

「訪問勧誘お断りステッカー」の公表について

平成 29 年 12 月
奈良県くらし創造部
消費・生活安全課

県では悪質な訪問勧誘の被害を防止することを目的として、平成 29 年 3 月に奈良県消費生活条例に基づく告示の改正（平成 29 年 4 月 1 日施行）を行い、いわゆる「訪問勧誘お断りステッカー」の貼付に反する訪問勧誘に対して条例の規制を及ぼす規定を整備しました。

この改正を受けて、この度、「訪問勧誘お断りステッカー」を作成いたしましたので、その意匠をここに公表いたします。

印刷をして家の玄関等に貼付いただくことなどに御活用ください。

<参 考>

○ 告示の改正について

（1）告示改正の経緯

特定商取引に関する法律、いわゆる特商法が平成 20 年に改正されて、消費者が断っているのに再度勧誘してはならないという「再勧誘の禁止」の規定が創設されました。そのことで全国的に消費者団体等から訪問勧誘お断りステッカーの貼付に効力を求める動きが活発化してきたところ、平成 21 年 12 月に消費者庁が訪問勧誘お断りステッカーの取扱いについて文書を公表しました。その文書では、訪問勧誘お断りステッカーの貼付に反する勧誘は再勧誘の禁止規定に抵触しないという旨の見解が示されました。

当県における解釈としても、旧告示の規定では、訪問勧誘お断りステッカーの貼付に効力を及ぼすことは、法令解釈上困難であると考えられました。

戦後の民法の解釈体系を構築した著名な民法学者の我妻榮のコメント（逐条解説）にも「法律行為のためになされた表示行為は、疑問や不明確さを残さないほどに明確であることが本来は望まし」との記載があります。当県における旧告示の文言を文理的に解釈した場合、契約を締結する意思がない旨を表明した場合等に住居等の訪問を禁止することとなっていますが、契約を締結するかどうかの意思表示に訪問勧誘お断りステッカーによる意思表示が該当するかどうかは定かではありません。したがって、訪問勧誘お断りステッカーによる意思表示が訪問勧誘を断るための表示行為として有効かどうかは明確にはなっていません。

そこで、今回、意思表示の方法として、「はり紙による表示その他の方法」という文言を明文化し、訪問勧誘お断りステッカーが訪問勧誘への拒絶の意思の表示行為として、解釈に疑問を残す余地はないように告示の改正をいたしました。

（２）立法事実

立法事実としては、訪問販売等における消費者被害の多発、不招請勧誘の横行、訪問販売に対する消費者の意識の変化が挙げられます。訪問販売の相談件数は全国で年間約 8 万件、奈良県においては年間約 1,000 件となっています。奈良県は様々な金額や件数、規模などの指標がどれをとっても概ね全国の 100 分の 1 程度になっているので、一般的に「100 分の 1 県」と言われています。全国における訪問販売の消費生活相談の件数は年間約 8 万件となっており、奈良県では年間約 1,000 件となっています。それからすると全国で年間 8 万件なら奈良県では 800 件程度となるべきであるのに、年間 1,000 件という数字は多くなっていることから、奈良県においても訪問販売の被害が多いものであると思われます。また、訪問販売のほとんどが不招請勧誘によるもので、消費者の大部分が訪問販売に来てほしくないという調査結果もあります。こういったことを立法事実として今回の改正を行っています。

また、奈良県には活発に活動し、日々消費者問題の解決に努めておられる

消費者団体や、奈良弁護士会において熱心な取組を行っておられる弁護士がおられます。そういった消費者行政の先人たちの活動や、奈良県消費生活審議会においても委員に厳正に議論していただいたことなどの結晶が今回の改正につながったものであります。

そういった活動のたゆまぬ努力に敬意を表しますとともに、県民の皆様におかれましても、県消費者行政への御理解と御協力をお願いします。

以 上