

(公社)日本訪問販売協会の自主的取組等について

2020.12.21消費者法分野におけるルール形成の在り方等WG

- 協会の設立時期及び目的、事業、組織 等
- 主な事業の内容
- その他

特商法における訪問販売協会の関連規定、会員による自主的取組み、
業界の売上高等 ほか

付属資料：各種の自主行動基準

〒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>



公益社団法人 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 訪問販売取引の公正と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こと。
- 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

日本訪問販売協会の概要

○ 役員 会長 竹永美紀（株式会社ポーラ 代表取締役社長）
副会長3名・専務理事1名・理事22名・監事2名

○ 会員数 152社・団体 正会員118社、賛助会員34社・団体 *

*加入資格：正会員は訪問販売を行うもの 等

賛助会員は協会の目的に賛同するもの

*加入方法：加入を希望するものは所定の申請用紙と付属資料を添えて理事会の承認を得なければならない

○ 組織 会員総会（年1回）
理事会（年5回）
総務委員会・広報委員会・消費者問題委員会（各年4回）

* 倫理審査委員会（随時）・ADR関連の各委員会（随時）

* 消費者救済に係る審査委員会（随時） * 学識者等の委員で構成する機関

○ 事務局 総務部・業務部・消費者相談室（訪販ホットライン）

事業	日本訪問販売協会の概要	事業の具体的内容
倫理綱領等の策定及び実践	<p>「倫理綱領（1980年）」は理念的な表現に止めているが、「訪問販売企業の自主行動基準（2002年）」はこれを具現化すべく誘引・勧誘・契約・苦情対応の流れにそって留意すべき事項、禁止すべき事項等を定めている。</p>	
目的	<p><u>適正な事業活動の推進を目指して定めたこの基準は、それを遵守することによって社会的な信用を高める結果をもたらす得るとともに、消費者から苦情となって寄せられた個々の事例の解決にあたっての判断基準ともなる。</u>事実確認をする中で違反行為がなされた可能性がある<u>と認められた場合には、事業者が速やかな解決を図ることで、基準の遵守と同じ効果がもたらされると考える。</u></p>	
法令との関係	<p>訪問販売事業者は、その事業活動に際して特商法をはじめとした法令を遵守しなければならない。<u>違反に対しては刑事上、行政上、私法上の制裁が加えられることで当該法令の遵守が担保されている。</u>それに対し本基準は、<u>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、制裁を直接の目的とするものではない</u>ため業法の刑事的ルールのように要件構成を厳格にしていない。</p>	
基準違反会員への措置	<p>しかしながら<u>その違反内容や頻度等によっては当協会の倫理審査委員会による審査対象となり、改善勧告や権利の停止等の措置が取られ、結果として、それが当協会の制裁措置となる。</u></p>	
その他	<p>「連鎖販売取引に係る自主行動基準（2002年）」には、連鎖販売契約時の「過剰在庫問題」を解消するための「返品ルール」の規定が定められており、この規定は特商法40条の2の連鎖販売契約の解除に伴う商品返品ルール導入の際のモデルケースとなった。「商品別禁止事項（2002年）」や「通常、過量に当たらないと考えられる分量の目安（2009年）」は、自主行動基準の細則として定められたものである。</p>	

事業

日本訪問販売協会の概要

事業の具体的内容

訪問販売従事者の指導及び教育、登録等

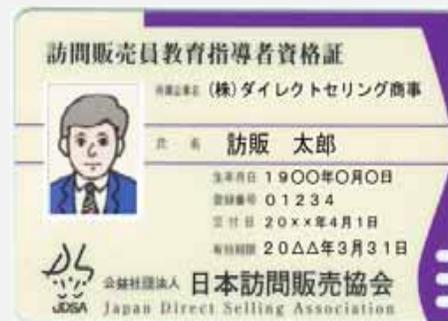
「JDSA教育登録制度（1980年）」は、教育を通じ販売員の資質の向上を図り、取引の適正化に資するための教育制度である。参加を希望する正会員は、当協会の標準教育カリキュラムに基づき、自社傘下の販売員を教育するための「教育計画書」を作成し、協会がこれを受理したのちに教育・試験を実施。一定の評価に達した者が協会へ登録され、登録証が発行される。登録者数は約461,000名（2020年3月末）である。

また、「訪問販売員教育指導者資格制度（1994年）」は、販売員の教育を担う者の育成を目的とする。会員等から推薦された者は、当協会が主催する法令等の講座と筆記試験を受け、合格した者には当協会より「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約4,297名（2020年3月末）である。

販売員登録証



指導者資格証



PR用ポスター



事業

日本訪問販売協会の概要

事業の具体的内容

苦情の解決等 (特商法29条)



(季報)



(年報)

消費者救済の 措置等 (特商法29条の2)

「消費者相談室（1980年）」は、消費者や相談機関等から寄せられる相談に応じ、助言・調査・あっせん等の業務を行う。解決しない事案は、第三者委員で構成される「消費者苦情検討会」、「消費者紛争処理委員会」へ順次諮る仕組みを有する。また、相談室で受け付けた相談の内容等は、季報及び年報としてまとめられ、セミナーや商品別の懇談会等様々な機会を通して会員と情報を共有し同種トラブルの再発防止に活用されている。

・相談受付件数 推移

2009年度	996件
2019年度	542件
	- 45.6%

備考：会員数 推移

2010年3月末	167社	(正会員143・賛助会員24)
2020年3月末	153社	(正会員120・賛助会員33)
	- 8.3%	- 16.1% + 37.5%

参考：P I O - N E T 相談件数

	訪販*	全体
2009年度	95,645件	891,703件
2019年度	79,026件	934,944件
	- 17.4%	+ 4.9%

* 特商法の非適用の訪販を含む。

上記データは消費生活年報2019、消費生活年報2020より抽出

< 2019年度542件の主な内訳 >

a. 問題性のありなし別 *	
問題性あり	90件
問題性なし	452件
b. 会員非会員別	
正会員	94件
非会員	448件
c. 問題性あり事例の要因と考えられる事項別（複数選択）	
・消費者志向が不十分	70件
・説明に関する問題	32件
・勧誘行為に関する問題	19件
・誘引に関する問題	18件
・契約書面の問題	17件
・契約後の問題	9件
・解約交渉過程の問題	-

* 当会では、相談の申出内容を「問題性あり（法令違反等の事項を区分し点数をつけ問題性の度合を数値化。最高は10点。数値が高いほど問題性が高いことが判る）」、及び「問題性なし」に分類整理している。

訪問販売における消費者の救済業務として「訪問販売消費者救済基金（2009年）」を設けている。本基金は、正会員が行う訪問販売の業務により契約を締結した消費者が、当該契約を特商法の規定に基づく解除等を行っても、正当な理由のないまま既払金の返還がなされない場合に、協会が一定の金額の金銭を給付するというものである。給付の可否及び給付する場合の金額は、「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）」が審査し、理事会がその結果を尊重し決定する。基金の原資は正会員の拠出金による。

事業	日本訪問販売協会の概要	事業の具体的な内容
<p>不当な訪問販売への審査及び措置</p>	<p>倫理綱領及び自主行動基準に反する行為をした会員は、基準違反の内容や頻度等により第三者委員で構成される「倫理審査委員会（1986年）」の審査を受け、</p> <p style="text-align: center;">改善勧告 会員権利の停止または制限 除名 等</p> <p>のいずれかの措置が判定される。このほか特商法違反が認定された会員には、理事会の決議を得て、過怠金（特商法29条の3）が徴収される。額は違反の程度により処分規程に基づき決定される。</p>	
<p>苦情処理体制の確立の推進</p>	<p>会員は消費者志向チェックリストを用いて自社の体制を自己点検し、その結果を協会へ回答する。協会は会員の回答を分析し、個社ごとにレポートをまとめ会員へフィードバックする。会員はこのレポートをもとに、さらなるベストプラクティスを目指す。本調査は概ね3年ごとに行われ、これまで4回実施されている。</p> <p>【点検項目】</p> <p>消費者志向経営方針・コンプライアンス・販売員教育・苦情対応・販売マニュアルの作成等・自主行動基準等（高齢者保護の取組み）の6体制84項目</p> <p>【点検方法】</p> <p>各社の担当者は自社の体制に照らし「実施」・「実施途上」・「実施検討」・「予定なし」の四段階で回答。</p>	

事業

日本訪問販売協会の概要

事業の具体的内容

事業者啓発



	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
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（8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）	訪販コンプライアンスセミナー（2回）	訪販コンプライアンスセミナー（3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）
	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（2回）	特商法研究会（2回）	特商法研究会（1回）
	特商法研究会（3回）	広告表示研究会（3回）	広告表示研究会（3回）	広告表示研究会（3回）	広告表示研究会（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）	企業講座講師派遣（3回）	企業講座講師派遣（2回）	企業講座講師派遣（5回）
	企業講座講師派遣（1回）	企業講座講師派遣（7回）	改正特商法説明会（2回）	消費税関連セミナー（4回）	経営トップセミナー（1回）
	電話法律相談会（2回）	特商法3条の2取組調査	電話法律相談会（2回）	消費者志向点検調査	自主行動基準改定
	電力小売業者実態調査	電話法律相談会（2回）		電話法律相談会（2回）	電話法律相談会（2回）
	資料	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）	専門カリキュラム教材（4,094部）	専門カリキュラム教材（326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（4,274部）	標準カリキュラム教材（377部）	標準カリキュラム教材（1,206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（6,828部）	特商法ハンドブック（3,185部）	特商法ハンドブック（2,678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】（18,381部）	早わかり特商法ガイド【訪問販売のルール】（11,122部）	早わかり特商法ガイド【訪問販売のルール】（4,520部）
			改正特商法10のポイント【訪問販売】（35,390部）	改正特商法10のポイント【訪問販売】（5,922部）	改正特商法10のポイント【訪問販売】（3,100部）
			改正特商法のポイント【連鎖販売取引】（9,150部）	改正特商法のポイント【連鎖販売取引】（292部）	改訂版・相談事例集（2,749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

日本訪問販売協会の概要

事業の具体的な内容

消費者啓発



	平成27年度	平成28年度 *特商法改正	平成29年度	平成30年度	令和元年度
講師派遣	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	佐世保市消費生活センター消費生活教室	佐野市市民講座
	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	直岐広域消費生活センター公開講演会	青森県消費生活センター相談員研修
	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	足立区消費者センター消費者講座	和歌山県消費生活センター相談員研修
	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	関西消費者協会相談員研修	さいたま市消費生活総合センター消費者啓発講座
	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	大崎市消費生活センター相談員研修	神奈川県キャンペーン協賛
	埼玉県消費生活コンサルタントの会との懇談会	伊奈町消費生活セミナー	城陽市消費生活連続講座	杉並区消費者センター消費者講座	宮城県消費生活・文化課との意見交換会
	愛知県消費者トラブル未然防止懇談会	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	尼崎市立消費生活センター消費生活講座	
	国民生活センターとの懇談会	徳島市くらしの講座	愛知県消費生活相談員養成研修	神奈川県キャンペーン協賛	
		宇都宮市消費生活センター相談員研修会	堺市消費者力向上講座		
		海老名市地域包括支援センター勉強会	神奈川県キャンペーン協賛		
		長野市消費生活講座			
		千葉市消費生活センターコンプライアンスセミナー			
		せたな町消費生活講座			
		愛知県消費生活相談員養成研修			
		中小企業庁相談官研修			
資料	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 (9,627枚)	消費者啓発資料 (14,680枚)	消費者啓発資料 (7,280枚)
				若者向け啓発資料 (53,500枚)	若者向け啓発資料 (19,451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)	登録ステッカー (7,973枚)	登録ステッカー (3,542枚)

若者向け啓発資料は2022年4月施行の改正民法による成年年齢下げに対する対応として作成したものである。

特定商取引法における訪問販売協会の関連規定の趣旨

(参考1)

訪問販売は、多様な商品又は役務を対象とし、販売業者又は役務提供事業者も店舗業者、専業業者、大企業、個人等と広範囲にわたっている。したがって、訪問販売の規制は、画一的な法律による直接規制のみでは十分な効果をあげ難く、業者の団体による自主規制に待つところが大きい。したがって、業界自主規制の中心的役割を担う一般社団法人を訪問販売において位置付け、法律に規定された要件を満たす団体の設立を促進するとともに、既存の法人についても購入者等の保護を図るための活動を充実させるため、訪問販売業者の自主規制を助長することとしたものである。(途中略)本条に規定する法人として、公益社団法人日本訪問販売協会が設立されている。

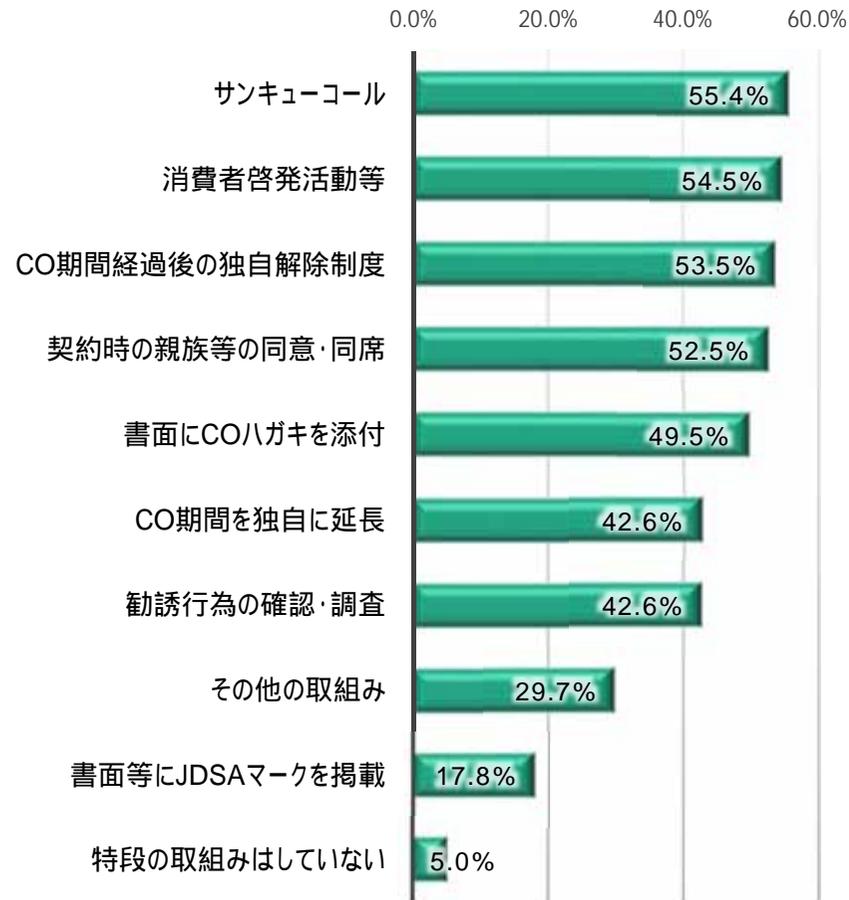
関連する規定は次の通りである。

- 第 27 条 (訪問販売協会)
- 第 27 条の 2 (協会への加入の制限等)
- 第 27 条の 3 (成立の届出)
- 第 27 条の 4 (変更の届出)
- 第 28 条 (名称の使用制限)
- 第 29 条 (購入者等の利益の保護に関する措置) 苦情の解決 等
- 第 29 条の 2 消費者救済制度
- 第 29 条の 3 (社員に対する処分) 「社員」は「正会員」
- 第 29 条の 4 (情報の提供等)
- 第 29 条の 5 (訪問販売協会の監督)

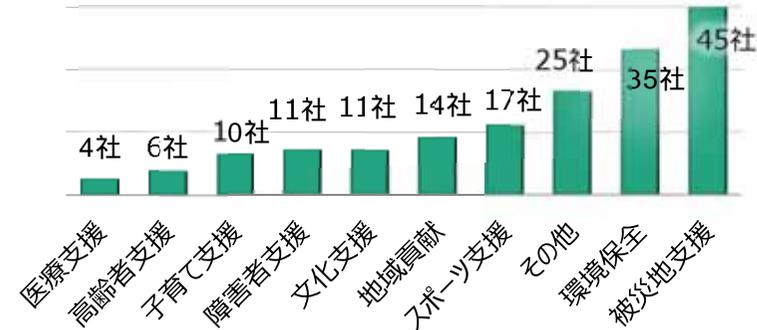
会員による自主的取組み 等

(参考2)

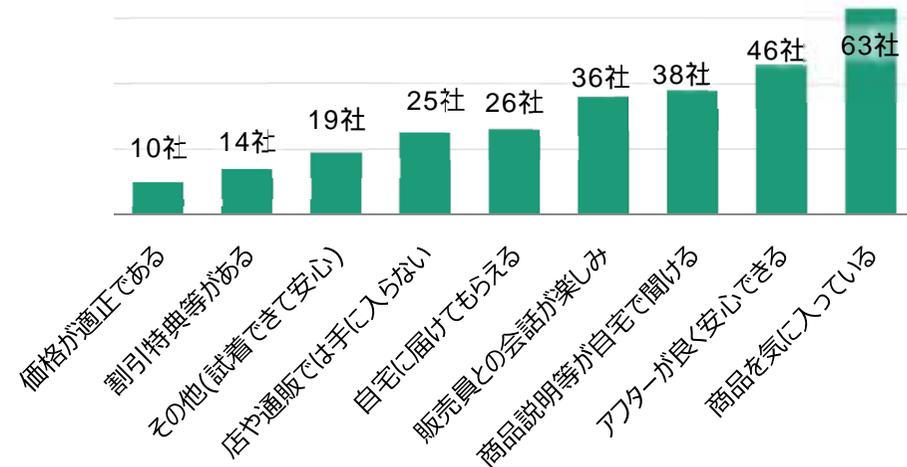
(1) 会員による自主的取組み (複数回答=101社)



(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)



CO:クーリング・オフ

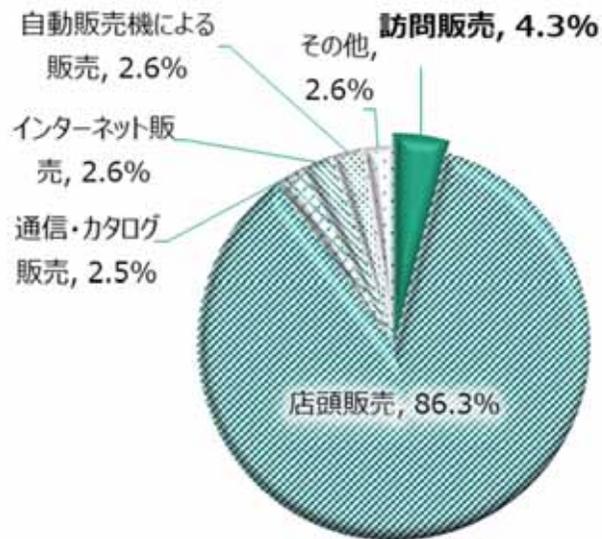
平成28(2016)年 経済センサスからみる訪問販売の業界の現状 (参考3)

◆小売業の商品販売形態別の事業所数、年間商品販売額及び構成比 (平成28(2016)年経済センサス活動調査 第8表 抜粋)

小売合計			店頭販売			訪問販売			通信・カタログ販売			インターネット販売			自販機販売			その他		
事業所数	年間商品販売額(百万円)	構成比(%)	事業所数	年間商品販売額(百万円)	構成比(%)	事業所数	年間商品販売額(百万円)	構成比(%)	事業所数	年間商品販売額(百万円)	構成比(%)	事業所数	年間商品販売額(百万円)	構成比(%)	事業所数	年間商品販売額(百万円)	構成比(%)	事業所数	年間商品販売額(百万円)	構成比(%)
574,034	129,304,650	100.0	444,289	111,534,175	86.3	41,647	5,539,658	4.3	11,141	3,282,549	2.5	28,454	3,409,177	2.6	12,916	940,337	0.7	35,587	4,598,755	3.6



◆小売業商品販売形態別・年間販売額構成比



◆訪問販売の現状：有店舗・無店舗の割合及び12年調査比

産業分類	訪問販売小売	2016年 訪問販売 / 有店舗・無店舗		2016年 訪問販売 / 2012年比	
		事業所数	年間商品販売額(百万円)	事業所数	年間商品販売額(百万円)
訪問販売小売	41,647	5,539,658	41,647	5,539,658	
56-60 有店舗計(56~60)	31,439	3,775,440	75.5%	68.2%	
61 無店舗計(61)	10,208	1,764,218	24.5%	31.8%	

産業分類	訪問販売小売中分類	2016年 訪問販売 / 2012年比		2016年 訪問販売 / 2012年比	
		事業所数	年間商品販売額(百万円)	事業所数	年間商品販売額(百万円)
訪問販売小売中分類	41,647	5,539,658	48.4%	99.7%	
56 各種商品小売業	164	306,902	64.1%	140.0%	
57 織物・衣服・身の回り品小売業	2,303	59,974	26.3%	54.6%	
58 飲食料品小売業	3,288	125,066	25.3%	56.3%	
59 機械器具小売業	12,764	1,817,318	51.6%	83.8%	
60 その他の小売業	12,920	1,466,181	53.7%	109.0%	
61 無店舗小売業	10,208	1,764,218	66.7%	118.1%	

¹平成28年経済センサス活動調査(総務省統計局)の表8によると、国内における訪問販売の事業所数は41,647所、年間販売額は5,539,658百万円でした。当協会が独自に推計した従業者数は366,027人となりました。(この推計は、従業者規模別階級の中央値×事業所数で算出) 表中の産業分類 56~60は有店舗の訪問販売、同 61は無店舗の訪問販売で、当協会の会員の多くは 61に属すると考えられる。なお、販売額は調査前年1月~12月、また、事業所数及び従業者数は調査年6月1日現在の数値である。ただしこの分類には、牛乳、新聞、リフォーム工事等建設業、保険業、金融業、家庭教師等教授業、電気、放送・通信の訪問販売は含まれない。