

《 健康関連取引適正事業団 自主行動基準 》

健康関連取引適正事業団（以下、健取団という）は、非営利活動である消費者諸問題対応事業を通じ、消費者トラブルの未然防止を目的として、消費者契約に準じ、消費者と事業者との間の情報の質及び、量並びに、交渉力の格差を鑑みた上で、会員企業（以下、会員という）に対する指導・教育を行い、取引の適正化により消費者の利益保護が図られるように以下のとおり、自主行動基準（以下、本基準という）を定める。

この基準は、平成元年に成立した「自主規制」を基に、消費者基本法第6条（事業者団体の努力）及び、関係法令の改正に基づいて制定したもので、会員にとっては定款と同等であり、会員が営業活動において遵守徹底するものであり、会員単位においても会員の社員から関係法令遵守の誓約を交わしている。

また、本基準は会員から提出される「消費者諸問題に対するの代表者の権限委任書（ホームページ『活動内容』●消費者諸問題対応事業の3項を参照）」を以て成立する。

尚、本基準は消費者基本法第6条に基づき、作成・公表するものであり、この本基準が員外事業者にも参考活用又は、実践活用して頂けるように、事業者団体として情報の発信源としても努力したい。

訪問販売（戸別訪販、電話勧誘）における自主行動基準

1. 勧誘時（消費者に接触時）における氏名、目的の明示

- ◎ 勧誘する時（訪問販売、電話勧誘販売）、開口一番口頭において「販売事業者名」を告げ、「消費者が～（商品の種類又は、役務（工事）の種類）の販売又は、契約である」ことを認識して頂く事が前提である。尚、名称（氏名）とは、個人事業者の場合は、戸籍上の氏名を指し、法人の場合は、登記簿上の名称である。それ以外は、不実告知である。
- ◎ 消費者の自由意志が無い又は、判断が無い勧誘行為は、禁止行為である。
 - A 「販売員身分証明書」はホルダーで首に吊るし、消費者の目の届く部位に必ず掲げ、勧誘時に勧誘する消費者へ提示すること。
 - ◆勧誘時から契約・商品配達・アフター業務に至る終始の営業行為において掲げる事。
 - B 消費者に接する場合は、礼節を重んじて、身なり（頭髪・服装）を整える事。
 - ◆なぜならば、言葉遣い又は、服装などで威迫・困惑と捕らえられる事が多く、消費者の思い込みは十人十色であり、問題として発展する場合がある。
 - C 不実トーク又は、不実行為での勧誘事例（氏名等の明示義務違反、禁止行為）。
 - ◆「只今、〇〇の無料点検キャンペーンです」
「〇〇〇〇（公的機関、団体又は、某有名メーカーの名称を偽り）です。〇〇〇〇から依頼されましたので、商品の点検に来ました」
「今、この地域（又は、町内、自治会等の名称を使用して）で〇〇の問題が発生しておりますので、商品の点検をしております」、「あなたが選ばれましたので、〇〇の無料提供を致します」
「正式な事業者名称を告げず、架空名称又は、通称（俗称）を告げる」
「このままでは〇〇となるので、点検が必要である」など。

2. 商品（取引条件）説明時の注意点並びに、遵守事項。

- A 医療機器、医薬部外品、化粧品などの効能・効果（特定）が認められているものを除く政令指定商品（寝具・健康器具・浄水器・健康食品・雑貨品・その他）については、人体（体の部位）、動物、病気、症状などの名称、表現、効能・効果を用いてはならない。
 - ◆商品説明の際は、違法表現（口頭・広告等）は、一切用いてはならない。

尚、不当表示とは、『内容（商品・取引条件）について実際のものよりも著しく優良であると消費者に示すこと』『事実に相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると消費者に示すこと』である。

- B 医療機器（磁気治療器、医療用物質生成器、電位治療器等の管理医療機器）を取り扱う場合は、営業所毎に『管理医療機器等販売業届（都道府県）』を届出、常備しなくてはならない。
- C 効能・効果が認められている商品説明においては、不実トーク並びに、禁止トークに十分配慮し、認められた効能・効果以外の体の部位に関する事項並びに、病気、症状に関する表現は用いてはならない。
◆医療機器の説明の際は、認められている効能・効果以外『心臓に良い』『糖尿病に良い』『高血圧に良い』『～が治る』等の症状改善、効能・効果は、一切厳禁である。
- D 特別な表現を用いて、認識させる又は、誤認させる様な行為は、用いてはならない。
◆事実と違う事例（勧誘時・説明時）。
「〇〇は法律上で設置の義務がある」、「〇〇は有害で発ガン性がある」、「今日だけは特別に〇〇」、「これを使用（工事を）しないと改善されない」、「医者に行っただけでは治らないから、この商品で」、「この商品を使えば、病院の治療代よりは安く済む」、「今日は〇〇さんが当たりました。〇〇さんだけ特別に・・・」、「只今、〇〇の無料点検キャンペーンです」、「勧誘時にリフォームと称し、新品の商品を販売する」、「〇〇〇〇（公的機関、団体又は、某有名メーカーの名称を偽り）です。〇〇〇〇から依頼されましたので、商品の点検に来ました」、「この商品を使えば病気にならない」、「今、この地域（又は、町内、自治会等の名称を使用して）で〇〇の問題が発生しておりますので、〇〇の点検をしております」、「この〇〇は体に良くないので、この〇〇を・・・」、「あなたが選ばれましたので、〇〇の無料提供（無料点検、格安で）致します」、「正式な事業者名称を告げず、架空名称又は、通称（俗称）を告げる」、「このままでは〇〇となるので、点検が必要である」などである。
- E 前項ACDは、関係法令全てに該当し、不実告知又は、重要事項の故意の不告知の為、一切厳禁である。
- F 商品説明並びに、商品取扱い説明時においては、消費者の体には一切触れてはならない。
◆消費者の心理状態によっては、禁止行為である威迫・困惑となる為。
- G 前項E同様、医療行為と間違えられる様な行為は一切行ってはならない。
◆医療行為となる禁止事例（全てが営利目的に付随する禁止行為）。
『消費者の体に触れて、肩が凝っていますなどと診断（伝える）する』
『血圧計、体脂肪測定器などの医療機器を使用して診断（測定）する行為』

3. 契約時における注意事項並びに、遵守事項。

- A 契約時においては、事業団指定・監修済みの「法定書面（領収証及び、商品申込売買契約書）」を使用しなければならない。
◆健取団では、法定書面（領収証及び、お申込売買契約書）を作成・用意（原価斡旋）し、会員に使用させている。
- B 法定書面の記載事項の不備・記入漏れ並びに、虚偽記載も重罪となり、クーリング・オフの対象となる為、完璧な書面を作成し、契約者に交付すること。
◆契約時においては、担当者と契約者とのマンツーマンが原則にて、営業社員2人以上の複数名での契約の取り交わしをしてはならない。（威迫・困惑行為との誤認が生ずる為）
- C 契約者に対しては、「法定書面（領収証及び、お申込売買契約書）」、「保証書」、「パンフレット」並びに、「安心のしおり」をセットにして必ず交付すること。
◆主力商品のパンフレットは、健取団の監修を受けたものを使用し、関係法令に抵触しないようにする。

- D 『安心のしおり』は、単に配布するだけではなく、健取団の簡単な説明を行い「相談・問い合わせがある場合は、当社の指導・教育機関であり、第三者機関である業界団体の健康関連取引適正事業団まで申し出て下さい。公平な立場の機関ですから、ご安心下さい・・・」等と伝え、消費者トラブルの未然防止を行う。
- ◆自らの苦情相談は、自らが解決する姿勢（自己責任・自衛手段）が肝心である。
 - ◆消費者（契約者）には商品同様、『安心・誠意』を提供しなくてはならない。
- E 契約者に対しては、契約又は、取引内容（商品内容、税込商品価格、支払方法、商品に対する保証、クーリング・オフの説明等）を口頭において説明する事。
- F 20才未満の未成年者については、契約の締結をしてはならない。
尚、法定書面の虚偽記載は、禁止行為であり、20才に到達する誕生日前に契約したにもかかわらず、誕生日後の契約締結日を虚偽記載した契約も当然ながら、違法書面である。
但し、民法上、契約が成立する事例（契約取消の不可事例）は、次のとおりである。
- ◆法定代理人（親権者・後見者）の同意を得た場合。（その場合、同意書を作成した方が最善である）
 - ◆未成年者による婚姻関係が成立している場合。
 - ◆有職者に対する契約については、親権者の同意なく自由な処分を許された額（手取収入－生活に必要な経費）の範囲及び、生活必需品（生活に最低限度必要なもの）の範囲を超えない範囲。
- G 70才以上の高齢者契約については、営業現場で十分に判断能力を認識した上で契約を行うことが前提である。
- ◆70才以上の高齢者契約で、クーリング・オフ期間外の返品（使用・未使用共）に対しては、合意解約を以て解決しなければならない。
 - ◆80才以上の高齢者契約で、クーリング・オフ期間外の返品（使用・未使用共）に対しては、契約日を問わず、無条件解約（但し、契約後5年以内）をしなければならない。
但し、新規契約時、80才以上の高齢者契約自体を禁止すること。
尚、70才代から顧客であった消費者が80才以上となった場合は、特例として契約を可能とする。
 - ◆住宅リフォーム関連又は、環境関連商品（役務）は高額契約であり、家族共同物であるため、新規契約時、70才以上の高齢者契約自体を禁止し、家族又は、親族の同意を必要とする。
 - ◆高齢者契約の苦情相談が多発した場合、その事実を以て関係法令に触れる場合がある。
- H 「顧客の知識、経験及び、財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行うこと」が関係法令の改正による追加事項となったが、収入（財産）の状況を営業現場で出来る限り把握して、契約締結しなければならない。
- ◆解釈としては、生活保護者又は、低所得者が該当すると思われる。
また、高齢者で年金受給者の場合、その収入額も考慮すべきである。
 - ◆高齢者を含む判断能力の不足としては、神経障害又は、身体障害（神経・精神障害）が考えられ、全てではないが医療機関の診断書の事実確認も必要となる。
（例）契約時は問題なかったが、契約後「その契約した事実が判断出来ない」場合等。
- I 個人情報取得する全ての営業活動（顧客管理上）に対して、法定書面（領収証及び、お申込売買契約書内の個人情報利用目的のご案内）（前項C参照）が関係法令並びに、健取団規制に義務付けられ、厳重な管理（管理責任者限定）の上で、顧客データの管理をする。
- J 商品を下取りして、後日、返還義務（原状回復義務）が生じた場合は、次のように対応をする事。
- ◆「下取り商品」は、クーリング・オフ期間に関係なく、契約締結日を含めて1ヶ月間は保管しなければならない。
但し、保管期間に「下取り商品」を処分した場合は、同項の次号◆と同様の扱いをする事。

- ◆ 「下取り商品」を処分した後、違法行為、誤認行為又は、会員の事情等により「下取り商品」の返還義務（原状回復義務）が生じた場合は、契約時の「下取り価格（値引き額）」を以て、金銭賠償（補償）とする事。（相当額で補償するという民法の一般原則にて）

K 消費者が当面必要としない健康食品等の過量・過大な量の商品の販売を禁止し、多重販売（多重契約）においても常識を要し、リピートオーダー（再注文）に徹する事。
また、健康食品等については、消費者の購買意思（要望）を除き、自己消費に限り、6ヶ月分以内目安の販売（契約）を厳守すること。

4. 商品購入後のアフター及び、再販売について

- A 契約者に「個人情報利用目的のご案内」（法定書面（領収証及び、お申込売買契約書）内に明記）を漏れなく交付することにより、商品のアフターサービス、メンテナンス並びに、商品等のお知らせ（再販売）が出来る為、健取団指定の法定書面を使用すること。
- B 再販売（商品等販売）の勧誘をする際は、消費者の知識、経験及び、財産の状況等を考慮し、既存の販売状況又は、役務提供の状況を把握して不要又は、過量な販売を行わない事。
- C 新たに個人情報を入手した場合（第三者提供含む）は、「個人情報利用目的のご案内」若しくは、それに準じた利用目的（商品等のお知らせ）を消費者本人に通知し、個人データの安全管理の為に、適切な措置を講じなければならない。
尚、諸対応については、健取団が規定する「個人情報保護法対応マニュアル」を活用する事。

5. 全ての契約者に対して、過量販売及び、高齢者の契約トラブル未然防止対策

- 健取団指定の「安心のしおり」は従来通りに、契約者全てに配布（配布義務）する。
但し、環境関連商品取引会員で役務取引の場合は、「安心のしおり（健康関連商品）」の主体性を考え、配布義務としないが健康関連商品を取扱う場合は、「安心のしおり」を配布義務とする。

6. 健取団・消費者相談室の全面活用について

- 各種資料を配布するだけでなく、健取団概要及び、消費者相談室の説明を十分行い、消費者からの苦情相談は内部処理で対処出来るように、最大限努力すること。

7. 支払い能力を超える契約について

- 全会員向け規制（健康関連商品取引会員及び、環境関連商品（役務）取引会員の全て）

- ① 契約時に契約の意思及び、支払い能力の有無を確認したとしても、契約時に預貯金が無く、国民年金収入のみの低所得者が支払い困難で解約を申し出た場合は、契約日を問わず、無条件解約を前提として対応する。当然ながら、生活保護を受けている者の契約は厳禁である。
- ② 国民年金のみで生計を立てている消費者との契約は控えること。
- ③ 認知症、知的障害者又は、障害者手帳持参者など、判断力又は、身体に支障がある欠如者に対する勧誘行為及び、契約締結は一切禁止とする。

8. 過量販売又は、多重販売（契約）に対する防止策について・・・自主行動基準の通達含む

全会員向け規制

商品区分	取扱ガイドライン（指針）
健康食品、食品全般、家庭用消耗品、他	・販売消費分は自己消費に限り、一商品につき、最大6ヶ月以内とする。 （消耗品とは、化粧品、家庭用品（洗剤など）、その他消費雑貨物）
寝具又は、機能性寝具	・同居家族人数を限度とする。
医療機器、健康器具関係	・1世帯に1台を限度とする。 但し、身に付ける健康器具の場合は、同居家族人数分を限度とする。
浄水器、活水器、整水器	・1世帯に1台を限度とする。 但し、用途が台所用、浴槽用など別であれば、1台を限度としない。
その他の商品	・今後、過量販売、多重販売（契約）となる恐れがある商品については随時検討した後、ガイドラインを設定する。
住宅リフォーム全般	・築年数10年以上の住宅1戸につき、1工事（同箇所）を原則とする。

- 1世帯とは、夫婦単位の世帯又は、独身の世帯をいう。
- 当該商品の買い替え時期（再販）については、現在使用中の商品が数年以上を経過し、商品代金の完済が終了している前提とする。
数年とは、個人の価値観又は、耐久年数などの総合面を考慮（社会通念上）して、判断すること。
- 健取団指定の法定書面である領収証及び、お申込売買契約書に健康食品販売分の目安量を必ず記載すること。
- 過量販売の取消権を行使する場合は、契約締結日から1年以内であれば取消権（クーリング・オフ）が与えられているが事業者側としては過量販売を行った場合、無期限・取消権（法的には5年間）と判断した方が良い。
- 健康食品に対し、自己消費に限り6ヶ月以内を厳守せず、契約者（法定書面である領収証を区分け）を本人と家族の名前にして契約することは、過量販売、多重販売（契約）となり、特定商取引法・第9条の2に違反（抵触）する。
但し、自主行動基準の規制は、あくまでも目安である。
言い換えれば、仮に消費者の申し出としても、後々、問題視するケースが多大であり、問題となっている。
- 総量規制（1年間の契約金額）に違反した場合は、無条件解約（取消権発生）となり、健康食品の既消費（消費済み）及び、未消費を問わず周知しない場合は、無条件解約となります。

9. 戸別訪販及び、電話勧誘販売・会員に対する契約者の確認事項

- ① 戸別訪販による消費者トラブルが多発のため、契約の翌日、代表者若しくは、幹部（役員、管理者）が契約者に電話連絡を行い、契約内容の確認及び、違法行為の確認などを行い、消費者トラブルの未然防止を行うこと。
- ② 契約者（顧客）に対しては、クーリング・オフ期間内の8日目及び、月単位においても、定期的に連絡を行い、お客様満足度の向上推進に努めること。