

・消費生活トピックス・

危険な石油ファンヒーターの長期使用～使用前には必ず点検を～

- 製品がリコール対象製品になっていないか消費者庁の「リコール情報サイト」で確認しましょう。リコール対象製品を使用し続けると、火災やけがなどの事故につながる危険性があります。対象製品はすぐに使用を中止し、メーカーや販売店などの事業者に連絡しましょう。
- 昨シーズンの灯油は保管中に変質の可能性があり、暖房器具に使用すると、煙が出たり緊急消火ができなくなったりするなど、故障の原因になります。昨シーズンのものなど、変質の可能性がある灯油は使用しないでください。
- 長期間使用している石油ファンヒーターは、熱や湿気、ほこりなどの影響で部品が劣化して発煙・発火、火災などの重大な事故につながることがあります。一般的に石油ファンヒーターの寿命は8年程ですが、たとえ年数が経っていないくとも、機器に異常を感じたら、ただちに使用を中止してメーカーや販売店に点検・修理を依頼してください。安全のためには買い替えも検討しましょう。



やってみよう! 冬のエシカル消費

(人や社会、地域、環境に配慮した消費行動)

- 室内でも暖かな服装で体感温度を上げましょう
- 厚手のカーテンや断熱シートで暖気を逃さない（ただし、石油ストーブを使用するときは、一酸化炭素中毒になる恐れがあるため、定期的に換気をしてください）
- エアコンの設定温度は20°Cを目安に
- 省エネ家電への買い替えで、環境負荷の軽減と電気代の削減を（10年前のエアコンを省エネエアコンに替えると年間約3,000円電気代が削減できると言われています）

令和7年12月25日から子供PSCマークが導入されます

令和7年12月25日より、消費生活用製品安全法が改正され、乳幼児用玩具（3歳未満向け玩具）に対する新たな規制が始まります。

3歳未満向けの玩具には国が定める技術基準への適合、対象年齢・使用上の注意などの警告表示の義務が課され、子供PSCマークの貼られていない商品は販売できなくなります。

店舗や通信販売等で3歳未満向け玩具を購入する際には、子供PSCマークを確認してください。

規制対象

- 令和7年12月25日以降に製造、輸入され販売されるおもちゃ

- 対象年齢 3歳未満
- 日本製
- 海外製
- 店舗で販売
- 通信販売
- ネットで販売



乳幼児用玩具における表示イメージ(例)

〈対象年齢〉 1～3歳



注意

- 保護者の目の届く安全な場所で遊ばせてください。

- お子様が立つことができる深さの水の中で使用してください。

令和7年度 消費生活講座

最近の消費トラブルを「知ること」で自分の大切なものの（お金・時間・家族など）を守りましょう！

回	日 時	テ ー マ ・ 講 師	場 所
4	令和8年 2月13日(金) 13:30～15:00	●貯蓄から投資への時代だからこそ考えたい本当に大事なお金教育とは～生活から未来を考える～ 講師：生活経済ジャーナリスト、「子供のお金教育を考える会」代表 文部科学省消費者教育アドバイザー	きらめき プラザ4F 401会議室 あんびる えつこ 氏

【申込方法】 申し込み二次元コードを読み取っていただくか、岡山県消費生活センターに電話、FAXでお申し込みください。

TEL 086-226-1019
FAX 086-227-3715



申し込み
二次元
コード

※参加費無料。来場には公共交通機関の利用にご協力ください。定員100名。

センターからの お便り

2025
冬号



岡山県消費生活センター

〒700-0807 岡山市北区南方2丁目13-1

ぎらめきプラザ5階

TEL 086 (226) 1019 (2025.12月発行)

Contents

- 消費生活に関するご相談は
- 消費生活相談事例
 - ・海産物の購入を強引に勧める電話勧誘販売
- ネット通販に潜む「ダークパターン」に注意！
- 消費生活トピックス
 - ・危険な石油ファンヒーターの長期使用～使用前には必ず点検を～
 - ・令和7年12月25日から子供PSCマークが導入されます
 - ・令和7年度消費生活講座

消費生活に関するご相談は

●岡山県消費生活センター相談ダイヤル

岡 山 086 (226) 0999 火曜日～日曜日 9:00～16:30
津山分室 0868 (23) 1247 月曜日～金曜日 9:00～12:00・13:00～16:30

●消費者ホットライン 局番なし 188

（身近な消費生活相談窓口につながります。「188泣き寝入り」で覚えてください。）

●岡山県消費生活センター FAX:086 (227) 3715

ホームページ: <https://www.pref.okayama.jp/site/syohi/>
X (旧Twitter) アカウントID @SyohiOkayamaken

●消費のアドバイス等 山陽新聞・さりお（生活情報紙）・おかやまコープ機関誌 隨時掲載

・消費生活相談事例・

海産物の購入を強引に勧める電話勧誘販売



事例1 見知らぬ業者から電話があり、海産物を1万5千円で購入するよう勧められ、断り切れずに了承すると、電話の説明とは異なる商品が届き困っている。

事例2 海産物を購入するよう同じ業者から頻繁に電話が掛かってきているが、その都度断っている。ところが、先日、その業者から電話があり「代引きで1万5千円の商品を送った」と一方的に言われ、電話を切られた。折り返し電話を掛けても繋がらない。商品が届いた場合はどうすればよいか。

消費者へのアドバイス

事例1 事業者から電話で勧誘を受けて契約した場合、「特定商取引法」の「電話勧誘販売」に該当します。断り切れずに契約に応じた場合でも、法律に定められた書面を受け取ってから8日以内であれば、クーリング・オフできます。電話で勧誘を受けた際、不審な場合や不要な時はきっぱりと断りましょう。

事例2 注文や契約をしていないにもかかわらず、一方的に商品を代引き配達で送り付け、代金を支払わせようとする手口（送り付け商法（ネガティブオプション））もあります。この場合は、契約は成立していないため、商品が送られてきても代金の支払いには応じず、配送業者に受け取りを拒否してください。

受け取った場合でも、注文や契約をしていないのに、一方的に送り付けられた商品については、消費者が自由に処分できるものであり、開封や処分を行ったことによって、代金の支払い義務が生じることはありません。また、金銭を支払ってしまった場合は、販売業者に対し返金を求めるることができます。

いずれの場合も、配送伝票の写真を撮るなど送り主の記録を残しておきましょう。
困った時は最寄りの消費生活相談窓口に相談してください。



第1回 ネット通販に潜む「ダークパターン」に注意!

みなさんは「ダークパターン」という言葉をご存じですか。この言葉は、スマートフォンのアプリやインターネット通販などの操作画面で、消費者を欺いたり、勘違いをさせるようなデザインに対して名付けられた名称です。

「ダークパターン」はインターネット通販などの画面に巧妙に潜み、消費者を意図的な誤解や不利な条件に誘導し、高い金額の支払いや不必要的個人情報の提供を促してきます。

このような手口に騙されないために、まずはダークパターンの具体的な事例を知ることが大切です。

ダークパターンとは、スマートフォンのアプリやECサイトなどの操作画面で消費者を欺き、勘違いさせて不利な決定に誘導する手法で、以下の7つのパターンがあります。

- ①行為の強制：特定の機能にアクセスするために、何かを強制的に行わせる
- ②インターフェース干渉：情報を切り出すことで、文章やデザインなど視覚効果を使って誘導する
- ③執拗な繰り返し：企業にとって都合のよい行為を行うように繰り返し要請する
- ④妨害：ある行為をあきらめさせる意図でやり取りを必要以上に困難にする
- ⑤こっそり：消費者の意思決定に関する情報を隠したり、同意のないものをこっそり紛れ込ませる
- ⑥社会的証明：他の消費者の行動を知らせて、人気があるように見せかける
- ⑦緊急性：実際又は虚偽の時間的・量的制限で商品を購入するようにプレッシャーをかける

今回はダークパターンの具体的な事例1～3を紹介し、次回、「センターからのお便り 春号」では引き続きダークパターンの具体的な事例4～7をご紹介します。

【参照】(一社)ダークパターン対策協会 <https://www.ndda.net/about-dark-pattern/>

事例1 行為の強制

特定の機能にアクセスするために、何かを強制的に行わせる。

会員登録(アカウントの作成を含む)を強制されるか、登録が必要だと思い込まれてしまうもの

【例】

Ⓐ 商品を購入するためには必ずしも会員登録をする必要はないが、スクロールをしなければ会員登録せずに購入するためのボタンが表示されないため、分かりにくい。

Ⓑ 「ご注文手続き」のボタンが、画面上側の「登録はこちから」や「ログイン」ボタンよりも視覚的に目立ちにくく、会員登録が必須ではないことが認識しづらい。



事例2 インターフェース干渉

パソコンやスマートフォンの画面上に事業者にとって都合の良い情報を切り出すことで、文章やデザインなど視覚効果を使って誘導する。



事業者の望む選択肢がデフォルトで事前選択されているもの

【例】

価格が高い「お徳用サイズ」と「定期お届けコース」の選択肢が事前に選択されている。



事例3 執拗な繰り返し

事業者にとって都合の良い行為を行うように、繰り返し表示があらわれ要請する。



事業者が望むことを消費者に行うよう繰り返し求めるもの

【例】

画面をスクロールしても、商品等の購入ボタンが継続して表示され続け、消費者に購入ボタンを押すよう繰り返し求める。



【消費者庁「ダークパターン事例イラスト集」より】

以上は「ダークパターン」の一例になります。
また、インターネット通販などで購入する際は、

- ①購入前の最終確認画面をしっかり確認しましょう。(定期購入でないか、注文の数量や金額、解約条件の利用規約等)
- ②広告画面・最終確認画面をスクリーンショットで撮り、記録に残しましょう。

不安に思ったとき、トラブルにあった時は、お住まいの消費生活相談窓口に相談しましょう。

消費者ホットライン（局番なし）188（身近な消費生活相談窓口につながります）