



### 第143回消費者相談担当者講習会（オンライン）』開催のご案内

標記講習会は、ダイレクトセリング企業における適切な相談体制の確立を目指し、消費者問題委員会の企画により開催しています。テーマ・講師は別紙の通りです。本講習会は、オンライン（Zoomウェビナー）による開催となります。ご参加のお申込みをお待ちしております。

記

【日時】令和6年7月2日（火）13:05～16:30

【受講方法】オンライン（Zoomウェビナー）

※事前にURLをメール連絡し、配布資料を郵送いたします。

※質疑応答にはZoomのチャット機能を使用いたします。

【申込方法】以下の申込票を6月18日（火）までにFAXするか、WEBフォームにてお申込みください。

【参加費】会員：3,000円/1名様・会員外：6,000円/1名様

※申込票を受理後、申込連絡者の方宛に請求書を送付しますので指定口座（請求書に記載）に6月25日（火）までにお振込みください。

【ご注意】録音・録画、資料の2次利用はご遠慮ください。資料郵送後のキャンセルはご容赦ください。

【ご連絡先】（公社）日本訪問販売協会 事務局

Tel. 03（3357）6531

Fax. 03（3357）6585

WEBフォーム <https://jdsa.or.jp/143seminar/>

### 第143回消費者相談担当者講習会 申込票

（令和6年 月 日）

企業・団体名（会員・会員外）※該当する方に○を付してください。	申込連絡者氏名
〒 ご住所	部署等
	電話番号
メールアドレス	請求書の送付方法 ※希望する方に○を付してください。 （ 郵送 ・ 電子メール ）

参加者氏名	部署等	メールアドレス ※必ずご記入ください	参加費
			円
			円
			円
参加者合計	名	参加費合計	円

※上記のご住所以外に資料の送付を希望される方は、本欄に御名前と送付先をご記入ください。

※ご記入いただいた個人情報は本講習会の受付・連絡・運営に使用いたします。

### 第143回消費者相談担当者講習会

開催日：令和6年7月2日（火）13：05～16：30

会場：（公社）日本訪問販売協会

方法：オンライン開催

テーマ及び講師：

13：05～ 開会

13：10～ ①フリーランス新法とはなにか？業界に与える影響と対応策（仮題）

②SNSを活用したマーケティングの可能性と法令上の注意点（仮題）

池田・染谷法律事務所

弁護士 染谷 隆明 氏（元消費者庁表示対策課）（予定）

弁護士 宮内 優彰 氏（元消費者庁取引対策課）（予定）

※上記2名の他に追加となる可能性あり

①令和6年秋に「特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律」が施行される。これは、いわゆるフリーランス新法と呼ばれ、店舗を持たずに自身の知見やスキルなどを用いて収入を得る個人事業主の権利を保護することを目的に令和5年5月に公布された法律である。フリーランス新法は、フリーランスに対する「業務委託」に規制をかけるものであるが、訪問販売業界でも事業者が行う「委託販売業務」等に影響が及ぶ可能性があることから、関心が高まりつつある。また、連鎖販売取引においては、連鎖組織内の個々の会員がそれぞれ適用対象となる可能性もある。一方で、特商法や下請法などを念頭においた従前の規約や運用の踏襲で対応できる部分もあるようだ。しかし、これまでと異なった対応を必要とする場面も想定され、また、同法が定める禁止事項（フリーランス側に責任のない報酬の減額、通常相場に比して著しく低い報酬額の不当な設定、正当な理由なく物の購入等の強制など）の違法行為には、勧告・公表・命令、命令違反の罰金の規定も置かれているので注意を要する。本テーマでは、フリーランス新法の対象となるフリーランスとは何か、フリーランスとの間のどのような契約が適用の対象となるのか等を明確にし、適用を受ける場合においては、どのような点に注意をすべきか、これまでの規約や運用からどのような点を変更しなければならないか等を解説する。

②総務省の調査によれば、日本におけるSNSの利用者数は、2022年には1億200万人に達し、2027年には1億1,300万人に増加すると予測されている。このようなSNSの拡大を踏まえ、今日では、SNSをマーケティングの戦略として活用する企業が増えている。そこには多様な活用方法があり事業者にとって大きな価値、可能性を秘めている。特に、若者へリーチする方法として、SNSの活用はもはや避けては通れない状況にあるともいえる。しかし、SNSは手軽で影響力も大きい一方、やり取りされる個々のメッセージが、景品表示法上の表示、特商法上の勧誘や来訪要請等にも該当し得るため、活用にあたっては、各種法令の規制内容や執行動向等を把握しておく必要がある。SNSには、不特定多数者の目に触れやすい、スクリーンショット等により記録に残りやすいといった特徴もあるため、万が一、法令違反があった場合には、違反を指摘されるリスクも高く、対応は必須といえる。本テーマでは、活用の現状を踏まえたSNSのメリット・デメリット、法的に問題となりやすい点、注意すべき点などを解説する。

<質疑応答>

14:40～ <休憩 20分>

15:00～ 事例研究 ―特定商取引法の一考察―

高芝法律事務所 弁護士 高芝 利仁 氏

次に掲げる事例を通して特定商取引法および関連規定の基礎を学ぶ。

【事例1】住宅リフォームのいわゆる次々販売契約の解除トラブル 季刊DS vol.115  
相談者は、83歳の母と二人暮らしの息子54才。17年前に家を建てたときの会社が名前を変え、その会社からアフターサービスの委託を受けたと言って、今年2月に販社が来訪。その日も含め

2か月弱の間に、リフォーム工事3回、計755万円を契約。契約当事者の息子は脳梗塞で判断力不足が疑われ、その息子のケアマネージャーが消費生活センターへ相談してきた案件である。

(検討事項)

- ①本事例で具体的な法律違反はあるか。
- ②当会の自主行動基準に照らした場合はどうか。
- ③3回目の契約はクーリング・オフ期間内であるが、前2回の契約はどのようにしたらよいか。
- ④同種事例の再発防止策はどのようにしたらよいか。

【事例2】10箱まとめ買いで割引きになる健康食品を契約した。クーリング・オフしたら、開封分は定価で買い取るように言われ、納得できない。 季刊DS Vol. 155

(検討事項)

- ①契約者は、1箱分は自ら開封し中身を数包飲んだことを認め、その1箱分を買い取ることは納得しているが、販社の「検品したところ、外側のセロファンを破いているものが1箱あった」という主張については、「自分で、返品のために包装しているので、セロファンが剥がれている箱はなかったと記憶している」と反論。この状況を法的にはどのように整理し考えればよいか。また、セロファンの一部が破れた、もしくは剥がれただけで、開封はしておらず、中身に手を付けていなくても、消耗品を使用又は消費したといえるか。
- ②契約者は、訪問販売員から、「健康食品（1箱55,000円）を10箱纏めて買うと割引で440,000円になる」と言われて、10箱纏めて購入したが、箱には定価の表示もなく、契約書には、健康食品〇〇、数量10、合計金額440,000円と書かれているだけで、「単価」の記載はない。契約者が10箱のうち1箱を開封し、数包を飲んだ後、クーリング・オフをしたのに対し、開封分はクーリング・オフできないとして、定価での清算を求めてきた。この場合の1箱の価格は、10箱の購入価格440,000円の10分の1でよいのだろうか。
- ③温熱治療器の売買契約の解約を申し出た際、販売員の提案で、代わりに、健康食品の売買契約をしているが、電話で温熱治療器の売買契約の解約の申し出をした日が8日目、すなわちクーリング・オフ期間内であった場合、販売員が「もう温熱治療器を使ってしまっているから、返品はできない」と返答したことは、どのように考えたらよいか。また、契約者が、クーリング・オフできない(温熱治療器を返せない)なら仕方がないと思い、健康食品の契約をしたことについて、その前提が違っていたとして、健康食品の契約の取消をすることはできるか。

【事例3】連鎖販売取引における禁止行為と統括者の責任

季刊DS Vol. 156

友人にビジネスの話をするとうたわれ、レストランに出向き、友人の上位者という人物から販社ビジネスの話聞いた。この商品を使えば「痩せる」というような説明を聞き、保証付きなので品質も確かなものと思い、気に入って買うことにした。

(検討事項)

- ①特定商取引法第34条の規定は、連鎖販売取引において、統括者・勧誘者・一般連鎖販売業者の不実勧誘を禁止している。上位者の効能効果の説明が不実告知に当たるとした場合、統括者が法的責任を問われることがあるとすれば、具体的にどのような場合が考えられ、どのような法的責任を問われるか。
- ②勧誘時に、商品の性能、品質について、個人の使用体験談を用いて勧誘することは、不実告知に当たるか。
- ③特定商取引法第37条の規定では、連鎖販売取引において、概要書面と契約書面を交付することを義務付けている。概要書面と契約書面は誰がいつどのように交付するのか。

<質疑応答>

16:30 終了