

令和7年度第2回松本市消費者問題協議会 議事要旨

○開催日時 令和8年2月9日（月）午前10時～11時30分

○開催場所 松本市役所 第2委員会室

○出席者（敬称略）

【委員】

豊森裕太、木下貴博、瀧澤修一、中村宗晴、太田安隆、谷崎幸一郎、
瀧澤和子、織田ふじ子、宮川みさ子

計9名

【事務局】

甕国人（住民自治局長）、野口典宏（市民相談課長）
大澤（市民相談課課長補佐）、中山（市民相談課主査）
小穴（松本市消費生活センター消費生活相談員）

計5名

1 議事

(1) 報告事項

ア 令和7年度松本市消費生活相談の状況について

（委員）

「SNS」のキーワードが付与される相談について、販売形態は、「訪問販売」から「不明・無関係」までそれぞれだと思うが、一番多いのは「通信販売」という認識でよいか。

（事務局）

「通信販売」に分類されるものが一番多い。ただし、SNSから電話に移行して勧誘されれば「電話勧誘販売」、呼び出されて勧誘されれば「訪問販売」にも分類され得る。勧誘や申込の状況から判断している。

（委員）

販売購入形態が「不明・無関係」の割合が今年度は増えているが、キーワード「SNS」を含んでいるか。また、+のつく海外の国際電話が増えているということも要因か。

（事務局）

「不明・無関係」の中にもSNSに絡む相談は含まれている。
詳細な数字をすぐにお示しできないが、+のつく国際電話、0800がつくフリーダイヤルなど不審な電話に対する相談や情報提供が多い。

(委員)

事業者の電話窓口で自動音声ガイダンスが増えた。相談するまでの手間が増えて負担に感じる高齢者も多く、相談をあきらめてしまう人も一定数いるのではないかと感じる。

来訪相談を希望する高齢者が増加していると報告があったが、どのような場面で対面相談を実施しているか。また、来訪時にはどのような補助をしているか。

(事務局)

来訪相談の場合は、本庁舎1階の松本市消費生活センターかオンライン相談窓口の端末が配備されている支所等へ足を運ぶよう案内をして、契約書などの書類の確認や希望する解決を直接確認するようにしている。

電話相談の段階で、相談者にクーリング・オフ通知の作成に不安があると感じた場合はこちらから来所を促すこともある。

(委員)

ありがたい相談対応だと思うが、こうした相談者が増えると消費生活センターも大変だと思う。できれば事業者の方に電話案内をもっと楽にするような働きかけが行政からできないか。

(委員)

SNSの投資詐欺、ロマンス詐欺が報道されているが、こうした詐欺事案は、販売購入形態の「不明・無関係」の件数にカウントされているとの理解でよいか。

(事務局)

詐欺事案も勧誘や申込の状況によって「電話勧誘販売」や「通信販売」などの購入販売形態の件数に分類されている。

ただ、不審な請求については、勧誘や申込みに至らず、販売購入形態が判別できないものは「不明・無関係」に分類される。

販売購入形態別などの分類は、国のP I O - N E T運用のルールに基づいている。消費生活相談は、契約行為が存在するものに対して行うのが主であるので、このような分類方法になっている。詐欺案件は、被害に遭った入口（勧誘や申込みの状況）から判断をしている。

詐欺案件の正確な件数を直ちに把握することは困難で、複数のキーワードで検索して抽出する必要がある。

詐欺案件については、消費生活センターが間に入って解決できないものが圧倒的に多く、警察への相談を案内している状況。被害に遭う前の相談であれば助言により被害防止を図っている。

一つの例として「+のついた番号から電話があったが不審なので出なかった」

という情報提供であれば「不明・無関係」に分類される。「その電話を受けて相手にかけて直したところ金銭を請求された」という相談だと「電話勧誘販売」に分類される。判断に迷う案件では国民生活センターに確認しながら分類している。

イ 令和7年度松本市消費者保護事業の取組みについて

(委員)

消費者被害防止について、さまざまな広報の取組みをしているが、具体的に何を見て相談につながったか。

(事務局)

相談時にどの広報を見て相談に至ったか積極的に尋ねてはいないが、ときどき「MGプレスを見て相談した」という相談者はいる。また、以前配布していた冊子「賢い消費者になるために」を見て相談をする高齢者は多い。冊子や新聞記事を見たという人が多いと感じる。

(委員)

多重債務無料弁護士相談の参加人数がいつも少ないと思うので広報してほしい。

(委員)

今年度の消費者教育の出前講座について、実施回数は減ったが、これまでとは異なる方向性で実施できたと報告があった。社会福祉士以外で小学校でも出前講座ができた。来年度の取組みについてはどのように考えているか。

(事務局)

昨年度は各地区の福祉ひろばでの出前講座がとても多かったことから、結果的に今年度の地区単位の実施は控えめになったと認識している。

今年度の小学校での出前講座はP T Aから声をかけてもらい実施につながった。学校の授業で出前講座をやりたいという思いもあるが、カリキュラムも決まっておらず授業で扱うのは難しい。今回P T A主催の場に呼んでもらう形で出前講座が実施できたことは、今後の展開に向けて新しい可能性を感じる。今後も機会があれば小学校、中学校で出前講座が実施できればと思う。昨年度は児童センターに出向いたこともある。具体的な数値での目標は掲げていないが、出前講座の機会が増えていけば良い。

(委員)

出前講座を実施する場合はどのくらい前に申込みをすればいいか。

(事務局)

市の出前講座は生涯学習課・中央公民館で受講申請の取りまとめをしている。原則として1月前には申込みをしてほしいが、消費生活センターの実施している出前講座については、職員の調整がつけば対応している。事前にセンターに相談をしてほしい。

(委員)

出前講座をさまざまな場で実施していただいてありがたい。4月当初は各地区の団体が年間事業計画を立てる。こうしたタイミングで出前講座について効果的な周知を図れば良いと思う。計画的な周知の取組みはあるか。

(事務局)

時期を定めた取組みはないが、例えば福祉ひろばの場合は1～2月に新年度の事業計画を立てるので、そのタイミングでコーディネーターの研修会に出向いて出前講座の周知をしている。

ケアマネジャーも定期的に勉強会を開催しているので、そうした場でお知らせをしたりしている。

相手によって周知方法や時期を考えながら対応している。

中央公民館がとりまとめている出前講座一覧がホームページに公開されているがなかなか受講申込みに結びつかない部分もあると認識している。

出前講座の開催を働きかける相手によって効果的な周知を考えていきたい。

(委員)

企業の従業員を対象とした出前講座はできないかと考えている。

SNSなどで若い人が投資の形で被害に遭っているので、企業関係に向けた出前講座ができないか。

(事務局)

企業関係への踏み込んだ取組みは出来なかった。商工会選出の委員を通じて商工会と相談したい。

(委員)

松本市の消費者保護条例に消費者団体の育成の規定がある。以前は「松本市消費者の会」があったが、解散してしまった。その後身となる団体もない中で、こうした団体の育成も検討課題だと申しあげておきたい。

(委員)

民生委員の立場で高齢者の見守りをしている。消費者被害の相談を直接受けたことは無いが、地区内では被害に遭ったという話を聞く。引き続きチラシなど

を定期的に配りながら声掛けをしたい。民児協としても考えていきたい。

(委員)

企業の従業員向けの啓発について発言があったが、自分のいる職場でも学生から70代まで幅広い年代のスタッフが約300人いる。消費者被害について教える機会が無いので本日提供されたチラシなどを見せて注意喚起をしたい。

(委員)

商工会議所の方から従業員への周知啓発のアプローチについて、毎年3～4月に新入社員向けの教育講座を実施している。企業から申込みを受けて商工会が市役所と一緒に取り組んでいる。名刺の渡し方や電話の取り方などに加え、消費者被害の説明もしている。新型コロナウイルス感染症のときに副業を認める企業が増えた。若い人は投資などを前向きにとらえている様子もあるので注意喚起をしている。

商工会から各企業に個別に声掛けをすることは難しい中で、松本市管内の4,000事業所向けに会議所の広報誌を毎月送付している。そうした広告欄に出前講座の案内を載せたり、費用は掛かるが冊子と一緒にチラシを折り込んだりすることも可能だと思う。

そうした会報を通じて希望する企業が市民相談課へ直接申込みができるようになれば一番良いのではないか。