

季刊

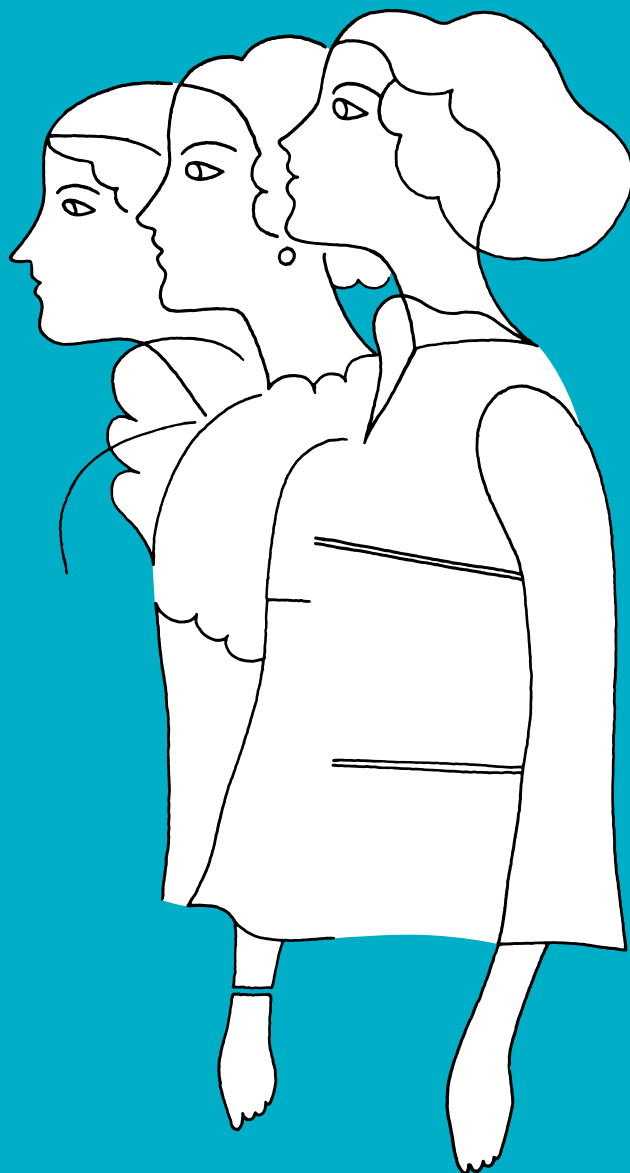
ダイレクトセリング

より良い対面販売をめざして

2025

夏号

171



45

協会設立
45周年を
迎えました

2 — 特集

制度開始30周年を迎えて
訪問販売員教育指導者資格制度の
さらなる活用を！

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

訪問販売で、便器とタンクを取替える契約をしたが、半年後に書面不備を理由にクーリング・オフした。原状回復はどうなるか。

10 — インフォメーション・ JDSAダイアリー



JDSA

特集 制度開始30周年を迎えて

訪問販売員教育指導者資格制度の さらなる活用を！

開始から30年、「訪問販売員教育指導者資格制度」は、さまざまな企業で指導者やリーダーの育成のために活用されています。本資格制度について、活用事例なども含めて改めてご紹介します。

訪問販売員教育指導者資格制度とは

「訪問販売員教育指導者資格制度」は、ダイレクトセリングを行う企業における販売員教育体制の整備、充実・強化を促進する目的で1994年にスタートしました。本資格を取得するためには、当協会が実施する「訪問販売員教育指導者資格講座」を受講

し、筆記試験に合格しなければなりません。合格者には資格証が交付されます。

本資格制度をご活用いただくことで、事業者の皆様にはより健全な販売活動を持続し、消費者が安心して利用できるサービスの提供を実現していただくことができるでしょう。

訪問販売員教育指導者資格制度の概要

1. 対象：会員の推薦を受けた従業員および販売員
2. 教育内容：特定商取引法および自主行動基準など
3. 試験の合格基準：70点以上かつ
特定商取引法の問題で誤答が2つ以内
4. 資格証：有効期間3年で更新が必要

資格取得までの流れ

会員に開催案内を送付（受付開始）

受講者に受講票・テキストなどを送付

オンライン講座の配信（全ての受講者が視聴）

講座・試験（東京・大阪・福岡）

（1午前：リアル講座（受講は任意）

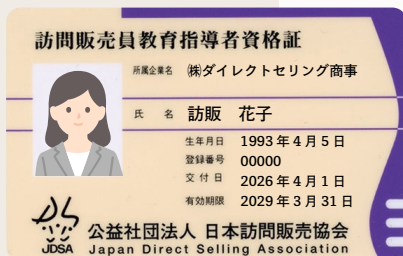
（2午後：筆記試験

可否結果の通知

再受講・再試験（年度内）

可否結果の通知

合格者に資格証を交付



指導者資格証

指導者資格Q & A

Q1. 訪問販売員教育指導者資格講座のカリキュラムはどのような内容ですか？

A1. 主に「特定商取引に関する法律（特定商取引法）」および、日本訪問販売協会の定める「自主行動基準」に関する知識を中心としています。受講者は、申し込み後に送られてくる講座テキストを使い、オンライン講座による学習を進めます。特定商取引法と試験のポイントを整理した内容のリアル講座を試験前に会場で実施しま

オンライン講座



テキスト

すが、こちらの受講は任意です（試験だけ受けることも可能）。

Q2. 試験ではどのような問題が出題されますか？

A2. 出題形式は記述、選択、○×などさまざまです。出題範囲は特定商取引法の訪問販売の規制に関する問題が多くなっています。講座テキストに掲載の「筆記試験合格に向けた学習のポイント」を必ず読んでいただきたいと思います。

Q3. 資格を取得することのメリットは何ですか？

A3. 本資格試験の直近10年間の平均合格率は47.2%であり、決して高くありません。中には何年もチャレンジして合格する方もいます。忙しい業務の合間に学習に励み、苦勞して手にした資格や習得した法律知識は、大きな自信につながるでしょう。また、ダイレクトセリングにおいて重要な特定商取引法について体系的に学習する機会を得られることも、非常に有益です。資格者には、法改正などにより講座テキストの内容に大幅な変更が生じた場合、新しいテキストを送付しています。そのため知識のアップデートも図ることができます。

Q4. 企業にとっては、資格者が在籍することでのようなメリットがありますか？

A4. 本資格の取得には、特定商取引法の基礎的な知識の習得が必須となります。資格者を中心とした教育体制を構築することは、営業現場の法違反リスクの軽減につながり、企業の信頼性向上にも大きく寄与するものと考えています。

Q5. 資格者は企業に一人いればよいのでしょうか？

A5. 事業所ごと、部署ごとに複数の資格者を配置していただけると、より効果を実感していただけるのではないかと思います。

専門家の方々から、訪問販売員教育指導者資格制度への期待の言葉をお寄せいただきました。

資格保有者の存在が 安全・安心な消費社会を担保する



公益社団法人日本消費生活アドバイザー・
コンサルタント・相談員協会（NACS）
専務理事

坂倉忠夫

消費者問題が多様化している現在、訪問販売事業者にとって、特定商取引法などの法令遵守とともに、消費者視点に立った販売活動、お客様との絆づくりが今後ますます必要であり、販売員の方への教育の重要性が増しています。その意味で、日本訪問販売協会が実施している訪問販売員教育指導者資格制度はとても意義ある取り組みです。本資格保有者が各企業において中核となって活動いただくことにより、成果として次の3点が期待できます。

第一に、販売員の方の知識・スキル・マインドなど総合的な資質が向上するとともに、消費者志向やコンプライアンス体制の強化により、企業全体の成長につながります。

第二に、法令遵守や適正な消費者取引が推進されることで、消費者利益の保護につながります。

第三に、業界全体のレベルアップとともに、消費者から優良企業が選択され業界の健全な発展につながります。本資格保有者の役割の重要性は今後ますます高まり、その活躍が安全・安心な消費社会の実現につながると確信しております。

さくら・ただお キリンビール株式会社お客様センター所長、公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）理事長、国民生活センター特別顧問、消費者庁消費者教育推進会議委員等を歴任。現在、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）専務理事、NPO法人消費者スマイル基金理事。

訪問販売業の 持続的発展を支える王道



公益財団法人消費者教育支援センター
理事長

田口義明

訪問販売業は、対面販売を通じて顧客に寄り添うことができるという良さを持つ一方、消費者への不適切な勧誘・説明などによりトラブルにつながりやすい側面もあります。このため、まずは、現場レベルでの販売行為の適切性確保が不可欠であり、そのためには、販売員に対する教育指導者への教育が重要となります。

この目的実現に向け、訪問販売員教育指導者の資格制度が1994年にスタートし、今年で32年目を迎えます。累計4700名に近い資格取得者が誕生しており、この資格制度は、現場にしっかりと定着してきたと言えるでしょう。

当資格の取得は、訪問販売業を行う上で不可欠な特定商取引法や自主行動基準などに関する幅広い知識修得の上になされています。資格取得者は、販売員に対する教育担当というだけでなく、事業全体のコンプライアンスを確保する上でも中核となる人材です。この資格を取得した方々がその役割を十分に果たしていかれることが訪問販売業の持続的発展を支える王道と言えるでしょう。

たぐち・よしあき 1974年経済企画庁に入庁、消費者行政の実務に長年携わる。内閣府国民生活局長、国民生活センター理事、名古屋経済大学教授などを経て、2024年6月より現職。当協会の消費者救済に係る審査委員会、倫理審査委員会の委員。

次世代のダイレクトセリングのために ぜひ本資格制度の活用を

会員各位のご協力の下、本資格の制度創設以来の合格者数は4687人となり、資格者は業界内外から一定の評価をいただけるまでになりました。ダイレクトセリングには法的な届出義務や国家資

格などありませんが、そのような中で本資格制度は業界の自主的な取り組みとして30年以上の実績があります。今後も一人でも多くのダイレクトセリング関係者に本資格の取得を目指していただき、事業所ごと、部署ごとの資格者の複数配置が業界のスタンダードになっていくことを期待しています。

今年度の訪問販売員教育指導者資格試験について

2025年度の試験日程は、次のとおりです。

申込開始 7月下旬頃（予定）

本試験 10月（東京、大阪、福岡）

再試験 2026年1月

詳細は追ってお知らせいたします。

訪問販売員教育指導者資格制度 活用事例 1

お客様対応に不可欠の 知識を確かなものにできる



株式会社アサシテ

「主要取扱品：シロアリ防除、湿気対策、地震対策（家屋補強・基礎補修）害虫・害獣駆除、ソーラーシステム、リフォームなど」

コンプライアンス推進部長

藤田 雅之

全社で指導者資格の取得を推進

当社では2005年に指導者資格制度の利用を始めました。特定商取引法（以下、特商法）の改正により、知識強化の必要性に迫られたことがきっかけです。

まず、本社の営業に関わる管理者や全国の支店の営業管理者、研修センターの講師など、管理的な役割の社員、お客様相談室など、お客様から直接問い合わせを受けるセクションの社員が取得しています。続いて営業現場まで拡大するにあたっては、JDSA認定教育登録証を取得して、そこから指導者資格にステップアップしていく形を取っています。

指導者資格を取得させる社員は、営業管理者を中心に選抜しておりますが、「リーダー

として成長させたい」といった人材育成の側面も多分にあります。資格取得に向けた準備は基本的に自己学習ですが、既に社内にも多数の資格者がいますから、先に受講した社員からアドバイスをもらえる機会もあり、これが営業コンプライアンスに関する社内コミュニケーションの一助となっています。

知識を身に付けることで 自信が生まれる

社内には指導者資格の取得者が増えたことを感じるの、営業現場の意識が、売り上げ一辺倒でなくなってきたことです。業績はもちろん大事ですが、「お客様にとって迷惑な勧誘になってはいけない」、この意識がより強く働くようになったと感じています。そして、特商法をしっかりと理解す

ることは、営業個人にとっても大きな力となります。自分自身が間違いなく法律に則した仕事をしていることが認識できることで自信をもって堂々と活動できるのです。

また、社内のチェック機能も強化されました。資格者がいることで、現場からのお客様からの苦情や社員からの疑問の声が上がってきたとき、大きなトラブルに発展しないよう、それぞれの部署で即座に対処することが可能になりました。

私自身は、研修センター講師であった2007年に指導者資格を取得しました。取得前から特商法に関する知識は頭に入っていました。資格を取得する過程で特商法を体系的に学び直したことは、指導を行うにあたって非常に有効でした。例えば明示義務だと、それが必要となる背景や理由、

違反による罰則など、より深く広く指導することで理解や納得を得ることができ、実際にクレームが入った時に、担当者から経緯を聞きながら特商法に照らして確認することで、どこで誤認が生じたのか、分岐点が見えるようになったのです。

お客様から、 信頼を得るためのツールとして

我々の商材は物品ではなく、目に見えないサービスです。信用が大切です。社員が皆、きちんと勉強していること、それを資格として証明できることは強みになります。また、指導者資格は、他社との差別化を図る非常に有効なツールと考えています。

もちろん特商法については個人でも勉強できますが、何より日本訪問販売協会が実施している資格を持つことの効果は非常に大きいものです。今、当社では指導者資格を十分に活用していますが、そもそも協会がこの指導者資格制度を実施していなければ、ここまで全社で勉強しよう、資格者を増やそうとは思わなかっただろうと思います。

指導者資格制度へのチャレンジは、試験の結果にかかわらず、その努力によって特商法に詳しくなります。詳しくなったら身に付き、身に付くと確実に武器になる。武

器になれば、他社との差別化ができる。そして社員本人たちが一番望んでいる業績にも反映されます。

指導者資格制度を利用することで、当社

内のコンプライアンスの推進や法律に関する教育などは大きく前進しました。協会のウェブサイトで各社の資格取得者数が公表されていますが、当社も上位に入れるよ

う、さらなる資格者増を目標にしたいと思っています。その取り組み自体が、訪問営業の質を向上させ、お客様へのアピールポイントになると確信しています。

訪問販売員教育指導者資格制度活用事例 2

営業現場の社員に、「正しいこと」を正しく理解してもらえ



株式会社ノエビア
「主要取扱品」化粧品、健康食品、衣料品など」
営業教育グループ課長代理
細谷 祐里子

指導者資格の趣旨に賛同し、社内で推進

弊社が指導者資格への取り組みを始めたのは2004年です。日本訪問販売協会で制度が発足された当初から、その趣旨に賛同し、継続して推進してきました。営業教育グループでは社員および販売員教育の全てを管轄しています。指導者資格は販売教育を行っていく上で必要な知識を学べる仕組みであり、弊社にとっても有意義だと考えています。

弊社では、全国に23ある営業拠点の拠点責任者や教育責任者また本社関連部門の社員など主に営業現場に関わる部署を中心に資格取得をすすめています。

営業現場の社員は、販売員の皆様と直に接し、オンラインも交えて毎月の研修会や定例の会議など行います。商品知識に関する内容が中心ではありますが、そういった機会を利用して、コンプライアンスの強

化や事例の共有なども行っています。特定商取引法（以下、特商法）や自主行動基準について一通り学び身に付けられる指導者資格があることで、とても助かっています。

販売員に正しい知識を伝えられる

資格者が本社だけでなく、営業拠点にいくことの効果は、非常に高いと思います。

第一に、営業現場の社員が法規制の範囲で「正しいこと」をきちんと認識していることで、販売員の方々に正しい知識を伝えることができます。販売員から何か質問があった際にも、習得した知識をもとにスピード感を持って対応できます。また、例えば営業現場から、本社部門に何か問い合わせや対応すべき課題が上がってきたときも、営業社員が持っている知識と本社担当部門の社員が認識していることにズレがないので、スムーズに対処できます。

販売員が販売ルールを理解していなければ

ば、知らないうちにその範囲から外れてしまふことがあるかもしれません。私たちは特商法に関わる対面販売をしていますので、「何が適切で、何が不適切な販売か」ということをよく理解しておくことが不可欠だと考えています。

学び方をサポートし、より多くの合格者を

弊社では、資格取得の対象者には、テキストの内容を理解した上で、まず「テキストの赤字や太字、マーカールの部分を全部覚える」「ノートに書いたり、重要ポイントをまとめたほうが覚えやすい」といった勉強法のレクチャーを行っています。

そして重要なポイントをあらかじめ伝えただ上で、繰り返しオンライン講座（動画）を見て勉強してもらいます。オンライン講座は分かりやすく、これが始まってから合格率が上がり、「勉強の仕方が分かった」という社員が増えました。試験当日のリア

ル講座も、弊社ではあえて「任意」とは言わず、必ず受講するよう伝えられています。直前で、学んできたことが整理されるため、理解度が上がるようです。

弊社としては、受験する社員に「ぜひ合格してもらいたい」と願っていますし責任も負っていますから、マインドの面でのサポートもしています。部門の上司などにも協力を仰ぎ、進捗状況に合わせた「進み具合はどうですか」「試験まであと1週間です」などのフォローをすることも大切だと考えています。

指導者資格と直接の関係はありませんが、昨年2月に日本訪問販売協会に講師をお願いし、オンラインで、全社員向けにコンプライアンス研修を実施しました。そこで教えていただいたことは、営業現場レベルで「コンプライアンスの理解を深めて、適切に営業活動をしていこう」という意識の向上につながっています。

協会など外部の方を講師に招いて研修を行うことには、社内の研修よりもインパクトがあります。さまざまな方法で特商法についての理解を浸透させることが、指導者資格の合格者を増やしていくことにもつながると考えています。

暑中お見舞い

 オッペン化粧品株式会社 代表取締役社長 瀧川 照章 大阪府吹田市岸部南2-17-1	 取締役社長 中 陽 次 東京都港区新橋1-5-1	 株式会社アサヒ 代表取締役社長 宮内 征 東京都新宿区新宿1-33-15
 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	サンクスアイ株式会社 サンクスアイグローバルCEO 藤原 誠 熊本県熊本市東区御領6-1-6	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10-7-5
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	 代表取締役社長 田中 義人 埼玉県越谷市千間台東3-11-6	 株式会社シャルレ 代表取締役社長 林 勝哉 兵庫県神戸市中央区港島中町7-7-1
 株式会社ニッシンホームテック 代表取締役社長 岩崎 悦也 福岡県福岡市南区玉川町18-10	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	株式会社ナチュラリープラス 代表取締役社長 田嶋 隆志 東京都港区六本木1-6-1 泉ガーデンタワー135階

申し上げます

日本アムウェイ合同会社

社長

イリーナ・メンシコヴァ

Amway

東京都渋谷区宇田川町7-1

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

Shaklee

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

岩城善之

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

JNS

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

ニユースキージャパン株式会社

代表取締役社長

小林和則

NU SKIN

東京都港区虎ノ門1-13-1
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 CEO

毛鎗品宏

兵庫県神戸市中央区港島中町6-13-1

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

湊一規



東京都調布市菊野台1-2-1

訪販化粧品工業協会

会長

西方和博

東京都港区虎ノ門5-1-5
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

小林琢磨

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

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2-15-19
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



業省 商務・サービスグループ 消費経済企画室 編の「特定商取引に関する法律の解説（令和3年版）」111頁では、工事の状況によっては、そのままの状態申込者等に有利になることもあり、申込者等は、原状回復することを請求しなくてもよいこととしたものであるとしています。そこで、本件が、全体として、1つの役務提供契約とされる場合において、相談者がクーリング・オフし、そのクーリング・オフが有効とされる場合は、業者は対価を請求できず、また、建物の現状が変更されたときとされる場合は、相談者は、そのままの状態原状回復を請求しなくてもよいこととされる考えられます。

また、例えば、「屋根の古い瓦を新しい瓦に葺替える工事で、契約書に、工事代金とは別に、新しい瓦の枚数や単価が記載されている場合」「風呂場のリフォーム工事で、契約書に、風呂場の解体工事、土台工事、浴槽の取付工事等の工事代金とは別に、浴槽の価格が記載されている場合」についても、工事完了後にクーリング・オフした場合の原状回復については、瓦や浴槽は、一般に、「建物」の一部と考えられますので、上記と同様の考え方になると思われます。

Q2 訪問販売において、例えば、蛇口の先端に取付けるタイプの浄水器の取替え工事の完了後にクーリング・オフした場合の原状回復については、どうでしょうか。

A2 簡易取付け型の浄水器は、通常、動産とされと考えられますので、契約としては、ケース・バイ・ケースですが、浄水器の売買契約と取替え工事の役務提供契約とされる場合も多いのではないかと考えられます。

その場合に、両契約のクーリング・オフが行われれば、原状回復として、業者は売買代金を返金し、新しく取付けた浄水器の引取りに要する費用は業者の負担とされますが（法第9条第4項）、業者は取替え工事の役務提供契約の対価を請求することはできません（法第9条第5項）。ところで、

新しく取付けた浄水器は新品ではなくっており、一般的には、その評価額は相当程度低くなっているのではないかと考えられますので、業者にとって、新しく取付けた浄水器の引取りを行う意義は少ないケースも多いのではないかと考えられます。他方、業者は、取外した古い浄水器を現物で原状回復することは難しい場合が多いでしょうから、評価額での精算となるケースも多いと考えられますが、古い浄水器の評価額は低額とされることが多いでしょうから、消費者にとっても、古い浄水器の原状回復を求める意義は少ないケースも多いのではないかと考えられます。

Q3 仮に、契約書に不備がなかった場合、相談者は支払方法について販売員から不実を告げられたとして、法第9条の3の取消しを行うことはできるでしょうか。意思表示が取消された場合とクーリング・オフの場合とでは、効果はどのように違うのでしょうか。

A3 相談者が意思表示の取消しを行うためには、不実を告げられたこと等の要件を立証する必要がありますが、販売員の口頭の説明の「内容」と「それが不実であったこと」等を立証することは難しい場合もあるでしょう。

もし、意思表示が取消された場合は、契約は初めから無効であったとみなされ、双方に原状回復義務が生じますが（民法第121条、第121条の2）、クーリング・オフの場合とは異なり、上記 A1記載の法第9条第5項、第7項のような特則はありません。

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、法律的な解説を中心にご紹介しています。

訪問販売で、便器とタンクを取替える契約をしたが、半年後に書面不備を理由にクーリング・オフした。原状回復はどうなるか。

相談内容

トイレの水が漏れていたのを、ネットで調べ、業者に修理を要請した。「状況を見てみないと分からない」ということで、修理代についての説明はなかった。訪問して来た担当者は、トイレの状態をざっと見て、「部品が古いので、取寄せに時間がかかる。この際、便器とタンクの一式を取替えた方がよい」と勧誘された。自分から呼んでいるので断りにくい雰囲気、金額も確かめないうちに承諾してしまった。業者は、便器とタンクは既に用意して来たようで、すぐその場で、古い便器とタンクを取外し、新品に取替えた。

工事が終わってから、初めて金額の話となり、18万円と言われて驚いた。しかも、その場ですぐに払って欲しいとのことであった。一括払は無理なので分割を希望したところ、業者は、「決済代行業者への支払いにすると、1年位してお金の準備ができてから、一括で支払うこともできる」と言うので、決済代行業者の支払を選択した。

契約書には、便器とタンクの商品名、型式、金額とは別に、取付工事代金も記載されており、裏面にはクーリング・オフも記載されていた。

3日後に決済代行会社から18万円の請求書が届いたが、支払は1年後でいいと言っていた担当者の言葉を信じていたので、そのまま放置した。

半年たって、弁護士の名前で代金の支払請求の文書が届き、びっくりして契約書を見ると、支払に関しては「決済代行業者から請求書が届いてから1週間以内に支払う」と書かれていた。その際、契約日の記入がないことに気がつき、知人に相談したら、クーリング・オフできるかも知れないと助言を受けた。クーリング・オフした場合、半年以上使用している便器やタンクは、どうしたらよいのか。返すことになるのか。

Q1 本件の契約書には、便器とタンクの商品名、型式、金

額とは別に、取付工事代金も記載されていますが、本件契約を半年後に書面不備を理由にクーリング・オフした場合、原状回復はどのように考えればよいのでしょうか。

A1 本件では、相談者は、自ら電話してトイレの水漏れの修理を要請していますが、結局、来訪した業者から便器とタンクの一式を取替えることを勧められ、契約していますので、特商法（以下、法といいます）第4条～第10条が適用除外となる「来訪要請（法26条第6項第1号）」には当たらないと考えられます。

ところで、本件の契約書には、便器とタンクの商品名、型式、金額とは別に、取付工事代金も記載されているとのことですので、その点からしますと、便器とタンクの売買契約と取替え工事の役務提供契約の2つの契約ともみられます。ただ、便器やタンクは、建物に固定されており、通常、建物附属設備として、「建物」の一部と考えられること、また、本件の経緯からしますと、相談者の認識としては、「便器やタンクを購入して、その取付けを業者に依頼した」というよりは、故障した便器やタンクを新しいものに取替えることにあったと考えられますので、契約としては、ケース・バイ・ケースですが、全体として、1つの役務提供契約とされ、本件の契約書の上記の記載は、工事の内容を詳細に記載したものと解される場合も多いのではないかと考えられます。

ところで、申込者等が役務提供契約をクーリング・オフした場合、業者は、当該役務提供契約に係る役務の対価を請求することができないとされています（法第9条第5項）。また、申込者等が役務提供契約をクーリング・オフした場合において、その役務提供契約に係る役務の提供に伴い申込者等の「土地又は建物その他の工作物」の現状が変更されたときは、当該業者に対し、その原状回復に必要な措置を無償で講ずることを請求することができるとされています（法第9条第7項）。そして、消費者庁 取引対策課、経済産

総会では、中陽次会長（エフエムジー&ミッション株式会社取締役社長）の議長進行のもと、決議事項の第1号議案「令和6年度決算報告」と、第2号議案「任期満了に伴う役員選任に関する件」の2件が承認されました。また、「令和6年度の事業報告」と「令和7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「第216回理事会」を行い、新役員の選任が承認されました。



懇親会を開催

今年度も、総会後に会員の皆様の交流を目的として懇親会を開催しました。

今回の参加者は約100人。開会に先立って、中陽次会長は「訪問販売は、今の世の中でも変わらず必要とされています。我々が行っているのはただの無店舗販売ではなく『最後まで面倒を見る』無店舗販売。人が責任を負い、お客さまを最後までケアするのであり、決して売りっぱなしではありません。各社の皆さんにはこの原点に立ち戻っていただき、一層、魅力を磨いていただきたい。ともに、訪問販売の社会的存在価値を高めていきましょう」と挨拶しました。

続いて、来賓代表として経済産業省商務情報政策局の平林孝之氏（商務・サービスグループ 消費・流通政策課長）からご挨拶をいただき、中村學副会長（ハッピーファミリー株式会社代表取締役会長）による乾杯の音頭で開会しました。

その後、約1時間半にわたり会員の皆様とご招待者の皆様が和やかに歓談し、大森俊一専務理事の閉会の挨拶で閉会しました。



中陽次会長（エフエムジー&ミッション株式会社取締役社長）



平林孝之氏（経済産業省商務情報政策局 商務・サービスグループ 消費・流通政策課長）



Natural Beauty
自然派化粧品
健康食品



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



Hydrogen Inhaler
水素ガス吸入器



メールマガジンサービス 「JDSA 訪販協メールニュース」の ご案内

当協会では、セミナーの開催案内などの情報発信を広くタイムリーに行うため、今年度よりメールマガジンの配信を開始しました。協会公式 WEB サイト（下記 URL および QR コード）から、読者登録を行うことができます。

皆さま、ぜひご利用ください。

<https://jdsa.or.jp/mailmagazine/>



『学んで安心 訪問販売の クーリング・オフ』を作成

当協会では、消費者啓発資料として、パンフレット『学んで安心 訪問販売のクーリング・オフ』を作成し、全国の消費生活センターなどを通じて消費者に無料配布しています。

A4サイズ、8ページのこのパンフレットでは、特定商取引法における訪問販売のクーリング・オフ制度のルールや通知方法などを消費者向けに分かりやすく説明しています。



※本資料は消費者啓発用に作成しているため、事業者の方からの申し込みは原則お断りいたします。

第46回通常総会および 第216回理事会を開催

2025年6月18日、明治記念館（東京都港区）において「第46回通常総会」を開催しました。

役員一覧（敬称略・五十音順）		
会 長	中 陽次	エフエムジー & ミッション株式会社 取締役社長
副会長	久保木 晴一	日本メナード化粧品株式会社 常務取締役
副会長	中村 學	ハッピーファミリー株式会社 代表取締役会長
副会長	湊 一規	フランスベッド販売株式会社 代表取締役社長
専務理事	大森 俊一	
理 事	宇野澤 呂幸	三基商事株式会社 執行役員
〃	小田井 正樹	公益社団法人日本訪問販売協会 事務局長
〃	川口 路広	株式会社 KTC ホールディングス 執行役員
〃	毛鎗 晶宏	株式会社ノエビア 代表取締役社長 CEO
〃	小林 和則	ニュースキンジャパン株式会社 代表取締役社長
〃	柴田 純男	柴田 CS マネジメント株式会社 代表取締役
〃	菅原 功	一般財団法人日本産業協会 専務理事
〃	高芝 利仁	高芝法律事務所 弁護士
〃	高杉 茂男	日本シャクリー株式会社 代表取締役執行役員社長
〃	高畑 則雄	株式会社シャルレ 取締役
〃	瀧川 照章	オッペン化粧品株式会社 代表取締役社長
〃	土橋 秀義	一般社団法人日本クレジット協会 常務理事
〃	中山 聖仁	株式会社アイビー化粧品 取締役経営管理部部長
〃	日野原 和夫	株式会社丸八真綿販売 代表取締役社長
〃	福島 剛	株式会社ダスキン 執行役員訪販グループ営業本部長
〃	巻田 眞一郎	マルコ株式会社 監査役
〃	万場 徹	公益社団法人日本通信販売協会 専務理事
〃	門間 浩	訪販化粧品工業協会 常務理事
〃	安野 晋平	株式会社ポーラ 執行役員
〃	米澤 俊介	公益財団法人日本クレジットカウンセリング協会 専務理事
〃	渡邊 裕一	一般社団法人日本ホームヘルス機器協会 専務理事
監 事	柴田 昇	ミカタ税理士法人 税理士
〃	宮内 征	株式会社アサンテ 代表取締役社長

以上28名（理事26名、監事2名）

JDSAダイアリー（2025年4月～6月）

【協会関係】

- 4月24日 正副委員長会
第148回消費者問題委員会
- 5月12日 会長との打合せ
- 15日 監事会
- 20日 正副委員長会
第164回総務委員会
- 22日 第215回理事会
- 6月18日 第46回通常総会
第216回理事会
- 23日 WFDSA 打ち合わせ
- 25日 広告表示セミナー
- 27日 正副委員長会
第178回広報委員会

【対外活動】

- 4月 2日 消費者庁第7回デジタル社会における消費取引研究会
関係団体との情報交換
- 7日 関係団体との情報交換
- 9日 セミナー参加
- 23日 セミナー参加
- 5月 9日 神奈川県くらし安全部消費生活課との情報交換
- 16日 四日市市消費者講座
- 17日 西脇市消費者協会講座
- 6月 3日 宮城県相談員研修
- 4日 日本新聞協会情報交換
- 16日 日本産業協会評議員会
- 20日 日本通信販売協会通常総会および理事会
- 30日 旭川市消費生活センター相談員研修

会員数：140社・団体〔正会員：108社 賛助会員：22社、10団体〕（2025年6月末日現在）

ミキプルーン

いつもあなたのそばに
ミキプルーン

LONG LIFE DESIGN AWARD
ミキプルーン エキストラクトは
2024年度グッドデザイン・
ロングライフデザイン賞を受賞
しました。

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

