

令和2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2年度の主な事業内容と予算	2

II 令和元年度事業実績

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 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定	
(1) 計画の概要	39
(2) 計画の策定作業の経緯	41
7 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	42
(2) 市政アンケート調査	43
(3) 消費生活相談窓口アンケート	48

参考資料

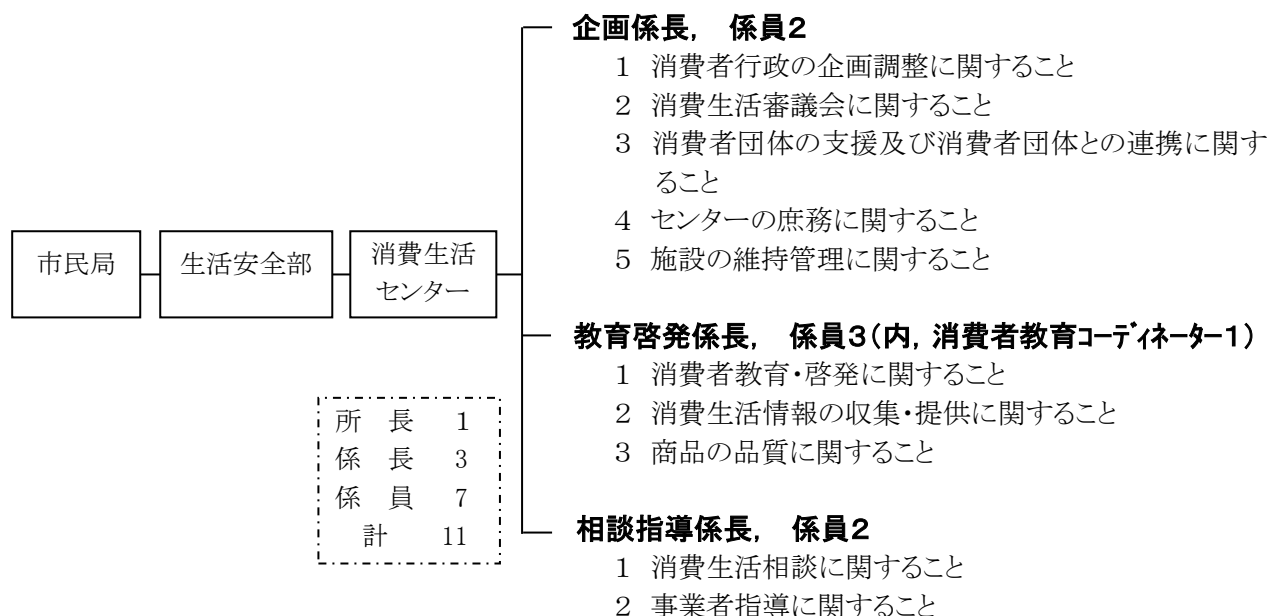
1 消費者行政の変遷	49
2 機構の変遷	53
3 福岡市消費生活条例	55
4 福岡市消費生活審議会	59
5 第2次福岡市消費者教育推進計画(案)に対する パブリック・コメントの実施結果概要	61

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 相談専用電話: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(来所・電話)※来所は要予約
	第2・4土曜日	10時～16時(電話のみ)

※いずれも祝休日・年末年始(12月29日～1月3日)を除く

(3) 施設概要

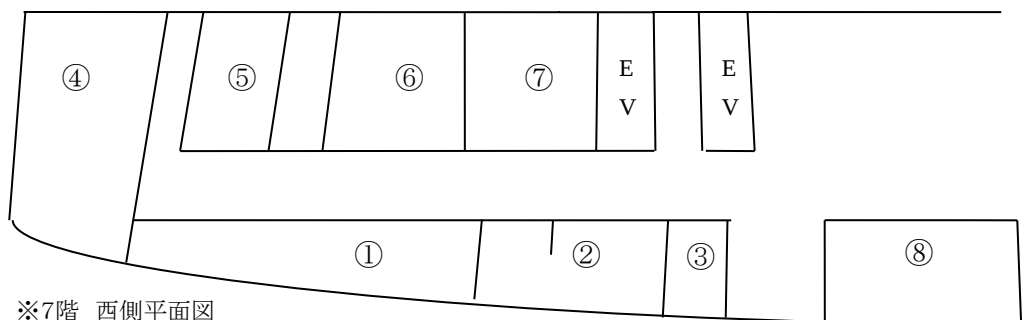
① 複合施設 (あいれふ)

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2年度の主な事業内容と予算

(単位:千円)

事業費目	元年度 予算額	2年度 予算額	差引 増減額	2年度の主な事業内容
消費者教育・啓発	17,406	14,634	△2,772	くらしに役立つ消費生活講座 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 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	43,834	47,439	3,605	相談業務委託等
消費生活センター機能強化事業(投資)	661	200	△461	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2次計画策定報告
消費生活センター管理等経費	16,513	19,651	3,138	センターの管理運営, 消費生活審議会等
合計	78,414	81,924	3,510	

Ⅱ 令和元年度事業実績

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

(令和2年4月現在)

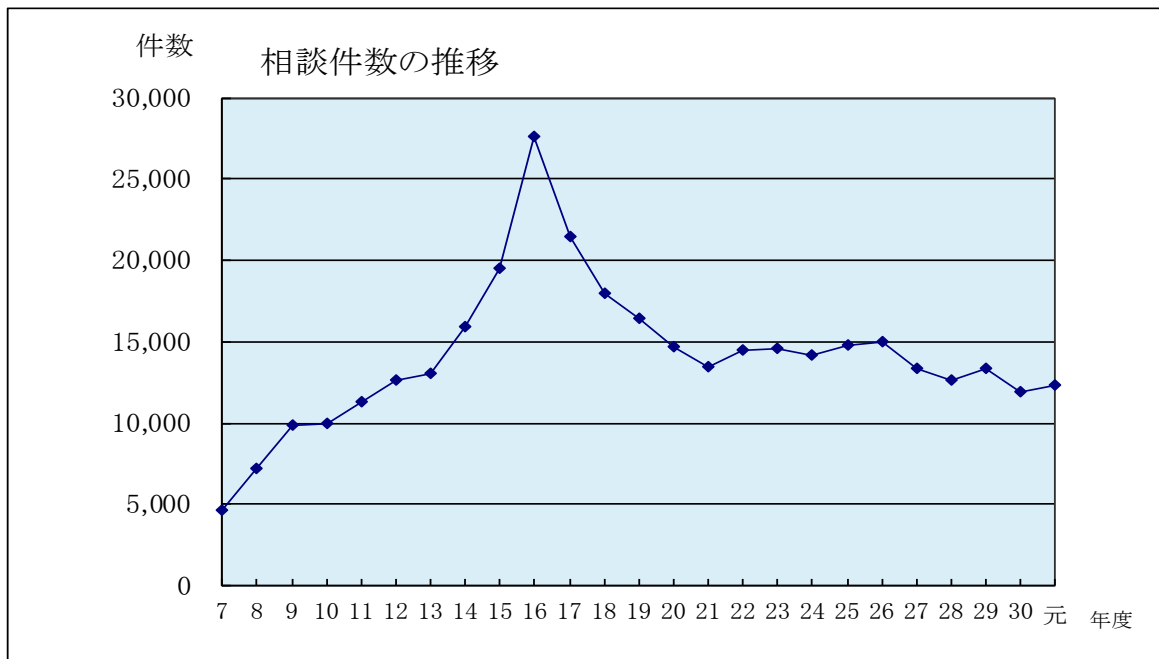
一般相談	商品やサービスの契約、販売方法、品質などに関する相談 ・日 時: 平日 9時～17時, 第2・4土曜日(祝日を除く) 10時～16時 ※年末年始(12月29日～1月3日)を除く ・方 法: 来所(要予約), 電話(第2・4土曜日は電話のみ), インターネット
特別相談	一般相談の中で、専門知識が必要な相談に対応 ・法律相談: 月2回(原則, 第2・4火曜日) 14時～16時 ・クリーニング相談: 月1回(第1木曜日) 14時～16時

(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)をピークに近年は微減傾向にあるが、令和元年度は12,290件で前年度に比べると379件(3.2%)増加した。

年度	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度
件数	13,386	12,602	13,348	11,911	12,290
(うち土曜件数)	(561)	(553)	(483)	(439)	(472)



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 (%)	11,102 (90.3)	936 (7.6)	51 (0.4)	201 (1.6)	12,290 (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 (%)	6,902 (56.2)	4,569 (37.2)	453 (3.7)	366 (3.0)	12,290 (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。

	27 年度		28 年度		29 年度		30 年度		元年度		(参考) 元年度	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	人口※ (万人)	件数/人口 (%)
20 歳未満	371	2.8	316	2.5	241	1.8	261	2.2	367	3.0	27.4	0.13
20 歳代	1,617	12.1	1,560	12.4	1,443	10.8	1,359	11.4	1,633	13.3	21.0	0.78
30 歳代	1,954	14.6	1,716	13.6	1,624	12.2	1,476	12.4	1,476	12.0	20.8	0.71
40 歳代	2,203	16.5	2,012	16.0	2,021	15.1	1,727	14.5	1,819	14.8	24.2	0.75
50 歳代	1,755	13.1	1,687	13.4	2,145	16.1	1,639	13.8	1,733	14.1	19.5	0.89
60 歳代	1,824	13.6	1,769	14.0	2,315	17.3	1,805	15.2	1,560	12.7	17.9	0.87
70 歳代	1,438	10.7	1,395	11.1	1,530	11.5	1,532	12.9	1,494	12.2	15.3	0.98
80 歳以上	951	7.1	842	6.7	840	6.3	886	7.4	907	7.4	10.2	0.89
不 明	1,273	9.5	1,305	10.4	1,189	8.9	1,226	10.3	1,301	10.6	—	—
合 計	13,386		12,602		13,348		11,911		12,290		159.3	0.77

※人口は「福岡県人口移動調査」による令和元年10月1日現在の推計人口

⑤ 相談処理状況

(令和2年6月5日現在)

		27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	元年度
		件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)
処 理 結 果	他 機 関 紹 介	371 (2.8)	275 (2.2)	141 (1.1)	105 (0.9)	62 (0.5)
	助言(自主交渉)	9,494 (70.9)	9,160 (72.7)	9,953 (74.6)	8,389 (70.4)	8,748 (71.2)
	その他の情報提供	1,818 (13.6)	1,759 (14.0)	1,845 (13.8)	2,057 (17.3)	2,229 (18.1)
	あっせん解決	911 (6.8)	821 (6.5)	886 (6.6)	779 (6.5)	750 (6.1)
	あっせん不調	206 (1.5)	171 (1.4)	127 (1.0)	131 (1.1)	107 (0.9)
	処理不能 ※1	34 (0.3)	30 (0.2)	32 (0.2)	30 (0.3)	40 (0.3)
	処理不要 ※2	552 (4.1)	386 (3.1)	364 (2.7)	420 (3.5)	350 (2.8)
	相談継続中 ※3	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (0.0)
	合 計	13,386	12,602	13,348	11,911	12,290

※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		27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	元年度
法律相談	回 数	24			12	24
	件 数	72			23	41
多重債務法律相談	回 数	24				
	件 数	19				
クリーニング	回 数	12	12	12	12	12
	件 数	17	15	13	5	7

※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たが、元年度はさらに減少した。元年度は 1,178 件中 299 件 (25.4%) 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 220 件 (18.7%) あった。

区 分	16 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	元年度
不当請求(A)	14,332	2,331	2,074	3,031	1,807	1,178
()は、全相談件数に占める割合	(51.9)	(17.4)	(16.5)	(22.7)	(15.2)	(9.6)
うち架空請求(B)	統計なし	741	940	2,370	1,149	433
()は、B/A(%)		(31.8)	(45.3)	(78.2)	(63.6)	(36.8)
うちワンクリック請求(C)	統計なし	1,007	708	208	165	112
()は、C/A(%)		(43.2)	(34.1)	(6.9)	(9.1)	(9.5)

●不当請求に関する相談の主な内訳

区 分	16 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	元年度
不当請求(A)	14,332	2,331	2,074	3,031	1,807	1,178
うちデジタルコンテンツ(D)	統計なし	1,617	1,510	1,575	653	299
()は、D/A(%)		(69.4)	(72.8)	(52.0)	(36.1)	(25.4)
うち架空請求はがき(E)	統計なし	17	13	955	565	220
()は、E/A(%)		(0.7)	(0.6)	(31.5)	(31.3)	(18.7)

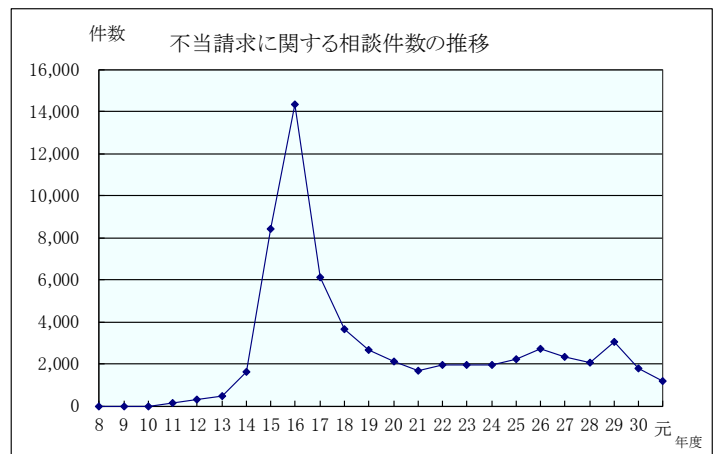
※「不当請求」: 二重請求、不当な取立て等業者の不当な請求に関する相談。架空請求も含まれる。

※「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

10年連続1位であったデジタルコンテンツに代わり、商品一般が1位となっている。件数で見てもデジタルコンテンツに関する相談は特に大きく減少している。

順位 年度	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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
元	商品一般	デジタル コンテンツ	不動産貸借	他の 健康食品	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	エステティック サービス	工事・建築	基礎化粧品
	1,009	911	889	440	365	339	296	267	246	209

※「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	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度
デジタルコンテンツ(A)	1,932	2,008	2,145	1,344	911
うち情報商材やセキュリティソフト等(B) ()は、B/A(%)	169 (8.7)	271 (13.5)	266 (12.4)	390 (29.0)	338 (37.1)
うち内容の特定できないサイト利用料等(C) ()は、C/A(%)	544 (28.2)	882 (43.9)	1,380 (64.3)	470 (35.0)	184 (20.2)
うち出会い系サイト(D) ()は、D/A(%)	148 (7.7)	134 (6.7)	173 (8.1)	162 (12.1)	137 (15.0)
うちアダルト情報サイト(E) ()は、E/A(%)	997 (51.6)	626 (31.2)	224 (10.4)	181 (13.5)	113 (12.4)

【商品・役務分類別の相談の概要】

1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3割弱を占めている。そのほか、大手宅配業者を騙るショートメールが届いたという相談や携帯キャリアからの通知を装ったショートメールからパスワードやIDを入力して、不正利用された相談も多く見られた。

2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、昨年度に引き続き半数以下に減少した。「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も減少した。そのほか、出会い系サイトやアダルト情報サイトについての相談も含まれる。

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等に関する相談が多い。また、10月の消費税率引上げに伴う値上げに関する相談も見られた。

4位 他の健康食品

ダイエットサプリなどの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いて、解約できないと言われた、または、解約したいが何度電話しても通話中でつながらないなどの相談が多い。約9割がインターネット通販で、電子広告に係る相談も含まれる。

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 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、7割弱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。

7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。インターネット相談サイトやパソコンのサポートサービス、出張鍵開けのサービスなど、様々な内容を含む。

8位 エステティックサービス

エステティック業者が複数、倒産したことにより、相談が急増し、倒産関連の相談が4割弱を占めている。その他、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も多い。

9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)、料金、事業者の説明に納得がいかない等の相談が寄せられている。無料点検を謳い訪問し、必要のない工事を勧められたという相談も寄せられた。

10位 基礎化粧品

目元美容液やひげ用ローションなど初回お試し価格で申し込んだが、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いて、解約できないと言われたという相談が多い。約8割がインターネット通販で、電子広告に係る相談も含まれる。

【参考】令和元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	30年度	元年度	増減	対前年度比	順位	商品・役務名	30年度	元年度	増減	対前年度比
1	他の健康食品	166	440	274	+165.1%	1	デジタルコンテンツ	1,344	911	▲433	▲32.2%
2	役務その他サービス	184	296	112	+60.9%	2	商品一般	1,302	1,009	▲293	▲22.5%
3	電気	101	205	104	+103.0%	3	相談その他(※)	266	182	▲84	▲31.6%
4	高麗人参茶	3	101	98	+3266.7%	4	ファンド型投資商品	150	91	▲59	▲39.3%
5	基礎化粧品	123	209	86	+69.9%	5	工事・建築	295	246	▲49	▲16.6%

※労働問題、交通事故、個人情報、盗難等

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年代で1位または2位となっているが、件数は20歳代を除いて減少している。また、50歳代以上では、架空請求や不審なメール(迷惑メール)などの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	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	各11		10	8	各7			各5	
	元	デジタルコンテンツ	他の健康食品	他の化粧品	健康食品	不動産貸借	商品一般	エステティックサービス	インターネット接続回線、コンサート		高麗人参茶、酵素食品、電気
		78	44	35	13	12	11	10	各8		各7
20歳代	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	各28		27
	元	デジタルコンテンツ	エステティックサービス	不動産貸借	電気	商品一般	携帯電話サービス	インターネット接続回線	モバイルデータ通信、役務その他サービス		他の化粧品
		185	173	155	65	54	48	41	各37		35
30歳代	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	各39		37	32	24	22	20
	元	不動産貸借	デジタルコンテンツ	他の健康食品	商品一般	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	電気、モバイルデータ通信、役務その他サービス	
		200	102	63	56	45	39	37	33	各25	
40歳代	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	各29		26
	元	不動産貸借	デジタルコンテンツ	他の健康食品	商品一般	インターネット接続回線	携帯電話サービス	役務その他サービス	高麗人参茶、基礎化粧品		フリーローン・サラ金
		162	127	96	91	62	49	40	各35		33
50歳代	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
	元	商品一般	デジタルコンテンツ	不動産貸借	他の健康食品	インターネット接続回線	基礎化粧品	携帯電話サービス	工事・建築	高麗人参茶	他の化粧品
		135	131	117	102	58	57	47	34	33	32
60歳代	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	各44		34	28	各24	
	元	商品一般	デジタルコンテンツ	不動産貸借	他の健康食品	携帯電話サービス	役務その他サービス	インターネット接続回線	基礎化粧品、工事・建築		相談その他
		179	125	82	55	50	45	43	各40		34
70歳代	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	各42		41	39	28	26	25
	元	商品一般	デジタルコンテンツ	携帯電話サービス	不動産貸借	役務その他サービス	インターネット接続回線	電気、社会保険、相談その他			他の健康食品
		231	112	61	50	44	40	各28			27
80歳以上	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	各16		15
	元	商品一般	工事・建築	携帯電話サービス	修理サービス	普通生命保険	デジタルコンテンツ	相談その他	役務その他サービス	建物清掃サービス	新聞、不動産貸借、普通預貯金、インターネット接続回線
		100	40	30	27	26	25	22	21	20	各18

※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

家庭訪問販売及び電話勧誘販売は減少傾向にある。また、インターネット等の電子商取引は、昨年度は大きく減少したが、今年度は前年度比 446 件(14.6%)増の 3,493 件であった。

		27年度	28年度	29年度	30年度	件数 (構成比)	元年度		
		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		4,863 (36.3%)	3,931 (31.2%)	3,757 (28.1%)	3,374 (28.3%)	3,275 (26.6%)	不動産貸借	携帯電話 サービス	エステティック サービス
							600	253	233
訪 問 販 売	家 庭 訪 問 販 売	759 (5.7%)	653 (5.2%)	545 (4.1%)	610 (5.1%)	565 (4.6%)	電気	工事・建築	テレビ放送 サービス
							87	61	51
	キャッチセールス	61 (0.5%)	38 (0.3%)	16 (0.1%)	21 (0.2%)	18 (0.1%)	エステティック サービス	モバイル データ通信	ミネラル ウォーター
							9	3	2
	アポイントメント セー ル ス (注 1)	27 (0.2%)	13 (0.1%)	19 (0.1%)	25 (0.2%)	37 (0.3%)	役務その他 サービス	デジタル コンテンツ	教養娯楽教 材、他の内職・ 副業
							6	4	各3
	S F 商 法 (注 1)	9 (0.1%)	6 (0.0%)	7 (0.1%)	12 (0.1%)	14 (0.1%)	健康食品	商品一般、食料品一般、ふと ん類、磁気治療器具等	
							4	各1	
	そ の 他	251 (1.9%)	279 (2.2%)	310 (2.3%)	271 (2.3%)	325 (2.6%)	修理サービ ス	工事・建築	役務その他 サービス
							34	33	31
	小 計	1,104 (8.2%)	989 (7.8%)	897 (6.7%)	936 (7.9%)	957 (7.8%)			
通 信 販 売	電 子 商 取 引 (インターネット)	3,239 (24.2%)	3,453 (27.4%)	3,805 (28.5%)	3,047 (25.6%)	3,493 (28.4%)	デジタル コンテンツ	他の 健康食品	基礎化粧品
							790	382	174
	そ の 他	666 (5.0%)	634 (5.0%)	600 (4.5%)	543 (4.6%)	544 (4.4%)	商品一般	他の 健康食品	役務その他 サービス
							46	28	23
	小 計	3,905 (29.2%)	4,087 (32.4%)	4,405 (33.0%)	3,590 (30.1%)	4,037 (32.8%)			
マ ル チ 商 法		183 (1.4%)	206 (1.6%)	182 (1.4%)	155 (1.3%)	189 (1.5%)	ファンド型 投資商品	他の内職・ 副業	健康食品
							40	19	17
電 話 勧 誘 販 売		849 (6.3%)	700 (5.6%)	595 (4.5%)	528 (4.4%)	557 (4.5%)	インターネット 接続回線	デジタル コンテンツ	商品一般
							125	56	43
ネガティブオプション(注1)		13 (0.1%)	24 (0.2%)	8 (0.1%)	4 (0.0%)	21 (0.2%)	商品一般、他の住居雑品、保健衛生 品その他、新聞		
							各2		
訪 問 購 入 (平成25年2月21日より区分新設)		125 (0.9%)	106 (0.8%)	109 (0.8%)	46 (0.4%)	68 (0.6%)	着物類	アクセサ リー	商品一般
							10	9	8
そ の 他 無 店 舗		42 (0.3%)	56 (0.4%)	61 (0.5%)	74 (0.6%)	63 (0.5%)	ファンド型 投資商品	モバイル データ通信	新聞、四輪自動 車、フリーローン・ サラ金
							7	5	各3
不 明 ・ 無 関 係		2,302 (17.2%)	2,503 (19.9%)	3,334 (25.0%)	3,204 (26.9%)	3,123 (25.4%)	商品一般	不動産貸借	相談その他
							653	282	177
合 計		13,386	12,602	13,348	11,911	12,290			

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 歳未満では約 7 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		52 (14.2%)	563 (34.5%)	520 (35.2%)	561 (30.8%)	450 (26.0%)	373 (23.9%)	362 (24.2%)	172 (19.0%)	222 (17.1%)	3,275 (26.6%)
訪 問 販 売	家 庭 訪 問 販 売	17	69	44	48	48	73	102	133	31	565
	キャッチセールス	1	13	1	0	1	1	1	0	0	18
	アポイントメントセールス	1	17	5	6	2	2	2	1	1	37
	S F 商 法	0	0	0	0	1	0	4	7	2	14
	そ の 他	3	58	38	36	31	43	35	25	56	325
	小 計	22 (6.0%)	157 (9.6%)	88 (6.0%)	90 (4.9%)	83 (4.8%)	119 (7.6%)	143 (9.6%)	165 (18.2%)	90 (6.9%)	957 (7.8%)
通 信 販 売	電子商取引(インターネット)	254	472	515	713	655	420	212	57	195	3,493
	そ の 他 (郵便・電話・FAX 等)	7	39	53	47	76	89	107	78	48	544
	小 計	261 (71.1%)	511 (31.3%)	568 (38.5%)	760 (41.8%)	731 (42.2%)	509 (32.6%)	319 (21.4%)	135 (14.9%)	243 (18.7%)	4,037 (32.8%)
マ ル チ 商 法		4 (1.1%)	80 (4.9%)	18 (1.2%)	20 (1.1%)	21 (1.2%)	19 (1.2%)	13 (0.9%)	5 (0.6%)	9 (0.7%)	189 (1.5%)
電 話 勧 誘 販 売		3 (0.8%)	63 (3.9%)	28 (1.9%)	60 (3.3%)	56 (3.2%)	64 (4.1%)	106 (7.1%)	87 (9.6%)	90 (6.9%)	557 (4.5%)
ネガティブオプション		0 (0.0%)	2 (0.1%)	5 (0.3%)	6 (0.3%)	5 (0.3%)	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (0.2%)	21 (0.2%)
訪 問 購 入 (平成 25 年 2 月 21 日より区分新設)		0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)	5 (0.3%)	2 (0.1%)	9 (0.6%)	17 (1.1%)	31 (3.4%)	3 (0.2%)	68 (0.6%)
そ の 他 無 店 舗		1 (0.3%)	14 (0.9%)	14 (0.9%)	11 (0.6%)	4 (0.2%)	5 (0.3%)	5 (0.3%)	8 (0.9%)	1 (0.1%)	63 (0.5%)
不 明 ・ 無 関 係		24 (6.5%)	243 (14.9%)	234 (15.9%)	306 (16.8%)	381 (22.0%)	461 (29.6%)	529 (35.4%)	304 (33.5%)	641 (49.3%)	3,123 (25.4%)
合 計		367	1,633	1,476	1,819	1,733	1,560	1,494	907	1,301	12,290

※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おり、元年度は対前年度比 13 件 (17.6%) 減の 61 件であった。

ア 相談件数

27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	元年度
99	74	65	74	61

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%)	10 (16.4%)	9 (14.8%)	18 (29.5%)	5 (8.2%)	7 (11.5%)	1 (1.6%)	2 (3.3%)	9 (14.8%)	61 (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。元年度の「危害」に関する相談は 283 件で、前年度の 217 件から 66 件 (30.4%) 増加した。

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	44	他の健康食品	消化器障害, 皮膚障害
2	33	基礎化粧品	皮膚障害
3	22	他の化粧品	皮膚障害
4	16	高麗人参茶	消化器障害
4	16	頭髮用化粧品	皮膚障害
	152	その他	
合計	283		

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。元年度の「危険」に関する相談件数は 33 件で、前年度と同件数であった。

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	5	不動産貸借	破損・折損, 転落・転倒・不安定
2	3	四輪自動車	機能故障
3	各 2	電気掃除機類, 電球類, タバコ用品, 外食	発煙・火花, 発火・引火, 破損・折損など
	17	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	27	28	29	30	元
面接件数	71	69	76	62	51

(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	27	28	29	30	元
指導件数	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	10 文書0 口頭 10
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。

令和元年度においては、電気通信、新電力小売、エステティックサービス、ビジネス教材販売などの事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 (電気通信:重要情報の不提供、重要事項に関する誤信情報の提供)

電話で「今Wi-Fiを使っているが光を使うと安くなる」と言われ、既契約会社からの勧誘と思い契約。既契約会社から解約料のお知らせが届き、今回の光回線への変更手続きはこの事業者との契約ではないことがわかった。

契約中の利用している会社の光回線サービスが終わり、ネット回線が変わる、回線工事日を決めてほしいと電話があり、光回線契約に応諾。工事が終わり、回線事業者が変わったことに気づいた。

○事例 2 (新電力小売:重要事項に関する誤信情報の提供)

賃貸アパート一括で電気が切り替わる、メーターも変わると訪問した代理店から言われ契約に応じた。その後強制ではなく任意の契約であると分かった。クーリング・オフしたい。

○事例 3 (エステティックサービス:取引の意図の隠匿、優良・有利誤信情報の提供)

通りで簡単なアンケートに答えたら、お礼に無料エステ体験ができると言われ、後日招待券が送られてきた。無料体験後に契約を勧められ、「通常60万円だが、今日決めてくれるなら30万円でもいい」と言われ、何度も親に相談をしたいと言ったが「親には相談しない方がいい」と言われ契約。

○事例 4 (ビジネス教材販売:優良・有利誤信情報の提供)

先輩から勧誘されて数十万円の教材を購入した。永久無料で講義を受けられて、講義を受けたら収入を得られるとの説明。やはり、自分には難しいと思い、クーリング・オフ希望。

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 令和元年度の主な取組み

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 ・大学学園祭における消費者トラブル防止啓発イベントの実施
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布など活動支援 ・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布及び消費者教育授業の支援 ・市立高校を対象とした消費者教育出前講座の実施 ・特別支援学校の消費者教育授業の支援

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, 地域包括ケア推進課, 障がい企画課, 健康増進課

環境局 : 環境政策課

教育委員会 : 学校指導課, 課長(学校教育企画担当), 教育センター研修・研究課

(※構成, 組織名称は令和元年度)

○令和元年度開催状況

開催日	協議事項
R1. 6.28	○消費者教育推進施策事業の進捗状況について ○各局における取組について ○第2次消費者教育推進計画の策定について

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。（P43 掲載）

④ 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定

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、令和2年3月に「第2次福岡市消費者教育推進計画」を策定した。第2次計画の概要については、P39「6 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定」に掲載。

(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 126 回、参加者 5,682 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	112	5,221
ア 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	7 校 (21 回)	693
イ 高校生のための消費者教育講座	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社会科または家庭科の授業を支援	2 校 (11 回)	411
ウ 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	1,138
エ 特別支援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	1	40
オ 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	16	937
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	114
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	235
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	7	56
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	3	56

※ ア、イ、ウ、エ、オは「①福岡市出前講座」の再掲

① 福岡市出前講座（実施回数 112 回，参加者 5,221 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	高齢者及び高齢者の見 守り関係者	悪質商法の手口及び 対処法の紹介	48	1,686
	生徒・学生及びその関係 者		46	3,006
	障がい者及び その関係者		0	0
	その他一般		4	142
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	11	348
家庭で起こる製品事故に ご注意！	高齢者など	家庭で使用する電化製品など の事故事例の紹介と対策	2	33
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	6

《福岡市出前講座 学校等対象講座内訳》

ア 中学校における消費者教育講座（実施校 7 校，21 クラス，参加者 693 人）

開催日	学期	学 校 名	講 師	学 年	クラス数	生徒数
R1. 6. 7	1	能古中学校	福岡市消費生活 センター職員	2	1	16
R1.10.8, 11	2	城香中学校	福岡市消費生活 センター職員	3	2	64
R1.10.30, 31 R1.11.13, 26, 29	2	城西中学校	福岡市消費生活 センター職員	3	6	220
R1.11. 6, 7	2	原中学校	福岡市消費生活 センター職員	2	6	220
R1.12. 3	2	千代中学校	福岡市消費生活 センター職員	3	1	20
R1.12. 3	2	北崎中学校	福岡市消費生活 センター職員	3	1	9
R2. 2. 21	3	内浜中学校	福岡市消費生活 センター職員	3	4	144

【消費者教育教材の配付】

消費者教育の授業で活用する教材を全校配布

実施月	タイトル	配付数
元年 5 月	1から学ぶ“消費者”のこと	69 校 12,323

イ 高校生のための消費者教育講座（実施校 2 校, 11 クラス, 参加者 411 人）

開催日	学期	学 校 名	講 師	学 年	クラス数	生徒数
R1. 7.12, 16	1	福岡西陵高等学校	福岡市消費生活センター職員	3	3	117
R1.12.11, 12, 13, 16	2	博多工業高等学校	福岡市消費生活センター職員	1	8	294

ウ 高校3年生のための消費者教育講座（実施回数 4 回, 参加者 1,138 人）

開催日	対 象	内 容	講 師	会 場	参加人数
R1.9.18	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	308
R1.11.15	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	277
R2.2.12	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	275
R2.2.14	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	278

エ 特別支援学校のための消費者講座（実施回数 1 回, 参加者 40 人）

開催日	学期	学 校 名	講 師	学 年	クラス数	生徒数
R1.9.13	2	博多高等学園	福岡市消費生活センター職員	3	4	40

オ 若年者向け消費者教育講座（実施回数 16 回, 参加者 937 人）

開催日	対 象	内 容	講 師	会 場	参加人数
H31.4.5	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	113
H31.4.5	学校法人ILP学園 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 6A教室	33
H31.4.19	福岡歯科衛生専門学校		福岡市消費生活センター職員	福岡歯科衛生専門学校 第一教室	53
R1.8.5	福岡大学		福岡市消費生活センター職員	福岡大学	80
R1.11.8	麻生外語観光&製菓専門学校		福岡市消費生活センター職員	麻生専門学校 10 号館 2 階	71
R1.12.5	中村学園大学短期大学部キャリア開発学科		福岡市消費生活センター職員	中村学園大学	136
R1.12.17	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 7階 大教室	75
R1.12.17	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 7階 大教室	74
R2.1.10	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	89

R1.7.17	専門学校西鉄国際 ビジネスカレッジ	インターネットに 潜む危険・イン ターネットを通じた 詐欺	福岡市消費生活 センター職員	西鉄国際ビジネス カレッジ	30
R1.7.22	専門学校西鉄国際 ビジネスカレッジ		福岡市消費生活 センター職員	西鉄国際ビジネス カレッジ	14
R1.7.23	専門学校西鉄国際 ビジネスカレッジ		福岡市消費生活 センター職員	西鉄国際ビジネス カレッジ	28
R1.7.25	専門学校西鉄国際 ビジネスカレッジ		福岡市消費生活 センター職員	西鉄国際ビジネス カレッジ	53
R1.7.26	専門学校西鉄国際 ビジネスカレッジ		福岡市消費生活 センター職員	西鉄国際ビジネス カレッジ	44
R1.10.23	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 教室 303 号	33
R1.12.20	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 教室 106 号	11

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 114 人）

開催日	対象	テーマ	講 師	会 場	参加人数
R1.7.31	一般 市民	親子で学ぶお金のはなし 物やお金の使い方について楽しく学ぼう	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	40
R1.8.9	一般 市民	親子 LED 工作教室～あかりにつ いて楽しく学ぼう	パナソニックライフ ソリューションズ社	あいれふ 商品テスト室	34
R1.8.9	一般 市民	親子 LED 工作教室～あかりにつ いて楽しく学ぼう	パナソニックライフ ソリューションズ社	あいれふ 商品テスト室	40



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 235 人）

開催日	対象	テーマ	講 師	会 場	参加人数
R1.6.26	一般 市民	渋沢栄一の『論語と算 盤』で未来を拓く	シブサワ・アンド・カンパニー (株) 代表取締役 渋澤健 氏	あいれふ ホール	235

④ 福岡県金融広報委員会連携講座（実施回数 7 回, 参加者 56 人）

開催日	対象	テーマ	会場	参加人数
R1.5.20	一般市民	高齢者を狙う悪質商法	消費生活センター くらしの研修室	14
R1.6.19	一般市民	若者に多い消費者トラブルと対処法 ～入り口はスマホから～		13
R1.8.29	一般市民	介護保険の基本的なしくみと活用について		6
R1.9.24	一般市民	ライフプランにおける社会保障制度と保険の基本		4
R1.10.25	一般市民	老後のお金にまつわる話 ～元気なうちにやっておきたいこと～		7
R2.1.21	一般市民	成年年齢引き下げとお金の話 ～大人が知っておきたいこと～		3
R2.2.19	一般市民	経済と私たちの暮らし ～高齢者のお金にまつわる話～		9

⑤ 消費生活サポーター育成講座等

【情報交換会】（3 回, 参加者 56 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。

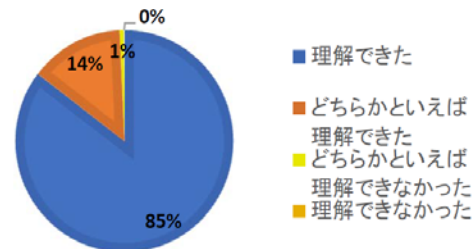
開催日	参加者	会場	参加人数
R1.7.30	消費生活サポーター, 事業者サポーター (㊦ 明治安田生命保険相互会社, エフコープ生活協同組合, グリーンコープ生活協同組合ふくおか)	南市民センター視聴覚室	31
R1.8.2	消費生活サポーター, 事業者サポーター (㊦ 九州電力株式会社福岡支社, 福岡市農業協同組合, 西部ガス株式会社, 第一生命保険株式会社, イオン九州株式会社)	あいれふ第 2 研修室	17
R1.8.7	消費生活サポーター	東区保健福祉センター講堂	8



令和元年度「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】

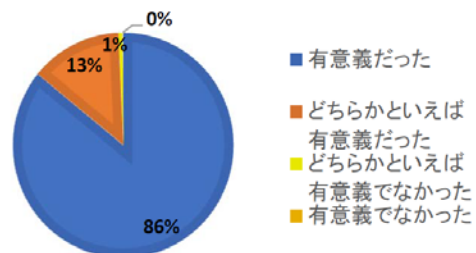
問1 今日の講座の内容はよく理解できましたか
 理解できた 2000
 どちらかといえば理解できた 326
 どちらかといえば理解できなかった 14
 理解できなかった 3

★ 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



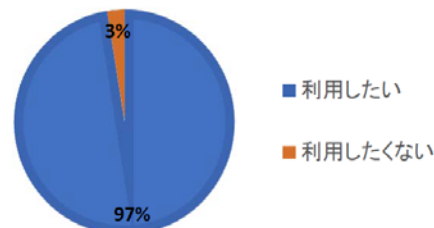
問2 今日の講座を受けていかがでしたか
 有意義だった 2011
 どちらかといえば有意義だった 314
 どちらかといえば有意義でなかった 13
 有意義でなかった 4

★ 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99%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 2231
 利用したくない 58

★ 今後も利用したいと回答した人は97%であった



【感想】 以下記入内容抜粋

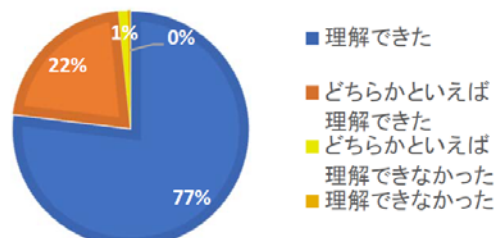
- ・事例が複数あって分かりやすかった。
- ・最近流行っている詐欺や手口をしっかりと聞いてよかった。
- ・とても詳しく分かりやすかった。
- ・多くの手口があることが分かった。
- ・もう一度聞きたい。
- ・次年度以降も今回の講座を利用したい。
- ・生活に密着していることだったので良かった。
- ・時々怪しい電話があるので、大変参考になった。
- ・今日初めて話を聞いたが、知らないことばかりでとても勉強になった。
- ・分かりやすく具体的でよかった。
- ・年配の方にも分かりやすかったと思う。
- ・事例をもとに講座を進めていたので分かりやすく今後の参考になった。
- ・自分は被害にあわないと思っていたが、巧妙な手口に気を付けたい。
- ・話が楽しく、時間がたつのが早かった。
- ・契約の成立について今まで勘違いしていたことが分かった。
- ・これから生活していくうえで、役に立つ話がたくさん聞けた。

令和元年度「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】

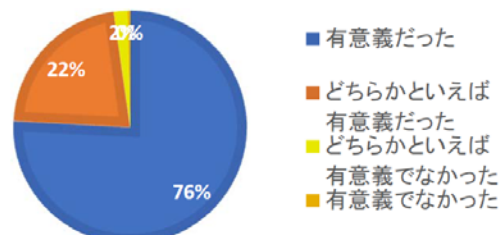
●福翔高等学校
 ●福岡女子高等学校
 ●博多工業高等学校
 ●福岡西陵高等学校

回答総数 1,138名

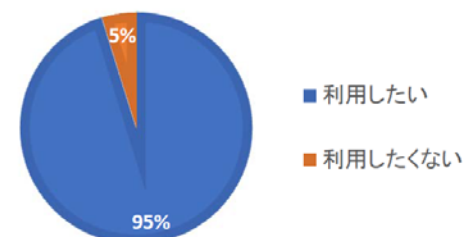
問1 今日の講座の内容はよく理解できましたか
 理解できた 850
 どちらかといえば理解できた 237
 どちらかといえば理解できなかった 14
 理解できなかった 4



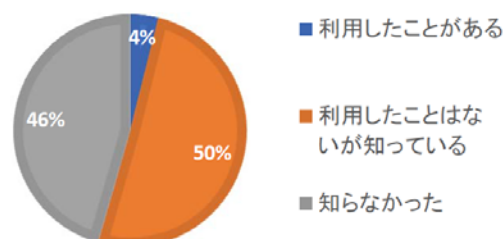
問2 今日の講座を受けていかがでしたか
 有意義だった 838
 どちらかといえば有意義だった 242
 どちらかといえば有意義でなかった 21
 有意義でなかった 4



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」を行っていますが、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 1047
 利用したくない 53



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 43
 利用したことはないが知っている 557
 知らなかった 502



【感想】 以下記入内容抜粋

- ・とても勉強になった。消費者問題に向き合えた。
- ・身近に起こるかもしれないことであるため、家族や友人にも教えようと思った。
- ・リボ払いや不動産賃貸借のことを知ることができた。
- ・知識の再確認ができてよかった。
- ・ネットトラブルは自分にとって最も身近な問題で、さらに気をつけようと思った。
- ・今後、トラブルに巻き込まれたときは消費生活センターに相談したい。
- ・悪質商法に対する対処の仕方など分かりやすく学ぶことができた。
- ・自分にとってとても関わりのある話だったのでとても有意義だった。
- ・クーリングオフの詳しい内容について知ることができた。
- ・自分も他人事とは思わずに気をつけたい。
- ・社会人になって知っておくべきことが色々知れてよかった。
- ・とても役に立つ話が聞けてよかった。
- ・もっと話を聞きたいと思った。

(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・12月)で、パネル展示等を実施し、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
④	SNS の活用	ツイッターやフェイスブックを活用し、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 パネル展示 (実施回数 3 回)

実施日	テーマ	事業内容	場 所
R1.5.7 ～5.13	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
R1.12.2 ～12.5			
R1.11.5 ～11.8	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

イ 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
H31.4.29 ～R1.6.2	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 ○架空請求編 ○無料体験編の放映	市役所 1F 市民ロビー(動画) ソラリアビジョン(動画)
R1.12.16 ～R2.1.12			

ウ 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
R1.5.10	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
R1.5.17	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	2,700	○	○	—
福岡女子大学	0	○	○	—
西南大学	2,150	○	○	○
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	0	○	○	○
第一薬科大学	0	○	—	—
中村学園大学・短期大学	1,300	○	—	—
純真学園大学・短期大学	600	○	—	—
福岡歯科大学・福岡医療短期大学・ 福岡看護大学	480	○	○	—
福岡女学院大学・短期大学	50	○	○	○
国際医療福祉大学福岡看護学部	500	○	○	○
香蘭女子短期大学	10	○	—	—
精華女子短期大学	300	○	—	—
西日本短期大学	50	○	—	○

○専門学校等連携状況

連携先学校数 76 校、メール配信回数 7 回（R1 年 6, 8, 10, 12 月, R2 年 1, 2, 3 月）

エ 若年者の消費者トラブル防止に関するステージイベント

若年者が消費者問題に興味を持つことを目的としたステージイベント、「#トラコレ福岡」を九州産業大学及び西南学院大学の学園祭で開催し、消費者トラブル未然防止に関する注意喚起を行った。イベントは企画の段階から大学や実行委員の学生と協働で実施した。また、学園祭イベントをもとに消費者トラブルに関する年末特番を制作しローカルテレビで放映を行った。

実施日	ゲスト	内容	場 所
R1.11.2	パラシュート部隊	・学生による消費者トラブル事例紹介 ・ゲストによる消費者トラブルに関する トークショー ・会場抽選会	九州産業大学中央会館 おまつり広場
R1.11.16	クールポコ。	・来場者参加型消費者力Q&A ・学生による消費者トラブル事例紹介 ・トラブル事例に対する会場投票 ・ゲストによる消費者トラブルに関する ステージショー ・餅まき	西南学院大学 2号館東側特設ステージ

九州産業大学ステージイベント



西南学院大学ステージイベント



② 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ーに設置した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/syohuseikatusentauhoumupeiji/shohi.html>)

イ 区役所 TV モニター放映 (6 区役所) ※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
放映内容	訪問購入	点検商法 及び消費 者月間	サイドビ ネス商法	架空請求 はがき・封 書	製品事故 (夏に多い こどもの事 故)	ネット通販 (不審なサ イト)	架空請求 メール	製品事故 (配線器具 による事 故)	不用品回 収	ワンクリ ック請求	不動産貸 借	ネット通販 (定期購 入)

ウ 屋外看板



エ ホークスビジョン放映 R1.8.10~R1.8.22



③ マスコミの活用

ア プレスリリース（情報提供回数1回）

情報提供日	タイトル
R1.8.8	平成 30 年度消費生活相談の概要 ～70歳以上の相談が2割超！～

イ 取材対応（取材回数 33 回，うち TV 出演・新聞掲載等回数 6 回）

放送日・掲載日	番組名・誌名	内 容
H31.4.19	毎日新聞	ラグビーワールドカップチケット購入のトラブルについて
R1.5.6	読売新聞	始めよう防犯(悪質商法や詐欺に注意)
R2.1.31	NHK「実感 ドドド！」	情報商材に関するトラブル
R2.2.6	TNC「ももち浜ストア」	倒産したエステサロンの相談について
R2.2.7	FBS「めんたいワイド」	倒産したエステサロンの相談について
R2.2.10	KBC「アサデス」	倒産したエステサロンの相談について

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
H31.4.25	家庭で起こる子どもの事故
R1.5.30	インターネット通販トラブル
R1.6.28	デジタルコンテンツトラブル
R1.8.28	平成 30 年度消費生活相談の概要
R1.9.4	情報商材のトラブル
R1.9.25	訪問買い取りと催眠商法
R1.10.29	サイドビジネス商法
R1.11.21	暖房器具に関連した事故と注意点
R1.12.19	不用品回収のトラブル
R2.1.24	点検商法のトラブル
R2.2.27	引っ越しにまつわるトラブル
R2.3.25	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	配布頻度	配布数
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 3 回	50,400 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布	随時 (7 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)	796,000 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 (11/1)	796,000 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(県版木曜朝刊)	年 42 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布(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、配布、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 3 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	—	50 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 2,800 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 暮らしのインフォメーション（発行回数 3 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)
元年 5 月 No.33	光回線サービスの乗り換え時の注意点 ～事前に、現在の契約内容を確認しておきましょう～	家庭で起こる子どもの事故 ～重症となることも…ご家庭の安全対策を検討しましょう～
元年 9 月 No.34	平成 30 年度 福岡市消費生活センターの相談概要	モバイルバッテリーによる事故に注意 ～PSE マークの付いたものを購入しましょう～
2 年 1 月 No.35	賃貸住宅退去時のトラブルを未然に防ぐために ～賃貸住宅を借りる際は、退去時のことまで確認を～	暖房器具の事故に注意してください！ ～暖房器具の不適切な使用により死亡事故も発生しています～

② 消費生活かわら版（発行回数：7 回）

発行月	テーマ
元年 7 月	“ニセ”の消費生活センターを案内する新卒の架空請求手口に注意！
元年 10 月	副業セミナーで高額な契約をさせられた！？
元年 10 月	“床下換気扇”の点検商法に注意！
元年 12 月	キャッシュカードをすり替える手口に要注意
2 年 1 月	排水口の高圧洗浄が格安で！？『地域一斉工事』のチラシにご用心！
2 年 2 月	詐欺的な投資勧誘トラブルに要注意！！
2 年 2 月	「ネット通販」のトラブルが多発！！

2020 年 1 月 No.35 消費生活情報紙

暮らしのインフォメーション

編集・発行：福岡市消費生活センター 〒810-0073 福岡市中央区南門下 2 丁目 5 番 1 号（あいりん7階）
TEL：092-712-2929 FAX：092-712-2765 <http://www.city.fukuoka.lg.jp> 暮らしのインフォメーション（各月）

賃貸住宅退去時のトラブルを未然に防ぐために ～賃貸住宅を借りる際は、退去時のことまで確認を～

【よくあるトラブル事例】

- 退去したが、敷金が全く返ってこなかった。
- 気を付けて使用していたのに高額な修繕費用を請求された。
- 部屋の壁の色を勝手に塗り替えていたら、元に戻して返還するよう言われた。
- 換気扇を使用せずゴミを放置していたら、修繕費用を請求された。

敷金とは

借主が家賃を滞りした場合や、不注意などにより部屋を損傷・破損させたときの修繕費用に充てるために、契約時に借主が貸主に預けるものです。借主に落ち度がない場合は、一般的に敷金は返金されます。

原状回復とは

賃貸住宅の借主には、入居したときの状態に戻す「原状回復義務」があります。これは、入居時の状態に完全に返すことではなく、不注意により生じた汚れや破損を復旧することです。例えば、日焼けによるクロスや畳の変色など、通常の使用による損耗や自然な劣化などの修繕費用は、貸主の負担となります。しかし、壁の落書き、喫煙やペットを飼っていたことによるキズ、におい、汚れなどは、通常の使用方法を超える使い方によって生じたものとして、借主の負担とされています。

【アドバイス】

- 入居前に契約書や重要事項説明書によく目を通し、敷金の清算方法や特約事項については十分に説明を受けて、しっかりと確認しましょう。
- 契約書面は退去時まできちんと保管しましょう。
- 入退去時に、貸主立ち合いのもとで傷や汚れの有無など部屋を確認しましょう。
- 原状回復義務について理解しましょう。
- 修繕費用の明細がわかる見積書や請求書等を必ずもらい、原状回復費用の内訳を確認しましょう。

①暮らしのインフォメーション

消費生活かわら版 86

令和 2 年 2 月作成

詐欺的な投資勧誘トラブルに要注意!!

「事業への投資」「暗号資産（仮想通貨）」などに関する詐欺的な投資勧誘により高額な契約をさせられるといった相談が多く発生しています。

■事例

友人から「2年間でお金が10倍になる」と投資に関する儲け話を勧められセミナーに参加した。セミナーでは成功者と称する人物の成功談の紹介があった。また、投資の内容はインターネットの広告種を購入するというもので、投資先は海外の事業者となっていた。定期的に配当を受け取ることができ、さらに人を紹介すれば紹介料がもらえると勧められ、断ることができず100万円の契約をしてしまった。出資して何度か配当を受け取ったが、その後、配当は受け取ることができなくなった。

⚠️事例のような契約についての注意点！

- 出資してしばらくは配当を行い、消費者を安心させて、さらに追加で出資させるケースもあるため注意が必要です
- 「高配当」や「元本保証」をうたっている、投資したお金が「ほぼ全損」となる事例も多く報告されています

<アドバイス>

- 安易にセミナー会場に足を運ばない
- 簡単に高収入が得られることを強調する事業者の勧誘は無視
- 「必ず儲かる」という言葉はうのみにしない
- 説明を受けて少しでも内容に不明な点があれば契約しない
- 親しい友人などの勧めであっても、断る時は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
※検索サイトで「福岡市消費生活かわら版」を検索すれば、バックナンバーが印刷できます。
コピーして、回覧・配付などにお使いください。

②消費生活かわら版

構 成	内 容
1ページ	2018 年度相談件数ランキング, 消費者トラブル事例(インターネット通販)
2, 3ページ	消費者トラブル事例(架空請求ハガキ, 訪問購入, サイドビジネス商法等)
4ページ	クーリング・オフ, 消費生活センター案内

④ 消費生活課の課長 田中真由子

架空請求入カギ封書に気を付けましょう!

～通帳に記入しようと、相手の思うつぼに～

特定消費料金を
本納に關する
訴訟被告告知
のお知らせ

東京消費生活センター

架空請求 の特徴

アドバース

- ◆記載されている連絡先には絶対に連絡しない。
- ◆封筒に見えるし、請求までと不安を感じたときは、すぐに消費生活センターへ相談しよう。

- ◆公的機関で送られるような時がある。
- ◆「裁判」「訴訟」とか言葉で消費者の不安をあおる。
- ◆「銀行振込」などの言葉で考えを混乱させない。
- ◆取り下げのための返信は必ずしもないで済ませる。

強引な訪問買取り取りに気を付けて!

～貴金属を買い取ることが目的かもしれないから～

訪問買取りのトラブル事例

- ◆用意していた品物には目をつけず、貴金属ばかりをとりとるケースがあった。
- ◆クーリングオフがほしいが、業者と連絡が取れない。

アドバース

- ◆お断りしている品物の買い取りを要求された場合は、さっさと断る。
- ◆事前に断っている品物は禁止されているので、突然、業者が得意を装って来た場合は、インターフォンで対応し断る。
- ◆断る時は、必ず契約買取りの交付を受ける。
- ◆契約書に署名した後は、必ず口頭でもクーリングオフができ、買取後は、品物の引取りを申し渡さなければならぬので、その時にもう一度よく考える。

福岡市で起こった製品事故

自動車用の無線装置の事故

ポイント

フィッティングサービスを受けた、という旨の封書1封が、1週間前宛ててあるにもかかわらず、まだ届いていない。封書には、フィッティングサービスを受けた旨の封書1封が、1週間前宛ててあるにもかかわらず、まだ届いていない。

リコール情報に注意しましょう

事業者が製品の安全性、信頼性の向上のため、製品の無償修理や交換（リコール）を実施のウェブサイトでお知らせしています。リコールが発覚後速に気づくことで、事故を未然に防ぐことができます。お買取り品が対象かどうか、お買取り品の型番を確認し、該当製品であれば、速に修理・交換の申し込み、返金・交換の申し込み、修理の依頼等に連絡してください。

ドライヤーから火を

ポイント

電気製品として、使いかたや使用上の注意に準じて使うことが、機種別トラブルの発生原因です。ドライヤーは、ドライヤーの取扱説明書（月）に注意し、安全に使うことが大切です。

モバイルバッテリーの発火

ポイント

リコール対象製品として、使いかたや使用上の注意に準じて使うことが、機種別トラブルの発生原因です。モバイルバッテリーは、モバイルバッテリーの取扱説明書（月）に注意し、安全に使うことが大切です。

【消費者サービスセンター】 <https://www.recall.coa.go.jp/>

【消費者生活センター】 https://www.mhl.go.jp/products_safety/

もしも...消費者生活（契約トラブル）にあててしまったら、
福岡市消費生活センター（092-781-0999）へご相談ください

第2回 消費生活センターの活用

クーリング・オフって？

どんなときにできるの？

訪問販売や電話勧誘で、契約してしまった場合です。

クーリング・オフが出来る場合と出来ない場合	
- 訪問販売（キッチン・ホームズ、家庭訪問法など） - 電話勧誘販売 - 特定多量販売（投資講座/エステ/語学教室等） - 訪問販売（訪問買取）	契約書を受け取った日をきり
- 通信販売（取引/ネット通販） - 郵便物先取引/メルマガ通販 - 電話販売（電話勧誘） - ネット・メール注文	- 契約書を受け取った日をきり 2000年

※訪問販売の商品・サービスについては、（例）電話、郵送等

？ 契約内容、一週間以内でできる一時的に無効期間が定められています。

こんな場合はクーリング・オフができません！

- 商品購入した商品
- 消費信用
 - 企業が商品/サービスの品質等の特約を付けていなければなりません。
- 適用したしまった契約（健康食品、化粧品、動物など）
- 定価目的のためのものである
- J.C.C.Cの承認の商品を現金で購入した場合

クーリング・オフの権利は必ず主張して！
不明な点は各自治体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～安全で安心できる消費生活を営むために～

地域で

だまされん！
悪質商法

● 公民館などで開催される、消費者トラブルに陥る被害者や、復讐に積極的に参加しよう！

家で

● テレビや新聞、インターネットから誘われる詐欺や、悪意ある勧誘の情報を取り入れよう。

職場で

● 身近な人から誘われる詐欺、悪質商法の被害に合わない。会社で発生する被害や復讐に積極的に参加しよう！

学校で

● 契約とは？
● 事業者や社会科の授業で消費者被害の事例を学ぶ。学習で得た知識を役立てよう！

福岡県警からのお知らせ

電話でお金はすべて作れ！**すぐに相談！110番**

何にもないで家に居るだけなのに、金と知らずにとがらと金銭的被害

まっとうフォンの活用をご検討下さい

まっとうフォンの活用は、詐欺被害の被害者や被害者、被害の防止に有効です。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

詳しくは、福岡県警のホームページをご覧ください。

福岡市消費生活センターのご案内

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！

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

（相談は、電話でも受付可です。お気軽にどうぞ。）

受付時間 月曜日～金曜日（祝日・年末年始を除く）9時～17時

休館日 土曜日・日曜日・10時～11時（電話相談のみ）

〒815-0822 福岡市東区西新 1-1-1

TEL 092-781-0999

FAX 092-781-0999

E-MAIL kosei@city.fukuoka.jp

④ 市政だより記事掲載（掲載回数 1回）

掲載号	掲 載 内 容
R1.11.1	『もうだまされないで！』 若年者のトラブル事例と対処法等, 若年者の消費者トラブル防止のためのステージイベント告知

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
元年 7 月	「火災保険などの損害保険で自己負担なく修理」など住宅修理の勧誘に注意！
2 年 1 月	催眠商法に要注意！

⑥ 新聞連載記事「暮らしのヒント」(西日本新聞木曜日朝刊)（掲載回数 42 回）

掲載日	テーマ	掲載日	テーマ
H31. 4. 2	住居の退去トラブルが頻発	R1. 9.12	PSE マークはありますか
H31. 4. 9	「家庭教師」は慎重に検討を	R1. 9.24	通販 来月1日前後の税率は
H31. 4.18	有料レッスン勧誘に注意を	R1.10. 3	訪問買い取りの注意点
H31. 4.23	改元に関するトラブル注意	R1.10.10	有料の質問サイトに注意
R1. 5. 8	「断る言葉」を用意しよう	R1.10.24	健康食品は医薬品ではない
R1. 5.13	セット契約は本当にお得？	R1.10.31	クーリングオフできない!?
R1. 5.23	外壁塗装は冷静に判断を	R1.11.14	油の付いた布から自然発火
R1. 5.27	美容医療の施術 冷静判断を	R1.11.28	ブライダルフェア 契約注意
R1. 6. 4	「皆さん付けている」注意を	R1.12. 5	「海外宝くじ当せん」ご用心
R1. 6.11	個人情報求めるメール注意	R1.12.12	通信販売の受け取り拒否
R1. 6.17	チケットの高額転売は禁止	R1.12.19	「点検商法」は慌てず確認を
R1. 7. 1	食品の訪問販売 契約解除は？	R1.12.26	オンラインゲームのトラブル
R1. 7. 8	投資物件の勧誘 慎重に	R2. 1. 9	冠婚葬祭互助会の積立金
R1. 7.15	回数券の勧誘 本当に割安？	R2. 1.23	ミシンの修理・購入は慎重に
R1. 7.25	新聞契約の解約について	R2. 1.30	アンケート 知らぬ間に借金
R1. 7.30	探偵への調査依頼は慎重に	R2. 2. 6	電力小売り自由化でトラブル
R1. 8. 5	「電話使えなくなる」に注意	R2. 2.20	排水管洗浄のチラシに注意
R1. 8.19	お墓の引っ越しでトラブル	R2. 3. 5	SNS 通じたもうけ話 注意
R1. 8.26	多重債務の解決法について	R2. 3.12	新型コロナ便乗の勧誘注意
R1. 9. 2	身に覚えのない物が届いた	R2. 3.21	そのネット広告、大丈夫？
R1. 9. 5	LPガスの料金について	R2. 3.26	引っ越しトラブルに注意

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
31 年 4 月	知らないうちに電気の契約が切り替わった！？ マルチの投資話は親しい人からでも要注意！！
元年 5 月	クレジットカードの不正使用に注意！ パソコン使用中に表示される警告や警告音にだまされないで！
元年 6 月※	通信会社を装った「不正アクセス等を知らせるメール」に注意！ チケット購入はよく確かめて！
元年 7 月 番外編	「個人情報削除してあげる」と県庁職員をかたる不審な電話に注意
元年 7 月	契約は簡単に解約できません。注意を！！ 根拠のない共済のマルチ商法にご注意！
元年 8 月	保険申請のシナリオを渡す屋根修理業者に注意！ 「お試し」のつもりで注文した商品、定期購入ではありませんか？
元年 9 月	加入している保険の契約内容を理解していますか？ インターネットでの中古車の購入、ネットだけで契約しても大丈夫？
元年 10 月※	賃貸不動産退去時のトラブルを回避しましょう！ 3億円もらえるはずが・・・！？
元年 11 月	回数券は使えなくなることがあります。購入前によく考えて！！ トラブルが多い新聞の購読契約！先付け契約はしないで！！
元年 12 月	フリマアプリでのトラブルは個人間で解決！ ふるさと納税の偽サイトにご注意ください！
2 年 1 月	不審な通知は無視して！ご相談は消費生活センターへ！！ 弁護士事務所などをかたった架空請求に注意しましょう
2 年 2 月※	本当の狙いは貴金属！？強引な訪問買い取りにご注意ください！！ 消費者金融のアプリの不正使用に気をつけて！
2 年 3 月	エステ店のコース契約など、長期で高額な契約にはリスクがあります！ オンラインゲームは親子で遊び方を話し合ってから楽しみましょう！

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
31 年 4 月 (35 号)	自転車による事故に注意！！
元年 6 月 (36 号)※	「必ず稼げる」と言われ借金して契約したが、実際はまったく儲からず
元年 8 月 (37 号)	インターネットで購入したそのチケットは大丈夫？？
元年 10 月 (38 号)	なくしたスマホの不正利用に注意！
元年 12 月 (39 号)※	投資で簡単に儲かる？借金までして契約したけど・・・
2 年 1 月 (番外編)	アンケートモニターのバイトをかたった詐欺に注意！！
2 年 2 月 (40 号)	「お試し」のつもりでネット注文した商品が定期購入だった！？

⑧ 見守り新鮮情報 (発行数 29 件)

情報提供月	発行	テーマ
4月	331号	ラグビーワールドカップ2019日本大会チケット購入は公式サイトで
	332号	プロパンガス会社を変更するときは慎重に
	333号	「アポ電」かも…知らない番号からの電話に出るのは危険
5月	334号	還付金詐欺に注意 ATMで還付金はもらえません
	335号	コインパーキングの表示をしっかりと確認しましょう
6月	336号	いつの間にか切り替えに 電気の契約切り替えトラブル
	337号	水漏れ！広告では「見積もり無料」でも、作業費は請求！？
	338号	点検のはずが…強引なシロアリ駆除サービスの勧誘
7月	339号	ドライブレコーダーの映像は定期的に確認！
	340号	使用中に偽の警告表示！慌てて事業者に連絡しないで
	341号	出火することも！電気コードの取扱いに注意
8月	342号	固定電話が使えなくなる？IP網への移行に便乗した勧誘に注意
	343号	慌てないで！災害後の住宅修理トラブル
9月	344号	最新スマホが100円？実は有料サービスの申し込みだった
	345号	歯科インプラント治療 十分理解してから受けましょう
10月	346号	消費税率引き上げに便乗した詐欺に注意
	347号	マルチ取引の勧誘 障がい者同士のあいだにも
11月	348号	入院することも！脚立・はしごからの転落に注意
	349号	フリマサービス トラブルは個人間で解決？
12月	350号	消費生活センター 一人で悩まず、気軽に相談を
	351号	暖房器具に昨シーズンの灯油を使わないで
	352号	高齢者サポートサービス 契約前に十分な検討を
	353号	衣服に火がつく！着衣着火に注意
1月	354号	深刻な高齢者の消費者被害 見守りで防止しましょう
	355号	まつ毛美容液 目の痛みや契約トラブルも
2月	356号	家電量販店でカードが使われた！？不審な電話に注意
3月	357号	えっ！通信販売 クーリング・オフできないの？
	358号	スチームクリーナーでやけど 取り扱いに気をつけましょう
	359号	「解約保証」のはずが…定期購入トラブルに注意

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	8,100
「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	2,000
気をつけよう！ お金のトラブル	知的障がいのある人が巻き込まれやすい消費者ト ラブルの事例とその対処法についてイラストを用い て解説した本人向けのパンフレット	1,400

ホットな消費者ニュース～あなたの地域の正しい活法 2019年6月号

**通信会社を装った「不正アクセス等を
知らせるメール」に注意！**

(相談事例)
スマートフォンに「不正アクセスが検出された」と、使用しているスマートフォンの通信会社からメールが届き、URLが添付されていたので開いて【ID・パスワードなどを指示されるまま入力した。その後、キャリア決済で10万円を利用したとのメールが届き、インターネット上で不正利用されたことがわかった。通信会社にその旨を伝え、本人のパスワード等が利用されている経緯から請求の取り消しを希望。次のスマートフォン代金と合わせて一括で引き落とされると言われた。

(アドバイス)
●偽のメールを差出し、偽のログイン画面などに誘導して、IDやパスワード、カード情報などの個人情報を不正に入力するフィッシング詐欺に合わないために、安易にメールに添付されているURLとは開かないようにしましょう。
もし、URLを開いてしまった場合は、IDやパスワード、個人情報は入力せず、すみやかに通信会社の問い合わせ窓口と連絡をしましょう。
●キャリア決済は、後で電話料金と一緒に商品代金や通信サービス料金を支払うことができると便利な決済サービスですが、分別払いができません。支払ができない場合は、携帯電話の利用停止、さらには他の通信会社への乗り換えも必要となります。
不正利用されないために、日頃から迷惑メール対策や、2段階認証を設定するなど、セキュリティ対策を強化しておくことも大切です。

チケット購入はよく確かめて！

(相談事例)
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インターネットで検索した。一冊上に表記されたサイトに申込みをし、クレジットカード決済をした。ところが、購入したサイトは、公式サイトではなく転売仲介サイトであることが分かった。公式サイトには、「転売チケットは無効」と書いてあり、キャンセルしようとしたが、連絡が取れない。海外のサイトによって、交渉できなくて困っている。

(アドバイス)
●観劇やスポーツ観戦のチケットを購入しようとしてインターネットで検索し、誤って転売仲介サイトで購入してしまったという相談が寄せられています。
●公式サイトの中には、「公式サイト以外で購入したチケットは利用できない」とうたっているところもよく見られます。
●特に海外の転売仲介サイトは、トラブルが起きても解約金や返金の交渉は困難です。チケットを購入する際は、公式サイトであることを必ず確認しましょう。

●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) 福岡市 092-781-0999 (第2・第4土曜日も電話相談)
北九州市 093-861-0999 (土曜日も相談) 大牟田市 0942-30-7700 (第2土曜日も電話相談)
東海市 0940-22-0607 筑紫郡 0940-32-0404 田川市 0940-22-0999
大牟田市 0944-41-2623 伊万里市 0959-22-0999 佐賀市 092-625-1741
●消費生活ホットライン TEL (全国) 118 (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ご案内します)
※ナビダイヤル通話料金が発生します

発行所：福岡県消費生活センター、大牟田市消費生活センター
発行：福岡県消費生活センター

⑦ア ホットな消費者ニュース

**「必ず稼げる」と言われ借金して
契約したが…実際は全く儲からず**

SNSに投稿した写真をきっかけにメッセージが届いた。何度もやり取りをしていた。ネット上で起業するにあたり、業者等を教えるセミナーが、格安の参加料で開催されるため、参加してみないかと誘われた。

参加したセミナーでは、ネット上で収益を上げている人を紹介して「必ず稼げる」などと説明され、話を聞くうちに自分もやってみたいと思うようになった。担当者から、教材の購入とマンツーマンのコンサルティング料で、30万円が必要だと言われた。「お金がない」と言うと、クレジットカードを作ればよいと言われ、さらに不足分は学生ローンで借金をすることを勧められ契約した。実際は、簡単に稼げる内容ではなく、全く儲からない。

●アドバイス●
●今回の事例のような「情報商材」の内容は中身を見ても分からないことが多く、実際に得られる情報が「ネットで手に入るような内容だった」「素人には難しすぎる内容だった」など思っていたものと異なる場合があります。
●「必ず稼げる」「簡単に稼げる」など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。
●SNS上のアプリを通して知り合った人物に勧誘され、高額な契約をしてトラブルに遭うことがあります。SNSなどで知り合った人物などからの突然の勧誘には注意しましょう。
●また、今回の事例のように、契約のためにクレジットカードを作らせたり、借金をすることを勧めたりする事業者には十分注意しましょう。
●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)
福岡市 092-781-0999 (第2・第4土曜日も電話相談)
北九州市 093-861-0999 (土曜日も相談) 大牟田市 0942-30-7700 (第2土曜日も電話相談)
●消費生活ホットライン TEL (全国) 118 (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ご案内します)
※ナビダイヤル通話料金が発生します

消費生活トラブル注意報 第36号 2019年6月
事例提供：福岡市消費生活センター 発行：福岡県消費生活センター

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… 二重電話詐欺
家にやって来てしつこく商品を売り込まれた 点検商法・かたり商法
「簡単・必ずもうかる」と言われて… 利権商法・マルチ商法・サイドビジネス商法
「無料・当たり前」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… 便利系通信販売だけ… 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 ◎

**悪質な訪問販売
お断り!**

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 14 回，貸出 21 数）

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	1 回	3 本	6 回	7 本	4 回	7 本	－	－
紙芝居	－	－	－	－	1 回	2 種	2 回	2 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 令和元年度 635 人

○ 令和元年度 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	2	9	3	1	3	14	11	－	43
登録校区数	27	13	11	24	8	11	13	－	107
校区実数	29	22	14	25	11	25	24	－	150
登録者数	133	85	44	265	40	19	49	－	635



消費生活サポーター登録時の配布グッズ

【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

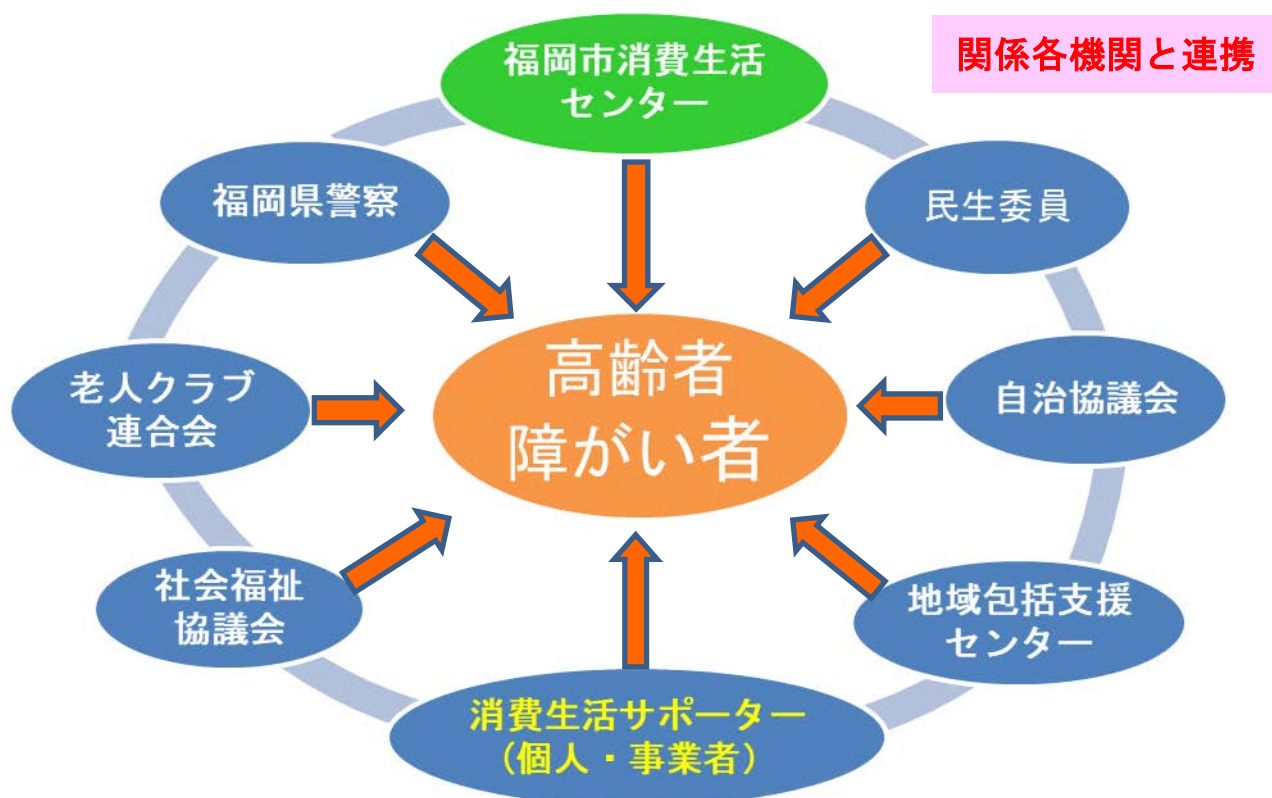
消費者トラブルを未然に防止するための広報啓発活動、事業活動中における声かけ等の消費者被害未然防止活動、消費生活センターによる啓発活動等の支援、消費者教育の推進

○ 事業者サポーターとの連携状況

事業者名	協 種 類	登録日	主な活動内容
第一生命保険㈱	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
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
医療法人 順和	個別	R2.3.16	事業活動中に消費者へ声かけ
社会福祉法人 順和	個別	R2.3.16	事業活動中に消費者へ声かけ
公益社団法人 福岡医療団	個別	R2.3.16	事業活動中に消費者へ声かけ
社会福祉法人 ちどり福祉会	個別	R2.3.16	事業活動中に消費者へ声かけ
特定非営利活動法人 地域福祉を支える会 そよかぜ	個別	R2.3.16	事業活動中に消費者へ声かけ
医療法人 寺沢病院	個別	R2.3.16	事業活動中に消費者へ声かけ
医療法人 福岡桜十字	個別	R2.3.16	事業活動中に消費者へ声かけ
社会福祉法人 ふくおか福祉サービス協会	個別	R2.3.16	事業活動中に消費者へ声かけ

高齢者等の消費者被害の防止に係る見守りネットワークのイメージ図

令和2年3月末 23事業者様と連携させていただいています



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	47	32	16	4	1	26	23	149

文案(370文字)

ラグビーワールドカップ2019日本大会 チケット購入は公式サイトで

- ★2019年9月から開催される「ラグビーワールドカップ 2019日本大会」(以下、「RWC2019」)のチケット購入について、検索サイトで検索し、上部に広告として表示されたサイトを公式サイトと思い込み、海外の転売仲介サイトで購入してしまったという相談が寄せられています。
- ★RWC2019の公式サイトには、公式サイト以外の非公式販売サイトで購入したチケットは利用できない旨の注意喚起があります。チケットを購入する際は、必ず公式サイトであることを確認しましょう。
- ★特に海外の転売仲介サイトは、トラブルが生じてキャンセルの条件や返金の保証等について交渉が難しい場合があります。
- ★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:お住まいの地域の消費生活センターへ繋がります)



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	年3回	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布

○情報交換会

高齢者の消費者被害の防止に向けた相談事例や啓発についての情報・意見交換

実施日	区	参 加 者	内 容
R1.7.30	早良区	地域包括支援センター職員 区地域保健福祉課職員 消費生活センター相談員・職員	消費生活相談の概要 ニセ電話詐欺の被害状況 高齢の被害者の特徴
R1.8.19	東区		
R1.10.17	中央区		
R2.2.26	博多区		

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 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	元年度利用実績
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	2団体 延べ21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

(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
件 数	1	0	0	1	0	0	0	0	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 シーリングライト(LED)】 使用し始めてから数カ月で暗くなり、カバーを外してみたところ内部が焦げていた。	○発生状況 使用し始めて数カ月すると照明の光がオレンジ色になってきたが、そのまま使用し続けていた。徐々に明るさが低下し暗くなってきたため、照明器具の内部を確認したところ、LED 部を覆う透明カバーが焦げていた。 ○調査結果 ※ LED が点灯時に発熱することで、LED 部を覆う透明カバーが熱にさらされ、透明カバーの劣化が促進され黒く変色したものと考えられる。

※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
14	53	4

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。
令和元年度、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（19 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
帽子	2	2	0	0
敷布	2	2	0	0
毛布	2	3	0	0
ズボン	2	3	0	0
マフラー	1	1	0	0
カーテン	1	1	0	0
電気ミキサー	3	4	0	0
電気ホットプレート	1	1	0	0
ジャー炊飯器	1	2	0	0
電気ロースター	1	1	0	0
電気冷蔵庫	1	2	0	0
洋傘	2	2	0	0
魔法瓶	3	5	0	0
合成ゴム製器具	2	6	0	0
机及びテーブル	1	1	0	0
たんす	1	1	0	0
強化ガラス製器具	2	2	0	0
ティッシュ及びトイレトペーパー	1	1	0	0
合成洗剤	1	1	0	0
合 計	4※1	41	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
家庭用の圧力なべ及び圧力がま	1	1	0	0
ライター	3	6	0	0
携帯用レーザー応用装置	1	1	0	0
乗車用ヘルメット	2	5	0	0
合 計	4※1	13	0	0

(3) 電気用品安全法に基づく立入検査（36 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
直流電源装置	4	11	0	0
延長コードセット	1	1	0	0
電気ポンプ	1	2	0	0
コードリール	1	2	0	0
携帯発電機	1	1	0	0
その他の家庭機器用変圧器	1	2	0	0
電気ストーブ	3	4	0	0

白熱電球	3	5	0	0
エル・イー・ディー・ランプ	2	2	0	0
電気湯沸器	4	6	0	0
電気加湿機	1	1	0	0
ジュースミキサー	3	4	0	0
電気ホットプレート	1	1	0	0
ワッフルアイロン	1	1	0	0
その他の調理用電熱器具	1	1	0	0
電気トースター	2	3	0	0
リチウムイオン蓄電池	2	5	0	0
超音波加湿器	3	4	0	0
電気がま	1	2	0	0
電気ロースター	1	1	0	0
電気フライヤー	1	1	0	0
電気こんろ	1	1	0	0
電気冷蔵庫	1	2	0	0
電灯付家具	1	1	0	0
電気サンダー	1	2	0	0
電気のこぎり	1	2	0	0
エル・イー・ディー・電灯器具	1	2	0	0
電気グラインダー	1	2	0	0
その他の電動工具	1	1	0	0
電気スクリュードライバー	1	1	0	0
電気ドリル	1	2	0	0
温風暖房機	1	1	0	0
その他の理容用電熱器具	1	2	0	0
ヘアカーラー	1	1	0	0
電気髪ごて	1	1	0	0
超音波洗浄器	1	1	0	0
合 計	4 ※1	82	0	0

(4) ガス事業法に基づく立入検査 (3 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
ガス瞬間湯沸器	2	2	0	0
ガスこんろ	1	1	0	0
ガスストーブ	1	1	0	0
合 計	2 ※1	4	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 (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
カートリッジガスこんろ	2	2	0	0
合 計	2 ※1	2	0	0

6 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定

「福岡市消費者教育推進計画」の計画期間の終了に伴い、引き続き消費者教育を推進するため、社会情勢の変化を踏まえ、「第2次福岡市消費者教育推進計画」を策定した。

(1) 計画の概要

① 計画の位置づけ

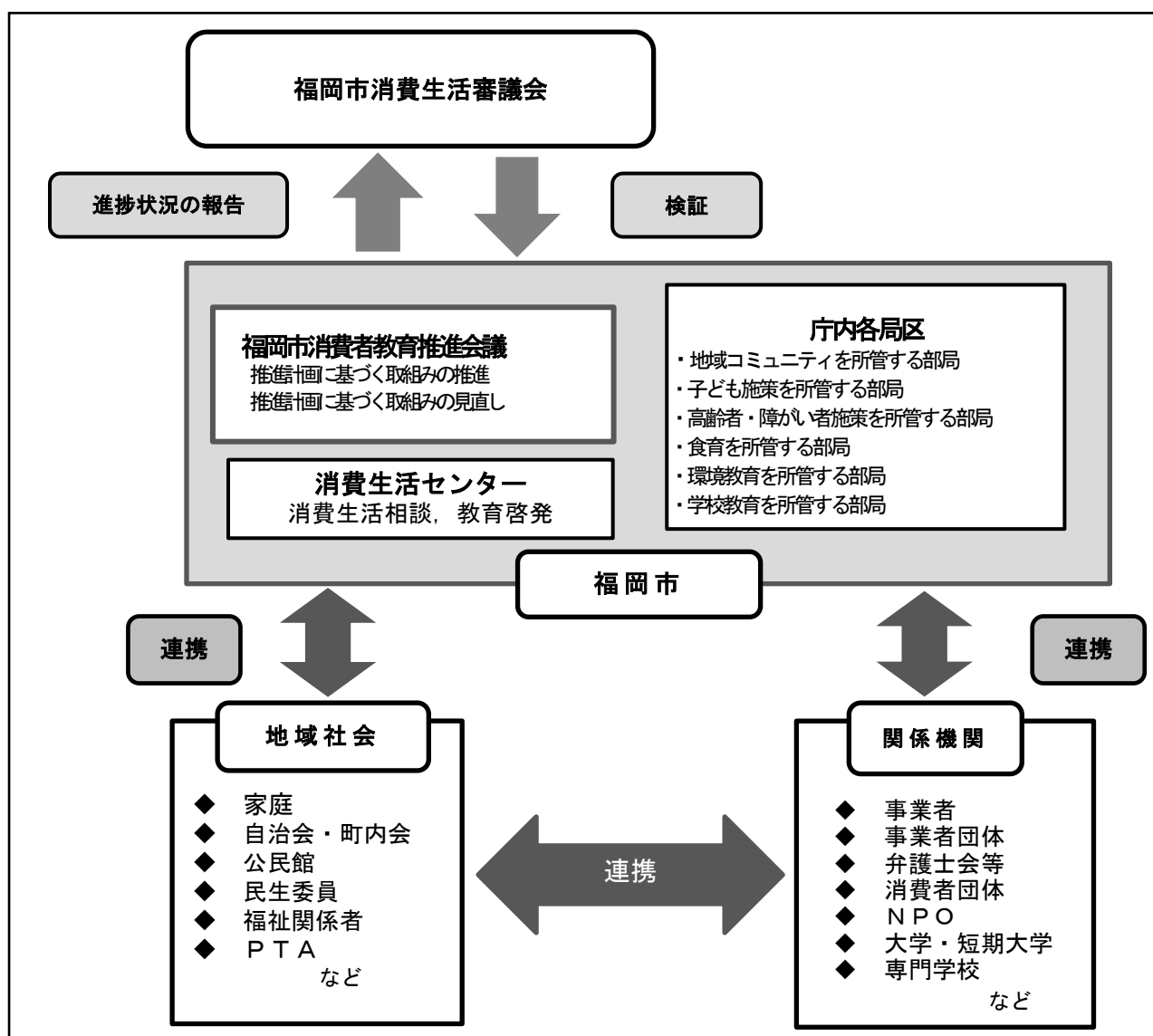
「消費者教育の推進に関する法律」に基づき策定された国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(平成 25 年 6 月閣議決定, 平成 30 年 3 月変更)及び「福岡県消費者教育推進計画(第 2 次)」(平成 31 年 3 月策定)を踏まえ、福岡市における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めたもの。

② 計画の期間

令和 2 年度から令和 6 年度までの 5 年間

③ 計画の推進体制

庁内の関係課で構成する「福岡市消費者教育推進会議」を設置し、計画に基づく取組みを推進していく。計画の進捗状況については、「福岡市消費生活審議会」において検証を行い、取組みの充実を図っていく。



④ 計画の成果指標

成果指標	年	現状値	目標値
		平成 30 年(2018 年)	令和 6 年(2024 年)
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		80.1%	90.0%
消費生活センターの認知度	新規	80.5%	85.0%

⑤ 計画の重点目標

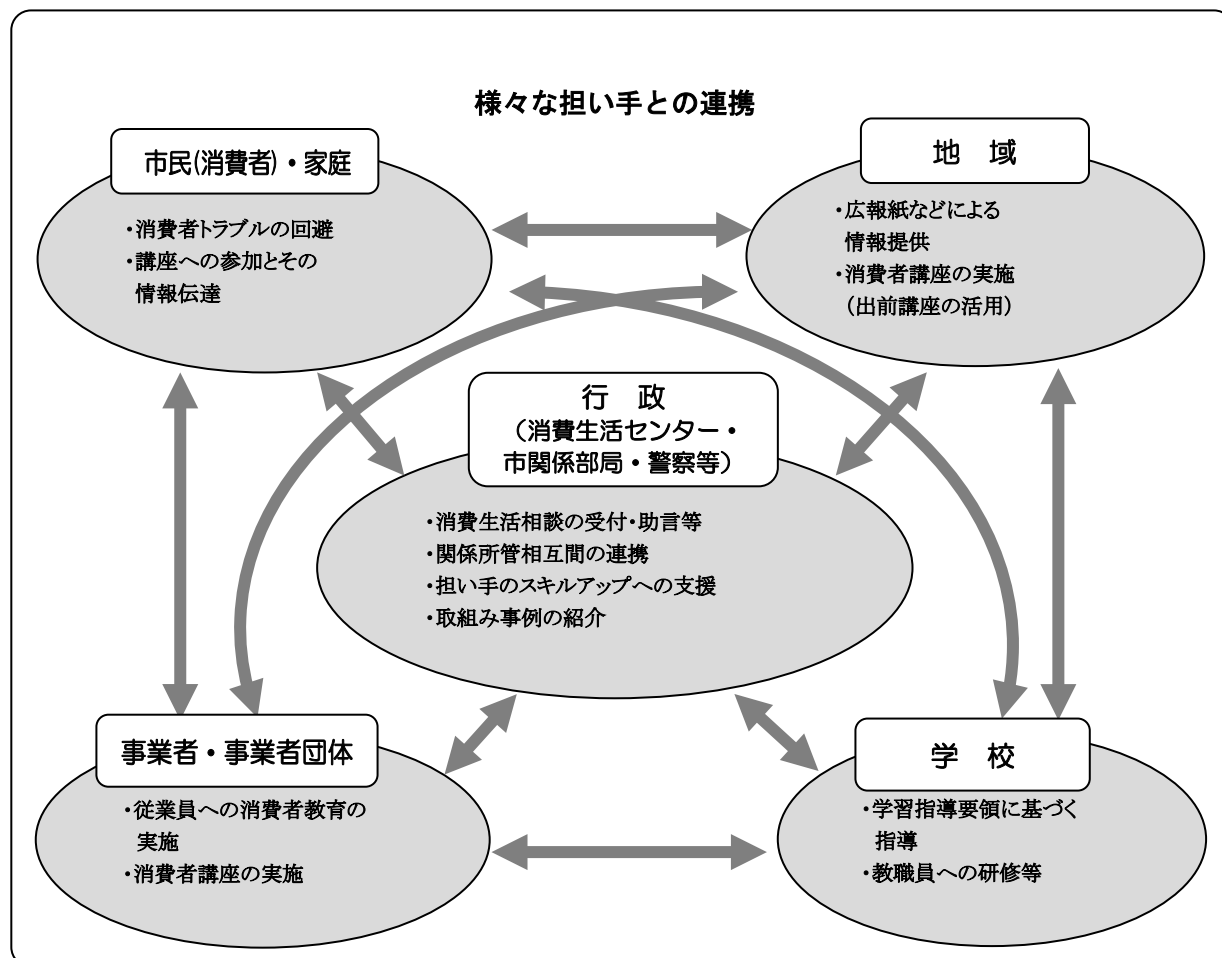
「安全で安心できる消費生活の実現」を目標として、ライフステージに応じた消費者教育を受ける機会の充実を図り、消費者の特性に配慮しながら、さまざまな担い手と連携を強化し、引き続き消費者教育を推進していく。今回の計画では、消費者を取り巻く現状と課題を踏まえ、以下の4つの重点目標を定めた。

重点目標1： 児童・生徒及び若年者に対する消費者教育の推進

重点目標2： 高齢者・障がいのある人等に対する消費者教育の推進と見守りの強化

重点目標3： 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進

重点目標4： 消費者教育に携わる担い手の育成



⑥ 主な取組み

基本的な方向性に基づき、消費者を取り巻く現状と課題を踏まえ、4つの重点目標ごとに具体的な取組みを示している。

重点目標1 児童・生徒及び若年者に対する消費者教育の推進

①学校(小・中・高等学校・特別支援学校)での取組みの推進

学習指導要領に基づき、一層充実した消費者教育を行い、それを支援する取組みを行う。

②成年年齢引下げを踏まえた若年者に対する消費者教育の強化

大学、短期大学、専門学校などで若年者向けの消費者講座を実施し、各学校へメールによる注意喚起情報を配信するなど、迅速な情報提供を行う。

重点目標2 高齢者・障がいのある人等に対する消費者教育の推進と見守りの強化

高齢者、障がいのある人等に対する消費者講座を実施し、日常を支援している地域包括支援センターなど福祉関係者や消費生活サポーター・消費生活事業者サポーターとの連携による見守りを強化する。

重点目標3 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進

消費者トラブルに関する最新情報の提供や、インターネットに関するトラブルや詐欺的商法についての講座を行う。学校等においては、情報モラル教育を推進する。

重点目標4 消費者教育に携わる担い手の育成

研修や連携を通じ、教員や教職員の指導力の向上を支援する。消費生活サポーターや消費生活事業者サポーターの育成・連携を強化する。

◆計画の特色

(1) 学校等における児童・生徒・若年者への消費者教育の推進

若年者が興味を持ちやすいような啓発方法や資料の作成などを、当事者である大学生など若年者と協働して行う。

(2) 高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進

最新のインターネットトラブルに関する情報や消費者トラブルについて、ツイッターやフェイスブックを活用した情報発信を行う。

(3) 地域における消費生活サポーター、消費生活事業者サポーターによる高齢者等の見守りの強化

地域の市民ボランティアだけでなく、社会貢献活動に意欲のある事業者の活動と連携を強化しながら、高齢者等の見守りに取り組む。

(2) 計画の策定作業の経緯

30年9月～31年3月	計画策定のための基礎調査実施
元年7月	審議会に推進計画の策定について諮問
元年7月～2年3月	審議会を5回開催し、推進計画について審議
2年1月～2月	パブリック・コメント実施
2年3月	審議会から答申、計画策定

7 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	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	元年度
割合	78.9%	83.8%	80.6%	80.1%	80.4%

【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 令和元年 11 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)
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
元年	N=2,028	36.5	43.9	7.9	2.7	4.5	4.5	80.4

(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。

令和元年度 第2回市政アンケート調査

【 概 要 】

■調査期間	令和元年6月25日～7月9日
■調査数	619件
■回答数	567件
■有効回答率	91.6%

〔テーマ・担当課〕

○「消費者教育」について

(担当課：市民局 生活安全部 消費生活センター)

《「消費者教育」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^{※1}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、安全で安心できる消費生活の実現を目指し、消費者自身が①消費者トラブルや消費者被害を未然に防ぐこと②被害が拡大しないための知識や判断力を持つこと③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「消費者教育」を推進しています。

そこで、消費者教育について、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。

※1 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10 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、同センターに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。(N=567)

- | | | |
|------------------------------|------|---------|
| 1 名前も相談窓口があることも知っていた | 68.6 | |
| 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 | 14.8 | |
| 3 知らなかった | 15.9 | 無回答：0.7 |

問10-1 《問10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=473)

- | | |
|--------------------------------------|----------|
| 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） | 19.9 |
| 2 ポスター、パンフレット、リーフレット、チラシ | 1.1 |
| 3 テレビ | 28.5 |
| 4 新聞 | 3.2 |
| 5 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） | 1.7 |
| 6 インターネット情報（公的機関のホームページを除く） | 1.9 |
| 7 SNS（ツイッター、フェイスブック、ラインなど） | 0.2 |
| 8 家族・友人・知人から聞いた | 8.0 |
| 9 民生委員・ケアマネジャーなどの福祉関係者から聞いた | 0.2 |
| 10 自治会・町内会などの地域の人から聞いた | 0.0 |
| 11 学校で教わった | 8.5 |
| 12 その他 | 4.0 |
| 13 わからない、覚えていない | 8.2 |
| | 無回答：14.6 |

《 すべての方におたずねします。 》

問11 消費生活に関する学習の機会が、学校や地域、職場などのさまざまな場で提供されています。あなたは、こうした「消費者教育・啓発」※2を受けたことがありますか。あてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。(N=567)

※2「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。本アンケートでは、これらも含むものとします。

- | | | | |
|---|-------|------|---------|
| 1 | ある | 24.3 | |
| 2 | ない | 60.5 | |
| 3 | わからない | 13.8 | 無回答：1.4 |

問11-1 《 問11で「1」と回答した方におたずねします。 》

その「消費者教育・啓発」は、どのような機会に受けましたか。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=138)

- | | | | |
|----|---------------------------|------|---------|
| 1 | 小中学校、高校の授業（家庭科、社会科など） | 44.9 | |
| 2 | 小中学校、高校の課外授業、特別授業、見学など | 18.8 | |
| 3 | 大学、専門学校などの講義 | 21.0 | |
| 4 | 大学、専門学校などのオリエンテーションなど | 3.6 | |
| 5 | 公民館や地域の団体などが主催する講習会・勉強会など | 20.3 | |
| 6 | 市（区）が主催する講習会・勉強会など | 6.5 | |
| 7 | 職場での講習会・勉強会など | 26.1 | |
| 8 | 事業者や事業者団体が主催する講習会・勉強会など | 7.2 | |
| 9 | 消費者団体※3が主催する講習会・勉強会など | 3.6 | |
| 10 | その他 | 1.4 | 無回答：1.4 |

※3 消費者団体とは

消費者の権利・利益の擁護のため、消費者によって自主的に組織された団体や消費者のための活動を行っている民間団体のことをいいます。

《 すべての方におたずねします。 》

問12 地産地消、食品ロスの削減、被災地の復興支援の商品、フェアトレード※⁴商品の購入など、消費者が社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行ったりすることを「エシカル消費」（倫理的消費）といいます。あなたは、日頃からこの「エシカル消費」を行っていますか。あてはまるものを 1 つ だけ選び、番号に○をつけてください。(N=567)

- | | | | |
|---|----------------|------|---------|
| 1 | 行っている | 9.9 | |
| 2 | どちらかといえば行っている | 41.8 | |
| 3 | どちらかといえば行っていない | 27.2 | |
| 4 | 行っていない | 20.3 | 無回答：0.9 |

※4 フェアトレードとは

発展途上国の作物や製品を適正な価格で継続的に取引し、生産者や労働者の生活改善と自立を支え、生産地の環境を保全する貿易のことです。

問13 成人年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法が令和4年4月に施行されることに伴い、「未成年者取消権※⁵」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。(N=567)

- | | | | |
|---|--------|------|---------|
| 1 | 知っていた | 29.5 | |
| 2 | 知らなかった | 69.5 | 無回答：1.1 |

※5 未成年者取消権とは

未成年者が法定代理人（親権者や未成年後見人）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権利です。取り消しができるのは、法定代理人と未成年者本人です。ただし「成人している」などと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14 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。(N=567)

- | | | | |
|----|-----------------------------|------|---------|
| 1 | 家庭における消費者教育の充実 | 51.3 | |
| 2 | 学校における消費者教育の充実 | 62.4 | |
| 3 | 地域における消費者被害防止のための学習機会の充実 | 5.8 | |
| 4 | 企業による従業員への消費者教育 | 15.2 | |
| 5 | 行政による消費者教育の充実 | 13.9 | |
| 6 | 自立した消費者としての若年者本人の意識の向上 | 38.3 | |
| 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 | 50.1 | |
| 8 | 若年者が相談しやすい相談窓口の充実 | 26.8 | |
| 9 | その他 | 1.8 | |
| 10 | わからない | 0.9 | 無回答：5.5 |

問15 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。(N=567)

- 1 知っていた 54.7
2 知らなかった 44.3

無回答：1.1

【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ようになります。

不安な場合は、消費生活センターにご相談ください
(電話 092-781-0999)



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16 「消費者教育」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) 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 70 サンプル
調査時期	令和元年7月 (22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	98.6%
③相談員の知識の豊富さ	95.7%
④相談員の問題処理能力のはやさ	97.1%
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)	92.9%

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)	97.1%
2 不満の割合(やや不満+不満)	0.0%
3 不明	2.9%

参考資料

1 消費者行政の変遷	49
2 機構の変遷	53
3 福岡市消費生活条例	55
4 福岡市消費生活審議会	59
5 第2次福岡市消費者教育推進計画(案)に対する パブリック・コメントの実施結果概要.....	61

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	食品リサイクル法施行
			6月	特定商取引法(訪問販売法の改正) 施行
			9月	・日本でBSE感染牛が発見される
			12月	電子消費者特例法施行 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
	8月	多重債務問題連絡会議設置	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)
	9月	多重債務法律相談開始	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	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
	10月	インターネット消費生活相談受付開始	5月	・宮崎県で口蹄疫感染拡大
	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	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)
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年以内に施行)

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)
30 (2018)	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	3月 6月	消費者教育推進基本方針変更 改正民法成立(成年年齢引下げ)
	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 令和元 (2019)	7月	第2次福岡市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 消費生活審議会消費者教育部会の設置	3月 6月	福岡県消費者教育推進計画(第2次)策定 チケット不正転売禁止法施行
			10月	・消費税率引き上げ(8%→10%)
2 (2020)	1月 3月	第2次福岡市消費者教育推進計画パブリックコメント実施 第2次福岡市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 第2次福岡市消費者教育推進計画策定(R2年度～R6年度)		
			3月	消費者基本計画(R2年度～R6年度)閣議決定
			4月	改正民法施行(債権関係) ・新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言の発出

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(令和元年度は「消費者教育部会」を設置)。

(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(令和元年度)

第 8 期 平成 31 年 4 月 1 日～令和 3 年 3 月 31 日

		開催日	議 事 等
消費生活審議会	第 28 回	令和元年 7 月 8 日	(議案) ・不当な取引行為に関する審議会の意見について ・消費者教育部会の設置について (報告) ・消費生活センターの事務事業について ・第2次福岡市消費者教育推進計画の策定について(諮問) ・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結果について ・第1次福岡市消費者教育推進計画の進捗状況及び消費者を取り巻く現状と課題について
	第 29 回	令和元年 11 月 25 日	・第2次福岡市消費者教育推進計画の策定について
	第 30 回	令和 2 年 3 月 27 日	・「第2次福岡市消費者教育推進計画(案)」に対するパブリック・コメントの実施結果概要について ・第2次福岡市消費者教育推進計画の策定について(答申案)
消費者教育部会	第 1 回	令和元年 9 月 27 日	・第2次福岡市消費者教育推進計画の策定スケジュールについて ・第2次福岡市消費者教育推進計画(素案)について
	第 2 回	令和元年 10 月 25 日	・第2次福岡市消費者教育推進計画(素案)について

(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 一般財団法人日本産業協会 顧問
	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
	林 真 実	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 支部長
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
	白 井 敦 子	福岡市PTA協議会 副会長
	古 川 和 良	福岡市民生委員児童委員協議会 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
事 業 者	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
	松 藤 泰 大	福岡県生活協同組合連合会 副会長理事
	山 田 聡	消費者窓口連絡会 会長

*区分内は五十音順

(令和2年5月末日現在)

5 第2次福岡市消費者教育推進計画(案)に対するパブリック・コメントの実施結果概要

(1) 実施目的

福岡市長から諮問された「第2次福岡市消費者教育推進計画(案)」(以下「計画案」という。)を、福岡市消費生活審議会で審議するにあたり参考とするため、パブリック・コメント手続きによって市民等の意見募集を実施した。

(2) 意見募集期間

令和2年1月6日から令和2年2月5日まで(31日間)

(3) 実施方法

①計画案の公表方法

計画案について、次の場所で閲覧・配布を行うとともに、市のホームページにおいて掲載した。

<資料の閲覧・配布場所>

市消費生活センター(あいれふ7階)、情報プラザ(市役所1階)、情報公開室(市役所2階)、各区情報コーナー、入部出張所、西部出張所

②意見募集の周知方法

- ア. 市政だよりによる周知
- イ. 市ホームページによる周知

③意見の提出方法

郵送、ファックス、電子メール、持参のいずれかにより、必ず氏名と住所を明記のうえ、意見提出用紙または任意の様式にて意見を受け付けた。

(4) 意見の提出状況について

①意見提出者

個人1人(提出方法 郵送1人)

②意見件数

2件

③意見分類

該当項目		意見数
第1章	「福岡市消費者教育推進計画」の基本的な考え方	0
第2章	消費者を取り巻く現状と課題	0
第3章	消費者教育推進の基本的な方向性	0
第4章	消費者教育推進上の重点目標と具体的な取組み	0
	福岡市消費者教育施策事業一覧	2
合 計		2

(5) 市民意見の要旨及び市の考え方について

次頁のとおり

第2次福岡市消費者教育推進計画（案）に対する市民意見の要旨及び意見に対する考え方

番号	ページ	項目	意見の要旨	意見に対する対応	意見に対する考え方
1	67	福岡市消費者教育 施策事業一覧 出前講座「『食品ロス』ってなに？ ～その食品ほんとうに捨てるの？～	食品ロスについて、食事処で食べきれなかった物を、持ち帰らして欲しい。自己責任であって、事業者側には一切責任はないと市民に知らしめる。	原案どおり	ご意見ありがとうございます。 令和元年10月に「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行され、今後国の基本方針が示される予定であることから、その動向等を踏まえ、対応を検討してまいります。
2			野菜等の売れ残りについて、現在、子ども食堂などに無償で提供しているところもあるが、これをもっと増やして欲しい。近場のスーパーの野菜部門等がもっと協力が出来る様に、なんとかして欲しい。	原案どおり	ご意見ありがとうございます。 食品ロス削減の観点から、食品小売業についてはまず食品ロスの発生抑制に努めてもらうこととし、それでも廃棄される食品については、日持ちのしないものはリサイクルへ、消費・賞味期限に余裕があるものについては、フードバンクなどへの提供を依頼するなどの取組みを推進してまいります。 また、家庭での食品ロスの削減のため、計画的な買い物や、食材の使い切り、未使用の食材を提供するフードドライブ活動について、出前講座等を通じて啓発してまいります。

事 業 概 要

(令和2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。