

第8節 商務流通グループ	349
商務・流通政策	349
1. 流通・物流効率化政策	349
2. 「大規模小売店舗立地法」	350
3. 中心市街地活性化の推進	350
4. 取引信用行政	351
5. 商品先物行政	352
消費経済政策	353
1. 消費者取引の適正化	353
2. 製品安全行政の積極的な推進	355
2005 年日本国際博覧会（「愛・地球博」）	356
1. 概要	356
2. 経緯及び主要スケジュール・予定	358
3. テーマと4つの柱	358

第8節 商務流通グループ

商務・流通政策

1. 流通・物流効率化政策

(1) 概要

我が国企業の国際競争力を確保するためには、経済構造改革を推進するとともに、高度かつ全体効率的な物流システムを構築していくことが急務である。このため、情報化、標準化、共同化の推進等による物流活動の基盤整備を早急に行う必要がある。

一方、CO₂排出量の増加などに起因する地球温暖化問題等への対応に対し、社会的要請が高まってきており、これら環境問題等に対応した物流システムを構築することが重要である。

そのため、「新総合物流施策大綱」（2001年7月閣議決定）の基本的方向性である〔1〕国際競争力のある社会実現のための高度かつ全体効率的な流通システムの構築、〔2〕環境問題等社会的課題に対応した流通システムの構築、に沿った流通・物流施策を講じた。

具体的には、〔1〕高度かつ全体効率的な流通・物流システムの構築等、情報化・標準化・共同化の推進等による流通・物流活動の基盤整備、〔2〕CO₂排出量の増加などに起因する地球温暖化問題を含む環境問題に対応した流通・物流システムの構築を促進した。

また、「新総合物流施策大綱」の目標年次が2005年であることから、今後の物流政策の中期的な在り方について検討するため、国土交通省と共同で「物流政策懇談会」を設置し、有識者との意見交換を実施した。

(2) 情報化による物流システムの効率化

(ア) 流通EDI

消費財分野における流通・物流の効率化の観点から、インターネット活用による製造業・卸売業・小売業のパートナーシップ強化を目的に、商品マスタデータ同期化システムのデータ項目の標準化及び業務仕様の策定、流通EDI（Electronic Data Interchange：電子データ交換）支援システムの標準的な仕様に基づくシステム開発及び実証実験を実施した。

(イ) 電子タグの普及に関する取組

サプライチェーン全体を捉えた流通・物流分野における電子タグの普及を図るため、百貨店の婦人靴売場等において実証実験を実施するとともに、小売業を委員とする「未来型店舗サービスを考える研究会」を設置し、電子タグ等を活用した未来型店舗サービスの導入に必要なコンセプトを取りまとめた。

(ウ) 国際物流EDI

荷主と物流事業者間の情報連携をより高度化することを目指して、国際標準に準拠したインターネットEDI基盤を構築するための検討を行った。

(3) 物流円滑化を図る物流拠点・体制の整備

受発注業務施設、荷捌施設、保管施設、流通加工施設等から構成される卸共同流通ターミナル等の整備に対する助成、融資等を行い、都市内及び地域間の物流の円滑化、物流共同化等を推進した。

(4) 環境対策の推進

(ア) 環境調和型ロジスティクスの推進

京都議定書の目標達成に向けて、運輸部門ではより一層の環境負荷低減が急務とされており、多くの企業が環境負荷の定量化を推進し、環境負荷低減の取組を実施することが望まれる。このため、ロジスティクス分野で特に重要な環境負荷指標と考えられるCO₂排出量の算定に必要なデータの把握方法を明確化、算定手法を精緻化するための検討を行った。またCO₂排出量と同様に代表的な環境負荷指標である包装資材の消費量に関する定量的データの把握現況や算定方法について、標準的な考え方を示した。

(イ) グリーン物流パートナーシップ会議の開催

2005年2月に京都議定書が発行されることを受け、現状の政策のままでは運輸部門のCO₂排出量について「2010年度に1990年度比15.1%増に抑制する」という目標達成が難しい状況にあった。

このため、2004年12月に荷主企業と物流事業者が協働して物流分野におけるCO₂排出量等の環境負荷の低減に資する事業を行う場として、国土交通省「グリーン物流パートナーシップ会議」（国土交通省、経済産業省、産業界が主催）を創設した。

(5) アジアにおける物流の高度化・効率化

産業の発展に物流基盤の整備が追いつかないアジア諸国において、効率的な輸配送、物流コストの低減を実現するため、専門家派遣事業等の人材育成及び、アジア物流効率化調査等の調査を実施した。

2. 「大規模小売店舗立地法」

(1) 概要

「大規模小売店舗立地法」は、大規模小売店舗の設置者に対し、周辺地域の住民や自治体の意見等を踏まえ、当該大規模小売店舗と周辺の生活環境との調和に配慮を求め、手続等を定めた法律である。

(2) 適切な運用の確保

「大規模小売店舗立地法」の運用は、都道府県及び政令都市が担っているが、経済産業省としても、同法を所管する立場から、適切な運用を確保するため、次の施策を実施した。

(ア) 「大規模小売店舗立地法」の詳細や解釈について、印刷物やホームページにより情報提供を行った。

(イ) 経済産業省及び各経済産業局に「大規模小売店舗立地法相談窓口」を設置し、都道府県・政令都市・大規模小売店舗設置者等からの問い合わせに常時対応した。

(ウ) 毎年、地域ごとに「都道府県等連絡会議」を開催し、「大規模小売店舗立地法」の届出に関して、具体的事例の研究等を通じて、都道府県及び政令都市間の情報交換等を実施した。

(3) これまでの届出状況

2000 年 6 月の「大規模小売店舗立地法」施行後、2004 年 3 月までに、計 2,796 件、(1 月あたり平均で約 48 件)の新設の届出があった(参照表：大規模小売店舗の届出状況)。

(4) 「構造改革特別区域法」に基づく特例

2002 年 12 月に制定・公布された「構造改革特別区域法」において、大規模小売店舗の撤退等により、中心市街地の疲弊が進む状況にかんがみ、中心市街地の商業等の活性化を図るため、中心市街地における「大規模小売店舗立地法」の手続の簡素化の特例を設けた。

(5) 大規模小売店舗を設置するものが配慮すべき事項に関する指針(大規模小売店舗立地法第 4 条の指針)の改定

大規模小売店舗立地法施行後の環境変化等を踏まえ、産業構造審議会流通部会・中小企業政策審議会経営支援分科会商業部会合同会議において、同法第 4 条の指針で規定すべき事項について検討を行い、第 7 回会議(2005 年 2 月 23 日)にて報告書及び指針改定案を取りまとめた。

その後、新指針は同年 3 月 30 日に告示され、10 月 1 日に施行予定となっている。

3. 中心市街地活性化の推進

(1) 「中心市街地活性化法」について

商業や都市機能の空洞化が進行している中心市街地の活性化を図るため、1998 年 7 月 24 日に施行された「中心市街地活性化法」に基づき、地域の創意工夫を活かしつつ、「市街地の整備改善」と「商業等の活性化」を柱とする総合的、一体的な対策を講じている。

<「中心市街地活性化法」のスキーム>

- ・市町村は国が策定した基本方針に基づき、基本計画を作成し、国及び都道府県に送付、国及び都道府県は助言
- ・国は市町村が実施する基本計画に定められた事業に対し支援(特定事業計画、中小小売商業高度化事業計画の場合は主務大臣の認定が必要)

表：大規模小売店舗の届出状況

	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	合計
2000 年度			23	9	15	9	16	26	33	17	26	19	193
2001 年度	27	29	31	32	37	32	35	43	44	33	47	59	449
2002 年度	45	39	55	49	38	41	45	48	77	46	78	77	638
2003 年度	56	60	60	58	66	53	72	52	68	58	90	89	782
2004 年度	63	39	67	60	59	58	59	53	69	56	60	91	734

(2) 中心市街地活性化基本計画の提出状況

「中心市街地活性化法」の施行以来、2005 年 3 月までに 631 の市区町村（660 件）が基本計画を提出した。

(3) 推進の状況

政府としては、関係 8 府省庁の統一窓口である「中心市街地活性化推進室」を設置し、市町村等からの相談への対応や必要な情報提供を行っている。経済産業省としても、8 府省庁で構成する「中心市街地活性化関係府省庁連絡協議会」等を通じ、総体的に優れた基本計画に定められた具体的事業に対して、各種の重点的な支援を実施している。

また、「中心市街地活性化法」の施行から一定期間が経過し、今後は、新規に基本計画を作成する市町村が増加するだけでなく、既に提出された基本計画に定められた具体的事業の実施が本格化していく。こうした中で、具体的成果が求められる一方、中心市街地活性化施策をより実効あるものとするため、引き続き、関係府省庁と連携しつつ支援制度の見直しを行い、効果的、効率的な中心市街地活性化施策を実施していく。

(4) まちづくり三法の見直し

産業構造審議会流通部会及び中小企業政策審議会商業部会は、2004 年 9 月に合同会議を設置し、「大規模小売店舗法」からいわゆる「まちづくり三法」（「中心市街地活性化法」、「大規模小売店舗立地法」、「都市計画法」）への政策転換以降の状況を踏まえた評価・検討を行っている。

(5) 予算等の状況

予算等については、次のとおり、市町村等のニーズに対する重点的な支援措置を講じ、中心市街地活性化の推進を図った。

- ・市町村等による商業機能強化に向けた環境整備のための補助金等の予算を確保した。2004 年度の経済産業省全体の予算額は、250 億円規模であった。
- ・日本政策投資銀行の財政投融資について、商業・サービス業施設整備に対する融資を実施した。

4. 取引信用行政

商品の販売・役務の提供に伴って信用を供与する取引を行政対象としている。具体的には、割賦販売法による販売

信用に関する取引秩序の維持及び消費者保護、その他信用を供与して行う取引に関する施策を講じている。

(1) 「割賦販売法」等による消費者保護

2004 年 2 月の産業構造審議会消費経済部会特定商取引小委員会及び産業構造審議会割賦販売分科会割賦取引小委員会での中間報告書を踏まえ、〔1〕悪質な勧誘行為等に対する規制強化及び民事ルールの整備、〔2〕個人ビジネス勧誘取引に関する民事ルールの整備、〔3〕迅速・的確な法執行のための規定の整備を行うべく、第 159 回通常国会に、「特定商取引に関する法律」及び「割賦販売法」の一部を改正する法律案が提出にされ、2004 年 5 月 12 日に公布、同年 11 月 11 日に施行された。

また、2004 年 12 月 22 日付けで関係団体に対し、割賦購入あっせん業者における加盟店管理について、事業者の不正販売行為等による購入者等とのトラブルの未然防止又は拡大防止の観点から、不正な販売行為等を行う事業者の商品等の販売や役務の提供の取引に際してクレジットを利用されることのないよう、加盟店の審査・管理を厳密に実施するよう要請した。

(2) 前払式特定取引業の現状及び動向について

(ア) 冠婚葬祭互助会

1973 年に 347 社あった事業者数は、1986 年に 415 社とピークを迎えた後減少し、2005 年 3 月末現在 320 社となった。一方、前受金残高は 1973 年以降一貫して増加してきた。

2003 年 8 月に、東北地方の冠婚葬祭互助会が民事再生法を申請したことにより、「割賦販売法」に基づき、会員に対し 2004 年 7 月に前受金の還付を実施した。なおこれは、冠婚葬祭互助会では初の還付事例である。

(イ) 友の会

事業者数は、百貨店系を中心として 2005 年 3 月末現在 163 社であり、事業者数及び前受金額ともに微減傾向にある。2004 年度に、親会社破綻を原因とした 3 件の友の会の前受金の還付が行われた。

(ウ) 前払式割賦販売業

1973 年には 67 社あった前払式割賦販売業者は、2005 年 3 月末現在 6 社にまで減少した。

(3) リース産業について

リースは、資金調達力の弱い中小企業の設備投資や情報化投資において重要な役割を担っている。民間設備投資に占めるリース設備投資額の割合（リース比率）は、2003年度は8.75%、2004年度は8.68%で推移した。

(4) 「特定債権法」の廃止について

2003年6月の産業構造審議会産業金融部会での中間報告を踏まえ、信託の活用や「特定債権等に係る事業の規制に関する法律」の必要性、在り方について検討を行った結果、「信託業法」の附則において同法を廃止すべく、第159回通常国会に「信託業法案」が提出され、一旦は継続審議となるも、第161回臨時国会において成立した（2004年12月3日公布、同年12月30日施行）。これによって1992年に制定され、流動化・証券化の黎明期を支えた特定債権法はその役目を終えた。

(5) 個人情報情報に係る検討について

2005年4月の「個人情報の保護に関する法律」の施行に向け、産業構造審議会割賦販売分科会個人情報小委員会において信用分野における個人情報保護の在り方について、計8回の審議を行った。同小委員会における審議に基づき、業種横断的な「個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン」の上乗せ措置として「経済産業分野のうち信用分野における個人情報保護ガイドライン（平成17年経済産業省告示第436号）」を策定したほか、業界の自主的取組の抜本的な強化、情報漏えい法制化の業種横断的な検討の提言を内容とする取りまとめを2004年12月24日に行った。

5. 商品先物行政

(1) 商品先物取引について

(ア) 商品先物取引の状況

(A) 取引量の動向

市場における売買約定数量を示す出来高は、2004年度は134,679千枚となり、2003年度より減少したが、取引金額においては237兆円となり、過去最高を記録した。

(B) 本上場

2004年度は、東京工業品取引所において、ガソリン・灯油・原油・軽油が、中部商品取引所において、ガソリン・灯油・軽油が、試験上場を経て本上場した。

(C) 取引の委託の状況

商品先物取引を行う委託者数は1995年度より2000年度まで10万人台で推移していたが、2001年度以降は11万人を上回り、2003年度は110,875人、2004年度には113,429人と推移した。2004年度の委託者が商品取引員に預けている証拠金額は、4,776億円であった。

(D) 石油市場の拡大

1999年から2000年の石油市場開設（東京工業品取引所及び中部商品取引所における石油製品の試験上場）以降、ガソリン・灯油・原油等の同市場における取引が急速に拡大しており、2004年度における同市場の商品市場全体に占める割合は、出来高において50%を超え、取引金額においては60%を超えた。

(イ) 立入検査等の実施

2004年度には、商品取引員13社に対して「商品取引所法」に基づく立入検査が実施され、同法違反による処分は、受託業務の停止が7件、改善命令が2件であった。商品取引員の許可件数は2004年度が3件であった。

(ウ) 委託手数料の自由化

1998年の法改正により、商品先物取引の委託に係る手数料を段階的に自由化することとなった。これまで、2001年1月末に当業者からの受託に係る取引の委託手数料の自由化、2002年末に取引全体の10%を占める大口取引の手数料の自由化、2003年末には取引全体の50%を占める大口取引の手数料の自由化が実施され、2004年末には完全自由化が実施された。

(エ) 商品取引所法の改正

我が国の商品先物市場が急拡大し、商品先物市場の有する価格変動リスクのヘッジ機能（保険つなぎ）、指標価格の形成機能、資産運用機能の重要性が高まる一方、欧米のみならずアジア諸国でも商品先物市場の整備が進展し、国際的な市場間競争が激化した。また、上記の委託手数料の完全自由化等により、商品取引員の競争環境も大きく変化するものと見込まれていた。このような環境変化に対応すべく、2004年の通常国会において、委託者保護を強化し、国際化に対応した信頼性・利便性の高い商品先物市場の制

度を整備するため、「商品取引所法」を大幅に改正した（改正法の公布は2004年5月12日、施行は2005年5月1日予定）。

その具体的な内容は、〔1〕商品取引所を中心とする市場機能の観点から、委託者保全制度の拡充、取引所外での決済を可能とするクリアリング（清算）制度の拡充、商品取引所の株式会社化及び会員資格・取引資格の拡大等、〔2〕商品取引員による市場仲介機能の適正化の観点から、商品取引員の許可制度及び行為規制の見直し、商品取引員に対する監督の強化等、〔3〕取引所外取引における市場機能の適正化の観点から、先物市場類似施設に対する規制の見直し、店頭商品先物取引に対する規制の見直し等である。

（2）商品投資事業について

商品ファンドは、顧客から資金を集めて商品先物取引等の商品投資を行い、それにより得られる収益を顧客に分配するものである。我が国においては、金融資産の増大、商品投資ニーズの高まり等を背景に、1990年9月から商社、リース会社、信託銀行等による本格的な商品ファンドの販売が開始された。

投資家保護と商品投資事業の健全な発展を図る観点から、「商品投資に係る事業の規制に関する法律」（金融庁、農林水産省との共管）を制定し、1992年4月から施行した。本法は、商品投資の意義を規定するとともに、顧客に商品ファンドの販売を行う「商品投資販売業者」及びファンド資金の運用を行う「商品投資顧問業者」の2種類の業者について、それぞれ開業規制及び行為規制を設けている。

2004年度における商品ファンド設定本数は12本、設定金額は182億円であった。

（3）海外先物取引について

海外先物取引業者には悪質な業者が多く、投資家被害が絶えなかったため、1982年に「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」を制定した。投資家の保護を図るため、海外の商品市場を政令指定しており、2004年度における政令指定は8か国の39商品市場であった。これらの市場での先物取引に係る契約について、業者に対して書面交付の義務づけ等の行為規制を行っている。

消費経済政策

経済産業省の消費経済政策は、消費者の安心・安全を確保すること等により、消費者市場の健全な発展に寄与することを主な政策目標としている。こうした目標を実現するため、当省では消費者取引に関する「特定商取引に関する法律」（以下「特定商取引法」と略す。）、及び製品安全に関する諸法令（製品安全4法）を所管しており、2004年度はこれらの法令の活用等を次のとおり行った。

1. 消費者取引の適正化

（1）「特定商取引法」のルール整備

「特定商取引法」（旧「訪問販売法」）は、訪問販売、通信販売、マルチ商法等、消費者取引の中でトラブルを生じやすい特定の取引類型を対象として、〔1〕事業者の不適正な勧誘・取引を取り締まるための「行政規制」と、〔2〕トラブルの防止・解決のための「民事ルール」（クーリング・オフ等）を定める法律である。日常生活に直結した取引のリスクを予防・低減するという身近で重要な役割を担っている。

消費者取引に関する苦情相談は、年々増加してきており、2004年度には、国民生活センターの「全国消費生活情報ネットワーク・システム（P I O - N E T）」に約186万件の苦情相談が寄せられた。その中で、「特定商取引法」に関するものが全体の8割以上を占めており、内容的にも、悪質な取引による高齢者、若年層を中心したトラブルが懸念される状況であった。

このような状況に対応するため、第159回通常国会に、「特定商取引法」及び「割賦販売法」の一部を改正する法律案が提出された（2004年5月12日公布、同年11月11日施行）。本改正により、〔1〕悪質な勧誘行為等に対する規制強化及び消費者救済のための民事ルール、〔2〕個人ビジネス勧誘取引に関する民事ルール、〔3〕迅速・的確な法執行のための規定等が整備された。

（2）「特定商取引法」執行状況及び消費者相談

2004年度において、「特定商取引法」に基づき経済産業省が行政処分を行った件数は、指示が6件、業務停止命令が10件であった。また、都道府県における処分件数は、24件となっており、経済産業省及び都道府県の処分件数の合計が40件で過去最高となった（参照表：特定商取引

法の執行状況)。

2004 年度における消費者相談処理件数は 17,103 件で、相談の種類は、大きく契約関係と製品関係等に分かれた。このうち、契約関係が全体の 65.4%を占めた。

契約関係の相談を取引類型別に分けてみると通信販売 (3,388 件) が最も多く、次いで訪問販売 (1,991 件)、電話勧誘販売 (1,084 件)、特定継続的役務提供 (930 件)、連鎖販売取引等 (559 件)、割賦販売 (442 件)、業務提供誘引販売取引 (415 件)、前払割賦 (366 件)となった。

また、契約関係の相談を取引類型別に分け前年度と比較すると通信販売 (23.6%増) が最も増えており、次いで連鎖販売取引等 (10.9%増)、特定継続的役務提供 (10.2%増) となった。

表：消費者相談処理件数

	2003 年度 件数 (構成比)		2004 年度 件数 (構成比)	
契約関係	11,925	(65.1)	11,187	(65.4)
割賦販売	468	(2.6)	442	(2.6)
前払割賦	491	(2.7)	366	(2.1)
訪問販売	2,273	(12.4)	1,991	(11.6)
通信販売	2,741	(15.0)	3,388	(19.8)
電話勧誘販売	1,353	(7.4)	1,084	(6.3)
連鎖販売取引等	504	(2.7)	559	(3.3)
特定継続的 役務提供	844	(4.6)	930	(5.4)
業務提供誘引 販売取引	1,091	(6.0)	415	(2.4)
契約その他	2,160	(11.8)	2,012	(11.8)
製品関係	776	(4.2)	804	(4.7)
品質性能	213	(1.2)	214	(1.3)
安全性	77	(0.4)	75	(0.4)
サービス	364	(2.0)	347	(2.0)
表示	85	(0.5)	116	(0.7)
規格	14	(0.1)	27	(0.2)
計量・価格	23	(0.1)	25	(0.1)
その他	5,628	(30.7)	5,112	(29.9)
計	18,329	(100)	17,103	(100)

(注) 1. 件数は確報値である。

2. 「前払割賦」は、前払式割賦販売及び前払式特定取引に関する相談を指す。
3. 「契約その他」とは、主に、先物取引や特定継続的役務提供に該当しない役務に関する相談等を言う。
4. 「その他」とは、経済産業省の所管する法令又は物資に直接該当しない相談を言う。

表：特定商取引法の執行状況

	1996 年度	1997 年度	1998 年度	1999 年度	2000 年度	2001 年度	2002 年度	2003 年度	2004 年度	合 計
行政処分	2	9	13	7	4	20	25	26	40	146
経済産業省	2	9	12	5	0	13	9	7	16	73
指示	2	8	12	5	0	12	7	7	6	59
業務停止命令	0	1	0	0	0	1	2	0	10	14
都道府県	0	0	1	2	4	7	16	19	24	73
指示			(東 京 1)	(静 岡 2)	(静 岡 3) (長 崎 1)	(東 京 3) (静 岡 3) (長 崎 1)	(東 京 9) (静 岡 4) (山 梨 1) (新 潟 1) (神 奈 川 1)	(東 京 10) (静 岡 4) (神 奈 川 1) (山 梨 1) (愛 知 1) (北 海 道 1) (埼 玉 1)	(東 京 9) (静 岡 3) (石 川 3) (神 奈 川 2) (埼 玉 2) (熊 本 1) (北 海 道 1) (千 葉 1) (愛 知 1) (島 根 1)	(東 京 32) (静 岡 19) (神 奈 川 4) (石 川 3) (埼 玉 3) (長 崎 2) (山 梨 2) (北 海 道 2) (愛 知 2) (新 潟 1) (熊 本 1) (千 葉 1) (島 根 1)

(3) 消費者に対する情報提供

悪質商法による消費者トラブルの未然防止のためには、関係法制度の整備や執行強化とともに、消費者自身が自衛のための知識を深めることが重要である。このため、消費者トラブルの多い若年層及び消費者被害の深刻な高齢者層を主たる対象として、啓発対象層に合わせた適切な媒体（パンフレット、ビデオ等）を用いた啓発活動を展開した。

まず若年層向けには、高校の家庭科の授業で活用できるビデオ（実績：2,950本）や副教材用冊子（実績：50万部）を配布、成人式、大学・短大及び新入社員には若年層が巻き込まれやすいトラブル事例を紹介したパンフレット（実績：約125万部）を配布した。そのほか、若者が多く集まる都市部の繁華街等で、迷惑メールへの注意喚起のため街頭ビジョンを放映（全国11か所）した。

また高齢者層向けには、最近の悪質商法の手口を紹介したパンフレット（実績：約95万部）を配布し、トラブルに巻き込まれた場合の対処法や相談窓口などを紹介した。

(4) 電子商取引に関する課題

近年の情報化社会の進展により、消費者にとっての利便性は飛躍的に向上する一方で、インターネットオークションにおけるトラブル等も増加している。これらのトラブルは、売手としての参入の容易さ、インターネットの匿名性等、電子商取引の特徴に由来するものである。

そこで、経済産業省では、2004年12月より、消費者団体・学者・弁護士・事業者等の有識者を委員とする「通信販売の新たな課題に関する研究会」を開催し、インターネット通販やオークション等新たな形態の通信販売における取引適正化のための諸課題について検討を行っている（2005年6月に報告書を取りまとめ予定）。

また、迷惑メール問題に関しては、同研究会での議論（2005年1月に報告書を取りまとめ）に基づき、2005年2月から総務省と連携して「迷惑メール追放支援プロジェクト」（モニター機で受信した違法迷惑メールの情報をISP及び金融庁に通知して、メールアドレスの停止、ウェブサイトの削除、口座の凍結等、ISP・金融機関の自主的な取組を促す官民連携のプロジェクト）を実施している。

2. 製品安全行政の積極的な推進

(1) 適正な製品安全4法の執行

経済産業省は、製品安全4法の規制対象製品について法律上の義務が遵守されていることを確認し、技術基準が遵守されていない等の問題のある事態を把握した場合には、直ちに当該事実を指摘して是正させ、必要な場合には法律上の処分等を行うこととしている。

(ア) 試買テスト

経済産業省は、製品安全4法の規制対象品目について、市場に流通している製品を買い上げ、その製品が技術基準に適合しているかどうか、また必要な表示等が行われているかどうかを確認する試買テストを実施している。

2003年度に100品目341機種について試買テストを実施した結果、直ちに一般消費者に危害を発生させるおそれの多い重度の違反は見出されなかったが、42品目80機種について、一般消費者に危害を発生させるおそれが少ない軽度の違反が見出された。このため、経済産業省は、これらの製品の事業者に対して注意を行うとともに、必要な措置をとるよう求めた。その後、適切に改善の措置がとられたことを、一部処理中のものを除き、2004年度中に確認した。また、2004年度は138品目472機種について試買テストを実施した。

(イ) 計画的立入検査

製品安全4法に基づく届出事業者による法令遵守状況を確認するため、問題発生等の随時の立入検査とは別に、予防的・計画的に立入検査を実施している。

計画的立入検査は、原則として、経済産業大臣の指示に基づき、独立行政法人製品評価技術基盤機構（以下、「機構」と略す。）が行っている。

2003年度に272の届出事業者に対する計画的立入検査を実施したところ、直ちに一般消費者に危害を発生させるおそれが多い重度の違反は見出されなかったが、12の事業者について、一般消費者に危害を発生させるおそれが少ない軽度の違反が見出された。このため、経済産業省は、これらの事業者に対して、注意を行うとともに必要な措置をとるよう求め、その後、適切に改善の措置がとられたことを2004年度中に確認した。また、2004年度には250の届出事業者に対して計画的立入検査を実施した。

(ウ) その他の違反事案

事業者からの自主的な報告、第三者からの申出、事故情報の調査結果、都道府県による販売事業者への立入検査結果等によって、製品安全４法違反の疑いが生じたときには、経済産業省は、事実関係について調査を行う。調査の結果、違反の事実が判明した場合には、当該事業者に対して改善を求め、必要な場合には、法令に基づく措置をとることとしている。

2004 年度は、事業者からの自主的な報告、第三者からの情報提供等を受けて調査を行った結果、「消費生活用製品安全法」の違反に関して１つの事業者に対し厳重注意を行うとともに、「液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律」及び「電気用品安全法」の違反に関して 45 の事業者に対し注意を行った。

(2) 適正な「家庭用品品質表示法」の執行

経済産業省が、「家庭用品品質表示法」に基づく表示が適正に行われていない事実を把握した場合には、直ちに当該事実を指摘して是正させ、必要な場合には法令に基づく指示等を行うこととしている。

(3) 事故情報収集制度の運用

経済産業省は、製品安全４法上の規制対象製品を含む消費生活用製品に関する事故情報を収集するため、製造・輸入事業者、地方公共団体、消費生活センター、消費者団体等に対して、事故情報を機構に通知するよう協力を求めている。

これを受けて機構は、通知された事故情報及び、自ら収集した事故情報のすべてについて、原因及び再発防止策の調査・確認を行い、その結果を年度ごと及び４半期ごとに取りまとめて公表している。調査は、製造・輸入事業者から報告を求め、関係者からの聴取を行いつつ、必要に応じ、原因究明等のため、事故現場の調査や事故品の分析・テスト等を実施している。調査結果は、専門家による第三者委員会における審議を経た上で取りまとめられる。

収集された事故情報や調査状況・調査結果は、随時経済産業省に提供され、必要な場合には経済産業省から事業者や業界に対する措置をとっている（このような行政措置も含めて「事故情報収集制度」という）。2004 年度は、2,721 件の事故情報を収集した。

(4) 被害救済対策（裁判外紛争処理機関の充実）

「製造物責任法」に関連して、裁判によらない第三者による簡易・迅速な紛争の処理解決を図るため、製品分野ごとに裁判外紛争処理機関（通称 P L センター）が設立され、専門的な知見を活用し、中立性・公平性の確保を図りつつ紛争の解決に当たっている。2004 年度に、経済産業省所管物資に係る P L センターが受けつけた相談件数は 8,733 件であった。

(5) 国際案件への対応

2005 年 3 月末現在、我が国は電気製品分野等において欧州共同体及びシンガポール共和国との間で、相互承認に係る協定を締結した。協定実施に必要な国内措置である「特定機器に係る適合性評価の欧州共同体との相互承認の実施に関する法律（特定機器相互承認法）」では、「電気用品安全法」の特例として、「登録外国適合性評価機関の適合性評価を受けた場合、『電気用品安全法』に基づく相当の適合性評価手続を実施したものとみなす」旨規定している。なお、2005 年 3 月末現在、電気用品分野において日欧間で登録されている登録外国適合性評価機関は日本の 1 機関であり、欧州側には存在しない。また、日シンガポール間で登録されている登録外国適合性評価機関は日本側、シンガポール側それぞれ 1 機関である。

2005 年 3 月現在、韓国、タイ、フィリピンとの経済連携協定の枠組みの中で、それぞれの国との相互承認について議論、検討を行っている。

2005 年日本国際博覧会（「愛・地球博」）

1. 概要

(1) 会期

2005 年 3 月 25 日（金）～9 月 25 日（日）（6 か月間）

(2) 会場

名古屋東部丘陵 瀬戸会場（瀬戸市）及び長久手会場（長久手町）等 173ha（名古屋市中心から東へ約 20 km）

(3) 想定入場者数

1,500 万人

(4) テーマ

<メインテーマ>

「自然の叡智」(Nature's Wisdom)

：「自然の叡智」に学んで創る新しい文化・文明の在り方と 21 世紀社会のモデルを、世界中の人々との多彩な交流を通じて実現する。

<サブテーマ>

○「循環型社会」(地球環境問題への対応)

- ・ 21 世紀の開発と自然保全、環境再生の新しい在り方の提示
- ・ 循環型、省エネ型社会システム構築の地球規模での提案
- ・ 循環型、省エネ型の新しい地球市民ライフスタイルの提案

○「人生の“わぎ”と智慧」(高齢化社会への対応)

- ・ 自然とともにある暮らしの文化
- ・ 時代を超えて受け継がれる芸術
- ・ 技術と論理、その歴史と未来

○「宇宙、生命と情報」(21 世紀を拓く技術)

- ・ 人類の考えた宇宙、地球
- ・ これからのコミュニケーションと技術
- ・ 人類の生存と生命科学

(5) 実施体制

名誉総裁：皇太子徳仁親王殿下

名誉会長：小泉純一郎内閣総理大臣

事業主体：(財)2005 年日本国際博覧会協会

(会長：豊田章一郎)

<プロデューサー体制>

総合プロデューサー：

泉真也(環境デザイナー)

菊竹清訓(建築家)

木村尚三郎(静岡文化芸術大学学長)

チーフ・プロデューサー：

原田鎮郎(建築家)

福井昌平(CIプランナー)

牧村真史(イベントプロデューサー)

2005 年日本国際博覧会政府代表：

渡辺泰造(元駐インドネシア大使)

政府出展総合監督：

渡辺貞夫(サックス奏者、作曲家)

(6) 推進体制

(ア) 2005 年に愛知県において開催する国際博覧会関係閣僚会議

構成員：内閣官房長官、国際博覧会担当大臣
(兼経済産業大臣)等 17 閣僚

主宰：内閣官房長官

(イ) 自由民主党 2005 年日本国際博覧会推進議員連盟

会長：橋本龍太郎

会長代行：藤井孝男

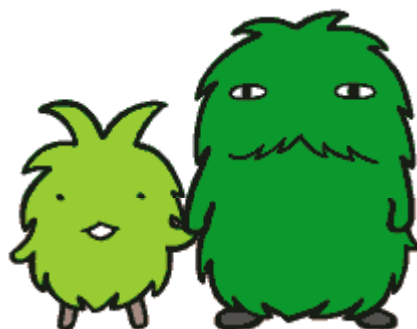
幹事長：杉浦正健

事務局長：鈴木政二

(ウ) 21 世紀万国博覧会推進議員連盟(地元議員による超党派)

会長：海部俊樹

副会長兼事務局長：杉浦正健



マスコットキャラクター「モリゾーとキッコロ」



「愛・地球博」ロゴマーク

2. 経緯及び主要スケジュール・予定

1995 年 12 月： 国際博覧会開催申請のための閣議了解
1997 年 6 月： B I E（博覧会国際事務局総会）で日本開催が決定（カナダ・カルガリーと競合）
10 月： （財）2005 年日本国際博覧会協会設立
1998 年～： 環境アセスメントの実施
2000 年 12 月： B I E 総会に会場計画の大枠を登録
2001 年 3 月： 各国への参加招請開始
7 月： 総合プロデューサーの決定
10 月： 基本計画骨子の公表、内外誘致活動の積極的展開
12 月 3 日： 基本計画の策定
2002 年
1 月 25 日： 2005 年日本国際博覧会の愛称を「愛・地球博」に決定
3 月 25 日： 開幕 3 年前イベント（「愛・地球博」ロゴマーク発表、マスコットキャラクター発表等）
4 月 24 日： 第 3 回「関係閣僚会議」の開催（関連公共事業計画の了解）
5 月 13 日： 第 3 回「政府参加懇談会」開催
6 月 25 日： 環境影響評価書を公告・縦覧
6 月 29 日： 皇太子殿下名誉総裁に御就任
1,000 日前イベント（マスコットキャラクター愛称発表等）
10 月 17 日： 2005 年日本国際博覧会「愛・地球博」起工式
11 月 8 日： 第 4 回「関係閣僚会議」の開催（入場料金についての了解）

2003 年

1 月 29 日： 第 4 回「政府参加懇談会」開催
3 月 25 日 開幕 2 年前イベント（「愛・地球博」展示・説明会の開催）
～28 日：
6 月 10 日： 皇太子殿下会場御視察
9 月 25 日： 前売券発売開始
10 月 16 日： 日本政府館起工式
11 月 18 日 第 1 回政府代表会議
～19 日：

2004 年

3 月 11 日： 第 5 回「政府参加懇談会」開催
3 月 20 日 開幕 1 年前イベント
～28 日：
9 月 14 日： 外国政府等公式参加者へのパビリオンの引渡し
9 月 25 日： 小泉内閣総理大臣名誉会長就任及び開幕半年前イベント
10 月 7 日： 皇太子殿下会場御視察
11 月 8 日 第 2 回政府代表会議
～9 日：

2005 年

3 月 24 日： 開会式
3 月 25 日 博覧会開催
～9 月 25 日：
9 月 25 日： 閉会式

3. テーマと 4 つの柱

(1) 環境に配慮したエキスポ

最先端の科学技術を通して、生命、宇宙などの未知の自然への積極的なアプローチを図ると同時に、人間は自然の一部であるという原点に立ち、衣・食・住など生活環境の様々な面において自然と調和する豊かさを提唱する。

また、地球環境問題に対応して、会場整備と会場運営のすべての分野で、3R システム（リデュース、リユース、リサイクル）の徹底やゼロエミッションを目指した取組を実践するほか、21 世紀に求められる新しいエネルギーシステムや CO₂ 削減などの最先端の環境技術の導入に挑戦し、環境負荷の低い循環型社会のモデルを提示する。

(2) 地球大交流を目指すエキスポ

地球温暖化などの地球的課題の発生は、「かけがえのない、ただ 1 つの地球」という意識を世界の人々に広げた。独特の風土と歴史に培われた世界各地の文化・文明は、その多様性をアイデンティティとして継承しながらも、交流を通じて地球規模での「対話」を、いま強く求められている。

国際博覧会が有する、「世界の様々な国民・民族や文化・文明の集結と交流」という最大の特徴を生かして、「愛・地球博」ではできるだけ多くの国々の参加を促進し、地球

的課題に対する世界の叡智を結集して、地球大交流という新たな文化・文明の「対話」を実現する。

(3) 市民が参加するエキスポ

かけがえのない地球を未来に引き継ぐために、いま地球に生きるすべての人々が「地球市民」としての自覚を持ち、地球規模で連携し、考え、行動していくことが求められている。

「愛・地球博」では、これまでの国際博覧会の伝統的な参加形式の殻を破り、国や国際機関、自治体や企業の参加に加えて、これからの地球社会の重要な構成員となる「地球市民」の積極的な参加を促進する。

「愛・地球博」での市民参加は、計画づくりや会場づくりへの意見提案や会場運営への主体的参加に加えて、自らが企画し自らが展示演出を実践するなど、21 世紀型万博の先駆けとなる「参加」と「体験」に挑戦する。

(4) IT時代のエキスポ

人・モノ・情報の交流が地球規模で活性化し、地球社会を構成する多様な主体が複層化する現在、デジタル情報技術の果たす役割は加速的に増大している。「愛・地球博」は最先端のITの実験場として、これからの日本の社会構造と産業構造の活性化を展望する絶好の機会である。

会場運営、展示、催事、交通アクセスの円滑化など「愛・地球博」の多様な分野が、インターネットや携帯情報端末技術、さらにブロードバンド時代に対応した映像情報処理技術などの情報関連技術の実証化、実用化の場となるようにする。また、「愛・地球博」がユビキタス社会やユニバーサル・デザインの世界への発信の場となるよう積極的に推進する。

