

消費者問題をよむ・しる・かんがえる

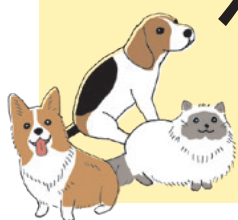
ウェブ版

国民生活 6

NO.118 (2022)

特集 ペットと暮らす

特集 1	ペットとの暮らし方を考える	1
特集 2	ペットに関連する法令	6
特集 3	ブリーダーからのペット購入に関する消費生活相談	9
消費者問題アラカルト	改正特定商取引法 ーインターネット通信販売取引被害への対応ー	12
中古住宅を買うとき売るとき	重要事項説明書 (その2)	15
森林が支えてくれる私たちの生活 ーSDGsと森林ー	森林による文化的サービス①ー登山ー	18
多様化・重層化するキャッシュレス決済	キャッシュレス決済の基礎知識 	21
海外ニュース	<イギリス> 運転中の携帯電話使用の規制を強化 <アメリカ> テイクアウト食品の包装材を安全に <スイス> 町の環境を生かしたスポーツに注目 <ドイツ> 食材を捨てる前に一考を	25
消費者教育実践事例集	大学生による高校生のための消費者教育出前講座 ー成年年齢引き下げを見据えてー	27
気になるこの用語	先取特権	29
相談情報ピックアップー18歳で成人！	SNS をきっかけとした消費者トラブルにご注意！	31
暮らしの法律 Q&A	クーリング・オフ後、事業者に返送した商品が 宛先不明で戻ってきた場合の対処方法は？	32
暮らしの判例	納骨壇使用契約の中途解約の効果と不返還特約	33
誌上法学講座	欠陥と因果関係の立証 (2) ー裁判例にみる欠陥・因果関係の立証ー	37



ペットとの暮らし方を考える

町屋 奈 Machiya Nai 公益社団法人日本動物福祉協会 獣医師調査員

2020年以降、犬や猫などのペットを飼う人、望む人が増加し、それに伴って、「想像と違った」などの身勝手な理由で手放す人や購入トラブルも発生しています。ペットを飼うことは命に責任を持ち、日々向き合うことです。ペットは愛情だけでは生きていけません。毎日の適切な世話が必要不可欠です。そのため、ペットを欲しいと思った時から責任を持って最後まで飼養できるかどうか、欲しいペットのことだけでなく、自身の人生設計やライフスタイルを含めてしっかりと考えましょう。

飼う前に考えるべきこと

動物には生きていくために必要な欲求(ニーズ)があり、それを飼い主が満たす必要があります。その基本的かつ主なものは、

- 1) 適切な環境
- 2) 適切な食事
- 3) 痛み、苦痛、外傷および疾病から守られていること
- 4) 恐怖や不安のほか、退屈などの精神的ストレスを与えないこと
- 5) 動物の生理・生態・習性に合った動物本来の行動が取れるようにすること

の5つといわれています。

まずは、動物を飼うには、この5つの基本的

な欲求(ニーズ)を満たすことが大切であると理解することから始まります。

次に、自身の生活について具体的に考えてみましょう。

- 1) ペットを飼える居住環境でしょうか？
- 2) ご家族の同意はありますか？
- 3) 飼いたい動物は飼い主の年齢やライフスタイル(就労状況や活動時間など)、ライフサイクル(転勤など)に合っていますか？
例えば、高齢者の場合には、若くて運動量が多く力が強い犬種は勧められません。
- 4) 毎日、ペットに快適な飼養環境を提供できますか？
長時間の散歩が必要な犬種を希望する場合、自身の体力や時間を確保できるかなども考慮しましょう。
- 5) 鳴き声や糞尿の後始末など近隣の住民への配慮ができますか？
- 6) 適切なしつけを実践できますか？
- 7) 災害時や飼い主の不測の病気・けがなどで万が一飼えなくなった場合の対策を講じられますか？
- 8) 飼いたい動物が決まっている場合、その動物種の生理・生態・習性や品種による特性・特徴(かかりやすい病気など)を理解していますか？

例えば、猫種で折れ耳のスコティッシュフォールドは、程度の差はあれ骨軟骨異形成症を100%発症すると報告されています。

9) 先住ペットがいる場合、先住ペットの年齢や体調を考慮していますか？ また、ペット同士の相性も考えた適切な飼養環境を提供できますか？ 新しくペットを迎えても適正な頭数ですか？

10) 最期まで責任を持って飼養できますか？

11) 近いうちに結婚や出産などのライフイベントで生活に変化はないですか？

その場合でもペットを飼養できるかも十分に考えましょう。

12) 経済的余裕はありますか？

ペットを飼うにはお金がかかります。自身の経済状況をしっかりと考えましょう。

●ペットにかかる費用

ペットを飼い続けるには、フード代だけでなく日用品や治療費などでお金がかかります。アニコム損害保険株式会社の2021年調査によると、1頭当たりの年間費用は、犬では約35万円、猫では約17万円となっています^{*1}。実際、経済的困窮で手放す人もいますので、経済的に余裕があるか飼う前にしっかりと考えましょう。

ペットを飼う目的として、子どもへの情操教育を考えて検討するケースもあるかと思います。その場合は、子どもに全責任を負わせることはしないでください。大人である保護者が責任を持ち適切な飼養管理ができるかということを重視してください。そして、必ず飼う前に子どもと一緒に、最期まで適切に飼えるかを考え、話し合いをしてください。その結果、今は責任を持って飼えないと判断しても、それは動物への愛情であり、情操教育といえるのではないのでしょうか。

飼うと決めたときにすべきこと

ペットの入手先は、ペットショップやブリーダーのほか、動物保護施設からの譲渡などさまざまです。どの方法もメリットとデメリットがありますが、事前にしっかりとペットショップやブリーダーなどの事業者および団体などの情報を集め、精査してください。そして、雰囲気がよく、動物を大切に扱い、アフターフォローがしっかりとした信頼できるスタッフがいる所から購入または譲り受けてください。具体的なチェックポイントを☒でお示しします。このチェックポイントはペットショップやブリーダーだけでなく、譲渡をしている動物保護団体などにも活用できます。

ペットの需要が高まるなか、購入および譲渡トラブルも増えてきています。契約書は適切か、購入条件に無理はないか、譲渡の場合は面会とトライアル期間はあるかなど、しっかりと確認しましょう。

●野生動物はペットになりません

可愛い見た目や珍しい野生動物などをペットとして欲しくなる気持ちは分かりますが、人間と暮らすために改良されてきた犬・猫・ウサギなどの家庭動物と違い、野生動物は決してペットになりません。家庭で飼うには多くの問題があります。野生動物を飼うことの問題点は、表1のとおりです。

そのほか、コツメカワウソのように需要が増大し、乱獲されることなどにより国外の生息地における野生動物の減少・絶滅に拍車を掛けるリスクがあります^{*2}。

野生動物、人間そして自然環境に取り返しのつかない悪影響を与える可能性を鑑みて、安易に野生動物をペットとして迎えるのではなく、

*1 アニコム損害保険会社「【2021 最新版】ペットにかかる年間支出調査」 <https://www.anicom-sompo.co.jp/news-release/2022/20220302/>

*2 環境省「2019年11月26日 種の保存法の国際希少野生動植物種が変更されました！」(2020年3月) https://www.env.go.jp/nature/yasei/pamph/200401_LCES_newinternationalendangeredspecies.pdf

図 ペットを飼うときに確認しておきたいこと

見学又は対面前にブリーダーに絶対聞いておきたい質問

ブリーダーからの購入を考えている方は、実際に、施設を見学する前に、電話やメール等で以下のことをブリーダーに確認することをお勧めします。
また、実際にお伺いした時、子犬・子猫との対面前にお聞きしてもよいでしょう。

子犬・子猫の両親のこと、誕生した場所や飼育している場所、最低限の疾病予防などの情報は、ブリーダーが飼育している動物を大切にしているかどうかを知る一助になります。

パート1：ブリーダーの飼育環境を確かめる質問

- 子犬・子猫はブリーダーの自宅(施設)で産ませた子ですか？
- 子犬・子猫は産まれた場所で母親や兄弟と一緒に飼育されていますか？
飼育されている場所で、母親や兄弟と一緒に面会できるか尋ねましょう。
- 子犬・子猫の父親も自宅(施設)にいますか？
父親がいる場合は、面会させてもらえるか尋ねましょう。もし、その場所にはいない場合でも、父親の飼育されている場所、健康状態や性格、他に繁殖した子はいないか等たくさんご自分の情報を教えてもらいましょう。
- 子犬・子猫の健康に問題はないですか？母親にも健康問題はないですか？
また、両親は遺伝性疾患をもっていないですか？
特定の品種において遺伝性疾患があります。
命に係わるケースや強い痛みを伴うケースがあり、治療にも非常にお金がかかることがあります。
- 子犬・子猫は外内臓寄生虫(ミミや回虫など)などの予防・治療をされていますか？
■ 最初の予防接種はされていますか？または接種する予定はありますか？
- 子犬・子猫にはマイクロチップは装着又は予定はありますか？
※2022年6月から販売する犬猫へのマイクロチップ装着・登録が義務化されます。
- スタッフ何人で何頭の動物を世話していますか？
※第一種動物取扱業者は2024年6月までに、第二種動物取扱業者は2025年6月までにスタッフ一名あたり、上限で犬20頭(繁殖用15頭)、猫30頭(繁殖用20頭)にするように法律で決められています。

パート2：あなたのライフスタイルや家の環境に子犬・子猫があうか確かめる質問

特に、あまり人や他の犬や猫との接触がなく刺激のない静かな環境で育った子犬子猫を迎え入れる時は新たな刺激に対して不安や恐怖を感じないようにする配慮が必要です。

- ブリーダーの住居のある環境は静かですか？それとも賑やかですか？
・車や人通りの少ない閑静な場所でしょうか？
・車、電車や飛行機などの音、子どもの声など賑やかな場所でしょうか？
- 子犬・子猫はブリーダーの自宅(施設)内でのどのような部屋で育てられていますか？
・比較的静かな部屋でしょうか？
・人の出入りが多い場所や生活音の激しい部屋でしょうか？
- 若者男女問わず幅広い年齢層の人達とふれあえる機会をあたえられていますか？
・特にあなたに小さなお子さんがいる場合、この質問は重要です。
- 子犬・子猫と定期的に関係をもっている人は何人程度でしょうか？また、ふれあい時間は一日どのくらいでしょうか？
・ご飯の時間など、特定の決まった時間だけ接触する程度でしょうか？
・日中、適度に色々な人とふれあっているでしょうか？

最後に、対応したブリーダーの印象はいかがでしたか？誠実でしたか？それとも不信任を抱きましたか？契約相手は、ブリーダーです。ブリーダーの印象も大切にしてください。

訪問したペットショップ・ブリーダーのチェックポイント

1. 施設の様子

- 第一種動物取扱業の登録を受けている施設・業者ですか？
- その旨を広告に記載、店内及び施設に提示されていますか？
- 施設内は、汚れていたり、悪臭がしていませんか？
- 8週間以下の幼すぎる動物が陳列、販売されていませんか？※日本犬6種については例外措置あり
- ケージ及び施設内にきれいな水や適切なおもちゃなどはありませんか？
- ケージ及び施設内の臭気は片づけられていますか？
- ケージは狭くないですか？
- 立ったり、横になったり、尻を振っても、身体は四方の壁にあたりませんか？
- 方向転換が容易にできる広さですか？
- 施設内は暗すぎたり明るすぎたりしていませんか？
- ケージ内に動物が休めるような隠れ場所はありませんか？
- 施設内は適正な温度ですか？
- 換気はされていますか？

2. 動物の様子

- 動物は、リラックスしていますか？
- 動物は、行ったり来たり、壁をひっかき続けたりなど同じ行動を何度も繰り返していませんか？
- 鳴き続けていませんか？
- 動物の身体は、糞尿等で汚れていませんか？
- 動物はスタッフをみたとき喜んでくれますか？おびえていますか？
- ブリーダー訪問では、母親や子犬子猫たちが普段置かれている環境をみせてくれましたか？
- 事前に電話やメールで確認した場合、内容に違いはないですか？

3. スタッフの様子

- スタッフの動物の取り扱いが丁寧ですか？
- スタッフの目が動物に行き届いていますか？
- スタッフの人数が展示又は飼育されている動物に対して十分ですか？
※2024年6月までにスタッフ一名あたり、犬20頭(繁殖犬15頭)、猫30頭(繁殖猫25頭)とするように法律で決められています。
- すぐに抱っこさせて、購入させようとしませんか？どんな質問にも丁寧に答えてくれますか？
質問内容に答えず、ただ「大丈夫ですよ」、「問題はありませんよ」などしか言っていないですか？
- 購入する前に飼い方や健康状態、ワクチン、駆虫などの十分な説明はありましたか？
- 契約書の内容は適切ですか？
- 対応されたスタッフの印象は誠実でしたか？
- 「今買わないと売れてしまう」などとすぐに購入するように勧められませんでしたか？

4. 最後に

はじめての訪問でその場で購入せず、もう一度、お家でしっかりと検討してみましょう。
衝動買いではなく確のある子は、必ず家族になります。



出典：公益社団法人日本動物福祉協会ウェブサイト <https://www.jaws.or.jp/activity01/activity06/>

表1 野生動物を飼うことの問題

1. その個体の生理・生態・習性に合った飼養環境を一般家庭で整えることが難しい
2. 飼育が難しい(人や環境がストレスとなることも)
3. 病気になったときに、診療・対応できる動物病院が少ない
4. 遺棄(脱走)されたとき、生態系や在来種へ甚大なる影響を及ぼす

5. 未知の感染症のリスク
6. 捕獲や輸送による甚大なストレス
7. 災害時に混乱を引き起こす可能性
・脱走(人への危害・生態系への影響)
・同行避難困難
8. 飼えなくなった場合、新しい飼い主を探すことが難しい

「飼わない」という選択肢も考慮しましょう。

飼った後にすべきこと

①飼い主責任を持ちましょう

- ・5つの欲求(ニーズ)を遵守(適正飼養)しましょう。
- ・繁殖を望まない場合は、不妊・去勢手術を実施してください。

②身元表示をしましょう

2022年6月から犬猫販売業で販売される子犬・子猫へのマイクロチップ装着が義務化されました(環境省「犬と猫のマイクロチップ情報登録制度」)。そのため、ペットショップやブリー

ダーなどから購入した場合は、購入後、所有者情報の変更を指定登録機関(公益社団法人日本獣医師会)に届け出ましょう。また、動物保護団体から譲渡された場合もマイクロチップが既に装着されている場合がありますので、その場合もマイクロチップ情報の変更登録をしてください。なお、既にペットを飼養している人は、努力義務ですが、有料で新制度のデータベースに登録することも可能です。そのほか、迷子札の装着も一目で分かるという点で有用です。災害の多い日本で生活するうえで、ペットの身分証明となる個体識別管理は必須です。

③ペットはできるだけ室内で飼いましょう

犬の場合、やむを得ず屋外で飼養する場合は、無駄吠えや逸走など周囲に迷惑をかけないように努めるとともに、犬の正常な行動が妨げられないリードの長さとするなど5つの欲求(ニーズ)を満たす飼養管理をしましょう。猫は万が一の脱走などに備え、首輪に慣れさせましょう(首輪は安全のために、引っ張るとすぐに外れるセーフティバックルが付いたものがよいでしょう)。飼い主のいない猫と区別できます。

④かかりつけの動物病院をつくりましょう

ペットの健康を守るためにかかりつけ動物病院をつくることは大切です。些細な事でも相談できる信頼できる獣医師を見つけましょう。

⑤適切なしつけをしましょう

「待て」や呼んだら戻るなど必要最低限のしつけをしましょう。もし、飼い主でのしつけが難しいと感じた場合は、かかりつけの動物病院やトレーナーに相談しましょう。また、普段からケージに入ることに慣れさせておくと、災害などの万が一のときに一緒に迅速な避難ができます。

⑥寿命を考えましょう

犬や猫は、人間の約4倍の速度で年を取ります。そのため、ペットのライフサイクルに合わせた飼養管理が求められます。特に高齢期は介護が必要になる場合もあり、医療費もかさむこと

が考えられますので高齢期への心構えと準備は必要です。若齢期にペット保険などに加入しておくことも備えの1つとして考慮しましょう。また、飼い主自身が高齢や病気となり飼えなくなる場合もありますので、事前に万が一のときに預かってくれる人や施設などを探しておきましょう。

災害対策をしましょう

①平時の準備

・ペットの健康管理

狂犬病および感染症予防のほか、ノミ・ダニなどの外部寄生虫予防もしましょう。

・ペットのしつけ

キャリーバッグやケージ等に入ることに慣れさせましょう。そして、避難場所などに同行避難した際、無駄吠えなどで迷惑とならないようにすることと、飼い主の指示に従うようにしつけましょう。また、排泄のしつけは大切です。

・ペットの個体識別管理

マイクロチップや鑑札・迷子札などを装着しましょう。

・ペットの飼養環境

ペットがいつも居る場所に、災害によって破損したり倒壊したりするような物がないか確認しましょう。

・避難場所の確保と確認

地域防災計画を確認しておきましょう。また、同行避難できる避難場所などを管轄する自治体に確認しましょう。同行避難できないケースも考慮し、親戚や友人、動物病院など動物の一時預かり場所なども確保しましょう。

・避難訓練

毎年9月は防災月間として、多くの自治体や自治会で避難・防災訓練が行われます。最近では同行避難を想定した訓練を実施する所も増えてきていますので、その場合はぜひ参加しましょう。

表2 避難用備蓄品のチェックリスト

優先順位1

- ☐ フード7日分 ☐ 水 ☐ 容器 ☐ 首輪・リード(伸びないもの)・ハーネス ☐ 薬・処方食 ☐ トイレ用品 ☐ ペットシート
☐ キャリーバッグ・ケージ

優先順位2

- ☐ 飼い主の連絡先 ☐ 動物の健康情報を記録している物 ☐ 写真：飼い主と一緒に写っている写真も用意

優先順位3

- ☐ ウェットティッシュ、ティッシュ ☐ タオル ☐ 洗濯ネット(猫を入れる用) ☐ ゴミ袋・ビニール袋(排泄物処理用など)
☐ ペットが普段使っているおののついた物 ☐ ガムテープ、油性ペン
☐ 救急セット(伸縮性ある包帯、サージカルテープ、ガーゼ、ピンセット、はさみ、爪切り、消毒薬、ラップフィルム等)

・避難用備蓄品の用意

東日本大震災のときに、約1週間、支援物資等が届かなかった地域がありましたので、念のため1週間分の備蓄はしておきましょう。

備蓄内容は表2を参考にしてください。

②災害発生時の対応

・飼い主の身の安全

まずは、飼い主や家族の身の安全を確保しましょう。ペットを守るためには飼い主が無事であることが大切です。

・ペットの安全

突然の災害では、ペットもパニックになり、いつもと違う行動を取ることがあります。その時は、不用意に触ることを避け、まずは飼い主が落ち着いて普段どおりのトーンで話しかけ、ペットを落ち着かせましょう。

・避難の準備

台風など事前に予測でき得る災害の場合は、数日前から安全な場所に一時預かりをしてもらうことも考慮しましょう。同行避難する際は、ガラス片などの危険物などに注意して、避難用備蓄品袋を持って落ち着いて避難しましょう。

・避難場所へ

避難場所に着いたら、避難場所のルールに従いましょう。避難場所には、動物アレルギーや動物が苦手な人もいることに配慮するとともに、

糞尿などを速やかに取り除くなど衛生管理に気を配りましょう。ペットの世話は飼い主が責任を持って行いましょう。慣れない場所ではペットもストレスを感じ、体調を崩すこともありますのでペットの健康に十分に注意しましょう。

車中避難する場合は、熱中症などに気を付けながら、換気や水分補給などをしましょう。

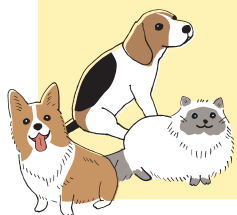
災害対策については、環境省が「人とペットの災害対策ガイドライン〈一般飼い主編〉^{*3}」を作成しウェブサイトで公開していますので、ぜひ参考にしてください。

最後に

ペットが飼い主にとって精神的に掛け替えのない存在である以上に、ペットにとって飼い主は「いのち」を預けている重要な存在です。飼い主の適切な世話がなければ、適切な食事を得ることも、快適な環境で暮らすことも、体調が悪くても、ペットはどうすることもできないのです。ペットを飼うということは、大切な「いのち」を預かると同時にペットを幸せにするという責任が生じます。そのため、前述の内容をしっかりと理解して、本稿がペットを欲しいと考えた時や、(飼ったなら)最期までペットと幸せに暮らすためのヒントとなれば幸いです。

*3 https://www.env.go.jp/nature/dobutsu/aigo/2_data/pamph/h3009a.html

ペットに関連する法令



細川 敦史 Hosokawa Atsushi 弁護士

2001年弁護士登録(兵庫県弁護士会)。朝日新聞社運営のウェブメディアsippoに『おしえて、ペットの弁護士さん』定期連載。動物の法と政策研究会会長、ペット法学会会員



一般的に、法律は、人や人間社会のために制定され、適用されるものです。しかしながら、この地球上に暮らしているのは人間だけではなく、自然環境、野生動物、家畜など人間以外の生物の営みも当然にあります。動物の中でもとりわけペット(愛玩動物)は、多くの家庭で飼われ、人間社会と近いところで、強いかわりがあるといえます。そのため、動物に関する法律も、絶対数は多くありませんが存在します。

最も基本的なものとして、1973年に制定された「動物の愛護^{おほ}及び管理に関する法律」(以下、法)があります。2008年には、ペットの健康に悪影響を及ぼすフードの製造、輸入、販売を禁止する「愛がん動物用飼料の安全性の確保に関する法律(ペットフード安全法)」ができました。犬の飼い主については、古くから狂犬病を予防、まん延を防止するための「狂犬病予防法」があり、市区町村への登録や年1回の予防注射が義務づけられています。また、あまり知られていないと思いますが、「家庭動物等の飼養及び保管に関する基準」(環境省告示。以下、家庭動物等基準)で、犬猫等の飼い方に関するルールが明記されています。

今回は、動物に関連する法令のうち、ペットの中でも飼育頭数が多い犬猫の飼い方について定めたものをいくつか紹介します。

マイクロチップ装着および登録の義務化

マイクロチップは、長さ1cm程度の小さな電子標識器具で、その中に15桁の識別番号が内蔵

されています。これを獣医師が犬猫の皮下(首の後ろが一般的)に埋め込み、識別番号とひもづけられた所有者情報を登録しておくことで、保護されたときなどに専用のリーダーで読み取り、確実な個体識別ができるとされています。

従前、マイクロチップは、犬猫の個体識別方法の1つとして公益社団法人日本獣医師会が推進し、一部ペットショップでも積極的に装着の取り組みが行われていました。もっとも、法律上の根拠はなく、あくまでも任意とされてきたことや、ペットショップ等で入れてもらったものの、肝心の所有者情報がまったく登録されていない(空チップ)、所有者や住所が変わったのに情報が更新されない(古チップ)など、機能しない問題が指摘されるなどの理由で、普及率は決して高くはありませんでした。

それが、2019年の法改正により、犬猫に対するマイクロチップの装着と、国が指定する情報登録機関(日本獣医師会)に所有者情報等を登録することが義務化されました。3年の準備期間を経て2022年6月1日に施行されました。

ただし、マイクロチップの装着と最初の登録は、犬猫の販売業者(繁殖業者を含む)のみに課される義務であり、一般の飼い主については努力義務とされ、既にペットとして飼われている犬猫に装着することは特に強制されません。

また、所有者が変わったときの変更登録も義務となります。今後ペットショップやブリーダー等から犬猫を購入した飼い主は、自身の情報を情報登録機関に登録しなければなりません。

その結果、今後販売される犬猫のすべてに、

正しい所有者情報が入ったマイクロチップが装着され、①迷子になったときに見つかりやすくなる ②飼い主情報が入った犬猫を普通は捨てないため、遺棄の防止に役立つことが期待されます。さらに、③繁殖業者の段階でマイクロチップが入ることで、犬猫が生まれてから、どのようなルートで、どのように所有者が変遷してきたのかをたどることが可能となります。自動車の登録制度のようになると思われます。

なお、犬の飼い主が情報登録機関に変更登録をすると、狂犬病予防法に基づく市区町村への登録とみなし(情報登録機関から市区町村へ通知されます)、装着されたマイクロチップは同法上の鑑札^{かんさつ}とみなすという特例が定められています(法39条の7第2項)。

多頭飼育に関する法令の規制

動物の所有者については、法7条において、適正飼養^{しやうよう}、逸走防止、終生飼養、繁殖制限措置、個体識別措置等が定められていますが、これらは責務・努力義務といった緩やかな規制にとどまっています。そのため、みだりな殺傷、虐待、遺棄という犯罪行為に至らない限り、飼い主がこれらの努力義務を守らなかったとしても、強制力を伴う手続きは予定されていません。その意味で、飼い主規制としては弱く、実効性に乏しいものといえます。

ただし、2014年の法改正のあたりから、生活環境の保全上の支障を防止することが強調され、規制が強まりつつあります。周辺住民の良好な生活環境を守るために、飼い主の取り扱いが一定程度制限される方向になっています。その趣旨が具体的に表れた条文が、法25条にあります。多頭飼育に限らず、動物の不適正な飼育によって周辺の生活環境が損なわれている場合、

都道府県等は、飼い主に必要な助言指導を行い、より問題がある場合は改善勧告や措置命令を出すことができます。措置命令に違反した飼い主には、50万円以下の罰金が科せられる可能性があります。動物の不適正な飼育により虐待を受けるおそれがある事態が生じていると認められる場合も、同様の手続きが定められています。

また、都道府県等がこれらの指導監督権限を適切に行使するためには、前提として、家の中に、どんな動物が何頭、どのように暮らしているのかを正しく把握する必要があります。そのために、飼い主に報告を求めたり、立入検査をしたりできます。加えて、自治体によっては、条例で、犬や猫の頭数が一定数を超える場合に、飼い主の届け出義務を定めているところもあります。2019年10月に環境省が実施したアンケート^{*1}の時点で、約23%の都道府県等が導入済みで、それ以降もいくつかの自治体で届け出制度ができています。ほとんどは、犬と猫の合計が10頭以上の飼い主に届け出をさせるというものですが、佐賀県、石川県^{*2}は合計6頭以上の場合と厳しい内容となっています。

飼育頭数が基準を上回ったにもかかわらず届け出を怠った飼い主に対し、おおむねどの条例でも過料の制裁が定められています。もっとも、届け出をしなかった飼い主にこの罰則を運用しているかは確認が難しく、また、届け出制度の周知が徹底されていないことなどから、基準を超えた頭数を飼育していても、届け出をしない飼い主が多いといわれています。

家庭動物等基準

家庭動物等基準には、一般原則に続いて、共通基準についての定めがあります。例えば、健康および安全の保持、生活環境の保全、適正な

*1 環境省「令和元年度 社会福祉施策と連携した多頭飼育対策推進事業 アンケート調査結果(詳細)【確報】(単純集計・自由回答)」(2020年3月)
https://www.env.go.jp/nature/dobutsu/aigo/2_data/pamph/r0303a/ref03.pdf

*2 「石川県動物の愛護及び管理に関する条例」(2022年4月1日施行)

飼養数、繁殖制限、動物の輸送、人畜共通感染症の知識習得、逸走防止、危害防止、緊急時対策の項目ごとに基準が定められています。そのうえで、飼育頭数が多い犬と猫について、個別に飼養保管に関する基準が定められています。

具体的には、犬については、放し飼いを行わない、係留する場合は道路に接しないよう留意する、鳴き声や糞尿の放置により周辺住民の生活に著しい支障を及ぼさないよう努める、適正なしつけを行う、屋外で運動させる場合は制御できる者が引く（ノーリードの禁止）、引綱の点検調節、場所・時間帯等に十分配慮するなどの内容が定められています。

また、猫については、周辺環境に応じた飼養を行い、人に迷惑を及ぼさないよう努める、疾病の感染防止や不慮の事故防止のために屋内飼養に努める、屋内飼養をしない場合は不妊去勢手術等繁殖制限措置を講じる（これは努力義務より強い義務とされています）、その他、飼い主のいない猫を管理する場合は、不妊手術を行い、地域住民の十分な理解のもとに管理を実施するよう努めることが明記されています。

なお、犬猫いずれについても、やむを得ず飼えなくなった場合は適正な飼い主への譲渡に努めること、幼齢販売規制の趣旨を考慮し、離乳前に譲渡しないなど、犬猫の社会化を意識した定めが置かれています。

ペットをめぐるトラブル

ペットは、常に飼い主の思いどおりに動いてくれるものではありません。刺激などにより、想定しない行動をとることもあります。そのため、特に家から出るときは、ペットの行動を可能な限り制御する必要があります。

例えば、散歩中に自分の犬が他人や他人の連れている犬を噛んで負傷させてしまった場合、原則として、動物占有者の責任に基づき、犬を負傷させた場合はその飼い主に、人を負傷させた

場合はその人に対し、損害賠償責任を負います。受傷の程度が酷く、治療しても後遺障害が残るような場合は、民事訴訟で1000万円以上の損害賠償を命じられることも珍しくありません。

また、鳴き声による騒音や多頭飼育状態で清掃などが行き届かず臭いが屋外に出てくると、近隣住民から繰り返し対応を求められることもあるでしょう。それに応じなかったり、改善できなかったりした場合は、慰謝料などの損害賠償請求や、分譲マンションの管理組合から飼育の差止請求を受けることもあります。多くの場合には、社会生活上の受忍限度を超えるかどうか争点となり、常に認められるわけではありませんが、トラブルに発展すること自体が経済的・精神的に負担になるといえます。

犬や猫をペットショップで購入する場合も注意が必要です。モノと違って命があり、病気を持っている場合もあります。売り手側で、健康状態をチェックしたうえで問題がない場合に販売されるものですが、目に見えない先天性疾患を有し、獣医師の診察でも見つからないことも時にあります。犬や猫の種類、サイズによって傾向のある病気もあり、事前によく調べてから購入したほうがよいでしょう。

最後に

ペットの飼い主には法令上の義務があり、それ以外にも、集合住宅に居住していれば管理規約や賃貸借契約、外に出ることがあれば、公園やドッグランでのルール、公共交通機関や利用する施設のルールを守る必要があります。

「ペットは家族の一員」といわれるようになって久しいですが、「社会の一員」として社会に受け入れられるためには、それぞれの飼い主が、法令上の義務や社会で定められたルールを守ることが大切といえるでしょう。

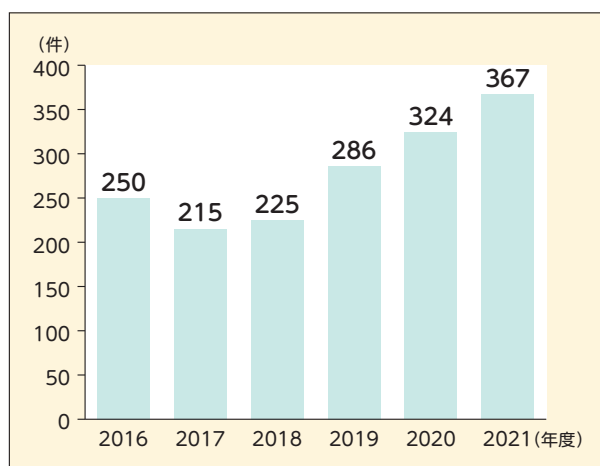
ブリーダーからのペット購入に関する 消費生活相談



国民生活センター相談情報部

全国の消費生活センター等には「ブリーダー紹介サイトを通じてペットを購入したが、病気が判明した際の対応に納得できない」など、ブリーダーが関連するペット購入をめぐる相談^{*1}が増えています(図1)。

図1 PIO-NET^{*2}にみるブリーダーが関連するペットの相談の年度別件数



本稿ではブリーダーからペットを購入するしくみについて解説するとともに、具体的な相談事例やトラブルにあわないためのアドバイスを紹介します。

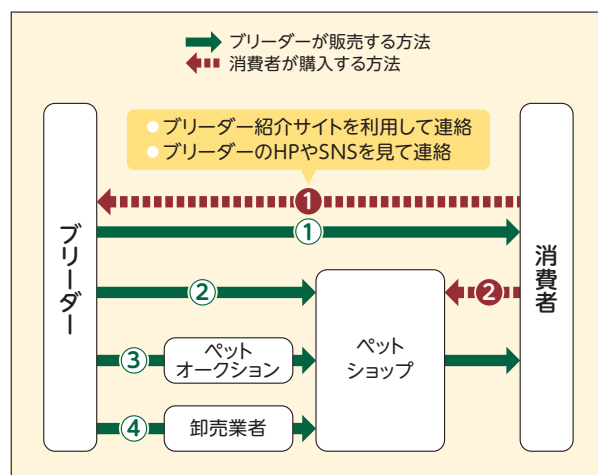
販売と購入の方法

ブリーダーがペットを販売するには、①消費者に直接販売する ②ペットショップに販売する

③ペットオークションを通じてペットショップに販売する ④卸売業者に販売する などの方法があります。

消費者がペットを購入するには、①ブリーダーが育てているペットを紹介するサイト(以下、ブリーダー紹介サイト^{*3})や、ブリーダーが発信するSNS等を通じて、ブリーダーから直接購入する ②ペットショップで購入する などの方法があります(図2)。この2つの方法の違いについて、①はブリーダーと消費者の直接契約となることや、動物に対するプロとしてのチェックはブリーダーのみとなることなどがあります。

図2 ブリーダーが販売する方法と、消費者が購入する方法の例



*1 ペットショップ等とのトラブルにおいて、ブリーダーもそのトラブルにかかわっている、またはかかわっている可能性がある相談を含む

*2 PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワークシステム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。2016～2021年度受付、2022年3月31日までの登録分

*3 消費者がブリーダーから直接ペットを購入するための情報を提供するサイトのこと。消費者は、ブリーダーが登録した情報を見て、気に入った犬や猫がいればブリーダーに連絡し、動物愛護管理法に定められた対面説明などのやり取りを経て購入する。サイトを通じて契約しても、ブリーダーと消費者間での直接契約となる

相談事例

事例1 購入時に健康状態の説明は一切なく、後日先天性の心臓病が判明した

先月、ブリーダー紹介サイトで好みのチワワを見つけ、数回やり取りをした後、直接ブリーダーを訪ねた。狭いマンションの一室でケージが山積みになっており、子犬が多数暮らしていた。子犬を見せてもらおうと、元気に走り回っていた。子犬が気に入ったので、その場で約80万円を支払い、引き取ったが、健康状態の説明や契約書の交付は一切なく、領収書を渡されただけだった。数日後、ワクチンを打つために動物病院に行くと、「この子犬は先天性の心臓病を患っている。病気だからほかのチワワより小さいし、1年も生きられないだろう」と言われた。ブリーダーに連絡すると「返品してくれば全額返金する」と言われたが、愛着が湧いているので返品ではなく治療費を支払う対応を取ってほしい。どうしたらよいだろうか。

(40歳代、女性)

事例2 事務所は足の踏み場が無い状態で、不衛生であり、購入した犬からも悪臭がした

インターネットで検索し、口コミがよかったブリーダーに問い合わせ、約10万円の犬を希望した。その後、実際に事務所に訪問した。欲しい犬は悪臭がしていたが、顔が可愛かったので購入を決めた。事務所にはほかにも狭いケージに入った犬が数匹いて、足の踏み場が無い状態で、臭いがきつく不衛生だった。契約書は受け取っておらず、販売に関しての情報提供と書かれた説明書をもらっただけだった。ところがその後、犬が下痢をしてその翌朝にはぐったりしていたので動物病院に連れていった。着いた

時には心肺停止で、蘇生措置をしたが死亡した。ブリーダーに電話すると返金や代替の犬で対応すると言われたが、その後「当方の獣医師の判断により、補償対象外なので補償はしない」とメールが届いた。納得できない。

(60歳代、女性)

事例3 トラブル解決のため、ブリーダー紹介サイトに問い合わせようとしたところ、利用規約に売買にはかかわらないと書いてあった

ブリーダー紹介サイトで、気に入った子猫を見つけて問い合わせをした。「ほかに購入希望者がいるが、約50万円の半額を内金として入れてくれば予約済みとしておく」と言われ、入金した。その後、遠方のブリーダーのところに出向いて猫を受け取り残金を支払った。1週間後、猫が突然呼吸困難になったので医者に連れていくと、先天性の病気だと診断を受けた。猫を返そうとは思わないが、ブリーダーには憤りを感じる。ブリーダー紹介サイトに問い合わせようとしたが、利用規約では「売買にはかかわらない」となっている。どうしたらよいか。

(40歳代、男性)

事例4 子猫の購入予約を翌日キャンセルしたところ、予約金は返金できないと言われた

1週間前、ブリーダー紹介サイトに掲載されていた生後2カ月のメス猫が気に入り、サイトを通じて子猫の見学を申し込むと、ブリーダーから希望日時の見学を承諾したとの返信があった。その際、子猫の販売は猫舎を見学した順ではなく購入予約した順で決まる、購入予約金5万円を振り込んだ人が優先で、ほかの客から先に予約金が払われた場合は紹介ができなくな

るのであらかじめご了承ください、と書いてあったので、その日の夜、ブリーダーの口座に5万円を振り込んだ。しかし、都合で猫が飼えなくなり翌日キャンセルの連絡をすると5万円の購入予約金は一切返金できないと返信があった。返金しない理由をブリーダー紹介サイトに聞くと「予約金の取り扱いはブリーダーごとに決めており、ブリーダーの子猫紹介ページに掲載されている。ブリーダーはその内容に沿って対応している」との回答だった。予約金は返金されないのか。サイト上でブリーダーと予約金についてやり取りをした際には、返金しない旨の説明は無かった。(40歳代、男性)

トラブルにあわないために

(1) ブリーダーからの購入を検討する場合には直接会い、次の点を確認しましょう

● 第一種動物取扱業に登録しているかどうか

ブリーダー紹介サイトやSNSといったインターネットを含めた広告にも、事業者名、事業所の所在地等の情報を掲載することが動物の愛護及び管理に関する法律(動物愛護管理法)18条で義務づけられているので、確認しましょう。

● どのような環境で動物を育てているのか

飼育施設に出向き実際に見てみましょう。施設の清潔さや、動物の健康状態、親の体格や性格などをできる限り確認し、不安な点は質問しましょう。

● 信頼できるブリーダーかどうか

購入前や購入時だけではなく、購入後も関係を築いていけるかどうかを意識してください。購入後に何か困ったことがあれば、すぐに協力を求めることができるよう、遠方のブリーダーではなく、近場で探すことも検討しましょう。

(2) 購入する際は事業所で現物を確認し、対面での説明を必ず受けましょう

動物愛護管理法21条の4では、ブリーダーは事業所において、購入予定者に動物の状態を

直接見せ、さらに、当該動物の健康状態や飼育方法など18項目の必要な情報について、文書やデジタル端末を用いて対面で説明し、確認の署名等をもらうことが義務づけられています。

ペットを購入する際は実際に動物の状態を直接確認するとともに、対面での説明をブリーダーからしっかりと聞いたうえで、現物に相違が無い確認し、よく理解してから契約するようにしましょう。また契約書を交わし、購入後に問題があった場合の保証内容や、困ったことがあったらどこに連絡をすればよいのかなども確認しましょう。

(3) 予約金を支払う際はキャンセル時の対応を確認して慎重に検討しましょう

現物を見る前に予約金を支払うことにはリスクが伴います。実際に見たらイメージが違った、都合により飼えなくなったなどの自己都合のキャンセルの場合は、返金されないケースが多くみられます。支払った金銭は返金されるのかなど、キャンセル時の対応について確認してから支払うようにしましょう。

(4) ブリーダー紹介サイトを利用する際は利用規約をよく確認しましょう

ブリーダー紹介サイトの利用に当たっては、利用規約(トラブル発生時の運営事業者の対応などや禁止行為)、トラブルが発生した場合の保証制度などをよく確認・理解したうえで利用しましょう。

(5) 不安に思った場合やトラブルになった場合は消費生活センター等に相談してください

* 消費者ホットライン：「188(いやや!)」番

最寄りの市区町村や都道府県の消費生活センター等をご案内する全国共通の3桁の電話番号です。



改正特定商取引法 ー インターネット通信販売取引被害への対応 ー

池本 誠司 Ikemoto Seiji 弁護士

日弁連消費者問題対策委員会委員、特定適格消費者団体埼玉消費者被害をなくす会理事長、明治大学法科大学院非常勤講師、国民生活センター客員講師など

改正に至った経緯・背景

インターネット通信販売において近年激増しているトラブルとして、詐欺的な広告表示による定期購入被害があります。

その典型例は、健康食品や化粧品の広告画面に「お試しコース300円」などという格安の販売条件を強調し、離れた場所や小さな文字で数カ月分の継続的な購入条件を表示するというものです。スマートフォンやパソコン画面をスクロールして注意深く探せば見つけれられる可能性がありますが、多くの消費者は有利な強調表示に目を奪われて見落としやすいことに付け込んだ悪質商法です。

類似の手口として、初回の格安表示のほかに定期購入の条件があることに気づいても、「解約保証」「いつでも解約可能」と明示してあるので、取りあえず初回分だけ試してみようと思って契約したところ、実は解約するには、数カ月分を使用した後の限られた期間内に、すべての空箱をそろえて返送することなど、厳しい条件を付しているケースです。これも離れた場所や小さな文字で、不利な条件を表示するという共通の手口です。

全国の消費生活センターに寄せられた定期購入トラブルの相談件数が、2016年の13,673件から2020年には59,172件に激増しました^{*1}。また、音楽や動画の配信サービス、バッグや洋服等の

レンタルサービスを毎月一定金額で継続的に提供するというサブスクリプションサービスも広がっています。

広告画面のどこかに契約条件が表示されている点で、詐欺的な手口と適法な類型とをどのような要件で規制するかが課題とされました。

これについて、消費者庁「特定商取引法^{およ}及び預託法^あの制度の在り方に関する検討委員会報告書」(2020年8月19日)は、『詐欺的な定期購入商法』に該当する定期購入契約を念頭に、特定商取引法における顧客の意に反して通信販売に係る契約の申込みをさせようとする行為等に関する規制を強化すべきであると提言しました。

これを受けて、2021年3月、特定商取引法(以下、特商法)および預託法改正法案が国会に上程され、同年6月9日に可決成立し、6月16日公布されました。通信販売に関する改正事項は2022年6月1日施行です。

改正特定商取引法の概要

改正特定商取引法(以下、改正法)は、事業者が様式を設定したインターネット申込画面または申込書面による申込み(これを「特定申込み」という)について、①商品・役務の分量・対価など一定事項の表示義務(12条の6第1項)と、②人を誤認させるような表示の禁止(同条2項)を定めました。また、通信販売に係る契約の申込みの撤回または解除を妨げるため、解除に関

^{*1} 消費者庁「令和3年版消費者白書」39ページ。相談事例については、国民生活センター「相談激増！『おトクにお試しだけ』のつもりが『定期購入』に!? - 解約したくても『解約できない』、『高額で支払えない』……」(2019年12月19日)報道発表資料を参照されたい



する事項または契約の必要性に関する事項について、不実の告知を禁止しました(13条の2)。

特定申込みは、インターネットの申込画面による申込みの場合は基本的にすべて適用対象となり、ほかにもカタログ通信販売で申込書面が準備されているものも適用対象となります。インターネット画面を見て電子メールや電話で申し込む場合や、テレビショッピングで電話・郵便・ファクスで申し込む場合など、契約条件を消費者側で表示する場合(販売業者等が定める様式の書面等を利用しない場合)は適用されません。

特定申込画面における表示義務(12条の6第1項)の対象は、商品・役務等の分量のほか、11条1号から5号に定める事項(販売価格・送料、代金等の支払い時期、商品等の引渡し時期、申込期間の定め、契約の申込みの撤回または解除に関する事項)です。省令8条に定めるその他の広告表示事項は対象としておらず、契約条件の主要な要素に絞って明確に表示することを求める趣旨です。

そして、人を誤認させるような表示の禁止(12条の6第2項)は、広告表示に関する虚偽誇大広告の禁止に対応する規定です。特商法は、不特定多数の一般消費者に向けた広告表示の段階と、特定の消費者が申込み手続きを始めた以降の申込画面・申込書面における表示とを区別しています。改正前には、申込み段階の表示については、意に反して申込みをさせようとする行為の禁止(14条1項2号、省令16条1項)により、①契約の申込みになることを顧客が容易に認識できるように表示していないこと ②申込みの内容を顧客が容易に確認しおよび訂正できるようにしていないことを禁止していました。改正法は、これを法文上により具体的に規定するとともに、違反に対する効果を強化しました。

特定申込画面の規制違反の効果

改正法は、特定申込画面に関する表示義務および誤認させる表示禁止に違反した場合の効果

について、①従来と同様に行政処分(14条、15条)の対象とすることに加え、②誤認させる表示については罰則(72条1項4号)の対象とし、③表示義務違反や誤認させる表示によって誤認して申込みをしたときは取消権(15条の4)を付与し、④適格消費者団体による差止請求の対象に加えました(58条の19第2号、3号)。解除妨害の不実告知禁止違反については、行政処分のほか、罰則および差止請求の対象としました。

「通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン」のポイント

前述のとおり、改正法は特定申込画面に関する表示義務や誤認させる表示の禁止を具体的に定め、違反の効果を強化することにより、違反行為の抑止力や執行力を強化し、民事的救済の可能性も高めようとしたものです。

インターネット広告や申込画面の場合、画面のどこかには表示義務事項や打消し表示を掲載していることから、どこにどのように表示すればよいかという表示方法の目安を、どこまで具体的に明示するかがポイントとなります。

この点について、改正法に基づく改正通達の別添7として策定された「通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン」は、特定申込画面における表示事項について具体的な記載方法を記述しています。

例えば、定期購入における分量については、「各回に引き渡す商品の数量等のほか、当該契約に基づいて引き渡される商品の総分量が把握できるよう、引渡しの回数も表示する必要がある」と指摘しています。また、販売価格についても、「定期購入契約においては、各回の代金のほか、消費者が支払うこととなる代金の総額を明確に表示しなければならない。各回の代金については、例えば、初回と2回目以降の代金が異なるような場合には、初回の代金と対比して2回目以降の代金も明確に表示しなければならない」と指摘しています。なお、サブスクリプションにおける分量や代金額の表示方法についても、



それぞれ具体的に指摘しています。

そして、人を誤認させるような表示の禁止については、「その表示事項の表示それ自体並びにこれらが記載されている表示の位置、形式、大きさ及び色調等を総合的に考慮して判断される」という基本的な考え方を示したうえで、定期購入に関しては、「最初に引き渡す商品等の分量やその販売価格を強調して表示し、その他の定期購入契約に関する条件を、それに比べて小さな文字で表示することや離れた位置に表示していることなどによって、引渡時期や分量等の表示が定期購入契約ではないと誤認させるような場合には法第12条の6第2項第2号に該当するおそれがある。特に、『お試し』や『トライアル』などと^{ことさら}強調する表示は、一般的な契約と異なる試行的な契約である、又は容易に^{また}解約できるなどと消費者が認識する可能性が高いため、これに反して、実際には定期購入契約となっていたり、解約に条件があり容易に解約できなかったりする場合には同号に該当するおそれがある」と指摘し、参考画面例により違反のおそれがある例を掲載しています。

さらに、解約条件に関する誤認を招く表示方法に関しても、『いつでも解約可能』などと強調する表示は、消費者が、文字どおりいつでも任意に指定する時期に無条件で解約できると認識するため、実際には解約条件等が付いているにもかかわらず、『いつでも解約可能』などの表示をした場合には、『人を誤認させるような表示』に該当するおそれがある」と指摘し、参考画面例を掲載しています。参考画面例に、違反のおそれがある表示の理由を付記することによって、判断の目安として類似の画面例に関する考え方の応用ができるようになっています。

今後の課題

前述のとおり、ガイドラインには改正法による特定申込画面の表示規制の判断の目安が示さ

れてはいますが、これで詐欺的定期購入のトラブルが実効性をもって抑制されるかどうかは、施行直前の現時点の実態をみる限り不安が強いと言わざるを得ません。最近のトラブル事例をみると、初回分の代金額や数量の表示を囲みの中に表示し、その下に注意書きの形式で2回目以降の契約条件を表示する形式を維持したうえで、文字の大きさや記載場所を若干改善しただけという対応例が増えているからです。

この点につき、改正法の審議における附帯決議^{*2}では、「詐欺的定期購入トラブルの防止・救済に向けて導入された、特定申込みに係る申込画面の表示事項の義務付け及び誇大広告の禁止について、定期購入契約のうち初回分の価格・数量等と二回目以降の価格・数量等をことさら分離して表示する手口など、不適正な表示方法の具体例と判断の目安を通達等に具体的に明示すること」を政府に要請しました。しかし、特定申込画面の参考画面例を見る限り、初回分の条件だけを囲みの中に目立つように表示し、2回目以降の割高な価格や代金総額や数量等を欄外に注意書きのような形式で分離して表示している手口自体については、不適正な表示方法とは断定していないようにも思われます。

とはいえ、参考画面例は、これまでに違法とされた事例をベースに掲載したものであり、これ以外は適法であるという趣旨ではありません。参考画面例だけで判断するのではなく、ガイドライン本文に記載されている考え方を活用することが求められます。むしろ、相談現場においては、通達やガイドラインの解釈・運用に当たり、附帯決議の趣旨を尊重して読み取ることや、悪質業者については行政規制当局や弁護士会等との連携の姿勢が望まれます。

^{*2} 「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律案に対する附帯決議」第6項(令和3年6月4日、参議院地方創生及び消費者問題特別委員会)

中古住宅を 買うとき 売るとき

重要事項説明書(その2)

中戸 康文 Nakato Yasufumi 一般財団法人不動産適正取引推進機構 調査研究部上席研究員
不動産適正取引推進機構では、不動産取引に関する紛争事例や行政処分事例等の調査研究を行っており、それらの成果を機関誌『RETIO』やウェブサイトにて情報提供している <https://www.retio.or.jp/>

説明のチェックポイント(続き)

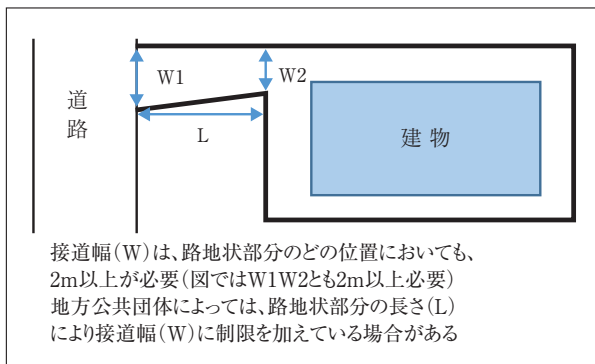
(4) 敷地と道路との関係(その2)

○道路に幅2m以上接することの確認

道路と敷地が接する幅が「2m未満」の場合、建物の新築・増築等はできません。

路地状敷地の場合、路地状の部分について、隣地との境界が確認されていて、どの位置においても、実際に幅2m以上が確保されていることについて確認をします(図4)。

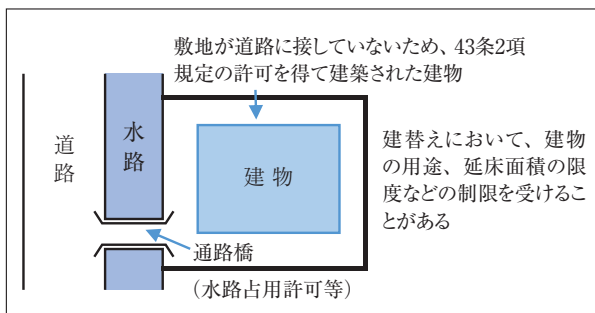
図4 路地状敷地(敷地延長)と道路の接道義務



○建築基準法43条2項による建物の注意点

建築基準法上の道路に接していない土地において、建物が建築基準法43条2項^{*1}の規定の許可を得て建築されている場合があります(図5)。

図5 建築基準法43条2項による建物建築例

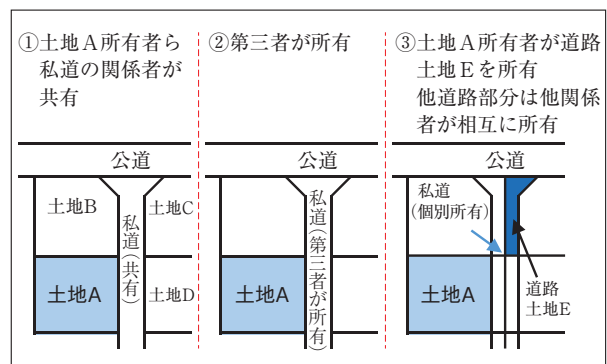


この場合、行政庁より建替えが可能との見解が示されているものでも、建物の用途・規模等について制限がある場合がありますので、建替え・増築などの予定がある場合には、別途、建築の専門家である建築士等に依頼して、希望の建物が建築可能かを確認しておく必要があります。

(5) 私道負担等に関する事項

私道の所有形態には、①私道の関係者が共有 ②第三者が所有 ③私道の関係者が私道の各部分を相互に所有など、さまざまなケースがあります(図6)。

図6 私道の所有形態の例



重要事項説明においては、私道の所有形態や買主負担となる土地面積のほか、

- ・私道利用に関し、通行料・使用料などの負担は無い、自動車通行ができないなどの通行に関する制限は無い
- ・私道の維持管理に関して負担金などは無い、設備管敷設のため私道の掘削工事を行うに際して問題が生じない
- ・過去、私道の通行・維持管理に関してトラブルが無かったか

*1 旧建築基準法(2018年9月24日以前)は、43条1項ただし書き

などについて確認をします。

⚠ 私道通行・道路掘削に関する承諾書

私道の掘削工事を行う必要が生じ、工事の承諾を私道所有者に求めたところ、「承諾料を要求された」というトラブルがみられます。

掘削工事に当たり土地所有者の承諾が必要となる、私道の所有形態が前記②や③などの取引においては、将来のトラブル回避の観点から、私道所有者の了解が得られる場合には「私道通行(自動車通行を含む)・道路掘削に関する承諾書」等を、売買に際して買主と私道所有者間で取り交わす(あるいは、売主・私道所有者間で取り交わした承諾書を買主が引き継ぐ)ことが推奨されます。

(6) 供給・排水施設の整備状況

給排水・ガス等の設備管に関するトラブルは特に多いので、しっかりと確認することが必要です(図7)。

【確認のポイント】

飲用水(上水)

前面道路および敷地内の配管の経路、口径、所有者を確認します。容量不足から引込管の口径を変更して前面道路の配管に接続する場合、前面道路の配管所有者の承諾が必要となること、また、道路の配管の口径不足等からその接続を断られる場合があることに留意しておく必要があります。

また、飲用水が井戸の場合には、水質検査がされているか、生活に十分な水量が得られるかについて、確認をしておきます。

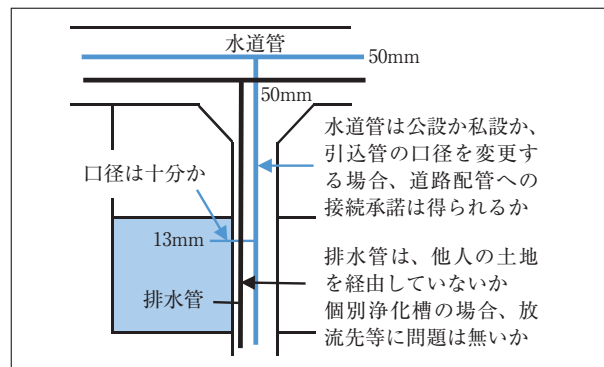
ガス

プロパンガスの場合、宅地内の配管設備等がガス販売業者の所有になっている場合があります。この場合、プロパンガスの供給契約を解除すると、設備の買い取り等を請求される場合があるので、契約の内容を確認しておきます。

汚水(下水)

排水管が、他人の土地を經由していないか、個別浄化槽の場合、排水の放流経路・放流先について後日トラブルが起きる可能性が無いか確認をします。

図7 配管等の確認ポイント



(7) 建物状況調査の結果の概要

中古住宅において、過去1年以内に建物状況調査が実施されているかどうか、また、実施されている場合には、調査結果の概要の説明がされます。

概要の説明において、「劣化事象有り」「調査を実施していないもの」については、内容を確認します。詳細な内容の確認が必要な場合には、調査実施者より説明を受けられるよう、媒介業者に依頼をして、確認を行います。

(8) 建物の建築^{およ}及び維持保全の状況に関する書類の保存状況(中古住宅のとき)

新築時(増築時)の確認済証、検査済証の保存の有無の確認は重要な確認ポイントです^{*2}。

確認済証は、建物の建築に際し、建築計画が建築基準関係規定に適合していることを証明する書類で、建築主は確認済証の交付を得て建物の建築に着工することができます。

また、検査済証は、建築が完了した建物について、建築工事が建築基準関係規定に適合していることを証明する書類です^{*3}。

*2 書類が紛失している場合、特定行政庁の台帳で、確認済証・検査済証の交付記録の有無が確認できる場合がある

*3 確認済証・検査済証は、それぞれの手続きが適正に行われたことを証するもので、建物に「建築基準法違反がない、建物や耐震性に瑕疵(かし)がない」等を保証するものではない。これらの書類が保存されている場合でも、建物の瑕疵リスクの回避には、既存住宅売買瑕疵保険(ウェブ版「国民生活」2022年4月号16ページ参照)の利用を検討する必要がある

新築時(増築時)の確認済証・検査済証の交付が確認できない場合、建物が建築基準関係規定に適合しているかは不明(建築基準法違反の可能性があるので、住宅ローンの申込みが難しいとか、増築等を行う場合に確認申請が難しいなどの問題が起きる可能性がありますので、金融機関や建築士等に確認をしておくことが勧められます。

(9) 土砂災害警戒区域等

次の区域は、災害が生じるおそれがあるとして指定されている区域です。当該区域に該当しないかどうか、もし、該当する場合には、その危険性と建築に関する法的制限等について十分理解をしておく必要があります。

造成宅地防災区域

宅地造成に伴い災害が生じるおそれ大きい市街地または市街地となろうとする土地の区域で、宅地造成に関する工事について規制を行う必要があるとして指定されている区域です。

土砂災害警戒区域等

①土砂災害警戒区域(通称：イエローゾーン)

急傾斜地の崩壊等が発生した場合に、住民等の生命または身体に危害が生じるおそれがあると認められる区域で、危険の周知、警戒避難体制の整備が行われています。

②土砂災害特別警戒区域(通称：レッドゾーン)

急傾斜地の崩壊等が発生した場合に、建築物に損壊が生じ住民等の生命または身体に著しい危害が生じるおそれがあると認められる区域で、特定の開発行為に対する許可制、建築物の構造規制等が行われます。

津波災害警戒区域

津波が発生した場合に、住民等の生命・身体に危害が生ずるおそれがあるとして指定されている区域です。

(10) 水防法に基づくハザードマップ

「市町村が提供する水防法に基づくハザードマップ(洪水、雨水出水(内水)、高潮)」^{*4}があるか無いかと、有る場合には当該マップにおける取引不動産の位置について説明がされます。

当該マップは、災害のおそれが高まった場合に、住民が自らの判断で適切に避難できるよう、水害のリスクを周知するものです。もしもの時の避難のため、避難所など当該マップの詳細な内容については、買主自身も直接行政に問い合わせを行い確認しておきましょう。

(11) 石綿使用調査の内容

宅建業者の売主等への確認調査における、「石綿使用調査結果の記録の有無」と、記録がある場合には、その記録の内容の添付により調査内容の説明が行われます。

このとき、石綿使用調査結果の記録の有無が「無」の場合は、「調査記録が無い」という意味であって「石綿の使用は無い」という意味ではないので誤解が無いようにしてください。

(12) 建物の耐震診断の内容

建物が、1981年5月31日以前の建築確認申請により建築されたものである場合には、宅建業者は、売主等へ耐震診断の記録^{*5}があるかの照会を行い、あることが確認された場合は、当該記録がある旨と当該記録の写しが添付されます。

耐震診断の記録がある場合には、
ア) 耐震補強の必要性が指摘されていないか
イ) 診断に基づく補強工事が実施されているか
ウ) 買主が補強工事を行う必要があるのか
などを確認します。

^{*4} 当該要件に該当しないハザードマップが都道府県や市町村より提供されている場合があるので、購入希望者においては、行政のウェブサイトや窓口等で確認をしておくことが勧められる

^{*5} 建築物の耐震改修促進法に基づき指定確認調査機関、建築士、登録住宅性能評価機関または地方公共団体が行う耐震診断の記録

森林が支えてくれる 私たちの生活 —SDGsと森林—

森林による文化的サービス①

— 登山 —

土屋 俊幸 Tsuchiya Toshiyuki 東京農工大学名誉教授

専攻は「林政学」。2019年から現在に至るまで、林政審議会の会長を務める。ほかに、(一財)林業経済研究所所長や、(公財)日本自然保護協会執行理事を兼任している

今回取り上げるのは、森林による生態系サービスのうち、「文化的サービス」です。文化的サービスとは「文化を育み人間生活を豊かにしている審美的、精神的、教育的サービス」のことです。人間が毎日生きていくために必須のものではありませんが、現代社会では、人間が人間らしく生きていくために欠かせないものとなりつつあります。特に、新型コロナウイルスの世界的な蔓延^{まんえん}のなかで、私たちは自然、そして森林と触れ合うことのありがたさ、楽しさを改めて認識することになりました。ここでいう「森林」は、うっそうとした本来の森林である必要は必ずしもなく、都市内の小さな公園にある樹林でも、お寺や神社の境内林でもよく、その地域、その人に合ったさまざまな森林と人々のかかわり方が存在するのだと思います。

観光レクリエーション

さて、ここでは、まず観光レクリエーションについて取り上げます。おそらく、読者の皆さんの多くは5月の連休に自然の豊かな地域に出掛けられ、自然を楽しまれたと思います。そこでの自然、森林から授けられるのが生態系サービスのうちの文化的サービス、特に「観光レクリエーション」に関するサービスです。

実は、森林の文化的サービスが社会から明確に認識され、その振興のための施設や制度が行政によって作られ、またその研究が組織的に行われるようになったのは、日本においてはそれほど前からではありません。別の言い方をすれば、国民が森林の文化的サービスを意識して享受するようになったのはつい最近のことなのです。

確かに造園学、森林風致計画学などの学問分野は比較的早くから成立したのですが、この名前で分かるように、森林を景観として見る視点からの研究が主で、森林の中でのさまざまな人間の活動そのものや活動に必要な施設の研究、施設や森林の配置の計画、さらにはそうした人間の活動や施設の開発をコントロールし、よりよいものにしていく政策・制度についての研究は大きく欧米に遅れて現在に至っています。

「登山」の歴史

私の研究者としての専門は、まさにこの分野です。まずは、日本の観光レクリエーションを時系列的に概観することから始めましょう。ここでは「登山」を代表として取り上げます。

1. 宗教登山

日本の山岳は、山頂付近の高山帯を除くとほとんどが森林に覆われており、登山は、森林の中を歩くレクリエーションととらえられるのですが、少なくとも、その始まりはレクリエーションとはかなりかけ離れたものでした。皆さんは「修験道^{しゅげんどう}」について聞いたことがありますか？7、8世紀頃に役小角^{えんの おづぬ}が始めたと伝わりますが、日本古来の宗教と仏教等が集合した宗教の一派で、修験者たちは、役小角が開いた吉野金峯山^{きんぶせん}など人里離れた険しい山(霊山)にこもり、修行として登山を行いました。現在の日本の主だった山岳は、北海道を除いて、ほとんどが修験者による登山の実績があるといわれています。この修験道から大きな影響を受けて、江戸時代になると一般庶民による参詣登山^{さんけい}が流行します。富士山^{ふじさん}、武蔵御岳山^{み たけさん}、木曾御嶽山^{おん たけさん}、伯耆大山^{ほう き だいせん}、

相模大山など、秀麗な山容の山が多いのですが、各地に宗教登山の対象となる山岳が存在し、庶民は「講^{*1}」を組織し、集落内で交代で集団登山を行ったのです。この際、「御師^{おし}」(富士講／浅間講など)、「先達^{せんだつ}」(御嶽講、大山講など)が職業的コーディネーターとして各講の参詣旅行を企画・引率しました。

2. 近代登山

近代登山史は、この伝統的な宗教登山の流れとは断絶したかたちで始まります。それは明治維新以降に大挙来日した欧米人による登山です。明治期に外国人の行動制限が解かれると、多くの欧米人が日本各地をさまざまな目的で旅行しました。その中には山岳に興味を持つ者もいて、例えば「近代登山の父」「日本アルプス命名者」と言われているイギリス人W・ウェストンのように、多くの人々が日本の山で登山を楽しみました。山岳をはじめとする日本の自然環境が、欧米人によって高く評価されたことの意義は大きく、西洋に心酔した者が多かった日本のエリート候補(帝国大学をはじめとする大学生)の間に、急速に近代アルピニズム^{*2}が広がることになりました。エリート集団による近代登山と庶民による宗教登山の併存が日本の登山の第二次世界大戦までの一般的なかたちだったのです。

3. 戦後の登山ブーム

1941年の第二次世界大戦の勃発以降、観光レクリエーションは「不要不急」の活動として規制の対象となり、さらに戦争末期には国民の多くが生死の境をさまよい、また敗戦(1945年)後も、食べ、寝ることに精いっぱいでした。ところが1950年代に入ると各地で観光客が見られるようになり、1950年代半ば以降、いわゆる高度経済成長が始まると、人々は一斉に、ものすごい勢いで観光地、自然地に殺到しました。それは「レジャーブーム」といわれ、混雑をものともせず観光地に押し掛けることから「神風レ

ジャー」とも揶揄^{やゆ}されました。第二次世界大戦後、現在までの間に、大雑把^{おおざっぱ}に言って、登山ブームは3度起きているといわれていますが、その1回目がこの時期に起こりました。

ブームの直接のきっかけは1956年、ヒマラヤの高峰マナスル山に世界で初めて日本人が登頂に成功したことといわれています。この世界的な高峰に世界に先駆けて日本人が登頂に成功したことは、国内で大きなニュースとなりました。そして、この敗戦国の国民に誇りを取り戻す出来事をきっかけに、登山ブームが起こりました。大学や企業には次々と山岳部やワンダーフォーゲル部が創設され、多くの部員でにぎわいました。谷川岳など、大都市からアクセスがよい高峰では、夜行日帰りで登山をするサラリーマンであふれたそうです。一方、レジャーブームの流れの中で、比較的標高の低い山に軽装で登る「レジャー登山」もこの頃から盛んになりました。

これに対して、第2次ブームは、1994年からのテレビ番組で火が付いたといわれます。1980年代の、いわゆるバブル経済期にはリゾートに人々の関心が向き、登山者は減少しましたが、バブル崩壊後の不況のなかで復活します。作家深田久弥^{きゅうや}の著した『日本百名山』がバイブルとなり、主に高度経済成長を支えてきた年齢層が中高年齢域に達し、このブームを担いました。いわゆる「日本百名山ブーム」です。

さらに、第3次ブームは、2007年頃から始まりました。きっかけは、アウトドアの大手アパレルメーカーがファッション性と機能性を兼ね備え、若い女性にも身に着けやすい「山スカート」などの販売を開始し、それが爆発的な人気を得たことだといわれています。2009年頃からは若い女性の登山者の呼称としての「山ガール」が広がり、若い登山者が急激に増えました。

戦後の3回の登山ブームをみると、その担い

*1 神仏を祭り、または参詣する同行者で組織する団体および一種の金融組合または相互扶助組織

*2 狩猟や信仰目的ではない、山に登ることそのものを目的とする遊びやスポーツとしての登山をいう

手や登山の形態がそれぞれ異なることが分かります。結果として、日本人にとって登山は、幅広い年齢層に広がり、長きにわたって大きな支持を得た野外レクリエーションだといえます。

登山のための施設整備・ 管理の状況



多くの登山者が集中的に特定の山に訪れるようになると、踏圧による登山道の崩壊や登山道外への踏み外しによる植生の破壊、山小屋等の宿泊施設のゴミ、排水、し尿処理の不徹底による環境汚染、さらには人間の侵入による動物等の生息地への影響など、さまざまな負の影響を山岳環境に与えます。SDGs的に考えれば、こうした負の影響を未然に抑える活動が、社会的な取り組みとしてなされる必要があります。ところが、実は、これが非常に心もとない状態なのです。例えば、日本を代表する山岳地域のほとんどを抱える国立公園においても、地域によっては管理者が定まっていない登山道がいまだに存在し、登山道の整備や補修の遅れは利用に支障を来すレベルに達している箇所が非常に多くあります。

また、トイレ問題は深刻で、くみ取り便所などが頂上付近等の限られた場所に設置されているほかは、携帯トイレの利用環境の整備も進んでおらず、清掃や回収作業が行き届かないため、衛生上や周辺環境の汚染の問題を抱えている山域は多くあります。

本来、登山のための施設が適正に整備され、その維持管理が十分に行われて、山、森林に求める自然体験の質が異なるさまざまな登山者が、お互いの利用を邪魔し合うことなく、気持ちよく利用し、期待した体験を得られるためには総合的・広域的な登山道(付帯する宿泊施設、トイレ、道標、ベンチなどを含む)管理の計画が関係

者の合意のもとに作られ、行政等の管理者による、その計画に沿った施設整備・管理、利用が必要です。こうした登山道管理の考え方・手法がROS(Recreation Opportunity Spectrum: 仮に「レクリエーション体験多様性計画法」とする)です。こうした計画が必要なことは、一部の研究者の間では1990年代から知られていたのですが^{*3}、実際にこの手法を使って公的な計画が作られたのは大雪山(2015年)が初めてで、ごく最近に本格的な計画が屋久島で、また簡略化されたものは妙高連峰で、近い考え方では尾瀬でも作られています。計画作りには合意形成に大変長い時間と努力が必要で、例えば私がかかわった屋久島の場合、正式な検討会ができてから6年かかりましたし、大雪山は、民間の立場からの我々の初めの提案から17年かかっています。

SDGsの視点から



SDGsについて最後に少し触れてみましょう。ROSの試みは、ゴール15「陸の豊かさを守ろう」に基づく森林の保全と利用の試みですが、特にゴール3「すべての人に健康と福祉を」の健康の機会を多様な利用者に分かち考え方に合致します。また、ゴール6「安全な水とトイレを世界中に」の山岳部における実現であり、管理者に安全管理への十分な配慮を、利用者に安全や生態系保全を意識した利用を求めている意味ではゴール12「つくる責任、つかう責任」にもかかわり、多様な関係者の参加による粘り強い合意形成を方針とすることからゴール17「パートナーシップで目標を達成しよう」の実践だと思います。このように、物事をしっかりと考え、総合的に実現していこうとすると、おのずとSDGs的な取り組みになっていくのだと思います。

^{*3} 八巻一成・広田純一・小野理・土屋俊幸・山口和男「利用者の多様性を考慮した森林レクリエーション計画：ROS概念の意義」『日本林学会誌』(2000年)82巻3号

参考：土屋俊幸「森林の観光レク利用と地域自然管理」志賀和人編著『森林管理制度論』(日本林業調査会、2016年)

キャッシュレス決済の基礎知識

山本 正行 Yamamoto Masayuki 山本国際コンサルタンツ代表
明治学院大学・関東学院大学講師、決済サービス事業の企画、戦略立案を専門とするコンサルタント。消費生活相談員を対象とした研修も実施。講演、執筆多数

今月から「多様化・重層化するキャッシュレス決済」を連載します。

第1回の今号は、相談員が押さえておくべき基本を整理しますが、次号以降でさまざまな決済サービスのしくみや相談あっせんのポイントについて、より具体的に解説していく予定です。

日本がキャッシュレス決済を推進する理由

キャッシュレス決済推進の理由はいくつかあります。主な理由は、他の主要国に比べ日本のキャッシュレス決済の普及が遅れていること、金融機関や流通業などさまざまな業界で合理化が求められ、キャッシュレス決済がその一助となること、キャッシュレス決済が消費対策として有望であること、などが挙げられます。政府は国内でのキャッシュレス決済のさらなる普及をめざす考えで、2015年に18.2%だったキャッシュレス決済比率^{*1}を2025年までに40%に増やすという目標を掲げています(図)。

キャッシュレス決済を推進する政府の方針はともかくとして、キャッシュレス決済の本質を理解するにはもう少し広い視点でみてみることも必要です。

今、社会はスマホやインターネットを中心に大きく変わってきています。銀行の支店が閉鎖され、通帳がウェブ

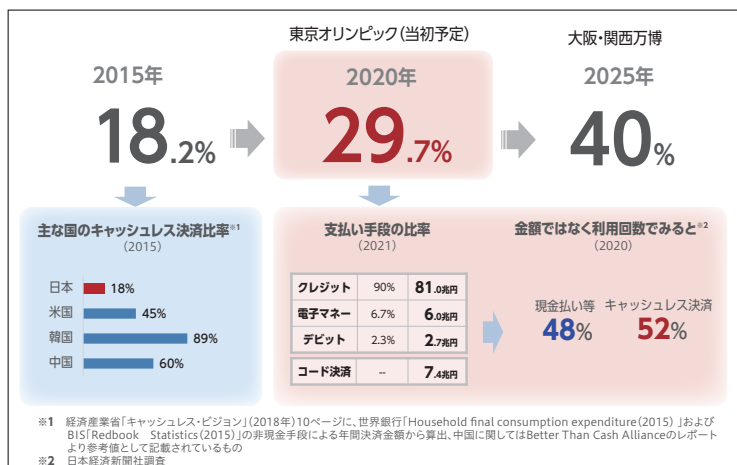
明細に移行し、スーパーでは店員を減らし無人レジが増えたことなどは、先にも触れた合理化の一環です。

しかし、今、既に社会全体がネット化され、これまで人を介して提供されたサービスの多くがコンピューターシステムによって処理されようとしています。一言でいえば「デジタル社会」への変革なのですが、デジタル社会では支払いも人手を介す現金からキャッシュレス決済に移行していくわけです。そういう意味で、キャッシュレス決済の普及は必然といえるのです。

キャッシュレス決済の状況

キャッシュレス決済とは現金を使わずに対価を払うことや、そのための決済サービスをいい、主にクレジットカード、電子マネー、スマホ決

図 国内キャッシュレス決済の動向



資料：筆者作成

*1 個人最終消費支出に占めるキャッシュレス決済の割合

表 支払い方式の整理

支払い方式	支払い時期	しくみ	例
クレジット	後払い	・カード払いの際、利用代金をクレジットカード会社などが立て替える ・一括払い方式と分割・リボ払い方式がある ・発行に当たって法令に基づいた審査がある ・延滞を繰り返した場合などは個人信用情報機関に登録される	・国際カード ビザ、マスターカード、JCB、アメリカンエクスプレス、ダイナースクラブなどのカード
デビット	即時払い	・カード払いの際、利用代金を銀行口座の残高から支払う	・ジェイデビット(キャッシュカード) ・国際カード(ビザ、JCBなど。今後増える予定)
プリペイド	前払い	・事前に利用額を支払い(チャージ)しておく ・店舗での支払い時にはチャージ額(残高)から利用代金を引き去る	・ギフト券 百貨店ギフト券、クレジットカード会社のギフト券など ・電子マネー Suica、PASMO、Edy、WAON、nanacoなど ・サーバ型 iTunesギフト、Google Playギフト、アマゾンギフトなど

資料：筆者作成

済などを指しています。

キャッシュレス決済で最も利用額が多いのはクレジットカードで、2021年の利用総額は80兆円を超えています。それに次いでコード決済が約7.4兆円、電子マネーが6兆円、デビットが約2.7兆円という順です^{*2}。

消費税率引上げに伴い始まった「キャッシュレス・ポイント還元事業」や、新型コロナウイルス感染症の影響で会計時の接触時間を短縮させたいなどの理由で、キャッシュレス決済の利用が増えています。

最近の利用金額の増加傾向をみると、ここ数年はクレジットカードの伸びが鈍化しており、金額は少ないもののデビットカードが着実に利用額を伸ばすなど、これまでとは違う傾向も表れています。

キャッシュレス決済の方式

キャッシュレス決済で支払う行為は、消費者が店舗やインターネットショップなどで支払う場面(利用)と、同じ消費者がキャッシュレス決済を運営するカード会社などに代金を支払う場面(支払い)の2つに分かれます。

利用と支払いのタイミングで分類することが

キャッシュレス決済の整理方法の1つになっており、日本の関連制度はこの分類に沿って定められています(表)。

- ①後払い(クレジット)：利用(先)→支払い(後)
支払いはカード会社などから請求があった後
- ②即時払い(デビット)：利用＝支払い(同時)
銀行口座から即時支払い
- ③前払い(プリペイド)：支払い(先)→利用(後)
支払いの前に残高にチャージしておく

この整理は利用者(消費者)の視点に立ったものですが、利用者ではなく店舗やインターネットショップの視点に立つとこれとは異なります。実際の代金は店舗などにクレジットカード会社や決済代行会社などが分類にかかわらずまとめて支払っており、利用の数日後、あるいは毎月決まった期日に払われます。つまり、消費者が即時に代金を支払ったつもりのデビットでも、実際に店舗に代金が支払われるのは後日になるわけです。

次に各方式について詳しくみていきましょう。

後払い(クレジット)

ビザ、マスターカード、JCB、アメリカンエクスプレス、などのブランド^{*3}がついた「国際カー

*2 クレジットカード利用額：(一社)日本クレジット協会ウェブサイト、コード決済利用額：(一社)キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」、電子マネー、デビットカード支払額：日本銀行「決済動向」。ただし、コード決済の利用額は、利用形態によって電子マネー、クレジット、デビットの利用額と重複している

*3 ビザ、マスターカード、JCB、アメリカンエクスプレス、ダイナース、ユニオンペイ、ディスカバーの7種類のブランドが実在。日本でディスカバーのカードは発行されていない

ド」がその象徴ですが、キャリア決済、コンビニ後払いも部分的にこの方式が当てはまります。

国際カードには、クレジットカード会社が直接利用者に提供する「プロパーカード」や、百貨店、スーパー、航空会社、鉄道会社などの大手事業者がクレジットカード会社と提携する「提携カード」などがあります。

“クレジットカード”というとおり、大半がカード形式で提供されますが、最近は番号などの情報(カード情報)のみ利用者に告知する方式や、スマホアプリでカード情報を管理する方式など、カードが無いもの(カードレス)も増えています。

後払い方式は、クレジットカード会社などが店舗に代金を立て替えて支払い、その後で利用者に請求しています。利用者が後で払えないことのないよう、支払い能力を事前に審査し、審査に通った人のみに利用を認めています。

あくまで分類方法の1つなのですが、国内では①利用から2カ月以内に支払う「2カ月以内払い」と、②分割払いなど利用から支払いまでの期間が2カ月を超える「2カ月超払い」の2種類に分けて整理します。

① 2カ月以内払い(翌月一括払い)

クレジットカード、キャリア決済、コンビニ後払いなどで用いられる方式で、広義のクレジットといえます。代金をまとめて翌月に1回で支払うことから翌月一括払い(マンスリークリア)とも呼ばれます。クレジット方式の国際カード(クレジットカード)のほとんどがこの方式に対応しています。なお、キャリア決済、コンビニ後払い決済もこの方式といえますが、慣習でそれらをクレジットとは呼びません。

② 2カ月超払い(リボ・分割)

クレジットカードのリボ払い、分割払いなどが中心ですが、最近はコード決済などにも2カ月超払いに対応するものが表れています。2カ月超払いには主に次のような種類があります。

- ・リボルビング(リボ払い)
- ・支払回数(月数)を指定する分割払い
- ・ボーナス時期など支払時期を遅らせる方式等

日本では2カ月超払いのみが割賦販売法によって規制されることから、正式にはこれが狭義のクレジットといえます。なお、制度上はリボ払いや分割払いばかりでなく、ボーナス払いのように一括払いでも利用から2カ月を超えて支払う場合はこの分類に当てはまります。

国内のクレジットカードのほとんどが翌月一括払いとリボ払い、ボーナス払いに対応しています。ところが、海外はクレジットカードのほとんどがリボ払い専用で、翌月一括払いができるカードはあまり多くありません。

即時払い(デビット)

銀行口座から即時に支払う方式のキャッシュレス決済で、主に次の方式があります。

① ブランドデビット

ビザ、マスターカード、JCBのいずれかのブランド^{*4}を持つ国際カード

② ジェイデビット

銀行のキャッシュカードを店舗での支払いに利用するサービス

③ コード決済(一部のサービスのみ対応)

利用額を銀行口座から即時に支払う方式のコード決済で、銀行が提供するもの

デビットは銀行口座の残高で直接支払うことから、提供できるのは銀行と、銀行の許可を得た事業者(電子決済等代行業など)に限られます。①のブランドデビットはクレジットの場合と同様にカード方式とカードレス方式のどちらも存在します。②のジェイデビットはキャッシュカードを店舗などで提示する必要があるためカードレス方式は存在しません。多くの銀行のキャッシュカードがジェイデビットとして利用できますが、一部に対応していないものもある

*4 2022年4月現在、日本ではビザ、マスターカード、JCBのみ。海外ではアメリカンエクスプレスやユニオンペイなどのデビットが存在

ります。

前払い(プリペイド)

日本では資金決済に関する法律(資金決済法)に基づく前払式支払手段として提供されます。主な例は次のとおりです。

①紙型の商品券

商品券、カタログギフト券など

②磁気型

クオカード、テレホンカード、ガソリンスタンドやゴルフ場で利用できるプリペイドカードなど

③ICカード型

交通系：Suica、PASMO、TOICA、manaca、ICOCA、SUGOCA、nimoca、Kitacaなど
流通系：楽天Edy、nanaco、WAONなど

④モバイル型

モバイルSuica、モバイルPASMO、楽天Edy、モバイルWAON、nanacoモバイルなど

⑤QRコード型(残高の払い戻しができないもの)

PayPay (PayPay マネーライト)、LINE Pay (LINE Cash)、ファミペイなど

⑥サーバ型

iTunesギフト、Google Playギフト、Amazonギフト、ブランドプリペイドなど

前払い(プリペイド)は、電子マネーとも呼ばれますが、用語としてプリペイドと電子マネーの違いが明確に定義されているわけではありません。〇〇ギフトと呼ばれるものは他人に譲渡できるもので、ギフト券やギフトカードと同じです。

なお、残高の譲渡は〇〇ギフトと呼ばれない他の方式(⑤QRコード型、⑥サーバ型)にもできるものがあり、実際にQRコード型の多くが残高の譲渡(送金)に対応しています。

最近ではビザ、マスターカード、JCBなどのブランドを付けた「ブランドプリペイド」も増えています。ブランドプリペイドには前払式支払手段のものと資金移動のものがありますが、前払式支払手段のものは⑥サーバ型に分類されます。

④モバイル型のモバイルSuicaなどは、専用

のスマホアプリや、「Apple Pay」「Google Pay」の各アプリと連携するようになっています。ICカード型同様、店舗などにあるIC読取器にスマホをタッチして利用することから、「タッチ決済」とも呼ばれます。

前払式支払手段で資金移動の枠組みを用いるもの

プリペイド同様、残高にチャージして利用するものの、制度上は資金移動の枠組みを用いたキャッシュレス決済サービスがあります。

この方式は主に次の2種類があります。

①資金移動型コード決済

PayPay (PayPay マネー)、LINE Pay (LINE Money)、メルペイ等

②資金移動型ブランドプリペイド

JAL Global WALLET、MoneyT Global等

これらの特長は、前払い(プリペイド)同様に残高での支払いや残高の譲渡(送金)に加え、残高を現金で払い戻すことができる点です。残高の払戻し(引き出し)は、指定した銀行口座に払い戻す方法や、ATMから現金で引き出す方法などがあり、サービスによって対応する方法は異なります。

その他補助的なもの

その他のキャッシュレス決済として、iD とQUICPayについても触れたいと思います。もともとフィーチャーフォンをタッチ決済で利用するなどの目的で用意されたサービスですが、最近ではApple Pay、Google Payにクレジットカードやコード決済などをひも付けて用いるためによく利用されています。なお、iD、QUICPayにはスマホアプリではなくICカードタイプも一部存在します。

今回は、国際カード(クレジット、ブランドデビット、ブランドプリペイド)について解説する予定です。



イギリス

運転中の携帯電話使用の規制を強化

- Which? ホームページ <https://www.which.co.uk/news/2022/03/changes-to-mobile-phone-driving-laws-come-into-force-this-week/>
- イギリス運輸省ホームページ <https://www.gov.uk/government/news/transport-secretary-declares-zero-tolerance-for-phone-use-behind-the-wheel-as-law-changes-today>

イギリスでは2003年に運転中の携帯電話の使用(通話やメール送信など)が違法になったが、ながらスマホ運転による交通事故は減っていない。2020年には運転中の携帯電話使用が原因の事故で17人が死亡、114人が重傷を負ったという。進化した携帯電話の機能に対抗できず、法の抜け穴となっていたのだ。そこで2022年3月、ながらスマホ運転に対する規制を強化した法改正が施行された。

今後は限られた例外を除き、運転中に携帯電話を手にすることは違法となり、信号待ちや渋滞中で停車していても違法と明記されている。機内モードなどの通信できない状態で画面にタッチして通知や時刻を確認するだけでも違法となる。ハンズフリーでの使用やカーナビとしての使用は合法だが、ダッシュボードの上やホルダーなど視界を妨げない位置に固

定し、注意散漫にならないことや注視しないことが求められる。運転に集中していないと警官が認めた場合は停車を命じられ、起訴されることもある。

携帯電話を手にとって使用できるのは ● 駐車場内などで停車中 ● 緊急時に救急車を呼ぶ際に停車が不可能か危険な場合 ● 駐車料金の支払いなど停車中に非接触型決済を行う場合、などに限られる。違反の罰則は、保持・使用で違反点数6点と罰金200ポンド(約3万2千円)、運転免許取得後2年以内の場合は免許が取り消される。3年以内に2度の違反(違反点数12点以上)で運転免許停止、普通車で1,000ポンド(約16万円)以下の罰金となる。

AA(イギリス自動車協会)は今回の規制強化を歓迎し、ハンドルを握る際は携帯電話を収納して、運転することだけに集中すべき、と語った。



アメリカ

テイクアウト食品の包装材を安全に

- CRホームページ <https://www.consumerreports.org/pfas-food-packaging/dangerous-pfas-chemicals-are-in-your-food-packaging-a3786252074/>
- https://advocacy.consumerreports.org/press_release/consumer-reports-finds-dangerous-pfas-chemicals-widespread-in-fast-food-packaging-tested/

PFAS(パーフルオロアルキル化合物及びポリフルオロアルキル化合物)は炭素とフッ素が結合した有機フッ素化合物の総称で、4,700種類を超える。水や油をはじき、熱やさびに強い特長のため撥水・耐油の衣類、カーペット、フライパン等さまざまな製品に添加されている。一方、分解されにくい^{およ}ため、廃棄後も環境に長く残存する「フォーエバー・ケミカル=永遠の化学物質」と呼ばれる。近年、人体への蓄積について研究が進み、免疫力の低下や発がん性、低体重児出生等の悪影響が指摘されている。

食品の包装紙、紙パック、紙皿などは一見プラスチック容器の代替として適切と思われがちだが、水気や油が染み出ないようPFASが添加されている場合が多いことにCR(コンシューマーレポート)が注目。このほど、よく知られる24銘柄のハンバーガー

やサラダなどテイクアウト食品を購入し、その包装材118点をテストした。数千種のPFAS中で特定可能なものはごくわずかなため、意図的に添加されていることを示すものとして総有機フッ素量を調べた。カリフォルニア州で2023年導入予定の規制値は100ppm、デンマークではCRも支持する20ppmに設定されている。今回のテストでは37点が20ppmを超え、うち22点は100ppmを超えた。

CRは、PFASの曝露^{ばくろ}を低減するためにできることとして ● PFAS削減に前向きな企業の製品を購入 ● 「環境にやさしい」と銘打っていてもPFASフリーとは限らない ● 長時間置かず早めに別容器(ホイル、ガラス等)に移す ● 包装のまま再加熱しない ● 飲料水をテストし不安なら浄水器を使う、などを助言している。



スイス

町の環境を生かしたスポーツに注目

文/岸 葉子 Kishi Yoko

- ヴェヴェイ市ホームページ <https://www.vevey.ch/vivre-vevey/espaces-urbains/urban-training>
- シェール市ホームページ <https://www.sierre.ch/fr/urban-training-1720.html>

スイスでは、「アーバン・トレーニング」と呼ばれる新しいジャンルのスポーツが人気を集めている。正式な定義は無いが、屋内スタジオを飛び出し、自然環境や身近な人工物を生かして行う活動である。陽光や風、小鳥のさえずりを感じながら、町なかの階段、手すり、公園のベンチなど使える設備は積極的に活用する。

トレーニングはプロの指導者のもと、通常、グループごとに1時間程度行われる。動きやすい服装と運動靴が必須。レベルごとにグループ分けされているので、スポーツになじみのない人からアスリートまで、老若男女を問わず参加できる。したがって、見知らぬ住民同士の出会いの場にもなっている。

具体的なメニューは、指導者ごとにさまざまである。道路・広場でのウォーキング(早歩き・大股歩き・

後ろ歩き・横歩き等)、芝生上でのストレッチ、階段の上り下り、ベンチを使った腕立て伏せや腹筋運動、横木を使った懸垂、樹木の枝に向かってのジャンプなど、立地・設備に合ったアイデアが次々と生まれる。町の環境と一体化し、町なかで遊ぶイメージで楽しく活動することがポイントだという。

自治体もアーバン・トレーニングを積極的にバックアップしている。スポーツによる健康増進効果が期待できること、住民間のコミュニケーションを図れること、身近な環境・設備の活用は町の再発見につながるなど、メリットが多いからである。自治体等が指導料を負担することにより、参加費が無料となるのも住民にとってうれしい。

アーバン・トレーニングの愛好者は、フランス、ドイツなど周辺国でも増えているという。



ドイツ

食材を捨てる前に一考を

- 商品テスト財団ホームページ <https://www.test.de/Gemuesegrueen-Wie-die-Hasen-futtern-aber-nicht-zu-viel-5462923-0/>
- ノルトライン＝ヴェストファーレン消費者センターホームページ <https://www.verbraucherzentrale.nrw/wissen/lebensmittel/auswaehlen-zubereiten-aufbewahren/gesunde-ernaehrung-mit-wenig-geld-72321>

ドイツの初夏の風物詩といえば、マルクト(市場)に並ぶ白アスパラガスである。出回るシーズンが短いため、毎年心待ちにしている人が多い。伝統的な食べ方は、ゆでた白アスパラに卵とバターで作った黄色いソースをかけるというもの。ゆでる前に硬い根元を切り落とし、穂先以外の皮はピーラーでむいておく。根元と皮からもよい出汁^{だし}が取れるので、捨てずに一緒に(または先に)ゆでるのがドイツ流である。エキスをたっぷり含むゆで汁は、おいしいスープに生まれ変わる。

このように、食材を丸ごと生かす手法は古くからあったが、商品テスト財団によると、余った食材の有効利用が最近再び注目されているという。ドイツ語で「貧しい騎士」と表現される再利用メニュー(日本語でフレンチトースト)もその1つ。牛乳、卵、

砂糖などを溶いた液に古くなったパンを浸し、バターを引いたフライパンで焼くと、甘い軽食になる。

もっとも同財団は、余った食材なら何でも使えるわけではないと強調する。細菌に汚染された野菜、変色したパン等は廃棄するよう助言する。また、野菜の葉がすべて食用に向くわけではないと注意を促す。例えば、赤く酸味のあるルバーブは葉柄^{ようへい}(葉と茎をつなぐ柄)を食用とするが、葉にはシュウ酸が多いので、食べてはいけないという。

なお、ノルトライン＝ヴェストファーレン消費者センターのホームページには、余った食材の使い方やレシピが数多く公開されている。消費者からもレシピ案を募集し、集まったアイデアの中に、その季節に合った作品があると「今週のレシピ」というコーナーで紹介するしくみである。

大学生による高校生のための 消費者教育出前講座 —成年年齢引き下げを見据えて—

石倉 琴音 Ishikura Kotone 中田 聖生 Nakada Mio

橋場 世奈 Hashiba Sena 布野 来実 Funo Kurumi

富山大学 人間発達科学部 環境社会デザインコース 藤本孝子研究室

当研究室では、身近な生活の中から課題を見つけ卒業研究に取り組んでいる

はじめに

2022年4月から成年年齢が18歳に引き下げられたことにより、若者の消費者トラブルの増加が懸念されています。2021年、私たちは富山県消費者協会の「大学生による中高生のための消費者教育モデル事業」に参加し、その一環として、10月に桜井高等学校、11月に南砺福野高等学校を訪れ、両校で計約290名の2年生に出前講座を実施しました(写真)。①高校生に消費者トラブルへの危機感を持ってもらうこと②高校生に消費者トラブルに巻き込まれないための知識を習得してもらうことをねらいとし、「成人年齢の引き下げについて」「契約とは」「トラブル事例」「トラブルにあわないために」「トラブルにあってしまったら」などの内容で構成した、約45分の講座を考えました。

講座の事前準備

—消費者問題に詳しい弁護士の話聞いて—

まず、私たち自身が富山県弁護士会所属の谷口央弁護士から消費者問題について学びまし

写真 講座のようす



た。谷口弁護士の話聞いて、若者が悪質業者からねらわれているという事実にはハッとさせられました。特に、未成年には未成年者取消権があるが、成人になるとその保護が受けられなくなるため、成人になりたての若者がねられやすいということに危機感を覚えました。ほかにも具体的なトラブル事例やその対処法を聞き、私たち自身の消費者トラブルについての知識を深めることができましたと感じています。

また、新たな視点を得られたことも大きな収穫でした。それは、消費者トラブルにあわないようにすることとSDGsの目標達成につながる「エシカル消費」をすることの関連性です。エシカル消費とは、人や社会・環境に配慮した倫理的な消費行動のことで、フェアトレード商品を買う、地産地消をする、環境に配慮した商品を買うなどの例が挙げられます。このエシカル消費を行う際に大事なことは、商品の背景を考えて買い物をすることです。その点は消費者トラブルの回避も同じです。普段の何げない買い物の中で、「なぜこんなに安いのか?」「原産地はどこか?」などと常に疑問を持つことが、消費者トラブルに巻き込まれないための訓練にもつながるということを学びました。

高校生に伝えたいと思ったこと

高校生であっても、自分の行動に責任を持つ必要があります。消費者トラブルにあわないために、買い物をする際に「この買い物は今の自分にとって本当に必要なのか、自分の得た情報は

正しいのか」をしっかりと考えることが大切になります。自分たち若者がねらわれているという危機感とともに、疑う姿勢や断る勇気を持ち、買い物をする際にはその場で即決せず、時間を置いて冷静に考えてもらいたいと思いました。成人すると、自分の意思で自由にさまざまな買い物ができるようになるのは楽しいことですが、同時に責任が伴います。前述したように、エシカル消費を日頃から心がけることが訓練になり、安全で楽しい買い物につながります。

そして、実際に消費者トラブルにあってしまった場合、どのような行動を取るのかという点も重要です。「周囲に相談できない」「どうしたらよいか分からないから何もしない」というのは一番危険なことです。相談窓口である消費者ホットライン188番や家族、友人などに聞いてもらい、一人で抱え込まないことが大切です。その行動が、自分の今後の消費行動の改善につながるだけでなく、消費者トラブルの再発防止や悪質業者の減少にも貢献することになります。

学びのためのさまざまな工夫

高校生が理解を深め、実感を持って学ぶことができるように、契約時の具体的なトラブル事例を多く取り上げました。他人事ではなく自分事としてとらえてもらいたかったので、ネット通販や美容医療、エステに関するトラブルなど、高校生でも興味や経験があることを重点的に伝えました。

また、私たちが一方的に話すのではなく、「一緒に考えてもらう講座」を意識しました。クイズを通して、高校生自身の契約の知識を再認識してもらったり、消費者庁の「だまされやすさを測る心理傾向チェック」*を用いて、「自分は大丈夫」と思っている人ほどトラブルに巻き込まれやすいことや自分の性格などを客観的に把

握してもらうなどして、これから成人としてどのように生活を送っていくべきなのかを考えやすい機会を作りました。

グループワークでは、怪しい勧誘をされたときにきっぱりと断る力をつけるために、具体的な勧誘の場面を設定し、体験してもらいました。断る力が必要といわれていますが、経験がないと実際の場面で対応することは難しいと考えたからです。そして、グループワークの後に私たちが考えた断り方も提案することで、さまざまな意見や方法に触れ、勧誘への対応力を磨いてもらうように工夫しました。

振り返りと私たちの感じたこと

自分たちで資料を作成し、1つの講座を作り上げるのは想像していたよりも大変でしたが、少し年上の先輩として高校生に伝えられることは何かという思いで取り組みました。これにより大学生である私たち自身の知識や意識もいっそう深まりました。

成人したばかりの判断能力も経験も乏しい高校生は、消費者トラブルに巻き込まれやすいと思います。しかし、進学・就職してから消費者トラブルについて学ぶ機会は多くないと考えられるため、高校生のうちに授業の一環として消費者教育を受けることの必要性を感じました。講座後に行った高校生のアンケートでは「一緒に考えられて分かりやすかった」「気をつけようという意識が高まった」「普段の心がけが重要」といった感想があり、私たちの講座が高校生の新たな気づきや学び、意識の変化につながったと実感しました。今後もこのような消費者教育が、多くの中高生に向けて積極的に行われていくとよいと思います。今回、私たちの出前講座を受講した高校生にとって、自身の消費生活を見つめ直すきっかけになればうれしい限りです。

* 消費者庁「啓発資料（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）」1.「リスクな心理傾向」を測るチェックシート
https://www.caa.go.jp/future/project/project_001/material/

気になる この用語

第44回

消費生活相談の周辺用語を取り上げ、やさしく解説します。

吉田 利宏 Yoshida Toshihiro 元衆議院法制局参事

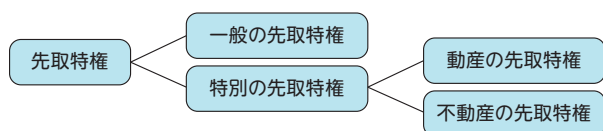
1987年衆議院法制局入局、15年にわたり法案や修正案の作成に参画。
主な著書に『法律を読む技術・学ぶ技術』[改訂第3版](ダイヤモンド社、
2016年)『民法を読む技術・学ぶ技術』(ダイヤモンド社、2021年)など

先取特権

先取特権とは

時には使われている漢字から意味が想像できる法律用語があります。今回、紹介する^{さきどり}**先取特権**もそうした用語の1つかもしれません。文字どおり、ほかの債権者より先取りする権利のことです。法律で定められた債権を有する者は「他の債権者に先立って自己の債権の弁済を受ける権利」を有します(303条)。この権利を先取特権といいます。

先取特権には種類があります。債務者のすべての財産から優先弁済を受けることができる先取特権を**一般の先取特権**といいます。すべての財産から優先弁済を受けるわけではないのが**特別の先取特権**です。特別の先取特権には、債務者の特定の動産から優先弁済を受ける**動産の先取特権**と、債務者の特定の不動産から優先弁済を受ける**不動産の先取特権**があります。



一般の先取特権

一般の先取特権としてはこんな例を挙げることができます。AがBに雇われていたとします。ところが経営が厳しくなってBがAに給料を払えなくなりました。こうした場合、AはBに対して債権を有しているほかの債権者に優先して、給与債権の弁済を受けることができます。306条2号には、一般の先取特権として「雇用

あまり耳にしない先取特権が今回のテーマです。地味ながら債権を確保するために「いい仕事」をしています。その仕事ぶりをみていきましょう。(本文中の括弧内の条文番号は民法)

関係」によって生じた債権を挙げているからです。これには、労働者やその家族を守ろうとする意味が込められています。

社会政策的な意味が込められているという意味では、3号の「葬式の費用」や4号の「日用品の供給」も同じです。ほかの債権者より優先させているのは、人が生活するうえにおいて欠かせないと考えたからなのです。ですから、そうした費用を出した者(債権者)の優先順位を高くしているのです。

(一般の先取特権)

第306条 次に掲げる原因によって生じた債権を有する者は、債務者の総財産について先取特権を有する。

- 一 共益の費用
- 二 雇用関係
- 三 葬式の費用
- 四 日用品の供給

(雇用関係の先取特権)

第308条 雇用関係の先取特権は、給料その他債務者と使用人との間の雇用関係に基づいて生じた債権について存在する。

1号の「共益の費用」は少し説明が必要かもしれません。2022年2月号で詐欺行為取消権というものをお話ししました。「債務者が債権者を害することを知ってした行為」を債権者が取り消す権利のことです。債権者の1人がこの詐欺行為取消権を行使したとしたら、ほかの債権者の債権を守ることにつながりますので、その費用は「共益の費用」ということになります。

一般の先取特権にも色々種類があります

が、これらが競合した場合には、306条各号に定められた順で優先されます。つまり、「共益の費用」が真っ先に優先されるというわけです。

● 動産の先取特権

動産の先取特権の種類は311条に挙げられています。少し数が多いので、ここでは1つだけ紹介しておきます。それは「旅館の宿泊」の先取特権です。ホテルの宿泊料を踏み倒して逃げてしまった宿泊客が手荷物をホテルに残していったとします。ホテルはその手荷物(動産)に先取特権を有することになります(311条2号、317条)。債権ととりわけ関連の深い動産について先取特権を認めようとするものです。

(旅館宿泊の先取特権)

第317条 旅館の宿泊の先取特権は、宿泊客が負担すべき宿泊料及び飲食料に関し、その旅館に在るその宿泊客の手荷物について存在する。

● 不動産の先取特権

不動産の先取特権の例も挙げておきましょう。不動産の先取特権は次のように、「保存」「工事」「売買」の3つです。同じ不動産について、3つの債権が競合しているときには、「保存」「工事」「売買」の順で優先されます。

(不動産の先取特権)

第325条 次に掲げる原因によって生じた債権を有する者は、債務者の特定の不動産について先取特権を有する。

- 一 不動産の保存
- 二 不動産の工事
- 三 不動産の売買

「不動産の保存」というのは、建物の修理を思い浮かべれば分かりやすいでしょう。建物の設計・施工の費用は、「不動産の工事」についての費用です。「不動産の工事」に関する債権の先取特権は、工事によって不動産価格が増加した分(現存増価額)についてだけ認められます(327条2項)。不動産の先取特権は、抵当権との関係が気になるところですが、保存と工事についての先

取特権については、決められた方法で先に登記をした場合にのみ抵当権に優先します(339条)。

● 譲渡担保

2021年11月号では、留置権の話をしました。また、2022年5月号は質権と抵当権の話をしました。留置権、質権、抵当権、そして今回紹介した先取特権が民法に定められている担保物権です。

ところが、民法には規定が無いのですが、実務上利用され、しかも判例でも認められている担保物権があります。それが^{じょうとたんぼ}譲渡担保というものです。譲渡担保は、動産、不動産、債権といった財産を、お金を貸してくれた人にいったん移し、返済できたらその所有権を戻してもらうというものです。いったん、譲渡するかたちになるけれど、実は担保として使うものなので、譲渡担保と呼ばれています。

例えば、ある工場が最新鋭の工作機を導入したとします。この工場にとって、生産性を高めるための一大投資なわけですが、そのために工場の運転資金はほぼ底を突いてしまいました。こんなとき使えるのが譲渡担保です。この工作機を担保にしてお金を借り、かたちのうえでは、お金を貸してくれた人に所有権を移します。動産ですから質権を利用できるわけですが、質入れしてしまうと、せっかくの工作機を使うことができなくなってしまいます。その点、譲渡担保なら抵当権のように「使わせておく」ことができます。万が一、返済できない場合には、工作機の価値と債務との間で調整をします。

民法には借りたお金をどう返してもらうかのしくみがたくさん定められています。「拝金主義に毒されている……」とガッカリしたかもしれません。しかし、金融(お金の貸し借り)は経済の血液です。一般の人でも使えるそうしたしくみを整備して、経済活動をスムーズにする。それもまた民法の大切な役割なのです。

第35回

SNSをきっかけとした 消費者トラブルにご注意!

相談事例

- ①「月に100万円から200万円稼げる」というSNSの広告を見て副業サイトにアクセスし、ノウハウが記載された情報商材を購入した。すると事業者から電話があり、サポートプランを契約するよう勧誘されて15万円を銀行口座に振り込んだ。
(20歳代、男性)
- ②SNSで知り合った相手とやり取りをしていたところ、「別のサイトでやり取りをしよう」と言われて出会い系サイトに誘引された。するとサイトからさまざまな名目で費用を次々と請求され、合計約16万円を支払った。
(20歳代、女性)

●問題点とアドバイス

SNSをきっかけとした消費者トラブルが10～20歳代の若者に増えています。相談内容を見ると、SNS上の広告がきっかけとなるトラブルや、SNS上で知り合った相手からの誘いがきっかけとなるトラブルなどがみられます。

成人になると、原則として契約を一方的にやめることはできません。SNSを利用する際には次の点に十分注意しましょう。

(1) SNS上の広告はしっかり内容を確認する

大幅な値引きや低価格、商品の効果を過剰にうたうSNS上の広告や、「簡単にもうかる」「損はしない」などの投稿・メッセージはうのみにしないようにしましょう。SNS上の広告をきっかけとしたトラブルに多い通信販売にはクーリング・オフ制度が無く、事前にしっかり内容を確認することが大切です。

(2) SNS上で知り合った相手が本当に信用できるか慎重に判断する

SNS運営事業者の利用規約では「SNSがきっかけでトラブルが発生しても責任を負わない」

旨が定められていることがほとんどです。SNS上では話の合う「知り合い」でも、本当に信頼できる相手かは分かりません。お金を支払った途端に連絡が取れなくなり、返金を求めることが困難になることもあります。本当に信用できる相手なのか、慎重に判断しましょう。

(3) SNS上に個人情報を投稿しない

- ・学生証、運転免許証、健康保険証などの身分証明書の情報をSNSで送ってしまうと、後で取り戻すことは難しく、より大きなトラブルに発展することがありますので、絶対に送らないようにしましょう。
- ・SNS上に投稿された情報は拡散すると消去が困難です。個人情報や自身の写真の投稿、位置情報や身元が分かるような書き込みは安易にしないようにしましょう。

中学生や高校生のトラブルも発生しています。家族でSNSの利用方法を話し合うとともに、ペアレンタルコントロール^{*1}やフィルタリング機能^{*2}も活用しましょう。

*1 子どものスマートフォンやタブレット、ゲーム機の利用状況を保護者が把握したり、安全管理を行ったりするしくみ

*2 有害・不適切なウェブサイトへのアクセスやアプリの利用を制限する機能

参考：国民生活センター「【若者向け注意喚起シリーズ(No.6)】SNSをきっかけとした消費者トラブル—広告の内容はしっかり確認！知り合った相手が本当に信用できるか慎重に判断を！—」(2021年11月4日公表) https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20211104_1.html

クーリング・オフ後、事業者に返送した商品 が宛先不明で戻ってきた場合の対処方法は？

相談者の気持ち

電話勧誘で健康食品を購入しましたが、クーリング・オフしました。返金を確認後、商品を送り返したのですが、宛先不明で戻ってきてしまいました。数日後、事業者が逮捕されたことを知りました。商品は保管しなければいけないのでしょうか。また、いつまで保管すればよいのでしょうか。

萩谷 雅和 Hagiya Masakazu 弁護士

第一東京弁護士会所属。企業法務を中心に、一般民事事件、家事事件などを広く手がける。著書に『知識ゼロからの働き方改革で変わる労働法入門』（共著、幻冬舎、2019年）ほか



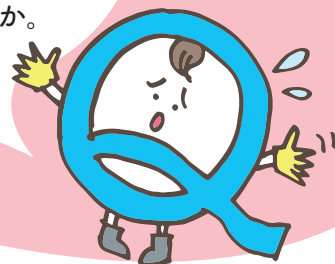
クーリング・オフした後に事業者
に返送した商品について、事業
者側の事情で再び戻ってきてし
まった場合でも、消費者に保管の
義務があります。

クーリング・オフが行われると、事業者と消費者の両当事者は、それぞれに原状回復義務を負います。事業者は支払われた代金を消費者に返還する義務を負い、同時に消費者は、既に受け取っている商品を事業者に返還する義務を負います（もっとも、返還に要する費用は事業者側の負担ですが）。

この商品が事業者側の事情で受け取られなかった場合（事業者側の宛先不明の場合もこれに該当する）でも、それだけで返還の義務が無くなってしまいうけではないからです。

では、いつまで保管の義務があるのか、ということになります。

この点について明確な判断基準は見当たりません。これは、おそらく、クーリング・オフに該当する取引は金額もそう高額にならない場合が多いので、裁判で争われるケースが少ないからだと思われます。そうすると、民法の一般的な消滅時効の規定に従うことになります。



（債権等の消滅時効）

第166条 債権は、次に掲げる場合には、時効によって消滅する。

- 一 債権者が権利を行使することができることを知った時から五年間行使しないとき。
- 二 権利を行使することができる時から十年間行使しないとき。

（以下、省略）

クーリング・オフが行われて、事業者からの返金もされたということですから、事業者は商品の返還を受ける権利があることを知ったことになります。そうすると、その時点から5年間ということになります。

もっとも、5年間も保管しなければならないという事態はかなり厄介な感じがすることも否めませんね。

この点について、債権者が受領を拒んだり、債権者がどこに住んでいるか分からない、誰が債権者か分からなかったりしたときなどに、保管している物品を、その物品のまま供託できる「弁済供託」という制度があります。しかし、金銭、有価証券、振替国債等以外の物品を供託物とする供託は、ハードルがとても高く、現実的には難しいものと思っていただくとよいでしょう。



暮らしの判例

国民生活センター 消費者判例情報評価委員会



消費者問題を考えるうえで参考になる判例を解説します

納骨壇使用契約の中途解約の効果と不返還特約

宗教法人との間で納骨壇の永代使用および永代供養の契約を締結した消費者が、契約締結から約6年後に、宗教法人に対し、契約の解除および支払済みの全額の返還を求めたところ、宗教法人が管理規約に定める不返還特約条項を根拠に一切の返金を拒んだケースについて、裁判所は消費者の解除権を認め、不返還特約の効力を否定するなどして、消費者の請求を一部認容し一部の返還を命じた。(大阪地方裁判所令和2年12月10日判決、『判例時報』2493号17ページ)

原告：X(消費者)
被告：Y(宗教法人・寺院)
関係者：A(Yの代理店)
B(Aの代表取締役)
C(暴力団組長)

事案の概要

Yは、宗教法人を包括団体とする寺院であり、「宗教法人Y院分院T」と称する集合納骨施設(以下、T)を設置して経営している。Aは、同所に所在し、Yの代理店としてT内の納骨壇の使用契約を媒介することを業とする事業者(代表取締役はB)である。

Xは、2012年8月中旬、T内の納骨壇の使用にかかる管理規約(以下、本件管理規約)に同意したうえで、Aを通じて、Yに対し、T内の納骨壇の使用を申し込む旨の意思表示をした。本件管理規約3条2項は「加入に際して使用者は永代使用料および永代供養料の全額を納付しなければならない。但し、納付した金額については一切返還しない」旨規定している(以下、本件不返還特約)。Xは、Yに対し、同月下旬、永代使用料および永代供養料として約140万円を一括で支払った。これを受けて、Yは、Xに対し、同日、Tの「S」という名称によって特定される納骨壇(以下、本件納骨壇)の使用許可証

を交付し、本件納骨壇の使用を承諾した(以下、納骨壇使用契約を「本件契約」という)。

2017年10月、BおよびAの経理担当の従業員他1名が法人税法違反の被疑事実で逮捕された。同年11月、Bは、Aの代表取締役の立場を利用して、同社をしてBの元夫であるCに対して3500万円を支払わせたという背任の被疑事実で、Cとともに再逮捕された。

このような事情のもとに、Xは、Yに対し、2018年10月上旬、電子内容証明郵便により、本件契約を解約するとともに、支払済みの永代使用料および永代供養料の合計約140万円を本通知文書の到達後10日以内に返還するよう請求する旨の通知文書を送付し、同月中旬、Yに同通知文書が到達した。

なお、Xは、通知文書がYに到達するまで、Yから本件納骨壇の鍵を受領しておらず、本件納骨壇を使用したことがなかった。

Yは、本件契約の解除を認めず、契約条項の不返還特約を根拠に一切の返金を拒んだために、Xは本件訴訟を提起した。



判決と理由

○本件契約の性質

「Xは、本件管理規約の内容を承諾した上で、^{うえ} Yに対し、本件納骨壇の使用の申込みの意思表示をし、Yがこの申込みの意思表示に対して承諾の意思表示をして、本件契約が成立していることから、本件管理規約の内容は本件契約の内容となっているということができる。…(中略) …本件管理規約2条は、Yの代表役員が納骨壇の管理・運営をする旨、同4条9項は、納骨壇の使用者が遺骨又は遺品^{また}を収納する度に所定の遺骨預り願いを提出しなければならない旨、同条5項は、納骨された慰霊については管理者であるYの代表役員がその責任において永代にわたって供養する旨、それぞれ定めていることが認められる。このような本件管理規約の条項及び…(中略)…本件管理規約3条2項本文の内容に照らすと、本件契約は、YがXから遺骨預り願いの提出を受けた場合に遺骨又は遺品を永代にわたって保管し、その報酬としてXがYに対して永代使用料を支払うこと及び遺骨又は遺品の保管を前提に、YがXのためにその保管する遺骨又は遺品を永代にわたって供養するという役務を提供することをその本質的内容とする契約であると認められる。そうすると、本件契約の性質は、YがXのために遺骨又は遺品を保管することを約し、その寄託の報酬としてXがYに対し永代使用料を支払うという内容の有償の諾成的寄託契約に、YがXのために永代供養という役務提供を行うことを約するという内容の準委任契約が付随した混合契約であると解するのが相当である」

○契約の終了—解約告知による終了

「本件契約の性質を踏まえると、Xは、本件契約について、民法662条に基づき、いつでも遺骨又は遺品の保管に係る諾成的寄託契約^{かか}部分を解約することができ、かつ、民法651条に基づき、いつでも永代供養に係る準委任契約

部分を解約することができる。そして、…(中略) …Xは、Yに対し、電子内容証明郵便により本件契約を解約する旨の通知文書を送付し、平成30年10月11日、Yに同通知が到達したのであるから、同日、本件契約は解約告知の意思表示の到達により終了し、将来的に効力を失ったというべきである」

○本件不返還特約の消費者契約法9条1号の適用の可否

「Xは消費者契約法2条1項の消費者に当たり、Yは同条2項の事業者にあたるから、本件契約は、同条3項の消費者契約にあたる。そして、本件契約における本件不返還特約は、使用者が解除又は解約した場合においても適用されることが想定されるものであり、Yが本件契約に基づいて受領した既払金を一切返還しないという内容の規定であると解されるから、本件契約の解約に伴う損害賠償額の予定又は違約金を定める条項にあたる。よって、本件不返還特約は消費者契約法9条1号の適用の対象となる。

…(中略)…Xは、解約告知の意思表示の到達による本件契約の終了時まで、本件納骨壇の鍵を受領しておらず、本件納骨壇を使用したことがない。弁論の全趣旨によれば、本件契約と同種の消費者契約において、本件のように消費者が納骨壇の使用を開始する前の段階で解約告知により終了した場合、通常は事業者には何ら積極的な損害が発生しないものと認められる。Yは、本件不返還特約に消費者契約法9条1号が適用されるとしても、本件契約の解約は、本件契約の締結から約6年後になされたものであるところ、このような段階で本件契約と同種の納骨壇使用契約が解約された場合の解約に伴う平均的な損害は、当該納骨壇を再販売する機会を喪失したことによる当該納骨壇の永代使用料及び永代供養料相当額の損害であるというべきであるから、本件不返還特約につき無効となる部分は存しないと主張する。この点、…(中略) …T内の納骨壇はデザインや大きさが異なる



11種類に分かれており、使用者は納骨壇の種類に着目して納骨壇使用契約を締結するものであると認められる。しかし、本件契約のように数種類の納骨壇から使用者が納骨壇の種類に着目して締結する納骨壇使用契約について、当該納骨壇使用契約に係る納骨壇と同種の納骨壇^{すべて}について使用契約が締結された後の時点で、当該納骨壇使用契約が解約された場合であるといえない限り、契約機会の喪失による逸失利益は通常生じず、平均的な損害は生じないというべきである。そして、本件全証拠に照らしても、本件契約の解約告知がなされたのが、本件納骨壇と同種の納骨壇について全て使用契約が締結された後であると認めるに足りる証拠はない。したがって、Yが主張するような契約機会の喪失による逸失利益を平均的な損害として認めることは相当ではない。よって、本件契約と同種の消費者契約につき、本件契約が解約された時点の区分に応じた平均的な損害は存しないから、本件不返還特約は、消費者契約法9条1号により、全て無効である」



解説

近年では、墓地の利用、納骨壇の利用、永代供養などに関する紛争が徐々に増加しつつある。

これらの契約は、ケースによって事実関係や契約内容などが多様であることもあり、紛争解決のための考え方が確立しているとはいえない。本件は、こうした紛争の一事例に関するものとして参考になると思われる。

本件は、集合納骨施設を運営している宗教法人との間で納骨壇使用契約を締結し、永代使用料と永代供養料を支払った消費者が、契約締結から約6年を経過してから契約を解除して支払済み金額の全額の返還を求めた事例である。宗教法人は、管理規約に定める「加入に際して使用者は永代使用料および永代供養料の全額を納付しなければならない。但し、納付した金額については一切返還しない」旨のいわゆる不返還特約

を根拠に返金を拒んだことから、この管理規約の不返還特約が消費者契約法9条1号に定める不当条項に該当するか、該当するとすれば平均的損害はいくらか、といった点が問題となった。

本件判決のポイントは、2点ある。第一に、本件契約の民法上の性格である。第二に、消費者契約法9条1号の平均的損害に関する判断である。

1. 納骨壇使用契約等の法的性質について

第一の納骨壇使用契約の法的性質については、本判決は(1)遺骨または遺品の保管をすることによって故人のための供養を半永久的に受けることにあること(2)そのような地位を取得することにも対価的性質があるとの判断を示した。そのうえで、永代使用料および永代供養料として支払われた金員のうち7割が(1)の、3割が(2)の対価に相当すると判断した。そして、(2)の地位を付与する部分については履行済みであるが、(1)については使用する納骨壇の場所の特定はなく、鍵の引き渡しもされていないことなどを認定したうえで、遺骨等の保管と故人のための供養は開始していないとの判断を示した。

墓地や納骨壇の使用や供養を受けることを約する契約の法的性質については実務上一義的な考え方は確立していない。

参考判例①は、消費者が寺院との墓地使用契約を解除して、寺院に対して墓地使用料として支払った墓地使用料前納金の返還を求めた事件において、賃貸借契約のように一定期間の使用権を設定するものではなく、永続的ないしは永代的使用権を設定したものであり、使用期間に対応した使用の対価ではないとの判断を示した。

参考判例②は、消費者が寺院との契約を解除して寺院に対して支払った永代供養料の返還を求めた事案において、納骨壇使用契約は納骨壇という場所の利用に関する建物賃貸借契約を中心としつつ、集合形式の法要行事を行うとの準委任契約の性質を有する混合契約であり、申込金は納骨壇の半永久的使用の対価であると判断した。



参考判例③は、消費者が寺院と締結した永代供養契約を解除して、永代供養料として支払った全額の返還を求めた事案に関して、永代供養契約は被供養者の死後において読経という事実行為を委託することを中核とし、また、納骨壇使用契約および同管理契約もまた納骨壇を確保したうえ、納骨等を収蔵し、これを維持管理するという事実行為を委託することを中核とする、いずれも準委任契約類似の無名契約であるから、民法656条が準用する同法651条1項の類推適用によりいつでも解除でき、解除の意思表示により各契約は将来に向かって効力を失うとして原告ら消費者による解除を認め、請求をいずれも認容した。

本件判決では、納骨壇の使用と永代供養が結合した1つの契約であり、管理規約の定めがあることから、不当利得返還請求の成否については、本件契約は「(1) 遺骨又は遺品の保管をすることによって故人のための供養を半永久的に受けることにあること、(2) そのような地位を取得することにも対価的性質がある」「永代使用料及び永代供養料として支払われた金員のうち7割が(1)の、3割が(2)の対価に相当する」との認定のうえで、「永代使用料及び永代供養料の支払のうち、42万円の支払については、法律上の原因があるというべきであるが、その余の98万円の支払には何ら法律上の原因がないというべきであるから、XのYに対する不当利得返還請求は98万円の支払を求める限度で理由がある」と判断した。ただし、判決文からは、金額の内訳の根拠がはっきりしない点に妥当性の疑問が残る。

2. 平均的損害についての判断

第二の平均的損害については、「本件のように消費者が納骨壇の使用を開始する前の段階で解約告知により終了した場合、通常は事業者には何ら積極的な損害が発生しないものと認められる」と結論している。Yの「本件不返還特約に消費者契約法9条1号が適用されるとしても、本件契約の解約は、本件契約の締結から約6年

後になされたものであるところ、このような段階で本件契約と同種の納骨壇使用契約が解約された場合の解約に伴う平均的な損害は、当該納骨壇を再販売する機会を喪失したことによる当該納骨壇の永代使用料及び永代供養料相当額の損害であるというべきであるから、本件不返還特約につき無効となる部分は存しない」との主張については、本件の「納骨壇はデザインや大きさが異なる11種類に分かれており、使用者は納骨壇の種類に着目して納骨壇使用契約を締結するものである」「本件契約のように数種類の納骨壇から使用者が納骨壇の種類に着目して締結する納骨壇使用契約について、当該納骨壇使用契約に係る納骨壇と同種の納骨壇全てについて使用契約が締結された後の時点で、当該納骨壇使用契約が解約された場合であるといえない限り、契約機会の喪失による逸失利益は通常生じず、平均的な損害は生じないというべきである」としたうえで、本件契約の解約告知がなされたのが、本件納骨壇と同種の納骨壇についてすべて使用契約が締結された後であると認めるに足りる証拠はないことから、「Yが主張するような契約機会の喪失による逸失利益を平均的な損害として認めることは相当ではない。よって、本件契約と同種の消費者契約につき、本件契約が解約された時点の区分に応じた平均的な損害は存しないから、本件不返還特約は、消費者契約法9条1号により、全て無効である」として平均的損害は発生していないと判断した。具体的な事例に応じてケースバイケースで判断するうえでの要素を示している点が類似ケースの参考となると思われる。

参考判例

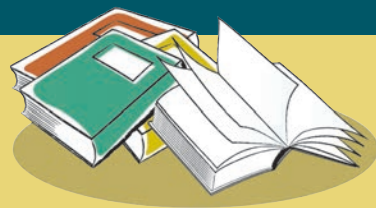
- ①京都地方裁判所平成19年6月29日判決(裁判所ウェブサイト)
- ②東京地方裁判所平成26年5月27日判決(LEX/DB)
- ③東京地方裁判所令和元年6月7日判決(LEX/DB)

欠陥と因果関係の立証(2)

ー裁判例にみる欠陥・因果関係の立証ー

朝見 行弘 Asami Yukihiko 弁護士/久留米大学法学部 教授

製造物責任を専門分野とし、特にアメリカの製造物責任についての研究を重ねている。近年では、NPO法人消費者支援機構福岡の理事長として、消費者契約をめぐる実務にも深く関与している



具体的な欠陥原因の立証

製造物責任法は、「当該製造物が通常有すべき安全性を欠いていること」(2条2項)をもって欠陥と定義しており、同法に基づく賠償請求に当たっては、消費者において、製造物の欠陥およびその欠陥と損害発生との因果関係を立証しなければなりません。

しかし、専門的な知識や技術を持たず、製造物についての情報を持たない消費者にとって、具体的な欠陥原因を立証することはきわめて困難です。そこで、経験則上、欠陥の具体的な原因事実を推認させる「不相当に危険な製造物の性状」の存在を主張立証できれば、欠陥の存在について一応の推定が成立し、その推認を覆すに足りる事実を製造業者等が主張立証できない限り、欠陥の存在を認めるべきものと考えられるようになり、裁判例においても、原告は、事故発生の機序(しくみ)まで主張立証する必要はなく、製造物を適正な使用方法で使用していたにもかかわらず、通常予想できない事故が発生したことを主張立証することで足りるとされるようになったのです。

欠陥の推認が認められた事例

左大腿部に受けた低温やけどがズボンのポケットに入れていた携帯電話またはそのリチウムイオン電池の発熱によるものであるか否かが

争われた事例では、第一審^{*1}が、携帯電話またはリチウムイオン電池の発熱によってやけどが生じたとは認められないとしたのに対し、控訴審^{*2}は、原告は、通常の用法に従って携帯電話を使用していたにもかかわらず、身体・財産に被害を及ぼす異常が発生したことを主張立証すれば足り、「それ以上に、具体的欠陥等を特定した上で、欠陥を生じた原因、欠陥の科学的機序まで主張立証責任を負うものではない」として、携帯電話の欠陥を認定しています。

ふとん乾燥機からの出火による火災死亡事故事例^{*3}では、製造物の大部分が焼損しているような場合には、事故原因や発生メカニズム、それに基づく当該製造物の客観的性状などを詳細に特定して主張立証することには限界があり、原告に厳格な主張立証を求めることは、被害者の保護を図ろうとする製造物責任法の趣旨にも反するとして、外的要因によらずして当該機械から出火したのであれば、当該機械が通常有すべき安全性を欠いていたものというべきとされました。また、取り付けられた手すりをつかんだところ、手すりのブラケットが折損して、土間に落下した負傷事例^{*4}でも、原告が、通常予見される使用形態にのっとって本件手すりを使用していたところ、ブラケットが破損したというのであるから、手すりには欠陥があったと推認すべきものと判断されています。

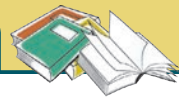
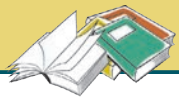
さらに、エンジンの欠陥によって陸上自衛隊

*1 仙台地裁平成19年7月10日判決『判例時報』1981号66ページ(第1審)

*2 仙台高裁平成22年4月22日判決『判例時報』2086号42ページ(控訴審)。なお、控訴審においては、221万円余りの損害賠償が認容されているが、そのうちの150万円は原告が独自に専門家に依頼して携帯電話機の調査・分析を行った費用とされている

*3 大阪地裁平成25年3月21日判決ウエストロー・ジャパン2013WLJPCA03216005

*4 福岡地裁平成25年4月5日判決『消費者法ニュース』97号375ページ



の対戦車ヘリコプターが急激に出力を失って墜落し、ヘリコプターが損壊するとともに搭乗者2名が重傷を負ったため、国がヘリコプターの修理費用および搭乗員の治療費についてエンジン製造業者に賠償を請求した事例^{*5}でも、原告は「製造物を適正な使用方法で使用していたにもかかわらず、通常予想できない事故が発生したことを主張、立証することで足り、それ以上に欠陥の部位やその態様等を特定した上で、事故が発生するに至った科学的機序まで主張立証すべき責任を負うものではない」とされ、自転車^{けいぶ}で走行中に、サスペンションが分離して転倒し、頸部から下が全まひとなる人身傷害が発生した事例^{*6}でも、自転車が特性に従って通常予想される使用形態で使用されていたことを前提として、転倒の原因が自転車の部品であるサスペンションの分離であることが主張立証されれば、欠陥の主張立証としては必要十分であり、サスペンションの分離に至る詳細な科学的機序あるいは構造上の不具合まで主張立証する必要はないとされています。

欠陥の推認が否定された事例

事実推定則に基づく欠陥の推認が否定された裁判例には、走行中の自動車が対向車両と正面衝突し、運転者および同乗者が死亡または傷害を負った事例^{*7}で、衝突直前に急ブレーキがかけられ、急激なハンドル操作がなされていることから、自動車のハンドル操作システムが機能していたと推認するとともに、事故の前後にリコールが通知されていることをもって事故原因とリコールとの関係やハンドル操作システムの不具合を推認することはできないとしたもの

や、電気カーペットからの出火による火災死亡事例^{*8}で、カーペットの電源コードの断線部で短絡(ショート)が生じたことによって発火したと認めるのが相当であり、電源コードに断線を生じさせ得る外的圧力を加えることなく使用していた事実が認められない以上、断線部における短絡およびそれによる発火の事実のみにより、カーペットが欠陥を有していたと推認することはできないとしたものがあります。

これらの裁判例では、適正な使用方法による製造物の使用という事実が主張立証されており、事実推定則を適用する前提事実を欠くものであって、事実推定則の考え方そのものが否定されたものではないと考えられます。

そして、茶のしずく^{せつけん}石鹸コムギアレルギー訴訟^{*9}でも、大阪判決^{*10}が、化粧品によるアレルギー被害に関する欠陥を判断するには、種々の事情を考慮、評価すべきであり、化粧品の使用により消費者に異常が発生したからといって、直ちに当該製品が通常有すべき安全性を欠いていると認めるべき経験則は存在しないとししました。また、東京判決および名古屋判決^{*11}も、事実上の推定は裁判官が経験則により間接事実から別の要証事実を推認するという心証形成過程を表すものに過ぎず、欠陥の認定に当たって考慮すべき事情は、製品の種類、事故の態様、欠陥の態様等によって異なるものであって、製品起因性と通常の使用形態という2つの事実が存在すれば欠陥があるとする経験則が常に妥当するとは言い難く、欠陥の認定一般において事実上の推定を働かせることはできないとして、経験則に基づく欠陥の推認に消極的な立場を示しています。

^{*5} 東京地裁平成24年1月30日判決『訟務月報』58巻7号2585ページ(第1審)。なお、東京高裁平成25年2月13日判決『判例時報』2208号46ページ(控訴審)、最高裁平成26年10月29日決定ウエストロー・ジャパン2014WLJPCA10296010(上告棄却、上告受理申立て不受理)

^{*6} 東京地裁平成25年3月25日判決『判例時報』2197号56ページ

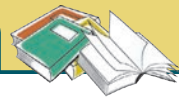
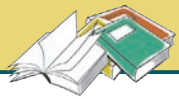
^{*7} 東京地裁平成20年12月24日判決ウエストロー・ジャパン2008WLJPCA12248003

^{*8} 東京地裁平成24年8月31日判決ウエストロー・ジャパン2012WLJPCA08318015

^{*9} ウェブ版『国民生活』2021年12月号38ページ(コラム1) https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202112_15.pdf

^{*10} 大阪地裁平成31年3月29日判決 裁判所ウェブサイト https://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/741/088741_hanrei.pdf

^{*11} 東京地裁平成30年6月22日判決 裁判所ウェブサイト https://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/148/088148_hanrei.pdf
同旨、名古屋地裁令和3年12月15日判決TKC LEX/DB 25591581



茶のしずく石鹸コムギアレルギー訴訟における製品被害は化粧品によるアレルギーであり、化粧品を適正に使用した場合であっても、さまざまな要因によってアレルギーが発症する可能性があるという特性から経験則の成立を否定したものであり、他の製品に一般化して事実推定則そのものを否定するものと解することは不適切と考えられます。なお、これらの判決は、いずれも事実推定則に依拠することなく、化粧石鹸である茶のしずく石鹸の欠陥性を認定しています。



因果関係の立証

因果関係については、具体的な欠陥原因を「欠陥」と捉えるのであれば、原告は、具体的な欠陥原因と損害との因果関係を主張立証すべきことになり、通常有すべき安全性を欠いているという製造物の性状を「欠陥」と捉えるのであれば、因果関係とは、損害がそのような性状を有する製造物に起因すること（製品起因性）を主張立証すれば足りることになります。

製造物を適正な使用方法で使用していたにもかかわらず、通常予想できない事故が発生したことの主張立証をもって欠陥の存在を事実上推認するのであれば、同時に製品起因性も推定されることになり、製造業者等において因果関係の推定を覆すことが必要となります。

事実推定則によって欠陥を裏づけるだけの経験則が存在しない場合には、原告において、具体的な欠陥原因を主張立証し、損害との因果関係も主張立証しなければなりません。そして、この因果関係を直接に立証する証拠が乏しい場合には、間接事実を立証することによって因果関係を推認するという手法が用いられます。

ファストフード店で購入したジュースに混入していた異物によって被害者が咽頭部を負傷し

た事例^{*12}では、被害者の治療中に当該飲料が破棄され、内容物の検査がなされなかったところ、①原告は当該飲料を飲んだ直後受傷していること ②被告が当該飲料を販売してから、原告が飲むまでの間に、のどに傷害を負わせるような異物が当該飲料に混入する機会はなかったと考えられること ③原告は受傷当時、歯科治療を受けておらず、ハンバーガーなどをすべて食べ終わってから当該飲料を飲んでおり、口腔内にあらかじめ異物が存在していたとは考えられないことなどの事実から当該飲料に異物が混在していたとして、当該飲料と負傷との因果関係が認定されています。また、自動車用燃料添加剤の使用によって自動車に不具合が生じ、エンジンの交換費用などに対する製造業者の賠償責任が争われた事例^{*13}では ①燃料添加剤の使用開始から約5カ月後から2カ月余りの間に連続してエンジン不調が生じていること ②2回のエンジン交換によっても改善しなかったこと ③3回目に燃料添加剤の入った燃料タンクを交換した後にエンジン不調が発生していないことに基づいて、燃料添加剤とエンジン不調との間に一定の条件下で因果関係の存在が認められています。

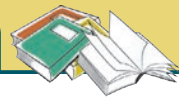
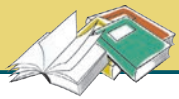
因果関係が認められないとされる場合については、製造物あるいはその性状と損害発生との間に因果関係が存在しない場合（製品起因性の不存在）と製造物あるいはその性状以外の他原因と損害発生との間に因果関係が存在する場合（他原因の存在）とに分けることができます。

製品起因性の不存在が認められた事例としては、灯具に組み込まれたLEDの短絡・加熱につき、LED内における温度の上昇下降がLEDのエキポシ樹脂によるシーリングによるものであるかは明らかではなく、LEDに欠陥があるとは認められないとされた事例^{*14}、人工呼吸器に接続していたチューブが脱落したにもかかわらず

*12 名古屋地裁平成11年6月30日判決『判例時報』1682号106ページ

*13 甲府地裁平成14年9月17日判決ウエストロー・ジャパン 2002WLJPCA09176002

*14 東京地裁平成26年3月20日判決ウエストロー・ジャパン 2014WLJPCA03208020



アラームが作動せず、発見が遅れたため、呼吸不全により死亡したという原告の主張に対し、アラーム機能は正常に作動していたことが強く推認され、接続部分の形状等に照らし、容易に脱落が生ずることは考え難く、脱落および機器のアラームが鳴らなかった事実を認めることはできないとされた事例^{*15}、^{のういつけつ}脳溢血の後遺症の治療のために服用した治験薬の副作用による虚血性心不全について、治験薬に^{こうそく}心筋梗塞^{じやっき}を惹起せしめるような心刺激性を認めることはできず、死亡との間の関連性を認めることができないとして、治験薬の投与と死亡との因果関係を否定した事例^{*16}を挙げることができます。

また、他原因の認定によって因果関係を否定した裁判例として、ダクト式無煙ロースターからの出火による建物の焼損について、原告がダクトに断熱材が巻かれていなかったことを欠陥原因として主張したのに対し、出火原因は日常のメンテナンス不良によりダクト内に付着した

油脂に引火したものであるとし、ダクトに断熱材を巻かなかったことと火災発生との因果関係が否定された事例^{*17}、事業用大型貨物自動車のエンジンから出火して全損した事故につき、原告が主張するエンジン組み立て工程におけるコンロッドキャップボルトの締め付け不良を否定し、被告の主張するメンテナンス不良によるエンジンオイルの劣化に伴うスラッジの発生が原因であるとしてエンジンの欠陥を否定し、油圧ウォーニングランプ等の警告装置は、エンジンオイルの定期的交換を前提としたものであり、定期的交換を怠ったことによって作動しなかったことをもって欠陥ということとはできないとした事例^{*18}がみられます。

因果関係の立証は、製造物責任法に固有な問題ではなく、医療過誤や自動車事故など不法行為一般において問題となるものであり、その立証負担の軽減については、事実推定則などの積極的な活用を図ることが必要となります。

コラム 八尾テレビ火災訴訟

製造物責任法施行前の裁判例として、テレビの欠陥に起因する火災によって事務所を全焼する損害を被ったとする建設会社からテレビ製造業者に対して提起された民法709条の不法行為責任に基づく損害賠償請求訴訟において、過失を推認するために「欠陥」という媒介概念を用いた事例がある(大阪地裁平成6年3月29日判決『判例時報』1493号29ページ)。この判決においては、「製品の製造者は、製品を設計、製造し流通に置く過程で、製品の危険な性状により利用者が損害をこうむることのないよう、その安全性を確保すべき高度の注意義務(安全性確保義務)を負う」として、安全性確保義務違反をもって過失として捉えたうえ、「利用時の製品の性状が、社会通念上製品に要求される合理的安全性を欠き、不相当に危険と評価されれば、その製品には欠陥がある」として、「製品に欠陥のあることが立証された場合には、製造者に過失のあったことが推認される」と判示されている。すなわち、「製造者が安全性確保義務を履行し、適切に設計、製造等を行う限り、欠陥原因の存する製品が流過程に置かれるということは通常考えられないから、欠陥原因のある製品が流過程に置かれた場合、設計、製造の過程で何らかの注意義務違反があったと推認するのが相当」であり、「製造者が責任を免れるには、製造者において欠陥原因を解明するなどして右の推認を覆す必要がある」としたのである。そして、「具体的な欠陥原因(機械的、物理的、化学的原因)」の立証責任を原告に課すならば、「特別な知識も技術も有しない利用者が、主として製造者の支配領域に属する事由を解明しなければならないことになり、製品が完全に損壊し欠陥原因の特定ができなくなった場合には、製造者は常に免責されることになる」として、「社会通念上製品に要求される合理的安全性を欠き、不相当に危険と評価され(る)」製品の性状をもって「欠陥」として捉えている。

1994年6月22日に製造物責任法が成立する約3カ月前に下された判決であるが、同法の責任要件である「欠陥」の立証につながる大きな意義を有する判決であるといえることができる。

*15 東京地裁平成28年11月25日判決ウエストロー・ジャパン 2016WLJPCA11258004

*16 東京地裁平成17年2月24日判決ウエストロー・ジャパン 2005WLJPCA02240015

*17 大阪地裁平成18年10月20日判決『判例時報』1982号125ページ

*18 東京地裁平成26年2月19日判決ウエストロー・ジャパン 2014WLJPCA02198003



独立行政法人
国民生活センター

編集・発行

啓発用リーフレットのお知らせ

若者向けの啓発用リーフレットを作成しました。
国民生活センターウェブサイトに掲載しておりますので、
ぜひ印刷してご活用ください！

●ウェブ版「国民生活」2022年3月号

https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202203_15.pdf

過去の啓発用リーフレットのバックナンバーも
掲載しております。あわせてご活用ください。

●啓発用リーフレット バックナンバー

<https://www.kokusen.go.jp/wko/data/bn-yattem.html>

