NACS news
NACS information papers
No.28
2026新春
NACS
NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS
【特集】2025年10大トピックス
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

2025年度 NACSなんでも110番のご報告

10月4日（土）、11（土）、18日（土）、25日（土）大阪相談室、10月5日（日）、12日（日）、19日（日）、26日（日）東京相談室において、NACSなんでも110番を実施いたしました。

本年度は「通信販売トラブルなんでも110番～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～」をテーマに様々な相談を受け付けました。

通信販売トラブルに関する相談受付件数は、大阪相談室・東京相談室の合計で60件でした。10歳代から80歳代まで幅広い年齢層から多岐にわたる相談が寄せられました。

最も多かったのは「意図せず定期購入になっているサプリメントを解約したいが手続きがネットに限定されておりパスワードがわからず進めない」「SNSに出てきた広告から美容クリームをお試しで購入後に定期購入だとわかったが、返品を受けてくれない」など定期購入の解約についての相談でした。健康食品や化粧品などの定期購入は、消費者がSNSや動画サイトを閲覧中に表示された広告をきっかけとしたものが多く、過去の閲覧履歴や検索履歴などの情報を使ったターゲティング広告であり、その消費者の興味を引く商品が、安価で定期縛りなしで試せるという見出しに釣られて、販売条件をよく確認しないまま申込みに進んでいました。「最終確認画面がわかり難い」「連絡先が見つけにくい」など表示に関する意見も寄せられました。また、「SNS広告でブランドのアクセサリーが安かったので注文したが、偽サイトのようだ」という相談があり、問題のあるSNS広告が放置されている実態が窺えました。

サブスクの契約では「海外の事業者なので解約方法がわからない」という相談もありました。AIによる自動翻訳機能の向上により、企業は世界中の消費者を対象とした通販サイトを手軽に運営できるようになりました。国内の日本人を対象とした日本語のサイトでありながら、実は運営事業者が海外にある国境を越えた取引は益々増えています。更に、販売業者だけでなくプラットフォーム事業者や決済事業者、転売者など複数のプレイヤーが登場する複雑な取引が増えたことによって、消費生活相談の現場でのあっせんはより複雑で困難なものとなっています。

また、通信販売ではないがネットの広告をきっかけとして、高額な料金を請求されたという訪問販売のレスキュー商法の相談や、SNSをきっかけに会議アプリで勧誘を受けて副業関連の契約をしてしまったという電話勧誘販売の相談も寄せられました。

通信販売に限らず、インターネットを利用する様々な取引については、悪質商法から如何に消費者の安全と財産を守り、消費者がデジタル社会が消費生活にもたらす恩恵を有効に活用できるか、優良な事業者が不利益を被らずに発展できるかを考えた公正なルールを整備するために、消費者、事業者、行政が一丸となって取り組むべき時がきているのではないでしょうか。

これらの提言を含む本事業の詳しい報告書はホームページでご確認ください。

（110番実行委員会）

110番チラシ

消費者トラブル
なんでも110番

インフォメーション

NACS
ホームページ

●疑似体験ネットショッピングサイト第三弾！「詐欺的な定期購入サイトを見破る体験コース」を作成しました。

ネット通販での定期購入にまつわる消費者トラブルは依然として後を絶ちません。ポップアップで別の画面に誘導される、カウントダウンで焦らされるなど、ダークパターンと呼ばれる手法で不本意な契約をしてしまうケースが増えています。この教材で詐欺的な定期購入サイトを体験し、危ないサイトを見破るネットリテラシーを身につけましょう。体験サイトはこちらよりご覧ください。

編集後記

私と同じ午年生まれの松任谷由実が昨年ニューアルバムをリリースし、AIを使った事で話題となりました。但し、作曲には、絶対使わないと断言しています。作曲は楽しく、ワクワクする。これは、人間だけに与えられたものだからでしょうか。（丸山）

農水省は都道府県の「うちの郷土料理」を紹介しています。私の育った農業県千葉には、かき餅や落花生味噌が掲載され懐かしい。食の記憶は美化され永遠に残る。今年は実りを招く農耕馬のようになればと願います。（鈴木）

新春特別インタビュー

消費者庁
堀井 奈津子 長官

2025年において、特に印象に残った出来事、消費者庁として消費者にお伝えされたいお取り組み等ありましたら、お聞かせください。

昨年（2025年）7月に着任後、常に消費者への分かりやすく積極的な情報発信を重視してまいりました。

具体的な政策に関しては、まず、消費者行政の推進に当たって不可欠である地方消費者行政の一層の充実・強化に向けて、全国の相談員の皆様からのお声もいただきながら注力してまいりました。

また、消費者取引について、消費者が置かれた環境の変化に的確に対応するため、昨年11月に「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」を立ち上げ、議論を始めました。加えて、「デジタル取引・特定商取引法等検討会」についても立ち上げの準備を進めております。

このほか、昨年6月に公布された改正公益通報者保護法の周知や施行に向けた準備を行うとともに、昨年6月をもって全面施行から2年が経過した不当寄附勧誘防止法について、附則第5条に基づく検討を行い報告書を取りまとめました。

2026年に消費者庁が特に力を入れて取り組もうとされていることを教えてください。

地方消費者行政は、住民の消費生活におけるセーフティネットであるとともに、集約された相談情報は国の消費者政策の企画立案や執行の基盤となっており、その充実・強化は大変重要です。消費生活相談対応について、安定した業務環境を確保できるよう、相談員の皆様の待遇改善などの環境整備や、バイオネットの新システムへの円滑な移行に取り組みます。

また、高齢化、デジタル化などの環境変化により消費者は誰しもが多様な脆弱性を有する中、消費者が安心・安全に取引できる環境を整備するという共通の視点に基づき、上述の両検討会で検討を深めてまいります。

あわせて、多数の消費者に深刻な財産被害を及ぼす詐欺的な悪質商法への対応を強化するため、庁内のプロジェクトチームにおいて検証を進めるなど、消費者の安全・安心の一層の確保等に向け、関係団体や自治体など幅広い関係者と連携しながら、引き続き取り組んでまいります。

経済産業省
井上 博雄 商務・サービス審議官

2025年において、特に印象に残った出来事、経済産業省として消費者にお伝えされたいお取り組み等ありましたら、お聞かせください。

2025年は大阪・関西万博が開催された記念すべき年となりました。184日間の会期を通じて累計2,900万人を超える方々にご来場いただき、外交、ビジネス、学術、文化など多様な分野での交流や、次世代技術の実証など、多くの素晴らしい成果を得ることが出来ました。

例えば、今回、国際博覧会では初めてとなる、会場内での全面的なキャッシュレス決済が導入されました。消費者の皆様にとって、キャッシュレス決済の利便性を体感いただく絶好の機会になったかと思います。実際に、博覧会協会が実施した来場者アンケートによると、「効率的・便利で使いやすい」、「今後、日常生活でも利用したい」といった高評価が得られました。また、9割を超える店舗が業務効率化の効果を実感するなど、ビジネス面においても有用な結果を得られました。

あらためて、来場者の皆様や関係する全ての皆様に心より御礼申し上げます。これらの成果をレガシーとして、次世代や次回以降の万博に残していけるよう議論を進めてまいります。

2026年に経済産業省が特に力を入れて取り組もうとされていることを教えてください。

経済産業省は、「強い経済」を実現していくための経済産業政策を充実させてまいります。例えば、長引く物価高への対策です。物価上昇を上回る賃上げを実現するためには、中小企業等が生産性を上げて原資を獲得し、賃上げにつなげていくことが極めて重要です。生産性の向上や成長投資など、企業が「稼ぐ力」を高めるための取組を全力で支援します。また、経済安全保障上重要な分野における危機管理投資やサプライチェーンの強靱化を後押しするなど、国内外の情勢を踏まえ政策に取り組んでまいります。

強い経済を目指すためには、信頼できる消費市場が構築されていることも重要です。クレジットカードの不正利用額が増加傾向にある中で、昨年度に改定した監督の基本方針に基づき継続的なモニタリングを実施するとともに、官民で連携しながら必要な対策を講じてまいります。

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
河上 正二 会長

2025年において、特に印象に残った出来事、思いを強くされたことがありましたら、お聞かせください。

ここのところ少々のことでは驚かなくなった。これまで経験したことのない暑さや線状降水帯の豪雨と言った気候変動や、これに伴う自然災害、さらに熊の出現と人間界の生活圏への侵入など、これまでの予想を超えた事態に見舞われている。のみならず、外国人旅行者によるインバウンドの影響、個人情報の流出、米の高騰などの物価高など、消費者法が今まで以上に国の政策と深く関わってきている。

2026年にNACSとして特に力を入れて取り組むべきことは何でしょうか。

おりしも、消費者庁や消費者委員会では、消費者法のパラダイムシフトが語られ、消費者法の長期的な在り方が模索されている。消費者・生活者としての我々が、どこに向かうべきなのか真剣に問われているのである。もちろん、少子高齢化にも歯止めがかからない。私を含めて、社会の電子化・情報化・機械化になかなかついて行けない者は、戸惑うばかりである。「誰も取り残さない」といった耳障りの少ない掛け声も、ときに虚しい。社会が高齢者や子ども達と足並みをそろえることは、容易ではない。しかし、脆弱な者への思いやりこそが、今求められている。誰もが子どもを産み、育て、やがて年老いていく現実を考えると、みんなが早足で行進する必要はないのではあるまいか。せめて消費者法の世界だけでも、最も脆弱な者を基準に据えて、問題に取り組んでいきたいものである。

今後ともNACSの活動に、ご支援をお願いいたします。

2025年NACSが選ぶ消費生活関連 10大トピックス 解説

恒例の「NACSが選ぶ2025年10大ニュース」を発表いたします。事前に実施したアンケートに基づき、以下の消費生活に係る10大ニュースを選びました。皆さまご自身の考える10大ニュースと、比較してみてください。
（各トピックスに付されている番号は順位を示すものではありません）

1	物価や米価の高騰	物価上昇が家計を直撃し、特に米の値段が大きく高騰しました。天候不順による収穫減や輸送費の増加、円安の影響が重なり、日常の食卓にも影響が広がったため、政府備蓄米の放出が行われました。また、物価高騰対策として、ガソリンの価格抑制、自治体向けの重点支援地方交付金の拡充などが実施されました。
2	大阪・関西万博の開催	4月13日から10月13日までの184日間にわたり、大阪夢洲にて開催されました。日本では、「愛・地球博」に続く20年ぶりの国際博覧会で、「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに、150カ国と25の国際機関をはじめ、企業やNGO/NPOなどが参加しました。来場者数は2,900万人超と想定を上回りましたが、「並ばない万博」は道半ばでした。
3	デジタル取引におけるダークパターンの拡大	ダークパターンとは、ウェブ広告や通販サイトで画面上の不適切な表現によって、消費者を欺くデザインであり、SNSなどには多くのダークパターン広告が掲載されています。これらに対し、欧米では包括的な規制法がある一方、日本では景品表示法等の個別法による対応となっており、アテンション・エコノミーも含めた抜本的な対策が待たれます。
4	カスハラ防止対策の義務化と条例制定の広がり	カスタマーハラスメントが深刻な社会問題となるなか、4月に東京都、北海道、群馬県においてカスハラ防止条例が施行、6月にカスハラ対策を雇用主に義務づける労働施策総合推進法改正が成立、三重県では全国初の罰則付条例を2026年度提出予定、などカスハラは単なるお客様対応の問題ではなく、労務問題・経営問題となってきました。消費者と企業がお互いに尊重し合う関係を目指したいものです。
5	長引く夏と全国的な猛暑	温暖化による二季化で日本の四季崩壊が危惧されるようになりました。夏の長期化は市民生活に大きな影響を与え、食生活では栄養より調理の手軽さが重視され、旬の食物にも変化が生じました。また、アパレルには「五季化」という概念が生まれ、従来の夏物を分化して、猛暑に対応する涼感のある衣服の商品展開などが始まりました。
6	高齢者を狙った「押し買い」の被害増大	金価格の高騰により、貴金属を強引に買い取る「押し買い」被害が増加しました。さらに、自宅を売却する契約と同時に賃貸借契約を結ぶことで、家賃を払いながら同じ家に住み続ける「住宅のリースバック」を執拗に勧誘されるトラブルが増えています。自宅を不動産業者に売却した場合、クーリング・オフはできないので救済が困難になっています。
7	「みんなで大家さん」の配当停止で、出資金返還求める集団提訴が広がる	高利回りを謳う広告で約3万8千人から2000億円超の資金を集めてきた「みんなで大家さん」で配当停止が相次ぎ、出資金返還を求めて集団提訴する動きが全国に広がっています。少額から手軽に不動産投資ができると人気の不動産小口化商品ですが、事業者側には透明性の高い情報開示が強く求められるとともに、出資する消費者側にも、事業者の信頼性やスキームの安全性を見極めるリテラシーが必要です。
8	特殊詐欺とSNS型投資・ロマンス詐欺の被害増大	国際電話で個人情報や金銭を狙う詐欺や、警察を装い捜査名目や個人情報を保護する等の理由で振込を迫る詐欺が増加しています。さらにSNSで投資話を持ちかける投資詐欺や、恋愛感情を利用して送金させるロマンス詐欺も横行しています。巧妙な話術で信頼を得て被害者を誘導する点が特徴で、冷静に判断することが大切です。
9	相次ぐ企業などへのサイバー攻撃	ランサムウエア攻撃と呼ばれる、サーバー内部のデータがアクセス不能になる攻撃を国内の有名企業が受け、物流の混乱が起こりました。背景にはRaaS（ランサムウエア・アズ・ア・サービス）と言われる組織化された犯罪組織の存在が指摘されています。ホワイトハッカーの育成やサイバー空間のセキュリティ強化などが求められています。
10	リチウムイオン電池使用製品の発火事故多発	スマートフォンやモバイルバッテリーなど、リチウムイオン電池を内蔵した製品による発熱・発火事故が相次いで報告されました。便利で身近な存在である一方、過充電や落下などによる衝撃を受けた電池異常、粗悪品の流通や不適切な廃棄といった問題が背景にあります。消費者への注意喚起と製品の品質管理が求められています。

ダークパターン対策の推進について

一般社団法人 ダークパターン対策協会
代表理事 小川 晋平氏

ネット取引の拡大に伴い「ダークパターン」による被害が増えていることは消費者からのお問合せからも実感されているのではないでしょうか？根拠が曖昧なNo.1広告や口コミ、在庫残りわずかなどで消費者心理を事業者に有利に誘導し、規約類や画面をよく読まずにポチっとボタンを押してしまう“同意の形骸化”を悪用して意図せず定期購入に申し込ませるケースはよく見受けられるかと思います。また、ネットで契約をしても解約はコールセンターでしかできない、ナビダイヤルでコストを使わせ、オペレーターにつながりにくくなかなか解約できないなど時間とお金を浪費させる悪質なケースもよく報告されているかと思います。

このような意図的にダークパターンを駆使する悪質な事業者のみならず、一般の大企業や中小企業でも消費者を騙す意図はなくともダークパターンを使ってしまっている企業が後を絶ちません。このようなデザインを使うと短期的に売上が伸びるということをWeb制作会社や広告代理店などが顧客に提案し、顧客である事業者側も売上が伸びるのであればと無邪気にダークパターンのデザインを採用してしまっていることが背景にあります。結果としてここに消費者被害が発生してしまっています。消費者被害には金銭被害のみならず、嫌な思いをする心理的被害や時間を浪費させられるという被害も含まれます。

一方、誠実なWebサイトを構築・運用している事業者は同じ市場環境でダークパターンを駆使するサイトに負けてしまうということが起きています。即ち正直者がバカをみる状況になっているのです。また、消費者には様々な理解度の方がいらっしゃるため、例えば高齢者や子ども達の中に多くいるネットリテラシの決して高くない層は、どのWebサイトが誠実なWebサイトでどのWebサイトが怪しいのかについて見分ける能力が十分になく、ここに消費者被害が発生してしまいます。即ち、現状ではダークパターンを使ったもの勝ちという状況が発生しており、安心してインターネットを利用できる環境にあるとはいえません。

そこで、ダークパターン対策協会は誠実なWebサイトを審査・認定し、改ざんしにくい認定マークを付与するNDD認定制度を2025年10月より開始いたしました。この制度が普及することで、ネットリテラシが決して高くない消費者の方々にも安心して使えるWebサイトを一目でわかるようにすることができ、被害を削減することに寄与できると考えております。また、NACS賛助会員企業の皆様のような誠実な企業が率先してダークパターン対策に取り組んでいることを公表し、NDD認定を取得されることで、悪質な事業者を炙り出し、正直者がバカをみない公正な市場環境に戻すことが可能になると考えております。この制度の普及には消費者側、事業者側双方への啓蒙活動が重要になります。分かり易い動画などコンテンツを今後も拡充して参りますので、是非NACSの皆さまにもご活用頂けましたら幸いです。

デジタルプラットフォームの健全化に向けた取組

副会長 丹羽 典明

NACSは、消費者の利益擁護と公正な市場形成を担う専門家団体として、急速に進展するデジタル社会における新たな課題に積極的に対応していく責務を負っています。私は現在、経済産業省の「デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関するモニタリング会合」へのオブザーバー参加や、消費者庁の「取引デジタルプラットフォーム官民協議会」への参画を通じ、行政・事業者・消費者の三者が協働する場において、消費者の立場からの意見を的確に発信していくことが重要と考えています。

近年、ECモールやアプリストア、CtoC取引などのデジタルプラットフォームでは、取引の透明性不足や不当表示、ダークパターンなど、消費者に不利益をもたらす問題が顕在化しています。これらの課題に対し、NACSは消費者相談の現場で得られた知見を基に、制度設計やガイドライン策定に対して実効性ある提言を行うとともに、事業者との意見交換会を通して事業者の自主的な改善努力を促す役割を果たしていかなければならないと思います。

さらに、会員が持つ専門性と現場感覚を生かし、AIやアルゴリズムによる情報の偏りや差別的取扱いなど、新たな消費者リスクにも対応できるリテラシー教育・啓発活動を強化して、行政機関や学識経験者、他の消費者団体との連携を深め、社会全体での「信頼されるデジタル市場」の構築に寄与することが、私たちの使命と考えます。

今後も、NACSは消費者の声を社会に届ける中核的団体として、デジタル時代の公正な取引環境づくりに向け、政策提言・教育・連携の三本柱で活動を推進してまいりますので、どうぞ皆様方のご協力をお願いいたします。