

令和7年度第1回松本市消費者問題協議会 議事要旨

○開催日時 令和7年6月30日（月）午前10時～正午

○開催場所 松本市役所 第3委員会室

○出席者（敬称略）

【委員】

豊森裕太、木下貴博、倉澤啓、藤松隆雄、瀧澤修一、北野憲雄、松岡喜久子、
太田安隆、谷崎幸一郎、瀧澤和子、織田ふじ子、宮川みさ子、岡田忠興

計13名

【事務局】

野口典宏 市民相談課長、大澤健二 市民相談課課長補佐

中山勇太 市民相談課主査、小穴真一 松本市消費生活相談員

計5名

1 会長及び副会長の選出について

(1) 会長

木下 貴博 委員

(2) 副会長

織田 ふじ子 委員

2 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

(委員)

あっせんの不調とは、被害額を全く取り戻せない場合と理解して良いか。それとも少しでも被害額を取り戻せたとしても不調に該当するのか

(事務局)

あっせん不調は、話がまとまらないもの、被害額を全く取り戻せないものが該当する。少しでも被害を回復できていれば、一部返金などとしてあっせん解決と捉える。あっせん不調の理由は、事業者側が全く聞く耳を持たない、弁護士以外とは話をしない、訴訟以外では対応しないという態度によるものが多い。

(委員)

あっせん不調の場合は、他の法的な手段を含めた方策を検討すると思うが、どのような案内をしているか。

(事務局)

ほとんどは弁護士相談を案内することになるが、実際に弁護士に依頼したか

結果は分からない。

事業者との交渉への心身の負担、かかる時間や費用などを苦にして何もしない相談者もいる。この場合は、特定商取引法に基づく申出制度を案内して、消費者庁へ情報を提供するようなことも可能だと伝えている。

(委員)

資料の集計表に年代別の区分があるが、小学生、中学生に生じたトラブルはどの年代に区分になるか。保護者から相談があった場合は、その保護者の年代区分に集計されているのか。

(事務局)

今回の資料は、相談者の年齢ではなく、契約者の年齢で集計している。例えば10歳の小学生が契約行為をしたのであれば10代に区分される。

(委員)

若者が対象となるSNSの副業投資のうち借金が伴う相談対応では、破産しか手段がない場合も多い。

こうした若者の借金はどの段階でなされたものか。消費生活センターの相談はどのような段階でなされているか。

(事務局)

生活費等の名目で借りた過去の借金を返済するための副業投資ではなく、副業投資の申込時点で副業や投資の元手となる資金を借金させられている。申込時に事業者から遠隔操作アプリをスマートフォンにインストールさせられて消費者金融で借金をしているものもある。借金への後悔、利益が出ない、返済ができない段階で消費生活センターに相談される。

(委員)

過去の借金に対する相談と、副業を始めるための借金に対する相談との比率はどのような内訳か。

(事務局)

現在の相談の状況は、副業を始めるための借金に対する相談がほぼ100%。

イ 令和6年度松本市消費者保護事業の取組みについて

(委員)

相談件数が増える月があるが、どのような理由が考えられるか。相談が増えるタイミングを見越して周知啓発をすれば効果があると思う。

出前講座の回数が増えているのは良い。チラシを配ってもゴミ箱にすぐ捨てられてしまうこともある。被害に遭った時の大変さを一人ひとりが自覚できることが大切で、民生委員とも協力しながら高齢者に広めていけたら。

(事務局)

相談件数の詳細な傾向は分析できていないが、年末になると高齢者を対象にした海産物の電話勧誘販売が増える傾向がある。その他には、例えば、「父の日」「お歳暮」などのタイミングで送りつけ商法と勘違いした事例も若干あると感じている。訪問販売では、2月は寒さのせいか訪問販売の相談件数は減る印象がある。酷暑もあり夏場の相談件数も伸びないかもしれない。

出前講座の拡大は、令和7年度も積極的に進めたいと考えており、7月に福祉ひろばの職員研修でも宣伝をする。小学校のPTAの研修会にもお声がけをいただいている。高齢者への展開は、高齢者と関わる民生委員、地域包括支援センター職員、ケアマネジャーなどにも少し広げていきたい。

(委員)

住民向けの研修として、公民館単位で国民生活センターみたいなどころに行ければ消費者問題を身近に感じられるのではないかと。最新の情報に触れて地域にも波及するのでは。

小・中学生の学びの場でも何か取り組めることはないか。

(委員)

学校では課外の取り組みが数多くあるので、可能だとは思う一方で、絶対に実施できるものではないと思う。

(委員)

昔、PTAの方たちをお願いして、保育研究として保育園の研修という形で国民生活センターに行ったことがあった。また、そのような形でできないかと思い提案した。

(委員)

総合的な学習とかに広げられるとの可能性はあると思う。
チャンスがあれば呼びかけていただけるとありがたい。

(事務局)

国民生活センターの研修で現在把握しているのは行政職や消費生活相談員向けのもの。国民生活センターの研修施設で受ける対面研修、Zoomを使う遠隔研修を利用している。

一般向けのメニューについて、現地に出向くことは難しいかもしれないが、オ

ンラインなどで利用できるものなど皆さんに紹介できるものがあるか調べたい。

(委員)

70歳以上の相談件数が多い。固定電話が理由の一つに挙げられている。相談対応の中で被害防止の対策は伝えているか。また、被害防止のために事業者が提供する各種サービスがあるが、こうしたものも相談者に伝えているか。

(事務局)

対策案や利用可能なサービスは案内している。

高齢者の場合は、家族が相談してくる場合もあるが、家族の言うことを聞かなかったり、固定電話を利用するのが高齢者本人だけなので費用をかけて対策をすることに難色を示したり、対策が進まない場合も見受けられる。

ウ 長野県消費生活事業について

(委員)

県と市のそれぞれに消費生活センターがある中で、相談者はどちらを選択すれば良いのか。相談内容によって相談先が異なるのか、特に制限なくどちらに相談しても良いのか。

(委員)

松本市の場合ではないが、小規模な市町村ほど相談者が知り合いと鉢合わせたくないと感じて、県のセンターへ相談してくる場合もあると考えている。

周辺の町村を巻き込んで広域化しているセンターでは、こうした心配はないと思っている。

(事務局)

身近な人に弱みを見せたくないと感じて遠くの人に相談したいという心情はあると思う。県のセンターが入る合同庁舎には知り合いがいるので、市のセンターに相談してきた人もいる。

電話の場合、消費者ホットライン188は、郵便番号を入力すると市の消費生活センターへ、入力しないと県の消費生活センターへつながるので参考にしてほしい。

(委員)

支所のオンライン相談端末を利用した人から、対応した職員の声が大きく周囲に聞こえてしまい恥ずかしい思いをしたという話を聞いた。小さな声で話すとか何かしらの配慮が必要だと思う。

(事務局)

オンライン窓口は、四賀、波田、島内、笹賀、なんなんひろばの5か所にある。ブースのあり方はフルクローズ、窓口併設など様々。声が漏れるのは当初からの課題だったが、ヘッドセットを設置したので今後は安心して利用してほしい。

オンライン端末の機械に相談員と相談者が互いに慣れてないところで不快な思いをさせてしまったと思うが、いろいろ相談に対応できるようにしていきたい。

(2) 協議事項

ア 令和7年度松本市消費者保護事業計画について

(委員)

個人的な繋がりから中学校で消費者教育の取り組みが始まったことはとても良いことだと思う。

小学生ではちょっと難しいかもしれないが、中学生ならば学んだ経験や知見を活かしやすい。別の学校にも広げられたら嬉しいと思う。無理のない範囲でお考えいただければありがたい。

(事務局)

若い世代にもいろんな周知啓発を進めていきたいと考えている。

一方で学校のカリキュラムは非常に膨大になっている。無理のない範囲で調整したい。ここ数年は、例えば、夏休みに児童センターに出向いたり、学校のPTAの企画した研修に参加したり、授業以外の場で子どもたちへの周知啓発を展開してきた。

(委員)

今年度の計画でSNSに対する啓発はどのように位置づいているか。

(事務局)

出前講座では、事前に相談しながら内容を決めており、希望があれば取りあげる。また、インターネットやスマートフォンを利用している世代であれば、SNSも含めた注意喚起をしている。

出前講座だと参加者だけへの啓発となってしまうが、より広い発信としては松本市の公式LINEやホームページもある。また、警察や防犯協会の方からの発信や、地区の公民館や福祉ひろばを介した周知啓発も展開している。

(委員)

出前講座の周知はどのように行っているか。

(事務局)

出前講座は、松本市生涯学習課・中央公民館が所管し、ホームページ上に案内があるが、それだけでは発信が弱いと感じている。福祉ひろばのコーディネーターたちの研修会などで実施に向けて直接の呼びかけをしている。また、ケアマネジャーたちが定期的に集まる会議でも個別に発信していきたい。これまでも福祉ひろばだけではなく、町内公民館の出前ふれ健の場にも呼んでいただいこともある。地区の皆さんに呼びかけをしたりする中で、町会の公民館などの集まりにも対応できればと考えている。

(委員)

出前講座の実施時間は。

(事務局)

60分など一応の目安はあるが、内容と時間は柔軟に対応している。

(委員)

出前講座をはじめ、小学生、中学生への周知啓発への関心が高い。高校は、県の管轄かもしれないが、18歳成年に最も近いので何かしら対策を講じてほしいと思う。

また、外国人は言葉の壁があり、情報の弱者でもある。交渉力も日本人に比べて低く、消費者被害のターゲットにもなりかねないので、何らかの形で対応してほしい。

(事務局)

高校生への周知は主に県の消費生活センターで対応してきた。状況を見ながら一緒にできることがあれば考えていきたい。大学生へは、信州大学のゼミに声をかけていただいた経過がある。連携を図りながら、なるべく切れ目のない周知啓発に努めたい。

現状、外国人からの相談はあまりないが、裏を返せば周知が進んでいないことかもしれない。多文化共生プラザの相談員とも情報交換をしながら研究したい。例えば多言語のチラシを作成して配布するようなことはできるかもしれない。

(委員)

多文化共生プラザについては、消費者トラブルに対する意識を高める相談員向けの研修も充実してはどうか。

(事務局)

所管する人権共生課とも状況を確認して検討したい。

(事務局)

消費者トラブルに巻き込まれる人は、年齢を問わず新聞やニュースを見ていないと感じる。被害に遭って初めて気をつけようとする。関心がある話題だけチェックしているので、AIを使った詐欺、ニセ警官の詐欺とか全く知らない人もいる。定期購入のトラブルもメディアで数多く取りあげられていながら知らない人がいる。このような人たちにどのような方法で広報していけばいいのか悩んでいる。何かアイデアがあれば消費生活センターに提案してほしい。

(3) その他

(委員)

いろいろな啓発事業が実施されてありがたく思う。若者が投資詐欺で何度も騙されているのが信じられない。事前に相談できないのか、騙されていると気づけないくらい巧妙なのか。

AIの進歩も早く、インターネットで動画を見ている小さな子どもたちを見ると心配になる。情報を選択できる力を身につけてほしいと思う。学校や家庭で教えていくことが大切だと感じている。

高齢者はSNSの利用は少ないと感じているが、身近な近所づきあい、公民館などでの付き合いの中で学んでいる人が多い。そうした活動や学びの場が充実してほしいと思う。

(委員)

資料説明をいただいて、どんな相談があるか勉強させていただいた。ショッピングセンターは店舗購入に該当するが、「お客様の声」という形で苦情や意見を収集している。紙媒体のものあれば、インターネットのホームページを利用したものもある。

ショッピングセンターだとテナントも多く、間接的に聞くものもある。ほとんどが接客に対する意見だが、そうした意見を越えたものが消費生活センターに相談されていると感じた。

(委員)

出前講座に参加している人は興味や関心のある人で、学んだことを持ち帰り、活かしていると思う。被害に遭う人は、こうした講座に興味がなく、情報の取得や共有する場がないのだろうと思う。商工会議所としても啓発とかで協力できればしていきたい。

(委員)

紙媒体の広報は減っていく傾向だが、高齢者にとっては大切。公民館や福祉ひろばのラックに配架されているものは手に取らないが、直接配られたものは、わ

わざわざ持ってきてくれたと感じて目を通してくれる。

町会長や民生委員も配布のついでに消費者被害を伝えるなど工夫している。こうした営みが注意喚起の実効性につながっていると感じている。

(委員)

民生委員として声掛けのきっかけとして様々な配りものを利用している。今後は、紙媒体からSNSとかにシフトしていくと思う。どちらが良いとか悪いとかではないと思う。必要に応じていろいろなものを提供してもらえば良いと思う。

(委員)

私も配りものは持って高齢者を訪ねることがあるが、持っていくだけではなくて説明が大切だと感じている。紙媒体の配りものは大切だと思っている。