

## (仮称) 橋本市消費生活条例の策定に関するパブリックコメント結果

### 1.実施概要

- 意見募集案件：橋本市消費生活条例骨子案、橋本市消費生活条例案
- 募集期間：令和4年12月20日(火)～令和5年1月6日(金)
- 資料閲覧場所：市ホームページ・市民課(消費生活センター)・各文化センター・本庁1階ロビー・保健福祉センター1階ロビー・市図書館・中央公民館及び各地区公民館
- 意見提出方法：持参・郵送・ファックス・Eメール

### 2.実施結果

- 意見提出数：3名

### 3.実施についての考え方

- この手続きは、橋本市パブリックコメント手続要綱において定められているとおり、市民等に案の賛否を問うものではなく、また提出された意見の多寡で判断するものではありません。あくまで意見の内容に着目して、条例等に反映させるように検討します。

### 4.意見の概要と市の考え方

- 内容が同じような意見は整理しています。

#### 全般について

番号	要旨	市の考え方
1	「より安心・安全な市民の消費生活の実現を目指し、市民の財産、身体被害等を防ぐ」との目的や、悪質商法を排除しようとする姿勢には賛同する。	ご理解いただきありがとうございます。
2	日本新聞協会によると、2019年10月時点で全国に1万5344店の新聞販売所があり、27万1878人が働いている。その健全な事業活動が委縮すれば、地域の経済や雇用に打撃を与えかねない。新聞販売所の多くが地域社会の一員として防犯や見守りの活動に協力しているところ、地元で安定・安心をもたらしてきた役割も失いかねない。こうした実態を考慮し、検討していたステッカー規制の条例化を見送る自治体もある。	家庭訪問による事業活動を展開する事業者の皆様が防犯や見守り活動に積極的に取り組んでおられることには敬意を表します。この登録制度が新聞販売所をはじめとする訪問販売営業を妨げるための制度とは考えておりません。事業者、消費者が共に安心して経済活動を行う、万が一トラブルになった場合には、速やかに解決できる連携を取ることができる制度にすべきと考えます。

#### 訪問販売に関する取組について

番号	要旨	市の考え方
3	憲法第22条第1項で保障される「営業の自由」、すなわち、健全な事業者の正当な営業活動まで脅かすことになりかねない内容が含まれている。	市内における訪問販売を市民が安心して利用できるように、また健全な事業者の自由な営業活動を応援する仕組みを作るための内容と考えます。
4	「営業の自由」「職業選択の自由」という権利を侵害する過剰なものとして、違憲・違法の可能性が高い。	市民の安心・安全な消費生活の実現と事業者の活発な経済活動の支援を目指すものですから、ご指摘には当てはまらないと考えます。
5	憲法第22条で保障される「営業の自由」に対する制限には合理性、必要性が求められるところ、健全な事業者に対し、特商法等の法律であえて定められていない制限を条例で上乗せすることは、「法律の範囲内で条例を制定することができる」とする憲法第94条に違反する可能性がある。	安心して営業活動としていただくために、市民も安心して訪問販売を利用できるようにするための登録ですので、ご指摘には当てはまらないと考えます。

6	「第21条第1項の公表」及び「第22条第2項の情報の提供」に関して、訪問販売に関する苦情の中には、事業者側の不当な取引行為のみによらず、営業活動での行き違い等、必ずしも事業者側に原因があるとは考えられない場合など様々なものが含まれています。苦情の内容について市側がきちんと調査し事実認定がなされないまま、一方的に登録取り消しされることを懸念する。	消費者の苦情を聞くだけでなく事業者の意見も聞き、事実確認をした上での対応となります。
7	「表現の自由」に関わる業務を行う新聞販売事業者が悪質業者と同列に排除されることがあってはならない。	健全な事業活動を行う事業者を排除することはありません。

### 訪問販売業者の登録について

番号	要旨	市の考え方
8	訪問販売に関する登録制度の導入については見送るよう求める。	消費者の権利を擁護するとともに、健全な経済活動を支援するために導入を検討しています。ご理解をお願いします。
9	登録による事前規制ではなく、事後規制としての呼出・注意→改善命令→公表といった手段で十分に対応が可能である。	事後規制では被害の回復が困難となるケースが考えられます。ご理解をお願いします。
10	登録が取り消された事業者は2年間、再登録できないと規定は厳しすぎる。当該事業者は、もはや事業を存続することは不可能である。	登録取り消し要件に当てはまる事業活動を行った場合に限るため、ご指摘には当てはまらないと考えます。

### 訪問販売お断りのステッカーについて

番号	要旨	市の考え方
11	「訪問販売に係る契約を締結しない旨の意思を表示した者」の中には「玄関等に『訪問販売お断り』ステッカーを貼付している方」を想定しているか。	ステッカーを貼っていることは、訪問販売の勧誘を拒む意思がある可能性を含むと思われる。ステッカーを貼っている方全てが、強い意思で訪問販売を拒絶していると言い切れるものではないと考えますがこの場合において、事業者は商道德として消費者意思を尊重していただくことをお考えいただき、事業活動をして頂きたいと思えます。貼っていないに拘らず、勧誘を受け入れる、もしくは契約する意思の有無の確認をしたうえで営業活動をお願いしたいと思います。
12	消費者庁が「意思表示の対象や内容、表示の主体や表示期間等が必ずしも明瞭でないため、特定商取引法における『契約を締結しない旨の意思』の表示には当たらない」との見解を示している。	消費者庁が発出した内容は承知しています。しかしながら、張り紙やシールにより訪問販売の来訪を望まない旨を意思表示している取り組みは、消費者トラブルを未然に防ぐための有効な手段であり、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の受けるものではないとも書かれております。

## 5.まとめ

●頂いたご意見について、現段階における市の考え方を示しました。本市としまして、「（仮称）橋本市消費生活条例」をより実効性を高めるために、本条例案による条例策定を見送り、今一度内容及び体制を再考させていただきます。