

## 令和7年度事業計画

令和7年3月10日  
(公社) 日本訪問販売協会  
第214回理事会

### I. はじめに

コロナウイルスの行動制限の解除から早2年が過ぎた。この間、業界ではSNSの活用が拡がり、AIは顧客データの分析の精度を高めたが、営業現場のオンライン、オフラインの融合化は十分に果たせなかった。また、勧誘アプローチの方法についても、従来型の「飛込型営業の方法」から「事前了解を得て顧客宅を訪問する方法」、「呼ばれて顧客宅を訪問する方法」へと比重が移り多様化がさらに進んだ。ただし、いずれの方法であっても、契約の締結等を「営業所等（店舗）以外の場所」で行ってれば、特商法上の訪問販売に該当し、当該事業者はクーリング・オフや書面の交付等が必要となる。また、店舗での販売であっても集客方法によっては訪問販売に該当する場合がある。連鎖販売取引についても同様に、特定負担の契約締結等を「営業所（店舗）以外の場所」で行ってれば、当該事業者は少なくとも訪問販売と連鎖販売の二つの法令を遵守することになるので、注意を要する。

他方、(独法) 国民生活センターPIO-NET情報の2023(令和5)年度の「訪問販売の相談件数」は、前年度より4,788件増えて74,820件(全相談件数の8.4%)となった。増加に転じた要因は、「トイレや水回りなどの暮らしのレスキューサービス」と「屋根瓦や給湯器等の点検商法」が大きく影響していると同センターでは分析している。

翻って、1976(昭和51)年に特商法が制定されてからおよそ50年の間に、幾度となく、法の改正が行われ、規制が強化された。しかしながら、法による規制の強化は、一時的に一定の効果を発揮するが、もとより、法令遵守の意思のない悪徳・悪質事業者を根絶させることは難しい。

先に、国は令和7年4月から向こう5か年の消費者政策の方針をとりまとめた「第5期消費者基本計画」を公表した。この中には、「消費者が信頼できる公正な取引環境を確保するために必要な規律は、事業者の性質に応じて、手法や介入の度合いにグラデーションを設けながら様々なバリエーションによりメリハリを利かせることが有効。例えば、事業者の中には、意図的・積極的に消費者被害を発生させ、あるいは消費者被害が発生した場合にその解消・救済を拒否するような悪質事業者もいれば、消費者被害を起こさないわけではないが意図的ではなく、消費者被害の発生・拡大防止や解消・救済に積極的に取り組むといった事業者もいる。後者のような事業者に対しては、常に制裁を科すのではなく事業者が不適切な状況を是正することを促す仕組みが有益。そのような仕組みが、こうした事業者が消費者法に懸念や抵抗感を抱くことの軽減にもつながる。他方で、悪質な事業者に対しては、行政規制だけでなく罰則も視野に入れた対応が必要である。」旨の記述がみられる。

また、訪問販売取引等については、「法令違反の事実がある場合には法執行の強化に取り組んでいくとともに、事業者団体等に対し、法令順守の徹底等の自主的な取組を促していく。」

としている。不当行為を続ける業者は排除され、健全な事業者がより健全に発展し得る有効な法的枠組みの実現を期待したい。

令和7年4月で当会は45年の節目を迎える。これを機に、改めて当会の設立の目的に思いを起し法令遵守と消費者志向経営の理念の実践に邁進する。

令和7年度事業計画の柱の活動としては、①特商法の基礎知識を習得する場として、企業担当者のほか消費生活センター相談員等も参加できる講座を定例的に開催する。②社会の動き、あるいは、消費者の視点を重視する考え方の普及促進のため、社会的な課題、消費生活に関連する事項など多様なテーマを採り上げて講座を開催する。③定時総会の開催後の時期に地域の会員交流の促進を目的に懇談会を開催する。④第3回ダイレクトセリング消費者志向優良活動表彰事業、第3回消費者志向経営フォーラムを開催する。⑤JDSA認定教育登録証の電子発行システムを稼働する。⑥広報活動の充実強化である。

具体的な活動は次の通りである。

## II. 具体的な事業内容

### 1. 訪問販売取引適正化事業

#### (1) 事業者向教育啓発事業

##### 1) 各種教育啓発

###### ①自主規制関係

倫理綱領並びに各種自主行動基準及び細則（「商品別禁止事項」「通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安」）の普及啓発に努める。

本年度は、とくに当会相談室及びPIO-NET情報の苦情相談情報をより詳細に分析・研究し、企業や消費者に対する啓発活動に活用する。

###### ②各種の講座、セミナー及び研修等関係

本年度は次に掲げるセミナー等を開催する。

###### ・コンプライアンスセミナー

企業を対象に、①特商法（訪問販売、連鎖販売取引を中心に）の規制の概要等、②景品表示法の概要等、③苦情相談状況、協会の自主行動基準をテーマにリアル&オンラインにより1回開催する。

###### ・リスクマネジメントセミナー

企業を対象に、①SNSのリスクマネジメント、②顧客対応とリスクマネジメントをテーマにリアル&オンラインにより1回開催する。

###### ・特定商取引法の基礎講座

企業、消費生活センター相談員などを対象に、訪問販売、連鎖販売取引、電話勧誘販売又は特定継続的役務提供取引をテーマにオンラインにより3回開催する。

※消費者相談担当者講習会は第146回の開催をもって終了とする。

・会員懇談会

通常総会開催後（7月下旬頃を予定）に東京以外の地域で会員企業を対象に、①講演（地元経済産業局担当課など）、②名刺交換、情報交流、③当会の事業報告などをテーマに2回リアル開催する。

・その他

会員を対象に、企業の社会的課題、あるいは、消費生活に関連する事項、行政連携によるテーマ（例：SDGs関連、消費者の意識と行動、消費トレンドの変化など）を掲げ3回ほどオンラインにより開催する。

③特定の商品等への対応関係

事業者啓発を目的に役務付き教材や飛込型訪販の研究会・懇談会、特定商取引法研究会、広告表示研究会等を開催する。

④適正取引推進啓発関係

消費者相談室等において受け付けた情報等をもとに問題性の高い事例を発生させている企業等に対し注意喚起・早期啓発を行う。

⑤社内体制整備関係

前年度の消費者志向チェックリスト調査結果を踏まえ会員企業の消費者志向体制の整備を推進する。

⑥各種刊行物の作成頒布関係

販売員教育用の各種法令解説書、消費者志向経営に関するテキストなど取引適正化に資する各種書籍類を作成・頒布する。

⑦講師派遣関係

企業及び団体がその構成員を対象に開催する研修会等において、関係法令及び自主規制事項の解説、トラブル事例の解説などを行う講師として当協会の役職員を派遣する。

⑧事業活動に係る広報関係

当協会の自主的取組みや関連動向を周知・啓発することを目的に「季刊ダイレクトセリング」（年4回）を発行する。配布先は企業、行政機関、メディアなどである。また、当会の会議その他行事の活動状況や行政の動向などを会員向けに知らせる「訪販協活動報告」（年

4回)を発行する。

また、本年度は、当会の自主的取組みのPR、タイムリーな情報発信を行うため、当会メールマガジン「JDSAニューズメール(仮称)」を企画し発信する。

#### ⑨ダイレクトセリング消費者志向優良活動表彰事業等について

隔年で開催している「第3回ダイレクトセリング消費者志向優良活動表彰事業」を実施する。また、本事業に合わせ「第3回消費者志向経営フォーラム(第一部:講演会、第二部:表彰セレモニー)」を企画し経済産業省の後援を得て開催する。

## **2) 訪問販売員教育指導者資格制度**

社内における販売員教育体制の中核となる指導管理者に対する資格認定制度を実施する。具体的には、協会が主催する講座(「法令」「指導管理者に必要な事項」などを学ぶ講座)を開講し、筆記試験を実施する。合格者には「訪問販売員教育指導者資格証」を交付する。

本年度も前年度と同様に東京2回、大阪及び福岡は各1回実施。また、再試験は東京で2回、大阪・福岡で各1回実施する。なお、本年度の筆記試験は例年より早めの10月(再試験:令和8年1月)に実施予定とする。

## **3) JDSA教育登録制度**

訪問販売員に対する教育啓発を通じて取引の公正・適正化を図ることを目的に、JDSA教育登録制度(教育・評価・登録)を実施し、登録者には正会員を通じて「JDSA認定教育登録証」を交付する。本年度においても教育用に作成したテキストを活用する。

また、本年度は、過去2年にわたり検討をすすめてきたJDSA認定教育登録証の電子発行システムを稼働する。

### **(2) 不当な訪問販売に係る審査事業**

正会員が特商法等に違反した場合に、倫理審査委員会において当該正会員に対する措置等を審議し、総会等に対し必要な措置等を勧告する。また、特定商取引法に反する行為をした正会員に対しては、理事会または総会の決議に基づき定款及び規則に規定する過怠金を徴収するなどの対応をすすめる。

### **(3) 消費者向啓発事業**

#### **1) 消費者啓発用パンフレット・リーフレット等の作成配布**

消費者啓発の印刷物を作成し消費者センター等を通じて消費者へ配布する。

本年度においても高齢者及び若年者の啓発資料の利用の促進を図る。また、JDSA認定教育登録証のステッカーを消費生活センター等配布しそこを通じて一般家庭へ配布する活動を行う。

## 2) 啓発会議や講座等への参加・講師派遣

- ①地方自治体や消費者センター、あるいは、老人大学等の地域団体等が主催する消費者向けの啓発会議等へ参加する。
- ②行政機関等が主催する消費者向講座や担当職員等の研修等に協会職員を講師として派遣する。

## 2. 消費者苦情等問題解決及び消費者救済事業

### 1) 消費者相談受付・解決事業

#### ①相談受付とその受付体制の周知

フリーダイヤル・電子メールを活用し、訪問販売に関する消費者からの相談を受け付け、解約苦情はあっせんし解決を図る。前年度に全国の消費生活センターへ作成・配布（当会ホームページにも掲載）した「当会消費者相談室及び正会員企業相談窓口を紹介する小冊子」も活用し円滑な苦情相談の対応に努める。

- ②当協会が受け付けた苦情相談等の解決に係る情報を整理したレポートの発行を通じ同種苦情等の発生の防止に資する。

### 2) 訪問販売業界ADR制度

当協会の消費者相談室で解決できない苦情は、「消費者苦情検討会」にかけ、これが不調となった場合は、「消費者取引紛争処理委員会」にかけ、解決困難な苦情の適切な解決に努める。

### 3) 訪問販売消費者救済基金事業

当会会員事業者との間で締結された訪問販売契約に関し、契約の解除等を行い、既払金の返還を請求した消費者に対し、正当な理由なくその金銭が返還されない場合に、当該消費者に当協会が一定の金銭を救済給付する消費者救済事業を行う。

## 3. 関係機関との連絡調整及び業界実態の調査統計事業

### 1) 行政、内外関係機関等との連絡調整及び施策研究事業

訪問販売取引の適正化を通じて国民生活の向上安定に資するため、審議会や懇談会等の機会を通じて行政や消費者関係機関との情報共有・連絡調整を行うとともに、必要な施策等に係る研究及び提言、連携業務などを行う。WFDSA（訪問販売協会世界連盟）や各国DSA等国内外の関係団体と連絡調整し業界動向等について情報を共有する。

本年度は、同連盟加盟10か国（中国、日本、韓国、台湾、マレーシア、インド、フラン

ス、ブラジル、メキシコ、米国) の訪問販売協会の加盟企業を対象に、同連盟が主催して行う調査「ダイレクトセリングの社会・経済インパクト調査」に対し、当協会も協力する方向で取り組むこととする。

## 2) 業界基礎データ収集・提供及び調査事業

- ①訪問販売取引の適正化や消費者保護に係る施策を検討するうえで必要となる業界基礎資料の収集・提供を行う。
  
- ②会員概要（売上高・販売員数・雇用形態・給与形態等各種データ）を収集し、当該データ等を基にした売上高等の推計、また当該データ等を基にした業種別数値の整備等を行う。