

消費者問題をよむ・しる・かんがえる

ウェブ版

国民生活 2

NO.126 (2023)

特集 「ニセモノ」の国内流通を防ぐために

特集 1	模倣品規制に関する法制度	1
特集 2-1	税関における知的財産侵害物品の水際取締りについて	5
特集 2-2	模倣品のトラブルにあわないために	7
特集 3	偽造品に対する権利者団体による取り組み	8
消費者問題アラカルト	消費者安全調査委員会設立 10 年の成果と今後の課題	11
中古住宅を買うとき売るとき	中古住宅を売るとき (その 3)	15
契約の基礎知識—自動車編—	車の整備① 点検の種類	18
多様化・重層化するキャッシュレス決済	コード決済 (2) —コード決済に関する制度の整理—	21
海外ニュース	<香港> 電気温水洗浄便座の適切な使い方ガイド <イギリス> 高齢者の旅の必要経費は <オーストリア> 幼稚園児にも分かる絵本の良しあし <ドイツ> 冬の飲み物にも新しい波	24
消費者教育実践事例集	高校生が地元の小学校で「先生」に —地域や学校と連携した小学生への金融経済教育講座—	26
気になるこの用語	MEC (マルチアクセス・エッジ・コンピューティング)	28
相談情報ピックアップ—18 歳で成人!	「貸借借契約」について理解し、トラブルを防ごう!	30
暮らしの法律 Q&A	父の代からある設置業者不明の立て看板を撤去したい場合は?	31
暮らしの判例	一人暮らしの高齢者が居住不動産を 低廉な価格で売り渡す契約を無効とした事例	32
誌上法学講座	電気通信サービス提供の媒介等業務 (代理店等) に対する規制	36

「ニセモノ」の 国内流通を防ぐために

特集
1

模倣品規制に関する法制度

特許庁総務部国際協力課



はじめに

2021年3月2日に閣議決定された、「特許法等の一部を改正する法律案」が同年5月14日に可決・成立し、同年同月21日に法律第42号として公布されました。本法律は、商標法および意匠法において、海外の事業者が、日本国内の個人への郵送等の方法により模倣品を日本国内に持ち込む行為について、権利侵害行為となることを明確化を含むものであり、当該改正内容については2022年10月1日に施行されました。

これに併せて関税法も改正され、この改正により、海外の事業者が郵送等により日本国内の個人に発送する模倣品が「輸入してはならない

貨物」として、税関による差止め等取締りの対象となりました。

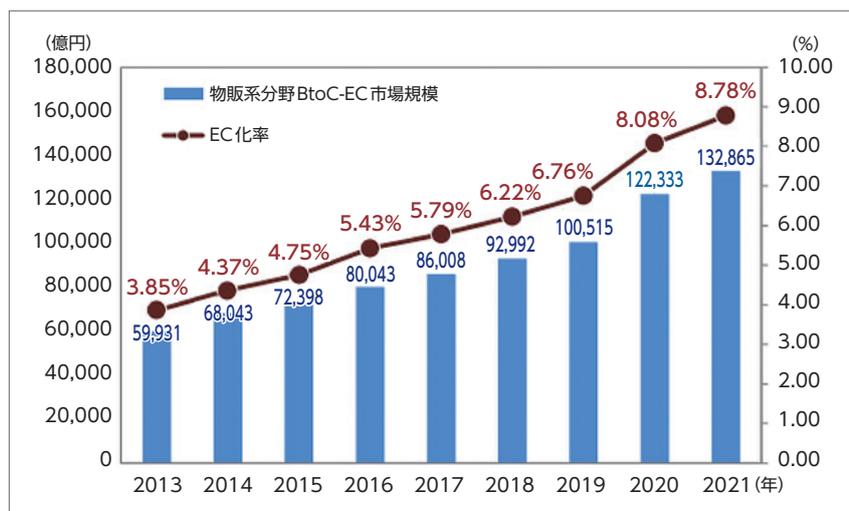
改正の必要が生じた経緯

(1) 個人輸入による模倣品被害の現状

近年、EC(電子商取引)サイトにおける取引の活性化や国際貨物に係る配送料金の低下を背景として、海外の事業者が国内の個人に対し、少量の模倣品を郵便等で直接販売し、送付する事例が急増しました。図1は、日本国内における物販系分野のBtoC電子商取引市場規模とEC化率の推移をそれぞれ表したものであり、両数値ともに毎年増加していることが分かります*1。

また、図2は、税関における知的財産侵害物品の輸入差止実績を表しています*2。左側のグラフ(緑色)が、その年に差し止められた輸入件数を表しており、右側のグラフ(青色)が、その年に差し止められた輸入物品の点数を表しています。2006年の数と近年の数を比較すると、近年に至り差止件数が約2万件から約3万件へと大きく増加している一方、差止点数は同程度または2006年を下回る数となっていることが分かります。このことから、税

図1 国内の物販系分野のBtoC電子商取引市場規模およびEC化率の推移

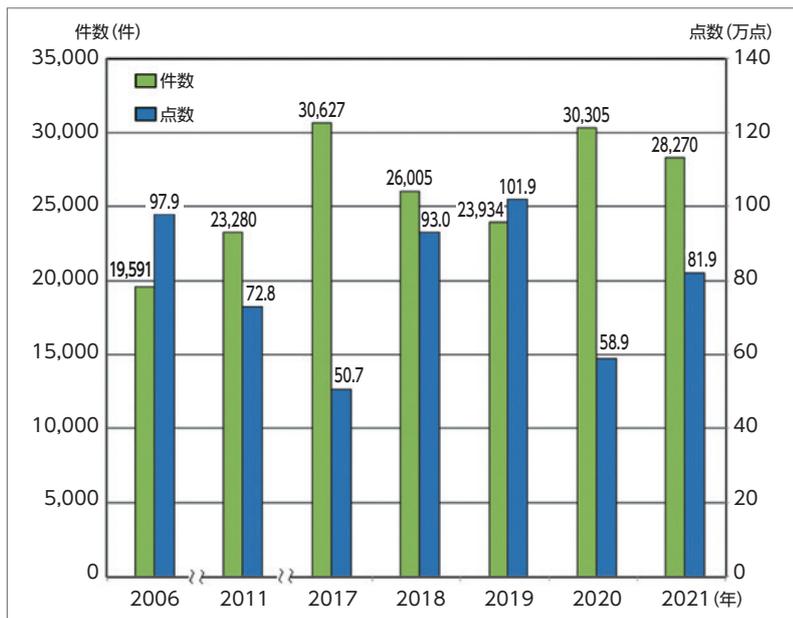


出典：経済産業省商務情報政策局情報経済課「令和3年度電子商取引に関する市場調査報告書」

*1 経済産業省商務情報政策局情報経済課「令和3年度電子商取引に関する市場調査報告書」(2022年8月)

*2 財務省「令和3年の税関における知的財産侵害物品の差止状況(詳細)」
https://www.mof.go.jp/policy/customs_tariff/trade/safe_society/chiteki/cy2021/20220304a.htm

図2 税関における知的財産侵害物品の輸入差止実績



出典：財務省「令和3年の税関における知的財産侵害物品の差止状況(詳細)」

関において差止めの対象となる侵害貨物は小口化している傾向が見受けられます。

また、輸入差止物品に係る知的財産権別の構成比は、件数ベースでは商標権侵害物品が全体の96%を占めており^{*3}、日本国内の商標を無断で付した模倣品の輸入差止めが多く見受けられます。

(2) 改正前の法令の概要^{*4}

商標権または意匠権を侵害する物品は、日本国内に「輸入してはならない貨物」とされています(関税法69条の11第1項9号)。税関長は、そのような物品に該当する疑義のある貨物を発見した場合、当該貨物が権利侵害物品に該当するか否かについて、輸入者および権利者から証拠等の提供を受けて判断する認定手続を行います(同法69条の12第1項)。認定手続において、当該貨物が権利侵害物品と判断された場合、税関長は当該物品を没収することができます(同法69条の11第2項、同法69条の12第5項)。

没収の対象となる商標権または意匠権の侵害物品の輸入に当たるか否かについては、商標法および意匠法に基づいて判断されます。

商標法2条1項1号および2号においては、「商標」の定義として、標章であって「業として商品を生産し、証明し、又は譲渡する者がその商品について使用をするもの」および「業として役務を提供し、又は証明する者がその役務について使用をするもの」と定められています。

以上の商標法上の定義から、「業として」商品の生産等や役務の提供等に使用される標章が、商標法上の

「商標」として保護されることとなりますが、第三者が商標権者の商標と同じ標章を無断で使用したとしても、それが「業として」の使用に当たらない場合には、「商標」の使用には当たらず、商標権の侵害とならないこととなります。

また、意匠法23条においては、「意匠権者は、業として登録意匠^{および}及びこれに類似する意匠の実施をする権利を専有する」と規定されており、「業として」の実施に当たらない第三者の行為に対しては、意匠権の効力は及ばないこととされています。

改正前の商標法および意匠法においては、商標の「使用」(商標法2条3項)および意匠の「実施」(意匠法2条2項)に当たる行為の1つである「輸入」とは、一般に外国から日本に到着した貨物を日本国内に引き取る行為や搬入する行為といった概念と理解されており、その行為の主体は貨物を引き取る側、すなわち日本国内の者となります^{*5}。

*3 財務省「令和3年の税関における知的財産侵害物品の差止状況(資料)」
https://www.mof.go.jp/policy/customs_tariff/trade/safe_society/chiteki/cy2021/20220304b.htm

*4 今般の改正で、条文番号の繰り下げ等も生じているところ、本稿では特記なき限り改正後の条文番号を記載する

*5 外国から日本国内へ貨物を持ち込む行為のうち、どの段階において「輸入」に当たると認めるかについては諸説あるが、本稿においてはこの点についての学説への言及を割愛する

そのため、登録商標を付した物品や登録意匠と同一の形状の物品を第三者が無断で輸入した場合であっても、その輸入が「業として」なされるものではない、すなわち事業性のない個人が日本国内において貨物を引き受ける場合であれば、当該個人の行為は商標法および意匠法において権利侵害に当たらず、当該物品は商標権または意匠権を侵害する物品に当たらないことから、関税法上「輸入してはならない貨物」に該当しないことになり、税関での没収等の対象から除外されていました*6。

法改正の概要

(1) 商標法および意匠法について

このたび改正された商標法においては、同法2条7項として「この法律において、輸入する行為には、外国にある者が外国から日本国内に他人をして持ち込ませる行為が含まれるものとする」との定義規定が新設されました。

また、改正された意匠法においては、同法2条2項1号に定める実施行為の定義規定が「意匠に係る物品の製造、使用、譲渡、貸渡し、輸出若しくは輸入(外国にある者が外国から日本国内に他人をして持ち込ませる行為を含む。以下同じ。)又は譲渡若しくは貸渡しの申出(譲渡又は貸渡しのための展示を含む。

以下同じ。)をする行為」との内容に改められました。

先述のとおり、商標の「使用」および意匠の「実施」に当たる「輸入」とは、一般に外国から日本に到着した貨物を日本国内に引き取る行為等といった概念と理解されており、本来その行為の主体は貨物を引き取る側、

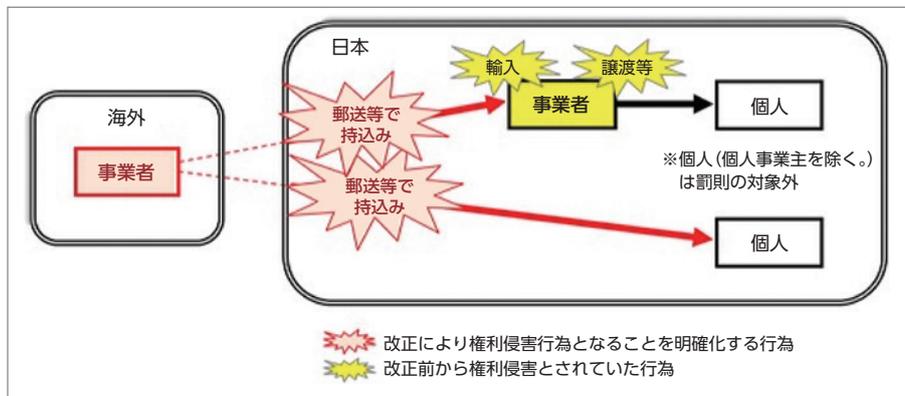
すなわち日本国内の者となります。しかしながら、これらの各改正により、外国にいる者が他人を利用して日本国内に貨物を持ち込ませる行為も「輸入」に含まれることになり、当該外国にいる者も「輸入」の主体とされました。その結果、外国にいる者が同行為を「業として」行う、すなわち事業性を有する場合、たとえ日本国内の貨物の受領者が事業性を有さずとも、同行為が権原なく行われた場合は、商標権または意匠権への侵害行為に該当することになりました(図3)。

なお、国内において権利侵害物品を引き受ける個人が事業性を有さない場合に、当該個人が商標権侵害または意匠権侵害の行為主体とならないことは改正前から変わらないため、当該個人は刑事罰の対象(商標法78条、78条の2、意匠法69条、69条の2)となりません。

(2) 関税法について

このような商標法および意匠法の改正に併せて、関税法も2022年3月に改正されました。具体的には、商標法および意匠法で権利侵害となることが明確化された行為により日本国内に持ち込まれる物品について、税関における取締りの対象とするため、新たに当該物品を、関税法における「輸入してはならない貨物」に加えることになりました(関税法69条の11第1項9号の2)。

図3 商標法および意匠法の改正のポイント



特許庁ウェブサイトより

*6 海外事業者の行為(国内の者に模倣品を直接販売・送付する行為)は、商標権等の侵害に該当するか商標法等の規定上、明確にされていない

また、従来制度において認定手続を行うに当たっては、輸入者が貨物について権利侵害物品に該当しない旨を主張する場合に、税関長が当該輸入者に証拠の提出を求めることができる規定は存在しませんでした。

しかしながら、改正後の関税法の実効性を確保するためには、認定手続を行うに当たり、税関長は、証拠に基づいて海外の仕出人に事業性があるか否かを認定する必要があります。

そこで、今回の改正に併せて、輸入者が認定手続において自身の輸入物品が権利侵害物品に当たらない旨を主張する場合に、当該輸入者に対して、その旨を証する書類等の提出を求めることができると定められました(関税法69条の12第4項)*7。

なお、事業性を有さない個人による輸入行為が、改正前と同様に刑事罰の対象(関税法109条2項、109条の2第2項)とならないことは、商標法および意匠法と同様です。

今後の課題や展望

昨今においてECサイトにおけるBtoC取引が急増していることは先述のとおりであり、一般消費者は日常的にECサイトを利用してブランド品を購入しています。そして、このようなECサイト取引環境において、海外から模倣品を日本の消費者に販売しようとする事業者は、残念ながら後を絶ちません。一般消費者は、事業性を有しない限り、たとえECサイト上で模倣品を購入したとしても、刑事罰の対象となることはありません。しかしながら、対価を支払って購入した物品が、商標権または意匠権を侵害する模倣品であった場合、当該物品は税関において差し止められ、消費者の手には何も渡らないこととなります。

このように、模倣品の購入により消費者が経済的損害を被らないためにも、今後、①模倣品は知的財産権を侵害する違法な物品であり、そもそも購入すべきでないこと ②ECサイトでの購入を含め、商品を購入する場合には、その商品が模倣品か否かを確認すべきであることを、一般消費者に啓発するとともに ③模倣品販売と思われるECサイトのページや模倣品の特徴・見分け方についても情報提供を行うことが、今後取り組むべき課題であると考えられます。

さいごに

特許庁では、一般消費者への啓発を目的として「コピー商品撲滅キャンペーン」*8を実施しています。2022年12月には、特にオンライン取引の機会が多く、コピー商品による被害にあいやすい20歳代および30歳代の年齢層に対して、コピー商品を購入しないという意識が浸透するよう、カワウソをモチーフにしたイメージキャラクター「カワンゾちゃん」を新たに作成しました。また、イメージキャラクターに合わせて「絶対買わんぞ! コピー商品」のキャッチコピーを掲げるとともに、今般の法改正の周知を図る内容にしました(図4)。

今後も越境ECによる模倣品の国内への流入を撲滅すべく、今般の法改正に関する啓発活動を積極的に行っていきます。

図4 「コピー商品撲滅キャンペーン」イメージ
(左:長老、中:カワンゾちゃん、右:ラッコ)



*7 具体的にどのような類型の書類が当該規定の対象となるかについては、関税法施行令62条の16第2項および関税法基本通達69の12-1-4の2において列挙されている

*8 特許庁「コピー商品撲滅キャンペーン ～絶対買わんぞ! コピー商品～」 <https://www.jpo.go.jp/news/kokusai/mohohin/campaign/kawanzo/>



税関における知的財産侵害物品の水際取締りについて

財務省関税局業務課知的財産調査室

はじめに

近年の電子商取引の発展等に伴い、国境を越えた模倣品の取引は世界共通の深刻な問題となっています。模倣品には、バッグなどの偽ブランド品に限らず、医薬品や化粧品などの、使用することによって健康や安全を脅かす危険性のあるものも多くあり、国内への流入防止対策の重要性が増しています。

税関においては、知的財産を侵害する物品(知的財産侵害物品)を関税法上の「輸入(輸出)してはならない貨物」として取締りの対象としており、海外から輸入されようとする知的財産侵害物品を水際で差し止めています。本稿では、2021年の税関における知的財産侵害物品の差止状況*についてご紹介します。

輸入差止件数は2年連続2万8千件超え

(1) 輸入差止件数・点数

2021年の輸入差止件数28,270件は、前年の約3万件から減少していますが、差止実績の公表を開始した1987年以降で5番目に多い件数となっており、高水準で推移しています。輸入差止点数819,411点は、前年の約59万点から増加していますが、これは前年と比べ、1件当

りの差止点数が多い大口事案の件数が増加したためです(図1)。

(2) 仕出国(地域)別件数

仕出国(地域)別の件数の上位5カ国については、中国が21,885件、構成比77.4%で最も多く、次いで、ベトナム(同10.7%)、フィリピン(同3.9%)、韓国(同2.1%)、シンガポール(同1.3%)の順となっています。

(3) 知的財産別件数・点数

件数ベースでは、偽ブランド品などの商標権侵害物品が27,424件、構成比96.0%で全体の大半を占めており、次いで、偽キャラクターグッズなどの著作権侵害物品(同2.4%)となっています。点数ベースでは、商標権侵害物品が621,684点、構成比75.9%で大半を占めており、次いで、著作権侵害物品(同11.8%)、イヤホンなどの意匠権侵害物品(同9.0%)の順となっています。

(4) 品目別件数・点数

件数ベースでは、財布やハンドバッグなどのバッグ類が9,570件、構成比28.8%で最も多く、次いで、衣類(同27.4%)、靴類(同11.9%)の順となっています。点数ベースでは、衣類が108,684点、構成比13.3%で最も多く、次いでイヤホンなどの電気製品(同12.8%)、バッグ類(同5.5%)の順となっています。

図1 輸入差止件数・点数の推移

財務省調べ



* 財務省「知的財産侵害物品(コピー商品等)の取締り」https://www.mof.go.jp/policy/customs_tariff/trade/safe_society/chiteki/index.html

特集 「ニセモノ」の国内流通を防ぐために

特集 2-1 税関における知的財産侵害物品の水際取締りについて

図2 差し止めた知的財産侵害物品の例

輸入差し止めが多い物品・増加した物品



健康や安全を脅かす危険性のある物品



(5) 輸送形態別件数・点数

件数ベースでは、郵便物が構成比91.3%で大半を占めており、一般貨物の構成比は8.7%となっています。点数ベースでは、郵便物が43.1%、一般貨物が56.9%となっています。

(6) 差し止めた知的財産侵害物品の例

2021年に差し止めた知的財産侵害物品の例を紹介します(図2)。スマートフォン等のグリップ・スタンドやゲーム機用操作器(コントローラー)については、近年、侵害物品の差し止めが多くなっています。また、2021年には、クッション、箸などの家庭用雑貨やトレーニング器具などの運動用具の差し止めが増加しています。

下段は、健康や安全を脅かす危険性のある物品の例です。新型コロナウイルスの影響と考えられるものとして、マスクの商標権侵害物品を差し止めています。

(7) 告発事例

2021年に知的財産侵害物品の密輸入事犯を告発した事例を紹介します(図3)。事例1は、2021年2・3月、東京税関が茨城県警と共同調査を実施し、著作権を侵害する「鬼滅の刃」の映像が記録された175セット、525枚のDVDをマ

図3 告発事例

事例1 著作権を侵害する「鬼滅の刃」DVDの密輸入事犯を告発



事例2 商標権を侵害する衣類の密輸入事犯を告発



レーシアから密輸入しようとした日本人3名を関税法違反で告発しました。事例2は、2021年2月、名古屋税関が愛知県警と共同調査を実施し、商標権を侵害する衣類30点を中国から密輸入しようとしたフィリピン人1名および法人1社を関税法違反で告発しました。

おわりに

2022年10月1日から、模倣品の水際取締りが強化され、海外の通販サイトで購入した場合など、海外の事業者から送付される模倣品(商標権または意匠権を侵害するもの)は、個人で使用する場合であっても、税関による取締りの対象となりました。

模倣品は、正規品を製造・販売している企業の利益を害するなど、経済に悪影響を及ぼすだけでなく、使用することにより健康や安全を脅かす危険性もあります。

消費者の皆様におかれましては、模倣品を容認しないという意識の下、海外の通販等で商品を購入する際には、信頼できない通販サイトや販売店、価格が通常より極端に安い商品などには十分にご注意ください。



模倣品のトラブルにあわないために

国民生活センター 越境消費者センター

国民生活センター越境消費者センター(以下、CCJ)^{*1}は、取引の相手方が海外の事業者である場合の消費生活相談を扱う相談窓口です。

CCJには「インターネットで商品を購入したが模倣品のようだ」という相談が寄せられています。インターネット通販に関する相談の多くは日本語表記のウェブサイト(以下、サイト)での購入によるものですが、消費者は、注文時に「相手方が海外事業者とは考えていなかった」「海外から商品が届くとは認識していなかった」ということもあります。さらに、海外の模倣品販売事業者とは連絡が取れなくなるケースが多く、対応を得ることは困難なのが現状です。

こうした模倣品のトラブルにあわないために、注文前に次の点を確認し、信頼できるサイトか見極めましょう。当てはまる事項がある場合は要注意です。

Point

1 サイトのURLやサイト全体の表記を確認

- サイトのURLが、ブランドの正式な英語表記と少しだけ異なる
この場合、偽サイトの可能性が高いです。
- 日本語の字体、文章表現が不自然
- ブランド、メーカー品で価格が通常より安い
- 市場では希少な商品が入手可能

Point

2 事業者情報を必ず確認

- 事業者の名称、住所、電話番号が明確に表記

されていない

地番までの記載がない、電話番号の国番号や市外局番と住所が不一致の場合は、虚偽の情報である可能性が高いです。また、同一住所等で多数のサイトが検索エンジンで検出される場合は、使い回された情報である可能性があります。

事業者情報は、「会社概要」や「お問い合わせ」、「特定商取引法に基づく表記」を見ましょう。英語表記の場合、「About us」「Contact us」の箇所に記載されています。これらはサイトの一番下にリンクが張られていることが多いようです。

Point

3 利用規約などで解約・返品ルール等を確認

- キャンセル、返品、返金のルールがどこにも記載されていない

トラブルにあってしまった場合、消費者ホットライン^{*2}や相手方が海外事業者の場合はCCJに相談してください。被害回復として取り得る方法は、決済手段により異なります。クレジットカード決済の場合は、カードの国際ブランドの自主ルールであるチャージバックが考えられるため、カード発行会社に相談していくこととなります。国内の銀行口座への振込の場合は、振り込め詐欺救済法による救済が考えられるため、当該銀行に申し出ることとなります。

CCJでは2022年10月に模倣品トラブルについて注意喚起^{*3}を行うとともに、関連情報^{*4}を発信していますのでご活用ください。

*1 国民生活センター越境消費者センター(Cross-border Consumer center Japan : CCJ) <https://www.ccj.kokusen.go.jp/>

*2 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案内する全国共通の3桁の電話番号

*3 国民生活センター「模倣品に関するトラブルにご注意!一令和4年10月から水際取締りが強化されました」(2022年10月12日) https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20221012_1.html

*4 CCJ「相談事例(2)模倣品の海外インターネット通販に関する相談」https://www.ccj.kokusen.go.jp/jri_sysi?page=mhuhn
CCJ「悪質な海外通販サイトのトラブル対応」https://www.ccj.kokusen.go.jp/aksht_kikk
CCJ「海外サイト・海外旅行でのショッピングでトラブルにあわないために」https://www.ccj.kokusen.go.jp/kimm_trbr_kih
CCJ「CCJ-Chatbotについて 詐欺・模倣品サイトのトラブル(銀行振込・支払済)」
https://www.ccj.kokusen.go.jp/chatbot_answer?page=mhuhn&ksi=paid
CCJ「CCJ-Chatbotについて 詐欺・模倣品サイトのトラブル(クレジットカード支払)」
https://www.ccj.kokusen.go.jp/chatbot_answer?page=mhuhn&ksi=credit

偽造品に対する権利者団体による取り組み



堤 隆幸 Tsutsumi Takayuki 一般社団法人ユニオン・デ・ファブリカン 専務理事・事務局長
1990年より同法人に勤務、インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会やプロバイダ責任制限法ガイドライン等検討協議会等に参加し、ネット被害の防止対策にも取り組んでいる



ユニオン・デ・ファブリカンとは

ユニオン・デ・ファブリカン(以下、当団体)は、偽造品対策を行っている権利者団体です。フランスのパリに本部があり、1980年から、日本の状況に合わせた独自の活動を展開しています。権利者団体として偽造品対策の活動を専門とする日本で唯一の団体です。会員のほとんどは、海外の著名なブランドやメーカーで、2023年1月時点で、78社が加盟しています。

当団体が設置された頃、日本は、「偽造品天国」と海外から呼ばれていました。デパートや役所の売店などでも偽造品が販売されていて、どの店舗だったら大丈夫かと意識しながら買い物をしなくてはならない状況だったようです。現在、インターネット上ではまだまだ注意を払う必要があるものの、一般の店舗では悩まなくても買い物ができる状況ようになってきました。

安心して買い物をしてもらうための取り組み

当団体は、現在、「安心して買い物ができる市場」を作るために次の4つの活動をしています。

(1) 市場の監視

リアル店舗に当団体の調査員が足を運ぶのはもちろん、インターネット市場も担当者が巡回・監視を行っています。想像以上に監視はしっかりと行われていて、措置の対象となった販売者から「1個だけなのにどうして？」などと言わ

れることがあるほどです。

(2) 偽造品などの排除

当然ですが、偽造品があれば、これを市場から追い出します。インターネットの場合は、ほとんどが削除措置になりますが、削除されたのを無視して再販売するとか多量に販売しているなど、悪質な場合は、警察などの取締機関に報告し、対処を依頼することになります。

当団体は、プロバイダ責任制限法のガイドラインに基づき「商標権関係信頼性確認団体」「著作権関係信頼性確認団体」として認定されていますので、当団体会員である権利者からの削除要請の内容を確認して、関係するプラットフォーム等に伝達する作業を行っています。インターネット上のオークションサイト、フリマアプリといった主要なCtoCサイトに対しての削除依頼数は、のように、近年では年間約60万～100万件にも上ります。

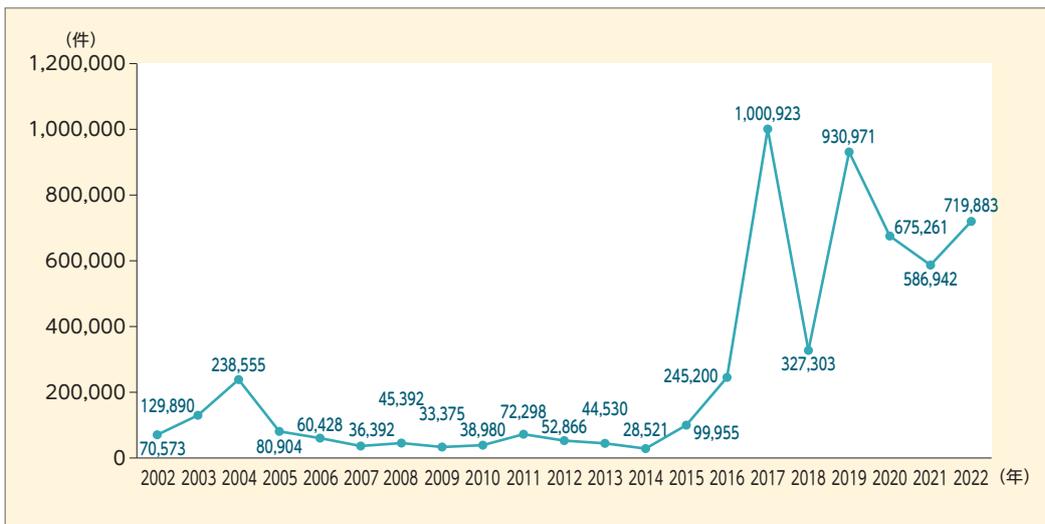
また、当団体または当団体会員が関係する刑事事件は、年間約150～200件となっています。

(3) ロビーイング

このような「見つけて排除する」という活動を行っている、どうしても「制度や法令のここを変えれば状況が改善するのに」と思うことがあります。そこで、当団体ではそのような要望を関係各所に訴えています。例えば、インターネットがなかった時代、すなわち、販売者と購入者が国内にいるとの前提が当たり前だった時代の法律を、販売者が海外にいて購入者が国内にいる

場合がまま発生する現状にマッチした法律に改正してもら働きかけなどをします。こうした活動を続けた結果、ようやく2022年10月から、海外に所在する事業者が販売などした商標権または意匠権

図 オークションサイト、フリマアプリへの権利者からの削除依頼数の推移



一般社団法人ユニオン・デ・ファブリカン調べ

を侵害する物品が、個人使用が目的であっても税関で没収されるようになりました。

(4) 販売者・消費者への啓発

そのような活動をしたうえで、販売者や消費者に、「偽造品を販売しないでください」「偽造品を買わないでください」とのお願いをしています。

ただ、真正品との確認をしない、もしくは偽造品でも問題にならないと考えて流通させてしまう販売者だけでなく、偽造品でも構わないと思いながら購入してしまう消費者も少なくないため、当たり前のことを訴え続けなくてはならないのが現状です。

「領収書が付いていた」「通関証明がある」「この程度のことで大ごとにならない」などの確認・認識不足で販売する人や、「ホンモノもニセモノも同じ」と考える人がいます。しかし、「領収書も偽造される」「税関は、偽造品を通してしまうこともある」「ニセモノは品質が悪い」ということは、ちょっと立ち止まって考えれば理解をしていただけのものと思います。

消費者保護についての 当団体の考え方

一般に「消費者は、守られるべきもの」との認

識があるように思われます。そのとおりなのですが、「守る」方法や手段は、販売形態や販売者の所在する場所によってやむを得ず限定されてしまいます。

(1) 販売者が海外に所在する場合

当団体では、日本国内については「市場を浄化し、もって消費者を保護する」との考え方ですが、海外については「状況の説明をして、注意を呼びかける」ことしかできないと考えています。

例えば、「偽造品を購入してしまったので、返金をしてほしい」、これは至極まともな主張だと思えます。でも、販売者が他国で、日本の司法権が及ばないところにいる場合だったら、返金をしてもらえ可能性はかなり低くなります。

これに対し、「ユニオン・デ・ファブリカンは何もしないのか」「取締機関は何をしている」との言葉をいただくことがありますが、これはあまり意味のあるものとは考えられません。日本の警察は、大概の場合、外国にいる他国民を捕まえることはできませんし、そもそも国と国との話すらできない場合もあります。

海外で買い物をする場合、購入する商品はちゃんとしたものか、だまされていないか、おつりの計算は合っているのか、買い物中にスリにあわなにかなど、多くのことに気を配らなくて

はならないと思います。なぜなら、「地元の警察は当てにならない」「外国人をカモにしてもうけようとする悪い販売者がいる」「スリがたくさんいる」と考えるからだと思います。インターネット上では、そのような「自分の身は自分で守らなくてはならない」状況に、知らないうちに簡単に踏み込んでしまいます。あの国の人がしていることは理不尽だと言っても、私たちは止める手段を常に持っているわけではありません。

(2) 鑑定依頼について

偽造品かどうか鑑定してほしいとの問い合わせもよく受けます。当団体ならびに当団体会員である権利者は、基本として、警察・税関などの取締機関からの依頼しか受けません。消費者の依頼を受ける人的余力がないということもありますが、何よりも、「消費者が偽造品と書かれた鑑定書を持つこと」イコール「返金」にはならないという理由からそうした対応をしています。

海外に販売者がいる場合は説明をするまでもなく、鑑定書があって理屈が通っているから返金とはなりません。販売者が国内にいても、ある意味同じです。「偽造品だと認めて返金したら、今まで販売したものの全部が偽造品だと認めることになる」「下手に認めると権利者から訴えられる」と考えて構えられたら、鑑定書1枚を持っているだけの消費者では対抗できず、かえって大ごとになる可能性があります。こうしたことから、当団体ならびに当団体会員である権利者は、警察などの取締機関を通じた依頼のみを受け付けることにしています。

(3) SNSから誘導する手口について

SNSで販売広告を出し、なりすましサイトに誘導するという手口が横行しています。クレジットカードの情報をフィッシングされる、偽造品を売りつけられるという被害の発生が後を絶ちません。

言うまでもないことですが、被害にあわないように注意して、最初から回避できればこれに

勝るものはありません。何かがおかしい、と感じたら慎重になっていただければと思います。

(4) フリマアプリについて

近年は消費者についての線引きがあやふやな時代です。例えば、フリマアプリの利用者の場合、購入時は「消費者」の範囲に入るかもしれませんが、販売時になったら消費者ではなくなります。「一般の利用者なのに、警告もなく出品を削除されたり、アカウントの利用を制限されるのか」とのクレームを当団体は頻繁に受けます。「偽造品を販売しようとした時点で、あなたは法律に触れる行為をしているし、消費者ではない」との説明をしますが、納得しない人も多く、「そもそも偽造品を売りつけたほうが悪いのだから、私に何かする前に、そっちをどうにかしろ」と言われます。この理屈を認めたら、偽造品製造者以外は、偽造品の販売をしたい放題となってしまいます。購入した時点では消費者ですが、販売する時点では違います。真正品との確認ができない物品は販売してはいけません。

消費者にお願いしたいこと

偽造品のない安心して買い物のできる市場は、取締機関や権利者だけが奮闘しても作ることができません。販売者や消費者の協力を得て作ることができ、維持できるものだと思います。日本は、これに関して、もう少しのところにいます。

海外からの旅行客が、日本は偽造品がないからと言って、たくさんの物品、例えば、粉ミルクや紙おむつを赤ちゃんたちのために日本で購入していきます。海外に比べれば日本の市場はとて健康です。これをより健全にして、維持していく、そのためには一人一人の消費者の協力が欠かせません。偽造品を販売してはいけないのはもちろんですが、その存在を認め、増加させることにつながる「偽造品の購入」についても、くれぐれもしないように注意してほしいものです。



消費者安全調査委員会設立10年の 成果と今後の課題

中川 丈久 Nakagawa Takehisa 神戸大学大学院法学研究科 教授

専門は行政法学。1993年神戸大学法学部助教授、1999年より現職。2018年10月から消費者安全調査委員会委員長。
編著作として『行政手続と行政指導』(有斐閣、2001年)、『法解釈の方法論』(有斐閣、2021年)など

はじめに

消費者安全法に基づいて2012年10月に設立された消費者安全調査委員会(以下、委員会)は、2022年10月に、設立10周年を迎えました。

これを機に、委員会では、10年間の成果と課題、さらには将来像を整理することとなり、同年9月末に「消費者安全調査委員会設立10年の活動報告書」*1(以下、10周年報告書)を公表しました。

委員任期は2年ですから、私たちは2年ごとに第1期委員会、第2期委員会という呼び方をしています。私は第4期と第5期の委員長を務めましたので、10周年報告書の取りまとめにかかりました。現在、第6期目の委員長を務めています。

本稿では、10周年報告書の内容を紹介します。

10年間の活動実績

委員会の仕事の中心は、消費者事故の原因説明と再発防止策を取りまとめた「報告書」(以下、事故報告書)を作成し公表することです。事故調査のプロセスは、次のように進みます。

消費者事故とは、私たち消費者の生命身体に危害が及ぶ一切の事故ですから、毎日、無数に起きています。委員会は、無数にある事故情報の中から、委員会が取り上げるべきものを絞り込みます。委員会は、一般の人からの事故調査の申出を受け付けていますし、事故情報データ

バンクも利用します。もちろん、事故報道も見えています。さまざまなルートから得られた膨大な事故情報の中から、対象を絞り込むわけです。

実はこれがかなり大変な作業です。業界や行政機関などによる原因調査や対策検討の進み具合も考慮しながら、委員会がどの事故に、どのタイミングでかかわるべきかを検討します。事故調査の対象が決まることが、すなわち委員会として事故調査の開始を決定することであり、必ず公表します。

ここから本調査の開始です。世の中に“消費者事故の専門家”などいません。事故ごとに、さまざまな分野の専門家にお声を掛け、事故の特性に合わせて原因や対策を検討する作業が始まります。

事故原因を解明するためには非常に広い視野が必要です。工学的、化学的、生物学的、医学的な原因はもちろんですが、人間心理、企業などの組織文化、業界慣行、さらに法制度に起因する事故でないかも調べます。ヒューマンファクターや「システム性事故」や「組織事故」という視点をもって調査を進めるわけです。

原因が解明されると、事故の再発防止策を考えるステージに移ります。さらにそれを、国の行政機関が行うべき施策のかたちにとまとめたのが、委員会の意見です。再発防止策は、製品やサービスの設計面に踏み込むこともあります。業界における事業者のレイヤー構造(製造業者、

*1 https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/meeting_materials_001/assets/csic_cms201_221005_02.pdf



保守・点検業者等)に対応させて対策を組み立てることもあります。

以上の作業を取りまとめたのが、事故報告書です。これも必ず公表します。

さて、事故報告書の公表で委員会の仕事は終わりというわけではありません。意見先である行政機関において、さらにはその先の業界等の関係者において、委員会が事故報告書で要望した対策が確実に実施されているか、その効果が上がっているのかを検証します。これを私たちは「フォローアップ」と呼んでいます。

もしもこの間に類似事故の件数が下がらないようであれば、意見先の行政機関が対策をしっかり実施していないか、私たちの提案した対策に欠陥があるか、あるいはその両方ということが考えられます。必要に応じて、再意見を出すこともあります。

委員会は、10年間で23件の事故を取り上げており、そのうち19件につき事故報告書を公表しました(表)。19件中16件のフォローアップ作業が現在も続いています。さらに、10年間で500件近い申出案件の予備調査も行ってきました。13件の事故報告書が申出案件を対象としたものです。

19件の事故のうち、ここでは2つ特に取り上げたいと思います。1つが、委員会設立の契機となったエレベーターの戸開走行事故です。その報告書作成にはかなりの日数がかかりましたし、現在もなおフォローアップが続いております。戸開走行を防ぐ装置の取り付けが一番有効な対策ですが、費用がかかるためなかなか進んでいない実態があります。

もう1つは、幼稚園のプール^{でき}溺水事故です。これは、事故原因の複雑さを示す一例です。司法手続としては、事故現場に居た教諭が刑事処分を受けました。しかし委員会の事故調査手続では、現場の教諭にさまざまな仕事を同時進行するよう求める勤務環境が原因であると考えました。水で遊ぶ園児の行動に教諭が十分な注意を

向けることができない環境であるからこそ起きたシステム性の事故だったという結論でした。

10年間の成果と課題

10年間の最大の成果は、何といたっても、前述の消費者事故調査のプロセスを、何とか軌道に乗せることができたことです。

私は委員会の設立を検討する「事故調査機関の^あ在り方に関する検討会」(2010年8月消費者庁に設置)の委員でしたし、第1期委員会(2012年10月～2014年9月)と第2期委員会(2014年10月～2016年9月)でも委員の1人でした。ですから、設立前の^{けんけんがくがく}喧々譁々の議論も、設立直後の大変な混乱状況も、経験しております。それを思い出すと、消費者事故調査プロセスを確立することができたこと自体が大変感慨深いところです。

消費者事故という非常に広い範囲を対象として、原因調査のみならず対策提案までする行政組織は、世界広しといえど、日本以外には、そう簡単には見当たらないようです。また、フォローアップは、実は、委員会の設置法である消費者安全法には規定がありません。委員会が自発的に始めたものです。

委員会設立当初は、何しろ“新参”の組織でしたから、意見先の国の行政機関が、本当にしっかりと対応してくれているのか、いささか不安を感じたこともあります。しかし10年を経て、関係行政機関の対応は非常に変わってきたと感じます。フォローアップのための聴き取りに応じていただく各省庁の担当者は、委員会と同じ視点に立って、消費者安全のため^{しんし}真摯に施策を打ち出そうとしていることが、強く伝わってることが増えてきました。

では、委員会の活動は、消費者の安全に実際どれだけ役立っているのでしょうか。事故報告書を出した事故と同種の事故については、フォローアップでその後の発生状況をみています。その限りでは一定程度の成果を出していると自己評価しています。また、事故報告書に基づい



て、業界団体の自主的取り組みが始まったり(そもそも業界団体を立ち上げることから始めることもあります)、法規制や規格基準が策定されたりといったこともあります。

課題としては、調査期間が長いこと(単純平均すると調査期間は20カ月)、調査案件の数が少ないこと(平均すると事故報告書の公表は年2件程度)が指摘されるかもしれません。委員会設立当初は、初めての事故調査で勝手が分からず、調査期間が長くなる傾向がありました。また、事案の性格上、どうしても長期間化するものもあります。とはいえ近時は、調査開始から事故報告書の公表までに大体1年2カ月ないし3カ月ほどを^{めど}とするとところまで短縮化を図っています。

委員会事務局の、およそ潤沢とはいえない人員体制を考えれば(10周年報告書3ページ参照)、1年数カ月で結論を出しているという数字は評価していただきたいところです。手前みそと言われるかもしれませんが、事務局はとてもよくがんばっていると思います。私自身、国のさまざまな役所で、法制度を見直す検討会にかかわっていますが、大体10カ月程度議論を重ねて1つの報告書を出しています。これに比べると、委員会の事故調査は、議論はもちろん、実験もしますし、原因解明で終わるわけではなく、省庁が採るべき施策まで考えます。複数案件が同時並行しているなか、これ以上短くするのは、なかなか容易ではありません。

そのようなわけで、10年間の委員会活動で見えてきた最大の課題は、事務局体制の小ささです。職員数(ポスト)の拡大が必要ということです。このほか、委員会では、事故現場の立入・検証などの初動調査について十分実施できていないのではないかという指摘や、専門人材の育成・確保が引き続き不可欠であるとの指摘もあります。

社会の変化に伴う委員会の今後

このように、委員会は、その初期の目的をまずまず達成しているのではないかというのが、委員会としての率直な自己評価です。それと同時に、この10年間は、消費者安全法が想定しなかった新たな役割や機能を担う委員会へと既に変化を始めた時期でもあったと思います。例えば、次のような変化です。

- ①発生した事故の中から調査対象を選定する以外に、類似事故をまとめてテーマとして調査対象を選定する方式が増加(例：子供の医薬品誤飲事故、学校の施設等による事故、トラランポリンパーク等での事故)。
- ②新しいタイプの事故を早めに選定し、得られた知見を事業者にフィードバックし、安全安心な産業を、事業者と委員会が共創する事例が登場(例：住宅用太陽光発電システムから発生した火災事故、幼児同乗中の電動アシスト自転車の転倒事故)。
- ③委員会が、工学的化学的な原因解明や対策だけでなく、法制そのものに目を向ける事例が増加(例：機械式立体駐車場の事故、マグネットセットによる子供の誤飲事故、木造立体迷路の事故)。
- ④委員会は、法律上は、国の行政機関に対してだけ意見を述べる組織であるが、事故報告書の実効性を担保するため、委員会が自ら関係業界や関係事業者等に対しても働きかける事例が登場(例：水上設置遊具による事故、マグネットセットによる子供の誤飲事故)。
- ⑤委員会の設立以来、委員会実務は非公開が原則であったが、④の事情なども踏まえ、発信主義へと方向転換(2020年に「消費者安全調査委員会の発信力の強化に向けた考え方」^{*2}を公表)。会議自体はなお原則非公開だが、委員長記者会見における積極発言の増加、実験データや映像等の公表機会、消費者・事業者への普及啓発動画・チラシ等を作成し公表するなどの変化が登場。

*2 https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/member/assets/csic_member_201225_06.pdf



以上のような新たな動きの多くは、その背景に、製品やサービスがインターネット上の取引を通じて海外から輸入され、国内で事故が発生する事例が増加しているという事情があります。委員会の設立年である2012年以降の10年間は、地球規模で社会や経済のデジタル化が急速に深化した時期と重なります。近い将来は、AIやドローン等のデジタル技術を体現した新製品が現れ、サービスと融合する新しいタイプの事故が発生すると予想されます。そのような事故に対応できるよう、委員会としても今から準備しておく必要があります。

おわりに

—「消費者安全調査委員会1.0から2.0へ」

10周年報告書を公表するに当たり、そのエッセンスを私自身の言葉で端的にお示しするべ

く、「消費者安全調査委員会1.0から2.0へ」*3というタイトルの委員長所感も公表しました。

1.0は、消費者安全法が想定した委員会の姿であり、「10年間の成果と課題」で説明した消費者事故調査プロセスの確立を指します。2.0は、「社会の変化に伴う委員会の今後」で説明したように、既にその一部が見え始めている委員会の次の姿のことで

す。委員会2.0は、単に、発生した事故の原因調査と対策を述べるという受け身の“消費者事故調”にとどまりません。消費者安全を包括的に実現するための“最後の砦”^{とりて}として、積極果敢に、検討すべき事故(事故類型)を探り出し、社会に安全の在り方を提案する組織というイメージです。委員会2.0を支える事務局体制の強化や専門的人材の確保がますます求められるところ

表 事故等原因調査事案(消費者安全調査委員会)

	報告書等公表日	案件名
1	2014年1月24日	ガス湯沸器による一酸化炭素中毒の事故※1 (2012年11月選定)
2	2014年6月20日	幼稚園で発生したプール事故 (2012年11月選定)
3	2014年7月18日	機械式立体駐車場事故(マンション敷地内の機械式立体駐車場) (2013年7月選定)
4	2014年12月19日	家庭用ヒートポンプ給湯機から生じる運転音・振動により不眠等の健康症状が発生したとの申出事案 (2012年11月選定)
5	2015年6月26日	エスカレーターからの転落事故※2 (2012年11月選定)
6	2015年10月23日	毛染めによる皮膚障害 (2014年10月選定)
7	2015年12月18日	子供による医薬品誤飲事故 (2013年12月選定)
8	2016年7月22日	ハンドル形電動車椅子を使用中の事故 (2014年11月選定)
9	2016年8月30日	エレベーターの戸開走行事故※3 (2012年11月選定)
10	2017年5月29日	体育館の床板の剝離による負傷事故 (2015年9月選定)
11	2017年11月20日	玩具による乳幼児の気道閉塞事故 (2016年11月選定)
12	2017年12月21日	家庭用コージェネレーションシステムから生じる運転音により不眠等の症状が発生したとされる事案 (2015年11月選定)
13	2018年9月28日	電動シャッター動作時の事故(2017年7月選定)
14	2019年1月28日	住宅用太陽光発電システムから発生した火災事故等 (2016年10月選定)
15	2019年5月31日	歩行型ロータリ除雪機による事故 (2018年2月選定)
16	2020年6月19日	水上設置遊具による溺水事故 (2019年11月選定)
17	2020年12月25日	幼児同乗中の電動アシスト自転車の事故 (2018年11月選定)
18	2021年6月25日	自動ドアによる事故 (2019年9月選定)
19	2022年3月24日	ネオジム磁石製のマグネットセットによる子どもの誤飲事故(2021年6月選定)

委員会は、自ら調査を実施した結果を報告書として公表するほか、他の行政機関等の調査が存在する場合にはその調査の評価書を公表することがある

※1 自ら調査は行わず、評価書のみを公表 ※2 評価書を2013年6月に公表 ※3 評価書を2013年8月に公表

*3 https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/meeting_materials_001/assets/csic_cms201_220930_03.pdf



中古住宅を 買うとき 売るとき



中古住宅を売るとき(その3)

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/>

本連載の最終回は、中古住宅を売るとき最終段階となる残代金の決済と引渡しの留意点、売却後に納付する税金関係の概要説明です。自宅の売却を検討する場合に特に注意してもらいたいことも書き添えます。

残金の決済と物件の引渡し



「決済・物件の引渡しの流れ」は、本連載第9回^{*1} 14ページで解説しましたが、売主の場合に留意する点として、残代金の授受について触れておきます。

不動産売買において残代金の決済は、通常、銀行振出小切手(振出人が銀行の小切手)か、銀行振込みによって行われます^{*2}。

●銀行振出小切手の場合

券面を確認し、金額に誤りがないか、振出日やその他記載に不審な点がないかについて確認をして授受します。

●銀行振込みの場合

買主が振込み手続きを行っても、売主の銀行口座に着金(入金)しない場合があることから、必ず、残代金等の全額が売主の銀行口座に着金した確認が取れてから、登記手続書類等の引渡しを行います。

取引でトラブルになった場合は、本連載第9回 15ページの「取引でトラブルになったら」を参照し、的確なアドバイスを得るようにしましょう。

⚠️ 住宅のリースバックに関するトラブルに注意

住宅のリースバックは「住宅を売却して現金を得て、売却後は毎月賃料を支払うことで住んでいた住宅に引き続き住む」サービスです。

近年、住み替えの円滑化や老後の資金需要への対応など、住宅利活用の新たな選択肢として注目されていますが、

- ・強引な勧誘で契約をしまい、後々解約を申し出たら高額な違約金を請求された
- ・賃料の合計額が数年で売却価格を超えることに後で気づいた
- ・売却価格が市場価格より著しく低額だったなどのトラブルもよく聞かれます。

このため、国土交通省では「住宅のリースバックに関するガイドブック」^{*3}を作成し、トラブル事例を紹介するとともに、リースバックを検討する場合のポイントとして、

- ・複数の不動産業者・金融機関に相談し、ライフプランに合った条件・手法を選択する
- ・事業者の営業をうのみにせず、きちんと契約の条件・内容を理解し、家族・親族等と相談して決める
- ・提示された売却価格について、複数の事業者の意見を聞いてみる

など、不動産取引における基本的な注意事項について注意喚起をしています^{*4}。

リースバックを検討する場合には、事前に当ガイドブックに目を通し、トラブルに巻き込まれることのないよう十分な注意が必要です。

⚠️ いわゆる押し買い(不当に安い金額で契約させられる)トラブルに注意

面識のない事業者から突然電話があり、現在は使用していないマンションや戸建住宅を「買

*1 ウェブ版「国民生活」2022年9月号 https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202209_05.pdf

*2 現金取引は、売主自身が現金を数えて確認をしなければならないこと、持ち運びに危険性があることから、通常は行われません

*3 国土交通省「住宅のリースバックに関するガイドブック」 <https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001487923.pdf>

*4 国土交通省「『住宅のリースバックに関するガイドブック』を公表しました」 https://www.mlit.go.jp/report/press/house02_hh_000174.html

い取るので、売ってほしい」と言葉巧みに勧誘され、取引相場より著しく安い不当な金額で契約をさせられたというトラブルが、最近、特に高齢者を中心に多く聞かれます。

押し買いトラブルの特徴として、高齢者をねらって「自宅を訪問して、長時間セールスを行い契約書への記名押印を迫る、押印した契約書は持ち帰り(売主に契約書を渡さない)、売主はどのような契約をしたのか分からない状態になる」などがみられるようです。

一番の対応は、このような悪質事業者の訪問を受けないことですが、訪問された場合には、

- ・毅然と対応し、断るべきものはきちんと断る
- ・一人で対応しない(家族で対応する)
- ・セールスが長時間の場合は、ゆっくり考えて検討するとして、いったん業者に退去を求める(求めても退去しない場合は警察を呼ぶ)
- ・その場で決して相手方が差し出す契約書などの書面に記名押印はしない(売主となる契約の場合クーリング・オフはできない)

ことが大事です。

また、悪質事業者にねらわれやすい高齢者の家族は、このようなトラブルに巻き込まれないよう、高齢者と日頃からこまめに連絡を取り合い、ようすを把握していただくことが勧められます。

なお、「住宅のリースバック・押し買い」に関するトラブルに巻き込まれた場合は、契約の無効等が認められた裁判例^{*5}もありますので、**できるだけ早く弁護士に相談する**ことが勧められます。

中古住宅を売却した場合の税金 (2022年1月1日現在)

住宅を売却した場合、譲渡所得に対する譲渡所得税の納付を考慮しておく必要があります。また、一定の要件を満たす住宅の売却においては、譲渡所得の計算において、特別控除や課税

の繰り延べ等を利用できる場合があります。売主の資金計画に税金は大きく関係してきますので、利用できる特例がないか国税庁や国土交通省のウェブサイトなどで確認し、適用できそうな特例があった場合には、税理士や税務署に適用の可否について確認をしておきましょう^{*6}。

(1) 譲渡所得税

個人が不動産を売却した場合、課税譲渡所得金額に対して、所得税・住民税が課税されます。

① 譲渡所得税の計算^{*7}

税額 = 課税譲渡所得金額 × (所得税 + 住民税)

	所得税 ^{*3}	住民税	合計
長期譲渡の場合 ^{*1}	15.315%	5%	20.315%
短期譲渡の場合 ^{*2}	30.630%	9%	39.630%

※1 長期譲渡の場合：譲渡した年の1月1日現在で5年を超え保有していた不動産を譲渡した場合

※2 短期譲渡の場合：長期譲渡に該当しない場合

※3 復興特別所得税を含む

② 課税譲渡所得金額の計算^{*8}

譲渡所得 = 譲渡価額 - (取得費 + 譲渡費用) - 特別控除

(2) 居住用財産を譲渡した場合の税の特例

個人が居住用財産を売却した場合の特例として、次のようなものがあります。

なお、特例は**一定の要件**を満たす場合に限り適用が認められるものです。特例が適用可能か、また、他に適用できる特例がないかについては、売主自身で税理士・税務署等に、事前に確認をしておく必要があります。

① 居住用財産を譲渡した場合の3000万円の特別控除^{*9}

自分が住んでいる住宅を(以前に住んでいた住宅の場合は、住まなくなった日から3年を経過する日の属する年の12月31日までに)売却

*5 本誌32ページ「暮らしの判例」で東京地方裁判所(平成30年5月25日判決)の判例を解説(※注：編集担当)

*6 税理士法は税理士資格を持たない者が税務相談(無償でも)を行うことを禁じている。税理士資格を持たない宅地建物取引業者等に、税金に関する個別具体的な調査・確認等を依頼することはできない

*7 国税庁「長期譲渡所得の税額の計算」<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/joto/3208.htm>
同「短期譲渡所得の税額の計算」<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/joto/3211.htm>

*8 国税庁「取得費となるもの」<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/joto/3252.htm>
同「譲渡費用となるもの」<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/joto/3255.htm>
同「譲渡所得の特別控除の種類」<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/joto/3223.htm>

*9 国税庁「マイホームを売ったときの特例」<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/joto/3302.htm>

したとき、**一定の要件**を満たす場合には、所有期間の長短に関係なく譲渡所得から最高3000万円まで控除できる特例があります。

②居住用財産を譲渡した場合の軽減税率の特例（所有期間10年超）^{*10}

①の適用が受けられる場合において、譲渡した年の1月1日時点において、家屋とその敷地の所有期間が、いずれも10年を超えている場合には、軽減税率の適用が受けられます。①の3000万円控除と併用できますが、後述する買換えの特例や交換の特例との併用はできません。

課税長期譲渡所得金額 ^{*1}	所得税 ^{*2}	住民税	合計
6000万円以下の部分	10.210%	4%	14.210%
6000万円超の部分	15.315%	5%	20.315%

※1 3000万円特別控除後の金額

※2 復興特別所得税を含む

③特定の居住用財産の買換えの特例^{*11}

居住する住宅の買換えで、前述②が適用できる場合、買換えを行う住宅の取得価格まで、譲渡所得の課税の繰り延べを選択できます。

譲渡資産の譲渡価額 ≤ 買換資産の取得価

➡ 譲渡所得は課税の繰り延べがされる

譲渡資産の譲渡価額 > 買換資産の取得価

➡ 譲渡所得のうち、買換資産の取得相当額は繰り延べされ、それを超える部分については、譲渡所得の課税がされる

なお、この特例を選択した場合、①の3000万円控除や②の軽減税率の特例を受けることはできません。

譲渡資産については、2023年12月31日までに譲渡したものであること等、買換資産につ

いては、床面積が50㎡以上であること、中古住宅の場合は、取得の日以前25年以内に建築されたもの等の**一定の要件**があります。

④居住用財産を買い換えた場合の譲渡損失の損益通算及び繰越控除の特例^{*12}

居住する住宅を2023年12月31日までに売却して新たに新居宅を購入した場合に、旧居宅の譲渡により損失（譲渡損失）が生じたときは、**一定の要件**を満たすものに限り、その譲渡損失をその年の給与所得や事業所得など、他の所得から控除（損益通算）することができます。さらに、損益通算を行っても控除しきれなかった譲渡損失は、譲渡の年の翌年以後3年以内に繰り越して控除（繰越控除）することができます。

⑤居住用財産を譲渡した場合の譲渡損失の損益通算及び繰越控除の特例^{*13}

2023年12月31日までに住宅ローンのある居宅を、住宅ローンの残高を下回る価額で売却して損失（譲渡損失）が生じたときは、**一定の要件**を満たすものに限り、その譲渡損失をその年の給与所得や事業所得など、他の所得から控除（損益通算）することができます。さらに損益通算を行っても控除しきれなかった譲渡損失は、譲渡の年の翌年以後3年間繰り越して控除（繰越控除）することができます。

⑥被相続人の居住用財産（空き家）に係る譲渡所得の特別控除の特例

相続または遺贈により取得した被相続人居住用家屋または被相続人居住用家屋の敷地等を、2016年4月1日から2023年12月31日までの間に売却し、売却をする居住用家屋等が**一定の要件**を満たす場合は、譲渡所得の金額から最高3000万円まで控除することができます^{*14}。

*10 国税庁「マイホームを売ったときの軽減税率の特例」<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/joto/3305.htm>

*11 国土交通省「居住用財産の譲渡に関する特例措置」https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk2_000029.html
同「居住用財産の買換え等の場合の長期譲渡所得の課税の特例」<https://www.mlit.go.jp/common/001320170.pdf>

*12 国税庁「マイホームを買い換えた場合に譲渡損失が生じたとき」<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/joto/3370.htm>

*13 国税庁「住宅ローンが残っているマイホームを売却して譲渡損失が生じたとき」<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/joto/3390.htm>

*14 国税庁「被相続人の居住用財産（空き家）を売ったときの特例」<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/joto/3306.htm>

契約の基礎知識

—自動車編—



車の整備① 点検の種類

一般社団法人日本自動車整備振興会連合会(略称：日整連)

自動車の整備に関する設備の改善および技術の向上を促進し、自動車整備事業の健全な発展に資することを目的に設立された全国的な公益団体(道路運送車両法95条)

Q

車検と定期点検の違いは何ですか？

それぞれの違いは次のとおりです。最も大きな違いは車検が基準への適合性をみるのに対して、定期点検は安全性を確保するために行う点です。

●車検

その時点でのクルマの安全面や公害防止面が基準に適合しているかどうかを検査するもので、次の車検までの安全性を保証するものではありません。

●定期点検

クルマのトラブル防止や性能の維持を図るための予防整備であり、不具合箇所や部品の摩耗などを発見して、整備することで高い安全性を確保するものです。

トラブルのない快適なカーライフを楽しむためには、定期点検をきちんと受けて、安全性を確認し、不具合箇所を整備しておくことが大切です。

Q

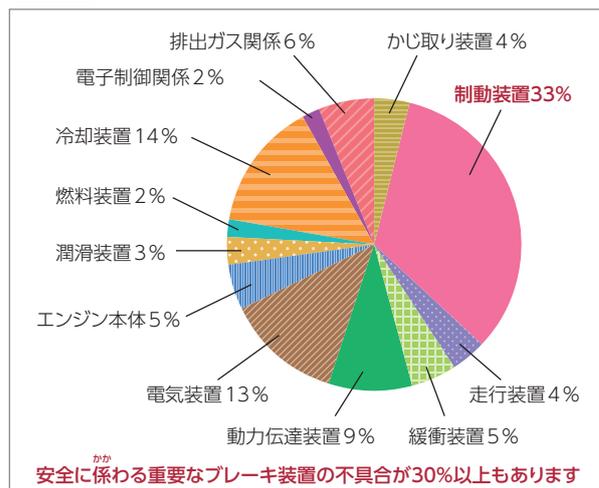
ユーザー車検(車検代行を含む)と整備事業場による車検の違いは？

それぞれの特徴は次のとおりです。最も大きな違いは車検の際に整備事業場^{*1}では必ず定期点検を実施するという点です。

●ユーザー車検・車検代行

自動車ユーザー自ら、またはユーザー車検代

図表1 ユーザー車検後の不具合(装備別割合)



出典：日整連ウェブサイト「知って納得！クルマの点検・整備My Car Hand Book」
<https://www.jaspa.or.jp/Portals/0/resources/jaspahp/user/booklet/pdf/mycarhandbook2022.pdf>
 (ほかの図表も同じ)

行業者がクルマを国の検査場へ持ち込んで車検を受けることをいいます。これらの場合、車検の際に点検整備を実施しないケースがほとんどであり、このような場合、図表1のグラフに示すようなトラブルが発生してしまう可能性が高くなります。

●整備事業場による車検

国から認証を受けた事業場として、クルマの状態を点検したうえで必要な整備を実施し、安全面、公害防止面を十分に確認したうえで車検を受けます。また、整備事業場では、定期点検を実施したクルマには整備保証をしているので、より安心してクルマを使用できます。

ユーザーにクルマの「保守管理責任」があると

*1 自動車の「特定整備」を行う場合、地方運輸局長の「認証」を受けなければならない(道路運送車両法78条1項)。この「認証」を受けた工場を「認証工場」という。認証工場のうち、設備、技術、管理組織等について一定の基準に適合している工場に対して、申請により地方運輸局長が指定自動車整備事業の指定をしている。この「指定」を受けた工場を「指定工場」という(一般に「民間車検場」または「民間車検工場」とも呼ぶ。道路運送車両法94条の2第1項)。車検に際しては、受検手続きだけでなく、自動車の点検・整備も依頼しようとする場合は、一般的には「特定整備」を伴うので、認証工場または指定工場であることを確認する必要がある



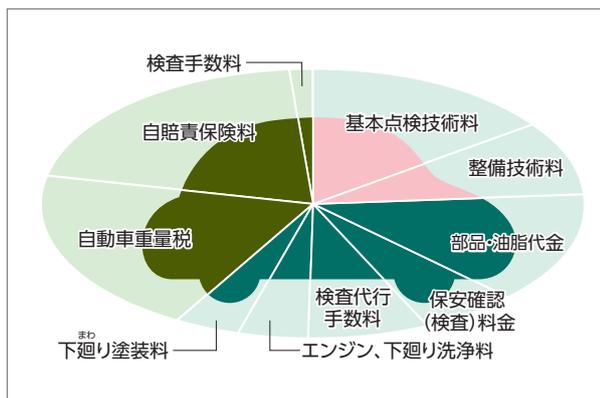
いう観点からも車検時には検査だけでなく、きちんと定期点検整備を実施するのは当然のことです。

Q 車検を受ける際の費用の内訳はどうなっているのでしょうか？

車検の費用には、クルマの点検・整備に必要な料金(技術料、部品・油脂代、保安確認料など)と、税金等諸費用(自動車重量税、自賠責保険料、検査手数料など)があります。

車検を受ける際には、点検・整備料金と税金等の諸費用が必要となります(図表2)。^{*2}

図表2 車検費用の内訳(※)



▼クルマの安全に点検・整備が不可欠な理由

道路運送車両法において、自動車の保守管理責任はユーザー自身にあること(自己管理責任)が定められており、自動車ユーザーには、日常点検と定期点検が義務づけられています。ユーザーは日常点検を含めた定期的な点検・整備を怠ることなく、自動車の安全の確保に努めなければならないのです。

また、クルマの部品は、気づかないうちに摩耗・劣化しています。そうした状態で使用し続けると、重度の故障による多額の出費、さらには交通事故といったリスクを背負うこととなります。“さまざまなリスクを回避する有効な手段”として、日頃から点検・整備を心がけましょう。

▼自家用乗用車の使用者が保守管理しなければならない点検の種類

●日常点検

走行距離、運行時の状態から判断した適切な時期に目視などによりブレーキ液の量、エンジン・オイルの量をはじめとする15項目の点検

点検・整備料金等	基本点検技術料	定期点検で義務づけられている項目の点検を行う技術料金
	整備技術料	点検の結果、整備が必要な箇所の整備を行う技術料金
		お客さまのご用命により行う整備の技術料金
	部品・油脂代金	使用部品、エンジン・オイル等の代金
	保安確認(検査)料金	検査機器等を使用して基準に適合しているかどうかの確認を行う技術料金
	検査代行手数料	お客さまに代わって運輸支局等に出向き、車検証の更新手続きを行うための料金
その他	エンジン、下廻り洗浄料	より正確な点検整備を行うためのエンジン、下廻り等の洗浄料金
	下廻り塗装料	クルマの下廻りの腐食等を防止するための塗装料金
税金等の諸経費	自動車重量税	車検時に国に納める税金
	自賠責保険料	自動車使用者が必ず入らなければならない法律で定められている強制保険
	検査手数料	検査を受け、自動車検査証の交付を受けるための国へ納める手数料

※「国産自動車点検・整備料金実態調査」による全国の平均的料金等より割合をグラフ化(自家用乗用車の一般的な車両)

*2 ウェブ版「国民生活」2022年12月号本連載第2回を参照 https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202212_06.pdf

を行います。

●定期点検

定期点検は、自動車の故障を未然に防ぎ、その性能維持を図るために行う点検です。自家用乗用車の定期点検には、1年点検(車検と車検の間の年)と2年点検(車検時)があります。

定期点検については、次回で詳しく取り上げます。

▼日常点検のチェック箇所

日常点検は、走行距離や運転時の状態などから判断して実施するもので、ユーザー本人が比較的容易に行うことができる点検内容なので、確実に実施しましょう。目安としては1カ月に1度、長距離走行前や洗車時などに行うのが一般的ですが、日頃のちょっとした機会に注意深くクルマを観察することで、不具合箇所を早期に発見することができるでしょう。

聞く、見る、触れる

日常の心構えが不具合早期発見のポイント！

聞く：セル・モーター音、アイドリング音

クルマの異常はエンジン始動時のセル・モーター音やアイドリング音でも判断できます。特にセル・モーター音はバッテリー不具合を知るバロメーターです。「いつもと違う？」と感じたら要注意です。

見る：タイヤ、ランプ類

タイヤの空気圧が不足していないかは、接地部のたわみの状態により確認します。いつもより、タイヤが潰れていたら要注意です。亀裂や損傷がないか、釘、その他の異物が刺さっていないかタイヤの全周にわたりチェックしましょう。

駐車した際に、ショーウィンドウのガラスへの映り込みなどを利用して自分のクルマのランプ類をチェックすることもできます。

触れる：アクセル、ブレーキ

アクセルやブレーキの踏み心地でクルマの異常を判断できます。買い物で街中を走るときな

ど、普段から正常時の操作感覚を意識する習慣をつけましょう。

▼日常点検の流れ

1回の点検は5～10分程度です。効率よく行えば、決して面倒ではありません。安心してクルマを使用するためにも実施しましょう。

なお、①～⑮は日常点検の点検手順を示しています。

STEP1：エンジンルームを覗いてここを点検

エンジンルームの点検は、エンジンが熱を持っているおそれがあるので、走行前もしくは走行後しばらく経ってから行うようにしましょう。また、ハイブリッド車やEV(電気自動車)は、従来のクルマと構造が大きく異なりますので、エンジンルーム内の点検は特に慎重に行ってください。

- ①ウインド・ウォッシャ液の量
- ②ブレーキ液の量
- ③バッテリー液の量
- ④冷却水の量
- ⑤エンジン・オイルの量

STEP2：クルマまわりを回ってここを点検

- ⑥タイヤの空気圧(含むスペア・タイヤ)
- ⑦タイヤの亀裂、損傷および異状な摩耗
- ⑧タイヤの溝の深さ
- ⑨ランプ類の点灯、点滅およびレンズの汚れ、損傷

STEP3：運転席に座ってここを点検

- ⑩ブレーキ・ペダルの踏みしろおよびブレーキの効き
- ⑪パーキング・ブレーキ・レバー(ペダル)の引きしろ(踏みしろ)
- ⑫ウインド・ウォッシャの噴射状態
- ⑬ワイパの拭き取りの状態
- ⑭エンジンのかかり具合および異音
- ⑮エンジンの低速および加速の状態

コード決済(2)

—コード決済に関する制度の整理—



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

制度の整理

コード決済は、アプリによってさまざまな支払手段に対応しているため、規制対象となる制度も多岐に及びます。

前回説明したとおり、コード決済の方式を大きく分けると、事前にチャージした残高で支払う「残高方式」と、残高ではなく利用時に事前に登録したクレジットカードや銀行口座から直接支払う「^{ひも}紐付方式」に分けられます。

コード決済の方式ごとに法律や規制などをまとめると、おおむね次のとおりになります。

残高方式

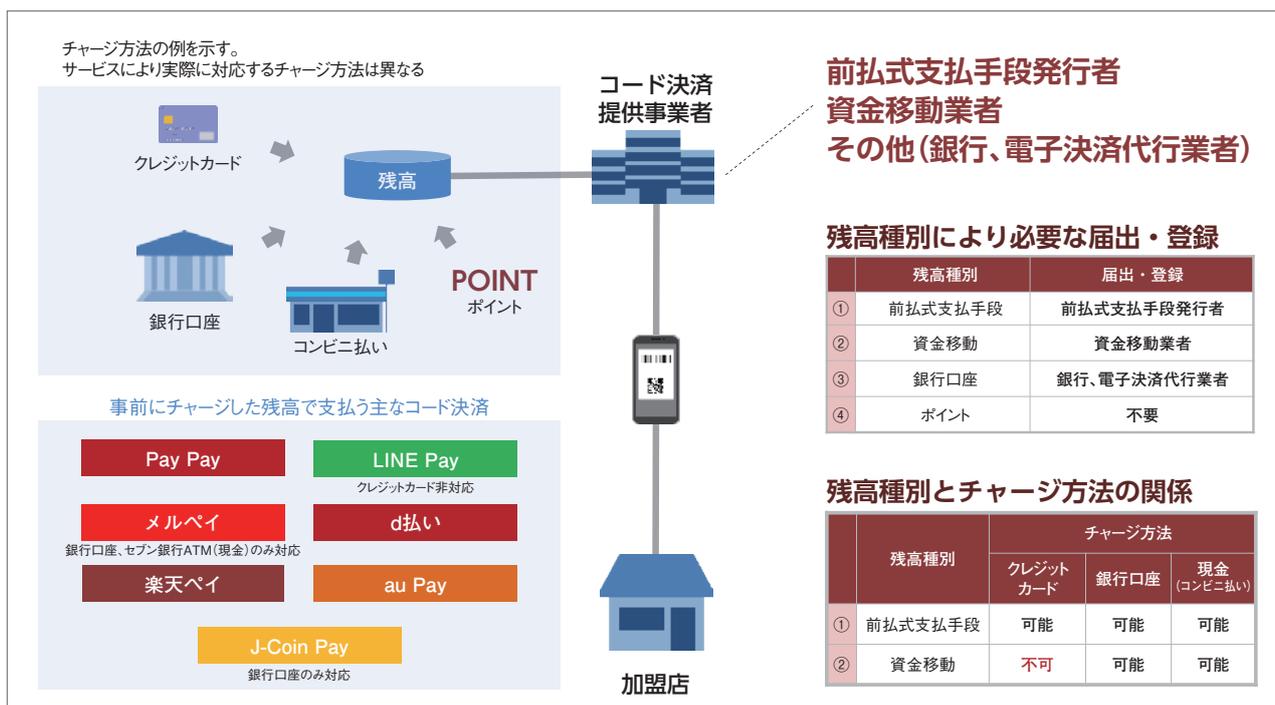
残高方式では、残高の取扱いが、資金決済に関する法律(資金決済法)に基づく「前払式支払手段」か「資金移動」かに分かります(図1)。

(1)前払式支払手段の場合

残高の利用目的が原則として店舗などでの支払いと、送金(残高譲渡)に限定されます。

前払式支払手段の残高を持つコード決済の場合、コード決済を提供する事業者は、前払式支払手段発行者として資金決済法に基づく登録が義務づけられています。

図1 残高方式



※図はすべて筆者作成

本連載第4回^{*1}でも説明したとおり、前払式支払手段は証票の利用範囲に応じて発行者が「自家型」と「第三者型」に分けられています。PayPay、d払い、J-Coin Pay、Bank Payなどの汎用型^{はんよう}の場合は第三者型となります。利用範囲を特定の店舗などに限定したハウス型の場合、コード決済の利用範囲が同一事業者の運営する店舗等に限定される場合は自家型、そうでない場合は第三者型となります^{*2}。

資金決済法は前払式支払手段発行者に対し苦情処理の体制や加盟店管理を義務づけています。この点は同じ前払式支払手段でもあるAppleギフト、Google Play ギフト、Amazonギフトなどと同様です。

残高へのチャージ方法に対して明確な規制はなく、現状、コンビニなどでの現金払い、登録した銀行口座やクレジットカードでのチャージに対応しています。

なお、一度チャージした残高を現金で払い戻すことは原則として認められていません(資金決済法20条)。これは前払式支払手段の残高の取り扱いに関する規制です。

(2) 資金移動の場合

本来、資金移動を目的とした滞留金を残高として利用する方式です。

残高の用途は、店舗などでの支払い、送金に加え、前払式支払手段では認められない払い戻しも可能です。QRコードに対応するATM(セブン銀行ATMなど)で残高の一部を現金で引き出したり、指定した銀行口座に残高を払い戻し(入金)したりすることができる点が資金移動の滞留金を残高とする場合の特徴です。

ただし、出金できる電子マネー残高へのチャージにクレジットカードを利用することができな

いという制限もあります。これは与信枠の現金化を防ぐための、クレジットカード会社の自主規制による制限です。

資金移動に対応するコード決済提供事業者は、資金移動業として金融庁(財務局)の登録を受けることが義務づけられます。現在、資金移動に対応するコード決済提供事業者は、送金の上限額が100万円に制限される第二種資金移動業として登録済みです^{*3}。

紐付方式

登録したクレジットカードや銀行口座^{*4}に紐付ける場合は、クレジットカードに紐付けた場合(図2)と銀行口座に紐付けた場合(図3)で対象となる制度が異なります。

(1) クレジットカード紐付型

登録したクレジットカードで支払う設定の場合、コード決済のアプリはクレジットカードを店舗等で利用するための媒体で、実際の支払いにはクレジットカードが用いられたものとみなされます。

この方式に対応するコード決済提供事業者には、店舗やインターネットショップ等と加盟店契約を締結し、実質的にクレジットカード番号等の取り扱いを行う事業者もあります。そのような事業者は割賦販売法に基づく「クレジットカード番号等取扱契約締結事業者」としての登録を受ける場合もあります(加盟店契約の締結をアクワイアラーや決済代行会社に委ねる場合には登録は不要)。

なお、クレジットカード番号等を登録する際、コード決済提供事業者が特に制限を加えていなければ、クレジットカード番号等と同じ国際カードの番号体系にあるブランドデビット、ブラン

*1 ウェブ版「国民生活」2022年9月号「前払式支払手段を理解する(1)ーサーバ型を中心にー」

https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202209_07.pdf

*2 汎用型、ハウス型については連載第8回「コード決済(1)ーコード決済とはー」を参照

https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202301_07.pdf

*3 金融庁「資金移動業者登録一覧」(2022年12月31日時点) https://www.fsa.go.jp/menkyo/menkyoj/shikin_idou.pdf

*4 本稿では、銀行とは普通銀行、信託銀行、協同組織金融機関(信用金庫、信用組合、労働金庫、農漁協等)などの金融機関を指す

*5 経済産業省「登録事業者一覧」 <https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/credit/115tourokujigyousyaitiran.html>

図2 紐付方式—クレジットカード紐付型

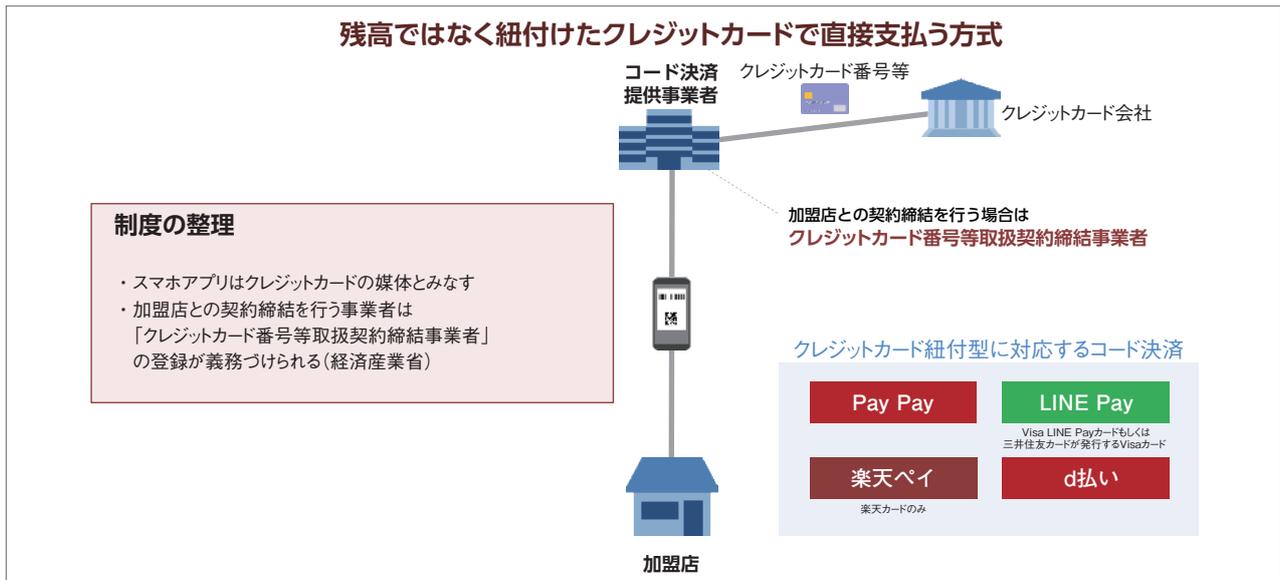
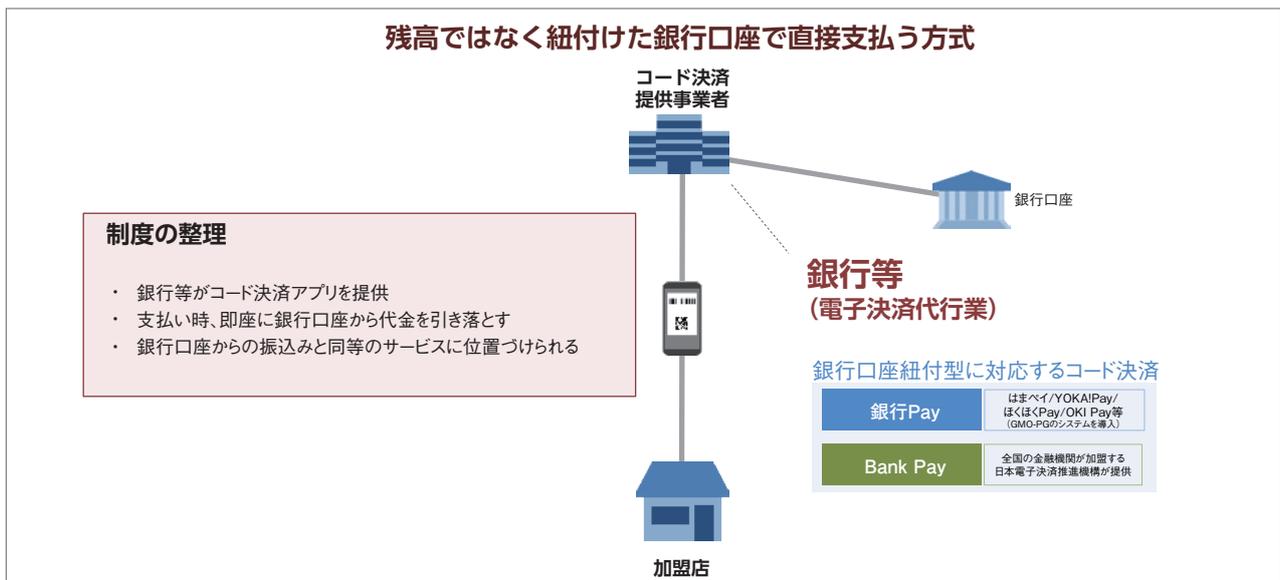


図3 紐付方式—銀行口座紐付型



ドプリペイドの番号等を登録して利用することもできます。

(2) 銀行口座紐付型(スマホデビット)

残高によらず登録した銀行口座で支払う方式で、利用時即座に銀行口座から代金が引き落とされることから、デビット決済に位置づけられます。スマホデビットの提供者になる銀行には銀行法が適用され、預金預入等に関する規制を受けます。しかし、銀行法がデビット決済の業務やサービス、消費者の苦情対応などを規定しているわけではなく、実質的にデビット決済そのものを規制する法律はありません。またこれ

は国際カードによるブランドデビットにも共通する点です。

この方式は基本的に銀行のみが対応しており、利用者からみれば、預金に付帯するサービスです。店舗などで支払った場合、利用者は口座振込によって、店舗などの口座に振込む手続きを行うのと同じ扱いです。いわゆる銀行振込の扱いと同じですので、利用者がスマホデビットによって詐欺などの取引に巻き込まれた場合に、制度を根拠とする抗弁対抗が難しいという課題があります。



香港

電気温水洗浄便座の適切な使い方ガイド

● HKCC ホームページ <https://www.consumer.org.hk/en/press-release/p-553-electronic-bidet-seats>

温かい便座は快適で、近年香港でも人気となり、店頭などに電気温水洗浄便座(以下、温水便座)の製品が増えた。HKCC(香港消費者委員会)は、設置のための必要事項や各種機能などを紹介している。まず、水道条例に基づき、設置には水道局の許可書が必要で、建物やフロア内への汚水の逆流を防ぐ装置を有資格配管工や登録配管業者が施工する必要もある。さらに、湿気の多い場所に設置する際は延長コードを避けるため、新たなコンセントの設置を登録電気工事技師に依頼する必要もある。

今回、HKCCが調べた9銘柄・32製品(3,399～14,800香港ドル)には温便座、温水洗浄、温風乾燥などの機能がかった。温便座はすべて温度調節可能であったが、上限が40℃の製品もあり、長時間座り続けると肌を傷める可能性がある。また、全製品が温水

洗浄機能付きで障がい者の下半身清拭^{せいしき}に便利だが、水温や水流の強さは最も低く設定してから徐々に調節すべきと指摘。マッサージ水流で刺激して排便を促せると言う製品もあるが、HKCCは慢性便秘症の人は医師に相談するよう勧めている。温風乾燥の設定温度の上限が60℃という製品もあり、65℃以下という中国国家規格は満たすが、長時間の使用は肌に不快感をもたらす可能性がある。

HKCCは適切に使うために ●定期的にノズルを清掃、ノズル浄水フィルターや脱臭フィルターを交換 ●トイレが浴槽やシャワーに近い場合は水よけのカーテンを使用 ●痔核^{じかく}などの症状がある人は使用前に医師に相談 ●長期間使用しない場合はプラグを抜き、機器内の水を抜くことで使用再開時の劣化した水による肌の不快感を防ぐ、などを助言している。



イギリス

高齢者の旅の必要経費は

● Which? ホームページ <https://www.which.co.uk/news/article/older-travellers-face-higher-prices-less-choice-aG2Tm0f2xAJr>
 ● Money Helper ホームページ <https://www.moneyhelper.org.uk/en/everyday-money/insurance/travel-insurance-for-over-65s-and-medical-conditions#>

海外旅行の際に加入する旅行保険では、高齢者の場合はリスク要因が増すこともあり、若い世代に比べて保険料が割高になることは違法ではない。だが、1週間のスペイン旅行の保険料は64歳で10.5ポンドのところ、85歳では健康に何ら問題がなくても15倍以上の162ポンドになる例もあった。2019～22年の値上がり率も25～54歳の33%増に比べて75歳以上は60%増、85歳以上は169%増で明らかな年齢差別であるとWhich?は指摘する。また、199件の旅行保険を調べたところ、190件は新規加入できる上限が70～75歳、一部には65歳までの制限があり、高齢者の選択肢は狭くなっている。

旅先でレンタカーを借りる際も高齢者の料金はほぼ2倍であるうえ、健康である旨の医師の文書や保険会社による直近の無事故証明を求められ、運転能

力のテストを行うところもあるという。レンタカー会社のサイトで30歳以上かどうかだけ問われて予約完了したつもりでいたのが、別記の細かい文字の利用規約に70歳以上には日額の追加料金、75歳以上はお断りとあり、現地で車を借りられない場合もあるという。

Which?は高齢の旅行者が少しでも不利にならないためのヒントとして ●これまでの保険を自動更新せず、BIBA(保険ブローカー協会)やWhich?などを参照して各保険を比較検討する ●健康に問題がある場合は、政府後援の一般向け無料ガイダンスのサイトで持病のある人向けの保険会社を探す ●レンタカーを借りる際は、年齢を詳細に記入し利用規約をよく読む ●シニア割引宿泊料を提供するホテルチェーンを活用する、などを助言している。



オーストリア

幼稚園児にも分かる絵本の良しあし

● オーバーエスターライヒ労働者会議所ホームページ

https://ooe.arbeiterkammer.at/service/testsundpreisvergleiche/tests/Kinder-Vorlesebuecher-_das_sind_die_besten.html

冬の長い夜は、子どもに絵本を読み聞かせる絶好の機会である。ところが、次々と登場する新作絵本を前に、どの本を選べばよいのか迷う親が多い。そこで、オーバーエスターライヒ労働者会議所は、2年に1度、幼児向け絵本のテストを実施している。大きな特徴は、幼稚園児とその教師に協力を求めていることである。テストの際、教師が幼稚園で普段どおりに絵本を朗読し、園児は絵を見ながら物語を聞く。子どもがストーリーを理解できるか、子どもから「もっと読んで」と何回要望があったか、絵が魅力的かどうかなどが評価基準となる。

今回、絵本20冊を対象とした結果、12冊が「非常によい」と高評価を受けた。そのうち6冊は子どもたちの大のお気に入りになったという。人間の子どものほか、リス、猫、オオカミ、ワニ、怪獣、魔女など

が登場し、テーマも友情、けんか、先入観への戒め、個人差の尊重など多様である。教師から「感動的な物語」と感想が出た作品もあった。

一方、8冊は幼稚園児にはストーリーが難解で、「もっと読んで」とせがまれることもなかったとのことである。これらの8冊には、対象年齢「3歳以上」または「4歳以上」と表示されていたが、もっと年齢が上の子ども向けと評価された。

同会議所は、小さな子どものいる親に、普段から子どもを書店や図書館に連れて行くよう勧める。絵本を選ぶ際は、子どもの希望を尊重し、自宅に専用の小さな本棚を設置すると、自ら本に手を伸ばすと助言する。読み聞かせに適した時間は夜寝る前で、毎日同じ時間がよいという。何よりも、落ち着いた環境が重要だという。



ドイツ

冬の飲み物にも新しい波

● 商品テスト財団ホームページ

<https://www.test.de/Winterliche-Heissgetraenke-Glueh-Gin-macht-Gluehwein-Konkurrenz-5933646-0/>
<https://www.test.de/Rezept-des-Monats-Holunderbluetensirup-fuer-Hugo-4851958-0/>

冬のドイツで親しまれている飲み物といえば、グリューワイン(Glühwein)だろう。赤ワインにシナモン、クローブ、オレンジピール等のスパイスや砂糖を加え、温めた飲み物である。凍てつく戸外で、屋台のグリューワインを飲む光景は、冬の風物詩となっている。市販のスパイスミックス(ティーバッグ等)を使って、自宅で手作りする人も多い。

ところが近時、ドイツ人の好みに変化が生じているのだという。2021年11月に実施したアンケート調査(18歳以上対象*)によると、グリューワインを飲むのが「好き」「どちらかといえば好き」と回答した人は44%に過ぎず、半数以上の人にとって好みの飲み物ではないという結果となった。

こうしたなか、商品テスト財団が最近のトレンド

* ドイツでは18歳からすべてのお酒が飲めるようになる

として注目するのが、グリュージン(Glüh-Gin)やフーゴ(Hugo)である。グリュージンとはジュースにスパイスを加えて温め、ジンを注いだ飲み物である。一方、フーゴとは北イタリアで発案されたカクテルで、西洋ニワトコの花(エルダーフラワー)で作ったシロップを、スパークリングワイン等で割った飲み物である。夏の飲み物というイメージが強いが、ホットにしてもよい。

このような好みの多様化を受けて、店頭には瓶・缶入りカクテル類が多数並ぶが、消費者が糖分、カロリー等を把握するのは難しいのが現状である。EUではアルコール度数1.2%を超える飲料は、原材料・栄養成分表示義務の対象から外れるためである。そこで同財団は、甘さなどを調節できるように、ホットカクテル類を自分で手作りするのを勧める。

消費者教育 実践事例集

高校生が地元の小学校で「先生」に —地域や学校と連携した小学生への金融経済教育講座—

早坂 剛 Hayasaka Takashi 財務省 東北財務局 理財部 金融監督第三課長

1996年東北財務局採用。大蔵省(現・財務省)理財局や財務総合政策研究所を歴任。2022年7月に現職に就任後、金融リテラシー普及・向上のため、積極的かつ幅広い金融経済教育講座を推進

東北財務局(以下、当局)では、宮城県栗原市で「高校生が講師となる金融経済教育講座」を行っています。目的は、高校生、小学生双方の金融リテラシー(お金に関する知識と判断力)向上です。高校生は、自らが教えることにより金融知識の深化を図ること、小学生は、身近な高校生から学ぶことで意欲的に講座に参加することを期待できます。

オリジナルプログラムの誕生

①背景(栗原市の状況)

栗原市で展開する理由ですが、2006年当時、栗原市は県内でも経済問題を起因とした自殺率が高く、自殺者数も年々増加していました。市は「栗原市いのちを守る緊急総合対策」を策定し総合的な施策を講じるほど、多重債務者救済は喫緊の課題であったことによります。

②試行錯誤からプログラム構築へ

当局では、多重債務者発生防止には学校段階からの金融経済教育が効果的と考えていました。栗原市が抱える課題に対して何かできないかと模索する日々が続きましたが、当局職員が従前「宮城県栗原地域事務所」で勤務していたことが追い風となり、議論を重ね、2014年に初めて金融経済教育講座の実施に至りました。

受講校数は順調に増加する一方で「もっと主体的に取り組んでもらうためにはどうしたらよいか?」と検討を重ねるうち、「高校生が学んだ知識を自ら講師となって小学校で教えるのはどうか?」とのアイデアが浮かびました。こうして、県(高校)、市(小学校)、国(当局)が連携し、

3者がメリットを享受する「高校生が講師となる金融経済教育講座」が誕生しました。

③実績と学校紹介

2016年にスタートし2022年12月末現在で16回を数えました。高校は栗原市内に所在する県立高校の^{つきだて}築館高校、^{はくおう}迫桜高校、そして、岩ヶ崎高校の3校です。

具体的な進め方—学びと実践—

次に進め方について紹介します。まず、高校と小学校とのマッチングが重要で、双方の関係性や取り組みへの理解度がポイントになります。

また、高校生が講師となるまでには研修が必要となります。理由は、単なる発表会で満足してしまっただけでは相手に真意が伝わらないからです。そのため複数回にわたるプレゼンテーション研修(基礎研修①→基礎研修②→直前研修→実践研修→事後研修)を実施します。大まかな流れは次のとおりです。

- **基礎研修①**：当局の「高校生向け金融経済教育講座」を受講した高校生に対し講師を公募
- **基礎研修②**：時間は2時間程度(複数回)
内容は、(1)当局が小学生向け金融経済教育講座を披露(模擬)、(2)高校生が講師担当箇所を決める、(3)担当箇所の台本作成、(4)担当箇所の発表(写真1)、(5)当局講師の講評、(6)台本の修正
- **直前研修**：時間は2時間程度
内容は、(1)リハーサル、(2)当局講師より講評、(3)再リハーサル、(4)最終調整
- **実践研修**：小学校で講師となり講座を実施
- **事後研修**：実際の講座を踏まえての振り返り等

写真1 研修で練習を重ねる高校生のようす



直前研修を習得した高校生が、実践研修として小学校5年生に対し講座を行います。

小学5年生向けの講座名は「マネープランゲーム旅行にGO! -やりくり挑戦-」。目的は、小学生に「上手なお金の使い方」を身に付けてもらうことです。内容は、①お金の使い方、②ワーク、③まとめ、の3部構成です。

①では、お金は働いて得るもので、限りがあること(=お金の大切さ)、おうちの人は収入と支出のバランスを考えて“やりくり”していること(=計画的に使う)を学習します。

②では、①で学んだ“やりくり”を体験します。労働ゲーム(クイズや人生カードなど)でお金を稼ぎ、それを元手に「仙台」「東北」「東京」の3コースから行きたいコースを選びます。泊まる場所、食事、遊ぶ施設も決め、1泊2日の旅行計画を立てます。収入は労働(ゲームの結果)により異なります。また、コースによってかかるお金も違います。小学生による“やりくり”の最大の見せ場です。

③は、ワークの振り返りです。持っているお金の中で、優先順位(必要なものや欲しいもの)を考えて計画的に使うこと、そして、先取り貯蓄に触れ、将来のための資金「備える力」について考えるきっかけを提供します。

高校生はこの講座の中で、①では講師役を(写真2)、②ではアドバイザー役を務めます。

写真2 高校生による講座のようす



高校生と小学生の声

高校生、小学生の声を一部紹介します。いろいろな気づきがあったようです。

●高校生の声

- ・教えることで家計管理が自分のものになった。
- ・「協力」と「思いやり」は社会で必要と実感。
- ・やると決めて、最後まで全力でやり切った!
- ・自分の短所を克服。自分に自信が持てた。

●小学生の声

- ・お金はとても大切。計画的に使いたい。
- ・高校生の先生が分かりやすく教えてくれた。

まとめ - 課題や展望など -

いかがでしたでしょうか。

本件は関係先との信頼関係が前提で、時間と労力も要し、取り組み拡大には工夫が必要です。

しかし、新型コロナウイルス感染症や物価高、デジタル技術の進展、成年年齢の引下げなど、変化の激しい時代を生きていくためには、自ら課題を見つけ、調べ、考え、他者と協働し、最後までやり遂げる力が必要です。「高校生が講師となる金融経済教育講座」では、金融知識の深化はもちろん、こうした「力」を養う副次的な効果もねらいの1つにしています。

最後になりますが、当局は今回紹介した取り組みを含め、次代を担う子どもたちに必要な金融リテラシーの普及・向上のため、引き続き、歩みを止めることなく取り組んでいきます。

嶋 是一 Shima Yoshikazu

NPO法人 日本Androidの会 理事長

MCPC 人材育成委員会 モバイルシステム技術検定プロジェクト 副主査

モバイル技術の普及促進活動として、KDDIテクノロジー CTOの任とともに、執筆、コンソーシアム、コミュニティー、大学非常勤講師などの活動に取り組む。趣味はストリートピアノ

MEC

(マルチアクセス・エッジ・コンピューティング)

車で、急いでショッピングモールへ買い出しに行くことになりました。用事があるので、できる限り早く戻ってきたいとします。そのとき、あなたは何を気にしますか？ 実は、これが5GのMECを理解する近道なのです。

専用道路と専用回線

車を運転するとき気にするのは、目的地までのルートと、その移動時間です。

目的地まで早く行くためには、混雑しない道路を選ぶ、信号のない道路を選ぶ、速度を出せる道路を選ぶ、などでしょう。手っ取り早く、一般道路でなく、自動車専用道路である高速道路を選ぶのがよさそうです。

実はインターネットも同じです。インターネット上で流れているデータ(パケットともいいます)が車の荷物であり、接続先のサーバが目的地となります。目的地まで素早く着きたければ、混雑がなく高速で送ることができる回線(これがインターネットの道路です)を選びます。

さて、インターネットには高速道路があるのでしょうか？ インターネットは多くの人々が共用して利用している一般道路です。そのため、通勤時間帯やイベント会場の近くで起こる交通渋滞のように、インターネット上でもパケットの混雑が発生し、信号の待ち時間も加わり移動時間が長くなってしまいます。つまりインターネットは遅いのです。

これに対して、専用回線は名前のとおり自分だけが使える道路ですので、自らデータを流し

最新の通信方式である5G通信。この特長の1つである低遅延を用いたサービス例には遠隔音楽ライブセッションやメタバースなどがあります。これらを実現するため使われるMECの技術について紹介します。

過ぎない限り、混雑することなく安定して通信できます。これが高速道路に当たります。しかも通行料を増やせば最高速度も上げてもらえます。ただし、リアルな高速道路の通行料に比べると、はるかに高価な料金となってしまい、とてもですが個人で手出しできるようなものではありません。

そこで、限られた人数で専用回線を共用してコストと混雑を抑える方法が考え出されました。インターネットへ出る手前のネットワーク(一般道路に出る手前のマンション敷地内の道路とか駐車場に相当)を活用して、サーバ近くのインターネットに出る方法です。敷地内は混雑しないので一般道を走るよりはマシですし、もしマンションの出口がショッピングモールの近くにあれば、移動時間はより短縮できるでしょう。個人向けのインターネットサービスだと、このマンションの敷地内の道路の役割を、インターネットサービスプロバイダ(ISP)や、移動体通信事業者が担っています。特に移動体通信事業者のネットワークを事業者網やDN(データネットワーク)と呼びます。

目的地の場所

買い出しからできるだけ早く帰ってくるには、速く移動するだけでは不十分です。当たり前ですが、できる限り近場のショッピングモールを目的地にし、遅い一般道を走る距離をできるだけ短くするべきです。

そこで、次のようなアイデアを思い付いた人

がいました。「ショッピングモール(は無理でも店舗)がマンションの敷地内にあれば、一般道を使わず最も早く買い物ができるのでは」と。実はこの敷地内店舗の考え方が、5Gの通信で使われるMECそのものです。

ウェブでサービス提供するには、端末から接続されるサーバをインターネット上に用意します。音楽のライブセッションや、ドローンの遠隔操縦などを行う場合は、遅れがなく高速に通信することが求められるため、このサーバを移動体通信事業者の事業者網(マンションの敷地内)に設置して、インターネット(一般道路)を介さず5Gを使った通信システムを構築します。このような低遅延の実現手法をMECと呼びます。MECは端末からできるだけ近い場所にサーバを配置するエッジコンピューティングといわれる手法の1つです。事業者網の中にあるMECサーバは、基地局の中に設置されるケースや、専用線で接続されたクラウド事業者(AWSなど)の中に設置するケースなどもあります。サービスの要求や開発の利便性に応じて使い分けられます。

本当に時間がかかるのは？

買い出しから素早く戻るためには、できるだけ近場へ、速く移動するだけでよいでしょうか？実は最も時間がかかるのは、買い物をしている時間それ自体ではないでしょうか。5Gで提供する低遅延サービスの多くも同じような状態です。サーバは、端末からサービスの要求を受け取ってから処理を始め、結果を返すまで時間がかかります。処理内容にもよりますが、これが通信時間よりもはるかに長いのです。

5G通信の特長の1つが「低遅延」です。しかし5Gで実現する低遅延は、5G NR(5G電波の部分)の低遅延化(0.001秒程度)だけで、インターネットの遅延(0.01~0.1秒程度)や、サーバ処理時間(処理に依存するが0.1~数秒)は含まれません。MECサーバを設けても、サーバで処理時間がかかっていたら台無しです。

買い物時間を短縮するには、あらかじめ買い物リストを作成すると効果があります。また、事前にモバイルオーダーなどで注文しておき、商品を取り置きしてもらうなども工夫の1つとなります。サーバでもこれと同じような工夫を行い、処理時間の短縮に取り組んでいます。

低遅延を活用したサービス

「遠隔音楽ライブセッション」は、離れた所にいる演奏者が5Gを用いて接続し、音楽セッション(合奏)を行うというものです。この応用例では、より精度の高い楽器のリモートレッスンなども想定されています。遅延が0.5秒を超えてしまうと、互いの音のタイミングを聴きながらの演奏が不可となるため、約0.1秒以内の遅延でサービスが構築されます。

また「メタバース」での活用も期待されています。メタバースとは、複数の人が仮想空間の中に集いアバターを使ったコミュニケーションをする場所です。相手の発話や身体動作に応じて、自分のリアクションを行います。メタバースの3D空間をリアルタイムに演算するためには、かなりの処理を必要とします。これにより大きい遅延が発生すると、正常なコミュニケーションが成立しません。そこで、リアクションやお互いの動きの情報だけサーバで共有し、3Dの演算は端末側で行うといったような、サーバの遅延を小さくする対策を行いつつ構築しています。

5Gの現状と将来

MECの利用について、複数の移動体通信事業者から案内がされています。しかし5Gの低遅延の特長を本格的に利用するためには5G SAサービスが必要です。まだサービス提供が限定的であり、対応端末も限られているため、普及にはもう少し時間がかかりそうです。しかし、低遅延を実現するサーバ技術が進化した暁には、これまでの通信サービスではできなかった新しいサービスが提供されることでしょう。

第43回

「賃貸借契約」について理解し、 トラブルを防ごう!

相談事例

2年間居住した賃貸マンションを退去後、貸主から、ハウスクリーニング費用や壁・天井のクロス貼り替え費用、エアコン洗浄費用、風呂の鏡のうろこ取り等で計17万円もの原状回復費用を請求された。契約時に敷金礼金はなく、家賃は約12万円で、契約書に原状回復に関する特約もなかった。普通に掃除はしており、喫煙はしていないしペットも飼っていない。クロスは細かいキズがあるため修復するというが、家具を置いた際に付いたもので、高額な請求に納得できない。(20歳代、女性)

●問題点とアドバイス

住宅の賃貸借契約に関する消費者トラブルは、10～20歳代の若者にもみられます。特に、親元を離れ、新たな生活を始める際に賃貸借の契約をすることが多く、注意が必要です。

(1) 契約時には、契約書類の記載内容や賃貸物件の現状をよく確認しましょう

賃貸物件を契約する時は、貸主側(大家や仲介業者)から渡される契約書類の内容をよく確認しましょう。特に、禁止事項、修繕に関する事項、退去する際の費用負担に関する事項のほか、「ルームクリーニング費用は全額借主負担」といった特約の有無について、必ず確認しておきましょう。

また、入居前に、できる限り貸主側と一緒に賃貸物件の現状を確認しましょう。賃貸借契約のトラブルは、退去時に起こることが多く、入居前からあったキズや汚れ等の写真を撮っておくと、退去時のトラブル防止につながります。

(2) 入居中のトラブルは貸主側にすぐ相談を

入居中に、雨漏りやトイレの水漏れ等のトラ

ブルが発生したら、すぐに貸主側に連絡し、どうすればよいか相談しましょう。賃貸物件の使用のために必要な修繕は、原則として貸主側に修繕の義務があります。借主が貸主側に無断で修繕を行うと、その内容や金額についてトラブルになることがありますので注意が必要です。

(3) 退去時には、精算内容をよく確認し、納得できない点は貸主側に説明を求めましょう

賃貸物件を退去する時、「原状回復」の費用を貸主側と借主のどちらが負担するかについてトラブルになることがあります。年月の経過による変化や普通に使っていたにもかかわらず付いてしまったキズ等の修繕費用は、借主が費用を負担する必要はないと考えられます。

納得できない費用を請求された場合には、国土交通省が定めている「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」*を参考に、貸主側に説明を求め、費用負担について話し合しましょう。

また、入居時と同様に、できる限り貸主側と一緒に賃貸物件の現状を確認し、写真やメモなどの記録を残しておくようにしましょう。

* https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk3_000020.html

参考: 国民生活センター【若者向け注意喚起シリーズ(No.10)】新しいお部屋で新生活!「賃貸借契約」を理解して、トラブルを防ごう!!(2022年3月3日公表)
https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20220303_1.html



父の代からある設置業者不明の 立て看板を撤去したい場合は？

相談者の気持ち

大きな道路沿いに農地を所有しており、父の代にその土地を貸して立てられた大きな広告看板があります。鉄柱の根元が腐食するなど相当傷んでいるので撤去したいのですが、契約書もなく土地の借り手である設置業者が分かりません。広告主も既に廃業しています。勝手に撤去しても問題ないでしょうか。

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



日本では、自分で権利があると判断しても、その自分だけで権利を実際に実現させてしまうこと(これを自力救済といいます)は許されていません。不便な制度とも思われますが、例えば、自分はAさんから10万円支払ってもらえる権利があると判断してAさんの財布から勝手に10万円を抜き出してしまっただけ、とします。これが社会的に大規模に行われてしまうと仮定すると、社会は大混乱に陥るでしょう。これを防ぐために、自力救済が禁止されているのは、やむを得ないことと思われま

す。ただ、そのために、本件のような厄介な問題が発生してしまうことはあります。地主が勝手に撤去することは許されないというのが、一応の結論と言わざるを得ません。通常の民事上の問題(本件の看板撤去要請はこれに含まれます)は、請求する側と請求される側が特定されています。そして、この両者の間で交渉して一定の合意をしたり、合意が成立しなければ訴訟をして、その結果としての判決によって結論を出したりします。被告を相手取って、「看板を撤去せよ」という判決を得て、被告に撤去してもらう、それでも任意に撤去してくれない場合は、被告の費用負担で強制的に撤去できます。

ところが、本件のように、請求したい側がい

るのに、誰に請求してよいか分からない(特定していない)場合は、そもそも交渉すらできませんし、訴訟をしようにも誰を相手として訴えを起こせばよいか分かりません。これでは民事訴訟の提起も不可能です。前述したような、撤去に至る法的道筋はない、ということです。

勝手に撤去したとしても、現実問題としては、事業者から後で「私の所有看板なのに、いくら地主とはいえ勝手に撤去したのはけしからん。損害賠償請求をする」といった文句が出る可能性は極めて低いでしょうが、法律問題として相談されると、四角四面に答えざるを得ません。

ただ、「鉄柱の根元が腐食するなど相当傷んでいる」とのことですから、付近住民に何らかの被害が発生する可能性もないではありません。

そこで、自治体に相談してみてもいいでしょうか。自治体は屋外広告物法に基づき、屋外広告物に対して必要な規制を行うことができ、条例を定めている場合もあります。一定の要件を満たす広告物については、都道府県知事等が自ら除去することができ、除去した広告物等を条例で定めることにより売却・廃棄することもできます。付近住民に不測の被害を発生させかねない危険な広告物であれば、お住まいの自治体が条例等に基づき撤去要請をすることや、立て看板の撤去ができるかもしれません。





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

一人暮らしの高齢者が居住不動産を低廉な価格で 売り渡す契約を無効とした事例

一人暮らしの高齢者が現に居住している不動産を著しく低廉な価格で売り渡す契約について、高齢で理解力が低下していた可能性のある売主に、買主がその不合理性を十分に説明しないままに契約を締結させて暴利を得ようとしたものであり、公序良俗に反して無効であり、高齢者の不動産という財産権を違法に侵害する不法行為にも該当するとした事例。(東京地方裁判所平成30年5月25日判決、『判例タイムズ』1469号240ページ)

当事者

原告：X(消費者)

被告：Y(宅地建物取引業者ではない個人)

関係者：A(原野商法でXが購入していた土地の売却を持ちかけたとされる者)



事案の概要

本件は、過去において原野商法の被害者であり、現在は年金が唯一の収入である高齢女性X(契約時において92歳)が一人で居住している不動産を、宅地建物取引業者ではない男性Y(当時25歳)が、極めて低額で買い取ったという事件である。

Xは、2016年11月中旬、所有していた本件土地とその地上建物(以下、本件不動産)を700万円でYに売却し、同日、Yから700万円を受け取った。同日、本件不動産についてXからYへの所有権移転登記手続きが行われた。XとYは、本件売買の締結に伴い、YがXに対し、本件不動産の明渡しを2017年1月下旬まで猶予し、XはYに対し、明渡しまで月額15万円の賃料相当額を支払う旨が記載された「合意書」を作成した。Xは、Yに対し、「合意書」に基づく賃料として、2016年11月下旬に6万円を、同年12月上旬に7万5000円を支払った。

その後、Xは、東京地方裁判所に、Yを債務者とする本件不動産についての処分禁止の仮処分を申し立て、2016年12月中旬、仮処分の決定

がされた。Yは、本件売買締結後、Xに電話を架けたり、Xの居住する本件不動産を訪問したりして、明渡しを求めた。

Xは、本件訴訟において、Xが本件売買を締結することにより被る不利益を十分に理解していないことに乗じて、著しく低廉な価格で本件不動産を売却させるものであるから、本件売買は公序良俗に反し、または錯誤により無効(2017[平成29]年改正民法の施行前の事件)、あるいは詐欺により取り消すとして、本件不動産の所有権に基づき、Yへの所有権移転登記の抹消登記手続きを求めるとともに、本件売買を締結したYの行為に不法行為が成立するとして、慰謝料200万円および弁護士費用相当額200万円の損害賠償の支払を求め、さらに、不当利得返還請求権に基づき、本件不動産の賃料としてYに支払った13万5000円の返還を求めた。

どのような経緯でXがYに自己の居住不動産を売却するに至ったのかについて、裁判所は事実認定をしていない。この点で、Xは、いわゆる原野商法勧誘会社の勧誘によりP県やQ県の土地を購入させられていたところ、Aなる人物からQの土地を購入してくれればXが所有するP

の土地と併せて1800万円で売却できるとの話を持ちかけられ、その税金対策に必要な1000万円を捻出するために本件不動産をいったん売ろうなかたちにすると言われてYを紹介され、本件売買を締結させられたものであると主張している。しかし、裁判所は、この主張を裏付ける客観的な証拠がないとして、直ちに採用することができないとした。

本件不動産の2016年度の固定資産税評価額は、土地が約4900万円、建物が約100万円の合計約5000万円であり、大手不動産業者2社による査定では、本件不動産の評価額は約1億1500万円または約1億2800万円とされている。

 **理由**

1. 本件売買の公序良俗違反の有無

仮に、Yが主張するように、本件建物の解体に相当程度の費用がかかるとしても、その費用は150万円から300万円程度であると認められる。そうすると、固定資産税評価額の14%にも満たず、大手不動産業者の査定価格の5～6%程度に過ぎない本件売買価格700万円は、著しく低額であって、当該価格に合理性を見出すことは到底困難である。

Xは、本件売買の締結当時92歳で、本件不動産に一人で居住しており、本件売買締結後にYから本件不動産の明渡しを求められてもこれに応じず、むしろ、締結後間もなく処分禁止の仮処分を申し立てたのであるから、本件売買締結の前後を通じて新しい住居を確保していなかったものと推認される。そして、本件売買の代金額は極めて低額でありXにはおよそ利益がないと考えられること、Xが本件売買を行う動機がまったく見当たらないことも考慮すると、Xは、本件売買締結時に本件売買を締結したことにより被る不利益を十分に理解しておらず、Yも、少なくとも、Xが本件売買について十分に理解し

ているかどうかを確認することなく漫然と本件売買を締結したものと認めるのが相当である。

以上によれば、本件売買は、代金額が極めて低額である一方で、Xにとっては損失の非常に大きい内容のものであり、Yは、当時92歳と高齢で理解力が低下していた可能性のあるXに対して、十分な説明を行わないまま前述のような不合理な内容の契約を締結させ、暴利を得ようとしたものというほかはない。したがって、本件売買は、公序良俗に反し無効である。

2. YのXに対する不法行為の成否

YがAらと共謀して税金対策として本件売買を締結させたという事実を認めることはできないから、このような事実を前提とする不法行為の主張は採用できない。

他方、本件売買が公序良俗に反し無効であることは前記認定のとおりであるところ、かかる契約をXに締結させたYの行為は、Xの本件不動産という財産権を違法に侵害する不法行為に該当するものと認められる。

Xは、本件不動産を違法に奪われたことにより精神的損害を被ったとして慰謝料200万円の賠償を求めているところ、かかる精神的苦痛は、登記が抹消されて本件不動産の所有権が保全されることにより慰謝し得る性質のものであり、Xが現実に本件不動産の明渡しを余儀なくされるまでには至らなかったことも考慮すれば、これに加えて慰謝料でもって慰謝すべき程度の精神的損害が生じたとまでは認められない。

他方、Xは、本件不動産の登記名義を回復するため、弁護士に委任して仮処分の申立てや訴訟追行を余儀なくされたことにより弁護士費用相当額の損害を被ったものと認められるところ、本件の弁護士費用相当額としては、100万円がYの不法行為と相当因果関係にある損害であると認められる。



3. 13万5000円の支払の法律上の原因の有無

本件賃貸借契約の締結日が本件売買と同じ2016年11月中旬であること、本件賃貸借契約は本件売買を前提として明渡しの猶予期限を定めるとともに猶予期間中の賃料を定めたものであることからすれば、本件賃貸借契約は本件売買に付随して締結されたものであるといえる。そのため、本件売買が公序良俗違反で無効である以上、本件賃貸借契約も当然に無効である。したがって、Xは、Yに対し、支払済み金員の返還を求めることができる。

4. 本件売買の錯誤無効の成否および詐欺取消しの可否

判断する必要がない。



解説

1. 公序良俗違反と暴利行為

公の秩序または善良の風俗に反する法律行為は無効とされる(民法90条)。公序良俗に反する法律行為の例としては、①密輸などの犯罪行為の約束やこのための資金融資、②不倫関係を維持するための金銭や物の提供、③親が借金をし、娘が芸娼妓として働いて返金する契約などの人の自由を不当に拘束する契約、④人の無知・軽率や窮状につけ込んで不当な利益を得る契約などが挙げられる。

このうち、④が暴利行為と呼ばれるものである。かつては、高金利での融資や、借金を返済できない場合に担保として提供された不動産を丸取りする契約などが問題となったが、その後、利息制限法や貸金業法、担保に関する判例法理の確立などにより、このような暴利は制約されるようになった。

現在では、本件のような「相手方の困窮、経験の不足、知識の不足その他の相手方が法律行為をするかどうかを合理的に判断することができ

ない事情があることを利用して、著しく過大な利益を得、又は相手方に著しく過大な不利益を与える法律行為」(2017年民法改正に向けて審議をしていた法制審議会民法(債権関係)部会の中間試案の表現)が、現代型暴利行為として問題となっている。

なお、**参考判例①**と**②**は、認知症高齢者が生活の基盤である不動産を時価よりも相当低価格で売却した事例で、それぞれ公序良俗違反であり無効とした。本判決は、Xが92歳と高齢で理解力が低下していた可能性があることには言及しているが、認知症であるかどうかについて特に判断することなしに、取引の内容から公序良俗違反を認定している点で、参考となる。

2. 契約締結と不法行為

詐欺的商法で契約を締結して金銭の支払をしている場合に、当該契約締結の意思表示を取り消して、あるいは公序良俗違反等による無効を主張して、支払済み代金の返還を求めることも、当該取引を理由に金銭を支払させたこと自体を不法行為として支払済み代金相当額を損害賠償として請求することもできる。いずれによる場合でも、相手方に交付された代金または代金相当額を返還させることが目的である。

この点で、本件では、契約の無効と不法行為の成立をともに認めているが、売買契約の無効が認められ、移転登記が抹消されれば、不法行為に基づく売主としての財産的損害は生じなかったことになる。実際に退去させられたわけでもないとして精神的損害の発生も認めず、弁護士費用だけが認められた。弁護士費用相当額の損害賠償を別途請求できる点に、不法行為に基づく請求のメリットがある。通常、契約に基づく請求では、これは認められない。

なお、**参考判例③**は、認知症高齢者がその所有する賃貸用マンションを不動産業者の取締役と面会したその日に安価で売却する契約をし、翌日に決済して所有権移転登記を経て、まもな



く転売された事例である。移転登記の抹消は請求されておらず、不動産業者、その役員らと司法書士の共同不法行為責任が認められた。

3. 受領済み代金の返還義務

契約が無効となると、各当事者は原状回復義務(民法121条の2)を負担し、本件であれば、Yは所有権移転登記の抹消登記手続を行う義務と賃料名目で受領した13万5000円の返還義務を負い、Xは受領済み代金700万円の返還義務を負う。もっとも、公序良俗に反し無効な契約を締結させたYの行為は不法行為に該当すると評価されていることから、YからXへの700万円の支払は不法原因給付(民法708条)となり、YはXにその返還を求めることはできない可能性が大きい。これは、詐欺的利殖商法で、高額の出資をさせておいて、当初配当名目で若干の支払がされていたような場合に、契約が取り消され、あるいは無効とされたとしても、詐欺業者としてこの配当金相当額の返還を求めることができないことと同じである。

だとすれば、Xは、不法行為の損害賠償として、弁護士費用の一部しか認められなかったが、実質的に700万円の損害賠償を受けたのと同様の経済的地位にあるかということ、本件が原野商法の二次被害であることから、そう単純な話ではない。

4. 原野商法の二次被害

原野商法とは、価値のほとんどない原野を、例えば、まもなく近隣が開発されて値上がり確実と言われて高額で購入するものの、開発も行われず価値のないままで終わるといったような詐欺的商法である。そのような無価値な原野を購入させられた者が高齢となり、負の遺産を子どもに残したくないと考えているところに現れて、二次被害を生じさせる例が増加している。例えば、あなたの土地を購入したいという人がいる、そのためには測量と整地の費用が必要だと言って金銭を支払わせるとか、取引に関連した税金

対策という名目で金銭を支払ったが実際には原野の売却と同時に新たな原野を購入する契約だったといった例である。

本件は、実際にはもう一人別の被害者(仮にZとする)が原告となっている。Zも原野商法の被害者で、一人で自己所有のマンションに居住している、契約当時82歳の高齢女性であった。Zは、2016年、Bから、R県の土地を7000～8000万円で買いたいと言っている中国人がいるとの話を持ちかけられ、その売買をするために保証金350万円が必要であると言われた。そして、その350万円をZが所有し居住しているマンションを担保に貸してくれる人物として紹介されたCに司法書士事務所に連れて行かれ、仮の契約であるなどと説明され、同事務所に来たYとの間で本件売買を締結させられたものであるとZは主張している。

裁判所は、原野商法の二次被害であるとのXやZの主張について、客観的証拠に欠けるとして採用することなしに、Xら勝訴の判決を下しているが、これらの主張が事実であれば、Yは、原野商法の二次被害を引き起こしている詐欺集団の末端の、オレオレ詐欺で言えば「受け子」のような存在に過ぎないことになる。そして、本件の原告側代理人弁護士の言うところでは、いずれの売買においても、いろいろな名目の下、代金は現実には売主の手に渡っていないとのことである。実際、Yは、売買代金700万円の返還と引換えに本件不動産の所有権移転登記抹消手続に応じるとの同時履行の抗弁を予備的にも主張していない。

参考判例

- ①大阪高裁平成21年8月25日判決(『判例時報』2073号36ページ)
- ②東京高裁平成30年3月15日判決(『判例時報』2398号46ページ)
- ③東京高裁平成27年4月28日判決(『消費者法ニュース』113号162ページ)

電気通信サービス提供の媒介等業務 (代理店等) に対する規制

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)



代理店等に対する指導等の措置義務

電気通信サービスの提供では、電気通信事業者(キャリアと表記する場合もある)から契約締結の媒介等の委託を受けた代理店や取次店(以下、代理店等)による営業活動が広く行われています。これら代理店等の営業活動では、利用者に対する説明義務の履行等において、違法な勧誘や不当な勧誘がなされることが少なくなく、このような代理店等の営業活動に起因する消費者からの苦情やトラブルが多発しました。

そこで、電気通信事業法(以下、事業法^{また}又は法)の2015年改正で、電気通信事業者に加えて代理店等にも電気通信サービス契約の締結勧誘における不実告知等の禁止行為が定められ、さらに電気通信事業者に対しては、代理店等に指導等の措置を取るべき義務が新たに規定されました^{*1}。そして、これらの禁止や義務の違反を行政処分(法29条)の対象とし、業務改善命令により電気通信サービスの提供業務の適正を確保する制度が導入されました(法27条の4)^{*2}。このうち代理店等に対する指導等の措置の義務をキャリアに課す制度は、電気通信サービスの販売の現場において、自らの下に抱える代理店等の指導等をキャリアに行わせる

ことにより、問題のある代理店等の業務遂行を是正させ、代理店等の業務の適正を図ることを目的としたものです。いわば割賦販売法の加盟店管理義務と同様の趣旨から規定されたものと考えられます。

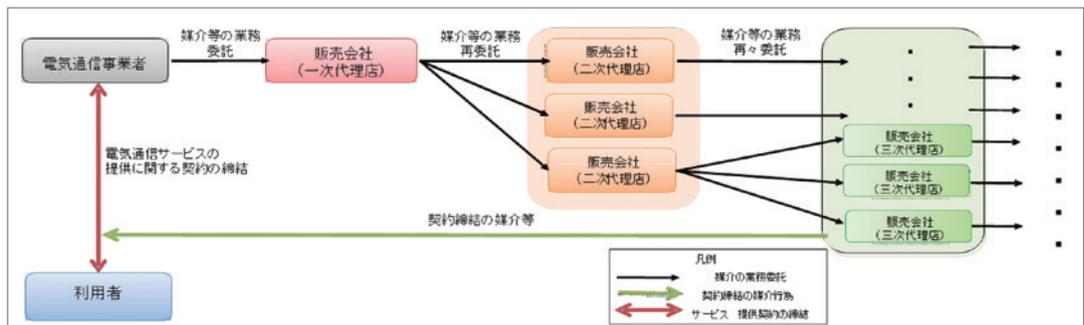
代理店等に対する指導等措置義務の内容

(1) 指導等の相手方

指導等の措置を受ける相手方は、電気通信事業者が電気通信役務の提供に関する契約の締結の媒介、取次ぎ又は代理(以下、まとめて媒介等)の業務又はこれに付随する業務の委託をした場合に当該委託に係る媒介等業務を受託した者です。既に述べたとおり、電気通信事業者の代理店や取次店がこれに該当します。

図のように代理店等は、電気通信事業者と直接の契約関係にある一次代理店や一次取次店に限らず、媒介等の委託関係が2段階以上にわたり複数の階層を構成し、その階層がさらに枝分かれしている場合など、非常に複雑な構造となっている場合もありますが、これら全段階に

図 媒介等業務受託関係の概念図



出典：総務省「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン(以下、ガイドライン)」95ページ

*1 ウェブ版「国民生活」2023年1月号 本連載第5回を参照 https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202301_14.pdf

*2 制定当時は法27条の3が該当条文で、事業法の2019年改正で条項数が1つ繰り下がった

おける受託者が法27条の4に基づく指導等の措置の対象とされる媒介等業務受託者に該当します*3。

なお、電気通信事業者は、直接、契約関係のある一次代理店等との間では契約に基づく指導等の権限(権利)の行使が可能ですが、直接の契約関係にない二次代理店等やさらに下位に位置する代理店等には、契約に基づく指導等の権限がない場合があります。しかし、そのような場合であっても、電気通信事業者は直接に指導等の権限のある一次代理店等との関係において、二次代理店等の業務の適正を図る措置等を取る義務があります(ガイドライン95ページ)。

(2) 指導等の義務主体

媒介等の受託者に対し指導等の義務を負うのは電気通信事業者です(法27条の4)。

同条の文言上、多段階の委託関係においても階層の下位の代理店等は媒介等業務受託者に該当し、電気通信事業者から委託を受けた代理店等も下の階層の代理店等との関係では委託者になります。また、事業法の2019年改正で導入された届出制度に基づく届出媒介等業務受託者(法73条の2)は、電気通信事業者からではなく、媒介等業務受託者から委託を受けて媒介等業務を行う場合も該当すると規定されていますが、事業法で指導等の義務を負うのは委託関係の上位にいる者ではなく、電気通信役務の提供主体である電気通信事業者となっています。

(3) 保護の対象者と対象役務

代理店等に対する指導等の義務の履行によって保護の対象となるのは利用者(法1条、26条～29条など)ですが、説明義務(法26条)の場合と異なり*4、電気通信事業者に対する電気通信役務提供の場合も指導等の義務の対象となります(ガイドライン95、96ページ)。

また、後述する届出制度の対象となる届出媒

介等業務受託者の場合の規定と異なり、指導等の義務の対象となる電気通信役務の種類は、条文上、限定がありません(法27条の4)。

したがって、事業法が対象とする電気通信役務の提供契約の締結の媒介等を行う場合は、同法が規制対象とする電気通信役務のすべてが対象となりますが、事業法27条の4の趣旨が利用者保護のために係る義務をキャリアに課していることから、説明義務、書面交付義務等の利用者保護の対象とはなっていない電気通信役務については、その電気通信役務の利用状況や媒介等業務の内容に応じて、最小限の措置でよいとされています(ガイドライン96ページ)。

(4) 指導等の措置義務の内容

指導等の措置義務の具体的な内容は総務省令(以下、省令)で定めることとされており、その内容は次のとおりです*5。

①媒介等業務(以下、(4)では業務)を適正かつ確実に遂行できる能力を有する者に委託すること(省令22条の2の18第1項1号)

電気通信事業者や媒介等業務受託者(再委託の場合)は、委託先が行う業務の内容や適否を審査するための基準等を^{あらかじめ}予め整備し、それに基づく審査が求められます。

②業務の実施状況を監督する責任者の選任(同項2号)

③業務手順書等文書(適正な誘引手段に関する記載を含む)の作成、研修の実施等(同項3号)

いわゆる「マニュアル」など適正な業務の遂行のための手順や手続、その他対応すべき事項を具体的に記載した文書の作成やこれらに基づく研修を行うことであり、業務はこれに従って行うことが必要とされます。

④事業法に基づく届出義務のある媒介等業務受託者(法73条の2第1項・第3項)が同法に定めるとおり届出を行ったことを確認し、これらの

*3 これらの委託関係は、必ずしも契約に基づくものに限らず、事実行為による場合も含まれる(ガイドライン96ページ)

*4 説明義務では、説明の相手方から電気通信事業者は除外されている(法26条1項柱書き括弧書き)

*5 これらの省令の規定の趣旨の詳細はガイドライン96～102ページ参照

規定を遵守させるための措置(同項4号)

キャリアの指導等の措置義務の一環として、代理店等が届出を行っているのか否かの確認や届出を行っていない場合に届出義務を遵守させる指導等を義務づけたものです。

⑤業務の実施状況の確認、検証、必要に応じた改善等(同項5号)

⑥利用者からの苦情の適切かつ迅速な処理(同項6号)

⑦業務が適切に行われない場合に、業務の中止、他の適切な者への速やかな委託、業務の委託契約の変更又は解除(同項7号)

⑧各措置の適正かつ確実な実施のための委託状況の把握(同項9号)

⑨移動体(モバイル)通信事業者の禁止行為に媒介等業務受託者が違反しないようにその遵守に必要な措置を講じること(同項8号)

この⑨は2019年改正において、モバイル通信事業者の禁止行為(次回取り上げる予定)が導入されたことに対応して追加されたものです。

(5) 報告義務

電気通信事業者は、前述(4)の⑦に規定する事態が生じた場合、それが利用者の利益に重大な影響を及ぼすおそれがあると認めるときは、速やかに、その事態を生じさせた媒介等業務受託者の①氏名又は名称、②住所、③法人の場合はその代表者の氏名又は名称、④その他法人番号等媒介等業務受託者の特定に必要な情報を総務大臣に報告する義務があります(省令22条の2の18第2項)。

代理店等への届出制度の導入

事業法の2015年改正で前述のと通りの指導措置義務がキャリアに課されましたが、他方、電気通信サービスの販売の実態は、のとおり、代理店等が何重にも階層的に連なるなど、キャリアの監督の目も届きにくい構造でした。その

ため、キャリアの指導や措置の実効性が上がらない実態もあり、制度の導入後も消費者トラブルが高止まりのまま推移していました。

そこで、事業法の2019年改正において、代理店等の業務適正化のため、電気通信事業者又はその代理店等から委託を受けて説明義務の対象となる電気通信サービスの提供に関する契約の締結の媒介等の業務を行おうとする者に対する届出制が導入され、届出をすることなくこれらの業務を行うことが、刑事罰をもって禁止されました(法73条の2、185条2号)。このように、代理店等に届出制が導入されたことで、その後は総務省が直接、代理店等に対する行政上の規制、監督を行えるようになり、従前より法執行の実効性が高まったと考えられます。

届出媒介等業務受託者に対する規制

(1) 届出義務

事業法の2019年改正によって電気通信事業者又は媒介等業務受託者から委託を受けて、説明義務の対象となる電気通信役務の提供に関する契約の締結の媒介、取次ぎ又は代理の業務を行おうとする者に届出義務が課されました(法73条の2)。

届出を要する事業者(以下、届出媒介等業務受託者)としては、①スマホ、携帯電話端末サービス等を取り扱ういわゆるキャリアショップの運営者、②FTTHサービス等の電話勧誘を行う者、③スマホ、携帯電話端末サービス、FTTHサービス等の勧誘や契約手続を行う家電量販店、④CATVインターネットサービス等の訪問販売を行う者などが代表例です。

なお、届出義務の対象となる媒介等業務受託者は、電気通信事業法が適用対象とする電気通信役務のうち、説明義務の対象としている役務に限られます*6。

*6 ウェブ版「国民生活」2022年10月号 本連載第2回を参照 https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202210_15.pdf

(2)届出媒介等業務受託者の義務

届出媒介等業務受託者には、電気通信事業者に対して規定されている次の条項が準用されます(法73条の3)。

①法26条及び27条の2の規定

事業法が電気通信事業者に課している説明義務(法26条)及び禁止行為(同27条の2)の規定は、すべての届出媒介等業務受託者に準用されます。

②法27条の3第2項の規定

法27条の3第1項に基づき指定された移動電気通信役務(モバイル通信サービス)を提供する事業者に対する禁止行為の規定(同条2項)が、その役務の提供に関する契約の締結の媒介等の業務を行う届出媒介等業務受託者に準用されます。

(3)届出制度の利用者保護上の機能と活用

媒介等業務受託者の届出制度における届出事項の具体的な内容は、省令39条に基づき別紙様式第33(同39条1項関係)において、届出書に記載すべき事項として表の左側の欄の事項が規定されています*7。

また、総務省のウェブサイトには、届出がされている代理店等の㊸名称、㊹届出番号(届出時に付与される番号)、㊺法人番号が公表されています*9、消費生活相談の現場でも、相談者の相手方となっている事業者の特定が容易に行えるようになっていきます。

媒介等業務受託者の届出番号は、電気通信サービス提供契約の契約書面のみならず、提供条件の説明義務の履行に用いる説明書面(いわゆる重要事項説明書等)に記載することが義務づけられています

ので(省令40条1項表中省令22条の2の3第3項の欄)、これらの書面を確認することで代理店等の事業者の特定がしやすくなっています。

例えば、代理店等の訪問勧誘や電話勧誘によってFTTHの回線サービスなどの契約が締結された場合、その勧誘を行った代理店等がこの何という名称等の事業者であるか分からないまま、利用者が契約の申込みや締結をしまうことがしばしばありますが、その場合でも説明義務の履行のために交付が必要とされている書面(重要事項説明書)に、届出番号の記載が義務づけられていますので、これを確認することで、いかなる事業者から勧誘を受けたのかを後から確認することが可能となっています。

また、これらの書面には代理店等に電気通信サービスの契約締結の媒介を委託しているキャリアの氏名、名称等も記載されています。媒介等業務受託者の勧誘等に問題がある場合には、説明書面や契約書面に記載されている契約の相手方であるキャリアに対し、代理店等の勧誘や営業行為に問題があったことを通知すれば、キャリアは指導等の措置を取る必要があり、それにより代理店等の問題のある行為の是正をさせることが可能となっています。

表 媒介等業務受託者の届出事項

		届出(あらかじめ把握)	報告(年1回把握)
1 販売代理店たる法人又は個人を特定するための情報、業務の概要を把握するための情報	法定事項	① 販売代理店たる法人又は個人の名称・住所	—
		② 取り扱う通信サービスの事業者の名称・住所	—
		③ 委託元(電気通信事業者又は販売代理店)の名称・住所	—
		④ 取り扱う通信サービスの区分	—
	省令事項	⑤ 販売形態(店舗販売、電話勧誘、訪問販売、通信販売)の別	—
		⑥ 再委託の有無	—
		⑦ 上記①～③の者の法人番号	—
2 店舗の情報等	—	① 店舗の数、名称、所在地	
	—	② 再委託先の氏名又は名称、住所及び法人番号	

* 上記の届出事項に変更が生じた場合には、遅滞なく変更届出を提出することが必要。

* 上記の報告事項については、令和3年以降、毎年3月末時点の状況を5月末までに報告することが必要。

出典：総務省「電気通信事業法の一部を改正する法律の施行に伴う関係省令等の整備について」22ページ*8

*7 総務省は「媒介等業務受託者届出マニュアル」を作成して公表している https://www.soumu.go.jp/main_content/000738171.pdf

*8 https://www.soumu.go.jp/main_content/000641999.pdf 参照

*9 総務省ウェブサイト「販売代理店届出制度」「届出を行った販売代理店の一覧」
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/135414.html



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)