

特定商取引法に「事前拒否者への勧誘禁止制度」の導入を求める会長声明

第1 声明の趣旨

- 1 特定商取引に関する法律を改正し、電話勧誘販売について、電話勧誘を受けたくない消費者が電話番号の登録を行い登録者への電話勧誘を法的に禁止する制度（いわゆる「DO-NOT-CALL制度」）を導入することを求める。
- 2 同じく同法を改正し、訪問販売について、お断りステッカーを貼った消費者宅への訪問勧誘を禁止したり、事前に住所等を登録した消費者への訪問勧誘を禁止する制度（いわゆる「DO-NOT-KNOCK制度」）を導入することを求める。

第2 声明の理由

- 1 現行の特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）は、いわゆる飛び込み訪問勧誘や無差別電話勧誘の着手は許容したうえで、契約を締結しない旨の意思を表示した者に限り勧誘の継続や再勧誘を禁止している（同法3条の2第2項、17条。継続勧誘・再勧誘の禁止）。

しかし、ひとたび業者による訪問や電話による勧誘が始まってしまうと、業者による勧誘の強引さ又は巧妙さ等によって、消費者において、継続勧誘や再勧誘を明確に拒否できない事態に陥りやすい。その結果、同法による規制では、消費者が不当又は不正な契約を締結するに至ってしまう危険・弊害を避けることができない状態にある。

特に認知症等により判断力が低下した高齢者に対する勧誘については、上記の危険・弊害は大きい。高齢者人口の増加に伴い、高齢者に対する被害件数の増加、被害の深刻化が懸念される。

そこで、現行の特定商取引法を改正し、電話勧誘販売について「DO-NOT-CALL制度」を、訪問販売について「DO-NOT-KNOCK制度」を導入し、訪問販売及び電話勧誘販売につき適切な規制がなされるべきである（以下、「DO-NOT-CALL制度」及び「DO-NOT-KNOCK制度」をあわせて、「事前拒否者への勧誘禁止制度」という。）。

- 2 消費者が要請しない勧誘（いわゆる不招請勧誘）は、不意打ち的な勧誘方法である。不意打ち的な勧誘により、事業者と消費者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差（消費者基本法1条、消費者契約法1条参照）は顕著になり、消費者が意に沿わない契約や不当・不法な契約を締結してしまう危険性は高い。

かかる危険性に鑑み、不招請勧誘に対する規制の必要性は大きいと言わざるを得ない。

- 3 また、不招請勧誘は、住居等の管理権ないし私生活の平穩を害するものである。少なくとも事前に拒否した消費者に対する勧誘は、住居等の管理権ないし私生活上の平穩を本人の意思に反して侵害するものである。

しかし、現状は、多くの消費者の意思に反して訪問勧誘、電話勧誘がなされているとみられる。消費者庁の調査（消費者庁平成27年5月13日「消費者の訪問勧誘・電話勧誘・FAX勧誘に関する意識調査について」）でも、96%以上の消費者が訪問勧誘、電話勧誘を「全く受けたくない」と回答している。

勧誘を受けるかどうかについては、消費者の自己決定権の下に位置付けられるものと考えらるべきであり（平成27年3月24日閣議決定「消費者基本計画」）、勧誘を受けるか否かも含め、消費者の自己決定権は尊重されるべきである。

消費者の自己決定権の尊重の観点からも「事前拒否者への勧誘禁止制度」が導入されるべきである。

- 4 「事前拒否者への勧誘禁止制度」については、業者の営業の自由に対する過剰な規制であるとの意見もある。

しかし、業者の営業の自由は、勧誘を受けることを拒否している消費者の意思に反してまで認められるものではない。

また、「事前拒否者への勧誘禁止制度」は、事前拒否をしていない消費者に対する勧誘を否定するものではなく、事前に拒否した消費者に対する勧誘を禁止するものにすぎないのであり、営業の自由に対する過剰な規制ではない。

第3 結論

以上のとおりであり、当会は、声明の趣旨のとおり、特定商取引法を改正し、「事前拒否者への勧誘禁止制度」を導入することを求めるものである。

2016年（平成28年）1月13日

茨城県弁護士会
会長 木島千華夫