

平成28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28年度の主な事業内容と予算	2

II 平成27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	13
(2) 事業者指導・勧告	13
3 消費者啓発(消費者教育)	
(1) 消費者教育推進計画	14
(2) 講座開催	15
(3) イベント開催等	17
(4) 関係機関との連携及び支援	18
4 消費生活情報の収集・提供	
(1) 啓発資料の作成, 情報提供	19
(2) その他の情報提供	23
5 商品テスト	24
6 製品安全4法等の立入検査	25
7 消費生活条例の改正	
(1) 消費生活条例改正の概要	26
(2) 消費生活センターの名称及び住所等の告示	26
8 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	28
(2) 市政アンケート調査	29
(3) 消費生活相談窓口アンケート	33

参考資料

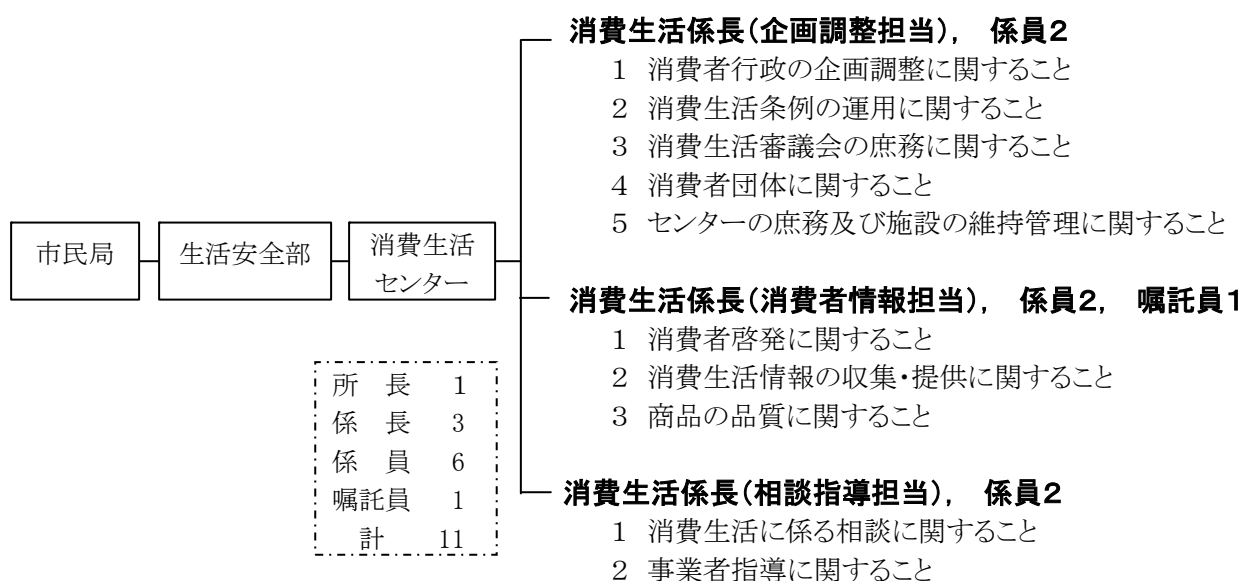
1 消費者行政の変遷	35
2 機構の変遷	39
3 福岡市消費生活条例	41
4 消費生活センターの名称及び住所等の告示	45
5 福岡市消費生活審議会	46

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

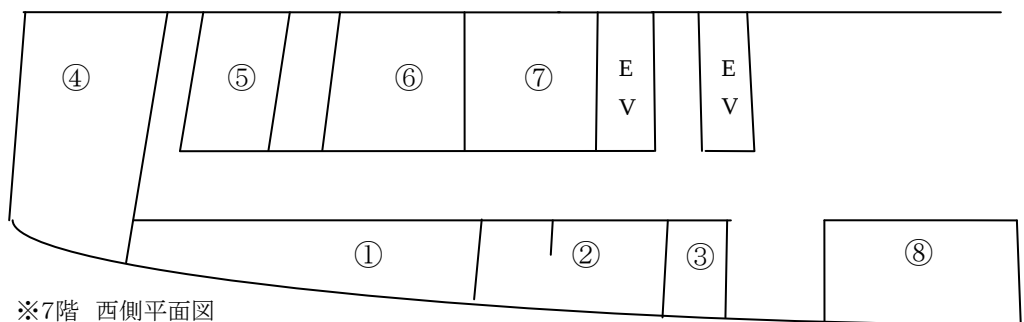
① 複合施設 (あいれふ)

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 | 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28年度の主な事業内容と予算

(単位:千円)

事業項目	28年度 予算額	27年度 予算額	差 引 増 減 額	28年度の主な事業内容
消費者啓発	13,096	12,916	180	消費者教育出前講座 かしこい消費生活講座 消費生活サポーター育成講座 街頭キャンペーン 情報誌「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 啓発資料の配布 嘱託員に係る経費 福岡県消費者行政推進事業補助金事業 ・障がい者及び見守り者に対する啓発 ・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
消費生活相談・ 事業者指導	41,263	40,922	341	相談業務委託等
消費生活相談機能 整備・強化	300	3,240	▲2,940	福岡県消費者行政推進事業補助金事業 ・相談窓口整備
センターの管理運営	16,742	16,826	▲84	センターの管理運営, 消費生活審議会等
合 計	71,401	73,904	▲2,503	

Ⅱ 平成27年度事業実績

1 消費生活相談

安全で安心できる消費生活の実現のため、市民からの相談・苦情を受け助言等を行うとともに、消費者と事業者の交渉能力の差などを考慮し、自主交渉が困難な場合には事業者との交渉を行い、両者の主張に隔たりがあるなど解決困難な事案については、消費者と事業者が同席の上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28年3月現在)

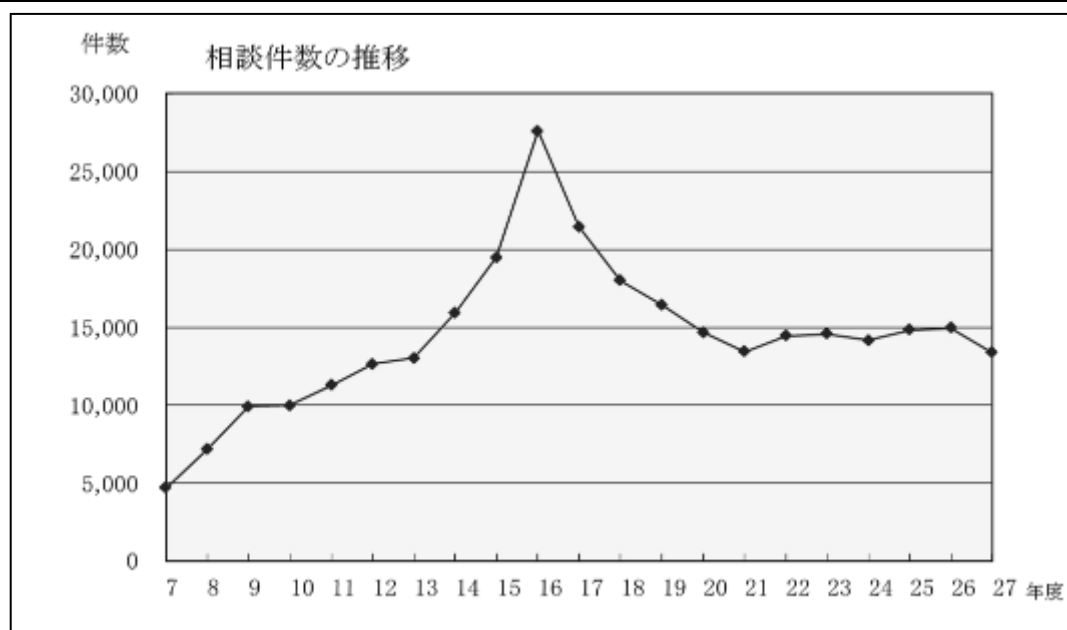
一般相談	商品やサービスの契約、販売方法、品質などに関する相談 ・日 時: 平日 9時～17時, 第2・4土曜日 10時～16時 ・方 法: 来所面接相談, 電話相談(第2・4土曜日は電話相談のみ), インターネット相談 ・相談体制: 平日8～9名, 第2・4土曜日4名
特別相談	一般相談の中で、専門知識が必要な相談に対応 ・法 律 相 談: 月2回(第2・4火曜日) 14時～16時 ・多重債務法律相談: 月2回(第1・3火曜日) 14時～16時 ・クリーニング相談: 月1回(第1木曜日) 14時～16時

(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きたが、平成27年度は13,386件で、前年度に比べると1,565件(10.5%)減少した。

年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度
件数	14,573	14,159	14,822	14,951	13,386
(うち土曜件数)	(576)	(578)	(554)	(609)	(561)



② 相談方法別相談件数

約9割が電話による相談である。

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 (%)	12,034 (89.9)	1,063 (7.9)	43 (0.3)	246 (1.9)	13,386 (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 (%)	7,243 (54.1)	5,437 (40.6)	412 (3.1)	294 (2.2)	13,386 (100.0)

④ 契約当事者の年代別相談件数

70 歳以上の相談が多い。

	27 年度		26 年度		25 年度		24 年度		23 年度		(参考) 27 年度	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	人口※ (万人)	件数/人口 (%)
20 歳未満	371	2.8	412	2.8	414	2.8	425	3.0	413	2.9	27.5	0.13
20 歳代	1,617	12.1	1,891	12.6	1,602	10.8	1,588	11.2	1,679	11.5	19.3	0.84
30 歳代	1,954	14.6	2,362	15.8	2,445	16.5	2,555	18.0	2,585	17.7	23.1	0.85
40 歳代	2,203	16.5	2,383	15.9	2,286	15.4	2,389	16.9	2,469	16.9	23.1	0.95
50 歳代	1,755	13.1	2,116	14.2	2,064	13.9	1,965	13.9	2,150	14.8	17.6	1.00
60 歳代	1,824	13.6	2,140	14.3	2,178	14.7	2,065	14.6	2,166	14.9	18.5	1.00
70 歳以上	2,389	17.8	2,632	17.6	2,888	19.5	2,341	16.5	2,468	16.9	20.6	1.16
不 明	1,273	9.5	1,015	6.8	945	6.4	831	5.9	643	4.4	—	—
合 計	13,386	100	14,951	100	14,822	100	14,159	100	14,573	100	149	0.89

※人口は福岡市の平成 27 年9月末登録人口(住民基本台帳, 日本人+外国人)による。

⑤ 相談処理状況

		27 年度	26 年度	25 年度	24 年度	23 年度
		件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)	件数 (%)
処 理 結 果	他 機 関 紹 介	371 (2.8)	349 (2.3)	703 (4.7)	645 (4.6)	640 (4.4)
	助言(自主交渉)	9,495 (70.9)	11,113 (74.3)	11,001 (74.2)	10,997 (77.7)	11,466 (78.7)
	その他の情報提供	1,819 (13.6)	1,713 (11.5)	1,248 (8.4)	740 (5.2)	694 (4.7)
	幹 旋 解 決	905 (6.8)	1,048 (7.0)	1,065 (7.3)	1,106 (7.8)	1,170 (8.0)
	幹 旋 不 調	204 (1.5)	171 (1.1)	145 (0.9)	135 (0.9)	130 (0.9)
	処 理 不 能 ※ 1	33 (0.2)	31 (0.2)	73 (0.5)	155 (1.1)	187 (1.3)
	処 理 不 要 ※ 2	552 (4.1)	525 (3.5)	587 (4.0)	381 (2.7)	286 (2.0)
	相談継続中 ※ 3	7 (0.1)	1 (0.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	合 計	13,386 (100)	14,951 (100)	14,822 (100)	14,159 (100)	14,573 (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		27 年度	26 年度	25 年度	24 年度	23 年度
法律相談	回 数	24	24	24	24	24
	件 数	72	86	91	66	116
多重債務法律相談	回 数	24	24	24	24	24
	件 数	19	39	37	41	61
クリーニング	回 数	12	12	12	12	12
	件 数	17	9	15	23	11

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るが、近年はインターネットを利用した巧妙な手口が見られる。相談の約4割はワンクリック請求である。

(ピーク時)

	27 年度	26 年度	25 年度	24 年度	23 年度	16 年度
相談件数	2,331	2,724	2,223	1,972	1,965	14,332
割合(%) ※1	17.4	18.2	15.0	13.9	13.5	51.9
うちデジタル コンテンツ ※2	1,617	2,084	1,458	1,537	1,655	
うちワンクリック請 求 ※3	1,007	1,343	964	885	1,193	

※1 各年度の全相談件数に占める不当請求の割合

※2 P6 の※1「デジタルコンテンツ」参照

※3 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。(H21 キーワード新設)

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、アダルト情報サイトに関する相談が前年度比 445 件 (30.9%) 減少したことにより、デジタルコンテンツに関する相談は前年度比 490 件 (20.2%) 減少した。

順位	商品分類	27 年度	26 年度	25 年度	24 年度	23 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)	1,932 (997) (148)	① 2,422 (1,442) (179)	① 1,826 (951) (186)	① 1,996 (870) (246)	① 2,015 (1,176) (315)
2	不動産貸借	965	② 1,063	② 1,189	② 1,147	② 1,271
3	商品一般 ※2	552	③ 568	③ 553	④ 388	④ 400
4	インターネット接続回線 ※3	417	⑥ 386	⑧ 318	⑦ 262	⑥ 269
5	携帯電話サービス	390	⑦ 360	⑨ 260	⑧ 260	⑩ 207
6	フリーローン・サラ金	352	④ 448	④ 469	③ 700	③ 911
7	工事・建築	282	⑧ 346	⑦ 324	⑥ 329	⑤ 320
8	エステティックサービス	255	⑤ 402	⑤ 370	⑤ 337	⑥ 269
9	四輪自動車	196	⑩ 231	⑩ 240	⑩ 225	⑨ 224
10	テレビ放送サービス	189	⑬ 166	⑰ 130	⑰ 138	⑬ 169

○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、出会い系サイトで多額のポイントを購入させられたという相談や、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架空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 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、解約の相談が多数見られた。

5位 携帯電話サービス

携帯電話(スマートフォンを含む)の利用者が増加する一方、サービス内容が複雑であることから、料金、修理代、機種代、解約時の違約金及び機能について事業者の説明不足に起因する相談が多い。

6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。

7位 工事・建築

新築やリフォーム工事契約後、工事内容(施工不良など)、価格、事業者の説明に納得がいかないとの相談が寄せられている。また、無料点検や保険を使って無料で修理ができる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。

8位 エステティックサービス

違法エステの摘発などもあり、相談件数は前年度の約半数に減少したが、お試しエステの後、勧誘されて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は依然として多い。

9位 四輪自動車

相談件数は約 15%減少した。相談の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。

10位 テレビ放送サービス

受信契約に関する相談が多数寄せられた。

【参考】平成 27 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	27年度	26年度	増減	対前年度比	順位	商品・役務名	27年度	26年度	増減	対前年度比
1	他の健康食品	140	67	73	209.0%	1	デジタルコンテンツ	1,932	2,422	△ 490	79.8%
2	モバイルデータ通信	161	89	72	180.9%	2	エステティックサービス	255	402	△ 147	63.4%
3	携帯電話	113	61	52	185.2%	3	医療サービス	188	288	△ 100	65.3%
4	引越	109	64	45	170.3%	4	不動産貸借	965	1,063	△ 98	90.8%
5	インターネット接続回線	417	386	31	108.0%	5	フリーローン・サラ金	352	448	△ 96	78.6%

⑨ 契約当事者の年代別・商品分類別相談件数ランキング

デジタルコンテンツに関する相談は前年度と比較して件数は減ったものの、依然、各年代の上位を占めている。また、Wi-Fi のモバイルルーターを契約したが、通信速度が遅い、解約料が高額などといった、モバイルデータ通信に関する相談が 20 歳代から 40 歳代で増加した。なお、20 歳代のエステティックサービスに関する相談は前年度の 287 件から約4割減少した。

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	
	27年度	26年度	27年度	26年度	27年度	26年度	27年度	26年度	27年度	26年度	27年度	26年度	27年度	26年度
1	デジタルコンテンツ		デジタルコンテンツ		デジタルコンテンツ		デジタルコンテンツ		デジタルコンテンツ		デジタルコンテンツ		商品一般	
	190	233 ①	275	277 ②	300	448 ①	365	515 ①	308	417 ①	298	334 ①	181	173 ①
2	テレビ放送サービス		エステティックサービス		不動産貸借		不動産貸借		不動産貸借		商品一般		デジタルコンテンツ	
	15	19 ②	175	287 ①	214	296 ②	168	176 ②	140	148 ②	91	92 ③	160	167 ②
3	不動産貸借		不動産貸借		携帯電話サービス		携帯電話サービス		フリーローン・サラ金		不動産貸借		工事・建築	
	15	10 ③	164	194 ③	67	69 ④	99	72 ④	70	74 ③	87	93 ②	80	107 ③
4	他の健康食品※1		インターネット接続回線		フリーローン・サラ金		インターネット接続回線		インターネット接続回線		インターネット接続回線		新聞	
	9	6 ⑥	71	60 ⑤	62	91 ③	98	55 ⑤	65	59 ⑤	58	72 ⑤	63	73 ⑥
5	携帯電話サービス		医療サービス		商品一般		フリーローン・サラ金		携帯電話サービス		工事・建築		健康食品※2	
	9	2 ⑩	70	165 ④	58	60 ⑥	65	78 ③	60	59 ⑤	46	73 ④	57	74 ⑤
6	インターネット接続回線		携帯電話サービス		インターネット接続回線		商品一般		商品一般		フリーローン・サラ金		不動産貸借	
	6	5 ⑦	43	49 ⑥	54	67 ⑤	51	55 ⑥	54	68 ④	45	69 ⑥	54	59 ⑦
7	健康食品		モバイルデータ通信		四輪自動車		四輪自動車		工事・建築		携帯電話サービス		他の行政サービス	
	5	1 -	42	19 ⑬	49	48 ⑧	44	50 ⑦	33	51 ⑦	42	41 ⑦	54	42 ⑬
8	専門・専修学校		フリーローン・サラ金		モバイルデータ通信		工事・建築		四輪自動車		修理サービス		固定電話サービス	
	5	1 -	39	48 ⑦	35	20 ⑮	38	38 ⑧	31	39 ⑧	36	20 ⑩	44	47 ⑩
9	運動靴、レンタルサービス、モバイルデータ通信、自動二輪車		商品一般※3		エステティックサービス		モバイルデータ通信		修理サービス		テレビ放送サービス		インターネット接続回線	
	各4	-	30	37 ⑧	34	52 ⑦	35	23 ⑪	24	38 ⑨	32	22 ⑭	44	54 ⑧
10			テレビ放送サービス		テレビ放送サービス		携帯電話、修理サービス、テレビ放送サービス		モバイルデータ通信、他の行政サービス		医療サービス、他の行政サービス		テレビ放送サービス	
			27	23 ⑪	29	17 ⑱	各26	-	21	-	各27	-	42	41 ⑭

○の数字は前年度の順位（「-」は 20 位以下）

※1 「他の健康食品」：商品は特定できるが、どの区分にも該当しないもの。

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

※3 「商品一般」：商品が特定できない相談。P6参照。

⑩ 販売購入形態別の相談件数

ア 販売購入形態別相談件数

通信販売に関する相談件数は減少したものの、サプリメントや健康食品をお試しと思って注文したところ、定期購入の申し込みだったという相談が多く寄せられた。

		件数 (構成比)	27 年度			26 年度 (構成比)	25 年度 (構成比)	24 年度 (構成比)	
			商品分類別順位						
			1位	2位	3位				
店 舗 購 入		4,863 (36.3%)	不動産貸借 898	携帯電話サービス 328	エステティックサービス 188	5,340 (35.7%)	5,558 (37.5%)	5,589 (39.5%)	
訪 問 販 売	家庭訪問販売※	759 (5.7%)	テレビ放送サービス 139	新 聞 96	インターネット接続 92	974 (6.5%)	1,016 (6.9%)	1,046 (7.4%)	
		61 (0.5%)	エステティックサービス 38	複合サービス会員 5	医療サービス 5	120 (0.8%)	88 (0.6%)	69 (0.5%)	
	アポイントメントセールス※	27 (0.2%)	ネックレス 5	アクセサリ 4	エステティックサービス 4	16 (0.1%)	22 (0.1%)	20 (0.1%)	
		S F 商 法 ※	9 (0.1%)	健康食品 4	ふとん類外 各 1		12 (0.1%)	10 (0.1%)	15 (0.1%)
	そ の 他		251 (1.9%)	引 越 19	リースサービス 18	工事・修繕サービス 各 17	186 (1.2%)	186 (1.3%)	199 (1.4%)
		小 計	1,104 (8.2%)				1,306 (8.7%)	1,321 (8.9%)	1,348 (9.5%)
	通 信 販 売	電子商取引(インターネット)	3,239 (24.2%)	デジタルコンテンツ 1,865	商品一般 69	他の健康食品 64	3,747 (25.1%)	3,096 (20.9%)	2,821 (19.9%)
			666 (5.0%)	他の健康食品 38	デジタルコンテンツ 33	フリーローン・サラ金 31	698 (4.7%)	817 (5.5%)	801 (5.7%)
		小 計	3,905 (29.2%)				4,445 (29.7%)	3,913 (26.4%)	3,622 (25.6%)
	マ ル チ 商 法		183 (1.4%)	他の内職・副業 21	健康食品 20	化粧品、商品一般 各 16	154 (1.0%)	150 (1.0%)	165 (1.2%)
	電 話 勧 誘 販 売		849 (6.3%)	インターネット接続 161	商品一般 113	社会保険 31	1,022 (6.8%)	1,159 (7.8%)	955 (6.7%)
	ネガティブオプション		13 (0.1%)	書 籍 2	健康食品外 各 1		29 (0.2%)	77 (0.5%)	40 (0.3%)
訪 問 購 入 (平成 25 年 2 月 21 日より区分新設)		125 (0.9%)	商品一般 36	被服品一般 17	アクセサリ 9	112 (0.7%)	106 (0.7%)	20 (0.1%)	
そ の 他 無 店 舗		42 (0.3%)	ファンド型投資商品 3	フリーローン・サラ金 3	不動産貸借、株 各 2	74 (0.5%)	83 (0.6%)	150 (1.1%)	
不 明 ・ 無 関 係		2,302 (17.2%)	商品一般 222	他の行政サービス 131	フリーローン・サラ金 120	2,469 (16.5%)	2,455 (16.6%)	2,270 (16.0%)	
合 計		13,386 (100.0%)				14,951 (100.0%)	14,822 (100.0%)	14,159 (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相談件数内訳

キャッチセールスの相談は前年度比 59 件(49.2%)減少。特に 20 歳代では前年度の 113 件から 60% 近く減少した。反面、起業家セミナーなどのアポイントメントセールスの相談は 2 倍近くに増加した。

		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		64 (17.3%)	698 (43.2%)	850 (43.5%)	917 (41.6%)	687 (39.1%)	657 (36.0%)	595 (24.9%)	395 (31.0%)	4,863 (36.3%)
訪 問 販 売	家 庭 訪 問 販 売	20	76	69	106	61	93	291	43	759
	キャッチセールス	0	47	9	3	0	2	0	0	61
	アポイントメントセールス	0	17	4	1	2	2	1	0	27
	S F 商 法	0	0	0	1	0	0	5	3	9
	そ の 他	0	23	19	24	16	33	63	73	251
	小 計	20 (5.4%)	162 (10.0%)	101 (5.2%)	134 (6.1%)	79 (4.5%)	130 (7.1%)	359 (15.0%)	119 (9.3%)	1,104 (8.2%)
通 信 販 売	電子商取引(インターネット)	250	492	634	659	514	387	194	109	3,239
	その他(郵便・電話・FAX等)	6	43	68	86	96	137	173	57	666
	小 計	256 (69.0%)	535 (33.1%)	702 (35.9%)	745 (33.8%)	610 (34.8%)	524 (28.7%)	367 (15.4%)	166 (13.0%)	3,905 (29.2%)
マ ル チ 商 法		0 (0.0%)	54 (3.3%)	24 (1.2%)	25 (1.1%)	20 (1.1%)	17 (0.9%)	31 (1.3%)	12 (0.9%)	183 (1.4%)
電 話 勧 誘 販 売		4 (1.1%)	21 (1.3%)	37 (1.9%)	87 (3.9%)	90 (5.1%)	111 (6.1%)	416 (17.4%)	83 (6.5%)	849 (6.3%)
ネガティブオプション		0 (0.0%)	1 (0.1%)	1 (0.1%)	2 (0.1%)	3 (0.2%)	0 (0.0%)	2 (0.1%)	4 (0.3%)	13 (0.1%)
訪 問 購 入 (平成 25 年 2 月 21 日より区分新設)		0 (0.0%)	5 (0.3%)	1 (0.1%)	6 (0.3%)	13 (0.7%)	30 (1.6%)	60 (2.5%)	10 (0.8%)	125 (0.9%)
そ の 他 無 店 舗		1 (0.3%)	7 (0.4%)	4 (0.2%)	10 (0.5%)	1 (0.1%)	9 (0.5%)	6 (0.3%)	4 (0.3%)	42 (0.3%)
不 明 ・ 無 関 係		26 (7.0%)	134 (8.3%)	234 (12.0%)	277 (12.6%)	252 (14.4%)	346 (19.0%)	553 (23.1%)	480 (37.7%)	2,302 (17.2%)
合 計		371	1,617	1,954	2,203	1,755	1,824	2,389	1,273	13,386

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

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

〈アポイントメントセールス〉

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

〈SF商法〉

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

〈ネガティブオプション〉

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

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。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 547 件から5分の 1 以下になった。

ア 相談件数

平成 27 年度	平成 26 年度	平成 25 年度	平成 24 年度	平成 23 年度
99	141	188	262	341

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%)	11 (11.1%)	18 (18.2%)	28 (28.3%)	18 (18.2%)	10 (10.1%)	6 (6.1%)	8 (8.1%)	99 (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)をメンバーに設置し、情報交換等を行っている。

なお、平成 27 年度は、多重債務相談が大幅な減少傾向にあるなか、本連絡会議においても一定の成果を得られている状況にあることから、資料送付をもって、連絡会議の開催と代えた。

○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, 運営支援課

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:営業企画課

教育委員会:教育支援課

(※組織名称は平成 27 年度)

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。27年度の「危害」に関する相談は218件で、前年度より29件(15.3%)増加した。エステティックサービスに起因する相談は減少した。

危害に関する相談件数商品分類別ランキング

順位	27年度	商品・役務名	主な内容等	26年度	
1	14	医療サービス	その他の傷病及び諸症状, 皮膚障害	20	①
2	13	他の健康食品	皮膚障害, 消化器障害	7	⑥
2	13	外食	中毒, 消化器障害	10	④
4	9	不動産貸借	その他の傷病及び諸症状, 呼吸器障害	8	⑤
5	7	商品一般	脱臼・捻挫, 擦過傷・挫傷・打撲傷	0	-
5	7	基礎化粧品	皮膚障害	14	③
5	7	パーマ	その他の傷病及び諸症状, 皮膚障害	1	-
8	6	エステティックサービス	熱傷, 皮膚障害	15	②
9	5	ふとん類	皮膚障害, その他の傷病及び諸症状	1	-
9	5	工事・建築	呼吸器障害, 骨折	4	⑧
9	5	スポーツ・健康教室	脱臼・捻挫, その他の傷病及び諸症状	3	⑪
他	127			106	
合計	218			189	

○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。27年度の「危険」に関する相談件数は54件で、前年度より8件(12.9%)減少した。

危険に関する相談件数商品分類別ランキング

順位	27年度	商品・役務名	主な内容等	26年度	
1	10	四輪自動車	機能故障, 発煙・火花	7	①
2	3	不動産貸借	火災, 発火・引火	2	④
3	各2	電気暖房機器, パソコン, 携帯電話, 電話関連機器・用品, 工事・建築, 外食	発煙・火花, 加熱・こげる, 火災 など	-	-
	29	その他		53	
合計	54			62	

○の数字は前年度の順位

2 事業者指導

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

(1) 事業者面接

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

年 度	27	26	25	24	23	22	21	20	19
面接件数	71	82	54	87	119	167	218	221	209

(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	27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
指導件数	12 文書 0 口頭12	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
勧告(公表)件数	0	0	0	0	0	2	0	0	0
緊急公表件数	—	—	—	1	—	—	—	—	—

① 口頭指導 計 12 件

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

平成27年度においては、電気通信、エステティックサービス、化粧品等連鎖販売取引、住宅リフォームの事業者等に対し口頭による指導を行い是正を求めた。主な事例は下記のとおり。

○事例 1 (エステティックサービス:消費者に適合しない契約, クーリング・オフの拒絶, 威迫・困惑等による履行強制)

支払いが難しいのでクーリング・オフしたいと電話で店に伝えたが「店頭でなければ出来ない」と言われ、店まで行った。しかし、解約をしないように説得され、あまりにも帰してくれず怖くなったので、「少し考える」と言って店を出た。結局解約できなかった。

○事例 2 (電気通信:身元詐称, 電気通信手段による一方的勧誘等)

大手電話会社の関連を装ってインターネットの料金が安くなると電話があり、承諾。設定は相手が遠隔操作でしてくれた。しかし、書類が届いて初めて新たにプロバイダ契約をしたことがわかった。また、申し込んだ覚えのない4つのオプションも付けられていた。

○事例 3 (住宅リフォーム:重要情報の不提供, 取引の意図の隠匿, 消費者に適合しない契約)

太陽熱温水器の点検に来たと言って訪問され、撤去工事を契約。当初全部外すと100万円と言われたがとても払えないと言うと、40万円での工事内容になった。しかし、金額的に高額だと思う。契約の翌日に2～3時間作業をされた。どこを工事したのか、自分で直接見ても写真を見てもよくわからなかった。また、渡された書面を見ると金額も合っていない。

3 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、平成27年3月に「福岡市消費者教育推進計画」を策定し、計画に基づいて、消費者教育・啓発事業を行った。(計画期間は平成27年度から平成31年度までの5年間。)

(1) 消費者教育推進計画

① 消費者教育推進会議

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

○設 置 平成27年6月1日

○構 成 市 民 局：コミュニティ推進課、消費生活センター

こども未来局：総務企画課

保健福祉局：高齢社会政策課、障がい者在宅支援課、健康増進課

環 境 局：環境政策課

教育委員会：学校指導課、教育センター研修・研究課

○27年度開催状況

開催日	協議事項
H27. 7.6	○福岡市消費者教育推進計画の策定について ○平成26年度事業概要及び平成27年度の事業実施計画について ○本市における消費者教育の効果的な推進と連携について

② 計画の周知

ア 計画概要版パンフレットの作成

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作成した。消費生活センター、情報プラザなどで配布。

イ 市政だよりによる計画の周知

「消費生活かわら版」の特別号として、市政だより9月1日号の折り込みタブロイド紙(4ページ)を作成し、市内全戸配布により、消費者教育推進計画を周知した。(P21 掲載)

③ 市政アンケートの実施

消費者教育推進計画の基礎資料とするため、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。(P29 掲載)



②ア 計画概要版パンフレット

(2) 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、各種消費者講座等を開催した。

《講座開催総括表》（実施回数 76 回、参加者 3,918 人）

目 的	講 座 名	内 容	回数	参加人数
知識普及	① 消費者教育出前講座	福岡市出前講座に掲載したテーマに地域の依頼を受けて相談員や職員が公民館等に出向き講座を開催	59	2,311
	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を講師に招き講座を開催	4	165
	③ 金融広報委員会共催講演会	消費者問題専門の弁護士を講師に招き金融広報委員会と共催した講座を開催	1	199
	④ 高校3年生のための消費者教育出前講座	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年生を対象に出前講座を開催	4	1,044
人材育成	⑤ 障がい者支援消費者トラブル防止講座	障がい者の支援者を対象に障がい者の消費者トラブル未然防止のための講座を開催	4	37
	⑥ 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に、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	4	162

① 消費者教育出前講座（実施回数 59 回、参加者 2,311 人）

テーマ		対 象	内 容	回数	参加人数
だまされんばい 悪質商法		高齢者	悪質商法被害の手口や 対処法の紹介	31	906
		高齢者の見守り関係者		2	24
		児童・生徒・学生 及びその関係者		5	316
		障がい者及びその 関係者		4	55
		その他一般		2	461
くらしの 実験 講座	ジュースの中 の砂糖はどれ くらい	公民館、学校関係地域団体 など	ジュースなどの糖度測定を 通して砂糖の役割と過剰摂 取の影響を学ぶ	7	280
	かしこく減塩 しよう	学校関係団体	食品中の塩分濃度を測定し 塩の役割と効用、影響を 学ぶ	1	63
	家庭で起こる 製品事故に ご注意！	高齢者、福祉関係団体など	家庭で使用する電化製品な どの事故事例の紹介と対策	7	206

② かしこい消費生活講座（実施回数4回、参加者 165 人）

開催日	対象	テーマ	講師	会場	参加人数
H27.6.23	一般市民	まず知ろう、金融商品とそのリスク	福岡銀行協会 啓発担当者	あいれふ 第2研修室	52
H27.8.26	一般市民	親子で体感！ジュースの 砂糖の量を測ってみよう	福岡市消費生活 センター職員	あいれふ みんなの 商品テスト室	24
H27.12.9	一般市民	くらしシンプル化計画 モノの捨て方・生かし方	事業者	あいれふ 講堂	61
H28.1.19	一般市民	シニア向け スマホ・ケータイ安全教室	NTTドコモ 啓発担当者	あいれふ 第2研修室	28

③ 金融広報委員会共催講演会

開催日	対象	テーマ	講師	会場	参加人数
H28.3.4	一般市民	詐欺・悪徳商法の手口と撃退法	弁護士	ホテルオークラ福岡	199

④ 高校3年生のための消費者教育出前講座（実施回数 4 回、参加者 1,044 人）

開催日	対象	テーマ	講師	会場	参加人数
H28.1.22	福岡市立 福翔高等学校	若者を狙う悪質商法 事例とトラブル対処法	福岡市消費生活 センター職員	福翔高校 講堂	288
H28.2.16	福岡市立 福岡西陵高等学校			福岡西陵高校 体育館	245
H28.2.22	福岡市立 博多工業高等学校			博多工業高校 武道場	225
H28.2.24	福岡市立 福岡女子高等学校			福岡女子高校 講堂	286

⑤ 障がい者支援消費者トラブル防止講座（実施回数 4 回、参加者 37 人）

開催日	対象	テーマ	講師	会場	参加人数
H28.2.19	知的障がい者家族 及び施設職員	障がい者を被害 から守るために	消費生活アドバイザー	男女共同参画 センター視聴覚室	15
H28.2.22				あいれふ くらしの研修室	4
H28.2.25				あいれふ くらしの研修室	9
H28.3.2				西市民センター 視聴覚室	9

⑥ 消費生活サポーター育成講座等：高齢者見守り体制の推進

開催日	テーマ	講師	会場	回数	参加人数	登録人数
H27.7.4 ～H27.9.11	育成講座	福岡市消費生活 センター職員等	あいれふ 研修室など	3	44	20
H27.10.5	育成講座 (福岡市老人クラブ 連合会と共催)	福岡市消費生活 センター職員	ふくふくプラザ	1	118	41
H27.10.27, H28.2.16	情報交換会	福岡市消費生活 センター職員	あいれふ くらしの研修室	2	25	

(3) イベント開催等

① 消費者月間等にあわせたイベントの開催

消費者月間(5月)や福岡県の悪質商法撲滅月間(12月)に街頭キャンペーン等を実施し、広く市民に対して注意喚起を呼びかけた。

ア 街頭キャンペーン

実施日	テーマ	事業内容	場所
H27.4.28	悪質キャッチセールス・ スカウト防止キャンペーン	福岡県中央警察署、交通局と共催 天神地区の巡回、庁用車によるアナウンス 啓発チラシ、啓発用品の配布(1,000部)	天神地区
H27.7.28 H27.8.27	悪質キャッチセールス 追放キャンペーン	天神地区の巡回、庁用車によるアナウンス 啓発チラシ、啓発用品の配布(計84部)	天神地区
H28.1.25		啓発チラシ、啓発用品の配布(100部)	博多地区
H27.12.6	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

イ パネル展

実施日	テーマ	事業内容	場所
H27.11.25 ～12.16	消費者トラブル防止 パネル展	悪質商法手口・対処法紹介、製品事故の注意 喚起などのパネル展示、資料配布	天神地下通路 星の広場

ウ 消費生活センター広報動画の放映

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(架空請求編、エステの無料体験編)市役所1Fロビーおよびソラリアビジョンで放映した。

エ 市公用車での消費生活相談窓口の広報 (対象車両数 178 台)

消費者月間中に、市公用車にA3のマグネットシートを添付し、相談窓口を広報した。

② 新大学生防犯強化月間にあわせたイベントの開催

毎年4月～5月を「新大学生防犯強化月間」として市内 15 の大学及び短期大学の協力を得て平成 27 年度より実施。（「防犯のまちづくり推進プラン」との共催）

ア 街頭キャンペーン

実施日	テーマ	事業内容	場所
H27.4.1	大学新入生防犯月間キャンペーン	生活安全課と共催 入学式に合わせて啓発チラシ、啓発用品の配布(300部)	西南大学

イ チラシ及びポスター等の配布

- 学生に対するチラシ配布 15校（防犯 5,140 枚）（悪質商法 7,833 枚）
- ポスターの掲載 15 校
- メール配信 9校、約 65,000 名へメール配信
協力大学及び短期大学に対し、大学生に多い事例について注意喚起

協力大学(メール配信)
九州大学
福岡女子大学
西南学院大学
福岡大学
九州産業大学
福岡工業大学・短大
福岡歯科大学・医療短大
福岡女学院大学・短大
国際医療福祉大学福岡看護学部

(4) 関係機関との連携及び支援

① 中学校消費者教育支援

学校における消費者教育を支援するために、啓発リーフレットを作成し配布した。

- タイトル 「見直そうスマホとのつきあい方」
- 配布数 全市立中学校 69 校(一学年分) 15,000 部配布

② 大学への注意喚起情報提供

学生を含む 20 代からの相談が急増した悪質な事例について、消費生活かわら版を作成。市内大学・短期大学計 21 校にメール配信し、学生へ注意喚起をした。

③ 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、注意喚起メール送信等の情報提供を行った。

- 注意喚起メール 2回メール配信
- 「くらしのインフォメーション」 6回送付
- 「消費生活かわら版」 随時メール配信
- 国民生活センター発行「見守り新鮮情報」 毎月メール配信



消費生活かわら版62号

④ 高齢者向け冊子等への相談窓口の掲載

「シルバー手帳(保健福祉局発行)」「シニアのための知恵袋(早良区発行)」に消費生活相談窓口の周知記事を掲載した。

⑤ 消費者グループ活動支援事業

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、「くらしの研修室」の貸し出しを行った。

- 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 2団体 延べ 22 回

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。

(1) 啓発資料の作成，情報提供

《啓発資料総括表》

	啓 発 資 料	対 象	内 容	配付頻度	配付数
①	くらしの インフォメーション	一般 市民	消費者トラブルの事例と対処法や製品事故に関する注意点など消費生活に役立つ生活情報紙を定期的に発行，配布	隔月	4,500/回
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	最大 3,500
③	消費生活かわら版 《特別号》	一般 市民	消費者教育推進計画を周知するため，市政だより折り込みタブロイド紙(4頁)を作成，全戸に配布	年1回 (9/1)	796,000 部 (全戸配布)
④	市政だより記事掲載	一般 市民	タイトル「世代別にみる消費者トラブル」(1頁) 悪質商法の事例を中心に対処法について啓発	年1回 (12/15)	796,000 部 (全戸配布)
⑤	市老人クラブ連合会 広報紙記事掲載	高齢者	市老人クラブ連合会の情報誌「ふくふくクラブ福岡」に高齢者向けの啓発記事を提供	年2回 (7, 1月)	—
⑥	新聞連載記事 「暮らしのヒント」	一般 市民	悪質商法に限らず，暮らしに役立つさまざまなテーマのコラムを西日本新聞に掲載(都市圏版月曜朝刊)	年38回	—
⑦	県と協働した 情報紙	一般， 若年者	県と協働し一般向けの「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	6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・障がい者支援者向けの資料を配布(主にメール配信)	月1回	—
⑨	一般情報誌 記事掲載	読者	フリーペーパー「リビング福岡」に記事を掲載 タイトル「引っ越しトラブルに気をつけて」	1回	—

《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)		
	くらしのインフォメーション (年6回発行)	消費生活かわら版 (平成27年度4回発行)	見守り新鮮情報 (毎月送付)
情報プラザ	50 部/回	30 部/回※追加有	—
区役所・出張所 (9カ所)	180 部/回	210 部/回	—
保健福祉センター (7カ所)	45 部/回	—	—
市民センター・地域交流センター (10カ所)	150 部/回	—	—
老人福祉センター (7カ所)	140 部/回	■	■
公民館 (147館)	735 部/回	■	■
民生委員児童委員協議会	—	約 2,500 部/回	—
社会福祉協議会 (7カ所)	35 部/回	■	■
老人クラブ連合会 (7カ所)	—	約 500 部/回	—
いきいきセンター福岡 (57カ所)	650 部/回	■	■
消費生活サポーター	約 200 部/回	約 200 部/回	約 800 部/回(年6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カ所)	40 部/回	—	—
郵便局等 (10カ所)	1,500 部/回	—	—
その他市関係部局	248 部/回	30 部/回	■
関係団体・事業者等	289 部/回	■	■

① 消費生活情報紙「くらしのインフォメーション」（発行回数 6 回, 各回 4,500 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)
H27 年 5 月号 (No.13)	「機能性表示食品」ってなんだろう？	目的を隠してお宅に入り込む訪問販売にご用心
H27 年 7 月号 (No.14)	平成 26 年度福岡市消費生活センター相談概要	古い家電製品の使用は気をつけて ～長期使用製品安全表示制度～
H27 年 9 月号 (No.15)	「クーリング・オフ」を過信しないで～正しい知識をもちましょう～	
H27 年 11 月号 (No.16)	巧妙化するワンクリック請求 ～焦らないで！払う必要はありません～	家庭用洗剤剤を混ぜて使うと？
H28 年 1 月号 (No.17)	広告をうのみにしないで！ 表示価格の甘い誘いにご用心	子どもが誤って〇〇を飲み込んでしまった ～注意 こんな事故が起きています！～
H28 年 3 月号 (No.18)	こんなはずではなかった！？ クリーニングのトラブル	製品事故を繰り返さないために ～リコール情報に要注意～

② 消費生活かわら版 （発行回数:4 回）

発行月	テーマ
H27 年 3 月	新生活, こんなトラブルにご用心！～悪質な訪問販売に注意しましょう～
H27 年 9 月	健康食品の強引な訪問販売に気を付けて！
H27 年 11 月	受講料 80 万円は, 消費者金融で！？起業家育成講座の悪質な勧誘にご注意！！
H28 年 1 月	マイナンバーに関する不審なメールにご注意ください

2016年 1月号 No.17 消費生活情報紙

くらしのインフォメーション

マイナンバーに関する不審なメールにご注意ください

アドバイス

- ① 借入額は必ず取りましょう。可能な限り、事前に業者に下見に来てもらい料金を算出してもらう事が重要です。
- ② 借入額も返済額も、返済代金の支払いが必ず必要になります。事前に料金が必ずしも必要になることも、トラブルを未然に防ぐ手段のひとつです。
- ③ 借入額も返済も、利息だけでなくサービス内容も確認し、納得がいらない場合は、その場で契約せずに、別の業者にも見直しを依頼して、比較検討しましょう。
- ④ 借入回数や返済条件を確認し、事前によく確認しましょう。
- ⑤ 返済を滞らす前に、個人信用・色・状態に気を配りながら確認しましょう。

広告料金をうのみにせず、見直し・確認・納得をして契約・借入を行いましょう！

①くらしのインフォメーション

消費生活かわら版 3 平成28年1月号

急増中

マイナンバーに関する不審なメールにご注意ください

パソコンや携帯電話に「国民消費生活組合」等を名乗り「マイナンバーに関する大切なお知らせ」と題した不審なメールが送信されてきたという相談が複数寄せられています。

「本人限定：内容証明電子承諾文書」、「有料サイトの登録料金が未払いになっており、放置すると訴訟リスクがマイナンバーに登録される」などと書かれ、業者への連絡を求める内容になっています。

マイナンバーの利用範囲は法で定められており、マイナンバーから訴訟リスクが明らかになるようなことはありません。

アドバイス

- 利用者の心理的不安をおおって連絡をさせ、個人情報を手に入れている可能性があります。
- ★メールは無視し、絶対に業者に連絡をしないでください。
- ★困ったときは消費生活センターへご相談ください。

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

※本誌サイトで「福岡市消費生活かわら版」を掲載すれば、バックナンバーが閲覧できます。
コピーして、同封・配布などにお使いください。

②消費生活かわら版

③ 消費生活かわら版《特別号》(市政だより 9/1 号タブロイド版)

構成	内 容
1ページ	消費者教育推進事業の概要, 市民の心構え
2, 3ページ	消費者被害事例(ネット, 高齢者, 若者, 金融)
4ページ	クーリング・オフ, 製品事故, 消費生活センター案内



③消費生活かわら版《特別号》

④ 市政だより記事掲載

掲載号	掲 載 内 容
H27.12.15	「世代別にみる消費者トラブル」 消費生活センターの紹介, 不用品回収, 利殖商法, ニセ電話詐欺, マイナンバー制度に便乗した詐欺の注意喚起など

⑤ 新聞連載記事「暮らしのヒント」(西日本新聞月曜日朝刊) (掲載回数:38 回)

掲載日	テーマ	掲載日	テーマ
H27. 4. 6	3ヵ月を過ぎた相続放棄	H27.10. 5	カニなどの魚介類の電話勧誘
H27. 4.21	不安をあおる開運商法	H27.10.19	まつ毛エクステに注意を
H27. 5. 5	モバイル通信は必要な契約を	H27.10.26	「マイナンバー」名目の不審電話
H27. 5.11	訪問販売によるリフォーム工事	H27.11.16	物干しざおの移動販売に注意
H27. 5.18	ネットでの旅行手配の注意点	H27.11.24	不審なメールには返信しないで
H27. 5.25	投資用マンションの悪質な勧誘	H27.11.30	そのタイヤ交換, 本当に必要?
H27. 6. 1	カードのリボ払いの注意点	H27.12. 7	光回線サービス乗り換えの勧誘
H27. 6. 8	婚礼用貸衣装のキャンセル料	H27.12.21	配置薬の契約は慎重に
H27. 6.22	スマホの「ワンクリック」請求	H27.12.28	携帯電話のワン切りに注意
H27. 6.29	火災保険を使った屋根工事	H28. 1. 4	訪問買い取りのトラブル
H27. 7. 6	ミシン格安おとり広告に注意	H28. 1.18	SNS掲載の広告に注意
H27. 7.20	英会話教室や塾の中途解約	H28. 1.25	ボタン電池の誤飲に注意
H27. 8. 3	高齢者を狙う「催眠商法」	H28. 2. 1	携帯電話の名義貸しはダメ!
H27. 8.10	新聞の購読契約について	H28. 2. 8	賃貸住宅の原状回復費用
H27. 8.24	レンタカーを借りる際の注意	H28. 2.22	高齢者の契約トラブル
H27. 8.31	定期購入型の通信販売	H28. 2.29	引っ越しの段ボール箱
H27. 9. 7	エステの契約期間に注意	H28. 3. 7	外国の業者からの英文メール
H27. 9.24	ワンクリック請求に慌てずに	H28. 3.21	チケットの個人間売買サイト
H27. 9.28	「個人情報削除します」に注意	H28. 3.28	電力の小売り自由化, あわてないで

⑥ 福岡市老人クラブ連合会広報紙記事掲載 (掲載 2 回)

掲載月	テ ー マ
H27 年 7 月	物干しざおの移動販売に注意
H28 年 1 月	マイナンバー制度に便乗した手口に要注意！

⑦ 県と協働した情報紙

ア ホットな消費者ニュース (毎月発行:市担当記事 4 回)

発行月	テ ー マ
H27 年 6 月号	水質検査を受けるだけのつもりが、高額な浄水器を買わされた
H27 年 9 月号	コインパーキング精算時のトラブル
H27 年 12 月号	不用品回収トラブル
H28 年 3 月号	マイナンバーに関する不審なメールにご用心！

イ 消費生活トラブル注意報

(隔月発行, 市立高校4校へメール配信:市担当記事 2 回)

発行月	テ ー マ
H27 年 6 月号	スマホでのワンクリック請求の新しい手口に気をつけよう！
H27 年 12 月号	スマホ充電中の発熱・発火に気をつけて！

⑧ 見守り新鮮情報

H27 年 4 月 186 号～H28 年 3 月 215 号の 34 回配布

⑨ 一般情報誌へ記事掲載

掲載月	掲載誌	テ ー マ
H28 年 3 月	リビング福岡	引っ越しトラブルに気をつけて！

⑦ア ホットな消費者ニュース

⑨ リビング福岡掲載記事

(2) その他の情報提供

① 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
H27.4.22	悪質キャッチセールス・スカウト防止キャンペーンのお知らせ
H27.7.21	アダルト情報サイトの相談が前年比 1.5 倍 70 歳以上のインターネット関連の相談も急増 ～平成 26 年度福岡市消費生活相談・指導の概要をお知らせします～
H27.12.1	悪質商法撲滅キャンペーンのお知らせ

②マスコミによる消費生活情報の提供

マスコミからの取材を通じ、消費生活情報を提供した。

放送日・掲載日	番組名・誌名	内 容
H27.4.28	RKB 今日感ニュース	悪質キャッチセールス・スカウト防止キャンペーン
H27.5.19	読売新聞	キャッチセールスにご用心
H27.7.27	RKB ラジオ ホークス花の応援団	ニセ電話詐欺に関する消費生活センターへの相談について
H27.8.8	リビング福岡(中央版)	リビングよろず相談室(個人情報について)
H27.12.28	西日本新聞	SNS で夢見る若者勧誘「起業成功」甘言に注意
H28.3.14	朝日新聞	りぼーと FUKUOKA 「春のキャンパスに落とし穴 投資・起業話…被害相次ぐ」

③ 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を案内した。

④ 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 12 回, 23 本

○貸出先 学校1回 , 企業4回 , 地域・福祉団体7回

⑤ 屋外看板継続設置（設置箇所 2カ所）

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。

⑥ 悪質な訪問販売お断りステッカー(約 8,000 枚配布)

福岡県警と連名の玄関添付用の「悪質な訪問販売お断り」ステッカー及び消費者トラブルの相談先である消費生活センター等の連絡先を記載した高齢者向けのステッカーを作成し配布した。

⑦ 啓発資材の作成, 配布（6 種）

キャンペーンや学校・地域における消費者教育を支援するため、消費生活センターと連絡先を名入れした、啓発資材を作成し配布した。



⑥ 悪質な訪問販売お断りステッカー

5 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
依頼テスト	17	61	0	61	0	0	61	0	61	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。

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	0	1	22	0	0	1	1	2	0	0	0	1	2	1	31
依頼テスト件数(内数)	0	0	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

② 相談に伴うテスト事例

相 談 内 容	処 理 結 果
【品名 ライター】 冷蔵庫の扉にマグネット式のフックにかけていたライターから発火し、横にかけていた鍋つかみが燃え、マグネット式フックが溶けたが、直ぐに消火した。	○発生状況 冷蔵庫の扉にマグネット式のフックにかけていたライターから発火し、横にかけていた鍋つかみが燃え、マグネット式フックが溶けたが、直ぐに消火した。 ○調査結果(外部調査機関※) X 線透過装置で観察したところ、部品の欠けや変形は見られない。製品を分解し、内部を観察したところ、内部の融解など内部から炎が出た証拠が見られなかった。鍋つかみの発火は、ライターからの着火以外の可能性が高い。
【品名 スマートフォン充電器】 スマートフォンの充電をしながら就寝していたところ、スマートフォンが発煙した。メーカーに製品を送ったが充電器が原因ではないと回答された。	○発生状況 スマートフォンの充電をしながら就寝していたところ、スマートフォンが発煙した。コネクタ部が変形した。 ○調査結果(外部調査機関※) 充電器を調べたところ、スマートフォン側の端子側に比べ、AC アダプターのプラグ先端樹脂が激しく融解していた。AC アダプターのプラグ部分でショートが起こり、発熱したと考えられるが、ショートの原因は断定できない。

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

③ 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 5 件で厚生労働省が示す室内空気濃度の指針値(0.08ppm)を上回るホルムアルデヒドが検出された。

6 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 27 年度は、違反事例が1件あった。

○ 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	2	4	0	0
ほ乳用具	2	3	0	0
魔法瓶	1	2	0	0
合 計	4 ※1	9	0	0

○ 消費生活用製品安全法に基づく立入検査

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
携帯用レーザー応用装置	1	1	1	0
乳幼児用ベッド	2	4	0	0
ガス瞬間湯沸器(都市ガス) ※2	3	4	0	0
液化石油ガス用瞬間湯沸器 ※2	1	1	0	0
電気食器洗機 ※2	1	1	0	0
電気乾燥機(浴室用) ※2	1	1	0	0
合 計	7 ※1	12	1	0

○ 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	5	8	0	0
直流電源装置	3	3	0	0
電動式おもちゃ	1	1	0	0
LEDランプ	6	15	0	0
LED電灯器具	5	9	0	0
電気ストーブ	3	12	0	0
扇風機	3	9	0	0
電気スタンド	2	3	0	0
電気乾燥機(浴室用)	1	1	0	0
合 計	6 ※1	61	0	0

○ 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	その他の違反
ガスこんろ	3	4	0	0
開放燃焼式・屋外式ガス瞬間湯沸器	4	5	0	0
合 計	5 ※1	9	0	0

○ 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	4	7	0	0
カートリッジガスこんろ	4	7	0	0
開放式ストーブ	1	1	0	0
開放式瞬間湯沸器	1	1	0	0
合 計	5 ※1	16	0	0

※1 立入販売事業者数は立入検査を実施した事業者実数 ※2 特定保守製品名

7 消費生活条例の改正

平成26年6月の消費者安全法(以下、「法」という。)の改正により、都道府県及び消費生活センターを設置する市町村は、内閣府令で定める基準を参酌して、「消費生活センターの組織及び運営等に関する事項」について条例で定めることとされた。本市においては、国が考える基準を満たした消費生活センターをすでに設置・運営しているため、本市の実情に応じた内容で条例整備を行った。

(1) 消費生活条例改正の概要

① 条例整備の趣旨

消費生活をめぐる情勢は社会経済の進展により日々変化しており、消費者事故等の態様等も複雑多様化していくことが見込まれるため、事業者に対する消費者からの苦情が適切かつ迅速に処理されるための消費生活センターの基準を国として示し、どこに住んでいても一定の質の消費生活相談を受けることができる体制を実現するため、消費生活センターを設置する市町村は、消費生活センターの組織及び運営等について条例整備を行うこととされた。

② 条例改正の内容

以下の国が定める基準を参酌して条例整備を行った。(条例本文は参考資料 P 41 に掲載)
新旧対照表は次頁のとおり

【法に規定された事項】(法 10 条の 2)

- 消費生活センターの組織及び運営に関する事項(第 1 項第 1 号)
- 消費生活相談等の事務の実施により得られた情報の安全管理に関する事項(第 1 項第 2 号)
- 条例を制定するに当たっては、内閣府令で定める基準を参酌するものとする。(第 2 項)

【内閣府令に規定された参酌基準】(規則 8 条)

- ①消費生活センターの名称、住所、消費生活相談を行う日時の公示
- ②消費生活センター長及び必要な職員の配置
- ③消費生活相談員資格試験合格者(みなし合格者を含む)を消費生活相談員に配置
- ④消費生活相談員のいわゆる「雇止め」の見直し、及び適切な人材及び処遇の確保
- ⑤職員および消費生活相談員の研修機会の確保
- ⑥情報の安全管理

③ 施行日

平成 28 年 4 月 1 日(平成 28 年 3 月 25 日議決)

(2) 消費生活センターの名称及び住所等の告示

消費生活条例の改正を受け、消費生活条例第 30 条の 3 前段の規定により、消費生活センターの名称及び住所等の告示を行った。(福岡市公報 平成 28 年 4 月 21 日 第 6295 号)(公報は参考資料 P45 に掲載)

現行	改正
第1章～第4章 (第1条―第30条)(略)	第1章～第4章(第1条―第30条)(略)
新設	<u>第4章の2 消費生活センターの組織及び運営等</u>
新設	(この章の趣旨) <u>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。</u>
新設	(センターの名称及び住所等) <u>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。</u> <u>(1) センターの名称及び住所</u> <u>(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</u>
新設	(所長及び職員) <u>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。</u>
新設	(消費生活相談員) <u>第30条の5 センターにおいて、法第8条第2項第1号及び第2号に掲げる事務に従事する消費生活相談員は、法第10条の3第1項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者(不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律(平成26年法律第71号)附則第3条の規定により合格した者とみなされたものを含む。)とする。</u>
新設	(消費生活相談員の人材及び処遇の確保) <u>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。</u>
新設	(職員等に対する研修) <u>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。</u>
新設	(情報の安全管理) <u>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。</u>
(以下省略)	(以下省略)

8 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	27 年度	26 年度	25 年度	24 年度
割合	78.9%	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 27 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)
27 年	N=2,262	35.6	43.3	7.3	2.6	4.4	6.7	78.9
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) 市政アンケート調査

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

平成27年度 第2回市政アンケート調査

【 概 要 】

■調査期間	平成27年6月26日～7月13日
■調査数	634件
■回答数	563件
■有効回答率	88.8%

〔テーマ・担当課〕

○「消費者トラブル及び被害防止の啓発」について

(担当課：市民局 生活安全部 消費生活センター)

《「消費者トラブル及び被害防止の啓発」についておたずねします》

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

福岡市では、「安全で安心できる消費生活の実現」を目標に、平成27年4月に「福岡市消費者教育推進計画」を策定しました。消費者トラブルとその予防の啓発について、市民の皆さまのご意見をお聴きし、今後の施策へ反映させたいと考えております。

お忙しいところ誠に恐縮ですが、ご協力をお願いします。

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

問13 あなたは、過去5年間、商品の購入やサービスの利用に関することで、実際に事業者とトラブルになったことがありますか。

N=563

- 1 ある 14.4
- 2 ない 83.3
- 無回答 2.3

問13-1 《問13で「1」と回答した方におたずねします。》

そのトラブルとはどのような内容のものでしたか。あてはまるものをすべて選び、番号に○をつけてください。

n=81

- 1 商品・サービスの内容に関すること(ニセモノ、欠陥品、量や質、性能や効果など) 58.0
- 2 商品・サービスの価格に関すること 12.3
- 3 販売方法に関すること(執拗な勧誘、誇大広告、説明不足など) 32.1
- 4 解約に関すること 22.2
- 5 事業者の対応に関すること(アフターサービス、接客態度など) 37.0
- 6 身に覚えのない商品やサービスの請求に関すること(商品の送り付け、架空請求など) 11.1
- 7 その他 9.9
- 無回答 1.2

問13-2 《問13で「1」と回答した方におたずねします。》

そのトラブルとなった商品やサービスを購入または利用したきっかけは、次のどれにあてはまりますか。あてはまるものをすべて選び、番号に○をつけてください。

n=81

- 1 自らお店に行って購入または利用した 40.7
- 2 自らインターネットやカタログで探して購入または利用した 27.2
- 3 事業者が自宅や職場に訪ねて来て、勧められた 8.6
- 4 事業者から自宅や職場に電話があり、勧められた 8.6
- 5 勧誘員などから路上で声をかけられ、案内されたお店などで勧められた 1.2
- 6 無料券や景品などがきっかけで、お店などに行き勧められた 7.4
- 7 テレビや、雑誌、インターネットなどで見た広告がきっかけで購入または利用した 12.3
- 8 友人・知人から勧められた 6.2
- 9 その他 9.9
- 無回答 9.9

問13-3 《問13で「1」と回答した方におたずねします。》

トラブルを解決するためにあなたは誰かに相談しましたか。あてはまるものをすべて選び、番号に○をつけてください。

n=81

- 1 家族や友人・知人に相談した 27.2
- 2 弁護士などの専門家に相談した 1.2
- 3 消費生活センターに相談した 18.5
- 4 消費生活センター以外の公的機関に相談した(区役所, 保健所など) -
- 5 相談せずに自分で事業者(お客様相談窓口などを含む)と交渉した 49.4
- 6 その他 3.7
- 7 特に何もなかった 7.4
- 無回答 12.3

【参考】消費生活センターのご案内 (住所:福岡市中央区舞鶴 2-5-1 あいれふ7階)

福岡市消費生活センターでは, さまざまな消費者トラブルの相談を電話, 来所, インターネットでお受けし, 解決のお手伝いをしています。

- 相談できる方は, 福岡市内に在住または在勤・在学の個人の消費者の方に限ります。
- 相談無料・秘密厳守

消費生活相談コーナー

受付時間 月曜日～金曜日(祝日・年末年始は除く)9時～17時
第2・4土曜日 10時～16時(電話相談のみ)

相談専用電話 092-781-0999

インターネット消費生活相談 <https://ssl.city.fukuoka.lg.jp/shohiseikatsu-soudan/>

《 すべての方におたずねします。》

問14 消費生活について, あなたが関心のあることは何ですか。あてはまるものを3つまで選び, 番号に○をつけてください。

N=563

- 1 契約に関すること(契約の知識, クーリングオフなど) 45.6
- 2 衣服に関すること(品質表示, クリーニングトラブルなど) 6.7
- 3 食に関すること(食品表示, 食の安全, 食育など) 60.9
- 4 住まいに関すること(住宅の欠陥の問題, 賃貸住宅のトラブルなど) 30.2
- 5 商品販売のしくみについて(店舗・通販などの購入方法の選択など) 13.1
- 6 環境問題について(ごみの減量やリサイクルなど) 26.6
- 7 インターネットやスマートフォンについて(セキュリティの問題, ワンクリック請求など) 47.6
- 8 金融商品や生活設計について(資産運用, 保険, クレジットカードなど) 26.6
- 9 その他 -
- 10 特にない 2.7
- 無回答 0.7

問15 問14に挙げたようなテーマについての学習会が、学校や地域、職場などで実施されていますが、あなたは参加したことがありますか。あてはまるものを 1つだけ 選び、番号に○をつけてください。

N=563

- 1 ある 13.1
- 2 ない 78.3
- 3 わからない 6.7
- 無回答 1.8

問15-1 《問15で「1」と回答した方におたずねします。》

それはどのような機会に参加しましたか。あてはまるものを すべて 選び、番号に○をつけてください。

n=74

- 1 小中学校、高等学校の授業、課外授業など 28.4
- 2 大学、専門学校等の講義など 5.4
- 3 公民館や地域の団体などが主催の講習会など 39.2
- 4 市役所・区役所などが主催の講習会など 14.9
- 5 職場での研修会など 28.4
- 6 事業者・事業者団体主催の講習会など 17.6
- 7 消費者団体※主催の講習会など 4.1
- 8 その他 6.8

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

《すべての方におたずねします。》

問16 福岡市では、安全で安心できる消費生活の実現を目指して、以下のような「市民として期待される心構え」を定めて周知に努めています。消費生活について、あなたが日頃から心がけていることはありますか。あてはまるものを すべて 選び、番号に○をつけてください。

N=563

- 1 トラブルを避けるため、ニュースなどで消費者被害の最新情報を知る 73.0
- 2 地域等で開催される消費生活に関する講座などに積極的に参加する 3.0
- 3 消費生活について得た情報を家族や友人等身近な人に伝える 43.7
- 4 事業者との取引で困ったら、消費生活センターに相談する 19.9
- 5 身近に消費者トラブルで困っている人がいたら、消費生活センターへの相談を勧める 20.8
- 6 環境に優しい商品の購入など環境に配慮した生活をする 33.6
- 7 健康に留意した食生活を行う 62.5
- 8 風評被害などによる社会的影響に関心を持って行動する 27.7
- 9 その他 0.2
- 10 心がけていることはない 3.2
- 無回答 1.4

(3) 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 78 サンプル
調査時期	平成 27 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)	96.2%
②相談員の説明のわかりやすさ	98.7%
③相談員の知識の豊富さ	96.2%
④相談員の問題処理能力のはやさ	97.4%
⑤自分の話を十分にきいてくれた	96.2%
⑥相談の結果(回答・助言の内容)	88.5%

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)	94.9%
2 不満の割合(やや不満+不満)	1.3%
3 不明	3.8%

参考資料

1 消費者行政の変遷	35
2 機構の変遷	39
3 福岡市消費生活条例	41
4 消費生活センターの名称及び住所等の告示	45
5 福岡市消費生活審議会	46

1 消費者行政の変遷

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

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	訪問販売法改正
9 (1997)	10月	第1回「消費者のつどい」開催	4月	・消費税率引き上げ(3%→5%)
10 (1998)	4月	生活文化部に組織変更	1月	消費者契約法(仮称)中間報告(21日)
			12月	特定非営利活動促進法施行 ・ダイオキシン・環境ホルモンが社会問題化 ・遺伝子組み換え食品をめぐる動き
11 (1999)			7月	食料・農業・農村基本法施行
			11月	訪問販売法改正 「食生活指針」を策定
12 (2000)	4月	機構改革により計量検査所を消費生活センターに統合	2月	不正アクセス行為の禁止等に関する法律施行
			3月	・デビットカード利用全国で本格スタート
			4月	消費者契約法成立 介護保険制度スタート 容器包装リサイクル法施行 成年後見制度実施 景品表示法改正 循環型社会形成推進基本法成立
			6月	改正JAS法施行
			10月	民事法律扶助法施行
13 (2001)			1月	内閣府設置(国民生活局移管) 預託法改正 海外先物取引法改正 高度情報通信ネットワーク社会形成基本法(IT基本法)施行 プリペイドカード法改正
			4月	消費者契約法施行 金融商品販売法施行 家電リサイクル法施行 食品リサイクル法施行
			5月	
			6月	特定商取引法(訪問販売法の改正)施行
			9月	・日本でBSE感染牛が発見される
			12月	電子消費者特例法施行 不正競争防止法改正
14 (2002)			4月	特定電子メール法成立(メール広告規制)
			7月	建築基準法改正(シックハウス対策)
			12月	古物営業法改正(ネットオークション規制)
15 (2003)	4月	市民生活部に組織変更 福岡消費者協議会が特定非営利活動法人 コンシューマー福岡へ法人化	5月	食品安全基本法成立、食品衛生法改正 国民生活審議会「21世紀型の消費者政策の在り方について」最終報告
			7月	ヤミ金融対策法成立
			12月	・BSE問題による米国産牛の輸入禁止措置

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(法テラス)設立 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 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)
27 (2015)			7月	福岡県消費者教育推進計画策定
	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		
	4月	消費者教育推進計画策定(27年度～31年度)	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
	6月	消費者教育推進会議設置 (市民局, こども未来局, 保健福祉局, 環境局, 教育委員会)	4月	食品表示法施行 ・ニセ電話詐欺の被害拡大
28 (2016)			7月	消費者ホットライン3桁化(188いやや)
	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)

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 40 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 <u>商工貿易課 計量係</u> <S36.8.1>
S44	経済局 <u>商工貿易課 消費生活係</u> <S44.4.1>	
S46	経済局 <u>消費生活課</u> <S46.4.1>	経済局 商工貿易課 計量検査所《係》 <S46.5.17>
S47		経済局 <u>消費生活課 計量検査所《係》</u> <S47.4.1>
S50	経済局 消費流通対策部 <u>消費生活課</u> <S50.4.1>	経済局 消費流通対策部 <u>消費生活課 計量検査所《係》</u> <S50.4.1>
S51	経済局 消費流通部 <u>消費流通課</u> <S51.4.1> 経済局 消費流通部 <u>消費生活センター開所</u> <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 <u>消費流通課 計量検査所《係》</u> <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 <u>消費生活センターに統合</u> <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 <u>消費生活センター</u> <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 <u>消費生活センター</u> <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 <u>消費生活センター</u> <H11.4.1>	
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 <u>消費生活センター 計量検査所《係》</u> <H12.4.1>
H15	市民局 市民生活部 <u>消費生活センター</u> <H15.4.1> ・主査を相談係に組織変更 <H15.4.1>	市民局 市民生活部 <u>消費生活センター 計量検査所《係》</u> <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

改正 平成 28 年 3 月 28 日条例第 10 号

目次

第1章 総則(第1条—第7条)

第2章 消費者との共働(第8条—第 13 条)

第3章 消費生活の基盤整備等

第1節 消費生活の基盤整備(第 14 条—第 23 条)

第2節 物価の安定(第 24 条・第 25 条)

第3節 立入調査及び公表(第 26 条・第 27 条)

第4章 消費者被害の救済(第 28 条—第 30 条)

第4章の2 消費生活センターの組織及び運営等(第30条の2—第30条の8)

第5章 福岡市消費生活審議会(第 31 条—第 37 条)

第6章 雑則(第 38 条)

附則

第1章 総則

(目的)

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

(定義)

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

- (1) 消費者 事業者が供給する商品又はサービスを使用し、又は利用して生活する者をいう。
- (2) 事業者 消費生活の用に供する商品若しくはサービスの供給に関して商業、工業、サービス業その他の事業を行う者又は営業所、代理店等以外の場所において消費者から商品を購入する事業を行う者をいう。
- (3) 商品 消費者が消費生活を営む上で使用する物をいう。
- (4) サービス 消費者が消費生活を営む上で使用し、又は利用するもののうち、商品以外のものをいう。(平成 25 条例 66・一部改正)

(基本理念)

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

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

(市の責務)

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

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

いて協力を求められたときは、これに応じるものとする。

(事業者の責務)

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

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

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

4 事業者は、その事業活動において取得した消費者の個人に関する情報を適正に取り扱わなければならない。(平成 25 条例 66・一部改正)

(消費者の役割)

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

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

(環境への配慮)

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

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

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

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

第2章 消費者との共働

(学習条件の整備及び消費者教育の推進等)

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

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

(情報の提供)

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

(消費者団体の自主的な活動の促進)

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

(消費者の意見の反映)

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

(消費者と事業者との交流の機会の確保)

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

(市長への申出)

第13条 市民は、この条例に違反する事業者の事業活動が行われているとき、又は次章第1節及び第2節に規定する措置が講じられていないことにより消費生活上の支障が発生し、若しくは拡大するおそれがあるときは、市長に対して、その旨を申し出て、必要な措置を講じることを求めることができる。

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

3 市長は、第1項の規定による申出があったときは、処理の経過及び結果を当該申出を行った者に通知するものとする。ただし、当該申出に係る事

案が当該申出を行った者を当事者とする福岡市消費生活審議会の調停に付されたときその他特別の理由があると認めるときは、この限りでない。

第3章 消費生活の基盤整備等

第1節 消費生活の基盤整備

(危険な商品又はサービスの供給の禁止等)

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

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

(危害等に関する調査、勧告等)

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

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

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

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

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

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

(1) 商品又はサービスの名称

(2) 危害又は損害の内容

(3) 事業者の氏名又は名称

(4) 事業者の住所又は事務所の所在地

(5) その他当該危害又は損害に関する事項

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

(危険な商品又はサービスについての緊急の公表)

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

(適正な表示の確保)

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

(1) 商品又はサービスについて、品質その他の内容

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

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

(4) 商品又はサービスについて、消費者に供給した後の保証の期間及

び内容

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

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

(7) 廃棄に際して特別な注意を必要とする商品について、その廃棄の方法

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

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

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

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

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

(適正な包装等の確保)

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

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

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

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

5 前条第3項から第5項までの規定は、包装等基準について準用する。

(広告の適正化)

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

(計量の適正化)

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

(平成25条例66・一部改正)

(不当な取引行為の禁止)

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

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

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

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

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

(5) 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる行為をする等の

不当な手段を用いて、当該消費者又はその関係人に契約(契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。)に基づく債務の履行を迫り、又は債務を履行させること。

- (6) 契約若しくは法律の規定に基づく債務について、正当な理由なく完全な履行をせず、消費者の正当な根拠に基づく債務の履行の請求に対し、適切な対応をすることなく履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させ、又は消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。
- (7) 契約の内容を正当な理由なく一方的に変更すること。
- (8) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張(以下これらを「申込みの撤回等」という。)に際し、当該申込みの撤回等を妨げて、又は申込みの撤回等が有効に行われたにもかかわらず、契約が成立した状態若しくはその効力が継続している状態であることを前提とした行為を行い、若しくは当該申込みの撤回等によって生じた債務の履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させること。
- (9) 消費者が他の事業者から商品又はサービスを購入することを条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約(以下これらを「与信契約等」という。)について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は不当な手段で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは履行させること。

- 2 前項の規定による指定は、告示により行う。当該指定を変更するときも、また同様とする。
- 3 事業者は、消費者と取引を行うに当たり、第1項に規定する不当な取引行為(以下「不当な取引行為」という。)を行ってはならない。

(平成 25 条例 66・一部改正)

(不当な取引行為に関する調査、勧告等)

- 第 22 条 市長は、事業者が行う行為が不当な取引行為に該当する疑いがあると認めるときは、当該行為について、必要な調査を行うものとする。
- 2 市長は、事業者が不当な取引行為を行っているときと認めるときは、当該事業者に対して、当該行為を是正するよう指導し、又は勧告することができる。
 - 3 第 15 条第 5 項の規定は、前項の規定による勧告について準用する。
 - 4 市長は、第 2 項の規定による勧告をしたときは、その旨及び次の各号に掲げる事項のうち必要な事項を公表するものとする。この場合において、第 3 号及び第 4 号に掲げる事項を公表しようとするときは、あらかじめ福岡市消費生活審議会の意見を聴かなければならない。
- (1) 不当な取引行為の内容
 - (2) 被害の内容
 - (3) 事業者の氏名又は名称
 - (4) 事業者の住所又は事務所の所在地
 - (5) その他不当な取引行為に関する事項
- 5 市長は、第 1 項の調査の結果、当該行為による被害の発生又は拡大を防止するために必要があると認めるときは、当該行為に関する情報を消費者に提供するものとする。

(不当な取引行為についての緊急の公表)

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

第2節 物価の安定

(生活関連商品等の円滑な流通を不当に妨げる行為等の禁止)

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

(生活関連商品等に関する調査、勧告等)

- 第 25 条 市長は、生活関連商品等のうち必要と認めるものについて、価格の動向、需給及び流通の状況その他必要な事項の調査を行うものとする。
- 2 市長は、生活関連商品等が不足し、又は不足するおそれがある場合、その価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合その他消費者に著しく不利益となるおそれがある場合において、特別な調査を行う必

要があると認めるときは、当該生活関連商品等を特定商品等として指定するものとする。

- 3 市長は、前項の規定により特定商品等を指定したときは、その不足又は価格の上昇の状況又は要因その他必要な事項について、調査を行うものとする。
- 4 市長は、生活関連商品等の円滑な供給を確保するために必要があると認めるときは、事業者に対して、当該生活関連商品等の必要な供給量の確保その他必要な措置をとるよう要請することができる。
- 5 市長は、第 1 項又は第 3 項の調査の結果、生活関連商品等を供給する事業者が前条に規定する行為を行っているときと認定したときは、当該事業者に対して、当該行為を是正するよう指導し、又は勧告することができる。
- 6 市長は、前項の規定による認定をしようとするときは、あらかじめ福岡市消費生活審議会に諮るものとする。
- 7 第 15 条第 5 項の規定は、第 5 項の規定による勧告について準用する。
- 8 市長は、生活関連商品等の円滑な供給若しくは価格の安定又は消費者の商品若しくはサービスの適切な選択を確保するために必要があると認めるときは、第 1 項又は第 3 項の調査により得られた情報を消費者に提供するものとする。

第3節 立入調査及び公表

(立入調査等)

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

- 2 市長は、前項の規定による調査を行うため、必要最小限度の数量の商品又は事業者がサービスを提供するために使用する物(以下「商品等」という。)の提出を求めることができる。
- 3 第 1 項の規定により立入調査を行う職員は、当該立入調査に従事する職員であることを証する証明書を携帯し、関係人の請求があったときは、これを提示しなければならない。
- 4 市長は、第 2 項の規定により事業者から商品等の提出を受けたときは、当該事業者に対して、正当な補償を行うものとする。

(公表)

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

- (1) 第 15 条第 2 項に規定する立証のための行為をせず、又は虚偽の資料若しくは方法によりこれをしたとき。
- (2) 第 15 条第 3 項、第 17 条第 5 項(第 18 条第 5 項において準用する場合を含む。)、第 22 条第 2 項又は第 25 条第 5 項の規定による勧告に従わないとき。
- (3) 前条第 1 項に規定する報告若しくは資料の提出をせず、若しくは虚偽の報告若しくは資料の提出をし、又は同項の規定による立入調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。
- (4) 前条第 2 項に規定する商品等の提出を拒んだとき。

- 2 市長は、前項本文の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ福岡市消費生活審議会に諮るものとする。
- 3 市長は、第 1 項本文の規定による公表をしよう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つせん又は調停に付することができる。
- 4 事業者は、第1項のあつせんその他の措置及び前項のあつせん又は調停が行われるときは、これに誠実に協力しなければならない。
- 5 市長は、事業者が正当な理由なく第3項のあつせん又は調停の呼出しに応じないときは、当該事業者の氏名又は名称、苦情の内容その他の必要な事項を公表することができる。
- (訴訟の援助)
- 第30条 市長は、事業者の事業活動により被害を受けた消費者(以下「被害者」という。)が事業者に対し訴訟を提起する場合又は事業者から訴訟を提起された場合において、次に掲げる要件を満たしていると認めるときは、被害者の申出により、当該被害者に対し、当該訴訟に係る経費(以下「訴訟資金」という。)の貸付けその他訴訟に必要な援助を行うことができる。
- (1) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。
- (2) 当該訴訟資金の額が損害の額を超え、又は超えるおそれがある等当該被害者が援助を受けなければ当該訴訟を提起し、維持し、又は応訴することが困難であること。
- (3) 当該被害に係る紛争が福岡市消費生活審議会のあつせん又は調停に付されていること。
- 2 訴訟資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、速やかにその全額を返還しなければならない。ただし、市長がやむを得ない事情があると認めたときは、貸付金の全部又は一部の返還を免除し、又は猶予することができる。
- 3 前2項に定めるもののほか、訴訟資金の貸付けその他訴訟の援助に関し必要な事項は、規則で定める。

第4章の2 消費生活センターの組織及び運営等

(この章の趣旨)

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

(センターの名称及び住所等)

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

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

(所長及び職員)

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

(消費生活相談員)

第30条の5 センターにおいて、法第8条第2項第1号及び第2号に掲げる事務に従事する消費生活相談員は、法第10条の3第1項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者(不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律(平成26年法律第71号)附則第3条の規定により合格した者とみなされたものを含む。)とする。

(平成28条例10・追加)

(消費生活相談員の人材及び処遇の確保)

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

(職員等に対する研修)

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

(平成28条例10・追加)

(情報の安全管理)

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

第5章 福岡市消費生活審議会

(設置)

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

(所掌事務)

第32条 審議会は、次に掲げる事務を行う。

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

(組織及び委員)

第33条 審議会は、委員15人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が任命する。

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

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

4 委員は、再任されることができる。

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

(会長)

第34条 審議会に会長を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。

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

(会議)

第35条 審議会の会議は、会長が招集し、会長がその議長となる。

2 審議会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

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

(部会)

第36条 審議会は、必要に応じて、部会を置くことができる。

2 部会に属する委員は、審議会の委員のうちから会長が指名する。

3 部会に部会長を置き、部会に属する委員の互選によりこれを定める。

4 部会長は、部会の会務を総理する。

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

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

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

(専門委員)

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

2 第33条第5項の規定は、専門委員について準用する。

第6章 雑則

(委任)

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

附 則

この条例は、平成17年4月1日から施行する。

附 則(平成25年12月26日条例第66号)

この条例は、公布の日から施行する。

附 則(平成28年3月28日条例第10号)

この条例は、平成28年4月1日から施行する。

4 消費生活センターの名称及び住所等の告示

福岡市消費生活条例第30条の3前段の規定により、次のとおり告示した。

福岡市公報		平成28年4月21日 第6295号
福岡市公報	発行所	
	福岡市中央区天神一丁目8番1号	
	福岡市役所	
	(総務企画局行政部法制課)	
平成28年4月21日 第6295号	発行日	毎週月・木曜日
目次	次	ページ
○包括外部監査契約の締結(第120号)	1	1
○市税の収納事務の委託(第121号)	2	2
○消費生活センターの名称及び住所等(第122号)	2	2

福岡市告示第122号

消費者安全法(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の名称及び住所等について、福岡市消費生活条例第30条の3前段の規定により次のように公示する。

平成28年4月21日

福岡市長 高 島 宗 一 郎

1 消費生活センターの名称及び住所

福岡市市民局生活安全部消費生活センター

福岡市中央区舞鶴二丁目5番1号

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

(1) 事務を行う日(イに掲げる日にあつては、電話によるものに限る。)

ア 月曜日から金曜日まで(祝日及び12月29日から翌年の1月3日までを除く。)

イ 毎月の第2土曜日及び第4土曜日

(2) 事務を行う時間

(1)アに掲げる日にあつては午前9時から午後5時まで、(1)イに掲げる日にあつては午前10時から午後4時まで

3 その他

消費生活センターの設置の告示(平成21年福岡市告示第273号)は、廃止する。

5 福岡市消費生活審議会

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

(1) 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 27 年度)

第6期 平成 27 年4月1日～平成 29 年3月 31 日

		開催日	議 事 等
消費生活審議会	第 22 回	平成 27 年 7 月 10 日	・消費者苦情処理部会の設置 ・福岡市消費生活センターの事業概要について ・福岡市消費者教育推進計画について ・平成 27 年度事業計画について ・平成 24 年度包括外部監査について ・消費者安全法の改正について
	第 23 回	平成 27 年 11 月 2 日	・福岡市消費者教育推進計画の成果指標について ・改正消費者安全法への今後の対応について
	第 24 回	平成 27 年 12 月 24 日	・改正消費者安全法への対応について

平成 27 年度は部会の開催はなかった。

(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

事 業 概 要

(平成 28 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。