

消費者苦情処理部会から頂いた主な意見

1 京都市消費生活条例及び同施行規則の見直しについて

(1) 消費者契約法第4条第2項「不利益事実の不告知」について

【主な意見】

- 事業者の不利益事実の不告知があった場合、行政指導の対象が、事業者「故意」がある場合だけであるならば、事業者「故意ではなく、知らなかっただけである。」と言い逃れされてしまうおそれがある。よって、事業者「重過失」がある場合も行政指導の対象とするべきであり、条例で「重過失」の場合も行政指導の対象である旨規定しておいた方が、市も行政指導がやりやすいのではないかと。
- 市が、消費生活相談や通報等に基づき、条例に基づかない事実上の行政指導を行う場合、事前に事業者の「故意」又は「重過失」の認定を経ずに行うことが多いので、条例の規定に基づく行政指導を行うに当たっても、「重過失」は「故意」に含まれると解釈してもよいのではないかと。余り細かく条例や規則で定めると、実効性の点からも好ましくない場合もある。法律の規定に全て合わせる必要はない。

(2) 消費者契約法第4条第3項第3号「不安をあおる告知」、第5号「加齢等による判断力の低下の不当な利用」について

【主な意見】

- 法第4条第3項第3号「不安をあおる告知」や第5号「加齢等による判断力の低下の不当な利用」に対応する「規則別表（1）ノ」の「不適格者への無配慮」は、配慮しなさいという作為を求めているが、高齢者の判断力の低下に付け込んで契約を結ばせる「つけ込み型勧誘」について、規則でも何らかの形で規制できないか。

(3) 消費者契約法第4条第3項第4号「恋愛感情に乗じた人間関係の濫用」について

【主な意見】

- 法では、恋愛感情に限らず、「その他の好意の感情」と規定されているので、規則別表でも「恋愛感情その他の好意の感情」としてはどうか。
- 規則別表では恋愛感情に特化されているので、「その他の好意の感情」についても記載しておいた方がよい。
- 規則別表は、具体性をある程度統一し、規制の網を広げておいて、解釈上可能であると言えるようにしておく方が望ましい。「恋愛感情の利用」だけは具体的なので、他の規定と同様、余り具体性を持たせず、単に「好意の感情」でもよいのではないかと。

(4) 消費者契約法第4条第3項第6号「靈感等による知見を用いた告知」について

【主な意見】

- 「靈感商法」と言われるものは、「規則別表（1）ナ」の「心理的不安の惹起」でカバーできている。「靈感」を例示した方がよいとも思うが、現在の規則別表の表現で対応できると解釈できるのであれば、あえて改正する必要はない。

- 「靈感」という具体的な文言を入れるより、「消費者の生命、財産、運命等に不安をあおるほか、消費者を心理的に不安な状態に陥れるような言動又は表示を行うこと」という現行の表現の方が、行政規制がやりやすいのではないか。
- 現在の規則別表で十分カバーできていると思う。規則別表は、全体的にある程度大きな括りで書いた方がよいと思う。

(5) 消費者契約法第4条第3項第7号及び第8号「契約締結前に債務の内容を実施等」について

【主な意見】

- 法第4条第3項第7号の規定は、「規則別表（3）キ」の「商品等の一方的提供による支払の請求」でカバーできているが、同法同条同項第8号の規定は、「規則別表（1）チ」が「親切を装い、又は商品等は無償若しくは著しく低い対価で提供することにより」という限定を加えていることから、事業者が一定の準備行為をしたから、消費者に負担を強いることについて、必ずしもカバーできているとは言えない。
- 法第4条第3項第8号の規定に対応する、「規則別表（3）カ」の「不当な心理的操作等（消費者を欺き、威迫し、又は困惑させることをいう。）」は非常に広く解釈できる一方で、「規則別表（1）チ」の「心理的負担の押しつけ」の括弧書きの説明「親切を装い、又は商品等は無償若しくは著しく低い対価で提供することにより、消費者に心理的な負担を負わせることをいう。」は限定的な書き方なので、少し緩めてはどうか。

(6) 消費者契約法第4条第4項「過量な内容の契約」について

【主な意見】

- 「規則別表（2）キ」の「過量販売等」でカバーできていると思う。
- 「規則別表（1）ヌ」の「次々販売」の括弧書き中の「その意に反して」という文言は不要ではないか。

(7) 消費者契約法第4条第5項「重要事項の範囲」について

【主な意見】

- 「規則別表（1）エ」の「商品の内容等の重要事項の虚偽告知」の説明中の「仕組み」の文言の次に「契約の必要性」を付加し、契約の必要性に関して「虚偽告知」があった場合も行政指導の対象とするべきである。

(8) 消費者契約法第8条「事業者が自分の責任を自ら決める条項」、第8条の2「消費者の解除権を放棄させる条項等」、第8条の3「消費者の後見等を理由とする解除条項」について

【主な意見】

- いずれも消費者契約法の制定以降、新たに生じてきた消費者問題に対応するために設けられた規定であり、こうした新たな消費者問題にも対応できるよう、市の規則にも明記すべきである。
- 法第8条に対応する規則については、「規則別表（2）ウ」の「事業者の責任の不当な免除等」が該当するのではないか。

(9) 特定商取引法第12条の5第1項「通信販売におけるファクシミリ広告への規制」及び第12条の3第1項「通信販売に関する承諾なしの電子メール広告の提供の禁止」について

【主な意見】

- 市の規則でも行政規制の対象とすべきである。
- 行政指導の対象とするにしても、ファックスや電子メールは時代に即していないので、SNSを含め、通信手段全般を包含するように規定すべきである。
- 消費生活条例の効力が及ぶ人的範囲について、京都市長が、京都市外の事業者に対して指導や勧告ができないというのであれば、全国どこからでも送信可能なファクシミリ広告や電子メール広告について禁止することは困難となる。
- 規制の対象を通信販売に限定する合理性があるのか疑問である。市民の迷惑を防止しようと言うのであれば、通信販売業者と実店舗の販売業者を区別する理由はなく、販売形態は余り関係ない。
- ファックスは、紙が勝手に送られるため、紙という財産の侵害に当たるし、ダイレクトメールの場合は、ごみの問題が生じる。
- 承諾なしのSNSの広告が、実際に禁止できるのか疑問に思う。

(10) 特定商取引法第7条第1項「訪問販売における禁止行為」について

【主な意見】

- 「規則別表(2)サ」の「重要事項の虚偽表示」や「規則別表(3)エ」の「資金調達の強要等」でカバーできている。

(11) 特定商取引法第58条の6「訪問購入に関する不招請勧誘の禁止」について

【主な意見】

- 現行法では、訪問販売については、勧誘することは許されるが、相手方が拒絶した場合は訪問が許されない。一方、訪問購入は、そもそも要請されていない以上、事業者は訪問できない。市の規則では、訪問販売、訪問購入の別を定めていないので、訪問購入だけ採り上げて、新たに行政指導できるようにすべきである。

2 訪問販売お断りシール等の取扱いについて

(1) 「訪問販売お断りシール」の条例・規則上の位置付け

ア A委員の意見

- 全ての訪問販売及び電話勧誘販売を問題にしているのではなく、対象としているのは、いわゆる飛び込みの訪問販売や電話勧誘販売である。
- 以下の理由により、訪問販売お断りシールの貼付や電話機の自動応答機能装置を用いてあらかじめ勧誘を拒絶する意思を示しているにもかかわらず、なおも勧誘を行う事業者に対しては、市が行政指導を行えるよう規則を改正すべきである。
 - 消費者庁や京都市が行った調査では、多くの市民が、飛び込みの訪問販売や電話勧誘販売を受けたくないと答えており、また、訪問販売については、「お断りシール」の配布に賛成していること。
 - 訪問販売や電話勧誘販売、訪問購入に関する消費生活相談は、70歳以上が突出して多く、こうしたせい弱な状態にある高齢者に対して、あらかじめ勧誘を断る手段を定めておかなければ、消費者被害は減らないこと。
 - 消費者庁は、法の解釈として、「契約を締結しない旨の意思表示」には当たらないと言うが、一方で、地方自治体が、条例で「契約を締結しない旨の意思」に当たると解釈することを容認し、また、事業者に対しては、拒絶の意思を示す貼り紙等を商道德として尊重するよう求めていること。
 - 「訪問販売お断りシール」や「電話機の自動応答機能装置」による拒絶の意思の効力に関する見解が、京都府と京都市で異なること。
 - 政令指定都市や近畿圏の府県でも条例や規則、あるいはその解釈集等で明記している自治体が複数存在すること。
 - 「訪問販売お断りシール」を貼っている方は、悪質かどうかは関係なく、訪問されること自体が迷惑だと思っている方が多いこと。

イ B委員の意見

- 「訪問販売お断りシール」の効力を条例規則で位置付けるべきか否かについては、「迷惑な」の文言が入ると、何が「迷惑な」に該当するのか、その定義が必要となる。「迷惑な」の文言を外すと、合法的な訪問販売をシール一枚で拒絶できるという重大な判断を市民に求めることになる。
- また、シールについても、玄関の目立つ所に貼れとか、劣化しないよう数年ごとに貼り替えよとか、細かなことを定めなければならない。果たしてそこまで行う必要があるのか疑問である。
- 条例や規則をしっかりと機能させ、悪質な事業者に対してきっちり市が指導できればよいのであって、あえて規則を改正する必要はない。

ウ C委員の意見

- 悪質な事業者に対しては、市がしっかりと指導できるような体制を講じておく必要がある。

エ D委員の意見

- 市民が、悪質な事業者の訪問に困ったときには、市がしっかり行政指導できるようにしておいた方がよい。

オ E委員の意見

- 消費者庁の見解「意思表示の対象や内容、表示の主体や表示時期が必ずしも明瞭でない」ため「契約を締結しない旨の意思の表示には当たらない」について、市も同様の見解とのことだが、「訪問販売お断りシール」を門扉等に貼った時点で、意思はしっかり示せていると思うので、同シールが貼ってあることを認識しているにもかかわらず訪問する事業者に対しては、市の行政指導の対象とするべきである。

(2) 「訪問販売お断りシール」の配布

ア A委員の意見

- 「訪問販売お断りシール」を貼っている方は、「悪質な」、「迷惑な」訪問販売は駄目だが、そうでない訪問販売は構わないということではなく、訪問されること自体が迷惑だと思っている方が多い。高齢者等ぜい弱な消費者が増えている中で、き然と断ることができる人ならばよいが、断り切れない方がいることも事実なので、「迷惑な」の文言は外すべきである。

イ B委員の意見

- 「訪問販売お断りシール」に、「迷惑な」の文言が入ると、何が「迷惑な」に該当するのか、その定義が必要となる。「迷惑な」の文言を外すと、合法的な訪問販売をシール一枚で拒絶できるという重大な判断を市民に求めることになる。また、シールについても、玄関の目立つ所に貼れとか、劣化しないよう数年ごとに貼り替えよとか、細かなことを定めなければならない。果たしてそこまで行う必要があるのか、費用対効果も含め疑問である。希望される方が事実上の抑止効果を狙うために貼っていただくことでよい。

ウ C委員の意見

- 高齢者など独り住まいの方は、訪問販売自体が怖いと思っている方が多いので、必要とされている方には配ればよい。

エ D委員の意見

- コロナ禍で訪問販売が増加し、悪質化している中で、断り切れないので、「訪問販売お断りシール」が欲しいという声を多く聞く。今後、高齢者が増えていく中で、予算上の問題もあると思うが、改めて全戸配布してもよいのではないか。

オ E委員の意見

- 行政機関の名前で作成するからこそ効果がある。安価なものでもよいので、3年に一度は貼り替えるなど、市民を守るための対策を講じてほしい。

(3) その他

ア 事業者団体所属委員の意見

(ア) 「訪問販売お断りシール」の条例・規則上の位置付け

- 「訪問販売お断り」と書いたシールを玄関等に貼っている家庭に事業者が訪問し、それにより事業者が行政指導を受けたとしても、それは仕方がないことである。

(イ) 「訪問販売お断りシール」の配布

- 訪問販売を望まない方は、その旨書いたシール等をホームセンター等で買えばよいのであって、行政が作成して全戸配布したとしても、その意義を市民に理解してもらわなければ余り意味がない。本当に欲しい方だけに行き渡るような配布方法が望ましい。

イ 一般社団法人全国直販流通協会の意見

(ア) 「訪問販売お断りシール」の条例・規則上の位置付け

- 当協会会員会社の多くは、「訪問販売お断りシール」を貼っている家屋に対しては、シールの目的を尊重し、また、トラブルを避けるため、あえて訪問することは控えている。

- 市が規則の改正を検討するに当たっては、平成24年度に全戸に配布した「迷惑な訪問販売お断りシール」について、どの程度の市民がシールを利用したのか、シールの配布前後で消費生活相談の件数や内容に変化があったのか、結果として悪質な事業者は排除できたのかなどについて、しっかり調査・分析し、実態を把握したうえで判断してほしい。

- そのうえで、「訪問販売お断りシール」による事実上の抑止力だけでは、悪質な事業者は排除できず、更なる行政規制が必要と市が判断し、条例規則を改正することになったとしても、当協会会員会社の活動に大きな影響はないと考えているが、訪問販売を行っている事業者の中には非常に零細な所もあり、こうした事業者は、コロナ禍で経営が非常に厳しい中、条例や規則で新たな規制が加わると、経営が更に悪化することもあると思われるので、市は、現状をしっかりと調査・分析したうえで、慎重に判断してほしい。

- 迷惑な訪問販売による勧誘を拒否する意思を示している消費者に対して、繰り返し勧誘を行う悪質な事業者について、社名等を市が公表することに反対するものではなく、それにより、消費者被害が防止できるのであれば全く問題ない。

- 条例規則では、全ての訪問販売を排除するのではなく、あくまでも「迷惑な」訪問販売については行政指導が可能となるような規定にしてほしい。健全な経営活動を行っている事業者の足かせになるようなことはしてほしくない。

(イ) 「訪問販売お断りシール」の配布

- 「迷惑な」の文言を付さず、単に「訪問販売お断り」と書かれたシールは、全ての訪問販売を排除することになるので、市が配布することはあってはならない。