

## 顧客に対しての定期的な商品点検サービス。お客様と連絡が取れなくなった場合・・・

当相談室に、事業者から以下のような相談がありました。

自分は、訪問販売で、寝具の販売やメンテナンスをしている。2年前に、布団を上下で購入頂いた20代の男性のお客様への対応で困っている。

「布団を購入して頂いてから、年2回、定期的に点検のために訪問させて頂き、クリーニングの依頼を受けている。点検はサービス。その中でカバーなどの小物も買っていただいていた。クリーニングの依頼を受け、出来上がった布団をお持ちするときに、半年後の訪問・点検の予約を頂く。そして、予約して頂いた日の1週間ぐらい前に、当方から連絡を入れて訪問して大丈夫かどうかの確認をしてきた。今までは、必ず確認の電話に本人の応答があり「大丈夫です。来てください」と言われていたのに、今回は何回も電話をかけているのだが、応答がなく、訪問して良いのかどうかの確認が取れない。それで予約日に直接訪問してみたが、留守だった。何か事情があって応答がないなら、それでも仕方ないかと思うが、今後どのように対応していけば良いか。予約をしていただいている手前、このままにしておいて良いのか。あまり執拗に連絡を入れるのは法律に反するようで・・・どうしたら良いか。」

### ☆相談室から☆

当該事業者を確認すると、予約した日時に訪問し、布団の点検をして状況を説明したのち、クリーニングの注文を受け、そこでクーリング・オフを告知した「契約書」を渡しているとのこと。その際、次回の訪問を半年後のいつぐらいにするか、お客様の希望で決めていただき、訪問日時を書いた「予約票」を渡しているとのことでした。

申出から察して、当該事業者が渡す「予約票」は、訪問日時を決めてはいますが、あくまで次回の訪問予定を告げ、消費者がそれを了解しているという程度の内容と考えられます。予約した日に訪問し、点検をしたとしても、消費者が「今回は、クリーニングは不要です。」と意思表示をすれば、事業者としてはそれ以上の勧誘はできないということになります。

今回は、お客様と連絡が取れず、その意思表示がはっきりしないために、これ以上、押し行っても良いものかどうか迷っているというところでしょう。

明確な意思表示をしない、または自分の意向や思いを口にすることが苦手な消費者は少なからず存在します。今回の状況を聞く限り、事業者からの電話に応答しない事が、暗黙と「断り」の意思表示とみたほうが良いのではないのでしょうか。

事業者としては、自分が販売した布団を長く使っていただくために、定期的なメンテナンスは必要なので、使用状況を点検の上、クリーニングをお勧めすることは当然の流れと思っ

ていると思います。だから、今まで、定期的に点検できていたのに今回は「なぜ?」「どうしたんだろう?」と思ってしまうのは無理ありません。ただ、今回のように「連絡が取れなくなる」事態になることは、たまたま「今回は」ということではなく、それまでの契約に関しても、本当はクリーニングを断りたかったのに、半年前に訪問日の予約をしているので訪問を受けることも断れず、訪問を受けクリーニングを勧められたらそれも断れなかったということだった可能性もあります。次回の訪問日時を決めることが、消費者の気持ちの負担になっていたということも考えられます。

事業者の「良かれと思う」論理が、実は消費者の「本音」とはすれ違っており、それが訪問販売の現場ではトラブルとなることもよくあることです。

消費者志向の視点では、事業者も一度立ち止まって、お客様の側に立って考えてみるという柔軟さが必要とされるのではないのでしょうか。