

新聞販売綱領

2001（平成13）年6月20日

日本新聞協会の加盟社は、「新聞倫理綱領」の掲げる理念を販売の分野においても深く認識し、その実践を誓って、新しい「新聞販売綱領」を定める。

販売人の責務

新聞が国民の「知る権利」にこたえ、公共的・文化的な使命を果たすためには、広く人々に読まれることが不可欠である。新聞販売に携わるすべての人々は、それぞれの仕事を通じ、民主主義社会の発展に貢献する責務を担う。

戸別配達の堅持

新聞は読者のもとに届けられてはじめて、その役割を果たすことができる。新聞がいつでも、どこでも、だれもが、等しく読めるものであるために、われわれは戸別配達を堅持し、常に迅速・確実な配達を行う。

ルールの順守

新聞販売に携わるすべての人々は、言論・表現の自由を守るために、それぞれの経営の独立に寄与する責任を負っている。販売活動においては、自らを厳しく律し、ルールを順守して節度と良識ある競争のなかで、読者の信頼と理解を得るよう努める。

読者とともに

新聞は読者の信頼があつてこそ、その使命をまっとうできる。販売に携わるすべての人々は、読者の期待にこたえつつ、環境への配慮や地域貢献など、新しい時代にふさわしい自己変革への努力を続ける。

新聞購読契約に関するガイドライン

平成25年11月21日
 日本新聞協会
 販 売 委 員 会
 新聞公正取引協議会
 新聞公正取引協議委員会

日本新聞協会、新聞公正取引協議会の会員各系統は、読者の新聞販売に対する信頼を維持・向上させるため、新聞公正競争規約、特定商取引法、新聞訪問販売自主規制規約を厳守するとともに、読者から解約の申し出があった場合は読者の利益を一方的に害することのないよう、以下のとおり対応するものとする。

【解約に応じるべき場合】

以下に該当する場合は、読者の解約申し出に直ちに応じなければならない。

また、新聞公正競争規約の上限を超える景品類の提供が行われていた場合、解約にあたって景品類の返還を請求してはならない。

(ルールに基づく解約申し出である場合)

- ・クーリングオフ期間中、書面による解約申し出があったとき

(不適切な契約が行われていた場合)

- ・威迫や不実告知など、不適切な勧誘を行ったとき
- ・新聞公正競争規約の上限を超える景品類の提供など、同規約に沿わない販売方法を行ったとき
- ・契約期間が自治体が定める条例等の基準を超過していたとき
- ・相手方の判断力が不足している状態で契約したとき（認知症の方など）
- ・相手方が本人や配偶者以外の名前で契約したとき

(その他考慮すべき事情がある場合)

- ・購読者の死亡、購読が困難になる病気・入院・転居など、解約が合理的だと考えられるとき
- ・未成年者との契約であったとき

【丁寧に話し合い解決すべき場合】

上記に該当しない、読者の都合による解約申し出があった場合、話し合いによって解決するものとする。

申し出に応じる場合、解約の条件は両者の合意により決定する。ただし、契約事項を振りかざして解約を一方的に断ったり、過大な解約条件（損害賠償や違約金の請求など）を要求してはならない。読者の申し出の理由を丁寧に聞き、申し出の応諾や購読期間の変更など、お互いが納得できる解決を図らなければならない。

以 上

特定商取引法見直しに関する意見

公益社団法人日本新聞販売協会
会 長 河 邑 康 緒

当協会は、特定商取引法の見直しに関し、慎重の上にも慎重を期した検討を強く要望します。

「ユネスコの文化統計年鑑」など世界の統計に、各国の新聞の普及度、識字率等が記録されていますが、明らかなことは、新聞の普及度が高いほど識字率が高くなる、という法則性がみられることです。

識字率の高さはそのまま知的水準の基盤となって、これを高めます。日本という領土の狭い、資源の乏しい国を、世界有数の経済大国、政治、文化の先進国に育てあげてきた土台には、この知的水準の高さがあってのことと考えます。明治以来の戸別配達制度による新聞の普及が、民主主義の発展に資するとともに、文字・活字文化の発達の中軸となってきた事は人びとの知る所です。

いま、いわゆる悪質商法がますます複雑化、巧妙化し、これに対し「訪問販売お断り」のステッカーに法的効力を与えるなど、不招請勧誘の規制が検討されていると聞きますが、それで果たして悪質商法をなくすことができるのか、正常な営業活動を歪めないか、さらには訪問拒絶症候群とでもいうべき新たな負の風潮を拡散することにつながらないか、深い疑問を呈します。

すでに、個人情報シンドロームといった歪みが問題視され、これに、訪問拒絶の風潮が相乗的な影響を社会に与えていくのでは、と考えられ、正常な経済活動はもちろん、政治的、文化的な訪問・交流さえにも白い目が向けられ、人々は貝になり、地域共同体で培われた「日本人の良さ」はなし崩しに失われ、地域社会のコミュニティーが崩壊していく恐れはないでしょうか。

さらに新聞の普及とその戸別配達網が、地域のコミュニケーション復活の基軸となって、孤独死、押し売りを防ぎ、防犯、防災への取組みがいよいよ必要なとき、訪問拒絶の風潮によってそれらさえ阻害される方向をたどるとしたら、地域にとって、この国にとって、由々しいことと深く憂えるのです。

重ねて、この国の明日のため、慎重なご検討を賜るようお願い申し上げます。

以上

特定商取引法専門調査会

訪問販売・電話勧誘販売等の課題についての意見書

2015年6月10日

一般社団法人太陽光発電協会

1. 太陽光発電の位置づけ
2. 太陽光発電の導入がもたらす便益について
3. 太陽光発電システムの訪問販売の現状について
4. 太陽光発電システムの訪問販売の必要性について
5. 消費者保護への取組み
6. 勧誘規制のあり方に関する意見

(以下エネルギー基本計画より抜粋)

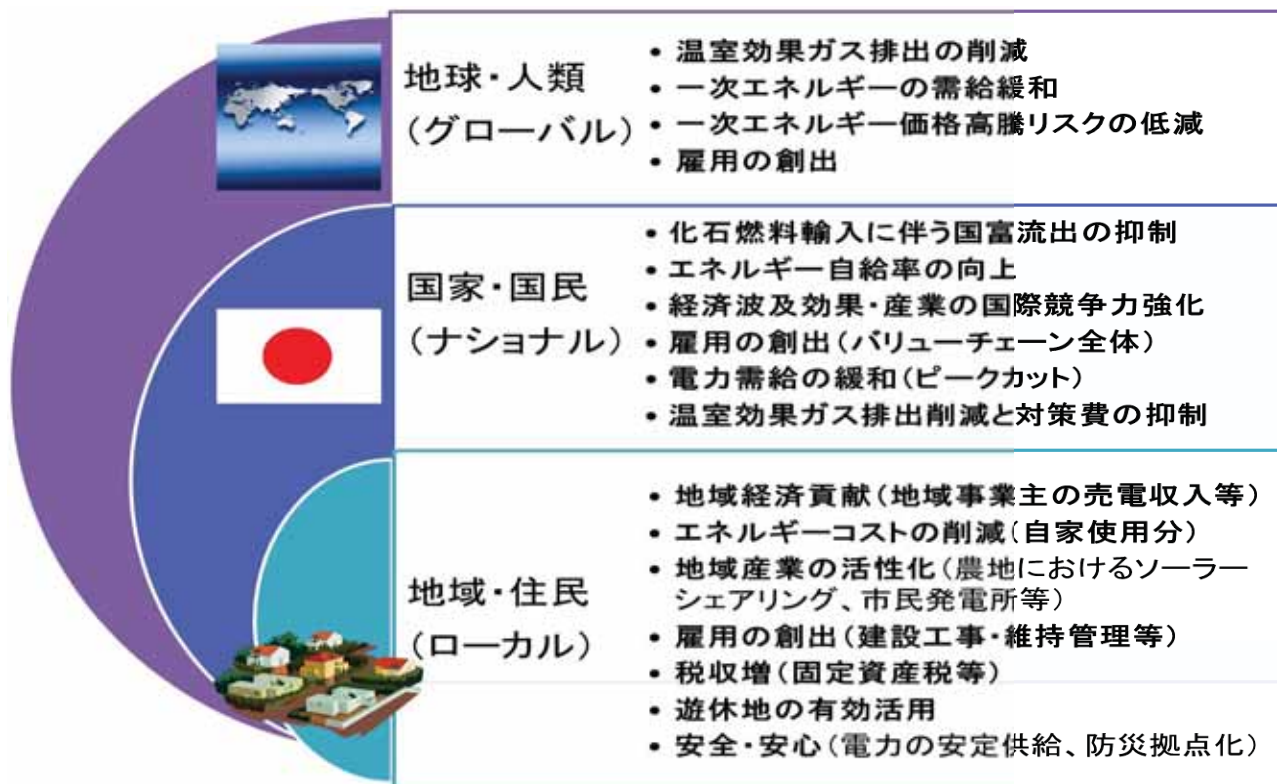
- 個人を含めた需要家に近接したところで中小規模の発電を行うことも可能で、小型・分散電源の場合は、系統負担も抑えられる上に、非常用電源としても利用可能である。
- 中長期的には、コスト低減が達成されることで、分散型エネルギーシステムにおける昼間のピーク需要を補い、消費者参加型のエネルギーマネジメントの実現等に貢献するエネルギー源としての位置付けも踏まえた導入が進むことが期待される。

(以下第11回新エネルギー小委員会配付資料より抜粋)

- 太陽光発電の導入量は約20GWに到達(年間約8GW程度)。今後も同程度のペースでの導入が当面継続し得るが、導入量の拡大とともに、一旦導入された太陽光発電設備について、メンテナンス体制の構築等、可能な限り長期安定的に発電するエネルギーインフラとして活用するための方策を講ずることが必要ではないか。
- その際、全量売電よりもむしろ、需要地に近接して導入される自家消費をより進めていくことで、賦課金や系統への負担を軽減しつつ、太陽光の導入を進めていくことができるのではないか。
- さらに、スマートコミュニティーやZEB/ZEH(ゼロ・エネルギー・ビル/ゼロ・エネルギー・ハウス)といった取組とも合わせて、太陽光発電が地域社会・コミュニティベースで実装される将来のあるべき姿をどのように構想し、実現への道筋を描くべきか。

2. 1 太陽光発電の導入がもたらす便益

- 再生可能エネルギー(太陽光発電)は、地域・住民からグローバルまで、幅広い便益を創出
- 特に、自給自足のエネルギーとしてライフラインの安定化による国民の安全・安心に寄与
- 経済活性化に対する貢献も大きく、かつその殆どが国内への還流寄与を実現



2. 太陽光発電 便益の試算結果

- 累計設置量 2020年66GW(*1)、2030年100GW(*1)におけるエネルギー自給率貢献、化石燃料輸入コスト削減効果、地球温暖化ガス削減効果を試算
 - エネルギー自給率 貢献 2013年1.5%→2020年8.1%→2030年12.2%
 - 化石燃料輸入コスト削減効果 石油火力代替 2020年12,048億円/年→2030年18,255億円/年
 - 地球温暖化ガス削減効果 日本全体への削減率効果 2020年2.8%→2030年4.2%
- (*1 太陽光発電協会想定設置量)

太陽光発電 累計導入容量	GW	66	100
太陽光発電 総発電量	GWh	74,078	112,412



エネルギー自給率の向上

国内総発電電力量に占める割合	%	8.1%	12.2%
----------------	---	------	-------

化石燃料輸入コスト削減効果

石油火力(熱効率39%)代替えケース	億円/年	12,048	18,255
LNG火力(熱効率45%)代替えケース	億円/年	9,284	14,067

地球温暖化ガス削減効果

CO2削減総量	トン/年	36,969,776	56,014,812
発電に伴うCO2排出量に対する削減率	%	7.7%	11.7%
日本全体の温室効果ガス排出量に対する削減率	%	2.8%	4.2%

3. 太陽光発電システムの訪問販売の現状について

- 住宅用太陽光発電システムにおける訪問販売による戸建住宅への搭載は全体の30%程度で、25年度における搭載数は約9万棟、金額は約1,850億円程度。

- ✓ 近年の住宅用太陽光発電販売における訪問販売の構成比は全体の約30%
 - ・平成25年度の住宅用太陽光発電システムにおける既築、新築の割合は6対4
 - ・既築住宅における太陽光発電システム搭載の約半分が訪問販売によるもの
- ✓ 平成25年度で訪問販売による住宅用太陽光発電システム 搭載数は9万棟弱
 - ・平成25年度の既築住宅への搭載数は17万2千棟
 - ・既築住宅では半分が訪問販売によるもの
- ✓ 平成25年度の訪問販売による住宅用太陽光発電システム事業金額は約1,850億円
 - ・既築住宅への太陽光発電のシステム価格は約43万円/kW
 - ・1棟当たりの搭載容量は4.8kW
 - ・43万円×4.8kW×9万棟=1,850億円

4. 太陽光発電システムの訪問販売の必要性について

- 住宅の屋根は多数の形状・種類があり、太陽光発電設置に適していても、消費者（オーナー）には判別がつかない
- オーナーは、何らかのはたきかけがないと、自ら設置への動きが簡単には出てこない
- 再生可能エネルギーへの関心が高くても太陽光発電設置に結びつける事は、容易ではない
- 実際の設置や、電力会社との系統連系に関しては、専門的な知見が必要
- 訪問販売では、営業マンが屋根を視認し太陽光の設置に向いていることを確認したうえで推進をする為、オーナーとして我が家が太陽光発電に適していることを知ることが可能となる

＜訪問販売が有効な具体的理由＞

- ① 消費者宅個々のエネルギー使用状況（生活パターン）や、家屋事情などが違う為 施主との対話による情報収集を行わないとベストな提案ができない。
- ② 訪問販売による太陽光発電システムの成約にいたる平均訪問回数は、3回程度であり、来場などによる代替手段では、消費者のご負担が大きい場合が多い。
- ③ 太陽光発電設備や電力会社との連系手続き、抑制などお客様にとって複雑な内容が多くあり、また、電力会社固有のエリア特性があり、電力会社の営業所対応など面談による説明が後々のクレームを防止するためにも重要である。
- ④ 特商法規制のルールを遵守する一方で、その他のルール（出力抑制、設備認定など）についてもめまぐるしく変更になるため、媒体告知だけでなく陳腐化する恐れがあり、最新情報をお客様に届け、理解いただくことが重要であるため。

（参考）訪問販売以外の情報提供や営業活動への業界努力

- ① ショッピングモールなどにイベント出展し、関心顧客を探し、後日アポ訪問する。
- ② 自治体のイベントに協賛し、イベント出展などを実施している。
- ③ Webページなどに問い合わせページを作成し、問い合わせに応じて訪問する。
- ④ 見積比較サイトへの掲載などによる情報収集を行う。
- ⑤ 既設顧客からの紹介販売など。

5. 消費者保護への取組み I

- 訪問販売に関していわゆる「悪徳業者」の排除は大前提であり、その実現に向けて、以下の対応を実施しているところ
- 太陽光発電協会では、消費者保護の観点から、消費者向けに「失敗しない太陽光発電システム選び」および業界を対象として、業界自主ルール「販売規準」「表示ガイドライン」を作成配布し、これらの啓発活動を実施している。

＜失敗しない太陽光発電システム選びのポイント＞

1. 最適なメーカーの選び方
2. 導入計画から設置までの流れ
3. 信頼できる販売・施工会社の選び方
4. トラブルの避け方

＜販売規準目次＞

1. 販売規準策定の背景
2. 販売従事者に求められる基本的なスキル
3. 遵守すべき注意事項
4. 販売時の禁止事項とNGワード
5. 参考：関連法規



展示会場でのユーザー向けに実施した「販売基準」の説明会

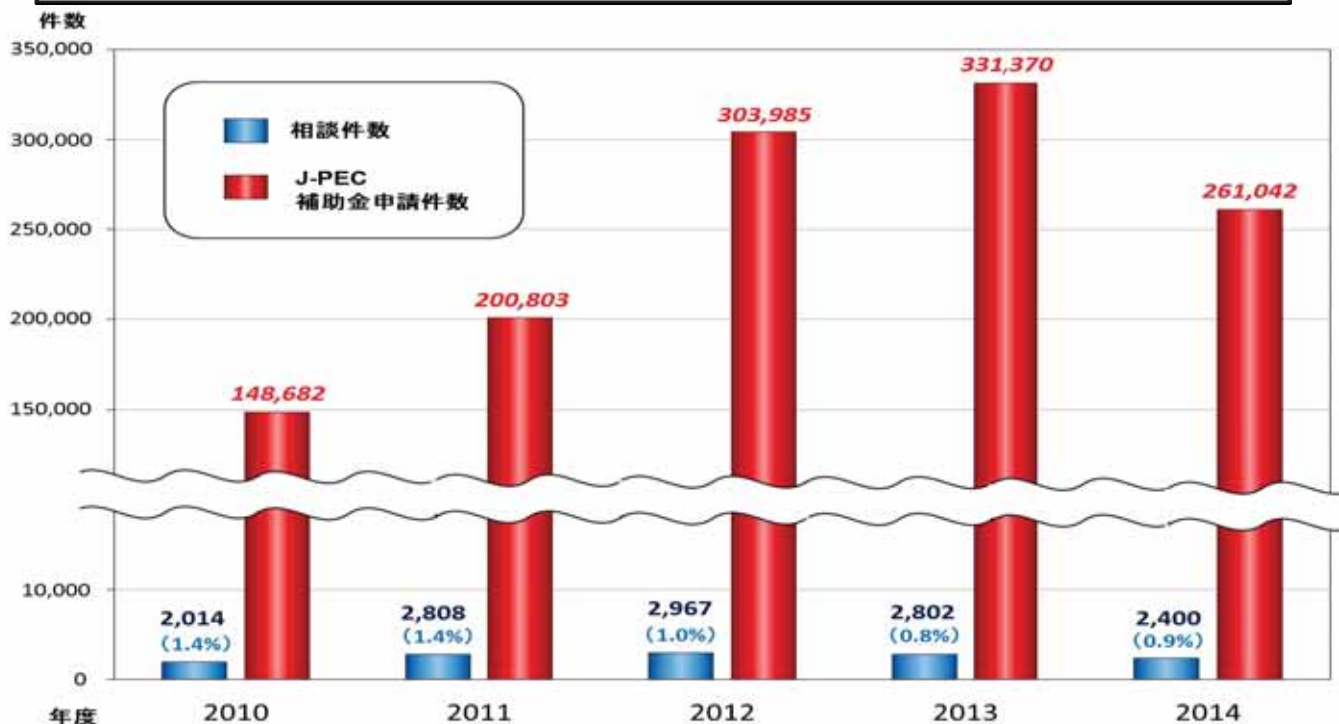


シンポジウムでの「販売基準」のセミナー



施工技術者向けに実施した「販売基準」の講習会

- PIO-NETに、登録された過去5年間の相談件数と、住宅用太陽光発電設備の補助金申請件数との対比
- 相談件数は補助金申請件数の1%程度しかなく、近年は1%を切っており、これは太陽光発電協会が策定している販売基準ガイドライン等の啓発活動によるもの



※ 相談の件数は、それ以前に太陽光発電の導入及び補助金申請されている件数の影響を受けていると考えられることから、対比するJ-PECの補助金申請件数は、相談を受付した前年度の件数を採用

9

6. 勧誘規制のあり方に関する意見

本専門委員会で議論されている、「再勧誘規制の目的が達成されていない」、「生活の平穏・消費者の自己決定権への配慮」等の観点での全面的な訪問販売に対する規制について、下記の視点での問題点を指摘致します。

<問題点>

1. 再勧誘規制の効果に関する検証が十分に行われていない。
2. 生活の平穏や消費者の自己決定権を守るとの観点で規制対象を考えると訪問販売だけに限ることは困難。
3. 上記視点から、特商法において規制の理由としてこれらを扱うことが適切かについて疑義がある。
4. 消費者保護の観点からの規制であれば、規制の対象を明確にし、最小の規制で最大の効果を目指すべきである。

上記の問題点から「生活の平穏を守る」等の観点での全面規制については賛同できないと考えます。また、適切な規制に基づく適正な訪問販売は、今後の太陽光発電の普及促進には不可欠であり、お客様のメリットにもつながるものと思料いたします。