

福岡市消費生活審議会（第15回）

議 事 資 料

資料1-1 平成24年度事業概要（別冊）

資料1-2 第6回市政アンケート調査 消費生活・消費生活センターについて

資料2 平成24年度福岡県消費者行政活性化基金事業補助金による  
本市の主な取り組みの進捗状況について

資料3 電気通信事業者に関する苦情相談について（報告）

# 第6回市政アンケート調査 消費生活・消費生活センターについて

(平成22年度の調査結果との比較を追加)

平成23年度調査期間 11月22日～12月7日

**[概要]**

調査数 615件 (郵送:568件、メール:47件)  
 回答数 528件 (郵送:483件、メール:45件)  
 有効回答率 85.9% (郵送:85.0%、メール:95.7%)

(平成22年度「市政に関する意識調査」

調査期間 22年8月18日～9月1日

調査数4,500件, 回答数2,531件, 有効回答率56.2%)

問20 消費生活センターでは、消費者被害の未然防止・救済のため各種情報の提供や消費者相談・苦情の処理などを実施しています。あなたは福岡市消費生活センターを知っていますか。あてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

- 1 名前も業務内容も知っている 50.4
- 2 名前は知っているが業務内容は知らない 44.9
- 3 名前も業務内容も知らない 4.5
- 無回答 0.2

H22年度との比較

	H22 (%)	H23 (%)
1	30.5	50.4
2	49.3	44.9
3	15.9	4.5
無回答	4.3	0.2
回答数	2,531	528

◎認知度(1と2の合計)は79.8%から95.3%に増加した。

問21 【問20で「1 名前も業務内容も知っている」「2 名前は知っているが業務内容は知らない」と回答した方におたずねします。】

あなたは、過去5年間、福岡市消費生活センターに電話または来所で相談したことがありますか。あてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

(n=503)

- 1 相談したことがある 9.3
- 2 相談したことがない 89.5
- 無回答 1.2

H22年度との比較

	H22 (%)	H23 (%)
1	6.8	9.3
2	92.1	89.5
無回答	1.1	1.2
回答数	2,019	503

◎「相談したことがある」は2.5ポイント多かった。

問21-1 【問21で「1 相談したことがある」と回答した方におたずねします。】

そのときの相談員の対応等はいかがでしたか。アからカまでのそれぞれについて、あてはまるものを1つずつ選び、番号に○をつけてください。

(※ 複数回相談したことがある場合は直近の相談について回答してください。)

(n=47)

		そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう思わない	無回答
相談員の 対応	ア. 親切で親身な対応だった	46.8	38.3	8.5	2.1	4.3
	イ. 説明がわかりやすかった	48.9	38.3	6.4	-	6.4
	ウ. 知識が豊富であった	38.3	38.3	12.8	4.3	6.4
	エ. 問題の処理がはやかった	46.8	29.8	12.8	4.3	6.4
	オ. 自分の話を十分にきいてくれた	53.2	29.8	8.5	2.1	6.4
相談結果	カ. 相談の回答・助言内容が役に立った	57.4	25.5	6.4	4.3	6.4

H22年度との比較「カ. 相談員の回答・助言内容が役に立った」

	H22 (%)	H23 (%)
そう思う	35.0	57.4
どちらかといえばそう思う	30.7	25.5
どちらかといえばそう思わない	6.6	6.4
そう思わない	7.3	4.3
無回答	20.4	6.4
回答数	137	47

◎「相談員の助言内容が役に立った」（「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計）は65.7%から82.9%に増加した。

問21-1-1 【問21-1で相談結果について「カ. 相談の内容・助言内容が役に立った」のうち「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」と回答した方におたずねします。】

その主な理由にあてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

(n=2)

- 1 納得のいく回答や助言が得られなかった -
- 2 助言のとおりに対応（事業者との交渉など）したが、トラブルを解決できなかった -
- 3 他の部署を紹介されたが、解決できなかった -
- 4 その他（具体的に ） 100.0

無回答 -

問21-2 【問21で「2 相談したことがない」と回答した方におたずねします。】

その主な理由にあてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

(n=450)

- 1 相談する必要がなかった 90.7
- 2 場所や電話番号など相談方法がわからなかった 3.6
- 3 相談したい時間帯や受付時間外だった 0.2
- 4 役に立つと思えなかった 2.0
- 5 他人に相談することに抵抗があった 0.4
- 6 その他（具体的に：       ） 2.0
- 無回答 1.1

H22年度との比較

	H22 (%)	H23 (%)
1	85.4	90.7
2	5.5	3.6
3	0.3	0.2
4	2.6	2.0
5	1.1	0.4
6	1.8	2.0
無回答	3.4	1.1
回答数	1,859	450

【すべての方におたずねします。】

問22 「インターネット消費生活相談」について、下記をお読みください。

福岡市消費生活センターでは、消費生活相談の機会を増やすため、平成22年10月よりインターネットによる消費生活相談を開始しました。

【ご利用方法】

- 相談は無料です。
- 回答は相談受付後、5日間程度でメールにて回答します。
- 相談のメールによる回答は1回限りで、あっせん（事業者との交渉）は行いません。
- 一般的な相談事例については、「国民生活センターの相談事例集」をご覧ください。  
「国民生活センターの相談事例集」を確認しても解決しない場合は、インターネット上からご相談できます。

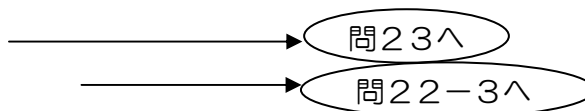
※相談入力フォームは、相談内容が外部に漏れることのないよう、SSL対応（暗号化通信）とし、容易にのぞき見や改ざんができない通信方法をとっています。いただいた個人情報は非公開とし、消費生活相談の目的以外に使用することはありません。

問22-1 あなたはインターネットで消費生活相談ができることを知っていましたか。あてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

- 1 知っていた 9.7
- 2 知らなかった 90.0
- 無回答 0.4

問22-2 あなたは、福岡市の「インターネット消費生活相談」を利用したいと思いますか。あてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

- 1 利用したいと思う 41.7
- 2 利用したいと思わない 57.0
- 無回答 1.3



◎平成22年度調査時はインターネット消費生活相談の開始前であったため、便利になると思うかどうかを質問したところ、「便利になると思う」62.7%、「便利になると思わない」32.2%だった。

問22-3 【問22-2で「2 利用したいと思わない」と回答した方におたずねします。】  
その主な理由にあてはまるものを 1つだけ 選び番号に○をつけてください。

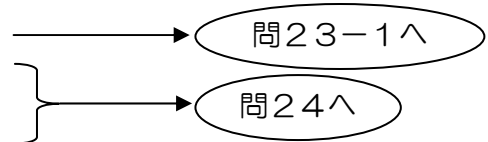
(n=301)

- 1 インターネットを利用する環境が整っていない 30.9
  - 2 インターネット上に個人情報などを入力することに不安がある 12.0
  - 3 細かい情報を入力しないといけないので面倒 13.0
  - 4 インターネット相談は電話相談・窓口相談と違って回答に時間がかかる 9.0
  - 5 インターネット相談では、直接やりとりができないので十分な回答が得られそうにない 23.6
  - 6 その他（具体的に： ） 11.0
- 無回答 0.7

【すべての方におたずねします。】

問23 消費生活センターでは、12月を中心に悪質商法撲滅月間の取り組みとして、消費生活センターのPRを目的としたCMの放送やポスターの掲示を行なっています。あなたは消費生活センターのCMやポスターを見た（聴いた）ことがありますか。あてはまるものを 1つだけ 選び、番号に○をつけてください。

- 1 見た（聴いた）ことがある 36.6
  - 2 見た（聴いた）ことがない 49.8
  - 3 わからない 12.9
- 無回答 0.8



福岡市消費生活センターポスター

問23-1 【問23で「1 見た（聴いた）ことがある」と回答した方におたずねします。】

あなたが見た（聴いた）ことがあるものをすべて選び、番号に○をつけてください。（○はいくつでも）

(n=193)

- 1 テレビでのCM放映 86.5
  - 2 ラジオでのCM放映 9.8
  - 3 映画館でのCM放映 4.7
  - 4 街頭大型ビジョンでのCM放映 3.6
  - 5 西鉄バス車内掲示のポスター 15.5
  - 6 地下鉄車両内掲示のポスター 13.0
  - 7 西鉄バス博多駅交通センター掲示のポスター 3.6
  - 8 JR九州博多駅掲示のポスター 6.7
  - 9 西鉄電車福岡駅掲示のポスター 4.7
  - 10 公共施設掲示のポスター 33.2
- 無回答 -

【すべての方におたずねします。】

問24 福岡市消費生活センターに対し、あなたが今後特に充実して欲しいと思う事業はなんですか。あてはまるものをすべて選び、番号に○をつけてください。（○はいくつでも）

- 1 契約トラブルなどの相談 63.6
  - 2 借金問題の相談（多重債務、クレジットカード、保証人）29.4
  - 3 商品の品質や製品事故についての相談 53.0
  - 4 悪質な事業者に対する指導 75.6
  - 5 消費生活に関する知識を向上させるための講座や講演会 13.3
  - 6 相談員による悪質商法被害防止などの出前講座（高齢者・若者など対象）21.6
  - 7 情報誌、テレビ、ホームページなどによる情報提供 37.9
  - 8 消費者団体・市民活動への積極的な支援 10.4
  - 9 行政・消費者・事業者の連携の推進 20.5
  - 10 地域の高齢者などに対する見守り体制の推進 40.7
  - 11 その他（具体的に： ） 2.5
- 無回答 0.8

H22年度との比較「消費生活センターに充実してほしい事業」

	H22 (%)	H23 (%)
1 契約トラブルなどの相談	40.3	63.6
2 借金問題の相談	22.0	29.4
3 商品の品質や製品事故についての相談	29.4	53.0
4 悪質な事業者に対する指導	66.5	75.6
5 講演会や講座	9.4	13.3
6 出前講座	16.0	21.6
7 情報誌、テレビ、ホームページなどによる情報提供	46.2	37.9
8 消費者団体・市民活動への積極的な支援	10.4	10.4
9 行政・消費者・事業者の連携の推進	18.4	20.5
10 高齢者などの見守り体制の推進	46.7	40.7
11 その他	1.8	2.5
無回答	4.7	0.8

平成24年度 福岡県消費者行政活性化基金事業補助金による  
本市の主な取り組みの進捗状況について

1 事業予算 総額 32,267千円  
(福岡県消費者行政活性化基金事業…平成21年度～平成24年度)

2 事業内容

(1) 消費者啓発関係

・テレビCM放映等

福岡県、北九州市と合同で、テレビスポットCMの制作・放映とその他の取り組みについて、プロポーザル方式を採用し実施する。

委託業務：テレビスポットCM(30秒)を2種類

内容は①高齢者の利殖商法 ②架空請求(インターネット・携帯等)

それぞれの消費者トラブルの未然防止と対応

放映は11月～12月。放送量は民放5局で、4000GRP以上

・消費者力アップ通信講座(平成22年度～)

消費生活に関する正しい知識を身に付けてもらう通信講座

7月2日～平成25年1月26日

・消費者グループへの活動支援事業(新規)

申請は3事業。うち2事業の支援を決定

・若者啓発ポスターコンクール(平成23年度～)

募集中(8月24日締切)

(2) 消費者相談関係

・高齢者を対象としたいきいきセンターへの出張相談事業(平成23年度～)

参考 過去の主要事業について

	平成21年度	平成22年度	平成23年度
消費者相談・事業者指導	・相談コーナー等改修実施 設計委託	・相談コーナー、面接室等 整備 ・インターネット消費生活相談開始 ・相談員1名配置(増員)	・高齢者対象のいきいきセ ンターへの出張相談
消費者啓発	・消費生活かわら版特別号 の作成・全戸配布 ・テレビCM等 ・ネットワーク会員ステッ カー作成	・テレビ、ラジオCM ・街頭大型ビジョン放映 ・映画館広告、交通広告等 ・消費者力アップ通信講座	・テレビ、ラジオCM ・街頭大型ビジョン放映 ・映画館広告、交通広告等 ・消費者力アップ通信講座 ・若者啓発ポスターコンク ール
総額	8,829千円	37,515千円	29,222千円

(公印省略)  
市消第180号  
平成24年5月31日

消費者庁消費者制度課  
課長 堀井 奈津子 様

福岡市長 高島 宗一郎  
(市民局消費生活センター)

## 電気通信事業者に関する苦情相談について(報告)

時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

平素は本市センターの業務運営に対しまして、格別のご高配を賜り厚くお礼申し上げます。

電気通信事業各社(固定電話、移動通信サービス、インターネット通信サービス、ケーブルテレビ)については、本市消費生活センターの事業者別相談件数の中でも上位を占め極端に多い分野です。

本市センターでは従来から個別に事業者面接を行い、問題点を指摘し指導を行ってまいりました。また、総務省が主催する「九州電気通信消費者支援連絡会」でも再三改善を求めてまいりました。しかしながら相談件数は増加し続け、改善が見られません。

そこで、今年1月から5月にかけて、福岡市消費生活条例に基づき、条例で規定する不当な取引行為に該当する電気通信事業の販売行為について6社に指導を行い、自社でのすみやかな問題解決への協力要請いたしましたので、下記の通り報告いたします。

今後、監督官庁からの一層の指導や制度の見直しについてご検討いただきますよう、お願いいたします。

記

### 1 相談等の状況(平成24年3月末現在)

電気通信事業者	23年度		22年度 相談件数	21年度 相談件数
	相談件数	うち斡旋(率)		
A社	123	25 (20.3%)	73	49
B社	144	32 (22.2%)	98	70
C社	155	41 (26.5%)	136	188
D社	130	26 (20.0%)	87	71
E社	66	13 (19.7%)	69	70
F社	58	16 (27.6%)	36	61

\*センターの相談件数H23年度 14, 573件、H22年度 14, 444件。

\*通常、相談員による「あっせん」は全体の9%弱。

### 2 不当な取引行為(福岡市消費生活条例第21条)に該当する事項(各事業者共通)

(1) 契約締結時(電話勧誘、訪問販売、販売店)の説明のあり方

- ①重要情報の不提供(1-1)・・・割引サービス、料金体系、契約解除制限、解約料の説明不足
- ②販売意図の隠匿(1-3)・・・点検時や点検を装い勧誘・販売することによるトラブル
- ③重要事項に関する誤信情報の提供(1-5)、優良・有利誤信情報の提供(1-6)・・・虚偽説明
- ④消費者に適合しない契約(3-10)・・・若者が複数の携帯電話を契約、転売で報酬を得る。

高齢者への不必要な販売勧誘。

- ⑤威圧・困惑行為(2-1)・・・不必要な高齢者への無理な勧誘



(2) 契約締結後の対応のあり方

- ①債務履行における不誠実対応(5-1) ・ ・ 頻繁な不具合・修理と販売店の対応
- ②解除等における義務違反(7-7) ・ ・ 解約手続きをとらない、解約拒否

### 3 本市から事業者への指導内容

- (1) 電話での勧誘（特に割引サービス）について、説明不足・販売意図の隠匿がみられた。電気通信事業における契約は電話のみで理解できる契約内容ではなく、電話での契約の後送付の資料も理解が難しいこと、契約変更を家族でよいとしていることもトラブルの元である。(A社)  
また、点検と新たなサービスの販売勧誘を一緒に行っている事業者については、この販売方法を変えない限りセンターへの相談は減らないことを指摘した。(E社)
- (2) 料金体系等について販売店の説明不足による解約制限・解約料についてのトラブルが多い。事業者は「書面を渡して説明し、更新時期にもお知らせしている」と弁明するが、更新により新たな解約制限期間が開始し、万一解約するときには解約料が発生することの表示も必要である。(B社、C社、D社、F社)
- (3) 適合性の観点から高齢者への無理な勧誘・契約をしないこと。(A～F社)
- (4) 料金、値引き表示や無理な勧誘等をしないよう、販売店への指導を徹底すること。また、個人情報の取扱・管理についても指導を徹底すること。(A社～F社)
- (5) 商品内容が複雑であることで、販売店等が十分な説明対応ができないのであれば、商品自体や対応マニュアルを含めた見直しも検討すべきではないか。(A～F社)
- (6) 頻繁な故障による修理について、事業者もこれを認めるのであれば、商品交換等の相談者が納得いく柔軟な対応と十分な説明をすることが必要である。(B社、C社、D社)
- (7) 本来は自社の苦情は自社のお客様相談室で処理すべきで、販売員が十分に説明し、お客さま相談室で丁寧に対応すること。(A～F社)
- (8) 適合性から判断して、若者が名義貸しとして複数の携帯電話を契約し悪用することは問題である。業界全体の問題ではあるが何らかの対応ができないか。(B社、C社、D社)

### 4 監督官庁への要望

- (1) 電気通信事業法適用のサービスに、下記の通り特定商取引法に定める規程との整合性をもたせること。
  - ①一定期間に申し出があれば無条件に契約解除できるクーリング・オフ類似の制度導入。
  - ②契約成立前に、消費者が契約内容を十分理解できるよう、サービス内容、対価、解約など重要事項に関する説明書を交付のうえ、対面かつ口頭で契約内容を説明する義務の導入。特に、高齢者に不必要な契約をさせないための販売ルールを設けること。
- (2) 各事業者に対し、代理店の販売方法について把握すると共に、研修や指導等を十分に行い適切な販売を行うよう指導すること。
- (3) 各事業者に対し消費者・消費者からの苦情・相談窓口を1本化かつワンストップ化することを義務づけ、利用者サービスの向上を図るよう指導すること。