

コンプライアンス ガイドブック

会員教育用 資料

コンプライアンス ガイドブック

〈目次〉

はじめに	P.3
紹介活動について	
1. 事前に勧誘目的を伝えましょう	P.4
2. 相手の同意を得た上で、ビジネスの話をしましょう	P.5
3. パートナーコ概要書面を使って説明して、必ず相手に渡しましょう	P.6
4. 相手の気持ちに十分配慮しましょう(迷惑勧誘)	P.7
5. 収入(特定利益)について話をする時は注意しましょう	P.8
6. 製品の効能や効果について、誇大な説明をしていませんか?	P.9
7. 病気の治療や予防を示す表現をしていませんか?	P.10
8. 病気の方に間違った説明をして、製品をすすめていませんか?	P.11
9. 化粧品の説明は、医薬品医療機器等法(薬機法)で 定められた範囲で表現していますか?	P.12
10. クーリング・オフなどの重要事項はきちんと伝えましたか?	P.13
11. BP登録手続きは申込者ご本人が手続きすることが基本です	P.14
12. ビジネス活動におけるEメール送信について	P.15
13. 個人情報について	P.16
14. 収入に応じて確定申告を行いましょう	P.17

重要法令の解説

特定商取引法について	P.18
医薬品医療機器等法(薬機法)について	P.27
健康増進法、景品表示法について	P.30
所得税法/法人税法について	P.31

はじめに

パートナーコビジネスを行うためには守らなければならない法律があります。特定商取引法(以下、特商法)、医薬品医療機器等法(以下、薬機法)、健康増進法、景品表示法、食品衛生法、JAS法の6つが関連法規といわれるものです。特にこれらの法律は、ブランドパートナー(以下、BP)のみなさまとパートナーコ社の双方にとってビジネスに関する行動や判断の基準となるものです。違反行為は、改善指示、業務停止の行政処分または処罰の対象となります。昨今では、行政は悪質な違反に対しては改善指示命令を出さずに、いきなり業務停止命令を出す例が増えつつあります。そしてそれは、当事者個人を処罰の対象として告発することも伴っています。幸いこれまでパートナーコとBPのみなさまにはそのようなことが起きていませんが、いつでもほんの小さな不注意により業務停止などの重大な結果につながる可能性があります。そのような事態を避けるためにも、ビジネス活動を始める前に、必ずこの資料をお読みください。特商法、薬機法などの関連法規の理解を深め、『ポリシーマニユアル』とともにビジネスの規範の1つとしてお手元に置いていただき、折に触れてご確認くださいようお願い申し上げます。特商法・薬機法の遵守は、あなたのビジネスを予期せぬ中断・崩壊から守ります。

みなさまのご健康とご活躍を心よりお祈り申し上げます。

パートナーコ・ジャパン合同会社

ケース 1

事前に勧誘目的を伝えましょう

適切でない例



ポイント 大切な人へ紹介するからこそ、ビジネスの紹介が目的であることをお伝えしましょう。

パートナーコビジネスにお誘いする際は、

- ① 自分がパートナーコの会員であること
- ② パートナーコビジネス（特定負担を伴う取引）に勧誘したいこと
- ③ 製品の名称と種類について（例えば、「健康食品」、「化粧品」など）
- ④ 製品の紹介やあっせんしていく仕事の紹介であることを事前に相手の方に明確に伝えましょう。

なお、「お茶しない？」や「久しぶりに食事でも」と勧誘目的を告げずにアポイントを取り、パートナーコについてお話することはできません。

正しいすすめ方の例



「今、わたしはパートナーコという会社の会員として、健康食品や化粧品などを扱うビジネスを行っています。一定額の健康食品や化粧品を購入して行うビジネスなのですが、〇〇さんにもぜひご紹介したいと思います。一度お会いして話を聞いていただけませんか？」

勧誘に先立って相手に勧誘目的を告げましょう（特商法 第 33 条の 2）

ケース 2

相手の同意を得た上で、ビジネスの話をしましょう

適切でない例



ポイント 誤解を招かないように、勧誘を受ける（話を聞く）意思があるかどうか相手の同意を得た上でパートナーコビジネスの話をしましょう。また、その方との良い関係を維持するために、しつこく何度も勧誘することのないようにしましょう。

正しいすすめ方の例



（もし断られたら）「興味があったら、声をかけてね」

参考：P.26 再勧誘の禁止と過量販売の防止に関する考え方

ケース 3

パートナーコ概要書面を使って説明して、必ず相手に渡しましょう

適切でない例



ポイント 説明をした側と説明を受けた側による理解の相違はどのような場合でも起こりうるものです。特商法では、そのような誤解やトラブルを起こさないために、概要書面を相手方に必ず交付するよう定められています。

うっかり渡し忘れたということがないように注意してください。

正しいすすめ方の例



「(パートナーコ概要書面を渡して) パートナーコの製品やビジネス、契約についてよく理解してほしいから、これをもとに話をしますね」

概要書面を契約締結前に必ず渡しましょう (特商法 第 37 条)

ケース 4

相手の気持ちに十分配慮しましょう (迷惑勧誘)

適切でない例



ポイント 熱心なあまり、相手の気持ちを尊重せずに勧誘すると「迷惑勧誘」となります。以下の行為が迷惑勧誘にあたります。

- ・明確に断った人を無理に引き留めること
- ・長時間に渡る勧誘をすること
- ・大きな声で話すこと
- ・正当な理由なく早朝・深夜など不適當な時間帯に会うこと

上記の例はビジネスをする上で最低限守るべきマナーとも言えます。相手や周りへの気配りを忘れないようにしましょう。

相手の立場に立って考え、尊重し、配慮ある行動をしましょう (特商法 第 38 条指示 3)

ケース5

収入(特定利益)について話をする時は注意しましょう

適切でない例



ポイント

パートナーコビジネスの収入(特定利益)はご自身の活動実績に応じて報酬をお支払いするシステムです。つまり、収入が必ず保証されるものではありませんし、誰でもかんたんに収入が得られるものでもありません。

収入(特定利益)について説明する際には、『概要書面』を交付したうえで丁寧に内容を説明し、一定の収入が約束されているなどと誤解を与えないように注意しましょう。

正しいすすめ方の例



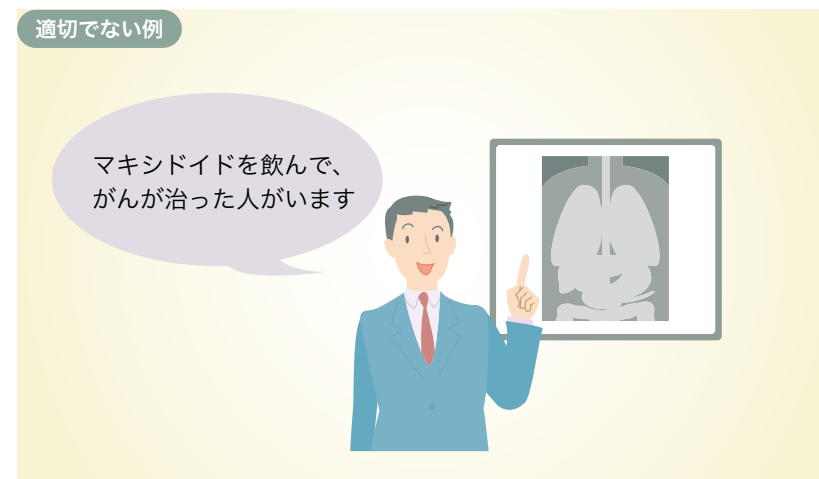
「パートナーコビジネスは自分の活動の実績によって収入が得られます。とてもやりがいのあるビジネスです」

パートナーコビジネスの収入は、活動の結果により得られることを伝えましょう(特商法 第34条「禁止行為」)

ケース6

製品の効能や効果について、誇大な説明をしていませんか?

適切でない例



ポイント

パートナーコ製品は医薬品ではなく、健康食品(栄養補助食品)です。医薬品のような効能効果(病気を治す、予防するなど)を表現すること、またはそれらの効能効果を暗示する表現も薬機法・健康増進法・景品表示法に抵触するだけでなく、特商法の禁止行為にも該当します。

正しいすすめ方の例



「マキシドイドはあなたの健康維持をサポートします」

パートナーコ製品を医薬品のように説明するのはやめましょう(特商法 第34条「禁止行為」)

ケース 7

病気の治療や予防を示す表現を
していませんか？

適切でない例

タヒチアンノニ
ジュースを飲むと
血圧が下がるよ



ポイント パートナーコ製品は医薬品ではなく、健康食品（栄養補助食品）です。特定の疾病に対して「効く」「治る」「予防する」「〇〇病の人に良い」という表現を使用することができません。また、体験談、伝聞、他の方の経験談のように間接的に効果を暗示する表現もできないので、気を付けましょう。

正しいすすめ方の例

「タヒチアンノニ ジュースは健康に高い関心をお持ちの方におすすめです」



ケース 8

病気の方に間違った説明をして、
製品をすすめていませんか？

適切でない例

エクストラオリーブは
疲労回復にいいの！
病気後の体力が落ちた
時の栄養補給にいいの！



ポイント パートナーコ製品は健康食品（栄養補助食品）であるため、病気の方にすすめるものではありません。あたかも体の機能や構造に影響があるかのように説明すると、医薬品と判断されてしまいます。また、「疲労回復」「老化防止」など体に何らかの作用があるような表現は薬機法で禁止されています。

正しいすすめ方の例

「エクストラオリーブはスポーツをされる方の栄養補給におすすめです」



病気の治療や予防表現はやめましょう。
薬機法：医薬品的な効能効果の標ぼうの禁止
「疾病の治療又は予防を目的とする効能効果の表現」

身体機能の増強や増進表現はやめましょう。
薬機法：医薬品的な効能効果の標ぼうの禁止
「身体の組織機能の一般的増強、増進を主たる目的とする効能効果の表現」

ケース 9

化粧品の説明は、薬機法で定められた範囲で表現していますか？

適切でない例

デマナ ノニ ブライト
ニング セラムを使って
いたら、肌が白く
なったのよ



プレミアムシードオイルを
使って、シミが取れたわ！

ポイント 化粧品は薬機法で定められた範囲（P.28～P.29「化粧品の効能効果の表現の範囲」参照）を超えて表現することができません。

「化粧品の効能効果の表現の範囲」を理解して、その範囲内で正しく表現しましょう。また「美白」「老化防止（アンチエイジング）」「しわがなくなる」などの表現は定められた範囲を超える表現となるため、上記の言葉は広告に使用できません。

正しいすすめ方の例

「デマナ ノニ ブライトニング セラムは肌を整えて、ハリと
うるおいをあたえてくれますよ」

薬機法で定められた化粧品の効能効果の範囲で表現しましょう
（P.29「化粧品の効能効果の範囲」参照）

ケース10

クーリング・オフなどの重要事項はきちんと伝えましたか？

適切でない例



もう登録が済んでしまっ
たので、解約はできませ
んよ。最低ひと月分は購
入する必要があります

ポイント BP 申請書に署名する前に、紹介者の方は必ずクーリング・オフに関する適切な説明を行う必要があります。

契約書面（入会規約）を受け取った日、あるいは初回購入製品の受取日のどちらか遅い日から起算して 20 日以内であれば、書面（電子メール等の電磁的記録を含む）による申し出により契約を解除すること（クーリング・オフ）ができます。

●クーリング・オフ妨害の禁止

不実告知や威迫行為によってクーリング・オフを妨害することは特商法で禁止されています。

正しいすすめ方の例

「もし辞めたいと思ったら、初回製品を受け取ってから 20 日以内に書面で契約を取り消すことができるから安心してね」

契約前に必ずクーリング・オフについて説明しましょう
クーリング・オフを妨害するのはやめましょう
（特商法 第 34 条「禁止行為」、第 40 条「契約の解除」）

ケース11

BP 登録手続きは申込者ご本人が
手続きすることが基本です

適切でない例



ポイント

親しい間柄であっても、BP 申請書の記入・署名は必ず申込者本人に行ってもらいましょう。

どのような間柄であっても、いかなる理由があろうと、本人の承諾を得ずに BP 申請書を作成すると、有印私文書偽造として刑事罰の対象になる場合もあります。また、たとえ頼まれた場合でも代筆行為は後々のトラブルの原因となりますので、絶対に行わないようにしてください。もしそのような依頼があった場合は、大切な契約のことなので、ご面倒ではありますがご自分で書いていただくよう説明してください。

他人の名義を勝手に借りての登録も違法行為です。

正しいすすめ方の例



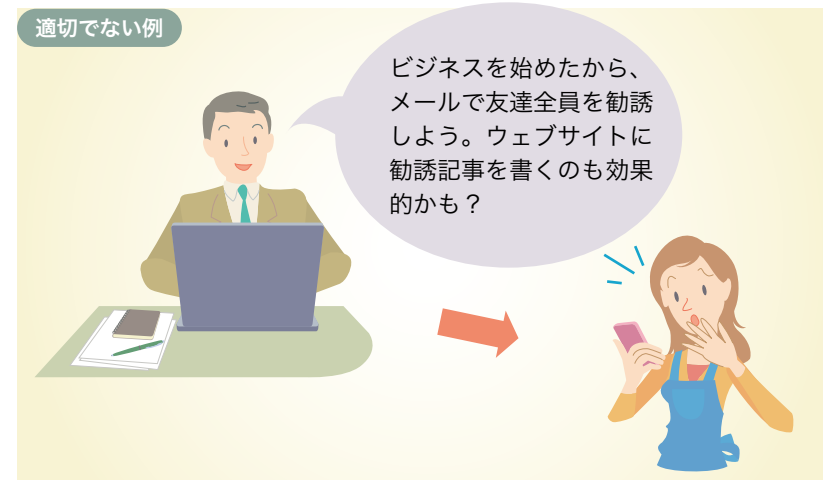
「ご面倒ですが、大切な契約なのでご自身で記入してください。分からないことは何でも聞いてくださいね」

BP 申請書は必ず申込者ご本人に記入・署名してもらいましょう

ケース12

ビジネス活動における E メール送信について

適切でない例



ポイント

事前に承諾を得ていない相手に対して、広告や勧誘などの「電子メール広告」を送信してはいけません。

パートナーコビジネスや製品に関する内容のメールを送る際には、相手方の事前承諾が必要になります。また、承諾を得たメールは別途保存しなくてはなりません。

後日、承諾の取り消しや送信不要の申し出があった場合は、速やかに広告メールの送信を中止しなければなりません。

適切な例



「ビジネスに興味を持ってもらえて、メール送信の許可ももらったからセミナーの案内メールを送ろう！ メールを送信許可をもらったメールは保存しなくちゃ」

ビジネスに関するメールを送る際には、送信前に相手の承諾を得ましょう。また、承諾を得たメールを保存しましょう
(特商法 36 条の 3 は「未承諾者に対する電子メール広告の提供の禁止」)

ケース13

個人情報について

適切でない例

契約した書類を
無くしてしまったわ



ポイント

大切な仲間のプライバシーを守るためにも、個人情報の管理には細心の注意を払いましょう。

たとえ同じグループ内の人同士であっても、相手の方の同意を得ずに他人に個人情報を教えることはプライバシーの侵害にあたります。

個人情報が載った書類は大切に保管しましょう。また、個人情報が記録された電子端末機器には、個人情報が盗用されないように暗証番号やパスワードを設定して保護するようにしましょう。

適切な例

「個人情報が盗まれたら大変だから、書面を大切に保管しよう」



個人情報の取り扱いには細心の注意を払いましょう

ケース14

収入に応じて確定申告をしましょう

適切でない例

副業の収入は小遣い
みたいなものだから、
申告の必要はないんだよ



ポイント

毎年忘れずに、コミッションの額に応じた確定申告をしましょう。パートナーコでは、毎年1月下旬に前年のコミッション総額が確認できる支払証明書をWEBに掲載しています。

●ポリシーマニュアル「2.2 正しい税務申告」（抜粋）

「各BPは個人事業主または法人として、自分のパートナーコビジネスに由来する所得などに関して正確かつ正直な記帳を維持し、正しい税務申告をしなければなりません。」

適切な例

「コミッションは所得になるからしっかり管理して、確定申告が必要かどうか税務署に相談しなくちゃ！」



正しい税務申告をしましょう

（所得税法 第120条、法人税法 第74条「確定申告」）

特定商取引法について

1. 特定商取引に関する法律（略称「特定商取引法」「特商法」）

特商法とは、訪問販売、通信販売、連鎖販売取引など、消費者トラブルを生じやすい特定の取引類型を対象に、事業者が守るべきルールとクーリング・オフ制度などの消費者を保護するルールを定めた法律です。事業者による不当な勧誘行為や契約行為などを防止するとともに、消費者の利益を守り、消費者取引の公平化を確保します。

パートナービジネスは、この法律に規定されている「連鎖販売取引」に該当しますが、販売の方法によってはかかる規制が異なります。例えば、インターネットで小売販売した場合は「通信販売」、住宅などを訪問する場合は「訪問販売」、電話で販売した場合は「電話勧誘販売」とそれぞれのシーンで該当する規制が変わりますので、注意が必要です。

2. 特定商取引法の対象となる取引類型

●訪問販売

事業者が一般消費者の自宅などを訪問して、商品、権利の販売または役務（いわゆるサービスを意味します）の提供を行う取引、キャッチセールス、アポイントメントセールスなどのこと。

●通信販売

新聞、雑誌、インターネットなどで広告し、郵便、電話などの通信手段により申し込みを受ける取引のこと。「インターネット・オークション」も含まれますが、「電話勧誘販売」に該当するものを除きます。

●電話勧誘販売

電話で勧誘し、申し込みを受ける取引のこと。電話をいったん切った後、消費者が郵便や電話などによって申し込みを行う場合にも該当します。

●連鎖販売取引

個人を販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘させるという形で、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品・役務（サービス）の取引のこと。

●特定継続的役務提供

長期・継続的な役務（サービス）の提供と、これに対する高額の特価を約する取引のこと。現在、エステティック、美容医療、語学教室、家庭教師、学習塾、結婚相手紹介サービス、パソコン教室の7つの役務が対象とされています。

●業務提供誘引販売取引

「仕事を提供するので収入が得られる」という口実で消費者を誘引し、仕事に必要であるとして、商品などを売って金銭負担を負わせる取引のこと。

●訪問購入

事業者が一般消費者の自宅などを訪問して、物品の購入を行う取引のこと。

3. 特定商取引法の概要

(1) 行政規制

特定商取引法では、事業者に対して、消費者への適正な情報提供などの観点から、各取引類型の特性に応じて、以下のような規制を行っています。特定商取引法の違反行為は、業務改善の指示や業務停止命令の行政処分、または罰則の対象となります。

●氏名などの明示の義務付け

特定商取引法は、勧誘開始前に事業者名や、勧誘目的であることなどを消費者に告げるよう業者に義務付けています。

●不当な勧誘行為の禁止

特定商取引法は、不実告知（虚偽の説明）や、重要事項（価格・支払条件など）を故意に告知しなかったり、消費者を威迫して困惑させたりする勧誘行為を禁止しています。

●広告規制

特定商取引法は、業者が広告をする際には、重要事項を表示することを義務付け、また、虚偽・誇大な広告を禁止しています。

●書面交付義務

特定商取引法は、契約締結時などに、重要事項を記載した書面を交付することを事業者には義務付けています。

(2) 民事ルール

特定商取引法は、消費者と事業者との間のトラブルを防止し、その救済を容易にするなどの機能を強化するため、消費者による契約の解除（クーリング・オフ）、取り消しなどを認め、また、事業者による法外な損害賠償請求を制限するなどのルールを定めています。

クーリング・オフ

特定商取引法は、クーリング・オフを認めています。クーリング・オフとは、申し込みまたは契約後に法律で決められた書面を受け取ってから一定の期間*、消費者が冷静に再考して、無条件で解約することです。

※訪問販売・電話勧誘販売・特定継続的役務提供・訪問購入においては8日間、連鎖販売取引・業務提供誘引販売取引においては20日間。通信販売には、クーリング・オフに関する規定はありません。

●意思表示の取り消し

特定商取引法は、事業者が不実告知や重要事項の故意の不告知などの違法行為を行った結果、消費者が誤認し、契約の申し込みまたはその承諾の意思表示をした時には、消費者は、その意思表示を取り消すことを認めています。

●損害賠償などの額の制限

特定商取引法は、消費者が中途解約する際など、事業者が請求できる損害賠償額に上限を設定しています。

4. 「連鎖販売取引」の定義（特商法 第33条）

特商法では「連鎖販売業」を次のように定義しています。

- ① 物品の販売（または役務の提供など）の事業であって
- ② 再販売、受託販売もしくは販売のあっせん（または役務の提供もしくはあっせん）をする者を
- ③ 特定利益が得られると誘引し
- ④ 特定負担を伴う取引（取引条件の変更を含む）をするもの

5. 条文と解説

【対象規制】

(1) 氏名などの明示（特商法 第33条の2）

統括者（連鎖販売業を実質的に掌握している者）、勧誘者（統括者が勧誘を行わせる者）または一般連鎖販売業者（統括者または勧誘者以外の連鎖販売業を行う者）は、連鎖販売取引を行う時には、勧誘に先立ち、消費者に対して次のような事項を告げなければなりません。

特商法上、パートナーコは「統括者」に、BPは「勧誘者」または「一般連鎖販売業者」に該当します。

- 1) 統括者、勧誘者または一般連鎖販売業者の氏名（名称）（勧誘者、一般連鎖販売業者にあっては統括者の氏名（名称）を含む）
- 2) 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をする目的である旨
- 3) その勧誘に関わる商品または役務の種類

(2) 禁止行為（特商法 第34条）

特商法は、統括者または勧誘者が契約の締結についての勧誘を行う際、取引の相手方に契約を解除させないようにするために嘘をつくことや脅すことなどの不当な行為を禁止しています。具体的には以下の事項が禁止されています。

- 1) 勧誘の際、または契約の締結後、その解除を妨げるために、商品の品質・性能など、特定利益、特定負担、契約解除の条件、その他の重要事項について事実を告げないこと（重要事実の不告知）、あるいは事実と違うことを告げること（不实告知）。
- 2) 勧誘の際、または契約の締結後、その解除を妨げるために、相手方を脅したり、困惑させること。
- 3) 勧誘目的を告げない誘引方法（いわゆるキャッチセールスやアポイントメントセールスと同様の方法）によって誘った消費者に対して、公衆の出入りする場所以外の場所で、特定負担の伴う取引についての契約の締結について勧誘を行うこと。

(3) 広告の表示（特商法 第 35 条）

統括者、勧誘者、一般連鎖販売業者は、その統括者の統括する一連の連鎖販売業にかかわる連鎖販売取引について広告する場合には、その連鎖販売に関して、以下のような事項を表示することが義務付けられています。

- 1) 商品（役務）の名称と種類
- 2) 取引に伴う特定負担に関する事項
- 3) 特定利益について広告する時には、その計算方法
- 4) 統括者などの氏名（名称）、住所、電話番号
- 5) 統括者などが法人で、電子情報処理組織を使用する方法によって広告をする場合には、当該統括者などの代表者または連鎖販売業に関する業務の責任者の氏名
- 6) 商品名
- 7) 電子メールによる商業広告を送る場合には、統括者などの電子メールアドレス

(4) 誇大広告などの禁止（特商法 第 36 条）

特定商取引法は、誇大広告や著しく事実と相違する内容の広告による消費者トラブルを未然に防止するため、表示事項などについて、「著しく事実と相違する表示」

や「実際のものより著しく優良であり、もしくは有利であると人を誤認させるような表示」を禁止しています。

(5) 未承諾者に対する電子メール広告の提供の禁止（特商法 第 36 条の 3）

事前にメール受信の承諾を得ていない相手に対して、ビジネスに関するメール（広告メール）を送信することは禁止されています（オプトイン規制）。

広告メールは事前に承諾を得た場合か、相手から請求があった場合にのみ送信することができます。この場合、事業者は記録として承諾を得たことを証明できる書面や電子メールを、送信した日から 3 年間記録として保管する義務があります。また、相手方より承諾を取り消す意思が示された場合は、直ちに広告メールの送信を中止しなければなりません。

(6) 書面の交付（特商法 第 37 条）

特定商取引法は、連鎖販売業を行う者が連鎖販売取引について契約する場合、それぞれ以下の書面を消費者に渡さなければならないと定めています。

- A. 契約の締結前には、当該連鎖販売業の概要を記載した書面（概要書面）
- B. 契約の締結後には、遅滞なく、契約内容について明らかにした書面（契約書面）

(7) 行政処分・罰則

上記（1）～（6）の規則に従わない場合、後述する【民事ルール】について、事業者が消費者の権利行使を妨害した場合は、業務改善指示（特商法 第 38 条）や業務停止命令（特商法 第 39 条）などの行政処分に加えて、懲役刑や罰金刑などの刑事罰が科されます。

なお、統括者であるパートナーコ・ジャパンだけでなく、BP も行政処分・刑事罰の対象となる場合があります。

【民事ルール】

(8) 契約の解除（クーリング・オフ制度）（特商法 第 40 条）

連鎖販売取引の際、消費者（無店舗個人）が契約をした場合でも、法律で決められた書面を受け取った日（商品の引き渡しの日）が後である場合には、その日）

から数えて 20 日間以内であれば、消費者は連鎖販売業を行う者に対して、書面（電子メール等の電磁的記録を含む）により契約の解除（クーリング・オフ）をすることができます。

なお、連鎖販売業を行う者が、事実と違うことを言ったり威迫したりすることにより、消費者が誤認・困惑してクーリング・オフしなかった場合には、上記期間を経過していても、消費者はクーリング・オフをすることができます（クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことがすすめられます）。

またこの場合、業者は契約の解除に伴う損害賠償や違約金の支払いを請求できず、商品の引取費用も業者の負担となります。ただし、原状回復義務については、契約を解除する双方が負うことになります。業者は支払われた代金、取引料を返還するとともに、消費者は引き渡しを受けた商品を業者に返還しなければなりません。

(9) 中途解約・返品ルール（特商法 第 40 条の 2）

連鎖販売契約を結んで組織に入会した消費者（無店舗個人）は、クーリング・オフ期間の経過後も、将来に向かって連鎖販売契約を解除できます。そのようにして退会した消費者は、以下の条件をすべて満たせば、商品販売契約を解除することができます。

- 1. 入会后 1 年を経過していないこと
- 2. 引き渡しを受けてから 90 日を経過していない商品であること
- 3. 商品を再販売していないこと
- 4. 商品を使用または消費していないこと
（商品の販売を行ったものがその商品を使用または消費させた場合を除く）
- 5. 自らの責任で商品を滅失またはき損していないこと

なお、本条の概略を図示すると右ページの通りになります。

第 40 条の 2（第 1 項～第 4 項）の構成

	第 1 項 (連鎖販売契約の 中途解除)	第 3 項 (中途解約に伴う 損害賠償の制限)	第 2 項 (商品販売契約の 解除)	第 4 項 (商品販売契約の 解除に伴う損害賠償の制限)	
商品	連鎖販売契約 基本部分 + 特定負担 としての 商品販売部分 の解除 (将来効)	契約の締結及び履行のために 通常要する費用 + 引き渡された商品の販売価格 (連鎖販売契約の一部としての 販売に限り、 第 2 項の場合を除く) + 既に受領した特定利益 その他の金品 (第 2 項により解除された 商品販売契約に 係るものに限る。)	①連鎖販売契約 (特定負担としての 商品販売部分) + ②商品販売契約 の解除 (遡及効)	返還された 場合 及び 引き渡し前 である場合	商品販売 価格の 十分の一に 相当する額
				返還 されない 場合	商品販売 価格に 相当する額
役務	連鎖販売契約 基本部分 + 特定負担 としての 役務提供部分 の解除 (将来効)	契約の締結及び履行のために 通常要する費用 + 提供済み役務の対価			

(10) 契約の申し込みまたはその承諾の意思表示の取り消し（特商法 第 40 条の 3）

連鎖販売業を行う者が、契約の締結について勧誘をする際、以下の行為をしたことにより、消費者がそれぞれ以下の誤認をし、それによって契約の申し込みまたはその承諾の意思表示をした時には、その意思表示を取り消すことができます。

- 1. 事実と違うことを告げられた場合であって、その告げられた内容が事実であると誤認した場合
- 2. 故意に事実を告げられなかった場合であって、その事実が存在しないと誤認した場合

(11) 事業者の行為の差止請求（特商法 第 58 条の 21）

統括者、勧誘者または一般連鎖販売業者が以下の行為を不特定かつ多数の者に、現に行い、または行うおそれがある時は、適格消費者団体は、それぞれの者に対し（勧誘者の行為については統括者に対しても）、行為の停止もしくは予防、その他の必要な措置を取ることを請求できます。

1. 契約を締結するため、勧誘する時に、事実と違うことを告げる行為または故意に事実を告げない行為
2. 契約を締結するため、または解除を妨げるため、威迫して困惑させる行為
3. 誇大な広告などを表示する行為
4. 連鎖販売取引につき、利益が生ずることが確実であると誤解させる断定的判断の提供により契約締結を勧誘する行為
5. 消費者に不利な特約、契約解除に伴う損害賠償額の制限に反する特約を含む契約の締結行為

出典：経済産業省 特定商取引法ガイド（<https://www.no-trouble.caa.go.jp/>）>「特定商取引法とは」>「連鎖販売取引」

再勧誘の禁止と過量販売の防止に関する考え方

1. 再勧誘の禁止について

特商法では、訪問販売、電話勧誘販売についてそれぞれ勧誘した際に、契約しない旨の意思を示したものに対して、再度当該売買契約の締結について勧誘してはならないと再勧誘を明確に禁止しています。これに対して連鎖販売取引については「契約を締結しない旨の意思を表示している者に対し、当該連鎖販売取引契約の締結について迷惑を覚えさせるような仕方で勧誘をすること（特商法 第 38 条）」を禁じており、再勧誘の禁止が明記されているわけではありません。しかしながら、消費者保護の観点から考えると「相手が望んでいない勧誘」は「迷惑を覚えさせる勧誘」であるため、連鎖販売取引においても遵守すべきルールとして心に留めておくべきです。

2. 通常、必要とされる分量を著しく超える商品などの契約の解除（過量販売）（特商法 第 9 条の 2）

訪問販売、電話勧誘販売で契約した商品などの量が、通常必要とされる量を著しく超えている場合、その契約から 1 年以内に限り、当該契約の解除などを申し出ることができます。正当な理由なく、過量のパートナー製品を販売することは不適切な行為となるため、相手の状況に応じた小売販売を行うようにしましょう。

医薬品医療機器等法（薬機法）について

1. 条文と解説

医薬品医療機器等法（薬機法）は、医薬品と医薬部外品、医療器具の適正な使用について定めた法律で、医薬品は病気の診断、治療、予防に用いることや、身体の構造、機能に影響をおよぼすことを目的としたもので、器具ではない物と定義されています。

医薬品医療機器等法（薬機法）の対象に食品は含まれませんが、この法律によって「医薬品的な効果・効能・用法・用量などを標ぼうできるのは承認・許可を受けた医薬品のみ」と規定されているため、食品に関する説明をする際に、不用意に効能・効果や用法・用量などを伝えてしまうと、その時点で「無承認無許可医薬品」として指導・取り締まりの対象となります。

医薬品医療機器等法（薬機法）における医薬品の定義 （医薬品医療機器等法（薬機法）第 2 条）

この法律で「医薬品」とは、次に掲げる物をいいます。

- 1) 日本薬局方に収められている物
- 2) 人または動物の疾病の診断、治療または予防に使用されることが目的とされている物であって、機械器具、歯科材料、医療用品および衛生用品（以下「機械器具など」という）でないもの（医薬部外品を除く）
- 3) 人または動物の身体の構造または機能に影響をおよぼすことが目的とされている物であって、機械器具などでないもの（医薬部外品および化粧品を除く）

この法律で「化粧品」とは、人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、または皮膚もしくは毛髪を健やかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされている物で、人体に対する作用が緩和なものをいう。ただし、これらの使用目的の他に、上記 2) または 3) に規定する用途に使用されることも併せて目的とされている物および医薬部外品を除く。

2. 医薬品的な効能効果の標ぼうの禁止

健康食品の表示や広告物を作成する際には、医薬品的な効能効果、用法用量の標ぼうや含有成分（原材料）の標ぼうについて注意が必要です。

【疾病の治療または予防を目的とする効能効果の表現】

- 不適例**
- ・糖尿病、高血圧、動脈硬化の方に
 - ・肝障害、腎障害を治す
 - ・がんが良くなる
 - ・頭痛、吐き気、腰痛、不眠、吹き出物、腹痛などを和らげる効果
 - ・アトピー性皮膚炎が完治 など

【身体の組織機能の一般的増強、増進を主たる目的とする効能効果の表現】

- 不適例**
- ・疲労回復
 - ・食欲増進
 - ・体力増強
 - ・老化防止
 - ・若返り
 - ・新陳代謝を盛んにする
 - ・血液を浄化する
 - ・胃腸の消化吸収を増す など

【疾病などによる栄養素の欠乏時などに使用することを特定した表現】

- 不適例**
- ・病中病後の体力低下時（の栄養補給）に
 - ・胃腸障害時（の栄養補給）に
 - ・肉体疲労時（の栄養補給）に
 - ・発育不良児の栄養補給に

【「頭髮」「目」「皮膚」「臓器」などの特定部位への「栄養補給」「健康維持」「美容」を標ぼうし、当該部位の改善、増強などができる旨の表現】

- 不適例**
- ・目の健康に役立つ
 - ・赤ちゃんの脳の発育に役立つ栄養素です
 - ・肝臓の健康のために など

ポイント

上記のような表現は、医薬品と誤解される可能性があるため、表現することができません。これらの表現を避けて、パートナーコ製品を説明するように心がけましょう。

3. 化粧品の効能効果の範囲

1	頭皮、毛髪を清浄にする。	31	肌につやをあたえる。
2	香りにより毛髪、頭皮の不快臭を抑える。	32	肌を滑らかにする。
3	頭皮、毛髪を健やかに保つ。	33	ひげを剃りやすくする。
4	毛髪にハリ、コシをあたえる。	34	ひげ剃り後の肌を整える。
5	頭皮、毛髪にうるおいをあたえる。	35	あせものを防ぐ（打粉）。
6	頭皮、毛髪のうるおいを保つ。	36	日やけを防ぐ。
7	毛髪をしなやかにする。	37	日やけによるシミ、ソバカスを防ぐ。
8	クシ通りを良くする。	38	芳香をあたえる。
9	毛髪をつやを保つ。	39	爪を保護する。
10	毛髪につやをあたえる。	40	爪を健やかに保つ。
11	フケ、カユミが取れる。	41	爪にうるおいをあたえる。
12	フケ、カユミを抑える。	42	口唇の荒れを防ぐ。
13	毛髪の水分、油分を補い保つ。	43	口唇のキメを整える。
14	裂毛、切毛、枝毛を防ぐ。	44	口唇にうるおいをあたえる。
15	髪型を整え、保持する。	45	口唇を健やかにする。
16	毛髪の帯電を防止する。	46	口唇を保護する。口唇の乾燥を防ぐ。
17	（汚れを落とすことにより）皮膚を清浄にする。	47	口唇の乾燥によるカサつきを防ぐ。
18	（洗浄により）ニキビ、あせものを防ぐ（洗顔料）。	48	口唇を滑らかにする。
19	肌を整える。	49	ムシ歯を防ぐ （使用時にブラッシングを行う歯みがき類）。
20	肌のキメを整える。	50	歯を白くする （使用時にブラッシングを行う歯みがき類）。
21	皮膚を健やかに保つ。	51	歯垢を除去する （使用時にブラッシングを行う歯みがき類）。
22	肌荒れを防ぐ。	52	口中を浄化する（歯みがき類）。
23	肌をひきしめる。	53	口臭を防ぐ（歯みがき類）。
24	皮膚にうるおいをあたえる。	54	歯のやにを取る （使用時にブラッシングを行う歯みがき類）。
25	皮膚の水分、油分を補い保つ。	55	歯石の沈着を防ぐ （使用時にブラッシングを行う歯みがき類）。
26	皮膚の柔軟性を保つ。	56	乾燥による小ジワを目立たなくする。
27	皮膚を保護する。		
28	皮膚の乾燥を防ぐ。		
29	肌をやわらげる。		
30	肌にハリをあたえる。		

注釈1：例えば、「補い保つ」は「補う」あるいは「保つ」との効能でも可とする。

注釈2：「皮膚」と「肌」の使い分けは可とする。

注釈3：（ ）内は、効能には含めないが、使用形態から考慮して、限定するものである。

注釈4：（56）については、日本化粧品学会の「化粧品機能評価ガイドライン」に基づく試験等を行い、その効果を確認した場合に限る。

ポイント

スキンケア・ヘアケア・ボディケア製品については上記の範囲で説明することができます。ただし、上記以外の表現を使用することは禁止されていますので、表現できる範囲を学び、説明を行うようにしましょう。

健康増進法、景品表示法について

1. 健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）

健康増進法は、国民の健康維持と現代病予防を目的として制定された法律で、健康に関するさまざまな制度を規定しています。この法律では受動喫煙の防止義務が規定されていることでよく知られていますが、この他に保健機能食品制度（特定保健用食品など）や、健康食品に関する虚偽・誇大広告などの禁止、栄養表示なども規定されています。

2. 不当景品類及び不当表示防止法 （昭和 37 年法律第 134 号略称「景品表示法」）

景品表示法は、事業者による誇大広告などの不当な表示や過大な景品類を規制し、公正な競争を確保することで、消費者が商品・サービスを適正に選択できる環境を守ることを目的とする法律です。

ポイント

パートナーコ製品を広告する時には、誇大・虚偽広告とならないように注意しましょう。

所得税法(昭和 40 年法律第 33 号)/ 法人税法(昭和 40 年法律第 34 号)について

所得税法は個人の所得に対して、法人税法は法人の所得に対して、それぞれの税金を定めた法律です。所得税や法人税は、所得に応じて課税される税金で、所得の種類や納税義務者、課税範囲、また、計算や申告の方法などが細かく決められています。

確定申告（所得税法第 120 条、法人税法第 74 条）

サラリーマンなどの給与所得者の場合は、会社が給与を支払うにあたりあらかじめ所得税を源泉徴収するため、特に納税について意識する必要はありませんが、BP のように個人で事業を行っている場合は、収入額に応じて確定申告を行い、所得税を納付しなければなりません。所得税の対象となる収入の計画期間は、1 月 1 日～12 月 31 日で、税務署への申告および納付は、翌年の 2 月 16 日～3 月 15 日までにを行います（所得税法第 120 条）。法人税は会社などの法人に対して課税される税金で、計算期間はその法人の事業年度（前年の決算日の翌日から当年の決算日まで）で、原則として決算日の翌日から 2 ヶ月以内に税務署に対して申告および納付を行います（法人税法第 74 条）。

ポリシーマニュアル「2.2 正しい税務申告」にも、「各 BP は個人事業主または法人として、自分のパートナーコビジネスに由来する所得等に関して正確かつ正直な記帳を維持し、正しい税務申告をしなければならない」ことが記載されています。正しい税務申告をしましょう。

お疲れさまでした !!

特商法や関連法令の概略をご理解いただけたことと存じます。

最後にかんたんなクイズにお答えください。

適法行為には○、違法行為には×を□に記入してください。

- 1 知人宅を訪問し、いきなりパートナーコビジネスを紹介・勧誘しようと話し始めた。 ☐
- 2 「パートナーコの BP 登録をし、新会員を紹介すれば、年間 1 千万円の収入なんてかんたんだ」と勧誘した。 ☐
- 3 パートナーコビジネスに勧誘する際に、概要書面を手渡し、それにかかれていた内容・パートナーコ製品・役務について説明した。 ☐
- 4 「いい話があるから聞いてみない？」とパートナーコのセミナーに誘った。 ☐
- 5 突然電話をかけ、夜の 10 時から深夜 2 時までずっと勧誘し続けた。 ☐
- 6 ノニの効能効果が掲載されている書籍を紹介し、タヒチアンノニ ジュースをすすめた。 ☐

- 7 知人が BP 登録をした直後に、事情により解約する旨を相談された際、クーリング・オフについて伝えなかった。 ☐
- 8 「製品力があるから、何もしなくても収入になる」と言って紹介・勧誘した。 ☐
- 9 メールアドレスを知っている知人全員に、パートナーコビジネスの勧誘メールを一斉送信で送った。 ☐
- 10 未成年の娘がパートナーコビジネスに参加できるよう、知人の名義を借りて登録をした。 ☐

関連法令を理解し遵守して、
健全なパートナーコビジネスを展開しましょう !!

正解は 35 ページへ



メモ

メモ

正解

1 ×	2 ×	3 ○	4 ×	5 ×
6 ×	7 ×	8 ×	9 ×	10 ×



発行元：パートナーコ・ジャパン合同会社
東京都新宿区西新宿 3-2-2 TEL.03-4330-8500(代表)

©2025 PartnerCo International LLC All Rights Reserved. D250311



305416-09