

成年年齢の引き下げと若者に対する情報提供の現状についての提言

後藤那月

1. はじめに

改正民法は、2022 年 4 月 1 日から施行された。これにより、成年年齢が引き下げられ 18 歳以上が成年と取り扱われるようになったことは、記憶に新しい。この引き下げによって、今まで未成年であった 18 歳・19 歳も、単独で有効な契約を結ぶことができるようになり、父母の親権にも服さない年齢として扱われることになった¹。けれども、成年だからといって、その瞬間から急激に周りの大人と同一の見方や価値観を持つようになったとは言い切れず、契約の内容が明確にわかっていない状態で、契約を結び、後々トラブルに巻き込まれていたことに気づくケースもある。そのため、今回の提言では、若者におけるトラブルに焦点を当てた上で、成年年齢の引き下げを内容とした、若者に対する情報提供の効果について述べていきたい。

2. 成年年齢の引き下げによる効果と懸念される問題

成年になると、何ができるようになるのだろうか。先ほどは、単独で有効な契約を結び、父母の親権に服さない年齢として扱われる、と述べた。これは民法の成年年齢という意であり、具体的には、親の同意を得ずに、様々な契約をすることができるようになることを表している²。例えば、クレジットカードや携帯電話、アパート、ローンなどの契約が含まれるが、この他にも、国家資格の取得ができたり、裁判員に選ばれる対象にもなったりする。なお、飲酒や喫煙等、20 歳でなければ、できないことも存在することには注意が必要だ³。

成年になることで、自分 1 人で大きな買い物もできるとすれば、ある種の自由を感じるかもしれないが、これはつまり、民法 5 条 2 項にある未成年者取消権を行使できなくなることも忘れてはならないだろう。この取消権は、未成年を対象とするものであり、法定代理人、いわゆる親の同意なしに結んだ契約を、原則、後から取り消すことができるものである。これまで対象年齢であった 18 歳・19 歳が保護対象から外されることで、この年齢が巻き込まれる消費者トラブルの増加が懸念されているのである。法務省の Q&A によれば、成年年齢を引き下げた場

¹ 法務省,“民法改正 成年年齢の引き下げ～若者がいきいきと活躍する社会へ～”,民法の一部を改正する法律(成年年齢関係)について-パンフレット,(<https://www.moj.go.jp/content/001300586.pdf>),閲覧日時:2022/08/15

² 法務省,“民法(成年年齢関係)改正 Q&A”,Q3 成年年齢の引き下げによって,18歳で何ができるようになるのですか? ,(https://www.moj.go.jp/MINJI/minji07_00238.html#5),閲覧日時:2022/08/15

³ 18 歳 成人の流儀 改正民法・少年法施行中日新聞,2022 年 4 月 1 日,朝刊,1 面

合には、悪徳商法などによる消費者被害の拡大が懸念されていることを述べており⁴、このことから政府としても認識している問題であるだろう。さらに、2022 年 4 月 1 日の朝刊⁵では、「18 歳成人」についての特集も組まれているほどである。加えて、消費者庁ホームページにも「18 歳から大人」という特設ページ⁶が設けられ、成年年齢の引き下げに関連したわかりやすい情報がまとめられている。身近に潜む危険であるために注目される内容であり、大々的に取り上げることで、若者に向けて事前防止を試みようとしているように感じられる。社会経験が足りていない若者であるからこそ、自分が狙われるという意識を持ち、取り巻く悪意に対して理解を深めることが不可欠だろう。

3. 新成人や若者に起こりうるトラブル

次に、上に関連して、若者がよく関わる消費者トラブルとして、どのようなものがあるのかを見ていきたい。消費者トラブルとは、契約における知識量、情報量、交渉力等の消費者と事業者間の情報格差から生じるトラブル⁷であり、架空請求や安全性を欠いた製品による事故等が含まれる⁸。その中でも、特に、悪徳商法と呼ばれるものは、年々巧妙・複雑化し、一度契約すると、解約が難しく、支払った金銭を取り戻せなくなることがほとんどであると言われている⁹。この例としては、アポイントメントセールスやデパート商法、マルチ商法等が挙げられる。最近では、これら商法に遭遇するきっかけが、SNS やインターネットで知り合った人に誘われ勧誘されるケースも増えている¹⁰¹¹。

とりわけマルチ商法では、友人や親しい人からの勧誘や集団で囲まれた雰囲気でのまれて、契約してしまうケースもあるが、契約しない、と強く断ることが必要である¹²。また、断り方次第で、躲かれる場合もあるため気をつけなければならない。「お金がないから」という断り方は、一見拒絶しているようにみえるが、相手は、借金やクレジット契約を言葉巧みに推奨させ、強引に契約させようとするので、「お金がない」は、有効な断り文句ではない。勇気を出した拒絶もブロックされてしまうと、結局断り切れなくなり契約を結んでしまった、ということ

⁴ 同上, Q5 消費者被害の拡大が懸念されていますが、どのような対策をとるのですか? より

⁵ 18 歳 成人の流儀 改正民法・少年法施行,契約取消しの対象外に,18 歳成人 養護施設の「親権代行」不可に,中日新聞,2022 年 4 月 1 日,朝刊,1,2,33 面

⁶ 消費者庁,「18 歳から大人」特設ページ,(https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/lower_the_age_of_adulthood/),閲覧日時:2022/08/15

⁷ 渋谷絢子・山口康夫,『消費者トラブル相談ハンドブック』,新日本法規出版株式会社,(2005),3,4 頁

⁸ 原早苗・坂本かよみ・石渡戸真由美,『相談対応で困らない!いちからわかる消費者問題』,株式会社ぎょうせい,(2018),はじめに 1 頁

⁹ 新宿区役所,「悪質商法・消費者トラブルに注意」,(http://www.foreign.city.shinjuku.lg.jp/jp/seikatsu/seikatsu_11/),閲覧日時:2022/08/15

¹⁰ 前掲注 8 に同じ,2,31 頁

¹¹ 前掲注 7 に同じ,117 頁

¹² 独立行政法人国民生活センター『2021 年版 くらしの豆知識』,2020 独立行政法人国民生活センター,(2020),45 頁

が起こり得るため、「いない」ことを明確に伝えることが求められる¹³。もし、契約してしまった後でも、法による保護が受けられる可能性もあるため、即座に泣き寝入りする必要はない。例えばマルチ商法では、特定商取引に関する法律や消費者契約法、民法による解決手段がある¹⁴。受けた契約までの勧誘手法やその過程内において、規定された各要件を満たしていれば解決できる場合もある。けれども、はじめから悪徳な商法に巻き込まれないことが、一番ではあるので、怪しいと感じたら断ってすぐにその場を去ることが望ましいだろう。

また、消費者トラブル以外にも、犯罪につながるアルバイトに、知らないうちに加担させられていたというケースも存在する。オレオレ詐欺やコロナに便乗した詐欺まで誕生している特殊詐欺は、昨今では増加傾向にある。簡単にお金が入るとか、たくさん稼ぐことができる、という甘い勧誘にのってしまえば、「出し子」や「受け子」にされ、その後は、なかなか抜け出せず逮捕されることもある¹⁵。令和 3 年では、検挙された少年(433 人)のうち、77.1%が受け子であり、受け子として少年が占めている割合は、20.4%であった¹⁶。軽い気持ちやノリで始めたことが、後々取り返しもつかない事態を招くことがあるため、自分の行動については、慎重にならなければならない。こういった犯罪につながる行動としては、特殊詐欺以外にも、他人の携帯電話やクレジットカード等の契約のために、自分の名義を貸す、名義貸しや荷物を転送する違法なアルバイト等も存在している。これらの自分の身に危険が及ぶ行為の存在をしっかりと認識し、関わらないようにすることが必要だ。

4. グラフから見る若者の被害現状

では、実際にどの程度の若者が、被害に遭っているのだろうか。全国消費生活情報ネットワークシステムから見ると、年度別にみた契約当事者年代別割合¹⁷の 2020 年時点で、20 歳未満は 2.9%、20 歳代は 9.4%で、合わせても全体としては約 12%と、他の年代と比較して少なく感じられる。また、同年度の「18・19 歳」「20～24 歳」の年度別相談件数¹⁸から、18・19 歳が契約当事者となった件数の平均の値は、4820 件、20～24 歳の平均値は、7741 件であることがわかる。このデータは、2020 年度のもののため、成年年齢の引き下げがあった 2022 年度のデータ

¹³ 独立行政法人国民生活センター,「お金がない」では断れない！きっぱり断りましょう-断っても借金させてまで強引に契約を迫る手口にご注意！-, [2019 年 8 月 29 日: 公表], (https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20190829_1.html), 閲覧日時: 2022/08/16

¹⁴ 前掲注 7 に同じ, 145 頁

¹⁵ 前掲注 12 に同じ, 46 頁

¹⁶ 暴力団対策課・生活安全企画課,「令和 3 年における特殊詐欺の認知・検挙状況等について(確定値版)」, (https://www.npa.go.jp/bureau/criminal/souni/tokusyusagi/tokushusagi_toukei2021.pdf), 閲覧日時: 2022/08/16

¹⁷ 独立行政法人国民生活センター,「PIO-NET にみる 2021 年度の消費生活相談の概要」, 2022 年 8 月 9 日, (https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20220809_1.html), 閲覧日時: 2022/08/16

¹⁸ 独立行政法人国民生活センター,「狙われる!? 18 歳・19 歳「金(かね)」と「美(び)」の消費者トラブルに気をつけて!」, [2021 年 4 月 8 日: 公表], (https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20210408_1.html), 閲覧日時: 2022/08/16

では、どの程度変化があるかはわからない。しかし、いずれのデータも、相談件数が上昇傾向にあるとは言えず、件数としても、意外にもそこまで多くないように感じられた。

5. 若者に向けた情報の伝わり方

新成年に向けた啓発等の訴える側からの働きかけは、カラフルなポスターや著名人を起用した動画を用いており、十分わかりやすく、内容が詰まっているものと考えられる。けれど、その活動や内容が、対象としていた若者という受け手に、実際に届いているのかについては疑問が残る。啓発は、一方的で片面的なものでは足りないだろう。やはり、双方が、確実に情報を受け取り、共通認識を持つまで至ることが、真の意味での啓発成功と言えるのではないかと考える。しかし、これは現実的には、難しい問題である。例えば義務教育中に、学校で、消費者トラブルを内容とする啓発を、取り入れようとしたときには、時間・コスト・負担等資源面での課題を抱えることになるだろう。また、そもそもテストにも出ず、現に自分が当事者でない問題、言い換えれば、現実味のない話を聞いたところで、すべての生徒が、将来まで覚えていられる保障は、本当にあると言えるのだろうか。

こうした発信された情報が受け取られるかどうかについては、ウェブ版国民生活 2019 年 6 月号¹⁹の若者の座談会が参考になるのかもしれない。この座談会によれば、未成年者取消権の存在への意識や学校授業による消費生活に関連する知識は、冊子が配られていたとかクーリング・オフという手段があるにとどまり、現実に対応可能な具体的な知識としては、不十分に感じられる。また、同座談会では、公的機関や行政機関との若者との間に距離があることがうかがえた。消費生活センターという存在は、知っていても、相談には至らないケースがあるようだ。それは、被害額や相談相手の有無にも左右されるが、「最終手段」という言葉からすると、よほどの大きな被害でないと相談しないことも多いのが若者なのかもしれない。インターネットを用いて調べることで、簡単に情報を入手できる時代であるからこそ、「とりあえず相談」というよりかは、「とりあえず自力」で検索して、他にも同じような体験をした人がいないかを探す手段を取り得るのだろう。若者のインターネットの利用状況²⁰は、2015 年末時点では、13～19 歳は、98.2%、20 歳代は 99.0%とかなり多いことがわかる。また、20-29 歳の SNS の利用状況²¹は、71.5%とインターネット利用割合よりは少ないが、多くの若者が利用していることが

¹⁹ 独立行政法人国民生活センター、「ウェブ版国民生活 2019 年 6 月号【No.83】」,特集 若者の消費者トラブルを防ぐには-受け手の立場から考える“伝わる情報発信”特集 1 座談会 若者に聞く! 知りたい情報・伝わる情報-,(https://www.kusen.go.jp/wko/pdf/wko-201906_01.pdf),閲覧日時: 2022/08/15

²⁰ 消費者庁,“第 1 部 第 2 章 第 1 節(2)消費生活を取り巻くインターネット環境”,図表 I-2-1-20 年齢層別インターネット利用状況,(https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2017/white_paper_120.html),閲覧日時: 2022/08/16

²¹ 総務省,“第 1 部 特集 デジタルで支える暮らしと経済 第 1 章 デジタル化の現状と課題”,図表 1-1-1-14 SNS 及びメッセージサービスの利用状況,(<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r03/pdf/n1100000.pdf>),閲覧日時: 2022/08/16

わかる。このことから、情報は、自らの力で取り入れてしまえる環境が整っていると言えるのかもしれない。

6. わたしの提言

i. 情報伝達の現実

若者が当事者となったケースの相談件数は、全体からは少ないことがわかった。これは、若者に寄り添う工夫がされた広報や啓発による成果もあるはずだが、完全にそうとは言い切れない可能性もある。なぜなら、先ほどの座談会であったように、そもそも相談しないケースも存在するからだ。数値としては残らず、水面下では、若者も多くのトラブルに巻き込まれているのかもしれない。危険やトラブルが小さい規模で、自力解決できたのなら、それで良いと考える方法もあるが、もとより危険に遭わないことの方が重視されるべきなのではないだろうか。このように考えるならば、若者に対してより周知を図る必要があり、また情報は若者にしっかり伝わらなければならないのである。現在の提供されている情報は、内容がわかりやすく読みやすいものであり、情報の提供も普及していると感じられるが、調べようと思わなければ出会えない。むしろ、自身が危険に巻き込まれてから探すような事後的なものとなっており、事前の情報提供としては機能していないと考える。

ii. 考えられる手段の提示

ならば、どのような方法であれば、若者に正しい情報の伝達が行なわれるのだろうか。こうした状況を解決する手段として以下を提言したい。

私が考える方法は、Virtual Reality (VR) を用いた追体験を通して、未成年のうちにとりまく危険性を学ぶという方法である。VR には、現実に近いシミュレーションができることから体験型学習に向く等のメリットが存在する²²。日本電気株式会社では、今年、仮想空間授業の実証実験²³も取り組まれはじめており、教育として VR を活用していくことも現実味を帯びてきた。VR を用いて、様々なケースを想定したシミュレーションを作成し、実際に体験しながら学ぶという方法であれば、感覚はゲームに近く、「聞く」だけ、あるいは文章を「読む」ことに抵抗がある生徒であっても、興味を持ってくれるかもしれない。しかし、こうした機械の導入を各学校に設置するというのは、現実的ではないし、これを毎日体験するような授業が設けられる暇もないと思われる。だから、こうした体験ができる施設を設置し、校外学習等のルートに組み込むことで毎年の行事として、楽しみながら、学んでもらう方法を提案したいのである。仮に、成年になるまでに、まだ年数があり、事態を客観視することが難しい場合でも、行事とし

²² ソフトアンドニュー株式会社, "AR/VR による教育のメリットと活用例", (<https://softandnew.com/service1>), 閲覧日時: 2022/08/17

²³ 日本電気株式会社 (NEC), "学生個人の最適な学びと新しい教育手法の提供に向けた仮想空間授業の実証実験を実施", 2022 年 5 月 30 日, (https://jpn.nec.com/press/202205/20220530_01.html), 閲覧日時: 2022/08/17

で体験することで、少しでもその生徒の記憶に残りやすくなるのなら、少しは、危機意識の向上につながるのかもしれない。

この方法を取り入れたとしても、体験した生徒すべてに効果があるとは言えないだろう。けれど、たとえ一部にでも効果があることが見込まれるのなら、事前に情報を受け取ってもらえる方法としては検討の価値もあるのではないかと考えられる。

7. 終わりに

提言として、提供された情報が、若者に届いていない点を踏まえ、若者から受け入れられるか否かを重視した策を提示した。これには、対応するシステム構成やグラフィック、あらゆる費用や実証的な実験等を行う必要があり、課題点が多く存在することは承知している。しかし、成年になったときに、こうした知識を学校でも深く学ばず、自分から調べることもなく、最終的には知らないがために被害に遭ってしまった、となつては、情報提供の機能不全が起こってしまった場合と同義であると私は考えている。今の状態は、まるで、情報は提供したけれど、それを拾うかどうかはその人次第、つまり未成年や若者の主体性に委ねていると感じられる。確かに、情報を自らで得ていくことも大切であるが、何らかの手助けは欲しいところだ。

成年年齢の引き下げを行ったならば、引き下げの実施で終わるのではなく、これら年代に寄り添った方法も調査し、実施して行って欲しいと考える。「新成年の被害拡大が懸念されている」という予測がつくのであれば、なおさら私は、将来成年になる者に向けた保護の取り組みが増加されることが望ましいと感じている。

審査委員長のコメント

若者の消費者被害の状況や特性の把握はその通りと共感した。教育や啓発を興味のない人に届けるという課題の捉え方は面白い。VRを活用した消費者教育という考え方は独自性を感じるが、ネットやオンラインで入り誰でもどこからでもアクセスできるアプリで追体験できる方策等も面白いのでは、と今後の展望の拡がりが期待される。