

訪問販売お断りシール等の取扱いについて（論点の整理）

【論点 1】

事業者が、訪問販売お断りシールが門扉等に貼られている消費者宅を初めて訪問し、契約の勧誘を行った場合

⇒ 当該事業者の行為は、京都市消費生活条例施行規則別表（第 2 条関係）（1）ヒの「拒絶後の勧誘」として、京都市の行政指導の対象とするべきか。

A 対象とするべきではない

◎ 「拒絶後の勧誘」に当たらず、京都市の行政指導の対象とはならない。

[説明]

○ 以下のような理由により、事業者が消費者宅を初めて訪問し、契約の勧誘を行ったとしても、事業者の当該行為は一度目の勧誘であることから、「拒絶後の勧誘」に当たらず、京都市の行政指導の対象とはならない。

- ・ 「契約を締結しない旨の意思」を表示する方法は、消費者が明示的に契約締結の意思がないことを表示した場合を指し、シール等を貼っておくことは、意思表示の対象や内容、表示の主体や表示時期等が必ずしも明瞭でないため、特定商取引法では、「契約を締結しない旨の意思」には当たらない。（消費者庁平成 21 年 12 月 10 日）
- ・ 訪問販売自体は適法な営業活動であるため、シール等が貼られている家に訪問したことのみをもって法令違反とすることは適当ではない。
- ・ 「迷惑な」訪問販売（勧誘の意思確認のない訪問販売）のみを規制するべきであり、健全な企業活動を行う事業者の営業の自由を侵すべきではなく、事業者の営業活動の過度な規制になり得る。

B 対象とするべきである

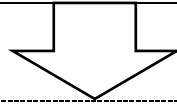
◎ 「拒絶後の勧誘」に当たり、京都市の行政指導の対象となる。

[説明]

- 以下のような理由により、事業者の消費者宅への訪問が初めてであったとしても、「訪問販売お断りシール」の貼付により、あらかじめ訪問拒絶の意思を示しているのだから、「拒絶後の勧誘」に当たり、京都市の行政指導の対象となる。
- ・ シール等の貼付をもって、あらかじめ拒絶の意思を示していると考えられるべきである。
 - ・ 訪問販売を断り切れない高齢者等のぜい弱な消費者を中心に消費者被害が生じている。
 - ・ シール等を貼っている方は、訪問販売自体が迷惑であると思っている場合が多い。


【論点2】

京都市行政が、どのような文言のシールを作成し、どの程度の市民に配布すべきか。

**【論点2】-1 京都市がシールを作成すべきか否か。**

- C 拒絶の意思を示す方法としては、行政機関が作成したシールに限らず、市販のシールや消費者自身が作成した貼り紙等でも意思を示すことが可能なため、費用対効果の観点からも、あえて京都市で作成する必要はない。
- D 行政機関が作成したシールを貼付することは、シールの内容を確認した事業者に、その家宅への訪問を自粛させる効果があると考えられるため、京都市の名前を付したシールを作成すべきである。

【論点2】-2 どのような文言のシールを作成すべきか。

- E 【論点1】の[A]の立場では、単に「訪問販売お断り」とのみ記載されたシールは、特定商取引法において規定された取引類型である訪問販売自体を規制することになるため、行政が作成することは難しい。(平成23年度消費者苦情処理部会で議論)
- F 【論点1】の[B]の立場では、自らの意思で訪問販売を拒絶するシール等を貼付した消費者宅に事業者が訪問販売することは行政指導の対象となるため、「迷惑な」等の抽象的な文言を付した場合、迷惑か否かは消費者の主観によるものであり、事業者が明らかに迷惑な行為を行っていることを証明できなければ、行政指導の根拠とはなり得ない。
よって、[B]の立場でシールを作成する場合、より行政指導の実行性を高めるため「訪問販売お断り」とのみ記載したシールを作成することとなる。

【論点2】-3 全戸に配布するのか、あるいは希望者のみに配布するのか。

- G 【論点1】の[A]の立場では、費用対効果の問題はあるものの、行政が全戸に配布することは可能である。
- H 【論点1】の[B]の立場では、シールの貼付の有無は、消費者が自らの意思で訪問販売を拒絶しているかどうかを示すことになり、そのことが行政指導の根拠となる。全戸に配布した場合、届いたからとりあえず貼っておくなどの理由でシールが貼付される可能性があり、そうなると消費者が明確に拒絶の意思を示したとは言い難い。
よって、自らの意思で訪問販売を拒絶する旨を望む消費者のみに配布することが適当である。

<参考> 「訪問販売お断りシール」の効果検証

平成24年度に京都市が作成し、配布した「訪問販売お断りシール」による、消費者被害の未然防止等の効果検証はなされてこなかった。また、改めて配布前後の相談件数を見ても、顕著な傾向は見出せない。(参考資料1参照)