

「自主行動基準」

前文

MED Communications(株)の社員は、「特定商取引に関する法律(特商法)」第2章第2節「訪問販売」をはじめとした関連法規を順守するとともに、総意のもとに定めた本自主行動基準(以下「本基準」という)の順守にも努めなければならない。

本基準は、市場の健全な発展と消費者トラブルの根絶を実現するため、法律では定められていない事項で、事業活動にかかわる行動基準を具体的に定めたものである。

第1章 総則

第1条 (目的)

本基準は、住宅設備・リフォームの勧誘や契約、取り付け工事に際して、消費者に的確な情報を提供することで公正な取引を行い、消費者トラブルを未然に防止し健全な市場の発展に寄与することを目的とする。

第2条 (適用範囲)

1. 本基準は、住宅設備・リフォームに関わる社員に適用される。
2. 本基準は、電話アポイントメントや訪問販売に適用される。また催事場やショールーム、展示場における契約についても特商法第2章第1節「定義」で訪問販売に該当する場合は適用される。

第3条 (法令順守)

MED Communications(株)の社員は、事業活動にあたっては特商法のみならず、消費者契約法や景品表示法、各自治体が定める消費生活条例等の関連法規を順守する。

第2章 営業活動全般

第4条 (営業員)

1. 消費者に電話をかける際に、社名、氏名、住宅設備・リフォームについて勧誘することを必ず告げる。
2. 消費者からアポイントメントを取る会話を始めるに先立って、必ず「話を聞いてもらえるか」を確認する。
3. 話を聞く意思がないことを明示された場合、または推測できる場合には、ただちに会話を終了する。

4. 消費者と接するにあたっては、節度ある態度で臨む。服装は、常に清潔にし、髪型等も清潔感に欠けないよう十分配慮する。

第5条（勧誘行為）

1. 消費者宅を訪問した際、「訪問販売お断り」等のステッカーが貼付してある場合は、十分に配慮する。
2. 消費者宅を訪問した際、必ず社名・氏名を名乗り、住宅設備・リフォームの勧誘であることをはっきり伝える。
3. 勧誘を始めるに先立って、「勧誘してよいかどうか」を確認する。
4. 消費者から契約の意思がないことを明確に伝えられた場合には、すみやかに消費者宅から退去し、再訪問しない。
5. 消費者宅を訪問する時間は、消費者からの同意がない限り9時から18時までとし、長時間勧誘にならないようにする。
6. キャンペーンの実態がないにもかかわらず、「本日限り」などの虚偽の表現はしない。

第6条（商品説明）

1. 合理的根拠が明示できず根拠が曖昧な事柄について、断定的な営業トークをしない。
2. 見積書等を作成する際は、消費者宅を十分に調査し、適切なものを提出する。
3. 太陽光発電について発電量の見込みを説明する際は、原則的にメーカーが公表している発電量をベースに算出する。その際、気象条件や地域によって発電量が異なるため、あくまでも見込みであることを丁寧に説明し、消費者からの理解を得る。説明した内容は資料として消費者に渡す。
4. 同業他社やその取扱商品についての誹謗中傷は行わない。商品の比較をする場合は、科学的根拠に基づいたデータを引用する。

第7条（契約）

1. 消費者の判断力不足が懸念される場合は、十分な判断力を有する親族等の立会いのもと契約する。
2. 契約書あるいはクレジット書面の契約者氏名欄について、営業員が代筆することなく必ず契約者本人の自著とする。
3. 契約書あるいはクレジット書面について、記載漏れや記載間違いがないように細心の注意を払う。
4. 契約者に対して、特商法に基づいた契約書面を必ず交付し、クーリング・オフに関して書面を見せながら必ず説明する。

第3章 工事

第8条（施工）

1. 施主と接するにあたっては、節度ある態度で臨む。服装は、常に清潔にし、髪型等も清潔感に欠けないよう十分配慮する。
2. 施工にあたっては、近隣住民に挨拶するなど苦情が起こらない配慮をするとともに、施工現場周辺にゴミを残さないよう清掃に努める。
3. 作業を始める前に、現場での危険要因を全員で見つけ出し、安全対策を実施する。
4. 適切な人員配置を行い、天候不順の際は、すみやかに工事を中断するなど、安全第一を心掛ける。
5. 適切な施工を行うとともに、可能な限り住宅の美観を損ねないように配慮をする。
6. 施工を協力会社に委託する場合でも、施工に関するトラブルは協力会社とともに解決に努める。

第4章 契約解除に関する注意

第9条（契約後の対応）

1. 法律のクーリング・オフ要件を満たす場合、契約者から契約解除のお申し出があった際は即座に受諾する。クーリング・オフを受諾した後に、その理由を聞く場合には、妨害や拒否と受け取られないことのないよう言動に十分注意する。
2. 法律のクーリング・オフ期間経過後であっても、契約者からのお申し出内容をきちんと把握し、柔軟な対応を心掛ける。

第5章 社内体制

第10条（お客様相談センター）

1. 商品に関する修理や消耗品のご用命、取扱いのご相談など、すべてのお問い合わせに対応する専門窓口を社内に必ず設置する。
2. 従業員が消費者宅を退出したら、お客様相談センターから消費者宅に架電し、本日のお礼と、本基準通りに実施されたかを確認する。

第11条（アフターサービス）

1. 契約内容に盛り込んだ納品・施工・役務提供については確実に実行するとともに、アフターサービスの充実に努める。
2. 顧客に対して定期的に点検を実施する。

3. 顧客から機器の故障と推察されるお申し出があった場合、すみやかに対処をする。

第12条（コンプライアンス推進部）

1. コンプライアンス推進部は、健全性の向上を図る為、営業関連部署から独立した社長直轄の組織にして、他部署からの干渉を避けるよう留意する。
2. 指導監査の実施に当たっては、形式的にならないよう配慮し、問題の指摘にとどまることなく、運営水準の向上のため助言、指導等を行う。
3. 企業の公正で公平な活動を推進して健全性を保つだけでなく、企業イメージを高め、社会的な信用の獲得に努める。

（附則）

本基準は、2018年4月1日より実施することとする。