

「訪問販売・電話勧誘販売の勧誘」 に関する提出資料

平成27年11月16日



○ 本資料の位置づけ

本資料は、消費者庁が、消費者委員会特定商取引法専門調査会設置・運営規定第8条に基づき、調査審議に協力するため、「中間整理」を踏まえ、提供可能なデータを整理したものの。

分析に用いた調査ツール

1. PIO-NETの分析（注1）

PIO-NETによせられた消費者からの苦情相談について、相談内容や処理結果の分析を行った。
分析対象とする苦情相談の期間、抽出条件等は各資料の注記を参照のこと。

- (1) キーワード「強引」が付与された苦情内容の分析(P. 4～8)
- (2) PIO-NET情報に寄せられた苦情の処理状況(P. 12～14)

2. 事業者に対するアンケート（平成27年度委託調査「訪問販売における勧誘行為に関する事業者アンケート」より）

- 調査時期：平成27年10月7日～10月23日
 - 調査方法：アンケート用紙の郵送配布、回収
 - 有効回答数：81社（有効回答率13.9%）（注2）
 - 概要：訪問販売における営業の実態や法律の遵守状況等を把握するため、帝国データバンクの保有する企業情報を元に、訪問販売を行っている事業者に対しアンケートを行なったもの。
なお、電話勧誘販売を行っている事業者については情報がなかったため、訪問販売のみ調査を実施した。
- (1) 事業者による法令遵守に向けた取組みの実施状況(P. 16)
 - (2) 再勧誘禁止の遵守に向けた取組みの実施状況(P. 17)

（注1）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）帝国データバンクの企業情報（信用調査報告書）において「訪問販売」を行っているとする事業者583社に調査票を送付し、回答のあった206社のうち、個人消費者向けの訪問販売（飛び込み勧誘、事前にアポを取った上での訪問勧誘）を行っていないと回答した事業者を除く81社を有効回答とする。（特商法適用除外業種を除く。）ただし、設問ごとに回答のあった数が異なるため、母数は設問ごとのN値を参照。

第1. 消費生活相談の各区分(苦情・問合せ・要望)の割合

宿題事項

- (ア) 国民生活センターに寄せられる相談のうち、問合せ又は相談と苦情はどのような内訳になっているのか。(「中間整理」7頁)
- (イ) PIO-NETで国民生活センターへ集約される中には単なる問合わせは含まれていないとのことであるが、それが現実にどれくらいあるのかといったデータを少し紹介するなどしてはどうか。(第8回委員発言)

対応(次項)

消費生活相談の各分類(苦情・問合せ・要望)の割合

…公開資料から確認できた32都道府県について、各相談分類の件数および割合を提示。

第1. 消費生活相談の各区分(苦情・問合せ・要望)の割合

◆ 公表情報から確認することができた32都道府県における消費生活相談の各区分(苦情・問合せ・要望)の件数、割合は、以下の通りであった。苦情の割合が最も高いのは96.1%(長崎県)、最も低いのは83%(山口県)であり、**平均値は91.1%**となった。

	相談区分別	平成26年度	
北海道 (道センターのみ)	苦情	5,366	91.1%
	問合せ	506	8.6%
	要望	15	0.3%
	計	5,887	
青森県 (全域)	苦情	7,468	84.6%
	問合せ・要望	1,359	15.4%
	計	8,827	
岩手県 (全域)	苦情	8,795	83.8%
	問合せ	1,694	16.1%
	要望	11	0.1%
	計	10,500	
宮城県 (県センターのみ)	苦情	7,927	89.9%
	問合せ・要望	895	10.1%
	計	8,822	
福島県 (県受け分けのみ)	苦情	5,581	95.0%
	問合せ・要望	296	5.0%
	計	5,880	
茨城県 (全域)	苦情	5,357	92.5%
	問合せ	429	7.4%
	要望	3	0.1%
	計	5,789	
栃木県 (全域)	苦情	15,152	89.9%
	問合せ・要望	1,702	10.1%
	計	16,854	
埼玉県 (全域)	苦情	47,296	92.9%
	問合せ・要望	3,604	7.1%
	計	50,900	

	相談区分別	平成26年度	
東京都 (全域)	苦情	119,798	92.8%
	問合せ	9,170	7.1%
	要望	135	0.1%
	計	129,103	
神奈川県 (全域)	苦情	67,279	94.8%
	問合せ・要望	3,718	5.2%
	計	70,997	
新潟県 (県センターのみ)	苦情	5,656	95.0%
	問合せ・要望	297	5.0%
	計	5,953	
石川県 (県センターのみ)	苦情	3,361	91.5%
	問合せ・要望	313	8.5%
	計	3,674	
福井県	苦情	3,300	88.9%
	問合せ・要望	413	11.1%
	計	3,713	
山梨県 (県センターのみ)	苦情	4,016	90.7%
	問合せ・要望	412	9.3%
	計	4,428	
長野県 (県センターのみ)	苦情	9,751	92.3%
	問合せ・要望	811	7.7%
	計	10,562	
静岡県 (市町センターのみ)	苦情	18,323	93.4%
	問合せ・要望	1,297	6.6%
	計	19,620	

	相談区分別	平成26年度	
三重県 (県センターのみ)	苦情	3,861	95.2%
	問合せ・要望	194	4.8%
	計	4,055	
滋賀県 (全域)	苦情	12,465	89.4%
	問合せ・要望	1,484	10.6%
	計	13,949	
大阪府 (全域)	苦情	68,038	88.9%
	問合せ・要望	8,532	11.1%
	計	76,570	
兵庫県 (全域)	苦情	42,845	83.9%
	問合せ・要望	8,248	16.1%
	計	51,093	
奈良県 (県センターのみ)	苦情	4,196	92.0%
	問合せ・要望	363	8.0%
	計	4,559	
和歌山県 (県センターのみ)	苦情	6,071	94.0%
	問合せ・要望	386	6.0%
	計	6,457	
島根県 (県センターのみ)	苦情	3,309	93.6%
	問合せ・要望	226	6.4%
	計	3,535	
岡山県 (県センターのみ)	苦情	8,366	96.1%
	問合せ	339	3.9%
	要望	2	0.0%
計	8,707		

	相談区分別	平成26年度	
広島県 (全域)	苦情	21,615	85.8%
	問合せ・要望	3,563	14.2%
	計	25,178	
山口県 (県センターのみ)	苦情	3,778	83.0%
	問合せ・要望	775	17.0%
	計	4,553	
徳島県	苦情	2,922	93.2%
	問合せ	212	6.8%
	要望	2	0.1%
計	3,136		
高知県 (県センターのみ)	苦情	2,794	87.2%
	問合せ	408	12.7%
	要望	2	0.1%
計	3,204		
長崎県 (県センターのみ)	苦情	3,162	96.1%
	問合せ・要望	128	3.9%
	計	3,290	
熊本県 (県センターのみ)	苦情	5,516	90.1%
	問合せ・要望	606	9.9%
	計	6,122	
大分県 (県センターのみ)	苦情	3,362	94.4%
	問合せ・要望	201	5%
	計	3,563	
宮崎県 (県センターのみ)	苦情	7,461	93.7%
	問合せ・要望	498	6.3%
	計	7,959	

(注) 各自治体ホームページで公開している消費生活相談に関する年度報告書を元に作成。

第2. 平成20年改正の効果等に関する分析(1)

宿題事項

- (ア)PIO-NET上の苦情相談データについて、「強引」な勧誘とは何か、その基準も定義も曖昧である。主観的な判断ではなく、精査が必要である。(「中間整理」10頁より抜粋・要約)
- (イ)再勧誘禁止の導入趣旨が実現されているのか、事業者による遵守状況はどのようになっているのか、という点について、消費者トラブルの更なる分析が必要である。(「中間整理」9頁より抜粋・要約)
- (ウ)現行法の枠組みで対処できない隙間によりトラブルが発生しているのか、現行法でも行政処分の対象となる事案でトラブルが生じているのか、と言う点についても更なる分析を行なった上で、後者であれば執行強化により対応をするべきである。(「中間整理」10頁より抜粋・要約)

対応(5~8頁)

(1)キーワード「強引」が付与された苦情内容の分析【PIO-NET情報の精査】

- キーワード「強引」が付与されたPIO-NETの苦情につき、その内容を精査した。((ア)への対応)
- キーワード「強引」が付与されたPIO-NETの苦情の精査により、再勧誘禁止の導入趣旨である「消費者被害の端緒とも言える消費者の意思に反した勧誘行為を受けてしまう状況そのものからの消費者の保護」(「特定商取引に関する法律の解説」59頁参照)がどの程度実現されているのかという点について分析した。((イ)への対応)
- キーワード「強引」が付与されたPIO-NETの苦情の精査により、現行法で既に禁止されており、行政処分をすることも可能な「再勧誘」の問題と、現行法の規制対象となっていない「隙間」の問題が、それぞれどの程度の規模で存在するのかを分析した。((ウ)への対応)

第2 平成20年改正の効果等に関する分析【訪問販売】

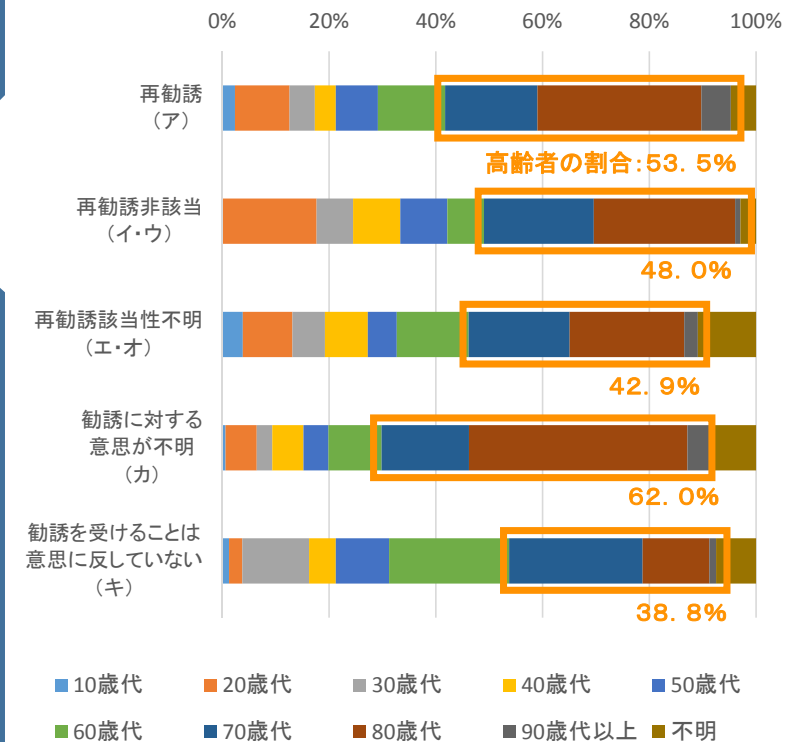
(1) キーワード「強引」が付与された苦情内容の分析【PIO-NET情報の精査】

- ◆ 平成26年4月中に寄せられた苦情のうち、「販売方法」に関する相談でキーワード「強引」が付与された事例(1,499件)のうち、**特商法の適用対象**と考えられる苦情**910件**、さらに**勧誘に関する記載があった苦情件数は792件**であった。
- ◆ 792件の苦情のうち、消費者が**意思に反し勧誘を受けていたと考えられるケースが541件**、消費者が**勧誘を受ける意思を有していたと考えられるケースが80件**、消費者の勧誘に対する**意思が不明であるものが171件**であった。
- ◆ 消費者が**意思に反して勧誘を受けていたと考えられるケースのうち、再勧誘に該当するものは127件**、**再勧誘に該当しないものは102件**、**再勧誘該当性が不明であるものは312件**であった。

【訪問販売】苦情の分類結果



契約者の年齢構成



既契約・未契約の件数

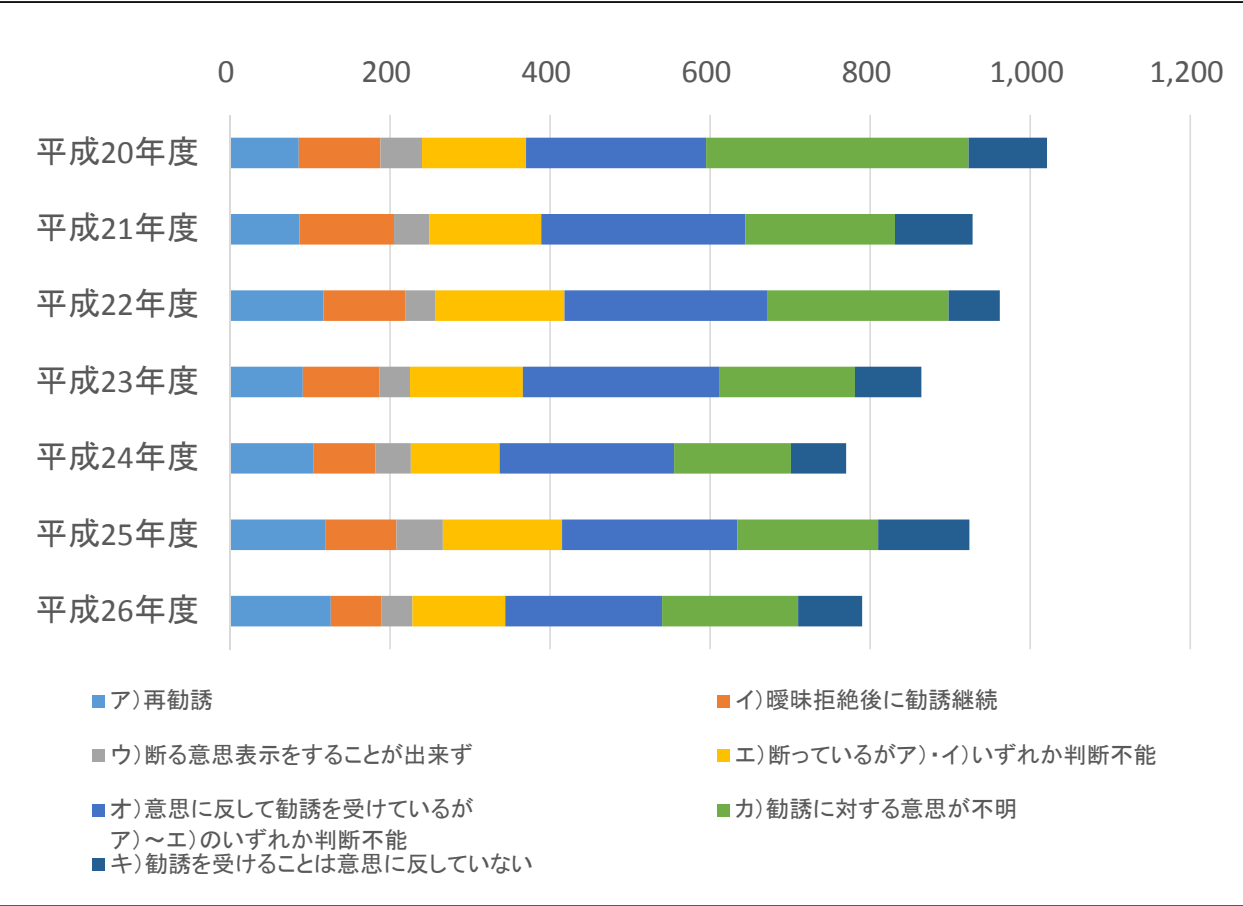
	再勧誘 (ア)	再勧誘非該当 (イ・ウ)	再勧誘該当性不明 (エ・オ)	勧誘に対する意思が不明 (カ)	勧誘を受けることは意思に反していない (キ)
既に契約	100	85	241	157	76
未契約	24	17	68	12	4
不明	3	0	3	2	0
合計	127	102	312	171	80

注)平成26年度4月受付、平成27年10月26日までにPIO-NETに登録された苦情中、「訪問販売」で「販売方法」に関する相談かつ内容等キーワード「強引」が付与された苦情相談(1,499件)を対象に消費者庁が独自に集計したもの。

第2 平成20年改正の効果等に関する分析【訪問販売】

(1) キーワード「強引」が付与された苦情内容の分析【PIO-NET情報の精査】

◆ 平成20年度～26年度の各年度の4月中に寄せられた訪問販売に関する苦情について、キーワード「強引」が付与された事例のうち、特商法の適用対象と考えられる苦情を「消費者の意思に反した勧誘行為を受けてしまう状況」の観点から以下のとおり分類した。



【分類基準】

- ア) 消費者が「要りません」「結構です」「関心ありません」「お断りします」と述べる等、「契約締結しない旨の意思表示」を示しているにもかかわらず勧誘が継続されたり、再度の勧誘を受けたりしている場合の分類。
- イ) 「お金がない」「今忙しい」「家族に相談したい」と述べる等、「契約締結しない旨の意思表示」とは評価することができない方法で勧誘・契約に対する断りの意思を伝えているが、その後も勧誘の継続や再度の勧誘を受けている場合の分類。
- ウ) 恐怖心その他の事情により、消費者がそもそも断りの趣旨の意思表示をすることができなかった場合の分類。
- エ) 例えば、「断ったのにしつこく勧誘され」など、断りの意思表示をしたことは読み取れるものの、具体的な文言が不明であり、ア)イ)いずれに分類されるかが不明である場合の分類。
- オ) 例えば、勧誘時の経緯について「執拗・強引に勧誘され、断りきれずに契約してしまった」「勧誘され迷惑だった」「今後勧誘されないための方策を知りたい」など、勧誘を受けることに対し承諾しない意思が読み取ることができるものの、実際に消費者がどのような対応をしたのかについての判断ができない(ア)～エ)のいずれにも分類できない場合の分類。
- カ) 例えば、第三者による相談であり本人の勧誘に対する意識が不明である場合や、契約当事者本人が勧誘事業者に対して半信半疑であり勧誘を受けるべきか否かについての意思決定をしかねている等、勧誘を受けた本人の意思を読み取ることができない場合。
- キ) 少なくとも勧誘時においては、消費者も興味を持つなどして勧誘を受け入れていたものと評価される場合。

注1) 平成20年～26年度の各年度4月受付、平成27年10月26日までにPIO-NETに登録された苦情中、「訪問販売」で「販売方法」に関する相談かつ内容等キーワード「強引」が付与された苦情相談(9,930件)を対象に消費者庁が独自に集計したもの。

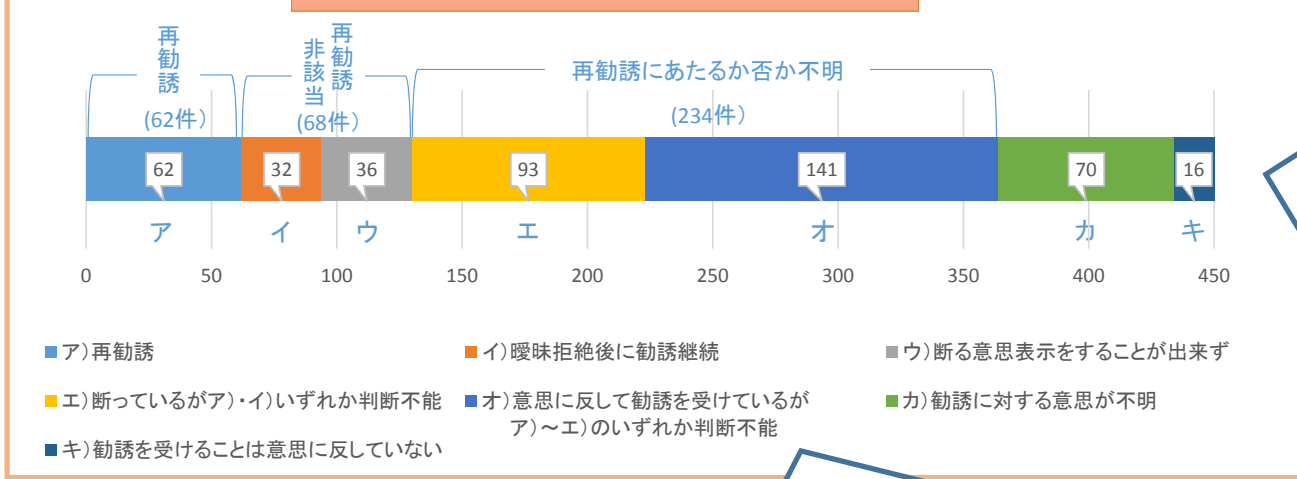
注2) 上記は、9,930件中、指定権利以外の権利取引、適用除外により特商法の適用を受けない可能性がある取引、取引内容が不明であり適用法を判断することができない取引等を除外し、勧誘に関する記載があった6,261件について、その苦情内容を分類した結果。

第2 平成20年改正の効果等に関する分析【電話勧誘販売】

(1) キーワード「強引」が付与された苦情内容の分析【PIO-NET情報の精査】

- ◆ 平成26年4月中に寄せられた苦情のうち、「販売方法」に関する相談でキーワード「強引」が付与された事例(1,470件)のうち、**特商法の適用対象と考えられる苦情は475件**、さらに**勧誘に関する記載があったものは450件**であった。
- ◆ 450件の苦情のうち、消費者が意思に反し勧誘を受けていたと考えられるケースが**364件**、消費者が勧誘を受ける意思を有していたと考えられるケースが**16件**、消費者の勧誘に対する意思が不明であるものが**70件**であった。
- ◆ 消費者が意思に反して勧誘を受けていたと考えられるケースのうち、**再勧誘に該当するものは62件**、**再勧誘に該当しないものは68件**、**再勧誘該当性が不明であるものは234件**であった。

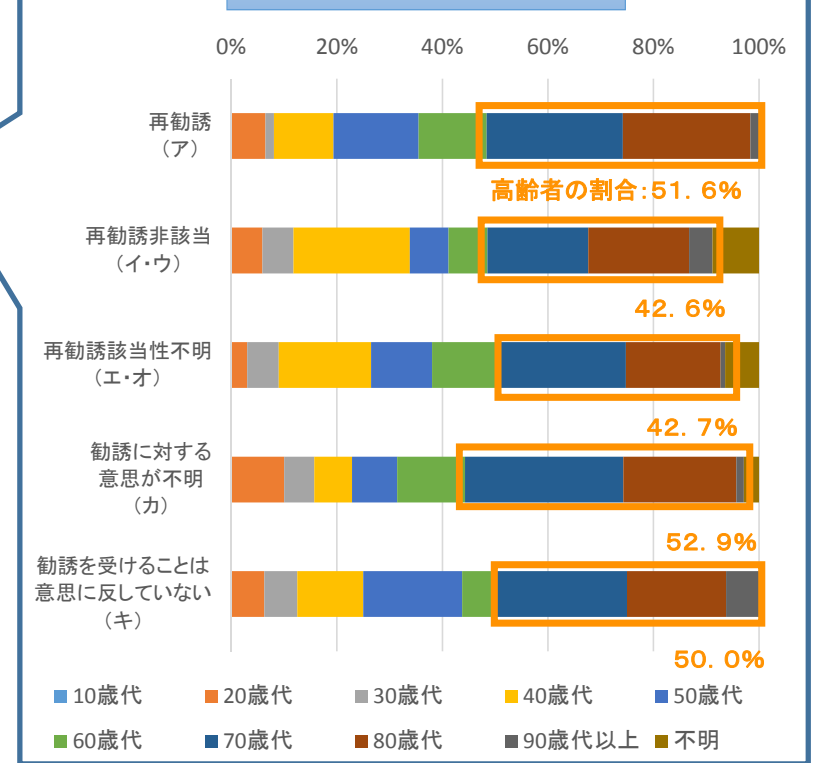
【電話勧誘販売】苦情の分類結果



既契約・未契約の件数

	再勧誘(ア)	再勧誘非該当(イ・ウ)	再勧誘該当性不明(エ・オ)	勧誘に対する意思が不明(カ)	勧誘を受けることは意思に反していない(キ)
既に契約	26	51	92	58	15
未契約	35	17	132	12	1
不明	1	0	10	0	0
合計	62	68	234	70	16

契約者の年齢構成

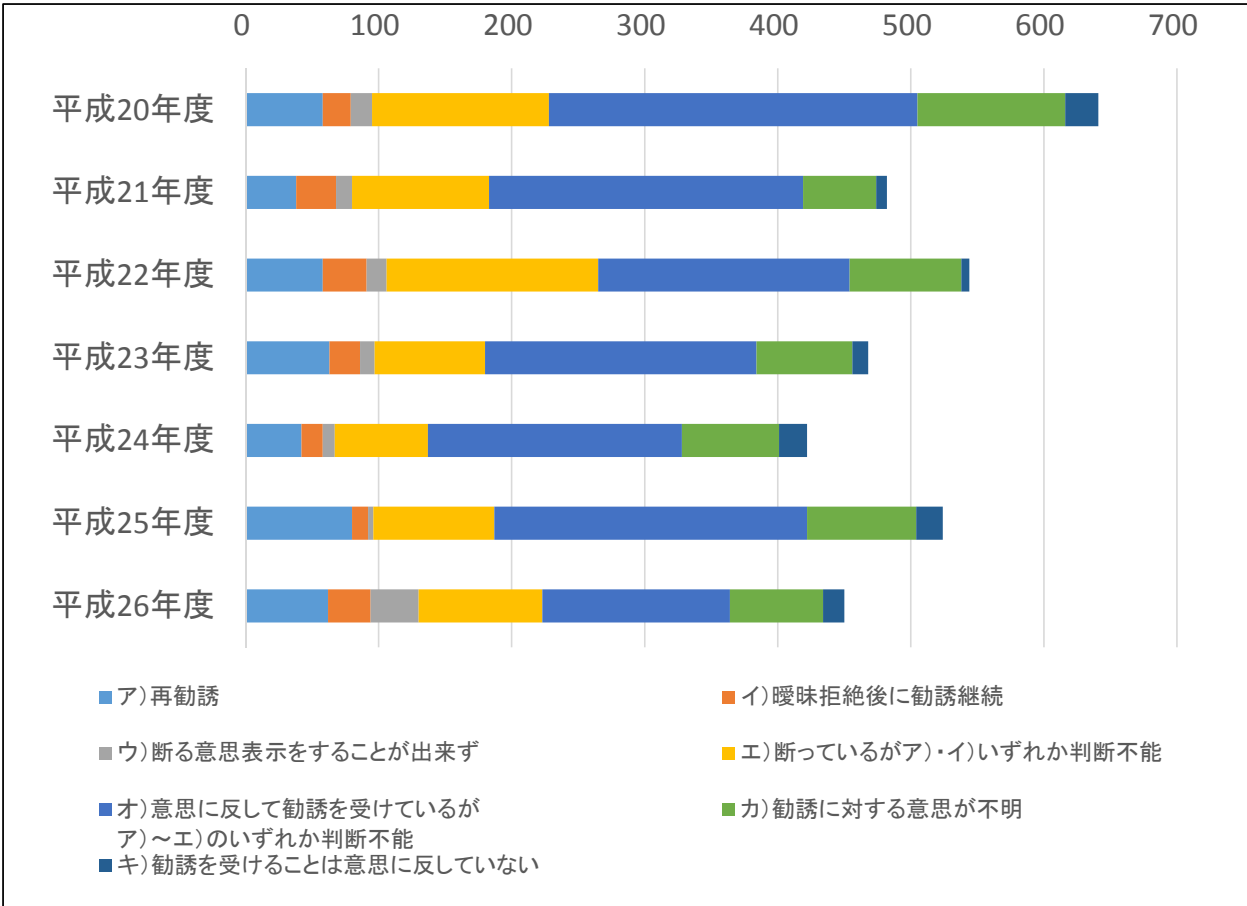


注) 平成26年度4月受付、平成27年10月26日までにPIO-NETに登録された苦情中、「電話勧誘販売」で「販売方法」に関する相談かつ内容等キーワード「強引」が付与された苦情相談(1,470件)を対象に消費者庁が独自に集計したもの。

第2 平成20年改正の効果等に関する分析【電話勧誘販売】

(1) キーワード「強引」が付与された苦情内容の分析【PIO-NET情報の精査】

◆ 平成20年度～26年度の各年度の4月中に寄せられた電話勧誘販売に関する苦情について、キーワード「強引」が付与された事例のうち、特商法の適用対象と考えられる苦情を「消費者の意思に反した勧誘行為を受けてしまう状況」の観点から以下のとおり分類した。



【分類基準】

ア) 消費者が「要りません」「結構です」「関心ありません」「お断りします」と述べる等、「契約締結しない旨の意思表示」を示しているにもかかわらず勧誘が継続されたり、再度の勧誘を受けたりしている場合の分類。

イ) 「お金がない」「今忙しい」「家族に相談したい」と述べる等、「契約締結しない旨の意思表示」とは評価することができない方法で勧誘・契約に対する断りの意思を伝えているが、その後も勧誘の継続や再度の勧誘を受けている場合の分類。

ウ) 恐怖心その他の事情により、消費者がそもそも断りの趣旨の意思表示をすることができなかった場合の分類。

エ) 例えば、「断ったのにしつこく勧誘され」など、断りの意思表示をしたことは読み取れるものの、具体的な文言が不明であり、ア)イ)いずれに分類されるかが不明である場合の分類。

オ) 例えば、勧誘時の経緯について「執拗・強引に勧誘され、断りきれずに契約してしまった」「勧誘され迷惑だった」「今後勧誘されないための方策を知りたい」など、勧誘を受けることに対し承諾しない意思が読み取ることができるものの、実際に消費者がどのような対応をしたのかについての判断ができない(ア～エ)のいずれにも分類できない場合の分類。

カ) 例えば、第三者による相談であり本人の勧誘に対する意識が不明である場合や、契約当事者本人が勧誘事業者に対して半信半疑であり勧誘を受けるべきか否かについての意思決定をしかねている等、勧誘を受けた本人の意思を読み取ることができない場合。

キ) 少なくとも勧誘時においては、消費者も興味を持つなどして勧誘を受け入れていたものと評価される場合。

注1) 平成20年～26年度の各年度4月受付、平成27年10月26日までにPIO-NETに登録された苦情中、「電話勧誘販売」で「販売方法」に関する相談かつ内容等キーワード「強引」が付与された苦情相談(11, 894件)を対象に消費者庁が独自に集計したもの。

注2) 上記は、11, 894件中、指定権利以外の権利取引、適用除外により特商法の適用を受けない可能性がある取引、取引内容が不明であり適用法を判断することができない取引等を除外し、勧誘に関する記載があった3, 531件について、その苦情内容を分類した結果。

第3. 対応の在り方について(1)

宿題事項

- (ア) 現行法の枠組みで対処できない隙間によりトラブルが発生しているのか、現行法でも行政処分の対象となる事案でトラブルが生じているのか、と言う点についても更なる分析を行なった上で、後者であれば執行強化により対応をするべきである(「中間整理」10頁より抜粋・要約)
- (イ) 問題に対する処分の件数、実態、どういう形で処分しているのか、有効に処分を打っているのか否か、といった執行の問題について提示していただかないと、改正の効果は分からないのではないか。(第4回委員発言)

対応(10~11頁)

(1) 行政処分の実施状況

- 執行強化や法改正の効果に関する議論の前提として、平成22年度～平成26年度の特商法に基づく行政処分の実績((ア)(イ)への対応)

(1)行政処分の実施状況【訪問販売】

◆ 平成22年度～平成26年度に国および都道府県が特商法に基づき実施した行政処分の件数、対象事業者数、および処分理由件数は以下の通り。

	処分理由	氏名等の明示義務違反 (法3条)		契約拒絶者への 勧誘 (法3条の2第2項)		書面交付義務 違反 (法4、5条)		不実告知 (法6条1項)		事実不告知 (法6条2項)		威迫、困惑 (法6条3項)		公衆の出入りしな い場所での勧誘 (法6条4項)		履行拒否、遅延 (法7条1号)		事実不告知 (法7条2号)		過量販売 (省令6条の3)		迷惑勧誘・迷惑 解除妨害 (省令7条1号)		判断力不足に乗 じた販売 (省令7条2号)		適合性原則違反 (省令7条3号)		契約書類に虚偽 記載させる (省令7条4号)	
		国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県
2010 年度	処分件数(注1) 国:6 都道府県:109 ※都道府県の処分のうち 2件は非公表であり詳細 不明	5	101	3	10	1	68	3	84	1	12	1	3	0	19	0	8	0	0	0	3	5	55	2	2	0	1	0	6
	処分事業者数(注2) 83社	74社		12社		45社		59社		10社		4社		17社		4社		0社		1社		42社		4社		1社		5社	
2011 年度	処分件数 国:9 都道府県:60	8	53	5	13	3	36	4	48	0	7	0	1	2	4	0	8	1	1	0	0	6	23	1	2	0	1	0	2
	処分事業者数 58社	51社		17社		35社		42社		7社		1社		6社		7社		2社		0社		25社		3社		1社		2社	
2012 年度	処分件数 国:12 都道府県:58	10	48	5	14	6	32	7	36	1	3	0	2	2	9	0	4	0	1	4	1	7	19	2	3	0	2	0	5
	処分事業者数 58社	48社		16社		33社		33社		4社		1社		10社		4社		1社		5社		24社		5社		2社		5社	
2013 年度	処分件数 国:5 都道府県:55	3	42	4	18	2	38	2	35	0	6	0	6	1	4	0	8	0	0	0	0	3	22	1	2	1	4	0	1
	処分事業者数 55社	40社		21社		37社		34社		6社		6社		5社		8社		0社		0社		24社		3社		4社		1社	
2014 年度	処分件数 国:8 都道府県:51	6	44	2	20	3	26	5	22	0	1	0	3	0	2	0	6	0	4	0	7	1	25	1	5	4	11	0	0
	処分事業者数 53社	44社		22社		26社		26社		1社		3社		2社		6社		4社		7社		24社		6社		12社		0社	

(注1)「処分件数」(指示・業務停止命令の区別なし)

各行政庁が実施した行政処分の個数。例えば、消費者庁と3都道府県が同時に同一事業者に対して処分を行なった場合には、「4」とカウントしている。なお、「指示処分」「業務停止命令」の区別はせずにカウントしており、消費者庁が定期的に公表しているデータとはこの点で数え方が異なる。(例えば、処分庁が同時に同一事業者に対して「指示処分」と「業務停止命令」をした場合、処分件数は「1」としており、「2」とはしていない)。

(注2)「処分事業者数」

国と都道府県が行なった行政処分の対象となった事業者数。例えば、消費者庁と3都道府県が同時に同一事業者に対して処分を行なった場合には「1社」とカウントする。

(1) 行政処分の実施状況【電話勧誘販売】

	処分理由	名称等の明示義務違反 (法16条)		契約拒絶者への 勧誘 (17条)		書面の交付義務違反 (法18、19条)		不実告知 (法21条1項)		威迫、困惑 (法21条3項)		債務の履行拒否、 遅延 (法22条1号)		事実不告知 (法22条2号)		迷惑な勧誘、迷惑 な解除妨害 (省令23条1号)		判断力不足に乘じ た販売 (省令23条2号)		適合性の原則違反 (省令23条3号)	
		国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県	国	都道府県
2010年度	処分件数(注1) 国:5件 都道府県:3件	5	2	4	1	5	2	3	3	1	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0
	処分事業者数(注2) 8社	7社		5社		7社		6社		2社		0社		0社		4社		0社		0社	
2011年度	処分件数 国:18件 都道府県:3件	12	2	17	0	16	1	12	1	0	0	1	0	0	0	17	1	0	0	0	0
	処分事業者数 21社	14社		17社		17社		13社		0社		1社		0社		18社		0社		0社	
2012年度	処分件数 国:14件 都道府県:5件	13	4	11	4	14	5	11	5	5	1	5	0	2	0	7	3	1	0	0	0
	処分事業者数 17社	15社		13社		17社		14社		6社		5社		2社		8社		1社		0社	
2013年度	処分件数 国:9件 都道府県:19件	5	19	9	19	7	18	7	19	2	0	1	0	0	0	5	18	1	0	1	0
	処分事業者数 14社	10社		14社		11社		12社		2社		1社		0社		9社		1社		1社	
2014年度	処分件数 国:6件 都道府県:0件	4	0	5	0	2	0	6	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0
	処分事業者数 6社	4社		5社		2社		6社		0社		0社		0社		1社		1社		1社	

(注1)「処分件数」(指示・業務停止命令の区別なし)

各行政庁が実施した行政処分の個数。例えば、消費者庁と3都道府県が同時に同一事業者に対して処分を行なった場合には、「4」とカウントしている。なお、「指示処分」「業務停止命令」の区別はせずにカウントしており、消費者庁が定期的に公表しているデータとはこの点で数え方が異なる。(例えば、処分庁が同時に同一事業者に対して「指示処分」と「業務停止命令」をした場合、処分件数は「1」としており、「2」とはしていない)。

(注2)「処分事業者数」

国と都道府県が行なった行政処分の対象となった事業者数。例えば、消費者庁と3都道府県が同時に同一事業者に対して処分を行なった場合には「1社」とカウントする。

第3. 対応のあり方について(2)

宿題事項

- ◆ PIO-NETに最終的な処理結果が記録されているのであれば、その処理結果を教えて欲しい。(第6回委員発言)

対応(13~14頁)

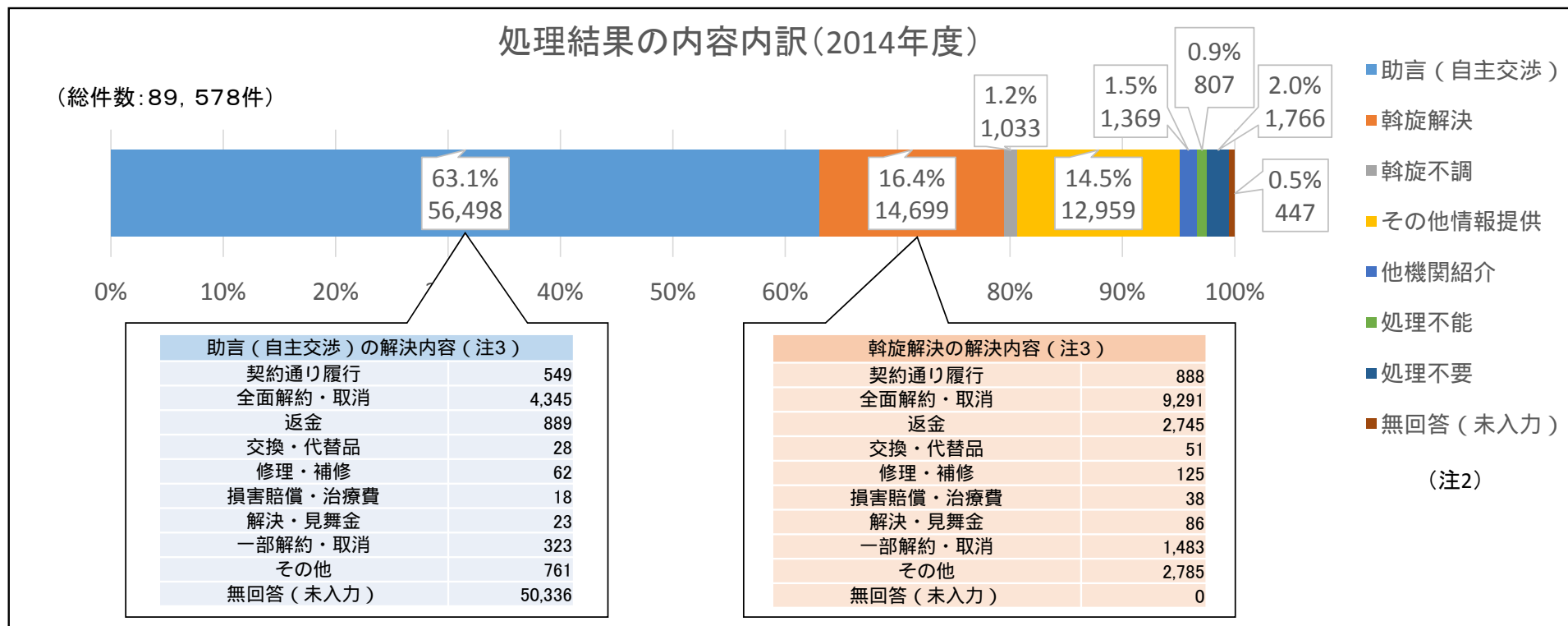
(2)PIO-NET情報に寄せられた苦情の処理状況

- PIO-NETに記録されている処理結果の概要を提示。

(2)PIO-NET情報に寄せられた苦情の処理状況【訪問販売】

- ◆ 最も多い処理結果が助言(自主交渉)の63.1%。(解決内容の多くは不明。)
- ◆ センターが斡旋したケースは全体の17.6%であり、そのうち「斡旋解決」が約93%、斡旋不調が約7%である。

【訪問販売に関する処理結果の内容】(注1)



注1) 2014年度受付、2015年11月9日までにPIO-NETに登録された苦情件数のうち、訪問販売に関する相談件数。

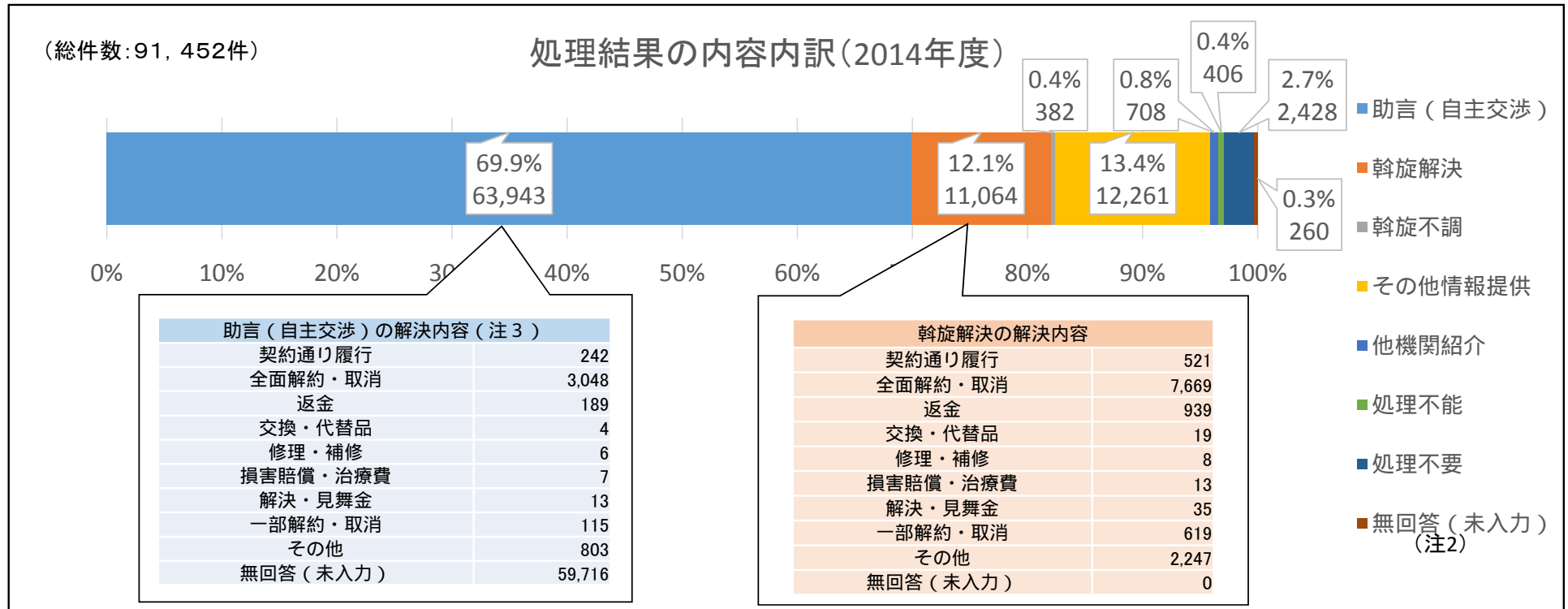
注2) 処理結果については「助言」～「処理不要」の7つの項目から一つを選びチェックする(必須項目)。「他機関紹介」は斡旋、助言等一切の処理をせず、他機関を紹介したもの。「助言(自主交渉)」は現に発生している消費者トラブルについて自主解決の方法を助言したものであり、例えば「クーリングオフの方法を助言した。」等の処理結果が該当する。「その他情報提供」は斡旋や助言に該当しない、例えば「(契約前の相談で)訪問販売に関する一般的な定義と規制内容について情報提供をした。」等の処理結果が該当する。「斡旋解決」は斡旋により解決したもの。「斡旋不調」は斡旋にも関わらず解決しなかったもの。「処理不能」は何らかの物理的理由で処理ができない、例えば「相談者と連絡が取れなくなった。」等の処理結果が該当する。「処理不要」は相談者が処理を望んでいない、相談を取り下げた等の処理結果が該当する。

注3) 解決内容については「契約どおり履行」～「その他」の9つの項目から、5つを上限にチェックする。処理結果が「助言(自主交渉)」の場合にはわかかった場合のみ、「斡旋解決」の場合は必ずチェックを行う。

(2)PIO-NET情報に寄せられた苦情の処理状況【電話勧誘販売】

- ◆ 最も多い処理結果が助言(自主交渉)の69.9%。(解決内容の多くは不明。)
- ◆ センターが斡旋したケースは全体の12.5%であり、そのうち「斡旋解決」が約97%、斡旋不調が約3%である。

【電話勧誘販売に関する処理結果の内容】(注1)



注1) 2014年度受付、2015年11月9日までにPIO-NETに登録された苦情件数のうち、電話勧誘販売に関する相談件数。

注2) 処理結果については「助言」～「処理不要」の7つの項目から一つを選びチェックする(必須項目)。「他機関紹介」は斡旋、助言等一切の処理をせず、他機関を紹介したものである。「助言(自主交渉)」は現に発生している消費者トラブルについて自主解決の方法を助言したものであり、例えば「クーリングオフの方法を助言した。」等の処理結果が該当する。「その他情報提供」は斡旋や助言に該当しない、例えば「(契約前の相談で)訪問販売に関する一般的な定義と規制内容について情報提供をした。」等の処理結果が該当する。「斡旋解決」は斡旋により解決したものである。「斡旋不調」は斡旋にも関わらず解決しなかったものである。「処理不能」は何らかの物理的理由で処理ができない、例えば「相談者と連絡が取れなくなった。」等の処理結果が該当する。「処理不要」は相談者が処理を望んでいない、相談を取り下げた等の処理結果が該当する。

注3) 解決内容については「契約どおり履行」～「その他」の9つの項目から、5つを上限にチェックする。処理結果が「助言(自主交渉)」の場合にはわかった場合のみ、「斡旋解決」の場合は必ずチェックを行う。

第3. 対応の在り方について(3)

宿題事項

- ◆ 作って間もない自主規制も含め、自主規制の効果もよく検証していただきたい。(第8回委員発言)

対応(16~17頁)

(3)事業者による自主規制の実施状況【事業者アンケート結果】

- 法改正以前に、事業者による自主規制による可能性もあるのではないかとの議論の前提として、事業者が実際にどのような自主規制や取組みを実施しているのかについて知るために実施したアンケート調査の結果を提示する。(訪問販売のみ)

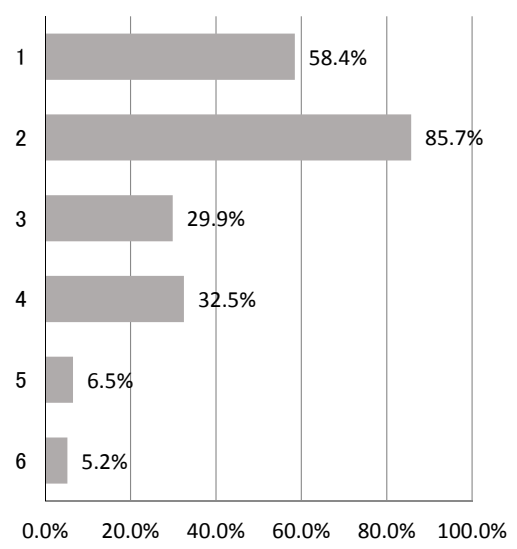
(3) 事業者による自主規制の実施状況【事業者アンケート結果】

◆ 訪問販売を行なっている事業者を対象に、消費者庁が実施したアンケート調査において、各事業者が行なっている法令遵守に向けた取組みの実施状況について質問したところ、以下のような回答が得られた。

勧誘を受ける意思の確認努力義務(3条の2第1項)の周知・実践に向けた取組みの実施状況

【複数回答】 [N=77]

	件数	構成比率
1 訪問販売員の業務マニュアル等を作成している	45	58.4%
2 訪問販売員への自社研修等で指導している	66	85.7%
3 法律や業務マニュアル、自主規制の遵守状況について、訪問販売員に自己申告させている	23	29.9%
4 業界団体等、外部の研修への参加を義務付けている	25	32.5%
5 その他	5	6.5%
6 行っていない	4	5.2%
合計	168	-



特商法の適用対象業種のための集計結果

【取組み内容の例(自由記載)】

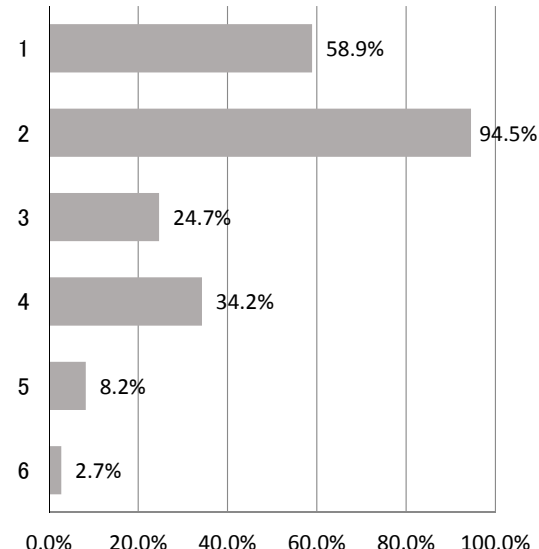
- ・訪問目的を伝達後、お客様への意思確認を行った上で勧誘を行うようにしている。
- ・朝礼や夕刻のミーティングで販売員の活動報告を受け周知、指導を行っている。

(注) 事業者アンケート【問8】
 [貴社は、特定商取引法第3条の2第1項に規定する「勧誘を受ける意思があることを確認するよう努めなければならない」という努力義務について、訪問販売員に対して周知や実践のための指導は行っていますか。また、行っている場合には、具体的な指導方法や取組の内容もあわせてご記入ください。]

特商法全般の周知・遵守に向けた取組みの実施状況

【複数回答】 [N=73]

	件数	構成比率
1 訪問販売員の業務マニュアル等を作成している	43	58.9%
2 訪問販売員への自社研修等で指導している	69	94.5%
3 法律や業務マニュアル、自主規制の遵守状況について、訪問販売員に自己申告させている	18	24.7%
4 業界団体等、外部の研修への参加を義務付けている	25	34.2%
5 その他	6	8.2%
6 行っていない	2	2.7%
合計	163	-



特商法の適用対象業種のための集計結果

【取組み内容の例(自由記載)】

- ・新人研修、月一度の月例会において手引書を活用し指導している。
- ・営業トーク研修にて修正が必要な場合は指導を行っている。

(注) 事業者アンケート【問9】
 [貴社は、勧誘行為に関する規制全般(Q8の努力義務以外の規制)について、訪問販売員に対して法令の周知や遵守のための指導等は行っていますか。また、行っている場合には、具体的な指導方法や取組の内容もあわせてご記入ください。]

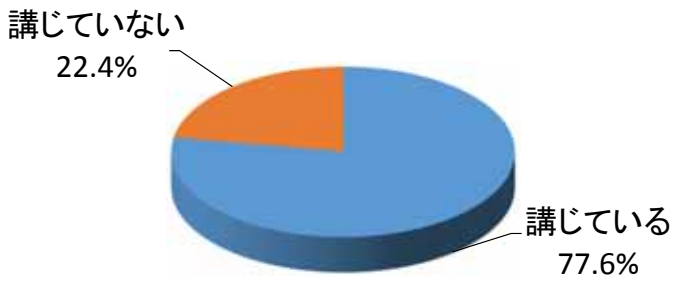
(3)事業者による自主規制の実施状況【事業者アンケート結果】

再勧誘禁止を遵守するための措置を講じているか否か

[N=76]

	件数	構成比率
講じている	59	77.6%
講じていない	17	22.4%

特商法の適用対象業種のための集計結果



【取組み内容の例(自由記載)】

- ・訪問拒絶の報告があった場合記録し、再度訪問しないよう周知徹底を図っている。
- ・訪問を希望されないお客様の情報を端末器にて共有。
- ・顧客カルテへの記入。
- ・地図に印をつける。
- ・半年に1回の研修時に指導している。
- ・催事を伴う場合のみ既存客に訪問勧誘を実施し、訪問先で断られた場合には名簿を抹消する。成約したがキャンセルされた場合にも、再勧誘はしない。
- ・解約の申出があった場合には、再度連絡しないように教育している。
- ・マニュアルで「お客様より拒否を感じたら直ちにアプローチ中止」としている。

(注) 事業者アンケート【問12】

[特商法は、一度契約締結を断った消費者に対して、同じ契約の勧誘をすることを禁止しています(再勧誘禁止)。貴社においては、こうした再勧誘禁止の規定を遵守するため、消費者の拒絶の意思表示を把握、記録するための方策を講じていますか。措置を講じている場合には、どのような方策がご回答ください。]