平成26年度

# 事　業　概　要

福岡市消費生活センター

# 目　　次

## Ⅰ 消費生活センターの概要


１ 設置の目的 …… 1
２ 機構・事務分掌及び職員数 …… 1
３ 施設の概要 …… 1
４ 平成26年度の主な事業内容と予算 …… 2


## Ⅱ 平成25年度事業実績


１ 消費者啓発（消費者教育） …… 3
(1) 講座開催 …… 3
(2) 啓発資料の作成，情報提供等 …… 5
(3) 消費生活センター広報事業 …… 9
(4) イベント開催 …… 9
(5) 学校における消費者教育の支援 …… 10
(6) 高齢者等の見守り体制の推進 …… 10
(7) 消費者グループ活動支援事業 …… 11
(8) 商品テスト …… 12
(9) 消費者教育の推進 …… 14

２ 消費生活相談 …… 16
(1) 相談業務 …… 16
(2) 相談状況 …… 16

３ 事業者指導 …… 28
(1) 事業者面接 …… 28
(2) 事業者指導・勧告 …… 28

４ 製品安全4法等の立入検査 …… 30

５ 消費生活条例等の改正 …… 31

６ 消費生活センターについてのアンケート調査 …… 33


## 参考資料


１ 消費者行政の変遷 …… 35
２ 機構の変遷 …… 39
３ 福岡市消費生活条例 …… 41
４ 不当な取引行為の指定≪新旧対照表≫ …… 45
５ 福岡市消費生活審議会 …… 52
６ 消費者教育推進のための基礎調査結果≪抜粋≫ …… 55
７ 消費者団体 …… 59

# Ⅰ　消費生活センターの概要

## １　設置の目的

消費生活に関する各種情報の収集・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。

## ２　機構・事務分掌及び職員数

市民局 ― 生活安全部 ― 消費生活センター

| | |
|---|---|
| 所　長 | 1 |
| 係　長 | 3 |
| 係　員 | 6 |
| 嘱託員 | 1 |
| 計 | 11 |

**消費生活係長（企画調整担当），　係員２**

1　消費者行政の企画調整に関すること
2　消費生活条例の運用に関すること
3　消費者団体に関すること
4　所の庶務及び施設の維持管理に関すること

**消費生活係長（消費者情報担当），　係員２，　嘱託員１**

1　消費者啓発に関すること
2　消費生活情報の収集・提供に関すること
3　商品の品質に係る相談に関すること

**消費生活係長（相談指導担当），　係員２**

1　消費生活に係る相談に関すること
2　事業者指導に関すること

## 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

**（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））
※年末年始は閉館

**（3）施設概要**

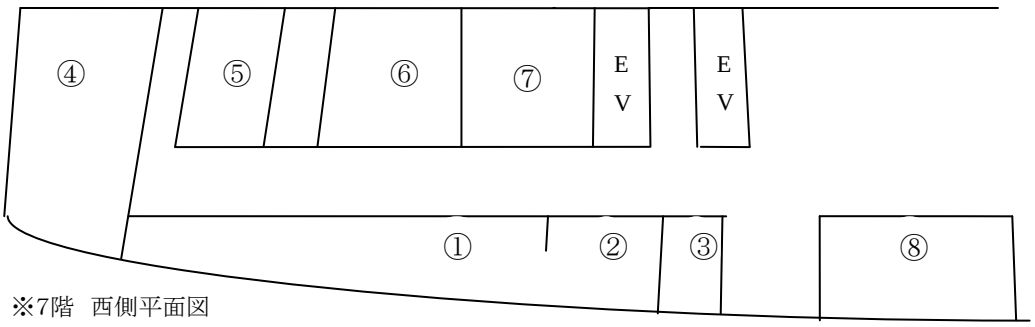
**①　複　合　施　設　（あいれふ）**

敷地面積　　3,455.30 ㎡
延床面積　　18,145.75 ㎡
構造規模　　地下2階・地上 10 階

**② 消費生活センター（あいれふ7階）**

専用部分　　609.53 ㎡

①事務室　　⑥面談室
②消費者相談室　　⑦資料室
③特別相談室　　⑧くらしの研修室
④みんなの商品テスト室　⑨ボンベ庫（1階）
⑤更衣室等　　⑩倉　　庫（地下1階）




※7階　西側平面図

## 4　平成26年度の主な事業内容と予算

（単位:千円）

| 事　業　項　目 | 26 年度<br>予 算 額 | 25 年度<br>予 算 額 | 差　引<br>増 減 額 | 26 年度の主な事業内容 |
|---|---|---|---|---|
| 消費者啓発 | 8,039 | 8,022 | 17 | かしこい消費生活講座など<br>「くらしのインフォメーション」・「消費生活かわら版」の発行　啓発資料の配付　啓発DVD等貸出<br>グループ活動支援事業<br>商品テスト<br>消費者教育出前講座<br>消費生活サポーター制度<br>嘱託員に係る経費 |
| 消費生活相談・事業者指導 | 40,380 | 38,680 | 1,700 | 相談業務委託等 |
| 消費生活センターの機能強化 | 4,032 | 6,642 | △2,610 | 福岡県消費者行政活性化基金事業<br>・障がい者用パンフレット作成・講習会等<br>中学校生徒・教員向け講座 |
| センターの管理運営 | 16,786 | 16,149 | 637 | センターの管理運営，消費生活審議会等 |
| 合　　計 | 69,237 | 69,493 | △256 | |

# Ⅱ　平成25年度事業実績

## 1　消費者啓発（消費者教育）

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に，消費者教育，情報提供等を行った。

### （1）　講座開催

消費者が主体的・合理的な消費生活を営むために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に，各種消費者講座やイベントを開催した。

《講座開催総括表》　（71 回　3,759 人）

| 目的 | 講座名 | 回数 | 参加人数 |
|---|---|---|---|
| 知識普及 | ①　消費者教育出前講座 | 61 | 3,331 |
| | ②　消費者力アップ通信講座 | 1 | 35 |
| | ③　かしこい消費生活講座 | 3 | 141 |
| | ④　消費生活応援セミナー | 1 | 61 |
| | ⑤　企業共催講座 | 2 | 69 |
| 人材育成 | ⑥　消費生活サポーター育成講座※ | 1 | 34 |
| 団体支援 | ⑦　消費者グループ活動支援事業開催講座 | 2 | 88 |

※「消費生活サポーター」は平成 25 年 12 月1日に「ご近所ボランティア」から名称変更

#### ①　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した。(61 回 3,331 人)

| テーマ | 対象 | 回数 | 参加人数 |
|---|---|---|---|
| だまされんばい悪質商法<br>内容：悪質商法被害の手口や対処法の紹介 | 高齢者 | 33 | 1,197 |
| | 高齢者見守りの関係者 | 3 | 74 |
| | 児童・生徒・学生 | 8 | 1,633 |
| | 障がい者及びその関係者 | 6 | 156 |
| | その他一般 | 1 | 48 |
| くらしの実験講座<br>内容：ジュースからの糖分摂取<br>食品のビタミン C 測定<br>家庭で起きる製品事故 | 高齢者 | 3 | 62 |
| | 高齢者見守りの関係者 | 0 | 0 |
| | 児童・生徒・学生 | 1 | 30 |
| | 障がい者及びその関係者 | 4 | 93 |
| | その他一般 | 2 | 38 |

### ② 消費者力アップ通信講座

消費生活に関する正しい知識を身につけるため，通信講座を実施した。　（受講者 35 人）

| 期間 | 内　　容 |
|---|---|
| H25.7.5 ～<br>H25.10.31 | 単　元:契約・悪質商法・衣生活・食生活・住生活・サービス・生活と家計管理・環境<br>テキスト:(一財)日本消費者協会「消費者力検定受験対策テキスト」<br>開講式:「今，どうして消費者力が求められているのか」<br>講　師:消費者力開発協会　広重 美希<br>閉講式:「ふりかえりと消費者力の活かし方」<br>講　師:株式会社ビスネット　野口 博子 |

### ③ かしこい消費生活講座

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した。　（3回 141 人）

| 開催日 | テーマ／講師 | 会場 | 対象 | 参加人数 |
|---|---|---|---|---|
| H25. 7.23 | 「その契約，大丈夫？」<br>知っておきたい契約の基礎知識<br>福岡県弁護士会 吉野 泉(すばる法律事務所) | あいれふ<br>第 2 研修室 | 一般 | 26 |
| H25.10. 1 | 「マスクや空気清浄機は役立つの？」<br>黄砂や PM2.5 について学ぼう！<br>環境局環境監理部環境保全課 林 宏巳<br>パナソニックエコシステムズ株式会社 加来あゆみ | 婦人会館<br>視聴覚室 | 一般 | 43 |
| H25.10.17 | きて・みて・わかる！保険のはなし<br>(ア)生命保険の基礎知識(35 人)<br>(イ)医療保険と介護保険(37 人)<br>(公財)生命保険文化センター 職員 | 婦人会館<br>大研修室 | 一般 | 72 |

### ④ 消費生活応援セミナー

福岡県消費者行政活性化基金を活用し，消費者教育力向上を目的とした市民講座を開催した。

（1 回 61 人）

| 開催日 | テーマ／講師 | 会場 | 対象 | 参加人数 |
|---|---|---|---|---|
| H26. 3.15 | インチキ科学に惑わされないために<br>NPO法人 市民科学研究室 代表 上田昌文 | 婦人会館<br>大研修室 | 一般 | 61 |

### ⑤ 企業共催講座

消費者教育に取り組む企業と共催で消費生活に関する基礎知識を学ぶための講座を開催した。

（2回 69 人）

| 開催日 | テーマ／講師 | 会場 | 対象 | 参加人数 |
|---|---|---|---|---|
| H25. 8.21 | 親子で学ぼう！お金のはなし<br>共催企業 ： 日本銀行福岡支店，<br>福岡県金融広報委員会 | あいれふ<br>第 2 研修室 | 小学生と<br>保護者 | 34 |
| H25.12.10 | お掃除セミナー<br>「楽！に掃除するための場所別お掃除のコツ」<br>共催企業 ： ライオン株式会社 | あいれふ<br>第 2 研修室 | 一般 | 35 |

### ⑥ 消費生活サポーター育成講座・情報交換会

高齢者を見守る地域力の強化のため，消費生活相談員や職員が講師となり，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及び情報交換会を開催した。

※「消費生活サポーター」は平成 25 年 12 月1日に「ご近所ボランティア」から名称変更

（育成講座:1回 34 人， 情報交換会:3 回 36 人）

| 開催日 | 内容 | 会場 | 参加人数 |
|---|---|---|---|
| H25. 7.25 | 高齢者の消費者トラブル被害事例と対処法の説明と，消費生活サポーターの目的と役割を紹介。 | 春吉公民館 | 34 |
| H25. 6.20 | 情報交換会 | くらしの研修室 | 12 |
| H25. 8.22 | 情報交換会 | くらしの研修室 | 13 |
| H26. 1.24 | 情報交換会 | くらしの研修室 | 11 |

### ⑦ 消費者グループ活動支援事業開催講座 （2回 88 人）

| 開催日 | テーマ／講師 | 会場 | 実施団体 | 参加人数 |
|---|---|---|---|---|
| H25.11. 9 | 知って防ごう！身の回りの事故<br>(独)国民生活センター 商品テスト部<br>消費生活専門相談員 小坂 潤子 | あいれふ<br>第 2 研修室 | 特定非営利活動法人<br>コンシューマー福岡 | 28 |
| H25.11.16 | すっきりシンプルライフをめざして<br>福岡友の会会員 | コミセンわじろ<br>多目的ホール | 福岡友の会 | 60 |

※消費者グループ活動支援事業については(7)参照。

## （2） 啓発資料の作成，情報提供等

消費生活情報紙やチラシ等の啓発資料を作成し，情報提供を行った。

### ① 消費生活情報紙「くらしのインフォメーション」

消費生活情報紙「くらしのインフォメーション」を（5，7，9，11，1，3月）発行。区役所等の公共施設，郵便局に配架した。 （発行回数:6 回 各回 4,500 部）

| 発行 | テーマ 1 | テーマ 2 |
|---|---|---|
| H25 年 5 月号<br>(No.1) | 実は違法!! よくある電話勧誘 | リコール情報にご注意! |
| H25 年 7 月号<br>(No.2) | 平成24年度福岡市消費生活センター相談の概要 | スマートフォンであっちっち！ |
| H25 年 9 月号<br>(No.3) | 契約したのは5年前！新聞購読契約のトラブル | ホントに必要？美容医療で思わぬトラブル！ |
| H25 年 11 月号<br>(No.4) | よく見るとあやしい日本語！ネット通販のトラブル | ヘアカラーでアレルギー！？ |
| H26 年 1 月号<br>(No.5) | 引越しサービス利用のポイント | 路線バスの車内で転んで大けが！ |
| H26 年 3 月号<br>(No.6) | クリーニングの依頼・受取に気をつけていますか？ | 「不用品、何でも買い取ります」に気をつけて！ |

## ② 消費生活かわら版

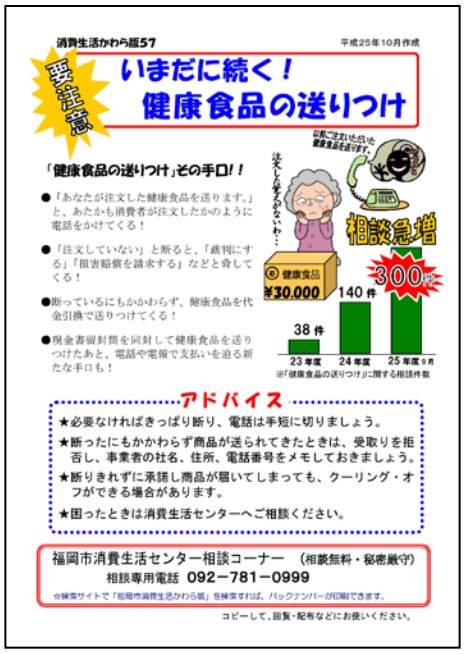
消費生活センター等に寄せられた相談事例のうち，被害の拡大のおそれのある緊急度の高い事例や，条例に基づく是正勧告を行った事例について，被害防止の注意点などをまとめた「消費生活かわら版」を作成し，公民館，社会福祉協議会等に配布したほか，ホームページにも掲載した。

（発行回数:2 回）

| 発行月 | テーマ |
|---|---|
| H25.10 月 | いまだに続く！健康食品の送り付け |
| H25.10 月 | 受講料 100 万円は，消費者金融で!?　自己啓発セミナーの勧誘に注意！！ |

①くらしのインフォメーション

②消費生活かわら版




## ③ 情報媒体の活用による広報

市政だより・新聞・情報誌等の情報媒体を通じ，消費者被害の未然防止のために必要な情報等を市民に提供した。

### ア 市政だよりへの掲載

（情報提供回数:1 回）

| 掲載号 | 掲載内容 |
|---|---|
| H25. 12.15 | 「消費者トラブルを防ごう」 消費生活センターの紹介，悪質商法の事例と対処法，家庭で起きる製品事故事例の紹介　など |

### イ プレスリリース

（情報提供回数:2回）

| 情報提供日 | 配付資料タイトル |
|---|---|
| H25. 5.27 | 平成 24 年度　福岡市消費生活相談・指導の概要をお知らせします<br>～高齢者を狙った健康食品の送りつけ急増！～ |
| H25.11.22 | “おしだそう！！　悪質商法”悪質商法撲滅キャンペーンのご案内 |

### ウ　消費生活情報「暮らしのヒント」の新聞掲載（西日本新聞月曜日朝刊）（掲載回数：34 回）

| 掲載日 | テーマ | 掲載日 | テーマ |
|---|---|---|---|
| H25. 4.14 | 学習教材の手数料も確認を | H25.10.21 | 身分証明書を紛失してしまった |
| H25. 4.22 | 車の売却は複数の査定を | H25.10.28 | 悪質商法の2次被害に注意 |
| H25. 5. 6 | 訪問買い取りに新ルール | H25.11. 5 | 電子マネーの管理に注意 |
| H25. 5.13 | 開運商品に注意を | H25.11.18 | テレビショッピングの注意点 |
| H25. 5.20 | 自転車選びは安全性確認を | H25.11.25 | 物干しざおの移動販売に注意 |
| H25. 6. 3 | 土地購入誘う業者に注意 | H25.12. 2 | 「代理婚活」絡みのトラブル |
| H25. 6.17 | 健康食品の送りつけ商法 | H25.12.16 | 「劇場型勧誘」に気をつけて |
| H25. 6.24 | キャッチセールスに注意 | H26. 1. 6 | 偽ブランド品サイトに注意 |
| H25. 7. 1 | 新聞契約のトラブル | H26. 1.13 | エステサービスの中途解約 |
| H25. 7.29 | ネットゲームの仕組み理解を | H26. 1.20 | 偽セキュリティーソフトに注意 |
| H25. 8. 5 | 美容医療トラブルに注意 | H26. 1.27 | 月会費式サービスのトラブル |
| H25. 8.26 | クリーニングのトラブル | H26. 2.10 | 「無料お試し」の広告に注意 |
| H25. 9. 2 | 結婚式場の契約は慎重に | H26. 2.17 | 引っ越し業者選びは慎重に |
| H25. 9.17 | 通販トラブルに注意を | H26. 3. 3 | 賃貸住宅の原状回復 |
| H25. 9.24 | アダルト DVD で不当請求 | H26. 3.17 | 訪問購入とクーリングオフ |
| H25. 9.30 | クレジットカード払いによる旅行申し込み | H26. 3.24 | 法律事務所からの請求通知 |
| H25.10.14 | 銀行窓口でも金融商品 | H26. 3.31 | 不良灯油の使用に注意 |

### エ　無料情報誌への記事掲載

福岡県消費者行政活性化基金を活用し，消費者被害の未然防止及び相談窓口の周知を図るため，フリーペーパーに消費者啓発記事を掲載した。

| 掲載誌 | 掲載月 | 対象 | テーマ |
|---|---|---|---|
| めさーじゅ | H26. 3 月号 | 若者 | エステ契約トラブルの注意喚起 |
| ガリヤ | H26. 3 月号 | 若者 | エステ契約トラブルの注意喚起 |
| ぐらんざ | H26. 3 月号 | 高齢者 | ワンクリック請求トラブルの注意喚起 |

めさーじゅ掲載記事

### オ ホットな消費者ニュース

福岡県の広報紙「ホットな消費者ニュース」に記事を掲載した。 （掲載回数：4回）

| 掲載月 | テーマ |
|---|---|
| H25. 6 月号 | 「ちょっと待って、本当に必要？」そのエステ |
| H25. 9 月号 | 旅行の季節　インターネットで申し込む時の注意点 |
| H25.12 月号 | 中古車売却時は気をつけて |
| H26. 3 月号 | クリーニングをめぐるトラブルを防ぐために |

### カ 消費生活トラブル注意報

平成 25 年8月より福岡県，北九州市との合同注意喚起情報「消費生活トラブル注意報」を作成し市内高校へ情報提供した（送付回数：4回） （福岡市担当記事：1回）

| 掲載月 | テーマ |
|---|---|
| H25. 12 月号 | カラーコンタクトで被害発生中！<br>～カラーコンタクトはおしゃれ用品ではなく医療機器～ |

### キ 福岡市老人クラブ連合会広報紙「ふくふくクラブ福岡」への掲載 （掲載回数：2回）

| 掲載月 | テーマ |
|---|---|
| H25. 7 月 | 頼んでいないのに！強引な健康食品の送り付け |
| H26. 1 月 | 「火災保険で家の修理ができる」という勧誘に注意！ |

## ④ ホームページ

消費者被害の未然・拡大防止のための情報提供や，消費生活に役立つ各種講座の案内の他，インターネット消費生活相談受付を実施した。

## ⑤ 地域への定期的情報発信

「消費生活かわら版」や(独)国民生活センター作成の「見守り新鮮情報」を，公民館など地域に密着した施設や団体に毎月1回情報発信し，地域住民への周知を依頼した。 （公民館だより掲載件数：410 件）

## ⑥ DVD，ビデオの貸出

消費生活に関するDVD，ビデオを消費者の要望に応じて貸し出した。 （貸出回数：13 回，23 本）

※貸出先：学校4回，企業4回，地域・福祉団体3回，消費者団体2回

## ⑦ 屋外看板継続設置

キャッチセールスによる被害を未然に防止するために，注意喚起のため天神地区に屋外看板設置を継続。

（設置箇所　2カ所　）

### ⑧ 啓発資材の作成

消費者啓発資材の作成を行った。

**ア 寸劇シナリオの作成**

消費生活サポーターと共同で「健康食品の送り付け」を題材とした寸劇のシナリオを作成した。

**イ 消費者啓発カットイラストの作成**

福岡県消費者行政活性化基金を活用し，消費者啓発に関する印刷物及びホームページ等にて使用するカットイラストを作成した。

## （3） 消費生活センター広報事業

### ① 消費生活センター広報動画の作成

福岡県消費者行政活性化基金を活用し，消費者トラブルの注意喚起および消費生活センター相談窓口の周知を目的としたアニメーション動画を2編制作した。

利殖商法編

点検商法編

### ② 庁用車への消費生活相談案内マグネットシートの貼付

相談窓口を広報するため，A3サイズのマグネットシートを5月の消費者月間に庁用車へ貼付。

（対象車両数 180 台）

## （4） イベント開催

消費者の主体的・合理的行動を支援するために，関係機関と連携し，各種イベントを開催した。

**悪質商法撲滅月間**

悪質商法撲滅月間と位置づけた 12 月を中心に，街頭キャンペーン等を行った。

| 実施日 | 事業内容 | | 場所 |
|---|---|---|---|
| H25. 11. 30 | 悪質商法撲滅<br>街頭キャンペーン | 福岡県，福岡県警と共催<br>天神地区で啓発チラシ，啓発用品の配布（1,000部） | 天神地区 |
| H25. 12. 2<br>～12.16 | 消費者トラブル<br>防止パネル展示 | 悪質商法手口・対処法紹介，製品事故の注意喚起など | 天神地下通路<br>星の広場 |

## （5） 学校における消費者教育の支援

学校における消費者教育を支援するために，各種消費者講座を開催するとともに，情報提供を行った。

### ① 消費者講座（(1)①再掲）

各種消費者講座を開催した。 （総計:8 回 1,633 人）

| テーマ・内容 | 講座種別 | 対象者 | 回数 | 参加人数 |
|---|---|---|---|---|
| だまされんばい悪質商法<br>・インターネットや携帯電話のトラブル<br>・エステやマルチ商法のトラブル，おしゃれ用品の事故 など | 消費者教育出前講座 | 中学生 | 1 | 44 |
| | | 高校生 | 5 | 1,293 |
| | | 専門学校生 | 1 | 53 |
| | | 大学生 | 1 | 243 |

### ② 情報提供（(2)③カ再掲）

平成 25 年8月より福岡県，北九州市との合同注意喚起情報「消費生活トラブル注意報」を作成し，市内高校へ情報提供した。（送付回数:4回）

## （6） 高齢者等の見守り体制の推進

### ① 消費生活サポーターによる高齢者等の見守り（（1）⑥再掲）

地域ボランティアである消費生活サポーターが高齢者等の見守り者となり，悪質商法の手口や対処法の伝達，ミニ講習会での講師などを行った。 （平成 25 年度末現在登録者数 207 名）

○育成講座及び情報交換会実施状況 （育成講座:1回 34 人， 情報交換会:3 回 36 人）

| 開催日 | 内容 | 会場 | 参加人数 |
|---|---|---|---|
| H25. 7.25 | 高齢者の消費者トラブル被害事例と対処法の説明と，消費生活サポーターの目的と役割を紹介。 | 春吉公民館 | 34 |
| H25. 6.20 | 情報交換会 | くらしの研修室 | 12 |
| H25. 8.22 | 情報交換会 | くらしの研修室 | 13 |
| H26. 1.24 | 情報交換会 | くらしの研修室 | 11 |

※「消費生活サポーター」は平成 25 年 12 月1日に「ご近所ボランティア」から名称変更

### ② いきいきセンターふくおか（地域包括支援センター）との連携

高齢者の悪質商法被害の救済や未然防止のため，いきいきセンターふくおかとの意見交換や注意喚起メールの送信等の情報提供を行った。

○意見交換会 2回（東区，中央区）
○注意喚起メール 2回

### ③ 高齢者を対象としたいきいきセンターへの出張相談

いきいきセンターふくおかから高齢者の契約トラブル等に関する相談があった際，それが電話による相談では解決が難しい事案である場合に，相談員がいきいきセンターへ出張し，いきいきセンター職員立ち会いのもと高齢者から相談を受けた。 （回数）

| | 25 年度 | 24 年度 | 23 年度 | 22 年度 | 21 年度 |
|---|---|---|---|---|---|
| 高齢者出張相談 | 1 | 1 | 8 | | |

### (7) 消費者グループ活動支援事業

消費者の自立支援をめざし，福岡市内で自主的な活動をしている消費者団体支援のため，消費生活センターが管理する研修室の貸し出しや，消費者団体が企画した講座・講演会等の経費の補助等を行った。

#### ① くらしの研修室の貸出

○利用対象　安全で安心できる消費生活の実現を図ることを目的に，福岡市民を主体として活動する消費者団体等で，消費生活センター所長の登録の承認を受けた団体

○利用時間　原則，平日9時から17時

○利用人数　5人以上25人以内

○利用実績

| 年度 | 22年度 | 23年度 | 24年度 | 25年度 |
|---|---|---|---|---|
| 利用実績 | 12回 | 70回 | 53回 | 44回 |

※22年度は，23年1月から

#### ② 講演会や講座などの開催支援（市と共催）

○事業内容　消費者グループが企画した一般市民対象の消費生活に関する講座・講演会等を市と共催で実施し，経費の一部を支援する。

○支援内容　講師等の謝礼金，市の施設利用の減免，市政だよりの広報，チラシ等の印刷及び区役所等への配布。

○開催講座　（(1)⑦再掲）　（2回　88人）

| 開催日 | テーマ／講師 | 会場 | 実施団体 | 参加人数 |
|---|---|---|---|---|
| H25.11. 9 | 知って防ごう！身の回りの事故<br>(独)国民生活センター　商品テスト部<br>消費生活専門相談員　小坂　潤子 | あいれふ<br>第2研修室 | 特定非営利活動法人<br>コンシューマー福岡 | 28 |
| H25.11.16 | すっきりシンプルライフをめざして<br>福岡友の会会員 | コミセンわじろ<br>多目的ホール | 福岡友の会 | 60 |

## （8） 商品テスト

消費者に対して商品に関する情報を提供し，消費者意識の向上を図るために食料品・住居品・被服品等の品質・性能・安全性等のテストを実施した。

≪商品テスト実施総括表≫

| | | テスト件数 | テスト検体数 | | | | | テスト延項目数 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 総数 | 食料品 | 住居品 | 被服品 | その他 | 総数 | 食料品 | 住居品 | 被服品 | その他 |
| 総数 | | 25 | 86 | 50 | 29 | 2 | 5 | 275 | 230 | 34 | 6 | 5 |
| 依頼テスト | | 14 | 28 | 0 | 21 | 2 | 5 | 33 | 0 | 22 | 6 | 5 |
| 啓発テスト | 消費者教育出前講座 | 10 | 56 | 50 | 6 | 0 | 0 | 236 | 230 | 6 | 0 | 0 |
| | かしこい消費生活講座 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | 6 | 0 | 6 | 0 | 0 |

### ① 依頼テスト

消費者からの商品の品質等に対する相談に口頭で回答するとともに，問題解決及び原因究明のためのテストを随時実施した。

#### ア 依頼テスト実施状況

| | 食料品 | 住居品 | 光熱水品 | 被服品 | 保健衛生品 | 教養娯楽品 | 車両・乗り物 | 土地・建物・設備 | 他の商品 | 教養・娯楽サービス | 保健・福祉サービス | 他の役務 | 他の相談 | 総計 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 口頭回答件数 | 30 | 41 | 2 | 13 | 16 | 11 | 11 | 7 | 1 | 2 | 6 | 2 | 0 | 142 |
| 依頼テスト件数(内数) | 0 | 10 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 14 |

#### イ ホルムアルデヒド簡易測定器の貸出

転居や家具の購入をきっかけとする体調不良等の相談に対し，ホルムアルデヒド簡易測定器の貸出を行った。6件の貸出のうち2件で厚生労働省が示す室内空気濃度の指針値（0.08ppm）を上回るホルムアルデヒドが検出された。

### ウ 相談に伴うテスト事例

| 相談内容 | 処理結果 |
|---|---|
| ドラム式洗濯乾燥機で脱水をしたところ，異常音がして白煙がでた。部品交換をしてもこの製品を使い続けるのは不安なので引き取って返金してもらいたい。 | 1）発生状況<br>ドラム式洗濯乾燥機で脱水をしたところ，異常音がして異臭と白煙がでた。停止しなかったので電源を切って停止した。<br>2）調査結果（外部調査※）<br>洗濯槽および洗濯槽補強板の間に堆積した洗剤カスにより補強板が水槽側に押し出され，洗濯槽の回転時に水槽と補強板の間で摩擦熱が発生し，樹脂製の水槽が溶融したと推定された。 |
| ＵＶ加工をしてあるサンバイザーを購入したが，使用して外出すると顔に湿疹がでてかゆくなった。ＵＶ加工がきちんとしてあるか調査してほしい。 | 1）発生状況<br>サンバイザーを付けて外出すると顔に湿疹がでてかゆくなるようになった。<br>2）調査結果<br>紫外線強度計を用いてサンバイザーの有無によりどれだけ遮蔽されるか確認したところ，99.69％の遮蔽率であり，ＵＶ加工は適正に行われていることが推定された。 |
| ベッドの足元でスマートフォンを充電中に毛布が焦げているのに気づき，充電器を外そうとして火傷をした。公的機関での調査を希望。 | 1）発生状況<br>ベッド足元で充電しながら就寝中足元が暑くて目覚め，毛布が焦げていることに気が付き充電器を外そうとしてコードに触れた際に指に火傷を負った。<br>2）調査結果（外部調査※）<br>コードの断線により発熱したことが判明したが，断線の原因および時期については特定できず，現時点では事故原因は不明である。 |
| ネット通販で携帯用充電器を購入。充電器の電源を切った状態でリュックの中に入れ２時間後に異臭がした。充電器の樹脂が融解していた。 | 1）発生状況<br>２か月前に購入した充電器をリュックの中に入れていたが，異臭がしたため，リュックの中を確認すると充電器が融解し，その樹脂がリュックや中の財布に付着していた。<br>2）調査結果（外部調査※）<br>内蔵されている充電池の焼損はみられるが，破裂はみられずメーカーも不明であり，同一品を入手できないため，制御基板の部品が原因か判断できず，現時点では原因不明である。 |
| 借りていた電動車いすで転倒事故を起こし，メーカーに調査してもらった結果，誤使用が原因と説明された。メーカーが行った転倒場所の斜度の測定方法が不適切であるため再調査をしてほしい。 | 1）発生状況<br>メーカーは転倒の危険性があるため，本製品での斜度６度を超える斜面での自走走行を禁止している。斜面の長さは車いすの前輪および後輪の接地点間の長さより短く斜面の角度ほどは傾かないため，正確には車いすの傾き角度を示すべきという依頼者の申し出に一理あると判断しメーカーに再調査を依頼した。<br>2）調査結果（外部調査※）<br>調査の結果，性能を超えた使い方によるものと推定された。事故原因の特定はできないが製品不良の疑いはないと推察された。 |

※外部調査機関:独立行政法人製品評価技術基盤機構九州支所（通称NITE九州）

### ② 啓発テスト

消費者教育出前講座等の実験講座において，受講者が体験できる形式のテストを実施した。

（テスト実施回数）

| | 糖度の測定 | 製品事故の再現テスト | ビタミンＣの測定 | しみ抜き等洗濯関係テスト | 計 |
|---|---|---|---|---|---|
| 消費者教育出前講座 | 6 | 3 | 1 | | 10 |
| 企業共催講座 | | | | 1 | 1 |
| 計 | 6 | 3 | 1 | 1 | 11 |

## (9) 消費者教育の推進

### ① 消費者教育推進のための基礎調査（参考資料P55～P58 参照）

消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年 12 月 13 日施行）に基づき，今後の消費者教育を体系的，効果的に推進するための方針等を検討する基礎資料とするため，消費者教育に関する意識・現状・ニーズを調査した。

| | |
|---|---|
| 調査地域 | 福岡市全域 |
| 調査対象及び数 | 次に掲げる各団体の代表者<br>①地域　各校区自治協議会 149 か所、各校区公民館 147 か所、小・中学校ＰＴＡ協議会 230 か所、福岡県生活協同組合連合会 23 か所、民生委員・児童委員地区会長 104 か所、いきいきセンターふくおか（福岡市地域包括支援センター）の各センター39 か所　計 692 か所<br>②学校　小学校 149 か所、中学校 81 か所、市立高校 4 か所、特別支援学校 8 か所 |
| 調査方法 | 郵送法 |
| 調査期間 | 平成 25 年 11 月 28 日（木）～12 月 20 日（金）<br>（民生委員・児童委員地区会長のみ 12 月 25 日（水）まで） |
| 回収状況 | ①地域　506 件（有効回収率 73.1%）<br>②学校　小学校・特別支援学校小学部　78 件（有効回収率 50.0%）<br>中学校・高校・特別支援学校中学部・高等部　52 件（有効回収率 55.9%） |

≪主な結果≫　※参考として調査結果より抜粋

■地域

◇消費者教育を年１回以上実施しているのは全体で 44.9%，実施していないのは 53.8%。

◇消費者教育を行っていないのは，「他にやることが多く時間が取れないから」（55.1%），「消費者教育を団体が行う必要があるとは思わないから」（32.4%），「研修を運営する体制が取れないから」（28.7%）の順となっている。

◇消費者教育を行うことが重要だと思う分野は「地域」（77.3%）が最も多い。

◇各団体に期待される取り組み

・【自治協議会、福祉団体】　地域の高齢者などに対する見守り体制の推進
・【公民館、学校】・・・・　講座や研修会の会場提供
・【消費者団体】・・・・・　効果的な実践事例の紹介
・【ＰＴＡ】・・・・・・・　講座や研修会の実施
・【行政】・・・・・・・・・　どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の提示

■学校

◇消費者教育に関する授業を行っている教科・学年は，小学校では家庭科の５年生，中学校・高校では社会科の３年生が最も多い。

◇授業の内容は，小学生では「食品や製品の安全と表示について」（70.5%），「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」（67.9%），中学校・高校では「契約やクーリング・オフ制度等について」（76.9%），「お金について（お金の役割等）」，「食品や製品の安全と表示について」，「悪質商法」（いずれも 75.0%）の順となっている。

◇今後の消費者教育の推進に重要な課題

・小学校では「どのような取り組みをすればよいかわからない」（41.0%），「活用できる教材が少ない」（37.2%）などとなっている。

・中学校・高校では「活用できる教材が少ない」（32.7%），「教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない」（30.8%）などとなっている。

・「どのような取り組みをすればよいかわからない」は小学校の方が中学校・高校よりも割合が高い。

### ② 福岡市消費者教育推進連絡会議

庁内の関係課で構成し，本市における消費者教育の在り方等について意見交換を行った。

○設置　平成 18 年 1 月 27 日

○構成　市　民　局:コミュニティ推進課，公民館調整課，消費生活センター
保健福祉局:高齢社会政策課，地域保健課，介護サービス課，障がい者在宅支援課
教育委員会:学校指導課，教育センター研修課

※組織名称は平成 25 年度開催時

○25 年度開催状況

| 開催日 | 協議事項 |
|---|---|
| H25.10.9 | ○消費者教育推進法の制定と基本方針について<br>○福岡市消費生活審議会における消費者教育部会の設置について<br>○消費生活センターへの相談概要と消費者教育の現状について<br>○本市における消費者教育の効果的な推進と連携について |

## 2 消費生活相談

安全で安心できる消費生活の実現のため，市民からの相談・苦情を受け助言等を行うとともに，消費者と事業者の交渉能力の差などを考慮し，自主交渉が困難な場合には事業者との交渉を行い，両者の主張に隔たりがあるなど解決困難な事案については，消費者と事業者が同席の上斡旋を実施し消費者トラブルの解決に努めている。なお，相談業務は委託している。

### (1)相談業務

平成 26 年4月現在

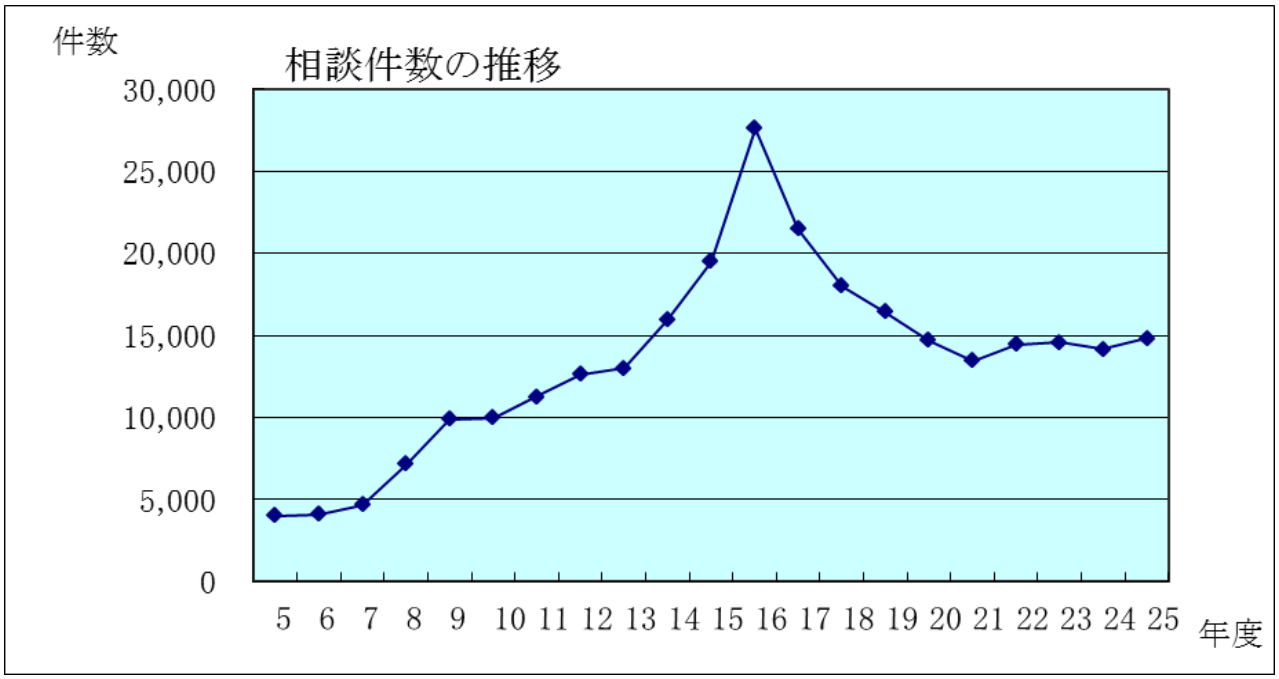
| | |
|---|---|
| 一般相談 | 商品やサービスの契約，販売方法，品質などに関する相談<br>・日　　時:平日　9時～17 時，　第2・4土曜日　10 時～16 時<br>・方　　法:来所面接相談，電話相談(第2・4土曜日は電話相談のみ)，インターネット相談<br>・相談体制:平日8～9名，第2・4土曜日4名 |
| 特別相談 | 一般相談の中で，専門知識が必要な相談に対応<br>・法　律　相　談:月2回(第2・4火曜日)　14 時～16 時<br>・多重債務法律相談:月2回(第1・3火曜日)　14 時～16 時<br>・クリーニング相 談:月1回(第1木曜日)　　14 時～16 時 |

### (2)相談状況

#### ① 相談件数

相談件数は平成 16 年度以降減少し，平成 22 年度からはほぼ横ばいで推移していたが，平成 25 年度は 14,822 件で，前年に比べると 663 件増加(前年比 4.7%増)となった。

| 年度 | 21 年度 | 22 年度 | 23 年度 | 24 年度 | 25 年度 |
|---|---|---|---|---|---|
| 件数 | 13,453 | 14,444 | 14,573 | 14,159 | 14,822 |
| (うち土曜件数) | (645) | (613) | (576) | (578) | (554) |



### ② 相談方法別件数

約9割が電話による相談である。インターネット相談（平成 22 年 10 月開始）は前年度に比べると 69 件増（対前年度 25.1%増）となった。

| 相談方法 | 電話 | 来訪 | 文書 | インターネット相談 | 合計 |
|---|---|---|---|---|---|
| 相談件数（%） | 13,328 (89.9) | 1,115 (7.5) | 35 (0.3) | 344 (2.3) | 14,822 (100.0) |

### ③ 契約当事者の男女別件数

| 性　別 | 女 | 男 | 団体 | 不明 | 合計 |
|---|---|---|---|---|---|
| 相談件数（%） | 8,249 (55.7) | 5,861 (39.5) | 460 (3.1) | 252 (1.7) | 14,822 (100.0) |

### ④ 契約当事者の年代別相談件数

件数，割合ともに 70 歳以上の相談の増加が目立っている。

| | 25 年度 | | 24 年度 | | 23 年度 | | 22 年度 | | 21 年度 | | (参考) 25 年度 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 件数 | % | 人口※（万人） | 件数/人口（%） |
| 20 歳未満 | 414 | 2.8 | 425 | 3.0 | 413 | 2.9 | 420 | 2.9 | 384 | 2.9 | 27 | 0.15 |
| 20 歳代 | 1,602 | 10.8 | 1,588 | 11.2 | 1,679 | 11.5 | 1,736 | 12.0 | 1,892 | 14.0 | 20 | 0.82 |
| 30 歳代 | 2,445 | 16.5 | 2,555 | 18.0 | 2,585 | 17.7 | 2,528 | 17.5 | 2,624 | 19.5 | 24 | 1.03 |
| 40 歳代 | 2,286 | 15.4 | 2,389 | 16.9 | 2,469 | 16.9 | 2,420 | 16.8 | 2,220 | 16.5 | 22 | 1.04 |
| 50 歳代 | 2,064 | 13.9 | 1,965 | 13.9 | 2,150 | 14.8 | 2,301 | 15.9 | 2,051 | 15.2 | 17 | 1.20 |
| 60 歳代 | 2,178 | 14.7 | 2,065 | 14.6 | 2,166 | 14.9 | 2,177 | 15.1 | 1,813 | 13.5 | 18 | 1.20 |
| 70 歳以上 | 2,888 | 19.5 | 2,341 | 16.5 | 2,468 | 16.9 | 2,425 | 16.8 | 2,014 | 15.0 | 20 | 1.48 |
| 不　明 | 945 | 6.4 | 831 | 5.9 | 643 | 4.4 | 437 | 3.0 | 455 | 3.4 | － | － |
| 合　計 | 14,822 | 100 | 14,159 | 100 | 14,573 | 100 | 14,444 | 100 | 13,453 | 100 | 148 | 1.01 |

※人口は福岡市の平成 25 年9月末登録人口（住民基本台帳，外国人登録）による。

### ⑤ 相談処理状況

| | | 25年度 | 24年度 | 23年度 | 22年度 | 21年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 件数（%） | 件数（%） | 件数（%） | 件数（%） | 件数（%） |
| 処理結果 | 他機関紹介 | 703 （ 4.7） | 645 （ 4.6） | 640 （ 4.4） | 521 （ 3.6） | 745 （ 5.5） |
| | 助言（自主交渉） | 10,999 （ 74.2） | 10,997 （ 77.7） | 11,466 （ 78.7） | 11,720 （ 81.1） | 10,696 （ 79.5） |
| | その他の情報提供 | 1,248 （ 8.4） | 740 （ 5.2） | 694 （ 4.7） | 533 （ 3.7） | 476 （ 3.6） |
| | 斡旋解決 | 1,062 （ 7.2） | 1,106 （ 7.8） | 1,170 （ 8.0） | 1,128 （ 7.8） | 915 （ 6.8） |
| | 斡旋不調 | 145 （ 0.9） | 135 （ 0.9） | 130 （ 0.9） | 153 （ 1.1） | 137 （ 1.0） |
| | 処理不能※1 | 73 （ 0.5） | 155 （ 1.1） | 187 （ 1.3） | 143 （ 1.0） | 172 （ 1.3） |
| | 処理不要※2 | 587 （ 4.0） | 381 （ 2.7） | 286 （ 2.0） | 246 （ 1.7） | 312 （ 2.3） |
| | 相談継続中※3 | 5 （ 0.1） | 0 （ 0.0） | 0 （ 0.0） | 0 （ 0.0） | 0 （ 0.0） |
| | 合計 | 14,822 （ 100） | 14,159 （ 100） | 14,573 （ 100） | 14,444 （ 100） | 13,453 （ 100） |

※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。

※2 「相談者が単にセンターに情報を提供しただけであり，処理を望んでいない場合」や「センターが，処理が不要であると判断した場合」等。

※3 相談が継続中で処理が終了していないもの。

### ⑥ 特別相談件数

| 区分 | | 25年度 | 24年度 | 23年度 | 22年度 | 21年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 法律相談 | 回数 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 |
| | 件数 | 91 | 66 | 116 | 121 | 130 |
| 多重債務法律相談 | 回数 | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 |
| | 件数 | 37 | 41 | 61 | 88 | 79 |
| クリーニング | 回数 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| | 件数 | 15 | 23 | 11 | 21 | 26 |

### ⑦ 不当請求の状況

インターネットや葉書などによる不当請求の件数は，平成16年度をピークに減少していたが，平成22年度から件数割合ともに増加に転じ，依然として後を絶たない。

（ピーク時）

| | 25年度 | 24年度 | 23年度 | 22年度 | 21年度 | | 16年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 相談件数 | 2,223 | 1,972 | 1,965 | 1,938 | 1,659 | | 14,332 |
| 割合(%) ※1 | 15.0 | 13.9 | 13.5 | 13.4 | 12.3 | | 51.9 |
| うちデジタルコンテンツ※2 | 1,458 | 1,537 | 1,655 | 1,455 | 1,272 | | |

※1 各年度の全相談件数に占める不当請求の割合。

※2 P19の※1「デジタルコンテンツ」参照

### ⑧ 商品分類別相談件数ランキング

上位ランキングは前年度と比べ大きな変化はないが，件数で見ると健康食品が大幅に増加しており，フリーローン・サラ金が大幅に減少している。 （件数）

| 順位 | 商品分類 | 25年度 | 24年度 | 23年度 | 22年度 | 21年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1<br>（主な内訳） | デジタルコンテンツ ※1<br>（アダルト情報サイト）<br>（出会い系サイト） | 1,826<br>(951)<br>(186) | ① 1,996<br>(870)<br>(246) | ① 2,015<br>(1,176)<br>(315) | ① 1,792<br>(1,058)<br>(320) | ① 1,554<br>(677)<br>(353) |
| 2 | 不動産貸借 | 1,189 | ② 1,147 | ② 1,271 | ② 1,344 | ② 1,469 |
| 3 | 商品一般 ※2 | 553 | ④ 388 | ④ 400 | ④ 572 | ④ 404 |
| 4 | フリーローン・サラ金 | 469 | ③ 700 | ③ 911 | ③ 1,333 | ③ 1,100 |
| 5 | エステティックサービス | 370 | ⑤ 337 | ⑥ 269 | ⑦ 247 | ⑩ 192 |
| 6 | 健康食品 | 366 | ⑫ 158 | － 92 | ⑳ 100 | － 90 |
| 7 | 工事・建築 | 324 | ⑥ 329 | ⑤ 320 | ⑤ 270 | ⑥ 241 |
| 8 | インターネット接続回線 ※3 | 318 | ⑦ 262 | ⑥ 269 | ⑩ 200 | ⑫ 163 |
| 9 | 携帯電話サービス | 260 | ⑧ 260 | ⑩ 207 | ⑪ 179 | ⑦ 220 |
| 10 | 四輪自動車 | 240 | ⑩ 225 | ⑨ 224 | ⑧ 225 | ⑤ 246 |

○の数字は各年度における順位（「－」は20位以下）

※1 「デジタルコンテンツ」…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，投資情報サイト等に関する相談。

※2 「商品一般」…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のない相談。

※3 「インターネット接続回線」…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。

**【商品分類別の相談の概要】**

**1位 デジタルコンテンツ**

携帯電話やパソコンで，無料のアダルト情報サイトに入り，画面上の年齢確認のアイコンをクリックしただけで有料契約が成立したかのように思わせて料金を請求するワンクリック請求が半数を占めた。また，利用した覚えのない有料サイトの料金を請求する架空請求に関する相談も多数寄せられた。

**2位 不動産貸借**

賃貸アパートに係る相談が大部分を占めており，修理費の請求や敷金の返還，敷き引き特約等，退去時のトラブルに関する相談が多い。

**3位 商品一般**

商品が特定できない相談。心あたりのない未払代金について債務不履行で提訴されるとして連絡を迫る等の不当請求への対応を尋ねる相談が相変わらず多い。また，通信販売で商品を注文し，代金を振り込んだのに届かないといった相談も多数寄せられた。

**4位 フリーローン・サラ金**

ヤミ金，サラ金，多重債務の相談が約半数を占める。平成22年6月の改正貸金業法の完全施行以降，相談件数は大幅に減少。

**5位　エステティックサービス**

街頭で声をかけられ，無料お試しエステの後，長時間勧誘により高額なコースや関連商品の契約について，クーリング・オフや中途解約を希望する相談が相変わらず多い。また，エステコース終了後（または併用で）美容クリニックに行くよう紹介され追加で契約させられたという相談が増加している。

**6位　健康食品**

申し込んでいない健康食品を強引に送りつけられるという相談が 24 年度から急増。25 年度も前年比約 2.3 倍増と増え続けている。

**7位　工事・建築**

新築やリフォーム工事契約後，工事内容（施工不良など），価格，事業者の説明に納得がいかないとの相談が寄せられている。また，無料点検などと言って高齢者宅を訪問し，必要のない工事を強引に勧められたという相談も多数寄せられた。

**8位　インターネット接続回線**

光通信プロバイダなど，大手通信業者やその代理店の強引な電話勧誘や訪問販売，複雑な料金プラン等の説明不足や虚偽説明によるトラブルが多数見られた。また解約や解約料に関する相談が約4割を占めた。

**9位　携帯電話サービス**

携帯電話（スマートフォンを含む）のサービス内容が複雑であることから，料金・修理代，機種代，解約時の違約金，及び機能について事業者の説明不足に起因する相談が多い。

**10 位　四輪自動車**

相談件数もほぼ変わらず，相談内容も大半は中古車に関するものであり，購入後の故障や不具合とその修理費，解約についての苦情・相談が多い。

**【参考】平成 25 年度に増加件数・減少件数が多かった商品・役務**

| 増加件数の多い商品・役務 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 順位 | 商品・役務名 | 25年度 | 24年度 | 増減 | 対前年度比 |
| 1 | 健康食品 | 366 | 158 | 208 | 231.6% |
| 2 | 商品一般 | 553 | 388 | 165 | 142.5% |
| 3 | 食料品一般 | 78 | 18 | 60 | 433.3% |
| 4 | インターネット接続回線 | 318 | 262 | 56 | 121.4% |
| 4 | 運動ぐつ | 78 | 22 | 56 | 354.5% |

| 減少件数の多い商品・役務 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 順位 | 商品・役務名 | 25年度 | 24年度 | 増減 | 対前年度比 |
| 1 | フリーローン・サラ金 | 469 | 700 | △ 231 | 67.0% |
| 2 | デジタルコンテンツ | 1,826 | 1,996 | △ 170 | 91.5% |
| 3 | 公社債 | 38 | 123 | △ 85 | 30.9% |
| 4 | 宝くじ | 56 | 98 | △ 42 | 57.1% |
| 5 | 歯科治療 | 55 | 94 | △ 39 | 58.5% |

## ⑨ 契約当事者の年代別・商品分類別相談件数ランキング

| 年齢 | 20歳未満 | | 20歳代 | | 30歳代 | | 40歳代 | | 50歳代 | | 60歳代 | | 70歳以上 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 順位 | 商品分類 | | 商品分類 | | 商品分類 | | 商品分類 | | 商品分類 | | 商品分類 | | 商品分類 | |
| | 25年度 | 24年度 | 25年度 | 24年度 | 25年度 | 24年度 | 25年度 | 24年度 | 25年度 | 24年度 | 25年度 | 24年度 | 25年度 | 24年度 |
| 1 | デジタルコンテンツ | | デジタルコンテンツ | | デジタルコンテンツ | | デジタルコンテンツ | | デジタルコンテンツ | | デジタルコンテンツ | | 健康食品※1 | |
| | 227 | 243 ① | 253 | 265 ① | 359 | 465 ① | 383 | 437 ① | 264 | 283 ① | 233 | 198 ① | 253 | 92 ③ |
| 2 | 新聞 | | エステティックサービス | | 不動産貸借 | | 不動産貸借 | | 不動産貸借 | | 不動産貸借 | | 商品一般 | |
| | 13 | 4 ⑫ | 204 | 219 ② | 342 | 352 ② | 203 | 225 ② | 160 | 135 ② | 108 | 99 ③ | 191 | 84 ④ |
| 3 | テレビ放送サービス | | 不動産貸借 | | エステティックサービス | | フリーローン・サラ金 | | フリーローン・サラ金 | | 商品一般 | | 他の健康食品※2 | |
| | 12 | 15 ② | 181 | 199 ③ | 93 | 57 ⑤ | 92 | 152 ③ | 87 | 113 ③ | 101 | 67 ⑤ | 102 | 78 ⑥ |
| 4 | 携帯電話サービス | | 医療サービス | | フリーローン・サラ金 | | 四輪自動車 | | 商品一般 | | フリーローン・サラ金 | | 工事・建築 | |
| | 10 | 7 ⑤ | 64 | 30 ⑧ | 88 | 157 ③ | 58 | 46 ⑥ | 68 | 54 ④ | 74 | 103 ② | 100 | 94 ② |
| 5 | インターネット接続回線 | | フリーローン・サラ金 | | 携帯電話サービス | | 商品一般 | | 工事・建築 | | 工事・建築 | | ファンド型投資商品 | |
| | 9 | 7 ⑤ | 50 | 82 ④ | 59 | 62 ④ | 56 | 52 ⑤ | 52 | 49 ⑤ | 69 | 74 ④ | 93 | 79 ⑤ |
| 6 | 不動産貸借 | | インターネット接続回線 | | インターネット接続回線 | | インターネット接続回線 | | インターネット接続回線 | | インターネット接続回線 | | 新聞 | |
| | 9 | 9 ③ | 48 | 35 ⑥ | 52 | 51 ⑧ | 53 | 38 ⑧ | 49 | 47 ⑥ | 53 | 35 ⑨ | 83 | 99 ① |
| 7 | 財布類 | | 四輪自動車 | | 四輪自動車 | | 携帯電話サービス | | 携帯電話サービス | | ファンド型投資商品 | | デジタルコンテンツ | |
| | 8 | 8 ④ | 34 | 38 ⑤ | 49 | 54 ⑥ | 53 | 59 ④ | 44 | 39 ⑧ | 53 | 38 ⑦ | 77 | 73 ⑦ |
| 8 | レンタルサービス | | 携帯電話サービス | | 商品一般 | | 工事・建築 | | 四輪自動車 | | 修理サービス | | 不動産貸借 | |
| | 5 | 2 － | 33 | 34 ⑦ | 49 | 54 ⑦ | 41 | 45 ⑦ | 44 | 45 ⑦ | 45 | 30 ⑭ | 75 | 55 ⑩ |
| 9 | 自動二輪車 | | 商品一般 | | 婦人用バッグ | | エステティックサービス | | 新聞 | | 健康食品 | | 修理サービス | |
| | 5 | 2 － | 31 | 26 ⑨ | 33 | 8 － | 34 | 30 ⑪ | 30 | 22 ⑫ | 32 | 28 ⑰ | 57 | 43 ⑭ |
| 10 | 携帯電話 | | 運動ぐつ | | 運動ぐつ | | クリーニング | | クリーニング | | 新聞 | | フリーローン・サラ金 | |
| | 4 | 7 ⑤ | 23 | 7 － | 32 | 5 － | 28 | 25 ⑬ | 26 | 37 ⑨ | 31 | 44 ⑥ | 54 | 61 ⑨ |
| 10 | | | | | | | | | 修理サービス | | | | | |
| | | | | | | | | | 26 | 32 ⑩ | | | | |

○の数字は前年度の順位 （「－」は 20 位以下）

※1 「健康食品」：商品を特定できない，または特定できるが複数の区分にまたがる健康食品。
※2 「他の健康食品」：商品は特定できるが，どの区分にも該当しないもの。

## ⑩ 販売購入形態別の件数

### ア 販売購入形態別件数

通信販売（特にインターネットを介した電子商取引）及びネガティブオプションは件数，割合ともに増加している。訪問販売は減少傾向にあるものの，キャッチセールスは増加している。

| | | 25年度 | | | | 24年度 | 23年度 | 22年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 件数 | 商品分類別順位 | | | 件数 | 件数 | 件数 |
| | | (構成比) | 1位 | 2位 | 3位 | (構成比) | (構成比) | (構成比) |
| 店舗購入 | | 5,558 | 不動産貸借 | エステティックサービス | フリーローン・サラ金 | 5,589 | 5,839 | 6,259 |
| | | (37.5%) | 1,120 | 268 | 250 | (39.5%) | (40.1%) | (43.3%) |
| 訪問販売 | 家庭訪問販売※ | 1,016 | 新聞 | インターネット接続回線 | テレビ放送サービス | 1,046 | 1,116 | 1,128 |
| | | (6.9%) | 191 | 100 | 83 | (7.4%) | (7.7%) | (7.8%) |
| | キャッチセールス※ | 88 | エステティックサービス | 医療サービス | パソコン・ワープロ教室 外 | 69 | 55 | 31 |
| | | (0.6%) | 77 | 2 | 各1 | (0.5%) | (0.4%) | (0.2%) |
| | アポイントメントセールス※ | 22 | エステティックサービス | 複合サービス会員 | ネックレス 外 | 20 | 34 | 28 |
| | | (0.1%) | 3 | 3 | 各2 | (0.1%) | (0.2%) | (0.2%) |
| | SF商法※ | 10 | 健康食品 | 他の健康食品 | ふとん類 外 | 15 | 15 | 18 |
| | | (0.1%) | 3 | 2 | 各1 | (0.1%) | (0.1%) | (0.1%) |
| | その他 | 186 | リースサービス | 広告代理サービス | 鍋・釜類 | 199 | 219 | 180 |
| | | (1.3%) | 13 | 10 | 10 | (1.4%) | (1.5%) | (1.3%) |
| | 小計 | 1,321 | | | | 1,348 | 1,437 | 1,383 |
| | | (8.9%) | | | | (9.5%) | (9.9%) | (9.6%) |
| 通信販売 | 電子商取引（インターネット） | 3,096 | デジタルコンテンツ | 運動ぐつ | 財布類，婦人用バッグ | 2,821 | 2,689 | 2,287 |
| | | (20.9%) | 1,777 | 72 | 各65 | (19.9%) | (18.4%) | (15.8%) |
| | その他 | 817 | 商品一般 | 食料品一般 | フリーローン・サラ金 | 801 | 913 | 811 |
| | | (5.5%) | 45 | 45 | 42 | (5.7%) | (6.3%) | (5.6%) |
| | 小計 | 3,913 | | | | 3,622 | 3,602 | 3,098 |
| | | (26.4%) | | | | (25.6%) | (24.7%) | (21.4%) |
| マルチ商法 | | 150 | 健康食品 | 商品一般 | 化粧品セット | 165 | 211 | 199 |
| | | (1.0%) | 31 | 12 | 10 | (1.2%) | (1.4%) | (1.4%) |
| 電話勧誘販売 | | 1,159 | 健康食品 | ファンド型投資商品 | 商品一般 | 955 | 1,040 | 778 |
| | | (7.8%) | 223 | 111 | 103 | (6.7%) | (7.1%) | (5.4%) |
| ネガティブオプション | | 77 | 健康食品 | 商品一般 | 他の健康食品 | 40 | 23 | 45 |
| | | (0.5%) | 24 | 10 | 10 | (0.3%) | (0.2%) | (0.3%) |
| 訪問購入（平成25年2月21日より区分新設） | | 106 | 商品一般 | 着物類 | 四輪自動車，被服品一般 | 20 | — | — |
| | | (0.7%) | 21 | 13 | 各12 | (0.1%) | | |
| その他無店舗 | | 83 | ファンド型投資商品 | フリーローン・サラ金 | 家庭用電気治療器具 | 150 | 183 | 186 |
| | | (0.6%) | 11 | 10 | 5 | (1.1%) | (1.3%) | (1.3%) |
| 不明・無関係 | | 2,455 | 商品一般 | フリーローン・サラ金 | 工事・建築 | 2,270 | 2,238 | 2,496 |
| | | (16.6%) | 166 | 137 | 86 | (16.0%) | (15.4%) | (17.3%) |
| 合計 | | 14,822 | | | | 14,159 | 14,573 | 14,444 |
| | | (100.0%) | | | | (100.0%) | (100.0%) | (100.0%) |

※訪問販売の内訳は重複があるため，内訳の計と小計とは一致しない場合がある。

### イ 販売購入形態別・契約当事者の年代別件数内訳

キャッチセールス，アポイントメントセールスの相談は 20 歳代に多い。また，家庭訪問販売，SF商法，電話勧誘販売，ネガティブオプション，訪問購入に関する相談は 70 歳代以上で多く，そのうち電話勧誘販売(前年度比 1.5 倍)とネガティブオプション(前年度比 3.6 倍)については健康食品の送りつけトラブルの相談割合が大きい。

| | | 20 歳未満 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70 歳以上 | 不明 | 合計 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 店舗購入 | | 70<br>(16.9%) | 701<br>(43.8%) | 1,109<br>(45.4%) | 964<br>(42.2%) | 892<br>(43.2%) | 821<br>(37.7%) | 694<br>(24.0%) | 307<br>(32.5%) | 5,558<br>(37.5%) |
| 訪問販売 | 家庭訪問販売 | 41 | 85 | 86 | 103 | 108 | 168 | 397 | 28 | 1,016 |
| | キャッチセールス | 1 | 79 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 88 |
| | アポイントメントセールス | 0 | 11 | 6 | 2 | 0 | 2 | 1 | 0 | 22 |
| | SF商法 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 8 | 1 | 10 |
| | その他 | 0 | 12 | 19 | 13 | 18 | 23 | 36 | 65 | 186 |
| | 小計 | 42<br>(10.1%) | 187<br>(11.7%) | 113<br>(4.6%) | 119<br>(5.2%) | 127<br>(6.2%) | 195<br>(9.0%) | 444<br>(15.4%) | 94<br>(9.9%) | 1,321<br>(8.9%) |
| 通信販売 | 電子商取引(インターネット) | 270 | 440 | 769 | 665 | 426 | 327 | 106 | 93 | 3,096 |
| | その他(郵便・電話・FAX 等) | 9 | 41 | 90 | 108 | 133 | 170 | 238 | 28 | 817 |
| | 小計 | 279<br>(67.4%) | 481<br>(30.0%) | 859<br>(35.1%) | 773<br>(33.8%) | 559<br>(27.1%) | 497<br>(22.8%) | 344<br>(11.9%) | 121<br>(12.8%) | 3,913<br>(26.4%) |
| マルチ商法 | | 0<br>(0.0%) | 44<br>(2.7%) | 19<br>(0.8%) | 15<br>(0.7%) | 19<br>(0.9%) | 26<br>(1.2%) | 22<br>(0.8%) | 5<br>(0.5%) | 150<br>(1.0%) |
| 電話勧誘販売 | | 3<br>(0.7%) | 27<br>(1.7%) | 54<br>(2.2%) | 111<br>(4.9%) | 94<br>(4.6%) | 188<br>(8.6%) | 636<br>(22.0%) | 46<br>(4.9%) | 1,159<br>(7.8%) |
| ネガティブオプション | | 0<br>(0.0%) | 1<br>(0.1%) | 1<br>(0.0%) | 3<br>(0.1%) | 4<br>(0.2%) | 7<br>(0.3%) | 43<br>(1.5%) | 18<br>(1.9%) | 77<br>(0.5%) |
| 訪問購入<br>(平成 25 年 2 月 21 日より区分新設) | | 0<br>(0.0%) | 3<br>(0.2%) | 5<br>(0.2%) | 13<br>(0.6%) | 17<br>(0.8%) | 23<br>(1.1%) | 43<br>(1.5%) | 2<br>(0.2%) | 106<br>(0.7%) |
| その他無店舗 | | 2<br>(0.5%) | 10<br>(0.6%) | 9<br>(0.4%) | 9<br>(0.4%) | 14<br>(0.7%) | 14<br>(0.6%) | 20<br>(0.7%) | 5<br>(0.5%) | 83<br>(0.6%) |
| 不明・無関係 | | 18<br>(4.3%) | 148<br>(9.2%) | 276<br>(11.3%) | 279<br>(12.2%) | 338<br>(16.4%) | 407<br>(18.7%) | 642<br>(22.2%) | 347<br>(36.7%) | 2,455<br>(16.6%) |
| 合計 | | 414<br>(100.0%) | 1,602<br>(100.0%) | 2,445<br>(100.0%) | 2,286<br>(100.0%) | 2,064<br>(100.0%) | 2,178<br>(100.0%) | 2,888<br>(100.0%) | 945<br>(100.0%) | 14,822<br>(100.0%) |

※割合(%)については各項目で四捨五入しているため，合計などが一致しない場合がある。
※販売購入形態の内訳は重複があるため，内訳の計と小計とは一致しない場合がある。

〈アポイントメントセールス〉

「抽選に当たったので景品を取りに来て」などと販売目的を明らかにしないで，または著しく有利な条件で取引できると言って，電話や郵便で喫茶店や事務所へ呼び出し，契約しないと帰れない状態にするなどして商品やサービスを契約させる商法。

〈SF商法〉

路上等で「景品をプレゼントします」などと言って人を集め，閉め切った会場で日用品などを次々と無料で配り，雰囲気を盛り上げ興奮状態にして，最終的に高額な商品を売りつける商法。

〈ネガティブオプション〉

注文をしていないにもかかわらず，商品を一方的に送りつけ，受け取った消費者に購入しなければならないものと勘違いをさせて代金を支払わせることをねらった商法。代金引換郵便を悪用したものがある。福祉目的をうたい，寄付と勘違いさせて商品を買わせるケースもある。

高齢者（70 歳以上）トラブルの解説

# ～不当な請求！健康食品の強引な送りつけ！さまざまな手口で狙われる高齢者～

70 歳以上の相談は 2,888 件で，全相談の 19.5%を占めた。前年度に比べると 547 件，構成比率は 3.0 ポイント増加した。なかでも，「不当請求」の相談は，前年度の 2.5 倍となる 313 件となっており，構成比率も 7.8 ポイント増加している。心当たりのない未払代金について債権不履行で提訴するというはがきが届いたという相談や，携帯電話やパソコンに「サイト料が未納。法的手続きに入る。和解希望なら連絡するように」という身に覚えのないメールが届いたという相談が引き続き，多く寄せられている。

また，25 年度は，健康食品の送りつけトラブルに関する相談が急増したが，全世代における相談件数のうち 70 歳以上の高齢者が約9割を占めており，前年度の約 2.8 倍となる 294 件となっている。

・・・・・・・・・・・・・・・・高齢者を狙う手口・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

## 利用した覚えのない「架空請求」～はがきやメールが来てもあわてずに無視を～

「紛争問題確認書」「内容確認勧告通知」等心当たりがない架空の請求をうけているが，どうしたらよいかという相談が多く寄せられている。過去の料金未払いや契約違反があるとして，「裁判所に訴状が提出された」など不安をあおる文言が書かれ，請求人は中立的な公的機関を思わせる名称になっている。特に近年は，はがきのほか，電子メールによる架空請求が増えている。

**【対応策】**

○利用した覚えのない請求は，決して相手に連絡せず，無視してください。連絡すると，新たに，電話番号などの個人的な情報を知られてしまうことになり，次に電話などの別の手段で請求してくることが予想されます。記載されている脅し文句にひるまないようにしましょう。

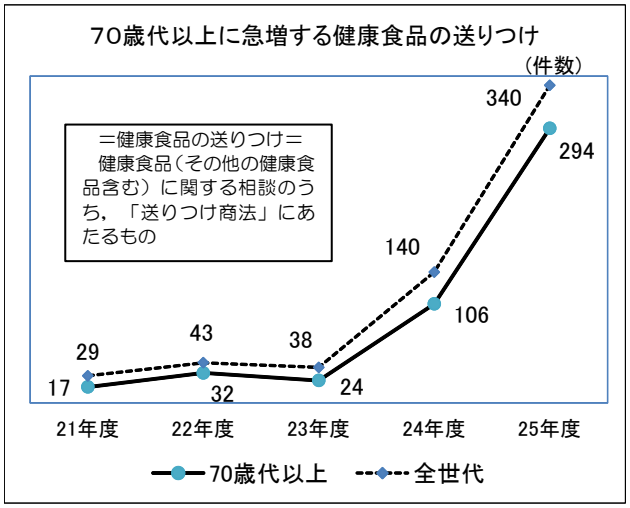
## 健康食品等の送りつけ ～申し込んだ覚えがなければきっぱりと断りましょう～

「以前電話で注文された健康食品を代金引き換えで送りますので配達希望日を指定してください。」などと突然電話があり，頼んだ覚えがないと断ったのに健康食品や魚介類を強引に送りつけられるという相談が 25 年度も多数寄せられた。特に判断力や記憶力が低下しがちな高齢者を狙って勧誘する傾向がある。

**【対応策】**

○申し込んだ覚えがない時はきっぱり断りましょう。

○断ったにもかかわらず一方的に送りつけられた場合は，商品の受け取りを拒否しましょう。




「送りつけ商法」：消費者が注文していないにもかかわらず，商品を一方的に送りつけ，代金を請求する手口

**！ここに注意！**

○勧誘の電話に出てしまったら，はっきりと断りの意思を伝え手短に話を終わらせましょう。

○電話口で承諾してしまった場合や契約してしまった場合でも，クーリング・オフ（無条件解約）ができる場合があります。

○心当たりのない請求を受けたり，知らない業者から勧誘されたりして，不安を感じた場合は，消費生活センターに相談しましょう。（092-781-0999）

## ⑪ 多重債務相談

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として，平成 19 年度金融庁が作成した「多重債務問題改善プログラム」に基づき，相談者から丁寧に事情を聞き取り，適切な専門機関への誘導を行っている。また，多重債務法律相談も月2回実施している。

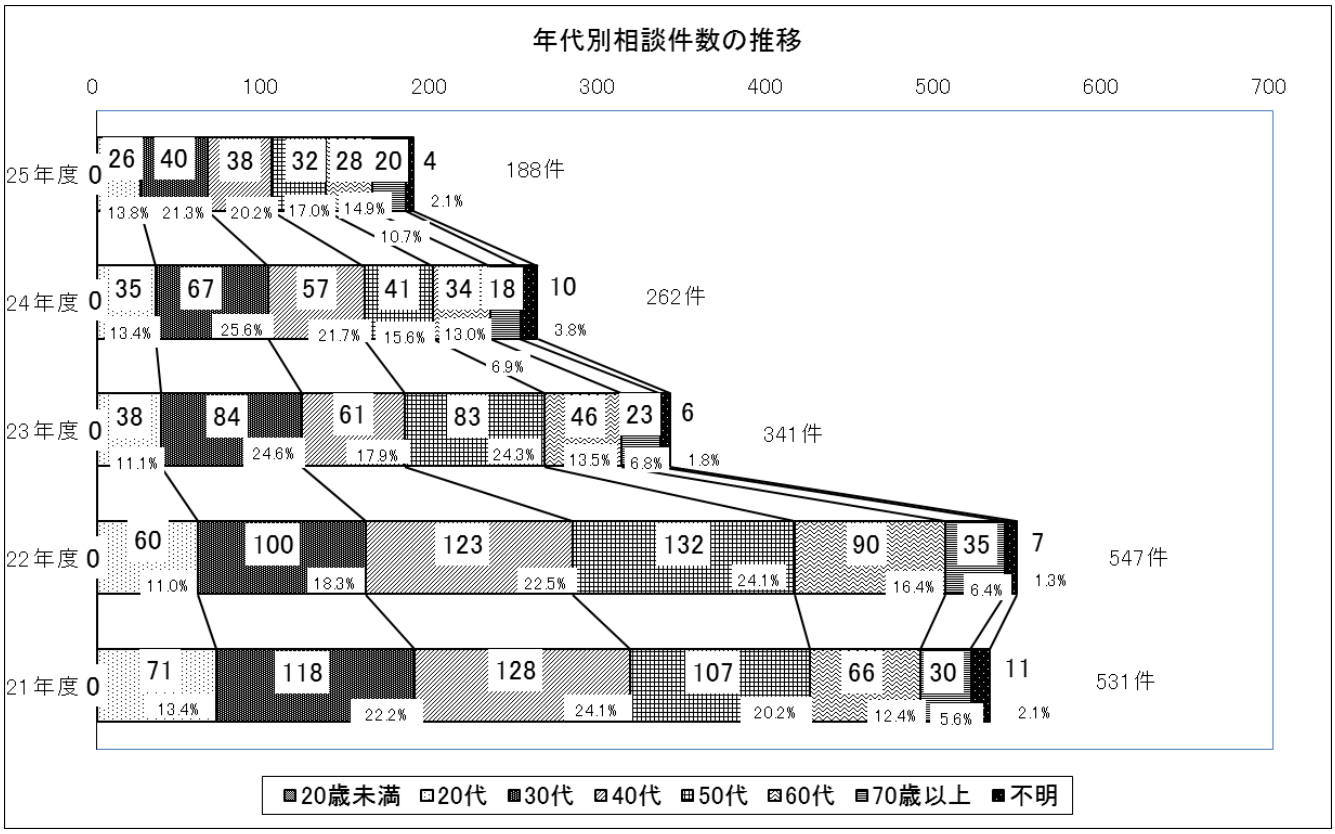
平成 22 年6月の改正貸金業法の完全施行などにより，相談件数は大幅に減少しており，全体の相談件数は平成 22 年度の約3分の1となった。

### ア 相談件数

| 平成 25 年度 | 平成 24 年度 | 平成 23 年度 | 平成 22 年度 | 平成 21 年度 |
|---|---|---|---|---|
| 188 | 262 | 341 | 547 | 531 |

### イ 当事者年代別相談件数

| 20 歳未満<br>(構成比) | 20 歳代<br>(構成比) | 30 歳代<br>(構成比) | 40 歳代<br>(構成比) | 50 歳代<br>(構成比) | 60 歳代<br>(構成比) | 70 歳以上<br>(構成比) | 不 明<br>(構成比) | 総件数<br>(構成比) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0<br>(0.0%) | 26<br>(13.8%) | 40<br>(21.3%) | 38<br>(20.2%) | 32<br>(17.0%) | 28<br>(14.9%) | 20<br>(10.7%) | 4<br>(2.1%) | 188<br>(100.0%) |



### ウ　多重債務問題連絡会議

本市の各窓口において多重債務者を発見したら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（16 課）をメンバーに開催した。

○設置　平成 19 年8月

○構成　市　　長　　室：広聴課
　　財　　政　　局：納税企画課
　　市　　民　　局：事業推進課，消費生活センター
　　こども未来局：こども家庭課，保育課
　　保健福祉局：保護課，国民健康保険課，高齢社会政策課，地域保健課，介護サービス課，障がい者在宅支援課
　　住宅都市局：住宅管理課
　　道路下水道局：下水道料金課
　　水　　道　　局：営業課
　　教育委員会：学事課　　（※組織名称は平成 25 年度開催時）

○25 年度開催状況

| 開催日 | 内　　容 |
|---|---|
| H25. 5. 30 | ○多重債務相談状況について<br>○多重債務相談に関する対応等について<br>○各所属の取り組みについて |

## ⑫ 危害・危険に関する相談

### ア 危害に関する相談

「危害」とは，商品・役務・設備に関連して，身体にけが，病気等の疾病（危害）を受けたという相談である。25 年度の「危害」に関する相談は 270 件あり，前年度よりも 43 件（19.0%）増加している。美白化粧品による白斑被害の発生や，冷凍食品への農薬混入事件の影響で，基礎化粧品，冷凍調理食品の相談が増えた。

危害に関する相談件数商品分類別ランキング

| 順位 | 25 年度 | 商品・役務名 | 主な内容等 | 24 年度 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 24 | 基礎化粧品 | 皮膚障害，その他の傷病及び諸症状 | 11 | ⑤ |
| 2 | 23 | 医療サービス | その他の傷病及び諸症状，皮膚障害，刺傷・切傷 | 18 | ③ |
| 3 | 18 | エステティックサービス | 皮膚障害，擦過傷・挫傷・打撲傷，熱傷 | 25 | ① |
| 4 | 12 | 外食 | その他の傷病及び諸症状，刺傷・切傷，中毒 | 12 | ④ |
| 5 | 9 | 他の化粧品 | 皮膚障害，感覚機能の低下 | 19 | ② |
| 5 | 9 | 冷凍調理食品 | 消化器障害 | 0 | － |
| 7 | 7 | 他の美容サービス | その他の傷病及び諸症状，皮膚障害 | 2 | ㉑ |
| 8 | 6 | 商品一般 | 擦過傷・挫傷・打撲傷，刺傷・切傷，皮膚障害 | 3 | ⑬ |
| | 162 | その他 | | 137 | |
| 合計 | 270 | | | 227 | |

○の数字は前年度の順位

### イ 危険に関する相談

「危険」とは危害を受けたわけではないが，そのおそれがある相談である。25 年度の「危険」に関する相談件数は 64 件あり，前年度よりも 21 件（48.8%）増加している。「危害」と同じく農薬混入事件の影響で冷凍調理食品の相談が増えた。

危険に関する相談件数商品分類別ランキング

| 順位 | 25 年度 | 商品・役務名 | 主な内容等 | 24 年度 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 18 | 冷凍調理食品 | 異物の混入 | 0 | － |
| 2 | 5 | 四輪自動車 | 機能故障，発煙・火花 | 6 | ① |
| 2 | 5 | 電気暖房機器 | 発煙・火花，発火・引火 | 4 | ② |
| 4 | 4 | 電気空調・冷房機器 | 発火・引火，発煙・火花 | 2 | ③ |
| 4 | 4 | 電気洗濯乾燥機 | 発煙・火花 | 0 | － |
| 6 | 3 | 電子レンジ類 | 発煙・火花，破裂 | 1 | ⑨ |
| 7 | 2 | 携帯電話 | 発火・引火，過熱・こげる | 2 | ③ |
| 7 | 2 | 室内照明器具 | 発煙・火花 | 0 | － |
| | 21 | その他 | | 28 | |
| 合計 | 64 | | | 43 | |

○の数字は前年度の順位

## 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，福岡市消費生活条例に基づいて事業者の指導を行っている。事業者面接を定例的に実施するとともに，事業者の取引行為が条例に定める「不当な取引行為」の禁止項目に当たると認められるときは条例に基づく是正指導・勧告を行い，消費者被害の発生や拡大防止に努めている。

### (1)事業者面接

毎月定例的(原則第2・4木曜日)に行った。面接では，当該事業者に関する相談概要を説明し，条例に違反すると思われる行為については，その都度口頭で取引行為の是正を促した。

| 年　　度 | 25 | 24 | 23 | 22 | 21 | 20 | 19 | 18 | 17 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 面接件数 | 54 | 87 | 119 | 167 | 218 | 221 | 209 | 226 | 153 |

### (2)事業者指導・勧告

福岡市消費生活条例第21条に規定する不当な取引行為を行う事業者に対し，口頭及び文書にて是正指導及び勧告を行っている。(口頭指導は平成 19 年度から実施)

| 年　　度 | 25年度 | 24年度 | 23年度 | 22年度 | 21年度 | 20年度 | 19年度 | 18年度 | 17年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 指導件数 | 15<br>文書 0<br>口頭15 | 10<br>文書 0<br>口頭10 | 22<br>文書5<br>口頭17 | 7<br>文書0<br>口頭7 | 8<br>文書1<br>口頭 7 | 9<br>文書1<br>口頭8 | 7<br>文書2<br>口頭5 | 3<br>文書3 | 4<br>文書 4 |
| 勧告(公表)件数 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1※ |
| 緊急公表件数 | ― | 1 | ― | ― | ― | ― | ― | ― | ― |

※ 17 年度の勧告(公表)は福岡県等の特定商取引法の執行に併せて合同実施したもの

**ア 口頭指導**　　計 15 件

短期間に相談が目立って増加してきた事業者や年間を通して相談が寄せられる事業者で，相談内容に不当な取引行為の疑いがある場合，調査通知書等により来所を促し，取引行為について聴き取りを行うとともに口頭で是正指導を行った。

| 分　野 | 主な不当な取引行為の内容違反条項(条例 21 条1項) |
|---|---|
| エステティックサービス<br>3社 | (取引の意図の隠匿)街で声をかけ「無料でエステを受けないか」などと言って店に出向かせ，勧誘し契約させている。<br>(威圧・困惑行為)無料体験後，脱毛コースを勧められたが，断りたかったので，親に相談してからにするので今日は一旦帰ると言ったが，「今日決めなきゃ。興味あるから来たんでしょう」と強く言われ，少し怖くなって断り切れず契約。<br>(消費者に適合しない説明，消費者に適合しない契約)契約当事者は 20 代前半までの女性がほとんどで，学生も多い。なかには併用すると効果があるなどと言い，さらに高額な契約となる美容クリニックを紹介しているものもある。 ほか |
| 美容医療<br>2社 | (重要情報の不提供，重要事項に関する誤信情報の提供，優良・有利誤信情報の提供)紹介だから安くしておくと言われ，分割にすれば月 2 万円程度で済むと勧誘された。高額な手数料がかかることは知らなかった。<br>(断定的判断の提供，心理的不安に乗じた勧誘)「絶対によくなる，一生効果が続く」と勧誘したり，「今やっておかないと大変なことになる」等不安をあおって契約させている。<br>(過剰与信による契約，消費者に適合しない契約)高額な契約にも関わらず，当事者は収入，知識，社会経験の少ない 20 代前半までの女性がほとんどで，学生も多い。100 万円近くの契約を結んでいるものも複数ある。 ほか |

| | |
|---|---|
| 電気通信事業者<br>2社 | （重要情報の不提供，重要事項に関する誤信情報の提供）映画配信サービスの無料お試しを勧められ，「パスワードを入れなければ，契約したことにはならない」と説明されたのに，その後料金が発生した。<br>（虚偽の義務付け）プロバイダの代理店が来訪し，「苦情が多く寄せられており，このアパートではプロバイダを変更しなくてはいけない」と言われた。翌日アパートの管理会社に確認すると事実ではなかった。<br>（消費者に適合しない契約）80 歳代で一人暮らしの父が，パソコンも持っていないのに光回線のプロバイダ，電話，テレビを契約していた。代理店の担当者は「本人がパソコンに興味があると言っていた」と悪びれる様子もない。ほか |
| 寝具販売等<br>2社 | （販売意図の隠匿，心理的不安に乗じた勧誘等）ダニの除去方法を伝えたいと来訪され，布団を見せると「ポリエステルには 70～100 万匹のダニがいる。羊毛布団に換えたらいなくなる，すぐ換えた方がよい」と言われて契約。<br>（優良・有利誤信情報の提供）定価は 200 万円超えるが，今ならキャンペーンで 160 万円と勧誘され，高すぎると言ったら，その半額の 80 万円にしてくれると言う。<br>（威圧・困惑行為，早朝・深夜の勧誘等）何度も断ったが，結局 3 時間くらい説得されて契約した。終わったのは夜の 11 時を過ぎていた。 ほか |
| 家屋被災調査<br>1社 | （販売意図の隠匿）アナログアンテナを無料で回収し，その代金を行政に寄付するという業者が来訪。回収の際，屋根が浮いていると言われ，工事の見積もりをすることになった。<br>（身元詐称）業者が訪問し，アナログアンテナを回収して被災地の復興に役立てていると言われた。市が推進しているという事業だという書類を持っていた。ほか |
| 不動産売買<br>1社 | （重要情報の不提供，断定的判断の提供）業者訪問してきて「今この土地を買っておくと将来 2 倍になる，転売すると儲かる」と言われ，現地に行き，山林を契約。クーリング・オフの説明はなかった。契約したのは市街化調整区域。<br>（消費者に適合しない契約）80 歳代の高齢者が訪問業者に連れて行かれ，数百万円の土地購入を即応諾したようだ。本人は認知症気味で記憶があいまい。ほか。 |
| 投資顧問契約<br>1社 | （販売意図の隠匿，断定的判断の提供）悩みを聞いてほしいと電話があり，業者が訪問。2時間ほど話をするうちにすっかり相手の話術にはまり，投資を勧められ，「100 万円出したら 3％の利子がつく」という話も信じてしまった。<br>（消費者に適合しない説明，重要事項に関する誤信情報の提供）投資のアドバイスをする会社だと言って業者が訪問。十数万円を払って会員になった。解約したら，すぐに全額返金すると言われたのに，半年後に解約を申し出ると，入会金なので半額しか返せないと言われた。話が違う。ほか |
| シロアリ駆除，<br>床下換気扇工事<br>1社 | （重要情報の不提供，販売意図の隠匿）高齢者宅に家族の留守中，無料で床下を点検すると言って訪問してきて，シロアリ駆除と床下換気扇を契約。契約書もない。<br>（消費者に適合しない契約）介護サービスを受けている認知症の高齢者が，訪問販売で，床下換気扇と調湿剤で約 100 万円の契約をしていた。ほか |
| 食料品販売及び宅配<br>1社 | （債務履行における不誠実対応）食材の宅配サービスを注文したが，配達予定を 1 週間すぎても配達されない。業者に連絡しても電話がつながらない。退会したいがその連絡方法も不明。 ほか |
| 健康食品販売<br>1社 | （重要情報の不提供）バス停や街頭で声をかけられ，青汁購入の契約をしたが，クーリング・オフの説明を受けておらず，クーリング・オフができる旨を記載した契約書面等も受け取っていない。 ほか |

## 4 製品安全4法等の立入検査

福岡市域内の販売事業者へ立ち入り、販売している製品について関連法に基づき適正な品質表示であるかについて検査を行った。違反事例については国へ報告をした。

### (1) 家庭用品品質表示法に基づく立入検査

| 家庭用品名 | 立入販売事業者数 | 検査機種数 | 違反機種数 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 不適正表示 | その他の違反 |
| 強化ガラス製の食事用又は台所用器具(鍋ふた) | 2 | 11 | 1 | 0 |

### (2) 消費生活用製品安全法に基づく立入検査

| 特定製品名 | 立入販売事業者数 | 検査機種数 | 違反機種数 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 不適正表示 | その他の違反 |
| ライター | 2 | 34 | 0 | 0 |
| 携帯用レーザー応用装置 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| 合　　計 | 2 | 36 | 0 | 0 |

### (3) 電気用品安全法に基づく立入検査

| 電気用品名 | 立入販売事業者数 | 検査機種数 | 違反機種数 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 不適正表示 | その他の違反 |
| 延長コードセット | 2 | 10 | 0 | 0 |
| 携帯発電機 | 1 | 7 | 0 | 0 |
| LEDランプ | 2 | 2 | 1 | 0 |
| LED電灯器具 | 3 | 23 | 0 | 0 |
| 電気温風機 | 1 | 14 | 0 | 0 |
| 合　　計 | 3 | 56 | 1 | 0 |

### (4) ガス事業法に基づく立入検査

| ガス用品名 | 立入販売事業者数 | 検査機種数 | 違反機種数 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 不適正表示 | 不適正表示 |
| ガスコンロ | 1 | 16 | 0 | 0 |
| 開放燃焼式ガスストーブ | 1 | 3 | 0 | 0 |
| 合　　計 | 1 | 19 | 0 | 0 |

### (5) 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に基づく立入検査

| ガス用品名 | 立入販売事業者数 | 検査機種数 | 違反機種数 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 不適正表示 | その他の違反 |
| カートリッジガスコンロ | 1 | 12 | 0 | 0 |

## 5 消費生活条例等の改正

悪質な「訪問購入」を規制対象とするため，福岡市消費生活条例の一部を改正し，併せて，条例第 21 条第1項の規定に基づく不当な取引行為の指定に関する告示の一部の改正を行った。

### (1) 消費生活条例改正の概要

**①背景**

平成22年以降、消費者宅を訪問した事業者が貴金属等の物品を強引に買い取る「押し買い」と呼ばれる取引事例が全国的に増加した。これを受け，消費者トラブルを生じやすい特定の取引形態を類型化して規制する「特定商取引に関する法律」が改正され，第7番目の取引行為として「訪問購入」が類型化された。(平成25年2月21日施行)

**②条例改正の内容** (条例本文は参考資料P41に掲載)

事業者が買主となり消費者が売主となる「訪問購入」の事業者を規制の対象とし，「訪問購入」のトラブルに対応出来るよう改正を行った。

**ア 第2条(定義)第1項第2号**

事業者の定義に訪問購入の事業者を追加。

**イ 第5条(事業者の責務)第1項，第20条(計量の適正化)**

訪問購入の事業者も対象とした。

**ウ 第21条第1項(不当な取引行為)第3号の新設**

訪問購入においてのみ規制される，勧誘要請していない消費者への勧誘の禁止について，第21条第1項第3号として新設し，不当な取引行為として規制。

**③施行日**

平成 25 年 12 月 26 日(平成 25 年 12 月 20 日議決)

### (2) 不当な取引行為の指定の告示改正の概要

条例第 21 条第1項で事業者が消費者との間で行う取引について，不当な取引行為の類型と，これに該当する行為を指定し，禁止している。条例改正により，不当な取引行為の類型を新設するとともに，既存の類型のうち，訪問購入においても禁止されるべき行為については，文言を整理し，告示の内容を改正した。

**① 告示改正の主な内容** (告示新旧対照表は参考資料P45 に掲載)

**条例第 21 条第 1 項第3号に該当する行為 【訪問購入における不招請勧誘】(新設)**

条例改正により新設された条例第 21 条第1項第3号について，以下の3つの行為を新設し，新たな不当な取引行為として指定。

**[3-1] 訪問購入の要請なき者への勧誘等**

いわゆる飛び込み勧誘を禁止する項目として，下記の項目を新設。

| |
|---|
| 消費者からの要請がないにもかかわらず，住居を訪問する等営業所，代理店，店舗等以外の場所において，消費者から商品を購入する契約の締結について勧誘をし，又は勧誘を受ける意思の有無を確認すること。 |

**[3-2] 勧誘を要請された商品以外の訪問購入の勧誘等**

勧誘の要請の定義について，より具体的にするため，下記の項目を新設。
特定の商品について勧誘を要請した場合を例示。

| |
|---|
| 消費者から特定の商品を購入する契約の締結について勧誘の要請をした消費者に対して，住居を訪問する等営業所，代理店，店舗等以外の場所において，当該要請の内容を超えて，消費者から当該商品以外の商品を購入する契約の締結について勧誘をし，又は勧誘を受ける意思の有無を確認すること。 |

**[3-3] 査定要請を超えた訪問購入の勧誘等**

勧誘の要請の定義について，より具体的にするため，下記の項目を新設。
査定のみ要請した場合を例示。

| |
|---|
| 商品の査定のみの要請をした消費者に対して，住居を訪問する等営業所，代理店，店舗等以外の場所において，当該要請の内容を超えて，消費者から査定をした商品を購入する契約の締結について勧誘をし，又は勧誘を受ける意思の有無を確認すること。 |

**②施行日**

平成 25 年 12 月 26 日

## ６ 消費生活センターについてのアンケート調査

### (1)福岡市基本計画の成果指標に関する意識調査

平成 24 年 12 月に策定された第9次福岡市基本計画の成果指標とするため意識調査を毎年行っている。(消費生活に関する質問:42 問中1問)

**施策３－７　日常生活の安全・安心の確保**

**消費者トラブル未然防止に対する市民意識度**

**（商品やサービスの購入時に日頃からトラブル回避を心がけている市民の割合）**

**平成 25 年度調査　８３．２％**

**（平成 24 年度調査　８５．９％）**

**【参考】 調査内容と結果**

調査対象者　市内在住の 20 歳以上の男女 4,500 人(無作為抽出)
調査時期　　平成 25 年 11 月頃

問　あなたは、日頃から商品やサービスの購入に際して、トラブルを避けるための注意を心がけていますか。あてはまるものを1つ選び、番号に○をつけてください。

(%)

| | サンプル数 | ①心がけている | ②どちらかといえば心がけている | ③どちらかといえば心がけていない | ④心がけていない | ⑤わからない | 無回答 | 消費者被害に遭わないよう、日頃から注意を心がけている市民の割合(①と②の合計) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 25年 | N=2,290 | 36.6 | 46.6 | 8.1 | 2.7 | 3.8 | 2.3 | 83.2 |
| 24年 | N=2,260 | 35.2 | 50.7 | 6.5 | 2.5 | 3.7 | 1.5 | 85.9 |

### （2）消費生活相談窓口アンケート

相談窓口におけるサービス向上をめざし、課題の抽出や相談対応の評価を確認するための来所相談者を対象とした窓口アンケートを実施した。

| | |
|---|---|
| 調査対象者 | 相談窓口来所者　82 サンプル |
| 調査時期 | 平成 25 年 7 月　（22 日間） |
| 調査項目 | 相談員の対応・結果等に関する満足度 |

**【主な調査内容と結果】**

問　相談窓口について、あなたはどの程度満足されましたか。
（「満足、やや満足、やや不満、不満」の 4 段階で回答）

| | 満足の割合（満足＋やや満足） |
|---|---|
| ①相談員の対応（親切で親身だったか） | 100% |
| ②自分の話を十分に聞いてくれた | 98.8% |
| ③相談員の説明のわかりやすさ | 93.9% |
| ④相談員の問題処理能力のはやさ | 97.6% |
| ⑤相談員の知識の豊富さ | 98.8% |
| ⑥相談の結果（回答・助言の内容） | 89.0% |

問　相談員の対応や施設の状況など、総合的に福岡市消費生活センターの窓口サービスには、どの程度満足されていますか。

| | |
|---|---|
| 1　満足の割合（満足＋やや満足） | 93.9% |
| 2　不満の割合（やや不満＋不満） | 1.2% |
| 3　不明 | 4.9% |

# 参考資料


１　消費者行政の変遷　……　35

２　機構の変遷　……　39

３　福岡市消費生活条例　……　41

４　不当な取引行為の指定≪新旧対照表≫　……　45

５　福岡市消費生活審議会　……　52

６　消費者教育推進のための基礎調査結果≪抜粋≫　……　55

７　消費者団体　……　59

## 1 消費者行政の変遷

| 年 | 本市の消費者行政のあゆみ | | 消費者問題・国の動き等 | |
|---|---|---|---|---|
| 昭和40<br>(1965) | | | 6月 | 経済企画庁,「国民生活局」設置 |
| 42<br>(1967) | 4月<br><br>12月 | 消費者相談コーナー開設<br>(毎週金曜日午後)<br>第1回「よりよい消費生活展」 | | |
| 43<br>(1968) | 5月<br><br>11月 | 福岡市消費者協議会設立<br>(福岡市より補助金交付)<br>消費者相談コーナー<br>(毎週月～金曜日) | 5月 | **消費者保護基本法施行** |
| 44<br>(1969) | 4月 | 経済局商工貿易課消費生活係新設 | 3月<br>5月 | 地方自治法改正:消費者保護を明示<br>「地方公共団体における消費者行政の推進について」(経済企画事務次官・自治事務次官通知) |
| 45<br>(1970) | 4月 | 消費者相談コーナー<br>(新館1階市民相談コーナー) | 10月 | 国民生活センター発足<br>・合成甘味料チクロ追放運動 |
| 46<br>(1971) | 4月<br>7月 | 経済局消費生活課新設<br>消費者相談コーナー<br>(各支所市民サービスセンター) | 12月 | 「地方公共団体における物価行政の推進について」(経済企画事務次官・自治事務次官通知) |
| 47<br>(1972) | 4月 | 消費者相談コーナー<br>(各区市民サービスセンター) | 6月 | 割賦販売法改正(クーリング・オフ制度導入) |
| 48<br>(1973) | 4月<br><br>12月 | 消費者相談業務を福岡市消費者協議会へ業務委託<br>副主幹(生活関連物資緊急対策班)新設<br>主幹(生活関連物資担当)・流通対策課新設 | 12月 | 石油需給適正化法施行<br>国民生活安定緊急措置法施行<br>・水銀, PCB汚染魚問題<br>・狂乱物価, 物不足パニック |
| 49<br>(1974) | 4月 | 福岡市市民消費生活関連物資緊急対策実施要綱施行 | 3月 | 消費生活用製品安全法施行<br>・省資源, 省エネ問題 |
| 50<br>(1975) | 4月 | 消費流通対策部に改組 | | |
| 51<br>(1976) | 4月<br>6月 | 消費流通部消費流通課に改組<br>**福岡市消費生活センター開所** | | |
| 52<br>(1977) | | | 3月<br>4月 | 訪問販売法施行<br>県消費生活条例施行 |
| 53<br>(1978) | 5月 | 第1回「消費者の日」(30日) | | |
| 54<br>(1979) | | | 5月 | 無限連鎖講(ねずみ講)防止法公布<br>・金の先物取引被害, 灯油高騰 |
| 55<br>(1980) | | | | ・子供のためのテレビコマーシャル規制要求高まる |
| 56<br>(1981) | | | | ・IOCU(国際消費者機構)第10回世界大会ハーグで開催 |
| 58<br>(1983) | | | 1月<br>11月 | 海外先物取引法施行<br>サラ金規制二法施行 |
| 59<br>(1984) | 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 | 5月 | 割賦販売法改正 |
| 60<br>(1985) | 11月 | 「消費者被害防止対策連絡協議会」設置 | | 消費者問題国民会議福岡大会開催 |
| 61<br>(1986) | 3月<br>5月<br>11月 | 福岡市キャッチセールス対策会議結成<br>消費生活情報ネットワークシステムの導入<br>「消費者被害防止連絡会議」結成 | 11月 | 預託法施行 |
| 62<br>(1987) | 4月 | 消費流通課を消費生活センターに統合 | | |
| 63<br>(1988) | 5月 | 第1回「消費者月間」 | 5月<br>11月 | 訪販法改正<br>抵当証券業法施行 |
| 平成元<br>(1989) | | | 4月<br>10月 | 消費税導入<br>行政機関の保有する電子計算機処理に係る個人情報の保護に関する法律施行 |

| 年 | 本市の消費者行政のあゆみ | | 消費者問題・国の動き等 | |
|---|---|---|---|---|
| 2<br>(1990) | | | 2月<br>10月 | (財)消費者教育支援センター設立<br>プリペイドカード法施行 |
| 3<br>(1991) | 4月<br>6月 | 市民局市民部へ移管<br>仮庁舎(中央区舞鶴1-8-22)へ移転 | 10月 | 資源の有効な利用の促進に関する法律施行 |
| 4<br>(1992) | | | 10月 | 有機農産物表示のガイドライン制定 |
| 5<br>(1993) | | | 5月<br><br>11月 | ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律施行<br>新計量法施行，環境基本法施行 |
| 6<br>(1994) | 12月 | 新庁舎(あいれふ・複合施設)へ移転 | 7月 | 製造物責任法(PL法)公布 |
| 7<br>(1995) | | | 7月 | 製造物責任法(PL法)施行，容器包装リサイクル法制定 |
| 8<br>(1996) | 5月 | 市民生活部に組織変更 | 3月<br>11月 | 特定石油製品輸入暫定措置法(特石法)廃止<br>訪販法改正 |
| 9<br>(1997) | 10月 | 第1回「消費者のつどい」開催 | 4月 | ・消費税率引き上げ(3%→5%) |
| 10<br>(1998) | 4月 | 生活文化部に組織変更 | 1月<br>12月 | 消費者契約法(仮称)中間報告(21日)<br>特定非営利活動促進法施行<br>・ダイオキシン・環境ホルモンが社会問題化<br>・遺伝子組み換え食品をめぐる動き |
| 11<br>(1999) | | | 7月<br>11月 | 食料・農業・農村基本法施行<br>訪販法改正<br>「食生活指針」を策定 |
| 12<br>(2000) | 4月 | 機構改革により計量検査所を消費生活センターに統合 | 2月<br>3月<br>4月<br><br><br><br><br><br>6月<br>10月 | 不正アクセス行為の禁止等に関する法律施行<br>・デビットカード利用全国で本格スタート<br>**消費者契約法成立**<br>介護保険制度スタート<br>容器包装リサイクル法施行<br>成年後見制度実施<br>景品表示法改正<br>循環型社会形成推進基本法成立<br>改正JAS法施行<br>民事法律扶助法施行 |
| 13<br>(2001) | | | 1月<br><br><br><br><br>4月<br><br><br>5月<br>6月<br>9月<br>12月 | 内閣府設置(国民生活局移管)<br>預託法改正<br>海外先物取引法改正<br>高度情報通信ネットワーク社会形成基本法(IT基本法) 施行<br>プリペイドカード法改正<br>**消費者契約法施行**<br>金融商品販売法施行<br>家電リサイクル法施行<br>食品リサイクル法施行<br>**特定商取引法(訪販法の改正)施行**<br>・日本でBSE感染牛が発見される<br>電子消費者特例法施行<br>不正競争防止法改正 |
| 14<br>(2002) | | | 4月<br>7月<br>12月 | 特定電子メール法成立(メール広告規制)<br>建築基準法改正(シックハウス対策)<br>古物営業法改正(ネットオークション規制) |
| 15<br><br>(2003) | 4月 | 市民生活部に組織変更<br>福岡消費者協議会が特定非営利活動法人コンシューマー福岡へ法人化 | 5月<br><br><br>7月<br>12月 | 食品安全基本法成立，食品衛生法改正<br>国民生活審議会「21世紀型の消費者政策の在り方について」最終報告<br>ヤミ金融対策法成立<br>・BSE問題による米国産牛の輸入禁止措置 |

| 年 | 本市の消費者行政のあゆみ | | 消費者問題・国の動き等 | |
|---|---|---|---|---|
| 16<br>(2004) | | | 6月<br>5月<br>11月 | 改正消費者保護基本法(消費者基本法)施行<br>総合法律支援法施行<br>改正特定商取引法施行<br>・不当請求が急増 |
| 17<br>(2005) | 3月<br>4月 | ・福岡県西方沖地震(震度6弱)発生<br>福岡市消費生活条例施行<br>条例施行に伴い福岡市市民消費生活関連物資緊急対策実施要綱廃止<br>土曜電話相談(月2回)の開始<br>生活安全・危機対策部に組織変更 | 4月 | 消費者基本計画を閣議決定<br>個人情報保護法全面施行<br>・アスベスト問題<br>・耐震偽装問題 |
| 18<br>(2006) | 1月 | 消費者教育推進連絡会議設置<br>(市民局, 保健福祉局, 教育委員会) | 2月<br><br>4月<br>10月<br><br>12月 | 預金者保護法施行<br>・改正電気用品安全法の経過措置終了(PSEマーク)を巡る混乱<br>日本司法支援センター設立<br>法テラス開業<br>貸金業規制関連法改正<br>消費生活用製品安全法改正 |
| 19<br>(2007) | 8月<br>9月 | 多重債務問題連絡会議設置<br>多重債務法律相談開始 | 4月<br>5月<br>6月<br>9月<br>11月 | 「多重債務問題改善プログラム」決定<br>改正消費生活用製品安全法施行(重大製品事故の事業者報告義務付け)<br>消費者団体訴訟制度(消費者契約法の一部を改正する法律)施行<br>金融商品取引法施行(証券取引法の抜本的改正)<br>消費生活用製品安全法改正(長期使用製品安全点検制度を創設) |
| 20<br>(2008) | 1月<br>4月 | 原油価格高騰に伴う石油関連製品等緊急価格調査開始<br>機構改革により計量検査所を経済振興局に移管 | 5月<br>6月<br>9月 | 消費者行政推進会議発足国民生活センター法改正(裁判外紛争解決機能の付与)<br>消費者行政推進基本計画閣議決定<br>消費者庁設置関連3法案閣議決定 |
| 21<br>(2009) | 2月<br>3月<br>9月 | 「福岡県に適格消費者団体をつくる会」発足(福岡県弁護士会)<br>原油価格高騰に伴う石油関連製品等緊急価格調査終了<br>消費者支援機構福岡設立<br>(22年2月 NPO法人格取得) | 4月<br>9月<br><br>12月 | 改正消費生活用製品安全法(長期使用製品安全点検制度を創設)施行<br>**消費者庁発足**<br>**消費者安全法施行**<br>改正特定商取引法・割賦販売法施行(指定制の廃止、訪問販売の規制強化等) |
| 22<br>(2010) | 10月<br>12月 | インターネット消費生活相談受付開始<br>不当な取引を行った2事業者を条例に基づき勧告・公表 | 3月<br>5月<br>6月 | 消費者基本計画(22年度～26年度)閣議決定<br>・宮崎県で口蹄疫感染拡大<br>改正貸金業法完全施行(総量規制の導入、上限金利の引き下げ等) |
| 23<br>(2011) | 5月 | NPO法人コンシューマー福岡がベスト消費者サポーター章を受賞 | 3月<br><br>10月 | ・東日本大震災発生<br>・原子力発電所事故に伴う放射線・電力供給問題<br>宅地建物取引業法施行規則の一部改正(勧誘等を規制)<br>食品衛生法に基づく食品・添加物等の規格基準及び表示基準の一部改正(生食用食肉) |

| 年 | 本市の消費者行政のあゆみ | | 消費者問題・国の動き等 | |
|---|---|---|---|---|
| 24<br>(2012) | 4月 | 生活安全部に組織変更 | 4月 | 地方分権第2次一括法により，家庭用品品質表示法，消費生活用製品安全法ほか製品安全法3法の一部を基礎自治体へ権限移譲（販売店への立入検査等） |
| | | | 10月 | 改正消費者安全法施行（財産被害のすき間事案への行政措置導入等）<br>消費者安全調査委員会発足 |
| | 11月 | 特定非営利活動法人消費者支援機構福岡が適格消費者団体として認定 | 12月 | **消費者教育推進法施行** |
| 25<br>(2013) | 4月 | 相談業務をプロポーザル方式により，㈱ビスネットに委託 | 2月 | 改正特定商取引法施行(訪問購入を規制) |
| | | | 6月 | 消費者教育推進基本方針閣議決定 |
| | 7月 | 消費生活審議会消費者教育部会の設置 | | 食品表示法公布（2年以内施行） |
| | | | 10月 | 消費税転嫁対策特別措置法施行 |
| | 12月 | 消費生活条例一部改正（訪問購入を追加） | 12月 | 消費者裁判手続特例法公布（3年以内に施 |
| 26<br>(2014) | | | 4月 | ・消費税率引き上げ（5%→8%） |
| | | | 6月 | 「不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律」公布（景品表示法改正部分・半年以内施行，消費者安全法改正部分・2年以内（※指定消費生活相談員については5年以内）施行） |

## ２　機構の変遷

福岡市消費生活センター（以下，本文中においては「センター」と記載。）が昭和 51 年6月 16 日に開所して本年度で 38 年になるが，現在に至るまでの消費者行政の機構・組織の変遷は下表のとおりである。

| 年 | 消費生活センター | 計量検査所 |
|---|---|---|
| S32 | | 産業局 商工課 計量係〈S32.7.1〉 |
| S36 | | 経済局 商工貿易課 計量係 〈S36.8.1〉 |
| S44 | 経済局 商工貿易課 消費生活係 〈S44.4.1〉 | |
| S46 | 経済局 消費生活課〈S46.4.1〉 | 経済局 商工貿易課 計量検査所《係》 〈S46.5.17〉 |
| S47 | | 経済局 消費生活課 計量検査所《係》 〈S47.4.1〉 |
| S50 | 経済局 消費流通対策部 消費生活課 〈S50.4.1〉 | 経済局 消費流通対策部 消費生活課 計量検査所《係》 〈S50.4.1〉 |
| S51 | 経済局 消費流通部 消費流通課〈S51.4.1〉<br>経済局 消費流通部<br>消費生活センター開所 〈S51.6.16〉<br>・消費生活係と試験係の2係体制 | 経済局 消費流通部 消費流通課 計量検査所《係》 〈S51.4.1〉 |
| S56 | | 経済局 消費流通部 計量検査所《課》 〈S56.4.1〉 |
| S62 | 経済農林水産局商工部消費流通課を<br>消費生活センターに統合 〈S62.4.1〉<br>・調査係を新設 | 経済農林水産局 商工部 計量検査所《課》 〈S62.4.1〉 |
| H3 | 市民局 市民部 消費生活センター〈H3.4.1〉 | 経済振興局 経済部 計量検査所《課》〈H3.4.1〉 |
| H8 | 市民局 市民生活部 消費生活センター 〈H8.4.1〉 | 経済振興局 産業振興部 計量検査所《課》 〈H10.4.1〉 |
| H10 | | |
| H11 | 市民局 生活文化部 消費生活センター<br>・消費者相談・消費者教育指導専任主査設置 〈H11.4.1〉 | 市民局 生活文化部 消費生活センター 計量検査所《係》 〈H12.4.1〉 |
| H12 | | |
| H15 | 市民局 市民生活部 消費生活センター<br>・主査を相談係に組織変更 〈H15.4.1〉 | 市民局 市民生活部 消費生活センター 計量検査所《係》〈H15.4.1〉 |
| H16 | ・消費生活係を啓発係に組織変更〈H16.4.1〉 | |
| H17 | 市民局生活安全・危機対策部消費生活センター<br>・調査係を企画調整係，相談係を相談指導係に名称変更 〈H17.4.1〉 | 市民局生活安全・危機対策部消費生活センター 計量検査所《係》 〈H17.4.1〉 |
| H18 | ※相談指導担当職員の庁内公募実施<br>消費生活センターにユニット制導入〈H18.4.1〉<br>・消費生活係（企画調整担当，啓発担当，生活科学担当，相談指導担当）の担当係体制 | |
| H20 | | 経済振興局 産業振興部振興課 計量検査所《係》 〈H20.4.1〉 |

| 年 | 消費生活センター | 計量検査所 |
|---|---|---|
| H22 | 消費生活係の担当係組織変更〈H22.4.1〉<br>（企画調整担当，消費者情報担当，相談指導担当） | |
| H24 | 部の組織変更<br>市民局　**生活安全部**　消費生活センター〈H24.4.1〉 | 局の組織変更<br>**経済観光文化局**　産業振興部振興課<br>計量検査所《係》　〈H24.4.1〉 |

※　**太字**は組織名の変更を示し，下線は，消費生活センターと計量検査所が同一の課であることを示す。

# 3 福岡市消費生活条例

平成16年12月20日
条例第56号
改正 平成25年12月26日条例第66号

目次

第1章 総則(第1条―第7条)
第2章 消費者との共働(第8条―第13条)
第3章 消費生活の基盤整備等
第1節 消費生活の基盤整備(第14条―第23条)
第2節 物価の安定(第24条・第25条)
第3節 立入調査及び公表(第26条・第27条)
第4章 消費者被害の救済(第28条―第30条)
第5章 福岡市消費生活審議会(第31条―第37条)
第6章 雑則(第38条)
附則

第1章 総則

(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。

(定義)

第2条 この条例において,次の各号に掲げる用語の意義は,それぞれ当該各号に定めるところによる。

(1) 消費者 事業者が供給する商品又はサービスを使用し,又は利用して生活する者をいう。

(2) 事業者 消費生活の用に供する商品若しくはサービスの供給に関して商業,工業,サービス業その他の事業を行う者又は営業所,代理店等以外の場所において消費者から商品を購入する事業を行う者をいう。

(3) 商品 消費者が消費生活を営む上で使用する物をいう。

(4) サービス 消費者が消費生活を営む上で使用し,又は利用するもののうち,商品以外のものをいう。

(平成25条例66・一部改正)

(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。

2 市は,消費生活に関する施策を実施するに当たり,必要があるときは,国又は他の地方公共団体に対して,協力を求め,又は必要な措置をとるよう求めるものとする。

3 市は,国又は他の地方公共団体が実施する消費生活に関する施策について協力を求められたときは,これに応じるものとする。

(事業者の責務)

第5条 事業者は,その事業活動を行うに当たっては,消費者の権利を尊重し,安全な商品及びサービスを適正に供給し,及び適正な取引を行うとともに,市が実施する消費生活に関する施策に協力しなければならない。

2 事業者は,消費者との取引に際して,消費者の年齢,知識,経験,判断能力及び財産の状況等に配慮しなければならない。

3 事業者は,その事業活動に関し,法令を遵守するとともに,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。

4 事業者は,その事業活動において取得した消費者の個人に関する情報を適正に取り扱わなければならない。

(平成25条例66・一部改正)

(消費者の役割)

第6条 消費者は,自立した主体として,自ら進んで消費生活に関して,必要な情報を収集し,知識を深め,主体的かつ合理的に判断し,選択し,及び行動するよう努めなければならない。

2 消費者団体は,消費者の安全で安心できる消費生活の実現を図るため,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生活に関する健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(環境への配慮)

第7条 市,消費者及び事業者は,良好な環境が市民の健康で文化的な生活に欠くことのできないものであることを認識し,消費生活が環境に配慮して営まれるよう,それぞれが積極的な役割を果たすものとする。

2 市は,消費生活に関する施策の策定及び実施に当たっては,消費者及び事業者が環境への負荷の低減を図ることができるよう努めなければならない。

3 消費者は,商品の選択,使用若しくは廃棄又はサービスの選択若しくは利用に際して,環境への負荷を低減するよう努めなければならない。

4 事業者は,事業活動を行うに当たっては,環境への負荷の低減及び環境に配慮した消費者の自主的行動への協力に努めなければならない。

第2章 消費者との共働

(学習条件の整備及び消費者教育の推進等)

第8条 市は,消費者の消費生活に関する自発的な学習を支援するために必要な条件の整備に努めなければならない。

2 市は,消費者が主体的かつ合理的な消費生活を営むために必要な教育の推進及び知識の普及に努めなければならない。

(情報の提供)

第9条 市は,消費者が経済社会の状況の変化に対応した消費生活を営むために必要な情報を収集し,分析するとともに,これを消費者に適切かつ速やかに提供するよう努めなければならない。

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第10条 市は,市民の安全で安心できる消費生活の実現を図るため,消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講じるものとする。

(消費者の意見の反映)

第11条 市長は,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にするため,広く消費者の意見,要望等を把握し,市の消費生活に関する施策に反映させるよう努めなければならない。

(消費者と事業者との交流の機会の確保)

第12条 市長は,消費者の意見が事業者の事業活動に反映されるよう,消費者と事業者との対話その他の交流の機会の確保に努めなければならない。

(市長への申出)

第13条 市民は,この条例に違反する事業者の事業活動が行われているとき,又は次章第1節及び第2節に規定する措置が講じられていないことに

より消費生活上の支障が発生し，若しくは拡大するおそれがあるときは，市長に対して，その旨を申し出て，必要な措置を講じることを求めることができる。

2 市長は，前項の規定による申出があったときは，必要な調査を行い，当該申出に相当の理由があると認めるときは，この条例に基づく措置その他の必要な措置を講じるものとする。

3 市長は，第1項の規定による申出があったときは，処理の経過及び結果を当該申出を行った者に通知するものとする。ただし，当該申出に係る事案が当該申出を行った者を当事者とする福岡市消費生活審議会の調停に付されたときその他特別の理由があると認めるときは，この限りでない。

第3章 消費生活の基盤整備等

第1節 消費生活の基盤整備

（危険な商品又はサービスの供給の禁止等）

第 14 条 事業者は，消費者の生命若しくは身体に危害を及ぼし，若しくは及ぼすおそれがあり，又はその財産に損害を与え，若しくは与えるおそれがある商品又はサービスを消費者に供給してはならない。

2 事業者は，商品又はサービスが消費者の生命若しくは身体に危害を及ぼし，若しくは及ぼすおそれがあり，又はその財産に損害を与え，若しくは与えるおそれがあることが明らかになったときは，直ちに，当該事実の発表，当該商品又はサービスの供給の中止，当該商品の回収その他の危害又は損害の発生又は拡大を防止するために必要な措置をとらなければならない。

（危害等に関する調査，勧告等）

第15条 市長は，商品又はサービスが消費者の生命若しくは身体に危害を及ぼし，又はその財産に損害を与える疑いがあると認めるときは，当該商品又はサービスについて，必要な調査を行うものとする。

2 市長は，前項の調査のみによっては同項の疑いを解消することが困難であると認めるときは，当該商品又はサービスを供給する事業者に対して，資料の提出その他の方法により，当該商品又はサービスが当該危害又は損害を生じさせるものでないことを立証するよう求めることができる。

3 市長は，第1項の調査及び前項に規定する立証のための行為によっても，なお，当該商品又はサービスが消費者の生命若しくは身体に危害を及ぼし，若しくは及ぼすおそれがあり，又はその財産に損害を与え，若しくは与えるおそれがあると認定した場合において，当該商品又はサービスを供給する事業者が前条第2項に規定する措置をとらないときは，当該事業者に対して，同項に規定する措置をとるべきことを勧告することができる。

4 市長は，前項の規定による認定をしようとするときは，あらかじめ福岡市消費生活審議会に諮るものとする。

5 市長は，第3項の規定による勧告をしようとするときは，当該事業者に対して，あらかじめ，その旨を通知し，意見の聴取を行うものとする。ただし，当該事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じないとき，又は当該事業者の所在が不明で通知することができないときは，この限りでない。

6 市長は，第3項の規定による勧告をしたときは，その旨及び次の各号に掲げる事項のうち必要な事項を公表するものとする。この場合において，第3号及び第4号に掲げる事項を公表しようとするときは，あらかじめ福岡市消費生活審議会の意見を聴かなければならない。

(1) 商品又はサービスの名称

(2) 危害又は損害の内容

(3) 事業者の氏名又は名称

(4) 事業者の住所又は事務所の所在地

(5) その他当該危害又は損害に関する事項

7 市長は，消費者の生命，身体又は財産の安全を確保するために必要があると認めるときは，第1項の調査又は第2項に規定する立証のための行為において得られた情報を消費者に提供するものとする。

（危険な商品又はサービスについての緊急の公表）

第16条 市長は，商品又はサービスが消費者の生命若しくは身体に重大な危害を及ぼし，若しくは及ぼすおそれがあり，又は財産に重大な損害を与え，若しくは与えるおそれがある場合において，当該危害又は損害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは，直ちに，前条第6項各号に掲げる事項のうち必要な事項を公表するものとする。

（適正な表示の確保）

第 17 条 事業者は，商品又はサービスの性質に応じ，次に掲げる事項を適正に表示するよう努めなければならない。

(1) 商品又はサービスについて，品質その他の内容

(2) 商品又はサービスを供給する事業者の氏名又は名称及び住所又は事務所の所在地

(3) 商品又はサービスについて，販売又は提供の価格及び質量，長さ，面積，容積，時間，回数等の単位当たりの価格

(4) 商品又はサービスについて，消費者に供給した後の保証の期間及び内容

(5) 自動販売機その他これに類する機械により供給する商品又はサービスについて，その内容及び取引条件並びに当該事業者との連絡に関し必要な事項

(6) 再使用（循環型社会形成推進基本法（平成 12 年法律第 110 号）第2条第5項に規定する再使用をいう。以下同じ。）又は再生利用（同条第6項に規定する再生利用をいう。以下同じ。）が可能な商品について，再使用又は再生利用をするために消費者が行うべき処理の方法

(7) 廃棄に際して特別な注意を必要とする商品について，その廃棄の方法

(8) 使用又は利用の方法によっては消費者の生命，身体又は財産に危害又は損害が発生することが予測される商品又はサービスについて，当該危害又は損害の具体的内容及びその発生を回避するための使用又は利用の方法

2 市長は，消費者が商品を購入し，使用し，若しくは廃棄し，又はサービスを購入し，若しくは利用するに当たり，適切な選択及び判断を行うために必要があると認めるときは，法令に定めがある場合を除き，商品又はサービスごとに，表示すべき事項及びその方法について事業者が守るべき基準（以下「表示基準」という。）を定めることができる。

3 市長は，表示基準を定めようとするときは，あらかじめ福岡市消費生活審議会に諮るものとする。表示基準を変更し，又は廃止しようとするときも，また同様とする。

4 市長は，表示基準を定めるときは，これを告示するものとする。表示基準を変更し，又は廃止するときも，また同様とする。

5 市長は，事業者が表示基準に違反していると認めるときは，当該事業者に対して，表示基準を遵守するよう指導し，又は勧告することができる。

（適正な包装等の確保）

第18条 事業者は，商品について，必要以上に包装を行い，又は必要以上の容器を用いて，商品の内容を誇張し，又は廃棄物の量を増大させることのないよう努めなければならない。

2 事業者は，商品の包装又は容器の選択に当たっては，資源の節約に資するものとなるよう努めるとともに，包装又は容器が不要となったときは，適正に再使用され，若しくは再生利用され，又は廃棄されるよう配慮しなければならない。

3 事業者は，消費者に危害が及ぶことがないようにするため，包装又は容器の安全性を確保しなければならない。

4 市長は，商品の内容を誇張し，若しくは廃棄物の量を増大させることを防止し，又は包装若しくは容器の安全性を確保するために必要があると認めるときは，法令に定めがある場合を除き，包装又は容器に関し事業者が守るべき基準（以下「包装等基準」という。）を定めることができる。

5 前条第3項から第5項までの規定は，包装等基準について準用する。

（広告の適正化）

第 19 条 事業者は，商品又はサービスの広告について，虚偽又は誇大な表現その他消費者が選択を誤るおそれのある表現をしてはならない。

（計量の適正化）

第 20 条 事業者は，商品又はサービスの取引に当たっては，消費者が不利益を被ることがないよう，適正な計量に努めなければならない。

（平成 25 条例 66・一部改正）

（不当な取引行為の禁止）

第 21 条　事業者が消費者との間で行う取引に関する行為のうち，次の各号のいずれかに該当する行為であって市長が指定するものは，不当な取引行為とする。

(1) 消費者に対して，商品若しくはサービスの取引に係る契約に関する重要な情報を提供せず，若しくは誤信を招く情報を提供し，又は将来における変動が不確実な事項について断定的判断を提供して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。

(2) 消費者を威迫し，困惑させる行為をする等の消費者の十分な意思形成を妨げる手段を用いて，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。

(3) 消費者からの要請がないにもかかわらず，営業所，代理店等以外の場所において，消費者から商品を購入する契約の締結について勧誘をし，又は勧誘を受ける意思の有無を確認すること。

(4) 取引における信義誠実の原則に反し，消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。

(5) 消費者又はその関係人を欺き，威迫し，困惑させる行為をする等の不当な手段を用いて，当該消費者又はその関係人に契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を迫り，又は債務を履行させること。

(6) 契約若しくは法律の規定に基づく債務について，正当な理由なく完全な履行をせず，消費者の正当な根拠に基づく債務の履行の請求に対し，適切な対応をすることなく履行を不当に拒否し，若しくはいたずらに遅延させ，又は消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。

(7) 契約の内容を正当な理由なく一方的に変更すること。

(8) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回，契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張（以下これらを「申込みの撤回等」という。）に際し，当該申込みの撤回等を妨げて，又は申込みの撤回等が有効に行われたにもかかわらず，契約が成立した状態若しくはその効力が継続している状態であることを前提とした行為を行い，若しくは当該申込みの撤回等によって生じた債務の履行を不当に拒否し，若しくはいたずらに遅延させること。

(9) 消費者が他の事業者から商品又はサービスを購入することを条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約（以下これらを「与信契約等」という。）について，消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず，その締結を勧誘し，若しくは締結させ，又は不当な手段で与信契約等に基づく債務の履行を迫り，若しくは履行させること。

2 前項の規定による指定は，告示により行う。当該指定を変更するときも，また同様とする。

3 事業者は，消費者と取引を行うに当たり，第1項に規定する不当な取引行為（以下「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。

（平成 25 条例 66・一部改正）

（不当な取引行為に関する調査，勧告等）

第 22 条　市長は，事業者が行う行為が不当な取引行為に該当する疑いがあると認めるときは，当該行為について，必要な調査を行うものとする。

2 市長は，事業者が不当な取引行為を行っていると認めるときは，当該事業者に対して，当該行為を是正するよう指導し，又は勧告することができる。

3 第 15 条第5項の規定は，前項の規定による勧告について準用する。

4 市長は，第2項の規定による勧告をしたときは，その旨及び次の各号に掲げる事項のうち必要な事項を公表するものとする。この場合において，第3号及び第4号に掲げる事項を公表しようとするときは，あらかじめ福岡市消費生活審議会の意見を聴かなければならない。

(1) 不当な取引行為の内容

(2) 被害の内容

(3) 事業者の氏名又は名称

(4) 事業者の住所又は事務所の所在地

(5) その他不当な取引行為に関する事項

5 市長は，第1項の調査の結果，当該行為による被害の発生又は拡大を防止するために必要があると認めるときは，当該行為に関する情報を消費者に提供するものとする。

（不当な取引行為についての緊急の公表）

第 23 条　市長は，事業者の不当な取引行為により多数の消費者に被害が発生し，又は発生するおそれがある場合において，当該被害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは，前条第4項各号に掲げる事項のうち必要な事項を公表することができる。

第2節　物価の安定

（生活関連商品等の円滑な流通を不当に妨げる行為等の禁止）

第 24 条　事業者は，市民の日常生活と関連性の高い商品若しくはその原材料又はサービスその他のもの（以下これらを「生活関連商品等」という。）の円滑な流通を不当に妨げ，又は著しく不適正な価格で当該生活関連商品等を供給する行為を行ってはならない。

（生活関連商品等に関する調査，勧告等）

第 25 条　市長は，生活関連商品等のうち必要と認めるものについて，価格の動向，需給及び流通の状況その他必要な事項の調査を行うものとする。

2 市長は，生活関連商品等が不足し，又は不足するおそれがある場合，その価格が異常に上昇し，又は上昇するおそれがある場合その他消費者に著しく不利益となるおそれがある場合において，特別な調査を行う必要があると認めるときは，当該生活関連商品等を特定商品等として指定するものとする。

3 市長は，前項の規定により特定商品等を指定したときは，その不足又は価格の上昇の状況又は要因その他必要な事項について，調査を行うものとする。

4 市長は，生活関連商品等の円滑な供給を確保するために必要があると認めるときは，事業者に対して，当該生活関連商品等の必要な供給量の確保その他必要な措置をとるよう要請することができる。

5 市長は，第1項又は第3項の調査の結果，生活関連商品等を供給する事業者が前条に規定する行為を行っていると認定したときは，当該事業者に対して，当該行為を是正するよう指導し，又は勧告することができる。

6 市長は，前項の規定による認定をしようとするときは，あらかじめ福岡市消費生活審議会に諮るものとする。

7 第 15 条第5項の規定は，第5項の規定による勧告について準用する。

8 市長は，生活関連商品等の円滑な供給若しくは価格の安定又は消費者の商品若しくはサービスの適切な選択を確保するために必要があると認めるときは，第1項又は第3項の調査により得られた情報を消費者に提供するものとする。

第3節　立入調査及び公表

（立入調査等）

第 26 条　市長は，第 15 条，第 17 条，第 18 条，第 22 条及び前条の規定の施行に必要な限度において，事業者に対して，報告若しくは資料の提出を求め，又はその職員に事業者の事務所その他事業に関係のある場所に立ち入り，帳簿，書類その他の物件を調査させ，若しくは関係人に質問させることができる。

2 市長は，前項の規定による調査を行うため，必要最小限度の数量の商品又は事業者がサービスを提供するために使用する物（以下「商品等」という。）の提出を求めることができる。

3 第1項の規定により立入調査を行う職員は，当該立入調査に従事する職員であることを証する証明書を携帯し，関係人の請求があったときは，これを提示しなければならない。

4 市長は，第2項の規定により事業者から商品等の提出を受けたときは，当該事業者に対して，正当な補償を行うものとする。

（公表）

第 27 条　市長は，事業者が次の各号のいずれかに該当すると認めるときは，その旨を公表することができる。ただし，当該事業者に正当な理由がある場合は，この限りでない。

(1) 第 15 条第2項に規定する立証のための行為をせず，又は虚偽の資料若しくは方法によりこれをしたとき。

(2) 第15条第3項，第17条第5項(第18条第5項において準用する場合を含む。)，第22条第2項又は第25条第5項の規定による勧告に従わないとき。
(3) 前条第1項に規定する報告若しくは資料の提出をせず，若しくは虚偽の報告若しくは資料の提出をし，又は同項の規定による立入調査を拒み，妨げ，若しくは忌避し，若しくは同項の規定による質問に対して答弁をせず，若しくは虚偽の答弁をしたとき。
(4) 前条第2項に規定する商品等の提出を拒んだとき。
2 市長は，前項本文の規定による公表をしようとするときは，あらかじめ福岡市消費生活審議会に諮るものとする。
3 市長は，第1項本文の規定による公表をしようとする場合において必要があると認めるときは，当該事業者に対して，あらかじめ，その旨を通知し，意見の聴取を行うものとする。ただし，当該事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じないとき，又は当該事業者の所在が不明で通知することができないときは，この限りでない。

第4章 消費者被害の救済

(事業者の苦情処理体制の整備等)
第28条 事業者は，消費者との間の取引に関する苦情について必要な処理体制の整備に努めるとともに，当該苦情があったときは，適切かつ速やかに処理しなければならない。
(苦情の処理)
第29条 市長は，消費者から事業者との間の取引に関する苦情の申出があったときは，当該苦情が専門的知見に基づいて適切かつ速やかに解決されるよう，必要な助言，あっせんその他の措置を講じるものとする。
2 市長は，前項に規定する措置を講じるために必要があると認めるときは，当該苦情に係る事業者その他の関係人に対して，説明，報告又は資料の提出を求めることができる。
3 市長は，第1項に規定する措置を講じたにもかかわらず解決することが困難な紛争を福岡市消費生活審議会のあっせん又は調停に付することができる。
4 事業者は，第1項のあっせんその他の措置及び前項のあっせん又は調停が行われるときは，これに誠実に協力しなければならない。
5 市長は，事業者が正当な理由なく第3項のあっせん又は調停の呼出しに応じないときは，当該事業者の氏名又は名称，苦情の内容その他の必要な事項を公表することができる。
(訴訟の援助)
第30条 市長は，事業者の事業活動により被害を受けた消費者(以下「被害者」という。)が事業者に対し訴訟を提起する場合又は事業者から訴訟を提起された場合において，次に掲げる要件を満たしていると認めるときは，被害者の申出により，当該被害者に対し，当該訴訟に係る経費(以下「訴訟資金」という。)の貸付けその他訴訟に必要な援助を行うことができる。
(1) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し，又は発生するおそれがあること。
(2) 当該訴訟資金の額が損害の額を超え，又は超えるおそれがある等当該被害者が援助を受けなければ当該訴訟を提起し，維持し，又は応訴することが困難であること。
(3) 当該被害に係る紛争が福岡市消費生活審議会のあっせん又は調停に付されていること。
2 訴訟資金の貸付けを受けた者は，当該訴訟が終了したときは，速やかにその全額を返還しなければならない。ただし，市長がやむを得ない事情があると認めたときは，貸付金の全部又は一部の返還を免除し，又は猶予することができる。
3 前2項に定めるもののほか，訴訟資金の貸付けその他訴訟の援助に関し必要な事項は，規則で定める。

第5章 福岡市消費生活審議会

(設置)
第31条 市長の附属機関として，福岡市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。
(所掌事務)
第32条 審議会は，次に掲げる事務を行う。
(1) 市長の諮問に応じ，消費生活に関する重要な事項について調査審議し，その結果を市長に答申すること。
(2) 第29条第3項の規定に基づく消費者被害の救済に関するあっせん及び調停を行うこと。
(3) 消費生活に関し重要と認められる事項について調査審議し，市長に意見を述べること。
(4) 前3号に掲げるもののほか，この条例の規定によりその権限に属させられた事務
(組織及び委員)
第33条 審議会は，委員15人以内をもって組織する。
2 委員は，次に掲げる者のうちから，市長が任命する。
(1) 学識経験のある者
(2) 消費者
(3) 事業者
(4) 行政の職にある者
3 委員の任期は，2年とする。ただし，補欠の委員の任期は，前任者の残任期間とする。
4 委員は，再任されることができる。
5 委員は，職務上知ることができた秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も，また同様とする。
(会長)
第34条 審議会に会長を置き，委員の互選によりこれを定める。
2 会長は，会務を総理し，審議会を代表する。
3 会長に事故があるとき，又は会長が欠けたときは，会長があらかじめ指名する委員が，その職務を代理する。
(会議)
第35条 審議会の会議は，会長が招集し，会長がその議長となる。
2 審議会は，委員の過半数が出席しなければ，会議を開くことができない。
3 審議会の議事は，出席委員の過半数をもって決し，可否同数のときは，議長の決するところによる。
(部会)
第36条 審議会は，必要に応じて，部会を置くことができる。
2 部会に属する委員は，審議会の委員のうちから会長が指名する。
3 部会に部会長を置き，部会に属する委員の互選によりこれを定める。
4 部会長は，部会の会務を総理する。
5 部会長に事故があるとき，又は部会長が欠けたときは，部会に属する委員のうちから部会長があらかじめ指名する委員が，その職務を代理する。
6 審議会は，その定めるところにより，部会の決議をもって審議会の決議とすることができる。
7 前条の規定は，部会について準用する。この場合において，同条中「審議会」とあるのは「部会」と，「会長」とあるのは「部会長」と読み替えるものとする。
(専門委員)
第37条 部会には，消費生活における重要な事項を調査審議する上で専門的な見地から助言を行うために，必要に応じて，専門委員を置くことができる。
2 第33条第5項の規定は，専門委員について準用する。

第6章 雑則

(委任)
第38条 この条例に定めるもののほか，この条例の施行に関し必要な事項は，規則で定める。

附 則

この条例は，平成17年4月1日から施行する。

附 則(平成25年12月26日条例第66号)

この条例は，公布の日から施行する。

## 4 不当な取引行為の指定 ≪新旧対照表≫

福岡市消費生活条例第 21 条第２項の規定に基づく不当な取引行為の指定に関する告示

(平成 17 年福岡市告示第 126 号・平成 19 年福岡市告示第 233 号・平成 25 年福岡市告示第 395 号)

| 旧 | 新 |
|---|---|
| **【参考】条例第 21 条第 1 項第 1 号**<br>(1) 消費者に対して，商品若しくはサービスの契約に関する重要な情報を提供せず，若しくは誤信を招く情報を提供し，又は将来における変動が不確実な事項について断定的判断を提供して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔不適切な情報提供〕** | **【参考】条例第 21 条第 1 項第 1 号**<br>(1) 消費者に対して，商品若しくはサービスの取引に係る契約に関する重要な情報を提供せず，若しくは誤信を招く情報を提供し，又は将来における変動が不確実な事項について断定的判断を提供して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔不適切な情報提供〕** |
| **1 条例第 21 条第1項第1号に該当する行為** | **1 条例第 21 条第1項第1号に該当する行為** |
| (1) 商品又はサービスに関し，その品質，安全性，内容，取引条件，取引の仕組みその他の取引に関する重要な情報を消費者に提供しないで，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔重要情報の不提供〕** | (1) 同左 |
| (2) 商品又はサービスの取引に際し，取引の内容，条件，仕組み等について消費者の知識，経験，判断能力，取引目的，年齢，収入，財産状況，身体状況，社会生活上の地位等に応じた適切な説明をしないまま契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔消費者に適合しない説明〕** | (2) 同左 |
| (3) 商品若しくはサービスの販売以外のことが主たる目的であるかのように見せかけることなどにより，商品若しくはサービスの販売の意図を明らかにしないで消費者を誘引することにより，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔販売意図の隠匿〕** | (3) 商品若しくはサービスの販売又は商品の購入以外のことが主たる目的であるかのように見せかけることなどにより，商品若しくはサービスの販売又は商品の購入の意図を明らかにしないで消費者を誘引することにより，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔販売等の意図の隠匿〕** |
| (4) 消費者に対して，あらかじめ，契約の申込み又は承諾となることを知らせずに，電子計算機の操作において誘導することなどにより，当該事業者又はその他の事業者に対する契約の申込み又は承諾をさせること。**〔契約締結行為の誘導〕** | (4) 同左 |
| (5) 商品又はサービスの取引に際し，消費者が契約締結の意思を形成する上で重要な事項について誤信を招く情報を提供して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔重要事項に関する誤信情報の提供〕** | (5) 同左 |
| (6) 商品又はサービスの品質，安全性，内容，取引条件，取引の仕組み等が実際のもの又は他の事業者により提供されるものと比較し，著しく優良又は有利と消費者を誤信させるような表現を用いて，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔優良・有利誤信情報の提供〕** | (6) 同左 |
| (7) 商品又はサービスの名称に他人の商品又はサービスと同一又は類似のものと誤信させるような紛らわしい名称を用いて，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔名称誤信情報の提供〕** | (7) 同左 |
| (8) 商品若しくはサービスの購入若しくは利用又は商品の設置が法令等により義務付けられているかのように説明して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔虚偽の義務付け〕** | (8) 商品若しくはサービスの購入若しくは利用又は商品の設置が法令等により消費者に義務付けられているかのように説明して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔虚偽の義務付け〕** |
| (9) 自らを官公署，公共的団体若しくは著名な若しくは社会的信用のある法人，団体，個人等の関係者であるかのよう | (9) 同左 |

| | |
|---|---|
| に説明し，又は官公署，公共的団体若しくは著名な若しくは社会的信用のある法人，団体，個人等による許可その他の関与があるかのように説明して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔身元詐称〕** | |
| (10) 事業者の氏名，名称，住所等自らを特定する情報を明らかにせず，又は偽って，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔身元隠匿〕** | (10) 同左 |
| (11) 商品又はサービスの取引に際し，将来における不確実な事項について断定的判断を提供して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔断定的判断の提供〕** | (11) 同左 |
| **【参考】条例第 21 条第 1 項第 2 号**<br>(2) 消費者を威迫し，困惑させる行為をする等の消費者の十分な意思形成を妨げる手段を用いて，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔意思決定への不当干渉〕** | **【参考】条例第 21 条第 1 項第 2 号**<br>(2) 同左 |
| **2 条例第21条第1項第2号に該当する行為** | **2 条例第21条第1項第2号に該当する行為** |
| (1) 消費者が契約を締結する意思がない旨を表明しているにもかかわらず，威圧的又は迷惑を覚えさせる言動等を用いて，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔威圧・困惑行為〕** | (1) 同左 |
| (2) 消費者の意に反して，反復して電話，ファクシミリ，電子メールその他の電気通信手段（以下「電気通信手段」という。）若しくははがき，封書等の文書を用いて連絡し，又は住居，店舗等において執よう又は強引に，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔電気通信手段等による執拗な勧誘等〕** | (2) 消費者の意に反し，又は消費者に意思を表明する機会を与えることなく，反復して電話，ファクシミリ，電子メールその他の電気通信手段（以下「電気通信手段」という。）若しくははがき，封書等の文書を用いて連絡し，又は住居，店舗等において執よう又は強引に，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔電気通信手段等による執拗な勧誘等〕** |
| (3) 消費者の意に反して，早朝若しくは深夜に，又は消費者が正当な判断をすることが困難な状態のときに，電気通信手段を用いて連絡し，又は住居等を訪問して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔早朝・深夜の勧誘等〕** | (3) 同左 |
| (4) 路上その他の場所において消費者を呼び止めて消費者の意に反して執ように説得し，又は威圧的な言動等を用いて，その場所で，若しくは営業所若しくはその他の場所へ誘引して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔つきまといによる勧誘等〕** | (4) 同左 |
| (5) 消費者が契約を締結する意思がない旨を表明しているにもかかわらず，又はその意思を表明する機会を与えることなく，電気通信手段を介して一方的に契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔電気通信手段による一方的勧誘等〕** | (5) 同左 |
| (6) 商品又はサービスの購入資金に関し，消費者からの要請がないにもかかわらず，貸金業者等からの借入れその他の信用の供与を受け，又は定期預金，生命保険の解約等をして資金を調達することを勧めて，執ように契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔資金調達の強要〕** | (6) 同左 |
| (7) 商品又はサービスの販売に関し，消費者が従前にかかわった取引に関する当該消費者の情報又は当該取引の内容に関する情報を利用して，過去の不利益を回復できるかのように告げる等により消費者の窮状や不安心理につ | (7) 商品若しくはサービスの販売又は商品の購入に関し，消費者が従前にかかわった取引に関する当該消費者の情報又は当該取引の内容に関する情報を利用して，過去の不利益を回復できるかのように告げる等により消費者の窮状 |

| | |
|---|---|
| け込んで契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔過去の取引情報による不当勧誘等〕** | や不安心理につけ込んで契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔過去の取引情報による不当勧誘等〕** |
| (8) 消費者又はその親族等の健康又は将来の不安その他の生活上の不安をことさらにあおる等の消費者を心理的に不安な状態に陥らせる言動等を用いて，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔心理的不安に乗じた勧誘等〕** | (8) 同左 |
| (9) 商品又はサービスを販売する目的で，親切を装う行為又は無料検査その他の無償若しくは著しく廉価の商品若しくはサービスの提供を行うことにより，これによって生じる消費者の心理的負担を利用して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔心理的負担に乗じた勧誘等〕** | (9) 商品若しくはサービスを販売し，又は商品を購入する目的で，親切を装う行為又は無料検査その他の無償若しくは著しく廉価の商品若しくはサービスの提供を行うことにより，これによって生じる消費者の心理的負担を利用して，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔心理的負担に乗じた勧誘等〕** |
| (10) その販売が主たる目的ではない商品又はサービスを意図的に無償又は著しい廉価で供給すること等により，消費者を合理的な判断ができない状態に陥れて，商品又はサービスの購入の契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔合理的判断の阻害〕** | (10) その取引が主たる目的ではない商品又はサービスを意図的に無償又は著しい廉価で供給すること等により，消費者を合理的な判断ができない状態に陥れて，商品又はサービスの取引に係る契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔合理的判断の阻害〕** |
| (11) 消費者が購入する意思を表明していないにもかかわらず，商品を一方的に消費者の自宅等に送りつけ，代金引換で受領させ，又は一方的に代金その他の名目による対価を請求する等により，契約の締結を勧誘し，又は契約を締結させること。**〔一方的送りつけ行為〕** | (11) 同左 |
| | ※第3号 新設 |
| | **【参考】条例第 21 条第 1 項第 3 号**<br>(3) 消費者からの要請がないにもかかわらず，営業所，代理店等以外の場所において，消費者から商品を購入する契約の締結について勧誘をし，又は勧誘を受ける意思の有無を確認すること。**〔訪問購入における不招請勧誘〕** |
| | **3 条例第21条第1項第3号に該当する行為**<br>(1) 消費者からの要請がないにもかかわらず，住居を訪問する等営業所，代理店，店舗等以外の場所において，消費者から商品を購入する契約の締結について勧誘をし，又は勧誘を受ける意思の有無を確認すること。**〔訪問購入の要請なき者への勧誘等〕** |
| | (2) 消費者から特定の商品を購入する契約の締結について勧誘の要請をした消費者に対して，住居を訪問する等営業所，代理店，店舗等以外の場所において，当該要請の内容を超えて，消費者から当該商品以外の商品を購入する契約の締結について勧誘をし，又は勧誘を受ける意思の有無を確認すること。**〔勧誘を要請された商品以外の訪問購入の勧誘等〕** |
| | (3) 商品の査定のみの要請をした消費者に対して，住居を訪問する等営業所，代理店，店舗等以外の場所において，当該要請の内容を超えて，消費者から査定をした商品を購入する契約の締結について勧誘をし，又は勧誘を受ける意思の有無を確認すること。**〔査定要請を超えた訪問購入の勧誘等〕** |

| | |
|---|---|
| **【参考】条例第 21 条第 1 項第 3 号**<br><br>(3) 取引における信義誠実の原則に反し，消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。**〔不当な契約内容〕** | **【参考】条例第 21 条第 1 項第 4 号**<br><br>(4) 取引における信義誠実の原則に反し，消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。**〔不当な契約内容〕** |
| **3 条例第21条第1項第3号に該当する行為** | **4 条例第21条第1項第4号に該当する行為** |
| (1) 消費者の契約の申込みの撤回等（条例第21条第1項第7号に規定する「申込みの撤回等」をいう。以下同じ。）をすることができる権利を制限して，消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。**〔クーリング・オフの制限〕** | (1) 同左 |
| (2) 契約に係る損害賠償の額の予定，違約金又は契約の解除に伴う清算金の定めにおいて，消費者に不当に高額又は高率な負担を求める内容の契約を締結させること。**〔不当な違約金等の定め〕** | (2) 同左 |
| (3) 債務不履行若しくは債務履行に伴う不法行為若しくは契約の目的物の瑕疵により生じた消費者に対して事業者が負うべき損害賠償責任の全部若しくは一部を不当に免除し，又は契約の目的物の瑕疵に係る事業者の修補責任を一方的に免責させる内容の契約を締結させること。**〔不当な免責特約の定め〕** | (3) 同左 |
| (4) クレジットカード，会員証，パスワード等の商品の購入若しくはサービスの提供を受ける際の資格を証するものが第三者によって不正に使用されたときに，消費者に不当に責任を負担させる内容の契約を締結させること。**〔不当な責任負担の定め〕** | (4) 同左 |
| (5) 契約に関する訴訟について消費者に不当に不利な裁判管轄を定める等，当該契約に関する紛争又は苦情の処理について消費者に不当に不利な内容の契約を締結させること。**〔不当な裁判管轄等の定め〕** | (5) 同左 |
| (6) 消費者に対し名義の貸与を求め，これを使用して，その意に反する債務を負担させる内容の契約を締結させること。**〔名義貸与による契約〕** | (6) 同左 |
| (7) 消費者にとって不当に過大な量である商品若しくはサービス又は不当に長期にわたって提供される商品若しくはサービスの購入を内容とする契約を締結させること。**〔不当な過量・長期契約〕** | (7) 同左 |
| (8) 商品又はサービスの購入に伴って消費者が受ける信用が当該消費者の返済能力を超えることが明白であるにもかかわらず，そのような信用の供与を伴う内容の契約を締結させること。**〔過剰与信による契約〕** | (8) 同左 |
| (9) 消費者が購入の意思を表明した主たる商品若しくはサービスと異なるもの又は消費者が事業者に提供した年齢，収入，職業等の情報とは異なる情報を記載した契約書を作成して，消費者に不当に不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。**〔契約書面の虚偽記載〕** | (9) 消費者が契約の締結の意思を表明した主たる商品若しくはサービスと異なるもの又は消費者が事業者に提供した年齢，収入，職業等の情報とは異なる情報を記載した契約書を作成して，消費者に不当に不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。**〔契約書面の虚偽記載〕** |
| (10) 消費者の知識，経験，判断能力，取引目的，年齢，収入，財産状況，身体状況，社会生活上の地位等に照らし社会通念上不適当と認められる内容の契約を締結させること。**〔消費者に適合しない契約〕** | (10) 同左 |

【参考】条例第 21 条第 1 項第 4 号

(4) 消費者又はその関係人を欺き，威迫し，困惑させる行為をする等の不当な手段を用いて，当該消費者又はその関係人に契約(契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。)に基づく債務の履行を迫り，又は債務を履行させること。**〔不当な履行強制〕**

**4 条例第21条第1項第4号に該当する行為**

(1) 消費者，その保証人その他の法律上支払義務のある者(以下「消費者等」という。)を欺き，威迫し，若しくは困惑させ，又は早朝若しくは深夜等の消費者が迷惑を覚える時間帯における正当な理由のない電話若しくは訪問その他の不当な手段を用いて，債務の履行を迫り，又は債務の履行をさせること。**〔威迫・困惑等による履行強制〕**

(2) 正当な理由なく法律上支払義務のない者に電話をし，又は訪問する等により，契約に基づく債務の履行への協力を要求し，又は協力させること。**〔義務なきものへの協力要求〕**

(3) 消費者等を欺き，威迫し，又は困惑させて，預金の払戻し，借入れ，生命保険の解約を受けること等により，消費者等に金銭を調達させて債務の履行をさせること。**〔意に反する資金調達による履行〕**

(4) 正当な理由がなく，消費者等に不利益となる情報を信用情報機関若しくは消費者等の関係人に通知し，又は当該情報を流布する旨の言動を行うこと等により，消費者等に心理的圧迫を与えて債務の履行を迫り，又は債務の履行をさせること。**〔不利益情報流布等による心理的圧迫〕**

(5) 契約の成立又は有効性について消費者等が争う相当な理由があるにもかかわらず，契約が成立し，又は有効であると一方的に主張して，債務の履行を迫り，又は債務の履行をさせること。**〔契約に関する抗弁権の拒否〕**

(6) 事業者の氏名，名称，住所等の自らを特定する情報又は請求の根拠について明らかにせず，又は偽ったまま，消費者等に対して，一方的に債務の履行を迫り，又は債務の履行をさせること。**〔請求根拠の不明示等〕**

【参考】条例第 21 条第 1 項第 5 号

(5) 契約若しくは法律の規定に基づく債務について，正当な理由なく完全な履行をせず，消費者の正当な根拠に基づく債務の履行の請求に対し，適切な対応をすることなく履行を不当に拒否し，若しくはいたずらに遅延させ，又は消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。**〔不当な履行拒絶等〕**

**5 条例第21条第1項第5号に該当する行為**

(1) 履行期限を過ぎても契約に基づく債務の完全な履行をせず，消費者からの履行の督促に対して適切な対応をすることなく，債務の履行を拒否し，又は引き延ばして，商品又はサービスを契約の趣旨に従って供給しないこと。**〔債務履行における不誠実対応〕**

(2) 法令の規定等により消費者に認められている財産書類の閲覧権，事実又は情報の開示を請求できる権利等の行使を拒否して，閲覧，開示等を拒むこと。**〔情報開示請求**

【参考】条例第 21 条第 1 項第 5 号

(5) 消費者又はその関係人を欺き，威迫し，困惑させる行為をする等の不当な手段を用いて，当該消費者又はその関係人に契約(契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。)に基づく債務の履行を迫り，又は債務を履行させること。**〔不当な履行強制〕**

**5 条例第21条第1項第5号に該当する行為**

(1) 消費者，その保証人その他の法律上債務の履行義務のある者(以下「消費者等」という。)を欺き，威迫し，若しくは困惑させ，又は早朝若しくは深夜等の消費者が迷惑を覚える時間帯における正当な理由のない電話若しくは訪問その他の不当な手段を用いて，債務の履行を迫り，又は債務の履行をさせること。**〔威迫・困惑等による履行強制〕**

(2) 正当な理由なく法律上債務の履行義務のない者に電話をし，又は訪問する等により，契約に基づく債務の履行への協力を要求し，又は協力させること。**〔義務なきものへの協力要求〕**

(3) 同左

(4) 同左

(5) 同左

(6) 同左

【参考】条例第 21 条第 1 項第 6 号

(6) 契約若しくは法律の規定に基づく債務について，正当な理由なく完全な履行をせず，消費者の正当な根拠に基づく債務の履行の請求に対し，適切な対応をすることなく履行を不当に拒否し，若しくはいたずらに遅延させ，又は消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。**〔不当な履行拒絶等〕**

**6 条例第21条第1項第6号に該当する行為**

(1) 履行期限を過ぎても契約に基づく債務の完全な履行をせず，消費者からの履行の督促に対して適切な対応をすることなく，債務の履行を拒否し，又は引き延ばして，契約の趣旨に従った履行をしないこと。**〔債務履行における不誠実対応〕**

(2) 同左

| | |
|---|---|
| の拒否〕 | |
| (3) 契約に基づく債務の履行が終了していないにもかかわらず，消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。**〔事前通告なき履行中止〕** | (3) 同左 |
| **【参考】条例第 21 条第 1 項第 6 号**<br>(6) 契約の内容を正当な理由なく一方的に変更すること。**〔不当な契約変更〕** | **【参考】条例第 21 条第 1 項第 7 号**<br>(7) 契約の内容を正当な理由なく一方的に変更すること。**〔不当な契約変更〕** |
| **6 条例第21条第1項第6号に該当する行為**<br>(1) 事業者側の事情等により，消費者に十分な説明を行わずに契約に基づく債権及び債務の内容若しくは契約履行上の条件等を一方的に変更すること。**〔一方的な契約内容等の変更〕** | **7 条例第21条第1項第7号に該当する行為**<br>(1) 同左 |
| **【参考】条例第 21 条第 1 項第 7 号**<br>(7) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回，契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張(以下これらを「申込みの撤回等」という。)に際し，当該申込みの撤回等を妨げて，又は申込みの撤回等が有効に行われたにもかかわらず，契約が成立した状態若しくはその効力が継続している状態であることを前提とした行為を行い，若しくは当該申込みの撤回等によって生じた債務の履行を不当に拒否し，若しくはいたずらに遅延させること。**〔解除権行使の妨害等〕** | **【参考】条例第 21 条第 1 項第 8 号**<br>(8) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回，契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張(以下これらを「申込みの撤回等」という。)に際し，当該申込みの撤回等を妨げて，又は申込みの撤回等が有効に行われたにもかかわらず，契約が成立した状態若しくはその効力が継続している状態であることを前提とした行為を行い，若しくは当該申込みの撤回等によって生じた債務の履行を不当に拒否し，若しくはいたずらに遅延させること。**〔解除権行使の妨害等〕** |
| **7 条例第21条第1項第7号に該当する行為**<br>(1) 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際して，これを拒否し，若しくは黙殺し，威迫し，又は術策，甘言等を用いて，当該権利の行使を妨げ，契約の成立又は存続を強要すること。**〔クーリング・オフの拒絶〕** | **8 条例第21条第1項第8号に該当する行為**<br>(1) 同左 |
| (2) 消費者の自発的意思を待つことなく商品又はサービスを消費させ，又は利用させて，クーリング・オフの権利の行使を妨げ，契約の成立又は存続を強要すること。**〔自認行為誘導によるクーリング・オフ妨害〕** | (2) 同左 |
| (3) 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際して，手数料，送料，サービスの対価等の法令上根拠のない要求をして，当該権利の行使を妨げ，契約の成立又は存続を強要すること。**〔法的根拠なき要求によるクーリング・オフ妨害〕** | (3) 同左 |
| (4) 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際して，口頭による行使を認めておきながら，後に書面によらないことを理由として，当該権利の行使を妨げ，契約の成立又は存続を強要すること。**〔口頭のクーリング・オフを認めた場合の禁反言〕** | (4) 同左 |
| (5) 形式的には独立した複数の契約であっても，それらの目的とするところが相互に密接に関連づけられていて，いずれかが履行されるだけでは当該契約を締結した目的が達成されないと認められるものである場合に，消費者からの正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回等に際し，これらの契約のいずれかのみを解除し，取り消し，又は無効とし，その他の契約の存続を強要すること。**〔実質的一体契約における解除等の拒否〕** | (5) 同左 |

| | |
|---|---|
| (6) 前各号に掲げるもののほか，消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回等に際し，これを不当に拒否し，不当な違約金，損害賠償金等を要求し，又は威迫する等して，契約の成立又は存続を強要すること。**〔不当要求による解除等の妨害〕** | (6) 同左 |
| (7) 消費者のクーリング・オフの権利の行使その他契約の申込みの撤回等が有効に行われたにもかかわらず，法律上その義務とされる返還義務，原状回復義務，損害賠償義務等の履行を正当な理由なく拒否し，又はいたずらに遅延させること。**〔解除等における義務違反〕** | (7) 同左 |
| **【参考】条例第 21 条第 1 項第 8 号**<br><br>(8) 消費者が他の事業者から商品又はサービスを購入することを条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約(以下これらを「与信契約等」という。)について，消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず，その締結を勧誘し，若しくは締結させ，又は不当な手段で与信契約等に基づく債務の履行を迫り，若しくは履行させること。**〔不当な与信契約〕** | **【参考】条例第 21 条第 1 項第 9 号**<br><br>(9) 消費者が他の事業者から商品又はサービスを購入することを条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約(以下これらを「与信契約等」という。)について，消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず，その締結を勧誘し，若しくは締結させ，又は不当な手段で与信契約等に基づく債務の履行を迫り，若しくは履行させること。**〔不当な与信契約〕** |
| **8 条例第21条第1項第8号に該当する行為** | **9 条例第21条第1項第9号に該当する行為** |
| (1) 立替払，債務の保証その他の与信に係る債権及び債務について，重要な情報を提供せず，又は誤信させるような表現を用いて，与信契約等の締結を勧誘し，又は与信契約等の締結をさせること。**〔与信契約における重要情報の不提供等〕** | (1) 同左 |
| (2) 与信が消費者の返済能力を超えることが明白であるにもかかわらず，与信契約等の締結を勧誘し，又は与信契約等の締結をさせること。**〔過剰与信契約〕** | (2) 同左 |
| (3) 販売業者等(商品若しくはサービスを販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行うものをいう。以下同じ。)の行為が条例第21条第1項第1号から第3号までに規定する行為のいずれかに該当することを知りながら，又は与信に係る加盟店契約その他の提携関係にある販売業者等を適切に管理していれば，そのことを知り得べきであるにもかかわらず，与信契約等の締結を勧誘し，又は与信契約等の締結をさせること。**〔不当な取引行為についての悪意・有過失〕** | (3) 同左 |
| (4) 与信契約等において，販売業者等に対して生じている事由をもって消費者が正当な根拠に基づき支払を拒絶できる場合であるにもかかわらず，正当な理由のない電話，訪問その他の不当な手段を用いて，消費者若しくはその関係人に債務の履行を迫り，又は債務の履行をさせること。**〔抗弁権接続の不当妨害〕** | (4) 同左 |

## 5 福岡市消費生活審議会

福岡市消費生活条例（平成 17 年4月に施行）に基づき、市長の附属機関である「福岡市消費生活審議会」及び「苦情処理部会」を設置している。また、必要に応じて部会を置くことができる（平成 19 年度及び 20 年度は「消費者啓発部会」，平成 25 年度及び 26 年度は「消費者教育部会」を設置）。

### （1）福岡市消費生活審議会

・委員は 15 人以内で任期2年
・委員構成　学識経験のある者，消費者，事業者，行政の職にある者から構成
・所掌事務
　消費生活に関する重要な事項の調査審議
　消費者被害の救済に関するあっせん及び調停
　消費生活に係る訴訟の援助に関する事項の調査審議
　消費生活に関する重要事項について市長に意見を述べる
・平成 25 年度は委員の改選を行った。
　第5期　平成 25 年4月1日～平成 27 年3月 31 日

**≪開催実績≫**（平成 25 年度）

| | 開催日 | 議　題　等 |
|---|---|---|
| 第17回 | 平成 25 年7月 2 日 | （議案）<br>・苦情処理部会，消費者教育部会の設置<br>・「消費者教育の推進に関する法律」の概要と本市の取り組みについて<br><br>（報告）<br>・平成24年度事業実績及び平成25年度消費生活センター事業概要について<br>・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について<br>・電気通信事業者に関する苦情相談について |
| 第18回 | 平成 25 年11 月1日 | （議案）<br>・特定商取引に関する法律改正に伴う福岡市消費生活条例の改正について（諮問）<br>（平成 25 年 11 月6日答申）<br>・福岡市消費生活条例第 21 条第1項の規定に基づく不当な取引行為の指定に関する告示の一部を改正する案について |

**≪審議会委員名簿≫**

第5期　任期：平成25年4月1日～平成27年3月31日

| 区　分 | 氏　名 | 所属団体・役職 | 備　考 |
|---|---|---|---|
| 学識経験のある者 | 清水　巖 | 九州大学名誉教授 | 会長 |
| | 鳥居　玲子 | 福岡県弁護士会 | 苦情処理部会 |
| | 春田　久美子 | 福岡県弁護士会 | 消費者教育部会 |
| | 牟田　悦子 | RKB毎日放送株式会社<br>報道制作センター映像部専門部長 | 消費者教育部会 |
| 消費生活専門分野 | 大津　英樹 | 公益社団法人　日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会<br>九州支部　副支部長 | 苦情処理部会 |
| | 川添　直美 | 公益社団法人　全国消費生活相談員協会　九州支部 | 苦情処理部会 |
| 消費者 | 奥村　誠二 | 公募委員 | 苦情処理部会 |
| | 髙原　元 | 公募委員 | 消費者教育部会 |
| | 坂田　美和子 | 福岡市PTA協議会<br>副会長 | 消費者教育部会 |
| | 古川　美樹 | 社会福祉法人　ふくおか福祉サービス協会<br>地域包括支援第2課長 | 消費者教育部会 |
| | 森住　勝子 | 福岡市民生委員児童委員協議会<br>副会長 | 消費者教育部会 |
| | 吉原　洋 | 特定非営利活動法人　消費者支援機構福岡<br>専門部会検討委員長 | 苦情処理部会 |
| 事業者 | 山田　聡 | 消費者窓口連絡会 | 苦情処理部会 |
| | 宮﨑　正義 | 福岡県生活協同組合連合会<br>会長理事 | 消費者教育部会 |

＊区分内は五十音順　　（平成26年6月末日現在）

**（2）部会の設置**

**①消費者苦情処理部会**

消費生活審議会における消費者被害の救済に関するあっせん及び調停を行うため，第5期消費生活審議会の初回の審議会（第17回）において設置された。

・委員　会長が指名する審議会委員7人以内，及び当該部会を構成する審議会委員の半数を超えない専門委員で組織

・委員構成　審議委員6人（上記委員名簿参照）

・設置日　平成25年7月2日

・平成25年度は開催実績なし

**②消費者教育部会**

平成 24 年 12 月に施行された消費者教育推進法を受け、本市における今後の消費者教育の進め方等を審議するために，第5期消費生活審議会の初回の審議会（第 17 回）において設置された。

・委員　審議会委員7名，専門委員3名
・委員構成　学識経験者，消費者，事業者，教育関係者
・設置日　平成 25 年7月2日

**≪開催実績≫**

| | | |
|---|---|---|
| 第1回 | 平成 25 年8月 30 日 | （議案）<br>・消費者教育部会の運営について<br>・消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）について<br>・福岡市の消費者教育の現状について<br>・消費者教育推進のための基礎調査について |
| 第2回 | 平成 26 年3月 14 日 | （議案）<br>・消費者教育の現状と課題について<br>(1) 市の消費者教育の現状<br>(2) 消費者教育のための基礎調査の結果<br>・消費者教育推進方針（仮称）素案の概要について |

**≪消費者教育部会委員名簿≫**

任期：平成25年7月2日～平成27年3月31日

| 区 分 | 氏 名 | 所 属 団 体 ・ 役 職 | 備 考 |
|---|---|---|---|
| 学識経験者 | 春 田 久 美 子 | 福岡県弁護士会 | 部会長 |
| | 牟 田　悦 子 | RKB 毎日放送株式会社<br>報道制作センター映像部専門部長 | |
| 消費者 | 髙 原　　元 | 公募委員 | |
| | 坂田　美和子 | 福岡市PTA協議会<br>副会長 | |
| | 古 川　美 樹 | 社会福祉法人　ふくおか福祉サービス協会<br>福岡市地域包括支援第2課長 | |
| | 森 住　勝 子 | 福岡市民生委員児童委員協議会<br>副会長 | |
| 事業者 | 宮 﨑　正 義 | 福岡県生活協同組合連合会<br>会長理事 | |
| 専門委員 | 楠 下　広 師 | 福岡市自治協議会等7区会長会　代表<br>（中央区自治協議会等代表者会会長） | |
| | 増 川　郁 子 | 福岡市立中学校校長会　福岡市立宮竹中学校　校長<br>（福岡市中学校技術・家庭科研究会　副会長） | |
| | 山 本　佑 治 | 福岡市公民館館長会　副会長<br>青葉公民館　館長 | |

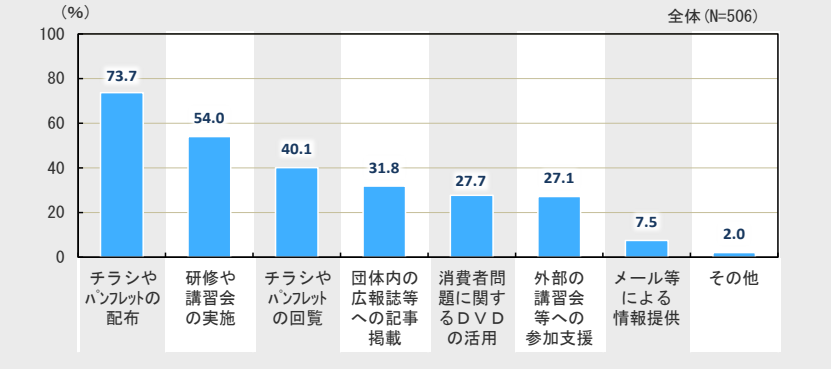
＊区分内は五十音順　　（平成 26 年6月末日現在）

# ６ 消費者教育推進のための基礎調査結果≪抜粋≫

## Ⅰ．調査結果（地域）

### 今後の消費者教育について

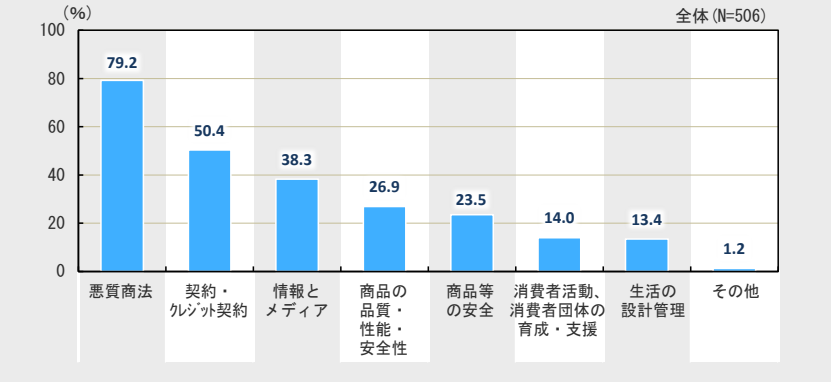
#### （１）今後取り組むことが可能な消費者教育の手法




「チラシやパンフレットの配布」（73.7%）が最も多く、次いで「研修や講習会の実施」（54.0%）の順となっています。

所属団体別では、「公民館」は「研修や講習会の実施」（75.4%）の割合が非常に高くなっています。

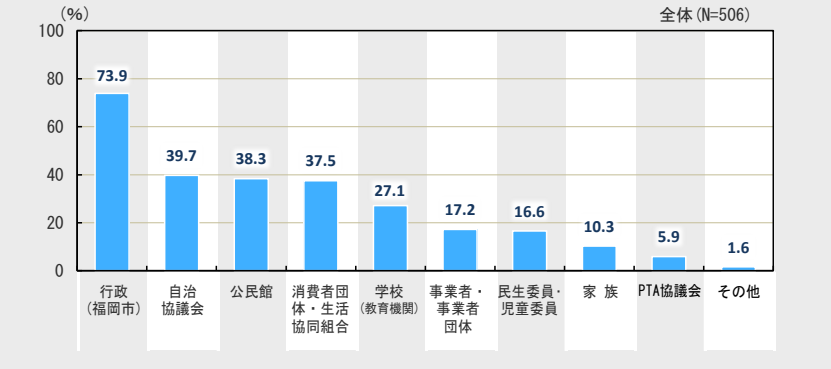
#### （２）消費者教育で特に力を入れて取り組む必要があると思う分野




「悪質商法」（79.2%）が最も多く、次いで「契約・クレジット契約」（50.4%）の順となっています。

所属団体別では、「ＰＴＡ協議会」は「情報とメディア」（75.4%）が非常に高くなっています。

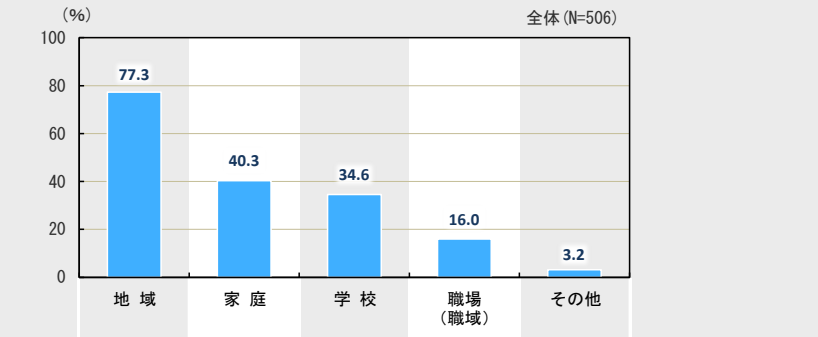
#### （３）消費者教育を行う主体としてふさわしいと思う団体




「行政（福岡市）」（73.9%）が最も多く、他に比べて抜きん出ています。

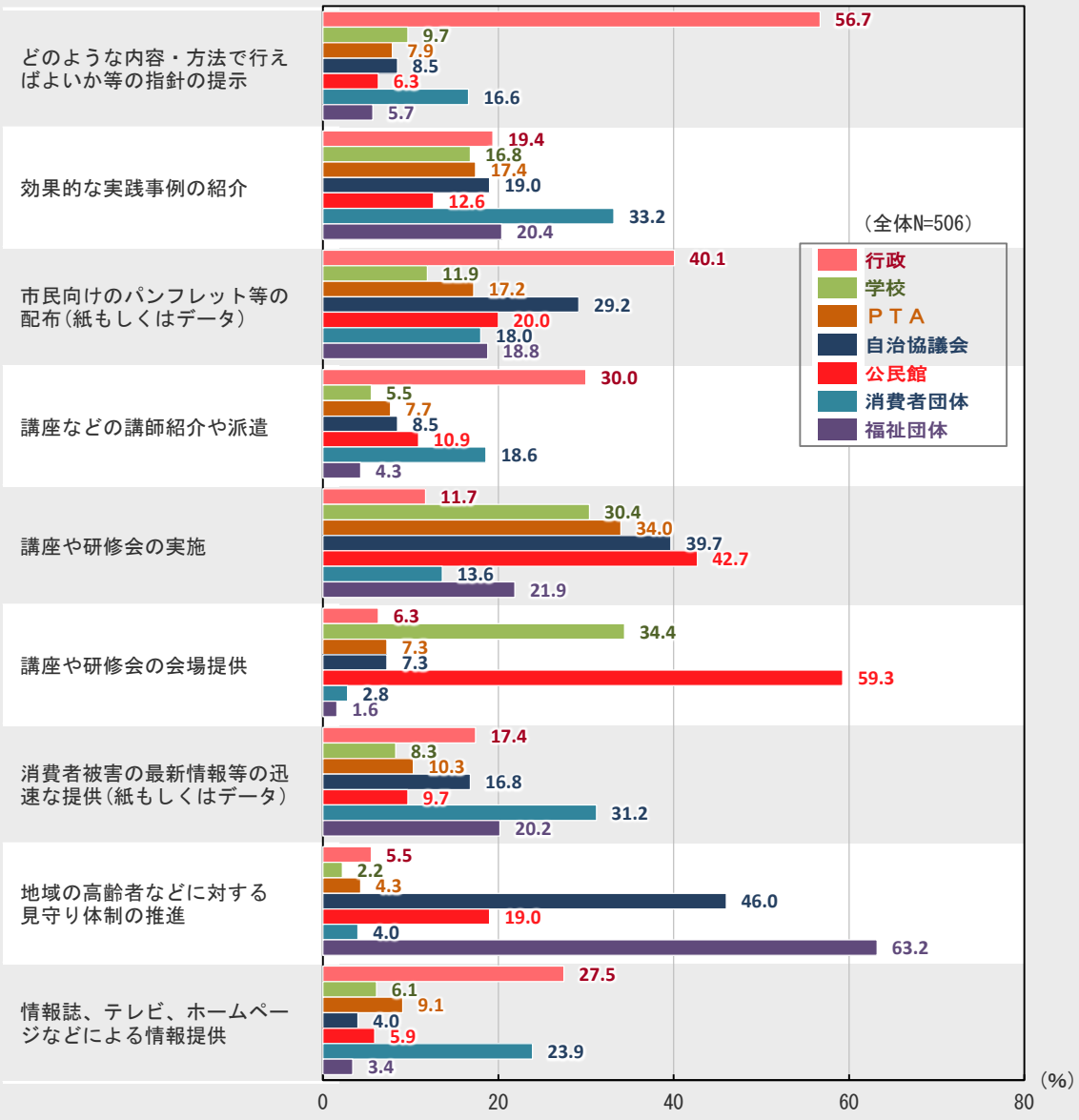
所属団体別では、「民生委員・児童委員」は「自治協議会」（50.6%）の割合が非常に高くなっています。

#### （４）消費者教育を行うことが重要だと思う分野




「地域」（77.3%）が最も多く、他に比べて抜きん出ています。

## （５）消費者教育に取り組む際に期待すること




各団体に対して、消費者教育に取り組む際に最も期待している内容は以下のとおりです。

行政 …… 「どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の提示」（56.7%）
学校 …… 「講座や研修会の会場提供」（34.4%）
ＰＴＡ …… 「講座や研修会の実施」（34.0%）
自治協議会 …… 「地域の高齢者などに対する見守り体制の推進」（46.0%）
公民館 …… 「講座や研修会の会場提供」（59.3%）
消費者団体 …… 「効果的な実践事例の紹介」（33.2%）
福祉団体 …… 「地域の高齢者などに対する見守り体制の推進」（63.2%）

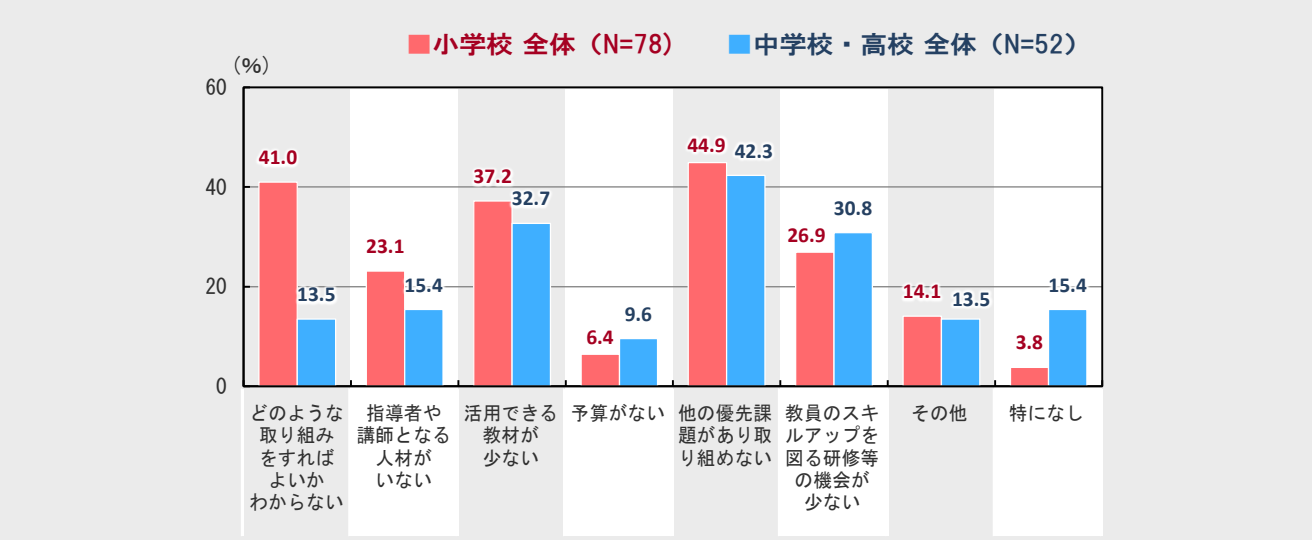
参考として、自身の所属団体に最も期待している内容は以下のとおりです。

自治協議会 …… 「講座や研修会の実施」（37.9%）
公民館 …… 「講座や研修会の会場提供」（72.8%）
ＰＴＡ協議会 …… 「市民向けのパンフレット等の配布（紙もしくはデータ）」（37.7%）
生活協同組合 …… 「効果的な実践事例の紹介」（53.3%）
民生委員・児童委員 …… 「地域の高齢者などに対する見守り体制の推進」（73.0%）
いきいきセンターふくおか …… 「地域の高齢者などに対する見守り体制の推進」（81.8%）

# Ⅱ．調査結果（学校）

## 今後の消費者教育について

### （１）消費者教育を推進するにあたって特に重要と思われる課題



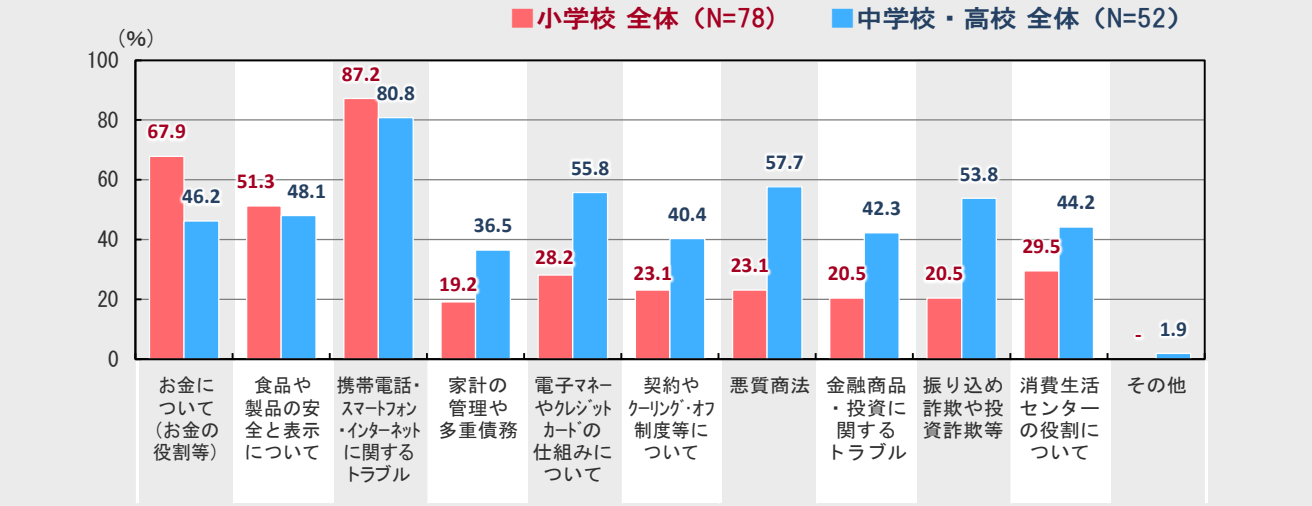

小学校では、「他の優先課題があり取り組めない」（44.9%）、「どのような取り組みをすればよいかわからない」（41.0%）、「活用できる教材が少ない」（37.2%）、「教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない」（26.9%）などの順となっています。

中学校・高校では、「他の優先課題があり取り組めない」（42.3%）、「活用できる教材が少ない」（32.7%）、「教員のスキルアップを図る研修等の機会が少ない」（30.8%）などの順となっています。

「どのような取り組みをすればよいかわからない」は小学校の方が中学校・高校よりも高くなっています。

### （２）消費者教育用の教材について

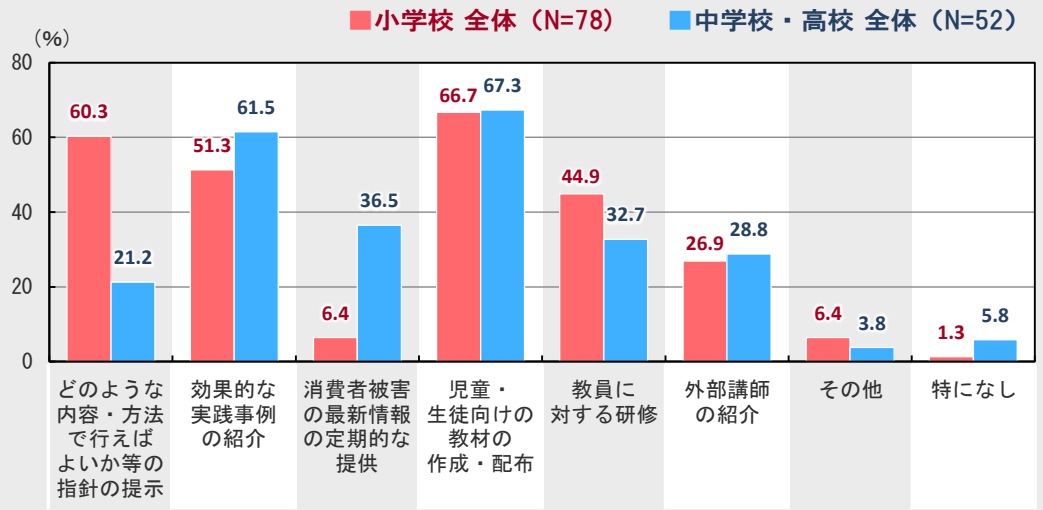
●特に希望するテーマ




特に希望するテーマについては、小学校、中学校・高校のいずれも「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が最も多くなっています。

授業等で活用しやすい、又は特に効果があると思われる教材については、いずれも「ＤＶＤ等映像の教材」が最も多くなっています。

## （３）消費者教育を推進するために特に必要だと思うこと




「児童・生徒向けの教材の作成・配布」、「効果的な実践事例の紹介」が小学校、中学校・高校のいずれも多くなっています。

「どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の提示」は小学校の方が中学校・高校よりも高くなっています。

一方、中学校・高校は「消費者被害の最新情報の定期的な提供」（36.5%）が小学校よりも高くなっています。

## 7　消費者団体

福岡市消費者グループ活動支援事業を実施した消費者団体を掲載しています。

| | | |
|---|---|---|
| 名称<br>（代表者） | 公益社団法人　日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会九州支部<br>（愛智ゆみ） | |
| 活動実績等 | 消費生活アドバイザー普及事業，研修会，会報誌発行など | 実施年度<br>24 年度 |
| 名称<br>（代表者） | 特定非営利活動法人　消費者支援機構福岡<br>（朝見行広） | |
| 活動実績等 | 差止請求，セミナー開催，事業者への申し入れ活動など<br>適格消費者団体(H24.11.13 認定) | 実施年度<br>24 年度 |
| 名称<br>（代表者） | 特定非営利活動法人　コンシューマー福岡<br>（柴富伸子） | |
| 活動実績等 | 講座や現地見学会など | 実施年度<br>25 年度 |
| 名称<br>（代表者） | 福岡友の会<br>（向井尚子） | |
| 活動実績等 | 生活基礎講習会，家事家計講習会，楽しい子育て教室など | 実施年度<br>25 年度 |

（平成 26 年 5 月末日現在）

事　　業　　概　　要

（平成26年７月）

編 集　福岡市市民局生活安全部消費生活センター

〒810－0073　福岡市中央区舞鶴2丁目5番1号
電話(092)712-2929
FAX(092)712-2765

※本書は，再生紙を使用しています。