

民法の成年年齢引下げに伴う消費者被害に関する意見書

2017年（平成29年）2月16日

日本弁護士連合会

第1 はじめに

当連合会は、2016年（平成28年）2月18日付けの「民法の成年年齢の引下げに関する意見書」において、民法の成年年齢を20歳から18歳に引き下げることについて「慎重であるべき」という意見を述べた。

2009年10月の法制審議会による「民法の成年年齢の引下げについての最終報告書」（以下「最終報告書」という。）においても、「民法の成年年齢の引下げの法整備を行うには、若年者の自立を促すような施策や消費者被害の拡大のおそれ等の問題点の解決に資する施策が実現されることが必要である」とされ、引下げの時期については、「これらの施策の効果の若年者を中心とする国民への浸透の程度やそれについての国民の意識」が重視されている。当連合会はこの点を踏まえ、消費者被害に対する施策だけではなく、親権対象者の年齢引下げによる問題、養育費の支払終期繰上げの問題、労働契約の解除権喪失に伴う問題などについての施策がいずれも十分に実施されておらず、その効果も十分浸透していないことを指摘し、また、他の法律への影響への懸念や一般国民の議論や周知が不十分である点も含め、上記結論に至っている。

ところが、状況は現時点においても基本的に変わっていないにもかかわらず、成年年齢引下げの民法改正法案提出が具体化しつつある。

この動きの中で、内閣府消費者委員会は、2017年（平成29年）1月10日付けで、「成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ報告書」を踏まえ、成年年齢引下げにより若年者の消費者被害の拡大への懸念と被害防止及び救済の施策の必要性を指摘している。

以上の状況を踏まえて、当連合会は、改めて引下げに慎重であるべきという意見を述べるとともに、引下げによって生じる18歳、19歳の若年者の消費者被害拡大の懸念とその施策の必要性について以下のとおり意見を述べる。

第2 意見の趣旨

- 1 民法の成年年齢を20歳から18歳に引き下げることについては、現時点においても慎重であるべきである。
- 2 仮に民法の成年年齢を引き下げる場合であっても、消費者被害の拡大のお

それに対する施策として、少なくとも、以下の法改正が民法の成年年齢引下げと同時に進められることが必要不可欠である。

(1) 消費者契約法を改正し、事業者が消費者の判断力、知識、経験等の不足につけ込んで締結させた契約について、消費者が契約を取り消すことができる規定を定めること。

(2) 特定商取引に関する法律を改正し、18歳、19歳の若年者の特定商取引（通信販売及び連鎖販売取引を除く。）について、事業者が若年者を勧誘する前提として当該契約がその者の知識、経験、財産状況に照らして不相当でないことの確認を事業者に義務付けるとともに、不相当である者への勧誘を禁止し、さらに、若年者が事業者から勧誘を受けた契約を、原則として取り消すことができるとした上で、事業者において上記義務の履行によって当該若年者が不相当でないことを適切に確認した場合は取り消せない旨の規定を定めること。

また、18歳、19歳の若年者の通信販売（高額でない一定金額以下の取引を除く。）について、事業者が若年者と契約をする際に当該契約がその者の知識、経験、財産状況に照らして不相当でないことの確認を事業者に義務付けるとともに、不相当である者との契約を禁止し、更に若年者が、原則として通信販売の契約を取り消すことができるとした上で、事業者において上記義務の履行によって当該若年者が不相当でないことを適切に確認した場合は取り消せない旨の規定を定めること。

18歳、19歳の若年者の連鎖販売取引について、若年者に対する勧誘を全面的に禁止するとともに、18歳、19歳の若年者の連鎖販売契約は、若年者がこれを取り消すことができる旨の規定を定めること。

(3) 割賦販売法を改正し、18歳、19歳の若年者がクレジット契約をする際の資力要件とその確認方法につき厳格化を図ること。

(4) 貸金業法を改正し、18歳、19歳の若年者が貸金業者から借入れ（キャッシング）を行う際の資力要件とその確認方法につき厳格化を図ること。

貸金業法及び金融庁の「主要行等向けの総合的な監督指針」等を改正し、貸金業者による保証を付した銀行等金融機関の消費者向け貸付けによる借入れ（キャッシング）について、貸金業法と同内容の総量規制を整備するとともに、18歳、19歳の若年者については資力要件とその確認方法を厳格なものとする。

3 消費者教育について、消費者教育推進法の趣旨に則って、成年年齢到達前の小学校・中学校・高等学校における消費者教育の内容及び体制の充実、成年年

齢到達後の大学・専門学校における消費者教育の内容及び体制の充実など、質的にも量的にも抜本的な見直しを行うべきである。

- 4 仮に民法の成年年齢の引下げの法改正がなされたとしても、施行時期については、上記2の周知及び3の施策の効果の浸透が確保されるよう十分な期間が置かれるべきである。

第3 意見の理由

- 1 若年者の消費者被害の実情と民法の成年年齢引下げによる被害の低年齢化の懸念

(1) 若年者については、その未熟さや社会経験の乏しさから、適切に情報を得て必要に応じて交渉を行い、契約判断を行う能力に脆弱な面があることから、様々な消費者被害が発生している。特に、マルチ商法、キャッチセールスやアポイントメントセールス、サイドビジネス、エステなどの医療美容サービス、インターネット取引などにおける被害が多く見られる。若年者は、学校等における先輩後輩関係や友人関係等の影響を受けやすいことから人間関係を介して被害が拡大し、また、被害に遭ったときの対応能力が乏しいため、問題を抱え込んでしまい解決ができず、被害が拡大することも少なくない。

(2) 一方、20歳を境に若年者の消費生活センターへの消費者相談件数が増加するという傾向が顕著に見られる。これは、現状、未成年者取消権を有する20歳未満の未成年者については、問題業者や悪質業者がターゲットとすることを控える傾向があり、取消権がなくなる20歳以上をターゲットとしていることの証左である。

したがって、民法の成年年齢が18歳に引き下げられれば、18歳、19歳の若年者が未成年者取消権を失い、問題業者や悪質業者のターゲットとされることは確実である。

(3) また、18歳、19歳は、その多くが高校生、大学や専門学校の1年生、2年生、あるいは高校卒業後就職した者であり、大学受験、大学や専門学校への進学、就職、上京、転居など、人生における大きな節目を迎え、高額を支払を伴う様々な契約を締結するなど社会と接触する機会が一気に増える時期である。

このような時期に未成年者取消権を失えば消費者被害に巻き込まれる可能性は格段に高まり、また、一旦被害に遭ってしまうとその後の進学や就職に重大な影響を及ぼしかねない。

- (4) 以上からすれば、民法の成年年齢引下げに先立って、若年者の消費者被害

の防止・救済のための施策が必要不可欠である。

2 現状では民法の成年年齢の引下げはなされるべきでないこと

(1) 上記1に指摘した若年者の消費者被害の実情と民法の成年年齢引下げによる被害拡大の懸念と施策の必要性については、既に「はじめに」で述べたとおり、法制審議会の最終報告書の結論でも指摘されている。

ところが、現状では、引下げによる消費者被害拡大に対する施策は全く講じられておらず、現時点では、引下げに慎重であるべき状況に変わりはない。

(2) そして、仮に民法の成年年齢引下げが行われる場合には、少なくともそれと同時に若年者の消費者被害の防止や被害回復のための法改正がなされ、その周知が十分に行われる必要がある。

その施策としては、被害防止及び被害回復のための立法措置と消費者教育の充実が両輪として極めて重要である。

3 被害防止及び被害回復のために必要とされる立法措置

民法の成年年齢の引下げは、18歳、19歳の若年者に単独で完全に有効な契約を締結することを認める反面、上記のとおり消費者被害に巻き込まれるリスクを高める。そこで、現に若年層において被害やトラブルが多発している類型の行為については取消権を確保するなど、相応の消費者被害の防止や被害回復のための立法措置が必要不可欠である。また、若年層の消費者被害では、クレジットカードや借入れ（キャッシング）の利用により高額な契約となることも多く、若年者が多額の債務を抱えてしまう事態を防ぐための制度整備も求められる。これらの法改正が、成年年齢の引下げと同時に進む必要がある。

(1) いわゆる「つけ込み型不当勧誘」についての取消権

18歳、19歳を含む若年者は、一般に社会経験や知識に乏しく、社会的な抵抗力が弱い故に、そこにつけ込まれて、消費者被害に遭うおそれが高い。例えば、いわゆる恋人商法、靈感商法などの不安心理を助長する商法、雇用関係等の関係を利用する商法などの被害が多く見られる。

これらの被害を防止するためには、判断力、知識、経験等の不足につけ込んで消費者契約を締結させるといういわゆるつけ込み型の不当勧誘について、若年者を含む消費者が契約を取り消すことができる旨を、消費者契約法に定めるべきである。

現在、内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会における消費者契約法の見直しの審議の中で、「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」の取消権が検討されているが、かかる取消権は、若年者の消費者被害の防止や被害回復に効果を発揮するものである。当連合会

も従前より、「つけ込み型不当勧誘」に対する取消権の導入を提言してきた（「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」2014年7月17日）。

民法の成年年齢引下げによる消費者被害増大への対策の一つとしても、早期の導入が望まれる。

(2) 特定商取引についての若年者取消権

特定商取引に関する法律で規制される訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引、訪問購入の特定商取引については、もともとトラブルを誘発しやすい取引類型として規制がなされており、若年者の被害も多く見られる。特に、キャッチセールス、アポイントメントセールスなどの訪問販売による被害や、エステ等の特定継続的役務提供によるトラブルが多数発生しており、また、マルチ商法（連鎖販売取引）による若年者の深刻な被害も従前から繰り返されている。

そこで、第1に、現行法においても、「顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行うこと」が禁止されていること（施行規則7条3号等。なお、同条2号も「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。」を禁止行為としている。）等を踏まえ、18歳、19歳の若年者の特定商取引（通信販売及び連鎖販売取引を除く。）においては、事業者が若年者を勧誘する前提として、その者の知識、経験、財産状況に照らして当該取引が不相当でないことの確認を事業者に義務付け、不相当である者への勧誘を禁止行為として行政処分の対象とすべきである。そして、若年者は、上記特定商取引が勧誘によって行われた場合は、その契約を原則として取り消すことができるものとするとともに、事業者において当該若年者が知識、経験及び財産の状況に照らして不相当でないことを適切に確認した場合は取り消すことができないものとするべきである。

上記の規律を設けることにより、不意打ち性や契約の複雑性等の特質を有する特定商取引について、若年者に慎重に契約を行う機会を確保するとともに、事業者による適切な対応を促すことも期待することができる。

第2に、若年者のインターネット取引（通信販売）におけるトラブルが多いことに鑑み、18歳、19歳の若年者の通信販売においては、事業者が若年者と取引をする際にその者の知識、経験、財産状況に照らして当該取引が不相当でないことの確認を事業者に義務付け、不相当である者との契約を禁止行為として行政処分の対象とすべきである。そして、若年者は、原則として通信販売による契約を取り消すことができるものとするとともに、事業者

において当該若年者が知識、経験及び財産の状況に照らして不適當でないことを適切に確認した場合は取り消すことができないものとするべきである。

もっとも、通信販売については、必ずしも不意打ち性が顕著でなく、現状においても若年者がインターネット上で多く利用している実態があり、その利便性を確保する必要性も認められることから、高額にならない一定の金額以下の取引（例えば3万円以下）については、上記の規制の適用除外とすることが考えられる。

第3に、連鎖販売取引については、若年者は、先輩後輩関係や友人関係等人間関係を利用した勧誘が行われやすいことから若年者の被害が多く、その被害が極めて深刻であることなどから、18歳、19歳の若年者に対する勧誘を全面的に禁止し、その違反を行政処分の対象とするべきである。また、18歳、19歳の若年者の契約については（勧誘によらない場合も含め）、若年者はこれを取り消すことができるものとするべきである。

なお、上記の第1～第3については、特定商取引による契約であっても、子が成年に達したときに親権者でなくなった者の同意を得た場合等、若年者に消費者被害が生じるおそれがない場合については、上記の規制の適用除外とすることが考えられる。

さらに、特定商取引を行う事業者が、若年者に対し、年齢、職業、収入等の事項について虚偽の申告をさせることによって、貸金又はクレジット契約の利用を伴う契約締結をさせる行為が、若年者の高額被害に結びついているという実態がある。販売業者のこうした行為は、特定商取引に関する法律7条4号、施行規則7条4号等により禁止されている違法行為であるが、若年者の思慮・社会経験不足に乗じて支払能力を超える過剰な代金債務を負担させる行為であるから、上記の違反を伴う18歳、19歳の特定商取引については、これを取り消すことができるものとするべきである。

(3) クレジット契約についての規制

若年者の消費者被害では、クレジット利用によって高額な契約をさせられている事例も多い。収入も少なく資力に乏しい若年者があえて多額のクレジットを組んでまで取引をすることは必ずしも適切な取引とはいえない。

若年者の思慮・社会経験不足に鑑みると、クレジット契約の審査における資力要件の確認の厳格化を図り、クレジット契約の規制をすることが極めて重要であり、それによって若年者の消費者被害に対する相応の予防効果を期待することができる。

割賦販売法は、支払可能見込額（年収等－生活維持費－クレジット債務）

を超える個別クレジット，支払可能見込額の90%の額を超える包括クレジットを禁止しているが（割販法35条の3の4，30条の2），収入額の確認は，申込者の自己申告で足りるものとしている（省令40条2項，72条2項）。また，現行法上10万円以下の個別クレジット，及び30万円以下の包括クレジットについては，資力審査が免除ないし軽減されている。

しかし，このような審査では規制が十分になされず過剰なクレジット契約がなされる懸念があるので，18歳，19歳の若年者については厳格化し，少なくとも5万円を超えるクレジット契約については資力審査を行うものとするべきである。

また，審査に当たっては，18歳，19歳の若年者については例外なく源泉徴収票等の資力を明らかにする書面の徴求を義務付けるべきである。なお，学生又は過年度生である若年者の収入等返済能力の調査に当たって徴求する書面は，源泉徴収票等の年収額が明らかな書面に限られるべきである。若年者の収入はアルバイト等によるものであることも多く，収入があったとしても一時的なものである場合も多いことから，例えば直近2か月分の給与明細書の提出だけでは若年者の収入等返済能力を厳格に審査することはできず，また，若年者の被害事例の中には，事業者にもそのかされるなどして事実と反する過大な収入を記載した給与明細が利用されることも見られるからである。

(4) 借入れ（キャッシング）に対する規制

若年者の消費者被害では，消費者金融等の貸金業者からの借入れ（キャッシング）により支払を行わせる事例も多く見られる。

クレジット契約と同様，収入も少なく資力に乏しい若年者に借金までさせて取引をすることは必ずしも適切な取引とはいえない。貸金業法では個人への貸付けは原則として年収の3分の1までとする「総量規制」が定められている（貸金業法13条の2等）。多くの若年者が学生であること等に鑑みると，クレジット契約と同様に，資力要件の確認の厳格化を図って上記の規制の実効性を高めることが極めて重要であり，それによって若年者の消費者被害に対する相応の予防効果を期待することができる。

貸金業法では，顧客の収入等の返済能力の調査に当たっては自社貸付けでは50万円，他社を含む貸付けでは100万円を超えない限り源泉徴収票等の資力を明らかにする書面の徴求は義務付けられておらず，自己申告で足りるとされている（貸金業法13条3項ただし書）。しかし，従来から若年者が事業者にもそのかされるなどして収入を過大に申告し支払能力を超える借入

れをしてしまう事例は散見されており、18歳、19歳の若年者についての審査は厳格にすべきである。具体的には若年者については例外なく源泉徴収票等の資力を明らかにする書面の徴求を義務付けるべきことはクレジット契約と同様である。

なお、クレジット契約と同様の理由で、学生又は過年度生である若年者の収入等返済能力の調査に当たって徴求する書面は、源泉徴収票等の年収額が明らかな書面に限定すべきであり、直近2か月分の給与明細書だけでは足りないとするべきである。

また、現行貸金業法は自動車ローンなどについては「総量規制」の例外を許容しているが（貸金業法施行規則10条の21）、18歳、19歳の若年者の借入れについては、これらの例外の在り方について見直しを検討すべきである。

併せて、近時、貸金業法の適用を受けない銀行・信用金庫・信用組合等の金融機関が行う消費者ローンが拡大し、新たな多重債務被害の原因となっている。貸金業者による保証を付した銀行等金融機関の消費者向け貸付けによる借入れについても貸金業法と同様の総量規制を適用し、この借入れについても若年者の収入等返済能力の審査を厳格に行わせるべきである。

(5) 更なる強力な施策の必要性について

上記(1)から(4)の施策は、消費者被害の拡大を防止するために最低限度必要なものであるが、これらは、現行民法の未成年者取消権に比すれば、限定的なものであることは否めない。

それゆえ、(1)から(4)の施策を講じたとしても、消費者被害の拡大を効果的に防止できないことも懸念される。そこで、さらに、当面、18歳、19歳の若年者について、一定の重要な契約については、なお従来親権者であった者の同意を要することとし、同意を欠く場合には、その契約を取り消すことができることとする経過措置を設けることなども検討すべきである。

4 消費者教育の充実

(1) はじめに

前記3の「若年者の消費者被害の防止や被害回復のための立法措置の整備」は消費者被害への具体的対処であるが、それとともに若年者の消費者被害を生まない消費者教育の充実が極めて重要である。

そして、それは、若年者に限らない消費者市民社会実現への消費者教育の充実を図る中で、その一環として成年年齢引下げに伴う若年者被害の防止に繋がる消費者教育を行うことにより実現すべきである。

(2) 消費者教育の基本的な考え方

もとより、消費者とは市民を消費生活の面から捉えたものであり、消費者教育とは、市民に対して消費生活に関する教育を行うことである。消費が生活の中で営まれ、商品・サービスが社会的な仕組みの中で生産・供給されていること、また、今日消費行動が社会的な影響力を持ち得るものとなっていることに鑑みれば、消費者教育は、このような社会の中における消費の在り方について考え、かつ、一人ひとりの消費者が表面的な情報・宣伝に流されることなく、批判的な精神をもって消費者としての行動をとることを可能にするものである。

消費者教育の充実とは、消費者の権利の実現として意義を持つとともに（消費者教育推進法1条）、消費者教育により知見や批判する力をつけた消費者が、消費行動を通じて市場の改善や優良な企業の支援に寄与する条件を提供するものであり、更には、消費行動や社会的活動を通じた社会の改善の条件を提供する可能性を持つものである。

市民が批判的な精神をもって消費行動をとることができるように、単なる知識の習得でない、体系的な消費者教育の充実を図っていくべきであり、このような消費者教育の充実が確保されてこそ、若年者も含め、消費者トラブルや消費者被害に対する耐性を強めることができる。

以上の趣旨は平成24年12月に施行された消費者教育の推進に関する法律に具体化されている。すなわち、同法2条1項は、「この法律において『消費者教育』とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。」と定め、同条2項では「この法律において『消費者市民社会』とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。」と定めているのである。

このように消費者市民社会の形成を目指す消費者教育の充実の中で、若年者の消費者被害を防止するための消費者教育も、その実現が期待されている。

(3) 消費者教育の抜本的見直しの必要性

消費者教育の推進に関する法律3条3項は「消費者教育は、幼児期から高齢者までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無そ

の他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。」と規定しているところ、若年者に対する消費者教育は、本来、民法の成年年齢の引下げが実施されるか否かに関わりなく、重要である。

しかし、仮に民法の成年年齢が引き下げられた場合には、18歳、19歳の若年者（その中には高校3年生を含む。）が「大人」として市場に参入することになる。このようなこれまでと異なる新たな事態に対応して、消費者教育の在り方を再検討する必要がある。

日本では、18歳という年齢は特別の意味を持っている。すなわち、高等学校等への進学率が90%を超える日本においては、多くの若年者にとって、18歳とは高等学校を卒業し、大学等への進学や就職等という新しいスタートラインに立つ年齢ともなっている。そして、このスタートラインに着く際に、アパートの賃貸借、家電製品の購入、会社等への就職、学校への入学、奨学金の借入れ等それまでにはなかった高額を支払を伴う様々な契約の締結を迫られる場面に一気に直面することになる。

従来、高校等を卒業した18歳の若年者は、契約を締結する際、親権者の同意を得る過程で「大人」からのアドバイスを受ける機会を有していた。18歳から20歳までの2年間、親権者のアドバイスを受けながら契約締結を体験し、契約を締結することの意味（要件、効果）を学習する機会を有していた。

しかし、民法の成年年齢が引き下げられると、18歳の若年者が上記スタートラインに立った時には、既に「大人」として単独で契約できる状態にあることになり、上記のような親権者のアドバイスを受けながら契約締結を体験したり、その意味を学習したりする機会を経ないまま、突如、市場に登場することを余儀なくされる。

以上を踏まえると、消費者教育は、これまでの18歳、19歳の若年者が有していた、親権者の同意に伴う契約締結の学習や体験の機会に代替し得るものでなければならず、大幅な予算措置を講じるとともに、質的にも量的にも、抜本的見直しが行われるべきであり、現状に比較して飛躍的な充実が図られることが不可欠である。

(4) 具体的な内容

以上を前提として、消費者教育の充実に関する具体的な内容は様々なものが考えられるが、少なくとも以下のようなものが必要である。もっとも、これらにより、義務教育、高校教育、大学教育等における教育内容に対する国家の過度の介入となることは許されるべきでないことは当然であり、子ども

の学習権及び教師の専門性に裏付けられた教育の自由を侵害してはならないのはもちろんのこと、各地域、学校及び児童、生徒等の実情に応じた消費者教育の在り方が多種多様であることに鑑み、教育現場の自由を十分に尊重する必要があることをあらためて指摘する。

ア 小学校・中学校・高等学校における体制作り

主に成年に達する前の段階である小学校・中学校・高等学校（成年に対する教育を一部含む。）において消費者教育を充実させるために、その体制作りが必要である。

具体的には、①学習指導要領における消費者教育の内容充実、②「公共」等における消費者教育の教材充実、授業時間数増加、③HR等の特別活動や総合的な学習における消費者教育の実施、④消費者教育の教材の充実（消費生活センター等との積極的な連携による）、⑤入学・卒業時の消費者教育の徹底、⑥高等学校における生徒相談課（若しくはスクールカウンセラー）の設置、⑦教員、PTA、生徒会等学校関係者と消費生活センター等行政機関との連携（定期連絡会の実施、若年者に対する見守りネットワーク）、⑧弁護士及び弁護士会・法務省・金融庁・金融広報中央委員会等と連携した金融リテラシー教育や法教育（契約自由の原則等私法についての基本的な考え方を含む）の徹底、⑨18歳の誕生日における個別に消費者問題を学習する機会の確保、⑩消費者教育を家庭科、社会科以外の科目も含めて体系的に実施すること、などが考えられる。

イ 大学・専門学校における体制作り

成年に達した直後の段階における大学・専門学校において消費者教育を充実させるための体制作りも重要である。

具体的には、①教養課程での「消費者教育」の単位必須化、②学生相談課、大学生協と消費生活センター等行政機関との積極的な連携・情報共有（定期連絡会の実施、若年者に対する見守りネットワーク）、③入学ガイダンスを活用した消費者教育の徹底、④弁護士及び弁護士会・法務省・金融庁・金融広報中央委員会等消費者団体と連携した法教育、金融リテラシー教育の徹底、などが考えられる。

ウ 参加型教育の導入

小学校から大学・専門学校までの全ての学校教育の段階で、参加型教育が導入されるべきである。

消費活動とは日々の生活に根ざしたものであり、かつ、正解が一つとは限らないものである。そのため、座学で知識を伝達するだけでは足りず、

異なる立場の考え方があることを学びつつ、実際に行動に移せる程度にまで理解を深める必要がある。よって、他の教科に比べて、参加型教育のカリキュラムを取り入れる意義は大きい。

参加型教育のカリキュラムとしては、①ゼミ・ディベート形式のディスカッション、②ワークショップ、ロールプレイ、③生徒自らの手による教材作りやコンテストの実施、④消費者教育を学んだ大学生・高校生による小学生・中学生向けの授業・指導、⑤一つの題材について生産者・消費者それぞれの視点から取材をしての発表、などが考えられる。

エ 体験型教育の導入

前述したとおり、これまでの若年者は、18歳、19歳という年齢時に、親権者のアドバイスを受けながら契約締結を体験し、その意味を学習する機会を有していた。仮に民法の成年年齢が引き下げられた場合、これに代替するものを学校教育の現場で行うことが必要となる。このような体験型授業（できれば親権者とともに体験する。）を通じて、お金を使うこと、お金を借りること、お金を稼ぐこと等について、その有意性だけでなく、失敗したときのリスクも含めて教育することが必要である。このような体験型学習において、「小さな失敗」を体験させておくことで、より大きな失敗を防ぐことができると考えられる。

具体的には、①一人暮らしを始めるための買い物を体験できるバーチャルソフトを使用した授業、②買物について親権者と話し合いながらバーチャル体験する授業（父母参観等の機会を利用する。）、③利息計算をシミュレーション体験し、借入れについて親権者と話し合いながら学習する授業、④実際に近所の商店街等でお金を使って商品を購入しながら、その意味（コストパフォーマンス、環境負荷、児童労働、リサイクル、輸送コスト、食品安全）について学習する方法（文化祭や体育祭等学校行事の予算作成を生徒の自由に委ねる。）などが考えられる。

オ 教員養成課程の改革

消費者教育推進法が施行され、学校教育の現場における消費者教育の重要性が増しているため、従来の教員養成課程をその重要性に応えるものにブラッシュアップさせる必要がある。

この点については、①教員養成課程での「消費者教育」の単位必須化、②教員採用試験での実施、③初任者研修・中堅教諭等資質向上研修・免許更新研修等での実施、などが考えられる。

カ 外部講師との連携

消費者問題とは消費生活の中で起こるものであり、かつ、環境問題、IT問題、悪質商法対策、金融リテラシーなど極めて幅広くかつ変化に富んだ関連分野を取り扱うものである。しかも、これらは教員養成課程で必ずしも専門的に教育されてきたものとは言い難い。そこで、この分野については、外部講師（消費生活センターなどの行政機関、事業者、弁護士などの専門家）と連携し、生の事実を扱う出前授業が実施されるべきである。

キ 18歳、19歳の若年者に対する教育（大学、職場、地域等）

仮に民法の成年年齢が引き下げられた場合、「大人」として扱われる18歳、19歳の若年者に対する教育を実施する必要がある（なお、中卒者、高校中退者も同様である。）。その場合の消費者教育は、大学、職場、地域等で実施されることになるが、中学校、高等学校等のように毎日同じ教室に通学する訳ではなくなるため、そもそも消費者教育に関心が低い若年者を教育現場に足を向けさせる方法を考えなければならず、ハードルはより高いと考えられる。

具体的には、①インターネット、SNSによる告知、②若年者が集まるイベントとの共同開催、などが考えられる。

ク 行政機関による積極的な対応

行政機関は、学校と連携するだけにとどまらず、様々な形で積極的に対応すべきである。

例えば、①消費生活センターの周知（消費者ホットライン「188」の啓発）、②出張相談、出前講座の実施、③インターネット、SNS、LINEなど若年者が使用するツールを通じた啓発活動、消費生活相談体制の整備、④消費者被害拡大防止のための国民キャンペーンの実施、などが考えられる。

ケ 事業者による十分な対応

若年者が「大人」として市場に出てきた場合、対立当事者となるのは事業者である。そのため、事業者において、以下のように、十分に自立していない若年者の存在を前提とした営業活動を行い、従業員教育についても徹底する必要がある。

例えば、①若年者に配慮したガイドラインの制定・遵守徹底（とりわけ与信）、②消費者志向経営の一環としての優良経営認証制度の推進、③若年者向け顧客対応窓口の体制強化、④若年者に対応するための従業員教育、などに取り組む必要がある。

コ 救済手続の詳細の伝達

仮に民法の成年年齢が引き下げられると、18歳に達した若年者は直ちに否応なく市場に参入させられることとなる。消費者教育をどれだけ充実させたとしても、残念ながら、18歳、19歳の若年者のうち相当数が、悪質商法に騙されたり、多重債務に陥ったりすることは不可避と考えられる。

そのため、そのような場合に備えて、あらかじめ、救済手続の詳細（地方公共団体の相談窓口、弁護士会等の相談窓口。ADR、調停、訴訟の仕組み等（各手続を利用する際に要する費用も含む。））を知識として伝達しておく必要がある。

サ 高齢者に対する消費者教育、啓発活動の応用

効果的な消費者教育を検討する際には、これまで高齢者に対して行われてきた消費者教育・啓発の方法、効果を丁寧に検証して、適宜若年者に応用することも有益である。

例えば、マスコミ、行政、警察、金融機関がこれだけ注意喚起してもオレオレ詐欺が撲滅していないのは何故か、といった疑問について心理学等を含む総合的な観点から徹底的に解明することが、若年者の消費者教育をより効果的にすると考えられる。

5 施策の整備・実現・浸透がなされるまで施行されるべきでないこと

仮に民法の成年年齢を引き下げる法案が成立したとしても、若年者の消費者保護の徹底のために、消費者教育が小中学校等から十分に行き渡り、消費者契約法等の改正の周知と、消費者教育の効果の国民への浸透が確保された上で施行されるよう十分な期間が置かれるべきである。

6 若年者の範囲について

なお、本意見書は、民法の成年年齢の18歳への引下げから生ずる問題点に焦点を当てて施策について言及するものであるが、上記1(1)に指摘した若年者の消費者被害の実態からすれば、18歳、19歳にとどまらず、一般的に大学を卒業し就職して収入を得るようになる満22歳までの者については、消費者被害の救済・防止という観点から一定の施策がなされるべきと考えられる。

したがって、本意見書の意見の趣旨2の(2)～(4)で指摘した施策の対象となる「若年者」を「満18歳から満22歳までの者」とすることも今後検討されるべきである。

以上