

令和7年度第1回松本市消費者問題協議会

日時 令和7年6月30日（月）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 委員紹介

4 会長及び副会長の選出について

5 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の取組みについて

ウ 長野県消費生活事業について

(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

(3) その他

6 閉 会

松本市消費者問題協議会委員名簿

委員任期：令和7年4月1日～令和9年3月31日

	役職	氏 名	所 属 等	松本市消費者保護条例 第31条第3項該当項目
1	委員	豊森 裕太	長野県弁護士会松本在住会	知識経験を有する者
2	委員	木下 貴博	松本大学松商短期大学部商学科 教授	知識経験を有する者
3	委員	倉澤 啓	松本市校長会 幹事 (寿小学校長)	知識経験を有する者
4	委員	藤松 隆雄	松本市校長会 幹事 (鉢盛中学校長)	知識経験を有する者
5	委員	瀧澤 修一	長野県消費生活センター 所長	知識経験を有する者
6	委員	北野 憲雄	松本市民生委員・児童委員協議会 副会長	知識経験を有する者
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	太田 安隆	松本商工会議所 (㈱ステーションビルMIDORI 松本店店長)	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	宮川 みさ子	公募	消費者
13	委員	岡田 忠興	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

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構ずるものとする。

（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。）を行っていると思えられる場合で、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

(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7年度第1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
- 2 令和6年度松本市消費者保護事業の取り組みについて

《資料》

- (1) 広報まつもと
- (2) MGプレス
- (3) 労政まつもと
- (4) まつもと市高連だより
- (5) 消費者被害防止のバス広告
- (6) 消費者被害防止の電車広告
- (7) 市民タイムス（小学生のための賢い消費者入門）
（電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害防止街頭啓発）

- 3 令和7年度松本市消費者保護事業計画について

《資料》

- (1) MGプレス

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

(1) 消費生活センター

消費者安全法に基づき設置（都道府県は義務、市町村は努力義務）され、資格を有する消費生活相談員の配置、全国消費生活情報ネットワークシステム（通称：P I O－N E T）の配備、週4日以上相談対応が求められています。

契約トラブルや悪質商法などの消費生活相談に対して「消費者への助言」や「個人の消費者と事業者との間に入り、トラブル解決のためのあっせん」、「消費生活情報の提供」などを行います。松本市消費生活センターでは2名の消費生活相談員が対応しています。

(2) 全国消費生活情報ネットワークシステム（P I O－N E T）

国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積し、活用することを目的に整備されたシステムです。

2 消費生活相談受付状況

(1) 販売購入形態の月別相談件数（令和6年度の全件数）

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)								
	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		うち							
											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	
1月	13	4	29	0	9	1	2	0	15	73	22	0	0	0	11	0	84	
2月	20	3	21	1	11	0	1	0	23	80	16	0	0	0	10	0	90	
3月	20	11	36	1	11	0	1	0	27	107	31	0	0	0	7	0	114	
計	171	106	361	8	130	3	17	0	207	1,003	295	6	12	3	115	0	1,118	

消費生活センターに寄せられた消費生活相談件数は1, 1 1 8件あり、前年度の相談件数（1, 1 8 9件）と比較して、7 1件減（約6%減）となりました。

(2) 相談種別「苦情」における販売購入形態の年齢別相談件数（前年度比較）

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	18	22	27	27	31	33	11	171
	R5	3	27	30	36	27	40	58	12	233
	前年度比較	-1	-9	-8	-9	0	-9	-25	-1	-62
		-33.3%	-33.3%	-26.7%	-25.0%	0.0%	-22.5%	-43.1%	-8.3%	-26.6%
訪問販売	R6	0	4	8	7	20	12	51	4	106
	R5	1	5	5	11	15	16	32	1	86
	前年度比較	-1	-1	3	-4	5	-4	19	3	20
		-100.0%	-20.0%	60.0%	-36.4%	33.3%	-25.0%	59.4%	300.0%	23.3%
通信販売	R6	14	22	52	48	57	79	81	8	361
	R5	9	45	52	67	76	102	66	8	425
	前年度比較	5	-23	0	-19	-19	-23	15	0	-64
		55.6%	-51.1%	0.0%	-28.4%	-25.0%	-22.5%	22.7%	0.0%	-15.1%
マルチ・マルチまがい (連鎖販売取引)	R6	0	1	1	1	2	1	2	0	8
	R5	0	0	2	1	0	0	1	0	4
	前年度比較	0	1	-1	0	2	1	1	0	4
		—	100.0%	-50.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	—	100.0%
電話勧誘販売	R6	1	14	11	6	19	30	45	4	130
	R5	1	9	9	11	11	21	31	0	93
	前年度比較	0	5	2	-5	8	9	14	4	37
		0.0%	55.6%	22.2%	-45.5%	72.7%	42.9%	45.2%	-100.0%	39.8%
ネガティブ・オプション (送り付け商 法)	R6	0	0	0	0	0	1	2	0	3
	R5	0	0	1	0	0	0	1	0	2
	前年度比較	0	0	-1	0	0	1	1	0	1
		—	-100%	-100%	—	—	100%	100%	—	50%
訪問購入	R6	0	0	1	0	4	1	8	3	17
	R5	0	0	0	0	2	2	6	1	11
	前年度比較	0	0	1	0	2	-1	2	2	6
		—	—	100.0%	—	100.0%	-50.0%	33.3%	200.0%	54.5%
その他無店舗	R6	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	R5	1	1	0	3	0	0	1	0	6
	前年度比較	-1	-1	0	-3	0	0	-1	0	-6
		—	-100.0%	—	-100.0%	—	—	—	—	-100.0%
不明・無関係	R6	2	12	26	23	23	44	60	17	207
	R5	2	10	14	23	28	43	84	14	218
	前年度比較	0	2	12	0	-5	1	-24	3	-11
		0.0%	20.0%	85.7%	0.0%	-17.9%	2.3%	-28.6%	21.4%	-5.0%
合 計	R6	19	71	121	112	152	199	282	47	1,003
	R5	17	97	113	152	159	224	280	36	1,078
	前年度比較	2	-26	8	-40	-7	-25	2	11	-75
		11.8%	-26.8%	7.1%	-26.3%	-4.4%	-11.2%	0.7%	30.6%	-7.0%
架空請求	R6	0	0	1	2	0	2	7	0	12
	R5	0	1	0	5	1	4	10	0	21
	前年度比較	0	-1	1	-3	-1	-2	-3	0	-9
		—	-100.0%	100.0%	-60.0%	-100.0%	-50.0%	-30.0%	—	-42.9%

ア 消費生活センターに寄せられた相談件数（問い合わせを除く）は1,003件あり、前年度までの相談件数1,078件と比較して75件減少（約7%）となりました。

イ 訪問販売の相談件数が、前年度よりも23.3%増加しています。

ウ 電話勧誘販売も39.8%増加しています。国際電話や自動音声ガイダンスによる不審電話に対する相談が増えました。また、LINE電話やZoomなども含まれるため、若い世代からも一定数の相談が寄せられています。

エ 通信販売の相談件数は減少していますが、全体の約36%を占めており、全世代でインターネットを介した契約が普及しています。

オ 高齢者（70歳以上）の相談割合が全体の約30%と高く、被害防止の啓発方法、情報提供や見守りについて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

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	14	11	6	19	30	45	4	130
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歳 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11件
- ・30代 「電話が止まる」などの不審電話4件、副業3件、オンライン英会話の勧誘など
- ・40代 「電話が止まる」などの不審電話4件、サブスク契約の解約1件、
- ・50代 「電話が止まる」などの不審電話10件、光回線や光熱水費の照会勧誘3件、副業3件
- ・60代 「電話が止まる」などの不審電話27件
- ・70代 「電話が止まる」などの不審電話34件、海産物、皇室関連商品、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、日中に在宅していることが影響していると推察されます。

イ 新しい電話ツール（LINE電話やZoomなど）の普及により、20代・30代の相談もあり、全世代で注意が必要です。

(4) SNSをキーワードとした年齢別相談件数の推移

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	25	20	16	29	22	15	3	133
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

※P I O-N E T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・契約も含む

【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

○令和6年度の傾向

- ・～19歳 副業1件、未成年取消し2件、商品未着1件
- ・20代 副業・投資16件（うち借金伴う9件）、美容エステ、定期購入が多い
- ・30代 副業・投資6件（うち借金伴う2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1件、化粧品、健康食品、定期購入が多い
- ・50代 副業・投資5件、化粧品、健康食品、定期購入、商品未着・相違が多い
- ・60代 副業・投資3件、占い事例2件、化粧品、定期購入、商品未着が多い、
- ・70代 副業・投資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以降、自宅からオンラインでコミュニケーションをとるSNSの利用が加速しました。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、借金を伴うケースも多く、若者の知識や経験不足に付け込んで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（前年度比較）

		助言	あっせん	合計
対応件数	R6	902	105	1,007
	R5	998	91	1,089
	前年度比較	-96	14	-82
		-10%	15%	-8%
未然防止・回復額	R6	85,416,111	1,871,325	87,287,436
	R5	13,556,592	4,130,193	17,686,785
	前年度比較	71,859,519	-2,258,868	69,600,651
		530%	-55%	394%

※ 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 助言が902件（前年度の988件、約10%減少）、あっせんが105件（前年度の91件、15%増加）となっています。

イ 相談員の助言やあっせん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87,287,436円（前年度総額17,686,785円）でした。

ウ 前年度と比べて69,600,651円増加（約394%増）しました。

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・・・新卒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 ※市内の事業者およそ900社を対象にした 勤労情報冊子（市労政課作成・発行） 3 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関連の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」を随時掲載。 (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 消費者保護等に関する情報を広く周知 LINE・・・計1回発信 「自動音声不審電話」 安心メール・・・計3回発信 「大手通信会社をかたる架空請求」 「自動音声不審電話」 「バナー広告を介した通信販売」

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38回発信)
【消費者保護啓発冊子等の配布】 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 「賢い消費者になるために」 掲載ページはこちら ▶  「Coolな中学生宣言」 掲載ページはこちら ▶  「小学生のための賢い消費者入門」 掲載ページはこちら ▶  ※2月1日付市民タイムス掲載
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、ウェットティッシュ、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） ・ 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） ・ 2月19日 島内地区島高松町会（13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

【その他】	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車内サイネージ広告 （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
	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 ・5月16日 松本駅お城口 ・6月14日 八十二銀行南松本支店 ・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 ・2月14日 八十二銀行信州大学前支店 デリシア桐店 ※2月16日付市民タイムス掲載
	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つかません。市ホームページ被害に遭わないためにも、うまい話はまず疑いましょう。

「AIで儲かる」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ます。インターネット上での儲け話は「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



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



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「デジタル時代にあふれる消費者力とは」。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

「稼いぶ、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あち

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、簡単にはもつかりません。「AI投資アプリを使えば月〇万円確定にもつかる」などの勧誘は、詐欺や高利貸品が極端

基本④

不要だったらきっぱり断る

断るときは「いいません」ときっぱり断りましょう。「はつとつです」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

で禁止されています。「断ると悪い」と思うかもしれませんが、勧誘は営業活動で、断られるのも営業のうち。気にはせず不要ならきっぱり断りましょう。

基本⑤

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、一人で悩まずにすぐ相談です。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に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をうが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で調べたら「詐欺」と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

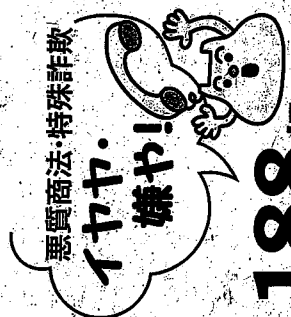
冷静に想像力を働かせる

想像力も大切です。例えば「初回無料」という広告を2回で見たら、「『初回』なら次回があるの? 次回はいくら?」と想像することで、なぜかわかる「初回無料」と書いてあるもの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。周りの人たちの口コミ・レビューは本当に大切です。

(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
いやや!



188に
すぐ相談！

188は全国共通の標準語

本年度、相續登記が義務化され、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・詐欺被害が起つたり、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。

4月1日から、相続人は不動産（土地、建物）を相続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続登記をしないと、新たに過料の対象になりました（相続登記義務化）。詳細は左巻

國光の功同英皇十の功
謂ふ如きはなり。

▷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「相続手
どもに迷惑をかける

マジホウアアアアア
 交流サート (SNS)
 で知り合ふ、SNS上
 でしか交際してなら
 「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
 数巨万口分送ってしま
 った—との相談があり
 ます。

ローカル線の「〇〇
駅付近に住んでゐる」

このメッサージを信じて、相手に氣に入らない、その上「おつたれば幸い」との氣持から、措かされるまま贈言資産を送ってしまう。この手口の場合、投資の話そのものが、ただ単に詐欺グループに贈言資産を送っているだけだす。

地上の諸君に對し

ようにしましょう。原
 野に買い取りの仲介を
 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」を畫巧
 みに持ちかけ、より不
 毛な土地を高額に買わ
 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
 を正に把握していると
 われます。

原野商店は一度被害に遭つて、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ょ

② 注意

実在する国の機関や
もつとらしい機関を
を名乗り、相続登記
をしない人に対し
この過料請求に注意。
まずは冷静になり、不
動産登記を怠らない

務局に確認しましょ
う。

【新紙幣発行】

7月3日から「新紙幣」の発行が始まりま
す。新紙幣の一万円札
の「裏」は紫が色一に
五千円札は津田梅子、
千円札は北里柴三郎に
なっています。

△注意①

今後、これまで同様
に現在の「ザ・タイム」の紙
幣も使えます。「以前
の紙幣が使えなくな
る」はウソです。

▷注意②

新子ザーンに慣れな
いちは、偽札にも注
意。おかしきと取つた
ら、金融機関や警察に
相談したところ、なか
新紙発行後はほんの
の間は自動販売機に対
応がまだない場合もあ
ります。

がたどろいて、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。

「アムカニスタン駐留の国連軍。バイロツト」や「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たまわれる「国際ロマンス詐欺」も依然はやつていますが、「身近な存在」をかたる詐欺グループもいます。

「シハハハハハハハハハハ
のズのと、道に王様にお
あなうまいん、定歸い。
コアルは女ぐだはにな
へ、「のズのと、お金
の語を王さまに『罪敵』と
あなうまいん、所れならん
ふむす。

(次回は6月28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 いややい



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、無料の大量ファイル交換ソフトをダウンロードしようとして、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、知らない間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、正のサイトの別の場所にあっ

た。【解説】 大量ファイル交換ソフトだけでなく無料ホームページの「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(CCC)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が偽りと勘違いさせ、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」

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」などの名目や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）になってしまつて、極めて悪質な手口です。こうしたサイト上の運営主体は不明。「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しましょう。この手口による契約

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員自身でします。

家の固定電話にかかると勧誘 高齢者狙った詐欺に注意を

【事例2】 固定電話に「この電話は2時間後に使えなくなりますが」と自動音声の電話がかかってくる。「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

ンでの電話もあります。

指示されるままボタンを押すと、多くの場合オペレーターにつながり、本人確認と称して氏名や住所を聞かれたり、架空の未納料金を請求されたり。

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

し、知らない番号には出ない。たとえ出てしまつても、自動音声が流れたときは無視。

家の固定電話の利用者の多くは高齢者だと思われまふ。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ふ。

悪質業者や犯罪者は、声を録音されることを嫌がります。被害に遭つたリスクを避けるためにも、特殊詐欺防

止メッセージが流れる設定にし、会話は録音まふ。留守番設定もいいのですが、留守宅を察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
（いやや）



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、意図しない商品へと誘導するウェブサイトを指します。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】 オンラインゲーム中に現れたし
わな、定期購入だっ
た。後で確認するど
う改善クリームの電子
広告「トライアルの8
広告にはなかった「定

期購入」の文字が、申し込む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、解約申し込みがオムにだま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」ボタンを押さずとも、「申し込む」のボタンの方が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てしまった。

【事例4】 インターネットの利用中に現れた電子広告の「X（開じる）」のマークが、広告の背景がインと同系色で表示されていて見えない。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Xという風にある）しているため、電子広告の閲覧や、ページを閉じるなどができず、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あと〇秒」と虚偽のタイマーで申し込みをせよしたり、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、必須である登録させて「会員登録」をさせたり個人情報を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が、事業者の倫理的な対応に期待するしありません。

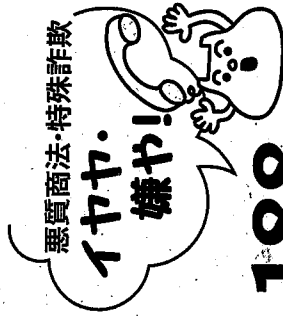
「インターネット上にはダークパターンがある」と知ることが、ダークパターンに誘導されないための一歩です。

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。

皆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
いやや



悪質商法・特殊詐欺

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

屋根工事を執拗に勧められ、断り切れずに契約してしまった。

【解説】点検商法です。無料点検は親切心からではなく、高額工事を契約させるきっかけをつくるのが狙い。まずは点検させない。

不具合を指摘されても「親切にありがたう」といいます。この家

を住んでいる親戚の大工さんに任せておきます」と言って点検を断る。これで帰らないときは、「お宅のまじは頼みません。お引き取りください」と言い、それでも帰らないときは110番に通報を。

契約後も、契約書面受領日を含めて8日以内は、クーリング・オフができます。

屋根に不安があれば、複数社から見積もりを取り、比較してから工事を決めましょう。

【事例2】「雨どいが壊れている。先日の大雨で壊れたのではないかと。火災保険を使えば無償修理ができる。保険会社への対応をサポートする」と言って、訪問があった。

【解説】保険金請求サポート業者は、書類の書き方や調査員への回答を指南し、高額な手数料を請求します。経年劣化なのに自然災害で壊れたとして保険金を請求することは詐欺行為です。

【事例3】「被災地に義援金を送る」などという義援金話があった。

【解説】義援金詐欺に注意ください。インターネットで偶然見つけたサイトや知らない相手から届いたメールなど、田舎にはつきりしない義援金話は、信用しない。Pay Payを選定する手口もあります。ふだんから情報の真偽を確認する習慣をつけましょう。

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1人の相談があります。魚介類は価格に合わない、皇室写真集は高額であり、高齢者の被害が多いです。

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

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す。

す。
「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。
「この電話は特殊詐欺被害防止のため録音しています」というメッセージが音頭で流れるようになっておく、録音を嫌がり電話をすぐ切る場合があります。

「コソコソで電子マネー買って」

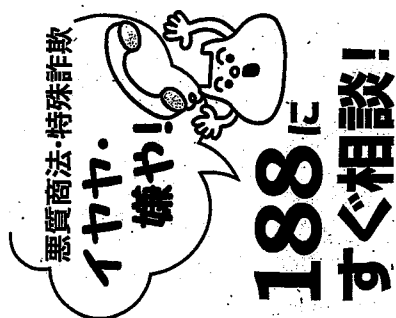
さまざまな名目の詐欺に「用心

「コソコソで電子マネー (AmazonやApple、Google、ビットキャッシュ、ネットフリートキャッシュなど) を買って

きて」は、詐欺。少額投資、当選金受領手数料、未払いの有料コンテンツ料金、感染したパソコンのセキュリティ対策費用など、さ

さまざまな名目(だまし)ます。(次回は8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



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】△国民生活支援センターから「未納料金がある。支払い。連絡がないと裁判が始まる」といって、電話口で架空の高額請求をされたり、個人情報聞き出されたり。無視しましょう。

「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一番を押し」とと自動音声で電話があった。

【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後、指定された番号を押し

また、警察署など偽り個人情報聞き出す電話があります。代表番号に担当者を聞いて「必要があれば折り返します」と言って切り、地元の警察署や警察相談電話(110)に相談を。

【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、電話番は記載。電話しても呼び出し音が鳴るだけで出ない。

【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の話合いになります。

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

が取れて、返品を条件に支払った代金8千円が売り主から返金されました。しかし、代行

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

け取らないこと。これを家族内で徹底しましょう。これは過去に個人情報が悪用された事例。今後も似たトラブルに巻き込まれる可能性があり、注意が必要です。

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で見、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。

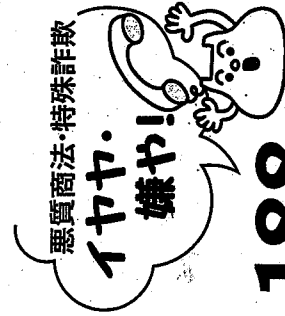
「配達された分は必ず購入」と強気な態度の販売店もあり、申し込む時の最終確認画面のスクリーンショットなど、定期購入への申し込みではないといふ証拠がないと返品交渉は難しくなります。また、本人が弁護士としか交渉しない販売店もあります。

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のSNS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、申し込む前の目撃しがいありません。

(今回は10月25日に掲載予定)

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



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生でいいか。今後のライフサポートをする」と言いつつ訪問され、巨額住宅や投資用中古マンションの

購入を強引に勧められたという相談が複数あります。玄関先で勧誘を断っても、「会社名と担当者名を明かしたのに、話を聞かずに不審査扱

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巨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。

SNSに限らず、興味をそられる話は信用しない。「必ずもうかる投資」や「築に縁ける副業」を餌にする詐欺も多く発生中です。

いして断るのは失礼だ。そつちも個人情報教えて」と大声を出され、世間体もあり部屋に入れてしまつて後から業者の仲間が合流し、自宅で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」と強引し、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。く理屈や悪意で区別を断る気力をそがれます。

人格否定や悪意などで消費者は、スマートフォン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。

勧誘を断っ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のだが、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、どうもあれ、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。「帰つて」と言つても帰らないときは、不遇苦難の可能性があるので110番通報をします(警区内に業者がいるときは、身の安全を確保してから)。

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よう言われ、「な

ら」と答えると「A工まで自動車まで連れていく」と言われた。その相談があります。「義務」と言われても家には入れずに、契約中の電力会社にまづ

確認。おかしうと感じたら、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



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、「1カ月前に注文いただいた海鮮詰め合わせを代引き便で送りました。2万円で

す。断ると宅配業者に迷惑がかかります」と高圧着手に電話をかけてくる強引な送り付け商法があります。

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。

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、事業者にとっては宣伝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

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、ノーショーにまつおちり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、慌てて消費者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。

体調不良など予約をキャンセルせざるを得ないこともあります。事業者が消費者からの連絡を受けやすい体制を整えておくことはもちろんですが、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

注文していない商品を送り主名や連絡先、品名を記録し受け取りを拒否します。宅配便の方には説明をすれば理解していただけます。高圧着の「迷惑をかけるつもり」の気持ちを善用する手口です。

また「〇〇県警」などを名乗り、「クレジットカードが悪用されている」「銀行口座がマネーロンダリングに使われている」などと不安をおり、個人

情報や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」との特殊詐欺防止メッセージが電話から流れるようにしておくことで録音を嫌がる相手が多くなり、こっそり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。

者として当然の対応が必須です。

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、キヤ

ンセルポリシーや、キャンセル料金を確認すること。また、キャンセル料金の事前説明がなくても、事業者がキャンセルによる業績が出たときは、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ら粗悪品だった、などトラブルがインターネットやクリスマス商戦に乗りだし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。日本語が不目

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

(次回12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



188は全国共通の相談電話です

はがきで「告発状」が届く 新手の特殊詐欺に「用心」

【事例】「違法わいせつ動画の視聴、保持、また拡散せよという疑いについて」と書かれた「告発状」がはがきで届いた。身に覚えがない。
送り主は、「2026年度から施行され

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・盗難など、第三者によるスマートフォン

が原因の可能性のある人たちにもはがきを送っているのだ。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読み出されたり、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。19年ごろまでは、は

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、一度二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、特殊詐欺かも不安があれば、すぐ警察に相談しましょう。

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いことなどを三つ紹介します。

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。例えば、日本図書券や東京発行の「図書カードNEXUS」は、同社発行の図書券や通常の図書カードと異なり、有効期限があります。年に一度は、大掃除に

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。

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ります。

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

ッ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、特定記録や簡易書留を出す第三者である郵便局に記録が残るので、郵便を使っている場合は、意思表示をお勧めします。

③かみゆや、のびんむら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。

△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。
△ゆづりやかんてい液をよく混ぜ合わせる。
△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かんでいるか、食事の様子に注意する。
(次回は1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



188は全国共通の相談電話です

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

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

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

【事例】インスタグラム
の利用中に現れた2
千円の化粧品電子広
告を見て申し込んだ
ら、初回だけが安い定
期購入への申し込みだ
った。2回目以降は、
2万円を請求されてい
る。広告には、「1回
限り1購入回数のお約
束なし」と書いてあっ
た。広告のことを伝え
ても、「初回のみが安
い定期購入への申し込
みです。申し込み最終
確認画面にも、『定期
購入への申し込み』と
記載している。初回分
だけに解約するなら、
申込時に同意している

利用規約通り解約料1
万円を支払って」と言
われた。

【解説】相談者は、電
子広告のスクリーンシ
ョットを保存していま
した。この広告には、
大きな文字で「1回限
り1購入回数のお約束
なし」と確かにありま
した。

当センターが販売店
に確認すると、「『1
回限り』は『初めて注
文する人限定』の意味。
『購入回数のお約束な
し』は、『いつでも解
約できる定期購入を申
し込める』の意味」と
の返答。広告の「1回

限り1購入回数のお約
束なし」の文言をどう
読めば、販売店の主張
する意味になるのか不
明。その点を問いただ
すと、「この広告は広
告クリエイターが作っ
た。うちは関係ない」
と反論。「この広告で
消費者を誘引し利益を
得ている以上、関係が
ある」と申し出たこ
ろ、「2回目分を払
い返せば、今回
だけ特別に解約料なし
で解約する」となりま
した。

今回は消費者生活セ
ンターの主張が通りまし
たが、定期購入に限ら
ず、「本人が弁護士以
外と話し合い」「不
満なら訴訟して」とい
う態度の販売店も多く
あります。

消費者をだます詐欺
的定期購入は法規制さ
れていますが、新たな
手口を考え出す販売店
も多く、定期購入トラ
ブルは減りません。消
費者による自衛が必要
です。

【自衛方法】

①インスタグラム
Feed（フィ
ード）、ストー
リーなどの2千以上の電
子広告での化粧品、健
康食品、サプリメント、
電子タバコは定期購入
の可能性あり。

②「1回限り」や「初
回限定」「購入回数」
などの文字を見たら、
定期購入を疑う。

③広告やサイト上の
大きな文字だけで商品
やサービスを判断しな
い。利用規約を隅々ま
で読み、不明点は販売
店に確認。

④低価格には理由が
あると用心。

⑤電子広告や申し込
み最終確認画面のスク
リーンショットは大切
な証拠として保存。

⑥販売店や商品名な
どに「定期購入」や「解
約不可」「解約料」「差
額払い」「連絡が取れ
ない」などの単語も加
え、申し込み前に評判
を検索。

よくある消費者トラブル

事例や注意点などを紹介

消費者の誤解、不安
や不用心に便乗したト
ラブルについて、注意
点や予防法を紹介しま
す。

①中古品のゲーム

ソフト付きゲーム機
は、初期化によりゲー
ムソフトも削除されて
いる場合がある。

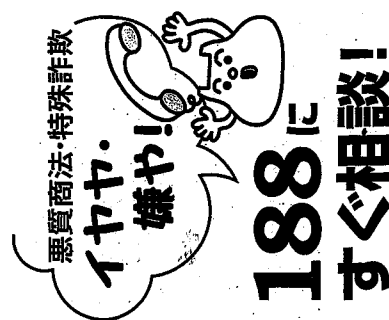
②間違えてゲームの購
入や無料占いの申し

込みは「今の生活を神
秘の力で変えたい」と
どの表明。その気持ち
には必ず霊感商法に
注意。

③街頭でのフェイス
タイルアンケートは、
アンケート団体と提携
している業者が回答と
個人情報渡り、訪問。

電話勧誘販売に使われ
る可能性がある。注意
しましょう。(次回は2
月28日に掲載予定)

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



自動音声による電話の指示

「特殊詐欺の前兆」と疑って

【事例1】

総務省を名乗り「2時間後に電話が止まる。オペレーターと通

話希望の方は1番を押して」と家に自動音声で電話がかかってくる。オペレーターと通

「漢方で痩せる」動画広告

引かれる内容ほど冷静に

【事例2】

「漢方で痩せる」という動画広告をSNSで見つけた販売者のLINE(三ツツ)アカウントを「友だち登録」した。中国医の肩書の人から効用を説明され、万円の漢方薬を申し込み、指定された銀行口座に振り込んだ。

届いたお茶は外箱が全文中国語で書かれており、飲んでも痩せない。苦情を伝えると、「今回のものは体調を整えるお茶。脂肪を溶かすには別の30万円のお茶が必要」と勧められた。返金を求めたが、LINEをブロックされた。販売者の名称や所在地は不明。

【解説】

漢方は中国ではなく日本の伝統医学。中国医が何を指すのか、漢方と中国医との関係も不明。不審なお茶の飲用はやめ、体調に不安があれば医師に相談を。

LINEでしか相手を知らず、海外在住の可能性もあり、相手との直接交渉は不可能。振り込み詐欺救済法により該当口座を凍結しても、口座残高が少なく一部返金もされるかどうか不明。

「TikTok(ティックトック)やインスタグラム、YouTubeなどのSNSには役立つ情報がある」との思

【解説】

特殊詐欺の前兆電話です。1番を押すと詐欺グループに電話つながり、個人情報聞き出され「電話料金の未払い金」を請求されます。コンピュータソフトを使って数字の適当な組み合わせで全国1斉に電話をし、1番を押した人をたまたま手口だと思われま

す。ほかにも電話会社や携帯電話会社を名乗る事例や、夏には電力会社名で「2時間後に電

気」を装って、SNS上の広告や勧誘は引かれる内容ほど冷静になること。他にも「早くらが取れる」とSNSで宣伝する海外製の化

気を止める」という電話もあります。

発信が海外からの国際電話のことが多く、相手の電話番号が「+1」で始まるときは米国からです。他にも「+44」などもあり、「+」がけく番号には出ないことです。

通信事業者が共同運営する国際電話不取扱受付センター(なおい) 20・210・364、平日午前9時〜午後5時で、国際電話休止の相談ができます。

粧品を使い「やけどした」などの被害があります。

SNSは悪質業者や犯罪者も使っています。

電気の分電盤の点検商法

相談は昨年度同期の25倍

【事例3】

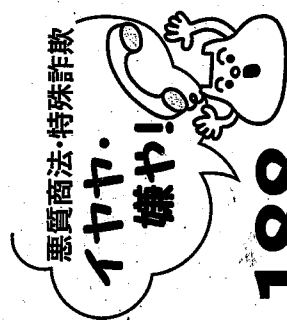
「電力会社に頼まれて分電盤を見に来た」と訪問し、「分電盤交換は義務」「交換しないと火事になる」など、とそを言いつて高額な分電盤を契約させる点検商法が増えてい

【解説】

国民生活センターによると、分電盤の点検商法の全国での相談件

数は、2024年度は11月末までで46件。昨年度同期の25倍。電話や訪問があったら、すぐ電力会社へ確認をする。「噂」と言っても帰らないときは、110番通報しましょう。(次回3月28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

ひろば
Forum188に
すぐ相談!

188は全国共通の相談電話です

オンライン上のカジノなど

形はどうあれ「賭博」は犯罪

オンラインカジノの
利用は犯罪です。「賭場
のある海外では合法的
から犯罪にはならない」
というはつてです。
警察庁では秘匿性の
高いオンラインカジノ
の摘発のために「匿名

通報ダイヤル」を設置
し、オンラインカジノ
に係る賭博事犯につい
て情報収集をしていま
す。ウエブ匿名通報フ
ォーム、または01
20・924・8339
(平日午前10時～午後
5時)での情報提供に
なります(緊急性があ
るときは110番へ)。

また、オンライン上
でスポーツの勝敗にお
金などを賭ける「スポ
ーツベッティング」も
賭博であり、犯罪です。
「簡単に稼げる副業」

としてSNS(交流サ
イト)で勧められても
利用しない。「AI(人
工知能)による勝率9
割のスポーツ」の購入を
勧められても買わな
い。スポーツベッティ
ングで犯罪者になるだ
けでなく、架空のスポ
ーツの購入により詐欺の
被害者にもなります。

日本国内で海外宝く
じを営むのも犯罪です。
購入して賞金を獲得し
ても、犯罪行為で得たこ
の分で没収されます。

また「海外宝くじが
当選した」との手紙や
メール、SMS(シモー
トメッセージサービ
ス)が届いても無視。そ
れをも購入もしないな
ら海外宝くじが当選す
るわけがない。相手と
連絡を取ると「当選金
の受け取りに手数料が
必要」と言われ、お金
をだまし取られます。

新たな出会い・スタートの季節

甘い誘惑・勧誘などには慎重に

進学や就職、就職、
引越先で知り合っ
た人から「お金の話」
が出たら、とくに魅
力的な内容であって
も、その場で決断しな
い。「簡単に稼げる」
「みんながしている」
などと言っている投資や
副業の話に注意しまし
よう。

多くあります。
大企業などの場合、
晩飯が困難なカルト団
体のセミナー内外
での勧誘に注意。勧誘

中は団体やメンバーも
本性を見ません。や
たらに親切で、何かと
褒めてくる人々には
「何かある」と思うこ
と。日常生活から隔離
される信者の参加を
執拗に勧められたら要
注意です。

香り付き製品などの使用

人前では「香害」に配慮を

「春から新しいこと
をしたい」との気持ち
で、スポーツジム通い
や新しい事を始めると
は、指導内容や会費た
けでなく、休会や退会
の条件、回数券の払い
戻しの可否を必ず確
認。退会届提出後の会
費請求や回数券の払い
戻しを巡るトラブルが

合成洗剤や柔軟剤、
消臭・除菌スプレー、
芳香剤、香水などの名
成香料で苦しんでいる
方々が多いです。頭痛
やめまい、吐き気、息
切れ、だるさなどの症
状が現れる、いわゆる
「香害」です。香害が
きっかけとなり化学物
質過敏症を発症する人

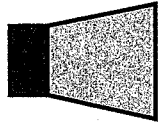
もいます。
春は、入学式や入社
式など、外出や人が集
まる機会が増えます。
香りの感じ方には個人
差がありますが、消費
者庁や文部科学省、厚
生労働省、経済産業省、
環境省が連名で「その
香り困っている人も
います」と、香り付き

製品を使う人に周りの
の配慮を求めています。
す。

まずは香害で苦しん
でいる人たちがいるこ
とを知ることから始め
ましょう。

(次回は4月25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



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

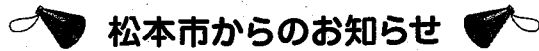
おかしいな、困ったなと思ったら、ひとりで悩まず相談してください

【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



松本市からのお知らせ

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何う」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



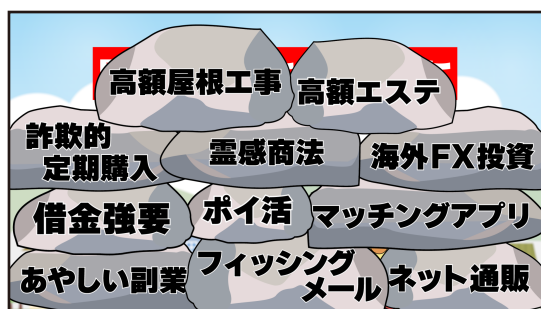
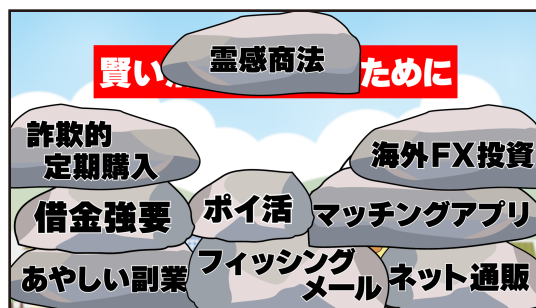
上からフレームイン



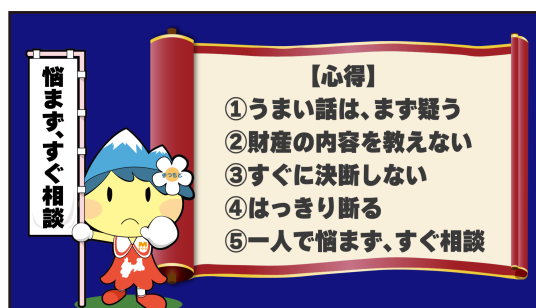
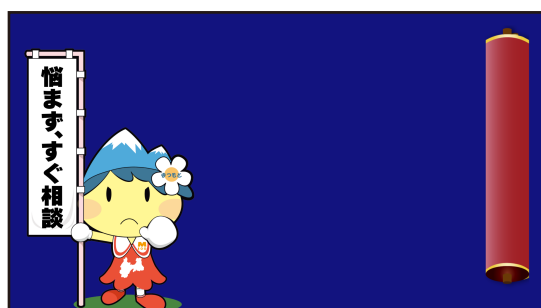
下からフレームイン



上から石が降ってくる



右からフレームイン



児童向けに消費生活冊子

松本市消費生活センターは、契約の仕組みや環境に配慮した商品選びなど、消費者として大切な知識を小学生向けにまとめた冊子を作成した。市内の児童センターなどで講座を開く際のテキストにするほか、一般にも活用を広く呼び掛けている。

(浅川寛子)

商品は中身を確認して

長く使う方法考えよう



小学生向けに作成した冊子

「お金 賢く使って」市が作製

▽「買い物」▽「契約」である▽商品を選ぶ際には見た目だけでなく中身をきちんと吟味する▽「地球にやさしい消費生活」を実践するため、ごみとして捨てる前に長く使い続ける方法を考えるーなど、大切なポイントをイラストや図を使って見やすくまとめている。

冊子の作成は、平成24(2012)年度の一般向け、30年度(初版)の中学生向けに続き3種類目となった。新型コロナウイルス感染症禍以降、子供向け講座が増えたことから企画した。

同センターは「冊子を活用して賢い消費者になってほしい。もしおかしい、困った、ということがあった時はすぐに相談して」と呼び掛けている。

冊子は市ホームページからダウンロードできる。

特殊詐欺に気を付けるよう呼び掛ける参加者(左)



電話でお金詐欺に注意

松本署などが啓発活動

松本警察署や松本警友会などは14日、松本市桐3の長野銀行松本北支店・八十二銀行信州大前支店などで、電

話でお金詐欺(特殊詐欺)などの被害防止の啓発活動をした。約20

ら、チョコレート菓子付きのチラシを用意した。包装には「その話チョコみたいに甘くない?」と問い掛けるラベルが貼られ、参加者は出入り口でチラシを渡しなが「甘い話にだまされないように」などと声を掛けた。近くのデリシア桐店と松本信用金庫北支店でも行った。

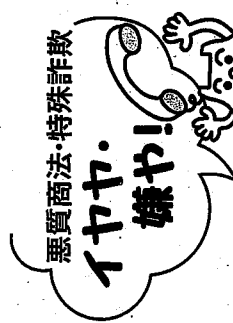
同署管内で今年、1月末までに発生した特殊詐欺はオレオレ詐欺の3件で、被害総額は約1904万円となっている。いずれも警察官をかたった人からだまし取られている。最近近はSNS(交流サイト)を通じた高齢者以外の人の被害が増えてきているという。同署生活安全課の市川幸誠課長は「家族や身近な人にも相談するようにしてほしい」と話していた。

(伊沢 陽)

令和7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	1 広報まつもと特集ページ 年1回（令和8年2月号掲載予定） 2 信濃毎日新聞社 情報紙「MGプレス」 毎月第4金曜日掲載 消費生活相談事例等の紹介と注意喚起、情報提供 3 勤労情報冊子「労政まつもと」 10月発行予定号に掲載予定 タイトル:「賢い消費者になりましょう」
2 ラジオ出演	FMまつもと（79.1MHz） 1 放送予定 10月30日（木）午前7時30分～7時45分 2 内 容 消費生活センターと契約トラブル事例の紹介
3 松本市ホームページ	1 松本市消費生活センター、消費者庁や国民生活センター等の注意喚起情報を掲載 2 消費者教育に関する啓発冊子、出前講座の内容を掲載 3 消費生活センターの紹介や利用案内 その他、必要な情報を随時更新
4 SNS等による発信	消費生活情報や相談事例を発信して、消費者被害防止に向けた周知啓発を推進 1 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）へ情報発信 2 「安心メール」「LINE」を用いた情報
5 消費者保護啓発冊子、チラシ等の配布	ハタチの記念式典や各イベント等において、消費者被害防止に向けた周知啓発活動を実施 1 2025新社会人激励のつどい 4月9日開催 約200部配布 配布物・・・ボールペン、ポケットティッシュ、 チラシ「悪質商法かも!? 勧誘されたら118番）」 2 松本山雅ホームゲーム 調整中

6 消費者教育の実施	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 加えて、庁内職員・福祉関係職員などの身近な支援者の立場の方々との意見交換・研修の場づくり 2 出前教室 中学生を対象に、授業の一環として消費者教育を実施 ・開成中学校（調整中）
7 その他	1 多重債務者無料弁護士相談会 7月7日 30分×4枠 ※2回目の開催を年内に予定 2 消費者被害防止のバス広告 (1) 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3台、車体戸袋広告2台 ※市内主要路線へ実施 (2) 掲示期間 令和7年4月～令和8年3月 3 消費者被害防止の電车内サイネージ広告 (1) 内容 被害防止の5つの心得 ※上高地線で実施 (2) 掲示期間 令和7年4月～6月、令和8年1月～3月 4 特殊詐欺（電話でお金詐欺）被害防止啓発活動 ・4月15日 八十二銀行笹賀支店 ・6月13日 デリシア波田駅前店 5 松本市消費者問題協議会 年2回開催予定 第1回 令和7年6月30日 開催 第2回 令和8年2～3月頃 開催予定



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

毎年5月は「消費者月間」

「5R」でこみを減らそう

1988(昭和63)年から毎年5月は消費者月間です。今年のテーマは、「明日の地球を救うため、消費者にできることグリーン志向消費」のグリーンになること」です。

地球環境に配慮した消費行動が待ったなし。こみを減らすための「R」で始まる行動「5R(ファイブアー)」を紹介します。皆さんも取り組んでくださいね。

①「Refuse(リフューズ) 不要なものもらわない」
無料でもらうつもりで使わずにこみにしていませんか?

②「Reduce(リデュース) こみを減らす」

特売で買い込み、食品ロスをしませんか?

③「Reuse(リユース) 再利用する」
欲しい人が周りにいませんか?

④「Repair(リペア) 修理して使う」
わずかな時間と労力で修理可能なら、長持ちさせませんか?

⑤「Recycle(リサイクル) 再び資源として利用する」
こみの分別をしっかりと

便利な自動車の「リース」

内容をよく検討し契約を

毎月リース料金を支払うことで、消費者が自動車所有せずに利用するカーリースは、所有に必要な手続きや費用を抑えられる代わりに、自由な使い方が制限されます。返却が原則なので自動車を改造した場合は原状回復義務があります。よくあるトラブルを紹介します。

①契約前にオープンエンド方式か、クローズドエンド方式が確認しましょう。

カーリースの月額料金は、契約時に返却時の下取り価格である「残価」を想定し、車両価格から残価を差し引いて月々の料金を計算します。

例えば、車両価格220万円の自動車を2年間リースする場合、2年後の返却時の下取り価格を130万円と想定したとき、車両価格から下取り価格を差し引いた額190万円を基に、毎月のリース料金を計算します(簡単にいえば、2年間の利用価値を190万円と設定)。

オープンエンド方式は、返却時の下取り相場が110万円だった場合、契約時に想定した下取り価格130万円と実際の110万円との差額20万円を返却時に別途請求されます。

クローズドエンド方式には精算がありません。

②年間走行距離制限設定がある場合、オーバーすると超過料金が発生。

③修理にかかる費用は消費者負担が基本。全

損の場合、強制解約や違約金を請求される可能性があります。

④中途解約が不可、もしくは違約金が発生する。契約直後に病気などで運転不可能になっても、解約時に違約金を請求されることもあり。

オンラインゲームへの参加

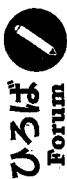
ゲーム外の連絡などは危険

オンライン通信をしながら複数人で同時に遊べるオンラインゲームは、プレイヤー間に仲間意識や信頼感が生まれますが、不純な目的を隠してゲームに参加する人たちもいます。

個人情報や教えた取り合い、実際に会った

りすると、犯罪などに巻き込まれる危険があります。(次回は5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
いやや!



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

虚偽のローンの申し込み

詐欺罪に問われる恐れも

【事例】行きつけの販売店長に「資金繰りに協力してほしい。100万円の商品を買ったことについて信販会社にローンを申し込んでもらう。返済分は毎月自宅に届ける」と頼まれた。

【解説】商品を購入したと偽ってローンを組めば、信販会社に虚偽の申告をしたこととなります。ローン審査に通れば、信販会社から販売店に100万円が渡ります。これは、販売店と共謀して信販会社をだましたとみなされ、詐欺罪に問われる

可能性があります。

名義貸しや架空の取引は重大なトラブルの原因で関与しないこと。断つことも相手が帰らない場合は、迷わず110番通報を。

雨の日の傘の取り扱い

周囲に配慮して使おう

雨の日は、傘を安全に使用して、傘による事故を防ぎましょう。

①傘を開いて持ち歩くとき「横にして持たないよう」にしましょう。横にして歩くと、後ろ

の人に傘の先「石突き」が当たることも、特に階段やエスカレーターでは、後ろの人の目や顔に突き刺さる危険があります。

②傘を開くとき「目の

⑤障害物や地面に刃がぶつかつてのキックバックに注意。自分や他人を傷つける。

⑥回転刃に詰まった草などは、必ず機器を停止してから取り除く。

独立行政法人国民生活センターのホームページには事故再現動画があります。参考にしてください。

高さで開かないようにしましょう。曇先が自分の目に刺さることがあります。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。

③傘を差しているとき「くるくる回さないよう」にしましょう。周りの人にぶつかつたり、水滴が飛んだりして迷惑をかけることがあります。また、傘を回すことで手元(ハンドル)に遠心力がかかり、傘が傷む原因になります。(次回は6月27日付に掲載予定)

草刈り機などによる除草

事故に注意して作業して

草刈り機などの高速回転する刃を使って草を刈る際は、事故(指の切断、跳ねた回転刃によるすねの負傷、跳ね上がった刃の目のけがなど)に十分注意しましょう。

【注意点】

①使用前に説明書をよく読む。

②ヘルメット、保護眼鏡、防振手袋、すね当て、安全靴を着用。

③作業前に小石、枝、硬い異物を取り除く。

④作業範囲内に人がいないか確認。

遮光カーテンの暗さはさまざま

購入前に実際の生地を確認して

遮光カーテンには、日本インテリア協会(NIE)が定めた「1級」「2級」「3級」の等級があり、用途で選べます。

▽1級「光を99.99%以上遮り、表情が識別できない暗さ。」

▽2級「表情が分かる暗さ。」

▽3級「事務作業には暗い。」

1級はさらに「A+」「A」「B」「C」までの5段階に分かれ、暗さに

差があります。明るさの感じ方は人により異なるので、購入前に実際の生地を見て遮光性を確認することが大切です。また寸法やカーテンレールにも注意。窓枠ピッタリだと光が上下左右から、装飾レールだと隙間から光が入ります。

海外基準の商品もあるため、特に通販では遮光等級をよく確認しましょう。

松本市
消費生活センター
0263-36-8832

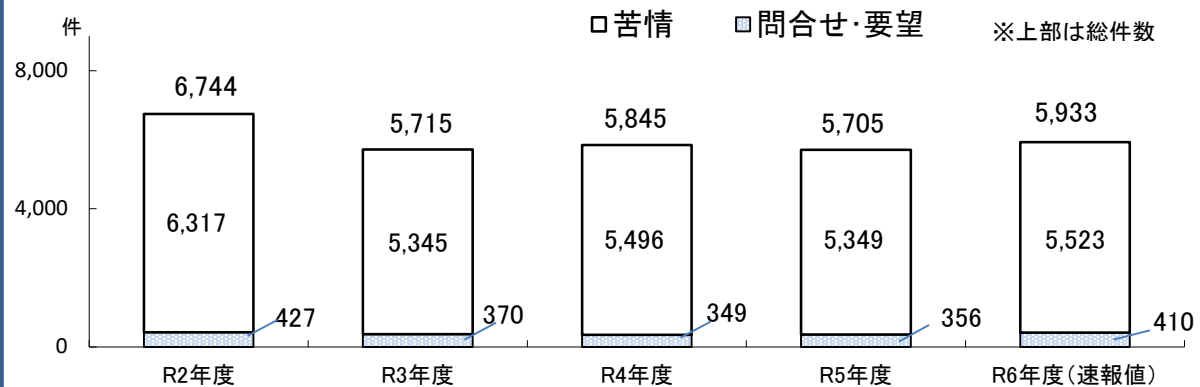
消費者ホットライン
188

令和6年度消費生活相談の状況について

(県消費生活センター受付分 速報値)

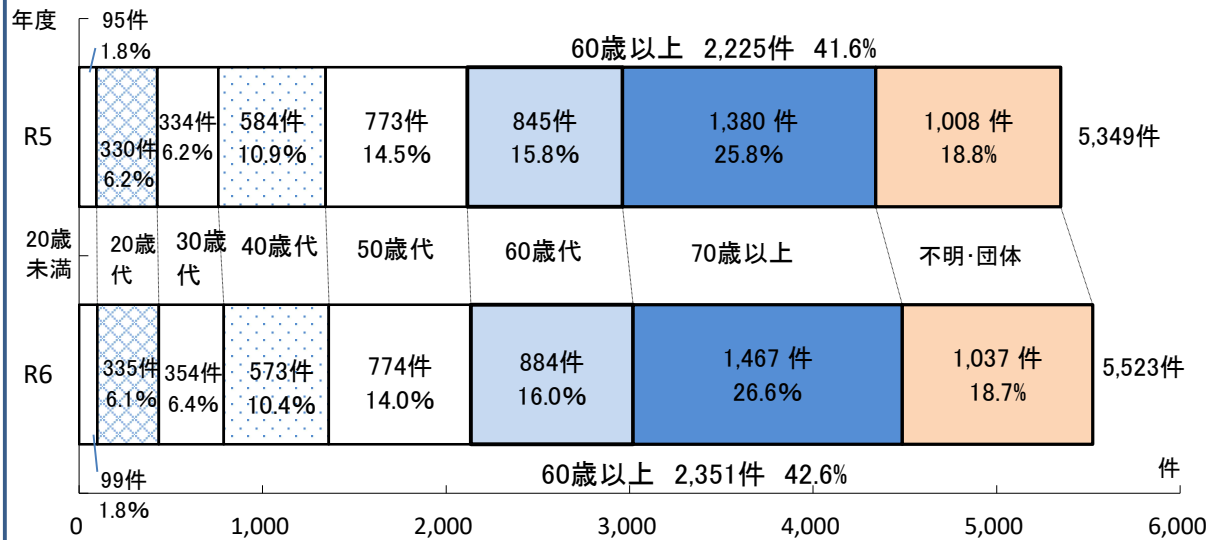
県消費生活センター

〔1 相談件数の推移〕

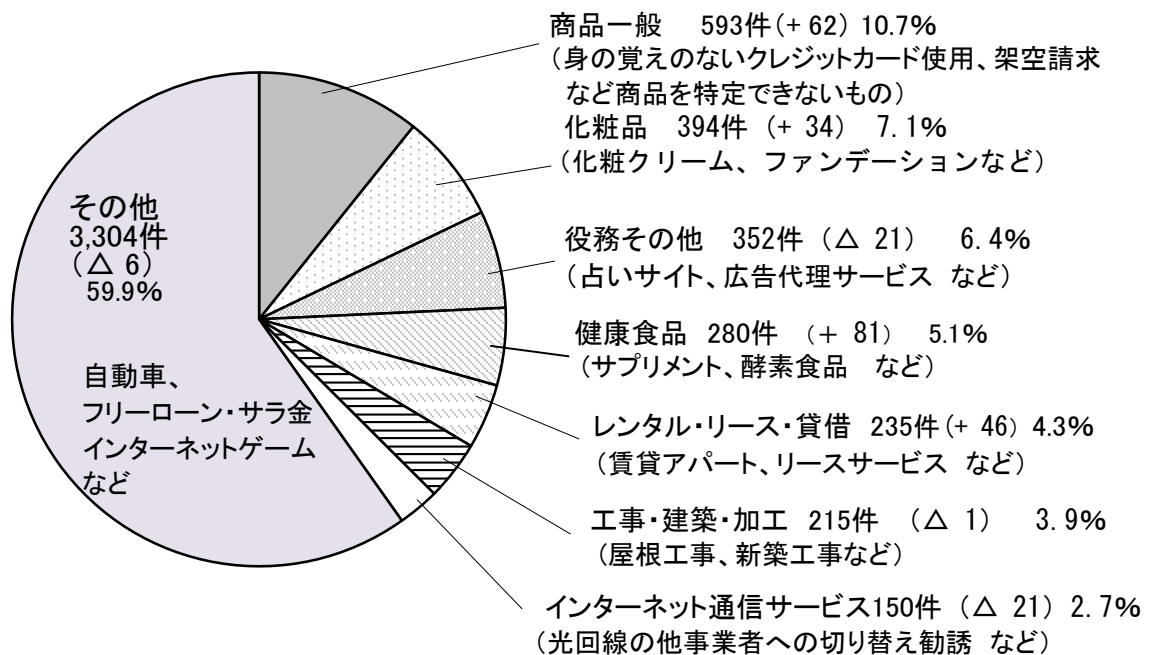


〔2 契約当事者年代別相談(苦情)件数・割合〕

※小数点以下第二位を四捨五入、以

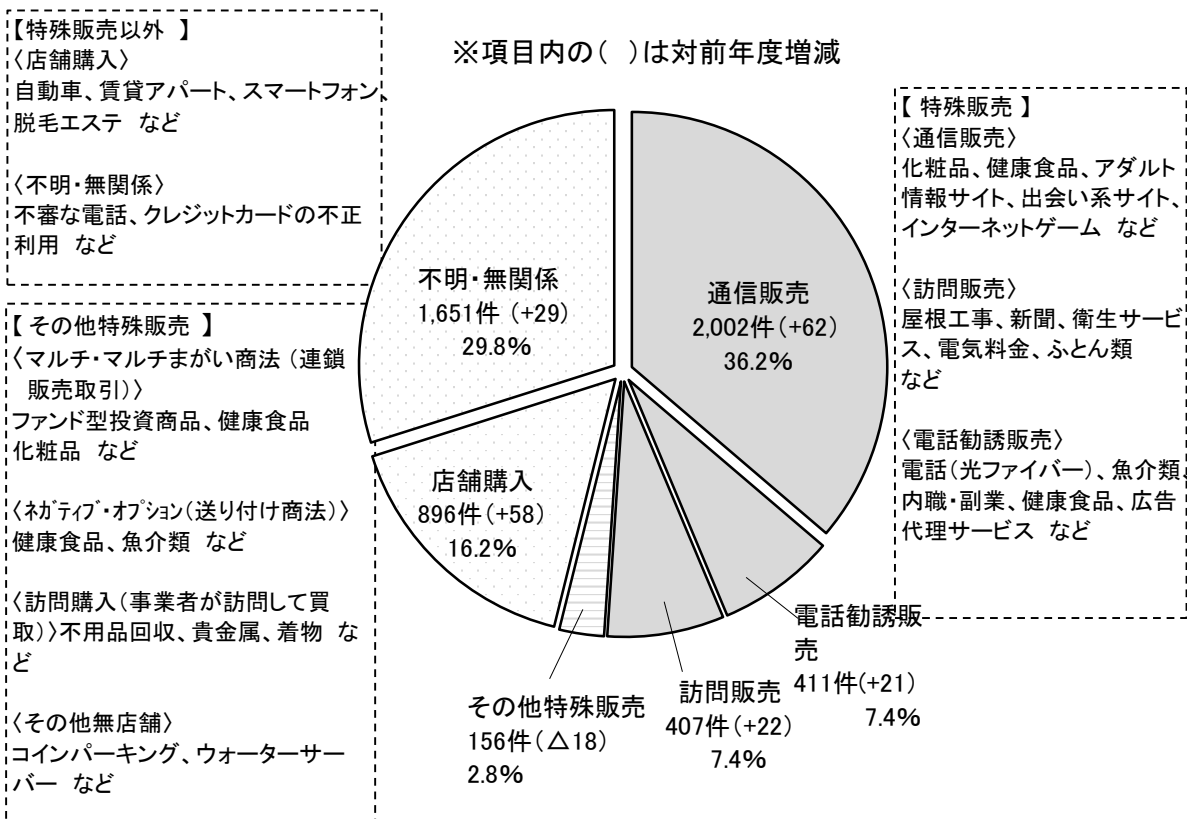


〔3 商品・サービス別相談(苦情)件数・割合〕



※項目内の()は対前年度増減

〔4 販売購入形態別相談(苦情)件数・割



参考:全国と県・市町村における消費生活相談(苦情)件数の推移]

