

第百十二回国会 商工委員会 議 録 第 八 号

昭和六十三年四月十五日(金曜日)

午前十時一分開議

出席委員

委員長	渡辺 秀央君
理事	甘利 明君
理事	奥田 幹生君
理事	与謝野 馨君
理事	二見 伸明君
理事	麻生 太郎君
理事	小川 元君
理事	佐藤 信二君
理事	中川 秀直君
理事	額賀福志郎君
理事	穂積 良行君
理事	山崎 拓君
理事	上坂 昇君
理事	水田 稔君
理事	工藤 晃君
理事	尾身 幸次君
理事	田原 隆君
理事	奥野 一雄君
理事	青山 丘君
理事	石渡 照久君
理事	古賀 正浩君
理事	島村 宜伸君
理事	中山 太郎君
理事	福島 讓二君
理事	森 清君
理事	緒方 克陽君
理事	関山 信之君
理事	石田幸四郎君
理事	藤原ひろ子君

参 考 人
 (日本消費生活
 コンサルタント
 協会会長)
 三村 光代君
 商工委員会調査
 室長 倉田 雅広君

委員の異動

四月十四日

石渡 照久君 補欠選任 木村 義雄君
 海部 俊樹君 近藤 鉄雄君
 佐藤 信二君 宮崎 茂一君
 中山 太郎君 大野 明君
 綿貫 民輔君 古賀 正浩君

同日

大野 明君 補欠選任 中山 太郎君
 木村 義雄君 石渡 照久君
 近藤 鉄雄君 海部 俊樹君
 宮崎 茂一君 佐藤 信二君

同日

辞任 城地 豊司君 補欠選任 上坂 昇君
 上坂 昇君 補欠選任 城地 豊司君

同日

辞任 城地 豊司君 補欠選任 上坂 昇君
 上坂 昇君 補欠選任 城地 豊司君

同日

辞任 城地 豊司君 補欠選任 上坂 昇君
 上坂 昇君 補欠選任 城地 豊司君

同日

辞任 城地 豊司君 補欠選任 上坂 昇君
 上坂 昇君 補欠選任 城地 豊司君

同日

辞任 城地 豊司君 補欠選任 上坂 昇君
 上坂 昇君 補欠選任 城地 豊司君

同日

辞任 城地 豊司君 補欠選任 上坂 昇君
 上坂 昇君 補欠選任 城地 豊司君

同日

辞任 城地 豊司君 補欠選任 上坂 昇君
 上坂 昇君 補欠選任 城地 豊司君

同日

辞任 城地 豊司君 補欠選任 上坂 昇君
 上坂 昇君 補欠選任 城地 豊司君

四月十五日
 特定産業構造改善臨時措置法を廃止する法律案
 (内閣提出第五九号)
 民間事業者の能力の活用による特定施設の整備
 の促進に関する臨時措置法の一部を改正する法
 律案(内閣提出第六〇号)(予)

同日
 民間事業者の能力の活用による特定施設の整備
 の促進に関する臨時措置法の一部を改正する法
 律案(内閣提出第六〇号)(参議院送付)
 は本委員会に付託された。

本日の会議に付した案件
 訪問販売等に関する法律の一部を改正する法律
 案(内閣提出第五七号)
 訪問販売等に関する法律の一部を改正する法律
 案(上坂昇君外三名提出、衆法第六号)

○渡辺委員長 これより会議を開きます。
 内閣提出、訪問販売等に関する法律の一部を改
 正する法律案及び上坂昇君外三名提出、訪問販売
 等に関する法律の一部を改正する法律案の両案を
 一括して議題といたします。

本日は、参考人として名古屋大学法学部長森脇
 昭夫君、社団法人日本訪問販売協会副会長小宮山
 宇一君、社団法人日本通信販売協会会長元文君、
 日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員長兵
 藤俊一君、日本消費生活コンサルタント協会会長
 三村光代君、以上五名の方々の御出席をいただい
 ております。

この際、参考人各位に一言ごあいさつを申し上げ
 ます。
 本日は、御多用のところ御出席をいただきま
 して、まことにありがとうございます。参考人
 各位におかれましては、だいたい議題となってお
 ります両案につきまして、それぞれのお立場から
 忌憚のない御意見を述べたいと存じま
 す。どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

次に、議事の順序について申し上げます。

まず、参考人から御意見をそれぞれ十五分程度
 お述べいただき、次に委員の質疑に對してお答え
 いただきたいと存じます。
 それでは、まず森脇参考人にお願ひいたします。
 ○森脇参考人 おはようございます。森脇でござ
 います。

私は、政府案のものとりました訪問販売等問
 題研究会の報告書の取りまとめに当たりました者
 でございます。また産業構造審議会の答申に基づ
 いて政府案がつけられておりますけれども、その
 委員としても参画をいたしましたので、その立場
 及び私個人の意見を申し上げます。

御承知のように、訪問販売、通信販売はここ数
 年の間に大変売上高を伸ばしております。例え
 ば訪問販売の場合には六十一年に二兆二千七百億
 円の売り上げ、通信販売につきましては六十一年
 で九千七百億円という売り上げを上げておりま
 す。他方で、このような急激な増大に伴うものと
 思いますけれども、訪問販売にかかわる被害が増
 大しております。例えば豊田商事のような悪
 質な被害も見られておるわけであります。大き
 な社会問題になっております。政府の機関に対す
 る被害の問い合わせあるいは相談、苦情等も、こ
 のところふえておるというふうに向つておりま
 す。

このような訪問販売あるいは通信販売に對して
 どのような態度で評価をするかということござ
 いますけれども、一つは、特に訪問販売は用意の
 ない家庭の中に入り込んでプライバシーを侵害
 し、かつ取引の面でも心に用意のないうちに不意
 打ちをするという面がある。さらに勧誘方法が、
 密室だということもありまして極めて攻撃的に
 なるということから、本質的に訪問販売というの
 は望ましくない販売方法であるとして、強い規制

を課す必要があるというふうに向つております。

をかけて実質的に禁止すべきだという評価の仕方
もございませう。

これに対して、先ほど述べましたように訪問販
売、通信販売は現在大きな産業になりつつあると
いうことでございまして、さらにはそのことから
雇用の機会も提供しているのではないかと。特に産
構審の委員の中に、訪問販売というのは店舗を構
える資力のない若者に対して夢を与える産業であ
るといふふうにおっしゃった方もおられましたけ
れども、そういう側面がございませう。他方、また消
費者にとつても利便性があるということから、基
本的には訪問販売という販売方法を取引の一つの
方法として適切な方法と認め、ただ先ほど述べま
したような特性があることから被害が発生しやす
い、その被害をいかに抑えるかという観点から見
ていくべきだという評価の仕方もございませう。そ
こで、この後の場合には、規制はバランスをとり
ながら過剰規制を避けて、実質的に悪質な業者を
取り締まるというような規制方法をとるべきだと
いふふうにご考慮することになります。

訪問販売等問題研究会、それから産業界構造審議
会におきましてもさまざまな考え方がございまし
て、基本的にはその二つの考え方が対立してい
たわけでありませうけれども、各方面からのヒアリン
グ等を経まして、最終的な考え方としましては大
多数をもって後者の考え方、つまり訪問販売とい
うものを認めた上で悪質な業者を取り締まってい
くというバランス論の上に立ち、過剰規制を避け
て実効的な規制を試みるという考え方で報告書
答申案がまとめられたわけでありませう。

そこで、結論としてどういふことが提案された
かと申しますと、まず第一、第二は規制の範囲を
広げるといふことでございませうが、第一は規制の
対象を、従来商品だけでありましたものを役割に
広げる、サービスに広げるといふことでございま
す。しかしながら、すべての商品、サービスを対象
とするといふことではなくて、指定商品、指定役
務といふことで政府が指定したもについて規制
をかけていくといふことでございまして、これは

先ほど申しましたように過剰規制を避けるとい
う意味でございませう。訪問販売の対象になるとい
うことは、クーリングオフなどの関係もありまして
文書交付をしなければならぬ、あるいは損害賠
償についても一定の枠がかかっているといふよう
な負担がございませうので、訪問販売をかける対象は
問題のあるものでよいのではないかと。そこで、
問題のあるものについてこれを指定して規制をし
ていくといふ考え方をとるべきだといふふうにご
えたわけでありませう。この考え方は訪問販売に特有
のものではありませうで、既に訪問販売の前のござ
いまして割賦販売法からの考え方を受け継いでい
るものでありませう。

さらに、仮に規制指定制をとらないといふよう
に考えましても、結局のところすべての商品、役
務について規制をかけていくといふことは、例え
ば御用聞きとかいろいろございませうので無理です
ので、適用除外といふことで外していかなければ
ならない。指定といふ形でいくが適用除外でいく
ことになるといふ違いに帰するのではないかと
思われますので、むしろ指定については政府にお
いて行政が迅速に対応して、問題があれば直ちに
指定をしていくという態度をとられる、そういう
行政をされれば後追ひといふことにもならないで
済むのではないかといふような考え方をとったわ
けでございませうが、この点は政府案の二条一項
二項において規定されておりました、役割に広げ
ておられます。さらに、政府案では指定権利とい
うのがございませうけれども、これは研究会等では、
サービスのうち例えばゴルフ場の使用をする権利
なども入ると思つていたのでございませう、どうも
規定の都合上、技術的にサービスの提供とそうし
た権利、ゴルフ場等の施設の権利といふもの
を分けた方がよいといふので、これは技術的に
分けられたもののようにございませう。訪問販売
通信販売ともに規制対象を役割に広げておられ
ますが、同時には従来再販販売においても
役割を取り込み、さらには従来再販販売だけであ
つたものをあつせん、委託といふ行為についても広

げるといふふうにご政府案はしてございまして、これ
は政府案の十三条、十四条に規定をされてござい
ませう。

それから、規制範囲を広げる第二といひしまし
ては、訪問販売につきまして、従来訪問販売とい
ふことですので営業所以外の場所、例えば個人の
家に行きまして売つけるといふことを対象とし
ておりましたものから、営業所で契約を申し
込んだり、契約を締結いたしますと適用除外とい
ふふうになつていたわけですが、いわゆるキャッ
チセールとかアポイントメントセールといふよう
な販売方法で電話をかけて営業所に呼び出す、あ
るいはアポイントをとつて営業所に呼び出して契
約はそこでせよといふようなことがあるもので
すから、これについてもその被害を防ぐために訪
問販売の対象にすべきだといふことで報告書、答申
は提案をしておりました、これも政府案において
二条一項の二号に規定をされておりました。文言か
ら必ずしもアポイントメントセールが入るかどう
か、読んだだけではわかりませうけれども、政府
のこれは省令でしかかよつて明らかにして、ア
ポイントメントセールが入るといふことによつて
ございませう。

それから第三点としましては、クーリングオフ
制度の実効性を確保するといふ点でございまし
て、従来もクーリングオフ制度はあつたわけであ
りますが、必ずしもクーリングオフが十分に使わ
れていないといふことから、これをより実効性の
あるものにしていふふうにご政府案はしてござい
ませう。クーリングオフといふ言葉自身、私は個人
的に、こんなところで英語を使つて、本来英語な
どはよくわからない消費者にとつてクーリングオ
フなどといふ横文字を使うことは適切でないとい
思つておられますが、クーリングオフといふのは売
買契約をした後一定期間、何ら理由がなくても契
約を解除できるという制度でありませうけれども、
これは元来、一たん契約をしたらその契約は守ら
なければならぬといふ近代法の鉄則の例外であ
りませう。消費者が先ほど申しましたような不意打

ちを食らうとか、攻撃的な勧誘に遭つてやむを得
ず契約を結ぶことがあるといふことから特に認め
られたものでありまして、いわば消費者にとつて
は、一たん契約を申し込みあるいは締結した後、
冷却期間を置いてクールになる、クーリングオフ
をするという期間でありませう。

そこで、このクーリングオフ、頭を冷やす期間
をどのくらいにすればよいかといふことですが、
五十九年の訪問法の改正前は四日間ございまし
た。しかし、これについては少し短過ぎるのでは
ないかと、ごたごたしているうちにたちまち四日
間は七日間といふことになつてございまして、私ども
はその七日間がよいかどうかといふことを検討を
いたしました。中には二週間であるとか、あるい
は社会党案にあるように十日間といふような御提
案もございませうけれども、実際に消費者団体等
で伺つてみますと、延ばした方がよいといふお答
えはあるわけですが、それではその七日間では契
約の解除はできないけれども二週間あるいは十日
間ならば契約を解除できたといふ例はあるのらう
かといふふうにご政府案はしてございませう。七日で
きなかつたけれども十四日ならできたといふよう
な例はそれほどないのではないかと、むしろ問題は、
クーリングオフといふ制度そのものを知らない、
あるいはクーリングオフでどうやって契約を解除
したらいいかといふ方法を知らないことからもた
もたしている間に日がたつてしまつてしまつとい
ふことではないかといふことで、そのクーリングオフ
の存在それからその方法を周知させるといふ規制
をすべきではないかといふふうにご政府案はして
ございませう。

なお、クーリングオフの期間中は、業者の方か
ら申しますといつ契約をやめられてしまつかわか
らないわけですから、実際に契約を履行することを
ためらうことになりませう。特にサービスなどで
と、一たん提供しますと、これは今度の六条に書
いてありますけれども、提供してもその実費を返
してもらうといふこともできない状態ですから、

そこで業者としてはクーリングオフ期間はなるべく実際の履行に取りかからない方が賢明でありまして、そうなると、場合によってはクーリングオフをする必要もない消費者の側で、その間業者が疑心暗鬼で履行してくれないということがかえって不便を増すこともあるのではないだろうかというような両面からの判断をいたしまして、期間としては七日間を維持すべきであるというふうに考え、しかしそのクーリングオフの存在、方法等については、最初に契約が締結されたあるいは契約の申し込みがあったときに交付する文書の中に示すなどの方法をもって明らかにすべきだということも提案いたしました。政府案では四号の四号、五条にその旨が規定されているわけであり

ます。
なお、クーリングオフにつきまして社会党案では、最終日が事業者の休業日に当たるとは一日繰り延べることになっておりますけれども、クーリングオフというのは相手方に、事業者の方に到着する必要がある、その文書を発したときに契約が解除されるという効果を持ちますので、技術的に見てこのような社会党案のお考えをとる必要は必ずしもないといえますか、技術的に言えば消費者の保護に直接かかわらないのではないであらうかと思われま

す。
なお、そのクーリングオフの日にちの開始日につきましては、社会党案では文書を受け取ったときからではなくて、さらに物を受け取ったあるいはサービスの提供を受けたときからクーリングオフの期間が始まるということになっておりますけれども、これも考え方の問題ではあります。クーリングオフをする意図のない消費者にとつては、そのためにかえって迷惑をこうむることもあり得るのではないかと私は考えます。しかし、この辺のところは立法政策の問題であります。私はクーリングオフという制度を消費者が十分に知るようになれば、それで何とかなるのではないかと思

います。
それから、クーリングオフにつきましては、さらに現金取引についても、従来はクーリングオフを認めていなかったわけですが、認めるべきだというふうな提案をいたしまして、政府案の六条一項三号に入っております。

（委員長退席、奥田（幹）委員長代理着席）
それから通信販売につきましては、私どもは先ほど言いましたように、思わぬところで急に人が入ってきて用意のないうちに契約を締結するということのような要素はないのではないかと、一定の広告を見て十分考えて申し込みはできるわけですので、そこでクーリングオフという制度は必要ないのではないかと考えました。

次に、四番目でありまして、この点が今回の改正の中心となるところでありますけれども、一定のことをしてはならないという業者の行為規制をするという点でありまして、これは従来の訪販法につきましては、マルチ商法以外にはそういう規制はなかったわけでありまして、そこで、一定の不当な行為につきましては罰則をかける、あるいはこれに対して行政が業務停止命令を課すというふうな方向で実質規制をしていくべきだということも提案いたしました。政府案には五条の二の一項で、不実のことを告げてはならない、二項で、人を威迫し困惑させてはならない、二項で、不当な行為を規定いたしました。それに違反した場合には罰則、一年以下の懲役、百万円以下の罰金ということですし、さらにそれ以外のものでもあつても、通産省令によって一定の行為を指定いたしました。そのような行為に違反した場合にはそれに対して指示をし、場合によっては、指示に従わない場合に罰則をかけるという方法をとっております。これは五条の三などに規定されております。このようにして、一定の行為について罰則をかける、あるいは行政の指示あるいは業務停止命令を守らない者に対して罰則をかけるというふうな方法が、恐らく最も有効な方法であらうというふうに私どもは考えたわけでありま

す。
通信販売につきましても行為規制を置きま

す。
そのほか、これらの行為規制を行うために、行政に前提となる監督権限を与えるということ、業者に報告をさせる、あるいは官庁が立入検査を行うというふうな権限も私どもは提案し、政府案の二十条の二に盛り込まれております。そのほかございませぬけれども、あと、私どもがとらなかつた点につきまして、例えば開業規制であるとか中途解約権、高齢者取り消し権、それから消費者取り消し権と言われるようなものにつきまして、御質問があれば、私の方でなぜそのような考え方をとらなかつたのかという点について御説明申し上げたいと思

います。
以上、私の申し上げたことを要約いたしますと、政府案は、研究会及び産産構審の答申を踏まえて、これを実際に法律の文言として実現したものというふうに考えます。先ほど申しましたように、これは過剰規制を避けるという前提がありまして、実効的な規制をするということでありまして、問題は法の文言であるのみならず、それを実際に政府がいかに弾力的かつ実効性のある運用をするかということとございまして、これらの案に携わつた私としましては、国会で申し上げることではないのかもしれませんが、政府に対してこの点を強く要望したいと思います。

どうもありがとうございます。
○奥田幹委員長代理 ありがとうございます。
次に、小宮山参事人にお願いたしました。
○小宮山参事人 社団法人日本訪問販売協会の副会長をやっております小宮山でございます。
実は、通産省の産業構造審議会の消費経済部会に私どもの加藤副会長が出席していろいろと討議をしておりましたのですが、都合が悪くて、私がきょう国会で参事人として、いわば臨時にピンチヒッターみたいな形で出ますので、非常にしどろもどろいたしますが、よろしく願

います。
訪問販売業界は、昭和五十年ごろから急速に拡大し始め、その伸び率は毎年二けた台を示しております。しかし、最近では家庭における婦人の在宅率の低下、そして訪問販売とは次元の異なる金の現物まがい商法などが訪販と同じレベルで報道されたこと等が大きく影響し、ここ二、三年横ばい基調を続けております。そういう状況下にあつても、六十一年度の売上高は二兆三千億円にも達しており、我が国流通業界に確固たる位置づけを占めております。

しかしながら、残念なことは、こうした業界の急成長に目をつけた一部の不心得な事業者が当業界に参入したこと等により、全国的かつ恒常的な消費者トラブルを惹起させ、結果として、一部の有識者の間では訪問販売そのものを否定する論調まで台頭するようになっております。
当協会におきましても、昭和五十五年発足以後七年間、業界の商業倫理の確立と消費者利益の増進を目的として、倫理綱領の推進、訪問販売員登録制度の拡充、相談処理体制の拡充等、種々の事業を展開しその健全化に努めてまいりました。したがって、今般の政府原案につきましても、産産構審等においての議論の段階より当協会からも代表委員が出席し、意見を述べてまいりました。なお、協会の基本姿勢はあくまでも、訪問販売の取引適正化のためには、法の規制強化ではなく業界の自主努力にまつことが最良の選択であると考

えております。
しかし、冒頭申し上げましたように、恒常的に出現する悪質事業者を淘汰するためには、現下の状況を厳然と受けとめ、健全な事業者にとつて負担の重い部分、例えば現金取引へのクーリングオフの適用等は、当初から絶対に受け入れることはできないものでありましたが、やむなく本政府原案を基本的に容認することにしております。

これに加えて、さらに社会党案にあるように、例えばクーリングオフの起算日を商品の到着日とするような案が仮に通るのであれば、業界の存在基盤に極めて重大な影響を与えることとなり、到

底容認できないところでありました。したがって、今後の本改正法案の運用に際しては、行政サイドに対し、健全な事業者による過重な負担を与え、その活性化を失わないよう十分配慮してもらおうようお願いする次第であります。

さて、今後、当協会としても本改正法案の施行に伴い、より充実した施策の展開を図ろうと、現在自主規制制度等の中身を大幅に改正し、かつ補強すべき点は強化するといった作業をしている段階でございます。例えば、入会審査規程の強化により、入り口の部分で申し出事業者のあしき部分を是正し、また万一、会員の不当取引が判明したときは迅速的確に徹底指導でき得るよう、その体制を強化整備したいと考えております。

具体的に申し上げますと、次の五つを大きな柱として実施していきたいと考えております。まず第一の柱は、倫理綱領の整備強化であります。

当協会には、企業及びセールスマンが遵守すべき基本的事項を定めた倫理綱領といった、いわば協会の憲法がございます。この倫理綱領を本改正案に照らしつつ、それ以上に厳正なものとするべく、現行規程を改正、あるいは新たに自主綱領等を策定いたします。そして、これらの倫理綱領等を実効あらしめ、かつ機動的に運用するために、現在の倫理審査委員会の位置づけを強化していく所存でございます。

次に、二として販売員教育の徹底であります。昭和五十六年から開始した訪問販売員登録制度を通じて、セールスマン教育の徹底を図り、その資質の向上に努めてまいりました。現在、本制度により、教育を終え登録されておりますセールスマンは、全国におよそ九十一万人おります。しかし、本制度は、まだ十分整備されていない点もございまして、それらを今後研究し、是正していくことにいたします。また、残念ながら本制度が十分消費者に認知されていない点についても力を注ぎたいと考えております。

マンの教育管理体制のあり方を研究し、協会が一元的に教育管理できる体制を逐次拡大強化していきたいと考えております。二つ目は、現在、一部の登録販売員をコンピューターにより管理しておりますが、今後はその量の拡大とともに、将来的にはトラプル情報を入力し、公正な取引に効果的に活用していきたいと考えております。三つ目は、訪問販売員登録証を消費者の正しい訪問の目安として積極的に活用すべく、本制度の消費者に対するPRを一層強化します。このため、一般家庭に貼付用の登録ステッカーを大量に作成し、これは訪問販売員登録証をお持ちですかというふうなことでございます。そういうステッカーを大量に作成し、着実に張ってもらうよう各自自治体等を通じて依頼します。

三つ目の柱は、苦情処理体制の強化であります。当協会の訪販一〇番、これは当協会が訪販一〇番という制度を設けております。受理する相談件数は六十二年度で約八百件で、母集団としてはまだまだ小さく、かつこれらの申し出は関東周辺に限定されております。このため、倫理審査委員会をより機動的、効果的に運営するために、早急に全国レベルでトラプル情報を収集できるよう体制を整備する必要があります。まず、数地区に転送電話を配置します。これは現在もう既に準備中でございますが、都市としては名古屋、大阪、福岡等でございます。さらに、これは順次全国的に配置する予定でございます。そのほかに、全国に三百名の消費者モニターを委嘱し、定期的にトラプル情報を吸い上げ、それらを分析整理し、コンピューターにより管理し、多発地区を限定します。

これを重点地域として指定し、トラプル未然防止のため啓発活動を展開いたします。また、全国の消費生活センター等の公的相談機関と密接に連絡をとり、あるいは直接当協会の者が来訪し、情報提供を依頼いたします。

四つ目の柱は、消費者啓蒙の推進でございます。悪質な訪問販売者から消費者を守り、かつ契約意識の高揚を図ること等を目的に、協会自身が消費者の啓発活動を推進いたします。当協会にとっても、訪販一〇番はもとより、移動消費者相談室等の設置により、直接、消費者から訪問販売企業の動向等について生の声が聞けるとともに、消費者に対し訪問販売のよい点を認知してもらい、そして訪問販売の賢い利用方法等について啓蒙できる大変有効な機会であると考えております。その一環として、各地区で消費者セミナー、高齢者セミナーを開催し、また若年層に対しては啓発資料等により啓発活動を展開いたします。

最後に、当協会の存在を国民各層に周知してもらうための一環策として、新たに定めました信頼のシンボルマーク「Hhk」というマークをつくりまして、それを普及啓蒙いたします。そしてこのマークを各訪問販売協会に加入している会員の企業の営業用パンフレットやその他契約書面などの広告等に積極的に記載してもらおうことといたします。これは、消費者にとっては、加入している企業であるかどうかということが非常にはっきりとわかるものでございます。

このように、訪問販売の適正化を推進する当協会の存在を消費者の皆様にも広く認知していただき、かつ消費生活センターあるいは消費者団体との連携の強化を図ることによって、良貨が悪貨を駆逐する日が一日も早く来るよう望むものであります。

最後になりましたが、今回の訪問販売法の改正によって、当協会が、業界自主規制の中核として訪問販売法第十条の二に規定されている訪問販売協会として位置づけられることについての責任の重みを当協会としては深く感じております。その名に恥じない活動を今後強力に展開していく所存でございます。

以上でございます。ありがとうございました。○奥田(幹)委員長代理 ありがとうございます。次に、綾参考人にお願いたしました。○綾参考人 おはようございます。私は社団法人日本通信販売協会の会長をいたしております。綾でございます。どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

きようはごあいさつを兼ねまして、通信販売の現状について御説明申し上げます。我が国における通信販売は、昭和六十一年度におきまして九千七百億円の売り上げを計上いたしております。小売業の売上高の約一割のシェアを占めております。ここ二十年にわたって、通信販売は年間二けたの成長を続けておりまして、このことは、先ほど訪問販売の会長さんもお話がありましたように、女性の社会的進出を背景に、便利な買い物の手段として広く消費者の支持を得ているということのあらわれだと思っております。

通信販売業者の数は把握されておられません。一回でも新聞、雑誌あるいは折り込みチラシ等で広告したものを数えますと、数千社という数字になるかと思っております。

通信販売の利用者は、各種統計によって多少違いますが、一回でも利用したことのある主婦はおおむね六割、国民全体から見ても三割に達していると思っております。このように国民の間に広く利用されている通信販売は、いながらにして買物ができるといふ特質から、高齢化社会の進展に応じましてますます国民の間に広く浸透することが予想されます。我々通信販売業にかかわる者としては、便利でかつ楽しく、かつ安心して買物のできる通信販売を進展させることに責任を感じておる次第でございます。

次に、通信販売協会の設立とその会員構成について申し上げます。通信販売に関する法律は、現在訪問販売等に関する法律の中で定義を含めまして三か条規定されております。これは訪問販売法ができました昭和五十一年でございますが、そのとき、まだ通信販売が今ほどには普及されていなかったということもあるかと思っております。通信販売そのものに法律で規制しなければならぬようなトラプルがなかったということによると思っております。

しかし通信販売が徐々に発展してくるに従って、消費者との間におけるトラプルもふえてま

いりました。それで、昭和五十八年に至りまして通産省の御指導を得まして、通信販売に係る商業倫理の確立と取引の適正化を通じて、国民の消費生活における利便の増進を図り、商品の流通を適正かつ円滑に行うという事で、国民経済の発展に貢献することを目的として社団法人日本通信販売協会が設立された次第でございます。この協会はあくまでも業者の自主的団体として商業倫理の向上を目指し、そしてその趣旨に賛成して設立時に参加いたしました会員は、正会員で九十二社、賛助会員で百四社でございます。その後着実に会員がふえてまいりまして、現在では正会員が百七十四社、賛助会員で百四十七社を数えております。

正会員は、国民の消費生活に資する物品の販売及び便益の提供を通信販売の方法により営む法人あるいは事業部などを有する法人でございます。一方賛助会員は、通信販売に関連する法人であつて、本会の目的に賛同し、その事業に協力しようとするものであることをうたつております。現在の正会員は、専業の通信販売業者のほか、百貨店、スーパー、専門店、メーカー、商社等、通信販売に携わる法人等はほとんど参加いたしております。またNHK、朝日新聞、毎日新聞、テレビ各社等マスコミの通信販売業者、また生活協同組合の通信販売に携わる法人等も当協会の会員であるという状況でございます。

(奥田(幹)委員長代理退席、委員長着席)
先ほど申し上げましたとおり、全国の通信販売企業の数は算定できませんが、全国の一年間の通信販売の売上高は、先ほど申しましたが推定で一兆円弱、そのうち当通信販売協会の会員社のシェアはその約八〇%を占めておりまして、大手の通信販売業者はほとんど当協会に参加しているという状況でございます。

次に、通信販売協会の活動状況を申し上げます。協会ができました最初には制定いたしました通信販売倫理綱領は、協会の外部の学識者、それから新聞、雑誌、テレビ等マスコミの代表者、それから

消費者団体の代表者等、有識者による倫理綱領の制定委員会を設置いたしました。そして慎重な討議の結果ででき上がったものでございます。

(委員長退席、奥田(幹)委員長代理着席)
その内容は、消費者権利の尊重が一番でございます。二番目に関連法規の遵守、三番目に適正な品質価格、四番目に平易明瞭な広告表示、五番目に取引条件に関する正確克明な情報の提供、六番目に消費者に安心と満足を与える取引条件の設定、七番目にプライバシーの保護、八番目に青少年対象の通販についての配慮、九番目に苦情処理体制の整備、こういったものを通信販売倫理綱領にうたっております。さらに、倫理綱領を実施するために具体的な基準も詳細にこれを定めております。

また、消費者保護の観点のみならず、通信販売に対する消費者の魅力をより高めるために、当協会としても、商品到着後一定期間内は自主的に返品を認める自主的返品制度の普及拡充をいくことといたしております。

さらに、協会発足とともに協会の会員マーク、JADMAマークを定めまして、協会会員は広告にこのマークを使用することによりましてその位置づけを示しております。また、このマークに恥じない通信販売取引を行うよう求めております。また、協会会員外のアウトサイダーにはJADMAマークの使用を認めておりません。安心と信頼のJADMAマークによりまして協会会員とアウトサイダーとの区別を明確にしまして、消費者の皆様方によい業者を育て、あしき業者を駆逐する一助としていたたいわけてございます。

さらに、協会会員は、倫理綱領にもあるとおり、消費者の苦情の防止に最善の努力を払うとともに、苦情処理体制を整備し、適切かつ迅速な処理を行うために、苦情申し込みの窓口責任者を決めまして、その電話番号も明示しまして、責任者の氏名を機関紙に掲載して、消費生活センターあるいは消費者の皆様方に配布いたしておる次第でございます。

また、協会には通販一〇番という電話を設置しまして、会員企業の対応でお解決しないトラブルにつきましても、協会が直接消費者との間の相談に乗って解決を進めるようにいたしております。なお、通販一〇番につきましても、会員社だけでなく、アウトサイダーに関する相談も受けておりまして、これを当該会社に文書で申し入れて、クレームの解決を要請しております。これに對し、アウトサイダーの会社も誠実に対応されておられて、今までは通販一〇番にかかったクレームについて、アウトサイダーの方もほとんど解決していただいております。終わっているのが実情でございます。

さらに、窓口の対応を含めまして通販企業の職員の教育を強化いたしまして、当通販協会におきましては、昭和六十年度からは新人研修会、六十一年度からは幹部職員のための研修会を開始いたしました。また、広告規制につきましても、訪販法の改正が予定される前より、我が協会におきましてはガイドライン委員会なるものを設置しまして、倫理綱領で不十分な点を見直しまして、さらに強力な自主規制案をつくるべく現在作業を進めております。

また、消費者のプライバシー問題につきましても、昨年度MPS制度、これはダイレクトメールを欲しくないという消費者に對しましては、当協会に申し込めば会員社の名簿から削除してダイレクトメールを送らないという制度でございます。これを実施しております。そして、具体的に消費者の要請に應ずるといふ制度をとっております。

また、昨年度には、通産省の委託によります輸入品の情報誌、名前は「クオリティインポート」これを編集いたしました。新聞でもごらんいただいたかと思うのですが、各都道府県あるいは政令指定市、各通産局等に配布いたしております。そして国内各地の消費者からの直接の求めに應じて、数千部を現在発送いたしたところでございます。

最後に、今回の訪問販売法の改正で、当協会が訪問販売法に位置づけられたことは、今後の通信販売に係る自主規制活動を展開していく上で極めて大きな効果があるものと私は期待しております。当協会としても、法律上に位置づけられた団体として、通信販売取引の適正化のため最善の努力をしていきたいというふうに考えております。

以上、通信販売協会の一端を説明申し上げます。私の説明を終わらせていただきます。どうもありがとうございます。

○奥田(幹)委員長代理 ありがとうございます。

次に、兵藤参考人にお願いたします。

○兵藤参考人 おはようございます。本日は、意見表明の機会を与えていただきましてまことにありがとうございます。

私は、日本弁護士連合会の消費者問題対策委員会の委員長を仰せつかっておる者でございます。これまでの日弁連及び全国各地の弁護士会のいわゆる訪問取引被害救済の取り組みを踏まえまして、この大変重要な場所をおかりしまして意見を述べさせていただきます。時間というふうに考えるわけでございます。なお、時間の関係がございまして、お手元の私の意見要旨を適宜はしりまして述べさせていただきます。どうかお許しいただきたいというふうに思っています。

まず最初に、いわゆる訪問取引の被害の実態について、二つほど例を挙げて御説明を申し上げます。おきたいというふうに思うわけでございます。

まずその第一は、いわゆる輸入ステンレスなべパーティー商法でございます。本日の赤い資料でございますが、そこにもちょっと出ておるかと思っております。本年一月八日に名古屋におきまして、いわゆるなべパーティー商法の摘発が行われたわけでございます。テレビホンレディーが電話で、成人病予防のための料理講習会を開かせてくださいなどと持ちかけまして、家庭へ上がり込んだ販売員が、アルミなべはがんになる、あるいはほうろ

うなべも有害というようなセールストークと、いわゆる重曹でございますが、それを使つたもつもらしい実験で消費者の不安をおおりました、六點ないしは七點セットで約四十万円という非常に高値で輸入ステンレスなべを押し売りして来たものでございます。輸入ステンレスなべパーティー商法は全国各地で被害が発生しておりまして、名古屋では四百人の被害者が被害者の会をつくりまして、集団訴訟を進めていくところでございます。販売目的を隠して家庭訪問をいたしまして、消費者の不安をおおりに立て、いわゆるがんになるとかあるいは体に毒だといったようなことを申しまして、欺瞞的勧誘あるいは悪質な訪問販売をしておるわけでございます。こういった悪質な行為に對する規制の強化の必要性はつとに指摘されておるところでございます。その規制の強化が痛感されるところでございます。

次に、もう一つ例をいたしまして靈感商法を取り上げてみたいと思つてございます。靈感商法と呼ばれますのは、いわゆる顧客を心理的不安に陥れまして、印鑑、念珠、つば、多宝塔などの商品を市価の数十倍もの高価な代価で売りつける悪質商法であります。これまで日弁連も、各地で被害救済の取り組みを強めてまいりました。社会的批判の高まりの結果、最近では被害申告がやや減少してきておりますが、業者はまず宗教的人間関係を形成した上で販売活動を実行いたして、次々と新しい販売会社を設立するなどして手口を変容させてきておるのでございます。靈感商法の特徴は、このような悪質な勧誘行為だけでなく、末端の販売員が委託販売員と呼ばれるような、いわゆるあたかも独立の営業者であるというような仕組みになつておることでございます。アルミニウム商法にしろ、いわゆる靈感商法にいたしまして、いわゆる心理的不安、がんになるとかあるいはたたりがあるといったようなところから消費者に對して非常な被害を与えるところが共通しておるわけでございます。特に靈感商法問題は、訪問販売におきまして開業規制や行為規制

の導入、あるいは氏名の公表、業務停止などの行政規制がぜひ必要であるというふうに考えざるを得ない商法でございます。

訪問取引被害というのがいかにか大きいということについて、御説明をしておきたいと思つて、国民生活センターへの訪問取引の苦情相談が、昭和六十一年度では十一万件に上つております。また、警察庁の六十二年における生活経済事犯についての報告書によりますと、昭和六十一年一月から十月、これは一年間に満たないわけでございますが、その一月から十月までに、訪問勧誘が大半を占めるいわゆる利殖商法の摘発は五十三件でございます。被害者数一万七千三百人、被害金額は実に四百五十一億というところでございます。そして、いわゆる利殖勧誘以外の訪問取引の摘発は八十六件でございます。被害者が十一万五千二百人、被害金額が実に百三十五億ということに上つておるわけでございます。

これだけ見ても、極めて多数の被害が生じていることが推測されるのでございます。けれども、さらに驚くべきことは、いわゆる公的資料によりまして、被害の顕在化率というのはいくつにすぎないと言われておるわけでございまして、被害実数は少なくとも右に申し上げました数字の数十倍に達すると思われるわけでございます。まことに巨大な被害であると言わざるを得ないと思つて、訪問取引被害の深刻さということにつきまして申し上げます。訪問取引の被害者は、高齢者、若年者、家庭の主婦という、いわゆる取引の知識、経験に疎い者、社会的弱者と言われる層の消費者に集中して発生しております。特に、現在のごとく六十五歳以上の高齢者が総人口の一割を超す高齢化社会の中で、高齢者の深刻な消費者被害の多発は、重大な社会問題となつておるものであります。一体、国民は訪問取引をどのように見ておるのでございましょうか。訪問取引業者の悪質な行為によつて深刻で広範な消費者被害が生じている現在、国民の多数は訪問取引に對する拒否反応を

持つておるのではないかと思われます。総理府の昭和六十年二月の消費者問題に関する世論調査によりますと、回答者の実に八四・二％の人が、訪問販売は利用したくない、必要ないと考えております。また、訪問販売を利用した人の過半数に当たる五八・九％の人が、被害を受けたと考えているのでございます。これらの事情のもとで、訪問取引における消費者被害を防止するために今回の改正が検討されてきたことは、改めて申すまでもないところでございます。

そこで、これから、現在審議中の訪問販売法の一部改正法案、いわゆる政府案につきまして、特にその訪問取引部分に限りまして私の意見を申し述べたいと思つておるわけでございます。

政府案の特徴は、大きく二つに要約できるのではないと思つておる。まず第一は、現行法が規制対象を商品に限定してゐるのに対しまして、これを役割、施設利用権などに拡大したことでございます。いわゆる規制対象の拡大でございます。第二は、悪質な勧誘行為に關しまして禁止行為を規定し、遵守事項を設けるとともに、その違反に罰則と行政命令を發動することでありまして、いわゆる行為規制を導入したことでございます。

第一につきましては、いわゆる通用対象を拡大いたしましたものの、引き続き政令指定制に固執してゐるところに問題があります。いわゆる、これまで言われておりました商品指定制を依然として維持してゐるということでございます。政府案が指定役割、指定権利としていかなる役割、施設利用権などを構想してゐるのかは、本委員会の審議でこれから明らかになる事柄でありまして、私は、改めてこの政令指定制自体が全く不合理な制度であり、速やかに撤廃されるべきであるということを指摘しておきたいのでございます。第二の禁止行為につきましては、政府案は五條の二におきまして、いわゆる契約の重要事項について消費者に不実のことを告げる、あるいは消費者を威迫し困惑させるということを禁止事項としております。禁止事項はこの二つでございます。

さらに五條の三におきまして、業者の遵守事項といたしたものを定めております。禁止事項あるいは遵守事項を定めまして、刑罰と行政命令によつて訪問取引における悪質行為の防止を図らうとしておるわけでございます。政府が、現行法を大きく改善した箇所でございます。悪質行為防止の最も適切にして有効な方法と強調するところでありますが、しかし、刑罰規制と行政規制による政府案では、悪質行為を防止することは不可能であると思つておるわけでございます。

まず、刑罰規制でございます。現在求められておりますのは、頻発しております詐欺まが、恐喝まがいに對する適切かつ有効な規制でありまして、この場合、本来謙抑的でありまして刑罰規制には余り多くを期待できません。刑事告訴をいたしたくない例が多々ございまして、告訴いたしたくない例が多々ございまして、告訴いたしたくない例が多々ございまして、政府案も、悪質行為防止策として、重点は行政規制に置いておると言つてよいのではないと思つておる。

しかし、政府案の行政規制には二つの欠陥があると思つておる。その第一は、遵守事項が具体的に明示されていないことでございます。政府案五條の三は、遵守事項のほとんどを産産省令で定めるといふことを言つておられて、産産省令で定めるといふこと、長時間にわたる執拗な勧誘、強引な勧誘、虚偽のセールストークを用いる勧誘、クレーンゲームの行使を妨げる不当な行為などを挙げて、これらを抑止しなくてはならないという内容になつておるのに、その期待に十分こたえておると思つておる。第二は、開業規制を採用していないことでございます。開業規制を前提としない行政命令がいかにか実効性がないかというところは、同様の行政規制を採用しております海外先物取引規制法の施行状況が如実に示してゐるところでございます。逆に開業規制を採用し、これを連動させることによつて悪質な行為を減少させる効果を發揮してござい

すの、いわゆる貸金業規制法でございます。また宅地建物取引業法、旅行業法あるいは投資顧問業法なども、いずれも開業規制を採用しておりますのでございます。

さらに関連して申し上げますと、刑罰規制あるいは行政規制のほかに、さらに契約の解除権というものを採用してこの禁止行為の実効性を担保していかなくてはならないという要請があるわけにかかわらず、この点も政府案では欠けておるわけでございます。いわゆるクーリングオフ期間は、先ほど来お話に出ておりますように七日間でございますが、その期間を経過してしまつた後で初めて業者の悪質行為が明らかとなる事例も非常に多いのでございまして、現在は民法の詐欺、強迫、公序良俗違反、こういったようなことを根拠に被害者救済を我々としては図っておるわけでございますが、十分な効果を上げておるわけには到底言えないわけでございます。契約解除権を新しく創設することによりまして消費者に救済の道が開かれるのでありまして、消費者が悪質な行為に対して契約解除権を積極的に行使すれば、業者は不当、不正な利得は掌中におさめておけなくなるのであります。契約解除権は消費者みずから行使できる権利でありますから、周知徹底すれば大いに活用されることは間違いないところでありますし、悪質業者は悪質な行為をすれば必ず反撃を受けることとなりまして、悪質行為の抑止に大きな効果が期待されるのでございます。

開業規制と契約解除権を採用しないで到底悪質行為規制の実効性は期待し得ないのであります。政府案は訪問販売の「取引の公正及び購入者等の利益の保護をさらに図るため」との提案理由を掲げながら、その最大の眼目である行為規制の実効性を期し得ないという致命的欠陥を有するものであると考えております。

次に、悪質行為に対する規制を真に実効あらしめるためには、次の三点が必要不可欠であると考へます。

まず第一に禁止事項、先ほど申し上げました

わゆる消費者を威迫して困惑させる、あるいはその禁止事項とか、あるいは守らなくてはならないその他のことを具体的に書く必要がある。日本弁護士連合会ではそれらを約二十二にまとめおるわけでございますが、この二十二類型は、最近全国各地の地方自治体が進んでおる内容と同じでございます。いわゆる消費者保護条例改正作業の中で制定された不当な取引方法を整理したものでございまして、これらはいずれも、取引業者の注意義務として既に定着するに至つておりまして、これらを訪問販売法中に明示することは十分可能なはずでございます。産業構造審議会答申のいろいろな、長時間にわたる、あるいは執拗な勧誘、早朝深夜にわたる勧誘といったものも、具体的にある程度枠を広げて書く必要があるのではないかとこのように考へるわけでございます。

第二に、悪質行為に対する民事効果を導入することが必要であると思ひます。契約解除権といふものは、一たん契約いたしましたけれども、クーリングオフ期間経過後に、いわゆる悪質行為によつて契約が締結されたという場合に、その悪質行為を原因として契約を離脱するようにできないかということでございます。いわゆる契約解除の権利でございます。これは新しい提議でございますから、法体系上の整合性を有するかという疑問を呈する向きもございまして、その内容につきましては検討する必要があるものでございまして、私はこれは全く採用することに問題はないといふように考へるのでございまして、まず実質面からいいますと、その前提となりまして、いわゆる禁止事項が、契約締結上の信義則に反する事項でございまして、契約締結上の過失と言われる事項でありますから、債務不履行の一種と理解してよいのでございまして。

さらに、そういう例があるかということでございますが、民法の五百四十条は、契約解除に関する基本条文として、契約または法律の規定により

解除権が認められるというふうに規定しておるわけでございます。訪問販売法のクーリングオフも、この法律の規定によつて初めて認められた権利でございまして、したがつて、何ら法体系上の整合性に欠けるところはございません。ついででございますが、罰則規定は、この二十七条におきまして、いわゆる許可を受けた割賦販売業者がその許可を取り消された場合には、消費者は契約を解除することができるといふような規定がございまして、いわゆる純然たる行政法規の違反にも契約解除権が認められているという例が現にあるのでございまして、したがつて、この契約解除権をぜひ採用すべきであるというふうに考へるわけでございます。

第三に、開業規制をやはり採用すべきであろうかと思ひます。開業規制には業者を具体的に把握できる、いわゆる行政当局が業者を具体的に把握できるというメリットと、悪質業者が参入しないように防ぐことができるという二つのメリットがあるのではないかとこのように考へておるわけでございます。

さらに、開業規制は法技術的に十分可能でございまして、法技術上のポイントはいわゆる例外規定の設け方、すべての業者、すべてのセールスマン、そういう人ごとごとく網をかけるのではなく、ある程度の例外規定を設けていくやり方とついでに、それから、末端業者を支配する卸元業者の捕捉を十分にしておく。あるいは委託販売員の取り扱いは、通常消費者の利益を害さないと思はれるものは除外していく。末端の訪問取引業者を支配統轄する業者は、支配関係業者として登録させる。委託販売員は、その実質に着目いたしまして勧誘員として取り扱うというようなこと、いろいろ検討していけば、十分実効性のある制度であるといふように考へるわけでございます。

訪問販売は、これまでいろいろお話し出ておりますように攻撃的、密室的でございまして、消費者被害を誘発しやすい取引形態でございまして、し

たがひまして、責任をとることのできない業者にはなるべく遠慮してもらいたいという立場に立つて、今回の法改正ではぜひ開業規制を採用していただきたいのでございまして。

終わりに当たりまして、本委員会審議を経まして、訪問販売法が私のただいま申し上げました内容を含んで速やかに改正された上、業者の自主的努力が一層強化されまして、消費者啓発などの推進が図られますならば、悪質業者が排除されまして公正な訪問取引の基礎的条件が整います。消費者の権利が確保された訪問取引が実現するものと確信しておるのでございまして。

以上で、私の意見表明を終わらせていただきます。ありがとうございます。

○奥田(幹)委員長代理 ありがとうございます。次に、三村参考人にお願ひいたします。日本消費生活コンサルタント協会の三村でございます。私どもの団体は、昭和三十七年に財団法人の日本消費者協会が消費生活コンサルタントの養成講座を設けましたが、その養成講座の修了者をもつて構成されている団体でございます。会員の約七〇％が各地の消費生活センターで相談に当たつておるというところで、きょうは私は消費生活相談員の立場から、消費者の被害がどういふふうには発生しているかというところを、議員の皆様には少し次元が低いかわかりませんが、実態を交えてお話しさせていただきます。

昭和五十四年の東京都のデータを見てみますと、全体の相談件数が一万一千二百九十八件でございまして、それが六十一年度の件数ですと、倍の二万八千五百八十三件になっております。そういう中で訪問販売にかかわる相談がどのくらいあるのかというのを見ますと、ちよつとずれますが、五十九年のデータでは全体の千九百三十三件だけが訪問販売にかかわるトラブルだったわけですが、六十一年には七千七百三十六件とはね上がったと見えます。そういう中で、私ども消費生活センターの中で相談をしてる者にとつては、実

たがひまして、責任をとることのできない業者にはなるべく遠慮してもらいたいという立場に立つて、今回の法改正ではぜひ開業規制を採用していただきたいのでございまして。

終わりに当たりまして、本委員会審議を経まして、訪問販売法が私のただいま申し上げました内容を含んで速やかに改正された上、業者の自主的努力が一層強化されまして、消費者啓発などの推進が図られますならば、悪質業者が排除されまして公正な訪問取引の基礎的条件が整います。消費者の権利が確保された訪問取引が実現するものと確信しておるのでございまして。

以上で、私の意見表明を終わらせていただきます。ありがとうございます。

○奥田(幹)委員長代理 ありがとうございます。次に、三村参考人にお願ひいたします。日本消費生活コンサルタント協会の三村でございます。私どもの団体は、昭和三十七年に財団法人の日本消費者協会が消費生活コンサルタントの養成講座を設けましたが、その養成講座の修了者をもつて構成されている団体でございます。会員の約七〇％が各地の消費生活センターで相談に当たつておるというところで、きょうは私は消費生活相談員の立場から、消費者の被害がどういふふうには発生しているかというところを、議員の皆様には少し次元が低いかわかりませんが、実態を交えてお話しさせていただきます。

昭和五十四年の東京都のデータを見てみますと、全体の相談件数が一万一千二百九十八件でございまして、それが六十一年度の件数ですと、倍の二万八千五百八十三件になっております。そういう中で訪問販売にかかわる相談がどのくらいあるのかというのを見ますと、ちよつとずれますが、五十九年のデータでは全体の千九百三十三件だけが訪問販売にかかわるトラブルだったわけですが、六十一年には七千七百三十六件とはね上がったと見えます。そういう中で、私ども消費生活センターの中で相談をしてる者にとつては、実

たがひまして、責任をとることのできない業者にはなるべく遠慮してもらいたいという立場に立つて、今回の法改正ではぜひ開業規制を採用していただきたいのでございまして。

終わりに当たりまして、本委員会審議を経まして、訪問販売法が私のただいま申し上げました内容を含んで速やかに改正された上、業者の自主的努力が一層強化されまして、消費者啓発などの推進が図られますならば、悪質業者が排除されまして公正な訪問取引の基礎的条件が整います。消費者の権利が確保された訪問取引が実現するものと確信しておるのでございまして。

際に毎日毎日入ってくる相談がすべて訪問販売にかかわるトラブルのような実感を持つくらい、もう七、八〇％が訪問販売トラブルではないかと思うくらいの状態です。統計的には、現実には今の東京都のデータを見ても大体四〇％くらいなんです。実感としてはもっと多いのじゃないかと思うような、内容が複雑になった相談がふえているというのが実態でございます。

今回の改正案を読ませていただきましたが、その中で、私も相談を処理している中で、こういうふうになっていたらもっと救われたのではないかとと思われる部分でもよかったです。復讐している部分を、私なりに幾つかある中から二つだけ申し上げてみたいと思います。

それは、現金販売にクーリングオフが適用されたとしたことでございます。現金販売の場合には今までクーリングオフが適用されなかったために、何とかして現金で売ってしまおうとするセールスマンが多かったわけです。例えば、お金がないときには銀行まで連れて行って、銀行で貯金をおろさせて現金販売にしようというふうなケースもありました。それから、買った商品が例えば全部で二ダース買っていただけでしたら、一ダースだけ領収書を発行しまして、これは現金販売なんだから一ダース分だけクーリングオフに応じてやるといふような、悪質な売り方をしておる業者もたくさんありました。

そういう中で、消費生活センターの中で今一番手をやいておりますのが消火器の販売でございます。これは、大体主婦たちがお財布をあけて出せる金額、簡単に出来る金額にこのごろはなっているんじゃないかと思うのです。私は昭和四十八年から消費生活センターの中で相談をやっておりますが、その当時は主婦がお財布から簡単に出来るお金というのは大体三千円から四千円くらいでした。ですから、そのころのトラブルとして多かったのは、ガス漏れ警報器とか表札とかそういうものが多かったのですが、現在は消火器が圧倒的に

多いというのは、大体消火器は一万六千円から二万円くらいのところ、ひどいときには二つ対で買わされてしまうというふうな場合でも、現金で買っていたら困ると言われた場合には現金がお財布の中から出ていくということになります。そういう場合も過量ではないかという判断をどこで下すかという問題があるものだから、結局クーリングオフの解除が現金で買ったためにできない、泣き寝入りをしななければならないというトラブルも発生しているわけです。

それから、クーリングオフの告知というのは現行法でもあるわけですが、罰則が担保されていないために、クーリングオフで解除していただいても払った頭金が戻ってこないというトラブルも多発しております。その点では今回、書面の交付義務の中に入ることです。罰則が担保されればクーリングオフの被害というのが、現在せっかく解除されたのに消費者救済が中途半端に終わるといふことが防げるのじゃないかというふうな思いがあります。

それから次に、改正案の中でこうあってくれたら私たちの相談の処理がもっとよくなったのというふうにいささか嘆いている部分だけ、私たちの意見が入らないうちの部分を、私たちがちょっと申し上げてみたいと思います。

指定商品制という形が現行法でとられているのですが、指定商品制をとられるために、指定商品に入っていないものを買った消費者が救済されないという例があるのですが、消費者は買うときに、これが指定商品だからと指定商品じゃないからとというふうなことを考えて買っているわけではありせんので、トラブルが発生してからは指定商品じゃないからクーリングオフができません。指定商品という形では消費者被害が広がっていくことにならぬわけです。私も苦情の場に入ってきた相談の場合でも、解釈によっては指定商品に入らないのではないかとと思われるようなものもありまして、通産省に問い合わせをすることで、どちらに入るのか入らないのかというこ

とを解釈していただくというふうな形での商品も出てきているのが実態でございます。

そういう中で、例えば私が住んでいるところは田舎の方です。新興住宅地の中で庭石が販売されていくというふうなものも訪問販売でやっていくわけですね。家がでかかると、入居したころにやってくる庭石を売っていくというふうなものもあるわけですね。それから、今現在も全くないうけではないのですが、高齢化していきましてもいろいろな商品が出てくるのではないかと、中には、墓石の販売なんというのもあるんだというふうな思われるのですが、これも現在では指定商品にはなっていないというのが実情です。

〔奥田幹委員長代理退席 委員長着席〕

それから今回の改正で、電話のリースが大部分被害が発生してきますので、多分入るだろうと読んでいたのですが、現実にはリースという変わった形態のものも電話だけのリースで入ってきた場合に、そのほかの消費者リースに及ぶかどうかというの懸念もござります。例えば、このごろは学習塾がファックスを使って、それをリースで貸し出して、お互いの家と学習塾とを結んで添削指導をするというふうな学習塾みたいなものも出てきています。そういうところまで及ぶかどうか。被害が発生してから及ぶのではなくて、できれば一括してそういうものにもかぶせるような、指定商品制というの撤廃していただけたらかぶせられるのじゃないかというふうな思っているのが相談員の皆さんの実情だと思っております。

それから、キャッチセールスが定義の中に入れていただけたということは大変ありがたいのですが、キャッチセールスでつかまっただけで、キャッチセールスでアンケートをとらせてほしいとか、あるいはモニターになりませんかとか、あるいはモデルになってみませんか、そうしたら仕事をあげますよというふうな形で勧誘されて営業所に連れていかれて、結果的には化粧品を買われると

いうようなケースがとて多いのですが、実際に営業所で契約した場合にもそれは適用になるという形にしたいだけですから大変ありがたいのですが、できればキャッチセールスというのは禁止していただけたらありがたいかというふうな私たちは思っております。きょう私がつけてまいりました資料の、化粧品の訪問販売工業会では化粧品のキャッチセールスを禁止しております。自主規制の中でこういうふうな禁止している業界もあるんだということも踏まえて、法律の改正の検討をしていただけたらありがたいと思っております。

それから、先ほど来問題になっております大学生等に一番多い、つけてまいりました東京都の資料を見ていただきますとわかりませんが、アポイントセールスで契約するというのが、英会話教材あるいは会員権等に多いのです。そのようなアポイントセールスで買われたというケースの多い中で、アポイントセールスが多分政令あたりで入るのだと思うのですが、実際に今の条文の中から本当に入ることかというところが読み込みないというの不安ですので、ぜひそのあたりの検討をしていただけたらありがたいと思います。

もう一つ、クーリングオフが過ぎてからの解除権というのが私どもが一番問題にしているところなんです。実際にクーリングオフ期間中に入ってくる相談というのはそんなに多いわけではないのです。七日間という期間がありますけれども、クーリングオフは、幸いにクレジットで買った場合には注意して読めば赤字でクーリングオフの告知がされていますので、それに気がつければ御自分でできることになりまして、消費生活センターに入ってくるクーリングオフの相談はそんなにたくさんなくて、クーリングオフ期間が過ぎてから入ってくるのがほとんどでございます。品物が届いてみたら違った品物だったとか、あるいはキャッチでつかまっただけでエステティックに通っていたけれどもどうも機械の調子が悪くて体の状態が悪くなったとか、あるいは美顔術をやっ

でもらっていたら願がかぶれてきたとか、そういうような状態の場合に途中で受ける役務をやめた場合、サービスを受けないで途中でやめた場合でも中途解約ができないというケースがありまして、最終的には何十万かのお金を払い続けているというような苦情も発生してきています。消費者側のわがままではなくて、実際に契約上に問題があったときには中途で解約できる解約権を消費者側に与えていただけたら、私どもの苦情処理がいかに速やかに行けるかというのを考えて、これも一言述べさせていただきます。

それから、このごろとても頻繁に売られております学習教材なんですが、学習教材というのはどうしてああ多量に売られるかと思うくらい、例えば中学の一年生でしたら中学三年生分まで売って行く。小学校の四、五年生のときに中学三年生分まで契約させられたというケースもあります。実際に使い始めてみたら、そんな六年も先のものですかとお子さんが使うとは限らないのだけれども、ワンセットになっているからこれは分けて売ることができないんだと言われて買ったために、中途で解約したくも解約できなくて、あきらめて仕方なしに全部払ってしまっているというケースがあります。これは大変問題だと思うのですが、消費者側がその辺を自分で選択できるような形になっていて一年ではないかというところが言える状態になっていないために、被害が大きくなってきているわけです。こういう過量販売の場合には、過量だということでもたけるのじゃないかという感じはいたしますが、消費者側が一方的に消費者解除権を持つていけば、消費者はもっと速やかに自分のかぶっている被害から離脱できるのではないかと思いますので、この件を入れさせていただきます。

最後に、今回訪問販売法を改正していただけるということですが、私たちが大きな希望を抱いているわけですが、その中で役務が指定役務という形でなから入るといふことをしていただきましたので、今までできなかった部分のカーパーができること

ころは大変うれいのですが、ただ一つここでぜひ申し上げておきたいのは、指定役務という形でも割賦販売法の指定商品になっていないために、クーリングオフが過ぎてからの問題でトラブルが発生した場合に、月賦で物を買ったという、割賦で物を買ったという形、クレジット会社を利用して買っているという場合に中途解約ができないということが出てくる可能性があります。割賦販売法の指定商品制の中にこれを入れていただければ抗弁権が行使できることになるのですが、今の状態では片手落ちではないかと私たちは思っております。

学生たちが契約する英会話教材のたぐいは、後ほど東京都の資料を見ていただくところになりますが、ピークは五十万から百万というところに出ております。学生がアルバイトをしながら百万もする教材を買ってしまった場合、全く使わない商品であったり、あるいはこん包も解かない状態で置いてあったものを三年後ぐらいにあげてみたら商品が違っていたなどという苦情も扱ったことがございますが、現実にはそういう状態の場合でも、割賦販売法を改正していただかないと抗弁権は行使できないということになってしまいうわけですね。そのところが私たちに一つ残念だと思っております。

大分いろいろなことを申し上げましたが、ここで訪問販売法を改正していただけたらということ、私は、私たちに一つは二歩も前進でございますので、私が今申し上げましたことが入らなくても、私どもの言ったことが次の踏み台になってもらえたらありがたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

○渡辺委員長 ありがとうございます。

以上で参考人の意見の開陳は終わりました。

○渡辺委員長 これより参考人に対する質疑に入ります。

質疑者にはあらかじめ申し上げます。質疑の際は、

質疑する参考人の名前をお示しください。なお、念のため参考人各位に申し上げますが、発言の際は委員長の許可を得ることになっております。また、参考人は委員に対して質疑をすることはできないことになっておりますので、あらかじめ御承知をお願いいたします。また、時間の制約がございますので、なるべくお答えは簡潔にお願いいたしますので、ご協力をお願いします。既に今まで十分お答えしたところがございますので、順次これを許します。尾身幸次君。

○尾身委員 尾身幸次でございます。参考人の皆さん、大変御苦労さまでございます。

最初、森脇先生にお伺いをさせていただきます。森脇先生は、この訪問販売法の改正に当たりまして、訪問販売等問題研究会の座長に当たりまして報告書をまとめられ、そしてまた産構審の委員としてもこの法改正の基本的な考え方を取りまとめられた方でございます。大変に御苦労さまでございまして、ありがとうございます。

このまとめに当たりますと、一方では消費者トラルルの解消を願っておられる消費者の方々、他方、訪問販売、通信販売の業界の方々、多数の方は弁護士の方、学識経験者等々、多数の方々のかなり幅の広い異なる意見があるという方向の違った意見を取りまとめられるに当たります。大変御苦労されたと思うわけでございます。

最初、先生のお話にございました国民生活あるいは国民経済の中に訪問販売あるいは通信販売というものを健全な形で組み込むことが大事である、それと同時に他方、消費者の保護も十分にやっておかなければいけない、その間におきまして適切なバランスをとることかというところで大変御苦労されたと思うわけでございますが、どういふ点に一番御苦労されたのか、その点につきましてまずお伺いをしたいと思います。

○森脇参考人 森脇でございます。

尾身先生の御質問ですが、苦労したところはた

くさんございまして、特に法改正を前提と考えておりましたので、単に政策的な提言をするということではなくて、実際に法律的に文言に書けるようなものになるかどうかということもにらんでいかなければいけないということもございまして、行為規制をする場合に、いろいろな悪質な行為があるわけですが、その規制に違反をした者については罰則をかけるかあるいは行政命令をかけるかというところでございまして、逆に申し上げますと、要件が非常に緩やかですと、政府が故意に乱用するとは思いませんけれども、それが乱用される危険もあるわけですので、その点で行為規制をどういふふうに考えていくかという点が一つの大きなポイントであったかと思われま。

そのほか、先ほど兵藤参考人からもお話がありました。また解約権の問題等について、これは法技術的に非常に面倒なことがございますので、御質問があれば詳細にお答えいたしますが、これについても検討いたしましたけれども、最終的にはこれをとらないというふうにいたしました。

ほかにございまして、行為規制それから私法的な取り消し権の問題が問題だったかと思っております。

○尾身委員 今、先生のお話の消費者の解除権とかあるのは中途解約権の問題なのでありますが、この訪問販売法の中のクーリングオフの規定は、いわゆる契約自由を一つの原則としております民法の特例法といえますか例外規定であるというふうで考えているわけでありまして、さっきの消費者解除権とかあるのは中途解約権というふうなものを導入することに対しては、そういうふうな導入した方がいいたくないかという御意見もありませんが、そういうことに対しては、この取りまとめをされた先生の御意見をお伺いさせていただきます。

○森脇参考人 これもどういふ事項を取り消し権の対象にするかということもございまして、一つは形式的な違反に対して取り消し権を行使できるようにする。例えば文書の交付ですね。氏名とか

商品とかそういうことを書いた文書を交付する、それに違反をした場合には取り消しができるといふ考え方がございますけれども、これは要件がはつきりしているという点では取り消し権の対象として考えてもよいわけですが、果たして文書の不交付だけで私法上の効果も否定するよいうなことを考えてもいかうかという、そこは政策的な判断も含まれますけれども、一定の行政的な規制、文書をちゃんと渡しなさい、それに違反をしたということだけで全体の取引を取り消し得るかどうかが問題であります。

それから実質的な行為について、その行為が悪質であるからとして取り消しを認めるという場合に、問題はどうかという行為が悪質な行為と考えるかということでございます。例えば執拗に勧誘をするとか長時間にわたって居座るといふようなことを仮に要件にいたしますと、結局、消費者の方では執拗であった、長時間であったとして取り消す、他方業者の方ではそういうことではないと言ふ。そういうある程度要件がはつきりしない、価値判断が入り得るといふようなところでは、消費者の方では取り消したつもりでいても、客観的には、あるいは裁判所に行つたときにその長期間ではなかった、執拗ではなかったということになるかもしれない。つまり、本来紛争を解決するための方法が、要件がはつきりしないような取り消し権を認めることによつてかえつて紛争を激化するというようなこともあり得る。そうだとしますと、取り消し権を仮に認めるとすればかなり要件をはつきりとして、しかも実質的に取り消してもやむを得ないような内容を持つていられるものでなければならぬ。

それにつきましては、私はそういう技術的なコンストラクションが全く不可能だとは思つておりません。将来研究をしていけば可能かと思われますけれども、現時点では私は、例えば社会党案で出ておりますものについては、一方では形式的な問題について取り消しをすることは妥当かどうかという判断の問題がござりますが、実質的に例え

ば不実なことを述べる、あるいは威迫をして困惑させるということ、民法上の詐欺、強迫という要件で、あるいは少しずれるところがあるかもしれないけれどもカバーできるのではないかと、この点で、当面取り消し権という技術構成は無理だといふふうに考えました。

○尾身委員 私、今先生のお話を伺つてなるほどというふうに思つたわけですが、もう一つの議論をされておりますポイント、先ほど来も議論されておりますが、いわゆる開業規制の問題であります。訪問販売事業あるいは通信販売事業に登録制を導入すべきである、あるいは社会党案では届け出制が提案されているわけでありまして、これも、こういう形の提案に対して先生のお考えをお伺いしたいと思います。

○森脇参考人 問題のある業者について開業規制をするというところは、先ほどの兵衛参考人にもありましたように例があることとございまして、また訪問販売について外国でそういう一定の届け出等、あるいは登録制を要求するという例もございまして、ただ、我が国の例で幾つか、例えば貸金業取り締まりとか宅建業法とか旅行業法というのがございまして、それでは登録制をすることによつて被害がなくなるのかということとございまして、これも因果関係についてははつきりいたしません、依然として宅建業界の被害が絶えないということも周知のとおりでありますし、ドイツにおいては登録制をとつておりますけれども、これによつて被害は減つていないのではないかと、いふふうに評価されております。

○委員長退席、奥田(幹)委員長代理着席
問題は、仮にそうだとしたとしてもあつた方がいではないかということになるかと思つておりますけれども、訪問販売の場合には先ほどから出ておりますように非常に多様な形態を持つておりまして、大きいのもあれば小さいものもある。それから場合によつては個人もある。しかもいろいろなものを売つてゐる。しかも、必ずしも長年やつてゐるのではなくて不定期にやるといふ場合もありま

て、そうだといたしますと、そのような業者を登録するにしても届け出させるにしても、要件をそろえろとすれば、これも社会党案のように氏名とか住所とか比較的簡単なものにならざるを得ない。その届け出をさせることのコスト、これは行政コストも含みますし、業者のコストも含みますし、それから実際に訪問業者のようにかわるたびに一々それを登録がえししなければならぬということになりますと、そのコスト等を考へて、効果から考へてみてその意味でのコストが大き過ぎるのではないだろうか。

私は開業規制の可能性について全く否定するわけではありませんが、それよりもむしろ、先ほど申し上げました行政官庁が報告を徴するとか立入検査を行うという問題が生じたときに、直ちに行政官庁がアクロする方がより効果的ではないだろうかという観点から、この点につきましては開業規制は現時点ではとる必要はないといふふうに考えました。

○尾身委員 どうもありがとうございます。次に、日本訪問販売協会の小宮山参考人にお伺いをさせていただきます。

今、森脇先生からいろいろお話があつたわけなんですけれども、私は、日本経済あるいは国民生活の現状及び将来を考へますと、先ほど申し上げましたように、訪問販売あるいは通信販売を健全な形でやれるような体制をつくる必要があるといふふうに思つてゐるわけでございます。

そういう状況の中で、今回消費者保護の徹底を図るために、例えば住居以外の場所における現金取引への書面交付の義務づけの問題とか、クーリングオフ制度を現金取引に適用するといふふうには拡大することに加へまして、さつきお話のありました行為規制、不当行為の禁止の規定とか業務改善の指示、業務停止命令あるいは報告徴収、立入検査といふような規制を行為規制という形で強化をする、そしてまた監督官庁のかなり厳しい監督権限をこの法律で与えるわけでありまして、そういう厳しい規制を受けることによつて健全な訪

問販売を行つてゐる方々が事実上、実態として仕事ができなくなるというか、非常に障害が生じてくるというおそれもあると思つておられます。そういう意味で、消費者に対する悪質な販売行為といふものは、これはまた徹底的に規制をしていかなきゃならぬわけでありまして、その点について訪問販売協会として、こういう規制の内容をどういふふうにと受けとめておられるか、その点をお聞きしたいと思います。

○小宮山参考人 お答え申し上げます。当協会が発足したのは昭和五十五年でございます。七年くらいでございます。協会としてはまだまだ機能的にいろいろなことができないわけでございますけれども、今回の訪問販売法のいろいろの内容につきましては我々業界として検討したわけでございますが、行為規制が具体的に決まつたことや、それからそれに違反した場合の罰則等が強化されている、さらに現金決済の場合のクーリングオフ導入等々、業界にとつてはいろいろな面で影響がございまして、非常に残念ですが、悪質業者が一部恒常的に存在しているという、これは世の中ですら連中は幾ら退治しても退治できないような場合がございまして、そのような連中のために、健全に訪問販売を進めている企業、零細企業まで含めまして、今回こういう規制をされることは大変残念だと思つております。

しかしながら、我々としても商売をやつておりますので一般の消費者の方から支持を受けるよきな、信用を得るような行動をこれからとつていきたいと思つております。協会の中に先ほど申し上げましたように倫理綱領を設けまして、委員会を設けて、それから協会員であるというPRも盛んにしまして、少なくとも協会のメンバーである企業、あるいはそれに所属する団体、セールスマン等は、今回の法の改正の趣旨を十分認識して行動していかなければならぬ、やむを得ない状況ではないかといふふうには私に考へております。

○尾身委員 今の質問と同じ内容の質問でありまして、通信販売協会の参考人にお伺いをさせて

いただきます。

新しく導入された行為規制を中心とする新しい形の規制というものが、これからの通信販売業界にとってその発展を、いい意味ではなく悪い意味で阻害するし、そして長い目で見た国民のニーズに対応したような業界の発展がでなくなるといような懸念はないのかどうか、心配であります。

私は昔、アメリカにいたことがありますが、通信販売は実はアメリカで大変盛んであります。我が国と比べまして大変発展しているわけでありませう。そして、それなりに国民のニーズに対応しているというふうに私は思っております。そういう現状を踏まえまして、将来展望とその法規制につきまして、もちろんさきのいろいろなお話しにありますが、悪徳業者をどうしても退治をして消費者保護を図っていくということが必要でありまして、私は基本的にこういう規制が必要であるというふうに思っておりますが、業界の代表として皆さんにその辺についての感じをお聞きしたいと思います。

○綾参考人 通信販売協会といたしましては、設立のときから基本的に自主規制で我々の会員を指導して、健全な通信販売の運営を行いたいというふうな考えであります。しかし、いろいろな点でアウトサイダー的な方もいらっしゃいます。協会だけの力ではできないこともございます。そういう意味で、今回の法規制で最小限度に規制されることは否めないこともありますが、将来的には、我々自分で広告関係もガイドラインを設けておりますし、それからそういった加入関係も、悪い場合は除名とかあるいは会員停止等を行っております。

また、苦情等におきましては、大体年間六千五百万件ほど商いをしておるのですが、そのうち消費者センターあるいは通産省の相談関係に参つて居るのは百件から数千件で全体の〇・〇一％というふうな、一応数字では少のうございませう。そういう点で、協会の自主的な規制が割と浸透されつつあるのではないかと思っております。

そういう点で、先ほど申しましたように、アウトサイダーも含めましてある程度の広告等の規制はやむを得ないのではないかとこのように考えております。

○尾身委員 どうもありがとうございます。質問を終わりにさせていただきます。

○奥田(幹)委員長代理 次に、上坂昇君。

○上坂委員 参考人の皆様方には、お忙しいところをおいでいただきまして、貴重な御意見を賜りましてありがとうございます。

森脇参考人にお伺いをいたしますが、私どもがやっているクーリングオフの期間の問題に關して、物やサービスを受け取った日とする場合かえって消費者が不利になることがある、こういうふうにおっしゃったのですが、ひとつどういふことなのか、例を挙げていただきたいと思っております。

それからもう一点であります。先生は例えば通信販売なんかおやりになったことがあるかどうか。私は一年に二、三回必ずやっております。今まで過去にも三回返品をしたことがあります。

それからもう一つは、クーリングオフが過ぎてしまつて返せなくなつてからそれを使つてみたら大変困つてしまつて、こういう品物を使つてみるようでは社会的な信用を失うだらうからというところで、その業者のところへ参りまして忠告をいたしまして、その品物は返品でなくおたくの方で試してみてください、こういうものでは非常に困るんじゃないですか、こういうものをお売りになつて居るといふ忠告を申し上げたようなこともございます。そういうことを実際に何回もいろいろやつて居るわけでありませう。パズロープの場合も贈つたことがあります。贈つてしばらくたつてから、その贈つた先の人に会いまして、こここのところが悪い、あそここのところが悪いといつて指摘をされたこともあります。アメリカと違ひまして、日本の通信販売における商品開発というのはまだまだ非常に未熟なところがございます。非常に努力をしておられることについては私はよく知っておりますけれども、そういう点があります。

したがって、カタログ販売のとき、カタログを見てやるわけですから、実際に品物を手にとつて使つてみないとわからぬという問題があることも事実であります。したがって、私どもは通信販売にもクーリングオフが必要だ、こういう考え方を持たなければならぬと思つて、その辺についてお答えをいただきたいと思つております。

もう一点は、勧誘の規制とかいろいろありますと過剰規制になる、過剰規制というのがどうも納得がいかなないのであります。それから、過剰規制と実効ある規制というのとは一体どういふふうな解釈したらいいのかわかりません。被害者が余りにも多いという形は、やはり被害者の立場に立つという観点がないければ、私は悪徳業者を駆逐することはできないのではないかと、こういうふうな考え方をしております。

○森脇参考人 それでは、お答えいたします。クーリングオフの期間が延びることによつて不利になる例はどういう例があるかということですが、けれども、例えば、これはまだやつていないのでわかりませんが、理屈の上で考えた場合ですけれども、サービスを提供した後にクーリングオフができることになりませう。そういういたしますとクーリングオフの効果として、業者がサービスを提供してもそれに対して対価を要求することはできないことに、現在提案されている社会党案も政府案も両方ともそうなつておられますので、そういういたしますと、業者の方としては危なくて仕方がないわけですね。それで提供しないということになりはしないか、その点に不利な点があるのではないかと申し上げたこととして、必ず不利になるといふことではございません。そういうことも考えられるというところでございます。

それから二番目でございませうが、私も通信販売を利用したことはございませうけれども、極めて限定をされておまして、リトグラフという絵画なんかです。これはよくても悪くてもこちらの目が悪いだけのことで、あるいは高いのかもしれない安いのかもしれませうけれども、身

から出たさびだと思つて苦情を申ししたことはいませぬ。

私もアメリカに長く生活したことがございませうが、アメリカでは割合返品ということをごきまつたつておりました。日本でも現在、例えば期間だとか方法とかについて、具体的な商品に適切な返品制度をお考えのようであるので、一律にクーリングオフによつてそれをカバーするというのはなく、個々の商品に合った適切な返品制度というものが早急にできればよい、自主的にできればよいというふうな考え方をしております。

それから、過剰規制という言葉ですけれども、過剰規制というとか何か警察が盾を持つてぐつと押していきうふうに見えますけれども、そういう意味ではございませぬ。規制をしていくという意味ではございませぬ。例えば社会党案でございませうけれども、訪問販売の際に全部の業者に対して文書を交付するということになります。確かに文書を交付した方がわかりやすいかもしれませぬけれども、訪ねていくたびにいつも全部文書を出していかなくてはならないということも、申し込みをするときとかあるいは契約を締結するときに、現在の政府提案あるいは社会党提案両方いずれ文書は交付されることになつておられますので、そうすれば、その前にもう一度交付することはないではないか。その意味で過剰な規制というよりも、むしろ効果から考えてみた場合に過剰といふことを申し上げたわけでありませう。そのことの逆がいれば実効ある規制といふふうな考え方をしております。

もちろん、被害者の立場に立つてということも考えなければならぬと思つて、立法する場合には、その一定の規制が乱用されるということも考えなければならぬと思つて、先ほど参考人のお話がありましたけれども、何とかがままでない消費者の中途解約を認めたい、これはおっしゃるとおりでわかるわけですが、それは、中途解約権を無条件に認めた場合に、わがままな消費者がもう要らないと言つた場合に、それでも

法としては認めざるを得ないということになるわけですので、私としては、実効性ある規制ということは、被害者の立場を忘れて議論していたというふうには思っておりません。

○上坂委員 開業規制の問題であります。私たちは、問題が起きたとき実態的な把握がすぐできるということが一番もたになって、そういう方向をとっているわけでありまして、そういうことで登録制とまでもいなくても開業届けをするという形の届け出制にしたわけでありまして、そのコストという面につきましては、こういう意見を私は持っております。例えば、訪販協会の人を呼んでも必ず名刺を出します。何かカタログを持ってきてくれませんかと言うと、大変立派なものを持ってまいります。みんなそれぞれコストをかけているわけですね。自分の商品を売ってもらうわけですから、これだけのコストをかけなくちゃいけない。開業規制で届け出るくらいのことはないでもない。こんなのはコストが過剰になるんじゃないかというふうには絶対私には考えないので、やはりそのぐらいの責任と義務を果たすべきではないか、こういう観点に立っております。

そこで、兵藤先生にお伺いいたします。この開業規制を実施するということが非常にやはり大切ではないかと私は思っておりますが、これを実施することの意味においては、先ほど先生の御意見を伺っておりますが、これをどの程度の訪問取引にまで及ぼしたらいいのかというのが第一点であります。

が非常にあいまいになってきているところに、この訪問販売の一番基本的な問題があるのではないかと、いうふうには思っております。そういうことについての御意見を承りたいと思います。

○兵藤参考人 私どもとしましては、訪問取引というのを悪だとは言っていないわけでございます。これはあくまでも、現状の訪問取引は弊害が大き過ぎる、したがって何とかルールづくりをしてきれいなものにしてほしいということをお願いしているわけでございます。決してこれを禁圧するとかあるいはやめてしまえというようなことを申し上げておるわけではございません。まず、その辺を十分御理解いただきたいと思っております。でございます。その一つのルールづくりの大事な問題点が開業規制だということに考えているわけでございます。

この開業規制を登録あるいは届け出にするにしましても、その基準をどうするのかということが絶えず問題にならうかと思っておりますけれども、この開業規制をかける対象となるのは、まず訪問取引を営む者、これはもう当然だろうと思っております。そして訪問取引を営む者をさらに支配している者、若干上から統括している者というふうなものを、やはり含めるべきであろうというふうに考えるわけでございます。

具体的にいろいろ問題はあろうかと思っておりますけれども、いわゆる訪問取引業者を直接営む者は一応わかるかと思っております。それを支配している者はどういう関係の者かということになると思っております。ごさいます。この支配関係につきましても、日弁連におきましてもそれまでいろいろ検討してきてたわけでございますが、いわゆる訪問販売法十一条に統括者という規定がございます。これは連鎖販売取引の規定でございますけれども、その統括者に大体照準を合わせたいのじゃないか。訪問取引業者を直接行っている業者は当然開業規制の網がかかる、さらにそれを支配している直接の業者についてもやはり広げて網をかけるべきだ。それについての基準は、一応訪問販売法十一条ある

いは商品取引所法四十七条の第二項にいわゆる支配関係法人というのがございまして、役員をたくさん派遣しているとか資本をたくさん出してるといふところの会社にまで網をかぶせるべきではないのかというふうに我々は考えておるわけでございます。具体的な業者の名前とか業態を挙げるのはちょっと差し控えていただきたいと思います。思いますが、大変抽象的に申し上げたいと思っております。そういうある程度の基準さえはつきりすれば、そう難しいことではないというふうに考えております。

それからもう一つ、かなり例外規定を設けていく必要があると思っております。先生のおっしゃいましたように、いわゆるパートタイマーというふうな人々に一々網をかけていくことは大変だろうと思っております。それから近隣の小売業者、例えば近所のおまんじゅう屋さんとか電気屋さんとか、最近では店にいても売れないから訪問販売に打って出るというのがある。ですから、そういう近隣の人たちが、顔見知りの業者が、絶対に行き来しているような業者が訪問販売をする、これに対して開業規制の網をかけるというふうなことは必要ないと思っております。それはある程度の信頼関係がありまして、店舗がどこにあるかということもわかっておるわけですから、そこまで広げる必要はなからう。ですから、かなり例外は認めていいのじゃないか。その例外的基準は何かとおっしゃいますと、現行訪問販売法の十條、いわゆる恒常的に訪問販売を行う者でしかも弊害のない者、これをある程度類推適用していつてかなり例外を設けていってらうだろうか。そうすれば非常にやりやすいというふうに考えておるわけでございます。

（奥田幹委員長代理退席、委員長着席）
それから、先生の御質問の第二点のパートタイマーでございます。これは一部、開業規制の難しい点としてパートタイマーをどうするのだという指摘がございますが、これは私としてはちょっと誤解があるのじゃないか。パートタイマーのいわゆる勧誘員、この雇用関係を重要視しまして、パートタイマーにいたしても独立の委託業者というふうな形で独立の商人のような形態をとっている場合がございまして、実質はこれは従業員でございます。ですから雇用関係がある。先生の御指摘のとおりでございます。雇用関係があるという場合は訪問販売業者といわゆる登録員として登録させる、そしてこれを通産省の方へ提出させるといふような形で、一つ訪問販売業者を仲立ちにいたしまして勧誘員登録という形にすれば、現在でもこれはほとんどやられております。勧誘員登録証を持って訪問販売に来ている場合が多々ございまして、それはもうそう難しいことではない。パートタイマーをどうするのだというのには非常に議論がありましたけれども、私はそれほど神経を使う必要はないのじゃないかというふうに考えておるわけでございます。

○上坂委員 小宮山参考人にお伺いいたします。私どもも訪販業界の正常な発展を非常に願っております。むしろ、今社会的な評価が落ちていくわけでありまして、この信頼を回復しなければならぬというふうには私は思っております。そういう意味で、皆さんの業界が正常に発展されることは結構なんです。でも、どうもときどきとんでもないのが起こってくるわけなんです。ところが、なかなかこれがつかめないうわけでありまして、それを皆さんがつかまうと思つても、アウトサイダーでどうにもならないというものは、やはり通産省なり何なりの法的な規制の中でこれを把握するしかないのであろう、こういう意味で私たちは届け出制というものをつくったわけでありまして、私どもの考えている届け出制というのは、非常に簡単なものであります。何の商売とか住所と代表者の氏名ぐらい書いて出せばいいわけですから、それでそれを扱うのは行政の段階でありまして、これは幾らでもできるわけです。これについてどうしてこれに反対されるのか、どうも意味がよくわからないというところであります。

それからもう一つは、先ほど森脇先生がおつ

しゃった勧誘員にカードを持たせるといふようなことは、こんなのは必ずやらなければならぬことだと思つてゐる。勧誘する人が名刺も持たないでただ行つてやつたのじや信用されるわけがないので、本当に自分のところの信用ある品物を売るとするならば、名刺で自分がこの会社に属して何を売つてゐるのかを、日にちを入れるぐらゐのことは、こんなのは持たしてやるのが当たり前で、どうせカタログのこんな立派なものを持つてやるのですから、そういうことはできないわけがない。そういうのをコストに入れたからといって僕は大きな問題ではないと思つてゐるが、その点についていかがでしょうか。

○小宮山参考人 今先生のおっしゃいました、まず最初の登録制でございませうけれども、我々が訪販協会で調べた範囲でありますと、やはり一般の企業のセールスマン、それから団体加入の小さな企業のセールスマンというものは無数にございませう。現在私どもで把握してゐる範囲は、当協会に入つてゐるのが百八十六社ございませう。そのうち正会員が百二十二、うち団体が十九団体ございませう。それから準会員が五十六社、賛助会員が八社、こういうことで総数百八十六社でございませう。大体我々が、先ほど申し上げましたように、登録証を發行してゐるセールスマンは九十一万、それからいわゆる団体加入してゐる小さな会社といふふうになつてゐる。多少流動的でございませう。そういう方々のいわゆる届け出制でございませうかをやりますと、実はしつちやう異動があるといふことがまず一つあります。ですから、把握するのに常にそれを、異動の把握といふものが大変な膨大な数になるのではないと思つてゐます。

それは、先ほど消費者協会の会長さんでございませう参考人の方が申しておられたと思つてゐますが、キャッチセールスのときに化粧品業界では自主規制をしてそれをなくしたといふこと、私は、物事はすべて法律だけで規制をするといふことは不可

能だと思つてゐます。やはり我々一般の者が、法律の趣旨に沿つて社会から指弾を受けないといふことをしなければいけない。

そこで、我々が考へてゐることは、実際には自主規制でございませう。自主規制をやるにはどうかといふこと、今回は訪問販売協会が法的にも非常に確たる地位を築いていただいたわけにございませうが、そういう意味で、訪販協会に入つてゐるものはとにかく正しい活動をしてゐるのだといふPRを先ほど申し上げましたようにやつていく。届け出をしますと、あるいはそれを政府の認可といふふうなことでありますと、宅建業界を例にとると非常に恐縮なんですけれども、悪いことをするものはすぐ名前を変えたり、また一般の消費者のところへ行つていろいろな話をすると、政府の保証があるんだとか、うちは政府から認可されてゐるんだといふふうなことも勝手に使つてゐる。今でも、例えば先ほどの話にありました消防の消火器の話でも、我々が調査した範囲だと、消防署の方から来た、あるいは消防署の職員に似たような制服を着たといふ、これは全く私たちに言わせると詐欺行為でございませう。そういう意味で、お墨つきを上げるといふ、お墨つきかどうかかわかりませんが、許可証を持つといふことは、あたかも正業である。そこで我々は、自主規制の中で、我々の訪販協会が本當の意味の自主規制をこれからやろうといふふうに考へておられます。

○上坂委員 時間が参りましたから私の質問は終わりますが、三村参考人に、今までいろいろ指定商品の問題、たくさん疑問の点があつたと思つてゐます。そういう点を意識しまして、これはきちんとしてこの法律を制定する段階で明らかにしていつて、そして皆さんが仕事のやりいように私たちが頑張つてまいりたいと思つてゐるので、御了解をいただきたいといふふうに思つてゐます。

また、通信販売につきましても、非常にこれからますます伸びる企業であらうと思つてゐますので、我々も十分皆さんの意を体しながら行方を見守つてまいりつもりですので、頑張つていただくこと

をお願いいたしまして、質問を終わります。

○渡辺委員長 続いて、二見伸明君。

○二見委員 公明党の二見伸明でございます。五人の方々から大変貴重な御意見をいただきました。五、本當にありがたうございませう。

最初に、先ほどいろいろ議論のありました契約解除権につきましても提案されております兵藤参考人、それから御意見があれば小宮山さんの方からもこれについて伺いたいと思つてゐます。

実は、私もこの契約解除権といふのは注目して、研究してみようと思つた資料を拝見いたしました。すけれども、いただいた資料を拝見いたしますと、例えば訪問取引業者がいわゆる禁止行為に違反した場合「消費者はその契約を解除することができ、」そうして「前項の場合、訪問取引業者が契約に関連して金銭を受領してゐるときは、消費者に對し、すみやかにこれを返還しなければならぬ。」さらに「訪問取引業者は既に商品が費消若しくは使用され、役務が提供され又は権利が行使されたときにおいても、消費者に對し、その費消若しくは使用された商品又は提供された役務の対価その他の金銭又はその権利の行使によつて得られた利益に相当する金銭の支払を請求することができない。」これは非常に厳しい内容になつておりました。これは善良な消費者の立場から見れば、非常にすばらしい規定だといふふうに思つてゐます。

しかし物事には、盾にも表と裏がございませう。悪質な消費者から見ればこの規定は逆用できます。ね。例えば自動車、訪問販売に来たから買った。それで一年間乗つて、そういえばあのときおまえは早朝に来たじゃないか、夜遅くまで粘つて売つておつたじゃないか、それから銀行も世話してやると言つたじゃないか、これは禁止行為に当たるからこの契約は解除だ、こういう逆用もできます。法律といふのはそういうものだと思つてゐます。

その点をどういふようにお考えになるか。業者にしてみれば、品物は売つたけれども、日弁連の方では二年間ですね、二年間はこの品物が本當に売れたんだか売れないんだかわからないといふこと

なのですね。実際、今度裁判ということになりますと、長時間いたとかいふとか、あるいは書面を出したとか出さないとかといふその行為といふものは、立証が非常に難しいですね。ですから、そこら辺を提案者としてはどういふふうにお考えになつてゐるのか。そうしませんと、よかれと思つてやつたことが悪用されることになりませう。これは商取引の秩序を乱すことになりませう。そういう点についてはどういふふうにお考えになつてゐるのか、これを提案された兵藤さんから承りたいのと、業界としてはこれをどうお考えになるか、御意見を承りたいと思つてゐます。

○兵藤参考人 お答えいたします。

私ども日弁連といたしまして、解除権を行使した効果といふものにつきましてはクーリングオフと一緒だといふような考へを持つておるわけでございませう。そして、期間を二年といふふうに一応考へておられます。社会党案はたしか一年ではなかつたかと思つてゐますが、その辺の法的安定性の問題はあるかもしれないけれども、私どもの基本的な考へ方は、いわゆる悪質業者の禁止行為違反に基づく契約については、やはり本質的に被害者が救済を得られるような権利を与えておかなければならぬじゃないかといふところがまず第一に表面にあるわけでございませう。

したが、いまして、もしその消費者が悪い心をして、一年なり二年たつてから解除権を行使するといふような場合であっても、それが本當にいわゆる禁止行為違反であつたら、これはそういう場合も、むしろそういう場合、禁止行為に違反した場合こそ解除権を行使されても業者としてはやむを得ないんじゃないかといふふうにお考えで、そこまで踏み切らざるを得ぬだろうといふふうにお考えで意見書を作成したわけでございませう。ですから、確かに御指摘のとおり、争いになりまして訴訟になりまして、一体禁止行為違反かどうかといふようなことで、あるいは最終的に禁止行為違反でなかつたといふことになれば、これはやはり消費者の方にそれなりの制裁が行くのではないかと

考えるわけでございます。

○小宮山参考人 ちよつと風邪を引いておりまして声が出ませんで、大変失礼します。

今先生のおっしゃられましたクーリングオフの件でございますけれども、今回は非常に厳しく現金のクーリングオフまで対象になって、いろいろと問題があると私が先ほど申し上げましたが、実際には商売というのは、現金のデリバリーがありまして普通それで完了でございます。しかし今回は、先ほど幾つか例が出ましたようなことでクーリングオフをやるといことですが、実際には消費者すべて善ではございません。悪い消費者もございませぬ。

一つの我々の例から言いますと、最近サラ金で非常に苦しんでいる消費者がございませぬ。その人たちが月賦で買ひまして、すぐ入質してしまふ。それはどうい方法でそれをやるかというのと、サラ金業者がどここの企業はうまくいくよというふうなこと、いわゆるあたかも善良な消費者を装って取り込み詐欺といひますが、そういうふうなことがしばしばございませぬ。それと同じように、消費者が使つて不便であれば、普通の場合は信用ある企業あるいはデパートでも、二日や三日なら品物を持って返せば自分のところの信用によつてお金を返します。契約したんだけれども、そういう事情ならばお引き取りしましょう、これが普通でございます。ですから、本来はその企業の責任においてクーリングオフをやらなければならぬ。

ところが、今回の現金までのクーリングオフあるいは品物についてもいろいろな問題が出てきているといふことは、悪い業者があるんだ、これを駆除するといふことは大変難しい問題ではないかと私は思ひます。大概うまいことを言つて持つてきます。先ほど参考人からお話があったように、銀行まで一緒に持つてお金を取るなんといふことは、我々の普通の商売では考えられませぬ。訪問販売をやつていふからそうであるのではなくて、その商売をやる人たちは、あらかじめそういう予断があつてやつていふのじやないかと思ひます。

です。私たちが一般の正しい企業活動をして、正しい経済活動をする我々の業界といふものは、やはりそういうものは当然排除しなければなりません。私は先ほど何遍も申し上げましたように、排除の方法としては、それぞれ消費者も自覚していただくし、我々業界としても自主規制の中でそういうものを排除していく。だから、端的に言ひますと、訪問販売に入つていない業者はもうだめなんだ、悪であるという印象まで、極論でございますが、持つていければ私は大成功だと思ひます。

○二見委員 実は、訪問販売のいろいろな被害を受けた消費者の方々とお話をしております出てくる話が、いわゆるキャッチセールスです。キャッチセールスはせひとも禁止してもらいたいという強い要請がございませぬ。私もキャッチセールスはけしからぬと思つております。できれば禁止をして、禁止をするといふのは、法律に書けば、罰則がなければ禁止になりませぬから、訓示規定ではなくて罰則も直罰を科して、キャッチセールスを禁止したいと思つております。化粧品スをやつてはいかぬといふことがありますね。団体としての倫理規定でキャッチセールスはいけなといふ書くのは差し支えないんだけれども、どうも研究すればするほど、法律に書いた場合に、これは兵藤先生、法律の専門家ですから何うののですけれども、キャッチセールスは禁止、これを犯した者は罰則といきなり法律に書いた場合、憲法との関係はどうなりませぬか。そこだけが私、非常に気がかりなんです。路上で勧誘をしてはいけなといふと思うけれども、罰則でいふのは憲法上あるかなと思つておるのですけれども、御意見を承りたいと思ひます。

あつてやつていふのじやないかと思ひます。です。私たちが一般の正しい企業活動をして、正しい経済活動をする我々の業界といふものは、やはりそういうものは当然排除しなければなりません。私は先ほど何遍も申し上げましたように、排除の方法としては、それぞれ消費者も自覚していただくし、我々業界としても自主規制の中でそういうものを排除していく。だから、端的に言ひますと、訪問販売に入つていない業者はもうだめなんだ、悪であるという印象まで、極論でございますが、持つていければ私は大成功だと思ひます。

ような意向があるといふふう聞いておりますけれども、少なくともキャッチセールスにつきましては要するに規制対象として認知したといふことございませぬから、訪問販売法の一つの形態として認める、こういうことになるのだからと思ひます。ですから、キャッチセールスをした場合は訪問販売法の今度の改正案についての規制を受けませぬ、こういうことになるんです。ですから、キャッチセールスを禁止行為だといふふうにはしていいわけございませぬ。

ですから一つのルールづくりという形では、キャッチセールスがその対象になつてきたといふことで前進だろと思つたのですが、先生御指摘の、キャッチセールスはいかぬ、これをした場合には罰則あるいは行政処分といふようなことございませぬけれども、やはり営業の自由といひましても公共の福祉といふ一つの枠がございませぬので、憲法上営業の自由あるいは職業選択の自由といふのは当然でございませぬけれども、やはりその裏腹として公共の福祉に反しない限りといふような一つの枠がございませぬから、いわゆるキャッチセールスで、目的を秘してしつこくつきまとうといふようなことで購入意思あるいは意思決定の自由をほとんど奪つてしまふようなやり方が商法として認められるかどうか、その辺はやはり考えなくしてはならないところがあると思ひます。

ですから私としては、現行のキャッチセールスはやはり禁止すべきではなかつたかと考えておるわけございませぬ。したがいまして、現在のこの改正としては、対象となつたといふ点である程度ルールづくりはできるといふことでやむを得ないかなといふ気はしますけれども、本当は禁止行為の方へいくべきではないかといふふうにお考えおるわけございませぬ。

も、昔石川五右衛門が「浜の真砂は尽きるとも世に盗人の種は尽きまじ」と言ひまして、どんなに法律の網の目を小さくしても、その網の目をかいくぐつて悪いことをするやつはするのですね。だから困るわけで、そのなると自衛手段といふのは消費者が賢くならなければいかぬ、これがやはり最終的な解決方法だと私は思ひます。それを、現場でいろいろな相談を受けていらつしやる三村さんとしては、そうした消費者教育といひますか、これをどういふふうにお考えになられませぬか。そこら辺がきちんとしないと、法律だけでは悪質業者被害を根絶するといふことは無理なんじやないかなといふふうにお考えを述べられませぬ。

○三村参考人 私、先生お考えのとおり消費者が強くない限りは自衛できないといふふうにお思ひつていふのですが、現実には消費者は裸でも思ひつていふのです。消費者が裸であつても守られていくのが当たり前のことじやないかと思つたのですが、今の実態では消費者が勉強することが大切だと思つたので、きょうお配りしましたピンク色のあれは消費者啓発につくつたパンフレットですが、ああいうものが出るとすぐあれの裏をかいたマイナスになつて、またこちらもその上手をいかなければならぬといふ結果になるのですが、今の実態では、だれかがやはり消費者教育をやつていかなければいけなないで、やはり一日も早く学校教育の中に入れていただきたいといふふうにお思ひつております。

○二見委員 開業規制の話がありました。我が党では二つの意見がありまして、例えば日弁連に所属している冬柴鉄三代議士とか中村藤代議士は、登録制、開業規制ががちりやれ、我が党内ではわかるけれども、そして開業規制をやつた場合に一定の効果、悪徳な業者がそんなに面倒くさいのならばやめようかといふ意味で、参入してこない

という意味での効果はあるかもしれないけれども、かえって登録免許証を持っているのだぞということでお墨つきを与えるから、結果として意味のないじゃないかという意見と二つありまして、党内まとまっておらぬわけです。目下検討中ということになっております。

ただ、率直に言わせてもらいますと、資料を拝見いたしますと、開業規制でも政令で除外をしますね。除外規定、例えば国または地方公共団体を除外してありますね。それから銀行法や保険業法で指定されたものも除外してありますね。例えば、郵便局の局長さんが簡易保険のセールスに来た。生命保険の保険屋さんがセールスに私のところに来ます。選挙のときにあなたに入れたんだから入れと来る。それは訪問販売であることには間違いありませんね。そうすると、なぜこれが除外で、なぜこれが対象になるのだというこの境目で議論になりますね。去年売上税がつぶれた一つの理由は、非課税品目をやったものだから、わけがわからなくなつたという説もあるぐらいですから、そういう、なぜこれが除外でなせおれのところは適用になるのだという、この利害というものは必ず出てきますね。そこら辺はどう思いますか。

私は、端的に言つて、例えば郵便局の局長さんが簡易保険の勧誘に来るのは適用除外だというのは、自動車のセールスの人にしてみればおかしいじゃないかと率直な疑問が出てくると思ひますが、そこら辺はどういうふうに整理されますか。

○兵藤参考人 お答えいたします。
銀行とか保険会社が勧誘する、訪問販売であると思ひますね。ですから、こういう場合はいわゆる銀行法とかその他のいわゆる規制がございまして、そちらの方で国の監督が行き届くというようなことがございまして、そこまでは規制をする必要はないんじゃないか、要するに例外規定の方でいいんじゃないかということを考えますし、同じような理屈から、郵便局の場合は国がやるというようになりまして、国または地方公共団体の行為ということで例外規定というところへいく

のではないかとこのように思ひます。やはり弊害があるかないかというところである程度区別していくより仕方なからう。自動車会社、民間会社のセールスマンが、郵便局は何だ、全然登録も何もしないで自由にやるのはけしからぬということがあると思ひます。被害の出る可能性がない、少ないというふうなことに限つては、ある程度例外規定として行つていくより仕方なからう、やむを得ないというふうな考えでおるわけでございます。

○二見委員 以上で終わります。

○渡辺委員長 続いて、青山丘君。

○青山委員 民社党の青山であります。私からも質問させていただきます。

参考人の皆様方には、大変貴重な御意見をありがとうございました。

まず森脇参考人にお尋ねをさせていただきたいと思ひますが、森脇参考人は御承知のように訪問販売等問題研究会の座長として、この一年訪問販売、通信販売、これらの現状についてよく検討をいただけてまいりました。また消費者トラブルの実態についても把握をし、検討していただけてきたところであります。そうした立場からこの研究会の報告書を取りまとめいただきましたし、産構審のメンバーとしても答申の取りまとめに参画をしてこられた立場でございます。その意味で、私どもは信頼してお尋ねをいたしたい。

今回の法改正を、率直にどのように評価をしておられますか。また、例の研究会の報告あるいは答申の提言、これらがどのように取り入れられていると受けとめておられますか。

○森脇参考人 お答え申し上げます。

今回の改正法案は、基本的には報告書並びに答申案をすべて受け入れていただいたものというふうな考えです。ただ、法律上の制約から、例えば禁止行為などについて私が個人的に考えていたものと少し違った書き方がなされているところもあつたけれども、これは法律の要件としてどう書くかという問題でございますので、実質的な内容は、

私は、政府は答申案を忠実に守られたものだというふうに理解しております。

○青山委員 先ほどの御意見あるいは質疑の中で感じたのですが、一体訪問販売をどういうふうな評価をしていくのか、社会的な効用をどういうふうな評価していくのか、経済的な効用をどういうふうな評価していくのか、そのあたりで法規制に対する考え方、見解が大きく分かれてくると思ひます。特に先ほど森脇参考人からは、商業活動、消費経済活動が活発になっていくときに消費者トラブルが起きてくる、この消費者トラブルに対する解消のための過重な規制が行き過ぎていけないし、そのあたりのバランスが大切だと思ひました。率直に申し上げて私もまさに同感でありまして、その意味である程度経済的な効用として評価を私にできた面もあつております。その点でまた、消費生活も豊かになってきている面がある。

しかし、さりとて消費者トラブルがこういう形でどんどん出てきますと、こういう悪徳の事業業態についてはきちつと法律で抑え込んでいかなければいけない。問題はそのバランスの問題になつてくると思ひます。経済的な効用あるいは社会的な効用を森脇参考人はどういうふうに理解しておられますか、もう一度ひとつ聞かしていただきたいと思います。

○森脇参考人 お答え申し上げます。

訪問販売それ自体は、それが適切に行われる限り適法なといひます。社会的に認められていなければならない販売行為だと私は思ひます。ただ、それが通常の店舗の販売などと違って、先ほど申しましたように不意打ちをする危険性がある、あるいは攻撃的になる危険性があるということから、通常の販売でしたらこれに対して特にコントロールする必要はないわけですが、訪問販売法の考え方は、適切に行われる限り社会的に認められるべき販売方法の中で危険性のあるものをどうやって抑えていくかという考え方でできていますもの、また私どもはそういうふうに考えてまいりました

ので、社会的効用を認めた上でそれをコントロールしていくべきだということに考えております。

○青山委員 先ほども中途解約権について質問が出ておりました。今回の答申の中には今後の検討事項ということで指摘をされておりますが、「開業規制等を直ちに導入することは妥当でなく、今後の状況を踏まえ、検討していくべきである」という答申になっておりますが、今後の検討における課題といひますが、どのような問題があると受けとめておられますか。

○森脇参考人 参考人は質問してはいいけないということでございますが、今の御質問は中途解約ではなくて開業規制、最初に中途解約のこととおっしゃつたのですが、開業規制の方をお答えすることになりましようか。(青山委員「同時に二つ」と呼ぶ)

それでは、開業規制につきましては、先ほど申しましたように、開業規制そのものがあり得ないことだとか、ほかには例のないことだということではございませんで、訪問販売の実態、先ほど申しましたように非常に多様な、しかも多数にわたる業者を登録しないしは届け出をさせるとすれば、それは非常に簡単なことにならざるを得ないだろう。そうだとすると、先ほど上坂先生がおっしゃつたように、業者がどこに居るかということをつかまえるためにのみ届け出をさせるということになるわけですが、普通、登録とかあるいは届け出というものは、それを契機にして例えば定期的に報告を徴収するとか、そういうことですが、訪問販売法では、被害があつて消費者の利益が害されるおそれがあるときにそういうことをするわけですので、それは必ずしも事前にわかつていなくても、問題が起きたときにわかるという状態であればいいのではないかとこのことで、今後の検討課題と申しましたのは、それ以外に届け出の効用というのが考えられるのか。

それから、先ほどコストの面で業者のコストが出てまいりましたけれども、行政コストもかなりかかると思ひます。これは適産大

臣のところは届け出るといっても、実際には各都道府県で取り扱うことになり、しよちゅうかわるものに対して常に届け出をファイルしておかなければならないということ、実際に今の政府案では届け出はさせないわけですが、させたとすればどういふことがあるだろうかという点で、もう少し考えなければならぬということでありまして、基本的には開業規制は必要でないという上立つて、しかしもう全く無視してしまってもいいということではない、そういう趣旨でございます。

それから、中途解約権のことでございますが、これも中途解約権をどういふ要件で認めるかという点とかかわるわけです。それから、中途解約権は例の預託法にもあるわけです。預託法の場合には金を預けたということにしてあるわけですが、それを返してくれと途中で解約しても、それはただ預けた金を返してもらえばいいだけのことでありまして、業者にとっても預かっているものを返すというだけのことなんです。業務を含む訪問販売全般について中途解約を認めるということになりますと、解約した後一体どうするか。つまり、これは自分の意図と違つたものだからといって消費者がやめたと言つた場合に、今まで使つてきたものはどうなるかという点でございます。そうした損失の評価とか、それから無制限に、消費者の方で自分の意図と違つたことやらやめていいのかという点でございます。いまして、これはよほど要件を絞らなければ、中途解約についてきちつと考へておかなければ、中途解約を認めることは、先ほどの二見先生のお話にもありましたが、事柄には表裏がありますので、乱用されないということ考へておかなければならない。

そういうことも考へた上で、中途解約ということも現在自主規制である程度行われておりますので、これを伸ばしていくことは望ましいけれども、もしも法的にやるとすれば、今申しました乱用のないようなものをどうやってつくっていくかとい

うのは、法律的にはかなり難しいものではないかというふうにして思つております。

○青山委員 今後の検討課題の中には消費者を取り消し権、それから高齢化社会になってきて高齢者を取り消し権、主婦だけがねらい撃ちになっていくんじやなくて、高齢化社会をこれから迎えるわけですが、高齢者がねらい撃ちになっている。ところが高齢者はそうした消費生活の中でねらい撃ちされやすい、情報も入つておらない、啓発活動が余り活発でないというふうな点になります。こういう考へ方が出てくるのです。そのあたりの今後の問題をどういふふうを受けとめておられますか。

それから、消費者トラブルをなくしていかねければなりません。しかし今回出てきておりますこの法改正がなされますが、この法の運用上今後の問題点、憂慮される点をどういふふう理解しておられますか。

○森島参考人 消費者取り消し権の件でございますが、これは先ほどお答えしたので、中途解約権と同じようにやはり要件効果をきつちり考へなければならぬという点で、現時点ではかなり法律技術的にも難しいところがあるのではないかと、う程度のお答えにさせていただきます。高齡者取り消し権ですけれども、これは大変難しいことで、私もやがてこの取り消し権を必要とするような高齡者になるかもしれないので、すけれども、かといつて、例えば六十歳以上は行為無能力者だ、取り消し権だと言われても、それでは例えば財界、政界の中には八十歳を超えてもかくしゃくとした方もおられるわけで、そうかと思つと五十七過ぎでよばよばの方もおられるわけですから、そこで一律に何歳からといふわけにいきませんし、よばよばの高齡者だと言つてもこれは法律としては何とも仕方がありませんので、一般的に高齡者取り消し権を、あるいは訪問販売だけでなくほかの取引にも認めるということ、これは訪販のところ考へるべき問題ではなくてむ

しろもつと社会的に考へなくちやなりません。もしも取り消し権を認めるとなると、では今度後見人に当たる者はだれか。精神異常ですと夫婦のどちらかが後見人になるわけですけれども、両方とも年をとつたらじゃ子供が、子供はなかなか親の面倒を見てくれないというふうなときに、取り消し権だけ認めると業者はなかなか売つてくれませんから、そこでちゃんと後見人がついていないことを言わなくちやならない。そういうことも考へますと、アイデアとしては非常におもしろいと思つたのですが、そう簡単には決まらな

い。現に訪販で出ている高齡者の被害については、やはり教育と申しますか、老人クラブなどで、そういうことについて日常生活の指導をしていくほかには片づかないかと思つております。これは単純には片づかない問題だといふふう思つております。

法の運用の御質問もございましたけれども、これも先ほど申しましたけれども、今度の政府案では行政的な命令、規制といふものをフルに活用することを期待して、その他のところは余り画一的なことはしてないわけですので、政府においては今こういうことが問題になっているということ、十分自覚した上で、迅速にかつ有効に、改正法によつて与えられるであろう権限を使つて被害の発生を防止する。例えば、仮に指定商品でこのまま法律が通るとしたら、指定商品、指定役務について後追ひにならないように迅速に行動するといふようなことが問題であらうかと思われま

す。

も、活発に活動をした点での成果が上がっている面を率は率直に評価しているのですよ。したがつてそういう点を考へますと、訪問販売といふのは今後なお活発になってくると言わざるを得ないと思つた。

私どもは基本的に商業活動が活発になつてもらわなければいけないし、そういう点で、ある意味では肯定的に理解しておるのですが、きりとして消費者トラブルが出てきてはいけません。悪徳業者がのさばつてくるようなことではいけません。何しろこうして法規制するとすぐ悪知恵がまた出てきて、たとえ後追ひと言われてもこうした悪徳業者に対してはきつちとした法的な取り締まりをしていく。ただ問題は、訪問販売業者にとつて今回の法改正、規制が一定の強化になつてくるわけですが、どのような影響が出てくるか受けておられますか。また、業界の中におけるみずから規制していく姿勢、このあたりもひとつ述べていただきたいと思います。

○小宮山参考人 お答え申し上げます。先生がおっしゃる通りに世の中の経済の発展というのは、やはりどんな商品の普及なり出ていくことといふますが、我々は積極的な活動という表現をしているのですけれども、それが商売の発展なりひいては世の中の発展につながる、これはもうどなたも御存じだと思います。今回の訪販の改正といふものの影響は、非常に末端の方へ行つてはあります。実は私どもは大手の方の企業でございますので、それぞれ今までのトラブルの状況につきましては、消費者教育といふものも含めまして各企業がいわゆる相談室といふものを設けて、それからその相談室の状況が直ちに現場へ伝えられ、現場の連中がお客様とのコミュニケーションを図る。今回、そういう意味では訪問販売協会が各地にセンター、いわゆる転送電話を設けて各各地の消費者協会と連絡をとりながら対処していく、そういうこと

の積み重ねを私はだんだんやつていかなければならないと思つた。

先ほど先生方からも浜の真砂と何とやらという
ようなお話がありましたけれども、これは全くそ
のとおりだと思えます。それをだんだんなくすの
はどうかという、扱う業者、我々あるいは消費
者それぞれが自覚する以外にないと思えます。自
覚にはやはり自覚するよう自主規定、自分たち
で守る規定というものが必要だと私は思います。
今回、訪問販売協会も倫理綱領を變更しなければ
なりません。法律によって割合に細かくやっては
いけないという行為、これが出ておりますので、
これは改正していく予定でございます。そういう
面で、まず我々の姿勢としてはそうやっていきま
す。

それから影響としましては、末端ではいろいろ
とこれが普及されて、消費者とのトラブルがまた
起きるのじやないか、法律はこうだけれども実際
はどうなんだというふうな問題が起きると思いま
すが、我々としては法の趣旨をやはり尊重しまし
て実行していきたいと思えます。影響はいろいろ
あります。一番大きい影響は、何と云ってもクー
リングオフの延長と現金のクーリングオフござ
います。これは何と云っても、現金の場合七日間、
一週間といいますが、やはり経理上の処置その他
いろいろな処理が企業においてもございます。そ
ういう意味では影響がないとは言えず、非常に大
きな影響があるということは御承知願いたいと思
います。

以上でございます。
○青山委員 質問を終わります。
○渡辺委員長 続いて、工藤兎君。
○工藤兎委員 きょうは五名の参考人の方、大
変御苦労さまです。

共産党の工藤兎ですが、党としましては、今度
の改正には前進面がある、しかしまだ不十分な点
があるといつて、一層それを充実させる、改善す
る修正案も既に出しております。その場合、私自
身の事務所を含めまして党の全国各地の相談の窓
口で受けたこれまでの経験に照らして、それから
また特に日弁連の皆さんも出されたいいろいろ

な案を十分検討して、最善のものを出したつもり
であります。

そういうことで、最初に兵藤参考人に伺いたい
わけですが、私も相談を受けるとき、
真つ先にクーリングオフを過ぎておるか過ぎてい
ないかというところからスタートするわけなん
ですね。我が党の案でも中途解約権は認めるべきだ
と考えておりますが、先ほど来いろいろ議論があ
りました。じゃ中途解約権がないとすれば、クー
リングオフが過ぎた後で民法上どういう救済措置
が考えられるのか、それはどれだけ効果があるの
か、その上で中途解約権は当然であると考えるか
どうか、その点が一つ。

もう一つ、クーリングオフそのもののあり方を
強化しなければならぬ。訪問販売を受けて自分
が被害者となったと感じるのは、よく品物はい
いんだけど物すごく高い。あるいはまた、だ
まされた、消火器は必ず持たなければいかぬと義
務づけられているとか、電話機はもうかえなけれ
ばいかぬと義務づけられているとかを言われ
た、気づくのに相当時間がかかる。特にお年寄り
の場合は、子供だとか親戚だとかあるいは近所
の人に教わって気づく、そうすると過ぎてい
るということもありません。そういう点でクーリ
ングオフの強化の仕方、例えば我が党の案では十
四日にすべきではないか。十四日という例は海外
先物取引にもあるわけですから、こういうことも
含めて考えておりますが、まずその点について伺
いたいと思えます。

○兵藤参考人 お答えいたします。
クーリングオフの規定につきましては、消費者
保護という面から大変強力なものがあるわけでござ
います。一見大変強力に見えるわけでござ
いますけれども、現実の取引を見ますと、今先
生も御指摘のように、気がついたときにはクーリ
ングオフの期間が過ぎておつたというのが非常に
多いわけでございます。お年寄りの方がいろいろ
なものを訪問販売で買われる、あるいはその他の
役務を訪問販売で受けられるというような場合に

おきまして、お年寄りの方がなかなかすぐには家
族に話すと、隣近所でこういうことをしたよ
ういことを話すことが少ないわけでございます。
自分でいいものだと思込んで勝手に予約してお
りまして、いつの間にか一週間過ぎてしまふ。過
ぎた後でしまった、早まったということがわかり
ましたもクーリングオフの行使ができない場合が
ございまして、立派な規定があるのですけれども
これがなかなか生かされない場合が多ございま
す。

ですから今の七日間というのも、社会党案では
最後が休日の場合は延ばすとか、あるいはさらに
いろいろな形で、日弁連は十日だといふふう
に言っておるわけでございますけれども、なお延長
する必要があるのでないかと考えておるわけ
でございます。先ほど先生の御指摘のとおり十四
日というのもございまして、さらに期間を延
長すべきではないかと考えておるわけございま
す。

それから、クーリングオフ期間が仮に過ぎてても、
先ほどの中途解約権とかあるいは取り消し権、解
除権とも申し上げたいと思うのですけれども、要
するにクーリングオフ期間が過ぎてても、いわゆる
禁止行為違反があった場合は契約から消費者が離
脱できるんだ、解除して契約から逃れることがで
きるんだという権利はぜひこれを認めておかない
と、禁止行為違反があった契約でも縛られてしま
う、何ともできないというございまして。民
法の詐欺とか強迫にならばいいのですが、そこま
でいかな場合が多いわけでございます。民法の
詐欺とか強迫がいかなければ、詐欺まがい、
強迫まがいというのが通例のセールス方法でござ
います。したがって、こういう場合には解除
権をぜひ認めていくべきではないかと思つておる
わけでございます。民法の詐欺などは、取り消し
権が行使できるのは五年ということで非常に長く
なつております。詐欺まがいのような場合です
からそう長くは必要ないにしても、一年とか二
年とかある程度の期間、契約から離脱できる権利

を認めておかないと、消費者の方のいわゆる禁止
行為に対する防衛というものが非常に薄くなつて
しまふと考えるわけでございます。
したがって、クーリングオフ権の強化並び
にその補充として、解除権あるいは中途解約権は
ぜひこの際採用してほしいというふうにお願
いしておるわけでございます。

○工藤兎委員 兵藤参考人に重ねてお伺いしま
す。
先ほどお話がありましたように、悪質な業者
が絶えないというのでいろいろ実情を調べます
と、雨後のタケノコのごとく出てくるという面と、
しかし手繰ってみると一つであるという面
と両方ありまして、中には豊田商事なんかでノー
ハウカイセンスを持つて、それがまた独立して
細胞分裂して広がるという面と、しかしもとは手
繰ってみると必ずしも多くの業者ということじや
ないという両面あるように思つておるわけなんです。
そういう点で、消費者の権利を守つていく立場から、
雨後のタケノコのごとく出てきたときにすぐに被
害に遭つた消費者が行政当局に対して、もちろん
法に基づいてですが、何らかの行政措置をとれ
という請求をすることは当然だと思えます。これ
は独占禁止法の中にもこの規定がございまして、
我が党としては修正案の中にこれを入れてお
りますが、その点についてどう考えられるか。

それからもう一つ、時間の関係で続いて伺いま
すが、先ほど行為規制の類型として二十二のタイ
プというのを言われました。行為規制を具体化
するといふ点は私も大変大事だと思つて、最
近の被害の状況を聞いておると、キャッチ
セールスにしろアポイントメントセールスにし
ろ、あるいはもつと別の訪問販売にしろ、サラ金
貸金業者に行つて金を借りなさいといふことまで
やりましたよという例があります。先ほどお話が
ありましたように、銀行へ連れていって預金をお
ろしなさいとかこれこれを解約しなさいとか、そ
ういふ行為そのものは禁止していいんじゃないか
と思つて、そういう具体性を持った点での行

為規制はどうお考えでしょうか。

○兵藤参考人 まず、最初の御質問の措置請求権でございませう。先生御指摘のとおり、独占禁止法に規定があるわけでございませうが、我々消費者被害の救済を行ってございませうが、訪問販売の商法の形態は違ひましても、だんだん波及していきますと根は一つということはおそらくあるわけでございませう。そして、そのもとを行政が十分把握していただければいいのですけれども、その点の把握が私にはや足りないのではないかと危惧を持っております。したがって、開業規制が必要だということにも結びつくわけですが、せめて消費者の方から、こういう業者がこういうことをしているんだ、こういう行政監督をしてほしいというような申し出権は当然認めないと、その辺の行政の対応がおくれる。したがって、被害が出てからまた後追行政というふうな批判が出るのではないかと、これを考へておりますので、その点の措置請求権を認める必要があらうかと私は思っております。日弁連もそのような請求を出しておるわけでございませう。

それから、行為規制の具体化でございませうけれども、いわゆる政府案の不実の告知あるいは威迫して困惑させると、二つだけの行為類型では足りないと思はるわけでございませう。もつと行為類型をはつきり明示して具体的にすべきである。早朝、深夜の勧誘、長時間にわたる勧誘、執拗な勧誘、威迫して困惑させるといふとほとんどが入るような感じがしますけれども、豊田商事なんかを見てみますと、そうではございませぬ。むしろ御老人に対して親切、洗たくする、食事する、ふろを沸かす、買い物はする、肩をもむというふうなことで、長時間にわたる執拗な勧誘になるのだからと思つたのですが、威迫とか困惑させるといふことは余り目立たないわけでございませう。むしろ逆でございませう。ですから、そういうのに老人が参つてしまふということがございませうから、むしろそちらをある程度はつきりさせていかないと、いけない。肩をもむのが何で悪いんだというふうな

ことになりませうと、これは本当の議論にならないわけではございませぬ。もつと本質をとらえないといけないのではないかと、これを考へておるわけでございませう。

したがって、先生の御指摘の、銀行へ連れて行って定期を解約させて金をつくらせるとかクレジット契約をさせるとかいうふうなことにつきましてはもつと、そのほかでございませう。豊田商事ではそういう例が目立つたわけでございませうけれども、御老人といひましては、中には非常に悲惨な場合でございませうけれども、寝たきりの方のまくら元であれやこれやいろいろセールストークを並べてその気にさせて、そこに預金通帳と印鑑があるから持っていく銀行でやってくれということを言う人がありませう、あるいは自分も乗せていってこれと言つて車に乗っていく、あるいは乗せていってあげることから一緒に解約に行きませう、こういうふうなものが非常に多いわけではございませう。それで金策させて悪徳商法に引き込めむというところがございませうので、こういう行為については禁止していくべきだろつと私は思ひます。日弁連はこの二十二の中にそういうものを入れておるわけでございませう、その点はぜひ行為規制の中に入れていかなくてはならぬのではないかと思つておる。

○工藤(見)委員 続いて三村参考人に伺ひたいと思ひます。

私も東京都消費者センターに伺ひまして、大変貴重な御意見を伺ひました。大変御苦労なされておるということで、皆さんの経験と御意見が大変大事だといふふうに考へておる者の一人でありませう。

それで、そこで伺つたこととして、こういう言ひ方もされておりました。六十年度は豊田商事なんかで金の年だった。それから六十一年度は例の統一教会なんかの霊感商法の年だった。これは終つてないと思つたのですが、それで六十二年度はさて何かという、やはりサービスマン類が非常にふえてきてもつと非常に複雑になつておるというよ

うなことを言われまして、そうすると時々刻々、年々変わつておるということから、先ほど御意見として言われまして、商品の指定制はまずいのではないかと。我が党の修正案としては全商品、サービスマンが対象になるようにすべきだ、こう考へておるが、そういうことになつてないゆゑに非常に被害が広がつた例が多かつたのではないかと、思ひますが、そういう代表的な例につきまして一、二ありましたらお答えいただきたいと思つたので。

○三村参考人 お答えいたします。

今までの例としては、一番問題だつたのは今回指定役務に入れていただけだろつと思つております。指定役務の関連が一番多かつたわけですが、指定になつていなかつたために解約できなかつたという件では、例えばこれからは問題になるだろつと思つたのですが、通りすがりにペンキ塗りの訪問販売をしていくとか、屋根根のかわらを取りかえるとか、言つて訪問販売で取りかえていく業者、それからもつと大きいのは家の壁を張りかえるアルミサイディング工事というのがありまして、これは訪問販売の指定になつていなかつた工事が主体だつたために、クーリングオフができなかつたためにかえつて違約金を大きく取られたというふうなケースもあります。これからもそういうリフォーム的な形でのサービスマンもふえてくるのではないと思ひますけれども、そのあたりがどこまで今の法律改正で担保していただけるのかというところが、相談をやつておる者としては心配しておる所です。

○工藤(見)委員 三村参考人に重ねて伺ひたいのですが、これも東京都の消費者センターで伺つたことですが、訴えから相手の業者に対して消費者センターが問題解決しようとするときに、業者には三つのタイプがあるというのです。一つは業直に、では解約しようというのと、二つ目は、うちのセールスマンは絶対そんなことを言

うことはないと言つてあくまで頑張る。三つ目は、割合に簡単に解決するのだけれども、損料を

大いに稼ぐという三つのタイプがあるというのです。それで二つ目のタイプに對しましては、特に東京都の消費者センターの場合はメコニスというデータが入つておる所があるわけで、そこからのデータで、そんなこと言つたおたくは方々でこういうことをやつておるじやないかと、参りましたということになると言つておるが、こういうメコニスとか、それがさらに国民生活センターのパソコンに入つていくという、こういう情報が集まるということが非常に大事だと思つておるが、その辺の点と先ほどの損料という問題。

それから、それと関連するのですが、今度は法律がよくなつても運用面が大事だということをごさう言われたいと思つたので。考へてみますと、確かにそういう東京都の消費者センターのデータが集められ、活用され、それが国民生活センターまでいくのですが、一方行政の主体が通産省ということで、被害はこつちが集まるけれども行政の主体がこつちで、私もそこ一つ問題点があるのじやないかと、私もそこ一つ問題点、日常どうお感じでしょうか。

○三村参考人 私たちも、苦情が発生してきますと、まずパソコンをたたいていただいて、現実にはこの業者がどのくらい被害が出ておるかというところを見るのを第一歩としてやつておる。それは、一番簡単なのは先ほどお話がありました国民生活センターの各地のセンターが集めたパソコンネットワークというのは、私のおりませう。県庁の方でパソコンネットワークをたたいていただきまして、出てきましたデータでどのくらい苦情が出ておるかというのをまず見るわけですが、現実、でも苦情が出ておるから悪い業者というふうには判断してしまふのはちよつと短絡だと思つたのですが、余り多い業者というのは一体何なのかという中まで調べて、各地のセンターにまた電話を入れまして

その実態のちよつと細かいたところまで聞くというふうなやつておる。情報がたくさん

集まってくるというのは物すごく重要なことだというふうに思っております。

それから損料の問題なんですが、実際に損料の規定というのが余りないものだから、業者との話し合いの中で決めていかなければならない問題と、それから現実に損料の規定が書いてある約款を持つてくるものもあるのですが、そういう場合には、どうしても解約するときにそれに縛られがちになります、実際にどこかで損料をはっきり割り切った形の出せていたら私たちは示談屋にならないで済むのということに常々感じているような状態です。現実には法律が改正されても、それがうまく運用できるような形で解釈がなされないと、私たちの立場では改正されたものがあるかなかなか上手に使えないんじゃないかということもありまして、法が改正されましたら一日も早く解説書等をつくっていただけたらありがたいと思っております。

○工藤(豊)委員 森脇参考人に一問だけ伺いたいと思えます。

今と関連するわけですが、今度全体の訪販法の改正ということについていろいろ検討されたということは何いしましたが、先ほど言いましたように、東京都なら東京都の消費者センターがあって、それが国民センターにデータが集まってきた、それで各自治体で消費者を守る何らかの条例というものがあって、ここは割合一体化しているわけですが、今度通産省の方に入ると、通産省のシステムにもいろいろデータが入ってくるのですが、これとがくっつかなくて、件数を聞いても非常に少ないとかいうところ、端的にあらわれるのですが、ここから出てきたものに基づいてどうもこういう業者はけしからぬことをやっているとか、けしからぬと言えないけれども問題があるとかいうときに、この指導に回るといのがこの体系だとうまくいかなんじやないかと思うのですが、その辺はどのように検討されたのでしょうか。

○森脇参考人 私どもも消費者行政が一本化されていないということを感じておりましたし、そこ

で答申案の中には関連行政機関の連絡を密にすることということ、これは法律問題ではありませんけれども、通産でもそういう計画を持っておられるようでした、その点の一つの実質的な政策の問題として、委員会には通産省は約束されたと思っております。

それからさらに、これも予算がついたというふう聞いておりますが、これは正式の名称は私もよく存じませんが、今後迅速に行政が動くようにいわば助言、監督をしていく、これも行革の問題がありますので正式の審議会となるかどうかはわかりませんが、訪問販売等適正化委員会というものをつくって、消費者の代表あるいは学識経験者あるいは業界からも入って、常々消費者行政のあり方を見ていく、そしてまた被害が生じた場合に迅速に行政に動いてもらうように勧告をする、そういうような機関もつくられる方向で動いているというふう聞いております。私どもは今まで、先生御指摘のような通産とその他例えば経企庁との連絡がうまくいっていかどうかというようなことについて、うまくいっていないなかつたとか、うまくいっていかどうかというような判断の材料は持っておりませんが、今後はきちっとやってもらうように我々は答申案でもお願いいたしましたし、そのようなお答えをいただいております。

○工藤(豊)委員 終わります。どうもありがとうございました。

○渡辺委員長 以上で参考人に対する質疑は終了いたしました。

参考人各位におかれましては、お忙しい中を長時間にわたり御出席を賜り、貴重な御意見をお述べいただきましたこと、誠にありがとうございます。委員会を代表いたしまして厚く御礼を申し上げます。次回は、来る十九日火曜日午前九時五十分理事會、午前十時委員会を開会することとし、本日は、これにて散会いたします。

午後一時十一分散会

昭和六十三年四月二十七日印刷

昭和六十三年四月二十八日発行

衆議院事務局

印刷者 大蔵省印刷局

P