

「JDSAによる自主的取組みの現状」

2017.12.20 消費者委員会 説明資料

<コンテンツ>

- 日本訪問販売協会の概要
- 事業の概要
 - ・ 倫理綱領の策定及び実践の推進
 - ・ 苦情の解決等
 - ・ 不当な訪問販売に係る審査等
 - ・ 消費者救済の措置等
 - ・ 訪問販売従事者の指導及び教育、登録等
 - ・ 消費者啓発
- 平成29年度以降の重点的活動

参考：会員による自主的取組み 等

〒160-0004
東京都新宿区四谷4 - 1 細井ビル 7階
TEL 03(3357)6531 FAX 03(3357)6585
訪問販売ホットライン 0120(513)506
Website <http://www.jdsa.or.jp>



(公 社) 日 本 訪 問 販 売 協 会
JAPAN DIRECT SELLING ASSOCIATION

日本訪問販売協会の概要

- 設立 1980(昭和55)年4月1日
- 目的 訪問販売に係る取引を公正にし、並びに購入者等の利益を擁護し、訪問販売事業の健全な発展に資する事業を実施し、国民経済の健全な発展に寄与する。
- 事業
 - (1) 訪問販売に係る調査及び研究
 - (2) 訪問販売に係る倫理綱領の策定及び実践の推進
 - (3) 訪問販売に係る苦情の解決の申出に関する受付、助言、調査及び処理
 - (4) 不当な訪問販売に係る審査及び措置
 - (5) 訪問販売に係る消費者の救済の措置
 - (6) 訪問販売に従事する者に対する指導及び教育
 - (7) 訪問販売に従事する者の登録
 - (8) 訪問販売に係る内外資料の収集及び提供
 - (9) 訪問販売に係る内外関連団体等との連絡及び調整
 - (10) 訪問販売に係る苦情処理体制の確立の推進
 - (11) 訪問販売に係る消費者啓発
 - (12) その他この法人の目的を達成するために必要な事業
- 会員数 141社・団体 (正会員115社、賛助会員26社・団体)
- 具体的な事業の取組み 次頁以降

倫理綱領の策定
及び実践

倫理綱領を具現化するものとして、訪問販売企業の自主行動基準等(以下「基準」という。)を定めている。正会員は、これに準拠し社用の基準を作り、社会的信用を高めるための努力をし、また、消費者から寄せられる苦情の解決にあたっての判断基準とする。本基準に細則として「通常、過量に当たらないと考えられる分量の目安」を定めている。以下、最近の取組み2つを紹介する。

一、特商法3条の2等の遵守アンケート調査(平成28年度)

同規定の遵守に係る会員の取組状況を把握し消費者志向体制の整備を目的に調査を実施した。具体的には、意思を明確に示すことが得意でない消費者や高齢者がいることに配慮し、お客様の意思を雰囲気や表情にも注力して広く汲み取れるような取組み等が多くの会員の基準の中にみることができたので、これを周知し全体のレベル向上に繋げるべく啓発活動を実施し、今後も継続的に同様の調査を行うこととした。

参考：『訪問販売企業の自主行動基準』 以下、特商法3条、3条の2の規定に対する対応部分の抜粋
3.(2)

訪問前の電話等でのアポイント

ア 会社名・商品等の種類と訪問の主たる目的を消費者に伝える。

イ 当該電話等で今話を聞いてもらえるかを確認する。

ウ 話を聞きたくない、今は都合が悪いなどと告げられた場合にはすぐに会話を終了する。

明示的な断りの表現でなくても、相手が何かを告げようとした場合には、話すのを止めて意思を確認する。

エ 訪問の主たる目的が販売活動以外であるような誤解をさせないよう、十分配慮する。

訪問に際しての第一声

ア 会社名・商品等の種類とあわせ訪問した目的を伝え、勧誘活動を始める。

イ このまま勧誘活動を続けてよいか、明確に相手の意思を確認する。その際、意思を明確に示すことが得意ではない消費者が少なくないことに十分配慮しなければならない。

ウ 勧誘活動を続けることに対して、難色を示された場合、勧誘自体を断りたいという意味か、現在のこの勧誘行為を中止して欲しい意思かをできるだけ明確に確認し、いずれの場合でも、その時点で勧誘を中止し退居する。

エ 消費者から「来訪の際に事実と反することを告げられた」等と指摘されないよう十分配慮する。

二、基準の強化(平成28年度)

高齢者等弱者に対する保護の強化を図るため、次に掲げる2つの事項を基準に追加した。

3.(1)エ

勧誘の開始に際し、消費者が通常の判断力を有しているかについて注意をはらい、懸念されるときは、直ちに勧誘をやめ退去するか、自主行動基準を遵守しつつ適切な対応に努める。

不当な訪問販売に対する審査及び措置

訪問販売従事者の指導及び教育、登録等

3.(3)サ

次に掲げる事項に該当する契約を締結しようとする場合は、当該勧誘が適切に行われているかを確認する仕組みを設ける等適切な対応に努める。なお、数量基準を設ける場合は、各会員等が関係法令、自社の実情等を踏まえ適切に定めるものとする。

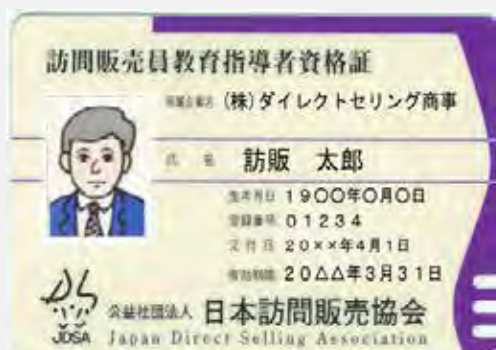
- ・一定の分量、金額、回数を超える契約を締結する場合
- ・一定の年齢を超える消費者と契約を締結する場合
- ・生活の糧を年金に頼っている消費者と契約を締結する場合

なお、基準は、主に法令に定めのない事項に関して自主的に定めたもので、法令のように罰則はないが、基準違反の内容や頻度等によっては、「倫理審査委員会」の審査対象となり、「改善勧告」「正会員権利の停止」等の措置が取られることが当協会としての制裁措置となる。

教育を通じて販売員の資質の向上を図り、取引の公正・適正化に資するため、JDSA教育登録制度を実施。正会員は、当協会の標準教育カリキュラムに基づき作成した教育計画書に沿って傘下の販売員の教育・試験を行い、合格者に当協会から登録証を発行。登録者数368,588名(平成29年3月末)。

また、教育指導者の資格制度を実施。受講者は「特商法」、「指導管理者に必要な事項」の講座を受け、筆記試験の合格者には、当協会から「訪問販売員教育指導者資格証」が交付される。制度発足後これまでの累積合格者は3,990名(平成29年3月末)。

PR用ポスター →



事業

内容



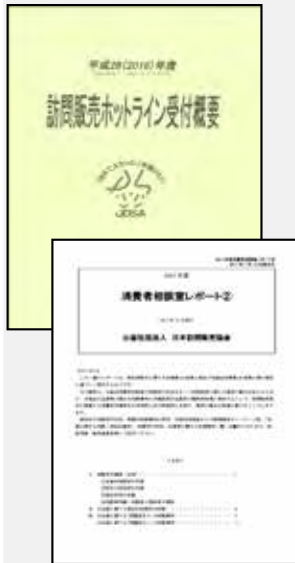
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度(4/1～12/19)
講座等	教育指導者資格講座(8回)	教育指導者資格講座(8回)	教育指導者資格講座(8回)	教育指導者資格講座(8回)	教育指導者資格講座(4回)
	特商法セミナー(4回)	特商法セミナー(4回)	特商法セミナー(4回)	訪販コンプライアンスセミナー(4回)	訪販コンプライアンスセミナー(2回)
	相談担当者講習会(4回)	相談担当者講習会(4回)	相談担当者講習会(4回)	相談担当者講習会(4回)	相談担当者講習会(3回)
	東北コンプライアンスセミナー	九州コンプライアンスセミナー	中部コンプライアンスセミナー	特商法研究会(2回)	特商法研究会(1回)
	消費者対応新人研修講座	消費者対応新人研修講座	特商法研究会(3回)	広告表示研究会(3回)	広告表示研究会(2回)
	特商法研究会(2回)	特商法研究会(2回)	広告表示研究会(3回)	電気小売事業者コンプライアンスセミナー(2回)	講師派遣(2回)
	講師派遣(2回)	講師派遣(3回)	講師派遣(1回)	講師派遣(7回)	改正特商法説明会(2回)
		消費者志向体制調査		特商法3条の2取組調査	
	資料	専門カリキュラム教材(3,234部)	専門カリキュラム教材(2,249部)	専門カリキュラム教材(4,105部)	専門カリキュラム教材(1,586部)
標準カリキュラム教材(3,346部)		標準カリキュラム教材(2,452部)	標準カリキュラム教材(4,439部)	標準カリキュラム教材(1,778部)	標準カリキュラム教材(3,414部)
特商法ハンドブック(951部)		特商法ハンドブック(3,203部)	特商法ハンドブック(2,881部)	特商法ハンドブック(2,884部)	特商法ハンドブック(1,515部)
改訂版相談事例集(44部)		改訂版相談事例集(35部)		早わかり特商法ガイド【訪問販売のルール】(34,570部)	早わかり特商法ガイド【訪問販売のルール】(11,300部)
					改正特商法ポイント(43,540部)

法律セミナー等では、自主行動基準(再勧禁止等)の他協会の概要を説明する時間を設け、当会の自主的取組みへの参加促進を図った。

事業

内容

苦情の解決等



消費者救済の措置等

訪問販売ホットライン(消費者相談室)は、訪問販売等に関する消費者、消費者センター等から寄せられる苦情相談に応じ、助言・調査・あっせん仲介等の業務を行っている。ホットラインで解決できない事案は、弁護士等の委員で構成する「消費者苦情検討会」、さらには、その上の「消費者紛争処理委員会」のあっせんにかけ適切な解決に努めている。なお、受け付けた苦情の内容は季報、年報により会員に周知し再発防止に資する活動を続けている。

参考:

○会員数 平成20年度256社
平成28年度140社 45%減

○日本訪問販売協会 消費者相談室
平成20年度 1,333件
平成28年度 354件 73.4%減

(苦情の発生要因と考えられる事項)

- ・消費者志向が不十分
- ・勧誘行為
- ・書面の問題
- ・誘引の問題
- ・説明の問題
- ・解約交渉過程の問題
- ・契約後の問題 など

今後、当会活動において特に下線部を重視する啓発を行う。

○国民生活センター 特商法の適用除外の訪販を含む。
平成20年度 99,580件(全体950,507件)
平成28年度 80,593件(全体887,316件) 19.1%減

○最近の特商法違反に基づく行政処分
数値は訪問販売を含む全体数

平成28年度 62件
平成29年度(4月~9月13日) 13件

以下、公表データに基づく当協会独自の分析による。
訪販分野で認定された主な違法行為

- ・販売目的等不明示
- ・書面記載不備
- ・不実告知
判断に影響する重要事実、契約締結を必要とする事情商品等の性能、販売価格
- ・迷惑勧誘 + 再勧誘禁止
- ・適合性原則
- ・重要事実の不告知 ・契約書面不交付 ・過量販売 等

消費者の救済業務として、訪問販売消費者救済基金(以下「基金」という。)を設けている。基金の原資は正会員企業の拠出金による。本基金制度は、正会員企業が行う訪問販売の業務により契約の締結等をした消費者が当該契約の解除等を行っても既払金が返還されない場合に基金が返金を補償する仕組みである。ただし、返金補償をするか否かの判断は、消費者救済に係る審査委員会(学識者で構成される第三者機関)が事案ごとに事実確認、審査をして行われる。

事業

内容

消費者啓発



	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度(4/1～12/19)
講師派遣	三重県消費生活相談員等勉強会	姫路市消費生活セミナー	高砂市連合自治会セミナー	鹿児島県大島支庁消費者行政担当者会	三重県消費生活相談員等勉強会
	消費生活コンサルタント養成講座東京	名古屋市社会福祉協議会スタッフ研修	千葉県消費者センター相談員研修会	防府市消費生活講座	熊本県消費生活センター相談員等勉強会
	消費生活コンサルタント養成講座大阪	市川市消費生活講座	愛知県消費生活相談員養成研修	志木市消費生活セミナー	新潟県相談員等研修会
	川越市消費者カレッジ	武蔵村山市消費者講座	岩手県相談員スキルアップセミナー	名古屋市社会福祉協議会スタッフ研修	岡山県井原市消費生活問題研究協議会
	越谷市消費生活講座	消費生活コンサルタント養成講座東京	牧之原市消費生活講座	静岡県退職公務員連盟榛原支部セミナー	福知山市消費生活講座
	深川市相談員研修	大仙市消費者研修会		伊奈町消費生活セミナー	城陽市消費生活連続講座
	焼津市消費生活講座	鹿児島県与論町移動消費者講座		長岡市くらしの講座	山形県庄内消費生活啓発リーダー研修会
	習志野市消費生活センター相談員勉強会	やまぐち消費生活相談員サークル勉強会		徳島市くらしの講座	愛知県消費生活相談員養成研修
	鳥取県相談員養成講座	愛知県消費生活相談員養成研修		宇都宮市消費生活センター相談員研修会	
	鹿児島県沖永良部島移動消費生活講座	新潟市くらしのレポーター研修会		海老名市地域包括支援センター勉強会	
	消費生活コンサルタント養成講座東京夜間	山口県消費者行政担当職員等研修会		長野市消費生活講座	
		北海道登別消費者大会		千葉県消費生活センターコンプライアンスセミナー	
		舞鶴市消費生活講座		せたな町消費生活講座	
		長岡市くらしの講座		愛知県消費生活相談員養成研修	
		御前崎市消費者啓発講座			
	消費生活コンサルタント養成講座東京夜間				
資料	消費者啓発資料 (141,345部)	消費者啓発資料 (2,245部)	消費者啓発資料 (31,091部)	消費者啓発資料 (13,457部)	消費者啓発資料 (9,475枚)
	登録ステッカー (34,113枚)	登録ステッカー (19,892枚)	登録ステッカー (19,547枚)	登録ステッカー (7,210枚)	登録ステッカー (6,599枚)

平成29年度以降の重点的活動

○改正特定商取引法の周知

罰則強化に伴い規約の変更、テキスト類の改訂版発行

○「消費者志向体制の調査」の実施

時期：平成29年度～平成30年度

対象：正会員企業

方法：正会員は当協会が作成した78項目のチェックリスト

表をもとに自己点検を行い、結果を当協会において

分析しレポートを作成、会員はそのデータを参考に

消費者志向体制のベストプラクティスを目指す。

項目：消費者志向経営方針、コンプライアンス体制、

教育・苦情対応及び再発防止体制等

その他：調査項目に下記の内容を追加する。

・勧誘開始前の注意義務

・契約内容確認体制の整備

○若者向け啓発パンフレットの作成

若年消費者を巡るトラブルの防止を目的とする啓発資料を作り、希望に応じ学校等へ当協会より講師を派遣し啓発講座を開催する。資料は現在作成中。

○会員増加の取組み

非加盟事業者が多数存在するなか、当協会における自主的取組みを拡げていくため、会員の増加を図るべく、平成28年度以降において、小規模事業者の加入促進の対策の一環として、「正会員会費の最低負担額の引下げ」や「入会基準の一部見直し」、「入会申請資料の整備」を行ったほか、加入のメリットに繋がるような活動も実施。今後も引き続き、とくに小規模事業者の加入促進を図るための施策の検討をすすめる。

○苦情情報の共有及び活用

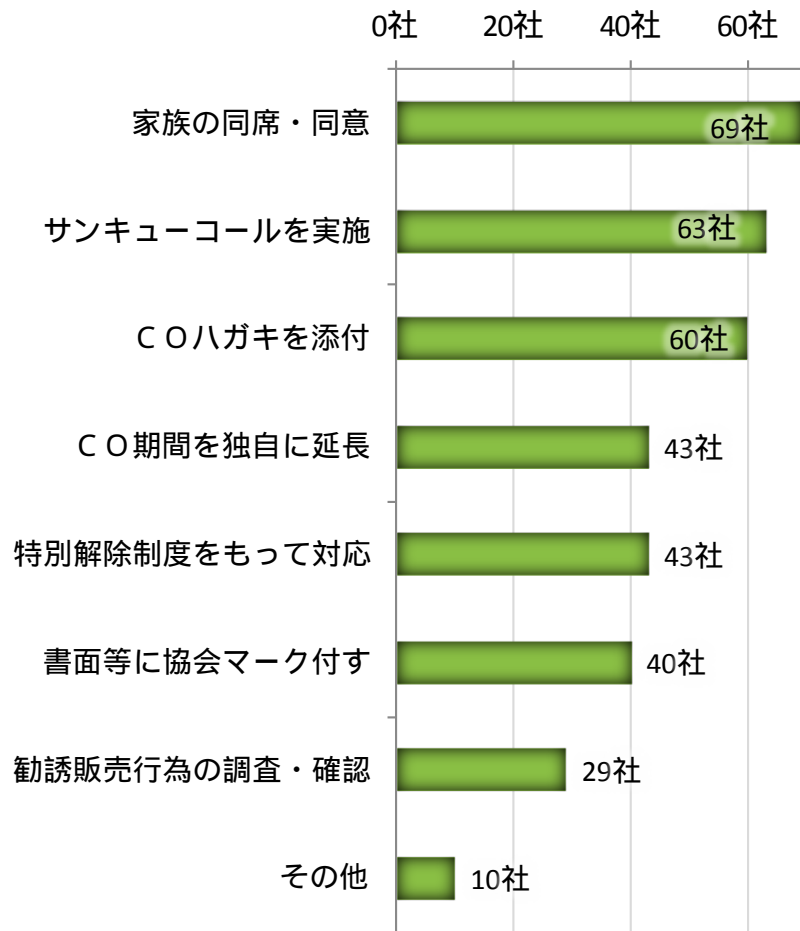
独立行政法人国民生活センターとの連携により、正会員の訪問販売業務に関する苦情情報を共有し、業務改善に活かす取組みをすすめている。平成28年度下半期から現在までに正会員15社(申請段階5社を含む)が実施した。今後は、共有できる情報量の拡充等連携の強化を図りつつ実施企業の取引改善に向けた取組みの支援等に努める。

○消費者志向活動表彰制度の検討

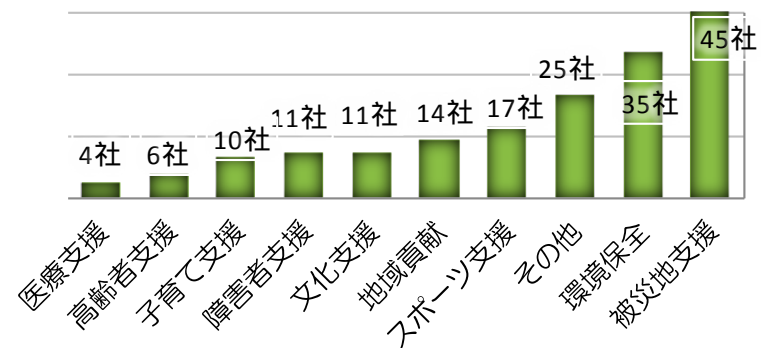
正会員企業がその訪問販売事業において行う「先駆的な消費者志向の活動」を顕彰することにより、協会全体の販売品質向上を推進することを目的に、平成31年度の完成を目途に制度の検討をすすめている。

< 参考 > 会員による自主的取組み 等

(1) 自主的取組 (複数回答=97社)



(2) 活動中の社会貢献 (複数回答=84社)



(3) 愛用者の声 (複数回答=77社)

