

訪問販売お断りシールの作成・配布について

1 前回の部会における主な意見

(1) シールの文言について

- 「悪質な」というような形容詞を付けない「訪問販売お断り」シールを全戸配布し、貼る・貼らないというような決定は消費者の選択に任せるべき。
- 「悪質な」というような形容詞を付けない「訪問販売お断り」シールを京都市の名で作成・配付すると、京都市は一切の訪問販売を認めない方針であるという誤解を招き、過剰規制になりかねないのではないか。
- 「悪質な訪問販売お断り」と「訪問販売お断り」の二種類を作成・配付しても、消費者にその違い・趣旨が理解できないのではないか。
- 「悪質な」より「迷惑な」という表現の方が、勧誘を受けた消費者の主観や事業者の勧誘行為に焦点を当てているということが明確になるのではないか。
- 「悪質な（迷惑な）訪問販売お断り」と「訪問販売お断り」の二種類を作成するという案は、消費者に選択を認めるという意味で優れているが、「訪問販売お断り」というシールを貼付している所は、悪質商法の被害に遭いやすい家庭であるということが外部から分ってしまうのではないか。

(2) 配布方法について

- 「悪質な」というような形容詞を付けない「訪問販売お断り」シールを全戸配布し、貼る・貼らないという決定は消費者に任せるべき。（再掲）
- 全戸配布して誰でも手軽に貼れるようにすると、かえってシールを添付した者の意思が希釈化されるため、希望者のみへの配付のほうが規制等の実施に当たり効果があるのではないか。
- 希望者のみに配付する場合は、情報が届かないということがないよう、また、希望すれば容易に入手できるよう、周知徹底を図るとともに配布方法を工夫すべき。

(3) その他

- 全ての訪問販売を拒否するつもりはなく、執よう・迷惑な訪問販売を断りたいという多数の市民のニーズがある一方、数パーセントの深刻な被害に対してこそ対応すべきという意見がある。
- 不招請勧誘の議論の出発点は、自ら悪質な事業者を拒否できる一般市民を対象としているのではなく、少数ではあるが極めて深刻な被害をいかに防ぐかという点にこそある。
- シールの貼付だけで少数の深刻な被害防止を実現するのは無理であり、周囲の見守り、啓発等による手厚いサポートが必要である。
- シールの作成・配布に併せて条例で罰則規定を設けるべきである。

2 シールの作成・配布に係る事務局案

(1) シールの作成について

市民アンケート結果を踏まえ、平成24年度作成に向け予算要求。

(作成に賛成：74%，添付する：70%)

訪問販売お断りシールと電話機器貼付用シールをセットで作成。

(政令市14市で作成済み。電話受信時における勧誘に対する拒否への後押しや相談窓口への相談勧奨効果に期待。1枚のシートで作成することにより経費縮減。)

(2) シールの記載内容について

「迷惑な訪問販売・訪問買取り お断り」シールを消費生活総合センターと京都府警の連名で作成。

【検討・考え方】

◆ 「悪質な」と「迷惑な」の相違について

悪質な	○勧誘行為及び勧誘内容に及び、勧誘をうけたときだけでなく、事後検証を含む。
	○消費者が断っても、事業者から悪質でないと反論されやすく、「悪質でない」と称する事業者の訪問を助長しかねない。
迷惑な	○消費者の主観及び事業者の勧誘行為に力点を置いた表現である。
	○消費者にとって、「悪質な」より分りやすく、断りやすい。

◆ 「訪問買取り」の文言を追加。(市民アンケートの結果、最近1年間で訪問により勧誘を受けた商品等について、「貴金属の買取り」が「新聞」について2位。)

- 訪問販売という形態自体が禁止されているわけではない状況下において、行政の名で「訪問販売お断り」シールを一律に作成することは、誤解を生みかねず困難である。
- 警察との連名で作成することが可能である。
- 「迷惑な」が付くことにより、悪質な訪問販売に対する抑止効果が大きく損なわれるという状況は想定しにくい。
- 全ての訪問販売を拒否したいわけではなく、断っても執ように勧誘するなど、迷惑な訪問販売を拒否したいという消費者が多いのではないかという意見がある一方、判断能力が低下するなどにより、事業者の訪問自体を拒否したいという事例もあることから、「迷惑な」が付いているシール①と「迷惑な」が付かないシール②の二種類を作成し、消費者が選択できるようにする方がよいとも考えられるが、その違いを理解してもらうのは容易でなく、かえって混乱を招く恐れがある。

- また、シール②を貼付けることにより、認知症高齢者等、悪質商法の被害に遭いやすい対象者が居住していることを外部に明らかにすることになりかねないという懸念がある。
- 不招請勧誘の検討により保護しようとする対象が、いったん訪問を受ければ断ることができず被害に遭ってしまう者であるとしても、このようなケースをシールの貼付だけで防止することは困難であり、別途の方策との併用について検討する必要があるのではないか。

(3) 配布方法について

京都市域から迷惑な訪問販売を排除することを目的として、全世帯に配布。

【検討・考え方】

- 市民しんぶん挟み込みの全戸配布により、訪問販売や電話勧誘販売に係る消費生活相談事例や悪質商法の被害に遭わないための心得、シール作成の趣旨等について周知を図るとともに、シールの同時配布を行う。
- 民生委員・児童委員，老人福祉員，地域包括支援センター，ヘルパー事業所等の関係機関に対しても周知し，地域で悪質商法被害の防止に取り組む契機としていく。