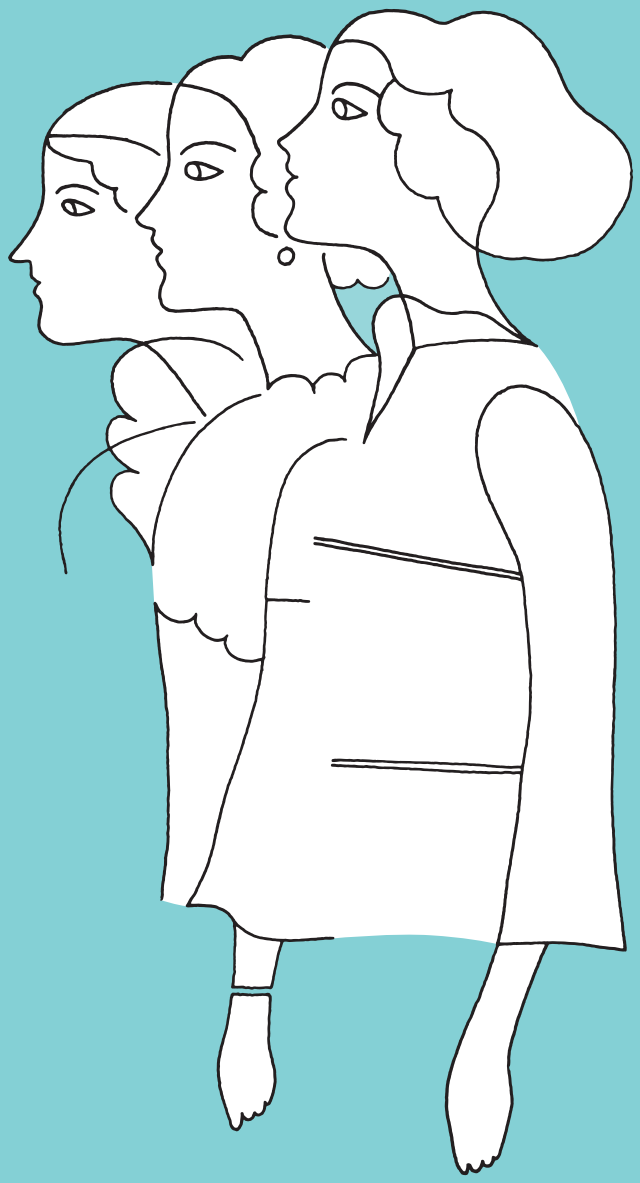
季刊 ダイレクトセリング

より良い対面販売をめざして

2018
夏号
143



2 特集 訪問販売員教育指導者資格制度25周年
特定商取引法周知の要の
人材育成を目指して

4 会員社の活用事例
アルソア本社株式会社
株式会社KTCホールディングス

6 ダイレクトセリングQ&A 監修：高芝利仁 弁護士
断りきれずに屋根の葺替えを依頼したが、
屋根材が想定していたものとは違うので、解約したい

8 暑中お見舞い申し上げます

10 インフォメーション
JDSAダイアリー 2018

「会えてよかった」を届けたい
JDSA

特集

訪問販売員教育指導者資格制度25周年
特定商取引法周知の要の人材育成を目指して

お客様と販売員の信頼関係構築と、訪問販売業界の信頼性向上のために、販売員に特定商取引法を周知する要となる人材育成を目的に制度化しました。本制度の趣旨と概要を解説します。（協会事務局）

制度の趣旨と、販売員教育水準の維持

そもそも本資格制度は、協会創立2年目にあたる1981年から実施している販売員の登録制度（現：JDSA教育登録制度）を補完する目的で1994年にスタートしました。

「JDSA教育登録制度」は、現場の各販売員に教育・試験を行い、登録証を交付する制度ですが、多種多様な商品・サービスを取扱い、数十万人いる会員企業の所属販売員に対し、それらの業務を協会が一元管理して行うことはできません。そのため、協会が認定した教育カリキュラムや試験内容に基づき、各事業者が登録証の交付に係る業務を行うことになります。

その各事業者の教育体制の中心となる担当者向けの資格が、「訪問販売員教育指導者資格」です。本資格の取得に必要な教育・試験を協会が行うことで、各事業者の教育体制のレベルを一定以上の水準に維持したいと考えています。

資格取得までの流れと講座内容

例年、10月初旬頃に資格講座開催日程等の告知と募集を開始し、応募者に受講票と資格講座テキストを送付します。資格取得を目指す受験者は、試験日までテキストを独習するか事業者内での学習となります。当日は、座学として経済産業省（経済産業局）の係官による「特定商取引法講座」等の受講後に、1時間の筆記試験を受けます。

合否の基準は、100点満点中70点以上ですが、特定商取引法の問題については誤答が2つ以内でないと合格できません。平均合格率は約44％（直近7年間）です。

資格制度のスタンダード化は、業界の信頼性向上の要

ダイレクトセリングは免許や届出等の必要がなく、法律の規制を守ることで誰でも始めることができる取引方法です。取引適正化のため、例えば、不動産業であれば宅地建物取

引主任者、旅行業であれば旅行業務取扱管理者、貸金業であれば貸金業務取扱主任者等、必要資格が存在する業界も多くあります。

特定商取引法改正の度に参入規制について議論されますが、ダイレクトセリング業界においては個人事業主として活動している事業者も多く、扱われる商品等も多岐にわたるため、そのような規制が難しいとも言われます。法的な届出義務や国家資格等がない中で、本資格制度は業界の自主規制として実施されてきました。

今日、消費者ニーズは一層細分化されてきたといわれていますが、ダイレクトセリングはそうした個々の消費者ニーズに沿って商品や役務を提供することができる取引です。教育を受けた販売員であれば、お客様との強い信頼関係を構築することが可能で、業界の信頼性向上に大きく寄与することと思われます。

協会としては、ダイレクトセリングを行う事業者が、事業所毎に資格者が配置され、しっかりとした教育体制を持っていることが業界のスタンダードになることが望ましいと考えています。

資格講座の様子

講座テキスト

例年の資格取得の流れ

・開催要領決定（9月初旬頃）
・募集（10月初旬）
・応募者に受講票・テキストを送付
↓（受験者は自習）
◆講座・試験（12月頃）
（東京、大阪、福岡3会場で実施）
〈当日のプログラム〉
（1）講義
特定商取引法の知識等
（2）試験
↓
合否通知を郵送
◆再受講・再試験（1、2月頃）
↓
合否通知を郵送

訪問販売員教育指導者資格制度の概要

1. **対象**：会員及び会員団体の構成企業等の従業員あるいは販売員で、所属企業・団体等の推薦を受けた者

2. **教育内容**：特定商取引法及び協会自主行動基準の知識、指導管理者としてのあり方（管理者の役割と責任、訪販の意義等）

3. **筆記試験の合否の基準**：70／100の正解で合格。ただし、特定商取引法の問題は誤答が2つ以内

4. **資格証**：有効期限3年の資格証を交付

5. **更新**：有効期限満了者には、通信による再教育実施を条件に更新

◆訪問販売員教育指導者資格証

特集　訪問販売員教育指導者資格制度25周年

会員社の活用事例

教育指導者資格取得者による販売員の育成をしている会員2社に、活用法や指導法などを伺いました。

1972年創業

アルソア本社株式会社（山梨県北杜市）

お客様センター副部長　**田中真理子**氏

事業内容　化粧品、健康食品、浄活水器の販売

――指導者資格者の育成に取り組み始めたのは何年頃ですか。また、資格取得者は、どの部門に配属されることが多いですか。

田中　1996～7年頃、まず一定以上のランク者を対象に、「訪問販売員教育指導者資格」を率先して取得する取り組みを始めました。お客様との絆を大切にする販売員に対する教育に力を注ぐために、関連する法規を十分に理解しておく必要があるとの考えからです。

資格取得者は、営業・インストラクター部門や、お客様相談室、法務部門を中心に配属されています。

――資格取得者による販売員などへの指導は、どのように行われていますか。また、資格取得は、業務上でどのようなメリットがあると思われますか。

田中　営業部門の資格取得者が、販売員のレベルに応じて新規登録者向けの研修・指導と、販売員を取りまとめる指導的立場の販売員向けのものを指導しています。後者に対しては、特定商取引法（以下、特商法）を遵守する意義や同法をしっかり教育できるように働きかけています。

メリットは部門ごとに異なります。営業部門の場合、資格取得により法律知識を身に付けることで、販売員からの質問に、スピーディかつ適切、そして誠実に回答することができます。こうした高いレベルの対応が、現場販売員との信頼関係の構築や適切な指導に活かされている点だと思います。

お客様相談室の場合は、お客様からの申し出内容のどこが法規のどの部分に抵触するのか、一般的にどう解釈され、捉えられているのかというポイントや課題を、明確にすることができるようになりました。この論点整理の明確化が、申し出事例の問題点や課題、改善策の提起や解決につながっていることが、メリットだと思います。取得者同士による事例検証の際には、お互いのベクトルが合っているため、理解の速度も速くなりました。

また、社内では、法務担当による事例を踏まえた『法律ワンポイント確認』等の研修を行っており、その際にも、資格取得で得た知識が活かされています。

――資格取得希望者は、どのように学習を進めていますか。

田中　制度導入当初は、社内資格者によるポイントレクチャーといった学習機会を設けていましたが、現在は、受験者各自が協会のテキストをもとに独学する他、昨年は、社内資格者が更新時の『過去問題』などを参考に、受験者向けに独自の「練習問題」を作成し、受講・受験イメージをつけるように働きかけることで合格者が増えました。

――同制度に関して、貴社のお考えや協会に期待することがあれば、お聞かせください。

田中　資格制度を利用して、知識を理解し習得し、お客様満足を目指す販売員の指導に対する自信につながることが大切だと思います。

制度に関する要望ですが、講座開催日の決定を、半年もしくは1年前に設定できないでしょうか。資格取得者を増やすためにも、早期決定の実現をお願いしたいと思います。

協会には、訪問販売員教育指導者資格制度だけでなく、JDSA認定教育登録証そのものについても社会

の認知度を向上させ、より広くアピールしていただくことを期待しています。

日本訪問販売協会（ＪＤＳＡ）の会員で、ＪＤＳＡ認定教育登録証を持つ販売員は、協会の教育カリキュラムを履修し、正しい販売活動を理解していることが広く社会に認知され、差別化されることで、制度を利用する会員社が増えると思います。訪問販売の信頼感向上につながる広報を期待しています。

1972年創業

株式会社ＫＴＣホールディングス

（愛知県名古屋市）

お客様相談室課長　清川達巳氏

事業内容　学習教材の販売、学習塾・英会話教室の展開

――指導者資格者の育成に取り組み始めたのは何年頃ですか。また、資格取得者は、どの部門に配属されることが多いですか。

清川　お客様相談室に所属する社員の「必修科目」として、制度がスタートした時から活用しており、現在、お客様相談室に所属している資格取得者は30名ほどです。

お客様からの苦情相談対応においては、的確な判断をしなければなりません。営業部への対応要請、営業社員への改善指示などの業務も発生することから、その根拠となる特商法を理解することは必要不可欠です。そうした考えから当社では、お客様相談室に配属された社員全員に取得させています。

相談室に異動してきた社員にとって、指導者資格の取得は、相談室スタッフとしてやっていけるかどうかの試験にもなっています。試験があることで真剣に特商法の勉強に取り組む機会にもなっているように感じます。

――資格取得者による販売員などへの指導は、どのように行われていますか。また、資格取得は、業務上でどのようなメリットがあると思われますか。

清川　お客様相談室では、お客様の相談対応だけでなく、新卒の合同研修で行うコンプライアンス研修、毎月の所長会議での報告、個別の苦情案件に対する改善指示といった営業部への啓発活動も行いますし、苦情の多い販売員がいれば現地活動に同行することもあります。特に、改善指示や再教育においては、なぜいけないのかを納得させることに重きを置き、指導しています。

資格を取得することは、多くの場面でメリットがあります。お客様対応や研修・啓発だけでなく、消費生活センターと話すときも、特商法の知識があることで、より的確な判断ができるようになります。また、お客様相談室のスタッフとしての自覚と自信にもつながっていると思います。

――資格取得希望者は、どのように学習を進めていますか。

清川　数年前から、受験者を集めて直前勉強会を実施しています。それまでは基本的に独学でしたが、勉強会を行うようになってから、合格率が上がったような気がします。受験者は、相談室に異動してきて1年未満の社員です。初期研修では、禁止行為やクーリング・オフなどの相談業務に必要なことがメインになります。しかし、資格の受験にあたっては、それ以外の内容も覚えなくてはなりません。そのため、社内で実施している直前勉強会では、定義（特商法第2条）関係や罰則などを重点的に学習しています。

勉強会は、受験の2週間前と1週間前の2回行います。講義と独自に作成した予想問題の学習が中心です。出題の形式も分かりますので、かなり効果があると思っています。

――同制度に関して、貴社のお考えや協会に期待することがあれば、お聞かせください。

清川　当社の事業内容は、以前の教材物販から、指導付教材、学習塾、英会話教室などにシフトしています。特商法の取引でいえば、訪問販売だけでなく、特定継続的役務提供に当たる取引が多くなっているのが事実です。訪問販売は各事業者共通だと思いますが、連鎖販売取引と特定継続的役務提供を選択問題にしていただけると、より有益な制度になると思います。あとは、名古屋にも会場を設定してもらえるとありがたいです。

断りきれずに屋根の葺替えを依頼したが、屋根材が想定していたものとは違うので、解約したい

【相談概要】
挨拶と称して来訪した業者に「屋根に穴がある」等と言われ、断りきれずに瓦葺き屋根の葺替え工事を依頼した。しかし、出来上がった屋根は瓦葺きではなく、想定していたものとは違うものであったので、解約できないか。

相談事例

相談者は、70歳代で、一人暮らしである。先々月初め、業者が挨拶と称して「近所で工事をしているので、音がうるさくてすみません」と言って来訪した。服装から建築関係の人と思えたので、「うちの2階にネズミか何かが住みついているようで、ガサガサと音がうるさい。何とかできるか」と相談したところ、業者は、すぐ「見てみましょう」と応じてくれた。しかし、「音がする」と訴えた2階の壁部分は全く見ずに、1階の屋根を丹念に見てまわり、「屋根に穴がある。そこから出入していると思う。穴を塞がないといけませんよ」と説明しながら、撮って来たという屋根の写真を見せてくれた。どこに穴があいているのか分からなかったが、穴があると言われ心配になり、「もし、穴があるなら塞いでもらいたい」と、軽い気持ちで伝えた。すると、業者は、「この屋根は古いので、屋根全部をやり直さないとだめですね」と言い出した。家は築60年と古いが、屋根は20年ほど前に雨漏りを直し、その際、瓦も全て葺替えている。そこで、穴くらいで、屋根全部を葺替える工事は不要と思い、「それは必要ない」と断った。しかし、業者から、「古いから、葺替えをした方が絶対いい」と何度も説得され、結局、断わりきれず、その日のうちに屋根葺替え工事の契約をしてしまった。

工事期間中は、音やほこりが酷いと言われていたので、ケア施設に避難していた。工事は約1週間で終わった。ところが、家に戻って、出来上がった屋根を見て、「瓦」ではなく、ゴムシートのような素材となっていたことに驚いた。思えば、工事前に屋根材の見本を見ていなかったし、記憶では、契約時、業者からは屋根材等に関し、色以外の具体的な説明はかった。自分で素材を「瓦」と言ったかどうかは覚えていないが、屋根瓦の葺替えなのだから、当然、これまでと同じ「瓦葺き」と思い込んでいた。慌てて、見積書や契約書を見ると、商品名は「グラス XX」となっていた。渡されていた書類の中に、屋根の図面はなく、完成予想図もない。そういえば、工事前日に搬入された屋根材を見たが、薄い板のような形状だった。瓦屋根の下地に使うものと思い込んでしまったため、そのときは気にも留めなかった。全く思いもよらないことで、安っぽい素材の出来栄えに、がっかりしてしまった。しかも、工事終了後でも、2階の壁付近の音は続いている。腹が立って、「壁の音がやんでいない。これでは、工事した意味がない」と苦情を言ったが、担当者から、「音をなくすとは約束していません」と反論され、言い返せなかった。

すべてにおいて不満だったが、工事をしてもらった以上、支払うしかないと思い、銀行に出向いて、預金を引出していたところ、巡回中の警察官に止められたため、代金はまだ支払っていない。今更、解約はできないか。

Q1　業者の勧誘方法に何か問題点はありますか。

A1　まず、「挨拶」と称して来訪した点ですが、特商法第3条の氏名等の明示義務は、契約締結のための勧誘行為を始めるに先立って、業者名や勧誘目的等を告げなければならないとしています。当該業者が、「挨拶」と言って訪問し勧誘行為を始める営業手法を用いているとしたら、「挨拶」の段階から一連の勧誘行為は始まっていると考えられますので、「挨拶」の段階で、業者名や勧誘目的等を告げなければなりません。これに対し、実際に近所で工事を行っていて、純粋に騒音へのお詫びに訪問した際の雑談中に、相談者の方から「うちの2階にネズミか何かが住みついているようで、ガサガサと音がうるさい。何とかできるか」と相談され、業者がこれを受けて、勧誘行為を始めたとした場合に

Q&A

たかしば・としひと
1974年弁護士登録。個情法、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

は、その勧誘行為を始めるに先立って、業者名や勧誘目的等を告げることになります。いずれにしても、本件では、特商法第3条の氏名等の明示を行っていないとされる可能性があると思われます。

次に、本件では、相談者は屋根の全面葺替えを断ったにも拘らず、業者は勧誘を続けているようですので、特商法第3条の2第2項の「再勧誘の禁止」に違反するとされる可能性、もしくは、同法第7条第1項第5号、省令第7条第1号の「契約の締結について迷惑を覚えさせるような仕方で勧誘をし」に該当するとされる可能性があります。

また、上記の「屋根に穴があいている」という業者の説明や写真が、事実と異なっている場合は、特商法第6条（禁止行為）第1項第6号の「契約の締結を必要とする事情に関する事項」について不実を告げる行為となりえます。

Q2　本件の事例で、法定解除等は可能でしょうか。

A2　本件の事例で、法定解除等を検討する場合には、例えば、「①契約書面が不備であれば、クーリング・オフ」「②不実告知が立証できれば、契約の取消」「③錯誤による場合は、契約の無効」「④債務不履行に当たる場合は、契約の解除」等が考えられます。

①契約書面が不備であれば、クーリング・オフの主張が可能な場合がありえます。見積書や契約書には「グラスXX」と素材の商品名は書かれているとのことですが、本件は、屋根を葺く工事（役務）の契約ですので、当該工事について、その属性に応じ、記載可能なものをできるだけ詳細に記載する必要があります。本件では、図面はなく、完成予想図もないとのことですが、工事（役務）について、どの程度記載されているのか確認し、もし、工事内容の詳細が分からない書面であった場合は、不備書面とされる可能性があるでしょう。

②不実告知による契約の取消を主張するには、相談者は、不実を告げられたこと（すなわち、本当は穴はあいていなかったこと）を立証する必要があります。

③錯誤による契約の無効の主張ですが、本件では、相談者は内心で「瓦葺きの屋根」と思っていたところ、契約書には「グラスXX」と素材の商品名が記載されていたということですので、内心と表示（契約書の記載）の間に齟齬があったケースです。この表示が要素（通常人を基準として、重要部分）と評価される場合は、錯誤無効とされる可能性もありますが、相談者に重大な過失があるとされますと、錯誤無効は認められません。

④債務不履行による契約の解除ですが、債務不履行が認められるためには、「瓦葺き」とする合意が成立していたことが前提となります。本件では、相談者は、「瓦葺き」と思っていたとのことですが、「瓦葺き」とする合意が成立したとされなければ、債務不履行とはなりません。

Q3　法定解除等が困難な場合は、他に、どのような交渉手段があるでしょうか。

A3　**A1**でも触れましたように、本件の勧誘行為は、「氏名等の明示義務」ないし「再勧誘の禁止」に違反するとされる可能性、もしくは、「契約の締結について迷惑を覚えさせるような仕方で勧誘をし」に該当するとされる可能性があります。もし、これらに当たるとされる場合、直接的には、行政処分の対象とされ、民事効果を生じる訳ではありませんが、話合いの際の交渉材料にはなりうると考えられます。

※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ご紹介しています。

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）

暑中お見舞い

株式会社アサンテ
代表取締役社長
宗政誠
東京都新宿区新宿1-33-15

オッペン化粧品株式会社
代表取締役
瀧川照章
大阪府吹田市岸部南2-17-1

株式会社サミットインターナショナル
代表取締役
樋口百合子
北海道札幌市中央区南2条西10-7-5

サンクスアイ株式会社
代表取締役社長
藤原誠
熊本県熊本市東区御領6-1-6

株式会社ジェノバ
代表取締役社長
清水道
大阪府大阪市北区浪花町13-20

蛇の目ミシン工業株式会社
代表取締役社長
大場道夫
東京都八王子市狭間町1463

株式会社シャルレ
代表取締役社長
奥平和良
兵庫県神戸市須磨区弥栄台3-1-2

新日本ハウス株式会社
代表取締役社長
田中義人
埼玉県越谷市千間台東3-11-6

株式会社シーボン
代表取締役兼執行役員社長
金子靖代
東京都港区六本木7-18-12

一般社団法人全国直販流通協会
代表理事
亀岡一郎
東京都中央区日本橋茅場町1-6-17
トラッドビル3階

株式会社TIENS JAPAN
代表取締役社長
李金元
東京都中央区銀座8-8-8
銀座スリーエイト10階

株式会社日健総本社
代表取締役社長
森伸夫
岐阜県羽島市福寿町浅平1-32

日本シャクリー株式会社
代表取締役執行役員社長
髙杉茂男
東京都新宿区西新宿2-6-1
新宿住友ビル21階

公益社団法人日本新聞販売協会
会長
國吉延男
東京都中央区日本橋人形町2-7-10
エル人形町5階

申し上げます

（五十音順）

日本メナード化粧品株式会社
代表取締役社長
野々川純一
愛知県名古屋市中区丸の内3-18-15
メナードビル

ニュースキンジャパン株式会社
代表取締役社長
小林和則
東京都新宿区西新宿6-5-1
新宿アイランドタワー23階

ネクストエナジー・アンド・リソース株式会社
代表取締役
伊藤敦
長野県駒ヶ根市赤穂11465-6

株式会社ノエビア
代表取締役社長
海田安夫
兵庫県神戸市中央区港島中町6-13-1

株式会社白寿生科学研究所
代表取締役社長
原昭邦
東京都渋谷区富ヶ谷1-37-5

株式会社はなまるリビング
代表取締役
鈴木進也
岩手県奥州市水沢区中田町5-5
鈴木ビル2階

フランスベッド販売株式会社
代表取締役社長
木谷一彦
東京都調布市菊野台1-2-1

株式会社ベルセレージュ本社
代表取締役
栗本武彦
京都府京都市中京区烏丸通夷川上ル
少将井町245-1-202

訪販化粧品工業協会
会長
鈴木弘樹
東京都港区虎ノ門5-1-5
メトロシティ神谷町6階

株式会社ポーラ
上席顧問
鈴木弘樹
東京都品川区西五反田2-2-3

株式会社丸八真綿販売
代表取締役社長
日野原和夫
神奈川県横浜市港北区新横浜3-8-12

モデーアジャパン合同会社
社長
大井盛夫
東京都港区芝公園3-4-30
32芝公園ビル

YKC・システムコンサルティング株式会社
代表取締役CEO
藤野正樹
東京都港区高輪2-15-19
高輪明光ビル5階

第39回通常総会等の報告

平成30年6月20日、明治記念館において「第39回通常総会」等を開催しました。

総会は鈴木弘樹会長（（株）ポーラ）を議長に進行し、議長挨拶、議事録署名人の選任、議案審議に入りました。第1号議案「平成29年度貸借対照表、損益計算書及びそれらの附属明細書、財産目録の承認に関する件」、第2号議案「理事の一部選任の承認に関する件」の2件について承認しました。新しく就任した理事は、次の通りです。マルコ（株）の饗庭光夫氏、（一財）日本産業協会の菅原功氏、日本シャクリー（株）の髙杉茂男氏、日本アムウェイ（同）のマーク ディビッドソン氏、エイボン・プロダクツ（株）の中陽次氏、（株）丸八真綿販売の日野原和夫氏の6名です。

また、「平成29年度事業報告書及びその附属明細書の報告」と「平成30年度事業計画書及び収支予算書並びに資金調達及び設備投資の見込みの報告」を行いました。

記念講演会では、リピーター創出専門のコンサルタントである一圓克彦氏を講師にお招きし、「ニーズの２歩先。本当の顧客満足のつくり方」と題して、顧客満足向上やニーズの先読みには、自身の体験に基づいたコミュニケーション型接客が有効であることやそのノウハウについてお話しいただきました。

続く懇親会では、鈴木会長が「前年度は、日本経済の回復基調を背景に、当業界も各社の顧客志向経営が奏功し、ゆるやかな回復基調となった。一方で、在宅率の低下や購入チャネルの多様化等の基盤の課題に加え、今年は有効求人倍率が1.5倍という高水準のなか販売員の確保が厳しい状況となり、楽観視できる状況にはない。また昨年12月1日に改正特商法が施行され、この半年、会員社は法の周知に努めてきたことと思う。業界の信頼を高めて健全な事業者が胸を張って活動できることが当協会の使命。受け身ではなく、積極的に活動を展開したい。1例として、2018年度事業計画では『消費者志向チェックリスト』を実施する。これは自社の消費者志向体制を確認し、その結果をさらなる体制整備につなげる取組。また、改正自主行動基準の周知やセミナー・講習会を通じた自主的取組の拡充、会員増強のための広報の充実、2020年度の協会創立40周年記念事業の具体化等の事業を予定している。少子高齢化社会の日本で“face to faceコミュニケーション”の意義は高まっており、ビジネスチャンスの可能性も十分にある。各企業や事業者が胸を張って事業活動ができる環境整備に、会員社自身も協会もともに努力が必要」と挨拶し、会員社の理解と協力を要請しました。

続いて、来賓の経済産業省大臣官房審議官（商務・サービス担当）小瀬達之氏が登壇し、「15日に閣議決定した『成長戦略未来投資戦略2018』は、副題では『データ駆動型社会の変革』を謳っている。訪問販売においては販売員から得られる消費者情報は鮮度の高いリアルデータに他ならない。デジタル社会における大きな強みとして、こうした生の声・生きた情報を商品やサービスの提供に活かしてほしい。また訪問販売業はさまざまな社会的役割を担っている。高齢者や女性等の多くの労働者を創出し、女性や高齢者の活躍に寄与している。さらに、高齢者が消費者被害に遭うケースが後を絶たないなか、高齢者の見守り活動や防犯活動など訪問販売活動を通じた社会的貢献にも大いに期待している。健全な訪販市場のさらなる発展のために引き続き、協会と企業が一丸となって取り組んでほしい」等と話されました。

乾杯の発声は、木谷一彦副会長が行いました。交流、歓談の後、新理事の中陽次氏が締めの挨拶を行い、閉会しました。

総会

鈴木弘樹会長

小瀬達之
経済産業省大臣官房審議官

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

エクセレントスーパーアスタ
SUPER ASTA

エクセレントビューティープラセンタ
BEAUTYPLACENTA

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 エクセレント事業部
〒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
フリーダイヤル0120-198-252

「悪質な訪問販売 撲滅！ かながわ宣言」と連携

神奈川県では、悪質な訪問販売による消費者トラブルの未然防止を図るため、法令遵守に向けた自主的取組みをしている事業者団体と連携し、「悪質な訪問販売 撲滅！ かながわ宣言」を行いました。

当協会は、事業者の自主的取組みを推進する立場から本事業に賛同、宣言式に参加しました。当協会の他には、冠婚葬祭互助会、ケーブルテレビ、新聞、住宅リフォーム、生協、生命保険の団体が参加しています。

神奈川県「悪質な訪問販売撲滅！かながわ宣言」
http://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/sengen/top.html

新規入会　賛助会員

ラグジュアリー・ホテル・インターナショナル・ジャパン株式会社
http://www.marriott.com/marriott/aboutmarriott.mi
所在地：東京都港区
事業内容：ホテルの運営管理

2017（H29）年度・訪問販売等の行政処分の動向
消費者庁「特定商取引法ガイド…執行状況」を独自分析

2017年度の「訪問販売」の処分件数は28件で、処分内容は「業務停止命令」のみが16件、「業務停止命令及び指示」が7件、「指示」のみが5件でした。

認定された違反条項（省令を除く）を多い順にみると、「氏名・勧誘目的等明示義務（3条）」違反が22件、「契約書面交付義務違反又は記載不備（5条）」と「不実告知（6条1項）」が各19件等でした（図表1参照）。

後者の「不実告知（6条1項）」では、消費者に「契約をしないと大変なことになる」等と勧誘する「契約を必要とする事情等（6号）」が多く、8件ありました。

その他の取引の処分件数は、「連鎖販売取引」が4件（4社）で、処分内容はすべて「業務停止命令及び指示」でした。「特定継続的役務提供」は3件（3社）で「業務停止命令及び指示」が2件、「指示」のみが1件でした。

【図表1】2017年度訪問販売の行政処分で認定された違反条項

氏名・勧誘目的等明示義務違反（3条）	22件
再勧誘禁止（3条の2）	2件
契約書面交付義務違反又は記載不備（5条）	19件
禁止行為・不実告知（6条1項）	19件
／商品等の種類・性能等（1号）	（1）
／商品等の価格等（2号）	（4）
／契約解除等に関する事項（5号）	（1）
／契約を必要とする事情等（6号）	（8）
／判断に影響を及ぼす事項（7号）	（5）
指示（7条1項）	11件
／債務不履行等（1号）	（2）
／判断に影響及ぼす重要事実不告知等（2号）	（1）
／迷惑勧誘（4号）	（8）

＊（　）内の数字は6条1項と7条1項の各号内訳

※「特定商取引法ガイド」HPでは、発表資料が同一の「業務停止命令及び指示」の処分内容を、「業務停止命令」と「指示」に分けて2件として扱っている。ただ、当該資料内の認定違反条項は、「業務停止命令」と「指示」の区別をしていないため、この分析では1件として扱った。なお、同一業者・同一発表日でも、処分行政庁が異なる場合は別計算にした。したがって、同HP上の「訪問販売」の処分件数は「業務停止命令」23件と「指示」12件で合計35件だが、ここでは「業務停止命令及び指示」7件が二重計算になるので7件差引き合計28件として分析した。

JDSAダイアリー2018　4月～6月

【協会行事】
4月13日　消費者救済審査委員打合せ
20日　WFDSA会長来日記念記者会見・情報交換会（明治記念館）
24日　第120回消費者問題委員会
27日　消費税・軽減税率制度等説明会
5月16日　監事会
24日　第132回総務委員会、第180回理事会
6月20日　第39回通常総会・記念講演会・懇親会（明治記念館）
26日　特商法研究会
27日　第150回広報委員会

【対外行事】
4月16日　横浜市審議会（横浜市）
5月　8日　横浜市審議会（横浜市）
6月21日　日本産業協会評議員会（日産協）
25日　佐世保市消費者講座（佐世保市）
29日　横浜市審議会（横浜市）

会員数：140社・団体［正会員：113社　賛助会員：19社　8団体］（2018年6月末日現在）

2018年7月発行　編集発行　公益社団法人日本訪問販売協会　発行所　〒160-0004 東京都新宿区四谷4-1 細井ビル7F　電話03-3357-6531　http://www.jdsa.or.jp

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%割引きます)

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。

公益社団法人 日本訪問販売協会