
第22期(2013年度)SC経営士一次試験問題

SC管理

時間 60分

点数配分 100点

注意事項

1. はじめに、受験番号(4桁)・氏名・ふりがなを記入し、受験番号に該当する番号をマークしてください。
2. 解答はすべて、解答用紙に記入してください。
3. 各問題とも解答のなかから最も適切な番号を選び、解答用紙の解答欄にその番号をマークしてください。
4. 記入は必ず、HBもしくはBの黒鉛筆またはシャープペンシルで、○のなかを正確に塗りつぶしてください(ボールペンは不可)。
5. 訂正は、プラスチック製消しゴムできれいに消し、消し屑を残さないでください。
6. 所定の記入欄以外には記入しないでください。
7. 解答用紙は、汚したり、折り曲げたりしないでください。

<記入上の注意>

・マークの仕方

[良いマーク]



[悪いマーク]

チェック



締め



短い



細い



ハミ出し



薄い



小さい



一般社団法人 日本ショッピングセンター協会

【第1問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

SCが長期にわたって持続的に発展・成長するためには、地域社会および地域の生活者の支持を受けることが不可欠である。SCと地域社会の関係を表す次の文章を読み、文中の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

生活者ニーズが多様化した時代では、SCは商品の にとどまらず、銀行等各種サービス機能、広場等のコミュニティ機能、劇場・ホール等文化・アミューズメント機能等の提供による、地域生活者をサポートする多様な が求められる。

また、地域に を提供することも、SCの重要な社会的機能のひとつである。

ディベロッパーの をはじめ、キーテナントやテナントの従業員やパートに多くの地域の人材が採用され、さらに販売促進、施設管理、保安業務等に地域の専門企業への委託を行うことは、直接間接に、地域の雇用拡大に寄与することになる。

そして、SCの開発によって人々が賑わうことにより、周辺地域には小売店や各種サービス業が出店し、様々な も整備されるようになる。

語群 (～)

1	ホスピタリティ	2	福祉機能	3	販売機能
4	アーケード	5	都市機能	6	公共交通機関
7	不動産賃貸業	8	街路整備	9	公共的機能
10	管理スタッフ	11	エントランス	12	交通量
13	アウトソーシング	14	雇用機会	15	生涯学習

さらに周辺の宅地の開発とともに居住人口増加が期待される。このようにSCの開発・進出は、地域の発展に大きく寄与する。他方、SCのような大規模施設は地域に対して影響力が大きいため、地域社会に十分配慮しなければならない。

第1に、SCの販売力が大きいため への影響も大きく、地域との連携・共生の道を模索しながら、それらとの を図ることが望まれる。

第2は、SCは大規模な集客施設であるため車や来街者の急増が予測され、隣接・周辺街区の環境への配慮や調和が必要とされる。日照権、眺望権はじめ、工事中の資材搬入・排土運搬から開業後の排気ガス、騒音、交通渋滞、 等まで地域環境の保全と育成への貢献が必要とされる。また、SCの建物デザイン、 についても、地域の街並み景観との調和とバランスが求められる。

さらに災害時においては来街者の安全の確保、地域住民の としての場の提供、日常生活物資の持続的提供等、被災地の災害復旧・復興支援への寄与もまた、SCの地域に対する大きな役割となる。

語群 (～)

1	コミュニティ	2	共存・共栄	3	パークアンドライド
4	地域の中小事業者	5	大規模店舗	6	防災協定
7	地産地消	8	地区協定	9	共同事業パートナー
10	地域生活者	11	ファサード	12	避難地域
13	ゴミ・廃棄物の処理	14	道路	15	まちづくり会社

【第2問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

多様な人々が来街し利用するSCにおいて、利用者の安全を確保するSCのリスクマネジメントに関する次の文章を読み、正しいものには1を、誤っているものは2を、解答欄にマークしなさい。

- 11 ISO(国際標準化機構)は、共通のプロセス、要素を整理したリスクマネジメント規格である「ISO31000」を開発する取り組みを平成17年(2005年)から開始し、平成21年(2009年)11月にISO31000(リスクマネジメント—原則及び指針)として発行した。
- 12 「リスク」は、既に発生した何らかのマイナスの事態を示す。従って「リスクマネジメント」は、既に起きた事故や事件から受けるダメージをなるべく減らそうとする行動である。
- 13 リスクマネジメント(広義)は、危機に対して事前に対応する「狭義のリスクマネジメント」と危機が起こった場合の「危機管理」に大別される。危機が起こった場合は、狭義のリスクマネジメントのプロセスではなく、危機対応、情報管理、復旧活動の3つの危機管理プロセスで対応する。
- 14 リスクマネジメントのゴールや目的、管理範囲や制限が明確に定義されず、SCの構成員にその内容が伝わっていないと、日常業務活動のビジネスリスクを的確に管理できなくなる可能性がある。
- 15 SCの組織内において最終的にリスクを制御・管理する責任者は、そのSCのトップであるSC経営者である。指示を受けた担当責任者は、実務レベルでの業務執行の責任者としてSC全体でのリスクマネジメントの実現に努め、結果をSC経営者へ報告する義務を負う。
- 16 SC施設が自然災害や事故で被害を受けても事業が中断しないこと、仮に中断しても中核となる事業は、可能な限り早期に再開することが望まれる。そのためには、平常時より行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法や手段などをあらかじめ取り決めておく必要がある。これをBCP(Business Continuity Planの略)という。
- 17 SCにとってBCPを策定するメリットは地域社会に限定され、危機に強いSCであっても、市場関係者から高い評価を受けたり、信用度やブランドイメージの維持およびSCの価値の向上につながることはない。
- 18 SCの事業が中断しないことは、他の競合する商業施設への顧客流出や市場シェアの低下を防ぐだけでなく、商品やサービスの供給の継続によって、従業員の雇用の維持につながり、企業の社会的責任(CSR)を果たすことができる。
- 19 SCは、社会的にも有事に備え、平時から地元地方公共団体とあらかじめ協定を結び、災害が発生した際には、市民、行政、取引先企業などと連携し、地域の一日も早い復旧を目指すことが求められる。地元地域の早期復旧や災害救援業務に貢献するため、平常時からこれら主体との連携を密にしておく。
- 20 事業継続を実践するためには、SCマネジャーをはじめ全従業員が事業継続の重要性を共通の認識として持ち、それを定着させるためのマニュアルを策定する必要があるが、防災訓練以外に、平時から特に教育・訓練等を継続的に実施するまでのことはない。

【第3問】〈配点 10点〉

(解答番号は 21 から 30)

SCは、商店街やオフィス等の不動産賃貸業とは異なる事業特性を有している。表1「SCと商店街の比較」、表2「オフィス賃貸業とSC事業の相違点」の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

■表1：SCと商店街の比較

項目	商店街	SC
成り立ち	・自然発生的 ・旧城下町等の中心市街地	・マーケット分析による 21 ・郊外や大都市中心部に立地
コンセプト	・明確なコンセプトが希薄 ・かつては 22 であった	・明確なコンセプトが必要 ・生活者ニーズに対応した複合機能
テナント構成	・自然発生的構成と配置 ・地元店舗主体	・業種業態の計画的構成と配置 ・効果的な 23
運営体制	・運営体制が脆弱 ・専従の事務局員不在	・ディベロッパーの統一運営 ・ 24 による管理運営
付加価値	・地域密着性 ・歴史・文化等の 25 がある	・比較的地域性が希薄 ・アミューズメント性等の付加

語群 (21 ~ 25)

1	経済的規制	2	景観	3	地域資産
4	再開発協同組合	5	タウンマネジャー	6	インバウンド
7	コンセンサス	8	計画性	9	専門スタッフ
10	テナントミックス	11	観光行政	12	地域一番店
13	まちの顔	14	環境計画	15	コミュニティビジネス

■表2：オフィス賃貸業とSC事業の相違点

項目	オフィス賃貸業	SC事業
開発立地の選定	利便性	26
賃料形態	固定賃料	歩合賃料等
賃料収受	請求収受	27
顧客とのリレーション	28	B to C B to B to C
関心事(経営指標)	29	売上高
テナントの入れ替え	消極的	積極的
テナント営業管理	特に無し	常駐管理
テナントの出店判断	30	売上目論見

語群 (26 ~ 30)

1	ハブモデル	2	定期借家契約	3	売上金清算
4	空室率動向	5	B to B	6	競合店
7	客室回転率	8	集積性	9	ネット通販
10	共益費	11	商圈規模	12	資産価値
13	企業活動への利便性	14	B to C	15	都市機能

【第4問】〈配点 10点〉

(解答番号は 31 から 40)

定期借家制度は、ディベロッパーとテナントの関係を変化させる重要な法律である。定期借家制度の概要と運用に関する次の文章を読み、正しいものには1を、誤っているものは2を、解答欄にマークしなさい。

31 定期借家制度では、賃貸人と賃借人の合意によって、契約期間、賃料等の条件を自由に取り決めることができ、期間満了によって更新されることなく契約が終了する。

32 契約終了後も引き続き賃借人が賃借継続を望む場合は、同賃借人と賃貸人との合意があれば新たに定期借家契約を結ばなくとも自動延長となる。

33 賃料について、賃貸期間や使用目的に応じて当事者間で自由に取り決めることができ、また借地借家法に規定された賃料増減額請求権を、特約により無いものとする事ができる。

34 従来の賃貸借契約に比べ、契約の終期をコントロールすることが出来るようになり、テナントの入れ替え計画を可能にし、リニューアル等の建物の有効利用の途が広がった。

35 他方、テナントによって資産の償却期間も異なるので、個々のテナントの事情を配慮した期間設定など、互いに納得性のある定期借家制度の運用が求められる。

36 定期借家契約は普通借家契約と異なり、期間満了に伴い契約が終了する契約であるので、そのことをあらかじめ賃借人に説明し、理解を得ておかなければならない。定期借家契約であることを賃貸人は賃借人に対し、口頭により事前に説明しなければならない。

37 定期借家契約は必ず書面で締結する。契約書の表題を「定期建物賃貸借契約書」と記載し、本文中に「借地借家法第38条に基づく定期建物賃貸借契約を締結する」旨を記載する。

38 期間満了によって契約は終了し、更新が無いことを記載しておく。

39 契約期間満了の1年前から6ヶ月前までの期間に、賃貸人は賃借人に対し契約期間が満了することの通知を書面にて行う必要がある。

40 賃貸人が上記の期間を過ぎた後に通知した場合は、その通知をした時から6ヶ月を経過した時に賃貸借契約は終了する。尚、契約期間が1年未満の場合でもこの通知は必要である。

【第5問】〈配点 10点〉

(解答番号は 41 から 50)

同質化競合の中でSCが地域から支持されるためには、マーケティング戦略としてブランディングが重要になる。SCのブランディングに関する次の文章を読み、文中の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

SCのブランディングの形成は、SCの方向を明解に指し示す企業理念とSCイメージを明確に構築し、ディベロッパー社員、テナント店長(含:スタッフ)・41等のSCを構成する人々とそれらを共有しながら、日々の営業活動で発信することにある。特に企業理念に基づいた自社のSCの強みである、他社にはない顧客満足を提供できる商品・サービスの提供や、地域の環境保全と共生を重視する独自の取組などの42を有効活用する。そして常にSCのビジョンや43を確認し、地域社会や生活者ニーズに対応し、そのSCならではのメッセージを地域に発信する。

具体的な発信のツールとしては、「生活者向けSC広報誌紙」、「ホームページ」、「対社会や投資家向けの44」、「従業員・テナント・取引先向けの会社案内」、「従業員やテナント向けのSC運営マニュアル」、「45」、「環境報告書」、「CSR報告書」などがある。加えて、新聞社や経済誌、業界専門誌向けには、企業ビジョン、中長期の事業計画と目標、市場変化への対応、設備投資、販売促進活動策などをまとめておくことも必要となる。

語群(41 ~ 45)

1	アウトソーシング	2	アニュアルレポート	3	安全管理
4	CI計画	5	CSR	6	収益力
7	IR用プレスリリース	8	会社概要	9	ミッション
10	投資家	11	業務委託先従業員	12	経営効率
13	株価	14	経営資源	15	コンテンジェンシー

また、生活者の46に立つ、テナントの販売員やサービスを提供する現場の担当者も、47を伝える重要な役割を果たす。テナントの販売員やサービス担当者が生き生きと仕事をしていれば、SCの良好な企業メッセージになる。SCの48やミッションを、ディベロッパー社員だけでなく、テナント従業員や店頭立つ49にいたるまで共有することが不可欠であり、そのためには、マニュアル等のツール整備だけではなく、社員やテナントの50が重要となる。

語群(46 ~ 50)

1	クレイマー	2	フロントライン	3	人材
4	市場競争力	5	テナント店長会	6	教育研修活動
7	ホスピタリティ	8	テナントミックス	9	企業メッセージ
10	販売促進活動	11	経営理念	12	不動産
13	パート・アルバイト	14	営業戦略	15	売上高

【第6問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

SCの顧客戦略に関する次の文章を読み、その文章が説明している最も適切な語句(用語)を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

- 単なる顧客志向とは異なり、個々の顧客との関係性を継続的にマネジメントし、顧客の獲得、維持、顧客価値の向上という一連のサイクルを仕組みとして確立する取り組みのこと。
- SCの立地する地域の特性をふまえ、顧客に愛着を持ってもらう永続的で特徴のある仕掛けを導入することにより、顧客が長期にわたって、SCへの忠誠心を示しファンになること。
- 顧客戦略では、個々の顧客との関係性を長期にわたって維持・強化し、一人のお客様から得られる期待収益を最大にすることが求められる。この最大化したい期待収益のこと。
- マーケットシェアの拡大ではなく、一人ひとりの顧客をよく知り、個々の顧客の全消費の中で占有率の拡大によって成長を図る必要がある。この占有率のこと。
- 「顧客のうち上位20%の優良顧客が全体の売上の80%をもたらす」という法則の一般的な名称。

語群 (~)

1	ABC分析	2	ナレッジマーケティング	3	SWOT分析
4	ハインリッヒの法則	5	AIDMA	6	カスタマーシェア
7	パレートの法則	8	CRM	9	カスタマー サティスファクション
10	ランチェスターの法則	11	顧客ロイヤリティ	12	LTV (ライフタイムバリュー)
13	SNS	14	クラウドソーシング	15	マーケット セグメンテーション

- 詳細で大量の顧客データをリアルタイムで処理し、顧客の購買履歴等の動態を正確に把握するマーケティング・システムのこと。
- 顧客情報を取得するために多くのSCにおいて会員カードを発行しているが、その中でクレジット会社との提携による施設カードのこと。
- ポイントカードもその一種で、顧客に購入・利用に対するインセンティブを与えると同時に、購買・利用履歴のデータを取得するための仕掛けのこと。
- 最後の購買からの経過時間と、ある特定期間内の累計購入回数のこと。これらは、顧客グループの価値を測る基準になる。これらの度合いが高いほどより価値のある顧客になる。
- お客様の個人情報に対する意識も高まっている中で、平成17年(2005年)に施行された法律。

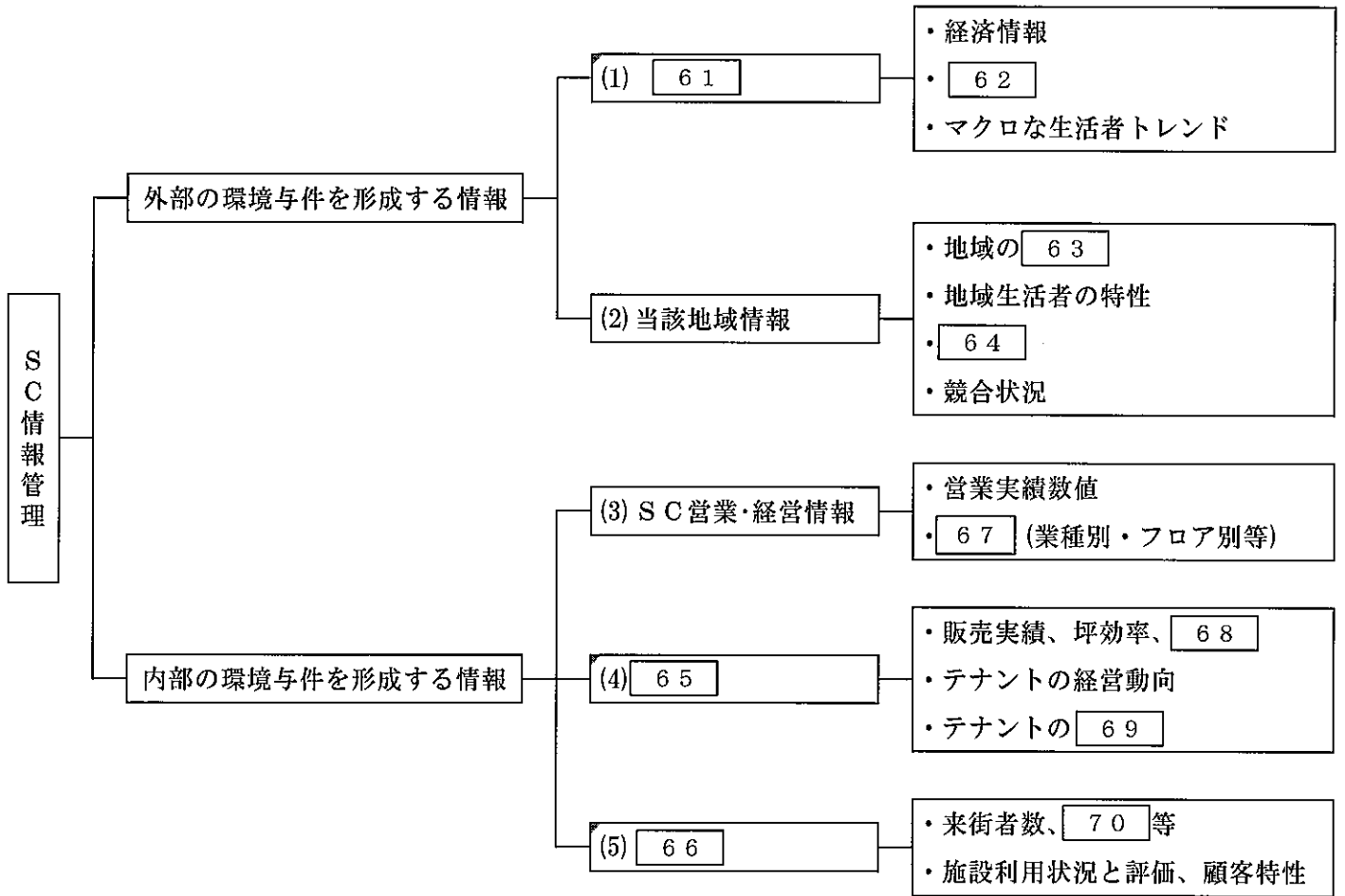
語群 (~)

1	消費者保護法	2	ハウスカード	3	One to Oneマーケティング
4	商圏ポテンシャル	5	FTA	6	顧客生涯価値
7	市場占有率	8	データマイニング	9	マーケットイン
10	プリペイドカード	11	リーセンサーと フリークエンシー	12	個人情報保護法
13	データベース ・マーケティング	14	デュアルカード	15	FSP

【第7問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

SCは、社会・経済等の取り巻く環境変化に速やかで的確な対応が常に求められる。SCの情報管理に関する次の図表の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。



語群 (～)

1	為替相場	2	マクロトレンド	3	コンパクトシティ
4	関連法規情報	5	農商工連携	6	経済環境
7	地権者	8	来街頻度	9	地域生活者
10	行政サービスコスト	11	ミクロトレンド	12	マーケットポテンシャル
13	テナント情報	14	ABC分析	15	第6次産業

語群 (～)

1	商品動向	2	顧客満足	3	駐車場利用数
4	モラル	5	汚水排出量	6	環境整備
7	販売促進	8	顧客情報	9	管理コスト
10	接客研修	11	従業員実態	12	商工会議所
13	リサイクル	14	大店立地法	15	売上分析

【第8問】〈配点 10点〉

(解答番号は 71 から 80)

SCはディベロッパーとテナントとの共同事業体である。SC運営にはディベロッパーとテナントのコミュニケーションは不可欠な要素である。テナント店長会やテナント会等に関する次の文章の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

ディベロッパーは、SC全体の明確な 71 を掲げ、それに賛同したテナントは、地域生活者に商品やサービスを提供しながらSCの繁栄を統一目標にして、ともにSCの発展のために活動を行う。そのためには、ディベロッパーとテナントの共同意思の醸成が不可欠である。ディベロッパーとテナントのコミュニケーションの場として、テナント店長会やテナント会、テナント従業員の 72 などがあり、それらの場を通じて互いにコミュニケーションを図り、目指すべきSCに向って共同歩調を図ることが求められる。

SCにおけるテナントの 73 には、その店長のやる気や資質が大きく関係する。テナントを実際に運営している店長は、ディベロッパーの戦略や方向性を一番理解してほしい存在であるため、テナント店長との密接なコミュニケーションは不可欠である。ディベロッパーの管理担当者は、テナント店長と共に店舗のあり方を、 74 の場のみならず、日常の営業活動のなかでも、共にテナントのあり方やSCの方向性を確認し合う必要がある。

テナント会は、SCの中で 75 によって構成される唯一の組織である。ディベロッパーはSCを運営していくうえで、その理念や方針をテナント側に伝える義務があり、またそれらを効果的かつ統一的に実現していくことが求められ、テナント会はその手段として有効な場である。

語群 (71 ～ 75)

1	売上目標	2	業績向上	3	出店者(テナントオーナー)
4	テナント総会	5	店頭演出	6	テナントミックス
7	教育・研修	8	福利厚生	9	自己研鑽
10	後方施設	11	コミュニケーション	12	理念・方針
13	テナント理事会	14	テナント店長会	15	共存共栄

また、テナント会という組織の一員であることで、ディベロッパーやテナント同士で共同事業を行っている意識を持つことができ、 76 の点でテナント会は意義あるものと考えられる。ただ、ディベロッパー側の運営姿勢の在り方、指導力の欠如、テナント会全体の運営の問題等から、 77 などテナント会自体が形骸化してきたことも指摘される。そして、テナント会がディベロッパーとテナント、あるいはテナント同士の利害対立の場となり、期待されるべき機能が発揮されず、テナント会の存在そのものが疑問視されるケースも見受けられる。

そのため昨今では、テナント会組織を軽い位置づけにし、活動の実行権限をディベロッパーに移管する考え方に变化する傾向も見受けられる。テナント会という形はあるけれど、その組織には 78 はなく、運営委員会や理事会、総会の開催も行わず、販売促進など一連の活動についてはディベロッパーのイニシアチブで決定し実行するスタイルである。

ただ、こうしたテナント会であっても、テナントとは共同事業者としての信頼関係を崩さないことが不可欠であり、 79 を確保するためにも、活動内容を報告する「事業報告会」や「懇親会」等の情報交換の場を設けることは重要と思われる。

こうした店長会やテナント会などの場を通じてディベロッパーは、地域マーケットや経営情報等のSC運営に関する情報を、テナントに対して積極的に 80 する必要がある。それは、ディベロッパーとテナント間において、SCとしての問題意識の共有につながり、ディベロッパーのSC戦略についての理解をさらに促進するといえよう。

語群 (76 ～ 80)

1	総務委員会	2	地域貢献	3	賃料改訂
4	代理出席	5	協働意識の醸成	6	定期借家契約
7	収益性	8	契約更改	9	親睦
10	議決権	11	発言権	12	情報開示
13	秘匿	14	透明性や公平性	15	リニューアル

【第9問】〈配点 10点〉

(解答番号は から)

SC等の大規模商業施設は環境負荷も大きく、地域の事業活動・経済活動と密接不可分であり、地球環境問題への対応は喫緊の課題である。地球環境問題の取り組みに関する次の文章の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

平成14年(2002年)6月の「省エネ法」改正では、大規模オフィスビル等への大規模工場に準ずるエネルギー管理の義務付け、の住宅以外の建築物への省エネルギー措置の届出の義務付けが定められた。

SC等の大規模商業施設は環境負荷も大きく、日常の業務活動の見直しや経営構造そのものを見直しを迫られ、「大気汚染、地球温暖化等、地球環境に付加を与えない」、「」、「消費者の安全性・快適性の維持」の3つが大きな課題である。

組織や事業者がその運営や経営の中で自主的に環境保全に関する取り組みを進めるにあたり、環境に関する方針や目標を自ら設定し、これらの達成に向けての取り組み、このための工場や事業所内の体制・手続き等の仕組みを「環境マネジメントシステム」という。これは、を基本に、SCの事業活動に伴い発生する資源・エネルギー使用量、廃棄物排出量等の環境への負荷を減らすとともに、環境に配慮したを提供する等の環境への取り組みを行うためのシステムである。環境マネジメントシステムには、環境省が策定したエコアクション21や国際規格のがある。

語群(~)

1	洞爺湖サミット	2	商品やサービス	3	京都議定書
4	CO ₂ 排出量取引	5	2,000㎡以上	6	リサイクル
7	省エネルギー・省資源化	8	プラザ合意	9	ISO14001
10	地球温暖化	11	CO ₂ 削減	12	グリーンビル
13	1,000㎡以上	14	PDCAサイクル	15	ISO9001

また、環境に配慮した「グリーンビルディング」化やの認証の取得等により、自然エネルギー・天然資源の有効利用、代替エネルギーの開発と利用など、のトータル削減の取り組みが進められている。

ヒートアイランド対策や緑化、さらには、等の循環型社会のための法整備(容器包装リサイクル法、家電リサイクル法、食品リサイクル法、建設リサイクル法、グリーン購入法等)など、多様な取り組みも進んでいる。

SC業界では日本ショッピングセンター協会が主導する形で平成19年度(2007年度)より、平成17年(2005年)を基準年とし、その後の5年間でを5%削減することを目標に定め、日本ショッピングセンター協会加盟企業を対象として毎年「エネルギー調査」を実施してきた。

最近では、ソーラー発電施設の導入、SCから出る廃油をバイオディーゼル燃料として再利用する「廃油リサイクル」、のある素材やデザイン等を採用し、効果的な省エネシステムによる環境に配慮したSC開発が進んでいる。

語群(~)

1	屋上緑化	2	自然エネルギー利用	3	CASBEE
4	原子力発電	5	BCP	6	安全性
7	LED照明	8	遮熱効果	9	ファシリティマネジメント
10	エネルギー消費量	11	バリアフリー	12	リサイクル-リデュース-リユース
13	JQA	14	CO ₂ 排出量	15	消費電力

【第10問】〈配点 10点〉

(解答番号は 91 から 100)

SCの関連法規に関する次の文章を読み、その文章に関連する最も適切な語句(法律名)を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

- 91 廃棄物処理やリサイクルを推進するための基本方針を定め、資源消費や環境負荷の少ない社会の構築を促すことを目的とし、平成12年(2000年)に制定。
- 92 平成4年(1992年)の地球サミットをきっかけに日本の環境政策として、平成5年(1993年)に制定され、環境の保全に係わる基本理念と施策策定指針を制定している。
- 93 生活環境保持の観点から、適切な規模の駐車場の確保、騒音・廃棄物対策といった「施設の配置および運営方法」について規制を行う。
- 94 大規模集客施設が立地可能な用途地域を見直し、現行の6地域から3地域(近隣商業地域、商業地域、準工業地域)へ限定された。
- 95 平成9年(1997年)に制定され、資源負荷、環境負荷の少ない石油代替エネルギーの導入を図ることを目的とする。

語群(91 ~ 95)

1	消防法	2	大規模小売店舗法	3	大規模小売店舗立地法
4	環境基本法	5	省エネ法	6	建築基準法
7	消費者契約法	8	バリアフリー新法	9	借地借家法
10	土地基本法	11	改正都市計画法	12	循環型社会形成推進基本法
13	改正都市計画法	14	新エネ法	15	交通バリアフリー法

*法律名は略称

- 96 「少子高齢化、消費生活等の状況変化に対応して、中心市街地における都市機能の増進および経済の活力の向上を総合的かつ一体的に推進」することに法目的を置いている。
- 97 消費者と事業者が対等に契約できるようにルールを定めた法律が平成13年(2001年)制定され、平成19年(2007年)改正で消費者団体訴訟制度が盛り込まれた。
- 98 「特定商取引」を公正にし、消費者の損害の防止を図ることにより、購入者等の利益を保護し、あわせて商品等の流通および役務の提供を適正かつ円滑にすることが目的。
- 99 製品の欠陥が原因であったことを証明すれば、損害賠償を求めることができる。
- 100 消費者の生命・身体に対して特に危害を及ぼすおそれが多い製品については、国の定めた技術上の基準に適合した旨のPSCマークがないと販売できない。

語群(96 から 100)

1	製造物責任法	2	独占禁止法	3	消費者安全法
4	薬事法	5	消費者契約法	6	特定商取引法
7	耐震改修促進法	8	消費生活用製品安全法	9	優位的地位の乱用
10	不当表示防止法	11	下請法	12	景品表示法
13	改正中心市街地活性化法	14	消費者基本法	15	クーリングオフ

*法律名は略称