

《自立した消費者への道①》

①契約とは？

②消費者問題、そして成人すること

契約とは？①

インターネットで、健康食品を購入した。1回だけのつもりだったが、2回目が届き、慌てて事業者に連絡した。「電話、郵便、メールなどにより、次回発送日の10日前までに定期購入しないという意思表示がなければ、継続の申し込みとなる」と言われた。インターネットで再度確認したところ、定期購入という表示を見落とししていたようだ。また、申し込み画面上に利用規約のリンクが張られていて、すぐに確認できるようになっており、画面には「利用規約に同意する」とのチェックボックスついていて、同意する場合にはチェックを入れる形式になっていた。利用規約をよく見直すと、確かにそのように書いてあったが、定期購入という表示がわかりにくかったように思う。当然1回だけの申し込みだと思ったので、解約したい。

『令和元年度 教員向け法教育セミナー 報告書』より

課題

この契約は

- ・有効(取り消せない)と思うか？
- ・それとも無効(取り消せる)と思うか？

契約とは？②

「コーラについている点数を集めて、戦闘機をもらおう」
1996年、700万ポイント(約8000万円)で戦闘機がもらえるというペプシ社のCMを見て、実際に700万ポイントをペプシ社に送ったA(24)。しかし、ペプシ社は「あのCMは冗談で、8000万円の当社の製品の代金と引き換えに26億円もする実物の戦闘機がもらえるというのはおかしい」といって取り合わなかった。Aはペプシ社に対して、戦闘機の引き渡し、ないし、契約違反を理由に損害賠償を請求できるか？

『令和元年度 教員向け法教育セミナー 報告書』より

課題

この契約は

- ・有効(取り消せない)と思うか？
- ・それとも無効(取り消せる)と思うか？

A 消費者主権

○消費者主権の確立

企業と消費者が対等に取引を行うために、消費者が商品に関する情報を熟知して
(1 消費者主権)を確立しなければならない。

○企業と消費者の間にある問題

売り手が熟知している商品の性能や質を買い手が詳しく知らない場合(=2 情報の非対称性)、消費者が不利益を被ることがある。

例)マッサージ

- ・どのように優れた施術を実施するのか
- ・施術後の状態はどのようになるのか
- ・今後の施術についてどのようにしていくべきなのか
- ・価格はどうなっているのか

○消費者の傾向

- ・依存効果…(3 企業の広告や宣伝をうのみにして商品を購入しようとすること。)
- ・デモンストレーション効果
友人が持っているから、はやっているからという理由で安易に購入しようとすること。
⇒カード社会(キャッシュレス社会)がこれらの傾向を助長している。

B 消費者問題と消費者運動

○消費者問題

・高度経済成長期の消費者問題

食品による健康被害や薬害、家電製品や自動車などの構造上の(4 欠陥)による事故の発生。
⇒製品に欠陥が見つかった場合、企業が独自に回収・点検・修理を行う(5 リコール)が行われる。

・販売方法の問題

虚偽の広告や、生産者が小売店に販売価格を指示する(再販売価格維持行為)などの販売方法は、消費者に不利益を与える。

⇒再販売価格維持行為は、(6 独占禁止法)で原則禁止。

しかし、出版物などの一部商品には適用されている。



メーカーが指定した価格で販売しない小売業者等に対して、卸価格を高くしたり、出荷を停止したりして、小売業者等に指定した価格を守らせることを「**再販売価格の拘束**」という。左の絵のように、メーカーが安売りをしているA販売店に商品を卸すことをやめてしまうと、その商品はどこの販売店でもメーカーが指定した3,000円で売られることになる。それでは消費者は、価格によって販売店を選べなくなるばかりか、本来ならば安く買えたはずの商品を高く買わなければならないとなり、消費者はメリットを奪われることになる。このような拘束は、不公正な取引方法の1つとして禁止されている。ただし、書籍、雑誌、新聞、音楽CDなどの著作物に関しては、例外となっている。

(公正取引委員会ホームページ https://www.jftc.go.jp/ippan/part2/act_05.html)

○消費者問題に対する運動

消費者は消費者団体を結成し、各地で消費者運動を展開。

・消費者の四つの権利

1962年にアメリカのケネディ大統領が消費者の権利として提唱した。

(7 安全の権利、知らされる権利、選ぶ権利、意見を聞いてもらう権利)の4つの権利。

⇒CI(国際消費者機構)では、生活の基本的ニーズが保障される権利、救済の権利、消費者教育の権利、健全な環境の権利をあわせた8つの権利を主張している。

○食品表示【増えるテイクアウト】

新型コロナウイルスの影響を受けて、外食店でテイクアウトやデリバリーを新たに始めるところが増えていきます。利用する側からは、「せっかく買ったけれど何の表示もない」「せめて消費期限があれば」という話を聞くことがあります。しかし、法律上は外食のメニュー表示と同じ扱いとされており、表示義務はありません。一方、駅弁やコンビニ弁当は表示がびっしり。消費期限はもちろん、原材料、添加物、アレルギー表示や、2020年4月1日からは栄養成分表示も義務化されています。なんでこんなに違うの?と思われるかもしれませんが、食品表示法の食品表示基準では、別の場所で製造・加工したものを仕入れて販売する場合は表示が必要とされているからなのです。

(森田満樹 科学的根拠に基づく食情報を提供する消費者団体 FOOCOM.NET 2020年5月29日
<http://www.foocom.net/secretariat/foodlabeling/18647/>)

○消費者問題関連年表

1948年	消費生活協同組合法制定	1976年	訪問販売法制定
1955年	森永ヒ素ミルク中毒事件		(2000年に特定商取引法となる)
1962年	サリドマイド事件	1983年	サラ金規制法制定
1968年	消費者保護基本法制定	1994年	製造物責任法(PL法)制定
1968年	カネミ油症事件	2000年	消費者契約法制定
1970年	国民生活センター発足	2004年	消費者基本法制定
1973年	石油危機によるモノ不足	2009年	消費者庁を設置

C 消費者行政と法制

○消費者問題に対する政府の取り組み

消費者運動の高まりから消費者保護に取り組まざるを得ない状況となった。

- ・(8 消費者保護基本法)の制定・・・1968年に制定。消費者保護の基本的な枠組みを定める。
⇒2004年に、消費者の権利尊重と自立支援などを定めた(9 消費者基本法)となる。
- ・製造物責任法(PL法)・・・製造物の欠陥による事故から被害者を救済することを定める。
- ・契約上のトラブルに関する消費者保護

クーリングオフ制度	訪問販売などの契約トラブルを解決する制度。一定期間内であれば無条件で購入申し込みの撤回や契約解除ができる。
(10 消費者契約法)	不当な契約から消費者を保護する目的。 誤認などに気がついたときから6ヶ月、または契約締結から5年以内に契約の取り消しができる。また、売り手が損害賠償の責任を一切負わないなどの買い手にとって不当な条項を含む契約は無効とされている。
金融商品販売法	金融機関が金融商品を販売する際に、元本割れ(当初購入した金額(=当初の元本)よりも額面の価格が下がり、金融商品の価値が元本を下回ってしまうこと)することを顧客に説明することを義務づけられている。
預金者保護法	キャッシュカードの偽造や盗難で預金者が被害を受けた場合、金融機関が補償することを義務づけている。

○消費者行政の一元化

2009年、(11 消費者庁)の設置。

○消費者支援の機関

(12 国民生活センター)や各地方公共団体による消費生活センターなどが置かれている。

D 現代の消費者問題

○多様化する消費者問題(取り引きや決済方法の多様化)

⇒キャッチセールス、靈感商法、マルチ商法などの悪徳商法やネット取引での架空請求などの問題が発生。

○消費者側の問題

- ・自己破産(ローンやカードによる信用取引の多様)
⇒多額の商品を買い込んで(13 支払い不能)になり、自己破産するケースの増加。
- ・多重債務(借金返済のために他の金融機関から新たな借入)
⇒(14 雪だるま式)に借金が増えていくケースが社会問題化
⇒政府は、2006年に借り過ぎ・貸し過ぎを防止する貸金業法を制定

○食品の安全性の問題

経済の(15 グローバル)化にともなう輸入食品の増加などにより、(16 不衛生)な生産工程でつくられた食品の安全性の問題、食品の産地偽装などの問題が発生。

・トレーサビリティ制度

安全な食品の安定供給が目的。生産方法や流通経路の情報開示を行う。

○消費者市民社会の実現

環境に配慮した商品やフェアトレード商品を選択するなど、消費に関する行動が社会に与える影響を自覚し、消費を通して主体的に社会を改善・発展させていこうとする社会を実現する努力が必要とされる。

E 日常のなかの契約

○契約の成立と責任

(17 コンビニなどでの買い物)は「売買行為」、(18 電車やバス)に乗ることは「運送契約」など、私たちは契約社会に生きている。

⇒契約が有効に成立するとき、(19 法的な義務が生じるので、内容を吟味する必要)がある。

○契約の取り消しや解除

公序良俗に反する契約や契約内容の重要事項に誤解があった場合、だまされたり脅迫されたりした場合などは契約の取り消した解除ができる。

・クーリングオフ制度

訪問販売やキャッチセールスなどで契約してしまった場合、一定の期間内であれば消費者がした契約を無条件で解除できる制度。支払った代金を返還してもらえ、解除の違約金や商品返送の費用を支払う義務もない。

⇒店頭販売や通信販売は対象外となっている。

F 成人するということ

○消費者問題の1つに消費者トラブルの増加があげられる。

19歳まででは少ないが、20歳になると多くなる事例にラインを引いてみよう。

(消費者庁 消費者白書 平成29年度 第1部第3章【特集】若者の消費 『図表I-3-2-4』

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/)

男性						
	15～19歳		20～24歳		25～29歳	
	件数		件数		件数	
1	アダルト情報サイト	2,660	アダルト情報サイト	2,025	賃貸アパート	1,650
2	デジタルコンテンツ(全般)	507	賃貸アパート	1,080	アダルト情報サイト	1,420
3	テレビ放送サービス(全般)	337	フリーローン・サラ金	1,074	フリーローン・サラ金	1,068
4	オンラインゲーム	310	デジタルコンテンツ(全般)	851	デジタルコンテンツ(全般)	911
5	他のデジタルコンテンツ	267	商品一般	649	光ファイバー	613
6	出会い系サイト	227	光ファイバー	618	普通・小型自動車	570
7	商品一般	191	普通・小型自動車	608	商品一般	554
8	賃貸アパート	150	出会い系サイト	550	他のデジタルコンテンツ	453
9	普通・小型自動車	141	他の内職・副業	536	出会い系サイト	384
10	光ファイバー	141	他のデジタルコンテンツ	494	モバイルデータ通信	379

女性						
	15～19歳		20～24歳		25～29歳	
	件数		件数		件数	
1	アダルト情報サイト	1,559	アダルト情報サイト	2,000	賃貸アパート	1,740
2	他の健康食品	719	賃貸アパート	1,188	アダルト情報サイト	1,360
3	デジタルコンテンツ(全般)	496	デジタルコンテンツ(全般)	1,028	デジタルコンテンツ(全般)	1,100
4	他のデジタルコンテンツ	268	脱毛エステ	913	他のデジタルコンテンツ	589
5	テレビ放送サービス(全般)	251	出会い系サイト	617	商品一般	578
6	健康食品(全般)	233	他のデジタルコンテンツ	531	出会い系サイト	570
7	酵素食品	174	商品一般	527	フリーローン・サラ金	509
8	野菜飲料	162	他の健康食品	524	光ファイバー	461
9	賃貸アパート	155	モバイルデータ通信	504	モバイルデータ通信	457
10	商品一般	139	痩身エステ	475	携帯電話サービス	432