

現代日本の消費者問題

小谷正守
保田芳昭
編著



ミネルヴァ書房

現代日本の消費者問題

小谷 正 守
保田 芳 昭
編 著



ミネルヴァ書房

現代日本の消費者問題

1980年5月30日 第1版第1刷発行

<検印省略>

定価はカバーに
表示しています

編著者	小 谷 正 守 保 田 芳 昭
発行者	杉 田 信 夫
印刷者	江 戸 卯 一 郎

発行所 株式会社 ミネルヴァ書房
607 京都市山科区日ノ岡堤谷町1
電話代表(075)581-5191番
振替口座・京都8076番

©小谷・保田, 1980.

共同印刷工業・酒本製本

3033-41074-8028

Printed in Japan

ま え が き

日本経済は、1960年代の「高度成長」期を経て、70年代、とくに73年の「石油危機」を媒介として長い構造不況にあえいできた。そして今、長いトンネルから十分離脱しきれないまま、第2の「石油危機」に直面している。現代資本主義の構造的危機は、生産と消費の矛盾を鋭くし、そこでの国民の消費生活は、ひきつづく物価の問題、製品の安全性の問題、資源・エネルギーの問題、生活環境破壊の問題など多面化する構造的な消費者問題に直面し、80年代に明るい展望をもちえない状況下におかれている。そうしたなかで、消費者問題を、消費者自ら団結し解決していこうとする消費者運動が広範囲に定着し、粘り強く推進されている。かかる事態は、ひとりわが国だけでなく、少なくとも高度に発達した資本主義諸国に共通してみられる現象である。

現代の消費者問題とされる領域は、広く多岐にわたっている。それは、消費者が人間として健全で豊かな消費生活を営む権利が侵害され、消費生活で被害を受けている領域である。それは、およそ三つに類別できよう。第1は、日常の消費財・サービスの購入・消費（使用・利用）における物価や安全性など個人的消費にかかわる問題、第2は、社会的生活条件・社会的生活環境など社会的共同消費にかかわる問題、第3は、大気や水など自然的消費にかかわる問題、これである。これらの問題領域で生起する諸問題は、それぞれの性質や現われ方に相違があるが、その根本においては、大量生産・大量販売を通して独占利潤を追求する独占的大企業が生産や流通はいうまでもなく消費さえも支配するという、現代独占資本主義の経済と政治の仕組みに基因するものと考えられる。

もとより、現代日本の消費者問題は、たとえば、公共料金値上げ・消費者保護・一般消費税導入の問題などにみるように、国や地方自治体の政治・行政のあり方と密接に結びついているし、ヤミカルテル・不当表示・灯油裁判などの

ように、法律・司法と関連し、また石油資源・食糧・多国籍企業の問題などのように、国際的な政治・経済関係とその動向に深くかかわっている。

今日、消費者問題の解決にあたっては、たとえば、自己啓発による賢い消費者づくりや行政・企業・消費者の3者合意形成システムづくり、さらには企業の行動を批判・告発する運動や地道な生協運動など、多様な思考と方法が模索され実践されている。しかしながら、経験がさし示すように、消費者が具体的に消費者問題を解決するには、団結して道を拓くほかはない。それは問題の性質に応じて、地域レベル・全国レベルの団結、さらには万国の消費者の団結へと発展する。団結と共同行動の闘いの正しい前進のためには、科学的な認識を自らのものとし、知を力にしていくことが当然求められる。

すでに述べてきたように、現代消費者問題は複雑で多面的である。その総合的認識のためには、学際的研究を必要とするであろう。だが、ここで本書が取り扱う主たる領域は、先に示した第1の領域にかかわっている。ここにこそ、その基本的で本来的な消費者問題が存在するからである。今日、消費者問題に関心が広まるにつれて、専門的ないし啓蒙的な書物も次第に出版されてきている。しかしながら、本書の刊行を意図したのは、消費者問題の基礎をなす経済的側面（経済関係）について分析しまとめた書物がきわめて少ないことに由来している。それとわれわれの専門的関心から、本書は、現代消費者問題の経済的側面、とくに流通経済的側面の解明に意をそそいだものである。

第1編では、現代資本主義の商品流通過程の解明を通して消費者問題の基礎視角を展開した。第1章では、消費者問題に関する若干の論議を検討し、それを現代資本主義の構造との関連で把握すべき基礎視角を論じた。第2章では、消費者問題の認識上不可欠な、消費や消費者の基礎概念を理論的に掘り下げ、かつ大量消費社会の実相と特質を分析した。第3章では、独占的大企業による消費者操縦の思想と技法およびその戦略を解明し、消費者問題への企業の対応の実態と現代の国家機構による消費者統制論を提示した。第4章では、商品流通機構を歴史的・理論的に消費者との関連で解明し、かつ地域主義の検討を通

して将来の望ましい流通機構のあり方を提示した。第5章では、高度成長下と低成長下での物価上昇のメカニズムと消費生活の実相を統計資料を駆使して分析し、消費生活の悪化と消費者の抵抗を提示した。

第2編では、現代日本の消費者問題を、消費者主権、消費者運動、生協運動、消費者行政などの点で解明するとともに、80年代を展望するようつとめた。第6章では、消費者被害の実体を考察しつつ、消費者主権論を批判的に検討し、消費者の権利を基本的生活権の一部として確立し定着すべきことを論じた。第7章では、消費者運動を三つの型でとらえ、それぞれの特徴点を示すとともに、消費者運動の現状と問題点を指摘し、さらに将来展望を示した。第8章では、生協運動をふりかえりつつ、現代独占資本と消費者運動、生協の組織と経営、および消費者運動と生協運動の関係を現実に則して解明した。第9章では、資料を駆使して消費者被害の現状とそれへの行政的・政策的対応を解明し、とくに消費者保護基本法を核とした消費者行政の課題と展望を提示した。

本書の巻末には、「戦後消費者運動年表(1945～1979)」を付した。これは、日本消費者連盟のご了解をえて、同連盟の『草の根運動10年』下(日本消費者連盟, 1979年)に掲載された膨大な「年表 消費者運動100年」の戦後部分を約半分に編集したものである。原年表は、わが国初の、詳細にして包括的な、まことに貴重な消費者運動年表である。出版されて間もないこの機会に、利用することを快く許された日本消費者連盟、代表竹内直一氏に対し深甚の感謝の意を表するとともに、年表作製という苦勞の多い仕事をされた方がたに対して深い敬意の念を表するものである。この年表を本書に付しえたことにより、本論の叙述で不十分な戦後日本の消費者問題に対する事実認識を補うことができたのではないか、と思う。読者諸氏が年表を十分に活用されることを期待する次第である。

なお、本書の叙述においては、広範な消費者の理解をえるために、表現は、科学性をそこなわないかぎり、できるだけ平易にするようつとめたつもりである。同時に、数年来の研究会を通して合意されている事項としては、次の諸点

がある。一つには、現代日本の消費者問題解明のため、科学的経済学とくにその流通経済論的視角から理論的に分析を加えること、二つには、消費者問題の解決のためには、勤労者としての消費者が中心となって自らが団結し障害を除去する運動が発生・発展するが、それをその限界性においてとらえるよりは、その発展する法則性において認識すること、三つには、現代資本主義のもとでの消費者問題の究極的解決のためには、この体制の変革を問題とせざるをえないとはいえ、当面、その主要な原因は、現代の政治・経済を支配する独占体制を民主的に規制・統制する新しい民主主義的政治・経済関係の形成によって、かなりの程度除去しうるものと認識すること、これである。

本書はもとより未熟なものであるが、ささやかな共同研究の成果の一つである。現代日本の消費者問題への科学的認識のために、いささかなりとも役に立つならば、望外の喜びである。同時に、先の合意が底に流れてはいるが、各執筆者による個々の見解まで一致をみているわけではもちろんない。未熟さゆえに誤りもなしとはしないであろう。読者諸氏からの建設的なご批判と助言をえて、さらに充実したものにしたいと念願している。

最後に、本書の刊行にあたり、3年有余もこの企画をみまもり、何かとご尽力いただいたミネルヴァ書房の企画部長高橋邦太郎氏に厚く御礼申し上げる次第である。

1980年4月

編 者

目 次

ま え が き

第1編 消費者問題の基礎視角

第1章 現代消費者問題の再検討

I 消費者問題の再検討	2
II 家政学的消費論の発展	10
III 独占の市場支配論と消費者問題	13
IV 現代消費者問題の基礎視角	18

第2章 資本主義経済と消費者

I 資本主義経済における消費	23
II 消費の担い手としての消費者	28
III 大量消費社会の特質	33

第3章 独占の消費者操縦・消費者統制

I 独占資本主義と消費者	37
II 独占のマーケティングと消費者操縦	41
III 現代のマーケティング戦略と消費者操縦	52
IV 消費者問題への企業の対応	57
V 国家独占資本主義と消費者統制	61

第4章 流通機構と消費者

I 流通機構の形成と発展	68
II 流通機構の変貌と消費者	72
III 地域主義と消費者運動	80

第5章 物価と消費者

I 戦後日本の物価上昇	85
-------------	----

Ⅱ 現代の物価上昇の仕組み	88
Ⅲ 戦後の日本経済と国民の消費生活	94

第2編 現代消費者問題の展開

第6章 消費者問題と消費者主権

Ⅰ 消費者被害と消費者問題	110
Ⅱ 消費者主権と消費者利益	114
Ⅲ 消費者の権利の確立とその展開	118

第7章 消費者問題と消費者運動

Ⅰ 消費者運動の所在	122
Ⅱ 消費者運動の類型とその形成・発展	123
Ⅲ 消費者運動の現状と問題点	128
Ⅳ 消費者運動の展望	133

第8章 消費者運動と生協運動

Ⅰ 生協運動と消費者概念	139
Ⅱ 独占資本と消費者運動	142
Ⅲ 生協の組織と運営	146
Ⅳ 生協運動と消費者運動との関係	149

第9章 消費者対策と消費者行政

Ⅰ 消費者対策と消費者保護	155
Ⅱ 消費者政策の生成と展開	162
Ⅲ 消費者行政の課題と展望	175

参 考 文 献	180
---------	-----

戦後消費者運動年表(1945～1979年)	183
-----------------------	-----

第 1 編

消費者問題の基礎視角

第1章 現代消費者問題の再検討

I 消費者問題の再検討

現代資本主義のもとにおける消費者問題は、きわめて複雑にして多様な形態をとっているだけでなく、ますます多発化し、広範化し、深刻化している。

このことは、欧米先進資本主義国はいうにおよばず、いわゆる発展途上国においても然りである。当然のことながら、わが現代日本についてもあてはまるばかりか、戦後の急激な資本主義的経済発展——高度経済成長とその破綻のなかで、消費者問題は深刻な社会問題の一つとなってきた。消費者大衆のこうむる商品被害総額は、官庁の1978年の推計でも1兆円を超えるとされている。商品に関連する被害は、その推計で用いられるような、保険金支払額や医療機関で算出されるなどの数値に限らないばかりか、むしろそれらは、消費者が商品に関連してうける被害の一部にすぎないものである。しかも消費者がうける被害は、たんに商品ばかりでなく、各種のサービスやさらに各種の公害、自然破壊など取りかえしのつかない損害や損失を考えなければならない。さらに、現代資本主義のもとでの消費者の権利の未確立の問題などがある。

こうした消費者にかかわる諸問題に対して、個々の消費者が団結し、組織をつくり、消費者に被害をもたらす企業やそうした事態を助長したり静観したりする行政に向けて様々な運動を推進してきたのは、けだし当然のことである。われわれがみるところでは、現代資本主義、つまり国家独占資本主義——端的にいえば、強大な経済的・政治的・社会的権能を有する独占体が自らの様々な利益を確保・増進し、その体制を擁護するため国家を従属させている体制——のもとでは、上述のごとき消費者問題の成立と発展は必然的であり、そ

れに対する対抗運動としての消費者運動の成立と発展もまた不可避的な、必然的なものである。

しからば、それは何故に必然的であるのか。そのような必然性を生み出す社会経済構造は、どのようなものであるのか。1980年代を迎えて、消費者問題を抑止し、解決し、安全で豊かな消費生活を築きあげていくには、どのような進路を開拓していかなければならないのか、といった国民生活にとってきわめて重大な問題が問われている。この問題については、すでに多くの消費者運動家はいうまでもなく、研究者の一部からも論じられてきた。

われわれがみるところでは、消費者問題の必然性を理解し、80年代以降に消費者問題を解決していくためには、一つには、問題を歴史的かつ構造的に把握する努力がいっそう必要だと考えている。現実の消費者問題は確かに、経済的・政治的・法律的・行政的・社会的・イデオロギーなどの諸側面をもっている。そうした諸側面のなかでも、なにが基本的・本質的な側面であるのか、なにが消費者問題の発生構造を形成するのか、といえは、消費生活の土台をなす経済的側面つまりその経済的な関係に求めるほかはない。

消費者問題の土台をなす経済関係とは、一般的にいえば資本主義的経済関係、わけてもその問題が一般化する20世紀の独占段階では独占資本主義的な経済関係であり、それを消費者問題との連関のなかで解明していくことが不可欠な前提である。

そもそも人間は、かけがえのない地球に生存していくなかで、互いに協同しあって自然界に働きかけ、生活資料を獲得してきた。生きていくためには、生活資料を消費しなければならず、消費のためには生産しなければならない。古い自給自足の経済のもとでは、生産力水準が低く、人びとは、共同して生産用具を所有し、生産は消費のための生産としてなされ、生産と消費とは、なお未分離であった。生産者が同時に消費者であり、生産の場所が消費の場であり、生産の時期が消費の時期であった。生産力が高まり、自然的分業から社会的分業が発展し、消費量以上の剰余生産物ができるようになるにつれて、生産に要

第1編 消費者問題の基礎視角

する土地や原料や道具（のちには機械なども）などの生産手段は、共同所有から次第に私的所有へ移行し、生産物も共同所有から私的所有へ移行するようになる。かかる所有関係の変化は人類史に根本的な影響を与え、いわゆる奴隸制、封建制を経て資本制社会へと経過することになる。かかる歴史的過程において、生産に対する人びとの関係（生産関係）は相対立する二つの集団によって形成された。基本的には、生産手段の所有階級と非所有階級との対立を主軸にして社会が発展した。上記の三つの社会制度は、いずれも階級社会を意味するが、農業生産が中心で工業生産が従となる社会では、さきにみた生産と消費の未分離も、完全な分離に至らなかった。資本制社会ではじめて、生産と消費の人格的・場所的・時間的分離は完成したのであるが、それをもたらした根本は、資本主義的生産関係の確立であった。

資本主義のもとでは、原理的には、一部の人びと＝資本家階級が生産手段を占有し、大部分の人びと＝労働者階級は生産手段をもたず、労働力（労働する精神的・肉体的諸能力の総体）を資本家＝雇用者に売って賃金を労働力の再生産費として取得する。労働者は直接生産に従事しながら、作った商品の所有者＝生産者ではなく、市場で資本家＝生産者が売る商品の消費者として登場する。資本主義的生産は、資本の人格的担い手たる資本家ないしその忠実なる手代たる経営者が利潤の飽くなき追求を唯一の目的、推進動機として行なわれる。労働者は、資本の再生産の歯車のなかで、一方では労働者として労働過程で資本に搾取され、他方では消費者として商品流通過程の末端で追加搾取・収奪の対象となる。19世紀の中ごろ、イギリスでこの追加搾取に抗して労働者自身の手で協同組合運動がつくられたし、それ以前から資本の搾取に抗して労働組合運動がなされたのはこの故である。労働者の消費（個人的消費）は、人間としての生存のための消費欲望を満たすが、これは同時に、資本のための労働力の再生産でもある。

資本主義的蓄積の法則は、一方では労働者階級の貧困化（窮乏化）、他方では資本家階級の富と権能のいっそうの強化をもたらす。資本主義の発展は、資

本と賃労働との対立的な経済関係を基礎とした資本主義的蓄積の法則の展開としてあらわれる。

自由競争のもとでの資本主義は、生産と資本の集積・集中を基礎として、自由競争の対立物たる独占を生みだす。資本主義的独占の形成と発展は、原理的考察では考慮の外にしていた中間層の分解をいっそうおしすすめ、一方では労働者階級の量的・質的比重をいっそう高めるとともに、かれらには新しい貧困問題を生み、他方では、資本家階級内部での独占グループの比重が決定的に強大となり、国内および国際関係における搾取と抑圧、収奪と支配の巨大な権能を生みだす。いまや、少数の独占体とその独占体の搾取と収奪にさらされる労働者階級および他の勤労人民との、いわば独占と反独占との対立・抗争が主要な矛盾となるに至る。

資本主義の独占段階（ほぼ20世紀以降）における消費者問題は、上述の独占資本主義的経済関係のもとで実在しており、この経済関係の科学的認識のもとでのみ正しく認識することができるのである。

さて、消費者問題、あるいは消費の問題が、とみに社会の関心を集めているが、それは、その階級的立場のいかんによって異なる立場から問題にされてきた、といってよいであろう。

まず、その前に、消費の問題であるが、消費と一口にいても、それは二つに大別される。一つは、資本主義的生産活動のために必要とされる生産要素の消費、あるいは生産財の消費である。これは営利目的を達成するための、原料・機械や労働力の消費であり、生産的消費といわれるもので、これは消費そのものが目的ではない。二つには、個々の家計ないし世帯が個人生活を維持するために必要な生活資料、あるいは消費財の消費であり、これは主として家計を支える構成員の収入を媒介としてなされ、その構成員の欲望の充足が目的であるもので、個人的消費ないし最終消費といわれる。

この他に消費を広く一般的に解すれば、国家や地方公共団体、あるいはそれに準ずるものも巨大な一消費者であるといえる⁽²⁾。例えば、租税収入

第1編 消費者問題の基礎視角

や官業収入などによって得られる資金を、教育、国防、公共事業などに投下し、再配分する限りでは、これもまた一つの消費と考えられる。このいみでの国家や地方公共団体の消費は、国家独占資本主義のもとでは、ますます比重を高めてくる。付言すれば、国家などが商品やサービスの価格決定に介入したり、自ら生産を行なったり、あるいは金融・財政政策など経済政策を通じて、生産的消費・個人的消費に大きな影響力を行使するのが現代の特徴である。

ところで、資本の立場から検討してみると、第1に、消費の問題は、なによりも生産的消費の問題である。それは、他より優れた原材料、機械設備などを消費・使用し、それを稼働させる労働力の消費＝労働に対する管理の問題であり、品質と価格の点でより高い利潤を創造するための消費として映る。

第2に、消費の問題は生産に対応する販売、あるいは商品流通の問題として登場する。生産過程では価値・剰余価値が生産され、流通過程では価値が実現される。消費の局面はこの流通過程の末端に位置し、消費の量と速度は、流通過程を、さらに生産過程を間接的に制約する。資本主義経済は、供給がそれ自らの需要をつくり出すという販路説に反し、周期的な過剰生産恐慌にみまわれるのが歴史的現実であった。資本主義の基本矛盾——生産の社会的性質と領有の私的資本主義的性格との矛盾——から、生産と消費の矛盾——生産の無制限的拡大と大衆の制限された消費との矛盾——が派生するが、大衆の制限された消費は生産力のいっそうの発展にとって桎梏となる。

第3に、独占資本は、巨大な生産力を活用し独占利潤を現実的に獲得するために、流通過程をも自らの支配下に包摂し、また制限された消費に対する自己の支配力を拡大・強化するためにマーケティングなどを実施する。巨額の流通費用（広告費や交際費など）を投下し、大衆の消費意欲を刺激し、あるいは信用販売の手段を講じて浪費をつくり出す。

第4に、消費需要を喚起するための第3次産業の発展を促進する⁽⁹⁾。一方では価値を生産しないサービス・商業部門の肥大化は資本蓄積の阻害要因になり生産力の浪費を意味するが、他方ではこれは需要創出にとって有効な手段となり

利潤獲得の場となる。これは資本過剰に悩む独占資本の寄生性と腐朽性を示す。⁽⁴⁾
この点は第3の場合も同様である。

第5に、独占体は国家機構を利用し、国家を通じて、巨大な政府をつくり上げ、人為的に需要・購買力を操縦する。一方では大衆への重税政策（典型的には一般消費税）やインフレーション政策をとり、他方では独占本位の公共投資や経済の軍事化⁽⁵⁾などで国民生活をおびやかす、独占体のための需要創出をはかる。

第6に、独占体とその国家の支配のもとで生起する消費者問題に対しては、独占体はもちろんのこと、政府・行政は、積極的に解決しようとはしない。消費者問題が全般化し深刻化すると、消費者運動が必然的に高揚するが、これに対して独占体や政府・行政は、資本の利益に大きく反しないかぎり、微温的に、対症療法的に対応する。根本的解決をはかることは自らの体制の変革を不可欠とするが故になしえず、逆に消費者運動の抑圧ないし改良主義的傾向を助長する傾向さえある、といえよう。

次に労働者の側、つまり勤労的消費者の立場から消費の問題、消費者問題を検討してみよう。

第1に、個人的消費ないし本来的消費を担う中心勢力は労働者階級である。彼らは、資本の支配下での労働過程で搾取され、とりわけ独占段階では流通過程で収奪される立場である⁽⁶⁾。彼らの収入面は、つねに資本の貪欲な搾取のもとで抑制されており、不当かつ巨額な所得格差がたえず存在する⁽⁷⁾（例えば、表1-1～2をみよ）。これに反して、大企業には、巨額の利潤や使途不明金が累積されている（表1-3をみよ）。この制限された賃金所得で、労働者は資本家からの商品（生活手段）の購入・消費を強制されている⁽⁸⁾。商品のもつ価値的側面については独占価格やつり上げられる公共料金などで収奪され、商品の使用価値的側面については、安全性を無視した欠陥商品や浪費強制的マーケティングによって操縦される。かくして現代消費者問題でいう被害は、この労働者階級が全面的に直接うけざるをえない立場におかれている。

第2に、労働者階級は、一方では資本の搾取に抗して労働組合運動の主体と

第1編 消費者問題の基礎視角

表 1-1 億万長者1位所得・常用労働者1人当り給与・全国勤労者家計収入

昭和 年次	億万長者1位 所得額(万円) A	常用労働者1人当 り平均現金給与額	全国勤労者世帯家 計収入	A/B	A/C
		年額 (円) B	年額 (円) C		
30	12,056	220,116	350,028	548	344
35	30,896	292,500	490,752	1,056	630
40	51,731	472,320	781,692	1,095	662
41	69,259	527,100	856,164	1,314	800
42	61,315	584,568	944,700	1,049	649
43	73,612	664,860	1,051,188	1,107	700
44	218,015	771,996	1,172,004	2,824	1,860
45	153,638	893,232	1,355,388	1,720	1,134
46	389,094	1,042,008	1,494,744	3,734	2,603
47	158,783	1,207,032	1,662,960	1,316	955
48	514,404	1,470,540	1,990,320	3,498	2,585
49	350,299	1,859,604	2,469,504	1,884	1,419
50	376,432	2,126,556	2,833,824	1,770	1,324
51	169,047	2,402,904	3,098,844	704	546
52	212,365	2,635,440	3,432,468	806	619
53	227,189	2,824,536	3,654,744	804	621

(出所) 億万長者:『西日本新聞』1977年5月3日, および国税庁資料による。

常用労働者1人当り現金平均給与額: 労働省統計情報部編『毎月勤労統計要覧』。

全国勤労者世帯家計収入: 総理府統計局『家計調査報告』。

表 1-2 最高額所得者および億万長者数

年次	氏 名	職 業	所得額 (万円)	億万長者数 (人)
40	上 原 正 吉	大正製薬社長	51,731	26
41	上 原 正 吉	大正製薬社長	69,259	33
42	大 塚 武三郎	大塚製薬工場主	61,315	49
43	松 下 幸之助	松下電気会長	73,612	61
44	佐々木真太郎	新日本観光社長	218,015	664
45	大 谷 竹次郎	昭和電極社長	153,638	1,029
46	関 兵 馬	関兵精麦社長	389,094	2,704
47	範 統 万 寿	ナボー開発代表	158,783	2,591
48	長谷川 万 治	材木店社長	514,404	6,378
49	長谷川 万 治	材木店社長	350,299	1,320
50	長谷川 万 治	材木店社長	376,432	4,156
51	上 原 正 吉	大正製薬役員	169,047	565
52	上 原 正 吉	大正製薬役員	212,365	852
53	古 川 義 三	古川拓殖代表取締役	227,189	1,176

(出所) 『西日本新聞』1977年5月3日, および国税庁発表の資料による。

表 1-3 大企業の使途不明金
総額と解明率の推移

事務年度	使途不明 金総額 (億円)	解明率 (%)
48年	256	18
49年	209	12
50年	236	9
51年	295	9
52年	242	10
53年	337	21
総計	1,575	

(注) 53事務年度によれば, 資本金
1億円以上の企業は全国に1万
7400社あり, そのうち4200社
(24%)について税務調査がお
こなわれ, このうち4分の1強
の1156社に総額約337億円の使
途不明金が見つかった。

(出所) 『毎日新聞』1979年12月13
日付。