

令和8年度第1回松本市消費者問題協議会

日時 令和8年6月29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 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) 協議事項

ア 令和8年度松本市消費者保護事業計画について

(3) 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	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	小野澤 健	松本市校長会 幹事 (明善中学校長)	知識経験を有する者
5	委員	南沢 潤	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 (㈱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 商業グループ長)	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８年度第１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

- 3 令和８年度松本市消費者保護事業計画について

《資料》

- (1) うちわデザイン（案）

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

※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)
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			
月平均	17	6	32	1	9	0	1	0	22	88	27	0	1	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
1月	17	8	27	0	3	0	0	0	23	78	24	0	0	0	10	0	88
2月	18	5	35	2	9	0	1	0	26	96	31	2	1	0	9	0	105
3月	25	7	33	0	9	0	2	0	14	90	31	1	2	1	20	0	110
計	205	68	379	9	109	0	12	2	266	1,050	323	5	6	1	158	0	1,208

ア 消費生活センターに寄せられた消費生活相談件数（受付総数）は1, 208件で、令和6年度の相談件数1, 118件と比較して、90件増（8%増）となりました。

イ 夏季は、高性能をうたう冷風機やサーキュレーターが広告と異なる粗悪品だったとの通信販売の相談が増加しました。

ウ 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に考えられます。

エ 3月は賃貸アパートの入退去、更新に関する相談（店舗販売）が増えました。

(2) 相談形態

年度	来訪	電話	メール
令和7年度	264	942	2
令和6年度	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

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
販売購入形態										
店舗購入	R7	2	29	27	24	31	29	50	13	205
	R6	2	18	22	27	27	31	33	11	171
	前年度比較	0	11	5	△3	4	△2	17	2	34
		0.0%	61.1%	22.7%	△11.1%	14.8%	△6.5%	51.5%	18.2%	19.9%
訪問販売	R7	2	6	7	6	9	7	29	2	68
	R6	0	4	8	7	20	12	51	4	106
	前年度比較	2	2	△1	△1	△11	△5	△22	△2	△38
		100.0%	50.0%	△12.5%	△14.3%	△55.0%	△41.7%	△43.1%	△50.0%	△35.8%
通信販売	R7	14	32	51	53	63	69	90	7	379
	R6	14	22	52	48	57	79	81	8	361
	前年度比較	0	10	△1	5	6	△10	9	△1	18
		0.0%	45.5%	△1.9%	10.4%	10.5%	△12.7%	11.1%	△12.5%	5.0%
マルチ・マルチまがい (連鎖販売取引)	R7	0	3	0	1	0	5	0	0	9
	R6	0	1	1	1	2	1	2	0	8
	前年度比較	0	2	△1	0	△2	4	△2	0	1
		—	200.0%	△100.0%	0.0%	△100.0%	400.0%	△100.0%	—	12.5%
電話勧誘販売	R7	0	6	7	10	14	13	55	4	109
	R6	1	14	11	6	19	30	45	4	130
	前年度比較	△1	△8	△4	4	△5	△17	10	0	△21
		△100.0%	△57.1%	△36.4%	66.7%	△26.3%	△56.7%	22.2%	0.0%	△16.2%
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	2	0	3
	前年度比較	0	0	0	0	0	△1	△2	0	△3
		—	—	—	—	—	△100.0%	△100.0%	—	△100.0%
訪問購入	R7	0	0	0	1	1	3	6	1	12
	R6	0	0	1	0	4	1	8	3	17
	前年度比較	0	0	△1	1	△3	2	△2	△2	△5
		—	—	△100.0%	100.0%	△75.0%	200.0%	△25.0%	△66.7%	△29.4%
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	12	21	23	45	46	93	24	266
	R6	2	12	26	23	23	44	60	17	207
	前年度比較	0	0	△5	0	22	2	33	7	59
		0.0%	0.0%	△19.2%	0.0%	95.7%	4.5%	55.0%	41.2%	28.5%
合 計	R7	21	88	114	118	163	172	323	51	1050
	R6	19	71	121	112	152	199	282	47	1003
	前年度比較	2	17	△7	6	11	△27	41	4	47
		10.5%	23.9%	△5.8%	5.4%	7.2%	△13.6%	14.5%	8.5%	4.7%
架空請求	R7全体割合	2%	8%	11%	11%	16%	16%	31%	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 相談種別「苦情」の相談件数（問い合わせを除く）は1,050件あり、令和6年度の相談件数1,003件と比較して47件増（4.7%増）となりました。
- イ 訪問販売の相談件数が、令和6年度と比較して35.8%減少しました。屋根工事、LPガスの相談減少が主な要因です。悪質業者の摘発、トクリュウ（匿名・流動型犯罪グループ）などの犯罪の準備を偽装する訪問販売に対する警戒感が高まったことが考えられます。
- ウ 電話勧誘販売は16.2%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止まりする中で、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、「+」のついた国際電話、「〇時間後に電話（電気）が止まるので〇番を押して」などの不審電話の他、身に覚えのない配達物や請求に関する相談が増加しました。

(4) 店舗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 7	2	29	27	24	31	29	50	13	205
R 6	2	18	22	27	27	31	33	11	171
R 5	3	27	30	36	27	40	58	12	233
R 4	2	20	23	37	39	33	52	8	214
R 3	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年度は再び増加しました。エステ事業者の倒産や、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が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

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 7	3	19	17	18	33	31	29	2	152
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

- ア SNSを介したトラブルの相談件数は年々増加しています。
- 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。副業や投資に関わる相談は、若年層を含めて一定の相談割合を占めています。

(6) 消費生活相談への対応と被害救済の状況

		助言		あっせん（うち解決）		合計
対応件数	R 7 年度	947		144（134）		1,091
	R 6 年度	902		113（105）		1,015
	前年度 比較	45		21		76
		5.0%		27.4%		7.5%
未然防止・ 回復額	R 7 年度	19件	12,597,757円	68件	10,920,971円	23,518,728円
	R 6 年度	29件	85,416,111円	65件	1,871,325円	87,287,436円
	前年度 比較	△ 10件	△ 72,818,354円	3件	9,049,646円	△ 63,768,708円
		△34.5%	△85.3%	5%	483.6%	△73.1%

※ 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。

ア 助言の対応件数は947件で令和6年度の902件から45件増（5%増）、あっせんが144件で令和6年度の113件から21件増（27.4%増）となっています。

イ 助言による回復額については、クーリング・オフや契約書が定める解約が可能と判断され、その実現が期待できたものを計上しています。

ウ 助言による未然防止額・回復額は、令和6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。

エ 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、令和6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
【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	特集ページ掲載 ・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
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7年10月、令和8年2月 (2) タイトル 賢い消費者になりましょう (3) 内 容 デジタル遺品・終活（10月） 引っ越し時の注意（2月） ※市内の事業者約530社にメール配信 ※市商工課作成・発行
【ラジオ出演】	FMまつもと（79.1MHz） 1 放送日時 10月30日 午前7時30分～7時45分 2 タイトル 「賢い消費者になりましょう」 3 内 容 ・消費生活センターの紹介 ・デジタル遺品・終活
【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10回発信）
【SNS等による発信】 1 安心メール	安心メール・・・計3回発信 「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」
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

【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 消費者保護啓発チラシ等	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、ウェットティッシュ ボールペン 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 ウェットティッシュ 3 第一地区敬老会 9月19日 100部配布 配布物・・・ウェットティッシュ 4 中央地区ふれあい祭り 10月18日 100部配布 配布物・・・ウェットティッシュ ボールペン 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

	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
【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》 ・ 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） ・ 3月28日 くらし+αの会（10名）
【その他】	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 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 3 消費者被害防止啓発の電车内サイネージ広告 （アルピコ交通 上高地線車内） 設置期間 令和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

	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 ・ 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
	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7年6月30日 開催 第2回 令和8年2月9日 開催
	6 多文化共生プラザとの連携強化 外国人の消費者被害について意見交換、資料提供を実施し、消費生活センターへの相談を促す。
	7 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 ・ 対応困難者への対応力強化 (2) 長野県 ・ 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 図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いかった。

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などで本物が確認しましょう。

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

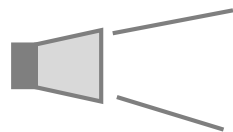
スマホやPCのアカウントに アクセスできる人を指名しておく

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。

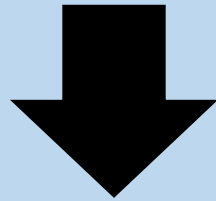
小学生のための かしこい^{しょうひしゃ}消費者入門

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）を受ける人



小学生も消費者です！

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

だいいじなこと

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	



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



自由にお金を使っていたら
なくなっちゃった!





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



自由にお金を使っていたら
なくなっちゃった!



レシート

見本

まちのコンビニ なごみ店

〒〇〇〇ー××× 〇市まち1-2-3

TEL0000-00-0000

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

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**

買い物のルールを知ろう

こんなとき
どうなるの？



お店で間違っ買って買ったノート

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

使っていないノートだから
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

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



大切なこと

商品を比べて「安全」なものを選ぼう

大事なのは
③だね!

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

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

だいじなこと



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
大切だね



「5つのR」でゴミを減らそう



Reduce

リデュース

ゴミを減らす

Reuse

リユース

再利用する

Recycle

リサイクル

再び資源として利用する

Refuse

リフューズ

不要なものはもらわない

Repair

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、使わなくなるときの
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

課金トラブルと未成年取消権

1 相談受付の近況（R 5 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, 6 6 2 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, 1 2 8 件（比率 男：女＝8：2）
 - イ 平均契約購入金額 2 4 1, 5 2 1 円

※ R 7. 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」を話し合ってつくる
- (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)

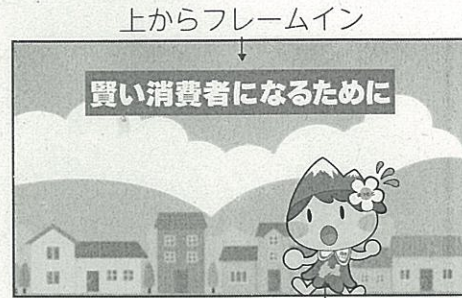


後部広告

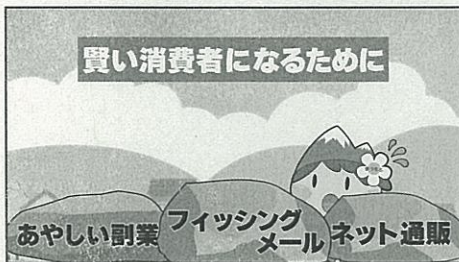
(クーリング・オフ)



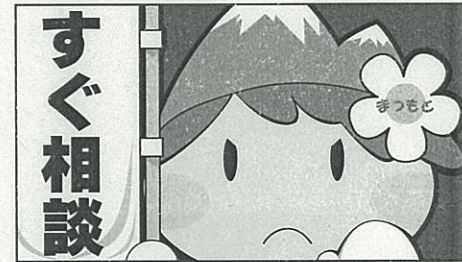
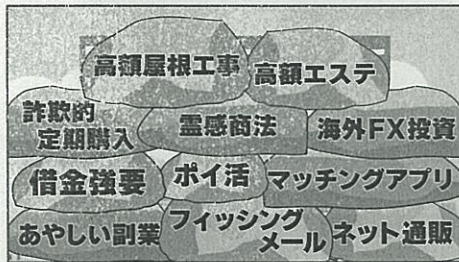
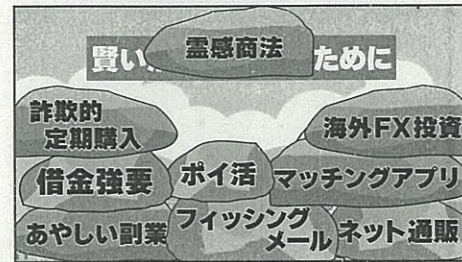
車内デジタルサイネージ用
「賢い消費者になるために」篇



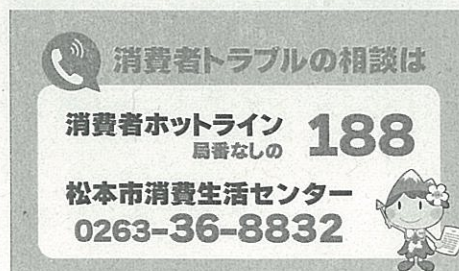
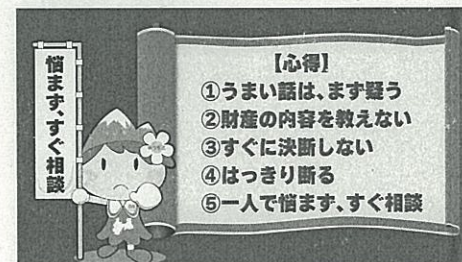
下からフレームイン



上から石が降ってくる



右からフレームイン



令和8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9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 ラジオ放送	FMまつもと（79.1MHz） 1 放送予定 8月27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のほか、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 消費者被害防止啓発用ノベルティ、リーフレット等の配布	ハタチの記念式典や各イベント、出前講座等において、消費者被害防止に向けた周知啓発活動を実施 1 ノベルティの作成 (1) うちわ 2,000個 (2) クリアファイル 2,000個 2 2026新社会人激励のつどい 4月8日 開催 約150部配布 配布物・・・ボールペン、ポケットティッシュ、チラシ「怪しいと気づかなければ悪質商法の思うツボ」 3 松本山雅ホームゲーム・ハタチの記念式典等のイベント調整中

6 消費者教育の実施	1 出前講座 (1) 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 (2) 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 ・ 4月14日 中部電力パワーグリッド(株)松本支社（28名） ・ 5月24日 手話通訳者・要約筆記者研修（24名） ・ 7月22日 シニア大学OBのみなさん
7 その他	1 多重債務者無料弁護士相談会 8月31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 成年年齢引き下げ、クーリング・オフ、定期購入 ※車体後部全面広告2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8年4月～令和9年3月 3 消費者被害防止の上高地線電车内サイネージ広告 (1) 内容 悪質商法の類例、被害防止の心得 (2) 掲示期間 令和8年4月～6月、令和9年1月～3月 4 外国人への消費者被害防止の取組み 多文化共生プラザ等との連携のほか、情報提供や啓発活動に取り組む 5 特殊詐欺（電話でお金詐欺）被害防止啓発活動 ・ 4月15日 八十二長野銀行梓川支店 ・ 6月15日 八十二長野銀行村井支店 6 松本市消費者問題協議会 年2回開催予定 第1回 令和8年6月29日 開催 第2回 令和9年2～3月頃 開催予定

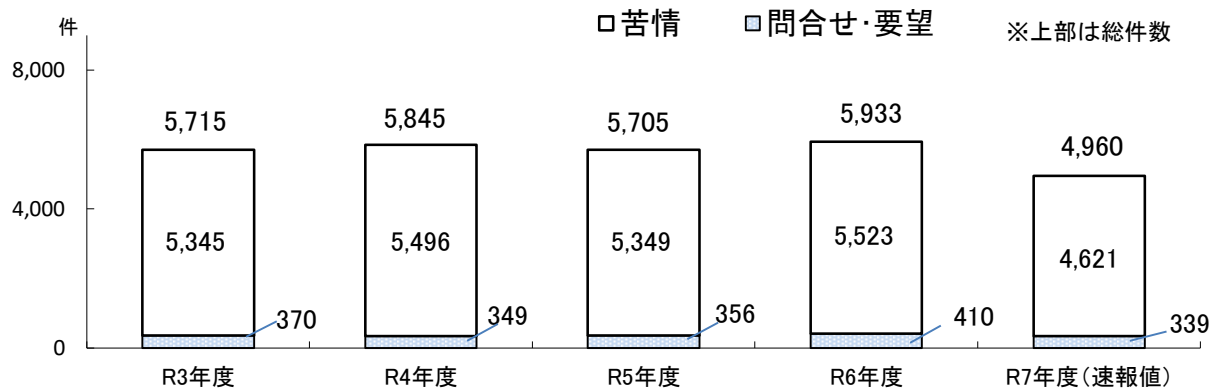


令和7年度 消費生活相談の状況について

(県消費生活センター受付分 集計速報値)

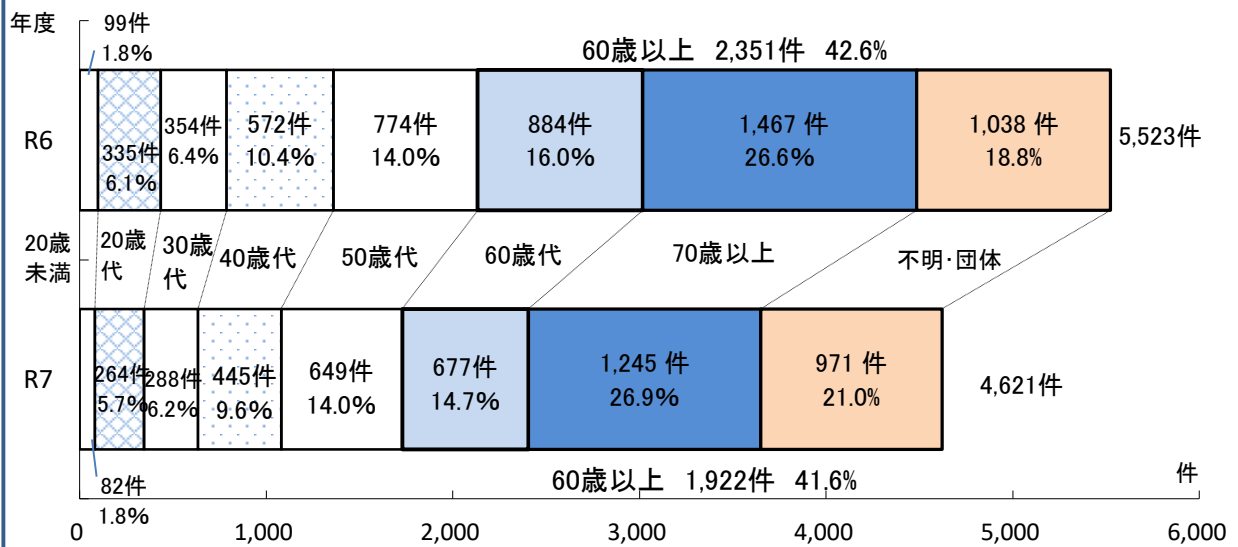
長野県消費生活センター

〔1 相談件数の推移〕

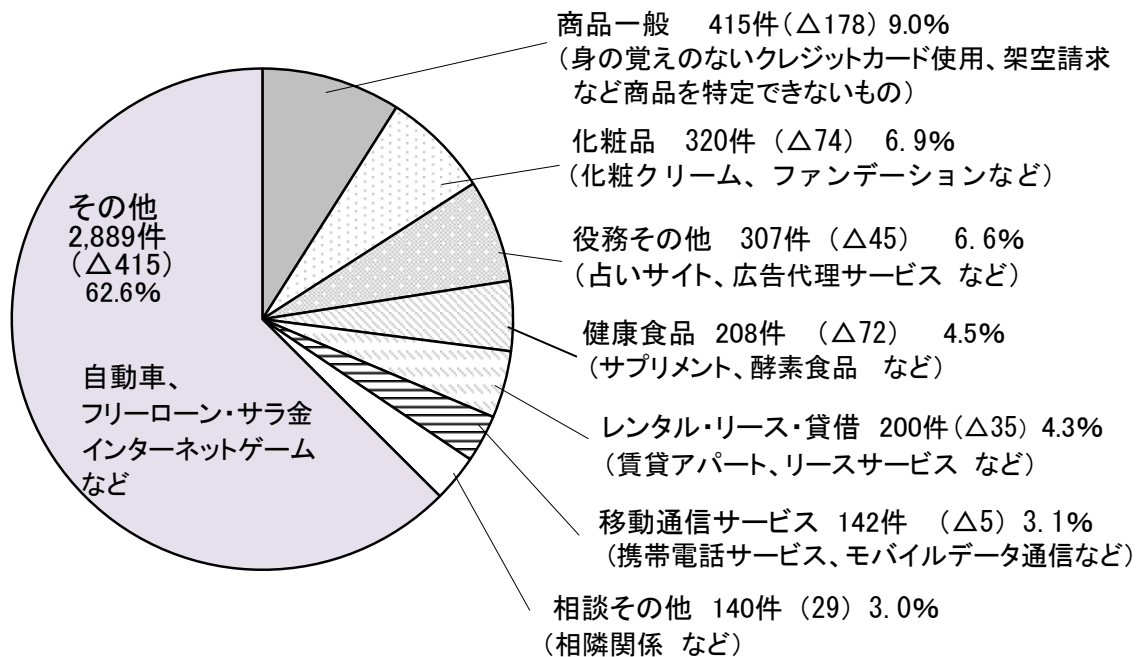


〔2 契約当事者年代別相談(苦情)件数・割合〕

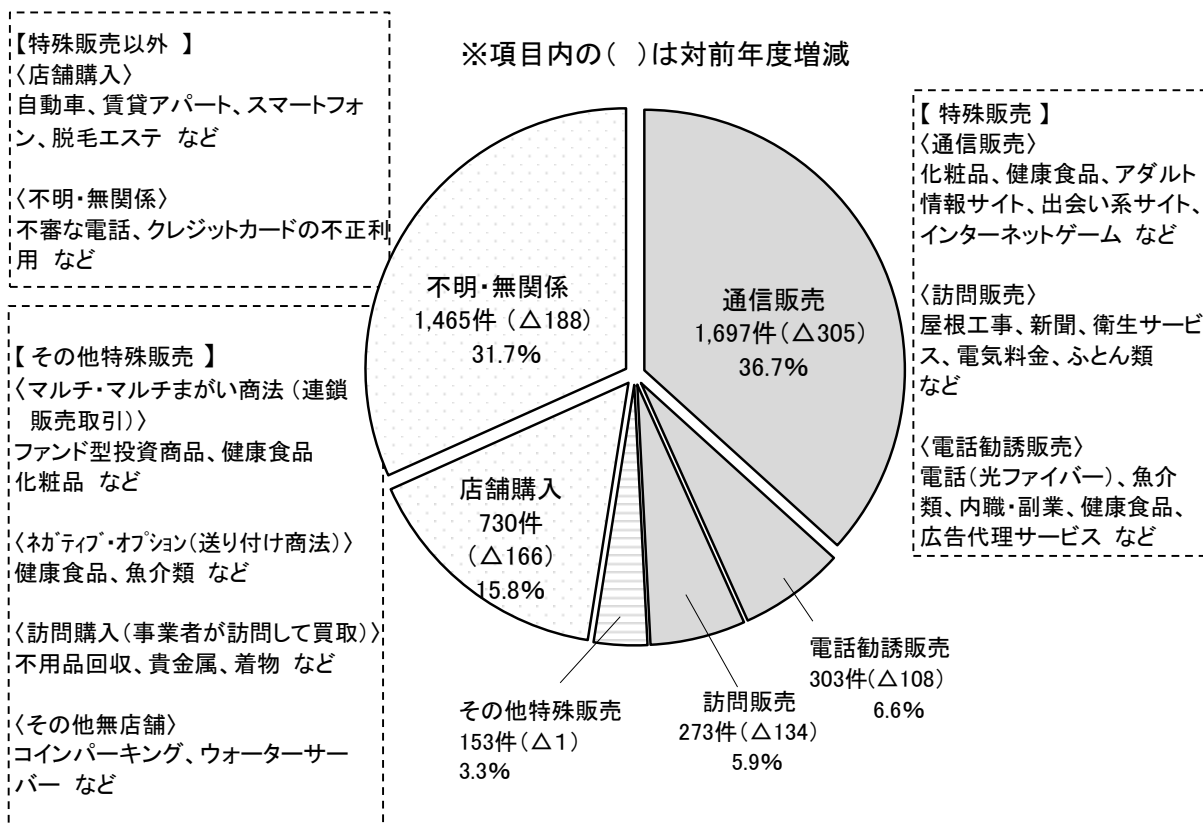
※小数点以下第2位を四捨五入、以下同じ。



〔3 商品・サービス別相談(苦情)件数・割合〕



〔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]

