

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11月14日（月） 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】 消費生活審議会委員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・審議会会長代理

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，早瀬善男委員

京都市

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（相談係長）	土居和博 ほか

【概 要】

1 開会

- 京都市消費生活審議会消費者苦情処理部会長挨拶

前回に引き続き，本日は訪問販売お断りシールについて，来年度どのように実現していくかという点に関し御審議いただきたい。

なお，冒頭に事務局から説明があったように，事業者側の委員お二人にもオブザーバーとして出席いただいている。

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

【事務局から説明】

資料に基づき，前回の審議状況について確認したうえ，事務局案について以下のとおり説明。

上野センター長　訪問販売お断りシールの作成、配布については、市民アンケートの結果、7割以上の方が作成に賛成しており、配布されれば貼るという回答を得ていることから、地方消費者行政活性化基金を活用し、作成する方向で予算要求を行っていく。

電話機器に貼付するシールについても、消費生活総合センターの周知に寄与するとともに、電話が掛かってきた場合に断るきっかけにもなる。また、万一、一旦承諾してしまった場合でも、すぐにセンターに相談してもらえるとという効果も期待できる。訪問販売お断りシールと電話機器に貼る注意喚起用シールを1枚のシートで作成すれば経費も高額にはならない。作成に対して反対意見もなかったため、作成の方向で進めていくこととしたい。

シールの内容と配布方法については、前回の部会において貴重な御意見を頂戴したが、いずれの案にもメリット、デメリットがあり、それらを踏まえ、事務局として検討した案について御説明させていただく。

事務局案としては、「迷惑な訪問販売、訪問買取りお断り」というシールを消費生活総合センターと京都府警察本部の連名で作成し、全戸配布することを考えている。訪問販売という商法が一律に禁止されていない中で、「訪問販売お断り」というシールを行政の名の下に作成し、配布することは過剰規制になるものと考えられ、行政としてはできないと判断した。事務局として検討した結果、「迷惑な」という形容詞を付ければ、「悪質な」よりも消費者の心情に近く、事業者側も「迷惑ではない」という反論がしづらいということから、より適当な表現であると考えたものである。

京都府警からは、訪問販売を一律禁止するかのような誤解を招く「訪問販売お断り」という文言のシールに警察の名前を入れることには難色を示されているが、悪質事案の規制への協力については前向きな回答をいただいております、警察との連名の方が抑止力としては優れていると考える。「迷惑な」という形容詞が付くことによって効果が激減するということは考えにくいのではないかと。「迷惑な」という形容詞が付くシールと付かないシールの二種類を作ったとしても、一般の消費者には、その違いが分かりにくいと思われる。また二種類作った以上はその違いを丁寧に説明する必要があるが、断ることが困難で被害に遭いやすいと思われる方に対し、「迷惑な」という形容詞が付かないシールを貼るよう勧めていくこととなると、「訪問販売お断り」というシールを貼付している所は被害に遭いやすい家庭だということを外部に知らしめる結果となり、標的になるおそれがあるということを考えると、「迷惑な訪問販売お断り」というシールを一種類作成し、広く市民の皆さんに貼っていただく方がいいだろうという結論に達した。それでは深刻な被害を防ぐことはできないのではないかと問題点は残るが、不招請勧誘に関する被害をシールの貼付だけで解決しようということ自体、無理なことであり、シールの配布と併せてその他の方策を実行していくべきものと考えている。

また、アンケート結果を一定尊重する必要があるが、規制についての市民アンケート結果は、「訪問や電話を望まない者への勧誘を禁止すべきだ」という意見が41%あった反面、「法令で全面禁止すべきだ」という意見はその半分の20%だった。「要請がある場合のみ勧誘を認めるべきだ」という意見が16%、規制は必要ない、あるいは規制には反対だという意見は14%だった。これらの意見を踏まえると、「訪問販売お断り」というシールを作成し一斉に配布するという方法では、広く市民の方の理解を得にくいのではないかと考える。このようなことから「迷惑な訪問販売お断り」という文言のシールを事務局案としては提案するものである。

またアンケートで、これまで受けた訪問販売の種類について尋ねたところ、貴金属の買取りが2位となっている。販売は特定商取引法の規制対象となっているが、買取りは対象外であるため、現在、国において対応が検討されている。そこで、この時期に作成するというタイミングから、訪問販売に加え訪問買取りの文言を入れたシールの作成を提案するものである。

配布方法については、アンケートでは全戸配布と希望者配布がほぼ拮抗していた。他都市の状況を見ると、希望者のみに配布している市では、数万枚単位というものが多かったが、その場合、世帯の数%程度にしか行き渡らないという状況が認められたが、これでは効果が薄いだろうと思われる。政令市のうち3市では数十万枚単位で配布されており、そのうちの2市は複数年掛けて配布していた。シールは基金を活用して作成することとしているが、来年度が基金取崩しの最終年度となっており、25年度に予算を確保できるという保証は全くなく、困難であると判断している。そうであれば24年度予算で配布予定枚数を発注してしまわなければならないということになるが、一挙に配ることができなければ収納場所の確保が難しいという物理的な問題に直面するのではないかとと思われる。このようなことから、市民にとって迷惑な訪問販売を京都市域から排除していくということを表明するためには、より多くの家庭に貼っていただく方がいいだろうということで、全戸配布をしていきたいと考えた次第である。

なお、全戸配布に当たって懸念される点が二点ほどある。シールを全戸配布しても、市民からすると何が配られたのか分からず混乱するのではないかとということと、行政側も配布したらそれで終わりとなってしまいかねないということである。これらの懸念への対応として、配布方法は、市民しんぶん区版への挟み込みの全戸配布を考えている。単にシールを配布するのではなく、訪問販売や電話勧誘販売に係る相談事例や悪質商法に遭わない心得、シールの作成趣旨等を詳しく説明し、それと併せてシールを配布するということで周知を図っていく。配布以降、転入された世帯やうっかり廃棄してしまった方のために予備分を作成し、常にセンターや区役所、支所でお渡しできるようにする。民生委員等や関係機関にも丁寧に説明し、周知を図り、理解いただく。このようにきちんとした説明を前提として、全戸配布すると

いう方法が採れないかと考えている。事務局案については以上である。

山本部長 訪問販売の問題点として、シールの問題と悪質な勧誘行為があった場合の法的な対処の問題の二点がある。シール作成には都道府県に造成された基金を活用する予定だが、基金は来年度までに執行する必要があるため、本日はシールについて重点的に審議したい。悪質な勧誘行為の問題については、シールについての議論が終了してから審議することとし、本日はシールの文言と配布方法について議論いただきたい。「悪質な」「迷惑な」といった形容詞を付けるかという問題があるが、「迷惑な」の方がより制度趣旨に合致し、消費者のニーズに合致するという点で合意形成ができた点と理解している。異論があれば意見を出してほしい。「迷惑な」という形容詞を付けるかどうかは本日の大きな論点である。その議題に入る前に、事務局案としては、訪問買取りも対象とするとしているが異論はあるか。

(委員一同異議なし)

山本部長 現在、貴金属の訪問買取りが横行していると報道されているが、買取りは従来の消費者保護規制で抜け落ちていた部分である。それを先取りすることは京都市の見識を示すことになる。また、実際のニーズもある。訪問買取りも盛り込んでよいのか。

(委員一同異議なし)

山本部長 異議がないので、訪問買取りについても盛り込むこととする。警察との連名についても異議はないか。

(委員一同異議なし)

山本部長 異議がないので、京都市と京都府警の連名でシールを作成することとする。次に、「迷惑な」という形容詞を付けるかどうかについて意見をいただきたい。

永井委員 「迷惑な」というような形容詞が付かないと警察との連名は困難と理解していいか。

上野センター長 9月27日の苦情処理部会の開催に先立ち、京都府警と事前に協議をしたところ、悪質な訪問販売の規制については賛同を得たものの、現在、訪問販売が全面禁止されているわけではない中で、京都府警という名前を出して「訪問販売お

断り」と表出することには難色を示されたものである。

永井委員 絶対に駄目というわけではないのか。

上野センター長 了解を得るのは難しいと感じている。

山本部長 訪問販売自体に対する規制権限を京都府警が持っているわけではない。
犯罪に結び付くような訪問販売については警察も協力できるという趣旨だと理解
していいか。

上野センター長 そういことである。

永井委員 配布方法について、不招請勧誘による被害をなくしていくという趣旨
からすると、もちろんシールだけで根本的に防止することは難しいことは分かる。
今回のシールを前提としたとき、国レベルの法律がどうなるかという問題もあるが、
条例的に何らかの法的な措置を検討していく、講じていくときに、今回のシールと
の連動について構想はあるか。

上野センター長 現在、規則改正等について、具体的に詰めることはできていないが、
少なくとも現在の京都市の規則では、執ような不招請勧誘を禁じている。しかし、
どういったものが執ようであるのかが分かりにくい。このため行政指導も困難にな
っている。もう少し明確にしていくべきだと考えている。平成 20 年の特定商取引法
の改正により、訪問販売の再勧誘の禁止が規定されたが、京都市の規則は平成 17 年
に制定しており、一定の見直しが必要であると考えている。

永井委員 「悪質な」「迷惑な」という形容詞を付けると、将来的に何らかの不招
請勧誘禁止と連動させていこうとした場合に大きな足かせになるおそれがある。訪
問販売自体が法律で禁止されていない状況下では、行政は「訪問販売お断り」のシ
ールに行政の名前を載せることに難色を示すと思うが、条例ないし法律によってオ
プトイン規制を行うこと自体が憲法違反になるとは思えない。それが無い状況下で
はシールを配れないというのは本末転倒で、シールを配ることによって行政が訪問
販売を全て禁止する立場に立っていることにはならない。従前から言っているよ
うに、不招請勧誘をオプトインないしオプトアウトで規制していくことは歴史的な
流れになってきていると思う。ここで行政が一律禁止することは困難だということ
を考える必要は余りない。「迷惑な」というような形容詞が付くと非常に大きな足
かせになると考えるので、付けるべきではないと思う。

佐久間委員　ただ今の永井委員の御意見、御懸念については理解できるが、この件について思ったことを申し上げたい。「迷惑な」という形容詞を付け、1枚のシールを作成し、全戸配布するということだが、前回の議論の中で、シールの作成、配布によって目指す目的が二つあると言われている。一つは被害の防止に努めるという目的、もう一つは日常生活を送るうえでうっとうしいと感じる訪問販売への対応ということである。今日の事務局案を聞いていて、後者について、行政として何とかしようと思き出していると感じた。前者については、シールの配布と直接連動させることはない。ただ、しないと決めたわけでもないの、それはそれとして、今後なお検討の余地はあると私は受け止めた。これはいいやり方だと思う。というのも、シール配布による個別被害の防止に大きな期待をすることもできないし、個別被害を防止しようと思うと、きめ細やかな対応が必要になると思う。言葉は悪いが、今日の提案は、シールの配布及び効用を期待するための方策としては、細かく対応することはできないということを行っていると思うので、仮にそうだとすると、問題はなお残るということで整理することができるのではないかと思う。

三宅部長　御指摘のとおり、「迷惑な」と付けることにより、今後、法整備が進んだ際、あるいは今後、京都市が法規的な整備をする際に直接的に結び付きにくくなると思う。本日、事務局案を提案したのは、一つは現実的な被害をどのようになくしていくのかという点、後は迷惑な勧誘を市民生活の中からどのように排除していくかという二点である。全戸配布する趣旨としては、消費者である市民に対して文書で啓発を行うことと、悪質、迷惑な訪問販売をしている事業者に対する抑止力になればよいという期待も込めている。現行法上、全ての訪問販売を禁止することを目的としたシールを作成することは困難であるため、このような事務局案としたものである。

山本部長　ただ今の点について何か意見はあるか。認知能力が低下している方をターゲットとした訪問販売とシールを結び付けるかどうかという点が一つの問題点となる。認知能力が落ちた人に対する対応は、本来、民法の能力制限制度で対処すべき問題であり、いわゆる成年後見を介して、その人が望ましくない取引をしたら後見人が取り消すという形で処理すべきである。例えば、地上波デジタル放送に切り替わる際、必ずしも必要のない高額な設備をお年寄りが買わされてしまった場合は、能力制限制度を利用して、判断能力が落ちた人に対する民法上のケアをしていれば契約の解除が可能であり、お金は戻ってくる。能力制限制度については、後見人制度の悪用を防ぐため、最高裁と信託業界、日弁連の間で協議が進んでおり、認知能力が落ちた方の財産管理をどうするかということについての一定の方向性が

恐らく来年早々には出てくるはずである。そういったものを見据えたうえで、弁護士会では、むしろそういった方にも是非力を入れて、能力制限制度を使っていくと。幾つかの方策を組み合わせで排除していかなければならない。組合せの一つとしてこのシールを入れるかということが今日の問題点であろう。シールはそれほど強力なのか。むしろ、配布を受ける方のニーズに応える方が先決ではないかというのが事務局案だろうと思う。その辺りに焦点を絞って議論いただきたい。

高田委員 私の所属するコンシューマーズ京都では、前回の部会の議論を受けて、会として検討した。「訪問販売お断り」というシールを作成、配布することについての委員の方々の意見は理解できるし、趣旨についても理解しているが、問題は行政の姿勢だと思う。前回の部会にも出たが、京都市が制度的に市民をリードし、この際、訪問販売を全面的に規制するのだという考えであれば、「訪問販売お断り」のシールでいいと思うが、そこまで踏み込むのであれば、現在の審議のコンセンサスは、やはり「迷惑な訪問販売お断り」であり、警察との連名であると思うので事務局提案に賛成する。

山本部長 京都市としての姿勢を、仮に訪問販売を全面的になくす方向に持っていくとすると、市議会で議決し、条例をもってしない限り無理である。ただ、条例でどこまで国と違う基準で営業規制が掛けられるかというと、かなり難しい。宝塚市のパチンコ条例は最高裁で違法とされた。そういった点を法制的に詰めたうえでないといけない問題であることを確認しておかなければならない。そこまでやるとなると、来年度以降、条例改正案を提出し、可決されたうえでの話になると私は認識しているが、その点について事務局はどのようにお考えか。

上野センター長 部会長の御指摘のとおりである。もちろんシールによって全てが解決するわけではないが、先行実施している他都市の状況を見ると、訪問販売員も断るとすぐに帰るようになり、そもそも訪問の回数も減ったというような一定の効果は上がっているようである。認知能力が全くない方に効果があるかという個別事案についてはともかく、シールの貼付によって、一定の効果はあるものと考えている。

永井委員 事務局で検討いただいたことは理解できる。不招請勧誘の被害者は認知症の方だけではない。先物取引や高額な布団の被害に遭っているのは真面目な方が多い。そういったものは、ほぼ 100%，不招請勧誘、つまり訪問販売で始まっている。訪問販売自体をオプトインないしオプトアウトできちんと規制していくことによって、重要な消費者被害は相当程度減っていくという意味では非常に効果のあるものだと実感している。このシールで全て解決できるとは思っていないが、できる

だけそれに近いものにしていきたい。そして、将来的な条例との連動が図れるようにしていきたいという思いが強い。そういった点からすると、「迷惑な」といった形容詞が付くと、将来のオプトアウト規制が連動したときに、本当にオプトアウトとしての実効性が保てるのかということを懸念する。オプトインを前提としたもので、消費者からの意思表示が要らないということであれば、今回のものでもいいかもしれないが、なかなかオプトインまですぐに行くことが難しいのであれば、今回のシールと将来のオプトアウト規制が連動したとき、「これは迷惑な勧誘じゃなかったから今回は規制対象外です」という言い訳を許す可能性も出てくる。こういった形容詞はできるだけ排除して、簡明な基準を作れるようなものにしていく方がより重大な被害の防止に役立つと思う。

消費者被害に対する防止は、民法上の色々な規制があっても、なお被害が発生してしまうという所が問題であり、既存の法体系の中で更に発生してしまった被害をどのように除去していくのかということが議論となっている。不招請勧誘によって非常に重大な被害が生じており、正に悪質商法の温床になっている点をどのようにしていくかという観点を持ちたいと個人的には思っている。

早瀬委員 今、永井先生がおっしゃったことはよく分かるが、訪問販売にも色々ある。例えば、生命保険会社の勧誘が悪徳かと言うと、私は悪徳ではないと思う。「迷惑な」という形容詞を外して全面的に訪問販売禁止としてしまうと、消費者の方は生命保険の勧誘も拒否することになりかねない。我々の理事会、総会で、生命保険業界の方から意見が出されると説明のしようがない。「迷惑な」という形容詞がふさわしいかどうかは別として、全面禁止よりも形容詞が付いた方がいいと思う。

山本部長 かつての証券取引法の規制対象であった有価証券取引に当たるものが、果たしてそれが被害と言えるかどうか自体疑問である。損失が出たら直ちに被害かと言うとそうとも言えない。損失が出るのは有価証券の本質である。ただ、その損失が出ることをちゃんと説明しなかったことが駄目だと。あるいは、説明しても損失を十分に受け止める力がないという人は最初から排除すべきだと。そうでない方にはちゃんと説明すればよいという仕組みになっている。そこをおよそ京都市だけで変えることは不可能だと私は考える。また、その手のものは訪問もあるが、電話勧誘も相当ある。つまり、シールでは電話勧誘を防止することはできないという点と、本当に被害なのかということについて見解は分かれる所だと思う。損失が出たら必ず被害だと言えないというのは、現行法の仕組みである。その所をきっちり位置付けていかなければならないと思う。

また、オプトアウト規制を行う際の桎梏（しっこく）にならないかということだが、私は全く問題ないと思う。オプトアウト規制というのは、あくまでも訪問を受

けた人間が嫌だと言ったら外れるわけだから、そこに善し悪しの問題はない。善し悪しを判断するのは、訪問を受けた人間だという考え方であるから、仮にシールを作ったとしても、私が迷惑を感じてノーと言えれば出ていってくださいということが入っているわけで、何も桎梏にはならないと思う。ノーと言ったのに来たというときに問題になる。あるいは続けて勧誘してきたときにどのように対処するのかというのがオプトアウト規制だと思う。「迷惑な」という形容詞を付けるとオプトアウト規制の対象から外れるということはある得ない。むしろオプトアウト規制というのは、訪問を受けた人の主観、嫌だということを大事にするという意味であるから、むしろ私は整合すると考える。ただ、「悪質な」と付けた場合は、縛られるという印象がなきにしもあらずである。これはあくまでも私の個人的な感想なので、異論があれば意見を出していただきたい。

糸瀬委員 消費者被害の救済に関して、損害についての考え方や被害について、救済することの難しさを日々の業務の中で実感している。電話によるテレビやインターネットの光通信サービスの契約勧誘が、訪問販売と共に増えている。どこの誰かを示さずに、また契約書も渡さずに契約させられてしまう。特に、地デジの関係で契約をしてしまったという方からの相談を受ける。これは通信事業に関わるため、特定商取引法の規制が及ばず、後からの救済が非常に難しい。できるだけ事前に被害を防ぎたい。深刻な消費者被害の入口として訪問販売が非常に多いというのは、アンケート、統計等にも表れている。「迷惑な」という文言を付けると消費者にとって断りやすいという理由が挙げられているが、断ることができる方はもちろん、断ることができない、悪質商法であることを認識できない方を被害から救うためにも、「迷惑な」という言葉を省いた文言のシールを作成していただきたい。現在、京都市の消費生活条例では不招請執よう勧誘が禁止されているが、執ようという文言を取れば、後は不招請勧誘を禁止するという形で端的に条例との整合性を図ることも可能なので、「迷惑な」という言葉を取った形でのシールを作成していただきたいと考える。

山本委員 シールの作成、配布の趣旨としては、少数とはいえ、深刻な被害に遭われている方がおられ、その救済、防止が大事な要素としてある。シール自体の効果を考えると、やはり京都市の条例改正につながる。条例で不招請勧誘が厳しく規制されるということまで視野に入れてシールを作成することが条例改正へのワンステップであると考えれば、京都市消費者苦情処理部会としては、消費者の深刻な被害を救済するという立場を重視した方がいいのではないかと考える。私は「迷惑な」という文言を入れるよりは、「訪問販売お断り」という文言とした方がいいのではないかと思う。

山本部長 　　これまで御発言のない方、意見があれば御発言いただきたい。

森田委員 　　訪問販売はかなり減ってきているように思う。どちらかと言えば、電話勧誘の方が多く、数箇月前には電話勧誘によって 150 万円ほどの被害に遭われた方がおられると聞いている。他学区の方から聞いたところによると、訪問販売お断りのシールを貼った後、訪問販売がかなり減ったという。最近シールが貼ってある家は若干少なくなっているが、全戸に貼ってあったときの状態が続いているとも聞いている。「迷惑な」という文言があった方が断りやすいので、入れてほしいという意見が多い。

池垣委員 　　アンケートの 15 番、訪問販売お断りシールの作成に賛成されている方は、法律等を全く知らずにこういうシールがあったらいいと簡単に答えているのではないかと推察される。法律上、訪問販売が規制されていない中で、訪問販売を仕事にしている方の仕事を奪うことはできないと考えると、シールを作成するのであれば、「迷惑な」という文言が入ったシールにした方がソフトな感じであり、貼りやすいと思う。

山本部長 　　意見が完全に分かれている。

永井委員 　　先ほど山本部長から、金融商品に関しては損失イコール被害ではないという御指摘があったが、正にそのとおりではある。しかし、これまで先物取引ほか様々な金融商品に関して賠償命令が命じられている判決は数多くある。もちろん全ての損失を被害だと言うつもりはないが、違法な勧誘の正に温床になっている所に重きを置きたいと思っている。全ての金融商品の勧誘が違法だとは言わないが、違法性の高いものがあり、それによって重大な被害が生じている場合がある。その温床になっているのが不招請勧誘であるという前提があって、そこにメスを入れなければならないというのが不招請勧誘禁止についての議論の出発点であることを確認いただきたい。

訪問販売を禁止してしまうと、一切の訪問販売なり電話勧誘なりができないということでは決してない。消費者から訪問してほしいという要請があれば全く構わない。そういう意味では、営業の自由を完全に奪うということでは決してない。一定の消費者被害の温床になるような対応の勧誘だけを消費者が嫌だと言ったら行かない、消費者の要請がなければ行かないといった形で一定の規制を掛けるに過ぎない。それについても確認いただきたい。

先ほど生命保険についての御意見があったが、生命保険の勧誘も大多数が違法で

ない形で行われていると思うが、かつて変額保険等大きな問題になったこともある。生命保険は大きな金融商品であるため、生命保険でも被害が起きていることだけは理解いただきたい。

山本部長 変額保険については、当初の商品設計を保険扱いしたことが間違っていたわけで、現在の議論としては過去のことだと考える。

早瀬委員 永井委員の意見はよく理解できる。しかし、そういう認識を持った京都市民、消費者は少ない。「迷惑な」といった形容詞の付かない文言にすると、消費者は善意の訪問販売も禁止されていると解釈して全てシャットアウトされてしまいかねない。そうなると組織が持たない。

高田委員 私は一消費者として、訪問販売について色々問題は聞くが、それほど悪いものではないと考えており、たとえ「訪問販売お断り」のシールを貼ったとしても、全ての訪問販売を断るという意識はないし、販売業者が来たとしても必要のないときは断ることができる。シールを貼る場合は、迷惑でしつこい訪問販売は要らないという意識でシールを貼るということを前回申し上げた。シールをもらった一消費者の立場からすると、そのシールの文言にそんなに難しい背景があるとは思わず、これを貼ったらしつこい販売員が来ないんだと思って貼るぐらいだと思うので、その辺りはもらった方の意識に合わせることも大事ではないかと思う。こちらが全く別の意図をもってお渡ししても、そこがちゃんと通じないような形で行政が配布するのはいかがかと思う。原則的な話もよく理解できるし、悪質な被害に遭われている方も身近におられるので、そういう方についても、色々方策を立てなければならないと思うが、全面配布となると、もらった方の意識にも配慮するという意味からも、「迷惑な」という言葉を付けた方がいいのではないかと思う。

山本部長 全戸配布について意見を出してほしい。

佐久間委員 全戸配布に反対するわけではないが、文言によって考えざるを得ない。しつこい場合や、来られては困るという場合に断りやすくしたいというニーズに応えるということであれば全戸配布でいいと思うが、永井委員のおっしゃるような意味を盛り込んだ形で全戸配布となると全戸配布には賛成しかねる。

山本部長 全戸配布に反対の方はいるか。転入者の方で希望される方に配布することは可能か。

三宅部長 全戸配布ということでまとまれば、基金を使って可能な限りの枚数を作

成しようと考えている。ストックを持ち、区役所や消費生活総合センター等の行政機関で配布できる形にすることを考えている。

高田委員 全戸配布については基本的には賛成である。全戸配布であるからこそ、「迷惑な」という言葉を付けて、受け取る方の意識に合わせるということだと理解している。ただ、今回の行政の提案で、市民しんぶん挟み込みによる全戸配布とし、民生委員・児童委員、老人福祉委員、地域包括支援センター等の関係機関に対しても周知するとあるが、これらは全て行政機関である。行政機関だけではなく、関係団体等を通じて周知を図っていただきたい。

山本部会長 検討いただきたい。

伊藤委員 不招請勧誘の防止というのは行政の仕事である。シールを作成し、配布して、あんたら自分で勝手に防御しなさいという形で丸投げしているように思う。京都市は市民に認識を持たせるという基本的なことを忘れていてのではないかな。銀行や自動車販売、牛乳等、善良な訪問販売がある。先ほどの事務局の説明では民生委員等に周知してという説明があったが、市政協力委員の協力を求める方がより広くカバーできるのではないかな。もっと市民に対して啓発をしてもらいたい。シールを貼っておしまいとなると、手抜きをして丸投げしているような気がする。

善良な訪問販売までもが禁止であるという認識を持たれると商いをしている者にとっては営業権に関わってくる。業者側からすると、「迷惑な訪問販売お断り」というシールが貼ってあると、私が訪問するのは迷惑かな、消費者に迷惑と受け取られるかなと訪問しにくくなる。

7年前に、悪質訪問販売お断りというチラシを貼ったが効果はない。シールを貼るのではなく、各町内に市民生活相談員制度を設置した方が効果的だと思う。今後の流れの中で一つお考えいただきたい。

山本部会長 市民生活相談員については、なり手の問題がある。今後の検討課題として受け取ることとする。

全戸配布について、異論はないということでもいいかな。

(委員一同異議なし)

山本部会長 「迷惑な」という文言、京都市と京都府警の名前も外すことについてはどのように考えるか。京都市が訪問販売を全面禁止していると解されるようなシールがまずいというのが一つの論点である。その誤解を防ぐのであれば、京都市、京

都府警を外すのがいいだろう。つまり、文房具店で売っているシールを基金を使って無償で配布するということでは駄目なのか。

永井委員 基金を使ってシールを作るのであれば京都市という名称は入れるべきだし、できるだけ京都府警と連名で入れてほしい。

山本部会長 公的な色彩を帯びたシールであることは明示する必要があるということと理解した。京都市が果たして訪問販売全面禁止と受け取られるようなものを作っているのかという所が大きなポイントだと思う。全戸配布で、京都市の名前を入れるということで決定し、予算申請の体制づくりをしていきたい。そろそろ決を採りたい。

永井委員 部会で何らかの意思決定をしなければならないのか。

山本部会長 全体会で決定するという形になるのか。

上野センター長 シールの作成については、苦情処理部会に委ねられている。苦情処理部会の決定を審議会に報告するという形になる。

永井委員 意思決定を含むのか。

山本部会長 そうだと思う。

永井委員 両論併記して意見として挙げるのではないのか。

上野センター長 シール作成の最終決定は京都市として行うこととなる。

山本部会長 有力な反対意見として付記することはできる。部会としての結論を出したうえで、審議会に報告する形にしたい。全体会では審議する予定にはなっていないので、部会の結論を報告したうえで、その後、京都市の判断に委ねることになる。意見が対立し、これ以上議論しても解消しないだろうと思われるので決を採ることとする。「訪問販売お断り」というシールを作成し全戸配布する、警察の同意が得られれば京都府警の名称を入れるという所までは合意が得られているので、それを前提とし、「迷惑な」といった文言を入れるか入れないかという点についてのみ最終的な意見を確認したい。では、「迷惑な」という文言を入れた方がいいという方、挙手願う。4人。入れない方がいいという方、4人。同数なので、私の票が必要に

なるわけだが、私は「迷惑な」という言葉を入れないと過剰規制のそしりを免れないと考えるため、「迷惑な」という言葉を入れる方に賛成する。5対4で、「迷惑な」という言葉を入れる案をこの部会の結論として報告する。ただ、報告に当たっては「迷惑な」という言葉を入れる立場がどのような理由に基づくのかという点と、「迷惑な」という言葉を入れない意見も有力であって、それはどういう立場に基づいているのかということを報告する。京都市が最終判断する際にも、それは伝わるようにしたいと考えている。御了承願いたい。異議はあるか。

(委員一同異議なし)

永井委員 配布に当たっての要望を申し上げたい。「迷惑な」という言葉を入れることとなったので、これは消費者の主観に非常に大きく依存した文言であるということを知ることができるような形で配布いただきたい。あるいは、京都市が不招請勧誘防止のためにどのような方策を行っているのかということの周知を様々な機関を使ってやっていただくとともに、キャンペーン的に京都市として訪問販売について一定の対策に乗り出しているということをマスコミ等を通じて知らせるよう検討いただきたい。

山本部長 様々な媒体を使って宣伝することは私の方からも願います。市当局で検討願う。その他何かあるか。

伊藤委員 市民しんぶんで訪問販売のシールを作ることについて大々的に啓発していただきたい。

早瀬委員 かろうじて一定の結論が出たが、次の課題は、いかにして配布したシールを貼っていただき、効果を高めるかということである。それにはただ配布するだけでは効果が薄いと思う。例えば、シールをめくったら地下鉄のカードがもらえるなど、当たりを付けてはどうか。何も恩恵がなければ捨てられてしまう可能性が高い。それが100枚に1枚でも、500枚に1枚でも構わない。地下鉄の利用も増えて京都市にもプラスにもなるし、PRの一助にもなる。訪問販売による被害防止の効果も高まる。そういったことも考えてほしい。

山本部長 御提案いただいた件について検討いただきたい。議事次第3について、何か事務局から報告はあるか。

上野センター長 事務局からは特にない。

山本部会長　それでは本日は熱心に御議論いただき御礼申し上げます。これにて本日の部会を終了する。

(閉会)