

第124回京都市消費生活審議会

1 開催概要

- (1) 日 時 令和4年1月25日（火） 午後3時から午後4時30分まで
- (2) 場 所 男女共同参画センター ウィングス京都 2階セミナー室B
- (3) 出席者 ○消費生活審議会委員15名（五十音順）

石川 一郎 委員，宇治田 脩孟 委員，門谷 晴雄 委員，
佐久間 毅 会長，高橋 肇子 委員，高橋 広行 委員，
中川 典子 委員，中村 洋子 委員，原 敏之 委員，
三宅 智恵 委員，松井 元子 部会長，松尾 健一 委員，
村上 岳 委員，吉田 美由 委員，吉政 知広 委員

●京都市

文化市民局

くらし安全推進部長 津嶋 俊郎

消費生活総合センター長 喜多村 正一 ほか

2 傍聴者

8名

3 開会

- (1) 京都市消費生活審議会会長 挨拶

4 審議内容等

議事

- (1) 第3次京都市消費生活基本計画の策定について
- (2) 京都市消費生活条例施行規則等の見直しの検討について

○佐久間会長

まず、議事(1)について、事務局から説明願う。

～ 事務局から、資料1について説明 ～

○佐久間会長

ただ今の説明に対して、何か御質問や御意見があればお願いしたい。

～ 意見なし ～

○佐久間会長

次に、議事(2)について、事務局から説明願う。

～ 事務局から、資料2，参考資料1，参考資料2について説明 ～

○佐久間会長

ただ今の説明に対して、何か御質問や御意見があればお願いしたい。

○石川委員

平成24年に全戸配布した訪問販売お断りステッカーによる具体的な効果は。

●事務局

効果検証は実施していない。

○佐久間会長

当ステッカーを配布するに当たっては、ステッカー名の頭に「迷惑な」を入れるか否か、連絡先に京都府警察本部を入れるか否か等、当時の審議会で細部まで議論したうえで、決定を行った経緯がある。その中で、当ステッカーをどのように役立てるのかについても議論しており、ステッカーを貼付することによる効果が論点となった。現時点におけるステッカーの効果は、差し障りがなく、弱いものであるが、京都府警察本部の電話番号が記載されていることで、抑止力的な効果はあると考えている。また、ステッカーは全戸配布されているため、効果を知る方法として、まちを歩いてみて、当ステッカーがどの程度、浸透しているかを御覧いただければ、ある程度は分かるのではないかと思います。

○吉田委員

京都生協では、組合員の勧誘等における訪問活動を行っているが、当ステッカーが貼付されている家には訪問しないようにしているため、全く効果がないというわけではないと思う。

○村上委員

私が住んでいる地域には、当ステッカーを貼付している家が何軒か存在している一方で、マンションやアパートで貼付している所は見たことがない。地域の住民にとって、訪問販売に関する考え方は多種多様であるため、これを機に、市民しんぶんなどで再度、周知してはどうか。

○高橋肇委員

ステッカーの名前の頭にある「迷惑な」という文言がミソであると思った。私の地域でも当ステッカーを貼付している家があり、これを貼付することにより、自身が消費者問題に関心があるといった抑止力になるのではないかと思う。

○高橋広委員

効果検証に関して、ステッカー配布後における訪問販売による消費者被害件数の増減等によって間接的にその効果が分かるのではないか。

●事務局

ステッカーを配布した際に、市民を対象にアンケート調査を実施しており、その結果、約7割の方がこのようなステッカーは必要であると回答している。実際にステッカーを貼付している方は、消費者問題に関心がある方が多い傾向にあると想定されるため、ステッカーが悪質業者からの訪問販売を抑止するうえで、一定の効果があると考えている。本審議会は、ステッカーの貼付により、訪問販売をしてきた業者に対して、京都市の行政指導の対象となるか否かについて、審議いただきたいと考えている。

○中村委員

訪問販売の抑止力となるため、ステッカーを地域で一丸となって貼付している。新たな詐欺等が発生する中、全戸配布したことはよいと思うが、貼付したくない方がいらっしゃるのも事実であると思う。また、訪問販売に関する事案について、消費生活総合センターにも相談が寄せられていると思うが、過去の相談状況は。

●事務局

令和2年度に消費生活総合センターに寄せられた相談件数は約10,000件となっている。そのうち訪問販売に関する相談件数は、527件となっており、総相談件数の約5%を占める。また、電話勧誘販売に関する相談件数は、306件となっており、総相談件数の約2.9%を占める。これらの相談件数は、例年と比較すると、微減の状況にある。

○門谷委員

行政の立場としては、訪問販売を悪と捉え、訪問販売を根絶するために、ステッカーを全戸配布したのか。

○佐久間会長

行政の立場ではなく、審議会の意見として、訪問販売をどのように位置付け、ステッカーにどのような効果を持たせていくのかを今後議論いただきたい。また、当時に配布した際のステッカーの位置付けとしては、ステッカーに記載の「迷惑な」という文言のとおり、全ての訪問販売を悪と捉えていない。さらに、ステッカーを貼付することによる効果を定めなかった理由として、「迷惑な」という文言が主観的であり、行政の法執行になじまなかったためであると認識している。

●事務局

訪問販売自体は法律に明記されている取引形態の一つであるため、悪とは捉えていない。一方で、消費者が望んでいないにもかかわらず、しつこく勧誘する訪問販売等については、迷惑なものとし、消費者を保護する必要があると考えている。

○吉田委員

ステッカーの貼付により、訪問販売等について規制を設けることは、慎重に議論していく必要があると思う。迷惑な業者のために善良な業者の活動が妨げられることには疑問を覚える。

○宇治田委員

今後、ますます高齢化が進行していく中、自動車等を持たない高齢者が増加していくと思う。そのような高齢者にとって、訪問販売があつてよかったと思う方もいるため、今後議論を進める中で、訪問販売を一概に悪と決め付けないでほしいと思う。

また、第3次京都市消費生活基本計画は素晴らしいものだと思うので、各世帯に配布してほしい。配架状況は。

●事務局

各世帯に配布するほど印刷をしていない。冊子については、京都市のホームページに掲載するほか、各区役所・支所で配架する予定である。

○佐久間会長

意見も出そろったようなので、今後の議論の進め方について相談したい。既にお気付きの方もいると思うが、国の法改正に基づく条例施行規則改正の検討や訪問販売お断りステッカーの取扱いについては、法律の専門的な視点から議論をしていく必要がある。そこで、本審議会において、規則等の見直しについての審議を担当している消費者苦情処理部会で、まずは集中的に議論をしていただき、部会での検討結果を基に、審議会で議論する形を取りたい。この件について、消費者苦情処理部会の吉政部会長から意見を頂きたい。

○吉政部会長

承知した。本件について、消費者苦情処理部会で検討させていただく。

○佐久間会長

最後に事務局にお聞きしたい。先ほど議論があったとおり、訪問販売お断りステッカーの取扱いについては、消費者保護の側面と、事業者の経済活動の自由の側面がある。そのため、苦情処理部会で検討するに当たり、部会の構成員の所属団体は重要である。現在、当部会では、事業者団体からの委員がいないため、事業者への事業活動への影響について、事業者団体から意見を反映していくことが望ましいが、どのようにお考えか。

●事務局

御指摘のとおり、部会の構成員について、消費者と事業者の両面から検討していく必要があると考えている。したがって、部会の委員という形ではないが、事業者団体に属する方が何らかの形で部会に出席いただき、意見を述べていただけるよう、部会長と検討したい。

○佐久間会長

承知した。それでは以上をもって、第124回京都市消費生活審議会を終了する。

(終了)