

不招請勧誘（※）に係る対応についての検討

（※）不招請勧誘とは

消費者が依頼や希望をしていないにもかかわらず、事業者が訪問や電話等により取引の勧誘を行うこと。

1 国における対応について

（1）関係法令による規制

ア オプトイン方式（希望する者に対してのみ勧誘を行ってもよいとするもの。不招請勧誘の原則禁止）

➤金融商品取引法第38条第4号

政令で指定された金融商品取引契約について電話及び訪問による不招請勧誘を禁止

➤商品先物取引法第214条第9号

政令で指定された商品取引契約について電話及び訪問による不招請勧誘を禁止

➤特定商取引に関する法律第12条の3、第36条の3、第54条の3

通信販売、連鎖販売取引及び業務提供誘引販売取引について承諾をしていない者に対する電子メール広告の提供を禁止

➤特定電子メールの送信の適正化等に関する法律第3条

特定電子メールの送信を制限

イ オプトアウト方式（拒絶の意思を表示した者に対し勧誘を行ってはならないとするもの）

➤特定商取引に関する法律

第3条の2（訪問販売）

（1）勧誘を受ける意思の確認（努力義務）

（2）契約を締結しない旨の意思を表明した者に対する勧誘を禁止

第17条（電話勧誘販売）

契約を締結しない旨の意思を表明した者に対する勧誘を禁止

（2）消費者基本計画（施策番号42前段）

ア 具体的施策

「消費者契約法に関し、消費者契約に関する情報提供、不招請勧誘の規制、適合性原則を含め、インターネット取引の普及を踏まえつつ、消費者契約の不当勧誘・不当条項規制の在り方について、民法（債権関係）改正の議論と連携して検討します。」

イ 実施時期

「平成22年度以降、前段については、問題点の把握を行い」ます。

2 本市における対応について

➤京都市消費生活条例

（不適正な取引行為の防止）

第20条 事業者は、消費者に商品等を販売し、又は提供する契約及び信用を供与する契約その他の契約に関し、次の各号のいずれかに該当する行為であって別に定めるもの（以下「不適正な取引行為」という。）を行ってはならない。

➤京都市消費生活条例施行規則

第2条 条例第20条に規定する別に定める行為は、別表のとおりとする。

別表(第2条関係)

- (1) 条例第20条第1号に該当する行為にあつては、次のいずれかの手段により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- セ 電話による執ような勧誘等(消費者に電話を掛け、当該消費者を執ように勧誘し、欺き、又は威迫することをいう。)
- ハ 不招請執よう勧誘(消費者の意に反して、契約の締結の勧誘を執ように行うことをいう。)

(問題点) 執ような勧誘を禁じているが、「執よう」の考え方が明確でなく、恣意的な指導となる懸念がある、又は指導の実効性がないという問題がある。

3 他の政令市における対応について

拒絶の意思を示した消費者に対する勧誘や再勧誘を禁止している市(電話勧誘等のみ適用している市を含む。)

札幌市	条例：消費者が契約の締結の勧誘を望まない旨若しくは契約の締結を拒絶する旨の意思を示したにもかかわらず、又はそれらの意思を示す機会を与えることなく契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為 規則：○商品等の販売等に際し、消費者に勧誘を望まない旨の意思を示す機会を与えず、又は当該機会を与えるに当たって消費者の身体及び精神の状況等をしん酌せず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為 ○商品等の販売等に際し、消費者が勧誘を望まない旨又は勧誘の締結を拒絶する旨の意思を示したにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為 ○消費者が広告等(電磁的方法によるものを含む。)の送付を望まない旨の意思を示したにもかかわらず、又は消費者に当該意思を示す機会を与えることなく、広告等により消費者を誘引し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
仙台市	規則：消費者が契約を締結する意思がない旨を表示しているにもかかわらず、又はその意思を表示する機会を与えることなく、電話等の電気通信手段を介して一方的に契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること
千葉市	規則：消費者が契約を締結する意思がない旨を表示しているにもかかわらず、又はその意思を表示する機会を与えることなく、電話をかけて一方的に契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
相模原市	規則：消費者を訪問し、消費者の拒絶の意思表示にもかかわらず、又はその意思表示の機会を明示的に与えることなく契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
新潟市	規則：消費者の拒絶の意思表示にもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
静岡市	規則：○消費者に勧誘を受ける意思を確認することなく電話をし、又は訪問して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。 ○商品等の販売に関し、消費者が拒絶の意思を有していることが本人の言動やその時の状況等に鑑みて明らかであるにもかかわらず、消費者を訪問し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結

	させること。 ○商品等の販売に関し、消費者の承諾を得ないで、当該消費者に対し通信機器又は情報処理の用に供する機器を利用して一方的に広告宣伝等を行うことにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
名古屋市	告示：○不適正な電気通信手段による勧誘 消費者の拒絶の意思表示にもかかわらず、又はその意思表示の機会を与えることなく、電気通信手段を介して一方的に広告等を反復して送信することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
堺市	規則：○拒絶している者への勧誘等 ・消費者が住居等にはり紙その他の方法をもって拒絶の意思を表示しているにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為 ・その他消費者が拒絶の意思を有していることが明らかであるにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為 ○不当な電気通信手段による勧誘等 消費者が契約を締結する意思がない旨を表示しているにもかかわらず、又はその意思を表明する機会を与えることなく、電子メール、ファクシミリ等の電気通信手段を介して一方的に契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
神戸市	規則：○訪問販売又は電話勧誘販売に係る契約を締結する意思を持たないことを明らかにしている消費者に対して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
広島市	告示：○拒否後の接触行為 商品売買契約等の締結について拒否の意思表示をしている消費者に対し、勧誘すること。

※ 上記以外の市については、「執ように」「反復して」「強引に」「迷惑を覚えさせるような方法で」「威圧的な言動を用いて」等の要件が付されている。

4 都道府県の事例について

(1) 北海道

➤北海道消費生活条例

(不当な取引方法の禁止)

第16条 事業者は、消費者との間で行う取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為であって規則で定めるもの（以下「不当な取引方法」という。）を行ってはならない。

- (1) 消費者に対し、契約の勧誘の意図を示さずに接近して、又は消費者を訪問し、若しくは電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器若しくは情報処理の用に供する機器を利用することにより、消費者の意に反して若しくは消費者に勧誘を拒絶する意思表示の機会を与えずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

➤北海道消費生活条例施行規則

(不当な取引方法)

第3条の2 条例第16条第1項に規定する規則で定める不当な取引方法は、別表のとおりとする。

別表(第3条の2関係)

1 条例第16条第1項第1号の規定に該当する不当な取引方法

- (1) 契約の勧誘の意図を明らかにせず、又は契約の勧誘以外のこと若しくは主な契約以外の契約の締結が主な目的であるかのように告げて、若しくはそのような表示をして、消費者に接近し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 消費者が依頼又は承諾をしていないにもかかわらず、消費者の住居若しくは業務を行っている場所（以下「住居等」という。）を訪問し、又は住居等に電話をかけることにより、消費者の意に反して、又は消費者に対し勧誘を拒絶する意思表示の機会を与えずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (3) 消費者が依頼又は承諾をしていないにもかかわらず、ファクシミリ装置その他の通信機器又は情報処理の用に供する機器を利用して、契約の勧誘に係る表示を送信することにより、消費者の意に反して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

(2) 大阪府

➤大阪府消費者保護条例

(不当な取引行為の禁止)

第16条 事業者は、消費者との間で行う商品及び役務等の取引に関し、次のいずれかに該当する行為であって規則で定めるもの（以下「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。

- (1) 消費者に対し、不実を告げ、誤信を招く情報を提供し、威迫し、心理的に不安な状態に陥れる等の不当な方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

➤大阪府消費者保護条例施行規則

(条例第16条の不当な取引行為)

第5条 条例第16条の不当な取引行為は、別表の中欄に掲げる区分に応じ、それぞれ同表の下欄に定める行為とする。

別表(第5条関係)

(1) 条例第16条第1号に該当する行為

- ト 拒絶の意思を表明している消費者に対し勧誘し、又は早朝若しくは深夜に訪問し、若しくは電話をかける等の迷惑を覚えさせるような方法で、消費者の住居、勤務先その他の場所を訪問し、又は当該場所に電話をかける等により契約の締結を勧誘する行為

(3) 京都府

➤京都府消費生活安全条例

(不当な取引行為の禁止)

第15条 事業者は、商品等の取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為で規則で定めるもの（以下「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。

➤京都府消費生活安全条例施行規則

(不当な取引行為)

第2条 条例第15条に規定する規則で定める行為は、別表のとおりとする。

別表(第2条関係)

- (19) 消費者が勧誘を拒絶する旨の意思を示しているにもかかわらず、なおも契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (20) 消費者が拒否しているにもかかわらず、又はその意思表示の機会を与えることなしに、ファクシミリ装置を用いて送信する方法又は電子

メールにより一方的に広告等を反復送信して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

5 訪問販売お断りシールについて

(1) 消費者庁の見解

- シールだけでは、意思表示の対象や内容が不明確であり、業者がシールを無視して勧誘を行っても直ちに行政処分を行うことはできないが、事業者は、商道德としてシールを貼った消費者の意思を尊重する必要がある。
- 自治体が条例を独自に定め、シールを無視して勧誘した場合、条例違反として事業者への指導や勧告、事業者名の公表等を行うことは可能である。

(2) 本市における対応

現行の条例・規則においては、拒絶の意思を表明している消費者に対する勧誘を禁じる規定がないため、シールを配布しても、シールを無視して勧誘した事業者に対し指導等を行うことはできず、事業者による自粛や消費者の心理に与えるプラス効果等、事実上の効果にとどまることとなる。

(3) 訪問販売お断りシールに係る他の政令市における対応

作成の有無	作成している：16市 ※うち1市については県が市センター名を併記したシールを作成 作成していない：3市
配布の時期	17年度：1市， 18年度：1市， 20年度：2市 21年度：7市， 22年度：5市
配布の対象	全世帯：3市 希望者等：13市
シールの 記載内容	「訪問販売お断り」の前に「悪質な」等の限定付：14市 単に「訪問販売お断り」と記載：1市 上記2種類を作成：1市
	警察署との連名又は通報する旨の記載：8市 消費生活センター単独：8市
条例・規則上の 位置付け	シール貼付家庭への訪問が禁じられていると解釈している市：2市
そ の 他	14市においては、玄関用のほか電話用のシールを作成している。