

第125回京都市消費生活審議会 摘録

1 開催概要

- (1) 日時 令和4年11月28日(月) 午後3時から午後4時50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14名(五十音順)

宇治田 脩孟 委員、門谷 晴雄 委員、佐久間 毅 会長、
高田 敏司 委員、中川 典子 委員、中村 洋子 委員、
野々山 宏 委員、原 敏之 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 部会長、渡邊 孝子 委員

●京都市

文化市民局

局長 古川 真文

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

5名

3 審議内容等

議事

- (1) 第3次京都市消費生活基本計画 令和3年度推進状況について
- (2) 京都市消費生活条例及び同施行規則の見直し並びに訪問販売お断りシール等の取扱いについて

●事務局

定刻になったので、ただ今から、第125京都市消費生活審議会の開会をお願いします。

大本委員、荻野委員、高橋肇子委員、高橋広行委員、三宅委員、森委員の6名からは、事前に欠席の連絡を頂いており、宇治田委員は間もなく到着するとのことである。本審議会の委員定数20名のうち、現在13名の委員に出席いただいております。定足数である過半数を超えているので、本会議が有効に成立していることを確認させていただきます。

審議に入る前に、京都市文化市民局長の古川から御挨拶申し上げます。

～ 文化市民局長 挨拶 ～

続いて、会長から一言御挨拶いただくこととする。

～ 会長 挨拶 ～

●事務局

文化市民局長の古川については、他の公務のため、ここで失礼させていただく。

それでは、ここで資料の確認をさせていただく。事前に送付させていただいているものとして、まず「次第」、資料1「第3次京都市消費生活基本計画 令和3年度推進状況について」、資料2「報告書」、参考資料1「令和3年度京都市消費生活基本計画の推進状況（全体版）」、参考資料2から4「第1回から第3回までの消費者苦情処理部会資料 一式」、参考資料5から7「第1回から第3回までの消費者苦情処理部会 摘録」となっている。

また、本日、「座席表」、「委員名簿」、「安心安全！京（みやこ）の見守り大作戦周知チラシ」を新たにお配りしている。

本日の会議は全て公開で行う。議事の内容は録音し、摘録を作成のうえ公表する。したがって、発言される方は、挙手し、必ずマイクを使用して発言していただくようお願いする。また、新型コロナウイルス感染症の感染防止対策として、発言者が交代される際に事務局でマイクを消毒するので、発言された方は、その都度、事務局にマイクを渡していただくようお願いする。

それでは、議事に入る。会長、よろしく願う。

○佐久間会長

まず、議事(1)「第3次京都市消費生活基本計画 令和3年度推進状況」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、何か質問や意見があればお願いしたい。

○村上委員

6ページについて、消費者教育教材で勉強した小学生や中学生、高校生からどのような感想があったのか。

●事務局

小学生向け消費者教育教材について、令和3年度は、デジタルコンテンツ化に向けた検討

を進めるとともに、職員が試行授業を参観した。また、中学生向け及び高校生向け消費者教育教材については、各学校で活用いただいた。直接の声を聴くことはできていないが、学校においてもアンケートを採って、良かった点、悪かった点を分析されており、更なる改善点について検討を進める。

○野々山委員

9ページの「学校等における消費者教育の担い手の育成」と、教材の活用とはセットであり、両方を推進することによって更に効果的になるのではないかと。

6ページの高校生向け教材「社会への扉」について、何校が活用しているか。特に、成年年齢が引き下げられて18歳から成年となり、先進的な県では、全ての高校で活用しているとも聞く。

●事務局

令和3年度は、市立高等学校においては全11校で、また、総合支援学校においては全7校のうち4校で活用されたと聞いている。

○中川委員

第3次京都市消費生活基本計画の重点取組である消費者安全確保地域協議会の設置とエシカル消費の普及促進について、エシカル消費は耳にすることが多く、普及を実感している。消費者安全確保地域協議会の設置について、取組状況を教えていただきたい。

●事務局

消費者安全確保地域協議会の設置に向けては、足掛かりとして、行政区ごとに設置されている権利擁護ネットワーク会議等への参画を進めている。現在、8つの区と、3つの支所に参画しており、今後、残り3区についても参画を進めていく。その後、行政区単位とするか、全市的な協議会とするかは検討中だが、計画期間内に消費者安全確保地域協議会を設置したいと考えている。

○佐久間会長

京都市においては、今後一層の施策を進めていただくようお願いする。

次の議事「京都市消費生活条例及び同施行規則の見直し並びに訪問販売お断りシール等の取扱いについて」へ進む。

まず、京都弁護士会から11月24日付けで「訪問取引お断りステッカーの条例上の位置付けに関する意見書」が私宛てに提出されている。この写しについて、事務局から配布する。

この議事については、本年1月25日に開催された第124回消費生活審議会全体会議において、消費者苦情処理部会で集中的に調査又は審議をしていただくことを決定した。

その調査・審議が11月に終了したということであり、消費者苦情処理部会の吉政部会長から意見聴取の内容を報告願う。

～ 吉政部会長から、資料2について説明～

○佐久間会長

部会においては、部会長の采配の元、委員の皆様大変熱心に議論いただき、また、部会外の方からの意見も聴くなど、大変丁寧に進めていただいた。

ここで、資料2 1ページの2つの※に記載されている内容について、委員の皆様と共有するため資料を配布し、事務局から説明願う。

～ 事務局から説明（参考資料6及び参考資料7を参照）～

それでは、委員の皆様から意見を聴取したい。消費者苦情処理部会に委ね、調査・審議した事項は2点ある。

1点は、京都市消費生活条例及び同条例施行規則の見直しについてである。技術的なことが多く、細かい点の議論はなかなかこの場ではしかねるが、意見があればお願いしたい。

～ 意見なし ～

この議事について、消費者苦情処理部会の報告書を審議会の意見とすることでよいか。時間があればもう一度伺うが、もし時間がないようであれば、この報告書をもって、審議会ではこのような意見があったということを踏まえ、京都市におかれては、今後の見直しについて検討をお願いする。

次に、2点目の訪問販売お断りシールの取扱いについて、意見や質問を伺う。部会においても様々な考え方が示されており、賛成や反対、また、これはどう考えるかといったことについて意見ををお願いしたい。

○野々山委員

本日配布された京都弁護士会からの意見書について、若干説明させていただく。私の意見は、先ほど配付された資料に含まれているので、読んでおいていただきたい。

京都弁護士会で採択された意見書について、論点としては2点ある。

1点目は、あらかじめ訪問販売は断りたいとステッカーを貼っている家庭に対して、あえて訪問販売をするという事業者について、京都市の行政規制の対象とするかどうかという論点である。

これについては、「第1 意見の趣旨」に記載のとおり、門扉等へお断りステッカーを貼

っている、あるいは電話機の自動応答機能を用いて勧誘を拒絶しているにもかかわらず、事業者がこのような訪問取引を行う場合については、条例第20条及び施行規則別表(1)ヒの「拒絶後の勧誘」として、行政指導の対象とすべきで、決して全ての訪問販売を禁じるわけではないということを御理解いただきたい。その理由として幾つか挙げている。

まず、1ページの「2 訪問取引及び電話勧誘販売の規制強化が必要であること」の「(1) 訪問取引及び電話勧誘販売の被害が高止まりしていること」。詳細な内容については割愛するが、現状高止まりしているということである。また、2ページの「(2) 9割超の消費者が不招請勧誘を忌避していること」、これは消費者庁の調査において、また、割合は少なくなるが、京都市におけるお断りステッカーの賛否を問うたアンケートでも表れているところである。もう1つは、規制強化をする必要性があるということ。訪問取引における被害あるいは相談が、特に高齢者に集中している。高齢者は一旦勧誘を受けてしまうとなかなか断れない。一人暮らしの方が多く、あらかじめお断りしたいという要求がある。ステッカーを貼っているのに、あえて訪問することについては規制をし、そういう一人暮らしのお年寄り等に対する支援を京都市が行うべきである。また、消費者庁が、一定の行為については商道德、商慣習からしていかなものかと述べていることについては、先ほど報告があったとおりである。そういうことから、やはり規制強化の必要性がある。さらに、平穏な生活を侵害するものでもあることも1つの大きな要因である。そういうものを確保したいという方が、あらかじめステッカーを貼付し、訪問取引に来てほしくないという意思を表示していると考えべきである。

健全な事業者の営業活動を阻害するののかという点について、2ページにあるように、健全な事業者であれば、ステッカーを貼付している家庭には訪問しないというのが当然の規範、商道德だと考えられる。消費者庁もそう述べており、先ほど報告があった全国直販流通協会の方も、基本的にはそうしているということである。そうすると、あえてそれを侵して訪問する事業者はやはり健全ではないと判断ができ、これによって規制される対象は、ステッカーを貼付している家庭には訪問しないという規範にあえて違反するものだけである。その他の訪問販売は行ってもよく、訪問販売一切を禁じるということにはならないと考える。以上のとおり、訪問販売お断りステッカーを導入することが必要だということが述べられている。

この論点については、4ページに他市町村の例がある。近畿圏の政令指定都市や都道府県を調査すると、都道府県では、大阪府、兵庫県、京都府が条例等において、お断りステッカーをあらかじめ貼付している家庭に対して、それを違反した場合に行政指導が行われることを定めている。また、政令市では、大阪市、堺市、神戸市がそのような条例等を制定している。京都府と京都市の間には齟齬が生じており、この機会に京都市も規則を合わせるべきだということが述べられている。

2つめの論点の京都市の配布するステッカーの文言としては、3ページ4の(1)に記載のとおり、ステッカーの文言については、「迷惑な」という部分を削除することで、行政指

導の対象となる行為の認定において明確性が担保されると考えている。貼付するかどうかは市民の判断であり、そのような場合には、全戸配布を行ってよいのではないか。

○佐久間会長

他に、意見や質問はあるか。

○原委員

昨今、セールスお断りという手作りのステッカーなどを貼っている家庭もあるが、それは対象外ということか。

○佐久間会長

貼付している方自身が個別に意思表示を行っているものであり、効力は相当強いものになるだろう。

論点は2つあり、ステッカーを貼付してあれば、当然に条例上の迷惑になるのかということが1つだが、ここで問題となるのは、京都市がステッカーを全戸配布し、市民がそれを門扉等に貼付したときは、本当に意味が分かって貼付しているのかというところが論点としてぼやけてくる。原委員が発言されたような、「自分でお断りステッカーなどを用意して貼付しているときには一発アウトし、それ以外はそうではない。」ということも、考え方としてはあり得る。

○原委員

知っている人と知らない人とで不公平が出てくるため、全戸配布は必要ではないか。そのうえで、貼付する、貼付しないということは、個々の家庭で判断していただければと思う。

○佐久間会長

ステッカーを全戸配布するかどうかということと、それを貼付したときの効力の問題とは必ずしもリンクはしない。政策としては、効力を持たせないが、ステッカーを配布することはあり得、今回の意見として、それにとどめることもあり得る。

ただ、最もドラスティックな形は、「迷惑な」の文言を外した訪問販売お断りシールを全戸配布する。そのうえで、意味が分からず貼付している方がいたとしても、貼付してあれば、勧誘を行った場合、条例上、行政指導の対象とするか、そこまではしないかということである。

もう一点付け加えると、これは、一見さんの飛び込みだけをアウトにしようというものではない。例えば、既に物品販売で訪問をしているお宅に対して「電気の乗り換えについてどうですか。」という形の勧誘も対象として含まれてくる。それまで了解を得ている範囲を超える訪問販売を行うと、既存の知っている業者による勧誘も、形式的にはアウトということ

になる。「形式的にアウト」とは、例えば、あるお宅を業者が一度訪ね、お断りシールが貼ってあるのに勧誘した。そのお宅から京都市に通報があった場合に、直ちに最もきつい行政指導を行うかという、そうではなく、指導しようと思えばできるきっかけになるということである。けれども、その根拠となるように規定しようということが論点となっている。

繰り返すが、最もドラスティックで、今とは違う形となるのは、訪問販売お断りシールを、「迷惑な」という文言を外して京都市が全戸配布し、それが貼付されてある家については、訪問販売すると行政指導の対象になること。これが一番きついものである。そこから、そこまではどうなのか、この程度だったらよいのではないかというような考えが出てくる。現状から何もしないというのが一番緩い。皆様には、これがよいのではないかという意見をお願いしたい。

○野々山委員

今の会長の説明は、2つの論点をごっちゃにしているのではないか。

まず1つ目の論点は、このお断りシールを貼付する所に対して、勧誘を行った場合には、京都市の条例上、行政指導の対象とするかどうかである。

原委員が述べたように、例えば手作りのものか、買ったものかを問わず、それを貼付している所に対して、事業者があえて訪問販売をすることについて、これを行政指導の対象にするかどうかということが1つ目である。

次の論点として、京都市がこの条例を改正するとした場合、あるいはしなくてもよいが、ステッカーを全戸配布するかどうかということが次の問題としてある。しかも、どんなステッカーとするかは次の問題。2つの論点がここにはある。議論は、条例改正をするかどうかということについて、まず考えるべきである。

また、どれだけの人が訳も分からず貼付するのか。これを配るときに自治会を通じて、こういうものがありますよ、と伝えれば、欲しい方もおられる。私も貼っているが、訳も分からず貼るわけではなく、意識を持ってやるというものではないか。

もう1つ、行政指導というものは、むやみやたらに行うものではない。

京都市では、これまで条例に基づく行政指導を行ったことがなく、注意で終わっているということであり、これが実態である。したがって、余程悪質な業者でない限り、行政指導という伝家の宝刀が振られることはない。だからといって、条例をそのままとしてよいというものではない。業者の規範というものを定め、消費者の来てほしくないという気持ちを尊重していくに当たり、条例改正を行うことが必要だと思う。実際に、以前に訪問して、また来てしまったという事業者がいるかもしれないが、そのような方が直ちに行政指導を受けるわけではない。断っても何回もそれをやる、そしてそのような情報があるということになって初めて指導できるものだと思うので、一言意見を述べさせていただいた。

○佐久間会長

最後の点について、それは迷惑又は悪質な訪問販売を行政指導の対象とするために禁ずることとどう異なるのかを説明していただきたい。

○野々山委員

いわゆる行政指導するとき、迷惑か迷惑でないかということの判断は非常に難しい。

○佐久間会長

そうではなく、一度目から行政指導はしないとすると、シールが貼付してある所へ一度訪問すると行政指導の対象になり、条例違反であるとするこの意味はどこにあるのか。

○野々山委員

それは、当然そういった規範になるわけである。事業者はそういう所に訪問してはいけないという規範である。特商法には、再度の訪問・勧誘はしてはならない、と書いてある。これは迷惑でも何でもなし。一度でも断られたら再度の勧誘をしてはいけない。と書いてある。それで実際に一定の行政指導を受けるのは、もっと悪質な人たちであり、法律はそういうものではないか。

○佐久間会長

野々山委員が発言されたように、規範ではあるが、規範であるからといって、それを条例に書き込み、条例違反としての規範とするかどうかということが、ここで問われていることである。京都市が部会で述べたことでは、条例にこういう根拠を求めなくても、悪質なものであったら呼び出して指導を始める、行政指導ではなく事実上の指導を始めるということがある。

繰り返しになるが、色々なレベルの規範があり、シールを貼付してある所へ一度目に訪問してきた人、あるいはこれまでとは違う勧誘をしてきた人に対して、どの程度の非難を加えるのが適切と考えるか。行政指導するかどうかは置いておいて、例えば、条例違反だと非難されることが適切と思われるか、そこまでは行かないと思われるか。商規範としては余り好ましくないことだから、例えば、京都市の窓口への通報なされたときなどには、京都市が真摯に受け止めるべきだとか、そういった色々なレベルがあり、それをどう考えるか、率直なところを伺いたい。

○吉田委員

今話を聞いていて、ステッカーの本当の意味をきちんと知らないといけないと思う。そうでないと、安易に、極端なことになっていくのではないかと。ステッカーにそういう効力があるのであれば、京都市に相談に乗ってもらって段階を踏まえてほしいと思う。行政の指導が入る

ことは、少し極端ではないか。

○松尾委員

現在も、拒絶後に勧誘すると、行政指導の対象になるということか。また、「拒絶」とは、対面して「結構です。」と言ったら、その後は勧誘してはならないということか。

○佐久間会長

そのとおりである。

○松尾委員

条例規則を改正するかという論点は、そのシールを貼付すれば、対面で「お断りです。」と言わなくても、その貼付している家に訪問した時点で、行政指導の対象とするかという理解でよいか。

○佐久間会長

行政指導に絞れば、そのとおりである。

○松尾委員

例えば、貼付している家庭で、「ここに貼ってあるでしょう、お引き取りください。」と言えば、次に勧誘に来た場合には、現在でも当然指導の対象になるという前提でよいか。論点は、そのシールを見て、引き返さないといけないのかどうかということか。

○佐久間会長

率直に意見していただくことが一番ありがたい。初回の部会において、野々山委員からの「どう議事を進めるつもりか。」という質問に対して答えたとおり、コンセンサスが得られればそのとおり京都市に伝える。また、得られなければ、意見の分布状況が明らかになれば、それを踏まえて、京都市において今後の施策を考えていただくということになる。したがって、過激な意見でも構わないので、思うとおり発言していただきたい。

○門谷委員

事業者側の立場で申し上げる。今問題なのは、以前の部会でもあったように、その「迷惑な」という文言の扱いである。

日本には御用聞き文化がある。私の所は呉服屋であり、最近は行っていないが、以前は紹介を受けて訪問販売していた。酒屋さん、米屋さん、そういう街のお店というのは、文化として、御用聞きで、「そろそろお米が切れている頃やないか。」と、親切心と営業も相まって、訪問販売をしてきた。分かりやすいところでは、ヤクルトレディも訪問する。それで、

今、切れていて助かったという方もいる。訪問販売お断りシールが貼付されていると、「もう行けなくなるんやろか。」と思われるのではないか。

迷惑な訪問販売の被害を受けて、もう二度と来てほしくないという事例もたくさんあると思うが、そういう事例に対しては、フォロー、例えば、クーリング・オフや契約を解除できるといった法整備、また、窓口で気楽に相談できるとか、そういうことの整備が必要である。

訪問販売全てを悪と捉えていくことは、少し違うのではないか。例えば、京都市が全戸配布して、訪問販売お断りシールを貼付するということは、あなた方の判断に任せますということではなく、貼付してほしいから送るわけである。深く考えてない人たちは、送られてきたのだから、貼らないといけないと思うのではないか。その辺りを考えると、「迷惑な」の文言を取ることはかなり乱暴であると思う。

○中村委員

以前にも述べさせていただいたが、私は、「迷惑な」という文言を入れてもらう方がよい。全てが迷惑ではなく、珍しい商品を販売に来る人がいる。新しいものを購入できて、良いものが買えたという経験をしている。ステッカーについては、迷惑だと思うものは自分で答えればよい。訪問販売お断りだけであれば、全て拒否しているなど、業者が考える。「迷惑な」となっていれば、一度訪問してみようかという意味になると思う。訪問してきて、そこで、消費者が自分で選択することとなるので、「迷惑な」の文言は、京都市が配布するものとしては入れた方がよい。

また、事業者が訪問するときには、京都市の条例などを熟知しているのかどうか。熟知したうえで、訪問するのか。また、訪問販売お断りステッカーを貼付した家庭を訪問したら、訪問された家庭は、消費者センターに報告しているのか。二度目からとすれば、どの判断で二度目とするのか。事業者が一度来て、1週間後にまた来たということで消費者センターへ連絡したときに初めて二度目となる。本当に消費者が連絡しているのか。

更にもう1つ、事業者が熟知したうえで訪問販売しているようであれば、それは相当悪質だが、「迷惑な」とあれば、その辺は、事業者が考えたくらみで訪問されたらよい。「全ての訪問販売お断り」とまですることではないのでは。珍しい物や新物など、色々な面で買いたいなどと思うものがある。「迷惑な」と付けていると、「うちは結構です。」と言える。

○佐久間会長

確認だが、原委員が発言されたように、自分で「迷惑な」を付さずに訪問販売お断りと書いてあるような所へ訪問することは、迷惑なことに当たるとお考えか。

○中村委員

そういうことである。

○佐久間会長

承知した。ほかにいかがか。

○渡辺委員

高齢者の被害に関しては、一人でお家にいる方はとても心細いのではないかと思う。行政処分となると非常に強い対応となるが、そういう方のためにはあった方がよい。何度も考えたが、訪問販売、訪問買取を断るとなれば、他の方が来ることができない。悪質ではない方もいらっしゃると思う。「迷惑な」という文言を入れれば、例えば、ヤクルトの方が来られたら断ることができるので、「迷惑な」という文言は入れてほしい。

○佐久間会長

部会長がまとめた報告書の5ページにあるとおり、部会においても、「悪質又は迷惑な訪問販売は、必ず市が指導の対象にしなければならない。」ということについて異論はなかった。問題はその手法であろうと考えている。

「迷惑な」を外した訪問販売お断りシールを、希望者にだけ京都市が配ることにし、それが貼付されてあれば、行政指導の対象とすることが、それ自体の訪問販売は迷惑であろうがなかろうが、迷惑な訪問販売をシャットアウトするには有効な手段であるという考えがある。他方で、そこまですると行き過ぎだという意見もあり、今日も恐らくそういう分布であろうと思う。京都市がシールを作成して配布するということになると、かなり大きな重みを持つため、今のような考え方をしなければならない。

そのシールを京都市が配布しないことが、一般的な啓発にも差障りがあるという考えはあり得るが、とりあえず配布しないということを前提にしたうえで、そうなると、各消費者は店で買ってくるか自分で書くかして、訪問販売お断りとだけ書いてあるものを自分で玄関に貼付する。この場合に、京都市から積極的にこれを貼付したらよいというアプローチはしないということを前提にして、そうであれば、わざわざ自分で貼付しているのだから、一度目の訪問販売から行政指導の対象とすべきであるということが望ましいかどうか。この点はいかがか。

確定的な答えではなく、京都市に市民の声を聴いていただくことが、目的であり、シールから離れて、その場合ならばどうかという意見を伺いたい。

○中川委員

部会では、シールは本当に必要な人にだけ配るという前提で、配ったらよいと思っていたが、必要な人に行き渡らせることが非常に難しいということが分かり、町内会やケアマネージャーなどの力を借りて行き渡らせることもなかなか難しいようであった。来てほしくな

い人が、自分で貼付することがよいのではないか。怖くて来てほしくないという声に対しては、シールで来ないようにし、京都市からは、来てほしくない人に対して、シールをどのように調達して貼ってもらうかを周知してもらいたい。

○村上委員

法外な値段で商品を買りに来るような訪問販売については、私も母もお断りするようにしているが、皆の意見を聴いていると、なかなか難しい問題である。

先ほど、中川委員も発言されていたように、どうしても来てほしくない方であれば、「迷惑な」というステッカーの配布は必要だと思うが、どうしてもではなく、曖昧なところで迷っている方もいらっしゃると思う。迷惑な訪問販売の定義がどのようなものなのかということも一度考えてみてはどうか。

○佐久間会長

事業者として、宇治田委員に意見があれば伺いたい。

○宇治田委員

私の場合は、訪問販売に来てお断りしたらすぐ帰っていただいている。女性の場合、なかなかそれができず、また、訪問販売する人も、女性に対しては少し強気になるのではないか。家の中に向けて声を出せば、訪問販売の事業者は躊躇^{ちゆうちよ}するかもしれず、断るには一定の演出も必要ではないか。

○佐久間会長

お聴きいただいてお分かりになったと思うが、「これが審議会の意見である。」という、一本化した意見は、なかなか出ないということである。ただ確認できることはある。

まず、部会でまとめていただいたように、悪質又は迷惑な訪問販売については、市はきちんと指導をすべきであるということ。これは大前提であり、異論を唱えられる方は一人もいないということによいか。

悪質又は迷惑な訪問販売を、市の指導だけでどうにかできるわけではないが、現状、それが京都市において少なからず存在している、恐らくこの認識も共有されているであろう。そして、根絶は難しいであろうが、京都市においては有効な対策を考え続けることが、望まれるということも恐らく共通しているのではないか。その有効な対策の一つとして、例えば、訪問販売お断りシールを京都市が配布し、それが貼付されている家に訪問販売をした場合には、条例上の違反行為であると位置付けることも一案であるということが示された。しかし、そこまで踏み込むことにはやや躊躇^{ちゆうちよ}を覚えるという意見もある。

悪質又は迷惑な訪問販売をいかにして有効に防ぐかということについては、京都市において、今出た意見も踏まえて、どの方法がよいかお考えいただきたい。

もう一点、ここは政策判断になるであろうが、京都市がシールを配布し、それに強い効力を持たせることは、慎重にならなければいけないのではないかという意見があった一方で、仮にシールを配らないことになり、個人が明確な意思表示をした場合には、その意思表示を尊重すべきではないか、との意見もはっきりと出ていた。そうすると、個人の明確な意思表示を尊重するためにシールを配らないこととするのか、それとも広く一般に迷惑な訪問販売を抑止するためには、市がシールを配り、効力は余りはっきりしないが、なお啓発活動を強めていくことがよいのか。

こういった点を、京都市において、今後、検討いただきたい。

以上が、私が会長として議論を伺い、審議会として京都市に要望したいと考えた点である。今日の議論を踏まえて、これもあるということがあれば意見いただきたい。

～ 異議なし ～

○佐久間会長

では、本日の審議はこの程度とする。この間、部会の方をはじめ、皆様には大変御尽力いただいた。感謝申し上げます。

では、京都市から一言願う。

～ 暮らし安全推進部長 挨拶 ～

それでは以上をもって、第125回京都市消費生活審議会を終了する。

(終了)