

# ステッカー方式の制度例、効果・課題[訪問販売]

熊本市(熊本県)

人口:734千人

熊本市では、消費生活条例において、事業者が、「消費者が住居等への貼り紙等によりあらかじめ勧誘を拒絶する旨の意思を表示しているにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる」行為を行わないよう努めなければならないと規定(努力義務規定)

ステッカー作成枚数	住民等の反応
<p>熊本市では、条例が施行される平成24年にステッカーを作成。市内世帯数約33万世帯であるが、まずは高齢者独居世帯5万5000世帯への配布を想定し、さらに予算の許した限り作成した結果、合計14万5000枚の「迷惑勧誘お断りシール」を作成。</p> <p>出先機関に配置するほか、出前講座・市の催し物等で配布している。現在では約8万5000枚程度が配布されている。ただし、<u>実際にどの程度貼られているかは把握できていない。</u></p>	<p>市としては、シールの効力に法的な拘束力はないとしても、<u>不当な勧誘を抑止したり、消費者の意識の変化といった効果が一定程度は期待できると考えている。</u></p>
導入の効果	導入・運用にあたっての課題等
<p>シール配布の前後で、訪問販売に関する苦情相談件数に大きな変動は認められない。</p> <p>シールの効力については<u>努力義務に留まることから、相談員による事業者とのあっせん交渉においてこの条例の規定を活用できていない。</u></p>	<p>条例上の努力義務という効力の弱さ</p>

熊本市「訪問販売お断りシール」



(熊本市消費者センターへのヒアリング結果より)

(関連条文)

熊本市消費生活条例(平成24年3月22日条例第21号)(抄)

(不当な取引行為の防止)

第12条 事業者は、消費者との間で行う取引に関し、法令並びに県条例及びこれに基づく規則(以下「関係法令等」という。)に定めのある事項を遵守するほか、消費者の意思を尊重し、次に掲げる行為を行わないよう努めなければならない。

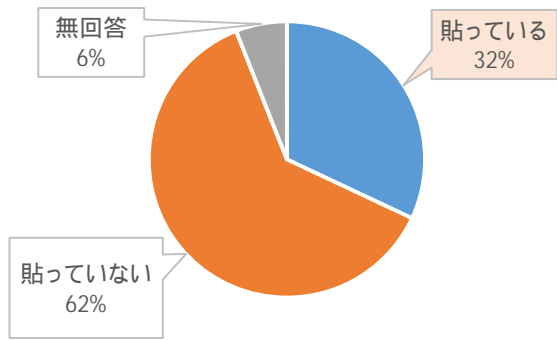
(1) 消費者が住居等への貼り紙等によりあらかじめ勧誘を拒絶する旨の意思を表示しているにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

資料：熊本市ホームページ  
([http://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c\\_id=5&id=17&sub\\_id=1&flid=61](http://www.city.kumamoto.jp/common/UploadFileDsp.aspx?c_id=5&id=17&sub_id=1&flid=61))

# 【参考】「ウォッチねっと」のステッカー配布・実施報告

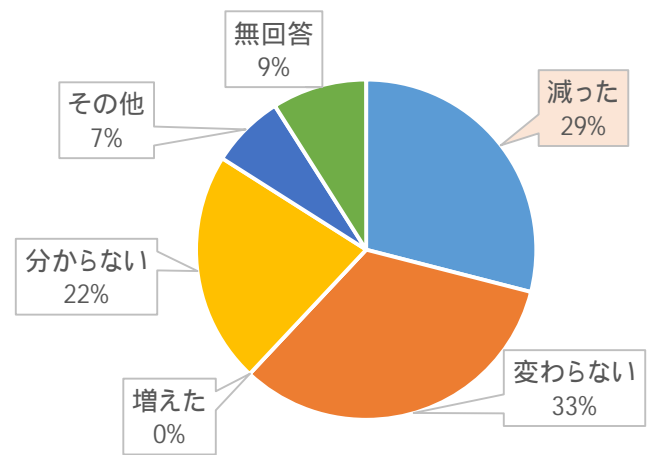
2012年に「全国消費者行政ウォッチねっと」が、千葉県大網白里市で「訪問販売お断りステッカー」を全戸配布。  
 2014年にその追跡調査を実施した結果によると、ステッカーの利用率はおよそ3割。利用者のうち効果を実感している消費者はおよそ3割であり、一定の効果が認められた。

【ステッカーを貼っているか】

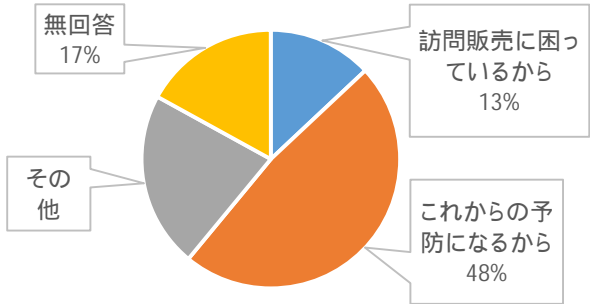


【ステッカー利用の効果】

(ステッカーを貼った後、訪問販売は減少したか。)



【利用している理由】



(訪問販売お断りステッカー追跡調査実施報告より)

「訪問販売による一切の勧誘・契約締結をお断りします」



の部分  
 ……「以下の事業者さんについては訪問販売による勧誘を例外的に承諾します」  
 (事業者名記載欄あり)

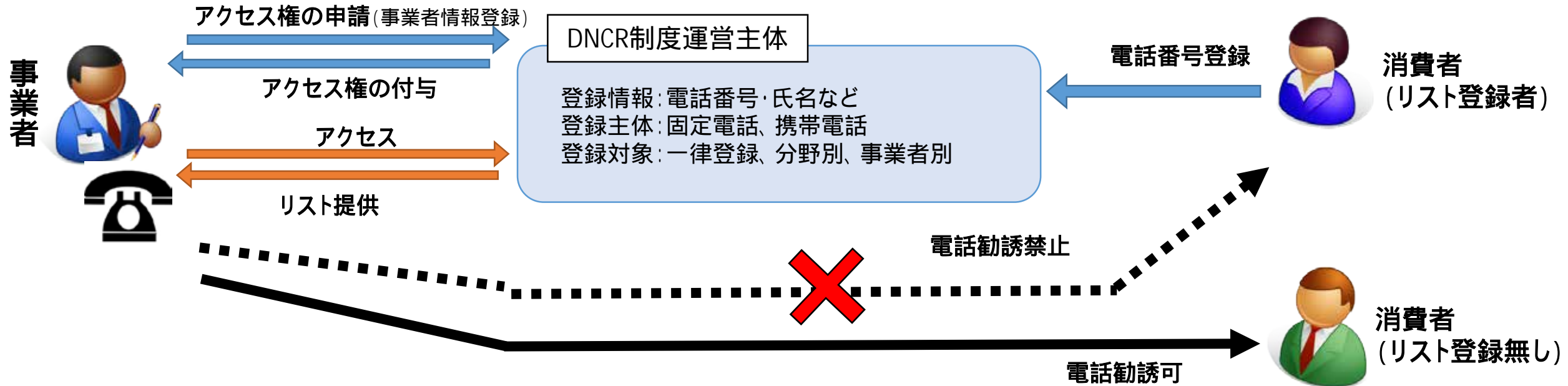
【調査概要】

2014年9月に、千葉県大網白里市の2区(南大泉区383世帯、大網一区南町385世帯)の住民を対象に戸別訪問でのアンケート調査を実施。有効回答数は271件。

# 勧誘拒絶意思の表示方法(電話勧誘販売)

## (1)「勧誘拒絶リスト」提供方式(アメリカ、イギリス、カナダ等)

消費者は「勧誘拒絶リスト」に電話番号等を登録し、事業者はそのリストに登録された番号への電話勧誘行為が禁止される制度。  
(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番号削除等を行う。)



### メリット

消費者の「意思表示の時点」や「意思表示の内容」が明確。  
技術的な通信制御が不要。

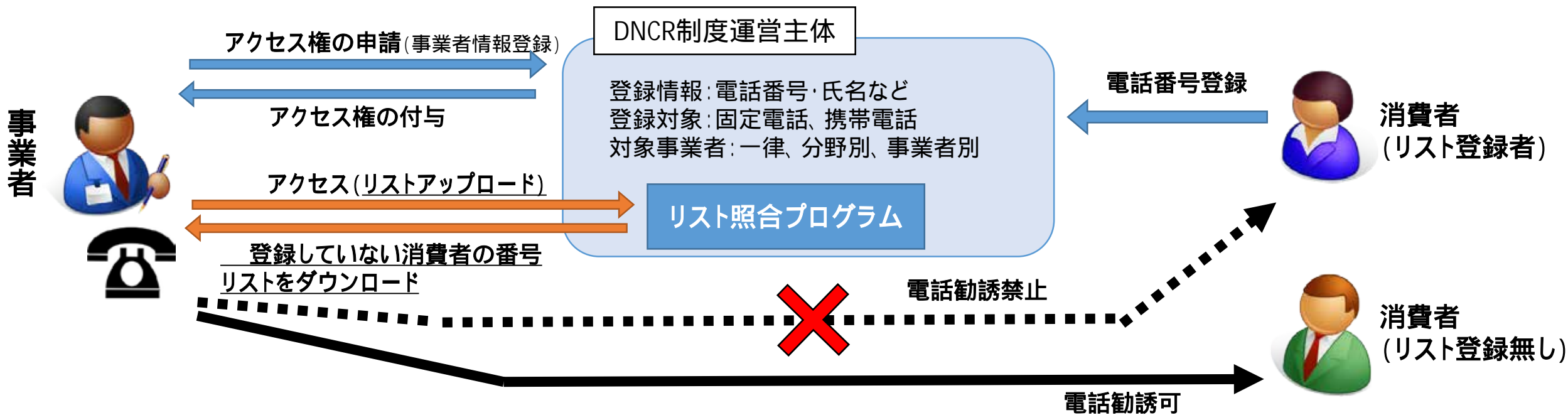
### デメリット

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(電話勧誘販売)

## (2)「リスト洗浄」型(オーストラリア、シンガポール、韓国等)

消費者は「勧誘拒絶リスト」に電話番号等を登録し、事業者はそのリストに登録された番号への電話勧誘行為が禁止される制度。  
(事業者が作成した「勧誘リスト」をアップロードすると、照合プログラム内で登録された消費者の電話番号が削除され、登録していない消費者の電話番号のみがダウンロードされる。)



### メリット

消費者の「意思表示の時点」や「意思表示の内容」が明確。  
技術的な通信制御が不要。  
消費者の電話番号が直接的には提供されないため、悪用される可能性が低くなる。

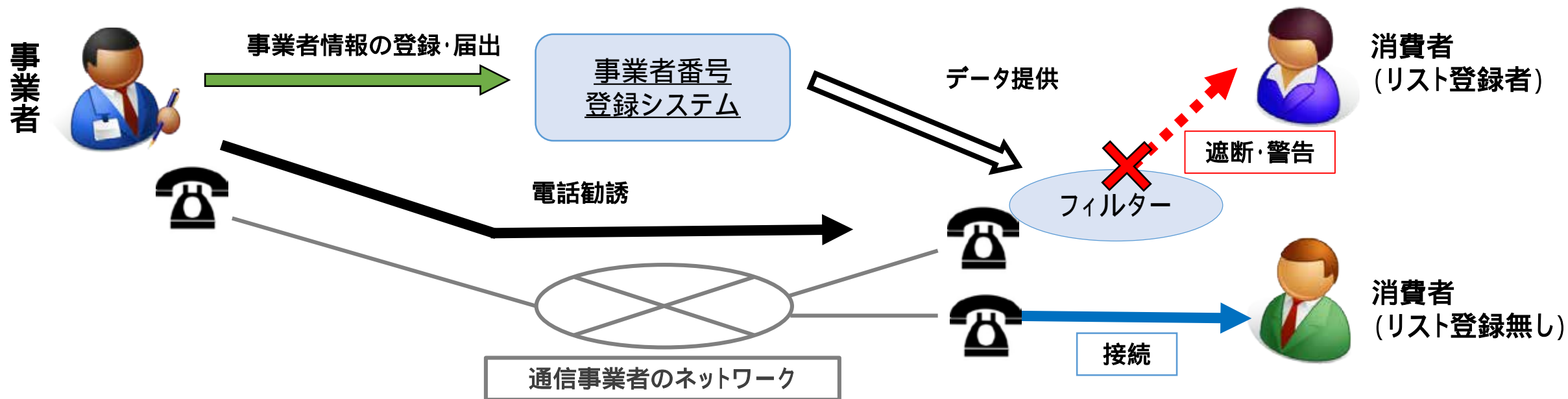
### デメリット

制度の構築・運用等に行政コストがかかる。

# 【参考】勧誘拒絶意思の表示方法(電話勧誘販売)

## (3) 意思表示をした消費者と事業者の通信を遮断する方式

事業者が電話番号を届出する義務を課し、事業者の電話番号を登録・管理システムを構築する。登録された電話番号からの発信は消費者側の端末(付属機器やアプリ)でフィルターをかけ、通信の遮断や警告をする。



### メリット

消費者の個人情報が事業者に渡らない。  
既存の民間事業者が提供しているサービスや機器を活用した、システム構築が可能。

### デメリット

着信端末側でフィルターをかけることになるため、機器の設置やアプリのダウンロードを消費者側で行う必要がある。  
既存の民間サービスとの関係において、民業圧迫にならないよう留意する必要がある。