くらしの窓 すぎなみ

編集･発行：杉並区立消費者センター
杉並区天沼3-19-16 ウェルファーム杉並3階
tel.03-3398-3141

2026. 11 NO.355
令和8年11月発行

情報の個別化　総メディア化

ネット情報の「バイアス」に惑わされないために

インターネットやSNSを利用すれば、私たちはいつでもどこでも知りたい情報や欲しい商品・サービスを入手でき、発信者になることもできます。その反面、手に入れた情報がアルゴリズム*P2参照のバイアスにかかっている、意図せず偽情報の発信・拡散に関わってしまうリスクもあります。そこで今回は、ネット情報に関する消費者の意識や知っておきたいポイントについてお知らせします。

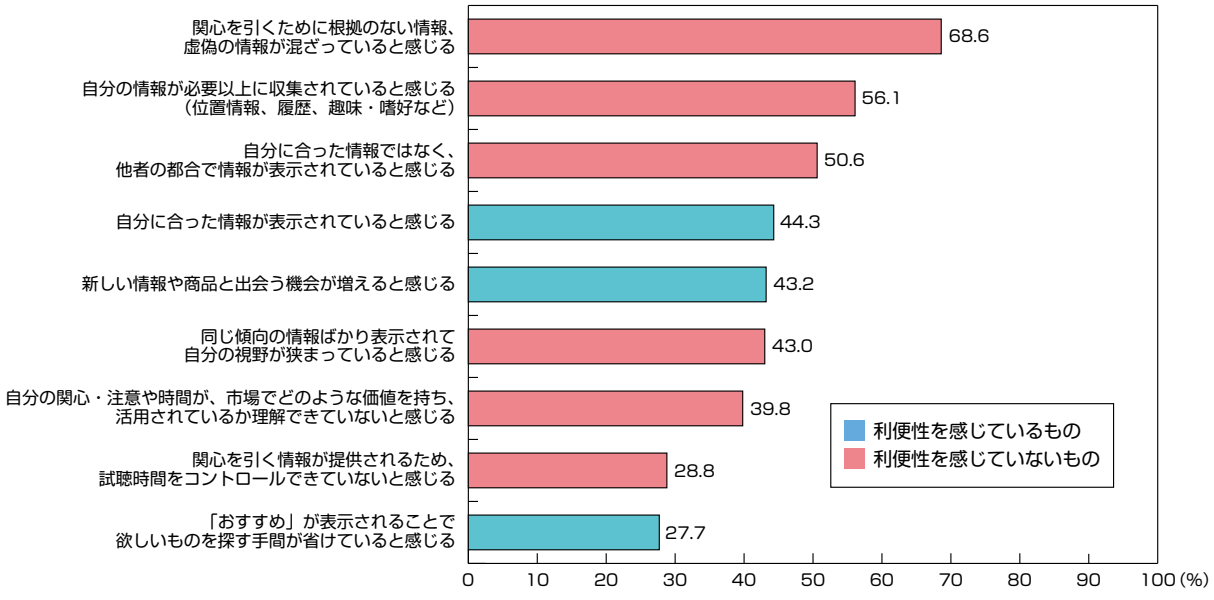
1　閲　覧

実は懐疑的!? ネット情報に対する消費者の意識

消費者庁の調査（消費者意識基本調査　2025年度）によると、利用者はインターネット上で自分向けの情報が優先的に表示されること等に利便性を感じている一方、虚偽情報への不安もあるという結果でした。

割合としては利便性を感じてない回答「関心を引くために根拠のない情報、虚偽の情報が混ざっていると感じる」68.6%や「自分の情報が必要以上に収集されていると感じる」56.1%、が、「自分に合った情報が表示されていると感じる」(44.3%)、「新しい情報や商品と出会う機会が増えると感じる」(43.2%) を上回っています。

インターネット上であなた向けの情報が表示されること等への意識



（備考）1．消費者庁「消費者意識基本調査」（2025年度）により作成。
2．「インターネット上では、あなた向けの情報が優先的に表示されたり、『おすすめ』が表示されたりします。当てはまるものを１つずつお選びください。」との問いに対し、４件法で「とても当てはまる」又は「ある程度当てはまる」と回答した人が全体の多い順に表示。
3．N＝5,473

インターネットで検索サービスを利用すると、アルゴリズム＊機能から自分の閲覧履歴に基づいたターゲティング広告やコンテンツが表示されます。これらは自分好みの情報に調整されているので、気が付かないうちに自分の思考にも偏りが生じる（フィルターバブル＊）危険が指摘されています。

特にSNSでは、自分が投稿した情報で多くの人から共感が得られたり、同じ意見ばかり目にしていたりすると、間違った情報でも正しいと思い込んでしまう（エコーチェンバー＊）可能性もあります。

実際、ネット広告やSNSきっかけの消費者トラブルが後を絶ちません。「お試しのつもりが定期購入だった」「グループチャットに招待されて始めた投資の儲けが出金できない」等々。意識調査の結果は、消費者は自分の意志で商品やサービスを選んでいるつもりでも、「ネット情報のバイアスによって選ばされていると気づき始めた」ということなのでしょう。

＊アルゴリズム・・・特定の目的を達成する、課題を解決するための計算や処理の手順。ネット情報ではどのコンテンツを優先させるかを決めるデータとルールを言う。
＊フィルターバブル・・・利用者の興味関心に基づく情報ばかりを表示し、異なる意見や価値観に触れにくくなる現象。
＊エコーチェンバー・・・狭いコミュニティで、同じような意見を見聞きし続けることにより、自分の意見が増幅・強化されること。

2　発　信

切り取られた情報の拡散

インターネットやSNSは、情報の個別化、総メディア化を促進しました。特にSNSは誰でも手軽に発信者になれることで、文字・写真・動画など様々な種類の情報があふれています。その中で、経済的な価値を生む仕組みは、刺激的な映像などで注目を集めることが目的と化し、情報の裏付けや道徳的な価値観・倫理観が置き去りにされている場合もあります。

集めた情報のすべてを伝えるのは難しいものです。情報は発信者の立場や目的によって切り取られているため、全体の一部に過ぎないと考えましょう。

また、フェイクニュースや画像は、災害時など社会の混乱に乗じて拡散されやすいものです。聞いたことがない情報ほど注意が必要です。様々な角度から内容を確かめてみましょう。

3　注意点

冷静に判断するための5W1H

その情報は・・・

- いつ発信されたものですか？
- どの媒体で発信されていますか？
- 発信元は専門知識や責任のある立場ですか？
- その情報で得をする立場にある人（事業者など）はいますか？
- リアルメディアや他の媒体ではどのように言っていますか？
- 根拠となる情報は、消えずに今も存在していますか？

うまく情報を受け取り、きちんと発信できる力を身につけましょう！

出典：消費者庁「令和８年版消費者白書」、参考：総務省「政府広報オンライン」

消費生活パネル展のお知らせ

11月24日(火)正午～27日(金)15時まで、本庁舎ロビーで消費生活パネル展を行います。

だまされやすさ心理チェックを体験していただきながら、消費者トラブルの手口や製品事故などに関するパネルをご覧ください。注意喚起資料や啓発グッズの配布も行います。ぜひお立ち寄りください。

消費生活特別講座を行いました

9月5日(土) 14時より、ウェルファーム杉並に生活経済ジャーナリストのいちのせかつみ氏をお迎えして、消費生活特別講演会を行いました。

テーマは、「おもろい人生のススメ　本当にあなたは騙されない？」。いちのせかつみ講師の軽妙な語り口で、身近で起きた悪質商法の事例と分析、漠然としたお金の不安を解消するための考え方などを披露していただきました。最後に誰もが騙されそうになった不意打ちトークもあり、あっという間の90分でした。



井草地域センターまつりに参加しました

9月6日(日) 10時～15時で行われた井草地域区民センターまつりに消費者センターが参加しました。

2階の展示室の一角で、高齢者、若者を狙った悪質商法の紹介・予防法などのパネルやチラシを展示し、消費者センターのPRを行いました。



消費者講座のお知らせ

AIに惑わされない！ネット・スマホトラブル回避術

日　時：11月25日(水)　午後2時～4時
講　師：一般社団法人 ECネットワーク理事 原田由里 氏
定　員：区内在住・在勤・在学の方　32名(申込順)
申込受付開始：11月2日(月)
＊AIのフェイク動画にだまされないで！広告の読み方やトラブル回避の方法を学びます。

年末年始スッキリ！実家の整理と自分の終活

日　時：12月15日(火)　午後2時～4時
講　師：一般社団法人 実家片付け整理協会 渡部亜矢 氏
定　員：区内在住・在勤・在学の方　36名(申込順)
申込受付開始：12月1日(火)
＊年末年始の上手な片付け術と併せて、自分の終活や実家の整理などを学びます。

会　場：ウェルファーム杉並 3階　第1・第2教室
申　込：電話で消費者センター 03－3398－3141へ

こんな相談がありました!!

「海産物を買って」の電話に注意!
～高齢者を狙う強引な勧誘トラブル～



相談事例

一人暮らしの80代の母の元に、代金引換で海産物が届いていることに気づいた。知らない事業者から「店を閉めるのでカニを買って助けてほしい」と電話があり、断りきれず購入してしまったようだ。代金は2万円だが、鮮度の落ちた質の悪いものばかりで価格に見合わない。一度ではなく再三届いているようなので、母の代わりに事業者へ電話して「送らないでほしい」と伝えたが、その後また届いた。どうしたらよいか。

消費者へのアドバイス

海産物の電話勧誘販売や送り付けのトラブルに関する相談が寄せられています。特に、高齢者の善意や同情心につけこむ強引な勧誘が目立ちます。一人暮らしの高齢者宅に大量の海産物があるのを家族や見守る方が見つけて不審に思い、消費者センターに相談するといったケースも見られます。

カニなどの海産物の購入機会が増える年末にかけて、こうしたトラブルが増加する可能性がありますので、特に注意してください。

●きっぱりと断りましょう

電話でしつこく勧誘されても、不要だと思ったら「いりません」ときっぱり断り、すぐに電話を切りましょう。

●代金引換は受取拒否しましょう

断ったにも関わらず一方的に送られてきたら受取拒否をし、代金を支払わないようにしましょう。もし受け取ってしまった場合でも、代金を支払う必要はありません。商品を開封・処分しても支払いは不要です。

●クーリング・オフができます

電話で勧誘を受けて契約した場合は、契約書面を受け取った日から8日間であれば、クーリング・オフを行うことが可能です。期間を過ぎているようにみえても契約解除できる場合があります。

●対応に困った場合は、早めに消費者センターにご相談ください。

消費生活サポーターコーナー



東京港見学で日本の物流を考える

10名余の消費生活サポーターが、東京都の視察船「東京みなと丸」に乗船し、東京港を見学しました。

コースは竹芝ふ頭を起点にレインボーブリッジや巨大なコンテナふ頭、臨海エリアなどを約1時間で巡ります。船内からの見学ですが、ガイドさんの解説やモニターでの映像紹介などで港の今が分かります。東京港には様々な顔がありますが、ここでは、私たちの消費生活と深く関わる‘日本一の物流拠点’としての東京港に注目します。



【国際物流】

日本では貿易の99%以上に船が使われています。輸入品は「コンテナ」という頑丈な箱に入れられ、サイズは世界共通(6mか12m)です。コンテナの登場により、クレーンを使って短時間で積荷を下ろし、そのままトラックや鉄道で遠くへ安く運べるようになりました。東京港には日本で扱われるコンテナの4分の1が集まっています。



大井コンテナふ頭は、首都圏における国際物流の中心で、大型コンテナ船が同時に7隻着岸できます。

他に、青海コンテナふ頭・中央防波堤外側コンテナふ頭・お台場ライナーふ頭が稼働しています。



白いコンテナは冷凍・冷蔵品を運ぶもので、ふ頭のそばには保冷倉庫群が立ち並んでいます。



ピンクのコンテナ船は日本郵船・商船三井・川崎汽船が運航する「ＯＮＥ」。事業全体では超大型コンテナ31隻を含む224隻を有し、世界120ヶ国を超えるネットワークを構築しています。ピンク色は日本の桜をあらわしています。



【国内物流】

日本国内の輸送も約40%が船で運ばれています。10号地ふ頭は、九州・沖縄・西日本と結ぶ一大拠点で、全国的な中継輸送を行っています。品川ふ頭北側も北海道と定期航路を結んでいます。

ふ頭には「RORO船」が接岸し、本船に備えられた可動橋を使い、トラックを積荷ごと運んでいます。

【見学を終えて】



視察船からは岸壁の巨大なガントリークレーンや高く積み上げられたコンテナを目にし、海上では巨大なコンテナ船とすれ違いました。ガイドさんから輸出入の割合は輸入3：輸出1、国別輸入は1位中国47%、2位米国8%、3位ベトナム7%(※)と聞き、世界との関わりを感じました。

主な輸入品は衣類13%、電気機械10%、製造食品8%(※)とのこと。港を起点とした物流の仕組みが消費者の選択肢と利便性を支えていると分かり、近年の物流問題などにも関心が高まりました。　　(消費生活サポーター)

※令和7年東京港港勢(速報値)

商品の購入、契約などについてトラブルが起きたとき、迷ったときなどお気軽にご相談下さい！

杉並区立 消費者センター

相談専用 03-3398-3121

相談受付時間　午前9時～午後4時（土曜・日曜・祝日・12/29～1/3は休み）

杉並区立消費者センター　検索

VEGETABLE OIL INK