

関心事項について

2023.10.18

全国消費生活相談員協会

柿沼 由佳

※本関心事項は個人の意見であり、協会の意見ではありません。 1

インターネット利用を取り巻く環境の変化

情報通信技術の発展

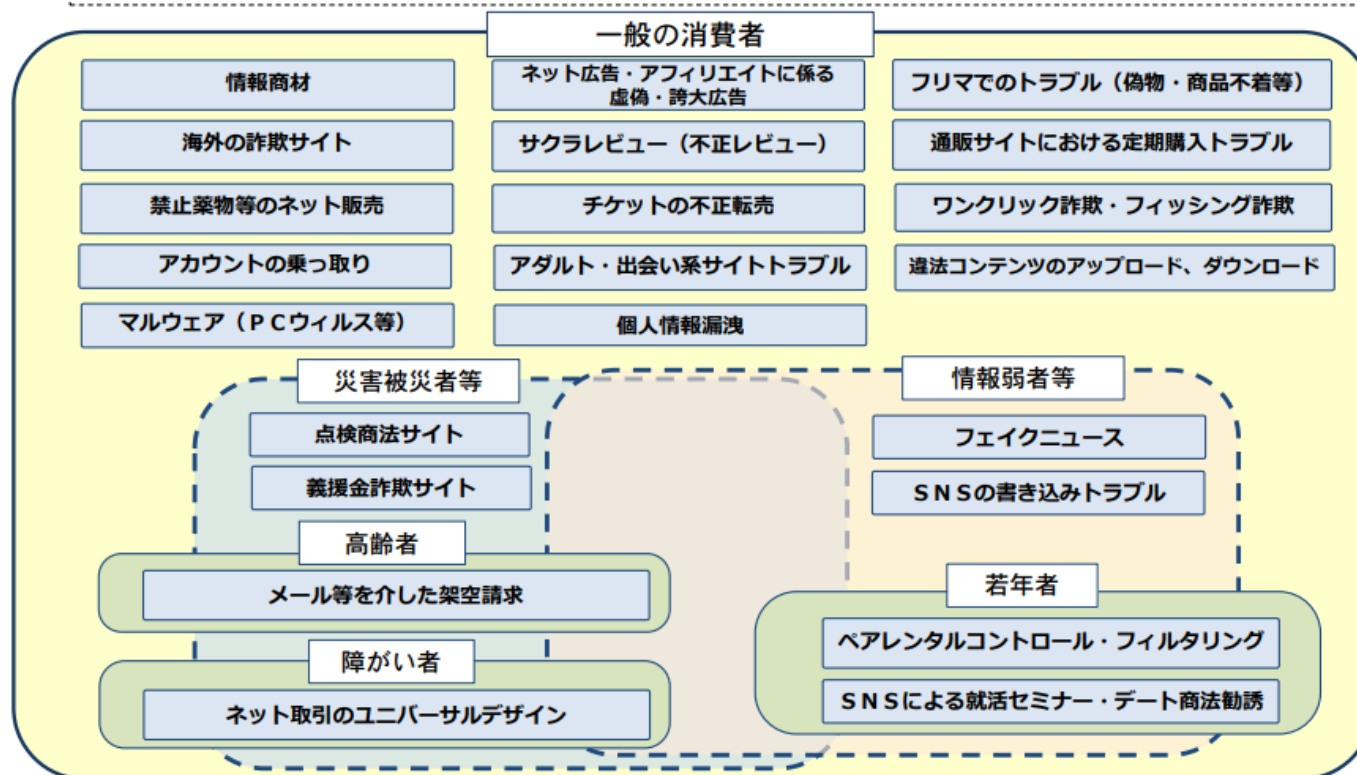
消費者は、高い利便性

事業者は参入が容易

消費者トラブルの増加

- ・ 消費者欲求が掻き立てられやすい
- ・ 複雑巧妙化（販売形態 支払い方法等）
- ・ 情報漏洩 ・ 不正利用

デジタル時代ではスピードが速いことも含め、その特有性によって誰でも脆弱になる可能性があることを共通認識として持たなければならない。(G20消費者政策国際会合 パネル6議長総括)



図表1 消費者庁「デジタル時代における消費者の特性別のトラブル及び課題」

インターネット利用を取り巻く環境の変化

情報通信技術の発展

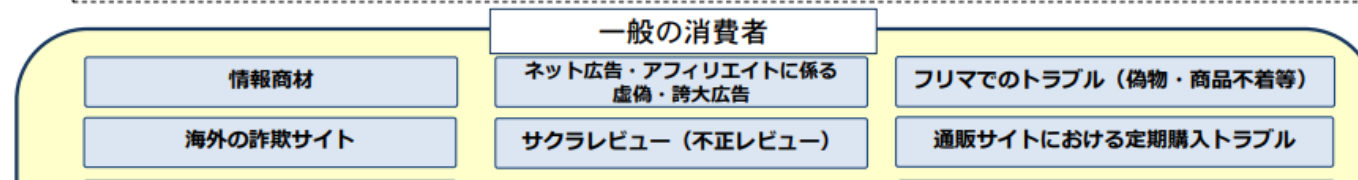
消費者は、高い利便性

事業者は参入が容易

消費者トラブルの増加

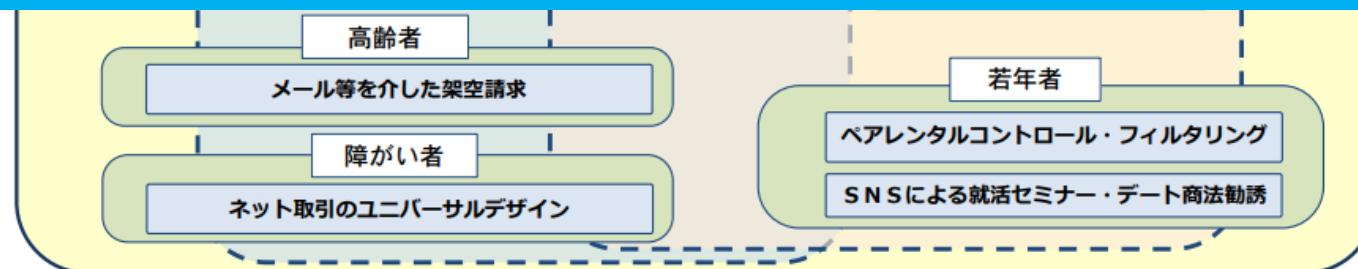
- ・ 消費者欲求が掻き立てられやすい
- ・ 複雑巧妙化（販売形態 支払い方法等）
- ・ 情報漏洩 ・ 不正利用

デジタル時代ではスピードが速いことも含め、その特有性によって誰でも脆弱になる可能性があることを共通認識として持たなければならない。(G20消費者政策国際会合 パネル6議長総括)



デジタル時代ではスピードが速いことも含め、その特有性によって誰でも脆弱になる可能性があることを共通認識として持たなければならない

2019年G20消費者政策国際会合の議長総括



図表1 消費者庁「デジタル時代における消費者の特性別のトラブル及び課題」

消費者はデジタル社会特有の課題に向き合う必要がある。一時的なものではなく、人生100年時代の今日において、生まれてから最期の時を迎えるまで常に意識する必要がある。



一生を通じて消費者がデジタルを利活用することを
『デジタル・ジェロントロジー』と定義

情報モラル・リテラシーと 消費者教育が教育が必要



教育を受ける機会は容易くない

消費者はデジタル社会特有の課題に向き合う必要がある。一時的なものではなく、人生100年時代の今日において、生まれてから最期の時を迎えるまで常に意識する必要がある。



一生を通じて消費者がデジタルを利活用することを
『デジタル・ジェロントロジー』と定義

社会のデジタル化に取り残されず、そのメリットを最大限享受し、安全・安心な消費生活を送るための消費者教育の在り方とは。

情報モラル・リテラシーと 消費者教育が教育が必要



教育を受ける機会は容易くない

アンケート調査 まとめ

- ・メール、電話の伝達手段や、インターネット検索、ニュースでの情報入手手段など幅広く利用している。
- ・インターネットトラブルや困った経験は、「ない」との回答が圧倒的に多かった。

★ (ヒアリング調査)

- ・男女とも家族に相談している割合が高いが、相談できる人がいない者が26.7%いる。
- ・集合研修の参加希望者は、42.3%で半数以下であった。また、11.5%が参加したくないと回答している。

集合研修だけでは、消費者のニーズに合った対応は難しい

集合講座には参加したくない理由

- ・ ・ ・ 耳が遠く聞こえない。質問出来ないので行きたくないなど

アンケート調査 まとめ

- ・メール、電話の伝達手段や、インターネット検索、ニュースでの情報入手手段など幅広く利用している。
- ・インターネットトラブルや困った経験は、「ない」との回答が圧倒的に多かった。

★ (ヒアリング調査)

- ・男女とも家族に相談している割合が高いが、相談できる人がいない者が26.7%いる。
- ・集合研修の参加希望者は、42.3%で半数以下であった。また、11.5%が参加したくないと回答している。

集合研修だけでは、消費者のニーズに合った対応は難しい
集合講座には参加したくない理由

- ・・・耳が遠く聞こえない。質問出来ないので行きたくないなど

集団教育



個の教育

マンツーマン（スマホ相談会）受講者に対してのヒアリング調査

調査方法 スマートフォンの相談を受けながら約20分間

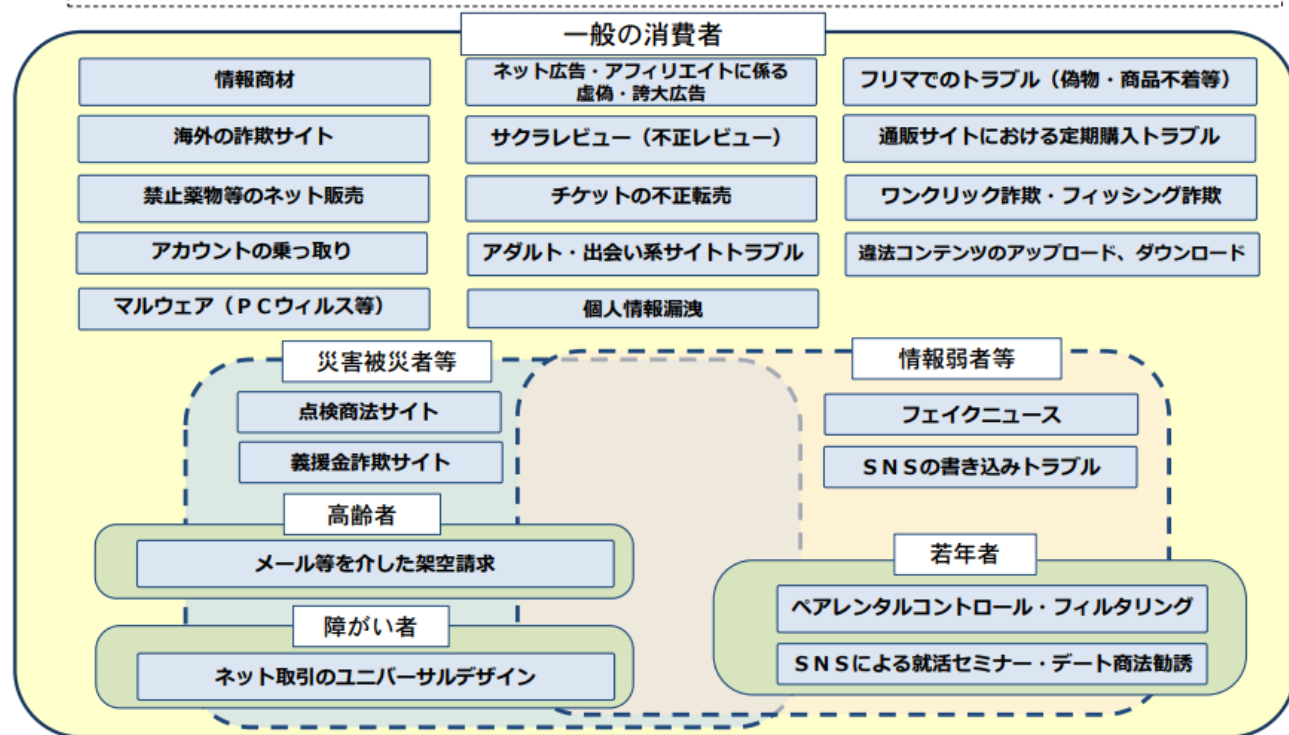
- ・ 読取りのためマークを見ても、これがQRコードを読取るマークであると思ってもつかずわかりづらい
- ・ メッセージアプリで写真をアップする方法がわからない
- ・ スタンプの選択ボタンだとはわからないし、ボタンが小さくてタップしにくい
- ・ 子どもに教わらなくてもある程度できるようになりたい
- ・ 同じようなアプリが複数ありどれを選んでよいのか見当もつかない
- ・ 複数の操作方法があり、わかりにくい
- ・ 広告が多いので消したい
- ・ mailに未読が3000件あり一括で消したいがどうすればよいか

架空請求メールなどの消費者トラブルに気付いていない

デジタル時代における消費者トラブルの現状と課題

デジタル時代における消費者の特性別のトラブル及び課題

デジタル時代ではスピードが速いことも含め、その特有性によって誰でも脆弱になる可能性があることを共通認識として持たなければならない。(G20消費者政策国際会合 パネル6議長総括)



図表2 デジタル時代における消費者の特性別のトラブル及び課題

トラブルに遭った場合に
「誰にも相談又は申出をしていない」
45.5% (2021) ⇒ 40.8% (2022)

相談又は申出をした相手
行政機関の相談窓口
8.7% (2021) ⇒ 9.4% (2022)
消費者庁「消費者意識基本調査」



適切な対応が得られていない懸念がある。

- ・ インターネットトラブルが増加しており、消費者庁や行政の相談窓口から注意喚起を行っているが、消費者に情報が届いていない。
- ・ 全年齢層のインターネットに関する教育の必要性を感じる。
- ・ また、消費者側の教育だけではなく、デジタル技術を開発する者が取引トラブルに遭わないような仕組みづくりや消費者志向経営が求められる。

デジタル時代における消費者トラブルの現状と課題

支払方法

キャッシュレス決済の複雑化
不正利用の増大

若年社会人

副業 SNS チャットからの誘導
不動産の売買 コンサルタント契約

わかりやすい表示の在り方

カタログ・パンフレット
ネット広告 申込画面

事業者の対応不足

消費生活センターに相談するよう誘導

解決困難案件の増大

実行力のある法改正
警察・金融機関との連携

デジタルコンテンツのレーティング

ゲーム攻略サイト、ニュースアプリなど
における不適切な広告の規制

デジタル技術と呼応しながら、社会全体でデジタル化に伴う消費生活に関する教育の重要性を認識できるような環境作りが必要

1. 学びの場の多様化

2. 利用者中心のデザイン UI・UX / アクセシビリティと標準化

3. コンシューマー&デジタル・シチズンシップの充実

6.1 DX後のサービス全体俯瞰図



- ・ 相談員不足
- ・ 消費者の相談し易い環境づくり
- ・ 取りこぼしのない情報提供

図表3 消費者庁・国民生活センター「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2023」