

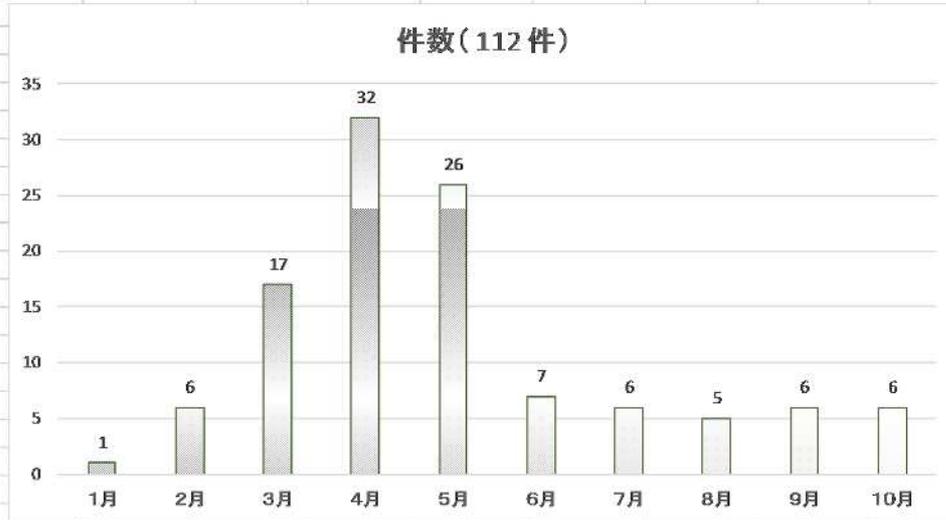
新型コロナウイルス感染症に関する相談受付状況

(令和2年1月31日～10月31日まで)

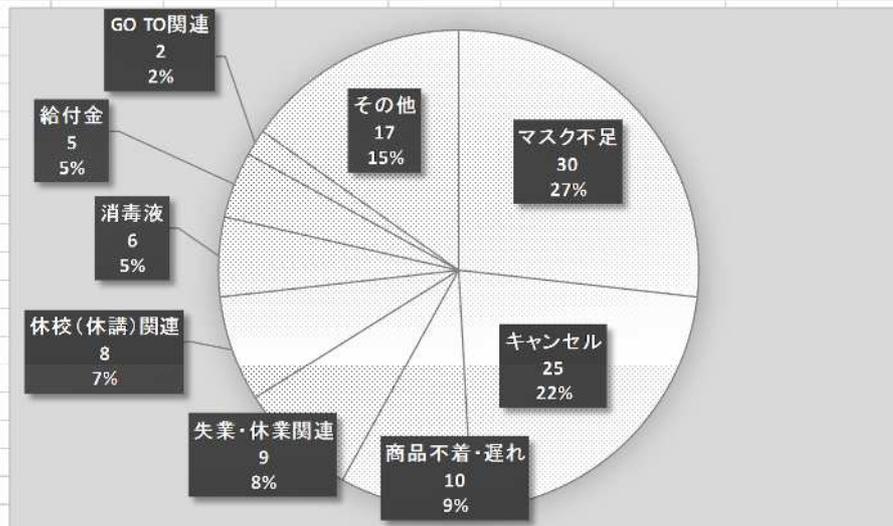
02.12.10
修正版

長野県中消費生活センター

1 相談件数の推移



2 相談内容別の割合



3 主な相談内容

1月～2月	<ul style="list-style-type: none"> -マスク本体、送料が高い(2件) -旅行や宿泊のキャンセル料が高い(3件) など
3月～4月	<ul style="list-style-type: none"> -マスク本体、送料が高い、買えない(16件) -結婚式、コンサート、旅行、塾のキャンセル料が高い(11件) -インターネットで注文した商品が届かない(4件) -休校中のオンラインゲームの課金について(1件) など
5月～6月	<ul style="list-style-type: none"> -マスクが買えない、海外から届くのが心配など(8件) -結婚式や二次会のキャンセル料が高い(4件) -インターネットで注文した商品が届かない(6件) など
7月	<ul style="list-style-type: none"> -マスクの臭いが気になる(2件) -海外旅行のキャンセル(2件) など
8月	<ul style="list-style-type: none"> -プレミアム商品券の販売方法について(1件) -PCR検査の料金の負担について(1件) など
9月	<ul style="list-style-type: none"> -延期や中止になったコンサートチケットの払い戻しについて(2件) -Go Toトラベルの給付金について(1件) など
10月	<ul style="list-style-type: none"> -持続化給付金の不正受給について(2件) -Go Toトラベルの地域共通クーポンについて(1件) など

令和2年度松本市消費者保護事業報告

事業計画内容	現在までの取組状況
<p>1 広報紙等への掲載 広報まつもとへの記事掲載 新聞情報誌へ掲載</p>	<p>特集ページ1頁×年2回(8月、2月) コラム欄「賢い消費者になるために」 (4月、7月、10月、1月) 新聞情報紙への啓発記事の掲載 内容 消費生活相談事例等の紹介と注意喚起 信濃毎日新聞社 情報紙「MGプレス」</p>
<p>2 松本市公式ホームページ ホームページの内容の情報更新(随時更新) 注意喚起のため情報提供</p>	<p>国民生活センター配信の「見守り新鮮情報」 など注意喚起情報を更新 「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)に送信</p>
<p>3 啓発冊子作成配布 「賢い消費者になるために」(悪質商法啓発 冊子)作成し、街頭啓発、消費者教育、若年層 向け消費者教育冊子作成 市内中学生に配布のほか、出前教室(消費者 教育)にて教材として使用</p>	<p>JR松本駅において啓発配布 松本山雅ホームゲームにて啓発配布の予定 成人式対象者に配布予定 市内中学3年生へ卒業前に配布予定</p>
<p>5 街頭啓発 松本市消費生活センターによる街頭啓発 特殊詐欺被害防止対策会議(消防防災課所 管)による年金支給日街頭啓発</p>	<p>JR松本駅において啓発配布 松本山雅ホームゲームにて啓発配布の予定 年6回偶数月の15日に参加できず</p>
<p>6 消費者教育 専門相談員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 賢い消費者「智恵の話」会の開催 悪質商法等の消費者被害防止の取組みに啓 発寄席を開催について 中学生以下の若者を対象とした講座(消費者 教育)の実施 ア 小学生対象で実施予定 「糖度計を使って調べてみよう！」</p>	<p>～ 新型コロナウイルス感染症の影響に より上半期実施できず、現在も実施見合わせ</p>

事業計画内容	現在までの取組状況
イ 中学校で前教室実施 ウ 保育園出前講座実施	
7 その他 第 45回松本市消費生活展 開催日時 10月3日(土) 会場 あがたの森文化会館 本館・正面通路 参加団体 20団体 多重債務者無料弁護士相談会 消費者被害防止のバス広告 車体背面広告2台予定(市内主要路線) 掲示期間 令和2年4月～令和3年3月	新型コロナウイルス感染症の影響により中止 8/27・10/29に実施 車体背面と戸袋面へ広告
8 協議会における昨年度の意見 消費者を取り巻く情報通信社会の複雑化、多様化を背景に、特殊詐欺被害を含め増加傾向があり注意が必要 若年者が利用しやすい相談環境の整備が必要で、県教育委員会でもSNSを使った相談窓口を開設し、相談件数は増加傾向にある。 高齢者、障害者の方の消費者被害の相談が増えています。インターネット、SNS等による詐欺被害が多く、福祉とのつながりは大事だと感じる。	悪質商法や特殊詐欺に遭わないためにも、被害防止の充実に努め、消費生活相談を引き続き対応していきます。 成年年齢引き下げに伴い、若者が詐欺被害にあう、新しい手法でターゲットになりやすいことにおいて、消費者の自立を支援するために、引き続き小学校・中学校で実施している出前教室や、地域での積極的な出前講座の実施など、子どもから高齢者まであらゆる世代に積極的に消費者教育事業を展開予定でしたが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施できておりませんので、昨年同様継続していきます。 高齢者や障害者の方の相談が増えていることに関しては、松本市高齢者・障害者虐待防止ネットワーク協議会と、松本市防犯推進会議において、消費者部門と福祉部門が連携し、情報共有を図り、被害防止について地域における見守りと啓発活動を実践します。 相談業務においては、県の消費生活センター、県内各市の消費生活センターと連携し、消費生活相談内容の情報共有を図り、消費生活における相談を引き続き対応していきます。

令和2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

情報通信社会の複雑化、多様化を背景に増加傾向にある、悪質商法、特殊詐欺等の消費生活相談に対し、専門相談員2名により消費者への助言、個人の消費者と事業者間のトラブル解決のための斡旋、市民への消費生活情報の提供などを行っています。

相談件数

R1 - R2 (4 ~ 9月比較) 相談件数 販売形態 年齢										
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	R2	1	9	17	21	25	22	26	0
R1		0	9	26	34	37	47	42	7	202
前年度比較		1	0	9	13	12	25	16	7	81
			100.0%	65.4%	61.8%	67.6%	46.8%	61.9%	0.0%	59.9%
訪問販売	R2	0	1	5	7	7	7	8	8	43
	R1	0	2	13	12	8	22	19	3	79
	前年度比較	0	1	8	5	1	15	11	5	36
			50.0%	38.5%	58.3%	87.5%	31.8%	42.1%	266.7%	54.4%
通信販売	R2	8	33	37	42	37	47	42	4	250
	R1	4	13	34	35	29	32	18	6	171
	前年度比較	4	20	3	7	8	15	24	2	79
		200.0%	253.8%	108.8%	120.0%	127.6%	146.9%	233.3%	66.7%	146.2%
マルチ・マルチまがい (連鎖販売取引)	R2	0	0	3	2	0	1	1	0	7
	R1	0	1	0	1	1	1	0	0	4
	前年度比較	0	1	3	1	1	0	1	0	3
			0.0%		200.0%	0.0%	100.0%			175.0%
電話勧誘販売	R2	0	2	6	4	9	11	15	4	51
	R1	0	2	4	8	3	16	27	5	65
	前年度比較	0	0	2	4	6	5	12	1	14
			100.0%	150.0%	50.0%	300.0%	68.8%	55.6%	80.0%	78.5%
ネガティブ・オプション (送りつけ商法)	R2	0	1	2	1	1	3	5	0	13
	R1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	前年度比較	0	1	2	1	1	3	5	0	13
訪問購入	R2	0	0	0	0	1	1	1	0	3
	R1	0	0	0	2	1	2	0	0	5
	前年度比較	0	0	0	2	0	1	1	0	2
					0.0%	100.0%	50.0%			60.0%
その他無店舗	R2	0	0	0	1	0	0	1	1	3
	R1	0	0	1	0	0	0	2	0	3
	前年度比較	0	0	1	1	0	0	1	1	0
				0.0%				50.0%		100.0%
不明・無関係	R2	0	4	9	15	27	24	32	7	118
	R1	0	1	9	30	29	49	69	6	193
	前年度比較	0	3	0	15	2	25	37	1	75
			400.0%	100.0%	50.0%	93.1%	49.0%	46.4%	116.7%	61.1%
合計	R2	9	53	80	99	117	130	144	24	609
	R1	4	31	96	139	131	209	218	28	722
	前年度比較	5	22	16	40	14	79	74	4	113
		225.0%	171.0%	83.3%	71.2%	89.3%	62.2%	66.1%	85.7%	84.3%
架空請求	R2	0	3	1	6	10	14	13	0	47
	R1	0	3	9	17	23	40	41	1	134
	前年度比較	0	0	8	11	13	26	28	1	87
			100.0%	11.1%	35.3%	43.5%	35.0%	31.7%	0.0%	35.1%

- 1 その他無店舗 知人宅やファミリーレストランなど営業所以外の場所で勧誘を受け、購入や契約をするもの
- 2 不明・無関係 どのような販売購入形態で入手したかわからない場合や、贈答品などで入手方法が不明なもの
- 3 架空請求 不特定多数の者に対し架空の料金請求や、偽の裁判通知などの文書などを送付して、現金を振り込ませる方法などでだまし取るもの

販売購入形態について

- ア 消費生活センターに寄せられている相談件数は 609 件で、昨年度に比べ 113 件の減(前年比 84.3%)となりました。
- イ 相談件数減少の要因として、架空請求の相談が昨年度 134 件から 47 件(前年比 35.1%)に減少したことがあげられ、特にハガキによる架空請求が減少しました。
- ウ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、インターネット等による通信販売や、注文をしていないマスクが届くなど、商品を一方的に送りつけるネガティブオプション(送りつけ商法)が、格段に増えています。

架空請求の性別・年代別相談件数

R2(4～9月)相談件数_架空請求_販売形態_年齢										
		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)	合計
店舗購入		0	0	0	0	0	0	0	0	0
訪問販売		0	0	0	0	0	0	0	0	0
通信販売		0	2	1	3	4	8	10	0	28
マルチ・マルチまがい		0	0	0	0	0	0	0	0	0
電話勧誘販売		0	0	0	0	0	1	0	0	1
ネガティブ・オプション		0	0	0	0	0	0	0	0	0
訪問購入		0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他無店舗		0	0	0	0	0	0	0	0	0
不明・無関係		0	1	0	3	6	5	3	0	18
計		0	3	1	6	10	14	13	0	47

- ア 架空請求の相談は、50歳代以上の方が多い傾向にあります。
- イ 新型コロナウイルス感染症の影響もあり、ハガキを使った架空請求の相談は減少しました。

販売購入形態の種類

店舗購入

店舗で購入した。店舗とは言わない展示会、営業所などの場所でも、消費者が出向いた場所で役務や商品の契約をする販売方法。

訪問販売

商品の販売員が直接顧客を訪問するなど、店、営業所以外の場所で提案、勧誘、説得等の活動を行う販売方法。

通信販売

郵便、電話、コンピューターネットワークその他の通信方法で直接顧客から売買契約の申し込みを受け、郵送、宅配、インターネット等の方法で注文の商品を引き渡す販売方法をいう。

マルチ・マルチまがい(連鎖販売取引)

購入者が販売員にもなって、新たな購入者を増やすことにより特定利益を受ける販売方法。ネットワークビジネスと呼ばれることもある。

電話勧誘販売

事業者が電話をかけて勧誘を行い、消費者に電話で契約の申し込みや締結をさせる商品・サービスの販売方法

ネガティブ・オプション(送りつけ商法)

注文を受けていない商品を一方的に送りつけ、その人が断らなければ買ったものとみなして代金の支払いを強引に迫る販売方法である。

訪問購入

業者が個人宅など営業所以外の場所で、物品を買い取ること。(押し買いともいう)

その他無店舗

知人宅やファミリーレストラン、集会所など営業所以外の場所で勧誘を受け、契約を締結させること。

不明・無関係

どのような販売購入形態で入手したかわからない場合や、贈答品などで入手方法が不明なもの。個人間の支払い等で商品・役務に関係ないもの

架空請求

販売購入形態ではないが相談件数が増加したため項目を別に設けたもの。

不特定多数の者に対し架空の料金請求や、偽の裁判通知などの文書・メールなどを送付して、現金を振り込ませたり、電子マネーの購入などの方法によりだまし取るもの。