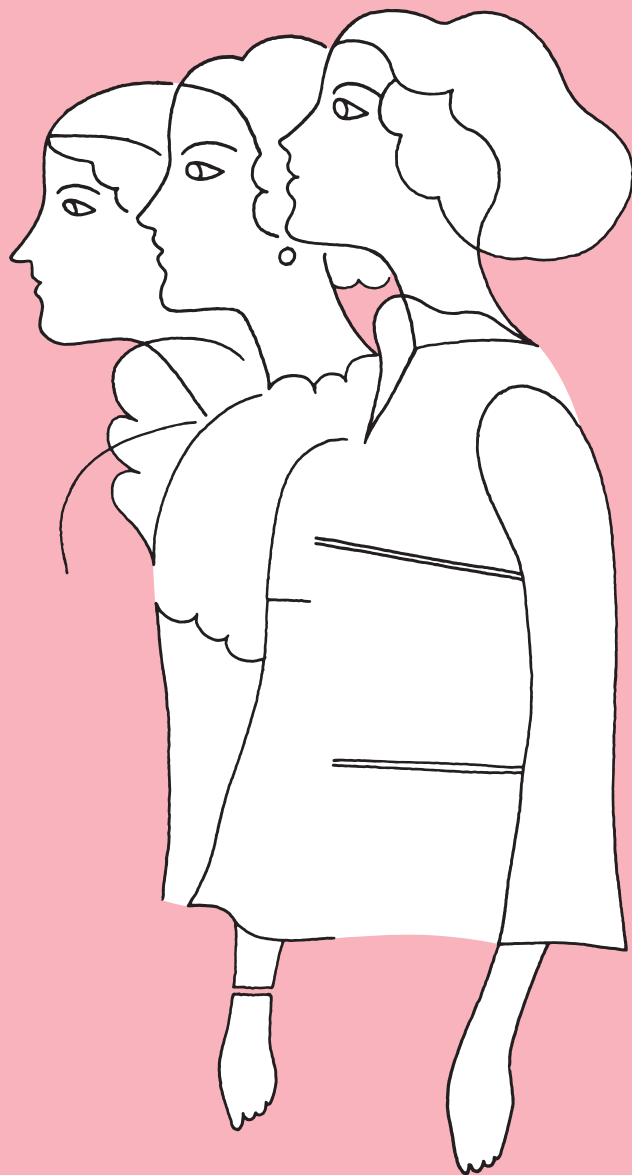


季刊

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



2 特集ダイレクトセリングで働く 第5回
人生を輝かせてくれるダイレクトセリング

10 インフォメーション・協会活動ダイアリー

7 消費者委員会特定商取引法
専門調査会「報告書」概要

8 ダイレクトセリングQ&A
戸建住宅の外壁塗装工事の
塗料に関する説明とキャンセルについて
監修：弁護士 高芝利仁

134

特集 ダイレクトセリングで働く5

人生を輝かせてくれる ダイレクトセリング

ダイレクトセリングは対面販売を基本とする伝統的なビジネスであり、販売者、消費者双方にさまざまなメリットをもたらしている。ダイレクトセリングで働く人にスポットを当て、参加した動機や働き方、日常を多角的に紹介する本シリーズ。5回目は株式会社アサンテで営業に従事している細谷芳信さんと、ハッピーファミリー株式会社設立当初から、家族で活動が続けている佐藤淑子さんに、販売員として心掛けていることやダイレクトセリングの魅力について語っていただいた。

売り込まない営業トークが
お客さまから
信頼を勝ち取る秘訣

株式会社アサンテ
東北福島支店郡山営業所所長 細谷芳信 さん



営業活動で感じたことが
学びにつながる

アサンテに入社したのは、東日本

大震災直後の2011年5月のこと
です。営業として働くようになって、
今年5月で丸5年がたちます。
当社は、シロアリ防除施工や湿気
対策などの床下を換気する関連商品

などを販売している企業です。現在、
東北福島支店郡山営業所に在籍し、
所長をしながら、営業活動をしてい
ます。

前職は、おしぼりやマットのルー
ト営業をしていました。レストラン
や居酒屋といった飲食店を回ったり、
業務管理も担当。6年間、忙しい
日々を過ごしました。

当社に入社したきっかけは、住宅
に興味があったからです。以前から
住宅メーカーや住宅関連の企業に勤

めてみたいという願望がありました。
アサンテはシロアリ駆除や防除を専
門とする企業ですが、シロアリが住
みつくのも住宅です。住宅の構造や
立地、環境などがシロアリの発生に
大きく関係することもあり、求人サ
イトで営業職を募集しているのを見
て、興味が湧き応募しました。
給料が歩合制のところも魅力的で
した。自分が努力すればただけ結
果が出て、成果となって返ってきま
す。子どもたちを大学まで出して、

親の役目をしっかり果たすためにも「この会社で頑張ってみよう！」と思いました。

訪問販売を経験したのは、当社に入社してから初めてです。世間から思われているほど、私は訪問販売に印象が良くないというイメージを持っていなかったのですが、すんなりと営業活動を始められたのかもしれないと、断られることが多く、「こんなに冷たいのか」と感じることも多くありました。

一日の業務は、大体次のような流れです。朝8時30分に出社し、全体朝礼を終えた後、お客さまのところ



株式会社アサシテの細谷芳信さん

に向かいます。現在、私がメインで担当しているのは、床下を調査する業務です。床下の状況を調べて、お客さまに報告します。施工や商品の設置が必要な状況であれば、商品の説明や、工事の契約のお話を進めていきます。

もちろん新規のお客さまを獲得するための営業活動も行っています。そのときは前日までに予約を取り、お客さまの都合のよい時間帯にお宅にお邪魔します。

営業活動をしていると毎日、いろいろな方に出会います。その中にはお客さまになってくださる方もいれば、残念ながらそうならない方もいる。そうし

あり、それは自身の学びにもつながっています。

「この販賣なら大丈夫！」 お客さまにそう思ってもらいたくことが大切

今の仕事に就いて5年がたちますが、まだまだ分からないことがたくさんあります。日々勉強が必要です。自分が疑問に思ったことを勉強するのは営業マンとして当然のことでしょう。お客さまに聞かれたとき、すぐに答えられないとカッコ悪いですからね。

仕事に関するものであれば何でも勉強しますが、特に力を入れているのが住宅関連の内容です。以前から興味があったこともあり、家の構造や工法には詳しくなりました。

分からないことは書籍やネットで情報を得たり、先輩や営業仲間へ聞いて知識を得ています。指導の一環として、新人と一緒に営業に回ることもあるのですが、このときもヒントになることや、勉強になることが多々あります。先輩の説明の仕方が分かりやすかったり、お客さまとの会話がうまかったりして、参考にさ

せてもらうことは多いです。専門知識はベテランに聞けば、一回で納得のいく答えが返ってきますので、頼りにしています。

調査の仕事も新規顧客獲得の仕事も、お客さまといかにうまくコミュニケーションをとるか。それが大切だと感じています。

私が常に心掛けているのは、自分がされたり、言われたりしたら嫌なことは、お客さまにも絶対にしないということ です。

例えば、訪問していきなり「この商品を買ってください」「この機材を付けるとよいですよ。だから付けましょう」と営業されるのは、相手が一番不快に思うやりとりのパターンだと思います。

ですので私は「あれ、やってください」「これ、契約してください」とは決して言いません。まずは相手に「この人なら任せて大丈夫」と信頼していただく必要があります。そのためには、私が怪しい者ではないと理解していただけるように、さまざまなことを意識してお客さまとの会話を展開しています。

た出会いを通して私が感じるのは、「こういう考え方をする人もいる」「人によって、こんな質問をするのか」といった気持ちで

自分の言葉で お客さまにご納得いただく

私が強く意識しているのは、がつつかないこと。こちらが前のめりになり過ぎると、大抵のお客さまは引いてしまいます。ですから「契約を頂こう」という気持ちを前面に出さず、まずはお客さまに信頼していただけよう、コミュニケーションを取ることが大切です。

販売員である自分が話してばかり



社名が入った車でお客さまのところへ向かう

では駄目。お客さまに楽しくたさ話していただくのがコツです。そのためには質問をします。

「きれいなお家ですね。最近建てられたのですか?」「お庭が広いですね。どのように手入れをされているのですか?」などと家に関する内容を練習されている男性ならば「ゴルフお好きなんですか?」と尋ねる。「趣味だね」と答えてくださったら、「実は私も、最近始めたばかりなんです。パターが特にうまくいかなかった、どと返して、どんどん話を広げていきます。」

一見営業と関係ないような、世間話をするのが意外と多いのです。こうしたコミュニケーションから家の構造や、築何年なのかといった話に持っていく、本来の商談へつなげていきます。コミュニケーションがうまくいき、お客さまに信頼されれば、予約や契約が取れるようになります。多くの営業マンが口にするような言葉でトークを展開するのではなく、自分の言葉でお客さまにご納得いただくことが

できなければ意味がありません。自分の言葉でトークを進めて、契約に至ったときに大きな喜びを感じます。「分かっていただけました!」という感覚を味わえる。この仕事の魅力の一つです。

もちろん、うまくいかないときだってあります。そのときは、とにかくポジティブに考えます。

「今年は駄目だったけど、来年はお客さまになってくれるかもしれない」「いずれは当社のお客さまになっていただける」。そう思うので、落ち込むことはないですね。

成功を振り返り、 これからにつなげる

私は毎日手帳に、その日の売り上げや契約が取れた数、お客さまを訪問した軒数などを明記しています。

営業の仕事をしていて強く思うのは、失敗を振り返るのもいいけれど、成功を振り返ることも大事だということ。私の場合は、「あのときはコミュニケーションがうまくいったな」「お客さまとよく笑い合ったな」と振り返ると、なぜうまくいったのか、その理由に気が付きます。

うまくいったときのことをイメージできれば、成功することが増えると思います。

今後の抱負ですか。これからお客さまとのコミュニケーションを意識して、営業活動に励みます。販売員の仕事はたくさんさんの魅力がありますが、このまま販売員で終わるつもりはありません。働く以上、キャリアアップしていかなければならないと考えています。現在、所長として営業所をまとめる立場にいますので、リーダーシップを今後は身に付けていきたいと考えています。

多くの人との出会いが 私の人生を 豊かにしてくれた

ハッピーファミリー株式会社 佐藤淑子さん



85歳の母も 元気に活動しています

ハッピーファミリーは、主に健康食品の製造と販売、化粧品の販売を行う会社です。今年4月に創立35周年を迎えます。私がハッピーファミリーに出会ったのもちょうどその頃で、設立当初から活動しています。実は、私の母も兄弟も活動をしていますし、家族皆が当社の製品を愛用しています。

母は現在85歳ですが、誰よりも元気に活動しています。住んでいる京都をはじめ、兵庫県や香川県高松市などにいる活動仲間であるメンバーを訪ね歩き、製品を紹介するなど、さまざまな活動を続けています。

母は元気ではありますが、一人で出歩くことは簡単なことではありません。私の弟が母と一緒に住み、行

動をともにしてくれています。また兵庫県のメンバーは、母がどこでも活動できるように、毎回車で送り迎えをしてくださっています。

私は現在、茨城県に住んでいるため、母の生活を直接サポートすることはできません。家族やメンバーがいてくれるからこそ、母は元気に動くことができていると助けてくれる周りの人たちに、感謝の気持ちでいっぱいです。

85歳の母がここまで精力的に活動できていることに、娘の私も正直言って驚いています。同じ年齢の方でも、母のように動ける人はなかなかいないのではないのでしょうか。ハッピーファミリーでの活動が、母を元気にし、家族をつないでくれている気がします。

私たちの活動の柱の一つが、勉強会や各種セミナーを開催することで、母は京都の自宅を開放し、40名

近い参加者を集めて、頻繁に勉強会を開催しています。もちろん大人数ではなく、数人でこじんまりとした勉強会を行うこともあります。

勉強会やセミナーでは、身体や食事について学んだり、当社の製品や製品を利用しての感想などについて各々の体験談を語り合い、それぞれが製品への理解を深めています。その理解がしっかりとできていないと、友人や家族に勧めることはできません。なのでこうした活動は、私たちにとっても大切なことです。

私が活動をするようになったのは、25歳のときです。知人に誘われて研修会に参加。その研修会で製品の説明を受け、いかに食べるものと食べ方が大事かを知りました。食べ方は生き方そのものです。いい加減な食事はいけない。そう教わりました。目からうろこでしたね。

当社の中村学社長の講演が大変興味深かったこともあり、ハッピーファミリーに興味を持ち、母に勧めってみました。その頃、当時50歳だった母は大病で闘病生活を送っていました。「母に少しでも元気になってほしい」という強い思いもあり、研修会に参加したのをよく覚えています。

私の話を聞いた母は、別の機会でも勉強会に参加。講演を聞き、「やってみよう」と決意したそうです。自身の病のことを気にしながらも、熱心に活動するようになりました。あれから35年。先ほどもお話ししたとおり、今も元気に全国各地の仲間を訪ね歩いています。

説得はしない 輝く姿を見せる

私は現在、ハッピーファミリーの活動を通して、500名近い仲間と交流の輪を広げることができています。活動をスタートさせて、35年がたとうとしています。仲間であるメンバーはかけがえない存在です。仲間を増やすのに欠かせないのは、やはりコミュニケーションだと思います。コミュニケーションがうまくできないと、製品のよさを伝えることはできませんし、「あなたにも元気でいてもらいたい」という気持ちは通じません。

ただし、その思いを伝えようと、頑張り過ぎるのも考えもの。そこで私が常に心がけているのは、相手を無理やり納得させようとは思わない

ことです。

ではどうしているか。自分自身の体験談を話し、私が見せることが効果的だと思っています。

例えば2、3年

前まで元気がなかつた人が、顔色も明るく、元気ハツラツと闊歩していたら、どんな人だつて、「どうしてそんなに元気になったの?」と聞きますよね。それと同じです。私の姿を通して、当社の内容を知っていただき、製品に興味を持っていただく。わざわざ言葉巧みに説得する必要はありません。

落ち込んでも耐えて、上を向く

もちろん、活動をしていれば、楽しいことばかりではありません。大変だったことや苦しいことだって、多々あります。特に、こちらの気持ちを理解していただけないときは、やはり落ち込みますね。

このとき大事なものは、落ち込んで、やり続けることだと思います。



左から佐藤淑子さん、佐藤さんのお母さんの南絢祐子さん、ハッピーファミリーの会員

下を向かず上を向くこと。忍耐が重要です。仲間を増やすためには、一人でも多くの方と語り合つて、当社のことを知ってもらい、製品に興味を持つていただけるよう、語り続けることが大事です。

また一方的にならず、相手の様子を見ながら、タイミングを計ることも心がけたいところです。決して簡単なことではありませんが、いろいろな人と関われば関わるほど、コミュニケーション力は上がります。

周りとうまくコミュニケーションが取れるようになり、仲間が増えてくると、それなりの成果を手にする事ができるようになります。

母は普通の主婦でしたが、長年精力的に活動を行ったおかげで、85歳になった今でも収入をいただくことができています。本当にありがたい

ことです。

私もいつまでも元気よく活動できるように、一日一日を大切に生きていきたいと思っています。目指す姿は、やはり母ですね。

人との出会いに感謝

私がここまで活動を続けてこられた理由としては、周りのメンバーの存在が大きいと感じています。私たちは勉強会を開催したり、研修会に参加して常に自己啓発に励んでいて、そこではメンバー同士が皆真剣です。建前ではなく、本音で接してくれま

す。だから私も本音で話します。互いに本心で語り合える仲間との出会いは、人生の中でそう滅多にないことだと思います。

これまで数々の人との出会いがあったからこそ、今の自分がいると感じています。というのは、実は私は吃音でした。話すときにどもつてしまうので、人と話すことに苦手意識がありました。そんな私が今、人と話すことが好きになったくらいですから、人生は不思議ですね。

吃音を直すきっかけになったのは、朗読の先生との出会いでした。17歳のときです。暗唱の練習を繰り返して、吃音を克服することができました。先ほどお話しした25歳のときに初めて参加した研修会は、この先生が誘ってくださった。

吃音を克服したことで人前でも話せるようになり、勉強会などでは、自分の体験をうまく伝えられるようになりました。話すことが好きになった私が始めたのが、朗読の活動でした。現在は、茨城県立図書館で読み聞かせの活動をしています。また県立高校で、朗読部の講師を務めています。両方とも、15年くらい続けています。ハッピーファミリーの活動とともに、私が力を入れている活動の一つです。

部活では朗読を指導するだけでなく、高校生たちといろいろな話をします。今どんな悩みを抱えていて、何が楽しいのか。そういった若い世代との交流も、私にはかけがえのない時間です。

多くの人との出会いが、私の人生を心身ともに豊かにしてくれました。本当にそう感じています。これから多くの人に、この魅力を伝えられるよう、出会いを大切にしながら、活動を続けていきます。

消費者委員会特定商取引法専門調査会

「報告書」概要（消費者委員会事務局）

特定商取引法専門調査会の

検討の経緯及び結果

平成20年の特定商取引法（以下「法」という。）の改正では、法の施行後5年を経過した場合において、同法の規定の施行の状況について検討を加える必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずることが、法附則第8条に規定された。

これをふまえ、平成27年1月20日付、内閣総理大臣は、内閣府の消費者委員会に対し、法の施行状況を踏まえた購入者等の利益の保護及び、特定商取引の適正化を図るための規律の在り方についての検討を諮問。これを受け、内閣府消費者委員会は、平成27年1月に特定商取引法専門調査会を設置し、同年3月5日に第1回目が開催され、3月から12月まで延べ18回開催された。以下は平成28年1月に、消費者委員会が発表した「報告書」の概要を抜粋したものである。

報告書の概要

■本報告書の位置付け等

本報告書は上記のとおり諮問を受けて設置された特定商取引法専門調査会における議論を取りまとめ、政府において提言内容の実現に向け最大限の努力を行うことを期待して、措置すべき具体的な事項を提言するもの。措置すべき具体的な事項は、次の三つである。

（1）分野横断的な事項

●法の規制対象の拡大（「権利」の取扱い）

○指定権利制を見直し、規制の後追いついという問題が解消されるよう、必要な措置が講じられるべき。

●勧誘に関する対策

○法改正による規制強化及び解釈見直しの必要性については、委員間で共通認識が形成されるには至らなかった。

○以下については現時点において対策を行うべき点として意見が一致。

法執行の強化／自主規制の強化／相談

体制等の強化・充実／情報共有・連携の促進／高齢者被害対策の強化／消費者教育の推進

●クレジット契約・金銭借入れ・預貯金の引出しを勧める行為等

○事業者が消費者に支払いのために金融機関等に対して虚偽の申告を行うように唆す行為↓行政庁による指示の対象とする。

○事業者が消費者を支払いのために金融機関等に連れて行く行為↓消費者の求めに応じて同行する行為等の不適切とはいえない行為を除外した上で、行政庁による指示の対象とする。

○金銭借入れ・預貯金の引出しを勧める行為↓事業者からの消費者に対する積極的な関与が認められる場合に対象を限定するなど、営業一般に与える影響を最小限度とする観点から、検討を行うべき。

（2）個別取引分野に関する事項

●訪問販売に関する事項（アポイントメント・セールスにおける来訪要請手段）

○アポイントメント・セールス等として既に指定されている方法によって来訪させた消費者に対して、対面で再度来訪を要請し、当初から不意打ち性が連続している状態で来訪した消費者に勧誘等を行う場合↓アポイントメント・セールスの規制が及ぶようにすべき。

○SNS・電子広告といった来訪要

請手段による不意打ち的な勧誘↓対象となる来訪要請手段の外延を明確にしつつ、アポイントメント・セールスの規制が及ぶようにすべき。

●特定継続的役務提供に関する事項（美容医療契約への対応）

○美容医療契約↓特定継続的役務と位置付ける。「美容の向上を主たる目的として行う医療行為」を規制対象とし、具体的に対象となる役務については列挙していくという基本的な方向性。

（3）執行に関する事項

●行政処分強化

○業務停止命令を受けた事業者の役員等が新たに別の法人で同種の事業を行うこと等

○業務停止命令の期間

○都道府県知事による行政処分の効力を都道府県の区域を越えて及ぼすことの可否

○事前参入規制の導入

●報告徴収・立入検査等の強化

○虚偽報告や検査忌避等

○立入検査の対象となる「密接関係者」の範囲

●その他

○違反事業者の所在地が不明な場合

○違反事業者のウェブサイトに関する行政庁からプロバイダに対する削除要請

○特定商取引法違反に反する罰則

戸建住宅の外壁塗装工事の 塗料に関する説明と キャンセルについて

事例

訪問販売で、自宅の外壁の塗り替え工事を勧められた。販売員は、「外壁の塗料で一番良いのはセラミック。30年はもつ。保証もある」と資料を見せて説明し、120万円の見積を提示した。「30年もつというなら、30年は何もしなくてよいのか」と尋ねたら、販売員は、「洗いは必要になるが、塗り替えは不要」と説明した。30年間、塗り替えが不要ならコストパフォーマンスも悪くないと思った。本当に30年間もつのか念押しすると、販売員は、「当社の保証期間は、あってもないようなもので、不都合があれば、いつでも対応している」と言うので、30年保証ならこの会社に任せてもよいかと思い、契約した。工事がほとんど終わった頃、施工管理者から、会社が決めている保証期間は「5年」で、保証書の発行は工事完了後という話があり、驚いた。30年保証という話があったから契約したので、5年しか保証期間がないのなら、この会社と急いで契約する必要はなかった。納得できず、会社に連絡し、30年保証のを確認してみると、以下のよ

うな回答だった。

会社相談室の回答

イ. 販売員は、30年保証とは言っていない。当社の保証期間は5年であるが、この期間に縛られることなく、不都合が生じた場合は、いつでも連絡をしてくれれば、すぐにでも駆けつけ、対処するという趣旨であり、30年間無償で保証するとは言っていないし、5年以降の修理は有償である。

ロ. 当社は、販売員に30年もつという断定的な説明はさせていない。JIS規格の促進耐候試験で、メーカーが7500時間まで試験した結果では、変化や退色は出なかった。業界では、2500時間の促進耐候試験で変化退色がなければ、10年もつと言われているので、2500時間の3倍の7500時間変化退色がなければ、10年間の3倍の30年間もつと考えられている。これは、あくまでも機械の試験の結果であり、個々の壁の状態を判断している訳ではないので、断定的には言えない。促進耐候試験の資料を見せて説明する場合には、必ずしも何年もつということを保証している訳ではないことを伝えるように販売員に

指導している。

ハ. 販売員は30年間塗り替えが不要とは言っていない。塗り替えに関しても、「10年に1回位はメンテナンスが必要だが、コーティングが生きていればもつ」と説明したのであり、30年間塗り替えが不要と言っていない。

Q&A

Q1 本件では、勧誘にあたり、実際には存在しない「30年保証」があると思わせて、契約に至っているが、勧誘方法に法的な問題はないか。もし、販売員自身は「30年保証」と明言していないとしても、消費者がそのような誤認していることを知りながら契約を締結した場合、どのように評価されるか。

A1 本件では、販売員が「30年もつ」「30年保証がある」と言ったか否かについては争いがあるようですが、もし、販売員が「30年もつ」「30年保証がある」と説明したと仮定した場合、(1)「30年もつ」という説明の趣旨が、30年間塗り替えが不要であるという意味であった場合、その説明は、役務の内容・効果について説明したものと

参考

特定商取引法第6条第1項

(禁止行為)

第六条 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、又は訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、次の事項につき、不実のことを告げる行為をしてはならない。

- 一 商品の種類及びその性能若しくは品質又は権利若しくは役務の種類及びこれらの内容その他これらに類するものとして主務省令で定める事項
- 二 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価
- 三 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法
- 四 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期
- 五 当該売買契約若しくは当該役務提供契約の申込みの撤回又は当該売買契約若しくは当該役務提供契約の解除に関する事項（第九条第一項から第七項までの規定に関する事項（第二十六条第三項又は第四項の規定の適用がある場合にあっては、同条第三項又は第四項の規定に関する事項を含む。）を含む。）
- 六 顧客が当該売買契約又は当該役務提供契約の締結を必要とする事情に関する事項
- 七 前各号に掲げるもののほか、当該売買契約又は当該役務提供契約に関する事項であって、顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの

2～4（略）

考えられますので、特商法第6条（禁止行為）第1項第1号の役務の内容・効果について不実告知があったか否かを検討することになるでしょう。

(2)「30年保証（一般的には、無償補修と考えられます）がある」の話は、外壁塗装工事の役務の内容・効果について説明したというより、外壁塗装工事に、別途、「30年の保証契約が付いている」と説明したものと考えられますので、特商法第6条（禁止行為）第1項第7号の「契約に関する事項であって、役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」について不実告知があったか否かを検討することになるでしょう。

しかして、本件で、外壁塗装工事契約について、不実告知による取消を行うためには、消費者は、「30年もつ」ないし「30年保証がある」という説明があったこと、そして、その説明が不実であることを立証する必要があるとされますので、この点が大きな課題となるでしょう。

ところで、本件で、販売員は、「30年もつ」「30年保証がある」とは言っていないとしても、消費者がそのように

誤認していることを知りながら契約を締結した場合はどうかという点ですが、その場合は、誤認に乗じた契約ということになりますので、特商法ではなく、民法第95条の錯誤無効を検討することになるでしょう。消費者が「30年もつ」「30年保証がある」と誤信し、それを動機として、外壁塗装工事契約をした場合で、その動機が表示されていた場合は、契約は動機の錯誤により無効とされる可能性があります。就中、販売員が、消費者は「30年もつ」「30年保証がある」と誤認していることを知っていた場合は、「30年もつ」「30年保証がある」という動機は表示されていたと考えられますので、外壁塗装工事契約は動機の錯誤により無効とされる可能性が出てきます。

Q2 塗装の耐久性について、断定的ではないにしても、30年はもつと思わせる説明をすることに問題はないか。会社相談室の「業界では、2500時間の促進耐候試験で変化退色がなければ、10年もつと言われているので、2500時間の3倍の7500時間変化退色がなかったから、10年間の3倍の

30年間もつと考えられている」という回答は、「30年もつ」という説明の合理的な根拠となりうるか。

A2 促進耐候試験は、JIS規格の試験ということですので、メーカーが7500時間まで試験した結果で変化や退色が出なかったということは、偽造ないしねつ造の可能性は低いと思われます。しかし、仮に、その試験結果が正しいとしても、「業界では、2500時間の促進耐候試験で変化退色がなければ、10年もつと言われているので、2500時間の3倍の7500時間変化退色がなかったから、10年間の3倍の30年間もつと考えられている」という推論が合理的な根拠と認められるかについては、難しいと言わざるを得ないでしょう。例えば、「こういう試験があり、このような結果が出ています。そして、業界では、こういうように考えられています」という説明であれば、ケースバイケースですが、不実告知とまではされにくいと考えられますが、上記の促進耐候試験の結果を根拠として、「30年もつ」と説明したとすると、不実告知とされる可能性が高いのではないかと思われます。

INFORMATION

表2 資格者数上位20社(会員)

平成28年2月24日現在

	推薦企業名(会員)	資格者
1	(株)ポーラ	288名
2	日本メナード化粧品(株)	197名
3	ニュースキンジャパン(株)	108名
4	(株)アイスター商事	71名
5	三基商事(株)	58名
6	(株)アイビー化粧品	54名
	(株)ノエビア	54名
7	(株)KTCホールディングス	47名
8	丸八真綿グループ	42名
9	フォーデイズ(株)	41名
10	(株)ナリス化粧品	40名
11	(株)アサンテ	34名
12	(株)シャルレ	27名
13	新生ホームサービス(株)	23名
14	(株)ナチュラルプラス	22名
15	扶洋薬品(株)	20名
16	(株)シャンデール	18名
	新日本ハウス(株)	18名
17	フランスベッド販売(株)	14名
18	(株)サニックス	13名
	(株)ニューポート	13名
19	アルソア本社(株)	10名
	(株)ジャパンヘルスサミット	10名
	日本シャクリー(株)	10名
20	ネッフル(株)	8名

※平成27年度資格試験の合格者を含む

平成27年度 訪問販売員教育指導者 資格講座結果発表

当講座は平成6年度に創設した制度です。平成10年度から、登録制度に参加する企業内に本資格を持つ教育指導者を配置することで教育体制の整備充実を図っています。

平成27年度の講座は福岡1回、再受講は東京1回、大阪1回、福岡1回開催。合計274名が受講し、106名が合格しました。推薦企業別合格者数(表1)、資格者数上位20社(表2)および過去5年の受講者数と合格者数の推移(表3)は以下の通りです。

表1 平成27年度指導者資格試験合格者数(推薦企業別)

平成28年2月24日現在

推薦企業名	合格者	推薦企業名	合格者
1 日本メナード化粧品(株)	17名	12 三基商事(株)	4名
2 フォーデイズ(株)	12名	13 日本eリモデル(株)	2名
3 (株)ポーラ	11名	14 扶洋薬品(株)	2名
4 (株)ノエビア	8名	15 ジュビラン(株)	1名
5 (株)KTCホールディングス	6名	16 日本シャクリー(株)	1名
6 新生ホームサービス(株)	6名	17 (株)日本直販総本社	1名
7 (株)アサンテ	4名	18 ハッピーファミリー(株)	1名
8 (株)ナチュラルプラス	4名	19 豊凜化粧品(株)	1名
9 (株)ナリス化粧品	4名	20 (株)マナビス化粧品	1名
10 ニュースキンジャパン(株)	4名	21 ワールド・ファミリー(株)	1名
11 (株)丸八真綿販売	4名	22 団体傘下企業(8社)	11名
合計106名			

表3 過去5年の受講者数と合格者数の推移

開催	受講者	合格者
第18回(平成23年度)	279名	120名
第19回(平成24年度)	321名	111名
第20回(平成25年度)	330名	170名
第21回(平成26年度)	356名	163名
第22回(平成27年度)	274名	106名



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

INFORMATION

インフォメーション

新規 入会社

平成28年3月23日に開催された第170回理事会にて2社の入会が承認されました。

(正会員)

・(株) はなまるリビング (寝具)

岩手県奥州市水沢区中田町5-5
鈴木ビル2階

☎ 0197-23-6847

(賛助会員)

・フマキラー・トータルシステム
(株) (殺虫剤)

東京都千代田区神田美倉町11

☎ 03-5297-8545

平成28年経済センサス 活動調査実施のお知らせ



経済センサス総合ガイドのURLは以下の通りです。
◆経済センサス総合ガイド
<http://www.stat.go.jp/data/e-census/guide/>

東北被災地 支援活動

東日本大震災から今年度の3月で5年がたちました。当協会では平成26年から、東北被災地支援としてベルマーク収集活動を行っています。この活動は、会員企業の社員・営業販売員などからベルマークを収集し、ベルマーク財団を通して支援をするもので、東北被災地支援に役立ててほしいとの願いからスタート。平成27年度も、収集したベルマークを財団に寄贈しました。来年度も引き続き活動を行います。

平成28年度「消費者月間」 統一テーマ (消費者庁)

みんなの強みを活かせ

～安全・安心な社会に一億総活躍～

消費者庁は昭和63年から毎年5月を消費者月間と定め、消費者問題に関する啓発・教育等の事業を集中的に行っています。今年度は「みんなの強みを活かせ～安全・安心な社会に一億総活躍～」を統一テーマとして、各種の関係事業に取り組むことを目指しています。

講師を 派遣します

協会では各自治体、消費生活センター、消費者団体等の啓発講座等へ当協会の職員、相談員又は要望に応じて会員企業の社員を派遣しています。また会員企業の研修等に出席講座も行っています。

第37回通常総会 懇親会のご案内

第37回通常総会及び懇親会を左記日程で開催します。
日時…
平成28年6月16日(木)
総会15時～16時
(正会員のみのみ)
懇親会16時～17時30分
場所…明治記念館

訪問販売ホットライン (消費者相談室)

訪問販売に関する
相談・問い合わせは下記へ
0120-513-506

受付：月曜日～金曜日
(年末年始・祝祭日を除く)
10時～12時
13時～16時30分

協会活動ダイアリー (平成28年1月～3月)

1月 8日	第121回総務委員会 第169回理事会 平成28年新年賀詞交歓会	17日	平成27年度訪問販売員指導者資格講座再受講(福岡)
29日	第111回消費者問題委員会	19日	第8回特定商取引法研究会
2月 2日	平成27年度訪問販売員指導者資格講座再受講(東京①)	25日	平成27年度第2回弁護士電話相談
4日	平成27年度訪問販売員指導者資格講座再受講(東京②)	3月 4日	第4回広告表示研究会
10日	平成27年度訪問販売員指導者資格講座再受講(大阪)	18日	第140回広報委員会
		23日	第122回総務委員会 第170回理事会
		29日	第111回消費者相談担当者講習会

会員数：154 / 正会員132社 賛助会員14社8団体 (平成28年2月29日現在)

MIKI



今までも、これからも。

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 エキストラクトは長年、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付けされた安心と、確かな品質をお届けいたします。



MIKI Corporation
三基商事株式会社

本社：大阪市北区梅田1-2-2-800 東京：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/>

AVON



酵母に恋して。肌を愛して。
MISSION Y 30周年

酵母に見つけた、美のチカラ。

酵母には、自らが美しくなろうとするチカラがある。その発見こそ、エイボンの酵母スキンケア「MISSION Y」の出発点。1986年の誕生以来、愛され続けて30年。これからも女性たちの肌に、ハリ・つや・うるおいをお届けします。

[ホームページ] <http://www.avon.co.jp>

エイボン・プロダクツ株式会社 〒163-1401 東京都新宿区西新宿3-20-2

R100
RESEARCH & INNOVATION