

参議院商工委員会會議録第十号

平成八年五月十五日(水曜日)

午後一時開会

委員の異動

五月十四日

平田 健二君

補欠選任

今泉 昭君

五月十五日

今泉 昭君

補欠選任

久保 巨君

齋藤 勤君

出席者は左のとおり。

委員長
理事

齋藤 勤君

委員

加藤 紀文君

久世 公麿君

荒木 清寛君

前川 忠夫君

齋藤 文夫君

坂野 重信君

中曾根弘文君

野間 越君

林 芳正君

平田 耕一君

加藤 修一君

長谷川 清君

平田 健二君

齋藤 勤君

齋藤 勤君

山下 芳生君

小島 慶三君

政府委員

通商産業大臣官

白川 進君

房総務審議官

大宮 正君

通商産業大臣官

大宮 正君

房務流通審議官

大宮 正君

事務局側

常任委員会専門

里田 武臣君

参考人

杜団法人日本通

石川 博康君

信販売協副会

石川 博康君

長

齋藤 雅弘君

日本弁護士連合

齋藤 雅弘君

会消費者問題対

齋藤 雅弘君

策委員会委員

齋藤 雅弘君

東京都地域婦人

田中 里子君

団体連盟事務局

田中 里子君

本日の會議に付した案件

○参考人の出席要求に関する件

○訪問販売等に関する法律及び通商産業省設置法

の一部を改正する法律案(内閣提出、衆議院送

付)

○委員長(齋藤哲男君) ただいまから商工委員会

を開会いたします。

委員の異動について御報告いたします。

本日、久保巨君が委員を辞任され、その補欠と

して齋藤勤君が選任されました。

○委員長(齋藤哲男君) 参考人の出席要求に関する

件についてお諮りいたします。

訪問販売等に関する法律及び通商産業省設置法

の一部を改正する法律案の審査のため、本日、杜

団法人日本通信販売協会副会長石川博康君、日本

弁護士連合会消費者問題対策委員会委員齋藤雅弘

君及び東京都地域婦人団体連盟事務局長田中里子

君を参考人として出席を求め、その意見を聴取し

たいと存じますが、御異議ございませんか。

〔異議なし〕と呼ぶ者あり

○委員長(齋藤哲男君) 御異議ないと認め、さよ

う決定いたします。

○委員長(齋藤哲男君) 訪問販売等に関する法律

及び通商産業省設置法の一部を改正する法律案を

議題といたします。

本日は、本案審査のため、お手元に配付いたし

ております名簿の三名の方々に参考人として御出

席願っております。

この際、参考人の方々に一言ごあいさつを申し

上げます。

本日は、御多忙のところ本委員会に御出席いた

だきましてまことにありがとうございます。ただ

いま議題となっておりまして本案につきまして、皆

様方から忌憚のない御意見を承りたいと存じます

ので、よろしく願ひいたします。

なお、議事の進め方でございますが、まず参考

人の方々から御意見をそれぞれ二十分程度お述べ

いただいた後、委員の質疑にお答えをいただきた

いと存じます。また、発言の際はその都度委員長

の許可を受けることになっておりますので、あら

かじめ御承知願ひいたします。

なお、参考人の方々には、意見の陳述及び委員

の質問に関する答弁と着席のままで結構ござ

います。

それでは、石川参考人からお願いいたします。

石川参考人。

○参考人(石川博康君) 石川でございます。

初めに、我が国の通信販売の現状につきまして

御説明を申し上げます。

我が国の通信販売は、協会の発足時、昭和六十

年でございますけれども、このときには約八千三

百億円の売り上げでございましたが、十年後の平

成六年度におきましては二兆五億円になってお

り、我が国の小売業の売上高の中の一・四%を占

めるに至っております。現在、御承知のように、

景気が低迷をしておるわけでございますが、平成

五年から六年度の伸びを見ますと一〇・四・七%

でございます。百貨店を初め各種の小売業が大

変低迷をしております中では、通販業界は総じて着実

な伸びをしております。こういうことが言えようかと

思います。

また、当協会の調査によりまして、通販の利用

者は毎年増加をしております。昨年一年間で見

ますと、通販利用世帯数は六二・三%に達してい

ると思われまして、また、個人の利用者が三六・

四%で、ともに前の年を上回る伸びを示しており

ます。こうした傾向は今後も続くものだと私ど

もは考えております。

このような通販産業の拡大は、女性の社会進出

を背景に、便利で手軽な買い物手段として広く消

費者の支持を得ていることであらわれであり、一

方、私ども業界といたしまして、後ほど御説明

申し上げますが、各関係法令にのっとりて業界の

自主規制を制定し、商業倫理の確立と取引の公正

化、消費者の利益の保護に努めていることによる

ものと考えております。

次に、杜団法人日本通信販売協会について、そ

の概要を御説明申し上げます。

杜団法人日本通信販売協会は、昭和五十八年十

一月に通信販売業界の倫理の確立と取引の公正化

を目指して設立をされた通商産業大臣認可の公益

法人であります。その後、昭和六十三年に訪問販

売等に関する法律が改正をされ、通信販売の規制

の強化とあわせて、当協会は、取引を公正にし、

消費者の利益を保護し、通信販売事業の健全な発

展に努めてまいります。

以上でございます。

○委員長(齋藤哲男君) 石川参考人からお願いいた

します。

○参考人(石川博康君) 石川でございます。

展に資することを目的とする業界団体として同法に位置づけられております。

その業務内容でございますが、当協会は、この訪販法の規定に基づきまして、業界の自主規制である倫理綱領の制定及びその普及と実践、通販一〇番による消費者からの相談受け付け及びその処理、通販事業者及び消費者に対する広報、啓発、内外の情報資料の収集、提供及び調査研究等の業務を行っております。とりわけ通販一〇番は、消費者トラブルの迅速、的確な処理を図るために開設したものであり、当協会の主要業務の一つとなっております。

当協会のこうした諸活動は、近年、各関係方面からも高い評価を受けつつあり、またマスコミなどにも取り上げられる機会も多くなり、消費者の方々の当協会に対する理解も年々深まっております。

協会の会員数でございますが、通販業界の発展を反映いたしまして増加しております。協会設立時には正会員が九十二社ございましたが、現在では二百七十五社に上っており、我が国の主要な通販事業者のほとんどが加盟をしております。売上高で見ますと、平成六年度で会員社の売り上げは一兆八千億円。先ほど申し上げましたように、我が国の通販業界全体が約二兆円でございますので、その九〇％強を会員社で占めている、こういうことが言えます。

当協会では、業界の自主規制である倫理綱領の普及と通販業界全体の信頼性の向上及び消費者保護の観点から、協会にまだ加盟をしていない事業者の加盟促進に努力をしているところでございます。

次に、協会の自主規制の普及活動について申し上げます。訪販法では通信販売にかかわる広告等について一定事項の表示義務等の規制がかけられておりますが、協会では、これに加えて、通信販売倫理綱領、通信販売倫理綱領実施基準、通信教育に関するガイドライン、JADMAマークの制定等、自

主規制を制定いたしましたして、法令で定められた事項の遵守はむろんのこと、より消費者保護の立場に立った規制基準を設け、これらの普及、啓発に努めておるわけであります。

この倫理綱領は、通販に対する消費者からの信頼を得るとともに、通販の健全な発展を図るため、会員が遵守すべき基本的な事項を定めたものであります。一に消費者の権利尊重、二に公序良俗の尊重、三が良質の商品・サービスの提供、四が真実に基づく広告表示、五にプライバシーの保護、六に青少年の健全育成、七に消費者苦情処理体制の整備等を定めたものでございます。

また、倫理綱領の実施基準は、会員社が実際の通販活動を進めるに当たって、綱領の趣旨を具体化し実践する上での目安を定めております。例えばでございますけれども、現在問題の電話勧誘に関しては、この実施基準第三章の九で、顧客への電話は、内容のいかんを問わず深夜または早朝には行わないこととしておりまして、また勤務先への電話は顧客の意思を尊重することを定めております。

また、通信教育に関するガイドラインでは、訪販法の指定役務である「技芸又は知識の教授」を通信販売の手法で行う場合の会員が遵守すべき基本的事項を定めたものであり、その内容は、通信販売倫理綱領と同実施基準に準じて取引や講座内容の広告表示、講座の基準等について定めたものであります。

このガイドラインは、近年の悪質な電話勧誘による資格取得商法から消費者を保護するため、当協会会員社の適正な事業活動の指針を示したものであります。

例えば、解約でございますけれども、原則として解約を受けるといふこととしております。これは第一章の五項で決めておるところでございますが、原則として解約は受けるものとし、受ける期間及び解約に関する費用の条件を表示すること、そして講座内容の特性により解約を受け得ない場合にはその旨を表示すること、教材等を継続して

送付する場合の中途解約条件についても前二項と同様とする、このように定めております。協会といたしましては、会員以外のいわゆるアウトサイダーにおいてもこのガイドラインの趣旨ののびのびとした営業活動を行うことを期待しておるものであります。

また、JADMAマークは、協会の正会員にその使用を認めているもので、消費者が購入申し込みをする際の安心と信頼の目安のマークとなるよう定めたものであります。

また、近年言われております消費者のプライバシー保護の観点から、協会は昭和六十二年から会員各社間でMPS、メール・プレファランス・サービスの制度を実施しております。この制度は、消費者がカタログ等の送付を希望しない旨を申し出た場合、その名前を会員社の顧客名簿から削除するシステムでありまして、我が国では唯一の制度であり、現在でこの制度の利用の申し出は四千九百六十八人に達しております。

また、TPS制度、テレホン・プレファランス・サービスのにつきましては、今回の法律改正を機会に業界といたしましてその導入を検討してまいりたい、このように考えているところでございます。

次に、消費者トラブルの解決について申し上げます。

協会は、消費者の利益保護のため、発足間もない昭和五十九年から通販一〇番を開設しております。現在は常時三名の相談員が一般消費者からの相談、苦情等の受け付け処理に当たっております。相談件数は通販産業の発展とともにふえてまいっております。平成七年度には二千九百五十一件に達しております。これらの相談事案につきましては、当協会の会員社についてはほぼ一〇〇％そのトラブルは解決をしており、また未加盟事業者のトラブルについても会員社と同様に厳しく指導し、その多くのケースはトラブルの解決を見ております。

次に、アウトサイダーへの対応であります。協会のこれらの自主規制は、未加盟事業者、いわゆるアウトサイダーに対しましては効力が残念ながら及びません。しかしながら、協会ではこれらの周知、普及を図るため、毎年、全国各地の九カ所アウトサイダーを対象にして訪販法や自主規制等についての説明会を開催し、これらの趣旨の徹底、業界のモラル向上と意識の啓発について厳しく指導するとともに、協会への加盟促進に努力を重ねております。

（委員長退席、理事久世公亮君着席）
また、協会では、通販の利便性と特性を有効に生かすため、体の御不自由な方々に向けていろいろな施策を実施しております。例えば、平成六年度には目の不自由な方々のためにカセットテープによる通販の上手な利用法を作成し、関係の身障者団体に配布をいたしました。さらに、昨年は耳の不自由な方々に向けてファクスによる通販利用のパンフレットを作成し、聴覚障害者団体等に配布しております。このほか、毎年、シルバールや若年層向けのパンフレットを作成し、配布も行っております。

次に、このたびの訪販法の一部改正案について意見を申し上げさせていただきます。当協会としては、最近の悪質な電話勧誘による消費者トラブルの増大は関係業界のイメージを著しく損なうものとして深く憂慮しているところであります。このため、消費者の保護を図り、公正な取引関係を確保するためには、こうした悪質業者に対し何らかの規制を加えることはやむを得ないものと考えております。その意味から、今回の訪販法の一部改正案の国会日程は時宜を得たものと考えております。

通信販売は、先ほども申し上げましたように、現在では女性を初めとして幅広い層の御愛顧を得ておるわけでございますが、今後は、急増いたします高齢者層や共働き世帯、さらには、先ほど申し上げましたように、体の不自由な方々にとっても手軽で便利な購買手段として、日常の消費生活において極めて重要な役割を担っていくものと考え

ます。

えております。私も業界は、こうした今後の社会経済情勢の変化や消費者利益の保護も念頭に置きつつ、協会の自主的な規制のもとで、創意工夫を凝らしながら事業に取り組んでまいっております。そして、大多数の通販事業者は公正にまじめに経済活動を行っていることをこの機会に申し述べておきたいと思っております。

電話の勧誘販売取引は、今回の改正法案で通信販売取引とは切り離して取引規制がかかることになりませんが、電話を用いた販売取引はもとと事業者及び消費者の双方にとって極めて便利で有用な手段であると思っております。とりわけ、今後の高齢化社会の進行に伴って、体の不自由な方々や共働き世帯の増加によって時間的余裕の少ない方々が増大していくことを考えますと、自宅におりながら手軽に電話でお買い物ができるということは大きなメリットであり、その健全な育成を図っていくことが今後重要になっていくと思っております。したがって、国におかれましても、こうした事情を御察の上、電話勧誘取引の規制が過重なものとならないよう御配慮をお願い申し上げます。

〔理事久世公堯君退席、委員長着席〕
今まで申し上げましたように、通信販売業界では各種の自主規制を制定し、法令で定められた基準にとどまらず、消費者保護の立場に配慮した規制基準を設けております。国におかれましては、業界のこうした自主努力に十分御配慮をされ、今回の改正法による規制強化に際しましては、大多数のまじめな事業者の公正な経済活動を阻害することのないよう、また今後の健全な通信販売事業の発展の芽を摘むことのないよう、業界の自主規制を極力尊重しながら関係法令の運用を図られるよう慎重な御配慮を要望するものでございます。以上で終わらせていただきます。
○委員長(香掛哲男君) ありがとうございます。次に、齋藤参考人をお願いいたします。齋藤参考人。

○参考人(齋藤雅弘君) 日本弁護士連合会の消費者問題対策委員会の委員をしております弁護士齋藤雅弘でございます。

私は、日弁連がことしの一月に訪問販売法改正に関する意見書を発表しておりますが、この意見に沿って今回の訪問販売法の改正について、幾つかポイントを絞って御意見を申し上げます。

まず、昨今の新聞報道などにもありますように、資格商法を中心とした電話勧誘取引の被害が非常に多発しておる、またその被害の深刻さというところは委員の先生方の御理解を得ていただいていると思っておりますが、そういう観点からしますと、今回の改正法につきましては多少遅きに失するんではないかという印象を持っております。それから、連鎖販売取引につきましても、全国各地の消費生活センターの相談事例や、弁護士会でもやっております消費者相談の事例などを見る限り、かなり深刻な被害が多発しておりますので、やはりこの点に関する法改正も多少時期を失しているんではないかという印象も持っております。

そういう問題を踏まえまして、日弁連で御意見を申し上げたわけでありまして、まず、電話勧誘取引につきましても、幾つか我々の方で考えていることを申し上げます。

まず、今回の改正法につきましては、電話勧誘取引の規制の対象としていわゆる政令指定商品制というものをとっております。電話勧誘取引はなぜ法規制の対象とすべきかということとをさかのぼって考えていきますと、そもそも電話という手段を使って積極的に消費者のところへ電話をかけて、勧誘をした上で取引に引き込んでいくというものが電話勧誘取引の内容でございますけれども、消費者の方から電話をかけるということではなくて、事業者側から積極的に電話という手段を使って勧誘をしていくということに問題の本質があるわけでありまして、御案内のとおり、ドイ

ツでは、今のような形で事業者の方から積極的に電話を勧誘のために使って商取引を行っていくということは不正競争防止法上違法であるということと、差しとめの対象になるということであります。したがって、電話を積極的に勧誘の手段として使っていくということに関しては、社会的な相当性の枠組みから見れば必ずしも積極的に評価されてはいない、むしろ消極的に評価をされている国もあるということも十分御理解いただきたいと思っております。

また、電話勧誘の問題点について、不意打ち性ですとか密室性ですとか不確実性、それから執拗に何度も電話をかけてこられるというふうな問題点が指摘されておりますが、これらはいずれも電話という手段を使い、なおかつ事業者から積極的勧誘行為を行うという勧誘の手法、方法に問題があるからということで指摘をされていることとあります。

したがって、このようなやり方からくる問題を規制していくとする場合には、対象になっている商品が何であるか、権利が何であるか、役割が何であるかに関係がなく、その勧誘の手法に問題があるということからしますと、いわゆる政令指定商品制をとって、対象商品、権利、役割を特定した上で、それについて訪問販売の規制をかけるというふうな考え方はやはり正しいのではないだろうかというふうに思っております。

現実には電話勧誘取引につきましては、訪問販売法で現在指定をされております政令指定商品、権利、役割に限らず、例えばマンションの共同経営、それから証券取引、ワラントですとか信用取引なども含まれますけれども、それから商品先物取引の被害などが特に最近ふえてくるようなことも耳にしております。そういうものにつきましても、訪問販売法の指定商品にはなっておりません。こういう取引についてもかなり被害が出ていますので、そういう観点から申し上げますと、やはり政令指定商品制を採用すべきではないんで

はないかというふうに申し上げたいと思っております。日弁連の意見では、このような観点から、電話勧誘という行為そのものの規制の場面と、それから電話勧誘によってその後契約の締結に至るいわゆる契約締結行為の場面を二つに分けた上で、電話の勧誘そのものについては政令指定商品制を少なくともとるべきではないかという考え方を申し上げます。議員の先生方のお手元にも意見書をお渡ししておるつもりでございますので、御参考にしていただければというふうに考えております。

それから、もう一点であります。今回の改正案ではクーリングオフの規定を電話勧誘取引に導入していただいております。この点につきましては、電話勧誘取引にクーリングオフの規定が入ることは大変評価すべきことであるというふうに考えております。

しかし、クーリングオフの権利を行使できる始期につきましては、改正法案を讀ませていただきますと、消費者の方がいわゆる法定書面を受領した日からクーリングオフの始期を算定していくという規定の体裁になっていくようでありまして、しかし、やはりこの点も電話勧誘取引の特質から見ますと問題があるのではないかとこのように考える次第であります。

その理由を申し上げますと、恐らくこの規定は訪問販売の場合と横並びの規定にしたというふうな場合に、面談によって実際の契約の勧誘や契約の締結に必要な書類の作成の手続がなされることが多いわけでありまして、その場合には目の前で契約書面や契約に関する書面が差し出され、その場で認識ができます。場合によっては商品その場で取り出して消費者の側に見てもらって、確認してもらおうというふうなこともあるわけでありまして、したがって、その時点で具体的な契約の話になっている、契約を締結する問題の場面に来るといえることが直ちに認識できて、恐らくそれを誤解したり、そのときの状況の判断を間違

う消費者はほとんどいないではないかというふう
に考えられるわけであります。

電話の勧誘の場合ですと、電話勧誘取引の被害
の実態から見ますと、そもそも契約意思があるか
ないか、もしくは契約意思がきちんと確立されて
いるものかどうか、契約意思があいまいのまま
契約が締結された、もしくは契約の締結の段階に
移っていくというような問題が多数指摘をされて
おります。したがって、電話勧誘取引の場合、
契約の締結自体に問題のある場合というのが
非常に多くなっております。その場合、後日書
面が送付されてきて、消費者に契約意思がない場
合ですとか契約意思が非常に薄い場合には、その
ままその書面を放置してしまつてクーリングオフ
期間が経過してしまつ、過ぎてしまつというよう
なことが十分起こり得る危険があります。

特に、この法定書面は、後日郵送ですとか宅配
便その他によつて送付されてくる例が非常に多く
なると思ひますけれども、その場合に電話で直接
応対をした消費者以外の者が受領することも非常
に多くなります。家庭への送付ですと、御本人だ
けではなくて家族がお受け取りになったり、職場
への送付ですと、直接電話で応対した御本人では
なくて同僚や上司や部下が受け取るというよう
なことも非常に多くなってまいります。

それから、消費者の側に契約意思があいまいの
場合にそういう書面が送られてきますので、御案
内のとおり、ダイレクトメールやその他の商品の
売り込み、販売の勧誘の郵便物がたくさん参りま
すので、それとの区別も一層困難になってくる。
したがって、受け取った方としては、直接本人が
受け取らない場合もありますし、直接本人が
取つて認識したとしてもダイレクトメールやその
他の必要のない書面というふうな理解をしたり、
誤解をしたりする可能性が高くなってまい
ります。

そういったしますと、クーリングオフの始期とし
て送られてくる非常に法律的に重要な意義を持
っている書面だということを十分認識しないまま

クーリングオフの始期が進行していくということ
になつてしまつてわけであります。このようなクー
リングオフの規定の仕方をするのはまさしく電
話勧誘取引の本質、すなわちこの法律は電話勧
誘取引のトラブルを防止して適正を図るためであ
るといふことで御提案されているというふう
に承つておりますので、そういう観点からしま
すと、法の趣旨、目的からしてやはり不十分ではな
いかというふうな考へておられるわけであり
ます。

このような日弁連の方の意見につきましては、
事業者側の過大な負担になるのではないかと
いう御指摘もあるわけでありまして、消費者の
側が長期間放置しておいて後からクーリングオフ
の権利を主張してくるのは不公平ではないかとい
うような御指摘もあるわけでありまして、
電話の勧誘という非常に事業者にとつて簡便で簡
便な方法を積極的にとおつて商売につなげ
ていくわけでありまして、むしろそれに伴つて
発生するリスクというのは当然事業者側が負うべ
きではないかというふうな考へております。

また、電話という手段を使えば消費者の非常に
プライベートな領域に直接入り込むことができる
わけでありまして、そういう観点からしまし
ても、事業者側はその点についての負担をおかけし
てもさほど不公平にはならないというふう
に私どもは考へております。

また、現行の訪問販売法の規定から考へま
しても、訪問販売の場合に、法定書面として不備の
ある書面を交付した場合に、その後、かなり期間を
経過してクーリングオフの権利を主張してきた場
合にこのクーリングオフの権利を認められた判例
も幾つか出ております。

こういうことからしまして、消費者の側が書面
を受領した日からということではなくて、我々が
申し上げております消費者の側がその書面を受領
したこと、もしくは契約書面に署名、捺印をした
ことなどについて積極的なアクションを行った日
をもつてクーリングオフの始期としても決して不
都合はないというふうな考へる次第であります。

さらに、この点について申し上げますと、訪問
販売法自体は我々のような弁護士のところ、す
なわち裁判所の裁判の基準となるというところは当
然であります。むしろ全国各地の消費生活セン
ターその他で消費生活相談員の方によつてトラブ
ルを解決する基準として大変役に立っております。

その場合に、裁判所のような有権解釈がそこ
で示されるわけではありませんが、非常に単純明
快で、むしろ形式的な基準によつて消費者の利益
が守られていくというふうな法律の書き方をし
ていただいた方がはるかに役立つ法律になるん
ではないかというふうな考へる次第でありまして、
そのような観点からも、クーリングオフの始期の点
につきましてはぜひとも御検討いただきたいとい
うふうな考へる次第であります。

電話勧誘取引につきましては、今申し上げた二
点についてぜひ意見として申し上げさせていた
だきたいと思ひます。

それから、今回の改正案につきましては、いわ
ゆるマルチ商法、連鎖販売取引につきましては法
改正をしていただくような内容になっておるわけ
であります。御案内のとおり、昭和四十九年の産
構審の中間覚書にありますように、連鎖販売取引
につきましては実質的には全面禁止をする方向で
法規制をすべきであるという御意見が従前から出
されておりますが、マルチ商法につきましては被
害の実態を見る限り、なかなか実質的な全面禁止
というふうな内容になっていないということがあ
るわけでありまして、

現実、訪問販売法の連鎖販売取引の要件に自
分のところは該当しないんだと非常にうまく連鎖
販売取引を遂行している事業者がたくさんござ
います。その結果、この数年來、警察の方でかなり
一生懸命摘発をされて、刑事的な責任も含めた追
及がなされておつて、被害の相談の件数などは多
少下がつてきておりますけれども、摘発の手を緩
めずとまた被害が拡大していくというふうな性
質を持った取引であるわけでありまして、また、

もつと積極的に、私のところは訪問販売法の連鎖
販売取引に該当する事業者であるということ、積
極的に明示をして取引をしているという事業者も
あるくらいであります。

そういったしますと、この連鎖販売取引に
訪問販売の規定に対して真正面に対抗するような事
業者の存在を許しているということからしま
すと、マルチ商法の実質的な禁止という点から考
へますと、かなりほど遠い現実があるというふう
に考へる次第であります。したがって、今回の
法改正につきましては、マルチ商法についての規
制を強化するという点では前進をしている内容だ
というふうな考へますけれども、もう少し御検討
いただいて、先ほど申し上げました実質的な禁止に
近づける御努力をいただければというふうな考
へております。

少し具体的に申し上げますと、マルチ商法の場
合の訪問販売法の定義が非常に難しい内容になつて
おるといふことが一つこの法律を適用していく場合
の障害になっておるといふふうな考へておりま
す。特に特定負担の授受についてのところはかな
りわかりづらいというふうなことも指摘をされて
おります。金額的には特定負担は現在二万円とい
うふうなされております。この二万円の内訳や実
際の授受の形態、時間の経過を踏まえて特定負担
に該当するかどうかという判断をせざるを得
ないわけでありまして、かなり微妙な判断
が事実の認定を前提に行われることになりま
す。そういったしますと、せっかく法律の条文とし
て規定があつても、法の適用としては非常に使い
勝手の悪いものになつておるといふふうな考へ
ざるを得ません。

したがって、連鎖販売取引の定義の内容を
やはり法文の本条に具体的に規定をしていただ
く、なおかつそれができるだけ客観的に、法の適
用をする立場から見てもわかりやすく、また適用を
受ける人の立場から見てもわかりやすく明示をし
ていただくのが必要ではないかというふうな考
へられます。

今回の改正案につきましては、この点についての法文上の手当ては見当たらないようであり、その点をきちんと御配慮いただければというふうにご考慮の次第であります。特に連鎖販売取引の場合には、違反行為に対する罰則が通常の訪問販売などの規定に比べて厳しくなっております。そういう意味では刑事法的な性格もあるわけであり、構成要件の明確性という憲法上の要請からしても、その辺の具体的な規定が必要ではないかというふうにご考慮しております。

それから、マルチ商法につきましては、規制を強化して罰則をきちんとかけていく、制裁をかけていくということも必要ではあります。勧誘を受ける消費者にとり、マルチ商法の本質ですとか勧誘している事業者の実態、実際に進めている商法の内容をきちんと理解させるということが被害の予防や根絶にとっては非常に大切なことであるというふうにご考慮しております。そういう観点からしますと、特にマルチ商法の場合には、情報提供と情報の開示ということがぜひとも必要であるということになります。

具体的には、勧誘する事業者の事業内容の開示をきちんと行うということ、それからマルチ商法、連鎖販売取引自体の内容をきちんと消費者に理解させられるだけの情報を積極的に開示をしていくということが必要ではないかと思っております。もっと具体的に申し上げますと、連鎖販売取引というのはどういった点に問題があるか、危険性があるかということを具体的に消費者の方に教え込まなければいけないというふうな内容をやはり事業者側に情報の開示義務、提供義務として課する必要があるのではないかと考えております。

私も日弁連の方では、そういう観点から警告書面を作成して、その警告書面に、マルチ商法というものは非常に危険で、友人を失ったり、勧誘にあるような利益を得られることは少ないですよ、在庫を抱えて大変なことになるよ、破産をした例もありますよというふうなことで、具体的に

わかりやすく消費者に危険性を告知していくということをやったかどうかということの御提案を申し上げております。そういうことで、消費者の方の注意を喚起して、この商法の被害に遭わないようにするということがぜひとも必要ではないかというふうにご考慮をいたします。

具体的な連鎖販売の行為規制につきましては、今回の法改正で重要事項として告知をすべき内容について法文の中に幾つか具体的な例示をされておりますので、この点は評価をすべきことだというふうにご考慮しております。同じようなことで、情報の開示や、いかなる場合にいかなる責任が発生するかということをもう少し政省令などのレベルでもきちんと書き込んでいくというふうなことをお願いできればというふうにご考慮しております。それから、連鎖販売取引につきましては、クーリングオフの期間を従前の十四日間から二十日間にお延ばしただけというふうな案として御提案をされております。連鎖販売取引をやっている各事業者の場合には、ある勧誘を受けた人がその実態を理解して、その勧誘のとおりをやってみて、これがうまくいくのか、何か問題があるかということに気づくのに大体一カ月程度の期間を要するものが通例ではないかというふうにご認識しております。そういういたしますと、大体一月やってみて売り上げがどうなっているのかということの締めが来るわけでありまして、その間、努力をして実際に成績が上がるといふか否かということもわかるんではないかというふうにご考慮をいたします。クーリングオフ期間も二十日間でもいいのかどうかにつきましてはお検討の余地があるのではないかとこのように考えております。

それから、今回の改正案ではマルチ商法についての刑事制裁の規定はそのまま、刑罰の重さにつきましては改正の対象になっておられないようであり、マルチ商法の事業者の場合には、警察の摘発を受けても同じようなことを繰り返しているという意味での再犯をやっている者がかなり多いというふうにご聞いております。したがって、

これは刑罰が軽過ぎるという点にもやはり問題があるんじゃないかと思っております。少なくとも連鎖販売取引の刑事責任はもう少し引き上げるべきではないかというふうにご考慮をいたします。最後に一言申し上げたいと思っております。電話勧誘取引にしましてもマルチ商法にしましても、またそれ以外の訪問販売につきましても、消費者センターなどに苦情がたくさん上がって、もの多きがいわゆるクレジットを利用して、それが挙げられております。相談を受けてみますと、被害に遭っている人の多くが大体クレジット契約によって代金の支払いをしているという例が多くなっております。

御案内のとおり、割賦販売法につきましては、訪問販売法と政令指定商品が横並びになっておりませんので、役務や権利につきましては割賦販売法の適用はございません。したがって、訪問法のレベルでは処理ができて、クレジットの法律関係が指定役務、指定権利となっていない関係から、どうしても残ってしまいます。したがって、事業者との間では法律関係が解消されても、クレジット会社との関係では代金の支払い義務は残っていくということになりまして、これではせっかく訪問販売法できちんとした救済を図っても、なかなか実態として被害者の救済ができませんので、訪問販売法だけではなく、割賦販売法の対象にも権利や役務をぜひ入れていただきたいというふうにご考慮をいたします。一言最後につけ加えさせていただきます。

以上、私の意見として申し上げます。ありがとうございます。○委員長(香掛哲男君) ありがとうございます。次に、田中参考人をお願いいたします。田中参考人(田中里子君) 東京都地域婦人団体連盟

の田中でございます。産業構造審議会の委員を務めておりましたので、電話勧誘販売のことについていろいろ協議に参加してまいりました。いわゆるマルチ商法、連鎖販売取引のことについては最後に申し上げますが、なかなかわかりにくい、一般の消費者としては中身を知ることが大変難しいという感じを率直に持ったものです。まず、電話勧誘販売の方からまいりたいと思っております。

御存じのように、国民生活センターが集計した全国の消費生活センターなどに寄せられた電話勧誘販売による苦情相談件数は、平成六年度には二万三千四百五十七件に上っております。昭和六十二年に二千六百六十二件だったものが十倍近くに増加しております。特にこの三、四年の急上昇ぶりは全く目をみはるものがございます。集計によりまして、相談者は、二十歳代が約半数、男性が七割ということがございますが、それ以外の者たちにももちろん被害が及んでおります。でも、多くは社会人になって比較的時間もない会社員が被害者で、彼らの前途を考えまして、一日も早く不当な勧誘の魔の手から避けさせる方法はないかと思っております。

ちょうどこのウイノホールで消費者問題国民会議96中央大会というのが開催されまして、経済企画庁長官を務められて、今、行政改革を担当されております宮崎勇さんが「規制緩和とくらし」という講演をなさいました。その中で、経済的規制は緩和すべきだが、社会的規制は暮らしの中で必要ではないだろうかと話されております。まさに今回の訪問販売改正は社会的規制に当たるのではないのでしょうか。そういう意味では、私も産権審の委員として討議に加わりました上で、当面、被害救済のために一日も早い改正を望みまして、ことしに入ってから議員の先生方にもお願い申し上げます。一日も早い改正案の通過を期待しております。ありがとうございます。

さて、結論を申し上げた後で、苦情例を通して私なりに感じていることを二、三申し上げたいと思います。

何も被害者は若い男性ばかりではありませんで、各年代を通じて男女ともにわたっておりま

第一に申します例は、二十歳代の若い主婦、女性でございませぬ。突然自宅に電話がありまして、一般旅行業務取扱主任者の資格取得講座について勧誘を受けました。とにかく不意打ち性ということがあります。その電話の説明では、まず第一に通産省の認可を受けている。二番目に資格を取れば家にいながら仕事ができ必ず収入になる。三番目にこれからは試験が難しくなるので今が受験のチャンスというふうに言われまして。最後に講座による指導が主であるから安心してぜひ受講してほしいということ強調されたということ

でも、いろいろ聞いてもすぐに契約するのはちよつとまずい、ですから契約は保留にしました。四日後にパンフレットと登録番号が記入された契約書が送られてまいりました。その書面を読んだときに、契約を了承していないのに契約が成立したことになるのに気がつきました。電話のときの説明と違っているのには非常に冷静で、非常に判断力もあり、適切な応対をしているのではないかと推測されますが、電話の密室性というのには、とにかく言わねえ議論になれば、なかなか解決しにくいものがあります。

よく例に引かれます日本語のあいまいさで、断るときに結構私使っておりますけれども、もう結構ですと言いますが、結構ですと言ったときにもなりませぬ、いいですと言ったときは、断るときにはもういいですと言いますた、応諾したような感じを持つもので、それが電

話勧誘販売のときに後々まで大変問題を引き起こしているのだと思います。

彼女は消費者センターに苦情を申し出ましたけれども、多くの消費者は泣き寝入りする場合は非常に多いと聞いています。こういうケースなら、改正案が通りますと不実告知の禁止規定にも該当すると思われまはすし、クーリングオフによって解約することもできるというふうにも考えます。

でも、この場合、私が危惧いたしますのは、書類が送られてきて、本人が契約したと思っていないので、先ほど齋藤参考人がおっしゃいましたように、本人が契約した意思がございませぬ。ほかの郵便物に紛れてつい放置したままクーリングオフ期間がどんどん過ぎてしまわぬだろうかということ危惧するものです。

私は、弁護士会の方でお考えのことなら万全だと思ひますが、間をとりまして、せめて事業者側は書類を消費者が受領したかどうかの確認の電話を入れるということぐらいは当然の責務だろうと思ひます。それでなければ、本人はパンフレットが送られてきたからそのうち見ようということに日にかが経過してしまひます。電話勧誘が本筋で御商売になるぐらいなら、電話をかけて本人に書類が行ったかどうかということを確認するぐらいは大変なやさしいことではないだろうかと思ひまはす、私も審議会の場でも発言いたしまはす。なかなかそのころの合意がいま一つということになっております。

二番目に申し上げますのは、私の知人で四十歳代の女性が英会話教室の電話勧誘を外国人教師から再三にわたって受けました。大変なほど日本語だけれども、何となく魅力もあるというところ、本人は英会話をやってみたいなという気持ちを持っておりましたので、とうとう学校見学に出かけまして、外国人教師とも会い、四十万円です。本人も言っておりましたが、そのときの説明で、月謝と同じに毎月銀行口座から引き落とすんだから安心して下さいというふうに言われまはす

て、二年間の四十万円はよく計算するとそんなに法外なものではないというふうにして契約をしたということですが、最近、更年期障害でどうも体調が思わしくない、学校も休みがちということになりまして、夫の転勤があるや否やというような心配もあり、このままするのと行つてしまつてはどうだろうか心配をしております。学校の定款を見て、中途解約のことは書いてあるかどうかということ聞きまして、中途解約の条項がないということ。クレジット会社とも話をつけるように、まずセンターに相談に行くように言つております。

先ほどいろいろ御発言がございましたように、今回の訪販法の改正には直接該当しないかもしれませぬ。しかし、割賦販売法の今後の問題として申上げておきたいと思ひます。

三番目に、実は私も家におりますと、本当に電話勧誘というのはございませぬ。どういふのがあるかという、私はマンションに住んでおりますので、マンションを買いかえませぬかということ、マンションの販売勧誘、それから先物取引が結構多うございませぬ。とにかく金利が低いから、低金利のときには先物取引をぜひ御検討くださいとそれから、証券取引のことも電話がかかってまはす。

そういうふうになると、これらは指定商品になつておりませぬので、不動産取引でマンションを買うのに電話勧誘だけということはおよそないのでないかと思ひますが、金利の低さを嘆いてはいるお年寄りが先物取引や証券取引でひっかかりはしないかなと心配をしております。

指定商品制というのをとつておりますのは、規制緩和のときに、できるだけ考へ方から始まつておりますが、そういう意味では電話という不意打ち性のもので指定商品になつてはどうかかなどということを考へる余裕はございませぬ。電話の場合には指定商品制ということがないと思ひます。

ではないかと考へます。今回、この問題を出していくと、さきの電話勧誘で実際に被害に遭つておられる方が、そういう意味ではほとんど被害者が増大して被害数がふえるということもありませんので、とにかく今回はそういうことで、電話という非常にいろいろ利用しやすいと、とても簡単に、今普及率が高いものを手段として販売勧誘を行うときの方策というのは、もう少し突っ込んで引き続き検討していただいてもいいのではないかと今思ひます。

それから、それに続いて、実は電話の勧誘販売のときにはとくに氏名を名乗りなさいということが新聞にも書かれております。でも、私が実際に経験して、電話に出たときに齋藤ですとか田中ですとかまず言われまはす、ああ、知っている人かなと思ひまして、あれ、どこの齋藤さんだつたかなと思つておられるうちに引寄せ込まれるということがあります。氏名を先に名乗るといふことはいかかかと。私は、事業者名、自分のところの事業者の名前を正式名称で目的をはつきり言つて、担当の何々ですと個人名を名乗る、目的を告げていくというところは前段で電話をかけたときにやつていただきたいと思ひます。そのくらは常識のことではないだろうかといふふうに思ひます。

先ほど申しましたが、例えば指定商品に入つておりませぬ先物取引とか証券取引の場合でも、とにかく不実の告知をしたり威迫的な行爲を行つたり、そういったことは、今回の改正案に入らなくとも、社会的な責務として大いにこのあたりは電話勧誘販売事業者には徹底していただくことは当然のことだと思ひます。事業者教育であり、消費者の方もなだすかという、電話をかけたところの目的をはつきり聞くというのには当然のことだと思ひます。

ことし一月には、産褥の同じ消費者委員である主婦連の清水鳩子さんと御一緒に早期改正を強く要望した要望書を出しております。あれからもう五ヶ月になつてしまひました。一月の通常開

六

会、早く提出して通してくださいねとしきりに申し上げて、当時は橋本通産大臣でございましたが、橋本総理になりましたし、もう待っていられますよということを書きよは申し上げたいと思っております。

もう一つ、冒頭申し上げましたようにいわゆるマルチ商法、連鎖販売取引のことについてはなかなかわかりにくいんですね。私も本当によく中身がわかかっておりませんが、マルチ商法なんてやらなくてもいいんじゃないのという感じを持っておりまして、衆議院の商工委員会の中では、野田議員さんが、連鎖販売取引には女性が随分多く、まして就職が難しいときで、主婦である者たちが大変利用している、販売員としてやっていると、御発言を拝見しまして、何とか悪い者に引っかけなければいけないということが気持ちとしていっばいでございます。

とにかく、今回、悪質業者については非常に目を光らせる方向でやっていたかという改正になるとは思いますが、私どもも本当にそういうふうないい方向に進んでいくということで改正案に期待をしていきたいと思っております。

クーリングオフ期間も二十日ということで、三十日ということも、多ければいいなと思っておりますが、私が焦点にしております電話勧誘販売を考えると、とにかく今国会でこの改正案を一日も早く通していただくということが当面は必要ではないかと思っております。皆様方の御努力をぜひ期待したいと思っております。

ありがとうございます。

○委員長(香掛哲男君) ありがとうございます。以上で参考人の方々の御意見の開陳は終わりました。

これより参考人の方々に對する質疑を行います。

○平田耕一君 自由民主党の平田でございます。よろしくお願いたします。

一問ずつお尋ねをしたいと思っておりますけれども、石川参考人には、流通というものの将来性につきまして、電子商取引等もいろいろな形で煮詰めたいですか、それに向かつてスタートをされたわけでありませぬけれども、いろいろな形で流通の交革というものに非常な見識あるいはお考えをお持ちだろうかというふうに思っています。

私は、今固まってるわけではございませんけれども、将来五十年、百年、私たちの日本がどんな姿になるのか、どんな国がいいのかといったら、やっぱりできるだけ法律あるいは規制というものは少ない方がいい、そして世の中に訴訟というのにはできるだけ少ない方がいい。物質的にも精神的にも本当に豊かな生活をするためには、そんなふうなものがないんじゃないかなとおぼろげながら思っておるわけですが、流通につきましても、メディアがどんどん発達するにつれてやっぱりそれと追っかけていって法律をつくっているようではいけませんので、将来の流通の姿というのを見通していかなくやいかぬだろうと思っております。その辺の流通の将来というもので、電子商取引も含めた形でお考えがあればお聞かせをいただきたい。

それから、齋藤先生には、豊田商事の弁護団の顧問をやられておることでございます。本当に大変な経験がござらうというふうに思いますが、そういう被害に遭った方というのは例えは何らか共通するものがあるのかないのかとか、そういう形の被害に遭わないようなことにするにはどうすればいいのかなど。法律で規制するということじゃなくて、消費者の側からこういうことにもっと国としてPR、アピールする必要があるよ、あるいは教育というのはいかがいふふうにあるべきではないかなという、その豊富な経験を通じて、豊田商事の被害者の一貫性というか、そういうことがあればお聞かせをいただきたいというふうに思います。

それから、大変長い間ボランティアをされておられます田中参考人には、女性の社会進出、石川

参考人のお話の中ではそれに伴って通販がふえてきたということでありませぬけれども、その辺で現状の女性の社会進出というのは田中参考人の目で見られてどんな程度なのか。将来ももっとそれとそれを促さなきゃいかぬよとか、あるいはこの程度でいいんじゃないかとか、その辺の女性の社会進出につきまして御意見を拝聴したいというふうに思っています。

以上、どうぞよろしくお願いたします。

○参考人(石川博康君) 今、先生からお話がありましたように、流通は非常に変革をしております。特に、従来、流通の世界は店舗、百貨店を中心といたしまして、店舗ではスーパー、それからコンビニエンスストア、そのほかいろいろな形で店舗展開がされておるわけでございますけれども、戦後流通の発展の軸はモーターゼーションにあったんです。ですから、最初のうちはどうしても都会の中心の百貨店、これが中心でございました。それがスーパーストアになり、モーターゼーションの発達とともに郊外へ出ていって、スーパー、それからその後は大量のデイスカウントストア、こういう店舗が郊外に出ていって発達してきた。ところが、モーターゼーション全体の波がここ

のところへ来て大体なだらかな伸びになってきた。言ってみれば、大体一家に一台以上の車というふうなことになる。今後はどういふものが小売業の発展の軸になるか、こういうことでございます。その軸になるのはコンピュータじゃないか、こういうふうに見通しております。

最近の新聞にも出ておりますが、昨年度七百五十万台のパソコンが販売されております。特にウィンドウズ95を契機といたしまして、大変パソコンが各家庭にも、今までは大体事業所だったわけでございますけれども、各家庭にも入り込んでおります。そして、そこで行われるのはインターネットや電子ネット、ニフティ、PC-VAN、こういう中でホームページが開かれて、今

ショッピングモールが開かれております。私もここにショッピングモールを出しておりますけれども、まだまだ商売にはなっておりませんが、これがインターネットの中で電子決済ができるようになりまして世界的にあつという間に瞬時に商売が成立する、こういう時代が来るんじゃないかと思われませぬ。

小売業の将来の発展の軸がパソコンになるんじゃないかという、この見通しは一つの見方ではないかな、こういうふうに思っております。

○参考人(齋藤雅弘君) 豊田商事の被害者についての御質問であります。お答えとしてきちんとしたお答えにならないかもしれませんが、一言で申し上げますと、正直申し上げて豊田商事の被害に遭った方につきましては、先生の御指摘のような教育やその他の方法による手段では恐らく被害に遭うことは防げなかつたろうというのが正直な印象でございます。

これはどういふことかといえますと、大きく分けて二つ問題があります。一つは、そういう被害に遭う一つの社会的な実体というんですか、人たちがやっぱり現実存在をしておるということ。そういう意味では社会的な弱者ということもありません。これは老人問題でもありませんし、社会問題でもありません。地域問題でもありません。ちよつと具体的な中身につきまして申し上げる時間ありませんので、割愛させていただきます。

もう一つは、いかに防御をしたところで、それを上回るセールステクニック、それから勧誘の方法、もうちよつと言いますと、商品先物取引などの被害例を御紹介すると非常にわかりやすいんですけども、人を落とす方法、テクニックというのは幾らでもあります。例えば大学の先生だろが銀行の支店長だろが一部上場企業の部長だろが、今三人申し上げましたけれども、いずれも私の依頼者です。商品先物取引の被害者です。こういう人たちが落とすためのテクニックというのはあるんです。正直に言いますと私が優秀な外務

員になれるぐらい、数多くやっていますと云うほどというふうにお聞きする方があります。

したがって、事業者側、特に悪徳業者の側はそういうテクニックを磨いて開発をして、それで消費者のところに来るわけでありまして、正直申し上げてそれは事実上不可能に近いという結果論で受け止めて、被害に遭った人にとっては不可能に近いということが言えるんじゃないかというふうに考えます。

先生の御意見、確かに規制は少ない方がいい、訴訟は少ない方がいいという、どうも私どものような弁護士の仕事がなくなってしまうのでちよつと危機感を感じますが、御指摘のとおりでありますけれども、やはり社会の一番の基本となるところは残さざるを得ませんし、規制を少なくしていくということにつきましては、十九世紀的なレッセフェールに戻せということこれはやはり大きな間違いでありますので、あと数年で二十一世紀ですので、二十一世紀の時代に適合する考え方を本当に政治に携わっている先生方にきちんと御議論いただければと思います。

一言だけ申し上げますと、規制という言葉の厳密な定義を今なされておられないで議論がされております。特に規制緩和の議論について法律学者が入っておられないことは、私も弁護士としての立場から見ると非常に危惧を感じます。それぞれの方々が自分のイメージで規制という言葉をお使いになつていらつしやいます。社会的規制や経済的規制というふうに分法というのが非常に通用されていくように思いますが、これも必ずしも固まった考え方はありませんし、そこはきちんと御議論いただく上で規制を考えていかなきゃいけない。

そういうふうな考えをいいますと、豊田商事の被害者に返りますが、必要な規制というんですか、これは社会的な一つの基礎というんですか、そういうやはり必要最小限のものはきちんとお決めいただくことが先ほど申し上げたような被害の根絶につながっていくんじゃないかというふうに

考えます。

最後に一点だけ。私も通産省のEDIの研究会のメンバーなんですが、同じようなことが通信手段を使った取引の場面でも起きてきております。コンピュータメーカーのコーポレーションにありまして、お父さんがコンピュータをいじれなくて非常に困っている、会社の中でコンピュータを使えないやつは、おまえは首だと言われ、こういう時代であります。コンピュータリテラシーがある人となない人が階層分化をしてきている時代です。この階層分化をしていくと、コンピュータリテラシーのない人に対しては、こういう先端的通信手段を使った取引というのが非常にそういう意味では社会的弱者になり得るということになります。

したがって、電話勧誘についても同じなんです。やはりそういうものも見通した上で法的な規制とか法的な整備をせひきちんとおやりいただきたいというふうに考えますので、その本当の第一歩として今回の訪販法改正案も評価をしていただいで、御審議いただければというふうに考える次第であります。

○参考人(田中里子君) 女性の社会進出というのはこれはもう進んでいくと私は思います。職場進出の中ではなかなか壁が厚く、思うような結果が今出ておりませんが、そして事業者、雇用者側の方も不況になると安く済むパートにどうも移行しがちであるということも出てきております。切られるというのも女性に多く出てきておりますので、こういうやはり不公平は一日も早くなくして、女性の本来の能力というものをぜひ認めていただく二十一世紀を期待しております。

一方、社会の地域のボランティア活動、いろいろさまざまございます。この方は女性が随分大きな分野を担っておりますが、むしろこれこそ男性に大いに進出していただきたいと思ひますし、リタイアした後でなくても、このごろは週休二日制も多くなつてきておりますので、ぜひ地域活動に参加していただきたい。

そういう世の中というのを二十一世紀に実現していければ大変夢も膨らんでいきますと思ひますので、ぜひそういう方向に御尽力いただければと思ひます。

○平田耕一君 ありがとうございます。前段のお話といた、私の質問につきまして大変懇切にお答えをいただきました。本当にありがとうございます。

以上で終わらせていただきます。
○荒木清寛君 平成会の荒木清寛でございます。先ほど参事人にお尋ねします。

先ほど参事人のお話で、電話勧誘取引につきましては指定商品制ではなくて、一律の全面的な規制にすべきであるというお話でありました。あるいはワラント等の取引などについてもやはり規制の必要があるというお話でございましたが、この点につきまして石川参事人としてはどういうお考えでございましょうか。

○参考人(石川博康君) 指定商品につきましては、確かに申し上げるとおり、私なんか家におりますといろいろな電話がかかってきまして非常に困ることが多いのでございますが、ただ全商品に指定商品を外して、全部が全部この訪販法の傘下の中に入れてやるというのはいかがなものかという気がいたします。

やはりいろいろこれはほかの、他業法もあるわけでございます。そういう意味でいけば、一つ一つこういう問題が起こったときにその商品をどうするか、こういうことで御検討を賜ればよろしいわけであらうかと思っております。現在の指定商品の範囲の中で問題のあるものはすべて大体カバーされておりますので、私はこのままでよろしいんじゃないかな、このように考えております。
○荒木清寛君 同じ件を田中参事人にお尋ねします。

先生は産権審の委員でもあらまされて、この議論に参加をされておったわけですが、先ほどのお

話を聞きますと、規制緩和等の関係もあつて、一律規制ではなくて指定商品制になつたんだというように理解しましたが、議論はそういう経過もたつたわけでございますか。

○参考人(田中里子君) 随分長い間指定商品制がいいのか、全部に網をかけるのがいいのかという議論はもう訪販法の初めからずっと続いております。私も一消費者とすれば、事業者もなかなか頭がよございまして、次々指定商品でないものをねらつていくということはよくあります。そういう意味では、指定商品制でないということ非常に期待していただことも事実でございます。

ただ、今のこういう世の中になつてまいりますと、非常にその規制をすることの難しさというの一方にございまして、指定商品制をとつた場合にすぐに対応できる体制というのが次善の策で要望をしてきたというのが事実のところ、なかなか思うようにいっていないということなんです。ここで指定商品制を廃止して、全部に網をかけるということができるのかどうかと現実的に考えると、非常に難しいのではないかとこの議論を有効性のある方に移してしまふので、指定商品制のことがそのまま残つてしまふという、私も痛しかゆしというところで、悩みは深いところなんです。今本当に外すことができればいいところなんです。今本当に外すことができればいいところなんです。今本当に外すことができればいいところなんです。

○荒木清寛君 そこで、参事人にお尋ねしますが、現行の訪販法の指定商品制につきましては、いわゆる被害の救済の後追い行政になつてしまふという批判があるわけですね。ただ、実際指定商品がもうかなりの数ありまして、ほとんどのものが含まれているという意見もあるわけですが、実際この指定商品制になつていくことによつて被害が救済されなかつたというような事例はありますか。

○参考人(齋藤雅弘君) 幾つか先ほど御紹介を

させていただきましたが、やはり不動産の取引、それから金融的な取引、証券の取引、商品先物の取引、それからそれ以外に幾つか悪徳商法として警察の摘発などを受けていますけれども、いわゆる預かり商法的な、具体的な名前を挙げますと、例えば「ティビシー」という神奈川県警が摘発をした出資法違反の事件なんかもあります。

それから業務になりますと、かなりいろいろな業務取引が電話の勧誘によってなされているものがありますし、電話勧誘に限らず訪問販売形態でも業務取引について、ちょっと今具体的に名前まで挙げ浮かんできませんけれども、被害の例として挙げられてきているものもあり聞いておりますので、やはり現在指定されているものだけで九〇%というか、九割方というんでしようか、そこまでカバーできているかという、必ずしもそうではないかというふうな認識を持っております。

○荒木清寛君 次に、電話勧誘のクーリングオフの始期、それにつきまして石川参考人にお尋ねいたします。

先ほど齋藤参考人の御意見としては、電話勧誘の特性からすれば、消費者が書面を受け取って何か積極的なアクションを起こした時期をクーリングオフの始期とすべきである、決してそれは業者にとっても過重な負担ではないはずだという御提案でしたが、この点に關しましてはどういう御意見をもちですか。

○参考人(石川博康君) 基本的に商取引でございますが、個人の意思で決定するのが商取引でございます。そしてその契約は、確かに今回のこの措置によりましてクーリングオフを設けて弱者を救済していくということは大変結構なものでございますが、中には大変悪い人も非常に多くございまして、このまま署名をして、そしてそれが到着したのが契約のスタートだということになりますと、これはもう悪い人は商品を受け取って契約をしないですつとそのままほうっておく、こういうふうなことになるかかわないわけでございまして、

そういうことから現段階におきましては契約書の到達日、この日を開始時期というふうにして今この法案ではなっておるわけでございますけれども、私はそれで適切ではないかな、こういうふうにご考慮しております。

○荒木清寛君 次に、齋藤参考人にお尋ねいたしますが、割賦販売法につきましては、指定商品の中には業務提供あるいは権利の売買は含まれておりません。その点についての不都合は先ほどお話しになりましたと思いますが、ただ衆議院でも随分問題になりました。通産省の答弁としましてはこういうことなんでしょう。要するに、そういう業務取引あるいは権利の販売についてはクレジット契約が利用された場合、そういう場合には販売事業者との間でクーリングオフができる期間はクレジット会社も代金の支払いは普通はしないんだ、あるいは事業者との間の契約がクーリングオフされた場合にはクレジット会社は代金を返してもらっている、そういう意味で実際の被害の事例というのは承知しております。そういう答弁をされているわけですね。

実際、指定商品の中に業務あるいは権利が含まれていないことによるクレジット契約の不都合といえますか被害、そういうものは発生していないのでありましようか。

○参考人(齋藤雅弘君) 申しわけありませんが、事実認定というが事実認定が全く逆でありますので、ちょっとそこは意見としてはやはりそういう被害例があると言わざるを得ないというふうにも考えています。

それから通産省の方の御答弁、確かに訪販法上のクーリングオフ期間内にクレジット会社を立てかえ払いすることはないからいいということですが、必ずしもそうではありません。

それからもう一点ですが、事業者と消費者の間で契約の解除にしろ契約の処理が済めば代金を返してもらえらるということですが、これも少なくとも私自身、こういう消費者相談に応じている全国の弁護士のいろいろな相談事例などを見る限りはそうではない例の方が多いと思います。

それからもう一つ重要なことは、特に悪質の事業者の場合ですと、大きな問題になって多数の被害が出て、例えば苦情が集中して訴訟になったり、場合によっては警察の摘発などになりますと倒産をしようということが多いですね。そういういたしますと、もう当事者能力がなくなつてしまします。消費者と事業者との間で話がついても、クレジット会社と事業者の間で処理をしてくれて代金の返還が受けられるかということになるとこれはもう不可能と言わざるを得ません。そういう例もかなりあります。

したがって、事実認定の問題として、やはりそういう訪販法のクーリングオフの適用があつても割賦法のクーリングオフの適用がないことによつて、消費者側が立てかえ払いのクレジットの代金の支払いをクレジット会社に法律上強制されるという例があるというふうな申し上げられると思ひます。

○荒木清寛君 引き続き、齋藤先生にマルチ商法についてお尋ねしますが、先生はいわゆる全面禁止論ということですから、よいマルチ悪いマルチという言い方をした場合、よいマルチというものは実際はあり得ないんだ、そういう認識でよろしいでしようか。

○参考人(齋藤雅弘君) 私は、区別はできないと考へております。マルチ商法の本質からいって、やはりこれは社会的な非難を受ける商法だということに考へております。

○荒木清寛君 そこで、この点もよく議論になるわけですが、政府側の答弁としては、全面禁止にした場合には、当然刑罰で処罰をするということですから、罪刑法定主義の問題がある。ですから、非常に厳格な法律になつて、かえつて規制が狭くなつて脱法行為がふえるんだ、そういう難しさもあるということなんでしょう。この点、何かよいお考えありますか、こうすれば全面的な規制ができるんだというふうな対策といひますか、そういうものを弁護士会なり先生なりでお待ちで

しようか。

○参考人(齋藤雅弘君) 我が国の法律で一つ例を挙げれば、無限連鎖防止法が類似の組織で全面禁止をしているわけですが、一つはシステム全体をどうとらえていくかというところと法律構成の問題としてどのように考へていったらいいかということ、もう少し研究をすればある程度、今よりはつきりした形で全面禁止の構成要件が構成できるんじゃないかというふうにご考へております。

それから、荒木先生御指摘のとおり、確かに構成要件の明確性からすると範囲が限定されませんが、その周辺の部分が落ちてくるんじゃないかというところは確かにそのとおりであります。それは立法技術的にいいますと、刑事的な規制に限らずその周辺部分をまた別途規制をかけていくというんですか、被害者の救済を図っていく方法は十分あるんじゃないかというふうにご考へております。

その一つとして、今回の改正について我々が申し上げております開示を徹底させる、危険の認識を消費者にきちんとさせるというふうな観点でやつていけば、要するに入口の段階で消費者に注意をさせるということにもつながりますので、こういう方法をもう少しきちんと整備をしていけば、周辺部分についての被害もなくなるのではないかと考へております。工夫の余地はあると思ひますし、引き続き私も勉強させていただきます。

○荒木清寛君 最後に田中参考人に、生活者の政治ということが言われて久しいわけですが、参考人の立場から見ると今の日本の消費者行政あるいはそれをめぐる法律の現状をどのように評価されておりますか。

○参考人(田中里子君) 確かに、消費者行政というのは国の消費者行政も地方自治体の消費者行政においても相当格段に進歩、充実してきたというふうな考へますが、まだまだ問題は非常に残つておると思ひます。

それは、今度の訪販法の改正もそうですし、この前、私、参考人で伺いましたPL法につきましても今後見直ししていくという、そういうものについて消費者側の、むしろ消費者団体の方がいろいろ意見を言っていく段階になってきたのではないだろうか。私も、いろいろ法律についてこれからどうしていったらいいかということについては、専門的な勉強もしながら、先生方の御理解を得て、こういう部分を改正するということについてもできるだけ積極的に活動してまいりたいと思っております。

それと同時に、情報公開法もこれから法案が提出されていく時期になってまいりますと、情報公開というのはいろいろな意味で消費者行政にも大きくかかわってまいりますので、そのあたりのことについてはどういうふうにも私も考えていたらいいか。目下、情報公開法案に向けて消費者側としては市民ネットワークというのをつくっておりまして、そこで意見の取りまとめをしながら法案づくりに反映させていきたいというふうな運動を開始しているところでございますので、今後とも国会という立法府において消費者側の意見を十分に聞く機会をお持ちいただくようお願いをしたいと思います。

○荒木清寛君 終わります。

○齋藤勳君 社会民主党の齋藤勳と申します。どうぞよろしく願います。きょうはありがとうございました。

石川博康参考人にお伺いさせていただきます。社団法人日本通信販売協会とありますが、社団法人日本訪問販売協会と何が業務上御関係があるのかどうかということ、それからそれぞれの協会に重複して加盟されているような事業者があるのかどうかということ、それから石川参考人の方の通信販売協会とございますけれども、役員等に政府の元お役人さんとかあるいは金融機関からの、元銀行員だったとか、金融機関の関係のそういった方が役員でいらっしゃるのかどうか、組織については、資料等以外にその点について教えていただければありがたいと思っております。

○参考人(石川博康君) まず、訪問販売協会との関係でございますけれども、そう親しい関係というまいし、お互いに連絡をしょつちゅうり合っているという形ではないと思っております。重複加盟者があるかという御質問でございますが、何社かございます。例えば丸八真綿さんという会社があるわけでございますけれども、これは丸八真綿さんは最初に訪問販売協会に加盟されておられて、その後ある企業を合併しまして、そして現在マルハチさんという名前での両方の協会に加盟しているというふうな例はございますが、そうたくさんあるということではございません。あと幾つかの社があるかと思っておりますが、私は現在の数字を持っておりませんので、多少あるという程度に答えさせていただきますと思っております。

それから、組織上の件でございますけれども、私も通産省の管轄下でございますが、私も来ていただいておられますのは、現在事務局長をやっておられる方が自治省だったと思っております。そのほかの方はいらっしゃいません。○齋藤勳君 先ほどの御説明の中で、平成八年度でトラブルの、トラブルと申しますようか苦情処理が二千九百五十一件ありましたと。一〇〇％解決をされているということでございますが、この二千九百五十一件の分類について、どういうような内容で苦情が申し入れられたのかということについてお尋ねをしたいと思います。

そして、今回改正に当たりまして幾つか資料も議会の方にしておりますが、無店舗販売全体に占める電話勧誘の割合というのは、一番高いのが訪問販売、そして電話勧誘、そして通信販売という、こういう順序でございますが、圧倒的に訪問販売、電話勧誘というのが多いわけですね。この通信販売協会のいわゆる取引の手段として、はがきとかそれからいろいろ売買が締結される具体的な手段があるかというふうな思っています。

も、この販売協会の中で電話勧誘についての程度されているのか、そういった事業者の内容については把握をされているのかということ。そしてもう一つ、非常に多額な売り上げをされているわけでございますが、参考までにお伺いしたいのは、メディア、いろいろ週刊誌あるいは新聞、それからチラシとかテレビ等もあろうと思うので、それらも、そういう分類別のどのような対象の売り上げが高いとかそういうようなことについても分析されているのかについてお伺いしたいと思います。

○参考人(石川博康君) ちょっと訂正をいたしまして。先ほど自治省と申し上げましたけれども、私の記憶違いで、総理府であつたかと思っております。総理府から一人今事務局長にお願いをいたしております。

次の御質問でございますけれども、取引の手段でございますが、現在、先生御指摘のように、私も基本的には広告によって知らしめて、その広告によつてお客様から申し込みを受けて成立する、要するにテレビ、それから新聞折り込み、カタログ、いろんな各種の手段でまずお客様に広告という形で知らしめて、そしてお客様からの注文をいただいて初めて契約が成立する、こういう形が私どもの通信販売のあり方でございます。この点が今問題になっております電話勧誘のやり方と違つて、こういう点が指摘されようかと思っております。電話勧誘の場合には各家庭に入り込んでいく、そしてそこで契約を成立させる、こういう意味で大きく違つております。

今御指摘の、私も通信販売におけるはがき及び電話の契約のあり方でございますけれども、業界全体のことにつきましては私ちょっとまだ全体を把握していませんが、例えば私どもの会社で言いますと、約七〇％が電話でございます。残り三〇％がはがきでございます。これは、私どもは実はテレビ局からスタートしてテレビでやっておりますので、どうしても電話が多くなりまして、これがカタログからスタートした会社でございます。

いますと、逆にはがきでのお申し込みが圧倒的に多くなる、こういう形でございます。また私は業界全体がどういうパーセントになっておるかということも把握していません。

それから、取引全体がどういうようなパーセントになっておるかということもございませうけれども、現在の通販協会が一番大きいメディアはやはりカタログ販売でございます。カタログ販売が圧倒的に多いでございます。その次が新聞折り込み、そしてその次ぐらいいテレビの通信販売が最近非常に伸びてきている、こういうことが言えようかと思っております。それ以外にラジオの通信販売、それから直接ダイレクトメールで送る販売、そういう各種の手段を使つて販売をしておる、こういうことでございます。

○齋藤勳君 齋藤雅弘参考人にお伺いさせていただきます。そしてまた田中参考人にも関連してお伺いさせていただきます。

いわゆる連鎖販売取引でございますが、昨年の十二月の末でございますけれども、東京地裁で、連鎖販売取引に該当するところがあるということ、実はあつた出版社等に対して出版物の頒布禁止の仮処分を求めた、こういう事件がございまして。これは、日本アムウェイという会社が実は提訴しているわけでございますが、地裁の方でそれなりの判決が出て、今アムウェイの方が司法判断はおかしいのではないかとということで高裁に提訴しているわけでございます。この株式会社アムウェイは連鎖販売ではない、連鎖販売取引をしていませんよということと今日までずっと来ているわけですが、東京地裁ではそうではないという、そういうことが明らかになっております。

時間の関係がありますから、これらにつきましては内容についてはやりとりをすることができないわけでございますが、齋藤参考人、そして田中参考人、株式会社アムウェイのいろいろ消費者からの苦情、被害等についてのそういった申し出、内容までは時間の関係でできないかもわかりませんが、この裁判との関係も含めまして、御意

見も含めまして、株式会社アムウェイと消費者との関係についての実態等について、おわかりでしたら教えていただきたいというふうに思っています。

○参考人 齋藤雅弘君 私もその裁判の例は存じています。お役人の答弁ですと訴訟中ですから答弁を差し控えていただくということになるんでしようけれども、私、個人的には、非常に形式的にとらえていけば、この訪問販売法が現在規定をしている連鎖販売取引に該当するかどうかということについては、該当しない場合が多いんじゃないかと思えます。先ほど私の意見の中で申し上げましたように、例えば特定負担をどういうふう

に授受をしていくとこの連鎖販売取引の定義に該当していくかということの擬律、もうちょっと言いますと、私も日弁連が言っている時間的な拡張ですとか特定負担の内容まで踏み込んでいきますと、やはり該当する場合も出てくるし、むしろ該当すると言える場合もかなりあるんじゃないかというふうに考えざるを得ないと思っています。

具体的に、この訪問販売法に規定する連鎖販売取引に該当するかどうかという非常に厳密な法律判断をちょっとおいて考えまして、いわゆる勧誘を受けた人、もしくは加盟した人、加入した人からの苦情相談や苦情の訴えはどうかということでも考えますと、やはりこれはかなりあります。ただし、別にこのアムウェイに限りませんけれども、連鎖販売取引の非常に難しいところは、中間や末端にいるある人が、私はこれは困るからやめたい、もしくは本部やその上の人に対して損害の賠償や商品の返還をするからお金を返してくださいということをやりますと、今度はそれに関連している人たちから寄ってたかって、あなたそんなことすれば、私の担当している地区の売り上げが落ちる、責任をどうとってくれるんだというような話が出てきたり、要するに抜けさせてくれない。それを無理して抜けると人間関係上非常にまずいことになったりします。

特にアムウェイという具体的な業者というわけではない、この連鎖販売取引が今どうい

うところで問題になっているかといえますと、例えば大きな集合住宅、団地ですとか大きなマンションの中の一棟全体とか、街区全体の中でこれが広がっている。結局、御近所づき合いの中で広がっていきまますから、私一人抜けたと言えないですね。それから、最近よくある例で、PTAのお母さん、お父さんは少ないのでお母さんの方で、ちょっと元気のいいある人が始めますと、私抜けたと言いますと村八分になる。これは学校のいじめと同じなんですけれども、人と違つてやってノーマンと言ったり、私はやらなと言えないんです。そういう深刻な問題が出てくるということ

です。それから、やめたいとか被害の訴えをしたいといつても、なかなかできないような環境やそういうアクションを起こされるということもあって、弁護士や消費者センターに対してきちんと苦情を言つてこられる方の数というのは割合としては非常に少ないと思えます。その中でもやはり苦情が来ていますので、もっと全体を通じて見るとかなり潜在的な問題として抱えていらっしゃる方がたくさんいるんじゃないかというふうに私は思っています。

○参考人(田中里子君) 私も、もう少しちゃんと聞いてくればよかったと思うんですが、ちょうど昨日、私の団体の副会長の友人がまさに何か満中

にいるということに非常に困っている、どうしていいかわからないということの訴えがあったというところまで聞きました。そういう意味では、掘り起こすと割に周辺にその気になれば被害事例などが集められるのではないかとこのうに思いましたが、何しろきのうきょうのことのござい

したので、その辺きちんと把握してこなかったことをおわびしたいと思えます。

でも、これからも続きますので、意外に相当数の関係者がいるのではないかと感じがいいたしておりますので、引き続き調べてみたいと思

す。ありがとうございました。

○山下芳生君 日本共産党の山下です。まず、石川参考人にお尋ねします。

アウトサイダー問題ですが、通産省の資料によりますと、平成七年度の消費者相談案件における業界団体非加入業者、アウトサイダーの割合は、電話勧誘販売においては企業名がわかっているうち九九・四％、ほとんどすべてということになっております。協会加入業者ははじめに商売をなさっているのにアウトサイダーの悪質な商法のためにあらぬ誤解を受けたりされるなど、言うならば協会もそういう面では被害者という側面もあると思うんです。

お話では、貴協会ではアウトサイダー説明会なるものを行っているということですが、それはどういうもので、それで効果があるのか、あるいはもっとほかにこういう対策が必要じゃないかというところがあればお話し願えますか。

○参考人(石川博康君) 説明会でございますけれども、全国で九カ所やっております。九カ所とい

いますと、東京と大阪が二カ所ずつでございますから、残りは北海道、仙台、広島、福岡というような大都市でやっております。ござい

私どもは、先ほど申し上げましたように、広告媒体で業者を認知するわけでございますから、認知した業者には必ず案内を出しております。したがって、折り込みとか新聞とか雑誌とかテレビとかそういうところで認知をした非加盟者にはこちらからお知らせをして、何月何日にこういうところ

で説明会をやるからそこに参画してほしい、こういう形でお知らせをしております。そういうことで認知できない業者はなかなか認知できませんので、これには出せない、こういうところ

もござい

ただ、おかげで最近はこのJADMA、日本通信販売協会の認知度が高まりましたので、こういうところをござい

を知らせてくれる場合もござい

本で行われている通信販売の広告をしているものについては最大限その情報をとるようにして、そのアウトサイダーの業者には説明会に来るようにということの通知を出すように努力をしております。

○山下芳生君 それで、どのぐらいのアウトサイダーがそういうことを通じて入つてこられるんでしようか。

○参考人(石川博康君) 現在、通販業者の数のとらえ方がなかなか難しいのでござい

ます。全国に約二千社ぐらいあるんじゃないかと言われておるんです。先ほど申し上げましたように、現在正式加盟社が二百七十数社でござい

ます。ただし、それ以外に私どもは現在、準加盟社という形をとっております。準加盟社を数で申し上げますと、先ほど申し上げましたように正会員が二百七十五社でござい

ます。正会員になるのは、これからはちよつとまだいろいろ問題があるよ、これから指導をして正会員にしていく、こういう準会員社が四十九社ござい

ます。そして、賛助会員社は百七十六社で計五百社が私どもの会員になっておりますが、この準会員社というのは、まだ通販協会の正会員にするのにはちよつと不安だけれども、一たん準会員として入れておいて教育をして正会員にしていく、こういう努力をしておる

ところでござい

この悪徳業者といましようか、こういう方は、さつき申し上げましたように年間九カ所で行

るような説明会をやつて入るように説得をし、かつまた努力をしておるんですが、悪いやつほどよく逃げるといましようか、大変難しいところで実は困つてお

ります。どうもありがとうございました。続いて、齋藤参考人にお尋ねします。クリーニングオフの始期についてですが、石川参考人の御意見ですと、利用者には悪い人がいる、電話で契約をして商品を受け取つたまま書面を返

送しない、こういう場合は業者に不利になるとい
う御意見だったと思うんです。齋藤参考人は、そ
ういうリスクは負担して当然だという御意見だっ
たと思うんですが、そういうことに對してリスク
は当然だという理解でよろしいんでしょうか。

それから、そういうリスクは当然だというだけ
ではなくて、業者としてそういうことを防ぐよう
な何らかの手立てはないものかどうか。例えば書
面が送付されてから商品を送送する、そうすると
電話での契約という点でメリットが少なくなるの
かもしれないが、例えばそういうことも含めて
業者の側としてとるべき手だてというのは何か
いか、御意見お願いいたします。

○参考人(齋藤雅弘君) お答えを先に言っていま
されたような感じなんですが……

ですから、クーリングオフの始期との関係で法
定書面が送付されるわけですけれども、その段階
で一緒に商品を送ってしまうからなんです。ね。
やっぱりリスクがあると感じれば、それは事業者
の側としては商品を送付しないはずであります。
商品を送付するということは、消費者側の利便も
あるという考え方もありますけれども、事業者側
から見れば契約を早くしてもらって、取引の期間を
短くしてもらおうということでお送りになるわけ
ですけれども、それはやはり事業者側のメリットで
もあるわけでありまして、そのために自分の方の
リスクで商品をお送りするわけです。これは代金
の決済を受けないうちに商品を先に送るといふこ
とですから、決してクーリングオフだけに限ら
ず、隔地者間取引といえますけれども、通常のこ
ういう人が相対じゃなくて離れている間の取引の
場合には当然伴ってくるリスクですから、やはり
それはクーリングオフの始期の問題に絡めてその
問題だけでとらえるからおかしなことになるん
であって、むしろやはり商品の発送をどの段階で
するのがいいのかというところは、これは事業者側
のリスク管理上の問題として考えるべきじゃない
かと思えます。

それから、事業者側の負担と申し上げましたけ

れども、石川さんからいろいろ御説明いただいて
議員の先生方もおわかりでいらつしやると思いま
すけれども、あくまでもクーリングオフの適用に
なるのは、事業者の側が積極的に電話という手段
を使って勧誘をしてきて、その後の取引の問題で
あります。

通販協の方のお仕事としては、先ほどの統計数
字からもおわかりのように、あくまでも消費者の
側から積極的な契約の申し込みを受け付けてそれ
に對して契約を締結していくというような取引の
形態であります。むしろ石川さんの方の加盟され
ている事業者の方々はそのクーリングオフの
規定の適用を受けるような商売の形態になっ
ていないわけでありまして、あくまでも私ども
が指摘しているような方法で、みずからお客さん
を引張り込む、取り込むという形で電話という
勧誘手段を使う以上は、それに伴うリスクは事業
者の方で負担していただくのが公平ではないかと
、こういう指摘でありますので、そのところは
はちょっと区別がややこしいかもしれませんけれ
ども、意識をして御理解をいただければ御納得
いただけるんじゃないかというふうに考えておりま
す。

○山下芳生君 田中参考人にお伺いします。

電話勧誘販売の相談者の典型というのは、参考
人も御指摘あったとおり二十歳代、これが半分、
それから男性が約七割の給与生活者ということ
で、比較的社会人になって日の浅い会社社員が典型
的な被害者像ということですが、こういうことにな
っている背景あるいは根拠、何かお感じになる
ことがあればお願いできますでしょうか。

○参考人(田中里子君) さあ、どうなんでしょ
うか、私どもの身近にいる男性に余り被害者がござ
いませぬのですが……

被害を受けた人たちというのは、やはり職場に
電話がかかってくるというところが非常に一つ
ネックではないかと思えます。職場にかかってくる
ですと、職場にかかっても、こんな電話があつた

と、いろいろ訪販の勧誘で電話がかかる場合もあ
りますけれども、割にオープンにしてしまいま
すので、本当に断るのも簡単に、みんなのいる前で
こうこうと言って断りますので問題はありませ
んのですが、大勢同僚がいて、仲間がいて、それ
でかかってくるよときの応対というのはおのずと、若
い人たちの会話の中ではなかなかきかちとした断
り方を身につけていないのかなと。教育の問題と
言えるのか、それとも最近の男性はなかなかあ
いまいさが多いのかなという、そういうことも家
庭教育の問題もあるかもしれないけれども、い
ささかびつくりしているというのが本当でござ
いまして、若い男性がそんなにはつきり断ってい
ないのかなということに驚かされております。その
程度しか存じておりません。

○山下芳生君 終わります。

○小島慶三君 きょうはお三人の方、わざわざお
忙しいところありがとうございます。

私ちょっと伺いたいのは、お三人にお伺いした
いんですけれども、電話勧誘の問題でございま
す。

私は、電話というのは通信とは違ふと思うんで
すね。通信の場合には一日に一回か二回、ポスト
にとりに行けばいい。電話はそうでない。一日何
回でもかかってくる。その場合に、やはりどこに
いても電話をまずとりに行つて電話機を取り上げ
なきゃならぬというアクションが必要である。一
日仮に十回かかってくるというしますと、これは
私の家内の説なんですけれども、三分の二は広告
電話、電話勧誘であるというわけでありまして。そ
うしますと、一年に三千六百回のうちの二千五百
回は電話勧誘のために立たなきゃならぬという、
大変なこれは一種の被害だと私は思っております
です。ですから、そういった電話暴力といいま
すか、それに類するようなものをどの辺まで一体認
めていいのかがというのが大変問題であると私は
思っております。

かかってくる電話の一番多いのは何かといった
ら、かみさんに言わせるとお墓だと言っています。

これは、確かに私の年齢から見てもかけてくるん
でしょう、これは頭にくる。その次はマンションで
あり、それからゴルフ場であり、株であり、それ
から先物取引であり、アメリカあたりの厨房製品
であり、綿製の立派な掛け布団とかそういうもの
の、それから小学生がいれば塾に對するあれと
か、あるいは教材だとか参考書とか、とにかく森
羅万象切りもないものが電話という媒体を通じて
されてくるということなのであります。やはり
これは少しオーバーに電話というものが使われ過
ぎている。コミュニケーションの手段であります
から、そういうものが余計かかってくれば一般の
必要な電話の邪魔にもなりますし、何かさうい
う点で電話と通信というのは区別した方がよろしい
というふうに思っております。

それで、そういう点に關しまして、先ほど齋藤
先生から、ドイツは電話の勧誘を禁止している
というお話があつたようなのでありますけれども、こ
の点、日本もこれからの話でございましてけれども、
これは一体禁止ということではできないものか、そ
の辺についてもどうしても禁止が定めなければ時
間を区切つて認めるというようなことができない
ものかどうか、この辺、お三人にお伺いしたい
と思えます。石川先生からお願いします。

○参考人(石川博康君) 大変手厳しいお話を賜
つたわけでございますけれども、しかし逆のことも
あることを皆様方におわかりいただきたいと思
うわけなんです。

これから高齢社会を迎えまして、私ども今大変
お年寄りの方に喜ばれていることがございます。
私は、通信販売の大きなこれからの役割は、老齡
社会の中でお年寄りの家庭に重いもの、例えばお
米でございましてけれども、これ今度は自由化にな
りましたのでお米を我々売れることになつたわけ
でございますが、お米を定期的にお届けする、こ
ういうことが始まりました。それから紙おむつ、
それからトイレレットペーパーとかかさの多いも
の、こういったものをお年寄りが持つて家にまで
帰るのはこれは大変なんです。それを

我々通信販売はお届けをする。しかも、ある一定期間、お米だと十キロ、五キロお届けすると、その次に大体何日ごろにお米がなくなるということ、我々は統計的にとれるわけでございますから、定期的にお電話を申し上げて、いつ幾日ごろお届けしようと思いがかがでしようかと、これは一種の御用聞きでございますけれども、こういう御用聞き、私はお年寄りのところへの新しいビジネスということで、電話勧誘とは違った、こちらからお電話をしてもこれが喜ばれる電話、喜ばれる通信販売、こういうふうな形にだんだんなっていくんじゃないかな、こういうふうに思います。

それから、電話暴力の件は、テレマーケティング協会というのがございますが、これが早く私は日本通信販売協会と同じように社団法人化されて、そしてこういう自主規制をきちんとやることによって、できるだけ早くアウトサイダーも取り入れて立派な業界に、団体になっていくことを期待いたします。

以上でございます。

○参考人(齋藤雅弘君) 電話の勧誘全面禁止をすべきじゃないかという御意見であります。私も、先ほど申し上げましたけれども、事業者の側からかけてきて積極的に商取引を勧誘するという点に関しては、そういう考え方に非常に親近感を持っております。

今ドイツの例を申し上げましたけれども、ドイツは不正競争防止法という取引の適正を図るための法律に違反をしているということで、そういう電話の商取引のための勧誘はやってはならないという裁判所の命令が出ています。それから、同じような例というか似たような例ですけれども、イギリスでは、ちょっと正確じゃないかもしれませんが一九八四年だったと思いますが、金融サービス法という法律ができて、この中では投資取引ですね、株とか証券の取引、これについては、事業者の方から積極的に電話で勧誘することはお客様の承諾がなければできない、こういう

仕組みになっていきます。

したがって、そのように考えていきますと、確かに電話の利便性というのはありますけれども、これは消費者が自発的に電話を利用して積極的にアクセスをしていく場合はそのとおりで結構ですが、商取引について事業者側から積極的に消費者の方に電話をかけていくという場合につきましては、一律全面的な禁止がいいかどうかというところは、これはそれぞれの国の文化や物の考え方、社会の仕組みによって違いますけれども、ある一定の枠を持ってそういう方向にしていっても決しておかしくはないんじゃないか。

例えば、今申し上げたイギリスの例のように、ある特定の事業者との間で継続的な契約を結んでおいて、私の場合には事業者の方からこの要件では電話をかけていただいても結構ですよという事前の承諾をとっておくとか、それ以外はだめにするというふうな形で、いろんな工夫をすることによって、小島先生御指摘のような電話暴力の根絶につなげていけるんじゃないかというふうに考えております。

○参考人(田中里子君) 私も奥様と同じように、うちにいるときに何回か電話で立たされて、本当に迷惑だと思えますし、そのときには、もうこれはそうだなと思うと、取り込んでおりますから失礼と言つて、すぐ切っちゃいますが、とにかくあの話を聞いているということは、聞く側にとつては本当に暴力に等しいというふうに思います。

そういう意味では、私は、電話が向こうからかかってきて勧誘して、そこで契約が成立したというふうな、そういうやり方というのはやっぱりおかしいのではないかと考えております。

御用聞きの場合については、前にこういうものを継続的に取りたいということが向こうに伝わって、向こうがいかかですかというふうな聞いてくるということで、これはもう高齢化社会になって大いに結構だろうと思えますが、とにかく消費者側が意思をきっちり持つて対応するという方法

を電話の勧誘販売の場合には非常にあいまいにしてしまふところの問題がありますので、電話勧誘販売を行う事業者にはそれなりのリスクが伴うのは当然だと思いますし、いろいろそういう意味では、消費者側に不利なことについては規制できちつとカバーしていくという方法が次善の策として今出ているというふうに理解しております。

○小島慶三君 終わります。

○委員長(斎藤哲男君) 以上をもちまして参考人の方々に對する質疑を終わります。

参考人の方々に、御多忙のところ当委員会に御出席いただき、貴重な御意見を拝聴させていただきました。まことにありがとうございます。

委員を代表いたしまして厚く御礼申し上げます。

本日の質疑はこの程度にとどめ、これにて散会いたします。

午後三時六分散会

第九部

商工委員会會議錄第十号 平成八年五月十五日

【参議院】

平成八年五月二十四日印刷

平成八年五月二十七日発行

参議院事務局

印刷者 大蔵省印刷局