

葛飾区消費生活条例第16条に基づき、同条例第15条各号に該当する不適正な取引基準を定める。

第1 条例第15条第1号に規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

- (1) 商品又はサービスの販売に際し、消費者の拒絶の意思表示(訪問販売お断りのステッカー等を玄関付近の容易に見える場所に貼り付けている場合を含む。)にもかかわらず、消費者を訪問し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 商品又はサービスの販売に際し、消費者の拒絶の意思表示にもかかわらず、又はその意思表示の機会を明示的に与えることなく、消費者に対し電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器若しくは情報処理の用に供する機器を利用して一方的に広告宣伝等を行うことにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (3) 商品又はサービスの販売に際し、消費者からの承諾を得ずに、電子メール広告(当該広告に係る通信文その他の情報を電磁的方法(電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法であって経済産業省令で定めるものをいう。))により送信し、これを当該広告の相手方の使用に係る電子計算機の映像面に表示されるようにする方法により行う広告をいう。)を一方的に送信することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (4) 商品又はサービスの販売に際し、消費者の知識、経験及び財産の状況に照らして不適当と認められる契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (5) 商品又はサービスの販売に際し、高齢者その他の者の判断力の不足に乗じ、契約を勧誘し、又は契約を締結させること。

第2 条例第15条第2号に規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

- (1) 商品又はサービスの販売に際し、法令又は条例に定める書面(当該書面に記載すべき事項を記録した電磁的記録を含む。)を消費者に交付する義務その他事業者が消費者に情報を提供する義務に違反し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 商品又はサービスに係る広告するに際し、法令に定められた記載事項を表示しない広告により、契約の締結を勧誘すること。

- (3) 特定商取引に関する法律施行規則(昭和51年通商産業省令第89号)第16条第2項に規定する電子契約(以下単に「電子契約」という。)の申込みの際し、当該電子契約に係る電子計算機の操作が当該電子契約の申込みとなることを、消費者が容易に認識できるように表示せずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (4) 電子契約の申込みの際し、消費者が申込みの内容を容易に確認し、及び訂正できるようにせずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (5) 申込みの様式が印刷された書面により契約の申込みを受ける場合において、当該書面の送付が申込みとなることを、消費者が容易に認識できるように当該書面に表示せずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

第3 条例第15条第3号の規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

- (1) 商品若しくはサービスの販売の意図を明らかにせず、若しくは商品若しくはサービスの販売以外のことを主要な目的であるかのように告げて、又はそのような広告等で消費者を誘引することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 商品又はサービスに関し、その品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組みその他の取引に関する重要な情報であって、事業者が保有し、又は保有し得るものを提供しないで、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (3) 商品又はサービスの販売の際し、消費者が契約締結の意思を決定する上で重要な事項について、事実と異なること若しくは誤信させるような事実を告げて、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (4) 商品又はサービスの品質、内容又は取引条件が実際のものよりも著しく優良又は有利であると消費者を誤信させるような表現を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (5) 商品又はサービスの購入、利用又は設置が法令等により義務付けられているかのように説明して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (6) 自らを官公署、公共的団体若しくは著名な法人等の職員と誤信させるような言動等を用いて、又は官公署、公共的団体若しくは著名な法人若しくは個人の許可、認可、後援等の関与を得ていると誤信させるような言動等を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (7) 商品又はサービスの販売の際し、事業者の氏名若しくは住所について明らかにせず、又は偽って、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

第4 条例第15条第4号の規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

- (1) 消費者を威迫して困惑させ、又は迷惑を覚えさせるような方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 消費者が依頼又は承諾していないにもかかわらず、消費者の住居等において商品又はサービスの販売を一方的に行って、あたかも契約が成立したかのように誤信させて、消費者を心理的に不安な状態若しくは正常な判断ができない状態に陥らせ、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (3) 消費者を訪問し、消費者が拒絶の意思を表示することを妨げるような方法で契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (4) 消費者の年齢、収入等契約を締結する上で重要な事項について、事実と異なる内容の契約書等を作成して、執ように契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (5) 路上その他の場所において消費者を呼び止め、消費者の意に反して、執ように説得し、又は消費者を威迫して困惑させ、その場で、又は営業所若しくはその他の場所へ誘引して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (6) 商品又はサービスを販売する目的で、親切行為その他の無償又は著しい廉価のサービス又は商品の供給を行うことにより、消費者の心理的負担を利用して、執ように契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (7) 商品又はサービスの購入資金に関して、消費者からの要請がないにもかかわらず、貸金業者等からの借入れその他の信用の供与を受けることを勧めて、執ように契約を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (8) 消費者の不幸を予言し、消費者の健康又は老後の不安その他の生活上の不安をことさらにおおる等消費者を心理的に不安な状態に陥らせる言動等を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (9) 商品又はサービスの販売に際し、当該消費者の情報又は当該消費者が従前にかかわった取引に関する情報を利用して、消費者を心理的に不安状態に陥らせ、過去の不利益が回復できるかのように告げ、又は害悪を受けることを予防し、若しくは現在被っている不利益が拡大することを防止するかのように告げて、契約を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (10) 主たる販売目的以外の商品又はサービスを意図的に無償又は著しい廉価で供給すること等により、消費者を正常な判断ができない状態に陥れて、商品又はサービスの購入の契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (11) 消費者の意に反して、早期若しくは深夜に、又は消費者が正常な判断をすることが困難な状態のときに、電話をし、又は訪問して、契約の締結を勧誘し、又は契約をさせること。

第5 条例第15条第5号の規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

- (1) 法律の規定が適用される場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重し、信義誠実の原則に反して消費者の利益を一方的に害する条項を設けた契約を締結させること。
- (2) 契約に係る損害賠償額の予定、違約金又は契約の解除に伴う清算金の定めにおいて、消費者に不当に高額又は高率な負担を求める条項を設けた契約を締結させること。
- (3) 消費者の契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し又は契約の無効の主張をすることができる権利を制限して、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる条項を設けた契約を締結させること。
- (4) 消費者が購入の意思表示をした主たる商品又はサービスと異なるものを記載して、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約書等を作成させること。
- (5) 消費者にとって不当に過大な量の商品若しくはサービス又は不当に長期にわたって供給される商品若しくはサービスの購入を内容とする契約を締結させること。
- (6) 当該契約に関する訴訟について、消費者に不当に不利な裁判管轄を定める条項を設けた契約を締結させること。
- (7) 商品又はサービスの購入に伴って消費者が受ける信用がその者の返済能力を超えることが明白であるにもかかわらず、そのような信用の供与を伴った契約を締結させること。
- (8) 債務不履行若しくは債務履行に伴う不法行為若しくは契約の目的物の瑕疵により生じた消費者に対して事業者が負うべき損害賠償責任の全部若しくは一部を不当に免除し、又は瑕疵に係る事業者の修補責任を一方的に免責させる条項を設けた契約を締結させること。
- (9) 第三者によって、クレジットカード、会員証、パスワード等、商品の購入又はサービスの提供を受ける際の資格を証するものが不正に使用された場合に、消費者に不当に責任を負担させる条項を設けた契約を締結させること。

第6 条例第15条第6号の規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

- (1) 消費者、その保証人等法律上支払義務のある者（以下「消費者等」という。）を欺き、威迫して困惑させ、又は正当な理由なく早朝若しくは深夜の電話をし、若しくは訪問する等の不当な手段を用いて、債務の履行をさせること。

- (2) 消費者等を欺き、威迫して困惑させ、又は迷惑を覚えさせるような方法で、預金の払い戻し、生命保険の解約、借入れを受けること等により、消費者等に金銭を調達させ、債務の履行を迫り、債務の履行をさせること。
- (3) 消費者等に対して、正当な理由がないにもかかわらず、消費者等に不利益となる情報を信用情報機関若しくは消費者等の関係人に通知し、又はインターネットその他の情報伝達手段を用いて情報を流布する旨の言動を用い、心理的圧迫を与えて、債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。
- (4) 契約の成立又は有効性について消費者等が争っているにもかかわらず、契約が成立し、又は有効であると一方的に主張して、強引に債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。
- (5) 消費者の関係人で法律上義務のないものに、正当な理由なく電話をし、又は訪問する等の不当な手段を用いて、契約に基づく債務の履行への協力を執ように要求し、又は協力させること。
- (6) 事業者の氏名若しくは名称若しくは住所について明らかにせず、又は偽ったまま、消費者等に対して、強引に債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

第7 条例第 15 条第 7 号の規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

- (1) 履行期限を過ぎても契約に基づく債務の完全な履行をせず、消費者からの再三の履行の督促に対して適切な対応をすることなく、債務の履行を拒否し、又は引き延ばし、商品又はサービスを契約の趣旨に従って供給しないこと。
- (2) 法令の規定等により消費者に認められている財務書類の閲覧権、事実又は情報の開示を請求できる権利等の行使を拒否し、閲覧、開示等を拒むこと。
- (3) 継続的に商品又はサービスを供給する契約を締結した場合において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、又は債務の履行が終了していないにもかかわらず消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。

第8 条例第 15 条第 8 号の規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

- (1) 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際して、これを拒否し、若しくは黙殺し、威迫して困惑させ、又は術策、甘言等を用いて、当該権利の行使を妨げ、契約の成立又は存続を強要すること。
- (2) 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際して、口頭による行使を認めておきながら、後に書面によらないことを理由として、又は消費者のクーリング・オフの権利の行使を妨げる目的で消費者の自発的意思を待つことなく商品若しくはサービスの使用若しくは利用をさせて、契約の成立又は存続を強要すること。

- (3) 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際して、手数料、送料、サービスの対価等法令上根拠のない要求をして、当該権利の行使を妨げ、契約の成立又は存続を強要すること。
- (4) 継続的に商品又はサービスを供給する契約を締結した場合において、消費者の正当な根拠に基づく中途解約の申出に対して、これを不当に拒否し、解約に伴う不当な違約金、損害賠償金等を要求し、又は威迫して困惑させる等して、契約の成立又は存続を強要すること。
- (5) 前各号に掲げるもののほか、消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出又は契約の無効の主張に際し、これを不当に拒否し、不当な違約金、損害賠償金等を要求し、又は威迫して困惑させる等して契約の成立又は存続を強要すること。
- (6) 消費者のクーリング・オフの権利の行使その他契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し又は契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、法律上その義務とされる返還義務、現状回復義務、損害賠償義務等の履行を正当な理由なく拒否し、又は遅延させること。

(1) から(3)及び(6)に規定するクーリング・オフの権利とは、次に掲げる権利をいう。

割賦販売法（昭和 36 年法律第 159 号）第 4 条の 4 第 1 項に規定する契約の申込みの撤回又は契約の解除を行う権利

特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 157 号）第 9 条第 1 項、第 24 条第 1 項、第 40 条第 1 項、第 48 条第 1 項及び第 58 条第 1 項に規定する契約の申込みの撤回又は契約の解除を行う権利

及び に規定する法律以外の規定又は契約により認められた権利で、及び に掲げる権利に類するもの

第 9 条例第 15 条第 9 号の規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

- (1) 立替払、債務の保証その他の与信に係る債権及び債務について、重要な情報を提供せず、又は誤信させるような表現を用いて、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。
- (2) 与信が消費者の返済能力を超えることが明白であるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。
- (3) 販売業者等（商品若しくはサービスを販売する事業者又はその取次店実質的な販売行為を行う者をいう。以下同じ。）の行為が第 1 から第 4 までに規定するいずれかの行為に該当することを知りながら、又は与信に係る加盟店契約その他の提携関係にある販売業者等を適切に管理していれば、そのことを知り得べきで

あるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。

- (4) 与信契約等において、販売業者等に対して生じている事由をもって消費者が正当な根拠に基づき支払を拒絶できる場合であるにもかかわらず、正当な理由なく電話をし、又は訪問する等の不当な手段を用いて、消費者若しくはその関係人に債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

第 15 号 平成 20 年 5 月 21 日(水曜日)

平成二十年五月二十一日(水曜日)

午前九時開議

近藤(洋)委員 民主党の近藤洋介でございます。

本日は、特定商取引法、割賦販売法の改正案の質疑であります。質疑の時間をいただき、委員長、理事の皆様へ感謝申し上げます。

大変な大改正でありまして、私も、経産委員会、議席を預かって一貫してこの委員会に所属をさせていただいておるんですが、この法律、法案資料、三点セットを立てて立つ法律というのは珍しいんですね、経済産業省の法律の中では、意外に薄い法律が多いんです。これは大改正の法律であります。先ほど来、内容についても同僚議員から質問がありましたが、文案も大変な思想の転換をされた、分量だけではなくて中身についても大変分厚い改正をされておる、こう思います。

私も、この改正の方向性については基本的には賛同するものであります。その認識に立ちながらも、さまざまな点についてお伺いしていきたいと思っております。

まず大臣、先ほども同僚の古川元久議員から指摘がございましたが、いわゆる三K不況ですか、建築基準法、貸金業法、金融商品取引法を代表例にした、いわゆる官製不況が広がっているという指摘が各方面からされております。特に建築基準法についてはこの委員会でもいろいろな点からお伺いをしてまいりましたが、こうした官製不況という指摘について、要するに、新しい法改正に伴って不況が起きてしまったというこの指摘を大臣はお認めになるかどうか。

そして、私は、官製不況と呼ばれるような事態に陥ったその背景は、先ほどの古川議員とも重なりますけれども、基本的には、経済取引の実態を踏まえずに法律を運用してしまった、いわゆる役所の感度の鈍さがあると思うんですね。法律そのものというよりは役所の感度の鈍さがあったんだろうと考えますが、大臣は、この見方についてどうお考えか。

二点、お伺いしたいと思います。

甘利国務大臣 建築基準法の改正とか貸金業法の改正、それから金融商品取引法の改正、それぞれ規制を変更するわけですが、その必要性というのは、広く国民からの声を受けてなされたものだというふうに思っております。

ただ、こうしたいわば規制強化が経済に与える影響というのはしっかりとシミュレーションしていかなければならないですし、被害者を救おうとするためのものが新しい被害者をもっと出したということであれば意味のないことになってしまうわけであります。

もちろん、建築基準法も耐震偽装問題の再発防止、貸金業法でいえば多重債務者対策、それから金融商品取引法でいえば投資者保護という必要性で行われたわけでありますから、法律改正自身は正しい趣旨によって行われたんだと思います。

ただ、御指摘のように、一人の被害者も出さないぞという思い入れのもとに運用に取り組んだ場合に、その姿勢自身はいいんですけれども、まさにあつものに懲りてなますを吹く状態が蔓延してしまうと、法律が本来期待していることを超えて善良な市民に被害を与えてしまうということになるかと思えますから、運用の点については、その辺のところをしっかりと把握しながら、法の目的、趣旨、それから善良な消費者に対する副作用を与えないようにしっかりと検証しながら、法の目的を果たしていくということが大事だと思います。

建築基準法でも、一時、私の地元でも、ピアレビューが必要な案件が一件も許可がないという事態がありました。間違いをなくすには、一つも許可しなければ間違いの出ようがないというようなことに行き着いてしまうと大変なことになるわけであります。

私も、法の趣旨はしっかりと踏まえながら、問題のない案件がスムーズに許可がおりるようなそういう工夫をしっかりとしてほしいという要請はしたわけでありますけれども、御指摘の点はしっかりと踏まえて、規制強化法の際には、その目的がきちんと発揮され、それから、それによって副作用が起きないように、善良な市民が被害を受けることがないようにしっかりと目配り、気配りをしていかなければならないというふうに思っております。

近藤(洋)委員 その点については、大臣のおっしゃるとおりだと思うんですね。私なりの表現でいえば、その運用のまずさというのは、やはり感度の鈍さ、経済取引、実際の建築基準法についてもそういうことだったんだろうと思いますし、建築基準法の問題は、改正の拙速なる施行による影響というのはまだ完全に、私の地元などでは払拭し切れていないなと思っておりますし、そういう事例も聞きます。

これだけの改正の法律であります。本特商法なり割販法の改正案は大改正であるわけですから、先ほども同僚議員が指摘をされましたが、四Kと言われぬように、経済産業省は生きた経済の現場の役所でありますから、その運用に当たってはぜひ気をつけていただきたい、こう思うわけであります。

具体的にお伺いしたいんです。

その運用なんですけれども、三条の二、いわゆる再勧誘禁止規定であります。これはもう質問が出た部分もあるかと思いますが、私も、大事な点なので確認をしたいんです。

要は、私も、地元で戸別訪問というか支持者のお宅を訪問して歩く、週末はその日に当てることが多いんですが、大概のお宅にはセールスお断りというステッカーが張ってあるんですね。これは大概のお宅ですよ、ほとんどそのステッカーが張ってあります。この場合は、もはやセールスお断りという意味が表明されているから、その家には訪問できない、こういうことになるのかどうか、お答えいただきたいと思うんです。

寺坂政府参考人 今回、改正案で御提案しております規定は、拒否の意思を示した消費者に対して再度の勧誘が相当の期間禁止されるということでございますから、そういう禁止効果を発生させる意思というものは、その契約を締結する意思がないことを明確に示すものでなければならぬと考えてございます。

ですから、今御指摘がございましたステッカー、いわゆるステッカー規制とかそういったことを言われているわけでございますけれども、消費者が事業者に対してお断りということを直接伝えることが原則と考えてございますので、訪問販売お断りといったような一般的なステッカーにつきましては、その意思をどなたが示しているかというその意思の表示主体、それから、いつまでかとか、あるいはどの時点でそれを出されたかという表示の時期、そういったものが不明確でございます。かつ、どの事業者に対して拒否、お断りと言っているのかといったようなところも特定されない、そういう点があるわけでございますので、いわゆるステッカーにつきましては、今回の規定におけます拒否の意思の表示方法には当たらないというふうに考えているところでございます。

近藤(洋)委員 なるほど。そうすると、張り紙などの場合は、直筆で、何月何日、私これこれ何とか会社のあなたさんの訪問は受け付けませんからやめてください、こういうことがぴしっと書いてある張り紙だったら、それも相対ではないからどうかわかりませんが、その辺の運用はともかく、いずれにしろ、セールスお断りは対象にならない、こういうことですね。済みません、ちょっと細かいことなんですけれども、明確な張り紙は拒否の意思になるんですか。

寺坂政府参考人 契約を締結する意思がないということを明確に示すものでなければならぬというのは原則でございますので、今は忙しいというような、その時点でその勧誘を受けることを欲しない、そういう意思表示は締結しない旨の意思表示には当たらないし、買う気はないとかいった、その契約の意思がないことをそういう形で明示的に示さなければならぬ。

それで、今張り紙ということございましたけれども、まず意思を示す方法は、やはり相対して直接伝えるということが原則だと考えてございます。ですから、インターホンとか玄関口で、消費者の方が販売事業者の方などに相対して直接伝えるということが該当すると考えてございます。

今先生が具体例でお示しございました、張り紙に書いてというのは、どういうふうな書き方をしているかとかいろいろケースがあるかと思っておりますので、それがマルかバツかとか、そういうのを今この段階でお答えするのは御容赦願いたいと思っておりますけれども、基本は、相対して直接伝えるということが原則ではないかというふうに考えてございます。

近藤(洋)委員 ちょっと細かいことを聞きまして、済みません。

ただ、事ほどさように、難しいんですね、この意思表示がどういう意思表示なのかというのを定義するのは、

要するに、例えば自動車販売、私も地元でディーラーの方に聞きますと、契約しません、私は車を買いませんよと明確に意思を表示する人の方が少ないというわけですよ。それはそうですね。車の話をしながら、いや、最近ちょっと、うちのかみさんがパートをやめてねとか、買わないとは言っていない。ちょっと家の収入が少なくなったみたいの話だとか、子供の車の何か変わってねとか。

要するに、買いたいんだけど、車は欲しいんだけど、ちょっと阻害要因があるんだよねというような言い方で断りの意思を伝える。ほんの微妙なニュアンスですよ。そのニュアンスの変化を見て、セールスマンは伺うわけですよ。ニュアンスの変化、ちょっと緩んだとか。最近かみさんも何か機嫌いいんだよなんてことを聞くと、機嫌いいんだよが何かゴーサインだとか、そういうこともあるかと思うんですよ。

実際の取引というのはそうですね。特に自動車のディーラーなどというのはそういうことであって、はっきり拒絶する方がむしろまれだと思うんですね。相対では言うけれども、では、その主体が果たして、財布を持っているのは奥さんなのか、じいちゃんなのか、ばあちゃんなのか、本人なのかわからぬとか、この辺はどういった言い回しになるのか。大変細かい話ですけども、大事な話だと思うんです。こういったものについて役所としては研究をされているんですか。

寺坂政府参考人 言い回しといたしますか、あるいは文章の書き方とか、これはまさに個別に判断をしていかなきゃいけないところがあるかと思えます。

先ほどの文章の例で申し上げますと、例えば口をきくことが不自由な方とか難しい方とか、そういう方もいらっしゃるわけでございまして、そういう意味合いから申し上げますと、先ほど来申し上げているようなかなり特定された形で文章で表示されました場合には、拒否の意思を表示したというふうに該当すると言えるケースも少なからずあるのではないかというふうに考えてございます。

近藤(洋)委員 あわせて伺います。

意思確認に関する努力義務が事業者に課せられていますね。そうすると、確認の努力義務というのはどこまで求められるのか、どのレベルまで求められるのか、御答弁をいただけますか。努力義務を怠ったというのはどういうことなのか、お答えいただけますでしょうか。

寺坂政府参考人 勧誘を受ける意思があるということを確認する、そういう努力義務でございますので、今お話を聞いていただけますか、少し時間をかしてくださいといったような形での問いかけに対して、明示的に、はいとか、構いません、お聞きしましょうとか、そういった形での承諾の意思表示

を受けるといことが確認ということになる、そういう形を想定しているものでございます。

近藤(洋)委員 いずれにしる、私は、これはそれぞれの品目と商品で違う部分というのもあるかと思うんですね。

先ほど審議官も御答弁されましたけれども、ガイドラインをつくります、こういう話でありましたが、この法律だけだと一体どういうものなのか、まじめな事業者であればあるほど不安になる部分もあるかと思うんですね。

私は、緩く運用しろと言うつもりは全くないのであります。しかし、まじめな事業者が、しかもそれぞれの営業努力の中で、要するに経済の取引というのは基本的には原則自由というこの大原則の中で、それは不届き者は徹底的に対処するということは当然だと思わなければならないけれども、しかし、先ほどのあつものに懲りてではないですけれども、まじめな事業者がきちんと安心して事業ができるような道しるべというのは必要だと思います。

具体的なガイドラインの策定というのは、どのような形で、いつまでに何業種を対象に、何か業種というよりは業態別に策定するやに事前に伺いましたが、どういう形式のガイドラインを、いつまでにこういった形で示されるのか、お答えをいただけますでしょうか。

新藤副大臣 先生がおっしゃるとおり、要するに、善良な事業者、それから、まさにこういうセールストーク、そういう中で、お客さんとの関係において営業努力を行う、この関係を否定するものではないということです。ただ、悪質な意図を持った取引については消費者の保護を図らなければならない、御案内のとおりでございます。

再勧誘を制限する規定の導入は、まさにそういう善良な事業者の方に混乱を招かないようにガイドラインというものを策定していきたい、そしてこの規制内容の明確化を図りたいということでございます。

この内容は、今お話のございましたような、契約を締結しない旨の意思を表示したに該当するのはどのような場合なのか、それから、一度断られた後に再び勧誘できるようになるのにはどのぐらいの期間を考えればいいのか、こういったようなことについて明確にしなくてはならないと思っております。

そして、そのガイドラインの原案には、やはり消費者、事業者、それから学識経験者等々から御意見をいただきまして、今回の法律を成立させていただいたという前提で、改正法の施行、これがまた施行期日がございますから、その期間までに十分な周知を図るように、まずガイドラインを作成すること。それから、原案をパブリックコメントにかけたい、こういうようなものがありますから、早い時期にガイドラインを作成して、周知を図りながら実現を図っていこう、こういうことでございます。

そしてまた、その内容は、一つ一つの業種になると幾つもガイドラインをつくることとなります。ですから、基本は包括的なガイドラインにいたします。そして、その中で個別の商品や業界のそういう実

態をとらえて例示していきたい、こういうことで考えております。

近藤(洋)委員 この特商法の改正というのは、方向としては本当にこういう方向でいいと私も思うんです。ただ、考えようによっては、ちょっと意地悪な言い方をすると、経済産業省の権限は大変幅広く広がるんですね、この法律の運用次第では。あらゆる面談の商取引が、訪問販売の取引についてすべてこの法律で仕切るわけですから。あとは民法だというわけですね。

ちょっと例がいいかは別にして、私は民主党という政党に所属していますが、民主党という政党が例えば訪問しながらグッズを売ったとしますね。そのグッズを売った商取引については、この特商法の規制にひっかかるわけですね。例えば政党であるとか宗教団体とか、そういった公のものがいろいろな取引をする場合もあるわけですね。それも、この法律にかかるんですね。運用次第でいろいろなものに、あらゆるものが経済産業省所管ですということ、実は運用次第ではさまざまなことができるものなんですね。

ですから、私は、悪徳な業者を徹底的に排除するということは必要だと思うんですけれども、施行期日までは日があるわけですから、改めて確認でございますけれども、これはちょっと通告がないのでどなたからでもいいんですけれども、一つは、やはり民間の声をきちんと聞いて、自主規制というものをちゃんと反映するような運用にまずはすべきだろうという視点と、そして、きちんとガイドラインというものもつくった上で、何でもかんでも対象にするという運用は当然当局においては控えられると思いますけれども、その辺のバランスというのは、法の運用者のバランスというのは非常に大事な法律だと思いますが、御答弁いただけますでしょうか。

新藤副大臣 それは、おっしゃるとおりのことだと思います。

ですから、あくまで消費者の保護を図るということ、それから健全な事業者の経済活動を制限しない、これは両立させなければいけないわけで、このガイドラインの策定は、専門の方、また消費者の方、いろいろな方々からの御意見を幅広くいただいて、そして、早い時期に原案をつくりながら、いろいろな方々からのコメントをいただいて、より納得できるようなものにしていかなければならないし、ガイドラインをずっときちんとチェックしていかななくてはならないだろう、これはおっしゃるとおりのことですし、私どももそれに取り組んでまいりたい、このように思います。

近藤(洋)委員 ぜひそういうことでよろしくお願ひしたいと思います。

参考表第9表 区市町村別年齢(3区分)別人口の構成比(平成9年～平成20年)

		常住人口																				
地 域	区 部	平成10年			平成15年			平成16年			平成17年			平成18年			平成19年			平成20年		
		年齢(3区分)別人口の構成比			年齢(3区分)別人口の構成比			年齢(3区分)別人口の構成比			年齢(3区分)別人口の構成比			年齢(3区分)別人口の構成比			年齢(3区分)別人口の構成比					
		年少人口 0～14歳	生産年齢人口 15～64歳	老年人口 65歳以上	年少人口 0～14歳	生産年齢人口 15～64歳	老年人口 65歳以上	年少人口 0～14歳	生産年齢人口 15～64歳	老年人口 65歳以上	年少人口 0～14歳	生産年齢人口 15～64歳	老年人口 65歳以上	年少人口 0～14歳	生産年齢人口 15～64歳	老年人口 65歳以上	年少人口 0～14歳	生産年齢人口 15～64歳	老年人口 65歳以上	年少人口 0～14歳	生産年齢人口 15～64歳	老年人口 65歳以上
総数		12.48	73.05	14.48	11.94	70.91	17.14	11.89	70.59	17.52	11.89	70.22	17.89	11.86	69.78	18.37	11.84	69.26	18.90	11.84	68.78	19.38
区部		11.74	73.04	15.21	11.24	71.09	17.66	11.19	70.83	17.97	11.19	70.53	18.27	11.17	70.17	18.66	11.17	69.74	19.10	11.17	69.35	19.49
千代田区		12.10	68.54	19.35	11.31	68.01	20.68	11.21	68.63	20.16	11.21	68.89	19.90	10.99	69.26	19.75	10.90	69.51	19.59	10.92	69.33	19.75
中央区		12.60	70.03	17.38	11.93	70.75	17.32	11.63	71.29	17.08	10.96	72.25	16.79	10.43	73.05	16.53	10.35	73.06	16.59	10.42	72.86	16.73
港区		10.54	72.26	17.20	10.12	71.74	18.14	10.07	71.79	18.14	10.05	71.87	18.08	10.02	72.03	17.95	10.25	72.04	17.71	10.59	72.04	17.36
新宿区		9.58	73.31	17.11	8.86	72.06	19.08	8.76	72.05	19.19	8.68	72.11	19.21	8.62	71.94	19.45	8.55	71.65	19.80	8.54	71.33	20.13
文京区		10.69	71.25	18.06	10.20	70.56	19.24	10.13	70.56	19.31	10.20	70.52	19.28	10.27	70.39	19.34	10.35	70.21	19.45	10.43	70.00	19.57
台東区		9.87	69.89	20.24	9.40	67.85	22.75	9.42	67.69	22.89	9.45	67.53	23.02	9.46	67.27	23.27	9.55	66.91	23.54	9.54	66.64	23.82
墨田区		11.42	71.69	16.89	10.84	69.60	19.56	10.78	69.41	19.80	10.86	69.07	20.08	10.83	68.62	20.55	10.79	68.28	20.93	10.85	67.90	21.25
江東区		11.84	74.25	13.91	11.17	72.00	16.83	11.17	71.69	17.15	11.23	71.24	17.53	11.40	70.78	17.82	11.53	70.09	18.38	11.62	69.48	18.90
品川区		10.80	73.12	16.08	9.62	72.21	18.16	9.55	72.09	18.36	9.60	71.91	18.48	9.68	71.55	18.77	9.81	71.14	19.05	9.93	70.81	19.26
目黒区		10.18	73.79	16.03	9.97	72.61	17.41	9.97	72.47	17.56	9.95	72.28	17.76	9.94	72.12	17.94	10.05	71.86	18.09	10.04	71.58	18.39
大田区		11.81	72.89	15.30	11.39	70.99	17.62	11.39	70.73	17.89	11.43	70.38	18.20	11.45	69.93	18.62	11.43	69.46	19.12	11.39	69.01	19.60
世田谷区		11.03	74.22	14.74	10.72	72.66	16.62	10.71	72.46	16.83	10.79	72.21	17.00	10.82	71.94	17.24	10.92	71.58	17.50	10.98	71.19	17.83
渋谷区		9.06	74.40	16.54	8.46	73.77	17.77	8.44	73.72	17.83	8.49	73.55	17.95	8.47	73.44	18.09	8.47	73.30	18.22	8.46	73.06	18.48
中野区		9.80	73.94	16.26	9.12	72.67	18.21	9.02	72.58	18.40	8.90	72.51	18.59	8.80	72.31	18.88	8.69	72.10	19.22	8.62	71.94	19.44
杉並区		10.32	73.97	15.71	9.62	72.86	17.52	9.51	72.76	17.73	9.53	72.52	17.95	9.50	72.24	18.26	9.48	71.91	18.61	9.50	71.57	18.93
豊島区		9.43	73.24	17.33	8.65	72.22	19.13	8.52	72.09	19.38	8.44	71.94	19.62	8.34	71.85	19.81	8.42	71.56	20.02	8.47	71.28	20.25
北区		10.64	71.37	17.99	9.69	68.93	21.38	9.58	68.63	21.79	9.59	68.28	22.13	9.62	67.74	22.64	9.61	67.08	23.32	9.65	66.67	23.69
荒川区		11.59	70.03	18.38	11.12	68.03	20.84	10.98	67.80	21.22	10.95	67.41	21.64	10.97	67.10	21.93	10.90	66.70	22.39	11.02	66.44	22.54
板橋区		12.23	73.58	14.19	11.55	71.43	17.02	11.50	71.06	17.44	11.44	70.62	17.94	11.40	70.13	18.48	11.39	69.54	19.07	11.29	69.08	19.63
練馬区		13.62	72.67	13.71	13.19	70.25	16.56	13.13	69.92	16.96	13.12	69.51	17.37	13.02	69.11	17.87	12.98	68.65	18.38	12.92	68.30	18.78
足立区		13.63	72.92	13.46	13.32	69.18	17.50	13.24	68.61	18.14	13.20	68.05	18.75	13.09	67.35	19.56	12.96	66.61	20.43	12.86	66.07	21.07
葛飾区		13.34	71.83	14.83	12.78	68.86	18.36	12.71	68.35	18.94	12.66	67.90	19.43	12.66	67.41	19.93	12.55	66.84	20.61	12.49	66.32	21.19
江戸川区		14.72	74.14	11.14	14.80	71.13	14.07	14.85	70.58	14.58	14.94	70.02	15.04	14.92	69.42	15.66	14.89	68.76	16.35	14.81	68.17	17.01
市部		13.99	73.20	12.80	13.39	70.68	15.93	13.33	70.21	16.46	13.33	69.69	16.98	13.29	69.08	17.64	13.26	68.37	18.37	13.24	67.72	19.04
町村部		14.62	66.91	18.47	13.13	65.15	21.72	12.92	64.81	22.27	12.79	64.37	22.85	12.55	63.88	23.57	12.40	63.27	24.33	12.25	62.59	25.16
郡部		14.54	69.59	15.86	13.15	67.43	19.42	12.99	67.01	20.00	12.89	66.44	20.66	12.71	65.76	21.53	12.59	65.01	22.41	12.43	64.20	23.37
島部		14.76	61.77	23.48	13.09	60.62	26.29	12.78	60.40	26.83	12.58	60.18	27.24	12.23	60.06	27.71	12.01	59.70	28.28	11.88	59.26	28.86

注1. 年齢(3区分)別人口の構成比(%) = 各年齢別人口 ÷ 人口総数(年齢不詳を除く) × 100

注2. 平成13年1月、田無市と保谷市が合併し、西東京市となった。