

令和元年度

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 令和元年度の主な事業内容と予算	2

II 平成30年度事業実績

1 消費生活相談	
(1) 相談業務	3
(2) 相談状況	3
2 事業者指導	
(1) 事業者面接	12
(2) 事業者指導・勧告	12
3 消費者教育・啓発	
(1) 消費者教育推進計画	13
(2) 消費者講座	14
(3) 広報	21
(4) 消費生活情報の収集・提供	25
(5) 地域の団体、関係機関等との連携	32
4 商品テスト	36
5 製品安全4法等の立入検査	37
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	39
(2) 市政アンケート調査	40
(3) 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定のための 基礎調査結果(概要版)	47
(4) 消費生活相談窓口アンケート	55

参考資料

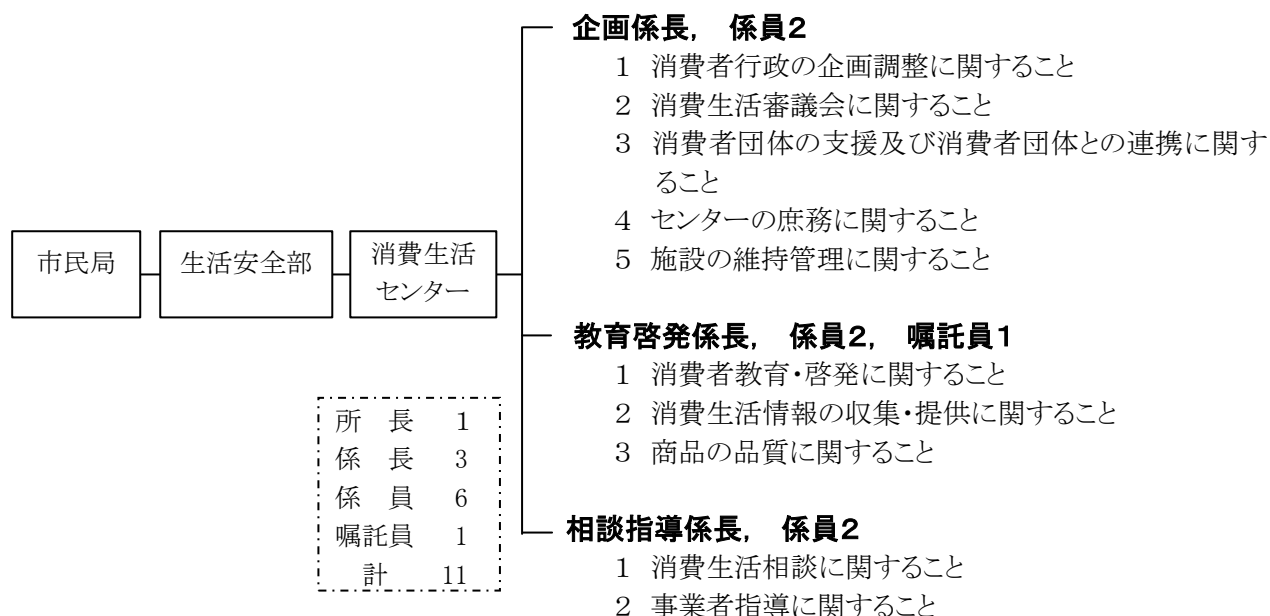
1 消費者行政の変遷	57
2 機構の変遷	61
3 福岡市消費生活条例	63
4 福岡市消費生活審議会	67

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、消費生活相談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



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(祝日を除く) 10時～16時(電話相談のみ)
※年末年始は閉館

(3) 施設概要

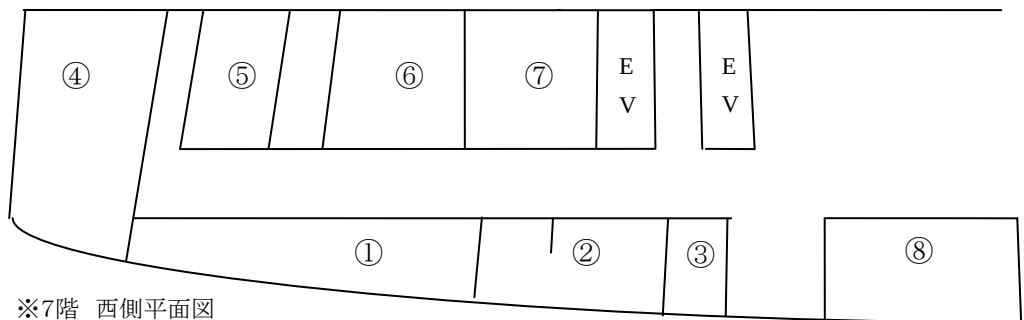
① 複合施設 (あいれふ)

敷地面積	3,455.30 m ²
延床面積	18,145.75 m ²
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 m²

- | | |
|-------------|------------|
| ①事務室 | ⑥面談室 |
| ②消費生活相談コーナー | 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 | 他倉庫等(地下1階) |
| ⑤更衣室等 | |



※7階 西側平面図

4 令和元年度の主な事業内容と予算

(単位:千円)

事業費目	平成30年度 予算額	令和元年度 予算額	差引 増減額	令和元年度の主な事業内容
消費者教育・啓発	7,004	17,406	10,402	くらしに役立つ消費者講座 消費生活情報の収集・提供 情報紙「くらしのインフォメーション」発行 「消費生活かわら版」の発行 他 消費者教育出前講座 消費生活サポーター事業 消費者安全分野専門員に係る経費 (消費生活センター機能強化事業より) 福岡県消費者行政推進事業補助金事業 ・障がい者向けパンフレット作成及び講座 ・市政だよりを活用した広報 ・高齢者等見守り事業 ・中学校消費者教育推進事業 ・様々な主体と連携したライフステージごとの消費者教育 他
消費者相談・事業者指導	43,801	43,834	33	相談業務委託等
消費生活センター機能強化事業(投資)	9,523	661	▲8,862	福岡県消費者行政推進事業補助金事業 ・「福岡市消費者教育推進計画」 (第二次)策定
消費生活センター管理等経費	16,324	16,513	189	センターの管理運営, 消費生活審議会等
合計	76,652	78,414	1,762	

Ⅱ 平成30年度事業実績

1 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あっせんを実施し、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31年4月現在)

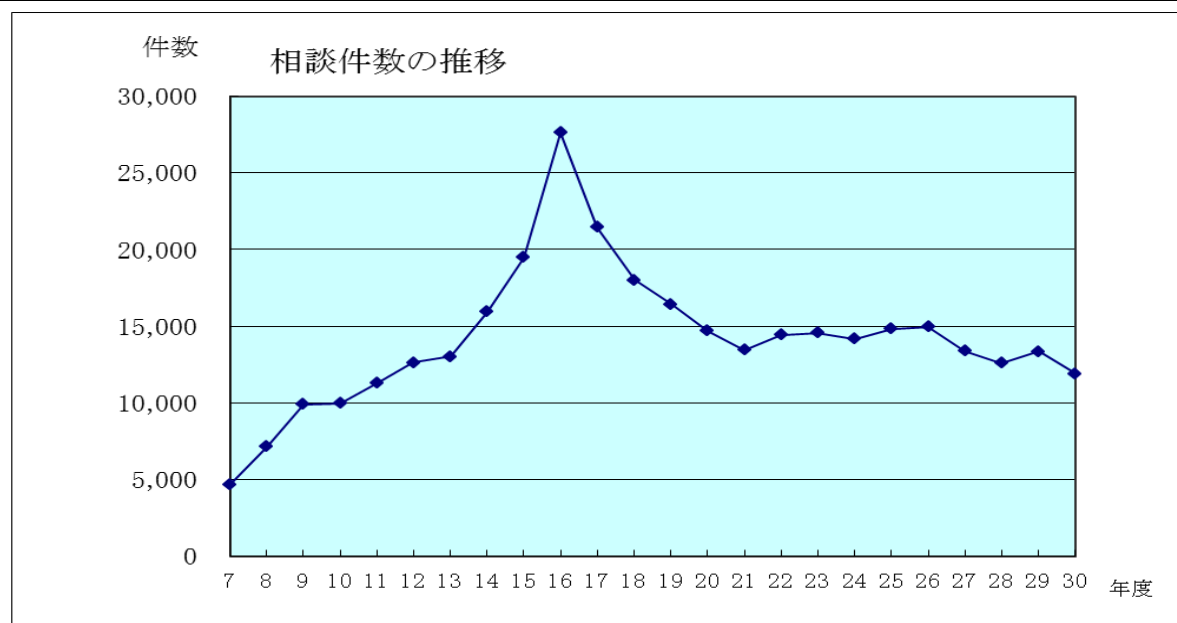
一般相談	商品やサービスの契約、販売方法、品質などに関する相談 ・日 時: 平日 9時～17時, 第2・4土曜日(祝日を除く) 10時～16時 ・方 法: 来所面接相談, 電話相談(第2・4土曜日は電話相談のみ), インターネット相談 ・相談体制: 平日8～9名, 第2・4土曜日 3名
特別相談	一般相談の中で、専門知識が必要な相談に対応 ・クリーニング相談: 月1回(第1木曜日) 14時～16時 ・法律相談: 月2回(原則, 第2・4火曜日) 14時～16時

(2) 相談状況

① 相談件数

相談件数は平成16年度の27,613件(うち14,332件, 51.9%は架空請求はがき等による不当請求)をピークに減少傾向にあり、平成30年度は11,911件で前年度に比べると1,437件(10.8%)減少した。

年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
件数	14,951	13,386	12,602	13,348	11,911
(うち土曜件数)	(609)	(561)	(553)	(483)	(439)



② 相談方法別相談件数

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 (%)	10,717 (90.0)	980 (8.2)	36 (0.3)	178 (1.5)	11,911 (100.0)

※構成比(%)については、端数の関係で合計が100%にならないものがある。(以下共通)

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 (%)	6,806 (57.1)	4,381 (36.8)	455 (3.8)	269 (2.3)	11,911 (100.0)

④ 契約当事者の年代別相談件数

高齢者の相談の割合が高い。

	26 年度		27 年度		28 年度		29 年度		30 年度		(参考) 30 年度	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	人口※ (万人)	件数/人口 (%)
20 歳未満	412	2.8	371	2.8	316	2.5	241	1.8	261	2.2	27.4	0.10
20 歳代	1,891	12.6	1,617	12.1	1,560	12.4	1,443	10.8	1,359	11.4	20.5	0.66
30 歳代	2,362	15.8	1,954	14.6	1,716	13.6	1,624	12.2	1,476	12.4	21.3	0.69
40 歳代	2,383	15.9	2,203	16.5	2,012	16.0	2,021	15.1	1,727	14.5	24.2	0.71
50 歳代	2,116	14.2	1,755	13.1	1,687	13.4	2,145	16.1	1,639	13.8	18.9	0.87
60 歳代	2,140	14.3	1,824	13.6	1,769	14.0	2,315	17.3	1,805	15.2	18.5	0.97
70 歳代	1,654	11.1	1,438	10.7	1,395	11.1	1,530	11.5	1,532	12.9	14.3	1.07
80 歳以上	978	6.5	951	7.1	842	6.7	840	6.3	886	7.4	9.9	0.90
不 明	1,015	6.8	1,273	9.5	1,305	10.4	1,189	8.9	1,226	10.3	—	—
合 計	14,951		13,386		12,602		13,348		11,911		157.9	0.75

※人口は「福岡県人口移動調査」による平成30年10月1日現在の推計人口

⑤ 相談処理状況

(令和元年 5 月 31 日現在)

		26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度
		件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)
処 理 結 果	他 機 関 紹 介	349 (2.3)	371 (2.8)	275 (2.2)	141 (1.1)	105 (0.9)
	助言(自主交渉)	11,113 (74.3)	9,494 (70.9)	9,160 (72.7)	9,953 (74.6)	8,389 (70.4)
	その他の情報提供	1,713 (11.5)	1,818 (13.6)	1,759 (14.0)	1,845 (13.8)	2,058 (17.3)
	あっせん解決	1,048 (7.0)	911 (6.8)	821 (6.5)	886 (6.6)	760 (6.4)
	あっせん不調	171 (1.1)	206 (1.5)	171 (1.4)	127 (1.0)	129 (1.1)
	処 理 不 能 ※ 1	32 (0.2)	34 (0.3)	30 (0.2)	32 (0.2)	29 (0.2)
	処 理 不 要 ※ 2	525 (3.5)	552 (4.1)	386 (3.1)	364 (2.7)	420 (3.5)
	相談継続中 ※ 3	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	21 (0.2)
合 計		14,951	13,386	12,602	13,348	11,911

※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		26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度
法律相談	回 数	24	24			12
	件 数	86	72			23
多重債務法律相談	回 数	24	24			
	件 数	39	19			
クリーニング	回 数	12	12	12	12	12
	件 数	9	17	15	13	5

※法律相談，多重債務法律相談は，平成 28～29 年度は一時中止していたが，法律相談として統合し，平成 30 年度から再開。

⑦ 不当請求に関する相談の状況

インターネットやはがきなどによる不当請求の相談件数は，平成 16 年度をピークに減少し，ここ 10 年は概ね横ばいで推移している。30 年度は 1,807 件中 653 件 (36.1%) がデジタルコンテンツによるもので，はがきによるものも 565 件 (31.3%) あった。

区 分	16 年度		26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度
不当請求(A)	14,332		2,724	2,331	2,074	3,031	1,807
() は，全相談件数に占める割合	(51.9)		(18.2)	(17.4)	(16.5)	(22.7)	(15.2)
うち架空請求(B)	統計なし		859	741	940	2,370	1,149
() は，B/A(%)			(31.5)	(31.8)	(45.3)	(78.2)	(63.6)
うちワンクリック請求(C)	統計なし		1,343	1,007	708	208	165
() は，C/A(%)			(49.3)	(43.2)	(34.1)	(6.9)	(9.1)

●不当請求に関する相談の主な内訳

区 分	16 年度		26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度
不当請求(A)	14,332		2,724	2,331	2,074	3,031	1,807
うちデジタルコンテンツ(D)	統計なし		2,084	1,617	1,510	1,575	653
() は，D/A(%)			(76.5)	(69.4)	(72.8)	(52.0)	(36.1)
うち架空請求はがき(E)	統計なし		54	17	13	955	565
() は，E/A(%)			(2.0)	(0.7)	(0.6)	(31.5)	(31.3)

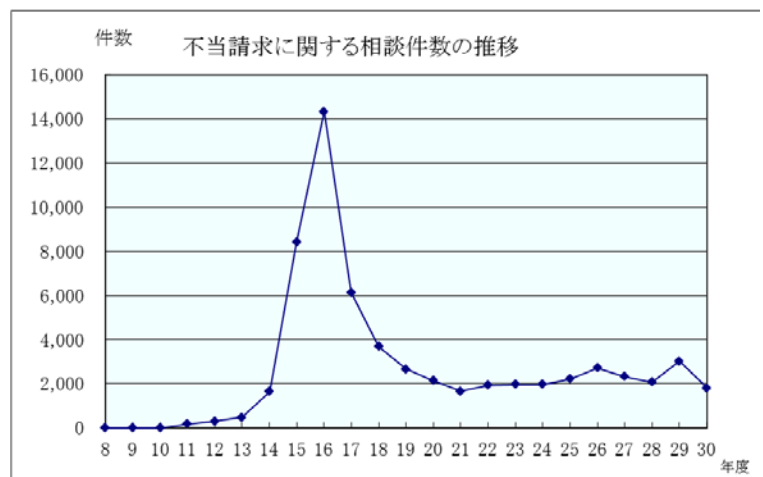
※「不当請求」：二重請求，不当な取立て等業者の不当な請求に関する相談。架空請求も含まれる。

※「架空請求」：電子メール，はがきなどの文書，電話などによる身に覚えのない代金の請求に関する相談。

※「ワンクリック請求」：電子メールやホームページにおいて，動画や年齢確認ボタンをクリックしただけで会員登録され，料金を請求されるものに関する相談。

※「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。

※一つの相談が，「架空請求」，「ワンクリック請求」，「デジタルコンテンツ」の複数の項目に該当する場合は，それぞれの項目に計上している。



⑧ 商品・役務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、件数で見るとデジタルコンテンツに関する相談は大きく減少している。

順位 年度	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26	デジタル コンテンツ	不動産貸借	商品一般	フリーローン ・サラ金	エステティック サービス	インターネット 接続回線	携帯電話 サービス	工事・建築	医療 サービス	四輪自動車
	2,422	1,063	568	448	402	386	360	346	288	231
27	デジタル コンテンツ	不動産貸借	商品一般	インターネット 接続回線	携帯電話 サービス	フリーローン ・サラ金	工事・建築	エステティック サービス	四輪自動車	テレビ放送 サービス
	1,932	965	552	417	390	352	282	255	196	189
28	デジタル コンテンツ	不動産貸借	商品一般	インターネット 接続回線	携帯電話 サービス	工事・建築	フリーローン ・サラ金	エステティック サービス	四輪自動車	モバイル データ通信
	2,008	964	571	460	307	300	258	234	192	186
29	デジタル コンテンツ	商品一般	不動産貸借	インターネット 接続回線	携帯電話 サービス	エステティック サービス	工事・建築	フリーローン ・サラ金	役務その他 サービス	四輪自動車
	2,145	1,475	892	396	311	271	270	231	197	180
30	デジタル コンテンツ	商品一般	不動産貸借	インターネット 接続回線	携帯電話 サービス	工事・建築	フリーローン ・サラ金	エステティック サービス	役務その他 サービス	他の 健康食品
	1,344	1,302	891	334	311	295	224	189	184	166

※ 「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。

●デジタルコンテンツに関する相談の主な内訳

区 分	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度
デジタルコンテンツ(A)	2,422	1,932	2,008	2,145	1,344
うち内容の特定できないサイト利用料等(B)	390	544	882	1,380	470
()は、B/A(%)	(16.1)	(28.2)	(43.9)	(64.3)	(35.0)
うち情報商材やセキュリティソフト等(C)	311	169	271	266	390
()は、C/A(%)	(12.8)	(8.7)	(13.5)	(12.4)	(29.0)
うちアダルト情報サイト(D)	1,442	997	626	224	181
()は、D/A(%)	(59.5)	(51.6)	(31.2)	(10.4)	(13.5)

【商品・役務分類別の相談の概要】

1位 デジタルコンテンツ

実在する事業者名をかたる、利用した覚えのない有料サイトの料金の請求に対する相談は、大きく減少した。一方、「儲かる」と謳う情報商材の契約をしたが思うように儲からないので解約したいという相談は急増している。情報商材の契約は、SNSをきっかけにしたものも多い。そのほか、アダルト情報サイトや出会い系サイトについての相談も含まれる。

2位 商品一般

商品の相談であるが、商品を特定できない、または特定する必要のないもの。「総合消費料金」「利用料金」など、身に覚えがなく債権の内容も不明な料金について、支払いや連絡を求める架空請求が過半数を占めている。そのほか、身に覚えのないクレジットカードの利用明細に関する相談なども含まれる。

3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、その中で、退去時の修理費の請求や敷金の返還等に関する相談が多い。

4位 インターネット接続回線

パソコンのインターネット回線の契約先の乗り換えに関する相談が多い。中でも、約8割を占める光回線についての内容が目立っている。契約している大手電話会社のサービス変更と思って話を聞いたら、関係ない事業者との新たな契約になっていたなど、説明不足や虚偽説明によるトラブルにより解約を希望する相談が多い。

5位 携帯電話サービス

携帯電話(スマートフォンを含む。)の利用者が増加する一方、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し、解約を希望する相談が多い。いわゆる「格安スマホ」に関する相談なども含まれる。

6位 工事・建築

訪問販売で、屋根や外壁、内装などのリフォーム工事を契約したが、工事内容(施工不良など)、価格、事業者の説明に納得がいけない等の相談が寄せられている。また、無料点検や、火災保険を使って無料で修理ができると言って訪問し、必要のない工事を勧められたという相談も寄せられた。

7位 フリーローン・サラ金

ヤミ金、サラ金、多重債務の相談が多い。平成22年6月の改正貸金業法の完全施行以降、相談件数は減少傾向にある。

8位 エステティックサービス

特に20歳代の脱毛サービスに関する内容が目立ち、強引な勧誘などで高額な契約をしたが、クーリング・オフや中途解約を希望する相談が多い。

9位 役務その他サービス

役務の相談のうち、他に定める分類に該当しないもの。出張鍵開けのサービスや、パソコンのサポートサービスなど、様々な内容を含む。

10位 他の健康食品

初回安価な健康食品を一回のみのお試しのつもりで申し込んだが二回目が届き、解約の連絡をしたところ複数回数取ることが条件の定期購入になっており、解約できないと言われたなどの相談が多い。

【参考】平成30年度に相談の増加件数・減少件数が多かった商品・役務

増加件数の多い商品・役務						減少件数の多い商品・役務					
順位	商品・役務名	29年度	30年度	増減	対前年度比	順位	商品・役務名	29年度	30年度	増減	対前年度比
1	酵素食品	50	124	74	+148.0%	1	デジタルコンテンツ	2,145	1,344	▲801	▲37.3%
2	電気	58	101	43	+74.1%	2	商品一般	1,475	1,302	▲173	▲11.7%
3	基礎化粧品	83	123	40	+48.2%	3	野菜飲料	122	17	▲105	▲86.1%
4	他の美容サービス※	12	44	32	+266.7%	4	エステティックサービス	271	189	▲82	▲30.3%
5	医療サービス	97	127	30	+30.9%	5	インターネット接続回線	396	334	▲62	▲15.7%

※まつ毛エクステなど。

⑨ 契約当事者の年代別の商品・役務分類別相談件数ランキング

デジタルコンテンツに関する相談が多くの年代で1位となっているが、件数は20歳未満を除いて減少している。また、50歳代以上では、架空請求による商品一般に関する相談も多い。

年代	順位 年度	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20歳未満	29	デジタルコンテンツ	テレビ放送サービス	野菜飲料	商品一般	不動産貸借	他の健康食品	他の化粧品	エステティックサービス	携帯電話サービス, モバイルデータ通信, インターネット接続回線他	
		71	14	10	9	9	8	8	6	各4	
	30	デジタルコンテンツ	不動産貸借	テレビ放送サービス	他の健康食品	エステティックサービス	商品一般	基礎化粧品	他の化粧品	運動靴, 携帯電話サービス, コンサート	
		79	11	11	10	8	7	7	7	各5	
20歳代	29	デジタルコンテンツ	不動産貸借	エステティックサービス	インターネット接続回線	商品一般	野菜飲料	他の内職・副業	ファンド型投資商品	四輪自動車, フリーローン・サラ金, モバイルデータ通信, 役務その他サービス	
		223	162	152	42	37	30	30	29	各25	
	30	デジタルコンテンツ	不動産貸借	エステティックサービス	インターネット接続回線	商品一般	モバイルデータ通信	ファンド型投資商品	携帯電話サービス	結婚式	医療サービス
		175	167	102	50	49	30	29	28	28	27
30歳代	29	デジタルコンテンツ	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	携帯電話サービス	商品一般	インターネット接続回線	四輪自動車	野菜飲料	他の健康食品
		236	202	54	43	43	41	34	32	27	26
	30	不動産貸借	デジタルコンテンツ	商品一般	フリーローン・サラ金	携帯電話サービス	インターネット接続回線	エステティックサービス	四輪自動車	医療サービス	結婚式
		208	161	66	39	39	37	32	24	22	20
40歳代	29	デジタルコンテンツ	不動産貸借	商品一般	インターネット接続回線	携帯電話サービス	他の健康食品	四輪自動車	レンタルサービス	フリーローン・サラ金	工事・建築
		338	170	88	64	53	44	40	37	35	33
	30	デジタルコンテンツ	不動産貸借	商品一般	インターネット接続回線	携帯電話サービス	他の健康食品	フリーローン・サラ金	他の化粧品	工事・建築	基礎化粧品
		224	170	90	55	46	34	31	29	29	26
50歳代	29	デジタルコンテンツ	商品一般	不動産貸借	携帯電話サービス	インターネット接続回線	フリーローン・サラ金	他の健康食品	工事・建築	役務その他サービス	クリーニング
		426	303	121	58	54	47	33	33	32	31
	30	デジタルコンテンツ	商品一般	不動産貸借	携帯電話サービス	インターネット接続回線	酵素食品	工事・建築	基礎化粧品	他の健康食品	フリーローン・サラ金
		228	145	105	52	51	42	38	37	36	32
60歳代	29	商品一般	デジタルコンテンツ	不動産貸借	インターネット接続回線	携帯電話サービス	工事・建築	フリーローン・サラ金	他の行政サービス	修理サービス	テレビ放送サービス
		558	501	83	78	55	47	27	26	22	22
	30	商品一般	デジタルコンテンツ	不動産貸借	携帯電話サービス	工事・建築	インターネット接続回線	フリーローン・サラ金	役務その他サービス	酵素食品	修理サービス
		377	251	64	57	44	44	34	28	24	24
70歳代	29	商品一般	デジタルコンテンツ	インターネット接続回線	工事・建築	携帯電話サービス	他の行政サービス	役務その他サービス	不動産貸借	新聞	ファンド型投資商品
		263	256	55	41	41	32	31	28	22	21
	30	商品一般	デジタルコンテンツ	工事・建築	不動産貸借	携帯電話サービス	インターネット接続回線	ファンド型投資商品	役務その他サービス	フリーローン・サラ金	他の行政サービス
		323	134	51	42	42	41	39	28	26	25
80歳以上	29	商品一般	デジタルコンテンツ	工事・建築	新聞	健康食品	他の健康食品	不動産貸借	携帯電話サービス	インターネット接続回線	役務その他サービス
		74	54	37	29	20	19	19	18	18	18
	30	商品一般	工事・建築	デジタルコンテンツ	新聞	携帯電話サービス	インターネット接続回線	健康食品	他の健康食品	修理サービス	他の行政サービス
		109	57	45	34	23	22	18	16	16	15

※1 「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健康食品に関する相談。

※2 「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に関する相談。

※3 「商品一般」: 商品が特定できない相談。P6参照。

⑩ 販売購入形態別の相談件数

ア 販売購入形態別相談件数

家庭訪問販売は、年々減っていたが、30年度は前年度比 65 件(11.9%)の微増で 610 件となった。一方、電話勧誘販売は前年度比 67 件(11.3%)の減で年々減少している。また、インターネット等の電子商取引は増加傾向にあったが、今年度は大きく減少し、前年度比 758 件(19.9%)減の 3,047 件であった。

		26年度	27年度	28年度	29年度	件数 (構成比)	30年度		
		件数 (構成比)	件数 (構成比)	件数 (構成比)	件数 (構成比)		商品・役務分類別順位		
							1位	2位	3位
店 舗 購 入		5,340 (35.7%)	4,863 (36.3%)	3,931 (31.2%)	3,757 (28.1%)	3,374 (28.3%)	不動産貸借	携帯電話 サービス	エステティック サービス
							667	247	162
訪 問 販 売	家 庭 訪 問 販 売	974 (6.5%)	759 (5.7%)	653 (5.2%)	545 (4.1%)	610 (5.1%)	工事・建築	新聞	テレビ放送 サービス
							104	74	71
	キャッチセールス	120 (0.8%)	61 (0.5%)	38 (0.3%)	16 (0.1%)	21 (0.2%)	エステティック サービス	ミネラル ウォーター	ネックレス、 医療サービス、 折とう サービス
							7	3	各2
	アポイントメント セー ル ス (注 1)	16 (0.1%)	27 (0.2%)	13 (0.1%)	19 (0.1%)	25 (0.2%)	デジタル コンテンツ	ビジネス 教室	アクセサリ、 ファンド型投資 商品、他の医療
							6	4	各2
	S F 商 法 (注 1)	12 (0.1%)	9 (0.1%)	6 (0.0%)	7 (0.1%)	12 (0.1%)	ふとん類	商品一般	健康食品、 ローヤルゼリー、 磁気治療器具
							7	2	各1
	そ の 他	186 (1.2%)	251 (1.9%)	279 (2.2%)	310 (2.3%)	271 (2.3%)	工事・建築	役務その他 サービス	修理 サービス
							各22		19
	小 計	1,306 (8.7%)	1,104 (8.2%)	989 (7.8%)	897 (6.7%)	936 (7.9%)			
通 信 販 売	電 子 商 取 引 (インターネット)	3,747 (25.1%)	3,239 (24.2%)	3,453 (27.4%)	3,805 (28.5%)	3,047 (25.6%)	デジタル コンテンツ	商品一般	他の 健康食品
							1,239	160	118
	そ の 他	698 (4.7%)	666 (5.0%)	634 (5.0%)	600 (4.5%)	543 (4.6%)	商品一般	他の 健康食品	ファンド型 投資商品
							47	各21	
	小 計	4,445 (29.7%)	3,905 (29.2%)	4,087 (32.4%)	4,405 (33.0%)	3,590 (30.1%)			
マ ル チ 商 法		154 (1.0%)	183 (1.4%)	206 (1.6%)	182 (1.4%)	155 (1.3%)	ファンド型 投資商品	他の内職・ 副業	健康食品
							38	14	11
電 話 勧 誘 販 売		1,022 (6.8%)	849 (6.3%)	700 (5.6%)	595 (4.5%)	528 (4.4%)	インターネット 接続回線	商品一般	デジタル コンテンツ
							126	52	35
ネガティブオプション(注1)		29 (0.2%)	13 (0.1%)	24 (0.2%)	8 (0.1%)	4 (0.0%)	プレスレット、雑誌、音響・映像ソフト、折とうサー ビス		
							各1		
訪 問 購 入 (平成25年2月1日より区分新設)		112 (0.7%)	125 (0.9%)	106 (0.8%)	109 (0.8%)	46 (0.4%)	商品一般	着物類	四輪自動車
							各6		5
そ の 他 無 店 舗		74 (0.5%)	42 (0.3%)	56 (0.4%)	61 (0.5%)	74 (0.6%)	ファンド型 投資商品	他の内職・ 副業	デジタルコンテ ンツ、債権回収
							6	5	各4
不 明 ・ 無 関 係		2,469 (16.5%)	2,302 (17.2%)	2,503 (19.9%)	3,334 (25.0%)	3,204 (26.9%)	商品一般	不動産貸借	フリーローン ・サラ金
							945	221	135
合 計		14,951	13,386	12,602	13,348	11,911			

※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。

注1:P10の〈アポイントメントセールス〉〈SF 商法〉〈ネガティブオプション〉参照。

イ 販売購入形態別・契約当事者の年代別相談件数内訳

70 歳代以上では、依然として家庭訪問販売、電話勧誘販売、訪問購入に関する相談が多い。電子商取引(インターネット)に関する相談は、どの年代でも、一定の割合を占めているが、特に、20 歳未満では、6割を占める。

		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	不明	合計
店 舗 購 入		51 (19.5%)	510 (37.5%)	583 (39.5%)	572 (33.1%)	484 (29.5%)	420 (23.3%)	339 (22.1%)	150 (16.9%)	265 (21.6%)	3,374 (28.3%)
訪 問 販 売	家 庭 訪 問 販 売	18	67	31	53	57	70	121	161	32	610
	キャッチセールス	1	16	0	1	0	1	1	1	0	21
	アポイントメントセールス	1	7	3	7	5	1	0	0	1	25
	S F 商 法	0	0	0	0	0	3	2	6	1	12
	そ の 他	3	34	36	29	25	32	32	29	51	271
	小 計	23 (8.8%)	124 (9.1%)	70 (4.7%)	90 (5.2%)	87 (5.3%)	106 (5.9%)	156 (10.2%)	195 (22.0%)	85 (6.9%)	936 (7.9%)
通 信 販 売	電子商取引(インターネット)	158	384	468	591	558	465	205	61	157	3,047
	そ の 他 (郵便・電話・FAX 等)	5	37	46	53	78	86	107	69	62	543
	小 計	163 (62.5%)	421 (31.0%)	514 (34.8%)	644 (37.3%)	636 (38.8%)	551 (30.5%)	312 (20.4%)	130 (14.7%)	219 (17.9%)	3,590 (30.1%)
マ ル チ 商 法		0 (0.0%)	60 (4.4%)	20 (1.4%)	15 (0.9%)	12 (0.7%)	17 (0.9%)	17 (1.1%)	4 (0.5%)	10 (0.8%)	155 (1.3%)
電 話 勧 誘 販 売		1 (0.4%)	29 (2.1%)	35 (2.4%)	61 (3.5%)	73 (4.5%)	64 (3.5%)	92 (6.0%)	100 (11.3%)	73 (6.0%)	528 (4.4%)
ネガティブオプション		0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)	1 (0.1%)	2 (0.2%)	4 (0.0%)
訪 問 購 入 (平成 25 年 2 月 21 日より区分新設)		0 (0.0%)	1 (0.1%)	2 (0.1%)	4 (0.2%)	2 (0.1%)	4 (0.2%)	15 (1.0%)	14 (1.6%)	4 (0.3%)	46 (0.4%)
そ の 他 無 店 舗		3 (1.1%)	16 (1.2%)	14 (0.9%)	9 (0.5%)	8 (0.5%)	9 (0.5%)	6 (0.4%)	3 (0.3%)	6 (0.5%)	74 (0.6%)
不 明 ・ 無 関 係		20 (7.7%)	198 (14.6%)	238 (16.1%)	332 (19.2%)	337 (20.6%)	634 (35.1%)	594 (38.8%)	289 (32.6%)	562 (45.8%)	3,204 (26.9%)
合 計		261	1,359	1,476	1,727	1,639	1,805	1,532	886	1,226	11,911

※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、電話やダイレクトメール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〉(催眠商法)

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、締め切った会場で日用品などを次々と無料で配り、雰囲気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〉(送り付け商法)

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。

⑪ 多重債務相談

多重債務に関する相談は、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いるが、30 年度は対前年度比 9 件(13.8%)増の 74 件であった。

ア 相談件数

26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度
141	99	74	65	74

イ 当事者年代別相談件数

20 歳未満 (構成比)	20 歳代 (構成比)	30 歳代 (構成比)	40 歳代 (構成比)	50 歳代 (構成比)	60 歳代 (構成比)	70 歳代 (構成比)	80 歳以上 (構成比)	不 明 (構成比)	総件数
0 (0.0%)	14 (18.9%)	23 (31.1%)	8 (10.8%)	10 (13.5%)	10 (13.5%)	5 (6.8%)	0 (0.0%)	4 (5.4%)	74 (100.0%)

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。30 年度の「危害」に関する相談は 217 件で、前年度の 242 件から 25 件(10.3%)減少した。

危害に関する相談件数 商品・役務分類別ランキング

順位	件数	商品・役務名	主な内容等
1	24	不動産貸借	その他の傷病及び諸症状, 呼吸器障害
2	23	基礎化粧品	皮膚障害
3	18	医療サービス	その他の傷病及び諸症状, 熱傷, 皮膚障害
4	17	エステティックサービス	皮膚障害, 熱傷
5	14	他の健康食品	消化器障害, 皮膚障害
	121	その他	
合計	217		

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。30 年度の「危険」に関する相談件数は 33 件で、前年度の 51 件から 18 件(35.3%)減少した。

危険に関する相談件数 商品・役務分類別ランキング

順位	件数	商品・役務名	主な内容等
1	4	不動産貸借	破損・折損, 発煙・火花, 過熱・こげる
2	3	電子レンジ類	発火・引火, 過熱・こげる
3	各 2	洗濯機, 電気空調・冷房機器, 電気暖房機器	破損・折損, 発煙・火花, 過熱・こげる
	20	その他	
合計	33		

2 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	26	27	28	29	30
面接件数	82	71	69	76	62

(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、口頭又は文書にて是正指導及び勧告を行っている。

年 度	26	27	28	29	30
指導件数	8 文書0 口頭 8	12 文書0 口頭12	11 文書0 口頭 11	10 文書2 口頭8	11 文書0 口頭 11
勧告(公表)件数	0	0	0	0	0
緊急公表件数	-	-	-	-	-

口頭指導については、短期間に相談件数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ている。

平成 30 年度においては、出張鍵開け、不用品回収などの業者に対し口頭指導を行った。主な事例は下記のとおり。

○事例 1 (出張鍵開け:重要情報の不提供, 不当な違約金等の定め)

口頭で見積額を言われたが、広告記載料金とあまりにかけ離れて高額だったので払えないと断ったところ、キャンセル料を請求され、支払った。

途中で鍵開けの作業中止を依頼したが、作業は途中で止められないと言われ、結局鍵は開けなかったのに高額な作業代金を請求された。

○事例 2 (訪問購入:取引の意図の隠匿, 勧誘を要請された商品以外の訪問購入の勧誘等)

不要な靴を買い取るので訪問させてほしいと電話がかかってきて、業者が訪問。靴には目もくれず、貴金属はないかと言われた。

○事例 3 (不用品回収:重要情報の不提供, 優良・有利誤信情報の提供)

インターネットの広告に不用品を処分するとあったので電話したところ、見積もりもなく来訪。作業前に聞いていた金額より高額な請求をされた。

○事例 4 (屋根工事, リフォーム等:重要情報の不提供, 取引の意図の隠匿)

屋根工事の契約書の内訳が、一式となっており、明細がない。

近所で工事していると挨拶に訪れた際、工事の勧誘をされ契約した。

3 消費者教育・啓発

「安全で安心できる消費生活の実現」を目標に、市民(消費者)、学校、地域の団体、消費者団体、事業者など多様な担い手(主体)と連携しながら、消費者教育を一体的かつ総合的に推進していくために、平成 27 年 3 月に「福岡市消費者教育推進計画」を策定し、計画に基づいて、消費者教育・啓発事業を行った。

(計画期間は平成 27 年度から令和元年度までの 5 年間)

(1) 消費者教育推進計画

① 平成 30 年度の主な取組み

重点目標		主な取組み
1	様々な担い手による消費者教育の理解と取組みの推進	・様々な消費者教育講座の実施 ・ホームページ、広報紙等による情報提供 ・市政だよりによる広報 ・地域、学校、事業者等との連携及び支援
2	若年者に対する消費者教育の推進	・大学、専門学校等への消費者教育出前講座の実施 ・新大学生を対象とした注意喚起資料の配布やメール配信など集中的な広報・啓発 ・県警等関係機関と連携した街頭キャンペーンの実施
3	高齢者等への啓発と福祉関係者等との連携による支援	・消費者教育出前講座の実施 ・消費生活サポーターの育成及び消費生活サポーター手帳等啓発グッズの配付など活動支援 ・事業者サポーターとの連携 ・地域包括支援センター(いきいきセンターふくおか)との連携 (定期的に「見守り新鮮情報」や「消費生活かわら版」などの注意喚起資料を提供) ・障がい者基幹相談支援センターへの啓発資料の提供
4	学校における消費者教育の推進	・市立中学校への消費者教育教材の配付及び消費者教育授業の支援 ・市立高校3年生を対象とした消費者教育出前講座の実施

② 消費者教育推進会議

庁内の関係課で構成し、消費者教育を一体的かつ総合的に推進していくために、協議・意見交換を行った。

○設 置 平成 27 年 6 月 1 日

○構 成 市 民 局 : コミュニティ推進課, 消費生活センター

こども未来局 : 総務企画課

保健福祉局 : 高齢社会政策課, 障がい者在宅支援課, 健康増進課

環境局 : 環境政策課

教育委員会 : 学校指導課, 教育センター研修・研究課

○平成 30 年度開催状況

開催日	協議事項
H30. 6.27	○消費者教育推進施策事業の進捗状況について ○消費者教育・啓発の必要性及び政策課題について ○消費者教育推進計画策定のための基礎調査について ○各局における取組について ○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

③ 市政アンケートの実施

消費者教育推進計画の基礎資料とし、消費者トラブル及び被害防止啓発に関する市民の意識を測るため、アンケート調査を実施した。（P40 掲載）

④ 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定のための基礎調査の実施

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、平成27年度に策定した「福岡市消費者教育推進計画」の計画期間が令和元年度で終了することから、第2次計画の策定に向け、今後の計画の方向性や現計画の課題を抽出するため、調査を実施した。（P47 掲載）

(2) 消費者講座

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ため、また消費者の自発的な活動を担う人材を育成するために、各種消費者講座を開催した。

《講座開催総括表》（実施回数 163 回、参加者 7,943 人）

講 座 名	内 容	回数	参加人数
① 福岡市出前講座	「福岡市出前講座」に掲載したテーマについて地域の依頼を受けて職員や相談員などが公民館等に出向き講座を開催	75	2,150
② 暮らしに役立つ消費生活講座	消費者の関心が高い分野をテーマに専門家を講師に招き講座を開催	3	121
③ 事業者等共催講座	消費者問題等に取り組む企業と共催した講座を開催	1	130
④ 福岡県金融広報委員会連携講座	暮らしに身近なテーマを毎回選定し、福岡県金融広報アドバイザーが講師を務め、消費生活センターで講座を開催	8	86
⑤ 消費生活サポーター育成講座等	高齢者の消費者被害を未然に防止するため、悪質商法やその対処法について情報伝達できる人材を育成する講座を開催	2	75
⑥ 中学校における消費者教育講座	消費者トラブル事例や対処法など消費生活に関する知識を学ぶ家庭科の授業を支援	14 校 (50 回)	1,989
⑦ 高校3年生のための消費者教育講座	大学進学や就職等により、社会生活の中で自ら消費活動を開始する卒業前の市立高校3年生を対象とした講座を開催	4	1,241
⑧ 若年者向け消費者教育講座	社会経験が少なく悪質商法の被害にあいやすい大学生や専門学校生向けの消費者トラブル未然防止のための講座を開催	19	2,145
⑨ 知的障がい者向け消費者トラブル防止講座	知的障がい者が社会生活の中で遭遇しがちな消費者トラブルについて対処法を学ぶ講座を開催	1	6

※ ⑥、⑦、⑧は「福岡市出前講座」に分類されるが別に掲載する

① 福岡市出前講座（実施回数 75 回，参加者 2,150 人）

テーマ	対 象	内 容	回数	参加人数
だまされんばい 悪質商法	高齢者	悪質商法の手口及び 対処法の紹介	47	1,379
	高齢者の見守り関係者		7	327
	障がい者及び その関係者		2	29
	その他一般		5	179
知って防ごう！ ネットトラブル	公民館，学校関係，地域 団体など	インターネットを通じた詐欺や悪 質商法の手口の対処法	3	56
家庭で起こる製品事故に ご注意！	高齢者，福祉関係団体 など	家庭で使用する電化製品など の事故事例の紹介と対策	10	167
その他（乳幼児の事故）	乳幼児の保護者	乳幼児に多い事故と注意点	1	13

② くらしに役立つ消費生活講座〈夏休み親子講座〉（実施回数 3 回，参加者 121 人）

開催日	対象	テーマ	講 師	会 場	参加人数
H30.7.31	一般 市民	親子で学ぶお金のはなし 物やお金の大切さを楽しく学ぼう	福岡県金融広報委員会 金融広報アドバイザー	あいれふ 第 2 研修室	51
H30.8.9	一般 市民	親子 LED 工作教室～あかりにつ いて楽しく学ぼう	パナソニックエコ ソリューションズ社	あいれふ 商品テスト室	38
H30.8.9	一般 市民	親子 LED 工作教室～あかりにつ いて楽しく学ぼう	パナソニックエコ ソリューションズ社	あいれふ 商品テスト室	32



② くらしに役立つ消費生活講座の様子

③ 事業者等共催講座（実施回数 1 回，参加者 130 人）

開催日	対象	テーマ	講 師	会 場	参加人数
H30.9.21	一般 市民	お金の常識・非常識	経済評論家 山崎 元氏	あいれふ ホール	130

④ 福岡県金融広報委員会連携講座（実施回数 8 回, 参加者 86 人）

開催日	対象	テーマ	会場	参加人数
H30.4.27	一般市民	セカンドライフ～お金の不安解消法～	消費生活センター くらしの研修室	19
H30.6.14	一般市民	人生 100 年時代の生活設計		17
H30.8.30	一般市民	どう教える 子どもの金銭教育		4
H30.10.23	一般市民	資産形成の基本の「き」		7
H30.11.15	一般市民	見えないお金とのつきあい方		10
H30.12.12	一般市民	人生 100 までわくわく元気で～くらしと経済～		9
H31.1.30	一般市民	民法改正による相続の変更点		8
H31.2.27	一般市民	資産形成・iDeCo と NISA		12

⑤ 消費生活サポーター育成講座等（育成講座実施回数 2 回, 参加者 75 人, 登録者 51 人）

開催日	受講者	講師	会場	参加人数	登録人数
H30.6.26	弥永・弥永西校区 民生委員	福岡市消費生活 センター職員	弥永西公民館	30	19
H30.6.29	奈良屋地区 民生委員等(ふれあいネットワーク)	福岡市消費生活 センター職員	奈良屋公民館	45	32

【情報交換会】（3 回, 参加者 71 人）

地域におけるサポーター活動状況の報告や消費者トラブル事例等について情報交換を行った。

開催日	参加者	会場	参加人数
H30.9.6	消費生活サポーター, 事業者サポーター (㊤福岡市農業協同組合)	なみきスクエア視聴覚室	18
H30.9.10	消費生活サポーター, 事業者サポーター (㊤第一生命保険(株), 明治安田生命保険相互会社福岡支社)	あいれふ第 2 研修室	21
H30.9.19	消費生活サポーター, 事業者サポーター (㊤エフコープ生活協同組合, イオン九州(株), ㈱セブン-イレブン・ジャパン)	南区保健所講堂	32



⑥ 中学校における消費者教育講座（実施校 13 校, 58 クラス 48 回, 参加者 1,978 人）

開催日	学期	学 校 名	講 師	学 年	クラス数	生徒数
H30.9.18, 26	2	横手中学校	福岡市消費生活センター職員	3	4	157
H30.10.17, 18, 26, 31 11.6, 11.7	2	城西中学校	福岡市消費生活センター職員	3	6	213
H30.10.29, 10.30	2	原中学校	福岡市消費生活センター職員	2	5	201
H30.10.3 , 10.5 , 10.17	2	内浜中学校	福岡市消費生活センター職員	3	8	252
H30.11.5, 8	2	板付中学校	福岡市消費生活センター職員	3	4	162
H30.11.6	2	玄界中学校	福岡市消費生活センター職員	1	1	4
H30.11.20, 21	2	長尾中学校	福岡市消費生活センター職員	1	4	140
H30.12.11	2	福岡中学校	福岡市消費生活センター職員	3	2	49
H31.1.23, 30	3	城香中学校	福岡市消費生活センター職員	3	2	62
H31.1.25	3	春吉中学校	福岡市消費生活センター職員	3	5※1	196
H31.3.6, 15, 18, 20	3	香椎第1中学校	福岡市消費生活センター職員	2	6	257
H31.3.14	3	香椎第2中学校	福岡市消費生活センター職員	2	7※2	217
H31.3.14	3	舞鶴中学校	福岡市消費生活センター職員	3	2	68

※1 全クラスを1回の集合研修方式で実施

※2 7クラスを3回に分けて実施

消費者教育教材「ライフサイクルゲームⅡ」を用いた授業（実施校 1 校, 1 クラス 2 回, 参加者 11 人）

H30.7.19 , 12.5	照葉小中学校	福岡市消費生活センター職員	子ども病院院内学級小中学生	11
-----------------	--------	---------------	---------------	----

【消費者教育教材の配付】

消費者教育の授業で活用する副教材を全校配付

実施月	タイトル	配付数
H30年5月	考えよう！私たちの消費生活	69 校 12,100

⑦ 高校3年生のための消費者教育出前講座（実施回数 4 回, 参加者 1,241 人）

開催日	対 象	内 容	講 師	会 場	参加人数
H30.9.19	福岡市立福翔高等学校	若者を狙う悪質商法の手口と対処法	福岡市消費生活センター職員	福翔高校講堂	315
H31.1.11	福岡市立博多工業高等学校		福岡市消費生活センター職員	博多工業高校武道場	278
H31.2.4	福岡市立福岡女子高等学校		福岡市消費生活センター職員	福岡女子高校講堂	327
H31.2.12	福岡市立福岡西陵高等学校		福岡市消費生活センター職員	福岡西陵高校体育館	321

⑧ 若年者向け消費者教育講座 (実施回数 19 回, 参加者 2,145 人)

開催日	対 象	内 容	講 師	会 場	参加人数
H30.4.4	福岡看護大学	悪質商法の手口と対処法	福岡市消費生活センター職員	福岡看護大学講義室	113
H30.4.5	福岡医健専門学校		福岡市消費生活センター職員	パピヨン24ガスホール	435
H30.4.6	ILPお茶の水医療福祉専門学校		福岡市消費生活センター職員	ILPお茶の水医療福祉専門学校教室	28
H30.4.6	ILPお茶の水医療福祉専門学校		福岡市消費生活センター職員	ILPお茶の水医療福祉専門学校教室	31
H30.4.10	九州歯科衛生専門学校		福岡市消費生活センター職員	歯科衛生専門学校学校教室	55
H30.4.30	九州産業大学商学部		弁護士	九州産業大学教室	121
H30.5.1	九州産業大学商学部		福岡市消費生活センター職員	九州産業大学教室	126
H30.5.2	九州産業大学商学部		福岡市消費生活センター職員	九州産業大学教室	120
H30.5.11	九州産業大学商学部		弁護士	九州産業大学教室	135
H30.6.4	福岡介護福祉専門学校		福岡市消費生活センター職員	福岡介護福祉専門学校学校教室	10
H30.7.27	医療ビジネス専門学校		福岡市消費生活センター職員	FG 教育センター2F	30
H30.9.6	福岡国際医療福祉学院		福岡市消費生活センター職員	ももち国際ホール	96
H30.10.24	九州電気専門学校		福岡市消費生活センター職員	九州電気専門学校学校教室	20
H30.11.7	福岡建設専門学校		福岡市消費生活センター職員	福岡建設専門学校学校教室	145
H30.11.14	麻生公務員専門学校		福岡市消費生活センター職員	麻生公務員専門学校講堂	154
H30.11.14	麻生公務員専門学校		福岡市消費生活センター職員	麻生公務員専門学校講堂	154
H30.12.3	KCS福岡情報専門学校		福岡市消費生活センター職員	KCS福岡情報専門学校教室	107
H30.12.6	専門学校麻生工科自動車大学校		福岡市消費生活センター職員	専門学校麻生工科自動車大学校教室	115
H30.12.21	九州産業大学		福岡市消費生活センター職員	九州産業大学教室	150

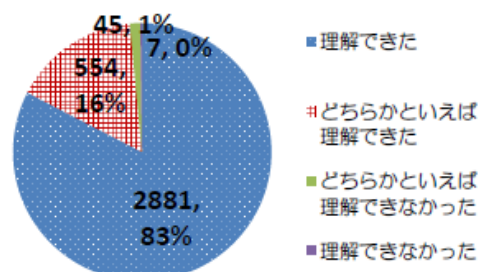
⑨ 知的障がい者向け消費者トラブル防止講座 (実施回数 1 回, 参加者 6 人)

開催日	対象	内 容	講 師	会 場	参加人数
H31.3.23	知的障がい者	インターネットに関するトラブルと対処法	福岡教育大学准教授 倉光 晃子 先生	ふくふくプラザ	6

平成30年度「福岡市出前講座」アンケート集計結果（高校3年生のための消費者教育講座は別途集計）

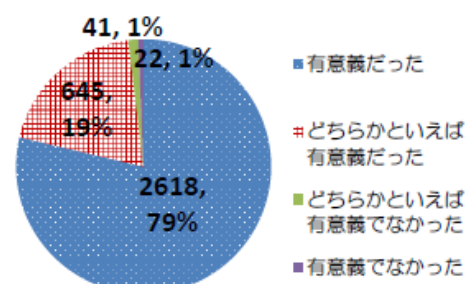
問1	今日の講座の内容はよく理解できましたか	
	理解できた	2881
	どちらかといえば理解できた	554
	どちらかといえば理解できなかった	45
	理解できなかった	7

★ 理解できた、どちらかといえば理解できたと回答した人は99%であった



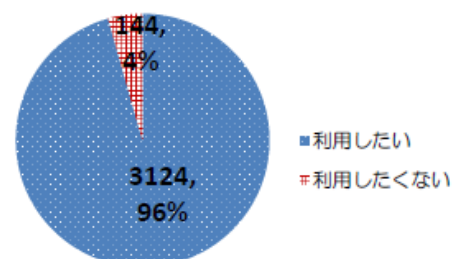
問2	今日の講座を受けていかがでしたか	
	有意義だった	2618
	どちらかといえば有意義だった	645
	どちらかといえば有意義でなかった	41
	有意義でなかった	22

★ 有意義だった、どちらかといえば有意義だったと回答した人は98%であった



問3	今後も福岡市の「出前講座」を利用したいと思いますか。	
	利用したい	3124
	利用したくない	144

★ 今後も利用したいと回答した人は96%であった



【感想】 以下記入内容抜粋

- ・詐欺や悪質商法に対する対処法等詳しく分かりやすかった。
- ・知らないことが多いことに気付かされた。
- ・以前体験した悪質商法についての話があり、講座を聞いて安心した。
- ・全て勉強になった。気をつけねばならないとつくづく思う。
- ・いろいろ手口を聞くことができ、大変参考になった。
- ・トラブルの具体的事例が聞けて良かった。
- ・自分が知らなかった内容も含まれていてよかった。家族にも話をしようと思う。
- ・最新の消費者トラブル情報が聞けてよかった。
- ・自分だけはこの思いがあったが、十分気を付けて対応したい。
- ・自分に身近なことばかりだったので、今後気を付けて生活していきたい。
- ・改めて意識し直すことができた。
- ・友人がニセ電話詐欺で騙され、もっと早くこのような話を聞ければよかった。
- ・今日の話を聞いて心配になった点もあったが、家族との話し合いの必要性を感じた。
- ・ワンクリック請求や架空請求に巻き込まれた際の対処法を知ることができてよかった。
- ・通信販売をよく利用するので、今回の講座の話はとても役に立った。

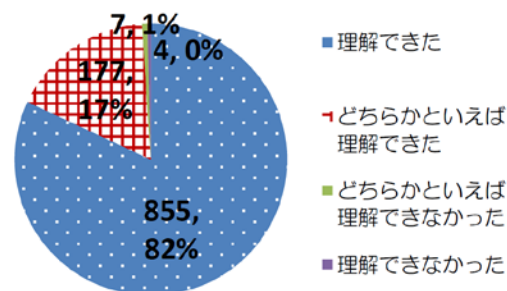
平成30年度「高校3年生のための消費者教育出前講座」アンケート集計結果 【4校まとめ】

●福翔高等学校 ●福岡女子高等学校
●博多工業高等学校 ●福岡西陵高等学校

回答総数 1,043名

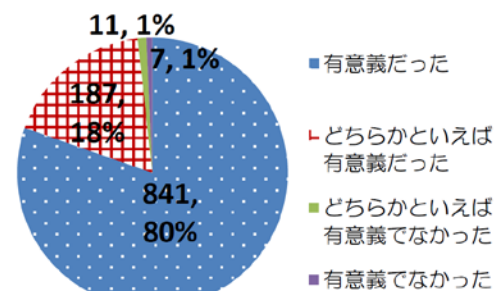
問1 今日の講座の内容はよく理解できましたか

理解できた	855
どちらかといえば理解できた	177
どちらかといえば理解できなかった	7
理解できなかった	4



問2 今日の講座を受けていかがでしたか

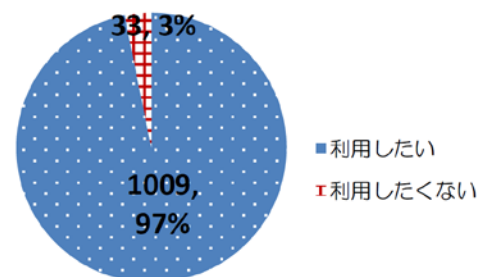
有意義だった	841
どちらかといえば有意義だった	187
どちらかといえば有意義でなかった	11
有意義でなかった	7



問3

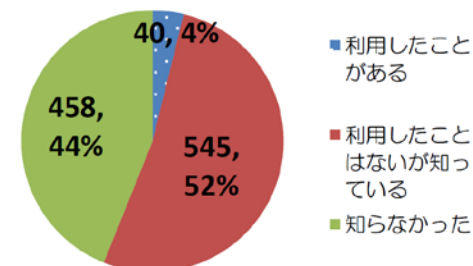
福岡市では高校生に限らず、市民を対象とした「消費者講座」を行っています。今後も福岡市の「消費者講座」を利用したいと思いますか

利用したい	1009
利用したくない	33



問4 消費生活センターを知っていましたか

利用したことがある	40
利用したことはないが知っている	545
知らなかった	458



【感想】以下記入内容抜粋

- ・ 社会人になるうえで、お金に関して大事なことを学んだ。
- ・ ためになってよかったと思う。
- ・ わかりやすかった。
- ・ 今後、このような経験をするかもしれないので役に立った。
- ・ 知らなかったことをたくさん知ることができて本当に良かった。これからの生活に役立てていきたい。
- ・ 将来は引っかけないように注意したい。
- ・ 分かりやすいPOWER POINTと声の大きさと聞きやすかった。
- ・ 簡潔な説明で分かりやすく、高校生の年代に合わせた話の仕方がとてもわかりやすかった。
- ・ クーリングオフに関しては、よく知らないことが多かったので知れてよかった。
- ・ カードについて全く知らなくて、どんなものか知ることができたので、間違った方法や危ない使い方をしないように気をつけようと思った。
- ・ 実際に架空メールが来たことがあったので、ありがたい講義だった。
- ・ 自分にも身近で起こっているから気をつけようという意識が高まった。
- ・ とてもわかりやすく、面白かった。
- ・ だまされないように気をつけようと思った。
- ・ 相談が無料でできることは知らなかったもので、知れてよかった。

(3) 広 報
《広報総括表》

区 分	内 容
① イベントの開催	消費者月間(5月)等で、街頭キャンペーンを実施し、広く市民に注意を呼びかける
② 福岡市広報媒体の活用	福岡市のさまざまな広報媒体を活用し、消費者トラブル未然防止のため広く市民に注意喚起する
③ マスコミの活用	TVや新聞などの媒体を活用し、消費者トラブル未然防止のため広く市民に注意喚起する

① イベントの開催

ア 街頭キャンペーン (実施回数 3 回)

実施日	テーマ	事業内容	場所
H30.5.17	消費者月間キャンペーン	県警察本部, 中央警察署, 消費生活・消費生活事業者サポーター, 交通局等の協力 天神地区の巡回, 庁用車によるアナウンス 若者向け啓発チラシ等, 啓発用品の配布 (1,000部)	天神地区
H30.10.10	知って安心! 消費者力クイズ	県住宅建物取引業協会主催「よか街福岡」の 福岡市 PR コーナーで、注意喚起パネルを展示し、 展示したパネルをもとに解答できる消費者力クイズを実施 (参加者 103 名)	博多駅前
H31.1.23	ニセ電話詐欺被害防止 キャンペーン	中央警察署主催のキャンペーンに協力 啓発チラシ等と啓発用品の配布 (500 部)	博多大丸 パサージュ広場



①ア 街頭キャンペーンの様子

イ パネル展示 (実施回数 3 回)

実施日	テーマ	事業内容	場 所
H30.5.12 ～5.18	消費者トラブル防止 パネル展	悪質商法の手口や対処法及び製品 事故の注意喚起などのパネル展示 資料配架	市役所 1 階 市民ロビー多目的スペース
H30.12.3 ～12.27			天神地下通路 星の広場
H30.11.13 ～11.22	製品安全総点検月間 パネル展		あいれふ1階 コミュニティ広場

ウ 広報動画等の放映 (実施回数 2 回)

実施日	テーマ	事業内容	場 所
H30.4.23 ～6.3	消費者トラブル防止	消費者トラブルの注意喚起及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2編(架空請求編, エステの無料体験編)の放映 ○静止画(点検商法, 不用品回収, ワンクリック請求, ネット通販等)の放映	市役所 1F 市民ロビー(動画) ソラリアビジョン(動画) 天神メディカルビジョン(静止画)
H30.11.19 ～12.30			

エ 若年者に対する取り組み

市生活安全課が策定し、平成 27 年 4 月から施行した「福岡市防犯のまちづくり推進プラン」に基づき、4・5 月を「新大学生防犯強化月間」と位置づけ、市内 22 大学新入生を対象として、若年者に多い消費者トラブルについてチラシやメールにより注意喚起するとともに、特に相談が急増した悪質商法については、「消費生活かわら版」を作成、緊急情報として、随時メールを送信し、学内掲示板への掲載及び学生へのメール送信を依頼した。

※「新大学生防犯強化月間」配信メール

実施日	テーマ	内 容
H30.5.11	突然アダルトサイトの会員に登録	ワンクリック請求のトラブル事例と対処法について
H30.5.18	注意！エステのお試し体験チケット	若年者に多いインターネット通販のトラブル事例と注意点について

○大学連携先リスト及び連携内容 (22 大学)

大 学 名	新入生啓発 チラシ配布	大学掲示板 ポスター掲示	学生宛 メール送信※	ホームページ掲 載
九州大学	2,800	○	○	—
福岡女子大学	20	○	○	—
西南大学	2,100	○	○	○
福岡大学	5000	○	○	○
九州産業大学・九州造形短期大学	300	○	○	—
福岡工業大学・短期大学	100	○	○	○
第一薬科大学	0	○	—	—
中村学園大学・短期大学	1,500	○	—	—
純真学園大学・短期大学	1,500	○	—	—
福岡歯科大学・福岡医療短期大学・ 福岡看護大学	230	○	○	—
福岡女学院大学・短期大学	0	○	○	○
国際医療福祉大学福岡看護学部	150	○	○	○
香蘭女子短期大学	0	○	—	—
精華女子短期大学	350	○	—	—
西日本短期大学	0	○	—	○

○専門学校等連携状況

連携先学校数 76 校、 メール配信回数 3 回(30 年 12 月、31 年 1、2 月)

消費生活から版 7 9 平成30年12月作成

海外不動産投資などと学生に 高額な契約をさせる詐欺的な投資勧誘トラブルに注意!

■ 事例
大学の友人に誘われ、投資セミナーに参加した。海外の不動産に仮想通貨で投資すると、毎月数%の収入が得られ、さらに知り合いを誘うと紹介料がもらえるというものだった。お金がないと断ったところ、消費者金融で借りばよいと言われ、40万円を借金して支払ってしまった。しかし、実際は全く儲からず、業者に解約を申し出たところ、3ヵ月以内に解約する場合は、お金が半分以上戻るとこないで考え直すようにと言われた。借入金や契約書も一切なく不安だ。

⚠ 注意点

- ① 「絶対に儲かる」など利益ばかりを強調する
- ② 投資内容の実態がよく分からないなど不審な点がある
- ③ 事業者に関する詳細がよくつかめない

アドバイス

- 話をうのみにしない
勧誘者の話をうのみにしないでください。投資に「絶対に儲かる」ということはあり得ません。
- 会場に行かない
セミナーなど誘われても、安易に会場に行かないようにしましょう。会場で言葉巧みに話を聞かされると、冷静な判断力を失ってしまいます。
- きっぱり断る
先輩や友人からの勧誘の場合でも、きっぱりと断りましょう。

※ 困った時は、ひとりで悩まず、まず相談!

福岡市消費生活センター相談コーナー (相談無料・秘密厳守)
相談専用電話 092-781-0999

※ 相談サイトで「福岡市消費生活から版」を検索すれば、バックナンバーの閲覧ができます。
※ 相談して、面談・相談などにお伺いください。

消費生活から版 8 1 平成31年2月作成

ネットでのチケット購入トラブルに注意!

「ラグビーワールドカップ2019日本大会」公式チケット販売サイトで先着順の一般販売が開始されたことに伴い、チケット購入トラブルの相談が寄せられています。

■ 事例 1
非公式のチケット販売サイトでラグビーワールドカップのチケットが2万5千円で販売されていたため、クレジットカードで購入したところ、購入完了後の画面に半額料金の目目で料金が表示されており、2万5千円と表示されていた。注文時の画面に手数料等の記載は一切なかった。

■ 事例 2
ラグビーワールドカップのチケットを購入しようとして、チケットサイトにアクセスしたところ、「売り切れ開始」と表示され、焦ってしまい、慌ててる様子を写した。サイトには「3倍4万9千円」と表示されていたが注文確定画面には約19万円の表示がされていた。不安に思い調べたところ購入したサイトは、海外のチケット転売仲介サイトだった。

⚠ 相談の寄せられた「非公式サイト」の注意点!

- ・公式サイトのように見せかけている
- ・公式チケット販売サイトで販売しているチケット代金より高額で、代金の他に手数料等が必要場合がある
- ・海外のチケット転売仲介サイトであることが多い

<アドバイス>

✓ チケットを購入する際には公式チケット販売サイトであることを確認しましょう!

- 公式サイトには、非公式サイトで購入したチケットは利用できないとの注意喚起が記載されています。
- 非公式サイトで販売した結果、公式サイトであると勘違いし、注文するケースがあります。変更をうのみにせず、直ちに公式サイトでのリターンを確認しましょう。

※ 困った時は、ひとりで悩まず、まず相談!

福岡市消費生活センター相談コーナー (相談無料・秘密厳守)
相談専用電話 092-781-0999

※ 相談サイトで「福岡市消費生活から版」を検索すれば、バックナンバーが閲覧できます。
※ 相談して、面談・相談などにお伺いください。

①エ 若年者向け消費生活から版

② 福岡市広報媒体の活用

実施時期	媒体	内容
ア 随時	消費生活センターホームページ	消費者トラブルの未然・拡大防止のための情報提供及び消費生活に関する各種情報提供
イ 通年	区役所TVモニター	区役所の市民課フロアに設置したTVモニターを活用し消費者トラブルの注意喚起情報を放映
ウ 通年	屋外看板	キャッチセールスの注意喚起(天神コア前バス停に設置)

ア 消費生活センターホームページ

最新の注意喚起情報や講座やイベントの案内など市民に役立つ情報を提供

(<http://www.city.fukuoka.lg.jp/shimin/shohiseikatsu/life/syohiseikatusentauhoumupeiji/shohi.html>)

イ 区役所 TV モニター放映 (6 区役所、48 月) ※放映枠を確保できた月のみ放映

放映月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
内容	架空請求メール	無料商法及び消費者月間	ネット通販(定期購入)	ワンクリック請求	点検商法	ネット通販(怪しいサイト)	利殖商法(サイドビジネス商法)	製品事故	不用品回収及び県悪質商法撲滅月間	還付金詐欺	不動産貸借	ワンクリック請求

ウ 屋外看板



③ マスコミの活用

ア プレスリリース（情報提供回数 3 回）

情報提供日	タイトル
H30.5.14	『消費者月間』悪質商法・悪質スカウト等撃退キャンペーンのお知らせ
H30.8.9	平成 29 年度消費生活相談の概要 ～公的機関をかたる架空請求はがきに関する相談が急増～
H30.11.20	福岡市と5事業者が消費者被害防止に関する協定を締結します

イ 取材対応（取材回数 34 回，うち TV 出演・新聞掲載等回数 9 回）

放送日・掲載日	番組名・誌名	内 容
H30.4.20	西日本新聞	訪問販売トラブルについて
H30.5.18	JCOM デイリーニュース	「消費者月間」悪質商法・悪質スカウト等撃退キャンペーン
H30.5.28	KBC 「アサデス」	消費者トラブル相談事例について
H30.6.13	西日本新聞	改正民法成立の消費者トラブルについての影響
H30.6.18	RKB 「今日感テレビ」	改正民法成立の消費者トラブルについての影響
H30.11.27	西日本新聞, 読売新聞	消費者被害防止に係る共働に関する協定について
H31.1.24	TNC 「ももち浜ストア」	火災報知器などの点検をきっかけとした悪質商法について
H31.2.1	FBS 「めんたいワイド」	天皇退位に便乗した悪質商法について
H31.2.8	朝日新聞	天皇退位に便乗した悪質商法について

ウ JCOMデイリーニュース への出演（出演回数 12 回）

放送日	テーマ
H30.5.10	ネット通販トラブル
H30.5.31	デジタルコンテンツトラブル(ワンクリック請求・架空請求)
H30.7.4	情報商材のトラブル
H30.7.31	点検商法のトラブル
H30.8.30	平成 29 年度消費生活相談の概要
H30.10.11	訪問買い取りと催眠商法
H30.10.31	サイドビジネス商法
H30.11.29	暖房器具に関連した事故と注意点
H30.12.19	不用品回収のトラブル
H31.1.30	インターネット回線契約に関するトラブル
H31.2.28	引っ越しにまつわるトラブル
H31.3.27	若者に関するトラブル

(4) 消費生活情報の収集・提供

消費者トラブルの未然防止を目的に啓発資料を作成、配布し情報提供を行った。

《啓発資料総括表》

啓 発 資 料	対 象	内 容	配付頻度	配付数
① くらしのインフォメーション	一般市民	消費者トラブルの事例と対処法や製品事故に関する注意点など消費生活に役立つ生活情報紙を定期的に発行、配布	年 4 回	67,200 部
② 消費生活かわら版	一般市民	相談事例のうち被害拡大の恐れのある緊急度の高い事例について随時啓発チラシを作成し関係先に配付	随時 (10 回)	最大 3,500
③ 消費生活かわら版 《特別号》	一般市民	消費者教育推進計画を周知するため、市政だより折り込みタブロイド紙(4 頁)を作成、全戸に配布	年1回 (9/15)	828,000 部 (全戸配布)
④ 市政だより記事掲載	一般市民	主な消費者トラブル相談事例について注意喚起を掲載	1 回 (12/15)	828,000 部 (全戸配布)
⑤ 市老人クラブ連合会 広報紙記事掲載	高齢者	市老人クラブ連合会の情報誌「ふくふくクラブ福岡」に高齢者向けの啓発記事を提供	年 2 回 (7, 1月)	—
⑥ 新聞連載記事 「暮らしのヒント」	一般市民	悪質商法に限らず、暮らしに役立つさまざまなテーマのコラムを西日本新聞に掲載(都市圏版月曜朝刊)	年 45 回	—
⑦ 県と共働した 情報紙	一般 若年者	県と共働し一般向けの「ホットな消費者ニュース」及び若年者向けの「消費生活トラブル注意報」に記事を提供	5 回	—
⑧ 見守り新鮮情報	一般市民	国民生活センターが収集編集した高齢者及び障がい者の支援者向けの資料を配付(主にメール配信)	月1回	—
⑨ その他の 啓発資料等	一般市民	講座で使用する啓発資料や様々な啓発資材を作成、配付、貸し出しなど	随時	—

《啓発資料主な配布先及び配布数(概数)》

種類 配布先	啓発資料 (■はメール配信)		
	くらしのインフォメーション (年 4 回発行)	見守り新鮮情報 (毎月送付)	消費生活かわら版 (随時発行)
情報プラザ	50 部/回	—	30 部/回※追加有
区役所・出張所 (9か所)	180 部/回	—	240 部/回
保健福祉センター (7か所)	35 部/回	—	—
市民センター・地域交流センター(10 か所)	150 部/回	—	—
老人福祉センター (7か所)	140 部/回	■	■
公民館 (148 館)	735 部/回	■	■
民生委員児童委員協議会	—	—	約 2,500 部/回
社会福祉協議会 (7か所)	35 部/回	■	■
老人クラブ連合会 (7か所)	—	—	約 500 部/回
地域包括支援センター (57 か所)	650 部/回	■	■
障がい者基幹相談支援センター等(33 か所)	—	■	■
消費生活サポーター	約 700 部/回	約 2800 部/年 4 回	約 700 部/回
事業者サポーター	約 13,000 部/回	—	—
人権のまちづくり館 (10 館)	50 部/回	■	■
共同利用館 (17 館)	85 部/回	—	—
市立病院 (2か所)	40 部/回	—	—
その他市関係部局	約 400 部/回	—	30 部/回

① **くらしのインフォメーション**（発行回数4回、各月16,800部）

発行	テーマ1(主に消費者トラブル啓発)	テーマ2(主に製品事故啓発)
H30年5月 No.29	出会い系サイトへの誘導に気を付けて！ ～高額な請求が届いて、初めて有料サイトと気付くことも～	美容医療サービスできれいになるつもりが… ～完治まで長期間を要するケースも～
H30年8月 No.30	平成29年度 福岡市消費生活センターの相談概要	子どもの自転車事故に要注意！ ～思いもよらないことで事故が発生しています～
H30年11月 No.31	訪問買い取りの注意点 ～ルールを知って、トラブルを未然に回避！～	暖房器具による事故にご用心！ ～発煙・発火や火災の恐れも～
H31年2月 No.32	どう防ぎ、どう対処する？クリーニングのトラブル	電気コードが発火！？～火災の恐れも～

② 消費生活かわら版 (発行回数:10回)

発行月	テーマ
H30 年 6 月	町内の集会所を利用した催眠商法に要注意
H30 年 6 月	『不動産投資？』『自己啓発セミナー？』学生をターゲットにした悪質な勧誘に要注意！
H30 年 6 月	「消費生活相談センター」からの「訴訟告知確認書」ハガキは無視してください！
H30 年 7 月	豪雨災害に便乗した悪質商法にご注意ください！（福岡県作成）
H30 年 8 月	「宅配業者」をかたる不審なメールに要注意！
H30 年 10 月	封書の架空請求に要注意！
H30 年 12 月	詐欺的な投資勧誘トラブルに注意！
H31 年 2 月	モバイルバッテリーによる事故にご注意！
H31 年 2 月	ネットでのチケット購入トラブルに注意！
H31 年 3 月	息子や警察官を名乗るニセ電話詐欺が多発中！（福岡県作成）

くらしのインフォメーション

2018年5月 No.29

消費生活情報紙

編集 発行 ● 福岡市消費生活センター 〒810-0073 福岡市中央区天神2-7 355号101号1027階
TEL 092-712-2329 FAX 092-712-2765 <http://www.city.fukuoka.jp/kaj/> からし情報 消費生活ワンクlick!

出会い系サイトへの誘導に気を付けて！ ～高額な請求が届いて、初めて有料サイトと気づくことも～

パソコンやスマートフォンなどのインターネットで、「当選しました」「悩みを聞いてください」「お金をあげます」などの言葉に誘われて、思わずに有料の出会い系サイトに入り、高額の請求を受けたという相談が寄せられています。

事例① 「当選おめでとうございます」とメールが届き、添付されていたURLを開くと、当選金の受け取り手続き方法が記載されていました。

指示とおおりに個人情報を登録したが、何回手続きしてもうまくいかず、当選金は受け取れないまま。

翌月、有料サイトの高額な請求書が届き、ついに出会い系サイトに登録していたことがわかった。

事例② SNSで知り合った異性と連絡をとるようになったが、スマホが壊れたので、指定するサイトで連絡を継続したいと言われ、有料サイトに登録した。アドレスを交換しようとしたところ、何回試しても文字化けしていてアドレス交換はできず、翌月24万円もの請求書だけが届いた。だまされたのだろうか。

アドバイス

- (1) 応募していないのに当選することや、見知らぬ人が簡単にお金を譲り渡してくれることはありません。
お金を手に入ると安易に信用せず。知らない人からのメール等には対応しないようにしましょう。
- (2) インターネットで知り合った人を、安易に信用しないようにしましょう。
サイト業者がウラを用いていることの証明は困難であり、お金を取り戻すのが難しいです。

架空請求・ワンクlick請求はとにかく無視！

心理的不安をおよぼすような連絡をさせ、個人情報勝手に入れようとしています。
絶対に事業所には連絡をしないでください！

福岡市消費生活センター 消費生活ワンクlick
くらしのインフォメーション

消費生活から版 7 8

平成 30 年 10 月作成

封書の架空請求に要注意!

昨年から公的機関のような名称をかいた架空請求(ガキ)の相談が増加していますが、最近、同じ内容の請求が封書で届いたものも増加が寄せられています。

■事例

差出人名の記載のない「重要」と書かれた、寄付金の封書が届いた。開封したところ「総合消費料金に関する契約最終通知のお知らせ」というタイトルで「民事訴訟」の訴状が提出されており、連絡がない場合、給料や不動産の差し押さえをすると書かれている。

＜実物の書面＞

実際の大きさは A4 サイズです

【架空請求の特徴】

- 公的機関であるかのような名称を使用
- 「訴訟」などおそろしい文句で消費者を怖らせる
- 「最終納期」など明確な期限を考へない
- 取り下ろすのが困難などの文句で連絡させる

総合消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ

平成 30 年 9 月 28 日

この度、「通知無効としたもの、催告の効力発生による法的拘束力、ないし任意合意による拘束力も発生しない」等の理由を以て、訴訟が提起されるおそれがあります。

貴客様より御提供の「総合消費料金」に関する訴訟の提起が確定いたしました。

貴客様へお支払いの金額、お振込みの金額を全面的に免責とし、執行停止のうえ、訴訟費用の支払い及び、訴訟、強制執行の差し止まりを法的根拠に提起させていただきますので、御承諾のうえより執行停止の交付を希望していただくようお願いいたします。

貴客様より「お支払いの金額」に限りは同意していただいておりますので、最速でその旨を伝えるべくご連絡申し上げます。

なお、訴訟の提起の通知をこちらよりメールにて御送りいたします。ご本人様から御連絡くださいとお願い申し上げます。

＜対処法＞

❗ 絶対に連絡しない!

連絡すると消費者に金を出せというようになり、消費者から個人情報を得ようとするので、このような封書が届いたら無視してください。

※ 不安を感じたらすぐ相談

身に覚えのない請求など、不安を感じたときは記載されている連絡先へは電話をせず。すぐに消費者生活センターまでご相談ください。

※ 困った時は、ひとりで悩まず、まず相談!

福岡市消費生活センター相談コーナー

相談専用電話 092-781-0999

※検索サイトで「福岡市消費生活のからぬ」を検索すれば、パソコン・スマートフォンで閲覧できます。

※ 消費生活センターの相談は無料です。

※ 消費生活センターの相談は、お住まいの市区町村の消費生活センターに問い合わせてください。

※ 消費生活センターの相談は、お住まいの市区町村の消費生活センターに問い合わせてください。

※ 消費生活センターの相談は、お住まいの市区町村の消費生活センターに問い合わせてください。

※ 消費生活センターの相談は、お住まいの市区町村の消費生活センターに問い合わせてください。

※ 消費生活センターの相談は、お住まいの市区町村の消費生活センターに問い合わせてください。

①くらしのインフォメーション

②消費生活かわら版

構 成	内 容
1ページ	2017 年度相談件数ランキング, 消費者トラブル事例(架空請求メール)
2, 3ページ	消費者トラブル事例(架空請求ハガキ, 賃貸借, インターネット回線の転用等)
4ページ	クーリング・オフ, 製品事故, 消費生活センター案内

[illegible]

福岡市消費生活センター 消費生活

クーリング・オフって?

どんなときにできるの?

店頭販売や電話勧誘で、契約をした場合です。

クーリング・オフが出来る契約の種類

- 訪問販売
（ネットでも、ふる。電話販売などを含む）
- 特約継続の提供料（エステ・学習教室等）
- 訪問販売（訪問型）
（訪問 モーター車購入等）
- 定期借入れ契約（リース方式）
（訪問 モーター車購入等）

- 契約書面を提出し
満了した日以後に
有効
- 契約書面を提出し
満了した翌日より
有効

※訪問販売以外のサービスも取り込み、将来、適用範囲が広がる。

契約後、一週間以内であれば一方から
無条件解約できる制度です。

こんな場合はクーリング・オフができます!!

●店舗販売(ふるふに)に出たい、買ったものを!
●消費者団(専ら車、電気、インターネット)で申し込んだ
買ったもの!

※業者からの同意や仮払戻金等の契約解除して、これによりに
て返す。

●使用してしまった消耗品(健康食品、化粧品、薬物など)

●事業目的のための契約

●3,000円未満の現金貸付

クーリング・オフが利用できるはずなのに使えなかった。
ご不安な方は消費生活センターへお問い合わせください。

知って防ごう! 消費者トラブル ~安全と安心できる消費生活を営むために~

職場で

- 公民館などで開催されている、消費者トラブルに関する講座や相談に参加しましょう。

家で

- テレビや新聞・インターネットから消費者トラブルを防ぐための情報を取り入れましょう。

通電で

- 事業者から若い社員に、悪質営業法の特徴などのアドバイスをもらい、注意喚起を共有をお願いします。
- 会社での研修など、右側の企業様へメールでお問い合わせにも積極的に参加しましょう。

学校で

- 家庭科や理科などの授業で消費者教育が行われていて、学校活動としてこの意識を高めてほしいでしょう。

福岡県警からのお知らせ

電話でお金はすべて詐欺取扱いに相談・110番

宛ててはだめです。二重被害発生原因、犯人は知らないで子どもに迷惑かけてしまいます。

ニセ電話詐欺防止機器の使用をご検討下さい

お近くの家電店などで購入できます。

事前に必要とし、
断るべきこと

尊敬拒否

相手に断ると
怒られること

事前警告

通信の記録を
自動録音

電話には必ず録音
アラートあり

注意喚起

(機密保持者) 福岡警察本部生活安全課 TEL: 092-641-4161

福岡市消費生活センターのご案内

消費者生活トラブルで困ったときは
ひとりで悩まず相談しましょう!

*相談は無料です。受付時間は平日午前9時～午後5時、土曜日の消費生活センターです。

消費生活センター連絡先一覧表

電話番号 092-781-0999

〒812-8501 福岡市東区大宮1-1-1 消費生活センタービル1階

受付時間 月曜日～土曜日 10時～18時 休日は消費生活センターです。

消費生活センター連絡先一覧表

消費生活センター連絡先一覧表

消費生活センター連絡先一覧表

消費生活センター連絡先一覧表

消費生活センター連絡先一覧表

消費生活センター連絡先一覧表

消費生活センター連絡先一覧表

消費生活センター連絡先一覧表

消費生活センター連絡先一覧表

消費生活センター連絡先一覧表

ツイッター
フェイスブック
始めました!

お問い合わせはこちら

④ 市政だより記事掲載（掲載回数 1回）

掲載号	掲 載 内 容
H30.12.15	『年末年始を「安全・安心」に』 架空請求・不用品回収トラブル事例と対処法等, 消費生活サポーターの活動紹介

⑤ 福岡市老人クラブ連合会広報紙記事掲載（掲載回数 2回）

掲載月	テ ー マ
H30 年 7 月	「Amazon(アマゾン)」「Yahoo!(ヤフー)」「DMM.com(ディーエムエムドットコム)」 など大手企業をかたった架空請求メールにご用心!
H31 年 1 月	通信販売のルールを知って,トラブルを未然に防ぎましょう

⑥ 新聞連載記事「暮らしのヒント」(西日本新聞月曜日朝刊)（掲載回数 45回）

掲載日	テーマ	掲載日	テーマ
H30. 4. 2	家庭教師と学習教材	H30.10.15	「封書」の架空請求に注意を
H30. 4.16	長期使用製品安全点検制度	H30.10.24	お試しのつもりが定期購入
H30. 4.23	先進安全自動車の過信は危険	H30.10.31	ネット通販の前払いに注意
H30. 5. 1	スマホ他社乗り換えの注意点	H30.11. 7	リフォーム契約の注意点
H30. 5.14	なりすましメールに注意	H30.11.14	旅行サイトは確認が大切
H30. 5.21	バス旅行で商品販売会?	H30.11.22	クーリングオフを知ろう
H30. 5.28	エステのクーリングオフ	H30.11.28	住宅を借りるときの注意
H30. 6. 4	「点検商法」に注意を	H30.12. 6	家庭の食品ロスを減らそう
H30. 6.18	街で声を掛けられ宝石購入	H30.12.12	「副業」の勧誘 冷静に判断を
H30. 6.25	景品に誘われ高額布団購入	H30.12.17	「レンタルオーナー」慎重に
H30. 7. 2	成人年齢引き下げを前に	H30.12.24	カードの管理はしっかりと
H30. 7.16	「かつら」の契約トラブル	H31. 1.15	クリーニングでのトラブル
H30. 7.23	災害に便乗した手口に注意	H31. 1.21	皇室関連 強引な勧誘に注意
H30. 7.30	大切な葬儀で料金トラブル	H31. 1.28	電気の電話勧誘には慎重に
H30. 8. 6	偽警告画面にだまされないで	H31. 2. 5	リボ払いの設定だったの?
H30. 8.20	公的機関を名乗る架空請求	H31. 2.11	「クーリングオフ」の勘違い
H30. 8.28	仮想通貨に関連した投資話	H31. 2.19	強引な訪問買い取りに注意
H30. 9. 3	ショートメール不在通知に注意	H31. 2.25	不安あおる点検商法に注意
H30. 9.11	「雑がみ」リサイクルしよう	H31. 3. 6	悪質サイト勧誘 多様な手口
H30. 9.17	電力の契約先変更は慎重に	H31. 3.11	引っ越しに向けての注意点
H30. 9.26	事業者が破産, どうすれば...	H31. 3.19	チケット転売サイトに注意
H30.10. 1	消費生活センターへの相談	H31. 3.25	通販と電話勧誘の違いは?
H30.10.11	成年後見制度でサポートを		

⑦ 県と共働した情報紙

ア ホットな消費者ニュース（毎月発行、ホームページ掲載 ※市担当記事 3 回）

発行月	テーマ
H30 年 4 月	アンケートを装った不審な電話にご注意ください！ インターネットカジノの広告事業を行う副業の勧誘に注意！
H30 年 5 月	注文した覚えのない商品が送られてくる！？ 引っ越しサービスに関するトラブル、なかでもインターネットで契約した業者との トラブル相談が目立ちました。
H30 年 6 月※	「簡単に稼げます」「返金保証で安心」などどうとう情報商材のトラブル急増中！！ その「お試し価格」、定期購入ではないですか？
H30 年 7 月	本当に必要なものか良く考えてから契約しましょう。 インターネットのウイルス感染警告画面表示に注意！
H30 年 8 月	高配当をうたう出資金に注意！ 架空請求に関する相談が急増しています
H30 年 9 月	公共放送を装った不審な電話にご注意ください！ 利用価値がない原野を買い取ってくれるという業者を信用できるだろうか？
H30 年 10 月※	宅配業者からの不審なメールに要注意！！ 海外リゾート開発の投資話にご注意を！
H30 年 11 月	高齢者の訪問販売被害にご注意ください！ 点検商法と思われる相談がセンターに多く寄せられています
H30 年 12 月	ネット上の見知らぬ相手を信用しない 携帯電話・スマホの名義貸しは違法です！
H31 年 1 月	冠婚葬祭互助会、契約する際はよく確認を 当選に見せかせたスマートフォンの有料サイト登録・課金に注意しましょう
H31 年 2 月※	資格教材の二次被害に気を付けて！ AI(人工知能)など話題性のある言葉を使った実態不明な投資話に要注意！！
H31 年 3 月	退位便乗商法に注意！ 気を付けて！！代金引換配達を悪用した送り付け商法

イ 消費生活トラブル注意報（隔月発行、市立高校 4 校へメール送信 ※市担当記事 2 回）

発行月	テーマ
H30 年 4 月 (29 号)	スマホでやけど！？
H30 年 6 月 (30 号)※	簡単に高収入！？そんなうまい話ありません！
H30 年 8 月 (31 号)	若年者の健康食品等の契約に関する相談が増えつつあります
H30 年 10 月 (32 号)	コンビニ払いを指示する架空請求に注意！
H30 年 12 月 (33 号)※	契約は慎重に！何でも一方的に解約・返品ができるわけではありません
H31 年 2 月 (34 号)	インターネット使用中に突然表示される偽セキュリティ警告画面にご注意！

⑧ 見守り新鮮情報 （発行数 26 件）

情報提供月	発行	テーマ
4月	303号	相続税対策のつもりが元本割れ銀行窓口での保険契約
	304号	懸賞で当たった日帰りバス旅行で高額な商品を買うはめに
5月	305号	一部の美容医療でクーリング・オフが可能に特定商取引法が改正されました
	306号	雑木林を売却したはずが、別の新たな原野を買わされた
6月	307号	健康食品の摂取による肝障害にご注意
	308号	不安をあおり契約させるリフォーム工事の点検商法
	309号	目が不自由なのに・・・新聞の訪問販売トラブル
7月	310号	架空請求心当たりのない請求は無視！
	311号	ショッピングモールで勧誘されたウォーターサーバー
8月	312号	契約条件は自分でよく確認！インターネットでの旅行予約
	313号	気をつけて！「キャッシュカードを預かる」という電話は詐欺
9月	314号	テレビショッピングでも注文したら定期購入だった
	315号	持病の話題に乗せられて？家庭用電気治療器具の訪問販売
	316号	災害に備えて日ごろから安全対策を
10月	317号	思いがけない高額請求 チラシを見て頼んだ廃品回収
	318号	光回線サービスの変更は、内容をよく理解してから
11月	319号	回数券 使えなくなるリスクも考えて購入を
	320号	大きなリスクも！「アパートを建てませんか」という勧誘にご注意を！
12月	321号	「俳句が素晴らしい」と褒められて・・・24万円の掲載料
	322号	「保険金の手続きをサポートする」と勧誘する住宅修理に注意
1月	324号	天皇陛下の退位に便乗した商法にご注意
2月	326号	スマートフォンを買ったものの使いこなせない・・・
	327号	退会するのに違約金！キャンペーン価格で入会したジム
3月	328号	重症になることも湯たんぽによる低温やけどに注意
	329号	遺品整理サービス契約内容をよく確認
	330号	簡単に高額収入を得られません「情報商材」のトラブル

⑨ その他の啓発資料

ア 市民への主な配布資料

配布資料	内 容	配布数
悪質商法撃退マニュアル	悪質商法の主な手口や対処法を周知	2,800
「悪質な訪問販売 お断り」ステッカー	福岡県警と連名の玄関と電話機添付用の啓発 ステッカー	3,100

第30号 2018年 6月

消費生活トラブル注意報 !!

**★簡単に高収入！？
そんなうまい話ありません！**

・・・福岡市消費生活センター

（相談事例）
「資格のない未経験者でも、自宅のパソコンを使ってネット上で簡単に高収入！」というネット広告を見て問い合わせた。すると、「まず、仕事を始めるために30万円の情報教材の購入が必要」と聞いて躊躇したが、「1か月に10万円稼げるので、元は取れる」と言われてクレジットカード払いで購入した。しかし、購入した情報教材を確認すると、仕事は非常に高い専門スキルを必要とするもので、とても未経験者にできるような内容ではなく、全く稼げることができない。

（アドバイス）
◆情報教材とは、情報の内容自体が商品となっているものであり、主にインターネットの通信販売を通じてPDFファイルのダウンロードや電子、DVDの送付などの方法により提供されます。情報の内容は中身を見てもわからないことが多いため、実際に得られる情報が思っていたものとは異なる場合、トラブルになることがあります。◆「誰でも簡単に稼げる」「必ずもうかる」といった問題のある表示を安易に信用しないようにしましょう。◆情報教材をクレジットカードで契約した場合でトラブルが生じた際は、直ちにカード会社に連絡し、事情を説明しましょう。◆少しでも不審に思ったら、お住まいの市町村の消費生活センターに相談しましょう。

●各消費生活センターの相談窓口●
福岡県 092-632-0999（日曜日も電話相談可）
福岡市 092-781-0999（第2・第4土曜日も電話相談可）
北九州市 093-861-0999（土曜日も相談可）
久留米市 0942-30-7700（第2日曜日も相談可）
藤沢市 0948-22-0857
京都市 0940-33-5454
大田市 0944-41-2623
佐賀市 092-923-1741
※各消費生活センターの相談窓口を掲載しています。

●消費生活ホットライン TEL（夜間）188（いやや！）（あなたの地域の消費生活センター・消費生活相談窓口を案内します）※ナビダイヤル通話料がかかります。

⑦ア ホットな消費者ニュース

消費生活トラブル注意報 !!

**★簡単に高収入！？
そんなうまい話ありません！**

・・・福岡市消費生活センター

（相談事例）
「資格のない未経験者でも、自宅のパソコンを使ってネット上で簡単に高収入！」というネット広告を見て問い合わせた。すると、「まず、仕事を始めるために30万円の情報教材の購入が必要」と聞いて躊躇したが、「1か月に10万円稼げるので、元は取れる」と言われてクレジットカード払いで購入した。しかし、購入した情報教材を確認すると、仕事は非常に高い専門スキルを必要とするもので、とても未経験者にできるような内容ではなく、全く稼げることができない。

（アドバイス）
◆情報教材とは、情報の内容自体が商品となっているものであり、主にインターネットの通信販売を通じてPDFファイルのダウンロードや電子、DVDの送付などの方法により提供されます。情報の内容は中身を見てもわからないことが多いため、実際に得られる情報が思っていたものとは異なる場合、トラブルになることがあります。◆「誰でも簡単に稼げる」「必ずもうかる」といった問題のある表示を安易に信用しないようにしましょう。◆情報教材をクレジットカードで契約した場合でトラブルが生じた際は、直ちにカード会社に連絡し、事情を説明しましょう。◆少しでも不審に思ったら、お住まいの市町村の消費生活センターに相談しましょう。

●各消費生活センターの相談窓口●
福岡県 092-632-0999（日曜日も電話相談可）
福岡市 092-781-0999（第2・第4土曜日も電話相談可）
北九州市 093-861-0999（土曜日も相談可）
※「消費者ホットライン」（夜間）188（いやや！）（あなたの地域の消費生活センター・消費生活相談窓口を案内します）※ナビダイヤル通話料がかかります。

⑦イ 消費者トラブル注意報

・・・ 手口を知ってだまされない!! ・・・

わが家の 悪質商法 撃退マニュアル

保存版

消費生活センター

福岡市消費生活センター 相談専用電話 092-781-0999

身に覚えのない請求書が届いた… 架空請求 / ワンクリック請求
家族や役所・警察などを装った電話がかかってきて… ニセ電話詐欺
家にやって来てしつこく商品売り込まれた 点検商法 / かりり商法
「簡単・必ずもうかる」と言われて… 利殖商法 / マルチ商法 / サイドビジネス商法
「無料・当たりました」などの言葉に勧誘されて… 無料・当選商法 / 催眠商法
「高く買い取る」「鑑定は無料」と言われて…「便利な通信販売だぞ」 押し買い / ネット通販詐欺

クーリング・オフを活用しましょう

⑨ア 悪質商法撃退マニュアル

☎ 玄関外側にお貼り下さい ☎ 電話機のそばにお貼り下さい ☎

福岡市・福岡県警察

我が家では消費生活センターや警察にすぐ相談します。

訪問販売 お断り!

NO!

消費者トラブルで困ったときは
ひとりで悩まず相談しましょう!

相談無料・秘密厳守

福岡市消費生活センター
☎092-781-0999

福岡県警察【相談電話】
☎#9110

電話でお金のお話は全て詐欺!

⑨ア 悪質な訪問販売お断りステッカー

イ DVDなど啓発媒体の貸出 (回数 28 回, 貸出数 48)

地域や職場などでの消費者教育に使用する目的で、消費生活に関するDVDや紙芝居などを貸出

貸出先等 媒体	学 校		事業者		地域・福祉団体		消費生活 サポーター	
	回数	貸出数	回数	貸出数	回数	貸出数	回数	貸出数
DVD	8 回	15 本	17 回	24 本	2 回	6 本		
紙芝居	-	-	-	-	1 回	3 種		

(5) 地域の団体、関係機関等との連携

① 消費生活サポーター事業

悪質商法の手口や対処法について地域へ情報伝達できる人材としてのサポーターを育成し、その啓発活動を継続的に支援するとともに、消費生活に関する活動を行う事業者と連携・協力することにより、高齢者等の消費者被害の未然防止を図る。

【消費生活サポーターについて】

○ 登録者数 平成 29 年度 630 人 ⇒ 平成 30 年度 670 人

○ 平成 30 年度 消費生活サポーターの区毎の登録校区数および登録者数

区	東区	博多区	中央区	南区	城南区	早良区	西区	その他	計
不在校区数	0	9	3	1	3	15	11	—	42
登録校区数	29	13	11	24	8	10	13	—	108
校区実数	29	22	14	25	11	25	24	—	150
登録者数	142	89	46	274	39	17	50	13	670



消費生活サポーター登録時の配付グッズ

【事業者サポーターについて】

○ 登録要件

福岡市内に事業所を有する法人その他団体で、社会貢献活動についての実績を有し、かつ消費者被害を防止する活動と消費者行政への協力を行う意思を有する事業者

○ 登録手続

要件を満たした事業者と新たに消費者被害を防止する活動等について個別に協定を締結。

福岡市と包括連携協定を締結した事業者においては、要件を満たすものとし、個別の協定は締結しない。

○ 主な活動内容

消費者トラブルを未然に防止するための広報啓発活動

事業活動中における声かけ等の消費者被害未然防止活動

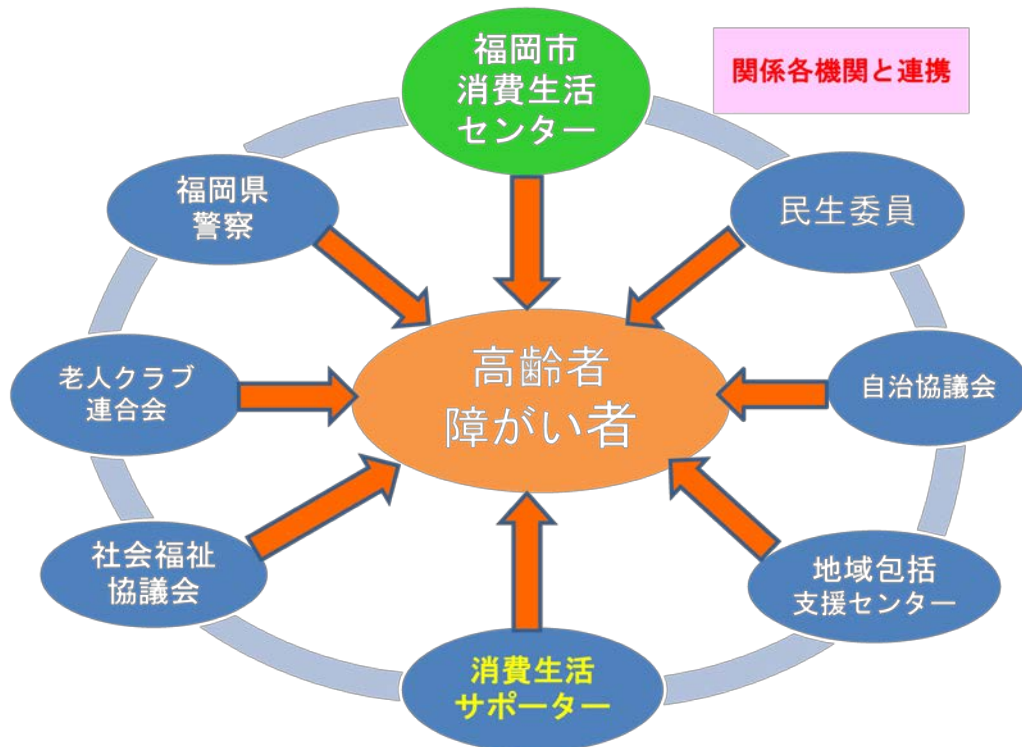
消費生活センターによる啓発活動等の支援

消費者教育の推進

○ 事業者サポーターとの連携状況

事業者名	協定種類	登録日	主な活動内容
第一生命保険(株)	個別	H29.11.1	事業活動中に消費者へ声かけ
(公社)福岡市シルバー人材センター	個別	H29.11.1	会員への情報提供 事業活動中に消費者へ声かけ
イオン九州(株)	個別	H29.11.1	市民への情報提供
エフコープ生活協同組合	個別	H29.12.11	会員への情報提供 事業活動中に消費者へ声かけ
福岡市農業協同組合	個別	H29.12.28	事業活動中に消費者へ声かけ
福岡市内郵便局	包括	H29.12.28	市民への情報提供 事業活動中に消費者へ声かけ
明治安田生命保険相互会社	個別	H30.1.16	事業活動中に消費者へ声かけ
(株)セブン-イレブン・ジャパン	包括	H30.3.15	事業活動中に消費者へ声かけ
(株)ローソン	包括	H30.3.23	事業活動中に消費者へ声かけ
九州電力株式会社福岡支社	個別	H30.11.26	事業活動中に消費者へ声かけ
西部ガス株式会社	個別	H30.11.26	事業活動中に消費者へ声かけ
グリーンコープ生活協同組合ふくおか	個別	H30.11.26	事業活動中に消費者へ声かけ
(株)阪急キッチンエール九州	個別	H30.11.26	事業活動中に消費者へ声かけ
布亀(株)	個別	H30.11.26	事業活動中に消費者へ声かけ
太陽生命保険(株)福岡支社	個別	H31.2.20	事業活動中に消費者へ声かけ
ココネット(株)	個別	H31.2.20	事業活動中に消費者へ声かけ

○ 高齢者被害の防止に係る見守りネットワークのイメージ



② 地域との連携

○ 公民館だより掲載資料の提供

毎月、市内 148 公民館へ高齢者向け注意喚起情報「見守り新鮮情報ダイジェスト版」をメール送信、公民館だよりへ掲載依頼し地域に情報発信する。

	東	博多	中央	南	城南	早良	西	合計
公民館数	28	22	14	25	11	24	24	148
掲載数	61	40	11	7	2	29	18	168

文案(3 2 2 文字)

「俳句が素晴らしい」と褒められて
…24万円の掲載料

- ★「俳句」以外にも「短歌」「書道」「写真」等で同様の手口が発生しています。
- ★褒められて嬉しい気持ちに付け込まれ、つい承諾してしまいがちですが、一度限りのつもりが次々に勧誘されるケースもあります。執ように勧誘される場合は、あいまいな断り方をせず、きっぱり断りましょう。
- ★電話勧誘販売の場合、事業者は契約書面を交付する義務があります。掲載料等の契約内容は書面でしっかりと確認することが大切です。契約書面が渡されていないときや、法定の契約書面を受け取ってから8日以内のとき等はクーリング・オフが出来る場合があります。
- ★困ったときは、福岡市消費生活センターにご相談ください。
(消費者ホットライン188)



③ 地域包括支援センター(いきいきセンターふくおか)との連携

配 布 物	時 期	方 法
見守り新鮮情報	毎月	注意喚起メール等(いきいきメール)送信
消費生活かわら版	随時	注意喚起メール(いきいきメール)送信
くらしのインフォメーション	隔月	各センターに 10 部ずつ送付
ステッカー等	随時	いきいきセンターから依頼を受けて配付

④ 区障がい者基幹相談支援センターとの連携

配 布 物	時 期	方 法
見守り新鮮情報	毎月	注意喚起メール等送信
消費生活かわら版	随時	注意喚起メール(いきいきメール)送信
障がい者向け啓発パンフレット	年 1 回	各基幹相談支援センターに 5 部ずつ送付

⑤ 福岡県弁護士会との連携

消費者教育出前講座(大学)の講師依頼

⑥ 消費者団体等活動支援

○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・その他当該目的のための活動を行う団体等

内 容	利用時間	利用人数	30 年度利用実績
くらしの研修室 貸出	原則平日 9 時～17 時	5 人以上 25 人以内	4団体 延べ 28 回

4 商品テスト

(1)実施内容 依頼テスト

消費者からの商品の品質等に対する相談に対して、問題解決及び原因究明のため商品テストを実施した。

(2)依頼先 独立行政法人 国民生活センター及び独立行政法人 製品評価技術基盤機構(NITE)

(3)実施状況

分 類	合 計	商品一般	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
件 数	3	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

(4)依頼テスト概要

相 談 内 容	処 理 結 果
【品名 自転車】 坂道を降りている時に前輪にロックがされ転倒し、右手首の骨にひびが入った。行政機関で調査して欲しい。	○発生状況 学校帰りに坂道を自転車で降りていたところ、走行中に突然前輪がロックされ、後輪が浮いて右斜め前に前転するような形で身体が投げ出され、右手首の骨にひびが入った。 ○調査結果 ※1 自転車の外観、前輪と前ホーク内側、自転車のヘッド部について、異常がないか確認を行ったが、特に異常は見られず、走行中に前輪がロックされた原因は不明である。
【品名 蜂蜜】 購入した蜂蜜に水あめや砂糖が添加されていないか調べて欲しい。	○発生状況 ネット通販で国産純正はちみつと記載されている商品を購入しているが、同サイト内の口コミで、水あめや砂糖が添加されているのではないかと書き込みがあり不安である。 ○調査結果 ※2 異性化糖が添加された可能性は低く、はちみつ類の表示に関する公正競争規約の組成基準7項目を満たしていることから、蜂蜜としての品質に問題は見られなかった
【品名 フライパン】 フライパンから溶出する成分等に問題がないか調べて欲しい。	○発生状況 ネット通販で高品質チタン及びセラミック製で有毒な化学物質が入っていない等の広告文が記載されたフライパンを購入したところ、発送元の住所が国外であり、健康上問題のある物質が溶け出さないか不安である。 ○調査結果 ※2 カドミウム及び鉛の溶出試験、使用されている材質についての検査を実施したところ、溶出試験結果は定量下限値未満であったが、フライパンの材質については、表示どおりの素材が使用されていなかった。

※1 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 外部調査機関:独立行政法人国民生活センター

(5)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する、ホルムアルデヒド簡易測定器の貸出

貸出件数	測定箇所	厚生労働省が示すホルムアルデヒド室内濃度の指針値(0.08ppm)超過件数
16	56	5

5 製品安全4法等の立入検査

福岡市内の販売事業者へ立ち入り、製品安全及び品質に関する表示について関連法に基づき検査を実施。平成 30 年度、違反事例はなかった。

○ 立入施設 4 施設

(1) 家庭用品品質表示法に基づく立入検査（16 品目） ※1 立入販売事業者数は立入検査を実施した事業者の実数

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
電気毛布	1	1	0	0
カーテン	1	2	0	0
ズボン	1	1	0	0
帽子	2	4	0	0
水筒	1	1	0	0
強化ガラス製器具	1	1	0	0
床敷物	2	3	0	0
たんす	1	2	0	0
テーブル	1	1	0	0
スプリングマットレス	1	2	0	0
魔法瓶	2	4	0	0
布団	1	1	0	0
合成ゴム製器具	1	1	0	0
敷布	1	1	0	0
電子レンジ	1	2	0	0
電気洗濯機	1	1	0	0
合 計	4 ※1	28	0	0

(2) 消費生活用製品安全法に基づく立入検査（4 品目）

特定製品名 特定保守製品名	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
石油ストーブ	3	3	0	0
乗車用ヘルメット	2	3	0	0
ライター	1	2	0	0
家庭用の圧力鍋及び圧力がま	1	1	0	0
合 計	3 ※1	9	0	0

(3) 電気用品安全法に基づく立入検査 (20 品目)

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
電気トースター	2	2	0	0
LED ランプ	3	6	0	0
温風暖房機	3	3	0	0
電気敷布	1	1	0	0
電気マッサージ器	1	1	0	0
直流電源装置	4	7	0	0
その他の調理用電熱器具	2	2	0	0
電気湯沸器	1	1	0	0
電気刈込み機	1	1	0	0
指圧代用機	1	1	0	0
リチウムイオン蓄電池	1	5	0	0
蛍光灯	1	1	0	0
電気加湿器	1	1	0	0
電気レンジ	1	2	0	0
電子楽器	1	1	0	0
電気洗濯機	1	3	0	0
その他の採暖用電熱器具	1	1	0	0
LED 電灯器具	1	1	0	0
その他の理容用電熱器具	1	1	0	0
電気ストーブ	1	2	0	0
合 計	4 ※1	43	0	0

(4) ガス事業法に基づく立入検査 (1 品目)

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
ガスこんろ	1	1	0	0
合 計	1 ※1	1	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 (2 品目)

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
一般ガスこんろ	2	2	0	0
カートリッジガスこんろ	1	2	0	0
合 計	2 ※1	4	0	0

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。

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)

年度	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度
割合	84.1%	78.9%	83.8%	80.6%	80.1%

【参考】 調査内容と結果

調査対象者 市内在住の 18 歳以上の男女 4,500 人(無作為抽出)
調査時期 平成 30 年 12 月

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)
26 年	N=2,258	41.1	43.0	7.4	2.8	3.7	1.9	84.1
27 年	N=2,262	35.6	43.3	7.3	2.6	4.4	6.7	78.9
28 年	N=2,013	38.0	45.8	6.5	2.7	3.1	4.0	83.8
29 年	N=2,059	37.3	43.3	6.9	3.0	4.2	5.1	80.6
30 年	N=1,913	34.5	45.6	8.6	2.4	3.8	5.1	80.1

(2) 市政アンケート調査

消費者教育推進計画の基礎資料とし、消費者トラブル及び被害防止啓発に関する市民の意識を測るため、アンケート調査を実施した。

平成30年度 第5回市政アンケート調査

【 概 要 】

■調査期間	平成30年9月25日～10月9日
■調査数	624件
■回答数	569件
■有効回答率	91.2%

〔テーマ・担当課〕

○「消費者トラブルおよび被害防止」について

(担当課：市民局 生活安全部 消費生活センター)

≪「消費者トラブルおよび被害防止」についておたずねします≫

高齢化・高度情報化の進展に伴い、「消費生活」に関するトラブルも多様化・深刻化しています。

福岡市では、子どもから高齢者までの市民の皆さまが、消費者トラブルに遭わないための知識や判断力を身に付けるとともに、社会や環境に与える影響まで意識し、行動する消費者になることを目指しています。

消費者トラブルと被害防止について、市民の皆さまのご意見をお聴きし、今後の施策へ反映させたいと考えております。

※本アンケートでの「消費生活」とは、生活に必要な商品やサービスを事業者から購入し、それらを利用して生活し、使い終わったものを破棄するまでのことをいいます。

問１１ 消費生活センターでは、さまざまな消費者トラブルについての相談に応じるとともに、トラブル情報の提供などを行っています。あなたは「消費生活センター」を知っていましたか。また、消費生活センターに消費者トラブルの相談窓口があることを知っていましたか。あてはまるものを１つだけ選び、番号に○をつけてください。

- | | |
|------------------------------|------|
| １ 名前も相談窓口があることも知っていた | 80.5 |
| ２ 名前は知っていたが、相談窓口があることは知らなかった | 12.5 |
| ３ 知らなかった | 6.7 |
| 無回答 | 0.4 |

問１１－１ ≪ 問１１で「１」「２」と回答した方におたずねします。≫

「消費生活センター」を知ったきっかけは何ですか。あてはまるものを１つだけ選び、番号に○をつけてください。 n=529

- | | |
|--------------------------------------|------|
| １ 行政広報紙（市政だより、消費生活センターの情報紙など） | 6.1 |
| ２ ポスター、パンフレット、リーフレット、チラシ | 2.6 |
| ３ テレビ、新聞 | 39.9 |
| ４ 公的機関のホームページ（福岡市・県・国・他自治体のホームページなど） | 1.3 |
| ５ インターネット情報（公的機関のホームページを除く） | 3.0 |
| ６ SNS（Facebook, Twitter, LINE など） | 0.8 |
| ７ 家族・友人・知人から聞いた | 6.8 |
| ８ 民生委員・ケアマネジャーなどの福祉関係者から聞いた | 0.4 |
| ９ 自治会・町内会などの地域の人から聞いた | 0.2 |
| １０ 学校で教わった | 4.5 |
| １１ その他 | 3.6 |
| １２ わからない、覚えていない | 5.5 |
| 無回答 | 5.3 |

《 すべての方におたずねします。 》

問12 あなたは過去3年間に、商品の購入やサービスの利用契約に関することで、経済的・身体的な被害を受けたり、個人情報に不当に取られたりするなどの被害に遭ったことがありますか。あてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

1 ある	7.0
2 ない	92.8
無回答	0.2

問12-1 《 問12で「1」と回答した方におたずねします。 》

その被害に遭った商品の購入やサービスの利用契約をしたきっかけは、次のうちどれですか。あてはまるものをすべて選び、番号に○をつけてください。 n=40

1 自らお店に行って購入または利用した	22.5
2 インターネットを通じて購入または利用契約をした	50.0
3 事業者が自宅や職場に訪ねて来て、勧められた	15.0
4 事業者から自宅や職場に電話があり、勧められた	7.5
5 路上で声をかけられ、案内されたお店などで勧められた	-
6 無料券や景品などがきっかけで、お店などに行き勧められた	5.0
7 テレビや雑誌、カタログなどで広告を見て購入または利用した	12.5
8 友人・知人から勧められた	2.5
9 身に覚えのない請求がきたので問い合わせた	5.0
10 その他	5.0
無回答	2.5

《 すべての方におたずねします。 》

問13 あなたは過去1年間に、インターネットを通じた商品の購入やサービスの利用契約をしたことがありますか。あてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

1 ある	69.4
2 ない	30.6

問13-1 ≪ 問13で「1 ある」と回答した方におたずねします。≫

あなたはインターネットを通じた商品の購入やサービスの利用契約をする際に、どのようなことに気を付けていますか。あてはまるものをすべて選び、番号に○をつけてください。 n=395

1 所在地や連絡先、会社概要などの事業者情報を確認する	45.8
2 他の利用者の評価を確認する	64.3
3 返品・交換・解約に応じてもらえるかを確認する	38.5
4 有名な大手事業者のサイトを利用するようにする	75.2
5 利用規約を確認する	14.9
6 購入・取引の内容の確認画面を保存する	31.9
7 個人情報に関する安全対策が行われているサイトであるかを確認する	24.1
8 インターネットに詳しい人に確認する	5.3
9 その他	1.8
10 気を付けていることはない	1.5
無回答	0.3

≪ すべての方におたずねします。≫

問14 クーリング・オフは、消費者が無条件で一方向的に契約を解除できる制度です。あなたは、店舗や通信販売で購入した場合は、クーリング・オフができないことを知っていましたか。あてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

1 知っていた	46.7
2 知らなかった	52.7
無回答	0.5

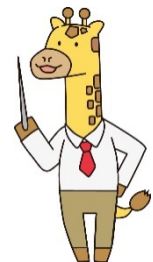
「クーリング・オフ」のワンポイント解説

クーリング・オフとは、訪問販売などで消費者が冷静な判断をできないまま交わしてしまった契約を、一定の期間内であれば無条件で解除できる制度です。「契約は守らなければならない」とする原則の例外で、クーリング・オフができる取引は法律などで定めがある場合に限りです。

★3,000円未満の現金取引には適用されません。

★店舗購入・通信販売にはクーリング・オフは適用されませんが、事業者が返品可否や返品期限などに関する特約を設けている場合は、それに従って返品などをすることになります。

不安な場合は、消費生活センターにご相談ください
(電話 781-0999)



福岡市消費生活センター啓発キャラクター
これっキリン先生

問15 成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法が2022年4月に施行されます。これに伴い、「未成年者取消権^{※1}」が18歳、19歳には適用されなくなります。あなたは、このことを知っていましたか。あてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

- | | |
|----------|------|
| 1 知っていた | 38.8 |
| 2 知らなかった | 60.3 |
| 無回答 | 0.9 |

※1 未成年者取消権とは

未成年者が親権者の同意を得ないで契約した場合、契約を取り消すことができるとする権利です。取り消しができるのは、親権者と未成年者本人です。ただし「成人している」などと積極的なうそをついて結んだ契約など、取り消すことができない場合もあります。

問16 成人年齢が引き下げられた場合、若年者の消費者トラブルの増加が懸念されます。若年者の消費者トラブルを防止するために、あなたが重要だと思うことは何ですか。あてはまるものを3つまで選び、番号に○をつけてください。

- | | |
|---------------------------------|------|
| 1 家庭における消費者教育 ^{※2} の充実 | 61.9 |
| 2 学校における消費者教育の充実 | 66.4 |
| 3 地域における消費者被害防止のための学習の機会の充実 | 4.7 |
| 4 企業による従業員への消費者教育 | 16.5 |
| 5 行政による消費者教育の充実 | 13.0 |
| 6 自立した消費者としての若年者本人の意識の向上 | 44.8 |
| 7 若年者が被害に遭わないための具体的な情報提供や注意喚起 | 47.5 |
| 8 若年者が相談しやすい相談窓口の充実 | 24.1 |
| 9 その他 | 1.1 |
| 10 わからない | 0.7 |
| 無回答 | 2.5 |

※2 消費者教育とは

消費者自身が消費者トラブルや消費者被害を未然に防ぐこと、被害が拡大しないための知識や判断力を持つこと、自分の行動が社会や環境にどんな影響を与えるかを考えて行動できる消費者になることを目標に行う、消費生活に関する教育・啓発活動のことです。

「環境教育」「食育」「国際理解教育」「法教育」「金融経済教育」も、広い意味では消費者教育に含まれます。

問17 消費生活センターでは消費生活に関するさまざまな情報提供を行っています。あなたが知りたい消費者向けの情報は何か。あてはまるものを3つまで選び、番号に○をつけてください。

1 契約のルールやクーリング・オフなどの制度に関すること	43.1
2 悪質商法の手口やその対処法	52.0
3 ニセ電話詐欺とその対処法	15.8
4 クレジットの仕組みや消費者金融などの利用に関するトラブルとその対処法	36.0
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とその対処法	49.9
6 生活設計に基づいた健全な家計運営に関すること	9.0
7 製品の安全や表示に関すること	18.3
8 食品の安全や表示，食育に関すること	29.3
9 環境保全など環境に配慮した行動に関すること	6.2
10 人や社会に配慮した商品取引に関すること※ ³	9.8
11 その他	0.7
12 特になし	1.9
無回答	0.7

※3 人や社会に配慮した商品取引とは

ここでは、人権や社会的背景などに配慮した商品やサービスの選択を指します。フェアトレード製品、寄付つき商品、被災地産品、障がい者支援につながる商品などがこれにあたります。

問18 「消費者トラブル」や「被害防止」について、ご意見・ご要望がございましたら、ご自由にお書きください。

(3) 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定のための基礎調査結果 《概要版》

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、平成27年度に策定した「福岡市消費者教育推進計画」の計画期間が平成31年度で終了することから、第2次計画の策定に向け、今後の計画の方向性や現計画の課題を抽出するための調査を行いました。

調査結果のポイント

【Ⅰ.地域】

- (1) 消費者教育・啓発を実施しているのは全体で62.8%。実施していないのは37.2%。【図1】
- (2) 消費者教育・啓発の対象者は「高齢者」(87.7%)が最も多く、扱ったテーマは「ニセ電話詐欺とその対処法」(88.6%)、「悪質商法とその対処法」(83.6%)が多い。【図2、図3】
- (3) 消費者教育・啓発で特に力を入れて取り組む必要があると思う分野は、「ニセ電話詐欺とその対処法」(75.8%)、「悪質商法とその対処法」(74.5%)で特に割合が高い。【図4】
- (4) 高齢者・障がい者の消費者被害を未然に防止するために重要だと思うことは、「家族・親族とのコミュニケーション」(75.6%)が最も多い。【図5】
- (5) 消費者教育・啓発に取り組む際に課題となっていることは、「他に優先課題があり時間が取れない」(39.4%)が最も多い。【図6】

【Ⅱ.小学校、中学校、高等学校、特別支援学校】

- (1) 消費者教育は学校の授業等で実施されており、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「5年生の家庭科」(97.5%)、中学校・高校では「3年生の社会科」「3年生の学級活動」(いずれも100.0%)が最も多い。【図7、図8】
- (2) 消費者教育に関する授業を行っている内容は、小学校では「お金について」(84.7%)が、中学校・高校では「契約のルールやクーリング・オフなどの制度に関すること」(74.5%)が最も多い。【図9】
- (3) 消費者教育で特に取り組みたいテーマは、小学校、中学校・高校とも「携帯電話・インターネットに関するトラブルとその対処法」が最も多く80%を超えている。【図10】
- (4) 消費者教育を推進するために特に必要だと思うことは、「児童・生徒向けの教材の作成・配布」が小学校69.4%、中学校・高校68.8%と最も多い。【図11】
- (5) 消費者教育に取り組む際に課題になっていることは、小学校では、「他に優先課題があり時間が取れない」(65.9%)が最も多く、中学校・高校では、「最新の情報を入手する機会が少なく」「他に優先課題があり時間が取れない」(いずれも43.8%)が最も多い。【図12】

【Ⅲ.大学、短期大学、専修大学】

- (1) 消費者教育を実施しているのは全体で82.6%。実施していないのは17.4%。【図13】
- (2) 消費者教育・啓発の方法は、「校内でのポスター等の掲示」(82.5%)が最も多い。【図14】
- (3) 消費者教育・啓発に取り組む際に課題となっていることは、「他に優先課題があり時間が取れない」(50.7%)が最も多い。【図15】
- (4) 消費者教育・啓発で特に力を入れて取り組む必要があると思う分野は、「携帯電話、インターネットに関するトラブルとその対処法」(91.3%)が最も多い。【図16】
- (5) 若年者の消費者トラブルを防止するために重要だと思うことは、「家庭における消費者教育の充実」(66.7%)が最も多く、次いで「学校における消費者教育の充実」(59.4%)の順となっている。【図17】

平成31年3月

福岡市市民局生活安全部消費生活センター

〈調査の概要〉

調査地域	福岡市全域
調査対象及び対象者数	次に掲げる各団体の代表者 ①地域 各校区自治協議会150か所、各校区公民館148か所、小・中学校、高等学校、特別支援学校PTA協議会225か所、民生委員・児童委員地区会長109か所、地域包括支援センター 57か所、障がい者基幹相談支援センター 14か所 計703か所 ②学校 小学校144か所、中学校69か所、市立高校4か所、特別支援学校8か所 ③大学 大学13か所、短期大学9か所、専修学校84か所
調査方法	郵送法
調査期間	平成30年9月25日（火）～10月26日（金）まで
回収状況	①地域 505件/703件（有効回収率71.8%） ②学校 小学校・特別支援学校小学部 85件/151件（有効回収率56.3%） 中学・高等学校・特別支援学校中学部・高等部48件/81件（有効回収率59.3%） ③大学 大学・短期大学・専修学校 69件/106件（有効回収率65.1%）

【調査結果利用上の注意】

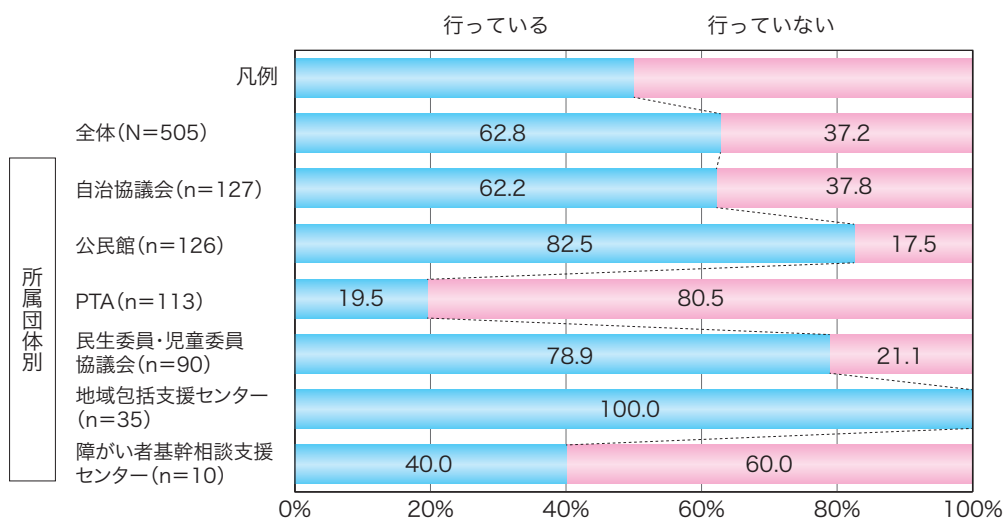
※回答は、回答者数を基数とした百分率（％）で表し、小数点以下第二位を四捨五入しています。このため、百分率の合計が100%にならないことがあります。
※複数回答ができる設問では、回答率が100%を超えることがあります。
※図中に示すN、nは、回答率算出上の基数（標本数）です。
N＝標本全数、n＝該当数（その質問に回答しなくてよい人を除いた数）

I. 調査結果（地域）

1. 消費者教育・啓発の実施状況等

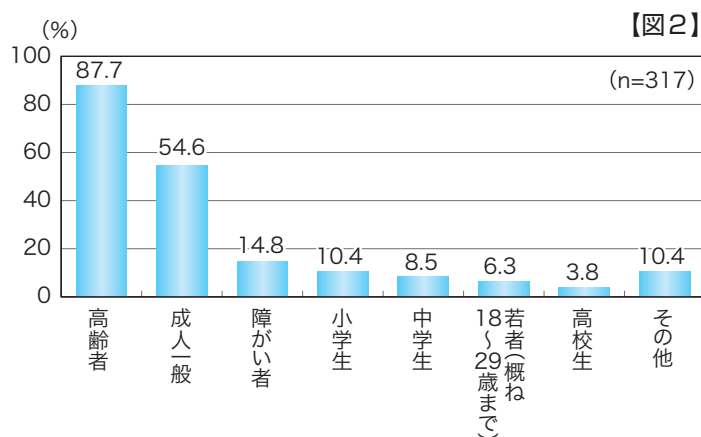
（1）団体別消費者教育・啓発の実施状況

【図1】

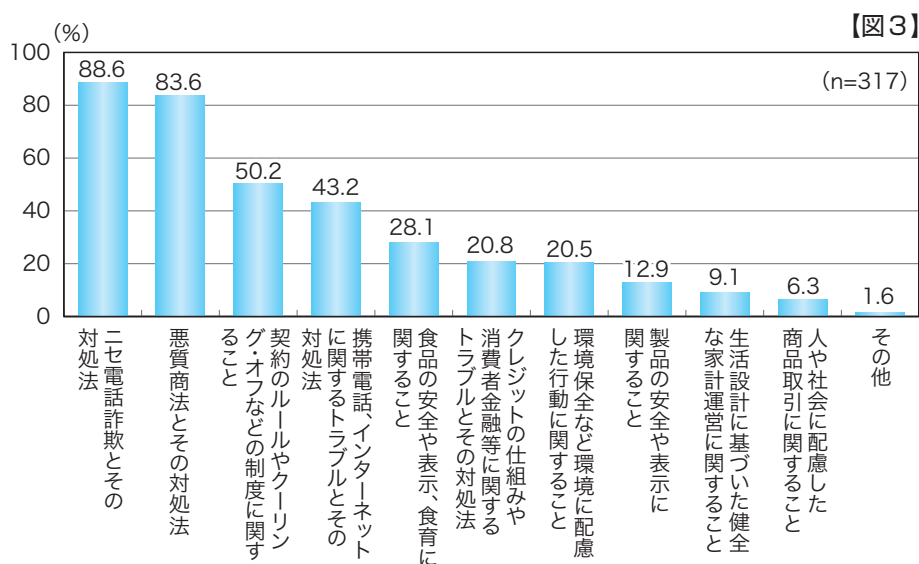


(2) 消費者教育・啓発を行っている団体について

●消費者教育・啓発の対象者

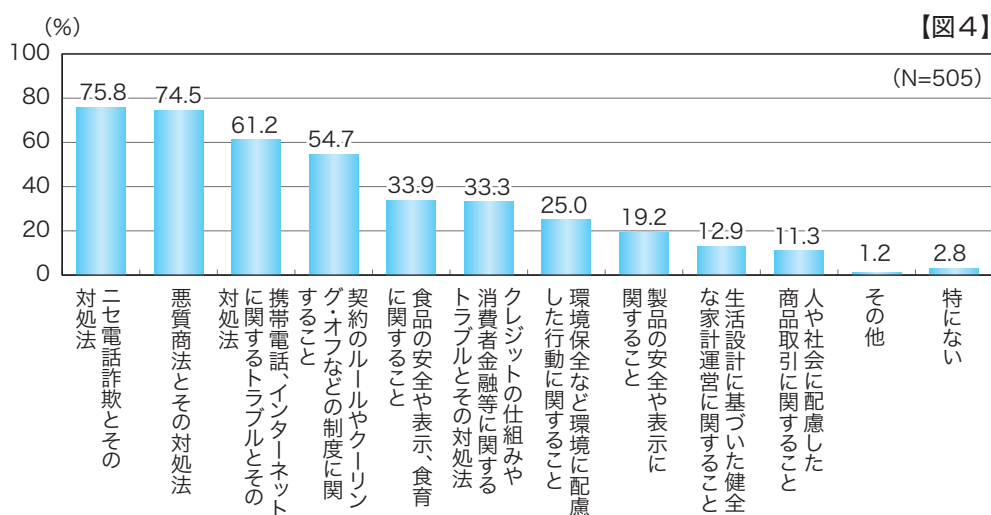


●消費者教育のテーマ

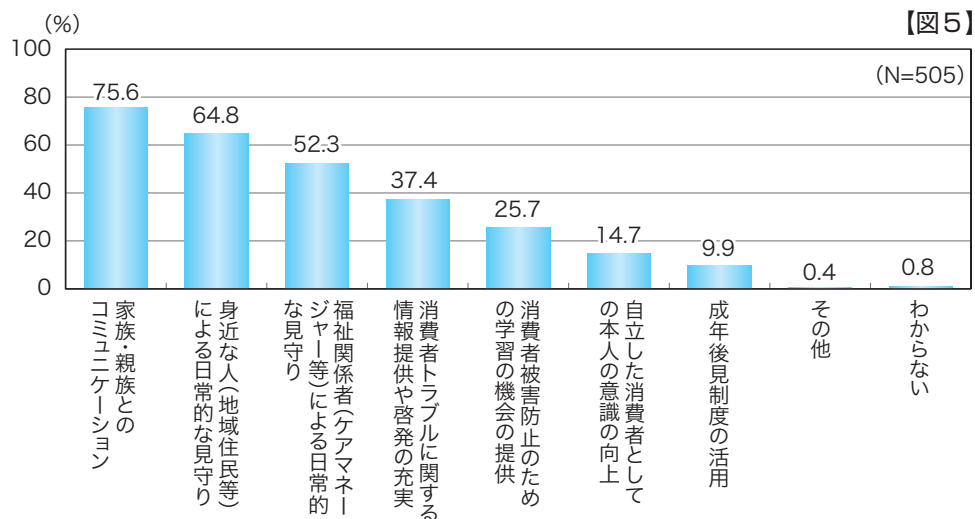


2. 今後の消費者教育・啓発について

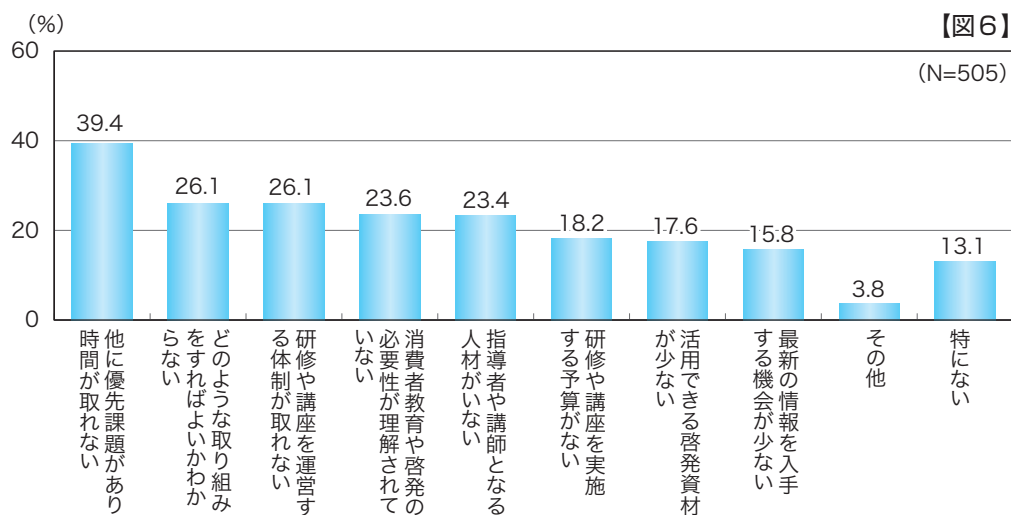
(1) 消費者教育・啓発で特に力を入れて取り組む必要があると思う分野



(2) 高齢者・障がい者の消費者被害を未然に防止するために重要だと思うこと



(3) 消費者教育・啓発に取り組む際に課題となっていること

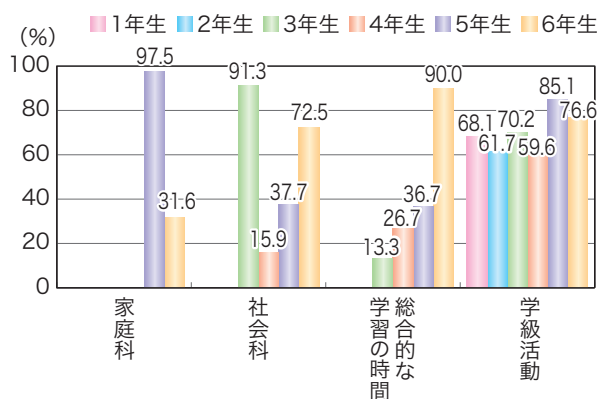


II. 調査結果 (小・中学校、高等学校、特別支援学校)

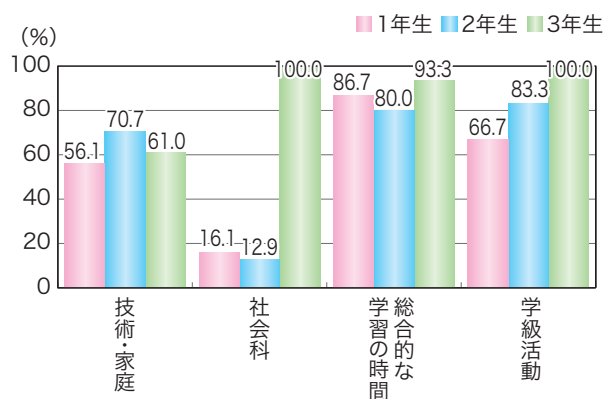
1. 消費者教育・啓発の実施状況等

(1) 消費者教育に関する授業を行っている教科・学年

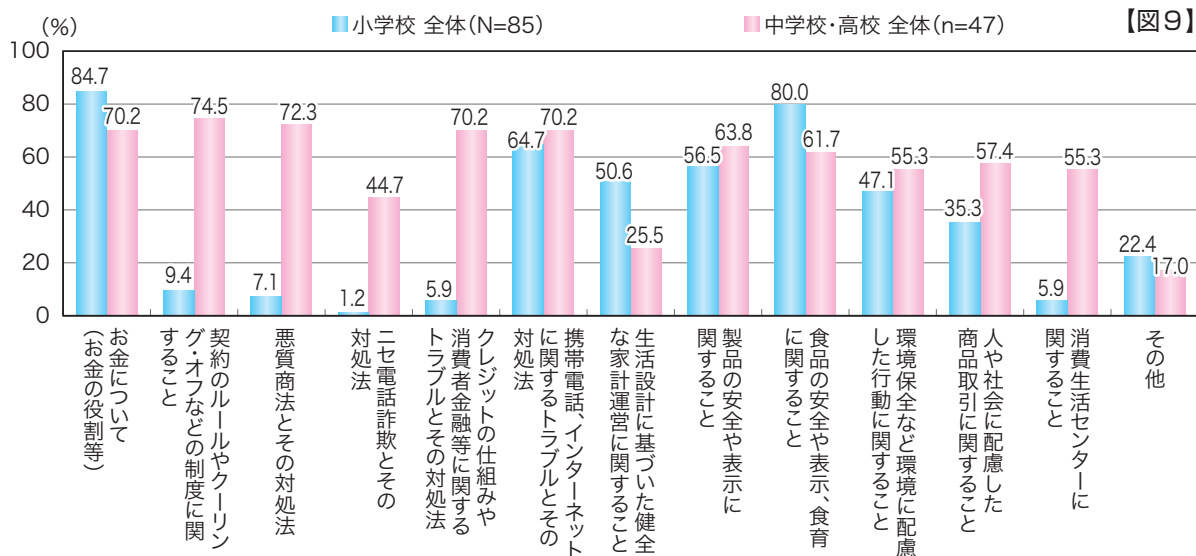
【小学校】



【中学校・高等学校】

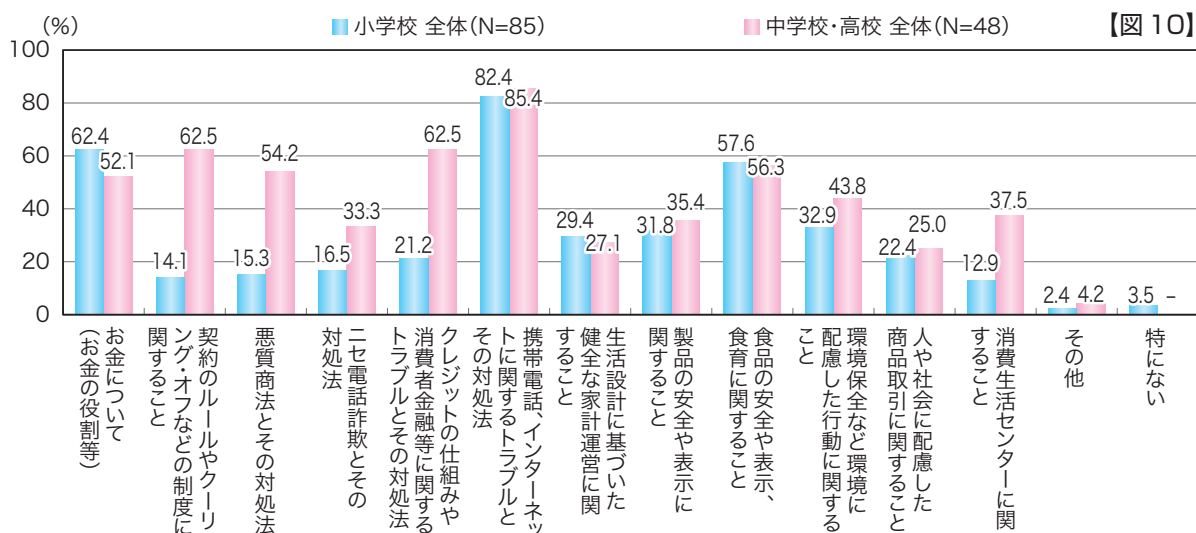


(2) 消費者教育に関する授業を行っている内容

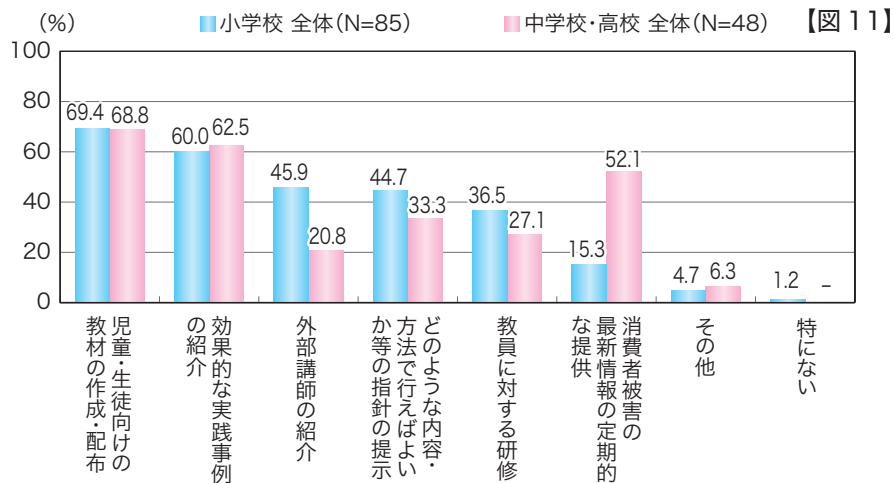


2. 今後の消費者教育・啓発について

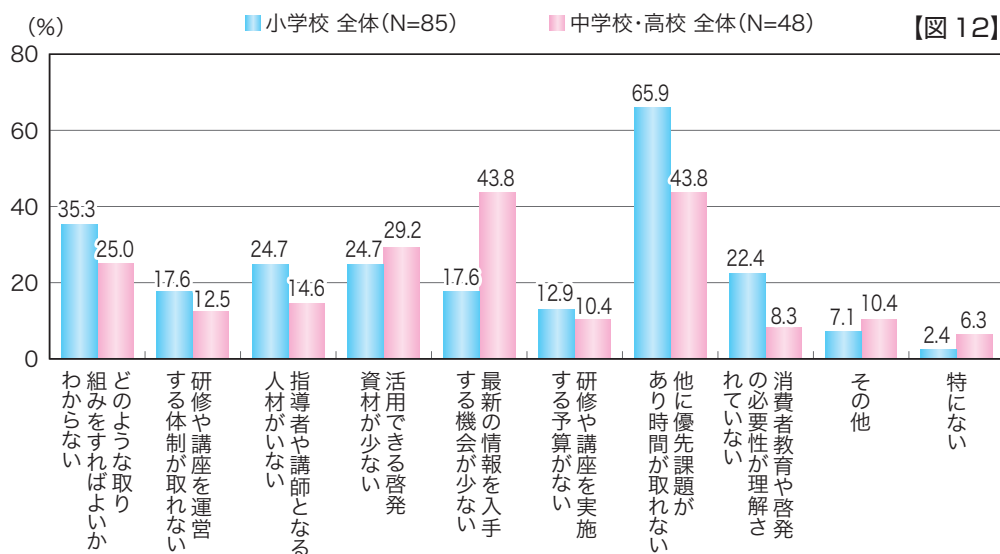
(1) 消費者教育で特に取り組みたいテーマ



(2) 学校において消費者教育を推進するために特に必要だと思うこと



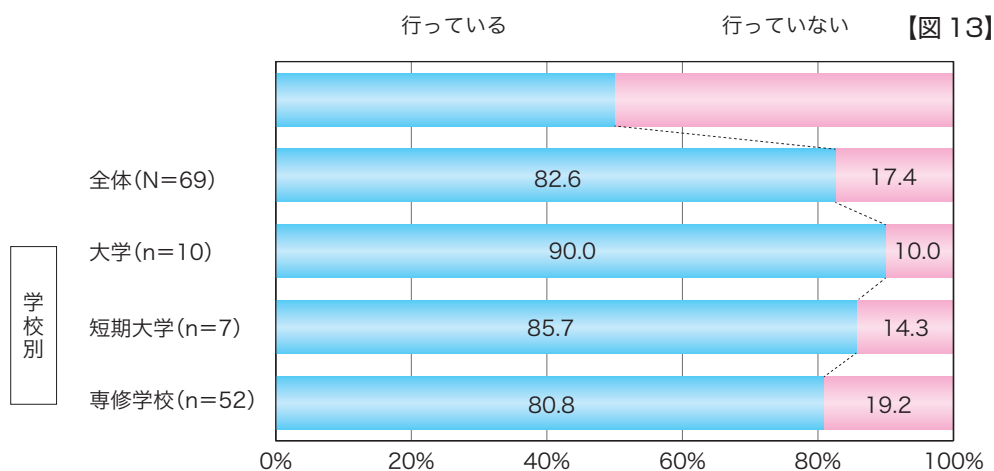
(3) 消費者教育に取り組む際に課題となっていること



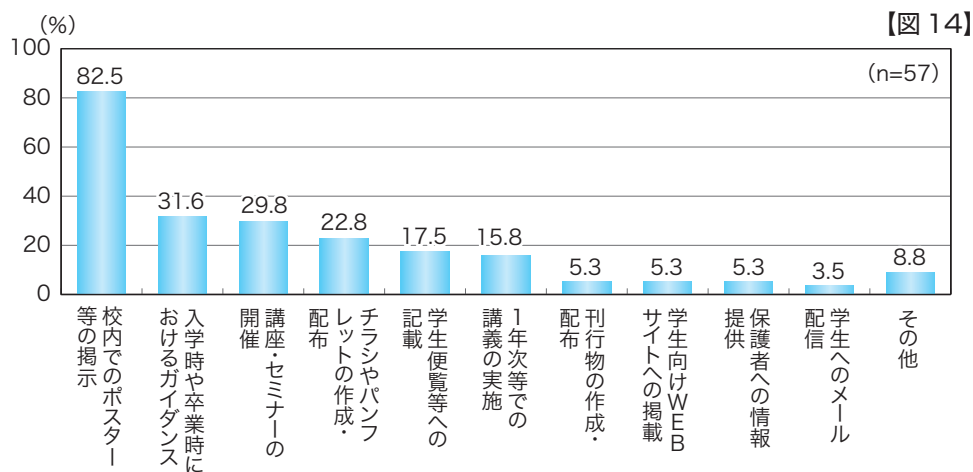
Ⅲ. 調査結果（大学、短期大学、専修学校）

1. 消費者教育・啓発の実施状況等

(1) 学校別消費者教育・啓発の実施状況

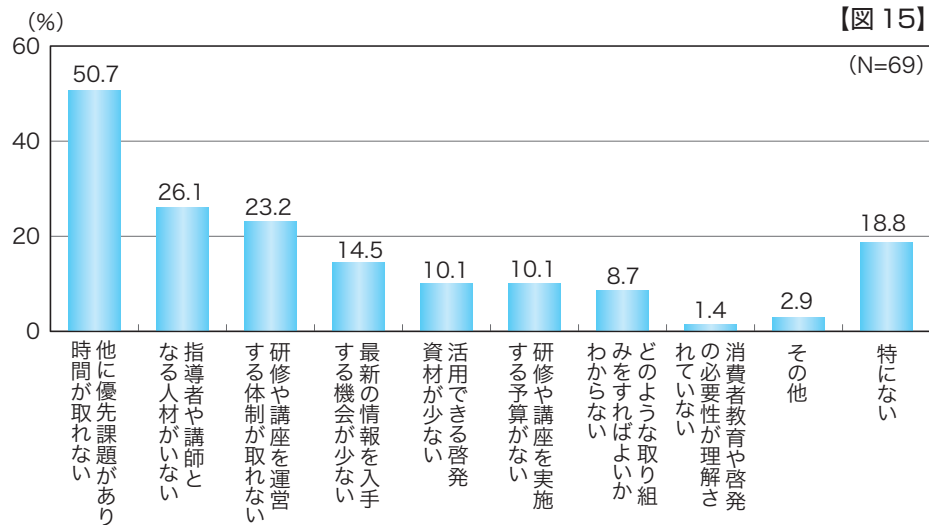


(2) 消費者教育・啓発の方法

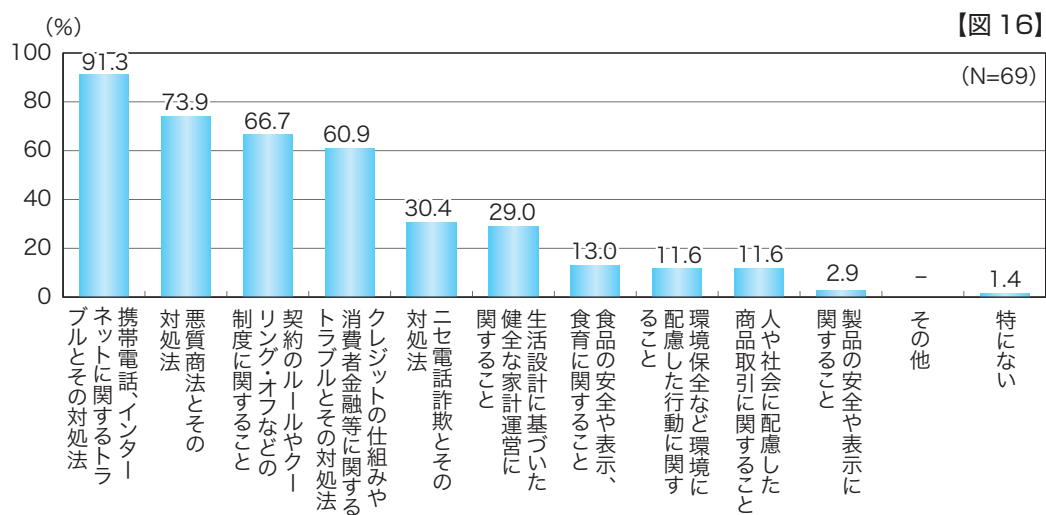


2. 今後の消費者教育・啓発について

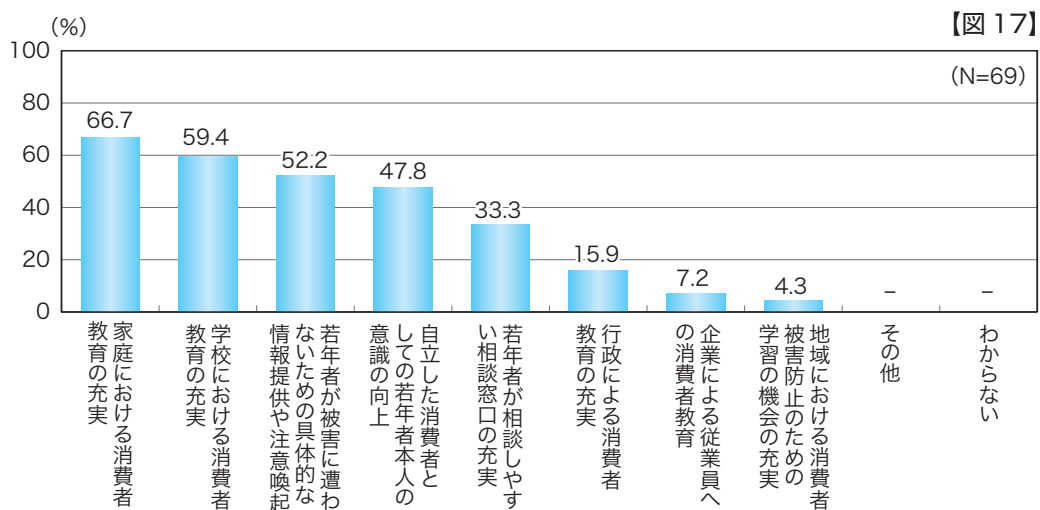
(1) 消費者教育・啓発に取り組む際に課題となっていること



(2) 消費者教育・啓発で特に力を入れて取り組む必要があると思う分野



(3) 若年者の消費者トラブルを防止するために重要だと思うこと



「消費者教育とは」？

消費者自身が消費者トラブル（悪質商法など）や消費者被害を未然に防いだり、被害が拡大しないための知識や判断力を持つこと、並びに自分の行動が社会や環境にどのような影響を与えるかを考えて行動できるようになることを目標に、理解と関心を深めるための教育活動であり、消費者教育推進法では、啓発活動は、消費者教育の定義に含まれるとされています。

○消費者教育の取り組み方



【問い合わせ先】

福岡市市民局生活安全部消費生活センター

福岡市中央区舞鶴 2 丁目 5 - 1

TEL : 092 - 712 - 2929

FAX : 092 - 712 - 2765

e-mail : shohiseikatsu.CAB@city.fukuoka.lg.jp

(4) 消費生活相談窓口アンケート

(消費生活相談業務受託者からの報告より作成)

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、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 62 サンプル
調査時期	平成 30 年 7 月 (21 日間)
調査項目	相談員の対応・相談の処理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)	100.0%
②相談員の説明のわかりやすさ	100.0%
③相談員の知識の豊富さ	100.0%
④相談員の問題処理能力のはやさ	100.0%
⑤自分の話を十分にきいてくれた	100.0%
⑥相談の結果(回答・助言の内容)	95.2%

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)	98.4%
2 不満の割合(やや不満+不満)	0.0%
3 不明	1.6%

参考資料

1 消費者行政の変遷	57
2 機構の変遷	61
3 福岡市消費生活条例	63
4 福岡市消費生活審議会	67

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 (1965)			6月	経済企画庁、「国民生活局」設置
42 (1967)	4月	消費者相談コーナー開設 (毎週金曜日午後)		
	12月	第1回「よりよい消費生活展」		
43 (1968)	5月	福岡市消費者協議会設立 (福岡市より補助金交付)	5月	消費者保護基本法施行
	11月	消費者相談コーナー (毎週月～金曜日)		
44 (1969)	4月	経済局商工貿易課消費生活係新設	3月 5月	地方自治法改正:消費者保護を明示 「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 (1970)	4月	消費者相談コーナー (新館1階市民相談コーナー)	10月	国民生活センター発足 ・合成甘味料チクロ追放運動
46 (1971)	4月	経済局消費生活課新設	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)
	7月	消費者相談コーナー (各支所市民サービスセンター)		
47 (1972)	4月	消費者相談コーナー (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 (1973)	4月	消費者相談業務を福岡市消費者協議会へ業 務委託	12月	石油需給適正化法施行 国民生活安定緊急措置法施行 ・水銀, PCB汚染魚問題 ・狂乱物価, 物不足パニック
	12月	副主幹(生活関連物資緊急対策班)新設 主幹(生活関連物資担当)・流通対策課新設		
49 (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 ・省資源, 省エネ問題
50 (1975)	4月	消費流通対策部に改組		
51 (1976)	4月	消費流通部消費流通課に改組		
	6月	福岡市消費生活センター開所		
52 (1977)			3月 4月	訪問販売法施行 県消費生活条例施行
53 (1978)	5月	第1回「消費者の日」(30日)		
54 (1979)			5月	無限連鎖講(ねずみ講)防止法公布 ・金の先物取引被害, 灯油高騰
55 (1980)				・子供のためのテレビコマーシャル規制要求 高まる
56 (1981)				・IOCU(国際消費者機構)第10回世界大会 ハーフで開催
58 (1983)			1月 11月	海外先物取引法施行 サラ金規制二法施行
59 (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 (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 (1986)	3月	福岡市キャッチセールス対策会議結成		
	5月	消費生活情報ネットワークシステムの導入		
	11月	「消費者被害防止連絡会議」結成	11月	預託法施行
62 (1987)	4月	消費流通課を消費生活センターに統合		
63 (1988)	5月	第1回「消費者月間」	5月 11月	訪問販売法改正 抵当証券業法施行
平成元 (1989)			4月 10月	消費税導入 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
2 (1990)			2月 10月	(財)消費者教育支援センター設立 プリペイドカード法施行
3 (1991)	4月 6月	市民局市民部へ移管 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

年	本市の消費者行政のあゆみ		消費者問題・国の動き等	
4 (1992)			10月	有機農産物表示のガイドライン制定
5 (1993)			5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
			11月	新計量法施行, 環境基本法施行
6 (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 (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 (1996)	5月	市民生活部に組織変更	3月	特定石油製品輸入暫定措置法(特石法) 廃止
			11月	訪問販売法改正
9 (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 (1998)	4月	生活文化部に組織変更	1月	消費者契約法(仮称)中間報告(21日)
			12月	特定非営利活動促進法施行 ・ダイオキシン・環境ホルモンが社会問題化 ・遺伝子組み換え食品をめぐる動き
11 (1999)			7月	食料・農業・農村基本法施行
			11月	訪問販売法改正 「食生活指針」を策定
12 (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	不正アクセス行為の禁止等に関する法律施行
			3月	・デビットカード利用全国で本格スタート
			4月	消費者契約法成立 介護保険制度スタート 容器包装リサイクル法施行 成年後見制度実施 景品表示法改正 循環型社会形成推進基本法成立
			6月	改正JAS法施行
			10月	民事法律扶助法施行
13 (2001)			1月	内閣府設置(国民生活局移管) 預託法改正 海外先物取引法改正 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 プリペイドカード法改正
			4月	消費者契約法施行 金融商品販売法施行 家電リサイクル法施行 食品リサイクル法施行
			5月	特定商取引法(訪問販売法の改正) 施行
			6月	・日本でBSE感染牛が発見される
			9月	電子消費者特例法施行
			12月	不正競争防止法改正
14 (2002)			4月	特定電子メール法成立(メール広告規制)
			7月	建築基準法改正(シックハウス対策)
			12月	古物営業法改正(ネットオークション規制)
15 (2003)	4月	市民生活部に組織変更 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	食品安全基本法成立, 食品衛生法改正 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
			7月	ヤミ金融対策法成立
			12月	・BSE問題による米国産牛の輸入禁止措置
16 (2004)			6月	改正消費者保護基本法(消費者基本法) 施行
			5月	総合法律支援法施行
			11月	改正特定商取引法施行 ・不当請求が急増
17 (2005)	3月	・福岡県西方沖地震(震度6弱) 発生	4月	消費者基本計画を閣議決定
	4月	福岡市消費生活条例施行 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 土曜電話相談(月2回)の開始 生活安全・危機対策部に組織変更		個人情報保護法全面施行 ・アスベスト問題 ・耐震偽装問題

年	本市の消費者行政のあゆみ		消費者問題・国の動き等	
18 (2006)	1月	消費者教育推進連絡会議設置 (市民局, 保健福祉局, 教育委員会)	2月	預金者保護法施行 ・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
			4月	日本司法支援センター(法テラス)設立
			10月	日本司法支援センター(法テラス)開業
				貸金業規制関連法改正
			12月	消費生活用製品安全法改正
19 (2007)			4月	「多重債務問題改善プログラム」決定
			5月	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)
	8月	多重債務問題連絡会議設置	6月	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
	9月	多重債務法律相談開始	9月	金融商品取引法施行(証券取引法の抜本的 改正)
			11月	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 (2008)	1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		
	4月	機構改革により計量検査所を経済振興局に 移管	5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)
			6月	消費者行政推進基本計画閣議決定
			9月	消費者庁設置関連3法案閣議決定
21 (2009)	2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)		
	3月	原油価格高騰に伴う石油関連製品等緊急価 格調査終了	4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
	9月	消費者支援機構福岡設立 (22年2月 NPO法人格取得)	9月	消費者庁発足 消費者安全法施行
			12月	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 (2010)			3月	消費者基本計画(22年度～26年度)閣議決定
			5月	・宮崎県で口蹄疫感染拡大
	10月	インターネット消費生活相談受付開始	6月	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)
	12月	不当な取引を行った2事業者を条例に基づき 勧告・公表		
23 (2011)	5月	NPO法人コンシューマー福岡がベスト消費者 サポーター章を受章	3月	・東日本大震災発生 ・原子力発電所事故に伴う放射線・電力供給 問題
			10月	宅地建物取引業法施行規則の一部改正(勧 誘等を規制) 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)
24 (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) 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 (2013)	4月	相談業務をプロポーザル方式により, (株)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)
	7月	消費生活審議会消費者教育部会の設置	6月	消費者教育推進基本方針閣議決定
	12月	消費生活条例一部改正(訪問購入を追加)	10月	消費税転嫁対策特別措置法施行
			12月	消費者裁判手続特例法公布(3年以内に施

年	本市の消費者行政のあゆみ		消費者問題・国の動き等	
26 (2014)	7月	消費者教育推進計画策定について消費生活審議会へ諮問	4月 6月	・消費税率引き上げ(5%→8%) 「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施行済, 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)
			7月	福岡県消費者教育推進計画策定
			11月	「不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律」公布(課徴金制度導入, 1年6か月以内施行)
27 (2015)	1月 3月	消費者教育推進計画パブリックコメント実施 消費者教育推進計画策定について消費生活審議会より答申	3月	消費者基本計画(27年度～31年度)閣議決定 「改正消費者安全法の実施に係る地方消費者行政ガイドラン」等策定
	4月	消費者教育推進計画策定(27年度～31年度)	4月	食品表示法施行 ・ニセ電話詐欺の被害拡大
	6月	消費者教育推進会議設置 (市民局, こども未来局, 保健福祉局, 環境局, 教育委員会)	7月	消費者ホットライン3桁化(188いやや)
28 (2016)	4月	消費生活条例一部改正(センターの組織及び運営等を追加)	1月 4月	マイナンバー制度開始 改正消費者安全法施行(見守りネットワークの構築, センター組織運営等の条例整備, 消費生活相談員資格の法定化等)
				電力小売自由化開始 ・熊本地震発生
			5月	改正電気通信事業法施行(書面交付義務, 初期契約解除制度の導入等)
			10月	消費者裁判手続特例法施行
29 (2017)	5月	消費生活審議会委員 清水巖九州大学名誉教授が消費者支援功労者として内閣総理大臣表彰を受賞 消費生活審議会委員 井出龍子氏が消費者支援功労者としてベスト消費者サポーター章を受章	6月	改正消費者契約法施行(不実告知取消に関する重要事項の拡大, 過量契約取消権の新設等)
	8月	事業者サポーター制度創設	12月	改正特定商取引法施行(美容医療契約の特定継続的役務の追加, 業務停止命令の期間の伸長等)
			3月	消費者教育推進基本方針変更
30 (2018)	4月	相談業務をプロポーザル方式により, (株)ビスネットに委託	6月	改正民法成立(成人年齢引下げ)
	9月	第2次福岡市消費者教育推進計画の策定のための基礎調査を実施	7月	福岡県豪雨災害発生
31 (2019)			3月	福岡県消費者教育推進計画(第2次)策定

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 日に開所してから、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> 経済局 消費流通部 消費生活センター開所 <S51.6.16> ・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 消費生活センターに統合 <S62.4.1> ・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>	
H10		経済振興局 産業振興部 計量検査所《課》 <H10.4.1>
H11	市民局 生活文化部 消費生活センター	
H12	・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>
H15	市民局 市民生活部 消費生活センター ・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 ・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 消費生活センターの係名変更 <H18.4.1> ・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> (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 市民局 生活安全部 消費生活センター<H24.4.1>	
H30	係の名称変更<H30.4.1> ・消費生活係(企画調整担当, 消費者情報担当, 相談指導担当)から企画係, 教育啓発係, 相談指導係に名称変更	

※ **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

改正 平成 28 年 3 月 28 日条例第 10 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4章の2 消費生活センターの組織及び運営等(第 30 条の 2—第 30 条の 8)
- 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で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きと認めるときは、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きと認定したときは、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係る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つせん又は調停に付することができる。
- 4 事業者は、第1項のあつせんその他の措置及び前項のあつ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項のあつ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つ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4章の2 消費生活センターの組織及び運営等

(この章の趣旨)

第30条の2 消費者安全法(平成21年法律第50号。以下「法」という。)第10条の2第1項の規定に基づき設置する消費生活センター(以下「センター」という。)の組織及び運営並びに情報の安全管理に関する事項については、この章に定めるところによる。(平成28条例10・追加)

(センターの名称及び住所等)

第30条の3 市長は、次に掲げる事項を公示しなければならない。当該事項を変更したときも、また同様とする。

- (1) センターの名称及び住所
- (2) 法第8条第2項第1号及び第2号に掲げる事務を行う日及び時間
- (平成28条例10・追加)

(所長及び職員)

第30条の4 センターに、センターの事務を掌理する所長及びセンターの事務を行うために必要な職員を置く。(平成28条例10・追加)

(消費生活相談員)

第30条の5 センターにおいて、法第8条第2項第1号及び第2号に掲げる事務に従事する消費生活相談員は、法第10条の3第1項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者(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(平成26年法律第71号)附則第3条の規定により合格した者とみなされたものを含む。)とする。

(平成28条例10・追加)

(消費生活相談員の人材及び処遇の確保)

第30条の6 市長は、消費生活相談員の専門性に鑑み適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講じるものとする。(平成28条例10・追加)

(職員等に対する研修)

第30条の7 市長は、所長及び職員並びに消費生活相談員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保するものとする。

(平成28条例10・追加)

(情報の安全管理)

第30条の8 市長は、法第8条第2項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講じるものとする。(平成28条例10・追加)

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つ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。

附 則(平成28年3月28日条例第10号)

この条例は、平成28年4月1日から施行する。

4 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」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。

(1) 概要

- ・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

(2) 審議会・部会開催実績(平成 30 年度)

第7期 平成 29 年 4 月1日～平成 31 年 3 月 31 日

		開催日	議 事 等
消費生活審議会	第 27 回	平成 30 年 7 月 17 日	・福岡市消費者教育推進計画の進捗状況について ・消費生活センターの事業実績について ・第 2 次福岡市消費者教育推進計画策定のための基礎調査について

平成 30 年度は部会の開催はなかった。

(3) 審議会委員名簿

第8期 任期:平成31年4月1日～令和3年3月31日

区 分	氏 名	所 属 団 体 ・ 役 職
学識経験のある者	奥谷 めぐみ	福岡教育大学教育学部 准教授
	清 水 巖	九州大学名誉教授
	徳 本 穰	九州大学大学院法学研究院 教授
	吉 野 泉	福岡県弁護士会
消費生活専門分野	井 出 龍 子	公益社団法人 全国消費生活相談員協会 九州支部
	嶋 田 敦 子	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・相談員協会 九州支部 運営委員
消 費 者	小 澤 保 法	公募委員
	栗 田 知 子	福岡市南第11地域包括支援センター 管理者
	張 浩 子	福岡市PTA協議会 副会長
	松 永 マツエ	福岡市自治協議会等7区会長会 早良区自治協議会会長会会長
	宮 本 直 嗣	特定非営利活動法人 ゆめふうせん理事
	吉 田 恒 代	福岡市民生委員児童委員協議会 副会長
事 業 者	藤 本 晶 博	福岡県生活協同組合連合会 副会長理事
	松 延 貴 弘	公益社団法人 消費者関連専門家会議 九州地区部会 副部会長
	山 田 聡	消費者窓口連絡会 会長

*区分内は五十音順

(令和元年5月末日現在)

事 業 概 要

(令和元年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。