

消費者問題をよむ・しる・かんがえる

ウェブ版

国民生活 5

NO.129 (2023)

特集 自転車最新事情

| | | |
|----------------------------|---|----|
| 特集 1 | 自転車をめぐる最近の動向 | 1 |
| 特集 2 | 広がる自転車損害賠償責任保険の義務化 | 5 |
| 特集 3 | 自転車を安全に楽しむために | 8 |
| 消費者問題アラカルト | 若者へのこれからの消費者教育－成年年齢引下げから 1 年－ | 12 |
| フェアトレード －あなたの消費で世界を変える－ | なぜフェアトレードなのか | 15 |
| 契約の基礎知識－自動車編－ | 車を手放すとき② 車を売るとき 実際にあるトラブル | 18 |
| 多様化・重層化するキャッシュレス決済 | 後払い決済 (BNPL) | 21 |
| 海外ニュース | <オーストリア、フランス> シリコン製ケーキ型の有害物質に注意 <ドイツ> 無料チャットアプリを使ったドイツ版オレオレ詐欺 <オーストラリア> 企業のグリーンウォッシングに厳しく対処 <香港> ボルダリングを始めたい人へ | 24 |
| 消費者教育実践事例集 | 買い物やお金の知識をすごくで楽しく学ぶ －幼児と保護者を対象とした消費者教育－ | 26 |
| 気になるこの用語 | ChatGPT と LLM | 28 |
| 相談情報ピックアップ－18 歳で成人！ | 男性も多い 脱毛エステのトラブル | 30 |
| 暮らしの法律 Q&A | マンションのコミュニティ運営費を払いたくない場合は？ | 31 |
| 誌上法学講座 | 電気通信事業法の現状と課題 (2) | 32 |
| 暮らしの判例 | 介護老人保健施設 (老健) の、利用者・入居者に対する、 介護保険負担限度額認定制度の説明義務、そしてその説明を怠ったことによる不法行為責任又は債務不履行責任 が認められた事例 | 35 |

自転車をめぐる最近の動向



古倉 宗治 Kokura Muneharu (公財)自転車駐車場整備センター自転車総合研究所 所長
博士(工学)。国、地方公共団体の自転車関係の委員。専門は自転車に係る事故、情報化、ツーリズム、
超高齢社会等のソフト面の自転車政策とまちづくり。著書に『進化する自転車まちづくり-自転車活
用推進計画を成功させるコツ-』(大成出版社、2019年)、『実践する自転車まちづくり 役立つ具体策』
(学芸出版社、2014年)など



自転車の利用状況と事故の動向

—自転車利用はコロナ禍でも低下気味

(1)自転車の利用状況

自転車の利用を通勤通学時の利用交通手段でみると、長期的に微減状況にあります。総務省「国勢調査」(表1)によれば、通勤通学時において、経路の全部(ドアツードア)に自転車を利用している割合は2020年で9.8%となっており、1990年の12.9%、2000年の12.1%、2010年の11.2%に比較して、長期的に低下しています。2020年には、コロナ禍の最中で、国を挙げて自転車通勤を推奨していましたが、そのなかでも落ち込んでいたこととなります。一方、自家用車(ドアツードア)では、1990年37.2%、2000年44.3%、2010年45.1%、さらに2020年46.9%と上昇の一途です。自家用車が伸びる一方で自転車は低下傾向にあります。ただし、長期的な自転車利用の動向は、わが国のみならず、世界の自転車先進国も同様で、自転車の分担割合は減少又は横ばい傾向がみられ、伸び悩んでいます(表2)。

伸び悩みの原因の1つは、クルマについては、衝突防止装置やEV、燃料電池化、自動運転など絶えず進化がみられるとともに、利便性や安全性、さらに脱炭素性などが向上している一方で、自転車は、車体の進化は少なく、また、利便性や安全性の向上に大きな進展がないことやこの伸び悩みをカバーする革新的かつ的確な政策が不

足しているためであると考えられます。このため、ドイツやイギリスなどでは国を挙げていっそう強力な自転車政策に取り組んでいます。

わが国でも、後述のように2010年代になって、自転車活用推進法など国レベルでの取組が盛んになっています。

(2)自転車事故件数

このようななかで、自転車事故件数の推移は、入手できた1975年以降のデータでは、1975年から2004年のピーク(188,338件)まで増加傾向にありましたが、以後2020年に1975年以来最低の67,673件になるまで一貫して減少しました。しかし、2021年69,694件、2022年69,985件とやや増加気味です。ただ自転車乗用中の死者数は1992年以来減少傾向が顕著であり、2022年

表1 通勤通学時利用交通手段

| 通勤通学時利用交通手段 | 1990 | 2000 | 2010 | 2020 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|
| 自転車(ドアツードア) | 12.9% | 12.1% | 11.2% | 9.8% |
| 自家用車(ドアツードア) | 37.2% | 44.3% | 45.1% | 46.9% |

出典：各年総務省「国勢調査」(通勤通学時利用交通手段を調査しているのは、10年ごと)

表2 世界の自転車先進国の自転車分担率の推移

| | | | | | |
|-------|------|------|------|------|-----------|
| オランダ | 1985 | 1990 | 2000 | 2008 | 2017-2020 |
| | 28% | 28% | 24% | 25% | 27% |
| デンマーク | 1981 | 1995 | 2000 | 2008 | 2010-2013 |
| | 20% | 20% | 20% | 18% | 16% |
| ドイツ | 1982 | 1989 | 2002 | 2008 | 2017 |
| | 11% | 12% | 9% | 10% | 11% |
| 英国 | 1985 | 1991 | 2002 | 2008 | 2018 |
| | 2% | 2% | 2% | 2% | 2% |

出典：プーラーら「西ヨーロッパ・アメリカの徒歩と自転車の傾向・政策・教訓」(2012年)及び欧州自転車利用者連盟「ヨーロッパの国レベルの自転車戦略(2021)」

表3 自転車事故発生場所

| | 2006 | 2008 | 2009 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 交差点 | 70.2% | 67.1% | 67.3% | 68.0% | 67.1% | 67.1% | 67.0% | 67.0% | 66.9% | 67.0% | 66.2% | 65.3% | 64.4% |
| 歩道 | 8.7% | 9.4% | 9.4% | 9.5% | 9.4% | 9.6% | 9.9% | 10.1% | 10.2% | 11.4% | 12.0% | 12.6% | 13.1% |
| 車道 | 8.2% | 8.8% | 9.0% | 9.2% | 9.5% | 9.4% | 9.5% | 9.5% | 9.4% | 8.7% | 8.6% | 8.7% | 8.7% |
| その他 | 12.9% | 14.7% | 14.3% | 13.3% | 14.0% | 13.9% | 13.6% | 13.4% | 13.5% | 12.9% | 13.2% | 13.4% | 13.8% |

出典：公益財団法人交通事故総合分析センターに対する依頼データに基づき筆者計算。2007年、2010年及び2017年は依頼していないので数値なし。
歩道と車道は、柵、縁石等による歩車道の分離区間での歩道と車道を指す

は339人と1975年以来最少となっています。

しかし、近年は交通事故全体の件数が自転車を上回るペースで大幅に減少し、交通事故全体に占める自転車事故の割合は2016年(18.2%)以降増加し、2022年に23.3%と、1975年(15.8%)以来最大の割合になっています。自転車の安全対策の必要性が相対的に高くなっています。

(3) 自転車事故の発生場所は交差点と歩道の順

自転車事故の発生場所は、交差点の割合が高い傾向は変わらず3分の2程度でしたが、近年対策が進み、その割合が減少しています。その分歩道の割合が相対的に増加しています(表3)。歩道の割合はこのデータを取得し始めた2006年から増加傾向が続き、2021年に初めて13%台になりました。これに対して、車道の事故は9%前後と横ばいであり、件数も一貫して減少し、ますます歩道との開きが拡大しています。

また、歩道での自転車事故は、対クルマの事故が3分の2を占めます。対歩行者は1割強に過ぎませんが、2006年の7%程度から2021年は13%と2016年を除き上昇しています(表4)。

歩道上でクルマとの事故が多いのは、沿道の駐車場等へ出入りするクルマが歩道を横断する際の衝突ですが、歩道は安全だという自転車側の過信とルールを無視した走行が主原因です。自転車自身の安全確保と歩行者の安全を守るためにも、歩道上で徐行や車道寄り通行等の法令やマナーを遵守した走行が求められています。

(4) 自転車の保有状況、市場規模等の変化

コロナ禍で行われた調査*1では、自転車の保

表4 歩道での自転車事故の相手方

| | 対自動車 | 対歩行者 | 対自転車 | その他 |
|------|-------|-------|------|-------|
| 2006 | 73.7% | 6.8% | 4.8% | 14.6% |
| 2008 | 72.8% | 7.6% | 6.1% | 13.6% |
| 2009 | 74.1% | 7.4% | 5.5% | 12.9% |
| 2011 | 74.4% | 8.3% | 5.9% | 11.4% |
| 2012 | 75.2% | 8.3% | 5.5% | 11.0% |
| 2013 | 75.6% | 8.9% | 5.2% | 10.3% |
| 2014 | 74.5% | 9.8% | 5.6% | 10.1% |
| 2015 | 74.1% | 10.7% | 5.5% | 9.7% |
| 2016 | 75.6% | 9.2% | 6.2% | 9.0% |
| 2018 | 70.8% | 12.3% | 7.0% | 9.9% |
| 2019 | 67.5% | 12.6% | 7.1% | 12.8% |
| 2020 | 65.3% | 12.8% | 6.8% | 15.0% |
| 2021 | 62.1% | 13.0% | 7.3% | 17.6% |

出典：公益財団法人交通事故総合分析センターに対する依頼データに基づき筆者計算。2007年、2010年及び2017年は依頼していないので数値がない

有台数は5724万台(一世帯当たり1.03台)で、2018年の6655万台(同1.23台)、2012年の8047万台(同1.55台)に比較して減少しています。また、最近の自転車の市場規模は、国内向けの流通量で見ると、2019年712万台(1284億円)、2020年718万台(1306億円)、2021年689万台(1408億円)、2022年579万台(1494億円)と、コロナ前に比べると、2020年は台数・金額とも2%増えましたが、その後台数は減少する一方で、単価が上昇し、金額は増加しています*2。

自転車活用推進策と実態

(1) 自転車活用推進法の制定と自転車活用推進計画

このようななかで、自転車活用を推進するとともに、今まで地方が中心であった自転車活用推進策を国が前面に立って実施するため、2016年に国や地方公共団体の自転車活用推進計画の策定等の責務などを定めた自転車活用推進法が

*1 一般財団法人自転車産業振興協会「2021年度自転車保有並びに使用実態に関する調査報告書」2022年3月(調査実施2021年9月24日から10月1日、サンプル数20,000人)

*2 一般財団法人自転車産業振興協会「国内向け自転車生産・輸入統計」による



制定され、これに基づき、第1次(2018年、計画期間2020年まで)及び第2次(2020年、計画期間2025年まで)の自転車活用推進計画が順次国により策定されています。

(2) 第2次自転車活用推進計画

第2次計画では、①良好な都市環境の形成、②健康長寿社会の実現、③サイクルツーリズムの振興等の観光立国、④自転車事故のない安全安心な社会の実現の4つを目標にして、地方公共団体の自転車活用推進計画の策定推進、データ活用による計画策定、シェアサイクルへのMaaS等の活用、自転車通勤の推進、ナショナルサイクルルート等の整備、高齢者を含めた安全対策等多様な施策を推進するとされています。

また、地方でも自転車活用推進計画の策定が進んでおり(2023年2月現在、215地方公共団体^{*3})、自転車活用の地方への波及と走行空間の確保(2021年には4,686kmと、2016年1,247kmに比較して4倍弱^{*4})も進展しています(主として車道での混在)。ただ、海外ではイギリスの20,540km、ドイツの10,218kmなど(各国の国の計画)や都市レベルでもニューヨーク2,343km^{*4}、パリ1,094km^{*4}など主として車道での混在でない方法で桁違いの整備が進んでいます。わが国の地方ではクルマ依存型社会が進んでおり、いっそう強力な走行空間の整備施策が求められます。なお、海外ではコロナ禍を契機として、パリで臨時の自転車専用レーン52kmに加え、520kmの整備を進める^{*4}などにより自転車利用が進化したとされています。

(3) 新自転車安全利用五則(交通対策本部決定)

これらと並行し、2022年11月には、自転車は「車道が原則」及び「歩道は例外」並びに新たに「ヘルメット着用」を内容とする新しい「自転車安全利用五則」が定められ、事故の実態を表す客観的なデータに基づいた的確な対策と自転車の安全対策の重点的実施が進められています。

自転車は日常利用が重要

自転車の利用が停滞するなかで、利用の大半を占める通勤や買物等の日常利用を進めることが特に重要です。前述の第2次自転車活用推進計画では、自転車通勤の推進をめざして、分担率の目標を2015年の15.2%を2027年に18.2%に設定し、自転車通勤導入に関する手引きや「『自転車通勤推進企業』宣言プロジェクト」などにより総合的な取組が実施されています。

筆者らの宇都宮市民を対象としたアンケート調査(回答548人)では、自転車で行ってもよいと回答した距離の範囲に実際の職場がある人は47%、買物する店がある人は68%にも上っており、自転車の活用可能性のある距離の範囲は、潜在的なものを含め極めて広いのです。日常利用は、生活習慣病の予防や脱炭素、ガソリン代や医療費の大きな削減につながります(表5 表6)。

逆に、各種アンケートでは、雨が最大の利用障害要因になっていますが、①平日の朝1mm/時(傘有り無しの人が混在)を超えた日数は年間で12日前後(平日の5%、大津市2021年気象データ)と少ないこと、②小雨の場合ポンチョ等により自転車を利用する人は、最近筆者らが実施した草津市社会実験のモニターアンケート(回答者147人)では56%と半数以上です。このような雨の実態に関する情報提供は、雨に対する抵抗感を低くできると考えられます。

また、多くの方が懸念する事故についても、乗用中の死傷者及び死者の数(人口10万人当たり)は、20歳から64歳の年齢(5歳刻み)では、クルマが自転車の3.7~5.7倍(死傷者)及び2.1~11.3倍(死者)であり(警察庁資料)、自転車はクルマよりも大幅に少ないのです。

サイクルツーリズム

次に、最近注目されているサイクルツーリス

*3 国土交通省「自転車活用推進計画」ウェブサイト https://www.mlit.go.jp/road/bicycleuse/good-cycle-japan/jitensha_katsuyo/

*4 国土交通省「第1回安全で快適な自転車等利用環境の向上に関する委員会」資料4



表5 通勤(自転車)の経済的・脱炭素メリット

| 通勤の距離 | ガソリン代の節約(往復) | 年間のガソリン代の節約 | 医療費の節約額(40歳以上) | 医療費の節約額(40歳以上) | 二酸化炭素削減量(g) |
|-------|--------------|-------------|----------------|----------------|-------------|
| 2km | 43円/日 | 10,449円/年 | 192円/日 | 46,656円/年 | 126.0 |
| 3km | 64円/日 | 15,552円/年 | 288円/日 | 69,984円/年 | 189.1 |
| 4km | 85円/日 | 20,655円/年 | 384円/日 | 93,342円/年 | 256.9 |
| 5km | 107円/日 | 26,001円/年 | 480円/日 | 116,640円/年 | 324.8 |

表6 買物(自転車)の経済的・脱炭素メリット

| 買物の距離 | ガソリン代の節約(往復) | 年間のガソリン代の節約 | 医療費の節約額(40歳以上) | 医療費の節約額(40歳以上) | 二酸化炭素削減量(g) |
|-------|--------------|-------------|----------------|----------------|-------------|
| 2km | 43円/日 | 4,472円 | 192円/日 | 19,968円/年 | 55.3 |
| 3km | 64円/日 | 6,656円 | 288円/日 | 29,952円/年 | 83.0 |
| 4km | 85円/日 | 8,840円 | 384円/日 | 39,936円/年 | 110.7 |
| 5km | 107円/日 | 11,128円 | 480円/日 | 49,920円/年 | 138.3 |

注1 通勤は平日年間243日とし、買物は週2回行くことを想定して、年間104日として計算
 注2 ガソリン代金は国土交通省「自転車燃費一覧」を参考に1500ccクラス15km/l 1ℓ160円として換算
 注3 医療費は、自転車総合研究所「自転車の活用による自動車依存型地域社会の転換方策に関する調査研究」(2021年9月)により、40歳以上で自転車を利用すると48円/km削減されると試算(国土交通省都市局「健康・医療・福祉のまちづくり推進ガイドライン」90ページを活用して試算)
 注4 二酸化炭素排出は公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団「2021年版運輸・交通と環境」より、133g/kmとして計算

ム(観光)では、特に地方部の地方公共団体がその導入に積極的です。国では、世界に誇れるナショナルサイクルルート(現在、しまなみ海道ほか6ルート)するとともに、先進的なサイクリング環境の整備をめざすモデルルート(国土交通省ウェブサイト「ナショナルサイクルルートを除き72ルートを掲載」)を設定して走行環境整備、受入環境整備、魅力づくり、情報発信等を行っており、サイクルツーリズムが拡大しています。総務省「社会生活基本調査」(2021年)によると、サイクリング人口は全国で926万人とされますが、この中心となるのは全人口の2%といわれるサイクリスト層で、ルートの迅速な走破をめざす人が多く、筆者らのアンケート調査(大阪府、回答204人)では、サイクリング途中での1日の消費金額は平均1,496円で、一般の日帰り旅行での消費額14,437円(観光庁「2020年旅行・観光消費動向調査」)の10分の1です。サイクルツーリズムの自転車日常利用層への拡大と、回遊型や滞在型などの観光におけるサイクリングの活用の推進が課題です。

シェアサイクル

誰でも利用できる公共性のあるシェアサイクルが近年特に増加しています。国土交通省資料によると、実施都市(社会実験含む)は、2014年には93都市、ポート数828であったのが、2022年3月には282都市、ポート数8,971と、都市数で約3倍、ポート数で約11倍に拡大しています*5。自転車の持つ生活習慣病予防と脱炭素

の特長のほか、誰でも利用できる公共性を持ち、かつ、放置や盗難を回避し、保険加入やメンテナンスの実施などで所有自転車よりもメリットがあります。ただ、採算性やポートの密度の確保など課題があり、交通手段としてより高い位置づけと支援が望まれます。

高齢者の健康と「足」の確保と電動アシスト自転車

最後に、超高齢社会の中で、高齢者の移動手段の確保やクルマ事故が問題となっています。デンマーク、イギリス、ドイツなどでは高齢者の健康や安全、移動手段の確保、移動距離の延伸等のために、電動アシスト自転車が推進されています。

ふらつかず、疲れず、荷物や距離等で行動範囲を拡大し、普通自転車に比べあまり変わらない運動量なのに、より事故割合が少ない(使用率に対する事故率0.55程度*6)ので、危ないという先入観を払拭し、今後そのメリットと安全な乗り方の啓発による活用推進が期待されます。

*5 国土交通省「まちづくりにおけるシェアサイクル」(2022年12月) <https://www.mlit.go.jp/toshi/content/001581066.pdf>

*6 一般財団法人自転車産業振興協会「2021年度自転車保有並びに使用実態に関する調査報告書」及び「警察庁オープンデータ2021年分」に基づき筆者において計算

広がる自転車損害賠償責任保険の義務化



一般社団法人日本損害保険協会 業務企画部啓発・教育・防災グループ

全国の自治体の条例制定の動向

自転車は、便利で手軽な交通手段として、幼児から高齢者まで、幅広い年齢層で通学・通勤、買い物、レジャーなどに利用されています。

一方、最近では、自転車事故が多発し、被害事故だけでなく、加害事故も発生しています。

自転車事故の件数が交通事故件数全体の2割程度を占め、横ばいに推移している状況や、自転車による重大な事故で高額な損害賠償の請求が相次いでいる社会状況などを背景に、自転車事故に備えた「自転車損害賠償責任保険」の加入を義務づける自治体が増えています。

2015年に加入義務化を定めた条例を全国で初めて制定した兵庫県では、すべての自転車利用者と未成年者の保護者、自転車を業務で利用する事業者に対して、自転車損害賠償責任保険等への加入を義務づけています。

兵庫県で条例が制定されるきっかけとなったのが、2013年7月の神戸地方裁判所の判決です。これは、男子小学生が自転車で帰宅途中に歩行中の女性と正面衝突し、女性が頭蓋骨骨折等の傷害を負い、意識が戻らない状態となった事故において、加害者らに9521万円の支払いを命じたものです。

それ以降、自転車損害賠償責任保険の加入を義務づける自治体が増えています。条例で自転車利用者等に保険加入を義務づけている都道府県は次のとおりです(2023年4月1日現在、国土交通省調べ)。

【保険加入の義務あり(32都府県)】

宮城県、秋田県、山形県、福島県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、長野県、新潟県、静岡県、岐阜県、愛知県、三重県、石川県、福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、広島県、香川県、愛媛県、福岡県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

【保険加入の努力義務あり(10道県)】

北海道、青森県、岩手県、茨城県、富山県、和歌山県、鳥取県、徳島県、高知県、佐賀県

自転車事故に備える保険

自転車は、便利さや手軽さの裏にさまざまな危険が潜んでいるといえます。また、自分がケガをするだけでなく、歩行者にケガをさせたり、財物を壊したりするリスクもあります。



自転車を取り巻く事故のリスク

「自転車だから大丈夫」「事故を起こしたとしても大事にはならない」。そんな軽はずみな気持ちで、死傷者を出す重大な事故につながります。道路交通法上、自転車は車両の一種(軽車両)です。法律違反をして事故を起こすと、自転車利用者は刑事上の責任を問われます。また、相手にケガを負わせた場合や相手の財物を壊した場合は、民事上の損害賠償責任も発生します。

自転車事故でも被害の大きさにより、数千万円の賠償金を支払わなくてはならない場合もあ

ります(表)。

自動車やバイクで他人を死亡させたり、ケガをさせたりした場合の基本的な損害賠償は、被害者救済のための強制保険である「自賠責保険」で補償されます。一方、自転車事故による損害賠償を補償する強制保険はありません。任意で保険に加入する必要があります(図1)。

自転車事故による損害賠償責任は「個人賠償責任保険」で、また、自分自身のケガは、「傷害保険」でそれぞれ補償されます(図2)。

表 自転車での加害事故例(日本損害保険協会調べ)

| 判決認容額(※) | 事故の概要 |
|----------|---|
| 9,521万円 | 男子小学生(11歳)が夜間、帰宅途中に自転車で走行中、歩道と車道の区別のない道路において、歩行中の女性(62歳)と正面衝突。女性は頭蓋骨骨折等の傷害を負い、意識が戻らない状態となった。(神戸地方裁判所、2013年7月4日判決) |
| 9,330万円 | 男子高校生が、夜間、イヤホンで音楽を聞きながら無灯火で自転車を運転中に、パトカーの追跡を受けて逃走し、職務質問中の警察官(25歳)と衝突。警察官は頭蓋骨骨折等で約2カ月後に死亡した。(高松高等裁判所、2020年7月22日判決) |
| 9,266万円 | 男子高校生が昼間、自転車横断帯のかなり手前の歩道から車道を斜めに横断し、対向車線を自転車で直進してきた男性会社員(24歳)と衝突。男性会社員に重大な障害(言語機能の喪失等)が残った。(東京地方裁判所、2008年6月5日判決) |
| 6,779万円 | 男性が夕方、ペットボトルを片手に下り坂をスピードを落とさず走行し交差点に進入、横断歩道を横断中の女性(38歳)と衝突。女性は脳挫傷等で3日後に死亡した。(東京地方裁判所、2003年9月30日判決) |
| 5,438万円 | 男性が昼間、信号表示を無視して高速度で交差点に進入、青信号で横断歩道を横断中の女性(55歳)と衝突。女性は頭蓋内損傷等で11日後に死亡した。(東京地方裁判所、2007年4月11日判決) |

(※)判決認容額とは、裁判における判決文で加害者が支払いを命じられた金額(金額は概算額)。裁判後の上訴等により、加害者が実際に支払う金額とは異なる可能性がある。

図1 自動車事故と自転車事故に備える保険



図2 自転車事故に備える保険

| 保険の種類 \ 対象 | 事故の相手 | | 自分 |
|------------|--------|--------|--------|
| | 生命・からだ | 財産(モノ) | 生命・からだ |
| 個人賠償責任保険 | ○ | ○ | × |
| 傷害保険 | × | × | ○ |

個人賠償責任保険や傷害保険では、自転車事故のほか、日常生活における事故も補償の対象となります。

個人賠償責任保険は、自動車保険や火災保険、傷害保険などの特約(オプション)としてセットすることが一般的です。特約の名称は、個人賠償責任補償特約、日常生活賠償特約など、保険会社により異なります。

保険期間1年、保険金額1億円に設定して契約した場合の個人賠償責任保険の年間保険料は数千円程度です。一方、補償の対象は、契約者本人と配偶者、同居の親族、別居の未婚の子どもです。例えば、親から仕送りを受けている未婚の学生は補償の対象となりますが、既婚の子どもや離婚した子どもは対象外です。

なお、業務で自転車を使用中に起こした事故は個人賠償責任保険では補償されませんので、注意が必要です。この場合、事業主が事業者用の賠償責任保険に加入する必要があります。

個人賠償責任保険が特約として付いているかは、保険証券で確認するか、加入している保険会社に確認しましょう。

一方、新たな保険への加入を検討する場合、

自転車を利用する方またはそのご家族が、既に補償内容が同種の保険に加入されていると、補償の重複が生じることがあります。保険金額(支払限度額)や被保険者(補償の対象となる人)などの補償内容を確認することで、重複を防ぐことができます。

おわりに

最近では、自転車のリスクに特化した自転車向けの保険を販売している保険会社もあります。また、インターネットやコンビニエンスストアなどで契約できる保険商品もあります。

自転車損害賠償責任保険の加入者は、賠償責任の補償額や補償内容が十分であるか、また、補償期限が有効であるかを確認するのがポイントです。

自転車損害賠償責任保険の目的は、自転車事故による被害者の損害を補償し、加害者の経済的負担を軽減することです。

自転車を利用する際には、お住まいの自治体にこうした条例等がなかったとしても、万が一に備えて必ず保険に加入しましょう。

【参考】一般社団法人日本損害保険協会「知っていますか？自転車の事故～安全な乗り方と事故への備え～」(2022年8月版)
https://www.sonpo.or.jp/report/publish/bousai/ctuevu00000053ot-att/book_bicycle.pdf

自転車を安全に楽しむために

国民生活センター 商品テスト部



日々、多くの人々に使われている自転車ですが、近年は、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため「密」を避ける移動手段として、また、気軽なレクリエーションとしても関心が高まりました。

今回は、事故防止のため、乗るときに気をつけたいポイントについて説明します。

まずは乗車前の日常点検

安全な使用のため、乗車前に点検することを心がけましょう。



①ブレーキ

左右のブレーキレバーを握って、車体を前後に動かそうとしても車輪が動かないことを確認しましょう。走行中にブレーキが利かないと減速・停止ができなくなります。



②タイヤ

シティ車では1～2週間に1回程度、スポーツ車(スポーティ車を含む)ではより頻繁に空気

圧を確認しましょう。空気圧不足では漕ぐ力が余計に必要なほか、走行が不安定になり、パンクもしやすくなります。



③ハンドルと前車輪

自転車の前に立ち、前車輪を両足で挟んでハンドルを左右に動かし、ハンドルステム(支柱)の固定がずれないことを確認しましょう。走行中に固定がずれてしまうと、ハンドル操作が利かなくなります。



④ライト、反射板(リフレクタ)

ライトが点灯するか、後部などの反射板は正に取り付けてあるかを確認しましょう。



⑤ サドルとシートポスト

垂直方向、水平方向にたたいてみて、容易には動かないことを確認しましょう。



⑥ チェーン

チェーンにたるみ、錆びがないことを確認しましょう。



⑦ ベル

ベルが鳴ることを確認しましょう。

なお、スポーツ車では、前車輪の固定にクイックリリースハブという機構を使用しているものがあります。正しく固定しないと、走行中に前車輪が脱落し、大きな事故につながるおそれがありますので、確実な固定状態であるかを取扱説明書などで確認しましょう。



自転車保険に加入し、少なくとも1年に1回は、プロによる点検を

近年、自転車で交通事故を起こしてしまい、高額な損害賠償請求を受ける事例がみられます。こうしたことを受け、多くの自治体で自転車利用者の保険への加入が義務、または努力義務となっています。万一来て備えて、自転車保険へ加入しましょう。

また、自身の安全のためにも、少なくとも年に1回は自転車技士や自転車安全整備士など、プロによる点検を受けましょう。

自転車安全利用五則(令和4年11月1日中央交通安全対策会議交通対策本部決定より)

自転車を利用するに当たって、被害者、加害者とならないよう守るべきルールのうち、特に重要な5つです。

① 車道が原則、左側を通行 歩道は例外、歩行者を優先

道路交通法上、自転車は軽車両に位置づけられ、歩道と車道の区別があるところは原則、車道の左側を通行します。歩道通行は例外であり、歩行者優先です。



(出典) 警察庁ウェブサイト

<https://www.npa.go.jp/bureau/traffic/bicycle/info.html>

② 交差点では信号と一時停止を守って、安全確認

信号は必ず守りましょう。また、「止まれ」の

標識がある場所では、必ず停止線の手前で一時停止しましょう。

③夜間はライトを点灯

夜間や暗い場所を通行する際は、ライトをつけなければなりません。

④飲酒運転は禁止

自動車と同様に、飲酒運転(酒気帯び運転)は禁じられています。



(出典) 警察庁ウェブサイト
<https://www.npa.go.jp/bureau/traffic/bicycle/info.html>

⑤ヘルメットを着用

道路交通法の一部改正により、2023年4月1日から全ての自転車利用者の乗車用ヘルメットの着用が努力義務化されました。

自転車に乗る際は、乗車用ヘルメットをかぶりましょう。他用途のヘルメットでは、万が一のときに機能しない可能性があります。頭のサイズに合わせたものを正しく着用しましょう。また、購入の際には、SGマーク、JCFマークなどの安全基準をクリアしているものを選ぶとよいでしょう。



(出典) 警察庁ウェブサイト
<https://www.npa.go.jp/bureau/traffic/bicycle/info.html>

一般財団法人製品安全協会が定めたSG基準への適合の証明としてSGマークが表示されます。

SGマーク付き製品に万が一欠陥があり、人身損害が発生して、欠陥と人身損害との間に因果関係があると認められる場合には、損害賠償措置が講じられます。日本で発生した事故に限定され、その製品の耐用年数内で製品の設計上、あるいは取扱説明書の重大な欠陥によって生じた事故を除き、その製品に表示されたSGマークの表示有効期限内に発生した事故が対象となります。



幼児を同乗させる際には

幼児が同乗できる自転車については、特に自動車での幼稚園や保育園等への送迎が制限される都市部などでは、ほかに代替し難い重要な移動手段となっており、今後も高い需要が見込まれます。

ただし、幼児の同乗が認められるのは、次の場合のみで都道府県公安委員会規則で定められています。

①幼児1人を幼児用座席に座らせる、又は、おんぶする



②幼児2人同乗用自転車で幼児2人を幼児用座席に座らせる



③幼児2人同乗用自転車で幼児1人を幼児用座席に座らせ、さらに、幼児もう1人をおんぶする



なお、抱っこでの同乗は認められていません。

抱っこして同乗すると転倒した際に子どもが頭部をぶつけるおそれや、抱っこひもから子どもが転落してけがをするおそれもあります。



抱っこして同乗中に転倒すると、子どもが頭部をけがするおそれがあります



抱っこして同乗中に子どもが転落すると、頭部をけがするおそれがあります

参考

通信販売で売られている自転車について

自転車を通信販売で購入することもできますが、そうした自転車の中には購入者自身が組み立てを手配しなければならないものもあります。

また、自転車は定期的な点検整備が必要ですが、購入店舗以外の自転車販売店に持ち込んでも、作業を断られる場合もあります。

通信販売で自転車を購入する際には、購入後の点検整備や修理サービスの有無、その内容についてもよく確認しましょう。

図 組み立てが必要な状態で届く自転車のイメージ





若者へのこれからの消費者教育 —成年年齢引下げから1年—

岩本 諭 Iwamoto Satoshi 佐賀大学経済学部経済法学科 教授
専門は経済法、消費者法。消費者庁消費者教育推進会議(第5期)委員。
適格消費者団体・特定非営利活動法人佐賀消費者フォーラム理事長

はじめに

—成年年齢引下げ後の18歳・19歳の現状—

2022年4月1日からの成年年齢の18歳への引下げを契機として懸念される、新成人を迎える若年消費者を対象とする消費者トラブルの急増に対応すべく、国および関係機関は、啓発や教育の機会を通じて、また、さまざまな媒体を通して被害防止とトラブルに巻き込まれた際の救済方法について情報提供を行ってきました。しかしながら、成年年齢引下げから半年が経過した2022年10月末での状況を見ると、18歳・19歳(以下、新成人)の消費者トラブルについての相談件数(5,108件)は前年度の同期(4,849件)と比較して微増しており、また、平均契約購入金額も2022年度が24万6157円で、前年度同

期の17万6868円から増加しています*1。

新成人からの相談内容について見ると、前年度よりも件数が増加したものは、

- ①「美」に関する相談(脱毛エステ(1位)、医療サービス(2位)、エステティックサービス(全般)(4位)、痩身エステ(6位))
- ②コンサートチケットに関する相談(コンサート(3位)、例として転売チケットの購入に関する相談)
- ③「金」に関する相談(他の内職・副業(7位)、金融関連サービスその他(8位)、例として転売ビジネスやアフィリエイト内職などの相談)が挙げられます(表)。「脱毛エステ」の件数(716件)が、前年度(99件)に比べて大幅に増加している点は2022年度の特徴といえるでしょう。

表 2022年度に消費生活相談件数の増加がみられた商品・役務等(18歳・19歳)〔上位10位〕*

| 順位 | 商品・役務等 | 増加件数(件) | 2022年度(件) | 2021年度(件) | 対前年度比(倍) |
|----|-----------------|---------|-----------|-----------|----------|
| 1 | 脱毛エステ | 617 | 716 | 99 | 7.23 |
| 2 | 医療サービス | 72 | 116 | 44 | 2.64 |
| 3 | コンサート | 56 | 94 | 38 | 2.47 |
| 4 | エステティックサービス(全般) | 35 | 46 | 11 | 4.18 |
| 5 | 普通・小型自動車 | 27 | 74 | 47 | 1.57 |
| 6 | 痩身エステ | 24 | 25 | 1 | 25.00 |
| 7 | 他の内職・副業 | 23 | 181 | 158 | 1.15 |
| 8 | 金融関連サービスその他 | 21 | 44 | 23 | 1.91 |
| 9 | 携帯電話サービス | 18 | 69 | 51 | 1.35 |
| 10 | モバイルデータ通信 | 17 | 39 | 22 | 1.77 |

出典：国民生活センター「成年年齢引下げ後の18歳・19歳の消費者トラブルの状況(2022年10月末時点)」

* 2021年度の件数は2021年10月31日までの登録分

*1 国民生活センター「成年年齢引下げ後の18歳・19歳の消費者トラブルの状況(2022年10月末時点)」(2022年11月30日)
https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20221130_1.pdf



若年消費者の特性を踏まえた保護と支援の考え方

成年年齢に達し、民法上の権利(未成年者取消権)が消滅したからといって、新成人を直ちに成熟した「大人」として扱うことは、実態として適切とはいえません。成年年齢引下げに対応すべく、国や関係機関がさまざまな施策を行ってきた背景には、このような共通の認識がありました。

法律上の明確な定義や区分はありませんが、子どもを含む未成年者、新成人を広く「若年消費者」として把握し、保護と支援の両面から消費者政策を展開していく必要があるとの考え方が消費者法分野で提唱されています*²。この考え方は特に、若年消費者を「脆弱な消費者」ととらえて、一般の大人を念頭に置いた「平均的な消費者」に対する保護とは別の判断基準の下で保護していくという考え方と一体的に考察されているものです。この「平均的」と「脆弱」と表現される「消費者像」は、EUにおける消費者政策の重要なベンチマーク(基準点)とされています。日本においても、2019年の消費者委員会の報告書(以下、報告書)*³において、2つの消費者像を前提とした法政策の重要性について明らかにされています。

報告書は、消費者の「ぜい弱性」には「継続的」なものや「一時的」なものがあり、「高齢者や認知上の障がいや有する者、子ども等が知識、経験、判断力の不十分さ等の要因を有する場合」は前者に該当するとし、「高齢化や民法の成年年齢引き下げといった社会情勢の変化からすると、継続的ぜい弱性を有する消費者の利益を保護することは今後の消費者政策において特に重要な課題」としています*⁴。「年齢その他の特性」に配慮した消費者政策を行うことについては、消費

者基本法2条2項で規定されていますが、報告書は成年年齢引下げを契機として消費者の「ぜい弱性」という観点からの新たなルール形成の必要性を指摘したものです。

若年消費者には、大人の消費者と比べて、どのような特徴があるのでしょうか。「令和4年版消費者白書」(以下、白書)は、若者を取り巻く社会環境の変化として「社会のデジタル化の進展」と若者を含めた「社会全体における孤独・孤立の顕在化」が見られるとしています*⁵。そのうえで、白書は、若者の性質と消費者トラブルとの関連について、(a)「知識や経験の不足」に起因するぜい弱性、(b)「経済的な余裕のなさ」に起因する、悪質事業者によるもうけ話への勧誘のおそれ、(c)「コミュニケーションへの苦手意識」に起因する、取引相手と適切な交渉ができないおそれ、(d)「悩みや不安等の気持ち、今の自分を変えたいという前向きな気持ち」につけ込むような勧誘へのリスク、という4つの要因が存在することを指摘しています*⁶。(a)はEUでも、また報告書でも取り上げられている典型的な要因ですが、(b)～(d)の3つは、今日の日本の若年消費者に特有の要因として認識する必要があると思われます。換言すれば、かかる実態に即した保護と支援の政策が立案、展開される必要があるといえるでしょう。

若年消費者に向けた予防と救済に関する「情報提供」の拡充

新成人を迎える若年消費者がトラブルにあわないためには、成人になる前に必要な知識を習得することが重要です。もっとも、学校での授業・カリキュラムは、学習指導要領に基づいて展開されており、高校の場合「家庭」や「公民」の科目で取り上げられる限られた授業の回を除い

*² 日本消費者法学会第14回大会は、「成年年齢引下げに伴う消費者問題」をテーマとして開催され、一定の年齢層を若年消費者として把握することの必要性と意義は個別報告およびパネルディスカッションにおいて重要な論点であった
*³ 消費者委員会 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「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・グループ報告書～公正な市場を実現するためのルール及び担い手のベストミックスを目指して～」(2019年6月)
*⁴ 報告書11、12ページ
*⁵ 白書第1部第2章第1節
*⁶ 白書74ページ



て、消費者教育に関する授業を行うことは時間的に相当困難であり、このため正課外の日時や時間枠での実施にならざるを得ない実態について、教育現場から常々指摘されています。また、就職した未成年者が必要な知識を習得する機会が勤務先で確保されているかについて、勤務先や事業者団体が十分に把握していない可能性があります。

消費者庁作成の消費者教育教材「社会への扉」(2017年3月発行、2022年8月改訂)は、「契約」(3～6ページ)、「お金」(7～9ページ前段)、「暮らしの安全」(9ページ後段)、「消費生活センター」(10ページ)等を主単元とする内容で構成されており、主に契約と救済に関するミニマムの知識は収録されています。他方、増加している取引形態(例えば、定期購入契約、サブスクリプション契約など)や、デジタル広告(ターゲティング広告、アフィリエイト広告、ステルスマーケティング広告など)に起因するトラブルや必要な知識については、関連する啓発パンフレット等を収集することによって授業を補完する必要があり、教育現場にとっては負担の一因となっています。消費者教育推進会議(第4期)において、消費者教育ポータルサイトを活用した情報発信・提供、デジタル教材開発が課題の1つとされ^{*7}、これを受けた同会議(第5期)は、靈感商法を含む悪質商法のトラブル防止に必要な「実践的な消費者力」を育成・強化するための新たな教材開発のためのワーキングチームを設置し検討を行っています^{*8}。この検討の中で、悪質商法の手口、SNSやネット広告の知識、利用される心理法則やマインドコントロールに関する知識の習得が、消費者自身の「実践する力」として教材の内容となる方向性が示されています。まずは、この新たな教材が早期に完成、公表され、学校や職域で幅広く利用されることが期待されます。

おわりに

—消費者行政や消費者教育に携わる人々に望むこと—

本稿では、新成人を迎える世代を対象とする「必要な情報提供」の拡充について述べてきました。旧・消費者保護基本法12条、現行の消費者基本法17条はいずれも「啓発活動及び教育の推進」に関する定めを置いています。すなわち、「啓発活動」と「教育」は、本来それぞれ独立した政策とされています。しかしながら、長年の消費者行政の展開の中で、両者の区別や異同の明確化を図る検討や議論はほとんどなかったと思われます。消費者教育推進法2条1項は、「消費生活に関する教育(消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。)」及びこれに準ずる啓発活動を広く消費者教育として定義していますが、啓発と教育は、さらに「浑然一体」となっている感があります。

今日、新たな問題が惹起するごとに「消費者教育」の枠組みにおける対応が求められる機会が増加しています。こうした要請の中には、迅速な情報提供が求められる性質の事案と、中長期的な観点から知識の習得と思考力の涵養^{かんよう}を本質とする社会事象への対応事案があります。前者は「啓発≒情報提供」、後者は「教育(狭義の消費者教育)」と整理することができましょう。新成人を迎える者がトラブル回避や救済のために行動する知識を習得することは、前者に該当します。自治体の消費生活センターや教育機関の担当者にとって、「啓発≒情報提供」と「教育」との区別は、「消費者教育とは何か」「いかなる内容を教授すれば消費者教育といえるか」という難しい課題の呪縛からの解放につながり、必要な情報提供を主軸とする啓発の効果的な実践に資することになると考えられます^{*9}。

*7 消費者教育推進会議「第4期消費者教育推進会議取りまとめ」(2021年9月)5ページ

*8 第34回消費者教育推進会議「『消費者力』育成・強化ワーキングチームについて(報告)」(2023年2月27日)

*9 この点については、拙稿「消費者市民社会の形成と消費者教育」『現代消費者法』58号(2023年)を参照



なぜフェアトレードなのか

渡辺 龍也 Watanabe Tatsuya 東京経済大学 名誉教授

日本放送協会(NHK)、国際機関、国際協力NGO等を経て、2000年より東京経済大学教員。主な著書に『フェアトレード学』(新評論、2010年)、『フェアトレードタウン』(新評論、2018年)がある

前回はフェアトレードについて概略を説明しましたが、今回はなぜフェアトレードという取り組みが始まったのか、必要とされているのかについてお話ししたいと思います。それには大別して①途上国の人びとが置かれた状況、②国際貿易のしくみ、③先進国の貿易・援助政策の3つの理由ないし背景が挙げられます。

途上国の人びとが置かれた状況

前回、途上国の生産者や労働者の人たちが作った物が買い叩かれていたと述べました。この「買い叩き」についてまず説明しましょう。生産者の人たちは、作った物を市場まで持って行ければ買い手を選んで多少は高く売ることができます。でも、零細な貧しい生産者はトラックはおろか馬やロバさえ持てず、遠くに住んでいけば背負って行くこともできません。結局、売る先は村まで買いにくる「仲買人」だけとなります。商売上手な仲買人は生産者の足元を見て値切ってきます。カカオ(チョコレートの原料)、コーヒー、果物などの生ものは売り渋ると腐ってしまうので、生産者は泣く泣く安値で売らざるを得ません。これが「買い叩き」というものです。先進国の企業が安値を要求すると仲買人も一段と買い値を下げるため、買い叩きに拍車がかかります。

生産者は次の収穫期の前に持ち金が尽きると、借金をしてしのがねばなりません。でも貧しい生産者に誰が貸してくれるでしょう。唯一貸してくれるのはあの仲買人です。彼らにとっては高利で貸すチャンスでもあります。一度高利で借りると待っているのは「借金地獄」です。ふく

れあがる借金を返せない生産者は仲買人に頭が上がりず、ますます言い値で売り渡すしかなくなります。こうして仲買人は、「生かさず、殺さず」の状態で支配し続けるのです。

バナナや紅茶、綿花を栽培する大農園(プランテーション)で働く労働者も植民地時代さながらに重労働を強いられ、奴隷状態で働かされることすらあります(特に借金のかたに取られた債務労働者)。先進国向けに衣服を生産する縫製工場やサッカーボールを手縫いする工房も同様です。監禁されて火事になっても逃げ出せず、焼死するという痛ましい事件も起きています。

それらの農園や工場、工房では「児童労働」も絶えません。従順で安く使える児童は好都合ですらあります。学校にも行けずひたすら働かされる子どもたち。その数は世界全体で1億6000万人に上るといいます(ユニセフ調べ)。

以上のような、「苦境」という表現では生易しい苛酷な状況に置かれた生産者、労働者や子どもたち——彼らに人間らしい暮らしを！と取り組むのがフェアトレードなのです。

国際貿易のしくみ

かつて先進国に植民地支配された途上国では、今も「モノカルチャー(単一栽培/生産)経済」から抜け出せない国が少なくありません。モノカルチャーとは、先進国が欲するわずか1種類から数種類の農産物や鉱物(合わせて一次産品と言います)を生産させるしくみのことで、スリランカの紅茶、ガーナのカカオ、キューバの砂糖、ザンビアの銅などが代表的な例です。

表 一次産品価格の推移

| 一次産品価格の推移 | 1960年代 | 1970年代 | 1980年代 | 1990年代 | 2000年代 | 2010年代 | 2020-22年 | 2020-22年 / 1960年代 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------|-------------|-------------------|
| コーヒー(アラビカ種) | 4.47 | 5.69 | 4.64 | 3.01 | 2.47 | 3.70 | 4.21 | 0.94 |
| 紅茶(スリランカ産) | 3.94 | 2.33 | 2.16 | 1.96 | 2.33 | 3.28 | 3.28 | 0.83 |
| カカオ | 2.80 | 4.34 | 3.03 | 1.58 | 2.00 | 2.60 | 2.27 | 0.81 |
| 砂糖 | 0.37 | 0.65 | 0.35 | 0.27 | 0.26 | 0.38 | 0.34 | 0.92 |
| 綿花 | 3.23 | 3.41 | 2.43 | 1.89 | 1.50 | 1.95 | 2.08 | 0.64 |
| ゴム | 2.60 | 1.75 | 1.50 | 1.15 | 1.64 | 2.40 | 1.77 | 0.68 |
| バナナ | 0.75 | 0.56 | 0.61 | 0.56 | 0.69 | 0.98 | 1.23 | 1.64 |
| 銅 | 5.03 | 4.08 | 2.68 | 2.61 | 4.32 | 6.53 | 7.61 | 1.51 |
| 錫(スズ) | 15.0 | 19.0 | 16.6 | 6.76 | 9.97 | 19.8 | 25.2 | 1.68 |

World Bank Commodity Price Data (2023年4月)より筆者作成
農産物は1kg当たり、鉱物は1000kg当たりの実質米ドル価格

独立後も途上国が一次産品を生産・輸出し、先進国から工業製品を輸入するという“国際分業”は続いています。工業製品は技術革新等によって付加価値の高い製品が次々と生み出されますが、一次産品は付加価値を付けるのが難しいため交易条件が悪化して(=より多く売らないと工業製品が買えなくなって)いきます。

上の表をご覧ください。1960年代から今日までの一次産品の実質価格(各年代は10年間の平均値、2020-22年は3年間の平均値)の推移を示した表です。表中の赤字は各一次産品の年代ごとの最高値、濃い青字は最安値、薄い青字は2番目に安い価格を表しています。

これを見ると、バナナと鉱物を除く一次産品の価格は1960年代ないし70年代に最高値を付けたあと下落して1990年代前後に最安値を記録し、その後は(中国、インド等の新興国で原材料や嗜好品への需要が高まったりして)多少持ち直しています。直近の2020-22年の価格を1960年代と比べると、バナナと鉱物を除く一次産品は1960年代を下回っています。つまり50年以上前よりも安い価格で取引されているわけで、生産者や労働者の人たちの生活がいかに苦しくなったかご理解いただけるでしょう。

では、1990年代前後に最安値を記録したのはなぜでしょう。それ以前は、一次産品価格の安定と向上を図る「国際商品協定」というものが途上国と先進国の間で結ばれ、機能していました。つまり、一次産品を生産する途上国に最低限度の

価格を保証する“フェアトレード的”なしくみが政府間にあったのです。

ところが、1980年代に先進国で力を得て世界に広まった「新自由主義」政策により、国際商品協定は破棄ないし機能停止に追い込まれました。「新自由主義」というのは、政府の介入を極力抑え、市場や企業の自由な振る舞いに任せることで経済の効率化・活性化を図る経済思想で、

政府が介入する国際商品協定はその標的となり、崩壊させられたのです。生産者を守るために途上国の政府が一次産品を買い上げたり生産を支援したりするしくみも“介入”に当たるとして縮小・撤廃を迫られました。

1990年代はまた「グローバリゼーション」に突入した時代で、自由の翼を得た先進国企業は世界を股にかけて活動し始めました。合併と買収(M&A)を繰り返し、グローバルな「メガコンペティション(大競争)」に勝ち残った大企業は市場支配力、価格決定力を強め、一次産品価格をいっそう押し下げました。

このようにして、一次産品は1990年代前後に史上最安値を記録したのです。単年の史上最安値は最盛期の3分の1から4分の1にまで落ち込みました。国際的にも国内的にも支えを失った途上国の生産者や労働者の人たちは、むきだしの自由貿易の荒波に放り込まれ、底なしの貧困の淵に沈んでいったのです。

そうした極貧の渦中にある人々に最低限度以上の価格を保証する、まっとうな取引、貿易を推し進めたのがフェアトレードでした。

先進国の貿易・援助政策

新自由主義を世界に唱道した先進国主導のもと、「自由貿易」の推進母体となる世界貿易機関(WTO)が1995年に発足しました。自由貿易とは、手短かに言えば関税や輸入割り当て、規制などの障壁をなくして自由に貿易できることを

言います。それが本当に望ましいかどうかは別として(例えば自国の環境や労働者を守ろうとして規制を強化すると、規制が緩い国のモノやサービスを“不当”に排除するとして提訴/報復されたりする)、どの国も等しく自由に貿易できれば少なくとも平等、公正とは言えるでしょう。ところが現実はそのようではありません。

WTO発足以前の通商交渉では、主に先進国が生産し輸出する工業製品について自由貿易のルール作りが進められ、ほぼ実現しました。2001年に始まったWTO下の通商交渉は、「ドーハ開発アジェンダ」と名付けられたように、貿易を通じて途上国の開発を後押しすることが一大目標とされ、途上国側は農産物の貿易自由化に大きな期待をかけました。それが実現すれば途上国の主要な産物である農産物の輸出を大きく伸ばすことができるからです。しかし、途上国産の安い農産物から自国の農家を守りたい先進国側が難色を示し続けているため、交渉は完全に行き詰まり、農産物の貿易自由化はいまだに実現していないのです。

先進国は途上国産の農産物の輸入に抵抗しているだけではありません。自国の農家に多額の補助金を出して輸出を後押ししているのです(途上国に対しては農業補助金の縮小・撤廃を要求しておきながら)。多額の補助金がもらえる欧米の農家は生産コスト以下の安値で国際市場に売り出せません(ダンピング輸出と言う)。そのため、例えば本来は高いアメリカ産のトウモロコシが、その原産地であるメキシコのものより安くなってメキシコに流れ込むという逆流現象が起きました。作っても売れなくなったメキシコの農家は食べるためにアメリカに“不法”越境し、底辺労働者になっていると言います。

先進国は自分たちが輸出したい工業製品のためには“自由”貿易を唱えて途上国の市場をこじ開けながら、途上国が輸出したい農産物に対しては自国市場を閉じる(=保護貿易)だけでなく、補助金で競争力を付けさせた農産物を途上国市場

に売り込む——何と手前勝手なことでしょう。現実の“自由”貿易は、先進国にとっては“自由”そのものですが、途上国にとっては“不自由”な「不公正貿易」なのです。

まやかしの“自由”貿易ではない、途上国にとっても「公正」な貿易の実現をめざすのがフェアトレードなのです。

公正な貿易を求めてきた途上国に対して、先進国は「援助」することで要求をかわしてきました。その援助の大半は、途上国の工業化・都市化を支援する「近代化」という考え方に基づいたものでした。近代化を進めれば、その果実が次第に農村部や貧困層にしたり落ちていって貧困問題も解決するとされてきました(トリクルダウン理論)。しかし、トリクルダウン効果は、あっても微々たるものだったため、貧困問題に正面から取り組む必要性が認識され、貧困層に直接届く援助が農業、教育、医療、小規模金融などさまざまな分野で行われるようになりました。国際協力NGO(市民団体)も、先進国政府による援助以上に貧困層に寄り添った支援をしてきました。そうした援助は成果も上げてきましたが(特に自然災害や紛争が引き起こす緊急事態や人道危機に際して)、弊害があったことも事実です。

最大の弊害は援助への「依存」です。援助が潤沢で手厚ければ手厚いほど、人は「援助してもらおう」ことに慣れっこになり、自身で努力するのをやめてしまうものです。私も長年国際協力にかに関わるなかで、そうした場面を数多く見ました。依存するのは途上国の人たちが怠け者なためではまったくなく、人間の本性と言えるものです。援助はまた“一方通行”の行為で、「してあげる」「してもらおう」という上下関係を生み出し、援助を受ける人たちに卑屈な思いをさせることも少なくありません。

依存を招く援助とは違って自助努力を促し、双方向の対等な関係を築いて、人々に自信と自尊心をもたらすような公正な「ビジネス」を実現するのがフェアトレードなのです。



車を手放すとき② 車を売るとき 実際にあるトラブル

一般社団法人日本自動車購入協会(略称:JPUC/ジェイパック)
自動車買取事業にかかわる事業者が協働し、自主規制団体として設立。「消費者の皆様が安心して自動車売却できる環境づくり」を推進するための活動を行っている

Q① 車を売る契約をした後に自己都合によるキャンセルを申し出たら、「契約成立後は売主の都合でキャンセルできないと約款に書いてある」と応じてもらえません。

車の売買契約は、売主である消費者と買主である買取業者(契約当事者)双方の合意があれば基本的には成立します。

契約が成立することによって法的な責任(権利と義務)が生じ、契約の内容である約束を守らなければなりません。契約の「無効」「取消」「解除」の原因がない限り、契約に拘束されることになり、特別な場合を除いて一方的な解約をすることはできません。なお、四輪自動車の売買契約については、特定商取引法上のクーリング・オフを適用することはできません。

約款(契約に関する条項)とは、売主と買主の間で交わされる契約についての約束事になります。売買契約書の様式や約款は、買取業者によって違いがあります。契約を締結する前に「契約の成立時期」「契約の解除」「違約金」といった各条項を確認してください。もし約款を提示されない場合は、交付を求めて、内容を確認することが大切です。

▼ 契約の成立時期

契約書を取り交わす場合は「契約書への署名や記名押印をもって契約成立とする」ことが多いです。なお、電話のやり取りや口頭だけでの契約を交わす買取業者も存在します。契約は電話またはメール、ファクスでも諾成契約として成立し、合意した時点で書面による契約と同様の

責任を負うこととなりますので注意しましょう。

▼ 契約の解除

先ほど述べたとおり、消費者と買取業者の間で成立した売買契約は法的な効力を持ちます。しかし、「契約成立後は売主の都合でキャンセルできない」といった条項は、消費者契約法10条において「消費者の利益を一方的に害するものは、無効とする」と定められているため、不当条項に当たり、効力を持たないと考えられます。しかし、JPUC車売却消費者相談室には「家族に反対された」「知人から譲ってほしいと言われた」「他社の買取金額が高かった」などの自己都合によるキャンセルを申し出て、トラブルになったとの相談が多く寄せられています。

このようなトラブルを避けるためには、契約を急かされるようなことがあっても、十分に検討・確認をしてから売買契約を締結することが必要です。

Q② 車を売る契約をした直後にキャンセルを申し出たら、「契約書に書いてあり、契約金額の10%の違約金を請求する」と言われてしまいました。

契約成立後に、消費者側から一方的にキャンセルをする場合、事業者が被った損害を賠償する責任が生じます。

しかし、消費者契約法9条1号で「当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、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が生ずべき平均的な損害の額を超えるもの当該超える部分」は無効とすると定められています。

Q2の質問のように、キャンセルの申し出をした時期が相当初期の段階であれば、実際に損害が発生しているとは考えにくいですし、キャンセルに伴い買取業者に発生した損害の額が質問のように「契約金額の〇%」や「一律〇万円」といった額になるとは限りません。

したがって、買取業者からの違約金請求に対しては、違約金の内訳や合理的な根拠を提示した書面を求め、それが妥当なものなのか確認する必要があります。

(参考) JPUCではモデル約款*1を策定しており、契約解除について「売主は本契約締結日から契約車両の引渡しを行った日の翌日までは、買主に通知することにより何等の負担なく本契約を解除することができるものとする」と定めています。モデル約款を使用及び監修を受けているJPUC会員事業者では、車の引き渡し翌日までであれば契約解除が可能で、違約金(キャンセル料)の請求もありません。

Q3 車を引き渡した後に「契約金額を減額するか、契約解除で車を返す」と言われてしまいました。応じなくてはならないですか。

売買契約を締結すると、売主は「契約不適合(瑕疵担保)責任」*2を負うこととなります。「修復歴(事故歴)」「冠水歴」「災害歴」「改造歴」「メーター交換歴」「走行機能の不具合」などがある場合は、査定時に判明している範囲で誠実に申告をしてください。申告しない、または偽って申告した場合、大きなトラブルとなる可能性があります。減額になると告げられた場合は、まず

買取業者が何を原因とした減額を要求しているのかを確認することが必要です。

ここでは「修復歴」「冠水歴」「走行機能の不具合」について説明します。

●修復歴に起因する減額

車体の骨格に当たる部位の修正または交換歴がある場合、修復歴があるとされ、車の価格に大きく影響します。しかし、プロである買取業者が通常の注意を払って査定を行えば修復歴を発見できるはずで、査定での見落としは基本的には買取業者の過失となり、消費者に対し契約不適合責任を問うことはできません。

もし「契約車両に修復歴が判明した場合は減額および契約解除をするものとする」など、事業者側の過失の有無を問わず減額及び契約解除できるような条項がある場合は、先述のとおり、消費者の利益を一方的に害する条項として無効とされる場合があります。

●冠水歴に起因する減額

冠水歴については、通常の査定では判断できないことがあります。査定時に判明せず、後に冠水車と判断された場合、車の価値は大幅に下がり、減額になる可能性があります。このようなトラブルを避けるためには、査定時に申告することが不可欠となります。

●走行機能の不具合に起因する減額

エンジンやミッションなど走行機能の不具合については、査定時にその場でエンジンをかけるだけ、少し走行するだけでは見つからないことがあります。車両の外観などから判断することも難しいため、買取業者から詳しい説明を受けたうえで、契約や金額について協議することとなります。普段使用していて警告灯が点灯する、異音がするなど気になることがある場合は、査定時に申告してください。

*1 一般社団法人日本自動車購入協会「JPUC自動車買取モデル約款(改定)」
<https://www.jpuc.or.jp/document/#customer>

*2 瑕疵担保責任は、民法改正(2020年4月1日施行)により、契約不適合責任と名称が変わった。自動車の売却においては、契約車両につき、本契約締結時の自己に判明している範囲でその使用状況その他の契約車両の種類又は品質に関して本契約の内容に適合しないものを指す

(参考) JPUCモデル約款では「契約車両につき、中古自動車取引業界における一般的かつ標準的な車両検査(修復歴の基準については一般財団法人日本自動車査定協会が定める基準、走行距離に関する不適合においては一般社団法人日本オートオークション協議会への照会を実施)において判明しない不適合があることが判明したとき」は、「買主は売主に協議を求めるものとし、両者で十分な協議を行ってもなお合意に至らなかった場合又は協議が不能なとき」は、売買契約を解除することができるものと定めています。

Q4 売却代金が振り込まれないので、買取業者の店舗や担当者へ電話をしたのですが、つながりません。

買取業者へ車を売却した場合、車と書類を引き渡し、不備がないことが確認された後、おおよそ1~2週間以内で振込み入金となることが多いです。ただし、買取業者や売却する車の状況によって異なりますので、契約前に必ず確認してください。

もし、買取業者に連絡がつかない、または支払いを拒否された場合、内容証明郵便で支払いを請求する、支払督促制度や訴訟手続を利用するなどの対処法が考えられます。

事業者が所在不明の場合は、法人所在証明書(市町村役場で誰でも取れるが、発行していない所もある)や登記簿謄本・登記事項証明書(法務局で取れる)を取得して確認することができます。

Q5 自動車税(種別割)に関するトラブル
① 売却した車の納税通知書が届きました。

3月31日までに買取業者が名義変更(移転登録、抹消登録)の手続きを完了していないことが原因と考えられます。

自動車税(種別割)は4月1日現在、自動車の所有者(割賦販売等で売主が自動車の所有権を留保している場合は使用者)として自動車検査証

(車検証)に記載されている人に1年分が課税されます。したがって、基本的に自動車税(種別割)の納付義務は避けられません。年度末に車を売却する際は、買取業者と次年度の納税負担について話し合っておきましょう。

② 減免車を代替しましたが、次に買った車の減免申請ができません。

減免申請期限は、自動車の登録年月日(軽自動車の場合は交付年月日)から1カ月以内です。しかし、既に減免を受けている自動車がある場合、減免を受けられるのは1人につき1台に限られているため、前の車の名義変更(移転登録、抹消登録)手続きが完了しなければ、減免申請は受理されません。

このようなトラブルを避けるためには、契約を締結する時に「売る車は減免車」で「次の車も減免申請する」ため、速やかに名義変更してほしいとの意向を買取業者へ明確に伝えることが必要です。また、名義変更(移転登録、抹消登録)が完了したら、「完了通知」「変更通知」などの発行を依頼するとよいでしょう。

▼ まとめ

車の売買契約は口頭でも成立し、クーリング・オフも適用されません。契約は「自己責任」となりますので、契約書の内容や約款、重要事項説明書などを十分に確認し、説明を受けてから売買契約を締結してください。不当条項に当たらないような契約条項であれば、基本的には従う必要がありますので、注意しましょう。

査定を受ける際は、車の状態や不具合、災害歴などは正直に申告してください。もし理由もなく契約後に減額や契約解除を要求された場合は、買取業者に詳しい説明を求めてください。

後払い決済(BNPL)

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

今回は「コンビニ後払い」を中心に、後払い決済全般について解説します。

後払い決済とは

「後払い決済」に関して、制度上あるいはキャッシュレス決済の分類上の明確な定義があるわけではありません。広義ではクレジット払いも含み、商品やサービスなどの購入代金を、購入時点ではなく後で支払うキャッシュレス決済全般をいいますが、狭義では、株式会社ネットプロテクションズ(以下、NP社)などの事業者による「コンビニ後払い」とも呼ばれる方式を指す用語として用いられることがあります。なお、海外では後払い決済を一般にBNPL(Buy Now Pay Laterの略)と呼んでおり、広義ではクレジット決済も含まれます。

後払い決済の類型整理

「後払い決済」を広い意味でとらえた場合、その類型はクレジットカード、コード決済(クレジットカード^{ひも}紐付け)、キャリア決済、コンビニ後払いとその発展系などまで含まれます。改めてまとめると次のとおりです(図1)。

●クレジットカード

クレジット払いが設定された国際カード

●コード決済(クレジットカード紐付け)

スマホのコード決済に国際カード(クレジット)を紐付けて支払う場合や、クレジットカードを登録したアプリで支払う場合など

●キャリア決済

モバイル通信事業者による支払い手段。コンテンツ利用料などを通信・通話料金とあわせて支払う方式

●コンビニ後払い

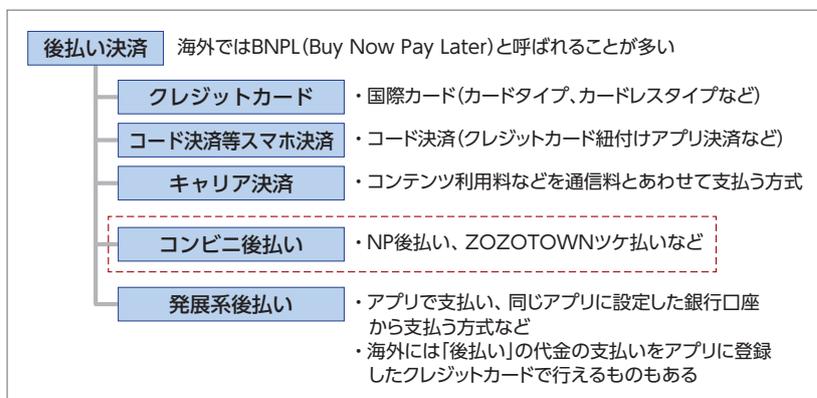
ネットで利用(決済)した時点で注文が完了し、代金は1カ月程度後に設定された期日までにコンビニで支払う方式^{*1}

●発展系後払い

あらかじめ後払いアプリに支払方法を設定しておき、利用(決済)後、決められた期日までに代金を支払う方式。支払方法には、口座振替や銀行振込、請求書払いなどがあり、キャッシュレス決済から選択できるものもある^{*2}

図1 後払い決済のおおまかな類型

※図はすべて筆者作成



*1 日本ではNP社などが始めたサービスだが、本稿ではほかの「後払い決済」との混同を避ける目的でこれを「コンビニ後払い」と表記する

*2 この方式は海外で先行しているが、国内でもサービスが始まりつつある

海外と国内で異なる「後払い」事情

まず、クレジットカードが普及している欧米やオーストラリアなどの場合、クレジットカードは銀行が発行し、そのほぼすべてがリボ払い専用です。クレジットカードの利用状況は銀行に記録され、信用スコア^{*3}にも影響します。そういう地域で新たに普及が進んだBNPLの多くはアプリで提供され、利息が付くりボ払いではなく、分割手数料無料で3、4回などの分割払いが可能、さらに銀行に利用状況を把握されないためクレジットスコア^{*4}に影響しないなどが特徴です。そのようなサービスを望む消費者や、外国人労働者などクレジットカードを持っていない人に支持されたようです。それに対して東南アジアなど、クレジットカードの普及が遅れている地域では、BNPLがクレジットカードの代替手段として支持されたと想像されます。BNPLは地域によって普及の背景も異なるわけです。

日本では、以前から公共料金などをコンビニで支払う「従来型コンビニ払い」が認知されており、ネット通販での支払いなどにも利用できました。クレジットカードを持たない人や、持っても積極的に使わない消費者などがコンビニ払いを利用する傾向があります。

従来型コンビニ払いは収納代行方式のため、利用者がコンビニで代金を支払わないと販売業者に代金が支払われず、結果的に未回収となるリスクがありました。それに対してNP社などが始めた「コンビニ後払い」は、利用者が実際に代金を支払うかどうかにかかわらず、販売事業者には代金が立替払いで支払われます。これは販売事業者にとって、代金未回収を避けられる「高機能版」コンビニ払いともいえ、メリットが大きいといえます。また、消費者にもメリットがあります。販売事業者は未回収リスクを避けるため、大手通販業者などでは利用者が従来型コ

ンビニ払いで支払う場合、実際にコンビニで代金を支払ったことを確認したうえで商品を発送するようにしています。そのため従来型コンビニ払いでは実質的に「先払い」する必要があります。コンビニ後払いの場合は、注文後すぐに商品が発送され、利用者は後で都合のよい時にコンビニに出向いて代金を支払えばよいわけです。

海外と国内で異なる点を解説しましたが、共通する点もあります。どちらも本来のクレジット決済よりも簡便に利用できるようにすることで、運営事業者が規制を受けずにサービスを開始できたことです。しかし、アメリカなどではBNPLによる過剰債務の割合が増加していることを問題視し、今後規制を強化することを発表しています。

日本のコンビニ後払いとその課題

ここからは日本のコンビニ後払いの課題に絞って解説します。国内のコンビニ後払いの多くは、利用から支払いまでの期間を2カ月以内にする一方で、割賦販売法の規制の対象外となっています。それに対し、本来のクレジットカード取引(2カ月超えの支払い)は割賦販売法の規制を受けます(図2)。カード発行を行うクレジットカード会社などには「包括信用購入あっせん業者」として、加盟店契約の締結を行うアクワイアラーや決済代行会社には「クレジットカード番号等取扱契約締結事業者」としての登録制度

図2 割賦販売法と後払い決済の関係性

割賦販売法の規制を受ける場合

2カ月超え払い

利用時から実際に代金を支払うまでの期間が2カ月を超える
・リボ払い、分割払い
・利用後2カ月以上経過した後での支払いが可能な場合

割賦販売法の規制を受けない場合

2カ月以内払い

利用時から実際に代金を支払うまでの期間が2カ月以内
・クレジットカードの一括払い
・NP後払い等の「コンビニ後払い」
・キャリア決済

*3 個人の信用力を評価し、数値化したもの

*4 アメリカの信用スコア(クレジットスコア)は、支払履歴、クレジットの種類、新規借入額といったクレジットに関する情報を数値化する

が敷かれ、前者には利用者の審査(初期審査と継続的な信用管理など)を、後者には加盟店の調査(初期の審査と継続的な調査を含む)、両者共通して苦情処理の体制整備などが義務づけられています。

割賦販売法の規制を受けないコンビニ後払いの場合、利用者の審査や加盟店の調査に関する制度上の義務がありません。クレジットカードビジネスに比べ参入障壁が低く、事業者の裁量で苦情処理や加盟店の調査の体制を構築できます。そのため、クレジットカード会社や決済代行会社が加盟店契約しないような、問題のある販売事業者でもコンビニ後払いが利用できるようになっています。

特に、コンビニ後払い事業者(後払い決済サービス事業者)の加盟店である一部の販売事業者において、消費者トラブルが目立つようになり、消費生活センターなどに寄せられる苦情が増えていることは深刻な課題といえるでしょう。全国の消費生活センターなどには、「お試し」定期購入に関する相談が多く寄せられています。その「お試し」定期購入の決済手段として、後払い決済サービスが多く利用されています。消費者トラブルには、「1回だと思い注文してしまった。高額で支払えないので解約したいが、販売店が応じない」「解約したはずなのに、請求書が届いた」「解約したいが電話が繋がらない」などがあります^{*5}。

このような販売事業者の中には、以前はクレジットカードにも対応していた所もあります。しかし、最近では割賦販売法の規制強化に伴い、アクワイアラーや決済代行会社がそのような事業者とは契約しないようになりつつあります。そこで、加盟店審査が比較的緩いコンビニ後払いを用いる、という悪循環も生まれているようです。

このような状況を改善し、後払い決済サービスの取引を適正化していく目的で、2021年5月に、後払い決済サービスを提供する事業者数社が「日本後払い決済サービス協会」(任意団体)を設立しました^{*6}。割賦販売法が求める加盟店管理コンプライアンスに準じた自主規制ルールや、消費者や消費生活相談員からの問い合わせ受付窓口を設けるなどの対策を行っています。

後払い決済サービスの今後

割賦販売法の規制を受けないコンビニ後払いについて、今後何らかのかたちで規制強化していくことは避けられないでしょう。海外ではクレジットカード以外のBNPLが規制対象となることで、後払い決済サービス事業者の撤退や新規参入が減速するなどの現象も表れています。事業撤退の理由を、「利用者の未払いが想定以上に多く、回収がままならなかった」と指摘する関係者もあり、信用審査の緩い後払い決済サービス事業者が抱える課題を象徴しています。

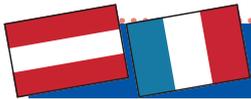
他方で、国内で割賦販売法の適用を受け、後払い決済を拡張していく動きもみられます。

例えば、後払い決済サービス事業者の1つとして知られるPaidyの場合、割賦販売法の適用を受けない後払い決済(まとめて翌月支払)に加え、「3・6回あと払い」に対応し、包括信用購入あっせん業、個別信用購入あっせん業の登録も受けています。登録済みの事業者による後払い決済は実質的にクレジットカードと同じコンプライアンスのもとで提供されるため、規制を受けないコンビニ後払いに比べ、より適正に加盟店の管理運営が行われる可能性があります。

今後、後払い決済サービス事業者には、加盟店管理や苦情処理に関する自主規制、コンプライアンスの強化とその適正な運用を求めていくべきでしょう。

*5 国民生活センター「(特別調査)消費者トラブルからみる立替払い型の後払い決済サービスをめぐる課題」(2020年1月23日)
https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20200123_1.html

*6 <https://j-bnpla.jp/>



オーストリア、フランス

シリコン製ケーキ型の有害物質に注意

- オーストリア消費者情報協会『消費者』2022年12月号 <https://konsument.at/test-silikonbackformen-im-vergleich-au-backe/65926>
- UFC-Que Choisir ウェブサイト <https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-test-ufc-que-choisir-sur-les-moules-en-silicone-trop-de-substances-nocives-dans-les-gateaux-n104419/>

カップケーキやマフィンの手作りに便利なシリコン製焼き型。耐熱性、柔軟性があり、洗浄しやすいことから人気がある。しかし、菓子を焼く際、シリコン中の有害物質が生地に移行しないのか不安視する声がある。そこで、オーストリア、フランス、スイスなど、ヨーロッパ9カ国の消費者関連団体が一斉にテストを行った。ヨーロッパでは古くから、このような共同テストが盛んである*。

今回テストしたシリコン製焼き型は計44商品(重複含む)。参加国ごとに、店頭やネット通販で入手しやすい商品を選んだ。22商品をテストしたオーストリア消費者情報協会によると、加熱の過程で全商品から揮発成分が放出されたという。しかし、その量や物質の危険性はさまざまで、問題の少ない成分が

わずかに出ただけの6商品は、高い評価となった。逆に、有害物質が高濃度に放出された6商品には、菓子への移行の可能性が高いとして落第点が付いた。そこで、安全な商品を選ぶためには、ネット通販ではなく、実際に店頭で手に取って、嫌な臭いがしないか確認する方法がお勧めだと助言する。

また、29商品をテストしたUFC-Que Choisir(フランス消費者同盟)によると、23商品に安全性への疑念があり、そのうち6商品から特に危険な物質が放出されたという。ここでUFC-Que Choisirが指摘するのが法の不備である。フランスの国内基準は30年以上前のものである一方、EUにはシリコン製台所用品に関する統一的な規制がない。そこで、法による規制強化と適正な執行を求めている。

* ウェブ版『国民生活』2021年5月号「海外ニュース」参照 https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202105_08.pdf



ドイツ

無料チャットアプリを使ったドイツ版オレオレ詐欺

- ドイツ消費者センター総連盟 ウェブサイト <https://www.verbraucherzentrale.de/aktuelle-meldungen/digitale-welt/hallo-mama-hallo-papa-betrugsversuche-ueber-whatsapp-und-sms-72910>
- ノルトライン＝ヴェストファーレン州デュイスブルク警察 ウェブサイト <https://duisburg.polizei.nrw/smsbetrug>

日本では、親族を装って現金をだまし取る「オレオレ詐欺」等の特殊詐欺が後を絶たない。ドイツでも類似の詐欺が多発しており、近頃目立つのが「ハロー・ママ詐欺」「ハロー・パパ詐欺」と呼ばれる手口である。まず、「ハロー、ママ(パパ)。携帯が壊れたので番号を変更したよ」というショートメッセージが届く。その後、ターゲットを無料チャットアプリに誘導し、「交通事故を起こしたの」「このままでは免許証を取り上げられてしまう」「解決するにはお金が必要なの」などと書き込み、チャットを続ける。そして、自分の子どもと勘違いした母親(父親)に大金を振り込ませる手口である。

「ハロー、ママ(パパ)」で始まるショートメッセージを受け取った人々の反応はさまざまである。子どものいない人をはじめとして、すぐに詐欺と気づく

人もいる。息子を装う少年から連絡を受けた40歳の女性は、詐欺と気づいたがだまされたふりを続け、警察官による逮捕につなげた。一方で、子どもがいる高齢者は要注意だという。自称「娘」「息子」からの連絡に不意を突かれ、何とかして助けてやりたいという親心から、指定口座に老後資金を振り込むのだという。

このように、典型的な詐欺の誘い文句なのにもかかわらず、被害が続出する現状を前にして、各地消費者センターや警察は注意を呼びかけている。被害を防ぐために、犯人からの金銭的要求には、絶対に応じてはならないと強調する。そのためには、自分の子どもの「本来の」携帯番号または固定電話に電話をかけ、「本当に番号を変更したのか?」と確認することが重要だと助言する。



オーストラリア

企業のグリーンウォッシングに厳しく対処

- ACCC(競争・消費者委員会)ウェブサイト <https://www.accc.gov.au/media-release/accc-%E2%80%98greenwashing%E2%80%99-internet-sweep-unearths-widespread-concerning-claims>
- ASIC(証券取引委員会)ウェブサイト <https://asic.gov.au/about-asic/news-centre/find-a-media-release/2023-releases/23-043mr-asic-launches-first-court-proceedings-alleging-greenwashing/>

グリーンウォッシングとは、虚偽や誇張を含めて「環境にやさしい」「持続可能」などとうわべだけの主張をするまやかし行為のこと。ACCCが2022年秋にネット上で8分野(自動車、エネルギー、家電、化粧品、食品・飲料、衣料・履物、包装・容器、洗剤・日用品)247企業について調査したところ、57%にグリーンウォッシングの可能性があり、再調査すると発表した。問題表現は、化粧品、衣料・履物、食品・飲料の順に多く、ほかの分野でも少なからずあった。懸念事項として ● 不明確な表現 ● 科学的根拠や実証情報の欠如 ● 客観性を欠く比較 ● 利点の誇張や関連情報の省略 ● 評価の定まらない第三者環境認証マークの混在などを指摘。既に包装、日用品、食料品、医療機器の分野では精査を始めており、必要に応じて強制執行措置などの対策や、法令遵守^{じゆんしゆ}、企業向けの教育活動も

実施するという。

またASICでも、企業型確定拠出年金の受託ファンドが環境に配慮した持続可能なESG投資*として提供している投資オプションに、実際は炭素集約型化石燃料の採掘・販売企業や酒・ギャンブル関連の企業が含まれているため、グリーンウォッシングの疑いがあるとして初の民事裁判を起こした。

消費者はこれまで以上に環境上の理由に基づき購入を決定している。一部企業によるグリーンウォッシングは、消費者だけでなく環境問題に誠実に取り組む企業の妨げにもなる。ACCCはグリーンウォッシングを自覚した企業の自主的な改善を期待するとともに、消費者やほかの企業が誤解を招くような主張を見つけた際は申し出ることを推奨している。

* 環境、社会、コーポレート・ガバナンスを重視する企業への投資



香港

ボルダリングを始めた人へ

- HKCC(香港消費者委員会)ウェブサイト <https://www.consumer.org.hk/en/press-release/p-556-bouldering-gyms>

東京オリンピックで正式競技となったスポーツクライミングが世界中で人気だ。なかでも若年層で流行しているボルダリングについて、HKCCに多くの相談が寄せられている。そこで、香港市内10カ所のボルダリングジムにHKCCの職員が初心者として新規申込みする覆面調査を行った。

申込みの際に承諾の署名が求められる権利放棄・免責条項(以下、免責条項)の書類は、7カ所では英語版しかなかった。ほとんどの書類が難解で一般消費者には理解が困難であった。個人情報記入欄の裏面が免責条項になっていて気づきにくいものもあった。免責条項の確認なしには契約は成立しないうえ、もしジム側が故意に裏面の存在に言及しなかった場合は、不当契約条例に抵触し得るとHKCCは指摘。また、ジム側の過失による傷害や死亡の責任を広範

囲にわたり除外するケースが多く、事故発生の際、補償の交渉は紛糾することが予想されるという。

ボルダリングは、軽装で特別な用具も不要で簡単に始められると思われるが、初心者は基本的なクライミングスキルと落下のテクニックを学ばないと、自身や周囲の人に危険をもたらす得るスポーツである。初心者コースは調査したすべてのジムにあるものの、強く推奨されたのは4カ所のみだった。

HKCCはジムでボルダリングを始める人に対し、●すべての文書を注意深く読み、利用規約を理解してから署名する。万一に備え証拠としてコピーを保持する ●安全のために初心者コースで基本的なスキルやエチケットを学ぶ ●入念な準備運動、注意深いコース取り、飛び降りる時の周囲の安全確認と低位置からの落下を心がけることなどを助言している。

に応じてお小遣いがもらえるマス(写真1)や、遠足に持っていくおやつを買うことができるマス、スマートフォンのゲームで遊ぶマス(写真2)などがあり、りんごのキャラクターの「タノシー」と1日を過ごすなかで、お金の使い方やインターネットの課金を疑似体験することができます。すぐろくでは、幼児と保護者1組にKirschbaumのメンバーが1人ずつ付き、「遠足に行くためのおやつ、何買う?」「帰りのバスのお金残っているかな?」など、対話を交えながら楽しく活動することができました。参加した幼児のなかには、スマートフォンでのゲームに何度も挑戦し、知らない間にたくさん課金してしまった子もいました。

講座実践直後に保護者に行ったアンケートでは、「子どもがお金や買い物に興味を持つことができると思う」「親子で家庭内の決まりやルールを話すきっかけになると思う」「親子で、スマートフォンやインターネットの使い方を話すきっかけになると思う」という回答が得られました。また、「すぐろくでのお買い物とスマホゲームではお金の使い方が違って面白かった。キャッシュレス決済が主流になってきているなかで、親子で会話しながらお金の使い方を身に付けてほしいと思った」という意見があり、親子で学ぶ消費者教育の必要性を改めて確認することができました。

大学生から発信する消費者教育

私たちは講座を行うだけでなく、今回の実践内容や実践するなかで私たちが学んだこと・感じたことを、地域住民や教育関係者、中学生・高校生・大学生など、さまざまな人々に伝えるために「学生による消費生活フェスタ」(2022年11月)や「消費者フォーラム in HIROSAKI」(2023年1月)で発表しました(写真3)。

発表後、参加者からは「持続可能な社会をつくる担い手として、担い手を育てるために、積極的に行動に移していきたいと感じた」(教育学部生)、「子どもたちがインターネットを介した

写真1 家で行っているお手伝いのリストにシールを貼る幼児



写真2 スマートフォンのゲームで遊ぶ幼児



サービスを安全に活用するために消費者教育が重要であるという視点を持つことができた」(地域住民)など、消費生活について考えるきっかけになったという感想が寄せられました。

写真3 「学生による消費生活フェスタ」での発表のようす



今後の展望

私たちはこれらの活動を通して、小さいけれど確かな手応えと、消費者教育の必要性をよりいっそう感じるすることができました。

2023年も10月上旬に幼児と保護者を対象とした講座を開催する予定です。すぐろくや講座の内容をブラッシュアップして臨めるように、張り切って準備を進めています。Kirschbaum一同、頑張りますのでご期待ください。

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

ChatGPTとLLM

最近ではテレビのニュース番組でも紹介されることの多いChatGPT。産業革命並みのイノベーションであるとか、医学の国家試験を合格できるくらいの能力を持つ可能性があるなどと喧伝^{けんでん}されているものの、ChatGPTが「なにものか」意外と分かりにくいのではないのでしょうか。

今から30年前、1993年は初めて一般向けインターネットサービスが始まり、急速に広がり始めた時期でしたが、言葉が独り歩きしてしまい、店頭で「インターネットください」とか「インターネットはどこで買えますか」などの珍質問も出ました。今となると笑い話ですが、今のChatGPTはその当時のインターネットの扱われ方とよく似ている状況だと感じています。その話題沸騰ぶりもしかたがないと思います。なぜならばある意味、人類が夢見た「AIらしいAI」が人類史上初めて出現したからです。

ChatGPTの機能の特徴

ChatGPTは、文字で質問を入力すると、それに応答した文字が返って来るだけのシンプルなサービスです。この応答内容が、人間の応答と見分けがつかないほど自然であり、依頼した内容に従って、“アイコンジ”（後述します）に作業をこなしてくれる点が、ずば抜けています。

例えば「春の季節。3人家族の時短でできる夕食を教えてください」と質問すると次のように応答されます。

「春の季節に時短でできる、3人家族の夕食メニューをご紹介します。手軽でヘルシーな料理を短時間で調理できます。
1. 野菜とツナの Pasta 2. 豚肉と春キャベツの炒めもの
3. かぶのスープ 4. わかめときゅうりの酢の物 5. おにぎり

人類が夢見た「AI」が実現できたとばかりに話題沸騰のChatGPTというサービス。あたかも人間が考えたような返事を、文字にして答えてくれます。そこには人間の“脳みそ”に相当するLLMというものが使われています。

このメニューは、手軽で時短にできる春の夕食メニューです。
家族と一緒に調理して、美味しい夕食をお楽しみください」

実際には一つ一つの簡単なレシピも表示されます。もし住んでいる場所も含めれば地産の食材を提案してくれます。

また、作業してほしい内容を言葉でざっくり依頼すると、細かい指示はせずとも処理を続けて完了させてくれます。例えば「消費者保護活動についてカルタを作りたいです。読み札と取り札を作成してください」と依頼すると

【読み札】「遠い昔より、商いの心に根ざし、消費者を守る」消費者保護活動は、遠い昔から存在し、商人たちの心に根ざした考え方であり、消費者の権利や利益を守るために行われています。

【取り札】「商いの心」消費者保護活動は、商いの心に根ざしたもので、遠い昔から存在しています。

というようなカルタ札の文章を作成してくれます。そのほかにも、コンピュータ上で期待する動作を言葉で入力すると、ソフトウェアのソースコードを生成させることもできます。ChatGPTはこのような汎用的な機能を持つことが知られており、何に活用できるか多くの人が試して確認している真っただ中です。

ChatGPTはアメリカのOpenAI社が提供しているウェブ上のサービスで、パソコンやスマホのブラウザに <https://chat.openai.com/> を入力し会員登録をすると、一定の範囲の機能を無料で利用することができます。夢のようなサービスですが、落とし穴もあります。

ChatGPTはよく作業をこなしてくれるのですが、完璧ではなく、ウソも言います。もしChatGPTの間違った情報に従って行動して失敗しても、誰も責任を取ってくれません。人でない

ため責めることもできません。「ChatGPTがこう言っていた」とChatGPTのせいにする行為は(ネタにする以外は)ナンセンスです。ChatGPTは情報の出典にはなれないのです。

なぜChatGPTはウソをつき、出典となれないのでしょうか。それは動作原理に由来します。

ChatGPTは「チャットができるようにしたGPT」です。GPTは自然言語(日本語や英語などの人間の言葉)を処理するしくみの1つであり **Generative Pre-trained Transformer** の略です。特に「Generative(創造的)」な特徴があり、自分で新しく文章を生み出す処理に長けたしくみです。そのため、知らないことを聞かれると、自分でそれっぽく「創作」した答えを作り出し、いかにもありそうな回答をします。創作活動の場合はよいのですが、知識を知りたい場合に(検索として)使うには都合が悪いのです。人間からすると「知らないことを知っていると言う、ウソつき」にしか見えません。

LLM

ウソをつきにくくするためには、知らないことを減らせばよいので、ChatGPTは知識を多く蓄えるしくみを持っています。ウェブ上をクロール(巡回)して得られた膨大な文章や辞書等の情報を、バラバラに分解し「Transformer」という手法で学習させます。すると電子的な“脳みそ”である **LLM** (Large Language Model: 大規模言語モデル)ファイルが生成されます。これがGPTの「Pre-Trained」(事前学習)と言われる手法であり、このLLMが人間の言葉の文法や、収集した知識の関連度合いを覚えています。

ひとたび言葉を入力すると、それに続くもっともらしい単語を、LLM内の関連度合いを使って探し出します。それは、意味的な正解や間違いには無頓着で、計算上「もっともあり得る単語」を次々につなげるだけの動作を繰り返します。出来上がった文章は、どの情報に基づいているのか、創作されたものか、確認するすべが

ないため、出典になり得ません。

しかし考え方を考えてみましょう。ウソと感じるのは、人間がChatGPTに「検索のような正確性」を求めているからです。そもそも、創造するのがGPTの本質ですから、人間側の期待が間違っているとも言えます。他人との共同作業は、相手のできることや、受けてくれそうな作業、忙しさなどに応じて、依頼する内容を変えています。ChatGPTも「ChatGPTが得意なこと、できること」を人間側が正しく知ったうえで、御利益がある作業を依頼して活用すべきです。今のところ「時々間違えるけど、お願いした作業を快く引き受けてくれて、自分の忘れていたり知らないことを思い出させてくれる相談相手」と考えるのがよさそうです。

ChatGPTを“イイカンジ”と感じるのは次の2点からです。細かな指示をしなくても、常識を知っているLLMが適当な前提を自分で決めて、止まることなく作業を進めてくれる点。もう1つは時々ウソをつくため“イイカンジ”までしか作業を信じられない点です。

ChatGPTは2021年までの情報しか含まれていないため、新しい情報を問うとウソとして生成されやすくなっています。ChatGPTを間違いなく活用するためには、ウソと判定できる自分の知識の範囲の中で活用することです。それでも、忘れかけていた記憶を思い起こさせてくれたり、知っていたけど思い付かなかったアイデアを提案してくれるなどのメリットを享受できます。これはアイデアの壁打ちと呼ばれ、ChatGPTの有効な活用方法の1つとされています。

ChatGPTはまだまだ進化を続けています。出力されたウソに対して「それは間違いです」と諭すと「失礼しました。指摘に同意いたします。その代わりに……」と素直に受け入れます。謙虚に勉強する人は上達が早いと思っていたのですが、ただの機械であることを思うと複雑な気持ちになります。恐るべしChatGPT。

第46回

男性も多い 脱毛エステのトラブル

相談事例

SNSで「ひげ脱毛が月額約1,000円、全身脱毛が約3,000円」とうたう広告が表示され、エステ事業者のサイトで予約をした。エステサロンに行くと、ひげや脱毛をしたい部分を選べる約50万円のコースを勧められた。高額だったため、広告掲載のひげ脱毛を受けたいと申し出たところ、「納得のいく脱毛をする場合は、これぐらいの料金がかかる」と言われ、契約した。クレジットの分割払いは36回払いで、分割手数料が付いて総額約60万円だった。大学生のため支払っていくことが難しい。クーリング・オフしたい。
(20歳代、男性)

●問題点とアドバイス

脱毛エステに関する相談が多く寄せられています。相談件数の男女別では女性が多いものの、男性の件数増加が目立ちます。

安さや気軽さを強調した広告を見て、お試しで施術を受けるつもりが、施術後に高額なコースを勧誘されて契約したというケースのほか、長期間のコースの途中で事情が変わって通えなくなったというケースも見受けられます。

(1) 広告の内容をうのみにしないでください

お試し施術を受けるだけのつもりが施術後にしつこく勧誘されたり、低価格の広告を見て店舗に出向いたら想定外の高額なコースを勧誘されたりするケースが目立ちます。

「お試し施術」や「月額〇〇〇円」などの文言がある、気軽さや安さを強調した広告だけで判断しないようにしましょう。

(2) 強引に契約を迫られても、きっぱりと断りましょう

寄せられる相談の中には、「割引は今日だけ」などと急かされるケースも見受けられます。強引に契約を迫られたり急かされたりしても、金

額やコース内容に不安がある場合は、安易に契約せずきっぱりと断りましょう。

(3) 契約は慎重に検討しましょう

分割払いの場合は、手数料を含めた金額や返済期間を必ず確認してください。契約内容によっては、施術が終わった後や契約終了後も支払いが続く場合がありますので、慎重に検討しましょう。

また、長期間にわたる契約では、脱毛機器が肌に合っていなかったり、事情が変わって通えなくなったりと、解約せざるを得ない状況になることも想定されます。都度払いができる店やコースも検討しましょう。

契約に当たっては、施術内容や契約条件について契約書面等と突き合わせて理解できるまでしっかりと説明を受けましょう。

(4) クーリング・オフできる場合があります

特定商取引法の特定継続的役務提供に該当するエステティックサービスの契約の場合、法定書面を受け取った日から数えて8日以内であれば、書面またはメール等によりクーリング・オフできます。

参考：国民生活センター「【若者向け注意喚起シリーズ(No.12)】男性も増加！脱毛エステのトラブル」(2022年7月21日公表)

https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20220721_1.pdf

国民生活センター「脱毛エステの通い放題コースなどでの中途解約・精算トラブルに注意！『途中でやめたら返金なし!』『解約したのに支払いは続く…』」(2021年12月23日公表) https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20211223_1.html



マンションのコミュニティ運営費を 払いたくない場合は？

相談者の気持ち

私の住むマンションでは、管理費とは別に、住民同士の交流を目的としたコミュニティ運営費を毎月徴収しています。今までコミュニティの行事には一度も参加したことがありません。コミュニティから脱退して費用も支払いたくないのですが、可能でしょうか。

小島 直樹 Kojima Naoki 弁護士

第二東京弁護士会・消費者問題特別委員会に所属。一級建築士。通商産業省(現経済産業省)などの勤務経験を生かし、消費者被害救済のほか、高齢者や中小企業の法律問題など広く取り組む



マンションにおいては、各住戸の所有者(法律上、「区分所有者」といいます)は管理組合の一員となり、これとは別に住民による自治組織(「自治会」「町内会」「〇〇会[〇〇は住民の話し合いで決めた名称]」などのような名称の組織)ができていても多くあります。

このうち、管理組合は、建物の共有部分(通路部分や設備、壁、床など)や敷地等を共同で所有して管理する必要があるため、区分所有者全員が自動的に組合員になることとされており(建物の区分所有等に関する法律3条)、脱退するためには、区分所有者でなくなる、つまり、区分所有している住戸を譲渡する以外には方法がありません。そして、管理組合の運営に要する経費は、管理組合の総会で決定するところから従って、区分所有者が負担する義務があります。

これに対して「自治会」のような自治組織は、名前のおり、住民が自発的に作った組織であり、加入するかどうか、脱退することも、それぞれの構成員の自由です。ご質問の「コミュニティ運営費」というのは、住民同士の交流を目的としている費用ですから、管理組合のように建物の共有部分や敷地を共同で管理する目的とは異なり、住民の自治的な組織の運営のための費用であると考えられます。



相談者はその組織から脱退することは自由ですし、脱退すれば、会費も支払う必要はなくなります。

脱退するためには、その自治組織の運営の責任者(通常は「会長」や「理事長」などの役職が設けられているものと思われます)に対して、脱退する旨を通知することで脱退することができます。もっとも、口頭で通知しただけでは、後から「言った、言わない、聞いてない」という争いになることもありますので、書面によって通知するほうがよいでしょう。

ただ、マンションによっては、管理組合と自治組織が一体の組織になっている場合もあります。その場合、区分所有者は法律上の管理組合に当たる部分から脱退することはできませんので、管理組合に当たる部分以外の部分から脱退するということとなります。

このようなときは、会費のうちの幾らが法律上の管理組合のための費用であるのかを明確にすることが難しい場合がありますので、管理組合とよく話し合い、合意できない場合には訴訟や調停といった法的な手段による必要があります。

相談者の場合は、管理費とコミュニティ運営費が別になっているようですから、そのような問題にはならないものと思われます。

電気通信事業法の現状と課題(2)



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)

本連載のまとめとして、前回(第8回)は電気通信サービスの現状を踏まえて、利用者保護の観点から事業法にはいかなる課題があるのか、その課題について現在どのような議論や対応がなされているのかを、紹介しました。

しかし、前回では積み残された課題もありましたので、引き続き紹介をしたいと思います。

競争環境整備のための施策

(1) モバイル市場の公正な競争環境の整備

総務省は、2020年10月27日に「モバイル市場の公正な競争環境の整備に向けたアクション・プラン」^{*1}を公表し、具体的な取組として3つの柱を立てて公正な競争環境の整備を進めていくとしています。

このプランが提示する3つの柱の第一は「分かりやすく納得感のある料金・サービスの実現」です。具体的には①通信料金と端末代金の完全分離、②利用者に誤解を与える表記や販売代理店における不適切な説明の是正、③消費者利益の^{いっそう}一層確保、④中古端末を含めた端末流通市場の活性化です。

第二の柱は「事業者間の公正な競争の促進」であり、その内容は①MNO-MVNO間での競争環境の整備(接続料・卸料金の低廉化)、②MNO間での競争環境の整備となっています。

そして第三の柱が「事業者間の乗換えの円滑化」です。その内容は ①行き過ぎた囲い込みの

是正(2019年改正法に適合した契約への移行促進)、②番号持ち運び制度(MNP)の利用環境の整備、③キャリアメールの持ち運びの実現に向けた検討、④SIMロック解除の推進、⑤eSIMの促進、⑥固定と携帯とのセット割引等の検証とされています。

これらの取組は、その多くは現在、実行段階にあります。そのいくつかについて、もう少し詳しく紹介しておきます。

(2) 乗換えコスト(スイッチングコスト)の削減

前記アクション・プランでは、3つの柱のいずれについても、消費者が自由かつ公平にサービス提供事業者を選択できる環境の確保が重要となります。その場合、事業者の乗換えに必要なコストが高額であると、消費者の選択の自由が阻害され、競争環境の公正さも損なわれるおそれがあります。

①光回線サービスの乗換え

光回線サービス(シェアドアクセス)の事業者の乗換えの場合、回線の引込線をそのまま転用できれば、利用者や電気通信事業者の無駄な費用を減らすことができますが、事業者のそれぞれの事情もあって、なかなか難しい問題となっています。

総務省は「電気通信市場検証会議(検証会議)」に「競争ルールの検証に関するWG(競争ルールWG)」を設置してこの問題を議論し、報告書^{*2}がまとめられました。しかし、結局、NTT東西の設置する回線設備であり、かつ戸建住宅のみ

*1 https://www.soumu.go.jp/main_content/000713711.pdf

*2 https://www.soumu.go.jp/main_content/000837217.pdf

を対象として、協議に参加する事業者6社間において速やかに協議を再開し、採用するスキームを決定したうえで、引込線転用を可能な限り早期に実現することが適当とされたにとどまり、対応範囲は狭くなっています。

②モバイル通信の乗換え

一方、モバイル通信の事業者の乗換えでは、回線契約者の特定に不可欠なSIMロック等の制限の解消、音声通話の通信相手の特定に不可欠な携帯電話番号及びメールによる通信に不可欠なメールアドレスの持ち運び(ポータビリティ)が公正かつ適切に行われることが競争環境の整備上、重要な問題となります。

総務省は、競争ルールWGの下に「スイッチング円滑化タスクフォース」を設置してこの問題について検討を行い、報告書^{*3}が2021年5月にまとめられました。

この報告書では、①ICチップが組み込まれたSIMカードを差し替えなくともオンライン上のデータのやり取りにより利用者の特定に必要な情報の入手、記録(登録)等が可能となる「eSIM」の利用を促進すること、②現時点でMNOの3社が端末にSIMロックを施して販売していることに対し、各社によりSIMロック解除の対応が異なっていたり、店舗でのSIMロック解除に手数料を徴収したりしている実情などを踏まえ、ロック解除の一層の推進を求めること、③携帯電話会社のドメイン(@docomo.ne.jpや@au.com / ezweb.ne.jp、@softbank.ne.jpなど)で提供される携帯端末用の電子メール(キャリアメール)の「持ち運び」の実現に向けた検討を進める、④携帯電話の番号持ち運び制度(MNP)は、現在、いわゆる「ツーストップ方式」以外に移転先

事業者での1回の手続で完了する「ワンストップ方式」が存在しますが、乗換えの利便性からすると、後者の実現に向けてさらに検討していくことが指摘されています^{*4}。

(3) 通信料金と端末代金の分離の検証

2019年電気通信事業法改正で導入された通信料金と端末代金の分離ルールについては、電気通信サービスに関する市場の公正競争確保の観点から、継続して事業者によって適切な対応が取られているか否かの確認と検証が求められます。

そのため、総務省は競争ルールWGにおいて、2019年改正で導入された通信料金と端末代金の分離ルールに対する大手キャリアの取組状況の検証を続けており、報告書にまとめられています^{*5}。

なお、同改正法施行後、通信料金とのひも付けをあえてさせないで、販売奨励金等を原資にして端末購入代金の補助を行って顧客の囲い込みが行われている実態^{*6}もあることから^{*7}、同改正法の本来の意味での市場の公正競争確保の観点から、この問題についても検証が必要となると考えられます。

電気通信事業法の2022年改正

事業法は2022年の通常国会(第208回)でも改正がなされています(2022年6月17日公布)。この改正のポイントは、①情報通信インフラの提供確保、②大規模事業者が取得する利用者情報の適正な取扱いの義務づけ、③電気通信市場を巡る^{めぐ}動向に応じた公正な競争環境の整備の3点です。

*3 https://www.soumu.go.jp/main_content/000756923.pdf

*4 NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイルの大手4社に加え、一部のMVNO事業者が、2023年5月下旬からワンストップ方式で手続きしていく方針と公表した

*5 https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/denkitsushin_shijo/index02.html

*6 なお、実態については、公正取引委員会が2023年2月24日付で「携帯電話端末の廉価販売に関する緊急実態調査」を公表している

*7 このような場合、安価あるいは0円で高額なスマートフォンを入手して、それをインターネット上で転売する者(いわゆる「転売ヤー」)の活動を許すことになり、利用者保護とは別な観点で電気通信事業者の営業上、問題となっている

このうち、③は利用者に直接関係する事項ではありませんが、①と②は利用者保護の観点から重要です。

①の点ですが、「ユニバーサルサービス(基礎的電気通信役務)」は、従前、NTT東西の固定電話サービスのみを対象としていたのに対し、これを一定のブロードバンドサービスにも拡張し、不採算地域にブロードバンドサービスの提供をする事業者に安定的なサービス提供を確保してもらうための交付金制度を創設するものです。このような事業者には、従前の基礎的電気通信役務の提供事業者と同様に契約約款の作成・届出義務、業務区域での役務提供義務等が課されます。

次に、②の改正は総務省「電気通信事業ガバナンス検討会」の報告書(2022年2月)^{*8}の提言を踏まえてなされたものです。簡単にいうと電気通信に該当するインターネット利用の場合に、大規模な電気通信事業者が取得する利用者情報(クッキー情報)の適正な取扱いを義務づける改正です。規制対象となる事業者は、一定の規模の要件を満たすことが必要ですが^{*9}、検索サイトやSNSも含まれます。

該当する事業者には、①利用者に関する情報を第三者に送信させようとする場合、利用者を確認の機会を付与することの義務づけ^{*10}、②送信先等を当該利用者に通知又は公表、同意取得、オプトアウト措置のいずれかを実施、③利用者情報の取扱いに係る取扱規程の策定・届出^{かか}、④毎事業年度、情報の取扱状況を自己評価、取扱規

程・方針に反映などの義務が課されます^{*11}。

紛争解決制度

電気通信サービスに係る苦情・相談は、技術的で専門性が高く相談応需にもある程度高いリテラシーが必要であることから、消費生活センター等の相談窓口での相談対応には限界があることが指摘されていました。また、消費生活センター等の相談において、解決のための一定のあっせん案が示されても事業者が受け入れず、解決が困難な相談の1つとして認識されていました。

このような実態への対応を検討するために、総務省は「消費者保護ルール^あの在り方に関する検討会」の下に「苦情相談処理体制の在り方に関するタスクフォース」を設置して検討を開始し、2022年6月に同タスクフォースの報告書^{*12}がまとめられました。

タスクフォースの議論の過程では、電気通信サービスに係る紛争についての横断的なADRの創設も論点となり議論がなされましたが、最終的には、まずは「スモールスタート」を切ろうとの趣旨で、事業者団体における自主的な取組から始めるのが適当とのまとめがなされました。

このまとめは、本格的なADRの創設には直ちに繋がるものとはなっていませんが、議論の出発点として問題を明確にした意義はあったといえます。今後の検討の継続とさらなる議論の進展が望まれます。

*8 https://www.soumu.go.jp/main_content/000794590.pdf

*9 ①電気通信事業者の場合は無料の電気通信役務では利用者数が1000万人以上、有料の場合は500万人以上、②検索情報電気通信役務(検索サイト等)の場合は利用者数が1000万人以上であり、かつ分野横断的な検索サービスを提供する電気通信役務、③媒介相当電気通信役務(テキスト、動画又は音声によるSNS、登録制掲示板、登録制オープンチャット、動画共有プラットフォーム、ブログプラットフォーム等で契約や登録が不要なものは対象外)の場合は、利用者数が1000万人以上であり、かつ主として不特定の利用者間の交流を実質的に媒介する電気通信役務(付随的に当該電気通信役務を提供する電気通信役務及び商取引に関する情報のみ取り扱う電気通信役務は除く)となっている

*10 対象情報には、利用者に関する情報のうち、①通信の秘密に該当する情報、②役務契約を締結又はID等により利用登録をした利用者の情報が想定されており、氏名等の個人情報、閲覧履歴などの利用者の行動履歴に関する情報等、利用者の端末に記録された当該利用者に関する情報がこれに該当するが、電気通信サービス利用に必要な情報(例えばOSに関する情報など)は除かれる

*11 総務省総合通信基盤局「電気通信事業法施行規則等の一部改正について」(2022年9月26日)
https://www.soumu.go.jp/main_content/000837586.pdf

*12 https://www.soumu.go.jp/main_content/000820259.pdf



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

介護老人保健施設(老健)の、利用者・入居者に対する、介護保険負担限度額認定制度の説明義務、そしてその説明を怠ったことによる不法行為責任又は債務不履行責任が認められた事例

介護保険の被保険者Xは、介護老人保健施設を経営する医療法人財団Yと、施設利用契約またその後入所契約を締結した。これらの契約締結に際して、Xの代理人である娘から、Yの介護支援専門員等は、介護サービスの費用負担を軽減する公的な制度の有無等について相談を再三受けていたにもかかわらず、介護保険負担限度額認定制度の説明をしなかった。裁判所は、Yに同制度の説明義務を認め、説明義務違反があるとして、Yは、Xに対して不法行為責任又は債務不履行責任を負うとした。

(東京高等裁判所令和3年10月27日判決、
『判例時報』2516号51ページ)

原告：X(消費者)
被告：Y(介護老人保健施設の経営法人)
関係者：A(Xの娘)

事案の概要

1. 事実関係

X(訴訟提起の2020年12月時点で96歳)は、介護保険法所定の要介護認定を受けている者であり、2016年6月上旬、医療法人財団Y運営の介護老人保健施設(以下、本件施設)の施設利用契約をYと締結し、同月中旬から短期入所療養介護や通所リハビリテーションのサービスを受け、2017年5月中旬からは、本件施設に入所した。Xの娘Aは、Xの代理人として、これらの契約締結を行った。

YがXに契約締結に際して交付した重要事項説明書には、注記として、「(1)「食費」及び(2)「居住費」において、国が定める負担限度額段階(第1段階から3段階まで)の利用者の自己負担額については、支援相談員又は事務員にお尋ね下さい」と記載されていた。

Aは、Xの収入が公的年金のみでその額も低額

であったことから、繰り返し、本件施設の利用料金を減額する方法がないかを相談していた。前述の契約の締結に際して、Aに重要事項の説明を行ったYの介護支援専門員B及びその後の説明に加わったCは、Aに対して、この重要事項説明書の内容を一通り説明したものの、食費及び居住費についての介護保険負担限度額認定制度(以下、本件制度)を指摘したり、その内容を具体的に説明したりはしなかった。

そのため、X又はAは、本件制度の存在を知らず、そのため本件制度の申請をせず、2016年6月から2019年2月まで、Yに本件施設の定める利用料金の全額を支払った。

その後、Xは、2019年3月、本件施設を退所して、特別養護老人ホームに入所し、その際、Aはその介護支援専門員から本件制度の説明を受けた。そこで、AがすぐさまXのため本件制度の申請をしたところ、介護保険負担限度額の認定を受けた。そして、AはXが本件制度を利用でき

たこと、また、本件制度を利用していれば支払額は約162万円減額されていたことを知った。

2. Xの請求

Xは、Yの介護支援専門員等により本件制度の説明を受けられなかったために、本件制度を利用せず、その結果、本件制度を利用していれば軽減されたはずの施設利用料金相当の損害(約162万円)及び弁護士費用相当の損害(施設利用料金の10%)を被ったと主張して、Yに対し、介護保険施設利用契約における信義則上の説明義務(注意義務)違反を理由とする債務不履行又は不法行為に基づく損害賠償請求として、約179万円の損害賠償金及びこれに対する催告の日の翌日である2020年8月上旬(本件訴状送達の日)の翌日から支払済みまで年5分の割合による遅延損害金の支払いを求めた。

3. 原審判決(請求棄却)

原審判決(参考判例1)は、以下のように判示してXの請求を棄却した。

「本件制度は介護保険法にその根拠を有し、市町村等が行うものであって、上記契約の内容となるようなものではないから、契約当事者における情報の偏在等が問題になる場面とはいいい難く、消費者契約法の趣旨を根拠に、本件制度の説明義務を基礎づけることはできない」。

「また、介護保険法96条1項は、介護老人保健施設の開設者は、「常に介護保険施設サービスを受ける者の立場に立ってこれを提供するように努めなければならない」と定めるが、これは、介護老人保健施設の設備、運営等について定めたものであり、これをもって本件制度の説明義務を基礎づけることはできない。その他、介護保険法の定める介護支援専門員についての各規定に照らしても、介護支援専門員において利用者に対して本件制度の説明を行う義務を導くことはできない」。



理由(Xの請求認容)

原審判決に対してXが控訴をする。本判決は原審判決を破棄自判し、Xの請求を3割の過失相殺をしたうえで認容した。

(1)介護保険負担限度額認定制度の説明義務

本件制度は、これを利用して当該被保険者の自己負担額が大幅に軽減されることによって、当該被保険者が低所得者であっても的確な介護サービスを受けることを介護保険法において保障するものであるため、本件制度に係る情報は、低所得者の被保険者にとっては、極めて重要な事項である。

介護支援専門員は、要介護者からの相談に応じ、要介護者とその心身の状況等に応じ適切な施設サービスを利用できるよう地方公共団体、介護保険施設等との連絡調整等を行い、要介護者が自立した日常生活を営むのに必要な援助に関する専門的知識及び技術を有する者である。

介護老人保健施設に所属する資格要件のある介護支援専門員はもとより、支援相談員(以下、介護支援専門員等)は、その専門的知識から本件制度による介護サービス費用の負担軽減の趣旨及び内容を熟知している。一方、被保険者は、介護保険制度、特に本件制度に係る情報について素人であり、必ずしもこれに十分通じているとは限らない。また、介護支援専門員等の法令上の地位及び役割に加え、双方の情報量の格差があることを考慮すれば、介護支援専門員等は、本件制度に係る情報を的確に被保険者に教示すべき立場にあり、被保険者は、介護支援専門員等から情報の提供を受けることを期待すべき立場にある。

「そうすると、介護老人保健施設の開設者又は介護支援専門員等は、当該介護老人保健施設との間で施設利用契約を締結して介護サービスを受給することになる被保険者に対し、本件制度について重要事項説明書に分かりやすく記載する



などして、これに基づく説明をすることが求められており、特に、これらの者から、介護サービスの費用負担を軽減する公的な制度の有無や内容について相談を受けた場合には、これを的確に説明することが要請されているものと解される。

「介護保険施設が、介護保険の被保険者と施設利用契約を締結するに当たり、介護保険施設の開設者ないしその介護支援専門員等において、低所得者である被保険者から介護サービスの費用負担を軽減する公的な制度の有無や内容について相談を受けながら本件制度に係る保険給付について説明せず、その結果、当該被保険者が、本件制度を利用することができず、本件制度を利用する場合の自己負担額を超えて当該契約の利用料金の全額を支払うことになった場合には、当該介護保険施設を運営ないし開設する者は、被保険者の利用料金の支払額という契約の要素に当たる重要な事項について説明を怠り、施設利用契約締結に付随する信義則上の義務に違反して当該被保険者に財産的損害を与えたものとして、当該被保険者に対して債務不履行責任又は不法行為責任(民法709条ないし715条)を負うものと解するのが相当である」。

本件において、BやCは、Aに対して本件制度の存在や内容を説明せずに、Xの本件制度を利用する機会を喪失させ、その結果、Xが本件制度を利用した場合に得るべき財産的利益を喪失させたものということができる。本件施設を運営するYは、それによってXに生じた損害について、不法行為(使用者責任)に基づく損害賠償責任を負う。また、Yは、施設利用契約に信義則上付随する説明義務の違反を理由とする債務不履行に基づく損害賠償責任を負う。

(2) 過失相殺

Aが本件施設から受領した重要事項説明書には、通常人が見る場合には気づきにくい記載ではあるものの、本件制度に関する記載があり、当

初から利用料金の自己負担額の軽減について関心の高かったといえるAにも、これを見過ごしたことに落ち度があったことは否定できないこと、Aには、他の方法として、介護保険給付を実施する主体である地方公共団体の介護保険課に相談し、あるいは同課から本件制度について説明した介護保険のパンフレットを入手するなどして、本件制度を知ることができたと認められることからすれば、これらの事情をX側の過失としてしん酌し、3割の限度で過失相殺をするのが相当である。

(3) 賠償額

XがYの不法行為によって被った財産的損害は、介護保険限度額認定がされていた場合のXの自己負担額と、実際にXが本件施設に支払った金額との差額であると認められるところ、その額は、約162万円である。そこで、これについて、3割の過失相殺をすると、差額に相当する損害額のうちYがXに対して賠償すべき額は、約114万円となる。また、本訴提起に伴う弁護士費用相当の損害額として、その約1割に相当する12万円を認めるのが相当である。

したがって、Yの不法行為によってXに生じた損害のうちYが賠償すべき額は、合計約126万円となる。



解説

1. 本判決の注目点

本判決は次の2点において注目される。

①1つは、これまで契約締結に際する事業者の消費者に対する説明義務が問題とされた事例は、医療関係と投資取引関係がほとんどであり、高齢者施設の入居契約についての初めての判決であることである。

②もう1つは、勧誘している契約内容についての説明ではなく、契約には関連するが介護保

険給付についての情報の説明義務が問題になっていることである。

以下には、この2点に着目して解説をしたい。

2. 契約内容そのものの説明義務ではない

消費者契約法は、「消費者契約の内容についての必要な情報を提供すること」を努力義務としているに過ぎない(3条1項2号)。では、契約に関連する介護保険給付についての情報の取得は、本来消費者側が自己負担で行うべきであり、所轄の公的施設への問い合わせを自ら行うべきなのであろうか。そう考えないのが本判決であり、以下の根拠を検討してみたい。

3. 高齢者に対する社会福祉の要請

(1) 介護支援専門員制度

高齢者については社会福祉法の観点から、老人福祉法や介護保険法により、高齢者は弱者として支援の対象とされ、また、介護保険給付が適切に受けられるように、介護支援専門員(ケアマネジャー)による無償のサポート制度が用意されている。本件は、在宅での介護サービスについてケアプランを作成する居宅介護支援事業所に勤務する「居宅ケアマネジャー」ではなく、介護老人福祉施設などに勤務し、入所者のケアプランを作成する「施設ケアマネジャー」であるが、その使命・任務は変わることはない。

そのため、契約内容そのものではなくても、被保険者が、法の用意している介護保険給付を適切に受けられるように、必要な情報取得が保障されるべきである(消費者法を超えた、社会福祉法の理念)。被保険者が低所得者でも適切な介護保険給付が受けられるように、本件制度について説明することが求められる。

(2) 介護支援専門員の本件制度の説明義務

原審判決は、「介護支援専門員において利用者

に対して本件制度の説明を行う義務を導くことはできない」と、介護支援専門員に介護保険負担限度額認定制度の説明義務を否定した。

しかし、(1)にみたように、高齢者に積極的に介護保険給付を提供するのが、高齢者福祉の理念であり、その趣旨からは介護支援専門員には、高齢者に対して、本件制度利用につき積極的に配慮すべき義務が認められるべきである。

(3) 本件制度の説明義務をめぐる問題点

[A] 負担軽減について相談されたことは要件ではない

本件は老健施設に勤務するケアマネジャーであり、入居希望者また入居者に対して、社会福祉の観点からは、低所得者のための特別の制度があることは、特に質問をされなくても積極的に説明をすべきである。ただその具体的な義務内容は、後述の6のように考えるべきである。

[B] 説明義務を負担するのは誰か

本件施設との利用契約や入所契約をするに際して、被保険者が本件制度について説明を受けべきだとしても、介護支援専門員が個人としての資格で説明義務を負うだけで、本件施設は付随義務として説明義務を負うことはないのであろうか。次にこの点について解説をしたい。

4. 介護老人保健施設の説明義務

(1) 否定する構成

まず、前述の説明義務は介護支援専門員の義務であり、契約内容ではないので、介護老人保健施設自体には説明義務はないと考えることもできる。そうすると、本件施設Yには説明義務はなく、法人自体の義務違反による不法行為を問題にできなくなる。ただし、従業員個人の不法行為だとしても、事業執行中の不法行為であるため、Yの使用者責任(民法715条1項)を問題にする余地がある。

(2)肯定する構成

本判決は、介護老人保健施設にも、本制度の説明義務を認めており、妥当な解釈である。その理由は、消費者保護というよりも高齢者福祉に求められる。

介護老人保健施設は、介護保険法8条28項に規定された公的資金が投入されている社会福祉施設である。その提供するサービスに関連する介護保険給付については、入居者等が求めた場合には、必要な説明をできる人員を整備して説明をさせる義務が認められるべきである。

5. 介護老人保健施設の責任の法的構成

4(2)の結果、本件制度について、介護支援専門員としての個人的な説明義務、介護老人保健施設の説明義務とが重複することになる(その役割分担につき6参照)。従業員である介護支援専門員の個人的不法行為についての使用者責任(民法715条1項)、また、自らの説明義務につき、従業員をして説明をさせることを怠った法人自体の義務違反(不法行為)による民法709条の責任が成立する。また、後者については、信義則上の義務違反として、法人自体の債務不履行も認められる(民法415条1項)。

6. 本件での義務違反

前述のように、介護支援専門員そして介護老人保健施設ともに、被保険者に対して利用または入所契約に際して、本件制度についての説明義務を負う。この点、それぞれの役割もあり次のように考えるべきである。

①負担軽減の相談を受けなくても本件制度の存在について説明すべきであるが、契約者たる全員がこの要件を充たすわけではなく、重要事項説明書で言及し、該当者は詳しくは問い合わせるように求めるというだけにしておくことは適切である(施設固有の義務)。

②手続としては、介護支援専門員が重要事項

説明に際して本件制度について言及し理解させ、被保険者が求めたならば詳しく説明をすべきである。「同意書」の交付を受けただけでは足りず、本件制度の該当者なのに理解していないと疑うべき特段の事情があれば、この点を理解しているかの確認義務が認められる。

③もちろん、被保険者が詳しい説明を求めてきたならば、申請方法などを含めて丁寧に説明すべきである(②③では、介護支援専門員と施設の義務が競合する)。

本件では、負担軽減についてAが再三質問しており、B・Cは本件制度を認識していないと疑うべきであり、確認をすれば認識していないことが容易に分かったため、B・C及びB・Cを履行補助者としてYに説明義務違反が認められる。

7. 過失相殺(被害者側の過失)

本判決は、Xの娘で代理人であるAの過失を認め、これをXの過失と同視して、Xの損害賠償請求につき3割の過失相殺による減額をしている。被害者側の過失については、夫婦の事例や未成年者が被害者で親の過失を考慮した事例はある。これに対して、高齢の親が被害者で、成年の子の過失を理由に、被害者側の過失を認めた最高裁判例はない。本判決はこれを認めている点でも注目される。

参考判例

東京地裁令和3年3月12日判決(『判例時報』2516号56ページ[本判決の原審判決])



独立行政法人
国民生活センター

編集・発行

啓発用リーフレットのお知らせ

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

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>

