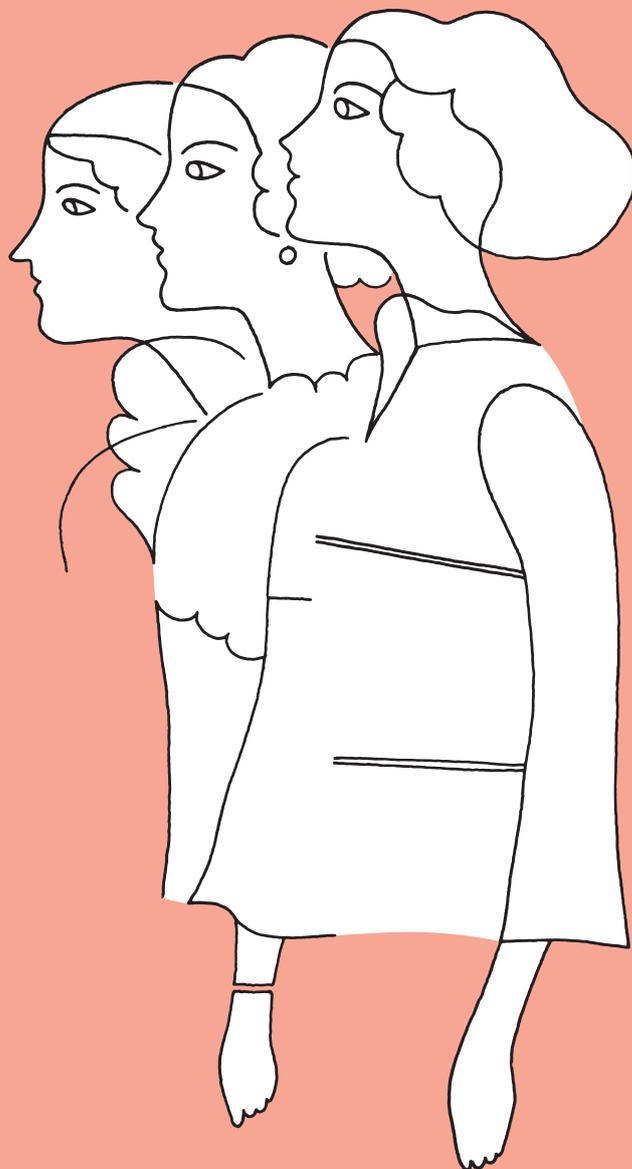


季刊

ダイレクトセリング

より良い訪問販売をめざして

「多えてよかつた」を届けたら



2 特集 ダイレクトセリング企業のCSRを考える
——企業の活動事例Ⅱ

信頼を生み出し、未来を動かす社会貢献活動
新生ホームサービス株式会社
株式会社ノエビア

8 改正特定商取引法Q&A
監修：高芝利仁 弁護士

10 インフォメーション
活動ダイアリー

140

2017年 秋号

特集 ダイレクトセリング企業のCSRを考える ― 企業の活動事例Ⅱ

信頼を生み出し、 未来を動かす社会貢献活動

本誌では、138号から「ダイレクトセリング企業のCSRを考える」と題し、ダイレクトセリング企業が果たすべき社会的責任などについて考察しています。

本特集では、CSRの一部である「社会貢献活動」に力を入れている企業にご登場いただき、具体的な活動内容をご紹介します。今回は、リフォーム関連の事業を展開する新生ホームサービス株式会社と、化粧品会社の株式会社ノエビアにお話を伺いました。

(聞き手：編集部)

社員の声から始まった社会貢献活動が
つながりを生み出し、絆を深める

新生ホームサービス株式会社

うに位置つけて取り組んでいますか。

なくてはならない存在目指し、
さまざまな活動を展開

当社は住宅リフォーム業を展開する企業です。より良い住まいと暮らしをお客様に提供することを目指し、

御社では社会貢献活動をどのよ

事業活動を行っています。企業理念は、お客様にとって、社会にとって「なくてはならない存在意義のある企業」であることです。従業員一人一人がそれを意識しています。社会貢献活動も同じです。社会にとつて、地域にとつて、「なくてはならない存在」であり続けたいという思いで、さまざまな活動を展開しています。私たち企業ができることは何か、世の中の役に立つにはどのような活動をすればよいか。また社

員一人一人が、自分の存在意義を体感するにはどうすればよいか。そうしたことを考えながら、社会貢献活動に取り組んでいます。

― 御社では継続的に社会貢献活動を行っていらつしゃいます。特徴的な活動をいくつか教えてください。

特徴的な活動は二つあります。一つが、災害の復旧・復興支援活動です。きっかけは2011年3月11日



広島県広島市安佐北区で実施した災害復旧ボランティア

に発生した東日本大震災でした。被災地出身の社員のご両親が被災し、社内から、「支援活動をしたい」という声が上がったのです。その声が契機となり、東日本大震災の被災地に防寒着を送ったことが、活動の始まりとなりました。

以来、東日本大震災で被害にあった地域をはじめ、2014年の豪雨で甚大な被害を受けた広島や、2016年の熊本地震の被災地に赴き、ボランティア活動をしています。

現地ではいろいろな作業をします。東日本大震災で被害を受けた宮城県南三陸町では、牡蠣の養殖作業やワ

カメの種付けを手伝ったり、がれきの撤去作業を行いました。広島では、家に入った土砂を掻き出す作業を支援。熊本でもがれきの撤去作業を行いました。

土砂の掻き出し作業やがれきの撤去は、機械では限界があるため、人手が必要です。現地の方と泥だらけになりながら作業をすることで、被災した方たちの気持ちを知ることができます。「災害を忘れないでほしい」「記憶を残していきたい」と願っている方がたくさんいるのです。そうした方たちの心を癒やす役割も、私たちが担えればと思っています。



選手と一緒にヴィッセルのフラッグを制作

社員は皆、震災に対して強い思いを持っていきます。理由は、阪神淡路

大震災の被災地神戸に本社があり、社員の多くが被災を経験しているからです。当時の辛い記憶は20年以上経過した今でも蘇りますが、復興が進み、町並みが戻ると、風化するものです。人の記憶が薄れ、忘れられていく。辛い記憶を忘れ去られてしまふのはもつと辛い。それをよく分かっているからこそ、当社では被災地支援の活動を継続していくことに大きな意味があると考え、続けていくのです。阪神淡路大震災のとき、たくさんの方が助けてくださいました。だからこそ恩返ししたい。そうした思いが復旧復興支援の活動を後押ししています。

社会貢献活動が社内外に与える影響とは

もう一つの活動は障害者支援です。その中で障害児入所施設「おおぞらのいえ」には、障害がある子どもたち一人一人の発達と成長を促しながら定期的に訪問し、支援をしています。元気で明るい子どもたちばかりで、私たちが訪問すると素敵な笑顔

で迎えてくれます。

当社では、障害者でも働きやすい環境づくりを掲げ、積極的に雇用しています。同施設に一時、入所していた従業員に話を聞いたことがきっかけとなり、訪問活動へとつながりました。どうすれば子どもたちが喜んでくれるか。どう接すれば成長を手助けできるか。そうしたことを考えながら、活動しています。

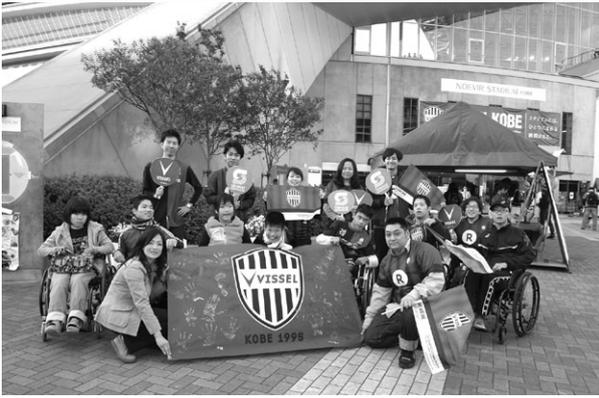
訪問する際は、当社がスポンサーを務めるヴィッセル神戸（J1）にもお願いして選手と一緒にいきます。ゲームやサイン会を設けて、入所している子どもたちと交流しています。施設を訪問するだけでなく、実際の試合に、これまで2回招待しました。間近で見えるプロ選手の素早い動きや迫力に、子どもたちはもちろん親御さんも喜んでくださいました。皆が楽しめる時間を提供できたと思っています。

パラリンアートという活動も応援しています。パラリンアートとは、障害者アーティストの方たちが経済的に自立できるように支援する活動です。2013年11月からこの活動を支援しており、エントランスや応接室にアーティストの作品を飾って

います。現在、展示しているのは4枚の絵画です。こうした作品はなかなか、一般の方が見る機会はありません。社内に飾ることで、社員、お客様などの目に触れる機会をつくり、パラリンアートについて知っていただきたいと思っています。

——どちらの活動も社員の方の声がかきかけとなったようですね。二つの特徴的な活動に関する社内外の反応はいかがですか。

両方とも大きな反響があります。一つ目の災害復旧・復興支援活動に



ヴィッセルの試合を観戦

ついて、実際に支援活動をした現地の方からは、「年々ボランティアの数が減っているの、来てくれてうれしい」「話を聞いてもらえてよかった」との声が届いています。傷ついた人の心を癒やすことができるのは、やはり人の心だと思っています。一緒に汗を流して作業をする中で絆が生まれる。被災地の復興は、がれきの撤去作業に限らず、被災した人の心を軽くする活動でもある。だからこそ継続することが大切なのです。今後も続けていきたいと思っています。社内にもいい影響を与えています。支援活動は希望制で出勤扱いとして



今年7月に発生した九州豪雨土砂災害の復興支援活動

います。幹部をはじめ、さまざまな部署の社員が参加しており、この活動を通して知り合う人もたくさんいます。作業を共にすると、仕事やプライベートなことを話す機会がありますから、絆が深まるのでしょう。活動から戻ってきた後も、交流が続いている人たちもたくさんいるようです。「仕事がしやすくなった」という声も聞きます。

本業にも通じる 相手の立場に寄り添った行動

——「おそろのいえ」訪問活動では、どのような反応がありますか。

訪問活動を始めたころ、施設の子どもたちは少しぎこちなかったのですが、徐々に慣れてくれて、今では年に一度の訪問を楽しみに待っていています。訪問する度に子どもたちの笑顔が増えているのがうれしいです。ヴィッセル神戸の選手とともに、活動を続けていきます。

障害がある子どもたちと接することで、いろいろな気付きを得ることが出来ます。私たちの仲間にもレベルは違いますが、障害を持っている

社員がいます。一緒に働く上で、どのように接すればよいか。相手の状況や気持ちをよく考え、動くことが大切です。訪問活動での経験が参考になっています。

——御社の継続的な活動は、社内外に大きな影響を与えていると感じます。これまでの活動を振り返り、感じていることを聞かせてください。

お客様からも活動に関する声をたくさん頂戴します。「いろいろな活動をしているのね」と声を掛けていただいたり、「こうした活動を続けている企業があると知り、御社に興味を持った」と言っていたいただいたこともありました。

地元の大學生とのつながりも生まれました。8月17日に神戸大学の学生とともに、今年7月の九州北部豪雨で被害にあった福岡県朝倉市に行き、土砂災害の復旧支援活動を実施しました。学生との共同作業は今回が初めてです。学生が弊社の活動に興味を持ってくれたことがきっかけとなりました。学生の意見は新鮮で斬新なものが多くて驚いています。こうした共同作業は、社会貢献活動

だからこそ実現できるもの。今後もこのつながりを大事にしていきたいです。

社会貢献活動について強く思うのは、活動は決して企業の宣伝ではないということ。PR材料にしてしまえば、それは一人よがりの活動になります。今回お話しした二つの活動にも通じるのですが、相手の気持ちに寄り添って考えることが何よりも大切です。

求められているものは何か、何をすべきなのか。災害復旧・復興支援活動では、現地に根付く企業や団体に協力してもらい、被災地のニーズをヒアリングしたり調査することから始めました。「がれきを撤去する人員が足りない」「土を掻き出す作業を手伝ってほしい」など、被災地の人でなければ分からない要望をしっかりと掴む必要があります。相手の気持ちに寄り添い、行動をとる。これはサービスを提供したり、訪問販売活動をする上でも大切なことです。

冒頭にお話しした通り、当社の企業理念は「なくてはならない存在」になることです。それを実現し、社員一人一人が体感することは簡単な

ことではありません。しかし、活動に参加することで、「自分が役に立っている」「なくてはならない存在である」と実感することができ、その気持ちを仕事でも感じてほしい

未来を担う子どもたちが、 大きな夢を抱けるような支援がしたい

株式会社ノエビア

社会とともに 発展していきたい

——御社では社会貢献活動をどのよう
に捉えていますか。具体的な活動
内容をお聞かせください。

ノエビアグループでは、あらゆるステークホルダーの豊かな生活の実現に向けて、美と健康の創造に取り組んでいます。企業としての発展を
目指しながら、社会的責任を果たし、
社会の発展に貢献していきたいと考
えています。

社会貢献を果たす上で、大切にし

のです。その思いが仕事への取り組み方を変え、チーム力、結束力につながっていくと感じています。さまざまな活動を通じた経験を本業でも生かしていければと思います。

ているのが次の五つのキーワードです。

一つ目が、「お客さま・お取引先さまとともに」。お客さま・お取引先さまとのコミュニケーションを大切にしています。二つ目が「株主さまとともに」。企業価値・株主価値の最大化を目指しています。三つ目の「社員とともに」では、個人の能力が発揮できる働きやすい職場の環境作りを目指しています。女性の活躍支援やワークスタイル変革に向けた取り組みとして、テレワークの積極的な活用や有給休暇の取得促進に力を入れています。四つ目の「環境とともに」では、地域環境・エネル

ギー環境の保全を視野に入れた事業活動を展開しています。

そして「社会とともに」があります。地域社会と未来を担う子どもたちのために私たちができることを実施しています。今回は「社会とともに」の活動で「海の子留学」と、「公益財団法人ノエビアグリーン財団」の活動について具体的にご紹介します。

——まずは「海の子留学」についてお聞かせください。

「海の子留学」とは、鹿児島県瀬戸内町の教育委員会が策定した「与路小・中学校里親制度」とタイアップした里親方式の留学制度です。

与路島は奄美大島から船で約1時間40分の場所にある離島です。そこに2014年10月、「与路グリーンハウス」を開設し、2015年4月に海の子留学第1期生として3名の留学生を迎え、スタートしました。

この制度の目的は、子どもたちの自立心や豊かな感性を育むことです。参加者のほとんどが、自然体験や地元の方とのふれあいを通して、大きく成長しています。



「海の子留学」授業の様子

さらに、島外から子どもたちを受け入れ、以前から廃校の危機にあった与路小・中学校を存続させることで、地域活性化にも貢献しています。与路島で海の子留学を始めたきっかけは、「自然を科学する」というものづくりのポリシーのもと、1990年に与路島に研究施設を開設したことによります。海のミネラルや亜熱帯の植物などを研究し、商品開発に生かしてきましたが、海洋研究の拠点として一定の成果を残したこともあり今後の活用方法を検討しました。地域の方々と築いてきた関係性を生かして、お世話になった恩返



マングローブでカヌー体験をする子どもたち

しがしたいという思いから「与路グリーンハウス」を開設し、海の子留学の活動を開始したのです。島外から人を呼び、少しでも与路島の活性化につなげたいと考えました。

お世話になった地域に恩返しをしたい

海の子留学は今年、3期目を迎えました。期間は1年間。希望があれば継続することもできます。グリーンハウスに常駐している家族が里親となり一緒に生活をしています。里親はもともと島外の方で、大自然の

中で子どもたちを育てる活動に賛同し、与路島に移り住んでいます。グリーンハウスでは、最大で4名を受け入れることができます。今年の留学生は3名で全員が小学4年生。うち一人は2期目です。

参加者については海の子留学専用サイトや瀬戸内町のWEBサイトなどに募集要領を掲載し、募集しています。初年度は応募が少なかったのですが、現在は問い合わせの数が少しずつ増えています。

——認知されつつあるようですね。海の子留学を体験した子どもや親からはどのような反応がありますか。

留学生からは、「人前で意見が言えるようになった」「発表できるようになった」という声が届いています。スノーケリングやマリンスポーツといった都会ではできない体験や地元の方との交流を通じて、「海が好きになった」「あいさつや掃除がちゃんとできるようになった」と自身の成長を感じているようです。

親御さんは、子どもたちの変化に大変驚いている様子でした。「たくましくなった」「チャレンジするこ

とが増えた」「成績が上がった」「コミュニケーション力が上がった」といった声があります。

都会の大規模な学校では、自分がスポットが当たるとはあまりありません。しかし与路小・中学校は、全校生徒が数名しかいないため、自分が主役になることが増えます。自分の意見を言うことに対して苦手意識があった子が、積極的に手を挙げて発表できるようになります。先生と生徒がマンツーマンで指導することができるので、成績が上がる子どももいます。

——現地の方の反応はどうですか。

島民の方は、子どもたちの笑い声が聞こえるのがうれしいと言ってくださっています。人口が約90名しかない小さな島なので、もともと子どもの数が少ない。元気で明るい子どもの姿を、現地の方は温かい目で見守ってくれています。

留学制度は3年目を迎え、認知度もじわりじわりと高まっています。今後はさらに与路島の活性化や、観光促進につながる活動をしていきたいと考えています。

財団を設立したことで 社会との距離が縮まった

——海の子留学についてよく分かりました。次に「ノエビアグリーン財団」についてお聞かせいただけますか。

2013年3月に「ノエビアグリーン財団」を設立しました。美しい自然環境を守る環境保全活動や、自然豊かな地域の未来を担い、大きな夢を抱く子どもたちを応援したい。そうした思いから設立した財団です。「環境」「子ども」「スポーツ」をキ



六甲山の森づくり事業

ーワードに、児童・青少年の健全育成支援事業と、環境事業を展開しています。とりわけ一般の方に多く参加していただいている環境事業についてお話しします。

事業は二つ。一つ目が、「環境教室」です。自然環境保護に取り組むために、子どもたちを対象とした環境教室を実施しています。

主に東京都内の公園などで、園内を散策しながら、オオタカやカワセミなどの野鳥を探したり、自分たちで集めた落ち葉で焼きリンゴを作ったりします。

参加者からは、「また参加したい」



昨年11月光が丘公園で実施された環境教室

という声の他に、「うちの子って、こんなに虫が触れるんだ」「子どもが恐れずに挑戦する姿を見ることができた」「親子で久しぶりにゆつくり過ごせた」という声がありました。熱心にメモや写真を撮っている親子が多かったです。

今年には都内ではなく、群馬県みなかみ町で開催する予定です。9月中旬より参加者の募集を開始しました。

二つ目が「六甲山の森づくり事業」。阪神淡路大震災の復興計画の一環で、土砂災害を防ぐ役割の樹林帯を育てるための活動をしています。

財団を設立する前は、ノエビアの社員が集まり活動していましたが、今では一般の方も参加しています。企業が実施する事業だと参加できる範囲が限定されますが、公益事業にしたことで一般の方にも広く解放し、誰でも参加できる活動にすることができました。

販売代理店の誇りにもなる

——さまざまな事業を展開されていますね。特に「子ども」「子育て」がキーワードになっているようです。これからの日本、世界の未来を担

うのは子どもたちです。今後も子どもたちへの支援に積極的に取り組みたいと考えています。

今回は詳しくご紹介できませんでしたが、私たちは他にも地域密着型の事業を支援しています。地域に根ざして子どもたちの健全な育成に貢献する活動には、金銭的な余裕がなく、継続するのが困難な場合があります。そういう活動こそ、当財団が支援したい。小さな事業をサポートする活動も重要だと思っています。

——活動に関して社内外の反応についてお聞かせください。

社会貢献活動に関しては社員の関心も高いです。日々の営業活動の中で販売代理店の方々にこのような取り組みを紹介することで、「私も参加してみたい」と興味を持ってくださる方もいらっしゃいます。自分が所属している会社の社会貢献活動の内容を知り、誇らしいと思ってくださる販売代理店の方がたくさんいらっしゃることとでもうれしく思います。今後も規模を大きくしていきたい、内容も充実させていきたいと考えています。

(訪問販売を中心に)

「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律」が、平成28年6月3日に公布され、今年12月1日に施行されます。施行を前にして、会員各社から訪問販売に関連した質問が寄せられ、高芝利仁弁護士にご回答いただきました。

Q1 改正特定商取引法はいつから施行されますか？

A1 内閣府の消費者委員会の下に設置された特定商取引法専門調査会は、平成27年2月からほぼ1年間をかけて、改正のための審議を行いました。改正案は、同専門調査会の報告書をもとに作られ、平成28年5月末の国会で可決され、同年6月3日に公布されました。施行日は、平成29年12月1日です。

Q2 改正のポイントは？

A2 今回のポイントは、違反行為を繰り返し行う事業者の取締まり強化でしたので、行政執行や罰則が強化された点が特徴といえるでしょう。

改正された主な事項は、次のとおりです。

- ①業務停止命令の期間を伸長
- ②業務停止を命じられた事業者が個人の場合の措置を創設
- ③業務禁止命令制度を創設
- ④不実告知等に対する法人への罰金(両罰規定)を引上げ
- ⑤行政調査に関する権限を強化
- ⑥取消権の行使期間を伸長 等

Q3 業務停止命令の期間は何年に伸長されましたか？

A3 業務停止命令の期間は、「1年以内の期間」から「2年以内の期間」に伸長されました。

Q4 上記の **A2**②の「業務停止を命じられた事業者が個人の場合の措置」とは、どのようなものですか？

A4 これは、業務停止を命じられた事業者が個人の場合、繰り返し違反行為を行うことのないよう、当該個人に対し、当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて、当該停止を命ずる範囲の業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることの禁止を併せて命ずることができる制度です。

Q5 **A4**の「役員」とは具体的にどのような立場の人をさすのですか？

A5 「役員」とは、業務を執行する社員、取締役、執行役、代表者、管理人又はこれらに準ずる者をいい、相談役、顧

問のほか名称を問わず、上記の者と同等以上の支配力を有すると認められる者も含まれます。

Q6 **A2**③の「業務禁止命令」とは、どのような命令ですか？

A6 次の区分に応じ、その者が有していた責任の程度を考慮して、当該業務停止命令の実効性を確保するために、業務を制限することが相当と認められる者として「主務省令で定める者 (**A7**参照)」に対して、当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて、当該停止を命ずる範囲の業務を新たに開始すること(当該業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることを含む)を禁止する命令です。

○当該販売業者等が法人である場合

- ・役員(「役員」の定義は、**A5**と同じです。例:取締役)
- ・当該業務停止命令の日前60日以内において上記役員であった者
- ・営業所等の業務を統括する者(例:営業所長)、停止を命ぜられた業務を統括する者(例:外販部長)その他これに準ずる使用人(部長、次長、課長のほか名称を問わず、業務を統括する者の職務を日常的に代行する地位にある者その他の実質的に当該職務を代行する者)
- ・当該業務停止命令の日前60日以内において上記使用人であった者

○当該販売業者等が個人である場合

- ・使用人(「使用人」の定義は、上記と同じです)
- ・当該業務停止命令の日前60日以内において上記使用人であった者

Q7 **A6**の「主務省令で定める者」とは？

A7 「停止を命ぜられた業務の遂行に主導的な役割を果たしている者」です。

Q8 罰則はどのように改正されたのでしょうか？

A8 禁止行為のうち、「不実告知」「故意の事実不告知」「威迫困惑」については、従来の「3年以下の懲役又は300万円以下の罰金、又はこれを併科」に変わりはありません

Q&A

が、「目的を告げずに公衆の出入りしない場所に誘い込んで勧誘する行為」については、「1年以下の懲役又は200万円以下の罰金、又はこれを併科」から上記「不実告知」等と同じ罰則に引上げられました。そして、不実告知等に対する法人への罰金(両罰規定)は、「300万円以下の罰金」から「1億円以下の罰金」に引上げられました。また、業務停止命令に違反した者に対する懲役刑は「2年以下」から「3年以下」に引上げられました。

Q9 特定商取引法では、販売業者等に加え、これと密接な関係を有する者として政令で定める者(密接関係者)に対しても、報告徴収及び立入検査をできるとしていますが、この規定については、どのような改正がなされたのでしょうか?

A9 従来、「特定継続的役務提供の関連商品の販売を行う者」等が密接関係者に指定されていましたが、親法人等が勧誘方法等を指示している場合もあることから、密接関係者に、「販売業者等の子法人等」「販売業者等を子法人等とする親法人等」「販売業者等を子法人等とする親法人等の子法人等」「関連法人等」を追加し、これらの者に対しても報告徴収及び立入検査ができるようにしました。

Q10 特定商取引法では、消費者は、一定の要件の下、契約の意思表示を取消することができることとしていますが、今回の改正で、この取消権の行使期間が伸長されたと聞いています。どのくらい伸長されたのでしょうか?

A10 従来、特定商取引法における取消権は、消費者が自ら誤認していたことに気づいてから6ヶ月間行使しないときは、時効によって消滅するとしていましたが、今回の改正で、この「6ヶ月間」が「1年間」に伸長されました。

Q11 アポイントメントセールスの来訪要請の手段に追加はありましたか?

A11 アポイントメントセールスの来訪要請の手段として、従来の「電話、郵便、信書便、電報、ファクシミリ、電子メール」「ビラ、パンフレットの配布」「住居の訪問」などに加え、SNS(受信する者を特定して情報を伝達するために用いら

れる電気通信を送信する方法(他人に委託して行う場合も含む))が追加されました。

Q12 行政処分の対象行為に追加された事項はありますか?

A12 新たに次の事項が処分対象行為として追加されました。

- ・支払能力に関する事項について虚偽の申告をさせること。
- ・相手方の意に反して貸金業者に連行すること。
- ・個別クレジット契約、金銭借入契約、預貯金引出のため、迷惑を覚えさせるような仕方で勧誘すること。

Q13 美容医療が、特定商取引法の適用を受けることになったと聞きましたが、具体的に教えて下さい。

A13 美容医療は、「人の皮膚を清潔にし若しくは美化し、体型を整え、体重を減じ、又は歯牙を漂泊するための医学的処置、手術及びその他の治療を行うこと」と定められています。ただし、美容医療のすべてが対象になるのではなく、「美容を目的とするものであって、主務省令で定める方法によるもの」に限られます。

主務省令で定める方法は、次のとおりです。

- 1、脱毛 「光の照射又は針を通じて電気を流すことによる方法」
- 2、にきび、しみ、そばかす、ほくろ、入れ墨その他の皮膚に付着しているものの除去又は皮膚の活性化 「光若しくは音波の照射、薬剤の使用又は機器を用いた刺激による方法」
- 3、皮膚のしわ又はたるみの症状の軽減 「薬剤の使用又は糸の挿入による方法」
- 4、脂肪の減少 「光若しくは音波の照射、薬剤の使用又は機器を用いた刺激による方法」
- 5、歯牙の漂泊 「歯牙の漂泊剤の塗布による方法」

※上記のほか、指定権利制の見直しに伴い、「特定権利」が定められました。また、電話勧誘販売に「著しい過量販売規制」が導入されました。

『訪問販売ホットライン相談受付概要 平成28年度』を公表

※文中の[]は『訪問販売ホットライン相談受付概要』のページ

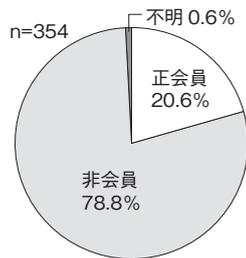
9月、当協会は『訪問販売ホットライン相談受付概要 平成28年度』を公表しました。概要は次のとおりです。

受付件数、対前年度6.1%減少

本年度の相談受付件数は354件で、前年度の377件に比べて6.1%減少しました。[p2]

正会員・非会員別では正会員が73件（前年度83件）、非会員が279件（同291件）、不明が2件（同3件）でした。[p6] (図1)

図1 正会員・非会員別割合



取引方法を法律定義区分でみると、「訪問販売」が248件(70.1%)、「連鎖販売取引」が35件(9.9%)、特定継続的役務提供やその他取引が71件(20.0%)となりました。[p8]

問題性「あり」、対前年度2.3ポイント減少

受付件数を相談内容の「問題性の有無」で分けると、「あり」が129件(36.4%)で、対前年度2.3ポイント減少し、「なし」が225件(63.6%)でした。[p2]

問題性「なし」はいわゆる「問合せ」のことで、相談内容を9項目に大分類し複数カウントで分析すると、1位は「法律解釈」223件、2位は「解約について」98件、3位は「協会について」55件と続きました。

1位の「法律解釈」223件の内容を多い順にみると、「処方方針」「特商法解釈」「書面関連」「過量について」となりました。また、この「法律解釈」の傾向を相談者別にみると、消費生活センター等の“団体”からは「過量販売について(特商法9条の2)」が、事業者からは「書面関連(交付義務や記載内容)」が、消費者からは「特商法解釈」が1位となりました。この傾向は近年の特徴となっています。[p10~12]

「書面に関する問題」、対前年度7件増の41件

次に、問題性「あり」を、大分類7項目への複数集計で見ると、1位は「消費者志向が不十分」55件（前年度55件）が、2位はともに41件で「書面に関する問題」（同34件）と「勧誘行為」（同46件）が並びました。

同数で2位の「書面に関する問題」は対前年度7件増で、内容では「書面不交付」19件（同15件）や、「書面内容不備」18件（同15件）が前年度増となりました。[p12~16] (図2)

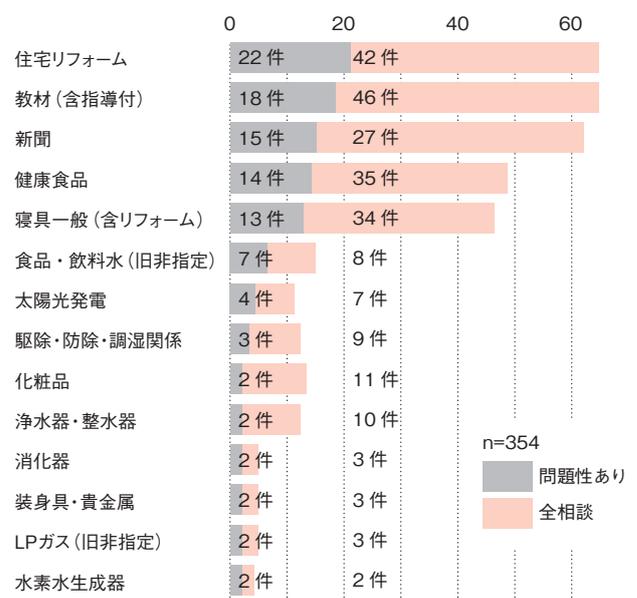
図2 書面に関する問題



問題性「あり」商品・役務等の上位、前年度同順

全相談件数354件を商品・役務・権利別に分類し、問題性「あり」を多い順にみると、1位は「住宅リフォーム関連」22件、2位は「教材(含指導付)」18件、3位は「新聞」15件と続き、順位は前年度と同様でした。前年度から増えたのは4位の「健康食品」(5.5%→10.9%)、6位の「食品・飲料水」(0.7%→5.4%)等でした。[p19,20] (図3)

図3 商品・役務・権利別受付件数と問題性件数ランキング



健康・豊かさ・美しさを願って……

商品ラインナップ

エクセレントスーパーハーブ
SUPER HERB
エクセレントビューティープラセンタ
BEAUTYPLACENTA

エクセレントスーパーアスタ
SUPER ASTA
エクセレントビューティーセット
Excellent

ハッピーファミリー株式会社 〒532-0003 大阪市淀川区宮原2丁目14番-14号
TEL.06(6391)3555 FAX.06(6391)3549
エクセレント事業部 フリーダイヤル0120-198-252

「訪問販売員教育指導者資格」講座のお知らせ

平成29年度資格講座の申込みを受付けます。お申込みには、当協会会員の推薦が必要で、各地区とも定員になり次第締切りますのでご注意ください。

この「訪問販売員教育指導者資格」制度は当協会が平成6年度から実施している資格制度で、企業内において訪問販売員を教育・指導・管理する指導者を認定しています。

講座後の試験に合格した者には、有効期限3年の「訪問販売員教育指導者資格証」が交付されます。昨年度は262人が受講し、113人が合格（合格率43.1%）しました。

●新規受講（平成29年）

開催地区	開催日程
東京①	12月4日(月)
東京②	12月5日(火)
大阪	12月8日(金)
福岡	12月19日(火)

●再受講（平成30年）

開催地区	開催日程
東京①	1月29日(月)
東京②	1月31日(水)
大阪	2月6日(火)
福岡	2月8日(木)

※上記再受講は、今年度の新規受講の不合格者及び欠席者が対象です。

国センが『2016年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要』を発表

国民生活センターは8月10日、『2016年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要』を発表しました。

傾向と特徴では、「相談件数は約88.7万件で2015年度（約93.0万件）に比べ減少」「契約当事者年齢では70歳以上の割合は減少しているが各年代の中では最も高い」等をあげています。

「訪問販売」（特商法適用除外を含む）は、80,593件で前年度から4,592件減少しました。

主な問題商法は問題のある販売方法・手口だけを集計したもので、「家庭訪販*」は51,804件で4位、対前年度3,373件減少しました（右表参照）。商品・役務をみると、「4 修理サービス」や「5 屋根工事」が増えました。

なお、特商法の適用除外である「2 放送サービス」と「3

平成29年度 コンプライアンスセミナー報告

当協会では、訪問販売を行う事業者及び製造・卸業者等を対象に、東京（9月7日）と大阪（同14日）の2会場でコンプライアンスセミナーを開催しました。

講義内容は、①「特商法における訪問販売等の規制ポイントと処分事例」（講師：経済産業省）、②日本訪問販売協会の自主的取組み（講師：日本訪問販売協会）、③消費者苦情対応の重要性と体制——企業のリスクマネジメント（講師：柴田CSマネジメント）でした。

参加者は東京、大阪で計100人でした。

ご希望の方に無料配布します

『改正・特定商取引法10のポイント～訪問販売～』を発行しました。改正法は本年6月3日に公布され、12月1日から施行されます。

訪問販売に関する法令の主な改正ポイントを簡潔にまとめたもので、協会ホームページでもご覧になれます。自治体や消費生活センター、事業者の方に無料で配布します。ご希望の方は、事務局にご連絡ください。（TEL：03-3357-6531）



インターネット接続回線」の合計割合は17.7%でした。

*「訪問販売」とは別集計で、「キャッチセールス」等は含まない

主な問題商法「4.家庭訪販」の商品・役務別傾向（PIONET件数を基に協会が作成）

商品・役務	年度	2015年度	2016年度	対前年度
	件数	55,177件	51,804件	-3,373件
1 新聞		12.0%	11.7%	↓
2 放送サービス		9.5%	10.4%	↑
3 インターネット接続回線		8.6%	7.3%	↓
4 修理サービス		3.4%	4.2%	↑
5 屋根工事		3.6%	3.9%	↑
小計		37.1%	37.5%	

JDSAダイアリー（平成29年7月～9月）

【協会関係】

- 7月 6日 第116回消費者相談担当者講習会
- 11日 野洲市訪問販売事業者の登録進捗状況等説明会
- 12日 電話法律相談（平成29年度1回目）
- 19日 第117回消費者問題委員会
- 21日 第11回特商法研究会
- 8月23日 正会員企業研修
- 30日 世界大会ツアー参加者説明会
- 9月 7日 訪問販売コンプライアンスセミナー（東京）
- 14日 訪問販売コンプライアンスセミナー（大阪）
- 15日 第9回広告表示研究会

- 20日 第117回消費者相談担当者講習会
- 22日 第146回広報委員会

【対外活動】

- 7月 7日 10団体連絡協議会
- 8月 8日 （一財）日本産業協会評議員会
- 24日 野洲市主催事業者研修
- 9月 5日 熊本県相談員研修
- 8日 新潟県相談員研修
- 21日 井原市消費者啓発講座
- 27日 福知山市消費者啓発講座
- 30日 WFDSA理事会（パリ）

会員数：138社・団体〔正会員：112社 賛助会員：18社、8団体〕（2017年9月末日現在）

あなたの健康のまんなかに ミキプルーン

カリフォルニアのミキプルーン農園で
大切に育てられたプルーンから
健康のために研究、開発を重ねて生まれた
ミキプルーン エキストラクト。
おかげさまで長年、
皆さまに愛され続けてまいりました。
これからも歴史に裏打ちされた安心と
確かな品質をお届けいたします。



ミキプルーン エキストラクト
標準小売価格 2,000円(税抜)/内容量 280g



MIKI Corporation
三基商事株式会社

大阪市北区梅田1-2-2-800

東京都渋谷区渋谷3-9-7

お問い合わせ先: 0120-066-400 (受付時間9:30~17:00/土・日・祝日を除く)

<http://www.mikiprune.co.jp/>

ご案内

行政機関、消費生活センター、社会福祉協議会等の皆様へ

消費者向け啓発講座への講師派遣やリーフレット・ステッカーの
配布を無料で行っています。当協会にお気軽にお問合せ下さい。

●講師派遣

自治体等が主催される消費者セミナー等に講師を
無料で派遣しています。

●消費者向けリーフレット・ステッカー

消費者啓発リーフレット『知っ得!!納得!? 訪問販売』や、
「登録証をお持ちですか?」ステッカーを消費生活センター等
を通じて無料で消費者に配布しています。

※事業者の方からのお申込みは原則お断りしています。

☎ **03-3357-6531**



*A4(三ツ折り)