

エナジック・コンプライアンスシリーズ 2019

わたしたちの

# 法令順守宣言!



株式会社エナジック

## はじめに——あなたとともにコンプライアンス

皆さん、ご存知のとおり、エナジックの企業理念は「真の健康の実現」です。真の健康とは「身体健康／経済健康／心健康」の3つを指し、それらが揃って初めて本当の健康を獲得したといえます。

エナジックの使命は、こうした理念を「情けの和」を通じて世界に広めることにあります。そのために欠かせないのがコンプライアンスです。日本語では「法令順守」と言っていますが、要はエナジックビジネスを展開するにあたって、法的・社会的・道義的に適正な方法でおこないきましょう、という考え方です。

現在、消費者庁や都道府県など行政側の消費者保護の姿勢はますます強まっています。それに伴い、不適正なビジネスをおこなった企業・社員への処分も厳しくなっています。わたしたちはこうした事態をしっかり受け止め、自ら主体的に消費者保護に取り組んでいく必要があります。このガイドブックはそのための指針となるように編集されています。フルに活用し、正しいビジネスを通じて、みんなで豊かな将来を築いていきましょう！

## CONTENTS

第1章	改正特商法の施行で進む処分の厳格化	1
第2章	過去最長の24カ月の業務停止命令が！	2
第3章	「大切なこと」を伝えないのは違反！	3
第4章	勧誘前に氏名等をしっかり告知しよう！	4
第5章	勧誘目的を告げないと即アウト！	5
第6章	「ごく普通」と思った誘い方が法律違反に！	6
第7章	常識的な時間帯に勧誘しよう！	7
第8章	特商法に新設された3つの禁止行為	8
第9章	特商法とともに景品表示法も守ろう！	9
第10章	ますます厳しくなる薬機法の「広告基準」	10
第11章	特商法の処分件数 大幅増の理由	11
第12章	ネットワークビジネスとねずみ講は全く違う！	12

## 第 1 章 改正特商法の施行で進む処分の厳格化

皆さんが取り組んでいるネットワークビジネス（NB）は、法的には連鎖販売取引とされています。これは「特定利益（コミッション）」が得られることを理由に勧誘し、誘った相手に「特定負担（商品購入や会費納入）」をしてもらう取引で、（特定）負担者が次は勧誘者（利益取得者）となり、これが次々に“連鎖”していくわけです。

エナジックの場合なら、レベラックシリーズや還元ウコンΣ<sup>シグマ</sup>といった商品を購入（特定負担）すると販売店（会員）になってビジネスを始めることができます。次にそれらの商品を販売するとマージン（特定利益）が得られます。この連鎖販売取引を規制しているのが、皆さん、よくご存知の特定商取引法（特商法）です。実は、特商法は連鎖販売取引だけでなく訪問販売（訪販）や通信販売（通販）、電話勧誘販売など合わせて7つの業態を規制対象にしています。

したがってエナジックの会員が「わたしはビジネスとしてではなく、単に愛用者にレベラックを販売しているだけ」といっても、多くは訪販に該当すると考えられますので、どちらにせよ特商法の規制を受けることになります。

### ●3つの改正点で激震が走る！

ご存知のとおり、大幅に改正された特商法が、2017年12月1日に施行されました。ところでこの冊子の2017年版は法の施行以前の同年7月の発行でした。そのため、実際に法律がどのように適用されビジネスにどんな影響を与えたのか、とい

うことには触れられませんでした。しかし施行以降、現在（2019年8月）までに改正特商法の適用事例が相次いだ結果、各方面への影響がはつきりしてきました。ひと言でいうと“激震”です。

中でも、次の3つの改正点は震源となりました。  
①法人への罰金額の上限を300万円から1億円に引き上げ。②業務停止命令の最長期間が1年から2年に延長され、業務停止命令違反に対する懲役刑の上限も2年から3年に。③業務停止命令を命ぜられた法人の取締役らが、新たに法人を設立して同じ業務を継続することを禁止（業務禁止命令の新設）。

この冊子では、これら3点に基づく行政処分例などを中心に、順次、いろいろなテーマを取り上げていきます。とはいえ関連法規は特商法だけにとどまりません。薬機法（医療品医療機器等法）も重要な法令です。これは以前、薬事法として知られていた法規で、医療にかかわる広い範囲の製品等を規制する法律です。したがって、健康関連ビジネスにとってたいへん重要な法律といえます。家庭用医療機器のレベラックシリーズやサプリメントの還元ウコンΣを製造販売するエナジックビジネスにとっても、もちろんですね。

そのほか景品表示法という法律も重要です。効果効能について根拠なく表示すると、この法規違反に問われることがあります。

さあ、次ページから、具体的な事例を通してコンプライアンスの重要性を説明していくことにしましょう。



こんな事態も  
生じる可能性が…

## 第 2 章 過去最長の24カ月の業務停止命令が！

2019年7月に、WILL（ウィル）という会社が消費者庁から、特定商取引法に基づき24カ月の業務停止命令（訪問販売）を受けました。現行の特商法の上限である最長の行政処分がついに下されたのですが、それだけでなく今回の処分は以下のように“異例な側面”を多数持っています。

まずウィルの事業モデルを説明します。同社の商品は、アプリが組み込まれたカード型USBメモリです。消費者は1個約60万円で購入したUSBメモリを、ウィルに貸し出します。ウィルはUSBに組み込まれたアプリを第三者に提供し、そこで上がった収益から消費者に、賃借料72万円を36回分割で支払うと説明していました。

ただ、実際のところは、同社の総売上高の約99%を、USBメモリの売り上げが占めており、アプリ提供による収益はほぼ皆無でした。この点が「不実告知」（ウソつき！）に当たると判断されました。

### ●異例づくめの行政処分

#### ①過去最長の処分

第1章で説明したように、17年12月施行の改正特商法で、最長の業務停止期間が1年から2年に延長されました。これまでに15カ月や18カ月の業務停止命令はありましたが、24カ月の処分は今回が初めてです。

#### ②関連会社7社も処分

ウィルの統率の下、連携共同して契約の申込み受け付けや契約締結を実施していた関連会社7社に対しても18カ月の業務停止命令を出しました。

#### ③処分期間中の追加処分

実は、ウィルは18年12月に15カ月間の業務停止命令を受けているので、その期間中に今回の処分を重ねて受けたことになります。前回の処分は連鎖販売取引についてのものでしたから、業務停止期間中も訪問販売（訪販）は可能ということになります。この“抜け道”を使ってビジネスをおこなっていたことが分かったため、消費者庁は連鎖販売の業務停止に加え訪問販売もストップさせ、抜け道を塞いだとみられます。

#### ④消費者安全法による注意喚起

消費者庁は、処分と同じタイミングで消費者安全法に基づき、「ウィルがワールドイノベーションクラブオールという別名で同様の違法行為を行う可能性があるので注意してください」という旨の注意喚起文書を発表しています。これにより社名を変えて同じ業務を、との“抜け道”を塞ぎました。

#### ⑤開示求める指示処分も

消費者に対して、USBメモリの売り上げや賃借料の額、運用事業により得た収益などを開示するよう求める指示処分も出されました。

#### ⑥遅れて業務禁止命令が！

最近では処分の定番となっている（幹部クラスへの）業務禁止命令は、遅れて8月6日に出されました。ウィルの会長、社長には24カ月、関連会社5社の社長には18カ月という処分です。いずれにせよ、今回の処分内容を見ると消費者庁の並々ならぬ意気込みが伺えます。



重くなる一方の  
行政処分

## 第 3 章 「大切なこと」を伝えないのは違反！

「うそをいってはいけない」という特定商取引法（以下、特商法）の大原則については、理解されている方が大半でしょう。では、「大事なことについて本当のことを隠してはいけない」という特商法の規定はご存知ですか。勧誘のさい、大切なことを故意に伝えなかった場合は、「重要事実不告知」といって、法律違反となり、厳しい行政処分や刑事罰の対象になるのです。

「重要事実不告知」による処分例は、これまでに多数あります。たとえば2016年3月に大手ネットワークビジネス（NB）企業N社が消費者庁から9カ月の業務停止命令を受けたケースでは、「勧誘の相手方に対し会員登録料が必要であることを告げていなかった」ことが、重要事実不告知として、処分理由の一つとなりました。

同年同月にNB企業M社が、東京都から9カ月の業務停止命令を受けたケースでも、やはり重要事実不告知が法律違反として認定されました。同社の場合、連鎖販売取引で利益を得るためには1万数千円以上の健康食品を毎月購入しなければなりません。しかし勧誘者はそのような負担をはじめ詳細な契約内容を説明せず、消費者は購入する商品の内容や金額など、契約の全体像や当該取引の負担を理解できなかったことが、重要事実不告知に当たるとされたのです。

### ◎「重要事実」とは何か？

では、どのようなことを相手に伝えないと「重要事実不告知」と判断されるのでしょうか。法律では以下のような事柄を列挙しています。「商品の種類・性能・品質」「特定負担（商品の購入費用や入会金など）に関する事項」「契約の解除に関する事項」など。

つまり「商品なんていいからとりあえずここにサインして」などといって商品の種類や価格を告げずに契約を結ぶといった行為は、論外ということになります。クーリング・オフが可能であることや、入会1年以内や商品引き渡し後90日以内なら、未使用・未消費の商品であれば中途解約・返品できることなども、しっかりと説明したうえで契約を結ぶようにしましょう。

販売にはひょっとするとマイナスになるかもしれないことを、きちんと説明する姿は、かえって相手からの信頼を得る結果につながると思います。

相手が理解できるように伝えることも大切です。せっかく重要事項を伝えても、後から「早口でまくしたてられたので、何をいつているのかよくわからなかった」などといわれては、元も子ありませんからね。

### 「重要事実」はすべて伝えよう！



## 第4章 勧誘前に氏名等をしっかり告知しよう！

消費者庁は2017年11月に、健康飲料などを販売する大手ネットワークビジネス（NB）会社のF社に対して、特定商取引法に基づき、6カ月間の業務停止命令を出しました。ここで問われた違法行為を「他山の石」として、わたしたちも襟を正すべきでしょう。

今回の処分で認定された違反行為は、①氏名等不明示、②不実告知——の2点でした。特商法ではNBの勧誘をおこなう前に、「社名・氏名」「勧誘目的」「商品の種類」の3点を明示しなければならない旨を定めています。ところが今回問題となった勧誘は、こんなふうにおこなわれたのです。

### ◎「告知せず」は処分対象に

会員であるA氏とB氏が、B氏の知り合いである消費者C氏宅を訪れ、NBの勧誘をおこなったさい、「ちょっと上がってもいいですか」などといってC氏宅に上がる前に、社名、勧誘目的、商品の種類のいずれも告げていなかったというのです。告知義務は必ず果たすようにしましょう。

今回の処分でさらに問題視されたのが、商品（健康飲料）の効能に関する不実告知です。具体的には「これを飲んだら目が治ります」「脳幹出血も改善します」「鬱っぽい気持ちも治り、絶対元気になるから」などと告げていました。

「効く・治る」の表現は、薬機法（医療品医療

機器等法＝旧薬事法）だけでなく、特商法にも抵触します。企業への行政処分にとどまらず、勧誘者自身が刑事罰の対象になりますので、「効く・治る」をいうことは刑務所の塀の上を歩くような行為だ、ということをしっかり認識しておきましょう。

### ◎事実でも「治る」は厳禁！

今回の処分でもう一つ注目すべきは、「（夫に）ガブガブ飲ませたらパーキンソン病が良くなって、デイサービスに行けるようになった」「うちの父は膀胱ガンになったんだけど、これを飲んで治りました」といった体験談が、違反トークとして挙げられていることです。「効く・治る」の体験談は、たとえ事実であっても法律違反と認定されるということを覚えておいてください。

違反事例には「良い薬がありますよ」という表現もありました。健康食品は薬ではありませんから、明らかなウソです。「薬を飲むよりもこちを飲んだ方がいいですよ」という表現も違反事例に挙げられています。行政はこうした表現を、とくに問題視する傾向があります。

家庭用医療機器レベラックシリーズを販売する場合でも、認められた表現（胃腸症状の改善）を越えた時点で、特商法・薬事法の違反を問われることとなります。十分に注意しましょう。

伝えるべきことは多い！



## 第 5 章 勧誘目的を告げないと即アウト！

ネットワークビジネス（NB）企業が特定商取引法違反で処分を受けるとき、必ずといっていいほど認定されるのが「勧誘目的等の不明示」という違反です。にもかかわらず、勧誘する側に「違法行為をしている」という意識が薄いのが、この違反の特徴です。この章では、近年のNB企業の処分事例に沿って、「勧誘目的等の不明示」について考えてみましょう。

そもそも「勧誘目的等」とは何でしょう。特商法では、連鎖販売取引の勧誘に先立って、相手方に対して、①社名・氏名、②特定負担（商品購入や入会金など何らかの金銭負担）を伴う取引の契約の勧誘が目的であること、③商品・役務の種類——の3点を明示しないといけないと定めています。これを「3大告知義務」と言ったりします。

### ●「ランチでも」だけでは×！

たとえば2018年12月に15カ月間もの取引停止命令を受けたWという会社のケースでは、NBの会員が「ランチをしない？」と知人を電話で誘った行為が違反に問われました。誘われた側は単にランチをするのだと思い会いに行ったのです。しかし食事後、「お茶しない？」といわれ、連れて行かれた先で、待っていた同社の社員にビジネスの説明を受けました。こんなケースでも違反なのです。

特商法では「勧誘に先立って」勧誘目的等を明示しなければならないと規定しています。消費者庁は、「勧誘に先立って」の定義について、「直接誘ったり、電話をかけたったりするなど相手方と接触した」タイミングと説明しています。つまり勧誘のアクションを起こしたら、イの一番で勧誘目的等を告げなければならないのです。

### ●「一緒に頑張ろう」もダメ！

18年に6カ月の取引停止命令を受けたI社の事例では、消費者のスマートフォンに「一緒に頑張ってみない」とメッセージを送った行為が、違反と認定されました。メッセージを送られた消費者は何のことか分からず、「詳しく教えて」といったのですが、勧誘した会員は「池袋に話を聞きにすればいいから」などとほらかし、池袋での面会の約束を取り付けました。結局、赴いた先の池袋で、ビジネスの勧誘を受けることになったのです。

勧誘目的等を告げずに、セミナーなどに誘うのも同様に違反です。そうしたケースでの処分事例も多数あります。

NB会社の中には、3大告知義務の内容をすべて盛り込んだ名刺を作り、勧誘対象者に会ったときは真っ先に渡すよう、会員を指導している会社もあるようです。行政処分の端緒となる違反ですから、十分気を付けてください。

### ランチの前に説明を！



## 第 6 章 「ごく普通」と思った誘い方が法律違反に！

突然ですが、皆さんは新規の方にビジネスをお勧めしたり、説明会にお誘いしたりするとき、どんな風に声を掛けていますか。声の掛け方によっては、特定商取引法違反になってしまう場合がありますので、以下を十分、参考にしてください。

ネットワークビジネス（NB）をしているAさんはある日、友人のBさんにSNSを通じて「ご飯、一緒に食べませんか」と声をかけました。食べに行った飲食店で今度は「いい話があるから、これからセミナーと一緒に行ってみない」などと誘い、NBのセミナーに連れ出したのです。実は、このことが後日、特商法違反に問われることになりました。

同じくNBをやっているCさんは未入会のDさんに、「知り合いのEさんが新しくサプリメントの販売のお仕事を始めたみたいなので話を聞いてくれない？ 一回、会ってやってくれない？ 来週だったら、いつ空いてる？」と誘い、約束を取り付けました。

DさんがCさん宅に行くと、Eさんが待ち構えていて、Eさんはおもむろに商品を取り出し、「権利収入って知ってる？」などと勧誘を始めたのです。実は、この誘い方も、特商法違反と認定され、所属していた会社は、行政処分を受ける結果となりました。

### ◎「セミナーで説明」はNG

AさんとCさんの事例をみて、「ごく普通の誘い方なのに何が問題なの？」と思った人は要注意です。一般的な感覚では「ごく普通」と感じるような誘い方でも、実は法律違反になる場合があるのです。

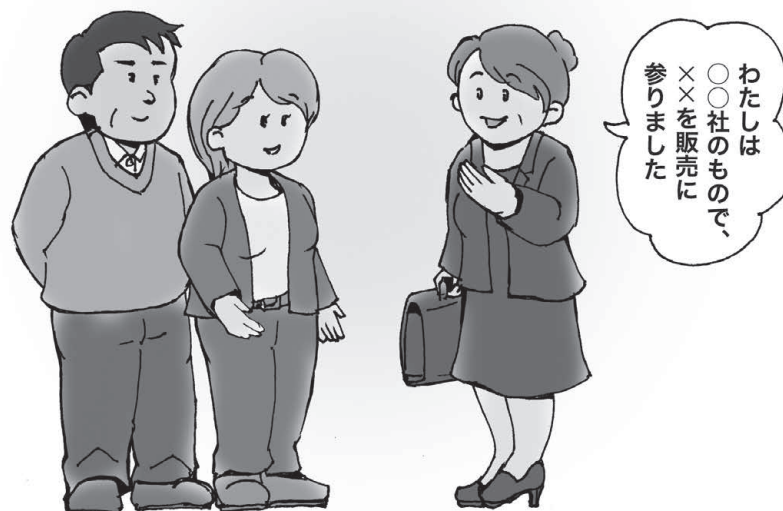
AさんとCさんが問われたのは「勧誘目的等不明示」という違反です。

特商法では、NBについて勧誘する場合、いの一に①NB会社の社名、②NBの勧誘目的であること、③商品・サービスの種類——の3点を相手に告げなければならないと定めています。これを怠ると違反に問われるのです。

Aさんの事例では、「ご飯を食べに行こう」としかいっていませんから、完全な違反です。Cさんの事例は、「サプリメント」ということだけは伝えていますが、社名も告げず、NBの勧誘かどうかあいまいです。これではやはり違反になってしまいます。

「セミナーに連れ出してから伝えればいい」という理屈は一切通用しません。皆さんが新規の方に声をかけるときは「エナジックという会社で、電解水生成器のネットワークビジネス（連鎖販売取引）をやっているんだけど、あなたをお誘いしたいから、今度話を聞いてくれない？」と必ず初めにお伝えするようにしましょう。

### 告知義務はちゃんと守ろう！





## 第 7 章 常識的な時間帯に勧誘しよう！

規制を強化し厳罰化した改正特定商取引法（特商法）が2017年12月1日に施行されて以来、「見せしめの処分」が増えるのでは、との観測が打ち出されました。実際、（第11章でみるとおり）処分件数が増加し、業務停止期間が延びたりしています。特商法上の違反が万が一にもないように、よくよく注意しましょう。

そんな特商法の処分で問われることの多い違反に「迷惑勧誘」があります。訪問販売や連鎖販売取引（ネットワークビジネス＝NB）では、「迷惑を覚えさせる」勧誘方法が禁止されており、処分の対象となっています。

たとえば、連鎖販売取引では、「契約を締結しない旨の意思を表示している者に対し」「迷惑を覚えさせるような仕方での勧誘をすること」が禁止されています。

では、どのような勧誘が「迷惑勧誘」と判断されるのでしょうか。実際の処分事例をみてみましょう。

### ● 「表情」を見極めよう！

17年12月に、千葉県のリフォーム訪販会社N社が県から6カ月間の業務停止命令を受けました。このときは、「相手方が契約の締結を断ったにも関わらず、執拗に勧誘を続けた」ことが違反に問われました。販売員から差し出された契約の書面に対して、消費者は何度も断ったのですが、販売員が応じないため、仕方なく契約書に署名したのだといいます。これでは違反に問われて当た

り前です。

行政は「契約しない旨の意思表示」について、「明示的に『いない』『やる気はない』等と告げる場合のみならず、黙示的に契約締結を嫌っていることを示した場合を含む」と説明しています。ですから、明示的に断られたときはもちろん、相手からちよつとでも嫌な顔をされたら、それ以上は無理に勧めないように心掛けるべきでしょう。相手の表情や言動をしっかり見極める努力が欠かせませんね。

### ● 「心」を尊重した勧誘を

17年7月に関東経済産業局から3カ月の業務停止命令を受けたO社という訪問販売会社の事例では、「長時間にわたる勧誘」や「不適当な時間帯の勧誘」などが「迷惑勧誘」にあたる判断されました。実際の事例をみると、19時半ごろに喫茶店で始まった勧誘は、ホテルに場所を変えつつ23時過ぎまで続けられたということです。

消費者はもうろうとした意識の中で契約を結んでしまったと主張しています。正当な理由なく不適当な時間帯（たとえば午後9時から午前8時まで）に勧誘をすることや、長時間にわたって勧誘することは、やはり迷惑勧誘と認定されてしまうのです。

消費者が嫌がる契約を無理強いしても、トラブルや返品につながるだけです。それが行政処分につながる恐れも多々あります。何より相手の“心”を尊重した勧誘を心掛けましょう。



長時間で執拗な  
迷惑勧誘はアウト！

## 第 8 章 特商法に新設された3つの禁止行為

何度か触れてきたように2017年12月1日、連鎖販売取引（ネットワークビジネス）や訪問販売を規制する特定商取引法が改正施行されました。これにより、業務停止命令の最長期間が1年から2年になり、罰金上限額が300万円から一気に1億円に増加したことなど、厳罰化が進んだこともすでに説明しました。

この章では、そんな改正特商法の中で、あまり注目されていないけれども大切なポイントに触れたいと思います。

今回の改正では「金銭借入や預貯金の引き出し等に関する禁止行為」という条項が新たに導入されました。この関連では次に挙げる三つのことが、特商法の禁止行為として明示されました。

### ●無理に支払わせる行為は絶対NG！

#### ①ATMなどへの連行

改正特商法の施行規則では「契約の相手方の意に反して貸金業者の営業所、銀行の支店その他これらに類する場所（ATM等）に連行すること」が禁止行為に加わりました。

このような規定ができたのは、「お金がない」と断っている消費者を、無理やり金融機関のATMなどに連れて行き、お金を下ろさせ契約を迫る、といった悪質な事例がみられたためです。

そうした無理強いな勧誘は決しておこなわないよう気を付けてください。

#### ②支払い能力を虚偽申告させる行為

クレジットや借入などを申し込むときの書面では、年収や預貯金、借入状況などの「支払い能力に関する事項」の記載を求められることが少なくありません。そうした事項について、勧誘している相手に、「虚偽の申告をさせる」行為が法律違反に当たるとされました。

たとえば、「お金が足りない」といっている消費者に、サラ金からお金を借りさせるため、「年収が少ないと審査が通らないから高めに書いておきな」などと勧める行為は、完全に違反ということになります。これも絶対にしてはなりません。

#### ③クレジット、借入、預貯金の引出しなどに関する迷惑勧誘

「個別クレジット契約」や「金銭の借入に関する契約」「預貯金の引出し」をさせるため、「迷惑を覚えさせるような仕方」で勧誘することも禁止されました。

「迷惑を覚えさせる勧誘」とは、たとえば「長時間にわたり勧誘すること」や「執拗に何度も勧誘をすること」などです。「銀行からお金を引き出してくればすぐ契約できるでしょ」などといって何時間も消費者宅に居座るといった行為はこの違反に当たると考えられます。

以上の3つの違反行為は、行政処分の対象になります。「お金がない」といっている人に対して契約を無理強いすることがないように、十分に気を付けてビジネスに取り組んでください。



嫌がることは  
してはならない！

## 第 9 章 特商法とともに景品表示法も守ろう！

エナジックビジネスを進めていく上で、注意すべき法律の中には、景品表示法（以下、景表法）もあります。特定商取引法や薬機法（医薬品医療機器等法）と同様、大切な法律なのでしっかり学んでおきましょう。

景表法は、「表示」に関する法律です。パッケージや広告などの「表示」にウソや間違いがあったときには、景表法に基づき処分を受けることになります。印刷物だけでなく、たとえば商品やサービスに関する口頭での説明も、「口頭表示」として規制対象になりますから、さらに注意が必要でしょう。実際に、健康機器の体験販売をおこなっていた会社が、「口頭表示」を基に、景表法の処分を受けた事例もあります。

以前は景表法に違反しても、「もう二度と同じ違反表示をしない」「間違った表示があったことを周知する」などを内容とする「措置命令」を受けるだけでした。しかし、2016年4月施行の法改正で、景表法の持つ意味合いは大きく変わりました。違反して措置命令を受けた全企業に、原則として「課徴金」を課す制度が導入されたからです。

### ●根拠のない表示は違反に

課徴金の額は、表示に違反があった商品の過去3年間の全売上高の3%と定められています。たとえば年100億円の売り上げがある商品ならば、3億

円の3年分で、課徴金は9億円という計算になります。ある日突然、こうした巨額の課徴金が課されれば、企業にとっては大きな痛手となります。

実際、17年には、燃費偽装をおこなっていた三菱自動車に対して、4億8,500万円の課徴金納付命令が出され、話題となりました。その後も、中小企業を含む多数の企業に課徴金納付命令が出されています。

### ●「自作資料」は絶対不可！

注意すべきなのは、この法律が、単に「ウソをついてはならない」ということを定めた法律ではないということです。景表法は一步進んで「本当だという証拠のあることしか表示してはならない」旨を定めています。

「ウソではないか」と疑われる広告を行政が見つけたときには、事業者に対して根拠資料の提出を求めることができます。15日以内に表示の正当な根拠資料を提出できなかった場合には、行政がその表示を自動的に「ウソとみなす」という恐ろしい法律なのです。しかも、「正当な根拠資料」と行政に認めてもらうには、厳格な基準をクリアせねばならず、至難の業です。

きちんとした裏付け資料も持たないのに、商品の説明資料を自作するような行為は、たいへん危険だということが分かっていただけでしょ

ウソをつくところなる！



## 第 10 章 ますます厳しくなる薬機法の「広告基準」

販売店活動のさいに気を付けないといけない法律の一つに、(2014年の改正前には「薬事法」と称していた)薬機法(医薬品医療機器等法)があります。18年ごろからこの薬機法を改正して課徴金を導入しようとする動きがあり、規制強化の流れはますます進みそうです。

この薬機法に関連して、厚生労働省では17年9月27日に「医薬品等適正広告基準」を改定しました。目的は、虚偽・誇大広告の適正化です。「医療機器等」の中には、皆さんが扱う家庭用医療機器も含まれます。その機器である電解水生成器(レベラックシリーズ)には「胃腸症状の改善」という効能効果訴求が認められていますが、そこからの逸脱は許されません。

### ●「個人的体験」も規制対象!

改定後の適正広告基準では、①効果効能等を誤認させる、②過量消費・乱用助長につながる、③品位を損なう内容、④科学的根拠に乏しい——といった点に該当する広告表示に対して監視指導を強化する方向性を示しています。

自分は「広告」なんてしないので基準が改定されようと思わない、とあなたは思うかもしれませんが、薬機法上の「広告」はテレビCMや新聞・雑誌広告だけを指すものではありません。SNSまで含め、あらゆる媒体の広告が規制対象になります。

もつとえば、皆さんの日ごろの勧誘トークも「口頭表示」ということで、規制対象になりま

す。セミナーなどで、「個人的体験をしゃべるだけなら大丈夫」などと思っていたら大間違いなのです。

### ●「最高の技術」云々もダメ

改定後の基準で広告に求められていることをいくつか挙げてみましょう。

たとえば、製造方法について「最高の技術」とか「最先端の製造方法」といった最大級の表現をすることは禁止となっています。また、「副作用が少ない」「比較的安心して…」といった表現も、安全性に関して誤認を招くおそれがあるのでNGです。愛用者の感謝状や感謝の言葉を例示したりする広告も、誤解を招くため一部の例外を除いて禁止です。

「最高のききめ」「売り上げナンバーワン」といった最大級の表現も認められません。効果効果について「強力な…」などと表現することも原則的に不可です。

一方で、(一般社団法人)日本ホームヘルス機器協会が18年6月にまとめたガイドブックでは、「気持ちいいな～」「毎日使うのが楽しみ」「家族みんなで使っています」「毎日使っています」「すごく使いやすい」「手軽さで選びました」といった表現が、家庭用医療機器を紹介するさいのOKトークとして紹介されています。皆さんも、薬機法で許される範囲内で製品の説明をするようにしてください。



## 第 11 章 特商法の処分件数 大幅増の理由<sup>わけ</sup>

消費者庁では先般、2018年度（18年4月～19年3月）の、特定商取引法（特商法）に基づく処分件数について集計し発表しました。それによると、18年度の総処分件数（国と都道府県によるものを合算）は、前年比61件増の130件となっていることが分かりました。かなり増えていますね。

増えた要因として最も大きいのは、17年12月に施行された改正特商法で「業務禁止命令」が新たに創設されたことです。業務禁止命令の対象は、社長、取締役、事業部長など、業務を主導していたとみられる個人。禁止命令を受けた個人は一定期間、新たに企業を立ち上げて同種業務をおこなうことも禁止されます。17年度中は業務禁止命令の執行が1件もありませんでしたが、18年度は国で26件、都道府県で19件と、計45件もの業務禁止命令が出されました。

### ◎「指示」処分も大幅増！

「禁止」ではなく、業務“停止”命令の件数とはいうと、国によるものが前年比2件減の13件、都道府県によるものが同2件増の26件ということですから、さほど変化はありません。

一方で、（何らかの改善行動を促される）指示処分の件数は国が前年比2件増の19件で、都道府県が前年比14件増の27件となっていますから、大きく増加していることが分かります。業務停止命令と同時に、違法行為があったことの消費者への周知や、コンプライアンス体制の整備等を指示

されるケースが多いようです。

都道府県による処分件数には、地域によりばらつきがあります。たとえば、18年度の業務停止命令の件数をみると、多い順に、東京都（7件）、埼玉県（4件）、群馬県（2件）、長野県（2件）、福岡県（2件）となっています。

### ◎沖縄は特商法の処分ゼロ！

過去20年間の業務停止命令の件数の集計では、東京都（184件）、埼玉県（107件）、北海道（40件）、静岡県（37件）、神奈川県（34件）、香川県（26件）、栃木県（21件）、大阪府（21件）、千葉県（18件）、愛知県（17件）、福岡県（16件）、福島県（15件）、岡山県（15件）、茨城県（14件）、広島県（12件）、兵庫県（11件）の順となっています。人口数や会社数の多い順には必ずしもなっていないところが興味深いですね。

ちなみに山梨県、宮崎県、沖縄県の3県は、これまで特商法に基づく業務停止命令を出したことは1回もありません。ただ、これら3県でも指示処分をおこなったことはありますし、また、これまでなかったということは、今後ないということの意味しません。

さらにいえば、都道府県から処分を受けなくとも、国から処分を受けたのでは意味がありません。日々、襟を正して、ビジネスに取り組んで参いましょう。



厳しくなった  
担当官庁の対応

## 第12章 ネットワークビジネスとねずみ講は全く違う！

皆さんの中には、ビジネスを進めていく中で「それってねずみ講じゃないの？」といわれた人はありませんか。

連鎖販売取引（ネットワークビジネス／以下NBと略）の会員の中には、こういう質問をされて回答に窮する人もいます。そこでちゃんと答えられるよう、冊子を締めくくる最後の章で、この問題について考えてみたいと思います。

そもそもNB（連鎖販売取引）と、ねずみ講（無限連鎖講）は全くの別物です。NBは商品を普及するための一つの事業方法であり、普及には主に“口コミ”を用いています。

一方、ねずみ講は、お金自体を流通させるのが目的の、いわば「金銭配当組織」です。ねずみ講に参加することは違法ですが、NBをおこなうことは違法行為でもなんでもありません。

### ●消費者庁の定義とは？

NBとねずみ講との相違について、消費者庁が編者となって刊行した『平成28年版 特定商取引法に関する法律の解説』（商事法務発行）に、初めてより詳しい解説が掲載されました。少し長いのですが、大切なことなのでポイント部分を引用してみます。

まずねずみ講（無限連鎖講）について、消費者庁はこう定義しています。

「組織参加者間の『金品配当組織』であり、組織参加者の収入は後順位者の支出によってのみ賄われ、組織外からの収入がないため終局において必然的に破綻する性格のものである」

これに対して連鎖販売業（NB）は、次のように定義をしています。

「物品の販売等の『事業』であり、組織外への販売等の事業活動による利益が十分に得られるようなものであれば、必ずしも破綻するとは限らない」

さらに「無限連鎖講は、物品・権利の販売や役務の提供という経済活動が伴わない点及び破綻が必然的である点において、連鎖販売業と区別される」と続けています。

つまり、ねずみ講は破綻必至の仕組みだが、NBは、きちんと取り組めば立派な経済活動であり、事業（ビジネス）だといっているわけです。

### ●ねずみ講は金品配当だけ

ただし、この後、次のように念を押しています。「もっとも、連鎖販売業であるとして物品・権利の販売や役務の提供を標榜している組織であっても、経済活動の実態がなく、単なる金品配当組織として無限連鎖講に該当し得る場合もあり得ることから、両者の区別については、実態に即した判断が必要となる」

ここでは、形だけNBのように見せかけたねずみ講もあるので要注意、ということを行っているわけですね。

いずれにせよ、消費者庁が「NBとねずみ講は別ものだ」と自ら発信しているのは画期的です。皆さんには、自分たちのビジネスにさらに自信を持ち、正しい取り組みを進めていただきたいと思えます。



消費者庁も認めたこの違い

商品の機能や注文方法、ビジネスプランをはじめ、契約・支払い・クーリングオフなど、さまざまな件についてご相談に応じています。下記フリーダイヤルまでお気軽にお電話ください。

 **0120-84-4132**

販売店や当社(エナジック)に相談しづらいこと、または言いにくい苦情などがある場合には、下記外部機関の消費者相談室へご相談ください。

一般社団法人／全国直販流通協会の有資格者相談員が相談をお受けします。

 **0120-28-9921**

エナジック・コンプライアンスシリーズ 2019

## わたしたちの法令順守宣言！

発行日 2019年9月1日

発行所 株式会社エナジック

〒104-0031 東京都中央区京橋1-1-6 越前屋ビル7F

フリーダイヤル：0120-84-4132

URL： <http://www.enagic.co.jp/>



 Enagic Co., Ltd.

〒104-0031  
東京都中央区京橋1-1-6 越前屋ビル7階  
0120-84-4132