

消費者問題をよむ・しる・かんがえる

ウェブ版

国民生活 9

NO.121 (2022)

特集 仮想空間ビジネスをめぐる諸問題

特集 1	メタバースとは何か	1
特集 2	仮想空間内での取引に関する法的課題	5
特集 3	仮想空間内で求められる情報リテラシーとは	8
消費者問題アラカルト	肉食について考えるー畜産からみえてくるレスミートー	11
中古住宅を買うとき売るとき	残金の支払いと物件の引渡し・取引でトラブルになったら	14
森林が支えてくれる私たちの生活 ーSDGsと森林ー	気候変動緩和策と森林および木材	17
多様化・重層化するキャッシュレス決済	前払式支払手段を理解する(1)ーサーバ型を中心にー	20
海外ニュース	<フランス> プラスチック製のレジ袋は本当に姿を消したの？ <オーストリア> 水泳の授業減少で懸念される水の事故 <アメリカ> EVと低炭素燃料への消費者意識調査 <オーストラリア> ペット詐欺にあわないために	23
消費者教育実践事例集	「消費者教育実践事例集」連載 100 回を振り返って	25
気になるこの用語	債務不履行	27
相談情報ピックアップ	小さめのフライパン・片手鍋 調理中の落下等に注意	29
暮らしの法律 Q&A	排水管の老朽化による水漏れ事故で被害にあった家財等の費用を 大家に請求できる？	30
暮らしの判例	解約料条項・損害賠償条項と平均的な損害	31
誌上法学講座	電気通信サービスにおける消費者保護の歴史と現状	35

仮想空間ビジネスをめぐる諸問題

特集
1

メタバースとは何か

〈取材協力〉岡嶋 裕史 Okajima Yuushi 中央大学 国際情報学部 教授
富士総合研究所勤務、関東学院大学経済学部准教授・情報科学センター所長を経て、2019年より現職。近著に『メタバースとは何か ネット上の「もう一つの世界」』（光文社、2022年）



メタバースとは何か？

「メタバース」とは簡単にいうと、コンピューターネットワークの中に作られた仮想世界やそのサービスのことを指します。事業者、ユーザー、評論家など立場によって定義は異なるのですが、ユーザー目線に立つと「自分に都合のいい架空の仮想現実」と解釈できます。現実とは違い、自分の思いどおりになる世界を実現できるので非常に居心地がいい。快適で幸せを感じやすく多くのユーザーを集められる可能性を秘めているので、昨今さまざまな業界が集客や利益追求のために話題にしているのです。

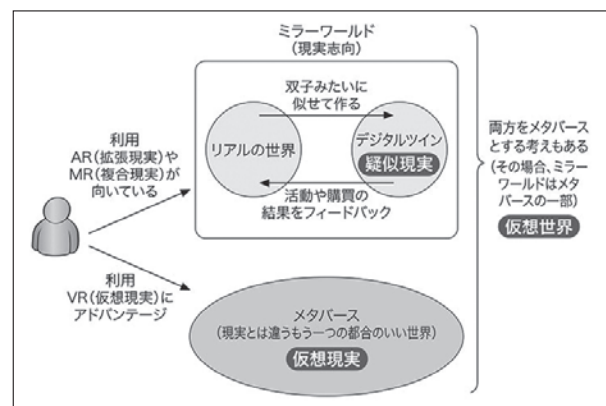
メタバースと混同しがちなのが、デジタル空間にリアルとまったく同じ世界を再現する「デジタルツイン（疑似現実）」^{*}です。デジタルツインがリアルに対してフィードバックを返してくるようになると、その世界を「ミラーワールド」^{*}と呼びます。これは現実世界をシミュレーションできるので、例えば地震や災害への備え、医療技術や手術能力の向上などに有効です。ほかにもミラーワールドであれば、現実では飼えないペットを飼ったり、オンライン会議で本当はTシャツを着ているのにスーツを着ているように見せたりと、現実をより便利に、創造性高く

生きるために、デジタルの風味を足して進化させるという特徴があります。これに対してメタバースは、自分に都合よくカスタマイズされた仮想現実です。既に「移住」という言葉でサービスを活用する人も出てくるなど、現実と異なるロジックで作られた、より魅力的な世界を提供する側面が強いものです。（図）

メタバースが注目されるようになった社会的背景

現代は、個人主義社会で幼い頃から多様性や「自分の個性を大事にしろ」と教え込まれますが、社会や集団にいると自己主張して思いどおりに生きてくてもなかなかうまくいきません。

図 メタバースとその周辺



出典：岡嶋裕史著『メタバースとは何か ネット上の「もう一つの世界」』（光文社、2022年）

* 4 ページの「仮想空間用語集」参照。以下、同じ

主張を通せなかったから自分の人生は失敗だ、
と思い込んでしまう人も少なくないため、現実
ではなく仮想世界で思いどおりに生きたいと考
える人が増えているようです。メタバースが注
目される背景の1つには、こうした社会構造の
変化があると思います。

何十年も前から、ゲーム好きの人の中には
「ゲームという仮想空間で生きていきたい」と考
える人はいました。しかし当時は、ここで生きる
に値すると感じさせるほどの映像や音質等の技
術がありませんでした。今は技術向上により「こ
こで暮らせる」と本気で思える空間や、そこでの
活動がお金に換えられるしくみの誕生によって、
メタバースが1つの生活の場所として機能し始
めている側面があります。また、専門家は、こ
うした概念が社会的に広く受け入れられるのは
10年、20年先だと予想していましたが、コロ
ナ禍が時計の針を急速に進める結果となりました。
感染対策として家にこもってゲームをしたり、
仕事や勉強、人とのコミュニケーションを
仮想空間で行ったりするライフスタイルが“よ
いこと”として世界全体で推奨されました。コ
ロナ禍が、メタバースの認知と発展を一気に推
し進めたかたちとなったのです。

メタバースの一番のキラコンテンツは雑談
だといわれています。メタバースに移行してい
る人の多くは、現実では話にくいことを話し
たい、誰かと話したいけど飛沫が不安、オンラ
インだと緊張するのでアバター同士で会話を楽
しみたいといった人です。コロナ禍による非接
触の推奨やリモートワークなどが、メタバース
に大きく影響していることは間違いありません。

メタバースの4つのプレイヤー

メタバースを考えるうえで欠かせない4つの
主要プレイヤーがSNS、ゲーム、XR^{*}、クリプト
(暗号資産、仮想通貨)です。ゲームやSNSはそ
もそも「自分に都合のいい世界」という性質を
持っているため、メタバースととても親和性が

高いです。ゲームは異世界での生活や射撃など
現実ではできないことを楽しむもの、SNSは現
実とは違って嫌いな人を排除し、好きな人とだけ
つながることができるもの。そのため、ゲームや
SNSからメタバースに移行するのは自然なこと
です。しかしゲームやSNSとメタバースでは、
やれることの幅と投じる時間の長さが違います。

今は子どもから大人までゲームやSNSが身近
になっていますが、滞在(利用)時間はせいぜい
1日当たり2時間程度です。いつかはログアウト
して、食事や排せつ、仕事や学校など現実世界に
戻らなければいけません。しかし滞在時間が長
くなるほど、広告接触時間が長くなり広告収入
が増えるしくみですから、サービスの提供者は
なるべく長く彼らを引き留めておきたい。メタ
バース事業者は、仮想世界の中でお金が稼げる、
勉強ができる、と罪悪感等を抱かせずに彼らを
長く滞在させる方向に持っていきたいのです。

また質の高い仮想世界にするために人間の五
感や没入感はとても重要なので、XRを使う流れ
も必然的に起きてきます。ヘッドセットを着け
て空を飛んでいる感覚に浸ったり、グローブを
着けて遠方にいる友達と手をつないで眠ったり
できるので、常にメタバースの中で暮らしたい
と考える人は確実に増えていますし、数年後には
さらに普及していくと考えています。

メタバースの普及に乗じた 詐欺に注意

そして最後のクリプトですが、これは、いま
一つ普及しないブロックチェーンの存在が大き
く影響しています。ブロックチェーンは、参加者
がデータを相互監視・相互確認することで整合
性が取られ、不正ができないしくみです。この
工程は参加者からするととても面倒ですが、暗
号資産という報酬をもらえるからこそ多くの人
が参加します。逆に言えばお金以外のしくみで
は、協力の動機がありません。そんなブロック
チェーンを普及させるために事業者が目をつけ

たのがメタバース、という側面があります。「メタバースの基本インフラにはブロックチェーンが必要」と主張することで、ブロックチェーンの利用拡大を目論^{もくろ}んでいるわけです。本来メタバースとは関係のない、「今買っておけば後で必ずもうかる」とだますポンジ・スキーム(投資詐欺)やマルチ商法のようなトラブルには注意しましょう。

NFT(非代替性トークン)ビジネス

ブロックチェーン事業者が暗号資産以外でブロックチェーンの成功事例を出そうと試みているのが、NFT(非代替性トークン)*といえます。これはブロックチェーン上に記載される代替不可能なデジタルデータのことです。音楽やアートなどはオリジナル作品に価値がありますが、デジタル技術はオリジナルとコピーの品質を同等にしていまいしました。そのため、CDが売れないといった影響が出ています。しかしNFTはブロックチェーンの技術を使って、改ざんが不可能な「代わりの効かない本物である」と主張します。これでオリジナルの価値を維持したり、何かの証明に利用したりするわけです。

しかし元がデジタルデータなので、まったく同じものを簡単にコピーすることができます。「同じものは複数あるけれど、これが本物だ」と主張する方法ですから、それにどれだけの価値があるかは不分明です。実際に、高騰しているから買ったものの、すぐ暴落したといった事例も起こっています。NFTビジネスは急速に発展したため法整備も間に合っておらず、所有権や著作権の法律的な裏付けがありません。ブロックチェーン内では改ざんできなくても、そもそもブロックチェーンに記録する段階で、ある作家の作品を盗んだコピー作品を「本物です」と第三者が売った例もあります。ブロックチェーン内では「世界に1つだけ」との主張にも意味がありますが、それ以外のシステムや現実でもその主張が通用するかは別の話です。こう

いう事例はこれからも数多く出てくると予想されます。

ブロックチェーンを過大評価しないために

ゲーム内のアイテムや通貨がゲームの中でしか通用しないのと同様に、基本的には暗号資産(仮想通貨)もブロックチェーンの中でしか価値がありません。現在は現実のドルや円などの通貨と交換できる取引所もあるので、普遍的・安定的な価値があるかのように錯覚してしまうリスクがあります。暗号資産は現実のお金と違って国がその信用を裏書きするわけではないので、人気がなくなれば暴落する可能性もある、価値保存の意味では脆弱^{ぜいじゃく}なシステムです。「暗号資産はドルや円と同じ」といった変な宣伝文句に惑わされないことが大事でしょう。

ブロックチェーン事業者はブロックチェーン普及のために、メタバースと暗号資産を結び付けて参入しようとしています。仮想世界における決済方法が必ずしも暗号資産である必要はありません。ブロックチェーンは、例えば紛争地帯で既存の金融機関にアクセスできなかったり、権力機構や金融機関そのものが信用できない状況で、それらを介入させない金融システムを作ることには大きな価値を持ちます。利用者一人一人が意思決定に参加して、公平にお金をやり取りするしくみとして発達しました。そのためブロックチェーンを安定稼働させるために国家などが介入した瞬間に、本来のブロックチェーンではなくなってしまうという側面があります。どういうふうに運用のバランスを取るかは非常に難しい課題です。

仮想世界が格差や差別を解消できる可能性

メタバースは自分にカスタマイズされた居心地がいい世界ですから、現実ではなくメタバースの中でのみ生きていきたいと考える人が一定

数現れるのは自然なことです。人生の選択肢は多いほうが幸せですから、これからはメタバースの中でも現実世界でも生きるスキルや選択肢を持つことが重要になるでしょう。メタバース内で自分を表すアバター^{*}は、自分の理想の姿を具現化できるので、さまざまな人の救いになり得ます。例えば性的マイノリティの人や自分の見た目に苦しんでいる人が、メタバースの中では好きな属性を獲得することができます。また障がいや病気等で歩けない人が、メタバースの中では歩いた感覚を取り戻せるかもしれません。どうしても外に出られない人や精神的な問題から現実世界で人との接触が怖くなり、引きこもるしかない人もいます。そうした人たちのために、メタバースという選択肢が機能すれば大きな希望になり得ます。また、家の経済事情等でやりたいスポーツを諦めたような人も、メタバースの中ではお金をかけずにやりたいスポーツができます。仮想のスポーツ体験の質が上がっているのも、単にゲームで終わらず現実のスポーツスキルの向上につながる事例も出ています。そういう意味でもメタバースは、格差や差別の問題を解消する可能性を秘めています。

今後の動向について

日本人の異世界願望や、根付いているアニメ文化とメタバースは親和性が高いので、一定の

ユーザーにおいては、遊ぶだけではなく、お金を稼いだり勉強したりする領域まで常態化していくでしょう。今はVチューバーが人気ですが、YouTubeのライブ配信で投げ銭の獲得額の世界ランキング上位のほとんどを日本人が占めた例もあります。投げ銭だけで年間1億円を稼ぐVチューバーや、現実世界では質素な生活をしていても仮想世界では月に何百万円も使っているという人が日本にはたくさん出てきています。

メタバースの基盤を作るプラットフォームビジネスについて、日本企業が世界をリードすることは可能性が低いと思います。日本以上に欧米各国では「未開の地で大もうけをしたい」「法のしがらみがない世界で理想的な社会を作りたい」と思っている人が多数います。仮想世界を作るには大量のコンピューターとネットワークが必要なので、基盤部分は規模の経済を活かしてビッグテックと呼ばれるGAFA(Google、Apple、Facebook、Amazon)などが影響力を発揮するでしょう。しかしメタバースは、皆の欲求を満たすために細分化されることが予想されます。その一つ一つでは日本企業にも十分な勝機があります。仮想世界の世界観ではアニメ調のデザインが好まれる傾向にあり、現実志向の欧米よりも日本のサブカルチャー産業の強みが発揮されていくのではないのでしょうか。

(取材：国民生活センター 広報部／文：ライター 秋山 悠紀)

表 仮想空間用語集

用 語	解 説
仮想空間	インターネット上に構築される仮想の3次元空間。一度に多人数が参加可能で、参加者がその中で自由に行動できる
アバター	仮想空間上で自分の分身として使われるキャラクター
デジタルツイン	疑似現実。現実(リアル)を模倣したそっくりそのままの世界をサイバー空間内に作ったもの
ミラーワールド	デジタルツインと現実世界を結び付けたもの。現実世界と同じように、デジタルツイン内と相互にやり取りすることができる
3DCG	CG(コンピューターグラフィックス)のうち、仮想空間の中に3次元の立体画像を投影したCGのこと
VR(Virtual Reality)仮想現実	VRゴーグルなどのVRデバイスを装着するなどにより、あたかもその世界にいるかのように感じさせる技術
AR(Augmented Reality)拡張現実	仮想空間のコンテンツなどを現実世界に重ね合わせて表示することなどにより、現実を拡張して見せる技術
MR(Mixed Reality)複合現実	VRとARを組み合わせたバーチャル技術。MRデバイスを装着することで、ユーザーの動きに合わせてデジタル情報を表示したり、デジタル情報に直接触れて操作したり、複数人で同時に体験することなどが可能になる
XR(Extended Reality)	仮想世界から現実世界までを含む、VR、AR、MRなどを包摂した概念
Web3.0、Web3	Web 2.0では結果的に巨大デジタル企業に権力が集中して、中央集権型になったといわれる。それに対して、ブロックチェーン技術を用いた非中央集権型(分散型)のインフラを作ると主張するもの。すべてのノード(インターネット通信における電子端末等)が対等に、自らオンラインデータ等をコントロールできると主張する
NFT(Non-Fungible Token)	非代替性トークン。替えが効かない唯一のデータであることを、ブロックチェーン技術を用いて主張するもの

※これらの概念・定義は、まだ世界的に統一されているものではないため、今後変わることもあります

仮想空間内での取引に関する法的課題



増田 雅史 Masuda Masafumi 弁護士

森・濱田松本法律事務所パートナー弁護士。デジタルコンテンツ領域、ブロックチェーン領域の双方に精通する。編著に『NFTの教科書—ビジネス・ブロックチェーン・法律・会計までデジタルデータが資産になる未来』（朝日新聞出版、2021年）。Web3領域に関する論考・講演多数



仮想空間ビジネスをめぐるのは数多くの法的論点が存在しますが、典型的なサービスに限っても、図のように非常にさまざまな当事者がかわり、その分だけ多くの課題が生まれます。

本稿ではそのうち、特に消費者によるサービスの利用や取引に際して課題となりそうな点をいくつか概説します。

仮想空間サービスの利用関係

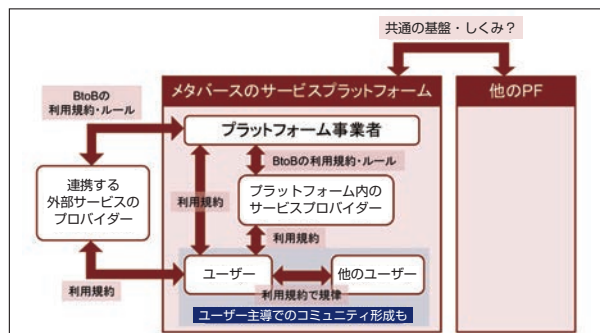
ウェブサービスは、スマホアプリ経由であっても、パソコンのブラウザ経由であっても、提供事業者が用意した利用規約に同意して利用を開始するのが基本です。これによって、事業者とユーザーとの間には、利用規約の内容に基づく契約が成立することとなります。

仮想空間サービスに関しては、自由度の高い空間が用意され、その空間内で複数の事業者が個別のサービスを展開することが考えられます。そうすると、その全体のしくみ(プラットフォーム：PF)を提供する事業者が示す規約だけではなく、PF内でサービスを提供する個々の事業者が示す規約にも同意する必要が生じるかもしれ

ません。あくまでPF事業者が示す全体的ルールである利用規約の傘の下ではありますが、複数のサービス提供者との間で法律関係が生じる可能性があり、また、SNSなどの他のウェブサービスとも同様に、他のユーザーとの間にも、同一のサービスを共用することに伴う種々の法律関係が生じ得ることとなります。とりわけ後述するとおり、仮想空間サービスではユーザー間でデジタルアイテムのやり取りを自由に行える可能性があり、また活動の自由度が高いため、これまでのSNSでは生じなかったような不適切な使われ方がされる可能性もあります。

このようにさまざまな法律関係が生じ得る仮想空間サービスにおいては、利用規約やそれに付随する細則・ガイドラインなどのルールをどう設定するかが重要であり、とりわけ、未成年者など判断力に乏しいユーザーをどのように保護するかは、既存のウェブサービス以上に重要になると思われます。未成年者の保護は、民法上の契約取消権といったかたちで設けられていますが、それだけでは足りず、サービス提供や取得する情報の範囲を年齢に応じて適切にコントロールしていくことも必要かもしれません。その徹底のためには、(事業者・ユーザーの双方にとって)簡易に利用でき、かつ安全な利用者属性の確認手段の整備も必要になるでしょう。

図 仮想空間サービスの当事者とその関係性



※筆者作成

仮想空間内のデジタルデータとその権利関係

仮想空間サービスでは、サービスを感覚的に利用するために、実世界にある程度似た空間上

で、人型のアバターを自身のエージェントとして操作することが一般的です。そのため、仮想空間内で利用可能な施設設備(不動産的なもの)やアバターの衣装などのアイテム(動産的なもの)として、実世界に存在するさまざまなものが仮想空間に持ち込まれることが考えられ、それに伴う法的な課題も多く生じると考えられます。

例えば、人型のアバターに実在する人物の顔を利用した場合には、肖像権の問題が起きそうです。その相手が著名人である場合には、パブリシティ権(氏名や肖像が有する顧客吸引力を独占する権利)の侵害となる可能性もあります。また、既存のキャラクター等の姿を利用しようとすると、著作権や商標権の問題ともなり得ます。さらには、そうした顔やキャラクターを利用するアバターを用いてサービス内で他人に成りすまして迷惑をかけたりすると、名誉棄損・信用棄損といった問題にも発展し得ます。

これまでにない問題としては、サービス内での対人(対アバター?)接触行為が他人に不快な思いをさせる可能性があり、違法なセクハラであるとして不法行為が成立することも考えられます。メタ社は2022年2月、同社のメタバース空間内で他のアバターとの間に実世界の尺度で約1.2m相当の距離を作り近づけないようにする「Personal Boundary」機能を実装し話題となりました。このように、仮想空間内での振る舞いの自由度が高いことによって、現実世界で起きていたのと同じ問題が仮想空間に持ち込まれる可能性があるわけです(特集3参照)。

サービス内で利用可能なデジタルアイテムについても、整理を要します(なおアバター自体も、交換可能な存在として一種のデジタルアイテム化する可能性があります)。典型的なデジタルアイテムは、アバターが装着する服飾品全般ですが、そのほか、仮想空間内に自らの居宅や居室形式の空間(これ自体もデジタルアイテム化する可能性があります)を持つ場合には、そこに置く家具や持ち物といったデジタルアイテム

も提供されるようになるでしょう。これらはすべて、仮想空間内に描画されるデータに過ぎず、実世界において具体的な形状を有するものではない(無体物)ので、かたちのあるもの(有体物)にだけ認められる所有権は発生せず、その「占有」も法律上は観念できません。

著作権や商標権は関係する可能性があります。それらは個々のデジタルアイテムの保有者に当然に独占的な利用権を与えるわけではないため、疑似的な「所有」や「占有」を実現するためには、デジタルアイテムの個数を限定して流通させ、著作権者や商標権者がその著作物や商標を含むデジタルアイテムの利活用をコントロールするしくみが必要となります。その有力な候補が、後述するNFTの活用です。

いずれにせよ、アバターやデジタルアイテムを仮想空間サービス内でどう取得・利用・譲渡できるかは、基本的にはサービスの利用規約に依拠することとなります。そうした取引には支払・決済が伴いますが、この支払・決済もサービス側が設定する手段(既存のアプリPFを利用する場合には、AppleやGoogleが提供するアプリ提供サービス内の支払・決済手段、さもなくばクレジットカードその他サービス提供事業者が用意する支払・決済手段を使うことになるでしょう)を利用して行われることとなります。

ブロックチェーン・NFTの利活用

デジタルアイテムの取得・利用・譲渡や、それに伴う支払・決済には、ブロックチェーンを利用することも考えられます。現に、一部の著名サービスではサービス内で利用可能なデジタルアイテムの一部がNFT(特集1参照)のかたちで流通し、その購入取引には暗号資産(いわゆる仮想通貨)が活用されています。NFTは、ブロックチェーン上で発行されるデジタルトークンではあるものの、ビットコイン(BTC)やイーサリアム(ETH)等の暗号資産(仮想通貨)と異なり、一つ一つのトークンが唯一のものとして発行さ

れ、区別されます。そのようなトークンを、例えば「個性」のあるアート作品と何らかのかたちで関連づけて発行することで、デジタルデータであっても唯一のものであるかのように取引対象とすることが可能となっています。この点を強調して、NFTは「デジタル所有権」を実現するしくみだ、などといわれることもあります(ただし前記のとおり、法律上の所有権がデジタルデータに発生することはありません)。

NFTは通常、イーサリアムに代表される世界中で誰でも利用可能なブロックチェーン上に、一定の仕様に従って発行されます。こうした共通のインフラや統一の規格が存在することで、NFTの発行や売買を行うことができるサービス(NFTマーケットプレイス)など、さまざまな関連サービスがグローバル規模で立ち上がり、その潮流は仮想空間サービスにも波及しています。デジタルアイテムをNFTとして販売・流通させることで、特定のサービスとの依存関係にないインフラであるブロックチェーン上にデジタル資産を保有し、複数の仮想空間サービスで利用できるという、「マルチ・メタバース」という考え方が示されています。

ここまで来ると、ユーザーは個々の仮想空間サービスが設定するルールの範疇^{はんちゆう}を超えて、自らが主体的にデジタルアイテムを管理することとなりますが、そのために必要となるツールは現在のところ十分に整備されておらず、また、そうしたものに対する消費者リテラシーの向上も簡単ではありません。ユーザーの自主性に任せるというよりは、管理を助けるようなサービスが登場し、そうしたサービスが適切に提供されることを通じて利用環境が整備されていくのが1つの理想形かもしれません。

越境利用に伴う課題

仮想空間サービスは、既存のウェブサービスと同様に国境を越えて利用され得るものであり、ユーザーも、PF内でサービスを提供する個々の

企業も、世界中のあらゆる国や地域に遍在し得ます。サービス内で越境取引が行われる場合、そのルールをどう規律するかが課題となります。

分かりやすいルール設定のやり方は、PFの利用規約において準拠法を設定してしまうことです(例えば「本規約の準拠法は日本法とする」と定める)。しかし、いかに準拠法を設定したとしても、例えば取引の被害や権利侵害を訴えるユーザーやサービス事業者が自国で裁判を起こした場合に、その判断の際に参照される法律がどこの国の法律になるかは、結局は裁判地における準拠法決定のしくみに依存することになります。わが国の場合も、「法の適用に関する通則法」が例えば消費者契約の特例を定めており、利用規約に記載された準拠法が常にそのまま適用されるわけではありません。

このように、越境利用が盛んになるほど法の適用関係が不明確となるため、どの国や地域の法律に従うかという点以上に重要なのが、問題を解決しようとしたときに実効性のある強制手段を持っているのは誰かという視点です。例えば、他人の顔が付いたアバターを勝手に使って他のユーザーに迷惑をかける者がいた場合に、ある国の裁判所が名誉棄損を認定したとしても、当該アバターやその利用者アカウントを裁判所が消せるわけではありません。これに対し、仮想空間PFの提供事業者は、ユーザーによる利用を停止したり特定のかたちでの利用を強制したりと、実効性の高いアクションが取れる立場にあります。

これは、各国の法律に事実上優越して行使され得る非常に強力な事実上の権限を生む一方で、どこまでの機能をこうした事業者^{かせ}に委ねるべきか、各国がこのような機能に何らかの枷^{かせ}を嵌めることがそもそも可能かどうかなど、政策的な課題は尽きません。筆者自身も総務省に設置された「Web3時代に向けたメタバース等の利活用に関する研究会」の構成員として、これから検討を深めていくこととなります。

仮想空間内で求められる情報リテラシーとは



高橋 暁子 Takahashi Akiko 成蹊大学客員教授／ITジャーナリスト
SNSや情報リテラシー教育が専門。スマホやネット関連の事件やトラブル、ICT教育事情に詳しい。著作は20冊以上。NHK『クローズアップ現代+』等メディア出演多数



コロナ禍の後押しもあり、メタバースをはじめとした仮想空間ビジネスが話題になっています。

メタバースとは、ユーザーがコミュニケーションできるインターネット上の仮想空間やサービスのことです。利用者は自分の分身であるアバターを操作して仮想空間内でコミュニケーションや娯楽、商品・サービスの売買などの経済活動などを行います。

仮想空間の代表的なサービスには、メタ社(旧フェイスブック社)のVRヘッドセットを使用する「ホライゾンワールド」や、リンデンラボ社の「セカンドライフ」などがあります。そのほか「フォートナイト」や「マインクラフト」「あつまれ どうぶつの森」などのオンラインゲームも該当すると考えられています。

消費者が仮想空間内であいやすいトラブルと、トラブルにあわないために身に付けておきたい情報リテラシーをご紹介します。

オンラインゲームはコミュニケーションの場に

最近のオンラインゲームは、ただ娯楽として楽しむ場所ではなく、コミュニケーションの場として機能していることをご存じでしょうか。

オンラインゲームなどの仮想空間では、さまざまなユーザーと知り合い、交流できることが大きな魅力です。リアルタイムでチャットをしたり、ボイスチャット^{*1}をしたりできます。特に、コロナ禍で感染の不安を感じずにコミュニ

ケーションができると、人気が高まりました。子どもたちの「ゲーム内でいいから友だちと会っておしゃべりしたい」というニーズをかなえる場として、オンラインゲームはSNSに代わるコミュニケーションの場となっているのです。

これはオンラインゲーム以外の仮想空間でも同様です。知人と待ち合わせてコミュニケーションをしたり、自分のデザインした仮想アイテムを販売したりする例などが耳に入るようになってきました。

仮想空間でのトラブルは、やり取りする相手とのトラブルと、利用時間が長くなり過ぎて依存状態になるなど、コンテンツとのつき合い方の問題に大別できます。さらに前者は、もとの友人・知人とのやり取りにおけるコミュニケーショントラブルと、新しく知り合った相手による金銭搾取を目的とした詐欺被害や性被害などに大別できます。つまりコンテンツとのつき合い方や利用時間のコントロールを学ぶとともに、友人・知人との適切なコミュニケーションの仕方も身に付ける必要があるのです。同時に、そもそも知らない人とやり取りをすることや、やり取りする場合でも、金銭のやり取りをしたり、直接会ったりすることは、リスクが高いということを知っておきましょう。

チートツールを餌にランサムウェア感染も

オンラインゲームでは、チートツールが人気

*1 コンピューターネットワーク上で、2人以上の相手と音声によるメッセージをリアルタイムでやり取りするシステム

です。チートとは英語でcheat、イカサマとかインチキという意味です。ゲームのデータやプログラムを改ざんして、正規の利用では本来できないこと(ゲーム内通貨やレアアイテムを不正に増やしたり、キャラクターのレベルを急激に上げたりするなど)を、できるようにする行為を指します。このチートツールを餌に、マルウェア(悪意のプログラム)を配布する不正サイトへ誘導する手口がみられます。

実際、バトルロイヤルゲーム^{*2}「フォートナイト」のプレイヤーがターゲットとなったことがあります。敵に照準を合わせる精度を上げ、マップ上の他のプレイヤーの位置を可視化するチートツールを装っていたのです。プレイヤーがこのチートツールのファイルをダウンロード、実行すると、ランサムウェア(マルウェアの一種)に感染し、プレイヤーのコンピューターのファイルは暗号化されてしまいます。その際、元に戻すためのパスワードと引き換えに身代金を要求するメッセージが表示されます。「2時間以内に身代金を支払わなければ、デスクトップのファイルに続き、写真フォルダが削除されることになる」と脅迫する内容です。

そもそもチート行為は、ゲームバランスを崩して他のユーザーに迷惑を掛けるだけでなく、ゲーム会社に損害を与えたとして損害賠償請求されたり、違法行為として処罰されたりする可能性もあるため、決して手を出してはいけません。同時に、このようなランサムウェアの被害にあわないために、ファイルは定期的にバックアップしておきましょう。ソフトウェアやプログラム、アプリケーション等は定期的に更新し、最新のバージョンを保つことで、脆弱性^{ぜいじやく}を利用した新しい攻撃から身を守ることができます。

一部のメーカーでは、ゲームの購入・ダウンロード・プレイ・管理を一括で行えるソフト「ゲームランチャー」を提供しています。Epic

Gamesが提供する「Epic Gamesストア」向けのゲームランチャーのインストーラ^{*3}を偽装したマルウェアが見つかったことがあります。

ソフトは公式サイトやアプリストアなどの正規のストアから入手しましょう。本来は有料のソフトが無料となっていたり、チャットなどでインストール先に誘導されたりする場合は、このようなリスクがあるので注意が必要です。

アイテム売買等のRMTには手を出さないこと

知り合った人とのアイテムの交換や売買は、特に子どもの場合、そのしくみや代金の徴収方法などを理解しておらず、だまされてアイテムを奪われる場合があります。

リアル・マネー・トレーディング(RMT)とは、オンラインゲームのデータやキャラクター、アイテムなどを、現実の通貨で取引する行為を指します。多くのゲームではRMTは規約で禁止されていますが、RMT専用サイトや掲示板などがいくつも存在しており、SNS内でもやり取りが行われています。若者の中には、SNSなどで気軽にやり取りできることで、規約違反行為であることを意識せずにアイテム売買等でRMTに手を出す人もいます。しかし、ゲーム内で知り合った相手にゲーム内アイテムを送ったのに代金が振り込まれない、逆に代金を振り込んだのにゲーム内アイテムが送られてこないなどのトラブルは少なくありません。

前述のように多くのゲームでRMTは規約で禁止されているため、運営会社に報告すると自分のアカウントも停止処分とされる可能性があり、それを恐れて泣き寝入りするユーザーも多く、トラブルの増加に拍車をかけています。

知り合った相手から「レベルアップをしてあげる」「チートツールを入れてあげる」などの甘い言葉をかけられ、アカウントのログイン情報

*2 大人数で同時対戦を行い、1試合中の復活なしのルールで最後に生き残ったプレイヤー(チーム)が勝者となるゲームジャンルのこと

*3 コンピューターにアプリケーションソフトを導入(インストール)する際に利用するソフトウェア

を教えてしまい、アカウントを乗っ取られるユーザーもいます。ログイン情報をニックネームや誕生日などの推測しやすいものに設定しており、連携したSNSなどから推測されてアカウントを乗っ取られるユーザーもいます。その結果、有料アイテムを奪われたり、ランクやレベルの高いアカウントは、アカウント自体を勝手に売られてしまうこともあります。

RMTが規約違反の場合は決して手を出さないこと、素性の確かではない相手との金銭のやり取りが絡む取引には手を出さないこと、ログイン情報は決して他人には教えないこと、などは忘れないようにしてください。パスワード等は、そもそも個人情報と結び付けず、他人から類推しづらいものに設定することが大切です。

依存症にならない コンテンツとの付き合い方を学ぼう

2019年、世界保健機関(WHO)によりゲーム障害(ゲーム依存)は国際疾病として認定されました。オンラインゲームなどの仮想空間の利用は、依存状態になるリスクがあるのです。特に、現実生活における人間関係トラブルや学業不振などから、逃避行動的にはまることが多いとされています。現実には居場所がない人にとって、オンラインゲームなどの仮想空間内に人間関係や居場所ができることで、現実世界よりもオンラインゲームなどの仮想空間のほうが大切になってしまうのです。

未成年者の場合は、自分で利用時間をコントロールできるようになるまでは、保護者との約束や見守りが必要です。利用時間の長さや利用時間帯について決めておく、行動の指針となり約束を守りやすくなります。ペアレンタルコントロール機能などの制限機能を活用しながら、子どもの利用を見守りましょう。

子ども自身がほかに夢中になれることや、自分が認められる居場所などがあると、オンラインゲームにはまり過ぎるリスクは減らせます。

習い事や部活動などをさせたり、外に遊びに連れ出したりすることで、オンラインゲームなどの仮想空間の利用時間をコントロールしやすくなります。

個人情報流出や 人間関係トラブルに注意

オンラインゲームなどは、友人・知人間のコミュニケーションの場として機能する一方で、いじめや仲間外れに発展したり、アイテムのやり取りをめぐるトラブルも起きたりしています。知らない人ともチャットやボイスチャットができるしくみがあるため、子どもが住所などの個人情報を伝えてしまったり、悪意ある成人と出会った結果、誘拐されたり、性的暴行を受ける事件も起きています。VRヘッドセットを使った仮想空間内でも、仮想ハラスメントや性的暴行が起きることがあります。あるユーザーは、仮想的に集団で性的暴行を受け、現実被害を受けたようにショックを受けたと訴えています。仮想空間だからといって、精神的に傷つけられないということはないのです。

まずは知らない人とコミュニケーションすることのリスクを知る必要があります。未成年者の場合は、やり取りする相手を実際の知り合いに限定する、直接会いに行かないなどの約束事を決めておく必要があります。

オンラインゲームなどの仮想空間の対象年齢は、13歳から15歳以上等に設定されていることがほとんどです。ある仮想空間サービスは、13歳を超えていても、18歳未満の場合は保護者の同意が必要であり、年齢を偽る行為も禁止されています。未成年の子どもが対象年齢外のサービスを使うことがないよう、保護者は見守る必要があるでしょう。

オンラインゲームなどの仮想空間でのやり取りは、楽しいものです。しかし、さまざまな犯罪や消費者トラブルが起きていることを知り、注意しながら利用するべきなのです。



肉食について考える ー畜産からみえてくるレスミートー

小林 国^之 Kobayashi Kuniyuki 北海道大学大学院農学研究院 准教授
専門は農業経済学。1975年北海道生まれ。北海道大学大学院農学研究科を修了の後、
助教を経て、2016年から現職

「肉食」をめぐる変遷と議論

欧米諸国ではレスミート(より少なく肉を食べる食生活)の動きが活発化しています。肉を食べないベジタリアンという言葉は日本でもすっかり定着しました。最近ではビーガンやフレキシタリアン^{*1}等さまざまな言葉が聞かれるようになりました。何を食べるのか、ということは、単なる栄養補給や、食事のおいしさ、楽しさということ以上に、自己表現、さらには食べることを通して社会と繋がる、社会に働きかける手段としての意味も持つようになってきました。

そうした食が持つ意味の多様化のなかで最もさまざまな議論を巻き起こしているのが「肉」です。動物の肉を食べる、食肉を目的に家畜生産を行うということ自体は、人類の歴史とともに長く続いてきました。なかでもヨーロッパの農業の発展において、家畜は欠かすことができないものでした。家畜を飼うことの目的は、肉として食べるということよりも、人間の食べ物である穀物を育てるための「堆肥」を得ることにありました。家畜の飼料をいかに確保するのか、それによって、得られる堆肥の量(飼うことができる家畜の頭数)が決まります。冬の間、放牧できず、餌が確保できない家畜を人間は食べてきました。ヨーロッパでは冬の間食肉を保存する技術としてさまざまな肉製品の加工技術が生まれました。

宗教的な理由で肉を食べない人もいますが、

ではなぜ、伝統的に肉食をしてきたヨーロッパなどの西洋文化において、「肉を食べない」という動きが生まれてきたのでしょうか。

ベジタリアンや肉を食べないという動きが一つの「運動」として展開した大きな背景には、「工業的畜産」の発達があります。従来は日常的に食べるものではなかった肉を、より多く、より安く生産できる方法が開発されたのは20世紀に入ってからでした。

工業的な畜産は、生産性の向上を実現して、庶民でも安く「お肉」を手に入れることができる環境を生み出しました。その一方で、集約的な家畜の飼養方法に対して、批判的な視点も向けられるようになります。密飼いされ、抗生物質を大量に与えられる鶏、成長ホルモンで大きくなった牛など。「何だかいやだな」と思う人たちが増えてきて、こうした工業的畜産に対するアンチテーゼとしてのベジタリアンという人たちが出てきました。工業的な畜産に対する反対意見として、動物福祉(アニマルウェルフェア)の考え方を畜産にも導入するという取り組みが生まれてきました。一方で、アニマルライツといって、動物の生きる権利を尊重するという考え方に基づいて、動物を食べること自体に異を唱える人もいます^{*2}。

このように、20世紀に入るまでは肉を食べる機会は限られていましたが、肉が日常の食生活に入り込み、定着するようになりました。その半面、いろいろな課題が表れてきました。

*1 基本は植物性食品を中心に食べるが、時には肉・魚も食べる柔軟な食事スタイルをとる人のこと

*2 ロナルド・L・サンドラー著、馬淵浩二訳『食物倫理(フード・エシックス)入門 食べることの倫理学』(ナカニシヤ出版、2019年)



「レスミート」の3つの視点

こうした背景のなかで、食べる肉の量を減らそうという動きが、個人の食選択の問題だけではなく、社会的な問題として取り上げられるようになったのが、現在の特徴です。そこでの中心となっている主張は、アニマルライツに基づくような「肉を食べるな」というものではなく、「肉を食べる量を減らしましょう」「適切な量を食べましょう」という「レスミート」という考え方です。そう主張されるようになった大きな要因は、まずは健康問題です。ヨーロッパでは、世界の平均の約2倍の食肉消費量となっており、過剰な肉食がもたらす健康被害が指摘されています。

2つ目は、畜産業がもたらす環境への負荷、特に温室効果ガスの問題です。世界の温室効果ガスの全体の年間排出量に占める家畜由来の排出量は、14.5%を占めると指摘されています。その内訳は、飼料の生産・加工が45%、牛の反芻^{はんすう}が39%、ふん尿処理が10%となっています*3。温室効果ガスの中でも反芻動物が排出するメタンガスは、二酸化炭素の25倍の温室効果があることが指摘されていて、その削減は大きな課題となっています。2021年イギリスのグラスゴーで、アメリカ、EUの主導によって2030年までにメタンの排出量を少なくとも30%削減する宣言が100カ国以上によって出されました。このような環境負荷の視点が「レスミート」の背景の1つにあります。

そして3つ目は、食料資源の視点です。前述した工業的畜産を支えているのは、穀物を給与するという飼養管理技術です。これによって、家畜の生産性は大きく向上しました。ですが、世界では穀物を入手することが困難な人たち、飢餓のリスクに直面している人たちが増加しています。穀物を家畜に給与して、迂回的^{うかい}に食料を生産するのではなく、直接それらを求めている人たちに届けること。そのためにも、現在のよう

な畜産を縮小する方向が、めざされています。

畜産の意味

このような視点からは、「畜産業」が一方的な悪者扱いをされているようにみえます。ですが、悪いのは、行き過ぎた「工業的畜産」とその結果としての食肉の過剰な消費にあると思います。むしろ畜産業を適切な規模と方法で維持していくことには、さまざまな重要な点があります。その1つには、環境問題と関係するものです。

家畜が出すふん尿は、土に返ると土壌の微生物の餌となり、土が豊かになります。豊かな土とは、豊かな微生物を持ち、さまざまな生き物が活発化している状態です。豊かな土は、作物の栽培に欠かすことができないと同時に、「炭素」を土の中に取り込むということも意味します。これは大気中の二酸化炭素を土の中に取り込むカーボンシークエストレーション(炭素隔離)と呼ばれます。

家畜を使った土地利用による炭素隔離効果については、まだ評価が定まっているものではありませんが、適切に牛を飼うことで、炭素を土中に蓄積しながら、食料を生産することが可能となることも指摘されています。例えば、牧草を中心に、放牧によって家畜を育てるやり方は、環境にも持続的な「食料生産システム」であるという意見もあります。

自分が暮らす風土に合った「食」のあり方とは何か

以上のような肉を食べることをめぐるさまざまな論点を踏まえて、日本で暮らす人たちは、どのように「お肉」と向き合えばよいのでしょうか。次ページの表は、OECD(経済協力開発機構)が公表している統計をもとに、食肉消費量をみたものです。ここから何を考えればよいのでしょうか。

肉の消費量が多い国、かつ、肉の過剰摂取に

*3 FAO, "Key facts and findings" <https://www.fao.org/news/story/en/item/197623/icode/>

表 世界における種類別の食肉消費量(単位 kg/人/年)

	2017年		2017年
アメリカ	98.2	中国	49.0
牛肉	25.9	牛肉	3.5
豚肉	22.9	豚肉	30.7
鶏肉	48.9	鶏肉	11.8
羊肉	0.5	羊肉	3.0
アルゼンチン	89.3	OECD	68.3
牛肉	39.6	牛肉	14.3
豚肉	10.4	豚肉	22.7
鶏肉	38.3	鶏肉	30.1
羊肉	1.0	羊肉	1.3
日本	40.0	世界	34.6
牛肉	7.0	牛肉	6.4
豚肉	15.9	豚肉	12.4
鶏肉	16.9	鶏肉	14.1
羊肉	0.2	羊肉	1.7

資料：OECD DATA, "Meat Consumption"
<https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>
 を基に著者作成(四捨五入のため、各国各年の合計値は必ずしも一致しない)

よる健康問題が生じている国では、健康、環境負荷の視点から肉の摂食量を減らす方向は、やはりめざすべきだといえると思います。一方で、量だけで考えてよいのか、という問題もあります。世界で最も牛肉を消費している国はアルゼンチンで、1人当たり39.6kgです(2017年)(表)。2番目に多いアメリカの25.9kgと比較しても飛び抜けて多い数値となっています。

ブラジル、チリ、パラグアイなどの南米の国々では牛肉の消費が世界10番目以内と多くなっています。またカザフスタンもほかの種類は少ないですが牛肉は19.2kgと多いです。

こうしたデータから、その国の気候風土に適した畜産のあり方とそれに基づく食文化があることがうかがえます。南米の豊かな草原で草を主体に育てられた牛肉を、草原が持続するやり方の畜産によって生産する限りにおいては、それを続けることが、地域の環境や食文化、人々の暮らしを守ることに繋がります。

このように考えると、日本においてはどのような畜産のあり方が持続的なのか、そして、そこに住む人たちはどのように生産された肉を食べるのか、または、必要に応じて輸入するのか、という視点から肉と向き合うことが必要になるでしょう。牛肉でみると日本の年間消費量は約90万トですが、その65%程度をアメリカ、オーストラリ

アを中心とした国から輸入しています。その他、豚肉、鶏肉の自給率はそれぞれ約50%、約64%となっています。店頭で目にする輸入肉が、一体どのように生産されているのか、それが店頭に並ぶまでにどのようなルート^{たど}を辿ってきたのか、環境問題や動物福祉の問題など、それぞれの視点から、自分に合った肉の消費のあり方を考えていくことが、これからは必要になるでしょう。

国産の肉についてはどうでしょうか。前述した自給率は、肉の重量ベースで試算されたものですが、家畜飼料の多くは輸入されています。輸入飼料の割合を勘案した自給率をみると、牛肉9%、豚肉6%、鶏肉8%^{*4}となります。

そうしたなかでやはり指摘しておかなければならないのは、牛肉生産のあり方でしょう。霜降りが入った牛肉のおいしさは世界の人たちが認めるものです。1980年代にアメリカからの牛肉輸入自由化が進められ、それへの対策として黒毛和牛の強みを生かした穀物多給による牛肉生産がめざされました。日本の牛肉産業の生き残りをかけた挑戦は、大きな成果を上げました。そのチャレンジ精神を、これからの時代のニーズに合った、生き残りをかけた挑戦に向ける時なのではないでしょうか。

南北に長く、山がちな日本の風土には、人間の手だけでは維持できない耕地があります。そこを家畜とともに活用しながら食料生産を行うことは、食料の安全保障という意味からも、農村振興という視点からも求められていく点になるでしょう。

肉を食べる量を減らそう、ということよりも、むしろ大切なのは、国内で可能な最大限生産できる飼料を活用して、それをベースにした畜産に変化することだと思います。その結果として、国内で生産できる肉の量は減りますが、それを「受け入れる」という意味でのレスミート、という考え方が必要なのではないでしょうか。

*4 農林水産省ウェブサイト「知ってる？日本の食料事情 食料自給率のお話(連載) その4：お肉の自給率」
https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/zikyu_ritu/ohanasi01/01-04.html

中古住宅を 買うとき 売るとき

残金の支払いと物件の引渡し・ 取引でトラブルになったら

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/>

残金の決済(支払い)と 物件の引渡し

中古住宅の売買では、契約後は一般に図1の流れで進んでいきます。

(1) 気をつけておきたいポイント

①ローン特約の契約解除期限を変更する場合は 書面を必ず取り交わす

解除権保留型ローン特約において、買主のローン解除の申し出が解除期限後であった(あるいは、買主が解除期限の延長を申し出ていたが、売主が承諾していない)として、ローン解除が否定されてしまう例がみられます。

買主のローン審査が解除期限に間に合わない場合は、必ず、解除期限より前に、解除期限変更の合意書を売主と結ぶか、結べない場合にはローン解除を行うようにします。

②売主の明示による境界の確認を引渡し日まで に行う

後日の隣地との境界トラブルを避ける観点から、売主・買主の現地での境界明示・確認(または、隣地との境界確認書による境界確認)は、決済・引渡し日までに漏らさず行っておきます。

③決済・引渡し前において、取引不動産の状況 について立ち会い確認をする(推奨)

中古住宅の売買では、引渡し後に「建物・設備に不具合があった、引き継ぐ予定の付属設備がなかった」等のトラブルがよく聞かれます。

決済・引渡し直前において、売主・買主が立ち会い、取引不動産の状況確認を相互に行っておくことが推奨されます。

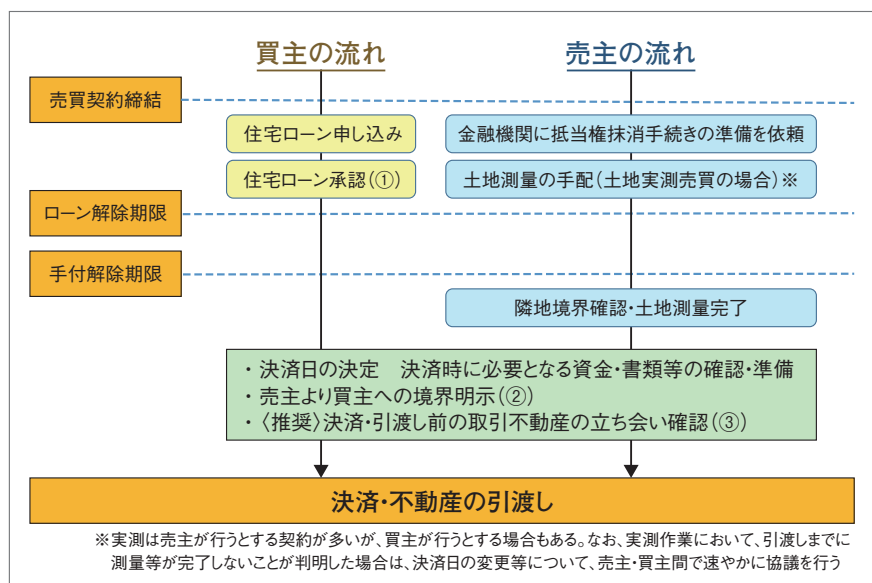
(2) 決済・引渡し前の事前準備

買主側の資金準備、売主側の不動産引渡しの

準備ができれば、決済・不動産の引渡し日を決定し、媒介業者に確認を取りながら、次の確認・準備作業を行います。

- ・残代金の準備(融資金融機関への連絡・確認)
- ・固定資産税等の精算金の確認
- ・司法書士^{*1}への登記手続の依頼と、登記に必要な書類・登記関係費用の確認・準備

図1 一般的な中古住宅売買(土地実測売買)における契約後の流れ



*1 買主のローン金融機関は、買主の所有権移転登記と同時に抵当権設定登記を行うことから、買主は、依頼する司法書士を同金融機関に紹介してもらう方法もある

- ・残代金等の支払い方法(送金、銀行保証小切手、現金)の確認
- ・媒介手数料の準備

(3) 決済・物件の引渡しの流れ

決済・物件の引渡しは、一般に次のような流れにより、売主・買主の履行を同時に行います。

- ①買主および買主のローン金融機関依頼の司法書士が、売主・売主抵当権者等が用意した登記手続書類(所有権移転登記、抵当権抹消登記等)の確認を行う。
- ②買主は、売主より引き継ぐ書類等(建物の鍵、建物に関する建築確認済証・検査済証・建物図面、測量図、隣地境界確認書等)を確認する。
- ③買主は、①・②の確認が得られた後、残代金・固定資産税精算金等を売主に引き渡す。
- ④売主が、残代金等の受取り^{*2}を確認したら、買主(買主・ローン金融機関依頼の司法書士)は、①・②で確認した登記手続書類等を受領して、決済・引渡しを終了する。

なお、不動産の決済・引渡しは、同時履行が原則で、片側が先行して履行することは、相手方が履行しないリスクがあることから、通常行われることはありません^{*3}。もし、相手方の履行の全部または一部が決済日に間に合わないようであれば、決済・引渡し日の延期等を検討します。

(4) 引渡しを受けたら

●引渡しを受けた取引不動産の確認

取引不動産について、契約不適合となる不具合等が発生していないか確認を行います。

もし、引渡し時に、契約不適合が存していたことが判明した場合には、売買契約書の契約不

適合責任に関する条項に従い、売主が担保責任を負うものについては、その履行を売主に求めます。

●書類の保存

不動産のトラブルは、取引をしてから数年あるいは十数年後に発生することがあります。売買契約書や重要事項説明書等の取引関係書類、売主より引き継いだ書類等は、大切に整理・保管してください。

取引でトラブルになったら



不動産取引は、内容がさまざまな分野にわたり専門性も強いいため、トラブルになった場合に的確なアドバイスを得るには、その内容に応じた相談窓口を見つけることが必要です^{*4}。

トラブル解決や相談窓口を探す際の参考として、公的機関等のウェブサイト掲載の情報(Q & A等)を調べてみる、関係団体の電話相談を利用するなどの方法があります^{*5}。

宅地建物取引業者とトラブルになったら

●国土交通省または都道府県に相談をする

宅地建物取引業者(以下、宅建業者)とトラブルになった場合は、宅建業者が免許を受けている、国または都道府県の宅地建物取引業法(以下、業法)所管課(以下、業法所管行政庁)に、訪問・相談する方法があります。業法所管行政庁は、民事上のトラブルに介入しません(民事不介入)が、相談の対象となった取引において、宅建業者に業法違反がある場合は監督・指導を行います。

なお、消費者および宅建業者が、話し合いに

^{*2} 送金の場合、振込み手続きだけでは売主銀行口座に入金されない場合があることから、売主銀行口座への入金確認がされた時点で資金の受渡し完了となる

^{*3} 例外的に、新築マンション分譲の場合は、引渡し日に売主業者の引渡し事務が集中することから、引渡し日より前に買主が売主業者の銀行口座に残代金等を振り込む(預ける)ことが行われる

^{*4} 【参考】(一財)不動産適正取引推進機構「不動産売買の手引き」69-71 ページ「困ったときは」「困ったときのご相談窓口」
<https://www.retio.or.jp/info/ebook/baibai/html5.html#page=75> (改訂によりページが変わる場合あり)

^{*5} 自治体などによっては、弁護士による法律相談や宅建業者による不動産相談を開設している場合があるので、自治体に相談会を行っていないか尋ねてみる方法もある

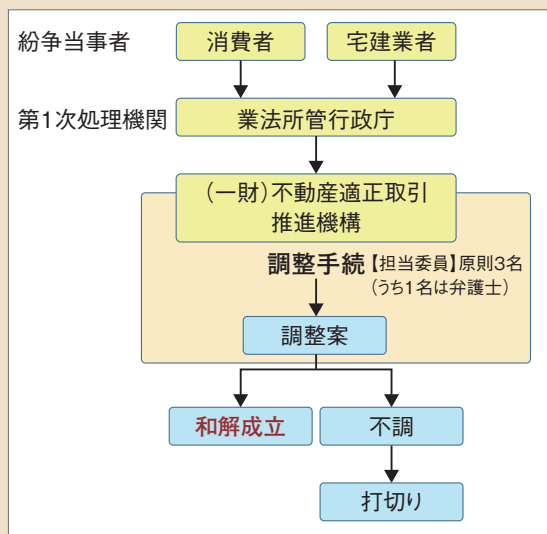
よる民事的解決を望んでいて、その調整手続が、(一財)不動産適正取引推進機構(以下、機構)の特定紛争処理事業^{*6}の要件を満たすものについては、両者に、同事業を紹介する場合があります。

〈(一財)不動産適正取引推進機構の特定紛争処理事業について〉

〈特定紛争処理事業の主な要件・特徴〉

- ・消費者と宅建業者との宅建業に係る取引かつ売買に関する紛争で、両当事者が特定紛争処理事業による民事的解決を望むもの
- ・機構への調整手続の要請は、業法所管行政庁が行う(紛争当事者から直接機構へ調整手続の要請はできない)
- ・調整手続会場は、東京・大阪の2カ所のみ
- ・費用は原則無料^{*7}

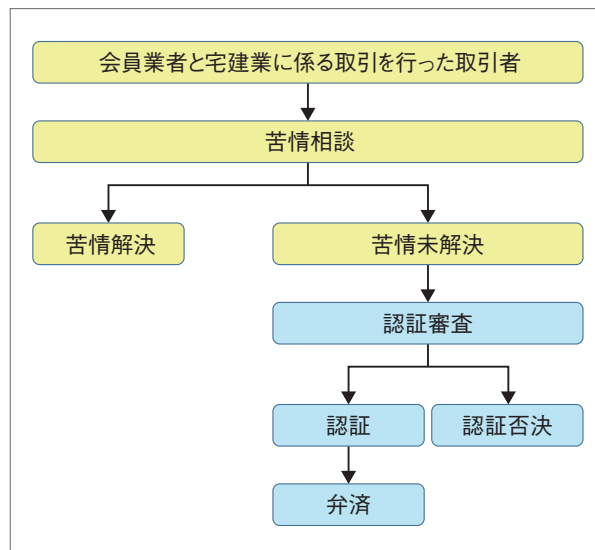
〈特定紛争処理事業の流れ〉



〈和解成立例〉

- ・前面道路について拡幅計画がある説明が、宅建業者より買主になかった
⇒宅建業者が買主に解決金を支払うことにより和解

図2 保証協会の苦情解決・弁済業務の流れ



●宅建業者が会員となっている宅地建物取引業保証協会に相談をする

(公社)全国宅地建物取引業保証協会および(公社)不動産保証協会^{*8}(以下、保証協会)では、その会員業者と宅地建物取引業(以下、宅建業)に係る取引を行った取引者からの、苦情相談を解決する業務や、当該取引において取引者が損害を被った場合に、会員業者に代わって弁済業務保証金から損害補填の弁済(上限がある)^{*9}を行う業務を行っています(図2)。

会員業者とのトラブルについては、保証協会に相談をする方法があります。

〈保証協会の弁済業務〉

取引者より弁済の申請があった場合、苦情解決業務を行います。解決ができなかった場合は、取引者が、会員業者との宅建業に係る取引により生じた債権^{*10}を有することについて認証審査を行い、認証したものについて、取引者に対して弁済を行います。

^{*6} (一財)不動産適正取引推進機構ウェブサイト <https://www.retio.or.jp/info/pdf/tokuteifunsou.pdf>

^{*7} 鑑定費用等がかかる場合、当事者負担となることがある

^{*8} (公社)全国宅地建物取引業保証協会ウェブサイト <https://www.hosyo.or.jp/>
(公社)不動産保証協会ウェブサイト <https://www.fudousanhosho.or.jp/>

^{*9} 業法所定の営業保証金の金額(主たる事務所1000万円+その他の事務所ごと500万円の合計額)まで、なお、先順位の認証申出がある場合は、その認証金額控除後の金額まで

^{*10} 業法上の宅地建物取引に関する契約の債務不履行、取引の際の不法行為等により生じた債権が該当する。宅建業者との取引であっても、業法上の宅地建物取引に該当しない取引(原野商法による山林の取引、建物の請負契約に関する取引、金銭の消費貸借に関する取引等)により生じた債権は、その対象にはならない

森林が支えてくれる 私たちの生活 —SDGsと森林—

気候変動緩和策と 森林および木材

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)日本自然保護協会専務理事を兼任している

はじめに

これまで、森林が私たちに与えてくれるさまざまな生態系サービスをみてきました。生態系サービスの最後となる今回は、人間が最近になって認識した働き、別の言葉でいえば、現代になって、急激にその価値が注目されるようになった働きであり、また、日常の生活の中ではまったく認識できないという、これまでとは大きく異なった特徴を持つ働きについてみていきましょう。それは、気候変動の緩和策における森林および木材の機能、つまり二酸化炭素の吸収源としての働きです。この分野については、私はまったくの素人なのですが、幸いなことに、東京農工大学の同じ研究室(森林経営学研究室)で8年間同僚として苦楽を共にした加用千裕^{かようちひろ}さんが、この分野のバリバリの気鋭の研究者であることから、私はいわば耳学問で最新の研究成果を知ることができました。今回はその一端をご紹介します^{*1}。

世界と日本の森林・木材の炭素ストック

気候変動問題に関しては、大気中に存在する二酸化炭素などの温室効果ガス(GHG)の削減に取り組む必要があります。森林は光合成によって大気中の二酸化炭素を吸収・固定し、炭素を貯蔵することによって、地球上の炭素循環に大きく寄与しており、重要な役割を果たしています。また、森林から得られる木材は、これ

までみてきたように薪^{まさ}や木炭、建築物や家具の材料、紙の原料、最近では再生可能エネルギー源等としても利用されるなど、私たちの生活にとって身近な資源ですが、気候変動対策としては、森林が吸収・固定した炭素を、「伐採木材製品」となってからも、建築物等へ長期間にわたって貯蔵し続ける効果(炭素ストック効果)が注目されるようになりました。なお、木材が気候変動対策として期待される効果としては、そのほかに、木材よりも生産・加工等の過程における化石燃料消費量が大きい材料を木材に替えることで化石燃料の消費量を減らす効果(材料代替効果)、化石燃料を木質バイオマスエネルギーへ代替することによって化石燃料消費量を減らす効果(燃料代替効果)もあります。森林とともに、国連気候変動枠組条約締約国会議(COP3)で採択された京都議定書(ただし伐採木材製品については第二約束期間[2013～2020年]から計上)およびそれを引き継いだパリ協定などの国際的な取り組みでも重要視されています。

1. 世界の森林および木材の炭素ストック

さて、ここではまず、世界の森林および木材の炭素ストックをみておきましょう。世界の2020年における森林(生体バイオマス)炭素ストック量は約6621億t-C^{*2}と推定されており、1990年の約6684億t-Cから減少しています。この減少の主な要因は、この期間の、南米やアフリカでの大規模な伐採、山火事などの人為による森林面積の減少です。

*1 加用千裕「森林・木材による炭素ストックの役割と課題」『日本LCA学会誌』Vol.18 No.1(2022年1月)28～35ページ

*2 炭素^{トン}(t-C、tC)は、二酸化炭素その他の温室効果ガスの移動量等を、相当する二酸化炭素中の炭素重量に換算した単位

これに対して、世界全体の木材の炭素ストック量は、各国内で消費される木材を対象とする蓄積変化法^{*3}を使うと、1961年以降増加し続け、2016年には約73億t-Cとなり、過去55年間で2.5倍の大きさになりました。また、炭素ストック量の年変化は2015～2016年が1.1億t-Cで最も大きくなりました。次に各国別にみると、日本は炭素ストック量の総量が世界第4位、国土面積当たりの炭素ストック量が世界第7位となります。日本は、木材による炭素貯蔵庫として世界の中で重要な役割を果たしているのです。

2. 日本の森林および木材の炭素ストック

次に日本の森林および木材の炭素ストックをみます。林野庁が公表している調査結果から森林(生体バイオマス)の炭素ストック量を推計すると、2017年には約17.8億t-Cとなります。都道府県別にみると、特に、北海道(約3.1億t-C)、岩手県(約0.9億t-C)、福島県(約0.7億t-C)、長野県(約0.7億t-C)、岐阜県(約0.6億t-C)の各道県で炭素ストック量が大きくなっています(図1)。

これに対して、日本の木材については、最も

大きい炭素貯蔵庫である建築物の炭素ストック量は松本遼斗さんらの推計^{*4}によると、日本全体では約2.3億t-Cとなります。都道府県別にみていくと、木材について、建築物の炭素ストック量は、東京都(約0.12億t-C)、愛知県(約0.11億t-C)、北海道(約0.11億t-C)、埼玉県(約0.11億t-C)、神奈川県(約0.10億t-C)と人口の多い都道府県の炭素ストック量が大きいことが分かりました(図2)。なお、建築構造別にみると、木造建築物由来の炭素ストック量が9割近くを占めています。

要するに、炭素ストック総量は、日本全体では、森林と木材で計約20億t-Cのうち、森林が8割から9割を占めるのですが、都道府県別では千葉県、東京都、神奈川県、大阪府においては、建築物の炭素ストック量が森林の炭素ストック量を上回っています。つまり、日本の大都市圏では森林よりも建築物の炭素ストック量のほうが大きく、森林の整備・保全とともに建築物の木材の管理を進めることが、気候変動対策として重要だということが分かります。

なお、木材用途の中で、建築物については、固定資産税の基礎となる信頼性の高い統計デー

図1 2017年の森林の炭素ストック量の都道府県分布
(単位：百万t-C)

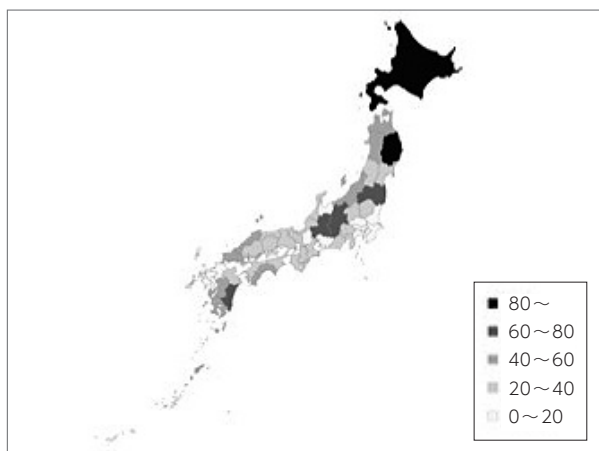
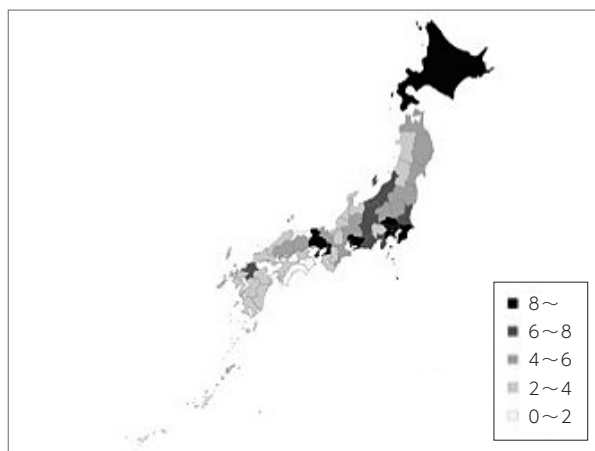


図2 2019年の建築物に使用された木材の炭素ストック量の都道府県分布
(単位：百万t-C)



出典：加用千裕「森林・木材による炭素ストックの役割と課題」『日本LCA学会誌』Vol.18 No.1 (2022年1月) 28-35 ページ(図1、2)

*3 自国で消費される木材を対象とし、自国内で生産・消費される木材と他国から輸入され消費される木材が含まれる。他国へ輸出される木材は対象とならない

*4 松本遼斗、加用千裕「都道府県ごとの建築物に使用される伐採木材製品の炭素貯蔵量」『木材学会誌』67巻3号(2021年)138～148 ページ。加用論文^{*1}でも、この松本さんたちの推計を使っている

タから現存量を把握できるため、前述のような炭素ストック量の推計が比較的容易です(そうはいつでも、松本さんらの作業はとても大変でした)。一方、家具、紙、梱包材、土木構造物、廃棄後の埋立地等については、木材の現存量を把握できる統計データが整備されておらず、各用途の正確な寿命を推定することも難しく、炭素ストック量の実態はよく分からないため、これまでみてきた木材の炭素ストック量の推計には入っていません。つまり、特に都市における木材の炭素ストック量の総計はさらに大きくなると思われるのです。

以上から、地球規模では、依然として森林の減少が続いている現状も踏まえると、森林の管理と木材利用のあり方の、双方のバランスを取った政策が必要なが分かります。そして、私たちの生活の中でも、森林と木材の保全、利用について、共に進めていくことが大変大事になってきているのです。

森林環境税・森林環境譲与税

さて、以上のような現在の状況をより改善するための政策の1つが、2024年度から徴収が始まる森林環境税、2019年度から既に交付が始まっている森林環境譲与税です。全国の都道府県・市区町村に交付されている森林環境譲与税の制度上の財源は全国の国民の住民税に1,000円付加される森林環境税なのですが、前倒しで、既に交付が始まっており、ちょっとややこしいことになっています。

森林環境譲与税の用途ですが、この税について検討した総務省の検討会の名前が「森林吸収源対策税制に関する検討会」(私も参加していました)だったことから分かるように、もともと税の目的は、地球温暖化防止、災害防止・国土保全などの森林の持つ公益的機能を十全に発揮させるため、経済ベースでは森林の整備が困難な、条件が不利な森林(私有の人工林)について、自

治体が主体となって整備を進めるために必要な経費を賄うことでした。つまり、税の設計段階では、森林環境譲与税が主に配られるのは、手入れの行き届かない人工林が大面積存在する山村等が想定されていたのですが、最終段階の政治判断で、人口の多い(森林の少ない)都市にもかなり多くの税金が配分されることになりました。税金の使い道は市区町村が考えるのですが、人工林の整備費用や林業の人材育成だけでなく、木材利用の促進もメニューに入っており、これから都市でさまざまな建築物等への木材利用(「木造都市」というキャッチフレーズもあります)がどんどん進んでいくことになるでしょう。

実は、公共建築物の木造率は、「公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律(公共建築物木材利用促進法)」が施行された2010年度の8.3%から2020年度の13.9%まで上昇し、特に積極的に木造化を図ってきた低層の公共建築物については29.7%となっています。さらに民間の建築物でも、最近、木造で高層建築物を建築する取り組みも始まっており、11階建て、12階建ての耐火仕様の木材を使ったビルが建てられるようになりました。こうした動きを受けて、公共建築物木材利用促進法が改正され、2021年から「脱炭素社会の実現に資する等のための建築物等における木材の利用の促進に関する法律」(通称:都市の木造化推進法)が施行され、新しくより積極的に広い範囲で進めていく体制になっています。

農山村と都市の双方で森林と木材の保全と利用が図られていくのが、日本と世界のこれからの姿になると思います。

しかし、1つ忘れてはならないのが、森林・木材の働きに過度に依存することは気候変動問題の根本的な解決にはならないということです。あくまでも、その主要因である化石燃料消費の削減を最優先の目標にすべきことを忘れてはなりません。

前払式支払手段を理解する(1)

ーサーバ型を中心にー

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

今回は前払式支払手段がテーマですが、比較的トラブルの多いサーバ型を中心に解説していきます。

前払式支払手段の種類

前払式支払手段の種類はさまざまです。(一社)日本資金決済業協会による分類を本連載の初回(2022年6月号)に掲載していますが、参考までに再掲します。

①紙型の商品券

商品券、カタログギフト券

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等

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

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

このうち、今回は前払式支払手段に共通する基本的な事柄と⑥サーバ型を中心に解説します。比較的トラブルの少ない①紙型の商品券②磁気型③ICカード型に関する解説を省略し、④モバイル型⑤QRコード型についてはスマホ

決済をテーマとする別号で解説する予定です。

前払式支払手段の基本事項

(1) 適用条件

資金決済に関する法律(資金決済法)は、電子マネーなどが次の4つの条件を満たす場合に前払式支払手段に当たるとしています。

- ①金額または物品・サービスの数量(個数、本数、度数等)が、証券等(証券やICチップ、コンピューター・サーバなどの電子機器)に記載され、または電磁的な方法で記録されていること
- ②証券等に記載され、または電磁的な方法で記録されている金額または物品・サービスの数量に応ずる対価が支払われていること
- ③金額または物品・サービスの数量が記載され、または電磁的な方法で記録されている証券等や、これらの財産的価値と結び付いた番号、記号その他の符号(ID番号等)が発行されること
- ④物品を購入するとき、サービスの提供を受けるときなどに、証券等や番号、記号その他の符号が提示、交付、通知その他の方法により使用できるものであること

これらの4条件を満たしていても、次の場合は前払式支払手段に該当しません。

- 発行の日から6月内に限って使用できるもの
- 乗車券
- 美術館等の入場券
- 社員食堂の食券等

なお、国内で普及するJR東日本のSuica、JR西日本のICOCAなどのIC交通乗車券は、電子マネーも兼ねていることから前払式支払手段に当たるとされています。実際に「該当しない事

例」に当たるのは、乗車券専用で電子マネーの機能を持たない場合に限られます。

(2) 発行者の義務等

発行者には発行者名等の表示、発行廃止の際の払戻義務、未使用残高の1/2の供託などが義務づけられます。

(3) 発行者の種別

資金決済法は証票の利用範囲に応じて発行者を分類しており、利用範囲が発行者の運営する商品・サービスの提供者(販売店等)などに限定される場合を「自家型」、発行者に加え、発行者以外の事業者等が運営する販売店(加盟店)などでも利用できる場合を「第三者型」として区別しています(図1)。自家型の発行者は有効期限が6カ月以上、発行済み未使用残高が1000万円以上などの条件を満たした場合に届出を行えばよく、条件を満たさない事業者は規制の対象と

はなりません。それに対し、第三者型の発行者は発行業務を開始する前に財務局等に申請し、登録を受ける必要があります。

金融庁のウェブサイトによると、2022年7月31日現在、自家型の届出数は1,136、第三者型の登録数は886となっています。

前払式支払手段に共通する特徴

前払式支払手段に共通する特徴は、①事前に残高を購入(チャージ)してから店舗などで利用すること、②発行者による利用者本人確認が不要であること、③購入額、残高に上限がないこと、④残高を他人に譲渡(移転)することが可能なこと、⑤購入(チャージ)した未使用残高の払戻しが原則として禁じられていること(例外あり)、⑥発行者の事業撤退などに伴いサービスを廃止し加盟店での受入(利用)を終了する場合

は⑤の制限にかかわらず払戻し受付期間を設けて未使用残高を利用者に払い戻さなければならないことなどです。

サーバ型の特徴

サーバ型は残高をサーバ上のみに持つことが特徴で、この点が残高をICチップに持つICカード型、カードの磁気情報に持つ磁気型とは異なります。例えば、Appleギフト

図1 自家型発行者と第三者型発行者

※図表はすべて筆者作成

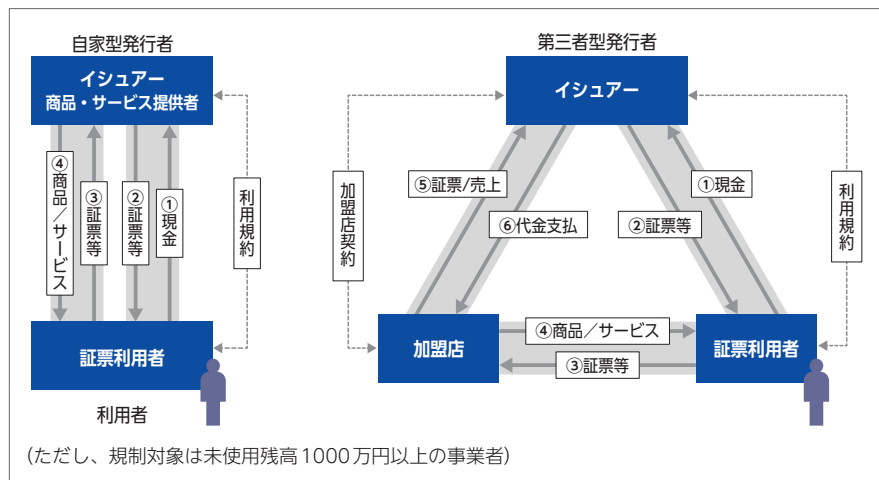


表 サーバ型のコード(例)

銘柄	イシュー (前払式支払手段発行者)	コードの例	主な利用可能場所
Amazonギフト	アマゾン・ギフトカード・ジャパン合同会社	14桁英数字 XXXX-XXXXXX-XXXX	・Amazon(インターネットショップ)
Appleギフト	iTunes 株式会社	16桁英数字 XXXX-XXXX-XXXX-XXXX	・App Store(アプリ) ・Appleストア
Google Play ギフト	グーグル・ペイメント合同会社	20桁英数字 XXXX-XXXX-XXXX-XXXX-XXXX	・Google Play Market
ビットキャッシュ	ビットキャッシュ株式会社	16桁ひらがな oooooooooooooooooooo	・ビットキャッシュ加盟店(ネット)
ウェブマネー	auペイメント株式会社	16桁英数字 XXXX-XXXX-XXXX-XXXX	・ウェブマネー加盟店(ネット)

ト、Google Playギフト、Amazon ギフト等ではサーバ上の残高にひも付いた14～20桁の英数字で構成される「コード」で認証して支払います(表)。国際カードの一種であるブランドプリペイドの場合、カードの磁気情報にカード番号などが記録されますが、残高はカードの磁気情報ではなくサーバ上に持つことから、サーバ型に分類されます。

サーバ型の多くはインターネットショップやスマホでの利用に特化しています。しかし、カード媒体のあるブランドプリペイドやコード決済(QRコード型)の残高として発行される場合は店舗での支払いにも利用できます。

サーバ型証票を購入する方法

Appleギフト、Google Playギフト、Amazonギフトなど、ブランドプリペイド以外のサーバ型の証票を購入する方法は主に次の3通りがあります(図2)。

図2 サーバ型証票を購入する方法

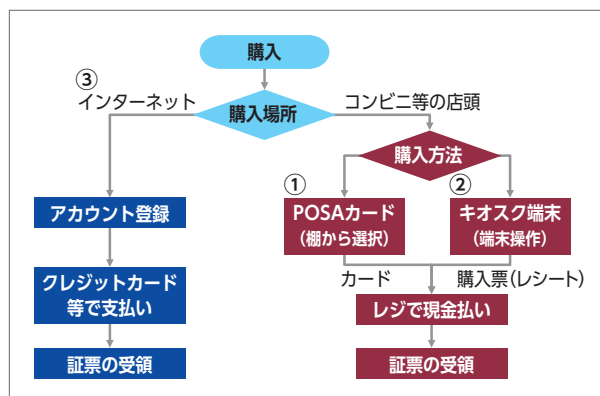
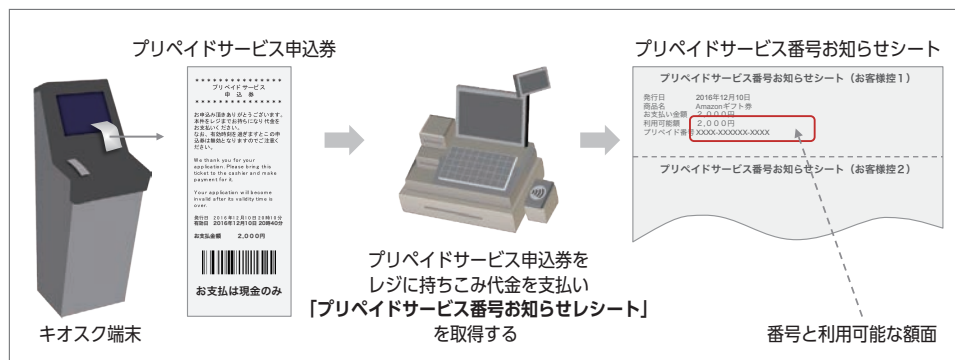


図3 キオスク端末の使用イメージ



① POSAカード購入

「POSAカード」とはコンビニやスーパーなどの電子マネー販売用の棚などにかかって販売されるカードのことです。POSAは“Point of Sales Activation”を略したもので、「販売時に有効化する」という意味です。POSAカード自体は前払式支払手段の証票ではなく、本来の証票に当たるコードを利用者に伝える媒体に過ぎません。表にはサービスのブランドマークなどが印刷され、裏には剥離する^{はくり}コードが現れる加工がなされています。求める証票のPOSAカードをレジで購入することで、購入額分の残高が使えるようになります。

② キオスク端末操作(図3)

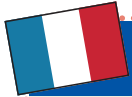
コンビニエンスストアに設置されているキオスク端末(コンビニによってはマルチコピー機を使用)を操作してコードを入手する方法です。キオスク端末を操作すると申込券が出力されます。申込券をレジで提示し代金を支払うとコードが印刷された専用の用紙(お知らせシート)を受け取れます。

③ インターネット購入

インターネットやスマホアプリなどから購入する方式で、Appleギフト、Google Playギフト、Amazonギフト、ビットキャッシュ、ウェブマネーなどがこれに対応しています。証票を販売しているサイトに事前登録済みのアカウントでログインし、クレジットカード(国際カード)などで支払って購入します。コードは購入直後

メールで通知される場合が多いですが、販売するサイトのアカウント画面などで確認する場合もあります。

今回は、サーバ型が絡む消費者問題について解説します。



フランス

プラスチック製のレジ袋は本当に姿を消したの？

- 経済・財務・産業及びデジタル主権省ホームページ <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/sacs-en-plastique-jetables-cest-fini>
<https://www.economie.gouv.fr/entreprises/interdiction-plastique-jetable>
- エコロジー移行・地域結束省ホームページ <https://www.ecologie.gouv.fr/lutte-contre-pollution-plastique>

プラスチック廃棄物の削減に向けた第一歩として、フランスでは2016年7月から、小売店での使い捨てプラスチック製レジ袋の配布・販売が禁止されている。スーパーマーケットだけでなく、パン屋、薬局等の個人商店や屋外のマルシェ、^{のみ}蚤の市、ガレージセール等も同様である。違反した事業者には刑罰が科されることもある。ただし、厚さが0.05mm以上のプラスチック袋は繰り返し使用できるとして、ここで禁止される使い捨て品には含まれない。

対象は徐々に拡大され、2017年1月以降、量り売りの野菜、果物、チーズ、肉等を直接入れるプラスチック袋も禁止されている。例外的に、一定割合のバイオマス原料を含み、家庭で^{たいひ}堆肥化可能なプラスチック袋は使用可能である。また、2022年1月からは、プラスチックで包装した1.5kg未満の野菜・

果物(約30品目)の小売りも禁止された。さらに、長期的な視点で問題に向き合うため、同年4月にはプラスチック包装の3R(リデュース、リユース、リサイクル)国家戦略が公表された。

このように、国を挙げてプラスチック包装削減に取り組んでいるフランスだが、その効果が気になるところである。そこで、使い捨てプラスチック製レジ袋が禁止されてから丸6年経った2022年7月、本当にレジ袋が姿を消したのか検証する報道が相次いだ。これらによると、今でも買い物袋を持参しない客がいるため、やむを得ずプラスチック袋を渡すという店主の声もあり、小規模店舗や屋外マルシェ等では、薄手のプラスチック袋が相変わらず使われているということである。監視を強化すべきだという環境団体の声も紹介されている。



オーストリア

水泳の授業減少で懸念される水の事故

- KfV ホームページ
<https://www.kfv.at/kfv-unfallbilanz-2021-unfallzahlen-in-oesterreich-steigen-wieder-deutlich-an/>
<https://www.kfv.at/kein-schwimmunterricht-und-zu-wenig-uebung-jedes-zehnte-kind-in-oesterreich-ist-nichtschwimmerin/>

KfV(オーストリア交通安全機関)が管理する欧州傷害データベース(EU-IDB)・オーストリアによると、同国で2021年に事故にあい、治療を要するけがをした人は約709,400人だったという。そのうち大きな割合を占めるのが、家庭内の事故(約43%)、レジャー・スポーツでの事故(約32%)である。スポーツの種目別では、サッカー、スキー、自転車・マウンテンバイク等が上位にくる。

KfVは交通事故の原因分析等を行う独立の研究機関として、1959年に設立された。連邦社会・保健・介護・消費者保護省の支援のもと、国内で発生した事故を管理し、EU-IDBに情報を送る役割もある。EU-IDBは、欧州家庭内・レジャー事故監視システム(EHLASS)が発展した制度で、参加国ごとに対象医療機関から収集した事故情報を、共通のフォー

マットでEUの中央データバンクに集約するしくみである。

KfVによると、新型コロナウイルス感染症の流行は事故件数にも影響を与えたという。人々の行動範囲が狭まったことで、2020年の事故は激減したが、翌年には再びコロナ前の数に近づいている。特に、同機関が懸念するのが水泳の授業の中止である。海のないオーストリアでは、水泳の授業は子どもが水に触れる貴重な機会となっている。ところが、プールの閉鎖が相次いだことにより、コロナ前と比べて、各年代で水に触れる機会が減少した。KfVは、水泳は健康的なスポーツであるだけでなく、水中でのサバイバル技術を学ぶ貴重な機会であると指摘する。水の事故を防ぐために、水泳授業の強化や資金援助等、新たな取り組みの必要性を強調する。



アメリカ

EVと低炭素燃料への消費者意識調査

● CRホームページ <https://www.consumerreports.org/hybrids-evs/interest-in-electric-vehicles-and-low-carbon-fuels-survey-a8457332578/>
https://advocacy.consumerreports.org/press_release/more-americans-would-definitely-get-electric-vehicles/

ガソリン価格が高騰するなか、CR(コンシューマーレポート)は、バッテリー式電気自動車(EV)や低炭素燃料への消費者の関心について、8,000人以上に大規模調査を行った。回答者の17%がEVに同乗した経験があり、7%は運転した経験もあるが、保有・リースしているのは2%である。そこで、車を買うならEVを選ぶか尋ねたところ、「必ずEV」(14%)と「EVを真剣に検討中」(22%)を合わせて回答者の3割以上がEV購入に前向きであった。

EV購入希望の理由としては、「充電のほうがガソリンより安い」(33%)、「保有総費用が安い」(31%)、「メンテナンス費用が安い」(28%)などが挙げられた。一方、EV購入に消極的な場合の理由は、「充電インフラが不十分」「充電時間が長い」など充電に関する懸念が61%、次いで「航続距離が心配」(55%)、「本

体価格等が高い」(52%)であった。低炭素燃料については、67%がガソリンと同程度の価格なら使用すると答えている。

CRは充電の懸念に対して、全国に48,000カ所以上の公共充電施設があり、今後も増加の見込みと解説。また、航続距離は一般に約400kmで、一晩の充電で日常の運転には十分応えられるという。一方、政府のEV購入限定の税控除や州・電力会社の補助金制度などを約半数(46%)が知らなかった。

回答者の7割が気候変動は重要問題だと答え、車の購入やリースの際に環境への影響を重視する人は61%に上った。EVの普及促進のために、自動車メーカーや政策立案者がEV体験の機会を提供し、充電環境の改善や補助金等の情報をもっと消費者に伝える努力をすべきだとCRは提唱している。



オーストラリア

ペット詐欺にあわないために

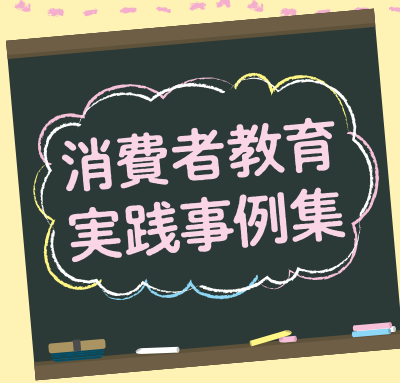
● CHOICE ホームページ <https://www.choice.com.au/outdoor/pets/products/articles/pet-scams>
 ● ACCC ホームページ <https://www.accc.gov.au/media-release/dont-get-scammed-looking-for-a-lockdown-puppy>

オーストラリアでは、コロナ禍以降、子犬や子猫などのペット需要が高まるなかでペット詐欺が急増している。ペットの写真入りオンライン広告や販売者を名乗るサイトを見て代金を送ったが、ペットは届かず、広告もサイトも消えてしまうという手口だ。ACCC(オーストラリア競争・消費者委員会)は、2020年の初回ロックダウン時に、実物を確認しに行けない状況を悪用したペット詐欺について注意喚起した。しかし、ACCCのデータによると、2019~21年でペット詐欺被害額が約11倍に増加し、被害報告も約6.7倍に増えたという。

犯罪学者によると、ペット詐欺が簡単に成功するのは、購入者の「感情による意思決定」が詐欺師に利するためだという。子犬詐欺啓発サイトでは、掲載された画像や「お客様の声」として紹介される文言を

検索し、それが正式なブリーダーや販売業者の公式ページのコピーであることを突き止め、疑わしい広告やサイトを公表し注意喚起している。被害は購入者に限らない。あるブリーダーは、「送金したのに猫が届かない」という消費者からの電話を受け、詐欺犯にサイトを乗っ取られたことに気づき、関係当局に通報し偽サイトの削除を依頼したという。

ACCCは購入者に対し、必ず実物のペットを見て確認する(リモートも可)、繰り返し追加料金を請求する場合は詐欺、などと助言している。また、詐欺にあって個人情報やお金を送ってしまった場合は、早急に金融機関に連絡し、さらにACCCの詐欺監視サイト ScamWatch などへ報告するよう勧めている。ただし、詐欺犯の拠点の多くが海外のため取り締まりは困難で、被害額の多くは取り戻せないという。



「消費者教育実践事例集」 連載100回を振り返って

色川 卓男 Irokawa Takuo 静岡大学学術院教育学領域 教授

専門は消費者教育論、消費者行政論、生活経済学。消費者問題ネットワークしずおか代表、消費者庁消費者教育推進会議委員、静岡市消費生活審議会会長、日本消費者教育学会常任理事、国民生活センター客員講師

このたび、ウェブ版「国民生活」に2013年10月号から連載されている「消費者教育実践事例集」(以下、事例集)が100回目を迎えました。

98回分を読み直してみましたが、改めて具体的な取り組み状況と課題を把握でき、私自身にとっても大変参考になりました。

この事例集の意義について

この事例集の魅力は、3つあると思います。第1に、最近はこのような事例集は見当たらないことがあります。これまでに、消費者庁の「地方公共団体における消費者教育の事例集」(2013年)等がありましたが、現在、継続しているものはなかなかありません。

第2に、通常の授業実践や講座開催の魅力的な事例だけでなく、全国の多種多様な事例が挙がっています。実施主体も行政だけでなく、学校関係、専門家、各種団体、実施対象も児童・生徒・学生だけでなく、幼児、新入社員、子育て世代、高齢者、知的障がい者や児童養護施設、女子少年院までありました。

第3に、消費者教育の実際の取り組み方法が具体的に把握できます。事業の進め方だけでなく、ゲームやクイズ等を使用した実践内容についても具体的で、その成果と課題もあり、ほかでも応用できそうな内容が示されています。

次節からは、私の関心に沿って、まとめていきたいと思います。誌面の制約上、すべての事

例や、その具体的な内容についてはあまり記載できていません。興味を持った際には、実際の事例^{*1}を読んでください。

講座の考え方、進め方の ノウハウが分かる

この点については、2014年10月号[第9回]「兵庫県但馬県民局」^{*2}と2015年6月号[第17回]「大野市」の事例、2016年1月号[第24回]「全国消費生活相談員協会」の事例が参考になります。前者は高校(学校)に消費生活センターが入っていくための条件や考え方が、後者は高齢者見守り講座の具体的な進め方が述べられています。これから取り組もうとしている人、あるいは取り組んでいてもなかなかうまくいかないと感じている人には、大変参考になると思います。

魅力的な活動をしている団体が 分かる

事例集の中には、機会があれば、実際に見てみたいと思ったものもありました。例を挙げると、2015年11月号[第22回]「広島弁護士会」による寸劇は、衣装から用意して行うという本格的なものとのことで、ぜひ見てみたいと思わせるものでした。2016年6月号[第29回]「奈良青年司法書士会」の児童養護施設での事例では、家計管理をシミュレーションゲーム形式で分かりやすい発問と考えさせる内容で、楽しく学べる

*1 ウェブ版「国民生活」消費者教育実践事例集 バックナンバー <https://www.kokusen.go.jp/wko/data/bn-skyoikujirei.html> および <https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11436742/www.kokusen.go.jp/wko/data/bn-skyoikujirei.html>

*2 以降、事例の表記は原則として、実施主体または執筆者の所属する組織・団体名とした

ように思いました。

また、子どもの安全に焦点を当てた取り組みとして、子ども自身に疑似体験をさせながら学んでもらうという2016年10月号[第33回]「Safety Kids いずみ」の事例も興味深いものでした。

教える・作るプロセスから、主体的に学ぶ方法が分かる

事例集を通して特に印象に残ったのは、普段は教わる人たちが最終的に出前講座の講師をしたり、教材を作ることなどを通じて、主体的に学ぶという事例でした。

特に多かったのは、大学生が出前講座の講師や教材開発、イベント開催を行うもので、15事例ありました(2013年11月号[第2回]「日本消費者教育学会」、2014年11月号[第10回]「静岡大学」、2016年3月号[第26回]「金沢大学」、2017年2月号[第35回]「京都府」、2017年8月号[第41回]「鹿児島大学」、2017年12月号[第45回]「青森中央学院大学」、2018年9月号[第54回]「福岡教育大学」、2018年11月号[第56回]「目白大学」、2018年12月号[第57回]「日本大学」、2019年7月号[第63回]「就実短期大学」、2019年9月号[第65回]「山口県」、2019年10月号[第66回]「獨協大学」、2020年2月号[第70回]「岡山理科大学」、2021年7月号[第86回]「大阪府」、2022年6月号[第97回]「富山大学」)。

また、高校生による出前講座の講師や教材開発等(学習した内容を授業で発表することを含む)の主体的な学びを行っているのは9事例ありました(2014年12月号[第11回]「モバイルコンテンツ審査・運用監視機構」、2016年2月号[第25回]「茨城県立神栖高校」、2016年11月号[第34回]「大阪府立貝塚高校」、2017年4月号[第37回]「埼玉県」、2017年5月号[第38回]「愛知県立南陽高校」、2019年4月号[第60回]「小千谷市」、2020年6月号[第73回]「静岡県立相良高校」、2021年8月号[第87回]「静岡市」、2022年5月号[第96回]「埼玉県立蓮田松韻高校」)。

さらに子どもたちが主体的に学ぶものが2事例ありました(2017年3月号[第36回]「鳥取県」、2019年6月号[第62回]「近江八幡市」)。変わり種かもしれませんが、子育て世代に学んでもらって、情報誌や啓発グッズを作るという2018年4月号[第49回]「野々市市」、2018年6月号[第51回]「ポポーのひろば」の事例もありました。いずれも、このようなことを実践したい地方自治体には参考になるように思います。

これはぜひ！

前節の例は企画から事業実施まで手間がかかるとは思いますが、もっとハードルが低いものとして、生徒たちの目の前で、消費生活センターに電話相談するという疑似体験を行った事例があります。これは3事例ありました(2019年1月号[第58回]「静岡市」、2021年5月号[第84回]「東京都立文京高校」、2022年7月号[第98回]「鳥取県弁護士会」)。ほかでも見たことがあるのですが、大変効果的だと思いますので、消費生活センターが出前講座を行う場合は、講座の一部に組み込んでみてはいかがでしょうか。

最後にー今後に期待したいことー

ここで取り上げることができなかった事例も興味深いものが多く、この事例集をぜひ一読してご活用いただきたいと言って終わりたいところですが、残念ながら事例集を閲覧するための使い勝手がよくありません。そこで利用者の利便性を考えて、データベースとして利用できるように、検索機能をつけてもらえるとありがたいと思います。

消費者教育施策には歴史がありません。少なくとも1970年代からさまざまな取り組みがされてきたはずですが、その経験が現在に引き継がれていないという意味です。そういう中で、この事例集そのものが歴史をつくるという、地味ですが貴重な取り組みともいえます。ぜひ、今後も継続してもらえることを期待しています。

債務不履行

債務不履行の意味

「ガチャガチャ」と子どもの頃、呼んでいましたが、カプセルトイに夢中になった時期がありました。硬貨を入れてハンドルを回すドキドキ感、カプセルの落ちる音にボルテージが最高潮に達します。今どきのカプセルトイは、中身のクオリティーもすごいのです。夢中になり過ぎない冷静さが必要です。

さて、ある会社員がカプセルトイの「着ぐるみ消しゴム」シリーズを集めています。何の変哲もない事務用の消しゴムが可愛い動物などの着ぐるみを着ています(フィクションです)。全部で12種類あるのですが、何度チャレンジしても出てこないものがあり、コレクター友達から12種類セットで譲ってもらう約束(契約)を取りつけました。

「月末までに送ります」と言われて、代金と送料を振り込みましたが、期限までに約束のものが送られてきません。約束どおりに債務を果たさないことを**債務不履行**といいます。まさに債務不履行です。債務不履行には次の3つのケースがありますが、現時点で**履行遅滞**ということができます。

表 債務不履行の3つのケース

履行遅滞	債務の履行が遅れる場合
不完全履行	債務の履行が不完全である場合
履行不能	債務の履行ができない場合

なお、お金に関しては履行不能になることは

債務者が約束を果たさないとき、債権者はどんなことができるのか? それを考えます。

(本文中の括弧内の条文番号は民法)

ないとされています。「持ち金がないので返せない」と言っても、お金自体は世の中にいくらでもあります。頑張って稼ぐなどして返すことができるからです。

債務不履行の効果

債務不履行の場合、債務の性質がそれになじまない場合や履行不能の場合は別ですが、国に履行の強制を求めることができます(414条1項)。債権者といっても、債務者の家などに乗り込んでいって約束を果たさせることはできませんので(**自力救済の禁止**)、裁判所の力を借りて債務の履行を図るしくみが整えられています。

また、債務不履行があると、債権者はそれによって生じた**損害賠償**を債務者に請求することができます(415条1項)。例えば、飲食店用の店舗を月末に引き渡してくれるということだったので、借りたところ、引渡しが遅れ営業開始が遅れたとします。買ってあった材料がダメになったり、お願いしていたアルバイトさんにいくらかお詫びのお金を渡さなければならないとしたら、それが損害となります。債務が強制的に実現されたときであっても、損害が生じている場合には損害賠償を求めることができます(414条2項)。この賠償責任から債務者が逃れるためには、債務不履行に陥ったのは自分のせいではないということを主張し、証明しなくてはなりません。損害賠償には、債務の履行に代えて行われる損害賠償もあります。これを**てんぽ賠償**(415条2項)といいます。主に履行不能の

ときに問題となります。

(債務不履行による損害賠償)

第415条 略

2 前項の規定により損害賠償の請求をすることができる場合において、債権者は、次に掲げるときは、債務の履行に代わる損害賠償の請求をすることができる。

- 一 債務の履行が不能であるとき。
- 二 債務者がその債務の履行を拒絶する意思を明確に表示したとき。
- 三 債務が契約によって生じたものである場合において、その契約が解除され、又は債務の不履行による契約の解除権が発生したとき。

例えば、借りていた古い掛け軸を紛失してしまったようなとき、掛け軸を返す代わりにその価値を損害賠償するといった場合がそれに当たります。

契約の解除

債務不履行の場合には**契約の解除権**も問題になります。相手方は相当の期間を定めて、履行するよう求め(催告し)、その期間内に履行がないとき、契約を解除することができます(541条)。ただ、条文では「不履行がその契約及び取引上の社会通念に照らして軽微であるとき」は解除できないとしています。しかし、どんな場合が「軽微」なのかは判断が難しい場合もあります。なお、お正月を過ぎても届かなかったおせち料理など、もはや催告する意味がありません。こうした場合、催告なしに解除することができます。

売主の担保責任

売買契約において不完全履行の場合、買主は**追完請求権**というものを行使することができます。追完請求できるのは、引き渡されたものが種類、品質、数量に関して契約の内容に適合し

ないときです。このとき買主は、3つのいずれかの方法で追完請求をすることができます。この3つとは、「**目的物の修補**」「**代替物の引渡し**」「**不足分の引渡し**」です。

着ぐるみ消しゴムシリーズでイメージすると、ある消しゴムの着ぐるみがほつれている場合に、きちっと修理してから送り返してもらうことを求めることができます。代替物の引渡しを求めることができますので、「代わりにちゃんとした品を送ってください」と言うこともできます。もし、11種類しかなくて、売主の手元に欠けた1種類があるなら、不足分を送ってもらって対応することもあるでしょう。この追完請求の条文(562条1項)には、こんな「ただし書き」もあります。「ただし、売主は、買主に不相当な負担を課するものでないときは、買主が請求した方法と異なる方法による履行の追完をすることができる」。ちょっとした修理で元どおりになるのに、「新しいものでないと認めない!」などと買主側が駄々をこねるのは認められないというわけです。

また、こうした場合に、**代金減額請求**をすることもできます。追完請求に応えてくれないときなどに、「11種類でも取りあえずいいか、あと1種類はネットオークションで探そう」と減額を請求することもできます。もちろん、12種類セットでないと意味がない場合には、契約の解除をすることができます。なお、「種類や品質」に関する追完請求権や代金減額請求権は、買主が不適合を知ったときから1年以内にその旨を売主に通知しないと行使できません(566条)。

「限られた可能性の中で幸運が降りてくるのを待つ。ガチャガチャって人生そのものだよね」と昔、ガチャガチャ好きの友人が言っていました。そのときは、そんなものかなあと聞き流しましたが、案外、うまく言い当てているかもしれません。

第38回

小さめのフライパン・片手鍋 調理中の落下等に注意

相談事例

- ・購入した内径18cmのフライパンの安定が悪く、ガスこんろの五徳に載せると手前に傾く。揚げ物を
して、フライパンが傾き、油がかかりやけどを負った。
(50歳代、女性)
- ・8年前に購入した片手鍋の取っ手の心棒がさびついて折れ、片手鍋を持ち上げたときに料理がひっく
り返り、危うくやけどを負うところだった。
(70歳代、男性)

小さめのフライパン・片手鍋で調理中に、ガスこんろの五徳に載せたところ落下した、取っ手の樹脂部が焼損した、固定ねじが破損したなどの相談がありました。

●テスト結果をもとにしたアドバイス

(1)ガスこんろの調理油過熱防止装置*がフライパン等の鍋底を押し上げて傾いたり、落下したりするおそれがあります(写真1)。特に、本体重量が軽量なものは注意が必要です。

写真1 調理油過熱防止装置が鍋底を押し上げ、取っ手に傾いたようす



調理油過熱防止装置

取っ手や五徳のツメの向き、本体の位置などにも注意して、取っ手を持ちながら調理しましょう。

(2)小さめのフライパン・片手鍋の取っ手は、根元部分が炎に近く、鍋底からはみ出した炎の先端が取っ手に直接当たりやすくなります(写真2)。取っ手の樹脂部が耐熱温度以上になったまま使い続けると、取っ手が焼損して破断し、本体が脱落する可能性がありますので、火力に注意しましょう。

写真2 ガスこんろの火力の違いによる炎の大きさの違い



(3)取っ手を先端部から根元部分まで長いねじで固定しているものは、取っ手内部に水が残ったままにすると、ねじが腐食後、破損して本体が落下するおそれがあります(写真3、4)。洗った後はよく水を切り、乾かしましょう。また、ねじが緩んでいたら締め直しましょう。

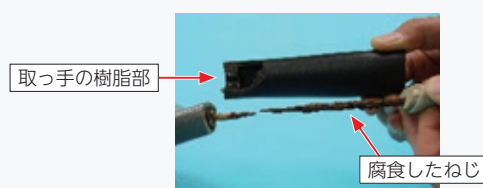
写真3 水抜き穴から取っ手に水が入り込むようす



流水を当てたようす

完全に水没させたようす

写真4 取っ手内部で腐食したねじの例



* ばねの力で鍋底に温度センサーを押し付け、温度が250℃になると自動的に消火する装置

参考: 国民生活センター「小径のフライパン・片手鍋の取扱いに注意-フライパン等の調理中の落下、取っ手の焼損、固定ねじの腐食が発生しています-」(2021年9月16日公表) https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20210916_2.html

排水管の老朽化による水漏れ事故で被害にあった家財等の費用を大家に請求できる？

相談者の気持ち

賃貸マンションに住んでいます。排水管の老朽化が原因で、これまでに何度も上階からの水漏れ事故があったので転居を考えています。大家に引っ越し費用や被害にあった家財等の買い替え費用を請求することはできますか？ 法的根拠についても教えてください。

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



できると思います。

賃貸借契約は、当事者の一方が物の使用や収益を相手方にさせることを約束し、相手方が賃料を支払うことを約束することによって

効力が生じる契約です（民法601条）。したがって、貸主（大家）は借主に対して、契約や目的物の性質により定まった使用方法に基づいて、目的物を使用および収益させる義務を負います。

この貸主の目的物を使用収益させる義務には、借主の使用に支障がない状態を積極的に維持することも含まれます。本件では「何度も上階からの水漏れ事故があった」ということから、建物の使用に支障があるケースといえます。

貸主の義務に関する裁判例としては、「（貸主は、）建物が通常備えるべき防火^{およ}及び消防に必要な設備、性能を有する状態で使用収益させる義務を負っていた」（東京地裁平成24年8月29日判決）などというものがあります。

貸主が必要な修繕を行わないことによって借主が目的に従って使用収益できない状況が生じた場合には、貸主は債務不履行責任を負います。本件では、水漏れ事故があったときに、それなりの修理は行われたと思われますが、それでも水漏れが生じているのですから、修理工事が不十分だったということになります。

そして、必要な修繕を行わないことで物件（賃借している部屋です）に瑕疵^{かし}（排水管の不備）が生じ、その瑕疵を原因として損害等が生じた場合には、貸主（大家）は損害賠償責任を負います。

その理論的根拠は、賃貸借契約に基づく貸主の債務不履行ということになります。

賃貸借契約とは別に、契約関係にない当事者の責任を定めている工作物責任（民法717条）に根拠を求める考え方もあります。本件は「上階からの水漏れ事故」です。その「上階」はあなたに対する賃貸部分ではないので、契約上の債務不履行ではない、とも考えられます。しかし、所有者は、そのような水漏れを起こすような迷惑な建物を所有していることによって、他人に実際に迷惑を与えてしまっているのですから、その所有者に責任を取ってもらうという条文です。

ただし、この違いについては、あまり厳密に考える必要はないでしょう。

なお、損害として認定される範囲は、事例ごとにさまざまです。家財等については、購入したときの価格から、今までの使用による価値低下分を考慮した額になるでしょう。また、借家である以上、いずれは引っ越すときが必ずくるものなので、実際の引っ越し費用ではなく、その一部を請求することになると思います。詳しくは弁護士等に相談されるとよいでしょう。





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

解約料条項・損害賠償条項と平均的な損害

適格消費者団体が中古自動車販売事業者に対し、買主による解除の場合の解約料および損害賠償額について定める条項が消費者契約法9条1号により無効であるとして、条項の使用差止め等を求めた事案の控訴審において、控訴を棄却し、適格消費者団体の請求を棄却した原審の判断を維持した事例。(福岡高等裁判所 令和元年12月5日判決、ウエストロー・ジャパン掲載)

原告(控訴人): 適格消費者団体(X)

被告(被控訴人): 自動車販売事業者(Y)



事案の概要

本件は、適格消費者団体であるXが、自動車販売事業者であるYに対し、Yが不特定かつ多数の消費者との間で自動車販売契約を締結するに際して使用している書面には消費者契約法9条1号の規定に該当する次の①および②の各条項(以下、差止請求条項)が含まれているとして、同法12条3項の規定に基づき、差止請求条項を内容とする意思表示の停止および差止請求条項が記載された用紙の廃棄ならびにこれらを従業員に指示する措置を採ることを求めた事案である。

(差止請求条項)※原文のまま

①**本件解約料条項** 契約後のキャンセルは原則できません。購入者の一方的なキャンセルにつきましては、キャンセル料(契約額の30%)の支払を申し受けます。

②**本件損害賠償条項** 契約が解除されたときは、乙(注文者)は甲(販売店)に対し直ちに自動車代金等に相当する額の損害賠償金^{およ}及びこれに対する(ただし書の場合は、各号の金額を控除した額に対する)商事法定利率による遅延損害金を支払います。ただし、下記各号に該当する場合、甲はその金額を前記損害賠償金の支払に充当するものとします。
(1) 乙が甲に頭金及び残代金の一部を既に支払っているときはその合計額。

(2) 自動車が返還された場合(甲が乙に自動車を提

供したが、乙が第2条に違反したため自動車の引渡しができなかったときを含む。)は財団法人日本自動車査定協会による査定評価額及び乙に支払う消費税・地方消費税が生じた場合はその額。ただし、乙が任意に自動車を返還しないため、甲が仮処分その他自己の費用をもって自動車を回収した場合、甲が自動車の評価額から回収費用を差し引くことができるものとします。

原判決(熊本地方裁判所令和元年5月8日判決、ウエストロー・ジャパン)が、差止請求条項は消費者契約法9条1号に規定する契約の条項に該当するとはいえないとして、Xの請求をいずれも棄却し、Xがこれを不服として控訴した。



理由

1 平均的な損害の意義について

本件解約料条項前段は、買主の任意解除を原則として否定しているところ、売買契約には請負契約(民法641条)や委任契約(民法651条)と異なって当事者双方はその一方に任意解除を認める特別な規定はないから、民法の一般原則を注意的に記載したに過ぎない。他方、本件解約料条項後段は、買主が損害金支払義務を負うことを前提として買主の任意解除を認めるとともに、その場合の損害賠償の額を契約額の30%



に予定するものと解される。そして、売主であるYは、中古自動車の引渡し前であっても、任意解除によって中古自動車の原価に上乗せした利益を失うのであるから、この利益の逸失は民法416条の「通常生ずべき損害」というべきである。

Xは、消費者契約法9条1号は、従来、割賦販売法や特定商取引法において採られていたすべての消費者契約に妥当する損害賠償等の額の制限の法理を一般化したものであって、民法416条の特別規定として、少なくとも契約履行前の解除に関する限り、同号にいう「平均的な損害」は、逸失利益を含むものではないと主張する。

しかし、割賦販売法や特定商取引法は、消費者契約のうちの訪問販売等といった事業者による強引な勧誘や消費者に誤解が生じやすい勧誘が行われやすい特定の類型について、契約の履行前における逸失利益の損害賠償を否定するものであって、これを一般化するのであれば、消費者契約法9条1号においても割賦販売法や特定商取引法と同様の規定がされたはずであると考えられる。ところが、同号は、「損害」という文言を使用しているのみであり、これは民法416条を前提としつつ、「解除の時期」などを考慮して逸失利益の損害の回避可能性がある場合にはその賠償請求を否定する、あるいは減じるとの趣旨であると解するのが相当であって、契約の履行前であればおよそ逸失利益の賠償請求を否定する趣旨であると解することはできない。

2 本件解約料条項について

Xは、中古車販売のキャンセルの場合に売主に生じる損害については、業界標準約款の規律する車庫証明申請の実費等をもって「平均的な損害」とすべきであると主張する。

しかし、消費者契約法9条1号の「平均的な損害」とは、当該事業者の一定の種類の消費者契約において生じた損害の額について合理的に算出された平均値であって、当該業種における業界の水準と必ずしも一致するものではない。Xの主張によっても、事業者が業界標準約款の適用

を前提とした中古自動車の売買代金を定めていることが必要であるところ、Yにおいてそのような売買代金により取引をしていることを認めるに足りる的確な証拠はない。

3 本件損害賠償条項について

Xは、本件損害賠償条項が、解除された時期のいかんを問わず、車両の市場価格ではなく「財団法人日本自動車査定協会による査定評価額」（以下、協会評価額）を控除した額を買主に負担させるものとしている点を捉えて、同条項により算出された損害額が「平均的な損害」の額を超えると主張する。

しかし、売買契約がその成立後、自動車の引渡し前に解除された場合には、引渡し後に解除された場合よりも協会評価額が高くなるはずであって、Xの主張する市場価格が協会評価額よりも常に高額であるとは限らない。Xは、協会評価額の内容に関する立証を何らしめないから、本件損害賠償条項によって算定される損害賠償の額が「平均的な損害」の額を超えるかも明らかではないといわざるを得ない。

以上のとおり、Xの当審における主張はいずれも採用できない。



解説

1 平均的な損害の意義

消費者契約法9条1号にいう「平均的な損害」とは、同一事業者が締結する多数の同種契約事案について典型的に考察した場合に算定される平均的な損害をいう。係争対象となっている当該消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき損害ではなく、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害である。具体的には、解除の事由、時期等により同一の区分に分類される複数の同種の契約の解除に伴い、当該事業者が生ずる損害の額の平均値を意味するものである。事業者には多数の事案について実際に生ずる平均的な損害の賠償を受けさせれば足り、それ以上の損害の賠



償の請求を認める必要はないとする趣旨である。

2 平均的な損害と逸失利益

「平均的な損害」に逸失利益が含まれるかどうかについては考え方が分かれている。これを否定する学説は、契約の履行前の段階においては解除に伴う損害賠償請求は「契約の締結及び履行のために通常要する費用」、すなわち、仮に事業者が当該契約を締結していなかったとすれば通常支出することはなかったであろう費用に制限されるという法理を、すべての消費者契約に一般化したものとして、「平均的な損害」を理解する。

これは、契約が履行される前の段階で解除される場合に求められる損害賠償は、当該契約が締結されなかったのと同様の状態に置くという原状回復賠償に限られるという考え方に基づく。ただし例外として、契約の目的に代替性がない取引であるため、当該契約の締結により他と契約する機会を失ったことによる営業上の逸失利益が生じる場合(ホテルやレストランにおけるパーティーの予約、結婚式場における結婚披露宴の予約等は、同じ場所で、同日の同時間帯に2つのパーティーや結婚披露宴を実施できないから、その典型例に当たる)には、原状回復を考える際に、このような機会の喪失による逸失利益を考えることができることから、逸失利益を「平均的な損害」に含めることができるとする。

Xは、この否定説の立場に立って、少なくとも契約履行前の解除に関する限り、同号にいう「平均的な損害」は、履行利益を含むものではないと主張する。

しかし、否定説によると、履行前の解除においては、消費者からの一方的な解除であっても、契約から得られるはずの利益(履行利益)を、(他の消費者との契約締結の機会を失う場合を除き)事業者から消費者契約全般にわたって奪うことになる。このような解釈を採用すべき状況が、特定商取引法や割賦販売法が定める場合を超えて、消費者契約一般に存在するとは考えに

くい。逸失利益を損害賠償の範囲に含めるのが民法上の原則であり、逸失利益の請求が不当とされる場合については、民法の一般原則を修正する旨が特別法等によって明文で規定されているが、消費者契約法9条1号はそのような定めになっていない。また、9条1号は、特定商取引法や割賦販売法の規定と異なり、事業者が契約の目的を履行した後の解除に伴う損害と、事業者が契約の目的を履行する前の解除に伴う損害を何ら区別していない。

これらの点を考慮し、9条1号が、同一の事業者が同種の契約を多数締結することを前提としていることからすると、平均的な損害に逸失利益が含まれるという肯定説の立場に立ったうえで、ある消費者の契約解除により生じた損害を他の消費者との契約により^{てんば}填補できる場合には、その填補できる分を「平均的な損害」に含めず、かつ、事業者にそのための措置を義務づけるという方向から「平均的な損害」を解釈することが適切である。多くの裁判例も「平均的な損害」の額の算定に際して履行利益を含めるが、その一方で、損害回避可能性を考慮しており、この方向にある(「平均的な損害」に逸失利益が含まれるとするものとして、**参考判例①②③④**など、含まれないとする判決として、**参考判例⑤⑥**などがある)。

3 本件解約料条項について

Xは、中古自動車のキャンセルの場合に売主に生じる損害については、業界標準約款の規律する車庫証明申請の実費等をもって「平均的な損害」とすべきであると主張する。しかし、「平均的な損害」は、当該消費者契約の当事者たる個々の事業者が生じる損害の額について、契約の類型ごとに合理的な算出根拠に基づき算定された平均値であり、当該業種における業界の水準を指すものではない。この平均値を表すものとして、事業者が業界標準約款を定めているような場合であれば、それによることが考えられるが、Xはそのような主張をしていない。平均的



な損害を超えることの立証責任は、消費者が負うとするのが最高裁の判決であり(参考判例①)、その当否には疑問もあるが、現行の9条1号を踏まえた判断としては、やむを得ない面がある。

とはいえ、参考判例①も、「上記平均的な損害及びこれを超える部分については、事実上の推定が働く余地があるとしても、基本的には、違約金等条項である不返還特約の全部又は一部が平均的な損害を超えて無効であると主張する学生において主張立証責任を負うものと解すべきである」として、事実上の推定による立証責任の緩和に言及しており、消費者保護の観点から、立証責任の転換ないし緩和を図ることが要請される。

4 本件損害賠償条項について

Xは、本件損害賠償条項が、契約が解除されたときは、解除の時期のいかんを問わず、自動車代金等に相当する額から協会評価額を控除した額を買主に負担させるものとしている点を捉えて、同条項により算出された損害額が「平均的な損害」の額を超えていると主張している。しかし、Xは、協会評価額の内容に関する立証を何らしていないから、本件損害賠償条項によって算定される損害賠償の額が「平均的な損害」の額を超えるかも明らかでない。この点の事情は、前記3の場合と同様であり、ここでも、現行の9条1号を踏まえた判断としては、やむを得ない面がある。

5 本件契約の特色を考慮すべきか

なお、原審において、Xは、仮に「平均的な損害」に履行利益が含まれる場合があるとしても、当該消費者契約の目的が他の契約において代替ないし転用される可能性のない場合に限られるとして、再販可能性が認められる場合には、「平均的な損害」に履行利益が含まれないと主張し、これに対して、Yは、Yには顧客のオーダーによってカスタマイズに関する整備を行ったPという車種を専門的に販売しているという特色があり、「平均的な損害」を検討するに当たっては、

他者への再販可能性が考えにくい点を考慮しなければならないと主張している。

これは、「平均的な損害」に逸失利益が含まれるかどうかにつき、Yが顧客のオーダーによってカスタマイズに関する整備を行った車種を専門的に販売しているという特色を考慮するかどうかの問題であるが、原判決は、「事業者が、消費者契約を消費者の債務不履行によって解除した場合に、当該契約の目的を他の契約に代替ないし転用できるか否かによって、民法416条の『通常生ずべき損害』に逸失利益が含まれるか否かに差異が生じるものではないから、(消費者契約)法9条(1号)の『平均的な損害』についても、消費者契約の目的を他の契約に代替ないし転用できるか否かによって逸失利益が含まれるか否かに差異が生じるとは解し難い」と判示し、本判決も、この問題には触れずに、「平均的な損害」に逸失利益が含まれるかどうかにつき、より一般的な判断をしている。

参考判例

- ①最高裁判所平成18年11月27日判決(『民集』60巻9号3437ページ)
- ②東京地方裁判所平成14年3月25日判決(『判例タイムズ』1117号289ページ、飲食店を営む原告Xが、30名から40名でパーティーを実施するとの予約を解約した被告消費者Yに対し、予約の際承諾した解約時の営業保証料の支払を請求した事案において、9条1号にいう「平均的な損害」とは、「当該消費者契約の当事者たる個々の事業者が生じる損害の額について、契約の類型ごとに合理的な算出根拠に基づき算定された平均値であり、解除の事由、時期の他、当該契約の特殊性、逸失利益・準備費用・利益率等損害の内容、契約の代替可能性・変更ないし転用可能性等の損害の生じる蓋然性等の事情に照らし、判断するのが相当である」とした)
- ③東京地方裁判所平成23年11月17日判決(『判例時報』2150号49ページ)
- ④大阪高等裁判所平成25年3月29日判決(『判例時報』2219号64ページ)(最高裁は平成26年12月11日付で消費者側からの上告不受理を決定)
- ⑤横浜地方裁判所平成21年7月10日判決(『判例時報』2074号97ページ)
- ⑥大阪高等裁判所平成25年1月25日判決(『判例時報』2187号30ページ)



電気通信サービスにおける 消費者保護の歴史と現状

齋藤 雅弘 Saito Masahiro 弁護士

日弁連消費者問題対策委員会委員、国民生活センター客員講師のほか、一橋大学法科大学院、早稲田大学法科大学院・法学部、亜細亜大学法学部の非常勤講師（消費者法）、総務省「ICTサービス安心・安全研究会」「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」専門委員（～2022年6月）

離れた人同士で意思や感情、事実などの情報を伝達し合うことを「通信」と呼びますが、電話、メール、SNSなど私たちは日常生活の中でさまざまな方法で通信を行っています。手紙のように情報の媒体に「もの」を使う場合もありますが、電気と磁気の物理的な性質を利用して行うのが「電気通信」です。歴史的には「電信」、次に「電話」が発明され、電波による無線通信の実用化を経て、電気通信は急速な発達を遂げてきました^{*1}。現代では、情報処理技術の驚異的な進歩と相まって、インターネット（以下、ネット）など高度情報通信技術（ICT：Information and Communication Technology）に立脚した情報通信ネットワークは社会の重要なインフラとなっています。

電気通信役務（サービス）の現状

私たちが電気通信をするには、電話機やスマートフォン（以下、スマホ）等の通信端末を用意してそれを回線へ接続し、通信の媒介を行う電気通信役務の提供を受けることが必要です。

電気通信役務は、わが国では電気通信事業法（以下、事業法）に基づき電気通信事業者（事業法2条5号）によって提供されています。事業法が対象とする「電気通信」は、①有線無線その他の電磁的方式により、②符号、音響または影像を送り、伝え、または受けることと定義されています（事業法2条1号）。有線か無線かは関係なく^{*2}、電気と磁気に関する物理的性質を利用

する方法で符号、音響等の情報を送ったり受けたりすることを意味します。このような「電気通信」を行うための機械、器具、線路その他の電氣的設備（同条2号）を用いて、他人の通信を媒介すること、その他電気通信設備を他人の通信の用に供することが「電気通信役務」です（同条3号）。事業法が対象としている具体的な電気通信役務の種類は、次頁の表のとおりです（事業法施行規則（以下、省令）別添の「様式第4」）。

これらの電気通信役務を他人の需要に応ずるために提供する事業が「電気通信事業」ですが（事業法2条4号）^{*3}、電気通信事業は登録制（同法9条）または届出制（同法16条）となっています。

電気通信役務（以下、電気通信サービス）には、大きく分けると固定電話・光回線（FTTH）などの固定系サービスと、携帯・スマホや無線ルーター等の移動系サービスの2つがあります。いずれも高速通信が可能なものが急拡大しています。2019年における固定系サービスの契約数は約3300万件ですが、超高速ブロードバンドが利用可能な世帯の割合は2015年には99.9%を超えています。移動系（モバイル）通信の拡大はさらに著しく、2020年末の携帯電話サービスの契約件数は単純合計で1億9120万件、無線ルーターなどのBroadband Wireless Access（BWA）サービスが7438万件と飛躍的に伸びています。ネット利用者数は、既に2010年の段階で携帯等のモバイル接続がPC接続（固定系）を追い越し、その差が拡大しています^{*4}。このようにICT

*1 電気通信と放送の歴史については、齋藤雅弘『電気通信・放送サービスと法』（弘文堂、2017年）1ページ以下を参照

*2 無線通信については電波法が規制しており、周波数300万MHz以下（波長では1mm以上）の電磁波の送信には電波法が適用される（電波法2条1号）

*3 ただし、放送法の規定する放送事業に該当するものは除外（事業法2条4号括弧書き）

*4 総務省『令和3年版 情報通信白書』（2021年7月）11～13ページ

表 電気通信役務の種類(省令様式第4)

1	加入電話	
2	総合デジタル通信サービス(中継電話又は公衆電話であるもの及び国際総合デジタル通信サービスを除く。)	
3	中継電話(国際電話であるものを除く。)	
4	国際電話等	国際電話 国際総合デジタル通信サービス
5	公衆電話	
6	携帯電話	3.9-4世代移動通信システムを使用するもの 第5世代移動通信システムを使用するもの 3.9-4世代移動通信システム又は第5世代移動通信システムを使用するもの以外のもの
7	PHS	
8	IP電話	当該IP電話の提供のために電気通信番号規則別表第1号又は第6号に掲げる電気通信番号を使用するもの 当該IP電話の提供のために電気通信番号規則別表第1号又は第6号に掲げる電気通信番号を使用するもの以外のもの
9	ワイヤレス固定電話	
10	衛星移動通信サービス	
11	FMCサービス	
12	インターネット接続サービス	
13	FTTHアクセスサービス	共同住宅等内にVDSL設備その他の電気通信設備を用いるもの以外のもの 共同住宅等内にVDSL設備その他の電気通信設備を用いるもの
14	DSLアクセスサービス	
15	FWAアクセスサービス	
16	CATVアクセスサービス	
17	携帯電話・PHSアクセスサービス	
18	3.9-4世代移動通信アクセスサービス	
19	第5世代移動通信アクセスサービス	
20	ローカル5Gサービス	
21	フレームリレーサービス	
22	ATM交換サービス	
23	公衆無線LANアクセスサービス	
24	BWAアクセスサービス	全国BWAアクセスサービス 地域BWAアクセスサービス 自営等BWAアクセスサービス
25	IP-VPNサービス	
26	広域イーサネットサービス	
27	衛星アクセスサービス	
28	専用役務	国内電気通信役務であるもの 国際電気通信役務であるもの
29	アンライセンストPWAサービス	
30	上記1から29までに掲げる電気通信役務を利用した付加価値サービス	
31	インターネット関連サービス(IP電話を除く。)	
32	仮想移動電気通信サービス	携帯電話に係るもの PHSに係るもの ローカル5Gサービスに係るもの BWAアクセスサービスに係るもの
33	ドメイン名電気通信役務	第59条の2第1項第1号イに掲げるもの 第59条の2第1項第1号ロに掲げるもの 第59条の2第1項第2号に掲げるもの
34	電報	受付及び配達業務を行う場合 受付及び配達業務を行わない場合
35	上記1から34までに掲げる電気通信役務以外の電気通信役務	

を支える通信インフラは通信の超高速・大容量化とモバイル化の進展が極めて顕著です。

電気通信サービスの消費者トラブル

電気通信サービスの契約件数の急拡大とそれに伴う高速・大容量化やモバイル化等を含むサービスの多様化に伴い、消費者トラブルも増加し、さまざまな対策にもかかわらず苦情相談件数が高止まりの状況にあります^{*5}。

消費者庁や国民生活センターのまとめでは、2020年は「通信サービス」の相談が15.4万件と消費生活相談の中で最多となり^{*6}、なかでも光回線などの「インターネット接続回線」と、スマホ・携帯やモバイルデータ通信などの「移動通信サービス」の相談が増えています^{*7}。

最近の相談内容としては、①高齢者がスマホや高性能の通信端末に未習熟で知識も乏しいことに乗じたセット契約やオプション契約をめぐるとのトラブル事例^{*8}、②電話勧誘で光回線をアナログ回線に戻せば料金が安くなるなどと勧誘され、手続き代行やコンサルタント契約、内容の詳細が不明なオプションサービスなどの不要な契約をさせられたり、かえって高額な契約をさせられてしまった事例^{*9}、③NTT東西の固定電話回線のIP網への移行に便乗し「このままでは固定電話が使えなくなる」など消費者の理解や知識の不足に付け込む光回線の勧誘事例^{*10}等が目立っています。

また、総務省の「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」^{*11}で報告された苦情・

^{*5} 最近の苦情相談の傾向については、差し当たり注11の総務省「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」第12回会合の資料「苦情相談の傾向分析の結果について」https://www.soumu.go.jp/main_content/000793845.pdf 参照

^{*6} 消費者庁『令和3年版 消費者白書』20ページ。なお、2020年の全国の消費生活相談(PIO-NET)の件数は93.4万件で、そのうち「通信サービス」の相談は16.5%を占めている

^{*7} 国民生活センター『消費生活年報2021』7ページ

^{*8} https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20180913_1.html

^{*9} https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20211209_1.html

^{*10} https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20220426_1.html

^{*11} 事業法2016年改正後の法執行の適切実施および制度の実効性の確保のため、事業法に関する消費者保護ルールの実施状況のモニタリングを実施して、その結果を総務省および有識者、事業者団体、消費者団体間で共有・評価等を行うために定期的に開催されている会合
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/shouhisha_hogorule/index.html

相談等や「電気通信消費者支援連絡会」^{*12}で報告されたものは、④「希望していた料金プランが適用になっておらず、請求があって初めて気づく」「違約金なしの解約が可能だと思ったができなかった」など、取引や契約条件の誤解・勘違いによるトラブル、⑤契約の申込みはウェブ入力などで簡単にできるが、解約やトラブル時にはオンラインのメールやチャット等での申し出しが受け付けられない(電話は不可)ため、これらの取り扱いや操作に不慣れな高齢者等に戸惑いや不満を生じさせ解約に繋がっているもの、⑥申し込んだ覚えのないSIMが届き、問い合わせしたくても方法がオンラインに限定されていて、パソコン・スマホの扱いに不慣れな利用者の対応が困難な事例、⑦格安スマホに乗り換えようとした高齢者が、契約申込みは完了しても、いざ使用を開始する段になって通信設定ができず、事業者にご相談したくても電話が繋がらず、サポートが受けられないため、結局、使用できないなどの苦情やトラブル事例があります。

これらの苦情・相談等の実情を踏まえると、電気通信サービスや端末利用それ自体およびこれらの契約についての知識、経験や習熟が十分でない利用者(特に高齢者に顕著^{*13})に対する説明の不十分さなどを原因とする誤認、契約意思が十分に形成されていない状態での契約などに起因する苦情・トラブルが目立ちます。また、契約の申込み、解除・解約の手続きや電気通信サービスの適切な提供を受けるため必要な通信設定や端末機器の使用方法などのアフターケアをめぐる苦情・相談も目立っています。さらに、最近、これらの苦情・相談の場面で顕著となっ

ているのは、ショップでの面談や電話による対応ではなく、SNS(チャット、メール)やウェブ上での操作など、^{あらかじめ}予め知識・経験、習熟性が必要な操作や対応を行うことを余儀なくされ、そのためいっそう消費者の苦情に繋がり、トラブルを増加させている現状がみえてきます。

電気通信事業の歴史と消費者保護

電気通信サービスにおける消費者保護は、事業法の制定当時は中心的課題とは考えられていませんでした^{*14}。この点を、わが国の電気通信事業および事業法の制定・改正の歴史から確認しておきます。

日本の電気通信事業は、次頁の図1のとおり、明治時代に電報、電話から始まっています。太平洋戦争の敗戦後も、しばらくは国や公法人(電電公社)が事業を担う国営・公営の時代が続きました。1984年に事業法と日本電信電話株式会社法が制定され、電電公社の民営化と許可制の下で私企業の電気通信事業への参入が認められ、その後、事業法改正によって2004年から電気通信事業が許可制から登録・届出制となり、新規事業者の参入が一気に進展しました。

電気通信事業は、このように国の独占事業から始まり、電気通信事業を適切に行える事業者だけに事業展開を認める許可制となり、そして例外に該当しない限り原則として誰でも電気通信事業を遂行できる登録制・届出制に変更されてきました。その背景には、電気通信事業の政府規制を緩和・撤廃して参入を自由にし、各事業者による自由かつ公正な競争を通じて安価で品質のよい電気通信サービスを提供できるよう

^{*12} 電気通信分野における消費者利益の向上を目的とし、消費者関係施策の一体的推進に取り組む場として、総務省が各総合通信局等の管内の消費生活センター、電気通信事業者、国等の関係者により、年2回、継続的に開催している意見交換会
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/renrakukai.html

^{*13} 2021年度上期のモニタリング結果の分析でも、MNOサービスとFTTHサービスについては、MVNOサービスと比較すると、70歳代以上における苦情相談の比率が相対的に高い割合となっていること、FTTHサービスの「電話勧誘以外」を発生チャネルとする60歳代以上の苦情相談の割合は27.7%であり、電話勧誘に係る苦情相談における60歳代以上の割合は顕著に高い状況にあるとの分析がされている
https://www.soumu.go.jp/main_content/000793845.pdf

^{*14} 事業法は電気通信サービスの提供を受ける相手方やサービス提供契約の相手方当事者は「利用者」という文言で規定しており(事業法1条など)、そもそも「消費者」とか「事業者」というような当事者の属性で区別して規定していない。電気通信サービスが社会のインフラであることも関連するが、サービス提供の相手方には国や自治体、大企業はもとより、個人の場合も大人から子どもまで幅広くサービスを享受し得る主体を含むものとして扱っている。そのため事業法の消費者保護のための規定は、消費者か否かとは異なる基準で「利用者」の中から保護をすべき対象を切り分けて適用されるようになっており、これらの保護規定は消費者契約法と同様の「消費者」に限定されて適用されるわけでもない

図1 電気通信法制の歴史と変遷

〈日本の電気通信サービスのはじまり〉 ・電報→1869(明2)年東京・横浜間 ・電話サービス→1889(明22)年東京・熱海間で実験、1890年東京・横浜間(通信省)		時代区分
〈法制の歴史と変遷〉 ①1943(昭18)年運輸通信省(通信省+鉄道省)外局の通信院→1945(昭20)年通信院に ②1946(昭21)年通信院→通信省、1949年郵政省と電気通信省に ③1952(昭27)年「日本電信電話公社法」制定→電気通信省から電電公社が業務承継、電気通信監督及び電波管理行政は郵政省へ ④1953(昭28)年「公衆電気通信法」と前年の「国際電信電話株式会社法」制定により国内電信電話業務→電電公社、国際電信電話業務→国際電信電話株式会社(同法に基づく特殊会社)に移管		国営・公営の時代
⑤1984(昭59)年「電気通信事業法」「日本電信電話株式会社法」制定(翌年施行) ⑥1987(昭62)年第二電電、日本テレコム、日本高速通信参入 ⑦2003(平15)年7月電気通信事業法の一部を改正する法律(平成15年法律第125号:翌年4月施行)		民営化の時代
⑧2004(平16)年4月から許可制を廃止して登録・届出制(3月まで第一種電気通信事業と第二種電気通信事業の区分する許可制)、消費者保護ルール(事業体廃止の周知、提供条件の説明、苦情等の処理)導入 ⑨2015(平27)年5月電気通信事業法等の一部を改正する等の法律(平成27年法律第26号:2016(平28)年5月21日施行)説明義務強化・初期契約解除制度 ⑩2018(平30)年4月電気通信事業法及び国立研究開発法人情報通信研究機構法の一部を改正する法律(平成30年法律第24号:同年11月1日施行)事業体廃止の周知義務強化 ⑪2019(平31)年3月電気通信事業法の一部を改正する法律(令和元年法律第9号:2019年10月1日施行)端末代金と通信料金の完全分離など ⑫2022(令4)年3月電気通信事業法の一部を改正する法律(令和4年法律第70号:同年6月17日公布(未施行))利用者情報について適正な取扱いの義務付け等		競争の時代

※筆者作成

にしようという通信政策の基本的な考え方の転換があります。

通信政策に関する基本原則の転換は、適正な価格や品質による電気通信サービス提供の責任を、それまで行政権限を行使することで国が担ってきたのに対し、事業者の市場における自由な競争に委ね、国(行政)の役割を電気通信サービスの市場の基盤整備(競争阻害要因を除去し、自由公正な競争環境を整備、維持すること)に転換するものです。この点を消費者(利用者)からみれば、それまでいわば「お上」が電気通信サービスの安心・安全を確保してくれていたのに対し、利用者(消費者)自身も通信サービス市場におけるプレイヤーとして自ら選択をすることで責任を負う取引に転換したことを意味します。

事業法は、当初は電気通信事業に許可制を採用し、大幅な国(行政上)の監督の下に事業展開を認めていましたので、電気通信サービス市場での行き過ぎた競争や不公正な事業者の振る舞いへの抑制が利いていましたが、その後、電気通信サービス市場の自由化が、次頁の図2のとおり進展しました。

これらの規制緩和により電気通信事業への参

入と事業活動の自由度が増したことを背景にして、事業者相互の競争の激化や営業活動の過熱、過大な顧客誘引など消費者に対する電気通信サービス提供の現場ではさまざまな問題も生じていました。

さらに2003年改正により、前述のとおり電気通信事業が許可制から登録・届出制に変わる事となり、この改正に合わせて、ようやく事業法の中に電気通信役務の提供条件の説明義務や利用者からの苦情処理義務等を規定する改正がなされ、事業法の中に初めて利用者(消費者)を直接保護することを目的とする規制が導入されました。

電気通信事業法の消費者保護ルール

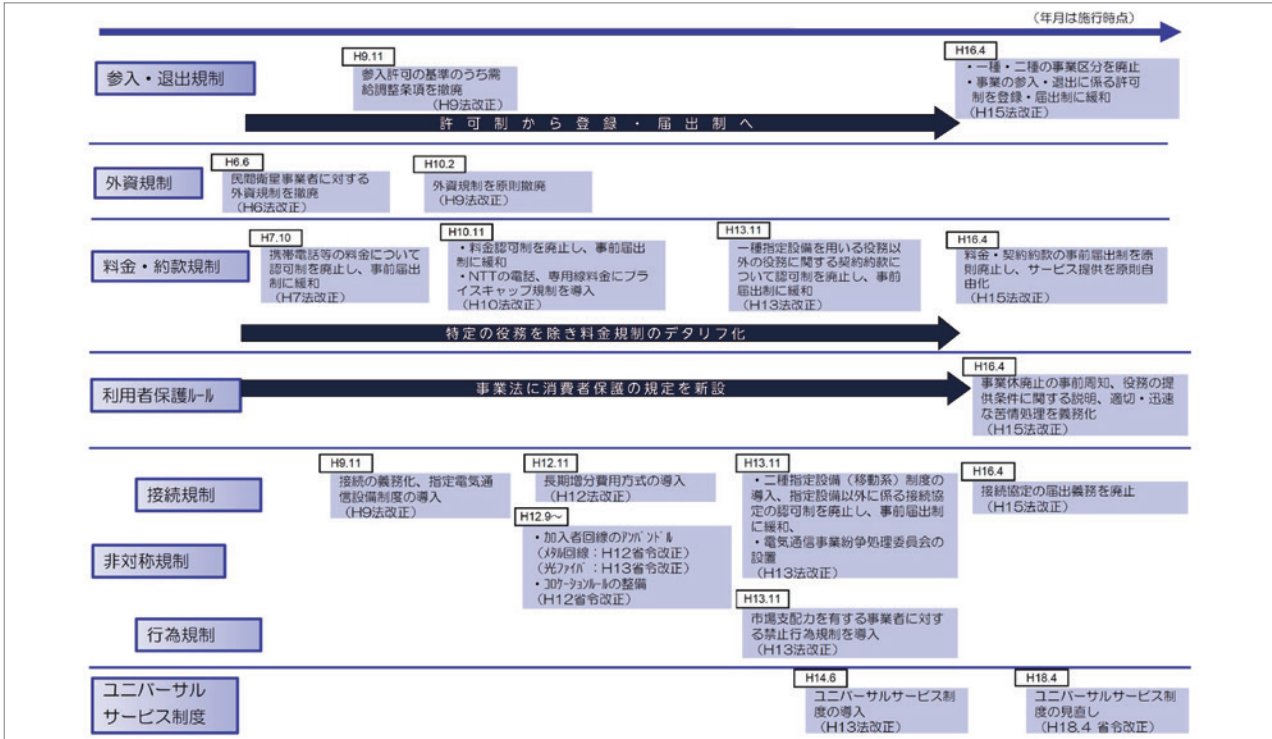
しかし、その後も大手電気通信事業者による巨額の販売奨励金を原資とした「0円携帯」に代表される歪^{いびつ}な顧客の獲得競争の過熱^{*15}、その反面として「2年縛り」と高額違約金条項や「SIMロック」を盾に顧客の流出(中途解約など)を防止し、囲い込みを図る営業政策により、電気通信サービスの市場の歪^{ゆが}みがいっそう顕著となりました^{*16}。

このような実情に対し、利用者(消費者)保護

*15 筆者が各社の有価証券報告書を基に推計した2013年における大手キャリア3社(NTTドコモ、KDDIおよびソフトバンク)の販売奨励金を含む販売関連費用の総額は、2兆円近くに上った

*16 例えば2013年のモバイル通信の総契約件数のうち、新規契約及び乗換契約の件数はわずか5%程度であったにもかかわらず、残りの95%の利用者が支払う通信料金から携帯端末の購入や料金の割引、キャッシュバック等として5%の顧客やそれを獲得するための営業活動等を行う費用として2兆円近くのお金が使われていたとみられ、市場としてみても不公平さや歪な構造が際立っていた

図2 電気通信事業法の競争の枠組みの変遷



※総務省通信行政・郵政行政審議会電気通信事業部会（第4回）資料4-1「参考資料」

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/policyreports/joho_tsusin/yusei/denki_tsusin/pdf/081216_2_si4-1.pdfに基づき、筆者作成

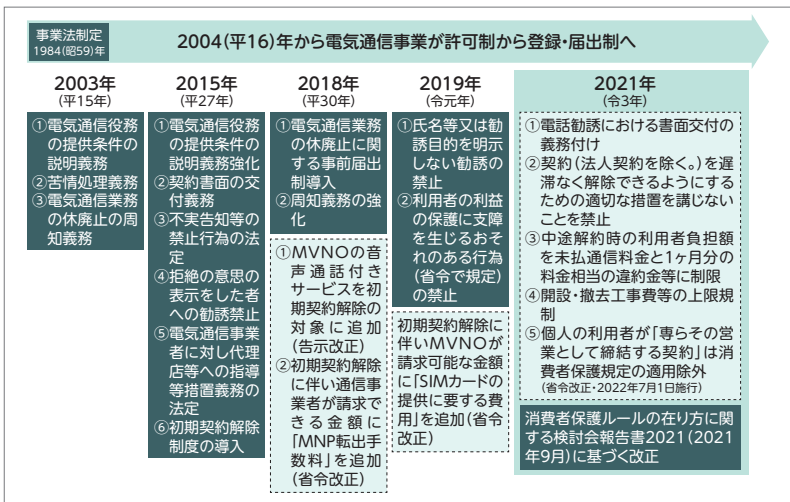
の充実、強化が重要と認識されるようになり、総務省でも利用者（消費者）の保護の観点から現状分析や制度の在り方を検討する研究会等が設けられ、利用者保護のための議論も活発になっていき、その後、何度か事業法の消費者保護ルール改正がなされています。その経緯と内容は、図3のとおりです。

事業法の消費者保護ルールの概要

電気通信サービスをめぐる歴史的経緯や事業法の制定、改正を経て、現行の事業法では利用者（消費者）の保護ルールとして、図4のとおり、義務や禁止行為および初期契約解除権が規定されるに至っています。

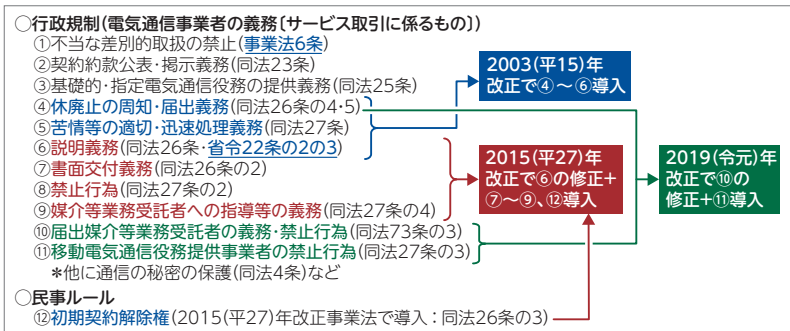
本連載では、消費者保護のための事業法におけるこれら制度の解説をしていきます。

図3 電気通信事業法の利用者保護ルール整備の変遷



※筆者作成

図4 電気通信事業法の利用者保護ルール



※筆者作成



独立行政法人

国民生活センター

編集・発行

『くらしの豆知識』

2023 年版『くらしの豆知識』
好評発売中！

◆購入についてのお問い合わせ先◆

独立行政法人国民生活センター

広報部地方支援課販売担当 電話：03-3443-6215



定価 550 円(税込み)