

男性用かつらの販売にかかる案件

報 告 書

平成 2 年 2 月 26 日

神奈川県消費者被害救済委員会

目 次

第 1	審議の経過及び結果	1
第 2	紛争処理の概要	2
1	当事者の表示	2
2	事件の内容	2
(1)	かつらの購入状況	2
(2)	被害救済委員会の付託に至った経緯	3
(3)	申立人らの申立内容	3
(4)	事業者の主張	5
3	あっせん部会の審議及びあっせんの経過	6
4	あっせんの内容(協定書)	6
5	かつらの契約枚数等と協定書に基づく枚数等	8
第 3	あっせん部会のコメント	9
 (資 料)		
1	神奈川県消費者被害救済委員会審議経過	16
2	同 あっせん部会の審議経過	17

第 1 審議の経過及び結果

神奈川県消費者被害救済委員会は、平成元年10月6日付消生第130号をもって神奈川県知事から「男性用かつらの販売にかかる案件について」の処理を付託された。

委員会は、この紛争を速やかに解決するため、直ちに学識経験者委員2名、消費者委員1名及び事業者委員1名をもって構成するあっせん部会を設け、あっせんによる解決を図ることとした。

あっせん部会は、平成元年10月26日の第1回部会以降計12回の部会を開催し、この間紛争当事者から事情聴取を行い、紛争内容について慎重に審議した。

そして、あっせん部会によるあっせん案を双方に提示し、これにより本件紛争を解決するよう求めたところ、双方はこれに同意したので、相手方事業者F社と申立人との間において協定書を作成し、双方の署名、押印を得た。これに基づく金員及び物品の授受等に引き続いて着手したところである。

委員会は、平成2年2月26日、あっせん部会から本件の処理経過及び結果について報告を受け了承した。

委員会は同日付けで本件の審議を終了し、神奈川県知事に報告した。

第2 紛争処理の概要

1 当事者の表示

申立人 A、B、C、D、E 計5人

相手方事業者 F社

2 事件の内容

(1) かつらの購入状況

	購入枚数	購入回数	購入金額	期 間	信販会社
A	28枚	16回	円 10,762,900	59.10.21 ~ 元. 3.13	3社
B	33枚	16回	円 11,887,300	55.11.25 ~ 元. 7.31	3社
C	19枚	12回	円 6,740,500	58. 5.26 ~ 元. 4.23	2社
D	17枚	7回	円 5,429,000	61.10.13 ~ 元. 4.25	2社
E	21枚	9回	円 8,430,480	63.10.15 ~ 元. 5.28	2社
合計	118枚	60回	円 43,250,180		
平均	23.6枚	12回	円 8,650,036	4年4カ月	2.4社

(2) 被害救済委員会の付託に至った経過

申立人らは、事業者から、次々と、かつらを買わされて、その販売方法に疑問を抱き、事業者が信用できなくなり、また、月々の支払いも多額で、今後の支払いに不安を感じたため、解約の意向から、消費生活センターに来所した。

申立人らは、消費生活センターの助言もあって、それぞれの意向を内容証明郵便でF社に送付した。

これに対して、F社は、全面解約は認められないとの意向を示し、解決に至らなかった。

消費生活センターでは、申立人らの相談内容が複雑困難な要素を含む一方で、同一事業者に対する同種の案件であり、個々別々に解決するよりも同じ基準で解決を図ることが必要であって、被害救済委員会による解決を求めることが適切であると判断し、そのための手続きをとり、平成元年10月6日に、知事より被害救済委員会に、本件解決についての付託が行われたものである。

(3) 申立人らの申立内容

申立人らの申立内容を整理すると、次のようなものであった。

広告を見て、かつら装着の必要性の有無等を相談しようと思い、販売会社の相談室へ電話をしたり、相談のつもりで、事業者の店に行った。電話の場合、相談という状況にはなく、いきなり事業者が説明に行くと言い張り、それを承諾させられた。そして、担当者が来宅し、アンケート調査をしたり、かつらの説明をしながら、頭のサイズや毛髪の種類を調べられ、かつらの購入を勧められ、その場で契約を迫られたので、熟考する暇がなく契約をしてしまった。

相談するつもりで店へ行った場合も、かつらの契約をするかどうかについても迷っているうちに、はげの進み具合を計ると称して、器具で頭をチェックされ、はげはもうかなり進んでおり、進みぐあいも早いとして、かつらが是非とも必要である旨の勧誘を受け、買うより仕方がないと思った。そして、いきなり頭の型を取られたため、契約しなければならないとの感覚に陥り、契約してしまった。

申立人らは、このような形で購入が始まっていると申し立て、勧誘、販売の方法が不当であったことを主張した。

注文したかつらを受取りに店に出向くと、かつらの調製には時間がかかるという、全部は渡してもらえず、再度、店に行かざるを得ないように仕向けられた。購入後にかつらのメンテナンスや、調髪等で店に行くと、メンテナンスや調髪のために使用する部屋で、かつらを外された状態で、かつらの脂抜きや修理等を行うためには、ローテーション用としてスペアが必要、新製品、夏用、冬用、七三分けが必要、モニターになるためには必要等と、あたかもかつらの追加購入が必要であるかのごとく感じさせる勧誘を受けた。断ると、メンテナンスをしてくれないように感じられる勧誘もあった。これらの勧誘は、長時間で執拗と感じられる程度のものであった。このような雰囲気では、契約をしないと、預けたかつらを返してくれず、このまま帰れないような印象を受け、仕方なく、契約を行なうこととし、殆んどの場合、印鑑を所持していないので、販売員の言うままに、契約書面へ拇印を押した。

このようにして、申立人らの自発的な希望によるものでないかつらの購入が強いられて、必要枚数を大幅に上回るかつらを購入せざるを得ないことになったと申し立てた。

支払いに関しては、商品が高額であるので一括支払いはできず、毎月の支払いが必ずしも多くはないということなので、販売員の指示するままにクレジット契約を行った。残債務の額が大きくなると、販売員の指示のまま、複数の信販会社と契約させられた。また、契約時における残債務の額及び1か月の支払額が明確に説明されず、支払いに関し全体を十分把握できなかった。1か月の支払額を意図的に小額にして、最終月の支払額を100万円単位とし、さらに、この100万円単位の金額を毎月一定の均等払いに契約を変更するためには、かつらの追加購入が必要と迫られて買わされたこともある。

毎月の支払額が多くなり、今後の支払いに不安を感じた。

申立人らは、以上のことを申し立てて、勧誘、販売方法が不当であり、それによって必要以上のかつらを買わされ、相手方事業者を信頼

できなくなったので、すべてについて解約したいと申し立てた。

(4) 事業者の主張

事業者の主張を整理すると、次のようなものであった。

お客様にかつらを勧めるときはお客様の立場にたってかつらが必要かどうかを判断して勧めている。

はげの進み具合からかつらが必要になるかどうかについては、常識的な経験則に基づいてアドバイスをしている。

お客様が来店され、店におられる時間は、調髪をしたり、パーマをかけたり、毛染めをしたり、セットをしたりするための技術的に必要な時間であり、その間、長時間勧誘をしたり、強引な勧誘はしたことはないと思う。

しかも、お客様ごとに点検カードがあり、定められたことはきちんと行っているので、契約しなければアフターサービスを行わないということを告げながら勧誘するようなこと、このようを理由でアフターサービスを拒否することはあり得ないことである。

しかしながら、当社が急成長期ということもあって、販売に関しては、ある程度までセールスマンに任せていたため、申立人らに対しては、過量の販売が行われたと考えられるし、それに伴って、問題のある勧誘方法が行われた可能性はある。

お客様1人につき、何社も信販会社を利用させ、内規としての与信限度額を超えてかつらの販売が行われたことについては行き過ぎがあった。

販売について出てきた問題に対応するため、平成元年3月からコンピューターでの管理体制を整え、1人1人のお客の契約額及び残債額等を適確に把握するようになった。さらに、平成元年9月からは販売のルールを整備するとともに、管理システムを強化したので、このようなことは今後は起こらないと考えている。

なお、本件は、当社の元従業員らが、別会社を作り、申立人らをして、被害の申し出を行わせているもので、申立人らの主張には誇張又は歪曲した部分がある。

3 あっせん部会の審議及びあっせんの経過

あっせん部会は、平成元年10月6日付で、知事から本委員会に付託された表記案件について、平成元年10月25日から平成2年2月26日に至る間、申立人ら及び相手方事業者F社から事情聴取すると共に、仕意に提出された書類と併せ、慎重に審議した結果、後述の考え方に基づいて、あっせん案を作成し、事業者F社及び申立人らに提示したところ、同意が得られたので、ここにあっせんが成立した。

4 あっせんの内容

下記協定書記載のとおり。

協 定 書

相手方事業者と申立人は、昭和 年 月 日から平成 年 月 日までの間のかつら（以下「本件かつら」という。）の売買契約（メンテナンス分を含む。）に係る案件について次のとおり協定する。

- 1 申立人及び相手方事業者は、本件かつら 枚に関する売買契約を本日付けで解約することに合意する。
- 2 申立人は、相手方事業者に対し、本件かつらのうち、合計 枚分の売買代金相当額金 円を支払う。
申立人は、前号記載の金員を、第3項及び第4項記載の相手方事業者及び各信販会社からの返金が完了した日から1週間以内に、相手方事業者に支払う。
- 3 相手方事業者は、申立人に対し、申立人から直接受領した合計金 円を平成 年 月 日までに返金する。
- 4 相手方事業者は、申立人が各信販会社に支払った割賦金合計金 円について、信販会社をして平成 年 月 日までに申立人に返還させるべき措置を講ずる。
- 5 相手方事業者は、申立人に対し、本件かつらのうち、申立人の所有に属するかつらは申立人の選択によることとし、また、その余のかつらのうち、神奈川県消費者被害救済委員会の認定したものについては、返還

を要しないことを認める。

- 6 相手方事業者は、申立人が本件かつらの使用を希望する場合は、誠意をもってメンテナンス、アフターサービス等を行う。

この場合において必要となる費用等については、本件かつらに関する売買契約が存続する場合と同様に取扱う。

- 7 申立人及び相手方事業者は、本件かつらの取引に関係して、本協定書に定めるものの他、何らの債権債務がなく、お互いに、今後いかなる請求もしないことを確認する。

以上のとおり、協定が成立したので、本書3通を作成し、当事者及び立会人が署名捺印のうえ、それぞれ1通を保有するものとする。

平成 年 月 日

申 立 人

相手方事業者

立 会 人 神奈川県消費者被害救済委員会あっせん部会委員

5 かつらの契約枚数等と協定書に基づく枚数等

氏名	契 約		協 定 書	
	枚 数	金 額	枚数	金 額
A	枚 28	円 10,762,900	枚 6	円 2,667,900
B	33	11,887,300	8	2,873,000
C	19	6,740,500	6	2,237,000
D	17	5,429,000	3	765,000
E	21	8,430,480	3	1,380,000
合計	118	43,250,180	26	9,922,900

第3 あっせん部会のコメント

1 あっせん案について

(1) 申立人らと事業者間における本件かつらの売買は、初回の契約時から最終の契約時までの期間からみると、長い人で8年8カ月、短い人で7カ月であり、比較的長期間になされたものであるが、その回数は、多い人で16回、少ない人でも7回に昇り、また、かつらの枚数にすると、多い人で33枚、少ない人でも17枚に達している。そして、売買代金総額は、多い人で合計金11,887,300円、少ない人でも5,429,000円に達し、信販会社への毎月の支払いが、ボーナス月以外でも、1カ月10万円を超える申立人も存在し、全員が複数の信販会社を併用する結果となっている。このように、本件事案は、多数回に亘り、大量のかつらが販売されたケースということができる。これらの販売回数及び枚数、販売金額、毎月の支払額並びに信販の利用状況等からみると、本件かつらの販売が全体的に過量販売であったことは否定できない。

また、申立人らは、前記のとおり、本件かつらの販売及びその勧誘方法について、さまざまな問題点を指摘している。当あっせん部会は、これらの問題点について、対審構造的な審理を行ったものではないので、個々の問題点に対する事実の有無を確定することはできない。しかしながら、申立人ら及び相手方事業者からの事情聴取等に基づいて、本件かつらの販売状況から判断すると、本件かつらの全てが、申立人らの自発的要望に基づいて販売されたものとは到底考えられない。そして、申立人らと相手方事業者の間で取り交わされた契約書をみると、申立人らの押印欄には、所定の押印がなされた例は殆んどなく、その代わりに拇印が押捺されており、かつ、契約時に差し入れられた内金もわずか1,000円程度のものが多いこと等からすると、申立人らが、熟慮のうえで、本件かつらを購入したものであるか否かについては、多大の疑問が残る。これらの点からするならば、本件かつらの販売方法に関する申立人らの指摘については、それが全て砂上の楼閣であったとは到底考えられず、問題とすべき余地が少なからず存在したことは否定できない。

(2) これに対し、相手方事業者は、背後に介在する第三者の策謀により、

申立人らが被害の申し出を行うに至ったものであって、申立人らの指摘する点には、誇張又は歪曲した部分がある旨を主張するものの、申立人らに対する販売が過量販売であること、それに伴い、販売方法にも問題の点があり得たことを認めている。（なお、当あっせん部会は、申立人らが被害の申し出を行うに至った動機ないし経緯については、それ自体を問題とすべきではなく、問題の本質は救済されるべき被害の有無及び程度にあると考えている。）

(3) そうだとすると、相手方事業者の認めるところによっても、申立人らに対する本件かつらの販売は、過量販売であって、それに伴い、販売方法にも問題の点があったと認められるから、現時点で本件かつらの売買契約を合意解約することが相当である。

しかしながら、申立人らも、これまで、本件かつらを使用し、それ相当の利益を享受してきたことは紛れもない事実である。本件事案のような場合に、かつらの用途、特性、耐久性等を考慮すると、4年毎に、3～4枚程度のかつらの販売が適正に行われたとするならば、それが不当に多すぎるとまではいえないと考えられるので、本件事案については、申立人らが、4年毎に、3枚のかつらを購入したと想定される場合に相当する金額を負担するものとし、その金額に対応する枚数のかつらを、各申立人の選択に従って、その所有に属せしめるのが相当である。そして、本件かつらは、既に廃棄されたものがあることも認められるので、その限度で、申立人らの返還義務を緩和するのが妥当である。

これらの事情を総合的に判断し、前記のあっせん案を提示した次第である。

なお、本件事案の解決にあたって、相手方事業者から、神奈川県内の本件事案と類似の案件についても、上記あっせん案の趣旨に従って、誠意をもって解決に努力したいとの意向が表明されているので、本件事案と類似の案件も、合理的内容で、迅速に解決されることが期待される。

2 かつらの販売のあり方について

(1) かつら販売の特性

かつらの販売には、通常の商品ないしサービスの取引には見られない特殊な要素が存在するといえることができる。

消費者は、他人に打ち明け、相談することが困難な悩みを有し、これを隠蔽するために、かつらを購入し、装着するのである。消費者が、事業者と相談する場合においても、その場所、方法ないし状況の如何を問わず、消費者が弱みを持っていることに変わりがない。しかも、一度かつらの使用を開始すると、それを途中で中止することは事実上極めて困難である。

一方、事業者は、消費者の悩み、弱みを前提として、これを利用しながら、いわば優位な立場に立って、かつらを販売することになる。しかも、消費者信用の利用と相まって、継続性が極めて強固な顧客を獲得したことになり、長期間にわたって、販売を繰り返すことが可能となる。

このように、かつらの販売においては、通常の商品ないしサービスの取引の場合とは異なり、事業者が消費者に対して優越的地位に立ち、消費者が事業者に大きく依存するという関係が成立する。しかも、この関係は、消費者の心理的要因に基づくだけに、かなり決定的であるといえる。まさしく、かつらの販売には、このような特性が存在しているのであって、取引の場において、事業者の優越的地位を前提とした取引が行われる危険性が極めて大きい。したがって、事業者側で、適正な販売ルールを確立し、それを遵守することが必要であると同時に、消費者に対しても、かつらの購入についての注意を喚起することが必要である。

(2) 事業者の販売ルールの確立と遵守

ア もともと、かつらの購入は、消費者の極めて主観的な要因によって行われ、また、消費者は、上記のような悩み、弱みを有しているのが一般である。そして、脱毛の進行に関する判断、予測は、かつらの販売を促進する効果が大きいことから、科学的根拠もないのに、必要以上に、脱毛の進行とかつら装着の必要性を強調するようなセ

ールストークが行われる可能性がある。

このように、かつらの装着の必要性に関する消費者の判断を惑わすような情報の提供は、方法の如何を問わず、厳に慎まなければならないし、消費者の弱みに乗じて、不必要な商品を販売することは、不当性の強い商法といわねばならない。これらの行為を防止するには、事業者による適正な販売ルールの設定と管理体制の確立が必要である。

また、消費者は、相談に応ずる旨の事業者の広告を見て、相談のつもりで電話をかけたり、営業所を訪問したことが機縁となって、かつらを購入するに至る例も少なくなく、このような場合も、上記の如き不当なセールストークが行われる可能性が大きい。そもそも、相談に応ずる旨の表示によって誘引された消費者に対し、自発的申し出もないのに、その弱みに乗じて、即座に商品を売りつけることは、その不当性が一層強いといわねばならない。これを防止するには、脱毛ないし育毛の相談業務とかつらのセールス活動の場を明確に区別すると共に、科学的根拠に基いた相談業務を充実することも必要であろう。

さらに、消費者が主体性を持って、購入の可否を決定することを担保するためには、事業者は、消費者と最初に接触する機会において、かつらの購入契約を締結してはならない等の思い切ったルールの設定が考えられるべきであろう。

イ 当あっせん部会は、本件事案の処理を通して、かつらの必要枚数及び耐用年数が十分明らかにされていないことを強く感じた。かつらの販売においては、必要枚数と耐用年数の問題は、代金の点と共に、極めて重要な事項であると考えられ、それが明示されるならば、過量販売の防止にも役立つことは明らかである。

かつらは、その用法ないし性質上、終始1枚のみを所持していたのでは、使用困難となることもありうるけれども、顧客からの自発的要望なしに、客観的に合理性の認められる必要枚数以上の枚数を販売することは、不当な過量販売となるのであるから、事業者は原則的な適正販売枚数を設定し、その原則的遵守と例外的場合の消費者の自発的意思の確認及び事業者の内部における承認の手續を明確

にする必要がある。

そして、事業者は、その内容を、セールスの現場で、消費者に対し、十分に説明すると共に、パンフレット等のPR資料でも、予め明示すべきである。

もとより、かつらが個性的要素を有し、爾後の使用方法等によって、必要枚数等に差異の生ずることは否定しえないとしても、科学的かつ合理的根拠に基づき、原則的な基準を設定することが不可能であるとは考えられず、それを明示することは、消費者の保護に資するのみならず、事業者にとっても、消費者とのトラブルを防止するうえで、有益であると考えられる。

ウ 消費者は、生活物資等を購入する場合、その取引条件等を容易かつ適正に識別することができる状態に置かれることを要し、事業者は、消費者との売買実約の締結又は勧誘にあたり、消費者に対し、契約の対象物資の内容等に関する重要事項を告知しなければならない（神奈川県消費生活条例第10条、第11条及び第13条の2第2項）。

これは、かつらの販売においても、当然に妥当することであり、事業者はこれを遵守しなければならない。この点からも、かつらの必要枚数と耐用年数の明示は必要であり、それに止まらず、事業者の取扱っているかつらの種類と品質及びそれらの相違点、代金、手入れ方法等の必要な情報が、セールスの現場で正しく開示されなければならない。また、割賦による支払いの場合は、割賦販売法所定の事項が、消費者に対し、確実に告知されるべきことは、言うまでもない。

そのため、重要事項の告知、開示についても、適正なマニュアルとルールを設定し、管理体制を確立する必要がある。その場合、上記の事項が記載された定型的契約書、パンフレット等の書面が消費者に交付されただけで、重要事項の告知ないし開示が行われたものということとはできず、消費者が内容を理解し、購入の可否を判断することが可能となるべき具体的かつ実質的な説明が必要であり、その点を配慮した内容のマニュアルとルールにすべきである。

エ 申立人らは、前記のとおり、本件かつらの販売方法について、長時間にわたり、執拗にセールスを受けた、購入しないとメンテナンスができないかの如き言動があった、いわば、密室ともいふべき場所の調髪台に乗せられ、かつらを外した頭部を正面の鏡に映した状態で、セールスを受けた等の指摘をしているのであるが、仮にもそのような指摘がなされることのないようにすべきである。

また、旧製品の欠点を改良した新製品が開発され、販売の用に供されているにもかかわらず、販売戦略的な意図から、消費者に対し、一旦旧製品を販売したうえで、さらに新製品を販売するようなことも、厳に慎まれなければならない。

消費者の弱みにつけこむことを含めて、不当な消費者に対する勧誘が行われるのを防止するためには、セールストークを含め、セールスの方法について、事業者が適正なマニュアルとルールを設定すると同時に、管理体制を確立する必要がある。

オ かつらの販売においては、比較的資力の乏しい年齢層に属する消費者が衝動的に購入する例も多く、購入者の年齢層からすると、代金も比較的高額であることから、また、事業者の販売戦略、経営方針等からも、消費者信用を利用した販売が一般的に行なわれている。このように、消費者信用の利用は、事業者の利益にも合致するところから、その利用を放任する時は、かつらの販売が過量になることを助長する危険性が存在する。このような弊害が発生するのを防止するためには、消費者の残債務額の抑制と管理について、適正なルールを設定すべきである。例えば、消費者の残債務額を一定金額以下に抑制し、かつ、納品後一定期間が経過するまでは、その消費者に対する販売を中止することとし、それに違反する販売がなされた場合は、消費者の無条件解約を認め、販売関係者にペナルティーを科する等の措置が必要である。

これに関連して、信販会社の関与のあり方も問われなければならない。この点に関する適正なルールの設定も必要である。例えば、信販会社が、販売会社からの連絡のままに、無条件に立替払いに応じ、残債務についての管理も行わなかったり、また、当面の月払額を低

下させるため、最終月の支払額を 100万円単位の巨額とするが如き欺瞞的かつ無理な支払条件を設定したりすることのないようにしなければならない。

さらに、リボルビング方式の安易な利用が過量販売の原因となる場合もあるので、複数のかつらを購入し、金額が高額となるような場合に、リボルビング方式の利用が妥当か否か、また、その利用の方法については、十分な検討が必要であろう。

(3) 消費者の対応

消費者に対する注意の喚起も重要な課題である。そもそも、消費者にとっては、かつら装着の必要性の有無にまで遡った熟慮が必要であることは言うまでもない。かつらを一旦装着した場合、途中で中止することは、事実上困難であって、かつらの耐用年数等を考慮すると、長期間にわたって、相当枚数のかつらを必要とし、購入金額も高額になることが明らかであるにもかかわらず、その点の認識が欠如しているやに窺われる消費者が散見されるのは、まことに残念である。

消費者は、セールス活動を受けたからといって、軽々に、これに 응ずることなく、その必要性を考えることは勿論、かつらの品質、特性、必要枚数、耐用年数及び代金等に対する十分な説明を求めると共に、自己の負担能力等をも勘案し、「NO」といえる態度を常に保持し、諾否を決すべきである。また、購入にあたっては、1人で考慮するよりも、できれば、信頼できる第三者と相談したうえで、決まることが望ましく、この点については、消費生活センター等の予防的利用がもっと浸透してよいと思われる。

消費者がこのような態度を保持する限り、本件の如き事実は発生しないといっても過言ではなく、改めて、消費者に対する注意の喚起を強く訴えたい。

(資 料)

1 神奈川県消費者被害救済委員会審議経過

開 催 日	審 議 内 容
平成元年10月6日(金)	<p>「男性用かつらの販売にかかる案件」事件について付託案件としての適否を審議し、付託案件とすることを決定し、「あっせん部会」を設置した。</p> <p>あっせん部会の構成</p> <p>学識経験者委員 2名</p> <p>消費者委員 1名</p> <p>事業者委員 1名</p>
平成2年2月26日(月)	<p>上記事件について、あっせん部会からあっせん成立の報告を受けて内容等について審議のうえ、あっせん部会の見解及びあっせん案が妥当であり、あっせん成立としてこれを承認した。</p>

2 あっせん部会の審議経過

回数	開催日	審議内容
第1回	平成元年10月25日(水)	1 部会の今後の進め方につき協議。 2 申立人の申し出内容につき、審議。 双方からの事情聴取の方法、内容検討。
第2回	平成元年11月4日(土)	申立人から口頭で事情聴取。
第3回	平成元年11月15日(水)	申立人の事情聴取等に基づいて、事業者からの事情聴取の方法、内容の検討。
第4回	平成元年11月22日(水)	事業者からの事情聴取。
第5回	平成元年11月29日(水)	申立人及び事業者からの事情聴取に基づく検討及びあっせん内容等について審議。
第6回	平成元年12月9日(土)	あっせん内容等について審議。
第7回	平成元年12月13日(水)	事業者に対し、あっせん案の概要を提示して、あっせんを行う。事業者は大筋でこれを受諾した。
第8回	平成元年12月20日(水)	協定書及びあっせん部会のコメント内容等について審議。
第9回	平成2年1月12日(金)	協定書及びあっせん部会のコメント内容等について審議。

回数	開催日	審議内容
第10回	平成2年1月26日(金)	協定書及びあっせん部会のコメント内容等について審議。
第11回	平成2年2月6日(火)	協定書及びあっせん部会のコメント内容等について審議。
第12回	平成2年2月26日(月)	報告書(案)の検討。