

中学校では、売買契約の仕組みと関連させて、消費者被害が発生する背景及び被害を回避する方法や適切な対応の仕方について理解できるようにします。

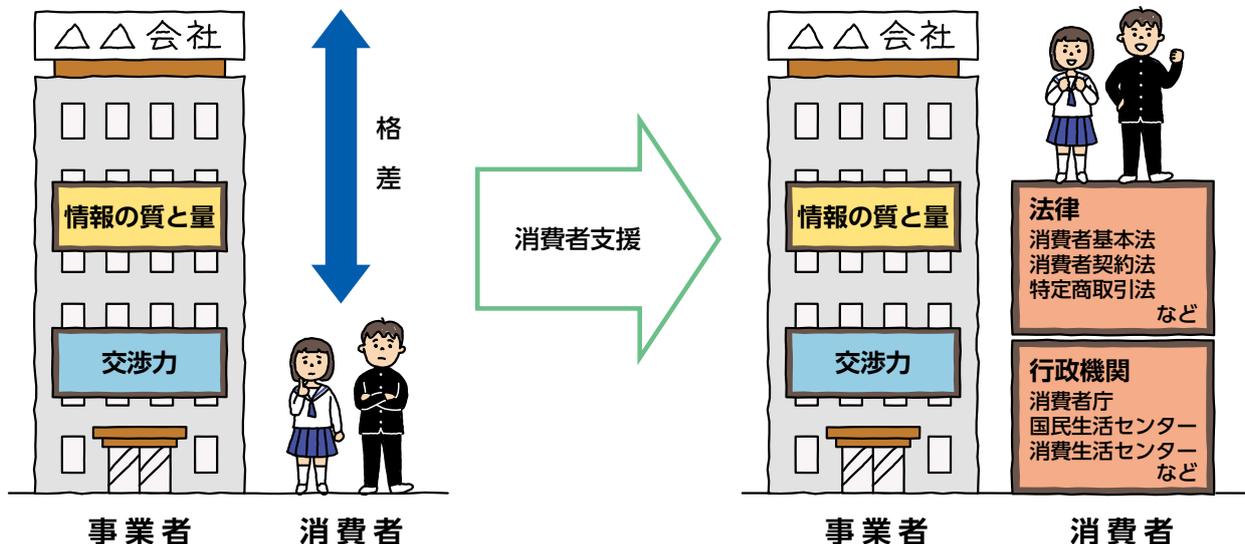
1 消費者と事業者の格差（消費者被害の背景）

売買契約について、消費者と事業者（生産者、販売者等）の両者が対等な立場で契約に臨むことが公正な取引の前提となります。しかし実際には、消費者と事業者の間には、情報量などの大きな格差が存在しています。

消費者政策の基本理念を定めた「消費者基本法」第1条には、「この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もって国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。」とあります。つまり、国の消費者政策は消費者と事業者の格差を前提として行われており、格差が存在しているために、消費者の権利の尊重や自立の支援が必要であると定めているのです。

消費者被害は、消費者と事業者の力の格差によって発生します。消費者は事業者と比べて、知識や情報量が少なく、契約を結ぶときや消費者トラブルになったときの交渉力も弱い立場となります。そのため、消費者を支援するためのさまざまな法律や制度などが作られ、消費生活センターなどの行政機関が設置されています。

消費者被害の背景



消費者を支援する法律には、消費者基本法、消費者契約法、消費者安全法、製造物責任法（PL法）、特定商取引法（クーリング・オフ制度）などがあり、また制度として、消費者団体訴訟制度（36頁参照）などがあります。

行政機関としては、消費者庁、独立行政法人国民生活センター、消費生活センター（山梨県県民生活センター、市町村の消費生活センター）があります。このような消費者を支援する仕組みがあるのは、消費生活に係わる被害を未然に防ぎ、問題が発生した場合に適切に対応して被害を拡大させないようにするためです。

2 契約をやめられるとき

契約が成立すると、それを守るのが民法の原則です。しかし、クーリング・オフ制度（特定商取引法）や消費者契約法、未成年者契約などで、契約をやめることができます。

1 クーリング・オフ制度（特定商取引法）

クーリング・オフ制度は、特定商取引法によって定められています。消費者が契約書の受け取り後、消費者が契約について頭を冷やして（cooling off）考え直す時間を置き、一定期間内であれば消費者から一方的に無条件で契約を解除できる制度です。

クーリング・オフは、すべての契約に適用するのではなく、次の表にある特定の取引が対象となります。訪問販売や電話勧誘など、消費者の不意をつくような勧誘を受けて、十分な情報や冷静に考える余裕もないまま契約をしてしまった場合や、連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）、語学教室、エステティック・サロンなどの特定継続的役務提供に適用されます。

クーリング・オフできる取引とその期間

取引形態	期間
訪問販売（キャッチセールス、アポイントメントセールスなども含む）	8日間
電話勧誘販売	
特定継続的役務提供（エステ、語学教室、学習塾、家庭教師、パソコン教室、美容医療など）	
訪問購入（貴金属などを事業者が買い取る取引）	20日間
連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）	
業務提供誘引販売取引（内職商法、モニター商法など）	

<クーリング・オフできない場合の例>

- ・店舗販売（自分から店に行って商品を購入した場合）
- ・通信販売（広告を見て自分から電話やインターネットなどで申込み購入した場合）

<クーリング・オフの方法>

契約書を受け取った日を含めて8日間（マルチ商法などの場合は20日間）以内に、はがき等の書面で行います。

- ①はがきに、契約年月日、商品名、契約先名、通知年月日、通知者名等を記載
- ②はがきを出す前に、両面をコピー
- ③郵便局の窓口へ行き、特定記録郵便または簡易書留で送付（送付記録を残すため）
- ④はがきのコピーと特定記録郵便または簡易書留の受領証を保管（5年間）

*クレジット契約をしている場合は、販売会社の他にクレジット会社にも通知する。

※山梨県民生活センター web サイト「学校向け教材」には、「消費者市民社会をつくる～中学校・高等学校における消費者教育のために～」があり、42・43 頁にクーリング・オフのはがきの書き方に関する教材があります。

2 消費者契約法

消費者契約法では、消費者と事業者の間に、情報量や交渉力などの格差があることを考慮して、事業者の不適切な勧誘行為で結んだ契約を解除することができる制度があります。消費者と事業者の間のすべての契約に適用されます。

<消費者契約法により契約の取り消しができる場合>

- ・不実告知 契約の重要事項について事実と異なることを告げた場合
- ・断定的判断 「確実に儲かりますよ」など将来が不確かであるにもかかわらず断定的な判断を提供した場合
- ・不利益事実の不告知 契約内容の不利益事実をわざと隠して説明しなかった場合
- ・不退去 自宅などに事業者が居座り「帰ってほしい」と言っても退去せず、困って契約した場合
- ・監禁 営業所などで消費者が「帰りたい」と言っても帰らせてくれず、困って契約した場合

<例>いつでも好きな時間にレッスンの受講ができると説明されて、英会話スクールの契約をしたのに、実際に受講できるレッスンには限りがあり予約することもできない。勧誘時の説明と違うのでやめたい!

3 未成年者契約の取消し

未成年者は成年者と比べて取引の知識や社会経験が不足し、判断力も未熟です。そのため未成年者が結んだ契約について、民法で、未成年者が法定代理人の同意を得ないでした法律行為は、取り消すことができると定められています。法定代理人とは、未成年者に対して親権を有する者（親など）のことです。2022年4月から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられ、以下のように変わります。

<以下の要件がすべてあてはまれば、未成年者が結んだ契約を取り消すことができます>

※2022年4月から

- ・契約時の年齢が18歳未満
- ・法定代理人の同意がないこと

<未成年者契約の取り消しをすることができない場合>※2022年4月から

- ・未成年者が、「親の同意を得ている」「18歳以上である」などと偽った場合
※業者に「18歳以上」とうそを書くようにとそそのかされて契約をした場合は、取り消すことができます。
- ・小遣いの範囲内で行った契約
- ・営業している未成年者が、その営業に関して行った契約
- ・成人してから契約を追認した場合

<指導のポイント>

未成年者が、親などから自由に使える小遣いとして与えられた範囲内で行う契約（日常の買い物など）は（注1）、親などの同意を得ることなく未成年者単独で契約することができ、取り消すことはできません。

小学生・中学生には、日常の買い物が法律上の責任が伴う契約であるという基本を理解させます。そして、もし、お小遣いの範囲を超えるような高額な契約（例えばスマホなどの契約）をするときには、保護者の同意が必要となることを伝えます。

中学校では、未成年・成年の法律上の責任の違いについて触れることになっています。悪質商法の被害者の低年齢化やインターネットの普及、キャッシュレス化の進行により、中学生も被害者になることが増えています。契約が成立すると守るのが原則ですが、知識や社会経験が不足している未成年者を保護するために、未成年者契約は取り消しができる（ただし、小遣いの範囲内の契約は取り消しできない）ことを伝えます。成年になると単独で法律行為が可能となり、契約をすると法律上の責任を負うこととなります。

成年になっても、悪質商法の被害にあうことがあります。その場合は、クーリング・オフ制度（特定商取引法）や消費者契約法などの消費者を守る法律があります。クーリング・オフ期間が過ぎている場合でも救済される可能性があるため、消費者被害にあったら、県民生活センターや市町村の消費生活センターに、なるべく早く相談することが大切です。

<注1>小遣いの範囲内の契約かどうかは、未成年者の年齢や収入の有無などによって、ケースごとに判断されています。

3 国や地方自治体の消費者行政機関

小学校では、「消費者の役割」のところでは、買い物で困ったことが起きた場合には、家族や先生などの大人に相談することや、保護者と共に消費生活センターなどの相談機関を利用することに触れるようになっています。中学校では、「消費者被害とその対応」について、国民生活センターが公表しているデータなどを活用したり、消費生活センターなどの各種相談機関と連携する、相談員から消費者被害について話を聞いたりする活動例が、新学習指導要領解説に掲載されています。

消費者の不注意や誤った使い方をしたための商品事故も起こっています。消費者が説明書や表示、契約内容を確認することが重要となります。

最新の消費生活情報を授業に導入すると児童・生徒の興味を惹きます。消費者庁、独立行政法人国民生活センター、地域の消費生活センターなどのwebサイトから得られる情報を、授業に活用しましょう。

① 消費者庁

消費者庁は、2009年に内閣府の外局として設置され、消費者行政の司令塔としての役割を担っています。

消費者庁 web サイトのトップページには、「勧誘・契約トラブル」、「インターネット消費者トラブル」などの項目があり、多くの情報を得ることができます。また、「子どもの事故・危険」の項目は、A 内容「家族・家庭生活」と関連を図った授業づくりに役立ちます。

「テーマ別メニュー」などのタブから、消費者教育に関する情報を探することができます。

年次刊行物である『消費者白書』には、消費者政策や消費者問題、消費者の意識・行動などの最新動向がまとめられており、ダウンロードして閲覧できます。

② 独立行政法人国民生活センター

消費者庁が所管する独立行政法人として国民生活センターがあり、全国の消費生活センター等と連携し、消費者行政の中核的な実施機関としての役割を担っています。全国の消費生活センターに寄せられた相談内容や危害情報を蓄積・分析し、わかりやすく情報提供をしています。

「相談事例・判例」では「身近な消費者トラブル Q&A」があり、多くの事例がわかりやすく解説されています。例えば、「インターネットショッピング」では、「うそと思われる商品広告をネットで見つけた」(2018年7月27日)、「食品」では、「スーパーで買った弁当にアレルギー表示がなかった」(2018年8月29日)、「金融・クレジット・電子マネー・その他取引」では、「クレジットカードを利用したら、知らぬ間にリボ払いになっていた」(2017年12月1日)などがあります。

全国の消費生活センターから寄せられた消費生活相談情報などのデータは、年次刊行物の「消費生活年報」にまとめられ、web サイトからダウンロードして閲覧できます。

③ 山梨県県民生活センター

山梨県公式ホームページの「暮らし・防災」のタブから、「消費生活」を開くと「消費者教育」の項目があります。県民生活センターによる過去の出前講座の内容や学習指導案があり、小学生向け教材「はじめての消費者教育～小学校における指導のために～」、中学生・高校生向け教材「消費者市民社会をつくる～中学校・高等学校における消費者教育のために～」などが掲載されています。

山梨県では、2014年に「やまなし消費者教育推進計画」を策定し、さらに2016年にはこの計画を包含した「山梨県消費者基本計画」を策定しました。この基本計画においては、4つの基本方針の1つに「消費者教育の推進」を掲げ、学校や地域などの場の特性に応じて体系的に消費者教育を推進することとしています。



④ 甲府市消費生活センター

甲府市消費生活センターの web サイトでは、消費生活に関する情報が見やすくまとめられています。

「若者向け情報」(赤枠①)を開くと、若者に多い相談事例が掲載されています。「インターネット通信販売で注文したブランド靴が偽物だった」という事例は、中学生の相談事例の内容と、それに対する相談員からのアドバイスが掲載されており、授業に役立ちます。

「どんな問題でお困りですか?」(赤枠②)のところは、相談内容が項目別に見られるよう整理されています。

