

令和4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4年度の主な事業内容と予算	2

## II 令和3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) 第2次福岡市消費者教育推進計画	13
(2) 消費者講座	14
(3) 広報	17
(4) 消費生活情報の収集・提供	21
(5) 消費者教育教材の配布	27
(6) 成年年齢引下げに関する啓発物の配布	27
(7) 地域の団体、関係機関等との連携	27
4 商品テスト	31
5 製品安全4法等の立入検査	32
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	34
(2) 市政アンケート調査	35
(3) 消費生活相談窓口アンケート	38

## 参考資料

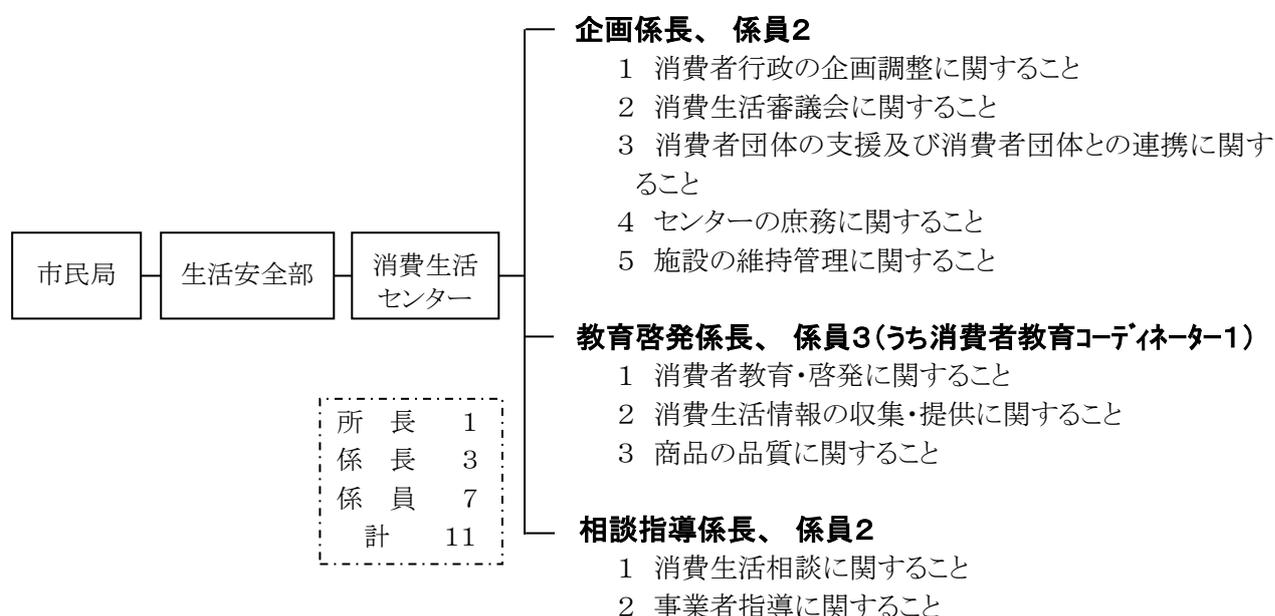
1 消費者行政の変遷	39
2 機構の変遷	44
3 福岡市消費生活条例	46
4 福岡市消費生活審議会	50

# 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(電話・来所)※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

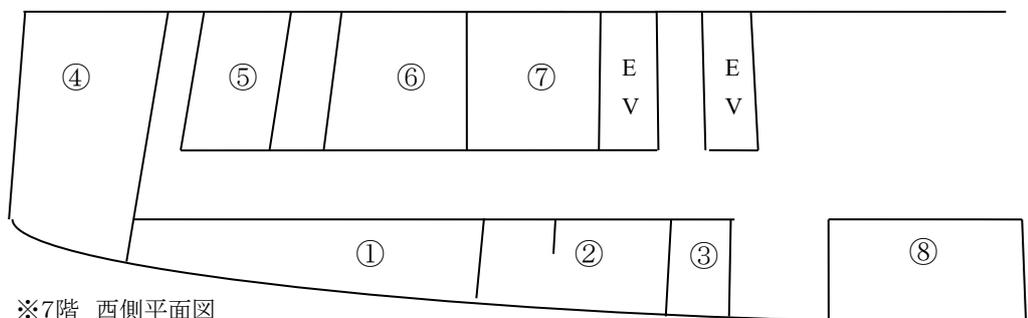
#### ① 複合施設 (あいれふ)

敷地面積	3,455.30 m <sup>2</sup>
延床面積	18,145.75 m <sup>2</sup>
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 m<sup>2</sup>

- |             |              |
|-------------|--------------|
| 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 | その他倉庫等(地下1階) |
| ⑤更衣室等       |              |



※7階 西側平面図

## 4 令和4年度の主な事業内容と予算

(単位:千円)

事業費目	3年度 予算額	4年度 予算額	差引 増減額	4年度の主な事業内容
消費者教育・啓発	14,414	20,790	6,376	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	48,369	57,402	9,033	相談業務委託等
消費生活センター機能強化事業(投資)	0	0	0	(第2次福岡市消費者教育推進計画策定の終了)
消費生活センター管理等経費	19,773	20,632	859	センターの管理運営、消費生活審議会等
合計	82,556	98,824	16,268	

## II 令和3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力の格差などを考慮し、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4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：電話、来所(要予約、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(原則、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り、令和3年度は10,753件で前年度に比べると1,802件(14.4%)減少した。

年度	29年度	30年度	元年度	2年度	3年度
件数	13,348	11,911	12,290	12,555	10,753
(うち土曜件数)	(483)	(439)	(472)	(497)	(508)



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 (%)	10,366 (96.4)	82 (0.8)	40 (0.4)	265 (2.5)	10,753 (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 (%)	5,818 (54.1)	4,210 (39.2)	414 (3.9)	311 (2.9)	10,753 (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。

	29年度		30年度		元年度		2年度		3年度		(参考) 3年度	
	件数	%	人口※ (万人)	件数/人口 (%)								
20歳未満	241	1.8	261	2.2	367	3.0	364	2.9	306	2.8	27.4	0.11
20歳代	1,443	10.8	1,359	11.4	1,633	13.3	1,705	13.6	1,509	14.0	20.2	0.71
30歳代	1,624	12.2	1,476	12.4	1,476	12.0	1,586	12.6	1,272	11.8	20.4	0.62
40歳代	2,021	15.1	1,727	14.5	1,819	14.8	1,920	15.3	1,513	14.1	23.6	0.63
50歳代	2,145	16.1	1,639	13.8	1,733	14.1	1,790	14.3	1,498	13.9	20.0	0.75
60歳代	2,315	17.3	1,805	15.2	1,560	12.7	1,521	12.1	1,295	12.0	16.4	0.74
70歳代	1,530	11.5	1,532	12.9	1,494	12.2	1,504	12.0	1,324	12.3	15.5	0.83
80歳以上	840	6.3	886	7.4	907	7.4	938	7.5	853	7.9	10.6	0.81
不明	1,189	8.9	1,226	10.3	1,301	10.6	1,227	9.8	1,183	11.0	—	—
合計	13,348		11,911		12,290		12,555		10,753		162.0	0.67

※人口は「福岡県人口移動調査」による令和3年10月1日現在の推計人口

⑤ 相談処理状況

(令和4年6月10日現在)

		29年度		30年度		元年度		2年度		3年度	
		件数	(%)								
処 理 結 果	他機関紹介	141	(1.1)	105	(0.9)	62	(0.5)	30	(0.2)	13	(0.1)
	助言(自主交渉)	9,953	(74.6)	8,389	(70.4)	8,748	(71.2)	9,365	(74.6)	8,427	(78.4)
	その他の情報提供	1,845	(13.8)	2,057	(17.3)	2,229	(18.1)	2,088	(16.6)	1,362	(12.7)
	あっせん解決	886	(6.6)	779	(6.5)	754	(6.1)	576	(4.6)	509	(4.7)
	あっせん不調	127	(1.0)	131	(1.1)	107	(0.9)	98	(0.8)	100	(0.9)
	処理不能 <sup>※1</sup>	32	(0.2)	30	(0.3)	40	(0.3)	31	(0.2)	15	(0.1)
	処理不要 <sup>※2</sup>	364	(2.7)	420	(3.5)	350	(2.8)	367	(2.9)	325	(3.0)
	相談継続中 <sup>※3</sup>	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	2	(0.0)
	合計	13,348		11,911		12,290		12,555		10,753	

※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		29年度	30年度	元年度	2年度	3年度
法律相談	回数		12	24	24	24
	件数		23	41	35	30
クリーニング	回数	12	12	12	12	12
	件数	13	5	7	6	4

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、平成20年度から30年度は概ね横ばいで推移していたが、令和元年度から再び減少傾向にある。3年度は978件中167件(17.1%)が架空請求であり、この5年間で大きく減少している。

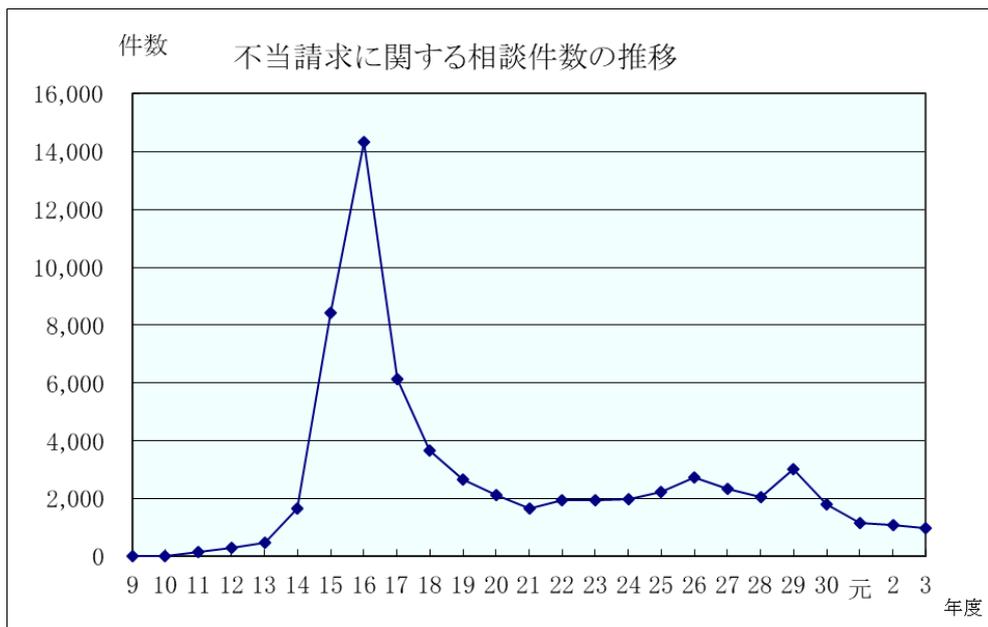
区 分	16年度	29年度	30年度	元年度	2年度	3年度
不当請求(A) ( )は、全相談件数に占める割合	14,332 (51.9)	3,031 (22.7)	1,807 (15.2)	1,178 (9.6)	1,076 (8.6)	978 (9.1)
うち架空請求(B) ( )は、B/A(%)	統計なし	2,370 (78.2)	1,149 (63.6)	433 (36.8)	200 (18.6)	167 (17.1)
うち架空請求はがき(C) ( )は、C/A(%)		955 (31.5)	565 (31.3)	220 (18.7)	26 (2.4)	25 (2.6)
うちワンクリック請求(D) ( )は、D/A(%)		208 (6.9)	165 (9.1)	112 (9.5)	143 (13.3)	125 (12.8)

※ 「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。

※ 一つの相談が、「架空請求」、「ワンクリック請求」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 商品別分類相談件数ランキング

令和3年度から、商品別分類の「デジタルコンテンツ」が廃止となったこと及び「異性交際関連サービス」の定義が変更されたことを除いては、上位ランキングに大きな変化はない。

順位 年度	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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
2	デジタル コンテンツ	商品一般	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	保健衛生品 その他	インターネット 接続回線	他の行政 サービス	工事・建築
	1,040	1,029	792	523	391	322	314	297	247	229
3	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	異性交際 関連サービス	他の 健康食品	工事・建築	役務その他 サービス	基礎化粧品	他の内職・ 副業
	859	699	342	281	216	215	206	189	187	158

※「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の特定する必要のない相談。

※「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。令和2年度まで使用。なお、デジタルコンテンツに含まれている相談が多様多岐なため、改訂後の商品別分類との対比はできないが、主に「異性交際関連サービス」「他の内職・副業」「アダルト情報」などに分類されている。

### 【商品別分類の相談の概要】

#### 1位 商品一般

商品の相談であるが、商品の特定できない、または特定する必要のないもの。「未納料金又は契約不履行により訴訟提起された」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に関する相談は、前年度と比べ微減。また、実在する大手宅配業者、大手通販サイト、携帯キャリアを騙る不審なSMSが届いたという「ショートメッセージ」に関する相談や、そのSMSに記載されたURLをタップしたら偽サイトに繋がりがりアカウント情報(ユーザーID、パスワード)をとられたという「フィッシング」に関する相談も多く寄せられた。その他、クレジットカードの不正使用の相談も含まれる。

#### 2位 不動産貸借

賃貸アパートに係る相談が大部分を占めており、その中で、退去時の高額な修理費の請求等に関する相談が多い。新型コロナウイルスの影響により、収入減で家賃が支払えないという相談のほか、給湯器の品不足に伴う納品遅延のトラブルも含まれる。

#### 3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、無料サービスの範囲、修理代、機種代、解約時のスマホ端末残債の扱いなど事業者の説明不足に起因する相談が多い。いわゆる「格安スマホ」や「格安SIM」に関する相談なども含まれる。高齢者を中心に、ガラケーのサービス終了等に伴うスマホの契約トラブルの相談も寄せられた。

#### 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、光回線についての内容が6割を超えており、光回線の開通工事日の大幅遅延に関する相談なども含まれる。スマホと一緒に光回線も乗り換えると割引料金になると勧められ契約したが、説明と異なり月額料金が高額だという虚偽説明に関する相談が依然として多いほか、代理店の倒産により連絡不能となった相談も一定数寄せられた。

## 5位 異性交際関連サービス

結婚を前提としない交際や、それに関連するサービス。新型コロナウイルスの影響で収入減となり、相談相手になると報酬がもらえる副業サイトに登録したところ、報酬を受け取るための手数料など次々課金され、いつまでたっても副業ができないという相談が多い。約9割が出会い系サイトやマッチングアプリに関する相談となっており、契約当事者は20歳代が約4割を占めている。また、未成年者の契約も一定数ある。

## 6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という相談が多い。また、解約したいが、何度電話してもつながらない、解約方法がSNSに限定されていて解約できないなどの相談も寄せられた。約7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。また、未成年者の契約も一定数ある。

## 7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けない等の相談が寄せられている。火災保険を使えば負担なしで工事ができるという説明されたが、本来は保険対象ではない経年劣化の箇所の工事契約だったという相談も寄せられた。

## 8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。パソコンのセキュリティサポートサービスや有料の質問サイトをはじめ、様々な内容を含む。

## 9位 基礎化粧品

スマートフォンで電子広告を見て乳液を注文し、二回目が届き定期購入だとわかったので解約したいという相談や、定期縛りのない化粧クリームを注文し、二回目の発送前に止めたいが、電話が込み合っているというアナウンスが流れるのみで解約できないという相談が寄せられた。また、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。

## 10位 他の内職・副業

副業に係る情報商材のほか、オンラインカジノのアフィリエイトや転売ビジネスに関する相談などが多い。契約当事者は20歳代が約6割を占めており、マッチングアプリで知り合った人からの勧誘やSNS広告など、SNSがきっかけとなっている事例が目立つ。

### 【参考】令和3年度に相談の増加件数・減少件数が多かった商品別分類

増加件数の多い商品別分類						減少件数の多い商品別分類					
順位	商品別分類	2年度	3年度	増減	対前年度比	順位	商品別分類	2年度	3年度	増減	対前年度比
1	異性交際関連サービス	8	216	208	+2600.0%	1	他の健康食品	523	215	▲ 308	▲58.9%
2	他の内職・副業	62	158	96	+154.8%	2	保健衛生品その他	314	47	▲ 267	▲85.0%
3	金融コンサルティング	7	83	76	+1085.7%	3	商品一般	1,029	859	▲ 170	▲16.5%
4	他の化粧品	90	148	58	+64.4%	4	他の行政サービス	247	87	▲ 160	▲64.8%
5	メイクアップ化粧品	22	65	43	+195.5%	5	役務その他サービス	322	189	▲ 133	▲41.3%

※令和3年度に商品別分類の新設・廃止されたものを除いて集計。

※増加件数の多い商品・役務の1～3位は特に商品別分類の定義変更の影響がある。

### ⑨ 契約当事者の年代別の商品別分類相談件数ランキング

50歳代以上で架空請求や不審なメール(迷惑メール)などの「商品一般」が1位となっている。また、60歳代以上では「携帯電話サービス」が2位となっている。

年代	順位 年度	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20歳未満	2	デジタルコンテンツ	他の健康食品	他の化粧品	商品一般、電気		不動産貸借	健康食品、基礎化粧品、役務その他サービス			エステティックサービス
		118	44	18	各10		8	各7			6
20歳代	2	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	商品一般	他の健康食品	インターネット接続回線	役務その他サービス	電気	修理サービス、結婚式	
		203	147	100	73	71	53	46	42	各41	
30歳代	2	不動産貸借	デジタルコンテンツ	商品一般	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	保健衛生品その他	役務その他サービス	エステティックサービス	結婚式
		183	136	97	56	54	41	33	32	26	25
40歳代	2	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	他の内職・副業	四輪自動車	他の健康食品、異性交際関連サービス		基礎化粧品、他の娯楽等情報配信サービス	
		161	59	46	38	28	23	各22		各21	
50歳代	2	不動産貸借	デジタルコンテンツ	商品一般	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	保健衛生品その他	基礎化粧品	工事・建築	紳士・婦人洋服、役務その他サービス
		144	134	105	102	73	46	43	39	37	各36
60歳代	2	不動産貸借	商品一般	携帯電話サービス	他の健康食品	インターネット接続回線	基礎化粧品	役務その他サービス	フリーローン・サラ金	紳士・婦人洋服、四輪自動車	
		143	82	45	43	38	35	25	24	各23	
70歳代	2	商品一般	デジタルコンテンツ	不動産貸借	他の健康食品	保健衛生品その他	携帯電話サービス	基礎化粧品	工事・建築	インターネット接続回線	役務その他サービス、他の行政サービス
		157	116	70	68	54	51	44	42	41	各36
80歳以上	2	商品一般	携帯電話サービス	不動産貸借	基礎化粧品	アダルト情報	工事・建築	インターネット接続回線	役務その他サービス	修理サービス	不動産貸借
		113	64	51	35	34	31	30	27	各24	
20歳代	2	商品一般	デジタルコンテンツ	携帯電話サービス	他の行政サービス	保健衛生品その他、不動産貸借		工事・建築	インターネット接続回線	他の健康食品	基礎化粧品
		216	102	71	45	各43		42	37	35	30
30歳代	2	商品一般	携帯電話サービス	工事・建築	基礎化粧品	アダルト情報	役務その他サービス	修理サービス	不動産貸借	インターネット接続回線、ウイルス対策ソフト	
		187	64	37	29	28	27	26	25	各24	
40歳代	2	商品一般	デジタルコンテンツ	携帯電話サービス、役務その他サービス		他の健康食品	健康食品、修理サービス	保健衛生品その他、新聞、他の行政サービス			
		124	45	各32		24	各21		各19		
50歳代	2	商品一般	携帯電話サービス	新聞	工事・建築	他の健康食品	修理サービス	インターネット接続回線	保健・福祉その他	役務その他サービス	基礎化粧品、テレビ放映サービス、他の行政サービス
		106	35	26	22	21	20	18	15	13	各12

※1 「商品一般」:商品が特定できない相談。P6参照。

※2 「他の健康食品」:商品は特定できるが、どの区分にも該当しない健康食品に関する相談。

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

3年度は、電子商取引(インターネット)が前年度比 830 件 (19.7%) 減の 3,385 件であったが、依然として3割を超えている。また、ネガティブオプションも入カールの改訂により大幅に減少した。

		29年度	30年度	元年度	2年度	3年度 件数 (構成比)	3年度 商品別分類の順位		
		件数 (構成比)	件数 (構成比)	件数 (構成比)	件数 (構成比)		1位	2位	3位
店 舗 購 入		3,757 (28.1%)	3,374 (28.3%)	3,275 (26.6%)	2,786 (22.2%)	2,522 (23.5%)	不動産貸借	携帯電話 サービス	エステティック サービス
							501	218	129
訪 問 販 売	家 庭 訪 問 販 売	545 (4.1%)	610 (5.1%)	565 (4.6%)	442 (3.5%)	413 (3.8%)	電気	工事・建築	新聞
							66	57	46
	キ ャ ッ チ セ ー ル ス	16 (0.1%)	21 (0.2%)	18 (0.1%)	5 (0.0%)	19 (0.2%)	エステティック サービス	医療サービ ス	タレント・モデル養成 教室、仕事紹介登録 他
							10	3	各1
	ア ポ イ ン ト メ ン ト セ ー ル ス (注1)	19 (0.1%)	25 (0.2%)	37 (0.3%)	20 (0.2%)	33 (0.3%)	エステティック サービス	複合サービス会員、 金融コンサルティング	
							10	各4	
S F 商 法 (注1)	7 (0.1%)	12 (0.1%)	14 (0.1%)	5 (0.0%)	9 (0.1%)	ふとん類	商品一般、酵素食品		
							3	各2	
そ の 他	310 (2.3%)	271 (2.3%)	325 (2.6%)	407 (3.2%)	357 (3.3%)	修理サービ ス	工事・建築、 廃品回収サービス		
							60	各30	
小 計	897 (6.7%)	936 (7.9%)	957 (7.8%)	879 (7.0%)	828 (7.7%)				
通 信 販 売	電 子 商 取 引 (インターネット)	3,805 (28.5%)	3,047 (25.6%)	3,493 (28.4%)	4,215 (33.6%)	3,385 (31.5%)	商品一般	異性交際関 連サービス	基礎化粧品
							195	193	157
	そ の 他	600 (4.5%)	543 (4.6%)	544 (4.4%)	693 (5.5%)	640 (6.0%)	商品一般	他の 健康食品	役務その他 サービス
							81	29	23
小 計	4,405 (33.0%)	3,590 (30.1%)	4,037 (32.8%)	4,908 (39.1%)	4,025 (37.4%)				
マ ル チ 商 法	182 (1.4%)	155 (1.3%)	189 (1.5%)	152 (1.2%)	134 (1.2%)	他の内職・ 副業	ファンド型 投資商品	健康食品	
							28	18	10
電 話 勧 誘 販 売	595 (4.5%)	528 (4.4%)	557 (4.5%)	467 (3.7%)	500 (4.6%)	インターネット 接続回線	他の内職・ 副業	ウィルス対策 ソフト	
							53	40	33
ネガティブオプション(注1)	8 (0.1%)	4 (0.0%)	21 (0.2%)	107 (0.9%)	10 (0.1%)	商品一般	加工肉、紳士・婦人洋服、他のシャツ、紳 士・婦人用バッグ、アクセサリ、身の回り品 その他、音響・映像機器、腕時計		
							2	各1	
訪 問 購 入 (平成25年2月21日より区分新設)	109 (0.8%)	46 (0.4%)	68 (0.6%)	44 (0.4%)	53 (0.5%)	商品一般、靴	着物類、 アクセサリ		
							各7	各6	
そ の 他 無 店 舗	61 (0.5%)	74 (0.6%)	63 (0.5%)	67 (0.5%)	70 (0.7%)	募金	パーキング	ファンド型投 資商品	
							11	5	4
不 明 ・ 無 関 係	3,334 (25.0%)	3,204 (26.9%)	3,123 (25.4%)	3,145 (25.0%)	2,611 (24.3%)	商品一般	不動産貸借	フリーロー ン・サラ金	
							484	184	110
合 計	13,348	11,911	12,290	12,555	10,753				

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

20歳代では「マルチ商法」、80歳代以上では「訪問販売」、「電子商取引(インターネット)以外の通信販売」、「電話勧誘販売」、「訪問購入」の割合が他の年齢層に比べ高くなっている。「電子商取引(インターネット)」に関する相談は、全ての年齢層で一定の割合を占めているが、特に20歳未満では7割を超えている。

		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		34 (11.1%)	474 (31.4%)	390 (30.7%)	374 (24.7%)	371 (24.8%)	279 (21.5%)	265 (20.0%)	153 (17.9%)	182 (15.4%)	2,522 (23.5%)
訪問販売	家庭訪問販売	14	63	26	31	35	50	73	100	21	413
	キャッチセールス	3	13	3	0	0	0	0	0	0	19
	アポイントメントセールス	1	19	7	4	1	0	0	1	0	33
	S F 商 法	0	0	0	1	0	0	3	4	1	9
	そ の 他	2	78	38	42	35	26	43	28	65	357
	小 計	20 (6.5%)	172 (11.4%)	74 (5.8%)	78 (5.2%)	71 (4.7%)	76 (5.9%)	119 (9.0%)	131 (15.4%)	87 (7.4%)	828 (7.7%)
通信販売	電子商取引(インターネット)	219	451	479	658	592	427	261	75	223	3,385
	その他(郵便・電話・FAX等)	8	61	45	63	71	89	140	112	51	640
	小 計	227 (74.2%)	512 (33.9%)	524 (41.2%)	721 (47.7%)	663 (44.3%)	516 (39.8%)	401 (30.3%)	187 (21.9%)	274 (23.2%)	4,025 (37.4%)
マ ル チ 商 法		1 (0.3%)	47 (3.1%)	21 (1.7%)	13 (0.9%)	13 (0.9%)	18 (1.4%)	15 (1.1%)	2 (0.2%)	4 (0.3%)	134 (1.2%)
電 話 勧 誘 販 売		3 (1.0%)	90 (6.0%)	38 (3.0%)	46 (3.0%)	52 (3.5%)	63 (4.9%)	72 (5.4%)	55 (6.4%)	81 (6.8%)	500 (4.6%)
ネガティブオプション		0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)	5 (0.3%)	0 (0.0%)	4 (0.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	10 (0.1%)
訪 問 購 入 (平成25年2月21日より区分新設)		0 (0.0%)	2 (0.1%)	4 (0.3%)	1 (0.1%)	4 (0.3%)	6 (0.5%)	17 (1.3%)	16 (1.9%)	3 (0.3%)	53 (0.5%)
そ の 他 無 店 舗		3 (1.0%)	15 (1.0%)	7 (0.6%)	10 (0.7%)	9 (0.6%)	8 (0.6%)	7 (0.5%)	5 (0.6%)	6 (0.5%)	70 (0.7%)
不 明 ・ 無 関 係		18 (5.9%)	197 (13.1%)	213 (16.7%)	265 (17.5%)	315 (21.0%)	325 (25.1%)	428 (32.3%)	304 (35.6%)	546 (46.2%)	2,611 (24.3%)
合 計		306	1,509	1,272	1,513	1,498	1,295	1,324	853	1,183	10,753

※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」「特別なモニターに選ばれた」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」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)

健康食品やカニなど、契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、受け取ったことで、支払い義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。代金引換の宅急便で届くこともある。勧誘の電話で契約したことにされたり、断ったのに商品が届く場合もある。

## 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、3年度は対前年度比4件(8.7%)増の 50 件であった。

### ア 相談件数

29年度	30年度	元年度	2年度	3年度
65	74	61	46	50

### 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%)	11 (22.0%)	3 (6.0%)	14 (28.0%)	7 (14.0%)	6 (12.0%)	4 (8.0%)	1 (2.0%)	4 (8.0%)	50 (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。

3年度の「危害」に関する相談は 168 件で、前年度の 216 件から 48 件(22.2%)減少した。

#### 危害に関する相談件数 商品別分類ランキング

順位	件数	商品別分類	主な内容等
1	25	基礎化粧品	皮膚障害
2	17	他の化粧品	皮膚障害
3	14	医療サービス	皮膚障害、熱傷
4	13	他の健康食品	消化器障害、皮膚障害
5	12	不動産貸借	呼吸器障害、皮膚障害
	87	その他	
合計	168		

### 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。3年度の「危険」に関する相談件数は 38 件で、前年度の 29 件から9件(31.0%)増加した。

#### 危険に関する相談件数 商品別分類ランキング

順位	件数	商品別分類	主な内容等
1	3	音響・映像機器	過熱・こげる、発煙・火花
1	3	四輪自動車	機能故障、発煙・火花
1	3	自転車	破損・折損、操作・使用性の欠落
1	3	不動産貸借	火災、過熱・こげる、破損・折損
	26	その他	
合計	38		

## 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	29	30	元*	2*	3*
面接件数	76	62	51	19	17

※元年度以降、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、面接が実施できなかった期間あり。

### (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	29	30	元	2	3
指導件数	10 文書2 口頭8	11 文書0 口頭 11	10 文書0 口頭 10	7 文書0 口頭7	7 文書2 口頭5
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3年度においては、情報商材の販売及びエステティックサービスなどの事業者に対し文書指導を行った。また、火災保険申請サポート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 (情報商材の販売：取引の意図の隠匿、消費者に適合しない契約)

マッチングアプリで出会った異性と直接会うため、待ち合わせ場所に行くと全くの別人がいた。その人はフリーランスで毎月 50 万円稼いでいるらしく、稼ぎたいなら知人Aを紹介すると言われ、紹介されたAから、「ビジネスをやってみないか。参加するには 30 万円の教材が必要だけど」と勧誘された。「お金がないので無理」とはっきり断ったが、複数人から何度もしつこく「誰でもお金を稼ぐことができる」と強く勧誘されたため、ビジネスを始めることにしたが、数日後、契約書を見るまで、契約先である事業者名を知らなかった。ビジネスを始めたが、全く稼げないので解約したい。

#### ○事例 2 (エステティックサービス：取引の意図の隠匿、消費者に適合しない契約)

知人から格安で痩身エステの体験ができると勧められサロンに行った。体験後今ならこのプランがお得とコース契約を勧められ、「親に相談したい」と断ったが、「親には黙って契約している人も多いよ」などと言われ、頭金を支払った。後日、サロンへ行き、痩身エステとサプリメントの契約書面に署名し、約 30 万円の 36 回払いクレジット契約を結んだ。また、エステに通い始めて間もなくして、更に美顔コースを勧められた。断りたかったが強引に勧められ十数万円の 36 回払いクレジット契約を結んだ。

#### ○事例 3 (火災保険申請サポート：重要事項に関する誤情報の提供)

事業者に「雨樋の修理を火災保険でできる」「近所の人もこの方法で修理している」と言われたので、気安く契約してしまったようだ。雨樋は、令和2年の豪雨以前から壊れていたが、契約書には「令和2年の豪雨により破損」と書かれており、「解約時は支給保険額の半分を違約金として支払う」との記載もある。

### 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、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、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、令和2年度から令和6年度までの5年間)

#### (1) 第2次福岡市消費者教育推進計画

##### ① 福岡市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：中学校教育課、高校教育課、教育センター人材育成課

(※構成、組織名称は令和3年度)

○令和3年度開催状況

開催日	協議事項
R3.7.7	<ul style="list-style-type: none"> <li>○第2次福岡市消費者教育推進計画の進捗状況について</li> <li>○各局における取組について</li> <li>○その他</li> </ul>

##### ② 計画の周知

第2次福岡市消費者教育推進計画について、消費者教育の担い手等に周知するため、市民向けのパンフレットを、本庁情報プラザのほか、各区役所・出張所、各公民館などで配布した。

##### ③ 市政アンケートの実施

第2次福岡市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。(P35掲載)



② 計画概要版パンフレット

## (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 65 回、参加者 2,633 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	52	2,148
学校等対象講座	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	2校 (9回)	305
	イ 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	2	627
	ウ 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	5	117
	エ 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	11	630
② 消費者教育講座 (福岡市出前講座に該当しないもの)		地域や団体からの依頼を受け、講座を開催(オンライン録画等の講座を含む)	3	278
③ 暮らしに役立つ消費生活講座		夏休みに小学生とその保護者を対象に専門家を講師に招き講座を開催	3	82
④ 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 サポーターの情報共有のために情報交換会を実施	7	125
⑤ 事業者等共催講座		新型コロナウイルス感染症の影響により開催中止		
⑥ 福岡県金融広報委員会連携講座				

※ ア、イ、ウ、エは「①福岡市出前講座」の再掲

① 福岡市出前講座（実施回数 52 回、参加者 2,148 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	20	359
	生徒・学生及びその関係者		20	1,512
	障がい者及びその関係者		0	0
	その他一般		0	0
知って防ごう！ ネットトラブル	高齢者及び 高齢者の見守り関係者	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	1	12
	生徒・学生及びその関係者		7	167
	障がい者及びその関係者		1	23
	その他一般		1	50
子どもを事故から 守るために	その他一般	乳幼児に多い事故と注意点	2	25

《福岡市出前講座 学校等対象講座テーマ一覧》

- 2-1 だまされんばい悪質商法                      2-2 知って防ごう！ネットトラブル  
2-3 家庭で起こる製品事故にご注意！      2-4 子どもを事故から守るために

ア 中学校における消費者教育講座（実施校2校、実施回数9回、参加者 305 人）

開催日	学校名	テーマ	講師	学年	回数	生徒数
R3.9.14、 10.7	当仁中学校	2-1	福岡市消費生活センター職員	3	5	169
R4.3.22、23	多々良中央中学校	2-1	福岡市消費生活センター職員	2	4	136

イ 高校3年生のための消費者教育講座（実施校2校、参加者 627 人）

開催日	学校名	テーマ	講師	生徒数
R3.9.15	福翔高等学校	2-1	福岡市消費生活センター職員	313
R3.10.20	福岡西陵高等学校	2-1	福岡市消費生活センター職員	314

ウ 特別支援学校における消費者教育講座（実施校2校、実施回数5回、参加者 117 人）

開催日	学校名	テーマ	講師	学年	クラス数	生徒数
R3.7.16、 11.24	東福岡特別支援学校	2-2	福岡市消費生活センター職員	1	3	79
R3.11.12、 11.19	博多高等学園	2-1	福岡市消費生活センター職員	3	2	38

**エ 若年者向け消費者教育講座（実施回数 11 回、参加者 630 人）**

開催日	対 象	テーマ	講 師	参加人数
R3.4.1	福岡工業大学	2-1	福岡市消費生活センター職員	100
R3.4.6	ILP お茶の水医療福祉専門学校	2-2	福岡市消費生活センター職員	30
R3.4.6	ILP お茶の水医療福祉専門学校	2-2	福岡市消費生活センター職員	25
R3.4.6	福岡看護大学	2-1	福岡市消費生活センター職員	101
R3.4.13	福岡歯科衛生専門学校	2-1	福岡市消費生活センター職員	55
R3.11.9	九州電気専門学校	2-1	福岡市消費生活センター職員	23
R3.11.10	九州電気専門学校	2-1	福岡市消費生活センター職員	21
R3.11.12	麻生外語観光&製菓専門学校	2-1	福岡市消費生活センター職員	99
R3.12.2	中村学園大学短期大学部 キャリア開発学科	2-1	福岡市消費生活センター職員	143
R3.12.15	九州電気専門学校	2-2	福岡市消費生活センター職員	21
R3.12.17	九州電気専門学校	2-2	福岡市消費生活センター職員	12

**② 消費者教育講座(オンライン講座等 福岡市出前講座に該当しないもの)(実施回数3回、参加者 278 人)**

開催日	対 象	テーマ	講 師	参加人数
R3.7.15	福岡大学	だまされんばい悪質商法 (事前録画によるオンライン講座)	福岡市消費生活センター職員	200
R3.10.8	社会福祉法人 福岡市社会福祉協議会	だまされんばい悪質商法 (事前録画によるオンライン講座)	福岡市消費生活センター職員	62
R3.11.26	一般市民 (早良市民センター)	だまされんばい悪質商法	福岡市消費生活センター職員	16

**③ 暮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 82 人)**

開催日	テーマ	講 師	会場	参加人数
R3.7.29	親子で学ぶお金の話 ～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	30
R3.8.5	親子 LED 工作教室 ～あかりについて楽しく学ぼう～	パナソニック株式会社 ライフソリューションズ社	あいれふ 講堂	22
R3.8.5	親子 LED 工作教室 ～あかりについて楽しく学ぼう～	パナソニック株式会社 ライフソリューションズ社	あいれふ 講堂	30

④ 消費生活サポーター育成講座等

【育成講座】（実施回数4回、受講者 84 人、登録者 37 人）

開催日	対象	講師	会場	登録者
R3.11.24	早良第 5 地区民児協	福岡市消費生活センター職員	飯倉公民館	2
R3.12.14	市内の民生委員	福岡市消費生活センター職員	あいでふ	6
R3.12.16	早良第 4 地区民児協	福岡市消費生活センター職員	原北公民館	6
R3.12.24	西第 11 地区民児協	福岡市消費生活センター職員	壱岐東公民館	23

【情報交換会】（実施回数3回、参加者 41 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
R3.7.6	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、医療法人寺沢病院、医療法人順和、南第 2、11 地域包括支援センター、社会福祉法人ちどり福祉会）	アミカス 視聴覚室	19
R3.7.8	消費生活サポーター、事業者サポーター （☑️株式会社ローソン、西部ガス株式会社）	あいでふ講堂	10
R3.7.16	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、株式会社ローソン、福岡市農業協同組合）	あいでふ講堂	12

⑤ 事業者等共催講座

新型コロナウイルス感染症の影響により開催を中止した。

⑥ 福岡県金融広報委員会連携講座

新型コロナウイルス感染症の影響により開催を中止した。

(3) 広報

《広報総括表》

区分	内容
① イベントの開催	消費者月間等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
R3.5.7 ～ 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
R3.12.17 ～ 12.23			
R3.11.1 ～ 11.5	製品安全総点検月 間パネル展		あいでふ1階 コミュニティプラザ

## 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
R3.5.3 ～ 5.16	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)
R3.12.13 ～ 12.26			

## ウ 若年者に対する取り組み

市防犯・交通安全課が策定している「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を行った。

さらに、市内 22 大学及び専門学校等 76 校を対象に、若年者に多い消費者トラブルに関する注意喚起情報をメールにて随時送信し、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」における注意喚起（市内 22 大学新入生）

大 学 名	新入生啓発 チラシ配布	配信メール(※)活用状況	
		学内ポータル等で掲示	学生へのメール送信
九州大学	2,700	○	○
福岡女子大学	260	—	—
西南学院大学	10	○	—
福岡大学	5,000	○	—
九州産業大学・ 九州造形短期大学部	0	—	—
福岡工業大学・福岡工業大学短期 大学部	100	—	○
第一薬科大学	300	○	—
中村学園大学・中村学園大学短期 大学部	0	—	—
純真学園大学・純真短期大学	495	—	—
福岡歯科大学・福岡医療短期大学・ 福岡看護大学	300	—	—
福岡女学院大学・福岡女学院大学 短期大学部	0	○	○
福岡国際医療福祉大学看護学部	0	—	○
香蘭女子短期大学	800	—	—
精華女子短期大学	350	—	—
西日本短期大学	30	—	—

※「新大学生防犯強化月間」配信メール

実施日	テーマ	内 容
R3.5.7	詐欺的な投資勧誘トラブルに要注意！	投資勧誘のトラブル事例と注意点
R3.5.14	注意!エステのお試し体験チケット	無料体験チケットなどに絡むトラブル事例と対処について

- 学内掲示板への掲載及び学生へのメール送信依頼（市内 22 大学、専門学校等 76 校）  
メール配信回数 8 回（R3 年 4、6、7、8、10、12 月、R4 年 2、3 月）

## エ 若年者の消費者トラブル防止に関するイベント

若年者が消費者問題に興味を持つことを目的としたイベント、「#トラコレ福岡」を中村学園大学・中村学園大学短期大学部の学園祭で開催し、消費者トラブル未然防止に関する注意喚起を行った。イベントは企画段階から大学や実行委員の学生と協働で実施した。当初は、ステージイベントを開催する予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、オンラインでの開催となり、特設サイトにて事前に収録した動画を配信した。

配信期間	ゲスト等(敬称略)	内容
R3.11.7 ～ R4.2.28	・岡澤アキラ ・財津南美 ・チキンナゲッツ	・消費者トラブルクイズ ・学生による消費者トラブル事例紹介及び消費生活センター職員による対処法の解説 ・消費者被害防止テーマソング「もうこれっきりん」に合わせたダンス映像

## 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(旧天神コア前バス停に設置)
エ R3.7.9 ～ 7.11	ホークスビジョン	新型コロナワクチン詐欺に関する注意喚起

### 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/syohiseikatusentauhomupeiiji/shohi.html>)

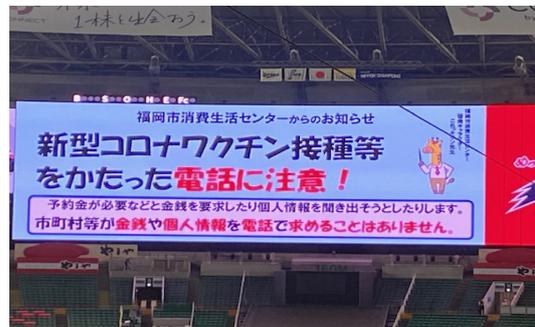
### イ 区役所 TV モニター放映 (6区役所) ※放映枠を確保できた月のみ放映

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	サイドビジネス商法	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



### 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
R3.8.23	令和2年度消費生活相談の概要 ～巣ごもり消費で「インターネット通販」のトラブルが過去最多！～

#### イ 取材対応（取材回数 18 回、うち TV 出演・新聞掲載等回数4回）

放送日・掲載日	番組名・誌名	内容
R3.5.26	西日本新聞	テーマソング・ダンスの作成について
R3.9.21	西日本新聞	令和2年度消費生活相談の概要について
R4.2.25	西日本新聞	ホームページ掲載資料「若年者のトラブル多発！情報商材の販売業者を指導しました」について
R4.4.1	読売新聞	成年年齢引き下げについて (掲載日は R4.4.1 だが取材日が R4.3.31 のため今年度掲載)

#### ウ JCOMデイリーニュースへの出演（出演回数7回）

（11月以降放送形態が変更になったため出演なし）

放送日	テーマ
R3.4.28	家庭で起こる子どもの事故
R3.5.11	インターネット通販トラブル
R3.7.15	情報商材のトラブル
R3.7.29	デジタルコンテンツトラブル
R3.8.24	令和2年度消費生活相談の概要
R3.9.29	サイドビジネス商法
R3.10.25	点検商法のトラブル

#### (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 暮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	66,750
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(2回)	1,200
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)	853,000(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全区版又は区版に掲載	随時(5回)	853,000(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)	原則週1回(39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	21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 子どもサポート情報	一般市民	国民生活センターが収集編集した子育てをしている人を対象とした資料を送付	随時	—
⑩ 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)》

配布先	種類	啓発資料 (■はメール配信)		
		暮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)		740部/回	■	■
社会福祉協議会(7か所)		35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		140部/回	■	■
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15,000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、各回 22,250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)
令和3年5月 No.39	架空請求ハガキの相談急増中	ジャンプ式折りたたみ傘の事故に注意
令和3年9月 No.40	令和2年度 福岡市消費生活センターの相談概要	電池の取り扱いに注意！
令和4年1月 No.41	成年年齢が18歳に引き下げられます！	調理中の事故に注意

② 消費生活かわら版（発行回数2回）

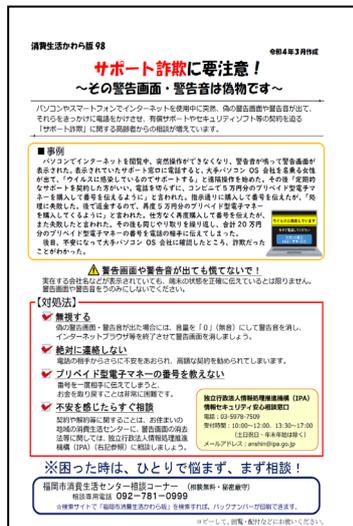
発行月	テーマ
令和4年3月	架空請求ハガキの相談が急増しています！
令和4年3月	サポート詐欺に要注意！ ～その警告画面・警告音は偽物です～

③ 消費生活かわら版《特別号》（市政だより9/15号同時配布のタブロイド版）

構成	内容
1～2 ページ	消費者トラブル事例とアドバイス 通信販売を利用する時は、購入条件などをしっかり確認しましょう サクラサイトにご注意！ 水回りのトラブルは慌てず 訪問買取に注意しましょう
3ページ	消費者トラブル事例とアドバイス 不審なSMSに注意しましょう！ 暮らしに潜む身近な製品事故 電子レンジの事故、カセットボンベの事故、モバイルバッテリーの発火
4ページ	クーリング・オフって？ 知って防ごう！消費者トラブル 福岡市消費生活センターの案内等



①暮らしのインフォメーション



②消費生活かわら版



③消費生活かわら版《特別号》

④ 市政だより記事掲載（掲載回数5回）

掲載号	掲載内容
R3.4.15(東区)	ワクチンかたる不審電話にご注意ください
R3.5.1(早良区)	新型コロナワクチン詐欺
R3.5.15(南区)	ワクチン接種等をかたった電話に注意
R3.9.1(早良区)	極端値引きの通販サイトにはご注意ください
R3.9.1(全区)	ワクチン接種等をかたった詐欺にご注意ください

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
令和3年7月	「インターネット通販 定期購入トラブル」にご注意ください！
令和4年1月	百貨店を名乗る不審な電話にご注意ください！

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 39 回）

掲載日	テーマ	掲載日	テーマ
R3.4.1	質問サイト 有料、定額も	R3.9.16	海産物の電話勧誘販売
R3.4.8	架空請求はがきは無視を	R3.9.30	フリマアプリの受取評価
R3.4.15	不用品回収で高額請求	R3.10.7	暗号資産の投資勧誘
R3.4.22	電気の切り替え勧誘に注意	R3.10.14	火災保険で修理ができる？
R3.5.13	不用品買います電話に注意	R3.10.21	クーリングオフの手続き
R3.5.20	「点検」のはずが高額契約	R3.10.28	賞味期限と消費期限の違い
R3.5.27	宅配業者を装ったSMS	R3.11.11	債務整理で生活の立て直し
R3.6.3	カセットボンベの廃棄方法	R3.11.18	放置したままの預貯金等は
R3.6.10	会場に人集め「講習会商法」	R3.12.2	携帯電話が使えなくなる？
R3.6.17	タイヤ交換 本当に必要？	R3.12.9	年末大掃除は計画的に
R3.6.24	格安スマホの落とし穴	R3.12.16	エステのキャッチセールス
R3.7.4	回数券購入は本当にお得？	R3.12.23	レンタカーに関する注意
R3.7.8	中古車購入 より慎重に	R4.1.20	今年4月に 18 歳から大人
R3.7.15	マルチ商法 もうけ話に注意	R4.1.27	結婚式場のキャンセル料
R3.7.29	詐欺通販サイトの見分け方	R4.2.10	ペットの購入トラブル
R3.8.5	墓の引っ越しを巡る注意点	R4.2.17	引っ越し業者とのトラブル
R3.8.19	TV ショッピングは慎重に	R4.3.3	退去時トラブルを防ぐには
R3.8.26	新聞購読の勧誘と景品	R4.3.10	転居前の大型ごみに注意
R3.9.2	当選通知のメールに注意	R4.3.18	支払ったはずの代金
R3.9.9	覚えのない商品が届いたら		

※新聞協会用語に基づき表記

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
令和3年4月	クレジットカードの管理は大丈夫ですか？オンラインゲームの課金に気をつけて！ 新型コロナワクチンに便乗した詐欺にご注意ください！
4月 臨時増刊号	「保険金が使えない」という住宅修理サービスのトラブルにご注意!!
5月	プリペイドカード型電子マネーを悪用した詐欺に注意！ 光回線サービスの乗り換えトラブルにご注意ください！
6月※	不在通知を装うSMS(ショートメッセージサービス)に注意！ 親のカードで、子どもがオンラインゲームに高額課金！
7月	「身に覚えのない荷物が届いた」場合・・・ 店舗での買い物はクーリング・オフの対象外です
8月	SNS・動画サイトの広告を見て、商品を購入したらトラブルに！ まだまだ暑い夏！エアコンの取り扱いにご注意を！
8月 臨時増刊号	豪雨災害に便乗した悪質商法にご注意ください！
9月	還付金詐欺がまた増えています！ バイナリーオプションで儲けるツールの代金をフリマサイトの架空取引で決済?!
9月 臨時増刊号	「暮らしのレスキューサービスに関する悪質商法にご注意！」
10月※	サクラサイト商法に注意！ 相談増加中！簡単に稼げる、必ず報酬がもらえるという副業にはご注意ください！！
11月	スマホやパソコンでのサブスク契約。アプリの削除だけでは解約になりません！ 通販サイトでのトラブルにご注意！！
12月	保証期間内のはずなのに！ 「あなたのカードが不正に利用されている」百貨店を名乗る電話に気をつけて！
令和4年1月	宝くじ購入代金9万円分を携帯電話料金と合算請求！？ 簡単に高額収入を得られるという「情報商材」のトラブル
2月※	4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられます 強引な不用品回収サービスにご注意！
3月	新生活の季節。賃貸借契約に気をつけて！ 暗号資産の投資話にご注意！！

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
令和3年4月(47号)	漫画、小説、写真、論文...海賊版と知りながら行うダウンロードは違法です！
6月(48号)※	エステ店の高額な契約は、よく考えて！
8月(49号)	18歳から大人！2022年4月から成年の年齢が18歳になります！
10月(50号)	FX自動売買ソフトで儲かる？先輩や友人からの儲け話に注意！
12月(51号)※	カジノに関する儲け話に注意！
令和4年2月(52号)	賃貸アパートを入退去する時、トラブルにならないように気をつけましょう！

⑧ 見守り新鮮情報 (発行数 28 件)

情報提供月	発行	テーマ
4月	390号	宅配便業者を装ったSMS URLにアクセスしないで
	391号	エアーマットの空気漏れに注意
	392号	新型コロナ ワクチン詐欺に注意
5月	393号	やめられない！？ 占いサイトに気を付けて
	394号	眼鏡型の拡大鏡 着用したまま歩くと危険です
6月	395号	補聴器の購入は慎重に！
	396号	ガソリン携行缶の取り扱いに気を付けて
7月	397号	コロナ禍の葬儀 感染対策で高額になることも
	398号	アナログ回線に戻す契約のはずがサポート契約に
8月	399号	投資信託等の金融商品 その場ですぐに契約しないで
	400号	災害用の備蓄食品は定期的に入れ替えましょう
	401号	大雨 慌てず 早めの避難で安全確保を
9月	402号	ふたや内容物が飛ぶことも！ 圧力鍋の使用に注意
	403号	深刻な事態にも！ 強引な自宅の買い取りに注意
10月	404号	家庭用蓄電池 勧誘されても慎重に
	405号	鍵開けを依頼したら想定外の作業をされた！
	406号	不用品買い取りのはずが貴金属を買い取られた！
11月	407号	障がい者のネット通販 周りの人も見守って
	408号	新型コロナを口実にATMへ誘導する還付金詐欺！
	409号	一方的に送りつけられた商品の代金は支払い不要！
12月	411号	染毛剤の使用前には必ずパッチテストを！
	412号	携帯電話は自分に合った機種を選びましょう
1月	413号	テレビショッピング 返品条件をよく確認！
	414号	検針票は見せないで 電気の契約切り替えトラブル
2月	415号	百貨店をかたる偽通販サイトにだまされないで
	416号	使っていないサブスクの解約忘れに注意しましょう
3月	417号	ブリーダーからのペット購入 信頼できるか考えて
	418号	ネット広告で見た不用品回収 10倍以上の料金に

⑨ 子どもサポート情報 (4回 4・7・10・12月送付)

国民生活センターが収集編集した子育てをしている人を対象とした資料を福岡市内 14 カ所の子どもプラザに送付

⑩ その他の啓発資料等

ア 市民への主な配布資料

配布資料	内容	対象
成年(オトナ)になったらできること	成年年齢引下げによる主な変更点についてのチラシ	高校生
製品を正しく使って事故を防ごう!	身のまわりで起こる製品事故の事例と対処法を解説したパンフレット	一般
撃退しましょう消費者トラブル	高齢者を狙った詐欺や悪質商法の手口と対処法を解説したパンフレット	高齢者
シニアのためのインターネットトラブル対策ガイド	架空請求やインターネット通販、ネット回線等の契約トラブルについて事例と対処法を解説したパンフレット	高齢者
若者のための消費生活安全安心ガイド	悪質業者の主な手口やインターネットの主なトラブル、クーリング・オフ等について解説したパンフレット	若年者・大学
成年年齢引下げに関するチラシ	成年年齢引下げによる主な変更点と消費者トラブルに遭わないための注意点についてのチラシ	短大・大学
新成人のための人生とお金の知恵	お金に関わる収入・支出・借りる・増やすなどについて解説したパンフレット	若年者
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パンフレット	障がい者
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	高齢者
「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貼付用の啓発ステッカー	高齢者



悪質商法撃退マニュアル



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 13、貸出数 15)

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		消費生活 サポーター	
	回数	貸出数	回数	貸出数	回数	貸出数
DVD	2	2	10	12	-	-
紙芝居	-	-	-	-	1	1

**(5) 消費者教育教材の配布**

消費者教育の授業等で活用する消費者教育教材を小学校・中学校・高校・特別支援学校に配布した。

配布資料	内容	配布先
ぼくもわたしも消費者！	消費生活において身につけておきたい知識について漫画を用いて解説したパンフレット	小学校 特別支援学校
中学生のかしこい消費生活	契約やお金の管理など消費生活において必要な知識について解説したパンフレット	中学校 特別支援学校
社会への扉	消費者契約の基礎知識や製品事故、消費生活センターについてクイズを用いて解説したパンフレット	高等学校
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パンフレット	特別支援学校
1から学ぶ“消費者”のこと	消費者契約の基礎知識や消費者トラブル、悪質商法等について解説したパンフレット	特別支援学校

**(6) 成年年齢引下げに関する啓発物の配布**

令和4年4月の成年年齢引下げに関連して、福岡市内の市立・県立・私立高校の3年生(令和4年度)に対し、クリアファイルと啓発のチラシを配布した。

**(7) 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3年度 712人
- 令和3年度 消費生活サポーターの区毎の登録校(地)区数および登録者数

区	東	博多	中央	南	城南	早良	西	計
登録校(地)区数	22	14	11	24	8	14	16	109
不在校(地)区数	8	8	3	1	3	11	8	42
校(地)区実数	30	22	14	25	11	25	24	151
登録者数	126	101	43	260	38	53	91	712



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

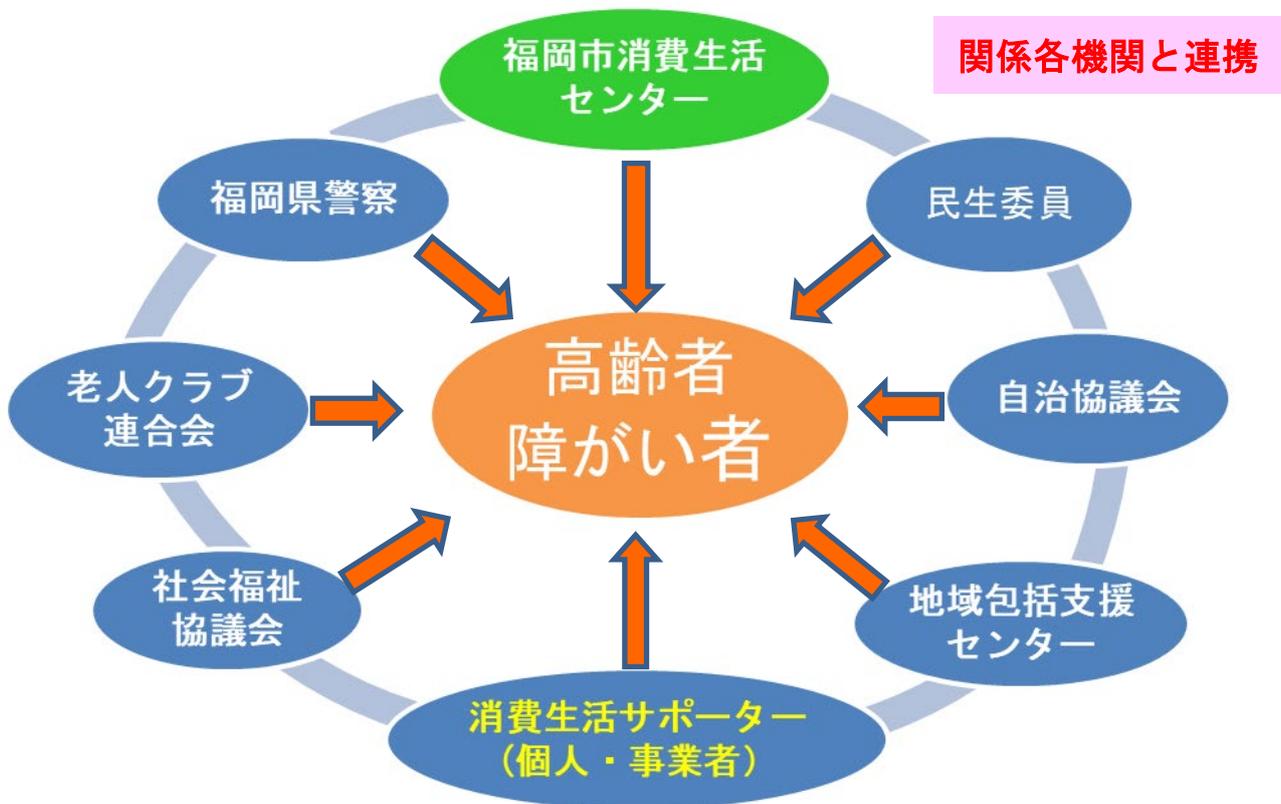
消費者トラブルを未然に防止するための広報啓発活動、事業活動中における声かけ等の消費者被害未然防止活動、消費生活センターによる啓発活動等の支援、消費者教育の推進

### ○ 事業者サポーターとの連携状況

事業者名	協定種類	登録年月日
第一生命保険株式会社	個別	H29.11.1
公益社団法人福岡市シルバー人材センター	個別	H29.11.1
イオン九州株式会社	個別	H29.11.1
エフコープ生活協同組合	個別	H29.12.11
福岡市農業協同組合	個別	H29.12.28
福岡市内郵便局	包括	H29.12.28
明治安田生命保険相互会社福岡支社	個別	H30.1.16
株式会社セブン-イレブン・ジャパン	包括	H30.3.15
株式会社ローソン	包括	H30.3.23
九州電力株式会社福岡支社	個別	H30.11.26
西部ガス株式会社	個別	H30.11.26
グリーンコープ生活協同組合ふくおか	個別	H30.11.26
布亀株式会社	個別	H30.11.26
太陽生命保険株式会社福岡支社	個別	H31.2.20
ココネット株式会社	個別	H31.2.20
医療法人順和	個別	R2.3.16
社会福祉法人順和	個別	R2.3.16
公益社団法人福岡医療団	個別	R2.3.16
社会福祉法人ちどり福祉会	個別	R2.3.16
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
医療法人寺沢病院	個別	R2.3.16
医療法人福岡桜十字	個別	R2.3.16
社会福祉法人ふくおか福祉サービス協会	個別	R2.3.16
一般社団法人福岡市薬剤師会	個別	R2.11.5
社会福祉法人福岡市社会福祉協議会	個別	R3.7.1

## 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4年3月末 25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した。

### 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
R3.11.12	早良	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 よくある相談事例 ニセ電話詐欺の被害状況 センターが実施する啓発活動 関係機関との連携
R3.11.17	南		
R4.3.15	中央		
R4.3.16	東		
R4.3.22	博多		

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10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	令和3年度利用実績
くらしの研修室 貸出	原則 平日 9時～17時	1団体 延べ9回

## 4 商品テスト

### (1) 依頼テスト

消費者から寄せられた商品の品質等に関する相談に対して、問題解決及び原因究明のため商品テストを依頼した。

① 依頼先 独立行政法人 国民生活センター

### ② 実施内容

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	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0

### ③ 依頼テスト概要

相談内容	処理結果
【品名 化粧品】 使用している化粧品にステロイドが含まれていないか調べてほしい。	8種のステロイド（プロピオン酸クロベタゾール、フルオシノニド、アムシノニド、吉草酸ベタメタゾン、フランカルボン酸モメタゾン、ジプロピオン酸デキサメタゾン、プロピオン酸ベクロメタゾン、フルオシノロンアセトニド）について、苦情品に含まれていないかを調べたところ、いずれも検出されなかった。  (定量下限 20 μg/g)

### (2) ホルムアルデヒド簡易測定器の貸出

転居や家具の購入をきっかけとする体調不良等の相談に対して、ホルムアルデヒド簡易測定器の貸出を行った。

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
12	51	1

## 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3年度、違反事例はなかった。

○ 立入施設 1施設

### (1) 家庭用品品質表示法に基づく立入検査（8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
靴下	1	1	0	0
タオル及び手拭い	1	1	0	0
電気ホットプレート	1	1	0	0
電気ポット	1	1	0	0
たらい	1	1	0	0
まな板	1	1	0	0
歯ブラシ	1	1	0	0
接着剤	1	1	0	0
合 計	※1 1	8	0	0

### (2) 消費生活用製品安全法に基づく立入検査（3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	1	1	0	0
携帯用レーザー応用装置	1	1	0	0
ライター	1	1	0	0
合 計	※1 1	3	0	0

### (3) 電気用品安全法に基づく立入検査（6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	1	2	0	0
リチウムイオン蓄電池	1	2	0	0
電気ホットプレート	1	1	0	0
電気天火	1	1	0	0
電気湯沸器	1	2	0	0
超音波加湿器	1	1	0	0
合 計	※1 1	9	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)

液化石油ガス用品名	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	1	1	0	0
カートリッジガスこんろ	1	1	0	0
合 計	※1 1	2	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	29 年度	30 年度	元年度	2年度	3年度
割合	80.6%	80.1%	80.4%	82.0%	85.1%

#### 【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 令和3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。

(あてはまる番号に1つだけ○印)

								(%)
	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)
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 年	N=2,328	36.9	45.1	6.6	2.7	3.8	4.9	82.0
3 年	N=2,138	37.5	47.6	6.2	2.6	2.9	3.3	85.1

## (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。

# 令和3年度 第2回市政アンケート調査

## 【概要】

■調査期間	令和3年7月1日～7月15日
■調査数	654件
■回答数	574件
■有効回答率	87.8%

## 〔テーマ・担当課〕

### ○「消費生活」について

(担当課：市民局 消費生活センター)

### 《「消費生活」についておたずねします》

インターネットの普及や高齢社会の進展に伴い、消費生活<sup>※</sup>に関するトラブルも多様化・複雑化しています。

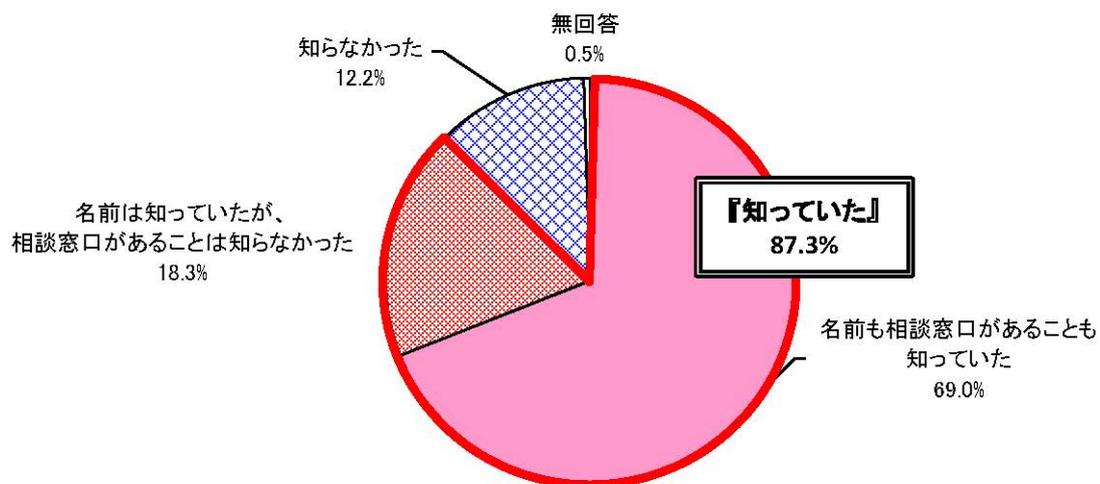
福岡市では、安全で安心できる消費生活の実現を目指し、幼児期から高齢期までのライフステージに応じた消費者教育を受ける機会の充実を図り、消費者の特性に配慮しながら、さまざまな担い手と連携を強化し、消費者教育を推進しています。

そこで、今後の施策に反映させるため、市民の皆さまの消費生活に関する行動や認識についておたずねします。

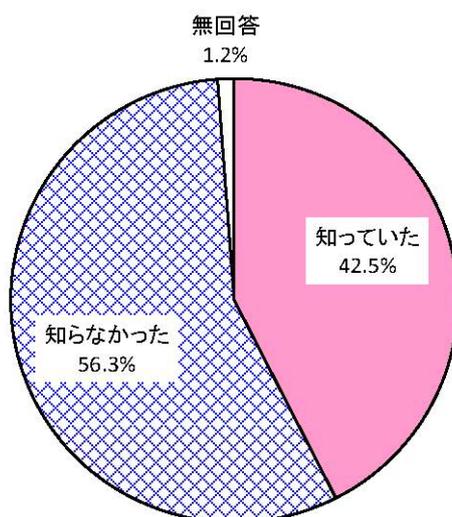
※本アンケートでの「消費生活」とは、生活に必要な商品やサービスを事業者から購入し、それらを利用して生活し、使い終わったものを破棄するまでのことをいいます。

## ②「消費生活」について(N=574)

《消費生活センターや同センターに相談窓口があることを知っていたか》

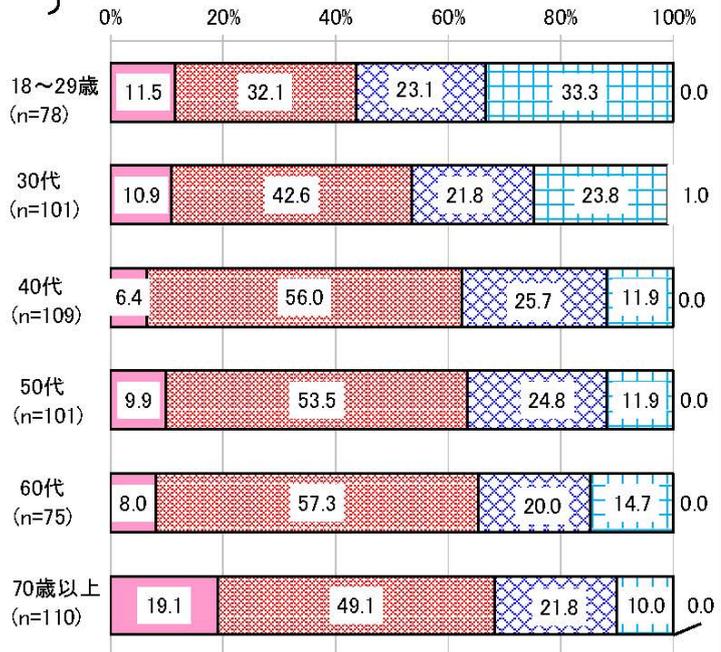
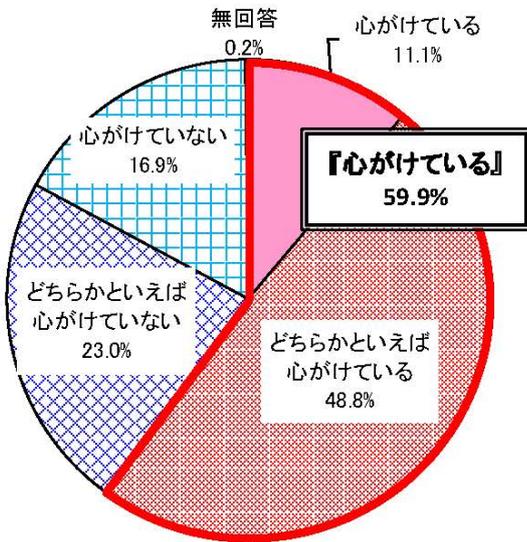
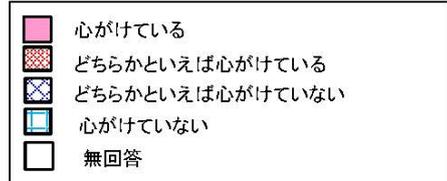


《店舗や通信販売で購入・利用契約をした場合、クーリングオフができないことを知っていたか》

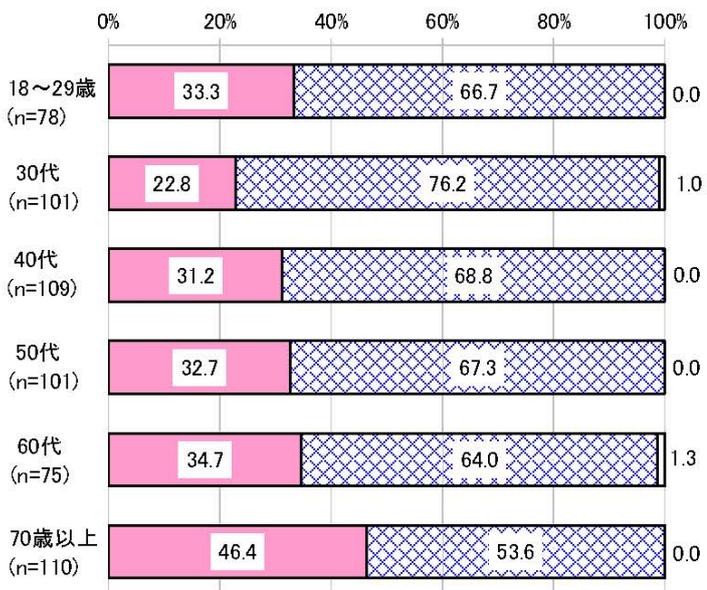
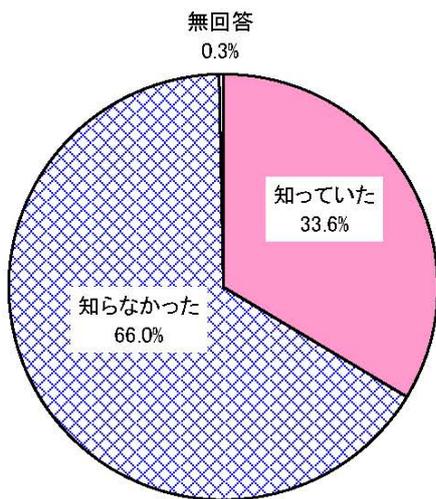
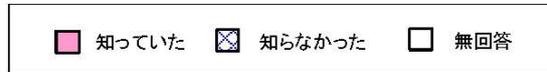


## ◀日頃から「エシカル消費」を心がけているか▶

※エシカル消費とは  
 地産地消、食品ロスの削減、被災地の復興支援の商品、  
 フェアトレード商品の購入など、人や社会、環境に配慮した  
 消費行動のことです。



## ◀令和4年4月から「未成年者取消権」が18歳、19歳に適用されなくなることを知っていたか▶



「知っていた」と回答した方は全体の33.6%となりました。年代別にみると、70歳以上で「知っていた」の割合が最も高く46.4%となりました。

### (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	30 サンプル
調査時期	令和3年10月11日から令和3年12月28日 (55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)	100.0%

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

1 満足の割合(満足+やや満足)	96.7%
2 不満の割合(やや不満+不満)	0.0%
3 不明	3.3%

## 参考資料

1 消費者行政の変遷 .....	39
2 機構の変遷 .....	44
3 福岡市消費生活条例 .....	46
4 福岡市消費生活審議会 .....	50

# 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	<b>消費者保護基本法施行</b>
	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	地方自治法改正:消費者保護を明示
			5月	「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		
	7月	消費者相談コーナー (各支所市民サービスセンター)	12月	「地方公共団体における物価行政の推進について」(経済企画事務次官・自治事務次官通知)
47 (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	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	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
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	<b>福岡市消費生活センター開所</b>		
52 (1977)			3月	訪問販売法施行
			4月	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)			2月	・子供のためのテレビコマーシャル規制要求高まる。
56 (1981)			6月	・IOCU(国際消費者機構)第10回世界大会 ハーグで開催
58 (1983)			1月	海外先物取引法施行
			11月	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	11月	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

年	本市の消費者行政のあゆみ		消費者問題・国の動き等	
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	訪問販売法改正
64 平成元 (1989)			11月	抵当証券業法施行
2 (1990)			4月	消費税導入(3%)
3 (1991)	4月	市民局市民部へ移管	10月	行政機関の保有する電子計算機処理に係る個人情報保護に関する法律施行
	6月	仮庁舎(中央区舞鶴1-8-22)へ移転	2月	(財)消費者教育支援センター設立
4 (1992)			10月	プリペイドカード法施行
5 (1993)			10月	資源の有効な利用の促進に関する法律施行
6 (1994)	12月	新庁舎(あいれふ・複合施設)へ移転	10月	有機農産物表示のガイドライン制定
7 (1995)			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
8 (1996)	5月	市民生活部に組織変更	11月	新計量法施行、環境基本法施行
9 (1997)	10月	第1回「消費者のつどい」開催	7月	製造物責任法(PL法)公布
10 (1998)	4月	生活文化部に組織変更	7月	製造物責任法(PL法)施行、容器包装リサイクル法制定
11 (1999)			3月	特定石油製品輸入暫定措置法(特石法)廃止
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	11月	訪問販売法改正
			4月	・消費税率引き上げ(3%→5%)
13 (2001)			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
			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
			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	<b>消費者契約法成立</b> 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
			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	<b>消費者契約法施行</b> 金融商品販売法施行 家電リサイクル法施行
			5月	食品リサイクル法施行
			6月	<b>特定商取引法(訪問販売法の改正)施行</b>
			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

年	本市の消費者行政のあゆみ		消費者問題・国の動き等	
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 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 4月	・福岡県西方沖地震(震度6弱)発生 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	4月	消費者基本計画を閣議決定 個人情報保護法全面施行 ・アスベスト問題 ・耐震偽装問題
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)	8月 9月	多重債務問題連絡会議設置 多重債務法律相談開始	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)
			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 4月	原油価格高騰に伴う石油関連製品等緊急価 格調査開始 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 3月 9月	「福岡県に適格消費者団体をつくる会」発足 (福岡県弁護士会) 原油価格高騰に伴う石油関連製品等緊急価 格調査終了 消費者支援機構福岡設立 (22年2月 NPO法人格取得)	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	<b>消費者庁発足</b> <b>消費者安全法施行</b>
			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)	10月 12月	インターネット消費生活相談受付開始 不当な取引を行った2事業者を条例に基づき 勧告・公表	3月	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
			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)

年	本市の消費者行政のあゆみ		消費者問題・国の動き等	
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)
	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	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
			12月	<b>消費者教育推進法施行</b>
25 (2013)	4月	相談業務をプロポーザル方式により、㈱ビジネスネットに委託	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)
26 (2014)			4月	・消費税率引き上げ(5%→8%)
	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	6月	「不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律」公布(景品表示法改正部分施行済、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か月以内に施行)
27 (2015)	1月	消費者教育推進計画パブリックコメント実施	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
	3月	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	4月	<b>食品表示法施行</b> ・ニセ電話詐欺の被害拡大
	4月	消費者教育推進計画策定(27年度～31年度)	7月	消費者ホットライン3桁化(188いやや)
	6月	消費者教育推進会議設置 (市民局、子ども未来局、保健福祉局、環境局、教育委員会)		
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	マイナンバー制度開始
			4月	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)

年	本市の消費者行政のあゆみ		消費者問題・国の動き等	
30 (2018)	4月	相談業務をプロポーザル方式により、㈱ビジネスネットに委託	3月	消費者教育推進基本方針変更
	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	6月	改正民法成立(成年年齢引下げ)
			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	福岡県消費者教育推進計画(第2次)策定
			6月	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	来所相談の予約制開始、相談受付対象者の見直し(市内在勤・在学を除外) 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		
	3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	電話通訳サービス開始(18の外国語に対応)	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、1回目の緊急事態宣言の発出(4/7～5/25、このうち福岡県4/7～5/14)
	11月	福岡市消費生活条例の制定や、消費生活審議会会長として、条例の運用・改正、福岡市消費者教育推進計画の策定・改定など、25年にわたり、本市消費者行政に貢献された清水巖氏に市長感謝状を贈呈		
3 (2021)	4月	「福岡市規則で定める申請書等の押印等の特例に関する規則」改正施行に伴い、福岡市消費生活条例施行規則に定める様式第11号(補償請求)、様式第13号(福岡市消費者訴訟資金貸付申込書)、様式第18号(福岡市消費者訴訟資金追加貸付申込書)、様式第20号(福岡市消費者訴訟資金返還期限延長・分割返還申請書)、様式第22号(福岡市消費者訴訟資金返還債務免除申請書)、意見陳述調書への押印等の義務付け廃止	1月	・新型コロナウイルス感染拡大に伴う、2回目の緊急事態宣言の発出(1/8～3/21、このうち福岡県1/14～2/28)
			4月	・新型コロナウイルス感染拡大に伴う、3回目の緊急事態宣言の発出(4/25～9/30、このうち福岡県5/12～6/20、8/20～9/30)  ・1回目のまん延防止等重点措置の発出(4/5～9/30、このうち福岡県6/21～7/11、8/2～8/19)
4 (2022)			1月	・2回目のまん延防止等重点措置の発出(1/9～3/21、このうち福岡県1/27～3/6)
			4月	改正民法施行(成年年齢:20歳→18歳)

## 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「消費生活センター」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 ・消費者相談・消費者教育指導専任主査設置 <H11.4.1>	
H12		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  
福岡市条例第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な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なければならない。

- (1) 商品又はサービスの名称
- (2) 危害又は損害の内容
- (3) 事業者の氏名又は名称
- (4) 事業者の住所又は事務所の所在地
- (5) その他当該危害又は損害に関する事項

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

(危険な商品又はサービスについての緊急の公表)

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

(適正な表示の確保)

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

- (1) 商品又はサービスについて、品質その他の内容
- (2) 商品又はサービスを供給する事業者の氏名又は名称及び住所又は事務所の所在地
- (3) 商品又はサービスについて、販売又は提供の価格及び質量、長さ、面積、容積、時間、回数等の単位当たりの価格

(4) 商品又はサービスについて、消費者に供給した後の保証の期間及び内容

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

(6) 再使用(循環型社会形成推進基本法(平成12年法律第110号)第2条第5項に規定する再使用をいう。以下同じ。)又は再生利用(同条第6項に規定する再生利用をいう。以下同じ。)が可能な商品について、再使用又は再生利用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は、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に、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つ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委託する契約（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、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、当該事業者に対して、当該行為を是正するよう指導し、又は勧告することができる。
- 6 市長は、前項の規定による認定をしようとするときは、あらかじめ福岡市消費生活審議会に諮るものとする。
- 7 第15条第5項の規定は、第5項の規定による勧告について準用する。
- 8 市長は、生活関連商品等の円滑な供給若しくは価格の安定又は消費者の商品若しくはサービスの適切な選択を確保するために必要があると認めるときは、第1項又は第3項の調査により得られた情報を消費者に提供するものとする。

## 第3節 立入調査及び公表

（立入調査等）

- 第26条 市長は、第15条、第17条、第18条、第22条及び前条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対して、報告若しくは資料の提出を求め、又はその職員に事業者の事務所その他事業に関係のある場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係人に質問させることができる。
- 2 市長は、前項の規定による調査を行うため、必要最小限度の数の商品又は事業者がサービスを提供するために使用する物（以下「商品等」という。）の提出を求めることができる。
- 3 第1項の規定により立入調査を行う職員は、当該立入調査に従事する職員であることを証する証明書を携帯し、関係人の請求があったときは、これを提示しなければならない。
- 4 市長は、第2項の規定により事業者から商品等の提出を受けたときは、当該事業者に対して、正当な補償を行うものとする。

（公表）

- 第27条 市長は、事業者が次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、その旨を公表することができる。ただし、当該事業者に正当な理由がある場合は、この限りでない。
  - (1) 第15条第2項に規定する立証のための行為をせず、又は虚偽の資料若しくは方法によりこれをしたとき。
  - (2) 第15条第3項、第17条第5項（第18条第5項において準用する場合を含む。）、第22条第2項又は第25条第5項の規定による勧告に従わないとき。
  - (3) 前条第1項に規定する報告若しくは資料の提出をせず、若しくは虚偽の報告若しくは資料の提出をし、又は同項の規定による立入調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。
  - (4) 前条第2項に規定する商品等の提出を拒んだとき。
- 2 市長は、前項本文の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ福岡市消費生活審議会に諮るものとする。
- 3 市長は、第1項本文の規定による公表をしようとする場合において必要があると認めるときは、当該事業者に対して、あらかじめ、その旨を通知し、意見の聴取を行うものとする。ただし、当該事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じないとき、又は当該事業者の所在が不明で通知することができないときは、この限りでない。

## 第4章 消費者被害の救済

（事業者の苦情処理体制の整備等）

- 第28条 事業者は、消費者との間の取引に関する苦情について必要な処理体制の整備に努めるとともに、当該苦情があったときは、適切かつ速やかに処理しなければならない。

（苦情の処理）

- 第29条 市長は、消費者から事業者との間の取引に関する苦情の申出があったときは、当該苦情が専門的知見に基づいて適切かつ速やかに解決されるよう、必要な助言、あっせんその他の措置を講じるものとする。
- 2 市長は、前項に規定する措置を講じるために必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者その他の関係人に対して、説明、報告又は資料の提出を求めることができる。

- 3 市長は、第1項に規定する措置を講じたにもかかわらず解決することが困難な紛争を福岡市消費生活審議会のあっせん又は調停に付することができる。
- 4 事業者は、第1項のあっせんその他の措置及び前項のあっせん又は調停が行われるときは、これに誠実に協力しなければならない。
- 5 市長は、事業者が正当な理由なく第3項のあっせん又は調停の呼出しに応じないときは、当該事業者の氏名又は名称、苦情の内容その他の必要な事項を公表することができる。

(訴訟の援助)

- 第30条 市長は、事業者の事業活動により被害を受けた消費者(以下「被害者」という。)が事業者に対し訴訟を提起する場合又は事業者から訴訟を提起された場合において、次に掲げる要件を満たしているとき、被害者の申出により、当該被害者に対し、当該訴訟に係る経費(以下「訴訟資金」という。)の貸付けその他訴訟に必要な援助を行うことができる。
- (1) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。
- (2) 当該訴訟資金の額が損害の額を超え、又は超えるおそれがある等当該被害者が援助を受けなければ当該訴訟を提起し、維持し、又は応訴することが困難であること。
- (3) 当該被害に係る紛争が福岡市消費生活審議会のあっせん又は調停に付されていること。
- 2 訴訟資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、速やかにその全額を返還しなければならない。ただし、市長がやむを得ない事情があると認めるときは、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  
(平成28条例10・追加)

(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。

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っせん及び調停を行うこと。
- (3) 消費生活に関し重要と認められる事項について調査審議し、市長に意見を述べること。
- (4) 前3号に掲げるもののほか、この条例の規定によりその権限に属させられた事務

(組織及び委員)

- 第33条 審議会は、委員15人以内をもって組織する。
- 2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が任命する。
- (1) 学識経験のある者
- (2) 消費者
- (3) 事業者
- (4) 行政の職にある者
- 3 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 4 委員は、再任されることができる。
- 5 委員は、職務上知ることができた秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も、また同様とする。

(会長)

- 第34条 審議会に会長を置き、委員の互選によりこれを定める。
- 2 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。
- 3 会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、会長があらかじめ指名する委員が、その職務を代理する。

(会議)

- 第35条 審議会の会議は、会長が招集し、会長がその議長となる。
- 2 審議会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。
- 3 審議会の議事は、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(部会)

- 第36条 審議会は、必要に応じて、部会を置くことができる。
- 2 部会に属する委員は、審議会の委員のうちから会長が指名する。
- 3 部会に部会長を置き、部会に属する委員の互選によりこれを定める。
- 4 部会長は、部会の会務を総理する。
- 5 部会長に事故があるとき、又は部会長が欠けたときは、部会に属する委員のうちから部会長があらかじめ指名する委員が、その職務を代理する。
- 6 審議会は、その定めるところにより、部会の決議をもって審議会の決議とすることができる。
- 7 前条の規定は、部会について準用する。この場合において、同条中「審議会」とあるのは「部会」と、「会長」とあるのは「部会長」と読み替えるものとする。

(専門委員)

- 第37条 部会には、消費生活における重要な事項を調査審議する上で専門的な見地から助言を行うために、必要に応じて、専門委員を置くことができる。
- 2 第33条第5項の規定は、専門委員について準用する。

第6章 雑則

(委任)

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

附 則

この条例は、平成17年4月1日から施行する。

附 則 (平成25年12月26日条例第66号)

この条例は、公布の日から施行する。

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、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3年度)

第9期 令和3年4月1日～令和5年3月31日

区分	回	開催日	議 題 等
消費生活審議会	第 32 回	令和3年 7月 30 日	(報告) ・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務事業について ・消費者被害防止テーマソング・ダンスの作成について

**(3) 審議会委員名簿**

第9期 任期:令和3年4月1日～令和5年3月31日

(敬称略、区分内五十音順)

区 分	氏 名	所 属 団 体 ・ 役 職
学識経験のある者	おくたに 奥谷 めぐみ	福岡教育大学教育学部 准教授
	とくもと みのる 徳本 穰	九州大学大学院法学研究院 教授
	ほしの けい 星野 圭	福岡県弁護士会
消費生活 専門分野	い で りゅうこ 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
	はやし まみ 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 理事・九州支部長
消費者	かたふち てらあき 片渕 輝昭	福岡市自治協議会等7区会長会 代表 早良区自治協議会会長会 会長
	くりた ともこ 栗田 知子	福岡市南第11地域包括支援センター 管理者
	さかもと ゆき 坂本 由紀	福岡市PTA協議会 副会長
	なかしま あきひろ 中島 章博	公募委員
	ふるかわ かずよし 古川 和良	福岡市民生委員児童委員協議会 副会長
	みやもと なおつぐ 宮本 直嗣	特定非営利活動法人ゆめふうせん 理事
事業者	いしばし やすじ 石橋 靖仁	消費者窓口連絡会 会長
	まつふじ やすひろ 松藤 泰大	福岡県生活協同組合連合会 副会長理事
	みずたけ ひろし 水竹 浩	公益社団法人 消費者関連専門家会議 西日本支部九州地区部会 正会員

(令和4年6月末日現在)

---

## 事業概要

(令和4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。