

令和5年度 事業報告

(令和5年5月1日～令和6年4月30日)

当協議会は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、令和5年度の事業を展開した。

特に新型コロナ禍の状況改善とともに、各種の事業が現地・現場での活動を伴い活発化する中、ハイブリッド形態も合わせ多様な実績・成果をめざした。

加えて、社会環境や消費者ニーズが変化し、新たなマーケティング手法が普及する中、それらに呼応する「一般消費者が事業者の表示であることを判断することが困難である表示」（ステルスマーケティング告示）等の法整備や行政の動向についても追従すべく、法令研究や研修啓発、公正競争規約の精査・見直しも視野に入れた運営を図った。

また、公益社団法人に相応しい協議会運営をめざす上でも、公益性の高い諸施策を基本に掲げ、製造業部会及び小売業部会の両部会が連携し、所管する公正競争規約の運用を中心に担当事業を積極的・効果的に推進した。

事業施策としては、消費者意識調査や関係団体との懇談会を通じ、消費者の意識を押し量り、活動の指標の一つとするとともに、公正競争規約や景表法の啓発・研修活動も実施し、消費者保護や公正取引の担保を図った。

家電流通の前線においては、景品・表示に関する状況掌握及び違反行為の未然防止のねらいから、行政官にも参画願い、会員・非会員問わぬ店頭やチラシ等での景品・表示の適正化推進を実施した。これらの活動は、行政及び消費者団体との関係深耕にも繋がった。

活動基盤に関しては、eラーニングのコース拡充と受講間口拡大をはじめとし、会員企業及び委員における公正競争規約や関連法令の理解度と法令遵守意識の向上に努めた。新規会員の拡大促進も図りつつ、会員加入に繋ぐことができたほか、活動の活発化の経過においても収支構造を大幅に改善し、次年度における黒字体質への道筋をつけるとともに、風土改革も合わせ、協議会の経営体質の強化を図ることができた1年となった。

第1部 協議会全体の概況報告

[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、3規約（製造業表示規約、小売業表示規約、景品業表示規約）いずれも0件であった。

(2) 規約の変更等に伴う解説書の改訂及び改訂内容の周知

- ① 令和5年4月に改訂した製品業景品規約の解説書を、同5月より配本開始し、改訂内容の考え方を中心に周知を図った。
- ② 製造業表示規約の解説書を、10月に改訂、配本開始するとともに、令和5年4月の施行規則改定事項を中心に、改訂内容の周知を図った。

(3) 市場・業界における規約の遵守状況の点検及び被疑事案の未然防止

- ① 「景品規約普及強化月間」を製造業部会各支部において設定し、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（10月～12月）したほか、景品規約研修会を8支部で8回開催した（8月～3月）。
また、収集されたDMの中から、本部景品委員会にて規約理解の参考となる事例を抽出し、解説を加えた「景品事例集（32）」を作成した。
- ② 「正しい表示 店頭キャンペーン」を小売業部会30支部及び製造業部会沖縄支部にて開催。開催に当たっては、製造業部会支部も協力参画のほか、行政官の参加も仰ぎ、非会員店27店も含め、全92店舗で調査実施した。指導件数は18件（うち非会員2件）であった。
- ③ 本部チラシ調査を2回実施した（夏季：6～7月、冬季：11～12月）。
- ④ 小売業部会支部においても規約関連チラシ調査を実施するとともに、「支部規約指導委員会」を定期的に開催し、規約違反に対する指導、是正措置等の効果的な活動を行った。

(4) 消費者意識の掌握と施策反映、並びに消費者への規約・法令の啓発活動（消費者懇談会、消費者アンケート等の実施・活用）

- ① 本部事務局主催で消費者懇談会を開催（令和6年2月）、消費者団体の他、行政官も同席の下、製品関連及び小売販促関連の2部構成にて運営、検討中の下記テーマを中心に意見ヒアリングするとともに、当協議会及び会員企業の活動に対する評価も確認することができた。

・第1部 製品まわりの表示広告について

・第2部 小売販促関連の表示広告・景品について

- ② 製造業部会支部主催の消費者懇談会を7支部において開催し、現地自治体行政官の同席の下、消費者団体、消費生活センターとの懇談を通じ、家電業界の景品表示に対する消費者意識を確認するとともに、景表法・家電公正競争規約の周知啓発を推進した。
- ③ 消費者団体に対する研修会、規約セミナー等を開催。CI（ただしちゃんマーク）も含め家電公正競争規約・法令の周知啓発に努めた。
 - ・静岡県消費者団体連盟（6月23日 静岡市）
 - ・東京都こうのとり会（10月5日）
- ④ 一般消費者1,200名を対象として、以下をテーマにWEBアンケートを実施した。
 - ・「家電製品購入にあたっての『比較表示』について」（1月実施）

（5）取引環境の変化に伴う表示・景品の課題の調査・研究及び運用基準の見直し等

- ① 「菌等の抑制に関する用語使用基準」の改定案、通信機能における注釈表示のあり方、過去比較表示に関する規約の規定、取扱説明書のデジタル媒体活用に関する規約のあり方等、規約及び運用基準について検討を行った。
- ② 景品規約に関し平成16年以降に作成し蓄積してきた「景品事例全集」（全63事例収録）について、令和5年に改訂した規約解説書の解説内容を踏まえ、見直しに取り組み、解説内容のさらなる明確化を図りつつ、インターネット利用景品企画や新たなビジネスモデル、景品類の多様化等に対する考え方の周知を図った。
- ③ チラシの電子化はじめインターネットを利用した販促施策の浸透・普及や、新たなビジネスモデルの出現等、ネット通販の拡大に伴う小売関連規約運用上の諸課題について、店頭キャンペーンや本部チラシ調査の経過とともに、本部規約指導委員会等で継続検討した。
- ④ 家電公取協が運用する目安単価と統一省エネラベルにおける電力単価が異なる状況を踏まえ、目安単価の基準の見直しについて検討を行い、改定案を作成した。

（6）規約の周知徹底・普及啓発のための研修会やスキルアップの推進

- ① eラーニング運営による会員のスキルアップ
本年度、新たに2つの会員向けの学習コンテンツを追加作成・開講、会員のスキル向上を図った（令和5年度末における受講者数は5,425名）。
 - ・「メーカー向け流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針Q&A」コース（5月開講） 修了者1,216名
 - ・「小売業表示規約」コース（10月開講） 修了者1,028名

・4コース累計 受講者登録 5,425名、修了者のべ 7,569名
(各4月末日現在実績)

- ② 会員向け合同研修会をハイブリッド形式で開催(11月29日)。ステルスマーケティング告示について消費者庁 高居表示対策課長を講師として招聘。加えて「販売方法の制限・選択的流通・ネット販売の制限に対する独占禁止法の適用の異同」について東出専務理事より講義、法令の動向を学ぶとともに会員の遵法意識の向上を図った。
- ③ 製造業・小売業両部会の支部単位でも、各種規約研修会等を開催、一部の研修会では、消費者団体、行政の聴講者の参加も得た。

2 規約の厳正かつ適正な運用に資する諸施策

(1) メーカー希望小売価格撤廃情報の周知

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「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、その周知に努めた。

(2) 広報活動の推進(シンボルマーク認知度向上のための取組等)

- ① 当協議会の会報(「家電公取協ニュース」、「家電公取協の活動報告」)、ホームページ、フェイスブックページ、紹介動画等を通じ、規約の運用状況等部会活動の積極的な広報に努めた。
- ② 個別に委託運営していたホームページとフェイスブックについて、委託会社を1社化し、より効果的・効率的な運営に着手した。
- ③ シンボルマークについては、広報活動並びに消費者懇談会等の機会を通じ、認知度向上に努めるとともに、一般消費者への認知度向上策について、シンボルマークの認知度やポスター・ステッカーの使用状況を踏まえた上での今後の取り組みについて検討を行った。

(3) 規約違反の未然防止に向けた部会間、本部・支部間における連携の強化

- ① 製造業部会の全国支部活動推進会議を定期的(10月、4月)に開催し、本部・支部間の緊密な連絡調整に加え、各支部会則の統一内規化協議や、消費者懇談会開催や行政との関係深耕等についての経験知の支部間共有をすることができた。
- ② 製造業・小売業両部会の支部を通じ、関わりの深い規約を中心に、会員への周知、普及活動を行った。
- ③ 小売業部会における委員会活動及び「正しい表示 店頭キャンペーン」等の実施においては、製造業部会とも適切な連携を図るとともに、部会間の効率的な連携について検討協議を行った。

- ④ 支部委員に対するオンラインでの研修会を新規企画導入し、新任委員をはじめ支部委員のスキル基盤の底上げを図った。
 - ・支部活動基本研修（6月21、22日）
 - ・支部会計研修（8月25日）

（4）関係行政機関、関係団体との連携の強化

- ① 前記、合同研修会（11月29日）の開催において、消費者庁行政官を講師として招聘し、規約の運用、法改正への対応における協力体制を築いた。

その他、本部・支部総会、消費者懇談会等、関連の会合への、消費者庁、公正取引委員会、都道府県の景品表示法担当部署の担当官の出席を賜り、規約運用に当たっての行政機関との緊密な連携を図った。

- ② 各支部における規約の啓発、消費者懇談会ほかの関係行政機関・団体との連携強化等に関して検討と支援をし、7支部における消費者懇談会の開催に繋ぎ、現地自治体や公正取引委員会の行政官同席の下、消費者団体、消費者センターとの懇談を通じ、家電業界の景品表示に対する消費者意識を確認するとともに、景表法・家電公正競争規約の周知啓発を推進した。

（5）非会員事業者の加入促進

情報交換会などを通じて新規加入を推進するにおいて、新規入会会員1社を迎え入れることができた（マクセルイズミ株式会社（製造業部会）、12月入会）。

〔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及びコンプライアンス関連人材育成の支援

（1）公正取引に関する会員向けの啓発活動

- ① 「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針Q&A」についての会員メーカー向けeラーニングを開講した（5月）。令和6年4月までの修了者は1,216名。
- ② 前年度作成した「メーカーのネット直販における公正競争規約・独占禁止法に関するQ&A」について、会員メーカーを対象とした説明会をハイブリッドで開催した（7月）。受講者は346名（オンライン326回線、現地受講20名）

（2）取引公正化の推進に関連した情報の共有及び研究

10月より施行されたステルスマーケティング告示についてQ&Aを作成するとともに、会員各社内における表示・広告の内容や関係先について点検を推進した。

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

(1) 「店頭説明員実態調査」の実施と、識別マーク等の不備の是正

メーカー説明員の識別マークの着用状況、業務内容の実態を調査する「店頭説明員実態調査」を年2回（7月、12月）実施、会員事業者には適正着用に関して更なる社内啓発を要請した。

(2) 店頭での公正取引に関する法令研究と会員への注意喚起

店頭においてメーカー説明員であることを告知せず接客し、自社製品の優位性を説明することにより、消費者の適正な商品選択を妨げることはステルスマーケティングに該当するおそれのあることを会員事業者に周知した。

[3] 協議会の適正運営と、改善・強化に向けた各種対策

(1) 協議会内の各種会議体の円滑かつ適切な運営推進と、事業計画と予算の進捗確認

基幹会議体を円滑に遂行し、事業計画及び予算の執行をはじめ、協議体全体のガバナンスを図りつつ健全な運営に努めた。

特に、デジタルネットワーク基盤の活用や、各種事業活動の手法や委託契約の見直しにより収支を大幅に改善、新型コロナ禍の状況改善によりリアルな活動が活発する中において収支黒字化への道筋をつけるに至った。

(2) 製造業部会本部・支部間の連携強化と活動の高位平準化

製造業部会支部の活動運営指針（内規）（令和5年4月制定）を5月より運用開始、役員体制等新たな全国統一規程に基づいた活動運営の定着に努めた。

(3) eラーニングシステム等デジタル基盤の積極活用による、規約の普及啓発・スキルアップと経営の効率化

会員向けeラーニングシステムにおいて、前記の通りコースの拡充と受講者増員を進めた。

また、ハイブリッド会議の活用や、会員専用サイトの積極的活用等により、会議体の資料共有、会員間の情報共有の強化及び迅速化、効率化を推進した。

(4) 他業界の公正取引協議会及び関係団体との交流や知見交換の機会創出による活動のレベルアップ

全国公正取引協議会連合会主催のブロック会議等への出席による、他業界公正取引協議会との交流に加え、一部の他業界公正取引協議会とは個別の知見交流も実施（2団体、3回）、当協議会活動のレベルアップを図った。

(5) 会員専用サイトの積極的活用による会員間の情報共有の強化及び迅速化を確かなものとするための、関係情報の速やかな掲載の励行

会員専用サイトの活用により、会議体の資料共有、会員間の情報共有の強化及び迅速化に繋いだ。

(6) 情報セキュリティ、緊急事態対応、生産性等の保全・改善に向けた情報通信基盤の継続整備

緊急事態下における活動継続（BCP対策）に加え、個人情報保護、コミュニケーション促進による能率化等のねらいから、本部事務局にスマートフォンを導入した。

新型コロナ禍が状況改善する経過においても、事務所・リアル会議等での感染防止対策に配慮するとともに、会議・行事のオンライン／ハイブリッド開催については安全確保のみならず能率化・効率化の観点からも継続推進し、経営基盤強化にも繋いだ。

[4] 主な会議・活動等の開催状況

1 総会

会議等	活動の内容
定時社員総会	〔開催日〕 令和5年7月25日 15時30分～16時10分 〔場所〕 第一ホテル東京 4階 プリマヴェーラ 〔審議事項〕 第1号議案 令和4年度収支決算（案）に関する件 第2号議案 役員を選任（案）に関する件 〔報告事項〕 報告事項1 令和4年度事業報告について 報告事項2 令和5年度事業計画及び収支予算について 報告事項3 令和5年度会費について
臨時社員総会 （書面）	〔決議日〕 令和6年3月15日 〔決議事項〕 議案 理事の選任の承認

2 理事会

会議等	活動の内容
第1回理事会 （書面）	〔決議日〕 令和5年6月30日 〔決議事項〕 第1号議案 令和4年度事業報告の承認 第2号議案 令和4年度収支決算の承認 第3号議案 令和5年度収支予算補訂の承認 第4号議案 会長に事故あるとき等に理事会の議長に当たる副会長の順序の承認 第5号議案 令和5年度定時社員総会の開催の決議
第2回理事会	〔開催日〕 令和5年7月25日 15時00分～15時20分 〔場所〕 第一ホテル東京 4階 フローラ 〔報告事項〕 報告事項1 令和5年度第1回理事会（書面）について 報告事項2 役員（理事）の候補について 報告事項3 最近の事業活動について
第3回理事会	〔開催日〕 令和5年7月25日 16時20分～16時30分 〔場所〕 第一ホテル東京 4階 フローラ 〔審議事項〕 第1号議案 会長等の選定（案）に関する件 第2号議案 会長に事故あるとき等に理事会の議長に当たる副会長の順序（案）に関する件 〔報告事項〕 令和5年度～6年度の主要会議の予定について
第4回理事会 （書面）	〔決議日〕 令和5年11月17日 〔決議事項〕 議案 会員の入会の承認 マクセルイズミ株式会社 （製造業部会、令和5年12月1日付入会）

会議等	活動の内容
第5回理事会 (書面)	[決議日] 令和6年3月1日 [決議事項] 議案 理事選任のための臨時社員総会(書面)開催の承認
第6回理事会	[開催日] 令和5年4月7日 13時30分～15時00分 [場所] 家電公取協 会議室 [審議事項] 第1号議案 令和6年度事業計画(案)に関する件 第2号議案 令和6年度会費(案)に関する件 第3号議案 令和6年度収支予算(案)に関する件 第4号議案 副会長の選定(案)に関する件 第5号議案 会長に事故あるとき等に理事会の議長に当たる副会長の順序(案)に関する件 [報告事項] 最近の事業活動について

3 その他 本部事務局運営

会議等	活動の内容
本部主催 消費者懇談会	[開催日] 令和6年2月16日 [場所] 家電公取協本部 会議室 [出席] 2消費者団体、消費者庁、公正取引委員会、東京都庁 [議題] ①製品まわりの表示 ②小売販促関連の表示
消費者庁 審議官との 懇談会	・(一社)全国公正取引協議会連合会 主催 令和6年4月2日 ①「取扱説明書などのデジタル媒体活用」 ②「下取販売における有利誤認について」
行政 連絡会議	・(一社)全国公正取引協議会連合会 主催 [中央会議] 令和5年10月11日 本部、関東支部が出席。家電公取協より、事例発表。 [ブロック会議] 製造業部会 東海、北陸、近畿、中国、四国、九州各支部が 当該地区ブロックの会議に出席
関係団体 協議会	・(公社)日本広告審査機構 主催 令和5年11月20日 家電公取協より事例発表
消費者団体 啓発	・こうのとりの会 令和5年10月5日 研修会(10名参加)
異業種交流	・他業界等との知見交流 ① タイヤ公取協 (2回:広報活動等について、会員研修マネジメントシステムについて) ② 旅行業公取協(消費者懇談会の運営について) ③ 非会員PCメーカー(保証書・取扱説明書のオンライン対応について)

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

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) 規約等の変更に伴う解説書の改訂及び変更内容の周知

- ① 平成30年6月及び令和5年4月の規約・施行規則の変更、令和5年5月に改正された景品表示法の内容等を含め、令和5年10月に8年ぶりに解説書の改訂を行った。
- ② 解説書の変更内容の周知のため、eラーニングシステムにおける製造業表示規約のテキスト及びテストの見直しに着手した。

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

- ① 通信機能における注釈表示をテーマに、令和5年3月に実施した消費者WEBアンケート調査の報告書を取りまとめ、会員事業者に対し、IoT家電に関する「注釈表示」のあり方について提言を行った。
- ② 取扱説明書等のデジタル媒体活用が進展する中、令和5年1月に実施した消費者WEBアンケートの結果を踏まえ、「必要表示事項」等、取扱説明書に関する規約の規定のあり方について検討を行った。
- ③ 過去比較表示に関する規約の規定見直し検討に向けた消費者意見の検証のために、令和6年1月にWEBアンケート調査を実施し、報告書を取りまとめた。(質問数12問、回答者1,200名)
- ④ 「菌等の抑制に関する用語使用基準」の改定に向け、消費者庁との打合せを重ねながら、同庁からの指摘事項について検討を行った。
- ⑤ 家電公取協が運用する目安単価と統一省エネラベルにおける電力単価が異なる状況を踏まえ、目安単価の基準の見直しについて検討を行い、改定案を作成した。

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、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

- ① 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5年10月～12月）、うち8地方支部では景品規約研修会をオンラインまたは集合形式で開催した（令和5年8月～令和6年1月）。
- ② 本部景品委員会において、収集されたDMの中から規約理解の参考となる事例を抽出し、解説を加えた「景品事例集（32）」を作成した。

(3) 規約の周知徹底のための研修会、勉強会や消費者懇談会の開催及び支援

- ① 「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、関連団体等（消費者団体、行政等）にも広く参加を呼びかけ、景品規約の普及啓発とともに連携強化した。

本部は、支部における規約研修会開催を講師の派遣、研修用資料の提供、支部会員以外の製造業会員への案内発信等で積極的に支援することにより、規約の周知徹底を図った。

- ② 規約研修のためのeラーニングシステムの受講状況の分析を踏まえ、さらなるコンテンツ拡充の検討と受講推進に活用し、会員のコンプライアンス意識の更なる醸成と、規約運用スキルを向上させた。

(4) 事例の研究と事例集の作成

平成16年以降に作成し蓄積してきた「景品事例全集」（全63事例収録）について、令和5年に改訂した規約解説書の解説内容を踏まえ、見直しに取り組んだ。

3 消費者懇談会及び消費者アンケート等の活用による消費者意識の施策反映

(1) 消費者懇談会の開催による意識調査

- ① 2月、本部事務局主催で消費者懇談会を開催、特に④「取扱説明書のデジタル媒体の活用」、⑤「過去の自社製品との比較広告」を中心に製品まわりの表示広告に関して質疑・懇談、消費者意識・ニーズを確認した。
- ② 製造業部会支部主催の消費者懇談会を7支部において開催、現地自治体や公正取引委員会の行政官同席の下、消費者団体、消費生活センターとの懇談を通じ、家電業界の景品表示に対する消費者意識を確認するとともに、景表法・家電公正競争規約の周知啓発を推進した。

(2) 消費者 WEB アンケート調査

前記、製造業表示規約の見直し検討の一環として、一般消費者 1,200 名を対象に、下記テーマで WEB アンケートを実施した。

- ・ 「家電製品購入にあたっての『比較表示』について」(1月実施)

4 規約の厳正かつ適正な運用に資する諸施策

(1) メーカー希望小売価格撤廃情報の周知

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「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、その周知に努めた。

(2) 会員向け合同研修会のハイブリッド開催(11月29日)

ステルスマーケティング告示について消費者庁 高居表示対策課長を講師として招聘、加えて「販売方法の制限・選択的流通・ネット販売の制限に対する独占禁止法の適用の異同」について東出専務理事より講義、法令の動向を学ぶとともに会員の遵法意識の向上を図った。

(3) 本部・支部間及び、小売業部会との連携・協力等

- ① 全国支部活動推進会議を定期的(10月、4月)に開催し、本部・支部間の緊密な連絡調整に加え、各支部会則の統一内規化協議や、消費者懇談会開催や行政との関係深耕等についての経験知の支部間共有をすることができた。
- ② 製造業部会支部による規約の普及啓発、関係行政機関との連携強化等の実施について、講師派遣、関連資料・啓発ツールの作成準備等、必要な支援を行った。
- ③ 研修会支援、ツール作成等の活動を通じ、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 支部委員に対するオンラインでの研修会を新規企画導入し、新任委員をはじめ支部委員のスキル基盤の底上げを図った。
 - ・ 支部活動基本研修(6月21、22日)
 - ・ 支部会計研修(8月25日)
- ⑤ 小売業部会における規約研修のためのeラーニング用教材の作成を支援、10月の導入開講に寄与した。
- ⑥ 小売業部会における委員会活動及び「正しい表示 店頭キャンペーン」等の実施に、製造業部会支部を中心に協力した。

(4) 行政機関及び関係団体との連携強化等

- ① 合同研修会をハイブリッドにて開催（11月29日）、消費者庁行政官を講師として招聘、規約の運用、法改正への対応における協力体制を築いた。
その他、消費者庁、公正取引委員会、都道府県の景品表示法担当部署の担当官の本部・支部総会、消費者懇談会等、関連の会合への出席を通じ、規約の運用に当たって行政機関との緊密な連携を図った。
- ② 各支部における規約の啓発、消費者懇談会ほかの関係行政機関・団体との連携強化等に関して検討と支援をし、7支部における消費者懇談会の開催に繋ぎ、現地自治体や公正取引委員会の行政官同席の下、消費者団体、消費者センターとの懇談を通じ、家電業界の景品表示に対する消費者意識を確認するとともに、景表法・家電公正競争規約の周知啓発を推進した。
- ③ 関係工業会からの委員会参画をはじめ、自主基準等について情報交換、意見交換などの連携を図った。

(5) 非会員事業者の加入促進

- ① 情報交換会などを通じて新規加入を推進するにおいて、新規入会会員1社を迎え入れることができた（マクセルイズミ株式会社；12月）。

[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及び、コンプライアンス関連人材育成の支援

(1) 公正取引に関する会員向けの啓発活動

- ① 「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針 Q&A」についての会員メーカー向け eラーニングを開講した（令和5年5月）。令和6年4月までの修了者は1,216名。
- ② 前年度作成した「メーカーのネット直販における公正競争規約・独占禁止法に関する Q&A」について、会員メーカーを対象とした説明会をハイブリッドで開催した（令和5年7月）。受講者は346名（オンライン326回線、現地受講20名）

(2) 取引公正化の推進に関連した情報の共有及び研究

10月より施行されたステルスマーケティング告示について Q&A を作成するとともに、会員各社内における表示・広告の内容や関係先について点検を推進した。

2 一般消費者の適正な商品選択を確保する観点からのメーカー説明員関連施策

(1) メーカー説明員の実態調査

メーカー説明員の識別マークの着用状況、業務内容の実態を調査する「店頭説明員実態調査」を年2回（7月、12月）実施、会員事業者には適正着用に関して更なる社内啓発を要請した。

(2) 店頭での公正取引（ステマ告示）に関する法令研究と会員への注意喚起

店頭においてメーカー説明員であることを告知せず接客し、自社製品の優位性をことさら強く説明することにより、消費者の適正な商品選択を妨げることはステルスマーケティングに該当するおそれのあることを会員事業者に周知した。

[3] 主な会議・活動等の開催状況

1 役員会

会議等	活動・内容
製造業部会役員会	[決議日]
・第1回(書面)	6月16日
・第2回(書面)	3月29日

2 専門委員会

会議等	活動・内容
運営委員会	14回開催
表示委員会	5回開催
広告委員会	9回開催
景品委員会	3回開催
取引公正化推進委員会	4回開催

3 製造業部会 全国支部関連会議

会議等	活動・内容
全国支部活動推進会議	2回開催(令和5年10月13日、令和6年4月19日)
支部主催 消費者懇談会	全国7支部にて開催 ①9月29日 中国支部 3消費者団体、県庁、公正取引委員会 ②11月8日 北陸支部 適格他5消費者団体、県庁 ③11月15日 沖縄支部 3市消費生活センター、県庁 ④11月17日 北海道支部 1消費者団体、道庁、公正取引委員会 ⑤11月30日 東海支部 1適格消費者団体、県庁、公正取引委員会 ⑥1月23日 九州支部 適格他2消費者団体、公正取引委員会 ⑦4月20日 近畿支部 1消費者団体

4 研修会・セミナー

会議等	活動・内容
合同研修会（会員向け）	<p>〔開催日〕 11月29日</p> <p>〔現地会場〕 ダイキン工業(株)東京支社 会議スペース</p> <p>〔講演内容〕</p> <p>①「ステルスマーケティング告示について」 〔講師〕 消費者庁 表示対策課長 高居 良平 氏</p> <p>②「販売方法の制限・選択的流通・ネット販売の制限に対する独占禁止法の適用の異同」 〔講師〕 家電公取協 東出 浩一 専務理事</p> <p>〔参加者数〕 現地聴講 47名、オンライン聴講 540回線</p>
eラーニング研修（会員向け） （4月末日実績）	<p>①「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針Q&A」コース 5月開講。修了者 1,216名</p> <p>②「小売業表示規約」コース 10月開講。修了者 1,028名</p> <p>③ 累計4コース合計 受講登録 5,425名、修了者のべ 7,569名</p>
支部委員基本研修	<p>①「支部活動基本研修」6月21・22日 10支部 30名受講。支部活動と規約の基本</p> <p>②「支部会計研修」8月25日 10支部 27名参加。インボイス、電帳法等</p>
公正競争規約研修会（支部主催）	4支部 4回開催、92名受講（会員、消費者団体他）
景品規約研修会（支部主催）	8支部 7回開催、282名受講
小売業表示規約研修会（支部主催）	3支部 3回開催、179名受講

以上

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

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

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) 規約の周知徹底と普及啓発のための規約研修会の開催及び支援

- ① 小売業表示規約の普及・啓発に資するための支部単位での規約研修会等を13支部において開催、270名が参加した。

なお、小売業表示規約の研修会は、製造業部会においても3支部で開催、179名が参加した。

- ② 会員の規約運用スキルの向上に向け、eラーニング用の教材の作成に着手、製造業部会会員企業より導入展開した(10月)。

受講者登録5,425名、修了者1,028名(4月末日実績)

(3) 「正しい表示 店頭キャンペーン」の実施と新たな実施要領への移行推進

規約の普及・啓発及び規約違反の未然防止を図るため、全国31支部(含. 製造業部会沖縄支部)にて「正しい表示 店頭キャンペーン」を開催。行政官の参加も仰ぎ非会員店27店も含む、全92店舗で調査実施した。指導件数は18件(うち非会員2件)であった。

製造業部会支部との連携を保ちながらも、自主運営への移行を図り、主体的な企画準備・指揮をめざした。

(4) 本部チラシ調査等の実施

規約違反被疑事案の効果的な把握及びその是正活動を推進するため、下記の日程で本部チラシ調査を2回実施した。

- ① 夏季 本部チラシ調査

〔期間〕 6月24日～7月9日

〔対象〕 非会員含む量販店チラシ43枚(対象:1,799機種)

〔結果〕 規約違反 会員2社2件(自店販売価格の不明瞭表示)

- ② 冬季 本部チラシ調査

〔期間〕 11月25日～12月10日

〔対象〕 非会員含む量販店チラシ45枚(対象:1,962機種)

〔結果〕 規約違反0件

- (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
チラシの電子化はじめインターネットを利用した販促施策の浸透・普及
や、新たなビジネスモデルの出現について、店頭キャンペーンや本部チラシ
調査の経過とともに、本部規約指導委員会で検討を継続した。

2 規約の厳正かつ適正な運用に資する諸施策

(1) 消費者意識の掌握のための消費者懇談会等の活用と施策反映

本部事務局主催の消費者懇談会（2月）に小売業部会からも参画、小売前線の販売促進における景品表示に関して懇談、店頭表示等についての質疑やニーズを承知するとともに、店頭商談や顧客サポート活動等に対する評価も確認できた。

(2) 消費者団体に対する規約啓発活動

消費者団体に対して講演や研修会を開催、協議会活動とシンボルマークの認知度向上も合わせて、規約の周知啓発を図った。

- ① 静岡県消費者団体連盟に対して、「家電小売業における表示のルール」として講演。51名が聴講した（6月23日 静岡市）。
- ② 東京都商組が主催する消費者懇談会に出席し、公取協の事業と小売業表示規約の概要について説明した（2月27日 八王子市）。

(3) 地方支部活動の推進及び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、その推進に当たっては、製造業部会とも適切な連携を図り、必要に応じ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。特に「正しい表示 店頭キャンペーン」の実施に当たっては、小売業部会支部の主導性を発揮すべく取り組んだ。
- ② 支部において関する独自の規約関連チラシ調査を実施するとともに、「支部規約指導委員会」を定期的に開催し、規約違反のおそれのある行為に対する指導、是正措置等の効果的な活動を行った。
- ③ 製造業部会と小売業部会とで運用する製品業景品規約に関し、支部を通じ、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の連携を密にした。

[2] 公正な取引の推進

会員のコンプライアンス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、情報の共有及び研究を行った。

[3] 主な会議・活動等の開催状況

会議等	活動・内容
小売業部会役員会 ・第1回（書面） ・第2回（書面） ・第3回（書面）	〔決議日〕 6月10日 7月8日 3月31日
本部規約指導委員会	6月14日 10月25日
正しい表示 店頭キャンペーン	全国31支部で実施（10月～3月末日） ※沖縄県（製造業部会支部）含む
小売業表示規約研修会	13支部13回開催、270名受講

以上