

京都市消費生活審議会消費者苦情処理部会 会議録

【日 時】 平成23年9月27日（火）午前10時～正午

【場 所】 京都市消費生活総合センター 研修室

【出席者】 消費生活苦情処理部会委員9名（五十音順）

池垣加織委員，糸瀬美保委員，佐久間毅委員，高田艶子委員，
永井弘二委員，本政八重子委員，森田政子委員，山本克己委員*1，
山本雅章委員

*1 消費者苦情処理部会長

消費生活審議会会長1名

大谷貴美子会長

表示・包装適正化部会のうち事業者団体に所属する委員2名（五十音順）

伊藤義浩委員，黒石悟委員

京都市

文化市民局市民生活部

市民生活部長

三宅英知

消費生活総合センター長

上野壽世

同課長補佐

土居和博 ほか

【概要】

1 開会

○ 文化市民局市民生活部長挨拶

本日は，大変お忙しい中，京都市消費生活審議会消費者苦情処理部会に御出席賜り，お礼申し上げます。

本部会は，消費者被害の防止に向けた取引行為に関する制度について調査・審議いただくため，審議会に設置しているものであり，本日は本年3月に引き続き不適正な勧誘行為に対する対応について御審議いただくためにお集まりいただいた。

この取組は，第1次計画からの検討課題であり，第2次計画の策定過程における審議会での御意見，あるいはパブリックコメントを踏まえ，第2次計画において推進施策として位置付けたものであり，当部会において審議をお願いしたい。

消費者の被害を未然に防止する有効な方策としては、消費者教育の推進、あるいは高齢者の見守りの仕組みづくりといったソフトの取組のほか、根本的には事業者指導の強化、被害発生を抑止するためのルールづくり、あるいは制度の構築といったことが考えられるが、前者のソフト面での取組については、本市としても従前から力を入れてきたところである。また、後者に関しては、一義的には、国において、消費者庁、あるいは消費者委員会に各種研究会等を設置し、検討が重ねられているところであり、法令上の権限等に照らせば、主に国や都道府県の所管によるところが大きいと思うが、市民の安心安全な消費生活を支える役割を担っている本市としても、対応できることについて検討・実施していきたいと考えている。

一方で、今後の事業実施に当たっては、事業者の方々への影響も考えられることから、十分な議論を尽くしていただいたうえで、一定の方向性を見出したいと考えている。

委員の皆様の活発な御議論と御審議をお願いする。

○ 京都市消費生活審議会消費者苦情処理部会長挨拶

今、部長からお話があったように、本日は不適正な勧誘行為、とりわけ訪問してくるタイプの勧誘、最近は訪問販売だけではなく訪問買取りもあるので、訪問販売だけではないと思うが、そういうものについて、どう京都市として対応していくかについて御議論いただく。

今日は審議内容自体が、事業者の活動に対して一種の抑制を伴うという方向の議論となることから、どこまで抑制していいのか、事業者の営業の自由とも関わる問題なので、私の判断で、オブザーバーとして事業者団体の委員に参加いただくことにした。その点を御了承願いたい。

2 議事

不適正な勧誘行為に対する対応（訪問販売お断りシール作成等）について（資料1～5）

山本部会長 資料に基づき、事務局から説明願いたい。

【事務局から説明】

[資料1]

- 不招請勧誘に係る対応の状況について説明。

[資料2]

- 京都市消費生活相談の状況について説明。

[資料3]

- 訪問販売及び電話勧誘販売に関する市民アンケート調査中間報告書について説明。

[資料4]

- 京都市消費生活総合センターへの相談事例について説明。

[資料5]

- 訪問販売お断りシールの作成等に係る検討について説明。

山本部会長 シールについてはお金の掛かる話であり、京都市の財政が苦しいのは皆さん御承知のとおりだが、消費者庁の創設に伴い国から交付された交付金があるので、それが使えるうちに実施しないと、その後になると予算的に厳しいものがあると思う。条例をどうするかという問題についても、永井委員をはじめ、改正の方向も検討すべきだという御意見を頂戴しているが、差し当たりシールをどうするかに絞って、議論を始めたいと考えている。よろしいか。

(委員一同了承)

山本部会長 それでは、シールについては訪問販売お断りシールと、電話機器等に貼付するシール、これはセンターへの電話相談を奨励するというような意味合いのシールという説明だったが、この電話機器貼付用のシール作成については特に大きな問題はないと思うので、これは作成する方向で進めてよいか。もし異論があれば、おっしゃっていただきたい。

(委員一同意見なし)

山本部会長 これは単に情報提供というか、消費者の生活に関わる問題の相談窓口をお知らせするというだけなので、特に問題はないと思う。

それでは、先ほどの説明にもあったように、訪問販売お断りシールについては、文言、作成名義人、配布方法が密接に関わっている。どれからという風に議論を進めることはできないので、この三つのどこからでも結構なので、御意見があればお願いしたい。伊藤委員と黒石委員はオブザーバーなので、最終的に意思決定する際には加わっていただくことはできないが、意見は御自由におっしゃっていただきたいと考えている。

それでは、御意見のある方は挙手願いたい。

山本委員 質問だが、先ほどシールの作成の所で、電話用も併せて作成することについては、予算的にもそれほど変わらないとのことだったが、シールそのものについて、訪問販売お断りと、「悪質な」というような、文言はともかく、形容詞を付けるシールを二種類作るという折衷案もあったが、その際に経費が倍掛かるということはないのか。その際も予算的には変わらないのか。

上野センター長 他都市の状況を見ると、2枚別々に作るというのではなく、1枚のシートに二種類提示するという形になっており、この方式であれば、経費が倍になるということはない。

山本部会長 他にないか。

糸瀬委員 特に配布方法に関してだが、事務局から、「悪質な」というような形容詞が付かない、単に「訪問販売お断り」という文言のシール作成と全戸配布という配布方法との組合せによる実施は困難であるとの説明があったが、被害を防ぐという観点から、希望者に対して配布するという方法では、周知徹底したとしても、どうしても情報が行き届かず、地域との関係が薄い方に限って被害に遭いやすいという実態もある。貼るか貼らないかは、消費者の選択に任せればいいと思う。被害を防ぐという観点からは、結局は全戸配布に近い周知方法を採用するのであれば、予算的な面や手間も同じだと思うので、是非、全戸配布の方向で進めていただきたい。その時点では特に自分には必要ないと思っけていても、その後色々な被害に遭う、あるいは家族状況、あるいは意識の変化に伴い、必要を感じられる方もあるかと思う。その都度シールを取りに行くのかという問題もあるので、とりあえずは配布して、必要を感じたときに利用していただくという方向が望ましいと思う。

文言に関しては前回の審議会でも申し上げたが、「悪質な」という文言を付けると、何が悪質なのかという解釈の問題にもなってくる。中途半端なものになりかねないという心配があるので、「訪問販売お断り」という方を選択して、後はそれを貼るかどうかという消費者の選択に任せるのがいいと思う。そういう意味では、両方を作成して選択していただくというのも、折衷案としてはあるかと思う。

山本部会長 作成主体については、どのようにお考えか。

糸瀬委員 警察署との連名は効果としては望ましいと思うが、その辺りは相手方の了解が必要とのことなので、まずは「訪問販売お断り」の文言で警察の了解を得られないとのことであれば、京都市独自に単独で「訪問販売お断り」でもいいかと思う。

山本部長 最もドラスティックな案が提案されたが、それ以外の御意見の方、あるいはこの意見に対してでも。

佐久間委員 反対の意見になるかもしれないが、また、効果については次回以降に検討するとのことだったけれども、この訪問販売のシールについて、法律上の効果を認めることはできないと思うが、仮にそれなりに実質的に意味のある効果を期待するのであれば、誰でも手軽に貼れるものにとすると、逆に余り実質的な効果を認めるにいくという方向にも働くのではないか。例えばだが、このシールを貼っていることによって、訪問販売に対し拒絶に近い意思を表明しているという扱いを将来少しでもしようと思えば、消費者に選択を認めるということが近道になるのではないか。シールの記載内容だと、A案B案両方折衷したC案にしたうえで、各人が選択をしてどちらを使うかを選ぶ。配布方法も、皆に配ってお手軽に貼ってもらうのではなく、むしろ希望する方が一定の考えに基づいて入手し、自らの意思において貼っているとすることにより、そういう方向につながるのではないかと思う。今日決めるということではないが、どの程度の効果をシールに期待するのかということも、少しは考えて議論する方がいいのではないか。

山本部長 一律に配布したのでは、当該住人の意思を明確に反映したものとは言えなくなり、意思の内容が希釈化されて、それに基づいて規制を行うことが難しくなるという御意見だった。この辺りは非常に悩ましい。糸瀬委員がおっしゃったように、現実には被害に遭われる方は判断能力が衰えている方が多い。そういう人に周知徹底しても、周知が行き届かない。むしろ、親族やヘルパーが気付いて貼ってあげるということをしない限り、なかなか難しい。しかし、全戸配布したからといって、その意味に気付いて貼っていただけるかという点、必ずしもそうではない。恐らく、問題点は「悪質な」と入れるか、入れた場合には全戸配布はあり得るにせよ、形容詞を付けずに訪問販売とだけ記したシールを全戸配布するというのは、規制としては行き過ぎではないか。この点については私も事務局と同じ考えである。

永井委員 色々な御指摘があり、大変難しい問題だと思うが、この問題を考えるときに、特にアンケート調査の結果は大変興味深い。不招請勧誘の被害で一番顕著だと思うのは、例えば7ページで「断ったら、怒鳴られ、暴言を吐かれた」が3.8%、これは非常に不快な思いをしたということだが、これ以外に「購入・契約させられた」が0.2%、「断れなくなり、購入・契約してしまった」が1.7%で、これだけ見ても2%近い人が訪問販売によって意に反する契約をさせられてしまっている。直接、シールとは絡まないかもしれないが、電話勧誘でも同様である。特に、相談事

例の紹介でもあるように、先物取引や未公開株等の金融商品関連の被害は非常に高額になってしまっているというのが、実態としてあると思う。こういう実態を前提としたときに、例えば2%、3%が実数を反映しているとする、150万の京都市民に対して数千から数万人の人たちが被害に遭ってもおかしくないという調査結果だと思う。不招請勧誘の問題は、約半数の人はきちんと対応して断っているが、そうでない1~2%のお年寄り等が、極めて高額な被害に遭うというような状況をどうするのかというのが、この議論の出発点だと思う。そういう点からすると、先ほど、山本部長が指摘されたように、自分で身を守れる人はある程度守れるし、シールも希望することができる。論理が飛躍するかもしれないが、希望者に対する配布という形や、「悪質な」と付けたりする場合は、元々被害に遭わない人たちが更に重装備ができるということにしかない。1~2%の高額な被害に遭ってしまう人たちに対してどうするのかという議論の出発点から考えると、全戸配布をきちんとしたうえで、更に周知をどうしていくのかという点をきちんとしなければならない。「悪質な」と付けてしまうと、業者は自分は悪質ではないと言うので、被害に遭う人は遭ってしまう。

今回の不招請勧誘を、なぜ議論しなければならないのかという趣旨に立ち返ったときに、基本的には文言についてはB案だし、主体についても警察にできるだけ連携を取ってもらわなければいけないだろうし、全戸配布も当然前提で、そのうえでどのように周知広報を図っていくのかを最も議論しなければならない。佐久間委員はその点がなかなか難しいとのことだったが、サンクションをきちんと条例でやっていかないと、場合によってはセンターがシールを作成しているのに、センターとして何もできないことになってしまい、結局、消費者からの信用をなくしてしまうことになりかねない。この問題を議論する趣旨からすると、これに併せてきちんとしたサンクションを作っていくということになると思う。

山本部長 今の御提案だと、訪問販売一般について網を掛けて、そういう条例を作ることとセットになるべきだという趣旨か。

永井委員 そうである。

山本部長 そこが一番の問題点で、元々の問題である。特に警察には、訪問販売を一律に禁止したところで、罰則を付けない限り規制権限はない。警察の名前を出ることができるのかどうかは、根本的な問題である。規制権限のない主体が、こういうシールを作ることができるのかどうか。これは真剣に考えないと、過剰規制になりかねない。その点はどうお考えか。

永井委員 御指摘のとおりであり、基本的には条例でできるサンクションは民事効が不可能だという前提があると思うので、氏名公表等の中で、最終的に行政的な指導に違反した場合には罰則を設けるという形でやっていくべき問題だと思う。その条例ができない間にシールをどうするのかという議論は確かにあるが、最終的な形としては、きちんとした条例でサンクションを設けて、一定の指導をして従わなかった場合には氏名公表、あるいは罰則を適用するという形での条例改正が必要になると思う。

山本部長 今の点はいかがか。

佐久間委員 強硬に先ほどの意見を申し述べようというわけではないが、京都市が訪問販売お断りという一般的なシールを作り、全戸に配布するということは、メッセージとして訪問販売は本来受けない方がいいということに傾きがちになると思う。それが社会の共通認識であれば構わないが、そこまで行っているかどうかだと思う。私が単に直感として感じているのは、迷惑なものもあればそうでないものもある。まだ、行政が乗り出して、なるべくやめる方向にした方がいいということにはなっていないのではないか。しかし、少なくない被害が出ており、かつ、深刻なものがあるということも事実なので、それにどう対処するかだと思う。そこへの対処として先ほどの意見に戻るが、将来の具体的な規制を考慮することだけではなく、希釈化された形で配っても、行政からのメッセージということを考えるならいいが、そうでなければ、どこにでも貼ってあるということになってしまわないかと危惧する。もちろん、行き届かないおそれがないわけではないが、そこは徹底的に周知し、また、被害に遭うことが容易に予想される方々には、何らかの個別的な周知を図り、貼ってある所へは色々な所からの目が行き届いているという方が、個人的にはいいのではないかと思う。そうした方が、結果的には救える所が多くなるのではないか。

山本委員 基本的に今回のシールの作成という話の中で、先ほどのアンケートでも、まずシールの作成については市民の **75%** 近い賛成がある。配布方法についても、全戸配布が **45%** 近く、それから希望者のみも **55%** ということで、とにかくシールを作りましょう、それを何らかの形で配布しましょうということについては、特段の反対はないかと思う。事務局サイドから文言をどうするか、配布方法をどうするか、主体をどうするかという三つの論議のテーマが示された。もちろんシールの効果ということもあるが、シールを市民に配布すること、文言はともかく、悪質な訪問販売を社会的に減らしていこう、被害を防いでいこうということについて効果があるという方向を考えるなら、これはセンターへの注文になるが、もし全

戸配布ではなく希望者のみの配布になるとしても、配布することが市民の意識を高めると考えるならば、できるだけ全戸配布に近い、あらゆる市民が希望すれば取得できるという意味での広報の徹底、あるいはシールを配布する手法・手段については極めて市民が入手しやすいように考えていただきたい。

山本部会長 今の点については、京都市の広報誌に載せるだけでなく、もっと色々な回路を使ってということ、事務局としてお考えだということによいか。

上野センター長 まず配布方法だが、全戸配布の場合には、経費の観点から言うと、印刷代だけではなく、配送代が掛かることとなる。先ほど、他都市の状況を紹介させていただいたが、希望者のみに配布することとした場合、人口比にもよるが数万枚しか配れていない所がある一方、例えば神戸市は京都市と世帯数はほぼ同程度だが、二十数万枚配布したと聞いている。これが最終でなく、今後も継続して配布される途中経過の数値だとすると、相当数配布されていると見ることができる。お金を掛けて配布するのも一つだが、広報誌に載せて終わりではなく、出前講座等では当然啓発していくとともに、地域包括支援センター等の福祉関係、高齢者の見守りをされている所等にこまめに説明することにより、啓発とセットにするような形で広めていくことも大事かと思っている。そうすることによって、配布するだけでは余り理解されない方も、見守りの方から声を掛けられて貼ることができるのではないか。

我々が二種類作ってはどうかと考えたのは、先ほど資料4で幾つか事例を紹介したが、特に御本人以外からの相談事例で、本人は悪質と思っておられないケースである。「悪質な」というシールを貼ったところで、余り効果がないのではないか。御家族の方なり関係者が、この家にはそもそも訪問販売に来てほしくないという場合もあるのではないか。このため、それぞれの状況に応じて二種類作るという方法もあるのではないかと考えたものである。

山本部会長 今の点は、私はかなり重要なポイントだと思っている。訪問販売をおよそノーと言う人と、選択したいと思っている方両方いると思う。確認しないと中に入れない仕組みのマンションに住んでおられる方等は、訪問販売はおよそ来てほしくないという意味があって、そういう所に住んでおられると思う。他方では、自分に自信があって、きちんと対応できている方は来てもらっても構わないし、場合によっては契約しても構わないと思っている方もあるので、選択してもらうということが一つの考え方であろうかと思う。

永井委員 趣旨がよく分からなかったが、選択できるのであれば、別に「悪質な」と付ける必要はなく、「訪問販売お断り」にしておいて、配布して貼らなければ済

むことだろうし、また繰り返しになるが、あくまでこの不招請勧誘を議論すること自体の趣旨がどこにあるのかと言うと、建て前としては広く一般市民を守ろうということだろうが、本当の趣旨は1～2%の非常に深刻な被害を受けてしまう人への対応、この被害の温床が不招請勧誘だという大前提の認識があるはずである。そこから出発したときに、どのような規制をしないと意味がないのかという議論になっていくと思う。そもそもこの議論は、広く一般市民を対象にした議論では元々ないという所を確認できればと思う。

糸瀬委員 私も繰り返しになるが、「訪問販売お断り」という文言には、訪問販売は駄目なものだというメッセージよりは、ポイントは「お断り」という所だと思う。部会長がおっしゃるような、来てもらっても構わないという方は選択してもらえばいいと思う。訪問販売、あるいは電話勧誘行為全般を規制しようというよりは、来てほしくないという意思表示をきちんと必要な方にしていただける、そこにはもう行かないでくださいというメッセージを明確に発信するという、不招請という所がポイントだと思う。

山本部会長 ここはなかなか難しい所で、確かに趣旨はそうだというのの一つだが、皆が貼ってしまうかもしれない。そのときに京都市のスタンスとして、訪問販売についてどう考えているのかが問われてくる。ピンポイントで被害に遭いそうな人だけが貼ってくれるという制度設計ができればともかく、そうでなく、何となしに貼ってしまうという人もいる。そういうときにメッセージ効果がどう出てくるかというのは、一つ考えておかなければならないポイントである。おっしゃる趣旨は十分理解しているつもりだが、その辺りは非常に悩ましいと個人的には思っている。他に御意見があれば。

高田委員 私は結構家にいるし、年齢も高齢者の部類に入るので、もしこういったシールが家に来たらどうするか考えてみた。正直、AとBと両方あり、どちらかを選択してくださいと言われた場合、その意味する所が分からないと思う。できれば、きちんとその趣旨を伝えたいうえで、どちらかに決めた方がいいと思う。

もう一つ、私自身は家にいると色々な方が来られ、新聞等の訪問販売でそういう問題が起きているという情報は聞いたりするが、自分自身ではそういう感覚はない。訪問販売は、そんなに悪いものではないものもあるという気はしている。全ての訪問販売をお断りするという意識はないし、来たとしても断るときは断われる。そういう意味では、もしもそのシールを貼ったとしても、訪問販売全てを断るという意識はなく、悪質という、どこまでが悪質かという話になるが、迷惑でしつこい訪問販売は要らないということだと思う。できれば、その辺りをはっきりさせて、

迷惑な訪問販売についてはお断りしますという形をしっかりとっていただければ、そのシールは貼る。ただ、「訪問販売お断り」というシールをもらっても、迷惑に感じる人の所だけノーだと思って貼るかもしれない。もしそうだとすれば、そのシールの趣旨とは少しずれていると思う。全ての訪問販売はお断りと伝わってしまう所がある。そういう意味では、はっきりと迷惑な訪問販売お断りという明示をしていただきたいと思う。もし、しつこい迷惑な訪問販売が来たときの対応を考えると、そこに警察に入っていただくことは、消費者からすると安心の一つになると思う。

配布方法だが、例えば行政から配布された場合、御記憶の方もいらっしゃると思うが、避難場所についてというのが、3.11以降消防署から配布されたが、突然配布されたりすると「これは何？」と色々な問合せを受けたり、非常に皆が戸惑った。全戸配布もそういうことがないような形で、特にこういう理解し難いものについては難しいのではないかと思う。確か、京都市では平成16年から地域の安心安全ネットワークの形成事業ということで、全学区が取り組んだということだし、そういう所にきちんと趣旨を説明したうえで、それぞれの学区ごとに配布すれば、地域住民も安心安全という辺りでよく分かる。一般消費者は、隣が貼っていればうちも貼ろうかと思うが、うちだけ貼るのは嫌だというのがある。そういう意味でも、地域の自治会やネットワークのシステムを使って、情報をきちんといただいた形で、その地域の全戸に貼るようにすればいいのではないか。

山本部長 「悪質な」よりは、「迷惑な」の方がいいのではないかという御意見である。後に条例を改正して何らかのサンクションを加えるというときに、「迷惑な」と「悪質な」とで何か変わってくるか。法制課に確認しないと分からないような話だが。

上野外長 シールの文言で変わってくるというより、規則等の規定や実施要領というような形で解釈・基準を定めていく際に検討することとなると思う。

山本部長 「悪質な」というのは、多分二とおりの意味があると思う。勧誘行為の在り方、今おっしゃった「迷惑な」というもので、暴言を吐いたり、しつこくて帰ってくれないとか。もう一つは、契約内容が不当であるというのと、両方含んでいる。しかし、問題としては恐らく前者だろうと思う。そうすると、「迷惑な」でもいいのかもしれない。契約の中身に立ち入るべきなのかどうかということと絡んでくるという気がするが。

永井委員 私も「迷惑な」というのは、非常に興味深く聴かせていただいた。「悪

質な」というのは客観的な判断で、ある意味、事後的な判断が要求される。「迷惑な」というのは、あくまで勧誘における主観的なもので、客観的に迷惑ではないと感じる人もいれば、迷惑だと感じる人もいた場合、迷惑と他の人が感じなくてもその人が感じたなら、それは駄目だという位置付けがもしできるのであれば、それは検討に値すると思う。ただ、そこまで行ってしまうと、別に「迷惑な」と付ける必要は全くなく、「訪問販売お断り」で基本的には構わない。よくこの不招請勧誘の問題で議論になるのは、アンケートにもあったとおり、新聞が一番多い。新聞は月間購読しても 3,000 円～4,000 円ぐらいで、それを迷惑と思っている人は少ないのではないかというのが、非常によく議論される所ではある。今回、シールでそこを対応するという事にはならないのではないかと思っているが、それを後々作る条例等で、例えば秋田の条例案では 5,000 円以下のものについては除外するとか、そういったことで対応していくようなことで足りるのではないかと思う。

山本部会長 今の文言の点で、高田委員からの御提案について、他に何かあるか。一つの魅力的な案で、永井委員がおっしゃったように、住人の感じ方を中心に据えている。「迷惑な」というのは、勧誘行為にターゲットを絞っているというのが、より明確になるのではないか。私自身は非常に興味深く伺ったが、その点はいかがか。

池垣委員 私も高田委員と同様に、主婦なので平日は昼間家庭にいる。訪問販売に来られたときに、迷惑というのが一番困ることであって、悪質というのは後で個人が判断することだと思う。本当に新聞の勧誘に辟易することは、断ったら家の前に自転車を 2 台縦に置かれて車が通れないようにされたこともある。それは迷惑なので、そういう意味で言うと、本人の主観的なものであって、判断するのは私自身だと思う。

シールについては、消防署と同じように、いきなり配布されると訳の分からない人は、京都市がこういうことを規制しているみたいに感じたりするので、配布するにはそれなりに周到な広報や情報を徹底しないと、間違った方向に行くのではないか。一般市民に急にこういうものが回ってきたら、京都市が推し進めているように思ってしまう。地域包括支援センター、地域の自治会や、住民票を移転されてくる方に紹介していくのも一つの方法かと思う。作ることに對しては賛成だが、これをいかに一般市民に分かっていただくかというのを検討しないと、誤解を招くのではないかと、一般家庭の主婦としては思ってしまう。

山本部会長 難しい問題なので発言を強制するわけには行かないが、今まで御発言になっていない方にもし御意見を頂けると、今後の審議の参考になると思うが、い

かがか。

大谷委員 議論を聞いていて、シールに、例えば消費生活総合センターとか京都市と名前が入るのであれば、京都市全体が訪問販売を規制しているという感じになる。京都市の名が表記されるのであれば、「悪質な」なり「迷惑な」なり付けておかないと、一切の訪問販売を京都市として認めないという方向に動いているような誤解を招くのではないか。

永井委員 今の会長の御意見や先ほどの佐久間委員の御意見と同じで、訪問販売一切を基本的に規制するというのが、社会的なコンセンサスになっているかどうかだと思う。何度も言うが、この問題は少数かもしれないが、極めて深刻な被害をどうするのかという所から出発していく議論で、その議論をきちんと詰めていくと、不招請勧誘自体が極めて大きな温床になっているということが、必ず明らかになってくると思う。社会的コンセンサスがどのようにできるのかを考えたときに、何もしないでじっと待っていて出来上がるには、恐らく、他都市がそういったことをしてきて初めてコンセンサスがあるようだというので、京都市が動くということにしなければならない。行政は、むしろ社会的コンセンサスを主導する場面があってもいいだろうし、これだけの被害を目の前にしたときには、対応を行政自身が主導してコンセンサスづくりをしていく側面も、非常に重要な役割を担っていると思う。京都市が訪問販売全般を規制していると受け取られるのは、確かにおっしゃるとおりかもしれないが、むしろそうでなければならない。もちろん色々な批判が出てくるとは思うが、基本的な方向性として決して間違っていないと思うし、むしろ自信を持ってそういう規制をしていくべき時期に来ている。社会的コンセンサスも、他都市の状況を見ていく限りではあると思っている。

佐久間委員 社会的コンセンサスがあるかないかはよく分からないと申し上げたところだが、よく分からないというのは、もしかしたらあるのかもしれないということも含んでいる。取引社会の主体である個人の集積という形で示す方が、私はいいのではないと思う。周知方法の計画をかなり綿密に立てて広く周知して、行政が差し出したということではなく、個々人あるいは家庭が自ら先覚者という形で、一斉に京都市内で貼り出されることになると、京都市内で広く悪質なあるいは迷惑な行為を必然的に伴う訪問販売という業態そのものについてお断りだという、社会からの意思が示されるのではないか。全戸配布をするからいいというよりは、広く周知して市民にも啓発して、その意思を積み上げていく方がいいのではないかというのが、私の意見である。

三宅部長 各委員の御意見を頂戴していて、確かに永井委員がおっしゃるとおり、行政がリードして社会的コンセンサスを作っていくという使命を帯びているというのは、成る程と感じている。ただ一方で、この訪問販売お断りシールを行政として全戸配布していくというのは、私どもの持っている感じでは、まだそういった環境が十分出来ていないのではないかと感じている。

「迷惑な」という点については、その行為に対する抑制効果ということになるかと思う。そういう点については、良い御発案をいただいたと思う。もう一つは、多くの方はそういった必要でないセールス、訪問販売であれば、お断りができること。この行為が通常できないと判断できるような、社会的に援護を要するような方に関しては、迷惑であるかどうか、必要であるかどうかすら判断できないということがあるので、文言を工夫し、丁寧に使い分けていくということも重要なのではないか。これは結論でも何でも無いが、行政の立場から私が感じた所をお話させていただいた。

永井委員 私の発言が若干中途半端だったので、議事録もあるので私の意見として発言させていただく。先ほどの高田委員からの「迷惑な」というのは非常に興味深くお聴きしたが、まさに今、部長がおっしゃったとおり、先ほどから私が言っている1%～2%の深刻な被害を防止するためには、「迷惑な」等を付けているようでは、解決は実はしないと思っている。私の意見としては、そういったものがない、訪問販売を一般的に断わるという形で対応すべきだと思う。部長がおっしゃったように、それぞれ個別にそういった対応が綿密にできるのであれば、それはそれでいいかと思うが、本当にできるのかについては非常に疑問に思わざるを得ないところもあるので、その点だけ述べさせていただく。

山本部長 訪問販売お断りシールに賛成している方は74%いらっしゃる。その中でなぜ断わりたいかと言うと、うっとうしいから嫌だという人も相当いると思う。それが、先ほど高田委員がおっしゃったニーズだと思う。池垣委員もそういう趣旨の御発言だったと思う。そういうニーズをくみ上げていくというのも必要なことで、今回のシールの作成が、永井委員が問題にされているようなことだけをピンポイントで行うようなものなのか、それとも、市民一般が多く望んでいる、家事をしているのに1～2時間も家の前に立たれて嫌だ、何とかしたいというニーズ、両方のニーズに応えることが必要かどうかは、考えなければならない問題だろうと思う。C案というのは、正にそれを狙っている。そこの仕分けが本人の手元にうまく行くかどうかというのは、おっしゃるとおり。そこは啓発・広報活動をいかにうまくするか、それからシールに添付する説明書が分かりやすく、こういう人にはこちらのシールがいいですよというような説明をうまくできるかどうか。そういう辺りと絡

んでくるのではないかと感じた。

論点は大分明確になってきたと思う。ターゲットをどう考えるかという問題が、一番大きな問題である。一般に広いニーズがあるということに因應すべきだという考え方と、本当に深刻な被害を防止するためにこのシールを使うという考え方の両方あるが、この点について御意見があれば伺いたい。

本政委員 シールの件だが、既にシールは各家庭に貼っていただいている現状である。シールが貼ってあっても、訪問販売が続いている。ただのシールで本当の意味で防げるのかどうかという疑問を持っている。それと同時に、先ほどから予算等の話も出ているが、軒並みシールが貼られていても訪問販売は続いているので、それなら消費者よりもその前に業者の方に、訪問販売はいけないというある程度の文言を入れていただくような方法で制止が効けば。全家庭にシールを貼る云々の前に、もう一つ問題があるのではないかと思う。御検討をお願いしたい。

山本部長 今のは、お断りでは弱いのではないかという趣旨か。

本政委員 二つ三つ貼っていても色々と訪問しているという現状があるし、他からも貼っていても余り効果がないと伺っている。

山本部長 それは、シールの文言を決めたうえで、その後どのように行政的な規制を掛けていくか、場合によっては刑事罰を科すか、という辺りの問題とリンクしている。文言については、お断わりでいいということか。

本政委員 そうである。

高田委員 ターゲットをどうするかという話だが、このアンケートで、シールを作るのに賛成であり、「さっそく玄関、ポストなどに貼る」と 21、22 ページに書いてあるが、22 ページの図 15 に「訪問販売をすべて一律に拒否する気持ちはないので貼らない」とあり、ある意味で訪問販売自体が悪で、色々な被害の温床だというような所まで消費者が思っていないのではないかと思う。

16 ページの「商品等を購入・契約した理由」の所で、「執ように勧められ断り切れなかった」という方が 26.5%あるが、それ以外は「勧められ気に入った」「以前から欲しいと思っていた」「通常価格より安かった」と、いわゆるプラスの意識のようなものがある。ある意味で、迷惑な訪問販売は要らないが、別に全ての訪問販売を拒否するつもりもないというのが、今の消費者ではないかと思う。確かに、永井委員がおっしゃるように、断われる人はいいが、1～2%の方が大事だという話

があるが、そういう方がそのシールを貼ったからといって、本当に効果があって、その方もそのつもりで対応できるのかという点については、少し不安に思う。1～2%の本当に判断ができない方については、周りの目がすごく大事なので、逆に言えば、これを配布するときに地域に趣旨を説明して啓発することによって、そういう方たちへの手厚いサポートが生まれればいいと思う。このシールを貼るだけでそこまで全部望むのは、少し無理ではないか。

しつこくて問題がありそうな訪問販売については、まずは駄目ですよということを言って、なおかつその裏付けとなる法律的な所を手立てしていくという形が、今の市民にとっては一番実情に合っているのではないか。

糸瀬委員 今のお話にもあったように、やはり、シールを作っただけでどうなのかという効果の点は、すごく皆さん気にされていると思う。それと、消費生活総合センターの表示をして、どういう効果が得られるんだと、貼ったけど何もしてもらえないという苦情もあり得ると思う。結局はこのシールの意味付けと、このシールがどのようなサンクションを与えるのかという点と、迷惑ではない望んでいる訪問販売、消費者の利益を害さないもの、あるいは御用聞きのように被害のないものという形で、単にこのシールを作って配布するだけというよりは、このシールを京都市としてどのように位置付けていくのかについて、統一的なものを考えていただきたい。

前回の審議会で山本部会長から宿題も出たので、弁護士会の方で色々な規制の方策であるとか、個々の保護法益の問題について少し整備させていただいて、永井委員と私のあくまでも私案ではあるが、事務局には条例案みたいなものを提出させていただいている。どこかの機会に、参考として議論の資料にしていいただければと思っている。

山本部会長 今のお話を伺っていると、C案はまずい点もなきにしもあらずである。形容詞付きのものを選択してくださいということになると、形容詞付きでないものを貼っている所はカモだと思われて、かえって訪問販売業者が来るのではないかとすることがあり得る。一律であればそうは思われないうと思うが。そこは考えないといけないと思った。

永井委員 高田委員に御指摘いただいた点は、この問題を考えるときに最も根本的なスタンスの話だと思う。うっとうしい勧誘を排除してほしいということも、もちろん趣旨として入ってくるだろうし、それに対してどう応えていくかという議論も必要だと思うが、あくまで議論の出発点は1～2%の人をどうするのか、その被害をどのように防ぐことができるのかというところにあったということは、私はス

タンスとしては崩してはいけないと思う。今後の議論の中で、迷惑な押売りを排除してほしいというニーズと、1～2%の被害をどのように防ぐのかというニーズを前提にしたとき、何らかの方策がもし矛盾したときには、どちらを取るのかというスタンスの問題だと思う。矛盾しなければいいが、仮に矛盾したときは1～2%を採るべきというのは、不招請勧誘の議論の出発点だと思っている。

それともう1点、先ほどから好ましい訪問販売は排除する必要はないということで、これも必ず不招請勧誘の議論では出てくることだが、好ましい訪問販売は排除しなくていいと思っておられる方々というのは、本当に悪質な被害を生むような訪問販売は撃退できる方だと思う。訪問販売というのは、あくまで全く消費者の方から要請がない、正に不招請で、要請がないのに来るものを指す。悪質な訪問販売を撃退できる方は、あらかじめ業者を自宅に呼んでいただくことも十分可能だと思う。訪問販売を規制したからといって、消費者の利益が損なわれるということは、基本的にはないと思っている。一番大切なのは事業者の営業の自由だろうが、事業者にとっても訪問販売をしなければ営業ができないわけでは全くないので、不招請勧誘を検証する趣旨と見比べたときには、一定犠牲にされてもやむを得ない利益だろうと思っている。

山本部会長 論点はほぼ明確になったのではないかと思います。時間が迫ってきたので、今日の議論を踏まえて、何らかの提案を親会議の方にできるように、もう一度議論の機会を設けてはどうかと思うが、よろしいか。

事務局の方でも、全戸配布案と、仮に希望者に配布するとなった場合、周知方法についての素案のようなものもたたき台として出していただき、それを基にもう一度議論して、部会としての意見を取りまとめることとさせていただきたいが、よろしいか。

上野センター長 本市としても、シールを作ることが最終目的ではなく、これをツールにして被害防止に資するよう啓発効果を広げていければと考えている。今日は貴重な御意見を賜ったので、本日の御議論を踏まえてもう一度整理してみたい。

山本部会長 それでは、熱心な御議論をいただき、ありがとうございました。
本日の審議会部会はこれで終了とさせていただきます。

(閉会)