

訪問販売と 安心・安全な地域社会

日本新聞協会
2018年2月

1. 新聞は消費者、高齢者の味方

2. 訪問販売の一律規制は地域社会にマイナス

3. 業界の自主的取り組みで成果

1. 新聞は消費者、高齢者の味方

- 新聞は、詐欺事件や消費者トラブルなどのニュースを日々報道し、消費者教育の最適なツール
- インターネットよりも新聞の情報への信頼度が高い

全国に1万6378の新聞販売所

新聞販売所従業員は

30万909人 (2017年10月現在)

従業員は地域の消費者・生活者

毎日配達される新聞の特性を生かし、新聞販売所の従業員は配達時や営業活動の中で気付いた、読者や地域の異変を知らせる見守り活動を行っている

新聞販売所の地域貢献活動

- ① 高齢者・独居世帯の見守り
- ② 地域の防犯・防災活動



販売所と地方公共団体、警察、消防などとの協定

638件 (2015年5月)

新聞販売所による救助、防犯・防災活動

1年間における件数

- ◇人命救助(250件)
- ◇徘徊老人の保護(177件)
- ◇遺体発見(240件)
- ◇不審者の発見(54件)
- ◇火災現場の発見(52件)
- ◇事故現場の発見(87件) (2014年の件数)

●自治体などから感謝状が贈呈される事例も

2. 訪問販売の一律規制は 地域社会にマイナス

- 「訪問販売お断り」ステッカーなどにより、健全な事業者と、悪質な事業者を一律規制することは、本当に地域社会に安心・安全をもたらすのか！？
 - 地域に根ざした健全な営業活動が排除され、地域経済に打撃
 - 活発な訪問営業がなくなり、閉じた地域社会に
 - ステッカーなどによる規制に効果があるのか検証されていない

新聞販売所の場合

訪問営業による新規読者の獲得は営業活動の根本

- 新聞の読者には購読を中止する人も、新規に購読する人もいる
- 新規の訪問営業ができなくなれば、販売所の経営に重大な影響
- 戸別配達網が弱体化し、販売所による地域貢献活動が衰退
- 高齢者など消費者・生活者の安心・安全を確保する地域社会を構築する上で負の影響をもたらす

さらには

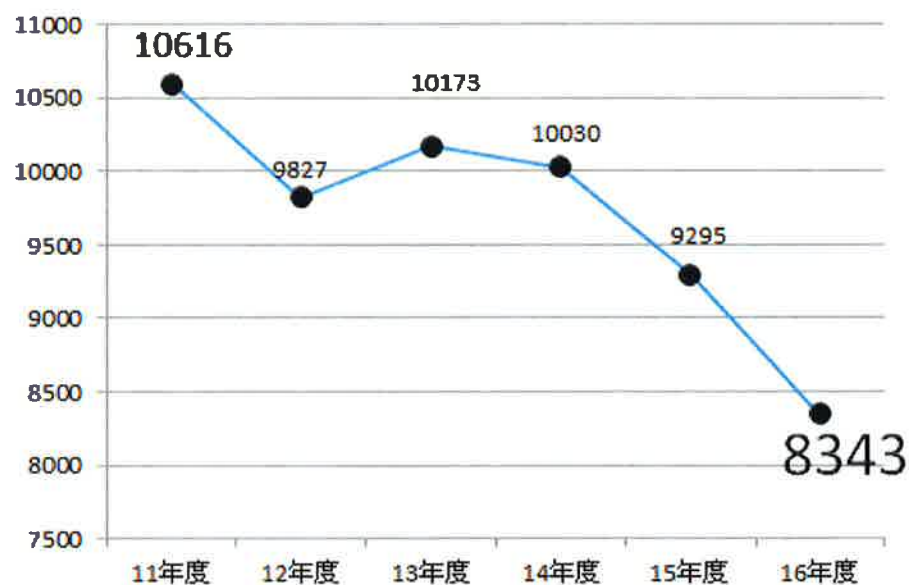
- 消費者・生活者の知る権利全体にも影響
- 消費者問題を正確かつ迅速に報道する新聞の戸別配達網が衰退すれば、消費者は消費者問題の情報に接する機会を奪われる
- 特にインターネットから情報入手するのが苦手な高齢者に影響大

3. 業界の自主的取り組みで成果

- 解約に応じるべき場合などを示す「新聞購読契約に関するガイドライン」を策定。全国の新聞販売所に内容を周知している
- 新聞各社は、購読勧誘を行う新聞セールススタッフに対して、特商法など関連法規の順守徹底に関する研修を定期的に実施。読者の苦情やトラブル防止・撲滅に努めている
- 新聞各社は、読者・消費者からの問い合わせに適切に対応するため、フリーダイヤルやインターネットによる問い合わせ窓口を設置し、読者対応を充実させている

訪問販売における新聞の相談件数の推移

全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)に登録された訪問販売における新聞の相談件数は、12年度に1万件を割り、16年度には前年度比約1千件減で着実に減っている。



※国民生活センター編「消費生活年報」各年版をもとに作成

最後に

- 多数の健全な事業者と、一部の悪質な事業者を区別することのない一律規制は、健全な事業者の正当な営業活動を排除し、地域に密着した新聞販売店の正常な営業活動に支障を来たす恐れがある
- 自由な訪問営業が衰退すれば、地域のネットワークの崩壊やコミュニケーション機会の喪失につながりかねない
- 訪問販売の消費者トラブル対応は、まずは各業界による自主的な取り組みに任せるべき