

25監査公表第7号

地方自治法第199条第2項の規定により行政監査を実施したので、同条第9項の規定によりその結果を公表する。

平成25年5月16日

福岡市監査委員	南	原	茂
同	栃	木	義博
同	石	井	幸充
同	伯	川	志郎

行政監査の結果に関する報告及び意見の提出について

地方自治法第199条第2項の規定により行政監査を実施したので、同条第9項の規定によりその結果に関する報告を提出するとともに、同条第10項の規定により意見を提出する。

目 次

平成24年度行政監査（事務）の結果について

【監査の概要】

第1	監査のテーマ	1
第2	テーマの選定理由	1
第3	監査の対象	1
第4	監査の期間	1
第5	監査の主な着眼点	1
1	消費者啓発	2
2	消費生活相談	2
3	その他	2
第6	監査の方法	2

【消費者行政の現況】

第1	本市の消費者行政と消費生活センター	3
第2	福岡市消費生活センターの概要	3
1	本市の消費者行政の主なあゆみ	3
2	組織及び事務分掌	4
3	施設の概要	4
4	予算の推移	5
第3	主な業務	6
1	消費者啓発	6
2	消費生活相談	10
3	事業者指導	14
第4	関係機関及び庁内との連携	15
1	国との連携	15
2	県との連携	15
3	庁内における連携	15

【監査の結果】

1	消費者啓発について	17
2	消費生活相談について	19
3	事業者指導について	19
4	いきいきセンター等との連携について	20
5	福岡県消費者行政活性化基金について	20

【監査委員の意見】

《消費者問題の取組み経緯》	21
《消費者問題の現状》	21
《消費者行政の方向性》	21
《むすび》	23
《参考資料（関係法令）》	
○ 福岡市消費生活条例（平成17年4月1日施行）《抜粋》	24
○ 消費者基本法（平成16年6月2日施行）《抜粋》	25
○ 消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月13日施行）《抜粋》	27
《その他主要な関係法令の変遷》	29

平成24年度行政監査（工事）の結果について

【調査結果】

第1 行政監査（工事）のテーマ	30
第2 監査のテーマの選定理由	30
第3 監査の対象施設	30
1 委託業務の範囲	
2 監査対象局等	
第4 監査の期間	31
第5 監査の着眼点	31
第6 監査フロー	32
第7 監査の方法	32
1 第1ステージ	
2 第2ステージ	
3 他都市（東京都及び政令指定都市）調査について	
第8 監査の結果	33
1 施設の現状	
2 委託業務の主な内容	
3 長期継続契約について	
4 施設管理に関する委託の積算現況	
5 施設管理者へのアンケート結果	
6 他都市調査の結果	

【監査委員の意見】

第1 長期継続契約の検討	36
第2 施設管理情報の一元化と相談窓口等の明確化	37

平成24年度行政監査（事務）の結果について

【監査の概要】

第1 監査のテーマ

消費者行政について

第2 テーマの選定理由

本市消費者行政における消費者相談内容の動向としては、平成15～16年に全国的に急増した、ハガキやインターネットなどによる不当請求・架空請求の相談が、本市においても同時期に突出したものとなった。その後、相談件数は減少傾向にあったが、近年は増加に転じ依然として後を絶たない状況にあり、特に近年はインターネット関連の相談や、高齢者を狙った投資や出資を勧誘する利殖商法に関する相談について際立った増加傾向を示している。この他にも多種多様な消費者相談があり、その内容は複雑化している状況にある。

近年、ICT技術による情報化社会の著しい進展に伴い、消費者を取り巻く生活環境の利便性が向上した一方、同技術を利用した新たな手法による様々な消費者被害が顕在化し、今や行政として消費者被害を未然に防止するための消費者教育の充実や被害の救済は大きな課題となっている。

こうした背景の中で、本市消費者行政の現状、課題等を明らかにするとともに、今後の施策に資することを目的として行政監査を実施した。

第3 監査の対象

市民局 生活安全部 消費生活センター

第4 監査の期間

平成24年7月から平成25年3月まで

第5 監査の主な着眼点

本市の消費者行政は、大別して、消費者啓発、消費生活相談、事業者指導に区分される。このうち、消費者啓発、事業者指導については消費生活センター自らが行う「直轄事業」として位置づけられ、一方において、消費生活相談業務の窓口運営に関しては、民間の経験・知識を活かす視点から「委託事業」としている。

このような本市消費者行政の事業区分を踏まえ、次のような着眼点をもって監査を実施した。

1 消費者啓発

- (1) 消費者教育・啓発事業は適切かつ効果的に行われているか。
- (2) 消費者等への情報提供は適切かつ迅速に行われているか。
- (3) 国や国民生活センターの情報を十分活用しているか。

2 消費生活相談

- (1) 複雑・多様化する消費者相談に対応した相談体制が整備され、相談員は適切に対応できているか。
- (2) 相談者（消費者等）にとって、利用しやすい環境が整備されているか。
- (3) 相談者の個人情報等は適正に管理されているか。

3 その他

- (1) 庁内及び庁外の関係機関との連携が整備されているか。また、機能が十分活かされているか。
- (2) その他本市消費者行政に関して効果的な事業が進められているか。

第6 監査の方法

監査にあたっては、消費生活センターにおける啓発業務、相談業務、事業者指導、その他消費者行政に関する業務等について調査、把握するため、下記日程により当該業務の状況・実績等を主に担当職員から聴取するとともに、関係書類の監査を行った。

- (1) 平成 24 年 10 月 22～24 日（3 日間） 『相談業務について』
- (2) 平成 24 年 11 月 5～7 日（3 日間） 『啓発業務について』
『事業者指導について』
『消費者行政活性化基金について』
『その他関連事業等について』
- (3) 平成 24 年 12 月 17～18 日（2 日間） 『平成 25 年度業務契約について』 ほか

なお、関連調査として下記所管に対し聞き取り調査を実施した。

《 教育委員会 指導部 学校指導課 》

児童・生徒及び教職員の学校現場における消費者教育の実施状況

【消費者行政の現況】

第1 本市の消費者行政と消費生活センター

本市の消費者行政に係る業務は、福岡市消費生活条例や福岡市消費生活条例施行規則の所管課で、消費者行政の中心的な組織である福岡市消費生活センター（以下「センター」という。）が担っている。

センターは、消費生活に関する啓発、各種情報の収集・提供、消費者相談・苦情の適切な処理及び事業者指導を実施し、市民の消費者被害の防止・救済と消費者意識の向上を図ることにより消費者としての自立を支援し、もって市民の安全で安心できる消費生活の実現に寄与するために設置された。

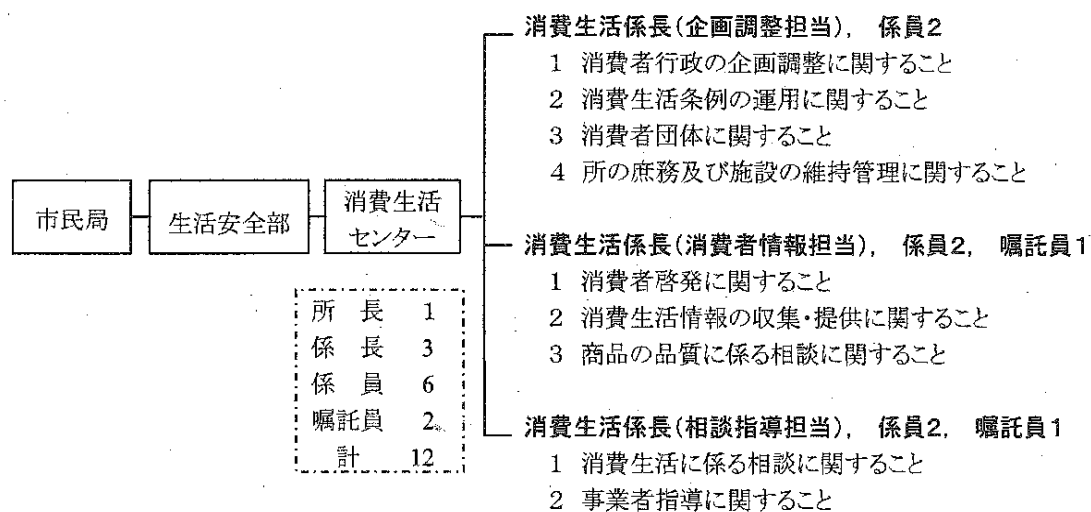
第2 福岡市消費生活センターの概要

1 本市の消費者行政の主なあゆみ

- | | |
|----------|--|
| 昭和42年4月 | 消費者相談コーナー開設（毎週金曜日午後） |
| 昭和43年11月 | 消費者相談コーナー（毎週月～金曜日） |
| 昭和44年4月 | 経済局商工貿易課消費生活係新設 |
| 昭和45年4月 | 消費者相談コーナー（新館1階市民相談コーナー） |
| 昭和46年4月 | 経済局消費生活課新設 |
| 昭和46年7月 | 消費者相談コーナー（各支所市民サービスセンター） |
| 昭和47年4月 | 消費者相談コーナー（各区市民サービスセンター） |
| 昭和48年4月 | 消費者相談業務を福岡市消費者協議会へ業務委託 |
| 昭和51年6月 | 福岡市消費生活センター開所 |
| 昭和59年4月 | 各区の消費者相談コーナーを消費生活センターに統合 |
| 昭和61年5月 | 消費生活情報ネットワークシステムの導入 |
| 平成3年4月 | 市民局市民部へ移管 |
| 平成6年12月 | 新庁舎（あいれふ・複合施設）へ移転 |
| 平成15年4月 | 市民生活部に組織変更 |
| 平成17年4月 | 福岡市消費生活条例施行 |
| 平成17年4月 | 福岡市消費生活審議会設置 |
| 平成21年3月 | 福岡市消費生活審議会から市長へ意見書
（福岡市における消費者教育・啓発の今後のあり方について） |
| 平成22年10月 | インターネット消費生活相談受付開始 |
| 平成24年4月 | 生活安全部に組織変更 |
| 平成24年11月 | 平成25年度消費生活相談業務事業者を提案競技方式により選定 |

2 組織及び事務分掌

(1) 組織（平成24年度）



(2) 事務分掌

福岡市事務分掌規則の規定によるセンターの分掌事務は、次のとおりである。

○ 福岡市事務分掌規則（抜粋）

(消費生活センター)

第169条 消費生活センターの所掌する事務は、次のとおりとする。

- (1) 消費者行政の総合的企画及び調査に関する事。
- (2) 消費者啓発に関する事。
- (3) 消費生活相談に関する事。
- (4) 事業者指導に関する事。
- (5) 商品の試験に関する事。
- (6) 消費者団体の育成及び指導に関する事。

3 施設の概要

(1) 所在地

〒810-0073

福岡市中央区舞鶴2丁目5-1（あいれふ7階）

TEL : 092-712-2929 相談コーナー : 092-781-0999

FAX : 092-712-2765

(専用部分) 609.53 m²

(2) 開館時間

平日 8時45分～18時

相談受付は平日9時～17時 第2・4土曜日10時～16時（電話相談のみ）

※ 年末年始(12月29日～1月3日)は閉館

4 予算の推移

(1) 事業別内訳

(単位：千円)

中・小事業名	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度
消費者対策経費	47,183	57,084	87,583	78,005	79,546
消費者啓発	8,259	15,623	10,998	9,670	7,537
消費者啓発地域支援事業	781	699	634	296	注1) —
消費者相談	32,440	35,415	34,769	35,104	36,022
事業者指導等経費	5,703	5,347	3,667	3,713	3,720
消費生活センター機能強化事業	—	—	37,515	29,222	32,267
対前年比 (%)	95.8	121.0	153.4	89.1	102.0
消費生活センター運営経費	21,469	20,028	20,507	19,934	18,763
対前年比 (%)	96.3	93.3	102.4	97.2	94.1
合計	68,652	77,112	108,090	97,939	98,309
対前年比 (%)	95.9	112.3	140.2	90.6	100.4
うち福岡県消費者行政活性化 基金補助金 注2)		8,840 (11.5%)	37,515 (34.7%)	39,197 (40.0%)	42,730 (43.5%)

注1) 消費者啓発地域支援事業は、平成24年度から「消費者啓発」に統合

注2) () の数値は合計に占める割合

(2) 福岡県消費者行政活性化基金

平成21年度から「福岡県消費者行政活性化基金」を活用してインターネット消費生活相談のシステム構築、テレビCM放送等、センターの機能強化を図っている。

この基金は、国が地方の消費者行政の充実・強化を図るため各都道府県に造成したもので、地方自治体は消費生活センターの設置・拡充、相談員の養成・レベルアップ等に活用している。基金の補助金交付期間は、平成21年度から同23年度までとされたが1年延長され、さらに、消費者庁が平成24年度補正予算において約60億円の上積み措置を行い、平成25年度においても活用できることになっているが、恒久制度として位置づけられたものではない。

第3 主な業務

1 消費者啓発

安全で安心できる消費生活の実現をめざし、消費者の主体的・合理的行動を支援するため必要な知識の普及を図るとともに、消費者の自発的な活動を担う人材を育成するため、各種消費者講座やイベント、ご近所ボランティア育成講座等を開催している。

また、消費生活情報誌やチラシ等の啓発資料を作成して各種施設や団体等に配付するとともに、情報媒体を通じ消費者被害の未然防止のために必要な情報等を市民へ提供している。

(1) 講座開催の状況

目的	講座名	21年度	22年度	23年度
知識普及	《消費者教育出前講座》 地域からの要望により、消費生活相談員や職員が公民館等へ出向き講座を開催	71回 5,103人	66回 3,506人	59回 3,734人
	《消費者力アップ通信講座》(22年度開始) 場所や時間を気にせず自分ペースで自宅学習ができる通信講座を開催	—	1回 38人	1回 63人
	《かしこい消費生活講座》(23年度開始) (21, 22年度は「くらしの情報講座」) 消費者の関心が高い分野をテーマに専門家による講座を開催	3回 138人	3回 235人	5回 103人
	《くらしの実験講座》(23年度開始) (21, 22年度は「くらしの体験講座」) 消費者が実際に試して学べるよう実験を交えた講座を開催	2回 81人	1回 65人	2回 27人
	《グループ学習セミナー》(22年度終了) センター見学者グループに対し講座を開催	5回 133人	4回 61人	—
	《福岡市消費生活フェア講演会》(23年度終了)	1回 250人	1回 97人	講座5回 181人
人材育成	《悪質商法にNO！ ご近所ボランティア育成講座》 高齢消費者を見守る地域力の強化のため、地域で悪質商法の手口や対処法について伝達できる人材を育成する講座を開催	講座5回 52人 情報交換会 2回 47人	講座5回 137人 情報交換会 1回 6人	講座1回 27人 情報交換会 2回 27人

(2) 情報提供, 啓発資料等の状況

センターでは, 消費生活情報誌「くらしのEYE」を季刊発行し, 区役所等の公共施設, 銀行, 郵便局のほか, 教育現場における消費者教育支援のため市内の中学校, 高校, 大学等に送付している。また, 被害の拡大のおそれのある緊急度の高い事例や, 条例に基づく是正勧告を行った事例について, 被害防止の注意点などをまとめた「消費生活かわら版」を作成し, 公民館, 社会福祉協議会等に迅速に配布するとともにホームページにも掲載している。

このほか, (独)国民生活センター作成の「見守り新鮮情報」を適宜情報発信しており, 消費生活に関するDVD, ビデオの貸し出しも行っている。

さらに, 媒体を活用した情報提供を, ホームページのほか, 市政だより, 新聞, 福岡県の広報紙, フリーペーパー等への掲載, また, プレスリリースを行うなど多角的に情報発信を行っている。

情報提供, 啓発資料等の状況 (平成 23 年度実績)

区 分	作成資料名称等	配布先, 情報媒体等
啓発資料作成 (消費生活情報誌)	「くらしのEYE」 年4回 各回 10,000部	区役所等の公共施設, 金融機関, 市内の中学校, 高校, 大学等に配付
	「消費生活かわら版」年7回	緊急度の高い事例等をまとめ, 公民館, 社会福祉協議会等に配付
情報媒体活用	「市政だより」への掲載	提供回数: 3回
	プレスリリース	提供回数: 6回
	消費生活情報 「暮らしのヒント」	西日本新聞月曜日朝刊に掲載 掲載回数: 39回
	消費生活情報 「暮らしの110番」	フリーペーパー等に提供 情報提供先: 10誌
	「ホットな消費者ニュース」 (福岡県発行)	福岡県の広報誌に掲載 掲載回数: 4回
ホームページ	被害の未然・拡大防止のための情報提供, 各種講座案内等を掲載	
地域への定期的情報発信	「見守り新鮮情報」(国民生活センター作成)や「消費生活かわら版」等を公民館など地域に密着した施設や団体に情報発信	
DVD, ビデオの貸出	消費者(学校, 企業, 地域・福祉団体等)の要望に応じて貸出	
屋外看板継続設置	キャッチセールス被害の未然防止に向けて注意喚起を図るため, 屋外看板を継続設置	

(3) センター広報事業（活性化基金事業）

基金を活用して、センターのPRを目的としたテレビCM及びラジオCMを、福岡県・北九州市と合同で制作し、悪質商法撲滅月間と位置づけた12月を中心に、民放各局でスポット放送したほか、テレビCM用映像については街頭大型ビジョンや映画館でも放送した。また、テレビCM用映像を利用してポスターを作製し、交通事業会社4社の車両・駅等に掲示するなどの事業を展開している。また、市庁用車両に装着するマグネットシートを作成し、センターの相談窓口を広報した。このほか、悪質商法撲滅ポスターコンクール等も行っている。

広報事業の状況（平成23年度実績）

区 分	内 容
テレビ・ラジオCM	福岡県・北九州市と合同でCMを民放各局で放送 テレビCM：308回 ラジオCM：366回
街頭大型ビジョン	テレビCM用映像を放送 天神地区(6ヶ所)：9,366回 博多駅：1,992回
映画館広告(4館)	テレビCM用映像を放送：6,457回 ユナイテッドシネマ(チャンネルシティ, 福岡), 天神東宝, Tジョイ博多
交通広告(4機関)	テレビCM用映像を利用したポスター掲示 市営地下鉄, 西鉄電車, 西鉄バス, JR九州
マグネットシート作成	窓口相談を広報するための庁用自動車貼付用 対象車両：445台
ポスターコンクール	若年層の消費者被害の防止を目的として、悪質商法撲滅ポスターのコンクールを実施。優秀作品のポスターを学校等に配付
街頭キャンペーン	悪質商法撲滅月間に天神地区でキャンペーン

(4) 学校における消費者教育の支援

学校では教科授業として、小学校では家庭科、中学校では社会科公民的分野、高等学校では公民科の授業において、学習指導要領に基づき消費者教育が行われている。

センターでは、学校での消費者教育を支援するため、講師を派遣する消費者教育出前講座の実施及び消費生活情報誌等の配付による情報提供を行っている。

学校における消費者教育出前講座の実施状況（テーマ：だまされんばい悪質商法）

講座種別	対象	平成21年度		平成22年度		平成23年度	
		回数	参加人員	回数	参加人員	回数	参加人員
消費者教育 出前講座	中学生	—	—	—	—	1	73
	高校生	11	2,389	5	1,432	5	1,170
	専門学校生	1	52	1	54	1	50
	新規採用教職員	1	193	—	—	—	—
	大学生	—	—	4	428	4	822
計		13	2,634	10	1,914	11	2,115

注) 数値は消費者教育出前講座実績を再掲

情報提供（平成23年度実績）

提 供 物	提 供 先
消費生活情報誌「くらしのEYE」 送付回数：年4回	中学校 82校 高等学校 41校 短期大学 9校 大学 11校 専門学校79校
高校生向けリーフレット 15,000部	高校3年生を対象としたリーフレットを作成し、高校家庭科研究部会で説明後、市内の高校に配付

(5) 消費者団体の支援

消費者団体との連携により、効果的な消費者啓発や情報提供など、消費者行政の広がりや深まりが期待できることから、消費者団体（1団体）への支援として補助金を交付している。

なお、平成24年度から「消費者グループ活動支援事業」を試行的に展開し、市民グループ2団体に対して、講演等の講師謝礼金や託児サービスにかかる保育士への謝礼金支出や市の施設使用料の減免措置などの経費支援、センターの研修室や印刷機の使用料免除や用紙提供などを行っている。

(6) 商品テスト

商品に関する消費者意識の向上を図るため、食料品・住居品・被服品等の品質・性能・安全性等のテストを実施し、商品に関する情報を提供している。

商品テストには、消費者からの相談を受けて問題解決及び原因究明のためセンターで実施、または外部機関へ依頼する依頼テスト及び情報提供のために講座等で受講者に体験させる啓発テストがある。

平成23年度の商品テストのうち、43件（テスト総数の78.1%）について依頼テストを実施しており、内容は家電品や住生活用品などの住居品の割合が多い状況である。

商品テストの状況（平成23年度）

区 分	テスト 件 数	テ ス ト 検 体 数					
		総 数	食料品	住居品	被服品	その他	
総 数	55	135	20	103	7	5	
依 頼 テ ス ト	43	92	-	84	3	5	
啓 発 テ ス ト	消費者教育出前講座	7	11	-	11	-	-
	かしこい消費生活講座	3	9	-	5	4	-
	くらしの実験講座	2	23	20	3	-	-
	計	12	43	20	19	4	-

2 消費生活相談

センターにおいて相談業務は主要な業務であり、商品やサービスの契約に関する苦情や相談、あるいは訪問販売等の契約トラブルなどについて窓口や電話で相談を受け、適切に助言等を行って解決に結びつける業務である。相談窓口の運営はNPO法人に委託しており、消費生活専門相談員（(独)国民生活センター）または消費生活アドバイザー（(財)日本産業協会）の資格を有する専門相談員が対応している。

なお、平成25年度からは、プロポーザル方式で選定した、消費生活問題に取り組む民間団体に委託して、相談業務を実施することになっている。

また、市民が相談窓口の開設時間に限らず相談できるよう、インターネットを活用した電子メールによる消費生活相談業務を、平成22年10月から開始している。

(1) 相談業務の体制

センターの相談コーナーにおいて、消費生活に関する専門的知識を有する相談員により、電話、来所及びインターネット消費生活相談システムによる消費生活相談を下記の体制で行っている。

① 相談員の配置等 年末年始(12月29日～1月3日)を除く。

実 施 日	受付時間	受付体制	電話回線
月 ～ 金 (国民の祝日を除く)	9時 ～ 17時	8 ～ 9人	5 (昼食時間帯 4)
毎月第2・4土曜日	10時 ～ 16時	4人 (電話相談のみ)	4 (昼食時間帯 2)

② 相談業務の形態

一般相談	<p>商品やサービスの契約、販売方法、品質などに関する相談</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日 時：平日 9時～17時，第2・4土曜日 10時～16時 ・方 法：来所面接相談，電話相談（第2・4土曜日は電話相談のみ） インターネット相談（平成22年10月開始） ・相談体制：平日8～9人，第2・4土曜日4人
特別相談	<p>一般相談の中で，専門知識が必要な相談に対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・法 律 相 談：月2回（第2・4火曜日）13時～15時（弁護士） ・多重債務法律相談：月2回（第1・3火曜日）13時～16時（弁護士） 平成24年度から 13時～15時 ・クリーニング相談：月1回（第2木曜日）13時～15時（クリーニング技術者）

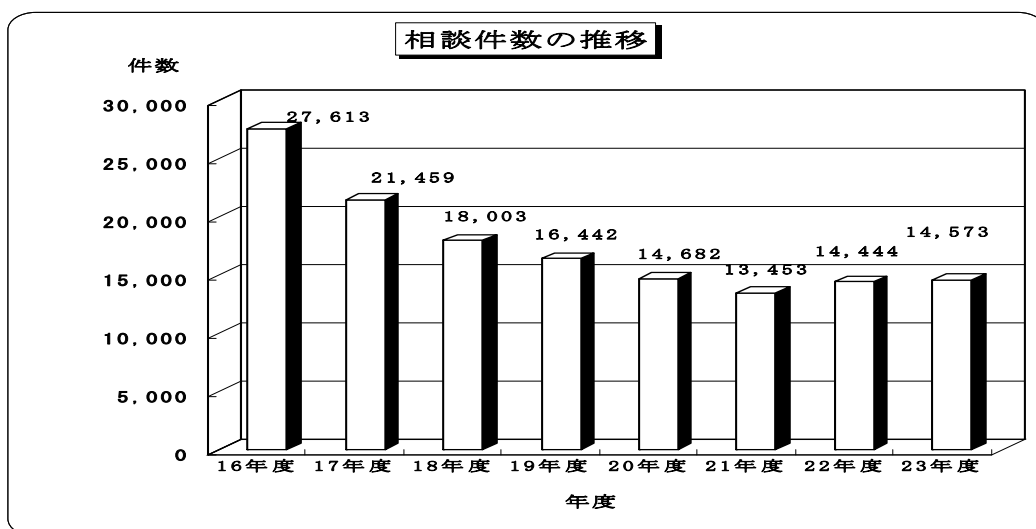
(2) 相談件数等の推移

① 相談件数及び商品分類別相談件数

本市の相談件数の推移は，平成21年度までは減少傾向にあったが平成22年度は増加に転じている。これは，平成22年度に福岡県・北九州市と合同で制作したセンターをPRするためのテレビ（ラジオ）CMを民放各局でスポット放送したことなどにより，センターの認知度が高まったことが一因と考えられる。

平成23年度の相談件数は14,573件で，20政令指定都市中3番目に多く，相談員一人当たりでみると1,619件となり，これは20政令指定都市中，2番目に多い件数である。

また，相談件数を商品分類別にみると「デジタルコンテンツ」が第1位で推移しており増加傾向にある。内容としては，パソコンや携帯電話の有料サイト利用料のワンクリック請求やメールによる架空請求，不当請求等がこれに該当し，小・中学生等の子どもがオンラインゲームに興じ，高額請求を受けたという相談もこれに含まれる。



相談件数等の政令指定都市比較（平成23年度）

都市名	札幌市	仙台市	さいたま市	千葉市	川崎市	横浜市	相模原市
相談件数	12,439	6,654	8,758	5,848	8,092	24,007	5,430
相談員数	9人	8人	16人	6人	12人	16人	7人
平均 注)	1,382	832	547	975	674	1,500	776
都市名	新潟市	静岡市	浜松市	名古屋市	京都市	大阪市	堺市
相談件数	3,675	4,712	2,968	14,378	8,380	22,889	6,234
相談員数	5人	11人	5人	11人	9人	12人	8人
平均 注)	735	428	594	1,307	931	1,907	779
都市名	神戸市	岡山市	広島市	北九州市	福岡市	熊本市	
相談件数	12,260	2,918	9,222	13,337	14,573	4,814	
相談員数	12人	4人	12人	23人	9人	7人	
平均 注)	1,022	730	769	580	1,619	688	

注) 相談員数は最も多く配置する人数。また、平均は相談件数を相談員数で除して相談員一人あたりを算出。

商品分類別相談件数の推移〈上位10位〉(○の数字は各年度における順位)

商品分類	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
デジタルコンテンツ 注1) (アダルト情報サイト) (出会い系サイト)			① 1,554 (677) (353)	① 1,792 (1,058) (320)	① 2,015 (1,176) (315)
不動産貸借			③ 1,302	③ 1,353	② 1,469
フリーローン・サラ金	② 2,290	② 1,653	③ 1,100	③ 1,333	③ 911
商品一般 注2)	④ 722	④ 402	④ 404	④ 572	④ 400
工事・建築	⑨ 230	⑨ 216	⑥ 241	⑤ 270	⑤ 320
インターネット接続回線 注3)			⑫ 163	⑩ 200	⑥ 269
エステティックサービス			⑥ 311	⑤ 397	⑩ 192
新聞	⑦ 258	⑧ 237	⑧ 216	⑦ 249	⑧ 249
四輪自動車	⑨ 230	⑨ 216	⑤ 246	⑥ 255	⑨ 224
携帯電話サービス			⑦ 220	⑪ 179	⑩ 207
オンライン等関連サービス			① 2,390	① 2,158	注4)

注1) デジタルコンテンツとは、アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、音楽情報サイト、投資情報サイト等、平成21年度に新設された商品分類。

注2) 商品一般とは、商品に関する相談のうち、商品の特定ができない、または商品を特定する必要がない相談。

注3) インターネット接続回線とは、プロバイダやインターネット回線の料金やサービスの内容に関する相談。平成21年度に新設された商品分類。

注4) オンライン等関連サービスとは、オンライン情報サービス、電話音声情報、プロバイダ、インターネット電話サービスの相談(平成20年度まで使用)

② 契約当事者の年代別相談件数

全相談件数に占める70歳以上の割合が4年連続の増加となっている。これは、高齢者を狙った投資や出資を勧誘する利殖商法に関するトラブルの増加が一因と考えられる。

年代別相談件数の推移

区分	19年度		20年度		21年度		22年度		23年度	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
20歳未満	497	3.0	396	2.7	384	2.9	420	2.9	413	2.9
20歳代	2,761	16.8	2,285	15.6	1,892	14.0	1,736	12.0	1,679	11.5
30歳代	3,429	20.9	3,071	20.9	2,624	19.5	2,528	17.5	2,585	17.7
40歳代	2,804	17.1	2,471	16.8	2,220	16.5	2,420	16.8	2,469	16.9
50歳代	2,750	16.7	2,361	16.1	2,051	15.2	2,301	15.9	2,150	14.8
60歳代	1,858	11.3	1,827	12.4	1,813	13.5	2,177	15.1	2,166	14.9
70歳以上	1,799	10.9	1,726	11.8	2,014	15.0	2,425	16.8	2,468	16.9
不明	544	3.3	545	3.7	455	3.4	437	3.0	643	4.4
合計	16,442	100.0	14,682	100.0	13,453	100.0	14,444	100.0	14,573	100.0

③ 相談の処理結果別推移

次に、相談案件についてどう処理されたかをみると、センターが対応の基本とする、相談者が自ら事業者と交渉を行うよう「助言」を行った事案が大半を占めており、斡旋により解決に結びついた事案については増加傾向を示している。

相談の処理結果別推移

		19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
		件数(%)	件数(%)	件数(%)	件数(%)	件数(%)
処理結果	他機関紹介	886(5.4)	717(4.9)	745(5.5)	521(3.6)	640(4.4)
	助言(自主交渉)	13,886(84.4)	12,387(84.4)	10,696(79.5)	11,720(81.1)	11,465(78.7)
	その他情報提供	252(1.5)	147(1.0)	476(3.6)	533(3.7)	693(4.7)
	斡旋解決	869(5.3)	922(6.3)	915(6.8)	1,128(7.8)	1,155(7.9)
	斡旋不調	93(0.6)	140(0.9)	137(1.0)	153(1.1)	125(0.9)
	処理不能 注1)	161(1.0)	154(1.0)	172(1.3)	143(1.0)	181(1.2)
	処理不要 注2)	295(1.8)	215(1.5)	312(2.3)	246(1.7)	286(2.0)
	相談継続中	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	28(0.2)
	合計	16,442(100)	14,682(100)	13,453(100)	14,444(100)	14,573(100)

注1) 相談者に連絡がとれなくなった、苦情の相手方である事業者が倒産し連絡がとれなくなった等、何らかの物理的理由で処理できなかったもの。

注2) 相談者が単にセンターに情報を提供しただけで、処理を望んでいない場合や、センターが処理不要であると判断した場合等。

④ 多重債務相談の状況

消費生活相談員が相談を受けた多重債務相談件数は、平成22年6月に改正貸金業法が完全実施され、総量規制によって借り入れできなくなったことに関する相談の増加が懸念されたがほとんど影響はなく、平成23年度の相談件数については大幅に減少している。

多重債務相談件数の推移

平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度
535 件	797 件	531 件	547 件	341 件

注) 平成19年度は平成19年9月～平成20年3月

多重債務年代別相談件数 (平成23年度)

20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	不明	総件数
0 件 (0.0%)	38件 (11.1%)	84件 (24.6%)	61件 (17.9%)	83件 (24.3%)	46件 (13.5%)	23件 (6.8%)	6 件 (1.8%)	341件 (100.0%)

注) () は構成比

3 事業者指導

取引行為に係る苦情の内容が悪質な場合など、消費者被害の拡大防止のため、事業者に対し、改善指導を実施している。

事業者面接を定例的に実施するとともに、「販売意図の隠匿」、「重要事項に関する誤信情報の提供」、「心理的不安(負担)に乗じた勧誘等」、「威圧・困惑行為」、「クーリング・オフの拒絶」など、事業者の取引行為が条例上の禁止項目に該当すると認められた場合は、条例に基づく是正指導・勧告を行っている。

事業者面接の状況

実施日	原則第2・4水曜日				
年 度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
面接件数	209	221	218	167	119

事業者指導、勧告の状況

年 度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
指 導 件 数	7	9	8	7	22
	文書2 口頭5	文書1 口頭8	文書1 口頭7	文書0 口頭7	文書5 口頭17
勧告(公表)件数	0	0	0	2	0

第4 関係機関及び庁内との連携

商品やサービスの契約に対して問題が発生した場合に、消費者被害の発生を最小限にとどめるためには、庁内及び関係機関との連携を図り、情報を迅速に伝達するとともに対策を講じることが重要である。

1 国との連携

複雑多様化、広域化する消費者トラブルに対処するため、国民生活センターがホストコンピュータと自治体に設置された端末機を結ぶオンラインネットワーク「全国消費生活情報ネットワーク（P I O－N E T）」を整備し、各自治体の消費生活センター等が登録した相談内容を調査、分析して消費者被害の未然防止・拡大防止に利用している。また、各自治体の消費生活センター等は、P I O－N E Tに登録された全国のデータを相談処理や情報共有に活用している。

なお、消費者が自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援することを主たる目的として、平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律」が施行され、国及び地方公共団体の責務等の規定のほか、地方公共団体は、消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置に努めるなど、施策の推進が要請されたところである。

2 県との連携

消費生活相談については、県主催で相談員等の専門知識の習得や相談技術の向上のための「消費生活相談員等事例検討会」が年6回開催されているほか、多重債務問題における市町村窓口の整備強化のための「地域ネットワーク会議」が年1回実施されており、これらに参加して、相談業務のスキルアップや県、周辺市町村との連携強化を図っている。そのほか、福岡県警察主催の、県警安全相談担当者とセンターの担当者会議への参加により連携を図っている。

また、事業者指導においては、年1回、センター主催で、県、県警と連携を図り、悪質事業者の一掃と消費者被害の未然防止を図るため「セーフティライフ・ネットワーク会議」を開催している。

さらに、広報啓発事業については、「悪質商法撲滅街頭キャンペーン」やテレビCM等を、合同で実施するなどの連携を図っている。

3 庁内における連携

(1) 庁内の主な各種会議

① 多重債務問題連絡会議（平成19年8月設置・年1回・センター主催）

多重債務問題は、犯罪や自殺などの引き金となる深刻な社会問題であり、国や自治体等が一体となって解決を図る必要がある。庁内の各窓口において、多重債

務者を発見した場合にはセンターの相談窓口へ誘導するとともに、多重債務者の抱える問題を連携して解決するため、各相談窓口や福祉、徴収事務を所管する部署9局16課で構成する会議を開催して連携を図っている。

② 消費者教育推進連絡会議（平成18年1月設置・年1回・センター主催）

消費者被害の防止を図るため、本市における消費者教育のあり方等について関係部署3局6課が意見交換を行う「消費者教育推進連絡会議」を設置し連携することにより、学校、福祉関係機関、団体及び地域等における消費者教育の推進を図っている。

③ 相談窓口担当課連絡会議（平成17年9月設置・年1回・市長室広聴課主催）

市長室広聴課が主体となって庁内の相談窓口を有する部署9局区24窓口等を対象として招集し、各部署での相談事案に係る情報提供や情報交換等を行うため設置されている相談窓口担当課連絡会議に参加している。

④ その他、参加して相互連携を図っている庁内外の主な会議等

- ・福岡市犯罪被害者等支援連絡会議
- ・福岡市食の安全安心の確保に関する連絡会議
- ・福岡市農畜産物消費拡大推進協議会
- ・福岡市食育推進会議
- ・福岡市海面状脳症対策連絡会議
- ・福岡市高原病性鳥インフルエンザ対策連絡会議
- ・福岡市あき缶・びん対策協会

(2) 地域包括支援センター（以下、「いきいきセンター」という。）との連携

地域における介護予防の拠点として高齢者や家族からの相談支援を行う、いきいきセンター（平成24年9月現在39施設）との連携を図っている。高齢者の契約トラブル等に関する相談があった場合に、適宜、消費生活相談員がいきいきセンターに出向いて、職員立会いのもとに相談を受ける出張相談を、平成23年度に試行実施して8件の相談を受けている。（平成24年度より本格実施）

また、高齢者の悪質商法被害の救済や未然防止のため、いきいきセンターとの意見交換や注意喚起メールの送信等による情報提供など、連携を図っている。

【監査の結果】

今回、監査を実施した結果、本市の消費者行政の取り組みについては「保護される消費者」から「自立した消費者」への推進を図るための消費者啓発に加え、消費者からの相談・苦情に対する適切な処理を行う相談業務や事業者指導など、様々な事業が展開されている。中でも消費者講座や消費者啓発については工夫を凝らして展開されているほか、消費生活相談の委託先の選定方法についての見直しが行われるなど、社会経済状況を踏まえた消費者行政が展開されており概ね良好と認められたが、更なる取組みの強化が求められるものも見受けられた。

1 消費者啓発について

(1) 消費者教育出前講座について

[把握した事実]

「だまされんばい悪質商法」をテーマとして実施している消費者教育出前講座は、毎年、実施回数が市の出前講座の中で上位3位内に入る人気度が高い講座である。実施回数は平成21年度が62回で第2位、同22年度が63回で第1位、同23年度が54回で第3位、平成24年度は12月末時点で47回実施されて第2位となっている。

対象としては地域団体等が毎年度8割を占めて地域団体の消費者問題への関心の高さが伺えるものの、公民館で活動している高齢者学級が多い状況である。

[意見]

依頼を待って出前講座に出かけるだけでなく、さまざまな機会をとらえて情報提供を行い、対象団体等の幅広い拡大を図るとともに、開催時間や開催場所等の申込者ニーズに対応した柔軟な出前講座の展開をさらに推進され、「自立した消費者」の拡大に繋がりたい。

[把握した事実]

インターネットや携帯電話関連のトラブル、あるいはエステティックサービス等についての消費者被害は、その多くが安定した収入のない学生をはじめ若年層で見られる。

[意見]

若年層の「自立した消費者」育成のひとつの取組みとして、教育機関へ講師を派遣する出前講座をはじめ、教育現場における授業の教材として活用できる啓発資料の情報提供など、教育現場への支援をさらに進められたい。

(2) 人材の育成支援について

[把握した事実]

高齢社会の中で、健康や将来に対する不安、孤独感に付け込んだ「悪質住宅リフォーム」のほか、公的機関等であるかのように思わせる「かたり商法」や「点検商法」などの問題商法による消費者被害は後を絶たない状況にあり、また、「値上がり確実」、「必ずもうかる」など言葉巧みに勧誘する利殖商法も急増しており、これらのトラブルに巻き込まれて被害を受ける高齢者が急増している。さらに、被害に遭った高齢者を狙って被害回復をかたった手口の「二次被害」も増加しており、高齢者被害の実態は深刻なものとなっている。

本市においても、一人暮らしや在宅高齢者を狙った「利殖商法」などの相談件数は増加傾向にあり、年齢階層別では70歳以上の割合が4年連続して増加している。地域において高齢消費者を見守る力のある消費者の育成や、消費者被害の防止のための情報や対処法を地域に伝達できるリーダー的存在の人材を育成することは重要であることから、「ご近所ボランティア育成講座」を行っている。

[意見]

高齢者向けには、講義だけでなく、楽しい雰囲気の中、歌やクイズ、寸劇、ロールプレイなど、より理解を深め、実践的に断り方を身に付けることができる有効で魅力的な講座を多数回開催することが必要である。

センター職員や相談員が講師を務めるだけでなく、「ご近所ボランティア育成講座」の修了生が市民講師として地域での講座を開催できるように、多数育成するとともに、市民講師の活動機会を拓けるよう、メニュー・教材・資料の開発やスキルアップ講座の開催、高齢者や家族への広報などを推進されたい。

(3) 消費者団体の育成支援について

[把握した事実]

消費者団体と連携して消費者啓発や情報提供を行うことで効果的な消費者行政が期待できる。しかしながら、消費者団体の育成支援という面においては、その取り組みがやや乏しい。

[意見]

今後の消費者行政を積極的に推進するためには、NPO等消費者団体との共働が極めて重要であると考えられるため、平成24年度から実施している「消費者グループ活動支援事業」による消費者団体の育成支援に注力されたい。

(4) 情報提供, 啓発資料等について

[把握した事実]

消費者の自立を支援し, 消費者自らが意識の向上を図り必要な知識を身に付けてもらうため, 生活情報誌の作成・発行・配布, また, 「市政だより」やフリーペーパー, ホームページ等の媒体を活用しての情報提供などを行っている。

[意見]

複雑・多様化, 広域化する消費者トラブルに対処するため, 国民生活センターが整備したP I O-N E Tを有効に活用して, 全国の消費者被害の現状の情報収集に努めるとともに, 今後とも, 消費者への適切, かつ迅速な情報提供に努められたい。

2 消費生活相談について

[把握した事実]

消費生活相談の内容は, I C T関連をはじめとして複雑・多岐にわたっており, これらの相談に的確に対応するために, 消費生活相談員が広範囲な専門的知識を有することが求められる。

消費生活相談業務の委託については, より質の高い相談をめざして平成25年度から公募型プロポーザル方式で選考した新たな団体に業務を委託することになっており, 本市消費者行政の大きな転換である。

[意見]

新規の民間団体が消費生活相談業務を受託するにあたり, 相談内容の複雑・多岐にわたる状況に十分対応できる消費生活相談員の配置のほか, 専門性を向上させスキルアップができる研修体制の確立などについて, 受託者を監督する立場にあるセンターとして指導・助言等を十分行うとともに, 受託事業者との定期的な情報交換を行って緊密な連携を図られたい。

また, 消費生活行政で大きな位置を占める相談業務の質を担保することは非常に重要であることから, 今回, 新たな事業者に委託する機を捉え, 相談者が高い満足度を得られるよう検証を進め, よりの確な消費生活相談業務の確立に取組まれたい。

3 事業者指導について

[把握した事実]

市民意識を測るため実施した「平成23年度市政アンケート調査」によれば, 市民がセンターに特に充実して欲しいと思っている事業は, 「悪質な事業者に対する指導」であり, 実に回答者の75%超を占めている。これは, 取組みに対して市民がセンターに大きな期待を寄せている表れである。

[意見]

今後とも、消費者被害の発生や拡大防止を図るため、事業者に対する指導の徹底に努められ、また、悪質事業者には勧告を行って、市民の安心の確保に努められたい。

4 いきいきセンター等との連携について

[把握した事実]

高齢者の消費者被害が増加傾向にある中で、被害の未然防止や消費者の救済を行う上で、いきいきセンターは重要な関係団体であり、出張相談を実施するなど連携を図っている。しかしながら、いきいきセンターとの情報交換会は、平成23年度が東区と中央区の2区で、平成24年度が中央区、城南区、早良区で実施されただけである。

[意見]

各区のいきいきセンターとの定期的な情報交換会の開催等を含めて、さらに連携の強化を図られたい。

また、民生委員、社会福祉協議会や老人クラブなど各種団体に加え、市民講師として育成しているご近所ボランティア育成講座の修了者なども含め、地域における高齢者の見守り活動を推進されたい。

5 福岡県消費者行政活性化基金について

[把握した事実]

本市消費者行政にかかる予算総額は、平成23年度が9,700万円余、平成24年度は9,800万円余と増加している。しかしながら、平成23年度及び同24年度ではこの中の4割強を基金からの補助金が占めており、補助金を除く本市独自予算でみると、厳しい財政状況を反映して逆に減少傾向にある。

基金は平成25年度においても活用が可能であるが、その活用は今後も保証されているものではないため、基金を活用した事業分についての継続が懸念される場所である。

[意見]

現状においては、予算の有効活用等の観点から可能な限りにおいて基金からの予算確保を行って、本市消費者行政の充実を図られたい。

なお、基金の継続活用が不透明な状況であることに加え、本市予算規模は将来的に縮減傾向で進むものと想定されることを踏まえ、今後とも本市消費者行政の現状把握に努め、予算を勘案しながら課題解決に向けた有効的かつ計画的な事業の推進を図られたい。

【 監査委員の意見 】

「消費者行政」をテーマとした今回の監査で把握・確認された運用面での実態や改善等が必要と思われるものは、前述の「監査の結果」に記載のとおりであるが、監査の実査期間中においても、消費者被害が各地で発生している実態に触れ、改めて消費者行政の充実・推進の重要性を認識したところである。

《消費者問題の取組み経緯》

本市の消費者行政は、大別して、市民（消費者）を対象とした消費者としての意識啓発や指導・教育等に係る業務については、センター自らが実施する一方、事業者とのトラブル・苦情等に対応する相談窓口運營業務については、各種問題等に機動的かつ柔軟に対応できる優れた特性を有する民間事業者の経験・情報ノウハウ等を活用するため「委託事業」としており、自治体の中では先駆的な独自の業務体制を有している。

さらには、社会経済情勢の変化の中で、消費者問題に関する社会の関心の深まりを背景として、NPO等消費者団体の新たな事業参入の下で、平成25年度からの委託事業者の選定を、いわゆる特命随意契約からプロポーザル方式に変更する等、社会の変化を見据えつつ新たな取組みが実施されたところである。

なお、消費者行政の事業を実施するにあたっては、国が消費者行政を全国的かつ積極的に推進するため、各都道府県に設置した「地方消費者行政活性化基金」の活用のほか、消費者問題に係る各種の最新情報を確保するなど、国との連携強化が図られている。

《消費者問題の現状》

消費者を巡るトラブルを経年的に考察すると、その時代背景を反映した内容が特徴的に発生していることが見受けられる。最近では、少子高齢社会の進展の中で、経済的に一定の「ゆとり」のある独居高齢者、あるいは在宅高齢者を狙った悪徳利殖商法をはじめ出資や投資に絡んだ問題の増加が見られる。また、若年層においては、ICT技術の進展に伴い、青少年の多くがスマートフォンやパソコン等の情報機器を所有する現在、同技術を応用したデジタルコンテンツ等による各種トラブルが増加し、今や大きな社会問題として認識されている。

《消費者行政の方向性》

こうした中で、これまでのセンターの取組みは、本市内外の関連行政機関との情報共有等により一定の成果は認められるものの、昨今の問題への対応に際してはNPO等消費者団体をはじめ、地域の各種団体・関連機関等との共働体制や情報網の整備が、今後の課題であり一層の充実・強化が必要と考えられる。

監査を終えて、センターでは、消費者教育について様々な取組みを展開されているこ

とが確認できたものの、一方において、さらなる充実・強化の取組みを図る必要があると考えられる側面も見受けられたことから、地方自治法第199条第10項の規定に基づき、監査結果に関する報告に添えて下記のとおり意見を提出するものである。

1. 本市における消費者行政は、大別すると前述のとおり、委託による「相談」業務と直轄による「啓発・指導」業務を実施しているが、相談業務については、質的・量的に変化する相談に的確に応じることが極めて重要であることから、その体制については相談の状況等に留意していくことが必要である。

また、啓発業務については、現状の青少年や高齢者を中心とした問題に効果的・効率的に進めていくため、市内部の関係部署はもとより、地域における校区自治協議会、青少年育成協議会、老人クラブ等の各種団体と一体となった中に、専門集団であるNPO等消費者団体と協調体制を構築し、問題解決の基本的視点として被害者「個人」の問題から「地域」の問題として地域住民が自ら考えることができるような仕組みづくり、地域づくりの支援が重要と考える。こうした考え方については、昨年、法律として制定された「消費者教育の推進に関する法律」において要請されているところでもある。

2. また、学校においては、青少年の成長段階という極めて重要な人生の過程において、知識・経験の不足とともに新たなものへの興味・関心による判断・行動に対し、社会正義の認識の「場」、社会人教育の一要素としての消費者教育として位置づけることが必要であると考えます。

3. さらには、トラブルの現状等について「生」の多くの事例に接する警察や、全国の被害情報あるいはICT技術等、極めて専門性かつ技術的問題について把握している国（消費者庁）との連携は、各種情報の入手・確保と対応策の検討には欠かせないものである。とりわけ、悪質事業者については、地域住民に対して、条例に基づきその名称や手口等について徹底した周知を実施することが極めて重要である。

4. 消費者問題は、市民の「安全・安心な日常生活」に関わる極めて重要な課題であるが、その本質は人間の成長過程に付随する問題であり、かつ人間の欲求と矜持に関わるため、顕在化することなく社会の底流で広がる傾向があることから、これまで本市をはじめ各種機関・団体が様々な取組みを進めてきたにもかかわらず、連続して時代背景を映した各種問題が生じている現実にあることから、こうした問題の防止には多くの困難が考えられる。

しかしながら、こうした本質的問題が内在した課題に正面から向き合い、その防止のためには少なくとも基本的視点として「個人」の問題から「地域」の問題として認

識し、地域に関わる組織団体と一体となって、効果的・効率的に取り組む必要があり、「消費者教育の推進に関する法律」においても、「消費者教育推進地域協議会」を組織するよう努めなければならないと規定されたところである。

については、是非とも協議会を設置して地域社会における課題に対し、地域住民（組織団体）等の力を統合して自らが考え判断し、行動して解決していく自立した地域社会の形成に向けて「市民による市民のための消費者教育」を推進されるよう要望するものである。

《 む す び 》

最後に、本市では、「安全・安心で良好な生活環境の実現」に向けて、福岡市総合計画・第9次福岡市基本計画（平成24年12月策定）を策定し、「安全・安心で良好な生活環境が確保されている」という目標を掲げている。そのなかで、消費者行政に関する施策「日常生活の安全・安心の確保」及び成果指標が示されている。本市消費者行政の中心的役割を担うセンターにおいては、この基本計画を踏まえ、生命・身体や財産の安全を害する消費者被害の未然防止・救済策を推進することにより、市民が主体的かつ合理的に行動し、安全・安心な暮らしが実現できる環境づくりを目指し、今後とも、本市消費者行政の取組みを一層推進されるよう要望するものである。

福岡市消費生活条例（平成17年4月1日施行）《 抜粋 》

（目的）

第1条 この条例は、消費生活における消費者の権利の確立に関し、基本理念を定め、市及び事業者の責務並びに消費者の役割を明らかにするとともに、消費者の自立の支援、消費生活の基盤整備、消費者被害の救済その他市が実施する施策について必要な事項を定めることにより、その施策を総合的に推進し、もって市民の安全で安心できる消費生活の実現を図ることを目的とする。

（基本理念）

第3条 第1条の目的達成のための諸活動は、市、消費者及び事業者が、相互に連携しつつ、それぞれの責務と役割を果たすことにより、次に掲げる消費者の権利の確立を図ることを基本として行うものとする。

- (1) 消費生活における基本的な需要が満たされ、健全な生活環境が確保される権利
- (2) 商品又はサービスによって、生命、身体及び財産を侵されない権利
- (3) 自立した消費生活を営む上で必要な知識について学習し、及び教育を受ける権利
- (4) 消費生活を営む上で必要な情報を適切かつ速やかに提供される権利
- (5) 消費生活において、適正な表示をもとに、商品又はサービスについての適切な判断及び自由な選択を行う権利
- (6) 消費生活において、公正な方法及び条件により取引を行う権利
- (7) 消費生活において、不当に受けた被害から適切かつ速やかに救済される権利
- (8) 消費生活に関する施策について意見を表明し、参加する権利

（市の責務）

第4条 市は、市民が安全で安心できる消費生活を営むことができるよう、経済社会の変化に対応した総合的な施策を策定し、及び実施しなければならない。

第一章 総則

(目的)

第1条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もって国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

(基本理念)

第2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策(以下「消費者政策」という。)の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行わなければならない。

- 2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮させなければならない。
- 3 消費者政策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行わなければならない。
- 4 消費者政策の推進は、消費生活における国際化の進展にかんがみ、国際的な連携を確保しつつ行わなければならない。
- 5 消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行わなければならない。

(国の責務)

第3条 国は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者政策を推進する責務を有する。

(地方公共団体の責務)

第4条 地方公共団体は、第2条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、国の施策に準じて施策を講じるとともに、当該地域の社会的、経済的状况に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

(事業者の責務等)

第5条 事業者は、第2条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- (1) 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- (2) 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- (3) 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- (4) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- (5) 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

第6条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

第7条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第8条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(目的)

第1条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることを鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この法律において、「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育(消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。)及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において、「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

(基本理念)

第3条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行わなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行わなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢者までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行わなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策(消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第9条第3項第3号において同じ。)との有機的な連携を確保しつつ、効果

的に行わなければならない。

- 5 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行わなければならない。
- 6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行わなければならない。
- 7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

(地方公共団体の責務)

第5条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター(消費者安全法(平成21年法律第50号)第10条第3項に規定する消費生活センターをいう。第13条第2項及び第20条第1項において同じ。)、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し及び実施する責務を負う。

(基本方針)

第9条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針(以下この章及び第4章において「基本方針」という。)を定めなければならない。

- 2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。
 - (1) 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
 - (2) 消費者教育の推進の内容に関する事項
 - (3) 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
 - (4) その他消費者教育の推進に関する重要事項

(都道府県消費者教育推進計画等)

第10条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画(以下この条及び第20条第2項第2号において、「都道府県消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。

- 2 市町村は、基本方針(都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針および都道府県消費者教育推進計画)を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画(以下この条及び第20条第2項第2号において、「市町村消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。
- 3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の

消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第20条第1項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあつては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。

(消費者教育推進地域協議会)

第20条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

《 その他主要な関係法令の変遷 》

昭和43年(1968年) 5月	「消費者保護基本法」施行
昭和52年(1977年) 3月	「訪問販売法」施行 (平成8及び11年改正)
平成10年(1998年) 5月	「家電リサイクル法」施行
同 年 12月	「特定非営利活動促進法」施行
平成13年(2001年) 4月	「消費者契約法」施行
同 年 6月	「特定商取引法」(旧訪販法から改正) 施行
平成16年(2004年) 6月	「消費者基本法」(旧消費者保護基本法から改正) 施行
同 年 11月	「改正特定商取引法」(禁止項目追加等) 施行
平成21年(2009年) 9月	【消費者庁発足】
同 年 9月	「消費者安全法」施行
同 年 12月	「改正特定商取引法」施行 (クーリング・オフとは異なる返品制度導入等)
同 年 12月	「割賦販売法」施行 (クレジット規制の強化等)
平成22年(2010年) 6月	「改正貸金業法」施行 (総量規制の導入, 上限金利の引き下げ等)
平成24年(2012年) 12月	「消費者教育の推進に関する法律」施行

平成 24 年度行政監査（工事）の結果について

【調査結果】

第1 行政監査（工事）のテーマ

監査のテーマ：「福岡市が管理する施設の業務委託について」

第2 監査のテーマの選定理由

福岡市が管理する施設は市民の多様なニーズに対応し多岐に渡っているが、今後は厳しい行財政の下で新しい施設建設・更新は一段と難しい状況になっていくものと考えられる。このため従来から「アセットマネジメント計画」等を策定するなど、ライフサイクルコストを配慮した施設の延命化を計ってきたが、高齢化や少子化による一層の社会保障の増大などが見込まれる中での既存施設の管理については、計画的に維持補修を行いながら長寿命化を実現する必要性が厳しく求められている。

そこで、本市の施設について業務委託の現状を把握し、3Eの視点（経済性、効率性、有効性）により施設管理の現状や課題を明らかにし、その改善点を探り監査委員としての要望や注意を行うこととした。

3E

経済性（Economy）：より少ない費用で実施されていること。

効率性（Efficiency）：同じ費用でより大きな成果が得られること。

有効性（Effectiveness）：所期の目的が達成されていること。効果が上がっていること。

第3 監査の対象施設

福岡市が管理する建築を有する施設で、その対象は次のとおりとした。

1 業務委託の範囲

本市が管理する施設の業務委託（但し、単価契約は除く。）のうち最終契約金額が250万円を超えるもの。（平成19年度から同23年度までの5年間）

なお、対象とする施設の範囲は延床面積合計が1,000㎡以上の建築物を有する施設とする。但し、住宅、学校は除く。

2 監査対象局等

総務企画局、財政局、市民局、こども未来局、保健福祉局、環境局、経済観光文化局、農林水産局、住宅都市局、道路下水道局、港湾局、東区役所、博多区役所、中央区役所、南区役所、城南区役所、早良区役所、西区役所、消防局、水道局、交通局、教育委員会

第4 監査の期間

監査期間：平成24年8月～平成25年3月まで。

第5 監査の着眼点

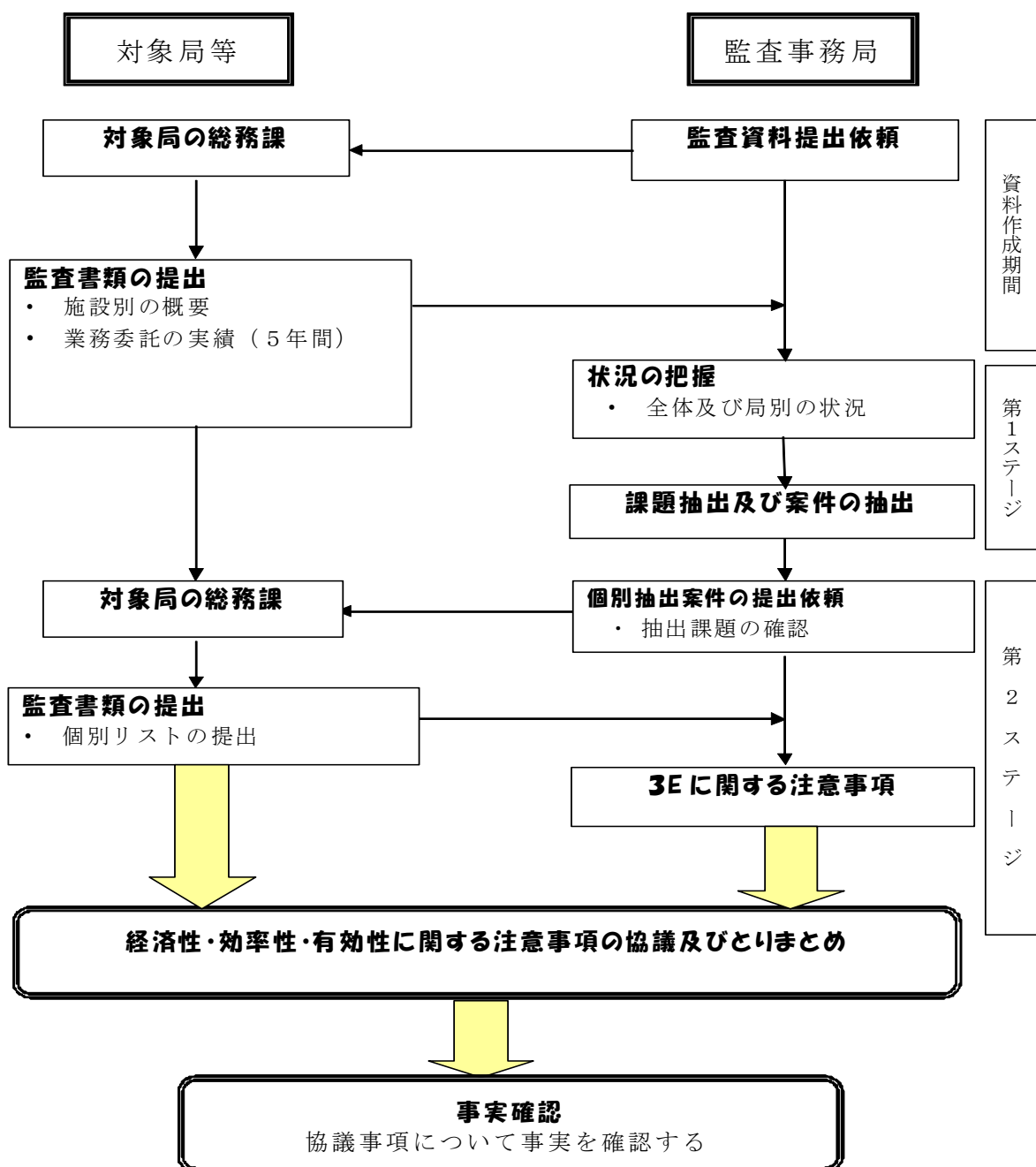
監査を実施するに当たって、その着眼点は下記の①～⑧である。

- ① 発注内容は適切か。
- ② アセットマネジメントを考慮しているか。
- ③ 契約、積算方法は適切か。
- ④ 緊急時の対応は適切か。
- ⑤ 法令等に定める資格を有する者の資格は適切か。
- ⑥ 従事者、利用者等への安全管理は適切か。
- ⑦ 個々の完了確認を行っているか。
- ⑧ 施設の活用状況はどうか。

第6 監査フロー

8項目の着眼点に基づき事前に調査・把握するため、本市が管理する施設の業務委託の関係書類を抽出により調査するとともに、状況等を担当職員から聴取した。

行政監査（工事）フロー



第7 監査の方法

1 第1ステージ

施設管理の現況を把握するため、施設の規模、供用年数、管理の状況（主に施設台帳の有無と管理基準の有無）、市民の利用がある場合はその利用状況等を市の直

営及び指定管理者が管理する施設ごとに調査票により把握した。

なお、市が直営で管理する施設の業務委託について過去5年分を把握した。

2 第2ステージ

技術的要素を有する業務委託については平成22年度から工事の視点で監査を実施してきた中で、契約、積算、履行確認などにおいていくつかの問題点があった委託について、調査票により状況を把握した。

3 他都市（東京都及び政令指定都市）調査について

東京都及び19政令指定都市に対して、施設管理に関する契約、積算、履行確認等の実情について調査票により把握した。

調査対象の都市は次のとおり。

札幌市、仙台市、東京都、横浜市、川崎市、相模原市、さいたま市、千葉市、静岡市、浜松市、新潟市、名古屋市、大阪市、京都市、堺市、神戸市、岡山市、広島市、北九州市、熊本市

（調査の主な内容）

- ア 技術的要素の高い業務委託の監査について
- イ 施設管理委託における積算方法について
- ウ 長期継続契約の状況について

第8 監査の結果

1 施設の現状

今回行政監査で対象とした施設の総数は254施設で、直営で管理する施設が159施設、指定管理者が管理する施設が95施設となっている。

(1) 施設の延床面積

建物の延床面積で整理すると、3,000㎡未満の施設は全体254施設の47%を占めている。その内直営で管理する施設では159施設の42%、指定管理者が管理する施設では95施設の55%が3,000㎡未満となっている。指定管理者が管理する施設は、市民が利用する施設としてスポーツ施設などを除くと小規模な施設が多い。

延床面積

区分 規模	直営		指定管理者		合計		主な施設
	施設数	割合	施設数	割合	施設数	割合	
3,000㎡未満	66	41.5%	52	54.7%	118	46.5%	老人福祉センター、自転車駐車場など
3,000㎡以上 10,000㎡未満	67	42.1%	34	35.8%	101	39.8%	
10,000㎡以上	26	16.4%	9	9.5%	35	13.8%	
計	159	100.0%	95	100.0%	254	100.0%	

(2) 施設の経過年数別

経過年数別に見ると30年を超える施設が全体254施設の45%を占めている。直営で管理する159施設の42%、指定管理者が管理する95施設の50%が経過年数30年を超えている。古い施設ほど指定管理者が管理している割合が大きくなっている。

経過年数別

区分 経過年数	直営		指定管理者		合計	
	施設数	割合	施設数	割合	施設数	割合
30年以下	93	58.5%	48	50.5%	141	55.5%
30年超	66	41.5%	47	49.5%	113	44.5%
計	159	100.0%	95	100.0%	254	100.0%

(3) 施設台帳について

施設台帳については、直営及び指定管理者が管理する施設に関わらず80%近い高い割合で台帳整備が行われている。施設台帳はアセットマネジメントを実効あるものとするためには不可欠なものである。

(4) アセットマネジメント計画について

アセットマネジメント計画は、直営及び指定管理に関わらず80%を超える施設で策定されている。

2 委託業務の主な内容

直営の各施設に業務委託の契約状況について調査を実施した結果、施設管理に関する契約件数は年間1,000件を超え、施設分類で見ると基盤施設が48%、庁舎等を含むその他施設が34%となっている。比較的規模が大きい基盤施設の施設管理については建物の維持、管理からプラントの運転及び広範な業務がある中で、下水処理場やポンプ場、河川の排水機場、ごみ処理場などの施設でこれらを動かすプラントの運転監視に関わる業務が多く、また地下鉄の業務においては保守点検が大きなシェアを占めている。

(1) 施設分類別割合

施設分類(住宅・学校は除く)

大 分 類	小 分 類	割合
基盤施設	①道路 ②鉄道 ③河川 ④上水道 ⑤下水道 ⑥ごみ処理 ⑦最終処分場 ⑧汚水処理 ⑨し尿中継所 の各施設	47.7%
レクリエーション・スポーツ施設	①競技場 ②体育館 ③球技場 ④プール ⑤レクリエーションセンター ⑥公園 の各施設	0.1%
文教施設	①図書館 ②美術館 ③博物館 ④劇場 ⑤公民館 ⑥地域交流センター ⑦ 動物園 ⑧植物園 ⑨科学館 ⑩市民会館 ⑪男女共同参画推進センター ⑫野外活動センター ⑬青年センター ⑭自然の家 の各施設	14.7%
社会福祉施設	①福祉センター ②病院 ③介護施設 ④健康づくりセンター ⑤療育センター ⑥障害者スポーツセンター ⑦児童会館 の各施設	3.3%
産業振興施設	①市場 ②産学連携会館 ③牧場 の各施設	0.1%
その他	①庁舎 ②防災センター ③倉庫 ④駐車場 ⑤港湾上屋 ⑥上記及び左記 分類に属さない各施設等	34.1%

(2) 委託分類別割合

委 託 分 類	細 目	割合
保守点検	空調機器, エレベーター, 防災設備, 建築物, 中央監視設備 その他建築物及び付帯設備の保守・点検業務	61.1%
運転・監視業務	設備運転・監視, その他設備機器と運転監視業務	3.4%
清掃・警備業務	清掃・警備業務(機械警備を含む)	8.1%
総合管理	空調運転, 警備, 清掃等の業務を総合的に委託するもの	2.9%
その他	樹木管理, ネズミ駆除, 汚泥収集運搬等	24.5%

3 長期継続契約について

本市においては、平成16年度に地方自治法の改正を受けた政令におけるいわゆる「長期継続契約」に関する規程の整備を踏まえ同年度に「福岡市長期継続契約の範囲を定める条例」を定め、機械警備の業務委託については長期継続契約の対象としている。

4 施設管理に関する委託の積算現況

本市においては業務委託に関する積算体系は、国が策定している「国土交通省官庁當繕の技術基準」を参考にして財政局が作成した「保守管理委託業務設計積算基準と解説」(以下積算基準という。)を活用している。

しかし、業務委託の積算に関する工事監査の結果では、概ね積算基準を採用していたが、業者見積りによるものの中には、施設管理者に技術職員がいない施設では予算に合わせて前年度の内容をそのまま踏襲した契約が見受けられた。

5 施設管理者へのアンケート結果

施設管理者には、施設毎に設備運転等に関する知識や技術的ノウハウが要求されるとともに、施設全体を把握する能力などが求められる。このため、現場での施設の把握状況や、将来に対する見通しなどについてアンケートを実施した結果、故障時の対応などについて課題あることが判明した。

6 他都市調査の結果

他都市の状況を調査した結果は、以下のとおりである。

(1) 技術的要素の高い業務委託の監査について

業務委託の監査については、工事監査及び事務監査として実施しているところが概ね同じ割合であるが、技術職員のいない管理部門で問題が多い実態は福岡市と同様である。

(2) 施設管理委託における積算方法について

ほとんどの都市で独自の業務委託の積算基準を持っておらず、福岡市と同じ状況にある。

(3) 長期継続契約の状況について

長期継続契約の対象業種について尋ねたが、ほとんどの都市で幅広い業種を対象としており、施設の運転や点検業務も対象としている。

ア 技術的要素を含む割合が高い業務委託		イ 業務委託に関する積算方法		ウ 長期継続契約の状況	
内容	都市の数	内容	都市の数	内容	都市の数
技術職員のいない管理部門で、積算や契約方式での問題が多い。	18	○独自の積算基準等はない。 ○国を参考に積算要領を定めている。	19	初期投資を回収できるものを対象としている。	0
○施設管理初任者を対象技術研修。 ○技術職員や再任用技術職員を配置。	2	—	0	安定的な役務の提供する業務委託が対象。	18
—	0	積算基準に関する具体的な監査実績がない。	1	監査での情報把握がない。	2
計	20	計	20	計	20

【監査委員の意見】

地球規模の環境問題から社会的な要請としてライフサイクルコスト（LCC）やエネルギーの節約が叫ばれて久しいが、本市の施設管理においては、業務委託の必要性がある場合の積算基準、委託方法をはじめ、とりわけ専門職員ではない事務職員を配置している施設における施設管理に係る改善を行い、効率的・効果的運営に資することを目指し次のとおり意見を述べる。

第1 長期継続契約の検討

平成16年度に地方自治法が改正されて予算措置がなくとも役務の提供を受ける契

約で、翌年度以降にわたり契約を締結しなければ事務の取扱に支障を及ぼすもののうち条例で定めることにより長期継続契約が可能となった。本市においては「福岡市長期継続契約の範囲を定める条例」において機械警備の業務委託が長期継続契約の対象となったものの、他都市においては、政令に準じ年間を通じて実施する施設管理業務など役務が長期に及ぶ契約については条例で長期継続契約として定めている。

このため政令の趣旨や他都市の状況を踏まえ業務の経済性・効率性の向上を計る視点から、管理業務委託の長期継続契約について検討されたい。

(財政局契約課)

第2 施設管理情報の一元化と相談窓口等の明確化

福岡市が抱える施設はその数もさることながらその用途も多種多様に及んでおり、適切にまた効率よく管理することは簡単ではないと思料される。しかし今後も少子高齢化が見込まれ扶助費が増加していく中で社会資本の更新に係る予算の確保は難しい状況が見込まれるため、現在ある施設の有効利用が急務となっている。そのためには施設の状況を的確に把握することが重要であり、施設台帳などによる技術的情報の把握が欠かせない。基盤施設においては、技術的理由から技術職員が配置されているため実際に施設を点検・運転する委託業者と十分に意思の疎通を図ることができているが、事務職員のみ配置された施設では技術的内容を確実に理解することは難しいため、前例を踏襲した契約内容で業務を継続しているなどの契約が見受けられる。また、アンケートの結果でも、積算や契約に関する技術的アドバイスを求める声が事務職員から少なからずあった。

このため、施設管理の積算や点検に関する技術的情報やノウハウの提供に加え相談窓口の明確化など、技術職員のみならずとりわけ事務職員の施設管理者が効果的な運営管理ができるように、その支援体制の充実、強化について検討されたい。

(財政局アセットマネジメント推進課)