

「お金の話～人生、お金につまずかないために」～消費者教育教材資料表彰2025優秀賞受賞～



本部金融委員会・消費者教育支援室



NACSで制作した「お金の話～人生、お金につまずかないために」が(公財)消費者教育支援センターの消費者教育教材資料表彰にて優秀賞を受賞しました。本冊子はこの一冊で、最近起きているお金をめぐるトラブルを知り、トラブルに強い消費者となることができ...



通信販売トラブルなんでも110番 実施の要案内 ～定期購入、海外通販、サブスク(定額制サービス)、詐欺サイトのトラブルなどなど～

本年度のNACSなんでも110番は、次々と新しい問題が発生する通信販売のトラブルについて、今一度目を向け、ダークパターンにより消費者の意図せぬ契約に誘い込む手法、虚偽・誇大広告、オンラインモールにおけるトラブル、隠れBと言われる消費者を装う事業者の問題、偽造品や模倣品、法令に違反した商品の流通、海外事業者との取引、決済機能の多様化など、通信販売に関する様々な相談を幅広く受け付けます。実施後は受け付けた相談内容をもとに関係諸機関に対し、情報提供や提言を行ってまいります。またこれら多くの事例を、今後のNACSでの消費者教育の教材作成や講座の情報としても活用いたします。通信販売のトラブルに関する消費者の声を、一人でも多く110番にお寄せいただきたく、皆さまのご協力をお願い申し上げます。



(110番実行委員会)

消費者庁より新長官にご来訪いただきました

7月11日、新たに消費者庁に着任された堀井奈津子長官、日下部英紀次長、飯田健太政策立案総括審議官がNACS事務所に訪問いただき、河上会長、丹羽副会長等と懇談されました。



左から 原理事、米山常務理事、飯田総括審議官、河上会長、堀井長官、日下部次長、丹羽副会長

【堀井長官】平成2年3月東北大学法学部卒業、同年4月に労働省へ入省。消費者庁消費者制度課長や厚生労働省雇用環境・均等局長、厚生労働省人材開発統括官等を歴任し、令和7年7月に消費者庁長官に着任。【日下部次長】平成3年3月東京大学経済学部卒業、同年4月に経済企画庁へ入庁。消費者庁総務課長や消費者庁審議官、外務省大臣官房審議官等を歴任し、令和7年7月に消費者庁次長に着任。【飯田政策立案総括審議官】平成4年3月東京大学法学部卒業、同年4月に通商産業省へ入省。経済産業省大臣官房会計課長や中小企業庁事業環境部長、中小企業庁次長等を歴任し、令和7年7月に消費者庁政策立案総括審議官に着任。

インフォメーション

●公開講座開催のお知らせ

「2025年度消費者志向NACS会議」を下記の通り開催します。どなたでも参加いただけます。日時：2025年11月5日(水) 14:00～16:10 テーマ：「消費者志向経営に取組む企業の体制づくり ～CXとEXの好循環～」講師：日本航空(株) 田中雄作氏、(株)パロマ 近藤貴史氏 参加方法：会場、もしくはオンライン(zoom) ハイブリッド 受講料：無料 申込締切：10月29日(水) 講座の詳細および申込方法については、NACSホームページをご確認ください。 https://nacs.or.jp/course-event/course/3815/



編集後記

子どものおこづかいとその使い道について、ロビー活動が定期的に行われる我が家。キャッシュレス時代の「収支の見える化」は、思春期を迎えた親子の対話チャンスと我が身に言い聞かせる毎日です。言うは易し行は難し。(山地) スマホさえあれば支払いに不便を感じなくなりましたが、飲食店では注文もスマホで済ませることが増えました。アナログ人間にもキャッシュレス化とデジタル化の波が押し寄せていることを実感する秋です。(毛利)

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 〒102-0071 東京都千代田区富士見2-4-6 宝5号館2F TEL. 03-6434-1125 FAX. 03-6434-1161 編集責任者 坂倉忠夫 広報委員長 山地理恵

【特集】進むキャッシュレスと多様化する支払手段

消費者の「支払手段の多様化」に際して考えること



立命館大学教授 谷本 圭子

民法や消費者法を研究していると、生身の人間がどのように生活しているかを考えることも多い。自らの消費生活では、数軒のお気に入りカフェに通い、お気に入りの居酒屋も何軒かある。すべてのお店が現金払いオンリーである。これらのお店はとて美味しくて居心地が良く、近所の住人にも観光客にも人気がある。老舗ではないが10年近く安定的に営業されていて、感じの良い比較的若い店主のお店である。もちろん、現金払いの店を選んで通っているわけではない。

お店がキャッシュレス決済を導入すると、売上げの3%など手数料がかかる。消費者には「便利」「ポイントがもらえる」というインセンティブが働くので消費者に「選ばれる」ことを目指して、キャッシュレス決済を導入することが想定される。

しかし、消費者を「選択」に導くのは、「お店の雰囲気を含めたサービスと商品の価値」であることも多い。「気に入った雰囲気の中でそこにしかない商品やサービスを得たい」という理由で消費者は「選択」をする。だからこそ、店主は店づくりに創意工夫を凝らす。先に述べたお気に入りのお店は、「お店自体の価値」で勝負し、消費者に選ばれている。そのお店を選ぶ際、消費者はだれも「便利さ」や「ポイント」を望んではない。そういえば、毎日観光客が何十人と長蛇の列をなしているあの有名老舗店も、現金払いオンリーである。

消費者は「お店自体の価値」で勝負しているお店を、心から「信頼」して、リピーターとなり、まさに消費者と事業者の「共創」が実現している。

そのような消費生活は、人間の心を豊かにして人間同士のつながりを創るものであり、オンライン取引がどれだけ普及してもなくなるであろう。そこでは人間同士の顔が見える「シンプルな商品・サービスの提供と支払」が行われている。

他方、一瞬で購入ができるオンライン取引、大量生産品の販売店や短時間で食べ終わるファストフード店、高額商品取引では、「便利さ」や「ポイント」を消費者も望む。販売店にとっては、特にオンライン取引ではキャッシュレス決済のメリットは大きい。

キャッシュレス決済というのは、消費者が向かい合うべき契約相手が、複数になるということである。もっとも、その基本は「商品販売とその支払」であることに変わりはなく、「商品」と「支払」という狭い対価関係に、別の事業者が利益を求めて入り込んでいる。消費者からは、決済事業者の顔は見えない。それでも少し前までは販売者の顔は、消費者に大体は見えていた。現在のオンライン取引では、商品販売者も決済事業者も、どちらの顔も見えない。しかも、「商品」の実態も見えない。「信頼」できる対象が何もない世界ともいえる。消費者は人間であり「信頼」なしに安心な消費生活を送れない。オンライン取引では「信頼」を、「商品販売」と「支払」の両面からルールにより整備するほかない。そうしてはじめて消費者は安心できる。

もちろん、お店がキャッシュレス決済を導入するかは別の話である。これもまた「支払手段の多様性」の一側面なのであろう。

キャッシュレス化の進展とフィンテックの役割

株式会社マネーフォワード執行役員 CoPA(Chief of Public Affairs)兼 Fintech 研究所長
一般社団法人電子決済等代行業者協会 代表理事

瀧 俊雄氏



家計簿アプリのパイオニアであるマネーフォワード社の創業メンバーであり、フィンテック研究者や電子決済等代行業の団体代表として様々な政策提言をされている瀧俊雄氏をお招きし、キャッシュレスの進展やフィンテックの普及が私たちの消費生活にどのような変化をもたらしてきたのかを振り返るとともに、今後の課題についてお聞きしました。

Q：マネーフォワードという社名に込められた創業の想いと、貴社の事業内容について簡単にご紹介いただけますか。

当社は「お金を前へ。人生をもっと前へ。」をミッションとして、2012年に男性8人で創業したおじさんベンチャーです。お金には不安や不確実という後ろ向きなイメージが付きものですが、お金を一つのツールとして使えるようにすることで、お金も人生も前向きなものにするという願いが、この社名には込められています。

現在、当社の家計簿アプリは1700万人の方にダウンロードいただいております。現在は70万人のお客様に有料のサブスクリプションをご利用いただいております。家計簿アプリは当社のもが一番利用されていると思いますが、家計簿アプリを中心とする個人向けのお金に関する管理サービスは売上の約2割弱であり、企業の家計簿ともいえる会計ソフトやクラウドが主力となっています。

Q：家計簿アプリの仕組みについて教えてください。

家計簿は家計管理において非常に有効なツールですが、従来の紙ベースの家計簿は「生真面目さ」故に挫折しやすく長続きしにくいものでした。そうした中で起業できた背景には、2000年前後から、複数の金融機関が保有する情報を一元的に保持・表示する「アカウントアグリゲーション(口座情報集約機能)」という技術が出てきたことがありました。そして、創業当時はスマートフォン(以下、スマホ)の普及率が急速に伸びた時期でもあり、努力や高い志がなくてもアプリがあれば情報の集約化が出来るのではないかと、ある種のチャレンジが「お金の見える化を提供するツール」としてうまくいったのではないかと思います。加

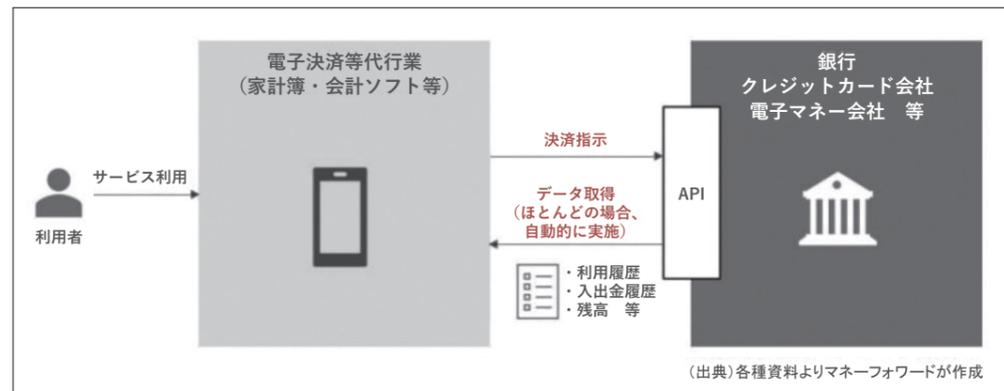
えて、あとでご説明しますが、2018年施行の銀行法改正で、いわゆるオープンAPI*という仕組み(図表)が開発され、銀行やクレジットカード、証券会社などの金融機関の口座のログインIDやパスワードを預かることなく、金融機関と連携ができるようになりました。このように、家計簿アプリという手間いらずの便利な家計管理のツールの安全な提供は、いわゆるフィンテック(Fintech)のおかげで実現したと言えます。

*API化(Application Programming Interface)とは、銀行以外の者が銀行のシステムに接続し、その機能を利用することができるようにするためのプログラムを提供し、銀行システムへのアクセスを許諾すること。

フィンテックは、ご存知のように金融(Finance)と技術(Technology)を組み合わせた造語で、ITを活用した金融サービス事業を指しますが、そもそも金融は情報産業です。そして、フィンテックが台頭した背景にはスマホの普及があったと言えます。つまり、誰でもどこでもいつでもできてしまう期待値が社会に生まれたので、当然それが金融にも波及してきたと思っています。また、Eコマースの拡大により即座に決済したいという需要が生まれたことも、フィンテックやキャッシュレス推進の原動力になっているのではないのでしょうか。

Q：わが国のキャッシュレス普及率は2018年の24.1%から2024年は42.8%となり、2025年までに4割とする政府目標を前倒して達成することができました。フィンテックをリードされてきたお立場から、この間の変化を振り返っていただけますか。

支払いや管理が簡単になったというだけでなく、特に企業にとっては売上・会計データ管理が大幅に効率化でき、人手不足にも対応できるなど、社会全体のメリットが大きかったと思います。こうしたキャッシュレス化を支えたのはフィンテックであり、特にさまざまな便利なツールが



安価に利用できるようになったこともキャッシュレス化に寄与してきたと言えます。

また、Eコマースというと大手通販サイトのイメージがありますが、ファストフードなどを利用する際も、事前にアプリで注文時に支払いも完了していることが多くなりました。このように社会全体がオンライン化している要素もキャッシュレス化に寄与しており、財布がなくてもスマホだけで何とかなってしまう状況が成立していると思います。

Q：キャッシュレスは私たちの消費生活や社会をどう変えつつある(変えていく)のでしょうか。光だけでなく陰の部分についても聞かせてください。

光の部分としては、世の中がオンライン化することで、店舗やECサイトなどの選択肢が増え、利便性が高まっていることがあります。さらに、使った額が記録される点もプラスだと思います。

一方、陰の部分としては、次の4つが挙げられます。①消費者行動の囲い込みでオンライン経済圏が形成されやすいこと、②現金での管理と比べて、負債の認識が弱くなること、③現金以外の支払手段が多様化しており、支出の全体像が見えにくくなり、お金の管理に必要な労力が増えること、④少額多頻度の決済が増えるため、不必要なものを気軽に買う傾向が増し、個人の管理能力がこれまで以上に問われるようになってきていることです。

Q：消費者委員会の「支払手段の多様化と消費者問題に関する専門調査会」に委員出席されていましたが、どんな印象を持たれましたか。キャッシュレス化に関連して、今後取り組むべき課題について、どのようにお考えになっていますか。

消費者政策は、成長戦略と違って、予算を付けて社会を一気に変えるというものではないと思っています。専門調査会に参加し、何年かかっても本質をついていこうという、時間軸とコミットの深さが通常の委員会とはかなり違うなと思い、その姿勢に感心しました。

今回の専門調査会では、次の3つの視点を大事にして検討が行われました。①制度にとらわれず、事実を見て、エビデンス・ベースで議論すること、②決済サービスにおいてもアンバンドリングが進んでおり、従来の業規制が機能しなくなっていくこと、③消費者の利益擁護のためには、金融庁、経済産業省、総務省といった省庁の枠を超え、横断的に考えていく必要があること、です。

私は、インターネットに代表される技術が正しく運用されれば、消費者は多様な選択肢を通じて、より良い厚生を実現できると信じていますが、そのためには、消費者が技術によってエンパワーされていると実感することができる、言い換えれば技術に対する信頼感を醸成していくことが不可欠です。キャッシュレス化の進展によって様々な問題が起きてくると思いますが、規制ばかりではなく、技術によって解決できる場所もあると考えています。

Q：前述のオープンAPIに関連して、貴社や電子決済等代行業(以下、電代業)の団体が消費者の利益のために進めておられる取り組みについて教えてください。

複数の金融機関の口座情報を統合するための技術として、ウェブサイトから特定の情報を自動抽出する「ウェブスクレイピング」という技術が以前からありますが、お客様が

らログインIDやパスワードを預かるため、セキュリティ面の課題がありました。そこで、それらを預かるのではなく、金融機関・ユーザー・当社などの接続事業者の3者で取り決めをして、金融機関から標準化された形で安全に情報を受け渡す仕組みがAPIと呼ばれるやり方です。ただし、API化には開発・運用費用が必要となるため、金融庁主導で法的に努力義務が課された銀行業界以外では、対応が遅れているのが実状です。

国際的には、消費者が自身のデータにアクセスする権利が保証されるべきであるという考え方が主流となっており、安全にデータを受け渡す仕組みを用意することは金融機関側の義務とされており、法律上も無償提供義務までついているというのが欧米です。当社や電代業協会では、銀行業界以外の業界にもAPI化対応を呼びかけています。消費者団体や消費者のご理解が大きな援護となっています。

Q：最後に、消費者に伝えたいことを一言、お願いいたします。

口座への不正アクセスが問題になっていますが、家計簿アプリは不正利用の検知にも役立ちますし、キャッシュレスに対して感じるモヤモヤを晴らせる要素があります。認知力の低下により金融取引が難しくなるという問題に対して、ワクチンを打って病気の予防をするように、ご自身の意思で事前に見守り機能を設定しておくことで、将来の認知機能低下に備えるサービスもありうると思っています。

デジタル化時代の消費者の脆弱性への対応が新たな社会課題となっていますが、私は、技術が消費者のエンパワーメントのツールとなりうると考えています。生成AIが競争によって安く提供されるような環境ができてくれば、誰もがAIコンシェルジュを持つという時代もやってくるのではないのでしょうか。そういう未来感にぜひご期待いただければと思います。

瀧 俊雄さんのプロフィール

2004年に慶應義塾大学経済学部を卒業後、野村證券株式会社に入社。株式会社野村資本市場研究所にて、家計行動、年金制度、金融機関ビジネスモデル等の研究業務に従事。スタンフォード大学MBA、野村ホールディングス株式会社の企画部門を経て、2012年より株式会社マネーフォワードの設立に参画。内閣官房デジタル行財政改革会議戦略チーム構成員、規制改革推進会議スタートアップ・イノベーション促進WG専門委員などを歴任。

インタビュー後記

クレジットカード以外にも〇〇ペイやコード決済、キャリア決済など種類が増え、「見えないお金」がますます見えにくくなっています。キャッシュレス化によって私たちの支払い行動がデジタルデータ化され、第三者に利活用されやすくなっていることも、消費者の漠然とした不安の種になっているように思います。瀧さんのお話を伺いながら、キャッシュレスを支える技術の安全性にレベルがあることや、その確保にもお金がかかることが見えてきました。私たち消費者は、ポイント、手数料といった「お得」に目が行きがちですが、支える技術の安全性や何か起きた時にどう対応してもらえるのかといった点にも目を配っていくことが必要と気づかされたインタビューでした。(担当：永沢)