p01-03-keiyaku.pdf>
 (契約の基本内容等が分かりやすくビジュアルに説明されている。)

(2) 販売方法の多様化

商品を購入するときには店舗に向いて直接商品に触れ、契約すること(店舗販売)が多いが、近年は無店舗販売といわれる訪問販売やインターネット通信販売等が多くなり、新たな契約トラブルが発生している。多様化する販売方法のメリットとデメリットを理解し、賢明な消費生活を送るためには、どのようなことに気を付けたらよいかをロールプレイングなどの体験的手法により体得させる。

1) 訪問販売等の問題商法

無店舗販売の中には訪問販売があり、近年、詐欺的な問題商法が大きな問題になった。このような訪問販売を規制する法律として「特定商取引法」が制定されている。具体的な問題商法について事例研究等を行うことで、「特定商取引法」での規制と救済がどうなされているか、また、無条件解約期間としてのクーリング・オフをするための書面の書き方や方法について実習し、問題商法と救済法の関係等についても理解することが重要である。

■主な問題商法

商法名	主な商品・サービス	主な勧誘方法と特徴
点検商法	工事・建築サービス, 布団類, 浄水器, 床下換気扇	「無料耐震診断をしてあげる」, 「布団のダニの点検に来た」, 「飲み水の点検に来た」, 「床下が湿っているようだ」など, 点検を口実に消費者宅を訪問し, 「早く手を打たないとこのままでは危ない」と不安をあおり商品の販売や工事の契約をする商法。
SF（催眠）商法	家庭用電気治療器具, 布団類, 健康食品, 磁気治療器具	安売りや講習会を名目に人を集め, 日用品や食料品等を無料同然で配るなどして閉め切った会場で雰囲気をも熱狂的に盛り上げ, 消費者の間に「もらわねば損, 買わねば損」というような一種の催眠状態を作り出して冷静な判断を失わせ, 最終的には高額（市価より高額）な商品を消費者に買わせようとする商法。「新製品普及会」という業者が初めて行ったため, その頭文字をとってSF商法と呼ばれる。
次々販売商法	布団類, 工事・建築サービス, エステティックサービス, 株	高額な商品を買わされるなど一度被害に遭った消費者に対し, 業者が次々と商品等を販売する行為を繰り返し, 消費者の被害がどんどん拡大していく商法。
キャッチセールス	エステティックサービス, アクセサリー, 絵画, 外国語教室	駅前や繁華街の路上などで, 消費者に「アンケートに答えてください」, 「モデルになりませんか」というように商品の売買等の目的とは無関係な言葉をかけ, それをきっかけに営業所などに連れ込み, 話をしているうちに商品の売買に話題を移し, 契約をさせる商法。
アポイントメントセールス	複合サービス会員, アクセサリー, 新築分譲マンション	電話・郵便などで「海外旅行の抽選に当たったから手続きに来てください」というような口実で消費者を喫茶店や営業所などに呼び出して契約をさせる商法。
デート商法（恋人商法）	アクセサリー, デジタルコンテンツ, 絵画	異性を電話等で呼び出したり街頭で声をかけたりして接触し, 会話を交わしていく中で, 相手の恋愛感情を巧みに利用して高額な商品等を契約させる商法。最近では, 携帯電話の普及によって, より被害が増加する傾向にある。
資格講座商法（士（さむらい）商法）	「士」の字がつく資格を取得する講座	「受講するだけで資格が取れる」, 「あなたはこの資格の取得義務がある」などと言って, 公的資格や民間資格を取得するための講座を受けるよう勧誘する商法。資格には「士」の字がつくものが多いので, 「士（さむらい）商法」ということもある。近年, 電話で強引な勧誘を行うといったものが増えている。
内職・モニター商法	パソコン内職, ステンドグラス内職, アクセサリー工芸内職	自宅などで簡単な仕事をするだけで高収入が得られるなどと言って, 電話等で勧誘し, その仕事をするのに必要だと言って高額な商品を購入させる商法。結局仕事は提供されず, 商品の代金支払だけが残るといった被害に陥る。
マルチ商法	健康食品, 化粧品類, ファンド型投資商品, 浄水器	販売組織の加盟者が消費者を組織に加入させ, さらにその消費者が別の消費者を組織に加入させることを次々に行うことにより, 組織をピラミッド式に拡大していく商法。
送り付け商法（ネガティブオプション）	書籍・印刷物, 鮮魚（かに）	契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて, 返品または購入しない旨の意思を示さない限り, 購入したものとしてその商品の代金を請求してくる商法。
現物まがい商法	金, ダイヤモンド, ゴルフ会員権	金やダイヤモンド等を業者が売りつけて, さらにそれを預かり, 一定期間後に利子をつけて返す契約または一定の価格で買い取る契約を結びながら, 実際には現物を消費者に引き渡さず, そもそも業者が現物を持っているかどうかすら疑わしいといった商法。

（出典）金融広報中央委員会「これであなたもひとり立ち（指導書）」

（同委員会において消費者庁「ハンドブック消費者2010」より作成）

【課題1-1】

- 下記の資料を参考に、問題商法の具体的な事例を冷静に分析することで、どこに引っかかってしまうのかの「だましのテクニック」について話し合ってみよう。
- 下記の資料を参考に、どのような場合にクーリング・オフできるのか、クーリング・オフ制度について調べてみよう。
- 悪質商法の事業者と契約してしまった場合を想定して、クーリング・オフの書面を具体的に書いてみよう。
- 消費生活センターに行って、若者のトラブルの内容や消費生活センターでの対応を具体的にヒアリングしてみよう。

(参考資料)

- ・「これであなたもひとり立ち（ワーク10「おいしい話にご用心」）」（金融広報中央委員会 HP）
<http://www.shiruporuto.or.jp/teach/yomu/hitori/pdf/hitori10.pdf>
 - ・「これであなたもひとり立ち（ワーク11「悪質商法とたたかう」）」（金融広報中央委員会 HP）
<http://www.shiruporuto.jp/teach/yomu/hitori/pdf/hitori11.pdf>
 - ・「これであなたもひとり立ち（ワーク10「おいしい話にご用心」指導書）」（金融広報中央委員会 HP）
http://www.shiruporuto.jp/teach/school/hitoriedu/pdf/hito_e10.pdf
 - ・「これであなたもひとり立ち（ワーク11「悪質商法とたたかう」指導書）」（金融広報中央委員会 HP）
http://www.shiruporuto.jp/teach/school/hitoriedu/pdf/hito_e11.pdf
- （悪質商法に騙されないための方法を考えさせ、話し合わせる）

2) 特定商取引法と割賦販売法

「特定商取引に関する法律」は、消費者トラブルが生じやすい6つの取引類型（「訪問販売」「通信販売」「電話勧誘販売」「連鎖販売取引」「エステ、英会話契約を規制する特定継続的役務提供」「内職商法を規制する業務提供誘引販売取引」）について、事業者による不公正な行為等を規制するための「氏名や勧誘目的等の明示義務」、「不当な勧誘行為の禁止」、「当該契約に係る重要事項を記載した書面の交付義務」、「広告表示規制」等といった行政規制と「申込みの撤回又は契約の解除（いわゆるクーリング・オフ）」、「契約の解除時の損害賠償額の制限」等のトラブル防止のための民事ルールを定め、消費者取引の公正を確保するための法律である。行政規制に違反した場合には、1年以内の業務停止や指示といった行政処分や罰則の適用を定めている。

（出典：ハンドブック消費者2010より作成）

① 「特定商取引に関する法律及び割賦販売法の一部を改正する法律」平成21年（2009年）12月1日

近年、高齢者等に対し、個別の契約ごとと与信を行う個別クレジットを利用した訪問販売等による被害が深刻化し、中でも、執拗な勧誘を断り切れないうまま、大量の購入契約をしてしまう事例が発生した。また、これらの悪質な勧誘販売行為を助長しているクレジット会社の適正でない与信あるいは過剰な与信の事例が目立っていた。その他、インターネット通信販売などの新しい分野においては、返品を巡ってのトラブルや、不当請求の手段となる迷惑広告メールの問題、クレジットカード情報の漏えいなど、多くの消費者被害が発生していた。

こうした状況に対処するため、「特定商取引に関する法律」及び「割賦販売法」の一部が改正され、平成21年（2009年）12月1日施行された。

●特定商取引法改正の主な内容

ア) 指定商品, 指定役務制の廃止

旧法では訪問販売, 通信販売, 電話勧誘販売で指定制が取られていたため, 被害が広がってきから, 後追いに規制対象に追加することが多かった。そのために今回の改正で指定商品, 指定役務制が廃止され, 原則すべての商品・サービスが規制対象になった。ただし指定権利^(注1)は存続している。また, 金融商品のように他の法律で消費者保護が図られているもの等は適用除外とされる。

イ) 再勧誘の禁止

断っているのに無視して執拗に勧誘する被害が多発したため, 「契約をしないとはっきりと意思表示をした消費者への再勧誘の禁止」が導入された。(電話勧誘では既に導入済み)

ウ) 過量販売解除権

高齢者が大量に同じ商品の購入契約をさせられた被害を受けて, 「通常必要とされる分量もしくは回数・期間を著しく超えて契約した時」には解除できる制度が導入された。事業者が1回の取引で過量販売を行う場合はもちろん, 同一事業者の複数の取引や複数の事業者が通謀して過量販売を行う場合も対象となる。解除できるのは契約した日から1年間に限られる。解除の結果はクーリング・オフと同じである。

エ) 訪問販売協会の自主規制の強化

会員管理の強化として, 特定商取引法違反の会員事業者等に除名や入会拒否の制裁措置を定款で定めさせた。また被害救済措置として, 業界で被害救済基金を創設し, 消費者被害業務に当たる等の規定も決められた。

オ) 通信販売の解除制度の新設

通信販売では返品できるかどうか大きな条件になる。今回の改正で, 返品可否・条件・送料の負担が広告に出ていない場合は, 消費者は商品の引き渡しから8日間は送料消費者負担で, 返品(契約解除)できる。しかし, これは解除権を常に認める趣旨ではなく, 広告に解約返品を制限する表示があればそれが優先する点で, 「クーリング・オフ制度」とは区別が必要である。

カ) 迷惑メールの規制強化

既に規制されていた未承諾の広告メールに関しては, 送信時に「未承諾広告※」の表示をつけることになっていたが, 守られておらず, 消費者が広告の拒否のメールを送るとかえって, 新たな迷惑メールが送られてくる等の被害が多発した。そのような迷惑メール対策の強化として, 消費者があらかじめ承諾・請求をしない限り, 電子メール広告の送信は一切禁止(オプトアウト規制からオプトイン規制に変更^(注2))となった。

注1) 指定権利

- ・保養のための施設又はスポーツ施設を利用する権利
- ・映画, 演劇, 音楽, スポーツ, 写真又は絵画, 彫刻その他の美術工芸品を鑑賞し, 又は観覧する権利
- ・語学の教授を受ける権利

注2) 「オプトアウト規制」から「オプトイン規制」へ

これまでは, 「広告メールを送らないで欲しい」と意思表示した消費者に再度メール送信することを禁止(オプトアウト規制)すると同時に, 消費者の承諾を取らずに送るメール広告には必ず「未承諾広告※」を記載することが義務付けられてきた。しかし, 改正後は電子メール広告を送信する前にあらかじめ消費者の“請求や承諾”を得ることが義務づけられ, こうした請求や承諾を得ていない電子メール広告の送信は原則禁止される(オプトイン規制)。

●割賦販売法の改正の主な内容

割賦販売法は「販売信用」, いわゆるクレジットについて規制する法律で昭和36年(1961年)に制定され, その後数回の改正を経てきた。近年, クレジット取引に関する消費生活センターへの相談件数の約8割, 訪問販売の相談の約4割が割賦販売法の「個品割賦購入あっせん取引」によるもので, 高齢者等に対し, 個別契約

ごとと与信を行う個別クレジットを利用し、商品を購入させてしまう被害が深刻化していた。中でも、執拗な勧誘を断り切れないうまま、次々と契約し、大量の購入契約をさせられてしまう事例や、これらの悪質な勧誘販売行為を助長するクレジット会社の不適正与信あるいは過剰与信の事例が問題となっていた。今回の改正は「信用購入あっせん」（いわゆるクレジット取引）を中心に規制強化された。

ア) 規制の抜け穴の解消

○指定商品・指定役務制が廃止

割賦販売法の対象である「割賦販売」「ローン提携販売」「信用購入あっせん」「前払い式特定取引」の4つの取引形態のうち、いわゆる問題商法を支えている「信用購入あっせん」に関してのみ、指定商品、指定役務が廃止され、不動産を除くすべての商品・役務（サービス）が規制対象となった。指定権利は存続。

イ) 支払期間と回数（割賦要件の拡大）

これまでは2か月以上3回以上の分割払いが対象であったが、改正により2か月以上の1回払い2回払い（ボーナスの1回払い、2回払い）も適用対象に追加した。しかし、いわゆる翌月1回払いのマンスリークリアは従来どおり含まない。

ウ) 問題商法を支えている「個別信用購入あっせん」^(注)への規制強化

個別信用購入あっせん事業者への登録制（開業規制）、行政による監督規定の導入。

個別信用購入あっせん事業者への加盟店管理を強化し、不適切な勧誘があれば与信を禁止。

個別信用購入あっせん契約へのクーリング・オフ制度の導入。

訪問販売等で虚偽勧誘等により販売契約が取り消される場合や過量販売で解除される場合は「個別信用購入あっせん契約」も解約し、個別信用購入あっせん事業者に既払い金の返還請求が可能になった。

エ) 過剰に貸し付ける「過剰与信防止」のための措置

指定信用情報機関を利用した支払い能力調査の義務付け。

消費者の支払い能力（年収の3分の1）を超える過剰な与信の禁止。

オ) 信用情報の保護の強化

クレジットカード情報の保護のための措置の義務付け。

カード番号不正提供・不正取得をした者等を刑事罰の対象に。

カ) 自主規制の強化

クレジット取引の自主規制等を行う団体を認定する制度（認定割賦販売協会）の導入。

(出典)

- ・「特定商取引に関する法律」及び「割賦販売法」の一部を改正する法律について」（経済産業省）
<http://www.no-trouble.go.jp/page?type=gallery&id=1251714214636>
- ・「解決できます 悪質商法のこんなトラブル」（経済産業省）
<http://www.no-trouble.go.jp/page?type=gallery&id=1246625844507>
- ・「知って得する安心ガイド」（経済産業省北海道経済産業局）
http://www.hkd.meti.go.jp/hokih/anshin_guide/anshin_guide.pdf

注) 個別信用購入あっせん

信販会社等が不特定多数の消費者に対し、商品の購入ごとに信用審査を行い、立替払いの可否を判断する。

(3) 問題商法に関するその他の救済法

問題商法で契約してしまった場合の救済方法として、特定商取引法や割賦販売法以外にも、満20歳前は親権者が取り消すことができる「未成年者契約」や「消費者契約法」での「取り消し権」等がある。また、消費者トラブルの専門的な相談機関である消費生活センターに相談したり、少額訴訟等裁判制度を利用したりする手法もある。

1) 未成年者契約での取り消し

民法では満20歳未満の者が契約を行うときは、単独では完全に有効な法律行為をすることができない「制限無能力者」として、法定代理人としての親権者（両親など）の同意を得る必要がある。法定代理人の同意のない契約は、未成年者本人・親権者が取り消すことができる。

契約が取り消されると、商品を受け取っていれば返還しなければならない。すでに商品を使用したり、サービスを受けていたりした場合でも、現状のままで返還すればよく、使用料や対価、損害賠償を支払う義務はない。ただし、未成年者が婚姻届を提出している場合は、成人になったものとみなす。

また、以下の場合は、未成年者の契約の取り消しができない。

- ① 親権者が同意をした取引
- ② 処分を許された財産の処分（小遣い・大学生等への仕送りや学費など）
- ③ 未成年者でも営業を許された取引の契約
- ④ 未成年者が詐術（さじゅつ＝人を欺く手段）を用いたとき（年齢を偽る、両親の同意を受けたふりをする）
- ⑤ 親権者の追認（事後の承諾）があった時
- ⑥ 本人が成人後に追認したとき・成人後に代金を支払った時
- ⑦ 時効（成人になって5年）になった時 等

2) 消費者契約法による救済

① 背景

近年、商品・サービスの多様化により消費者の選択の自由が拡大する反面、消費者と事業者との間にある情報・交渉力の格差を背景に、消費者が事業者との間で締結する契約、いわゆる消費者契約に係るトラブルが増加した。民法は対等な取引相手を想定して、ルールを決めているが、消費者と事業者の間には、情報の量、質、交渉力などに大きな格差があるために、消費者が対等に取引するためには格差を埋める取引ルールが必要である。

そのような背景をもとに、規制緩和時代にふさわしい民法の特別ルールとして、消費者契約法が制定された。消費者契約法では、事業者の不当な勧誘方法によって、消費者が契約内容を「誤認」したり、「困惑」して不本意な契約を結んだ場合、消費者はその契約を「取り消せる」、また、事業者が一方的に作成する約款についても不当な内容は「無効」という新たな民事ルールとして、平成12年（2000年）成立、平成13年（2001年）4月1日から施行された。

また、事業者の不当行為自体を抑制するために、法的に「認定された団体」に事業者の不当な行為を差し止める権利を認めた「消費者団体訴訟制度」を導入するため、消費者契約法の一部を改正し、平成19年（2007年）6月7日から施行された。これにより、消費者契約法に規定する不当な勧誘行為と不当な契約条項を含む契約の締結に対して、内閣総理大臣の認定を受けた「適格消費者団体」が止めさせることができる「差止請求」をすることが可能となった。

さらに、平成20年（2008年）に法改正を行い、平成21年（2009年）4月1日より「景品表示法」に、同年12月1日より「特定商取引法」にも「消費者団体訴訟制度」が導入され、消費者被害の未然防止・拡大防止がより一層図られることとなった。（ハンドブック消費者2010 消費者庁より作成）

② 消費者契約法の概要

ア) 適用範囲

消費者契約（消費者と事業者との間で締結される契約）で、全取引を対象とするが、労働契約については適用しない。

イ) 消費者契約の締結過程に係るトラブルの解決

消費者契約の締結について勧誘するに際し、事業者の以下に掲げる一定の行為により消費者が「誤認」し、又は「困惑」した場合、消費者は契約の申込み又は承諾の意思表示を「取り消す」ことができる。

○「誤認」類型

- ・重要事項について、事実と異なることを告げること。
- ・消費者契約の目的となるものに関し、将来における変動が不確実な事項（将来におけるその価額、将来において消費者が受け取るべき金額など）につき断定的判断を提供すること。
- ・ある重要事項について消費者の利益となる旨を告げ、かつ、消費者の不利益となる事実（告知により事実が存在しないと消費者が通常考えるべきもの）を故意に告げないこと。

○「困惑」類型

- ・消費者が事業者に対し、その住居又はその業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、退去しないこと。
- ・事業者が勧誘をしている場所から消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、消費者を退去させないこと。

ウ) 消費者契約の契約条項に係るトラブルの解決

消費者契約において、以下に掲げる消費者の利益を不当に害することとなる条項等を「無効」としている。

- ・事業者の債務不履行による損害賠償責任を全部免除する条項
- ・事業者の債務不履行による損害賠償責任を一部免除する条項
- ・消費者契約の事業者の債務の履行に際してなされた不法行為による損害賠償責任を全部免除する条項
- ・消費者契約の事業者の債務の履行に際してなされた不法行為による損害賠償責任を一部免除する条項
- ・有償契約の目的物の隠れた瑕疵（請負契約においては仕事の目的物の瑕疵）による損害賠償責任を全部免除する条項。
- ・契約の解除に伴う損害賠償額の予定のうち当該事業者が生ずる平均的な損害の額を超えるもの（当該超える部分）
- ・消費者が支払期日に遅れた場合、未払額に課される金利のうち年14.6%を超えるもの（当該超える部分）
- ・民法等の任意規定よりも、消費者の権利を制限し、又は義務を加重する条項であって、信義則に反して消費者の利益を一方的に害する条項

エ) 事業者・消費者の努力

事業者は契約内容を明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘するに際し、消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。また、消費者は消費者契約の内容について理解するよう努めるものとする。

（出典）「ハンドブック消費者2010」（消費者庁）

■消費者契約法による契約の取消と無効の例

取消	不実告知	契約の目的となるもの（物品、権利など）の内容や取引条件などの重要事項について事実と異なることを告げ、消費者がそれを事実と誤認して契約した場合	無効	損害賠償の責任を事業者が一切とらないとする条項
	断定的判断の提供	契約の目的となるものの将来の価額など、将来の変動が不確実な事項について断定的判断を提供し、消費者がその判断の内容を確実と誤認して契約した場合		お金を払って手に入れたものに、普通気づかない欠陥があった場合、修理や交換も損害賠償もしないとする条項
	不利益事実の不告知	消費者に利益になる旨を告げ、かつ不利益になる事実を故意に告げなかったことにより、消費者が当該事実を存在しないと誤認して契約した場合		消費者に違約金を請求する場合、通常の損害を超える部分
	不退去／退去妨害	消費者が退去を求めたにもかかわらず事業者が退去しなかったときや、本人が退去したい旨の意思を示したにもかかわらず退去できなかったために消費者が困惑し契約した場合		消費者の支払いが遅れたために事業者が損害金を請求する場合、年率14.6%を超える部分

（出典）金融広報中央委員会「これであなたもひとり立ち（指導書）」（同委員会において、同委員会「きみはリッチ？（指導書）」（2012年）、内閣府「消費者契約法活用術」（平成13年）をもとに作成）

■少額訴訟裁判制度

民事訴訟のうち、60万円以下の金銭の支払を求める訴えについて、原則として1回の審理で紛争解決を図る手続である。即時解決を目指すため、証拠書類や証人は、審理の日とその場ですぐに調べることができるものに限られる。法廷では、基本的には、裁判官と共に丸いテーブル（ラウンドテーブル）に着席する形式で、審理が進められる。訴訟の途中で話し合いにより解決することもできる（これを「和解」という）。判決書又は和解の内容が記載された和解調書に基づき、強制執行を申し立てることができるが控訴はできない。

（出典）（裁判所 HP 少額訴訟を基に作成）

（4）地方公共団体の体制／消費生活センター

① 消費生活に関する相談の窓口

ア) 消費生活センター

消費者庁創設に伴い成立した「消費者安全法」により、消費者からの苦情に係る相談やあっせん、情報提供等の事務を行うため、「消費生活センター」が都道府県・市町村により設置されている。都道府県には必置義務、そして、市町村にも設置の努力義務が規定されている。平成21年（2009年）4月1日現在、全国で414の地方公共団体に計501箇所設置されている。

イ) 「消費者ホットライン」0570-064-370

消費者相談に関わる窓口の一元化として「消費者ホットライン」が設けられた。

全国共通の電話番号から身近な「消費生活センター」や「相談窓口」を案内する「消費者ホットライン」を平成22年（2010年）1月12日より全国にて実施し、相談機会の充実を図っている。消費生活相談で困っている方については、一人で悩まずに、まずは「消費者ホットライン」を利用するよう周知している。

ゼロ・ゴー・ナナ・ゼロ 守ろうよ みんなを
0570-064-370

（5）インターネットショッピング、インターネットオークション

① インターネットショッピング

情報化社会になり、家にいながらにして商品を購入できるインターネットを利用した通信販売やオークションが盛んになった。「平成22年度、電子商取引に関する市場調査」（経済産業省）では消費者向け電子商取引

市場規模は7.8兆円（前年度6.7兆円）となり、右肩上がりの成長を遂げている。店舗等のコストがかからず、商品も安く提供でき、事業者も新規参入しやすいことが理由である。しかし、インターネット通信販売はカタログやテレビ等の広告等を見て、商品を購入するもので、商品を目に見られるものではなく、広告の内容が商品の全てである。そのために多くのトラブルが発生している。通信販売やインターネット通販の広告すべき表示については、「特定商取引法」において表示規定が定められている。

（出典）「ハンドブック消費者2010」（消費者庁）

■特定商取引法による通信販売の表示規定

通信販売の広告表示義務

- ・通信販売の契約条件は、「価格」「支払い時期と支払い方法」「引き渡し時期」「返品特約の有無」（返品特約が表示されていなければ、商品到着後8日間は送料負担で返品できる）「事業者の名称」「住所・電話番号」等を明示することが定められている。
- ・「インターネット通信販売」の場合は、それに加えて、「事業者の代表名」、または「通信販売業務の責任者名」の表示も必要とされ、「返品特約」の表示は広告のみならず、「最終申し込み画面」にも表示されることとなっている。
- ・その他「虚偽、誇大広告の禁止（罰則の適用有り）」「前払い式通信販売における遅滞なき承諾通知義務」「迷惑メール規制」「電子商取引のわかりやすい申し込み画面表示義務付け」等がある。

（出典）「ハンドブック消費者2010」（消費者庁）

関連資料 インターネットショッピングのトラブル事例

事例：インターネットでダイエット商品を購入したが、効果がない

インターネットで「体にシートを貼るだけでダイエットができる」と広告されているダイエット商品を購入した。広告を信じて使用したが全く効果がない。誇大表示ではないか。

解説

瘦身効果を初め、商品やサービスの効果や性能に関わる表示をする場合、事業者はその合理的な根拠を用意する必要がある。また、使用者の体験談やアンケートを用いる場合にも客観性が確保されていることが必要である。実際の商品やサービスとかけ離れた誇大な表示がある場合は、消費者の適切な選択が妨げられていることになる。そのため、不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）では消費者をだますような不当な表示を禁止している。消費者庁では、不当景品類及び不当表示防止法違反についての報告を受け付けている。

また、健康食品等で薬事法に基づく承認を得ずに医薬品のような効能、効果を広告する薬事法に抵触する表示・広告については、厚生労働省や都道府県が監視活動を行っている。

（出典）「インターネットトラブル」（国民生活センター HP） <http://www.kokusen.go.jp/> トップページ

② インターネットオークション

最近ではインターネットオークションによるトラブルが多発している。「契約したのに商品が届かない」「ブランド品と思って購入したのに偽物だった」等である。しかし、インターネットオークションは基本的には個人と個人の取引で、「特定商取引法」の通信販売が対象とする消費者と事業者の間での取引には該当せず、通信販売規定の適用を受けない。

しかし、インターネットオークションでは、事業者が個人を装って取引を行うといったトラブルも多く、その対策として、一定の出品量や落札額を超える場合は、「事業者」として考えるとの経済産業省の通達が出ている。

それらを利用する際には、万一の際の連絡が取れるようにショップの連絡先、双方の連絡手段である電話番号

号がきちんと掲載されているかを確認することが重要である。また、イメージが違う等の自己都合でも返品できるかどうかの返品条件を確認することも重要な事項である。

また、「架空請求」や「フィッシング詐欺」などで混乱させて、契約をした覚えがないのに契約成立として脅しめがいの請求をされる事例も多くなっている。事例研究等を通し、契約の基本に戻って、冷静に契約内容を確認する基本を理解し、実践できるようにしたい。

インターネットオークションのトラブル事例

事例①：インターネット上でペニーオークションをしたら、入札に没頭し、手数料ばかりかかってしまった。

豪華な家電製品や金券が、比較的安価で落札できるというインターネット広告を見て参加することにした。1回の入札に75円かかる。商品の価格が1円ずつ上昇する仕組みであったが、入札しても落札できず意地になって、寝る間も惜しんで、入札を2000回も繰り返してしまった。だが、結局落札できず、入札用のコイン15万円分を使ってしまった。支払わなければならないか。

(相談受付：2010年10月 契約当事者：20歳代 男性 給与生活者 岡山県)

解説

インターネット上で、新品の電化製品やブランド品等が非常に格安で出品される、いわゆる“ペニーオークション”に関する相談が最近増加している。一般のインターネットオークションであれば、入札には費用がかからず落札者だけが商品代金を支払うところを、“ペニーオークション”の場合は、落札しなくとも入札するたびに手数料を支払わねばならないという点に大きな特徴がある。全国の消費生活センターには、破格の安さで出品されているのにつられ、このオークションの仕組みを理解せずに利用して数十万円の被害に遭った等の相談が寄せられている。

消費者へのアドバイス

オークションでは、最終的に落札できるのは1人で、それ以外の多くの入札者は商品を得ることができない。なかでもペニーオークションは、落札しなくとも入札するたびに入札手数料が発生し、入札者が多いほど落札できる確率は減り、落札者以外は入札手数料分だけ損をする仕組みである。

このように落札できない場合、高額な手数料のみを支払うリスクがある。また落札しても落札価格と入札手数料を合わせると、場合によっては市場価格をも上回る可能性もある。落札の可否を運に委ねる点も大きいことから、ギャンブル性が高いともいえる。仕組みをよく理解した上で、慎重に利用することが大切である。参加する場合は、冷静な判断力を失わないこと、また、一度“通貨”を購入すると返金されないこと、不審なサイトは利用しないこと、トラブルにあったら消費生活センターに相談することなどを心得ておく必要がある。

(出典) 「インターネットトラブル」(国民生活センター HP) <http://www.kokusen.go.jp/> トップページ

事例②：注意喚起情報：悪質な「有料メール交換サイト」にご注意！

最近では、「出会いの場」を求めたものだけではなく、消費者がSNS^(注1)や懸賞サイト等に登録した後に、「メル友になってほしい」「(芸能人のマネージャーと称する者から)メール交換費用を負担するから、担当している芸能人の悩みを聴いてほしい」といった書込みやメールを受け取ったことをきっかけに、メール交換を行った結果、「お金をあげると言われたのに貰えなかった」、「芸能人だと思ってメール交換していたが、嘘だった」等の苦情が多く寄せられている。相談者は有料のメール交換サイト運営業者に、「サクラ」等を使ってメール交換を続けさせたのではないかと疑って、メール交換費用の返金を求めるが、「サクラ」の証明は困難でありメール交換費用を取り戻すことは難しい。

(注1) Social Networking Service (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) の略。新たな友人関係を広げることを目的に、参加者が互いに友人を紹介し合い、友人の関係、個人の興味・嗜好等を登録していくコミュニティ型のウェブサイト。

解説

国民生活センターは、平成20年（2008年）6月に「出会い系サイト」^(注2)に係る消費者トラブルについて消費者に注意喚起したところであるが、その後も引続き全国の消費生活センターには、出会い系サイトに関する苦情が多く寄せられている。そこで、消費者被害の未然防止の観点から、消費者に注意喚起をした。PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）に寄せられた「有料メール交換サイト」について相談件数は5,663件（平成21年度）であり、年々増加傾向にある。

(注2) インターネットを通じて、見知らぬ異性との交際を希望する情報を多くの人が見られるように掲示し、電子メールなどでお互いに連絡を取り合えるようにするなど「出会いの場」を提供するサイトのこと。このサイトを利用するためには、サイト業者に利用料を支払うことが必要。利用料は、掲示板を見る、メールを送る、メールを読む、画像を見るなど、一つ一つの操作に課金されるシステムでポイント制となっている場合が多い。操作ごとにポイント数が決まっており、ポイントを購入してこれらの操作を行う。

消費者へのアドバイス

- ① インターネットで知り合ったメール交換の相手方を簡単に信用しない。
 - ② サイト業者がサクラを用いている場合は、その証明は困難であり、お金を取り戻すことは難しい。
- (出典) 「インターネットトラブル」(国民生活センター HP) <http://www.kokusen.go.jp/> トップページ

【課題1-2】

- 下の資料を参考に、通信販売のトラブルについて、自分たちが経験したことなどを話し合い、代金の支払いの時期や支払い方法等について考えよう。
- ネットオークションで商品を購入する場合の注意点について、確認しよう。
- 架空請求のからくりについて、ロールプレイングをしてみよう。

(参考) 「知っておきたい契約の基礎 (高校生向け)」(東京都消費生活総合センター HP)

http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/kyoiku/dokuhon/pdf/k_dokuhon_h17_04.pdf
 トップページ

http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/kyoiku_dokuhon/b07.html

(6) 支払方法の多様化（消費者信用）と多重債務問題

商品の購入の支払い方法は現金で支払う方法に加えて、クレジットカード等で後払いする方法もあり、このような契約を「販売信用」という。このほかにローンやキャッシングのように金融機関や消費者金融業者から直接現金を融資される「消費者金融」がある。

以上のように、消費者の信用を担保に、後払いで商品の代金を返済したり、融資を受け借金を返済することを「消費者信用」という。

1) 販売信用（クレジットカードでの購入）

クレジットカード契約とは、販売会社から商品を購入するとき、その代金をクレジット会社が立替え払いして、購入者が後日その代金をクレジット会社に返済する契約である。利用限度額を定めたクレジットカードを発行しておき、購入者はそのカードを提示して商品を購入するという方式（包括クレジット）と、商品購入の度、クレジット申込書を作成する方式（個別クレジット）がある。現在ではクレジットは後払いも可能な、現金にかわる決済システムとして欠かせないものになっている。

クレジットカードのメリットは、①1枚で現金と同じように使える、②海外やネット上での決済もできる、③最長55日間支払いを猶予される等である。

しかし、デメリットとしては、①自分の支払い能力以上に使いすぎる可能性がある、②会費や支払い方法によっては手数料がかかることがある等である。クレジットカードは気軽に使用しがちだが、カードで買い物

するということは消費者がカード会社と立替え払いの契約を結び、全ての支払いが終了するまではカード会社から借金をしていることと同じである。そのメカニズムについてはよく理解することが求められる。

また、一見、手軽で便利なクレジットカードであるが、毎月の支払金額は楽でも負債全体を把握できにくい「リボルビングシステム」等で自分の返済能力を超えて利用しないように、利用代金の支払い明細などをチェックする習慣をつけるなど、クレジットカード利用の留意点を理解させる。

カード発行枚数

平成 23 年（2011 年）3 月末時点の国内におけるクレジットカード発行枚数合計は、前年比▲0.1%の3億2,213 万枚と、マイナスに転じているが、1 人あたり3 枚（成人人口比）程度所有している計算である。また、平成 22 年（2010 年）度のクレジットカードショッピングの信用供与額は、前年の景気後退の反動もあり、利用者が多くなり、前年度比+10.2%となっている

2) リボルビングシステム

クレジットカードの支払い方法には、翌月一括払い、分割払い、リボルビング払いがある。リボルビング払いは簡単にいえば、カードの利用残高に応じて、その月の支払額が決まっているというものである。「定額リボルビング」とは、カードの限度額以内の利用であれば、残高にかかわらず、初めに決めた金額を支払っていけばよいものである。例えば「1 万円コース」としたら、残高が 10 万円あっても今月の支払いは 1 万円と手数料ということになる。「定率リボルビング」では「残高の 5 %」と決めた場合はその月の締め日の利用残高の 5 %が支払い金額となることである。

リボ払いの高い金利と長期の返済期間と低い借金意識

リボルビングは返済方法の負担が少なく楽だといわれるが、毎月の支払額から負債全体を把握することが困難であるために多重債務に陥りやすいとされている。例えば、リボ払いの場合は「毎月の支払い金額は定額」なので、いくら買い物をして月々の返済金額は「固定」である。このため、リボ払いを使っているとお金を使っていることや現在の借入残高はいくらかという感覚や意識が非常に薄くなる。一方、分割払いの場合は、毎月の返済額が大きくなってくると「これは大変、支払えない！」となるが、リボ払いの場合、いくら使っても毎月の返済額はほぼ一定なので危機感がない。しかし、その代わりに「返済期間が延長」することになる。返済期間が延びるということはそれだけカード会社に支払う「金利・手数料負担が増える」ということである。リボ払いの利用者は、長引く不況の影響で増加しており、最初からリボ払い専用になったカードも多く発行されている。メリットもあるが、リボ払いの落とし穴にはくれぐれも用心したい。

アメリカではこうしたリボルビング中毒による「自己破産者」が多く、注意が必要とされている。

【リボルビング中毒を避けるための4カ条】

- (1) 家計簿をつけてリボルビングの利用をチェックする。
- (2) 一括払いとリボルビング払いを併用しない。
- (3) 余裕ができたら、途中で必ずすぐに全額返済する。支払の基本は一括払いだと心得る。
- (4) リボルビングの使い過ぎが怖い人は、最初からリボルビングを利用しない。

(出典) 「知っておきたい契約の基礎（高校生向け）」（東京都消費生活総合センター HP）

http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/kyoiku_dokuhon/b01.html

http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/kyoiku/dokuhon/pdf/k_dokuhon_h17_04.pdf

●定額方式リボルビング払いの返済額をとりあえず1年間分計算してみよう！

条件：平成24年8月に10万円のショッピング 毎月5000円コース 年利15% 小数点切り捨て

お支払い回数	お支払い年月	お支払い額	お支払い元金	手数料/利息	元本残額
1	平成24年10月	5,000			
2	平成24年11月	5,000			
3	平成24年12月	5,000			
4	平成25年1月	5,000			
5	平成25年2月	5,000			
6	平成25年3月	5,000			
7	平成25年4月	5,000			
8	平成25年5月	5,000			
9	平成25年6月	5,000			
10	平成25年7月	5,000			
11	平成25年8月	5,000			
12	平成25年9月	5,000			
13	平成25年10月	5,000			
14	平成25年11月	5,000			
15	平成25年12月	5,000			
16	平成26年1月	5,000			
17	平成26年2月	5,000			
18	平成26年3月	5,000			
19	平成26年4月	5,000			
20	平成26年5月	5,000			
21	平成26年6月	5,000			
22	平成26年7月	5,000			
23	平成26年8月	5,000			
24	平成26年9月	782			

●リボルビング払いの解答

利用金額条件：10万円

手数料・利息（実質年率）15% 小数点切り捨て

支払内容：リボルビング・定額 毎月支払額：5000円

支払い回数：24回

支払総額：115,782円

お支払い回数	お支払い年月	お支払い額	お支払い元金	手数料/利息	元本残額
1	平成24年10月	5,000	3,750	1,250	96,250
2	平成24年11月	5,000	3,797	1,203	92,453
3	平成24年12月	5,000	3,845	1,155	88,608
4	平成25年1月	5,000	3,893	1,107	84,715
5	平成25年2月	5,000	3,942	1,058	80,773
6	平成25年3月	5,000	3,991	1,009	76,782

7	平成 25 年 4 月	5,000	4,041	959	72,741
8	平成 25 年 5 月	5,000	4,091	909	68,650
9	平成 25 年 6 月	5,000	4,142	858	64,508
10	平成 25 年 7 月	5,000	4,194	806	60,314
11	平成 25 年 8 月	5,000	4,247	753	56,067
12	平成 25 年 9 月	5,000	4,300	700	51,767
13	平成 25 年 10 月	5,000	4,353	647	47,414
14	平成 25 年 11 月	5,000	4,408	592	43,006
15	平成 25 年 12 月	5,000	4,463	537	38,543
16	平成 26 年 1 月	5,000	4,519	481	34,024
17	平成 26 年 2 月	5,000	4,575	425	29,449
18	平成 26 年 3 月	5,000	4,632	368	24,817
19	平成 26 年 4 月	5,000	4,690	310	20,127
20	平成 26 年 5 月	5,000	4,749	251	15,378
21	平成 26 年 6 月	5,000	4,808	192	10,570
22	平成 26 年 7 月	5,000	4,868	132	5,702
23	平成 26 年 8 月	5,000	4,929	71	773
24	平成 26 年 9 月	782	773	9	0

※ 10 万円をリボ払いで 5000 円ずつ分割払いすると、2 年間で利子が 15,782 円となる。

■各種返済方法のメリット・デメリット

返済方式		メリット	デメリット
一括返済		クレジットカード（ローンやキャッシングを除く）の場合には、原則として利息がかからない。	1 回で全額返済しなければならないため、1 回あたりの返済負担が大きい。
分割返済	元金均等返済	元利均等返済よりも返済総額が少なくなる。	毎月の返済額は初回が一番多くなるため、当初の返済負担が大きい。
	元利均等返済	毎月の返済額が均等なので返済計画を立てやすい。	当初は元金の返済が少ないため、元金均等返済よりも返済総額が多くなる。
リボルビング返済		追加で借りても原則として毎月の返済額が一定で、返済計画を立てやすい。また余裕のあるときには多めに返済するなどの自由がきく。	追加で借りても原則として返済額が変わらないということは、それだけ返済回数が増えていくということで、返済がいつ終わるのかわかりにくい。
自由返済		完全に自分のペースで返済できる。	しっかりとした計画をもって返済していかないと、借入残高が膨らんでしまう。

出典：金融広報中央委員会「これであなたもひとり立ち（指導書）」（同委員会において、全国銀行協会「これからの暮らしに役立つローン&クレジットの ABC」（平成 22 年 12 月）より作成）

【課題 1 - 3】

- 上の資料を使って、クレジットの返済方式について、そのメリットとデメリットを理解し、それぞれの特徴を話し合っ、確認してみよう。

3) 消費者金融と多重債務

消費者金融からの安易な借り入れによる多重債務の増加が問題になっている。消費者金融の「金利は高い」が、「担保も無く安易に貸す」という「過剰与信」により、無計画に借りてしまいがちである。その結果、自分の収入の範囲では返せなくなり、多重債務に陥るということが増加している。

これまでの金利の法律では、利息に関する一般法である「利息制限法」の金利（上限20%）と金銭の貸付を業とする場合、刑事罰の対象となる上限金利を定めた「出資法」の金利（29.2%）が決められていたが、その差の部分は「グレーゾーン」と呼ばれ、消費者金融の規制法である「貸金業規制法」では、当事者が了承すれば認められる「みなし弁済規定」の金利となっていた。

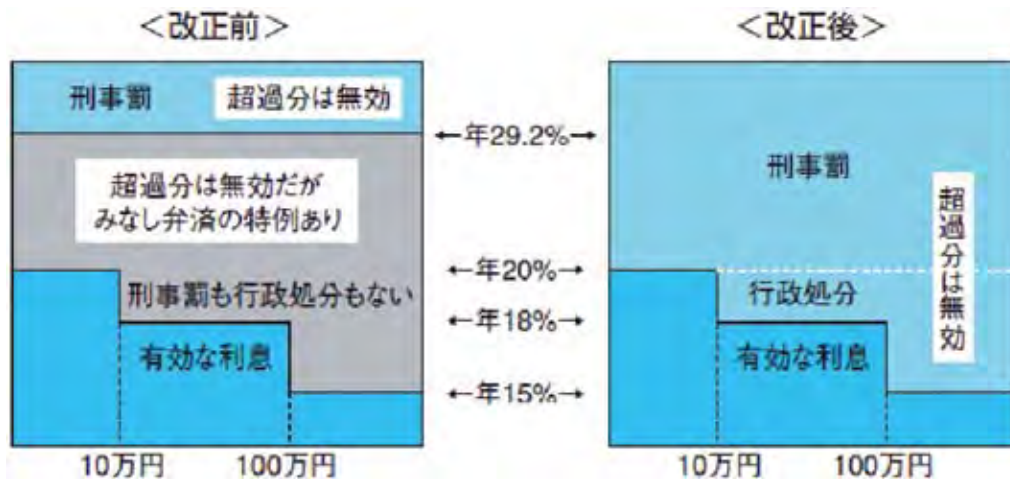
しかし、多重債務者の増加により、高金利の原因ともなっている「グレーゾーン金利」に対する社会的批判が増大した。そして、「グレーゾーン」に関しての厳格な判断を下した、平成18年1月の最高裁判決により、平成18年12月に貸金業規制法は改正され、平成22年6月に完全施行された。

この改正により「利息制限法」の金利の最高限度を上回った金利は無効となった。その後、支払い過ぎた金利の返還請求をする「過払い請求」が多発し、貸金業界も再編淘汰時代を迎えることとなった。金利と関係法を理解し、健全な経済生活を営むことができるようにしたい。（金融庁HPより作成）

【貸金業規制法の主な改正内容】

- ・ グレーゾーン金利が撤廃され、貸金業の金利も利息制限法の金利15%~20%の金利に統一される。
- ・ 同時に貸金業者は登録制となり、登録要件の厳格化（法人の場合の純資産は500万円→5000万円以上）に引き上げられた。
- ・ 年収の3分の1を上回る過剰貸し付けも禁止された。そのための指定情報機関制度の整備。
- ・ 行為規制の強化。日中の執拗な取り立ては禁止などの取り立て規制の強化や金利負担総額の分かりやすい書面の交付が義務化された。
- ・ 法律名称も「貸金業法」となった。

■グレーゾーン金利の廃止



（出典）金融広報中央委員会「きみはリッチ？」をもとに作成

（関連サイト）

- ・ 「多重債務に陥らないために！」（金融広報中央委員会HP）
<http://www.shiruporuto.jp/finance/trouble/saimu/saimu001.html>
- ・ 金融広報中央委員会「きみはリッチ？」
<http://www.shiruporuto.jp/teach/yomu/rich/index.html>

・「貸金業法」(日本貸金業協会 HP)

<http://www.0570-051-051.jp/contents/outline/1-1.html>

(貸金業法が分かりやすくまとめられている)

【課題 1 - 4】

- 以下の資料を使って、消費者金融から、100万円を借りた場合、利息が29.2%と20%と15%の時では、5年間でどれだけの差になるか計算してみよう。

解答：利息 29.2% 360万円，利息 20% 249万円，利息 15% 201万円

(参考)

- ・金融広報中央委員会「きみはリッチ？(指導書)」

<http://www.shiruporuto.jp/teach/school/ricedu/index.html>

- ・「お金についてもっと話そ！」(VISA & NACS)

http://www.visa-asia.com/ap/jp/cardholders/society/includes/uploads/Text_No4.pdf

- 多重債務にならないためにはどうしたらいいかを話し合ってみよう。

(7) インターネット時代のトラブル

急速な情報化により、インターネットや携帯電話からオンラインショッピングやインターネットバンキングを利用する電子商取引時代となった。一方、インターネット上での個人情報の流失や誹謗・中傷、迷惑メール、使用していないのに請求される架空請求等のトラブルも多くなった。インターネット上での様々な情報への適切な判断力と活用法、また、自らも正しい情報を発信し、情報社会の一員となれる情報リテラシーを身に付けることが必要である。

① 携帯電話の契約の増加

情報化の進展に伴い、現在、日本では、約4人に3人が携帯電話を持っている。アメリカは2人に1人、ヨーロッパは3人に1人である。その意味では日本は携帯大国といえることができる。携帯電話の家計支出の割合は3.66% (2009年)と年々増加している。(出典：平成22年(2010年)版情報通信白書)

このように生活の中の必需品ともなりつつある携帯電話の契約の仕組みは、大きくは3つの契約からなっている。まずは、携帯電話を購入するという「携帯電話の売買契約」、メールや電話通信の利用という「通信サービス契約」、ゲームの利用、ウェブサイトの情報提供を受けるという「情報提供サービス契約」である。このような携帯料金の基本体系を知って、便利だからと使いすぎることなく、適正で計画的に使用できるように対応力を養いたい。また、携帯電話を通じての不当請求等のトラブル等の防止策も考えておきたい。

② インターネット社会の罠(出会い系サイトだけではなく 子どもの犯罪被害)

出会い系サイトの性犯罪が大きな問題となり、平成15年(2003年)に出会い系サイト規制法(インターネット異性紹介事業を利用して児童を誘引する行為の規制等に関する法律)が制定され、平成20年(2008年)の改正により規制が強化された。そのため、フィルタリングの対象になる出会い系サイトに関係した犯罪被害が減少する一方で、フィルタリングの対象にならない携帯電話の自己紹介サイトの「プロフ」やゲームサイト等の出会い系サイト以外での犯罪被害が多発している。業界団体から「健全認定」を受けたサイトを使い、利用者が巧妙な手口で出会いの場所を作っている場合もある。このようにトラブルの場所が次第に移動しつつあり、

被害児童生徒が低年齢化（18歳未満）している問題も指摘されている。

このような中、平成21年4月1日、「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」が施行され、保護者は、その保護する青少年のインターネット利用を適切に管理する責務が課せられている。また、保護者は、携帯電話やインターネットがもたらす危険性について十分理解し、子どもと十分話し合った上で携帯電話を持たせるとともに、子どもが有害情報の悪影響を受けないように、フィルタリングソフトやサービスなどの活用を呼び掛けている。

今までは、出会い系サイトによる被害が問題となっていたが、平成20年度の警察庁の統計によると、出会い系サイト以外のサイトに関係した児童生徒（18歳未満）の犯罪被害（792人）が出会い系サイトに関係した児童生徒の犯罪被害（724人）を上回った。携帯電話・インターネットで知り合った相手と実際に会ったことで、児童生徒が性犯罪や誘拐等の事件に巻き込まれたり、携帯電話・インターネットによるいじめが起こったりすることも問題となっている。

「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」

◎保護者として、しなければならないこと（第6条、第17条2項）

- ・子どもがインターネット上の有害情報の悪影響を受けないように、フィルタリングソフトやサービスなどの活用を検討する。
- ・18歳未満の子どものために携帯電話やPHS端末を購入、使用させる場合は、保護者がその旨を事業者申し出る義務がある。
- ・インターネット利用に関する判断基準は子どもの成長に伴って変わっていくため、保護者はインターネット上には有害情報が氾濫していることを認識した上で、子どものインターネット利用のルールを決めて、しっかり見守ることが大切である。

（参考）

- ・「共生社会政策 インターネット利用環境整備」
<http://www8.cao.go.jp/youth/youth-harm/>

③ インターネット社会に必要な3つの力

インターネット社会に必要な3つの力として、①判断力（インターネット情報の正否、危険性の有無等を見極める）、②自制力（興味本位や好奇心等で行ったことが思わぬ犯罪やトラブルになることがあるため自らの欲求を自制する）、③責任力（インターネット社会は自己責任が原則、自分の行動について自分で責任がとれるという自覚）があげられる。加えて、「想像力」（自分の行った行為がどのような結果を生じさせるのかを十分に想像できる力）等も必要と言われている。これらの能力をどのように身に付けていったらよいのかを、事例研究やグループ協議等により、生徒に主体的に考えさせたい。

（参考）

- ・「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」（内閣府）
- ・青少年の安心なインターネット利用環境整備に向けた施策の推進ホームページ（内閣府）
「インターネット利用環境整備」
<http://www8.cao.go.jp/youth/youth-harm/>

【課題1-5】

- 下の資料等を参考に、インターネット上であったトラブルについて、インターネットサイトの情報等を使用し、具体的な体験や資料等に基づいて話し合ってみよう
- 自分たちの周辺にあるインターネット上の問題について、話し合い、それらの対応について検討してみよう

(参考資料)

- ・「かながわモード」(神奈川県教育委員会 HP)
(モバイルサイト) <http://www.pref.kanagawa.jp/mbl/fl00021/>
(携帯電話の安全・安心な使い方、相談先などについて掲載している。)
- ・『「インターネットの危ない世界」を体験しよう』(神奈川県 HP)
<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f370216/p415459.html>
(インターネットショッピング・インターネットオークション、インターネットの匿名性の世界、個人情報の危険性、電子掲示板の学校裏サイト等の情報を掲載している。)
- ・「知っておきたい契約の基礎 (高校生向け)」(東京都消費生活総合センター HP)
http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/kyoiku/dokuhon/pdf/k_dokuhon_h17_02.pdf
(不当請求の手口について具体的な紹介例がある。)

[参考]

これは違法なので気を付けよう！

著作権の侵害

アイドル歌手のホームページからダウンロードした写真や音声、テレビからパソコンに保存した映像、音声などを自分のホームページに無断で載せたりすると、歌手やテレビ局が持つ権利を侵害することになる。こうした権利のことを「著作権」という。これは音楽や文章、絵等でも同様である。著作権は、小説、音楽、絵画、映画、コンピュータプログラムなどの著作物を最初に創作した人に与えられる。他人が制作したもの(著作権)を無断で利用すること(2次利用)は著作権の侵害となる。なお、平成24年10月から著作権法が変わり、販売または有料配信されている音楽や映像の「違法ダウンロード」は刑罰の対象となった。

- ・違法なインターネット配信から、販売または有料配信されている音楽や映像を、自らその事実を知りながら、著作権者に無断でダウンロードするような「違法ダウンロード」(録音・録画)が、新たに刑罰の対象となる。
- ・違法ダウンロードは、音楽や映像などを創作した人などの正当に得るべき利益を損ない、新しい作品の創作などを妨げ、ひいては文化の発展に悪い影響を与える。
- ・音楽や映像を違法にダウンロードしないようにするためには、「エルマーク」がついているサイトなどの正規の配信サイトを利用する。
- ・また、個人的に利用する目的であっても、コピー防止機能がついているDVDを自分のパソコンなどに取り込む行為(リップング)は、新たに違法となり、また、このようなコピー防止機能を解除するプログラムなどを作成や譲渡などした場合が刑罰の対象となる。

政府広報オンライン <http://www.gov-online.go.jp/useful/article/200908/2.html>

プライバシーの侵害

自分のブログやHPに友人の個人情報を無断で公開すると友人のプライバシーを侵害することになる。悪意のある人に利用されて友人の身に危険が及ばないとも限らない。自分の個人情報だけでなく、他人の情報をインターネット上に安易に書き込むことは絶対にしてはいけない。

名誉の棄損

喧嘩した腹いせに、インターネットのチャットのサイトで友達を実名で標榜したりすることは、刑事上の名誉棄損に当たる危険がある。また、最近では名前を明かさずに書けることをいいことに、会ったこともない他人を言葉でおとしめるサイトがあるが、名誉棄損に当たる可能性が大きい。犯罪以前に、人間としてしてはいけない行為であるという意識をもつことが重要である。

個人情報の売買

私たちは日頃から、ネットショッピングや特定のサイトへの入会申し込み、懸賞の応募などでネット上に自分の個人情報を細かく書き込んでいる。こうした個人情報は必要としている業者に高い値段で売れることなどから、無断で取引されている可能性がある。アンケート等に回答することには危険がともなっているということを認識する必要がある。基本的には信用できる業者のサイト以外には、個人情報は書きこまないようにする。もし自分の情報が無断で流失しているのを確認したら、サイトの管理者に連絡して削除する。

(出典)「知っておきたい契約の基礎(高校生向け)」(東京都消費生活総合センターHP)

<http://www.shouhiseikatu.metro.jp/manabitai/kyoiku/dokuhon/b01.html> トップページ

(8) 製品安全のトラブル

暮らしを便利で快適なものにする製品やサービス。これらは法律や規格等により安全が確保されている。しかし、日常的に使われている食品やモノでも使い方を誤れば、健康を害したり、怪我をしたりなど、不測の事態を招くことがある。このようにどんなものにも「リスク」が存在することを理解した上で、製品やサービスを適正に使うことが必要である。

さらにどうしたら製品事故を回避できるか、安全な使用のために何をすべきかについて、具体的に話し合い、認識することが必要である。また、若者の生活周辺のリスクを考えると同時に、高齢者や子どもについての事故や危険性についても検討したい。それにより、高齢者や障害者、子ども等の安全性にも目を向け、「バリアフリー」や、「使いやすさ」等の感覚を身に付け、世代間や弱者についての安全特性を総合的に理解し、相互に話し合い、学習に結び付けるようにしたい。同時に、危害から消費者を守る法律やマークについても学習し、表示や救済方法についても目を向け、自ら危害情報を収集し、安全を確保する意識と技術を身に付け、自立する消費者としての視点と行動ができるようにする。

① 生活の中で起こる危険や事故**ア 火を使わないのに出火**

電磁調理器でてんぷら油を調理中、しばらく目を離れたすきに火災が発生し、消火の際に火傷を負った。

原因: 天ぷらを調理中、その場を離れていた。また、取扱説明書では禁止事項として規制されている「少ない油量」で、専用鍋も使用していなかった。

解説: 火を使わない電磁調理器でも天ぷら油火災が起こっている。揚げ物をする時には油の量に注意し、付属の鍋等底が平らなものを使おう。油の量が少ない場合やなべ底に反りがあると温度センサーが正確に働かない。取扱説明書に従って付属の鍋やセンサーに気を付ける必要がある。揚げ物の調理中は絶対に鍋のそばを離れてはいけない。

イ カセットコンロが爆発

カセットコンロで調理中、コンロのカセットボンベが爆発し、2人が火傷を負った。

原因: 五徳を裏返して収納していたため、フライパンの底とコンロ全体が接触状態となって加熱され、コンロ全体が過熱してボンベが爆発した。

解説: 五徳は正しく装着する。また、コンロを並べたり、コンロを覆ったりするような大きい鍋等は使用しないこと、熱源の近くには絶対に置かないことなどに留意する。なお、カセットボンベは正しく装着しないとガス漏れが起こる恐れがあるので危険である。

ウ 清掃不足で庫内から発火

電子レンジで食品を温めたところ、火花が散って庫内が焦げた。

原因：庫内に食べ物等の汚れが付着したため、付着していた汚れが加熱され炭化し、火花が出た。

解説：庫内やドアに汚れが付着したまま使用しない。発煙や火花の原因となるのでよく掃除しなければいけない。

エ 入浴中に一酸化炭素中毒

入浴中にガス風呂釜のシャワーを使用していたら気分が悪くなり、2人が一酸化炭素中毒になった。

原因：ガス風呂釜を使用中、台所の換気扇を回したため、排気ガスが浴室に逆流し、一酸化炭素中毒になったもの。

解説：室内に設置されている半密閉式ガス湯沸かし器や給排気付き風呂釜で、風呂を沸かしている時には、浴室や他の部屋の換気扇は使用してはいけない。建物外壁の塗装工事中はガス機器の給排気筒(煙突)、換気扇等の給排気設備が養生シートなどで塞がれていないことを確認し、ガス機器を使用すること。

オ 洗濯物が自然発火

乾燥機つき洗濯機で乾燥運転中、白煙が出て臭気がし、洗濯物が焼けた。

原因：油が付着した洗濯物を乾燥したため、油が酸化し、その際に発生した熱がこもり、自然発火に至ったもの。

解説：アロマオイル、食用油、機械油、ベンジン、ガソリン等が付着したタオルや衣類は洗濯した後でも乾燥機で乾燥させない。酸化熱で自然発火する恐れがある。

カ カラーコンタクトレンズで目に炎症

カラーコンタクトレンズを数日付けたら、目に炎症が起き痛くて目が開けられない。

原因：医療機器の承認を受けていないおしゃれ用カラーコンタクトレンズのうち、眼粘膜刺激を引き起こす可能性がある細胞毒性や色素やアルミニウム等が溶出しているものもあり、装用後に点状表層角膜炎などの軽い眼障害が確認された銘柄もあった。その他、「手入れ不良」「長時間装用」など、使用方法より生じたものも多い。

解説：コンタクトレンズは視力補正を目的とする、比較的高い医療機器である。視力補正以外で安易に使用しないほうがよい。

キ カラーリングの皮膚炎症

自分でカラーリング剤を買って染め、何回も重ねて染めたら頭皮が炎症を起こし、赤くはれた。

原因：一般にカラーリング剤は、「医薬部外品」に該当する「染毛剤」と「化粧品」とがあるが、そのうち「染毛剤」は皮膚障害の原因やアレルギー反応があることもあるので、使用の度に、パッチテスト（皮膚試験）をする必要がある。また、髪に負担をかけるので、十分な期間を空けることも大切。

解説：染毛前に取扱説明書をよく読み、アレルギー反応未然防止のため、使用する都度、毎回必ずパッチテストをする。繰り返し染毛する時は、染毛後に新しく伸びてきた部分を中心に染めよう。

(出典) 「新生活スタート 暮らしに潜む危険」((独)製品評価技術基盤機構 (NITE))

http://www.nite.go.jp/jiko/leaflet/data/spring_2010.pdf

ク ドライヤー等のコードの発火

使用中のドライヤーの電源コードから火花が散って、胸部に火傷を負った。

原因：電源コードの断線によるやけどや出火などの事故が、平成16年度から20年度の5年間で185件発生した(平成22年2月、(独)製品評価技術基盤機構(NITE))。製品別では、使う際にコードがねじれることが多いドライヤーが61件と最も多く、NITEは「電源コードは大切に扱い、ねじれや傷などを点検して」と注意を呼び掛けている。ドライヤーのほか、こたつ(31件)、掃除機(25件)、電気あんか(23件)、電気毛布(16件)などの事故もあり、このうち5件の火災で7人が死亡している。

電源コードは、繰り返し折り曲げる、器具に巻き付ける、重いものを乗せるなどにより等すると、表面のビニールカバーが劣化し内部の金属線が切れる。その結果、異常発熱やショートで火花が発生し、周りの可燃物に燃え移り、火災ややけどの原因になる。外側からは「切れているように見えなくても内部は切れている場合もある。コードが熱を持ったり、電源が入らなかつたりした場合は危険」である。特に、電気あんかなどの就寝中に使う暖房器具の場合は、発火に気がつきにくく、布団などの可燃物が近くにあるため大きな火災につながりやすく非常に危険なことがある。

解説：コードが変形したり、電源の入切が不安定だったりする場合は、使用をやめる。被覆の内部では、素線（電線）の切断の可能性があるが、そのまま使用すると、発煙・発火の恐れがある。電源コードを本体に巻きつけることはやめる（電線の一部が切れると、切れていない部分に電流が流れ、発煙発火に至ることがある）。ドライヤー内部にごみがたまるとう発火の恐れがある。保管方法は、ドライヤー本体や電源コードをフック等で吊るし、電源コードに負荷がかからないようにする。

（関連サイト）

- ・「ヘアドライヤー電源コードに関する危険」（東京都生活文化局消費生活部生活安全課）
<http://www.metro.tokyo.jp/INET/CHOUSA/2011/05/DATA/6015q400.pdf#search>
- ・「報道資料 断線による事故の防止について（注意喚起）」（独）製品評価技術基盤機構（NITE HP）
<http://www.nite.go.jp/jiko/press/prs100209.html>

② 原因を知ってリスクを減らす

ア 製品関連事故に係る消費生活相談

（独）国民生活センターが平成22年（2010年）度に収集した危害・危険情報は12,701件で、対前年度比7.4%増であった。「危害情報^(注1)」は8,595件、「危険情報^(注2)」は4,106件で、「危害情報」の上位3商品は、「医療サービス」、「化粧品」、「エステティックサービス」である。また、中でも生命身体に被害を及ぼした製品は「化粧品」「健康食品」「家具類」となっている。「危険情報」の上位3商品は「四輪自動車」「電子レンジ類」「テレビ」であり、双方ともに前年度より増加した。

（注1） 生命や身体に危害を受けた情報。 （注2） 危害には至っていないが、その恐れがある情報。

（関連サイト）

- ・「2010年度の製品関連事故に係る消費生活相談の概要 最近の訴訟事案も含めて」（国民生活センター）
http://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20111006_4_1.pdf

イ 事故を防ぐためには

- ヒヤリハットを見逃すな→1件の重大事故の背景に29件の中程度の事故と300件の小さな事故があるとされている。

《「ヒヤリハット」を見逃すな》

—1件の重大事故(死亡・重傷)が発生する背景に、
29件の中程度の事故と300件の小さな事故がある(ハインリッヒの法則)—

小さな事故には至らないものの、ヒヤリとしたり、ハッとするなど、「あやや事故になりかねない」事故寸前の危険な状態、体験のことを「ヒヤリハット」といいます。いつもやっていることだから、今までも平気だったので…、という安全に配慮しない行動が、「ヒヤリハット」を飛び越え一気に重大事故になるかも知れません。いつやって来るか分からない事故を未然に防ぐには、「ヒヤリハット」を事故の予兆ととらえ、原因や対策を考え、地道に実行していくことが重要です。



●誤使用に関する考え方

(基本的な考え方)

- ・人間は高い能力を有するが、気付かない・勘違い等のヒューマンエラーから逃れられない
- ・機械も必ず故障するため、人間に規則を守らせるだけでは安全確保に限界
- ・その結果、「正常使用」や「予見可能な誤使用」は、事業者が安全を確保する必要あり。

《誤使用や不注意によって起こる事故は、誰の責任?》

現在、私たちがさまざまな製品などを使用するにあたって、製品に対して100%の安全を求めることは不可能です。消費者のいわゆる「不注意」や「誤使用」によって起こる事故が発生する可能性があります。その事故は事業者の責任でしょうか。それとも消費者の責任なのでしょう。

1990年国際安全規格ISO/IECガイド51「安全側面—規格への導入指針」が制定され、以下のような基本的な考え方が示されました。

- ① 人間は高い能力を有するにも関わらず、忘れる・気付かない・勘違いなどのヒューマンエラー(Human Error)から逃れられない
- ② 機械も必ず故障するため、人間に規則を守らせる対応だけでは安全を確保することに限界がある

このような考え方を背景に、製品の使い方は右図の3つに分類され、「正常使用」と「予見可能な誤使用」については、事業者が製品安全を確保する責任があるとされ、それ以外の「非常識な使い方」は、消費者が使用上の注意を守る義務があると考えられています。



(出典) 「リスクの学習帖」(消費者庁) http://www.caa.go.jp/safety/pdf/110125shiryo_2.pdf

③ 安全な生活は、あなたの知識と行動から

私たちの生活の中には、「思わぬ事故に遭うリスク」が潜んでいる。リスクを減らし自らの身を守るためにはどうしたらよいか、消費行動に沿って考えてみる。

ア 購入時に情報を調べる・知る

製品を買う時は、とかく価格や性能等に目が行きがちだが、安全性にも配慮して選ぶ。行政、事業者、NPO/NGOなどが提供する情報を調べて、これから購入しようとする製品やサービスに過去の危害情報がないか、改善されているかなどを知って選択する。これらの情報は、製品やサービスの重要な品質の一つである。

- 行政の「事故情報データベース」「リコール情報」
- 事業者のウェブサイトの製品情報
- インターネット上の製品・サービス比較情報

インターネット上の情報は出典が明らかでなかったり、個人的な意見や見解であったり、正確さに欠けたりするものもある。不安な場合は、まず公共機関の情報を調べる。

イ 使用時に取扱説明書などを読む

購入する製品やサービスが決まったら、製品についている表示やマークを確認する。さらに、使い始める前には必ず取扱説明書をよく読んで、「危険」「警告」「注意」情報を確認する。

- 製品の取扱説明書を読み、表示・マークを知る。
- 不具合があるなどおかしいと思ったら、再度、消費者庁の「事故情報データベース」や事業者のウェブサイトなどの情報を確認する。

ウ 使ってみて意見を伝える

事故の発生、使い勝手や安全性、情報提供のあり方などの疑問は、事業者のお客様相談室や行政の相談機関などに意見を伝える。あなたの意見が次の事故を防ぐことにつながる。

- 地域の消費生活センターなどに情報提供する。
- 事業者の相談窓口へ直接意見を言う。
- 危害にあったら、消費生活センターなどに相談し、救済方法などについて相談をする。

エ リスクを低減して安心な暮らしへ

社会に許容されるレベルまでにリスクを下げることは、製品・サービスを提供する側の責任である。しかし、「100%の安全」は存在しない。安心な暮らしは、自らの判断と責任で確保するものである。また、社会全体のリスクを低減するには消費者・事業者・行政が協働して対応することが必要である。

- リスクのことをよく知り、意識を高める。
- 行政・事業者などの事故情報や製品情報を上手に活用する。
- 事業者は安全な製品を作り、消費者は安全な使い方をする。
- 製品・サービスを提供する事業者と消費者、行政が力を合わせて安全を確保する。

私たちの身の回りにはリスクが存在しているということを認識した上で、どの程度のリスクなら受け入れることができるのか「自分なりのモノサシ」をもつことが必要である。同じものでも、高齢者や子どもが関わると、リスクの大きさは変わってくる。事故になる前の「ヒヤリハット体験」を身近な人に伝えることも類似の事故防止に役立つ。

「リコール」情報をチェックして、適切な対応をしよう

○「リコール」とは

製品が市場に出された後に、製品の安全性や品質上の問題等が明確になる、あるいは拡大する被害が想定できる場合等に、企業が製品を回収することを「リコール」という。「リコール」については、「消費者安全法」や「消費生活用製品安全法」等の法律の中にも規定されている。

具体的には、①製造の中止及び販売店からの回収、②消費者に対するリスクについての適切な情報提供、③同様の事故への未然防止のための注意喚起、④消費者からの製品の交換・点検・修理・部品交換・引き取りの実施等である。

○「リコール情報」について

リコールの情報提供は、その企業のHP、販売店の店頭表示等への社告掲載や新聞、テレビ等の報道機関などを通じて、リコール情報が発信される。また、消費者庁では「リコールサイト」に公報され、経済産業省など各関係省庁のHPにも掲載される。

○消費者の対応

「リコール情報」等の発信がされたら、内容を確認し、現在使用している製品の該当がないかを確認する。そして、該当の商品があった場合には、メーカー等に連絡をし、回収・修理・交換等が必要な場合は、速やかに申し出る。

(出典) 「事故情報データベースシステム」(消費者庁) http://www.jikojocho.go.jp/ai_national/

④ 製造物責任法(平成7年(1995年)7月施行)

現代社会においては、製品が高度化複雑化し、製品の安全性確保を製造業者等に依存する度合いが大きくなっている。「製造物責任法」は、製品事故被害者の円滑かつ適切な救済という観点から、製造業者等の「過失」に代えて、「製造物の欠陥」により生じた被害者の生命、身体または財産について製造業者等に賠償責任を負わせることで、製品事故被害者の権利・利益を擁護し、増進させようとする法律である。

具体的には、製造業者等が、自ら製造、加工、輸入等で、引き渡した製造物の「欠陥」により「他人の生命、身体または財産を侵害」したときは、「過失」の有無にかかわらず、これによって生じた「損害を賠償する責任」があることを定めている。

「欠陥」とは、製造物が通常有すべき安全性を欠いていることをいう。具体的には、①製造物を設計する段階で十分に安全性が配慮されていなかった場合、②製造過程で粗悪な材料が混入するなどにより安全性を欠いた場合、③製造物の特性や内在する危険性等の情報を指示・警告していなかった場合などが該当する。

(出典) ・「ハンドブック消費者2007」(消費者庁HP)

<http://www.consumer.go.jp/handbook2007/02/2007handbook-ch2-s5.html>

■製造物責任法(PL法)判例

①カプセル玩具誤飲事故で、製造会社に対し製造物責任が認められた事例(鹿児島地裁平成20年5月20日判決)―当時2歳10カ月の男児が自宅で遊んでいて、カプセル入り玩具のカプセルが口腔内に入りのを詰まらせて窒息、低酸素脳症による後遺障害が残ったことから、同児およびその両親が被告に対して、同カプセルには設計上および製造上の欠陥があったとして製造物責任法第3条に基づき損害賠償を求めた事案である。判決では、同カプセルは幼児が玩具として使用することが予見され、口腔内に入ると窒息を引き起こす危険性を有していたとして設計上の欠陥を認めたが、両親にも過失があったとし、損害の3割の限度で被告の損害賠償責任を認めた。

②電気ストーブ化学物質過敏症事件(東京高裁平成18年8月31日判決)―高校1年生男子が自宅自室で使用した電気ストーブから発生した有害化学物質により、化学物質過敏症の後遺障害が生じたとして、同人およびその両親が、不法行為、債務不履行または製造物責任法第3条に基づき、同ストーブを販売した販売店に対し損害賠償を求めた事案である。裁判所は、同ストーブから発生した化学物質と健康被害との間には因果関係があり、同被害発生も予見可能であったとして、販売店の責任を否定した一審判決を取り消し、販売店の不法行為責任を認めた(両親からの慰謝料請求は棄却している)。

③化粧品指示・警告上欠陥事件(東京地裁平成12年5月22日判決)―ギャラリーに勤務する女性企画室長が百貨店にて化粧品を購入し、使用したところ、顔面に紅斑等の症状が発生し医師から接触性皮膚炎の疑いがあると診断された。化粧品の欠陥について、現時点では本質的にアレルギー反応を起こす危険性を内在するものである以上、使用した消費者の中にアレルギーを起こした人がいたとしても、それだけで化粧品が通常有すべき安全性を欠いていたとはいえないと判断し、請求を棄却した。

出典 国民生活センターホームページ <http://www.kokusen.go.jp/pl/index.html>

■海外の製造物責任法

製造物責任は、製造物に起因した被害を救済することを旨とした法的責任である。製造物責任は米国において、旧来の過失責任に代わり、厳格責任と呼ばれる欠陥を要件とする法理を採用したカリフォルニア州最高裁の判決(1963年)により企業に責任を課す傾向が高まった。その後、1985年にEC閣僚理事会が、加盟各国に製造物責任制度の立法を義務付けるEC指令を採択し、(現在では)EU加盟国の27カ国で製造物責任制度が立法化された。現在は、EU未加盟国、オーストラリア、中国、ブラジルなどでも立法化されている。製品の国際化が拡大する中で、我が国でも立法の必要性が叫ばれ、1994年7月に制定され、1995年7月から施行された。

製造物責任法(PL法)が日本で制定されるときに、アメリカやEU諸国の制度が参考にされ議論された。現在の日本のPL法は、EU型に近いといわれている。しかし、PL法の施行後も、PL法での訴訟件数は多くなく、消費者の救済が進んでいないとの声がある。これはアメリカ、イギリス、オーストラリアなどにはディスカバリー(証拠開示制度)があり、フランス、ドイツでは裁判所による鑑定が効果的に機能し、被害者側の立証責任の軽減に寄与しているためである。日本では、製造物責任法を改定する案が日本弁護士連合会などから出されており、アメリカ型の課徴金制度(懲罰的損害賠償制度)の導入などが提言されている。

(出典) 「製品安全テキスト」(NACS)

製造物責任法判例 国民生活センター「PL関連訴訟一覧」

http://www.kokusen.go.jp/pl_l/index.html

⑤ 製品安全4法

経済産業省を主務官庁とする消費生活用製品安全法、電気用品安全法、ガス事業法、液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律(通称液化石油ガス法:LPガス用品)は、通称「製品安全4法」と呼ばれている。製品安全4法は、典型的に危険性が高いと想定される製品を予め特定し、該当する特定製品について安全確保のための技術基準を設けて、製造出荷段階で技術基準適合性を確保する義務を課すことにより、安全性の確保を図る体系をとっている。製品安全4法は、統一したPSマーク制度により、技術基準適合性に合格したことを表示しなければ販売できない。

ア 消費生活用製品安全法

主として一般消費者の生活に使われる製品について、消費者の生命又は身体に対する危害の発生を防止するために「消費生活用製品安全法」が制定されている。特に危害を及ぼす恐れが多い製品を特定製品として製造及び販売を規制して製造業者、輸入業者による自己確認を義務付けている。平成23年(2011年)4月から石油燃焼機器3品目が特定製品に追加された。特定製品9品目のうち、乳幼児用ベッド等の3品目は特別特定製品として第三者機関の検査が義務付けられている。法では消費者の生命・身体への重大な事故が発生する危険がある場合には、リコール等の必要な措置を命じられる。

イ 消費生活用製品安全法の改正

近年多発している重篤事故には、経年劣化など製造出荷段階での技術基準の適合性確保では防げないケースが散見されることを受けて、法改正が行われ、平成19年5月14日に施行された。

◆重大製品事故情報の報告・公表制度

改正法では、消費生活用製品の製造・輸入事業者に対し、「重大製品事故(死亡、身体欠損、一酸化炭素中毒、火災等)について発生の事実を知った日から10日以内に主務大臣に、製品の名称、事故の内容等の報告が義務付け」られた。「大臣は、必要があると認めた場合は重大製品事故の製品名を公表」、「報告義務に違反した事業者には、情報収集等体制の整備命令を出す」ことができることになった。法施行後から平成

20年6月までの約1年間で1,474件の重大製品事故を受け付けた。(平成19年5月施行)

◆長期使用製品安全点検・公表制度(経年劣化安全対策)

さらに、平成19年11月の再度の法改正では、経年劣化安全対策の強化策として長期使用製品安全点検・表示制度が導入され、消費者自身による保守が難しく、経年劣化による重大事故の発生のおそれが高い製品(特定保守製品)について、消費者に保守情報を適切に提供するとともに、点検の通知や応諾を製造・輸入事業者を求める制度で、屋内型のガス瞬間湯沸かし器など9品目が特定保守製品に指定された。(平成21年4月施行)

◆消費生活用製品安全法による安全規制(PSCマーク制度)

特別特定製品		特別特定製品以外の特定製品	
対象製品 3品目		対象製品 3品目	
・乳幼児用ベッド(ベビーベッド) ・携帯用レーザー応用装置(レーザーポインター等) ・浴槽用温水循環器(ジェット噴流バス、24時間風呂等)		・乗車用ヘルメット(自動二輪車及び原動機付自転車用ヘルメット) ・家庭用の圧力なべ及び圧力がま ・登山用ロープ ・石油給湯機・石油ふろがま 石油ストーブ	

(出典)・「消費生活安心ガイド」(経済産業省) <http://www.no-trouble.go.jp/#top>

【課題1-6】

●生活の中で「ヒヤリハット」を探してみよう

以下に示す資料を使用し、生活周辺の製品事故について、「若者」を中心に「子供」「高齢者」の各生活シーンから「ヒヤリハット」となる製品リスクを探し出し、それぞれの特性と対応について話し合おう。ワークショップなどの形式をとりながら、相互に討議することにより、身近な生活の中で、事故は起きやすいという認識と対応力を身に付ける内容となっている。

(資料)「リスクの学習帖」(消費者庁)

http://www.caa.go.jp/safety/pdf/110125shiryo_6.pdf

(参考) 自然災害のリスクに備える「くらしの豆知識 2012年版」より作成

① 我が家の地震対策を立てる

② 地震に強い住まいを考える

耐震診断で弱いところを補強する耐震補強の必要性がある。

③ 非常時のための防災用品

非常備蓄品と非常持出品の準備が必要。飲料水、「携帯簡易トイレ」と情報を得るための「携帯ラジオ」は必須である。

(参考)「消防庁防災マニュアル-震災対策啓発資料-」(消防庁)

http://www.fdma.go.jp/bousai_manual/index.html

④ 震災時の損害保険

地震に備えるには火災保険の特約として、「地震保険に関する法律」に基づく地震保険を付加したい。

(参考)「備えて安心地震保険の話」((社)日本損害保険協会)

<http://www.sonpo.or.jp/archive/publish/sonpo/pdf/0010/jishin201208.pdf>

- ⑤ 火災を防ぐ
地震の時に「揺れを感じた時」「揺れが止まった時」「火災になった時」等、火を消すチャンスは3度ある。
(参考) 「消防庁防災マニュアル 地震対策啓発資料」(消防庁)
http://www.fdma.go.jp/bousai_manual/too/tool.html
- ⑥ 被災時の避難
適切な避難方法について「想定外」を考慮し、第2, 第3の策を考えておく。
- ⑦ 家族の安否
安否確認のサービスの利用「災害用伝言ダイヤル171」(音声による伝言)や「災害ブロードバンド伝言版」等。
- ⑧ 正しい情報を得るには
マスメディア, インターネットの利用等正しい情報を得るために話し合っておく。
- ⑨ ライフラインが止まったら
照明は「ろうそく」「懐中電灯」, 煮炊は「カセットコンロ」等, 一番の地震対策は「水」一人1日3ℓが必要。
- ⑩ 避難生活での暮らしの知恵
防災用品だが, 生活協同組合神戸が「震災時に役に立ったグッズベスト20」を上げている。
(参考) 「震災時実際に役立つものは」(コーポロ(京都生活協同組合機関誌)2011年5月号)
http://www.kyoto.coop/copolo/data/copolo_1105/1105_copolo_3.pdf
- ⑪ 被災者を支援する制度
被災者の支援制度としては各種給付や融資制度があるが, 窓口はほとんど市区町村となる。
(参考) 「被災者に対する支援制度」(内閣府) http://www.bousai.go.jp/4fukkyu_fukkou/seido.html

2. 消費者の権利と自立の支援

自由主義の経済システムにおいては、ものを買う「消費者」と商品やサービスを提供する「企業」は基本的に対等であるとされている。「消費者」は良い商品をより安く買おうとする。一方、「企業」は「消費者」に買ってもらうために、質の良い商品をより安く販売せざるを得ない。「企業」は「消費者」が商品を購入してくれなければ事業は成り立たない。したがって「消費者」は、「買う」「買わない」という消費行動により、弱い「消費者」が強い「企業」に大きな影響力を発揮でき、「消費者」と「企業」は対等になれると言われている。

このような市場を作るためには、①多くの「企業」が同じ商品については、自由な価格で競争して販売していること、②「消費者」には商品やサービスに関する情報が十分提供され、品質が比較できること、その上で③よりよい商品をより安く購入するということができることがその条件となるとされている。

しかし、大規模生産体制のもとでは、①大企業により市場がコントロールされている、また、②商品やサービスの情報が十分に提供されないことが多い、③その結果、「消費者」が合理的な選択をできずに消費者問題が発生しやすくなる。このアンバランスを修正し、経済社会が円滑に進展するためには消費者の立場に立つ「消費者行政」が必要である。そのような背景のもと、日本でも、平成21年(2009年)に消費者行政を一元的に行う「消費者庁」が設置された。

(1) 消費者の権利と責任

消費者が、安心して、健康的な生活を行うためには消費者の安全で公正な取引の確保、つまり「消費者の権利」を確保することが必要である。

アメリカの第35代ケネディ大統領は、1962年「消費者の権利」を明記し、「消費者の権利」の実現を支持することは政府の責任であるとした。その「4つの権利」とは、①「安全を求める権利」、②「知らされる権利」、

③「選ぶ権利」、④「意見を聞いてもらう権利」である。その後の第38代フォード大統領は「消費者教育を受ける権利」を5つ目に追加した。また、世界最大の消費者団体である国際消費者機構（CI）はこれらも含めた「消費者の8つの権利と5つの責任」を提唱した。これらの権利はEU、アジアをはじめ世界の消費者行政の基本理念となり、日本でも平成16年（2004年）、消費者基本法に明記された。このような消費者を中心に考えることを「コンシューマリズム」という。平成20年版の国民生活白書では「消費者市民社会への展望」としており、「消費者の権利と責任」を実現していくことで消費者市民社会を構築するとしている。

【課題1-7】

- 下の添付資料を使い、企業や商品の情報提供が十分にされているか、具体的な事例をあげて話し合ってみよう。
- 消費者の権利と責任について、具体的な事例を踏まえて考えていこう。
(関連サイト)
 - ・「消費者センスを身につけよう」(消費者庁)
http://www.caa.go.jp/information/pdf/2010_sense_seito_P10-11.pdf
(消費者の権利の運用について具体的な事例でチャート方式で考えられている)
 - ・「これであなたもひとり立ち（ワーク1：自立のための意思決定）」(金融広報中央委員会 HP)
<http://www.shiruporuto.jp/teach/yomu/hitori/pdf/hitori01.pdf>
 - ・「これであなたもひとり立ち（指導書）」(金融広報中央委員会 HP)
<http://www.shiruporuto.jp/teach/school/hitoriedu/index.html>

(2) 消費者庁の創設

近年、冷凍餃子事件や事故米等の不正規流通問題、ガス湯沸かし器による一酸化炭素中毒事故、エレベーター事故、こんにゃく入りゼリーによる窒息事故、相次ぐ食品表示偽装、高齢者等を狙った問題商法の横行など、国民の生活に関わる問題が多数発生した。こうした事件の背景には、これまでの行政が生産者側の立場を中心に考えられていたことが大きく影響している。そのため、消費者が被害にあっても、どこの窓口で相談したらよいか分からなかったり、たらい回しにされたりという問題があった。また、消費者の苦情や相談が一か所に集約されず、その結果、情報共有できないまま対応が遅れてしまうこともあった。こうした背景のもと、消費者・生活者が主役となる社会の実現に向けて、消費者庁が発足した。

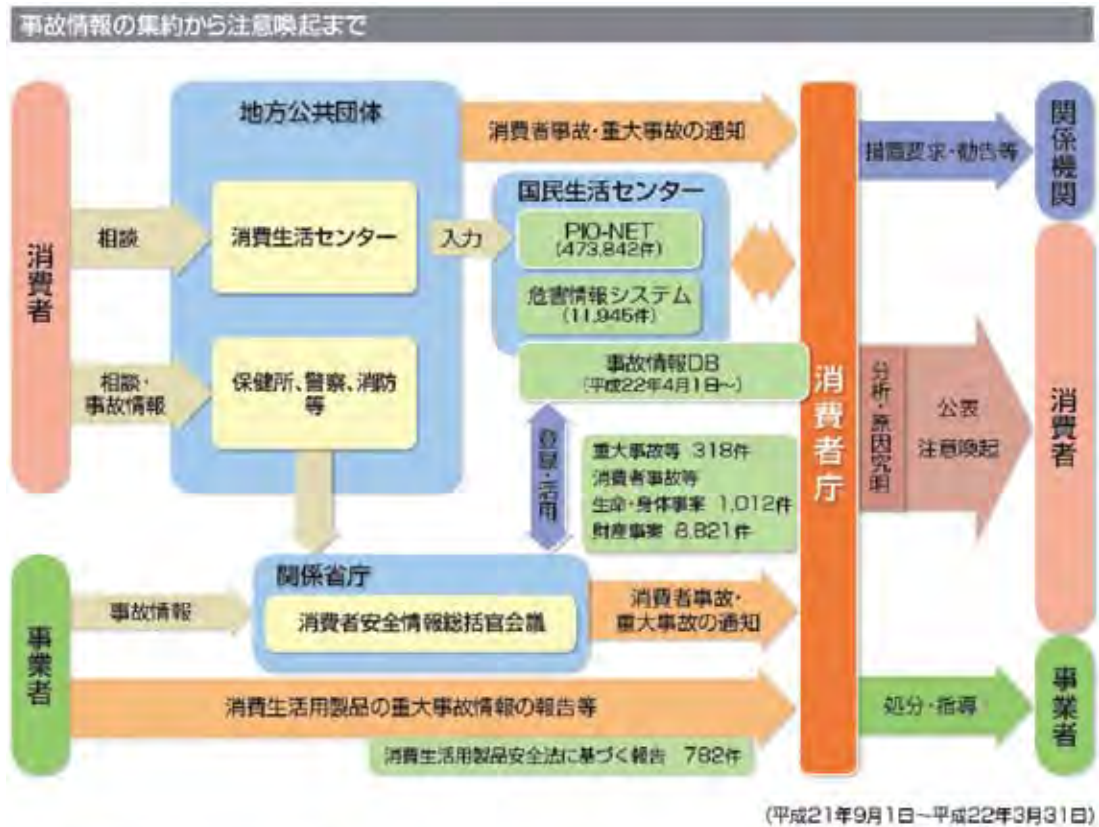
消費者庁は、消費者・生活者の利益とは何かを第一に考え行動する行政機関である。このような消費者・生活者の行政機関である消費者庁を理解し、その行政の組織や役割を理解することは、「消費者の権利と責任」の実現に大きな力となる。 (「消費者・生活者が主役となる社会へ」消費者庁パンフレットより作成)

【課題1-8】

- 消費者庁の組織について理解し、消費者被害等に出遭ったときに、消費者庁のどの組織がどのように対応しているかを話し合う。
- 身近な相談窓口と消費者庁との連携について、理解と確認をする。
- 私たち消費者は「消費者の権利と責任の実現」を図るために、消費者庁の果たす役割を認識し、消費者庁の情報をHP等を調べるなどして理解、確認したり、話し合ったりし、場合によっては意見を発信する。
- 新聞情報等で消費者行政の活動の記事を探し、持ち寄って発表する。
(参考)
 - ・「消費者庁の組織」(消費者庁 HP) http://www.caa.go.jp/soshiki/pdf/panfu_2.pdf

■事故情報の集約から注意喚起まで

消費者庁による「事故情報データバンクシステム」の運用が、平成22年4月から始まっている。9つの省庁・機関に寄せられた消費生活に関する事故情報を取りまとめ、インターネット上で閲覧・検索できるようにしたものである。



事故情報の集約・分析・公表

消費者庁では、消費者庁発足と同時に施行された「消費者安全法」に基づき、関係行政機関等からの消費者事故等の通知を受け、事故情報を集約し、このうち重大事故の情報を定期的に公表しています。また、これらの情報を集約・分析して取りまとめた結果を公表し、地方公共団体等に提供するとともに国会や消費者委員会へ報告しています。

消費者への迅速な注意喚起

消費者被害の発生・拡大を防止するため、消費者に必要な情報を迅速に公表し、注意喚起することが重要です。また、必要に応じて関係府省庁や地方公共団体等の関係機関との間で情報交換や協議を行い、互いに連携した上で被害拡大防止のための対応を取りまとめて公表する等、消費者被害の発生・拡大を防止するための取組みを行っています。

(出典) 「消費者庁の組織」(消費者庁 HP)

3. 消費行動と意思決定

消費者が意思決定を行う際の過程について具体的な事例を通してその重要性について考えよう。
 意思決定には、目標、問題の自覚、情報収集、解決策の比較検討、決定、評価などの過程が考えられ、金銭、時間、環境、エネルギー、知識、家族、地域など関わらせて考える必要があることを理解させる。

(1) 生活情報の収集と選択

正確な情報を入手するために生活情報の種類、特徴、課題などについて考えるとともに、それらを適切に判

断し活用できるようにしたい。特に、財・サービスを購入する際に、質、価格、表示などとともに、安全性、機能性、耐久性、操作性や環境、社会的公平性などに関する項目などを比較検討し、批判的思考に基づいて主体的に意思決定し、行動できるように導入する。

表示やマーク、事故情報、商品比較情報、商品テスト情報等の情報も基本の内容を知り、活用できる能力を養う。(参考)「消費者科学入門」(御船美知子編著 光生館)

(関連資料)

- ・「知っておきたい暮らしの中のマーク (クイズ編)」(国民生活センター HP)
http://www.kokusen.go.jp/mimamori/mj_volunteer/mj-chishiki25.html
(私たちが商品を購入するとき、商品の内容を正しく理解し選択したり、適正に使用したりする上で重要な情報源となっているものの一つがマークである。マークについてクイズ形式で学習することができる。)
- ・「消費者庁事故情報データベースシステム」(消費者庁 HP) http://www.jikojoho.go.jp/ai_national/
(購入する前に事故情報を検索することで、安全性についてもチェックするなど、皆で共通できるような情報発信能力を養う。)

(2) 消費者としての意思決定

私たちの人生や生活は意思決定の連続である。例えば、携帯電話の機種、自分に似合う服は等、商品選びから進路の選択までその内容は様々である。まずは、自分の消費行動を振り返り、大なり小なり意思決定していることに気付かせる。そして、自分の消費行動に対して、効果的に意思決定するには、「意思決定の手順」に従って、「自らのモノサシ」をもち、自分の考え方を整理する習慣を付けるとよい。

例えば次のような手順が考えられる。(1)目標を定め、問題を明確にする、(2)情報を集める(長所・短所)、(3)選択肢(必要度、品質、価格、安全性、使い勝手等)を考える、(4)結論を検討する、(5)意思決定し行動する、(6)意思決定を評価する。

【基本視点】

- 高度消費社会における過剰消費を考える。自らの消費行動を点検し主体的で合理的な金銭管理の大切さに気付く。
- モノやサービスの購入に当たっては、流行や企業側の宣伝・広告だけでなく、自ら進んで情報を集め必要性を検討するなど、合理的な意思決定の重要性を自覚し行動することができる。
- 著しく変容する現代社会の中で、社会認識を深めつつ自らの生活設計について関心をもち、自己実現の方法を身に付ける。
- 今までに買った商品をあげ、十分活用しているか、それが本当に必要であったか、もう一度見直し、必要度(活用度)を5段階等の段階評価をする。
- 必要度が低かった商品の購入動機を表に記入し、一覧表を分析する。生徒間で交換しお互いに問題点を指摘し合うことなども考えられる。また、各自の消費行動の問題点などについて考える。

【課題1-9】

- 以下の資料を使い、意思決定の手順に従って分析する。
 - ・「これであなたもひとり立ち (ワーク1) 自立のための意思決定」(金融広報中央委員会 HP)
<http://www.shiruporuto.jp/teach/yomu/hitori/pdf/hitori01.pdf>
 - ・「これであなたもひとり立ち (指導書)」(金融広報中央委員会 HP)
<http://www.shiruporuto.jp/teach/school/hitoriedu/index.html>
(欲しくて買ったけれど、ほとんど使わなかった、着なかった等の表を作成して整理をするなど意思決定のトレーニングにチャレンジする。)