

デジタル空間における
情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会
～消費生活相談から考える問題～

2023年11月7日(火)
(公社)全国消費生活相談員協会
増田 悦子

公益社団法人全国消費生活相談協会

1977年 消費者問題の専門家組織「国民生活センター消費生活相談員講座終了者の会」として発足

1987年 社団法人全国消費生活相談員協会（経済企画庁所管、現在消費者庁）

2007年 適格消費者団体として認定（内閣府認定）

2012年 公益社団法人全国消費生活相談員協会

全国の自治体等の消費生活相談窓口で、相談業務を担っている消費生活相談員を主な構成員とする団体です。

全国6支部で活動

会員数 約1600人（消費生活相談員）

主な活動

- ▶ 全国3カ所の事務所で**週末電話相談**を開設
- ▶ **電話相談110番**を実施
- ▶ **適格消費者団体**として、消費者から寄せられた事業者の不当勧誘、不当表示、不当条項等に対して差止請求を行う
- ▶ **消費生活相談員のレベルアップ**のために各種研修等の実施
- ▶ 全国の消費者への**消費者教育**を実施
- ▶ 各省庁等への要望や提言、パブリックコメントへの**意見表明**等の活動
- ▶ 国の審議会をはじめ行政、業界団体等の各種委員会等において消費者の声を伝える消費者委員としての活動
- ▶ **事業者、業界団体、各省庁**との意見交換、研修会の開催

2022年度 本協会意見書

2023年2月23日 「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」告示案及び「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」運用基準案に関する意見

2023年2月17日 「大阪市消費者教育推進計画（素案）」に対する意見

2023年2月11日 「犯罪予防や安全確保のためのカメラ画像利用に関する有識者検討会報告書（案）」に関する意見

2022年12月27日 「特商法等の書面の電子化に関する政省令案に対する意見」

2022年12月14日 「ステルスマーケティングに関する検討会報告書（案）」に関する意見

2022年10月31日 「新たな携帯電話用周波数の割当方式に関する検討会取りまとめ」（案）に関する意見

2022年10月21日 「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律の施行に伴う関係政令の整備等に関する政令（案）」等に関する意見

2022年9月30日 「東京都消費生活基本計画（素案）」に対する意見

2022年9月1日 「相続等により取得した土地所有権の国庫への帰属に関する法律施行令案」に関する意見

2022年6月8日 「モバイル・エコシステムに関する競争評価 中間報告」及び「新たな顧客接点に関する競争評価 中間報告」に関する意見

2022年5月13日 「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」の一部改正案及び「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」の一部改定案に関する意見

2022年4月6日 「消費者基本計画一部改定素案」に関する意見

詐欺サイト

昨日、通常3万円のビジネスバックを1万円で販売していたサイトを見つけ申し込みをした。クレジットカード払いを選択したが、現金払いのみであると連絡が来た。仕方なく指示された銀行口座に振り込んだ。口座名義人が中国名と思われたので疑問を感じた。現在申し込んだサイトはネット上から消えているし、確認メールが来たが連絡ができない。(男性 60歳代)

詐欺サイトへの対応

- ・ 詐欺サイトで契約した相談は多く、2022年版消費者白書にも指摘がある。
- ・ 相談対応では、クレジットカードで支払った場合は、クレジットカード会社に事情を説明して、対応を求めるよう助言する。
- ・ 銀行口座に振り込んでしまった場合は、振り込め詐欺救済法について説明し、振込先銀行と警察に早急に連絡するよう助言する。

[2022年12月21日:国民生活センター公表]

通販サイト、カード会社、宅配便事業者などをかたる偽SMS・メールに警戒を！
—身近な事業者からの不安なメッセージ、じつは危険な“フィッシング”かも—

通販サイト、カード会社、宅配便事業者などをかたる偽SMS・メールに警戒を！
—身近な事業者からの不安なメッセージ、じつは危険な“フィッシング”かも—

通販サイト、クレジットカード会社、宅配便事業者などの実在する組織をかたり、パスワードやID、暗証番号、クレジットカード番号などの個人情報を詐取るフィッシングに関する相談が寄せられています。

偽SMS・メールの内容(例)

- 「支払い方法に問題がある」
- 「不正利用が確認された」
- 「カードの不正な取引があった」
- 「支払いが滞っている」

おせらず 対応! **トラブルに遭わないために・・・**

- メールやSMSに記載されたURLには **安易にアクセスしない**
- フィッシングサイトにアクセスしてしまっても **個人情報絶対に入力しない**
- クレジットカード情報などを入力してしまったら **すぐにカード会社などに連絡する**
- 日ごろから **ブックマークした正規のURLや正規のアプリからアクセスする**

不安に思った場合は、消費者ホットライン「188」へ!

国民生活センター (2022年12月)

定期購入

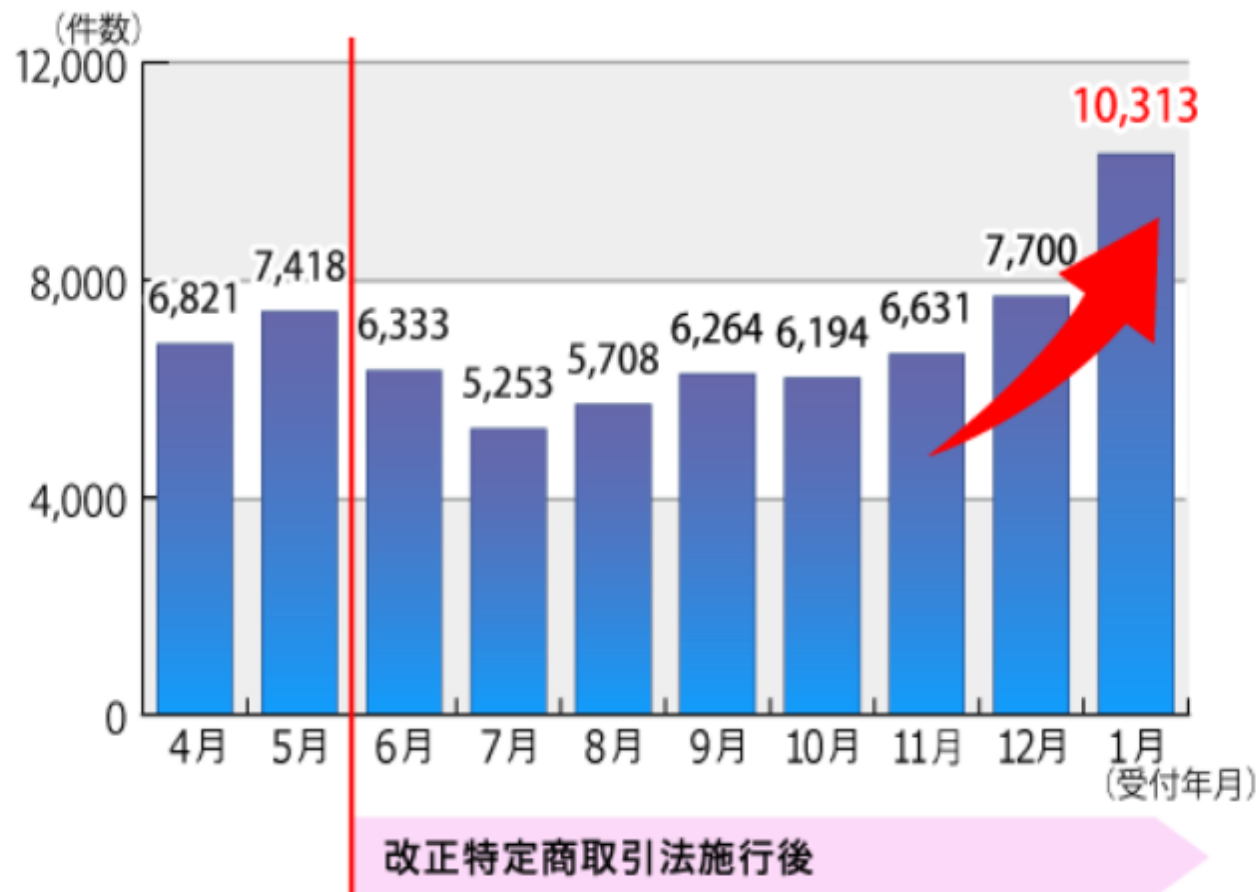
1週間前、SNSに広告掲載していた会社で、初回2500円の化粧クリームをコンビニエンスストアの後払いで購入した。定期コースだがいつでも解約できると記載があったので、初回商品が届いた数日後、解約のため電話をかけた。オペレーターにはつながらなかったため音声ガイダンスに従って解約を販売会社に通知すると、代金2500円をコンビニエンスストアで払った後、通常価格との差額8500円を払うように案内があった。申込画面には、差額の支払いの記載は無かったと思う。(女性 50歳代)

定期購入の問題点

- ・ 解約の条件などが小さな文字で書かれているサイトもある。規約がウインド内に書かれていてスクロールして見なければならない、拡大できない等もある。
- ・ SNSや動画サイトの広告で「縛りなし」などの情報がインプットされているためか、最終確認画面を十分確認できていないのではないかと考えられる。
- ・ 申し込み後にクーポンを利用するなどのポップアップが表示され、クリックすると縛りのある定期購入契約に変更されていたなどのダークパターンもある。
- ・ いつでも解約できると書きながら電話が繋がりにくい、無料メッセージアプリでの解約を案内されるなど解約しにくい。
- ・ 消費者は画面の保存をしていることは少ない。キャンペーンや契約者向けの契約変更の画面は再現が困難。通信販売に取消権はできたが画面保存がないと事業者交渉しにくい。

定期購入の相談は法改正後も増加している

図2. PIO-NET (注2) にみる通信販売での「定期購入」に関する相談の受付月別推移 (2022年度)



国民生活センターHPより
https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20230315_4.html

デジタル勧誘 副業・投資

- ① 5か月前、ネットで副業を検索してアフィリエイトのサポートをする業者のホームページを見つけて登録し、メールで送られたURLからオンラインで説明を受けた。2回目の説明でアフィリエイトのサポートを契約し、40万円のクレジット契約をした。契約書面が送信され、クーリング・オフの記載があったので、唯一の連絡手段のチャットアプリで契約解除を伝えたが返金がなかった。仕方なくそのままサポートを受けたが、稼げず契約期間3ヶ月が経過した。返金を求めたいがチャットアプリは既に使用できない。ローンは1回延滞し親に気付かれた。(男性 10歳代)
- ② 半年前、SNSで知り合ったAから暗号資産投資を勧められ、外国の取引所に口座開設し、国内の取引所で60万円分の暗号資産を購入して送金した。すぐに100万円に増えたが、Aから、「引き出すためには140万円送金しないと口座凍結される」と言われ、暗号資産を購入して送金した。その後「90営業日待つ必要がある。200万円送金すればすぐできる」と言われたが送金しなかった。Aとは連絡が取れなくなり取引所のサイトは開けなくなった。他の連絡先は不明だ。契約書等は何もない。(男性 50歳代)

デジタル勧誘の問題点

- ・ 動画やメッセージだけで契約に至った場合、電話勧誘や店舗外販売と同様の問題があると考えられるが「勧誘していない、通信販売である」と主張される。
- ・ チャットやメッセージアプリでの勧誘も、現在の消費者トラブルの実態から考えると電話勧誘販売と同様と考えられ、電話勧誘と同様の規制が必要。
- ・ 動画投稿サイトから誘引されることが多いが、動画投稿サイトの監視、管理ができていない。営業を禁止しているSNSもあるが、SNSで勧誘されている。
- ・ 取引DPF法では、第5条に開示請求権があるが、SNSは取引DPFに該当していないため開示請求はできない。SNSにおいても何らかの対応が必要。

消費生活相談からのまとめ

- ・ 消費者はサイト、情報の真偽が確かめられていない
- ・ ネットの情報を信用する傾向があり、真偽を確かめる方法を知らない。
- ・ インターネット上の細かい規約を確認できていない
- ・ デジタル契約について法律が追いついていない

などの問題がみられます。

情報流通の健全性確保は、喫緊の課題です。

デジタル空間における情報流通の健全性について

①情報元の信頼性について、消費者が確認できる方策

ファクトチェック機関への支援

偽サイトへの対応

②表現の自由、知る権利についての理解

③青少年保護・利用者保護

ICTリテラシーの向上

インターネットの基本的な仕組みについての教育、啓発

フィルターバブルによって、繰り返し同種のトラブルに遭う

エコチェンバーによる考え方の偏り

各ステークホルダーの役割

① デジタルプラットフォーム事業者

透明化法、取引DPF消費者保護法の対象範囲を拡大する。

偽情報・誤情報の削除を行う

取引DPF提供事業者による消費者への啓発

② 生成AI事業者 AI利用の事業者

生成AIを提供する、AIを利用するにあたっての基本的理念の遵守

③ 仮想空間関係事業者

透明化法、取引DPF消費者保護法等と同様の(努力)義務を果たす

メタバースにおける基本的理念、ルールの制定

④ 通信・放送事業者

偽情報・誤情報についての通知を受けた場合に確認し削除等の対応をする

⑤ 利用者

ICTリテラシーの向上 教育者の育成

若年者、親への教育、情報が届きにくい高齢者への啓発

⑥ 政府・自治体など