

## 訪販化粧品の公正取引に関する自主基準及び同運用上の留意点

訪販化粧品の公正取引に関する自主基準	訪販化粧品の公正取引に関する自主基準の運用上の留意点
<p style="text-align: right;">昭和 60 年 10 月 14 日制定 昭和 61 年 1 月 1 日実施 訪 販 化 粧 品 工 業 協 会</p> <p>(目的)</p> <p>1 この基準は、会員の独占禁止法上の不公正な取引方法に該当する行為を未然に防止することにより、訪販化粧品の取引の健全な発展をはかることを目的とする。 会員は、この基準の趣旨にのっとり、これを遵守するものとする。</p> <p>(定義)</p> <p>2 この基準において「会員」とは、製造業者又は発売元であって訪問販売業を営む本会加盟の会社をいう。 (2) この基準において「販売業者」とは、販売会社、代理店、営業所等の卸売業者及び訪問販売員（呼称の如何を問わず雇用関係になく独立して訪問販売業を業としている訪問販売員をいう。）をいう。</p> <p>(情報の開示)</p> <p>3 会員は、訪問販売員を募集するに際し、応募しようとするものに対して誤認を与えないよう、事前かつ適当な時期に、次のような事項について十分な情報の開示に努めるものとする。</p>	<p style="text-align: right;">昭和 60 年 10 月 14 日制定 昭和 61 年 1 月 1 日実施 平成 2 年 8 月 22 日変更 平成 9 年 6 月 12 日変更</p> <p>1 (目的) この運用上の留意点は、「訪販化粧品の公正取引に関する自主基準」について会員の理解を深め、適切な運用を図るためのものである。 なお、会員は、この趣旨を系列の販売業者に周知徹底するものとする。</p> <p>2 (定義) 会員が訪問販売員を消費者であると位置づける場合であっても、反復継続して商品を販売するような場合には、訪問販売員も「販売業者」とみられるので注意を要する。</p> <p>3 (情報の開示) (1) 具体的な開示事項 次のような具体的事項を開示する。</p>

<p>訪販化粧品の公正取引に関する自主基準</p>	<p>訪販化粧品の公正取引に関する自主基準の運用上の留意点</p>
<p>(1) 共通事項</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ア 会社の概要</li> <li>イ 会員による指導内容</li> <li>ウ 訪問販売員が負う主要な義務の内容</li> <li>エ 契約の期間</li> <li>オ 契約の解除の事由、方法</li> </ul>	<p>ア 共通事項</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(ア) 会社の概要 <ul style="list-style-type: none"> <li>a 会社所在地と代表者氏名</li> <li>b 会社の創業、沿革及び概要（製造又は下請製造の別等）</li> <li>c 年間売上高（末端価額の場合はその旨表示）</li> <li>d 主要な取扱い商品（化粧品、健康食品等）</li> </ul> </li> <li>(イ) 会員による指導内容 <p>訪問販売員のための教育、研修等のプログラム及びその内容、期間、費用等について開示する。なお、「化粧品訪問販売員教育登録制度」を実施している会員は、その内容を開示すればよい。</p> </li> <li>(ウ) 訪問販売員が負う主要な義務の内容 <p>訪問販売員としての活動上必要な知識（商品の発注の仕方、販売にあたっての商品の説明、商品の管理、代金の清算等）習得のための研修会等への参加義務、その他訪問販売員の遵守すべき事項の内容を開示する。</p> </li> <li>(エ) 契約の期間 <p>契約の期限、更新手続き等を開示する。</p> </li> <li>(オ) 契約解除の事由、方法 <p>契約関係がどのようなときにどのような方法で解消されるのかを開示する。</p> <p>開示に際しては、催告なしに解約する場合と催告して解約する場合に分けて行うようにすべきである。</p> </li> </ul>

<p>訪販化粧品の公正取引に関する自主基準</p>	<p>訪販化粧品の公正取引に関する自主基準の運用上の留意点</p>
<p>(2) 特定事項</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ア 商品の供給の条件</li> <li>イ 予想収益を開示する場合はその根拠及び条件</li> <li>ウ 取引保証金の有無</li> <li>エ 訪問販売員が営業所等に昇格し、又は営業所等から訪問販売員に降格する場合の条件があらかじめ定まっている場合はその内容</li> </ul>	<p>イ 特定事項</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(ア) 商品の供給の条件 <ul style="list-style-type: none"> <li>訪問販売員が販売等のため商品を手に入れるに際し、最低数量、品目選択、最低金額、最低回数等の条件、制限がある場合その内容を開示する。</li> </ul> </li> <li>(イ) 予想収益を開示する場合はその根拠（合理的な数値に基づいたものであること）及び条件 <ul style="list-style-type: none"> <li>a 一定期間（1 ヶ月、半年間等）における訪問販売員の実績に応じて手数料等が変わる場合には、その仕組みを開示する。 <ul style="list-style-type: none"> <li>注1 「実績」とは、収益のもととなる取引高（商品の販売その他）をさす。</li> <li>注2 「手数料等」とは、歩合、商品割引率、奨励金、報酬等の訪問販売員にとって一切の収益となるものをさす。</li> </ul> </li> <li>b 訪問販売員にとって極めてまれなケースや著しくかけ離れたケースを予想収益として例示することは、たとえ根拠及び条件が明確であっても誤認を生じさせることになり、望ましくない。</li> </ul> </li> <li>(ウ) 取引保証金の有無 <ul style="list-style-type: none"> <li>訪問販売員が取引保証金等を拠出することが必要な場合には、その内容を開示する。</li> <li>また、訪問販売員が営業所等に昇格することにより取引保証金等が変わる場合には、その内容を開示する。</li> </ul> </li> <li>(エ) 訪問販売員が営業所等に昇格し、又は営業所等から訪問販売員に降格する場合の条件があらかじめ定まっている場合はその内容 <ul style="list-style-type: none"> <li>訪問販売員の取引額等実績に応じて営業所等に昇格し、又</li> </ul> </li> </ul>

<p>訪販化粧品の公正取引に関する自主基準</p>	<p>訪販化粧品の公正取引に関する自主基準の運用上の留意点</p>
<p>(販売価格の拘束)</p> <p>4 会員は、販売業者との取引契約において、取引条件等が実質的に売買と認められる場合には、再販売価格の拘束をしないものとする。</p>	<p>は営業所等から訪問販売員に降格する仕組みをもつ会員は、その旨を開示する。</p> <p>a 収益にかかわるもの 昇格又は降格により、商品の割引率、手数料等が変わる場合は、その内容。</p> <p>b 条件、義務にかかわるもの 取扱い商品の最低数量及び最低金額あるいは取引額実績等資格維持のための条件を要する場合には、その内容。</p> <p>(2) 開示の方法、仕方</p> <p>ア (1) の共通事項及び特定事項については、書面により開示する。 「書面」とは、開示用書面、パンフレット、リーフレット等といい、なるべく詳細に開示することが望ましい。 なお、共通事項の会社の概要及び会員による指導内容については、企業紹介パンフレット等により開示することができる。</p> <p>イ 「事前かつ適当な時期」とは、応募しようとする者が訪問販売員となることを決める前の段階で本人に充分説明されるべきであるという趣旨である。</p> <p>4 (販売価格の拘束)</p> <p>(1) 取引契約には種々の形態があるので、実質的に売買と認められるかどうかは、総合的な観点から慎重に検討する必要がある。</p> <p>(2) 会員が販売会社等に、販売会社等が営業所等に、営業所等が訪問販売員にそれぞれ販売価格を指示する場合は、次の事項を行わないよう留意する必要がある。</p>

<p>訪販化粧品の公正取引に関する自主基準</p>	<p>訪販化粧品の公正取引に関する自主基準の運用上の留意点</p>
<p>(過大な奨励金等の供与)</p> <p>5 会員は、販売業者の獲得のため、正常な商習慣に照らして著しく累進的ないし過大な歩合、奨励金等過大な利益をもって販売業者を自己と取引するよう誘引しないものとする。</p>	<p>ア 相手方に対し代金回収とは無関係に商品代金の支払義務を負わせること。</p> <p>イ 相手方に対し返品を実質的に認めないとか、認めてはいても制限すること。</p> <p>ウ 不可抗力による商品の滅失、毀損の危険を相手方に負担させること。</p> <p>5 (過大な奨励金等の供与)</p> <p>販売業者を誘引する場合において、次のような例示は、過大な利益とみられるおそれがある。</p> <p>(1) 商品の販売による利益よりも、商品販売活動以外の要因による奨励金、報酬等が多くなるような利益を提供すること。</p> <p>(2) 訪問販売員が営業所等に昇格する仕組みをもつ場合において、名目のいかんをとわず過大な利益を提供すること。</p> <p>(3) その他、正常な商習慣に照らして著しく累進的ないし過大な利益を提供すること。</p>

<p>訪販化粧品の公正取引に関する自主基準</p>	<p>訪販化粧品の公正取引に関する自主基準の運用上の留意点</p>
<p>(取引上の地位の不当利用)</p> <p>6 会員は、販売業者との取引契約において、訪問販売の維持の目的からみて必要な限度を超えて相手方を拘束するなど取引上の地位の不当利用となるようなことは行わないものとする。</p> <p>なお、会員は、取引条件の変更や契約の解除を行う場合、合理的な理由がないのに一方的に強要することがないよう留意するものとする。</p>	<p>6 (取引上の地位の不当利用)</p> <p>(1) 実質的に売買取引とみられる場合において、必要な限度を超えて相手方に対して帳簿閲覧、在庫報告、売上報告等を義務づけ、また相手方に対して売上代金の使用を制限するような場合は、取引上の地位の不当利用となるおそれがあるので、留意する必要がある。</p> <p>ただし、相手方の商品代金の不払(6-(2)-ア-①の場合に同じ)等商慣行に照らし会員が明らかに不利益を被ることとなるおそれのある場合はこの限りでない。</p> <p>また、「拘束する」には、リベートの支給について、相手方が協力的でないことを理由に支払わない等恣意的に行う場合も含まれる。</p> <p>(2) 契約の解除に際しては次の点を留意すべきである。</p> <p>ア 催告なしに解約できる場合は、①相手方の商品代金不払(支払請求しても一週間以上支払のない場合、不渡り手形を出した場合、破産・強制執行の申し立てのあった場合等)②法律、倫理要綱に違反した場合に限定される。</p> <p>イ 催告して解約できる場合は、①売上向上に著しく協力的でない場合②販売活動の著しい低下、不振等により、もはや存続の意義が失われた状況にある場合等である。この場合、解約の予告は、最低一カ月前に行うようにすべきである。</p>

訪販化粧品の公正取引に関する自主基準	訪販化粧品の公正取引に関する自主基準の運用上の留意点														
<p>(景品類の提供)</p> <p>7 会員は、販売キャンペーン等に際し景品類の提供を行う場合は、景品表示法に基づく規制に抵触しないようにするものとする。</p>	<p>7 (景品類の提供)</p> <p>景品類の提供に関しては、景品表示法により次のような制限がある。</p> <p>(1) 『懸賞』の方法による場合は、提供できる景品類の最高額及び景品類の総額について次のような制限がある。</p> <p>(昭和 52 年 公正取引委員会告示第 3 号)</p> <table border="1" data-bbox="1182 552 1973 1013"> <thead> <tr> <th>懸賞の区分</th> <th>懸賞に係る取引の価額</th> <th>景品類の最高額の限度</th> <th>景品類の総額の限度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">一般懸賞</td> <td>5 千円未満</td> <td>取引価額の 20 倍</td> <td rowspan="2">懸賞に係る取引の予定総額の 100 分の 2</td> </tr> <tr> <td>5 千円以上</td> <td>10 万円</td> </tr> <tr> <td>共同懸賞</td> <td></td> <td>30 万円</td> <td>懸賞に係る取引の予定総額の 100 分の 3</td> </tr> </tbody> </table>	懸賞の区分	懸賞に係る取引の価額	景品類の最高額の限度	景品類の総額の限度	一般懸賞	5 千円未満	取引価額の 20 倍	懸賞に係る取引の予定総額の 100 分の 2	5 千円以上	10 万円	共同懸賞		30 万円	懸賞に係る取引の予定総額の 100 分の 3
懸賞の区分	懸賞に係る取引の価額	景品類の最高額の限度	景品類の総額の限度												
一般懸賞	5 千円未満	取引価額の 20 倍	懸賞に係る取引の予定総額の 100 分の 2												
	5 千円以上	10 万円													
共同懸賞		30 万円	懸賞に係る取引の予定総額の 100 分の 3												

訪販化粧品公正取引に関する自主基準

訪販化粧品公正取引に関する自主基準の運用上の留意点

(2) 『ベタ付け』の方法による場合は、提供できる景品類の最高額の制限がある。

(昭和52年 公正取引委員会告示第5号)

取引価額	景品類の最高額の限度
1,000円未満	200円
1,000円以上	取引価額の10分の2