

第8節 商務流通グループ	365
商務・流通政策	365
1. 物流効率化政策	365
1. 1. 概要	365
1. 2. 流通システムの情報化・標準化	365
1. 3. アジアでの国際物流の効率化	365
1. 4. 環境負荷の低減に資する流通・物流の効率化	366
2. 流通政策	366
2. 1. 概要	366
2. 2. 国際展開	366
2. 3. 社会インフラとしてのコンビニエンスストア	366
2. 4. カーボンフットプリント制度について	366
2. 5. 企業ポイントガイドラインの策定	367
3. 「大規模小売店舗立地法」	367
3. 1. 概要	367
3. 2. 適切な運用の確保	367
3. 3. これまでの届出状況	367
4. 中心市街地活性化の推進	367
4. 1. 概要	367
4. 2. 中心市街地活性化法について	368
4. 3. 推進の状況	368
5. 取引信用行政	368
5. 1. クレジット取引の適正化に向けた取組	368
5. 2. クレジット産業の動向について	369
5. 3. 前払式特定取引業の動向について	369
5. 4. リース産業の動向について	369
6. 商品先物行政	369
6. 1. 商品先物取引について	369
6. 2. 商品投資事業について	370
6. 3. 海外商品先物取引等について	370
消費経済政策	370
1. 消費者取引の適正化	370
1. 1. 特定商取引法のルール整備	370
1. 2. 「特定商取引法」執行状況及び消費者相談	372
1. 3. 消費者に対する情報提供	372
2. 製品安全行政の積極的な推進	373
2. 1. 適正な製品安全4法の執行	373
2. 2. 適正な「家庭用品品質表示法」の執行	373
2. 3. 消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故情報の収集・公表制度	374
2. 4. 規制対象製品の追加、見直し	374

2. 5. 長期使用製品安全点検・表示制度の創設	374
2. 6. 製品安全に係る普及・啓発活動	375
2. 7. 製品安全分野における国際協力の推進	375
国際博覧会事業	375
1. サラゴサ国際博覧会事業参加	375
2. 上海国際博覧会事業参加	375
3. 麗水国際博覧会事業参加	376

第8節 商務流通グループ

商務・流通政策

1. 物流効率化政策

1. 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、高度かつ効率的な流通・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、標準化の推進等による流通・物流活動の基盤整備を早急に行う必要がある。

我が国流通業では、ITを活用した効率的なSCM（サプライチェーンマネジメント）を構築することが、競争力確保のためには必須となりつつあるが、SCMを構成する関係者が多種多様であることや、業種・業態ごとに異なる商慣行・ビジネスモデルがあること等の理由により、SCMを構築していく上での情報連携基盤の統一化が困難であり、流通業界全体の効率化が進まない状況となっている。このため、その前提となる流通システムの情報化・標準化等の対応策を早急に講じていく必要がある。

また、近年の東アジア地域における経済交流の拡大等、我が国の物流をめぐる情勢も大きく変化しており、これらの変化に対応した迅速かつ適確な物流施策の推進が求められている。このため、関係者の連携・協働による広範な施策の推進の拠り所として、今後推進すべき物流施策の基本的方向性等を定めた「総合物流施策大綱（2005-2009）」を2005年11月15日に閣議決定し、同大綱を中心に施策を実施しているところである。

1. 2. 流通システムの情報化・標準化

(1) 流通効率化・SCM高度化のための流通システムの標準化

流通サプライチェーンの製・配・販の商取引・情報交換の電子化・標準化を進めることによって、サプライチェーンの全体最適化及びSCMの高度化を図ることを目的として、インターネットを活用した標準EDI（電子データ交換）である「流通ビジネスメッセージ標準（流通BMS）」が、2007年3月にリリースされ、まずスーパー業界におけるグロスリー商材から普及が始まった。

その後、2007～2008年度にかけ、百貨店、チェーンドラッグストア、ホームセンターと取り扱う業態の拡大が進み、また、対象商材も、グロスリーのほか、生鮮、アパレ

ル、一般用医薬品などに拡大され、今後、業態・商材の垣根を越えた流通業界唯一の「標準」として、また、製・配・販の情報連携を支える「基盤」として、更なる普及拡大が進むことが見込まれる。

なお、2009年度以降は、（財）流通システム開発センターが事務局となる「流通システム標準普及推進協議会」において、これらの標準の維持管理・普及推進が進められる予定である。

(2) 国際物流分野におけるアクティブタグの国際標準化

物流情報と商流情報の連携強化による業務の効率化・省力化と、需給の変化に応じた柔軟な物流の実現を目指し、グローバルサプライチェーンにおける貨物輸送情報の一気通貫での「見える化」技術の構築とアクティブタグの国際標準化を推進するため、2008年12月より実際の国際海上輸送環境下（日本－オランダ間）での実証実験を行った。

その結果、発地から着地までの貨物輸送情報の関係者間での共有を実現するなど、十分な成果を得るとともに、国際物流環境で使用していく上で必要なアクティブタグの機能の定義を行い、我が国として国際標準化機関に提案を行った。

1. 3. アジアでの国際物流の効率化

(1) 国際物流競争力パートナーシップ会議

国際物流に関する多岐にわたる課題を総合的・機動的に解決すべく、2006年8月に経済産業省、国土交通省、産業界が連携して「国際物流競争力パートナーシップ会議」を創設し、我が国企業の国際競争力強化と東アジア経済共同体の実現に向けた行動計画を策定した。本行動計画に基づき、2008年はASEAN域内のアッセンブリー拠点として日系企業の進出の多いタイをモデル国として、我が国の「物流技術管理士資格認定講座」をタイ用にカスタマイズした認定プログラムのパイロットプロジェクトを実施した。

また、日中韓3国間における物流のシームレス化を実現するため、「日中韓ワーキング・グループ」を設置し、今後解決すべき課題等の抽出を行った。

(2) 貿易手続改革プログラムの改訂

2007年に策定された「アジア・ゲートウェイ構想」において、国際物流機能の強化に向けた国内での改革を実施

するため、「貿易手続改革プログラム」が決定された。

本プログラムについて、改革をさらに推進するため、関係省庁との連携や産業界との対話の継続的な実施等による官民協働でのフォローアップ及び改訂を行った。

1. 4. 環境負荷の低減に資する流通・物流の効率化

(1) グリーン物流パートナーシップ会議の開催

2005 年 7 月に京都議定書が発行されたことを受け、現状の政策のままでは運輸部門の二酸化炭素排出量について「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二酸化炭素排出量等の環境負荷低減の取組を促進するために、「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。

また、荷主企業と物流事業者の連携による環境負荷低減に資する事業を「グリーン物流パートナーシップ普及事業」に認定し、支援を行った。さらに、認定された事業のうち、功績が特に優良と認められた事業に対して、グリーン物流パートナーシップ会議において経済産業大臣表彰、国土交通大臣表彰を実施した。

(2) 流通業務総合効率化法に基づく支援措置

物流部門における輸配送の共同化や IT の活用等、流通業務の効率化による二酸化炭素排出量の削減及び効率化に伴うコスト削減による中小企業を含む企業の競争力強化を目的として、主務大臣による認定を受けた流通業務効率化計画を実施する事業者に対して支援措置を講じた。

2. 流通政策

2. 1. 概要

人口減少や高齢化を背景に国内市場の小売業販売額は減少傾向にある。また、モノ消費からサービス消費へと、消費の質も変化している。こうした中、旧来の業態間での競争のみならず、ネット通販との競合やグローバル競争も激化している。このような状況を踏まえ高効率化、高付加価値化を目指すことが喫緊の課題である。また、流通業が地球温暖化対策等をはじめとする、社会的責任を果たすことも求められている。

2. 2. 国際展開

少子高齢化等により国内市場が縮小する中、日本の流通業が今後の成長の機会を求めて、アジア等の新興国に市場開拓を進めることは、事業戦略上の重要性が増していくと考えられることから、2007 年 10 月「小売業の国際展開に関する研究会」及び、2008 年 9 月に「消費財流通ワーキング・グループ」（グローバル・サービス研究会）を設置し、中国、インド、インドネシア、タイ、フィリピン、ロシア等において、流通業が国際展開に際して抱える制度的課題や規制等の情報を収集・整理し、企業や業界団体がその解決に向けてどのような方策を採るべきか検討した。また、流通業の国際展開が持つ「経済的・社会的意義」を整理し、その意義を踏まえたビジネスモデルのあり方について議論を深めた。

また、電子流通業の活発なイノベーションと健全な発展を目的として、2007 年 11 月から「電子流通研究会」を設置し、その中間とりまとめにおいて、「アジア電子流通圏」を定義し、その構築に向けた政策群を「アジア電子流通圏構想」として提唱した。2008 年には、日本ブランド消費財の海外流通促進に向けた情報戦略の策定に向けた基礎調査として、海外都市別の消費者像の実態調査等を行うと共に、消費財の国際間のネット流通を促進すべく情報流の効率化に向けた基盤整備のあり方について議論を深めた。

2. 3. 社会インフラとしてのコンビニエンスストア

近年、コンビニエンスストア業界は拡大を続けており、小売業界の中において大きな存在となっている。また、防犯、防災、金融等の公的な機能をも担う存在になっている。

こうした背景を受け、「社会インフラとしてのコンビニエンスストアのあり方研究会」を開催し、コンビニエンスストアが国民生活に欠かせない社会インフラとなったという認識の下、新たに直面する課題を踏まえ、今後のコンビニエンスストアのあり方を総合的に検討した。

2. 4. カーボンフットプリント制度について

カーボンフットプリント制度は、商品やサービスの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るライフサイクル全体の温室効果ガス排出量を CO₂ 量に換算して算定し、マークを使って分かりやすく表示する仕組み。経済産業省では、事業者、消費者が一体となった地球温暖化防止に向けた取組

を促進する観点から、同制度の構築に向けた取組を進めた。

この取組の一環として、カーボンフットプリント制度の背景・目的やCO₂排出量の算定・表示方法等を明らかにするため、2008年7月から「CO₂排出量の算定・表示・評価に関するルール検討会」を開催。「カーボンフットプリント制度の在り方（指針）」及び「商品種別算定基準（PCR）策定基準」について検討した。事業者や消費者からの意見を反映させるため、上記の指針・基準についてそれぞれパブリックコメントを実施した上で、第5回検討会にその内容を報告した。

2. 5. 企業ポイントガイドラインの策定

ポイントカードやマイレージクラブに代表される企業ポイントは、消費者と事業者をつなぐ重要な役割を果たし、年々発展してきている。それに伴いポイント発行企業の倒産・合併に伴うポイント消失、あるいは、ポイント利用条件や有効期限の不利益変更等について、消費者からの苦情が寄せられていた。こうした問題に対応するため、「企業ポイントの法的性質と消費者保護のあり方に関する研究会」を開催し、消費者への表示・説明のあり方や条件変更時の事前告知のあり方など、企業ポイントに関する消費者保護のあり方を検討した。

また、本研究会の検討結果を踏まえた報告書、及びポイント発行企業が消費者保護に取り組む上で留意することが望まれる事項を整理したガイドラインを公表した。

ガイドラインについては、企業ポイントを取り巻く環境変化や消費者トラブルの実態等を踏まえ、今後、必要に応

じて適時適切に見直していく。

3. 「大規模小売店舗立地法」

3. 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る手続等を定めた法律である。

3. 2. 適切な運用の確保

「大規模小売店舗立地法」の運用は、都道府県及び政令指定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。

- (1)「大規模小売店舗立地法」の運用や解釈について、印刷物やホームページにより情報提供を行った。
- (2)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。
- (3)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. 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、2009年3月までに計5,664件（1月あたり平均で約53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）。

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	—		23	9	15	9	16	26	33	17	26	19	193
2001年	27	29	31	32	37	32	35	43	44	33	48	59	450
2002年	45	39	55	49	38	41	45	48	77	46	78	77	638
2003年	56	60	60	58	66	53	73	52	69	58	91	90	786
2004年	63	39	67	60	60	58	59	53	69	56	60	94	738
2005年	49	42	49	78	51	96	35	51	66	45	73	92	727
2006年	61	53	48	52	69	51	49	60	66	62	67	92	730
2007年	65	48	61	79	63	49	72	60	66	47	57	84	751
2008年	58	54	60	45	56	63	48	49	45	42	63	68	651

4. 中心市街地活性化の推進

4. 1. 概要

中心市街地は様々な都市機能が集積する「まちの顔」であり、地域経済の発展に重要な役割を果たしている。しかしながら、モータリゼーションの進展等による大規模店舗

の郊外立地等により空洞化が進んでいる。このような背景のもと1998年度に旧中心市街地活性化法（以下「旧中活法」という。）が成立し対策を講じてきたが、旧中活法制定後も、中心市街地の商店街等は依然として厳しい状況にさらされ、中心市街地の空洞化の危機に直面している。こ

年3月に第169回国会に提出し、成立（2008年6月18日公布）。

その後、2008年7月から12月にかけて、有識者、消費者団体、関係事業者等で構成する消費経済審議会割賦販売部会を開催し、その結果を踏まえ政省令整備を行った。また、消費者庁や都道府県等を含めた法執行体制の強化、事業者や消費者に対する周知・広報活動、法令に基づく認定割賦販売協会や指定信用情報機関の設置等、改正法の施行に向けた準備を行っている。

5. 2. クレジット産業の動向について

販売信用供与額（商品の販売、サービスの提供に当たったの与信額）は年々増加しており、2007年は約48兆円、前年比6.3%増となっている。特にクレジットカードショッピングがここ数年に渡り堅調な伸びを示している。

5. 3. 前払式特定取引業の動向について

(1) 冠婚葬祭互助会の動向

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、2009年3月末現在302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ており、2009年3月末現在2兆2403億円となった。

(2) 友の会の動向

1973年に178社あった事業者数は、1985年に356社とピークを迎えた後減少し、2009年3月末現在153社であり、前受金残高は2009年3月末現在4835億円と横ばい傾向にある。

5. 4. リース産業の動向について

リースは、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割合（リース比率）は、2006年度は8.85%、2007年度は7.67%、2008年度は7.20%で推移した。

6. 商品先物行政

6. 1. 商品先物取引について

(1) 商品先物取引の状況

(ア) 商品取引所の動向

2007年度においては、9月に、中部大阪商品取引所が新しい取引売買システムを稼働（手振りを廃止）。後述の「工

業品先物市場の競争力強化に関する研究会報告書」に沿って、1月に東京工業品取引所が、取引時間をこれまでの15:30から17:30に2時間延長した。また、全商品にロスカット制度（損失額が事前に定めた限度額に達した場合に、決済注文が発注され取引を終了させる制度）を導入した。

(イ) 取引量の動向

2007年度の市場における売買約定数量を示す出来高は、71,070千枚、また、取引金額は148兆円となり、2006年度よりそれぞれ減少した。

(ウ) 上場

2007年度の新規上場商品はなかったが、東京工業品取引所において、金ミニ取引を導入した。

(エ) 委託者数の推移

商品先物取引を行う委託者数は、2005年度まで10万人超で推移していたが、2006年度は99,551人と10万人を割り込み、2007年度も96,012人と減少した。

(2) 産業構造審議会商品取引所分科会等の開催

2007年3月14日に、産業構造審議会商品取引所分科会（分科会長 尾崎安央 早稲田大学大学院法務研究科教授）を開催した。当分科会においては、商品取引所法の2004年改正及び2006年改正についての報告ののち、意見交換を行い、2007年12月に「今後の商品先物市場のありかたについて（中間整理）」を取りまとめた。この内容は、同じく12月に公表された「金融・資本市場競争力強化プラン」に盛り込まれた。その後、2008年3月26日には、主務大臣より、「内外の環境変化に対応した商品市場に係る制度の在り方いかん。」との諮問がなされ、同分科会において同諮問に関する審議が開始された。

加えて、工業品先物市場の競争力強化に関する研究会（研究会長 尾崎安央 早稲田大学大学院法務研究科教授）を開催し、2007年6月に報告書を取りまとめた。また2008年2月よりクリアリング機能の強化に関する研究会を開始した。

(3) 立入検査等の実施

2007年度には、商品取引員17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11件、改善命令が4件であった。2007年度の商品取引員の許可件数は0件、合併認可件数は2件、新設分割認可0件、吸収分割認可5件、事業譲渡認可3件であった。

(4) 商品取引所法の施行

2007 年度においては、2006 年度に改正を行った商品取引所法及び証券取引法等の一部を改正する法律が、2007 年 9 月 30 日にともに施行された。

6. 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。

商品投資に係る事業の規制に関する法律は、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た。

しかしながら、1997 年をピークに、商品ファンドの設定本数及び設定金額ともに年々減少傾向にあった。このため、現行制度を見直し、商品投資販売業に関する規制を廃止して、当該規制を金融商品取引法に移管し、一本化した。

また、商品ファンドの健全な発展の観点から、商品投資顧問業者に關し、許可条件である資本金要件の緩和、プロとみなされる個人との商品投資顧問契約の締結の解禁及び支配関係を有するブローカーを通じた売買指示の解禁といった制度改正を行った。

6. 3. 海外商品先物取引等について

海外商品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、2007 年度における政令指定は 8 カ国の 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付け等の行為規制を行っている。

2007 年度においては、海外商品取引業者 6 社に対して行政処分を行った。

なお、海外商品先物オプション取引及びロコ・ロンドンまがい取引等に係るトラブルが急増したことから、2007 年 6 月 20 日に「特定商取引法」の施行令を改正し、これらの取引を指定役務に追加し、2007 年 7 月 15 日から施行している。

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、経済産業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、2008 年度はこれらの法令の改正等を次のとおり行った。

1. 消費者取引の適正化

1. 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、連鎖販売取引等、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おり、消費者トラブルの実態に合わせて、機動的に見直しを行っている。最近の見直しとしては、以下の 3 点を挙げることができる。

(1) 特定商取引法の改正（電子メール広告規制については 2008 年 12 月施行、その他については 2009 年 12 月施行）

2007 年 3 月 12 日から、産業構造審議会消費経済部会特定商取引小委員会において、特定商取引法の見直しに向けた検討が開始され、同年 12 月に報告書がとりまとめられた。本報告書を踏まえ、改正法案の作成作業が行われ、2008 年 3 月に国会に提出され、同年 6 月成立した。（※なお、法案は割賦販売法改正案との束ね法案となっている。）

改正法案（特定商取引法部分）のポイントは以下のとおりである。

●規制の抜け穴の解消

- i 規制の後追いから脱却するため、現行の指定商品・指定役務制を廃止し、別法で消費者被害の是正等ができるものを除き、訪問販売取引等において原則すべての商品・役務を規制対象とする。
- ii その上で、クーリング・オフになじまない商品・役務等は、該当規制から除外する。

●訪問販売規制の強化

- i 訪問販売業者に、契約を締結しない旨の意思を示した消費者に対しては、当該契約の勧誘をすることを禁止する。
- ii 訪問販売によって通常必要とされる量を著しく超える商品等を購入する契約を結んだ場合、契約後1年間は契約の解除等を可能とする（消費者にその契約を結ぶ特別の事情があったときは例外）。

●インターネット取引等の規制の強化

- i 返品可否・条件・送料負担を広告に表示していない場合は、8日間、送料消費者負担での返品（契約の解除）を可能とする。
- ii 消費者があらかじめ承諾しない限り、迷惑広告メールの送信を禁止する。

●消費者団体訴訟制度の導入

不特定多数の消費者が受ける可能性のある被害の未然防止・拡大防止のため、消費者契約法に基づき実施されている、消費者団体訴訟制度を特定商取引法にも導入する。（※なお、消費者団体訴訟制度の導入については、消費者契約法、景品表示法改正案との束ね法案となっている。）

●その他

- i 違反事業者に対する罰則を強化する。
- ii 訪問販売協会による自主規制の強化を図る。

(2) 特定商取引に関する法律施行令の改正（2009年12月施行）

改正特定商取引法が2008年6月に成立したことに伴い、特定商取引に関する法律施行令（以下、「政令」と略す。）が改正された。改正政令のポイントは以下のとおりである。

●指定商品・指定役務制の廃止に伴う措置

- i 指定商品・指定役務の廃止
指定商品及び指定役務が廃止されたことに伴い、政令に規定されていた指定商品及び指定役務に関する条項を削除する（別表第一等）。
- ii 法第26条第1項第8号ニにおいて措置された適用除外

法第26条第1項第8号ニにおいては、他の法律の規定によって購入者等の利益を保護することが

できると認められる商品の販売又は役務の提供については、これを政令で指定の上、法第2節～第4節の規定の適用除外とする規定がされているため、政令においても、こうした法律によって規定されている以下の商品の販売又は役務の提供を定める。

(ア) 金融取引に関するもの

金融商品取引、銀行業、保険業など、金融機関が行う取引について規定する。

(イ) 通信・放送に関するもの

電気通信事業、放送事業など、通信・放送に関する役務について規定する。

(ウ) 運輸に関するもの

航空運送、陸運、海運など、輸送機関によって乗客や貨物を輸送する役務について規定する。

(エ) 法律に基づく国家資格を得て行う業務に関するもの

(オ) その他の類型

iii クーリング・オフ規定等の適用除外

指定商品・指定役務制が廃止され、規制対象が拡大することに伴い、こうした既存条項の整備及び改正法による適用除外の新たな条項の新設に応じて、政令において、クーリング・オフ規定や書面交付義務規定の適用除外となる以下の商品の販売又は役務の提供を規定する。

(ア) 法第26条第2項関係

路上勧誘を契機として行われる飲食店、マッサージ、カラオケボックス、海上タクシーの契約について規定する。

(イ) 法第26条第3項第1号関係

現行政令で規定されている自動車販売に加え、自動車リースについて規定する。

(ウ) 法第26条第3項第2号関係

電気・ガス・熱の供給、葬儀について規定する。

(エ) 法第26条第4項第1号関係

現行政令で規定されている化粧品等の7類型に加え、配置薬について規定する。

(3) 特定商取引に関する法律施行規則等の改正（2008年12月施行）

改正特定商取引法に迷惑メールに対するオプトイ

ン規制が導入され、これに伴い特定商取引に関する法律施行規則（以下、「省令」と略す。）の改正が 2008 年 10 月に公布され、同年 12 月施行された。省令では、事業者がインターネット上等において容易に認識できるよう表示していないことにより、消費者が意に反して電子メール広告を受けることについて承諾してしまうような場合等については、特商法第 14 条の指示等を受ける対象となる行為に当たることとされた。このうち、「容易に認識できるように表示できないこと」とはどのような場合か等について具体的な例を示すため、『電子メール広告をすることの承諾・請求の取得等に係る「容易に認識できないこと」に係るガイドライン』（以下、「ガイドライン」と略す。）を定め、同年 10 月に公表した。ガイドラインのポイントは、以下のとおりである。

●消費者が商品を購入したショッピングサイト等における承諾の取り方について

消費者があるボタンをクリックすればそれが電子メール広告を受けることについての請求又は承諾となることを、消費者が容易に認識できるように表示している場合と表示していない場合のそれぞれを例示した。

●電子メール広告の提供を受けない旨の意思を表示するための方法について

消費者が電子メール広告の提供を受けない旨の意思を表示するための方法を、消費者が容易に認識できるように表示している場合と表示していない場合のそれぞれの具体例を例示した。

1. 2. 「特定商取引法」執行状況及び消費者相談

2008 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 8 件、業務停止命令が 22 件で、合計 30 件となった。また、2008 年度の都道府県における処分件数については、67 件となっており、前年度から半数程度に減少した（参照表：特定商取引法の執行状況）。

2008 年度における経済産業省の消費者相談処理件数は 14,562 件で、相談の種類は、「特定商取引法関係」が 6,981 件と全体の半数近くを占めている。

契約関係の相談を取引類型別に分けてみると訪問販売

（2,349 件）が最も多く、次いで通信販売（1,436 件）、連鎖販売取引（1,127 件）、電話勧誘販売（918 件）、特定継続的役務提供（853 件）、先物取引関係（603 件）、割賦販売（599 件）、前払割賦（400 件）、業務提供誘引販売取引（298 件）であった。

また、契約関係の相談を取引類型別に分け前年度と相談件数を比較すると前払割賦（11.4%増）が最も増えており、次いで先物取引関係（5.8%増）となった。

表：消費者相談処理件数

	2007年度 件数(構成比)	2008年度 件数(構成比)
契約関係	11,398 (67.9)	9,705 (66.6)
割賦販売	621 (3.7)	599 (4.1)
前 払 割 賦	359 (2.1)	400 (2.7)
訪 問 販 売	2,433 (14.5)	2,349 (16.1)
通 信 販 売	1,569 (9.3)	1,436 (9.9)
電話勧誘販売	947 (5.6)	918 (6.3)
連鎖販売取引	1,086 (6.5)	1,127 (7.7)
特定継続的役務提供	2,103 (12.5)	853 (5.9)
業務提供誘引販売取引	298 (1.8)	298 (2.0)
先物取引関係	570 (3.4)	603 (4.1)
契約その他	1,412 (8.4)	1,122 (7.7)
製品関係	1,684 (10.0)	1,563 (10.7)
品 質 性 能	360 (2.1)	310 (2.1)
安全性	291 (1.7)	273 (1.9)
サービス	792 (4.7)	718 (4.9)
表示	154 (0.9)	163 (1.1)
規格	19 (0.1)	17 (0.1)
計量・価格	68 (0.4)	82 (0.6)
個人情報関係	104 (0.6)	99 (0.7)
その他	3,602 (21.5)	3,195 (21.9)
計	16,788 (100.0)	14,562 (100.0)

- (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、主に特定商取引法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。

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、インターネットを利用した情報提供としてウェブサイト「消費生活安心ガイド」を構築し、2007 年 2 月に公開した。内容としては、特定商取引法の執行状況や法解釈、消費者相談事例の解説等の掲載、消費者トラブル事例をタイプ別に紹介したパンフレットや動画コンテンツ、全国の消費者相談窓口等の紹介を行っている。2008 年度においては、当ポータルサイトを活用することによって情報提供をすす

めている。

さらに、消費者教育の担い手の強化及び機会の拡充を図るため、実際に消費者啓発活動を行う方々に指導をする消費者啓発リーダーを育成する必要があるとして、消費者トラブルの解決に直接携わることの多い各地の消費生活センターの相談員等を対象に、消費者啓発活動を行うにあたって必要なスキルや知識を身につけさせるための研修を実施。地域における消費者啓発活動の充実を図っている。

表： 特定商取引法の執行状況

	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度
行政処分	40	80	84	180	97
経済産業省	16	35	30	40	30
指示	6	13	5	6	8
業務停止命令	10	22	25	34	22
都道府県	24	45	54	140	67

2. 製品安全行政の積極的な推進

2. 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（消費生活用製品安全法、ガス事業法、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、電気用品安全法）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。

(1) 試買テストや立入検査等による対応

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。

2008 年度は 144 品目 541 機種について試買テストを実施した。

また、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が行っている。

2008 年度には 254 の届出事業者に対して計画的立入検査を実施した。また、販売事業者に関しては都道府県が立入検査を行っており、2008 年度は 4 法合計で 6,025 件実施した。

これらの結果、違反がみつめられたものについては、一部処理中のものを除き、経済産業省がこれらの製品の事業者に対して指導を行い、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確認した。

2. 2. 適正な「家庭用品品質表示法」の執行

(1) 試買テストや立入検査等による対応

経済産業省は、家庭用品品質表示法の対象品目について、市場に流通している製品を買い上げ、その製品が適切な表示がさ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。

2008 年度は 37 点について試買テストを実施した。

また、立入検査については、経済産業大臣の指示に基づき都道府県が行っている。

2008 年度には 4,374 店舗に対して立入検査を実施した。

これらの結果、違反が見出されたものについては、一部処理中のものを除き、経済産業省が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、その後、適切に改善の措置がとられたことを確認した。

(2) その他

事業者からの自主的な報告、第三者からの申出、都道府県による小売業者への立入検査結果等によって、家庭用品品質表示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、法令に基づく指示を行うこととしている。

2008 年度は 5 事業者（カシミア混用率表示不適正）に対し家庭用品品質表示法第 4 条の規定に基づき、該当製品について、法に基づく表示を行うよう指示を行った。

2. 3. 消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故情報の収集・公表制度

消費生活用製品により、死亡事故、重傷病事故、後遺障害事故、一酸化炭素中毒事故や火災といった重大製品事故が発生した場合、その製品の製造・輸入事業者は、事故発生を知った日から 10 日以内に経済産業省に報告することを義務付けた改正消費生活用製品安全法が 2007 年 5 月に施行された。

報告された重大製品事故は、事故製品がガス機器・石油機器の場合には、メーカー名、型式名を含め、迅速に公表し、その他の製品についても、製品起因でないことが明らかかなものを除き、最終的に事業者名、型式名を含め公表している。

2008 年度においては、1,412 件の重大製品事故の報告が寄せられた。内訳は、ガス機器 218 件、石油機器 202 件、電気製品 751 件、その他製品 241 件であった。また、重大製品事故を契機にリコールを行ったものは、制度開始から 2009 年 3 月末までに 82 製品あった。

また、製品事故判定第三者委員会を同年度中に計 5 回開催し、製品事故に該当するか否かの判断や、経済産業省が行った公表等の妥当性について審議した。

2. 4. 規制対象製品の追加、見直し

事故情報や技術革新を踏まえて、事故の未然防止のために必要な場合には、規制対象製品の追加や技術基準の策定を行うこととしている。

天ぷら火災等の火災事故が多発していたことを受け「ガス事業法」及び「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」の政令を改正し、ガスこんろを指定品目に加えると共に、技術基準を改正し、一般用ガスこんろを規制対象とした（2008 年 10 月施行）。

また、リチウムイオン蓄電池の事故が多発していたため、「電気用品安全法」を改正し、新たに蓄電池を電気用品に加えるとともに技術基準を改正し、リチウムイオン蓄電池を規制対象とした（2008 年 11 月 20 日施行）。

さらに石油燃焼機器での火災事故が多発していること

を受け「消費生活用製品安全法」の政令を改正し、石油給湯機、石油ふろがま、石油ストーブを規制対象製品とした（2008 年 3 月公布、2009 年 4 月施行）。

2. 5. 長期使用製品安全点検・表示制度の創設

2007 年 2 月の小型ガス湯沸器に係る死亡事故等、製品の経年劣化が主因となる重大事故の発生を受け、2007 年 11 月に消費生活用製品安全法を改正し、消費者自身による保守が難しく、長期間の使用に伴い生ずる劣化（経年劣化）による重大事故の発生のおそれが高いものについて、経年劣化による製品事故を未然に防止するため、消費者による点検その他の保守を適切に支援する制度「長期使用製品安全点検制度」を創設した。（2009 年 4 月施行）

本制度は、特定保守製品として指定された品目に関し、各関係者が適切にそれぞれの役割を果たして経年劣化による事故を防止するための制度である。製造・輸入事業者は、製品を安全に使用することができる目安となる期間（設計標準使用期間）や法定の点検期間等を製品に表示し、法定の点検期間の前に製品の所有者に対して点検通知をし、要請に応じて点検を行う。製品または製品が付属している建物の販売事業者等は、製品等の引き渡しの際に重要事項を説明する。また、製品等の関連事業者（不動産取引仲介、設置、修理、ガス・電気・石油供給等の事業者）は、製品の所有者に対して製品の保守に関する情報の提供に努める。製品の所有者（賃貸業者を含む）は、点検通知を受けるために、製品等の購入時に販売事業者等の協力を得て、所在情報等を同梱の所有者票等により製品の製造・輸入事業者に登録（設置場所等が変わったときは変更登録）し、さらに、法定の点検期間に点検を受ける等、製品の保守に努める。

また、経年劣化による重大事故発生率は高くないものの、事故件数が多い製品 5 品目について、経年劣化に係る注意喚起のための表示をする「長期使用製品安全表示制度」を設けた。（2009 年 4 月施行）

これら長期使用製品安全点検・表示制度を円滑に導入すべく制度周知を行っている。2008 年度においてはテレビ、ラジオ、新聞、インターネット、雑誌広告、業界紙等、各種メディア、各地で説明会及びセミナー、また、ポスターやパンフレットなど広報媒体の配布等による広報を行い、制度周知に努めている。

2. 6. 製品安全に係る普及・啓発活動

(1) 製品安全総点検週間

我が国に製品安全文化を醸成、定着していくため、事業者から消費者までを含めた社会全体における製品安全への正しい理解を深め、適切な役割分担の在り方を明確にし、その普及啓発を目的として、2006年度から毎年11月に製品安全総点検週間を定め、製品を安全に正しく使用する上で注意すべき事項等に関する注意喚起のための周知活動を集中的に実施してきた。

2008年度は11月17日から1週間を製品安全総点検週間と定め、初日にあたる17日に東京において、製品安全総点検セミナーを開催したほか、各地方経済産業局においても管内の地方公共団体等と協力しつつ、ポスター・パネル展をはじめとする啓発活動を開催した。

(2) 製品安全点検日

製品を正しく安全に使用するための啓発活動として、毎月第二火曜日を「製品安全点検日」として製品安全に関する啓発活動として、製品安全点検日セミナーを開催している。

(3) 製品安全対策優良企業経済産業大臣表彰

2007年度から、製品安全に積極的に取り組んでいる企業を表彰する制度を開始した。この制度は、製品安全に対する意識の向上と製品安全文化の定着を図り、持続的に製品安全が確保されるような安全・安心な社会を作ることを目指すとしている。

2008年度に行われた第2回においては、金賞受賞企業として2社が選出され、経済産業大臣賞を受賞した。

2. 7. 製品安全分野における国際協力の推進

中国との協力においては、2007年4月に中国国家質量監督檢驗檢疫総局（AQSIQ）との間で締結した「製品安全、認証・標準化活動に係る協力に関する覚書」に従い、2008年5月に東京において第2回日中製品安全分野定期協議を開催した。また、2008年12月には同協議に基づき、玩具分野における官民合同ミッションを派遣した。

韓国との協力においては、2008年12月に経済産業省と韓国知識経済部との間で日韓製品安全分野における協力指針（ガイドライン）を締結した。

欧州委員会との協力においては、2008年9月に欧州委員会健康・消費者保護総局 製品・サービス安全課長との

間で日－EC製品安全分野課長級会合を開催し、意見交換を行った。

また、2009年2月には消費者製品の安全性向上を目的とする国際機関である国際消費者製品健康安全期間（ICPHSO）の年次総会に経済産業省から担当官が出席した。

国際博覧会事業

1. サラゴサ国際博覧会事業参加

サラゴサ国際博覧会は、国際的に高い評価を受けて成功裡に終了した2005年日本国際博覧会（愛・地球博）の次に実施された。「水と持続可能な開発」をテーマとして、2008年6月14日～9月14日の93日間に亘り、スペイン国アラゴン州サラゴサ市で開催された国際博覧会である。

我が国としては、本博覧会への参加は、愛・地球博の理念・成果を継承・発展させることや、水に関する地球規模の課題解決に貢献することなどの観点から、非常に意義のあるものとして考えられ、これに積極的に対応した。

2006年10月20日、経済産業省を幹事省、国土交通省と環境省を副幹事省、独立行政法人日本貿易振興機構を参加機関として正式参加する旨の閣議了解を行い、参加表明を行った。

2008年はサラゴサ博開催年であり、会期中日本館を無事故で運営した。7月21日に開催されたジャパン・デー、7月22日から7月24日に開催されたジャパン・ウィークには、皇太子殿下をはじめ多くの賓客の御席のもと各式典・イベント等を実施した。また、BIE（博覧会国際事務局）褒章制度において、日本館は、「洗練されたスタイルとテーマに沿った素晴らしい内容」を選定理由としてカテゴリーA（750㎡～1,000㎡）のデザイン部門で金賞を受章した。

2. 上海国際博覧会事業参加

上海国際博覧会は、「より良い都市、より良い生活」をテーマに、国際博覧会条約に基づく登録博として、2010年5月1日～10月31日の期間で、中華人民共和国上海市において開催される中国初の国際博覧会である。会期中7,000万人以上の入場者数を見込み、過去最大規模の大阪万博を上回ると予想されている。

同博覧会については2006年3月に中国政府から日本政府へ参加招請する書簡が接到し、2006年10月に日本貿易

振興機構を参加機関として正式参加する旨の閣議了解を行い、参加表明を行った。

2008 年度に具体的に行った業務は以下の通りである。

- (1) 2008 年 9 月 12 日に 2010 年上海国際博覧会に対する陳列区域日本政府代表に塚本弘氏が就任した。
- (2) 2008 年 10 月 28 日に日本館出展契約の正式調印を行った。
- (3) 2009 年 2 月 27 日に上海博会場内の日本館敷地において、日本館の起工式及び着工記念行事を開催した。あわせて中国における日本館中国語愛称の募集を開始した。その結果、約 3,600 通の応募を頂き、日本館の中国語愛称が「紫蚕島」(ズー ツアン ダオ) (日本語での通称：かいこじま) に決定した。

3. 麗水国際博覧会事業参加

麗水国際博覧会は、「生きている海と海岸：資源の多様性と持続可能な活動」をテーマに、国際博覧会条約に基づく認定博として、2012 年 5 月 12 日～8 月 12 日の 3 ヶ月間、大韓民国麗水市で開催される。

同博覧会においては、2009 年 1 月に韓国政府から日本政府へ参加招請があり、同年 2 月に日本貿易振興機構を参加機関として正式参加する旨の閣議了解を行い、参加表明を行った。