くらしに役立つ都民のための消費生活情報誌　東京都消費生活総合センター

# 東京くらしねっと

令和8年
11・12
月号
No.304
2026年11月1日発行

今月の話題

## その広告、本物？AI時代のディープフェイク広告・偽広告にだまされないために

読者レポート　「私たちの暮らしを支える東京港の現在と未来」
～東京みなと丸から見えるもの～

安全シグナル　大掃除中の転倒・転落に注意しましょう！

相談の窓口から　1回だけのつもりで注文したダイエットサプリが定期購入だった！
～注文確定前に「最終確認画面」を必ず確認しましょう～



東京都消費生活総合センター 相談窓口のご案内
03-3235-1155　受付時間 月曜～土曜 9:00～17:00（祝日・年末年始を除く）
〒162-0823 新宿区神楽河岸1-1セントラルプラザ16階｜JR・東京メトロ・都営地下鉄「飯田橋」すぐ

お近くの消費生活相談窓口につながります
消費者ホットライン［局番なし］188

東京の消費生活に関する情報サイト
東京くらしWEB 検索
https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/

● 本誌バックナンバーは、東京くらしWEBでご覧いただけます ●

今月の話題

# その広告、本物？
# AI時代のディープフェイク広告。偽広告にだまされないために

龍谷大学法学部　教授
カライスコス アントニオス

AI技術の進化により、私たちの生活はますます便利になっています。その一方で、有名人や専門家になりすましたディープフェイク広告や偽広告がSNSなどを通じて広がり、消費者被害も発生しています。映像や音声が本物そっくりに作られる時代だからこそ、情報を見極める力が重要です。

この記事では、ディープフェイク広告の特徴や注意すべきポイントを紹介するとともに、だまされないために身に付けたい「消費者力」について考えます。




## 私たちの生活を変えるAIの進化

最近、スマートフォンやSNSを利用していると、有名人が商品を勧める広告や、「絶対にもうかる」「誰でも簡単に成功できる」といった広告を目にすることがあります。その中にはAI（人工知能）技術を悪用した「ディープフェイク広告」や「偽広告」が含まれていることがあり、実際に大きな被害も発生しています。

インターネットやSNSの普及によって、私たちは日々膨大な情報に接するようになりました。欲しい情報をすぐに得られる便利な時代になった一方で、その情報が本当に正しいものなのかを見極めることが、これまで以上に重要になっています。

AIとは、人間が行う学習や判断などをコンピュータで実現する技術です。近年は生成AIの発展が著しく、文章だけでなく、画像や音声、動画も簡単に作成できるようになりました。こうした技術は私たちの生活や仕事を便利にする反面、悪用されると深刻な問題を引き起こします。

そもそも広告には、商品やサービスの特徴や魅力を消費者に伝え、購入や利用につなげる役割があります。かつてはテレビや新聞などが広告の中心でしたが、現在はインターネットやSNSを通じて、一人ひとりの関心に応じた広告が表示されるようになりました。AIの活用によって広告はより身近で便利になりましたが、消費者にとっては広告と一般の情報との違いが分かりにくくなっています。

このように、AI技術は私たちの情報収集や商品選択の方法を大きく変えています。しかし、その便利さの裏で、本物と偽物を見分けることが難しくなっているという新たな課題も生まれています。だからこそ、広告やSNSで見かけた情報をうのみにせず、内容や発信元を確認する姿勢がますます重要になっているのです。

## 見分け難いディープフェイク広告

近年、インターネットやSNSで「偽情報・誤情報」が急速に広がっています。偽情報とは、人をだます目的などで意図的に作られた虚偽の情報をいい、誤情報とは、事実と異なる情報が誤って伝えられるものをいいます。こうした情報は、広告や

投稿の形で広がることも少なくありません。

皆さんは「ディープフェイク」という言葉を聞いたことがあるでしょうか。これは、AIを使って人物の顔や声を加工し、本当は言っていないことを話しているように見せたり、存在しない映像や音声を作ったりする技術を指します。最近では、この技術を利用して、有名人や専門家が商品やサービスを推奨しているように見せかける広告や、投資・副業などに誘導する偽広告が増えています。

例えば、著名な経済評論家が投資を勧めているように見える動画や、有名な医師が健康食品を絶賛しているように見える映像、人気芸能人が特定の商品を紹介しているように見える広告などです。こうした広告の中には、消費者を別のサイトへ誘導し、商品購入や契約、さらには金銭の振り込みを促すものもあります。

近年は生成AIの性能向上により、他人になりすました広告の精度が飛躍的に高まっています。映像や音声は非常に自然に作られているため、一見しただけでは偽物と気付けないことも少なくありません。特にSNSでは短い動画が次々と表示されるため、発信元や内容を十分に確認しないまま信じてしまう危険があります。SNSの普及や広告の姿が様変わりする一方で、消費者にはこれまで以上に慎重な情報の見極めが求められています。

ディープフェイク広告の主な特徴と具体例

| 特　徴 | 具体例 |
|---|---|
| AIで顔や声を加工し本物のように見せる | 本人が話していない内容を話している動画 |
| 有名人や専門家が推薦しているように見せる | 経済評論家や医師が商品・投資を勧める広告 |
| 商品購入や投資へ誘導する | 登録や振り込みを促す偽サイトへ誘導 |

## だまされないための心がけ

被害を防ぐには、広告やSNS上の情報をそのまま信じないことが重要です。有名人や企業の名前が使われている場合でも、「本当に本人が発信しているのだろうか」と一度立ち止まって考えてみましょう。公式サイトや公式SNSに同じ情報が掲載されているかを確認するなど、情報の発信元を確かめる習慣が大切です。

また、「必ずもうかる」「絶対に効果がある」といった断定的な表現にも注意が必要です。投資にリスクのないものはありませんし、誰にでも同じ効果を保証する商品も存在しません。誤情報や怪しい誘導に流されず、本当に自分に必要な商品やサービスなのかを冷静に考え、自分自身で選択する姿勢が求められます。

少しでも不自然さを感じたり、「うますぎる話ではないか」と思った場合は、その場で契約や購入をせず、家族や友人に相談するほか、消費生活センターに問い合わせることも有効です。一人で判断せず、周囲の人の意見を聞くことで、思い込みや判断ミスに気付き、被害を未然に防げる場合も少なくありません。

## 被害を防ぐ鍵は「消費者力」

AI技術は今後さらに進化し、本物と偽物を見分けることは一層難しくなるでしょう。しかし、どれほど技術が進歩しても、消費者に求められる基本的な姿勢は変わりません。

大切なのは、「すぐに信じない」「すぐに契約しない」「まず確認する」という習慣です。こうした心がけこそが、ディープフェイク広告や偽広告による被害から身を守るための最も有効な方法です。

情報があふれる現代社会では、目にした情報をそのまま受け入れるのではなく、内容や発信元を確かめて活用する力、つまり情報リテラシーが求められます。特別の専門知識がなくても、「何かおかしい」と気づく力、情報を冷静に見極めるために考える力、一人で判断せず周囲や専門機関へ相談する力を身に付ければ、被害に遭うリスクを減らすことができます。

AIが広く利用される時代だからこそ、一人一人の消費者力を高めることが重要です。便利な技術の恩恵を上手に活用しながら、情報に振り回されることなく、自ら考えて行動できる賢い消費者を目指していきましょう。

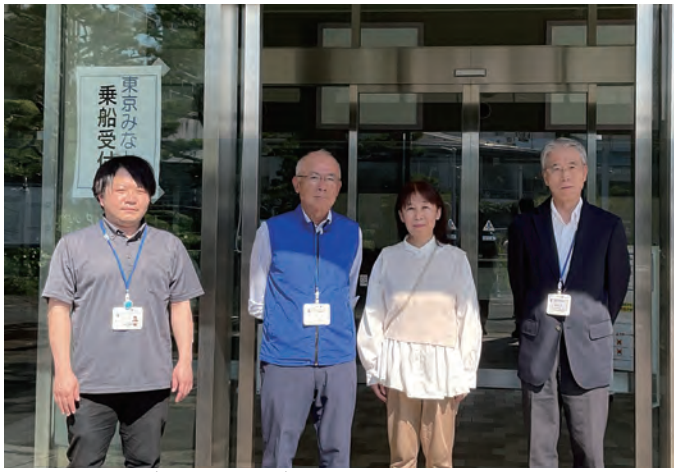
※政府広報オンライン
（インターネット上の偽情報や誤情報にご注意！）

▶ 次号の今月の話題は**「人生後半の資産管理」**についてです。

読者レポート

# 「私たちの暮らしを支える東京港の現在と未来」
## ～東京みなと丸から見えるもの～

レインボーブリッジを歩いて渡ると、多くの船やクレーン、コンテナ、高層ビルなどが美しく広がっています。この景色は私たちの消費生活にどのような関わりがあるのでしょうか。東京の港がこれからどう発展していくのか興味があり、東京みなと丸に乗船させていただき、東京都港湾局および東京都港湾振興協会にお話を伺いました。



横山委員（右から2番目）と東京都港湾振興協会の皆さん


東京みなと丸　©東京都港湾局

読者委員　横山（よこやま） 薫子（かおる）

### 東京港のあゆみと「東京みなと丸」

東京港は、東京湾の一番奥、都心に近い場所にある港です。江戸時代から「江戸湊（えどみなと）」として栄え、関東大震災を契機として整備が進み昭和16年に開港しました。現在では、衣料品や食品、家電製品などさまざまな物資が国内外から運ばれ、東京や首都圏の人々の暮らしを支える重要な港となっています。

視察船「東京みなと丸」は、東京港の施設と役割を紹介する目的で運航されている定員50名、竹芝ふ頭発着の美しい小型船です。船内で詳しい解説を聞きながら東京港のさまざまな施設を見学しました。

### 「東京みなと丸」出航

出発すると程なく、東京港で最初にできた日の出ふ頭にあるレトロな三角屋根の上屋（うわや）という建物が見えてきます。１００年以上前の大正時代に建てられ、補修・改修を行い貨物の一時置き場として今でも使われているそうです。三角屋根越しに見える芝浦の高層ビルとの新旧コントラストが味わい深いです。

レインボーブリッジをくぐると品川ふ頭の北側に大きなロールロール船が見えてきます。荷物を積んだトラックを荷台ごと運ぶ船で、ドライバーの労働時間やCO₂の削減に貢献しているそうです。この日は北海道と東京を往来する船が停泊していました。



「東京みなと丸」運航コース

### 東京港の花形、コンテナふ頭

品川ふ頭の南側には、日本で初めて整備されたコンテナふ頭があります。その先には大井ふ頭や対岸の青海ふ頭が見えます。東京港は日本で扱われるコンテナの約４分の１が集まる港でコンテナ取扱量が日本一です。

着岸した巨大なコンテナ船からは、背の高いキリンのようなガントリークレーンが手際よくコンテナの

積み降ろしをします。コンテナのサイズは世界共通なので、クレーンを使って短時間で無駄なく荷物の積み降ろしができます。クレーンのオペレーターはビルの15階の高さにある運転席から30トンのコンテナを1時間に30個も動かすことができるそうです。まさに熟練の技ですね。

ふ頭周辺には、最新の設備が整ったたくさんの倉庫もあります。冷凍や冷蔵の食品を適切な温度で保管する倉庫や、コンテナで運ばれてきた衣類を自動で仕分けして出荷しやすいように整える倉庫など、その役割はさまざまです。

豆知識ですが、日本に輸入されるエビの約75％は東京港に運ばれてくるそうです。私たちの食卓に並ぶ食品も、こうした物流施設に支えられていることを実感しました。私の大好物のエビを食べるときに、「東京みなと丸」から見たコンテナや倉庫の風景を思い出しそうです。

## 埋立地の風景

「東京みなと丸」は羽田沖で向きを変えると最新の中央防波堤外側コンテナふ頭の前を通ります。ここは、コンテナ船の大型化や貨物取扱量の増加に対応するために整備された水深の深いふ頭です。



コンテナ船とガントリークレーン　©東京都港湾局

その先に幅広い世代の都民が苗木を植えて、ごみと残土の埋立地を緑豊かな森に生まれ変わらせた「海の森」があります。東京2020大会の会場としても利用され、今は公園となって親しまれています。恐竜のようなゲートブリッジに近づくと中央防波堤外側埋立地が見えてきます。ここは23区のごみの最終処分場です。航路を確保するため、これ以上海を埋め立てることはできません。そのため、この最終処分場が満杯にならないよう、3R（リデュース、リユース、リサイクル）を心掛けてほしいとの説明がありました。東京港は私たちの生活に必要な物資が入ってくる場所でもあり、私たちが出すごみを処分する場所でもあるのですね。

## 人が集まるエリアへ

「東京みなと丸」はここから折り返し、多くの人が集うエリアに入ります。フェリーふ頭や臨海副都心の景色を見ながら2020年に開業した東京国際クルーズターミナルの前を通ります。残念ながら客船は停泊していませんでしたが、いつかここからクルーズに行ってみたいです。

最後に再びレインボーブリッジをくぐり、お台場や豊洲市場、晴海付近を通って竹芝桟橋に着岸しました。

東京港では水上バスやレストランシップ、浮遊するごみを回収する清掃船が行き交っていました。また、伊豆諸島や小笠原に向かう船も東京港から運航されています。

## これからの東京港

現在の東京港の主要な役割はコンテナ船に代表される物流拠点ですが、「物流・交流・環境・安全」の4つの機能について将来を見据えた取り組みが行われているそうです。

具体的には、気候変動や大地震の発生に備えて防潮堤や水門などの機能を強化するほか、最新のふ頭設備や船舶で次世代エネルギーを活用し、$CO_2$の排出量削減にも取り組んでいます。物流の技術革新も進み、さらに世界とつながり人や物が集まる港に進化させていくたくさんの計画があります。

「東京みなと丸」への乗船や、東京都港湾局および東京都港湾振興協会への取材を通して、東京港では私たちの生活に関わるさまざまな仕事で多くの人が働き、都民の消費生活を支えていることを知ることができました。

また、コンテナふ頭のガントリークレーンや、お台場の風景、東京タワーや都心のビル群など素晴らしい景観を楽しむこともできました。特にレインボーブリッジを真下から見上げることができるのは船ならではの体験です。事前予約が必要ですが、誰でも無料で乗船できます。

読者の皆さまも「東京みなと丸」に乗船し、東京港を身近に感じてみてはいかがでしょうか。

# 講 座 案 内

受講無料 要申込

■対象は都内在住または在勤、在学の方　■当日の参加申し込み不可
■定員がある講座：応募者多数の場合は抽選、定員に満たない場合は締切日以降も受付

事業者・消費者・行政の視点から

## 不確かな時代にこそ選ぶ力 ～流されない判断力をみがく～

くらしフェスタ東京2026
東京都消費者月間協賛事業



### 第1部 基調講演 「最近の消費動向～AI時代の消費者像」

講師：ニッセイ基礎研究所 生活研究部 上席研究員　久我 尚子 氏

### 第2部 講演 私たちの取組

○(一社)日本クレジット協会(JCA)　総務部 部長　松村 秀明 氏
○(一社)ECネットワーク　理事　原田 由里 氏
○(独法)国民生活センター　相談情報部 相談第2課長　渡邊 優一 氏
取組紹介の後、事前にいただいた質問に対して登壇者が答えます(録画配信なし)。

**会場受講** 定員あり

日　時：**12月3日(木)**
14:00～16:15(13:30開場)

会　場：**東京ウィメンズプラザ ホール**
(東京都渋谷区神宮前5-53-67 地下鉄「表参道」駅徒歩7分)

定　員：**150名**　※託児・手話通訳あり

申込締切：**11月22日(日)**(受信有効) 11月26日(木)までにメールにて抽選結果を通知

**録画配信** 定員なし

視聴方法：**YouTube**(申込不要)
詳細は下記二次元コードで

配信期間：**令和8年12月25日(金)～令和9年1月14日(木)**

●主催：東京都消費生活総合センター　●協力：(一社)日本クレジット協会　(一社)ECネットワーク　●後援：(独法)国民生活センター

問い合わせ
東京都消費生活総合センター 活動推進課 協働連携事業担当　**03-3235-4167**
※インターネットでのお申し込みが難しい場合はご相談ください。

お申し込みは こちらから

## 実験実習講座

| 講　座 | 講　師 | 会場・日時 | |
|---|---|---|---|
| | | 飯田橋会場(消費生活総合センター) 実験実習室 新宿区神楽河岸1-1 セントラルプラザ17階 | 立川会場(多摩消費生活センター) 実験実習室 立川市柴崎町2-15-19 東京都北多摩北部建設事務所3階 |
| 初めての方にオススメ! **明日からできる! 衣類のお手入れ** ～しわや毛玉を防ぎ、衣類を長持ちさせるために～ 定員あり | 東京都消費生活総合センター 技術支援担当職員 | **1月14日**(木)13:30～16:00 定員：32名 申込締切：12月21日(月)(受信有効) 1/8(金)までにメールにて抽選結果を通知 | **1月22日**(金)13:30～16:00 定員：16名 申込締切：1月4日(月)(受信有効) 1/15(金)までにメールにて抽選結果を通知 |

お申し込みは こちらから

## 食育講座

| 講　座 | 講　師 | 日　時 |
|---|---|---|
| **冬野菜まるごと使ってしっかり栄養ごはん!** ～食品ロスを減らす献立作り～ 定員あり | フリーランス 管理栄養士 斉藤 由紀子 氏 | **1月28日**(木)・**1月29日**(金)13:30-16:00(両日とも同じ内容です) 会場：立川会場(多摩消費生活センター)実習室 定員：各日18名(18歳以上) 申込締切：1月6日(水)(受信有効) 1/15(金)までにメールにて抽選結果を通知 |

お申し込みは こちらから

問い合わせ
実験実習講座(飯田橋会場)
東京都消費生活総合センター 実験実習講座担当　**03-3235-1157**

問い合わせ
実験実習講座(立川会場)・食育講座
東京都多摩消費生活センター 実験実習講座担当または食育講座担当　**042-522-5119**

※インターネットでのお申し込みが難しい場合はご相談ください。

安全シグナル

# 大掃除中の転倒・転落に注意しましょう!

これから年末にかけて大掃除を行う家庭も多いのではないでしょうか。実は大掃除には、転倒や転落の危険が潜んでいます。
東京消防庁管内では、掃除中の事故により過去5年間で毎年約800人以上が救急搬送されており、その約7割が転倒・転落事故で、大掃除をすることが多い12月に特に多く発生しています。
また、掃除中の事故は60歳以上が最も多く、全体の約6割を占めています。
事故を防ぐポイントを押さえて、大掃除中のけがを防ぎ、安全で気持ちの良い新年を迎えましょう!

## こんな事故が起きています

・回転椅子に乗って家具を掃除していたら、椅子が回ってしまい、床に落ち右手首を骨折した。
・浴室内で浴槽の縁に乗り天井を掃除中、滑って転倒し腰と背中を打ちつけた。
・窓拭き中、洗剤と水で脚立の踏み板がぬれていて足を踏み外してしまい、脚立から転落した。



## 事故を防ぐポイント

・年齢や自身の体力を考慮し、無理な作業は控えましょう。
・水・洗剤の使用時は床面などが滑りやすいので、転倒に十分注意しましょう。
・高所作業をするときは、安定した踏み台・脚立などを使いましょう。

【参考】
東京消防庁「掃除中の事故に注意!」
東京都生活文化局「年末年始の事故防止ガイド」

問い合わせ 東京都生活文化局 消費生活部 生活安全課 03-5388-3082

# 6月に開催された実験実習講座を紹介します

# 「突然の故障に慌てない! 住宅設備トラブル対処法! ~レスキュー商法被害防止のための基礎知識~」

住宅設備の急なトラブルに見舞われたとき、業者を手配する前に自分でできる確認・応急処置について学びました。
実習では、家庭用の分電盤を操作し、漏電した回路を探す体験をしたほか、漏水したときに使用するさまざまな止水弁の設置場所や操作方法について確認しました。


座学の様子

## 受講者の声

・トラブル事例や、専門的な内容を分かりやすくご説明いただき、大変勉強になりました。
また講義のレジュメ(スライド)も、自宅での復習にも使いやすく、内容を思い出しやすかったです。(50代)
・実際にスイッチなどに触れられて良かったです。分電盤の中をよく見たことがなかったので、仕組みが理解できました。(70代)
・知っているようで知らないことが多かった。停電、漏電、水トラブルなどの事例や、連絡先、業者の選び方など、とても役に立ちました。(60代)


排水管の詰まりについて学びました

相談の窓口から

# 1回だけのつもりで注文したダイエットサプリが定期購入だった!
## ～注文確定前に「最終確認画面」を必ず確認しましょう～




**Q** スマートフォンでSNSを見ていたら、「飲むだけで理想の体形へ」「初回500円」「回数縛りなし」というダイエットサプリの広告が表示されました。興味を持ち、1回だけのつもりで申し込み、商品を受け取り契約は終了したと思っていました。しかし1カ月後、同じ商品が届いたため事業者に連絡すると「定期購入契約だ」と説明されました。期待した効果を感じられなかったため解約を申し出ると、「初回のみで解約する場合は、通常価格との差額9000円が必要」と言われました。広告や申込画面では定期購入だと分からなかったのに、支払わなければならないのでしょうか。

**A** SNSや動画投稿サイトなどの広告をきっかけとした定期購入の契約トラブルの相談は、依然として多く寄せられており、その約8割は50歳代以上の方からの相談です。

広告では、「初回限定」「お試し」「回数縛りなし」などの文字が目立つ一方で、定期購入であることや解約条件が小さな文字や分かりにくい場所に記載されていることがあります。

通信販売では、注文を確定する前の「最終確認画面」に、支払総額、商品やサービスの内容、定期購入の場合は継続期間や2回目以降の代金、解約条件などを表示することが定められています。最終確認画面の表示が分かりにくく、誤認して申し込んだ場合は、契約を取り消せることがあります。

購入の際は、広告の大きな文字や目立つ部分だけで判断せず、最終確認画面や利用規約をしっかり確認しましょう。後で契約内容を確認できるよう、広告や最終確認画面をスクリーンショットで保存しておくことも大切です。

また、健康食品やサプリメントは医薬品ではないため、誰もが広告にある効果を得られるとは限りません。「飲むだけで痩せる」「誰でも簡単に減量」など効果を強調した広告には注意が必要です。

困ったときは、消費生活センターへご相談ください。

東京都消費生活総合センター 03-3235-1155　お近くの相談窓口(消費者ホットライン) 局番なし188

## お知らせ

# 東京くらしねっと 令和9年度 編集企画会議委員(読者委員)募集

"くらしに役立つ都民のための消費生活情報誌" 東京くらしねっとは、皆さまの意見を基に誌面づくりをしています。委員になって、テーマの企画提案・読者レポートの執筆をしてみませんか?




〔活動内容〕 ❶編集企画会議に出席し、「東京くらしねっと」の記事内容について企画・提案する。(年6回)
❷読者の立場・視点から、取材に基づき「読者レポート」を執筆する。(年1回)

〔募集人数〕 若干名　〔任　　期〕 令和9年2月から1年間

〔謝　　礼〕 会議への出席および取材・執筆について謝礼をお支払いします。

〔応募資格〕 ❶都内に在住または在勤・在学の18歳以上の方で、平日日中に行う会議に出席できる方　※公務員を除く
❷メールでの連絡・原稿受け渡しが可能な方(原稿などの受け渡しは、電子データで行います。)

〔応募方法〕 右記の項目を記入の上、メールでご応募ください。 ①応募動機 400字程度　②『私が「東京くらしねっと」で取り上げてみたい企画・テーマ』2つ※1　③住所※2　④氏名(ふりがな)　⑤年齢　⑥職業　⑦電話番号　⑧メールアドレス

※1 ②は「東京くらしねっと」が都民のための消費生活情報誌であることを踏まえて記載　※2 都外在住の場合、勤務先・在学先の区市町村名も記載

〔応募締切〕 **令和8年11月30日(月) 受信有効**

〔そ の 他〕 選考結果は令和9年1月15日(金)までに応募者全員に通知します。
※応募書類は返却いたしません。なお、個人情報については選考の目的以外に使用しません。

問い合わせ・応募先　東京都消費生活総合センター活動推進課「東京くらしねっと」担当 03-3235-1157
メールアドレス　S1161901@section.metro.tokyo.jp

東京くらしねっと No.304 令和8年11月1日発行
編集発行　東京都消費生活総合センター
〒162-0823 新宿区神楽河岸1-1　TEL03-3235-1157
デザイン　シーアンドゼットコミュニケーション株式会社
印刷　株式会社エイチケイグラフィックス　印刷物規格表第1類　印刷番号(7)67

消費生活行政情報はSNSでも発信中! ぜひフォローしてください。

「東京都 くらし・住まい」 X(旧Twitter)　「東京都消費生活」 Facebook

リサイクル適性Ⓐ
この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。