

共通する3つの特徴とは 行政処分を受ける会社に

私は、行政処分を受けた多くの会社を、実際に見聞きしてきました。処分を受ける理由はいろいろですが、以下の3点において、共通する部分があると思います。

(1)1番目は、「国民生活センターに入るクレーム件数」について「把握していない」あるいは「関心を払っていない」ということです。特商法適用企業にとって、行政処分の可能性が行政側から発信される、唯一とも言える重要な情報について、注意を払っていないというのは、それだけで企業側のリスク管理が不十分であることの証明だと思います。

ご存じのとおり、国民生活センターの情報開示制度を利用すれば、僅かな手間・費用で、会社に対するクレーム件数を把握することができます。件数が多ければ、徹底した対策(場合によっては一定期間の営業自粛も考えられるでしょう)を取ることになります。一方、少なければ、それをキープすることが大事ではありますが、明らかに消費者側に問題があるクレーム案件などは、強気な態度を取っても良いといえます。

コンプライアンス意識の高い特商法適用企業にとって、「クレーム件数」を常にウォッチすることはもはや「常識」ですし、これからはさらに重要さが増すでしょう。

(2)2番目の共通点は、「営業マン(電話勧誘販売であればオペレーター)やディストリビューターをコント

ロールできていない」です。

行政処分の例を見れば明かですが、ほとんどの問題は、現場でお客さまを勧誘する担当者から起きています。特にネットワークビジネスは「素人が素人を勧誘する」ものであり、また、ディストリビューターは会社にとって大事なお客さまですので、指導、監督は、とても難しい部分があると思います。訪問販売系の会社にとっても、契約をたくさん成立させる有能な営業マンは、替えがたい人材だと思います。

ただ、指導の手をこまねいて業務停止処分を受けてしまえば、元も子もありません。ネットワークビジネスに関して言えば、今年は、消費者庁、東京都から、相次いで厳しい処分が公表され、時代は「大処分時代」に入っていると思います。私自身、既にその予兆を強く感じています。これからは営業マン・オペレーター・ディストリビューターのコンプライアンス教育、監督なくして、このビジネスは成り立たないと考えても過言ではありません。

(3)最後は、「利益至上主義」が挙げられます。

特に現場の状況を把握していないオーナーがいる会社は、体質的に問題があると思います。日本の状況を理解しようとしてない外国本社がある外資系企業も同じリスクがあります。いくら、会社の法務部員などが注意を促しても、権力を握っているオーナーサイドが納得しないと、コンプライアンス対策を講じようがありません。

また、法務関係のスタッフがいな

い、兼業になっている、冷遇されている、あるいは初歩的な特商法の知識もない等もよく見聞するところです。消費者クレームを無くすという初歩の初歩が、会社全体で共有されていないというのは、今の時代は致命的だと思います。

以上の3点が、私が見る共通点ですが、皆様の会社では、いかがでしょうか。私は、先日、(一社)全国直販流通協会が主宰されている会員向けの勉強会に、オブザーバーとして出席しましたが、会員企業の多くの法務担当者が、コンプライアンスにとっても意識的であり、感心いたしました。こうなると、きちんと取り組まれている企業は、消費者クレームは減り、その分、相対的に、意識が薄い企業のクレーム件数は、突出することになり、行政の注目を集め、かつ、対策を講じていないので件数が減ることもなく、そのまま行政処分につながっていくでしょう。

そして、さらに注目すべきは、特商法違反処分の厳罰化傾向です。以前は、業務停止9カ月などは、あまり見ませんでしたが、今は当たり前の基準となっています。来年の改正特商法の施行によって、業務停止期間は最長2年に延びますので、停止期間1年～1年6カ月なども、当たり前宣告されることになるでしょう。1年以上の業務の停止は、まさに会社にとって死を意味するのではないのでしょうか。

私が挙げた3点に、1つでも当てはまる企業は、すぐに対策を講じる必要があると思います。



弁護士
全国直販流通協会 顧問
千原曜氏