

「18歳成年」と消費者トラブルについて考える

弁護士 横山 哲夫

1. 成年年齢が引き下げられた～民法の改正～

(1) 成年年齢の改正

2018年6月の民法改正により「年齢十八歳をもって成年とする」(改正民法4条)と成年年齢が引き下げられた。ただし、施行日(法律適用の開始日)は2022年4月1日とされる。この日に約220万人の新「成年」が誕生する。

成年年齢は民法が定めている。民法は改正されたが施行前なので、今日現在は「年齢二十歳をもって、成年とする」(民法4条)。20歳を成年とすることは、1896年の民法制定以来これまで123年間続いていたので国民に定着していた。

2018年の改正には、多くの反対意見や慎重意見が寄せられていた。それらの意見の重要なポイントには、18歳の成年化により18歳、19歳の若年者の消費者被害が増加するという危惧があった。

(2) 成年年齢の民法上の意味

民法の条文を調べると「未成年者が法律行為をするには、その法定代理人の同意を得なければならない」「前項の規定に反する法律行為は、取り消すことができる」(民法5条1項本文、5条2項)と書かれている。これを裏から読むと、成年の法律行為は取り消すことができない、ということである。法定代理人は親と考えていただきたい。

では、法律行為とはなにか。“契約は、当事者間の「申し込み」と「承諾」により成立する”と教科書に書いてある(実教出版発行「315新家庭基礎21」p.110、以下「教科書」と記す)。この、申し込み、承諾という意思表示をするのが法律行為である。

未成年者が勝手に(親の同意を得ずに)バイクを購入する契約を結んでしまっても、それを知った親は契約を取り消せることになっているのが上に書いたことの意味である。未成年者は判断力が未熟であると見なされているからである。未成年者であるということだけを理由に(他に何の理由がなくても)取り消せるのである。

その未成年者とは、現在は20歳未満を指すが、2022年4月1日からは18歳未満を指すというのが、この民法改正の意味である。18歳の高校生が親に無断でバイクを買ってしまったも、マルチ商法の取引をしても、未成年者として親が取り消すことはできなくなる。

(3) もう少し詳しい説明～無効と取消～

① 「取消」と「無効」とはどう違うのだろうか。

法律用語で無効とは、はじめからその法律行為がなかったと見なされる場合である。たとえば3歳の子は未成年者には違いないが、3歳の子の意思表示というものは考えられず、「契約を締結」しても無効である。12歳ならどうか、などという難しい問題はあ

それに対して取消とは、法律行為が取り消されるまでは有効と同じに扱われる。しかし取消がなされると、最初から無効であったとみなされる。

無効か取消かは法律が定めている。3歳の子の行為は意思能力がないために無効であり(民法3条の2、2020年4月1日施行)、未成年者の意思表示は無効ではなく取り消せるのである(民法5条)。

② 「取り消すことができる」とはどのようなことをするのか

取消ができるのは、未成年者本人、親などである(取消権者、民法120条)。相手方に対する取消の意思表示によって行う(民法123条)。意思が示されれば電話や電子メールなど方法は何でもよい。ただし、後日の紛争に備えて証拠として残る(コピーをとった)手紙がよい。内容証明郵便がもっとも確かである。

③ 「取消」を主張して契約の効力を失わせたあとどうなるか

バイクを購入した例で考えると、取消の意思表示によって最初から無効とみなされるから、売り主は代金を返し購入者はバイクを返すことになる。

④ 「取り消す」と意思表示すれば当然に元どおりに回復するか

本来、取消の意思表示があると購入者は購入品を返し、売り主はお金を返す。しかし、売り主が取消に容易に応じない場合がありうる。たとえば次に説明する「詐術」の主張などが考えられる。

⑤売り主が元に戻してくれない場合に何ができるか

任意に元に戻してくれない場合には裁判上の手続きをとるのが一般的な方法である。

(4) もう少し詳しい説明～詐術～

未成年者取消権は、事業者（売り主）にとって不利益な制度である。いつ取り消されるか分からないのでは安心して取引ができない。そこで若年者と取引しようとする事業者は親の同意を要求する。あるいは、未成年者との取引を避けようとする。その結果、これまで未成年者の契約トラブルは若年成年に比較して著しく少なかった（図1参照）。

ところで、17歳の者（未成年者）が21歳（成年人）であると嘘をついて、あるいは、未成年者が親の同意を（実際は得ていないのに）得たと称して契約した場合にも、未成年者取消権を行使できるとしたら事業者に酷である。そこで、「未成年者が成年人であると信じさせるために詐術を用いた場合」は取消権を失う（民法21条）。上記のように年齢を偽ったり、同意を得ていると装ったりする場合などがある。

ただし、21歳ですと主張しても外見から未成年

者であることが一見して分かるような場合は詐術があったとはいえない。だまされた者を救済するためのものだからである。

インターネットでの取引などでは、買主の外観が見えないことから事情は少し複雑になる。ネット上のゲームで、小学生が親のクレジットカードを持ち出して高額なアイテムを購入してしまうなどという実例が起きている。このような紛争で事業者側は「詐術」を主張することがある。この場合の考え方について参考になるのが、「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」である。この名称でネット検索するとアクセスできる。興味深い例がたくさんあがっている。

(5) もう少し詳しい説明～親権者の同意が必要ない場合～

未成年者の契約であっても親権者の同意がいらない場合がある。

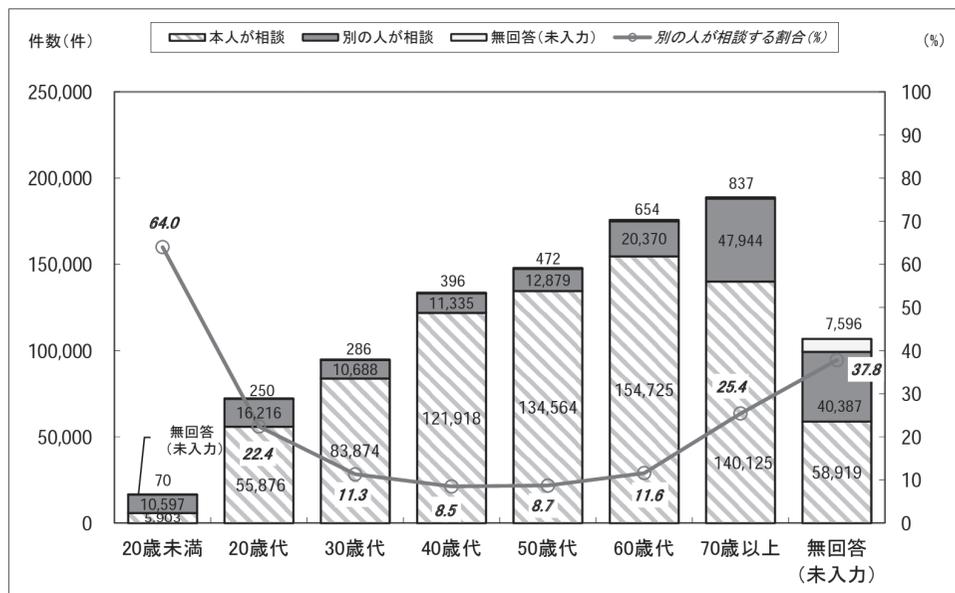
①「単に権利を得、または義務を免れる場合」（民法5条1項）

たとえば、贈与されるような場合である。支払いを免除されたりする場合もそうである。未成年者にとって不利益とならないからである。

②「法定代理人が目的を定めて処分を許した財産」

たとえば、定期代として渡されたお金で定期券を買うような場合である。

図1 契約当事者の年代別相談者の内訳（2017年度）



③ 「目的を定めないで処分を許した財産を処分する場合」(民法5条3項)

例えば、コンビニでお小遣いを使ってあんパンと牛乳を購入するような未成年者の小遣いの範囲に入る場合には、「取消」は問題としない。

④ 「未成年者が婚姻をしたときは、これによって成年に達したものとみなす」(民法753条)

「婚姻による成年擬制」と呼ばれる。そうしないと独立した家庭を営むことが困難だからである。現在の民法では「男は18歳に、女は16歳にならないければ、婚姻することができない」(731条)とされている。従って、現在でも成年とみなされる17歳の女子高校生は存在するのである。

ただし、今回の民法改正により「婚姻は、18歳にならないければ、することができない」と改正された。従って、2022年以降は未成年者の婚姻という事実が発生しなくなるため成年擬制の条文は削除された。

2. 民法以外の法律ではどのように決まっているか

(1) 選挙権

「日本国民で年齢満18年以上の者は、衆議院議員及び参議院議員の選挙権を有する」(公職選挙法9条1項)。2015年6月に、それまでの20歳から改正された。

(2) 飲酒と喫煙

「未成年者飲酒禁止法」、「未成年者喫煙禁止法」は、「二十歳未満ノ者ノ飲酒ノ禁止ニ関スル法律」、「二十歳未満ノ者ノ喫煙ノ禁止ニ関スル法律」と名称を変えた。「成年」という言葉が18歳以上を意味するようになると未成年者は18歳未満となる。しかし、健康上の理由があるので、これまでの制限が維持された。

競馬法、自転車競技法という法律も、馬券(勝ち馬投票券という)等を購入できる年齢を従来の「未成年者」から「20歳未満の者」と改めて、従来の年齢制限が維持されることとなった。若年者の健全育成のためであるとされる。

(3) 少年法

若年者の犯罪に関する刑事手続を定める法律に少年法がある。少年法は、20歳未満を「少年」(未成年ではない)、20歳以上を「成人」(成年ではない)

という(少年法2条)。しかし、少年年齢を引き下げようという議論は行われ、それに対して強い反対論がある。

これ以外にも、法律中に「成年」「成人」「未成年」「少年」「児童」といった言葉を使い分けて特別な定めを設けている例がある。それぞれの法律の存在理由に応じて年齢が定められている。

3. トラブルの現場から

(1) 若年者が消費者トラブルに巻き込まれる危険

消費者トラブルは、事業者が消費者を勧誘することから始まる。しかし、事業者は通常「未成年者」を勧誘しない。契約させても取り消されてしまうリスクがあるからである。高校生向けの高額な教材などを扱う事業者は親の同意を求める。

これまでは、消費者トラブルにつながるような勧誘は、20歳未満の若年者はそもそもターゲットにされていなかった。その結果、「高校生の消費者被害」を含む未成年者の消費者被害は、あまり大きな問題とならなかった。換言すれば、未成年者取消権は、消費者被害の「鉄壁の防波堤」であったということになる(前掲図1参照)。

しかし、2022年4月からは、成年年齢が18歳に引き下げられる。これからは「高校3年生の消費者被害」が多発する危険がある。

特に、18歳という年齢は、進学、就職、それに伴って親や若年者を包み込んでいてくれた地域社会からの離脱と重なる場合も多い。このような急激な環境の変化が生じると同時期に「成年」となって、突然社会の荒波にさらされることになる。その時期に未成年者取消権を失うことは、たいへんリスクの大きいことである。

(2) 若年者にありがちな被害(教科書 p.115)

① キャッチセールス

街頭などで歩行者に声をかけて呼び止め、その後営業所に同行して契約させる形態をいう。よくあるのは「アンケートに答えて下さい」「無料でお肌の診断をします」「絵を見てもらうだけです」など。商品(役務)は、化粧品、エステティックサービス、装飾品、着物、絵画など。これまでターゲットとなるのは20歳代の女性が多かった。高額商品も多く、支払のためにクレジット契約を併せて締結させられ、長期間の分割払いを強いられることも多い。

キャッチセールスは特定商取引法上、訪問販売の一種として扱われる。従って、クーリング・オフが可能であり、契約に際して契約書面の交付が義務づけられるなどさまざまな規制がある。

②アポイントメントセールス

電話、FAX、電子メール、チラシなどにより、販売目的を告げずに、または特に有利な条件で購入できるなどと告げて消費者に来訪を要請して店舗に呼び出し、勧誘して契約させる形態である。よくあるのは「あなたにハワイ旅行が当選しました」「モニターに選ばれたので説明会に来て下さい。来て下さった方にプレゼントがあります」「高級ジュエリーを展示してパーティを開くので来てほしい」など。会場に行くとき営業担当者の巧みな話術で高額な契約をさせられたりする。帰宅後に家族に話して初めて被害に気づく、といったケースである。

アポイントメントセールスも特定商取引法上、訪問販売の一種とされることはキャッチセールスと同じである。

③マルチ商法（マルチレベルマーケティングプランの略称）

販売組織がピラミッド状に多重階層に拡大していく販売組織である。「ネットワークビジネス」などとも称している。有限な人口で無限の拡大はありえないからやがて破綻する商法であると思われるが、商品流通という経済活動の側面があるため、当然に違法とはされていない。販売員を獲得したときのリクルートマージンが目的となり、友人知人を次々と引き込んで、やがて人間関係の破綻につながることも多い。

マルチ商法は、特定商取引法上連鎖販売取引として規制される。規制の内容は、広告規制、勧誘規制、概要書面交付義務、契約書面交付義務、クーリング・オフ、取消制度、中途解約制度など、多岐にわたる。この取引の危険性を直視したからである。

大学内で拡大する「キャンパスマルチ」は社会問題ともなっている。「いいバイトがある」、「環境に優しい」、「ライフスタイル」、「セミナー」などの若年者が興味を引きそうなさまざまな切り口で勧誘し、電子メールやSNSなどもその媒体として利用される。

④ネズミ講

マルチ商法と類似するものとして「ネズミ講」がある。自分の下に2名以上の会員を勧誘し、順次こ

れを繰り返すことにより、下部会員の支払った金銭が遡上してきて多額の利益が得られる、とするものである。マルチ商法との最大の相違は、商品が介在しないことである。商品購入の要素は皆無であるから、ひたすら拡大しようとするが、人口は有限なので必ず破綻に至る。ネズミ講は「無限連鎖講禁止法」により全面的に禁止される。違反行為には刑事罰がある。

⑤20歳代に多い消費者トラブル…2016年の統計から

特に多いのは上記のマルチ商法である。友人、同僚などの人間関係、上下関係がその拡大に利用され、若年者がそれらの勧誘を拒絶しにくいという点も大きい。商品には投資用DVD教材、アフィリエイトなど新しい傾向も見られる。

美容に関する事例は20歳代の女性に多い。中でも「脱毛エステ」は特に多く、「痩身エステ」「美顔エステ」などのトラブルが次いでいる。これらは、解約に応じてくれない、清算金を払ってくれないなどのケースがよくある。

若年者については「タレント、モデル契約」関連のトラブルも多い。契機は繁華街でのスカウトだけでなく、スマホでみずからアクセスするケース、SNSで知り合った人からの勧誘なども新しい傾向である。若年者のタレントやモデルに憧れる気持ちにつけ込まれている。

高校を卒業してひとり暮らしを始めると、それまでは実家で親が対応していたさまざまな日常生活上の契約に、若年者が当事者として判断を迫られる中でトラブルに発展するケースも少なくない。アパートの賃貸借契約、テレビの受信契約、インターネット回線契約、スマホに関する契約などである。

(3) トラブルからの救済（教科書 p.118～119）

若年者が当事者となりがちトラブル事例をみてきたが、これらのトラブルから抜け出すにあたり、いずれの場合も未成年者取消権が絶大な威力をもつ。そのしくみが存在する結果、これまで、未成年者の消費者被害が比較的少ないことは既に述べた。

しかし成年年齢の引き下げにより、2022年以降これまで「安全地帯」にいた18、19歳の若年者を当事者とするトラブルの激増が予想される。

そこで、未成年者取消権が及ばない中でどうしたらよいかを考えてみる。

①「契約」関係がなくなればよい。

ここまで見てきたトラブルは、すべて契約を出発点としている。いったん締結した契約は守らなければならないというのが基本である。だから契約を締結するときは、よく考えて慎重に意思表示する必要がある。

というのは大原則ではあるが、それを貫いては不当なことになってしまう場合には何か手だてがあるはずである。そのためには、例外として契約関係をなかったことにできればよい。その最たる手段が、未成年だけを理由に契約関係から離脱できる未成年者取消権という強力な武器であった。しかし成年年齢引き下げ後の18歳以上では、その武器が奪われることとなるので、どうしたらよいか。最後の最後まで決して諦めてはいけない。

②特定商取引法によるクーリング・オフ

訪問販売、キャッチセールス、アポイントメントセールスなどでは、契約書を受け取った日から8日間はクーリング・オフができる。

マルチ商法（連鎖販売取引）の場合は20日間である。また、マルチの場合はクーリング・オフの期間経過後であっても、将来に向けて退会できる中途解約権が定められていることも重要である。

③消費者契約法の取消

契約に際して、不実告知により（事実と異なることを告げられて）消費者が誤認して契約した場合、「この教材で勉強すれば難関大学に必ず合格できる」（断定的判断の提供）と言われて契約した場合、勧誘を断っても帰宅させてくれず（退去妨害）しかたなく契約した場合、いわゆるデパート商法の場合などに消費者契約法にもとづいて取消ができる。

④民法の取消と無効

民法は、だまされて契約した、脅されて契約したなどという場合にも契約の取消を認めている。ただし、どのように勧誘されたか、どういう取引だったかなどを主張し立証する必要がある。

さらに、民法は思い違い（錯誤）をしてした意思表示による契約（民法95条）、本来の価値の10倍の価格で売る行為（暴利行為、民法90条）などを無効とする。なお、錯誤については、2020年から改正されて無効ではなく取消の対象となる。

⑤どうしたらよいか

以上、法律上の根拠について見てきたが、現実には契約をやめることは簡単ではない。成年になった

以上は自分の意思表示には責任を負いなさい、というのが基本ではある。

しかし、常識的に考えてやはりおかしいと思ったら、消費生活センター、行政で受けられる法律相談などを是非利用して欲しい。遠慮はいらない。消費者ホットライン「188」（いやや）に電話してみる。相談者に最寄りの消費生活センターにつないでくれる。そのときに重要なのは事実である。いつ、誰とどういう契約をしたのか、契約をした動機は何か、おかしいと思う理由は何かなどを、頭の中で整理して簡単なメモをつくっておく。そして、その裏付けとなる書類などがあれば、相談にはそれを持参するとよい。

4. 消費者教育

(1) 成年年齢引き下げの意味

成年年齢の引き下げの影響ははかりしれないほど大きい。この民法改正の必要性には大きな疑問がある。上にも書いたとおり、18歳という時期は高校卒業により生活環境が一変することの多い時期である。そのような時期をねらい打ちにされる危険があることを、高校生には十分に伝える必要がある。

(2) 消費者教育の重要性

高校の先生方にとって対応可能で最も重要なことは、消費者教育である。消費者教育推進法の趣旨に則った、消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の実施が必要である。消費者教育推進法は、消費者教育の理念として、消費者市民社会の形成を明確に位置づけた。

消費者市民社会は、消費者自らが、現在および将来の世代にわたって社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚して消費行動をする社会である。また、その消費者の行動により、公正で持続可能な社会の形成に進んで参画する社会である。

消費者市民社会で消費者は、自らの消費行動によって悪質な事業者を市場から退場させ、環境に配慮し社会の持続可能性を追求する企業やフェアトレードを応援し、消費者の社会的影響力によって持続可能な社会の実現を目指そうとするものである。

(3) 加害者を生み出さない消費者教育

消費者教育では、消費者トラブルの加害者を生み出さないという側面もきわめて重要である。キャッ

チセールスやデート商法では、加害者側にも若年者が多数関わることが多い。近時の特殊詐欺では、バイト感覚の若年者が「かけこ」「だしこ」など末端の実行者の中心にいる。

消費者市民社会においては、広い意味で自らの行動（消費行動を含む）のもつ意味をさまざまな視点を踏まえて考える力を育もうとしている。そのような教育は加害行動を抑止する力をもっているであろう。

(4) SDGs

消費者市民社会に向けた消費者教育は、SDGsとベクトルを同じくすると考えられる。そのような大きな方向性をめざす消費者教育を実現して頂きたい。

SDGs（エスディジーズ）は「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称で、2015年9月に国連で開かれたサミットで決められた国際社会共通の（17の）目標である。このサミットでは、2015年から2030年までの長期的な開発の指針として、「持続可能な開発のための2030アジェンダ」

が採択された。この文書の中核を成す「持続可能な開発目標」をSDGsとよんでいる。

17の目標のひとつに「つくる責任つかう責任」がある。持続可能な消費と生産のパターンを確保することを目指している。

経済成長と持続可能な開発を達成するためには、私たちが商品や資源を生産、消費する方法を変えることで、エコロジカル・フットプリント（人間活動が環境に与える負荷を、資源の再生産および廃棄物の浄化に必要な面積として示した数値）を早急に削減することが必要である。また、世界人口の大部分は未だに、基本的ニーズを満たすことができる資源さえ消費していない。開発途上国が、より持続可能な消費パターンへと移行できるよう支援する必要もある。

地球上で私たちが共有する天然資源の効率的な管理と、有害廃棄物や汚染物の処理方法の改善、食料廃棄物の削減の重要性など、その問題意識はまさに消費者市民社会と共通するものである。

令和2年度用 実教出版の家庭科教材

【成分表】

オールガイド食品成分表 2020

- ◆「日本食品標準成分表 2015年版（七訂）」の全食品（2,191品目）を掲載しました。
- ◆「日本人の食事摂取基準（2020版）」対応予定 B5判／408ページ 定価（本体800円＋税）

カラーグラフ食品成分表 2020

- ◆「日本食品標準成分表 2015年版（七訂）」準拠
- ◆「日本人の食事摂取基準（2020版）」対応予定 AB判／240ページ 定価（本体680円＋税）

【その他資料集・サブテキスト】

資料アクティブ家庭科 三訂版 2020	B5判／208ページ	定価（本体720円＋税）
基本マスター フード&クッキング レシピ+成分表 四訂版	B5判／104ページ	定価（本体500円＋税）

【実教出版の家庭科準教科書】

※文部科学省検定済教科書が発行されていない科目について、弊社独自に編修・発行したテキストです。

生活産業基礎	B5判／160ページ	定価（本体670円＋税）
調理 1	B5判／176ページ	定価（本体1,300円＋税）
調理 2	B5判／160ページ	定価（本体1,200円＋税）
栄養	B5判／160ページ	定価（本体1,300円＋税）
リビングデザイン	B5判／144ページ	定価（本体1,400円＋税）
生活と福祉	B5判／192ページ	定価（本体1,300円＋税）
生徒用学習ノート及び教師用指導資料完備		
ファッション造形	B5判／192ページ	定価（本体1,500円＋税）