

季刊

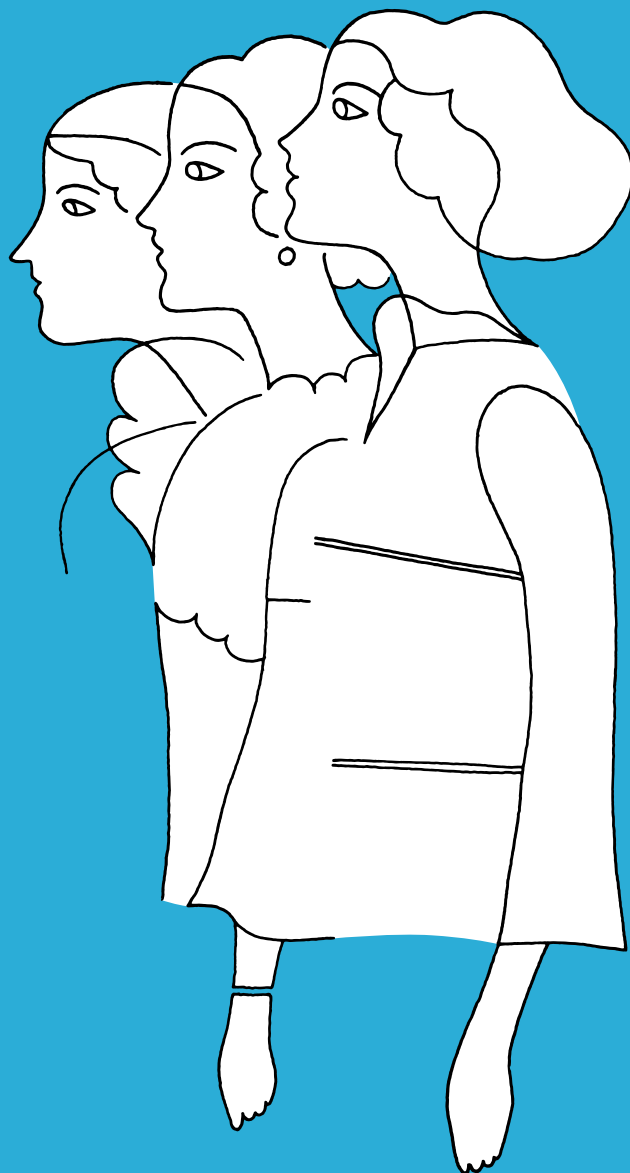
ダイレクトセリング

より良い対面販売をめざして

2022

夏号

159



2 — 特集

成年年齢引き下げの狙いと実情
消費者教育の充実が喫緊の課題

増田悦子氏

公益社団法人全国消費生活相談員協会 理事長

6 — 暑中お見舞い申し上げます

8 — ダイレクトセリングQ&A

監修：高芝利仁 弁護士

架けた電話で「メイクの練習がしたい。お店に来て」と言われ、出向いたら、エステと化粧品
の契約となった。解約したい。

10 — インフォメーション・JDSAダイアリー



JDSA

成年年齢引き下げの狙いと実情

消費者教育の充実が喫緊の課題

公益社団法人全国消費生活相談員協会 理事長

増田悦子氏

2022（令和4）年4月1日に「民法の一部を改正する法律」が施行されました。これにより18歳・19歳も「成人」となり、自分の意思でさまざまな契約ができるようになったと同時に「未成年者取消権」の対象から外れることになり、契約トラブルの増大を懸念する声も挙がっています。今回は、公益社団法人全国消費生活相談員協会の増田悦子理事長に、相談現場における現状認識や啓発活動、今後の課題、またダイレクトセリングの事業者や当協会の取り組みに対するご意見をうかがいました。（聞き手…日本訪問販売協会事務局／構成…編集部）

18歳・19歳に降りかかる 契約トラブルが懸念

——民法の一部改正により成年年齢が引き下げられました。特に消費生活の面で、18歳・19歳の若年青年者においてはどのような変化が考えられますか。

増田 私には2種類の問題が起ると考えています。まず一つは、近年は契約が複雑化しているため、それに伴うトラブルが18歳・19歳にも降りかかることになる

ということですね。

これまで18歳・19歳の人は、アパートなどの賃貸住宅の契約やオートバイなどの高価な品物の購入は保護者の承諾がないとできませんでした。これらの契約が自分の意思でできるようになったのです。しかし契約には責任が伴います。若い人の中には、契約書の読み方がよく分からないからときちんと読まずに契約してしまうケースもあり、これまでの統計では、賃貸契約や高価な物品の購入に関する項目は20代の消費者トラブルの上位に挙がっていました。今後はこれが18歳・19

歳に降りてくるでしょう。

また、オンラインゲームや動画・音楽のサブスクリプションなど、インターネット上のみで契約を行うサービスも増加しています。クレジットカードやキャッシュレスサービスの利用の仕方と、インターネットのトラブルは深く関連しています。例えばインターネット通販では年齢確認がないため、未成年者が親のクレジットカードなどを使って、親の承諾なく高額商品を買うことができてしまいます。その後、親が「契約を取り消したい」と言っても、本当に未成年者

本人が購入したのかどうかの確認が難しい。このように、未成年者契約取消権が行使できる年齢であったとしても簡単には取り消しができない状況なのです。ましてや18歳・19歳は未成年者から外れたわけですから、クレジットカード決済やキャッシュレスサービスを利用して、際限なく契約をしてしまうようになる懸念があります。

もう一つの問題は、インターネット上で勧誘が行われる悪質商法によるトラブル増加です。このところ、キーワードになっているのは「儲け話」。SNS広告などで「儲かる話だ」と書かれているのを見て、インターネット上で購入した情報商材をまた別の人を勧誘して販売するというようなものです。「物なしマルチ」

「後出しマルチ」と呼ばれ連鎖販売取引の規制が及ぶのかどうか分からないものがあります。実際には何十万円にもなってしまふことがあります。以前は学校の先輩や同級生など知り合いから勧誘されるケースが多かったのですが、昨今ではまったく見ず知らずの人とSNSやアフィリエイトなどでマッチングして仲良くなって勧誘されるケースが増えています。SNSや

Zoomなどを通じてオンラインで勧誘が行われるため、書面交付がない、相手についてSNSのIDしか知らず連絡先も分からないといったことになり、解決不可能な状況になっていきます。

こうなると後からではどうしようもなく、やはり未然防止しかありません。この点はもう少し議論されなければならぬと考えています。消費者金融については、貸金業協会が18歳・19歳に対する過剰与信規制をされており、これは本当によかったと思います。啓発活動だけではなかなか届きにくいこと、こうした点で業界団体が未然防止に努めていくことは大切です。

このように消費生活の変化という意味では、18歳・19歳は契約に不慣れであることとインターネットのリテラシーが不足していることが相まって、トラブルが発生するようになっていくのではないのでしょうか。4月末時点では、明確にトラブル増加が見えてきているわけではありませんが、これから徐々に増えていくのではないかと思います。

——日本においては、明治時代以来100年以上、成年年齢は20歳ということになっていました。なぜこの

時期に、政府は成年年齢の引き下げに踏み切ったのか。背景をどのようにお考えですか。

増田 選挙権年齢の引き下げが一番の理由だと思いますが、それ以前から成年年齢18歳にするという議論はあったようです。選挙権年齢の引き下げにより国政に若い人たちの意見を反映させるとともに、若い人たちの購買力に期待し経済の活性化を狙ったのではないかと、私は考えています。

しかし、私としては時期尚早と思ひ、国会でも反対の立場で意見を述べまし

た。「消費者教育の推進に関する法律」（消費者教育推進法）が施行されて何年も経っていたにもかかわらず（2012年8月に成立）、まったく実態に反映されていなかったからです。学校の先生方は忙しく、生徒や学生に対する消費者教育にまで手が回っていません。また日本には独特な親子関係があり、風土があります。高学歴化のため、社会に出るのも遅くなってきています。つまり学業ばかり忙しくて社会経験が少なくなっている。そもそも親である大人自身も、契約意識は低いでしょう。このようなことから、消費者教育が十分にいき渡った上で初めて成年年齢引き下げの議論があるべきだと思っています。

今回の成年年齢引き下げについては、2022年3月の終わりごろになってようやくマスコミが取り上げ、ニュースやワイドショーなどに話題として出てくるようになりました。もともと早くから報道されていたらよかったと思いますが、よく捉えるならば、これをきっかけに国全体できちんと消費者教育がなされるようになり、契約トラブルの未然防止が図られるようになることを期待しています。

学校や企業と連携して 年代別の消費者教育を図る

——消費者教育は、実情としては進んでいないのでしょうか。

増田 最近では、子供に対してお小遣い制をとっている家庭が少なくなっています。欲しい物があるから今日はお菓子を買うのを我慢して貯めておこうといったように、お小遣いの使い方を通して金銭について学ぶ機会がないのです。必要な物は親が買い与えたり、購入するための金銭をその都度渡したり、中には子供に現金を持たせずカードを渡す家庭もあります。しかしそ



ますだ・えつこ 中央大学法学部卒業後、株式会社リコーに入社。1993年から2013年まで、かながわ中央消費生活センター、目黒区消費生活センター、東京都消費生活総合センターにおいて消費生活相談員として勤務。2017年6月より現職。消費者委員会専門委員等を歴任。現在、税制調査会、総務省情報通信審議会、日本司法支援センター評価委員会委員等を務める。



全国消費生活相談員協会発行パンフレット

ここでは、カードに入っているお金は両親が働いて稼いだものだという教育が抜けており、子供にとっては「いくらでも使える魔法のカード」になってしまっていることもあり、小さいときから、金銭に関する感覚が育っていないのです。

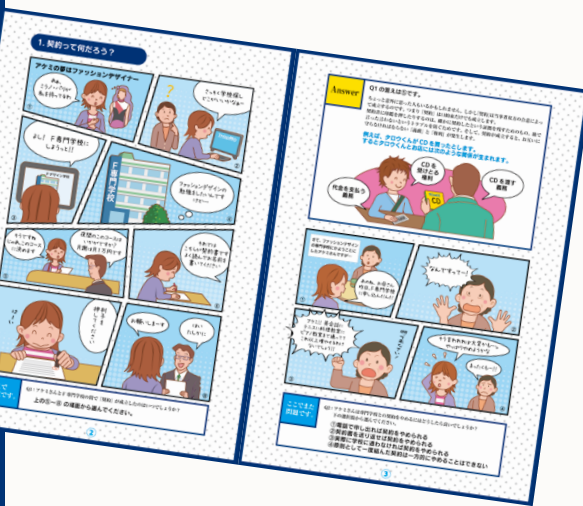
その一方で、近年は「投資」「暗号資産」といった言葉を耳にする機会が増えていきます。そうすると若い人たちは、儲け話を聞いたときに「ああ、これのことか」と勝手に結びつけて理解した気になってしまいがちです。実際にはそれは間違いなのですが、きちんと学習していないから違いが分からないのです。

—— 成年年齢の引き下げに関連する消費者教育については、消費者庁だけでなく全国消費生活相談員協会においても、パンフレットや動画を作成・配布し、研修を行うなどの取り組みをされています。それらの活用を含め、学校教育の現場にはどのようなことを期待していますか。

増田 私たちは、一般の方を対象とした無料の消費者講座を、年間150〜200回ほど開催しています。コロナ禍により、オンラインでの講座も始めました。講座だけでなく、小学生、中学生、大学生など対象別



日本訪問販売協会発行パンフレット



の教材も作っています。

学校に向けて消費者教育を広めていく上で課題だと感じているのは、今これだけ事業者団体や消費者団体がいろいろな教材を作って「消費者教育をします」と言っているのに、まだそれを知らない先生方がいらっしゃるということです。どこにどうやってつながっているか分からないという声がいまだに聞こえてきます。まだまだ広報が足りていないことを痛感しています。

おそらく、先生方自身が教員になるまでに消費者教育を受けていないので、自分で指導するとなると自信がない、何を教えたらいかが分からないから手を出さないという状況なのではないでしょうか。私たちのような外部の専門家にお声掛けいただければきちんと教えることができると思うので、先生方も気が楽になると思います。

私たちが今後必要だと考えているのは、社会人向けの教材です。これまで、学生時代に消費者教育を受けてこなかった人たちは、会社に入っても消費者教育を受ける機会はありません。私たちはさまざまな会社、社員教育と同時に消費者教育も行っていたらいいようにお願いしています。ただ、意欲はあっても、社員を集めて研修をする時間がないということで、なかなか広がらないのが実情です。とはいえ、会社勤めの方々がリタイアして高齢になったときに、現在と同じ状況ではいけないと思います。高齢者になるまでに、消費者としての意識を身に付けていただきたいと思います。会社にとっては、消費者教育を行って周知することは社員を守ることもつながるのではないのでしょうか。

—— 当協会も消費者への啓発のためにパンフレットを作成しており、要望に応じて講習会も行っていきます。また、この3月には、自主行動基準（訪問販売について、連載販売取引について）の一部を改定し、会員社への周知、徹底に努めています。

増田 自主行動基準を拝見しましたが、とても優れていると思います。求めていらっしゃる基準が非常に高度ですね。これを会員各社に継続して実践していただくに当たっては、皆さんの努力が必要であり、そのためには「なぜこれが必要なのか」という目的をよく理解していただくことが不可欠でしょう。つまり、消費者からの信頼を得られないと会社は継続できないのであり、信頼を得るためにこの行動基準を守る必要があ

訪問販売企業の自主行動基準

連鎖販売取引に係る自主行動基準

3. 行動基準の内容

(1) 全般

ケ 当該消費者の判断力不足を認識しながら、それに乗じて勧誘活動を行ってはならない。(判断力の不足している場合の例：高齢者又は未成年者、成年に達したばかりの者等で判断力が不足している場合、認知症、精神疾患又は知的障害等により、判断力が不足している場合等。)

附則(令和4年3月16日)

この改正規定のうち、3(1)ケの規定は理事会の議決日(令和4年3月16日)より、3(7)②イの規定は令和4年6月1日より実施する。

※3(7)②イは省略

3. 自主行動基準の内容

(5) その他の遵守すべき事項について

6) 取引の相手方として不適当と考えられる者への勧誘について

加入者が未成年、成年に達したばかりの者、学生、成年被後見人・被保佐人・被補助人などビジネス活動を行う者として不適当であると考えられる者への勧誘を行わないよう、周知徹底を図るものとする。

附則(令和4年3月16日)

この改正規定は、理事会の議決日(令和4年3月16日)より実施する。

るのだという目的意識をしつかり持っていたくこと
が大切なのではないかと思うのです。
この点に関しては、私たちも同じです。何のために
やっているのか。そこがしつかり理解されていないと、
面倒なことばかりに思えてしまい、継続できません。
そのような意識形成の土壌があるということは日本
訪問販売協会の力であろうと思います。そのことに
よって、会員各社には「この高い基準を守り続けてい
る事業者である」という誇りを持っていただけるで
しょうし、それを消費者に広報していただくこともで
きると思います。

「それでもトラブルになったら」
知ってもらいたい
相談先と相談の意義

——新たに成人と定められた若年成年18歳・19歳の消費者に、改めて「契約」に関して要望したいのはどのようなことですか。

増田 保護者の同意なく自由に契約できるということ
は、同時に責任を負うことにもなるということをしつ
かり理解していただかなくてはなりません。まずは、
未成熟な状況なので、悪質な事業者のターゲットにな
りやすいこと、必要ない契約をしてしまうような勧誘
があることを知ることです。自分は大丈夫と思ってい
ても、大丈夫じゃない状況に追い込まれる可能性があ
ることも理解しておかなければならないでしょう。こ
のようなことは一人で学ぶのは難しいので、やはりい
ろいろな場所で消費者教育がなされなくてはならない
と思います。

それでも、トラブルになってしまふことは誰にでも
あり得ます。そのときのために、万が一の場合はさま
ざまな消費者保護の制度があること——クーリング・

オフできる、交渉して取り消しの主張ができる、「特
定商取引に関する法律」「消費者契約法」がある、消
費生活センターがあるなど——相談できる場所がある
ことを頭の隅に置いておいていただきたいと思います。知っ
ていれば、トラブルが起きたときに探して見つけ出す
ことができますから。

私たちも、相談のハードルを下げるのが非常に重
要だと思っています。若い方たちは今、なかなか電話
をかけてきません。自己解決しようとして、インター
ネットで探した情報を見て「こんなものか」「仕方な
い」と思って終わってしまいます。それが取り返し
つかないものでなければよいのですが、数十万円では
あっても、消費者金融から借金して、それを返済する
ためにアルバイトが忙しくなり、就職活動ができなく
なってしまう若者もいるのです。そうすると、人生の
スタートの時点で出遅れてしまいます。取り返しので
かないような被害に合わないように、被害にあっても
相談して少しでも回復することが大切です。

相談することの意義は、金銭的な回復だけではない
と私は思っています。仮に回復が不十分であったとし
ても、誰かに相談することで心の整理がつくものです。
「自分の何が悪かったのか」「でも相手もつと悪かっ
たんだ」というように、次のステップに進んでやり直
すための整理がつきます。この「心の整理」が、想像
している以上に重要なのです。そのためにも、相談す
ることへのハードルを下げて、いろいろなところにつ
ながれるような仕組みを作ることが非常に重要だと思
います。

日本訪問販売協会が開設されている消費者相談室も
そうした仕組みの一つだと思います。さまざまなか
ろに適切な相談場所があり、そうしたところに、困
ったときにきちんとつながっていただける仕組みがほ
しいと、切実に願っています。

株式会社アサシテ

代表取締役社長

宮内 征



東京都新宿区新宿1-33-15

エフエムジー&ミッション株式会社

取締役社長

中陽 次

FMG MISSION

東京都港区新橋1-5-1

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

カイアニジャパン株式会社

ジェネラルマネージャー 社長

加藤 嘉明

東京都品川区北品川3-6-9
Ubiz 品川 6階

株式会社サミットインターナショナル

代表取締役社長

樋口 謙吾

北海道札幌市中央区南2条西10丁目7-5

サンクスアイ株式会社

代表取締役

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

株式会社ジヤノメ

代表取締役社長

齋藤 真

東京都八王子市狭間町1-4-3

株式会社シャルレ

代表取締役社長

林 勝哉

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

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3-5-2

株式会社TIENS JAPAN

代表取締役社長

李 金元

東京都港区赤坂3-9-2-6階

株式会社ナチュラリープラス

代表取締役

名越 隆昭

東京都港区六本木1-6-1
泉ガーデンタワー135階

暑中お見舞い申し上げます

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

高 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

深 瀬 和 雄

東京都中央区銀座1-24-1
銀一パークビル6階

株式会社日本ネットワークシステムズ

代表取締役社長

高 山 隆 憲

宮崎県宮崎市中央通3-30
西日本シティ銀行ビル5階

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

ニユースキンジヤパン株式会社

代表取締役社長

小 林 和 則



東京都港区虎ノ門1-3-1
東京虎ノ門グローバルスクエア14階

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



岩手県奥州市水沢中田町5-15
鈴木ビル2階

フォーデイズ株式会社

代表取締役社長

和 田 佳 子

東京都中央区日本橋茅場町1-13-21

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

代表取締役社長

笹 原 正 廣

京都府京都市中京区烏丸通夷川上ル
少将井町2-45-1-202

訪販化粧品工業協会

会長

西 方 和 博

東京都港区虎ノ門5-1-15
メトロシティ神谷町6階

株式会社ポーラ

代表取締役社長

竹 永 美 紀

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2-5-19
高輪明光ビル5階

Q&A

たかしば・としひと

1974年弁護士登録。個人情報法、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



Q2 相談者は、自ら架けた電話で事業者から「メイクの練習がしたい。一度、お店に来て」と言われ、サロンに出向いたら、そこでエステと化粧品の契約をすることになりました。相談者は、事業者から「エステと化粧品の契約をする」ということを伝えられていなかったことに不満をもっているようですが、この点に法的な問題はあるでしょうか。

A2 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売をしようとするときは、その勧誘に先立って、その相手方に対し、「売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をする目的である旨」等を明らかにすることになっています（特商法第3条）。

また、アポイントメントセールスと同様の方法により誘引した者に対し、サロンの個室のような「公衆の出入りする場所以外の場所」において、売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をすることは、禁止されています（特商法第6条第4項）。

ところで、本件では、上述のとおり、相談者は、8月上旬にサロンに出向き、その場で顔のマッサージを受けながら、エステや化粧品の話なども聞いていますが、今回、相談者が自らサロンに電話を架けた目的は、メイクモデルになる件の問合せであり、その電話で、「メイクの練習がしたい。一度、お店に来て」と言われ、サロンに出向くことになったとのことですので、事業者は、電話で今回の来店を要請した際には、相談者に、「肌の具合によってはエステや化粧品の勧誘をする可能性もあること」を伝えておく必要があったと考えられます。

Q3 相談者はサロンの対応に納得できず、エステと化粧品の全面解約を希望しています。法的にはどのような主張ができるでしょうか。

A3 本件の契約は、「スタンダードお手入れ6回コース30,000円と店に置いておくエステ用の化粧品3本15,000円の合計45,000円」ということであり、契約の合計金額は5万円（特商法第41条第1項第1号、同施行令第11条第2項で定める金

額）を超えていませんので、特定継続的役務提供契約には当たらないことになります。

他方、上記 A1により、本件がアポイントメントセールスに当たるとされる場合は、訪問販売としての契約書面の交付が必要となります。本件では、相談者は、契約書とカード払いの控えを貰ったが、契約書にはクーリング・オフの記載はなかったということです。不備書面として、クーリング・オフの起算日は進行しないと考えられます。そして、エステの契約がクーリング・オフされると、事業者は、その役務の提供の対価を請求できないことになっています（特商法第9条第5項）。また、化粧品（いわゆる消耗品）については、「使用し又はその全部若しくは一部を消費したときは、クーリング・オフできない」こととされており、書面にその旨の記載がなされている場合にこれを使用又は消費しますとクーリング・オフはできなくなりますが（特商法第26条第5項第1号、同施行令第6条の4、同施行規則第6条第4項）、本件では、そもそも、書面に、クーリング・オフの記載はなかったとのことですので、相談者は、化粧品3本についてもクーリング・オフできることとなります。そして、相談者は、クーリング・オフに伴う原状回復として、店に置いてある化粧品を返還し、また、開封した化粧品1本については、一般法の原則に基づき、これを消費したことにより得た利益相当額を返還することになりますが、実務的には、事業者が客観的な利益相当額を立証することは難しいことが想定されます。なお、事業者は、損失補償の意味を持つ損害賠償請求もできないことになっています（特商法第9条第3項）。

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）

★ホームページの「相談受付フォーム」でも受付けています。

※事業者相談は、TEL：03-3357-6531で受付けています。

※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、法的な解説を中心にご紹介しています。

架けた電話で「メイクの練習がしたい。お店に来て」と言われ、出向いたら、エステと化粧品の契約となった。解約したい。

相談事例

相談者は20歳代の女性であり、ショッピングモールの路上で「メイクモデルになってほしい」と声をかけられ、8月上旬にサロンに出向くことを約束した。相談者が約束の日にはサロンに出向くと、「モデルになるなら、まずお肌をきれいにしてね」と言われ、その場で顔のマッサージを受けた。マッサージを受けながら、エステや化粧品の話を聞いたが、無理に勧められることもなく、2か月後の10月中旬にメイクモデルになるということになった。詳細は説明されなかったが、モデルとしてメイク後に写真を撮るものと思っていた。

9月末になっても、サロンからは何の連絡もないため、相談者の方から「メイクモデルの件はどうなっているのか」と問合せの電話をした。すると「秋の新色が出たので、メイクの練習がしたい。一度、お店に来て」と言われたので、指定された日時にサロンに出向いた。担当者は「あなたのお肌はかなり荒れている。メイクより、まずお肌のお手入れが先ね」と言って、スタンダードお手入れ6回コース30,000円の勧誘となった。また、店に置いておくエステ用の化粧品3本15,000円も一緒に買うように言われ、話の流れで断り切れず、合計45,000円の契約をすることになった。手持ちカードで決済して、契約書とカード払いの控えを貰った。契約書には、クーリング・オフの記載はなかった。早速、その場で初回のお肌のお手入れをして貰ったが、「肌荒れがかなり酷い。今年は、メイクモデルになって貰うのは無理ね。お肌の調子がよくなってから。来年がいいわ」と担当者と言われ、何か話が違ふと思った。その場では、何も言わずに帰ってきたが、冷静になると、メイクモデルになれないなら、何も急いでエステと化粧品の契約をする必要はなかったように思え、翌日、契約を解約したいと申し出た。最初は、「エステも化粧品も解約できない」とのことであったが、交渉したところ、化粧品については、未開封分の2本は引き取ってもよいとの話になった。しかし、なぜ、メイクモデルになる話が、こうなってしまったのか納得できない。エステに通う気はないので解約し、化粧

品も全部返したい。

Q1 相談者は、路上で「メイクモデルになってほしい」と声をかけられ、一度サロンに出向いた後、自らメイクモデルになる件の問合せの電話をしてサロンに出向いたら、エステと化粧品の勧誘を受け、契約をしています。特商法上の対象となる販売形態といえるでしょうか。

A1 相談者は、2か月前に、路上で「メイクモデルになってほしい」と声をかけられ、後日、自らサロンに出向き、その場で顔のマッサージを受けながら、エステや化粧品の話も聞いていますが、今回、相談者が自らサロンに電話を架けた目的は、メイクモデルになる件の問合せであり、その電話で、「秋の新色が出たので、メイクの練習がしたい。一度、お店に来て」と言われたので、サロンに出向くことになったとのことですので、相談者は、エステと化粧品の勧誘を受けることは予想していなかったと思われる。

ところで、いわゆるアポイントメントセールスの誘引方法は「電話、郵便、信書便、電報、ファクシミリ若しくは電磁的方法により、…当該売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに営業所その他特定の場所への来訪を要請すること」と定義されています（特商法第2条第1項第2号、同施行令第1条第1号）。事業者が消費者に来訪を要請するのですから、事業者の方から電話を架けることが通常と思われますが、上記定義では、「電話」を架ける当事者を、電話勧誘販売の定義（販売業者又は役務提供事業者が、電話をかけ又は政令で定める方法により電話をかけさせ（特商法第2条第3項））のように限定していませんので、消費者が架けた電話で、事業者が、本来の販売意図を明らかにせず、消費者に営業所その他特定の場所への来訪を要請した場合も、ケースに応じ、アポイントメントセールスに当たるとされる可能性があります。

第43回通常総会の報告

2022年6月22日、フォレストテラス明治神宮（東京都渋谷区）において「第43回通常総会」を開催しました（新型コロナウイルス感染症の拡大防止対策に十分に配慮して開催）。

総会は竹永美紀会長（ポーラ）の議事進行のもと、決議事項の第1号議案「令和3年度決算報告」と、第2号議案「一部交代に伴う役員を選任」の2件が承認されました。また、「令和3年度の事業報告」と「令和4年度の事業計画



及び収支予算」の関連する事項2件についての説明と報告を行いました。

総会後は講演会を開催しました。講演会の様子は次号に掲載する予定です。

なお、恒例の懇親会は新型コロナウイルス感染症の拡大防止の観点から、開催できるまで延期しました。

役員一覧（敬称略・五十音順）

会 長	竹永 美紀	株式会社ポーラ
副 会 長	木谷 一彦	フランスベッド販売株式会社
〃	中田 博	日本メナード化粧品株式会社
〃	中村 學	ハッピーファミリー株式会社
〃	中 陽次	エフエムジー&ミッション株式会社
専務理事	大森 俊一	
理 事	宇野澤 呂幸	三基商事株式会社
〃	海田 安夫	株式会社ノエビア
〃	木下 浩昭	株式会社ジャノメ
〃	小林 和則	ニュースキンジャパン株式会社
〃	柴田 純男	柴田CSマネジメント株式会社
〃	菅原 功	一般財団法人日本産業協会
〃	杉山 茂	公益財団法人日本クレジットカウンセリング協会
〃	高芝 利仁	高芝法律事務所
〃	高杉 茂男	日本シャクリー株式会社
〃	瀧川 照章	オッペン化粧品株式会社
〃	マークディビッドソン	日本アムウェイ合同会社
〃	土橋 秀義	一般社団法人日本クレジット協会
〃	濱野 正治	株式会社シャルレ
〃	日野原 和夫	株式会社丸八真綿販売
〃	(新)平野 英司	株式会社ダスキン
〃	(新)巻田 眞一郎	マルコ株式会社
〃	万場 徹	公益社団法人日本通信販売協会
〃	水島 忍	一般社団法人日本ホームヘルス機器協会
〃	門間 浩	訪販化粧品工業協会
〃	山崎 朋宏	株式会社 KTC ホールディングス
〃	湯原 孝志	一般社団法人日本縫製機械工業会
監 事	中山 聖仁	株式会社アイビー化粧品
〃	宮内 征	株式会社アサンテ

以上29名（理事27名・監事2名）

新規入会

[賛助会員]

◆ 株式会社GNコーポレーション

取扱商品・役務：コンサルティング

本社所在地：大阪市淀川区

<http://gn-corporation.com/>

www.happyfamily.co.jp



ハッピーファミリー 株式会社
フリーダイヤル0120-198-252

〒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

健康・豊かさ・美しさを願って……

商品ラインナップ

水素未来を拓く
水素ガス吸入器

HAPPY protect HG

LaBritter®
LUXE

Products For Health
健康食品シリーズ

エクセレントスーパーハーブ
Excellent super herb
エクセレントスーパーアスタ
Excellent super asta
エクセレントビューティープラセンタ
BEAUTYPLACENTA etc

美肌オーラを引き寄せる
化粧品

CLEANSING & WASH
ALL IN ONE GEL
エクセレントビューティーセト
Excellent
リファイン
ナチュラルシリーズ
Refine

『特商法ハンドブック』とJDSA教育登録制度 『標準カリキュラム教材』『専門カリキュラム教材』の改訂について

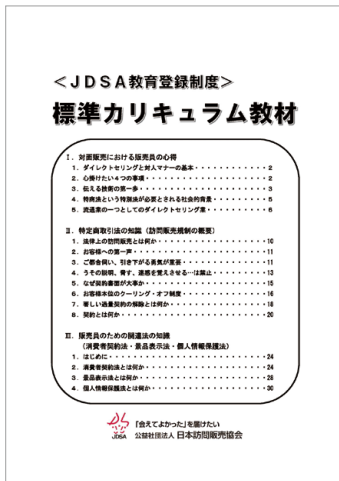
2022年6月1日に改正特商法が施行されました。これに合わせて協会が発行する各教材を改訂しました。

特にJDSA教育登録制度の『標準カリキュラム教材』『専門カリキュラム教材』については、改正に対応できるように内

容を大幅にリニューアル。より多くの機会にご利用いただけるように価格も見直しました。

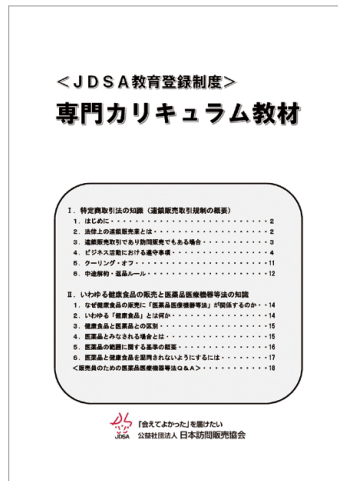
JDSA教育登録制度に参加されている方々だけでなく、各社での販売員教育の教材としてぜひご活用ください。

JDSA 教育登録制度 『標準カリキュラム教材』



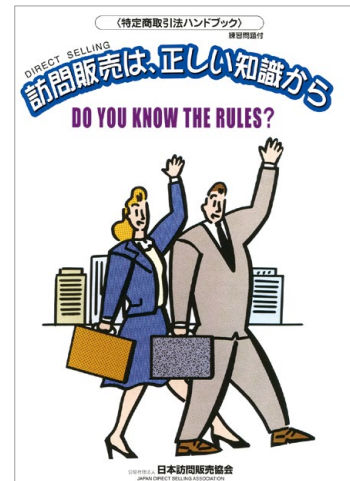
A4判 / 33ページ
会員価格：170円 定価：350円

JDSA 教育登録制度 『専門カリキュラム教材』



A4判 / 19ページ
会員価格：120円 定価：250円

『特商法ハンドブック』



B5判 / 46ページ
会員価格：370円 定価：730円

※内容や購入に関するお問い合わせは、協会までご連絡ください。

令和4年6月1日時点版「特定商取引法の逐条解説」のお知らせ

令和4年6月1日時点版として、特定商取引法の逐条解説が公表されています。

製本はされていないため、消費者庁が運営する特定商取引法ガイドのホームページからPDFファイルにてご確認ください

だけです。内容は下記URLをご参照ください。

■「特定商取引に関する法律・解説」

(令和4年6月1日時点版)

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/law/r4.html>

JDSAダイアリー (2022年4月～6月)

【協会関係】

- 4月14日 インボイス制度説明会
- 15日 第19回広告表示研究会
- 25日 第12回消費者救済に係る審査委員会
- 28日 第136回消費者問題員会
- 5月16日 会長打ち合わせ
- 17日 令和4年度監事会
- 18日 第152回総務委員会
- 23日 第201回理事会
- 25日 第13回消費者救済に係る審査委員会
- 6月22日 第43回通常総会・記念講演会

【対外活動】

- 26日 第166回広報委員会
- 27日 第14回消費者救済に係る審査委員会
- 4月20日 広告審査協会講演会
- 21日 第2回特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会
- 5月19日 (公社)日本通信販売協会理事会
- 20日 顧客対応健全化研究会創立記念講演会
- 30日 第3回特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会
- 6月 9日 (公社)日本広告審査協会総会講演会
- 16日 (一財)日本産業協会評議員会
- 17日 第13次第5回横浜市消費生活審議会
- (公社)日本通信販売協会総会・理事会
- 30日 第4回特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会

会員数：148社 正会員：115社 賛助会員：25社・8団体 (2022年6月末日現在)

MIKI

明日のあなたは、
つくりことができる。



50年目の
ミキフルン



MIKI Corporation
三基商事株式会社

東京都渋谷区渋谷3-9-7 大阪市北区梅田1-2-2-800
お問い合わせ先:0120-066-400(受付時間9:00~17:00/土・日・祝日を除く)

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

好評
販売中

改訂版 相談事例集

監修 高芝利仁弁護士



【2019年3月発行
平成28年改正特商法対応】
定価1930円(会員1520円)税込
※送料実費(B5判/236ページ/460g)

訪問販売と連鎖販売取引の相談解決ガイドブック

本書は、当会相談室に寄せられた相談を中心に、事例研究を行う形で相談実務に必要な法律知識を解説しています

【内容】

第Ⅰ部 特定商取引法 訪問販売

訪問販売とは 氏名等の明示義務等 書面の交付義務 クーリング・オフ 著しい過量販売契約の解除 禁止行為違反と取消

第Ⅱ部 特定商取引法 連鎖販売取引

連鎖販売取引とは 氏名等の明示義務 書面の交付 クーリング・オフ 中途解約・返品ルール 禁止行為をめぐるあれこれ その他

第Ⅲ部 民法・消費者契約法

契約の成立不成立 契約の有効・無効 契約の取消 契約の解除 不当利得・損害賠償請求 その他民法の知識 消費者契約法

【ご注文方法】(公社)日本訪問販売協会に FAX にてお申込み下さい

FAX:03-3357-6585 TEL:03-3357-6531

※お申込みは当協会 HP (<http://jdsa.or.jp>) 上部の刊行物 →ご注文方法
続きを読む → 申込書 (PDFファイル) を印刷してご利用下さい