

一般社団法人全国直販流通協会(事務局東京、亀岡一郎理事長)は2月8日、新春コンプライアンスセミナーを都内・富士ソフトアキバプラザで開催、会員社ら約160人が参加した。メゾン・ド・ソレイユの加藤靖政営業部長が顧客管理などの営業システムが与える現場の変化を講演し、さくら共同法律事務所の千原曜弁護士が特商法全体に網をかける消費者契約法の重要なポイントを解説、亀岡理事長が協会の新たな取り組みを発表した。

第1部

システム導入で販売員が 営業活動に専念できる

第1部は、システム導入のコンサルティング業務を行うメゾン・ド・ソレイユの加藤靖政営業部長がシステム導入による営業の効率化を提案した。

「現場にもたらすメリットについて見ていきます。」

販売員のみが知る情報は 会社の重要な資産

接客時に販売員のみが知る情報は、会社にとっての重要な資産です。その情報をシステム化して管理・分析すれば、営業効率を高めることができます。実際に、システ

ムが現場にもたらすメリットについて見ていきます。まず「顧客情報収集」です。顧客の性格や特徴といった細かい情報をデータ化することで、ムダのない販売活動が可能になります。

次に「流通在庫の一元管理」です。手作業で行っていた在庫管理業務をシステム化することで、販売員が在庫管理業務に使っていた時間を大幅に削減できます。それによ

って得られた時間は、新規顧客の獲得などの営業活動に専念できるでしょう。

企業も市場に残る製品在庫を簡単に把握できる上、多くの人手が必要な受発注業務を自動化できます。システムを導入した企業の中には、従来3人体制で行っていた電話やFAX対応を1人でこなせるようになった例もあります。



メゾン・ド・ソレイユ
13期経営部長 加藤靖政

加藤靖政

新春

コンプライアンス セミナーを開催

第2部では、全国直販流通協会の顧問弁護士である千原曜氏が、執行が強化された改正特商法や注視すべき消費者契約法のほか、導入例が増える「訪問販売お断りステッカー」などについて解説した。

15カ月間の 取引停止命令 業務禁止は 実名公表が目的

2017年12月1日施行の改正特商法には、執行の強化が盛り込まれました。業務禁止期間は従来最長1年から、改正法では最長2年に延長され、18年末には、15カ

月という長期間の取引停止命令の処分があります。

また、改正特商法には業務禁止命令が新設されています。これは、業務禁止命令を受けた法人の取締役やそれと同等の支配力を持つ者が、業務禁止を命じられた期間と同じ期間、同じ業態の別法人の役員になることを禁じるというものです。18年中盤からは、業務禁止命令と併せて、この禁止命令が出されるようになっていきます。

これを受け最近では、部長級の法務担当者から、当社が業務禁止命令を受けた場合、私の名前も公表さ

全国直販流通協会 セミナーレポート

れてしまうのか」という質問をされるが増えていきます。

業務禁止命令の目的の1つは、氏名の公表にあると考えられますが、その対象は、オーナーや取締役など、経営の実権を握っている役員です。従業員が実名公表の対象になる可能性は低いでしょう。

不当な勧誘による 契約は 取り消しの対象に

消費者契約法は、事業者と消費者の間のすべての取引に適用されるルールです。

千原曜



さくら共同法律事務所
千原 曜弁護士

特商法とは異なり、業務停止や現金・債権などの刑罰はありませんが、対象となる取引の範囲が特商法よりも広く、不当な勧誘による契約については取消権が認められています。19年6月15日に施行する改正消費者契約法には、不当な勧誘行為として、相手の恋愛感情を利用して契約を迫る「デート商法」などが追加されます。加えて同法の特徴として、不当な契約条項を否定できる点が挙げられます。例えば、「会員の施設利用に際し、傷害・盗難等のいかなる事故についても一切責任を負わない」との条項があるスポーツジムにおいて、ロッカーの故障により、会員が盗難の被害に遭ったとします。被害に遭った消費者が「この条項は消費者契約法違反ではないか」と申し出た場合、ジムの管理責任に問題があれば、条項で責任を負わない旨を謳っていても、賠償しなくてはならないのです。ネットワーキングビジネスにおいても、消費者契約法を根拠にした契

差止請求権は コンプライアンス 見直しの機会に

前述の条項については、力の弱い消費者に代わって、事業者との交渉を行う消費者団体から指摘が入ることも考えられます。とくに全国に19ある適格消費者団体には、「消費者団体訴訟制度」に基づき、特商法や消費者契約法、欺表法、食品表示法に違反する契約や条項について、裁判を通じて、差止請求する権利があるため、真剣な対応が必要です。

非適格消費者団体からの指摘に對しては、回答しなくても実害はありませんが、コンプライアンスを見直す機会として真摯に受け止めるべきでしょう。

訪問販売 お断りステッカーが 貼ってある家への対応

続いて、特商法の条文には盛り込まれていないものの、最近自治体こと条例に記載されるケースが増えている「訪問販売お断りステッカー」について解説します。ディスプレイモニターが飛び込みのセールスを行うケースは少ないと思いますが、条例に「お断りス

テッカードの有効性を記載している地域で活動する販売員に対しては、明確な指示が必要です。ステッカーが貼付された家に訪問したからといって、ただちに処分につながることはありません。しかし、そのステッカーは「財誘を受けるつもりはない」という意思表示ですから、避んで訪問すべきではありません。

PIONNET 活用による リスク管理を

私のところに相談に来た事業者の中に、PIONNETによる情報収集を毎月行っている会社がありました。

同社に関する消費者相談の件数は、毎月0~1件でしたが、突然5~6件に増えた月がありました。原因を調査したところ、販売促進で例月よりも架電件数を大幅に増やしていたことが分かったのです。そこで同社はすぐにテレオポの件数を減らし、その結果、相談件数は元の水準に落ち着きました。相談の絶対数が少なくても、急激に件数が増えることは、行政にネガティブな印象を与えます。同社は、毎月の情報開示請求を行っていたからこそ、対応できたのです。大きなコストがかかるものではありませんから、PIONNETを活用し、相談件数の推移を把握することをお勧めします。

第2部

特定商取引法の執行が強化 関連法の理解がリスク管理に