

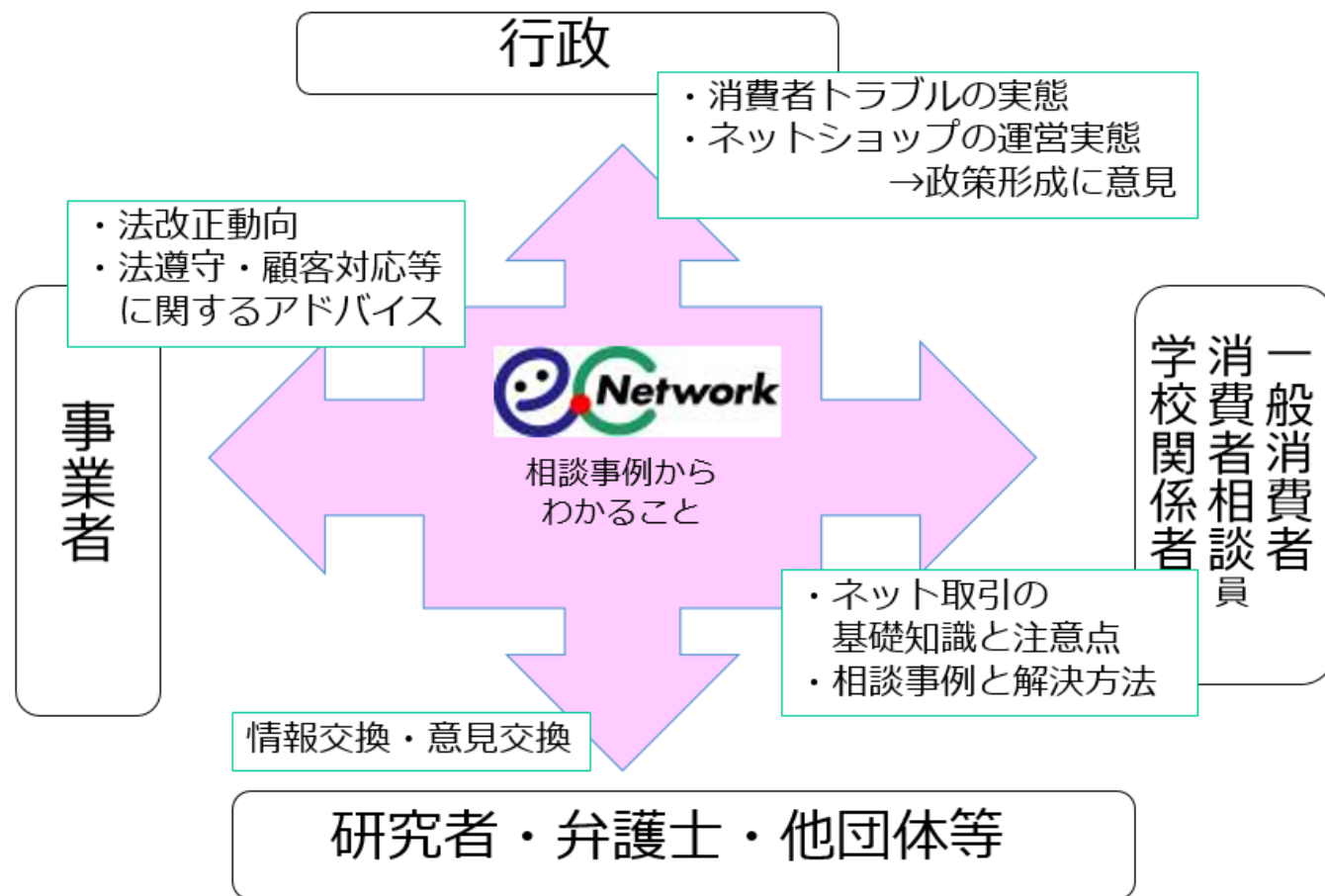
消費者委員会 消費者をエンパワーするデジタル
技術に関する専門調査会
「消費者の支援に活用が望まれる技術」
2024.06.05

一般社団法人 ECネットワーク 理事
原田 由里

- ・一般社団法人ECネットワークとは
「トラブルなく、安心して利用できるEコマース市場」を目指して活動する民間組織 2006年設立
ネット関連の消費者相談をオンラインにて受付（無料）



【活動内容】



ネットトラブルの傾向

最近のネットトラブルの主な傾向と背景

- SNSをきっかけにしたもの
- 不正なデジタル広告によるもの
- サブスク・DPFの多様化
- 詐欺手口の巧妙化

越境サービスが混じる

BtoC・BtoB・CtoC の区分けが曖昧

被害者・加害者が表裏一体

生成AIを含むフェイクが蔓延

ネット分野は消費者と事業者圧倒的な
知識と技術の差がある。



→ 解決の困難化

消費者啓発の必要性

- 若年層 SNS 個人間 投資
 - 成年 広告 セキュリティ 子や親の見守り
 - 高齢者 知識がない（興味はある）
- ※ その年代に合わせたリテラシーの底上げ 手法の工夫
啓発側には新しい分野・サービスへの知識も必要
- * 法規制が全て馴染むとは限らない
→ 啓発の必要性が高い



不正広告の問題が表面化

ネット上の広告としくみを知り、不正を見抜くセンスを取得。
* ターゲティングにより各年代に合わせた商品広告が表示。

「アフィリエイトによる宣伝内容と誘導の問題」

質の低いアフィリエイト広告がネット上に大量配信。
DPF上で削除されない。

「販売サイト上の契約条件等、記載の問題」

契約条件の表示がわかりにくい。広告内容が変更される。

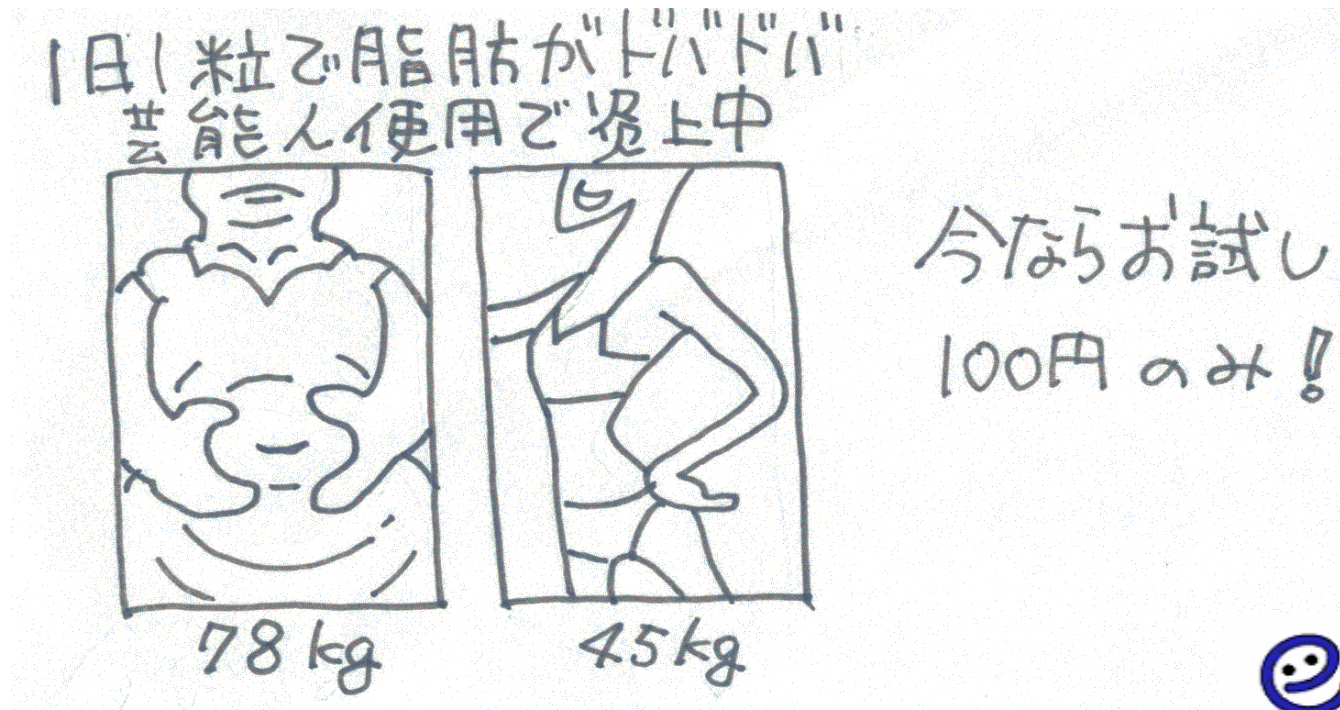
「ステマの問題」

規制強化に伴い過去の投稿にも「#PR」が急に増えた。



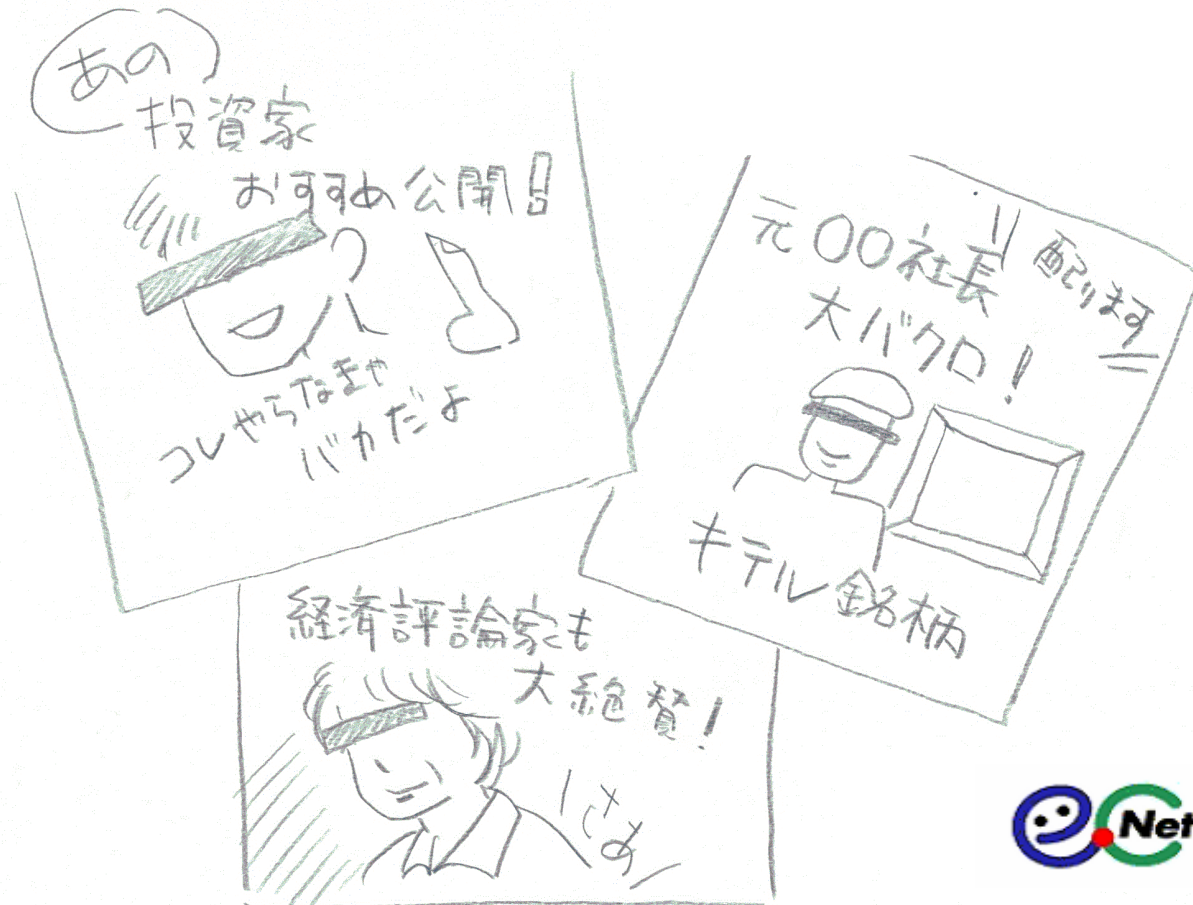
主にSNSの広告から(定期購入)

- いわゆる「コンプレックス商品」の定期購入。
最近のターゲットは主に中高年層。



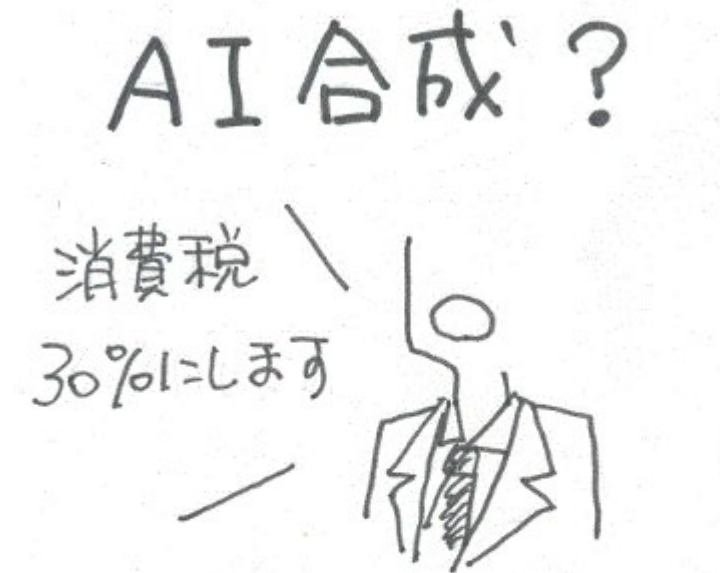
主にSNSの広告から(投資話)

- 起業家・投資家をかたり、メッセージアプリに誘導。



フェイク問題

- ・ 姿や声のなりすましが簡単になり、悪用される。



情報は出所やファクトチェックの必要性。

出所はどこ？



消費者啓発の課題

- 属性や年代のほか、同世代内でもリテラシーに相当の差がある
- 加害者側になるリスク認識が得られにくい
- 啓発する側による一方通行になりやすい
- 啓発者側の技量に頼るところが残る
- 社会の動きに教材内容が追いつかない

消費者啓発のあり方

- 多様化する消費者像に対し、属性や年齢でまとめた消費者教育が今後も有効かどうかの見直し
- どのような行為が加害者となり得るのかを知る
- 自分に関係ない→自分の弱点は「これ」と知る
- 消費者は啓発を受ける立場のままで良いのか
- 正確な情報を必要な時に取得できるための方法



消費者の支援に活用が望まれる技術

※ リアル空間では、支援策が既に講じられているものもある。

- 電話元が詐欺かどうかの判断・通報
- 訪問販売であれば出ない
- 広告に対する事前審査
- 高齢者の見守り活動
- 書面交付義務やクーリングオフ

ネット空間は匿名性が高く、詐欺的な手口が多い。



消費者の支援に活用が望まれる技術

※ ネット空間（契約締結前）

そこに表示されているものが「広告」であることが認識できる仕組み

- 「#PR」などロコミなどで広告と認識できるマークの有無
- アフィリエイト広告（ASP経由）かどうか
- バナー広告・ポップアップであるかどうか
- タイアップ記事かどうか



消費者の支援に活用が望まれる技術

※ ネット空間（契約締結前）

違法広告である可能性が認識できる仕組み

- ・ フェイクやコピー ・
生成AIが使用されている
- ・ 誇大広告の可能性
- ・ ナンバーワンなどの
表示に対する根拠や正確性

ウェブ上の悪意の広告は
全て消えません・・・テヘペロ



じゃあ、見ない権利も
下さい。



消費者の支援に活用が望まれる技術

※ ネット空間（契約締結前）

届いたメールやSMSがフィッシング詐欺の可能性
がある場合は警告

- ・ リンク先が正規ではない
- ・ 日本語の違和感
(翻訳サービス使用の可能性)



消費者の支援に活用が望まれる技術

※ ネット空間（契約締結段階）

不正決済への注意喚起

- 振込先口座の被害状況
- 加盟店かどうか
- 決済・送金履歴から問題行動を発見・通知
- 疑わしい相手に対し一定の行動（送金・取引）
をとった際に注意喚起



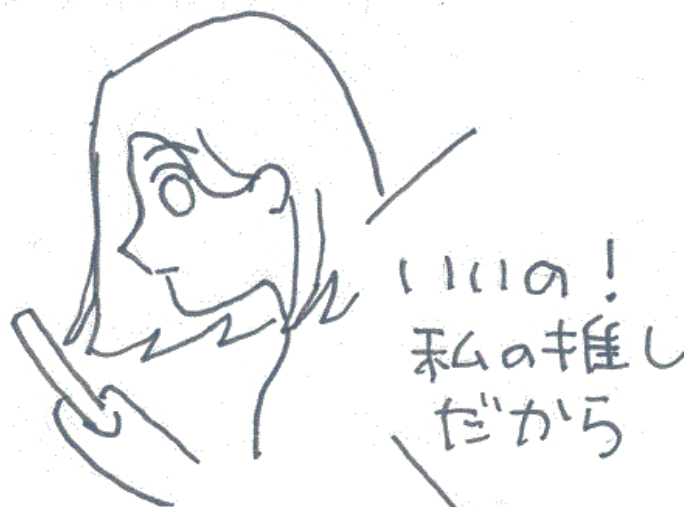
消費者の支援に活用が望まれる技術

※ ネット空間（契約締結段階）

越境トラブルに対する注意喚起

・ 海外サーバの信用性

※ それ危険です



これも自由



デジタル化における消費者支援

- ・ 救済困難な案件が増える中、AIなどのデジタル技術活用による「武器」を持ち「啓発」「救済」の三輪で消費者を支援する時代に。
- ・ プライバシーに配慮したAIの活用
- ・ アプリの開発 啓発はパーソナルへ
- ・ 啓発側も情報発信から情報取得・分析へ
- ・ 事業者や団体との技術連携

自立した消費者を目指し、その手助けをする。
もちろん救済される権利も併せ持つ。



ありがとうございました

一般社団法人 ECネットワーク

<https://www.ecnetwork.jp/>

原田由里

※この資料内容は個人の見解です

