

平成27年度

事業概要

福岡市消費生活センター

目 次

I 消費生活センターの概要

1 設置の目的	1
2 機構・事務分掌及び職員数	1
3 施設の概要	1
4 平成27年度の主な事業内容と予算	2

II 平成26年度事業実績

1 消費者啓発(消費者教育)	3
(1) 講座開催	3
(2) 啓発資料の作成, 情報提供等	5
(3) 消費生活センター広報事業	9
(4) イベント開催	9
(5) 学校における消費者教育の支援	10
(6) 高齢者等の見守り体制の推進	10
(7) 消費者グループ活動支援事業	11
(8) 商品テスト	12
(9) 消費者教育の推進	14
2 消費生活相談	15
(1) 相談業務	15
(2) 相談状況	15
3 事業者指導	25
(1) 事業者面接	25
(2) 事業者指導・勧告	25
4 製品安全4法等の立入検査	27
5 福岡市消費者教育推進計画の策定	28
6 消費生活センターについてのアンケート調査	30

参考資料

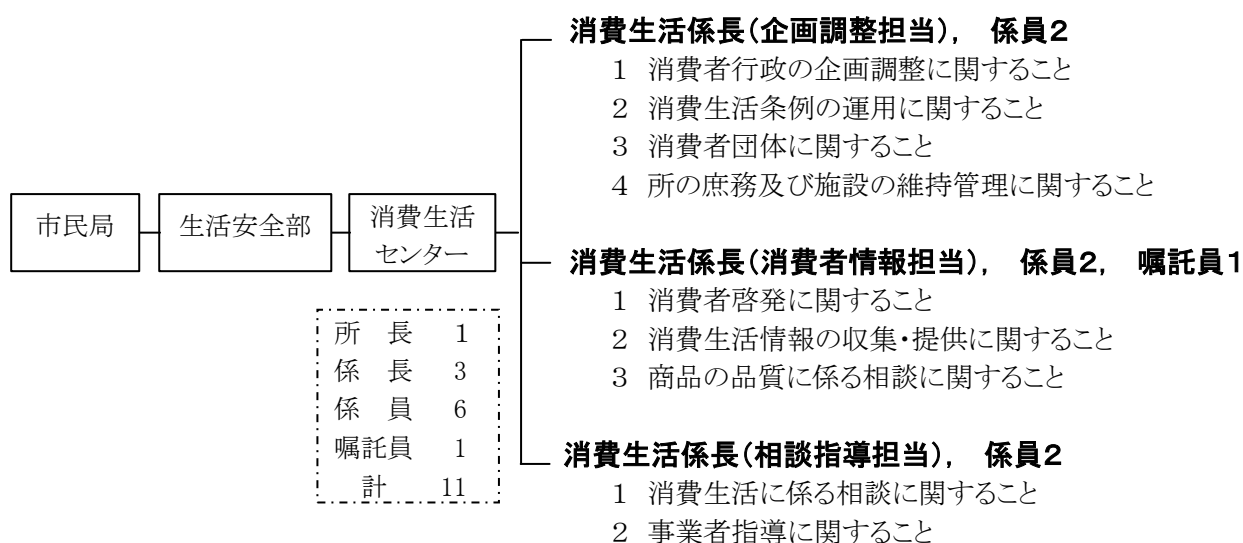
1 消費者行政の変遷	33
2 機構の変遷	37
3 福岡市消費生活条例	39
4 福岡市消費生活審議会	43
5 「推進計画(案)」に対するパブリックコメントの実施結果概要	45
6 消費者団体	49

I 消費生活センターの概要

1 設置の目的

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

2 機構・事務分掌及び職員数



3 施設の概要

(1) 所在地

〒810-0073
福岡市中央区舞鶴2丁目5-1(あいれふ7階)
TEL:092-712-2929 相談コーナー:092-781-0999
FAX:092-712-2765

(2) 開館時間

平日 8時45分～18時
相談受付は 平日9時～17時
第2・4土曜日 10時～16時(電話相談のみ)
※年末年始は閉館

(3) 施設概要

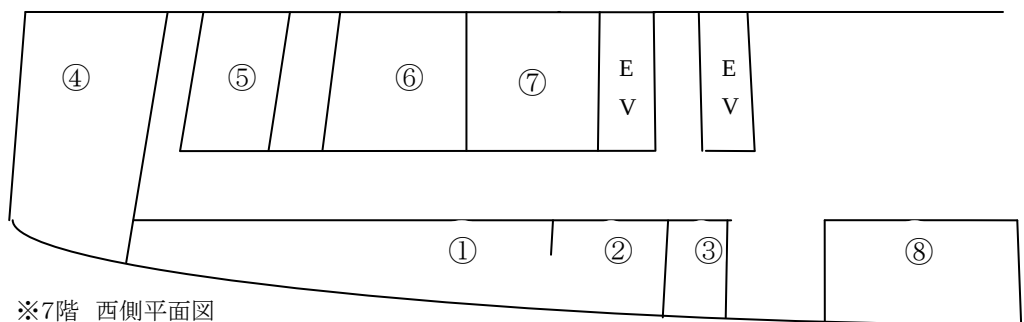
① 複合施設 (あいれふ)

敷地面積	3,455.30 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消費者相談室 | ⑦資料室 |
| ③特別相談室 | ⑧くらしの研修室 |
| ④みんなの商品テスト室 | ⑨ボンベ庫(1階) |
| ⑤更衣室等 | ⑩倉庫(地下1階) |



※7階 西側平面図

4 平成27年度の主な事業内容と予算

(単位:千円)

事業項目	27年度 予算額	26年度 予算額	差 増減額	27年度の主な事業内容
消費者啓発	7,875	8,039	△164	かしこい消費生活講座など 「くらしのインフォメーション」・「消費生活かわら版」の発行 啓発資料の配付 啓発DVD等貸出 グループ活動支援事業 消費者教育出前講座 消費生活サポーター制度 嘱託員に係る経費
消費生活相談・事業者指導	40,624	40,380	244	相談業務委託等
消費生活センターの機能強化	8,579	4,032	4,547	福岡県消費者行政推進事業補助金 ・障がい者支援施設等への啓発講座 ・消費者教育推進計画の周知・広報
センターの管理運営	16,826	16,786	40	センターの管理運営, 消費生活審議会等
合 計	73,904	69,237	4,667	

Ⅱ 平成26年度事業実績

1 消費者啓発（消費者教育）

安全で安心できる消費生活の実現をめざし、消費者の主体的・合理的行動を支援するために、消費者教育、情報提供等を行った。

(1) 講座開催

消費者が主体的・合理的な消費生活を営むために必要な知識の普及を図るとともに、消費者の自発的な活動を担う人材を育成するために、各種消費者講座を開催した。

《講座開催総括表》

(77回 3,339人)

目的	講座名	回数	参加人数
知識普及	① 消費者教育出前講座	54	2,709
	② かしい消費生活講座	4	56
	③ 障がい者支援消費者トラブル防止講座	3	38
	④ 中学校消費者教育支援事業	8	270
人材育成	⑤ 消費生活サポーター育成講座	6	143
団体支援	⑥ 消費者グループ活動支援事業開催講座	2	123

① 消費者教育出前講座

地域からの要望により、消費生活相談員や職員が公民館等へ出向き講座を開催した。(54回 2,709人)

テーマ	対象	回数	参加人数
だまされんばい悪質商法 内容：悪質商法被害の手口や対処法の紹介	高齢者	28	805
	高齢者見守りの関係者	6	202
	児童・生徒・学生	8	1,515
	障がい者及びその関係者	3	26
	その他一般	1	15
くらしの実験講座 内容：ジュースからの糖分摂取 食品のビタミンC測定 家庭で起きる製品事故	高齢者	4	68
	高齢者見守りの関係者	0	0
	児童・生徒・学生	2	56
	障がい者及びその関係者	2	22
	その他一般	0	0

② かしこい消費生活講座

消費者の関心が高い分野をテーマに、専門家による講座を開催した。

(4回 56人)

開催日	テーマ／講師	会場	対象	参加人数
H26. 7.29	「その契約、大丈夫？」 ～知っておきたい契約の基礎知識～ 福岡県弁護士会 瀬戸 伸一（瀬戸法律事務所）	あいれふ 第2研修室	一般	21
H26. 8.19	「親子で学ぼう！電気のはなし」 九州電力株式会社 福岡支社 職員	あいれふ みんなの商品 テスト室	一般	11
H26.11.20	「調査のプロから学ぼう！ 家電による火災や事故を防ぐには」 製品評価技術基盤機構（NITE）九州支所 職員	あいれふ みんなの商品 テスト室	一般	9
H26.12.11	だまされんばい悪質商法 （落語） 雨あがり亭 鯉音 （講義） 消費生活相談員	くらしの研修室	一般	15

③ 障がい者支援消費者トラブル防止講座

障がい者支援者を対象に、障がい者を消費者トラブルから守るための講座を実施した。

(受講者 3回 38人)

開催日	会場	講師	対象	参加人数
H27. 1.29	あいれふ くらしの研修室	消費生活相談員	知的障がい者 施設職員	4
H27. 2.18	あいれふ 10階講堂	消費生活相談員	知的障がい者家族 および施設職員	16
H27. 2.27	ふくふくプラザ 601号室	消費生活相談員	知的障がい者家族 および施設職員	18

④ 中学校消費者教育支援事業

教育委員会と連携し、家庭科教員を対象とした消費者教育支援研修および生徒向けの消費者教育講座を実施した。

(支援研修1回 27人, 教育講座7回 243人)

開催日	内容		対象	実施回数	参加人数
H26. 7.31	支援研修	中学生に多い消費者トラブルの解説とモデル授業を実施	家庭科教員	1	27
H26.10.29 ～H27. 3. 2	教育講座	契約、インターネットトラブルを中心にワークシートを使って学習	生徒	7	243

⑤ 消費生活サポーター育成講座

高齢者を見守る地域力の強化のため、消費生活相談員や職員が講師となり、地域で悪質商法の手口や対処法について伝達できる人材を育成する講座及び情報交換会を開催した。

(育成講座：6回 143人 情報交換会：2回 28人)

開催日	内容		実施回数	参加人数	登録人数
H26. 4.17～ H27. 3. 7	育成講座	高齢者の消費者トラブル被害事例と対処法の説明 消費生活サポーターの目的と役割を紹介	6	143	58
H26.10.28, H27. 2.10	情報交換会	各サポーターの活動内容についての情報交換 現在の被害事例・手口などの紹介	2	28	

⑥ 消費者グループ活動支援事業開催講座

(2回 123人)

開催日	テーマ／講師	会場	実施団体	参加人数
H26.11.29	スッキリ暮らす ―時間も生活も― 福岡友の会会員	あいれふ 第2研修室	福岡友の会	68
H27. 2.21	現在の食生活の営みが、将来のあなたを作り ます～スマートエイジングを目指して～ 中村学園大学短期大学部食物栄養学科 教授・食育館館長 寺澤 洋子	あいれふ 第2研修室	特定非営利活動法人 コンシューマー福岡	55

※消費者グループ活動支援事業については（7）参照。

(2) 啓発資料の作成、情報提供等

消費生活情報紙やチラシ等の啓発資料を作成し、情報提供を行った。

① 消費生活情報紙「くらしのインフォメーション」

消費生活情報紙「くらしのインフォメーション」を隔月発行。区役所等の公共施設、郵便局に配架した。

(発行回数：6回 各回 4,500部)

発行	テーマ 1	テーマ 2
H26 年 5 月号 (No. 7)	リボ払い 気軽に利用したものの	携帯型防犯ブザー、ちゃんと鳴りますか？
H26 年 7 月号 (No. 8)	平成 25 年度福岡市消費生活センターの 相談概要	アウトドアでのカセットコンロの事故に 注意
H26 年 9 月号 (No. 9)	「安くなる」「速くなる」と勧誘されて… ネット接続回線の契約トラブル	カラーコンタクトレンズの危険性
H26 年 11 月号 (No.10)	高齢者を狙う『劇場型』勧誘、その手口	電源コードの事故に注意
H27 年 1 月号 (No.11)	借り主、貸し主どっちが払うの？ 賃貸住宅の退去時トラブル	熱くなくても、やけどをする？ 低温やけどの事故に注意！
H27 年 3 月号 (No.12)	架空請求はとにかく無視！	安全・安心に乗るために ご存知ですか？自転車のマーク

② 消費生活かわら版

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

(発行回数：1回)

発行月	テーマ
H26 年 11 月	公的機関の名をかたる悪質業者にご用心！！

①くらしのインフォメーション

②消費生活かわら版

2014年 7月号 No.8 消費生活情報誌



くらしのインフォメーション

掲載：発行 ● 福岡消費生活センター 〒810-0873 福岡市中央区箱崎2丁目1番1号(1階)
 TEL: 092-712-2122 FAX: 092-712-2185 <http://www.kosei.or.jp> 市庁 消費生活・生活保護課(本庁2階)

表① 品別取扱件数ランキング

順位	品目分類	25年度	24年度
1	デジタルコンテンツ ※1 (デジタル機用サイト) (出会い系サイト)	1,826 (551) (198)	1,996 (570) (248)
2	不動産売買	1,188	1,147
3	商品一級 ※2	533	386
4	フリーローン・貸付金	469	700
5	エステティックサービス	370	337
6	健康食品	366	158
7	工事・修繕	324	329
8	心療・精神科診療科	318	262
9	携帯電話サービス	293	290
10	印刷物郵送	240	225

※1 デジタルコンテンツ
インターネット上で提供されるサービス、出会い系サイト、
デジタル機用サイト、オンラインゲーム、音楽ダウンロードなど

※2 商品一級 商品名を問わずの消費

平成 25年度相談件数

14,822 件

前年度(14,158 件)比
663 件(4.7%)増加

相談件数は、平成25年度はほぼ前年度に推移していましたが、平成25年度は増加となりました。

品別相談件数の第一位はデジタルコンテンツ ※1 に続き、70歳以上で平成25年度に相談した件数を前年度の年代で相談件数第一位となっている。無利子融資、いじめ・虐待による支援、希望職に就くためのスキル・能力の向上を要求される相談が多くなりました。

70歳以上の相談概要

品別相談件数は、70歳以上の相談件数は、前年度に比べて増加しています。



70歳以上の相談件数の推移

年度	相談件数
2012年度	2,014
2013年度	2,426
2014年度	2,981
2015年度	3,056

70歳以上の相談は2989件で、全相談の19.5%を占めました。前年度に比べて547件増(20.4%)となりました。

70歳以上の相談概要

相談件数は、平成25年度はほぼ前年度に推移していましたが、平成25年度は増加となりました。

品別相談件数の第一位はデジタルコンテンツ ※1 に続き、70歳以上で平成25年度に相談した件数を前年度の年代で相談件数第一位となっている。無利子融資、いじめ・虐待による支援、希望職に就くためのスキル・能力の向上を要求される相談が多くなりました。

消費生活から59

平成26年11月作成

要注意 公的機関の名をかたる 悪質業者にご用心!!

消費生活センターの職員という男性から
「個人情報が出ています。勧誘電話が来ない
ように個人情報の登録を削除してあげる」と
電話があったのですが・・・。

この電話、本当に
消費生活センターからのかしら?

消費生活センターの他にも

- ・消費者センター
- ・国民生活センター
- ・生活相談センター
- ・生活保護センター など

を名乗る手口もあります。

☞ 「個人情報が出ていますので削除してあげる。」などと持ちかけ、
最終的にはお金をだまし取るのが悪質業者の狙いです

アドバイス

- ★消費生活センターなどの公的機関が「個人情報」を削除してあげる」と電話をすることは絶対にありません。
- ★個人情報の削除を持ちかける電話がかかってきたら、相手にせず、すぐに電話を切ってください。

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「福岡市消費生活から59」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・配布などにお使いください。

③ 障がい者向け消費者啓発パンフレットの作成

障がい者を対象とした啓発パンフレット「お金のトラブルにご用心！」を作成し、障がい者支援施設へ提供した。

④ 若者向け消費者啓発リーフレットの作成

若者を対象とした啓発リーフレット「こんなはずでは… ～学生を狙う悪質商法～」を作成した。

⑤ 情報媒体の活用による広報

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

ア 市政だよりへの掲載

(情報提供回数：1回)

掲載号	掲載内容
H26.12.15	「消費者トラブルを防ごう」 消費生活センターの紹介, ニセ電話詐欺・架空請求の注意喚起, ネットトラブルの注意喚起 など

イ プレスリリース

(情報提供回数：3回)

情報提供日	配付資料タイトル
H26. 5.12	悪質キャッチセールス防止キャンペーンのお知らせ
H26. 7.15	平成 25 年度 福岡市消費生活相談・指導の概要をお知らせします ～70 歳以上の相談が増加（前年度比 23.4%増）！～
H26.11.26	悪質商法撲滅キャンペーンのお知らせ

ウ 消費生活情報「暮らしのヒント」の新聞掲載(西日本新聞月曜日朝刊)

(掲載回数：40 回)

掲載日	テーマ	掲載日	テーマ
H26. 4. 7	電気通信サービスの勧誘	H26.10.27	クーリングオフの考え方
H26. 4.28	ワンクリック請求に注意	H26.11. 4	ペット購入トラブル
H26. 5.12	代金前払いネット通販に注意	H26.11.17	携帯電話の名義貸しは法律違反
H26. 5.19	「契約」の基本を理解しよう	H26.11.24	生命保険契約の告知は慎重に
H26. 6. 2	「床下換気扇の点検」訪問に注意	H26.12. 1	住宅リフォームのトラブル防止
H26. 6.16	古い扇風機に注意しましょう	H26.12. 8	貸衣装の予約は慎重に
H26. 6.23	車の燃費表示は目安程度に	H26.12.22	インターネット有料会員の解約
H26. 6.30	プロバイダー契約時の遠隔操作	H26.12.29	高齢者と消費者トラブル
H26. 7.14	コインパーキングのトラブル	H27. 1. 5	通信販売の定期購入契約
H26. 7.22	メルマガ作成の内職募集に注意	H27. 1.12	新成人を狙うマルチ商法
H26. 7.28	探偵社などとの契約トラブル	H27. 1.19	健康食品の事前支払いに注意
H26. 8. 4	小型家電もリサイクル	H27. 1.26	リコール対象製品と製品事故
H26. 8.18	美容医療トラブルに注意	H27. 2. 2	電子マネーで払わせる架空請求
H26. 8.25	海外医薬品など個人輸入に注意	H27. 2.16	不用品回収のチラシに注意
H26. 9. 1	「個人情報削除する」との電話	H27. 2.23	引っ越しサービスのトラブル
H26. 9. 8	架空請求メールに注意	H27. 3. 2	中古マンション契約の解除
H26. 9.22	公的機関と誤解させる事業者	H27. 3. 9	振り込ませない「振り込め詐欺」
H26. 9.29	エアコンのクリーニング	H27. 3.16	コインパーキング利用上の注意
H26.10. 6	ネットショッピングのポイント	H27. 3.23	「海外宝くじに当選」というDM
H26.10.20	携帯電話端末代金の滞納	H27. 3.30	お墓のトラブル

エ ホットな消費者ニュース

福岡県の広報紙「ホットな消費者ニュース」に記事を掲載した。

(掲載回数：4回)

掲載月	テーマ
H26. 6 月号	床下換気扇の不審な訪問に注意
H26. 9 月号	無料通話アプリを通じて電子マネーの購入を頼まれた
H26.12 月号	安い価格で清掃だけを頼んだはずが、高額なりフォーム契約に
H27. 3 月号	安価なミシンをかうつもりが、高額なミシンを売りつけられてしまった

オ 消費生活トラブル注意報

福岡県、北九州市との合同注意喚起情報「消費生活トラブル注意報」を作成し市内高校へ情報提供した。

(送付回数：4回)

(福岡市担当記事：2回)

掲載月	テーマ
H26. 6 月号	絶対やめよう！スマホ・携帯電話の名義貸し
H26.12 月号	「無料」のサイトとっていたら、利用料金を請求された

カ 福岡市老人クラブ連合会広報紙「ふくふくクラブ福岡」への掲載

(掲載回数：2回)

掲載月	テーマ
H26. 7 月	「床下換気扇を点検する」という勧誘に注意！
H27. 1 月	本当の狙いは貴金属！？「不用品買い取り」の電話に注意！

⑥ ホームページ

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

⑦ 地域への定期的情報発信

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

⑧ DVD、ビデオの貸出

消費生活に関するDVD、ビデオを消費者の要望に応じて貸し出した。(貸出回数：22回、29本)

※貸出先：学校2回、企業13回、地域・福祉団体7回

⑨ 屋外看板継続設置

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

(設置箇所 2カ所)

⑩ 啓発資材の作成

啓発講座などで利用できる各種消費者啓発資材を作成した。

ア 寸劇シナリオの作成

点検商法編を題材とした寸劇シナリオを作成した。

イ 紙芝居の作成

紙芝居 2 編（架空請求編および廃品回収トラブル編）を作成した。

(3) 消費生活センター広報事業

① 消費生活センター広報動画の作成および放映

消費者トラブルの注意喚起および消費生活センター相談窓口の周知を目的としたアニメーション動画を 2 編（利殖商法編および点検商法編）を市役所 1 F ロビーおよびソラリアビジョンで放映した。また新たに架空請求編，エステの無料体験編の 2 編の広報動画を制作した。

架空請求編



無料体験編



② 庁用車への消費生活相談案内マグネットシートの貼付

相談窓口を広報するため，A 3 サイズのマグネットシートを 5 月の消費者月間に庁用車へ貼付。
(対象車両数 182 台)

(4) イベント開催

消費者月間（5 月）および悪質商法撲滅月間（福岡県において 12 月に位置づけ）においてキャンペーン等を実施し，市民に対して注意喚起を実施した。

実施日	事業内容		場所
H26. 5.16 H26. 5.23	悪質キャッチセールス防止キャンペーン	5/16 福岡県中央警察署，交通局と共催 天神地区の巡回， 啓発チラシ，啓発用品の配布(600部) 5/23 消費生活センター単独実施 天神地区の巡回	天神地区
H26.12. 6	悪質商法撲滅キャンペーン	福岡県，福岡県警と共催 天神地区で啓発チラシ，啓発用品の配布(1,000部)	天神地区
H26.11.26 ～12.17	消費者トラブル防止パネル展示	悪質商法手口・対処法紹介，製品事故の注意喚起など	天神地下通路 星の広場

(5) 学校における消費者教育の支援

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

① 消費者教育出前講座((1)①再掲)

出前講座を開催した。

(総計：10回 1,571人)

テーマ・内容	対象者	回数	参加人数
○だまされんばい悪質商法 ・インターネットや携帯電話のトラブル ・エステやマルチ商法のトラブル など ○くらしの実験講座 内容：ジュースからの糖分摂取 食品のビタミンC測定	高校生	4	1,099
	専門学校生	5	162
	大学生	1	310

② 中学校消費者教育支援事業((1)④再掲)

教育委員会と連携し、家庭科教員を対象とした消費者教育研修を実施するとともに、生徒向けの消費者教育講座を実施した。

(教育支援研修1回 27人、モデル授業7回 243人)

開催日	内容		対象	実施回数	参加人数
H26. 7.31	支援研修	中学生に多い消費者トラブルの解説とモデル授業を実施	家庭科教員	1	27
H26.10.29～ H27. 3. 2	教育講座	契約、インターネットトラブルを中心にワークシートを使って学習	生徒	7	243

③ 情報提供((2)⑤オ再掲)

福岡県、北九州市との合同注意喚起情報「消費生活トラブル注意報」を作成し、市内高校へ情報提供した。

(送付回数：6回)

(6) 高齢者等の見守り体制の推進

① 消費生活サポーターによる高齢者等の見守り((1)⑤再掲)

地域において悪質商法の手口や対処法を伝達し、消費者被害の未然防止を図る「消費生活サポーター」の育成講座を実施するとともに、サポーターの活動支援のための情報交換会を行った。

(平成26年度末現在登録者数 266名)

開催日	内容		実施回数	参加人数	登録人数
H26.4.17～ H27. 3. 7	育成講座	高齢者の消費者トラブル被害事例と対処法の説明と、消費生活サポーターの目的と役割を紹介。	6	143	58
H26.10.28 H27. 2.10	情報交換会	各サポーターの活動内容についての情報交換 現在の被害事例・手口などの紹介	2	28	

② いきいきセンターふくおか(地域包括支援センター)との連携

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

- 意見交換会 1回(早良区)
- 注意喚起メール 3回

③ 高齢者を対象としたいきいきセンターへの出張相談

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

(回数)

	26 年度	25 年度	24 年度	23 年度	22 年度
高齢者出張相談	0	1	1	8	

(7) 消費者グループ活動支援事業

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

① 暮らしの研修室の貸出

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

○利用時間 原則、平日 9 時から 17 時

○利用人数 5 人以上 25 人以内

○利用実績

年度	26 年度	25 年度	24 年度	23 年度	22 年度
利用実績	35 回	44 回	53 回	70 回	12 回

※22 年度は、23 年 1 月から

② 講演会や講座などの開催支援(市と共催)

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

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

○開催講座((1)⑥再掲)

(2 回 123 人)

開催日	テーマ／講師	会場	実施団体	参加人数
H26.11.29	スッキリ暮らす 一時間も生活もー 福岡友の会会員	あいれふ 第 2 研修室	福岡友の会	68
H27. 2.21	現在の食生活の営みが、将来のあなたを 作ります～スマートエイジングを目指して～ 中村学園大学短期大学部食物栄養学科 教授・食育館館長 寺澤 洋子	あいれふ 第 2 研修室	特定非営利活動法人 コンシューマー福岡	55

(8) 商品テスト

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

《商品テスト実施総括表》

		テスト 件数	テスト検体数					テスト延項目数				
			総数	食料品	住居品	被服品	その他	総数	食料品	住居品	被服品	その他
総数		32	64	35	28	0	1	196	115	80	0	1
依頼テスト		22	22	0	21	0	1	72	0	71	0	1
啓 発 テ ス ト	消費者教育 出前講座	9	37	35	2	0	0	119	115	4	0	0
	かしこい消 費生活講座	1	5	0	5	0	0	5	0	5	0	0

① 依頼テスト

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

ア 依頼テスト実施状況

	商品 一般	食料 品	住居 品	光熱 水品	被服 品	保健 衛生品	教養 娯楽品	車両・ 乗り物	土地・ 建物・ 設備	他の 商品	教養・ 娯楽サ ービス	保健・ 福祉サ ービス	他の 役務	他の 相談	総計
口頭回答件数	2	16	35	2	4	3	2	4	3	1	0	2	1	6	81
依頼テスト件数(内数)	0	0	21	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	22

イ ホルムアルデヒド簡易測定器の貸出

転居や家具の購入をきっかけとする体調不良等の相談に対し、ホルムアルデヒド簡易測定器の貸出を行った。15件の貸出のうち7件で厚生労働省が示す室内空気濃度の指針値（0.08 ppm）を上回るホルムアルデヒドが検出された。

ウ 相談に伴うテスト事例

相 談 内 容	処 理 結 果
品名:電気オーブンレンジ 電気オーブンレンジで調理物を加熱後,取り出して扉を閉めたら勝手に作動し,庫内で火花が飛んだ。危険なので,原因調査を希望する。	1) 発生状況 電気オーブンレンジで食品を加熱後,取り出して扉を閉めると,勝手に加熱動作を開始した。動作ランプや庫内灯も点灯しないので,放置していたら火花が出たのでコンセントを抜いた。 2) 調査結果 (外部調査機関 1 ※) マグネトロン (加熱装置) 用リレーに不具合品が混入したため,リレー接点が溶着したことから,扉のラッチスイッチで一旦停止したが,扉を閉めた際,空焚き運転となり,庫内の食品カスに電波が集中して火花が発生したものと推定された。
品名:革製カウチソファ 本革製と言われて購入したカウチソファのボロボロになった部分が,本革ではないように見える。本革か合成皮革か判別を希望する。	1) 発生状況 2年半前に購入した革製カウチソファの表面がボロボロになった。その部分は,繊維状のものが見えて,本革ではないように見える。 2) 調査結果 (外部調査機関 2 ※) 3 カ所の生地を採取し,断面を電子顕微鏡で観察したところ,表面に樹脂製の塗膜があり,その下に革由来の繊維組織が見られた。繊維が太く,比較的均一で,充実した構造をなしていたことから,牛床革であると判定された。
品名:洗面化粧台 壁掛け式の洗面化粧台の鏡が付いた扉が落下し,鏡が破損した。原因調査を希望する。	1) 発生状況 帰宅したときに壁掛け式の洗面化粧台の扉が落下し,鏡が破損しているのを見つけた。製品事故と思うので原因を調べてほしい。 2) 調査結果 (外部調査機関 1 ※) 当該製品の強度に問題はみられず,扉の落下以前に本体及び扉を破損させた箇所に接着剤で補修した痕跡が認められたが,補修された経緯が不明であり,破損した原因の特定はできなかった。 なお,扉の下ヒンジピン部が,扉を閉じた位置で本体に接着していたことから,扉の下ヒンジピン部周辺の破損は,接着させて開かなくなった扉を無理に開けようとした際に生じたものと推定された。

※外部調査機関 1 : 独立行政法人製品評価技術基盤機構九州支所 (通称N I T E九州)

※外部調査機関 2 : 独立行政法人国民生活センター商品テスト部

② 啓発テスト

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

(テスト実施回数 9 回)

	糖度の測定	製品事故の再現テスト	ビタミンCの測定	計
消費者教育出前講座	5	2	2	9

(9) 消費者教育の推進

① 福岡市消費者教育推進計画の策定

「安全で安心できる消費生活の実現」を目標に，市民（消費者），消費者団体，地域の団体，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策定。

推進計画の概要については，P 28「**5 福岡市消費者教育推進計画の策定**」に掲載。

② 福岡市消費者教育推進連絡会議

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

○設置 平成 18 年 1 月 27 日

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

（※組織名称は平成 26 年度開催時）

○26 年度開催状況

開催日	協議事項
H26. 4.16	○本市における消費者教育の効果的な推進と連携について ○消費者教育推進法に基づく本市の方針案策定について
H26. 9.25	○福岡市消費者教育推進計画の策定について

2 消費生活相談

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

(1) 相談業務

(平成27年4月現在)

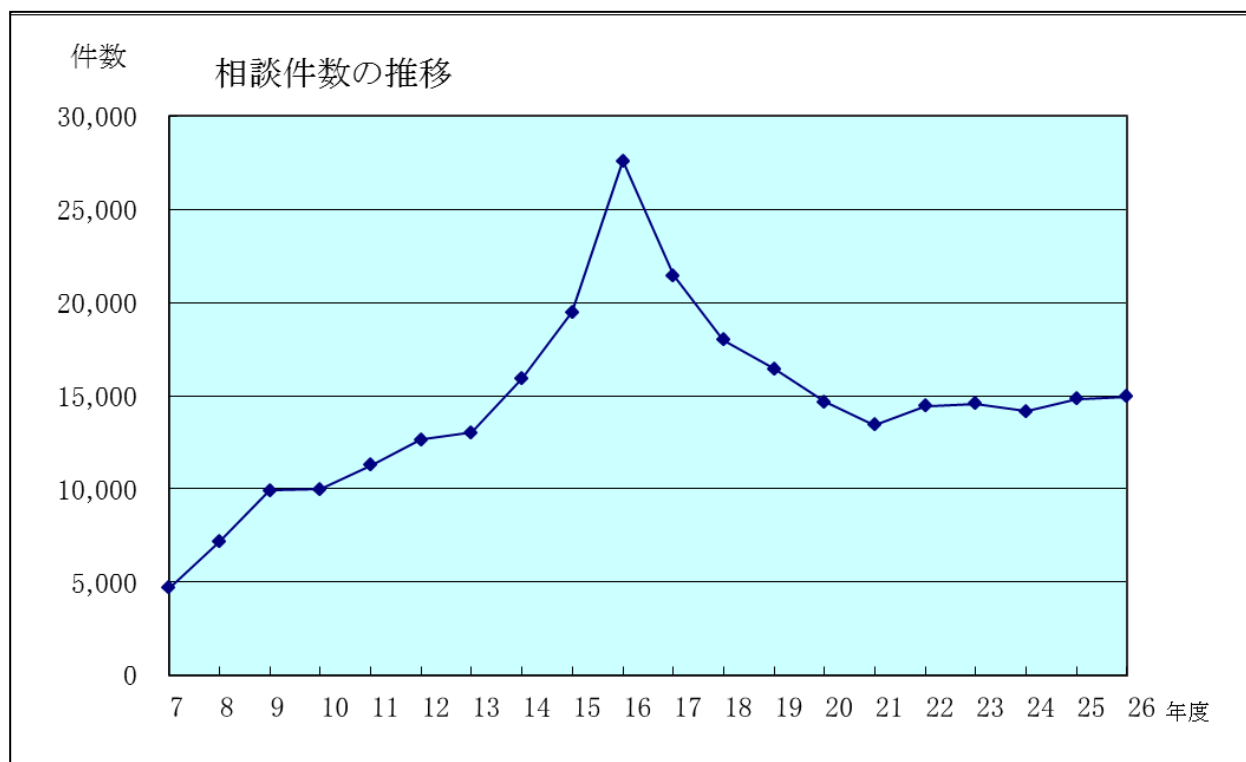
一般相談	商品やサービスの契約、販売方法、品質などに関する相談 ・日 時: 平日 9時～17時, 第2・4土曜日 10時～16時 ・方 法: 来所面接相談, 電話相談(第2・4土曜日は電話相談のみ), インターネット相談 ・相談体制: 平日8～9名, 第2・4土曜日4名
特別相談	一般相談の中で、専門知識が必要な相談に対応 ・法 律 相 談: 月2回(第2・4火曜日) 14時～16時 ・多重債務法律相談: 月2回(第1・3火曜日) 14時～16時 ・クリーニング相談: 月1回(第1木曜日) 14時～16時

(2) 相談状況

① 相談件数

相談件数は平成16年度以降減少し、平成22年度からはほぼ横ばいで推移している。平成26年度は14,951件で、前年度に比べると129件(0.9%)増加した。

年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
件数	14,444	14,573	14,159	14,822	14,951
(うち土曜件数)	(613)	(576)	(578)	(554)	(609)



② 相談方法別件数

約9割が電話による相談である。インターネット相談(平成22年10月開始)は前年度に比べると29件(8.4%)減少した。

相談方法	電話	来訪	文書	インターネット相談	合計
相談件数 (%)	13,432 (89.9)	1,155 (7.7)	49 (0.3)	315 (2.1)	14,951 (100.0)

③ 契約当事者の男女別件数

性 別	女	男	団体	不明	合計
相談件数 (%)	8,072 (54.0)	6,103 (40.8)	494 (3.3)	282 (1.9)	14,951 (100.0)

④ 契約当事者の年代別相談件数

件数、割合ともに70歳以上の相談が多い。

	26年度		25年度		24年度		23年度		22年度		(参考) 26年度	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	人口※ (万人)	件数/人口 (%)
20歳未満	412	2.8	414	2.8	425	3.0	413	2.9	420	2.9	27.3	0.15
20歳代	1,891	12.6	1,602	10.8	1,588	11.2	1,679	11.5	1,736	12.0	19.3	0.98
30歳代	2,362	15.8	2,445	16.5	2,555	18.0	2,585	17.7	2,528	17.5	23.3	1.01
40歳代	2,383	15.9	2,286	15.4	2,389	16.9	2,469	16.9	2,420	16.8	22.6	1.05
50歳代	2,116	14.2	2,064	13.9	1,965	13.9	2,150	14.8	2,301	15.9	17.2	1.22
60歳代	2,140	14.3	2,178	14.7	2,065	14.6	2,166	14.9	2,177	15.1	18.1	1.18
70歳以上	2,632	17.6	2,888	19.5	2,341	16.5	2,468	16.9	2,425	16.8	20.2	1.30
不 明	1,015	6.8	945	6.4	831	5.9	643	4.4	437	3.0	—	—
合 計	14,951	100	14,822	100	14,159	100	14,573	100	14,444	100	148	1.01

※人口は福岡市の平成26年9月末登録人口(住民基本台帳, 外国人登録)による。

⑤ 相談処理状況

		26 年度	25 年度	24 年度	23 年度	22 年度
		件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)
処 理 結 果	他 機 関 紹 介	349 (2.3)	703 (4.7)	645 (4.6)	640 (4.4)	521 (3.6)
	助言(自主交渉)	11,113 (74.3)	11,001 (74.2)	10,997 (77.7)	11,466 (78.7)	11,720 (81.1)
	その他の情報提供	1,713 (11.5)	1,248 (8.4)	740 (5.2)	694 (4.7)	533 (3.7)
	幹 旋 解 決	1,019 (6.8)	1,065 (7.3)	1,106 (7.8)	1,170 (8.0)	1,128 (7.8)
	幹 旋 不 調	169 (1.1)	145 (0.9)	135 (0.9)	130 (0.9)	153 (1.1)
	処 理 不 能 ※ 1	28 (0.2)	73 (0.5)	155 (1.1)	187 (1.3)	143 (1.0)
	処 理 不 要 ※ 2	523 (3.5)	587 (4.0)	381 (2.7)	286 (2.0)	246 (1.7)
	相談継続中 ※ 3	37 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	合 計	14,951 (100)	14,822 (100)	14,159 (100)	14,573 (100)	14,444 (100)

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

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

※3 相談が継続中で処理が終了していないもの。

⑥ 特別相談件数

区 分		26 年度	25 年度	24 年度	23 年度	22 年度
法律相談	回 数	24	24	24	24	24
	件 数	86	91	66	116	121
多重債務法律相談	回 数	24	24	24	24	24
	件 数	39	37	41	61	88
クリーニング	回 数	12	12	12	12	12
	件 数	9	15	23	11	21

⑦ 不当請求の状況

インターネットや葉書などによる不当請求の件数は、平成 16 年度をピークに減少していたが、平成 22 年度から件数割合ともに増加に転じ、平成 26 年度は前年度比で 501 件(22.5%)増加した。

(ピーク時)

	26 年度	25 年度	24 年度	23 年度	22 年度	16 年度
相談件数	2,724	2,223	1,972	1,965	1,938	14,332
割合(%) ※1	18.2	15.0	13.9	13.5	13.4	51.9
うちデジタル コンテンツ※2	2,084	1,458	1,537	1,655	1,455	

※1 各年度の全相談件数に占める不当請求の割合。

※2 P18 の※1「デジタルコンテンツ」参照

⑧ 商品分類別相談件数ランキング

上位ランキングは前年度と比べ大きな変化はないが、デジタルコンテンツが前年度比 596 件 (32.6%) 増加となり、なかでも、アダルト情報サイトに関する相談が前年度比 491 件 (51.6%) 増加と急増した。また、平成 25 年度 6 位だった健康食品は、送りつけトラブルの減少により前年度比 53.6% 減となり、12 位になった。

順位	商品分類	26 年度	25 年度	24 年度	23 年度	22 年度
1 (主な 内訳)	デジタルコンテンツ ※1 (アダルト情報サイト) (出会い系サイト)	2,422 (1,442) (179)	① 1,826 (951) (186)	① 1,996 (870) (246)	① 2,015 (1,176) (315)	① 1,792 (1,058) (320)
2	不動産貸借	1,063	② 1,189	② 1,147	② 1,271	② 1,344
3	商品一般 ※2	568	③ 553	④ 388	④ 400	④ 572
4	フリーローン・サラ金	448	④ 469	③ 700	③ 911	③ 1,333
5	エステティックサービス	402	⑤ 370	⑤ 337	⑥ 269	⑦ 247
6	インターネット接続回線 ※3	386	⑧ 318	⑦ 262	⑥ 269	⑩ 200
7	携帯電話サービス	360	⑨ 260	⑧ 260	⑩ 207	⑪ 179
8	工事・建築	346	⑦ 324	⑥ 329	⑤ 320	⑤ 270
9	医療サービス	288	⑭ 181	⑯ 150	⑰ 131	⑱ 113
10	四輪自動車	231	⑩ 240	⑩ 225	⑨ 224	⑧ 225

○の数字は各年度における順位(「-」は 20 位以下)

※1 「デジタルコンテンツ」…アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、音楽情報サイト、投資情報サイト等に関する相談。

※2 「商品一般」…商品に関する相談のうち、商品の特定ができないまたは商品を特定する必要のない相談。

※3 「インターネット接続回線」…プロバイダやインターネット回線の料金やサービスの内容に関する相談。

【商品分類別の相談の概要】

1位 デジタルコンテンツ

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

2位 不動産貸借

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

3位 商品一般

商品が特定できない相談。心あたりのない未払代金について債務不履行で提訴されるとして連絡を迫る等の不当請求への対応を尋ねる相談が相変わらず多い。また、公的機関や大手企業名を騙るなど、複数の者が役割を分担し、投資や出資を勧め、契約をあおる「劇場型勧誘」に関する相談も多数寄せられた。

4位 フリーローン・サラ金

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

5位 エステティックサービス

街頭で声をかけられ、無料お試しエステの後、長時間勧誘により契約した高額なコースや関連商品のクーリング・オフ、中途解約を希望する相談や、連絡が取れなくなった事業者について役務の継続や料金の支払いについての相談が多く寄せられた。

6位 インターネット接続回線

光通信プロバイダなど、大手通信業者を騙る代理店の強引な電話勧誘や訪問販売、複雑な料金プラン等の説明不足や虚偽説明によるトラブルが多数見られた。また、遠隔操作でプロバイダの変更をされたという相談も多かった。

7位 携帯電話サービス

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

8位 工事・建築

新築やリフォーム工事契約後、工事内容（施工不良など）、価格、事業者の説明に納得がいかないとの相談が寄せられている。また、お試し価格の換気扇掃除や浄水器の点検などと言って訪問し、必要のない工事を強引に勧められたという相談も多数寄せられた。

9位 医療サービス

施術内容、契約金額や解約に関する相談が多かった。また、エステサロンから紹介されて美容クリニックと契約したという相談や、閉鎖したクリニックに関する相談が多数寄せられた。

10位 四輪自動車

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

【参考】平成26年度に増加件数・減少件数が多かった商品・役務

増加件数の多い商品・役務						減少件数の多い商品・役務					
順位	商品・役務名	26年度	25年度	増減	対前年度比	順位	商品・役務名	26年度	25年度	増減	対前年度比
1	デジタルコンテンツ	2,422	1,826	596	132.6%	1	健康食品	170	366	△196	46.4%
2	医療サービス	288	181	107	159.1%	2	不動産貸借	1,063	1,189	△126	89.4%
3	携帯電話サービス	360	260	100	138.5%	3	他の健康食品	67	157	△90	42.7%
4	インターネット接続回線	386	318	68	121.4%	4	ファンド型投資商品	133	199	△66	66.8%
4	固定電話サービス	91	51	40	178.4%	5	修理サービス	152	211	△59	72.0%

⑨ 契約当事者の年代別・商品分類別相談件数ランキング

70歳以上のデジタルコンテンツに関する相談が前年度比約2倍と急増し、一方で健康食品に関する相談が3分の1以下に減少した。

年齢	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
順位	商品分類		商品分類		商品分類		商品分類		商品分類		商品分類		商品分類	
	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度	26年度	25年度
1	デジタルコンテンツ		エステティックサービス		デジタルコンテンツ		デジタルコンテンツ		デジタルコンテンツ		デジタルコンテンツ		商品一般	
	233	227 ①	287	204 ②	448	359 ①	515	383 ①	417	264 ①	334	233 ①	173	191 ②
2	テレビ放送サービス		デジタルコンテンツ		不動産貸借		不動産貸借		不動産貸借		不動産貸借		デジタルコンテンツ	
	19	12 ③	277	253 ①	296	342 ②	176	203 ②	148	160 ②	93	108 ②	167	77 ⑦
3	運動ぐつ		不動産貸借		フリーローン・サラ金		フリーローン・サラ金		フリーローン・サラ金		商品一般		工事・建築	
	10	2 ⑩	194	181 ③	91	88 ④	78	92 ③	74	87 ③	92	101 ③	107	100 ④
4	不動産貸借		医療サービス		携帯電話サービス		携帯電話サービス		商品一般		工事・建築		ファンド型投資商品	
	10	9 ⑥	165	64 ④	69	59 ⑤	72	53 ⑥	68	68 ④	73	69 ⑤	75	93 ⑤
5	音響・映像機器		インターネット接続回線		インターネット接続回線		インターネット接続回線		インターネット接続回線		インターネット接続回線		健康食品※1	
	6	0 -	60	48 ⑥	67	52 ⑥	55	53 ⑥	59	49 ⑥	72	53 ⑥	74	253 ①
6	他の健康食品※2		携帯電話サービス		商品一般		商品一般		携帯電話サービス		フリーローン・サラ金		新聞	
	6	2 ⑩	49	33 ⑧	60	49 ⑦	55	56 ⑤	59	44 ⑦	69	74 ④	73	83 ⑥
7	インターネット接続回線		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		工事・建築		携帯電話サービス		不動産貸借	
	5	9 ⑤	48	50 ⑤	52	93 ③	50	58 ④	51	52 ⑤	41	30 ⑪	59	75 ⑧
8	新聞		商品一般		四輪自動車		工事・建築		四輪自動車		四輪自動車		インターネット接続回線	
	5	13 ②	37	31 ⑨	48	49 ⑦	38	41 ⑧	39	44 ⑦	32	27 ⑫	54	44 ⑪
9	医療サービス, 財布類, 自動二輪車		四輪自動車		クリーニング		エステティックサービス		修理サービス		新聞		フリーローン・サラ金	
	各4	-	30	34 ⑦	34	24 ⑮	28	34 ⑨	38	26 ⑩	31	31 ⑩	50	54 ⑩
10			健康食品※1		医療サービス		クリーニング		クリーニング		クリーニング		固定電話サービス	
			25	17 ⑮	26	20 ⑫	26	28 ⑩	26	26 ⑩	24	22 ⑮	47	22 -

○の数字は前年度の順位（「-」は20位以下）

※1「健康食品」: 商品を特定できない, または特定できるが複数の区分にまたがる健康食品。

※2「他の健康食品」: 商品が特定できるが, どの区分にも該当しないもの。

⑩ 販売購入形態別の件数

ア 販売購入形態別件数

通信販売(特に電子商取引)は件数、割合ともに増加。訪問販売は減少傾向にあるものの、キャッチセールスは増加している。健康食品の送り付けトラブルの減少に伴い、ネガティブオプションは減少した。

		件数 (構成比)	26 年度			25 年度	24 年度	23 年度
			商品分類別順位			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		5,340 (35.7%)	不動産貸借 1,011	携帯電話サービス 309	医療サービス 270	5,558 (37.5%)	5,589 (39.5%)	5,839 (40.1%)
訪 問 販 売	家庭訪問販売※	974 (6.5%)	新 聞	テレビ放送サービス	工事・建築	1,016 (6.9%)	1,046 (7.4%)	1,116 (7.7%)
			145	106	99			
	キャッチセールス※	120 (0.8%)	エステティックサービス	医療サービス	基礎化粧品	88 (0.6%)	69 (0.5%)	55 (0.4%)
			106	6	2			
	アポイントメントセールス※	16 (0.1%)	ネックレス	エステティックサービス外		22 (0.1%)	20 (0.1%)	34 (0.2%)
			4	各 1				
	S F 商 法 ※	12 (0.1%)	健康食品	ローヤルゼリー外		10 (0.1%)	15 (0.1%)	15 (0.1%)
			9	各 1				
	そ の 他	186 (1.2%)	リースサービス	普通生命保険	エステティックサービス外	186 (1.3%)	199 (1.4%)	219 (1.5%)
			15	11	各 9			
小 計		1,306 (8.7%)				1,321 (8.9%)	1,348 (9.5%)	1,437 (9.9%)
通 信 販 売	電子商取引(インターネット)	3,747 (25.1%)	デジタルコンテンツ	商品一般	婦人用バッグ	3,096 (20.9%)	2,821 (19.9%)	2,689 (18.4%)
			2,341	82	52			
	そ の 他	698 (4.7%)	商品一般	フリーローン・サラ金	健康食品	817 (5.5%)	801 (5.7%)	913 (6.3%)
		36	33	29				
小 計		4,445 (29.7%)				3,913 (26.4%)	3,622 (25.6%)	3,602 (24.7%)
マ ル チ 商 法		154 (1.0%)	健康食品	化粧品	商品一般	150 (1.0%)	165 (1.2%)	211 (1.4%)
			32	16	13			
電 話 勧 誘 販 売		1,022 (6.8%)	インターネット接続回線	商品一般	ファンド型投資商品	1,159 (7.8%)	955 (6.7%)	1,040 (7.1%)
			135	92	79			
ネガティブオプション		29 (0.2%)	他の台所用用品	健康食品、単行本		77 (0.5%)	40 (0.3%)	23 (0.2%)
			4	各 3				
訪 問 購 入 (平成 25 年 2 月 21 日より区分新設)		112 (0.7%)	商品一般	着物類	被服品一般	106 (0.7%)	20 (0.1%)	—
			22	15	12			
そ の 他 無 店 舗		74 (0.5%)	ファンド型投資商品、 フリーローン・サラ金	ふとん類外		83 (0.6%)	150 (1.1%)	183 (1.3%)
			各 9	各 2				
不 明 ・ 無 関 係		2,469 (16.5%)	商品一般	フリーローン・サラ金	工事・建築	2,455 (16.6%)	2,270 (16.0%)	2,238 (15.4%)
			212	127	89			
合 計		14,951 (100.0%)				14,822 (100.0%)	14,159 (100.0%)	14,573 (100.0%)

※訪問販売の内訳は重複があるため、内訳の計と小計とは一致しない場合がある。

イ 販売購入形態別・契約当事者の年代別件数内訳

キャッチセールスの相談は20歳代に集中。また、家庭訪問販売、SF商法、電話勧誘販売、訪問購入に関する相談は70歳代以上が多い。さらに、70歳代以上の電子商取引は前年度比1.9倍と急増した。

		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
店舗購入		58 (14.1%)	873 (46.2%)	1,023 (43.3%)	923 (38.7%)	806 (38.1%)	743 (34.7%)	613 (23.3%)	301 (29.7%)	5,340 (35.7%)
訪問販売	家庭訪問販売	30	77	80	85	101	159	409	33	974
	キャッチセールス	0	113	5	0	0	0	1	1	120
	アポイントメントセールス	0	9	6	0	0	1	0	0	16
	S F 商 法	0	0	0	0	1	1	9	1	12
	そ の 他	0	20	14	12	22	26	29	63	186
	小 計	30 (7.3%)	218 (11.5%)	105 (4.4%)	97 (4.1%)	124 (5.9%)	186 (8.7%)	448 (17.0%)	98 (9.7%)	1,306 (8.7%)
通信販売	電子商取引(インターネット)	292	507	805	835	595	419	199	95	3,747
	その他(郵便・電話・FAX等)	9	46	77	95	123	131	170	47	698
	小 計	301 (73.1%)	553 (29.2%)	882 (37.3%)	930 (39.0%)	718 (33.9%)	550 (25.7%)	369 (14.0%)	142 (14.0%)	4,445 (29.7%)
マルチ商法		0 (0.0%)	61 (3.2%)	19 (0.8%)	17 (0.7%)	17 (0.8%)	18 (0.8%)	17 (0.6%)	5 (0.5%)	154 (1.0%)
電話勧誘販売		1 (0.2%)	31 (1.6%)	65 (2.8%)	85 (3.6%)	95 (4.5%)	172 (8.0%)	516 (19.6%)	57 (5.6%)	1,022 (6.8%)
ネガティブオプション		1 (0.2%)	0 (0.0%)	2 (0.1%)	3 (0.1%)	4 (0.2%)	6 (0.3%)	7 (0.3%)	6 (0.6%)	29 (0.2%)
訪問購入 (平成25年2月21日より区分新設)		0 (0.0%)	2 (0.1%)	8 (0.3%)	9 (0.4%)	15 (0.7%)	23 (1.1%)	48 (1.8%)	7 (0.7%)	112 (0.7%)
その他無店舗		2 (0.5%)	7 (0.4%)	10 (0.4%)	12 (0.5%)	16 (0.8%)	10 (0.5%)	14 (0.5%)	3 (0.3%)	74 (0.5%)
不明・無関係		19 (4.6%)	146 (7.7%)	248 (10.5%)	307 (12.9%)	321 (15.2%)	432 (20.2%)	600 (22.8%)	396 (39.0%)	2,469 (16.5%)
合 計		412 (100.0%)	1,891 (100.0%)	2,362 (100.0%)	2,383 (100.0%)	2,116 (100.0%)	2,140 (100.0%)	2,632 (100.0%)	1,015 (100.0%)	14,951 (100.0%)

※割合(%)については各項目で四捨五入しているため、合計などが一致しない場合がある。

※販売購入形態の内訳は重複があるため、内訳の計と小計とは一致しない場合がある。

〈アポイントメントセールス〉

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

〈SF商法〉

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

〈ネガティブオプション〉

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

⑪ 多重債務相談

多重債務問題は、犯罪や自殺などの引き金となる深刻な社会問題であり、国や自治体等が一体となって解決を図る必要があるとして、平成 19 年度金融庁が作成した「多重債務問題改善プログラム」に基づき、相談者から丁寧に事情を聞き取り、適切な専門機関への誘導を行っている。また、多重債務法律相談も月 2 回実施している。

平成 22 年 6 月の改正貸金業法の完全施行などにより、相談件数は大幅に減少しており、全体の相談件数は平成 22 年度の約 4 分の 1 になった。

ア 相談件数

平成 26 年度	平成 25 年度	平成 24 年度	平成 23 年度	平成 22 年度
141	188	262	341	547

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 歳以上 (構成比)	不 明 (構成比)	総件数 (構成比)
0 (0.0%)	17 (12.1%)	37 (26.2%)	32 (22.7%)	24 (17.0%)	13 (9.2%)	14 (9.9%)	4 (2.8%)	141 (100.0%)

ウ 多重債務問題連絡会議

本市の各窓口において多重債務者を発見したら相談窓口へ誘導するとともに、多重債務者の抱える問題を連携して解決するため、各相談窓口や福祉、徴収事務を所管する部署(16 課)をメンバーに開催した。

○設置 平成 19 年 8 月

○構成 市 長 室: 広聴課

財 政 局: 納税企画課

市 民 局: 事業推進課, 消費生活センター

こども未来局: こども家庭課, 保育課

保健福祉局: 保護課, 国民健康保険課, 高齢社会政策課, 地域包括ケア推進課,
高齢者サービス支援課, 障がい者在宅支援課

住宅都市局: 住宅管理課

道路下水道局: 下水道料金課

水 道 局: 営業課

教育委員会: 教育支援課

(※組織名称は平成 26 年度開催時)

○26 年度開催状況

開催日	内 容
H26. 7. 9	○多重債務相談状況について ○グリーンコープ生活再生相談室の取り組み(福岡県協働事業)について ○各所属の取り組みについて

⑫ 危害・危険に関する相談

ア 危害に関する相談

「危害」とは、商品・役務・設備に関連して、身体にけが、病気等の疾病(危害)を受けたという相談である。26年度の「危害」に関する相談は189件で、前年度より81件(30.0%)減少した。医療サービスやエステティックサービスに起因する相談が相変わらず多い。

危害に関する相談件数商品分類別ランキング

順位	26年度	商品・役務名	主な内容等	25年度	
1	20	医療サービス	その他の傷病及び諸症状, 皮膚障害	23	②
2	15	エステティックサービス	その他の傷病及び諸症状, 皮膚障害	18	③
3	14	基礎化粧品	皮膚障害, 熱傷	24	①
4	10	外食	消化器障害, 中毒, 骨折	12	④
5	8	不動産貸借	皮膚障害, その他の傷病及び諸症状	4	⑩
6	7	他の健康食品	皮膚障害, 消化器障害	4	⑩
7	5	歯科治療	その他の傷病及び諸症状	5	⑨
8	4	健康食品	皮膚障害	3	-
8	4	工事・建築	その他の傷病及び諸症状	0	-
8	4	自転車	骨折, 脱臼・捻挫	5	⑨
	98			172	
合計	189			270	

○の数字は前年度の順位

イ 危険に関する相談

「危険」とは危害を受けたわけではないが、そのおそれがある相談である。26年度の「危険」に関する相談件数は62件あり、前年度とほぼ同数であった。

危険に関する相談件数商品分類別ランキング

順位	26年度	商品・役務名	主な内容等	25年度	
1	7	四輪自動車	機能故障, 発煙・火花	5	②
2	6	電気暖房機器	発煙・火花, 加熱・こげる	5	②
3	3	パソコン	発煙・火花, 加熱・こげる	0	-
4	各2	パン類, 塩干魚介, 携帯電話, 自転車, 自動二輪車, 炊飯器, 電子レンジ類, 電話関連機器・用品, 不動産貸借	異物の混入, 発火・引火, 加熱・こげる, 破損・折損, 機能故障 など	計8	-
	28	その他		46	
合計	62			64	

○の数字は前年度の順位

3 事業者指導

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

(1) 事業者面接

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

年 度	26	25	24	23	22	21	20	19	18
面接件数	82	54	87	119	167	218	221	209	226

(2) 事業者指導・勧告

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

年 度	26年度	25年度	24年度	23年度	22年度	21年度	20年度	19年度	18年度
指導件数	8 文書 0 口頭 8	15 文書 0 口頭 15	10 文書 0 口頭 10	22 文書 5 口頭 17	7 文書 0 口頭 7	8 文書 1 口頭 7	9 文書 1 口頭 8	7 文書 2 口頭 5	3 文書 3
勧告(公表)件数	0	0	0	0	2	0	0	0	0
緊急公表件数	—	—	1	—	—	—	—	—	—

ア 口頭指導 計 8 件

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

分 野	主な不当な取引行為の内容違反条項(条例 21 条1項)
健康食品販売 2社	(取引の意図の隠匿)ボランティアだと言って訪問して来た者が「健康増進に関する本を貸す。」と言い、断っているのに、住所氏名等を書かされ本を置いて行った。 (威迫・困惑等による履行強制) 要らないと言ったが、1箱置いて帰られ、1万円支払った。翌月再び業者が訪問。断ったが、買うことになっていると契約を迫られ購入。 (消費者に適合しない契約) 知人の認知症の母が勧められるまま高額な健康食品の契約をするので困っている。 (解除等における義務違反) 1口 100 万円の会員登録をし、7か月前に解約手続きしたが未だに返金されない。ほか
寝具販売等 2社	(取引の意図の隠匿) ミシンの点検に、布団業者と一緒にやってきて「1,000 円で布団をクリーニングします」と言った。後日布団業者が訪れ、布団を見せたら、この布団は傷みがひどくクリーニングしてもあまりきれいにならない、買ったほうが良いと勧められた。 (重要事項に関する誤情報提供) 「遠赤外線毛布も一緒に使うと暖かいし、羽毛布団が長持ちする」と言われた。 (クーリング・オフの拒絶) 「これはリフォームなのでクーリング・オフはできない。家族にも言わない方が良い」と言われた。ほか

電気通信 1社	(重要事項に関する誤信情報の提供)セキュリティ強化をする, 無料だと電話勧誘があり遠隔操作に応じたら, プロバイダの契約だった。 (身元詐称)「大手電話会社の関連会社」と言って電話があり, 「セキュリティのバージョンアップをしないか」と言われたので, 契約をしている業者と思い話を聞いた。 (電気通信手段による一方的勧誘等)電話勧誘で, 結構ですと言って切ったが, 数日後登録通知書が届いた。ほか
宝飾品等販売 1社	(取引の意図の隠匿)料理教室で知り合いになった人の勤務先で, ご飯が食べられる, 占いもよく当たると言われ, 店に連れて行かれて指輪を契約。 (威圧・困惑行為)常時2人に囲まれてあれこれアクセサリを勧められ, 最初は断っていたが, 買うと言わなければ帰れない雰囲気だった。 (心理的負担に乗じた勧誘)スタッフと友達関係のようになり勧められて断れなかった。ほか
ハウスクリーニング 1社	(威圧・困惑行為)換気扇清掃の電話勧誘があり, 何度も断っていたが, キャンペーン価格と言われ承諾。作業中に, 家の中を見られ, 床磨きや壁清掃の勧誘をされ, 必要ないと断ったが, 何度もしつこく勧誘され, 根負けして契約した。 (債務履行における不誠実対応)キャンペーン価格で清掃すると電話で勧誘され, 換気扇の清掃を応諾。換気扇の枠を掃除しただけだった。 (一方的な契約内容等の変更)換気扇の清掃作業後に自宅各所のリフォーム工事契約を結んだが, 後日, 別の担当者が金額が倍以上の見積書を持参。見積内容は, 依頼した工事内容ではないことが判明。ほか
起業家セミナー 1社	(取引の意図の隠匿)知人から「久しぶりに会って話さないか」と連絡があったが, 塾の勧誘目的であることを告げられなかった。 (威圧・困惑行為)学生であり, 高額であるため, 入れないと断ったが, 長時間の執拗な勧誘に疲れてしまい, 契約することになった。しかし, 再度, やはり契約できないと断ったが, 他のメンバー数人から, 呼び出されて勧誘され, 断りきれないと思い, 契約した。 (資金調達の強要)銀行と消費者金融からの借り入れを迫られ, 学生で信用が無いという, アリバイ会社を使えと指示され, 契約した。ほか

4 製品安全4法等の立入検査

福岡市内の販売事業者へ立ち入り、製品安全及び品質に関する表示について関連法に基づき検査を実施。平成26年度は、違反事例はなかった。

(1) 家庭用品品質表示法に基づく立入検査

家庭用品名	立入販売事業者数	検査機種数	違反機種数	
			不適正表示	その他の違反
洋傘	1	2	0	0
ほ乳用具	1	5	0	0
合 計	2	7	0	0

(2) 消費生活用製品安全法に基づく立入検査

特定製品名	立入販売事業者数	検査機種数	違反機種数	
			不適正表示	その他の違反
乳幼児用ベッド	1	3	0	0

(3) 電気用品安全法に基づく立入検査

電気用品名	立入販売事業者数	検査機種数	違反機種数	
			不適正表示	その他の違反
延長コードセット	2	8	0	0
直流電源装置	2	5	0	0
LEDランプ	2	6	0	0
LED電灯器具	2	5	0	0
電気ストーブ	2	7	0	0
電気温風機	1	1	0	0
電気スタンド	1	3	0	0
合 計	2	35	0	0

(4) ガス事業法に基づく立入検査

ガス用品名	立入販売事業者数	検査機種数	違反機種数	
			不適正表示	不適正表示
ガスこんろ	2	3	0	0

(5) 液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律に基づく立入検査

ガス用品名	立入販売事業者数	検査機種数	違反機種数	
			不適正表示	その他の違反
一般ガスこんろ	2	5	0	0
カートリッジガスこんろ	2	3	0	0
合 計	2	8	0	0

5 福岡市消費者教育推進計画の策定

「安全で安心できる消費生活の実現」を目標に、市民(消費者)、消費者団体、地域の団体、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策定。

(1) 推進計画の概要

① 推進計画の位置づけ

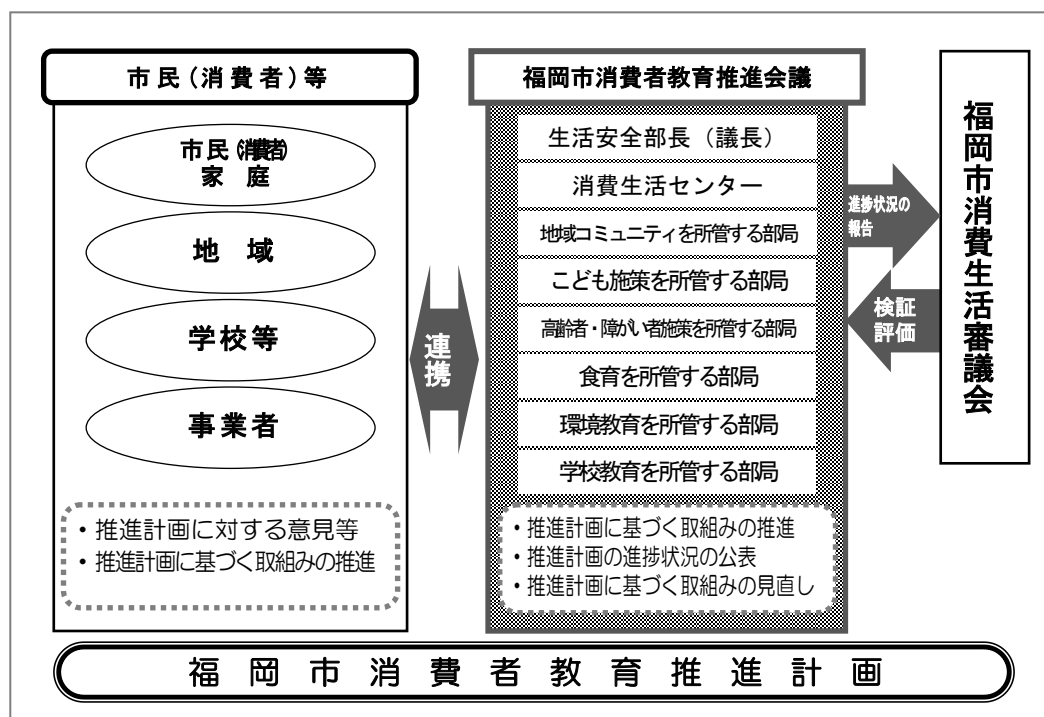
消費者教育の推進に関する法律(平成 24 年 12 月施行)「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(平成 25 年6月閣議決定)及び「福岡県消費者教育推進計画」(平成 26 年6月策定)を踏まえ、福岡市における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるもの。

② 推進計画の期間

平成 27 年度から平成 31 年度までの5年間

③ 推進計画の推進体制

消費生活センター及び食育や環境教育などの消費者教育を行う関係部局で構成する「福岡市消費者教育推進会議」を新たに設置。



④ 推進計画の成果指標

指標の内容	年	現状値		目標値
		平成 25 年 (2013 年)		平成 31 年 (2019 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(※)		83.2%		現状維持 (90%程度を維持)
	内訳	心がけている	36.6%	50%
		どちらかといえば心がけている	46.6%	40%

(出典)※ 福岡市総務企画局「基本計画の成果指標に関する意識調査」(P30 参照)

⑤ 推進計画の重点目標

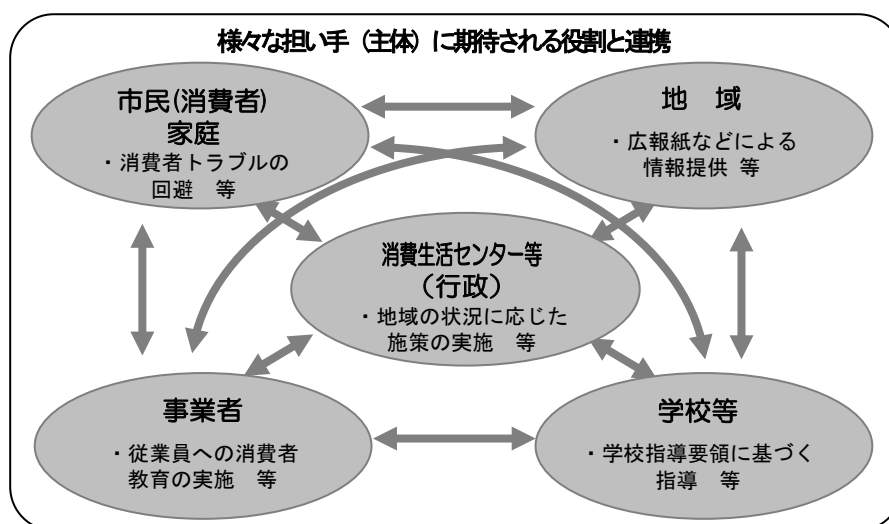
安全で安心できる消費生活の実現を目標とし、その実現のため、以下の4つの重点目標を掲げ、具体的な取組みを推進していく。

重点目標1 様々な担い手(主体)による消費者教育の理解と取組みの推進

重点目標2 若者に対する消費者教育の推進

重点目標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

重点目標4 学校(小・中・高校生期)における消費者教育の推進



⑥ 主な新規取組み

ア 大学新入生への啓発

福岡市防犯のまちづくり推進プランの中で創設される「新大学生 防犯強化月間」において、大学と連携し、特に新入生を対象とした広報啓発を集中的に行う。

イ 学校教材の作成と中学校における消費者教育講座の実施

小・中学校の授業で活用できるワークブックなどの教材の作成・提供や、消費生活相談員等を講師とした、中学校における消費者教育講座を実施する。

(2) 推進計画の策定作業の経緯

平成 24 年 12 月	(国)「消費者教育の推進に関する法律」施行
平成 25 年 6 月	(国)「消費者教育の推進に関する基本的な方針」閣議決定
平成 25 年 7 月	審議会に消費者教育部会設置
平成 25 年 11～12 月	「消費者教育推進のための基礎調査」実施
平成 26 年 6 月	(県)「福岡県消費者教育推進計画」策定
平成 26 年 7 月	審議会へ諮問
～12 月	審議会・部会を計4回開催し、推進計画に定める事項について審議
平成 26 年 12 月	「福岡市市行政に係る重要な計画の議決等に関する条例」に基づく議会(委員会)報告
平成 27 年 1 月	推進計画案のパブリック・コメント実施
平成 27 年 3 月	審議会開催、市長へ答申

6 消費生活センターについてのアンケート調査

(1) 福岡市基本計画の成果指標に関する意識調査

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

施策3-7 日常生活の安全・安心の確保
消費者トラブル未然防止に対する市民意識度
(商品やサービスの購入時に日頃からトラブル回避を心がけている市民の割合)

年度	26 年度	25 年度	24 年度
割合	84.1%	83.2%	85.9%

【参考】 調査内容と結果

調査対象者 市内在住の 20 歳以上の男女 4,500 人(無作為抽出)
 調査時期 平成 26 年 11 月頃

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

								(%)
サンプル数		①心がけている	②どちらかといえば心がけている	③どちらかといえば心がけていない	④心がけていない	⑤わからない	無回答	消費者被害に遭わないよう、日頃から注意を心がけている市民の割合(①と②の合計)
26 年	N=2,258	41.1	43.0	7.4	2.8	3.7	1.9	84.1
25 年	N=2,290	36.6	46.6	8.1	2.7	3.8	2.3	83.2
24 年	N=2,260	35.2	50.7	6.5	2.5	3.7	1.5	85.9

(2) 消費生活相談窓口アンケート

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

調査対象者	相談窓口来所者 85 サンプル
調査時期	平成 26 年 7 月 (22 日間)
調査項目	相談員の対応・結果等に関する満足度

【主な調査内容と結果】

問 相談窓口について、あなたはどの程度満足されましたか。

(「満足、やや満足、やや不満、不満」の 4 段階で回答)

満足の割合(満足+やや満足)	
①相談員の対応(親切で親身だったか)	100%
②自分の話を十分に聞いてくれた	97.6%
③相談員の説明のわかりやすさ	100%
④相談員の問題処理能力のはやさ	96.5%
⑤相談員の知識の豊富さ	97.6%
⑥相談の結果(回答・助言の内容)	96.5%

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)	92.9%
2 不満の割合(やや不満+不満)	1.2%
3 不明	5.9%

参考資料

1 消費者行政の変遷	33
2 機構の変遷	37
3 福岡市消費生活条例	39
4 福岡市消費生活審議会	43
5 「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	45
6 消費者団体	49

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 ハーグで開催
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	訪販法改正 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

年	本市の消費者行政のあゆみ		消費者問題・国の動き等	
2 (1990)			2月	(財)消費者教育支援センター設立
			10月	プリペイドカード法施行
3 (1991)	4月	市民局市民部へ移管	10月	資源の有効な利用の促進に関する法律施行
	6月	仮庁舎(中央区舞鶴1-8-22)へ移転		
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	訪販法改正
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	訪販法改正 「食生活指針」を策定
12 (2000)	4月	機構改革により計量検査所を消費生活センターに統合	2月	不正アクセス行為の禁止等に関する法律施行
			3月	・デビットカード利用全国で本格スタート
			4月	消費者契約法成立 介護保険制度スタート 容器包装リサイクル法施行 成年後見制度実施 景品表示法改正 循環型社会形成推進基本法成立
			6月	改正JAS法施行
			10月	民事法律扶助法施行
13 (2001)			1月	内閣府設置(国民生活局移管) 預託法改正 海外先物取引法改正 高度情報通信ネットワーク社会形成基本法(IT基本法)施行 プリペイドカード法改正
			4月	消費者契約法施行 金融商品販売法施行 家電リサイクル法施行 食品リサイクル法施行
			5月	特定商取引法(訪販法の改正)施行
			6月	・日本でBSE感染牛が発見される
			9月	
			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

年	本市の消費者行政のあゆみ		消費者問題・国の動き等	
16 (2004)			6月 5月 11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 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 4月 10月 12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 日本司法支援センター設立 法テラス開業 貸金業規制関連法改正 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 5月 6月 9月 11月	「多重債務問題改善プログラム」決定 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) 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 金融商品取引法施行(証券取引法の抜本的 改正) 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 6月 9月	消費者行政推進会議発足国民生活センター 法改正(裁判外紛争解決機能の付与) 消費者行政推進基本計画閣議決定 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 9月 12月	改正消費生活用製品安全法(長期使用製品 安全点検制度を創設)施行 消費者庁発足 消費者安全法施行 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 5月 6月	消費者基本計画(22年度～26年度)閣議決定 ・宮崎県で口蹄疫感染拡大 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 サポーター章を受賞	3月 10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 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)

年	本市の消費者行政のあゆみ		消費者問題・国の動き等	
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
25 (2013)			12月	消費者教育推進法施行
	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
26 (2014)			12月	消費者裁判手続特例法公布(3年以内に施)
			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
27 (2015)	1月	消費者教育推進計画パブリックコメント実施	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)
	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	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

2 機構の変遷

福岡市消費生活センター(以下、本文中においては「センター」と記載。)が昭和51年6月16日に開所して本年度で39年になるが、現在に至るまでの消費者行政の機構・組織の変遷は下表のとおりである。

年	消費生活センター	計量検査所
S32		産業局 商工課 計量係 <S32.7.1>
S36		経済局 商工貿易課 計量係 <S36.8.1>
S44	経済局 商工貿易課 消費生活係 <S44.4.1>	
S46	経済局 消費生活課 <S46.4.1>	経済局 商工貿易課 計量検査所《係》 <S46.5.17>
S47		経済局 消費生活課 計量検査所《係》 <S47.4.1>
S50	経済局 消費流通対策部 消費生活課 <S50.4.1>	経済局 消費流通対策部 消費生活課 計量検査所《係》 <S50.4.1>
S51	経済局 消費流通部 消費流通課 <S51.4.1> 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 消費生活センターにユニット制導入 <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>	局の組織変更 経済観光文化局 産業振興部振興課 計量検査所《係》 <H24.4.1>

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

3 福岡市消費生活条例

平成 16 年 12 月 20 日

条例第 56 号

改正 平成 25 年 12 月 26 日条例第 66 号

目次

第1章 総則(第1条―第7条)

第2章 消費者との共働(第8条―第13条)

第3章 消費生活の基盤整備等

第1節 消費生活の基盤整備(第14条―第23条)

第2節 物価の安定(第24条・第25条)

第3節 立入調査及び公表(第26条・第27条)

第4章 消費者被害の救済(第28条―第30条)

第5章 福岡市消費生活審議会(第31条―第37条)

第6章 雑則(第38条)

附則

第1章 総則

(目的)

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

(定義)

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

- (1) 消費者 事業者が供給する商品又はサービスを使用し、又は利用して生活する者をいう。
- (2) 事業者 消費生活の用に供する商品若しくはサービスの供給に関して商業、工業、サービス業その他の事業を行う者又は営業所、代理店等以外の場所において消費者から商品を購入する事業を行う者をいう。
- (3) 商品 消費者が消費生活を営む上で使用する物をいう。
- (4) サービス 消費者が消費生活を営む上で使用し、又は利用するもののうち、商品以外のものをいう。

(平成 25 条例 66・一部改正)

(基本理念)

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

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

(市の責務)

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

2 市は、消費生活に関する施策を実施するに当たり、必要があるときは、

国又は他の地方公共団体に対して、協力を求め、又は必要な措置をとるよう求めるものとする。

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

(事業者の責務)

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

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

3 事業者は、その事業活動に関し、法令を遵守するとともに、自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

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

(平成 25 条例 66・一部改正)

(消費者の役割)

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

2 消費者団体は、消費者の安全で安心できる消費生活の実現を図るため、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費生活に関する健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(環境への配慮)

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

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

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

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

第2章 消費者との共働

(学習条件の整備及び消費者教育の推進等)

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

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

(情報の提供)

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

(消費者団体の自主的な活動の促進)

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

(消費者の意見の反映)

第11条 市長は、市民が安全で安心できる消費生活を営むことができるようにするため、広く消費者の意見、要望等を把握し、市の消費生活に関する施策に反映させるよう努めなければならない。

(消費者と事業者との交流の機会の確保)

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

(市長への申出)

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

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

- 2 市長は、前項の規定による申出があったときは、必要な調査を行い、当該申出に相当の理由があると認めるときは、この条例に基づく措置その他の必要な措置を講じるものとする。
- 3 市長は、第1項の規定による申出があったときは、処理の経過及び結果を当該申出を行った者に通知するものとする。ただし、当該申出に係る事案が当該申出を行った者を当事者とする福岡市消費生活審議会の調停に付されたときその他特別の理由があると認めるときは、この限りでない。

第3章 消費生活の基盤整備等

第1節 消費生活の基盤整備

(危険な商品又はサービスの供給の禁止等)

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

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

(危害等に関する調査、勧告等)

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

- 2 市長は、前項の調査のみによっては同項の疑いを解消することが困難であると認めるときは、当該商品又はサービスを供給する事業者に対して、資料の提出その他の方法により、当該商品又はサービスが当該危害又は損害を生じさせるものでないことを立証するよう求めることができる。
- 3 市長は、第1項の調査及び前項に規定する立証のための行為によっても、なお、当該商品又はサービスが消費者の生命若しくは身体に危害を及ぼし、若しくは及ぼすおそれがあり、又はその財産に損害を与え、若しくは与えるおそれがあると認定した場合において、当該商品又はサービスを供給する事業者が前条第2項に規定する措置をとらないときは、当該事業者に対して、同項に規定する措置をとるべきことを勧告することができる。
- 4 市長は、前項の規定による認定をしようとするときは、あらかじめ福岡市消費生活審議会に諮るものとする。
- 5 市長は、第3項の規定による勧告をしようとするときは、当該事業者に対して、あらかじめ、その旨を通知し、意見の聴取を行うものとする。ただし、当該事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じないとき、又は当該事業者の所在が不明で通知することができないときは、この限りでない。
- 6 市長は、第3項の規定による勧告をしたときは、その旨及び次の各号に掲げる事項のうち必要な事項を公表するものとする。この場合において、第3号及び第4号に掲げる事項を公表しようとするときは、あらかじめ福岡市消費生活審議会の意見を聴かなければならない。

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

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

(危険な商品又はサービスについての緊急の公表)

第16条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命若しくは身体に重大な危害を及ぼし、若しくは及ぼすおそれがあり、又は財産に重大な損害を与え、若しくは与えるおそれがある場合において、当該危害又は損害の

発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、直ちに、前条第6項各号に掲げる事項のうち必要な事項を公表するものとする。

(適正な表示の確保)

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

- (1) 商品又はサービスについて、品質その他の内容
- (2) 商品又はサービスを供給する事業者の氏名又は名称及び住所又は事務所の所在地
- (3) 商品又はサービスについて、販売又は提供の価格及び質量、長さ、面積、容積、時間、回数等の単位当たりの価格
- (4) 商品又はサービスについて、消費者に供給した後の保証の期間及び内容
- (5) 自動販売機その他これに類する機械により供給する商品又はサービスについて、その内容及び取引条件並びに当該事業者との連絡に關し必要な事項
- (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、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、関係人の請求があつたときは、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っせん又は調停に付することができる。
- 4 事業者は、第1項のあっせんその他の措置及び前項のあっせん又は調停が行われるときは、これに誠実に協力しなければならない。
- 5 市長は、事業者が正当な理由なく第3項のあっせん又は調停の呼出しに応じないときは、当該事業者の氏名又は名称、苦情の内容その他の必要な事項を公表することができる。

(訴訟の援助)

第30条 市長は、事業者の事業活動により被害を受けた消費者(以下「被害者」という。)が事業者に対し訴訟を提起する場合又は事業者から訴訟を提起された場合において、次に掲げる要件を満たしていると認めるときは、被害者の申出により、当該被害者に対し、当該訴訟に係る経費(以下「訴訟資金」という。)の貸付けその他訴訟に必要な援助を行うことができる。

- (1) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。
- (2) 当該訴訟資金の額が損害の額を超え、又は超えるおそれがある等当該被害者が援助を受けなければ当該訴訟を提起し、維持し、又は応訴することが困難であること。
- (3) 当該被害に係る紛争が福岡市消費生活審議会のあっせん又は調停に付されていること。
- 2 訴訟資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、速やかにその全額を返還しなければならない。ただし、市長がやむを得ない事情があると認めたときは、貸付金の全部又は一部の返還を免除し、又は猶予することができる。
- 3 前2項に定めるもののほか、訴訟資金の貸付けその他訴訟の援助に関し必要な事項は、規則で定める。

第5章 福岡市消費生活審議会

(設置)

第31条 市長の附属機関として、福岡市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

(所掌事務)

第32条 審議会は、次に掲げる事務を行う。

- (1) 市長の諮問に応じ、消費生活に関する重要な事項について調査審議し、その結果を市長に答申すること。
- (2) 第29条第3項の規定に基づく消費者被害の救済に関するあっせん及び調停を行うこと。
- (3) 消費生活に関し重要と認められる事項について調査審議し、市長に意見を述べること。
- (4) 前3号に掲げるもののほか、この条例の規定によりその権限に属させられた事務

(組織及び委員)

第33条 審議会は、委員15人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が任命する。

- (1) 学識経験のある者
- (2) 消費者
- (3) 事業者
- (4) 行政の職にある者

3 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

4 委員は、再任されることができる。

5 委員は、職務上知ることができた秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も、また同様とする。

(会長)

第34条 審議会に会長を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。

3 会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、会長があらかじめ指名する委員が、その職務を代理する。

(会議)

第35条 審議会の会議は、会長が招集し、会長がその議長となる。

2 審議会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 審議会の議事は、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(部会)

第36条 審議会は、必要に応じて、部会を置くことができる。

2 部会に属する委員は、審議会の委員のうちから会長が指名する。

3 部会に部会長を置き、部会に属する委員の互選によりこれを定める。

4 部会長は、部会の会務を総理する。

5 部会長に事故があるとき、又は部会長が欠けたときは、部会に属する委員のうちから部会長があらかじめ指名する委員が、その職務を代理する。

6 審議会は、その定めるところにより、部会の決議をもって審議会の決議とすることができる。

7 前条の規定は、部会について準用する。この場合において、同条中「審議会」とあるのは「部会」と、「会長」とあるのは「部会長」と読み替えるものとする。

(専門委員)

第37条 部会には、消費生活における重要な事項を調査審議する上で専門的な見地から助言を行うために、必要に応じて、専門委員を置くことができる。

2 第33条第5項の規定は、専門委員について準用する。

第6章 雑則

(委任)

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

附 則

この条例は、平成17年4月1日から施行する。

附 則(平成25年12月26日条例第66号)

この条例は、公布の日から施行する。

4 福岡市消費生活審議会

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

(1) 概要

- ・委員は 15 人以内で任期2年
- ・委員構成 学識経験のある者、消費者、事業者、行政の職にある者から構成
- ・所掌事務
 - 消費生活に関する重要な事項の調査審議
 - 消費者被害の救済に関するあっせん及び調停
 - 消費生活に係る訴訟の援助に関する事項の調査審議
 - 消費生活に関する重要事項について市長に意見を述べる

(2) 審議会・部会開催実績(平成 26 年度)

第5期 平成 25 年4月1日～平成 27 年3月 31 日

		開催日	議 題 等
消費生活審議会	第 19 回	平成 26 年 7 月 11 日	(議案) ・福岡市消費者教育推進計画の策定について(諮問) (報告) ・平成 25 年度の消費者教育部会の審議状況について ・福岡市消費者訴訟資金貸付金制度について ・平成 25 年度事業実績及び平成26年度消費生活センター事業概要について
	第 20 回	平成 26 年 12 月 4 日	(議案) ・福岡市消費者教育推進計画の策定について
	第 21 回	平成 27 年 3 月 26 日	(議案) ・「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 ・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 3 回	平成 26 年 8 月 25 日	(議案) ・福岡市消費者教育推進計画の策定について
	第 4 回	平成 26 年 12 月 1 日	(議案) ・福岡市消費者教育推進計画の策定について

(3) 審議会委員名簿

第6期 任期:平成 27 年4月1日～平成 29 年3月 31 日

区 分	氏 名	所 属 団 体 ・ 役 職
学識経験の あ る 者	古 賀 和 子	RKB 毎日放送株式会社 ラジオ局編成制作部担当部長
	清 水 巖	九州大学名誉教授
	春田 久美子	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
	大 津 英 樹	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 九州支部 副支部長
消 費 者	浦 良 子	福岡市PTA協議会 副会長
	奥 村 誠 二	公募委員
	楠 下 広 師	福岡市自治協議会等 7 区会長会 中央区自治協議会等代表者会会長
	黒 木 和 彰	特定非営利活動法人 消費者支援機構福岡 理事
	古 川 美 樹	社会福祉法人 ふくおか福祉サービス協会 地域包括支援第2課長(福岡市地域包括支援センター事業担当)
	森 住 勝 子	福岡市民生委員児童委員協議会 副会長
事 業 者	三 浦 芳 徳	消費者窓口連絡会 会長
	宮 崎 正 義	福岡県生活協同組合連合会 会長理事

* 区分内は五十音順

(平成 27 年6月末日現在)

* 浦 良子氏の任期は平成 27 年6月 11 日～平成 29 年3月 31 日

5 「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「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) 実施機関 福岡市消費生活審議会

(3) 意見募集期間 平成 27 年1月5日から平成 27 年2月4日まで(31 日間)

(4) 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>

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
- ウ 市内消費者団体等への通知

③ 意見の提出方法

郵送、ファクス、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。

(5) 意見の提出状況について

① 意見提出者 個人3人, 2団体(提出方法 郵送1人, 電子メール4人)

② 意見件数 12 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	3
第3章	消費者教育推進上の重点目標と取組みの方向性	
	重点目標1 様々な担い手(主体)による消費者教育の理解と取組みの推進	1
	重点目標2 若年者に対する消費者教育の推進	1
	重点目標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	3
	重点目標4 学校(小・中・高校生期)における消費者教育の推進	3
第4章	具体的な取組み	1
合 計		12

(6) 市民意見の要旨及びそれに対する考え方について 次頁のとおり

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

凡例 ①原案どおり ②記載有り ③修正

番号	頁	意見の分類	意見の要旨	意見に対する対応	意見に対する考え方
1	5	課題 インターネットに関する消費者トラブルへの対応強化	ネット社会は人の顔が見えないので、注意が必要である。	②	5 ページの「(1) 相談件数の推移と相談内容別ランキング」に記載のとおり、インターネットの利用が原因となる消費者トラブルが最も多くなっています。インターネットを利用する上で身に付けておきたい知識等について、広報啓発を行うとともに、消費者教育を強化してまいります。
2	7	課題 若年者に対する消費者教育の推進	成人であっても教育が必要である。	②	本計画では、福岡市の特徴や消費生活相談の状況を捉え、若年者に対する消費者教育の推進を重点目標の一つとして掲げていますが、22 ページの「第4章 具体的な取組み」にも記載しておりますとおり、消費者教育は、成人期を含む、幼児期から高齢期までのライフステージごとに、段階的に行わなければならないと考えております。若年者のみならず、成人に対しても、消費者教育を推進してまいります。
3	14	課題 様々な担い手（主体）が連携した消費者教育の推進	地域、学校、事業者のほか、特に保護者が一番のポイントである。	②	ご意見のとおり、地域、学校、事業者のほか、重点目標1（18 ページ）に掲げておりますように、保護者を含めた「市民・家庭」が市と連携する主体として重要だと考えております。
4	18	重点目標1 様々な担い手（主体）による消費者教育の理解と取組みの推進	担い手に期待されている役割について理解を深めるため、消費生活センター等行政が中心となる働きかけの視点に、担い手のスキルアップなど養成の面が抜けていると思う。市が出前講座の担い手に対しスキルアップ講座を開催するなどの支援をしていただきたい。 また、担い手である地域や学校、事業者の取り組みを評価し、表彰するなど、市民に公表する制度があれば、地域でも、小学校や中学校での教育現場でも、様々な工夫がなされ、がんばれるのではないかと。そしてその技術は担い手間でも共有化され、より有効な手段になると考える。	② ③	ご意見をいただいた取組みの公表については、重点目標1 に取組み事例を紹介するとして記載しております。（19 ページ） 担い手のスキルアップは重要なことと考えておりますが、本文中に明確な記載がありませんでしたので、ご意見を踏まえ、次のように修正いたします。なお、出前講座の講師のスキルアップ講座の実施や、取組み事例の表彰などにつきましては、今後の取組みの参考にさせていただきたいと考えます。 （修正内容） P18 図「消費生活センター等(行政)」 「・担い手のスキルアップへの支援」追加 P19 6 行目 今後も、消費生活センターでは、様々な担い手が消費者教育に参画し、相互に連携しながら共働で取り組めるよう、担い手のスキルアップへの支援や消費者教育の具体的な取組み事例の紹介を行うなど、それぞれの担い手が行う消費者教育を積極的に支援します。

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

凡例 ①原案どおり ②記載有り ③修正

番号	頁	意見の分類	意見の要旨	意見に対する対応	意見に対する考え方
5	20	重点目標 2 若年者に対する消費者教育の推進	学生の多い福岡市では、大学や専門学校等における入学時の講座で、消費者トラブルへの対処法のみならず、消費者基本法の消費者の権利、消費者の権利の尊重、自立支援等を伝えることが大切である。そして消費者の責任も伝えて、これからの社会を担う事を意識させ、消費者市民社会の担い手としての自覚を促す事が求められている。	①	消費者教育は、幼児期から高齢期の各ライフステージに応じて一体的に取り組んでいくことが重要とされています。ご指摘にありました消費者の権利と責任、消費者市民社会の担い手としての自覚などについては、消費者教育の根幹をなすものであり、幼児期からの消費者教育で長い期間をかけて涵養していくべき課題と考えております。一方で、大学・専門学校学生は、一人暮らしや成人を迎えることから、入学時に集中的な啓発を実施し、消費者トラブルの未然防止を図るものであります。
6	20	重点目標 3 (1) 地域等と連携した啓発の推進	高齢者トラブルは金融詐欺や送り付け商法など、電話勧誘による割合が多いとされている。 「悪質商法に引き込まれるきっかけをなくす」ために、電話の適切な対処法が重要である。 訪問販売お断りステッカーより、悪質電話撃退ステッカーの方が効果的ではないだろうか。	①	現在配布しています訪問販売お断りステッカーには、玄関先に貼り訪問販売不要の意思表示をするステッカーと、電話機近くに貼り相談窓口先を案内するステッカーがセットになっています。いただきましたご意見は、今後ステッカーを作成する際に参考にさせていただきます。
7	20	重点目標 3 (2) 福祉関係者との連携による高齢者等への支援	消費生活センターで、ボランティアの一般市民を消費生活サポーターとして登録し、消費生活情報の提供をされていることは非常に重要なことと評価する。 消費生活サポーターを情報提供のみではなく、高齢者や障がい者の見守りの担い手として活用することを提案する。福祉関係者（特に民生委員さん）と連携することで、見守りが可能ではないかと考える。	②	消費生活サポーター事業は平成18年度より地域における見守りを強化する目的で開始したものであります。そのため、消費生活サポーターには、日ごろから地域において見守りを行っていたいという福祉関係者を中心にお声掛けをし、ご登録いただいております。重点目標3（20ページ）に掲げておりますとおり、高齢者等の消費者被害の未然防止、拡大防止のため、福祉関係者等との連携をさらに強化してまいります。
8	20		高齢者の消費者被害は公民館等での講座にも参加されない方に多く、福祉関係者等のサポーターの見守りによる未然防止に期待したいと思う。身近に高齢者と接する、お弁当等の宅配業者やヘルパーの方への情報提供や消費者講座も有効かと思われる。市報の他、注意喚起のチラシや消費生活センターの連絡先シールを回覧板で配布する、とか、高齢者の患者が多い病院等にポスターやチラシを置く等、必要な情報を高齢者に伝えるツールに工夫が必要かと思う。	②	ご指摘のとおり、地域での活動に参加されない高齢者へ必要な情報を伝えることは被害の未然防止のために重要なことと認識しております。そのため、本計画では、福祉関係者との連携を重点目標3（20ページ）に掲げておりますが、より具体的なご意見は今後の参考にさせていただきます。

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

凡例 ①原案どおり ②記載有り ③修正

番号	頁	意見の分類	意見の要旨	意見に対する対応	意見に対する考え方
9	21		学校教育は、推進法が目指す「消費者市民社会」を形成する基礎的時期である幼少時から消費者教育が可能な機関である。特に生育環境による特性などに影響を受けず、全ての児童・生徒に対して平等に情報提供および消費者教育ができる機関は学校教育以外にない。このように重要な消費者教育を、学校教育において総合的に展開されることを期待する。	②	ご意見のとおり、学校での消費者教育は、基礎的な知識及び技能を習得させる上で、特に重要と考えており、重点目標4（21ページ）に掲げておりますとおり、児童・生徒の発達段階に応じて系統的な学びを推進してまいります。 また、学校における消費者教育が効果的に実施できるよう、外部講師派遣による講座の実施、教材の作成・提供や教員のスキルアップを図る研修などの支援を行ってまいります。
10	21	重点目標4 (1) 学校での取組みの推進	子供の消費者教育には、親（保護者）の知識を高めることも大いに必要と感じる。 学校では年に数回、保護者を対象に、PTAが主催し、多岐ジャンルでの講演会が行われているが、消費者教育に関する講演会の開催はほとんど無いように思う。 保護者の年代は、自身の消費者トラブルや、高齢の両親の消費者被害などに悩みを抱えている方も多く、保護者の知識向上は家庭での消費者教育のレベルアップに直結するものと考え。 情報モラルについてばかりでなく、消費者トラブルの実態やその対処法などを、保護者にも周知する機会を設けていただきたい。	②	保護者への情報モラル研修は近年の携帯電話・スマートフォンの児童・生徒への広がり、また、それに基づくさまざまな問題が指摘されていることから、喫緊の課題として新規に取り組んでいるものであります。 また、重点目標1（18ページ）で掲げておりますとおり、消費者教育の主体である家庭（保護者）を積極的に支援してまいります。なお、消費者トラブルの実態やその対処法については、消費者教育出前講座「だまされんばい悪質商法」において実施しているところであり、その対象は、高齢者だけでなく、保護者等も対象としていることから、今後、PTA等関係団体への周知等をはかり、利用の促進に努めてまいります。
11	21	重点目標4 (2) 学校における消費者教育の支援	学校において、ゲストティーチャー等での消費者教育講座の実施が考えられているとのことだが、その内容については「悪質商法」関連に限定されることなく、「電子マネーやクレジットカードの仕組みについて」等の金銭管理教育関連の講座も積極的に取り組んでいただきたい。ゲストティーチャーとしてのスキルを持つ消費生活アドバイザーや消費生活相談員等と学校の連携の為、講師派遣のシステムを構築していただきたい。	①	学校における消費者教育への支援として、学校へ消費生活相談員等を派遣し消費者教育講座を行っており、その内容は金銭管理教育も含むものとなっております。ご意見については、今後の参考とさせていただきます。と思ひます。 また、講師派遣のシステムにつきましても、より良い方法を検討していきたく思ひます。
12	25	取組み目標 出前講座の実施回数	出前講座の実施目標値を年間150回としているが、行政職員での出前講座の対応が出来ない場合、外部委託されるのか、また、その委託先をどのように選定されるのかを教えてください。	①	出前講座の講師につきましては、原則、行政職員で対応してまいります。が、講座内容によっては、外部講師に依頼することもあり得ます。その派遣講師の選定については、それぞれの関係局において、講座のテーマについて最も効果が得られると思われる講師を選定してまいります。

6 消費者団体

福岡市消費者グループ活動支援事業を実施した消費者団体を掲載しています。

名称 (代表者)	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会九州支部 (愛智ゆみ)	
活動実績等	消費生活アドバイザー普及事業, 研修会, 会報誌発行など	実施年度
		24 年度
名称 (代表者)	特定非営利活動法人 消費者支援機構福岡 (朝見行広)	
活動実績等	差止請求, セミナー開催, 事業者への申し入れ活動など 適格消費者団体(H24.11.13 認定)	実施年度
		24 年度
名称 (代表者)	特定非営利活動法人 コンシューマー福岡 (柴富伸子)	
活動実績等	講座や現地見学会など	実施年度
		25・26 年度
名称 (代表者)	福岡友の会 (向井尚子)	
活動実績等	生活基礎講習会, 家事家計講習会, 楽しい子育て教室など	実施年度
		25・26 年度

(平成 27 年6月末日現在)

事 業 概 要

(平成 27 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。