

令和7年度第2回松本市消費者問題協議会

日時 令和8年2月9日（月）午前10時から
会場 松本市役所 第2委員会室

次 第

1 開 会

2 あいさつ

3 自己紹介

4 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

イ 令和7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) その他

5 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	会長	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	中村 宗晴	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 (株松本ホテル花月 代表取締役社長)	事業者
8	委員	太田 安隆	松本商工会議所 (株ステーションビルMIDORI 松本店マネージャー)	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	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るよう指導し、その指導に従わないときは勧告することができる。

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

第3節 苦情の処理及び被害の防止

(苦情の処理)

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

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

(被害の防止)

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

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

第3章 物価の安定

(流通の円滑化等)

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

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

(生活必需物資の確保)

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

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

(物価等の監視)

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

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

(不当な事業行為の禁止)

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

第4章 資源、エネルギーの保護

(省資源及び省エネルギー化)

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

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

（資源の有効利用）

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

（省資源、省エネルギー対策）

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

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

第5章 消費者保護の総合的推進

第1節 行政体制と消費者組織の強化

（行政体制の強化）

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

（消費者被害防止の強化）

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

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

（啓発活動及び教育の推進）

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

（消費者組織の育成）

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

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

（助成措置）

第29条 市長は、消費者保護に関する施策を達成するため必要があると認めるときは、助成措置を講

ずることができるものとする。

第2節 市民意見の反映

(市民参加)

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

(消費者問題協議会)

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

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

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

(1) 消費者

(2) 事業者

(3) 知識経験を有する者

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

5 協議会に、会長及び副会長を置き、委員の互選とする。

6 会長は、会務を総理し、協議会を代表する。

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

第6章 雑則

(他の地方公共団体との協力)

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

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

(委任)

第33条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この条例は、平成4年1月1日から施行する。

附 則(平成8年6月27日条例第24号)抄

(施行期日)

1 この条例は、平成8年10月1日から施行する。

附 則（平成27年3月13日条例第2号）

（施行期日等）

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

（松本市議会議員である委員の任期の特例）

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

○松本市消費者問題協議会規則

平成4年6月30日

規則第23号

(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2回松本市消費者問題協議会

- 1 令和7年度松本市消費生活相談の状況について
- 2 令和7年度松本市消費者保護事業の取組みについて

《資料》

- (1) 広報まつもと
- (2) MGプレス
- (3) 労政まつもと
- (4) 松本山雅ホームゲーム啓発チラシ
- (5) 出前講座（芳川小学校）資料
- (6) 消費者被害防止のバス広告
- (7) 消費者被害防止の電車広告

令和7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7年4月～12月）※月平均値は小数点以下を四捨五入

相談種別	苦 情 【販売購入形態】										内 容 キー ワー ド				問 合 せ (b)	要 望 (c)	合 計 (a)+ (b)+ (c)
	0	1	2	3	4	5	6	8	9	計 (a)	う ち						
	店舗 購入	訪問 販売	通信 販売	マルチ・ マルチ まがい	電話勧 誘販売	ネガテイ ブ・オプ ション	訪問 購入	その他 無店舗	不明・ 無関係		インテ ー ネット 通販	ワンク リック 請求	架空 請求	還付金 詐欺			
月平均	16	5	32	1	10	0	1	0	23	87	26	0	0	0	13	0	101
4月	13	5	36	2	8	0	2	0	32	98	29	1	0	0	9	0	107
5月	19	3	24	0	7	0	1	0	15	69	23	0	0	0	12	0	81
6月	11	4	35	0	14	0	0	2	27	93	24	0	0	0	7	0	100
7月	11	6	19	1	8	0	1	0	12	58	17	0	1	0	10	0	68
8月	14	4	29	2	8	0	1	0	10	68	23	0	0	0	16	0	84
9月	23	6	29	0	7	0	1	0	27	93	30	0	0	0	19	0	112
10月	21	8	38	2	13	0	2	0	22	106	30	1	0	0	13	0	119
11月	12	8	34	0	8	0	0	0	21	83	30	0	1	0	14	0	97
12月	21	4	40	0	15	0	1	0	37	118	31	0	1	0	19	0	137
計	145	48	284	7	88	0	9	2	203	786	237	2	3	0	119	0	905

ア 消費生活センターに寄せられた消費生活相談件数は905件で、前年度の相談件数830件と比較して、75件増（約9%増）となりました。

イ 12月は相談件数が増加しました。賞与支給月、クリスマス・お歳暮などの贈答時期と重なることに加え、海産物等の電話勧誘販売の増加が理由と考えられます。

(2) 相談形態

年度	来訪	電話	メール
令和7年度（4～12月）	206	697	2
令和6年度（4～3月）	193	925	0

ア 来訪相談が増加傾向です。消費生活センターは、早期解決や正確な契約状況の把握のために来所を促すことがあります。一方で、相談者の立場でも自動音声ガイダンスに対応できず解約できない、契約書等の書類を整理して内容を理解することができないなどの理由で、対面で補助を受けながら相談を希望する高齢者等が増加しています。

(3) 相談種別「苦情」の販売購入形態の契約者年齢別相談件数（前年度比較 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
		R7	2	21	23	17	22	21	29	10
店舗購入	R6	2	13	13	20	20	23	21	6	118
	前年度比較	0	8	10	△3	2	△2	8	4	27
		0.0%	61.5%	76.9%	△15.0%	10.0%	△8.7%	38.1%	66.7%	22.9%
訪問販売	R7	2	3	5	3	8	5	21	1	48
	R6	0	3	6	5	18	10	42	4	88
	前年度比較	2	0	△1	△2	△10	△5	△21	△3	△40
	100.0%	0.0%	△16.7%	△40.0%	△55.6%	△50.0%	△50.0%	△75.0%	△45.5%	
通信販売	R7	10	28	35	31	55	50	70	5	284
	R6	10	18	38	40	45	55	62	7	275
	前年度比較	0	10	△3	△9	10	△5	8	△2	9
	0.0%	55.6%	△7.9%	△22.5%	22.2%	△9.1%	12.9%	△28.6%	3.3%	
マルチ・マルチまがい (連鎖販売取引)	R7	0	1	0	1	0	5	0	0	7
	R6	0	1	1	1	2	0	1	0	6
	前年度比較	0	0	△1	0	△2	5	△1	0	1
	—	0.0%	△100.0%	0.0%	△100.0%	100.0%	△100.0%	—	16.7%	
電話勧誘販売	R7	0	4	5	8	13	10	44	4	88
	R6	1	12	5	6	12	24	35	4	99
	前年度比較	△1	△8	0	2	1	△14	9	0	△11
	△100.0%	△66.7%	0.0%	33.3%	8.3%	△58.3%	25.7%	0.0%	△11.1%	
ネガティブ・オプション (送り付け商法)	R7	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	R6	0	0	0	0	0	1	1	0	2
	前年度比較	0	0	0	0	0	△1	△1	0	△2
	—	—	—	—	—	△100.0%	△100.0%	—	△100.0%	
訪問購入	R7	0	0	0	1	1	3	4	0	9
	R6	0	0	1	0	3	0	6	3	13
	前年度比較	0	0	△1	1	△2	3	△2	△3	△4
	—	—	△100.0%	100.0%	△66.7%	100.0%	△33.3%	△100.0%	△30.8%	
その他無店舗	R7	1	0	1	0	0	0	0	0	2
	R6	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	前年度比較	1	0	1	0	0	0	0	0	2
	100.0%	—	100.0%	—	—	—	—	—	100.0%	
不明・無関係	R7	2	10	15	19	39	33	67	18	203
	R6	1	7	17	15	13	34	44	11	142
	前年度比較	1	3	△2	4	26	△1	23	7	61
	100.0%	42.9%	△11.8%	26.7%	200.0%	△2.9%	52.3%	63.6%	43.0%	
合計	R7	17	67	84	80	138	127	235	38	786
	R6	14	54	81	87	113	147	212	35	743
	前年度比較	3	13	3	△7	25	△20	23	3	43
		21.4%	24.1%	3.7%	△8.0%	22.1%	△13.6%	10.8%	8.6%	5.8%
架空請求	R7全体割合	2%	9%	11%	10%	18%	16%	30%	5%	100%
	R7	0	0	0	1	0	0	1	0	2
	R6	0	0	1	2	0	2	7	0	12
前年度比較	0	0	△1	△1	0	△2	△6	0	△10	
	—	—	△100.0%	△50.0%	—	△100.0%	△85.7%	—	△83.3%	

- 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786件あり、前年度の相談件数743件と比較して43件増（約6%）となりました。
- イ 訪問販売の相談件数が、前年度と比較して45.5%減少しました。屋根工事、ガスの相談減少が主な要因です。
- ウ 電話勧誘販売は11.1%減少しました。電話でお金詐欺などの周知啓発が進み、被害実態や手口についての認知度が向上したことも理由に考えられます。
- エ 高齢層の被害割合が高い中で、20歳未満、20代、50代の相談件数が増加しています。上記イに加え、ネット通販トラブル（フリマサイト含む）に関する相談が増えています。
- オ 不明・無関係は、「+」のついた番号からの着信からの不審電話や身に覚えのない配達物や請求に関する相談の増加が理由に考えられます。

(4) 店舗販売の年齢別相談件数の推移

令和7年度のみ4～12月の数値

年度 \ 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
R7	2	21	23	17	22	21	29	10	145
R6	2	18	22	27	27	31	33	11	171
R5	3	27	30	36	27	40	58	12	233
R4	2	20	23	37	39	33	52	8	214
R3	3	28	17	43	24	35	50	1	201

- ア 令和6年度は減少しましたが、令和7年度は増加傾向にあります。エステ事業者の倒産、携帯電話店での高齢者トラブル、賃貸アパートのトラブル、小売店の提携クレジットカードの年会費に関する相談の増加主な要因と考えられます。

(5) SNSをキーワードとした年齢別相談件数の推移

令和7年度のみ4～12月の数値

年度 \ 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
R7	3	15	11	10	29	24	21	1	114
R6	3	25	20	16	29	22	15	3	133
R5	4	21	21	18	23	31	6	2	126
R4	4	26	8	19	27	18	9	0	111
R3	5	17	12	17	9	11	6	1	78

- ア このままのペースで増加すると令和7年度末の合計値は令和6年度を超える見込みです。
- イ 50歳代以上の年代の相談件数割合が高く、特に70歳以上の相談件数が伸びています。動画広告による通信販売の定期購入トラブル、代引き購入したものが粗悪品との相談が増加しました。

(6) 消費生活相談への対応と被害救済の状況（前年同時期比較 4～12月）

※ 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、消費生活相談員が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。

		助言		あっせん（うち解決）		合計
対応件数	R 7	706		102（96）		808
	R 6	669		80（75）		749
	前年度 比較	37		21		59
		6%		13%		8%
未然防止・ 回復額	R 7	16件	11,785,592円	53件	6,492,413円	18,278,058円
	R 6	25件	80,884,511円	48件	1,506,106円	82,390,665円
	前年度 比較	△9件	△69,098,919円	5件	4,986,307円	△64,012,607円
		△36.0%	△85.4%	10%	331.1%	△77.8%

ア 助言が706件（前年度の669件、約6%増加）、あっせんが102件（前年度の80件約13%増加）となっています。

イ 助言による未然防止額・回復額は、前年度は住宅購入に関する高額事案が2件あったため、大幅に減少しています。

ウ あっせんによる未然防止額・回復額は、自動車の新車購入に関する事案が1件あったため、前年度より増加しています。

令和7年度松本市消費者保護事業の取組みについて

事 業	取組み
<p>【広報紙や新聞情報紙等への記事掲載】</p> <p>1 「広報まつもと」特集ページ</p>	<p>特集ページ掲載</p> <p>・令和8年2月号・・・ねらわれています！悪質商 法・詐欺に注意しましょう</p>
<p>2 新聞情報紙等</p>	<p>1 信濃毎日新聞社「MGプレス」</p> <p>(1) 掲載日 毎月第4金曜日</p> <p>(2) 内 容 消費生活相談事例等の紹介と注意喚起</p> <p>2 勤労情報冊子「労政まつもと」</p> <p>(1) 掲載月 令和7年10月、令和8年2月</p> <p>(2) タイトル 賢い消費者になりましょう</p> <p>(3) 内 容 デジタル遺品・終活（10月） 引っ越し時の注意（2月）</p> <p>※市内の事業者約530社にメール配信 ※市商工課作成・発行</p>
<p>【ラジオ出演】</p>	<p>FMまつもと（79.1MHz）</p> <p>1 放送日時 10月30日 午前7時30分～7時45分</p> <p>2 タイトル 「賢い消費者になりましょう」</p> <p>3 内 容 ・消費生活センターの紹介 ・デジタル遺品・終活</p>
<p>【松本市公式ホームページ】</p>	<p>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。</p> <p>(計10回発信)</p>
<p>【SNS等による発信】</p> <p>1 安心メール</p>	<p>安心メール・・・計3回発信</p> <p>「市の関係事業者を装う訪問買い取り」 「広告と異なる商品が届くネット通販」 「年末年始のクーリング・オフ期間経過」</p>
<p>2 国民生活センター配信</p>	<p>「見守り新鮮情報」と「子どもサポート情報」を地 域づくりセンター、福祉ひろば、こども育成課(児 童施設)へ発信</p>

<p>【消費者保護啓発冊子等の配布】</p> <p>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」</p>	<p>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</p> <p>「賢い消費者になるために」 掲載ページはこちら ▶ </p> <p>「Coolな中学生宣言」 掲載ページはこちら ▶ </p> <p>「小学生のための賢い消費者入門」 掲載ページはこちら ▶ </p>
<p>2 消費者保護啓発チラシ等</p>	<p>1 2025新社会人激励のつどい 4月9日開催 200部配布 配布物・・・チラシ、ウエットティッシュ ボールペン</p> <p>2 「松本山雅」ホームゲーム会場周辺の街頭啓発 8月30日開催 対ヴァンラーレ八戸戦 約1,000人配布 配布物・・・ チラシ、ポケットティッシュ ウエットティッシュ</p> <p>3 第一地区敬老会 9月19日 100部配布 配布物・・・ウエットティッシュ</p> <p>4 中央地区ふれあい祭り 10月18日 100部配布 配布物・・・ウエットティッシュ ボールペン</p> <p>5 消費者庁主催イベント 消費者ホットライン188と消費生活センター の役割・認知度の向上が目的 令和8年2月15日 開催予定</p>

	<p>会場 イオンモール松本店 配布物・・・ポケットティッシュ、ウエットティッシュ、ボールペン</p>
<p>【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</p>	<p>消費生活講座「賢い消費者になるために」の開催 《出前講座実績》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 7月28日 福祉ひろば職員研修（60名） ・ 9月26日 地域包括支援センター社会福祉士研修（24名） ・ 10月18日 庄内地区南新町一丁目町会 (12名) ・ 11月7日 東部防犯協会・東部地区公民館 (42名) ・ 11月17日 芳川小学校4年生PTA (218名) ・ 1月29日 中央北地域包括支援センター (18名)
<p>【その他】</p>	<p>1 多重債務無料弁護士相談会 ・ 7月7日開催 相談者2名 ・ 11月4日開催 相談者1名</p> <p>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7年4月～令和8年3月 内 容 成年年齢引き下げ クーリング・オフ 定期購入</p> <p>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7年4月～令和7年6月 令和8年1月～令和8年3月 内 容 被害防止の5つの心得</p>

	<p>4 特殊詐欺（電話でお金詐欺）被害防止啓発活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 8月15日 八十二銀行南松本支店 ・ 10月10日 松本駅お城口 ・ 12月15日 松本駅お城口 ・ 2月13日 八十二長野銀行松本渚営業部
	<p>5 松本市消費者問題協議会 消費者保護行政の総合的な推進を図る</p> <p>第1回 令和7年6月30日 開催 第2回 令和7年2月9日 開催</p>
	<p>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</p> <p>(1) 国民生活センター研修</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 対応困難者への対応力強化 <p>(2) 長野県</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費生活相談員等実践研修 ・ インターネット広告・表示に係る基礎知識 ・ 自動車（中古車）に係るトラブル

ねらわれています！ 悪質商法・詐欺に注意しましょう

●問い合わせ・相談 消費生活センター（☎36-8832 ☎36-6839）

事例1

＼ 自動音声による不審電話 ／

固定電話に「2時間後に電気が止まる。オペレータと通話希望の人は1番を押して」と自動音声で電話がかかってきた。

解説1

相手にせず無視してください

連絡すると個人情報を知られ、架空請求されます。電気の他にも電話、保険証が使えなくなる、年金が受け取れなくなる、配送先に荷物を送れなくなるなど、さまざまな口実で不安をあおります。

事例2

＼ 広告と異なる粗悪な商品が届く ／

SNSの動画広告を見てオンライン注文した。商品を受け取ったが広告のような機能や性能が備わっていなかった。

解説2

事業者や商品について注文前に確認

現実にはあり得ない性能をうたう誇大な動画広告で興味を引かせます。販売店が海外の事業者だと返金交渉が難航します。商品が届かない、販売店と連絡がとれない場合もあります。

事例3

＼ 公式サイトと見せかけて ／

パソコンの故障について、インターネット検索してメーカー公式窓口に相談したつもりが、海外の有料質問サイトに登録、相談をしていた。気づかないうちに継続契約になっていて毎月料金が発生した。

解説3

検索結果上位が公式サイトとは限りません

消費者を錯誤させる精巧な偽サイトもあります。クレジットカード情報の入力には慎重に。解約するまで支払いが継続します。URLなどで本物か確認しましょう。



188は全国共通の相談電話です

毎年5月は「消費者月間」

「5R」でごみを減らそう

1988(昭和63)年から毎年5月は消費者月間です。今年の特...

- 地球環境に配慮した消費行動が待ったなし... ①「Reduce(リデュース) 不要なものはもらわない」...

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を持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...

- 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...

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ますが、不純な目的を隠してゲームに参加する人もいます。個人情報や連絡先を教えずにゲーム外で連絡を取り合い、実際に会った...

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、様や!

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として信販会社にローンを申し込んでくれ。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。多量買しや架空の取引は重大なトラブルの元なので関わらないこと。断つても相手が帰らない場合は、迷わず110番通報を。

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、跳ね上がった石での目のけがなど)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、硬い異物を取り除く。
- ④作業範囲内に人がいないか確認。

雨の日の傘の取り扱い 周囲に配慮して使おう

雨の日は、傘を安全に使う。傘による事故を防ぎましょう。

- ①傘を閉じて持ち歩くとき「横」にして持たないようにしましょう。
- ②傘を開くとき「目の横」にして歩くと、後ろ

の人に傘の先「石突き」が当たるとも。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。塵芥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よう。

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)

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1〜3級の等級があり、用途を選びます。

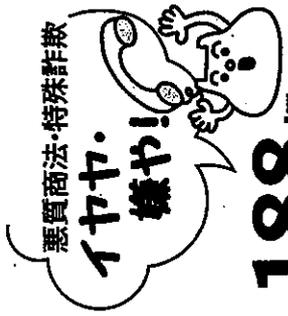
- ▽1級「光を99.99%以上遮り、表情が識別できない暗さ。
- ▽2級「表情が分かる暗さ。
- ▽3級「事務作業には暗い。

1級はさらに「A+」から「C」までの4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ルールにも注意。窓枠ピッタリだと光が入ります。上下左右から、装飾ルールだと隙間から光が入ります。海外産の商品もあるため、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



188に すぐ相談!

188は全国共通の相談電話です

高齢者の消費者トラブル回避 周囲の人との意思疎通が重要

高齢者の消費者トラブルには、三つの背負が考えられます。

一つ目は、年を重ねることによる心身の変化。耳が遠くなり電話勧誘の凶容をよく理解できないまま、面倒に感じて「はいはい、お願いします」と簡単に返事をしてしまい、健康食品や魚介類などが届くことがあります。

また「居間から玄関に鍵をかけるのはおかしい」「電話に出ないのは失礼」といった

いは失礼」といった昔ながらの考え方にとられ、防犯対策などが後回しになりがちです。実際、固定電話や平日昼間の訪問がきっかけでトラブルに遭う高齢者が多くいます。

二つ目は、家族や周囲とのコミュニケーション不足。心配して声をかけることも「うるさい」と突き放したり、叱られることを恐れて相談できなかったりすることが、被害の

早期発見を妨げています。家族でなくても、日常的におしゃべりができる相手がいることが大切です。

高齢になると新たな情報を自ら得るのが不得手な方も多くいますが、家族などの日常会話はよりの手口を知る機会になることがあります。

三つ目は、寂しさからくる不適切な人間関係への依存。お菓子や日用品を安く買える店での集まりに通ううちに、孫よりも親切的な背負に入れ込み、まるで「推し活」かのようにならざるを得ない商品まで大量購入するケースがあります。

また、遠くに住む子どもに代わり日常生活を助けてくれる訪問販売員に恩を感じ、無理な買い物を続けることもあります。

これらの三つは相互に関連します。特に周囲の人とのコミュニケーションが重要です。高齢者に限らず、美は消費者トラブル全般において、周りの人と会話する機会があること、そして自分の経験した被害を言葉にできる力が非常に大切です。どの世代でも、自分の被害をうまく伝えられないと、適切な相談や対応につながりにくくなります。

このような現実を踏まえると、「高齢になると判断力や気が衰える」という事実を、本人も家族や周囲も受け入れることが大切です。高齢者自身が自分の変化を認めつつ、家族や周囲の人々が温かく見守り、日常会話を通じて変化に気づける環境づくりが被害を防ぐ第一歩になります。

「改正戸籍法」が施行

便乗した詐欺に注意

改正戸籍法により戸籍に氏名の読み仮名が追加されることになりました。本籍地の市町村から読み仮名を確認する通知が届きます。

「届出に手数料がかかる」「届出しないと罰金」は、ろそ。メールやSMSでも通知され

れません。新しい制度に便乗する詐欺に注意ください。

この件については、法務省の専用コールセンター(0570・05・0310)に相談してください(来年5月26日までの平日午前8時半〜午後5時15分)。

「電子渡航認証」の申請

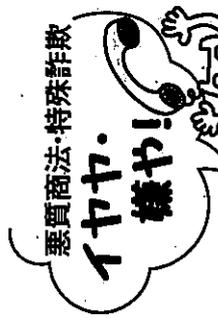
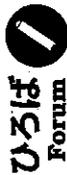
公式サイトが確認して

夏に海外に行かれる方も多いと思います。「ESTA」「eTA」などの電子渡航認証を申請する政府公式サイト「申請代行サイト」があり、気づかずに申し込んで高額な手数料を支払ってしまったという事例があります。

検索上位に出るのが公式サイトとは限りません。(次回は7月25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
114(4)1
188



188にすぐ相談!

188は全国共通の相談電話です

安全に配慮して花火を楽しもう 注意する九つのポイントを紹介

夏になり、子どもと「花火(花火煙火)」を楽しむ家庭も多いと思います。でも、花火の美しさや楽しさは、危険と隣り合わせ。安全に楽しむポイントを紹介し、

①安全基準に合格した「SEマーク」が付いた花火を選ぶ。
②商品パッケージな

どに記載の「注意書き」を読み、守る。対象年齢を守り、3歳以下の幼児には持たせない(興味本位で燃えがすをつかむことも)。
③風の強い日にはしない。周りや着衣に燃え移る(スカートなどへの着火に注意)。
④周りを片付け、消火用の水を準備。花火が終わったら、その都度水に浸す。ただし、ぬれた地面やバケツの水の上に緑香花火の火球が落ちるとはげけて火花が散って危険。
⑤肌の露出が多い服

装でない。緑香花火の火球がサンダル履きの足に落ちることも。
⑥火が付いた花火をのぞき込まない。
⑦子どもは、大人と一緒にする。
⑧花火を人に向けない。
⑨着衣に着火した場合、走ると新鮮な酸素が火に供給され燃え広がる。水がない緊急時には、両手で顔を覆って顔のやけどを防ぎ、燃えている部分を地面に押し付けて転がって消火。「止まる・倒れる・転がる」こと。

子どものオンラインゲーム 課金トラブルに気を付けて

子どもが夏休みに入り、保護者が不在の昼間、オンラインゲームで高額な課金をすることがあります。最初は100円程度から始まり、徐々に増え、数万円単位までエスカレートする傾向があります。

お子さんが利用するスマートフォンやタブレットには、ダウンロードや閲覧を制限する「ペアレンタルコントロール」機能がかましましょう。親のスマートフォンなどをお子さんに貸して遊ばせるときは、クレジットカード情報は残っていないか確認が必要です。

万が一、無断課金トラブルが発生した場合、民法上の未成年者取消権を行使できる場合があります。アプリやゲームなどのプラットフォーム事業者に申し出ます。ただし、親のアカウントをお子さんが使っている場合は、「親の同意を得ていた」と判断され、解決に時間がかかることも。「子どもの無断課金は、親の落ち度」とする事業者が多く、具体的な再発防止対策を求められます。

なお、「16歳を過ぎている」「他人のカー

ド情報を不正に入手して利用した」「今回が2回目」などの場合、未成年者取消権はほとんど認められません。

また、代金を携帯電話料金と合算し、月末などに一括で支払う「キャリア決済」にも注意が必要。気づかずに

く、分割払いが得意で、高額でも一度に引き落としされます。

デジタル機器が身近な昨今、インターネット利用時のルールをお子さんと一緒に家族で話し合い、安全に楽しむ環境づくりを心がけましょう。

通販の粗悪品の相談が増加 よく調べてから申し込んで

「大学と有名企業が共同開発」とのSNSでの動画広告を見て、小規模風機やサーキットレーターを注文したら、粗悪品が届いたという相談が増えていきます。酷手に便乗する手口です。悪質な通販を避けるには、申し込む

前によく調べるのが重要です。(今回は8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



▼あつたかこ
ほくほく堂へ
松本市筑摩2の
▽毒親を語る会
午後1時~20
本を語り合う会
午後1時~パ
スマホの利用に
考える。200
口さん09
48:503

▼「憲法9条
発展させる横田
の会学習会
後1時半~4時
市城東公民館
大教授の広瀬健
が「参議院選挙
からをテーマ
100円。初め
は申し込み
柳澤さん08
522:339

▼不登校や子
役立つ養護心理
27日午後1時半
半安曇野市
の厚子どもサ
ンター。子ども
「死にたい」消
その背景は？
たちの大切な命
るためにでき
をテーマに飯田

☑ インフォ。すまふおと投稿概要
掲載は参加費、入場料、物産など税
込み2000円以下(1ゆずってください)
は除く。記事中に料金が書いていな



188は全国共通の相談電話です

機器の点検つたつ訪問や電話 その場での約束を避け確認を

【事例】「給湯器の定期点検です」「ガスコンロのメーカー点検のお知らせです」との訪問や電話があった。点検後に高額な工事や機器交換を迫られた。

【解説】多くの場合、販売店やメーカーとは全く無関係な業者による「点検法」です。「点検」は消費者に接触するための単なる口実。中には、「以前の販売店が倒産し業務を引き継いだ」と偽って接触してくるケースもあります。契約してしまっても、点検法の多くは訪問販売に当たると認め、契約書面を受け取った日をきめて8日以上であれば、「クーリング・オフ通知」を出して解約できます。給湯器やガスコンロだけでなく、屋根や床下、壁の工事、シロアリ駆除、排水管洗浄、

浄水器や分電盤、スマートフォン・スマートの交換・点検、布団の販売やクリーニングでも同様の手法が見られます。最近、「太陽光パネルの無料点検です。点検は義務です」という訪問や電話も増加しています。点検当日、ドローンでパネルを撮影し、「表面温度が高く火災の危険がある」などと不安をあおり、高額なクリーニング加工や修理工事を勧めるケースがあります。突然の訪問や電話で「点検」の言葉が出てきた場合、その場で依頼したり訪問日を約束したりせず、正規の販売店やメーカーに確認することが重要です。

AV機器のオンライン購入 ネットで評判を調べてから

【事例】「家のどこでもテレビが見られる」との広告を見せ格安のDVDプレーヤー付き小型ワンセグテレビをネット購入したが、テレビが映らない。苦情を伝えると、販売店は「DVDプレーヤーと併せて」と返答した。

【解説】ワンセグは環境により受信できないこともありますが、商品自体の受信機能が低い品質なことも。テレビなどAV機器のオンライン購入は現物を試せないリスクがあり、商品の評判をインターネットで調べることも必要です。

自宅への悪質な電話勧誘販売 電話の機能・サービス活用を

自宅の固定電話にかける悪質な電話勧誘販売（魚介類や健康食品、皇室関連商品など）や「電話でお金詐欺（特殊詐欺）」の被害防止には、「不着な電話に出ない」が最善です。電話番号表示機能・サービスの活用が効果的です。ただし、電話番号を偽装されると、警察署や家族の電話番号が表示されることもありません。電話番号の特徴をまとめました。「0120」や「0800」か

ら始まるフリーダイヤル番号からの電話は、勧誘販売の可能性が高いでしょう。「050」から始まる電話番号はインターネット回線を利用したIP電話。知人にIP電話利用者がいなければ、無視するのも一策です。電話番号先頭の「+」記号は海外からの国際電話を示し、特殊詐欺の可能性もあります。悪質業者や詐欺師は録音を嫌います。留守番電話に設定するよりも、「この電話は詐欺防止のため通話を録音します」などのメッセージが流れる設定を勧めます。留守宅を探している窃盗犯対策にもなります。（次回は9月26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



消費者トラブルへの対応

感情的にならず「冷静」に

「一回だけのつもりが定期購入だった」「広告ほどの効果はなかった」。こうした消費者トラブルに遭うと、誰しも腹立たしい気持ちになります。

しかし、感情的な対応をすると、販売店から「今後の対応はお断りします」「カスタマーサポート（カスタリ）顧客らによる理不尽な迷惑行為」として対処します」などと言われ、交渉の機会自体を失うこともありま

す。感情に任せた強い口調や執拗な要求は、正当な主張であっても「カスタリ」と受け取られかねません。

トラブル解決には、次の3点が重要です。

①事実整理（時系列で状況を整理）

②問題の明確化（何が問題で、どんな解決を求めるのかを具体的に）

③建設的対話（相手の立場も考慮しながら冷静に交渉）

同じ販売店、同じ問題でも、対応次第で結果が180度変わることもあります。相手を責め立てるのではな

海産物の売り込み電話

契約する際は慎重に！

【事例】

「店を閉めるので海産物を半額で買ってほしい」と勧誘電話があり、申し込んでしまった。

【解説】

従来は家の固定電話にかかってくる主に

高齢者が「品質の悪いホッケやカニが届いたなどの被害に遭っていました最近では携帯電話にもかかってくる、50代でも被害に遭っています。中には、飲食店がホームページに掲載している携帯電話

く「どうすれば解決できるか」という姿勢で臨むことが大切です。正当な消費者の権

利は、正当な方法で主張してこそ実現します。冷静な解決を目指しましょう。

今年は5年に1度の国勢調査

調査かたる電話などに注意を

今年、5年に1度行われる統計調査「国勢調査」の年です。独立行政法人国民生活センターは、国勢調査をかなる不審な電話や訪問への注意喚起をしています。

国勢調査では、「金銭の要求」や「年収や銀行口座、クレジットカード番号などの資産状況の聞き取り」は一切ありません。

国民生活センターによると、現在次のような相談が寄せられています。「国勢調査に協力しない」「クレジットカードに載る」「国勢調査に協力しなければ、時間後に電話が使えなくな

る」といった脅迫めいた電話がかかってくるというものです。

過去には「調査員を名乗る者から家族構成や年収を聞かれた」「国勢調査に漏れがあった」と非通知で電話があったという相談事例もあります。

国勢調査を装った詐欺や個人情報の不正取得に注意ください。不審な電話や訪問があった場合は、身分証明書の確認を求めるが、居住する市区町村に確認することをお勧めします。緊急のときは110番通報をしてください。

番号にかけてくる場合もあります。

電話勧誘販売のため、クーリング・オフが可能ですが、代引き配達で支払ってしまったら、販売業者が返金を渋るなどして、お金を取り返すのが困難な場合もあります。

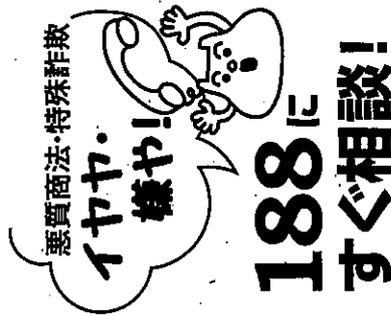
なお、飲食店などの事業者の場合、こうした勧誘電話を契約して

もクーリング・オフの適用対象外のため、取引は慎重に行ってください。

（今回は10月24日に掲載予定）

松本市
消費生活センター
0263-36-8832

消費者ホットライン
188



188は全国共通の相談電話です

保険証に関する不審な電話

何もせずに切ってしまう

【事例】固定電話に「保険証が使えなくなる。オペレーターと通話希望の方は着を押してください」と厚生労働省名乗る不審な自動着信

の電話がかかってきた。【解説】現在、全国各地のよ様な自動着信による特殊詐欺が発生しています。「保険証」以外にも、電気・電話・インターネットなどさまざまな内容で同様の手口が使われ、指定された番号を押すとオペレーターを装った詐欺グループにつながり、架空請求をされたり個人情報聞き出されたりします。

「自動着信」「使え

なくなる」「着を押した」という内容は、詐欺の典型的な手口。電話番号の先頭に「十」が付いていることが多く、海外からの電話の可能性もあります。

正義感やいらから指された着信を押すとは、相手を刺激して危険ですので絶対に避けてください。こうした電話を受けた場合、何もせずに切り、必要であれば警察に相談しましょう。

A-関係の高額アプリの購入

「万能ではない」と肝に銘じて

近年、「AI（人工知能）を使った投資術」「AI鑑定予想で確実にもつかる」「AIで簡単副業」などといった、高額なアプリなどの商材を販売する業者がいます。AIという最新技術の響きに魅力を感じ、冷静な判断を失ってしまう方が後を絶ちません。AIは確かに優れた技術ですが、万能ではありません。こうした業者はAIを強調し「AIだから確実に」というイメージを消費者に訴えてきます。被害に遭う方の多くは「AIなら間違いない」という先入観から契約してしまいます。これらの商材に共通するのは、AI技術の詳細を明かさないう点。本当に有効であれば、その仕組みや根拠を説明できるはずですが、曖昧な表現でこまごまケースがほとんど。被害に遭わないためには、まず「AIは万能ではない」という基本を忘れないこと。業者の実態を調べることも大切。所在地や代表者名が明確でなく、連絡先が曖昧（他社の情報をもそのまま使うこと）で、実績が証明できないこともしばしば。業者名や商材名に「詐欺」や「もつかる」「AI」など、イタズな言葉を付けて検索する習慣を付けましょう。もし契約してしまう

ても、電話勧誘販売（COM）などのテレ電話を含む）であればクーリング・オフが可能。「絶対もつかる」など、将来の不確実なことについて断定的な判断を提示されて契約したときは、消費者契約法で契約取り消しが

できますが、いずれの場合も返金される保証はありません。AIは私たちの生活を豊かにする技術ですが、名前の響きに惑わされず、常に冷静な目と情報を見極める姿勢を持ち続けましょう。

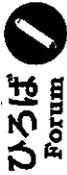
続く定期購入のトラブル

魅力的な商品ほど慎重に

化粧品や健康食品などの定期購入トラブルの相談が後を絶ちません。賢質な販促業者も存在するため、消費者自身が注意を払う必要があります。TikTokやインスタグラムなどのSNS、オンラインゲームの広告から申し込みで被害に遭うケースが増え、未成年者の被害も

魅力的な商品ほど慎重になり、申し込み前に販促業者の評判や解約方法を確認する習慣を付けることが大切です。（今回は11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



188は全国共通の相談電話です

家族宛ての代金引換の荷物 受け取りルールを共有して

【事例】

外出中の家族宛てに代金引換で荷物が届き本人の代わりに支払ったところ帰宅した本人から「注文してない」と言われた。

【解説】

個人情報悪用され、注文していない商品が代金引換で配達される被害が出ています。手持ちの金額で足りると思った家族が代わりに支払ってしまっ

てことがあります。

家族間で本人以外に受け取らないというルールを共有することが大切。配達業者には返金権限がなく、返金交渉は販売店と直接行う必要があります。ただし販売店が海外業者の場合や、連絡先が国内発送の代行センターしか分からない場合、交渉が難しくなることがあります。

飲食店などのキャンセル

「無断」はもつてのほか！

飲食店や宿泊施設などを予約しておきながら、当日に無断で姿を現さず、事業者が多大な迷惑損害を生かせる「ア・ショウ (No Show)」問題が深刻化しています。

事業者がキャンセル方法を事前に明確にし、消費者からの連絡を受けやすい体制にしておくことは重要です。しかし同時に、契

約の当事者である消費者が、連絡せずに一方的に姿を現さないのは契約の重みを理解していない深刻な問題。「キャンセル料を払いたくないから」と事業者からの連絡を無視するなどもつてのほか。

現在こうした「ア・ショウ」に対しては、金額に関わらず弁護士を通じて損害賠償請求する事業者が増えてい

海産物など電話勧誘販売

不審な着信には「出ない」

在宅中の高齢者を狙う海産物や皇室カレンダーなどの電話勧誘販売の相談が、年末に向けて特に増えます。

海産物の勧誘では、「以前購入いただいた「倒産前セール」といった虚偽が散見され、契約すると価格に合わない商品が届くだけでなく、同じ業者や同業他社からの執拗な勧誘が繰り返されます。皇室カレンダーの場合、一度契約すると皇室写真集や絵巻などが次々に勧誘されます。

電話勧誘販売は特定商取引法の対象で、契約書面の受取りを含めて8日以内にクーリン

グ・オフ通知を出すことでキャンセル可能。しかし代金引換や口座振り込みで既に支払い済みの場合、理由を付けて返金を拒まれることがあります。

電話勧誘販売トラブルを防ぐには、知らない番号からの電話に出ないことが基本。着信時に「この電話は特殊詐欺防止のため録音します」という警告メッセージを流すと録音を嫌がる業者の多くは自ら電話を切ります。

留守番電話の対応は留守宅を狙った窃盗犯が来る可能性もあるため、注意が必要です。

ます。キャンセルの必要が生じた場合、事業者に連絡し、誠意に対

応することが大切です。

SNSで紹介された商品

魅力的なものほど要注意

SNSの広告や動画で紹介された商品について、粗悪品や偽物が届いた商品が届かないなどの相談があります。贈り物の購入が増える年末に向けて、被害の増加も懸念されます。特に低価格品や希少品、魅力的な商品ほ

ど要注意。疑う姿勢を心がけましょう。(次回は12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、様や!

188に
すぐ相談!

188は全国共通の相談電話です

年末年始のトラブル例を紹介

今回は年末年始に起こりがちなトラブルを紹介し、頭に入れておき巻き込まれないよう注意しましょう。

ネット広告の水回り修理 「高額請求」に注意しよう

インターネット広告 解消を依頼したこ
で「980円」とう
たっている水回りの修
理業者にトイレ詰まり
の請求を受けるトラブ
ルがあり、国民生活

センターや消費生活など
も注意喚起をしていま
す。
駆けつけた業者から
「今修理しないと大変
なことになる」と不安
をあおられ、見積もり
や作業内容の説明が不
十分なまま作業を進め
られ、高額請求される
ケースが多くありま
す。

年末年始は悪質利用
している事業者も休み
になり、インターネット
上の広告だけを見て
慌てて修理業者を導
けず。またトイレ
詰まりの原因は修理内
容は多様で、広告の金
額では対応できないこ
ともあります。
広告と大きく異なる

高額請求を受けたら
「納得できる金額で後
日支払う」と示しそ
の場での支払いを拒み
ましょう。身の危険を
感じたら迷わず110
番通報を。

見積もり目的で呼ん
だその場で契約し、広
告と大きく異なる金額
を請求された場合は、
クーリング・オフでき
る可能性があります。
トイレ詰まりはトラブ
ーカップで解消するこ
ともあるため、事前に
対処法を学び、道徳を
用意しておくことで
す。その他、水漏れや
鍵の紛失、雪国除雪
も同様のトラブルが起
こることがあります。

長期休みのネットの利用 子どもとルール化しよう

年末年始は学校の長
期休みやイベントが
多くなり、保護者の同
意のない未成年者のオ
ンラインゲーム課金や
ライブ配信者への「投
げ銭」が起りやすい
環境です。

こうした無断課金な
どは、民法上は「未成
年者取消権」の行使が
可能ですが、例えば、
子どもが保護者のアカ
ウトンを使用している
と、課金の実行者がど
ちらが不明として、事
業者が未成年者取消に

感しないことも多くあ
ります。

不要なトラブルを避
けるためにも、未成年
者の端末にはペアレン
タルコントロール機能
を設定し、保護者の端
末を貸す際はアカウント
貸しをせず、クレジ
ットカード情報などを
残さないようにしてく
ださい。

家族内でインターネ
ット利用ルールを決
め、お金の大切さにつ
いて話し合うことが重
要です。

スマホによる当選通知 誤解せず冷静な対応を

【事例】

平日、スマートフォン
でインターネット利
用中に「最新のIPホ
ンロ」が当選しまし
た。100名限定。質
問に答えないと次のお
客様を選びます」との
表示が、携帯電話会社
のロゴとともに現れ
た。

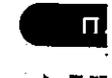
【解説】

公式からの案内など
誤解させる手口です。
メールやMで案内
が届くこともありま
す。申し込む個人情

報を取られ、架空請求
される可能性があります。
当選通知をよく読
むと日本語表記が不自
然な場合が多く、「新
年早々運が来た」と判
断せず、冷静に対応し
ましょう

(今回は1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



沖繩

・民謡と

うたで新

1月

半、松本

ストギヤ

山吉氏

免許を持

んが八重

ど、歌う

とをなご

り。要申

さんひひ

3・54

▼養生

ート1

1時半

市あがた

館。2千

下無料。出

90・7

32

アラ

州

特別試合

々々時、安

管ルプス

園堀金・種

別試合や

要

要

要

要

要

要

要

要

要

要

要

松本市消費生活センター
からのお知らせ

知っておきたい『デジタル終活』

もしものとき、家族が困らないために。

パソコンやスマートフォンを介したデジタルサービスは、私たちの日常生活を便利にしました。デジタルで管理される思い出や資産もたくさんあります。

しかし、「もしも」の時には、トラブルの原因にもなりかねません。いざという時に自分以外の人に気づいてもらい、対応してもらえるよう日頃から整理しておくことが大切です。

身近なデジタル資産の一例

- ① SNSのアカウント (Facebook、X、Instagram、Line等)
- ② メールアカウント
- ③ クラウドストレージ (GoogleDrive、iCloud等)
- ④ 写真や動画
- ⑤ オンラインショッピングのアカウント
- ⑥ サブスクリプションサービスの契約
- ⑦ ネット銀行やネット証券の口座
- ⑧ 電子マネー、暗号資産、各種ポイント



トラブル事例

- ① 故人のスマートフォンが開けず、ネット銀行の手続きができない
- ② サブスクリプション契約のIDとパスワードが分からず解約できない
- ③ コード決済サービス事業者への相続手続きが長期に及んでいる



今から考えよう『デジタル終活』

デジタル資産のリスト作成

※市販のエンディングノートの利用でも簡単にできます

スマホやPC、契約中のサービスのID・パスワードを整理

※マスキングするなど安全に保管を！

死後のデータやアカウントの扱いに関する規約等を事前に確認

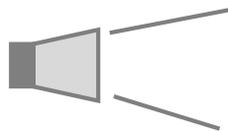
スマホやPCのアカウントにアクセスできる人を指名しておく

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 になりましょう

年度末に多発する引っ越しトラブルに注意！

進学や転勤・就職などで新生活の準備が進む年度末は、引っ越しに関するトラブルの相談が増加します。時間に余裕がない中で手続きを進めることや、引っ越し経験が少ないことが、トラブルの背景にあります。事前にポイントを確認し、トラブルを防ぎましょう。

よくあるトラブルとその対策について

よくあるトラブル① 原状回復費用をめぐるトラブル

借主は、故意・過失による汚れやキズについては原状回復義務を負いますが、経年劣化や通常損耗は原則として負担の対象外です。

(借主の義務を加重する契約上の特約がないか注意する)

【トラブルを防ぐポイント】

- ・契約前に契約書の内容を十分確認する
- ・入居時・退去時に写真を撮影し、記録を残す
- ・国土交通省「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」を参考にする



よくあるトラブル② 不用品回収に関する高額請求

インターネット広告を見て依頼したところ、表示金額と実際の請求額が異なるという相談が寄せられています。

【トラブルを防ぐポイント】

- ・複数の事業者から見積もりを取る
- ・支払総額を事前に確認する
- ・契約状況によっては、クーリング・オフが可能な場合があります



よくあるトラブル③ 荷物の破損・紛失

引っ越し契約の多くは「標準引越運送約款」に基づいており、損害賠償や免責事項などが定められています。

【トラブルを防ぐポイント】

- ・契約書や約款の内容を事前に確認する
- ・梱包方法や運搬方法について、事業者を確認する



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

になりましょう

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

消費者ホットライン
(局番なし)



188



お近くの消費生活相談窓口につながります

ちょっと待った！！ その通信販売

ほんとに大丈夫！？

消費生活相談の約4割が「通信販売」のトラブルです

- 定期購入だった…
- 代金を振り込んだのに商品が届かない…
- 粗悪品、ニセモノが届いた…



通信販売は、クーリング・オフができません

注文の「確定ボタン」を押す前に最終確認画面を確認しましょう

注文前に確認！

チェックリスト

- ✓ 定期購入 になっていませんか？
- ✓ 契約期間・購入回数 は決まっていますか？
- ✓ 広告等に 不自然な日本語 はないですか？
- ✓ 価格が 極端に安く はないですか？
- ✓ 総額の表示 はいくらになっていますか？
- ✓ 返品・解約方法 はどうなっていますか？
- ✓ 事業者（連絡先・所在地等）は 実在 しますか？
- ✓ 振込先の口座名義人は 事業者 ですか？



ここがポイント！



トラブル時は、原則として事業者の定めた利用規約に沿った対応となります。しっかり確認しましょう。



注文確定前の「最終確認画面」を最後まで確認しましょう。



「最終確認画面」をスクリーンショットで保存しましょう。

小学生のための
かしこい消費者入門

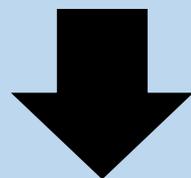
しょうひしゃ

松本市消費生活センター

消費者

(しょうひしゃ)

お金をつかって物を買ったり、
サービス（たとえばバスに乗る、
電気を使うなど）を受け取る人



小学生も消費者です！

2

お金は大切に使おう

欲しいものが
いっぱい!



チョコがほしい、パンもほしい、キャンディも…

Q ほしいものがたくさんある どうする?



1

お金を全部使って
ほしいだけ買う

2

必要な分だけ買う

3

友だちからお金を借りて
ほしいだけ買う

だいたいなこと

2

お金は大切に使おう

欲しいものがいっぱい!



チョコがほしい、パンもほしい、キャンディも...

Q ほしいものがたくさんある どうする?



1

お金を全部使って
ほしいだけ買う

2

必要な分だけ買う

3

友だちからお金を借りて
ほしいだけ買う

ヒント



大切なこと

計画的にお金を使おう

②がいいね
Good!

「必要なもの」か「ほしいもの」か よく考えよう

ほしいものをお金があるだけ買うと

必要なものが買えないよ

※鉛筆や本を借りたら、返すよね。お金も同じ。借りたお金は返さないといけない。お金を使ってしまうと、返せない。友だち同士でも、お金の貸し借りはやめよう。

ほしいもの・必要なものリストをつくろう

ほしいもの	理由
ゲーム	みんなもってる
必要なもの	理由
ノート	学校で使う
えんぴつ	

3



考えよう お金の使い方



お金を考えて使うのも 消費者の責任です

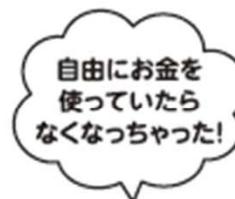
だいじなこと

月日	入ったお金	使ったお金	残ったお金	メモ
○月○日	100		100	おこづかい
○月△日		30	70	ガム

※お店で買いものをしたら、レシート(領収書)をもらおう。いつ、どこで、何を買ったか、レシートに書いてあることもあるよ

大人になると お給料で生活しないといけない

ほしいものを全部買ってしまおうと 生活ができなくて 困るよ



今から、おこづかい帳を付けて お金をかしこく使えるようになろう



3



考えよう お金の使い方



お金を考えて使うのも 消費者の責任です

大切なこと

お金の日記(おこづかい帳)をつけよう

月 日	入ったお金	使ったお金	残ったお金	メモ
○月○日	100		100	おこづかい
○月△日		30	70	ガム

※お店で買いものをしたら、レシート(領収書)をもらおう。いつ、どこで、何を買ったか、レシートに書いてあることもあるよ

大人になると お給料で生活しないといけない

ほしいものを全部買ってしまおうと 生活ができなくて 困るよ



自由にお金を
使っていたら
なくなっちゃった!

今から、おこづかい帳を付けて お金をかしこく使えるようになろう



レシート

見本

まちのコンビニ なごみ店

〒〇〇〇-××× 〇市まち1-2-3
Tel.0000-00-0000

日付：2025年11月17日（月） 時刻：14：23
伝票No：20251117-1234 レジ：A-1
店員：たなか

商品名	数量	税込価格
おにぎり（鮭）	1	¥130
サンドイッチ	1	¥378
オレンジジュース	1	¥162
ノート B5	1	¥220
シャープペン	1	¥198
小計		¥1,088
（うち、軽減税率8%）		¥ 670
（うち、標準税率10%）		¥ 418
合計		¥1,088
お支払方法：現金	受取	¥1,500
	おつり	¥ 412

4

買い物ルールを知ろう

こんなとき
どうなるの？



お店で間違って買っちゃったノート

Q 使ってなければ、お金を返してもらえる？



うわ
間違えちゃった！

1

使ってないノートだから
ノートを返せば
お金を返してもらえる

2

買ったものは
お金を返して
もらえない

3

お金は返して
もらえないけど
別のほしいものと
交換してもらえる

だいじなこと

4

買い物のルールを知ろう

こんなとき
どうなるの?



お店で間違って買っちゃったノート

Q 使ってなければ、お金を返してもらえる?



うわ
間違えちゃった!

1

使ってないノートだから
ノートを返せば
お金を返してもらえる

2

買ったものは
お金を返して
もらえない

3

お金は返して
もらえないけど
別のほしいものと
交換してもらえる

ヒント



大切なこと

買い物は よく考えて
すること

②が正解!

「買い物」

= 「契約」

契約は、法律上の約束。買います・売りますとお互いの意思が合致したら契約成立。消費者、お店の人、どちらか一方の都合だけで、「やめた」と言えません。

※買ったものが不良品だったり、お店の人の説明と違ったときは、返品や交換ができます

5

商品を選ぶときに大切なこと

こんな自転車
欲しいなあ!

自転車がほしい 親に買ってもらおう!
デザインが素敵!



Q 買うものを選ぶときに 大事なことは?

1

デザイン 見た目

2

値段が安い

3

安全に使える

だいじなこと

5

商品を選ぶときに大切なこと

こんな自転車
欲しいなあ!

自転車がほしい 親に買ってもらおう!
デザインが素敵!



Q 買うものを選ぶときに 大切なことは?

1

デザイン 見た目

2

値段が安い

3

安全に使える



大切なこと

商品を比べて「安全」なものを選ぼう

大事なものは
③だよ!

商品についている表示やマークを見よう

安全な商品も
間違った使い方をすると
事故が起きるよ

安全の目安になる
マーク



JISマーク



SGマーク



BAAマーク

6

地球にやさしい消費生活をしよう

地球が
大変だ!



ごみの量が多くなると、ごみで地球が埋まっちゃう



Q 流行おくれの服 小さくなった服 どうする?

1

古いものはどんどん捨てて
新しいものを買う

2

自分の好きなように
作りかえる

3

リサイクルか
誰かにあげる

だいいじなこと



6

地球にやさしい消費生活をしよう

地球が
大変だ!

ごみの量が多くなると、ごみで地球が埋まっちゃう



Q 流行おくれの服 小さくなった服 どうする?

1

古いものはどんどん捨てて
新しいものを買う

2

自分の好きなように
作りかえる

3

リサイクルか
誰かにあげる

大切なこと

ごみとして捨てる前に
長く使い続ける方法を考えよう

②と③が
大切だよ



「5つのR」でごみを減らそう



- R**educe リデュース → ゴミを減らす
- R**euse リユース → 再利用する
- R**ecycle リサイクル → 再び資源として利用する
- R**efuse リフューズ → 不要なものはもらわない
- R**epair リペア → 修理して使う

服を買うときは
着なくなったとき
どうするかまで
考えて買おう。



たいせつな3つのこと

- ① かんたんにお金はかせげない。
お金には限りがあるから大切に使う。
- ② 「ひつようなもの」か「ほしいもの」
か、「安全」も考えて計画的に買う。
- ③ ゴミが減るように、使わなくなる時の
こととも考えて買う・使う。

お金をつかって物を買ったり、
サービスをつかったりすること

消費生活

(しょうひせいかつ)

消費生活センター

買い物トラブルを相談できるところ

たとえば…

「インターネットでゲーム機を買ったけれど届かない」

ひとりで悩まない

商品を買ったり、サービスを利用して、「おかしいな」、「困ったな」、「どうしよう」と思ったら、ひとりで悩まないで、**お家の人や先生など大人に相談しよう**
大人も困ってしまったら、消費生活センターに相談しよう

↓
松本市消費生活センター

電話／**0263-36-8832**

平日／午前8時30分～午後5時 FAX／0263-36-6839

〒390-8620 松本市丸の内3番7号

教えて!



保護者向け

課金トラブルと未成年取消権

別紙レジュメをご覧ください

Ⅰ 相談受付の近況（令和5年度）

小学生が契約当事者のもの

- ① 日本全体で 2, 6 6 2 件
- ② うち、約8割がインターネットゲーム
- ③ 男女比は、男が7～8割を占める
- ④ 金額は、平均で約24万円

2 未成年者取消権とは？

民法第5条に規定されています

- ① 法定代理人の同意がない
未成年者の契約は取り消せる
- ② 「未成年」の証明は簡単
- ③ 「同意がない」の証明は困難

3 課金トラブルの事例

子どもと保護者の双方に問題がある

① ゲーム、アプリ、ライブ配信の投げ銭

② 子どもの無自覚・悪意

有料の認識ない、欲望を制御できない
機器の設定を解除する、親から盗む

③ 保護者の油断・過失

子どもにはできないだろう、ゲームくらい大丈夫だろう
アカウント貸与、クレジットカード情報が保存のまま

4 取消に至るまでの手続きなど

時間、費用、身心の負担も大きい

- ① 契約の相手方の特定（不明・難航の場合も）
- ② 未成年者であることの証明書提出
- ③ 経緯文、購入リスト、誓約書などの提出
- ④ アカウント削除、以後のサービス利用不可

5 取消の交渉が難しい場合

訴訟までいかない段階での交渉です

- ① 同一事業者に対して2回目の取消権行使
- ② 子が親のクレカ情報や現金を盗んで使用
- ③ 子が積極的に事業者を欺いた
- ④ 子が無断課金などの証拠を隠滅した

6 対策

できることから始めましょう

- ① ペアレンタルコントロール
- ② 年齢制限のないジャンルのコンテンツも注意
- ③ クレカ情報、アカウントを共有しない
- ④ 「我が家のルール」を話し合ってつくる
- ⑤ お金を稼ぐ・使うことをふだんから話す

ご清聴

ありがとうございました

課金トラブルと未成年取消権

1 相談受付の近況（R5年度）

国民生活センターが集計した相談件数等は以下のとおりです。

- (1) 小学生が契約当事者の相談件数 2, 662件（比率 男：女＝7：3）
- (2) うち「インターネットゲーム」
 - ア 相談件数 2, 128件（比率 男：女＝8：2）
 - イ 平均契約購入金額 241, 521円

※R7. 3月（独）国民生活センター「未成年者の消費トラブルについての現況調査」

2 未成年取消権とは？

(1) 法律上の位置づけ

民法 第5条(未成年者の法律行為)

- 1 **未成年者**が法律行為をするには、その**法定代理人の同意**を得なければならない。ただし、単に権利を得、又は義務を免れる法律行為については、この限りでない。
- 2 前項の規定に反する法律行為は、取り消すことができる。
- 3 第一項の規定にかかわらず、法定代理人が目的を定めて処分を許した財産は、その目的の範囲内において、未成年者が自由に処分することができる。目的を定めずに処分を許した財産を処分するときも、同様とする。

(2) 現実的な問題点

- ア 「未成年者」であること…証明は簡単
- イ 「法定代理人の同意」がなかったこと…証明が困難

3 課金トラブルの事例

(1) ゲーム

事例 オンラインゲーム中に無断課金を繰り返した。タブレットは親が以前使っていたものを遊び道具として渡していた。クレジットカード情報が残っていた。

(2) スマホアプリ

事例 無料だと思っていた占いアプリが自動更新型の有料アプリだった。

(3) ライブ配信サイトの投げ銭

事例 「投げ銭」をお金の支払いと思わず、「応援」の表現だと思いやっていた。

4 取消に至るまでの手続きや影響の一例

- (1) 契約の相手方を特定する(海外業者など交渉先が不明または難航する場合もある)
- (2) 未成年者であることの証明書提出
- (3) 経緯文、購入リスト、今後の具体的な対策の提示、誓約書などの提出
- (4) アカウント削除、以後のサービス利用ができない

5 訴訟外での取消の交渉が難しい場合

- (1) 同一事業者に対して2回目の未成年取消権を行使する場合
- (2) 未成年者が親のクレジットカード情報や現金を盗んで使用した場合
- (3) 未成年者が積極的に事業者を欺こうとしていた場合(訴訟によっても困難)
- (4) 未成年者が無断課金などの証拠隠滅をしてIDなど何も残っていない場合

6 対策

(1) ペアレンタルコントロールをする

※子どもの安全のため保護者がネット利用環境を整えることです。代表的なものが「フィルタリング」です。個別に利用を許可するカスタマイズや、長時間利用を防ぐ時間設定など、本体設定やアプリを用いて行います。

(2) 年齢制限のないコンテンツにも注意し、利用状況に目を配る

※暴力や薬物、犯罪、アダルトなどは年齢制限がかかり、保護者の注意も敏感です。一方で、オカルトやホラー、都市伝説などは年齢制限が緩い場合もあります。被害(加害)の入り口は様々です。ジャンルを問わず注意が必要です。

(3) クレジットカード情報、アカウント共有をしない

(4) デジタル機器使用時の「我が家のルール」を話し合っつくる

(5) お金を稼ぐこと、使うことについてふだんから話し合う

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)



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

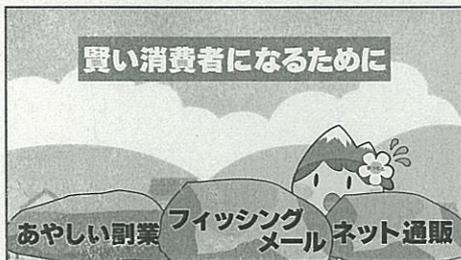
(クーリング・オフ)



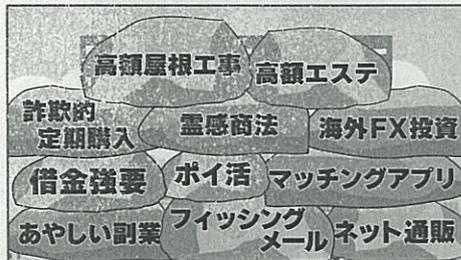
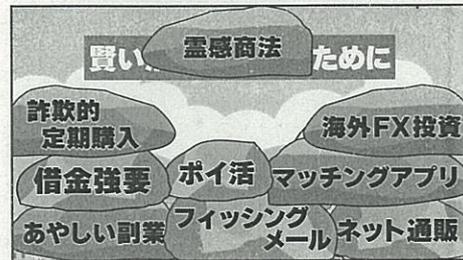
車内デジタルサイネージ用
「賢い消費者になるために」篇



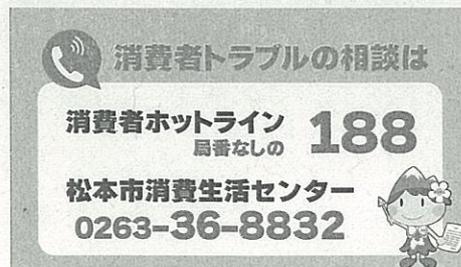
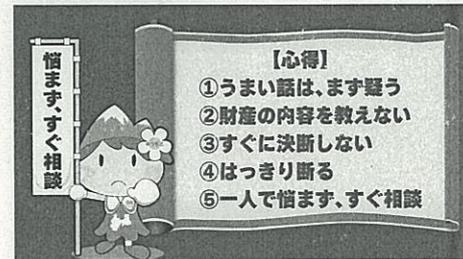
下からフレームイン



上から石が降ってくる



右からフレームイン



各種情報発信一覧

長野県消費生活センター

○公式HP（長野県消費生活情報）

<https://www.nagano-shohi.net/>

○公式X（長野県くらし安全・消費生活課）



○長野県消費生活情報メールマガジン ※申し込みフォーム

<https://www.nagano-shohi.net/mail-magazine/>

○広報誌「くらしまる得情報」 ※バックナンバー

<https://www.nagano-shohi.net/keihatsu/marutoku>

（参考）

○公式LINE（国民生活センター）



○長野県警察安全・安心アプリ「ライポリス」

※アプリのダウンロード

