

## 特定商取引法に事前拒否者への勧誘禁止制度の導入を求める決議

### －特定商取引法専門調査会「中間整理」についての意見－

現在、内閣府消費者委員会特定商取引法専門調査会で、特定商取引法改正5年後の見直しに向けて、訪問販売・電話勧誘販売における不招請勧誘規制の在り方が議論されている。

平成20年改正において勧誘拒否者に対する再勧誘の禁止等が盛り込まれたが、改正後も全国の消費生活相談窓口に寄せられる訪問販売、電話勧誘販売の苦情相談件数は減少しておらず、特に高齢者の苦情相談が大きな割合を占めている現状に鑑みれば、現在の訪問・電話勧誘に対する規制は不十分と言わざるを得ない。

また、近時消費者庁が行った調査によれば、消費者の96%以上が訪問勧誘、電話勧誘を「全く受けたくない」と回答しており（平成27年5月「消費者の訪問勧誘・電話勧誘・FAX勧誘に関する意識調査」）、これらの勧誘が消費者にとって迷惑であり、その私生活の平穏を害するものであることは明らかである。

諸外国では、名簿登録により予め拒否の意思表示をした人への電話勧誘を禁止するDo-Not-Call制度や、訪問販売お断りステッカーの掲示や名簿登録により予め訪問勧誘を拒絶した人への勧誘を禁止するDo-Not-Knock制度など、事前拒否者に対する勧誘禁止制度（オプトアウト規制）が導入されている。

事業者団体は、事前拒否者に対する勧誘禁止であっても、営業の自由に対する過剰規制である、健全な営業活動が阻害される等と強く反対しているが、私生活の平穏やプライバシーも保護されるべき重要な法益であり、自宅での勧誘を望まない人に対する無差別電話や飛び込

み訪問勧誘が、営業の自由によって正当化されるのか、健全な営業活動といえるのか、甚だ疑問である。消費者の自己決定権の観点からも、生活の場である自宅で勧誘を受けたくないという消費者の意思は最大限に尊重されるべきである。

高齢者の深刻な被害実態や勧誘を望まない消費者が圧倒的多数を占めている現状に鑑みれば、消費者からの要請や同意を得ない勧誘の禁止（オプトイン規制）が望ましいところであるが、まずは消費者の意思を事業者に尊重させるという最低限のルールを確立することが喫緊の課題であり、我が国においても、速やかに Do-Not-Call 制度、Do-Not-Knock 制度が導入されるべきである。

よって、当協議会は、特定商取引法における勧誘規制の見直しに当たり、下記のような立法措置を講ずることを求める。

#### 記

- 1 事前拒否者に対する電話勧誘を禁止する制度（Do-Not-Call 制度）をすみやかに導入すること。その際、電話勧誘拒否者の情報が事業者間で流通することがないよう制度設計を工夫すること。
- 2 事前拒否者に対する訪問販売を禁止する制度（Do-Not-Knock 制度）をすみやかに導入すること。その際、訪問販売お断りステッカーの掲示等を事前拒否の意思表示の方法として認める制度設計とすること。

2015年9月12日

全国クレサラ・生活再建問題対策協議会  
拡大幹事会 IN 金沢参加者一同