

消費者問題をよむ・しる・かんがえる

ウェブ版

国民生活 3

NO.127 (2023)

特集 消費者行政の基本を学ぶ

特集 1-1	消費者行政職員への期待	1
特集 1-2	消費者行政の役割と展望	3
特集 2	消費者行政職員が押さえておきたい消費者法の基礎	5
特集 3-1	消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション (DX) について	11
特集 3-2	地方消費者行政を担う職員へのエール	13
消費者問題アラカルト	FIT 制度と FIP 制度の違いを知る	15
多様化・重層化するキャッシュレス決済	タッチ決済 (1) —タッチ決済のしくみ—	18
契約の基礎知識—自動車編—	車の整備② 定期点検	21
海外ニュース	<ドイツ> 発がん物質が検出されたキックスケーターも <フランス> 環境と財布にやさしい自家用車の相乗りサービスが人気 <アメリカ> 電動自転車の火災事故を減らすために <オーストラリア> 若い世代をねらう求人詐欺に注意	24
消費者教育実践事例集	社会のデジタル化に誰ひとり取り残さないために —スマホを活用した消費者教育の取り組み—	26
気になるこの用語	デジタルツイン	28
相談情報ピックアップ—18歳で成人!	引っ越し直後の消費者をねらった訪問販売トラブルにご注意!	30
暮らしの法律 Q&A	給湯器が故障して風呂が使えなかった 期間の家賃を減額してもらえる?	31
暮らしの判例	盗取されたキャッシュカードによって預金が払い戻された事案で、 預金者に重過失があるとして請求が棄却された事例	32
誌上法学講座	公正な競争推進のためのモバイル通信事業者に対する義務づけ —端末代金と通信料金の分離と期間拘束契約の規制—	36

消費者行政職員への期待



山田 昭典 Yamada Akinori 独立行政法人国民生活センター 理事長

1981年公正取引委員会事務局に入局。その後、官房総括審議官、審査局長、経済取引局長を経て、2017年公正取引委員会事務総長に就任(2020年1月辞職)。2020年10月より現職



私たちの使命

独立行政法人国民生活センター(以下、国セン)は、1970年、国民生活研究所を発展的に解消し、新たな特殊法人としてスタートしました。2003年には独立行政法人に移行し現在に至りますが、一貫して公正・中立な立場で消費者への情報提供、消費者被害の未然防止・拡大防止に取り組み、2023年10月には54年目を迎えます。消費者行政の枠組みの中で「消費者問題・暮らしの問題に取り組む中核的な実施機関」として、消費者・生活者・事業者・行政を確かな情報でつなぎ、公正・健全な社会と安全・安心な生活を実現する使命を果たしてきました。

一方、地方消費者行政に目を転じると、1961年、東京都に消費経済課が設置され、都道府県では初めて消費者行政を所管する部署が生まれました。その後、1965年に兵庫県が神戸と姫路に生活科学センターを開設、1969年には東京都消費者センター(現在の東京都消費生活総合センター)が発足するなど、地域社会の人々の暮らしを守る地方消費者行政には、より長い歴史があります。

国センは、消費生活相談情報や危害情報を集積・分析することを目的とした「PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)」を1984年から運用するとともに、各地の消費生活センター等からの依頼を受けて商品テストを実施す

ることなどを通じて、消費生活センター等と協働して消費者トラブルの解決や消費者の生命・身体に係る事故の未然防止等に取り組んできました。これらを含め、国センによる地方消費者行政への支援の取組は、地方消費者行政に対するニーズの高まりを踏まえ、ますますその重要度が増してきています。

国センも地方消費者行政も、その使命の根幹は時を経ても大きく変わることはなく、これまで尽力してきたことの積み重ねを踏まえて仕事をしていく意識が大切だといえます。私たちの仕事は、その内容が継続して安定的であるということが、多くの消費者の方々、事業者、関連機関等から信頼される縁になるからです。

社会状況の変化への対応

しかしながら、消費者を取り巻く環境は日々変化し、対処すべき消費者問題も変遷していくため、私たちの仕事は同じことの繰り返しに安住してはいけません。世の中がどのように変わっているのか、変わっていくのかを敏感に察知して、それに応じて柔軟に対応する方法・方針を持つことも必要です。

矛盾しているようですが、的確に、「安定」と「柔軟な対応」両方のバランスを取ることが大事で、消費者行政職員は一人一人がその意識を持って業務に当たっていただきたいと思います。私は国センの職員に向けて、イギリスの経済学

者であるアルフレッド・マーシャルの言葉を引用して、“Cool Head, but Warm Heart”すなわち、「冷静な頭脳と温かい心を持つ」という心構えが重要だと伝えていますが、この言葉は、消費者行政を担当する皆さんのように、社会問題に取り組むすべての方が心すべき姿勢だと考えています。

近年の消費生活では、デジタル化が促進され、インターネット取引が定着したことでネット通販に関するトラブルも増加しています。特に2020年から続くコロナ禍においては、この傾向が強まるとともに、ワクチンや給付金に関する詐欺といった新たな消費者トラブルも発生しました。

また、社会的に注目が高まったいわゆる靈感商法に関するトラブルや、地震・水害といった自然災害の発生に乗じたトラブルなど、消費者行政は、そのときどきの社会状況に応じた対応が求められます。

社会的に関心の高い問題に、どのように応えるのか・対応できるのかを示すことは、時には困難を伴いますが、「消費者に寄り添う」担当者として乗り越えて進まなくてはなりません。

今後の課題

これからの各地の消費生活センター等では、地域社会でどのような消費者被害が発生しているのかを把握し、消費生活相談の体制を充実させ、消費者への啓発や注意喚起を行うことが一層重要になるでしょう。

また、成年年齢引下げや高齢者・障がい者の消費者トラブルへの対応には、教育委員会や福祉部局等、地方公共団体内の他部署との連携・協力も必要となります。

さらに、デジタル化の進展によって、消費者や消費生活相談員を取り巻く環境が大きく変化しています。対面や電話以外での相談ニーズが高まっているほか、相談員の担い手不足など消費生活相談に係る新たな課題への対応が求めら

れていることから、国センでは消費者庁と共同で「消費生活相談のデジタル化」を進めています（詳細は、特集3-1「消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション(DX)について」参照)。消費者のことを第一に考える視点を軸に、消費生活相談員の負担軽減・働きやすさの向上等をどのように進めるべきか、消費者行政担当者の皆さんとともに考えていきたいと思えます。

むすび

国センは、地域に根差した消費者行政に携わる皆さんとともに、消費者に寄り添った、信頼される存在であり続けたいと考えています。

2023年1月5日、靈感商法等の悪質商法対策の一環として、「消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律」及び「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」の大部分が施行されました。

国セン法の一部改正では、①適格消費者団体への援助が業務として追加され、②紛争解決委員会におけるADR手続の引き続きの計画的な実施、その計画的な実施に対する当事者の一層の協力が求められ、③国センが行う事業者名公表について、その要件等が明確化されました。こうした新たな役割を含めて、国センは、今後ともなすべき業務を着実に実施してまいります。

なお、国センでは、ウェブサイト上で、注意喚起や商品テスト結果等のさまざまな消費者問題関連の情報、本誌、見守り情報(メールマガジン)、リーフレットといった地方消費者行政の業務に役立つ情報やツールを多数発信しています。そのほか、消費者行政担当職員や消費生活相談員等を対象とした各種の研修を行っています。その内容は、業務に必要な知識や法制度、消費生活相談の実務に役立つ事例研究など充実しており、また、集合研修と併せて、オンライン研修やD-ラーニングも実施しています。ぜひ活用してください。

消費者行政の役割と展望

新井 ゆたか Arai Yutaka 消費者庁長官

1987年農林水産省入省。総合食料局、消費・安全局等の課長職を経て、2015年から山梨県副知事。農林水産省に復帰後、食料産業局長、消費・安全局長、農林水産審議官を歴任し、2022年7月消費者庁長官就任



消費者庁と消費者行政

かつて、消費者行政は、あくまで産業振興の間接的、派生的なテーマとして、縦割りの行われてきました。しかし、社会経済情勢の変化に伴い、これまでの縦割り行政では、法規制的な横断的な体系化に遅れが生じたほか、どの府省庁も権限を有しないいわゆる「すき間事案」が生じるなど、適切に対応することが困難な状況が発生しました。このような背景から、消費者が主役となって、安全で安心して豊かに暮らすことができる社会を実現する行政へと転換する必要が生じ、2009年9月1日、消費者庁が発足しました。消費者庁では、政府の「舵取り役」として、各府省庁の所管分野に横断的にまたがる事案に対して、消費者行政を一元的に推進するための強い権限を保持し、それを適切に行使する役割を担っています。

具体的には、消費者安全法に基づいて、各府省庁、国民生活センターや各地方公共団体の消費生活センター等が把握した消費者事故等に関する情報を一元的に集約し、調査・分析して、消費者に対して迅速に注意喚起するほか、いわゆる「すき間事案」については自ら事業者に対する勧告を行うこと等により、迅速な被害の拡大防止、再発防止等をめざします。

また、景品表示法、特定商取引法等の消費者に身近な問題を取り扱う法令を幅広く所管して、法執行等を行います。さらに、各府省庁の施策の総合調整を行うとともに、各府省庁の縦割りを越えて消費者行政に関する幅広い分野を対象とした横断的な新法等を企画立案します。

地方消費者行政について

消費者行政は消費者庁だけではなく、地方公共団体も大きな担い手です。特に、各地消費生活センターでは、消費者から寄せられるさまざまな相談に迅速に対応するとともに、全国的な端緒情報の収集というアンテナ機能を発揮し、消費者被害の防止等に大きく貢献しており、地方の消費生活センターの相談業務は消費者行政の「宝」であると考えています。

(1) 地方消費者行政の概要

地方公共団体については、消費者基本法において「消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、(中略)地域の社会的、経済的状況に応じた消費者政策を推進する責務を有する」(4条)とされています。また、消費者安全法においても、消費者安全の確保に関する施策の推進等に当たっての責務が規定され(4条)、消費生活相談等の事務を行うものと位置づけられており、都道府県には消費生活センターを設置することが義務づけられています(市町村については努力義務)。

このような法令上の責務等も踏まえ、地方消費者行政の現場では、消費生活センターを中心に、消費生活相談員等が消費者トラブルにあった消費者からの相談を受け付け、解決のためにアドバイスし、必要に応じ事業者との間に立つてあっせんを行うほか、消費者トラブルに関する最新の情報等についての普及・啓発や悪質事業者に対する法執行等により、消費者被害の未然防止・拡大防止や救済のための取組を行っています。さらに、持続可能な社会の構築を担う自

立した消費者の育成等の取組も進んでいます。

また、各地の消費生活センター等で消費者から受け付けた相談についての情報は、PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)へ登録されることとなっており、集約・蓄積された消費生活相談情報は、消費者トラブルを解決するための相談業務のみならず、法執行の端緒や、消費者政策の企画立案に活用されています。

なお、消費生活センター等の連絡先を知らない消費者に近くの消費生活センターを案内することにより、消費生活相談の最初の1歩をお手伝いするため、消費者庁では、誰もがアクセスしやすい一元的な相談ダイヤルとして「消費者ホットライン(188)」を整備しています。

(2) 地方消費者行政の充実・強化

消費者行政の現場は「地域」にあり、地方消費者行政の充実・強化は消費者政策の推進における最重要課題の1つです。消費者庁では、地方公共団体の自主財源に裏づけられた安定的な取組を促すとともに、地方消費者行政強化交付金を通じた財政面での支援に加え、地方消費者行政の最前線で重要な役割を担っている消費生活相談員の能力や経験等に見合った処遇への改善に向けた働きかけ、消費者安全確保地域協議会の設置及び活動の促進、消費生活相談のデジタル化等にも取り組んでいます。

消費者の「消費者力」を高める

悪質事業者による消費者被害は消費者行政において大きな課題の1つであり、そのような事業者に対して適切な取締り等を行うことは消費者行政の役割ではありますが、消費者自身が「だまされない消費者」となるように支援することにも力を入れて取組を進めています。

このため、「気づく力」「相談する力」「断る力」といった実践的な力や、周囲をサポートし、エシカル消費など社会への参画や共創・協働の当事者として地域に働きかけていける力といった、「消費者力」の向上をめざしています。2022年12

月には「『消費者力』育成・強化ワーキングチーム」を設置し、「消費者力」を育成・強化するための効果的方策について審議をスタートしています。

また、消費者庁では、消費者の生涯を通じた消費者教育の体系的推進のため、文部科学省をはじめとする関係府省庁や地方公共団体と連携して取組を進めています。特に、昨年4月の成年年齢引下げを踏まえ、高等学校等における実践的な消費者教育実施の働きかけや、若年者に情報が確実に届くようにSNS等を活用した情報発信の強化等の施策を引き続き行っています。

そのほか、消費生活を送るうえで必要な知識や情報が分かりやすく届けられることが重要であり、消費者庁では、デジタルプラットフォームやAIといった新技術とのつき合い方や食品安全等にかかわるハンドブック等を作成するほか、季節や事案に応じた注意喚起を通じ、消費者への正確な情報の周知啓発を行っています。

消費者行政の今後の展望

消費者をめぐる課題は、高齢化等を背景とした消費者の多様化やデジタル化の進展等の社会経済情勢が目まぐるしく変わるなかで、大きく変化してきています。消費者庁では、「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」を開催し、消費者法制や消費者政策の抜本の見直しについて検討を開始しました。また、徳島に設置された「新未来創造戦略本部」では、民間のシンクタンクや大学等と連携し、消費生活に係る未来のビジョンを見据え、よりよい消費生活の実現に資するためのフォーラムを立ち上げました。今後、将来を先取りする提案を積極的に発信していきます。

消費者行政は一人一人の消費者に安全・安心を提供するもので、地方消費者行政の現場での取組の積み重ねこそが成果へと結び付くものと考えています。消費者庁では、地方関係機関や関係省庁と連携しつつ、消費者をめぐる課題に果敢に挑んでまいります。

消費者行政職員が押さえておきたい 消費者法の基礎



後藤 巻則 Goto Makinori 早稲田大学大学院法務研究科 教授
内閣府消費者委員会委員長。獨協大学法学部教授、早稲田大学法学部教授などを経て、2004年より現職。著書に『消費者契約の法理論』(弘文堂、2002年)、『消費者契約と民法改正』(弘文堂、2013年)、『条解 消費者三法(第2版)』(共著、弘文堂、2021年)など



消費生活相談で用いられる法律としては、消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法、景品表示法などがあります。また、消費者教育推進法で定められている自治体の責務なども押さえておく必要があります。以下では、これらの法律の概要を紹介し、加えて、消費者行政に関連する最近のトピックスに触れることにします。

消費生活相談で用いられる法律

1 消費者契約法

(1) 消費者契約法の目的

消費者契約法は、事業者が契約の締結について消費者を勧誘する際のルールや契約内容に関するルールを定めた法律です。事業者・消費者間では、商品やサービスに関する知識、情報の格差があり、また、事業者は、知識、経験の豊富な人材を用いて交渉に当たることができるため、交渉力についても消費者より優位な立場にあります。そのため、事業者と消費者の間で結ばれる契約(消費者契約)では、消費者が十分な知識、情報を持たないで契約をし、あるいは言葉巧みな勧誘によって、十分理解しないまま契約をしてしまうということが生ずるおそれがあります。

消費者契約法は、こうした点を考慮して、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、^{また}又は困惑した場合等に消費者に取消権を与え、また、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することになる条項の全部又は一部を無効とするほか、消費者の被

害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができるとを定めています(1条)。

(2) 消費者契約法の適用対象

消費者契約法の適用対象となる「消費者契約」とは、「事業者」と「消費者」の間で締結される契約です(2条3項)。消費者契約法において、消費者とは、「個人(事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く)」をいい(2条1項)、事業者とは、「法人その他の団体」及び「事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人」をいいます(2条2項)。

そこで、消費者と事業者を区別する基準として重要になってくるのが、「事業」とは何かということです。ここでの「事業」とは、営利目的のものに限られず、自己の危険と計算によって、一定の目的をもって同種の行為を反復継続的に行うことであり、社会通念上、事業と観念されるものをいいます。

「法人その他の団体」を事業者としたのは、これらは常にそのような事業性を備えていると考えたためです。「事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人」が事業者とされるのは、このような個人はそうでない個人と比べて、情報・交渉力の点で優位にあるからです。

(3) 誤認による取消し

事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、消費者に対して次の①②③の行為をし、これによって消費者が誤認をして契約を締結した場合には、消費者は契約を取り消すこと

ができます(4条1項、2項)。

①重要事項について事実と異なることを告げる こと(不実告知)

中古車の販売に際して、実際には数万km走行しているのに、走行メーターを巻き戻して2,000kmしか走行していないと説明して販売するような場合です。

②物品、権利、役務その他の消費者契約の目的 となるものに関し、将来における変動が不確 実な事項につき断定的判断を提供すること (断定的判断の提供)

投資信託や土地の取引で「将来かならず利益が得られる」と説明したり、商品先物取引で「この取引をすれば100万円もうかる」と説明するなど、将来の見込みについて断定的判断を提供することも、契約締結の有利性・危険性についての消費者の判断を誤らせるおそれがある点で、取消しの対象になります。

③ある重要事項または当該重要事項に関連する 事項について消費者の利益となる旨を告げ、 かつ、当該重要事項について消費者の不利益 となる事実を故意又は重過失によって告げな いこと(不利益事実の不告知)

例えば、販売事業者が「日照・眺望が良好である」旨を告げてマンションを販売したけれども、その際に、半年後に隣接地にこのマンションの日照・眺望を妨げる他のマンションが建築されることを故意又は重過失により告げなかったような場合です。

(4)困惑による取消し

消費者契約法の2018年改正前までは、困惑類型は「不退去」「退去妨害」に限定されており、学説により批判されていました。

そこで、消費者契約法の2018年改正と2022年改正により、困惑類型が追加されました。すなわち、困惑による取消しを認める場合として、2018年改正では、不安をあおる告知(4条3項3号)、人間関係の濫用(4条3項4号)、加齢等

による判断力の低下の不当な利用(4条3項5号)、靈感等による知見を用いた告知(4条3項6号)などの類型が新たに追加されました。さらに、2022年改正では、勧誘目的を告げずに退去困難な場所へ同行し勧誘した場合(4条3項3号)、威迫する言動を交え、相談の連絡を妨害し勧誘した場合(4条3項4号)などが追加されました。2022年改正には、旧統一教会による消費者被害を発端とする第2次改正があり、当該消費者のみならず、その親族の保護も図るなどの改正が行われました。

(5)過量な内容の消費者契約に係る^{かか}意思表示の 取消し

消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘するに際し、当該消費者契約の目的となるものの「分量、回数又は期間」(以下、分量等という)が、当該消費者にとっての通常分量等を著しく超えるものであることを知っていた場合において、その勧誘により当該消費者契約の申込みまたはその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができます(4条4項前段)。また、いわゆる次々販売のように、消費者が既に同種契約を締結していた場合には、過量性は、消費者が新たに締結した消費者契約の目的となるものの分量等だけでなく、既に締結していた同種契約の目的となるものの分量等も合算して判断します(同項後段)。消費者が、過量な給付を受ける必要性がないにもかかわらず過量契約を締結するのは、それが必要な契約であるか否かを合理的に判断することができない事情がある場合と考えられます。そこで、不必要な契約の典型例の1つである過量契約を対象とする規定を設けました。

(6)不当条項リスト

消費者契約法は、消費者と事業者の間の情報、交渉力の格差に着目し、消費者に一方的に不利益な条項により消費者の正当な利益が害されることを防ぐために、事業者の損害賠償の責任を

免除する条項等の無効(8条)、消費者の解除権を放棄させる条項等の無効(8条の2)、事業者に対し後見開始の審判等による解除権を付与する条項の無効(8条の3)、消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等の無効(9条1項)を規定しています。

消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等の無効には、第一に解除に伴う損害賠償額の予定・違約金条項があります。すなわち、消費者契約の解除に伴う損害賠償額を予定し、または違約金を定める条項がある場合に、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由・時期等の区分に応じ、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に生ずる「平均的な損害の額」を超えるものは、その超える部分が無効とされます(9条1項1号)。例えば、大学の入学辞退の場合の授業料の不返還特約につき、判例(最判平成18・11・27民集60巻9号3437ページなど)は、消費者契約法9条1項1号の問題として解決を図っています。

第二のものとして、金銭債務の不履行に伴う損害賠償額の予定・違約金条項があります。すなわち、消費者が金銭債務の全部または一部を支払期日までに支払わない場合に、損害賠償額の予定または違約金を合算した額が当該支払期日の支払残高に年14.6%を乗じた額を超えるときは、その超過部分が無効とされます(9条1項2号)。

(7) 不当条項の一般条項

消費者契約法は、前述した個別的リストに該当しない場合でも、「消費者の不作为をもって当該消費者が新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項その他の法令中の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比して消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項」であって、信義則に反して消費者の利益を一方的に害する条項を無効とする規定を置いています(10条)。

最高裁判決(最判平成23・7・15民集65巻5号2269ページ)は、この場合の「法令中の公の秩序に関しない規定」、すなわち任意規定には、明文の規定のみならず、一般的な法理等も含まれると判示しています。しかし、任意規定が存在しない場合の一般的な法理等がどのようなものであるかを判断するのが困難なこともあります。

そこで、任意規定が存在しない場合にも10条が適用される具体例を掲げることとし、「消費者の一定の作為又は不作为をもって消費者の意思表示があつたものと擬制する条項」が考えられますが、その中でも無効となる可能性が比較的高いものとして、前記の条項を条文に掲げました。例えば、甲という商品を購入したところ、その契約に、特段の連絡がなければまったく関係のない乙という別の商品の定期購入の契約を締結したとみなすという契約条項があつた場合のように、消費者が何もしていないにもかかわらず、新たに債務を負うことになる意思表示が擬制されるような場合です。

2 特定商取引法

(1) 特定商取引法の趣旨・目的

特定商取引法は、同法が定める一定の取引類型について、購入者等の被害防止と利益保護のために特別の法的規制を加え、かつ、取引当事者間の民事効について民法の特例を定めた法律です。同法が適用対象とする取引類型は、いずれも消費者被害が多発し、そのような被害を生じさせている販売業者や役務提供事業者の事業活動に対し、被害の予防や救済の観点から適正な規制を加え(多くの取引類型に共通する規制として、勧誘目的の明示、契約書面等の交付などがあります)、あるいは、民事上の権利義務関係の調整(多くの取引類型に共通する規制として、クーリング・オフや取消規定などがあります)を図るべきことが社会的にも強く求められるような取引を類型化したものです。

(2)各取引類型における規制

(ア)訪問販売

販売員が営業所等以外の場所で取引を行う場合が、訪問販売です(2条1項1号、省令1条)。

さらに、路上で消費者を呼び止めて営業所等に同行させる場合(いわゆるキャッチ・セールス。2条1項2号)、消費者の自宅などに電話をかけるなどの手段で接近し、販売目的を隠すなどして営業所等に消費者を呼び出す場合(アポイントメント・セールス。2条1項2号、政令1条)も、特定商取引法上の訪問販売に該当します。

(イ)通信販売

通信販売は、一般的には、消費者が事業者の広告を見て、電話や郵便、パソコンなどの通信手段を用いて申込みをする販売方法です(2条2項)。

インターネットのウェブサイトに掲載された広告を見て申込みをする場合についての規制や、パソコンや携帯電話に事業者から送付される広告メール(いわゆる迷惑メール)の規制にも特定商取引法の通信販売のルールが適用されます。

近年、健康食品等の通信販売では定期購入による販売が広がっています。これを受けて、2016年改正で、定期購入であることを認識し得るような表示義務(2021年改正前特定商取引法11条5号、省令8条7号)を規定しましたが、その後も定期購入をめぐるトラブルや被害が後を絶たない状況でした。

そのため、2021年改正で、「詐欺的な定期購入商法」の規制を強化しました(12条の6第1項、第2項)。また、販売業者等の誤認させるような表示等により、誤認して申込みをした消費者は、申込みの意思表示を取り消すことができるようになりました(15条の4)。

(ウ)電話勧誘販売

事業者が消費者の自宅や勤務先に電話をかけ、または消費者にかけさせて、勧誘する販売方法です(2条3項)。

(エ)連鎖販売取引

連鎖販売取引とは、販売員組織を拡大することにより利益が得られるといった説明をして商品を販売しようとするシステムのことをいい、33条以下で、これを規制する規定を定めています。

(オ)特定継続的役務提供

消費者が長期間継続してサービスの提供を受ける契約においては、中途解約を制限したり、高額の違約金特約を定めるなど、トラブルが多発しています。そこで、このような特定継続的役務提供として、①エステティックサロン、②語学教室、③学習塾、④家庭教師等の在宅指導、⑤パソコン教室、⑥結婚相手紹介、⑦美容医療の7業種を政令指定し、規制対象としています(41条、政令12条・別表第4)。

(カ)業務提供誘引販売取引

「内職をあっせんするから在宅で高収入が得られる」などと宣伝し、その技能を学ぶための教材等を販売するといった販売方法により教材等を購入したが、実際には内職収入がほとんど得られないため教材代等の損失を被るという被害が発生しています。こうした取引方法などが業務提供誘引販売取引といい、51条以下で規制されています。

(キ)訪問購入

訪問購入は、事業者が、消費者宅を訪問し、消費者の保有する貴金属などの物品を買い取る取引方法です(58条の4)。訪問販売では、消費者が特に買おうと思っていない商品を事業者が高く売り付けるトラブルが目立ちますが、訪問購入では、消費者が持っている価値ある物品を事業者が安く買いたたくトラブルが目立ちます。訪問購入に対する規制は、これに対応するためのものです。

(ク)ネガティブ・オプション

ネガティブ・オプションは、消費者が注文もしないのに商品が送付された場合です(59条)。

3 割賦販売法

(1) 割賦販売法の規制対象

割賦販売法は、代金後払いの販売信用取引として、割賦販売(2条1項、2章)、ローン提携販売(2条2項、2章の2)、信用購入あっせん(2条3項、4項、3章)を規定するほか、前払式の販売信用取引として、前払式割賦販売(2章3節)や前払式特定取引(2条6項、3章の2)を規定しています。

割賦販売という用語は、販売業者が購入者に信用を供与する販売契約の形態を総称して用いることが多いのですが、割賦販売法は、同法2条1項が定める定義に該当するもの(販売業者自身が与信をするタイプのもの=自社方式)のみを割賦販売としています。

(2) 信用購入あっせん

信用購入あっせんは、購入者と販売業者以外の第三者が与信をするものですが、それには包括式と個別式の区別があります。包括信用購入あっせん(以下、包括クレジットという)は、^{あらかじめ}与信枠(利用限度額または極度額)の設定や支払条件等に関する基本的な契約条件を定めて、典型的にはクレジットカードを発行し、その極度額(与信限度額)の範囲内であれば原則として個別の販売契約の与信審査を行うことなくクレジットの利用を認めるしくみです。個別信用購入あっせん(以下、個別クレジットという)は、販売契約ごとに申込書を作成して提出し与信審査の上、与信契約を締結する方法であり、主に高額商品の販売に利用される傾向があります。個別クレジットを用いれば事前にクレジットカードを保有していない者(定期的な収入のない高齢者など)でもクレジットの利用が可能となることから、訪問販売等で個別クレジット(2008年改正前は個品割賦購入あっせん)が利用され、多くの場合それがトラブルの原因となってきました。そこで、2008年改正で個別クレジット契約のクーリング・オフや取消しなどの規制が設けられま

した。

包括クレジットの規制については、2016年改正で、カード情報の漏えい対策(35条の16)、偽造カードによる不正使用対策(35条の17の15)などが盛り込まれました。

4 景品表示法

景品表示法は、事業者の不当表示や不当な景品類による不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するための法律です。具体的には、自己の供給する商品・役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であることを示し、または事実に相違して競業事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示(優良誤認表示。5条1号)や、自己の供給する商品・役務の価格その他の取引条件について、実際のものまたは競業事業者に係るものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認させる表示(有利誤認表示。5条2号)などが禁止されています。

景品表示法に関しては、アフィリエイト広告(アフィリエイトと呼ばれるウェブサイトの運営者が、運営サイトに広告主が供給するバナー広告等を掲載し、当該サイトを閲覧した一般消費者が、これらのバナー広告等を通じて広告主のサイトにアクセスし、商品の購入等をした場合に、アフィリエイトに対して、広告主から成功報酬が支払われるという形態での広告)や、ステルスマーケティング(広告であるにもかかわらず広告であることを隠す行為)といった現代的な課題への対応が急務になっています。

また、2016年に施行された課徴金の調査に伴う事件処理期間の長期化や、繰り返し違反したり、表示内容について何ら根拠を有しないというような悪質事業者も存在することなどを背景に、景品表示法の改正による対応も必要になってきています。

これらについて、消費者庁の検討会において議論され、アフィリエイト広告等に関する検討会報告書(2022年2月15日)、ステルスマーケティングに関する検討会報告書(2022年12月28日)、景品表示法検討会報告書(2023年1月13日)が公表されています。これらを踏まえ、法改正、告示指定(ステルスマーケティング)のステップに進むこととなります。

5 消費者教育推進法

消費者教育推進法は、同法3条が定める基本理念にのっとり、消費生活センター、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有することを規定しています(5条)。政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針(以下、基本方針)を定めなければならない(9条)、都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならないとされています(10条)。

基本方針は、消費者の多様化(高齢化進行、障がい者の増加、成年年齢の引下げ、孤独・孤立の顕在化、在留外国人等の増加、家計の多様化)、社会情勢の変化(デジタル化の進展、持続可能な社会実現に向けた機運の高まり、自然災害等の緊急時対応)などを背景に、2022年度内の決定をめざして変更の検討が行われています。

最近のトピックス

ジャパンライフ事件(磁気治療器の販売預託商法を展開した投資詐欺事件)などのように、多数の消費者に被害を生じさせた者の不当な収益を剥奪し、被害者を救済するための制度について検討が必要であることから、内閣府消費者委

員会は、こうした悪質商法に関して、実効的な法整備や違法収益の剥奪、財産保全等の制度について検討することを目的として、「消費者法分野におけるルール形成の在り方等検討ワーキング・グループ」を再開し、被害事案や、被害の防止・救済のための現行制度の活用等についての調査審議を経て、2022年8月に中間取りまとめを行いました。

中間取りまとめでは、破綻必至の悪質商法に対応する制度に必要な要素として、事業が継続する限り新たな被害を増やし続ける破綻必至商法については、当該事業を停止させて被害の拡大を防止するという公益的観点からの対応が必要であり、そのためには、相応の情報収集能力や一定の強制力を伴った調査権限による対応が必要と考えられることを指摘しました。それに加え、悪質商法事案では、債権者等による責任追及を予期して、事業者が財産隠しをすることが多く見受けられ、また、意図的な財産隠しが行われなかったとしても、破綻必至商法であれば、時間が経つに従って破産状態に近づき、加害事業者の責任財産が散逸してしまうことから、被害回復の実効性を高めるためには、財産の保全を早期に行うことが必要であることなどを指摘しました。これらを踏まえ、被害の防止・救済のためにどのようなしくみが必要であるか、引き続き検討が続いています。

消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション(DX)について



阿部 龍斗 Abe Ryuto 消費者庁地方協力課課長補佐(総括)
竹田 直矢 Takeda Naoya 消費者庁地方協力課課長補佐
高橋 雅也 Takahashi Masanari 消費者庁地方協力課課長補佐

はじめに

新型コロナウイルスの感染拡大は、近年のデジタルシフトを一層加速させ、人々の意識と行動の変容を促しました。

デジタル技術に基づくさまざまなサービスは日常的に利用されるようになってきており、行政相談、税務相談、自殺対策相談など、電話と対面相談が主流であったさまざまな公共サービスにおいても、メールやSNS等を活用したデジタル化への対応が進んでいます。

しかしながら、消費生活センター(以下、消セン)の消費生活相談の現場では、全国消費生活情報ネットワークシステム(以下、PIO-NET)がもつ技術面での課題や運用実態等が制約となり、デジタル技術の活用による相談受付手法の多様化や、リモートワーク・インターネットの利用をはじめとするネットワークを介した業務の実施体制構築など、消センが抱える課題が一挙に顕在化することとなりました。

こうしたなか、消費者庁と国民生活センターでは、2022年6月に策定した「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2022」に基づき、デジタル技術を活用したPIO-NETの刷新も含め、中長期的なデジタル化の検討を進めています。

本稿では、消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション(以下、DX)について、DXの実現によってどのような利点が得られるのかといった点にも触れながらDXを進める理由や、現在の検討状況、今後の方向性等について述べた

いと思います。

なぜDXを進めるのか？

新型コロナウイルス感染症対策において、社会では新しい生活様式が推奨され、デジタルシフトが急速に進展しました。消費者の普段の情報収集、コミュニケーション手段もデジタル化が進展し、テレワークやテレビ会議システムによる打合せ等の普及、ネット通販や動画配信サービスの拡大、ペイメントサービスなど多様なデジタルサービスが日常化してきています。また、暗号資産といった新たなデジタルサービスも登場したほか、裁判手続等でもIT化が進むなど、デジタル化は消費者を取り巻くあらゆる領域で進展しつつあります。

こうした社会全体のデジタルシフトが進むなかで、消費生活相談の現場が抱える課題が顕在化することとなりました。例えば、消費生活センターは、

- ・電話と対面が業務の基本とされ、電話もパソコンも職場に固定されている
- ・相談者から聞き取った相談情報はすべて手入力ですべてPIO-NETに登録されている
- ・専用線で独自にネットワーク化した閉域網を軸に各消センに専用端末が配備され、インターネットやメールが十分に活用できない

といった状況にあり、こうした業務環境が次のような課題を生んでいます。

- ・相談員がテレワークに対応できない
- ・相談員が相談情報を入力する業務の負担が大きい
- ・相談員は情報収集のためのインターネットの活用をしづらく、相談者は電話による相談が主と



なり、ウェブで相談できる機会は極めて少ない

このような現場の課題は相談員の担い手不足にも作用していると考えられ、将来的には、拡大し続ける行政需要に対して、行政サービスが追いつかなくなるおそれもあります。消費生活相談のDXは、デジタル技術の活用を通じ、相談者や相談員が抱えるこうした課題を解決することで、相談者がより相談しやすく、相談員がより働きやすい環境を作る取組です。

どこまで検討が進んでいるのか？

消費生活相談のDX推進に当たっては、学識経験者、実務家、相談現場の各有識者から意見を聴取することを目的として「消費生活相談デジタル化アドバイザーボード」が設置され、2021年5月からのべ14回(執筆時点)にわたってDX実現に向けた具体的な検討が進められてきました。こうした有識者を交えた検討を踏まえ、2022年6月には「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2022」が取りまとめられ、消費生活相談等について、めざす将来像とそれに向けた作業の進め方が示されました。

具体的には、消費者、消費生活センター職員、消費生活相談員、消費者庁、国民生活センターといった多様なステークホルダーの要望や意見を現状に個別反映していく「現状を前提としたスタート」ではなく、あるべき姿からサービスや業務を再構築するバックキャスト型のアプローチにより、例えば、

- ・相談者全般ではなく、潜在的相談者にもフォーカスするとともに、よりサポートが必要な相談者にフォーカスする
- ・相談員の暗黙知(個人的な知識)に頼り切るのではなく、組織全体としての総合力を発揮し、見える化された知見(形式知)を継続的に整備する
- ・各センターでシステムと分離された電話回線を整備するのではなく、国がシステムと連動した

電話網を一元的に整備する(非常用を除く)

等のビジョンが示されました。これらを実現するため、

- ・パソコンやスマホを活用している消費者は、消費者トラブルにあった際に自己解決を図る傾向が強いことから、こうした層に対してはウェブ上で自己解決を支援するためのFAQを公開し、自己解決が難しい場合はウェブ相談や電話相談を受け付ける。パソコンやスマホが苦手な層に対しては引き続き従来どおりの電話相談を行い、電話相談として表れてこなかった潜在的相談者にもフォーカスするとともに、消費者の多様なニーズに応える
- ・相談員用の非公開FAQを整備し、デジタル技術の力を用いて、相談対応に必要な知見に相談員が素早くアクセスできるようにする
- ・システムと連携した電話網の整備により、例えば、自動録音・音声認識等の技術を活用するなどして、相談員が相談情報を入力する際の負担を減らす

といったシステムや業務面での方向性が示されており、将来的に、高度で専門的な知識を有する相談員が、場所を選ばず専門的な相談に対応できるような環境構築をめざしています。

むすび

現在、消費者庁と国民生活センターでは、こうしたDXの方向性について、新システムのプロトタイプ(試作版)等を用いて相談現場の職員等とも意見交換を重ねているところで、現場のニーズをしっかりとくみ取ったうえで、2023年度以降、より具体的なシステムや業務の詳細設計を進めてまいります。また、消費者向けに一般公開するFAQについては、先行整備を進め、2023年度から順次公開します。こうした取組に合わせ、相談員や消費生活センター職員向けの研修体系の整備を行う予定です。

今後とも、消費者のことを第一に考える視点を軸に、相談員の働きやすさの向上なども進めながら、消費者被害の最小化に資するよう、しっかりとDXを推進してまいります。

地方消費者行政を担う職員へのエール



田中 浩 Tanaka Hiroshi 相模原市消費生活総合センター所長
相模原市役所職員。保健衛生、環境、障害福祉、財政、観光振興にかか
る事務を経て、現職。今春退職

異動初年度は条例改正から

新型コロナウイルス感染症が猛威を振るい始めた2020年4月に私は相模原市消費生活総合センター所長として異動してきました。

この当時、本市の消費生活センターは市内に3カ所あり、私の異動初年度の仕事は3センターを1つに集約することでした。消費生活相談員（以下、相談員）の常時配置が困難になり、1カ所でも相談は可能との判断です。

集約のためには議会の承認を得て、相模原市消費生活条例の改正が必要です。まずは消費者行政の根拠法令や変遷、センターの課題等を理解するため、書物や文書を読みました。法令等の理解は国民生活センターの研修が、変遷は消費者庁のウェブサイトや市販本が有益でした。戦後から高度経済成長期、バブルとその崩壊などの各時代を象徴する消費者事件・事故が私の若い頃の記憶と結び付いて、よく理解できました。異動したての事務職員の皆さんには、消費者関連法令や制度の意味合いを理解するためにも、消費者行政の変遷を学ぶことをお勧めします。

コロナ禍での事業企画

度重なるワクチン接種の動員要請や来所相談の中止、イベントの自粛など、感染拡大により事態は深刻になりました。通勤に不安を訴える相談員もいて、事務職員にも動揺が生じました。

コロナ禍以前は年間60件くらいあった出前講座も自粛になり、啓発事業を考え直す必要がありました。もちろん予算も人手もかけられませ

ん。考えたことは、市内の大学と連携して学生に消費者被害を説明し、注意喚起を図ることと地域のFMラジオを通じた啓発放送です。大学については旧知の先生に相談したところ「面白いね」と快諾をいただき、大学のいくつかの教室をオンラインで繋いで、約200人の学生たちに啓発できる機会を得ました。ラジオ放送は、高齢者の消費者被害について事務職員とパーソナリティーが掛け合いで話すもので、平日の朝と夕方に月2本のテーマを流しました。委託料が必要でしたが、地方消費者行政強化交付金を使って実施しました。

啓発物品の作成も悩みましたが、インターネットで検索すると他都市の事例がたくさん出てきて、大変参考になります。他都市の好事例はどんどん取り入れてよいと思います。

相談員の姿に刺激を受けて

本市の総合計画に係る市民意識調査では、消費者問題に力を入れてほしいと考えている市民は1.6%しかいませんでした。福祉や子育て支援、街づくりなどに市民が期待するのは分かりますが、それにしても低い。私は複雑な気持ちでしたが、さまざまな消費生活相談に丁寧に対応している相談員の姿が励ましになりました。

消費生活相談では、判断力の低下した高齢者などから相談の聴き取りを行うことは、傾聴力だけではなく、高度な忍耐力も必要だと思えます。何が起きたのか、どうしてほしいのか、起きた背景や原因は何かなどを的確に聴き取り、解決への助言をすることは、事務職員が想像する

以上に困難な作業だと思います。法改正などが頻繁に行われるなか、相談員は国民生活センターの研修に参加するなど、知識の蓄積に余念がありません。事務職員も相談員に負けないくらいの知識を身に付けたいところです。

相談者の中には行き場のない感情をぶつける人もいますが、手紙やはがき等で感謝の気持ちを伝えてくれる人もいます。本市では消費者行政に使ってほしいと寄付金が寄せられたこともあります。消費生活相談で救われた思いの市民がいたのでしょう。事務職員としてもこうした市民の気持ちはうれしく思います。

PIO-NETは優れたシステム

PIO-NETに記録されたデータは、生きた教材です。悪質業者の行為や財産を取り戻す困難さなども細かく記録されています。PIO-NETを読んでいると、行政として何をすべきかを考えることができます。事務職員も可能な限りPIO-NETの記録を読むようにしてほしいと思います。

ところで、どの役所でも、消費生活センターの存在や業務について知らない職員が多いのではないのでしょうか。対応の難しい市民ばかりを相手にしている部署と思っているかもしれません。確かに消費生活相談は明るく楽しい話ではないですが、市民の暮らしを守るとてもやりがいのある仕事だと思います。公務員だからこそできる仕事といってよいでしょう。また、本市の場合は、市民との接遇や庶務、財務などの自治事務の基本がコンパクトに学べ、若い事務職員にとっては、どの部署に転出しても応用できる知識と経験が積める職場だと思っています。

消費生活センターの悩みどころ

3センターを集約する条例改正案は、議会で可決されました。2021年4月からの新しい消費生活センターは、事務職員と相談員の勤務する部屋を分け、それぞれ以前よりも広くして、働きやすい環境を整えました。

一方、相談員の確保は長年悩みの種です。現在も欠員状態であり、近い将来はより大幅な欠員が生じかねません。質の高い相談業務の維持が困難になる危機感があります。素養のある人を見つけて自前で相談員を育成する必要があると感じています。多くの消費生活センターでも同様の悩みがあるのではないのでしょうか。

こうした課題の解決策としてDX化が検討されています。消費生活相談は幅広い年齢層から寄せられることを考えると、DX化の実現には相談現場を知る多くの人を交えた十分な議論が必要だと思います。

困難に挑みましょう

成年年齢の引下げに向けた注意喚起のため、市広報紙の記事やイベントで大学生や中学生にも協力していただきました。若い人の発言や行動は想像以上に素晴らしいと感じます。こうした若い人との連携を含めて、地域の協力があれば、お金を掛けなくてもさまざまな取り組みができます。そのためには、あらゆる人脈や機会を通じた日頃のコミュニケーションが大事だと思います。地域の人々と対話すること自体が顔の見える関係作りとなり、連携の強化に繋がります。もちろん、少ない職員体制の中での企画や事業の完遂には困難も伴いますが、それを乗り越えることにやりがいがあることをこれまでの行政経験から学んでいます。事務職員は3～4年での人事異動があります。私自身もそうでしたが、どんな業務に就いたとしても、自己満足でも構わないので、自分はこんなことをやったと記憶に残るような成果を成し遂げてほしいと思います。

公表されている消費者被害は氷山の一角で、潜在的な被害者はもっと多いといわれています。消費者行政は地味な仕事ですが、私たちを必要としている人はたくさんいます。全国の消費者行政に係る事務職員と相談員皆さんの活躍で、そうした人々の安心・安全を作ってほしいと願っています。期待しています。



FIT制度とFIP制度の違いを知る

馬上 文司 Magami Takeshi 千葉エコ・エネルギー株式会社代表取締役
地方自治体における再生可能エネルギー政策の研究で、千葉大学において日本初の博士(公共学)の学位授与。専門は環境政策、エネルギー政策、地方政策など

FIT制度の概要と課題

FIT制度とは再生可能エネルギー(再エネ)電気の固定価格買取制度のことで、政府が定めた一定の価格(調達価格)で、一定の期間にわたって再エネ電気を必ず買い取ることを保証するしくみです。日本国内のFIT制度は大きく2段階に分かれていて、2009年から導入された住宅用太陽光発電の余剰売電制度と、2012年から導入された再エネ電気の全量売電制度がありますが、ここでは後者の全量売電制度を指すものとしてお話ししていきます。FIT制度を利用することで、再エネ発電を行う発電事業者は長期間の事業収支を見通しやすくなり、再エネ電源への投資が加速します。実際に、FIT制度によって太陽光発電だけで6050万kW(2022年3月時点)が新たに導入され、FIT制度開始前の何と約12倍にまで増加しました。単年度の導入量がピークだった2015年には、世界全体の太陽光発電導入量の約20%が日本国内での設置によるものという一大市場が誕生したのです。

しかし、FIT制度は売電収入が固定されるため、発電所の運転が開始されてから収入を増やすことが難しいという特徴があります。そのため、まず初期投資をいかに下げるかという点に目が行きがちになり、なるべく安い製品や工事価格を発電事業者が求め、FIT制度を所管する資源エネルギー庁も競争強化などによる国際価格への収斂^{しゅうれん}をめざすといった方針を打ち出すことなどによりそれを後押ししました。その結果、例えば太陽光発電では安価な外国製の太陽光パネルや架台といった資材が採用されるようにな

り、かつては世界シェア上位を誇った国内のメーカーはどんどん衰退し事業から撤退していきました。また、多くの発電事業者が参入するなかで太陽光発電事業も玉石混交の状態になり、不適切な設計や運営状況の発電所が目立つようになりました。しかし、資源エネルギー庁はその解決策として新たに計画される発電事業への規制ばかりを強化し、既に運転を開始した発電事業に対してはほとんど改善に向けた手を打たなかったため、不適切な事業が残ったまま国内の太陽光発電市場は大きく縮小することになり、FIT制度の新規事業計画が最も増えた2013年度に比べると、2021年度には何とたったの4%にまで新規事業計画の数が減ってしまったのです。

一時期は世界屈指の大量導入を招いたものの、国内の産業は大きく衰退し、新規事業計画も大幅に減少するという結果になった理由は、何よりも政府における再エネ産業政策に長期的な視点が足りなかったためでした。再エネ発電事業の長期的な社会に対する便益を考えず、とにかく目先のコスト削減だけを事業者に強いることとなった結果、健全な国内産業を育成しエネルギー安全保障を確立する機会を失ってしまったのです。これは、この後説明するFIP制度でも解決されていない課題として残っています。

もう1つの課題として、FIT制度はインフレや社会制度の変化に弱いという特徴があります。インフレによって発電所の運転管理費や保険料などが増加したり、土地の価格が上昇したりすることによる固定資産税の負担増といったことも起こり得ます。また、再エネ発電を含むエネルギー事業に新たな税金や賦課金などが課され



るといった事態も考えられます。通常の発電事業であればそうした支出の増加を売電価格に転嫁できますが、FIT制度の場合はそれができないため、単純に収支が悪化していくことになり、事業が継続できなくなってしまうことも考えられるのです。

FIT制度からFIP制度へ

2022年4月より、新たにFIP制度が導入されました。FIT制度は発電事業者が売る電気の価格を長期間一定の価格で買い取ることを保証するものでしたが、FIP制度は発電事業者が市場などに売った電気の価格に対して一定のプレミアム(補助金)を支払うものです。再エネ発電事業者にとっては、発電した電気の売り先を自分で探すことになり、収入も一定ではなくなるという点が大きな違いです。なぜこうした制度を導入するのかというと、資源エネルギー庁の説明では再エネ電気も市場で売買されるようにしていくためとしています。市場で電気を売るようになると、例えば電気をどのタイミングで売るかを考える必要が出てきます。太陽光発電を例にとると、晴れの日の昼間は太陽光発電の電気がたくさん市場に供給されるため、電気の売値が安くなります。そうすると、なるべく高く電気を売るために、蓄電池などを活用して朝夕や夜間に電気を売ろうと考えるようになります。こうした需要のピークや、供給が不足して電気が足りなくなりそうなタイミングでは電気が高値で売れるので、発電事業者がそうした時にも電気を売ろうとするようになり、結果として需給の調整が図られます。FIT制度だといつ電気を売っても同じ価格なので、発電事業者にはこうした工夫をする動機が生じません。

一方で、FIP制度になると発電事業者の長期的な収入の見通しが不透明になるため、事業リスクはFIT制度より大きくなります。もちろん、先に述べたような工夫によって収益を増やすこともできますが、市場に電気を売る際には発電計画をしっかりと作る必要があります、もしその計

画どおりに電気を供給できないと「インバランス料金」という過不足に対するペナルティを負担しなければなりません。何よりも、10年後や20年後の電気料金がどうなっているかは誰にも正確には予測できません。これによって最も影響を受けるのが金融機関からの融資などの資金調達です。FIT制度であれば、売電収入も販売先も明快だったため、多くの金融機関が再エネ発電事業に融資してきました。しかし、FIP制度になると売電収入も販売先も長期間保証されるものではなくなるため、融資に消極的になってしまいました。これもFIT制度の課題で挙げた産業育成に課題を残したのと同様に、金融機関が再エネ発電事業をしっかりと評価し融資するための成長を怠ってきた結果と言えます。本来、どんな事業であっても10年後や20年後の売上が確約されているはずはないのですが、再エネ発電事業に限ってはFIT制度のぬるま湯に金融機関が慣れ切ってしまったため、いざ普通の事業と同じ目線で評価するとなった時に及び腰になってしまっているのです。

再エネ電力の今後

ここまで、日本政府の再エネ促進策であるFIT制度とFIP制度について説明してきましたが、こうした制度の状況も踏まえて今後の再エネ発電が国内でどのようになっていくのかを考えていきたいと思います。

まず、日本政府の将来的な再エネに関する目標がどうなっているのかをみていきましょう。2030年に向けて、日本政府が掲げている気候変動対策目標は、2021年10月22日に閣議決定された地球温暖化対策計画において温室効果ガス総排出量を2013年度比で46%削減すること、さらに50%の高みに向け挑戦を続けていくこととされています。2013年度の温室効果ガス総排出量は14億800万トンをあり、主な排出源としてはエネルギー起源の二酸化炭素が2013年度時点で12億3500万トンを占めているため、政府はこれを6770万トン(45%減)まで減らすことが必



要としています。そのために2030年には再エネ発電の割合を36～38%まで増やしていくとされていますが、太陽光発電をみてもFIT制度やFIP制度で増えるのは2030年時点で最低限必要な導入量の30%程度としており、あと8年を切るなかで具体的な普及策は欠いたままとなっています。また、地方自治体では2050年二酸化炭素排出実質ゼロを達成していく「ゼロカーボンシティ」をめざすと表明する動きが相次いでおり、2023年1月31日時点でその数は831自治体となっています。人口ベースでは約1億2452万人に達しましたが、各自治体の表明している文書を見るとあくまでも「宣言」とどまっており、地域内での再エネの普及を含めて具体的な行動計画は政府と同様にまだこれからという地域が大半とみられます。

このような国や地方自治体の動きとは対照的に、民間企業等では再エネ電力を求める動きが活発化しています。その背景にはESG投資の観点からの企業活動における再エネ電力活用の要請や、SDGsの観点からの社会や企業活動の持続可能性などではなく、単に経済的な合理性によるものが強く表れています。2023年の4月以降、大手電力会社が電気料金の大幅な値上げを政府に申請したことは皆さんもご存じのことと思います。こうした基本料金の値上げと、昨年来高騰を続けている燃料費調整単価によって、例えば東京電力エナジーパートナーでは家庭用の電気料金(従量電灯B)が2年前の2倍以上となる約35～46円/kWh(激変緩和措置反映前)になることが見込まれています。事業用の高圧供給の電気料金も30円/kWhを超えつつあり、一方でFIT制度では事業用の太陽光発電の電気が10円/kWh前後の調達価格になっています。こうなってくると、電気を使う側も再エネ発電事業者側も、FIT制度など関係なく太陽光発電の電気を買う・売ることに経済的なメリットが出てきます。

こうして再エネ電気を求める企業が増えるなかで、新たなビジネスも誕生しています。例えば、再エネ発電は火力発電や原子力発電などと

比べて発電所単体の規模が小さかったり、多様な事業者が発電事業を行っていたりするという特徴があります。そうすると、個々の発電事業者が市場に電気を供給したり需要家を探したりすることが負担になってくるため、それを発電事業者に代わって行う「アグリゲーション(集約/束ねる)ビジネス」が増えてきています。アグリゲーションビジネスを行う事業者を「アグリゲーター」といいますが、アグリゲーターは電気の供給側だけでなく需要側の調整を行うこともあります。太陽光発電や風力発電は、天候による影響を受けて発電電力量が変化することが懸念点としてよく挙げられます。これに対して、アグリゲーターは電気の需要側を調整することで需給バランスを安定化させることもあります。

こうした電力の供給に需要を合わせていくくみを「デマンドレスポンス」といいます。2022年秋から、政府の節電プログラムによる節電チャレンジが行われていますが、これもデマンドレスポンスの1つです。

おわりに

FIT制度が始まって再エネの普及が進むなかで、「国民負担の抑制は待ったなし」という言葉が資源エネルギー庁を中心に錦の御旗のように掲げられてきましたが、結果として火力発電の燃料費上昇による国民負担の増加はFIT制度による負担をたった1年で大きく上回るようになりました。本来は、エネルギー自給率を向上させることで今のような状況を防ぐための再エネ普及だったはずなのですが、政府が目先のコスト削減にばかり目を奪われて、長期的な視点が不足した結果、今の出口がみえない電気料金高騰を招いているともいえます。

結果として、電気料金の高騰が再エネの導入を後押しするというのは皮肉なことですが、この状況を教訓として改めて私たちの社会でなぜ再エネの導入を進めるのかを問い直すよい機会が訪れたのだと思います。皆さんもぜひ、この問題について改めて考えてみてください。

タッチ決済(1)

—タッチ決済のしくみ—



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

前回までのコード決済に続き、今回からスマホの「タッチ決済」について解説します。

タッチ決済とは

「タッチ決済」とは、カードやスマホを店舗などの読取機*にタッチさせることで支払うサービスの通称です(図1)。Suicaなどの交通乗車券、nanaco、WAONなどの電子マネー(前払式支払手段)、クレジットカード等に付随するiD、QUICPayに加えて、ビザ、マスターカードなどの国際ブランド運営会社によるVisaタッチ決済、Mastercardコンタクトレスなど、たくさんの種類があります。どれもカード方式(非接触型ICカード)と、スマホアプリ(スマホ版タッチ決済)があり、スマホアプリには、iPhoneのApple Pay、AndroidスマホのGoogle Payなどがあります。

図1 スマホによるタッチ決済のイメージ



※図はすべて筆者作成

フィーチャーフォンには「おサイフケータイ」と呼ばれるサービスがあり、タッチ決済の各種サービスに対応していました。おサイフケータイは国内専用でしたが、Apple Pay、Google PayはVisaタッチ決済、Mastercardコンタクトレスなどを登録すれば海外でも利用できるようになっています。

スマホ版タッチ決済のしくみ

スマホ版タッチ決済には、Apple Pay、Google Payなどのアプリを用います。Apple Pay、Google Payはスマホに「お財布」の機能を持たせるアプリで、タッチ決済サービスばかりでなく、会員証やポイントカードなどのさまざまなカードを登録できるようになっています。Apple Pay、Google Payをタッチ決済のサービスで利用するためには、スマホがNFC(Near Field Communication)と呼ばれる国際規格に準拠していなければなりません。NFCは、10cm程度以内の距離で読取機に反応して通信ができるための規格で、ISO/IEC(国際標準化機構/国際電気標準会議)が定めています。数多く存在するスマホの中にはこれに対応していないものもあります。

NFC規格に準拠したスマホには、主な非接触型ICカードのサービスで用いられる物と同じICチップが組み込まれています。カードは1枚で1つの決済サービスしか対応しませんが、スマ

* カードリーダー(ライター)などと呼ばれ、非接触型ICカードやスマホのICチップの情報の読み取り、認証、書き込みに対応しているものを指す

図2 タッチ決済アプリに対応するサービスの例

アップルペイ/Apple Pay (iOS)		グーグルペイ/Google Pay (Android)	
日本	海外	日本	海外
対応サービス FeliCa ・ Suica ・ Pismo ・ nanaco ・ WAON ・ iD ・ QUICPay Type A/B ・ Visaタッチ決済 ・ Mastercardコンタクトレス	対応サービス Type A/B ・ Visaタッチ決済 ・ Mastercardコンタクトレス ・ AMEXタッチ決済	対応サービス FeliCa ・ Suica ・ Pismo ・ nanaco ・ WAON ・ 楽天Edy ・ iD ・ QUICPay Type A/B ・ Visaタッチ決済 ・ Mastercardコンタクトレス	対応サービス Type A/B ・ Visaタッチ決済 ・ Mastercardコンタクトレス ・ AMEXタッチ決済

スマホに非接触型ICチップが組み込まれていることが必要(NFCに加えFeliCa方式に対応していること)

ホの場合はApple Pay、Google Payに複数の決済サービス(カード)を登録し、利用時に選択して支払うこともできます(図2)。

タッチ決済が対応するICチップの方式は大きく2種類あり、それぞれ利用できる決済サービスが異なります。

①国内方式

Suicaなどの交通乗車券、nanaco、WAONなどの電子マネー、iD、QUICPayなどで、ソニーが開発した「フェリカ(FeliCa)」と呼ばれるICチップを用いています。海外にも限定的に利用できる場所がありますが、基本的に国内専用のサービスです。なお、海外で発売されるスマホの一部には、NFC規格に準拠していても、この国内方式には対応していないものがあります。

②世界共通方式

Type AまたはType Bと呼ばれる国際規格の読取機に反応するICチップで、これを用いたサービスには、Visaタッチ決済、Mastercardコンタクトレス、その他国際ブランド運営会社がしくみを提供している各種タッチ決済があります。NFC規格に準拠しているスマホはすべてこの方式に対応しています。

タッチ決済の決済サービス

タッチ決済の決済サービスには、先にも触れたとおりSuica、nanaco、WAON、iD、QUICPayなどに加え、Visaタッチ決済、Mastercardコンタクトレスなどがあります。それぞれの主な特

徴は次のとおりです。

〈交通乗車券(兼電子マネー)〉

● Suica

JR東日本が発行、運営する交通乗車券(兼電子マネー)。PASMO(後述)、TOICA(JR東海)、ICOCA(JR西日本、JR四国)、SUGOCA(JR九州)、Kitaca(JR北海道)等のエリアでも利用できます。カード型が基本で、Suica機能単一のカード、クレジットカードとSuicaが一体になったカードなどがあります。

Suica機能単一のカードの場合のみ、スマホにカード情報を取り込んでタッチ決済アプリ(Apple Pay、Google Pay)に登録することができます。取り込み不可のSuicaだった場合は、タッチ決済アプリ上で利用登録することで、スマホに備わるICチップ内にSuicaの情報が新規発行され、スマホでSuicaが利用できるようになります。この機能があるため、JR東日本エリア外に住むなどの理由でSuicaのカードを購入できない人でも、タッチ決済にSuicaを登録して利用することができるようになっています。

● PASMO

株式会社パスモが運営し、関東を中心とした交通機関が発行する交通乗車券です。Suica同様、ほかの銘柄の交通乗車券エリアでも利用できます。PASMOはSuicaのしくみを利用していることから、その枠組みそのものはSuicaとほぼ同様で、PASMO単機能のカードに加え、クレジットカードと一体になったカードなどが存在

します。タッチ決済アプリへの登録方法はSuicaと同じです。

〈電子マネー〉

国内で普及する電子マネーでは、nanaco、WAONはApple PayおよびGoogle Payに、楽天EdyはGoogle Payに登録して利用することができます。どのカードも共通して電子マネー単一機能のものと、クレジットカード等と一体になったものがあります。タッチ決済アプリへの登録は、Apple PayまたはGoogle Payアプリを立ち上げてスマホでカードを読み込む方法と、各電子マネーの発行会社が認証することで直接スマホのICチップに電子マネーを新規発行する方法のいずれかによって行えます。

〈iD / QUICPay〉

iDとQUICPayは、クレジットカード等(一部ブランドデビット)に付随するタッチ決済サービスで、国内方式(ICチップはフェリカ)を採用しています。iDはNTTドコモ、QUICPayはJCBがしくみを運営しており、クレジットカード等の発行会社(イシューア)が個別にNTTドコモまたはJCBと契約することで、クレジットカード等の利用者がiDまたはQUICPayとしてタッチ決済を利用できるように対応しています。

カード型のiDやQUICPayも存在しますが、最近普及が進むのがスマホのタッチ決済アプリ(Apple Pay、Google Pay)にクレジットカード等を登録して利用する使い方です。登録する元のクレジットカード等の種類によって、iDとして登録される場合とQUICPayとして登録される場合があります。JCB、アメリカンエクスプレスブランドのカードを登録するとQUICPayに、ビザ、マスターカードブランドのカードの場合は、発行会社(イシューア)によってiDになる場合とQUICPayになる場合に分かります。

iDとQUICPayはクレジットカードやブランドデビットに付随するサービスで、キャッシュレス決済サービスとしての制度上の分類には当てはまりません。そのため、付随している元のサービスの制度が当てはまるかどうか重要で

す。例えばクレジットカードに付随するiDで支払われた場合は、元のクレジットカード決済が「包括信用購入あっせん」に当たる場合に割賦販売法を適用し消費者の保護ができるのではありませんか、という考え方で整理する必要があります。

〈国際ブランドのタッチ決済〉

ビザの「Visaタッチ決済」、マスターカードの「Mastercardコンタクトレス」に加え、JCB、アメリカンエクスプレスなどのものがあり、各国国際ブランド運営会社がしくみを提供しています。クレジットカード会社等(イシューア)はそれぞれが扱うブランドの種類に応じて、通常のクレジットカード等にタッチ決済機能を付加しています。国際規格のType AまたはType Bと呼ばれる仕様のICチップを用いており、世界各地でも利用できることが特徴です。また、最近では国内でも一部の鉄道やバスなどで、Suicaなどの交通乗車券の代わりにVisaタッチ決済をゲート等にタッチしてそのまま乗車できるサービスも始まっています。

国内で発行されている国際カードは一部を除き新しいカードのほぼすべてにタッチ決済が付いています。タッチ決済に対応するカードには波のマーク(図3)が付いていますので区別ができます。

図3 タッチ決済対応のマーク



カード版のタッチ決済をスマホのApple PayまたはGoogle Payで利用する場合、事前にスマホにカード情報を入力(カード表面をカメラで読み取ることも可)するなどしてカード情報を登録します。

なお、カード版タッチ決済をスマホ版のタッチ決済で利用するためには、発行会社(イシューア)のシステムがApple Pay、Google Payに対応している必要があります。そのためタッチ決済に対応するカードでもApple Pay、Google Payに登録できないものもあります。

契約の基礎知識

—自動車編—



車の整備② 定期点検

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 定期点検とは、どのようなものですか。

定期点検には自家用乗用車の場合、車検と車検の間の年に行う1年点検と車検時に行う2年点検があります。クルマの部品の消耗・劣化は重大な故障の原因となる可能性があることから、クルマを安全・快適に使用するために定期的な点検・整備を行うことで、自動車の故障を未然に防ぎ、その性能維持を図ることができます。ユーザー本人が容易に行うことができる日常点検に比べて専門的知識・技術等が必要な点検内容なので、整備事業場にしっかり点検してもらいましょう。

自家用乗用車の定期点検項目：

- 1年点検…全27項目
- 2年点検…全30項目(2年点検時は1年点検項目と併せて全57項目の点検を行います)

● 2年定期点検用点検整備記録簿

2年定期点検用点検整備記録簿は、あなたのクルマの点検結果と整備概要を記録し、保存しておくための“診断カルテ”です。このカルテはクルマに備え付けることになっていて、定期点検整備を行うたびに記録していくものです。保存期間は自家用乗用車で2年となっています。

また、定期点検整備を確実に実施したクルマには丸いステッカー「点

検・整備済みステッカー」が助手席側上部に貼付されます。次回の定期点検整備の実施時期が外から見ても分かるように実施年月を示しており、裏面には定期点検整備を実施した整備事業場名、次回の定期点検整備の実施時期等が記載されています。

次ページ以降では、**図2**を拡大しています。

図1 定期点検実施スケジュール(自家用乗用車)

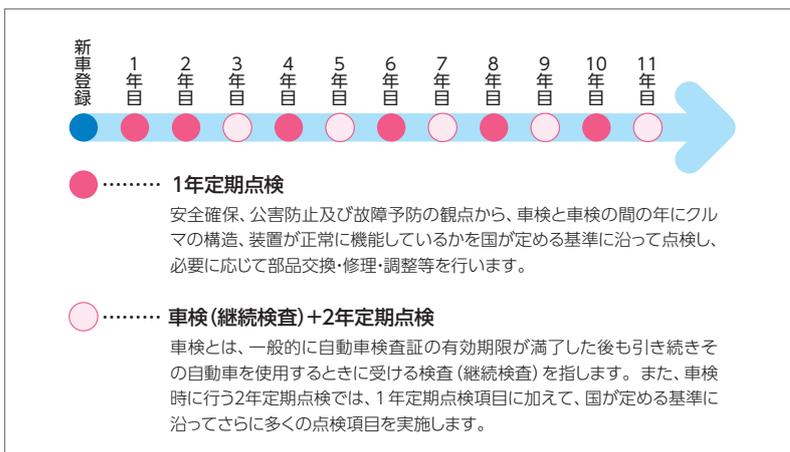
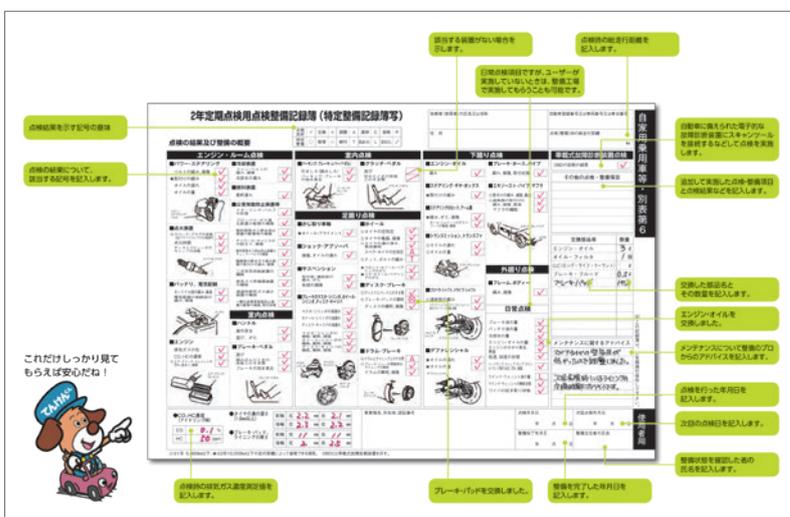


図2 2年定期点検用点検整備記録簿(例)【自家用乗用車等】



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>
 (図1、図2とも)



図2(拡大) 2年定期点検用点検整備記録簿・左側

該当する装置がない場合を示します。

点検結果を示す記号の意味

点検の結果について、該当する記号を記入します。

これだけしっかり見てもらえば安心だね！



2年定期点検用点検整備記録簿(特定整備記録簿写)

<p>点検の結果及び整備の概要</p> <p>エンジン・ルーム点検</p> <p>■パワー・ステアリング ベルトの緩み、損傷 <input checked="" type="checkbox"/> ★取付けの緩み <input checked="" type="checkbox"/> オイルの漏れ <input checked="" type="checkbox"/> オイルの量 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■点火装置 ☆スパークプラグの状態 <input checked="" type="checkbox"/> 点火時期 <input checked="" type="checkbox"/> ディストリビュータのキャップの状態 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■バッテリー、電気配線 ターミナル部の腐食、異音 <input checked="" type="checkbox"/> 電気配線の接続部の緩み、損傷 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■エンジン 排気ガスの色 <input checked="" type="checkbox"/> CO、HCの濃度 <input checked="" type="checkbox"/> ☆エアクリエレメントの汚れ、詰まり、損傷 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■冷却装置 ファンベルトの緩み、損傷 <input checked="" type="checkbox"/> 冷却水の漏れ <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■燃料装置 燃料漏れ <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■公害発散防止装置等 メタリングバルブの状態 <input checked="" type="checkbox"/> ブローバイ・ガス還元装置の配管の損傷 <input checked="" type="checkbox"/> 燃料蒸発ガス排出防止装置の配管等の損傷 <input checked="" type="checkbox"/> チャコール・キャニスタの詰まり、損傷 <input checked="" type="checkbox"/> 燃料蒸発ガス排出防止装置のチェックバルブの機能 <input checked="" type="checkbox"/> 触媒等の排出ガス減少装置の取付けの緩み、損傷 <input checked="" type="checkbox"/> 二次空気供給装置の機能 <input checked="" type="checkbox"/> 排気ガス再循環装置の機能 <input checked="" type="checkbox"/> 加速時排気ガス減少装置の機能 <input checked="" type="checkbox"/> 一酸化炭素等発散防止装置の配管の損傷、取付状態 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>室内点検</p> <p>■ハンドル 操作具合 <input checked="" type="checkbox"/> 遊び、がた <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■ブレーキ・ペダル 遊び <input checked="" type="checkbox"/> 踏み込んだときの床板とのすき間 <input checked="" type="checkbox"/> ブレーキの効き具合 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>●CO、HC濃度(アイドリング時) CO <input checked="" type="checkbox"/> 0.1 % HC <input checked="" type="checkbox"/> 50 ppm</p> <p>●タイヤの溝の深さ(1.6mm以上) ●ブレーキ・パッド、ライニングの厚さ</p> <p>前輪 左 2.2 mm 右 2.1 mm 後輪 左 2.3 mm 右 2.2 mm 前輪 左 11 mm 右 11 mm 後輪 左 2 mm 右 2.5 mm</p> <p>事業場名、所在地、認証番号</p>		<p>点検 良好 <input checked="" type="checkbox"/> 交換 <input checked="" type="checkbox"/> 調整 <input checked="" type="checkbox"/> A 清掃 <input checked="" type="checkbox"/> C 省略 <input checked="" type="checkbox"/> P 特定 整備 <input checked="" type="checkbox"/> 修理 <input checked="" type="checkbox"/> 締付 <input checked="" type="checkbox"/> T 給油(米) <input checked="" type="checkbox"/> L 該当なし <input checked="" type="checkbox"/> /</p> <p>室内点検</p> <p>■パーキング・ブレーキ(ペダル) 引きしろ(踏みしろ) <input checked="" type="checkbox"/> パーキング・ブレーキの効き具合 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■クラッチ・ペダル 遊び <input checked="" type="checkbox"/> 切れたときの床板とのすき間 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>足廻り点検</p> <p>■かじ取り車輪 ☆ホイール・アライメント <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■ショック・アブソーバ 損傷、オイルの漏れ <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■サスペンション 取付部、連結部の緩み、がた <input checked="" type="checkbox"/> 各部の損傷 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■ブレーキのマスターシリンダ、ホイールシリンダ、ディスク・キャリパ マスターシリンダの液漏れ <input checked="" type="checkbox"/> ホイールシリンダの液漏れ <input checked="" type="checkbox"/> ディスク・キャリパの液漏れ <input checked="" type="checkbox"/> マスターシリンダの機能、摩耗、損傷 <input checked="" type="checkbox"/> ホイールシリンダの機能、摩耗、損傷 <input checked="" type="checkbox"/> ディスク・キャリパの機能、摩耗、損傷 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■ホイール ☆タイヤの空気圧 <input checked="" type="checkbox"/> ☆タイヤの亀裂、損傷 <input checked="" type="checkbox"/> ☆タイヤの溝の深さ、異状摩耗 <input checked="" type="checkbox"/> スペア・タイヤの空気圧 <input checked="" type="checkbox"/> ☆ナット、ボルトの緩み <input checked="" type="checkbox"/> ☆フロント・ホイール・ベアリングのがた <input checked="" type="checkbox"/> ☆リヤ・ホイール・ベアリングのがた <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■ディスク・ブレーキ ☆ディスクとパッドとのすき間 <input checked="" type="checkbox"/> ☆ブレーキ・パッドの摩耗 <input checked="" type="checkbox"/> ディスクの摩耗、損傷 <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>■ドラム・ブレーキ ☆ドラムとライニングとのすき間 <input checked="" type="checkbox"/> ☆ブレーキ・シューの磨耗部分、ライニングの摩耗 <input checked="" type="checkbox"/> ドラムの摩耗、損傷 <input checked="" type="checkbox"/></p>
---	--	--

点検時の排気ガス濃度測定値を記入します。

ブレーキ・パッドを交換しました。



図2(拡大) 2年定期点検用点検整備記録簿・右側

点検時の総走行距離を記入します。

日常点検項目ですが、ユーザーが実施していないときは、整備工場
で実施してもらうことも可能です。

自動車に備えられた電子的な
故障診断装置にスキャンツール
を接続するなどして点検を実施
します。

追加して実施した点検・整備項目
と点検結果などを記入します。

交換した部品名と
その数量を記入します。

エンジン・オイルを
交換しました。

メンテナンスについて整備のプロ
からのアドバイスを記入します。

点検を行った年月日を
記入します。

次回の点検日を記入します。

整備状態を確認した者の
氏名を記入します。

整備を完了した年月日を
記入します。

依頼者(使用者)の氏名又は名称	自動車登録番号又は車両番号又は車台番号
住所	点検(整備)時の総走行距離 km

下廻り点検		車載式故障診断装置点検													
■エンジン・オイル 漏れ <input checked="" type="checkbox"/>	■ブレーキ・ホース、パイプ 漏れ、損傷、取付状態 <input checked="" type="checkbox"/>	OBDの診断の結果 <input checked="" type="checkbox"/>	点検時の総走行距離 <input type="text"/> km												
■ステアリング・ギヤ・ボックス ★取付けの緩み <input checked="" type="checkbox"/>	■エキゾースト・パイプマフラー ☆取付けの緩み、損傷、腐食 ☆進熱線の取付けの緩み、損傷、腐食 マフラーの機能 <input checked="" type="checkbox"/>	その他の点検・整備項目 交換部品等 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>交換部品等</th> <th>数量</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>エンジン・オイル</td> <td>3ℓ</td> </tr> <tr> <td>オイル・フィルタ</td> <td>1個</td> </tr> <tr> <td>LLC(ロング・ライフ・クーラント)</td> <td>ℓ</td> </tr> <tr> <td>ブレーキ・フルード</td> <td>0.5ℓ</td> </tr> <tr> <td>ブレーキ・パッド</td> <td>1ヤ</td> </tr> </tbody> </table>		交換部品等	数量	エンジン・オイル	3ℓ	オイル・フィルタ	1個	LLC(ロング・ライフ・クーラント)	ℓ	ブレーキ・フルード	0.5ℓ	ブレーキ・パッド	1ヤ
交換部品等	数量														
エンジン・オイル	3ℓ														
オイル・フィルタ	1個														
LLC(ロング・ライフ・クーラント)	ℓ														
ブレーキ・フルード	0.5ℓ														
ブレーキ・パッド	1ヤ														
■ステアリングのロッド・アーム類 ★緩み、がた、損傷 <input checked="" type="checkbox"/> ボールジョイントのガスト ブーツの亀裂、剥離 <input checked="" type="checkbox"/>	■エキゾースト・パイプ マフラー ☆取付けの緩み、損傷、腐食 ☆進熱線の取付けの緩み、損傷、腐食 マフラーの機能 <input checked="" type="checkbox"/>	この記録簿は、 二年間携帯保存して下さい。													
■トランスミッション、トランスファ ☆オイルの漏れ <input checked="" type="checkbox"/> ☆オイルの量 <input checked="" type="checkbox"/>	■外廻り点検 ■フレーム、ボディー 緩み、損傷 <input checked="" type="checkbox"/>	メンテナンスに関するアドバイス スペアタイヤの空気圧が 低かったので調整しました。 次回点検時にはライン物 交換の期になりました。													
■プロペラシャフト、ドライブシャフト ☆連結部の緩み <input checked="" type="checkbox"/> ドライブシャフトのガスト ブーツの亀裂、剥離 <input checked="" type="checkbox"/>	■日常点検 ブレーキ液の量 <input checked="" type="checkbox"/> バッテリー液の量 <input checked="" type="checkbox"/> 冷却水の量 <input checked="" type="checkbox"/> エンジン・オイルの量 <input checked="" type="checkbox"/> エンジンのかかり具合、 異音 <input checked="" type="checkbox"/> 低速、加速の状態 <input checked="" type="checkbox"/> ヘッドランプ、ストップランプ、ウイン カーランプ等の点灯、消灯 <input checked="" type="checkbox"/> ウインド・ウォッシャー液の量 <input checked="" type="checkbox"/> ウインド・ウォッシャーの噴射状態 <input checked="" type="checkbox"/> ワイパの拭き取り状態 <input checked="" type="checkbox"/>	点検年月日 年 月 日 次回点検年月日 年 月 日													
■デファレンシャル ★オイルの漏れ <input checked="" type="checkbox"/> ★オイルの量 <input checked="" type="checkbox"/>	整備完了年月日 年 月 日	整備主任者の氏名 _____													

自家用乗用車等
別表第6



ドイツ

発がん物質が検出されたキックスケーターも

●商品テスト財団「テスト」2022年12月号 <https://www.test.de/Kinderroller-im-Test-5936182-0/>

片足をデッキに乗せ、もう一方の足で地面を蹴って進むキックスケーターが、子どもたちの人気を集めている。楽しく遊べるばかりでなく、バランス感覚を養うのにも役立つといわれている。商品テスト財団では、幼児(2歳以上)向けの3輪型5商品、小学生向けの2輪型11商品の計16商品を対象に、走行性、安全性、有害物質の含有等をテストした。

屋外コースを使った実地テストは、保育園児7人、小学生20人の協力を得て行われた。保育園児には3輪型で平坦な舗装路を走ってもらい、小学生には^{へいたん}2輪型で、平坦な舗装路に加えて、急斜面、芝生、砂地の走行、縁石への乗り上げも試してもらった。

その結果、走行性はおおむね良好と評価されたが、小学生向けの車輪の小さい2商品は、未舗装地での走行に難ありと判断された。そこで同財団は、平坦な

場所以外でも走りたい子どもには、車輪が大きい商品を選んだほうがよいと助言する。また、幼児向けの1商品にはガタつきがあり、発進の際、数人が転倒したとのことである。なお、小学生向けの商品は、電車等での持ち運びを考慮して折り畳み式だったことから、開閉時の安全性を検証した。その結果、指を挟み込みそうな商品が1つあったという。

さらに、車体の各部位を削って有害物質の有無を調べたところ、小学生向け6商品のグリップやデッキから、相当量が検出されたという。そのうち、特に問題の多い2商品に落第点が付いた。発がん性がある短鎖塩素化パラフィンや多環芳香族炭化水素が基準値を超えて含まれていたためである。既にこれらの商品を購入した消費者に対しては、該当部品を事業者に交換してもらうよう勧めている。



フランス

環境と財布にやさしい自家用車の相乗りサービスが人気

●エコロジー移行・地域結束省ホームページ

<https://www.ecologie.gouv.fr/covoiturage-en-france-avantages-et-reglementation-en-vigueur#:~:text=%C3%80%20partir%20du%201er%20janvier,d%C3%A9lai%20de%203%20mois%20%C3%A0>

どこへ行くにも自家用車を多用するフランスは、車社会といえる。通勤に自家用車を使う人は7割に達し、ほとんどが同乗者のいない1人乗りだという。旅行で遠出する際も自家用車利用が主流で、各自が温室効果ガスを排出しながら、交通渋滞の原因を作っているのが現状である。

ところが近時、運転者1人だけで車を走らせるよりも、誰かを同乗させるほうが合理的だと考える人が増えてきた。経済性・効率性を重視するのは、車を持たない人も同様である。高額な特急列車を利用するより、誰かの車に同乗したほうが格段に安い。え、鉄道駅から離れた場所での発着も可能なので、使い勝手がよいと気づいたからだ。

そこで人気を集めているのが、自家用車の相乗り(ライドシェア)サービスである。まず、車で移動す

る予定の運転者が、日程や出発地・目的地等を登録する。誰かの車に同乗したい人がサイトを検索し、条件に合う情報を見つけると、当事者間で直接連絡を取るしくみである。ガソリン代等の経費は人数に応じて割り勘となるが、タクシーとは異なり、運転者の報酬はない。サービスを利用するに当たり、運転者も同乗者もサイト上で会員登録することが前提となる。

相乗りサービスが普及すると、温室効果ガスの排出削減、渋滞の緩和が期待できるほか、公共交通機関が乏しい地域の移動手段を確保できるなど、メリットが多い。見知らぬ住民同士の交流につながる点も注目されている。そこで、フランス政府は相乗りサービスの推進に力を入れており、資金援助などの支援策に乗り出している。



アメリカ

電動自転車の火災事故を減らすために

- CPSC ホームページ <https://www.cpsc.gov/Newsroom/News-Releases/2023/CPSC-Calls-on-Manufacturers-to-Comply-with-Safety-Standards-for-Battery-Powered-Products-to-Reduce-the-Risk-of-Injury-and-Death>
- CR ホームページ <https://www.consumerreports.org/health/electric-bikes/electric-bike-fires-and-lithium-ion-batteries-a4632489902/>

排気ガス削減や交通渋滞解消に役立つと期待されながらアメリカでの普及が進まなかったeバイク(電動自転車)だが、コロナ禍での公共交通機関の回避や屋外活動の楽しみのため、また配達員の足として台数が急増している。LEVA(軽電気自動車協会)は、2021年は前年のほぼ2倍の約88万台のeバイクが輸入されたと推計。しかし、低品質のリチウムイオン電池に起因する火災事故が急増している。

CPSC(消費者製品安全委員会)は、過去2年間に少なくとも39の州で208件のeバイクやeスクーター(電動キックボード)などの小型移動ツールによる火災や過熱事故の発生と19人の死亡が報告されたとし、これらの製品の製造・輸入・流通の各事業者2千社超に対し、自主基準であるUL*安全規格への準拠を

* アメリカ保険業者安全試験所

求め、順守しない場合は強制措置が取られる可能性があるという警告する書簡を送った。

CR(コンシューマーレポート)によると、2022年12月までにニューヨーク市でeバイクの火災が202件発生し、負傷者142人、死者6人の被害が出た。バッテリーの爆発で約18m先まで飛び火し、火の回りが早く消火が難しいと同市消防局はいう。

CPSCによるeバイクの規格要件は40年以上前の一般自転車の要件に「完全に操作可能なペダル、750W以下の電動モーター、モーターのみによる最高速度20mph(約32kmh)未満」を追加しただけであった。UL認証は有料のため、CRの商品テストでも認証付きの製品はまだ少数であった。今回の警告書簡によりCPSCによる強力な監視とより厳しい安全基準が期待されるとCRは歓迎している。



オーストラリア

若い世代をねらう求人詐欺に注意

- ACCC ホームページ <https://www.scamwatch.gov.au/news-alerts/new-year-new-job-beware-of-scammers>

ACCC(オーストラリア競争・消費者委員会)の詐欺監視サイトScamwatchが公表した2022年の求人詐欺による損失額は870万豪ドル以上で、特に25~44歳の被害が目立つという。Scamwatchには被害の13%しか報告されないというなか、2022年は3,194件もの被害報告があり、特に同年後半の数カ月間に急増したため、新卒者を含め年明けに新たに仕事を探す人に警鐘を鳴らしている。

最近の求人詐欺は、サイトやアプリ上で製品を購入するために繰り返しボタンをクリックしたり、レビューを送信するなどのわずかな労力で高収入が得られるとSNSやメッセージアプリ上で勧誘する手口が多い。有名企業や人材紹介会社などになりすまして保証金の前払いを要求し、応募者の個人情報や多額の金銭を盗む。

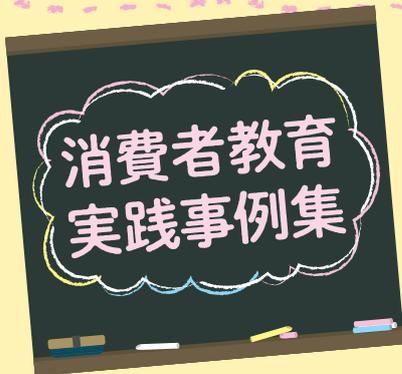
Scamwatchは詐欺を避けるために ●相手に金銭や情報を渡す前にいったんとどまる(Stop) ●メールや電話は虚偽ではないか疑う(Think) ●違和感を覚えたら早急に金融機関に連絡しScamwatchに報告(Protect)を提唱している。特に求人詐欺への注意として ●適性や仕事経験に関する話し合いも面接もせず仕事を提供されたら詐欺 ●採用担当者や求人会社を名乗る相手を別途検索して電話で確認 ●有名なサイトへの掲載だけでは信用しない ●履歴書に記入する個人情報の量に注意などを助言している。

ACCCは、詐欺と闘う人たちを支援するための国立詐欺防止センター新設に向けて、2022年詐欺防止対策予算から990万豪ドルを得た。今後もほかの官民の機関と協力し、情報共有して詐欺を阻止し消費者の擁護と啓発を進めていくとしている。

社会のデジタル化に 誰ひとり取り残さないために —スマホを活用した消費者教育の取り組み—

明知孝 Akira Tomoyuki

鹿児島県南さつま市消費生活センター(産業おこし部商工水産課)



先進的モデル事業の実施

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(以下、NACS)が消費者庁「令和3年度地方消費者行政に関する先進的モデル事業」として、「社会のデジタル化に高齢者が取り残されないための消費者教育教材開発と、スマホを活用した効果的な普及啓発を模索する実証実験」を行うことになり、その実施地域として本市が選ばれました。このモデル事業では、効果的な消費者教育教材を作成するとともに、消費生活センターと市民モニターの高齢者を結ぶための独自のアプリを開発し、スマホを媒体とした消費者教育を展開することが大きな柱となりました。公募で決定したモニター27人の平均年齢は68.6歳で、うち6人はスマホをまったく触ったことがない人でした。

モニターの活動内容

2021年10月5日、南さつま市防災センターあんぼう21にモニターが集まり、キックオフ行事を実施しました。NACSによる実証実験の説明に始まり、世界最高齢プログラマーで特定非営利活動法人ブロードバンドスクール協会(以下、BBS)理事の若宮正子氏に高齢者がデジタルを学ぶことの大切さについて講演をいただきました。続いて、モニターにスマホを貸与し、BBSの三好みどり氏から、電源の入れ方や充電方法など基本的な操作方法を学びました。

10月13日と18日は携帯電話ショップの協力によりスマホを使うための教室を実施し、文字

入力や写真の撮り方、電話とメールの使用方法などについて学びました(写真)。あわせて、当センターから消費生活講座として消費者トラブルの事例と対処方法などを説明しました。

写真 スマホ教室のようす



11月11日は、コロナ禍で急速に普及したオンライン会議システムを体験しました。BBSの協力により、仙台市と横浜市に住む人との交流を体験し、その後の交流につなげることも想定してSNSの使用方法やリスクについても学びました。

表 モニターへ実施した講座等

実施日	テーマ	内容	
2021年	10月5日	キックオフ行事	デジタル学習の大切さ スマホの操作方法
	10月13日	消費生活講座 スマホ教室	消費者被害の事例紹介 写真の撮影方法
	10月18日		ゲーム(タップ訓練) 文字入力の方法 電話やメールの仕方
	11月11日		消費生活講座 オンライン会議
	11月30日	実証実験説明会	「よかなん」アプリの説明 教材アンケートの説明
2022年	1月18日	消費生活講座 最終報告会	ネットショッピングを 安全に利用するために アンケート回答

アプリとデジタル教材

待望のアプリが完成し、11月30日にはアプ

りのインストール方法や備わっている機能、その使用方法について学習しました。このアプリは「よかなん」という名称で、鹿児島弁の「よか(素晴らしい)」と南さつまの「なん(南)」を組み合わせたものが由来となっており、市からのお知らせ配信、消費者教育のデジタル教材、当センターへの相談フォームが利用できます。相談フォームへの文字入力で苦戦するモニターもいましたが、お知らせ配信やデジタル教材の閲覧方法の習得に懸命に取り組みました。デジタル教材からは、SNSのもうけ話やロマンス詐欺の手口のほか、ネットショッピングを利用する際に注意することを紹介し、これからスマホを利用していくことによって懸念されるトラブルに関して、その予防法や対処法を学習しました。

それから約1カ月半、実証実験としてモニターにアプリを利用してもらいました。

ネットショッピングを安全に利用するために

モニターにとって最後の集まりとなった2022年1月18日は、デジタル教材のうち、ウィズコロナやアフターコロナにおいてネットショッピングを利用する際の学習を深めるために、NACS九州支部長の林真実氏による講座を実施しました。ネットの世界には100%の安全は存在しないというショッキングな導入に始まり「より安全に楽しく利用する」ということを目的として理解を深めてもらいました。ネットショッピングの利用経験があるモニターへのインタビューでは、コロナ禍でお店に行かずとも買い物ができる利便性の半面、思ったものと違う商品が届いた失敗談が発表されました。

次に、実店舗とネットショッピングのそれぞれの特徴やメリット、デメリット、不安に思うことなどを各自が付箋ふせんに記入し、それを全体で共有しました。ネットショッピングのメリットでは「地方にいてもネットの世界では多くの商品を選ぶことができる」「交通費がかからず、送

料無料の取引が多い」、デメリットは「実物を手に取って買えないから不安」が挙がりました。

続いて、通信販売ではクーリング・オフの制度が適用されないことや、返品ルールについては販売事業者が設定する特約に委ねられていることの説明がありました。お試しのつもりが定期購入になっていた事例や、誇大広告や虚偽広告は法律で禁止されていることを学び、最後に「特定商取引法に基づく表示」を実際にスマホで確認する演習に取り組み、偽サイトの特徴についての話がありました。重要な表示が小さく書かれているサイトがいまだ多く存在していることや、不可解な日本語の表記などに注意し、特に購入の意思を確定するための最終画面ではその内容をしっかり確認することを学びました。

モニターの感想

同日の最終報告会におけるモニターの感想として、「初めてスマホを操作して、思っていたよりも簡単にできた」「ネットショッピングではクーリング・オフができないことや返品のルールが事業者によって異なるなど、初めて知ることが多かった」「高齢者であるものの、時代に乗遅れず、賢い消費者でいたい」など、前向きな意見が多く寄せられました。

課題と今後の展望

高齢者を対象に、社会のデジタル化に向けた消費者教育を行う際、消費者トラブルの未然防止に重きを置いて、危険性や注意点ばかりを啓発してしまうことにより、ネットの世界に飛び込み、デジタルの活用にはチャレンジしようという意欲を削いでしまう可能性もあるため、教材の開発には工夫が求められます。また、新型コロナウイルス感染症の拡大のようなパンデミック時において、対面での業務が困難となった場合でもアプリの相談フォームが有効であると思われるため、これからアプリを活用した取り組みをさらに活性化させていきたいと考えます。

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

デジタルツイン

CESとは

CES(Consumer Electronics Show)は毎年1月にアメリカのラスベガスで開催される、電子機器の展示会です。世界中から出展者が集まり、コンシューマー向けの商品だけでなく、将来商品になりそうな未発売の試作品や、新しい技術を使った試作機などが多種多様に展示されます。数年後の業界のトレンドを知ることができるとして世界中からビジネス関係者が詰めかけます。

新型コロナの影響でオンライン開催していましたが、2023年から本格的にリアルでの開催が再開され、まさに数年分の期待も集めた開催となり、その盛り上がりに乗って筆者も現地へ参加してきました。

さまざまな乗り物をEV化

会場で見つるのは「車、車、車……」。とにかく展示ブース各所に置かれた車が目に飛び込んできます。続いて気づくのがさまざまな乗り物たちです。電動キックボード、電動バイク、自転車、トラック、バス、車椅子、人が乗れるドローン辺りまでは予想できていたものの電動クルーザー、雪上バイク、そして、電動ベビーカーまでも！展示されていました。

最近、モビリティ(移動手段)にITを活用する動きが加速しており、乗り物がCESの展示テーマの一角を担うようになってきました。背景にあるのは、車の動力がエンジンからモーターへと変革する真ただ中であり、これからモ-

アメリカで開催されたCES2023では、現実世界の移動手段であるモビリティと仮想空間のメタバースをテーマとし、刺激的な展示が多数ありました。そこで垣間見えた「デジタルツイン」という言葉について紹介します。

ターを動力にした電気自動車「EV」が普及すると考えられているためです。そして、その電気を活用した機能の1つである「自動運転」を実現することが、現在の大きな目標となっています。

モビリティの代表は車ですが、それ以外の「世の中の乗り物を、片っ端からEV化してみたら、こうなりました」と争わんばかりに、EVの展示が行われていました。EVクルーザー、EV雪上バイク、固定翼ドローン、EVベビーカーなどはその流れで生まれたのでしょうか。EVクルーザーはテスラのEVの水上版のような位置づけで、スウェーデンの会社から電動水中翼船として巨大な船体が展示されていました。EVならではのエンジンノイズがなく、船酔いがなく、環境負荷も軽減されるというものです。

自走機能付きスマートベビーカーは、ハンドルの力を検知して電動でアシストしてくれる機能とともに、スマートフォンと連動して動作するというもの。まだ普及していませんが、このような新しいアイデアと製品を、いち早く目にすることができるのもCESの魅力です。

メタバース

今年のCESのテーマの1つとなっていたのがメタバースです。そして、基調講演では「**MoT(メタバース オブ シングス)**」という新しいキーワードが発表されました。

メタバースは、VR(仮想現実)などの技術を用いて、仮想空間の中でコミュニケーションできる、しくみやサービスのことです。MoTは、モノ

のインターネットであるIoT(インターネットオブ シングス)の言葉に倣って付けられた名称です。IoTでは、センサーなどで測定された現実世界の情報をインターネットへ送信します。その現実のデータをメタバースにも伝えて、より現実に近い仮想空間を作り出す将来を、CESの主催者が予言したわけです。

実は、この考え方は**デジタルツイン**という言葉に非常に近いのです。

デジタルツインとは

デジタルツインとは「現実空間をコンピューターの中にコピーしたもの」です。このコピーされた空間は、現実に合わせて作られた「仮想空間」の1つとなります。IoTを介して膨大な「現実の情報」を送信して、仮想空間のうえに現実の世界を再現し、2つの世界が「双子(ツイン)の状態」になることをめざします。

まるでSF映画のような未来のここのように感じますが、既に一部で実用化されています。現実の世界では危険だったり、費用がかさむ実験や訓練などを仮想世界で行うような事例で活躍します。例えば、自動運転を作る際に学習データとして必要となる情報(事故を含む)は、実際に道路を走行させて得るよりも、現実に関わりなく近い仮想世界で、仮想的に走行させて得る距離のほうが圧倒的に長いとされています。

また、現実の空間を仮想空間上に構築するためには、自動運転の際に障害物を立体的に検出するための「LiDAR(ライダー)」というセンサー装置を活用します。走行中の立体情報を捨てることなく仮想空間に送り届ければ、仮想空間に現実の立体情報を再現させることができます。まさにMoTの考え方です。このLiDARの技術進化も激しく、当初は360度の情報を得るために装置を機械的に回転させていたものが、現在はソリッドステート式の非回転方式が主流になっており、安価に、精度をより高めた多数のデバイスが発表されていました。車体の一部に

LiDARが違和感なく埋め込まれた車両も展示されており、いよいよ自動運転の普及が目前になってきたと感じました。

メタバースの役割

デジタルツインで作りが上げられたような仮想空間があるだけでは、その中をのぞくことも参加することもできません。VRやAR(現実拡張)の技術を使うことで、あたかもその仮想空間の中に自分がいるような視覚情報を作り出すことができ、仮想空間にテレポートしたような体験が実現します。このようにして複数の人たちが集いコミュニケーションや社会活動を行うために作り上げられた仮想空間が、メタバースとなります。

メタバース上でのコミュニケーションを豊かにするには、声だけでは不十分で、空間内での移動や、身ぶり手ぶり、そして表情などを交換し合うことが好ましいです。身ぶり手ぶりなどは、モーションキャプチャーという装置を装着してメタバースに送信すると、「仮想空間の中の私」が同じ挙動をするようになります。まさに、現実のデータをメタバースに送信しているMoTの1つです。

CESの会場では、安価で簡単に装着できるよう進化したモーションキャプチャーが数多く発表されており、普及すればメタバースがより身近になりそうです。また、会場にはフードテック(食品技術)エリアがあり、味覚の情報自体をデジタル化することに成功した企業が展示していました。ひとたびデジタル情報になれば、デジタル空間で活用できるため、将来の可能性に妄想が広がってワクワクします。

まだ、メタバース自体は多くの課題があり、その技術が成熟するためには10年ほど必要になるといわれていますが、このような進化の積み重ねにより、きたるべきメタバース時代を迎えられることが楽しみです。

第44回

引っ越し直後の消費者をねらった 訪問販売トラブルにご注意!

相談事例

引っ越し当日、事業者が換気扇フィルターの勧誘に訪れた。管理会社と関連があるような口ぶりだったので説明を聞いた。「居住者はみんな契約している」などと説明された。全室で購入しているなら仕方ないと思い、約3万円を現金で支払い、2年分のフィルターを受け取った。その後、不審に思って管理会社に確認したところ、訪問してきた事業者は管理会社とは無関係であることが分かった。フィルターは不要なので、クーリング・オフしたい。(20歳代、男性)

●問題点とアドバイス

「引っ越し直後に訪問してきた事業者から、管理会社と関連があるかのような説明を受けて契約したが、事業者が言っていたことはウソだと分かったので解約したい」などといった、引っ越し直後の消費者をねらった訪問販売に関するトラブルが全国の消費生活センター等に寄せられています。

新生活が始まることの多い3月と4月は、特にこうしたトラブルに注意しましょう。

(1) その場ですぐに契約せず、管理会社に確認しましょう

新居に引っ越した直後は荷解きや手続きなどで忙しく、また、新しい生活に不慣れな時期でもあるため、いつもより冷静な判断ができななりがちです。突然に事業者の訪問を受け、「管理会社から紹介された」「まわりはみんな契約している」などと勧誘されても、事業者の話だけを信じてすぐに契約しないようにしましょう。事業者の話の内容について少しでも疑問に

感じたら、管理会社などに確認しましょう。

(2) 訪問販売で契約した場合、クーリング・オフができます

事業者から訪問を受けて契約した場合、特定商取引法で定められた書面を受け取った日から数えて8日以内であれば、クーリング・オフ(無条件での契約解除)をすることができます。

なお、クーリング・オフ期間内に何らかの工事が行われたようなケースでは、クーリング・オフをした場合は、無償で元どおりに戻すよう、事業者に対して求めることができます。

(3) 民法改正で、「18歳で成人」に!

未成年者は、原則として、契約するに当たって親権者などの同意を得なければならず、同意を得ずになされた契約は取り消すことができます。しかし、成人になると、一人で契約できる半面、原則として契約を一方的に取り消すことはできません。

参考：国民生活センター「【若者向け注意喚起シリーズ(No.8)】新生活が狙われる? 引越直後の訪問販売トラブル-管理会社と関連があるかのように思わせる手口に気をつけて!-(2022年2月10日公表) https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20220210_2.html



給湯器が故障して 風呂が使えなかった期間の家賃を 減額してもらえる？

相談者の気持ち

賃貸アパートの給湯器が故障し、修理がされるまでの6日間、風呂に入れませんでした。風呂が使えなかった日数分の家賃を減額してもらいたいのですが可能でしょうか。ちなみに家賃は10万円です。

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



賃貸借契約をしている貸主は、その賃貸物件（本件ではアパート）を借主に使用^{およ}及び収益させる義務があり、反対給付として家賃を受け取る権利があります。この貸主の義務は、契約と目的物の性質により定まった使用方法に従って、目的物を使用及び収益させる義務です。この貸主の目的物を使用及び収益させる義務には、物件の引渡し後に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。

本件では風呂付きのアパートですから、風呂も入れる（入浴できる）状態にしておくこと、すなわち、給湯器も使える状態にしておくことが大家の義務の1つです。ですから、給湯器が故障して使えなくなってしまい修理がなされるまでの6日間は、大家は、その義務の一部が不履行状態になっていた期間ということになります。もっとも、給湯器の故障が借主に責任がある場合は、大家には故障修繕義務はありません。本件では借主に故障の責任がない、通常使用の経年劣化などによるものとして論を進めます。

この場合、借主側の賃料支払いについては、減額されます（民法611条）。もっとも、実際には借主側から申し入れをしなければ減額にはならないでしょうが。



ただし、給湯器の故障により、修理がなされるまでの6日間は風呂に入れなかったとしても、アパートにまったく住めない状態になってしまったわけではないと思われます。そうすると、6日間の賃料分全額を減額することはできません。改正された民法では、「使用できなくなった部分の割合に応じて減額される」とされています。

では、「使用できなくなった部分の割合」とはどのくらいなのか、ということが問題になります。なかなか決め手はありません。ただ、公益財団法人日本賃貸住宅管理協会が作成した「貸室・設備等の不具合による賃料減額ガイドライン」（2020年3月）によれば、「風呂が使えない」場合、減額割合は家賃月額額の10%、免責日数3日とされています。

具体的には、家賃月額10万円の10%の1万円が、まるまる1カ月間、風呂が使えなかった場合の減額金額です。本件では、故障期間6日間から免責日数3日を差し引いた3日分が具体的な減額金額ということになります。ひと月を30日とすると3日分は約1,000円ということになりますね。ガイドラインですから、強制力があるわけではありませんが、参考になると思います。

現在、東京都内の銭湯の入浴料は、大人500円です。2日分ということになりますね。

＊ ＊ ＊ 萩谷雅和先生のご執筆は今号が最後となります。長い間ありがとうございました。（国民生活センター広報部） ＊ ＊ ＊



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

盗取されたキャッシュカードによって預金が払い戻された事案で、預金者に重過失があるとして請求が棄却された事例

本件は、特殊詐欺によってキャッシュカードを盗取されて預金が払い戻された事案について預金者が預金者保護法に基づいて払戻相当額の請求をしたところ、預金者に重大な過失があるとして棄却された事例である。預金者保護法における過失か重過失かという論点について、重過失を認定した初めての判決である(東京地方裁判所令和3年2月19日判決、『金融・商事判例』1618号37ページ)。

原告：X(消費者である預金者)
被告：Y(金融機関)
関係者：A1、A2(いずれも金融機関)
B1(警察官と称してXに電話した者)
B2(警察官と称してXを訪問した者)

事案の概要

X(80歳代)は、息子家族とマンションに居住していた。後見開始や保佐開始の審判は、受けていなかった。

Xは、Y、A1、A2との間で預金口座を開設していて、それぞれキャッシュカードの交付を受けていた。

Xは、2019年2月中旬の午後1時頃、自宅で1人で過ごしていたところ、警察官を名乗るB1から電話があった。そして、B1から、偽造されたXのキャッシュカードで預金が引き出されたため、キャッシュカードを調べるのでXが預金口座を開設している金融機関名、口座番号、暗証番号を教えるよう告げられた。そこでXは、B1に対してYとA1とA2、それらの口座番号、そして各カードの暗証番号を知らせた。

同日午後3時頃、Xが自宅で1人で過ごしていたところ、警察官を名乗るB2から自宅の玄関先で封筒を差し出され、各カードを封入して封筒に保管しておくよう告げられた。Xは、これに

従い、各カードを当該封筒に入れた。するとXは、B2から封筒に捺印^{なついでん}するよう告げられた。そこでXは、玄関先に各カードの入った封筒を置いたまま、印鑑を取るために自宅の居室に赴いた。その際に、B2により、当該封筒を小売店のポイントカードが入った別の封筒にすり替えて各カードを盗取された。

同日から翌日にかけて、何者かによって、各カードを用いてXの預金がATMから払い戻された。その払戻し合計額は、Yの口座からは約200万円、A1の口座から約50万円、A2の口座から約96万円であった。

翌日の正午頃、XはYからの電話で大金が支払われているが心当たりがあるか尋ねられた。Xは、引き出した覚えがない旨回答した。翌日午後1時25分頃、XはY社員らの来訪を受け、午後2時頃警察に被害届を提出するとともに、Yの求めに応じてカードの盗取に関する状況について説明するなどした。

その後、Xが預金者保護法5条1項に基づいて前述の払戻額全額の補てん金請求をしたとこ



ろ、A1とA2は、同条2項^{ただし}但書き(預金者に過失がある場合)を適用し、払戻額の4分の3に相当する金額を支払った。しかし、Yは同条3項1号イ(預金者に重過失がある場合)に該当するとして支払いを拒否した。

そこでXは、Yに対し、A1とA2の場合と同様に重過失ではなく過失を適用するのが相当だとして、払い戻された預金額の4分の3に相当する約150万円およびこれに対する遅延損害金の支払いを求めて提訴した。

以上の経緯で、Xには預金者保護法の過失があるのか、重過失なのかが争点となった。本判決は、次のように判示して重過失を認定し、Xの請求を棄却した。



理由

1. 「重大な過失」の意義

預金者保護法は、預金者の「故意」または「重大な過失」がある場合には金融機関に補てん義務を課していないが、これはそのような場合には預金者を保護する必要性がないか、公平の見地から妥当でないことによるものと解される。それに加えて、法案の提出者の趣旨説明において「重大な過失」について、典型的には故意と同視できる程度に注意義務に著しく違反する場合であり、具体的には預金者が暗証番号の管理に関して①他人に暗証番号を知らせた場合②暗証番号をキャッシュカード上に書き記した場合③自らキャッシュカードを安易に第三者に渡した場合、そして、これらと同等程度以上に注意義務違反が著しい場合に限られていると説明していること、^{おむ}附帯決議においても概ね同様の内容を含むものであることを併せ考慮すると、「重大な過失」とは、預貯金者において、真正カード等の管理、暗証番号の管理等に関し、通常人に要求される程度の相当な注意をしなくても、わずかの注意さえすれば、自らの預貯金等契約に

^{かか}係る預金口座から機械式預貯金払戻しが行われる結果をたやすく予見することができた場合であるのに、漫然これを見過ごしたような、故意と同視し得る著しい注意欠如の状態をいうものと解される。

2. 本件事案と重大な過失

(1) 暗証番号の管理について

Xは、わずかの注意さえすれば、警察官をかたるB1に対してカードの暗証番号を知らせた場合、B1またはその関係者によって、暗証番号および別途入手したカードまたはその偽造カード等を用いるなどして、Y口座から機械式預貯金払戻しが行われる結果となることをたやすく予見することができたのに、漫然これを見過ごし、B1から聞かされた偽造キャッシュカードによりXの預金が引き出されたとの事実についてYに対して事実関係の確認をするなどの措置をとることなく、B1に対して当該暗証番号を知らせるという行為を行ったというべきである。

(2) キャッシュカードの管理について

Xは、わずかの注意さえすれば、B2のいる自宅玄関先にYカードの入った封筒を置いたまま自宅居室に赴いた場合、B2によってYカードを盗取されたうえ、B2またはその関係者によって、Yカードおよび別途入手した暗証番号を用いるなどして、Y口座から機械式預貯金払戻しが行われる結果となることをたやすく予見することができたのに、漫然これを見過ごし、B2をいったん自宅から退去させる、自宅居室に赴く際にYカードの入った封筒も携行するなどの措置をとることなく、B2のいる自宅玄関先にYカードの入った封筒を置いたまま自宅居室に赴くという行為を行ったというべきである。

(3) Xの重過失

(1)(2)からすると、Xには、わずかの注意さ

えすれば、Yカードに係るY口座からの機械式預貯金払戻しが行われる結果をたやすく予見することができた場合であるのに、漫然これを見過ごしたような、故意と同視し得る著しい注意欠如の状態、すなわち「重大な過失」が認められる（なお、このように解することは、預貯金者が他人に暗証番号を知らせた場合および自らキャッシュカードを安易に第三者に渡した場合には、当該預貯金者に「重大な過失」が成立すると考えている旨の法律案の提出者による法律案の趣旨説明にも沿うものである）。

 解説

本判決は、預金者保護法（偽造カード等^{およ}及び盗難カード等を用いて行われる不正な機械式預貯金払戻し等からの預貯金者の保護等に関する法律）の重過失を認定した、公刊されたものとしては、初めての判決である。

同法5条1項は、盗難カード等（盗取された真正カード等をいう）による払戻しの場合、預貯金者は一定の要件（速やかな通知、十分な説明、捜査機関に対する被害の届け出等であり、本件ではこれらの要件は満たされている）のもとで、払い戻し相当額の補てんを請求することができるとしている。

補てん額は、不正あるいは預金者の故意による場合を除き全額であるが（同条2項本文）、金融機関により預貯金者の過失が証明された場合は払戻額の4分の3であり（同項但書き）、重大な過失があることが証明された場合はゼロとなる（同条3項1号イ）。

そこで、過失と重過失の意義が重要になる。この点については、本法制定時の国会質疑において、具体例を挙げて議論されている。その内容を踏まえ、全国銀行協会（全銀協）は、2005（平成17）年10月6日付で「偽造・盗難キャッシュカードに関する預金者保護の申し合わせ」を発

出している。それによると、重過失の例として（1）本人が暗証番号を知らせた場合、（2）本人が暗証番号をキャッシュカード上に書き記していた場合、（3）本人が他人にキャッシュカードを渡した場合、（4）その他（1）から（3）と同程度の著しい注意義務違反がある場合の4点が挙げられているが、病気の人が介護ヘルパーに暗証番号を知らせたうえでキャッシュカードを渡した場合など、やむを得ない事情がある場合は除くとしている。

裁判例で重過失が争点となったものに**参考判例1**があり、暗証番号を生年月日にしていた事案について、その危険性について金融機関の預金者への説明が十分でなかったなどとして重過失を否定し、偽造等カードによる払戻額全額の請求が認容されている（同法4条1項。偽造等カードによる払戻しの事案）。

次に、軽過失が認定されたものとしては**参考判例2**があり、深夜スナックで飲酒してホステスとともにコンビニへ行き、キャッシュカードを使用して現金を引き出した際にホステスに暗証番号をのぞき見られ、再びスナックに戻って飲酒して記憶を失った際にキャッシュカード等を盗取されたという事案で、過失が認定され4分の3の限度で補てんが認容された（同法5条2項但書き。盗難等カードによる払戻しの事案）。

本件は、当時80歳代の被害者に対する特殊詐欺事案である。警察庁は、特殊詐欺のうち、本件のような手口を「キャッシュカード詐欺盗」と分類している。その手口は巧妙であることから、高齢なXに重過失があるといえるのかが問題となる。本判決は、「Xが、本件払戻し当時、キャッシュカード及び暗証番号の果たす役割、重要性等を理解することができない、第三者にキャッシュカードを渡す行為及び暗証番号を知らせる行為という客観的な行為自体の意味内容を認識できないなどの能力の状況であったのであれば、本件払戻しにつき、『重大な過失』が否定され



る余地もあると考えられるが、Xからは、具体的な主張立証はなく、かえって、Xは盗取の状況について相当程度説明等していることに鑑みると、前記のような能力の状況にはなかったものとうかがわれ、仮に、本件払戻し当時、Xの判断能力が相当程度低下していたとしても、重大な過失は否定されない」としている。

本判決は、重過失の判断に通常人を基準としている。そうすると、Xの具体的属性はもとより、高齢者という抽象的な属性すら考慮されないということになりかねない。しかし、このような考え方は、預金者の保護という預金者保護法の立法趣旨(同法附則2条は施行前の事案についても金融機関に同法の趣旨に照らして最大限の配慮をすることを求めている)、キャッシュカード詐欺盗の手口が巧妙であるからこそ多数被害が生じていること等を考えると、問題がある。本盗取の状況を相当程度説明しているとして判断能力があったとするが、盗取の状況を十分な説明をすることは補てん請求の要件である(同法5条1項2号)。説明すると重過失となり、説明しないと補てん請求の要件を満たさないということでは、高齢者の救済は困難になってしまう。確かに、前述した国会審議や全銀協の申し合わせでは、本人が暗証番号を知らせた場合を重過失の例として挙げているが、キャッシュカード詐欺盗のような特殊事案を想定したものではない。

民法上の過失は、通常人に期待される注意(抽象的過失)を基準とするのが原則とされる。しかし、説明義務のように顧客の属性を踏まえることが求められる類型もあるし、過失相殺の場合にも被害者の属性や加害行為の違法性の程度(悪質性)が判断の要素とされるので、本件の場合にも高齢であることや手口の巧妙さや悪質さを考慮することもできると考えられる。もっとも、説明義務違反や過失相殺などは、いわば被害者と加害行為者の関係で検討する場面である

のに対し、本件の場合には加害者は不明であり、被害者と金融機関の間でどう損失を負担すべきかという場面であるという違いはある。

しかし、いずれにしても重過失の判断は、預貯金者がわずかな注意で結果をたやすく予見できたかどうかという問題であるし、預金者保護法も預金者の属性を捨象してしまっているわけではない。例えば、法11条3項は、金融機関が預貯金者に対して情報の提供等の必要な協力を求めるに当たっては、当該預貯金者の年齢、心身の状況等に十分配慮するものとするとして規定している。そうすると、本件の重過失の判断に際しても80歳代の高齢者が巧妙な手口によって被害にあったという事実も踏まえた判断もできると考えられ、本判決の妥当性には疑問がある。実際にも、本件においてA1とA2は払戻額の4分の3を補てんしている。したがって、相談現場ではこのような事案の場合に補てん請求を案内すべきことには変わりはない。

なお、特殊詐欺の事案には、預貯金者が警察官を名乗る者等にだまされて自らカードを交付する類型もある。預金者保護法の「盗難カード等」は「盗取された真正カード等」であるが(2条5項)、「盗取」とは預貯金者の意思によらないで占有を奪われることをいうため、詐欺の場合には預金者保護法上の「盗難カード等」に含まれないと解されている。ただ、盗取されたのか、遺失したのか、詐取されたのかなどが、必ずしも明確でない場合もあるので、まずは金融機関に通知しておくことが必要である。

参考判例

- ①大阪地方裁判所平成20年4月17日判決(『判例時報』2006号87ページ)
- ②東京地方裁判所平成22年12月28日判決(『金融法務事情』1924号113ページ)



公正な競争推進のための モバイル通信事業者に対する義務づけ — 端末代金と通信料金の分離と期間拘束契約の規制 —

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）

モバイル通信市場の公正競争の確保

本連載第1回で紹介したとおり、電気通信サービスの苦情・相談の増加へ対処するため、2015年の電気通信事業法（以下、事業法^{また}又は法）改正により、説明義務の強化、書面交付義務や初期契約解除制度の導入など、消費者保護的な規定が拡充されました。他方、多くの苦情・相談の背景であった「2年縛り」などと呼ばれた携帯・スマホなどのモバイル通信サービスにおける期間拘束・自動更新付契約への対応や、電気通信事業者（以下、キャリア）が提供する販売奨励金を原資とする端末購入代金の補助、通信料金の割引等による顧客の囲い込みなどの^{いづ}歪な通信市場の是正に向けた法的対応は見送られ、キャリアの自主的対応に任せられました^{*1}。

しかし、その後もモバイル通信市場の不正さや、歪な取引などに起因する通信契約の解約等を巡る消費生活相談の件数は、高止まりのまま推移しました。そのためモバイル通信サービス市場における競争制限的な行為の適正化を、キャリアの自主的な対応に任せていたのでは改善が期待できないことが明らかとなりました。

モバイル通信市場の競争制限的行為に対する規制等を目的とした2019年事業法改正

このような経緯と実情を踏まえ、2019年の事

業法改正では、既に本連載で取り上げた、①代理店等の媒介等業務受託者に対する届出制（法73条の2、3）、②キャリア^{および}及び代理店等に対する氏名・名称及び勧誘目的を明示しない勧誘の禁止（法27条の2第2号）に加え、③モバイル通信事業者による利用者の利益保護に支障を生じるおそれのある競争制限的な取引行為（法27条の3）を事業法施行規則（以下、省令）で具体的に規定し、これを禁止する制度的対応を行う法改正がなされました。

具体的には、一定規模の移動電気通信事業者（MNO及び一部のMVNO）を対象として、端末代金と通信料金の完全分離を義務づけるもので、④通信端末の販売等の契約締結に際し、通信料金を端末の販売等契約を締結しない場合よりも有利にすることを禁止（法27条の3第2項1号）、⑤移動電気通信役務の継続利用及び端末の購入等を条件として行う、省令の定める利益の提供の禁止（省令22条の2の16第1項1・2号）、⑥移動電気通信役務の利用・端末購入等を条件とする場合の「利益の提供」の上限規制（同項2号柱書き・2号）、及び⑦解約制限・高額違約金等の不当な期間拘束の是正（省令22条の2の17）を内容としています^{*2}。

なお、2019年の事業法改正では固定系通信サービス取引における競争制限的な取引行為の規制は導入されませんでした。2022年7月の改正省令の施行により、固定系通信サービス

- *1 総務省は2015年5月20日に「利用者視点からのサービス検証タスクフォース」を立ち上げ、期間拘束・自動更新付契約（いわゆる「2年縛り」契約）を中心に利用者の視点から検証とその解決に向けた方向性についての検討を開始し、同年7月16日には「『期間拘束・自動更新付契約』に係る論点とその解決に向けた方向性」を示した。https://www.soumu.go.jp/main_content/000397048.pdf
しかし、結論としては「電気通信事業者が利用者との関係を十分意識し、自主的に自らのサービスの改善に取り組むことを強く期待する」ものにとどまった
- *2 この改正の概要については、総務省総合通信基盤局「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」（2019年6月）https://www.soumu.go.jp/main_content/000628680.pdf 参照

も含めて解約制限に対する規制が導入されたことは、本連載第5回で解説したとおりです。

規制対象となる電気通信サービス

2019年事業法改正で導入された通信料金と端末代金の完全分離、及び契約期間拘束などいき過ぎた利用者の困り込みの是正の対象となる電気通信サービスと事業者(キャリア)は、総務省告示によって指定されています。

まず、対象となるサービスは、次の移動電気通信役務とされています(法27条の3第3項・令和元年告示166号1項)。

- ① 携帯電話サービス
- ② 全国提供の広帯域移動無線アクセス(BWA: Broadband Wireless Access)サービス

したがって、これらに該当しない移動電気通信役務(同告示2項)、具体的には地域BWAサービス、PHSサービス及び公衆無線LANサービスは対象となっていません。

また、上記の①と②に該当する電気通信サービスであっても、③卸電気通信役務、④固定して利用するモバイルルーター(SoftBank Airがその例)のように特定地点以外では利用制限があるもの、⑤法人に対して契約約款によらないで提供する役務、及び⑥通信モジュール向け通信サービスは除外されています。

規制対象となるキャリア

また、告示で指定される移動通信サービスの提供事業者であっても、すべてのキャリアが規制対象とはなっておらず、事業法が規制対象としている移動電気通信事業者は次のとおりです(令和4年告示321号)。

- ① MNO(Mobile Network Operator)
- ② MNOの親会社、子会社、兄弟会社及び3分の1を超える議決権を保有する等の実質的支配関係にある会社等の要件を満たすMNOの特定関連法人

③ MVNO(Mobile Virtual Network Operator)のうち移動電気通信役務の利用者数の割合が0.7%を超えるもの(②に該当するものを除く)

現在、事業法27条の3第2項の適用対象となっている事業者は、令和4年告示321号^{*3}で指定されている32社です。

通信料金と端末代金の完全分離

(1)完全分離の義務づけ

規制対象となるキャリアのモバイル通信サービスでは、通信料金と端末代金の完全分離が義務づけられています。具体的には、次の①及び②の取り扱いや契約締結が禁止されています^{*4}。

① 通信端末の販売等の契約締結に際し、通信料金を端末の販売等契約を締結しない場合よりも有利にすることを禁止(法27条の3第2項1号前段)

これは端末購入を条件とする通信料金の割引を禁止するものです。

② その他電気通信事業者間の適正な競争関係を阻害するおそれのある利益の提供を約し、又は第三者に約させることの禁止(同号後段)

これは、端末の販売等に際しての一定の利益提供を禁止するものです。

(2)禁止される「利益」の内容

事業法が禁止する「利益」の内容は、省令22条の2の16が規定しており、次の「利益」の提供が禁止されます。

① 移動電気通信役務の継続利用及び端末の購入等を条件とするもの(省令22条の2の16第1項1号)

これは継続利用の場合に利益提供を禁止する趣旨です。

② 移動電気通信役務の提供契約の締結及び端末の購入等を条件とするもの(同項2号)

これは、新規契約の場合における利益提供の禁止を規定するものです。

これらの場合においては、移動電気通信役務

*3 https://www.soumu.go.jp/main_content/000837205.pdf

*4 総務省総合通信基盤局「電気通信事業法第27条の3等の運用に関するガイドライン」(2019年11月22日)参照

の継続利用及び端末の購入等を条件として行う、次の①～④の「利益」の提供が禁止されます(省令22条の2の16第1項1号・2項)。

① 端末代金を対照価格(同条2項)より割引くこと(同条1項1号イ)

② 購入等端末を使用して提供される移動電気通信役務以外の役務(オプション等)の料金、財(商品)の購入等の代

金を減額したり、無償提供したりすること(青少年保護のフィルタリングサービスは除外)(同号ロ)

③ 中古市場における一般的下取り価格を超える対価を提供すること(同号ハ)

④ ①～③のほかの経済的利益を提供すること(同号ニ)

なお、この禁止規定で用いられている条項の文言の意味は、それぞれ表のとおりとされています。

(3) 移動電気通信役務の利用・端末購入等を条件とする場合の「利益の提供」の上限規制

事業法は、移動電気通信役務の利用・端末購入等を条件とする場合の「利益の提供」の上限を次のとおり規定しています(省令22条の2の16第1項2号柱書き・2項)。

① 移動電気通信役務の提供契約の締結及び端末の購入等を条件として行う省令22条の2の16第1項1号イ～ニ(前記(2)②の①～④)の利益の提供

② 新規の移動電気通信役務の提供契約の締結を条件とする①と同じ利益の提供

そして、前記①又は②の利益の額とこれらの利益を受けるのに必要な契約に関して約束したそれ以外の利益(オプション契約による利益)の額の合計が2万円(税抜)を超えるものが禁止されます。

なお、先行の同型機種がある場合には、次の計算式で算定された価格Aが2万円より低額の場合はAが上限額となります。

$$A = \text{端末価格} - \text{先行同型機種の下取価格}$$

表 禁止規定で用いられている用語の意味

※筆者作成

用語	意味
継続利用	移動電気通信役務を継続的に利用すること。違約金等(契約から一定期間内に変更・解除を行ったことで発生する違約金等の経済的負担)が発生する契約期間が1年以下でかつ同一条件での更新ができないもののみ、又は1年以下で違約金等のない契約のみの役務を提供している事業者との1年以下の契約は除く(省令22条の2の16第1項1号柱書き)
購入等	購入、賃借その他これらに類する行為(省令22条の2の16第1項1号柱書き)
対照価格	①電気通信事業者及びその販売受託者が販売する場合は、販売するものと同一機種について②複数価格がある場合は最高価格、③1つの価格のみの場合はその価格と当該端末の調達価格のうち高額のほう、②電気通信事業者以外が販売する場合は、②複数価格がある場合は最高価格、③1つの価格のみの場合はその価格(省令22条の2の16第2項)

また、「継続利用」の場合は、同項1号で対応するので、同項2号による上限規制の適用は除外されています。

(4) 通信役務の利用・端末購入等を条件とする場合の「利益の提供」の例外

利益の提供の上限金額((3)の①又は②)には、次のとおりの例外が認められています。

① 販売端末と同一機種の最終調達日から2年経過している場合は、販売した端末の対照価格の半額が上限となります(省令22条の2の16第1項2号イ(1))。

② 製造中止機種の場合の上限。

① 同一機種の最終調達日から1年経過している場合は販売した端末の対照価格の半額が上限となります(同号イ(2))。

② 同じく2年を経過している場合には、同様にその8割相当額が上限となります(同号イ(3))。

③ なお、次の①～③の場合は、利益提供は禁止されていません。

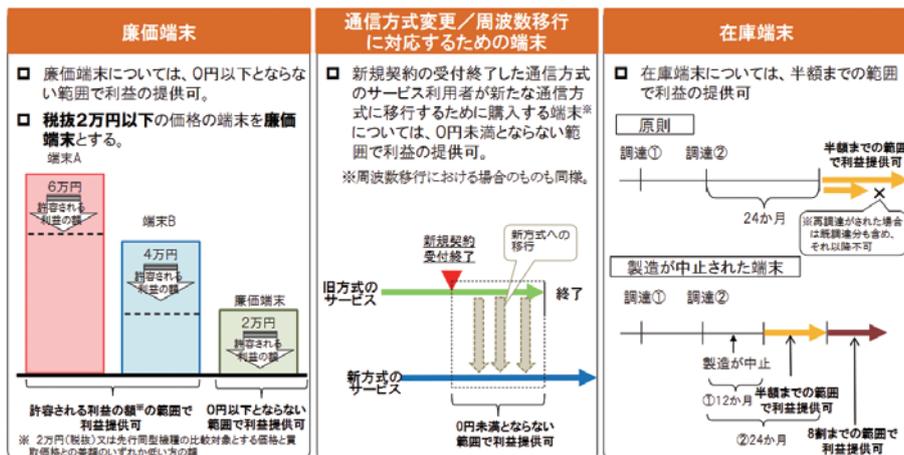
① 端末の対照価格が2万円以下の場合であって合計利益提供額が対照価格未満の場合(廉価販売の場合、同号ロ)。

② 新規契約の受付が終了した通信方式のサービス利用者が新たな通信方式に移行するために端末を購入する場合に受ける合計利益提供額がその端末の対照価格以下の場合(サービス終了による買換えの場合、同号ハ)。

③ 通信方式・周波数帯変更に伴って必要となる端末を購入する場合の合計利益提供額がその端末の対照価格以下の場合(同号ニ)。

この点は、次ページの☑を参照してください。

☑ 通信役務の利用・端末購入等を条件とする場合の「利益の提供」の例外



出典：総務省総合通信基盤局「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」(2019年6月)

- ① 契約締結時に、契約期間満了時(更新後の期間満了を含む)に期間拘束付のまま契約更新するかどうかの選択が可能なこと(同号イ)
- ② ①の選択によらず、料金その他の提供条件が同一であること(同号ロ)
- ③ 契約期間満了時に、期間拘束付契約で更新するかどうかを利用者が改めて選択できること(同号ハ)

解約制限・高額違約金等の不当な期間拘束契約の是正

2019年の事業法改正では、利用者に対し、移動通信契約の解除・解約を行うことを不当に妨げることにより、キャリア間の適正な競争関係を阻害するおそれがあるものとして、総務省令で定める提供条件で契約することを禁止しました(法27条の3第2項2号)。

(1) 期間拘束に対する規制

期間拘束に対する規制では、次の禁止事項(契約解除を不当に妨げる料金・提供条件による契約締結の禁止)を規定しています。

- ① 違約金の定めのないものを除き、契約期間の上限を2年に制限(省令22条の2の17第1号)
- ② 1年を超える期間拘束(2年未満)又は更新可能な期間拘束の契約を締結する場合には、期間拘束のない契約も選択できるようにする義務(同条2号)
- ③ 期間拘束の有無による月額料金の差の上限を170円以内に制限(同条3号)
- ④ 違約金と特定経済的利益*5の合計の上限を1,000円に制限(同条4号)

(2) 自動更新契約に対する規制

次の条件のいずれか1つでも満たしていない自動更新付契約が禁止されます(同5号)。

- ④ 違約金なしに契約解除が可能な更新期間が少なくとも契約期間の最終月、その翌月及び翌々月の3カ月間設けられていること(同号ニ)

(3) 利益供与に対する規制

長期間契約における割引等の上限は、1カ月分(年額/12カ月)の料金(税抜き)に制限されました(同条6号)。

顧客囲い込みのための「SIMロック」とその解除ルール

従前の総務省「移動端末設備の円滑な流通・利用の確保に関するガイドライン」におけるSIMロック解除ルールでは、契約後100日間のSIMロック及びロック解除手数料の徴求を許容していましたが、2019年の改正事業法施行を前に、大手キャリアがこのSIMロック解除ルールを逆手に取って、端末代金の長期分割払いプランを用意し、一定の手数料を支払う契約をした顧客には、半額程度で端末の乗換プランを適用することで囲い込みを図る営業施策を表明しました。総務省は、この対応は、改正法の趣旨を損なうとして、2019年9月6日にガイドラインの再改訂を行いました(同年11月22日から適用)*6。その結果、分割払いの2カ月分前払い又はクレジット払い、口座振替等の場合は、無償で直ちにSIMロック解除をすることが必要とされました。

*5 期間内変更等を理由として受けることができないこととする経済的利益

*6 現在は、2022年12月13日最終改正版が公表されている。https://www.soumu.go.jp/main_content/000853135.pdf

SNSやネットで見つけた



18歳で
大人!

もうけ話

カンタンに

もうかると

思ったのに...

FXで
もうけるための
ノウハウ

スマホがあれば
何もせず稼げる

初心者でも
OK

ガーン!

1日1万円
稼げる

30名
限定!

STOP
安易な
契約

編集・発行



独立行政法人

国民生活センター

怪しいもうけ話に注意 ⚠

1 簡単にもうかる うまい話はない!

- 「簡単に稼げる」「もうかる」と言われても契約しないこと。情報商材は買うまで中身が分からない。買って簡単にもうかるとは限らない。
- 実際に成功したという人物が登場する広告を信用しない。
- 情報商材を購入後に、高額な副業サポート契約を勧められる場合が多いので、もし勧誘を受けたらきっぱりと契約を断ろう。
- マッチングアプリなどで知り合った人から、暗号資産を使ったもうけ話などを勧められることもある。



2 借金をしてまで 契約しない!

- 「お金が無い」と言って断ろうとしても、クレジットカードやリボ払いなどを利用させたり、学生ローン等の借金を求められることがある。
- 「すぐに元が取れるから大丈夫」などと言われても、「契約しない」とはっきり断ろう。



情報商材

情報商材とは、インターネット通販などで副業、投資やギャンブル等で高額収入を得るためのノウハウ等と称して販売されている情報のこと。PDFや動画、メールマガジン、アプリ、冊子、DVD等のさまざまな形式がある。SNSやネット上の広告をきっかけに購入してしまうケースが多い。

3 『18歳で大人』に!

- 成人になると、1人で契約できる反面、原則として一方的に契約をやめることができない。未成年者取消もできないため、契約するかどうか慎重に考えよう。
- 不安に思ったら、その場で契約せず家族や消費生活センター等「188」に相談しよう。



困った時は、
消費者ホットライン

い や や
☎188にご相談を!
最寄りの相談窓口
電話がつながります

お住まいの自治体の相談窓口

未成年者のネット通販トラブル急増中！

ポチッと

する前に
よくチェックだワン！



初回限定
90%
OFF

送料
のみ

実質
0円

実は
定期購入

2回目
以降は
高額に

解約
できない
場合も

成年年齢が18歳に引き下げられました

編集・発行



独立行政法人

国民生活センター



ポチっと通販のトラブル回避術

1 お試しか 定期購入か よく確認を!

販売サイトで「初回100円」「初回送料のみ」の文字が目立っていても、離れたところに小さく「定期購入が条件」などの表示があり、思っていたより高額な請求を受ける。2回目以降の支払いが高額なことも!



2 契約前に 親に 相談しよう

未成年なのに「成人である」とか、親(保護者)の同意がないのに「同意を得ている」とうそをついて申し込まない。利用規約を見ないで「同意する」などのチェックボックスにチェックしない。



3 解約・返品 の条件を しっかり確認

「解約は電話のみ」「いつでも解約可能」などと書かれていても電話がつかないことも。解約や返品の内容の表示がなければ商品が届いて8日間は送料負担で返品できる。なお、通信販売には、クーリング・オフはない。



4 商品をどのような 販売条件で購入したのか 契約内容を記録しよう

販売サイトの表示や申込みの最終確認画面など、契約内容がわかるものはスクリーンショットを撮る。業者とのやり取り(電話の履歴やメモ、メール、SNS)も併せて保存しておく。

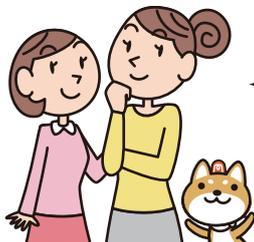


最終確認画面には、取引における基本的な事項が表示されています。誤認させる表示により申込みをした消費者は契約を取り消せる可能性があります。

トラブルになったら、消費生活センター188に相談!

トラブル防止のため、未成年の子どもに届く宅配物に気を配りましょう。トラブルにあったら、解約の申し出の手助けや消費生活センターへの相談などをしっかりサポートすることが重要です。

保護者の方へ



2022年4月1日に成年年齢が18歳に引き下げられました。18歳になってから結んだ契約は未成年者取消ができません。なお、未成年なのに「成人である」「親の同意を得ている」と偽って申し込んだ契約は取り消せないことがあります。

困った時は、
消費者ホットライン

い や や
☎188にご相談を!
最寄りの相談窓口
電話につながります

お住まいの自治体の相談窓口

啓発用リーフレットのお知らせ

若者向けの啓発用リーフレットの改訂版を作成しました。
本誌に掲載しておりますので、
ぜひ印刷してご活用ください！

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

●啓発用リーフレット バックナンバー

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

