

# 令和5年度第1回松本市消費者問題協議会

日時 令和5年7月5日(水)午後3時から

会場 松本市役所 議員協議会室

## 次 第

1 開 会

2 あいさつ

3 委嘱状交付

4 委員紹介

5 会長及び副会長の選出について

6 議 事

(1) 報告事項

ア 令和4年度松本市消費生活相談及び消費者保護事業について

イ 長野県消費生活事業について

ウ 令和5年度松本市消費者保護事業計画について

エ 相談事例報告

(2) その他

7 閉 会

松本市消費者問題協議会委員名簿

任期:令和5年4月1日～令和7年3月31日

	役職	氏名	所属等	備考
1	委員	吉澤 裕美	長野県弁護士会松本在住会	学識経験者
2	委員	木下 貴博	松本大学松商短期大学部商学科准教授	学識経験者
3	委員	青森 隆俊	松本市校長会 幹事 (奈川小・中学校長)	学識経験者
4	委員	渡邊 享秀	松本市校長会 幹事 (波田中学校長)	学識経験者
5	委員	平林 宏規	長野県中信消費生活センター所長	学識経験者
6	委員	北野 憲雄	松本市民生委員・児童委員協議会 (副会長)	学識経験者
7	委員	松岡 喜久子	松本商工会議所 (女性部部長) (㈱松本ホテル花月 代表取締役社長)	事業者
8	委員	宇治 一成	松本商工会議所 (松本大型店懇談会委員) (㈱井上 管理部長)	事業者
9	委員	谷崎 幸一郎	松本商工会議所 (地域振興部 地域振興グループ長)	事業者
10	委員	瀧澤 和子	松本市女性団体連絡協議会 (幹事)	消費者
11	委員	織田 ふじ子	公募	消費者
12	委員	松山 紘子	公募	消費者
13	委員	岡村 ゆき子	公募	消費者

○松本市消費者保護条例

平成3年9月30日

条例第41号

改正 平成8年6月27日条例第24号

平成27年3月13日条例第2号

松本市消費者保護条例（昭和49年条例第92号）の全部を改正する。

目次

第1章 総則（第1条—第5条）

第2章 消費者の権利保護

第1節 危害の防止（第6条—第10条）

第2節 取引、表示及び計量等の適正化（第11条—第15条）

第3節 苦情の処理及び被害の防止（第16条・第17条）

第3章 物価の安定（第18条—第21条）

第4章 資源、エネルギーの保護（第22条—第24条）

第5章 消費者保護の総合的推進

第1節 行政体制と消費者組織の強化（第25条—第29条）

第2節 市民意見の反映（第30条・第31条）

第6章 雑則（第32条・第33条）

附則

第1章 総則

（目的）

第1条 この条例は、日常生活における消費者の利益の擁護及び増進を図り、消費者の権利を確立するため、市長及び事業者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、その施策の基本となる事項を定め、その施策の総合的推進を図り、もって市民の消費生活の安定と向上に資することを目的とする。

（基本理念）

第2条 消費者の利益の擁護及び増進は、消費者がもつべき次の各号に掲げる権利を基本として推進されなければならない。

(1) 安全である権利 消費者が生命、身体又は財産に対し危害を及ぼす、若しくは及ぼすおそれのある商品及び役務から保護される権利

(2) 知らされる権利 消費者が詐欺的な又は不当な取引方法から保護され、かつ、賢

明な選択ができるよう必要な事実を知らされる権利

(3) 選ぶ権利 消費者が常に商品及び役務（以下「商品等」という。）等を適正な価格で自由に選択できるよう保証される権利

(4) 意見が反映される権利 消費者の意見があらゆる面で十分反映されるとともに、苦情の処理及び被害の救済が正当かつ迅速に行われることが保証される権利

(5) 自主的な行動の権利 消費者が常に自主的な組織で消費者活動を積極的に行えるよう保証される権利

(市長の責務)

第3条 市長は、あらゆる施策を通じて消費者の利益の擁護及び増進に努めなければならない。

2 市長は、前項の施策を実施するに当たって必要があると認めるときは、国、他の地方公共団体及び関係業界等に対し、適切な措置をとるよう要請するものとする。

(事業者の責務)

第4条 事業者は、消費者に提供する商品等について、危害の防止並びに価格、計量等の適正化及び安定供給に努めるとともに、市長が実施する施策に積極的に協力しなければならない。

2 事業者は、消費者に商品等を提供する場合において、常に品質その他の内容の向上に努めなければならない。

(消費者の役割)

第5条 消費者は、自らの権利を生かし、進んで消費生活に関する知識を習得し、自主的かつ合理的に行動するとともに、相互に連携して消費生活の向上に積極的な役割を果たすものとする。

## 第2章 消費者の権利保護

### 第1節 危害の防止

(欠陥商品等の提供の禁止)

第6条 事業者は、消費者の生命、身体又は財産に対し危害を及ぼす、若しくは及ぼすおそれのある商品等又は消費者に著しく不利益を及ぼす商品等（以下「欠陥商品等」という。）を提供してはならない。

2 事業者は、その商品等が欠陥商品等であることが明らかになったときは、直ちにその事実を発表するとともに、安全確保のため必要な措置を講じなければならない。

(指導、勧告及び公表)

第7条 市長は、前条第1項の規定に違反した事業者に対して、安全を確保するため必要な措置を講ずるよう指導し、その指導に従わないときは勧告することができる。

2 市長は、事業者が前項の規定に基づく勧告に従わないときは、あらかじめ、当該事業者に対し、意見を述べる機会を与え、その内容について必要な事項を公表することができる。  
(情報の収集及び提供)

第8条 事業者は、市長が消費者の安全を確保するため、必要な情報を収集しようとするときは協力しなければならない。

(安全性の確認等)

第9条 市長は、社会的に安全性が確認されていない商品等について必要があると認めるときは、情報を収集し、その情報を消費者に提供するとともに、国、県及び関係業界等に対し、その商品等の製造、輸入、使用等について適切な措置をとるよう要請することができる。

(安全商品等の確保)

第10条 事業者は、消費者の生命、身体又は生活環境を守るため、社会的に安全性が確認されている商品等（以下「安全商品等」という。）の提供に努めなければならない。

2 市長は、市民生活の安定と生活環境を守るため、必要があると認める安全商品等について、その安全商品等の提供を事業者に要請するものとし、事業者は、市長が求める安全商品等の提供に協力しなければならない。

## 第2節 取引、表示及び計量等の適正化

(不当な取引行為の禁止)

第11条 事業者は、消費者に商品等を提供する場合において、消費者に誤解を生じさせるおそれのある説明、表示、広告若しくは宣伝をし、又は消費者の知識、経験等の不足に乗じて消費を過度に刺激する不当な取引行為を行ってはならない。

2 事業者は、消費者に商品等を提供する場合において、消費者の自由に選ぶ権利を不当に妨げる取引行為を行ってはならない。

3 事業者は、消費者との取引において、正当な契約及び契約の解除権等の行使を不当に妨げる取引行為を行ってはならない。

(商品等の表示)

第12条 事業者は、法令に定めがあるもののほか、消費者が商品等の購入又は利用をするに際し、選択を誤ることのないよう必要な事項をわかりやすく説明し、又は表示しなければならない。

(価格表示及び単位価格表示)

第13条 事業者は、消費者が商品等の購入又は利用に際し、選択を誤ることのないようその商品等の提供単位、単位価格及び販売価格を見やすい箇所に表示するように努めなければならない。

(計量の適正化)

第14条 事業者は、消費者に商品等を提供する場合において、適正な計量を行わなければならない。

2 市長は、事業者が前項の規定に違反し、不適正な計量を行っている疑いがあるとき認めるときは、立入り調査することができる。

3 市長は、消費者と事業者との間の取引に際し、適正な計量が確保されるよう必要な施策を講じなければならない。

(指導、勧告及び公表)

第15条 市長は、第11条から前条までの規定に違反し、商品等を提供している事業者に対して、その違反を是正するため必要な措置を講ずるよう指導し、その指導に従わないときは勧告することができる。

2 市長は、事業者が前項の勧告に従わないときは、あらかじめ、当該事業者に対し、意見を述べる機会を与え、その内容等について必要な事項を公表することができる。

第3節 苦情の処理及び被害の防止

(苦情の処理)

第16条 事業者は、消費者と事業者の間の取引に関して生じた苦情について、適切かつ迅速に処理するよう努めなければならない。

2 市長は、前項の規定による苦情が解決しないときは、そのあっせん調停等に努めるとともに、必要に応じてその結果を公表することができる。

(被害の防止)

第17条 市長は、消費者の苦情の発生原因が商品等の内容又は取引方法にあると認めた場合において、特に必要があると認めるときは、国、県及び関係業界等に対して、その発生原因の改善について適切な措置をとるよう要請するものとする。

2 市長は、前項の規定による消費者の苦情の発生原因が速やかに処理されず、その被害が広範かつ不特定多数の消費者に及ぶおそれがあると認めるときは、速やかにその内容を周知し、消費者被害を未然に防止するよう努めるものとする。

第3章 物価の安定

(流通の円滑化等)

第18条 事業者は、消費者の日常生活に欠かすことのできない物資（以下「生活必需物資」という。）について、流通の円滑化及び価格の適正化に努めなければならない。

2 市長は、生活必需物資の円滑な流通を確保し、価格の安定を図るため、必要とする施策の推進に努めなければならない。

(生活必需物資の確保)

第19条 市長は、生活必需物資が不足し、若しくはその価格が著しく高騰し、又はこれらのおそれがある場合は、当該生活必需物資の供給及び価格の安定について、国、県及び関係業界等に対し、必要な措置を講ずるよう要請することができる。

2 事業者は、市長から前項の要請を受けた場合、当該生活必需物資の供給確保と価格の適正化に努めなければならない。

(物価等の監視)

第20条 市長は、生活必需物資の価格及び需給の動向等に関する実態を把握するため、価格調査及び情報の収集（以下「物価調査等」という。）を行うことができる。

2 事業者は、前項の規定により市長が物価調査等を行おうとするときは、市長の求める必要な資料の提供に協力しなければならない。

(不当な事業行為の禁止)

第21条 事業者は、前条の規定により市長が行おうとする物価調査等において、不当に事実と異なる資料の提供を行ってはならない。

第4章 資源、エネルギーの保護

(省資源及び省エネルギー化)

第22条 事業者は、資源及びエネルギーを保護し、有効に活用するため、包装の簡素化、過剰な広告宣伝等の自粛及び電力、冷暖房の節約等（以下「省資源及び省エネルギー化」という。）に努めなければならない。

2 消費者は、事業者が行おうとする省資源及び省エネルギー化について積極的に協力するとともに、日常生活において自ら資源、エネルギーの保護に努めるものとする。

(資源の有効利用)

第23条 市長及び事業者は、消費者が資源保護の立場から社会的に再利用及び再資源化が可能な資源物の回収及び再生等（以下「資源リサイクル等」という。）を行おうとするときは、必要に応じて協力しなければならない。

(省資源、省エネルギー対策)

第24条 市長は、資源及びエネルギーの保護の立場から、国、県及び関係機関等と協力して省資源、省エネルギー運動を推進するとともに、必要な対策を講じるものとする。

2 事業者及び消費者は、市長が行おうとする省資源、省エネルギー対策の円滑な推進について協力しなければならない。

## 第5章 消費者保護の総合的推進

### 第1節 行政体制と消費者組織の強化

#### (行政体制の強化)

第25条 市長は、消費者保護行政の推進及びその実効を確保するため、必要に応じて附属機関及び諸制度の設置など行政体制の強化を図るものとする。

#### (消費者被害防止の強化)

第26条 市長は、訪問販売等による消費者の被害を未然に防止するため、情報の収集及び提供等について、必要な施策を講ずるものとする。

2 市長は、前項の消費者被害防止を円滑かつ効果的に推進するため、消費者及び消費者団体又は関係機関等で構成する訪問販売等被害防止緊急連絡網を設置することができる。

#### (啓発活動及び教育の推進)

第27条 市長は、消費者が自主性をもって健全な日常生活を営むことができるよう消費生活に関する知識の普及に努めるとともに、消費者教育を推進するための必要な施策を講じなければならない。

#### (消費者組織の育成)

第28条 消費者は、健全で合理的な生活環境を営むため、消費者相互の連携を密にし、組織化に努めるものとする。

2 市長は、消費者の健全かつ自主的な組織化及び活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

#### (助成措置)

第29条 市長は、消費者保護に関する施策を達成するため必要があると認めるときは、助成措置を講ずることができるものとする。

### 第2節 市民意見の反映

#### (市民参加)

第30条 市長は、消費者保護行政の推進に当たっては、広く消費者としての市民の意見が反映されるよう努めなければならない。

#### (消費者問題協議会)



第31条 消費者保護行政の総合的な推進を図るため、市長の附属機関として松本市消費者問題協議会（以下「協議会」という。）を置く。

2 協議会は、消費者の保護及び物価の安定等、消費者保護行政に関する施策について調査審議するとともに、その施策の推進について意見を述べるものとする。

3 協議会は、委員13人以内をもって組織し、次の各号に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 消費者
- (2) 事業者
- (3) 知識経験を有する者

4 委員の任期は、2年とする。ただし、委員に欠員が生じた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

5 協議会に、会長及び副会長を置き、委員の互選とする。

6 会長は、会務を総理し、協議会を代表する。

7 副会長は、会長に事故あるとき、又は会長が欠けたときにその職務を代理する。

#### 第6章 雑則

(他の地方公共団体との協力)

第32条 市長は、事業者が第6条、第11条から第14条まで、若しくは第21条の規定に違反する事業行為又は市長の定めた基準又は事項に従わない事業行為（以下「不適正な事業行為」という。）を行っていると思われる場合で、当該事業者の事務所等の所在地が市の区域外にあるときは、当該区域を所管する地方公共団体の長に対し、必要に応じてその状況を通知し、是正の協力を要請するものとする。

2 市長は、他の地方公共団体の長から、市内に事務所等を有する事業者について、不適正な事業行為等の是正の協力又は情報の提供を求められたときは、その要請に応ずるものとする。

(委任)

第33条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この条例は、平成4年1月1日から施行する。

附 則（平成8年6月27日条例第24号）抄

(施行期日)

1 この条例は、平成8年10月1日から施行する。

附 則（平成27年3月13日条例第2号）

（施行期日等）

- 1 この条例は、公布の日（以下「施行日」という。）から施行し、この条例による改正後の松本市国土利用計画審議会条例、松本市消費者保護条例、松本市住居表示審議会条例、松本市環境基本条例、松本市青少年問題協議会条例、松本市農業振興地域整備促進等協議会設置条例、松本市公設地方卸売市場条例、松本市商工業振興条例、松本市観光開発審議会設置条例、松本市交通安全基本条例及び松本市モーテル類似施設建築等規制条例（以下「新条例」という。）の規定は、施行日以後に新条例の規定に基づき行う委員の委嘱又は任命から適用する。

（松本市議会議員である委員の任期の特例）

- 2 この条例による改正前の松本市国土利用計画審議会条例、松本市消費者保護条例、松本市住居表示審議会条例、松本市環境基本条例、松本市青少年問題協議会条例、松本市農業振興地域整備促進等協議会設置条例、松本市公設地方卸売市場条例、松本市商工業振興条例、松本市観光開発審議会設置条例、松本市交通安全基本条例及び松本市モーテル類似施設建築等規制条例の規定により委員に委嘱され、又は任命されている者で、その委員としての任期が平成27年5月1日以後の日までである者のうち、松本市議会議員である者の当該委員の任期は、前項及び新条例の規定にかかわらず、平成27年4月30日までとする。

○松本市消費者問題協議会規則

平成4年6月30日

規則第23号

改正 平成11年3月12日規則第9号

平成27年3月31日規則第17号

令和3年3月31日規則第94号

(目的)

第1条 この規則は、松本市消費者保護条例（平成3年条例第41号）第31条の規定による松本市消費者問題協議会（以下「協議会」という。）の運営について、必要な事項を定めることを目的とする。

(会議の招集)

第2条 協議会は、必要に応じ会長が招集する。

(会議)

第3条 協議会の議長は、会長が務める。

2 協議会は、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 協議会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(関係者の出席)

第4条 会長は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求め、意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第5条 協議会の庶務は、住民自治局において処理する。

(委任)

第6条 この規則に定めるもののほか、協議会の運営について必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この規則は、公布の日から施行する。

(廃止)

2 松本市消費者問題協議会規程（昭和47年訓令乙第65号）は、廃止する。

附 則（平成11年3月12日規則第9号）

この規則は、平成11年4月1日から施行する。

附 則（平成27年3月31日規則第17号）

この規則は、平成27年4月1日から施行する。

附 則（令和3年3月31日規則第94号）

この規則は、令和3年4月1日から施行する。

## 令和5年度第1回松本市消費者問題協議会

- 1 令和4年度松本市消費生活相談事業について . . . P 1
  - 2 令和4年度松本市消費生活相談の状況について . . . P 2～4
  - 3 令和4年度松本市消費者保護事業と取り組みについて . . . P 5～8
- 《資料》
- (1) 広報まつもと . . . P 9～10
  - (2) MGプレス . . . P 11～22
  - (3) 労政まつもと . . . P 23
  - (4) 市民タイムス . . . P 24
  - (5) 消費者被害防止のバス広告 . . . P 25～27
  - (6) 消費者被害防止の電車広告 . . . P 28～30
- 4 令和5年度松本市消費者保護事業計画について . . . P 31～32
- 《資料》
- (1) 広報まつもと . . . P 33
  - (2) MGプレス . . . P 34～36
  - (3) 市民消費社会を担うCOOLな中学生宣言 . . . P 37
  - (4) 特殊詐欺（電話でお金詐欺）被害防止啓発活動 . . . P 38
- 4 令和5年度事業実施計画他【長野県中信消費生活センター】 . . . 別紙
- 6 相談事例 報告【松本市消費生活相談員】 . . . 別冊2

# 令和4年度松本市消費生活相談事業について

## (1) 目標

消費生活と経済社会との関わりが複雑化・多様化になるにつれて、消費生活相談も複合的で難解なものが増えてきています。多種多様な相談に対応すべく、引き続き、松本市消費生活センターでは相談員のスキルアップをはじめとした相談事業体制の強化を図ってまいります。また、消費者トラブルがあったときの相談窓口としての認知度向上に努めていきます。

## (2) 令和4年度の事業の取組み

- ア 松本市消費生活センターでは、2名の消費生活相談員が1,093件の消費生活相談を受けました。
- イ また相談者に対し助言や斡旋などをおこない、結果として、未然防止額やクーリング・オフ制度による回復額（返金額）が計約2,000万円となりました。
- ウ 「広報まつもと」に特集を年2回組み、また新聞情報誌等（信濃毎日新聞社情報誌MGプレスは毎月連載、労政まつもとは3か月毎に連載）に消費生活相談の事例や消費生活情報を掲載することで、消費者被害に関する注意喚起と消費生活相談事業の周知を広く図れました。
- エ 多重債務者無料弁護士相談会を2回開催し、相談者への解決の一助となりました。
- オ 消費生活相談とその他窓口の専門相談（弁護士相談、司法書士相談等）の連携を密に実施し、相談内容に適した対応を滞りなく行うことで、相談者への解決の一助となりました。

## (3) 現状の分析と今後の課題

- ア 近年、架空請求は減少傾向でしたが、令和4年度は微増となりました。
- イ 社会のデジタル化により、消費者を取り巻く情報通信社会の複雑化や多様化を背景に、商品・サービスの契約トラブルや悪質商法が後を絶ちません。
- ウ 消費者の自立を支援するため、若年層向けに実施している出前教室や地域などへ出向く出前講座などにより、各年代向け積極的な消費者教育事業を展開していることに加えて、身近に相談出来る消費生活センターの周知にも力をいれます。
- エ 県消費生活センターや県内各市消費生活センターと情報共有し、消費者生活相談の解決に向けた情報の蓄積や活用に努めます。

## (4) 現在までの経過と統計資料

### ア 経過

- 平成 16 年度 消費生活相談窓口を新設
- 17 年度 松本市消費生活センターに改称
- 22年度 全国の相談状況がわかる「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」の運用開始
- 27 年度 松本市消費生活センター条例を制定

### イ 相談件数の推移

(単位：件)

	H28	H29	H30	R元	R2	R3	R4
相談件数	1,208	1,286	1,473	1,407	1,153	1,056	1,093

## 令和4年度松本市消費生活相談の状況について

### 1 消費生活相談（松本市消費生活センター）

現代のデジタル社会において、情報通信社会の複雑化や多様化を背景に、消費者が契約トラブルや悪質商法に巻き込まれるケースが後を絶ちません。

松本市消費生活センターは、あらゆる消費生活相談に対し、消費生活相談員2名で対応しています。

主な業務内容としては、①消費者への助言②個人の消費者と事業者間のトラブル解決のためのあっせん、③市民への消費生活情報の提供、などを行っています。

#### (1)【消費生活相談受付状況】 令和4年度

相談種別	苦情【販売購入形態】										内容キーワード				問合せ (b)	要望 (c)	合計 (a)+ (b)+ (c)
	0	1	2	3	4	5	6	8	9	計 (a)	うち						
											店舗 購入	訪問 販売	通信 販売	マルチ・ マルチ まがい			
4月	15	9	29	1	6	0	3	0	19	82	21	1	2	0	9	0	91
5月	19	11	27	0	4	0	1	0	18	80	24	2	2	0	10	0	90
6月	16	10	28	1	3	0	0	0	14	72	20	0	1	0	20	0	92
7月	12	10	41	0	8	0	4	2	15	92	32	2	2	0	13	0	105
8月	25	4	36	0	4	0	0	0	16	85	30	2	2	0	2	0	87
9月	20	11	28	1	9	0	3	0	15	87	25	2	1	1	6	0	93
10月	23	7	36	0	4	0	2	0	13	85	33	1	0	0	7	0	92
11月	13	10	46	1	5	0	1	0	5	81	40	1	3	0	16	0	97
12月	15	7	34	0	5	0	1	0	13	75	33	1	5	0	6	0	81
1月	19	6	42	0	4	0	1	0	12	84	39	1	0	0	10	0	94
2月	12	1	35	1	5	0	1	0	23	78	28	0	0	0	12	0	90
3月	25	1	32	1	1	0	1	0	10	71	24	0	1	0	10	0	81
計	214	87	414	6	58	0	18	2	173	972	349	13	19	1	121	0	1,093

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令和4年度に1,093件であり、前年度の相談受付件数(1,056件)と比較して、37件増(3.5%増)となりました。

(2)【販売購入形態の年齢別相談件数】令和4年度の前年度比較

販売購入形態		年代								無回答(未入力)	合計
		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上			
店舗購入	R4	2	16	27	39	40	34	54	2	214	
	R3	0	24	20	39	30	38	50	0	201	
	前年度比較	2	△ 8	7	0	10	△ 4	4	2	13	
		-	66.7%	135.0%	100.0%	133.3%	89.5%	108.0%	-	106.5%	
訪問販売	R4	1	3	4	12	20	14	28	5	87	
	R3	1	10	1	17	13	18	27	0	87	
	前年度比較	0	△ 7	3	△ 5	7	△ 4	1	5	0	
		100.0%	30.0%	400.0%	70.6%	153.8%	77.8%	103.7%	-	100.0%	
通信販売	R4	6	46	46	75	75	85	79	2	414	
	R3	6	39	44	74	57	72	46	1	339	
	前年度比較	0	7	2	1	18	13	33	1	75	
		100.0%	117.9%	104.5%	101.4%	131.6%	118.1%	171.7%	200.0%	122.1%	
マルチ・マルチまがい (連鎖販売取引)	R4	0	3	1	1	1	0	0	0	6	
	R3	0	4	0	1	1	1	0	0	7	
	前年度比較	0	△ 1	1	0	0	△ 1	0	0	△ 1	
		-	75.0%	-	100.0%	100.0%	0.0%	-	-	85.7%	
電話勧誘販売	R4	0	4	4	6	13	13	16	2	58	
	R3	0	1	3	6	17	9	22	0	58	
	前年度比較	0	3	1	0	△ 4	4	△ 6	2	0	
		-	400.0%	133.3%	100.0%	76.5%	144.4%	72.7%	-	100.0%	
ネガティブ・オプション (送りつけ商法)	R4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	R3	0	0	0	0	0	1	0	0	1	
	前年度比較	0	0	0	0	0	△ 1	0	0	△ 1	
		-	-	-	-	-	0.0%	-	-	0.0%	
訪問購入	R4	0	0	1	1	6	2	8	0	18	
	R3	0	0	0	2	2	2	3	1	10	
	前年度比較	0	0	1	△ 1	4	0	5	△ 1	8	
		-	-	-	50.0%	300.0%	100.0%	266.7%	0.0%	180.0%	
その他無店舗	R4	0	0	0	1	0	1	0	0	2	
	R3	0	0	0	0	0	2	7	0	9	
	前年度比較	0	0	0	1	0	△ 1	△ 7	0	△ 7	
		-	-	-	-	-	50.0%	0.0%	-	22.2%	
不明・無関係	R4	0	8	11	27	31	41	50	5	173	
	R3	2	10	10	23	26	44	69	2	186	
	前年度比較	△ 2	△ 2	1	4	5	△ 3	△ 19	3	△ 13	
		0.0%	80.0%	110.0%	117.4%	119.2%	93.2%	72.5%	250.0%	93.0%	
合計	R4	9	80	94	162	186	190	235	16	972	
	R3	9	88	78	162	146	187	224	4	898	
	前年度比較	0	△ 8	16	0	40	3	11	12	74	
		100.0%	90.9%	120.5%	100.0%	127.4%	101.6%	104.9%	400.0%	108.2%	
架空請求	R4	0	2	0	3	2	8	5	0	20	
	R3	0	1	0	2	2	7	6	0	18	
	前年度比較	0	1	0	1	0	1	△ 1	0	2	
		-	200.0%	-	150.0%	100.0%	114.3%	83.3%	-	111.1%	

ア 消費生活センターに寄せられた相談件数(問い合わせ等除く)は972件であり、前年度までの相談件数898件と比較し、74件増(8.2%増)となりました。

イ うち、架空請求相談件数は計20件であり、前年度までの相談件数18件と比べると2件増(11.1%増)となっています。

ウ 前年度より相談件数増となった要因は、社会情勢がウィズ・アフターコロナの新たな段階に入り、コロナ禍での社会経済活動の制限が緩和されたことで、悪質商法被害規模もコロナ前の件数に戻りつつあること。

エ 通信販売の相談件数が前年度の相談件数よりも、20%以上増加しています。特に、壮年～高齢層にかけて相談件数増加が目立ちます。

オ 前年度より大幅に増加となった要因は、コロナ禍を機にインターネット環境が整い、全世代がネット通販に接する機会が増えたためと推測します。



- カ 成年年齢引き下げ後に18歳・19歳の相談件数の大幅な変化はみられず、件数としてはあまり影響が見受けられなかったです。ただ今後も相談件数については注視する必要があります。
- キ 依然として、高齢者の相談割合が高く占めています。これからデジタル化社会進む環境の中、高齢者の社会構成の割合が年々高くなり、認知症患者や1人暮らし世帯が増えていくことから考えると、SNS等のデジタル一辺倒の消費保護に関する周知啓発だけでなく、対象者に合わせた方法を関係課の意見を参考にしながら、より検討する必要があります。

(3) 【消費生活相談への対応と被害救済の状況】 令和4年度の前年度比較

		助言	斡旋	合計
対応件数	R4	900	91	991
	R3	853	72	925
	前年度	47	19	66
	比較	105.5%	126.4%	107.1%
未然防止・回復額	R4	16,806,118	3,202,569	20,008,687
	R3	16,361,993	7,820,510	24,182,503
	前年度	444,125	△ 4,617,941	△ 4,173,816
	比較	102.7%	41.0%	82.7%

※ あっせんとは、法的な指導権限や強制力を伴うものではなく、消費者と事業者との間に入って調整・交渉し、解決を目指すこと。

- ア 相談員の助言やあっせんでの未然防止額やクーリング・オフ制度による回復額（返金額）が合計約20,008,687円（前年度総額24,182,503円）でした。
- イ 前年同月までと比べて4,173,816円減（17.3%減）でした。
- ウ 助言やあっせんの件数については、助言が900件（前年度の件数853件、5.5%増）、あっせんが91件（前年度件数72件、26.4%増）となっています。

令和4年度松本市消費者保護事業と取り組みについて

事業	取り組み
<p>【広報紙や新聞情報誌への記事掲載】</p> <p>1 「広報まつもと」特集ページ</p>	<p>年2回の特集ページ掲載(R4.5月号、R5.2月号)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・R4.5月号…狙われている！若者のお金と夢</li> <li>・R5.2月号…注意!! 点検商法の相談が増加中 あなたのおウチがターゲット！</li> </ul>
<p>2 新聞・情報誌</p>	<p>1 新聞</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 掲載紙 信濃毎日新聞社「MGプレス」</li> <li>(2) 掲載日 毎月第3水曜日</li> <li>(3) 内 容 消費生活相談事例等の紹介と注意喚起</li> </ul> <p>2 情報誌</p> <p>勤労情報冊子「労政まつもと」 6月号…「賢い消費者になりましょう」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・傘の使い方</li> <li>・長期契約をするにあたって</li> <li>・成年年齢引き下げについて</li> </ul> <p>※市内の中小記号等およそ900社を対象にした勤労情報冊子(市労政課作成・発行)</p> <p>3 市民タイムス</p> <p>7月13日付掲載</p> <p>「市、若者狙う悪徳商法懸念 トラブル防止へ啓発強化」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・成年年齢引き下げによる若者の消費者トラブル等の増加を防ぐための啓発記事</li> </ul>
<p>【ラジオ出演】</p>	<p>エフエム松本(79.1MHz)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 放送日時 4/14 午前7時30分～7時45分 内 容 成年年齢引き下げについてと若者に多い消費者トラブル</li> <li>2 放送日時 9/29 午前7時30分～7時45分 内 容 賢い消費者になるために</li> </ul>
<p>【松本市公式ホームページ】</p>	<p>消費者庁や国民生活センターの「注意喚起情報」を掲載(計56回発信)</p>

<p>【SNS等による発信】</p> <p>1 LINE・安心メール</p>	<p>LINE・安心メール 消費者保護等の啓発活動について広く周知 LINE …計5回発信 安心メール…計3回発信</p>
<p>2 国民生活センター配信</p>	<p>「見守り新鮮情報」と「子どもサポート情報」を地域づくりセンター、福祉ひろば、こども育成課(児童施設)へ発信(計41回発信)</p>
<p>3 ユーチューブによる配信</p>	<p>松本のシンカ【松本市公式チャンネル】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・タイトル 「気を付けて！消費者トラブルが多発しています」</li> <li>・発信日 10月28日</li> <li>・内容 <ul style="list-style-type: none"> <li>・悪質商法の事例紹介</li> <li>・消費生活センターについて</li> <li>・成年年齢引き下げについて など</li> </ul> </li> </ul>
<p>【消費者保護啓発冊子、チラシ等の配布】</p> <p>1 「賢い消費者になるために」小冊子</p>	<p>「賢い消費者になるために」(悪質商法被害防止啓発オリジナル冊子)配布</p> <p>出前講座</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・6/6 下立田老人クラブ (12部配布)</li> <li>・6/22 社会福祉士連絡会 (18部配布)</li> <li>・7/14 松原第一町会いきいきクラブ (20部配布)</li> <li>・7/25 JA松本ハイランド組合女性部 (13部配布)</li> <li>・10/14 奈川地区福祉ひろば事業推進協議会(18部配布)</li> </ul>
<p>2 消費者保護啓発チラシ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 松本駅前ひろば周辺の啓発活動 9/29朝実施</li> <li>2 「松本山雅」ホームゲーム周辺の街頭啓発 10/30開催 対長野パルセイロ戦 約1,000人配布</li> <li>3 ハタチの記念式典(旧成人式) R5.1/8開催 約1,900部配布</li> </ol>

<p>【消費者教育の実施】</p> <p>1 専門相談員(消費生活相談員)による 出前講座の開催</p>	<p>消費生活講座「賢い消費者になるために」の開催 《出前講座》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 6/6 下立田老人クラブ (12人参加)</li> <li>・ 6/22 社会福祉士連絡会 (18人参加)</li> <li>・ 7/14 松原第一町会いきいきクラブ (9人参加)</li> <li>・ 7/25 JA松本ハイランド組合島内支所 女性部 (13人参加)</li> <li>・ 10/14 奈川地区福祉ひろば事業推進協議 会(18人参加)</li> </ul>
<p>2 若年者への出前教室の開催</p>	<p>若年者(中学生)への出前教室</p> <p>1 開成中学校 10/21～計4回開催(クラスごと開催) 対象は中学3年生生徒95人 内容は①中学校も消費者であることから、今、消 費者として気を付けること。 ②成年年齢到達目前に控えて、大人の消 費者としての心構え等。</p> <p>2 旭町中学校 11/15に開催。 対象は中学2年生生徒104人(一斉開催) 内容は、開成中学校と同一。</p>
<p>【その他】</p>	<p>1 多重債務者無料弁護士相談会 5/26、6/16 実施 6人</p> <hr/> <p>2 消費者被害防止のバス広告</p> <p>(1) 車体背面広告2台、車体戸袋広告2台 (アルピコ交通 市内主要路線) 掲示期間 令和4年4月～令和5年3月</p> <p>(2) 車内ポスター広告45台 (アルピコ交通 市内主要路線) 掲示期間 令和5年1月～令和5年3月</p>

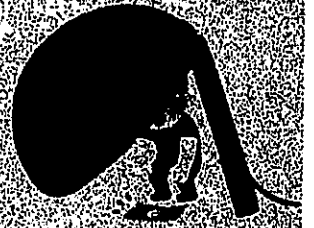
	<p>3 消費者被害防止啓発の電車広告          車内サインージ広告          (アルピコ交通 上高地線車内)          設置期間 令和4年11月~令和5年3月</p>
	<p>4 特殊詐欺(電話でお金詐欺)被害防止啓発活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・4/15 八十二銀行 寿支店前</li> <li>・6/15 八十二銀行 南松本支店前</li> <li>・8/15 松本信用金庫 浅間温泉支店前</li> <li>・10/14 イオン南松本店前</li> <li>・12/15 イトーヨーカドー南松本店前</li> <li>・R5.2/15 松本市役所東庁舎キャッシュサービスコーナー前</li> </ul>

## 5月は消費者月間

# 狙われている！若者のお金と夢

●問い合わせ：消費生活センター（本庁舎1階 ☎36-8832/☎36-6839）

4月1日から、成年年齢が18歳になりました（飲酒、喫煙、公営ギャンブルの投票券購入は20歳）。20代に多い消費者トラブルは今後18歳、19歳にも広がります。高校生であっても18歳なら成人です。契約は慎重に。トラブル回避のポイントを紹介します。



### SNSなどでの「こんなに簡単に稼げます」との広告は疑うこと！

「1円でも利益が出る」ことを「稼げる」と宣伝していた、事務所の所在地が住所だけを借りる「バーチャルオフィス」で実態が不明だった、宣伝動画の登場人物全員が役者だった、という事例もあります。簡単に稼ぐ方法はありません。

### 「オーディション商法」に注意！

インターネットや雑誌などで募集のタレントオーディション。合格後に呼び出された事務所で、事前説明のない高額なレッスン受講を契約させられる「オーディション商法」に注意してください。目的はレッスン受講契約にあり、オーディションは人集めの手段です。

オーディション商法は、アポイントメントセールス（訪問販売の一形態）として契約書面を受け取った日を含め8日間はクーリング・オフが可能です。

街中でのスカウト商法（キャッチセールス）にも注意が必要です。アダルト作品への出演強要があれば警察へ相談してください。



「広報まつもと」令和4年5月号

**注意!!**

点検商法の  
相談が増加中

# あなたのおウチがターゲット!

●問い合わせ・相談

消費生活センター (本庁舎 1階 ☎36-8832 図36-6839)

困ったらすぐ  
に相談してく  
ださい。



## 無料の点検から高額な工事契約をさせられることも!?

「近所で工事をしている業者ですが、お宅の前を通るたびに気になった」と家にやってきて、屋根の無料点検を勧められた。点検後に「不具合があった。このままでは大変なことになる」と言われて、高額な屋根修理を契約してしまった—という相談があります。訪問販売は、契約書面受領日を含めて8日以内にクーリング・オフ通知などを出すことで、解約ができます。

業者の中には点検後「不具合があるので、知り合いの業者に見てもらって」と言って名刺だけ置いて帰る場合もあります。一度訪問を受けた業者であっても、改めて消費者から契約する意思で自宅に呼び出して契約すると、クーリング・オフはできませんので、ご注意ください。

## 松本市消費者問題協議会の公募委員を募集

消費者保護施策に関して審議・意見をいただく委員を公募します。2月20日(月)までに消費者保護について感じることを400字以内にまとめて提出してください。

- ◆対象 市内在住の方で、年2回程度開催する平日の会議に出席できる方
- ◆募集人数 3人以内 ◆任期 令和5年度から2年間
- ◆申し込み・問い合わせ

市民相談課 (〒390-8620 松本市役所 市民相談課 ☎32-0001 図36-6839)

✉ seikatu@city.matsumoto.lg.jp)



YouTube「松本のシンカ」で

動画を公開中です。

ぜひご覧ください!



広報まつもと2023年2月号 9

「広報まつもと」令和5年2月号

悪質商法・特殊詐欺  
イヤヤ、嫌や!

188に  
すぐ相談!

188は全国共通の相談電話です

### 有料老人施設の入居権 当選の電話連絡は詐欺

Q 「市内に新しくできる有料老人施設の入居権が当たりました」と有名な葉文を名乗り自宅に電話があった。断ると、「60歳から80歳までの人限定の施設。当選した人しか入居できない。入居しないなら、入居したい人に名義を貸して、謝礼を払う」と言われ、了承した。

その後、再び文から電話。「入居者が県外のYさんに決まった。これからYさんが入居金1000万円をあなたの口座に振り込む。あなた名義での申し込みなので、あなたの口座に費用があることを管理会社にて証明しないといけない。口座は現在はいくら残っていますか」と聞かれ、怖くなり電話を切った。

A 高齢者から類似の相談が複数あります。相手は、電話に田

た高齢者の氏名、住所、年齢を把握してしました。この後に予想される主な展開は次の通り。

①管理会社から「名義貸しは契約違反。法律でも禁止されている」と電話が来

### 5月は消費者月間です トラブル回避法を紹介

1968(昭和43)年5月の「消費者保護基本法」(消費者基本法)の前身)の施行から20周年の88年、毎年5月が「消費者月間」となりました。

4月、成年年齢が18歳に引き下げられました(飲酒、喫煙、公営ギャンブル投票券の購入は20歳)。社会保険の少ない18、19歳の新成人は消費者トラブルに遭いやすくなり、注意が必要で、消費者

り、損害賠償請求される。②「名義を借りた」Yから、入居できないことへの損害賠償と「預けた1000万円の返金」を請求される。

③警察をかたる者が「名義貸しは犯罪。逮捕する」と電話。続けて偽弁護士から「保釈金を請求する電話がくる」。

相談者の多くは「名義貸し」を心配されていますが、まず「市内に新しくできる有料老人施設」の話がのびません。その話に基づいて「名義貸し」を心配する必要はありません。電話で「当選」「名義貸し」

の話が出たら、「詐欺」です。切ること。今回は言葉巧みに「口座残高」を聞き出すようになっています。答えると、残高がなくなるまでたかられます。口座残高は個人情報。絶対に教えないこと。

電話でお金を請求する手口が多いため、長野県警察本部は今月から「特殊詐欺」という名称を「電話でお金詐欺」に変更しました。不審な電話を避けるためにも固定電話は常に留守番電話にしておきましょう。詐欺電話があったときは、警察にすぐ連絡してください。

に利用規約を読んだ」を手チェックしない。解約制限事項があるかも確認。

③トラブルに遭っても一人で悩まない。同番号の188番に電話し、住所の郵便番号を入力すると、担当の消費生活センターにつながります。

(次回は5月25日付に掲載予定)

松本市  
消費生活センター  
0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188

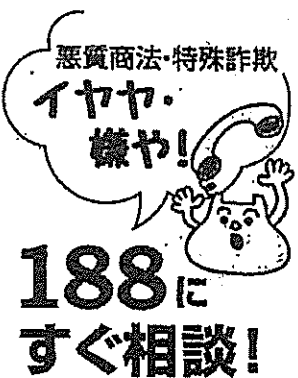
インフォ・すまふおと投稿概要  
掲載は参加費、入場料、物品など税込み2000円以下(「ゆずってください」を除く) 記事中に料金が書いていた

アラカル  
フリーマーケット  
21日午前9時  
後1時半、安曇野のサ・ビ  
店西側駐車場。  
の引き取りも。  
止。フレンド  
70・6463  
94

巡回労働  
日午後1〜4時  
市市民交流セ  
んぽく。専任  
員が労働問題の  
応じる。異中  
務所40・1  
▼若年者引  
やフランクの  
け個別就労相談  
午前10時〜午後  
安曇野市役所。  
分程度。49歳  
職者と保護者  
日までに申し  
おひり若者サ  
テーシヨン  
55

酒(なみ)  
エ 27日午後  
3時半、松本市  
の集い場から  
切な人やベッ





188は全国共通の相談電話です

### 固定電話の光回線への変更 虚偽の説明による勧誘注意

独立行政法人国民生活センター(東京)が、「1」の番号から固定電話が使えるようになる」と虚偽を言いつつ、1月以降に行われるNTT東日本、NTT西日本による固定電話のIP網化に便乗した

「お金あげます」とSMSが届いても信じては駄目ー

### 「お金あげます」とSMS 届いても信じては駄目ー

Q 金融機関を乗っ取り、「U債田」の支給が決定しました。スマートフォンメッセージ「SMS」が届いた。政府の10万円交付のニュースを知っていたので、その一環だと思った。相手と手続のため「M」やメールでやり取りを始めた。

「U債田」の受け取りに必要」と言われ、銀行口座を教える。受け取り手数料が必要」と返事が来た。指示された通りコンビニで購入した電子マネーで手数料を支払った。しかし、「振り込みエラー

NTTは別の業者による勧誘です。このIP網化の作業は、NTT内の設備の切り替えをするだけなので、利用者に対する手続などは不要です。

### 学力診断テストの訪問販売 子どもと相談して購入をー

Q 中学生向けの学力診断テストの訪問販売があり、親心としていろいろ悩んでいる。参加費5000円を払う問題と解管用紙を受け取ったが、子どもにやる気がない。クーリー

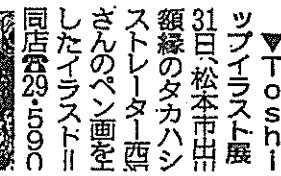
会い系サイトを利用して偽金融機関などと「交際」している形になっていきます。これまでの「手数料」はこの出会い系サイトの「利用料」の支払いです。「U債田」を支給すると言っている相手方の正体や所在は不明。返金交渉は名称や所在の分かる出会い系サイトとなりますが、海外業者のため、拒否や難航が予想されます。今回のU債田ですが、現実的な金額の場合もあります。「お金をあげます」といった趣旨のSMSやメールが届いても信じないでください。

グ・オフできる。 A 訪問販売はオンライング・オフ(契約書面受領口を含めての日以内で通知をして行う無条件解約の対象ですが、3000円未満の現金取引の場合、クーリング・オフはできません。 しかしこの学力診断テストが採点集計や教科カウンセリングなどの役務提供込みの場合、3000円未満でも問題や解管用紙を受け取っただけで採点などの役務がその場で全て行われている可能性があります。クーリング・オフできる場合があります。 お子さんの学習状況に関する契約は、まずお子さんと相談のうえ、月15日付で掲載予定

松本市  
消費生活センター  
0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188



▼Toshibaインフラ展 31日、松本市田額緑のタカハシストレーター西さんのペン画をしたイラスト。同店29、30日



▼木と布展 土曜展 27、28日 本市板場の同工コや花などを形布の作品。300064・1000(午以降)

▼アルプス協 協会・創立30周年 講演会 6月4日 1時半〜3時 本庄一カ、メルビスタ。プロレスターのピータラカンさんが「一生をテ

インフォ・すまふおと投稿概要  
掲載は参加費、入場料、物品など税込み2000円以下(ゆずってください)は除く。記事中に料金が書いていない

悪質商法・特殊詐欺  
イヤヤ・嫌や!

188に  
すぐ相談!

188は全国共通の相談電話です

### 高齢者世帯を狙った「点検商法」 8日以内はクーリング・オフ可能

【事例1】 高齢独居の父宅に、「5年前にした屋根工事のその後についての確認です」と電話があり、父が業者の来訪を承諾。翌日、5年前別の業者が来て屋根に上がり点検した。屋根の写真を見せながら「雨漏りの恐れがある」と言われ、父は20万円の屋根工事を契約。来月、工事が始まる。

### 【事例2】 高齢の両親だけの家だ

「排水管洗浄と床下点検を行います」と業者が来た。8000円だったので父が契約し、その場ですぐ洗浄と床下点検が行われて支払った。その後、床下の写真を見せて「シロアリがいる。防除と基礎の修復が必要」と言われ、これらの作業を80万円で契約。その日のうちに薬の散布も基礎の修復が行われた。月末、集金に来る。

### 【対処法】 事例1、

①「点検」名目で消費者に近づき、不安をあおって「本命」の契約を結ぶ点検商法で、訪問販売に当たり、今後似た手口で

### クーリング・オフの通知 電子メールなども可能に

6月1日からクーリング・オフ(※)がはがきだけでなく、電子メールや販売会社の専用フォーム、ファクスでもできる手続になりました。

クーリング・オフのポイントは以下の通り。  
①この方法でクーリング・オフする場合も、対象となる契約を特定するために契約日、商品名、契約金額、販売会社、契約者氏名、契約者住所、クーリング・オフする旨、クーリング・オフを通知する日を記入。  
②クーリング・オフの

ります。今回の場合、契約書面を受け取った日から8日以内であればクーリング・オフにより無条件解約が可能です。すでに払ったお金は返金対象となり、未払い金の支払い義務はありません。クーリング・オフされた業者は、作業前の状態に「原状回復」する義務を負います。

トラブルに遭う可能性があまりありません。普段から電話は留守番設定しておきましょう。  
事例2は、契約した日に作業を終えていますが、期間内であればクーリング・オフが可能です。クーリング・オフ期間経過後も、契約を取り消せる場合がありますので、断り切れず契約した場合など、諦めずに消費者生活センターや弁護士などに相談してください。

期間内に通知した証拠を残します。はがきの場合は面をコピーしてから特定記録で発送。メールの場合は送信メールを、専用フォームからのときは送信内容のスクリーンショットを保存。

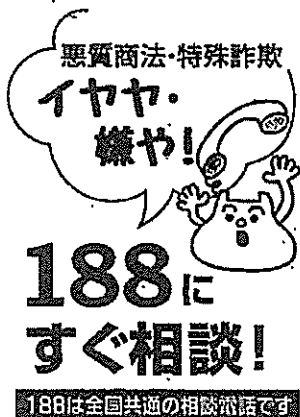
③支払いが個別クレジットの場合、信販会社にも期間内にクーリング・オフ通知を出す。

※特定商取引法上の訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供(エステティック、医療脱毛など)一部の美容医療、語学教室、家庭教師、学習塾、パソコン教室、結婚相対紹介

介サービスのうちで一定の要件を満たしたものの、連鎖販売取引(マルチ商法)、業務提供誘因販売取引(モミ友一商法など)、訪問購入でのクーリング・オフが対象。通信販売にはクーリング・オフはありません。

訪問販売、電話販売、特定継続的役務提供、訪問購入は契約書面受領口を含めて8日以内に、連鎖販売取引と業務提供誘因販売取引は20日以内に発信します。(次回は7月20日に掲載予定)

松本市  
消費生活センター  
☎0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188



子どものオンラインゲーム  
親に無断での課金に注意を

Q 小学生の子どもにスマートフォンを貸して無料の範囲内でオンラインゲームをさせていたら、登録してあったクレジットカード情報を使って親の知らないうちにオンラインゲームに高額課金していた。

A 無断課金をするお子さんの中には「悪ジョ」と分かっていながら「少くはなう」と無断課金を繰り返すうちに高額になっってしまったり「課金」の意味も分からず「おとなしく」課金してしまったりするものがあります。

民法上、法定代理人である親などの同意なく行った未成年者（現在は18歳未満）の「契約」は、取り消せるのが原則（未成年者取り消し）。未成年者取り消しは、法定代理人や本人が契約の相手方に

に対して、課金の行われたアカウントから問い合わせをし、未成年者取り消しの申し出をします。

ただ、プラットフォームは、そのアカウントを利用してゲーム課金をしたのが、親なのか、親のアカウントを使っている子どもなのかは分かりません。また、子どもの課金について「親の同意の有無」も分かりません。そのため、子どもが無断で課金したという事実をプラットフォームに丁寧に説明する必要があるとあります。

クレジットカード会社には、「現在プラットフォームと交際中なので、支払いを確保してほしい」という旨の連絡をしますが、クレジットカード情報の「管理不徹底」を理由に

拒否されることもあり、その場合、いったん金額が引き落とされ、未成年者取り消し後に清算となります。

夏休みを迎えるにあたり、ゲームをする際のルールをもう一度家族内で確認し、クレジットカードの利用は「お金を使った」と同じ意味であることをお子さんに教えましょう。

また、自身のクレジットカードカード情報の管理を強化しましょう。最近、電話料金とゲーム課金などが一緒に請求される「キャリア決済」でのトラブルもあります。子ども所有のスマートフォンには、機能を制限し、無断で課金などをできないように「ペアレンタルコントロール」機能をかけましょう。

刈り払い機の事故が多い季節  
説明書読み 注意して作業を

夏場には、刈り払い機（草刈り機）による事故が多く起きます。手指切断の重大事故もあります。取扱説明書をよく読み、作業前には各部を点検しましょう。

消費者庁では、①長袖、長ズボン、ヘルメ

にも講習会に参加するなどの注意喚起をしています。

消費者庁のホームページには事故の衝撃的な再現動画があります。次回は8月24日に掲載予定

松本市  
消費生活センター  
☎0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188

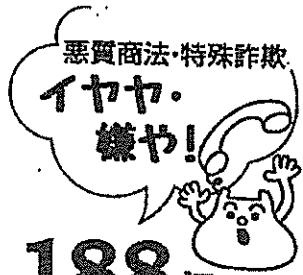


▼書道 清風会  
26日、松本市の額縁のタカハシ市の分銅町にある教室による作品展  
店 ☎29・5901

▼アラカルト  
▼白川「ガーマーケット」23日  
10時～午後1時、村北城の白馬クリスポーツの森西岡場。地元の有機野菜作り加工品、ト品など。雨天屋内ゲートボール場大隅（おおしま）☎090・6012544

▼子どもよしの成長のための「整理とカウンスル」24日午前9時～12時、安曇野市穂高有子子どもサポートセンター。安曇野内科、ステアクリニックス、田後穂院長が「行きたくないと行きたら」なうを

☒ インフォ・すまふおと投稿概要  
掲載は参加費、入場料、物品など税込み2000円以下（「ゆずってください」は除く）。記事中に料金が書いていない場合は別料金。お問い合わせ先は各施設まで。



# 188に すぐ相談!

188は全国共通の相談電話です

悪買商法・特殊詐欺

「消費者法」大きく変化  
あらためて確認して!

4月以降、「消費者

法」の分野で大きな変  
化がありました。既に

このコーナーで取り上  
げたい事も多い、あら  
ためて紹介します。

◇成年年齢の18歳への  
引き下げ

民法改正で、4月1  
日から成年年齢が18歳  
になりました(飲酒  
喫煙、公営ギャンブル  
は20歳から)。高校生  
であっても18歳は「成  
年」。契約に責任を負  
い、取り消しが簡単に  
はできません。

例えば、「簡単にし  
らがる副業」の契約を  
17歳の生徒が保護者な  
ど法定代理人の同意を  
得ずに行った場合、未成  
年の証明をして保護者  
や本人が「未成年者取  
消し」を申し出る必要  
がなくなります。これに  
対して18歳の生徒は「働  
き始め」をいつか  
た」などの証拠を出して  
消費者契約法による  
「不実告知取消し」と  
なり、手間がかかりま

す。  
◇懸賞な定期購入の規  
制を強化

通信販売で、1初回

「思い込み」に注意を!  
先入観捨てて対応して

消費生活センターに  
寄せられる相談の中  
は、消費者が「思い込  
み」で注文したり、業  
者による消費者の「思  
い込み」を利用した広  
告を見て注文したり  
し、トラブルに発展し  
たものもあります。広  
告を見たり業者の勧誘  
を聞いたりするときは  
は、先入観を捨てるこ  
と。分からないことは  
質問しましょう。ただ  
しく、「様子」もま  
かると「話に近づきな  
い。簡単に稼ぐ方法は  
ありません。

【例】  
①通販サイトでの「日  
本の技術を凝縮して製

無難」「お買い価格5  
00円」などの表示を  
見て健康食品や電子た  
ばこなどを申し込んだ  
ら、「最低5回継続購  
入が、初回を安く購入  
できる条件だった。5  
回購入すると数万円が  
かる。定期購入という  
表示が見当たらなかつ  
た」との「定期購入」  
トラブルがあります。  
特にインターネット通  
販での相談が多々あり  
ます。

特定商取引法の改正  
により6月1日から

「作」との表示。「日本  
製」では書きこむこと  
が。日本の技術を使って海  
外で製作したものかも  
しれません。

②「家族1台1万円」  
2万円以降は6万円」  
との家電の広告を見  
て、6万円級の家電が  
「特別に1万円」で買  
えると思いついた  
が、1万円相当の商品  
だった。小さい字で「転  
売防止のため2万円以  
降は価格を上げていま  
す」と表示があった。  
③SNSを流すサイト  
上の広告で知った「簡  
単に稼げる副業マブ  
リ」。アプリ業者のサ  
イアの動画で、開発者

こじつけた詐欺的定期購  
入商法が規制されてま  
た。今回の法改正で「注  
文確定」の直前段階で  
契約内容を簡単に最終  
確認できるように表示  
することが義務付けら  
れました。契約内容を  
表示せず、または不実  
の表示で消費者を誤解  
させて申し込ませた場  
合は、契約の取り消し  
ができます。後々のト  
ラブルに備えて、最終  
確認画面のスクリーン  
ショットを撮っておき  
ましょう。

が「このアプリは優  
いても稼げる。先着1  
00人だけに販売」と  
紹介。「もうからな  
い現金報酬金」も。  
どうしては値引き稼  
げるのか不明だが、「全  
額返金」の言葉を信  
じて申し込んだ。

アプリで1万円でも  
「稼げ」があれは返  
金をめざす可能性あ  
り。「〇〇限定」にあ  
おられたいこと。稼  
げるのはこのアプリを  
入手した人ではなく、  
アプリを販売している  
業者だ。④次回は9  
月21日に掲載予定

松本市  
消費生活センター  
0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188

悪質商法・特殊詐欺  
イヤヤ・嫌や!

188に  
すぐ相談!

188は全国共通の相談電話です

ネット通販の定期購入トラブル  
法改正で規制されるも注意して

Q 化粧品などの定期購入の広告をSNS(交流サイト)で見た。回数縛りがなかったのでもオンラインショップで申し込むと注文完了直後に「限定割引クーポン」がサイト上に表示された。「適用」を押すと割引価格に変わ

A 注文直後に画面に表示される「割引

クーポン」を利用したら購入条件がいつの間にか変わっていた。という相談が増加。今回のように回数縛りのない定期購入が、いつの間にか最低購入回数縛りのある定期購入に変更されている場合があります。新手の定期購入トラブルです。

「気づかないうちに定期購入を申し込ませる」といった「詐欺的定期購入」を規制するため、6月1日から法律が変わりました。内容としては、インターネット通販の場合、注文確定直前の「最終確認画面」に①定期購入である旨②回数縛りがある旨が記載されることになり、③定期購入の回数と、購入条件がいつの間にか変わっていた。という相談が増加。今回のように回数縛りのない定期購入が、いつの間にか最低購入回数縛りのある定期購入に変更されている場合があります。新手の定期購入トラブルです。

「気づかないうちに定期購入を申し込ませる」といった「詐欺的定期購入」を規制するため、6月1日から法律が変わりました。内容としては、インターネット通販の場合、注文確定直前の「最終確認画面」に①定期購入である旨②回数縛りがある旨が記載されることになり、③定期購入の回数と、購入条件がいつの間にか変わっていた。という相談が増加。今回のように回数縛りのない定期購入が、いつの間にか最低購入回数縛りのある定期購入に変更されている場合があります。新手の定期購入トラブルです。

催眠商法の被害の予防は  
近づかないことが一番!

「食品や日用品を無料や低価格で提供する」とのチラシなどで客を会場に集め、巧妙な話術で会場を盛り上げて、最後は「本命」の高額な健康食品や健康器具、浄水器、医療機器などを売りつけるという「催眠商法」の相談があります。

店の人は人当たりがよくて優しく、また会場の雰囲気なども非常に良く、知らないうちに高額な買い物をしてしまっています。店舗

価格商品しか購入しない自信のある人はいませんが、気の弱い人や優柔不断な人、周りに流されやすい人は近づかないことが、被害に遭わない一番の予防策です。

つかみにくいデジタル遺品  
生前に整理、リスト作りを

独立行政法人国民生活センター(東京)は「デジタル遺品」のリスト作りを勧めています。デジタル遺品とは「デジタル環境を通じてしか実態のつかめない遺品」のこと。遺族

るときはその回数と、回数分購入した時の総額③解約・返品方法などが分かりやすく表示されていないといけません。

今回の場合、購入条件の変更なので、「割引クーポン適用後の最終確認画面」に「4回縛り」や「4回購入したときの総額の表示がない、あるいは分かりにくい表示であれば契約の取り消しを主張できます。

そのためにも証拠として、最終確認画面のスクリーンショットを保存しておきましょう。

相談があります。終活の一環として、ロック解除の方法や解約が必要なサイト情報、インターネットバンキング情報などを整理し、エンディングノートや遺言書に記しておきましょう。後からインターネットバンキングや端末内の電子マネーが明らかになると、相続人の手間が増え、また遺産分割にも影響します。(次回は10月19日掲載予定)

松本市  
消費生活センター  
0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188



高額商品の講習会商法  
トラブルに注意して!

健康や睡眠の向上な  
スリマッサーシチエマ、  
などをテーマとする講習  
会に参加した人に健康  
食品や磁気ネックレス  
購入を勧める「講習会  
商法」があります。

メールによる開運商法  
欲出さず冷静に判断を

Q 「お金がたま  
る方法を伝授する」と  
いう占いサイトに登録  
した。メールで占い結  
果を受け取るには、事  
前にポイント購入が必  
要。1回メールを送受  
するのに1500円  
分のポイントがなか  
い。

A 今の生活に満  
足していない人は、「占  
い」という非合理的、  
非科学的な「小道具」  
を利用する開運商法に  
引き付けられがちで  
す。しかし、こうした  
商法は、適当な内容を  
「占い」と称している  
だけ。占い結果のメー  
ルの文章が途切れてい  
る時点で、「おかしな」  
と考える。「おかしな」  
お金をたまる方法が分  
かる」と欲を出さない  
こと。  
業者の関心は、相談  
者の未来ではなく、相  
談者が支払うお金だ  
け。お金を対して自制  
的に考える習慣をつけ  
ないと、何度でも類似  
の商法で被害に遭いま  
す。占いは遊びや験担  
ぎで済ませ、のめり込  
まないように。

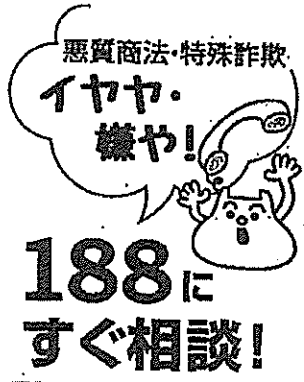
1日から模造品取り締まり強化  
個人使用目的の輸入品も対象に

10月1日から模造品  
の水際取り締まりが強  
化され、「個人使用目的  
での輸入品」も取り締  
まり対象になりました。  
た。海外業者のサイ  
サイトに注文した商品が模  
造品であった場合、商標  
法及び意匠法により、  
「輸入してはならない  
貨物」に当たり、税関で  
没収されます。国内業  
者のサイトで注文し、  
海外から消費者宛に直  
接届く場合も同様です  
(詳細は特許庁のホー  
ムページ参照。また没  
収された商品をもち

て「真正品」であること  
を保証するものではあ  
りません。  
「業者に代金を支払  
ったけれど没収されて  
商品が届かない」とい  
う場合は返金交渉する  
ことになりませんが、業者  
と連絡が取れないなど  
のトラブルも予想され  
ます。クレジットカー  
ド決済であればカード会  
社に相談してください。

松本市  
消費生活センター  
0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188

現金振り込みの場合  
は警察へ相談し、振り込  
み先の金融機関に「振り  
込み詐欺救済法」によ  
る救済手続きの相談を  
してください。次回は  
11月16日に掲載予定



188は全国共通の相談電話です

### 「クラストシヤツ」の注文 納期などトラブルに注意

高校生など10代が主な被害者の「クラストシヤツ」を巡るトラブルで、消費者庁が注意喚起を行っています。

文化祭などの学校行事で着る「クラストシヤツ」を、クラス代表がインスタグラムで知った業者がLINEで

ネットの質問サイトへのアクセス「どれも無料」との思い込みは禁物

高校生など10代が主な被害者の「クラストシヤツ」を巡るトラブルで、消費者庁が注意喚起を行っています。

文化祭などの学校行事で着る「クラストシヤツ」を、クラス代表がインスタグラムで知った業者がLINEで

### インターネットバンキング 悪用した新手詐欺に用心

独立行政法人国民生活センター(東研)が、インターネットバンキングを悪用する最新の詐欺の注意喚起を呼びかけています。

手口は、①利用者の職名をかたして「銀行金」

の話を「利用している銀行の支店へ」のその「銀行職員」を名乗る電話が、銀行口座の暗証番号を聞く。この「銀行職員」を名乗る電話は、

元で通帳とカードがあるから大丈夫」と言われ、教えてほしいと本人になりすまして銀行の「インターネットバンキング」サービスを通じて、一時金を不正に引き出すという手口です。

の場合、SNS(交流サイト)やメールでしか連絡の取れない業者は要注意です。電話業者があっても安心しない。架空の番号かもと見せしめ、契約前に業者と電話をして連絡の取れる相手か確かめておくことも大切。電話の呼び出し音が鳴るだけで誰か出る、電話の対応が雑いなど、少しでもおかしいと感じたら中止する。また、電話業者が国際電話でなくか確認を。思えば、例えは「文化祭で使うため」と目的を以て契約したの

今回のように注文者が18歳未満の未成年の高校生で、親などの法定代理人の同意を得ていない場合は、「未成年者取り消し」も視野に入れて交渉します。「学校の先生」の同意は法定代理人の同意とはなりません。

しなご限の毎月一定額が引き落とされます。質問サイトのいざも「無料」とは限りません。ネットが全てお手軽、無料と聞かれない。クレジットカードの登録を求められた時点で、「有料」だと気づきませう。

松本市  
消費生活センター  
0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188

悪質商法・特殊詐欺  
イヤ・嫌や!

**188に  
すぐ相談!**

188は全国共通の相談電話です

電熱ウエマによる事故が増加  
使用法を理解し安全に着用を

「電熱ベストの首元が焦げて、他の衣類に穴が開いた」「やけどをした」など電熱ウエマでの事故が増えています。電熱ウエマはこれまで防着と違い、衣類に内蔵された電熱線を毛パイルパツテリーなどで発熱させて体を温める電気製品です。国民生活センターでは①取扱説明書と本体の注意表示を読み、理解する②丁寧に扱い、異音を感じたら使用を中止する③製造元や販売元、型式、機能が明示された商品を購入する④注意喚起をしっかりと読む⑤

海外からの配当話に注意を  
「おいしい話はありません」

Q 外国の銀行Aから、「ドバイ在住の富裕者があなたに3000万円を配当する。当選確率は18万分の1。受け取り手続きをして」とメールが届いた。手数料20万円を指定された国内の銀行口座に振り込み、Aに受け取り用のオンライン口座を開設。すでに3000万円が入金されたが、数日後、その口座が凍結された。

A 「外国の銀行」も「3000万円が当選」も相談者から手数料をなまし取る詐欺。オンライン口座も架空で、「3000万円」は相談者に見せるための単なる数字です。この後、「口座凍結の解除費用」などと言って更に手数料を請求されます。「振り込み詐欺救済法」による救済手続きもありますが、詐欺グループに渡った20万円を取り戻すのは不可能です。口座開設のために相手に知ら

「簡単に稼ぐ方法を教える」  
高額なサポート料金が目的

Q 「アフィリエイト」で簡単に稼ぐ方法を教えるというサイトをみつけた。その運営業者BとはLINE(ライン)でしか連絡が取れない。Bからアフィリエイト(成果報酬型のインターネット広告)のマニュアルを2万円で購入し読んでみたが、やり方が分からない。BにLINEで苦情を伝えると、折り返し電話があり、「アフィリエイト」を200万円で購入すると言われた。「そんな大金はない」と断るも、強

せた氏名、住所、電話番号、メールアドレスなど(今後、他の詐欺グループにも悪用されます)。

「簡単に稼ぐ方法を教える」と宣伝してマニュアルを売る業者は、稼げず苦情を言う者から高額なサポート料金を取ることで最終目的。そのためBのように消費者金融での借金を強く勧める業者もいます。結果、簡単に稼ぐつもりが借金だけを背負います。

ギフトカードの期限  
年に1度は確認して

商品券やギフトカードには有効期限付きのものがあります。例えば、日本図書普及株式会社が発行の「図書カードNEXT」は、同社発行の図書券や図書カードと異なり有効期限があります。年末の大掃除のときなどに1度は商品券などの「棚卸」をし、有効期限や利用条件の確認をしましょう。

(次回は1月25日開催 数字定)

松本市  
消費生活センター  
☎0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188





国税庁名乗るSMSなどに  
不用意なアクセスはやめて

「国税庁」重要な「たのしみSMS」のお知らせ。必ずお読み（スマートフォンメッセージ）

やメールが届いたという相談が複数寄せられています。記載のURLをクリックせず、心配であれば最寄りの税務署や国税庁に確認しましょう。

はありませぬ。相談者の多くは40代。若い頃の契約が急に目の前に現れ、高額請求されて慌ててしまっています。弁護士や司法書士、消費生活センターに相談してください。

昔に結んだ会員契約  
放置せずに整理して

Q 25年前、20歳 販売の「類型」。「契約した時に知らない異性から電話でファミリーレストランに呼び出され、「旅行サービス」などが受けられるクラブの会員契約をしてしまった。一度も利用したことがないので、20年前から月会費を支払っていない。その後会報も届かないため忘れていた。最近「未納分の会費を支払え。直近2年分の8万円を支払えば退会処理する」と「訴訟前予告」と題する通知が届いた。

「e-Tax」から送信されるメールに類似した偽メールが届いたなどの報告もあり、国税庁でも注意を呼びかけています。

「e-Tax」から送信されるメールに類似した偽メールが届いたなどの報告もあり、国税庁でも注意を呼びかけています。

「直接会って話をしたい」とのメッセージには、「何かある」と思っています。面識のない人はもちろん、数年ぶりに連絡のあった元同級生や部活動の先輩後輩からの誘いにも注意が必要。契約して放っておくと、この事例のように20年後にトラブルになるかもしれません。

マスクの「ノーズフィット」  
使用や処分時の事故に注意

A どのような相談が定期的にあります。これは、販売目的を告げずにファミリーレストランなどで呼び出して契約させる「ポイントメントメント商法」(訪問

不織布マスクの鼻付近にあるマスクを顔に密着させるための「ノーズフィット」での事故報告があります。独立行政法人国民生活センター(東京)が注意喚起をしています。ノーズフィットの材質には、樹脂製のものや金属製フィヤを樹脂で覆ったもの、金属製のもの

のがあります。マスクから出ているフィヤが目に入った、マスクを捨てる際に丸めたら針金が出たけがをしようになった。などの事故が報告されています。次の点に注意しましょう。

①不織布マスクの調整の際は、ノーズフィットの端部を確認。とがっていたり、端部が折れ曲げる時は、端部が不織布を貫通したり、突き出たりする可能性があります。あるので注意しましょう。(次回は2月15日に掲載予定)

「e-Tax」から送信されるメールに類似した偽メールが届いたなどの報告もあり、国税庁でも注意を呼びかけています。

松本市  
消費生活センター  
0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188

### 新生活に伴う引っ越しシーズン到来 賃貸住宅退去時に多いトラブルは――

進学や就職など新生活のため、引っ越しをする人が多い季節になりました。賃貸住宅の退去時によく寄せられる相談を紹介します。

【原状回復トラブル】  
例Ⅱ家具の設置跡を理由にフローリングの全面張り替え費用を請求された、ハウスクリーニング代を請求された。など。

借り主には原状回復義務があります。原状回復とは、借り主の故意、過失などで生じた汚れ、きずなどを原状に戻すこと。経年劣化や自然損耗、通常損耗は対象ではありません。ただし、契約書に借り主の原状回復義務を加算する特約がある場合は注意。その有効性は、民法、借地借家法、消費者契約法の規定に合わせて判断します。

トラブルの未然防止と迅速な解決のため、国土交通省は、「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」を作成。解決の参考になります。また賃貸借契約締結前に読み、「特約」などの条件検討の参考にしてください。

原状回復費用を巡る争いが当事者間で解決できないときは、裁判所の調停をお勧めします。また入居、退去時には、管理会社の人などの立ち合いで、汚れやきずを証拠用に撮影しておきましょう。

【引っ越し荷物の運送】  
例Ⅱ予定日に荷物が届かない、届いた荷物が破損、荷物が不足など。

多くの場合、「標準引越運送約款」に基づいて契約しています。解約料や損害賠償、事業者の免責事項が定められています。

【不用品の処分】  
例Ⅱインターネットで「不用品なんでも片付けます」という業者を見つけた、「軽トラ一杯分1万円コース」をオンラインで申し込んだ。当日、業者が2トトラックで来て不用品を積み込み1万円請求された。など。

「オンラインで申し込んだ」軽トラコースとは別の『2トトラックコース』を玄関口で勧誘された」と考え、「訪問販売」のクーリング・オフが可能な場合があります。

悪質商法・特殊詐欺  
イヤ・嫌や!  
188に  
すぐ相談!  
188は全国共通の相談電話です

### 偽サイトに関する相談が増加 国民生活センターが注意喚起

通販サイトや有名ブランド店の「偽サイト」に注文してしまったという相談が増え、独立行政法人国民生活センター（東京）が注意喚起をしています。

きっかけは、通販サイトなどをかたる「偽メール」での誘導、SNS（交流サイト）での広告などです。偽サイトかの特徴ポイントは、

- ①サイトのURL表記がブランド名の正式な英語表記と違う。
- ②日本語表記の文法や字體がおかしい。
- ③価格が破格。
- ④事業者の住所表記がない。あってもインターネット検索すると無関係の場所だった。
- ⑤事業者への連絡方法がメールか国際電話。
- ⑥通販サイト内のリンクが適切に機能しない。
- ⑦支払い方法が銀行振り込みだけなど限定されている。振込先が個人名。特に代引き配達だけの場合は注意。

偽サイトで注文した場合、氏名、電

話番号など個人情報を取られ、今後、特殊詐欺で利用されるかもしれない。数量限定のブランド品の割引など「お得!」と思ったときほど冷静になりましょう。(次回は3月15日に掲載予定)

松本市  
消費生活センター  
☎0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188

悪質商法・特殊詐欺  
イヤヤ・嫌や!

**188に  
すぐ相談!**

188は全国共通の相談電話です

### 家の補修工事の訪問販売 きっぱりと断るのが大切

外壁や屋根の工事を  
勧める「訪問販売トラ  
ブル」の相談が複数あ  
ります。新型コロナウイルス  
に対する制限も  
緩くなってきているこ  
とから、さらに増える  
と思われる。

訪問販売事業者は、  
特定商取引法により①  
事業者の名称・氏名②  
勧誘目的であること③  
販売する商品につい  
て、勧誘に先立って消

費者に説明する義務が  
あります。また同法は、  
勧誘を断っている消費  
者に勧誘を続けること  
を禁じています。しか  
し、中には「近くな  
リフォーム工事をして  
いる。通りかかったら、  
お宅の外壁の状態が気  
になった」と言っ  
て訪問し、会話の流れ  
のまま「勧誘」に入り、  
断るタイミングを逸し  
てしまう場合があります。  
長く話し込んでしま  
うと「今さら断るのも  
悪いな」と思ったり、  
強引さに根負けしたり  
して望まぬ契約をして  
しまつてても、突然訪  
ねてくる事業者が「親  
切心で」外壁や屋根な  
ど建物の不備を指摘し  
てくれていると思わな  
いことです。

きっぱり断っても帰  
らない場合や、脅され  
たりしたら迷わず警察  
に通報しましょう。も  
し契約してしまつて  
も、契約書面を受け取  
った日を含めて8日以  
内であれば、クーリン  
グ・オフ通知を発信す  
ることで、解約ができ  
ます。

### 不用品の訪問の買い取り 貴金属目的が多く要注意

Q 「靴や血など」不  
用品があれば買い取  
ると電話。不用品がお  
金に代われたいらしい。  
A これは、特定  
商取引法で規制されて  
いる「訪問購入(買い  
取り)」です。訪問買  
い取り業者は、突然訪  
問しての物品の買い取  
りはできません(不招  
請勧誘の禁止)。買い  
取る「物品を特定し、  
消費者から事前に同意  
を得た後でない」と訪問  
ができないので、例え  
ば、「靴」などの物品  
を特定して同意を得る  
ために消費者宅に電話  
をしています。

業者の主旨的は、貴金  
属のことが多く、訪問  
してきても、「同意」  
した靴には目もくれず  
に貴金属を要求しま

す。同意していない物  
品の買い取りの勧誘を  
その場で行うことは、  
法律で禁止されていま  
す。買い取りを断つて  
も帰らないときは、た  
めらわずに警察に通報  
しましょう。

訪問買い取りも、契  
約書面を受け取った日  
を含めて8日以内であ  
れば、クーリング・オフ  
が可能です(本、C  
D、ゲームソフト、家  
具、冷蔵庫・洗濯機な  
どの大型家電、二輪を  
除く自動車などは対象  
外)。

### 訪問による自動車買い取り クーリング・オフの対象外

Q 畑と地続きの  
庭に男たちが無断で入  
ってきたので、声かけ  
をした。県外の古物商  
だった。庭に放置中の  
廃車寸前の自動車を  
「18万円を賣う」と言  
われ同意し、その場で  
18万円を受け取った。  
明日、自動車を引き取  
りに来るが、冷静に考

えると庭に侵入してい  
る点で不審。解約した  
い。

A 自動車は、特  
定商取引法で規制を受  
ける「訪問購入(買い  
取り)」には当たらず、  
「不招請勧誘の禁止」  
やクーリング・オフの  
対象外。この事例の場  
合、脅されたなど特別

な事情がなければ解約  
は難しく、弁護士に相  
談してください。物騒  
な世の中です。侵入者  
を見つけたら、声かけ  
せずに警察に即通報し  
ましょう。(次回は4  
月19日に掲載予定)

松本市  
消費生活センター  
0263-36-8832  
消費者ホットライン  
188

## 賢い消費者になりましょう

松本市消費生活センターでは日常生活の中で遭遇する悪質商法や、消費生活上の事故被害を未然に防ぐための情報をお伝えしています。

### ●傘の扱いに気を付けて

梅雨になり、傘を使う機会が増えました。安全に使って傘での事故を防ぎましょう。

#### ①傘を閉じて持ち歩くとき

傘を横にして持たない。後ろの人に傘の先が当たります。特に昇りの階段では後ろの人の目や顔を突くことがあります。

#### ②傘を開くとき

目の高さで開かない。目の高さで開くと露先で自分の目を傷つけることがあります。周りをよく見て傘は斜め下に向けてゆっくり開きましょう。

#### ③傘をさしているとき傘をくるくる回さない。

周りの人に傘がぶつかったり、周りの人に水滴が飛んで迷惑です。また、傘を回すと手元などに遠心力が掛かり、傘の傷みの原因にもなります。

### ●長期間にわたる契約は慎重に。

独立行政法人国民生活センター（東京）が「脱毛エステの通い放題コースなどでの中途解約・精算トラブルに注意」と呼びかけています。

いわゆる「エステティック」契約は、①期間が1か月超（期間要件）かつ、②金額が5万円超（金額要件）の2つの条件を同時に満たすとき、特定商取引法によりクーリング・オフ（契約書面受領日を含めて8日以内に通知をしての無条件解約）が可能です。中途解約時の精算ルールも法定されています。

エステ契約のように長期間にわたる契約は、その期間通える時間があるのか、支払い続けられるのかなど、慎重に判断しましょう。契約前に、中途解約時の精算方法を確認しましょう。「通い放題」とあっても、契約書で回数制限を設けていることもあります。言葉のイメージでの思い込みはやめましょう。

### ●成年年齢が18歳に引き下げになりました。契約には責任が伴います。

4月1日から、成年年齢が18歳に引き下げになりました。すでに18歳や19歳の人でも成年です。「脱毛エステ」や「痩身エステ」など美容に関する契約をはじめ、成年になると自分一人で様々な契約が出来ます。（飲酒、喫煙、公営ギャンブルなどの投票券の購入はこれまでと同じ20歳）

今まで、18歳・19歳は親など法定代理人の同意のない契約は「未成年者取り消し」が出来ました。これからは18歳・19歳は成年なので「未成年者取り消し」が出来ません。高校生であっても18歳であれば、その契約に責任を負います。

日常生活の契約でおかしいな？、困ったな！と思ったら一人で判断せず、まずは消費生活センターにご相談ください。

### 暮らしの相談窓口

消費者ホットライン ☎188

松本市消費生活センター（松本市役所内）☎0263-36-8832

お問い合わせ

市民相談課 0263-34-3307

松本市消費生活センター（松本市役所内）0263-36-8832

# 市民タイムス

発行所/市民タイムス:本社/〒390-8539松本市大字鳥島800番地  
TEL(0263) 受付47-7777 編集47-7774 広告49-2000 販売47-4755 ©市民タイムス2022年  
FAX(0263) 受付49-2422 編集47-1054 広告47-8585 販売49-2422 支社/安曇野・塩尻 安曇/長野・水戸

AID | ITソリューション・ソフトウェア開発  
経産省推進協会のITコーディネータが支援!

## IT導入補助金2022

アドヴァンステック・インフォメーション・デザイン  
松本市梓川区3920-1 TEL 0263-78-8003 AID



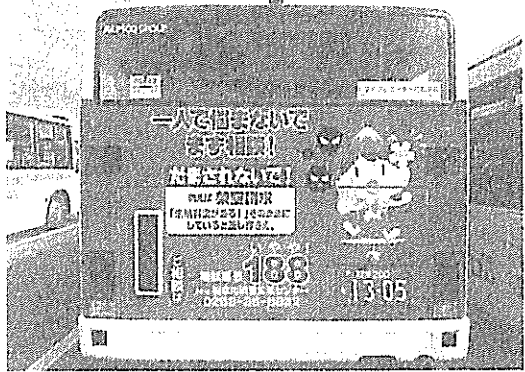
職員

## 市、若者狙う悪徳商法懸念

# トラブル防止へ啓発強化

松本市は、20歳から18歳への成人年齢引き下げによる若者の消費者・労働トラブル増加を防ぐため、啓発を強化する。18歳(成人)になると親の同意がなくても携帯電話やローンの契約ができる一方、未成年者に適用される取り消しはできなくなる。市は悪徳商法などの被害拡大が懸念されるとして本年度、バス広告などで注意を呼びかけるほか、希望する高校や中学校で講座を開催する。

(長尾浩道)



バスの車体に掲示した消費者被害防止の広告。成人年齢引き下げをアピールしたデザインへの変更を計画する

断っていた消費者生活相談員の出前講座も再開し、中学校2校で行う方向だ。市民相談課は「消費者生活センターが若者に知られていない。PRを強化したい」とする。

労働課は、アルバイトの労働環境を巡るトラブルに遭わないための注意点を書いたチラシを作り、市内高校への配布を始めた。「働く初期段階で必要な知識を習得することが大切」とし、未成年の高校生を対象にした講義も希望校で実施したいとしている。

民法改正で4月から成人年齢が引き下げられ、18歳以上は自分の意思で売買や賃貸の相談件数は、30代以下に限ると昨年度18倍、雇用の契約を結ぶ一方、親などの同意がなければ契約を原則取り消せる「未成年者

苦情をもつけ話や定期購入を巡り大金を取られる契約トラブルの報告は従来からある。市は本年度、SNS(会員制交流サイト)で注意を呼びかけるほか、バスの車体を使うた啓発広告を、成人年齢引き下げをアピールしたデザインに変更する。新型コロナウイルス下で中

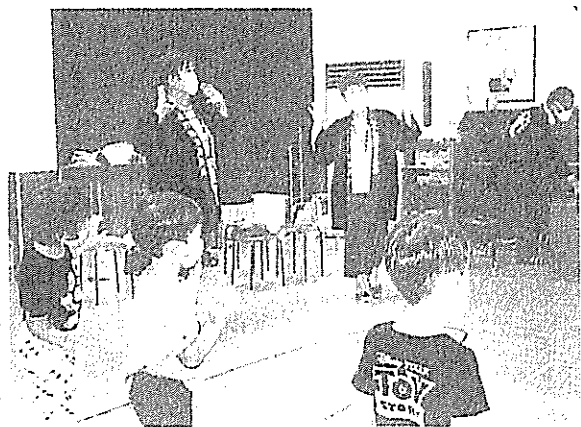
## 大規模地震の対応確認

### 行政機関200人が図上訓練

中部地震(松本地震)に合わせて時期を前倒した。(長尾浩道)

## 仲良く明るく 思いやり学ぶ

### 小宮保育園で人権教室



松本人権擁護委員協議会松本本部会は12日、松本市島内の小宮保育園で人権教室を開いた。園児たちには、新型コロナウイルス感染症が題材の紙芝居を見せて、感染した人を差別せずに優しい気持ち

世界の幸せを願って作られたという体験をする委員と園児

## カーネーション華やか

### 松本産市役所ロビーに展示

松本市役所の東庁舎1階ロビーで21日までのカーネーション展示

## 消費者被害防止のバス広告

後部広告

(成年年齢引き下げ)



後部広告

(定期購入)



消費者被害防止のバス広告

戸袋広告

(成年年齢引き下げ)



戸袋広告

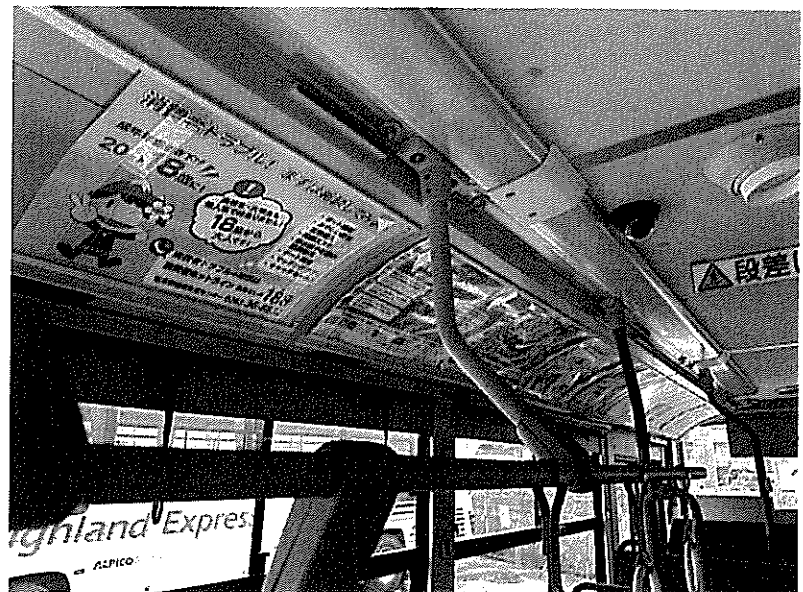
(クーリング・オフ)



## 消費者被害防止のバス広告

車内ポスター

(成年年齢引き下げ)



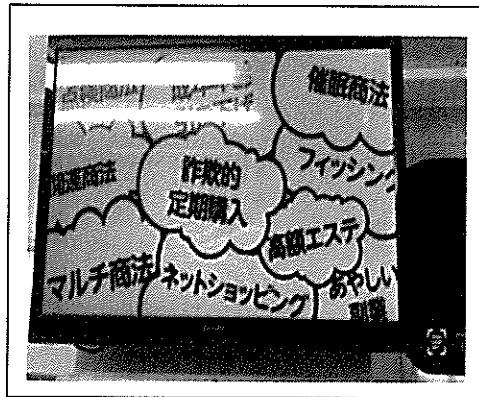


消費者被害防止の電車広告（車内動画）

①



②



③



④








⑤



⑥



シーン No.	時間 (秒)	画面	内容
1	1		<p>文字飛び出す 「迫りくる! 消費者トラブル」</p> <p>アルプちゃん下から出てくる</p>
2	3		<p>吹き出し文字が次々と現れ、 画面を埋め尽くす 「詐欺的定期購入」 「フィッシング」 「成年年齢引き下げ」 「開運商法」 「あやしい副業」 「催眠商法」</p>
3			<p>「点検商法」 「押買い」 「高額エステ」 「ネットショッピング」</p> <p>アルプちゃん押しつぶされていく</p>
4	2		<p>文字 「消費者トラブルで困ったら?」</p>
5	2		<p>文字 「ひとりで悩まず すぐ電話」</p> <p>上からの光がアルプちゃんを照らす。 アルプちゃん復活。</p>

シーン No.	時間 (秒)	画面	内容
6	3	 <p>消費者トラブルの相談は 消費者ホットライン 局番なしの <b>188</b> 松本市消費生活センター <b>0263-36-8832</b></p>	<p>文字 「消費者トラブルの相談は」 「消費者ホットライン 局番なしの 188」 「松本市消費生活センター 0263-36-8832」</p>
7	1	 <p>消費者トラブルの相談は 消費者ホットライン <b>188</b> 松本市消費生活センター <b>0263-36-8832</b></p>	<p>文字 真ん中から場面転換 (円のズーム) 「ところで」</p>
8	1	 <p>成年年齢引き下げ <b>20歳 ▶ 18歳に!</b></p>	<p>文字 「成年年齢引き下げ」 「20歳 → 18歳に!」</p>
	2	 <p>高校生・大学生も 他人事ではありません! <b>18歳から 大人です!</b></p>	<p>文字 「高校生・大学生も 他人事ではありません! 18歳から大人です!」</p>

令和5年度松本市消費者保護事業計画について

事業	内容
1 広報紙や新聞・情報紙等への記事掲載	<p>(1) 広報まつもと特集ページ 年2回（R5.5月号、R6.2月号掲載予定） R5.5月号・・・トラブルの入り口はすぐそこに！</p> <p>(2) 信濃毎日新聞社_情報紙「MGプレス」 毎月第3水曜日掲載（R5年8月から毎月第4金曜日掲載に変更） 消費生活相談事例等の紹介と注意喚起、情報提供</p> <p>(3) 勤労情報冊子「労政まつもと」 年3回発行（R5.6月、10月、R6.2月） タイトル:「賢い消費者になりましょう」</p>
2 松本市ホームページ	ホームページの内容の情報更新（随時更新）
3 SNS等による発信	<p>(1) 「消費生活情報や相談事例」の発信により、悪質商法等による被害防止、啓発活動を推進</p> <p>(2) 国民生活センター配信の「見守り新鮮情報」と「子どもサポート情報」を地域づくりセンター、福祉ひろば、こども育成課(児童施設)へ発信</p> <p>(3) 「安心メール」「LINE」を使い、消費者保護等の啓発活動について広く周知</p>
5 消費者教育	<p>(1) 出前講座 広く市民に向けた消費生活講座「賢い消費者になるために」の開催</p> <p>(2) 出前教室 中学生以下の若者を対象に、授業の一環として、消費者教育を実施。</p> <p>(3) 賢い消費者「智恵の話」会 悪質商法等の消費者被害防止の取組みに啓発寄席を開催</p>

<p>6 その他</p>	<p>(1) 多重債務者無料弁護士相談会 R5.5.18実施 相談者5人</p> <p>(2) 消費者被害防止のバス広告 内容 ア 成年年齢引き下げ イ クーリング・オフ ウ 定期購入 車体後部全面広告2台、車体戸袋広告2台 市内主要路線へ実施 掲示期間 R5.4月～R6.3月</p> <p>(3) 消費者被害防止の電車内サイネージ広告 成年年齢引き下げ 上高地線で実施 掲示機関 R5.4月～6月</p> <p>(4) 特殊詐欺（電話でお金詐欺）被害防止啓発活動 ・4/14 八十二銀行笹賀支店、松本信金二子支店 ・6/15 八十二銀行惣社支店 <u>※6月16日付市民タイムス掲載</u> 「電話でお金」 詐欺疑って</p> <p>(5) 松本市消費者問題協議会 消費者保護行政の総合的な推進を図る。 第1回 R5.7.5 開催 第2回 R6年2月ごろ 開催予定</p>
--------------	--

# 令和5年度 事業実施計画

中信消費生活センター

## 1 消費生活相談の充実

- (1) 複雑化・多様化している消費生活相談に対処するため、市町村・関係機関との連携協力を強化し、また専門的法律知識を要する案件には、消費者問題法律アドバイザー（弁護士）を活用するなど、迅速かつ適切な相談処理に努める。
- (2) 相談者の事情等を勘案しあっせんを行うとともに、市町村窓口とも連携し、支援する。
- (3) 各種研修会への計画的な参加や、弁護士会との協働に務め、消費生活相談員の資質・技術の向上を図る。

## 2 消費者の自立支援

消費者の自立支援を図るため、消費生活に関する知識の普及、情報提供等を実施する。

### (1) 消費者講座等の開催

講座名	内容
消費生活学習会	一般県民を対象にした消費生活に関する学びの場
出前講座	学校・地域住民等からの要望に応じて、職員が講師を務める消費生活に関する啓発講座

### (2) 消費生活情報の提供

区分	内容
注意喚起情報	消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、注意喚起情報を市町村・報道関係機関等を通じて発信、警察との連携
啓発・広報	・松本合同庁舎ロビー等を活用したパネル展示 ・啓発パンフレット等の常設展示、及び配付 ・来庁者が利用できる書籍や雑誌、ビデオコーナーを設置 ・地域新聞等に対し、積極的に情報を提供し、随時、特集記事等の掲載を依頼する等、協力関係を維持する

### (3) 消費者団体の活動支援

消費者団体の情報収集活動、学習会、啓発活動等の支援を行う。

## 3 市町村消費生活相談体制強化の支援

- (1) 中信消費生活センターに設置された「市町村消費者行政推進支援員」を活用し、市町村相談体制の機能強化に向け、支援員が市町村へ出向いて技術的援助を行うとともに、当センター相談員と協力しながら、市町村相談体制の強化・充実に支援する。
- (2) 消費生活センター未設置の町村に対し広域連携設置を働きかけ、課題解決のための情報提供及び必要に応じて調整を行い、消費生活基本計画の重点目標に掲げられた市町村消費生活センター人口カバー率100%に向けて支援する。
- (3) 全市町村に設置された高齢者等見守りネットワークに対し、必要に応じて市町村との懇談会の開催等を通じ課題の共有を図り、ネットワークの活用による実効性のあるサービスの提供に向けて積極的に支援する。

# 令和5年度施策体系

くらし安全・消費生活課

令和5年度当初予算額 146,833千円 【国補 61,461、繰入金 3,058、諸収入 445、一般財源 81,869】  
 (令和4年度当初予算額 152,606千円)

(単位：千円)

施策体系		R5年度	R4年度	増減
しあわせ信州創造プラン 3.0	<b>消費生活の安定・向上と防犯意識向上の推進</b>	<b>127,179</b>	<b>129,772</b>	<b>△ 2,593</b>
	消費者施策の推進	528	1,320	△ 792
	— 消費生活審議会の運営			
	公正な取引の確保	3,036	2,985	51
	— 不当取引調査員の配置			
	— 多重債務者対策			
	防犯意識の向上	2,791	2,375	416
	— 電話でお金詐欺の被害防止啓発			
	— 自主防犯活動の活性化			
	— 若年者の電話でお金詐欺加担防止			
— 安全安心なまちづくりのあり方検討				
消費生活相談体制の充実・強化	92,125	94,954	△ 2,829	
— 消費生活センターの運営（4所）				
— 消費者問題法律アドバイザーの配置				
— 消費者被害救済委員会の運営				
— 市町村相談体制の支援強化				
消費者教育・啓発の推進	28,699	28,138	561	
— 消費者自立支援				
— 消費者被害防止対策				
— 消費生活講座の開催				
— エシカル消費の推進				
持続可能で安定した暮らしを守る 県民生活の安全確保	<b>交通安全対策の推進</b>	<b>19,654</b>	<b>22,834</b>	<b>△ 3,180</b>
	交通安全運動の推進	1,712	5,544	△ 3,832
	— 交通安全対策会議の運営			
	— 交通安全推進運動推進本部・地方部の運営			
	— 交通安全功労者等の表彰			
交通安全啓発活動の実施	2,705	2,438	267	
— 季別交通安全運動の実施				
— 地方部による重点啓発事業の実施				
— 高齢ドライバー運転事故の防止				
交通事故相談所の運営	13,628	13,252	376	
— 交通事故相談所の運営（3所）				
安全安心な自転車の利用推進	1,609	1,600	9	
— 自転車用ヘルメットの着用促進				
— 自転車損害賠償保険等への加入促進				
<b>計</b>		<b>146,833</b>	<b>152,606</b>	<b>△ 5,773</b>

計画の基本的考え方

〔計画策定の趣旨〕

以下を目指して総合的に消費者施策を推進するため策定

- ・消費者の権利確立や利益擁護
- ・消費者の自立
- ・消費行動を通じた持続可能な社会の実現

〔計画の位置づけ〕

- ✓長野県消費生活条例第3条に基づく消費者施策の基本的計画
- ✓消費者教育推進法第10条に基づく都道府県消費者教育推進計画
- ✓(次期長野県総合5か年計画)を推進するための個別計画

〔計画の期間〕

令和5年度～令和9年度  
(5年間)

〔策定、進捗管理、評価、公表〕

- ・長野県消費生活審議会で審議、パブリックコメント等を通じて策定
- ・進捗状況を毎年審議会に報告、評価、県ホームページで公表

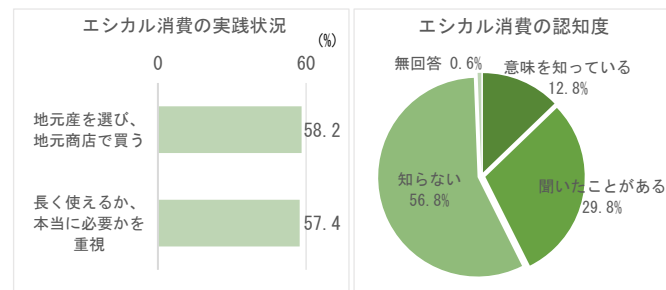
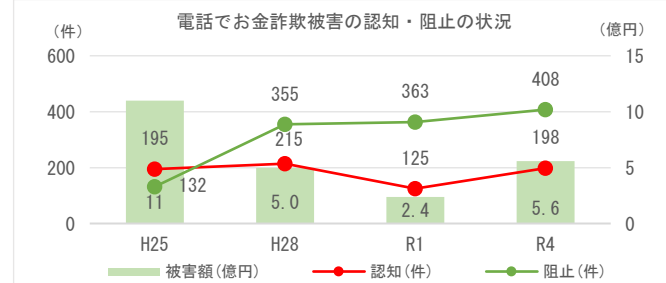
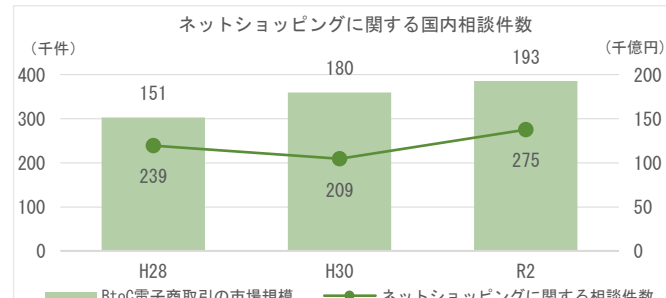
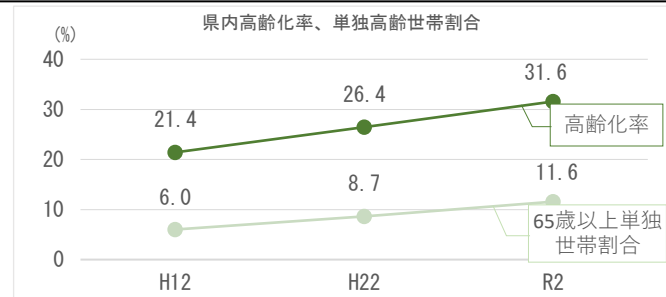
現状・課題

＜消費者を取り巻く社会情勢の変化＞

- ◆高齢化の進行等  
…ぜい弱な消費者となりうる孤立高齢者の増加
- ◆デジタル化の進展  
…ネットショッピングに関する相談の増加
- ◆自然災害の多発や感染症の発生等  
…便乗した悪質商法やトラブルの発生
- ◆民法改正による成年年齢の引下げ  
…若者の消費者トラブルの懸念
- ◆持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり  
…消費者、事業者が共に社会課題の解決に取り組む重要性

＜長野県の主な現状・課題＞

- ◇悪質事業者対策を求める多くの県民の声  
…より迅速で厳正な対応の必要性
- ◇電話でお金詐欺(特殊詐欺)被害の恒常的な発生  
…被害防止のための更なる総合的対策の必要性
- ◇消費生活相談事案の複雑・高度化  
…消費生活センター等における相談対応技術や専門性の一層の向上の必要性
- ◇消費者教育の更なる充実の必要性  
…小中高等学校での教員の指導力向上と関係機関との連携促進の必要性
- ◇エシカル消費につながる実践の一定の浸透  
…エシカル消費の意味を理解している人の割合の低さ



計画の視点

- ✓ 県民の誰もが消費者トラブルや被害に遭う可能性がある中で、安心して消費生活を営むことができるための更なる対策が必要。
- ✓ 県民が自ら考え安全な消費生活を営む消費者となることや、社会課題の解決に向けた県民や事業者等による取組の推進が必要。



# 基本理念

全ての県民が安心して消費生活を営むことができるとともに、自立した消費者である県民と事業者が持続可能な未来に向けて消費・生産活動に取り組む信州の実現

## 計画体系

### 基本方針

### 施策の展開

### 施策の方向性

### 主な施策

#### 【基本方針1】 安全・安心な消費環境の整備

≪主な達成目標≫  
・電話でお金詐欺(特殊詐欺)被害認知件数：90件以下 (R4:198件)

#### 【基本方針2】 消費者被害の未然防止と救済に向けた消費生活相談体制の充実強化

≪主な達成目標≫  
・市町村相談窓口に対する訪問/電話助言等支援件数：1,400件 (R3:800件)

#### 【基本方針3】 消費者の自立支援と持続可能な社会のための消費・生産活動の推進

≪主な達成目標≫  
・消費者大学や出前講座等の受講者数：2.2万人(R3:10,006人)  
・エシカル消費を理解している人の割合：40.0%(R4:12.8%)

1 商品・サービスの安全・安心の確保

- 商品・サービスの安全の確保
- 食品の安全の確保

- ✓ 重大事故情報等の情報提供
- ✓ 食品事業者に対する監視指導、検査

2 適正な商取引の確保

- 商品・サービスの適正表示の確保
- 悪質事業者に対する厳正な指導、処分
- 割賦販売における事業者指導
- 貸金業における事業者指導
- 物価や供給の安定確保

- ✓ 適切表示等に関する事業者への周知や監視指導
- ✓ 県センターに寄せられる相談・通報の一本化で、不適切な勧誘により誤認を誘う等の悪質事業者に対する初動調査の迅速化
- ✓ 発災時等における生活関連物資の調査公表

3 電話でお金詐欺被害防止対策の推進

- 電話でお金詐欺(特殊詐欺)被害防止対策の推進

- ✓ 被害傾向を踏まえた入口から水際までの総合的対策の推進

1 県消費生活センターの機能強化

- デジタル化等に対応する消費生活相談体制の充実
- 市町村相談体制への支援強化
- 悪質事業者の対応強化
- 消費者教育・啓発活動の充実

- ✓ 県センターの集約・機能強化を踏まえた、テレビ会議システムやSNSを活用した相談窓口の整備
- ✓ 様々な県民からの相談・苦情に対する助言やあっせんの実施

2 市町村相談体制への支援強化

- 市町村消費生活センターの設置促進
- 市町村相談体制への支援強化

- ✓ 市町村消費生活センターの設置促進
- ✓ 市町村支援員の増員やOJT研修等による身近な市町村相談窓口の支援強化
- ✓ 市町村における高齢者等見守りネットワークの連携促進

3 関係団体等との連携強化

- 関係団体等との連携強化

- ✓ 適格消費者団体の設立支援と連携強化

1 消費者教育・啓発の推進

- 学校における消費者教育の推進
- 地域における消費者教育の推進
- 消費生活に関する啓発・情報提供の充実
- 消費者教育・啓発の担い手の育成や活動支援
- 多重債務者対策の推進

- ✓ 消費者教育アドバイザーの新規配置による学校や地域関係者等のコーディネートや出前講座等の積極的な実施
- ✓ 消費生活サポーター等の育成や活動の促進
- ✓ 多重債務の未然防止や支援の実施

2 エシカル消費の促進

- 県民によるエシカル消費の主体的な実践に向けた教育・啓発や取組支援
- 事業者によるエシカル消費に資する生産活動等の実践に向けた啓発や取組支援
- 県が率先して行うエシカル消費の理念に基づく取組の推進

- ✓ 事業者との協働による県民のエシカル消費の実践につながる取組の推進
- ✓ 県民と事業者がエシカル消費の思いや情報を共有し学び合いのできる仕組みの構築
- ✓ 県によるエシカル消費に資する物品調達や省エネルギー化の推進

### 施策の推進に当たって

- 県民意見の反映
- 県民や事業者、消費者団体等との協働

下線部は社会情勢の変化等を踏まえて新たに  
取り組む又は改善する施策

## 第2次長野県消費生活基本計画における数値目標等について

くらし安全・消費生活課

### 1 第2次長野県消費生活基本計画・長野県消費者教育推進計画における目標

項目	内容
重点目標	消費者大学や出前講座等への年間参加者2万人を目指します
	長野県版エシカル消費の認知度100%を目指します
	特殊詐欺被害認知件数90件以下を目指します
	全ての市町村に高齢者等見守りネットワークを構築します
	市町村消費生活センターの人口カバー率100%を目指します

### 2 年度別の実績

年度		2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	達成 状況	備考
消費者大学や出前講座 等への年間参加者(人)	目標	2万人					未達成	
	実績	22,564	18,403	7,794	10,006	14,327		
長野県版エシカル消費 の認知度(%)	目標	100%					未達成	R4環境フェア縮小開催により調査なし
	実績	16.0	34.8	調査なし	調査なし	調査なし		
電話でお金詐欺(特殊 詐欺)被害認知件数 (件)	目標	90件					未達成	暦年で集計
	実績	154	125	125	155	198		
高齢者等見守りネット ワークの構築(市町村)	目標	77市町村					達成	
	実績	64	67	71	77	77		
市町村消費生活センタ ーの人口カバー率(%)	目標	100%					未達成	
	実績	84.4	84.4	84.4	84.4	89.1		