

季刊

ダイレクトセリング

より良い対面販売をめざして

2024

春号

166



2 — ロジャー・バーネットWFDSA会長来日
訪問販売の可能性を語る

3 — 特集
対面販売で生き生き働く！
販売員の喜びと願い

7 — 「ダイレクトセリング業界における
物流の適正化・生産性向上に向けた
自主行動計画」を策定

8 — ダイレクトセリングQ&A

監修：高芝利仁 弁護士

日にちの異なる2つの契約を1通の書面に
纏め、日付を最初の契約日にした場合の
クーリング・オフについて

10 — インフォメーション・
JDSAダイアリー



JDSA

訪問販売の 可能性を語る



ロジャー・バーネット
WFDSA会長来日

国や社会や人間に貢献する訪問販売

ロジャー・バーネットWFDSA（訪問販売協会世界連盟）会長が来日し、2023年12月8日にJDSSAの事務局と面会。世界の訪問販売の現状と今後の課題について語った。席上バーネット会長は昨年10月にドバイで開催された第17回WFDSA世界大会での自身の挨拶を引用しつつ、訪問販売が現在考えなければならぬ課題について次のように語った。

「訪問販売業界はすでに115年の歴史があります。そのことを踏まえたとき、この先さらに歴史を積み重ねていくだけの価値が私たちのビジネスにあるのか、自分たちに問いかけなければなりません。お客さまに対し、販売員に対し、社会に対して十分な価値を与えているのか。意味のある業界となっているのか。こうした課題を関係者は真剣に考えなければならないのです」。

バーネット会長によれば、WFDSAの調査では訪問販売業界が提供する製品に対しては、世界中のお客さまの9割以上が満足しているという結果になっているとのこと。その数字を維持し一層向上させるとともに、日本でもその種の調査を行い現状を知りたいとし、さらに訪問販売の各方面への貢献について次のように語った。

「訪問販売は国や社会に多くの貢献をしています。典型が健康や安全に対する貢献です。世界の訪問販売の売上の約半分はそれらに対するものです。また多くの販売員はこの業界に加わることにより技術や知識を学びます。それにより自分自身に対して大きな自信を持つようになっていきます。訪問販売は人が中心のビジネス。人と人との関係が基本です。一般的に人間は年をとるほど孤立化しがちですが、訪問販売に携わる高齢者はさまざまな人間関係があるため孤立化することはありませ

ん。仲間がいるのです。日本も高齢化社会を迎えているようですが、人と人との関係を重視する訪問販売は注目すべき価値のあるビジネスと考えています」。

よい評判を確立し消費者の信頼を得る

訪問販売企業のイメージアップ、トラブル防止については世界共通の課題であるとし、そのためには正常な企業、正常なビジネスであることを証明する明確な基準が大切だと力説する。

「消費者を大事にする企業でありビジネスであるためには、第一にしっかりとした行動基準が大切です。また社会的に良好な企業であることの公的な証明も大事でしょう。悪い会社はどうしても出てきますが、そうした会社を全てコントロールするのは難しい。それよりは、例えば日本訪問販売協会参加のメンバーは安心できる企業であるという政府の保証のようなものを取り付けたいのではないかと。証明のためのスタンプやシールのようなものがあるといい。そうした企業から購入するのは安心・安全だという流れを作り、消費者の信頼を得ることができればよいのです。よい会社であることを証明するためには、製造業で行われているISOのような制度も参考になるかもしれません」。

最後にバーネット会長は、訪問販売業界には優良な会社が既に多く存在していること、そうした優良企業は消費者を第一に考えた施策を多く打ち出すとともに販売員に関して継続的にビジネスができる環境を整備していることを強調。それらの企業が作り出す評判は業界の評判につながっており、その評判をさらに高め確立していくことがWFDSA会長としての自分の目標であり責務であると抱負を述べた。

対面販売で生き生き働く！ 販売員の喜びと願い

それぞれの事情に合わせた多様な働き方ができること、個々のお客さまに寄り添ってより詳細なニーズに合った商品販売ができることは対面販売のよい点だといえるだろう。対面販売を行う各社の販売員は、どのような志を持ち、日々どのようなようにしてお客さまと向き合っているのだろうか。（聞き手：日本訪問販売協会事務局／構成：編集部）



お客さまに寄り添って、
お互いに元気になれる
関係を築いていきたい

ハッピーファミリー株式会社

福島京代さん

対面販売の魅力は、
さまざまな方と接する中で成長できること

私はハッピーファミリーの会員になって17年目になります。それまでは数十年、エステティシャンとして働いていましたが、友人の紹介でご縁があってこの仕事に入りました。

私にとって一番ありがたかったのは、朝の8時から夕方5時まで拘束される仕事ではなく、好きな時

間、自由な時間に仕事ができることです。夫が結婚当初から病弱で入院を繰り返していたため、2人の息子を私一人で育てていました。そのような中でハッピーファミリーに出会ったのです。おかげで入院と検査を繰り返す夫を支えることもできましたし、時間を短縮してもサラリーマンと同じくらいの収入が得られるのは本当に魅力的でした。最初は自分ができるだろうかと不安でしたが、エステティシャンの仕事しながらハッピーファミリーの商品につ

いて勉強していくうちに、この会社の販売員としてならやっていけそうだと自信が湧いてきました。

対面販売の仕事の魅力は、さまざまな方と接する機会が持てることです。お子さんから年配の方まで、年代も性別も仕事も生活環境もそれぞれの、普段は接点のない人と話すことができます。そこでは単に商品を販売するだけでなく、お客さまと会って今何を必要とされているのかを伺い、求めているものを一緒に探します。私はあくまでも情報提供に徹していますが、お客さまはそれを本当に喜んでくださいます。

そのような仕事を通じて、自分が持っていた「仕事に関する価値観」もより幅広いものになりました。人との接し方や仕事の時間などは前職とはずいぶん変わりましたが、対面販売で人と話すことは、私にとっても価値があり夢がある仕事。楽しく働いています。

お客さまが一番喜ばれるのは、自宅にいながらいろいろな情報が手に入ることだと思います。知らなかった情報や商品、その良さを伝えることで「この商品を知ることができてよかった」と喜んでくださいます。お客さまからの「ありがとう」の言葉は毎日の励みになっています。

意外性のある質問で 話のきっかけづくりをする

私のお客さまは特に50代から80代の女性が多いのですが、初めて会う方に商品の説明をするときは「体の調子は最近いかがですか」と健康のことを尋ねます。対面販売ではお客さまとの関係づくりがとても大切です。日々の生活について柔らかくコミュニケーションをとることで、よい関係を築いていきたいと思っています。

そのことに関して、お客さまが「えっ？」という顔をされる質問があります。「質の良い健康づくりを、どうされていますか」と聞くのです。以前は「健康のために、(病気などの)予防をどうしていますか」と尋ねていたのですが、「食べ物に気を付けている」といった返答しか返ってきませんでした。もっと相手を引き込めるような聞き方はないかと思っていたときに、テレビのCMで「質のよい睡眠」という言葉が使われているのが付きました。「健康づくり」はよく聞く言葉ですが、そこに「質の良い」がつくと、お客さまはちょっと戸惑ったり驚いたりするようです。そこから笑いが生まれ、話が広がることが多いのです。

お客さまのご家族とは、ご自宅を訪問したときにお目にかかることがあります。ご家族がお茶を出してくださいましたときには、「一緒にどうですか？」と声をかけることにしています。もちろん先に、お客さまに「いいですか」とお断りしてからです。一緒にお茶を飲みながら話すことでご家族にも信用していただけ。これがとても大事です。

一番いけないのは、お客さま本人とだけこそそ

と話をすること。そこは常に気をつけています。

コロナ禍を経ての対面販売、 喜びはこれまで以上に

コロナ禍の3年間は、お客さまと話すのも難しく、思い通りの仕事が全くできませんでした。なんとかつながりを保ちたいと、電話やビデオ通話、そしてZoomを使うようになりました。

お客さまや販売員の仲間には高齢の方もいますし、Zoomなんてとても使えないという方もたくさんいました。私自身も以前はそれほど使いこなしていたわけではなかったのですが、まずは電話で話して、そこでビデオ通話の仕方を説明し、それでようやくいろいろな話ができるようになりました。親しい人は自宅に招いて、スマートフォンとタブレット端末を使ってZoomでつなぐ練習もしました。画面越しでも相手の顔や様子を見て、段階を踏んで説明することを心がけました。

昨年来、再び対面販売が可能になり、直接言葉で交わり、表情を見ながら仕事ができることはなんと幸せでうれしいことかと、今まで以上に感謝するようになりました。振り返ると、仕事ができない状態はしんどかったなあと思いますし、今は本当に晴れ晴れとした気持ちで自由にお客さまと話ができています。明るい雰囲気をつくって、その中でお客さまとコミュニケーションをとることを一番に考えています。

今では、顔を合わせてお話しすることでお客さまの気持ちも高まっていくのを感じます。お話ししていると目がキラキラしてくるんですよ。それほど喜んでいただけるのだと実感しています。

対面販売のよさを守るため 自分たちで自制的に取り組む

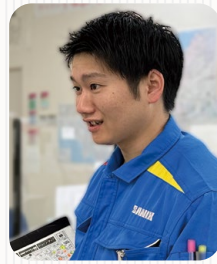
この数年のうちに、特商法をはじめとする法令や日本訪問販売協会の自主行動基準、ハッピーファミリーにおける規則などは、全てが大きく改善されました。以前はお客さま宅に押しかけたり強引に契約を結ぶよう要求したりということがあったと聞いています。しかし今は、業務改善指示や業務停止命令などもあるため、販売員である私たちも、しっかりとした規則の中でできる仕事になっています。

私自身、販売員としてはお客さまのニーズを早くキャッチし、お客さまに寄り添って仕事することを心がけてきましたが、根本的なルールが曖昧になっていると健全な販売活動を行っていくことはできません。会社から「これは駄目です」「これはこうですよ」とはっきり言っていただけるのは非常にありがたいことなのです。

ハッピーファミリーの販売員は協会のJDSA認定教育登録証を取得しています。きちんとした身分証を見せることで、お客さまと信頼関係を構築し、安心して話を聞いていただけるのです。「私たちの会社はこういった規則を重んじる会社であり、私たち販売員もその中で仕事をさせていたでいてるんですよ」と胸を張って言えるのは、本当にありがたいです。

今まで対面販売を行う中でたくさんの方の知識を得て、会員の皆さんとコミュニケーションをとり、楽しい仲間づくりをしてきました。会社や協会にはこれまで十数年にわたっていろんなことを教えていただいたのですが、今度は、後に続くこれからの人のために、喜んで楽しく働き、経済的にも豊かになる

ための「ステップ1」ともいえるやり方や心得を教
えてもらいたいと思っています。具体的には、実際
に対面販売を行っている現場の販売員に対して、協
会から、対面販売の意義や質の担保などについての
セミナーや、対面販売に関する講演会などを、オン
ラインで開催していただけたらいいのではないで
しょうか。販売員仲間にもお客さまにも、私はもっ



**地域に密着し、
信頼を得ることで、
お客さまの大切な住居を守る**

株式会社サニックス

富岡和哉さん

と元気に活動していけるような言葉をかけたいと
思っています。会社や協会には、その方法を皆で一
緒になって学べる場やセミナーを提供していただい
たらと思います。
ふくしま・きょうよ 兵庫県神戸市在住。ハッピーファミリー活動歴17
年。お肌の調子や体調不良に悩んでいた時期にハッピーファミリーと
出会う。以来、会社が提案する考え方に共鳴共感し、前職のエステ業界
で培ったコミュニケーション能力を生かして、現在も精力的に活動中

**地域の状況を知り、伝え、
プロの目で住居を守りたい**

私は2019年に入社し、5年目になります。仕
事の流れはひと通り把握でき、今はできるだけ分か
りやすくお客さまに伝える方法を考えながら業務を
行っています。前職はまったく別の業種だったので
すが、人と話すのが好きで、いろんな人と接する仕
事をしたかと思っていました。友人が工事の部署に
勤めており、やりがいのある仕事だと聞いて入社し
ました。

担当している仕事は、主に住居の点検業務です。
お客さまの床下に入らせてもらって点検し、写真
や動画で現状を説明して、必要に応じてシロアリ駆
除の提案などを行います。昔は畳を上げて干す習慣

があつたと思いますが、今のご時世はきちんとメン
テナンスされているお宅はほとんどなく、何年、何
十年も床下を見ていないという家もあります。床下
も狭いですし、ご自身での点検はなかなか難しいの
で、私たちがプロの目線で点検することで、安心し
てもらえたらと思って取り組んでいます。

やりがいのある仕事ですが、お客さまにとっては、
見知らぬ人が自宅に上がる、ましてや床下に入って
様子を見るわけですから、不信任を持たれ、話を聞
いてもらえないことも多いです。また、お話を聞いて
いただけることになった場合でも、お客さまの気
持ちを何とか和らげて信頼してもらおう、安心して
もらうというのが難しいところなんです。そういうお客さ
まとの間にある「見えない壁」を崩して信頼を得る
ためには、工夫も必要です。社内で、私が回るエリ
アを以前に担当していた人から情報を聞いたり、顔

見知りになった方から「昔はこういうところだった
んだよ」「ここはこんなふうに変わった」といった
地域の状況を聞いたりすることもあります。周辺で
木が切られたとか建物が変わったとかいうことは住
んでいる方々の方が詳しいですから。時々、点検や
消毒を依頼してくださったお客さまが、ご近所のお
宅に同行して紹介してくださることもあります。こ
れが一番、強い信頼感を得られます。

**「あなたを信頼して頼む」と
言ってもらえるのが喜び**

床下はカビや湿気があり害虫もいるので自分の家
でも入るのは嫌がる人が多い場所です。お客さまに
ご自宅の床下の状況を知っていただきたいのです
が、一緒に床下に潜って現場を見られているわけ
はないため、写真と言葉だけで説明するのが難しい
ところ。そこをいかに分かりやすく、丁寧に説明す
るかですね。

お客さまが理解してくださっているか、表情や態
度などをうかがいながら話すように心がけていま
す。言葉だけでなく、下手なりに絵を描いて見せる
こともあります。自分のペースで説明してしまおうと
ついてこれないお客さまもいらっしゃいますか
ら。そうならないように意識してやっています。説
明した後に、お客さまが「富岡さんだから、信頼し
て頼みます」と言ってくださることがあります。そ
ういう言葉をかけてもらえると、やはりうれしい。
床下には場所によっては狭いところもありますが、
ちょっと入るのが面倒そうなところにも入ってしつ
かりと写真や動画を撮って説明するので、そういう
ところで信頼していただけているのかもしれない

ん。「富岡さんは丁寧な点検してくれた」と評価してもらえたり、「富岡さんなら任せられるから知人を紹介してあげる」と別のお宅を紹介してもらえたりすると、やっていてよかったなと思います。

「ご家族の総意で、納得して契約してもらいたい」

当社のルールでは、70歳以上の方と契約する際には必ずご家族にも挨拶することになっており、これは徹底しています。点検のときに必ず「こちらにはどなたがお住まいですか」と尋ねて、どのような世帯割になっているのか確認します。2世代3世代で同居されている場合は、「夜にでも『点検の結果このような状態だった』とお話ししてくださいね」とお願いしています。これはお客さまが70歳未満であっても同じで、ご家族が一緒におられる場合は、確実にご家族にも話を通っている状態にしています。ご家族も納得していること、無理な押し売りにならないことが大事です。

富岡さんの1日

朝

- ・出勤したらユニフォームに着替える
- ・ミーティング、ロールプレイング、朝礼
- ・当日のスケジュールや訪問先の再確認、および訪問・点検の準備

(車移動) お客さま宅へ

- ・お客さま宅の点検(床下、外まわり。状況に応じて天井裏など)。点検結果は調査報告書を提示しながら報告(午前2件程度)
- ・状況に応じて、サービス(シロアリ消毒など)のご提案

昼

- ・昼食後、お客さま宅の点検(午後1~2件程度)
- ・ご契約いただいたお客さまへのお礼あいさつや、契約検討中のお客さまへの声かけ
- ・翌日以降の点検予約(見込客)づくりとして、チラシポスティングなど

夕

(車移動) 帰社

- ・当日の日報作成、翌日の準備、同僚とのコミュニケーションなど
- ・着替えて退勤

お客さまの中には「息子や娘には言わなくていい」とおっしゃる方もいらっしゃいます。しかし、ここをなアナアで流してしまつて後でトラブルが起きてはいけませんから、確実に伝える。私がお客さまの方に挨拶するとき、「教えてくれてありがとう」「点検してくれてありがとう」と喜んでいただけたら、「きちんとしている」「丁寧だね」と言っていただけたりするので、やっぱりしっかりと話を通しておくのが正解だと思います。

「地域に溶け込んで、次の世代につながる仕事」をする

コロナ禍でお客さまの家に何うのは毎日とても気を使いました。検温は必ず行い、お客さま宅では常にマスクを着用。会社から支給されたアルコール消毒剤を常に持ち歩き、扉を開け閉めする際には毎回消毒し、退去するときも最後に消毒して帰りました。自宅に来てほしくないというお客さまもいらっしゃいます。インターホン越しで断られてしまうことも多かったのですが、今ではまた玄関や軒先まで出てきてくださる方が増えてきています。

私たちの仕事は、シロアリが出てからではなく、その前に早めの処置ができるよう、お客さまにとってはお困りなかなか処置できないところをカバーする仕事だと思っています。私たちがお客さまに地域の状況などをお伝えして「早めに点検して良かった」と思っていただけでもありません。コロナ禍があったせいか、以前の

ような近所の方向士での集まりやそこの雑談が減っているようで、地域の状況をご存じない方も増えているようです。私たちがそうだった暮らしの情報もお伝えすることがありますから、社会の役にも立っているのかなと思っています。

知らないお宅を一軒一軒回る仕事ですから、強い調子で断られることもあります。それに耐えられない社員もいると思うのですが、私はインターホンを押すのが怖くなつたりすることはなく、次の家の人との出会いを楽しんでやっています。断られてもめげない、切り替えがうまくできる方だと思っています。それに、私は小柄なので、床下に入るのに向いてるんですよ。隅々まで点検できます。

やはり点検の結果を見て施工の契約をしてくださるとうれいものです。私が点検して一生懸命説明したことをお客さまが分かってくれたと思えるからでしょうね。今でも、初めて契約していただいた方は鮮明に覚えています。忘れないと思います。

私たちの仕事は次の世代へとつながっていく仕事です。お客さまが家の異変に気づいてからだと、ご連絡いただいても手遅れだったり、費用が高くなつてしまつたりすることがあります。そのため、少しでも早く手当てができるように、きつかけづくりとして地域の状況をお伝えして回ることで、一人でも笑顔が増えたらいいなと思います。それだけやることがありますが、それを超えて契約していただきたときや、お褒めの言葉をいただいたときはやっぱりうれしい。やっていてよかったと思える仕事です。

とみおか・かずや 岡山県生まれ、山口県山口市在住。2019年株式会社サンックス営業職として入社。山口県中部北部を中心にシロアリ消毒など、住環境改善サービスの提案営業を行っている

「ダイレクトセリング業界における 物流の適正化・生産性向上に向けた自主行動計画」を策定

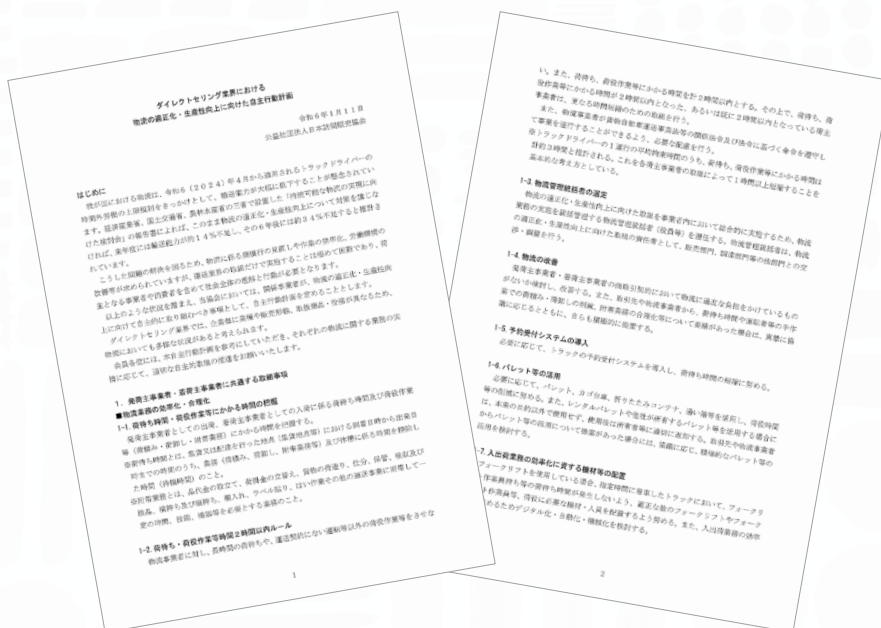
日本訪問販売協会では、2024年1月に「ダイレクトセリング業界における物流の適正化・生産性向上に向けた自主行動計画」を定めました。

働き方改革関連法により2024年4月からトラックドライバーの時間外労働の上限が規制されるため、輸送能力が大幅に低下することが懸念されています。経済産業省・国土交通省・農林水産省の3省で設置した「持続可能な物流の実現に向けた検討会」の報告書によると、このまま物流の適正化・生産性向上について対策を講じなければ、2024年度には輸送能力が約14%不足、2030年後には約34%不足すると推計されています。

こうした問題の解決を図るため、物流に係る商慣行の見直しや作業の効率化、労働環境の改善等が求められていますが、運送業界の取組だけで実施することは極めて困難であり、荷主となる事業者や消費者をも含めた、社会全体の理解と行動が必要です。

以上のような状況を踏まえ、当協会においては、関係事業者が、物流の適正化・生産性向上に向けて自主的に取り組むべき事項として、自主行動計画を定めました。さらにその中に、業界独自の取組として、「2-8. 販売員による納品の促進 運送事業者の利用を削減するため、訪問販売で商品の売買契約を締結した場合は、販売員による納品を促進するよう努める」を明記しています。

ダイレクトセリング業界では、企業毎に業種や販売形態、取扱商品・役務が異なるため、物流においても多様な状況があると考えられます。会員各位には、本自主行動計画を参考にいただき、それぞれの物流に関する業務の実情に応じて、適切な自主的取組の推進をお願いいたします。



※詳細は日本訪問販売協会ウェブサイト「倫理綱領・自主行動基準等」ダイレクトセリング業界における物流の適正化・生産性向上に向けた自主行動計画」をご覧ください。

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



約が過去1年以内の1回目の取引とされる場合、本件②契約については、特商法第4条から第10条までの規定が適用除外となり（特商法第26条第6項第2号、政令第18条第2号）、書面交付義務（特商法第5条）、クーリング・オフ（特商法第9条）の規定は適用されないこととなります。ただ、販社が有店舗販売業者であった場合でも、(a) 本件で、本件①契約と本件②契約の内容・関連性、両契約を1通の書面に纏めた経緯等からして、両契約が、実質的に、1回の取引と評価される場合は、本件②契約は上記適用除外には当たらないという考え方もありえます。(b) さらに、3/27に両契約を纏めて交付された書面に、クーリング・オフの告知事項が記載され、その記載が特約としてのクーリング・オフの効力も有していると考えられる場合は、本件②契約についても、3/27を起算日とする「特約のクーリング・オフ」が可能という考え方もありえます。

Q2 本件①契約時に受け取った「見積書」は、担当者が3/27に引き上げていますので、どのようなものであったか確認できませんが、クーリング・オフ告知もない単なる「見積書」であった場合はどのようになりますでしょうか。また、本件では、3/27に両契約を纏めた書面が交付されていますが、販社の主張のとおり、「本件①契約は3/20だから、クーリング・オフ期間を過ぎている」として、50万円は支払わなければならないのでしょうか。

A2 3/20に相談者に渡され、相談者が署名した「見積書」は、通常の見積書で、本件①契約の法定記載事項が記載されている書面ではなかった場合、本件①契約については、法定書面は交付されていなかったこととなりますので、本件①契約についても、3/27の書面が法定書面であるか否かに拘らず、3/29にはクーリング・オフの期間は経過していないということになります。なお、「見積書」は担当者が引き上げたとのことですが、法定記載事項を記載した書面を

交付したことの立証責任は販社にあるとされていますので、販社が「3/20に本件①契約の法定記載事項が記載されている書面を交付したこと」を立証できなければ、上記と同様になります。

上記に対し、仮に、3/20に相談者に渡され、相談者が署名した「見積書」に、本件①契約の法定記載事項が記載されていた場合（この仮定の場合の「見積書」については、「見積書付法定書面」といいます）、(1) 3/29は、10日目となり、クーリング・オフ期間は経過していますので、本件①契約の50万円については、支払うことが原則とされるでしょう。(2) ただ、本件の場合、3/20に本件①契約の「見積書付法定書面」が交付されてから8日目にあたる3/27に、担当者が「見積書付法定書面」を引き上げたとのことですので、「見積書付法定書面」は、8日のクーリング・オフ期間のうち最終の8日目（3/27）には相談者の手元になかったこととなりますので、3/27の書面が本件①契約の法定記載事項が記載されている書面でなかった場合、8日目については、クーリング・オフの期間は進行せず、3/29のクーリング・オフも可能とする考え方もありえます。(3) また、3/27に両契約を纏めて交付された書面に、クーリング・オフの告知事項が記載され、その記載が特約としてのクーリング・オフの効力も有していると考えられる場合は、本件①契約についても、3/27を起算日とする「特約のクーリング・オフ」が可能という考え方もありえます。

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)

★ホームページの「相談受付フォーム」でも受付ています。

※事業者相談は、TEL：03-3357-6531で受付ています。
※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、法律的な解説を中心にご紹介しています。

日にちの異なる2つの契約を1通の書面に纏め、日付を最初の契約日にした場合のクーリング・オフについて

相談内容

高齢の相談者は、ポストに投函されていた「汚水マス清掃、3000円」というチラシを見て販社に問い合わせたところ、3/20に担当者が来訪した。汚水マスを点検した後、マスの詰まりも酷いし排水管も傷んでいるので、修理が必要と言われた。「このままにしていたら、大雨が降ったら、水浸しになるかも知れない」と言われ、心配になり、言われるままに、汚水マス3か所の清掃とあわせ、排水管設備修理工事の契約をすることにした。担当者が「マス清掃と排水管修理工事（以下、本件①契約という）」の「見積書」をその場で作成して渡したので、それに署名した。金額は50万円と言われ、が、「見積書」の内容はよく見なかったため、詳しいことは分からなかった。工事予定日は3/28と言われていた。

工事日の前日（3/27）に、同じ担当者が、「工事前の現場点検に来た」と言って来訪した。担当者が床下を点検したところ、「排水管から水が浸み出し、床下の湿気が酷い状態になっている。湿気が酷いので、体にも良くない。除湿工事をした方がよい」と言われ、体によくないなら仕方ないと思い、追加で除湿剤を撒く工事（以下、本件②契約という）をすることを承諾した。価格は30万円と言われた。担当者は「契約が2つになると、分かり難いよね。最初の契約と一緒にした方がいいでしょう」と言って、新たに「排水管設備工事及び床下工事」という工事請負契約書を出してきたので、言われるがまま署名した。契約書の日付は、最初の契約日の3/20になっている。なお、最初の契約の時に貰った「見積書」は、その日に担当者が持ち帰った。

3/28日に工事は終了した。「来週、集金に来る」と言われたが、工事を追加され、金額が増えたことが心配になり、翌日、息子に相談した。

息子も、高齢者相手に、追加工事の勧誘がなされたことを不信に思い、3/29、販社に連絡し、「契約書を貰ったのは3/27なので、すべての契約をクーリング・オフしたい」と

伝えた。販社は「契約を1通の書面に纏めたのは、お客さんの要望に応じたもの。本件②契約はクーリング・オフでもよいが、本件①契約は3/20だから、クーリング・オフ期間を過ぎている。その分の50万円は払っていただきたい」と言われた。全ての契約をクーリング・オフすることはできないか。

Q1 日にちの異なる2つの契約を1通の書面に纏めた場合、契約日と書面交付日の関係はどのように考えることになるでしょうか。また、担当者が、両契約とも、日付を最初の契約日にした場合、特商法上、どのようになるでしょうか。

A1 1つの書面（用紙）に、日にちの異なる2つの契約を記載することは、可能と考えられます。そして、特商法上、訪問販売の場合、契約の締結の年月日は法定記載事項とされています（特商法第5条第1項、第4条第1項第6号、省令第5条第3号）。他方、本件のクーリング・オフの起算日は、「特商法第5条第1項の書面（以下、法定書面といいます）を受領した日」となります（特商法第9条第1項但書）。

ところで、販社は、「本件②契約はクーリング・オフでもよい」と述べているとのことですが、この点に関しては、(1) 本件②契約の書面は3/27に交付されたとのことですが、その書面が法定書面であるか否かに拘わらず、3/29にはクーリング・オフ期間は経過していないこととなります。(2) 加えて、本件では、3/27の本件②契約の日付を3/20と記載したということですので、その点で、不備書面となり、原則として、不備のない法定書面が交付されるまで、クーリング・オフの期間は進行しないという考え方もありえます。なお、販社が無店舗販売業者であった場合、本件②契約は、2回目の取引とされる場合であっても、書面交付義務（特商法第5条）やクーリング・オフ（特商法第9条）の規定が適用されますが（特商法第26条第6項第2号、政令第18条第3号参照）、販社が有店舗販売業者であって、本件①契

2023(令和5)年度「訪問販売員教育指導者資格制度」試験結果の概要

2023年度も、「訪問販売員教育指導者資格制度」の講座はオンラインで、筆記試験は会場で行いました。試験の開催地と回数は例年通り、東京で2回、大阪と福岡で各1回、再受講も同様です。受講者は142名、合格者は66名、合格率は46.48%でした。

以下、**図表1**は2023年度指導者資格試験合格者数(推薦企業別)

図表1 2023年度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	12名
フォーデイズ(株)	10名
日本メナード化粧品(株)	9名
(株)アサンテ	4名
(株)KTCホールディングス	3名
新日本ハウス(株)	3名
ニュースキンジャパン(株)	3名
(株)アルソア慧央グループ	2名
(株)ナチュラループラス	2名
日本シャクリー(株)	2名
(株)ポーラ	2名
(株)エイジアクリエイト	1名
オープン化粧品(株)	1名
Q.ENESTでんき(株)	1名
グランドウエア(株)	1名
(株)シャルレ	1名
(一社)全国直販流通協会	1名
(株)デスクスタイル	1名
扶洋薬品(株)	1名
(株)マナビシ化粧品	1名
(株)丸八真綿販売	1名
団体傘下(2社)	4名
合計	66名

※合格者が同数の企業名は五十音順に表記

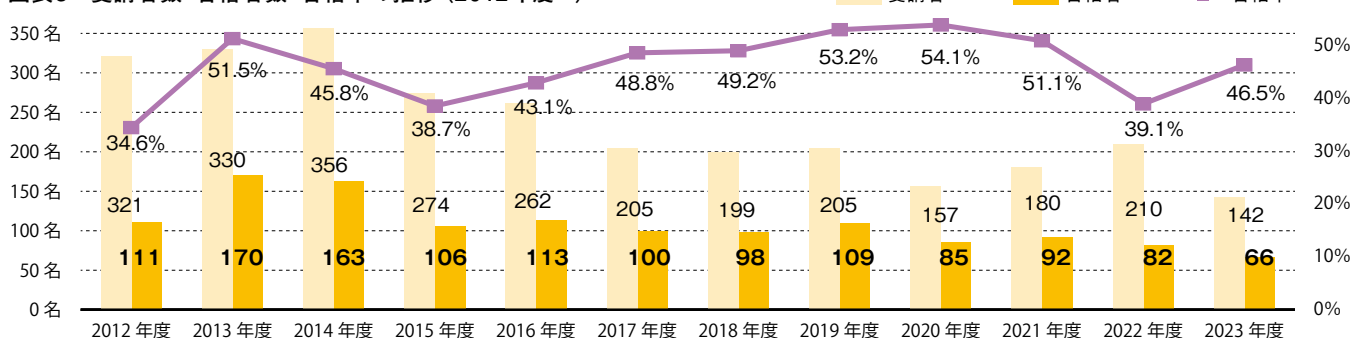
薦企業別)、**図表2**は教育指導者資格者数上位20社(会員)、**図表3**は受講者数・合格者数・合格率の推移(2012年度~)です。なお、同制度は、企業内に資格者を配置することで、訪問販売員の教育と指導体制を整備・充実することを目的に、1994年(H6)に創設したものです。講座受講後の試験に合格した人に、資格者証を授与しています。

図表2 教育指導者資格者数上位20社(会員) 2024年2月28日現在

推薦企業名(会員)	資格者数
(株)ポーラ	223名
日本メナード化粧品(株)	215名
(株)ノエビア	112名
ニュースキンジャパン(株)	85名
フォーデイズ(株)	67名
(株)アサンテ	61名
(株)丸八真綿販売	44名
(株)KTCホールディングス	41名
(株)アイビー化粧品	39名
三基商事(株)	39名
(株)ナリス化粧品	34名
(株)アイスター商事	32名
オープン化粧品(株)	29名
扶洋薬品(株)	26名
(株)サニックス	22名
(株)シャルレ	21名
(株)ナガセビューティケア	19名
(株)ナチュラループラス	17名
日本アムウェイ(同)	16名
(株)アルソア慧央グループ	15名

※令和5年度資格試験の合格者を含む ※資格者が同数の企業名は五十音順に表記

図表3 受講者数・合格者数・合格率の推移(2012年度~)



健康・豊かさ・美しさを願って

HappyFamily

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

〒532-0003 大阪府大阪市淀川区宮原 2-14-14
フリーダイヤル:0120-198-141
TEL:06(6391)3311(代)/FAX:06(6391)3599

美肌オーラを引き寄せる
化粧品

水素未来を拓く
水素ガス吸入機

Products For Health
健康食品シリーズ

第208回理事会を開催

2024年1月11日、東京都港区にある明治記念館にて第208回理事会が行われました。理事会は会議室での参加とオンラインでの参加が併用されました。

当日の審議事項と報告事項は以下の通りです。これらの議題は協議の上、全て承認されました。

【審議事項】

1. 新規入会申出者について
2. 第2回ダイレクトセリング消費者志向優良活動表彰に係る選考結果について
3. ダイレクトセリング業界における物流の適正化・生産性向上に向けた自主行動計画(案)について
4. 任期満了に伴う消費者救済に係る審査委員会の委員の

選出について

【報告事項】

1. 令和5年度正味財産増減計算書(決算見込)について
2. 次回世界大会ホスト国KDSA(韓国訪問販売協会)の動きについて
3. 各委員会の活動状況等について
 - ・自主行動基準の改定の方向性
 - ・特商法交付書面電子化アンケート集計結果
 - ・消費者庁調査の周知協力依頼について



令和6年新年賀詞交歓会を開催

2024年1月11日に、4年ぶりにマスク等の制限を設けず、新年賀詞交歓会を開催しました。参加者は約120名。元旦に起きた能登半島地震に配慮して乾杯はせず、開会とご来賓の挨拶のみ行われました。

開会の挨拶は(公社)日本訪問販売協会会長の竹永美紀氏((株)ポーラ代表取締役社長)が、ご来賓代表の挨拶は経済産業省 山影雅良氏(商務情報政策局 商務・サービスグループ商務・サービス政策統括調整官)からいただきました。

当日はドリンクとフードも提供され、和やかな雰囲気の中、さまざまな業種の参加者が交流しました。また、4年ぶりに賛助会員企業のブースも設置され(4社)、参加者の皆さまにそれぞれの活動を紹介していただくことができました。

中、さまざまな業種の参加者が交流しました。また、4年ぶりに賛助会員企業のブースも設置され(4社)、参加者の皆さまにそれぞれの活動を紹介していただくことができました。



新規入会

【賛助会員】

- ◆一般社団法人根っこワーク協会
- 取扱商品：個人事業主の教育支援
- 所在地：東京都中央区



JDSAダイアリー (2024年1月～3月)

【協会関係】

- 1月11日 第208回理事会
新年賀詞交換会
- 24日 正副委員長会
第143回消費者問題委員会
消費生活センター相談員との意見交換会
- 26日 第19回特定商取引法研究会
- 2月 1日 会員事業者研修
5日 訪問販売員教育指導者資格再試験(東京①)
8日 訪問販売員教育指導者資格再試験(東京②)
9日 訪問販売員教育指導者資格再試験(大阪)
15日 訪問販売員教育指導者資格再試験(福岡)

- 27日 電話・オンライン法律相談
- 28日 第23回広告表示研究会
- 3月 8日 正副委員長会
第159回総務委員会
- 11日 会長打合せ
- 12日 協会相談室勉強会
- 14日 第209回理事会
- 14日 第2回消費者志向経営フォーラム
- 25日 第142回消費者相談担当者講習会
- 26日 会員事業者研修

【対外活動】

- 3月 5日 知立市消費生活講座(講師派遣)
- 12日 日本通信販売協会理事会
- 18日 千葉県審議会

会員数：145社 正会員：110社 賛助会員：25社・10団体 (2024年3月末日現在)



つづく人生に、
ミキフルン



さりげない毎日が、
あなたを支えている。



MIKI Corporation
三基商事株式会社

東京都渋谷区渋谷2-21-1 渋谷ヒカリエ30階

大阪市北区梅田1-2-2 大阪駅前第2ビル8階

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>

特定商取引法ハンドブックが 新しくなりました!



(公社)日本訪問販売協会が発行している『訪問販売は正しい知識から——特定商取引法ハンドブック〈令和3年改正 対応版〉』が、令和5年6月1日施行の改正特定商取引法に対応しました。本書は、「いつでもどこでも、特商法の確認ができる小冊子を！」との声にお応えして作成したものです。携帯に便利で読みやすく、第一線で活躍する販売員の方に喜ばれています。

- 法定書面の作成例も掲載!
- 練習問題付きで、学習効果をすぐに確認できます。

正しい知識が求められる訪問販売に、必携の一冊です。

ご購入の際は、当協会 HP 内の WEB フォームからお申込みください。



https://jdsa.or.jp/books_order/

公益社団法人日本訪問販売協会

