

令和 7 年度 事業報告

(令和 7 年 5 月 1 日～令和 8 年 4 月 30 日)

当協議会は令和 7 年度においても、一般消費者の自主的かつ合理的な選択に資するとともに、家電製品の取引の公正化を図り、国民生活の安定と家電業界の健全な発展に寄与することを目的とし、事業を展開した。

そのために、公益社団法人に相応しい協議会運営をめざし、公益性の高い諸施策を基本に掲げ、製造業部会と小売業部会の両部会の連携の下、所管する公正競争規約の運用を中心に各部会の担当事業を積極的・効率的に推進した。

ここ近年においては、社会環境変化の中で見られた、安全衛生やデジタルネットワーク等に関連する新たな技術、マーケティング手法、消費者ニーズに関わる法整備や行政等の動向に追随し、公正競争規約の精査・見直しも視野に入れた活動を継続している。特に当年度においては、令和 5 年 3 月に内閣府より告示された「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」（いわゆるステルスマーケティング告示）に対応すべく、公正競争規約の見直しを継続審議し、製造業表示規約及び同施行規則の改定について、消費者庁及び公正取引委員会の認定及び承認を得た。また、ダークパターンについても関係行政、団体ほか協議会内外の衆知と知見を集め、研究、研修等を重ね、近い将来の法制の動きに遅滞なきよう対応を図った。

また、会員向け研修会での一層のオンライン活用とその定着、e ラーニングのコンテンツの改訂等、会員企業の公正競争規約や関連法令についての理解と法令遵守意識の向上を図った。

このほか、活動指標を得るため、消費者アンケートや関係団体との懇談会などを通じて消費者意識や市場環境について理解を深める一方、公正競争規約の普及啓発も推進した。併せて、行政機関も含め関係の構築強化を図り、法令違反の未然防止や措置対策、規約整備等に関する一層の連携体制をめざした。

そして、これら活動を持続していくために、経営収支構造や風土の改革も合わせた運営の改善を継続推進し、特に事業活動の洗練やオンライン活用によって支出費用の大幅削減をはじめ生産性を向上させることができた。また、公益法人関連の法令改定を視野に入れ、公益充実資金制度の活用や、ガバナンス強化に向けた取組みを実践した。

第1部 協議会全体の事業報告

[1] 規約の厳正かつ適正な運用等

1 規約の周知徹底・普及促進による違反の未然防止、被疑事案の調査・是正指導

(1) 規約・施行規則・運用基準等の周知・普及啓発と、そのための研修会等の開催

- ① 会員向けeラーニングについては、コンテンツの改訂作業も実施しながら、継続運営した（4コース累計登録者数5,496名、修了者数のべ7,664名（令和8年4月末現在））。
- ② 製品業景品規約及び小売業表示規約のオンライン研修会を開催するなど、規約の周知徹底を図った。

(2) 法令・規約の遵守状況の掌握・点検と、規約違反事案に対する厳正かつ適正な措置

- ① 「正しい表示店頭キャンペーン」を全国27支部（小売業部会26支部及び製造業部会沖縄支部）にて実施した。
- ② 規約の遵守と表示の改善に向け、製造業・小売業両部会の本部・支部においてチラシ・DMの検討会を実施した。
- ③ 会員の規約違反被疑事案に対する措置件数は、小売業表示規約違反についての1件であった（別紙）。

(3) 市場実態や事例の調査・研究と共有、ツール制作、活動への反映

新たな法令・行政の動向に追随すべく、ダークパターン等の新たなテーマの研究に取り組んだ。

(4) 取引環境の変化に伴い新たに生じる規約運用に関連する、規約や運用基準等の見直しも含む諸課題への対応

- ① いわゆるステルスマーケティング告示に対応するための製造業表示規約及び同施行規則の改定案を取りまとめ、消費者庁及び公正取引委員会の認定及び承認を得た（施行日は5月21日）。
- ② 自社の過去製品との比較表示、カタログのWEB化に対応した規約のあり方について検討した。

(5) 三規約各々の運用に当たっての個別の活動

前記のほか、各部会・委員会の管掌範囲のテーマ・課題に応じて活動を推進・実施した。

2 規約の厳正かつ適正な運用に資する諸施策

(1) 消費者アンケートや消費者懇談会等の活用による消費者意識の施策反映

消費者懇談会及び消費者セミナーを全国7地区（製造業部会7支部）で開催し、質疑対応、意見交換を通じて市場環境や消費者意識について認識をアップデートするとともに、当協議会の活動への反映を図った。

(2) メーカー希望小売価格撤廃情報の周知

不当な二重価格の未然防止を図るため、毎月、会員各社の「価格撤廃機種」の情報を当協議会のホームページに掲載し、周知しているところ、当年度において、メーカー希望小売価格を撤廃したものはなかった。

(3) 事業活動の開示・情報発信、規約の周知普及、シンボルマーク認知度向上のための取組等、広報活動の推進

- ① 「家電公取協ニュース」を年間4回発信したほかSNSを運用し、活動の周知を図った。
- ② シンボルマークについては、会員企業の店頭・カタログ・ホームページ等での訴求の拡充を図るとともに、それらを「家電公取協ニュース」上で紹介する継続コラムを企画実行した。
- ③ シンボルマークのさらなる認知度向上を図るため一般消費者向けキャンペーン（オープン懸賞形式）を企画し、実施に向けたコンテンツ等の制作を行った。

(4) 部会間、本部・支部間における連携・協力等

- ① 各部会が主管する規約と関連の活動施策について、他方の部会との間で情報の共有や活動支援等を継続実施した。
- ② 支部活動については、本部・支部間で全国支部活動推進会議や本部規約指導委員会等をはじめとする会議体等で報告・共有・活動助成などの連携を図るとともに、支部間また地区連絡委員会の部会間でも連携を図った。

(5) 関係行政機関、関係団体との連携の強化

消費者懇談会、「正しい表示 店頭キャンペーン」などの会合等に消費者庁、公正取引委員会、都道府県の景品表示担当部署の担当官の参加を賜るなど、関係行政機関、消費者団体等との連携を図った。

(6) 非会員事業者の加入促進

候補1者との接触を図り、令和8年度入会の見通しをつけた。

[2] 公正な取引の推進

1 独占禁止法、景品表示法等に関する研修開催、調査・研究等を通じた会員のコンプライアンス向上とコンプライアンス関連人材育成の支援

(1) 合同研修会の開催等

「いわゆる『ダークパターン』に関する取引の実態調査」について、消費者庁新未来創造戦略本部消費者政策研究センター特任研究員を講師とする研修会を行ったほか、景品表示法の不实証広告規制、業界団体の広告規制についても説明会を開催した。

2 一般消費者の適正な商品選択を確保する観点から、メーカー説明員に関連した「店頭説明員実態調査」の実施

メーカー説明員の識別マーク着用状況及び業務内容の実態を把握するた

め「店頭説明員実態調査」を7月と12月に実施し、その結果を踏まえ、会員事業者には適正着用について、社内でのさらなる啓発を要請した。

[3] 家電業界の変化に対応した公益社団法人に相応しい適正な協議会運営

家電業界の動向や消費者意識等の変化への対応と運営基盤の体質強化・改善を進めた。

1 協議会内の各種会議体の円滑かつ適切な運営、事業計画と予算執行の進捗確認

(1) ガバナンス強化も意識した基幹会議体の円滑な運営と事業計画の執行管理

- ① 定時社員総会、理事会、部会役員会等の運営意思決定の会議体を通年の計画通りに開催運営し、事業計画及び予算の執行とその管理を実行した。

特に一層のガバナンス強化に向け、理事会の出席率向上をねらいとし、ハイブリッド形式での理事会運営に切り替え、定着に導いた。

- ② 将来に向けた財務面の安定強化と、公益認定基準の順守に向け、公益充実資金の制度を導入し、規約普及啓発に資する広報助成物やデジタルコンテンツの制作費用についての資金を設定した。

(2) 経営基盤・風土の保全と生産性の向上

持続的な経営基盤や風通しの良い風土の保全に向け、事業運営の改善・変革の継続的な検討・推進の一環として、製造業部会運営委員会と企画小委員会他、傘下の活動についての運営見直しを実施し、生産性向上を実現した。

2 ネットワークの積極的活用による、規約の普及啓発・運用スキルアップにおける生産性の向上

(1) オンライン研修会の定着

eラーニングの継続運用に加え、研修会のオンライン活用を本年度も両部会において実施・定着化し、受講者の面的拡大に加え、費用支出の大幅圧縮にも繋ぎ、生産性を向上できた。

(2) 広報関連の制作・運営のコストダウン

広報系の情報発信においては、ホームページ用サーバーの刷新に伴う移転を円滑に遂行し、プログラム機能の簡素化及び会員専用サイト機能の外部ファイル共有サービスへの移行によりコストダウンにつなげた。

(3) 情報システムインフラの活用と運用

- ① 会員専用サイトを外部ファイル共有サービスに移行し、引き続き会員間の情報共有の強化・迅速化に努めた。
- ② 情報通信インフラについては、情報セキュリティや緊急事態対応にも配慮した継続整備を維持した。

3 外部との接点強化による、市場や消費者意識、社会動向などのキャッチアップ促進

(1) 消費者及び行政との連携・接点強化

消費者団体・行政との連携・懇談会等の促進を図り、特に消費者懇談会においては、消費者意識や市場実態の把握と、より外部への活動周知、規約の啓発活動を推し進めた。

(2) 関係団体や他業界との知見交流

他業界の公正取引協議会や関係団体との交流機会創出を図り、特に当年度においては、前線における活動推進方法や、ダークパターンについて情報・知見を交換し、規約の運用・改定等の動向掌握に加え、会員入会への寄与も含め、活動のレベルアップを図った。

第2部 製造業部会の事業報告

[1] 規約の厳正かつ適正な運用等

「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置」等への適切な対応を図りつつ、所管する規約の厳正かつ適正な運用等を図った。

1 製造業表示規約の周知徹底・普及促進による違反の未然防止、違反被疑事案の調査・是正指導

(1) 規約違反事案に対する厳正かつ適正な措置

会員の規約違反被疑事案に対する措置件数は0件であった。

(2) ステルスマーケティング告示に対応する規約及び施行規則の変更

いわゆるステルスマーケティング告示が施行されたことを受け、規約及び施行規則においてステルスマーケティングを不当表示として規定するための変更を行い、公正取引委員会及び消費者庁から規約変更の認定（4月21日付け）及び施行規則変更の承認（4月20日付け）を得た（施行日は5月21日）。

(3) 改訂解説書に基づく規約・施行規則・運用基準等の周知

令和5年10月発行の改訂解説書の内容等を踏まえ、eラーニング用テキスト及びテストの見直しを行い、4月6日から会員事業者向けに更新版の提供を開始した。

(4) 取引環境の変化に即した、広告・表示の課題の調査・研究、運用基準の見直し等

- ① 施行規則第40条第3項（自社製品と比較表示する場合の規定）の見直しに向け、比較対象製品の製造時期により、1)原則（現行及び直近の製品）、2)補修用性能部品保有期間が終了する時期の製品、3)1)と2)の中間時期の製品ごとに規定する具体的な条文変更（案）を作成し検討を行った。
- ② カatalogをWEB化する際に解釈・適用上の問題となりうる課題の抽出を行い、規約や施行規則等の変更までは必要とせず、解釈を明確化することで解決可能な課題について、その解釈等を取りまとめた文書（案）を作成した。
- ③ 電力料金の目安単価を算定するための基準（「電力料金の目安単価の基準について」）に基づき、目安単価の算定を行い、当年度は現行の目安単価（31円/kWh（税込））の改定は行わないこととし、会員事業者に通達した。
- ④ 経済産業省が創設した「+（プラス）あんしん」表彰・表示制度（誤使用等による事故を防ぐために対処した製品を表彰）に関し、本制度に関する規約上の考え方、取扱い等についての文書を取りまとめ、会員事業者に通達した。

2 製品業景品規約の周知徹底・普及促進による違反の未然防止、違反被疑事案の調査・是正指導

(1) 規約違反事案に対する厳正かつ適正な措置

会員の規約違反被疑事案に対する措置件数は0件であった。

(2) 「景品規約普及強化月間」の実施

製造業部会各支部において、合展及び統一個展のDMにおける景品企画の分析・チェックを実施（令和7年10月～12月）、うち2支部が合同で支部主催の景品規約研修会をオンライン形式で開催した（令和7年8月）。

(3) 規約の周知徹底のための研修会、勉強会の開催と支援

- ① 会員事業者を対象とした本部主催の規約研修会をオンラインで2回開催し、規約の周知徹底を図った。

〔基本ルール編〕

開催日 10月9日

参加申込 849回線（ライブ377回線、アーカイブ462回線）

〔事例解説編〕

開催日 10月23日

参加申込 831回線（ライブ324回線、アーカイブ507回線）

- ② 「景品規約普及強化月間」における支部主催の研修会について、講師の育成・手配、研修用資料の提供等、企画面において本部から支部を支援することにより、規約の周知徹底を図った。

(4) 他業界における事例の研究と事例集の作成

他業界における様々な景品企画事例について研究を行い、会員事業者が同様の企画を実施する場合の留意事項を事例集として取りまとめ、会員への啓発を図った。

3 規約の厳正かつ適正な運用に資する諸施策

(1) 消費者アンケートや消費者懇談会等の活用による消費者意識の施策反映

- ① 消費者懇談会または消費者セミナーを製造業部会7支部で開催し、意見交換などを通じ消費者意識を把握し、市場環境や消費者意識の認識をアップデートするとともに、当協議会の活動への反映を図った。

(2) メーカー希望小売価格撤廃情報の周知

- ① 不当な二重価格表示の未然防止を図るため、毎月、会員各社の過去1年分のメーカー希望小売価格の「価格撤廃一覧表」を価格撤廃情報として当協議会のホームページに掲載し周知しているところ、当年度においてはメーカー希望小売価格を撤廃したものはなかった。

(3) シンボルマーク認知度向上のための取組等、広報活動の推進

- ① 当協議会の会報（「家電公取協ニュース」）、ホームページ、フェイスブックページ、紹介動画等を通じ、規約の運用状況等協議会活動の積極的な

広報に努めた。

- ② シンボルマークについては、広報活動及び消費者懇談会等の機会を通じ、認知度向上に努めた。また、会員事業者のカタログ、チラシ、店頭、ホームページでの使用推進を図り、「家電公取協ニュース」でそれらの使用推進の取り組みについて紹介する連載記事を開始した。
- ③ シンボルマークのさらなる認知度向上を図るため一般消費者向けキャンペーン（オープン懸賞形式）を企画し、実施に向けたコンテンツ等の制作を行った。

（４）支部及び小売業部会との連携・協力

- ① 全国支部活動推進会議を定期的を開催することなどにより、本部と支部との間の連絡調整を緊密に行った。
- ② 各支部は規約普及研修会や消費者懇談会等の開催活動を通じ、規約の啓発や消費者意識の聴取を推進し、本部は、それらの具体的内容に関して必要な検討と支援を行った。
- ③ 小売業部会が運用する小売業表示規約の一層の周知徹底、普及促進についても、研修会支援、ツール作成等の活動を通じ協力するとともに、常に小売業部会と協議しつつ、部会間の効率的な協力の仕組みについて検討を行った。
- ④ 小売業部会が行う「正しい表示 店頭キャンペーン」の実施に協力した。

（５）行政機関及び関係団体との連携強化等

- ① 消費者庁、公正取引委員会、経済産業省等の関係行政機関に対し、本部主催の各種行事や研修会への招聘や、規約の運用に関する個別会合を通じて連携を図った。
- ② 支部総会や消費者懇談会等の場に、公正取引委員会、都道府県の景品表示法担当部署の行政官等を招き、相互に現況を共有し各地区における連携強化や関係深耕を図った。
- ③ 家電業界における適正表示を推進するため、関係工業会から審議要請のある表示に係わる自主基準等について審査を行ってきているところ、当年度は審議要請はなかったが、委員会活動を中心に、情報交換、意見交換を実施すること等により連携を図った。

〔２〕 公正な取引の推進

１ 独占禁止法、景品表示法等に関連する研修の開催、調査・研究等を通じ、会員におけるコンプライアンス向上と、コンプライアンス関連人材育成の支援

（１）合同研修会

各専門委員会が合同で研修会をハイブリッド参加形式で開催した。

〔日時〕 令和８年２月１０日（火）１４：００～１６：４５

〔内容／講師〕

- ④「いわゆるダークパターンの取引に関する実態調査について」
消費者庁 新未来創造戦略本部 国際消費者政策研究センター
特任研究員 今中 厚志 氏
- ⑤「表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料について」
家電公取協 東出 浩一 専務理事

〔参加数〕ライブ視聴 200 回線（現地 10 名）、アーカイブ視聴 192 回線

2 一般消費者の適正な商品選択を確保する観点からのメーカー説明員に関連した調査・検討

メーカー説明員の識別マークの着用状況、業務内容の実態把握を目的とする「店頭説明員実態調査」を年2回実施し、会員メーカーに対して、量販店店頭における識別マークの適切な着用を徹底するとともに、不適正着用ほか規約・関係法令上、問題となりかねない作業内容の改善を要請した。

〔3〕 適正な協議会運営

当協議会の事業内容について、製造業部会としては運営委員会と本部事務局連携の下、家電業界の動向や消費者意識等の変化への対応を図り、会員企業・団体の拡大推進も含め、運営基盤の体質強化と改善に努めた。

1 協議会内の各種会議体の円滑かつ適切な運営、事業計画と予算執行の進捗確認

（1）ガバナンス強化も意識した基幹会議体の円滑な運営と事業計画の執行管理

定時社員総会、理事会、部会役員会等の運営意思決定の会議体を通年計画に則り開催運営し、事業計画及び予算の執行とその管理を実行した。

（2）経営基盤・風土の保全と生産性の向上

- ① 将来に向けた財務面の安定強化と、公益認定基準の順守に向け、公益充実資金の制度の導入を検討審議し、規約普及啓発に資する広報助成物やデジタルコンテンツの制作費用についての資金を設定した。
- ② 持続的な経営基盤や風通しの良い風土の保全に向け、事業運営の改善・変革の継続的な検討・推進の一環として、運営委員会と企画小委員会他、傘下の活動についての運営見直しを実施し、生産性向上を実現した。
- ③ 消費者団体や行政を通じ、より外部への活動周知、法令・規約の啓発活動を推し進めた。
- ④ 経営収支構造の改善や風通しの良い風土をめざして、旧来の慣例の見直しも含め様々な視点から事業運営のあり方を見直し、変革に向け継続

的に取り組んだ。

2 ネットワークの積極的活用による、規約の普及啓発・運用スキルアップにおける生産性の向上

(1) オンライン研修会の定着

eラーニングの継続運用に加え、会議・研修会におけるオンライン活用を本年度も実施・定着化し、受講者の面的拡大に加え、費用支出の大幅圧縮にも繋ぎ、生産性を向上させた。

(2) 広報関連の制作・運営のコストダウン

広報系の情報発信においては、ホームページ用サーバーの刷新に伴う移転を円滑に遂行し、プログラム機能の簡素化及び会員専用サイト機能の外部ファイル共有サービスへの移行によりコストダウンにつなげた。

(3) 情報システムインフラの活用と運用

- ① 会員専用サイトを外部ファイル共有サービスに移行し、引き続き会員間の情報共有の強化・迅速化に努めた。
- ② 情報通信インフラについては、情報セキュリティや緊急事態対応にも配慮した継続整備を維持した。

3 外部との接点強化による、市場や消費者意識、社会動向などのキャッチアップ促進

(1) 消費者及び行政との連携・接点強化

消費者団体・行政との連携・懇談会等の促進を図り、特に製造業部会7支部が消費者懇談会または消費者セミナーを開催、消費者意識や市場実態の把握と、より外部への活動周知、規約の啓発活動を推し進めた。

(2) 関係団体や他業界との知見交流

他業界の公正取引協議会や関係団体との交流機会創出を図り、特に当年度においては、前線における活動推進方法や、ダークパターンについて情報・知見を交換し、規約の運用・改定等の動向掌握に加え、会員入会への寄与も含め、活動のレベルアップを図った。

第3部 小売業部会の事業報告

[1] 規約の厳正かつ適正な運用等

「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置」等への適切な対応を図りつつ、次のとおり、所管する規約の厳正かつ適正な運用等を実行した。

1 小売業表示規約及び製品業景品規約の周知徹底・普及促進による違反の未然防止、被疑事案の調査、是正指導

(1) 規約違反事案に対する厳正かつ適正な措置

小売業表示規約被疑事案に対して、1件の措置を行った。

製品業景品規約については、会員の規約被疑事案に対する措置件数は0件であった。

(2) 規約の周知徹底と普及啓発のための規約研修会の開催

昨年度から実施した全国の地域電機店向けの小売業表示規約のオンライン研修会を本年度も2日間実施し、延べ約150店が参加した。また、支部での地区別研修会を開催（7支部）するなど、会員の規約運用スキルの向上を図った

(3) 「正しい表示 店頭キャンペーン」の実施

規約の普及・啓発及び規約違反の未然防止を図るため、27支部（製造業部会沖縄支部を含む）において、都道府県や消費者団体とも連携して、「正しい表示 店頭キャンペーン」を実施した。また、実施に当たり小売業部会でのより主体的かつ効率的な運営を促進した。

(4) 本部チラシ調査等の実施

チラシ掲載状況の実態把握と規約違反被疑事案の是正を目的とし、本部チラシ調査を2回実施した。

① 夏季調査

〔期間〕令和7年6月27日～7月13日

〔対象〕45枚（うち非会員23枚）、主要8品目、1,979品

〔結果〕規約違反なし

② 冬季調査

〔期間〕令和7年11月22日～12月7日

〔対象〕48枚（うち非会員21枚）、主要8品目、1,940品

〔結果〕規約違反なし

(5) 取引環境の変化に伴い新たに生じる規約運用に関連した諸課題への対応

非会員事業者において行われている下取り販売や、長期間にわたる二重価格表示など、小売業表示規約においては制限がある販売手法についての論点や課題の検討を行った。

2 規約の厳正かつ適正な運用に資する諸施策

(1) 消費者懇談会等の活用による消費者意識の聴取

取引実態の変化等に即した規約の適正かつ効果的な運用や見直しを目的として、小売業支部・製造業支部が各地で開催する消費者懇談会等を活用し、消費者の意見・要望を聴取した。

(2) シンボルマーク認知度向上のための取組等、広報活動の推進

- ① 一般消費者が当協議会の会員・非会員を容易に識別でき、安心して商品選択ができる取引環境を整備するとともに、会員の規約遵守意識の一層の徹底を図るため、シンボルマークポスターやステッカー等の店頭掲示の徹底など、シンボルマークの認知度向上のための取組を実施した。
- ② 当協議会の会報（「家電公取協ニュース」）、紹介動画、ホームページ、フェイスブックページ等を通じ、規約の運用状況等部会活動について積極的に広報発信した。
- ③ シンボルマークのさらなる認知度向上を図るため一般消費者向けキャンペーン（オープン懸賞形式）を企画し、実施に向けたコンテンツ等の制作を行った。

(3) 支部活動の推進と製造業部会との連携等

- ① 支部活動の一層適切な運営を推進した。また、その推進に当たっては、製造業部会とも適切な連携を図るとともに、必要に応じ同部会とも協議しつつ、部会間の効率的な連携について検討を行った。
- ② 支部においてもチラシ表示を中心に定期的に調査を実施するとともに規約違反が疑われる表示に対しては、本部への照会や現地における指導など、適切な対応を行った。
- ③ 製品業景品規約に関し、製造業部会と連携して会員への周知、普及活動を行った。

(4) 行政機関との連携の強化等

- ① 会員外事業者による被疑事案に対しては、一般消費者の利益を確保するとともに、当協議会会員が競争上不利にならないようにするため、規約を参酌した措置の要請を添え消費者庁への情報提供を行った。
- ② 「正しい表示 店頭キャンペーン」の実施等規約の運用に当たり、消費者庁、公正取引委員会及び都道府県の景品表示法担当部署と密に連携した。

[2] 公正な取引の推進

会員のコンプライアンス意識の向上を図る観点から、会員の関心の高い独占禁止法、景品表示法等に関連するテーマを取り上げ、情報の共有と研究を行った。

[3] 適正な協議会運営

当協議会の事業内容について、小売業部会としては本部規約指導委員会と本部事務局連携の下、家電業界の動向や消費者意識等の変化への対応を図り、会員企業・団体の拡大推進も含め、運営基盤の体質強化と改善に努めた。

1 協議会内の各種会議体の円滑かつ適切な運営、事業計画と予算執行の進捗確認

(1) ガバナンス強化も意識した基幹会議体の円滑な運営と事業計画の執行管理

- ① 定時社員総会、理事会、部会役員会等の運営意思決定の会議体を通年計画に則り開催運営し、事業計画及び予算の執行とその管理を実行した。
- ② 流通各社の全国各地での展開を意識しつつ、持続的・効率的な基盤の保全と部会運営に努めた。

(2) 経営基盤・風土の保全と生産性の向上

将来に向けた財務面の安定強化と、公益認定基準の順守に向け、公益充実資金の制度を導入し、規約普及啓発に資する広報助成物やデジタルコンテンツの制作費用についての資金を設定した。

2 ネットワークの積極的活用による、規約の普及啓発・運用スキルアップにおける生産性の向上

eラーニングの継続運用に加え、会議・研修会におけるオンライン活用を本年度も実施・定着化し、受講者の面的拡大に加え、費用支出の大幅圧縮にも繋ぎ、生産性を向上させた。

3 外部との接点強化による、市場や消費者意識、社会動向などのキャッチアップ促進

- ① 行政や関係団体との交流機会創出を図り、特に当年度においては、前線における活動推進方法や、ダークパターンについて情報・知見を交換し、規約の運用・改定等の動向掌握に加え、会員入会への寄与も含め、活動のレベルアップを図った。
- ② 電機商業組合主催の消費者懇談会の議事の共有や行政との連携を通じ、より外部への活動周知、法令・規約の啓発活動を推し進めた。

以上