

継続審議事項「不招請勧誘」について

1 京都府の状況及び事業者等ヒアリング結果

- ・ 訪問販売及び電話勧誘販売の年度別相談件数(商品・役務別)
- ・ 京都府消費生活安全条例による指導件数及び事例
- ・ 事務局ヒアリング結果について

2 事業者等ヒアリング

- ・ 一般社団法人全国直販流通協会
- ・ 株式会社ダスキン

訪問販売及び電話勧誘販売の年度別相談件数(商品・役務別(上位3位))

年度	訪問販売						電話勧誘							
	総件数	商品・役務別上位						総件数	商品・役務別上位					
		1位	2位		3位		1位		2位		3位			
	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数			
H22 (2010)	1,901	新聞 266	工事・建築 138	防災・防犯用品 98			1,213	株 179	インターネット接続回線 135	鮮魚公社債(同順位) 69				
H23 (2011)	1,770	新聞 310	工事・建築 144	冠婚葬祭互助会 77			1,284	株 138	ファンド型投資商品 128	公社債 89				
H24 (2012)	1,744	新聞 234	工事・建築 156	テレビ放送サービス 96			1,437	健康食品 244	インターネット接続回線 119	ファンド型投資商品 107				
H25 (2013)	1,633	新聞 238	工事・建築 150	テレビ放送サービス 122			2,000	健康食品 604	インターネット接続回線 145	商品一般 119				
H26 (2014)	1,593	新聞 222	工事・建築 150	テレビ放送サービス 106			1,916	インターネット接続回線 545	商品一般 165	ファンド型投資商品 101				
H27 (2015)	1,579	新聞 191	インターネット接続回線 157	工事・建築 142			1,855	インターネット接続回線 658	商品一般 150	固定電話サービス 103				
H28 (2016)	1,482	工事・建築 150	新聞 145	テレビ放送サービス 140			1,542	インターネット接続回線 610	商品一般 113	固定電話サービス 50				
H29 (2017)	1,394	新聞 171	テレビ放送サービス 162	工事・建築 112			1,328	インターネット接続回線 523	商品一般 107	電気 86				
H30 (2018)	1,389	テレビ放送サービス 162	新聞 138	工事・建築 135			1,186	インターネット接続回線 358	電気 127	商品一般 82				
R元 (2019)	1,642	電気 194	工事・建築 157	テレビ放送サービス 128			1,082	インターネット接続回線 341	電気 82	商品一般 74				
R2 (2020)	1,468	工事・建築 191	役務その他サービス 170	修理サービス 141			884	インターネット接続回線 220	役務その他サービス 116	商品一般 59				

※R3. 6. 9現在PIO-NET検索(府内市町村センター等含む)

【R2 訪問販売件数中、商品・役務別上位 消費者から招請があった相談件数】

訪問販売(R2)			
	1位(工事・建築)	2位(役務その他サービス)	3位(修理サービス)
相談件数	191	170	141
うち招請	94	66	120
うちレスキュー	0	4	67

京都府消費生活安全条例による指導件数及び事例

1 指導件数（平成27～令和2年度）

不当な取引行為類型	訪問販売	電話勧誘	その他	計	
重要事項不告知又は不実告知による勧誘	21	5		26	事例①
断定的判断の提供による勧誘		1		1	
販売目的を隠した勧誘	29	4	2	35	事例②
事業者名等の不明示・偽装等による勧誘	15	6		21	
優良・有利誤認を招く勧誘			1	1	
公的機関の職員及び委嘱等と誤信させる勧誘	1	1		2	
迷惑を覚えさせる仕方による勧誘	3			3	
電話等により、販売目的を隠すなどして特定の場所に呼び出し勧誘（アポイントメントセールス）	2			2	
心理的不安をあおる勧誘	2		1	3	
拒絶後の勧誘	15	4		19	事例③
判断力の不足に乗じる勧誘	3	2	1	6	
知識・経験・財産・収入等の状況に適合しない勧誘	2	2	1	5	
虚偽の記載をそそのかす勧誘	1			1	
過量販売・長期契約	2		1	3	
事業者の履行遅滞等	1			1	
クーリング・オフ拒否、黙殺等による妨害	3		1	4	
契約の解除等に伴う現状回復義務等の拒否・遅延	1			1	

※表中の件数は重複あり

2 指導事例

(1) 事例① G社「重要事項不告知又は不実告知による勧誘」

【事案】

ガスの小売供給契約の締結についての勧誘であるにもかかわらず、あたかも電気料金のプラン変更手続であるように装い、「プラン変更するだけで月々の料金が安くなります。」等と説明するなど、顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要な事項につき不実を告げていた。

【指導内容等】

①令和2年2月から5月 消費者への事情聴取

A氏(宇治市)、B～E氏（いずれも京都市）、F市（八幡市）の消費者宅を訪問し、消費者聴取

②同年2月 事業者の所在地（大阪市内）、営業状況等現地確認

③同年7月 G社本社へ来所要請し、事情聴取

④同年7月 改善要請文書発出（販売目的等不明示、再勧誘の禁止、書面交付義務、不実告知違反）

⑤同年8月 G社から業務改善報告書の提出

以後違反事例はなし

(2) 事例② E社「販売目的を隠した勧誘」

【事案】

事業者の担当者は、電気供給の役務提供契約の締結について勧誘するに際し、「ニチデンから来ました。」「電気代が安くなるチラシを郵便受けに入れていますが、見ていただけましたか。」「関西電力の新しいプランです。」等と告げるのみで、勧誘に先立って名称を明らかにせず、また電気供給の役務提供契約の締結について勧誘するためのものであることを告げていなかった。

【指導内容等】

- ①令和元年9月～12月 A～D氏（いずれも京都市）に消費者聴取
 - ②同年10月 福岡県消費生活センターとの情報共有
 - ③同年11月 事業者の所在地（福岡市内）（登記簿等で事業者確認）
 - ④同年12月 関連会社登記、営業状況等現地確認（神戸市内）
 - ⑤令和2年1月 千葉県と連絡調整（千葉県との合同指導とする）
 - ⑥同年1月 E社に千葉県と連名で来所要請
 - ⑦同年2月 E社センターに来所、事情聴取
 - ⑧同年2月 改善要請文書発出（名称・勧誘目的の明示義務、再勧誘の禁止、不備書面交付、不実告知）
 - ⑨同年2月 E社から業務改善報告書の提出
- 以後違反事例なし

(3) 事例③ I社「拒絶後の勧誘」

【事案】

事業者は、消費者が「新聞はいらぬ。とらぬ。」「お断りしているんです。」等と言って契約を締結しない旨の意思を表示したにもかかわらず、引き続き、当該契約の締結について勧誘をした。

【指導内容等】

- ①平成31年2月～3月 消費者聴取A～H氏（いずれも宇治市）
 - ②同年2月～ I販売社の外観調査（宇治市）、販売店外観調査（K、L、M販売店）
 - ③令和元年5月 I社に事情聴取実施
 - ④同年5月 I社あて業務改善報告書提出要請（再勧誘の禁止、不実告知の禁止）
 - ⑤同年5月 I社から業務改善報告書提出
 - ⑥同年5月 J社に事情聴取のための来所要請（消費者宅を訪問し勧誘していた者は、J社のスタッフである旨、I社が抗弁したため）
 - ⑦同年5月 J社に事情聴取実施、口頭により改善要請文書提出を依頼
 - ⑧同年9月 J社あて業務改善報告書提出要請
 - ⑨同年9月 J社が来所し、業務改善報告書提出
- 以後、定期的にJ社に助言実施（再勧誘の禁止、不実告知の禁止についての違反はないが、相談事例が入れば情報提供・助言している。）

消費生活審議会継続審議(不招請勧誘)事務局ヒアリング(結果)

1 目的

消費生活審議会施策推進部部会でヒアリングを行う団体等を決定するため、訪問販売事業を行っている業界団体及び事業者から意見聴取を実施

2 実施団体・事業者数

業界団体：12団体

事業者：5社

3 時期

業界団体：4月30日～5月25日

事業者：6月14日～同月21日

4 聴取方法

対面及びZoom

5 聴取した内容

(1) 業界団体からの聴取(概要)

団体の中には、訪問販売勧誘を断る趣旨のお断りステッカーを貼付することについては営業の支障になるとの考えを持っている団体もあるが、日本訪問販売協会や全国直販流通協会、新聞公正取引協議会等の訪問販売を主とした業界団体では、自主規制を定め、教育に力を入れ、相談窓口の開設をしている。

京都府内の電機や屋根工事の組合では、不招請勧誘はほとんどせず、アポイントを取った上での訪問や電話勧誘をしている。

(2) 事業者からの聴取(概要)

ほとんどの事業者は、ステッカーが貼ってあれば、営業を自粛するところが多く、営業の機会の妨げになると考えており、強く反対しているところもある。

訪問販売には、きめ細かなサービスの提供や高齢者への見守り活動の実施の利点があると考えている一方、自主規制(家族の同意、契約期間の限定)を行っているところもある。

※ 各聴取内容は別紙をご参照ください。

(別紙)

1 業界団体からの聴取内容

- ①訪問販売・電話勧誘販売の実態把握
 - ・業種別団体は概ね把握しているものの、商工会議所・商工会関係団体では詳細には把握していなかった。
 - ・ポスティングやネット広告後、消費者から来所要請があったときは訪問している団体もある。
- ②訪問販売・電話勧誘販売の自主規制や取組み
 - ・特商法や関係法令の遵守、訪問時の自主ルールなどを規定している（3団体）
- ③高齢者の見守り活動の実施
 - ・訪問時の安否確認、郵便物の状況確認
 - ・オレンジリボン活動等の声かけ
 - ・高齢者向け講習会の実施
 - ・独居老人宅の無料診断、訪問
- ④団体での協力
 - ・啓発、講演活動、広報活動で協力可能なところが多い
- ⑤訪問販売お断りステッカーの有用性・効果
 - ・ある程度有効であるとの認識（3団体）
 - ・悪質な業者はステッカーに関わらず訪問する（4団体）
 - ・営業の自由の妨害にもなり得るので条例での規制は反対（6団体）
- ⑥悪質行為の把握・対応状況
 - ・相談窓口をもっているところについては概ね把握している（4団体）

2 事業者からの聴取内容

- ①訪問販売・電話勧誘（不招請勧誘）の実施 4事業者が実施
- ②自主規制の有無 3事業者があり
- ③高齢者への留意点
 - ・勧誘時のチェックブックを作成、家族の同意をもらう
 - ・70歳以上は家族の同意をもらう
 - ・長期契約、先付契約の是正、ガイドラインの策定
- ④悪質な行為をなくすために協力できること
 - ・見守り活動、センターとの連携事業
- ⑤訪問販売お断りステッカーの有用性・効果
 - ・ある程度有効であるとの認識（2事業者）
 - ・悪質な業者はステッカーに関わらず訪問する（1事業者）
 - ・営業の自由の妨害にもなり得るので条例での規制は反対（3事業者）
- ⑥悪質行為の実態把握
 - ・相談窓口開設（3事業者）
 - ・センターとの情報共有の上、苦情がなくなるよう取り組んでいる（1事業者）
- ⑦コロナ禍の営業の変化
 - ・訪問の自粛、チラシとWEB強化