

令和6年度第2回松本市消費者問題協議会

日時 令和7年2月4日（火）午前10時から
会場 松本市役所 第3委員会室

次 第

1 開 会

2 あいさつ

3 議 事

(1) 報告事項

- ア 令和6年度松本市消費生活相談の状況について
- イ 令和6年度松本市消費者保護事業と取組みについて
- ウ 長野県消費生活事業について

(2) その他

4 閉 会

松本市消費者問題協議会委員名簿

委員任期: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	会長	木下 貴博	松本大学松商短期大学部商学科教授	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 (菅野中学校長)	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) (株)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) (株)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	副会長	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、そのあつ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たときは、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6年度第2回松本市消費者問題協議会

1 令和6年度松本市消費生活相談の状況について . . . P1～4

2 令和6年度松本市消費者保護事業と取り組みについて . . . P5～8

《資料》

(1) 広報まつもと . . . P9～10

(2) MGプレス . . . P11～19

(3) 労政まつもと . . . P20

(4) まつもと市高連だより . . . P21

(5) 消費者被害防止のバス広告 . . . P22～23

(6) 消費者被害防止の電車広告 . . . P24

(7) 市民タイムス（電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害防止啓発の街頭啓発）
. . . P25～28

3 長野県消費生活事業について【長野県中信消費生活センター】 . . . 別 紙

令和6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

日々進歩する、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などの消費生活相談に対し、松本市消費生活センターでは消費生活相談員2名により対応しています。

具体的には、「消費者への助言」や「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」、「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6年実績(4月～12月)

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)
分 類	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	電話勧 誘販売	ネガティ ブ・オブ ション	訪問 購入	その他 無店舗	不明・無 関係		インター ネット 通販	ワンクリック 請求	架空 請求	還付金 詐欺			
4月	16	5	33	3	6	0	1	0	19	83	24	2	2	1	12	0	95
5月	16	6	32	0	16	0	0	0	11	81	29	1	1	0	16	0	97
6月	14	10	21	1	5	1	3	0	16	71	16	0	0	2	2	0	73
7月	10	14	29	0	7	1	1	0	21	83	28	0	1	0	7	0	90
8月	9	7	34	1	4	0	1	0	16	72	27	1	2	0	6	0	78
9月	17	6	30	0	11	0	4	0	22	90	26	1	3	0	10	0	100
10月	15	6	41	1	29	0	1	0	12	105	36	0	1	0	9	0	114
11月	14	18	33	0	12	0	0	0	13	90	24	1	0	0	12	0	102
12月	7	16	22	0	9	0	2	0	12	68	16	0	2	0	13	0	81
計	118	88	275	6	99	2	13	0	142	743	226	6	12	3	87	0	830

消費生活センターに寄せられた消費生活相談件数は12月までに830件あり、前年度同時期の相談件数(896件)と比較して、66件減(-7.4%減)となりました。

(2)【販売購入形態の年齢別相談件数】令和6年実績の前年同時期比較（4月～12月）

販売購入形態		年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答 (未入力)	合 計
店舗購入	R6		2	13	13	20	20	23	21	6	118
	R5		2	21	25	26	23	29	45	10	181
	前年度比較		0	-8	-12	-6	-3	-6	-24	-4	-63
			0.0%	-38.1%	-48.0%	-23.1%	-13.0%	-20.7%	-53.3%	-40.0%	-34.8%
訪問販売	R6		0	3	6	5	18	10	42	4	88
	R5		1	4	4	7	9	11	28	0	64
	前年度比較		-1	-1	2	-2	9	-1	14	4	24
			-100.0%	-25.0%	50.0%	-28.6%	100.0%	-9.1%	50.0%	100.0%	37.5%
通信販売	R6		10	18	38	40	45	55	62	7	275
	R5		8	32	36	50	64	75	48	2	315
	前年度比較		2	-14	2	-10	-19	-20	14	5	-40
			25.0%	-43.8%	5.6%	-20.0%	-29.7%	-26.7%	29.2%	250.0%	-12.7%
マルチ・マルチまがい (連鎖販売取引)	R6		0	1	1	1	2	0	1	0	6
	R5		0	0	1	0	0	0	0	0	1
	前年度比較		0	1	0	1	2	0	1	0	5
			-	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	-	100.0%	-	500.0%
電話勧誘販売	R6		1	12	5	6	12	24	35	4	99
	R5		1	7	7	9	7	12	24	0	67
	前年度比較		0	5	-2	-3	5	12	11	4	32
			0.0%	71.4%	-28.6%	-33.3%	71.4%	100.0%	45.8%	100.0%	47.8%
ネガティブ・オプション (送り付け商法)	R6		0	0	0	0	0	1	1	0	2
	R5		0	0	1	0	0	0	1	0	2
	前年度比較		0	0	-1	0	0	1	0	0	0
			-	-	-100%	-	-	100%	0%	-	0%
訪問購入	R6		0	0	1	0	3	0	6	3	13
	R5		0	0	0	0	1	1	6	1	9
	前年度比較		0	0	1	0	2	-1	0	2	4
			-	-	100.0%	-	200.0%	-100.0%	0.0%	200.0%	44.4%
その他無店舗	R6		0	0	0	0	0	0	0	0	0
	R5		0	1	0	3	0	0	0	0	4
	前年度比較		0	-1	0	-3	0	0	0	0	-4
			-	-100.0%	-	-100.0%	-	-	-	-	-100.0%
不明・無関係	R6		1	7	17	15	13	34	44	11	142
	R5		2	8	13	19	20	37	55	11	165
	前年度比較		-1	-1	4	-4	-7	-3	-11	0	-23
			-50.0%	-12.5%	30.8%	-21.1%	-35.0%	-8.1%	-20.0%	0.0%	-13.9%
合 計	R6		14	54	81	87	113	147	212	35	743
	R5		14	73	87	114	124	165	207	24	808
	前年度比較		0	-19	-6	-27	-11	-18	5	11	-65
			0.0%	-26.0%	-6.9%	-23.7%	-8.9%	-10.9%	2.4%	45.8%	-8.0%
架空請求	R6		0	0	1	2	0	2	7	0	12
	R5		0	1	0	1	1	3	6	0	12
	前年度比較		0	1	1	1	1	-1	1	0	0
			-	-100.0%	-	100.0%	-100.0%	-33.3%	16.7%	-	0.0%

ア 消費生活センターに寄せられた相談件数(問い合わせ・要望除く)は、昨年12月までに743件あり、前年同時期の相談件数(808件)と比較して65件減(-8.0%減)となりました。

イ 訪問販売の相談件数が、前年同時期よりも37.5%増加しています。

ウ 電話勧誘販売も47.8%増加しており、国際電話や自動音声ガイダンスからの電話に対する相談が多く寄せられています。

エ 通信販売については、件数は減少していますが、全体の約40%を占めており、全世代でインターネット通販の利用が増えているものと思われます。

オ 高齢者(70歳以上)の相談割合が全体の約30%と高く占めており、被害防止の啓発方法や情報提供を引き続き高齢者中心に考えていく必要があります。

(3)【電話勧誘販売の年齢別相談件数の推移】令和6年度のみ4月～12月の数値

年代 年度	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答 (未入力)	合 計
R 6	1	12	5	6	12	24	35	4	99
R 5	1	9	9	11	11	21	31	0	93
R 4	0	6	4	5	6	10	26	1	58
R 3	0	2	3	3	14	10	26	0	58
R 2	0	3	6	2	13	19	42	0	85

○令和6年度の傾向

- ・～19 SNS上の知人に勧誘された副業
- ・20代 ネット（SNS含む）上での広告や勧誘に起因する副業が9件。
- ・30代 テレビ電話でのオンライン英会話の勧誘。「電話が止まる」などの不審電話が2件。
- ・40代 サブスク契約の解約が1件。「電話が止まる」などの不審電話が4件。
- ・50代 「電話が止まる」などの不審電話が5件。光回線や光熱水費の照会・勧誘が計3件。
- ・60代 「電話が止まる」などの不審電話が22件。
- ・70代 「電話が止まる」などの不審電話が28件。海産物、皇室カレンダー、不動産売却など。

ア 各年度とも70歳以上の相談件数が多くなっています。固定電話があり、自宅にいたことが多いためと思われます。

イ 20代、30代の件数には、LINE電話やZoomでの勧誘販売が含まれており、新型コロナウイルスの影響以降、増加傾向にあります。

(4)【SNSをキーワードとした年齢別相談件数の推移】令和6年度のみ4月～12月の数値

年代 年度	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答 (未入力)	合 計
R 6	3	23	14	14	23	14	12	2	105
R 5	4	21	21	18	23	31	6	2	126
R 4	4	26	8	19	27	18	9	0	111
R 3	5	17	12	17	9	11	6	1	78
R 2	3	18	9	11	12	9	3	0	65

※PIO-NETにおける内容キーワードのうち「SNS」に該当するものを抽出

【該当するもの】

mixi、Facebook、X、instagram (TikTok、youtube も含む)

SNSで勧誘され、申込・契約した事例など

SNS上での広告から申込・契約（この場合は「電子広告」も追加）

【該当しないもの】

登録制の出会い系サイト、個人のブログ

携帯電話番号へのショートメール → 「ショートメッセージ」

○令和6年度の傾向

- ・～19 副業1件、未成年取消し2件
- ・20代 副業・投資が14件（うち借金伴う8件）。美容エステ、定期購入が多い。

- ・30代 副業・投資が4件（うち借金伴う1件）。商品未着や粗悪品などのトラブルが多い。
- ・40代 副業・投資が1件。化粧品、健康食品が多い。定期購入が多い。
- ・50代 副業・投資が2件。化粧品、健康食品が多い。定期購入、商品未着・相違が多い。
- ・60代 副業・投資が3件。化粧品が多い。定期購入、商品未着が多い。占い事例2件。
- ・70代 副業・投資が0件。宝くじ当選金引出し手数料詐欺1件。化粧品・健康食品が多い。

ア 新型コロナウイルスの影響で外出が減少したため、自宅からオンラインでコミュニケーションをとるSNSの利用が加速しています。その結果、SNSをきっかけとした相談が年齢を問わず増加しています。

イ 20代の副業や投資に関する相談は、借金を伴うケースが多く、若者の知識や経験不足が悪用されていると考えられます。

(5) 【消費生活相談への対応と被害救済の状況】 令和6年の前年同時期比較（4月～12月）

		助言	あっせん	合計
対応件数	R6	669	75	744
	R5	744	71	815
	前年度比較	-75 -10.1%	4 5.6%	-71 -8.7%
未然防止・回復額	R6	80,884,511	・1,506,106	82,390,617
	R5	9,650,560	3,947,868	13,598,428
	前年度比較	71,233,951 738.1%	△ 2,441,762 -61.9%	68,792,189 505.9%

※ 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）が昨年12月まで合計82,390,617円（前年同時期の総額13,598,428円）でした。前年同時期と比べて68,792,189円増（505.9%増）でした。

イ 助言やあっせんの件数については、助言が669件（前年同時期の件数744件、-10.1%減）、あっせんが75件（前年同時期の件数71件、5.6%増）となっています。

令和6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
【広報紙や新聞情報紙等への記事掲載】 1 「広報まつもと」特集ページ	年2回の特集ページ掲載 ・令和6年5月号…「新しいこと」を利用する手口に注意！ ・令和7年2月号…新手法の架空請求などに注意！
2 新聞情報紙等	1 信濃毎日新聞社「MGプレス」 (1) 掲載日 毎月第4金曜日 (2) 内 容 消費生活相談事例等の紹介と注意喚起 2 勤労情報冊子「労政まつもと」 (1) 掲載月 令和6年10月 (2) タイトル 賢い消費者になりましょう (3) 内 容 投資用マンションの勧誘 ※市内の中小企業等およそ900社を対象にした勤労情報冊子(市労政課作成・発行) 3 松本市高齢者クラブ連合会「まつもと市高連だより」 (1) 掲載月 令和6年7月 (2) タイトル 賢い消費者になるために (3) 内 容 貴金属の訪問購入トラブル
【ラジオ出演】	FMまつもと(79.1MHz) 1 放送日時 5月9日 午前7時30分～7時45分 2 タイトル 「5月は消費者月間です」 3 内 容 ・消費生活センターの紹介 ・AIが関係する消費者トラブル事例 ・賢い消費者になるために必要な力
【松本市公式ホームページ】	松本市消費生活センター、消費者庁や国民生活センターの「注意喚起情報」を掲載。随時更新。(計17回発信)
【SNS等による発信】 1 LINE・安心メール	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1回発信 安心メール…計2回発信

2 国民生活センター配信	「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28回発信)
【消費者保護啓発冊子、チラシ等の配布】 1 消費者保護啓発冊子 「賢い消費者になるために」 「Cool な中学生宣言」 「小学生のための賢い消費者入門」	冊子データを市ホームページに掲載 出前講座等の消費者教育事業に活用 「小学生のための賢い消費者入門」 掲載ページはこちら ▶ 
2 消費者保護啓発チラシ等	1 2024新社会人激励のつどい 4月9日開催 約170部配布 配布物・・・オリジナルボールペン、ウエットティッシュ、チラシ「消費者ホットライン188(若者)」 2 「松本山雅」ホームゲーム会場周辺の街頭啓発 10月13日開催 対ツエーゲン金沢戦 約1,000人配布 配布物・・・オリジナルボールペン ポケットティッシュ 3 不用食器リサイクル事業 11月9日開催 約500部配布 配布物・・・啓発チラシ 4 ハタチの記念式典(旧成人式) 令和7年1月12日開催 約2,300人 配布物・・・パンフレット(PDFデータ)
【消費者教育の実施】 専門相談員(消費生活相談員)等による 出前講座の開催	消費生活講座「賢い消費者になるために」の開催 《出前講座実績》 ・4月11日 新村地区福祉ひろば(42名参加) ・4月17日 庄内地区福祉ひろば(24名参加) ・4月19日 松南地区福祉ひろば(53名参加) ・5月9日 島内地区民生児童委員協議会 (28名参加) ・5月14日 四賀地区福祉ひろば(20名参加) ・5月17日 安曇地区大野田町会(12名参加) ・5月21日 和田地区福祉ひろば(35名参加)

【消費者教育の実施】 専門相談員(消費生活相談員)等による 出前講座の開催	・ 6月16日 島立地区三の宮町会 (19名参加) ・ 6月25日 安曇地区稲核町会 (13名参加) ・ 7月3日 安曇地区島々町会 (17名参加) ・ 7月9日 第一地区福祉ひろば (12名参加) ・ 7月24日 元町児童館 (11名参加) ・ 7月28日 城北地区田町町会 (14名参加) ・ 8月21日 元町児童館 (19名参加) ・ 9月9日 中山地区福祉ひろば (35名参加) ・ 9月10日 島内地区島高松町会 (10名参加) ・ 9月26日 第一地区地域づくりセンター (88名参加) ・ 9月27日 河西部西地域包括支援センター (41名参加) ・ 10月9日 安曇地区稲核町会 (11名参加) ・ 10月17日 島内地区北方町会 (35名参加) ・ 11月21日 信州大学「生命保険を考えるゼミ」※共通教育受講の主に1～2年生 (24名参加) ・ 12月4日 庄内地区町内公民館長会 (9名参加) ・ 12月13日 松本養護学校 (10名参加)
【その他】	1 多重債務無料弁護士相談会 ・ 6月6日開催 相談者3名 ・ 11月7日開催 相談者1名 2 消費者被害防止のバス広告 車体後部全面広告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6年4月～令和7年3月 内 容 成年年齢引き下げ クーリング・オフ 定期購入 3 消費者被害防止啓発の電车内サイネージ広告 (アルピコ交通 上高地線車内) 設置期間 令和6年6月～令和7年3月 内 容 被害防止の5つの心得

【その他】	4 特殊詐欺（電話でお金詐欺）被害防止啓発活動 ・ 4月15日 八十二銀行惣社支店 松本信金清水支店 ※4月18日付市民タイムス掲載 ・ 5月16日 松本駅お城口 ※5月17日付市民タイムス掲載 ・ 6月14日 八十二銀行南松本支店 ※6月15日付市民タイムス掲載 ・ 8月15日 八十二銀行梓川支店 ・ 10月11日 イトーヨーカドー南松本店 シネマライツ ・ 12月13日 イオンモール松本 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 令和6年7月8日 開催 第2回 令和7年2月4日 開催 6 職員研修 消費生活相談員受講の主な研修は以下のとおり (1) 国民生活センター研修 ・ 靈感商法に関する消費者トラブル (2) 長野県 ・ 消費生活相談員等実践研修 (3) (株) 社会空間研究所 ※国土交通省補助事業 ・ 賃貸住宅の賃貸借契約に係る相談対応研修 ・ 残置物の処理等に関するモデル契約条項の解説 セミナー
--------------	--

AI

相続登記の義務化

「新しいこと」を利用する手口に 注意！

投資話

●問い合わせ 消費生活センター (☎36-8832 ☎36-6839)



新技術の登場や制度の始まりに便乗した悪質商法や詐欺があります。
最先端技術を使った手口は巧妙化し、本物の情報と見分けが付きません。
被害に遭わないためにも、うまい話はまず疑いましょう。

市ホームページ

「AIでもわかる」は嘘

「AIが自動で判断するので必ずもうかる資産運用法」「中学生レベルの英語力でもAIを使えば翻訳家になれる」などの副業広告がインターネット上であふれています。AIに幻想を抱いて、深く考えずに申し込んでトラブルになるケースが増えています。「AIだから簡単」、「AIを使えば」といった勧誘や広告をうのみにしてはいけません。

フェイク動画による架空の投資話

著名人の写真や動画を無断使用したフェイク動画広告が出回っています。高額な商品を購入させられたり、架空の投資話を持ち掛けられたりします。インターネット上でのもうけ話は「すべて詐欺」と疑いましょう。

「相続登記義務化」 に便乗した詐欺

不動産の所有者に「相続で子どもに迷惑をかけるないようにしましょう。売買の仲介をしますよ」と近づき、土地の測量や買い手を探すための経費として、高額な費用を請求します。

また、国の機関を装って、相続登記をしていない人に対して過料を請求するといった詐欺があります。架空請求ですので、注意しましょう。

※4月から相続登記が義務化されました。詳細は、法務局または司法書士にお問い合わせください。

困ったらご相談ください！

消費生活センター ☎36-8832

消費者ホットライン ☎局番なしの188

「広報まつもと」令和6年5月号



新手の架空請求などに注意！

●問い合わせ・相談 消費生活センター (☎36-8832 図36-6839)

不安なときは、消費生活センターに相談しましょう。

＼「こども性暴力防止法」に便乗するはがき詐欺／

「あなたが視聴した動画に、児童ポルノ被害者が出演していました。連絡がない場合は刑事告訴手続きに入ります。性犯罪者歴は公開されます。心当たりのない方も連絡ください。」というはがきが届いた。



連絡せず、無視してください！

連絡すると個人情報を詳しく聞かれ、訴訟取り下げ費用などを架空請求されます。QRから問い合わせできることもあり、気軽さから犯罪者と接触してしまいます。若者も被害に遭っています。

＼頼んだ覚えのない代引き配達／

勤めで不在の息子に代わり代引き配達の荷物を受け取ったが、息子は「知らない」と言っている。



代引配達は宛名の本人が対応！

支払う前に本人に確認するか、再配達を依頼しましょう。

＼不用品買い取りと見せかけて／

「明日お宅に行き、不用品を買い取る」と電話がありお願いするも、当日は不用品には目もくれず「貴金属を見せろ」とすごまれた。



貴金属の低価格買い取りにご用心！

「帰って」と言っても帰らないときは、警察に通報しましょう。

広報まつもと2025年2月号 7

ひろば
Forum

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

5月は消費者月間

「消費者力」を身に付けよう

消費者保護基本法(消費者基本法の前身)

施行20周年の1988(昭和63)年から
毎年5月が「消費者月間」になりました。今年のテーマは、「デジタル時代に求めら
れる消費者力とは」。デジタル社会になっ
ても変わらない、消費生活に必要な「消費
者力」の基本を紹介します。

基本①

お金に関わる

話はまず疑う

「稼げる、もうかる、

お得、格安、無料」な
ど、お金に関わるキー
ワードや話は疑う。イ
ンターネット上はもち

基本④

不要だったら

きっぱり断る

断るときは「いりま

せん」ときっぱり断り
ましょう。「けっこう
です」「は」「承諾」と
捉えられます。また訪
問販売や電話勧誘で「今忙しい」と答える
と、再訪や再電話があ
ります。断った相手へ
の再訪や再電話は法律

ろん、知り合いからの

勧誘にも注意。お金を
稼ぐには知識や努力、
運も必要で、簡単にはもうかりません。「A
I投資アプリを使えば
月〇万円確実にもうか
る」などの勧誘はこそ。
有名ブランド品が極端

で禁止されています。

「断ると悪い」と思う

かもしれないが、勧
誘は営業活動で、断ら
れるのも営業のうち。気にせず不要ならきつ
ぱりと断りましょう。

基本⑥

一人で悩まず

すぐ相談する

消費生活トラブルで

困ったら、一人で悩ま
ずにくる相談です。家に安い通販サイトは、
入金しても商品が届か
ない、偽物が届くこ
ともあります。また、ポイント欲し
さで不要な買い物をし
たり、高ポイントに引
かれてクレジットカードを
ボ払いにしたりする人
がいます。本当に「お
得」なのか、冷静にな
りましょう。

基本②

手間惜しまず

不明点を解消

商品やサービスに不
明点があるときは、思い
込みや先入観で自分の
都合のいいように解釈
せず、「よく」を出して
問い合わせましょう。契約前に、問い合わせた
り相手の評判を調べた
りすることが大切。商
品が届かないので通販
会社の評判をインター
ネット上で調べたら「詐
欺」この書き込みがた
くさんあったという

相談もよくあります。

また、初めての業者
との取引の際は特に注
意。例えば、屋根工事
の見積もりが、従前の
業者が無料だったから
といって今回も無料と
は限りません。安易に
同様だろうと思わず、
「見積もりにかかる費
用の総額はいくらです
か」と質問する手間を
惜しまないことです。

基本③

冷静に想像力を

働かせる

想像力も大切です。

例えば「初回無料」と
いう広告をSNSで見
たら、「『初回』なら
次回があるの? 次回
はいくら?」と想像す
ることで、なぜかわ
ざり「初回無料」と書い
ているのかの理由に気
づきます。勧誘や広告
にすぐ飛びつかず、一
呼吸して冷静に想像力
を働かせましょう。で、自分では気づかな
い指摘も得られます。
周りの人たちのコミ
ュニケーションは本当
に大切です。
(次回は5月31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

「新」に便乗する手口に注意

本年度、相統登記が義務化され、また新紙幣の発行も間もなく始まります。こうした「新」に便乗した手口による悪質商法・詐欺被害が起こったり、心配されたりしています。それぞれの注意点を紹介します。

【相統登記義務化】

4月1日から、相統（相統登記義務化）局または司法書士に
人（不動産（土地、建物）を相統で取得したことを知った日から3年以内に正当な理由なく相統登記をしない）と、新たに過料の対象になり（「原野商法」の被害者）に（「相統」で子登記義務化。詳細は法務

▽注意①

「首都が移転する」「高速道路が通る」など虚偽の説明を受けて原野などを購入した「原野商法」の被害者に対して、「相統」で子登記義務化。詳細は法務

▽注意②

実在する国の機関やもつとらしい機関名を名乗り、相統登記をしていない人に対しての過料請求に注意。まずは冷静になり、不動産登記を管轄する法

ようにしましょう。原野買い取りの仲介をします」と近づき、原野の測量や買い手を探す費用を請求したり、土地の「交換」を言葉巧みに持ちかけ、より不毛な土地を高額で買わせたりする手口があります。原野商法の被害者名簿や登記簿情報を元に営業していると思われま

原野商法は一度被害に遭つと、2次、3次被害へと続きます。「救いの手」が現れたときこそ慎重になりましよう。
【新紙幣発行】
7月3日から「新紙幣」の発行が始まります。新紙幣の1万円札の「顔」は渋沢栄一に、5千円札は津田梅子、千円札は北里柴三郎になります。

▽注意①

今後ともこれまで同様に現在のデザインの新紙幣も使えます。「以前の紙幣が使えなくなる」はうそです。

▽注意②

新デザインに慣れないうちは、偽札にも注意。おかしいと思ったら、金融機関や警察にご相談ください。なお、新紙幣発行後しばらくの間は自動販売機で対応ができない場合もあります。

SNS上だけの地元異性との交際 お金の話が出たら「詐欺」を疑って

マッチングアプリや交流サイト（SNS）で知り合い、SNS上でしか交際していない「地元の異性」から暗号資産投資を勧められ、相手の指定する海外の業者に暗号資産を数百万円分送ってしまった」との相談があります。

ローカル線の「〇〇駅付近に住んでいる」

がったといつても、インターネットを使えば海外の詐欺グループでも「ローカルな話題」はいくらでも拾えます。

「アフガニスタン駐留の国連軍パイロット」や「イエメンで診療中のアメリカ特務医師」などの肩書きを自称する異性にだまされる「国際ロマンス詐欺」も依然はやっています。が、「身近な存在」をかたる詐欺グループもいます。

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

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

偽りのダウンロード用のボタン
海外有料サイトへの誘導に注意

【事例1】 インター

ネット上で、無料の大容量ファイル交換ソフトをダウンロードしようとしたところ、サイトに表示された「ダウンロード」ボタンをクリックした。クレジットカード情報を入力するよう指示があり、入力したら、知らないうちに海外の有料動画サイトに申し込んでいた。正しいダウンロード用ボタンは、元のサイトの別の場所にあった。

た。

【解説】 大容量ファイル交換ソフトだけでなく無料ゲームアプリの「ダウンロード」でも同様の被害があり、越境消費者センター(CCCJ)が注意喚起をしています。

これは、申し込んだ商品やサービスのダウンロードボタンだと勘違いさせ、海外有料動画サイトに誘導する手口。相談者が誤解した「ダウンロードボタン」

家の固定電話にかかる勧誘
高齢者狙った詐欺に注意を

【事例2】 固定電話
ンでの電話もありま

後に使えなくなりま
す」と自動音声の電話
がかかってきて、「ボ
タンの1番を押して」
と言われた。

【解説】 特殊詐欺の
前兆電話です。夏には
「電気料金が未納です。
2時間後に電気が止ま
ります」などのパター

電話に出る前に相手
の電話番号をナンバー
ディスプレイで確認

は、サイト上に現れた
海外サイトの「広告」
です(広告の隅をよく
見ると「閉じる」ボタ
ンがあります)。

クリック後に表示さ
れるページには「地域
確認」や「本人確認」
などの名目で個人情報

やクレジットカード情
報を入力する指示があ
り、従って動画サ
イトのサブスクリプシ

ョン契約(一定期間の
利用契約)になってし
まう、極めて悪質な手

口です。こうしたサイ
トの運営主体は不明。
「海外」としか分から

ず、規制できないのが
実情です。

クレジットカード情
報の入力を求められた
ら、冷静になること。

無料なのにカード情報
を要求されることに違
和感を持ちましょう。
この手口による契約

し、知らない番号には
出ない。たとえてし
まっても、自動音声か
流れたときは無視。

家の固定電話の利用
者の多くは高齢者だと
思われます。固定電話

への勧誘は、高齢者を
狙った商品やサービ
ス、あるいは詐欺だと
考えましょう。

悪質業者や犯罪者
は、声を録音されるこ
とを嫌がります。被害

に遭うリスクを避ける
ためにも、特殊詐欺防

の多くは、無料期間内
に解約手続きをしない
と月額数千円の利用料
の請求が継続します。
申し込んでしまったら

①クレジットカード
会社に情報提供し、カ
ード番号変更を相談②

サイトにメールやフォ
ームを使って解約の連
絡。海外サイトへの英

文通知のひな型は、越
境消費者センターのホ
ームページにあります

③越境消費者センター
へ相談(「無料期間」
が3〜5日と短いので

解約通知発信と並行し
て相談)。

越境消費者センター
は独立行政法人国民生
活センター内にある海

外業者とのトラブル専
門の消費生活センター
で相談はメールのみ。
海外業者との交渉は相
談者自身でします。

止メッセージが流れる
設定にし、会話は録音
しましょう。留守番設
定でもいいのですが、
留守宅を探している犯
罪者もいるため注意が
必要です。
(次回は7月26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

「ダークパターン」に注意

皆さんは、「ダークパターン」という言葉を知っていますか？ 簡単に説明すると、オンライン販売サイトやアプリの操作画面で、消費者を誤解させたりだましたりして、意図しない結果へと誘導するウェブデザインを指します。今回は、頻出しているその手口や被害例などを紹介します。

オンラインゲーム・注文：さまざまな場面に潜むわな

【事例1】 オンライン 0円を見て注文したゲーム中に現れたところ、定期購入だっわ改善クリームの電子 た。後で確認すると、広告「ドライアル98 広告にはなかった」定

期購入」の文字が、申し込み最終確認画面に目立たなく書かれていた。

【事例2】 オンラインで注文した健康食品の定期購入を解約したくて販売サイトから手続きをするも、解約を思いとどませる「本当にいいのですか」などのメッセージが自動対話システム「チャットボット」に執拗に表示され、解約申し込みフォームにたどり着くのに時間がかかった。

【事例3】 電子書籍の申し込み最終確認画面で、やっぱりやめようと思い、「前に戻る」ボタンを押そうとするも、「申し込む」のボタンの方が5倍も大きく表示されていて、誤って「申し込む」に指が触れて購入するはめになったしまった。

【事例4】 インターネットの利用中に現れた電子広告の「X」(閉じる)のマークが、広告の背景デザインと同系色で表示されていて見えにくい。または、「X」がイラストのデザインと一体化(例えば、女の子のキャラクターの頭にヘアピン風にある)しているため、電子広告の閲覧や、ページを閉じることができず、諦めて申し込みページに飛ぶことを強制される。

また、「特別価格のイベント終了まで後〇秒」など虚偽のタイマーで申し込みをせかしたり、架空の一般人の「感想」掲載や何年も前の感想を最近の感想のように掲載したり、必須であると誤認させて「会員登録」をさせて個人情報収集したりする手口もある。

国内に規制する法制度なし 「存在」を知り自己防衛して

ダークパターンの主な目的は、消費者により多く購入させること、消費者からより多くの情報を引き出すことです。そのため、直接的、間接的な消費者被害を起す可能性があるとして、世界の国々や地域では法規制がとられています。しかし日本では、ダークパターンそのものを規制し、ダークパターンに誘導された契約を無効とするような法制度はありません。規制する法制度がない現在、ダークパターンに誘導されないために

は、消費者が自己防衛するか、事業者の倫理的な対応に期待するしかありません。

「インターネット上にはダークパターンがある」と知ることが、ダークパターンに誘導されないための一歩です。

消費者庁や国民生活センターのホームページには、ダークパターンへの注意喚起が掲載

されています。

お子さんの夏休みの自由研究としてダークパターンについて学習するのもお勧めです。(今回は8月30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

屋根の点検、保険金請求…

災害に便乗する手口に注意

【事例1】突然訪問してきて、「この先で工事をしている者だが、お宅の瓦がずれている。台風が来れば雨漏りするし、地震で瓦が落ちて通行人にけがをさせたら損害賠償になる。無料点検をしないか」と言われ、不安になってお願いした。

点検後に不具合箇所の写真を見せて高額な

を任せている親戚の大工さんに伝えておきま

【解説】保険金請求サ

【事例3】「被災地に

【事例2】「雨どいが壊れている。先日の大

魚介類購入などの勧誘電話

詐欺防止メッセージ活用を

魚介類や皇室写真集などを電話で勧められ、断り切れずに代金引換で購入させられた

求が可能です。しかし、こうした業者が素直に返金するかは不明で

【0120】や【0800】などのフリーダイヤルからの電話は、営業目的の可能性が高いです。

詐欺被害防止のため録音

「コンビニで電子マネー買って」
さまざまな名目の詐欺にご用心

電話勧誘販売は法律上、契約書面受領日を含めて8日以内はクーリング・オフができ、支払い済み代金の返金請

「コンビニで電子マネー（AmazonやApple、Google、ビットキャッシュ、ネットライドキャッシュなど）を買って

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

さまざまな名目でまします。（次回は9月27日に掲載予定）

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

公的機関似た名で未納金請求

どれも特殊詐欺なので無視を

【事例1】▽国民生活状態を受理したので詳細
活支援センターから確認のために電話がほ
「未納料金がある。訴 しい。連絡がないと裁

判が始まる」というのは
がきが届いた。
▽固定電話に総務省
電波管理局を名乗る
「携帯電話料金が未納。
2時間後に停止する。
オペレーターとの通話
を希望される方は1番
を押して」と自動音声
で電話があつた。
【解説】「どれも特殊
詐欺もしくはその前兆
です。まずは落ち着く
こと。相手に電話をか
けたり、指定された番
号を押したりすると、
電話口で架空の高額請
求をされたり、個人情
報を聞き出されたり。
無視しましょう。
また、警察署だと偽
り個人情報を出し出す
電話があります。代表
番号と担当者を聞いて
「必要があれば折り
返します」と言つて切
り、地元の警察署や警
察相談電話(911
0)に相談を。

不審な荷物が「代引き」で配達

宛名の本人以外受け取らない

【事例2】代金引換
(代引き)で荷物が届
き、家族が代わりに8
千円を宅配業者に支払
ったが、注文をしてい
ない。品名欄は英語で
書かれ、中身は不明。
送り主欄に「返品代行
センター」とあり、電
話番号だけ記載。電話
しても呼び出し音が鳴
るだけで出ない。

センターまでもが海外
業者の場合、日本語が
分からないことを理由
に交渉を一切拒否され
ることもあります。
代引き配達トラブル
を避けるには、送付状
の宛名の本人以外は受

定期購入の「縛り」でトラブル

利用規約やサイトを確認して

【事例3】「定期購
入の縛りなし」との広
告をSNS上で見て、
1980円の健康食品
を申し込んだ。2回目
が届き、1万9800
円が請求されている。
販売店に電話するも
「『定期購入の縛りな
し』は、『初回分だけ
で解約ができる回数縛
りのない定期購入』の
意味。2回目は支払っ
て。3回目から解約す
る」と言われた。

【解説】誤解を招く
表現で消費者を誘引す
る定期購入トラブルの
相談が後を絶ちません。
「配達された分は必
ず購入」と強気な態度
の販売店も多くあり、
申し込み時の最終確認
画面のスクリーンショ
ットなど、定期購入へ
の申し込みではないと
いう証拠がないと、返
品交渉は難しくなりま
す。また、本人が弁護
士としか交渉しない販
売店もあります。
利用規約やサイトを

隅々まで見て、定期購
入ではないと確信を得
るまで申し込まない。
インスタグラムなどS
NS上のお得感満載の
広告をきっかけにトラ
ブルになる場合が多い
です。「お得」には訳
があります。トラブル
を避けるには、申し込
む前の自衛しかありま
せん。
(次回は10月25日に掲
載予定)

【解説】宅配業者に
返金の権限はありません。
送り主の返品代行
センターは日本国内で
荷物の発送作業を行う
だけで、売り主は正体
不明の海外業者の場合
がほとんど。送り主を
通して売り主との話し
合いになります。
今回、宅配業者の協
力もあり、消費生活セ
ンターが送り主と連絡

【解説】誤解を招く

利用規約やサイトを

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

強引な住宅購入などの勧誘 家のドア開けずに対応して

「このままアパートの家賃を払い続ける人た」という相談が複数生でいいの。今後のライフサポートをする」などと言つて訪問され、戸建て住宅や投資用中古マンションの話を聞かずに不審者扱

SNSで「女性紹介する」

有料サイトへ誘導に注意

【事例】 インスタグラム上の知人から「女性を紹介する」と連絡があり、LINE(ライン)でURLを指示されるままタップし、どこかのサイトに個人情報を入力した。その後、「登録ありがとらうございます」とメールが届いた。

【解説】 今回は、スマートフォン用の壁紙サイトに月額会員登録をしていました。解約しないと毎月利用料金が発生します。出会い系サイトへ誘導される場合もあります。

電力会社を名乗り点検

契約中の会社に確認を

「ブレーカー点検にきました。これは義務です」と電力会社を名乗って訪問があり、点検後にブレーカー交換費用の20万円を前払いすると言われ、「な

いして断るのは失礼だ。そつちも個人情報をお教えろ」と大声を出され、世間体もあり部屋に入れてしまうと、後から業者の仲間が合流し、自宅を長時間拘束されます。

業者から生活態度について説教や人格否定を繰り返され、正常な判断ができない心理状態に追い込まれます。途中で勇気を出して「帰れ」と言つても、「お前が上がれと言つたのに、その言いぐさは何だ」と逆上し、長時間の勧誘後に断ると「時間を無駄にさせた」と怒鳴り出すことも。

へ理屈や罵声で反論や断る気力をそがれます。人格否定や罵声などで消費者は、マインドコントロールされた状態になります。金曜日の夕方から午前0時まで居座り、翌日も昼から午前0時まで居座られた被害もあります。数日間の勧誘

中では、外出も認めず業者が飲食物を提供し、また、第三者への相談やインターネット利用を禁じられ、自宅で軟禁状態でした。

勧誘を断つた消費者に勧誘を続けるのは法律違反。しかし、この種の業者は意にも介しません。

知らない人には家のドアを開けずに対応することが、一番の対策です。その際は携帯電話を手放さない。ドア越しでも話す時間が長引くと、どつ喝もされ精神が疲弊し業者に押し切られます。話は短く、断るのに理由は不要です。

ドアを開けるときは、ドアチェーンをかけたまま。「帰って」と言つても帰らないときは、不潔去罪の可能性があるので110番通報をします(室内に業者がいるときは、身の安全を確保してください)。

確認。おかしいと感じたら、迷わず110番通報してください。
(今回は11月22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



強引な送り付け商法などが頻発
特殊詐欺防止メッセージ活用を

注文していないのに、断ると宅配業者に「1カ月前にご注文迷惑がかります」と文いただいた海鮮詰め高齢者宅に電話をかけた合寄せを代引き便で送りました。2万円で商法があります。

注文していない商品情報は家族構成を聞き出し、お金をだまし取る電話も相変わらず多くあります。

「特殊詐欺防止のため会話を録音します」との特権詐欺防止メッセージが電話から流れるようにしておく、録音を嫌がる相手がある電話を切り、こうした送り付け商法や悪質な電話勧誘販売、電話でお金詐欺などの被害に遭うリスクが減ります。

飲食店などの無断キャンセル
当事者として責任ある対応を

宿泊施設や飲食店などを電話やインターネットで予約しておきながら、連絡せずに当日姿を現さない「客」をノーショー(No show)飲食店などにおける無断キャンセルと呼びます。

飲食店での被害額は推計で年間2千億円とされています。

現在、ノーショーにきつちりと損害賠償請求をする事業者が増えています。訴状や弁護士事務所からの督促状が届き、慌てて消費生活センターに相談する人がいますが、弁護士など法律家への相談を勧めます。

消費者にとっては

「キャンセルし忘れただけ」かもしれませんが、事業者にとっては具体的な損害が発生しています。契約の重みを理解せず「キャンセル料を払うのが嫌だから連絡しない」は論外。

経済産業省による、2018年の「No show対策レポート」によると、全国の

注文しておくと、消費者も事情変更があるときは速やかに店に連絡を入れるなど、契約当事

者として当然の対応が必要で、

無断キャンセルと連絡してのキャンセルとは法的責任、道義的責任が全く異なります。

宿泊施設や飲食店を予約する際には、キャ

ンセルポリシーや、キャンセル料金を確認すること。また、キャンセル金の事前説明がなくても、事業者がキャンセルによる実損が出たときは、損害賠償請求されることもあり

「ネット通販」による被害
事前にサイトを確認して

代金を払っても届かない、代引きで受け取った粗悪品だった、などブラックフライデーやクリスマス商戦に乗じたインターネット通販での被害が毎年あります。

注文前に、インターネットで販売店の評判を調べ、通販サイトの表示を隅々まで確認すること。日本語が不

然、会社組織なのに振込先が個人名るときは危険です。SNS上の広告からの誘導にも要注意です。

（次回は12月27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



惡質商法・特殊詐欺

イヤヤ。
嫌ヤ

**188に
すぐ相談!**

188は全国共通の相談電話です

はがきで「告発状」が届く

新手的特殊詐欺にご用心

【事例】「違法わいせつ動画像の視聴、保持、また拡散させている疑いについて」と書かれた「告発状」がはがきで届いた。身に覚えがない。

る日本版DBS(性犯罪歴の公開制度)の厳罰化を目指して「活動している団体らしい。連絡がない場合は告発する」という。自らの誤操作や、紛失・盗難

送り主は、202 年など、第三者によるスマートフォンでの操作

が原因の可能性がある人たちにもはがきを送っているの、指定期日までに連絡するように――と書いてある。電話をするのが怖い。メール連絡用の2次元コード(QRコード)が印刷されているので、メールで無実を訴える方がいいのか。

【解説】新手の特殊詐欺です。連絡すると他の個人情報を出されたり、告発取り下げ費用を請求されたりします。はがきを使う古い手法ですが、内容はアップデートしています。

がきで「消費料金未納通知」が多くの高齢者に届き、被害が多発しました。今回は、20代にも届いています。メールや2次元コードに慣れている世代には、郵便で届くことが新鮮であり、2次元コードで相手と連絡を取り被害に遭う可能性があります。

最初は信じなくても、二度三度と同内容で連絡が来ると信じてしまう人もいます。相手に連絡してしまったときはもちろん、特殊詐欺かもと不安があれば、すぐ警察に相談しましょう。

るので、メールで無実を訴える方がいいのか。

【解説】 新手的特殊

詐欺です。連絡すると他の個人情報を出されたり、告発取り下げ費用を請求されたりします。はがきを使う古い手法ですが、内容はアップデートしています。

も、二度三度と同内容で連絡が来ると信じてしまつ人もいます。相手に連絡してしまつたときはもちろん、特殊詐欺かもと不安があれば、すぐ警察に相談しましょう。

19年ごろまでは

年末年始に注意しよう

三つのトラブルを紹介

今年も残り少なくなりました。年末年始に起こりがちなトラブルや、その対処法、注意しなければならぬことなどを三つ紹介します。

・ **②訪問販売や電話勧誘販売でのクーリング・オフは、契約書面を**

合わせて商品券などの
「棚卸し」をし、有効
期限や利用条件の確認
をしましょう。

①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
受け取った日を含めて
8日以内です。例えば、
12月29日に訪問販売で

例えば、日本図書館普及(東京)発行の「図書館カドNEXT」は、同社発行の図書券や通常の契約した場合、クーリング・オフは1月5日までにする必要があります。

図書カードと異なり、有効期限があります。年に1度は、大掃除に法律改正によりクーリング・オフは文書だけでなく、メールやフ

アクスなどの電磁的記録でもできます。ただし、クーリング・オフは、期間中にクーリング・オフの意思表示をした瞬間に成立する「発信主義」です。いつ発信したのが重要です。特定記録や簡易書留で出すと第三者である郵便局に記録が残るので、郵便を使つての意思表示をお勧めします。

▽餅は食べやすいように小さく切る。
 ▽食べる前にお茶や汁物で喉を潤しておく。
 ▽ゆつくりよくかんで唾液とよく混ぜ合わせてからのみ込む。
 ▽高齢者と一緒に食事をする際は、少しずつ口に入れてしっかりと噛んでいるかなど、食事の様子に注意する。
 (次回は1月31日に掲

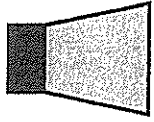
載予定

③ かむ力や、のみ込む力が弱まる高齢者の餅による窒息事故が年末年始に増えます。

独立行政法人国民生
活センターが注意点を
挙げています。

松本市
消費生活センター
☎0263-36-8832

消費者ホットライン
いやや
188



賢い消費者 になりましょう

人生100年時代を迎え、長期的なお金に対する備えが必要です。投資や副業への関心も高まる一方で、社会経験の乏しさ、将来への不安、楽に稼ぎたい欲望につけこむ悪質商法もあります。職場に事例のような電話はありませんか。



事例紹介

投資用マンションの執拗な勧誘に注意

職場に投資用マンションの購入をしつこく勧誘する電話があり、断り切れずに会うことになった。ファミリーレストランで「マンションの一部屋を購入すれば家賃収入や売却利益を得られる」「必ず儲かる」と勧誘された。「家族と相談したい」「帰りたい」と伝えたが、「わざわざ来てやったのに断るのか」「社会人だから自分で契約を決めろ」と迫られ、その後も長時間に渡る強引な勧誘は続いた。早く解放されたくて言われるまま契約してしまった。

対応のポイント

※文中に特に断りがない場合、宅地建物取引業法による

勧誘を断る時ははっきりと：中途半端な対応では繰り返し勧誘されることがあります。最初からしっかり断ることが大切です。

悪質な勧誘に注意：事業者名や担当者名を教えない、利益が確実と言う、断っても続ける、長時間勧誘するなど違法です。記録し、宅建免許の行政庁に通報しましょう。

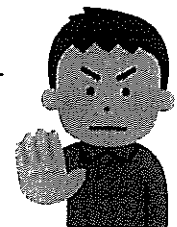
職場への勧誘は会社として対応：職場への迷惑勧誘には個人で対応せず、会社での対応を考えましょう。

警察への相談：勧誘がひどい場合は、威力業務妨害罪を視野に入れて会社が警察に相談することも考えましょう。

【クーリング・オフについて】

契約後でも以下の条件を満たせばクーリング・オフできる場合もあります

- ① 売主が登録済みの宅建業者
- ② 業者の事務所以外で契約
- ③ 引き渡し後、代金全額未払い
- ④ クーリング・オフ告知書を受け取ってから8日以内



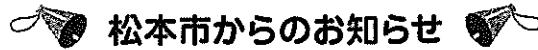
お断りします

おかしいな、困ったなと思ったら、ひとりで悩まず相談してください

【暮らしの相談窓口】

消費者ホットライン (局番なし) 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 TEL: 0263-33-0001



賢い消費者になるために

消費生活センターは、専門資格を有する消費生活相談員が、事業者との「買い物」でトラブルに巻き込まれた個人の消費者に「助言」や「情報提供」をします。

また、消費者と事業者の間に入り、解決に向けて調整する「あっせん」も行います。その他にも悪質商法などの消費者被害防止の周知啓発のため、広報や出前講座も実施しています。

ねらいは貴金属 訪問購入のトラブルが増えています!!

突然、「使わない古着を買い取る」「近くにいるので今から伺う」という事業者からの電話や来訪の経験はありませんか。不用品を単に捨てるのは環境にも財布にも悪い。リサイクルできて少しでもお金になるのであれば—

そんな心理につけこみ、「押し買い」とも言える訪問購入の被害が後を絶ちません。大事な思い出の品が返ってこないこともあります。

- ◎ねらいは不用品ではなく貴金属
- ◎事業者がアポイントなしで自宅を訪ねるのは法律違反
- ◎事前に合意した商品以外の買い取りも法律違反
- ◎安易に自宅へ入れない、財産を見せないことが大切
- ◎許可なく敷地内へ侵入、強引に自宅に上がる、退去勧告に従わない場合は迷わず110番
- ◎契約書面を受け取った日を含めて8日以内はクーリング・オフ可能（クーリング・オフの対象外の物品もあります）
- ◎業者と連絡がとれなくなる、返品されない悪質なケースも

被害に遭わないための鉄則

1. はっきり断る
2. うまい話はまず疑う
3. 気軽に財産の内容を教えない
4. 署名・押印はうかつにしない
5. 迷ったら一人で悩まず、すぐ相談



消費者トラブルの相談は

- ◎消費者ホットライン 局番なし 188 (いやや)
- ◎松本市消費生活センター (松本市役所内) 0263-36-8832

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
(クーリング・オフ)



消費者被害防止のバス広告

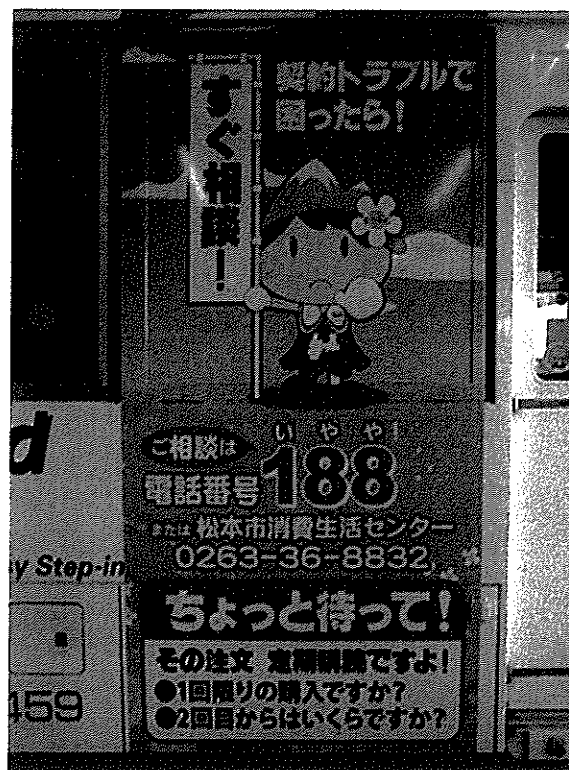
戸袋広告

(成年年齢引き下げ)

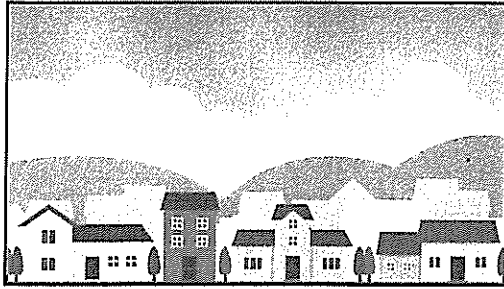


戸袋広告

(定期購入)



車内デジタルサイネージ用 「賢い消費者になるために」篇



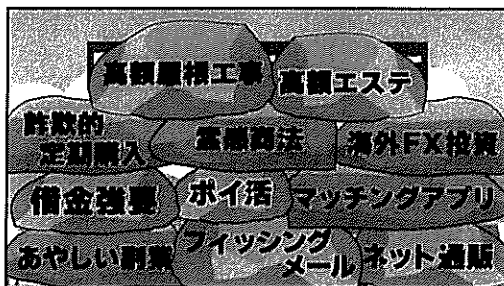
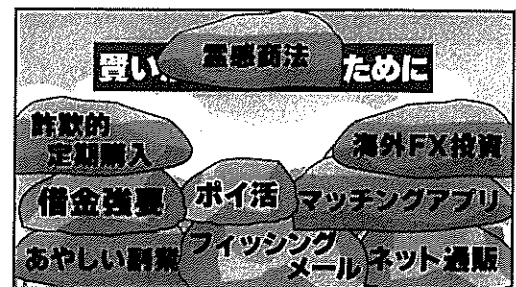
上からフレームイン



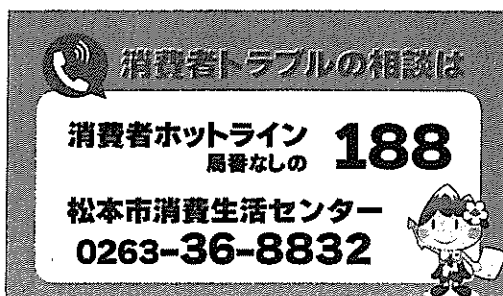
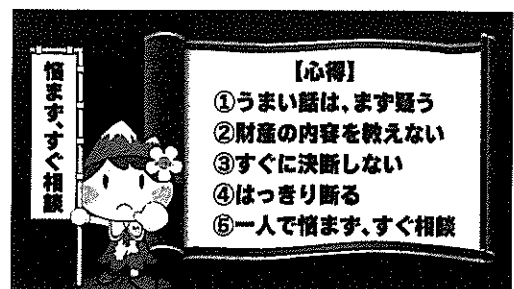
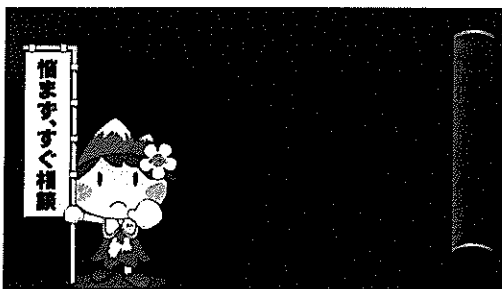
下からフレームイン



上から石が降ってくる



右からフレームイン



ここからだ 深呼吸

高齢者に忍び寄る悪質商法

「もうかる」と大げさに言って商品を買わせたり契約をさせたりする悪質な訪問販売や電話による勧誘が、後を絶たない。こうした悪徳業者は、老後や孤独な生活に不安を抱く高齢者に言葉巧みに付け入るといふ。手口を知って、対策することが必要だ。松本市消費生活センターが市庄内地区福祉ひろばで開いた、悪質商法の被害防止の講座の概要を紹介する。

(石川 鮎美)

住民約20人が参加し、DVD ちかけられた。男性は老後の生「私は、だまされたい？」悪質活の不安から冷静さを欠いてい商法の被害を防ぐ鉄則集」で、被害に遭った高齢の男女3人の事例を見た。市消費生活センターの消費生活相談員・今関清子さんが、被害者がだまされた要因や、対処法を説明した。

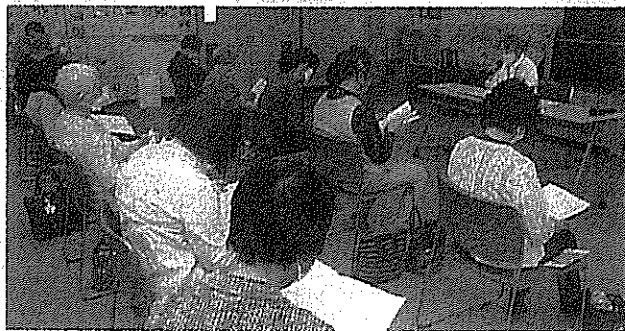
事例① 利殖商法

男性宅に、実体のない業者から電話がかかってきて「あなただけ特別」と言われて投資を持

男性が仕事を退職後に、生きがいや社会とのつながりを失った。趣味で撮った写真を見ず知らずの男に褒められ、海外での作品の展示を勧められて費用を

事例② 褒め上げ商法

一人で判断せず相談を



悪質商法の被害対策を学ぶ参加者

だまし取られた。
【対策】家族に相談をして慎重に契約をする。褒められてうれしくても冷静に対応する。

事例③ 点検商法

自宅の雨漏りを心配していた女性が、修理業者を装う男に屋根の点検をこの機会に特別に無料ですと言われた。感じの良い人だと思い込み、自宅に入れて修理の契約を結んだ。

【対策】修理を依頼していないのに来た業者を家に入れない。無料で点検するという話に惑わされない。地元の複数の業者に修理代を見積もってもらい、補修するかどうかを検討する。

今関さんは、購入や契約の際は、一人で判断して決めないことを参加者たちに求めた。訪問販売や、電話や街頭で強引に契約をさせられた場合は、冷静に考え直す「クーリングオフ」の制度を利用することを勧めた。解約の意思を伝える通知書の書き方や発送の仕方、スーパーマーケットでの買い物や通信販売での購入は対象外になることも説明していた。

「市民タイムス」令和6年4月25日(木)

詐欺の被害防止を啓発

松本 交通安全の呼び掛けも

松本警察署、県、松本市などはこのほど、同市惣社の八十二銀行惣社支店前で、電話でお金詐欺（特殊詐欺）の被害防止と、交通安全を来店客に呼び掛ける活動をした。

年金支給日と、春の交通安全運動の最終日に合わせて実施した。啓発用ののぼり旗を立て、チラシやポケットティッシュを配布した。希望者の靴のかかとに夜光反射材を貼る



「ピカピカベッタソコ作戦」もした。

特殊詐欺防止の啓発活動は、松本信用金庫清水支店（同市清水1）でも行った。松本署によると、市内の今年1～3月の特殊詐欺の認知件数は3件で、被害金額は約1930万円となっている。同署生活安全第1課防犯指導係は「詐欺の被害がまだまだ多い。啓発活動が地域の皆さんの意識の向上につながれば」と話していた。

（石川 鮎美）

特殊詐欺の被害防止や交通安全を呼び掛ける署員ら

被害金額は約1930万円となっている。同

「市民タイムス」令和6年4月18日（木）



駅の利用者にSNS型詐欺について説明する警察官

SNS型詐欺「注意して」

県警と松本署 松本駅前呼び掛け

県警本部と松本警察署などは16日、松本駅前で、SNS（交流サイト）型の投資詐欺やロマンス詐欺の被害を防止する街頭啓発を行った。同署管内では1件で1億円を超える被害も出ており、駅の利用者に注意を呼び掛けた。

金融機関や松本市、県の職員も含む19人が参加し、お城口で詐欺の手法を紹介するチラシなどを配った。

県内では今年に入りSNS型の詐欺被害が急増しており、15日までに53件・7億4100万円のSNS型詐欺被害が発生している。4月末現在で件数は前年同期の7倍となっている。同署は9日、安曇野市内の70代男性がSNSで架空の投資話を持ちかけられ、1億円余をだまし取られたと発表しており、SNS型としては今年最大の被害額となっている。県警生活安全企画課の南沢朗特殊詐欺抑止対策室長は「SNSやインターネット上の投資広告は疑って。お金の話が出て個人名義の口座を指示されたら詐欺。警察に相談してほしい」と話していた。

（柳 純一）

「市民タイムス」令和6年5月17日(金)



来店客にチラシを手渡す参加者

詐欺被害 注意呼び掛け

松本署など年金支給日に

松本警察署などは14日、松本市内の金融機関2店舗で年金支給日に合わせた詐欺被害防止の啓発活動をした。

オレオレ詐欺や、今年に入って急増しているSNS型投資・ロマンス詐欺の被害防止を呼び掛けた。

同市双葉の八十二銀行南松本支店では職員や市職員、松本防犯協会連合会女性部員の計

11人が参加した。年金を受け取りに来た客などに声を掛け、詐欺に注意を促すチラシ計300部を配った。

県警は14、30日を詐欺被害の緊急対策期間に定め、拡大する詐欺被害の食い止めを図る。最近では息子をかたる人物が女性や会社と

のトラブルを装って現金をだまし取るオレオ

レ詐欺が増えていて、同署生活安全1課の幅健太郎係長は「人ごとと思わず危機意識を持つ」と注意を呼び掛けた。

今年、同署管内の5月末までの被害は電話

でお金詐欺が6件（昨年同期比4件減）で被害額が計約2329万円（同602万円増）。SNS型投資・ロマンス詐欺は3件で計約1億1487万円。

（久保田貴大）

「市民タイムス」令和6年6月15日（土）

県消費生活センターの集約による機能強化と消費者行政の推進について

長野県 県民文化部 くらし安全・消費生活課

【概要】

複雑化・高度化する消費生活相談の課題に対応するため、県は消費生活センターを集約し機能強化を図るとともに、市町村の相談業務等の充実を支援することで、県と市町村が共同して消費者行政を推進する体制を構築していきます。

（参考）消費者安全法

県：市町村区域を超えた広域的見地や専門知識を必要とする相談、情報収集等に対応（8条）、センター設置は義務付け（10条）

市町村：住民に身近な相談窓口として、消費生活相談等に対応（相談の受付は義務）（8条）、センター設置は努力義務（10条）

【現状】

県：消費生活センター4か所（長野、上田、松本、飯田）

市町村：広域連携を含め36市町村がセンター設置、人口カバー率（H24年 45.7% → R6年4月 89.1%）

*消費生活相談の複雑化・高度化・多様化 ⇒ 成人年齢の引き下げや人生100年時代の到来、デジタル化の浸透等

*近年、住民に身近な窓口への相談が増加 ⇒ 県と市町村の相談比率 H24：県66.7%、市町村33.3% → R5：県37.9%、市町村62.1%

*電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害の増加（長野県内の認知件数と被害額）⇒ R3:155件 2.7億円 → R4:198件 5.6億円 → R5:227件 9.8億円

県が取り組むこと

- ① 相談機能の強化（相談チャネルの多様化、専門性向上）
- ② 被害に遭わないための消費者教育・啓発の強化
- ③ 市町村の相談業務等への支援充実

市町村に取り組んでいただきたいこと

- 住民に身近な相談窓口の体制整備
- 窓口での啓発、相談員の資質向上 等

県と市町村が共同で相談案件の複雑化・高度化に対応するとともに、住民に身近な相談体制を確保

分散している県センターを1か所（松本）に集約※し、相談機能を強化・市町村支援を充実

※集約後の2年間（R7～R8）は長野駐在を設置

新たな県センター（松本）の機能

① 相談機能の強化

➤ 時間と場所にとらわれない相談体制の実現

- ・SNS（LINE）による相談窓口の新設
- ・10地域振興局が窓口となりオンライン相談に対応

➤ 相談員の集約による資質・スキルの向上

- ・情報一元化により高度な相談対応ノウハウを蓄積
- ・研修機会を確保し資質を向上

➤ 相談員の処遇改善と正規職員化に向けて検討

② 消費者教育・啓発の強化

➤ 消費者教育アドバイザー（仮称）の配置

- ・市町村、学校等と連携し、世代に応じた消費者教育を実施
- ・適時の啓発活動、消費者教育の実施、啓発の担い手育成

③ 市町村の相談業務等への支援充実

➤ 相談業務への助言等

- ・支援員を増員（2名→4名）し、市町村への支援を充実
- ・困難事例や広域的な案件は市町村と県センターをオンラインで結び直接支援

➤ 相談員の育成

- ・市町村相談員へのOJT研修等の実施

➤ 市町村の体制整備への支援

- ・支援員を中心に、広域化などの体制整備を促進

消費者・市町村への効果

消費者



SNSなら気軽に相談できる
夜に相談内容を送れる



近くの地域振興局からオンラインで
相談ができるようになった

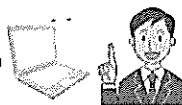
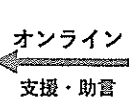
○SNSでの相談や身近な地域振興局からのオンライン相談等、ニーズに応じた相談が可能

○タイムリーな被害情報の提供や、効果的な消費者教育、啓発活動の実施が可能

市町村



迅速にトラブル解決！市町村のスキルも向上
3者（県・市町村・相談者）相談が可能に！



相談者

市町村相談員

県センター支援員

○オンラインを活用して、県センターから専門的な支援をリアルタイムに受けることが可能

○県センターからの助言やOJT研修等により相談員のスキルが向上

○消費者教育アドバイザーとの連携により、効果的な消費者教育や啓発が可能

（出典：消費者庁イラスト集より）

悪質商法かも!?

勧誘されたら188番

楽しく
稼げる



サイドビジネス
商法

簡単に
もうかる



マルチ商法

今日だけ
割引



美容に関する
トラブル



言われたこと
あるかも!

関東甲信越ブロック 若者向け悪質商法被害防止キャンペーン



お近くの消費生活相談窓口
につながります

消費者ホットライン 188

 **長野県消費生活センター**

北信 026-217-0009 中信 0263-40-3660
南信 0265-24-8058 東信 0268-27-8517



※長野県消費生活センターは令和7年4月から一箇所への集約を検討しています。令和7年4月以降に県センターへ
ご相談いただく際は「長野県消費生活情報」にて電話番号をご確認ください。https://www.nagano-shohi.net/

長野県消費生活情報

検索



ウマイ話には裏があるかも…!



マルチ商法

商品の購入やサービスの契約をして販売組織の会員になり、他の人を勧誘して入会させると紹介料がもらえる商法。商品購入後、「人を紹介すれば収入が得られる」と告げられるマルチまがい商法もあります。



ウマイ話はない!



カモにならないために…

- 「簡単にもうかる」といったウマイ話は信じない!
- 友達やアプリで知り合った人から誘われても、きっぱりと断る!

こんな目にあってしまうかも…

- 実際は全くもうからず、商品等を購入するためのローン(借金)だけが残ることも!
- 知人・友人を勧誘するしくみのため、あなた自身が加害者になることも…

サイドビジネス商法

「副業や内職で簡単に収入を得られる」等と勧誘し、仕事に必要があるとして商品やサービスを購入させる商法。



カモにならないために…

- 「簡単に稼げる」「気軽に始められる」ことを強調する広告やランキングサイトを、うのみにしない!
- 作業内容や利益のしくみが分からなければ契約しない!

契約前によく考えて!



困ったら、一人で悩まず **すぐ相談!**

美容に関するトラブル

SNS広告等を見て、安いと思い店舗に行ったところ、高額な美容関連のコースを勧誘される等のトラブルが多く見られます。



カモにならないために...

- 「今日契約するなら割引」などの勧誘に、あわててその場で契約せず、持ち帰って慎重に判断する。
- 必ず契約時に申込書面の内容(施術期間、回数、契約額)と支払方法(特に分割払の総額)を確認する。
- 契約前に身体へのリスクや安全性について説明を求め、検討する。

緊急時サービスに関するトラブル

ネット広告等を見て安いと思い依頼したところ、想定より高額な請求を受けたというトラブルが多く見られます。



カモにならないために...

- ネット広告の最低価格をうのみにしない。
- 作業前に見積書をもらい、作業内容や、出張料、キャンセル料などを確認する。
- 市販の殺虫剤を準備するなど、日頃から害虫対策をしておく。

こんなケースにも注意!

トイレの詰まり修理や鍵紛失時の開錠などを、ネットで検索した安い業者に依頼したところ、追加作業を勧められ、高額請求される。



契約 解除

訪問販売・マルチ商法などの契約解除には、

「クーリング・オフ」制度を利用しましょう!

クーリング・オフとは、訪問販売など特定の取引の場合に、一定期間内であれば無条件で契約を解除できる制度です。電子メールや事業者のウェブサイトの専用フォームなどの電子媒体に加え、ハガキで通知することもできます。

■クーリング・オフの手続き手順（メール等の場合）

1

契約書面を受け取った日を含めて8日または20日以内に通知します。

2

送信したメールは大切に保存してください。ウェブサイトの専用フォーム等は、画面のスクリーンショットを大切に保存してください。

3

支払ったお金は、全額返金を要求できます。商品の引き取り費用は事業者負担です。

※ハガキで通知する場合は、両面をコピーし「特定記録郵便」か「簡易書留」で送ります。コピーは大切に保管してください。

■クーリング・オフができる期間は下記のとおりです。

- 訪問販売（キャッチセールス、アポイントメントセールス等）
- 特定継続的役務提供（エステティックサロン・語学教室等）
- 電話勧誘販売
- 訪問購入（いわゆる訪問買取）

8日間

- 業務提供誘引販売取引（サイドビジネス商法等）
- 連鎖販売取引（マルチ商法）

20日間

◆通信販売は、原則クーリング・オフができません。◆消耗品（化粧品・健康食品）で使用した分は、原則クーリング・オフができません。

クーリング・オフの適用には条件があるので、詳しくは消費生活センターに相談してください。

困ったときは、お近くの消費生活センターにご相談ください。

長野市	長野市消費生活センター 026-224-5777 ※信濃町、飯綱町、高山村、小川村を含む	小諸市	小諸市消費生活センター 0267-31-5100	塩尻市	塩尻市消費生活センター 0263-52-0280(内線1129)
松本市	松本市消費生活センター 0263-36-8832	伊那市	伊那市消費生活センター 0265-96-8165 ※辰野町、箕輪町、南箕輪村を含む	佐久市	佐久市消費生活センター 0267-62-7501
上田市	上田市消費生活センター 0268-75-2535	駒ヶ根市	駒ヶ根市消費生活センター 0265-83-2377 ※飯島町、中川村、宮田村を含む	千曲市	千曲市消費生活センター 026-274-0820
岡谷市	岡谷市消費生活センター 0266-23-4811(内線1228)	中野市	中野市消費生活センター 0269-22-2201	東御市	東御市消費生活センター 0268-75-2410
飯田市	飯田市消費生活センター 0265-22-4530	大町市	大町市消費生活センター 0261-26-3225 ※池田町、松川村、白馬村、小谷村を含む	安曇野市	安曇野市消費生活センター 0263-71-2100
諏訪市	諏訪市消費生活センター 0266-52-8199	飯山市	飯山市消費生活センター 0269-67-0726(市民環境課直通)	下諏訪町	下諏訪町消費生活センター 0266-27-1111(内線146)
須坂市	須坂市消費生活センター・特殊詐欺被害防止センター 026-213-7188	茅野市	茅野市消費生活センター 0266-75-8188 ※富士見町、原村を含む		

詳細につきましては、お近くの市町村にお問い合わせください。

このリーフレットについてのお問い合わせ先[長野県県民文化部くらし安全・消費生活課] ☎026-235-7286 令和6年12月作成