

生き抜く力 No.17

2025 一般社団法人NTSセーフティ家計総合研究所

多様化する支払手段 ～ダークパターンに惑わされないリテラシー～

上席研究員 博士（法学） 吉元利行

■キャッシュレス決済の進展と多様化

政府は2018年に、関西・大阪万博の開催を踏まえ、2025年までにキャッシュレス決済比率を4割程度にするという目標を掲げ、積極的なキャッシュレス決済政策に取り組んできました。途中、コロナ禍がありましたが、東京オリンピックを経て、2024年に42.8%と1年前倒しに、キャッシュレス決済比率の目標を達成しました。政府は引き続き、80%を目標に取り組むとしています。

民間決済事業者では、クレジットカード会社が個人向けに2億7,716万枚、家族カードとして2,479万枚に加え、法人カード1,169万枚（いずれも2025年3月末時点）のクレジットカードを発行し、年間116兆8,924億円（2024年）ものショッピング利用が計上されています。銀行もクレジットカードのほか、個人及び法人向けに国際ブランドと提携したブランドデビットカードの発行を行い、4兆6,380億円（2024年）の利用があります。電子マネー発行事業者は、交通系・流通系の事業者のみで、6兆1,890億円の利用があります。これらの動きに加えて、FinTech企業がQRコードや二次元バーコードを使ったコード決済で、18兆6551億円の利用があり、うち、クレジットカードを利用したチャージが5兆1,271億円に上るほか、BNPLやキャリア決済という後払い方法の利用も増えています。

これらの支払い手段は、端末機がなくても利用できる利便性を提供したり、友人・家族間での

資金移動を可能にするなど、急速なキャッシュレス決済の推進に大きな役割を果たしています。

これらの企業は、ショッピングサイトから、すぐに決済サイトに遷移して、利用できるようにしたり、ショッピングアプリに決済アプリを埋め込んで提供するなど利用者の利便性に応えるシームレスな決済を提供しており、資金不足であっても、銀行口座やクレジットカードなどと連携して、即時に支払うことができるような決済サービスも提供されるようになっていきます。

キャッシュレス決済の支払方式とサービス	
プリペイド方式 事前にチャージする電子マネーなど	Visa, JCOCA, WAGN, nanaco, 等「ICカード型電子マネー」、 Visa, Mastercard, JCB, 等の「ブランドプリペイド」、 PayPay, ゼルリ, au Pay, 楽天Pay, 等「コード決済」、 Koreaギフト, Google Playギフト, 等「プリペイドギフト」等
後払い方式 利用後後払いクレジットカードなど	Visa, Mastercard, JCB, 等の「クレジットカード」、 「キャリア決済」、NP後払い等「コンビニ後払い」、等
即時払い方式 利用と同時に決済するクレジットカードなど	Visa, Mastercard, JCB, 等の「ブランドデビットカード」、 銀行によるコード決済「スマートデビット」、等
集金・収納 コンビニ、銀行、郵便局等での集金、収納	集金サービス・決済サービス 本邦、クレジット・カード会社、郵便局等の集金
送金・為替 送金・為替サービス、銀行等による	銀行 PayPal, PayPay, 楽天Pay, 等の資金移動サービス

（出所）第2回支払手段の多様化と消費者問題に関する専門調査会（2025年3月10日開催）山本委員説明資料

一方で、利用者がECサイトやショッピングサイト、メールやショートメッセージから誘因されたサイトで、取引条件をよく読まないまま利用したり、注意していても不利な取引条件が表示されているのことに気づかないまま利用し、支払いに困ったりするなど、利用者の苦情につながっている例も散見されています。

1. 消費者委員会専門調査会での検討

そこで、内閣府の消費者委員会では、「支払手段の多様化と消費者問題に関する専門調査会」を開催し、分析を始めました。その中間整理によると、よく使う現金以外の支払手段は、クレジットカード決済(75.9%)、コード決済(68.3%)、ICカード決済(41.9%)、銀行口座からの送金(18.3%)、キャリア決済(17.5%)の順に多く、割賦販売法の適用があるクレジットカード取引が最も利用が多いものの、法規制がない BNPL

(Buy Now, Pay Later いう短期少額の後払いシステム)と携帯電話料金と一緒にショッピング利用代金を支払う「キャリア決済」に苦情が多く発生しているとの指摘がありました。

苦情の根本的な原因の一つは、広告・勧誘方法にあります。特に、初回は格安料金で購入でき、次回以降は通常料金で販売される「定期購入」について「初回は12,000円、2回目以降は5,000円」、「6回目以降に解約できます」「6回未満で解約するときは、初回分を通常料金で払ってください」などと販売条件がきちんと告知されていればよいのですが、記載がなかったり、別の場所に記載されたりしてわかりにくく、苦情の原因となることが多かったようです。とくに、「初回無料」「お試し価格」といった広告で消費者を誘い込みながら、実際には定期購入が条件となっており、高額な解約料を請求されるといった詐欺的な商法が社会問題となりました。そこで、消費者が契約内容を十分に理解しないまま申し込みをしてしまうことを防ぐため、2021年に特定商取引法が改正され、2022年6月1日から通信販売における「最終確認画面における表示義務」が導入されました。最終確認画面における表示義務は、消費者が注文を確定する直前の画面で、

【表】記載の情報を明確かつ分かりやすく表示することを事業者が義務付けています。

- ・分量
- ・販売価格・対価
- ・支払い時期・方法
- ・引き渡し時期
- ・申し込みの期間
- ・解約、返品・交換・返金に関する特約

この契約を申し込む直前の最終画面を見て、契約内容を十分に確認し、納得して申し込みをすることが重要です。なお、返品や解約に関する条件などが小さく表示されたり、分かりにくい場所に記載されたりすることが多く、トラブルの原因となっていました。最終画面で一元的に確認できるようになりましたので、この画面のスクリーンショットなどを残しておけば、解約などで問題になった時に証拠になります。

2. 法改正後も発生する苦情

しかしながら、その最終画面を見て申込をしたところ、「この商品をご購入の方には、さらに高性能な上位モデルもおすすめです」などとアップセル(Up-Sell)されたり、「この商品と一緒にこちらはいかがですか？」など、購入しようとしている商品と関連性の高い別の商品と一緒に勧めるクロスセル(Cross-Sell)をされたりすることがあります。また、「初回無料」の最終確認画面の後に、ポップアップで「さらに追加すると割引」といった勧誘を行い、消費者を混乱させるようなこともあります。このような勧誘文言に惑わされることなく、取引条件を見極め、納得したうえで契約の申し込みをするか、申し込みを取り止めるかの判断を行うことが必要です。

さらに、勧誘方法が「ダークパターン」と呼ばれるユーザーの心理や行動パターンを巧みに利用する広告・勧誘手法が用いられるケースもあります。

【ダークパターンの例】

- 「残りわずか!」「今だけ限定!」「〇〇さんが購入しました」といった表示で、ユーザーに「今すぐ行動しないと損をする」という焦りや不安を感じさせ、衝動的な購入を促す。
- ユーザーが気づかないうちに、追加費用や定期購入の条件などを紛れ込ませる手法。無料トライアル期間後に自動的に有料プランに移行される設定を隠す。購入手続きの途中で、別の商品やサービスがカートに追加されている。
- 特定の行動を取ることを強制したり、その行動を促すための唯一の選択肢として提示する。

サービスを利用し続けるために、通知や位置情報の取得を許可するまで繰り返しポップアップが表示される。

■ユーザーがサービスから離脱したり、契約を解除したりするのを意図的に困難にする手法。解約手続きのページが非常にわかりにくい場所に隠されている。

オンラインで簡単に登録できたが、解約には電話での手続きや書面の郵送が必要。

このようなダークパターン広告に惑わされることなく、意に沿わない申し込みを避けることが必要です。

3. NDD 認定制度の利用

ダークパターンやこれに類する勧誘・広告手法を採用している企業には、大手企業も含まれています。したがって、テレビなどで広告を見かける企業だからといって全面的に信頼はできません。

テレビや新聞広告、インターネット広告において信頼できる一つの目印が「JADMA マーク」です。これは、「公益社団法人日本通信販売協会の正会員」であって、協会が特定商取引法や景品表示法等に従い制定した広告審査基準に従った広告を実施しているというマークです。「JADMA マーク」がテレビや新聞、インターネット広告時に表示されていれば、特定商取引法に基づく、適切な広告表示をしているので安心といえます。

また、これに加えて、一般社団法人ダークパターン対策協議会がこの10月から開始するNDD認定制度も活用できます。「NDD (Non-Deceptive Design: 非ダークパターン) 認定制度」とは、先の例示したダークパターンを使用していないWeb サイトであることを第三者機関が中立的に審査・認定するものです。改ざんできない認定マークを付与することで、消費者が安心して利用できるWeb サイトを見極めることの手助けを目的としています。したがって、今後は、二つの認定マークを頼りに、取引を開始するかどうかの判定の目安とすることが良いでしょう。

なお、万一、悪質な事業者や悪質な勧誘に惑わされ、クレジットカードなどで分割払いやリボ

ルビング払いを利用した場合は、カード会社に支払いの停止を求めることができます。しかし、クレジットカードでも1回払い、デビットカード取引、BNPL決済、キャリア決済、オンライン決済などでは、苦情を受け付けてくれても、当然に支払いを停止することは原則としていません。

しかし、各決済事業者に対し、加盟店の勧誘・広告や販売方法などの苦情を申し出ると、苦情の解決のために、加盟店に指導してもらうことができます。また、クレジット会社で苦情内容が記録され、それが重なると、加盟店情報交換制度に登録されます。BNPL決済の場合も、日本後払い決済サービス協会の会員会社に申し出たときは、不芳加盟店情報加盟店登録制度に登録されます。これらの決済事業者からは、苦情をなくするような改善指導が行われ、改善されないときは、加盟店契約を解除することになります。

したがって、販売店の広告のやり方や勧誘方法に問題があるときは、後払い決済会社に連絡するようにしましょう。

なお、被害に遭わないためには、最終的な申込をする前に、通販業者名称や取引商品やサービスの内容、広告内容などに「苦情」「トラブル」といったワードを追加してネット検索し、会社や商品等の評判が悪くないか確認しましょう。また、申し込むときは、パソコンやスマートフォンでの申し込みと並行して、勧誘文言や最終画面のスクリーンショットを取っておきましょう。こららの積み重ねが、金融リテラシーとデジタルリテラシーを身に付けることになります。オンラインでの取引がますます増える今後は特に注意していきましょう。



活動状況（講師派遣）

【過去3年以内の実績】 ※五十音順

【教育関係など】

神奈川県立相模田名高等学校
(株式会社 TAP 経由)
神田外語大学
潤徳女子高等学校
女子美術大学附属高等学校
学校法人中越学園中越高等学校
(アドバンスパートナー株式会社経由)
東京家政大学板橋キャンパス
東京コミュニケーションアート
専門学校
東京都立東久留米総合高等学校
(定時制・株式会社 TAP 経由)
東京都立永山高等学校
東京都立農業高等学校
東京都立雪谷高等学校
(株式会社 TAP 経由)
豊島岡女学園高等学校

【行政機関など】

労働者協同組合労協センター事業団
いたばしひとり親家庭相談窓口
佐賀県子ども家庭課
栃木県庁こども政策課
横浜市金沢区能見台ケアプラザ
横浜市新栄地区ケアプラザ
横浜市菅田地域ケアプラザ
横浜市反田地域ケアプラザ
横浜市都筑区生活支援課
横浜市東本郷地域ケアプラザ
横浜市保土ヶ谷区 NPO 法人リロード
横浜市緑区山下地域ケアプラザ
よこはま北部ユースプラザ

【その他】

青森県消費生活センター
一般社団法人 金融財政事情研究会



ゆきと A1 (えいいち)
当法人のマスコットキャラクターです。

【講演／取材のご依頼 ※リモート対応もご用意しております】

講演／取材のご依頼がございましたら、下記 URL より、お問い合わせメールに「講演／取材の問い合わせ」とご記載のうえお送りいただくか、下記ご連絡先までお問い合わせください。

【寄付のお願い】

私どもの活動にご賛同いただける方からのご寄付を受け付けております。
詳しくはホームページをご覧ください。

【PR TIMES 掲載】

私どもの広報活動をプレスリリースにて随時配信しております。
詳しくはホームページをご覧ください。



PR TIMES

生き抜く力 2025.10 No.17

《編集・発行・ご連絡先》

一般社団法人 NTSセーフティ家計総合研究所 (担当：北村)

〒108-0023 東京都港区芝浦3-16-20 芝浦前川ビル3階

TEL (03) 6459-4770 FAX (03) 3457-1630

URL: <https://nts-safety.com> Mail: nts_kskn@nts-hd.co.jp

