

南九州における消費者保護行政について

楠 元 茂

序

目次

- 一、消費者保護条例
  - (一) 条例制定前の状況
  - (二) 鹿児島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例
  - (三) 宮崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例
  - (四) 沖縄県民の消費生活の安定及び向上に関する条例
- 二、消費者行政の事業実績
  - (一) 鹿児島県
    - (1) 県民生活課事業実績
    - (2) 消費生活センター事業実績
    - (3) 大島消費生活相談所事業実績

(一) 宮崎県

- (1) 宮崎県消費生活センター事業実績
- (2) 都城地方消費生活センター事業実績
- (3) 延岡地方消費生活センター事業実績

(二) 沖縄県

- (1) 消費者啓発事業事業実績
  - (2) 消費生活相談事業事業実績
  - (3) 商品テスト事業事業実績
- 三、行政監察事務所関係資料
- 四、消費者オンブズマンの概念
- 五、結語

序

今回、科学研究費による消費者保護に関する共同研究において、筆者は行政法の分野からする考察の役割りをあたえられたので、その調査報告として、南九州三県を調査した結果得られた消費者保護行政に関する事項について報告することにした。

消費者保護行政に関する事項といつても、今回調査したのは、鹿児島、宮崎、沖縄三県の消費者行政の基本となる条例と、三県から出している範囲の報告書による実態の調査、行政監察事務所関係の資料及び主題からは外れるが、近時注目

されている消費者オンブズマン制度の概要の調査に止まらざるをえなかった。三県の行政の実態については、県によって資料の内容が異なるので、自ら調査の対象も異ならざるをえなかった。

## 一、消費者保護条例

鹿児島県において、消費者保護条例すなわち「鹿児島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」が公布されたのが昭和五十二年十月三日、宮崎県が昭和五十四年三月十日、沖縄県が昭和五十五年七月十二日であるが、これらの条例を検討するに当たっては、まず消費者問題の沿革を知っておく必要がある。

### (一) 条例制定前の状況

消費者問題が、わが国の行政課題としてとり上げられるようになったのは、いわゆる所得倍増計画によって国民生活が向上する一方、物価の上昇、誇大広告、有害商品の出現等の問題がおり、企業に対して弱い立場に置かれている消費者の保護が行政の話題となってきたところからである。

昭和三十六年四月に、東京都が消費経済課を設置、翌月、国において国民生活上対策審議会を設置した。

鹿児島県においては、昭和四十一年十月に企画課に消費生活係を設置、続いて消費者行政連絡協議会、消費生活懇談会、消費生活モニターが設置されている。

その後、昭和四十三年五月に「消費者保護基本法」が制定され、翌年三月の地方自治法の改正では、消費者の保護が地方公共団体の固有事務とされるにいたった。

なお、鹿児島県においては、昭和四十五年六月に消費生活相談所が、続いて昭和四十七年七月に「消費生活センター」

が開設された。

条例の要素をなす物価行政の歴史は、昭和四十六年八月のニクソンショック後の経済の混乱に対処して、同年十二月、自治省、経済企画庁から「地方公共団体における物価行政の推進について」の共同通達が出されて以来のことである。その後、昭和四十七年秋以降、総需要の急速な拡大、海外物価の高騰、過剰流動性を背景とした投機的な動向により、異常な物価高となり、国は昭和四十八年七月に物価局を独立させるとともに、「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」（買占め等防止法）を制定した。

しかし、昭和四十八年十月の石油危機によってわが国経済は狂乱物価へと突入り、同年十二月には「国民生活安定緊急措置法」が公布され、昭和四十九年一月には、これら生活安定二法の一部事務が地方公共団体に委任されることになった。この石油危機は結果的に地方公共団体の物価行政推進の背景となった。すなわち、物価対策は基本的には国の経済運営に属するとはいえ、物価の高騰、物の不足等の状況は地域によって異なり、個別物資の把握やそれに対する対応は、各地方公共団体の協力なしには成り立たないことが明らかになった。

この時代に、一部の自治体では、物価の安定を地方の責務としてとらえ、生活安定二法を補完するため「生活防衛条例」を制定することになる。昭和四十九年二月「東京都緊急生活防衛条例」が制定され、東京都以外の五団体も同様の条例を制定。このような状況の下で消費者保護条例の制定が急速に進むことになった。

消費者保護条例は、神戸市が昭和四十七年八月に「神戸市民の環境をまもる条例」のなかでとりあげたのを最初とする。これに続いて、同じく神戸市が「神戸市民のくらしを守る条例」を制定、昭和四十九年中に北海道等六団体が条例を制定した。現在のところ、四十七の都道府県と、六つの政令指定都市において消費者保護条例が制定されている。

この間、鹿児島県においては、昭和五十年八月には大島消費生活相談所が開設された。続いて、昭和五十二年五月には、生活物資課を県民生活課に改め、同年十月三日に、「鹿児島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」が公布施行され、

翌五十三年七月には「商品の単位価格表示に関する基準」が告示されている。又、五十四年四月に「消費生活協同組合事業資金融資要領」が制定された。(注1、注2)

## (二) 鹿児島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

この条例は全部で三十五条の条文から成るが、前述したような経済動向を背景に、消費者の利益を守り、市民生活の安定をめざすため規制行政をはじめとして、消費者行政の手續きを明らかにするとともに、生活関連商品に対する施策や被害者の救済について定め、事業者の責務と県民の役割りを規定したものである。(資料1参照)

### (1) 第一章 総 則

第一条で「目的」を明確にし、「基本方針」として「県、市町村、事業者及び消費者の相互の理解と協力のもとに」「安全で良好な消費生活の環境が確保」され「本県の自然的地理的条件並びに都市、農山漁村及び離島におけるそれぞれの実情に即した施策が講ぜられること」をあげている。(第一条) 続いて、県と市町村の責務を明らかにし、「事業者」と「消費者」の責務を定めている。(第五・六条)

すなわち、県と市町村はそれぞれの立場から消費生活の安定、向上のための施策を実施するべきであるとし、事業者はその供給する商品等について必要な措置を講じ、県、市町村の施策に協力し、消費者からの苦情の適切な処理をはからねばならないとし、消費者は受動的でなく自主的にその消費生活の安定、向上をはかるべきであるとする。

### (2) 第二章 消費生活の安全等に関する施策

この章では、知事、県、事業者が消費者の利益の擁護のために行うべき事業のなかで、主に規制的行政に関する事業に

ついて規定している。

まず、危害商品について、事業者の供給を禁止し、(第七条) 知事はその調査義務を課し、危害商品であると認められる場合の供給中止、回収等の勧告義務をも課している。(第八・九条)

次に、規格、表示の適正化に関して、事業者の努力目標を定め、(第十条) 事業者の組織する団体に対して、商品等の規格、表示、包装等の適正化に関する「自主基準」を定めるべきであると規定する。(第十一条)

県としても、必要に応じて「県の基準」を設定することができる。(第十二条)

第十四条では、特に、事業者に対して、不当な取引方法の禁止、すなわち消費者の知識又は経験の不足に乗ずる等して、消費者の商品の選択を誤らせるような取引方法を用いてはならない旨規定している。

次に、知事の啓発活動及び教育の推進と、商品の試験、検査の実施及び告知義務を定めている。(第十五・十六条)

### (3) 第三章 生活関連商品に関する施策

この章では、特に県民の消費生活との関連性の高い商品(生活関連商品)についての規定を置いている。これらは知事に対する義務規定が多くこれによって消費者の保護をはかっている。すなわち、知事の生活関連商品に関する情報の収集、提供義務と事業者のこれに対する協力義務、(第十七条) 知事の事業者に対する必要な場合の生活関連商品の供給等の協力要請義務、(第十八条) 緊急措置を要する商品の指定義務、及び指定商品の調査権に関する規定(第十九条・二十条)を置いている。

続いて、知事の勧告権として、事業者の買占め、売惜しみにより指定商品を多量に保有すると認める場合の売渡し勧告権、及び指定商品の著しく不当な価格の販売に対する価格の引下げ勧告権を定めている。(第二十一・二十二条)

**(4) 第四章 消費者被害の救済に関する施策**

この章では、苦情処理に関して詳細な規定を置いている。すなわち、まず事業者に対する消費者苦情の処理義務を定め、(第二十三条) 続いて市町村及び知事の苦情処理のあっせん義務(第二十四条) を定める。第二十五条及び二十六条では、知事の苦情処理の手続き及び訴訟援助について定める。

すなわち、知事の、苦情の申出があった場合の調査、あっせん措置を講ずる義務及び解決に至らなかった場合の苦情処理委員会の調停への移行手続きについて定め、続いて、消費者の事業者を相手とする訴訟の提起に際して、一定の要件を満たす場合の資金の貸付けを行う旨の定めが置かれている。

**(5) 第五章 資源及びエネルギーの有効利用に関する施策**

この章では、健全な消費生活を推進するための、資源及びエネルギーの有効利用に関する施策について定める。

**(6) 第六章 鹿児島県消費生活安定審議会及び鹿児島県消費者苦情処理委員会**

この章では、知事の諮問に応じ、消費者活の安定、向上に関する重要事項を調査審議するために置かれる生活安定審議会と、苦情の調停を行い、訴訟の援助に関する事項を調停審議するために置かれる消費者苦情処理委員会に関する規定を置く。

**(7) 第七章 雑則**

この章では、消費者保護規制行政の実効性を担保するための規定、すなわち立入調査権、(第三十二条) 公表権、(第三十三条) について規定している。

(三) 宮崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

宮崎県の条例は三十八条から成っており、目的は鹿児島県の条例と同様であるが、本文の前にいわば前文ともいふべき部分があり、条例制定の目的が明記されているのが特徴である。すなわち、

「われわれ県民は、消費生活において

危害から守られ

必要な事実が知らされ

自由な選択が確保され

意見が十分反映され

ることを求めてやまない」とある。

内容は、第一章が総則であり、第二章は事業者の自主規制となっており、この点も注目される。その自主規制の対象は多岐にわたり、危害の防止、取引方法、広告、品質の向上、計量、表示、価格の表示、包装にわたり、その他、アフターサービス、自動販売機の適正な管理についても規定を置き、以上の事項に関する基準についての協定の締結義務をも定めている。

第三章は、危害の防止及び品質、表示、包装等の適正化に関する規定である。第四章は消費者の啓発についての規定であり、第五章では生活関連物資の供給及び価格の安定について定める。第六章は救済規定であり、第七章は委員会規定、第八章は立入検査等の雑則である。

(四) 沖縄県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

この条例は三十九条から成っている。第一章総則の特徴として、基本理念のなかで消費者の権利を明らかにしている点



があげられる。(第二一条)すなわち、ア、生命、身体、財産を侵さない権利 イ、適正な表示を行わせる権利 ウ、不当な取引条件を強制されない権利 エ、被害から公正かつ速やかに救済される権利 オ、情報を速やかに提供される権利がそれである。

その他、県民の申出の条項(第六条)国への措置要求の規定(第七条)を置いている。

第二章は、消費生活の安全の確保に関する規定であるが、注目されるのは、金銭消費貸借契約書の交付義務すなわち、金融業者の消費者に対する契約書の交付義務に関する規定(第十七条)と、宮崎と同様に、自動販売機の管理について規定を置いている点(第十八条)である。

第三章は被害の救済につき、苦情処理の手続き、消費生活相談員の設置、苦情処理委員会の調停等について定めている。

第四章は、生活関連物資の供給及び価格の安定についての規定であり、第五章は資源及びエネルギーの有効利用に関する規定である。第六章は、沖縄県消費生活審議会及び沖縄県消費者苦情処理委員会について定め、第七章は立入調査等の雑則である。

(資料1)

鹿児島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

(昭和五十二年十月三日鹿児島県条例第三十三号)

目次

第一章 総則(第一条―第六条)

第二章 消費生活の安全等に関する施策(第七条―第十六条)

第三章 生活関連商品に関する施策（第十七条―第二十二条）

第四章 消費者被害の救済に関する施策（第二十三条―第二十七条）

第五章 資源及びエネルギーの有効利用に関する施策（第二十八条・第二十九条）

第六章 鹿児島県生活安定審議会及び鹿児島県消費者苦情処理委員会（第三十条・第三十一条）

第七章 雑則（第三十二条―第三十五条）

附則

第一章 総則

（目的）

第一条 この条例は、県民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、県、市町村及び事業者への果たすべき責務並びに消費者の果たすべき役割を明らかにするとともに、県の実施する施策について必要な事項を定めることにより、県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

（基本方針）

第二条 前条の目的を達成するに当たっては、県、市町村、事業者及び消費者の相互の理解と協力のもとに、安全で良好な消費生活の環境が確保されるとともに、本県の自然的地理的条件並びに都市、農山漁村及び離島におけるそれぞれの地域の実情に即した施策が講ぜられることを基本としなければならない。

（県の責務）

第三条 県は、経済社会の変動に即応して、消費生活の安定及び向上に関する施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

（市町村の責務）

第四条 市町村は、当該地域の实情に即した消費生活の安定及び向上に関する施策を実施する責務を有する。

(事業者の責務)

第五条 事業者（事業者が組織する団体を含む。以下同じ。）は、その供給する商品又は役務（以下「商品等」という。）について、危害の防止、規格及び表示等の適性化その他の必要な措置を講ずるとともに、県及び市町村が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力する責務を有する。

2 事業者は、常に、その供給する商品等について、消費者からの苦情を適切に処理するとともに、価格の安定及び流通の円滑化に努めるものとする。

(消費者の役割)

第六条 消費者は、自ら進んで消費生活に関する必要な知識を修得するとともに、自主的かつ合理的に行動するように努めることによって、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

## 第二章 消費生活の安全等に関する施策

(危害商品等の供給禁止)

第七条 事業者は、消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれのある商品等（以下「危害商品等」という。）を供給してはならない。

(危害商品等の調査)

第八条 知事は、事業者が消費者に供給する商品等について、危害商品等の疑いがあると認めるときは、速やかに、必要な調査を行うものとする。

2 知事は、前項の規定による調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、必要な資料の提出又は説明を求めることができる。

(危害防止勧告)

第九条 知事は、事業者が消費者に供給する商品等が危害商品等であると認めるときは、その危害を防止するため、当該事業者に対し、当該危害商品等の供給の中止、回収その他必要な措置をとるべきことを勧告するとともに、速やかに、その旨を消費者に周知させるものとする。

2 知事は、前項の規定による勧告をした場合において、当該勧告を受けた事業者に対し、当該勧告に基づいてとった措置及びその結果について、報告を求めることができる。

(規格、表示等の適正化)

第十条 事業者は、その供給する商品等について、次に掲げる事項を推進するよう努めるものとする。

- 一 品質の向上及び消費生活の合理化に寄与するよう適正な規格によること。
- 二 消費者が選択又は使用を誤ることがないよう価格、量目、製造年月日等を適正に表示すること。
- 三 消費者が不利益を被ることがないよう適正な計算をすること。
- 四 消費者が誤認し、又はその負担が著しく増大することのないよう過大又は過剰な包装をしないこと。
- 五 消費者への供給後における修理、交換等のアフターサービスの向上を図ること。
- 六 消費者が選択を誤るおそれのないよう広告に当たっては、その表現に留意し、適正な情報を提供すること。

(自主基準の設定)

第十一条 事業者の組織する団体は、商品等について、消費者が適正かつ容易に選択し、又は安全に使用し、若しくは利用することができるようにするため、商品等の規格、表示、包装等の適正化に関し、事業者が遵守すべき基準（以下「自主基準」という。）を定めるよう努めなければならない。

2 事業者の組織する団体は、自主基準を定めたときは、速やかに、当該自主基準を知事に届け出なければならない。こ

れを変更し、又は廃止したときも、同様とする。

- 3 知事は、事業者の組織する団体に対し、自主基準の設定及び変更について、必要な指導又は助言を行うことができる。  
(県の基準の設定)

第十二条 知事は、事業者が供給する商品等の規格、表示、包装等の適正化に関し、特に必要があると認めるときは、当該商品等の規格、表示、包装等の基準（以下「県の基準」という。）を定めることができる。

- 2 知事は、県の基準を定めようとするときは、あらかじめ、鹿児島県生活安定審議会の意見を聴かなければならない。これを変更し、又は廃止しようとするときも、同様とする。

- 3 知事は、県の基準を定めるときは、速やかに、これを告示しなければならない。これを変更し、又は廃止したときも、同様とする。

(県の基準の遵守義務)

第十三条 事業者は、県の基準が定められたときは、これを遵守しなければならない。

- 2 知事は、事業者が県の基準を遵守していないと認めるときは、当該事業者に対し、これを遵守するよう勧告することができる。

(不当な取引方法の禁止)

第十四条 事業者は、商品等を供給するに当たっては、消費者の知識又は経験の不足に乗ずる等消費者に当該商品等の選択を誤らせるような取引方法を用いてはならない。

(啓発活動及び教育の推進等)

第十五条 知事は、消費者が自主性をもって健全な消費生活を営むことができるようにするため、商品等に関する知識の普及及び情報の提供、生活設計に関する知識の普及等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費生活に関する

教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

2 知事は、消費者がその消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な組織活動が促進されるよう努めるものとする。

(試験、検査等の実施)

第十六条 知事は、商品の試験、検査等を行うとともに、必要に応じて、その結果に関する情報を県民に提供するものとする。

### 第三章 生活関連商品に関する施策

(情報の収集及び提供等)

第十七条 知事は、県民の消費生活との関連性が高い商品(以下「生活関連商品」という。)の需給の状況及び価格の動向に関する情報を収集するとともに、必要な情報を県民に提供するものとする。

2 事業者は、前項の規定による情報の収集に協力しなければならない。

(生活関連商品の供給等の協力要請)

第十八条 知事は、生活関連商品の価格の安定及び流通の円滑化を図るため必要があると認めるときは、事業者に対し、当該生活関連商品の円滑な供給その他必要な措置をとるよう協力を求めることができる。

(緊急措置を要する商品の指定)

第十九条 知事は、生活関連商品の需給の状況又は価格の動向が消費生活に著しい影響を及ぼし、又は及ぼすおそれがある場合において必要があると認めるときは、当該生活関連商品を緊急措置を要する商品として指定することができる。

2 知事は、前項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項の規定による指定を解除するものとする。

3 知事は、第一項の規定による指定をし、又は前項の規定による指定の解除をしたときは、その旨を告示しなければならない。

らない。

(指定商品の調査)

第二十條 知事は、前条第一項の規定により指定した生活関連商品（以下「指定商品」という。）の需給の状況及び価格の動向について、必要な調査を行うものとする。

(指定商品の売渡し勧告)

第二十一條 知事は、事業者が買占め又は売惜しみにより指定商品を多量に保有していると認めるときは、当該事業者に対し、売渡しをすべき期限を定めて、当該指定商品を売り渡すよう勧告することができる。

(指定商品の価格の引下げ勧告)

第二十二條 知事は、事業者が指定商品を著しく不当な価格で販売していると認めるときは、当該事業者に対し、その価格を速やかに引き下げよう勧告することができる。

第四章 消費者被害の救済に関する施策

(消費者苦情の処理等)

第二十三條 事業者は、事業者と消費者との間の取引に関して生じた消費者の苦情（以下「消費者苦情」という。）を迅速かつ適切に処理しなければならない。

2 事業者は、消費者苦情を迅速かつ適切に処理するために必要な体制の整備等に努めなければならない。

第二十四條 市町村は、消費者苦情の処理のあっせん等に努めなければならない。

2 知事は、市町村が実施する消費者苦情の処理のあっせん等について、必要に応じて、情報の提供及び技術的指導を行うものとする。

第二十五條 知事は、消費者苦情の処理の申出があつたときは、速やかに、その内容を調査し、当該消費者苦情を解決す

るため、あつせんその他の措置を講ずるものとする。

2 知事は、前項の規定による調査のため必要があると認めるときは、当該消費者苦情に係る事業者その他の関係者に対し、必要な資料の提出又は説明を求めることができる。

3 知事は、第一項の規定によるあつせんその他の措置によつて解決することができなかった消費者苦情については、これを鹿児島県消費者苦情処理委員会の調停に付することができる。

(訴訟の援助)

第二十六条 知事は、事業者の供給する商品等によつて被害を受けた消費者がその事業者を相手とする訴訟（民事訴訟法（明治二十三年法律第二十九号）第三百五十六条に規定する和解及び民事調停法（昭和二十六年法律第二百二十二号）による調停を含む。以下同じ。）を提起しようとする場合において、当該訴訟が次の各号に掲げる要件のいずれをも満たすときは、当該消費者に対し、規則で定めるところにより当該訴訟に要する資金の貸付けを行うほか、訴訟活動に必要な援助を行うことができる。

一 鹿児島県消費者苦情処理委員会の調停によつて解決されなかつた消費者苦情に係るもので、鹿児島県消費者苦情処理委員会が援助を適当であると認めたものであること。

二 同一又は同種の被害が多数発生し、又は発生するおそれのある商品等に係るものであること。

三 一件当たりの被害額が規則で定める以下の被害に係るものであること。

(貸付金の返還等)

第二十七条 前条の規定により訴訟に要する資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、規則で定めるところにより、当該貸付けに係る資金を返還しなければならない。

2 知事は、前項の規定にかかわらず、特に必要があると認めるときは規則で定めるところにより、当該貸付けに係る資



金の全部又は一部の返還を猶予し、又は免除することができる。

第五章 資源及びエネルギーの有効利用に関する施策

(資源及びエネルギーの有効利用)

第二十八条 知事は、健全な消費生活を推進するため、資源及びエネルギーの有効利用に関する知識の普及、情報の提供その他必要な施策を講ずるものとする。

第二十九条 事業者及び消費者は、その事業活動及び消費生活において、資源及びエネルギーの適正利用、不用品の再利用及び再生利用等を積極的に行うよう努めるものとする。

第六章 鹿児島県消費生活安定審議会及び鹿児島県

消費者苦情処理委員会

(鹿児島県生活安定審議会)

第三十条 知事の諮問に応じ、消費生活の安定及び向上に関する重要な事項を調査審議するため、鹿児島県生活安定審議会(以下「審議会」という。)を置く。

2 審議会は、委員二十人以上以内で組織し、委員は、次の各号に掲げる者のうちから知事が委嘱する。

一 消費者を代表する者

二 事業者を代表する者

三 学識経験のある者

四 関係行政機関の職員

3 委員の任期は、二年とする。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、再任されることがある。

5 前三項に定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

(鹿児島県消費者苦情処理委員会)

第三十一条 消費者苦情の調停を行い、及び消費者が事業者を相手に提起する訴訟の援助に関する事項を調停審議するため、鹿児島県消費者苦情処理委員会(以下「委員会」という。)を置く。

2 委員会は、委員五人以内で組織し、委員は、学識経験のある者のうちから知事が委嘱する。

3 前条第三項及び第四項に規定は、委員会について準用する。

4 委員会は、第一項の規定による調停及び調査審議のため必要があると認めるときは、当該消費者苦情に係る事業者その他の関係者に対し、必要な資料の提出又は説明を求めることができる。

5 第二項及び第三項に定めるもののほか、委員会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

## 第七章 雑則

(立入り調査等)

第三十二条 知事は、第九条第一項、第二十一条及び第二十二条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、その業務に関し報告を求め、又はその職員に当該事業者の営業所、事務所、工場、倉庫その他の事業場に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2 前項の規定により、職員が立入り調査又は質問をする場合には、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があつたときは、これを提示しなければならない。

(公表)

第三十三条 知事は、事業者が次の各号の一に該当する場合には、当該事業者の氏名又は名称、住所及びその行為の内容その他必要な事項について公表することができる。

一 第八条第二項、第二十五条第二項又は第三十一条第四項の規定による資料の提出若しくは説明をせず、又は虚偽の資料の提出若しくは説明をしたとき。

二 第九条第一項、第十三条第二項、第二十一条又は第二十二条の規定による勧告に従わなかったとき。

三 前条第一項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による調査を拒み、妨げ、若しくは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。

(国等への要請)

第三十四条 知事は、この条例の目的を達成するため必要があると認めるときは、国及び関係地方公共団体並びに県外の事業者に対し、適切な措置をとるよう要請し、又は協力を求めるものとする。

(規則への委任)

第三十五条 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

(施行期日)

一、この条例は、公布の日から施行する。

(鹿児島県民の生活安定のための緊急対策に関する条例の廃止)

二、鹿児島県民の生活安定のための緊急対策に関する条例（昭和四十九年鹿児島県条例第二十二号）は、廃止する。

二、消費者行政の事業実績（以下の実績は各県の昭和五十八年度分である。）

(一) 鹿児島県（注<sup>2</sup>）

(1) 県民生活課事業実績

1、総合調整

まず、消費者行政推進体制の整備として、市町村の担当課長会議を開催し、関係省庁が県内から募集するモニターを推薦し、国の消費者行政関係機関との連絡、調整を行った。

次に、消費者意見の把握及び行政への反映として、県民の消費生活に関する意識や実態、意見や要望等を把握し行政に反映させるため、各市町村に一一〇人のモニターを設置した。又、当面する消費者問題について分科会方式で意見交換を行う消費生活懇談会を三回開催した。さらに、条例で定める消費生活安定審議会が開催された。

2、規格、表示の適正化

まず、不当景品類及び不当表示の防止のため、不当景品類及び不当表示防止法に基づき、公正取引委員会から委任された事務として、不当な景品付販売や消費者をまどわす不当な表示を防止するため、テレビ、新聞等による広告を中心に取締まり指導を実施するとともに、みそ、削りぶしの試買検査会を開催し、事業者に対する取締まり指導を行った。又、テレビにより景品表示法に関する放送を行うとともに、各種会議、研修会の席上で景品表示法の説明を行う等啓発に努めた。次に、商品の単位価格表についての普及促進のため、実施状況調査、アンケート調査、文書指導、説明会等を行った。

3、消費者啓発、消費者団体の育成

消費者の啓発のため、マスコミを活用するほか、「消費者の日」を設定し、その他貯蓄の推進、省資源、省エネルギー運動を推進させた。又、消費者団体の育成のため、消費生活活動促進事業や消費生活協同組合活動の促進、消費者団体基  
本調査の実施を行った。

4、消費者被害の救済

条例の規定に従って、消費者苦情の調整及び消費者が事業者を相手に提起する訴訟の援助に関する事項を調査審議する

ため苦情処理委員会を設置した。

## (2)消費生活センター事業実績

多様化する社会情勢の変動に対処して、消費者利益の侵害から消費者を保護し、併わせて消費者意識の高揚をはかるため消費者苦情、相談の処理体制の整備、各種の消費者教育講座の開設等による消費者啓発の推進、苦情にともなう商品テスト、試買テストの実施、情報の提供等の事業を実施した。

なお、新規に、中・高校生対象の食生活夏季セミナー及び食料品の多様化にともなうテスト内容の複雑化に対処するため高速液体クロマトグラフィーの導入が行われた。

### 1、消費者苦情・相談の処理体制の整備

消費生活センターの相談窓口に常時二、三人の相談員を配置し、消費生活に関する苦情・相談の円滑な処理をはかった。昭和五十八年度の苦情・相談件数は三、一二五件で、前年度に比べて三七八件の増加となっており、そのうち商品に関するものが七四・三パーセントであった。

相談区分では苦情六〇・四パーセント、問い合わせ三八・九パーセント、要望〇・六パーセントで、苦情相談のウエイトが高くなっている。相談内容では、契約関係、食料品、住居品の品質機能、安全衛生に関する苦情・相談が多かった。なかでも、契約については一、六三〇件の相談があり、総件数の五二・一パーセントを占め、前年度より三一九件増えている。

契約の主なものは訪問販売に関するものが八八二件、SF商法二二件、通信販売五一件、ネガティブオプション三四件、マルチマガイ商法三〇件、その他一四七件で、契約の七一・五パーセントを占める。商品の主なものは、学習材料、健康

食品、化粧品、食器、ふとん、健康機器、印鑑、自動販売機、ミシン、温水器、テラス、白蟻駆除等である。

特に本年度の相談で目立ったことは、高齢者を欺くような方法で、消火器、白蟻駆除、トイレファン、健康食品、ふとん等売りつける商法が多かったことである。その他、未成年者や〇Lを対象としたキャッチセールスやポイント商法による化粧品や英会話教材の販売もあとを断たない。又、商品とサービスを組み合わせた教材販売や塾の開設、化粧品と美容券を組み合わせた販売についてのトラブルもみられた。

これらの商品購入は、クレジットによる立替払契約によるものがほとんどで、消費者がその仕組みを十分に知らないために安易に契約を結んだり、クレジットの連帯保証人や名義貸し等にもなうトラブルもみられ、苦情の解決を困難にしている。クリーニングトラブルについては、件数も増加する傾向にあり、ファッション性の高い衣料品のクリーニングトラブルや、クリーニング店の大型化にもなう取次店の増加による紛失や、その責任所在が不明確なことによるトラブルや、クリーニングミスが素材の特性によるものかどうかその原因究明が難しいものが多く、解決を困難にしている。昭和五十八年十一月から登録店制度も開始したので今後の適切な対応が望まれる。

次に苦情・相談ネットワークの整備のため、市町村における担当者との連携を密にし、相談業務の円滑な処理をはかるため、市町村消費者苦情相談担当者研修や県・市消費生活相談員研修を行い、又、「消費者苦情相談事例集」を作成し、国民生活センター、各県消費生活センター、その他の行政機関、事業者等と情報交換を密にし、危害情報の早期把握に努めた。

(資料2参照)

## 2、消費者啓発及び消費者教育の推進

消費者リーダーの養成及び地域における消費者教育の推進のため、次のような消費者教育講座を実施し、消費者意識の

高揚、啓発に努めた。又、常設展示場の運営、消費者活センターニュース「くらし」の発行、啓発資料の作成、配布等により、情報の提供に努めた。

すなわち、リーダー養成講座、くらしのセミナー、商品研究会、中・高校生食生活夏季セミナー、市町村消費生活講座、くらしの一日教室、特別講座、消費生活通信教育講座がそれである。なおこれ以外に、自主研修として、市町村、消費者団体、生活学校、婦人学級等の要請により、センター又は地域において、消費者問題について研修を実施した。

### 3、商品テストの実施

苦情・相談を受けた商品及び自主的に試買した商品の品質機能、安全性、実用性、表示内容等について、消費者サイドからの調査試験を実施し苦情処理の解決と商品情報の提供を行った。商品のテストの回数はおおむね次のとおりであった。昭和五十六年（九五四件）昭和五十七年（一一八件）昭和五十八年（一、〇五八件）。

### (3)大島消費生活相談所事業実績

奄美群島における消費者啓発の拠点として、消費者活に関する苦情・相談の受付、処理を行うとともに、消費生活講座及び町村との共催による移動消費生活相談所の開催、情報の提供により消費者啓発を推進した。

#### 1、消費者苦情・相談の処理

消費者活相談員一人を常置し、苦情・相談の迅速かつ適切な処理に努めたが、昭和五十八年度の相談についてみると、商品そのものの相談・苦情は減少し、購入契約等契約に関する相談・苦情が増加している。これは、業者の商品管理が進んでいることと、消費者の商品知識が高まり、商品の安全衛生、品質機能に対する苦情が減少した反面、訪問販売、SF

商法、通信販売等の特殊販売による商品、役務の売買契約が増えたことと、分割払いによる信販会社を交えての代金の立替え払い契約、解約を複雑困難にしたことによる。又、役務の苦情・相談も増えているが、これはサラ金苦情・相談が増えたことによる。

## 2、消費者啓発の推進

消費者意識の高揚及び消費者活動のリーダー養成を目的とした消費生活講座を開催した。又、町村に出向いて移動相談所を開設し、消費者啓発の高揚を図り、情報提供により消費者利益の保護に努めた。

(資料3参照)

## (二) 宮崎県(注3)

宮崎県の場合入手した資料が相談事業に限られたので、以下これについて説明する。

### (1) 宮崎県消費生活センター事業実績

宮崎県においては、消費生活センターが発足した昭和四十五年度は、三四二件であった消費生活相談が増加の一途をたどり、昭和五十八年度には三、四六二件にのぼり、昭和四十五年度に比べて約十倍に増加した。

このように増加したのは、消費生活センターの存在が知られるようになったことと、相談窓口が広がったこと、消費者が自ら消費生活について意識を持つようになったこと、石油ショック以来経済の低成長下で県民の生活態度が変化していること等が原因であると思われる。



## 1、相談の内容

消費生活相談を統計上、苦情相談と買物相談に分けたが、苦情相談とは「前払い式月賦でミシンを購入したところ、満期以前に商品が製造中止になっていった」「化粧品でシミができた」といったように、被害を受けたり、期待されている価値を持たない場合に対する相談をいい、買物相談とは「合成洗剤に含まれる界面活性剤とは」など、買物の際のポイントをきく相談である。

昭和四十五年度は苦情相談が八一・九パーセントを占めていたが、昭和五十四年度には買物相談が七六・一パーセントになった。しかし、ここ数年來、苦情相談が増加の傾向にあり、昭和五十八年度には苦情相談が三四・八パーセントになっているが、内容的には品質、安全に関する苦情に代わって、契約、販売方法等にかかわる苦情が増えている。これは、商品の販売競争が激化するなかで、多様化する訪問販売にともなう契約上のトラブルや、近時多くなっている立替え払い契約、クレジットカードについての相談が増えたためである。

品目別に相談の傾向をみると、昭和五十八年度で「雑品」が第一位を占め、次に「その他」「食料品」「住居品」「被服品」の順になっているが、この順位は前年度と変わっていない。「雑品」は年々増加しているが、なかでも、英会話教材、化粧品、書籍、自動販売機、印鑑等の訪問販売についての苦情や問い合わせが多く寄せられている。又、「その他」は昨年と比べると減少の傾向にあるが、そのなかで商品取引に関する相談が相変わらずみられる。

## 2、昭和五十八年度の相談の特徴

品目別であるが、ア、食料品については、前年度に比して増加している。これは、食品添加物についての問い合わせと健康食品の相談が増加したためであると思われる。内容的には食品の安全性、品質に関する相談が多くを占めている。イ、

住居品では電気製品を購入する際の品質に関する問い合わせが多く、その他トイレファン、消火器、テラス、ステンレスの鍋の訪問販売にともなう契約上の相談が増えている。ウ、被服品ではクリーニングに関する相談が多く、その他羽毛ふとん、大島つむぎの販売ではマルチまがいの販売方法、契約に関する相談もあった。エ、雑品関係は件数が最も多く、化粧品、書籍、健康器具、自動販売機、印鑑等の訪問販売についての相談が多く、販売方法も催眠商法、マルチ商法、キヤッチセールス等多様化しており、消費者の契約に対する慎重な対応が望まれ、最近では老人を対象とした訪問販売も増加している。オ、土地、家屋の契約に関する相談もあった。カ、役務関係では、冠婚葬祭互助会や、クレジットカードに関する相談が最近では増えてきており、金、大豆、砂糖の商品取引の相談については、取引の仕組みが分かりにくく金額も大きいだけにこれらの知識が十分でない消費者の啓発が必要である。

### (2) 都城地方消費生活センター事業実績

昭和五十八年度の消費生活相談件数は七七〇件で、前年度の五五〇件に比して大幅な増加となっており、受付件数中苦情相談の占める割合は六十三パーセントである。商品別では、雑品、住居品、食料品の順で、特に住居品の苦情相談が急増を示している。これは、温水器やテラス等の住居用設備及び台所用品の契約に関する相談が多かったためである。内容別では商品の販売方法、契約、品質機能等の相談が全体の八十パーセントを占め、役務は全体の二十二パーセントを占めるが、これはクレジット関係及び保険が主なものであった。

### (3) 延岡地方消費生活センター事業実績

昭和五十八年度の相談件数は一、〇一二件で前年度とほぼ同数であり、そのうち苦情相談は一八二件であった。商品別では雑品、役務、食料品の順で、雑品は前年度より二九件増加し相談件数もトップになった。これは、健康器具、自動販

売機、自動車、会話教材に関するものが相変わらず多かつたためである。役務では契約にともなう信販会社とのトラブルが目立った。食料品では健康食品についての問い合わせが多かつた。

内容別では販売方法、契約、サービスに関するものが前年度を上回り、なかでも訪問販売に関する契約のトラブルが多かつた。

(資料4参照)

### (三) 沖縄県(注4)

沖縄県の場合、入手し得た資料が啓発事業、相談事業、商品テストに限られたので、以下これらについて説明する。

#### (1) 消費者啓発事業事業実績

##### 1、消費生活学習会の実施

消費者の利益を擁護するとともに、自主的で合理的な消費者利益が維持されるように、商品、役務にかかる知識の普及及び情報の伝達に関して、消費生活講演会及び暮らしの一日教室を実施した。

##### 2、情報及び資料提供

消費生活に必要な知識の普及を行い、消費者行政情報、消費生活ニュース、パンフレットを発行するとともに、マスコ

ミを通じて情報を随時提供し、消費者の啓発を行った。

### 3、商品展示

消費生活センター展示室で、消費生活に必要な商品、役務又は法令に関する知識、苦情をパネルや実物を使って展示、消費者の知識の向上を図った。

## (2)消費生活相談事業実績

### 1、相談受付件数

昭和五十八年度に宮古、八重山分室分を含んで、沖縄県消費生活センターに寄せられた消費生活相談受付件数は二、七八二件で、これを項目別にみると、商品一、六一〇件、役務五三三件、生活一般二四八件、未分類三九二件となっており、毎年増加している。次に、項目別、商品別相談受付件数をみると、伸び率の著しかったのが、住居品及び役務、次いで土地、住宅、未分類、生活一般で、反面、被服品、食料品、雑品は減少し、光熱水品は前年並みであった。

その原因として考えられるのが、役務では昭和五十八年十一月から施行された「サラ金二法」に関するものと、利息制限法についての問い合わせが多かったこと、及び住居品、被服品の一部や雑品、未分類の一部に流通形態の変容による販売方法、契約、サービスについての相談が多かったことによる。

商品別にみると、ステンレス鍋、陶器、表札、羽毛ふとん、和服の展示販売、英会話教材、書籍、印鑑、健康食品等であった。

また内容別にみると、販売方法、契約、サービス七八八件（四〇、七パーセント）、品質機能四四八件（二三、一パー

セント)安全、衛生二九四件(一五、二パーセント)に関する相談が多く、住居品、被服品、雑品の相談では、販売方法、契約、サービスに関する相談が目立ち、食料品では品質機能、安全、衛生に関する問い合わせが多かった。

## 2、特殊商法

大量販売、販売競争が激化し、取引形態の多様化が進むなかで、消費者の契約に対する理解不足、特に経済的弱者であるお年寄り、判断能力に乏しい未成年者、契約に不慣れな主婦を対象にした勧誘行為によるトラブルが目立ち、具体的にいえば、マルチまがい、アポイント、SF商法をあげることができる。

## 3、相談方法別、地域別受付件数

相談方法として、電話、文書、その他に区分しており、電話相談が最も多い。又、地域別では、那覇、中部が最も多く、宮古、八重山、南部、北部の順となっている。

### (3)商品テスト事業実績

商品の多様化にとまない商品テストを通じて消費者意識の向上及び消費者利益の増進に努めたが、苦情テストを行ったのは次についてであった。

カーネーションミルクの分析、繊維の鑑別、洗剤の品質、石けんの遊離アルカリ、マヨネーズの変敗、合成皮革のスカートの硬化、蒸しカステラの変色、菓子包装紙、牛乳のテスト、ベーコンの結晶、ダイコンの変色。

又、試買テストとして、鶏の手羽元、鶏卵、ツナ缶、陶器について実施した。

(資料5参照)

三、行政監察事務所関係資料（昭和五十九年四月から十二月まで）

三県の消費者行政に関する事業実績については、各県の資料に基づいてすでに述べたが、これらの資料以外に総務庁の三県の行政監察事務所に対しても消費者問題についての相談が相当数提起されているので、三県についてその統計を左に示すことにした。この統計にはサラ金相談を含んでいる。

(1) 鹿児島行政監察事務所の消費者保護相談。

訪問販売契約の解除（一九）、信販会社からの不法請求（五）、家屋修築契約の不履行（二）、自動販売機設置のトラブル（五）、欠陥コピー機の交換（二）、同一商品価格の不統一（二）、商品表示の不明確（二）、高利の貸付利息（二）、サラ金の支払い請求等（四六）、水洗トイレ販売契約不履行（一）、金取引の解約（二）、再三送付される電話広告申込書の対処（一）。以上計八六件。

(2) 宮崎行政監察事務所の消費者保護相談。

訪問販売契約の解除（一六）、信販会社からの不法請求（四）、自動販売機設置のトラブル（二）、サラ金の支払い請求等（九三）、互助会の加入解約（一）以上計一一五件。

(3) 沖縄行政監察事務所の消費者保護相談。

サラ金支払い請求（二三）、訪問販売（五）、信販支払い（一七）、自動販売機の販売（二）、商品取引の解約（九）、同一商品の価格不統一（四）、軟水器の販売解約（二）、クリーニング店とのトラブル（一）、その他（七）以上計六九件。

(右はいずれも各行政監察事務所提供。)

#### 四、消費者オンブズマンの概念

消費者の保護については、すでに述べたとおり、立法、条例、行政指導、裁判による担保等多くの制度が考えられるが、近時、その強力な規制力をもって知られる北欧の消費者オンブズマンの制度が注目されている。しかし、今回はその原文が入手困難なため、邦語訳による資料によってその概要を報告するに止まらざるをえなかった。(注5)

スウェーデンにはいわゆる議会オンブズマン以外に、軍事オンブズマン、消費者オンブズマン、公正取引オンブズマン、報道オンブズマンといった特別オンブズマンの制度がある。このなかの消費者オンブズマンの制度を持っているのはスウェーデン以外にノルウェーとデンマークのみである。

スウェーデンでこの制度が設けられたのは、一九七〇年の「市場裁判所法」によるが、消費者オンブズマンの準拠法は「マーケティング法」(The Marketing Act 1975)と「不当契約条項禁止法」(Act Prohibiting Terms of Contact 1971)である。ただ、消費者オンブズマン創設当時にはマーケティング法は存在せず、その前身の「マーケティング慣行法」が準拠法であった。

スウェーデンはスカンジナビア諸国のなかでも消費者保護については他国に先んじた政策を実行しており、特に第二次大戦後起った商品テスト、適正表示、商品情報の正確さの要求等が立法化されたものと考えられる。

このなかで、「マーケティング慣行法」は、企業の広告宣伝や販売方法に厳しい規制を加え、誇大広告はもちろん、消費者に誤った観念を植え付ける広告は一切規制される。規制の中心は中止命令 (injunction) であり、その際、拳証責任が転換されるのが注目される。

「不当契約条項禁止法」は、個人のための商品、サービスが企業によって提供される際に交わされる契約書の条件についての規制であつて、その条項が消費者に一方的に不当であると判断される場合には、市場裁判所は中止命令を発することになる。

以上の二つの法律の遵守を監視し、違反があつた場合は、職権により又は申し立てによつて、消費者に代わつて企業と話し合い、その自発的矯正を促すのが消費者オンブズマンの役割であり、緊急の場合は彼自ら中止命令を発することができる。企業が話し合いに応じない場合には、彼は消費者を代表して市場裁判所に対して提訴することになる。

一九七五年に、この慣行法は廃止され、新しい「マーケティング法」ができたが、改正された点は、新法が旧法を更に進めて、広告表現だけでなく、商品についての情報を正確に消費者に提供すべき義務や、危険商品や役に立たない商品を提供しない義務を企業に課した点にある。

市場裁判所は「競争制限禁止法」と「マーケティング法」「不当契約事項禁止法」の三法に関する事件を扱う特別裁判所であり、このなかの競争制限については「公正取引オンブズマン」が任命され、他の二つについて消費者オンブズマンが任命される。

## 五、結 語

以上で今回の調査報告を終えるが、まず条例についていえば、消費者の利益のための各種の規定を置いている点では、基本的に他の地方公共団体の条例と大差はないが、三県ともそれぞれの立場から工夫をこらして、消費者保護のため自治立法に努力していることが分かった。

次に、立地条件として鹿児島県と宮崎県は広大な農林漁業地域を有する点で共通し、又、鹿児島県と沖縄県には多くの



離島が存在する点で共通しているので、これらの共通点に関連して、消費者問題についてなんらかの特異性を見出そうとしたが、特に異なった点は見出しえなかった。ただ、三県に共通していることは、相談件数の漸増、弱少消費者を対象とする商法や特殊商法の横行、契約関係の増加、特に契約内容の無知につけ込む商法が数多く行われていることであった。消費者保護のためには、事後的解決や救済もさることながら、近時の有害物質の食品混入や先物取引の問題を考えると、事前の啓発と強力な規制が行政面で求められ、その点で消費者オンブズマンの制度は参考になるものと考えられる。

(注1) 「大阪市消費者保護条例」岸・岸野「条例解説全集4」一七〇六七ページ。

(注2) 「消費者行政の概要」昭和五十九年五月。鹿児島県民生活課。

(注3) 「消費生活相談の概要」昭和五十八年度。宮崎県・都城地方・延岡地方消費生活センター。

(注4) 「消費生活センター事業概要」昭和五十八年度。沖縄県消費生活センター。

(注5) 「消費者オンブズマン」Sven Heugren

『スエーデンのオンブズマン』潮見憲三郎訳、一八三ページ。

(資料2) 鹿児島県消費生活センター受付件数

区分	昭和54年度		昭和55年度		昭和56年度		昭和57年度		昭和58年度		
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	
受付件数	2,350	%	1,872	%	2,410	%	2,747	%	3,125	%	
受付方法	来所	556	23.6	281	15.0	281	11.6	345	12.5	369	11.8
	電話	1,756	74.8	1,578	84.3	2,125	88.2	2,378	86.6	2,741	87.7
	文書	38	1.6	13	0.7	4	0.2	24	0.9	15	0.5
	合計	2,350	100.0	1,872	100.0	2,410	100.0	2,747	100.0	3,125	100.0
相談者性別	男	624	26.6	390	20.8	582	24.1	625	22.8	751	24.0
	女	1,599	68.0	1,427	76.2	1,731	71.8	2,042	74.3	2,251	72.0
	その他	127	5.4	55	3.0	97	4.1	80	2.9	123	4.0
	合計	2,350	100.0	1,872	100.0	2,410	100.0	2,747	100.0	3,125	100.0
相談区分	苦情	1,118	47.6	846	45.2	1,238	51.4	1,484	54.0	1,887	60.4
	問い合わせ	1,181	50.3	1,005	53.7	1,152	47.8	1,250	45.5	1,217	38.9
	要望	48	2.0	16	0.8	19	0.8	12	0.5	18	0.6
	その他	3	0.1	5	0.3	1	-	1	-	3	0.1
	合計	2,350	100.0	1,872	100.0	2,410	100.0	2,747	100.0	3,125	100.0

(前掲概要より)

(資料3) 大島相談所受付件数

区分 年度	受付件数 (A)	内 訳						うち苦情件数	
		男 女 別			方 法 別			件数(B)	割合( $\frac{B}{A}$ )
		男	女	その他	来所	電話	文書		
54	570	61	316	193	373	197	0	165	28.9
55	544	72	354	118	265	276	3	116	21.3
56	601	50	336	215	361	239	1	111	18.5
57	502	59	283	160	267	235	0	149	29.7
58	453	97	283	73	212	237	4	190	41.9

(前掲概要より)

(資料4) 宮崎県センター―都城センター―延岡センターの受付件数

項目 年度	県センター			都城センター			延岡センター			県・都城・延岡の合計		
	買物	苦情	計	買物	苦情	計	買物	苦情	計	買物	苦情	計
45	件 62	件 280	件 342							件 62	件 280	件 342
46	131	238	369							131	238	369
47	189	264	453							189	264	453
48	158	291	449							158	291	449
49	271	393	664	33	8	41				304	401	705
50	655	262	917	167	51	218				822	313	1,135
51	714	295	1,009	197	75	272	109	97	206	1,020	467	1,487
52	991	329	1,320	303	79	382	258	166	424	1,552	574	2,126
53	1,040	345	1,385	197	42	239	271	253	524	1,508	640	2,148
54	1,302	201	1,503	192	64	256	263	287	550	1,757	552	2,309
55	1,392	287	1,679	207	107	314	301	260	561	1,900	654	2,554
56	1,349	194	1,543	233	317	550	461	339	800	2,043	850	2,893
57	1,170	491	1,661	254	296	550	702	316	1,018	2,126	1,103	3,229
58	1,144	536	1,680	283	487	770	831	181	1,012	2,258	1,204	3,462

(前掲概要より)

(資料5) 沖縄県消費生活センター受付件数

	総 合 計			セ ン タ ー			宮 古 分 室			八 重 山 分 室		
	苦情	一般 買物	計	苦情	一般 買物	計	苦情	一般 買物	計	苦情	一般 買物	計
58年4月	61	149	210	49	104	153	2	30	32	10	15	25
5月	84	200	284	74	140	214	5	39	44	5	21	26
6月	96	182	278	82	131	213	3	35	38	11	16	27
7月	89	138	227	80	93	173	3	26	29	6	19	25
8月	79	138	217	67	98	165	5	28	33	7	12	19
9月	80	153	233	63	113	176	4	23	27	13	17	30
10月	78	161	239	62	100	162	1	46	47	15	15	30
11月	62	211	273	45	113	158	7	77	84	10	21	31
12月	82	113	195	65	78	143	5	23	28	12	12	24
59年1月	70	126	196	58	90	148	3	25	28	9	11	20
2月	63	130	193	54	99	153	1	20	21	8	11	19
3月	88	149	237	72	106	178	7	24	31	9	19	28
合計	932	1,850	2,782	771	1,265	2,036	46	396	442	115	189	304

(前掲概要より)