

## 京都市消費生活条例施行規則の改正について

## 1 訪問販売・訪問買取りお断りシール（以下「シール」という。）の作成・配布及び消費生活条例施行規則（以下「規則」という。）の改正に係るスケジュール

4月上旬	○規則改正起案
6月下旬	○消費生活審議会の開催 シールの作成・配布及び規則改正についての報告
7月上旬	○市民しんぶん区版への挟み込みとシールの同時配布 訪問販売・電話勧誘販売に係る特集（アンケート結果の一部紹介、シール作成の趣旨、相談事例、悪質商法に騙されないための心得、消費生活条例・規則の抜粋等）
7月～8月	○事業者に対する周知 当センターへの定期訪問事業者や過去に本市に相談が寄せられていた事業者を招集し、シールの趣旨や規則改正等について説明

## 2 シール、規則改正及び事業者指導との関係

- 訪問販売・訪問買取りという商法が一律に禁じられているわけではない状況下において、行政が「訪問販売・訪問買取りお断り」というシールを作成・配布することは過剰規制のおそれがあることから、シールの作成に当たっては「迷惑な」という形容詞を付すこととする。
- シールの作成・配布は、京都市域からの悪質な訪問販売の排除及び事業活動の健全化の推進等の効果を狙ったものである。シールを全戸配布し、より多くの家庭に貼付してもらうことは、地域から悪質な事業者を排除するという姿勢を示すこととなり、消費者の意思を尊重しない強引な勧誘等を抑止する効果が期待できる。
- 規則改正の趣旨としては、現行の規則では「執よう」な勧誘の基準が不明確であることから、改正特定商取引法に準じ、事業者に対し、勧誘開始前の消費者への意思確認を義務付けるとともに、勧誘を受けることあるいは契約を締結することを拒否している消費者への勧誘を禁止する旨を規定することにより、「断っているにもかかわらず勧誘された」というような消費者からの通報を端緒として、勧誘の悪質性・執ようさを問題にすることなく、消費者の意に反する勧誘を行う事業者に対する指導を行うことができるようにしていこうというものである。

### 3 規則改正案

<現 行> 不招請執よう勧誘を禁止しているが、「執よう」の基準が不明確であり、実効性に欠ける。

<改正案> 不招請執よう勧誘の規定を削除し、消費者の意思を確認しない（拒絶の意思表示の機会を与えない）勧誘及び拒絶した者への勧誘を禁ずる規定を設ける。

現行規則別表（第2条関係）のうち(1)のハを削除し、次の2号を追加（サの次への挿入を想定）する。

- 意思確認のない勧誘（消費者に契約締結の勧誘を受ける意思を確認することなく当該勧誘を行うことをいう。）
- 拒絶後の勧誘等（消費者が、契約締結の勧誘を受けない又は契約を締結しない旨の意思表示を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ことをいう。）

### 4 事業者指導

事業者指導については、まず電話による口頭指導を行ったうえ、改善が認められない場合、呼出しによる口頭指導、条例に基づく指導というように段階を踏んだ実施を想定している。