

消費者問題をよむ・しる・かんがえる

ウェブ版

国民生活11

NO.159 (2025)

特集 不正アクセス被害急増中！

－あなたの対策、アップデートできていますか？

特集 1	不正ログインの脅威と対策 －巧妙化するフィッシングに対応する方法とは？	1
特集 2	証券口座への不正アクセス・不正取引による 被害の補償について	5
消費者問題アラカルト	信用スコアって何？	10
適格消費者団体活動レポート	私たちのこれまでの活動と、これから	13
消費者教育実践事例集	大学との連携による教員向け消費者教育講座の実践	15
気になるこの用語	フェイクニュース（上級編）	17
暮らしの法律 Q&A	身元保証人の責任の範囲は？	19
暮らしの判例	転売禁止違反に対する違約金条項が 消費者契約法の不当条項に該当するとされた事例	20
誌上法学講座 改めて学ぶ景品表示法	景品表示法の概要	24



特集 1



不正ログインの脅威と対策

ー巧妙化するフィッシングに対応する方法とは？

神谷 健司 Kamiya Kenshi

独立行政法人情報処理推進機構 (IPA)

セキュリティセンター普及啓発・振興部 相談・支援グループ エキスパート

不正ログインとは、第三者が不正に入手したIDおよびパスワードを使用し、正規の利用者になりすましてインターネットサービス等に不正にログインする行為を指します。不正アクセスと呼ばれることもありますが、本稿では「不正ログイン」という用語を使い、その手口と対策について解説します。

不正ログイン被害の現状

独立行政法人情報処理推進機構 (以下、IPA) の「情報セキュリティ安心相談窓口」 (以下、安心相談窓口) ^{*1}には、不正ログインによるSNSアカウントの乗っ取り被害の相談が数多く寄せられています。SNSアカウントの乗っ取りとは、Instagram等のアカウントに不正ログインされ、不正ログインした相手にパスワードを変えられて、アカウントの所有者がログインできなくなることです。乗っ取られたアカウントから、不審な商品やサービスを宣伝する投稿をされることがあります。この場合、自分のアカウントが不審な投稿のために悪用されていることを目の当たりにしながら、それを止めることができません。そのため、被害者にとって精神的な苦痛 (被害) になります。こうした中、IPAでは「安心相談窓口だより」にて不正ログインの注意喚起を行いました^{*2}。

また、証券口座に不正ログインされ、不正な株の取引をされるという被害が大きな問題になっ

ています。この手口では、「アカウントの悪用」による金銭的被害が発生していると言えます。このように、不正ログインによるアカウントの悪用は、さまざまな被害をもたらします。

不正ログインの手口

ID・パスワード認証への攻撃

SNS等の会員制のインターネットサービスを利用するためにログインする際には、まず利用したいサービスに利用者本人であることを証明する手続きが必要です。この手続きを「認証」と呼びます。従来の認証では、ログインしたいサービスに、IDとパスワードを入力します。パスワードは、本人しか知らない秘密の合い言葉のようなものです。パスワードを使ってサービスに対して利用者本人であることを証明します。

IDは、サービスが利用者を識別するための会員番号のようなものです。会員番号の代わりにメールアドレスや携帯電話番号が使われることが多く、これは本人しか知らない秘密の情報ではありません。そのため、ID・パスワードを使用した認証方式では、パスワードが利用者本人であることを証明する唯一の秘密の情報です。

また、パスワードは部屋の鍵のようなものとも言えます。鍵が1つしかない場合、それを盗まれると不正ログインを許してしまうことになります。ID・パスワード認証では、この「鍵が1つしかない」という点が弱点です。不正ログインを行

^{*1} IPA「情報セキュリティ安心相談窓口」 <https://www.ipa.go.jp/security/anshin/index.html>

^{*2} IPA「安心相談窓口だより：インターネットサービスへの不正ログインによる被害が増加中ーパスキー認証や多要素認証の設定を行いましょうー」 <https://www.ipa.go.jp/security/anshin/attention/2025/mgdayori20250828.html>

う攻撃者(悪者)は、この弱点を悪用するためにパスワードを盗もうとします。では、どのようにしてパスワードを盗むのでしょうか？代表的な手口として、以下のものがあります(詳細は*2を参照)。

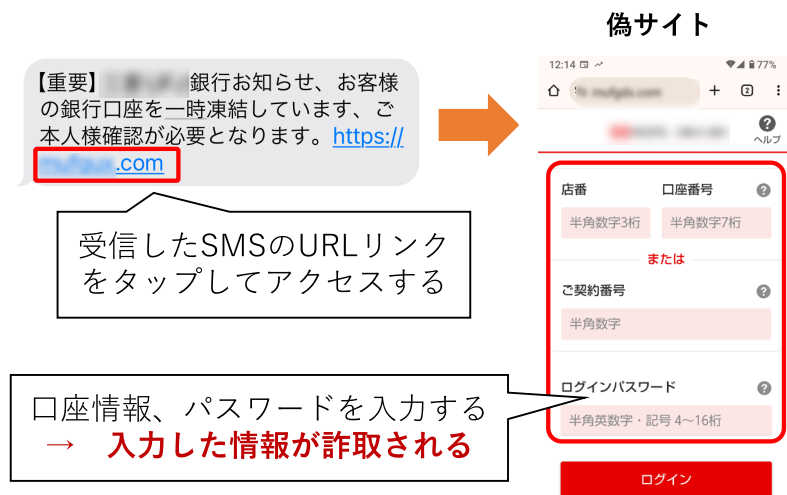
- ①パスワードを構成するすべての文字の組み合わせを試す「総当たり攻撃」
- ②パスワードでよく使われる言葉などを集めた専用の辞書を利用する「辞書攻撃」。
"password123"のような、単純な単語と数字の組み合わせをパスワードに使っていると、この手口の被害に遭う可能性があります
- ③漏えいしたパスワードのリストを使った「リスト型攻撃」。同じパスワードを複数のサービスで使い回していると、この手口の被害に遭う可能性があります
- ④実在する事業者(銀行、証券会社、ネットショップ等)をかたる、偽のメールやSMS(ショートメッセージ)のURLリンクをクリックさせ、本物そっくりの偽サイトに誘導してパスワードを入力させる「フィッシング」(図表1)

不正ログインの対策

1. 安全なパスワードの設定

①総当たり攻撃や②辞書攻撃への対策は、パスワードを簡単に探り当てることができないよ

図表1 フィッシングによるパスワードの詐取



うにすることです。そのためには、パスワードは「できるだけ『長く』、『複雑』にし、複数のサービスで『使い回さない』ようにする」必要があります。これを「安全なパスワード」と呼びます。また、「パスワードを使い回さない」ことによって、③リスト型攻撃の対策にもなります。

2. ID・パスワード認証のリスク

「安全なパスワード」の設定によって、代表的な攻撃手段①②③の対策ができました。しかし、④フィッシングに対しては有効な対策になりません。フィッシングはパスワードそのものを盗む攻撃であるため、どれだけ「長く」、「複雑」なパスワードを設定しても不正ログインを防ぐことができません。フィッシングは、不正ログインにつながる最大の脅威です。

3. ID・パスワードの認証のリスクに対応した「多要素認証」

多要素認証では、利用者本人であることを証明する情報を複数持てるようにしています。部屋の鍵が複数あるようなものです。何者かが、鍵を1つ盗んでも部屋に入ることができないようにすることが、フィッシングの対策になります。

多要素認証の例として、パスワードに加えて、ログインごとに変わるその場限りの「ワンタイムパスワード」を使用する方法があります。ワンタイムパスワードは、SMSを使ってスマートフォンに送信する方法や、スマートフォンの認証アプリを使用して生成する方法があります(図表2)。

パスワードは自身が記憶するものですが、ワンタイムパスワードは自身の持ち物であるスマートフォンに表示されます。これは、利用者本人であることを証明するために、「自分だけが知っている記憶を根拠にする」ことに加えて、「自分だけの持ち物を根拠にする」という要素を加えたことを意味します。このように、利用者本人を証明する際の根拠

となる認証要素を複数使う方法を「多要素認証」と呼びます。

この方法を使うと、パスワードとスマートフォンの2つが鍵となり、2つを同時に盗まれない限り不正ログインができません。そのため、パスワードを盗むフィッシングの対策になります。

図表2に示したSMSを使用した多要素認証では、「記憶」と「持ち物」という認証要素を使いました。これ以外に、「本人自身を示すもの」である「指紋」や「顔」を認証要素として使用することもあります。

4. 多要素認証を破る「リアルタイムフィッシング」攻撃の出現

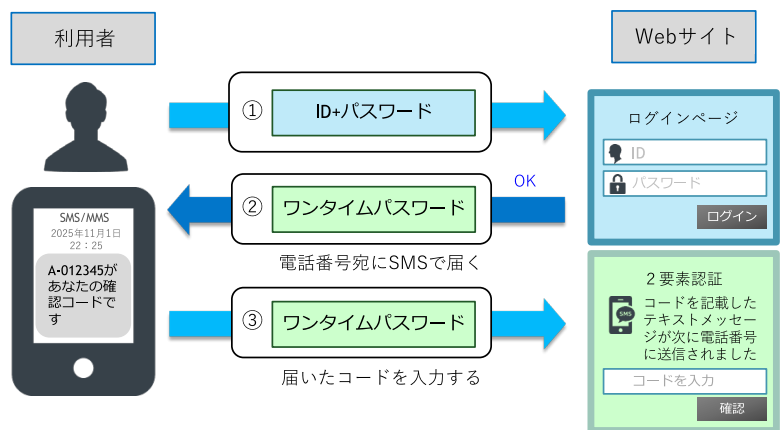
リアルタイムフィッシングでは、不正ログインを行う攻撃者が、偽サイトに入力させたID・パスワードをその場で抜き取って正規サイトに入力します。被害者に多要素認証のワンタイムパスワード(図表3ではOTPと略)が届くと、それを偽サイトに入力させて、すぐにその抜き取ったワンタイムパスワードを正規サイトに入力します。

このように、認証情報を盗み、その場で不正ログインに悪用するため、リアルタイムフィッシングと呼ばれています(図表3)。リアルタイムフィッシングが使われると、ワンタイムパスワードを使用した多要素認証を破られてしまいます。

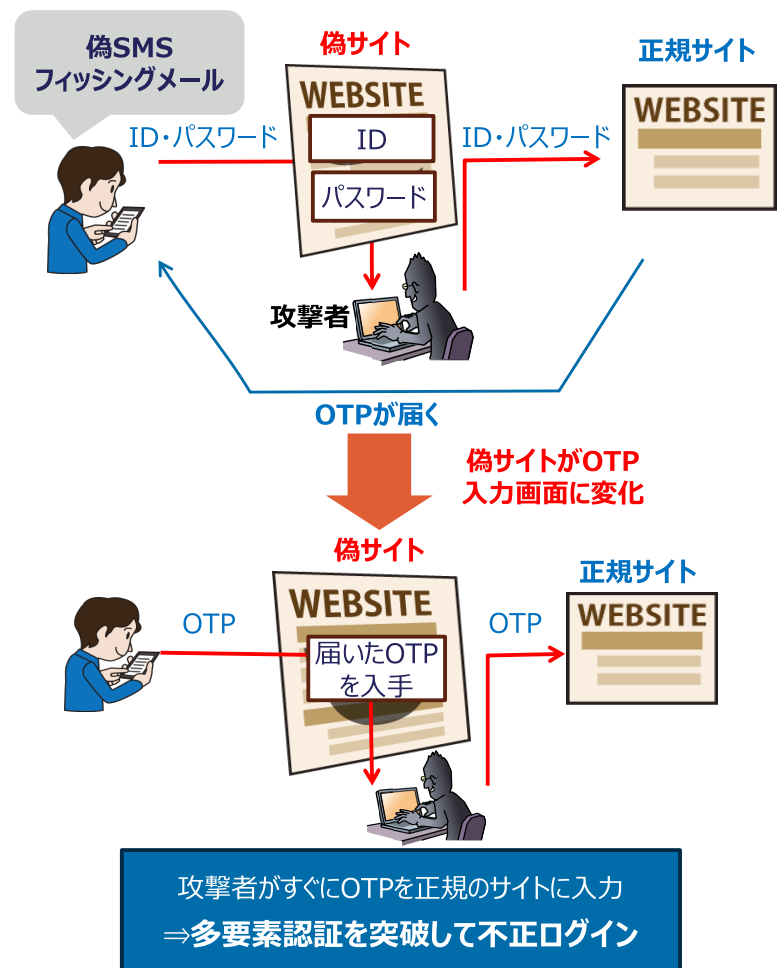
5. フィッシングのリスクに対応したパスキー

リアルタイムフィッシングは、誘導された偽サイトに、パスワードとワンタイムパスワードの両方を入力させられ、それらを盗まれることで発生します。そのため、パスワードを使用しないこと、偽サイトに認証情報を送信できないようにすることが対策となります。パスキーは、こ

図表2 SMSを使用した多要素認証の例



図表3 リアルタイムフィッシングの手口



れを実現した新しい認証方式です。

パスキーでは、利用者本人を証明する情報として、パスワードの代わりに「電子署名」というものを使います。電子署名は偽造ができない「署名・捺印」のようなものです。この電子署名はスマートフォンで作成します。加えて、電子署名を

第三者が勝手に作成できないようにするために、スマートフォンの生体認証（顔認証や指紋認証）で所有者の確認を行った上で電子署名を行います。また、電子署名は事前に登録した正規サイトにしか送信されないようになっています。誤って偽サイトにアクセスしても、偽サイトに電子署名が送られることはありません（図表4）*3。そのため、パスキーはリアルタイムフィッシングを含むフィッシングの対策になります。

不正ログインの被害に遭わないためのポイント（まとめ）

1. パスキーを使用したパスワードレス認証

パスキーが現時点で最も安全な認証方式であるため、パスキーが使えるサービスでは設定することを推奨します。ただし、パスキーは普及の途上にあり、すべてのサービスが対応しているわけではありません。利用しているサービスでパスキーが使えない場合は、次項の「安全なパスワードと多要素認証」を設定してください。

また、パスキーに対応しているサービスであっても、ID・パスワード認証を併用している場合があります。この場合もパスキーに加えて「安

全なパスワードと多要素認証」の設定を推奨します。

2. 安全なパスワードと多要素認証の設定

「長く」、「複雑」で、複数のサービスで「使い回さない」安全なパスワードの設定を行うことを習慣にしてください。加えて、多要素認証の設定を行ってください。IPAでは、パスワードは「数字・英大文字・英小文字を組み合わせる15文字以上」にすることを推奨しています*4。

現状では、ID・パスワード認証も多く残っているため、安全なパスワードの設定は依然として重要です。使い回さない安全なパスワードと多要素認証を設定していれば、フィッシング等でパスワードを盗まれても、他のサービスに不正ログインされるリスクを回避できます。

IPAでは、「長く」、「複雑」で「使い回さない」パスワードの作り方として「チョコっとプラスパスワード」という方法を提唱しています。パスワードを作る際の参考にしてください*5。

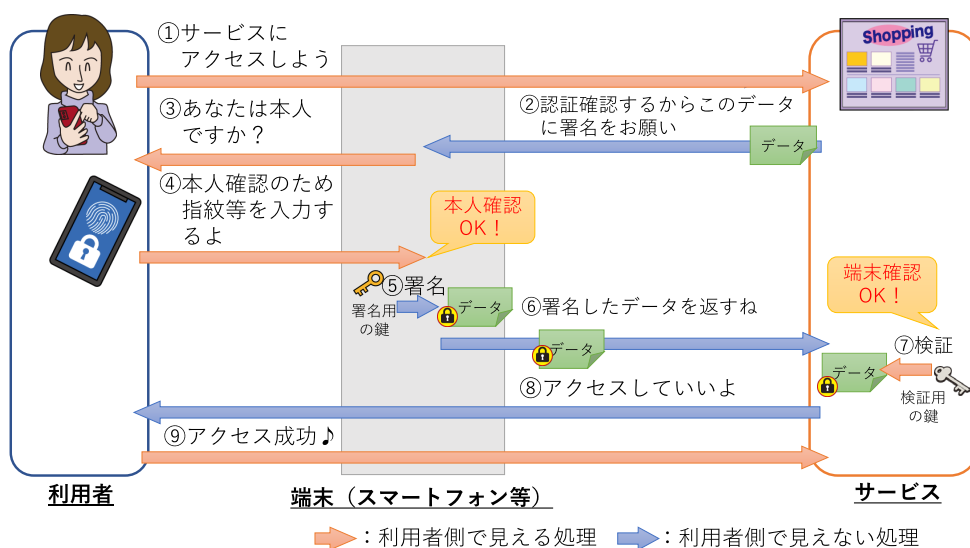
3. フィッシングやマルウェアに注意

フィッシングは、不正ログインにつながる最大の脅威です。また、悪意あるウェブサイトやメール等で、認証情報を盗むマルウェア（不正な

プログラム）にパソコンを感染させる手口も報告されています。

こうした手口に対しては、メールの添付ファイルの開封、不審なメールやSMSのURLリンクを安易にクリックしないことが基本的な対策となります。

図表4 パスキーの概要



*3 IPA「情報セキュリティ 10大脅威2024」34ページ【パスキーとは】
https://www.ipa.go.jp/security/10threats/nq6ept000000g22h-att/kaisetsu_2024.pdf

*4 IPA「安心相談窓口だより：不正ログイン被害の原因となるパスワードの使い回しはNG－ちょっとした工夫でパスワードの使い回しを回避－」
<https://www.ipa.go.jp/security/anshin/attention/2016/mgdayori20160803.html>

*5 IPA「チョコっとプラスパスワード」
<https://www.ipa.go.jp/security/chocotto/>

特集 2



証券口座への不正アクセス・不正取引による被害の補償について

坂 勇一郎 Saka Yuichiro 弁護士

日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員。東京経済大学現代法学部教授。金融審議会専門委員



証券口座への不正アクセス・不正取引による被害

1. 発生状況

第三者による不正アクセスに伴う不正送金、クレジットカードの不正利用はかねてからありましたが、2025年に入って証券会社のインターネット取引サービスにおいて、不正アクセス・不正取引の被害(以下、不正アクセス・不正取引事案)が多発しました。これは、第三者が、フィッシング等により不正に取得したID・パスワードを用いて証券口座にアクセスし、被害口座を勝手に操作して口座内の株式を売却し、その代金で国内外の小型株を高値で買い付けるといったものです。当該小型株については相場操縦が疑われており、相場をつり上げ、高値で売り抜けたとみられる第三者に多額の不正な利益が発生し、他方で被害口座側には高値で買った後に下落した小型株の被害が残されます。被害発生は、2025年4月をピークに減少していますが、同年9月時点でも被害は発生し続けています。

2025年1月から9月までの不正アクセス件数は1万5873件、不正取引件数は8970件、不正取引における売却金額は約3670億円、買付金額は約3233億円に上ります^{*1}。

2. 証券会社の被害への対応状況

大手証券会社等は、基本的に、不正アクセスによる取引前の口座の状態に原状回復する方針を示し、他方、ネット証券系の一部証券会社は、顧

客の損害の2分の1を補償する方針を示しています。いずれも具体的な解決は、個別事案の状況に応じたものとなると考えられますが、対応方針は、現状大きく2つに分かれています。

不正アクセス防止のための取組み

1. 不正アクセス・不正取引事案の発生まで

金融事業者におけるセキュリティの確保、不正アクセスの防止は、かねてより重要な課題であり、各金融法制において、金融事業者の体制整備が求められてきました。

証券会社については、日本証券業協会において、2021年3月16日、「インターネット取引における不正アクセス等防止に向けたガイドライン」(以下、ガイドライン)が策定され(2021年7月20日改正)、必要とされる対応として、ログイン時・取引時の複雑なパスワード、出金時の複雑なパスワードと多要素認証、不正アクセスの検知と評価に応じた適時遮断措置対応等が求められていました。

2. 不正アクセス・不正取引事案発生後の動き

不正アクセス・不正取引事案発生を受けて、2025年7月15日、金融庁から「金融商品取引業者等向けの総合的な監督指針」等の一部改定案、日本証券業協会からガイドラインの改正案が公表され、意見募集を経て、それぞれ同年10月15日から適用されました。これらのなかでは、従来必要とされてきた対応に加えて、ログイン時や出金時等における「フィッシングに耐性のある

^{*1} 金融庁「インターネット取引サービスへの不正アクセス・不正取引による被害が急増しています」2025年4月3日(2025年9月8日更新)

多要素認証」の実装及び必須化、不正検知の際の速やかな顧客への通知、フィッシングサイトへの閉鎖依頼の実施等が求められています。

証券口座への不正アクセス・不正取引事案における法律関係

1. 法律関係検討の枠組み

不正アクセス・不正取引による被害事案は、第三者が不正に取得したID・パスワードを利用して、顧客の証券口座にアクセスし、顧客になりすまして株式の売買を行うというものです。

第三者が顧客になりすまして行った取引は、顧客が自ら行ったものではないので、この取引が顧客との間で有効に成立するか(売買の効果が顧客に帰属するか)が、まず問題となります。効果が顧客に帰属すれば、顧客は株式の売買の責任を負う必要がありますが、効果が顧客に帰属しなければ、顧客口座は不正アクセスによる取引が行われる前の状態が維持されることになり、顧客には売買による損失は生じません。不正アクセス事案において、原状回復措置により対応する証券会社は、かかる理解を前提にしているものと考えられます。

他方、売買の効果が顧客に帰属するときは、多くの場合、顧客に売買による損失が残されます。この場合には、証券会社の損害賠償責任(債務不履行または不法行為に基づく責任)が問題となります。

さらに、上記とは別に、約款上、何らかの補償制度がないか、その適用がないかも問題となります。

証券口座への不正アクセス・不正取引事案では「補償」という言葉が広く用いられていますが、法的には、①不正アクセスによる売買の効果が顧客に帰属するか、②証券会社が損害賠償責任を負わないか、③約款上の補償制度等の利用はできないか、という3つの枠組みがあることを、まず念頭に置く必要があります。これらのう

ち③は、約款の補償規定の確認、検討を行うこととなります。以下、①②について、法的な考え方を整理します。

2. 株式の売買のしくみと効果帰属

株式の売買は、顧客が証券会社に売買を委託し、証券会社が証券取引所において、自己の名で取引を行い、その効果を顧客に帰属させるというかたちで行われます(証券会社は商法551条以下の「問屋^{とい}屋」として業務を行います)。

すなわち、①顧客が証券会社に株式の売買の注文を出し、②証券会社は、証券取引所において、顧客のために、自己の名で株式の売買を行い、③売買の相手方との間で売買の決済を行い、④顧客との間で株式・代金の受渡しを行います。

顧客は、自ら委託した(注文した)がゆえに、株式・代金の受渡しの義務を負い、権利を得るものです。自らの委託によらない売買が行われても、その売買による権利義務は、その顧客には帰属しないのが原則です*2*3。顧客と証券会社の関係では、委任又は代理の規定が準用されますが(商法552条2項)、不正アクセスによる売買については、顧客と証券会社の間には当該売買に関する委託関係は成立していません。

顧客の注文によらない売買の効果が、顧客に帰属しないことについては、証券会社による無断売買の判例も参考になります。最高裁判所平成4年2月28日判決は、証券会社の従業員が、顧客の注文に基づかずに顧客の証券口座を利用して有価証券の売買をした事案について、無断売買の効果は顧客に帰属しない旨を判示しました。不正アクセスによる売買も、無断売買と同様、顧客の注文に基づかずに行われたものです。

3. 外観法理の適用は考えられるか

上記が原則的な考え方ですが、顧客への効果帰属の可能性について、検討すべき点が2点あります。

1つは、外観法理の考え方による顧客への効果帰属の可能性です。外観法理は、本人の意思に

*2 この場合も、証券会社が証券取引所で行った売買は、証券会社の取引として有効であり、証券会社は、売買の相手方に対して自ら責任を負う。したがって、不正アクセスの売買によって生じた損失は、証券会社が負担することになる

*3 なお、損失補てんの禁止(金融商品取引法39条)は、自ら取引を行いながら損失の補てんを得る不正な行為を規制するものである。自ら取引を行ってない顧客がその解決を求める場合は、上記と場面を異にするものであり、損失補てんの禁止は適用されない

基づかずに契約が行われた場合も、①本人の意思に基づくような外観があり、②その外観について当該本人に取引の責任を負わせるに値する事情（帰責事由）があり、他方、③契約の相手方に、本人の意思による契約と信頼した正当な理由がある場合に、契約の相手方を保護するために、本人の契約と認めるべきとの考え方です。

証券不正アクセス事案では、①ID・パスワードにより本人の注文である外観があることから、②かかる外観について本人に取引の責任を負わせるに値する事情があり、③証券会社側に本人の注文と信頼した正当な理由がある場合には、本人への効果帰属が問題となります。

しかし、②については、ID・パスワードがフィッシング被害により流出したような場合であっても、フィッシングの手口が高度化・巧妙化していること等に鑑みれば、フィッシング被害にあったことのみをもって、帰責事由を認めることはできないと考えるべきです*4。

また、③について、正当な理由が認められるためには、証券会社において不正アクセス防止のための措置が適切に取られていることが必要です。この点に関して参考となるのが、（外観法理に関する事案ではありませんが）銀行ATMの不正引き出しに関して、金融機関側の過失の検討のあり方について言及された最高裁判所平成15年4月8日判決です。同判決は、「無権限者に払戻しがされたことについて銀行が無過失であるというためには、払戻しの時点において通帳等と暗証番号の確認が機械的に正しく行われたというだけではなく、機械払システムの利用者の過誤を減らし、預金者に暗証番号等の重要性を認識させることを含め、同システムが全体として、可能な限度で、無権限者による払戻しを排

除し得るよう組み立てられ、運営されるものであることを要する」としています*5。

具体的な事実関係にもよりますが、金融分野において不正アクセスによる被害が大きな問題となっていたこと、攻撃が高度化・巧妙化していることが専門機関により指摘されていたこと、証券会社が金額の大きい顧客資産を扱っていること等に鑑みますと、不正アクセス防止の技術的しくみが必ずしも厳格なものとなっておらず、顧客への注意喚起や警告が十分とはいえず、かえって、顧客の利便性（＝証券会社の契約獲得の利便性）を重視したシステムとなっていたときには、証券会社に前記③の正当な理由を認めることは、一般的には難しいものと考えられます。

4. 顧客への効果帰属を定める約款の定め

検討すべきもう1つの点は、証券会社の約款に、ID・パスワードの利用による場合は、当該顧客の意思に基づかないときも、顧客に効果を帰属させるという条項*6がある場合です。

このような条項は、銀行取引等でも見られますが、銀行実務では、かかる条項は銀行が必要な注意義務を尽くすことを前提としたものであり、銀行がかかる注意義務を尽くしていない場合には、適用されないこととされています*7*8。この理は、証券会社の約款においても適用されるべきです。さらに、株式の売買が、預金の払戻し（債務の弁済）と異なり、新たな契約を結ぶことであることに鑑みれば*9、効果帰属条項の適用には顧客の帰責事由を前提とすべきと考えられます。

また、条項の定め方によっては、その有効性も問題となります。顧客が消費者の場合、外観法理の考え方よりも約款の定めが消費者に不利であり*10、かつ、消費者の利益が信義則に反して一

*4 前掲の最高裁判所平成18年2月23日判決、最高裁判所平成15年6月13日判決（いわゆる「外形与因型」）に照らすと、帰責事由が認められるのは、本人の積極的関与があった場合やこれと同視し得るほどあまりにも不注意な行為があった場合に限られるべきである

*5 なお、関連判例として最高裁判所平成5年7月19日判決があるが、金融機関に求められる安全性に関する判示部分については、従前から批判があり、現在ではセキュリティ環境がかなり異なることなどから、証券不正アクセスのような事案には適しないと考えられる

*6 証券会社が損害賠償責任を負わないという条項（「5. 証券会社の賠償責任」参照）や補償しないという条項（「1. 法律関係検討の枠組み」参照）は、これとは異なる

*7 最高裁判所昭和46年6月10日判決、最高裁判所昭和50年6月24日判決等

*8 インターネット・バンキングに関する東京高等裁判所平成29年3月2日判決は、法人利用の事案であることに留意を要する

*9 受領権者としての外観を有する者に対する弁済（民法478条）でなく、外観法理の適用の問題である

*10 消費者契約法10条の「公の秩序に関しない規定」には、一般法理も含まれる（最高裁判所平成23年7月15日判決）

方的に害されるような内容である場合には、消費者契約法10条により無効となり得ます^{*11}。

5. 証券会社の損害賠償責任

不正アクセス・不正取引による売買の効果が顧客本人に帰属する場合(または顧客がこの点を争わない場合)、証券会社の損害賠償責任を検討することも考えられます。

例えば、証券会社の不正アクセス防止システムが、金融庁の監督指針や証券業協会のガイドラインに即した対応を行っていないような場合や、証券会社が把握し得た情報から、不正アクセス防止措置をとるべきであったにもかかわらず、これを怠ったことにより顧客に損害が生じたような場合には、証券会社は債務不履行又は不法行為に基づく損害賠償責任を負うものと考えられます。

証券会社の対応としては、顧客への注意喚起も重要であり、顧客への注意喚起が十分でなく、顧客が適切に不正アクセス防止対応を行うことができなかったような場合も、証券会社の損害賠償責任が問題となり得ます^{*12}。

なお、約款に、証券会社の故意または重過失に起因するものでない限り、証券会社は損害賠償責任を負わないという定めがある場合、当該条項は消費者契約法8条1項3号により無効と考えられます^{*13}。

消費者が留意すべきポイント

消費者には、セキュリティに対する認識を深め、自らの財産を守るための対応を積極的に行うことが望めます。利便性と安全はトレードオフの関係にあるという面があり、多少の利便性を犠牲にしても、より確実なセキュリティ対応を求めるべきです。

証券会社を選択するに際しては、当該証券会社が十分なセキュリティ対応を行っているか、

また、万が一のときに適切な補償対応をしてもらえるかについても、十分な検討を行うことが大切です。特に、証券会社において大事な資金、多額の資金を運用する場合には、慎重な選択と利用が必要です。

今後の法制度等のあり方

証券口座の不正アクセス・不正取引事案については、まずは、その原因及び実態について、専門的な調査・解明が行われ、今後のセキュリティ対策の充実の観点からも、社会に対して適切な情報提供が行われることが望めます。その際、証券会社ごとのセキュリティ体制の脆弱性やインシデント対応体制のあり方等についても、横断的な検討が行われ、各社の業務の高度化に生かされることが期待されます。

セキュリティ事案・不正アクセス事案においては、加害主体がより高度化しており、国家関連の主体の関与も指摘されています。こうした動きに適切に対応するには、資本力・組織力・技術力を有する事業者に対応を求めるほかなく、かかる対応を促す制度や体制が必要です。セキュリティ対応は、もはや金融サービスの重要な一部、社会的な基盤の一部となっているものであり、国際的な競争力の確保・向上という観点からも重要な課題と考えられます。

事業者の取組みを促す観点からも、セキュリティに関する責任は基本的に事業者が負う制度が望ましいと考えられます^{*14}。セキュリティには専門性があり、市場による競争が働きにくい面があること、公正な取引を確保する観点からも、規制やガイドライン等により、全体の枠組みを整えることが極めて重要です。

^{*11} 内容によっては、(消費者契約に限らず)民法548条の2第1項により、合意しなかったものとみなされることも考えられる

^{*12} 電子マネー提供会社に関する事例だが、顧客への周知義務違反による事業者の損害賠償責任を認めたものとして東京高等裁判所平成29年1月18日判決がある

^{*13} ^{*12}の東京高等裁判所平成29年1月18日判決

^{*14} 例えば、預金者保護法と同様の規律が望まれる

銀行口座への不正アクセス・不正送金

発生状況

警察庁によると*1、2025年上半期におけるインターネット・バンキングに係る不正送金事犯の発生件数は2,593件(うち個人は2,518件)、被害総額は約42億2400万円(うち個人は約19億4900万円)に上っています。フィッシングがその手口の約9割を占め、2019年頃からリアルタイム型フィッシングにより2段階認証を突破される手口が横行しています。

被害救済

銀行口座への不正アクセス・不正送金について、一般社団法人全国銀行協会は、個人顧客に過失がないときには原則として補償することとし、顧客に過失がある場合には個別対応をする旨の申し合わせを行っています*2*3。補償にあたって顧客には、金融機関への速やかな通知と十分な説明、及び捜査当局への被害事実等の事情説明(真摯な協力)が求められます。

また、個人顧客のインターネット・バンキングの不正送金について、実務上、補償減額または補償しない扱いとする事例を、以下のとおり公表しています*4。

- (1) 銀行が複数回にわたり、個別的・具体的に注意喚起していたにも関わらず、注意喚起された手口により^{だま}騙されて、ID・パスワード等を入力してしまった場合
- (2) 警察や銀行等を^{かた}騙る者に対し、安易にID・パスワード等を回答してしまった、または安易に乱数表(暗証カード)

を渡してしまった場合。その他、正当な理由もなく、ID・パスワード等を他人に教えてしまった場合

- (3) お客さまがID・パスワード等を手帳等にメモしていたり、携帯電話等の情報端末等に保存しており、お客さまの不注意により当該手帳や携帯電話等が盗難等に遭う等して当該情報が盗取された場合

- (4) 以下のような事実があるにも関わらず、取引先の銀行への通報を怠っていた間に犯行が行われた場合

- ① 上記(1)～(3)の事例にあるようなケースに該当すること
- ② 通帳記帳やインターネット・バンキングサービスへのログインなどにより、身に覚えのない預金残高の変動があることを認識していたこと
- ③ お客さまのパソコン等がウイルス感染するなどにより、インターネット・バンキングで不正な払戻しが行われる可能性を認識していたこと

インターネット・バンキングの不正送金事案における補償実績*5は、2021年度から2024年度の4年間で、処理方針を決定した24,889件について、補償を行ったもの(全額補償と一部補償)19,296件(77.5%)、補償を行わなかったもの5,593件(22.5%)と報告されています。補償率は、調査の結果、不正払戻しでないことが判明した件数等を除いた場合、86.0%となります。また、補償を行ったもののほとんどは全額補償です。(坂 勇一郎)

*1 警察庁サイバー警察局「令和7年上半期におけるサイバー空間をめぐる驚異の情勢等について」(2025年9月)。個人と法人を含む件数・金額
*2 (一社)全国銀行協会「預金等の不正な払戻しへの対応について」(2008年2月19日)
*3 ATMによる預金の不正な払い出しについては、預金者保護法が被害救済の措置を定めているが、不正アクセス・不正送金には、適用されない
*4 (一社)全国銀行協会「インターネット・バンキングにおける預金等の不正な払戻しについて」(別紙2)(2016年6月14日)
*5 金融庁「偽造キャッシュカード等による被害発生等の状況について」(2025年6月10日)。個人と法人を含む件数



岡田 崇 Okada Takashi 弁護士

大阪弁護士会所属(51期)。日本弁護士連合会・消費者問題対策委員会委員。消費者センターやIT企業の顧問を務める。インターネットに関連する消費者問題に取り組む



信用スコアとは何か

信用スコアとは、個人の信用力を数値化したもので、その人がどのくらい契約を確実に履行するか、債務を返済するか、道徳的に正しいとされる行動を選択するかなどを表したものです。

従来行われてきた銀行、クレジット会社や消費者金融などが契約の可否、融資の可否や貸付の限度額や金利を決定することを与信審査といいますが、次のような手順で行われています。申込者は、住所・名前・生年月日等の本人特定情報に加えて、職業、勤務先、勤続年数、年収、他の借入、住宅状況、居住年数、配偶者の有無、家族構成といった情報を提出します。

申込みを受けた事業者は、株式会社シー・アイ・シー(CIC)や株式会社日本信用情報機構(JICC)などの信用情報機関から申込者の信用情報を取得します。信用情報機関には、信用情報として、本人特定情報のほかに、会員各社が提供した契約内容に関する情報、返済状況に関する情報、債務整理等の取引事実に関する情報、申込みに関する情報が登録されており、これらの信用情報が会員となっている事業者に提供されます。

事業者は、自らの申込者との取引履歴も加えて、これらの情報を数値化(点数化)し、与信審査を行います。数値化するというやり方をスコアリングといいます。このスコアリングは内部的に利用されているものであり、申込者を含め外部には公開されていません。

信用スコアは、このようなかたちで従来行われてきたスコアリングと異なり、スコアリング

の元になっている本人申込み情報、信用情報、取引履歴などの情報に加えて、幅広い日常生活にかかわる情報を元にAIでスコアの算出を行ったり、算出された数値を外部に提供し、金融領域以外でも利用されたりするのが特徴です。

日本における信用スコアの動きはアメリカや中国といった諸外国の影響を受けていることから、最初に、アメリカ、中国における信用スコアの状態を説明します。



アメリカにおける信用スコア

クレジット社会であるアメリカでは、クレジットスコアという信用スコアが利用されています。クレジットスコアには様々な種類がありますが、「FICOスコア」という算出方法が圧倒的シェアを占めています。

FICOスコアの算出の基になっているのは大手3社の信用情報機関が保有しているクレジットレポートであり、これらの信用情報機関がFICOスコアも提供しています。

クレジットレポートに含まれているのは、SSN(社会保障番号)を含む本人特定情報、支払履歴、デフォルト(債務不履行)や延滞の情報、信用照会記録などです。SSNで個人が特定されており、クレジットカードや住宅ローンだけではなく、アメリカにおける生活のあらゆる場面で行われている借入金や支払状況が含まれています。公共料金、携帯電話、医療費、家賃などの支払いにまで及ぶことがあるのが特徴です。

FICOスコアの構成要素は、①返済履歴、②借入残高(クレジットカードの借入限度額の何割を利用しているか)、③信用履歴の長さ、④新規

クレジットの有無(短期間に複数の信用契約を申し込んでいるか)、⑤クレジットの種類・構成(クレジットカード、ローン、住宅ローンなど複数の信用形態を利用しているとプラス評価になる)です。

FICOスコアは300～850点の範囲で評価されますが、平均は680～700点とされています。

FICOスコアはFICOのウェブサイトでチェックできるほか、アメリカのクレジットカードを持っていれば、そのアカウントにログインして確認することもできます。

クレジットカードの申請や住宅ローンだけではなく、電気・ガスの契約時やアパート・借家の入居審査でもFICOスコアは用いられており、数値が低い場合には、契約を断られたり、デポジット(保証金)を求められることがあります。また、州によっては禁止されていますが、応募者の同意を得て、就職や転職の際に参照することも行われています。

💡 中国における信用スコア

中国では「アリババ」と「テンセント」という2つの巨大プラットフォームがあらゆる分野で競っています。このうち、アリババが展開しているのが、「芝麻信用^{ジーマ}」です。芝麻信用は、アリババのモバイル決済サービス(アリペイ)の中に組み込まれた機能で、アリペイの決済記録、SNSの利用履歴、アリババグループでの購入履歴、学歴・職歴・資産保有状況・交友関係など、多岐にわたるデータをAIと機械学習で総合的に分析し、信用スコアを算出します。

芝麻信用の信用点数化は、①身分特質(社会的地位・身分、年齢、学歴、職業など)、②履行能力(過去の支払い状況や資産など)、③信用歴史(クレジット・取引履歴など)、④人脈関係(交友関係及び相手の身分、信用状況など)、⑤行為偏好(消費の特徴や振り込みなど)という5つの領域に

分けて行われています。

上記5つの領域について個々人の点数を算出し、総合点数で格付けしています。点数は350～950点の範囲で評価され、一般的な消費者はおよそ600点台です。

数値が高い者については、①ホテル、レンタカー、レンタサイクル、モバイルバッテリー・家電・本のレンタルサービスなどでのデポジット無料、②金融ローンでの金利優遇、審査簡略化、③ECサイトでの後払いサービスの利用、④中古品買い取り価格の優遇といった特典があります。

中国では、芝麻信用のような民間の信用スコア以外に、政府が運営する社会信用システムもあります。

政府が個人や企業の行動データ(納税、法律違反、公共料金支払い、交通マナー、契約履行など)を収集し、信用度を評価するものですが、複数のデータベースと評価基準を組み合わせた「執行インフラ」として機能しており、全国民を一元的に数値化したスコアにはなっていません。

交通違反、借金踏み倒し、社会保険料未納などの行為により、高速鉄道や飛行機の利用制限、不動産の購入制限、融資や契約の制限、就職・昇進の障害になることがあります。反面、信用の高い個人や企業には行政手続の迅速化、融資優遇、表彰などのインセンティブが与えられます。

政府が運営する社会信用システムは、民間の芝麻信用とは異なり、政府主導で社会秩序の維持と統治を目的とした制度であり、個人の行動に直接的な社会的・経済的影響を与える強力な管理ツールとなっています。

💡 日本における導入の動き

みずほ銀行とソフトバンクが共同出資して設立されたJ.Scoreが2017年9月に「AIスコア・レンディング」を開始しました。これは日本における信用スコアビジネスの先駆けとされています。

すが、このサービスによるスコアの新規登録・提供は2023年1月で終了しています。

他方、LINEヤフーがみずほ銀行、オリエントコーポレーションと共同出資して設立したLINE Creditは、2019年6月から「LINEスコア」を始めました。LINEスコアはユーザーが回答する「ライフスタイルに関する15の質問」（年齢、職業、年収、家族構成など）と、LINEアプリの利用状況（友達数、ニュース閲覧、LINE証券やLINEほけんの利用履歴など）をAIが分析して算出します。LINEスコアの点数はユーザーにも分かるかたちになっており、LINEの金融・決済サービスのみで用いられています。LINEポケットマネーでは、従来の信用情報や金融機関の与信審査に加え、LINEスコアを掛け合わせて、利用者に応じた貸付金利と利用可能額を決定します。

一方、信用情報機関のCICは、2024年11月に消費者向けに「クレジット・ガイダンス」という信用スコアの提供を始め、2025年4月から加盟各社にも提供されることになりました。

CICは、クレジット・ガイダンスの目的を、信用状態の維持・改善をサポートし、消費者の安心なクレジットライフを実現すると共に、クレジット会社等の適正な与信判断に貢献し、より豊かなクレジット社会を実現することとしています。クレジットカードなどの利用状況や借入残高などの情報から、属性に関する項目を除外した支払状況、残高、契約数、契約期間、申込件数という5つの客観的な取引事実を基に200～800点の範囲でスコアを算出します。消費者はCICの情報開示制度を利用し、スコアを知ることができます。開示の際には、特に影響を与えた要因が算出理由として最大4つまで提示されます。これにより、自身の信用状態にプラスまたはマイナスの影響を与えている具体的要因を把握できます。消費者は加盟各社へのクレジット・ガイダンスの提供を停止できますし、提供停止を解除することも可能です。

信用情報機関が算出して、消費者にもスコアが提供されることはFICOスコアと類似していますが、加盟各社は与信審査にしか利用することはできませんし、開示を受けた消費者にも第三者に提供しないことが求められています。

💡 信用スコア活用の動きについて 今後の展望

日本の場合、J.Scoreが終了しており、LINEスコアの活用も限定的であるように、信用スコアの活用はあまりされてこなかった印象があります。

CICという信用情報機関が信用スコアの提供を始めたことにより、CIC加盟の各社が与信審査に利用できるようになります。現状の与信審査の充実を図ったり、ベンチャー企業などでは独自にスコアリングを行うのではなく、CICの信用スコアをそのまま利用することにより審査の簡略化を図ることができることが期待できます。

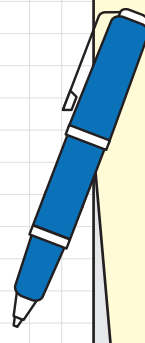
💡 消費者が知っておくべきこと

アメリカのように、FICOスコアが算出されない場合や非常に低いスコアになると生活が不便になったり、中国で政府が運営する社会信用システムのように公共インフラが利用できなくなったりすることは想定しづらいところではありますが、日本でもキャッシュレス化が図られていることから、クレジットカード等の決済手段はますます重要になっています。

信用スコアを維持するためにも、収入に見合わない高額な買物をするのを避けたり、支払期日に支払いをきちんとすることが求められています。

私たちのこれまでの活動と、これから

岩井 作太 Iwai Sakuta 特定非営利活動法人消費者ネットワークかごしま 副理事長、弁護士



特定非営利活動法人消費者ネットワークかごしま

鹿児島を中心に、消費者被害の未然防止・拡大防止のため、事業者への改善申入れや啓発活動を行っている消費者団体。2022年6月15日に適格消費者団体として認定を受ける。

私たちの団体について

私たち「特定非営利活動法人消費者ネットワークかごしま」は、2022年6月に全国で23番目の適格消費者団体として認定を受けました。九州は適格消費者団体の設立に向けた動きが活発な地域であり、当団体は九州内で5番目の認定となっています。

当団体は、2008年11月に任意団体「消費者ネットワークかごしま」としてスタートしました。当時は、消費者問題の相談や実態調査、消費者行政の活性化について要望書を提出するなど、地道な活動を行っていました。

その後、九州では多くの県で適格消費者団体設立の流れがあり、当団体も、県内に適格消費者団体ができることで県内の消費者被害の未然防止がより可能となるのではないかと考え、2015年4月に、消費者問題に深い知見を持つ弁護士、司法書士、学識経験者、消費生活相談員などを理事や専門委員として迎えるなどして体制を強化し、NPO法人へと移行しました。

NPO法人移行後、適格消費者団体の認定に向けて多くの申入れを行い、申入れの実績が蓄積されてきた2019年、定期総会で適格消費者団体の認定申請の準備を進めることを確認し、申

請準備に入りました。

会員の支援で成り立っている団体であり、資金的な問題がある中で、独立の事務所及び事務員を準備することに時間を要しましたが、鹿児島県の協力等もあり、何とかその問題を乗り越え、2021年10月に消費者庁へ申請書を提出、そして、2022年6月に全国で23番目の適格消費者団体として認定されることとなりました。

当団体としては、全国的な事案の申入れ活動も重要ですが、鹿児島県内の行政等との連携、鹿児島県内の消費者に向けた消費者被害の未然防止活動、鹿児島県内の問題のある広告や約款の早期発見・対応などの地域に根差した活動こそ当団体の重要な存在意義だと考えているところです。

適格消費者団体としての活動

当団体は、弁護士、司法書士、消費生活相談員、学識経験者で構成される専門部会が中心となって、広告や約款の差止請求業務の検討を行っており、適格消費者団体認定前を含めて27件の事業者への申入れを行い、その中で16件ほど申入れによって事業者が規約や表示を改定するなど具体的な成果を上げることができました。本稿では、そのうち2事案を紹介します。

事案1 ビデオレンタル事業者に対する申入れ

現在はウェブ上で一定期間の視聴権を購入する形式が多くなってきていますが、2015年頃はDVDをレンタルするのが主流でした。その中で、宅配によるDVDレンタルサービスを行う事業者の利用規約において、①規約変更について

十分な期間が設けられていないこと、②レンタル更新のみなし規定による解約権の制限、③事業者の全部免責条項が見受けられました。そこで、当団体は、それらの条項を改定するよう申入れを行いました。

申入れ先の事業者は、当団体の申入れに対して速やかに改定の方で対応し、当団体の申入れ内容に沿った形で利用規約の改定が行われました。

NPO法人移行後間もないころの事案であり、申入れ先の事業者は全国的にも有名な会社でしたので、そのような事業者に申入れを行い改定がなされたことは、これから適格消費者団体をめざそうとする当団体にとって、申入れ活動の自信やその後の活動のモチベーションにつながるものでした。

事案2 スポーツクラブに対する申入れ

他の団体がスポーツクラブの約款に対する申入れを行ったとの報告を聞き、当団体は、鹿児島でもスポーツクラブにおいて問題のある約款が使われていないか確認することにしました。そこで鹿児島県内で有名なスポーツクラブ5社の約款を取り寄せ、専門部会の皆で協力し合って、約款の検討を行いました。

スポーツクラブそれぞれで使用されている約款は少しずつ異なっており、各スポーツクラブの約款に対応して、会費の不返還条項や事業者の全部免責条項などについて、改定を申し入れました。

そして、ほとんどのスポーツクラブでは、こちらの申入れに対して、概ね申入れ内容に沿った形で約款が改定されました。

当団体の専門部会が一丸となって事案に取り組んだことで団結力が増し、鹿児島県内の複数の地元スポーツクラブで約款の改定がなされたことは当団体の存在意義を実感するものでした。

その他の活動

当団体の活動の中心は申入れ活動となりますが、それ以外にも、県弁護士会と市町村消費者センターとの協議会への参加や、市町村への情報提供カードの配布などの広報活動、若年者を対象とした学習会、見守りネットワーク設置促進など、消費者被害防止に向けた活動にも積極的に取り組んでいます。

写真 大学生を対象にした学習会(鹿児島国際大学)



今後の課題と展望

当団体の活動は、多くの専門家や関係者によって支えられています。現在、当団体の専門部会は弁護士や司法書士、消費生活相談員、学識経験者など専門家23名で構成されています。しかし、このうちの多くは、設立時からのメンバーであり、新たな専門家の参加や世代交代が今後の大きな課題となっています。

また、適格消費者団体に認定されたことで差止請求訴訟が可能となりましたが、適切な事案がなく訴訟にまで至った事案はありません。まずは差止請求訴訟を経験し、今後のより効果的な差止請求関係業務につなげていきたいと考えています。

当団体としては、今後も、地域に根差した活動を続け、消費者が安心して暮らせる社会の実現をめざしたいと考えています。

消費者教育 実践事例集

大学との連携による 教員向け消費者教育講座の実践

矢吹 香月 Yabuki Katsuki 岡山県消費生活センター 消費者教育コーディネーター

教員向け講座実施の背景と目的

岡山県消費生活センター(以下、センター)は、県民を適切な判断により自己決定できる「自律的な消費者」として育成することを目的とした、消費者教育を推進しています。

学校教育においては、この目的を達成する手段として、より実践的な消費者教育の推進をめざし、2011年度に「消費者教育副読本」を作成し、これを活用した消費者教育のための教員向け消費者教育推進講座を開始しました。例年、夏休み期間中に幼保・小・中・高校・特別支援学校の教員等を対象として、消費者トラブルの現状と消費者教育の必要性等を中心とした内容の講座を実施しています。

また、センターは、2015年度には3年計画で発達段階別消費者教育教材を、岡山大学法学部等の協力で作成し、それらの教材を用いた消費者教育を実施しています。これら教材を配布するだけではなく、センターのボランティア講師に登録している、岡山大学法学部学生サークル「法友会」(以下、法友会)を学校に派遣し、大学生が家庭科や社会科の授業を行う際の教材としても活用できるように支援もしています。

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(2023年3月28日閣議決定)は、2023年度から2029年度までの7年間における、4つの基本的視点を提示しています。

そこでセンターは、基本的視点の『「教えられる」だけでなく、消費者による自ら及び相互に『学ぶ』『考える』『行動する』ことを促進』、「多様な消費者の特性を踏まえたきめ細やかな対応」を具現化した教員向け講座に取り組むこととしました。

具体的に、大学生・教員が「学ぶ」「考える」「行動する」仕組みとしては、①法友会が消費者教育教材案を新たに作成してセンターに提案する、②教員向け講座で教材案を使用して授業を行う、③教員は、生徒の視点で授業を受け、教材内容や大学生の講義手法について意見を伝える、④法友会は、教材をブラッシュアップしてボランティア講師として中学・高校に出向き、作成した教材を用いて授業する、というものです。

本講座の具体的な内容

2024年の教員向け講座には、10名の参加がありました。Part1.消費者教育コーディネーター(以下、コーディネーター)による講演「デジタル社会における消費者教育を考える」、Part2.法友会によるモデル授業「デジタルプラットフォームにおける取引」の構成で実施しました。教材の内容は、デジタルプラットフォームにおける取引に主眼を置き、契約不適合責任についてBtoC契約のケースとCtoC契約のケースとを対比させながら問題点を整理して考えるものです。

2025年の教員向け講座は、11名の参加がありました。Part1.コーディネーターによる講演「消費者の権利と責任を考える～消費生活相談の視点から～」、Part2.法友会によるモデル授業「トラブルを防ぐ契約の授業～『不当勧誘規制』に着目して～」の構成で実施しました。教材は、事業者と消費者間の格差に着目している消費者契約法を、民法の詐欺と消費者契約法における不実告知とを対比させながら問題点を整理して考える内容です。

法友会によるモデル授業は、大学生は教員として、参加している教員は生徒として展開されます。大学生が講義形式で一般的な説明を行い

ながら、教員はグループに分かれて、いくつかのケースについてワークシートを用いて考えます。各グループには大学生2名がチューター（補助講師）として入り、1つのケースをより多くの視点から考えることができるよう、議論をファシリテートします。チューターは、自分たちが学んだ法律の知識を伝えることの楽しさや難しさを感じながら、教員が発言しやすいような雰囲気を作ります。さらに、難しい言葉を分かりやすく説明し、教員が意見を出して議論を深めていけるように工夫します。

こうした手法を取り入れることで、教員は、消費者問題を法的側面から考え、自らが授業を行う際のヒントを得ることができます。また、教員は、生徒と年齢が近い大学生が学校に出向く講座を体験することで、消費者をめぐる法律問題を共有し、大学生から中高校生へと問題解決のための議論の広がり、知の深化が図られていく過程を実感することができます。（写真）

寄せられた感想

講座終了後に実施したPart2.についてのアンケートでは、2024年は参加者全員からよい評価を得られました。また、大学生を授業に活用することについても全員積極的で、1校（中学校）から新たな依頼があり、大学生をボランティア講師として派遣しました。2025年は8名の参加者から回答があり、多くの参加者から概ねよい評価を得られました。また、大学生を授業に活用することについても多くの参加者が積極的でした。（図表）

講座や教材についての自由記述では、「チューターとして話し合いを進めるポイントを教えて

図表 Part2.についてのアンケート結果 ※筆者作成

Part2.		2024年	2025年
講座内容	大変よかった	8名	7名
	よかった	2名	
	どちらでもない		1名
使用した教材	大変よかった	6名	6名
	よかった	4名	
	どちらでもない		2名
大学生の活用	活用したい	6名	3名
	活用を検討する	4名	4名
	無回答		1名

欲しい」「岡山大学の学生の模擬授業があるということで参加した。新しい消費者問題を法的側面からとらえるのは難しかったが、ネットショッピングという生徒に身近な問題から考えるのでよかった」など、大学生が授業を実施する講座に興味をもち、講座参加の契機となったというような意見がありました。その反面、「教員として参加しても『へえーなるほど』というぐらいいないので、生徒にどうやって理解させるかが課題だと思った」、「大切なことがたくさんありすぎて、どこをポイントにするかわからない面があった」といった意見がありました。まだ試行の段階で、問題点が絞られていないことが原因であり、法友会は、今後ブラッシュアップするうえでの課題を明確にすることができました。

今後の展開

消費者教育の推進に関する法律は、消費者教育を、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む」（2条）と定めています。つまり、消費者一人一人が実生活における課題や、より良い社会について議論し、各々大切な存在であることを自覚して行動する力を育成する教育といえます。

センターでは、今後も引き続き本講座のように多様な主体が連携した、より実践的な消費者教育を実施していくこととしています。センターが拠点となり、コーディネーターを中心として、学校、大学、地域と協働・連携し、win-winの関係になる仕組みを作り、より多くの教員の参加が得られる魅力的な講座を提供していきたいと考えています。

写真 教員向け消費者教育講座の様子





小木曾 健 Ogiso Ken

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター 客員研究員

講演やメディア出演を通じ、ネットで絶対に失敗しない方法を伝えている。全国の企業・学校などで2,000回以上の講演。著書に『ネットで勝つ情報リテラシー』（筑摩書房、2019年）ほか多数

フェイクニュース (上級編)

前回は、選挙のたびに拡散するフェイク動画と、それらがもたらす深刻な影響、またフェイク情報への対抗策として「保留力」をご紹介しました。今回は、情報には「本当とウソ」のほかに「それ以外」がある、というお話です。

国連がそう言っている

早速ですが、次の2つの文章を比べてみましょう。

- ①福島は安全だ。放射能による健康被害も確認されていない。国連もそう言っている。
- ②福島は危険だ。放射能による健康被害が懸念される。子どもや若い女性は離れるべき。国連もそう言っている。

どちらも東日本大震災による福島第一原発事故について述べていますが、内容がまったく違いますよね。普通に考えればどちらか一方が正しく、もう一方が誤っていると思うでしょう。ですが「国連もそう言っている」という点においては、実はどちらも正しいのです。

2つの「事実」

まず①ですが、これは2014年に「原子放射線の影響に関する国連科学委員会」が作成した報告書について述べたもの。そして、②は2018年の「国連人権理事会」特別報告者による報告について述べたものです。どちらも実在する国連機関による公式の報告なのです。

とはいえ、①は数十名の専門家による科学的根拠に基づいた調査報告であり、一方で②は原

子放射線の専門家ではない人物が作成したものの。報告のエビデンスを確認すれば、どちらが科学的根拠に基づく報告なのかは明白なのですが、ではなぜ同じ「国連」からまったく異なる2つの報告が公表されているのでしょうか。

実は……身もフタもない話ですが、国連と名の付く組織だからといって、そのすべてが公正中立、科学的とは限らないのです。中には真偽が定かでないような情報を定期的に発信している組織もあり、実際は「玉石混交」の集まり。これが現在の国連の姿です（あまり知られていませんが）。

そんな背景もあり、国連名義で間違った情報が発信されたり、訳の分からない勧告がなされたりすることは、残念ながらよくあります。そして仮にその内容がトンデモであっても、「国連がそう言っていた」というのは本当なので、「事実」として世の中に広まってしまうのです。

本来なら異なる2つの報告書を比較し議論すべきですが、実際は多くの人が「自分が信じたいほう」だけを選び、敵・味方に分かれ、終わらない殴り合いを始めます。

悪用厳禁！裏技の数々

このエピソードだけでも、いかに情報の見極めが難しいか、また情報は「本当」or「ウソ」の2種類だけではないのだ、ということがよくお分かりいただけると思います。かくも曖昧で複雑なもの、それが情報なのです。

悪意を持った人たちは、この情報の曖昧さを逆手に取り、様々な技法を駆使しフェイクを作りあげます。例えば……

◆「犯罪者の8割はラーメンが好物だった。つまりラーメンを禁止すると犯罪者が減るのだ」

【疑似関連】

そんなバカな、と思われるかもしれませんが、最もポピュラーな技法の一つです。関連しない

2つの事象を結び付け、ありもしない因果関係を成立させる「疑似相関」。うっかりの勘違いもあれば、意図的に結び付ける悪質なケースもあります。

◆「世間はあなたの発言を許さない」

【主語のすり替え】

SNSでよく見かける言い回しですが、多くの場合、相手を攻撃する目的で主語を「大きなもの」にすり替えているだけ。単なる自分の気持ちである「俺は許さない」を、根拠もなく「世間は許さない」にすり替え、自らを多数派に見せようとしているんですね。

ちなみに、何かを批判するときの常套句である「日本人はいつからこうなってしまったのだ」も同様です。日本全体がそのように変質した根拠はまず示されないの、大げさに批判したいだけなんだろうなあ、と思いながら眺めています。

◆「スピード違反は違法行為であり、許しがたい悪事です」

【事実への意見混入】

ぱっと見、事実を述べているだけのように見えますが、後半に個人の意見・気持ちが練り込まれています。明白な事実^{じょうとう}に自分の意見をつなげることで、一つの事実っぽく見せているんですね。

実はこれ、私たちが毎日見ているテレビや新聞などで伝統的に使われてきた技法です。

- 「今後議論を呼びそう」
- 「懸念される」
- 「反発は避けられない」
- 「不安の声が聞こえる」
- 「波紋が広がっている」

いずれも報道でよく見聞きする言い回しですが、これらは伝え手の気持ち、推測でしかありません。こういった言葉が使われているときは、その情報の根拠や曖昧さを確認してみましょう。

◆「ウクライナ侵攻についてはロシアに非があるが、これまでのウクライナ外交にも問題があった」

【真意の隠ぺい】

ロシアによるウクライナ侵攻は「国際連合憲章2条4項」で定められた武力行使禁止原則に反する行為であり、明白な国際法違反です。

この状況で、仮に「ロシアは正しい。悪いのはウクライナだ」と説いて回ったところで、多くの賛同を得ることは難しいし、拡散もしないでしょう。

それでもなお、ロシア擁護の世論を広めようと思ったらどうすればよいか。例文のように、多くの人が賛同しやすい言説(＝ロシアが悪い)に、こっそり「本来伝えたい意図」(＝ウクライナが悪い)を紛れ込ませればよいのです。

実はこの例文、以前、SNS上で実際に拡散したことのあるフェイク情報なのです。2025年9月号の記事「フェイクニュース(1)」で、ネットやSNSは「意外な事実」「人に教えない」「許せない」といった要素を持つ情報が拡散しやすい、とお伝えしましたが、この例文はまさにその要素を満たしていますよね。実際それなりに拡散しました。恐ろしい話です。

誰が得をするのか

今回ご紹介したのは、世の中に存在するフェイク技法のほんの一部です。これから新しい技法は増え続けるでしょうし、フェイクとの戦いはより複雑になるはず、ですが……実はいつの時代にも使える、情報と接する際のコツがあるのです。

●「この情報で誰が得するか」

●「この情報で損をするのは誰か」

これらを意識するだけで、情報発信の意図や背景、利害関係がうっすら見えてきます。結果的にフェイクを拡散させない「保留力」も強化されるでしょう。情報は「誰が得、誰が損」を意識しながら眺めてみてください。

身元保証人の責任の範囲は？



相談者の気持ち

私しか身寄りのいない一人暮らしで高齢の叔母から、介護施設に入るため身元保証人を頼まれました。幼い頃から可愛がってもらった人なので引き受けるつもりですが、どこまで責任を持つことになるのでしょうか。

小島 直樹 Kojima Naoki 弁護士

第二東京弁護士会・消費者問題特別委員会に所属。一級建築士。通商産業省（現経済産業省）などの勤務経験を生かし、消費者被害救済のほか、高齢者や中小企業の法律問題など広く取り組む



病院や介護施設への入院・入所の際し、多くの場合、「身元保証人」を要求されます。しかし、この「身元保証」が具体的にどのような「保証」を求めるものであるのかについては、明確な説明がされないことが多いのが通常です。

「身元保証」として古くから知られているのは、「身元保証に関する法律」（1933年制定）で規定されている、被用者が就職後に使用者に与えた損害に責任を持つ制度です。

病院や施設で要求される「身元保証」はこの法律によるものではなく、だからといって別の法律が制定されているわけでもなく、「身元保証人」との契約によるものということになります。では、「身元保証人」になることでどのような責任を負うことになるのでしょうか。

2025年に公益社団法人日本医療ソーシャルワーカー協会が行った調査結果*によれば、身元保証人を要求する理由でもっとも多いのは、「入院費等の支払いが滞納になったときに備えて」であり、次いで、「患者が急変・死亡したときに備えて」となっていることから、支払の確保や緊急時の連絡先としての機能が主として期待されているものということができます。

この内、入院費や施設の利用費等の支払の保証は、民法上、「連帯保証」（民法458条）に該当し

ます。また、あらかじめ金額が決まっている保証ではありませんので、「個人根保証契約」（465条の2）に該当し、「極度額」（保証の上限額のことです）が書面または電磁的記録で定められていなければ無効となります。

しかし、極度額が定められていなくても、病院・施設の側では連帯保証の意味で「身元保証」を要求して、それを身元保証人は承諾していると考えて、後日、身元保証人に対して支払を求めることもあり得ます。また、その他にもさまざまな事項について身元保証人に期待していることが上記の調査結果で明らかになっていますので、身元保証人を引き受けるに当たっては、どのような責任を引き受けることになるのかについて、あらかじめ病院・施設側によく確認をしたうえで引き受けになることをお勧めします。

病院・施設側の説明を聞いても納得がいかない場合、身元保証人になることを断ることになりますが、そのような場合、入院・入所できなくなるのでしょうか。

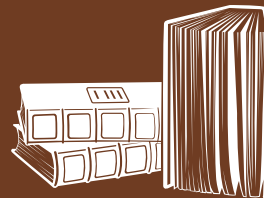
厚生労働省では、身元保証人がいないことだけを理由に入院・入所を断ってはならないという見解を採っています。病院・施設側と交渉するほか、地域の社会福祉協議会や自治体の福祉関係の担当部署と相談して支援を得るようにされることをお勧めします。

* 公益社団法人日本医療ソーシャルワーカー協会社会貢献事業部身元保証人問題チーム「身寄りのない患者を取り巻く社会的課題についての研究報告書」（2025年9月）16ページ https://www.jaswhs.or.jp/images/NewsPDF/NewsPDF_hFJQapKaSi0V7UXx_1.pdf



暮らしの判例

国民生活センター 消費者判例情報評価委員会



消費者問題を考えるうえで参考になる判例を解説します

転売禁止違反に対する違約金条項が 消費者契約法の不当条項に該当するとされた事例

予備校運営事業者が、予備校講座を受講した際の教材をインターネットフリーマーケットサービスにおいて売却した消費者に対し、当該売却を規約違反として違約金条項に基づき500万円の違約金の支払を請求した事案の控訴審において、違約金の額を100万円とした一審を変更し、5万円の限度で事業者の請求を一部認容した事例（東京高等裁判所令和4年11月10日判決、判例タイムズ1520頁）

X（予備校）：原告（被控訴人）
Y（消費者）：被告（控訴人）

事案の概要

本件は、予備校（以下、本件予備校）を運営するXが、受講生であったYに対し、教材を第三者に譲渡した行為は本件予備校の講座の受講を申し込む際の規約（以下、本件規約）に反していると主張して、本件規約に定められた違約金500万円及びこれに対する遅延損害金の支払を求める事案である。原審は、Xの請求を100万円及びこれに対する遅延損害金を求める限度で認容し、その余の請求を棄却した。これに対し、Yが控訴し、Xが附帯控訴した。

前提となる事実は、概要次のとおりである。Xは、A大学校受験のための本件予備校を運営している。Yは、2015年10月31日、本件予備校の講座（以下、本件講座）の受講を申し込み、Xとの間で受講契約（以下、本件受講契約）を締結した。本件予備校について紹介したパンフレットには本件規約が記載されており、Yが上記申込みにおいて用いたウェブの入力フォーム中には本件規約への同意を確認するためのチェックボックスが設けられていた。本件講座の受講期間は、教材の発送日（同年11月9日）からA大学校1次試験（2016年7月）前日までであった。1次試験の出題分野は、英語・一般教養・数学・物理等であ

り、本件講座の主な内容は、本件予備校が受講生に提供する教材及び情報（以下、本件予備校教材）に基づき講師が行う講義の配信であった。

Yは、本件予備校におけるセミナーを受講した2016年3月12日及び同年8月の2回にわたり、セミナーの内容について他者に公開、漏洩等^{ろうえい}をしないことを約する誓約書に署名し、Xに提出した。この誓約書には、第三者がセミナーの内容を使用した場合は、「法的手段により、内容を使用した会社または個人に対し、五百萬円の請求措置が取られますことを了承致します。」という記載があった。A大学校の受験資格は受験年度時20ないし24歳であるため、Yは、2018年で受験資格を失い、本件講座の教材（以下、本件教材）は不要となった。Yは、Xから、本件教材の返還を求められなかった。Xは、2019年12月1日、本件規約を改訂し、「当社は、受講者に対して、シリアル番号で受講者毎に個別に管理された教材を貸与します。教材の所有権は当社にあり、受講者は、善良なる管理者の注意をもって使用しなければなりません。」という条項を追加した。Xは、受講者全員から教材の返還を受けているわけではない。

Yは、2020年5月1日、「B」という出品者名でフリマサイトに、〈A〉A大学校の英語の過去問



の解答解説教材11冊をセットとして4万1800円で、〈イ〉A大学の数学の解説付き受験対策教材3冊をセットとして9000円で、〈ウ〉A大学の物理の解説付き受験対策教材5冊をセットとして1万5000円で、〈エ〉「A大学 総合Ⅱ 過去問完全攻略」と題する過去問の解答解説教材を4万1800円で、〈オ〉「A大学 総合Ⅰ 完全攻略」と題する問題集を3万円で出品した。Yは、非売品のため値下げできないとコメントしていた。Yは、フリマサイトのコメント欄に、本件規約に違反している旨のコメントがされたため、出品を取り消した。Yは、2020年5月1日、Xに対し、出品は既に停止したこと、規約の確認不足とのことだが、他にも複数名が出品しているために問題ないと認識していたこと、出品停止以外に対応事項等があれば知らせてほしいことなどを記したメールを送信した。

Yは、2020年5月6日、本件規約に違反している旨のコメントを削除して、「B」という出品者名でフリマサイトに、上記〈ア〉～〈オ〉を、一部金額を変え、再度出品した。このうち、上記〈ウ〉が1万5000円で、〈エ〉が3万9800円で、譲渡（以下、本件譲渡）が成立した。

Yは、2020年5月頃、「C」という出品者名でフリマサイトに、〈ア〉〈イ〉〈オ〉について、3度目の出品をした。Xの当時の代表取締役であったWは、2020年5月21日、Yに電話をかけ、Yが「B」の名でフリマサイトに本件教材を出品していることを確認したところ、Yは、出品を否定した。本件教材にもID番号が記載されていたが、Yは、本件教材をフリマサイトに出品する際、本件教材に記載されたID番号部分に付箋^{ふせん}を貼って、ID番号が見えないように撮影した写真を出品サイトに掲載しており、「表紙の個人番号があるので、隠しております」としていた。

A大学の入学試験では、問題用紙を持ち帰らせているが、問題文は掲載されていない。本件予備校の教材には、問題文も掲載されている。D出版は、「E入試問題集」を3080円（税込み）で出版しており、A大学の入学試験の問題文も掲載されている。



理由

Xの請求は、5万円の支払を求める限度で理由があり、その余の請求は理由がない。

1. 本件違約金条項の法的性質について

本件規約の違約金条項（以下、本件違約金条項）は、「禁止事項及び罰則について」という見出しがつけられた本件規約第8項に定められている上に、本件規約の譲渡禁止条項（以下、本件譲渡禁止条項）に違反した場合には、「当該コース正規受講料の10倍の料金又は500万円のより高額な方を違約金として申し受けます。加えて、民事上の措置（損害賠償等）・刑事上の措置（著作権）をとらせていただきます。」と定めており、「違約金」に加えて損害賠償請求を別途行うとしていることからすれば、本件違約金条項は、損害賠償額の予定を定めたものではなく、違約罰を定めたものと解するのが相当である。

ところで、消費者契約法9条は消費者契約の解除に伴う損害賠償額の予定等について規律するものであるところ、本件違約金条項は、本件受講契約の解除を前提とするものではないことからすると、本件においては本件違約金条項が消費者契約法10条により無効とされるか否かが問題となると解される。そこで、以下この点につき検討する。

2. 消費者契約法10条の該当性について

本件受講契約は、A大学受験のための講義や教材等をXが提供する一方でYがその対価として26万8030円の受講料を支払うという双務契約であって、この契約におけるYの基本的義務は受講料の支払義務であり、本件譲渡禁止条項に基づく義務はYの負う付随的義務といえることができる。このような義務に違反した場合において受講生は損害賠償義務を負担し得るところ、本件違約金条項は、これに加えて違約罰を課するものであるから、任意規定の適用による場合に比し、消費者である受講生の義務を加重するものというべきである。

そこで、本件違約金条項が民法1条2項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的



に害するといえるかどうかについて検討すると、同条項はXが提供する講義や教材等の内容が本件規約の定める禁止事項に違反して外部に漏出等することにより生じる著作権侵害や本件予備校の経営に与える悪影響を防止する目的で設けられたものと解されるところであり、漏出等が生じた場合にはその態様によって損害の規模も様々である一方でXがこれを具体的に立証して賠償を求めるには相応の負担や困難も伴う面があることから、違約罰という制裁を予め定めておくことにより、漏出等の事態が生じるのを未然に防止する趣旨に出たものと解される。本件規約に定められた付随的義務を守ることが受講生に特段大きな負担をかけるものとはいえないことにも照らすと、上記のような趣旨目的から違約罰を定めることそれ自体が直ちに消費者である受講生の利益を一方的に害するとまではいい難い。

しかしながら、違約金が現実に課される段になれば受講生の受ける負担は現実的なものとなるから、その額が禁止事項違反により生じ得る損害の額に比して高額に過ぎると評価すべき場合には、信義則に反して消費者である受講生の利益を一方的に害するものであって、消費者契約法10条により無効となり得ると解するのが相当である（最高裁判所平成23年3月24日第一小法廷判決・民集65巻2号903頁参照）。

これを本件についてみると、本件違約金条項の下においては、受講生が上記付随的義務に違反した場合、損害賠償義務を負うのに加えて500万円又はそれ以上の違約罰を課されることになるわけであるが、これは受講生が基本的義務として負う受講料額を超える負担を付随的義務違反に対する制裁として課すというものであって、契約当事者間の公平の観点から看過できない負担を受講生に負わせるものである（違約罰の例として挙げられる違約手付も通常は売買代金額の範囲内の額が定められることが想起される）。しかも、本件違約金条項で定められた違約金額は受講生が支払う受講料の額をはるかに超えた多額に及ぶものであり、受講生にとっ

て過酷な結果を招くものといわざるを得ない。

もっとも、本件違約金条項の対象となっている禁止事項には様々なものが含まれており、Xによる配信授業やセミナー等を密かに収録してインターネット上で公開したり、本件教材を複製して多数の者に頒布したりするなどの行為も含まれ得る一方で、本件違約金条項について十分な認識を欠く受講生が本件予備校教材を知人に譲渡してしまったために違約金を請求されるといった場合も含まれ得る。それらの個別事情によって、受講生側の義務違反の程度は大きく異なるし、Xに生じる損害もまた大きく異なり得るところであるから、本件違約金条項の適用が受講生の利益を一方的に害するか否かを一律に判断することは困難といわざるを得ない。

このような事情に加えて、消費者契約法10条が民法1条2項の基本原則を踏まえたものであることを考慮すると、本件の個別事情を踏まえて、本件に適用する限りにおいて、本件違約金条項を全部又は一部無効とすべきであるか、一部無効とする場合にはどの範囲で無効とすべきであるかを検討するのが相当である。

そこで検討すると、本件において本件違約金条項の対象とされるのは、Yが本件教材をフリマサイトで他の特定人に譲渡したことであり、これが本件規約で禁止事項とされる本件予備校教材の「譲渡」に当たるというのである。しかしながら、本件教材の内容は、英語、数学、物理等の問題とその解説であり、その内容それ自体がこれらの科目の一般的知識を有しているだけでは理解や回答ができないような特殊なものであると認めるだけの証拠はないし、類似の問題集が市販されているから本件教材に記載されているものと同種の内容を不特定多数の者が入手可能な状況にあるともいえる。そうすると、かかる事情の下でYが本件教材を他の特定人に譲渡したからといって、それによりXの経営にとって望ましいものでないというレベルを超えた多額の損害まで発生するものとは考えられない（少なくともそのような損害が生じ得ると認めるだけの立証はされていない）。



他方、Yの譲渡行為は他の禁止事項に違反した場合に比べて義務違反の程度は典型的に低いといえるものの、YはXから譲渡を制止されながら譲渡に及んだものであり、かかる場合に違約金が何ら課されないとなると、本件規約の実効性を一部失わせるものになり得ることも否定できない。

以上検討してきたところを総合考慮すると、本件違約金条項については消費者の利益を一方的に害する条項を無効とする消費者契約法10条によりその定める違約金の額を合理的な範囲に制限すべきであり、本件における事実関係の下では5万円を超える部分は無効と解するのが相当である。

解説

本件判決は、事業者が設けていた譲渡禁止規約に関する違約金条項が不当条項に該当するかどうか争点となった事案である。本件判決のポイントは3点ある。第一は、本件違約金条項が違約金の定めであり、消費者契約法10条該当性が問題となると判断した点。第二は、消費者契約法10条に定める信義誠実の原則の考え方を示した点。第三は、消費者契約法10条に該当するとしただうえで、5万円を超える部分を無効とする一部無効説をとった点である。

第一の論点については、「禁止事項及び罰則について」という見出しがつけられた本件規約第8項に定められている上に、本件譲渡禁止条項に違反した場合には、「当該コース正規受講料の10倍の料金又は500万円のより高額な方を違約金として申し受けます。加えて、民事上の措置（損害賠償等）・刑事上の措置（著作権）をとらせていただきます。」と定めており、「違約金」に加えて損害賠償請求を別途行うとしていることからすれば、本件違約金条項は、損害賠償額の予定を定めたものではなく、違約金を定めたものと解するのが相当である、との解釈を示した点が類似のケースの参考になる。

第二の論点については、「違約金が現実には課される段になれば受講生の受ける負担は現実的な

ものとなるから、その額が禁止事項違反により生じ得る損害の額に比して高額に過ぎると評価すべき場合には、信義則に反して消費者である受講生の利益を一方的に害するものであって、消費者契約法10条により無効となり得ると解するのが相当である。……本件違約金条項の下においては、受講生が上記付随的義務に違反した場合、損害賠償義務を負うのに加えて500万円又はそれ以上の違約金を課されることになるわけであるが、これは受講生が基本的義務として負う受講料額を超える負担を付随的義務違反に対する制裁として課するというものであって、契約当事者間の公平の観点から看過できない負担を受講生に負わせるものである（違約金の例として挙げられる違約手付も通常は売買代金額の範囲内の額が定められることが想起される）。しかも、本件違約金条項で定められた違約金額は受講生が支払う受講料の額をはるかに超えた多額に及ぶものであり、受講生にとって過酷な結果を招くものといわざるを得ない」として信義誠実の原則の考え方を示しつつ、「……それらの個別事情によって、受講生側の義務違反の程度は大きく異なるし、Xに生じる損害もまた大きく異なり得るところであるから、本件違約金条項の適用が受講生の利益を一方的に害するか否かを一律に判断することは困難といわざるを得ない」として、個別事情によることを指摘した点である。この点からは、適格消費者団体による差し止め訴訟と、個別の消費者が当事者となったケースでは、得られる結論が異なることになる。本件が適格消費者団体による差し止め訴訟だった場合には、当該条項の使用を差し止める結論になった可能性がある。

第三の論点については、違約金条項が不当条項に該当する場合に、条項全体が無効となると解する説と、一部無効となると解する説がある。裁判実務では、この点についてはいまだ確定していない。本件判決は、一部無効説をとった事例である。

なお、5万円とした根拠は示されていないが、転売により消費者が得た利益が5万4800円であった点が考慮されているかもしれない。

新連載

佐藤 吾郎 Sato Goro 岡山大学学術研究院法務学域 教授

国立大学法人岡山大学副理事(法務・コンプライアンス担当)。専門は経済法、消費者法。消費者庁「アフリエイト広告等に関する検討会」、環境省「環境表示のありかたに関する検討会」等の委員を務める

はじめに

近年、消費者庁による措置命令、課徴金納付命令など、不当景品類及び不当表示防止法(以下、景品表示法)に関するニュースが多く報じられています。広告表示やキャンペーンについて景品表示法に違反していないかと話題にすることも増えてきました。

景品表示法は、1962年に制定された歴史のある法律です。デジタル経済社会の進展とともに、その重要性が高まってきています。2023年10月から、ステルスマーケティング(広告であるにもかかわらず広告であることを隠すこと)に対する規制が行われています。また、直近の2023年法改正においては、事業者の自主的な取組の促進策の一環として、確約制度が導入されるなど、景品表示法をめぐる制度は、近年大きく変化しています。

本連載では、消費者や消費者行政・消費生活相談に携わっている方々、景品表示法を学び直そう、または、学ぼうと考えている方を主な対象とし、最新の制度や運用状況を踏まえて景品表示法の概要を分かりやすく解説することによって、景品表示法の基本的な考え方、内容、近時の動向について、理解することを目的とします。

なお、実務の運用については、消費者庁表示対策課職員が執筆した解説書^{*1}、及び消費者庁のウェブサイトに掲載されている「よくある質問コーナー(景品表示法関係)」^{*2}が参考になります。

景品表示法の概要

1. 景品表示法の概要

景品表示法は、不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保し、一般消費者の利益を保護することを目的としています(1条)。一般消費者が、納得感なく、誤解なく商品・役務を選択することを通じて、一般消費者の利益を保護するという考え方に立っています。

景品表示法は、不当な表示の禁止(不当表示規制)と過大な景品の禁止(景品規制)の二本柱で構成されています。表示については、不当な表示が禁止されます。景品規制は、過大な景品付販売を禁止しています。景品・懸賞付販売を全面的に禁止するのではなく、行き過ぎたものを禁止するという趣旨です。

2. 不当表示規制の概要

景品表示法が禁止している表示には、3つの類型があります。

①優良誤認表示(5条1号)

自己の供給する商品・役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると誤認され、または事実に相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると誤認される表示

優良誤認表示は、内容に関する不当表示です。内容について、とても良いと思わせておいて、実際には、そうではない場合の表示です。

②有利誤認表示(5条2号)

自己の供給する商品・役務の価格その他の取

*1 高居良平編『景品表示法 第7版』(商事法務、2024年)

*2 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/faq/index.html

引条件について、実際のものまたは競争事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

有利誤認表示は、取引条件に関する不当表示です。取引条件についてとても良い(とてもお得だ)と思わせておいて、実際には、そうではない場合の表示です。

③指定告示に係る不当表示(5条3号)

上記優良誤認表示及び有利誤認表示のほか、商品・役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある不当表示として内閣総理大臣が指定する表示

特定の事項について、内閣総理大臣が指定する形式をとることから、「指定告示」と呼ばれており、無果汁の清涼飲料水等、商品の原産国、おとり広告、不動産のおとり広告、有料老人ホーム、消費者信用の融資費用に関する不当な表示、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(ステルスマーケティング告示)があります。

2022年4月から2025年3月末までの景品表示法違反事案に対する措置の推移は、**図表**のとおりです^{*3}。

3. 景品規制の概要

「景品」という言葉は、日常においてもよく使われますが、法的には、事業者が、取引に付随して相手方に提供する経済的利益(2条3項)をいいます。当該経済的利益は、「景品類」として、景

品表示法の適用対象となります。景品規制には、大別して、懸賞規制と総付(「そうづけ」と読みます)規制があります。

「懸賞」(「くじ」に類する偶然性を利用します)の方法で提供する場合には、最高額を「取引価額の20倍の金額」(当該金額が10万円を超えるときは10万円)までとし、それらの総額は、「懸賞に係る取引の予定額」の2%以内である必要があります(懸賞規制)。また、事業者が消費者に対してもれなく提供する(消費者からみると、買うともれなくついてくる)総付景品の場合には、最高額を「取引価額の20%の金額」と200円のいずれか高い方までにする必要があります(総付景品規制)。

景品類に対する規制は、1999年3月30日の措置命令を最後に、措置命令はなく、行政指導による対応が行われています。他方、都道府県レベルでは、大阪府が、2019年3月に、新聞社及び新聞販売店2店に対する措置命令^{*4}、2019年12月に新聞販売店に対する過大な景品付販売による措置命令及び特定商取引法5条1項に規定する書面交付義務の違反(記載不備)による指示^{*5}、さらに、2023年3月には、2019年3月と同じ新聞社に対して、措置命令を行っています^{*6}。都道府県が、景品表示法の規定を消費者問題への対応として継続的に適用しており、消費者庁(国)と都道府県が相互補完的に消費者保護の役割を果たしている点で注目されます。

図表 調査件数及び行政処分件数等

	主体	2022年度	2023年度	2024年度
調査件数		274	229	437
措置命令	国(消費者庁)	41	44	26
	都道府県	6	3	4
課徴金納付命令	国(消費者庁)	17	12	7
	課徴金総額	3億441万円	20億4419万円	19億2696万円

^{*3} 消費者庁「令和6年度における景品表示法等の運用状況及び表示等の適正化への取組」(2025年5月29日)を基に著者が作成した

^{*4} 81,000円相当の電動アシスト自転車等の高額な景品を提供したと報道されている(日本経済新聞2019年3月19日)

^{*5} <https://www.pref.osaka.lg.jp/o070120/shouhi/syobun/mainichi.html> (大阪府ウェブサイト)

^{*6} <https://www.pref.osaka.lg.jp/o070120/shouhi/syobun/sankei2.html> (大阪府ウェブサイト)

制定の経緯や改正の流れ

景品表示法の制定及び改正は、多くの場合、社会的に注目される事件を契機に行われてきていますが、全体的にみると、社会の大きな変化に対応した形で行われてきています。

1. 景品表示法の制定

景品表示法は、1962年に成立し、同年施行されました。まず、景品表示法成立の背景について、みていきましょう。

1950年代後半頃から、大量生産・大量販売社会の到来とともに、販売促進のために、「ウイスキーを飲んでハワイへ行こう」「チューインガムで1000万円」といった高額の特賞付販売が盛んに行われていました。1960年代は、1ドル＝360円の固定相場時代だったため、非常に高い販売促進効果があったのです。また、1960年には、いわゆる「ニセ牛缶事件」が発生しました。横浜市に住む主婦が、缶詰にハエが入っていた旨の届出を保健局に対して行い、調査の結果、牛の絵の付いた牛肉の大和煮の缶詰の肉が、牛肉ではなく鯨肉や馬肉が多く含まれていることが判明しました。さらに、当該缶詰を生産したメーカーのみならず、業界の20余りの主要なメーカーの製品を調査したところ、牛肉のみが含まれているのは2社であることが判明し、大きな社会問題となりました。

景品表示法が制定される前には、不当な広告・表示や不当な景品類提供は独占禁止法の不公平な取引方法として規制されていました。この事案への対応として、公正取引委員会は畜肉鯨肉等の缶詰業などにおける不公平な取引方法を指定しました。一連の対応を通じて、独占禁止法の消費者保護機能が注目されたのです。さらに、このような欺瞞^{ぎまん}的な表示は、一般に他の業界でも起こり得るものであるとの議論から、欺瞞的な表示や過大な景品付販売を規制するため、迅速性を重視した簡易な手続であることを特徴とする景品表示法が、独占禁止法の特例法として制

定されました。

2. 2009年改正

2009年9月に、消費者庁の創設に伴い、景品表示法の運用機関が公正取引委員会から消費者庁に移管されるとともに、同法の位置付け及び目的が改正されました。改正以前の景品表示法は、独占禁止法の特例法として位置付けられ、「商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客誘引を防止するため、……公正な競争を確保し、もって一般消費者の利益を保護すること」を目的としていました。2009年法改正によって「公正な競争を確保し、もって」の部分が、「一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより」に変更されたことにより、同法は独占禁止法の特例法ではなく、消費者法として位置付けられることとなりました。

しかしながら、公正な競争を確保することと、消費者の自主的かつ合理的な選択のための意思決定環境の創出・確保は「表裏一体」あるいは「車の両輪」と考えられてきています。本連載においても、公正な競争の確保と消費者の自主的かつ合理的な選択の確保を車の両輪としてとらえるという立場から解説します。

本連載の方針

本連載では、消費者、消費者行政・消費生活相談に携わる方を念頭において、解説を行うことから、近時、制度が大きく変化している表示規制を中心に取り上げたうえで、景品規制についても触れます。また、景品表示法を学び直したいという方のために、近時の事例、近時の法改正等（ステルスマーケティング告示、2023年法改正）を重点的に解説します。

次回以降でも触れますが、景品表示法制定以来、都道府県の権限は一貫して強化されてきています。本連載においては、地方における景品表示法の運用強化の視点をも踏まえて、解説します。



独立行政法人

国民生活センター

編集・発行

2026年版『くらしの豆知識 セレクト版』のご案内

ロングセラー『くらしの豆知識』から
若者向けシリーズの第2弾が登場！



2025年10月14日(火)発売！



定価 330円(税込)
A5判、64P、フルカラー

【試し読み版】
をチェック➡



https://www.kokusen.go.jp/book/data/mame_select.html

消費者教育の
参考図書にもおすすめ！



ポイント1

『くらしの豆知識』の若者向けシリーズ！

国民生活センターの消費者トラブル対策本から
「これだけは知っておこう！」をコンセプトに
10代・20代の方に向けて内容を厳選しました。

ポイント2

消費生活ガイドBookとして再編集！

学生にも読みやすいようにタイトルや小見出し
等の表現の工夫とイラストを新たに描き起こし、
視覚的な分かりやすさを心がけました。



【編集・発行】

©2025 独立行政法人国民生活センター
〒108-8602 東京都港区高輪 3-13-22
TEL 03-3443-6215 (編集担当)