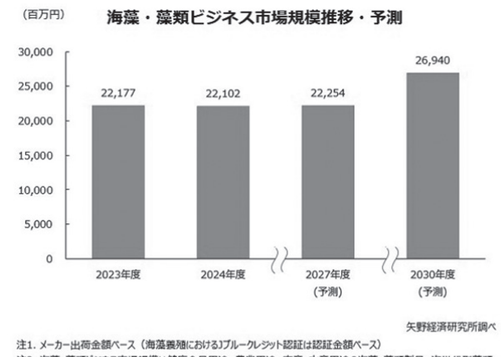
矢野経済

221億円で拡大傾向
＝24年度海藻・藻類ビジネス市場＝
健康食品用途が９割

矢野経済研究所がこのほどまとめた国内における海藻・藻類ビジネス市場の調査によると、2024年度の同市場規模は、前年度比0・3％減の221億200万円（メーカー出荷金額ベース）と微増で推移した。

調査は2025年4月～2026年1月に実施。海藻・藻類ビジネスは、健康食品用途、農業用途、畜産・水産用途の海藻・藻類製品、次世代型藻類活用製品（次世代燃料など）、海藻養殖におけるJブルークレジット認証を対象としている。一般的に藻類は、酸素を発生させる光合成を行う生物のうち、コケ植物、種子植物を除いたものの総称。褐藻に分類されるコンブやワカメなどの大型の生物や、紅藻に分類されるクロノリ、緑藻に分類され直径が10㎜以下程度の小型生物のクロレラなど、多種多様な生物が含まれる。同調査では、藻類のうち、一般的に海藻としておおよそ1ミリメートル以上の大型藻類を海藻とし、1ミリメートル未満の比較的小さく一般的に微細藻類と呼ばれるものを藻類としている。

海藻・藻類ビジネス市場は堅調に推移しており、2023年度の市場規模は221億7700万円。内訳は、9割程度が健康食品用途となっている。その他の分野としては、新規用途分野での活用が進んでいる。海藻・藻類は、植物同様に空気中の二酸化炭素を吸収し、酸素を発生させる光合成を行うことから、CO2削減の観点から注目されている。これに加え、藻類は体内で燃料の元となる天然油脂をつくり、蓄積することが可能であることから、次世代の燃料としての活用も期待されている。国内企業は藻類を利用したバイオ燃料製造の研究開発を実施している。また、藻類の有用物質を活用しバイオ燃料以外でも様々な医薬品やバイオプラスチック等の原料、色素への活用に加え、藻類の特性を活かした廃棄物中に含まれる有価金属の回収や、下水処理への応用など、様々な用途分野において研究開発が行われており、事業化に向けた取り組みが進められている。



注1. メーカー出荷金額ベース（海藻養殖におけるJブルークレジット認証は認証金額ベース）
注2. 海藻・藻類ビジネス市場規模は健康食品用途、農業用途、畜産・水産用途の海藻・藻類製品、次世代型藻類活用製品（次世代燃料など）、海藻養殖におけるJブルークレジット認証を対象とする。
注3. 2027年度、2030年度は予測値（なお、海藻養殖におけるJブルークレジット認証はすべて予測値）
注4. Jブルークレジットはジャパンブルーエコノミー技術研究組合の商標である。

今後の市場推移については、健康食品用途の需要が引き続き拡大傾向であること、バイオ燃料をはじめとする新規分野での活用が進むとみられることから、2030年度の市場規模は269億4000万円を予測する。中でも、次世代型藻類活用製品と農業用途製品の市場が拡大するとみられる。次世代型藻類活用製品では、燃料向けの藻類活用が進むと同時に、医薬品や各種素材の原料、色素等への活用が進展すると考えられる。農業用途では、特に海藻を用いたバイオスティミュラント製品が増加傾向にある。一方、現在使用している生産者はそれほど多くなく、海藻を用いたバイオスティミュラント製品の有用性が広く認知されることで、今後、生産者の需要拡大が見込まれることから、農業用途製品の市場は拡大傾向にあるとみる。バイオスティミュラントは、肥料や農薬などと同様に作物の栽培で使用される、作物や土壌が元々持つ機能を補助する資材。バイオスティミュラント自体の栄養成分とは関係なく、栄養成分の吸収効率向上および非生物的ストレス耐性を改善する。

宣講販代表を不起訴に
特商法等違反の容疑で2月逮捕

宣伝講習販売事業におけるサプリメント販売に係り、特定商取引法違反等の容疑でメリーマート（大阪府箕面市）の代表らを大阪府警が2月10日に逮捕した問題で、大阪地検は3月24日までに代表を不起訴処分とした。証拠関係に照らした上での判断という。代表のほかに逮捕されていた営業の役職者等は略式起訴され、罰金刑を受けたという。

逮捕容疑は、サプリ販売の目的を事前に明らかにせず、消費者を期間限定の店舗に来訪させて勧誘していたこと。昨年4月、堺市の店舗で70歳代の女性3名に、サプリ購入の契約を持ち掛けていたという。特商法の訪問販売規制は、勧誘目的を告げずに呼び出した消費者を公衆の出入りしない場所で勧誘する行為を禁じており、刑事罰の対象となる。

その後、府警は3月3日、サプリ購入の勧誘の際、抗がんやインフルエンザの予防の効果があるかのように説明していたとして、医機法違反容疑で再逮捕していた。

ク・オフを不記載
外壁工事訪販に指示
香川県 2事例で違反認定

香川県は3月25日、外壁工事等の訪問販売事業者「株式会社セイシン」（所在地・徳島市南沖洲、橋出亮代表）を特定商取引法違反（書面不備）で指示した。

県によれば、昨年4月、県内に住む70歳代の消費者2名と、外壁補修工事のサービスを提供する契約を結んだ際、クーリング・オフなどの契約解除に関する事項などを記載していない契約書面を交付していた。

県によれば、工事代金は2名の合計で2万5000円。いずれも現金で支払っていた。24年度以降、計10件の関連相談が県内で寄せられていた。同社WEBサイトによれば、徳島県美馬市と岡山市の2カ所に支店を置いている。

コード決済で支払いのトラブル
福岡県の相談事例

【相談内容】

電動自転車のバッテリーセットをネット検索すると、一番上に、安く販売しているサイトが表示された。1番上に表示されたのでよく利用されているサイトだと思い、早速、購入手続きをすると、ショップから、メールにこちらに支払うようにとURLが届いた。タップすると、使用しているコード決済アプリの送金画面になったので金額を入力して支払った。しかし、入金確認後2～3日で商品発送とサイトには記載があったのに、1週間しても届かず、発送通知もなかったので、業者にメールで問合せてみたが返答はなかった。サイトを見直して、記載されていた会社の電話にかけてみると、現在使われていないとガイダンスが流れた。取引履歴の携帯番号は一部が非表示で連絡できない。返金してほしい。

【アドバイス】

検索エンジンでは、広告料を支払えば上部に表示することができるため、よく利用されているサイトとは限らない。サイト内で決済完結ではなく、メールで個人の名義への銀行振込みやコード決済へ送金するよう指示される場合は注意が必要。コード決済アプリの送金機能を使って代金を個人間送金した場合は、コード決済会社の補償対象外とされる場合がある。自分の支払い方法を確認すること。

【相談内容】

2カ月前、契約している携帯電話会社の委託業者と名乗る電話があり、「携帯電話料金が安くなる」と言われた。「無料でWiFiがつく」と言われたため、「WiFiは不要」と伝えたが、「WiFiは自動的についてくる。携帯電話料金が安くなるからお得」と言われ、了承した。後日、WiFiルーターと書類が届いたが、忙しかったため確認しないで放置していた。しかし、携帯電話料金は安くならず、意味不明の9000円の請求メールが届いた。勧誘時の説明と違うため、やめたい。

【アドバイス】

相談者の契約は、3年間の有料のWiFiサービス、WiFiルーターのリース契約、4種類の有料オプションサービスの契約だった。契約書面には、契約書面受領日から8日間は、WiFiサービスの契約は初期契約解除ができること、WiFiルーターはクーリング・オフができるとの記載があった。また、書類の中には、相談者が契約している大手携帯電話会社の系列の格安スマホに乗り換えるための説明書も入っていた。

電話で通信サービスの勧誘を受けた場合は、契約内容が複雑でわかりにくいため、トラブルが多発している。電気通信事業法では、契約書面の交付が義務付けられている。書類が届いたら、必ず内容を確認すること。不安に思ったり、困った時は、早めに最寄りの消費生活相談窓口に相談すること。

健取団「消費者相談室」
25年度の会員関連相談102件
無届販売など指導、クレーマー対応も

健康関連取引適正事業団（以下健取団、事務局・名古屋市東区、赤堀真二理事長）が3月17日までにまとめた、健取団の「消費者相談室」が2025年度（25年2月～26年1月）に受け付けた相談件数は、前年度比で16件増の108件だった。過去5年の件数は20年度＝177件、21年度＝151件、22年度＝84件、23年度＝96件、24年度＝92件で、増加は2年ぶり。件数に集計していない一方的な問い合わせ、電話切れなどは50件超が寄せられたと推定されるという。

健取団の会員（加盟企業）に関わる相談は102件。全件数に占める構成比は94％。前年度比は15件の増加。

相談者の内訳は消費者が99件、行政（地方自治体の消費者行政担当課および消費生活センター、警察機関）が3件。消費者の前年度比は13件増。

相談が多く寄せられた都道府県は、大阪府が11件、愛知県が7件、宮城県・兵庫県が各5件、奈良県・山口県が各4件など。大阪府の前年度比は6件の減少。事務局によれば、該当エリアにおける会員数の多さ、販売市場の大きさなどが反映された模様。

相談を寄せた行政は宮城県・福島県・茨城県で、いずれも問い合わせに類する内容だったという。

都道府県が不明だった相談は18件で前年度より3件増やした。

会員に関する相談のうち問題性が疑われたケースは、当該会員へ改善指導を実施。①社外講師による誇大な説明、②管理医療機器の無届け販売、③契約後社や他の店舗は届け出を行っていた」という。

医療機器販売業の届け出が義務付けられている管理医療機器に係り、当該会員の一部店舗が行政に届け出を行わず販売を行っていた。「本当該会員と共に検討し、無条件解約を行った。

一方、会員に落ち度はないと考えられる〝悪質クレーマー〟の案件にも対応した。主な事例は、契約から8カ月～10カ月を経過したクーリング・オフ期間外の健康食品の返品要請、購買歴の無い消費者からのDM送付要請、特売品当該会員は、過去にも目当ての子供連れの入場規制（いずれも宣伝講習販売）。

事務局によれば、返品を要請した消費者は「返金してくれない」「誠意がない」などと主張。会員との話し合いをアドバイスし、会員は未開封分の数量などに基づく返金額の算定を提案したが、「その後、消費者からの連絡が途絶えた」という。

クレーマーではないとも考えられた」という。当時の勧誘に故意性はないと判断されたが、当該会員と共に検討し、無条件解約を行った。

一方、会員に落ち度はないと考えられる〝悪質クレーマー〟の案件にも対応した。主な事例は、契約から8カ月～10カ月を経過したクーリング・オフ期間外の健康食品の返品要請、購買歴の無い消費者からのDM送付要請、特売品当該会員は、過去にも目当ての子供連れの入場規制（いずれも宣伝講習販売）。

事務局によれば、返品を要請した消費者は「返金してくれない」「誠意がない」などと主張。会員との話し合いをアドバイスし、会員は未開封分の数量などに基づく返金額の算定を提案したが、「その後、消費者からの連絡が途絶えた」という。

チラシの商品掲載面積、見直し
1／4程度を推奨、メ社問題受け
健取団

健康食品等の宣伝講習販売のメリーマート（以下メ社、大阪府箕面市）の従業員等が特定商取引法違反等の容疑で逮捕された問題（3月9日号4面記事参照）を受けて、健康関連取引適正事業団（以下健取団）は、会員企業の勧誘チラシの見直しを進めている。掲載する商品について、推奨される掲載面積を指導する内容。見直しが行われたチラシは、使用前に事務局が監修する。

メ社の逮捕容疑は、サプリメントの販売目的を事前に明らかにせず、消費者を期間限定の店舗に来訪させ、勧誘していたこと。特商法は、勧誘目的を告げずに呼び出した消費者を公衆の出入りしない場所で勧誘する行為を禁じており、刑事罰の対象。メ社は、〝1つ100円〟等の特売品を掲載した勧誘チラシを駅前等で配布していたという。

健取団は自主行動基準で、公衆の出入りしない場所での勧誘につながる行為を未然に防ぐ一環として、勧誘チラシの内容に関するルールを制定。この中で、商品については、個々の写真または全体写真の掲載を求めてきた。チラシを含んだ消費者に配布する全書面・広告物は事務局の監修を必須としている。

今回の見直しでは、主力品を含む商品の掲載面積をチラシ全体の「4分の1程度」とすることを推奨している。事務局によれば、これまでは会員の間でバラツキがあり、おおむね10％～15％程度の面積が多かったという。このため、見直しは掲載面積の拡大を求める形となる。近年は、チラシのサイズが小さくなる傾向にあったことも理由の一つにあげる。

既存客に送付するDMについても同様の掲載面積を推奨する。

チラシの内容に関する他の基準は、商品の小売希望価格、特売品の趣旨や景品表示法の規制を遵守していること、店舗の開設期間、健取団の消費者相談室のフリーダイヤルなどの掲載を要請。チラシは、店舗の出入り口付近や掲示可能な箇所への掲示を求めている。また、チラシの大きさが異なる場面を想定して、A4サイズをボーダーラインに定めている。

記者の目
再浮上ある？新法案

「デジタル関係で一つ大きな法律をつくることが望ましい」。デジタル取引・特定商取引法検討会の第1回における、ベテラン相談員の委員の意見だ。同様の意見は他委員からも。弁護士が「新しいデジタル消費者法のような法律を別途制定することが妥当」、情報学専門家が「デジタルに関して条文を足すより、法律の全体像を考えたほうがいい」と述べた。屋上屋を重ねる特商法の限界は常に指摘されてきた。更にデジタル取引までカバーできるか危ぶまれて当然だろう。第2回～3回で〝新法〟に言及する意見は無し。が、まだ折り返し地点にも来ていない。再浮上の可能性はあるだろう。

行政人事

東京都（4月1日付）

◇

生活文化局消費生活部取引指導課長（総務局総合防災部計画調整担当課長）東寛久▽生活文化局消費生活部企画調整課長（統括課長）（生活文化局消費生活部企画調整課長）阿部耕治▽消費生活総合センター所長（中央図書館サービス部長）田中延広

Nethanbai 月刊ネット販売 monthly 4
http://nethanbai.co.jp
2026 Vol.27 No.4
複合メディア時代のダイレクトマーケティング専門研究誌
宏文出版・ネット販売編集局　〒113-0033 東京都文京区本郷2-14-3入山ビル

書店では販売していません！ご購読のお申込みは“宏文出版”まで。今すぐどうぞ!!
電話受付は月～金曜日９時30分～18時まで。「ネット販売購読希望」とお伝えください。
体裁／Ａ４変形判、52ページ
年間購読／25,080円（毎月25日発行）
入金確認後、本品を発送いたします。
FAX＝03-3815-7183
E-Mail＝info@nethanbai.jp
TEL03-3815-7525
ホームページなら24時間受付中！ http://nethanbai.co.jp

特集
ネット販売実施企業の採用活動
人手不足に打ち勝つ各社の〝人財施策〟

人材育成の状況は？
座学や現場研修で社員を育成、手厚い福利厚生が会社の魅力に
AI研修を導入する企業も／社員のキャリアアップをサポート／希望部署への配属に柔軟対応／回答企業の約半数が初任給引き上げ／ハラスメントを徹底排除する動きも／仕事と家庭を両立する仕組み提供／「アルムナイ」も徐々に広がる

新卒採用の状況は？
新卒採用は圧倒的な「売り手市場」、スカウト型の個別採用が主流に
複数チャネルで学生に接触／多くの学生が複数の内定を保持／前年よりも実施期間を前倒しに／独自の選考内容で見極めを図る／学生側は安定性や裁量権などを重視／企業側は資格よりも主体性求める

【ウェブトピックス】
Yahoo!ショッピング、出店を有料化
システム使用料と売上ロイヤリティ徴収へ
YouTube動画から「楽天市場」へ送客可能に
Yahoo!ショッピング、AIで買い物支援
ゾゾ、名古屋にポップアップストア開設

新潮流（ロングインタビュー）
ローカル
代表取締役社長CEO 吉永 安宏 氏

バリューチェーン築き新鮮青果届ける

【連載・コラム】
本誌記者が注目サービスを体験！
ECを超えるケータイビジネス最前線
放送業界の現状と今後
動き出した大本命
真相／深層Search
海外ネットニュース
仕掛け人に聞く
SEO入門
顧客をつかむサイト運営のノウハウ

バックナンバーは1冊からでも購入できます！
3月号 特集 「ライブ配信」で商品は売れるか 「TikTok Shop」の現在地
アスクル　代表取締役社長 CEO 吉岡 晃 氏
ランサムウェア攻撃から再起、攻勢へ
2月号 特集 「AI」「ふるさと納税」鍵に？ 楽天・アマゾン・ヤフーの今年を占う
NE　代表取締役社長　比護 則良 氏
全ての小売り企業をターゲットに
1月号 特集 EC市場を振り返る!! 2025年のネット販売業界10大ニュース
千趣会 代表取締役社長執行役員 鈴木 聡 氏
本丸のベルメゾンが復活のカギ
12月号 特集 EC実施各社のリアル施策の今 リアル体験に勝機あり
エニグモ 執行役員 カスタマーマーケティング事業本部長 今寺 優介 氏
CtoCモール、新たなステージで成長図る