

4. 2022年度事業計画

2022年度の我が国経済は、新型コロナウイルス感染症の影響、ロシアによるウクライナ侵攻などにより、為替相場の不安定さを惹起して極めて厳しい状況が続くことが見込まれる。引き続き諸物価の高騰のリスクがあるうえ、急激な円安の進行に十分注意する必要がある、金融資本市場の変動等の影響を注視する必要がある。

国際通貨基金（IMF）によれば、最新の世界経済見通しにおいて、2022年の世界経済の成長率をこれまでの予想より0.8ポイント低い3.6%に下方修正している。これはウクライナ情勢をきっかけにしたエネルギーや穀物価格が高騰していることを背景としている。

他方、化粧品については、出荷金額実績（経済産業省生産動態統計）が、2022年1月分で見ると、前年同月比8.4%の増加（出荷総額約960億円）となっている。

特定商取引法の動向については、2022年度においても、消費者庁は、21年に改正した特定商取引法の施行を進めており、消費者利益の擁護増進のための規定の整備として、22年6月1日から電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能にした消費者からのクーリング・オフの通知に続いて、事業者が交付しなければならない契約書面等について、消費者の承諾を得て、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能にすること等については、23年6月までには施行する見込みとなっている。

一方、2022年4月から民法の成年年齢が18歳に引き下げられたことにも一層留意すべきである。

このような状況の中、当協会は2022年度においては、次のような事業を行ってまいりたい。

1 特定商取引法等関係法令の遵守

- (1) 特定商取引法の周知及び遵守の徹底
—「訪問化粧品販売員教材」及び同問題集の改訂—
- (2) 医薬品医療機器等法、独占禁止法、景品表示法等に対する適切な対応

2 訪問販売員の教育の推進

- 「化粧品訪問販売の倫理要綱」及び「ご高齢のお客様への販売に関する自主行動基準」の遵守徹底—

3 消費者対応への支援活動の強化

- (1) 消費者相談研究会に対する活動の充実・強化
- (2) 消費者相談窓口担当者に対する啓発活動の拡大
- (3) 消費者に対する啓発活動の促進

4 広報活動の充実

- (1) 「訪粧協通信」の年2回（8月・2月）の発行
- (2) 会員相互の親睦、情報交換の促進・支援
- (3) ホームページを活用した積極的なPR活動の促進
- (4) 会員へのメールを活用したタイムリーな情報提供
- (5) 化粧品の表示に関する公正競争規約等の各種講習会の実施

5 当協会の活動の活性化への取組

- 新規入会の促進等のための方策の検討—

6 関係官庁、関係団体との協調関係の強化

- (1) 公益社団法人日本訪問販売協会の事業への協力
- (2) その他必要な対外的活動の強化

7 当協会事務体制の整備