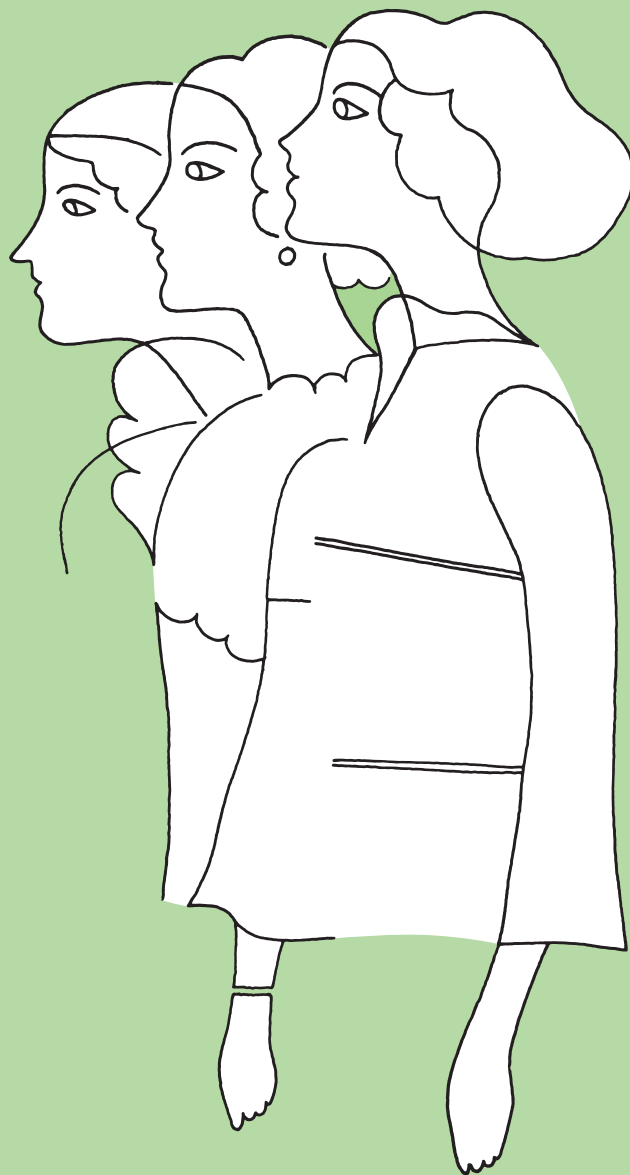


季刊

ダイレクトセリング

より良い対面販売をめざして

「多えてよかった」を届けたん



2 特集 女性の活躍推進とダイバーシティ経営
～会員事例の紹介～
誰もが活躍できる職場づくりを目指して
株式会社シーボン
蛇の目シン工業株式会社

10 インフォメーション
JDSAダイアリー 2018

8 ダイレクトセリングQ&A 監修：高芝利仁 弁護士
高齢者への寝具の販売と
著しい過量販売契約の解除について

142

2018年 春号

特集 女性の活躍推進とダイバーシティ経営 〈会員事例の紹介〉

誰もが活躍できる 職場づくりを目指して

社会の少子高齢化や労働人口減少を背景に、政府は「全員参加型の一億総活躍社会の実現」を推進しています。その一環として、2016年4月には「女性活躍推進法」が施行されました。ダイレクトセリング業界には、高齢になっても活躍し続ける販売員や、子育てや介護をしながら働く販売員が多く活躍し、当機関誌でも紹介してきました。今回は、女性をはじめとする多様な人材に活躍の場を提供している会員社取材し、取り組み内容と成果などをレポートします。化粧品会社の株式会社シーボンと、機械メーカーの蛇の目ミシン工業株式会社に話を伺いました。（まとめ編集部）

株式会社
シーボン
(神奈川県川崎市)

多様な働き方を実現させる ES向上推進室の挑戦

人事部ES向上推進室マネージャー 稲葉理子氏
経営企画課広報担当 瀧川朗子氏

女性が活躍する土壌と
社内風土が追い風になった

——御社は、東洋経済新報社の「女性管理職が多い会社50社ランキング

」で2年連続1位を獲得されるなど、女性の活躍を推進する注目企業として評価されています。女性管理職の増員や、女性活躍の推進に取り組み始めたきっかけなどを教えてください。

稲葉 当社の正社員における女性社員の割合は約93%で、女性管理職の比率は、ここ5年くらい85%前後を維持しています。店舗に限って言えば管理職は全員、女性です。

他社に比べて女性管理職比率が高いのは、化粧品会社ということもあり、もともと女性社員の比率が高く女性が活躍できる土壌が以前からあったからです。年齢や勤続年数、性別に関係なく評価してもらえる社内風土があり、女性が働き続けられる制度とキャリア形成のための研修制

度を整備してきたことが、今日につながったものと考えます。

女性活躍制度の整備に本格的に取り組み始めたのは2008年頃からです。それ以前は、女性活躍の土壌はあったものの、結婚や出産など家庭との両立の難しさを理由に退職する社員が少なくありませんでした。結婚、出産、介護などさまざまなライフステージを迎えても、女性が仕事を辞めずに働き続けるためにはどうすべきか。「女性が長く働き続ける、働きやすい環境をつくる」こと



瀧川朗子氏

しかし、マタニティ制服をはじめ、ライフステージが変わっても働き続けられるような女性活躍の制度や取り組みを全国に1000以上ある店舗に浸透させるのは非常に難しく、大きな課題でした。

そこで2013年にES向上推進室を立ち上げ、社長とともに取り組んできたのが、制度の充実と浸透、利用しやすい環境づくりです。



稲葉理子氏

近年は、妊娠や出産を理由に退職する女性は少なくなり、仕事を続けるのが当たり前になってきています。ライフステージごとに働き方が選べる制度が浸透してきていると感じています。

キャリア形成のための管理職教育にも力を入れており、昨年はマネジメントや店舗運営などに関する研修会を4回実施しました。また、2〜3カ月に一度、全国の店舗責任者を集め、本社にある宿泊施設でさまざまな勉強会を実施しています。

他にもeラーニングを活用して店舗社員がマネジメント力や接客スキルを磨けるような研修やインフラ環境を充実させてきました。

「シーボンファミリー・デー」を開催し、家族に仕事への理解を深めてもらう

——女性が働きやすい環境をつくるために、どのような取り組みをしていますか。

稲葉 女性が仕事をする上で、ご家族のサポートは必要不可欠です。そこで2015年にスタートさせたのが「シーボンファミリー・デー」の

開催です。本社と工場、店舗エリアごとに毎年2〜3回ずつ開催しています。開催内容は、店の社員構成によってさまざまです。

子育て中の社員が多い店の場合は、メイクやハンドマッサージといった仕事体験やパーティーなど子どもが楽しめる企画を用意します。若手や新婚の社員が多い店は、ご両親やご主人を招待した職場見学を行います。店によってはこの日に限り、男子禁制のサロンをメンズサロンに変身させて、お客様やご主人にフェイシャルマッサージをしたり、感謝の気持ちを込めた手紙をプレゼントしたり



普段は女性しか入れないサロンだが、この日は特別にメンズサロンに変身。父親や夫を招待し、日頃の感謝を伝える機会になっている

します。

瀧川 娘や妻、母がどんなところで、どんな人と一緒に、どんな仕事をしているのかを実際に見ていただいたり、職場の同僚と交流したりすることで家族の理解が深まり、社員が働きやすくなったといえます。

ご家族からは「活気があっていい職場。娘が働き続けている理由が分かった」「仲間と一緒に働いている様子を見て安心した」という言葉をいただきます。また奥様の仕事内容を知り、ご主人が以前よりも家事や育児に積極的に協力してくれるようになったとも聞いています。

稲葉 子どももこのイベントでいろいろなことを感じてくれます。保育園に行くのを嫌がっていたのに、ママが仕事をする姿を見て、「ママが頑張っているから私も頑張る」と翌日から元氣よく登園するようになったという話もありました。社員同士も同様に、時短勤務の社員と、支える側の社員との相互理解が深まる機会になっています。

——素敵な取り組みですね。働きやすさを重視した制度はありますか。

稲葉 2014年に導入したのが

「ショートタイム正社員制度」です。6時間勤務／週5日のコースと、6時間勤務／週4日のコースを用意し、育児や介護など社員のさまざまな事情に応じてコースを選ぶことができます。

育児や介護を担う社員に限らず、年配の社員も対象にし、定年を60歳から65歳に引き上げたこともあり、フルタイムでの立ち仕事キツいと感じる年配社員などにも活用され始めています。

このショートタイム正社員は、店舗運営の際に大きな戦力となり得ます。例えば育児中のショートタイム正社員が日中に働き、年配のショートタイム正社員が午後から閉店まで働くこと、バランスよくシフトを組むことができます。社員の支え合いが実感できる制度でもあります。

一時的な事情だけで仕事を辞めるのはもったいないこと。身に付けた接客の知識やフェイシャルマツサージのスキルは、簡単になくなるものではないと思います。それらを生かして、より長く活躍してほしいと思います。

瀧川 2012年に導入した「ウェルカムバック制度」も特徴的です。

退職時と同じ水準で、再入社することができず。出産や子育てを理由に退職した社員から寄せられた「子育てが一段落したので、もう一度シールボンで働きたい」という声を反映した制度です。

再入社する際は、フルタイム、パート、ショートタイム正社員など自分に合った就業形態が選べるので、復帰しやすいと思います。毎年約30名程度が再入社しており、今後も積極的な運用を行っていききたいですね。

多様な媒体で ロールモデル情報などを発信

——育児や介護を行う社員に限らず、誰もが働きやすい制度を整備されているのですね。こうした女性活躍の制度は、どのように周知していますか。
稲葉 ES向上推進室が中心となり、社員ホームページで情報を発信しています。

社内報「ハッピーライフイベントシールボン家族だより」では、産休・育休中の社員のライフスタイルを紹介しています。制度を利用して感じていることや、復職のためにどのよ



「シールボン ファミリー・デー」の様子。
社員やその家族、合わせて約90名が参加した

うな準備をしているかなどの声を載せています。

「シールボンワーキングスタイル〜シールボン流の働き方〜」では、社員の多様な働き方を紹介しています。育児・介護休暇を取得した社員、ショートタイム正社員、ウェルカムバック制度で再入社した社員など、さまざまな働き方をする社員を紹介することで、「どの制度を利用すれば自分が仕事を続けられるのか」というロールモデルが分かるようになります。

また、社員が将来像をイメージしやすいように、ショートタイム正社員からフルタイムに復帰して、店長

になった社員など管理職のロールモデルも紹介しています。管理職がどういうタイムスケジュールで動いているのかも取り上げているので、自身のキャリア設計を考えるとときの参考になると考えています。

もちろん、現場で役立つ接客のコツなど仕事のスキルアップ情報も掲載しています。

瀧川 こうした女性活躍の取り組みは社外にも発信しています。「シールボンウーマンキャリア講座」では、生産部門がある栃木県と、本社がある神奈川県を中心に、他企業のダイバーシティ担当者や、女性活躍推進の担当者など、当社の取り組みを紹介したり、意見交換を行っています。

稲葉 冒頭の話と重なりますが、女性が活躍しやすい元々の土壌はあったものの、10年前まではライフステージの変化を迎えた女性社員が働き続けやすい環境とは言えませんでした。ここ10年でライフステージに左右されず、自分らしい働き方を続けることができるようになったのは、制度整備が結果だと考えています。

今では活躍する女性のさまざまな

ロールモデルが紹介できるようになり、やりがいを感じながら仕事している社員が多くなりました。これか

らも、社員が自分らしく輝き続けるための制度の整備を進めてまいります。

工業 蛇の目 株式会社 (東京都八王子市)

誰もが活躍できる職場環境の整備と 意識改革の促進

人事部長 木曾山 修氏
人事部次長 人財開発推進グループリーダー 深谷みわ子氏

法定以上の 育児・介護休業制度で、 活躍を後押し

—— 御社では多様な人材が活躍できるように、さまざまな制度を設けています。狙いと、具体的な内容をお聞かせください。

木曾山 まず取り組んでいるのが、多様な人材が活躍できる職場づくりで、とりわけ力を入れているのが女性活躍の推進です。機械メーカーと聞くと、男性ばかりが活躍しているイメージを抱くと思いますが、女性にも活躍してもらおうことが企業の存続と発展には欠かせないと考えています。

深谷 独自の育児休業制度や介護休業制度を設け、社員のワークライフ

バランスを推進しています。特長は、どちらも法定より内容を充実させていることです。育児に関しては、法律では子どもが1歳になるまでですが、当社は満3歳まで休むことができます。この育休期間の延長は約10年前に導入しました。介護休業に關しても今後ニーズが高まると考え、法定以上の制度を設けています。

さらに「積立保存休暇」を最大20日間まで使うことができるようにしました。積立保存休暇とは、時効を迎え失効となった年次有給休暇を5年間積み立てできる制度で、育児や介護で休暇を取得したときにもこの積立保存休暇を利用することがで

きます。

—— 育児休業制度についてお聞きします。取得率はどれくらいですか。また実際に取得した方からは、どのような声がありますか。

深谷 女性社員の取得率はほぼ100%で、ここ5年くらいは妊娠・出産を理由に退社する社員はいません。制度が認知され、活用されている証拠だと思います。

取得者の声ですが、育児休業法が制定された当時に取得した女性社員は、誰も取得者がいなかったのでは不安を感じたそうです。

「上司をはじめ同僚が仕事をフォローしてくれたおかげで、子どもと大切な時間を過ごすことができた。復職後は助けてくれた仲間や会社のために仕事を頑張ろうと思い、以前よりもモチベーションが上がった気がする」と話していました。

彼女は今、部長職に就いています。好きな仕事に戻れた喜びが、彼女の活躍を後押ししているようです。

木曾山 男性社員の育休体験談もあります。申請時の周囲の反応や仕事への支障が心配だったものの、実際に上司に話したら理解してくれて、

同僚も応援してくれたそうです。

一カ月の休暇を終えて職場復帰する際にも不安はあったとのことですが、戻ってみると「長期出張から戻った感覚だった。心配していたほど仕事に支障はなく、周りがフォローしてくれたおかげで助かった」と話していました。

これまで男性社員が取得した育児休業は長くても一カ月。もう少し長く取得できるようにしたいところです。また、取得者数もまだ4名と少数で、今後は男性取得者をもっと増やせるよう、管理職を始めとした職場全体の周知と理解を促進していく必要性があると感じています。

—— 制度を社内に周知するために、実施していることは何ですか。

木曾山 女性活躍やワークライフバランスのための制度があっても、理解が不十分であったり、気兼ねなく利用できないというのでは意味がありません。そこで、「女性活躍推進に向けての研修会」や「会社見学会（JANOMEのファミリーデー）」などのイベントを開催しています。「JANOMEのファミリーデー」は、ご家族を会社へ招待して、



深谷みわ子氏



木曾山修氏

社内見学会や名刺交換など、子どもと一緒に楽しめるイベントです。ご家族に仕事を理解していただくよい機会になっています。

また、その内容を社内報や社内イントラネットを通して情報発信し、周知してもらえようように力を入れています。月に2回発行する社内報では、「女性活躍推進に向けての研修会」「JANOMEのファミリーデー」などの報告記事を載せています。昨年1月に立ち上げた社内イントラネット上の女性活躍推進の専用サイトも、今後大きな役割を果たしてくれると期待しています。トップペ

ージには社長と副社長の熱いメッセージを載せました。制度を設けた理由をはじめ、全社員に活躍してほしいという思いが込められています。各種制度の具体的な内容や利用方法、データ・参考資料も載せています。働き続けてきた女性社員の声もあります。ページを読んだ社員が制度や研修会に興味を持ち、自分も活躍しようと思うきっかけにしてほしいと思います。

社内イベントで 制度への理解を深める

木曾山 制度を周知して、さらに社内の理解を深めることが重要です。そこで2月15日に育児制度の社内イベントを実施しました。自由参加の企画でしたが、参加したのはこれから出産・育児といったライフイベントを迎える女性社員をはじめ、子育て世代の男性社員や管理職など36名でした。

今回のイベントは三部構成です。一部は制度の内容や申請方法、手順などの説明会。

二部は、新たな試みとして、実際に制度を利用した社員4名にパネリ

ストとして登壇してもらい、取得理由や取得しての感想、同僚の反応などを話してもらいました。女性社員二名、男性社員二名の体験談はリアルで参考になったと思います。

続く三部は、各パネリストを交えたディスカッション。育児取得に際して感じた不安や、仕事の引き継ぎ方法といった体験者にしか答えられない話が聞けたようです。

——社内イベントは大変興味深い取り組みですね。どのような収穫がありましたか。

深谷 参加者からは「仕事のスケジュールはどうしたか」「キャリアへの影響は考えたか」「上司の反応はどうか」などの質問があり、人事部門としては周囲への遠慮やキャリアへの影響を心配する社員が多くいると感じました。

特に男性社員には「育児を取得したいけれど、周りに迷惑をかけるのではないか」という不安を持っている人が多いと思います。周囲の理解と協力がないと制度利用が進みません。男女関係なく、誰もが取得しやすい環境にしなければと、つくづく感じました。

木曾山 管理職の理解は非常に大事で、イベントではその理解度を深めることができたと思います。

管理職からは「制度の詳しい内容を知るよい機会になった。部下が取得したいと希望したときに、チーム全体でフォローできる体制を整えていきたい」という声があり、手応えを感じています。こうした上司が増えれば、部下はさらに取得しやすくなるはずです。

——男女関係なく、誰もが働きやすい環境づくりに力を入れていると感じました。育児・介護の他に、多様な人材の活躍を後押しするような制度は設けていますか。

木曾山 シニア層の活躍も欠かせません。当社の定年は60歳ですが、定年後再雇用制度により65歳まで働くことができます。希望者は、フルタイム勤務か短時間のパートタイム勤務のどちらかを選ぶことができますが、今は再雇用者のほぼ全員がフルタイムコースを選んでいきます。

開発に携わる人材や工場の作業員、販売員など、皆、長年培ってきたスキルと知識を持っています。販売員でいえば、新規顧客として開拓して



「JANOMEのファミリーデー」で子どもたちはソーイングアトリエを見学



「女性活躍推進に向けての研修会」の様子

女性の平均勤続年数が 10年伸びた

から築き上げてきたお客さまとの長年の絆がある。そうした関係性を生かして、可能な限り長く働き続けてもらうことができれば会社の大きな戦力になります。

—— 御社では全ての人材が活躍できるよう、制度の充実に取り組まれてきました。これまでを振り返って、どのような成果を感じていますか。
木曾山 これまでさまざまな制度を整備してきた結果、女性の平均勤続

年数が伸びました。男女雇用機会均等法が制定された1985年当時は、男性が14・2年、女性が4・2年と、男女で10年の開きがありました。2017年には男性が16・1年、女性が13・7年と男女差が2・4年に縮まり、女性の平均勤続年数が約10年伸びました。働き続ける女性が増えた証拠です。力を入れてきた成果だと思っています。

深谷 女性の活躍推進は、企業の存続、発展には必要不可欠だと思っています。より一層の推進も不可欠と考え、管理職や女性社員を主な対象にした啓発活動にも取り組んでいます。

～会員企業の女性活躍支援ページを公開中～

当協会 HP では「会員企業の女性活躍支援」のページを設け、主に4つの分野で紹介しています。下記 URL にアクセスし、会員社名をクリックすると活動概要をご覧になります。また、各活動概要は会員社の HP の該当ページにもリンクしています。

URL <http://jdsa.or.jp/women-support/>



会員企業名	主な活動支援分野
エイボン・プロダクツ (株)	女性の地位向上・就業等の支援
(株) シーボン	女性従業員のキャリア形成支援／ワークライフバランス支援
(株) 蛇の目ミシン工業	女性従業員のキャリア形成支援／ワークライフバランス支援
(株) シャルレ	女性従業員のキャリア形成支援／ワークライフバランス支援／女性の地位向上・就業等の支援
(株) セブテムプロダクツ	ワークライフバランス支援
(株) ダスキン	女性従業員のキャリア形成支援／ワークライフバランス支援／女性の地位向上・就業等の支援
日本アムウェイ (同)	女性従業員のキャリア形成支援／ワークライフバランス支援
日本ビーエフ (株)	女性の地位向上・就業等の支援
日本メナード化粧品 (株)	女性の地位向上・就業等の支援／その他の女性支援
(株) ノエビア	女性従業員のキャリア形成支援／ワークライフバランス支援
(株) ポーラ	女性従業員のキャリア形成支援／ワークライフバランス支援／女性の地位向上・就業等の支援／その他の女性支援

す。

先ほどお話しした「女性活躍推進に向けての研修会」もその一つで、「キャリア形成や女性活躍」などをテーマに実施しています。参加できなかった社員には、研修会動画の上映会を行うこともあります。

木曾山 まだ、キャリアアップに対する女性社員の意識は高いとはいえません。こちらが管理職候補と思っています。でも、当人にその意識がないこ

ともあります。キャリアアップを意識させることが課題です。それは男性も同じで、全社員に、「自分が活躍するんだ」という意識を醸成する必要があると感じています。

女性管理職の比率は、昨年12月末時点で13・5%でした。2020年までに20%にするのが目標です。これからも、多様な人材が活躍できるような制度の充実と理解促進に取り組んでいきたいと考えています。

高齢者への寝具の販売と 著しい過量販売契約の解除について

相談事例

母は、高齢だが、独りで暮らしている。軽度の認知症状があり、最近「要介護1」の認定を受けたばかりで、まだ成年後見制度の手続きはしていない。年金生活だが、多少の預貯金はある。県外に住む自分が、月に一度は母の様子を見に訪問している。

先日、母の自宅を訪ねた際に、母が新しい寝具を使っていることが分かった。押入れには他にも見慣れない寝具があり、不審に思い母に問い質したところ、訪問販売業者から購入したとのことであった。初めて聞く話で驚いたが、経緯を聞いても要領を得ないため、家の中を探し、契約書を見つけた。契約書の内容によると、今年の3月(8カ月前)と10月(1カ月前)の2回に分けて、同じ業者の同じ販売員から高額な寝具をそれぞれ複数点購入していた。両方の契約で170万円だった。母の持っている通帳の内容も確認したところ、代金は、いずれも現金で支払済みであることが分かった。現在の母は、契約の経緯もはっきり覚えていないし、母自身が高額な布団の代金を支払ったということもきちんと認識していない。

判断力の衰えた高齢者に対し、わずか半年の間に、2度にわたり、高額な契約をさせる販売は問題ではないか。解約させたいと思うが、既にクーリング・オフ期間は過ぎている。過量に売られた場合は解除できると聞いたことがあるが、販社に対し過量販売だと言って交渉はできるか。(公社)日本訪問販売協会のホームページに「通常、過量に当たらないと考えられる分量の目安」というものがあり、寝具については「掛布団・敷布団が基本。これに枕、シーツ、毛布等を組み合わせたものも含む。原則、1人が使用する量として1組」とされているようだが、母の契約の場合はどうか。

<購入商品内訳>

- ①3月の契約：計5点 900,000円(羽毛掛布団、羽毛肌掛布団、硬綿敷布団、ドライパッド、ムートンパッド)
- ②10月の契約：計3点 800,000円(夏用毛布、夏用パッド、ムートンラグ)

Q1 特商法第9条の2における「著しい過量販売」とは、どのような場合を指すのか。

A1 まず、用語の問題ですが、「過量販売＝通常必要とされる分量を超える商品の販売契約等」と「著しい過量販売＝通常必要とされる分量を著しく超える商品の販売契約等」とは、区別して使用されるべきものと考えます。そこで、①「過量販売」に当たらない取引、②「過量販売」には当たるが、「著しい過量販売」には当たらない取引、③「著しい過量販売」に当たる取引(申込みの撤回等の対象となる取引)の3段階に分けて考える必要があります。

そして、特商法第9条の2では、特別の事情がある場合を除き、(a) 1回の取引で著しい過量販売となった場合、(b) 消費者が過去に契約した同種の商品の累積から、事業者が、著しい過量販売となることを知りながら取引を行った場合、あるいは、既に著しい過量販売状態となっていることを知りながら取引を行った場合、の3つの場合を規定しています。

ここで、「著しい」の要件が重要となりますが、「過量販売」「著しい過量販売契約」は、分量を基準としていますので、「著しい」の要件は、倍率で示される可能性があります。その場合、商品の種類・性質、取引実態等に基づき、通常必要とされる分量の3～5倍程度が検討される可能性がありますが、いずれにしても、今後の司法判断の積み重ねが注目されます。なお、「著しい過量販売」が問題としているのは、

Q&A

たかしば・としひと

1974年弁護士登録。個人情報、PL法、特商法等に関する国の審議会などの委員を務めてきた。また、消費生活アドバイザー資格制度の普及・発展に貢献したとして、2015年経済産業大臣表彰を受ける。

高芝法律事務所



あくまで分量ですので、金額の多寡は問いません。

ところで、申込みの撤回等の対象は、契約単位とされます。そこで、例えば、「A契約+ B契約」では、著しい過量販売には当たらないが、「A契約+ B契約+ C契約」で著しい過量販売に当たることとなる場合は、原則として、C契約のみを申込みの撤回等できると考えます。

Q2 (公社)日本訪問販売協会の「通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安」とは、どういうものか。

A2 ご質問の目安には、「通常必要とされる分量を著しく超えたすなわち「過量」と判断される分量の基準については、①個別事案毎に当該契約を必要とする特別の事情があったか否か等の状況を勘案した上で判断されるため、絶対的な分量基準を設けることは不可能であること、また、②分量基準をわずかに下回る取引は過量に当たらないという解釈を招きかねないことから、その適用の可否に直結し得るような分量基準を作成することは適切でないとの考えがある」「これらのことを踏まえ、当協会としては、健全な取引を行う事業者が安定的かつ安心して取引を行うための環境をつくるため、「過量」には該当しないと考えられる取引量を調査、分析、整理のうえ、「通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安」を作成・提示し、消費者との信頼関係に基づく訪問販売の適正な取引の推進と業界の健全な発展を目指すこととした」「ここでいう目安とは、まさに、通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安となるものである。したがって、この目安を超えた販売分量が直ちに過量に該当するものと考えのではなく、また反対にこの目安の分量であれば過量に該当しないと断定できるものではない」と記されています。

い」と記されています。

Q3 本件の販売は「著しい過量販売」に該当するか。

A3 相談者は、本件の契約金額が高額であることが問題と考えているようですが、特商法でいう「著しい過量販売」は、あくまで分量であり、金額の多寡は問いませんので、冬用・夏用の商品を含め、2つの契約の合計8点の契約が著しい過量販売に該当する分量であるか否かを検討することになります。寝具ということでは「同種の商品」と考えられますが、同種の商品を合理的に組合わせて1セットとすることもありえること、掛け・敷きの布団に肌掛けやパット類を組合わせることもありえること、また、相談者の母親が冬用・夏用の寝具を使い分けて使用するものであるとしたら、必要性があったとみることもできること、等からしますと、同種の商品の分量で見たとしても、本件の販売が「著しい過量販売」に当たるということにはなりにくいのではないかと思います。但し、本件では、高齢者と、半年の間に2回にわたり契約を締結し、その結果として、高額な支払となっていることからして、①適合性原則の問題はなかったか、②判断力の不足に乗じて契約を締結したことはなかったか、等についても検討する必要があると思われます。

※ダイレクトセリング Q&A は、訪問販売ホットラインで受付けた相談事例をアレンジして、法律的な解説を中心に紹介しています。

訪問販売ホットライン(消費者相談室)

0120-513-506 (平日10時~12時/13時~16時30分)

2017年度 (H29)「訪問販売員教育指導者資格制度」試験結果の概要

2017年度 (H29) の「訪問販売員教育指導者資格制度」の講座と資格試験は、東京で2回、大阪と福岡で各1回開催しました。また、再受講に関しても同開催地で同じ回数を実施しました。

受講者数は205名、合格者は100名でした。

以下の図表は、【図表1】が2017年度 (H29) 指導者資格試験合格者数 (推薦企業別)、【図表2】が資格者数上位20

社 (会員)、【図表3】が過去7年間の受講者数・合格者数・合格率の推移です。

なお、同制度は、企業内に資格者を配置することで訪問販売員の教育と指導体制を整備・充実することを目的に、1994年 (平成6年) に創設した制度です。集合教育の後の試験に合格した者に、資格者証を授与しています。

【図表1】2017年度 (H29) 指導者資格試験合格者数 (推薦企業別)

推薦企業名	合格者数
(株) ノエビア	22名
(株) ポーラ	14名
ニュースキンジャパン (株)	8名
(株) ナガセビューティケア	7名
アルソア本社 (株)	6名
新生ホームサービス (株)	6名
日本メナード化粧品 (株)	5名
(株) アサンテ (株)	3名
エイボン・プロダクツ (株)	3名
(株) KTC ホールディングス	3名
日本eリモデル (株)	3名
新日本ハウス (株)	2名
三基商事 (株)	2名
(株) アイスター商事	1名
(株) エイジアクリエイト	1名
(株) ジェノバ	1名
(株) ナリス化粧品	1名
扶洋薬品 (株)	1名
(株) みらい住宅開発紀行	1名
モデアジャパン (同)	1名
団体会員傘下企業 (5社)	9名
合計	100名

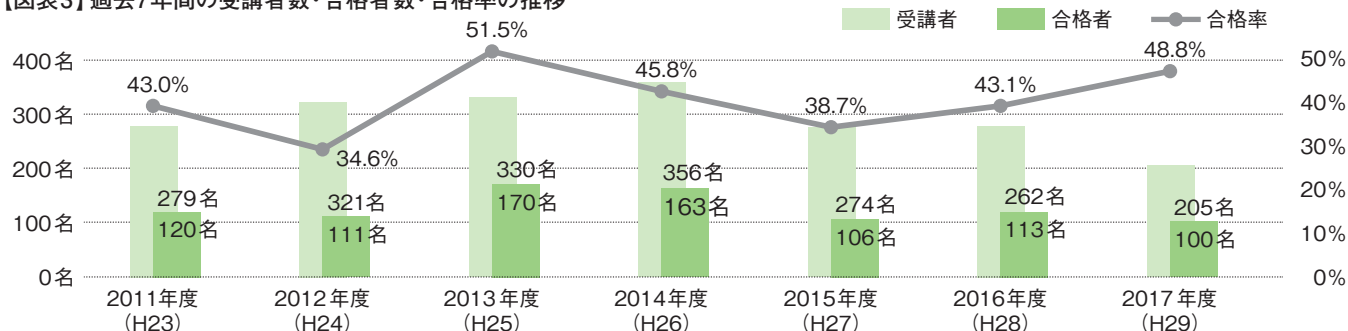
【図表2】資格者数上位20社 (会員)

2018年 (H30) 3月1日現在

推薦企業名 (会員)	資格者
(株) ポーラ	284名
日本メナード化粧品 (株)	208名
ニュースキンジャパン (株)	104名
(株) ノエビア	88名
三基商事 (株)	59名
(株) アイスター商事	50名
(株) アイビー化粧品	50名
(株) KTC ホールディングス	46名
(株) ナリス化粧品	43名
(株) 丸八真綿販売	42名
(株) アサンテ	38名
新生ホームサービス (株)	28名
(株) シャルレ	24名
扶洋薬品 (株)	23名
新日本ハウス (株)	18名
アルソア本社 (株)	16名
(株) シャンデール	15名
(株) サニックス	12名
フランスベッド販売 (株)	11名
日本シャクリー (株)	10名

※2017年度 (H29) 資格試験の合格者を含む
※同数の会員社名は五十音順

【図表3】過去7年間の受講者数・合格者数・合格率の推移



www.happyfamily.co.jp

エクセレントビューティープラセンタ
BEAUTYPLACENTA

Placenta Pearl
Tsubaki
Happy Family

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

第9回太陽光発電システム懇談会を開催

2月27日、太陽光発電に関する理解促進を目的に、第9回を開催しました。今回は消費生活センターの相談員が多く加盟している（公社）全国消費生活相談員協会との交流会を行ないました。当日の参加者は21名。

なお、同懇談会は、これまでに全国各地の消費生活センターや国民生活センター等と開催しています。

開催概要◆ 解説『太陽光発電の仕組み等について』

◆ 意見交換会（軽食付き）

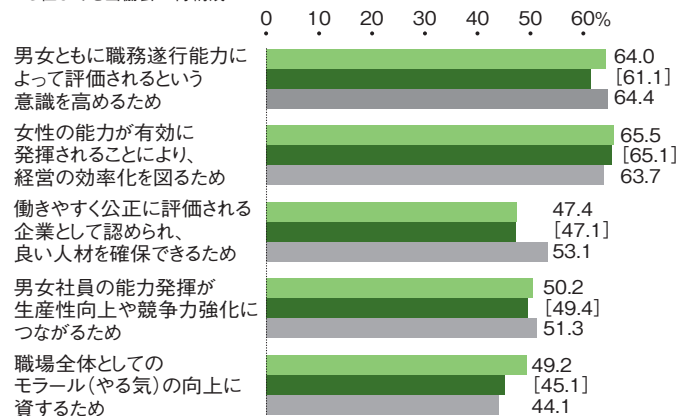
春号特集の参考情報

政府の女性の活躍推進に向けた取組にはさまざまな調査があります。今号特集に関連する調査を紹介します。厚労省の「ポジティブ・アクションを推進することが必要と考える理由」では、【図表1】のような理由が上位になりました。（厚生労働省「平成25年度雇用均等基本調査」の概況より）

また、同取組には、「女性起業家支援」事業もあり、「男女別起業時の課題」に関する調査では、【図表2】のような課題があがっています。女性の1位は「経営に関するノウハウ不足」（女41.7%、男36.6%）でした。5位の「家事・育児・介護との両立」（女18.1%、男4.9%）は、男女間で13.2ポイント

【図表1】ポジティブ・アクションを推進することが必要と考える理由別企業割合（複数回答）

※5位までを当協会が再構成



注) 平成23年度の[]内の比率は、岩手県、宮城県及び福島県を除く全国の結果。
 (ポジティブ・アクションに「取り組んでいる」又は「今後、取り組むこととしている」企業=100.0%)

第39回通常総会・講演会・懇親会のご案内

第39回通常総会・講演会・懇親会を下記のとおり開催の予定です。会員の皆様にはご案内状をお送りする予定です。

日時：2018年6月20日（水）

場所：明治記念館

東京都港区元赤坂2-2-23 TEL：03-3403-1171

新規入会

（賛助会員）スワロフスキー・ジャパン株式会社

<https://www.swarovski.com/>

取扱商品：クリスタル製品

本社所在地：東京都千代田区

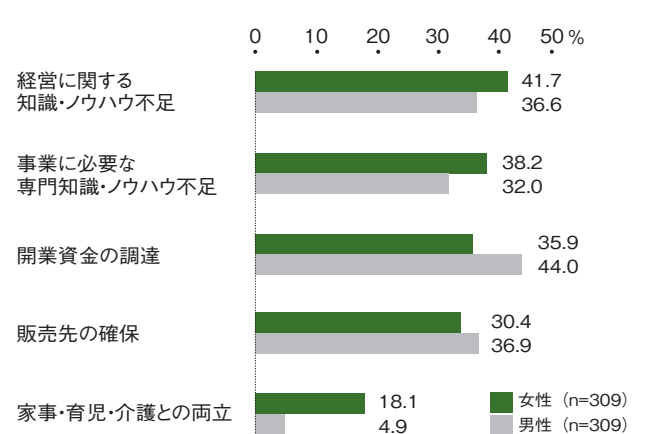
消費者啓発事業のご案内

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ください。TEL：03-3357-6531



差になりました。（「経済産業省の女性活躍推進に向けた起業支援の取組」平成28年1月 / 資料3p.5より）

【図表2】男女別起業時の課題（複数回答可）



出典：経済産業省委託「女性起業家に関するアンケート調査」（2011年3月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

JDSAダイアリー2018 1月～3月

【協会関係】

- 1月 12日 第130回総務委員会・第178回理事会・賀詞交換会（明治記念館）
- 25日 第119回消費者問題委員会
- 29日 資格講座（東京①）
- 31日 資格講座（東京②）
- 2月 6日 資格講座（大阪）
- 8日 資格講座（福岡）
- 23日 第10回広告表示研究会
- 27日 太陽光発電システム懇談会
- 3月 13日 弁護士勉強会

- 19日 第119回消費者担当講習会
- 22日 第131回総務委員会・第179回理事会（明治記念館）
- 23日 第149回広報委員会
- 第3回消費者志向活動表彰制度検討 WG
- 28日 第12回特商法研究会

【対外活動】

- 2月 14日 野洲市講座
- 15日 フマキラー講座・堺市講座
- 16日 10団体連絡協議会
- 3月 8日 通販協理事會
- 20日 千葉県消費生活審議会

会員数：140社・団体〔正会員：113社 賛助会員：19社 8団体〕（2018年3月末日現在）

MIKI

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。
おかげさまで永年、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/>

好評
販売中

特定商取引法ハンドブック ~訪問販売は、正しい知識から~



【平成28年法改正 対応版】

B5判/46ページ/120g

定価 720円(会員 360円)税込
(会員限り、本書1000冊以上一括
ご注文の場合は10%引きします)

TEL : 03-3357-6531

FAX : 03-3357-6585

「いつでも、どこでも特商法の確認ができる小冊子を！」

との声にお応えし、作成しました。携帯に便利で見やすいと
第一線で活躍する販売員の方々に喜ばれています。
法定書面の作成例や学習効果が確認できる練習問題も掲載。

【目次】(一部)

- 第1章 訪問販売とは？ 法の適用範囲を知って下さい
- 第2章 明示義務 お客様に必ず知らせましょう
- 第3章 再勧誘の禁止
- 第4章 書面の交付義務 お客様に必ず渡しましょう
- 第5章 禁止行為とは？
- 第6章 クーリング・オフ 冷静に考え直していただくための8日間
- 第7章 通常、必要とされる量を著しく超える商品等の契約の解除(過量販売)
- 第8章 契約の申込みまたはその承諾の意思表示の取消しとは？
- 第9章 損害賠償等の額の制限 / 第10章 訪問販売協会
- 第11章 報告徴収、立入検査、指示、業務の停止・業務の禁止等
- 第12章 連鎖販売取引の規制の概要

【ご注文方法】

← (公社)日本訪問販売協会にお電話かFAXでお申込み下さい。
FAX用申込書は当協会HP「刊行物」からダウンロードできます。