

細則 2 連鎖販売取引

はじめに

連鎖販売取引事業に係る消費生活相談の事例では、社会経験が少なく経済的基盤が弱い二十歳代前半の若年層が多く、また、アルバイトや無職の主婦も会員登録が可能であることから、利益を求めてのビジネス活動が無理な借入をするなどのトラブルを招いている事例も見受けられます。

連鎖販売事業に係る規制法令の情報提供や法令を理解した者に資格を与えるなど、健全な事業活動が行われるよう努力している事業者がある一方、情報提供や教育が不十分な事業者があるためにシステムや法令等を理解しないで入会し、トラブルを招きやすい勧誘活動が行われているのも事実である。その為、このビジネスに関わるすべての者が遵法精神を持ち、また個々の法規制の次元に留まらない高度のモラルをもって業を営む必要がある。

具体的には、連鎖販売取引の規制はもとより、無店舗個人を相手に営業所以外の場所で取引をするという点において連鎖販売取引も訪問販売に該当しうることを理解し、訪問販売の規制も含めた諸法令による規制を遵守しなければならない。その上で、連鎖販売取引を主宰する者は、特商法の定義する「統括者」としての法的責任を負うのみならず、個々のビジネス加盟者を教育・指導・管理することで健全なビジネスを実現し、連鎖販売取引という流通形態の社会的評価を高めていく使命を負うのである。

然しながら、このシステムの性格柄、ビジネス会員の下部に至るまでコンプライアンスが行き届いているかどうか上位者には見えにくいのも事実である。

その為本会では、販売手法にとらわれない、消費者に商品を提供される全ての販売業種の管理者に対して、各地の消費者相談窓口を巡回し、消費者の声を直接会員企業の管理責任者に届け、改善策を講じていく為の指針となるよう、又、その地域に密着した消費者にサービスが提供できる販売システムを構築する等、これ等の一助となりこの基準を定めるものである。

1. 目的

本基準は、連鎖販売取引を公正にし、商取引に不慣れな消費者等が受けることのある損害の防止を図ることにより、消費者等の利益を保護し、適正な連鎖販売取引の推進を期すため、本会の会員及び会員の主宰するビジネス組織の参加者が遵守すべき基本的な事項を定めたものである。

2. 適用範囲

本基準は、本会の会員及び本会の会員の系列が主宰するビジネス組織の参加者が行う連鎖販売業のうち、無店舗個人を相手方とする連鎖販売取引に適用する。

3. 自主行動基準の内容

本基準において、本会の会員及び会員の系列が主宰するビジネス組織の参加者が遵守すべき基本的な事項とは、次に掲げるものとする。なお、既に本基準を上回る保護措置を実

施している場合はこの限りでない。

(1) 報酬配分等の仕組みについて

扱い商品の中心を高額な耐久消費財が占め、報酬の配分率に係る資格制度・特定利益の算定基準等においてピラミッド構造となっている連鎖販売取引では、不適正な勧誘・契約や昇格の際などに過剰な在庫を抱えるなどの問題が多くみられる。

これに対して、化粧品、洗剤、食品、その他の家庭用消耗品のリピート販売が報酬配分の主な原資となるリピート型の連鎖販売取引では、会員数に比べて問題が相対的に少ない。

このようなことから、本会の会員等においては高額商材のピラミッド型連鎖販売取引を原則として禁止することとする。

(2) 情報の開示について

本会の会員及び会員の系列が主宰するビジネス組織の参加者が、相手方である無店舗個人に対して当該ビジネス組織への参加を勧誘する際は、「特定商取引に関する法律」を遵守するとともに、情報開示のために交付する書類等については、相手方の理解を容易にするため、分かり易く見易いものを作成し、そのうえで書面の交付に加えて口頭による補足説明を行う等、相手方の理解力に合わせた情報の提供に努めるものとする。

また、当該ビジネス組織への参加の勧誘に関して広告を行う際にも、特定商取引法を遵守するとともに、相手方が得ることのできる報酬について表示あるいは説明する場合には、過大な期待を抱かせることのないよう、正確かつ客観的な情報を開示し、具体的で分かり易い根拠の明示に努めるものとする。

情報開示の項目は以下に掲げるものとする。

① 勧誘行為を始めるに先立って

- ア. 事業者の氏名または名称（勧誘者または一般連鎖販売業者にあつては、その連鎖販売業に係る統括者の氏名または名称を含む）
- イ. 特定負担を伴う取引についての契約の締結について勧誘する目的である旨
- ウ. 当該勧誘に係る商品または役務の種類

② 概要書面（特定商取引法第 37 条第 1 項に定めるもの）

連鎖販売取引は販売形態が複雑であり、入会した者が確実に高収入を得られものではなく、販売活動の失敗で損害を受ける者もあるので、書面にリスクがあることを明記するなどして、相手方に正確な情報提供に務める。

③ 契約書面（特定商取引法第 37 条第 2 項に定めるもの）

④ 商品または役務に関する開示項目

- ア. 商品名または役務の種類
- イ. 商標または製造者名
- ウ. 価格または対価

- エ. 商品の型式または種類（権利または役務の場合は種類）
- オ. その他、商品の特性に応じた項目（仕様・性能若しくは品質に関する事項）

例）電化製品：本体外形寸法、質量、消費電力、コード標準長、性能その他

⑤ 広告について（特定商取引法第 35 条に定めるもの）

⑥ 個人情報の取り扱いについて

- ア. 個人情報の利用目的
- イ. 個人情報の第三者提供に係る項目（口頭でも説明すること）
- ウ. 開示・訂正・利用停止等の手続き
- エ. 保有個人データの取り扱いに関する苦情の申し出先

（2）注意喚起文について

勧誘の相手方である無店舗個人の冷静な判断を導くため、交付する概要書面及び契約書面（特定商取引法で規定する連鎖販売取引の法定書面）に以下に示す趣旨が記された注意喚起文を赤字の中に赤字で記載することとする。

<注意喚起のための表示>

当該ビジネスへの参加に当たっては、交付された書面等の内容を十分に読み、ビジネスプランなどの内容等を客観的に検討したうえで、自己の判断に基づく決定をされたい旨を明示する。

（3）適正な勧誘

① 勧誘のアポイント

- ア. 事業者の氏名または名称、商品または役務の種類、特定負担を伴うビジネスの契約の締結について勧誘をする目的である旨を告げる。
- イ. 勧誘の主目的を故意に隠し、または別の目的を告げて、消費者に接触しない。
- ウ. 主たる目的が契約の締結以外であるような誤解をさせないように十分配慮する。

② 特定顧客との接触

- ア. 事業者名、商品名、勧誘目的等を伝えた上でなければ、営業所その他の場所に誘う事はしない。
- イ. 勧誘の主目的を故意に隠し、または別の目的を告げて、消費者に接触しない。
- ウ. キャッチセールスはしない。
- エ. 消費者が求めてもいないのに、何処か他の場所に同行することはしない。

③ 取引条件の明確な提示と確認

消費者が契約の意思決定をしたときに、特定負担、特定利益の計算方法、契約対象の商品等、その契約代金総額、支払方法、その他重要事項について明確かつ平易に提示し、消費者が正確に理解しているかを確認するための書面を作成し、当該書面に消費者本人の署名を受ける。

④クーリング・オフについて

クーリング・オフについては契約書面に他の事項より明確な文字で記載するほか、口頭でも説明する。

⑤個人情報の取り扱い（第三者提供）について

連鎖販売の特性上、個人情報の第三者提供がなされることが通例であり、契約を締結する前に、下記について口頭でも説明すること。

ア．第三者提供が行われる旨

イ．提供されるデータの内容・提供方法

ウ．本人の求めにより第三者提供を停止すること

（４）適正な広告

商品等の販売あるいはビジネス参加の勧誘に関して、その説明やデモンストレーションを実施する場合は、虚偽若しくは誇大なものとならないように、事実に基づき正確かつ適正に行われるようビジネス参加者への指導の徹底に努めるものとする。

商品の説明やビジネス勧誘における不適正事例を、会員事業者の扱う商品の特性やシステムに応じ取りまとめ、不適切な説明が行われないようビジネス参加者に情報提供を行う。

一．誇大広告の禁止

次の事項について、事実と相違して著しく優良誤認させるような表示をしてはならない。

① 商品の性能、品質若しくは効能、役務の内容若しくは効果または権利の内容若しくはその権利に係る役務の効果。

A． 広告表示に使用する用語について、次にあげる用語は使用しないこととする。

a． 他よりも優位に立つことを意味する、或いは唯一性を意味する用語

例： 世界初、日本初、世界一、日本一、超、業界一、当社だけ、他に類を見ない、抜群、等。

b． 最上級を意味する用語

例： 最高、最高級、極、一級、等。

※客観的データも合わせて掲示する場合は①、②いずれも使用できるものとする。

c． 完璧性（全く欠けることがないこと）を意味する用語

例： 完全、完璧、100%、絶対、永久、保証、必ず、万全、等。

B． 製品の利用者の証言等を引用する場合は、個人差がある旨を告知するなどし、誰でもそのような効果が得られると思わせる表現としないこととする。

②商品の原産地若しくは製造地又は製造者名

③連鎖販売取引に伴う特定負担に関する事項

④連鎖販売取引に係る特定利益に関する事項

⑤商品、権利若しくは役務、統括者、勧誘者若しくは連鎖販売業を行う者または統括者、勧誘者若しくは連鎖販売業を行う者の行う事業についての国、地方公共団体、著名な法人その他の団体または著名な個人の関与。

⑥連鎖販売取引についての契約の解除に関する事項（法第40条第1項～第3項までの規定に関する事項も含む）

二. その他の留意事項

商品の説明にあたっては、商品等の特性、必要性および取引に関する条件等で特に以下の点を留意する。

- ①効能・効果をうたう商品等の情報については、メーカーや、公平性があると認められる第三者機関のデータを把握しておくこと。
- ②商品等の使用者の証言を勧誘等に引用する場合は、誰でもそのような効果が得られると思わせる勧誘等を行わないこと。
- ③資料については、大多数を代表とするものと判断しうる統計的に客観性が確保されたものを用意しておくこと。
- ④他社または他社商品等を誹謗するような言動はしない。
- ⑤別に定める「商品別禁止事項」（細則4）に抵触しないように販売活動を行う。
- ⑥消費者からの請求に基づかないで、かつ承諾も得ていない電子メールの広告は行ってはならない。また、メール広告を希望しない意思を表示した者へ再送信しない。
- ⑦連鎖販売取引に係る広告を行う場合は、特定商取引法第35条に定める表示事項に漏れがなきよう、複数の者がその内容をチェックするよう努める。

（5）書面の交付について

商取引の経験が乏しい消費者が、システムや契約の内容を十分に理解しないまま契約することがなきよう、特定負担についての契約を締結する前に特定商取引法第37条第1項に定める概要書面を渡すこと。また、契約の締結後は遅滞なく特定商取引法第37条第2項に定める契約書面を渡すこと。

また、商品等の性能や効能・効果、使用方法や部品の交換等に関する情報は、具体的な資料を呈示するなどして正確な情報提供を行う。

（6）禁止行為について

会員及び会員の主宰するビジネス組織の参加者は、次の事項を遵守するものとする。

一. 次に掲げるような不適正な行為を行ってはならない。

- ①稀有な収入例を挙げて、または誇大な表現で収入を強調すること
 - ・月収130万円の明細書を見せるなど稀有な収入例を示し、誰でもそのような収入が可能であるかのように説明する。
 - ・「一攫千金、絶対儲かる」などと説明する。
 - ・「絶対に損はしない、すぐに元は取れる」などと、あたかも誰もが容易にまたは確実に収入が得られるかのように説明すること。
 - ・人を紹介したとしても利益が生じない可能性があるにもかかわらず、「4～5人紹介すれ

ば元が取れますよ」等と、利益を生ずることが確実であると誤信させるように説明をする。

②マージンが得られるから支払可能として高額品の購入を勧めること。

- ・ビジネス加入に際し、「人を紹介すればそのマージンで支払が可能」などと不確実な収入をあたかも確実であるかのように説明し、高額商品の購入を勧める。

③名義の貸し借りを前提として、又は、個人情報虚偽記載させて契約させること。

- ・若年の為、母名義の契約を教唆する。
- ・「代金は自分が払う」として登録名義を借りる。
- ・与信が通らない場合に、氏名以外虚偽の内容を契約書に記載するよう指示する。
- ・アルバイトしか収入のない消費者に対し、会社員、年収欄に300万円位と虚偽の記載を唆す。
- ・学生であるにもかかわらず、学生でないと書くよう指示する。

④借金をすすめること

- ・「絶対成功する、販社の商品は素晴らしいので、お金を借りてでも参加すべき」などと説明し、借金を勧める。
- ・教材ビデオ代金等を支払うことができない学生等に対し、消費者金融から金銭を借り入れさせて契約を締結させる。

⑤仕事の為には当然購入が必要として不要不急のものを購入させること。

- ・「ビジネス登録には一定量の商品購入が義務である」などとして、必要のない商品の購入を強要する。
- ・「商品を購入し使用してみないと人には勧められない」と商品を強引に勧め購入させる。

⑥ビジネスプランなどの内容を十分に説明せず、ビジネスという認識を持たせることなく契約させること。

- ・在庫なしのはずが、実際は在庫がないとできないプランであることを説明しない。
- ・「環境の話をするだけ、物品販売ではない」と友人を誘う。

⑦当該ビジネスに勧誘する目的を隠して誘引すること。

- ・ビジネスの勧誘であることを告げず、「会いたい」「会社が主催するイベントへの招待」などと言って知人宅に呼び出す。
- ・「ハーブ、ダイエットに興味ありませんか。」等と声をかけ、費用負担があること等内容を説明せず、説明会に来るように促す。
- ・「久しぶりに食事をしないか、儲かる話をしたいから」等と言うのみで、当該ビジネスの契約の締結のための勧誘である旨等を告げないこと。
- ・「久しぶりに合おう」あるいは「合わせたい人がいる」等と言うだけで、事業者の名称や勧誘をする目的であること、勧誘に係る商品等を告げずに勧誘すること。

⑧勧誘目的を告げず公衆の出入りしない場所での勧誘をすること。

- ・ビジネスパックの購入の勧誘を行うことを告げずに、入口に受付があり自由に出入りで

きない会議室等に導き、同所において勧誘を行うこと。

・「食事をしないか」「買い物に付き合ってくれ」等と告げ、ビジネスの勧誘であることを告げずに連鎖販売事業者の営業施設に連れて行って勧誘すること。

⑩求人広告等で、特定利益・特定負担等を正しく告知せずに販売組織に誘引すること。

・販売組織への誘引であるにもかかわらず、登録料や報酬等を記載せずに「収入を得たい方募集」などというチラシを配付する。

・「儲かる」とだけ伝え、特定負担が必要であることなど具体的な説明をしない。

⑪国、その他の公的機関が認めた組織・ビジネスプランであるかのように告げること。

・事実と反して国から認可を受けているビジネスであると説明する。

⑫人に迷惑を覚えさせる形で、強引執拗に勧誘すること。

・相手が断っているにもかかわらず良いものだから分かって欲しいと執拗に勧誘する。

・長時間（1時間以上）、あるいは社会通念に照らし不相当と認められる時間帯（午後8時から午前9時）に勧誘し、契約の意思を示されない相手方を拘束し、「とにかく登録だけでもしておけばよい」等と執拗な勧誘を繰り返すこと。

・「お金がない」と断っている相手に対し、借金してもすぐ返せる」と執拗に勧誘すること。

⑬契約の解除を妨げること

・「商品が家に届くと親に契約がばれるから、別の会員の家のほうがいい。」と唆すこと。

・「書類が親に見つかるはずだから、別の会員の家に置こう。」と言い、契約書面一式を別会員に渡すこと。

・退会の意思を表明すると、複数の勧誘者から呼び出しをし、数時間にわたり脱退の理由説明を求めたり思いとどまるよう説得をすること。

二. 上記1)の規定に加え、別途定める「商品別禁止事項」に係る規定を遵守する。

（7）中途解約・返品（買戻し）制度について

会員は、連鎖販売業を行う場合、あるいは主宰するビジネス組織の参加者にそれを行わせる場合は、商取引に不慣れな無店舗個人を保護するため、購入商品等の返品制度を設け、以下に規定するビジネス参加者がクーリング・オフ期間経過後において、当該ビジネスから離脱（脱会等）した場合、購入（仕入れを含む）した商品の返品を当該契約の相手方に書面により申し出た場合は、以下に定める基準に従って返品を受付処理を済ませ、返品商品の受領日後速やかにそれに伴う清算が完了するよう、必要な措置を講じるものとする。

ただし、「特定商取引に関する法律」による連鎖販売契約の中途解約・返品ルールが適用される場合においては、本項の規定を適用しない。

会員は、返品を受けたビジネス参加者と連帯して当該商品の返品によって生ずる債務の弁済の責任を負う。なお、返品を受けるべきビジネス参加者がすでに当該ビジネス組織を脱会している等、返品を受付が困難な場合は、会員が最終的な責任者として当該返品の申し出に対応するものとする。

当該返品（買戻し）制度の内容については、「特定商取引に関する法律」で規定する連鎖販売取引の法定書面に記載して相手方に明示しなければならない。

<当該返品（買戻し）制度が適用されるビジネス参加者の範囲>

本会の会員及び会員の系列の事業主体が主宰するビジネス組織に参加する無店舗の個人事業主のうち、当該ビジネスを行う資格（資格が複数ある場合はその最初の資格）を取得した日後1年以内の者。

<返品が可能な商品の範囲>

販促品、サンプル等を含む全ての商品（自家消費用を含む）で、返品申出日から遡って1年以内に契約した未使用品（使用品であっても販売担当者等が使用・消費させた場合は返品が可能）とする。

ただし、次の商品は返品の対象とはならない。

- 1) 再販売した商品
- 2) 自らの責任で滅失・毀損した商品

なお、次の商品については、予め返品の対象とならない旨を書面（当該返品規定に関して記載された書面）に記載して相手方に明示している場合は、当該対象から除外することができるものとする。

- 1) 品質保証期間・賞味期限を経過した商品で且つ引渡しを受けた日から起算して90日を経過した商品
- 2) 期間限定・地域限定などの限定販売商品（通常の販売では扱われない商品）で且つ引渡しを受けた日から起算して90日を経過した商品

<返金される額>

当該返品商品の購入価額から、最高10%相当までの（解約）手数料並びに当該返品商品の購入により既に受け取っているコミッション等の特定利益を差し引いた額とする。なお、当該返品に伴う送料等の経費は、返品申出者の負担とする。

<返金・解約の状況に係る分析>

返金及び解約の多い組織（系列）や商品には無理なビジネス活動が背景になることが多いので、返金や解約の状況を分析し、特定の組織における返金及び解約が目立つ場合には、その組織において不適正なビジネス活動が行われていないか調査・確認するよう務める。

（8）その他の遵守すべき事項について

会員は、以上に掲げるものの他、次の事項について必要な措置を講ずるものとする。

一．ビジネス参加者に対する教育について

傘下のビジネス組織に参加するすべての者に対し、適切な教育制度を設け、「特定商取引に関する法律」のほか関連する法令及び本基準に関する教育の徹底を期し、その資質の向上に努めるものとする。

商品の説明に係る不実告知、優良誤認を与える説明も不適正取引となる。そして、商品

の特性に応じ、当該商品の広告に係る法規制が異なるので、会員事業者が扱う商品に応じ、法の目的、定義、条文及び政・省令、規則等詳細がいつでも参照できるよう情報提供に務める。

二. 苦情相談窓口の設置と消費志向対応

商取引に不慣れな消費者等との間で問題を生じないように、苦情の予防に最善の努力を払い、会員事業者が受け付けた苦情については迅速な処理に努めるとともに、苦情の発生原因を特定して当該原因を除去し、苦情の再発防止の措置を講ずることとする。

クーリング・オフについては別に定める「細則1 訪問販売 ～ (6) 契約後の対応②クーリング・オフへの対応」に準じ、中途解約・返金については前掲(5)「中途解約・返品(買戻し)制度」に従う。

会員のお客さま相談窓口の電話番号と受付時間は本会のウェブサイト上の事業者会員一覧に掲載する。

三. ビジネス参加者の脱会に伴う債権債務関係の接続について

ビジネス参加者が当該ビジネスを離脱することにより、当該離脱者の上位者あるいは下位者等との間において、ビジネス上の債権債務関係が切断される事態が生じた場合には、それらビジネス参加者が不当に不利益を被ることのないよう、その関係を接続するための措置を実施するものとする。

四. 取引の相手方として不適当と考えられる者への勧誘について

ビジネス参加者が未成年、学生、成年被後見人・被補佐人・被補助人などビジネス参加者として不適当であると考えられる者への勧誘を行わないよう、周知徹底を図るものとする。

五. 他社及び他組織のビジネス参加者への勧誘について

他社及び他組織のビジネス参加者を組織的に引き抜く行為は、それが商業倫理にもとる場合は、かかる行為を行わぬよう、また当該組織内のビジネス参加者に行わせぬよう健全な勧誘活動の展開に努めるものとする。

六. ビジネスに係る取引状況等の開示について

ビジネス参加者に対しては、当該ビジネスに係る取引状況等(販売額、購入額、収支の詳細、手数料、ボーナス、割引高、商品発送、キャンセル、その他の関連データ)を必要に応じ報告するとともに、とくに金銭の支払い等に関してトラブルを生じないように、情報の開示に努めるものとする。

七. 在庫の適正化について

ビジネス参加者が持つ商品の在庫量は、当該ビジネス参加者の販売能力、商品の競争力と市場環境、企業の返品・返金方針、商品の経時変化等を考慮して過剰なものとならないように、在庫量に係るチェック管理体制を確立し、適正在庫に努めるものとする。

適正在庫とは、原則、以下を目安とする

①健康機器関連 3台を上限

②浄水器・整水器関連 3台を上限

③健康食品 6ヶ月分を上限

八. ビジネス参加者が当該ビジネス以外の職に就いている場合について

ビジネス参加者が当該ビジネス以外の職に就いている場合は、その就労上の規則等（就業規則やサービス規程等）を遵守し、係る業務に支障を来たすことのないよう指導を徹底するものとする。

（9）附則

本基準は平成 21 年 1 月 14 日を制定日とし、同年 4 月 1 日から実施する。

本基準は改正特定商取引に関する法律の施行の日（平成 21 年 12 月 1 日）より実施する。