

訪問販売における勧誘行為に関するアンケート (調査結果)

平成 27 年 11 月



・調査概要

1．調査目的

訪問販売事業者が行う勧誘の実施状況、営業活動の実態、特定商取引法の遵守に向けた取組みの実施状況等を把握するため、株式会社帝国データバンクの保有する企業情報を元に、訪問販売を行っている事業者に対しアンケートを行った。

2．調査時期

平成27年10月7日～23日

3．調査方法

アンケート用紙の郵送配布、郵送回収

4．調査対象

株式会社帝国データバンクの保有する企業情報（信用調査報告書）において「訪問販売」を行っていると思われる企業583社。

5．有効回答数

81社

583社中、解答のあった206社のうち、個人消費者向けの訪問販売（飛び込み勧誘、事前にアポを取った上での訪問勧誘）を行っていないと回答した事業者を除く81社を有効回答とする。（特商法適用除外業種を除く。）

ただし、設問ごとに回答のあった数が異なるため、母数は設問ごとのN値を参照。

6．調査実施機関

株式会社帝国データバンク

調査結果

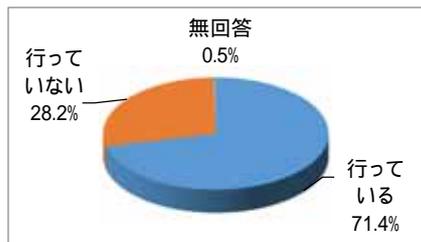
1. 訪問販売の実施状況について

Q1 個人消費者向け販売の実施の有無

貴社は、個人の消費者に対する商品やサービスの販売（小売業、サービス業）を行なっていますか。また、行なっている場合は、扱っている商品の種類もあわせてご記入ください。

個人消費者向け販売の実施の有無（単一回答）

N=206			
	回答	件数	回答比率
1	行っている	147	71.4%
2	行っていない	58	28.2%
3	無回答	1	0.5%
	合計	206	-



扱っている商品の種類（自由記載）

N=147			
	回答	件数	回答比率
1	特商法の適用対象となる商品	143	97.3%
2	特商法の適用対象とならない商品	4	2.7%
	合計	147	-



商品や業種等から、消費者庁において適用の有無を判断し振り分けたもの。

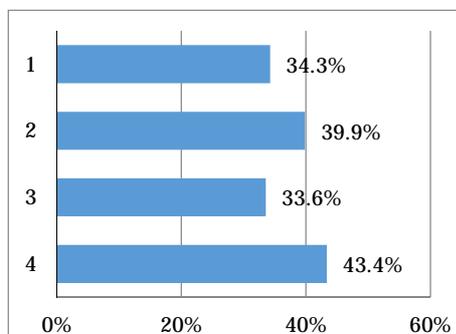
【取り扱っている商品の例】

- ・太陽光発電システム
- ・オール電化施工
- ・寝具
- ・住宅設備（給湯器等）
- ・家電製品
- ・衣服・宝飾品
- ・化粧品
- ・住宅リフォーム 等

Q2 訪問勧誘の実施の有無（複数回答）

貴社は、消費者と新たに契約を締結する際、「飛び込み勧誘」、「事前に電話によりアポイントを取った上での訪問勧誘」又は「事前に訪問によりアポイントを取った上での訪問勧誘」を行っていますか。

N=143			
	回答	件数	回答比率
1	飛び込み勧誘	49	34.3%
2	事前に電話によりアポイントを取った上での訪問勧誘	57	39.9%
3	事前に訪問によりアポイントを取った上での訪問勧誘	48	33.6%
4	いずれも行っていない	62	43.4%
	合計	216	-



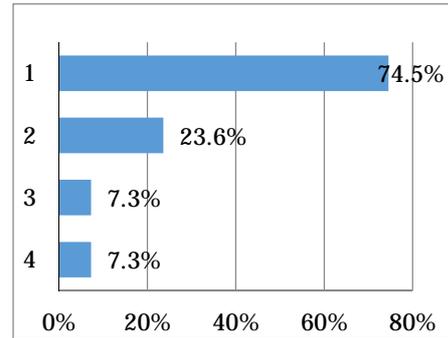
特定商取引法の適用対象となる商品を扱っている事業者143社のうち、問2において「いずれも行っていない」と回答した事業者62社を除いた、81社を有効回答とする。ただし、設問ごとに回答のあった数が異なるため、母数は設問ごとのN値を参照。

Q3 電話番号の取得方法（複数回答）

アポイントを取る際に使用する消費者の電話番号はどのように入手していますか。

N=55

	回答	件数	回答比率
1	消費者本人から取得	41	74.5%
2	電話帳等の一般公開情報から取得	13	23.6%
3	他の事業者から取得	4	7.3%
4	その他	4	7.3%
	合計	62	-



Q4 訪問勧誘の件数、および成約に至る割合

貴社において、訪問販売員が1ヶ月あたりに行う各種の訪問勧誘の件数は、それぞれどれくらいですか。また、そのうち、成約に至る割合はおおむねどの程度ですか。

また、貴社の訪問勧誘による売上、および訪問勧誘により取引開始に至った顧客数は、貴社全体の売上、顧客数に対してどの程度を占めていますか。

1か月あたり訪問件数(数値回答)

	回答	件数	最大値	最小値	平均値	中央値
1	飛び込み勧誘	37	27,000	2	2,058	200
2	事前に電話によりアポイントを取った上での訪問勧誘	41	457,000	2	11,273	30
3	事前に訪問によりアポイントを取った上での訪問勧誘	36	114,000	2	4,416	30

“0”を除いて集計

回答企業 67

成約に至る割合(数値回答)

	回答	件数	最大値(%)	最小値(%)	平均値(%)	中央値(%)
1	飛び込み勧誘	32	50.0	0.2	10.6	5.0
2	事前に電話によりアポイントを取った上での訪問勧誘	39	100.0	0.1	27.8	10.0
3	事前に訪問によりアポイントを取った上での訪問勧誘	35	100.0	0.1	30.2	20.0

“0”を除いて集計

回答企業 65

売上全体に占める上記1～3の勧誘による売上の比率(数値回答)

	回答	件数	最大値(%)	最小値(%)	平均値(%)	中央値(%)
1	売上全体に占める上記1～3の勧誘による売上の比率	63	100.0	0.4	51.0	50.0
2	全顧客数に占める上記1～3の勧誘により取引開始に至った顧客数の比率	59	100.0	0.4	52.7	50.0

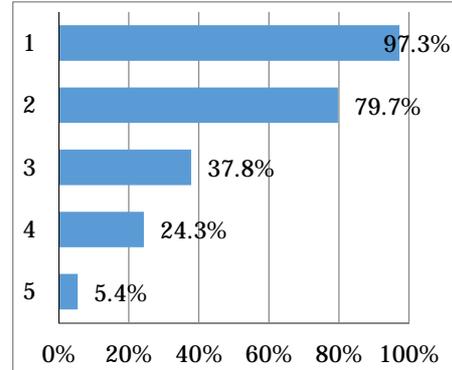
“0”を除いて集計

Q 5 訪問勧誘以外の営業手法（複数回答）

貴社においては、消費者から、勧誘の要請および契約の申込を受けるための手法として、Q 2 で示した各種の訪問勧誘を行う以外に、どのような手法を実施していますか。

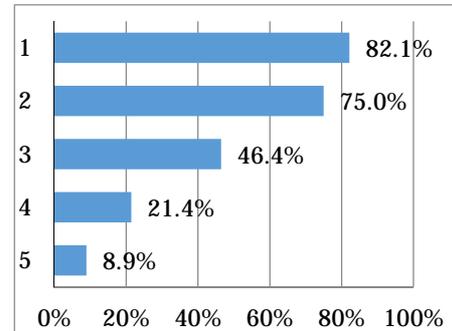
消費者から訪問勧誘の要請を受けるための手法

N=74			
	回答	件数	実施率
1	顧客からの紹介	72	97.3%
2	広告 (コマーシャル、チラシ、HP、その他)	59	79.7%
3	イベント開催	28	37.8%
4	住居へのサンプル配布	18	24.3%
5	その他	4	5.4%
	合計	181	-



訪問勧誘を経ずに、消費者から契約の申込を受けるための手法

N=56			
	回答	件数	実施率
1	顧客からの紹介	46	82.1%
2	広告 (コマーシャル、チラシ、HP、その他)	42	75.0%
3	イベント開催	26	46.4%
4	住居へのサンプル配布	12	21.4%
5	その他	5	8.9%
	合計	131	-



2. 契約状況について

Q 6 契約総件数、および新規・既存顧客別の契約割合

貴社が年間に顧客との間で締結する契約総件数は何件ですか。

また、貴社と顧客との契約件数全体に占める、1. 新規顧客との契約件数、2. 過去に取引関係のあった顧客（既存顧客）との新規契約件数、3. その他の契約件数（顧客との既存契約が更新される場合等）の割合はどのくらいですか。

契約総件数（数値回答）

N=71						
	回答	件数	最大値	最小値	平均値	中央値
1	契約総件数	71	2,820,000	5	46,338	300

“0”を除いて集計

契約分類別の構成割合（数値回答）

N=73						
	回答	件数	最大値(%)	最小値(%)	平均値(%)	中央値(%)
1	新規顧客との契約	72	100.0	0.5	55.3	60.0
2	既存顧客との新規契約	68	100.0	0.0	39.6	30.0
3	その他	37	88.0	0	16.6	10.0

Q7 新規契約に至る経緯

貴社と顧客の契約のうち、**新規顧客との契約**、および、**過去に取引関係のあった顧客との新規契約**のそれぞれについて、契約締結に至る経緯毎の割合を下記の表に数値でご記入ください。

新規顧客との契約(数値回答)

N=67

	回答	件数	最大値(%)	最小値(%)	平均値(%)	中央値(%)
1	飛び込み勧誘	47	100.0	0.0	35.2	20.0
2	事前に電話によりアポイントをとった上での訪問勧誘	43	100.0	0	33.6	10.0
3	事前に訪問によりアポイントをとった上での訪問勧誘	45	100.0	0	29.2	15.0
4	訪問勧誘によるその他の経緯	28	20.0	0	2.4	0
5	消費者から店舗等で対面で申込みを受ける	29	100.0	0	15.4	5.0
6	消費者から電話で申込みを受ける	38	80.0	0	13.1	5.0
7	消費者からウェブで申込みを受ける	30	90.0	0	9.3	0
8	消費者からハガキ又はFAXで申込みを受ける	25	10.0	0	1.4	0
9	イベント等で申込みを受ける	27	94.0	0	10.4	0
10	訪問勧誘を経ないその他の経緯	25	70.0	0	11.6	0

既存顧客との新規契約(数値回答)

N=57

	回答	回答数	最大値(%)	最小値(%)	平均値(%)	中央値(%)
1	飛び込み勧誘	30	70.0	0	11.3	7.5
2	事前に電話によりアポイントをとった上での訪問勧誘	41	100.0	0	40.3	40.0
3	事前に訪問によりアポイントをとった上での訪問勧誘	39	100.0	0	30.5	19.0
4	訪問勧誘によるその他の経緯	24	100.0	0	7.7	0
5	消費者から店舗等で対面で申込みを受ける	25	100.0	0	16.2	3.0
6	消費者から電話で申込みを受ける	37	100.0	0	25.6	10.0
7	消費者からウェブで申込みを受ける	24	50.0	0	7.1	0
8	消費者からハガキ又はFAXで申込みを受ける	23	10.0	0	1.2	0
9	イベント等で申込みを受ける	25	30.0	0	4.6	0
10	訪問勧誘を経ないその他の経緯	19	100.0	0	6.1	0

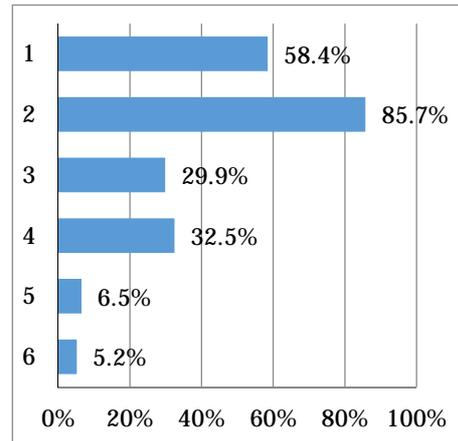
3. 訪問販売員に対する法令の周知や遵守の指導等について

Q8 努力義務の周知・実践に向けた取り組みの実施状況（複数回答）

貴社は、特定商取引法第3条の2第1項に規定する「勧誘を受ける意思があることを確認するよう努めなければならない」という**努力義務**について、訪問販売員に対して周知や実践のための指導は行っていますか。

また、行っている場合には、具体的な指導方法や取組の内容もあわせてご記入ください。

N=77			
		件数	構成比率
1	訪問販売員の業務マニュアル等を作成している	45	58.4%
2	訪問販売員への自社研修等で指導している	66	85.7%
3	法律や業務マニュアル、自主規制の遵守状況について、訪問販売員に自己申告させている	23	29.9%
4	業界団体等、外部の研修への参加を義務付けている	25	32.5%
5	その他	5	6.5%
6	行っていない	4	5.2%
	合計	168	-



【取組み内容の例（自由記載）】

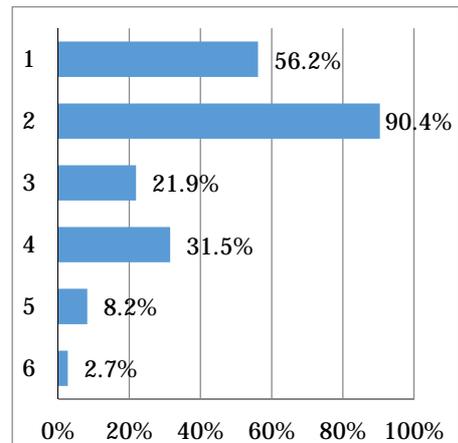
- ・訪問目的を伝達後、お客様への意思確認を行った上で勧誘を行うようにしている。
- ・朝礼や夕刻のミーティングで販売員の活動報告を受け周知、指導を行っている。

Q9 法令の周知・遵守に向けた取り組みの実施状況（複数回答）

貴社は、勧誘行為に関する**規制全般**（Q8の努力義務以外の規制）について、訪問販売員に対して**法令の周知や遵守のための指導等**は行っていますか。

また、行っている場合には、具体的な指導方法や取組の内容もあわせてご記入ください。

N=73			
		件数	構成比率
1	訪問販売員の業務マニュアル等を作成している	41	56.2%
2	訪問販売員への自社研修等で指導している	66	90.4%
3	法律や業務マニュアル、自主規制の遵守状況について、訪問販売員に自己申告させている	16	21.9%
4	業界団体等、外部の研修への参加を義務付けている	23	31.5%
5	その他	6	8.2%
6	行っていない	2	2.7%
	合計	154	-



【取組み内容の例（自由記載）】

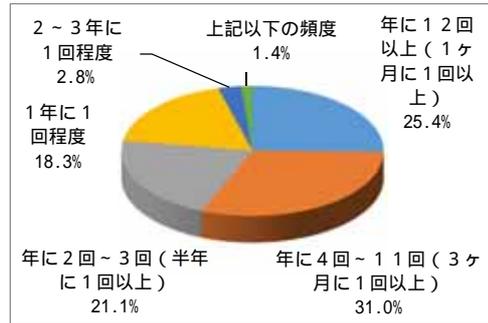
- ・新人研修、月一度の月例会において手引書を活用し指導している。
- ・営業トーク研修にて修正が必要な場合は指導を行っている。

Q10 訪問販売員に対する研修の頻度（単一回答）

貴社の訪問販売員が受ける研修の頻度は、平均で一人あたり何回程度ですか。

N=71

	件数	構成比率
1 年に12回以上(1ヶ月に1回以上)	18	25.4%
2 年に4回~11回(3ヶ月に1回以上)	22	31.0%
3 年に2回~3回(半年に1回以上)	15	21.1%
4 1年に1回程度	13	18.3%
5 2~3年に1回程度	2	2.8%
6 上記以下の頻度	1	1.4%
合計	71	100.0%



Q11 法令の周知・遵守に向けた取り組みの導入時期、および評価尺度（単一回答）

訪問販売員に対する法令の周知や遵守の指導の取り組みについて、その導入時期は何年前ですか。また、導入の効果・成果をどのような尺度で評価していますか。客観的なデータ等があれば、あわせてご記入ください。

N=71

	件数	構成比率
1 1年以内	7	9.9%
2 1年~3年前	8	11.3%
3 3年~5年前	11	15.5%
4 5年~8年前	15	21.1%
5 8年~10年前	3	4.2%
6 10年以上前	27	38.0%
合計	71	100.0%



【評価尺度の例（自由記載）】

- ・導入前に比べて苦情が20%減少した。
- ・研修の中で、契約書の作成・交付に関するルールもあわせて伝えている。2年前と比較し、不備割合が半分になった。

4. 消費者からの意思表示に対する対応について

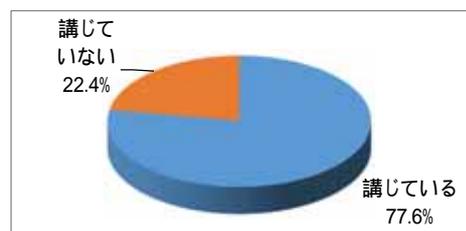
Q12 再勧誘禁止の規定遵守に向けた方策（単一回答）

特定商取引法は、一度契約締結を断った消費者に対して、同じ契約の勧誘をすることを禁止しています（再勧誘禁止）。貴社においては、こうした再勧誘禁止の規定を遵守するため、消費者の拒絶の意思表示を把握、記録するための方策を講じていますか。

また、措置を講じている場合には、どのような方策かもあわせてご記入ください。

N=76

	件数	構成比率
1 講じている	59	77.6%
2 講じていない	17	22.4%
合計	76	100.0%



【取組み内容の例（自由記載）】

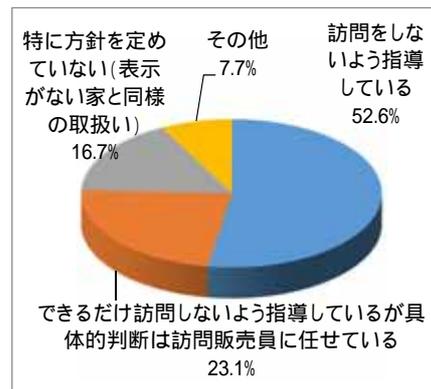
- ・訪問拒絶の報告があった場合記録し、再度訪問しないよう周知徹底を図っている。
- ・マニュアルで「お客様より拒否を感じたら直ちにアプローチ中止」としている。

Q13 「訪問販売お断り」が表示された住宅に対する方針（単一回答）

貴社は、住居に「訪問販売お断り」の表示（ステッカー、貼紙、その他の掲示）がされている場合に、当該住居への訪問についてどのような方針をとっていますか。

N=78

		件数	構成比率
1	訪問をしないよう指導している	41	52.6%
2	できるだけ訪問しないよう指導しているが具体的判断は訪問販売員に任せている	18	23.1%
3	特に方針を定めていない(表示がない家と同様の取扱い)	13	16.7%
4	その他	6	7.7%
	合計	78	100.0%



5. 企業概要

Q14 企業概要

貴社およびご回答者様の概要をご記入ください。
（省略）

Q15 企業規模（単一回答）

貴社の規模は以下のどれにあてはまりますか。

N=76

		件数	構成比率
1	大企業	5	6.6%
2	中小企業	36	47.4%
3	小規模企業	35	46.1%
	合計	76	100.0%

