

## 「ダイレクトセリング消費者志向チェックリスト」による自己点検調査の概要

平成31年2月28日

(公社)日本訪問販売協会

当協会は、平成29年度事業として消費者志向体制の自己点検調査を行いました。正会員企業から寄せられた回答をもとに、全体分析及び個社分析のレポートをまとめ、回答企業へ今後の体制整備の検討材料として提供しました。以下は調査及び全体分析の概要です。

### 記

#### 1. 調査の概要

- (1) 目的：会員企業の消費者志向体制の確立の推進
- (2) 時期：平成30年3月～8月
- (3) 対象及び回収率：正会員113社のうち98社より回答（86.7%）
- (4) 項目：以下6つの大項目（計84の設問項目）
  1. 消費者志向経営方針、2. コンプライアンス体制、3. 販売員教育、
  4. 苦情対応体制、5. 販売マニュアル等、6. 自主行動基準等
- (5) 方法：消費者志向チェックリスト84項目を自社の体制に照らし「実施」、「実施途上」、「実施検討」、「予定なし」の四段階により評価し回答票を協会へ返送してもらった。
- (6) 調査票：別添

#### 2. 分析の概要

##### (1) 達成度指数

以下の計算方法により達成度指数を算出。10点満点で7.5点以上を望ましいレベルとした。

<計算方法>

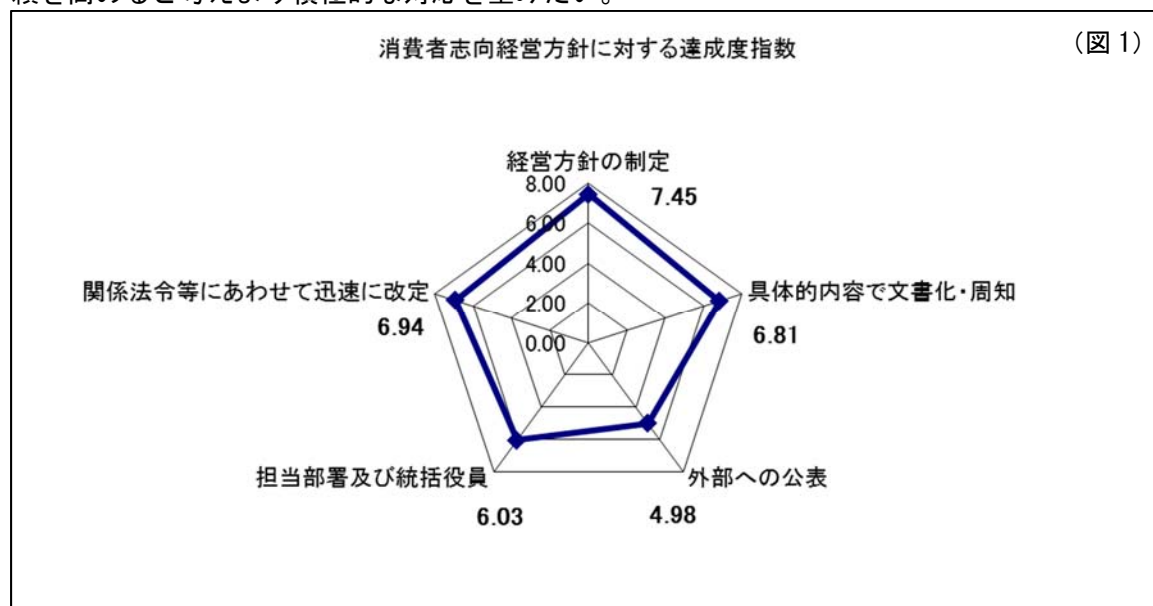
実施社数×1点、実施途上の社数×0.7点、実施検討の社数×0.3点、予定なしの社数×0点  
これらを合計し、有効回答社数で割ったものに10を乗じた。

##### (2) 全体分析（概要）

###### 1. 消費者志向経営方針

消費者重視の市場において消費者志向の理念をもって企業経営を行うことは、企業存続の重要なファクター、とくにダイレクトセリング企業の場合、消費者の自宅が取引場所となることが多く、より高い位置での消費者志向体制の構築が重要となる。本項目は5つの設問で構成。（図1）

全体の達成度指数は6.44だった。最も高い指数を示したのは「1-1 経営方針の制定」7.45である。反対に最も低かったのは「1-3 外部への公表」で4.98、外部公表は企業の社会的信頼を高めると考えより積極的な対応を望みたい。

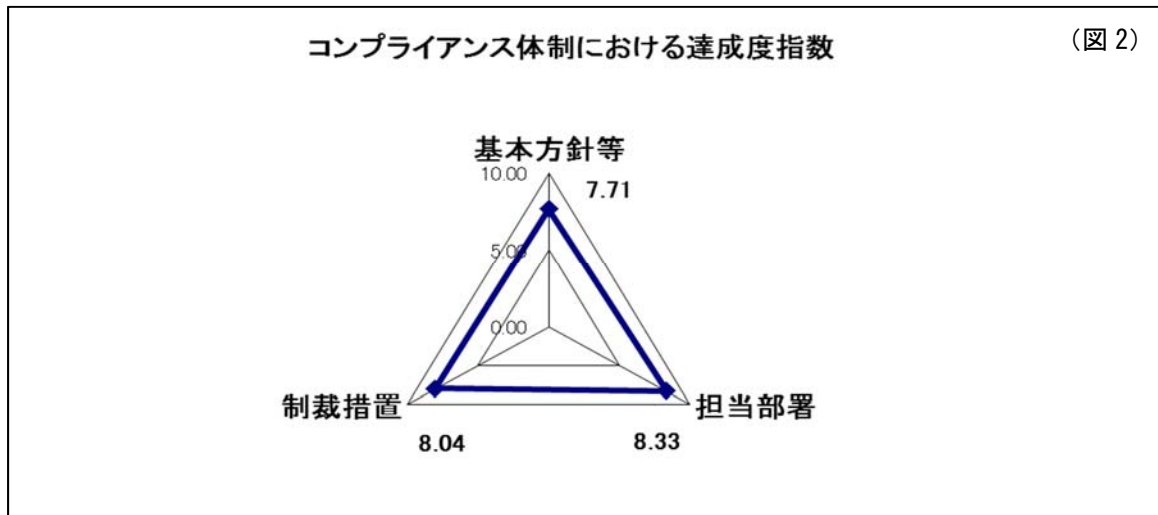


###### 2. コンプライアンス体制

法令あるいは自主基準の遵守は社会への最低限の企業としての約束であり、コンプライアンス担当はこれを具現化する役割を担う。本項目は、(1)基本方針、(2)担当部署、(3)制裁措置の3つの中項目、計22の設問で構成される。全体の達成度指数は8.04。中項目ごとの達

成度指数は、(1) 基本方針 7.71、(2) 担当部署 8.33、(3) 制裁措置 8.04 となる。(図 2)

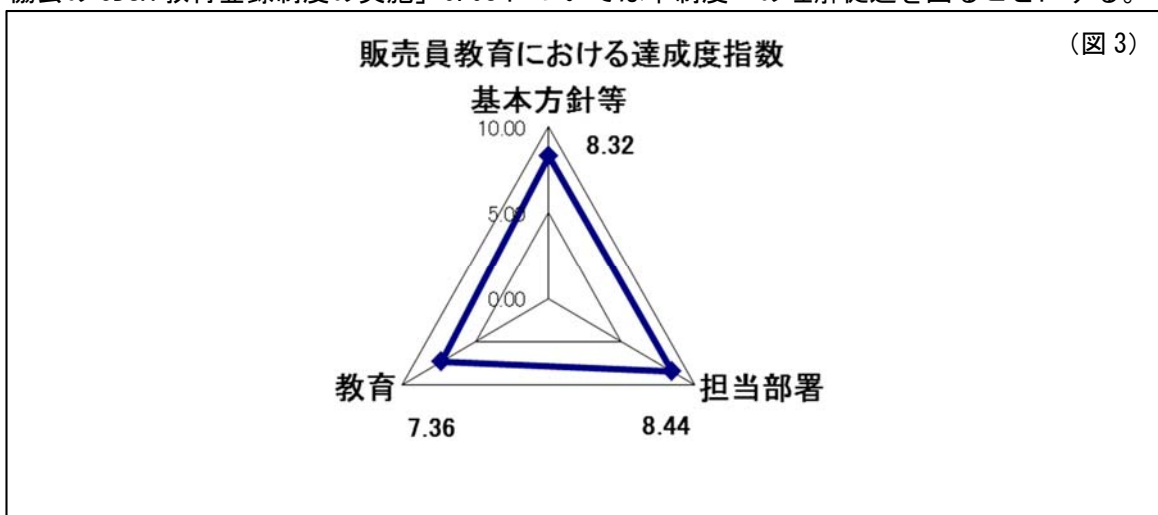
回答の特徴としては、「2-6 経営最重要課題としての位置付け」9.39、「2-13 担当部署（担当者）の設置」9.21、「2-16（法令違反の判明等）有事での適切な対応体制の確立」9.11 は、いずれも 9 を超える高い数値を示した。また、制裁措置では、「2-21 制裁基準の設定」8.74、「2-23 厳正・公平な基準適用の仕組み、記録・管理」8.19 を示し、不適正取引排除に対する会員の意識の一端がうかがえる。なお、「2-9 基本方針の外部公表」6.17 は、今後の課題として残る。



### 3. 販売員教育

販売員教育もトラブルの未然防止のための重要業務の一つであり、効果的かつ計画的に実施されることが望まれる。本項目は、(1) 基本方針、(2) 担当部署、(3) 教育の 3 つの中項目、計 19 の設問により構成される。全体の達成度指数は 7.94。中項目ごとにみると、(1) 基本方針 8.32、(2) 担当部署 8.44、(3) 教育 7.36 となる。(図 3)

回答の主な特徴は、「3-30 販売員に係る教育制度の設定」8.81、「3-35 担当部署の設置」8.95、「3-36 担当者の経験・専門性に配慮した配置」8.79 といずれも 9 に近い数値を、「3-45 苦情の再発防止のための再教育」についても 8 を超える指数を示した。なお、「日本訪問販売協会の JDSA 教育登録制度の実施」6.08 については本制度への理解促進を図ることにする。

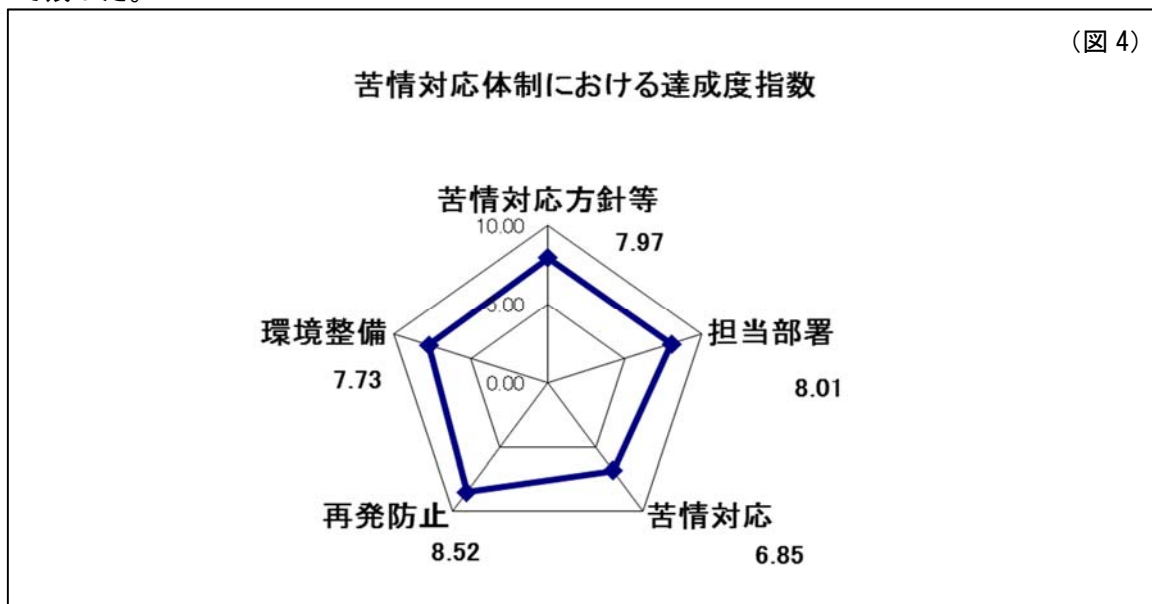


### 4. 苦情対応体制

苦情は企業を成長させる貴重な情報源であり、これを有効活用すべきという考え方がある。本項目は、(1) 苦情対応方針等、(2) 担当部署、(3) 苦情対応、(4) 再発防止、(5) 環境整備の 5 つの中項目、計 26 の設問で構成される。全体の達成度指数は 7.84。中項目ごとにみると、(1) 苦情対応方針等 7.97、(2) 担当部署 8.01、(3) 苦情対応 6.85、(4) 再発防止 8.52、(5) 環境整備 7.73 となる。(図 4)

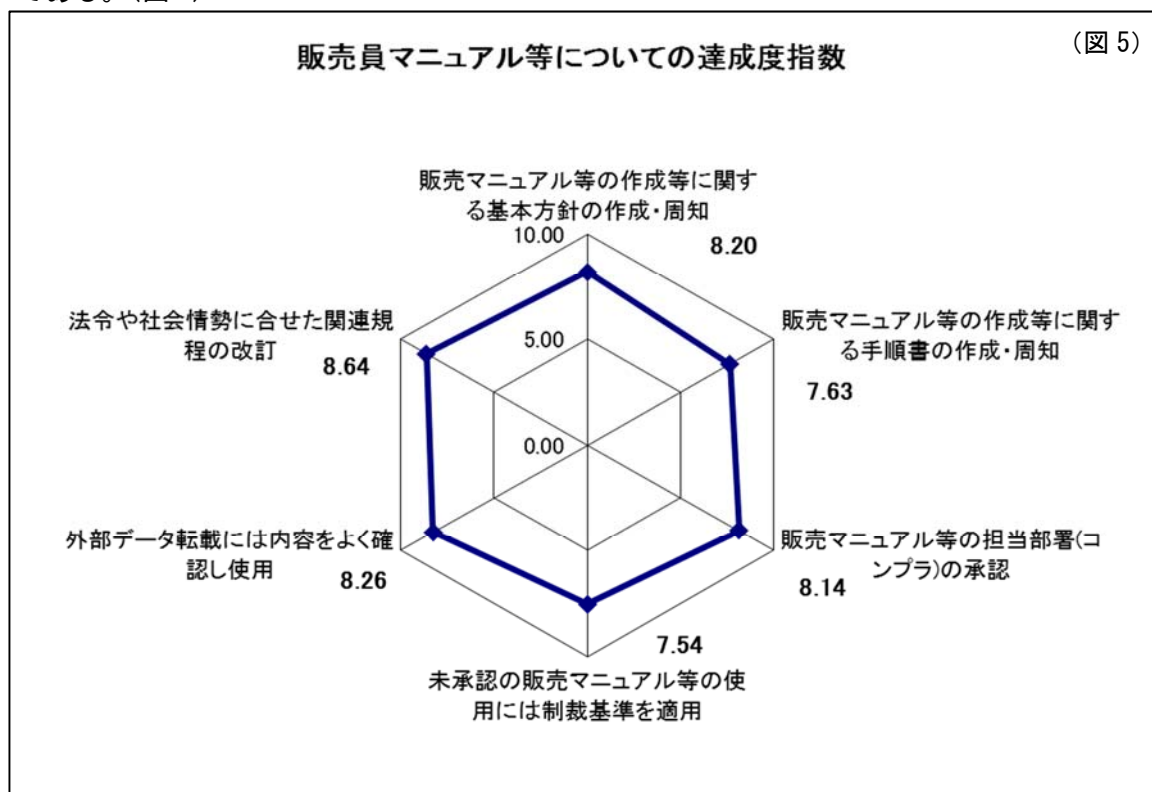
回答の主な特徴は、「4-53 企業トップの直下の部署で営業部門から独立」8.28、「4-55 担当業務責任者の配置」9.18、「4-61 申出の内容・調査経緯・解決結果の記録、管理」9.64、「4-

62 苦情レポートの組織内への情報提供」8.47、「4-65 再教育を要する販売員の相談情報連絡の仕組み」8.51、「4-66 注意警告を要する販売員の相談情報連絡の仕組み」8.82 の通り 8~9 の指数を示した。また、「4-63 苦情の内容及び結果の一部公表」2.88 は今後の検討課題として残った。



#### 5. 販売マニュアル等

販売員が営業で使用するマニュアルや販促物は適切な作成方針と手順書、完成物を承認する管理体制の整備が必要である。本項目は6つの設問により構成、全体の達成度指数は8.07である。(図5)



#### 6. 自主行動基準等（高齢者等の弱者保護の取組み）

「訪問販売企業の自主行動基準」で定める項目のうち社会的要請の高い高齢者等弱者保護に関係する項目を今回の調査より追加した。設問項目6つのうち5項目が達成度指数9を超えた。全体の達成度指数も9.02と高い数値を示している。(図6)

自主行動基準等(高齢者等の弱者保護の取組み)についての達成度指数 (図6)

