

改正特定商取引法における再勧誘禁止規定と「訪問販売お断り」等の張り紙・シール等について

平成21年12月10日
消費者庁取引・物価対策課

先般12月1日より施行された平成20年改正特定商取引法においては、悪質な訪問販売等に断固対処するため、指定商品・役務制の廃止や過量販売の解除等の大幅な規制強化を行い、その中で、いわゆる再勧誘禁止規定も措置されました。

特定商取引法は、そもそも訪問販売業者が勧誘を行うに当たって守るべき義務を定めており、従来から、勧誘に先立って氏名や販売目的等の明示を義務付けていましたが、改正法により、さらに、勧誘を受ける意思の確認を行い、契約を締結しない旨の意思表示があった場合には、再度の勧誘をしてはならないこととしました。「契約を締結しない旨の意思」を表示する方法に関しては、消費者が明示的に契約締結の意思がないことを表示した場合を指し、具体的には、事業者からの勧誘に対し、「いいません」「お断りします」などと伝えることが必要です。例えば、「訪問販売お断り」と記載された張り紙・シール等を貼っておくことは、意思表示の対象や内容、表示の主体や表示時期等が必ずしも明瞭でないため、特定商取引法においては、「契約を締結しない旨の意思」の表示には当たらないこととなります（「特定商取引に関する法律第3条の2等の運用指針」御参照）。消費者庁としては、上記の考え方のもと、本規定に違反する悪質な事案に対しては、厳正に対処してまいります。

他方で、地方自治体や消費者において、上記のような張り紙・シール等を貼ることにより訪問販売の来訪を望まない旨を明らかにする取組が行われています。また、条例の中には、そのような張り紙・シール等を無視して消費者を勧誘する行為につき不当な取引として指導や勧告、公表の対象とするものもあると認識しています。そのような取組は、地域の消費者トラブルを防ぐための有効な手段であり、上記の特定商取引法における再勧誘禁止規定の解釈によって何ら影響を受けるものではなく、特定商取引法と相互に補完し合うものと考えています。また、張り紙・シール等がある場合には、事業者は商道德として、そのような消費者意思を当然尊重する必要があるものと考えます。

消費者庁としては、地方自治体や消費生活センター等と連携、協力しつつ、改正特定商取引法の厳正な執行を通じて、より一層の消費者保護を実現すべく取り組んでまいります。