

訪問販売・電話勧誘販売等の 勧誘に関する問題についての検討

目次

第1．第4回専門調査会の補足

**第2．諸外国および自治体の制度例と効果・課題
(訪問販売・電話勧誘販売)**

過去5年間の苦情相談件数推移 [訪問販売]

【表1 - 1】苦情相談件数上位20件の商品・役務等別苦情相談件数の推移(ピンク:適用除外に該当する可能性があるもの)

	2010年度		2011年度		2012年度		2013年度		2014年度	
	総件数	98,919	総件数	97,197	総件数	92,042	総件数	91,213	総件数	88,911
1 新聞		10,790 新聞		10,701 新聞		9,948 工事・建築		10,425 新聞		10,011
2 工事・建築		9,115 工事・建築		9,279 工事・建築		9,458 新聞		10,256 工事・建築		9,902
3 ふとん類		4,223 テレビ放送サービス		3,888 テレビ放送サービス		4,306 テレビ放送サービス		5,268 テレビ放送サービス		5,994
4 リースサービス		3,118 ふとん類		3,535 インターネット接続回線		3,593 インターネット接続回線		3,955 インターネット接続回線		4,953
5 テレビ放送サービス		3,110 修理サービス		3,312 ふとん類		3,281 修理サービス		2,994 修理サービス		2,986
6 給湯システム		2,795 ソーラーシステム		2,808 ソーラーシステム		2,969 ふとん類		2,981 ふとん類		2,767
7 修理サービス		2,685 インターネット接続回線		2,726 修理サービス		2,910 ソーラーシステム		2,802 ソーラーシステム		2,414
8 普通生命保険		2,356 リースサービス		2,407 商品一般(注2)		2,306 商品一般(注2)		2,549 商品一般(注2)		2,337
9 他の台所用品(注3)		2,232 普通生命保険		2,130 リースサービス		2,104 リースサービス		1,796 他の台所用品(注3)		1,848
10 防災・防犯用品		2,028 有線テレビ放送		2,074 普通生命保険		1,869 他の台所用品(注3)		1,754 リースサービス		1,723
11 ソーラーシステム		2,014 給湯システム		2,018 給湯システム		1,776 普通生命保険		1,746 給湯システム		1,694
12 有線テレビ放送		1,940 他の台所用品(注3)		1,925 ファンド型投資商品()		1,632 給湯システム		1,727 複合サービス会員		1,610
13 商品デリバティブ取引()		1,916 冠婚葬祭互助会		1,578 他の台所用品(注3)		1,601 ファンド型投資商品()		1,547 普通生命保険		1,568
14 インターネット接続回線		1,858 防災・防犯用品		1,570 冠婚葬祭互助会		1,457 冠婚葬祭互助会		1,522 有線テレビ放送		1,448
15 補習用教材		1,779 アクセサリー(全般)		1,476 有線テレビ放送		1,389 有線テレビ放送		1,326 冠婚葬祭互助会		1,250
16 冠婚葬祭互助会		1,538 プロパンガス		1,387 防災・防犯用品		1,202 建物清掃サービス		1,231 固定電話サービス		1,184
17 プロパンガス		1,522 ネックレス		1,344 固定電話サービス		1,176 防災・防犯用品		1,198 防災・防犯用品		1,173
18 ネックレス		1,256 ファンド型投資商品()		1,343 プロパンガス		1,160 補習用教材		1,099 建物清掃サービス		1,098
19 複合サービス会員		1,235 補習用教材		1,326 建物清掃サービス		1,104 役務その他サービス		1,064 補習用教材		1,080
20 家庭用電気治療器具		1,226 商品一般(注2)		1,304 補習用教材		1,055 プロパンガス		1,044 ファンド型投資商品()		1,071

(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。なお、PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。

(注2) 商品の相談であることが明確であるが、PIO-NETに登録されている商品のうち、いずれであるかを特定できない、または特定する必要のない相談。

(注3) 「他の台所用品」は、「食器・台所用品」のうち他の中分類のいずれにも該当しないもの。浄水器に関する相談が多く含まれている。

(注4) 4頁に示す適用法別件数の算出に際し、()が付された商品・役務等については、PIO-NETに登録された内容からは特商法の対象となるか金商法の対象となるか判別できないため、特商法・適用除外に半数ずつ振り分けている。

過去5年間の苦情相談件数推移 [電話勧誘販売]

【表1 - 2】苦情相談件数上位20件の商品・役務等別苦情相談件数の推移(ピンク:適用除外に該当する可能性があるもの)

	2010年度		2011年度		2012年度		2013年度		2014年度	
	総件数	64,184	総件数	69,839	総件数	80,020	総件数	102,447	総件数	90,598
1	株()	5,896	ファンド型投資商品()	8,269	ファンド型投資商品()	8,293	健康食品(全般)(注2)	16,786	インターネット接続回線	20,489
2	インターネット接続回線	5,660	公社債()	5,994	健康食品(全般)(注2)	7,675	インターネット接続回線	9,303	ファンド型投資商品()	8,060
3	公社債()	4,242	インターネット接続回線	5,735	インターネット接続回線	7,098	ファンド型投資商品()	9,137	商品一般(注2)	7,355
4	鮮魚	3,762	株()	5,501	他の健康食品(注2)	5,386	他の健康食品(注2)	8,950	役務その他サービス	4,189
5	新築分譲マンション	3,011	商品一般	3,201	商品一般	4,270	商品一般	7,293	公社債()	3,599
6	ファンド型投資商品()	2,976	役務その他サービス	2,251	公社債()	3,844	公社債()	3,915	固定電話サービス	2,845
7	商品一般	2,671	新築分譲マンション	2,127	株()	3,639	株()	3,199	株()	2,772
8	固定電話サービス	2,281	フリーローン・サラ金	2,066	役務その他サービス	2,770	役務その他サービス	2,875	他の健康食品(注2)	2,124
9	フリーローン・サラ金	2,030	鮮魚	1,877	固定電話サービス	1,962	鮮魚	2,289	健康食品(全般)(注2)	2,106
10	他の健康食品(注2)	1,328	固定電話サービス	1,604	鮮魚	1,860	固定電話サービス	1,975	鮮魚	1,572
11	資格取得用教材	1,218	金融関連サービスその他(注3)	1,498	フリーローン・サラ金	1,729	フリーローン・サラ金	1,508	フリーローン・サラ金	1,478
12	役務その他サービス	1,204	他の健康食品(注2)	1,422	新築分譲マンション	1,454	教養・娯楽サービスその他	1,154	老人ホーム(注5)	1,476
13	広告代理サービス	1,169	広告代理サービス	1,032	モバイルデータ通信	1,051	新築分譲マンション	1,060	社会保険(注4)	1,161
14	資格講座	1,110	健康食品(全般)(注2)	886	金融関連サービスその他(注3)	1,027	広告代理サービス	1,034	デジタルコンテンツ	1,136
15	商品デリバティブ取引()	982	教養・娯楽サービスその他	814	教養・娯楽サービスその他	961	アクセサリー(全般)	863	広告代理サービス	992
16	教養・娯楽サービスその他	962	資格講座	774	広告代理サービス	949	社会保険(注4)	854	相談その他(全般)(注6)	885
17	金融関連サービスその他(注3)	957	単行本	758	単行本	795	預貯金・証券等(全般)()	825	新築分譲マンション	861
18	単行本	763	預貯金・証券等(全般)()	757	資格講座	777	宝くじ	777	ソーラーシステム	763
19	健康食品(全般)(注2)	728	資格取得用教材	734	預貯金・証券等(全般)()	736	デジタルコンテンツ	765	預貯金・証券等(全般)()	740
20	有線テレビ放送	713	商品デリバティブ取引()	662	有線テレビ放送	701	ソーラーシステム	717	工事・建築	707

(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。

(注2) 「健康食品(全般)」は、健康食品の相談であることは明確であるが、どのような健康食品が特定できない、又は特定する必要のないもの。「他の健康食品」は、PIO-NETの健康食品の他の中分類のいずれにも該当しないもの。

(注3) 仮想通貨や外国通貨の勧誘に関する相談などが含まれる。これらは商品、役務、指定権利のいずれにも該当せず、現行法では特商法の規制対象外である可能性が高い。

(注4) 還付金詐欺や保険証の紛失に関する相談なども含まれる。これらは特商法の規制対象外である可能性が高い。

(注5) 「老人ホームの入居権」等の権利商法の相談が含まれる。この権利は特定商取引法の指定権利に該当せず、現行法では特商法の規制対象外である可能性が高い。

(注6) 「売り手対買い手」という図式を持たない相談のうち、PIO-NETの「他の相談」の他の分類のいずれにも該当しないもの。これらは消費者取引に関する相談ではないため、特商法の規制対象外である可能性が高い。

(注7) 4頁に示す適用法別件数の算出に際し、()が付された商品・役務等については、PIO-NETに登録された内容からは特商法の対象となるか金商法の対象となるか判別できないため、特商法・適用除外に半数ずつ振り分けている。

適用法別件数

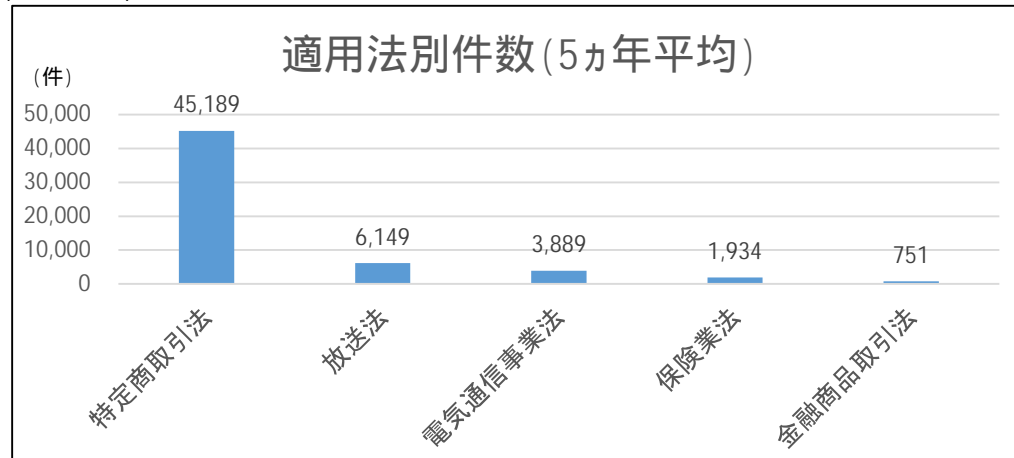
上位20位の商品・役務等について、適用法別に集計した結果、訪問販売では特商法適用対象の苦情相談が78%となり、電話勧誘販売では54%となった。

【訪問販売】

(表1-3)

(年度)	特定商取引法	放送法	電気通信事業法	保険業法	金融商品取引法
2010	48,514	5,050	1,858	2,356	958
2011	46,642	5,962	2,726	2,130	672
2012	43,147	5,695	4,769	1,869	816
2013	45,216	6,594	3,955	1,746	774
2014	42,429	7,442	6,137	1,568	536
計	225,947	30,743	19,445	9,669	3,755
平均	45,189	6,149	3,889	1,934	751

(図1-1)



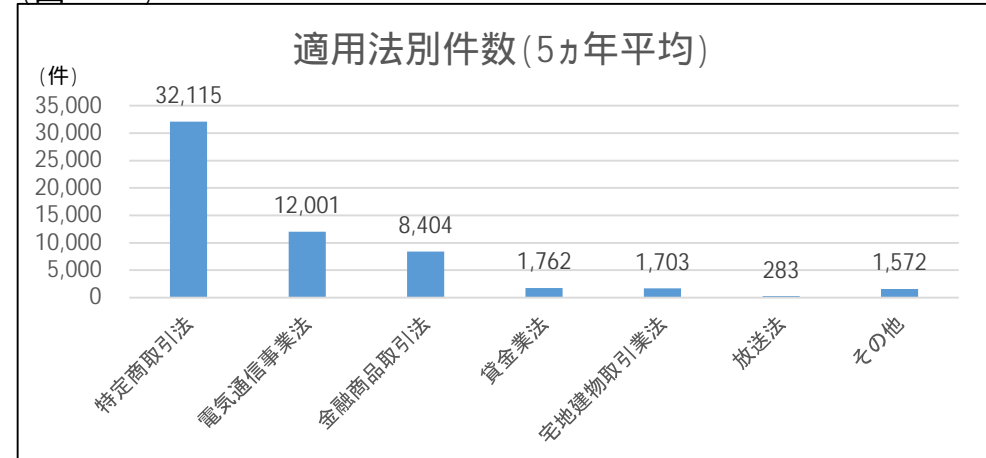
(注1) 3頁の表に基づき、苦情相談件数上位20件の商品・役務等について、適用法別に消費者庁において独自に区分、集計したもの。

【電話勧誘販売】

(表1-4)

(年度)	特定商取引法	電気通信事業法	金融商品取引法	貸金業法	宅地建物取引業法	放送法	その他
2010	21,963	7,941	7,048	2,030	3,011	713	957
2011	24,341	7,339	10,592	2,066	2,127	0	1,498
2012	33,699	10,111	8,256	1,729	1,454	701	1,027
2013	52,041	11,278	8,538	1,508	1,060	0	854
2014	28,530	23,334	7,586	1,478	861	0	3,522
計	160,573	60,003	42,019	8,811	8,513	1,414	7,858
平均	32,115	12,001	8,404	1,762	1,703	283	1,572

(図1-2)



(注2) 4頁の表に基づき、苦情相談件数上位20件の商品・役務等について、適用法別に消費者庁において独自に区分、集計したもの。

商品・役務等別に見た契約金額・既払金額[訪問販売]

契約金額においては、相談全体では特商法対象の商品・役務等の平均金額が高く、65歳以上では適用除外の商品・役務等の平均金額が高くなっている。

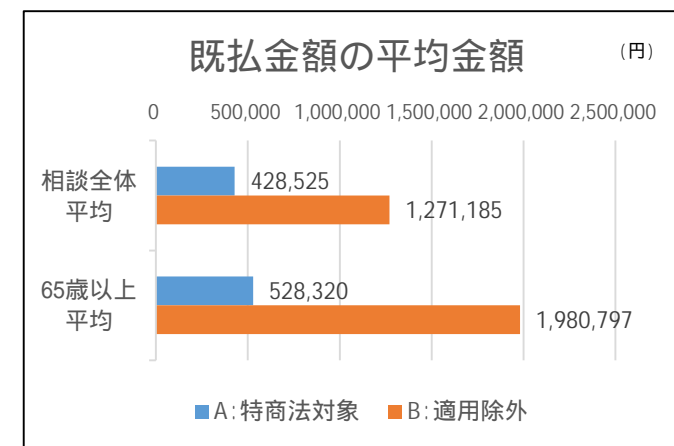
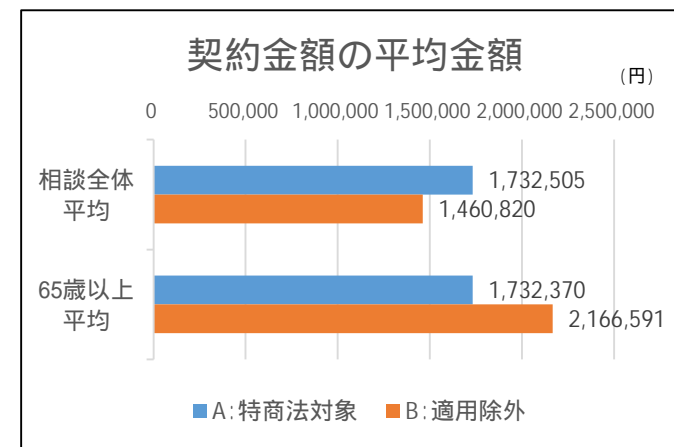
既払金額においては、いずれの年代も適用除外の商品・役務等の平均金額が高くなっている。

(表1 - 5) 訪問販売に関する苦情相談件数上位20件の商品・役務等に係る契約金額(2014年度)

(単位:円)

(図1 - 3)

	商品・役務等 (上位20位)	件数	契約金額				既払金額			
			契約者年齢(相談全体)		契約者年齢(65歳以上)		契約者年齢(相談全体)		契約者年齢(65歳以上)	
			平均	合計	平均	合計	平均	合計	平均	合計
1	新聞	10,011	42,322	112,110,889	46,884	66,059,484	5,047	11,880,455	4,937	6,190,660
2	工事・建築	9,902	3,535,219	26,256,074,203	3,480,795	15,371,188,869	620,508	4,287,089,587	613,420	2,532,812,686
3	テレビ放送サービス	5,994	30,614	28,869,227	31,057	9,068,642	5,630	4,532,006	5,547	1,347,847
4	インターネット接続回線	4,953	23,373	22,461,595	18,835	7,251,481	4,475	3,951,796	3,274	1,221,243
5	修理サービス	2,986	274,272	645,637,215	300,743	450,212,512	84,662	190,404,567	100,071	143,301,701
6	ふとん類	2,767	494,557	1,064,781,973	496,686	824,002,196	272,190	544,107,518	300,621	473,778,608
7	ソーラーシステム	2,414	4,577,561	7,475,157,501	4,957,414	1,586,372,500	564,863	725,848,294	802,170	214,981,641
8	商品一般	2,337	2,532,150	349,436,752	4,022,665	325,835,897	1,101,607	322,770,929	1,635,375	309,085,807
9	他の台所用品	1,848	302,455	416,479,848	316,884	256,992,480	148,053	188,027,079	174,805	135,474,177
10	リースサービス	1,723	1,075,942	965,119,727	892,746	141,946,665	164,724	110,035,826	278,258	34,225,671
11	給湯システム	1,694	960,806	1,153,927,523	750,210	345,096,363	88,402	91,761,133	98,017	40,971,198
12	複合サービス会員	1,610	213,430	210,868,829	1,528,395	33,624,697	123,392	114,877,965	1,217,005	25,557,097
13	普通生命保険	1,568	4,227,081	2,079,724,003	4,413,494	1,209,297,452	2,604,813	1,195,609,334	2,891,763	757,641,823
14	有線テレビ放送	1,448	17,457	7,681,174	16,964	4,173,104	7,114	2,411,712	5,911	1,123,117
15	冠婚葬祭互助会	1,250	298,222	236,490,084	306,120	150,304,692	206,075	163,211,117	212,574	103,736,027
16	固定電話サービス	1,184	25,291	5,538,620	20,199	3,150,970	6,241	1,229,403	7,055	980,601
17	防災・防犯用品	1,173	34,466	29,813,176	33,019	18,556,421	20,192	16,577,663	20,584	11,074,050
18	建物清掃サービス	1,098	80,710	58,030,363	84,259	41,707,957	37,781	26,295,379	40,198	19,174,279
19	補習用教材	1,080	685,509	642,321,800	559,002	6,708,020	127,209	106,728,231	113,725	1,364,698
20	ファンド型投資商品()	1,071	6,393,864	6,010,231,788	6,957,722	4,933,024,822	6,070,432	5,572,656,118	6,701,108	4,623,764,152
上位20商品合計		58,111	1,698,455	47,770,756,290	1,783,659	25,784,575,224	531,366	13,680,006,112	694,110	9,437,807,083
A:特商法対象		42,429	1,732,505	42,621,365,777	1,732,370	22,085,121,164	428,525	9,685,943,802	528,320	6,363,610,376
B:特商法適用除外		15,683	1,460,820	5,149,390,513	2,166,591	3,699,454,060	1,271,185	3,994,062,310	1,980,797	3,074,196,707



(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数及び金額。平均金額は、金額が不明な相談を除き、0円を含む全ての相談の算術平均である。

(注2) 適用除外となる可能性のある商品・役務等を赤字にて示している。

(注3) A、Bの件数等は、注2の分類に基づき消費者庁独自に計算したもの。なおファンド型投資商品()については、PIO-NETに登録された内容からは特商法の対象となるか金商法の対象となるか判別できないため、特商法・適用除外に半数ずつ振り分けている。

商品・役務等別に見た契約金額・既払金額 [電話勧誘販売]

電話勧誘販売では、契約金額においては相談全体では金額に大きな違いはなく、65歳以上では適用除外の商品・役務等の平均金額が高くなっている。

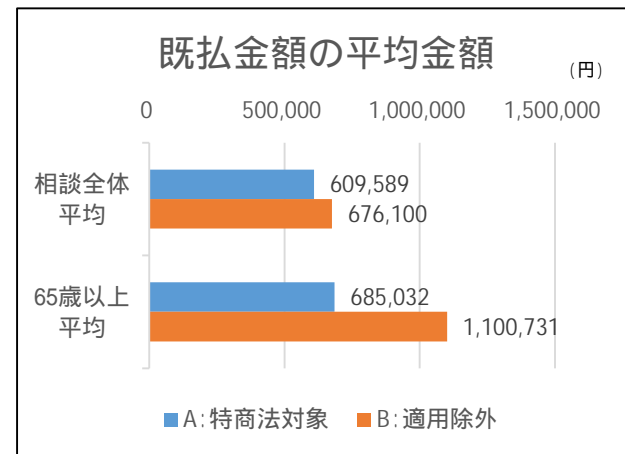
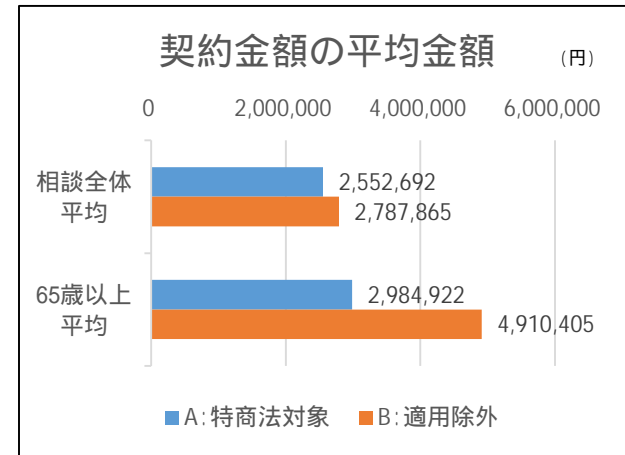
既払金額も同様に、相談全体では金額に大きな違いはなく、65歳以上では適用除外の商品・役務等の平均金額が高くなっている。

(表1 - 6) 電話勧誘販売に関する苦情相談件数上位20件の商品・役務等に係る契約金額(2014年度)

(単位:円)

(図1 - 4)

	商品・役務等 (上位20位)	件数	契約金額				既払金額			
			契約者年齢(相談全体)		契約者年齢(65歳以上)		契約者年齢(相談全体)		契約者年齢(65歳以上)	
			平均	合計	平均	合計	平均	合計	平均	合計
1	インターネット接続回線	20,489	9,173	37,096,855	9,802	12,428,502	1,483	5,697,895	1,321	1,622,258
2	ファンド型投資商品()	8,060	10,011,406	18,020,530,110	10,342,019	15,078,663,210	2,295,712	4,660,294,860	2,194,462	3,638,417,210
3	商品一般	7,355	4,684,040	1,494,208,636	5,153,315	1,241,948,900	472,797	276,586,398	634,362	265,797,712
4	役務その他サービス	4,189	1,538,811	1,386,468,689	2,328,238	1,070,989,646	553,207	541,589,188	723,400	397,869,952
5	公社債()	3,599	10,208,643	7,840,238,064	10,107,424	6,458,644,064	1,900,726	1,627,021,760	1,830,402	1,292,263,760
6	固定電話サービス	2,845	24,401	7,588,755	31,311	6,512,692	2,343	836,464	2,789	647,079
7	株()	2,772	9,419,836	7,140,235,836	9,436,387	5,982,669,040	2,259,684	1,791,929,655	2,297,290	1,509,319,377
8	他の健康食品	2,124	69,993	104,919,991	64,016	82,260,933	25,616	36,477,014	20,576	24,999,888
9	健康食品(全般)	2,106	85,290	109,341,533	87,018	97,547,504	38,214	45,742,017	39,404	41,728,430
10	鮮魚	1,572	15,011	17,082,930	15,104	13,654,348	3,991	4,426,232	4,361	3,850,682
11	フリーローン・サラ金	1,478	445,649	281,204,655	421,038	20,209,810	108,360	49,954,002	197,869	8,112,640
12	老人ホーム	1,476	12,947,246	3,560,492,691	13,014,083	3,227,492,691	587,411	165,650,000	652,165	165,650,000
13	社会保険	1,161	102,683	15,813,154	111,588	14,952,730	46,367	10,942,500	50,233	10,649,379
14	デジタルコンテンツ	1,136	258,831	153,745,591	225,850	17,164,633	117,192	65,744,647	128,863	8,762,713
15	広告代理サービス	992	107,543	75,065,099	139,648	34,213,798	34,280	22,556,176	50,416	11,595,600
16	相談その他(全般)	885	2,391,846	129,159,700	2,881,194	106,604,160	542,595	42,865,000	800,755	42,440,000
17	新築分譲マンション	861	25,714,932	1,285,746,576	11,348,000	68,088,000	3,551,953	227,325,000	537,500	4,300,000
18	ソーラーシステム	763	5,478,460	339,664,500	10,126,633	202,532,660	371,268	26,360,000	764,000	19,100,000
19	預貯金・証券等(全般)()	740	10,672,730	1,526,200,420	10,524,003	1,315,500,420	2,051,200	342,550,420	2,371,789	332,050,420
20	工事・建築	707	3,025,663	372,156,543	4,084,889	277,772,479	239,178	30,375,630	240,607	15,880,030
上位20商品全体(グレー除く)		61,788	2,657,992	40,191,494,783	3,631,706	31,980,800,639	638,530	9,755,467,358	824,858	7,576,317,751
A:特商法対象		28,530	2,552,692	21,316,255,727	2,984,922	17,455,823,268	609,589	5,260,755,650	685,032	4,175,610,391
B:適用除外		33,259	2,787,865	18,875,239,056	4,910,405	14,524,977,371	676,100	4,494,711,709	1,100,731	3,400,707,361



(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。平均金額は、金額が不明な相談を除き、0円を含む全ての相談の算術平均である。

(注2) 適用除外となる可能性のある商品・役務等を赤字にて示している。

(注3) A、Bの件数等は、注2の分類に基づき消費者庁独自に計算したもの。なお()が付された商品・役務等については、PIO-NETに登録された内容からは特商法の対象となるか金商法の対象となるか判別できないため、特商法・適用除外に半数ずつ振り分けている。

商品・役務等別に見た「強引」な勧誘の状況

訪問販売に関する強引の付与率は全体で20.1%、うち特商法の適用を受ける商品・役務等については18.2%、特商法の適用を受けない可能性がある商品・役務等については25.2%であった。電話勧誘販売では、全体で19.9%、特商法の適用を受ける商品・役務等については19.8%、特商法の適用を受けない可能性がある商品・役務等については19.9%であった。

(表1-7) 訪問販売に関する苦情相談件数上位20件の商品・役務等に係る強引件数(2014年度)

	商品名	全体の相談		
		件数	「強引」が付与された相談	
			件数	付与率
1	新聞	10,011	2,607	26.0%
2	工事・建築	9,902	1,521	15.4%
3	テレビ放送サービス	5,994	2,717	45.3%
4	インターネット接続回線	4,953	762	15.4%
5	修理サービス	2,986	436	14.6%
6	ふとん類	2,767	773	27.9%
7	ソーラーシステム	2,414	230	9.5%
8	商品一般	2,337	273	11.7%
9	他の台所用品	1,848	301	16.3%
10	リースサービス	1,723	199	11.5%
11	給湯システム	1,694	171	10.1%
12	複合サービス会員	1,610	257	16.0%
13	普通生命保険	1,568	215	13.7%
14	有線テレビ放送	1,448	200	13.8%
15	冠婚葬祭互助会	1,250	128	10.2%
16	固定電話サービス	1,184	196	16.6%
17	防災・防犯用品	1,173	183	15.6%
18	建物清掃サービス	1,098	197	17.9%
19	補習用教材	1,080	171	15.8%
20	ファンド型投資商品()	1,071	120	11.2%
上位20商品全体		58,111	11,657	20.1%
A:特商法対象		42,429	7,703	18.2%
B:適用除外		15,683	3,954	25.2%

(表1-8) 電話勧誘販売に関する苦情相談件数上位20件の商品・役務等に係る強引件数(2014年度)

	商品名	全体の相談		
		件数	「強引」が付与された相談	
			件数	付与率
1	インターネット接続回線	20,489	3,576	17.5%
2	ファンド型投資商品()	8,060	1,791	22.2%
3	商品一般	7,355	1,109	15.1%
4	役務その他サービス	4,189	380	9.1%
5	公社債()	3,599	824	22.9%
6	固定電話サービス	2,845	569	20.0%
7	株()	2,772	538	19.4%
8	他の健康食品	2,124	533	25.1%
9	健康食品(全般)	2,106	591	28.1%
10	鮮魚	1,572	478	30.4%
11	フリーローン・サラ金	1,478	272	18.4%
12	老人ホーム	1,476	317	21.5%
13	社会保険	1,161	29	2.5%
14	デジタルコンテンツ	1,136	140	12.3%
15	広告代理サービス	992	408	41.1%
16	相談その他(全般)	885	49	5.5%
17	新築分譲マンション	861	561	65.2%
18	ソーラーシステム	763	194	25.4%
19	預貯金・証券等(全般)()	740	153	20.7%
20	工事・建築	707	163	23.1%
上位20商品全体(グレー除く)		61,788	12,280	19.9%
A:特商法対象		28,530	5,649	19.8%
B:適用除外		33,259	6,631	19.9%

(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された相談のうち、内容キーワード「強引」が付与された件数。

(注2) 適用除外となる可能性のある商品・役務等を赤字にて示している。

(注3) A、Bの件数等は、注2の分類に基づき消費者庁独自に集計したもの。なお()が付された商品・役務等についてはPIO-NETからは特商法の対象となるか金商法の対象となるか判別できないため、特商法・適用除外に半数ずつ振り分けている。

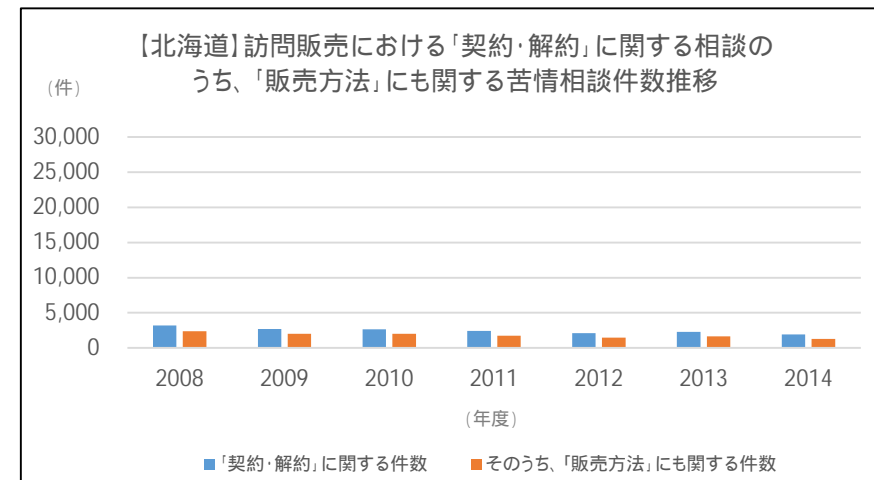
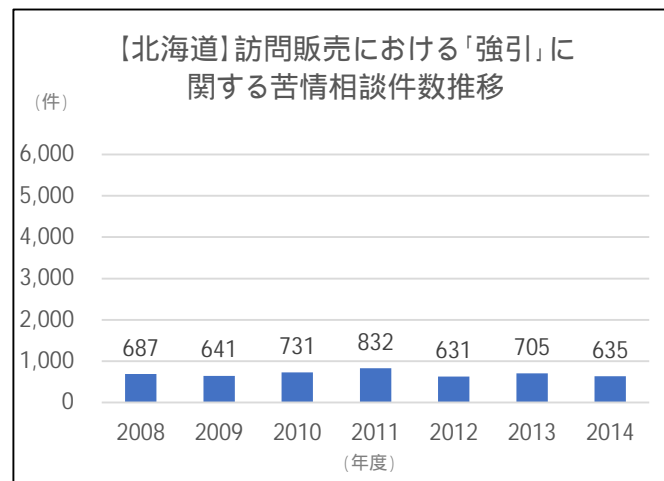
相談者の地域別に見た「強引」に関する相談状況(1) [訪問販売]

各県の人口数によって苦情相談件数そのものに差はあるものの、「販売方法」に関する相談に付されたキーワードでは「強引」に関する件数が多い、「強引」な勧誘の苦情相談件数は減少していない、「契約・解約」に関する相談とあわせて「販売方法」に関する相談が同時に寄せられているケースが大部分を占める、といった傾向は、全ての地域で共通している。

【北海道】

人口 5,431千人

訪問販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	家庭訪販	1,439
2	解約(全般)	572
3	強引	564
4	高価格・料金	369
5	クーリングオフ(全般)	324
6	契約書・書面(全般)	314
7	虚偽説明	227
8	説明不足	205
9	信用性	204
10	景品付販売	197

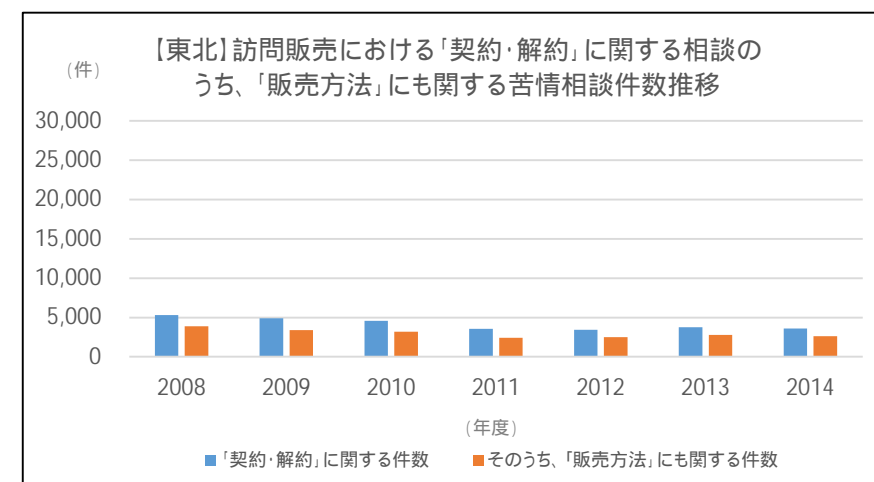
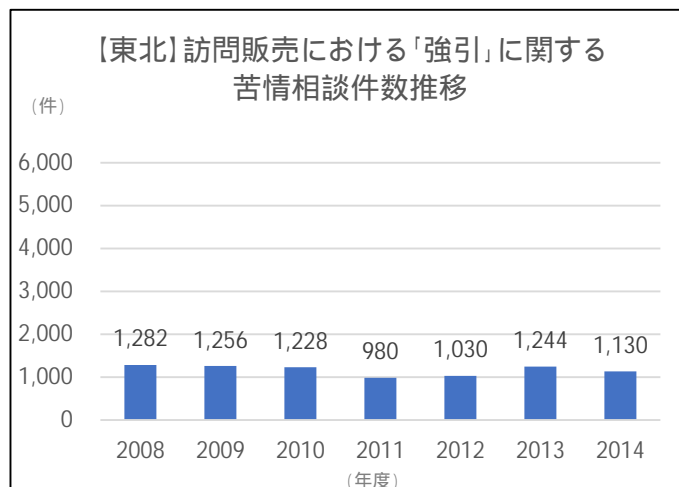


【東北】

人口
 青森 1,321千人
 岩手 1,284千人
 宮城 2,328千人
 秋田 1,037千人
 山形 1,131千人
 福島 1,935千人

地域計:9,036千人

訪問販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	家庭訪販	2,387
2	解約(全般)	1,021
3	強引	1,004
4	高価格・料金	856
5	クーリングオフ(全般)	683
6	説明不足	522
7	信用性	489
8	虚偽説明	428
9	契約書・書面(全般)	372
10	返金	255



出典:

人口推計

(平成26年10月1日現在) (注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。

(総務省) (注2) 相談内容別分類及び内容等キーワードは複数回答項目であり、一つの事例に複数付与されている可能性がある。

相談者の地域別に見た「強引」に関する相談状況(2) [訪問販売]

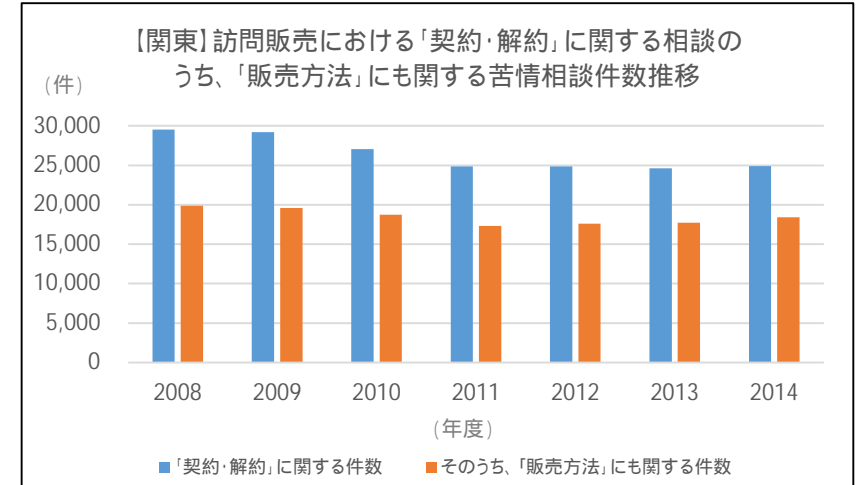
【関東】

人口

茨城	2,919千人
栃木	1,980千人
群馬	1,976千人
埼玉	7,239千人
千葉	6,197千人
東京	13,390千人
神奈川	9,096千人

地域計: 42,797千人

	内容等キーワード	件数
1	家庭訪販	17,467
2	解約(全般)	7,665
3	強引	5,450
4	高価格・料金	4,757
5	クーリングオフ(全般)	4,357
6	虚偽説明	3,354
7	信用性	3,328
8	契約書・書面(全般)	3,142
9	説明不足	3,042
10	返金	2,507



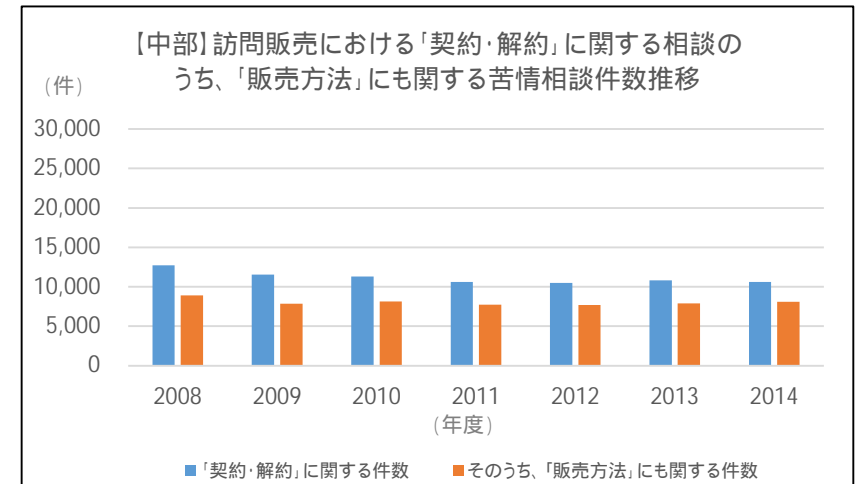
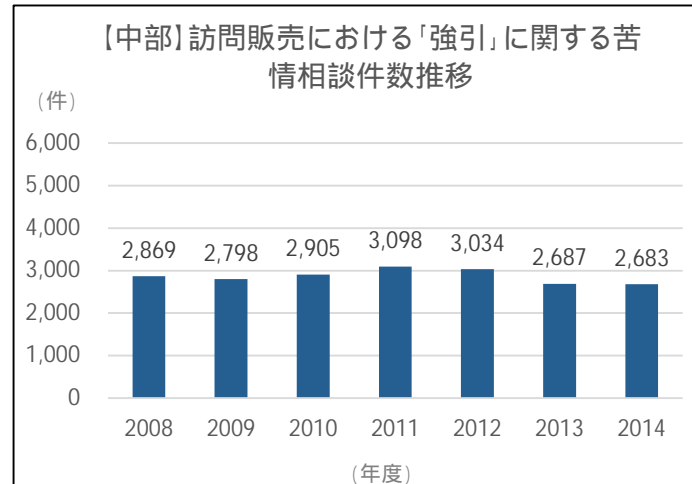
【中部】

人口

新潟	2,313千人
富山	1,070千人
石川	1,156千人
福井	790千人
長野	2,109千人
山梨	841千人
岐阜	2,041千人
静岡	3,705千人
愛知	7,455千人

地域計: 21,480千人

	内容等キーワード	件数
1	家庭訪販	7,763
2	解約(全般)	3,343
3	高価格・料金	2,443
4	強引	2,442
5	クーリングオフ(全般)	2,318
6	信用性	1,557
7	契約書・書面(全般)	1,397
8	説明不足	1,216
9	虚偽説明	1,142
10	電話勧誘	910



(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。

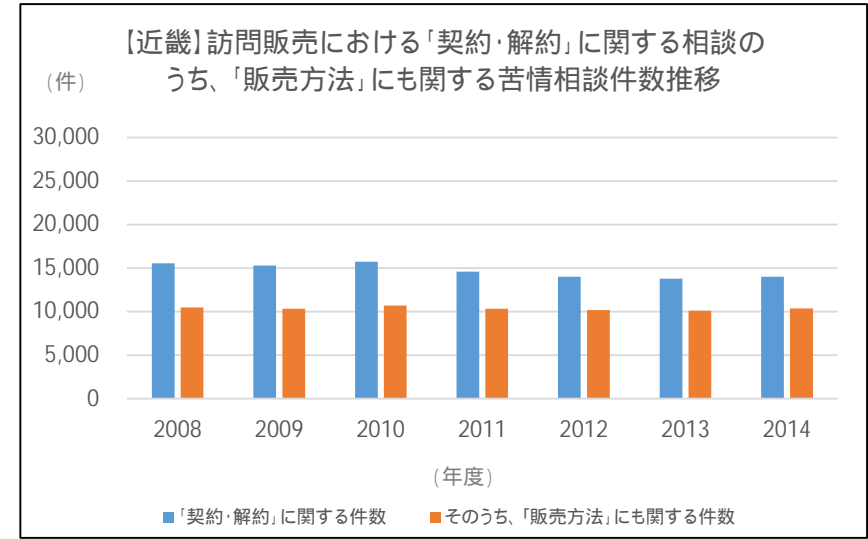
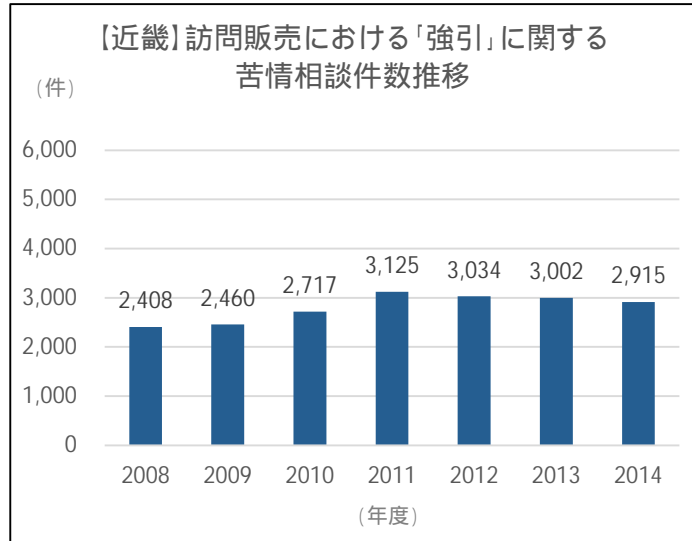
(注2) 相談内容別分類及び内容等キーワードは複数回答項目であり、一つの事例に複数付与されている可能性がある。

相談者の地域別に見た「強引」に関する相談状況(3) [訪問販売]

【近畿】

人口
 三重 1,825千人
 滋賀 1,416千人
 京都 2,610千人
 大阪 8,836千人
 兵庫 5,541千人
 奈良 1,376千人
 和歌山 971千人
 地域計: 22,575千人

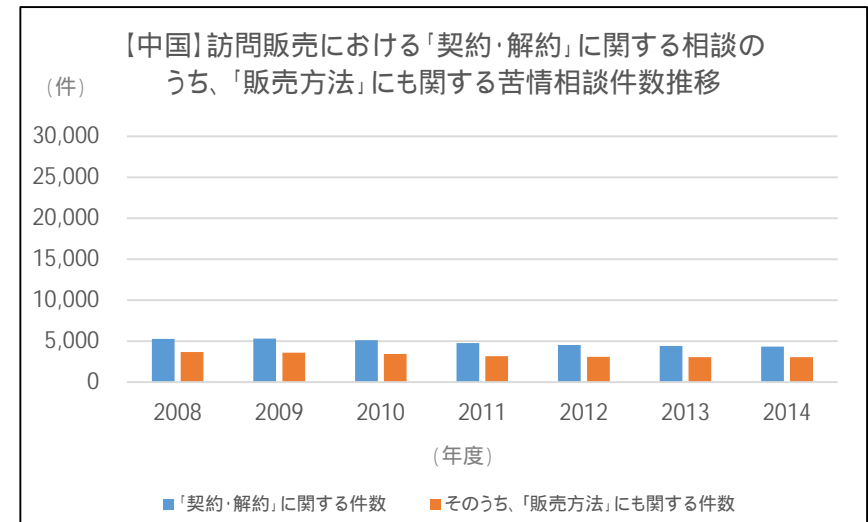
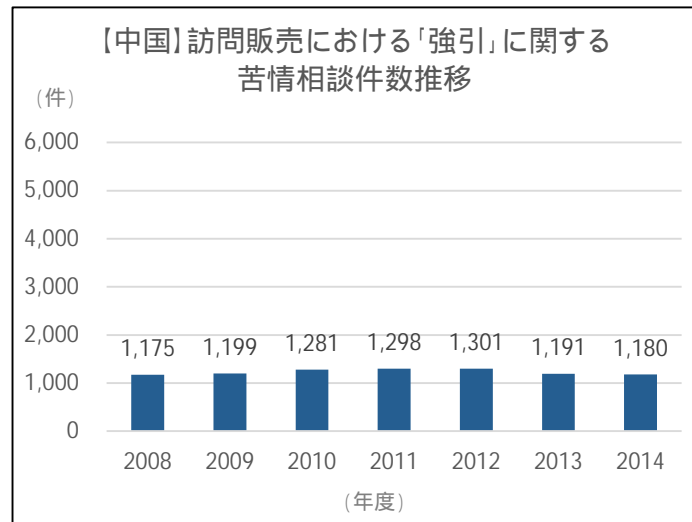
訪問販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	家庭訪販	9,911
2	解約(全般)	4,288
3	クーリングオフ(全般)	2,724
4	強引	2,613
5	高価格・料金	2,487
6	虚偽説明	1,671
7	信用性	1,550
8	説明不足	1,305
9	契約	1,292
10	契約書・書面(全般)	1,210



【中国】

人口
 鳥取 574千人
 島根 697千人
 岡山 1,924千人
 広島 2,833千人
 山口 1,408千人
 地域計: 7,436千人

訪問販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	家庭訪販	3,136
2	解約(全般)	1,212
3	強引	1,083
4	高価格・料金	1,056
5	クーリングオフ(全般)	934
6	信用性	558
7	虚偽説明	503
8	説明不足	487
9	返金	297
10	判断不十分者契約	281



(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。
 (注2) 相談内容別分類及び内容等キーワードは複数回答項目であり、一つの事例に複数付与されている可能性がある。

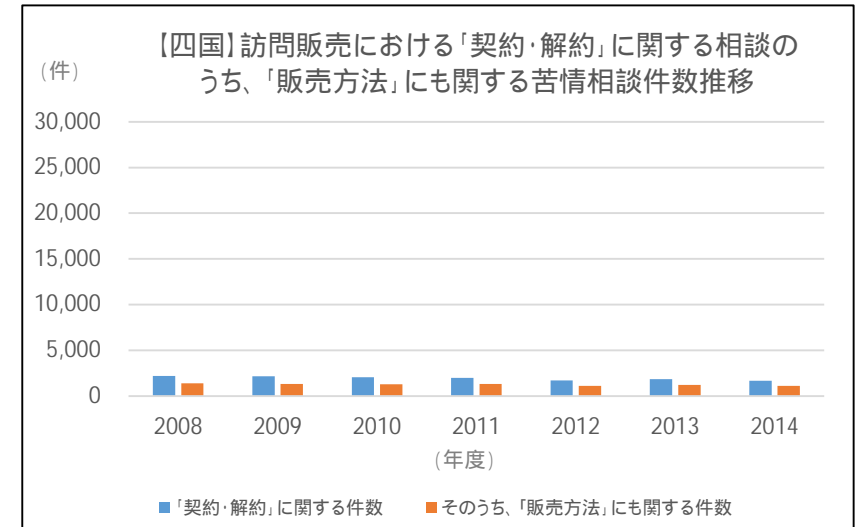
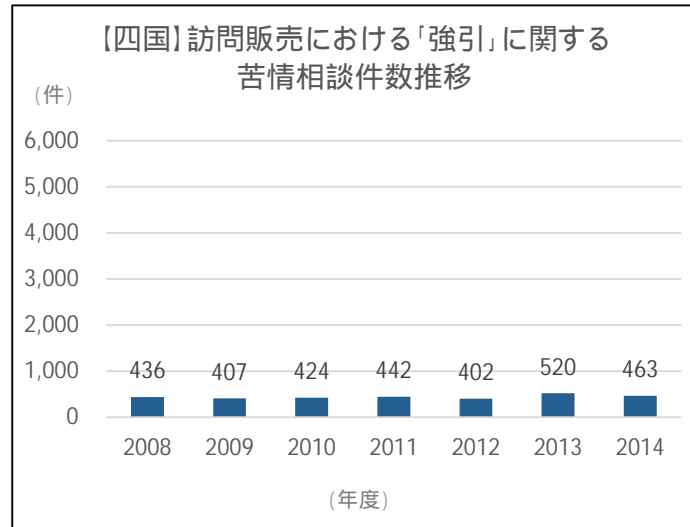
相談者の地域別に見た「強引」に関する相談状況(4) [訪問販売]

【四国】

人口
 徳島 764千人
 香川 981千人
 愛媛 1,395千人
 高知 738千人

地域計:3,878千人

訪問販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	家庭訪販	1,222
2	解約(全般)	503
3	強引	420
4	高価格・料金	326
5	クーリングオフ(全般)	281
6	信用性	206
7	契約	204
8	虚偽説明	197
9	説明不足	175
10	電話勧誘	144

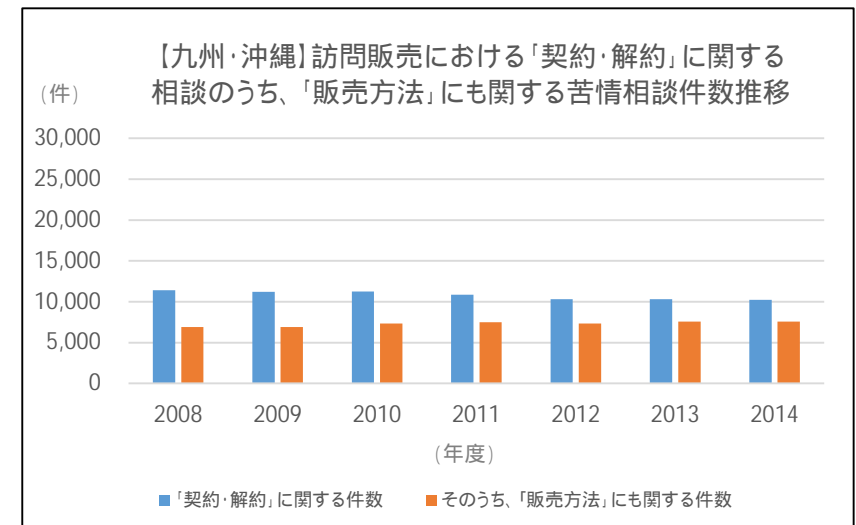


【九州・沖縄】

人口
 福岡 5,091千人
 佐賀 835千人
 長崎 1,386千人
 熊本 1,794千人
 大分 1,171千人
 宮崎 1,114千人
 沖縄 1,421千人

地域計:12,821千人

訪問販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	家庭訪販	7,320
2	解約(全般)	3,184
3	強引	2,138
4	高価格・料金	2,071
5	クーリングオフ(全般)	2,002
6	契約書・書面(全般)	1,431
7	信用性	1,302
8	契約	1,155
9	虚偽説明	1,031
10	返金	937



(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。

(注2) 相談内容別分類及び内容等キーワードは複数回答項目であり、一つの事例に複数付与されている可能性がある。

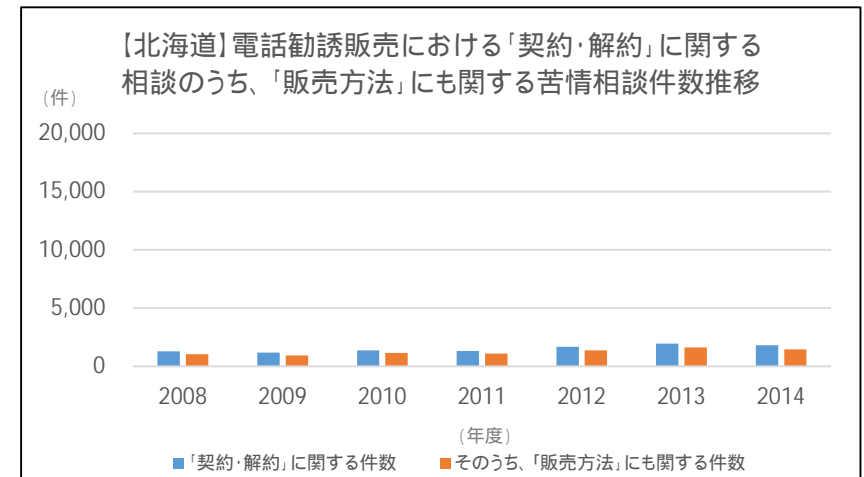
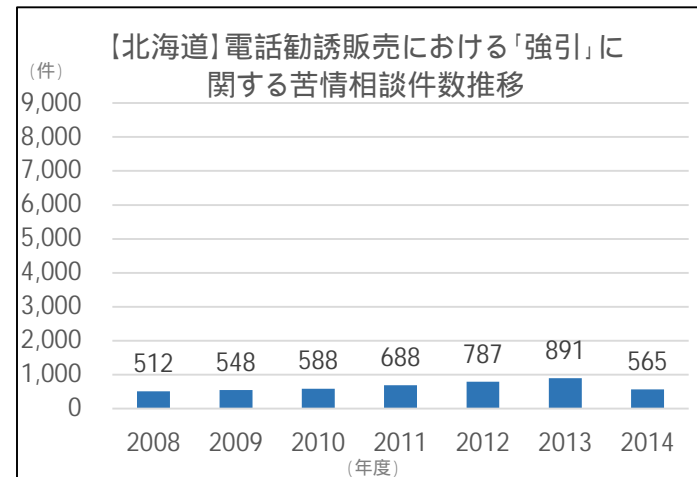
相談者の地域別に見た「強引」に関する相談状況(5) [電話勧誘販売]

電話勧誘販売も同様に、「販売方法」に関する相談に付されたキーワードでは「強引」に関する件数が多い、「強引」な勧誘の苦情相談件数は減少していない、「契約・解約」に関する相談とあわせて「販売方法」に関する相談が同時に寄せられているケースが大部分を占める、といった傾向は、全ての地域で共通している。

【北海道】

人口 5,431千人

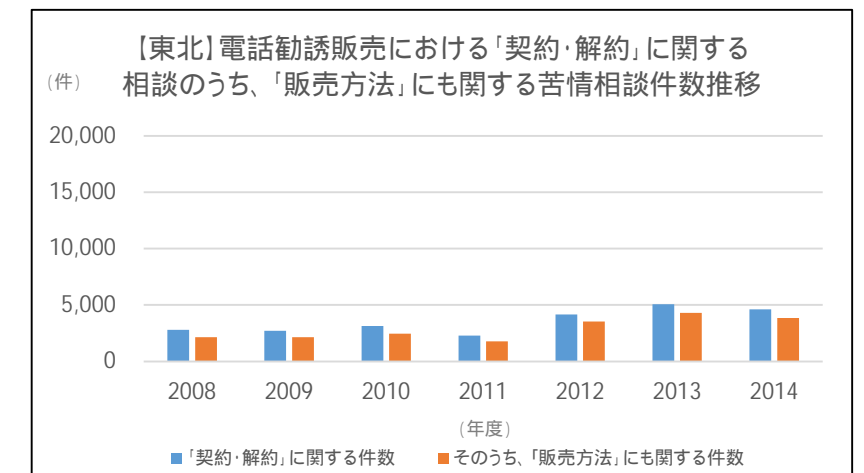
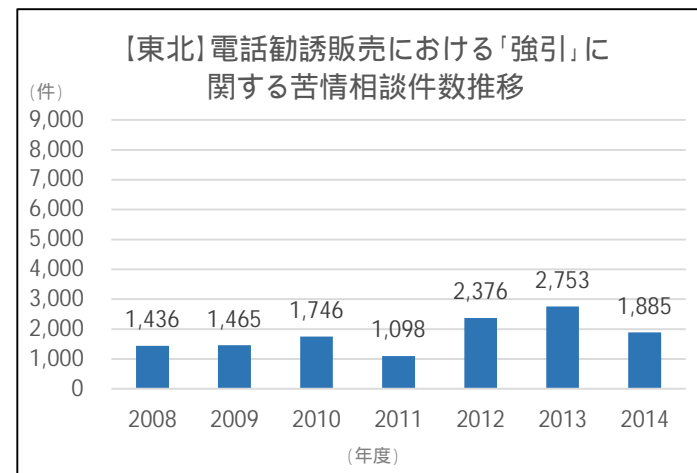
電話勧誘販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	電話勧誘	2,307
2	解約(全般)	625
3	強引	533
4	信用性	453
5	詐欺	369
6	説明不足	367
7	プライバシー	363
8	虚偽説明	351
9	身分詐称	318
10	契約書・書面(全般)	259



【東北】

人口
 青森 1,321千人
 岩手 1,284千人
 宮城 2,328千人
 秋田 1,037千人
 山形 1,131千人
 福島 1,935千人
 地域計:9,036千人

電話勧誘販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	電話勧誘	5,695
2	強引	1,796
3	解約(全般)	1,501
4	信用性	1,336
5	詐欺	1,161
6	虚偽説明	1,145
7	説明不足	870
8	身分詐称	755
9	プライバシー	708
10	解約料	619



(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。

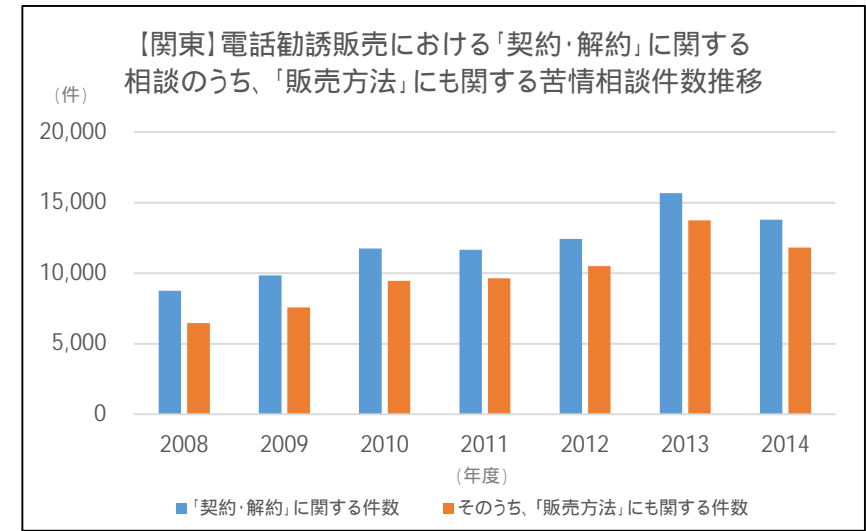
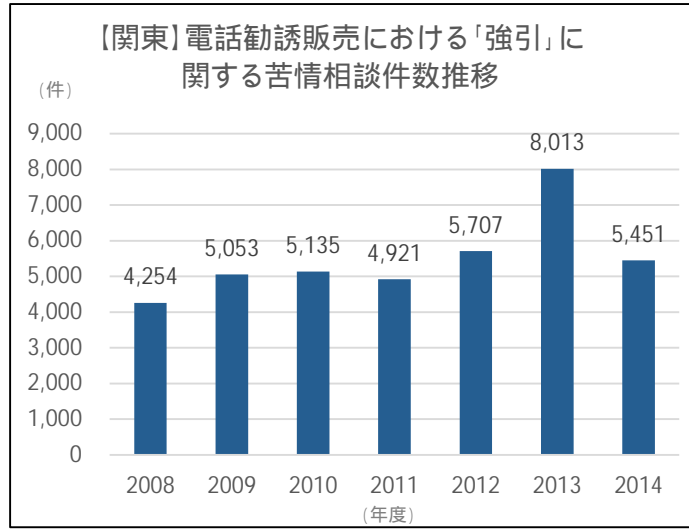
(注2) 相談内容別分類及び内容等キーワードは複数回答項目であり、一つの事例に複数付与されている可能性がある。

相談者の地域別に見た「強引」に関する相談状況(6) [電話勧誘販売]

【関東】

人口
 茨城 2,919千人
 栃木 1,980千人
 群馬 1,976千人
 埼玉 7,239千人
 千葉 6,197千人
 東京 13,390千人
 神奈川 9,096千人
 地域計:42,797千人

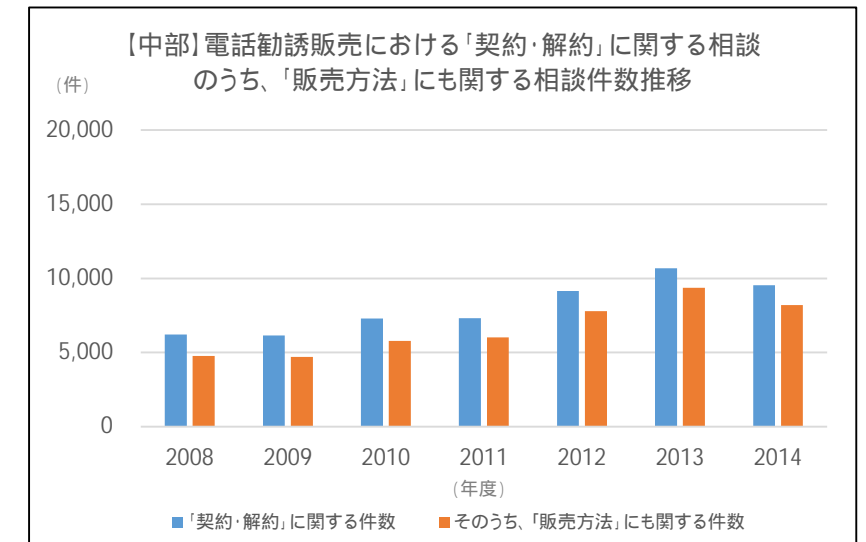
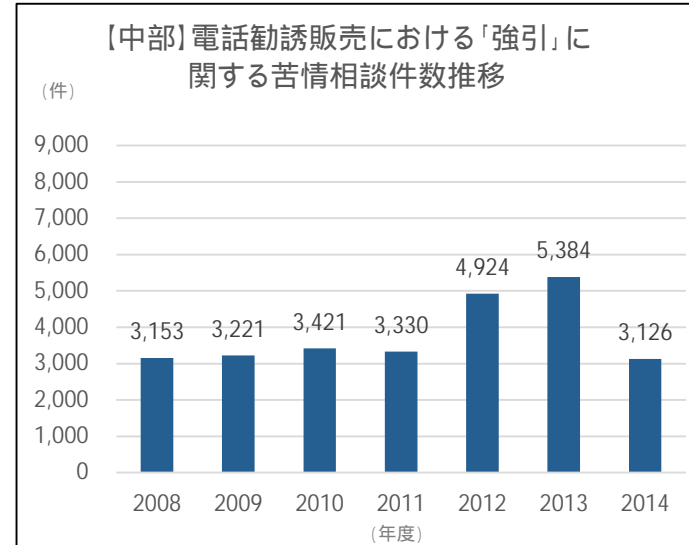
	内容等キーワード	件数
1	電話勧誘	20,228
2	強引	5,245
3	信用性	4,388
4	詐欺	4,006
5	解約(全般)	3,659
6	虚偽説明	3,370
7	プライバシー	2,819
8	身分詐称	2,744
9	利殖商法	2,648
10	説明不足	1,843



【中部】

人口
 新潟 2,313千人
 富山 1,070千人
 石川 1,156千人
 福井 790千人
 長野 2,109千人
 山梨 841千人
 岐阜 2,041千人
 静岡 3,705千人
 愛知 7,455千人
 地域計:21,480千人

	内容等キーワード	件数
1	電話勧誘	12,745
2	解約(全般)	3,337
3	強引	3,007
4	信用性	2,840
5	詐欺	2,582
6	虚偽説明	2,194
7	身分詐称	1,906
8	説明不足	1,683
9	プライバシー	1,608
10	利殖商法	1,570



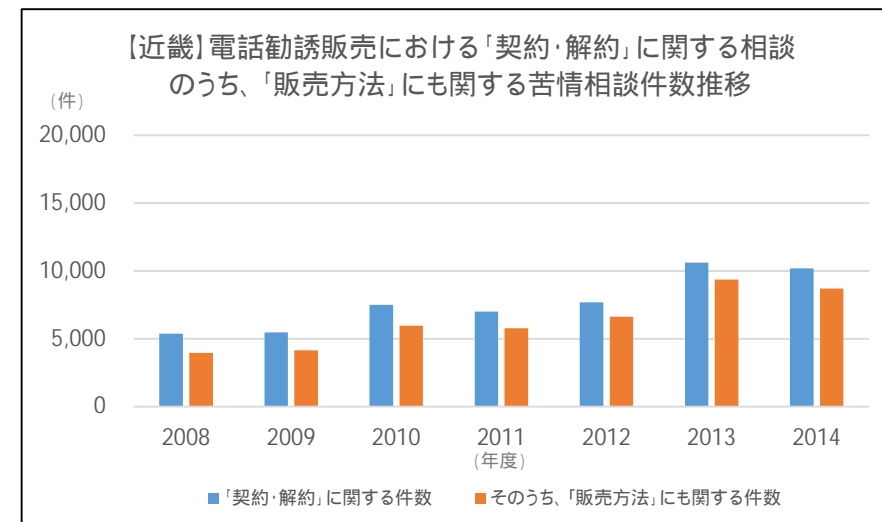
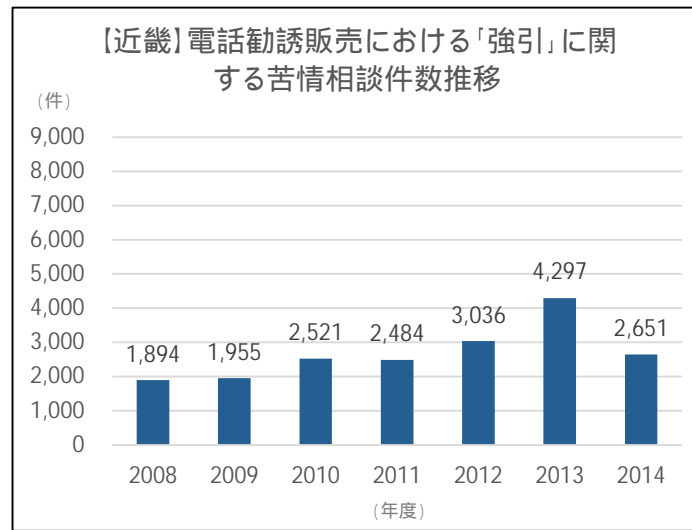
(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。
 (注2) 相談内容別分類及び内容等キーワードは複数回答項目であり、一つの事例に複数付与されている可能性がある。

相談者の地域別に見た「強引」に関する相談状況(7) [電話勧誘販売]

【近畿】

人口
 三重 1,825千人
 滋賀 1,416千人
 京都 2,610千人
 大阪 8,836千人
 兵庫 5,541千人
 奈良 1,376千人
 和歌山 971千人
 地域計: 22,575千人

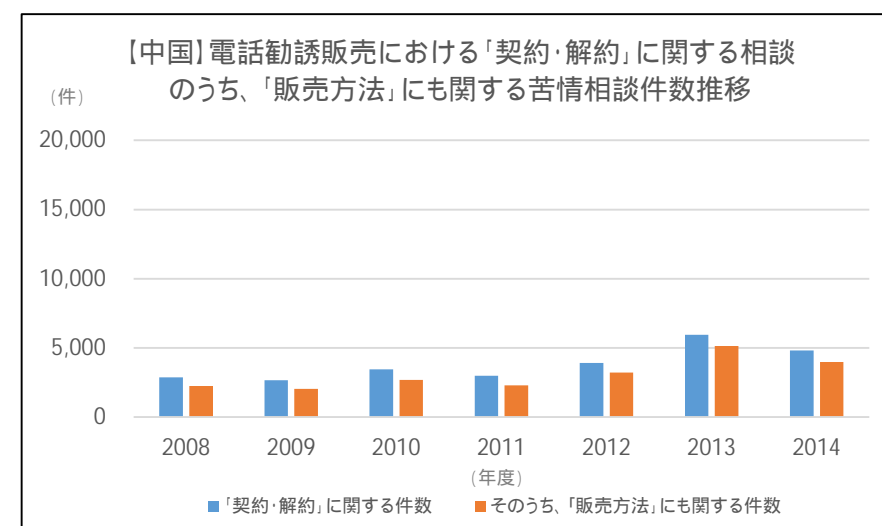
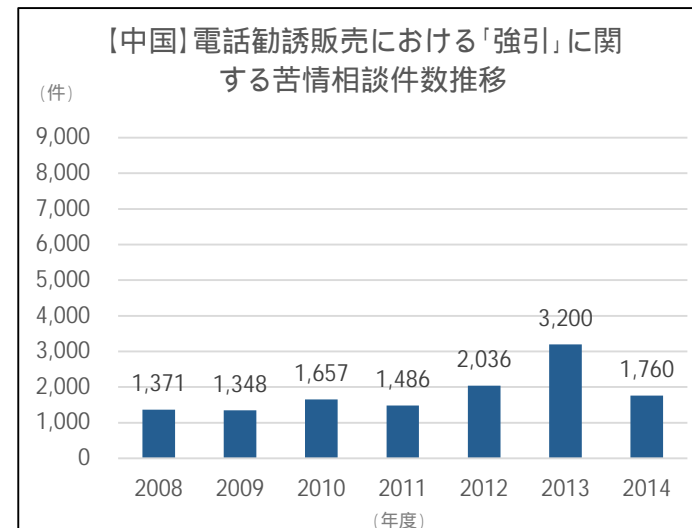
電話勧誘販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	電話勧誘	13,166
2	解約(全般)	3,342
3	信用性	2,921
4	詐欺	2,608
5	強引	2,526
6	虚偽説明	2,230
7	身分詐称	1,861
8	プライバシー	1,583
9	説明不足	1,476
10	解約料	1,387



【中国】

人口
 鳥取 574千人
 島根 697千人
 岡山 1,924千人
 広島 2,833千人
 山口 1,408千人
 地域計: 7,436千人

電話勧誘販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	電話勧誘	6,725
2	詐欺	1,953
3	強引	1,657
4	信用性	1,603
5	解約(全般)	1,586
6	虚偽説明	1,408
7	身分詐称	1,388
8	プライバシー	869
9	説明不足	806
10	利殖商法	771



(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。
 (注2) 相談内容別分類及び内容等キーワードは複数回答項目であり、一つの事例に複数付与されている可能性がある。

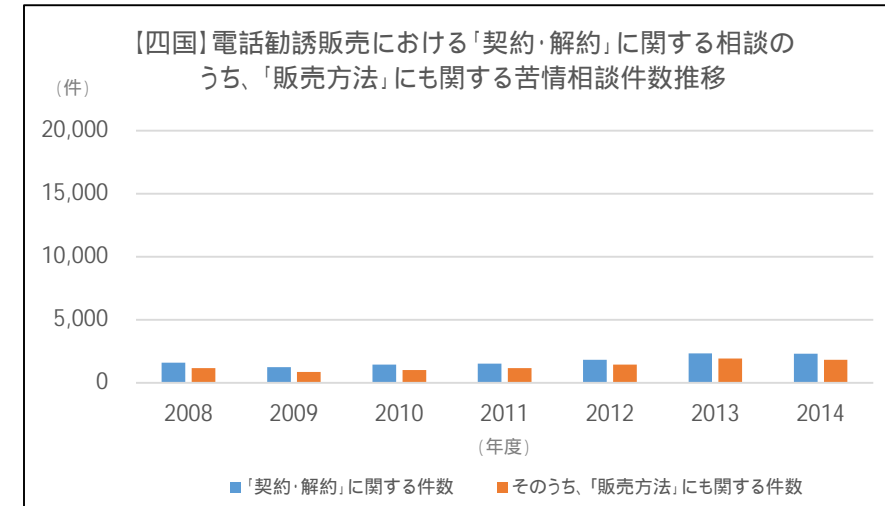
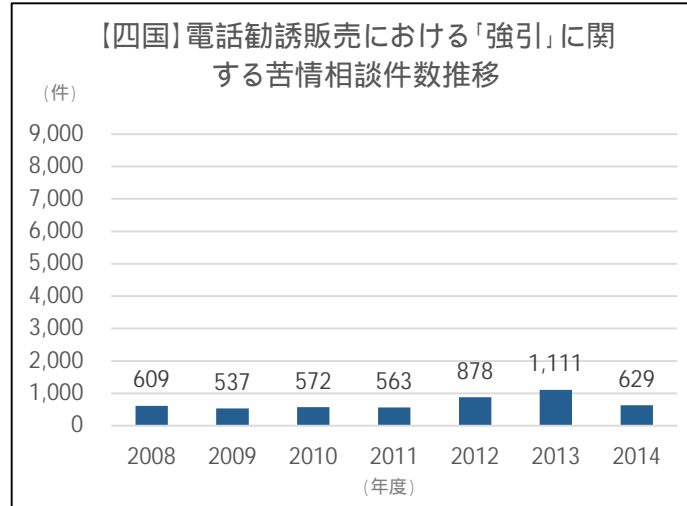
相談者の地域別に見た「強引」に関する相談状況(8) [電話勧誘販売]

【四国】

人口
 徳島 764千人
 香川 981千人
 愛媛 1,395千人
 高知 738千人

地域計:3,878千人

電話勧誘販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	電話勧誘	3,237
2	身分詐称	741
3	解約(全般)	727
4	詐欺	702
5	虚偽説明	644
6	強引	601
7	信用性	556
8	プライバシー	376
9	問題勧誘	332
10	説明不足	311

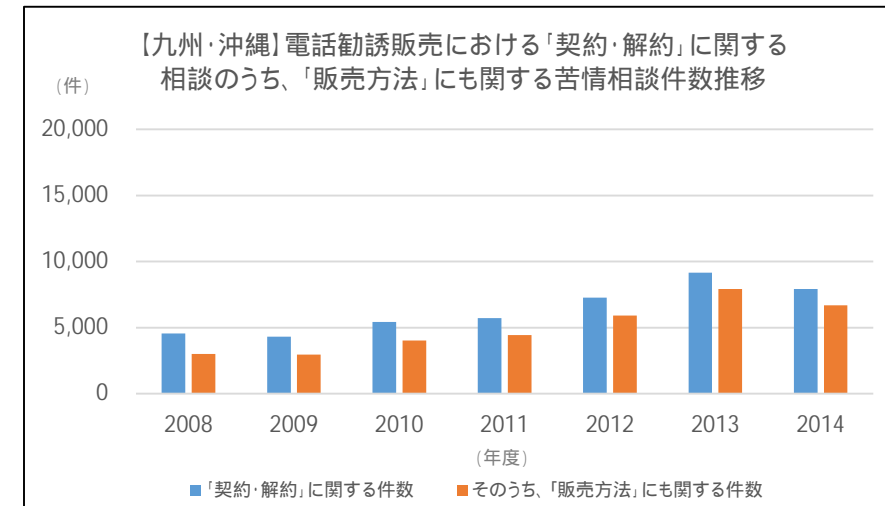


【九州・沖縄】

人口
 福岡 5,091千人
 佐賀 835千人
 長崎 1,386千人
 熊本 1,794千人
 大分 1,171千人
 宮崎 1,114千人
 沖縄 1,421千人

地域計:12,821千人

電話勧誘販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード(2014年度)		
	内容等キーワード	件数
1	電話勧誘	10,474
2	信用性	3,011
3	解約(全般)	2,185
4	詐欺	2,125
5	プライバシー	2,020
6	強引	2,017
7	身分詐称	1,654
8	虚偽説明	1,563
9	説明不足	1,001
10	解約料	853



(注1) 2015年3月31日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された苦情相談件数。
 (注2) 相談内容別分類及び内容等キーワードは複数回答項目であり、一つの事例に複数付与されている可能性がある。

消費者アンケート商品・役務等別集計 [訪問販売]

あなたは、この5年の間、訪問勧誘を受けた際に、断ったにもかかわらず以下のような経験をしたことがありますか。
(複数回答可)

		全体	断ったらすぐに帰った	そのときは帰ったが、後日また勧誘を受けた	断ったが、勧誘を続けようとしたため、帰ってもらうのに苦労した	断ったら、怒鳴られたり暴言を吐かれたりした	断ったが帰ってくれず、強引に契約させられた	話を聞いていくうちに、断れなくなり契約してしまった	怖くて断ることができず、契約してしまった	話を聞いていくうちに欲しくなり、契約した	その他
この5年の間に、訪問勧誘を受けた商品やサービスの内容は何か。(複数回答可)	全体	558 100.0	342 61.3	137 24.6	150 26.9	18 3.2	9 1.6	18 3.2	5 0.9	20 3.6	6 1.1
	新聞	308 100.0	195 63.3	87 28.2	96 31.2	14 4.5	7 2.3	11 3.6	3 1.0	8 2.6	4 1.3
	インターネット回線接続	219 100.0	130 59.4	61 27.9	68 31.1	7 3.2	6 2.7	14 6.4	3 1.4	10 4.6	1 0.5
	放送サービス	45 100.0	34 75.6	15 33.3	16 35.6	3 6.7	1 2.2	5 11.1	3 6.7	3 6.7	0 0.0
	修理サービス(家具、電化製品、水まわり、ガス器具等)	93 100.0	56 60.2	27 29.0	35 37.6	8 8.6	4 4.3	4 4.3	2 2.2	4 4.3	2 2.2
	寝具(ふとん類)	70 100.0	35 50.0	27 38.6	25 35.7	8 11.4	2 2.9	3 4.3	2 2.9	6 8.6	1 1.4
	ソーラーシステム	123 100.0	78 63.4	40 32.5	39 31.7	9 7.3	6 4.9	4 3.3	4 3.3	6 4.9	2 1.6
	屋根工事	93 100.0	64 68.8	22 23.7	26 28.0	7 7.5	3 3.2	4 4.3	2 2.2	7 7.5	0 0.0
	塗装工事	170 100.0	109 64.1	39 22.9	52 30.6	7 4.1	4 2.4	8 4.7	2 1.2	5 2.9	2 1.2
	生命保険	124 100.0	77 62.1	41 33.1	42 33.9	5 4.0	4 3.2	4 3.2	2 1.6	4 3.2	3 2.4
	浄水器	49 100.0	24 49.0	21 42.9	21 42.9	4 8.2	3 6.1	3 6.1	2 4.1	2 4.1	1 2.0
	化粧品	18 100.0	10 55.6	7 38.9	6 33.3	4 22.2	2 11.1	2 11.1	2 11.1	3 16.7	0 0.0
	投資関係	56 100.0	30 53.6	17 30.4	27 48.2	4 7.1	2 3.6	2 3.6	2 3.6	2 3.6	0 0.0
その他	112 100.0	67 59.8	29 25.9	26 23.2	3 2.7	1 0.9	2 1.8	1 0.9	3 2.7	0 0.0	

(注1)「消費者の訪問勧誘・電話勧誘・FAX勧誘に関する意識調査(平成27年5月)」(消費者庁)の[Q11]及び[Q13]をクロス集計したもの。

(注2)有効回答数は2,000人。項目は複数回答であるため各項目を合計した数値と回答者数(558人)とは一致しない。

(注3)全体比率との差 ■ > 10% ■ > 5% ■ < -5% ■ < -10%

消費者アンケート商品・役務等別集計 [電話勧誘販売]

		あなたは、この5年の間、電話勧誘を受けた際に、断った(電話を切った)にもかかわらず以下のような経験をしたことがありますか。(複数回答可)									
		全体	すぐに断った、 又はすぐに電話を切った	一度電話を切ったにもかかわらず、再度かかってきた	断ったが、勧誘を続けようとしたため、電話を切るのに苦労した	断ったら、怒鳴られたり暴言を吐かれたりした	断ったが切らせてもらえず、強引に契約させられた	話を聞いていくうちに、断れなくなり契約してしまった	怖くて断ることができず、契約してしまった	話を聞いていくうちに欲しくなり、契約した	その他
この5年の間に、電話勧誘を受けた商品やサービスの内容は何でしたか。(複数回答可)	全体	1403 100.0	1006 71.7	275 19.6	331 23.6	62 4.4	12 0.9	18 1.3	5 0.4	14 1.0	38 2.7
	健康食品	475 100.0	345 72.6	114 24.0	128 26.9	24 5.1	5 1.1	6 1.3	2 0.4	5 1.1	9 1.9
	電話回線接続	461 100.0	317 68.8	126 27.3	131 28.4	26 5.6	5 1.1	7 1.5	3 0.7	7 1.5	12 2.6
	インターネット回線接続	847 100.0	601 71.0	187 22.1	240 28.3	43 5.1	7 0.8	10 1.2	4 0.5	10 1.2	19 2.2
	投資関係(ファンド型、社債、株式等)	519 100.0	374 72.1	120 23.1	143 27.6	36 6.9	4 0.8	8 1.5	2 0.4	6 1.2	13 2.5
	食料品	161 100.0	107 66.5	47 29.2	51 31.7	16 9.9	5 3.1	7 4.3	3 1.9	3 1.9	6 3.7
	痩身・美顔等のエステサービス	114 100.0	84 73.7	34 29.8	37 32.5	9 7.9	5 4.4	4 3.5	3 2.6	3 2.6	2 1.8
	化粧品	274 100.0	193 70.4	70 25.5	80 29.2	23 8.4	4 1.5	5 1.8	2 0.7	4 1.5	3 1.1
	サラ金、フリーローン	31 100.0	24 77.4	11 35.5	7 22.6	3 9.7	2 6.5	3 9.7	2 6.5	1 3.2	0 0.0
	分譲マンション	270 100.0	194 71.9	70 25.9	80 29.6	17 6.3	2 0.7	3 1.1	3 1.1	1 0.4	5 1.9
	墓石、墓地	221 100.0	158 71.5	43 19.5	61 27.6	18 8.1	4 1.8	3 1.4	2 0.9	5 2.3	6 2.7
	その他	229 100.0	171 74.7	56 24.5	51 22.3	9 3.9	0 0.0	2 0.9	0 0.0	4 1.7	12 5.2

(注1) 「消費者の訪問勧誘・電話勧誘・FAX勧誘に関する意識調査(平成27年5月)」(消費者庁)の【Q27】及び【Q29】をクロス集計したもの。

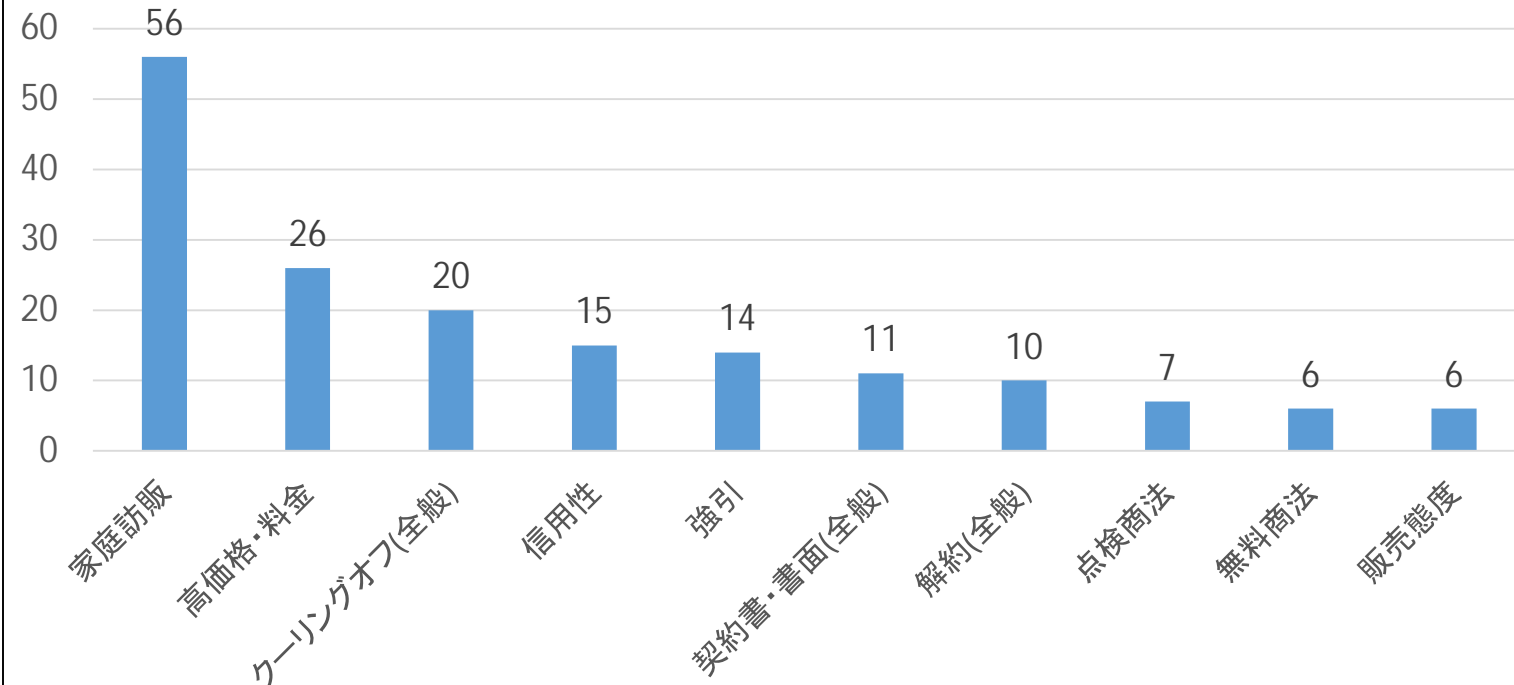
(注2) 有効回答数は2,000人。項目は複数回答であるため各項目を合計した数値と回答者数(1403人)とは一致しない。

(注3) 全体比率との差 ■ > 10% ■ > 5% ■ < -5% ■ < -10%

苦情相談件数に占める訪問販売協会の会員・非会員数

2015年4月1日～4月30日の一ヶ月間において全国で受付けた訪問販売の苦情相談件数(4,747件)のうち、訪問販売協会の会員企業(正会員)に関する苦情相談件数は69件(1.45%)となった。

主な相談内容(相談に付与されたキーワード)



< 相談事例 >

冷静に考えると、高額なのでクーリング・オフしたい。

この事業者は信用できるか教えて欲しい。

認知症、高齢者の家族が契約したようだが、やめさせたい。

サービスの内容に不満がある。
(工事の出来が悪い、担当者の態度が悪い、など)

等

(注1) 2015年4月1日～30日までの受付、2015年5月21日までにPIO-NETに登録された相談事例を対象に、消費者庁で独自に事例を抽出・集計した件数。

アメリカ自治体における規制状況

【表】Do Not Knock Registry制度を設けているアメリカ自治体と制度導入時期

以下は、消費者庁が現時点において確認しているものであり網羅的なものではなく、精査する過程で追加等の修正を行なうこともありうる。アメリカの地方自治体条例において、お断りステッカー等の掲示による意思表示に条例上の効果を認める例は下記以外にも存在するが、本頁においては特に「レジストリ方式」を採用している自治体に限定して掲載している。

州	自治体	導入時期
ミシガン州	Royal Oak	2012年
	Troy	2014年
カリフォルニア州	Yorba Linda	2010年
	Claremont	2008年
ニューヨーク州	Pound Ridge	2012年
	Harrison	2012年
	Town of North Salem	2014年
	Lewisboro	2013年
	village of Rye Brook	2012年
	White Plains	2012年
	Rye	2011年
	Rome	
ニュージャージー州	South Brunswick	2013年
	Borough of Milltown	2007年
	North Brunswick	
	Borough of Watchung	
	Woodbridge	
	Borough of Red Bank	

州	自治体	導入時期
イリノイ州	Machesney Park	
	Medford	
マサチューセッツ州	Town of Bellingham	
	Methuen	
アーカンソー州	Little Rock	2010年
オハイオ州	Moleland Hills	2014年
	Parma	2006年
	Broadview Heights	2006年
	Obetz	2008年
	Canal Winchester	2009年
	Lakewood	2011年
	South Russell	2014年
	North Olmsted	2008年
	Bay Village	2013年
	Seven Hills	2008年
	Brooklyn	2006年
	Bay Village	2013年
	Defiance	
	Avon	

(注1) 2012 Census of Governments Individual State Descriptions: 2012によれば、アメリカ合衆国の自治体は3万5879 (municipalityが1万9519、townshipが1万6360)。

1. 成長戦略の基本的な考え方

「大胆な金融政策」、「機動的な財政政策」、「民間投資を喚起する成長戦略」のアベノミクス「3本の矢」により「デフレからの脱却」と「富の拡大」の実現を目指す。

「企業収益の改善」が「所得の上昇や雇用の拡大」につながり、「消費の拡大」や「再投資の増加」をもたらすことで、更なる「企業収益の拡大」が図られるという「経済の好循環」を回し、これを拡大させていくことがアベノミクスの本丸となる「成長戦略」の根幹的な考え方。

2. 成長戦略と消費者行政の関係

「経済の好循環」を回し、拡大させるためには、「消費の拡大」が1つの鍵。「消費の拡大」を図るためには、消費者が安心して消費活動を行うことが重要であり、本年3月に閣議決定された「消費者基本計画」においても、経済政策と消費者施策を車の両輪として進めることにより、「個人消費が主導する持続的な経済成長と豊かな消費生活の実現」を図ることの必要性を確認。

(参考) 消費者基本計画(平成27年3月24日閣議決定)

消費者と事業者との間で情報の質や量に格差がある中で、消費者に対して商品・サービスに関する正確な情報が提供されず、安全な商品・サービスを消費者が安心して消費活動を営めなければ、選択した商品・サービスの効用に対する不安感から消費者が購入に慎重になってしまう。もしそうなれば、消費の安定的な増加が進まず、持続的な経済成長に支障が生じるとともに、豊かな生活の実現も困難となる。

このため、経済政策と消費者政策は車の両輪として並行して進めていく必要があり、積極的な消費者政策により、個人消費が主導する持続的な経済成長と豊かな消費生活の実現を図ることが必要である。

3. 今般の特商法見直しについて

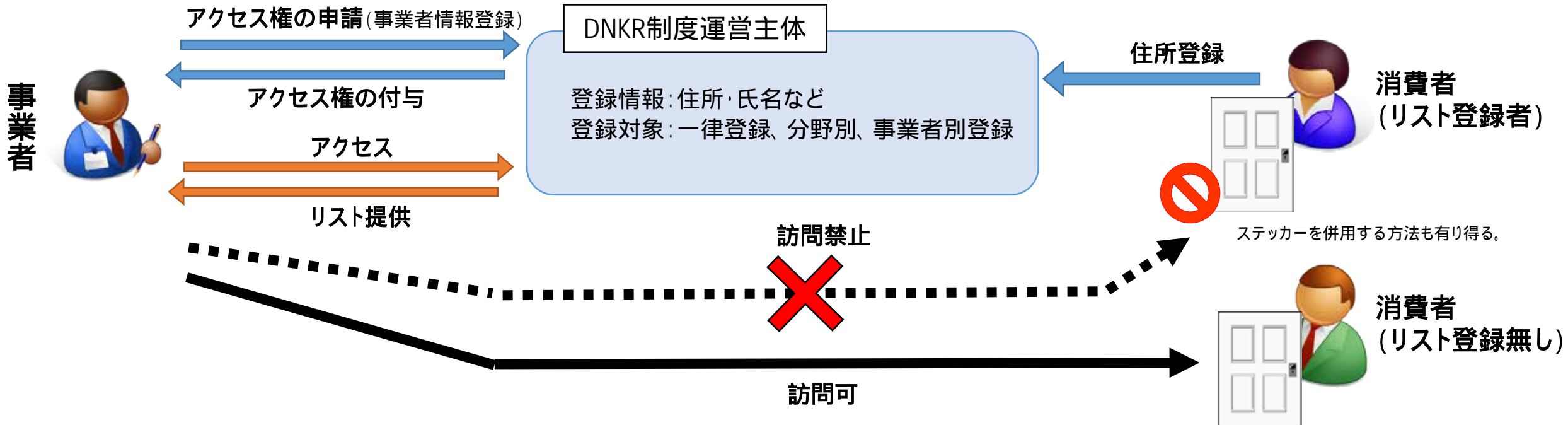
今般の特商法見直しは、「購入者等の利益の保護と特定商取引の適正化を図るための規律の在り方」を検討するものであり、消費者基本計画の方向性に基づき、事業者の営業活動の機会の確保に留意しつつ消費者が自主的かつ合理的に選択できる環境を整備するによって、消費者が安心して消費活動を行うことのできる環境の実現を目指し、国民経済の健全な発展に寄与すること(特商法第1条)を目的とするもの。

2. 諸外国および自治体の制度例と効果・課題 (訪問販売・電話勧誘販売)

勧誘拒絶意思の表示方法(訪問販売)

(1) レジストリー方式(アメリカの地方自治体等)

消費者は「勧誘拒絶リスト」に住所等を登録し、事業者はそのリストに登録された住所への訪問を禁止する制度。
(事業者はリストをダウンロードし、自ら顧客リストからの削除等を行う。) ステッカーを併用する方法も有り得る。



メリット

消費者の「意思表示の時点」や「意思表示を行う対象」が明確。

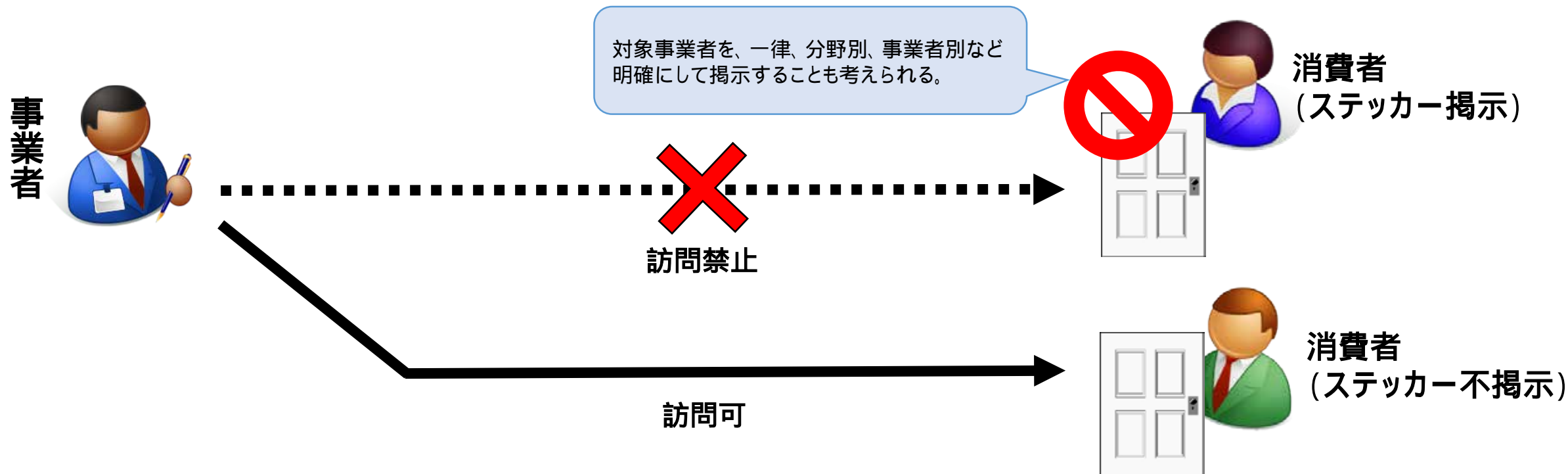
デメリット

制度の構築・運用等に行政コストがかかる。
消費者のリストが事業者の手に渡る。

勧誘拒絶意思の表示方法(訪問販売)

(2) ステッカー方式(日本国内の地方自治体、オーストラリア、アメリカの地方自治体等)

「勧誘を拒否する意思表示」や「退去を要請する意思表示」を掲示した消費者宅への訪問を禁止する制度。



メリット

制度の構築・運用等に行政コストがかからない。
消費者の個人情報事業者に渡らない。

デメリット

消費者の意思表示の有無や時期の立証が困難になる可能性がある。
拒否の対象を具体的に表示することが難しい。
悪質な事業者がステッカーをはがす可能性がある。