参考資料

参考資料１　インターネットを利用した取引に関するアンケート調査結果
参考資料２　オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会審議経過
参考資料３　オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会委員名簿

（参考資料１）

インターネットを利用した取引に関するアンケート調査結果

第１　調査の概要

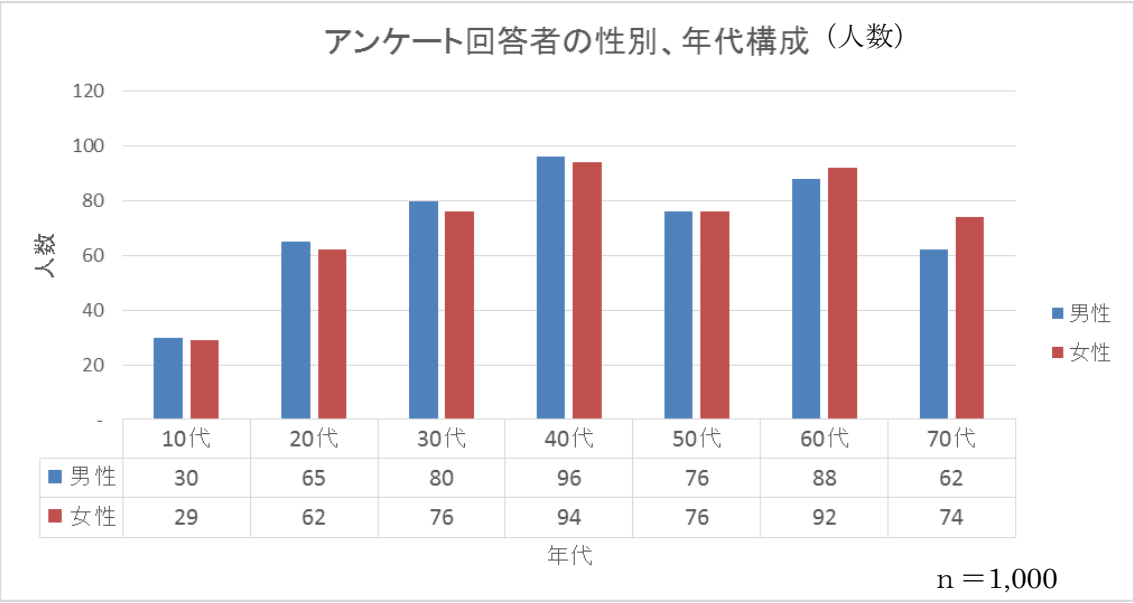
１　目的　オンラインプラットフォームを介した取引の利用状況、トラブル発生状況等を把握するため、インターネットによるアンケート調査を実施した。

２　対象者　一般消費者 10 代から 70 代の男女（計 1,000 名）
〔ただし、「10 代」に関しては、15 歳以上 19 歳以下を対象〕

３　調査方法　ＷＥＢ調査

４　調査時期　平成 30 年７月 13 日～同年７月 17 日

５　調査対象者の年齢構成（男女別）



	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代
男性	30	65	80	96	76	88	62
女性	29	62	76	94	76	92	74

６　回答者のその他の属性

（１）職　業〔（ ）内は全体に占める割合、％〕

・公務員・団体職員 ・・・・・・・・・・・・・・・・・５５人（　５．５）
・経営者・役員 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１人（　１．１）
・会社員 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３１７人（３１．７）
・自営業・自由業 ・・・・・・・・・・・・・・・・・６９人（　６．９）

・専業主婦・専業主夫・・・・・・・・・・・・・・・１８２人（１８．２）
・アルバイト・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１２４人（１２．４）
・学　生・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・８０人（　８．０）
・無　職・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１５１人（１５．１）
・その他・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１１人（　１．１）

（２）世帯類型〔（ ）内は全体に占める割合、％〕
・ひとり暮らし・・・・・・・・・・・・・・・・・・１８４人（１８．４）
・２人以上世帯・・・・・・・・・・・・・・・・・・８１６人（８１．６）

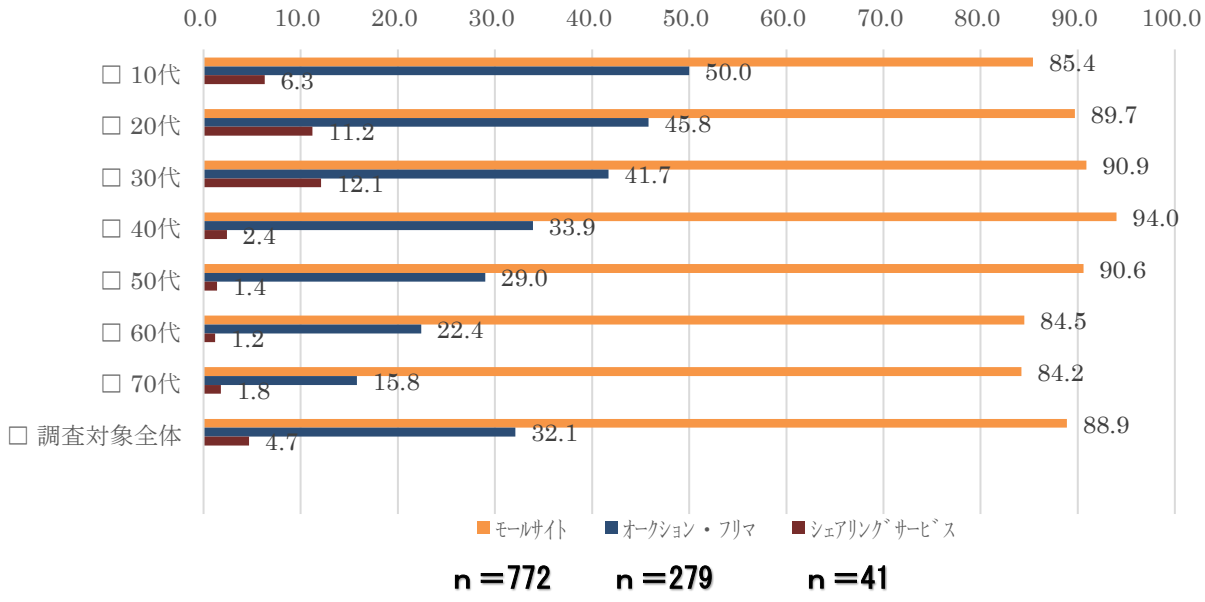
第２　グラフ

１．過去１年間に各サービスを利用したことがありますか　〔Ｑ６、Ｑ７、Q21、Q47〕

今回のＷｅｂアンケート調査で、対象 1,000 人中、868 人が過去１年間に「ショッピングモールサイト」、「オークション・フリマサイト」、「シェアリングサービスサイト」のサービスの何れかを利用したと回答している。

３つのサービスについて、その利用率をサービス別、年代別にみると、以下の比較表１のとおりとなっている。

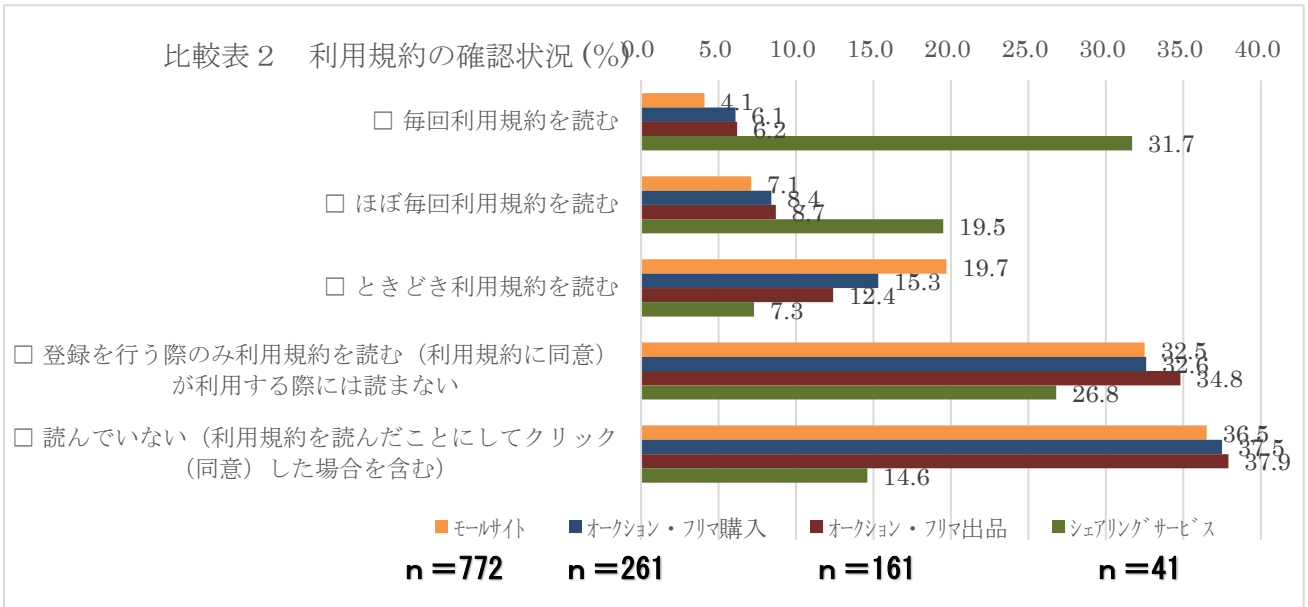
比較表１　年代別の各サービスの利用状況　（%）



２．利用規約を読みますか　〔Q12、Q27、Q38、Q53〕

これらの各サービス利用時の利用規約の参照状況は比較表２のとおりとなっている。

比較表２　利用規約の確認状況（%）

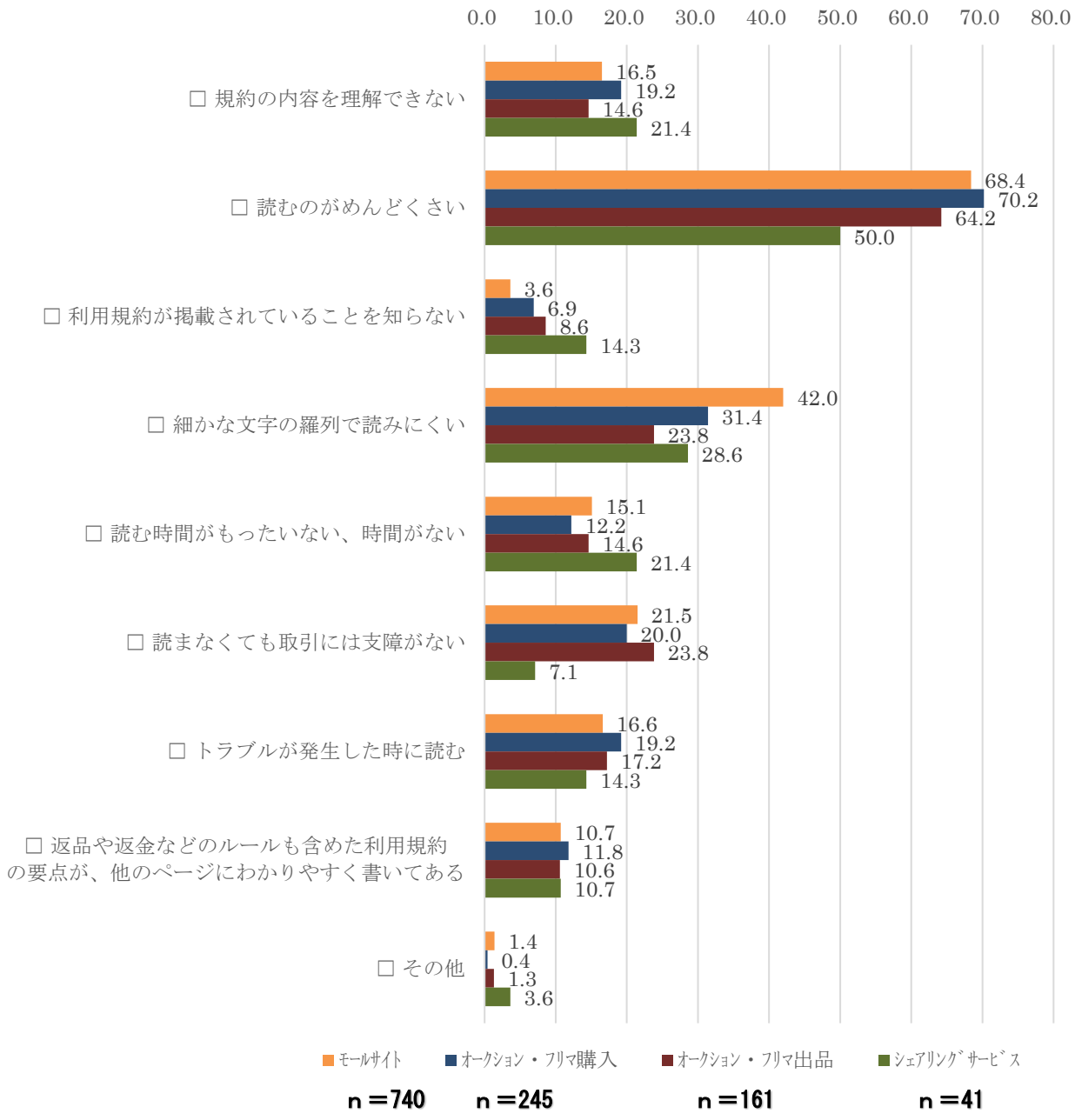


シェアリングサービスについては、「毎回利用規約を読む」や「ほぼ毎回利用規約を読む」という回答者の割合が他のサービス利用者に比べて多いものとなっている。

３．利用規約を読まない理由はなんでしょうか　〔Q13、Q28、Q39、Q54〕

利用規約を読まない理由については、以下の比較表３のとおりとなっている。

比較表３　利用規約を読まない理由（複数選択可）　（%）

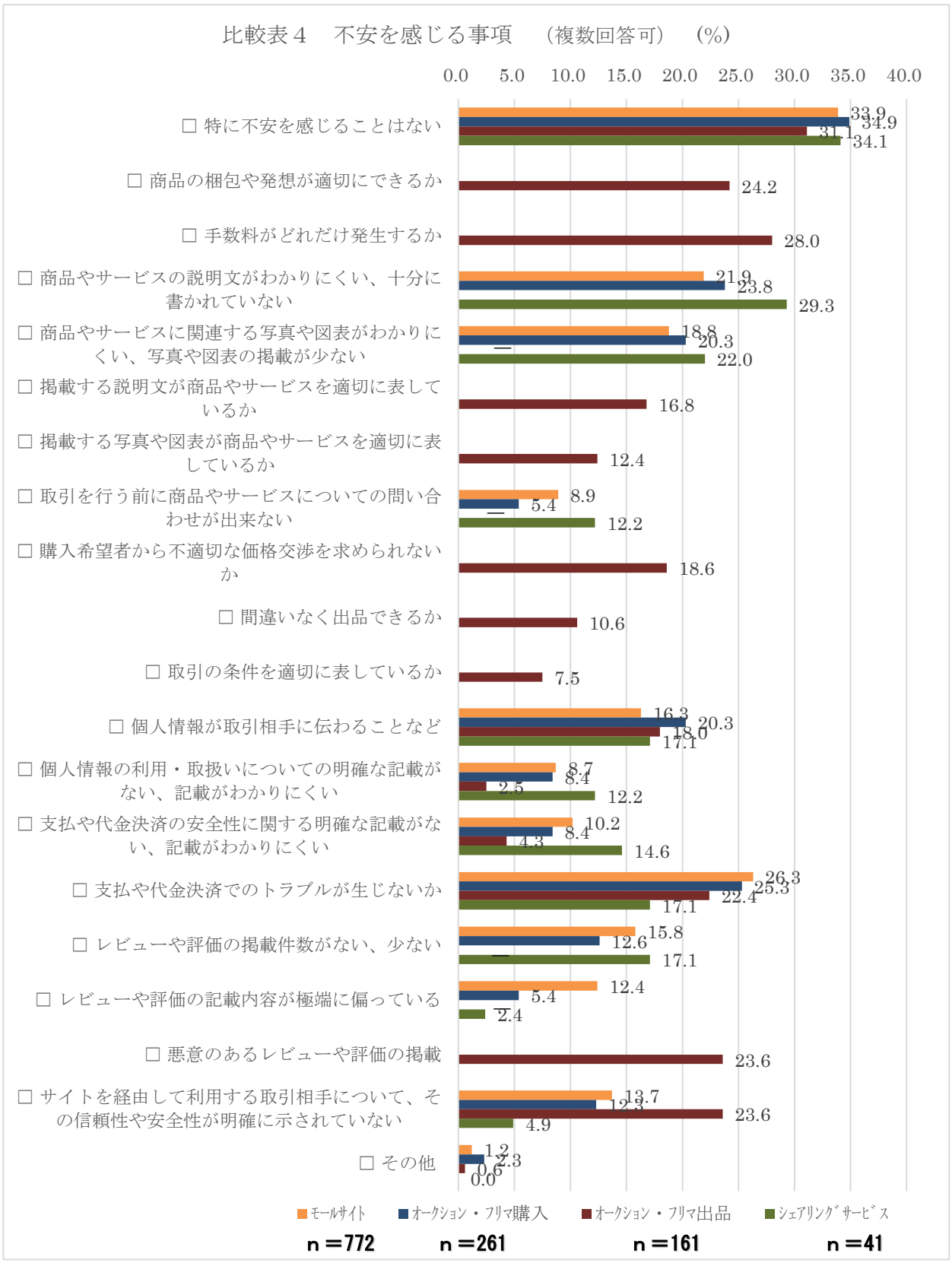


ショッピングモールサイトでは、比較表１のとおり、高齢者の利用者も少なくないことの影響からか、「細かな字の羅列で読みにくい」との回答を理由に挙げているものが、他のサービスに比べ、やや多くなっている。

４．各サービスを利用する際に不安を感じるのはどのような場合でしょうか

〔Q14、Q29、Q40、Q55〕

利用に際して不安を感じる事項については、以下の比較表４のとおりとなっている。

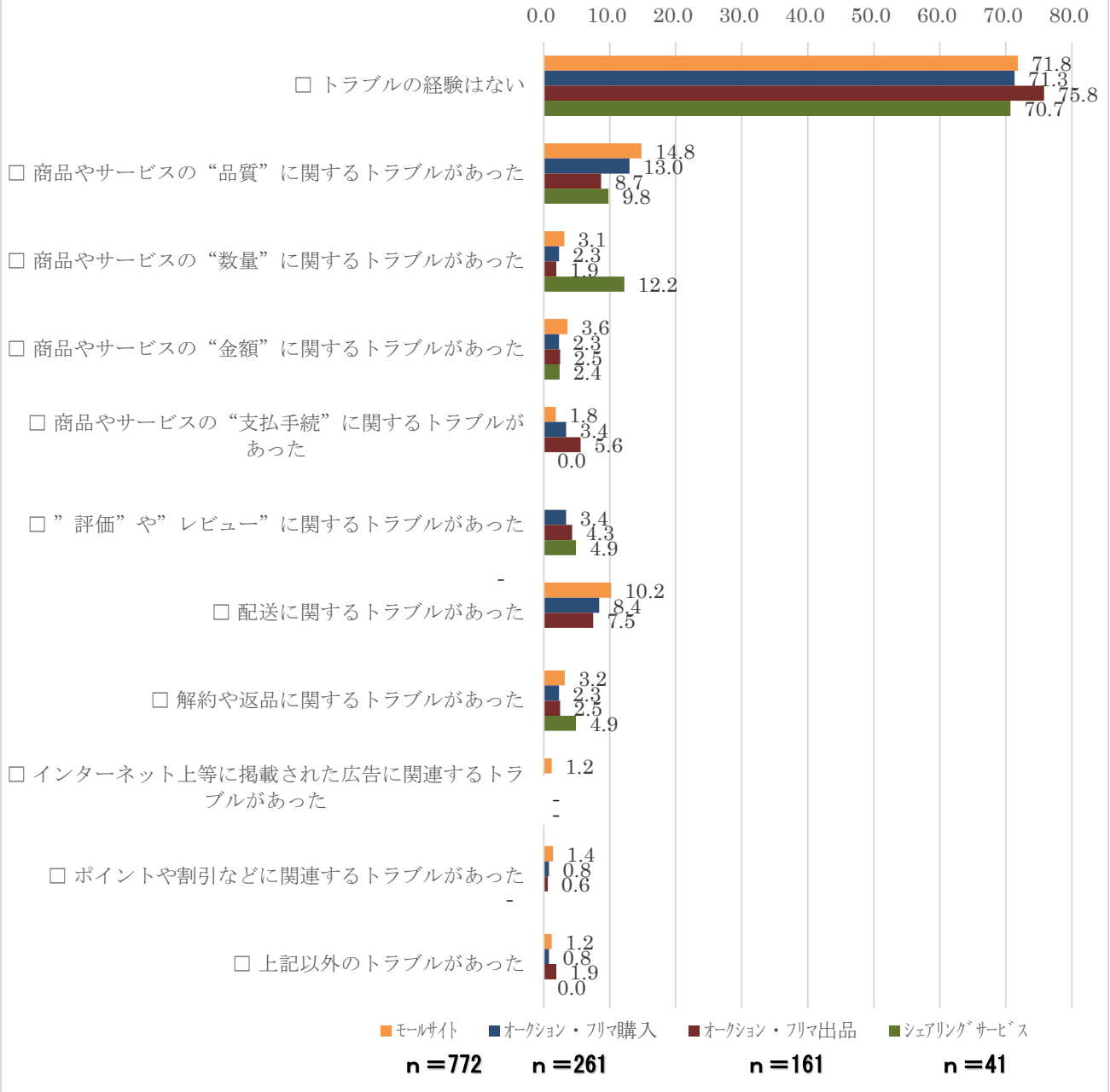


「オークション・フリマ」出品については、設問が一部異なるが、取引相手に関する不安が高い。

５．各サービスを利用時にトラブルの経験はありますか　〔Q15、Q30、Q41、Q56〕

各サービスを利用した際に、トラブルにあった経験及びその内容について、以下の比較表５のとおりとなっている。

比較表５　トラブルの経験の有無、及びその内容（複数回答可）（%）



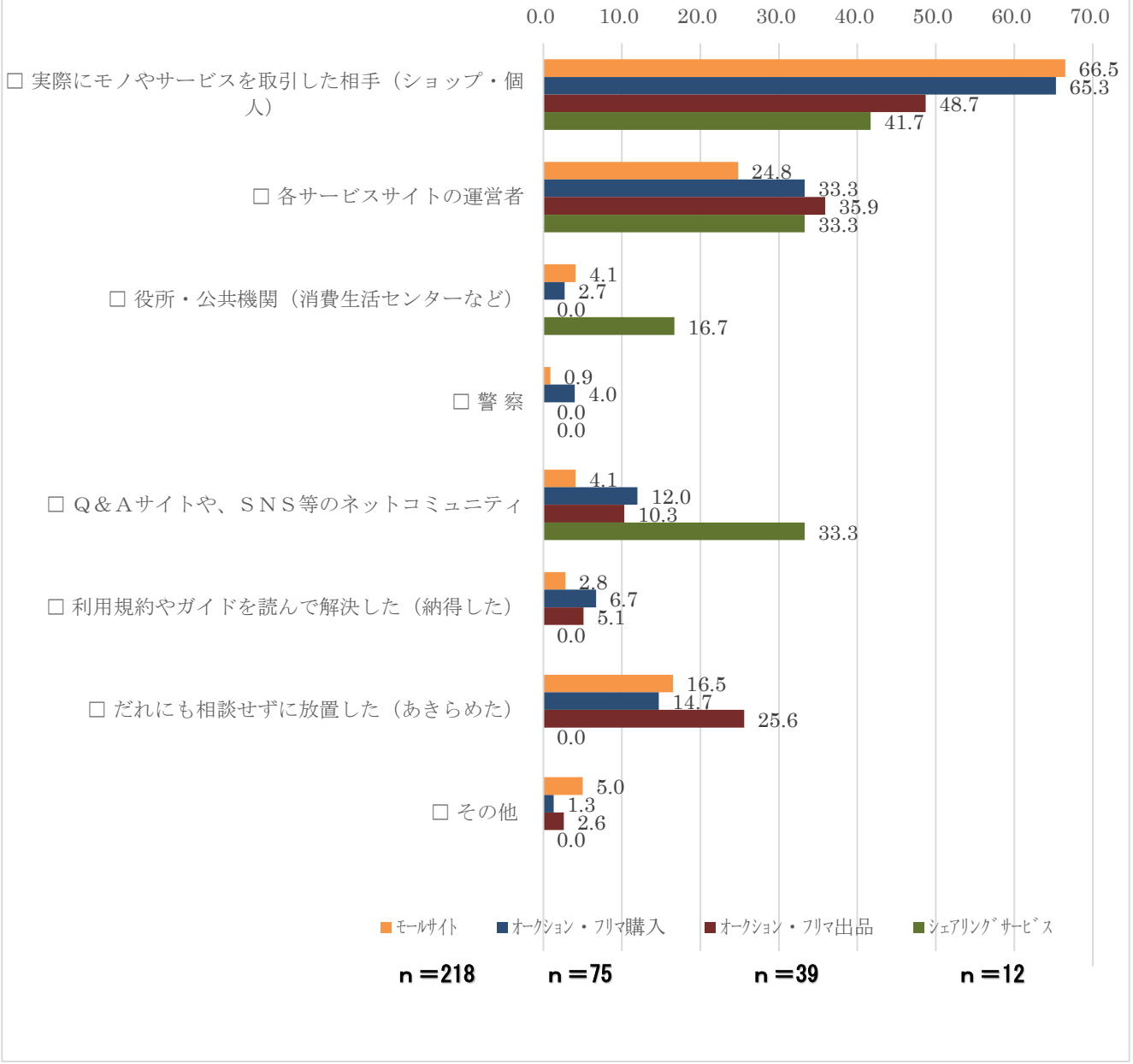
過去１年間における「ショッピングモールサイト」の取引で、なんらかのトラブルを経験したのは、28.2%(218 人)、「オークション・フリマサイト」の購入で、なんらかのトラブルを経験したのは、28.7%(75 人)、「オークション・フリマサイト」の販売で、なんらかのトラブルを経験したのは、24.2%(39 人)、「シェアリングサービスサイト」の取引で、なんらかのトラブルを経験したのは、29.3%(12 人)と、各サービスの回答者の約３割弱が、何らかのトラブルを経験している。

６．トラブルにあった時（または気が付いた時）にどこに連絡されましたか

〔Q17、Q32、Q43、Q58〕

各サービスを利用した際に、トラブルにあった時に、どこに連絡・照会したかについては、以下の比較表６のとおりとなっている。

比較表６　トラブルがあった際の連絡先　（複数選択可）　（%）



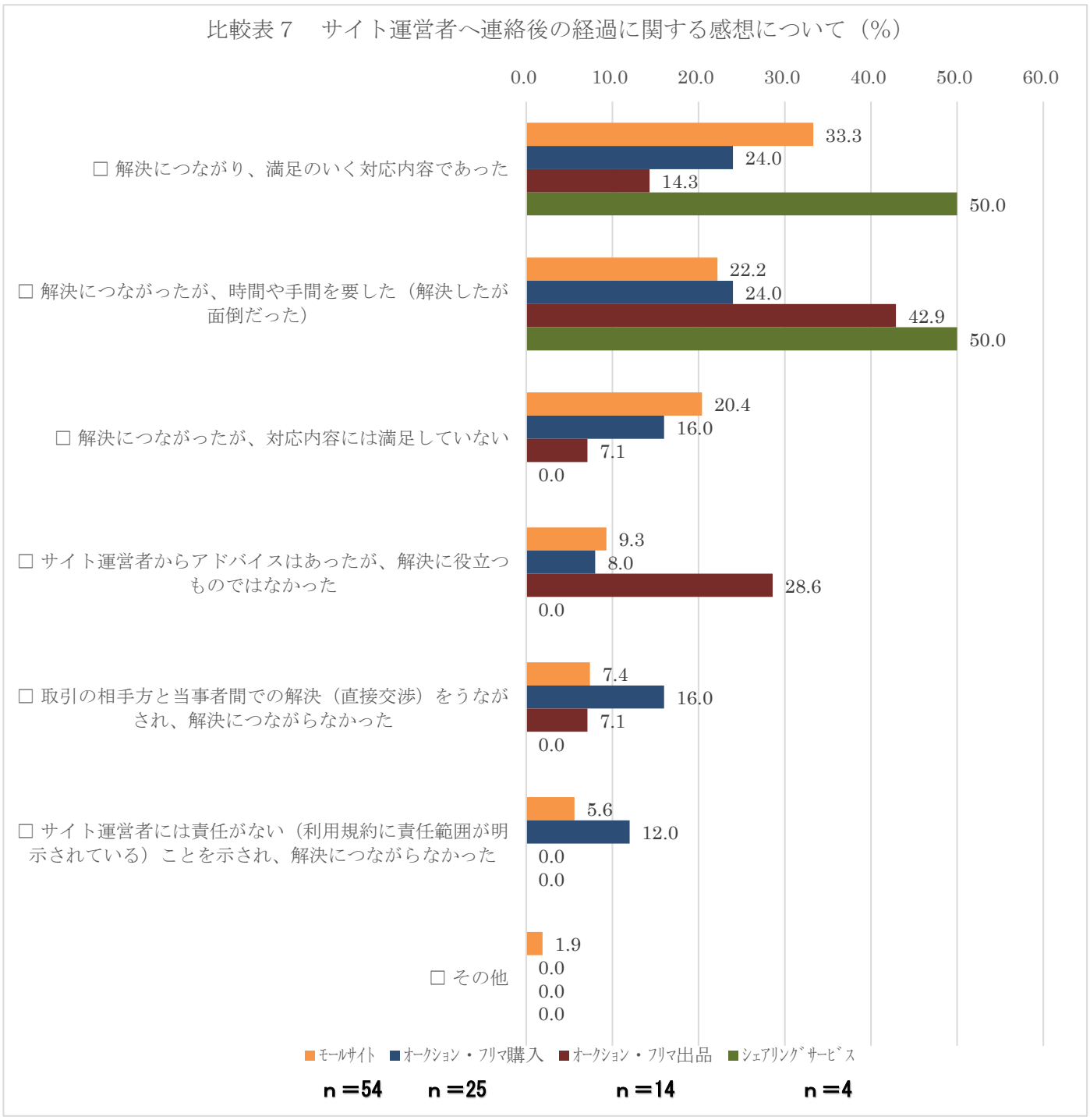
「ショッピングモールサイト」の取引では、「取引相手」への連絡・照会が 66.5%（145 人）と他のサービス利用者に比べて割合が高くなっている。

また、「オークション・フリマサイト」の販売では、「サイトの運営者」への連絡・照会が 35.9%（14 人）と、他のサービス利用者に比べて割合が高くなっている。

一方、「シェアリングサービスサイト」の取引では、「Q＆AサイトやSNS等のネットコミュニティ」への連絡・照会が、33.3%（４人）と、他のサービス利用者に比べて割合が高くなっている。

7．各サービスサイトの運営者の対応はトラブルや納得できない取引の解決に役立ちましたか〔Q19、Q34、Q45、Q60〕

各サービスサイトの運営者の対応状況に対する回答者の感想は、以下の比較表７のとおりとなっている。



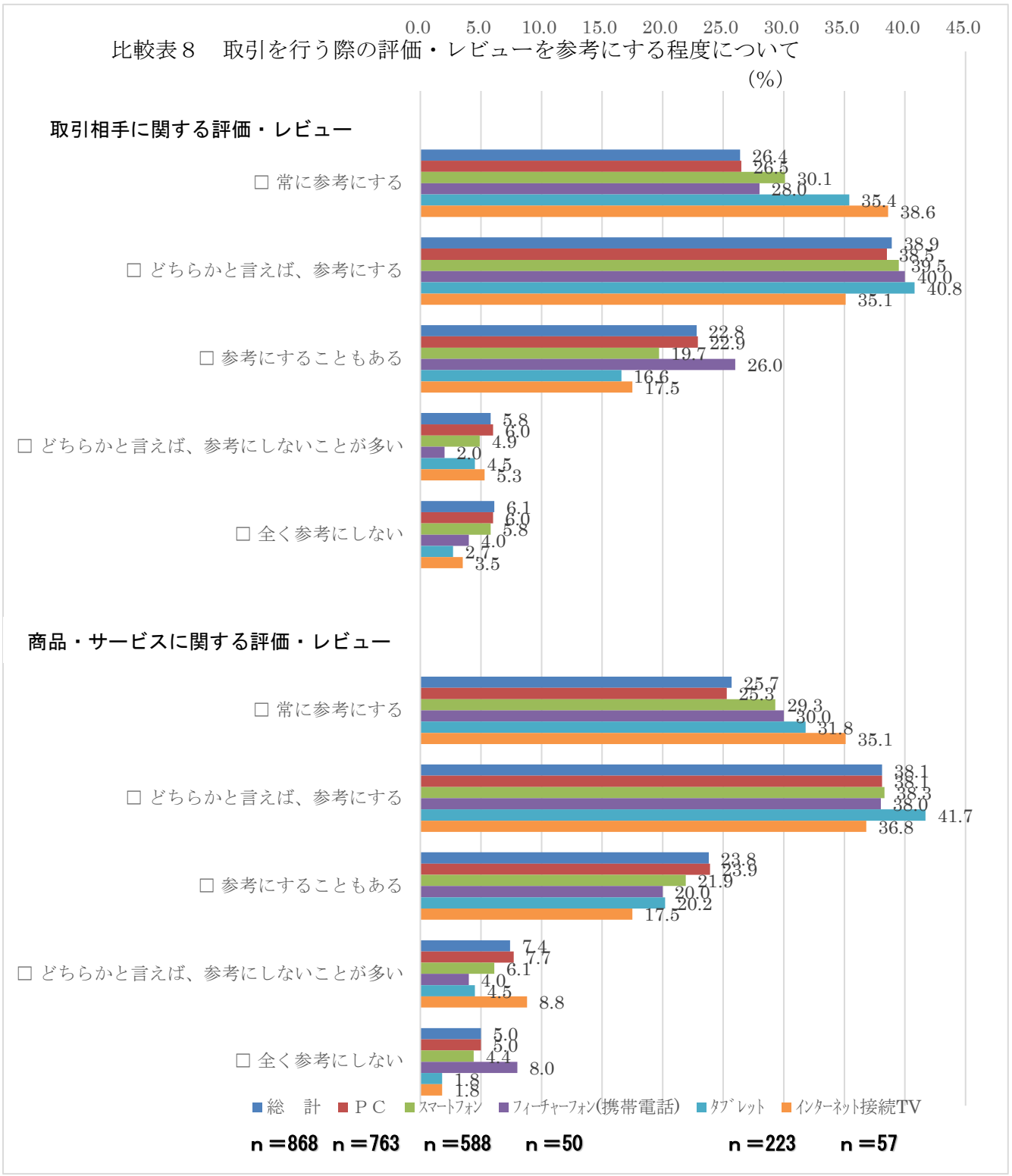
「オークション・フリマ」出品については、「解決につながったが時間や手間を要した（解決したが面倒だった）」で 42.9%（８人）や「サイト運営者からアドバイスはあったが、解決に役立つものではなかった」が 28.6%（４人）となっており、購入者側に比べて、出品者側の評価がやや低めの傾向となっている。

８．各サービスサイトで取引を行う際に、評価・レビューは参考にしますか

〔Ｑ５、Q62、Q63〕

各サービスサイトで取引を行う際に、「取引相手に関する評価・レビュー」については、「常に参考する」は、「インターネット接続ＴＶ」で 38.6%（22 人）や「タブレット」で 35.4%（79 人）と高い割合となっている。

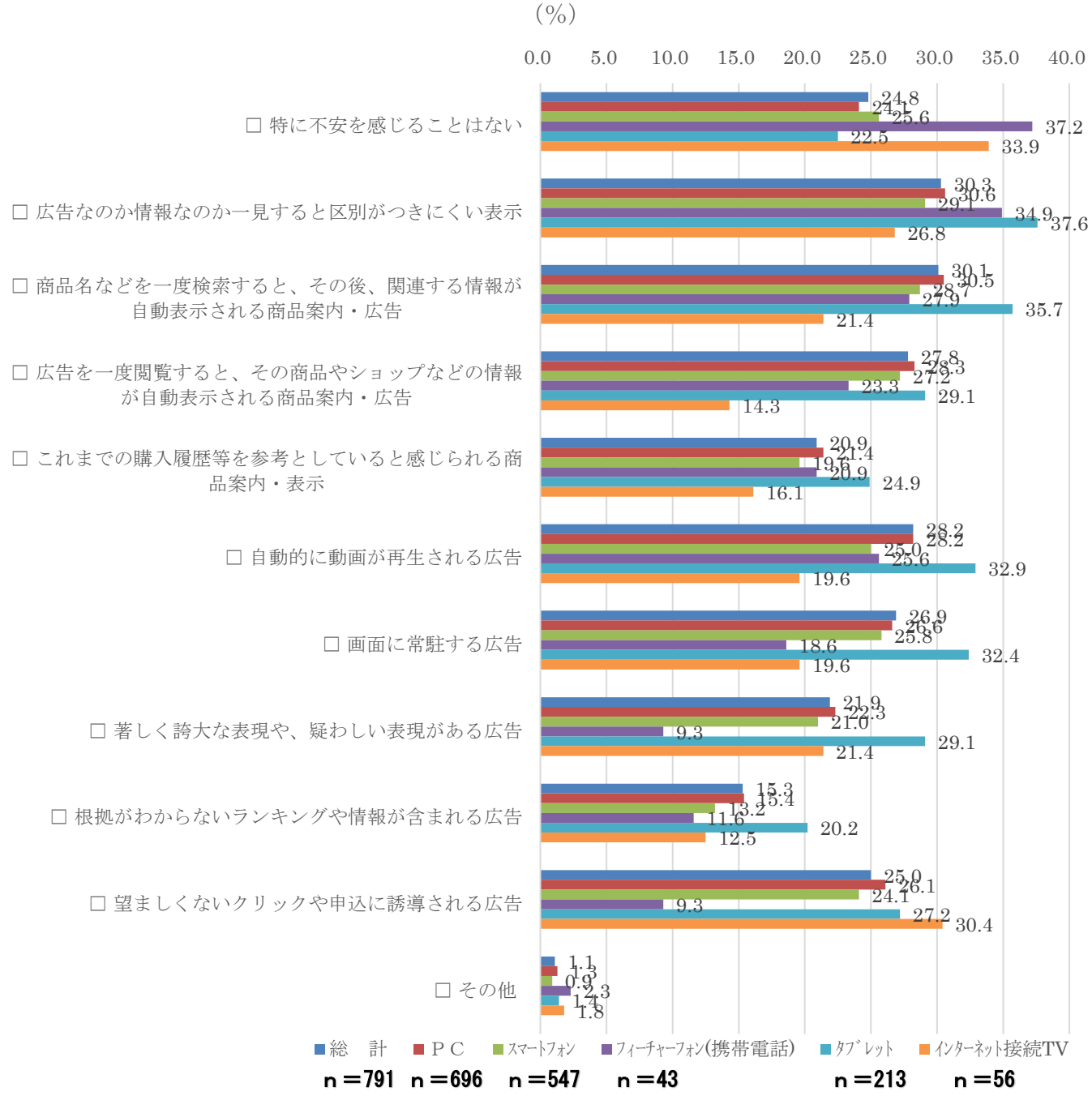
また、「商品・サービスに関する評価・レビュー」においても、「インターネット接続ＴＶ」35.1%（20 人）や「タブレット」31.8%（71 人）が高くなっている。



９．各サービスサイトに表示される広告のなかで、不快・不安に感じるものはありますか〔Ｑ５、Q66〕

各サービスサイトに表示される広告の中で、不快・不安に感じるものの有無や、内容について、回答者が利用している主にインターネットに接続する機器（複数回答可）別に、みると、以下の比較表９のとおりとなっている。

比較表９　各サービスサイトに表示される広告の中で、不快・不安に感じるもの（複数選択可）

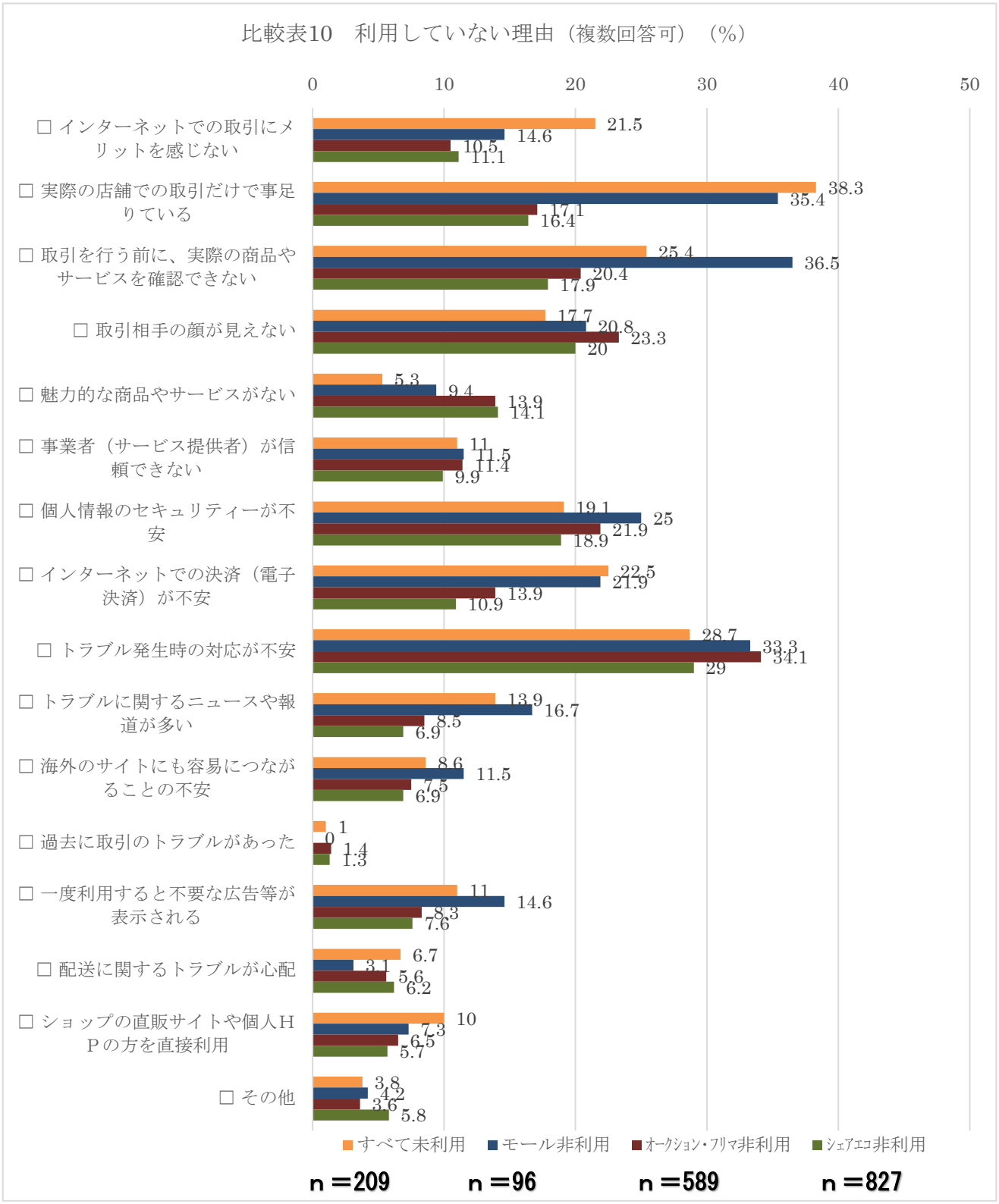


各サービスサイトを利用する際に、利用機器が「タブレット」である者では、やや不快・不安に感じる傾向もみられる。（同利用者は、Q13 の中で「規約の内容を理解できない」の回答率が 24.0%（49 人）と機器別で最も高い。ＰＣは 15.7%（103 人）、スマートフォンは 18.3%（93 人））

10. サービスサイトを利用した取引を行わない理由は何ですか〔Q68〕

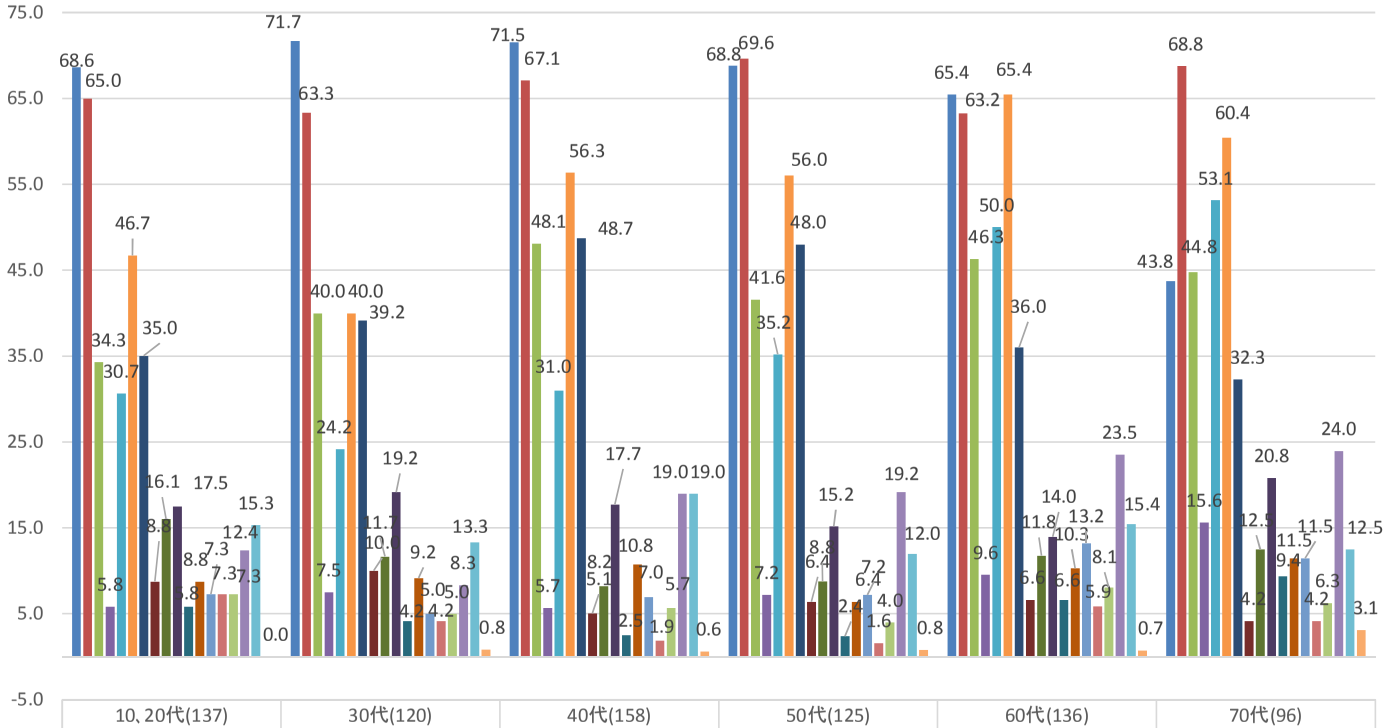
過去 1 年間、各サービスを利用していない理由としては、ショッピングモールサイトの非利用者では、「取引を行う前に、実際の商品やサービスを確認できない」の 36.5%や、「実際の店舗だけの取引だけで事足りている」の 35.4%が理由として多く、オークション・フリマサイトの非利用者では、「トラブル発生時の対応が不安」の 34.1%が多い。

また、シェアリングサービスの非利用者でも、「トラブル発生時の対応が不安」の 29.0%が多いものとなっている。



第３　年代別クロス表・データ表

１－１　ショッピングモールを利用する理由・基準は何か　（複数選択可）　〔Q8〕



	10、20代(137)	30代(120)	40代(158)	50代(125)	60代(136)	70代(96)
価格が安い	68.6	71.7	71.5	68.8	65.4	43.8
商品の種類が豊富	65.0	63.3	67.1	69.6	63.2	68.8
複数の店舗を比較できる	34.3	40.0	48.1	41.6	46.3	44.8
メルマガでの情報提供がある	5.8	7.5	5.7	7.2	9.6	15.6
自宅や指定場所での受取ができる	30.7	24.2	31.0	35.2	50.0	53.1
店舗に行く時間が不要	46.7	40.0	56.3	56.0	65.4	60.4
独自のポイントなどが貯まる	35.0	39.2	48.7	48.0	36.0	32.3
ショッピングモールだけの独自商品がある	8.8	10.0	5.1	6.4	6.6	4.2
サイト運営会社が信用できる	16.1	11.7	8.2	8.8	11.8	12.5
支払時の決済手段が複数選べる	17.5	19.2	17.7	15.2	14.0	20.8
解約や返品の手続方法がわかり易い	5.8	4.2	2.5	2.4	6.6	9.4
商品の説明がわかり易い	8.8	9.2	10.8	6.4	10.3	11.5
決裁システムの安全性	7.3	5.0	7.0	7.2	13.2	11.5
サイト運営者による補償サービスの充実	7.3	4.2	1.9	1.6	5.9	4.2
出店者(各ショップ)の質	7.3	5.0	5.7	4.0	8.1	6.3
利用者の感想（レビュー）や取引相手の評価情報（レーティング）が参考になる	12.4	8.3	19.0	19.2	23.5	24.0
近くに対象商品を売る店舗がない	15.3	13.3	19.0	12.0	15.4	12.5
その他	0.0	0.8	0.6	0.8	0.7	3.1

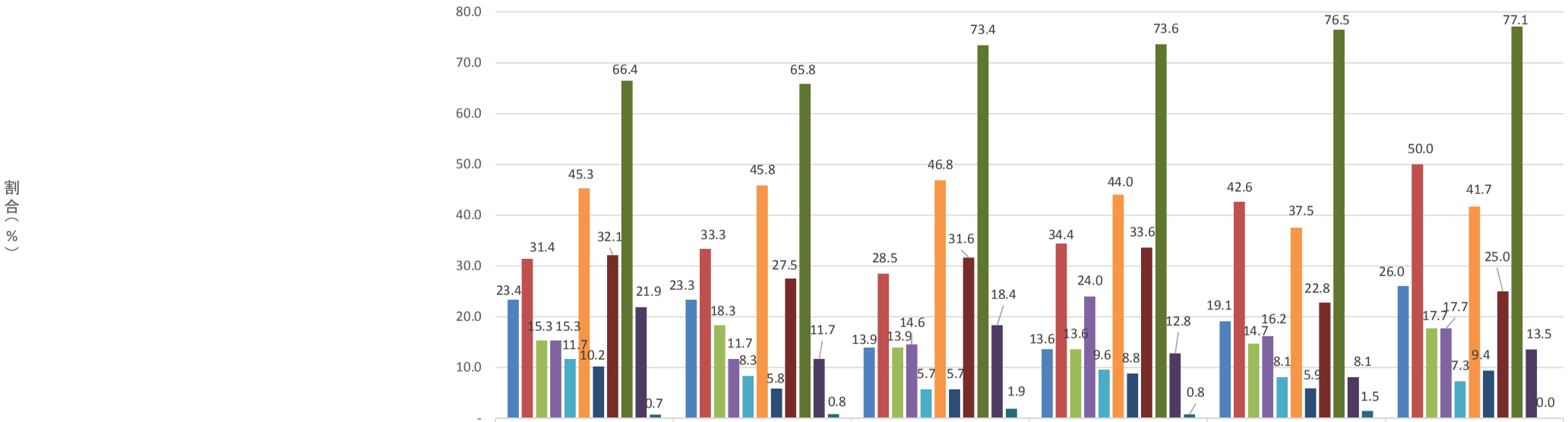
実 数

	合計	価格が安い	商品の種類が豊富	複数の店舗を比較できる	メルマガでの情報提供がある	自宅や指定場所での受取ができる	店舗に行く時間が不要	独自のポイントなどが貯まる	ショッピングモールだけの独自商品がある	サイト運営会社が信用できる	支払時の決済手段が複数選べる	解約や返品の手続方法がわかり易い	商品の説明がわかり易い	決裁システムの安全性	サイト運営者による補償サービスの充実	出店者（各ショップ）の質	取引相手の評価（レーティング）情報（レビュー）が参考になる	利用者の感想（レビュー）や近くに対象商品を売る店舗がない	その他
10代(n=41)	41	29	23	11	2	12	18	12	5	7	6	1	4	4	3	3	1	7	－
20代(96)	96	65	66	36	6	30	46	36	7	15	18	7	8	6	7	7	16	14	－
30代(120)	120	86	76	48	9	29	48	47	12	14	23	5	11	6	5	6	10	16	1
40代(158)	158	113	106	76	9	49	89	77	8	13	28	4	17	11	3	9	30	30	1
50代(125)	125	86	87	52	9	44	70	60	8	11	19	3	8	9	2	5	24	15	1
60代(136)	136	89	86	63	13	68	89	49	9	16	19	9	14	18	8	11	32	21	1
70代(96)	96	42	66	43	15	51	58	31	4	12	20	9	11	11	4	6	23	12	3

利用する理由を各年代別にみると、いずれの年代でも、「価格が安い」、「商品の種類が豊富」が高い傾向にある。

一方、60代以上では、「自宅や指定場所での受取ができる」や、「店舗に行く時間が不要」などが高い傾向にある。

１－２　ショッピングモールサイトを利用する際、どこを確認するか　（複数選択可）〔Q11〕



	10、20代(137)	30代(120)	40代(158)	50代(125)	60代(136)	70代(96)
ショッピングモールサイトの利用規約	23.4	23.3	13.9	13.6	19.1	26.0
取引について書かれている「ご利用に際して」「ご確認ください」等の箇所	31.4	33.3	28.5	34.4	42.6	50.0
サイトに出店しているショップの利用規約	15.3	18.3	13.9	13.6	14.7	17.7
セキュリティマーク等のセキュリティに関する場所(鍵マークなども含む)	15.3	11.7	14.6	24.0	16.2	17.7
特定商取引法上の表記	11.7	8.3	5.7	9.6	8.1	7.3
出品者のレビューなどの評価欄	45.3	45.8	46.8	44.0	37.5	41.7
プライバシーポリシー	10.2	5.8	5.7	8.8	5.9	9.4
ショップの紹介	32.1	27.5	31.6	33.6	22.8	25.0
商品説明	66.4	65.8	73.4	73.6	76.5	77.1
よくある質問等Q＆Aコーナー	21.9	11.7	18.4	12.8	8.1	13.5
その他	0.7	0.8	1.9	0.8	1.5	0.0

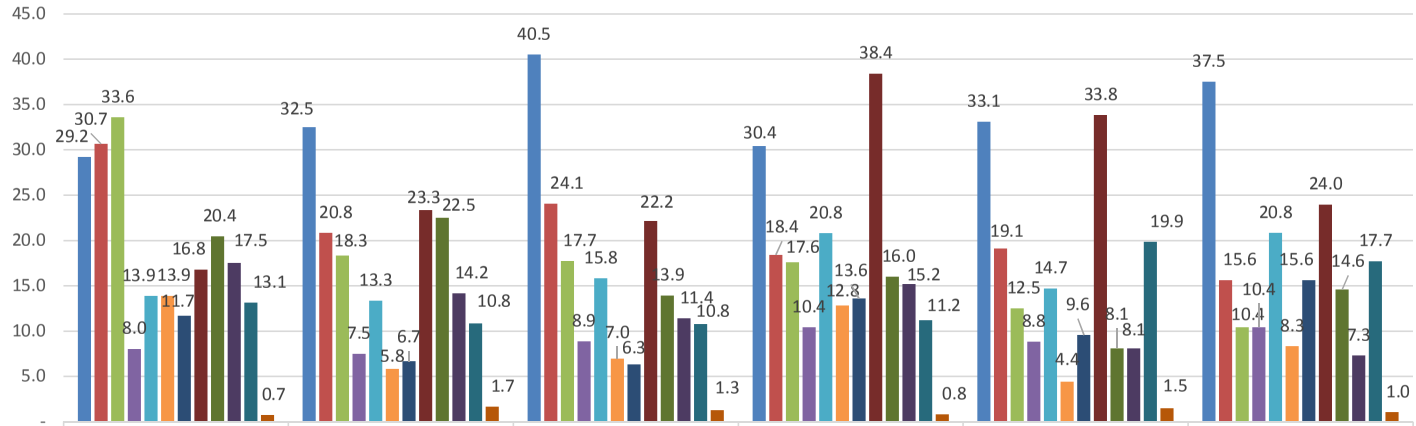
実　数

	合計	ショッピングモールサイトの利用規約	取引について書かれている「ご利用に際して」「ご確認ください」等の箇所	サイトに出店しているショップの利用規約	セキュリティマーク等のセキュリティに関する場所（鍵マークなども含む）	特定商取引法上の表記	出品者のレビューなどの評価欄	プライバシーポリシー	ショップの紹介	商品説明	よくある質問等Q＆Aコーナー	その他
10代(n=41)	41	8	12	8	5	5	24	5	16	28	9	1
20代(96)	96	24	31	13	16	11	38	9	28	63	21	－
30代(120)	120	28	40	22	14	10	55	7	33	79	14	1
40代(158)	158	22	45	22	23	9	74	9	50	116	29	3
50代(125)	125	17	43	17	30	12	55	11	42	92	16	1
60代(136)	136	26	58	20	22	11	51	8	31	104	11	2
70代(96)	96	25	48	17	17	7	40	9	24	74	13	－

利用する際にどこを確認するかを各年代別にみると、いずれの年代でも、「商品説明」が最も多い傾向にある。

また、2番目に多いものをみると、10代・20代から50代までは、「出品者のレビューなどの評価欄」であるが、一方、60代、70代では、「取引について書かれている「ご利用に際して」「ご確認ください」等の箇所」となっている。

1－3　ショッピングモールサイトを利用する際に不安を感じるのはどのような場合か（複数選択可）〔Q14〕



	10、20代(137)	30代(120)	40代(158)	50代(125)	60代(136)	70代(96)
特に不安を感じることはない	29.2	32.5	40.5	30.4	33.1	37.5
商品やサービスの説明文がわかりにくい、十分に書かれていない	30.7	20.8	24.1	18.4	19.1	15.6
商品やサービスに関連する写真や図表がわかりにくい、写真や図表の掲載が少ない	33.6	18.3	17.7	17.6	12.5	10.4
取引を行う前に商品やサービスについての問い合わせが出来ない	8.0	7.5	8.9	10.4	8.8	10.4
個人情報が取引相手に伝わることなど	13.9	13.3	15.8	20.8	14.7	20.8
個人情報の利用・取扱いについての明確な記載がない、記載がわかりにくい	13.9	5.8	7.0	12.8	4.4	8.3
支払や代金決済の安全性に関する明確な記載がない、記載がわかりにくい	11.7	6.7	6.3	13.6	9.6	15.6
支払や代金決済でのトラブルが生じないか	16.8	23.3	22.2	38.4	33.8	24.0
レビューや評価の掲載件数がない、少ない	20.4	22.5	13.9	16.0	8.1	14.6
レビューや評価の記載内容が極端に偏っている	17.5	14.2	11.4	15.2	8.1	7.3
ショッピングモールを経由して利用するショップについて、その信頼性や安全性が明確に示されていない	13.1	10.8	10.8	11.2	19.9	17.7
その他	0.7	1.7	1.3	0.8	1.5	1.0

実数

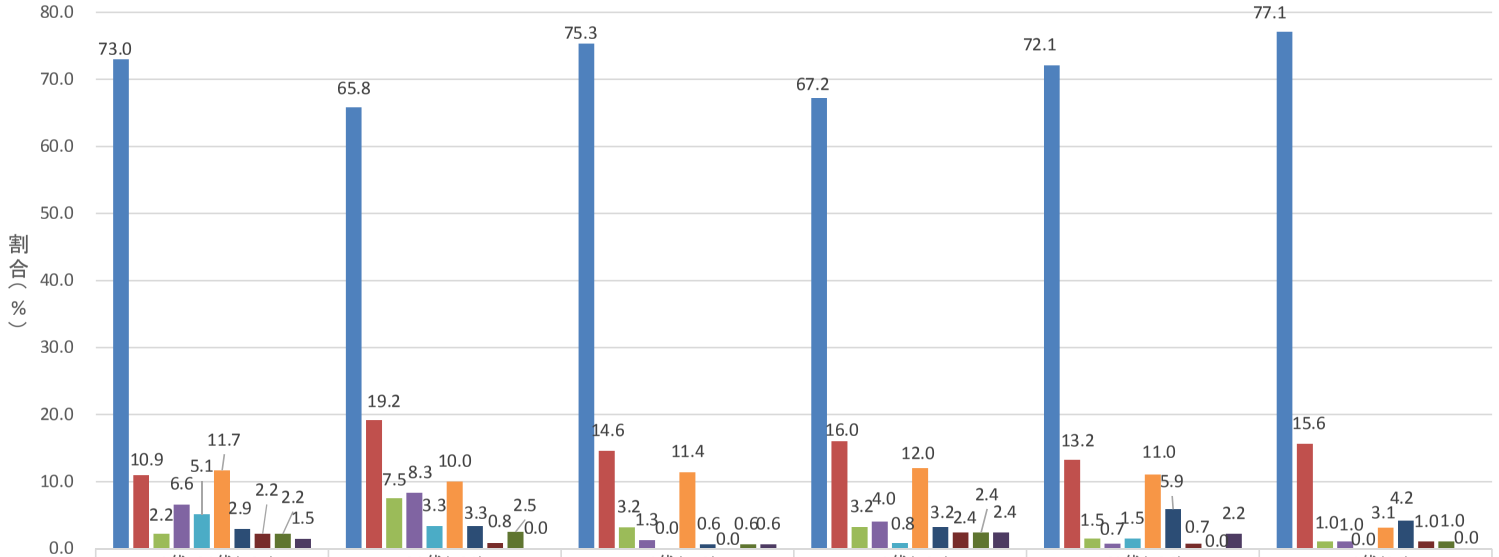
	合計	特に不安を感じることはない	商品やサービスの説明文がわかりにくい、十分に書かれていない	商品やサービスに関連する写真や図表がわかりにくい、写真や図表の掲載が少ない	取引を行う前に商品やサービスについての問い合わせが出来ない	個人情報が取引相手に伝わることなど	個人情報の利用・取扱いについての明確な記載がない、記載がわかりにくい	支払や代金決済の安全性に関する明確な記載がない、記載がわかりにくい	支払や代金決済でのトラブルが生じないか	レビューや評価の掲載件数がない、少ない	レビューや評価の記載内容が極端に偏っている	ショッピングモールを経由して利用するショップについて、その信頼性や安全性が明確に示されていない	その他
10代(n=41)	41	12	12	14	3	6	5	5	8	11	11	9	－
20代(96)	96	28	30	32	8	13	14	11	15	17	13	9	1
30代(120)	120	39	25	22	9	16	7	8	28	27	17	13	2
40代(158)	158	64	38	28	14	25	11	10	35	22	18	17	2
50代(125)	125	38	23	22	13	26	16	17	48	20	19	14	1
60代(136)	136	45	26	17	12	20	6	13	46	11	11	27	2
70代(96)	96	36	15	10	10	20	8	15	23	14	7	17	1

不安を感じる理由を年代別にみると、10代・20代では、「商品やサービスに関連する写真や図表がわかりにくい、写真や図表の掲載が少ない」や、「商品やサービスの説明文がわかりにくい、十分に書かれていない」などの表示関係が、ともに3割を超えるなど多い。

一方、若年層以外の年代では、「特に不安に感じることはない」に次いで、「支払や代金決済でのトラブルが生じないか」が多くなっている。

特に、50代では、「支払や代金決済でのトラブルが生じないか」が、38.4%で一番多くなっている。

１－４　ショッピングモールサイトを利用した際にトラブルの経験はあるか（複数選択可）〔Q15〕



	10代・20代(137)	30代(120)	40代(158)	50代(125)	60代(136)	70代(96)
トラブルの経験はない	73.0	65.8	75.3	67.2	72.1	77.1
商品やサービスの“品質”に関するトラブルがあった	10.9	19.2	14.6	16.0	13.2	15.6
商品やサービスの“数量”に関するトラブルがあった	2.2	7.5	3.2	3.2	1.5	1.0
商品やサービスの“金額”に関するトラブルがあった	6.6	8.3	1.3	4.0	0.7	1.0
商品やサービスの“支払手続”に関するトラブルがあった	5.1	3.3	0.0	0.8	1.5	0.0
配送に関するトラブルがあった	11.7	10.0	11.4	12.0	11.0	3.1
解約や返品に関するトラブルがあった	2.9	3.3	0.6	3.2	5.9	4.2
インターネット上等に掲載された広告に関連するトラブルがあった	2.2	0.8	0.0	2.4	0.7	1.0
ポイントや割引などに関連するトラブルがあった	2.2	2.5	0.6	2.4	0.0	1.0
上記以外のトラブルがあった	1.5	0.0	0.6	2.4	2.2	0.0

実数

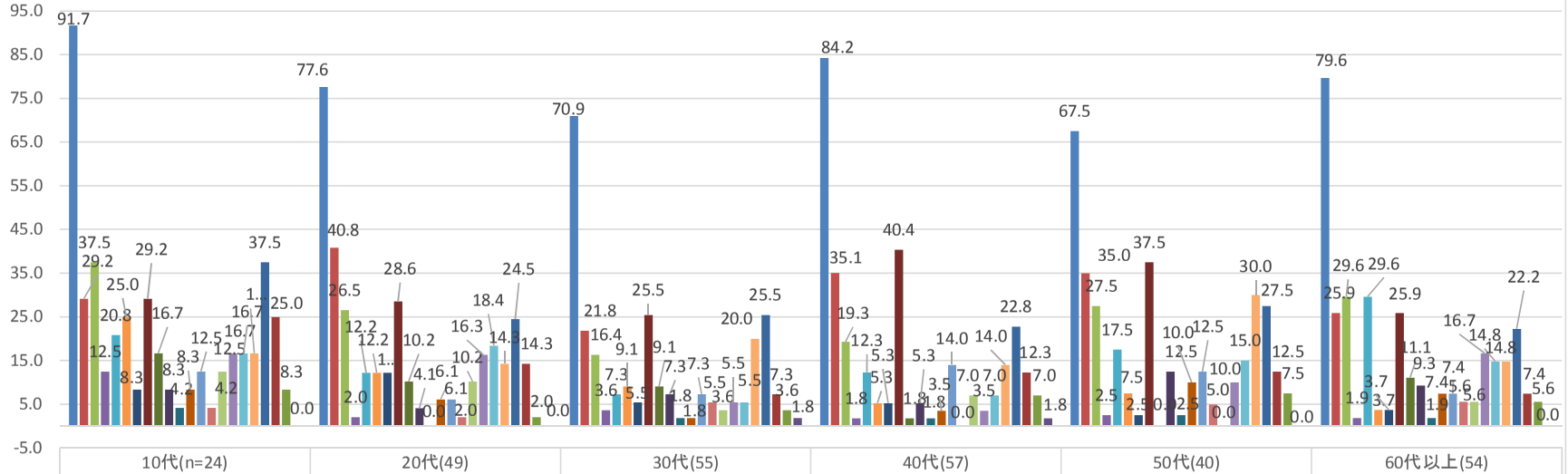
	合計	トラブルの経験はない	商品やサービスの“品質”に関するトラブルがあった	商品やサービスの“数量”に関するトラブルがあった	商品やサービスの“金額”に関するトラブルがあった	商品やサービスの“支払手続”に関するトラブルがあった	配送に関するトラブルがあった	解約や返品に関するトラブルがあった	インターネット上等に掲載された広告に関連するトラブルがあった	ポイントや割引などに関連するトラブルがあった	上記以外のトラブルがあった
10代(n=41)	41	27	6	1	3	2	7	2	1	1	1
20代(96)	96	73	9	2	6	5	9	2	2	2	1
30代(120)	120	79	23	9	10	4	12	4	1	3	－
40代(158)	158	119	23	5	2	－	18	1	－	1	1
50代(125)	125	84	20	4	5	1	15	4	3	3	3
60代(136)	136	98	18	2	1	2	15	8	1	－	3
70代(96)	96	74	15	1	1	－	3	4	1	1	－

利用に際してのトラブルの経験状況を各年代別にみると、30代において、約1/3がトラブルを経験しており、もっとも割合が多い状況となっている。

また、そのトラブルの理由・原因は、「商品やサービスの“品質”に関するトラブルがあった」が、30代から70代では、最も多くなっている。

なお、「配送に関するトラブル」に関して、30代から60代では、2番目に多くなっている。

2－1　オークション・フリマサイトを利用する理由・基準は何か（複数選択可）〔Q22〕



	10代(n=24)	20代(49)	30代(55)	40代(57)	50代(40)	60代以上(54)
安い価格で入手できる	91.7	77.6	70.9	84.2	67.5	79.6
商品の種類が豊富	29.2	40.8	21.8	35.1	35.0	25.9
出品されているモノを比較できる	37.5	26.5	16.4	19.3	27.5	29.6
メルマガでの情報提供がある	12.5	2.0	3.6	1.8	2.5	1.9
自宅や指定場所での受取ができる	20.8	12.2	7.3	12.3	17.5	29.6
取引の匿名性	25.0	12.2	9.1	5.3	7.5	3.7
独自のポイントなどが貯まる	8.3	12.2	5.5	5.3	2.5	3.7
レアな商品が手に入る	29.2	28.6	25.5	40.4	37.5	25.9
サイト運営会社が信用できる	16.7	10.2	9.1	1.8	0.0	11.1
支払時の決済手段が複数選べる	8.3	4.1	7.3	5.3	12.5	9.3
解約や返品の手続方法がわかり易い	4.2	0.0	1.8	1.8	2.5	1.9
商品の説明がわかり易い	8.3	6.1	1.8	3.5	10.0	7.4
決裁システムの安全性	12.5	6.1	7.3	14.0	12.5	7.4
サイト運営者による補償サービスの充実	4.2	2.0	5.5	0.0	5.0	5.6
出品者の質	12.5	10.2	3.6	7.0	0.0	5.6
レビューや評価が参考になる	16.7	16.3	5.5	3.5	10.0	16.7
個人間でのお金のやり取りがない	16.7	18.4	5.5	7.0	15.0	14.8
リサイクルショップなどよりも売買が容易	16.7	14.3	20.0	14.0	30.0	14.8
使わなくなった物を容易に換金できる	37.5	24.5	25.5	22.8	27.5	22.2
高く売れる	25.0	14.3	7.3	12.3	12.5	7.4
再利用されるので環境にやさしい	8.3	2.0	3.6	7.0	7.5	5.6
その他	0.0	0.0	1.8	1.8	0.0	0.0

年代

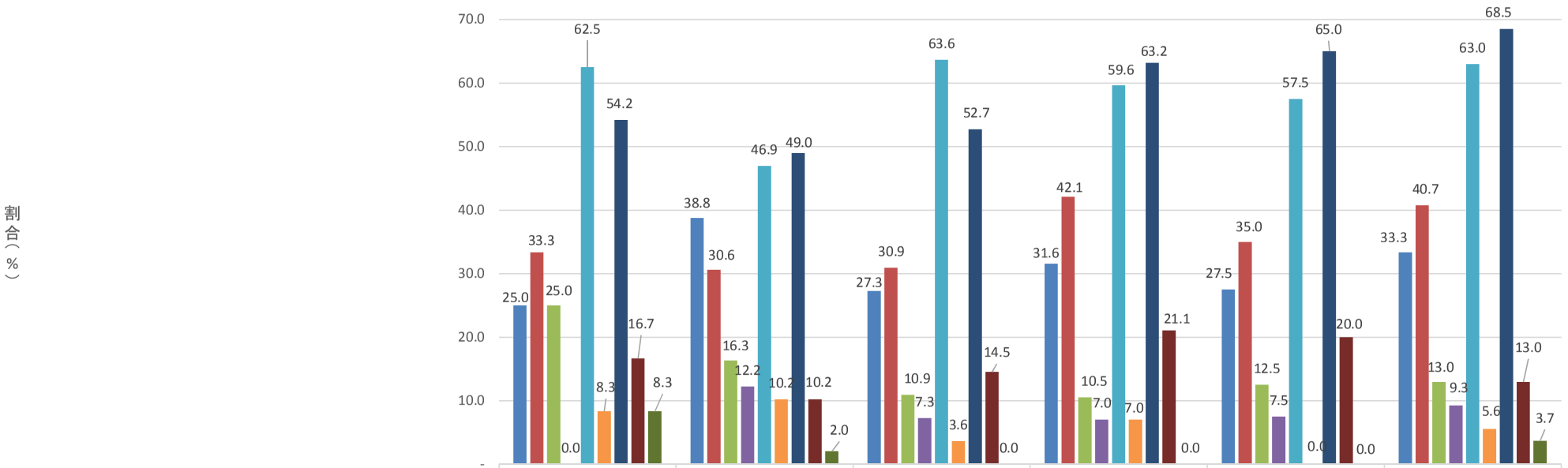
実 数

	安い価格で入手できる	商品の種類が豊富	出品されているモノを比較できる	メルマガでの情報提供がある	自宅や指定場所での受取ができる	取引の匿名性	独自のポイントなどが貯まる	レアな商品が手に入る	サイト運営会社が信用できる	支払時の決済手段が複数選べる	解約や返品の手続方法がわかり易い	商品の説明がわかり易い	決裁システムの安全性	サイト運営者による補償サービスの充実	出品者の質	レビューや評価が参考になる	個人間でのお金のやり取りがない	リサイクルショップなどよりも売買が容易	使わなくなった物を容易に換金できる	高く売れる	再利用されるので環境にやさしい	その他
10代(n=24)	22	7	9	3	5	6	2	7	4	2	1	2	3	1	3	4	4	4	9	6	2	−
20代(49)	38	20	13	1	6	6	6	14	5	2	−	3	3	1	5	8	9	7	12	7	1	−
30代(55)	39	12	9	2	4	5	3	14	5	4	1	1	4	3	2	3	3	11	14	4	2	1
40代(57)	48	20	11	1	7	3	3	23	1	3	1	2	8	−	4	2	4	8	13	7	4	1
50代(40)	27	14	11	1	7	3	1	15	−	5	1	4	5	2	−	4	6	12	11	5	3	−
60代(36)	29	8	9	−	9	1	1	8	3	−	−	1	1	3	1	4	6	7	11	4	3	−
70代(18)	14	6	7	1	7	1	1	6	3	5	1	3	3	−	2	5	2	1	1	−	−	−

利用する理由を各年代別にみると、いずれの年代でも、「安い価格で入手できる」が圧倒的に高い割合で、1位を占めている。

また、「レアな商品が手に入る」は、30代から50代で、2位となっている。

2－2　オークション・フリマサイトを利用する際、どこを確認するか（複数選択可）〔Q23〕



	10代(n=24)	20代(49)	30代(55)	40代(57)	50代(40)	60代以上(54)
オークション・フリマサイトの利用規約	25.0	38.8	27.3	31.6	27.5	33.3
取引について書かれている「ご利用に際して」「ご確認ください」等の箇所	33.3	30.6	30.9	42.1	35.0	40.7
セキュリティマーク等のセキュリティに関する場所(鍵マークなども含む)	25.0	16.3	10.9	10.5	12.5	13.0
特定商取引法上の表記	0.0	12.2	7.3	7.0	7.5	9.3
出品者のレビューなどの評価欄	62.5	46.9	63.6	59.6	57.5	63.0
プライバシーポリシー	8.3	10.2	3.6	7.0	0.0	5.6
商品説明	54.2	49.0	52.7	63.2	65.0	68.5
よくある質問等Q＆Aコーナー	16.7	10.2	14.5	21.1	20.0	13.0
その他	8.3	2.0	0.0	0.0	0.0	3.7

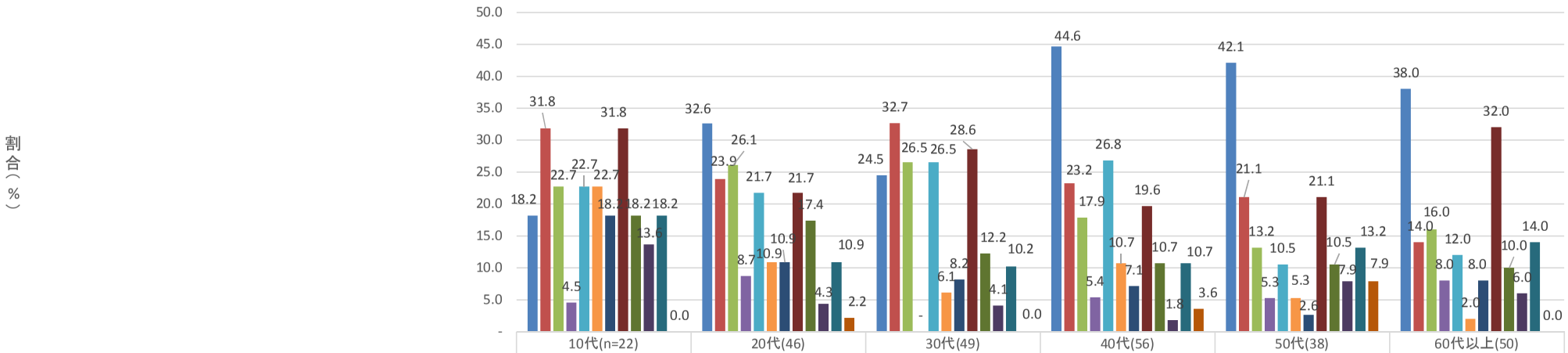
実数

	合計	オークション・フリマサイトの利用規約	取引について書かれている「ご利用に際して」「ご確認ください」等の箇所	セキュリティマーク等のセキュリティに関する場所(鍵マークなども含む)	特定商取引法上の表記	出品者のレビューなどの評価欄	プライバシーポリシー	商品説明	よくある質問等Q＆Aコーナー	その他
10代(n=24)	24	6	8	6	0	15	2	13	4	2
20代(49)	49	19	15	8	6	23	5	24	5	1
30代(55)	55	15	17	6	4	35	2	29	8	－
40代(57)	57	18	24	6	4	34	4	36	12	－
50代(40)	40	11	14	5	3	23	0	26	8	－
60代(36)	36	8	12	3	3	22	1	25	4	2
70代(18)	18	10	10	4	2	12	2	12	3	－

利用する理由を各年代別にみると、いずれの年代でも、「出品者のレビューなどの評価」、「商品説明」が高い傾向にある。

一方、10代、20代では、他の年代に比べて相対的に、「セキュリティマーク等のセキュリティに関する場所(鍵マークなども含む)」などが高い傾向にある。

2－3　オークション・フリマサイトを購入者として利用する場合に不安を感じる場合（複数選択可）〔Q29〕



	10代(n=22)	20代(46)	30代(49)	40代(56)	50代(38)	60代以上(50)
特に不安を感じることはない	18.2	32.6	24.5	44.6	42.1	38.0
商品やサービスの説明文がわかりにくい、十分に書かれていない	31.8	23.9	32.7	23.2	21.1	14.0
商品やサービスに関連する写真や図表がわかりにくい、写真や図表の掲載が少ない	22.7	26.1	26.5	17.9	13.2	16.0
取引を行う前に商品やサービスについての問い合わせが出来ない	4.5	8.7	-	5.4	5.3	8.0
個人情報が取引相手に伝わることなど	22.7	21.7	26.5	26.8	10.5	12.0
個人情報の利用・取扱いについての明確な記載がない、記載がわかりにくい	22.7	10.9	6.1	10.7	5.3	2.0
支払や代金決済の安全性に関する明確な記載がない、記載がわかりにくい	18.2	10.9	8.2	7.1	2.6	8.0
支払や代金決済でのトラブルが生じないか	31.8	21.7	28.6	19.6	21.1	32.0
レビューや評価の掲載件数がない、少ない	18.2	17.4	12.2	10.7	10.5	10.0
レビューや評価の記載内容が極端に偏っている	13.6	4.3	4.1	1.8	7.9	6.0
オークション・フリマサイトを経由して取引を行う相手について、その信頼性や安全性が明確に示されていない	18.2	10.9	10.2	10.7	13.2	14.0
その他	0.0	2.2	0.0	3.6	7.9	0.0

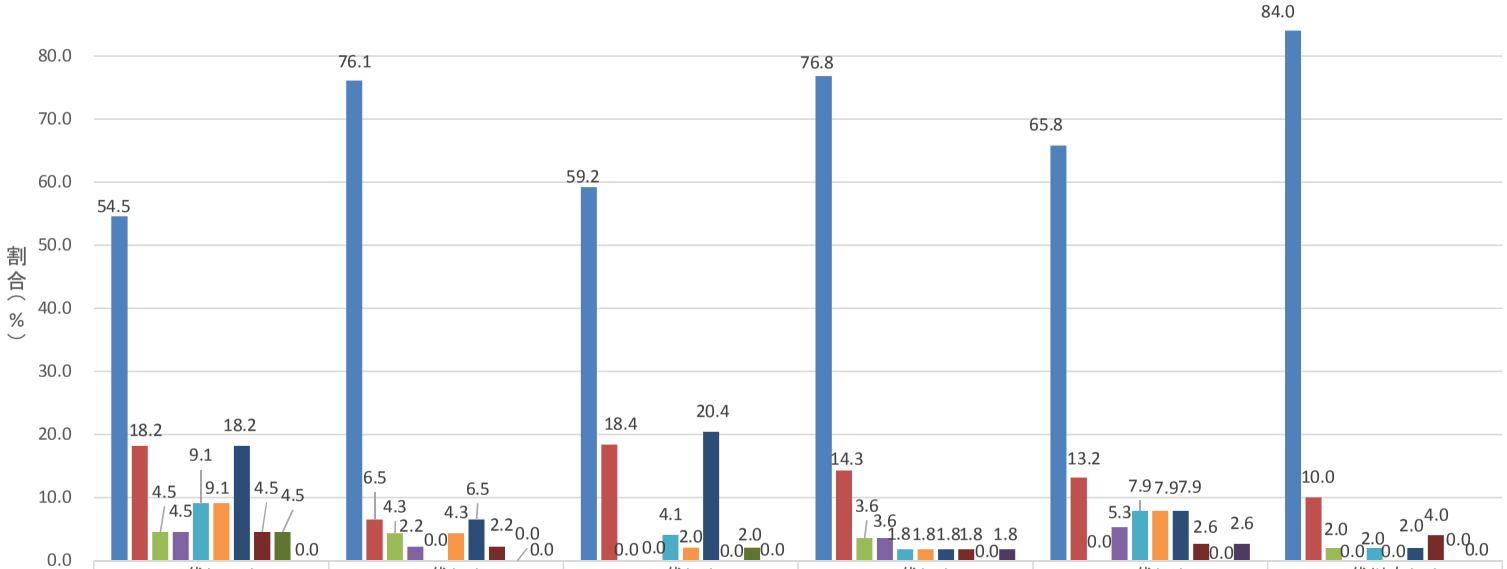
実数

	合計	特に不安を感じることはない	商品やサービスの説明文がわかりにくい、十分に書かれていない	商品やサービスに関連する写真や図表がわかりにくい、写真や図表の掲載が少ない	取引を行う前に商品やサービスについての問い合わせが出来ない	個人情報が取引相手に伝わることなど	個人情報の利用・取扱いについての明確な記載がない、記載がわかりにくい	支払や代金決済の安全性に関する明確な記載がない、記載がわかりにくい	支払や代金決済でのトラブルが生じないか	レビューや評価の掲載件数がない、少ない	レビューや評価の記載内容が極端に偏っている	オークション・フリマサイトを経由して取引を行う相手について、その信頼性や安全性が明確に示されていない	その他
10代(n=22)	22	4	7	5	1	5	5	4	7	4	3	4	–
20代(46)	46	15	11	12	4	10	5	5	10	8	2	5	1
30代(49)	49	12	16	13	–	13	3	4	14	6	2	5	–
40代(56)	56	25	13	10	3	15	6	4	11	6	1	6	2
50代(38)	38	16	8	5	2	4	2	1	8	4	3	5	3
60代(32)	32	9	5	7	4	5	1	1	14	3	2	3	–
70代(18)	18	10	2	1	–	1	–	3	2	2	1	4	–

購入の際に不安を感じる理由を年代別にみると、10代から30代の若年層では、「商品やサービスの説明文がわかりにくい、十分に書かれていない」や、「商品やサービスに関連する写真や図表がわかりにくい、写真や図表の掲載が少ない」などの表示関連の事項で多い傾向となっている。

一方、20代及び40代以上の年代では、「特に不安に感じることはない」が、1番が多くなっている。

２－４　オークション・フリマサイトで購入した際にトラブルの経験はあるか（複数選択可）〔Q30〕



	10代(n=22)	20代(46)	30代(49)	40代(56)	50代(38)	60代以上(50)
トラブルの経験はない	54.5	76.1	59.2	76.8	65.8	84.0
商品やサービスの“品質”に関して、出品者との間でトラブルがあった	18.2	6.5	18.4	14.3	13.2	10.0
商品やサービスの“数量”に関して、出品者との間でトラブルがあった	4.5	4.3	0.0	3.6	0.0	2.0
商品やサービスの“金額”に関するトラブルがあった	4.5	2.2	0.0	3.6	5.3	0.0
商品やサービスの“支払手続”に関するトラブルがあった	9.1	0.0	4.1	1.8	7.9	2.0
“評価”や“レビュー”に関して、出品者との間でトラブルがあった	9.1	4.3	2.0	1.8	7.9	0.0
配送に関するトラブルがあった	18.2	6.5	20.4	1.8	7.9	2.0
解約や返品に関するトラブルがあった	4.5	2.2	0.0	1.8	2.6	4.0
ポイントや割引などに関連するトラブルがあった	4.5	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0
上記以外のトラブルがあった	0.0	0.0	0.0	1.8	2.6	0.0

年代

実数

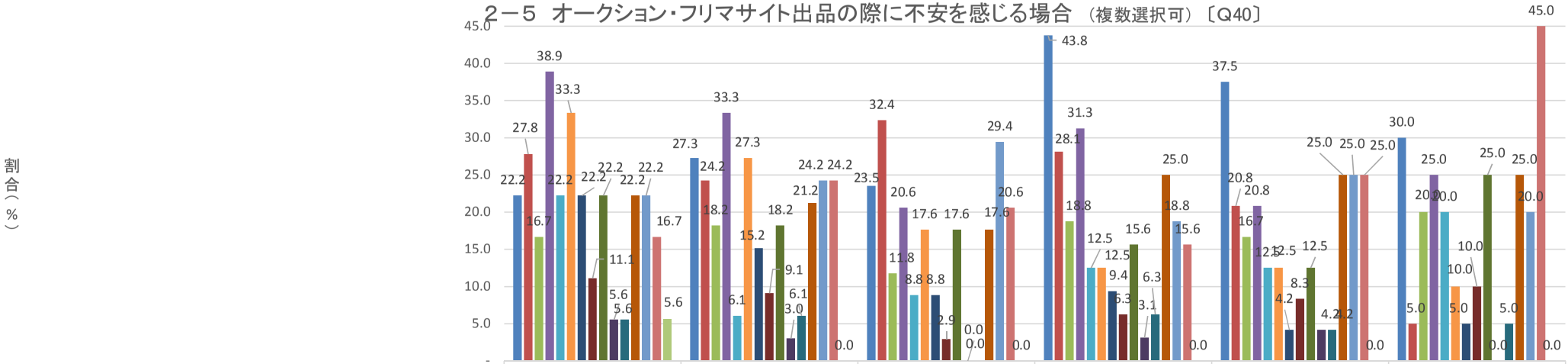
	合計	トラブルの経験はない	商品やサービスの“品質”に関して、出品者との間でトラブルがあった	商品やサービスの“数量”に関して、出品者との間でトラブルがあった	商品やサービスの“金額”に関するトラブルがあった	商品やサービスの“支払手続”に関するトラブルがあった	“評価”や“レビュー”に関して、出品者との間でトラブルがあった	配送に関するトラブルがあった	解約や返品に関するトラブルがあった	ポイントや割引などに関連するトラブルがあった	上記以外のトラブルがあった
10代 (n=22)	22	12	4	1	1	2	2	4	1	1	−
20代 (46)	46	35	3	2	1	−	2	3	1	−	−
30代 (49)	49	29	9	−	−	2	1	10	−	1	−
40代 (56)	56	43	8	2	2	1	1	1	1	−	1
50代 (38)	38	25	5	−	2	3	3	3	1	−	1
60代 (32)	32	25	5	1	−	−	−	1	2	−	−
70代 (18)	18	17	−	−	−	1	−	−	−	−	−

利用に際してのトラブルの経験状況を各年代別にみると、各年代ともにトラブルの経験がない人が過半数を超えている。

また、そのトラブルの理由・原因は、「商品やサービスの“品質”に関するトラブルがあった」が、10代から60代以上まで、各年代ともに多い傾向となっている。

なお、10代から30代では、「配送に関するトラブル」に関するものが、同様に多くなっている。

2－5 オークション・フリマサイト出品の際に不安を感じる場合 （複数選択可）〔Q40〕



	10代(n=18)	20代(33)	30代(34)	40代(32)	50代(24)	60代以上(20)
特に不安を感じることはない	22.2	27.3	23.5	43.8	37.5	30.0
商品の梱包や発送が適切に出来るか	27.8	24.2	32.4	28.1	20.8	5.0
掲載する説明文が商品やサービスを適切に表しているか	16.7	18.2	11.8	18.8	16.7	20.0
手数料がどれだけ発生するか	38.9	33.3	20.6	31.3	20.8	25.0
掲載する写真や図表が商品やサービスを適切に表しているか	22.2	6.1	8.8	12.5	12.5	20.0
購入希望者から不適切な価格交渉を求められないか	33.3	27.3	17.6	12.5	12.5	10.0
間違いなく出品できるか	22.2	15.2	8.8	9.4	4.2	5.0
取引の条件を適切に表しているか	11.1	9.1	2.9	6.3	8.3	10.0
個人情報が取引相手に伝わることなど	22.2	18.2	17.6	15.6	12.5	25.0
個人情報の利用・取扱いについての明確な記載がない、記載がわかりにくい	5.6	3.0	0.0	3.1	4.2	0.0
支払や代金決済の安全性に関する明確な記載がない、記載がわかりにくい	5.6	6.1	0.0	6.3	4.2	5.0
支払や代金決済でのトラブルが生じないか	22.2	21.2	17.6	25.0	25.0	25.0
悪意のあるレビューや評価の掲載	22.2	24.2	29.4	18.8	25.0	20.0
購入希望者の信頼性や安全性がわからない	16.7	24.2	20.6	15.6	25.0	45.0
その他	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

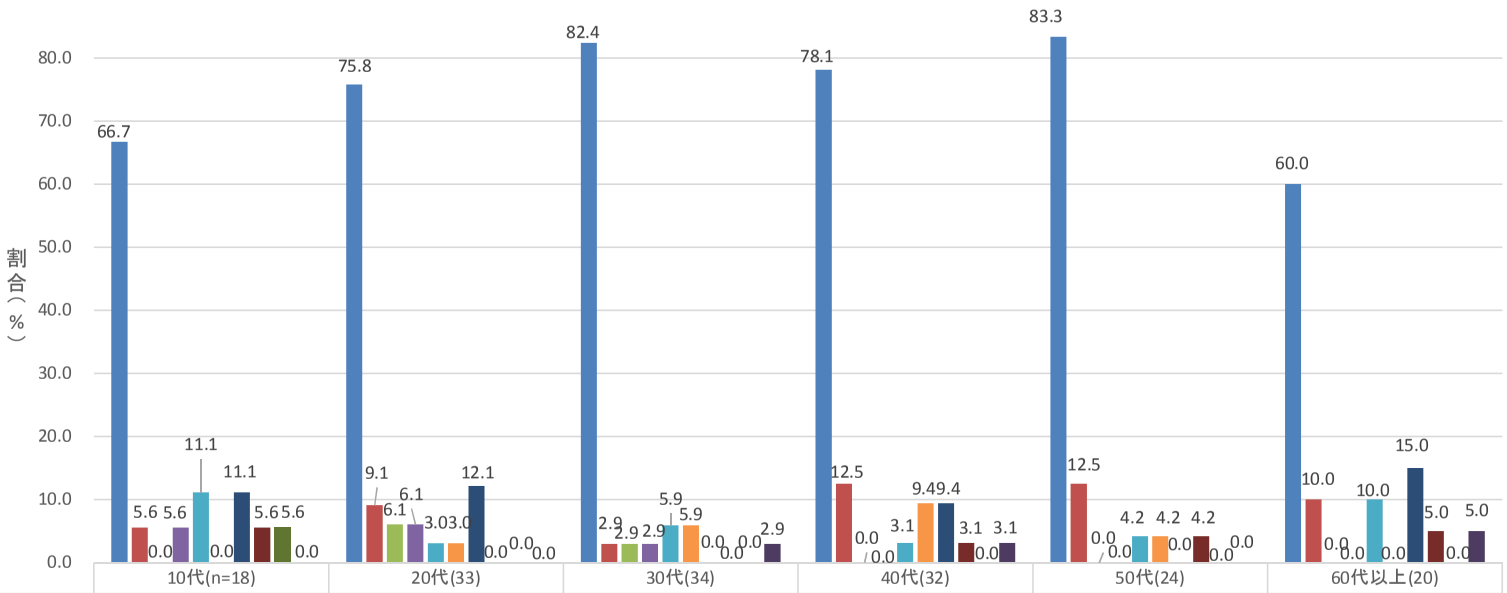
実数

	合計	特に不安を感じることはない	商品の梱包や発送が適切に出来るか	掲載する説明文が商品やサービスを適切に表しているか	手数料がどれだけ発生するか	掲載する写真や図表が商品やサービスを適切に表しているか	購入希望者から不適切な価格交渉を求められないか	間違いなく出品できるか	取引の条件を適切に表しているか	個人情報が取引相手に伝わることなど	個人情報の利用・取扱いについての明確な記載がない、記載がわかりにくい	支払や代金決済の安全性に関する明確な記載がない、記載がわかりにくい	支払や代金決済でのトラブルが生じないか	悪意のあるレビューや評価の掲載	購入希望者の信頼性や安全性がわからない	その他
10代(n=18)	18	4	5	3	7	4	6	4	2	4	1	1	4	4	3	1
20代(33)	33	9	8	6	11	2	9	5	3	6	1	2	7	8	8	－
30代(34)	34	8	11	4	7	3	6	3	1	6	－	－	6	10	7	－
40代(32)	32	14	9	6	10	4	4	3	2	5	1	2	8	6	5	－
50代(24)	24	9	5	4	5	3	3	1	2	3	1	1	6	6	6	－
60代(18)	18	6	1	4	5	4	2	1	2	5	－	1	5	3	7	－
70代(2)	2	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	1	2	－

出品の際に不安を感じる理由を年代別にみると、10代、20代では、手数料等に関する不安・心配の割合が高い。

一方、40代、50代では、「支払いや代金決済トラブル」に関するものが高くなっている。

2－6　オークション・フリマサイトへ出品した際にトラブルの経験はあるか　（複数選択可）〔Q41〕



	10代(n=18)	20代(33)	30代(34)	40代(32)	50代(24)	60代以上(20)
トラブルの経験はない	66.7	75.8	82.4	78.1	83.3	60.0
商品やサービスの“品質”に関して、購入者との間でトラブルがあった	5.6	9.1	2.9	12.5	12.5	10.0
商品やサービスの“数量”に関して、購入者との間でトラブルがあった	0.0	6.1	2.9	0.0	0.0	0.0
商品やサービスの“金額”に関するトラブルがあった	5.6	6.1	2.9	0.0	0.0	0.0
商品やサービスの“支払手続”に関するトラブルがあった	11.1	3.0	5.9	3.1	4.2	10.0
“評価”や“レビュー”に関して、購入者との間でトラブルがあった	0.0	3.0	5.9	9.4	4.2	0.0
配送に関するトラブルがあった	11.1	12.1	0.0	9.4	0.0	15.0
解約や返品に関するトラブルがあった	5.6	0.0	0.0	3.1	4.2	5.0
ポイントや割引などに関連するトラブルがあった	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
上記以外のトラブルがあった	0.0	0.0	2.9	3.1	0.0	5.0

年代

実数

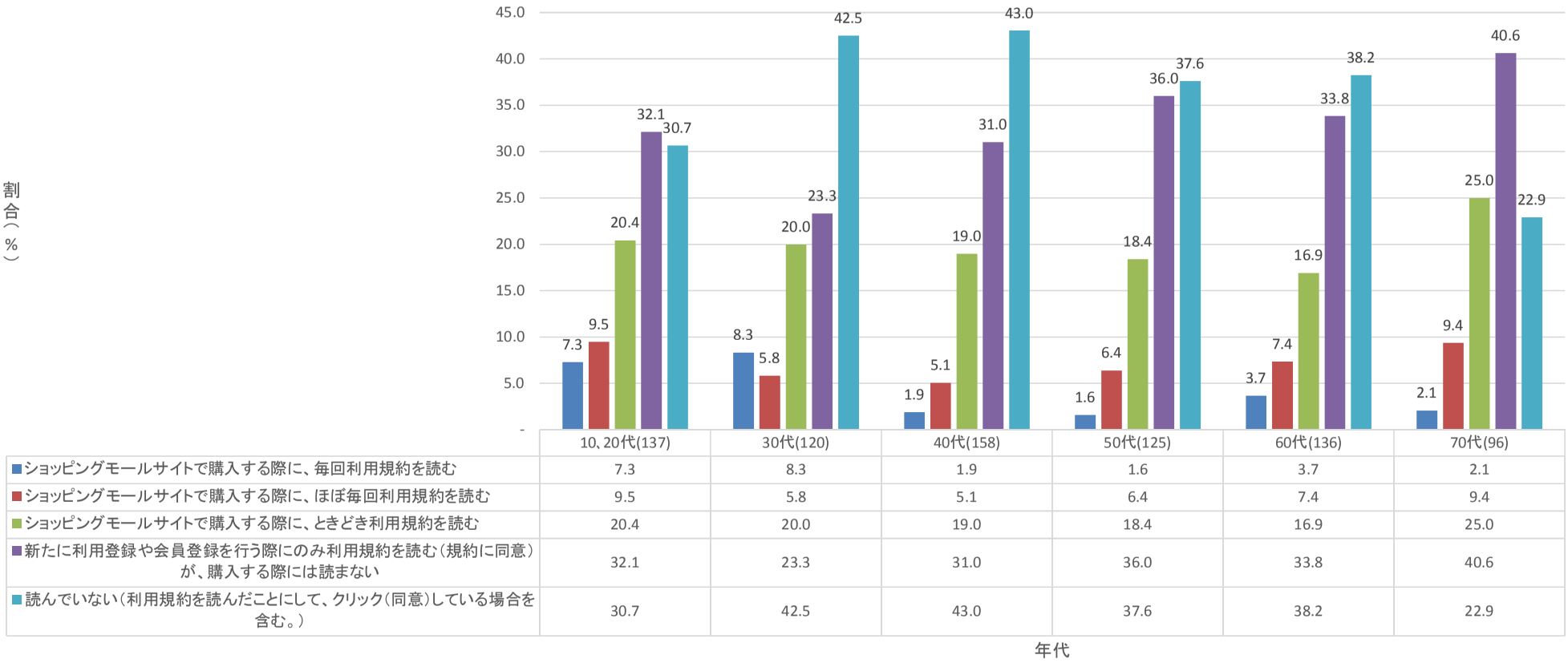
	合計	トラブルの経験はない	商品やサービスの“品質”に関して、購入者との間でトラブルがあった	商品やサービスの“数量”に関して、購入者との間でトラブルがあった	商品やサービスの“金額”に関するトラブルがあった	商品やサービスの“支払手続”に関するトラブルがあった	“評価”や“レビュー”に関して、購入者との間でトラブルがあった	配送に関するトラブルがあった	解約や返品に関するトラブルがあった	ポイントや割引などに関連するトラブルがあった	上記以外のトラブルがあった
10代 (n=18)	18	12	1	－	1	2	－	2	1	1	－
20代 (33)	33	25	3	2	2	1	1	4	－	－	－
30代 (34)	34	28	1	1	1	2	2	－	－	－	1
40代 (32)	32	25	4	－	－	1	3	3	1	－	1
50代 (24)	24	20	3	－	－	1	1	－	1	－	－
60代 (18)	18	11	2	－	－	2	－	3	1	－	－
70代 (2)	2	1	－	－	－	－	－	－	－	－	1

利用に際してのトラブルの経験状況を各年代別にみると、30代から50代では、トラブル経験のある人の割合がやや少ない傾向がみられる。

また、そのトラブルの理由・原因は、各年代とも「商品やサービスの“品質”に関するトラブルがあった」や、「配送に関するトラブル」に関するものが、多い傾向がみられる。

次いで、「商品やサービスの“支払手続”に関するトラブルがあった」を挙げている人がみられる。

３－１　ショッピングモールサイトの利用規約を読みますか　〔Q12〕



	10、20代(137)	30代(120)	40代(158)	50代(125)	60代(136)	70代(96)
ショッピングモールサイトで購入する際に、毎回利用規約を読む	7.3	8.3	1.9	1.6	3.7	2.1
ショッピングモールサイトで購入する際に、ほぼ毎回利用規約を読む	9.5	5.8	5.1	6.4	7.4	9.4
ショッピングモールサイトで購入する際に、ときどき利用規約を読む	20.4	20.0	19.0	18.4	16.9	25.0
新たに利用登録や会員登録を行う際にのみ利用規約を読む（規約に同意）が、購入する際には読まない	32.1	23.3	31.0	36.0	33.8	40.6
読んでいない（利用規約を読んだことにして、クリック（同意）している場合を含む。）	30.7	42.5	43.0	37.6	38.2	22.9

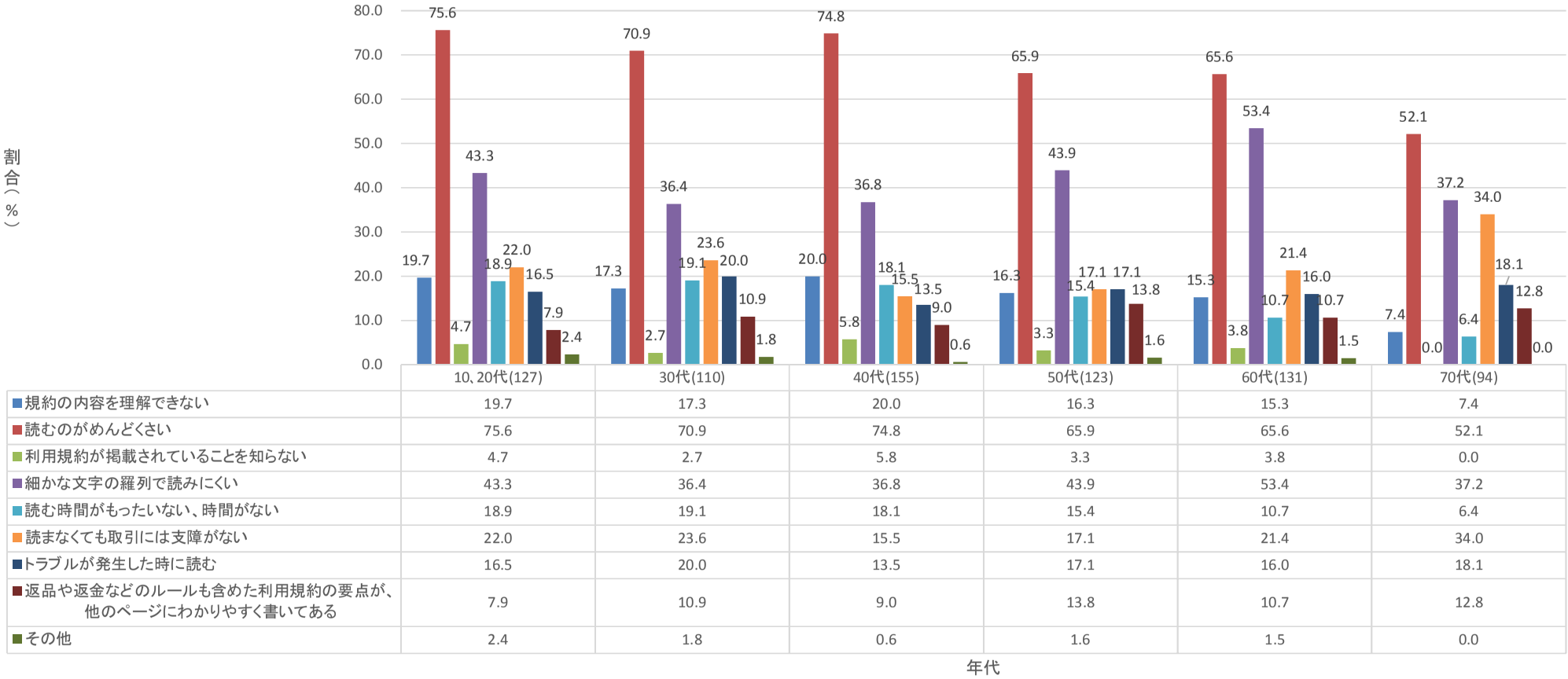
実数

	合計	ショッピングモールサイトで購入する際に、毎回利用規約を読む	ショッピングモールサイトで購入する際に、ほぼ毎回利用規約を読む	ショッピングモールサイトで購入する際に、ときどき利用規約を読む	新たに利用登録や会員登録を行う際にのみ利用規約を読む（規約に同意）が、購入する際には読まない	読んでいない（利用規約を読んだことにして、クリック（同意）している場合を含む。）
10代 (n=41)	41	4	3	5	11	18
20代 (96)	96	6	10	23	33	24
30代 (120)	120	10	7	24	28	51
40代 (158)	158	3	8	30	49	68
50代 (125)	125	2	8	23	45	47
60代 (136)	136	5	10	23	46	52
70代 (96)	96	2	9	24	39	22

利用規約を読むかについてみると、各年代ともに、「毎回読む」と回答した人は、1割未満であるものの、これを年代別にみれば、若年層の10代・20代から30代は、40代以降に比べれば、多い傾向にある。

一方、「新たに利用登録や会員登録を行う際にのみ利用規約を読む（規約に同意）が、購入する際には読まない」や、「読んでいない（利用規約を読んだことにして、クリック（同意）している場合を含む。）」を合わせると、各年代ともに、半分以上を占めている。

３－２　ショッピングモールサイトの利用規約を読まない理由（複数選択可）〔Q13〕



	10、20代(127)	30代(110)	40代(155)	50代(123)	60代(131)	70代(94)
規約の内容を理解できない	19.7	17.3	20.0	16.3	15.3	7.4
読むのがめんどくさい	75.6	70.9	74.8	65.9	65.6	52.1
利用規約が掲載されていることを知らない	4.7	2.7	5.8	3.3	3.8	0.0
細かな文字の羅列で読みにくい	43.3	36.4	36.8	43.9	53.4	37.2
読む時間がもったいない、時間がない	18.9	19.1	18.1	15.4	10.7	6.4
読まなくても取引には支障がない	22.0	23.6	15.5	17.1	21.4	34.0
トラブルが発生した時に読む	16.5	20.0	13.5	17.1	16.0	18.1
返品や返金などのルールも含めた利用規約の要点が、他のページにわかりやすく書いてある	7.9	10.9	9.0	13.8	10.7	12.8
その他	2.4	1.8	0.6	1.6	1.5	0.0

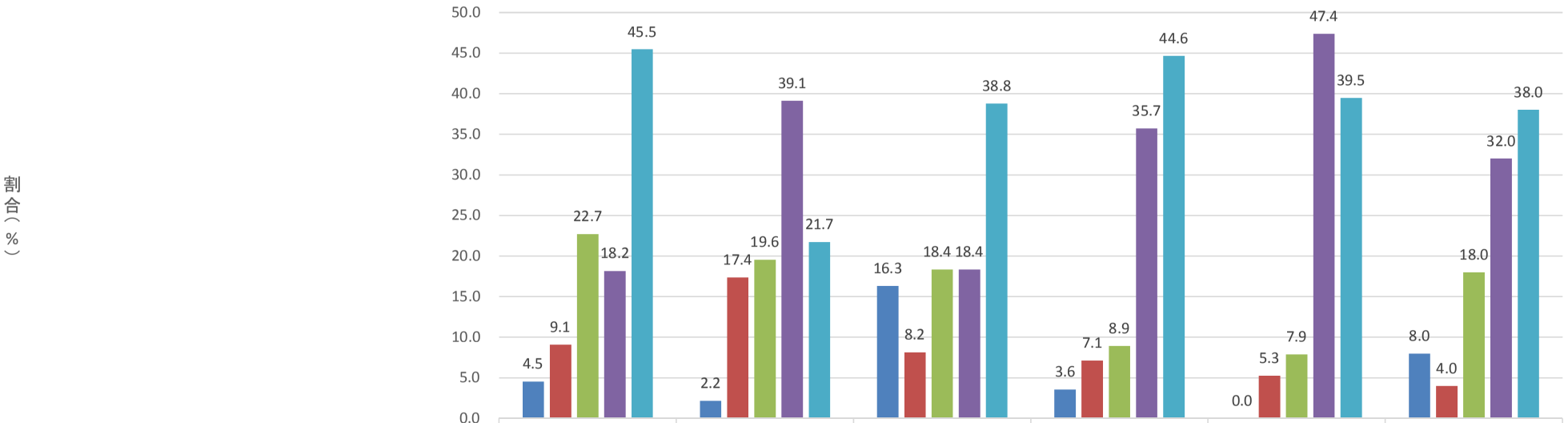
実　数

	合計	規約の内容を理解できない	読むのがめんどくさい	利用規約が掲載されていることを知らない	細かな文字の羅列で読みにくい	読む時間がもったいない、時間がない	読まなくても取引には支障がない	トラブルが発生した時に読む	返品や返金などのルールも含めた利用規約の要点が、他のページにわかりやすく書いてある	その他
10代(n=37)	37	2	29	0	11	7	7	6	5	1
20代(90)	90	23	67	6	44	17	21	15	5	2
30代(110)	110	19	78	3	40	21	26	22	12	2
40代(155)	155	31	116	9	57	28	24	21	14	1
50代(123)	123	20	81	4	54	19	21	21	17	2
60代(131)	131	20	86	5	70	14	28	21	14	2
70代(94)	94	7	49	0	35	6	32	17	12	0

利用規約を読まない理由についてみると、各年代ともに、「読むのがめんどくさい」と回答した人が、もっとも多い。

一方、「細かな文字の羅列で読みにくい」を理由に挙げている人は、10代・20代でも一定数存在している。

３－３　オークション・フリマサイトで購入の際、利用規約を読みますか　〔Q27〕



	10代(n=22)	20代(46)	30代(49)	40代(56)	50代(38)	60代以上(50)
オークション・フリマサイトで購入する際に、毎回利用規約を読む	4.5	2.2	16.3	3.6	0.0	8.0
オークション・フリマサイトで購入する際に、ほぼ毎回利用規約を読む	9.1	17.4	8.2	7.1	5.3	4.0
オークション・フリマサイトで購入する際に、ときどき利用規約を読む	22.7	19.6	18.4	8.9	7.9	18.0
新たに利用登録や会員登録を行う際にのみ利用規約を読み（規約に同意）、購入する際には読まない	18.2	39.1	18.4	35.7	47.4	32.0
読んでいない（利用規約を読んだことにして、クリック（同意）している場合を含む。）	45.5	21.7	38.8	44.6	39.5	38.0

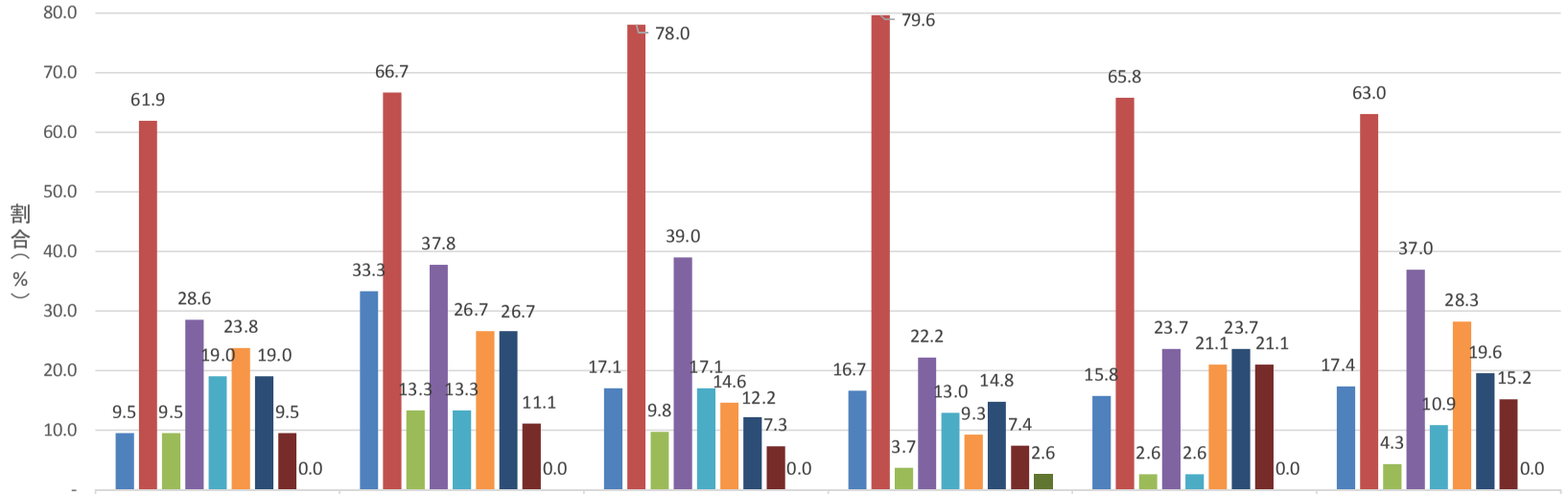
実数

	合計	オークション・フリマサイトで購入する際に、毎回利用規約を読む	オークション・フリマサイトで購入する際に、ほぼ毎回利用規約を読む	オークション・フリマサイトで購入する際に、ときどき利用規約を読む	新たに利用登録や会員登録を行う際にのみ利用規約を読み（規約に同意）、購入する際には読まない	読んでいない（利用規約を読んだことにして、クリック（同意）している場合を含む。）
10代（n=22）	22	1	2	5	4	10
20代（46）	46	1	8	9	18	10
30代（49）	49	8	4	9	9	19
40代（56）	56	2	4	5	20	25
50代（38）	38	－	2	3	18	15
60代（32）	32	1	1	5	8	17
70代（18）	18	3	1	4	8	2

利用規約を読むかについてみると、各年代ともに、「毎回読む」、及び「ほぼ毎回読む」と回答した人は、いずれの年代でも多くないものの、両者の合計を年代別にみた場合には、若年層の10代から30代は、40代以降に比べれば、多い傾向にある。

一方、「新たに利用登録や会員登録を行う際にのみ利用規約を読む（規約に同意）が、購入する際には読まない」や、「読んでいない（利用規約を読んだことにして、クリック（同意）している場合を含む。）」を合わせると、各年代ともに、半分以上を占めている。

３－４　オークション・フリマサイトで購入の際、利用規約を読まない理由　（複数選択可）〔Q28〕



	10代(n=21)	20代(45)	30代(41)	40代(54)	50代(38)	60代以上(46)
規約の内容を理解できない	9.5	33.3	17.1	16.7	15.8	17.4
読むのがめんどくさい	61.9	66.7	78.0	79.6	65.8	63.0
利用規約が掲載されていることを知らない	9.5	13.3	9.8	3.7	2.6	4.3
細かな文字の羅列で読みにくい	28.6	37.8	39.0	22.2	23.7	37.0
読む時間がもったいない、時間がない	19.0	13.3	17.1	13.0	2.6	10.9
読まなくても取引には支障がない	23.8	26.7	14.6	9.3	21.1	28.3
トラブルが発生した時に読む	19.0	26.7	12.2	14.8	23.7	19.6
返品や返金などのルールも含めた利用規約の要点が、他のページにわかりやすく書いてある	9.5	11.1	7.3	7.4	21.1	15.2
その他	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0

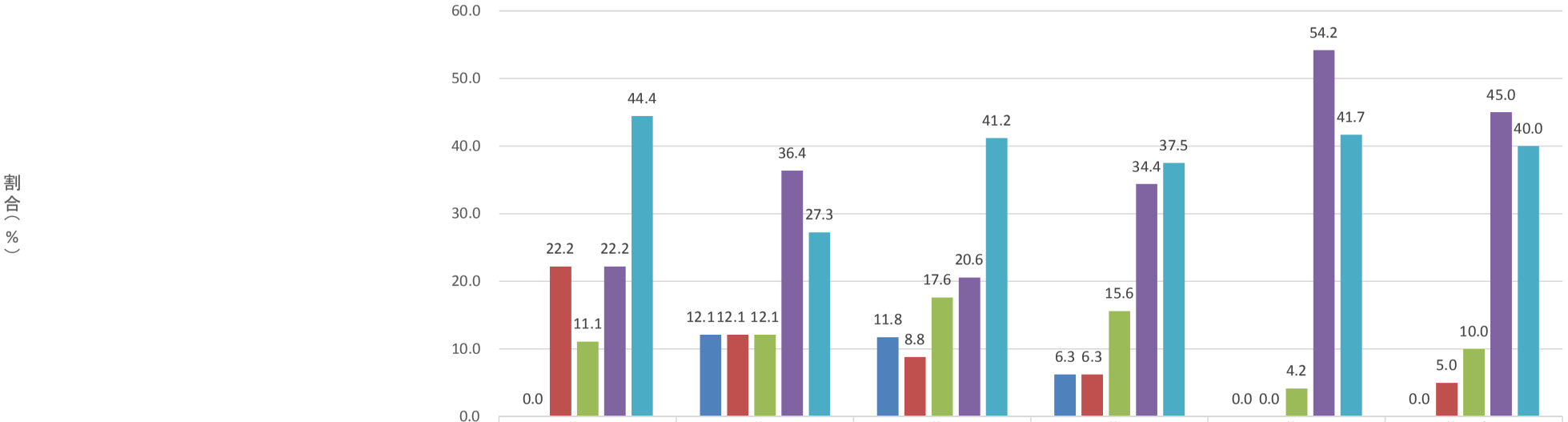
実数

	合計	規約の内容を理解できない	読むのがめんどくさい	利用規約が掲載されていることを知らない	細かな文字の羅列で読みにくい	読む時間がもったいない、時間がない	読まなくても取引には支障がない	トラブルが発生した時に読む	返品や返金などのルールも含めた利用規約の要点が、他のページにわかりやすく書いてある	その他
10代(n=21)	21	2	13	2	6	4	5	4	2	0
20代(45)	45	15	30	6	17	6	12	12	5	0
30代(41)	41	7	32	4	16	7	6	5	3	0
40代(54)	54	9	43	2	12	7	5	8	4	0
50代(38)	38	6	25	1	9	1	8	9	8	1
60代(31)	31	8	21	2	10	4	9	6	5	0
70代(15)	15	0	8	0	7	1	4	3	2	0

利用規約を読まない理由についてみると、各年代ともに、「読むのがめんどくさい」と回答した人が、最も多い。

一方、「細かな文字の羅列で読みにくい」を理由に挙げている人は、10代から30代でも一定数存在している。

３－５　オークション・フリマサイトで出品の際、利用規約を読みますか　〔Q38〕



	10代(n=18)	20代(33)	30代(34)	40代(32)	50代(24)	60代以上(20)
オークション・フリマサイトで出品する際に、毎回利用規約を読む	0.0	12.1	11.8	6.3	0.0	0.0
オークション・フリマサイトで出品する際に、ほぼ毎回利用規約を読む	22.2	12.1	8.8	6.3	0.0	5.0
オークション・フリマサイトで出品する際に、ときどき利用規約を読む	11.1	12.1	17.6	15.6	4.2	10.0
新たに利用登録や会員登録を行う際にのみ利用規約を読み（規約に同意）、出品する際には読まない	22.2	36.4	20.6	34.4	54.2	45.0
読んでいない（利用規約を読んだことにして、クリック（同意）している場合を含む。）	44.4	27.3	41.2	37.5	41.7	40.0

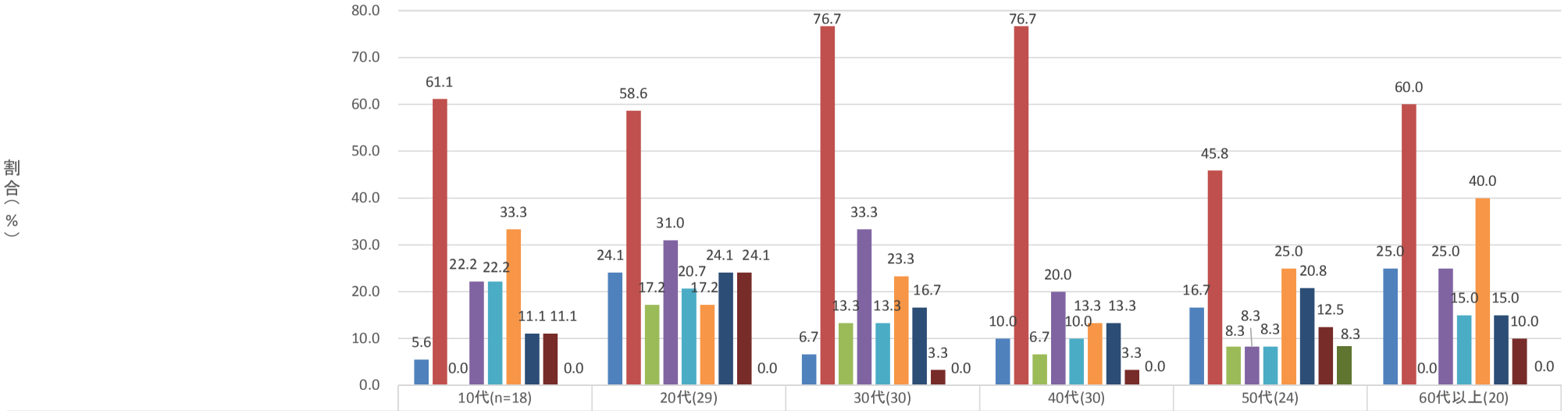
実数

	合計	オークション・フリマサイトで出品する際に、毎回利用規約を読む	オークション・フリマサイトで出品する際に、ほぼ毎回利用規約を読む	オークション・フリマサイトで出品する際に、ときどき利用規約を読む	新たに利用登録や会員登録を行う際にのみ利用規約を読み（規約に同意）、出品する際には読まない	読んでいない（利用規約を読んだことにして、クリック（同意）している場合を含む。）
10代 (n=18)	18	0	4	2	4	8
20代 (33)	33	4	4	4	12	9
30代 (34)	34	4	3	6	7	14
40代 (32)	32	2	2	5	11	12
50代 (24)	24	0	0	1	13	10
60代 (18)	18	0	1	2	7	8
70代 (2)	2	0	0	0	2	0

利用規約を読むかについてみると、各年代ともに、「毎回読む」、及び「ほぼ毎回読む」と回答した人は、いずれの年代でも多くないものの、両者の合計を年代別にみた場合には、若年層の10代から30代は、40代以降に比べれば、多い傾向にある。

一方、「新たに利用登録や会員登録を行う際にのみ利用規約を読む（規約に同意）が、購入する際には読まない」や、「読んでいない（利用規約を読んだことにして、クリック（同意）している場合を含む。）」を合わせると、各年代ともに、6割以上を占めている。

3－6 オークション・フリマサイトで出品の際、利用規約を読まない理由 （複数選択可）〔Q39〕



	10代(n=18)	20代(29)	30代(30)	40代(30)	50代(24)	60代以上(20)
規約の内容を理解できない	5.6	24.1	6.7	10.0	16.7	25.0
読むのがめんどくさい	61.1	58.6	76.7	76.7	45.8	60.0
利用規約が掲載されていることを知らない	0.0	17.2	13.3	6.7	8.3	0.0
細かな文字の羅列で読みにくい	22.2	31.0	33.3	20.0	8.3	25.0
読む時間がもったいない、時間がない	22.2	20.7	13.3	10.0	8.3	15.0
読まなくても取引には支障がない	33.3	17.2	23.3	13.3	25.0	40.0
トラブルが発生した時に読む	11.1	24.1	16.7	13.3	20.8	15.0
返品や返金などのルールも含めた利用規約の要点が、他のページにわかりやすく書いてある	11.1	24.1	3.3	3.3	12.5	10.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0

年代

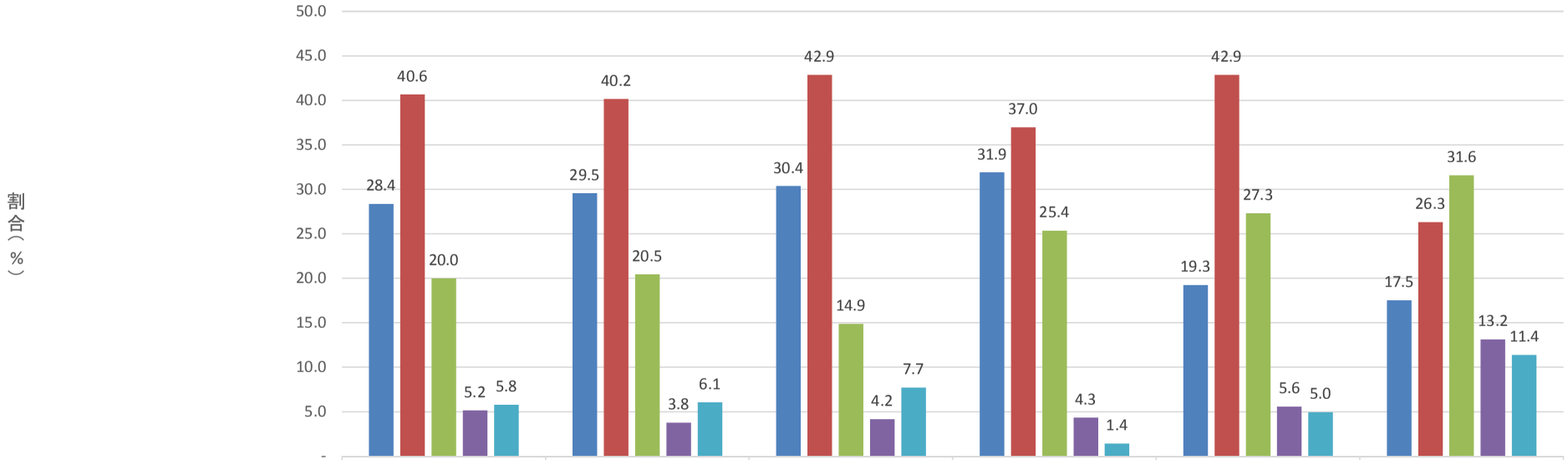
実数

	合計	規約の内容を理解できない	読むのがめんどくさい	利用規約が掲載されていることを知らない	細かな文字の羅列で読みにくい	読む時間がもったいない、時間がない	読まなくても取引には支障がない	トラブルが発生した時に読む	返品や返金などのルールも含めた利用規約の要点が、他のページにわかりやすく書いてある	その他
10代（n=18）	18	1	11	0	4	4	6	2	2	0
20代（29）	29	7	17	5	9	6	5	7	7	0
30代（30）	30	2	23	4	10	4	7	5	1	0
40代（30）	30	3	23	2	6	3	4	4	1	0
50代（24）	24	4	11	2	2	2	6	5	3	2
60代（18）	18	5	11	0	5	3	7	2	1	0
70代（2）	2	0	1	0	0	0	1	1	1	0

利用規約を読まない理由についてみると、各年代ともに、「読むのがめんどくさい」と回答した人が、最も多い。

一方、「細かな文字の羅列で読みにくい」を理由に挙げている人は、10代、20代でも一定数存在している。

４－１　インターネットで取引を行う際に取引相手の評価、レビューは参考にするか　〔Q62〕



	10代・20代(156)	30代(132)	40代(168)	50代(138)	60代(161)	70代(114)
常に参考にする	28.4	29.5	30.4	31.9	19.3	17.5
どちらかと言えば、参考にする	40.6	40.2	42.9	37.0	42.9	26.3
参考にすることもある	20.0	20.5	14.9	25.4	27.3	31.6
どちらかと言えば、参考にしないことが多い	5.2	3.8	4.2	4.3	5.6	13.2
全く参考にしない	5.8	6.1	7.7	1.4	5.0	11.4

実数

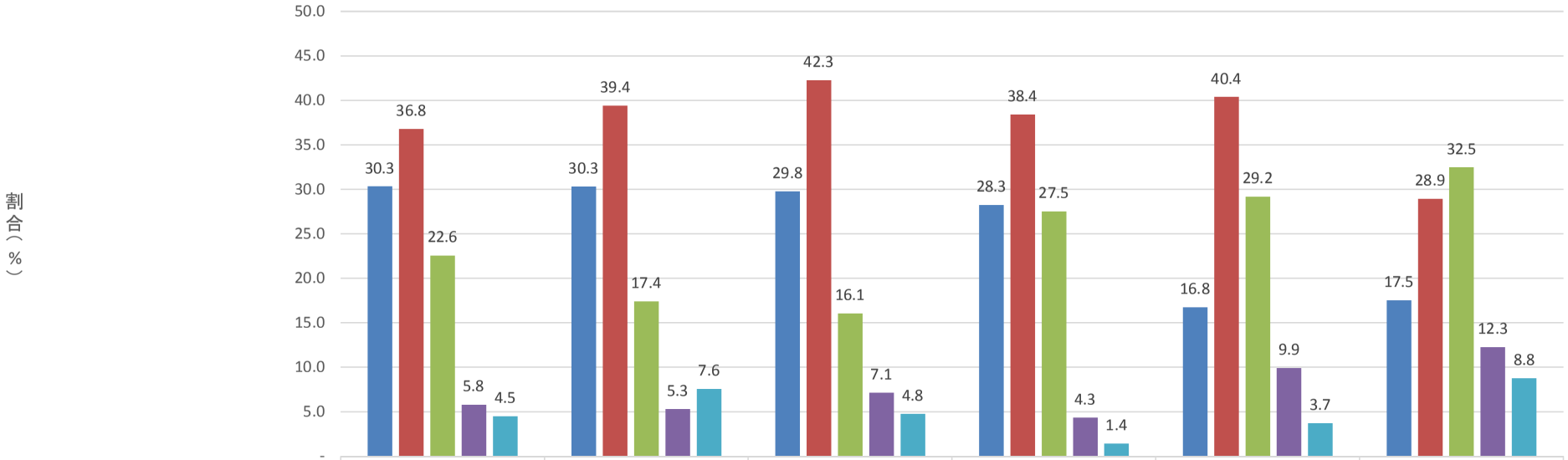
	合計	常に参考にする	どちらかと言えば、参考にする	参考にすることもある	どちらかと言えば、参考にしないことが多い	全く参考にしない
10代 (n=48)	48	15	23	6	2	2
20代 (107)	107	29	40	25	6	7
30代 (132)	132	39	53	27	5	8
40代 (168)	168	51	72	25	7	13
50代 (138)	138	44	51	35	6	2
60代 (161)	161	31	69	44	9	8
70代 (114)	114	20	30	36	15	13

年代別にみると、10代・20代から50代では、「常に参考とする」と「どちらかと言えば参考とする」を合計すると、7割程の人が、評価やレビューを参考としている傾向がみられる。

しかし、70代以上では、同じ項目の回答合計は、4割余りの割合に低下している。

一方、70代以上では、「全く参考としない」、「どちらかと言えば参考としないことが多い」を合計すると、24.6％と、50代の同じ項目の回答合計の4倍以上の回答割合となっている。

４－２　インターネットで取引を行う際に対象の商品・サービスの評価、レビューは参考にするか　〔Q63〕



	10代・20代(156)	30代(132)	40代(168)	50代(138)	60代(161)	70代(114)
常に参考にする	30.3	30.3	29.8	28.3	16.8	17.5
どちらかと言えば、参考にする	36.8	39.4	42.3	38.4	40.4	28.9
参考にすることもある	22.6	17.4	16.1	27.5	29.2	32.5
どちらかと言えば、参考にしないことが多い	5.8	5.3	7.1	4.3	9.9	12.3
全く参考にしない	4.5	7.6	4.8	1.4	3.7	8.8

年代

実数

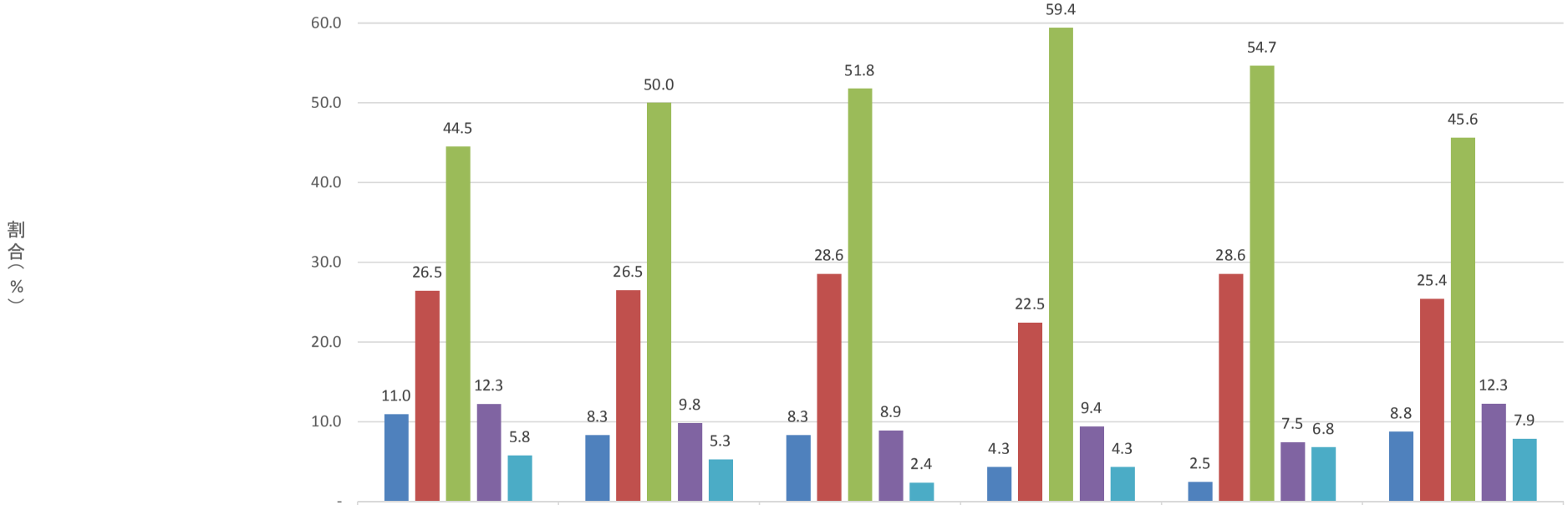
	合計	常に参考にする	どちらかと言えば、参考にする	参考にすることもある	どちらかと言えば、参考にしないことが多い	全く参考にしない
10代 (n=48)	48	16	18	9	3	2
20代 (107)	107	31	39	26	6	5
30代 (132)	132	40	52	23	7	10
40代 (168)	168	50	71	27	12	8
50代 (138)	138	39	53	38	6	2
60代 (161)	161	27	65	47	16	6
70代 (114)	114	20	33	37	14	10

年代別に、「インターネットで取引を行う際に対象の商品・サービスの評価・レビュー等を参考にするか」をみると、10代・20代では、「常に参考とする」と「どちらかと言えば参考とする」を合計すると、67.1％と7割近い人が、評価やレビューを参考としている傾向がみられ、20代から50代でも7割程度の人が同様に参考としている。

しかし、70代以上では、同じ項目の回答合計は、46.4％と半数余りの割合に低下している。

一方、70代以上では、「全く参考としない」、「どちらかと言えば参考としないことが多い」を合計すると、21.1％と、50代の同じ項目の回答合計の4倍近い回答割合となっている。

４－３　インターネットで取引を行った際に閲覧した評価・レビューの信頼性に疑問を感じたことはあるか　〔Q64〕



	10代・20代(156)	30代(132)	40代(168)	50代(138)	60代(161)	70代(114)
疑問は感じない	11.0	8.3	8.3	4.3	2.5	8.8
どちらかと言えば、疑問に感じることは少ない	26.5	26.5	28.6	22.5	28.6	25.4
たまに疑問に感じることはある	44.5	50.0	51.8	59.4	54.7	45.6
どちらかと言えば、疑問に感じることが多い	12.3	9.8	8.9	9.4	7.5	12.3
いつも疑問に感じている	5.8	5.3	2.4	4.3	6.8	7.9

実数

	合計	疑問は感じない	どちらかと言えば、疑問に感じることは少ない	たまに疑問に感じることはある	どちらかと言えば、疑問に感じることが多い	いつも疑問に感じている
10代(n=48)	48	6	15	21	3	3
20代(107)	107	11	26	48	16	6
30代(132)	132	11	35	66	13	7
40代(168)	168	14	48	87	15	4
50代(138)	138	6	31	82	13	6
60代(161)	161	4	46	88	12	11
70代(114)	114	10	29	52	14	9

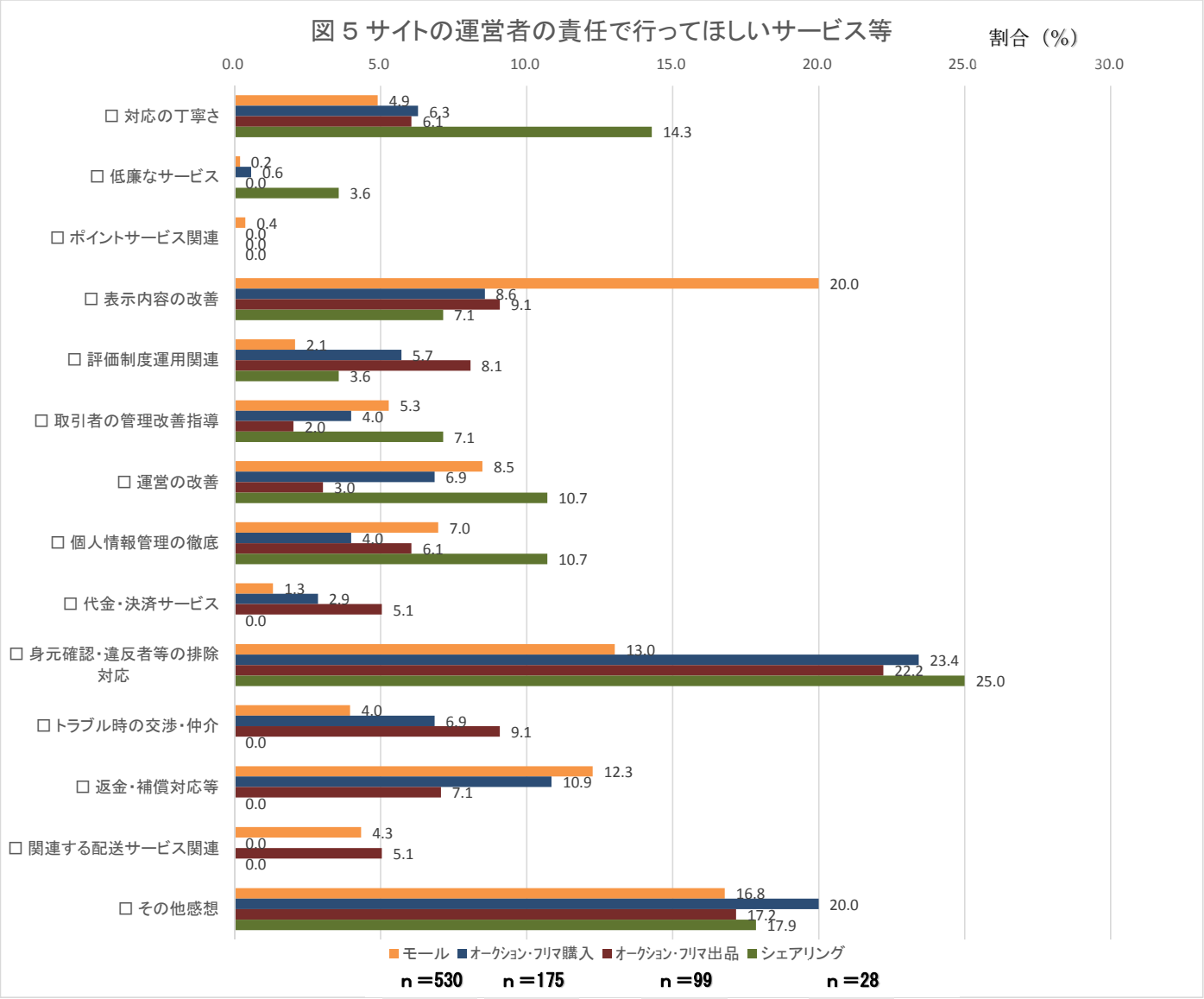
年代別に、「インターネットで取引を行った際に閲覧した評価レビューなどの信頼性に疑問を感じたことはあるか」をみると、10代・20代では、「疑問に感じない」とする人は、11.0％であるが、30代で8.3％、40代で同じく8.3％、50代で4.3％と年齢が高くなるにつれて、低くなる傾向であるが、高齢者では、再び高くなる傾向もみられる。

一方、「いつも疑問に感じる」、「どちらかと言えば疑問に感じることが多い」を合計すると、10代・20代で18.1％、30代で15.1％、40代で11.3％、50代で13.7％、60代以上で16.8％と、40代を谷間として、両側の年代で、疑問を感じる傾向が高めの傾向となっている。

表 5　　サイトの運営者の責任で行ってほしいサービスや情報提供はありますか 〔Q20、Q35、Q46、Q61〕

男女計　　単位：%

	モール	ｵｰｸｼｮﾝ･ﾌﾘﾏ購入	ｵｰｸｼｮﾝ･ﾌﾘﾏ出品	シェアリング
□ 対応の丁寧さ	4.9	6.3	6.1	14.3
□ 低廉なサービス	0.2	0.6	0.0	3.6
□ ポイントサービス関連	0.4	0.0	0.0	0.0
□ 表示内容の改善	20.0	8.6	9.1	7.1
□ 評価制度運用関連	2.1	5.7	8.1	3.6
□ 取引者の管理改善指導	5.3	4.0	2.0	7.1
□ 運営の改善	8.5	6.9	3.0	10.7
□ 個人情報管理の徹底	7.0	4.0	6.1	10.7
□ 代金・決済サービス	1.3	2.9	5.1	0.0
□ 身元確認・違反者等の排除対応	13.0	23.4	22.2	25.0
□ トラブル時の交渉・仲介	4.0	6.9	9.1	0.0
□ 返金・補償対応等	12.3	10.9	7.1	0.0
□ 関連する配送サービス関連	4.3	0.0	5.1	0.0
□ その他感想	16.8	20.0	17.2	17.9



注：上記の各項目は、各自由記入欄〔Q20、Q35、Q46、Q61〕に記載された内容を、別添の「分類表」に沿って、分類（アフターコーディング）したもの

〔参考〕 **サイト運営者の責任で行ってほしいサービスや情報提供の種類の定義** 〔 図5 － Q20、Q35、Q46、Q61 〕

要望の種類	分類の定義	要望の例
□ 対応の丁寧さ	対応の丁寧さ、等を求めているもの（具体的な業務の追加等を求めていないもの）	・素早い対応 ・問合せへの誠実な対応
□ 低廉なサービス	価格に関する要望	・安さ
□ ポイントサービス関連	ポイント関連、等の附帯サービスに係る要望	・付与予定のポイントが保障されるようにしてほしい ・クーポンが正しく利用できるようにして欲しい
□ 表示内容の改善	表示の改善、改良、等を求める要望	・機械類は製造月日を明示するように義務付ける ・画像を多く、出来れば3Dで見たい
□ 評価制度運用関連	評価・レビューに関連する要望	・本当に商品を購入した人のみレビューできるように厳格に ・評価に反映させようにも報復が気になるので、正確な評価がしにくい、報復評価されないシステムがあれば助かる
□ 取引者の管理改善指導	プラットフォームに参加する出店者や出品者に対する改善指導に係る要望	・評価の悪いショップの改善命令 ・責任を持って運営してもらっている証明が確認できればよい
□ 運営の改善	具体的な業務運営の改善に係る要望（表示の改善など、他の項目に係るものを除く）	・ネットだけでなく、電話対応もしてほしい ・メルマガなどで時々、規約にはこういうのがありますと5項目以下くらいで簡単に説明してくれると、全文読まなくても知れていい
□ 個人情報管理の徹底	プラットフォームが介在する取引における個人情報等の管理徹底に係る要望	・ハッカーに対し常に最大限監視していること ・クレジットカードの情報が漏れないよう気を付けて欲しい
□ 代金・決済サービス	支払手続き、手順、決済方法などに関連する要望	・落札された場合は、落札者から落札金額を自動的に事前徴集して欲しい ・住所を相手に通知せずに受け取れるサービス、直接金銭をやり取りしないサービス
□ 身元確認・違反者等の排除対応	プラットフォームに参加する出店者や出品者に対する身元確認、違反者排除に係る要望	・所在や身分の状態を会社として把握していてほしい ・いい加減な出品者を摘出排除する仕組み
□ トラブル時の交渉・仲介	プラットフォームが介在する取引における運営者のトラブル案件への仲介関与に係る要望	・悪質な出品や落札に対する仲介 ・高い手数料を取るなら、しっかりと間に入って欲しい
□ 返金・補償対応等	プラットフォームが介在する取引における運営者のトラブル案件への金銭補償に係る要望	・詐欺があった場合の全額返金 ・トラブル時の補償
□ 関連する配送サービス関連	取引に関連する配送サービスに関連する要望	・荷物の出荷情報を随時更新してほしい ・複数の配送社が在る場合、配送社を明記してほしい
□ その他感想	上記以外のその他の感想	・安心して買い物を出来るサイトを利用しているので特にない ・思いつかない

第４　自由回答

アンケート（自由回答）の回答者からのコメントとして、主に以下のようなものがあった。

１　ショッピングモールサイト取引におけるトラブルの主な内容

（１）品質に関するトラブル

○　Ａモール（仮称）で購入した商品がすぐに壊れた。調査したところ、説明にある規格を十分に満たしていなかった。保証を使って商品を返品処理した。（男性・40 代）

○　Ｂモール（仮称）にて、飲料をケースで購入した。 一般的には 1 年程度の賞味期限だが、届いたのは 1 ヶ月を切った商品だった。 なんの説明も書いていなかった。（男性・30 代）

○　Ｃモール（仮称）で購入した洋服が、色が写真と異なり、素材感も粗雑で返品した。（女性・30 代）

（２）解約・返品に関するトラブル

○　Ｄモール（仮称）のお店で購入した時に、商品がなかなか届かないにも関わらず、何の連絡もなかったので、他の店に同じものを頼んだらそちらはすぐに届いて、そのあとに最初に頼んだ店から何の連絡もなしに商品が届いたので、同じ商品を二つも買ってしまう羽目になったことがある。（男性・70 代）

（３）その他トラブル

○　Ａショップ・Ｅモール店（仮称） 配送が記載よりも遅く、届くまでかなりの時間がかかった。配送までの日数も小さい字でかかれていて気が付かなかった。遅いのがわかっていればそのショップでは頼まなかった。（女性・30 代）

○　送られてきた商品が破損していた。 誤った商品が送られてきた。 配送料無料とかいてあったのに配送料を取られていた。 送ったと言われたのに実際に物が届いたのは最初に問い合わせをした１０日後ぐらいだった。（男性･30 代）

２　ショッピングモールサイト運営者の責任で行ってほしい主なサービス、情報提供（加盟店管理関連）

○　出展者の審査を厳しくするとともに、審査基準と審査結果、出展者の信用情報を提供または公開して欲しい。（男性・50 代）

○　信頼のおける出展者、出店店舗か精査及び審査をきっちりして欲しい。（男性・30 代）

○　評価等で苦情の上がっているショップは定期的に信用度を確認してほしい。（女性・40 代）

○　購入者レビューにはその販売会社の関連者が自分で書き込んで情報操作している可能性もあるのでそういう評価だけで会社を判断するのではなくしっかりそれ以外の要素から信頼のできる会社を選定して掲載して欲しいと思う。（男性・30 代）
○　不誠実な対応や商売をするショップは、通報からの情報精査で即座にペナルティを課すべきだと思う。（女性・40 代）
○　サイト上で在庫と実際の在庫が頻繁に食い違うような出店者には、タイムセールへの参加を禁じてほしい。（女性・30 代）
○　サイトの運営者はもとよりショップとの連絡が確実に取れるようにして欲しい。（女性・60 代）
○　偽造品や盗品のチェックをしっかりやって欲しい。（男性・70 代）
○　過大広告など嘘の記述がないかのチェック。海賊版の販売のチェック。（女性・40 代）

（情報管理関連）
○　カード情報などの個人情報の管理。セキュリティ管理。（女性・50 代）

（表示・利用規約関連）
○　サイズ、素材、色などできるだけ詳しく商品説明してほしい。返品できる条件を、商品個別欄で説明してほしい。（女性・70 代）
○　各商品のページで免責事項を記載。（女性・30 代）
○　送料や返品などトラブルになりそうなことは、簡潔にわかりやすく書いてほしい。（女性・40 代）
○　利用規約の抜粋 （最低限ここは知っておいてほしいというところを赤文字など分かりやすく表示する）（男性・10 代）
○　メルマガなどで時々、規約にはこういうのがありますと５項目以下くらいで簡単に説明してくれると全文読まなくても知れていいかも。（女性・40 代）

（口コミ・レビュー関連）
○　一部のサイトではレビューでのなりすましやサクラが多いので、本当に商品を購入した人のみレビューできるように厳格にして欲しい。（女性・50 代）
○　口コミ評価で極端に悪い評価や通報があった場合に審査をしてほしい。事前に身分証等で身元を確認してほしい。（女性・30 代）

（決済関連）
○　商品が届くまでサイト側が支払金を預かる。（男性・60 代）
○　万一注文した商品と違う商品が届いたり、欠陥があったりした場合、返送料の負担なく返品交換に応じてもらえる。（女性・40 代）

（トラブル時の救済関連）

○　トラブルがあった時、運営会社に直接電話できるようしてほしい。（女性・70代）

○　トラブルがあった場合、運営者は責任をもって仲介してほしい。（男性・50代）

○　トラブルが起きた時の仲裁　違反出品者への懲戒・公表・注意喚起（女性・20代）

○　トラブルの最初の情報は必ずショッピングモールサイトが受けて、その後の状況を監視することが必要で、利用者はモールサイトを信用してカード情報等を連絡しているのでこれだけは重視して貰いたい。（男性・60代）

○　トラブル専用受付（男性・60代）

○　24時間電話受付窓口。（男性・50代）

（その他）

○　年間のトラブルの件数（男性・30代）

○　そのショップの消費者とのトラブルの事案数や解決事例を示してほしい。（男性・20代）

3　【購入】オークション・フリマサイト取引におけるトラブルの主な内容

（1）品質に関するトラブル

○　Aブランド（仮称）のスカーフを購入したが偽物だった。クレームのメールをいれると、安いのだから承知の上だろうと返事が来た。腹立たしかったが、金額も安く面倒だったので、そのままにした。もうずいぶん前のことなので、今はそんなことはないと思うが。（女性・60 代）

○　Aサイト（仮称）でゲームカードを購入したが、アカウントに紐づいていてロックされており使うことができなくトラブルになった。 相手も非を認めたため、解決策を一緒に考えたが解決できなかったためやむなく返金処理となった。トラブルの際保護者や学校にも指導してもらいたい（男性・30 代）

（2）評価・レビューに関するトラブル

○　オークションサイトで落札したが、落札価格が出品者にとっては不満だったらしく、発送されないまま再出品されていました。すぐに評価はせずに、出品者に発送してくれるよう連絡をとってみたところ、いきなり悪い評価がされました。その後いろいろ経て商品は手元に届きましたが、評価を変えることはできず、いまだにたった一つ悪評価が残っています。（その後出品者のアカウントは凍結されていましたが。）（女性・50 代）

（3）支払手続に関するトラブル

○　海外発送の商品で、お金を振り込んだ野に、品物が届かなかった。 Bサイト（仮称）での取引だったので保証されると思っていたが、海外発送の物は保証の対象外との事で、詐欺にあった。（女性・70 代）

4　【購入】オークション・フリマサイト運営者の責任で行ってほしい主なサービス、情報提供

（加盟店管理関連）

○　トラブルが多い売り手に関してワーニングを出す。（男性・40 代））

○　出品者の身元確認。（女性・60 代）

（情報管理関連）

○　個人のトラブル履歴の管理。（女性・40 代）

○　個人情報などが流出しないようにしてほしい。（女性・50 代）

（表示・利用規約関連）

○　サイト運営者の負う責任はどの程度なのかわかりやすく記載してほしい。（女性・30 代）

○　規約の要点をまとめたわかりやすい資料を公開する。（男性・40 代）

（口コミ・レビュー関連）

○　評価に反映させようにも報復が気になるので、正確な評価がしにくい。 報復評価されないシステムがあれば助かる。 また受取後の代金支払いシステムがあるので、送料についても実費分のみの支払いになればありがたい。（男性・30 代）

（トラブル時の救済関連）

○　すぐにつながる電話を設置してほしい。（女性・50 代）

○　トラブルが起きた時の仲裁　違反者への制裁・公表・注意喚起。（女性・20 代）

（その他）

○　悪質な出品者を取り締まることが出来ないと、オークションを楽しめなくなり、現在は、オークションの買いものはしなくなった。（女性・70 代）

○　年間のトラブルの件数を表示してほしい。（男性・30 代）

5　【出品】オークション・フリマサイト取引におけるトラブルの主な内容

（1）評価・レビューに関するトラブル

○　ジャンク品で返品返金不可としているのに返金を求められた。評価に書き込まれた。（男性・50 代）

（2）支払手続に関するトラブル

○　金額が支払われなかった。悪質者による落札だった。（女性・60 代）

○　支払いの期限になっても払ってくれない 落札者と連絡がつかない。（女性・40 代）

6　【出品】オークション・フリマサイト運営者の責任で行ってほしい主なサービス、情報提供

（情報管理関連）

○　個人のトラブル履歴の管理。（女性・40 代）

○　個人情報管理。（男性・20 代）

（表示・利用規約関連）

○　サイト運営者が負う責任はどの程度なのか記載して欲しい。（女性・30 代）

○　安全に交渉できるようにトラブルが起きたときの対応をまとめたものを記載するなど。（女性・20 代）

（決済関連）

○　事前にクレジットカードを登録させて、そのカードでの決済ができなければ購入できないようにする。（男性・40 代）

7　シェアリングサービスにおけるトラブルの主な内容

○　契約のバッティングが発生して、譲り渡したことがある。（男性・40 代）

8　シェアリングサービス運営者の責任で行ってほしい主なサービス、情報提供

（加盟店管理関連）

○　細かい事情説明、スピード対応のために電話での連絡手段を充実してほしい。（男性・60 代）

○　提供者の情報に嘘がないか、定期的に施設をチェックするような仕組みがあると安心します。（女性・20 代）

（情報管理関連）

○　シェアする側とされる側の個人情報管理を徹底すること。（女性・20 代）

（表示・利用規約関連）

○　簡潔に情報を書いてほしい。よく見ると重要なことが小さく書かれていることがある。（男性・30 代）

○　相互利用の手続き方法を明確にした文章を作成してほしい。（男性・20 代）

以上

（参考資料２）

オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会　審議経過

開催回	開催日	議題
第１回	平成 30 年５月 15 日	・ オンラインプラットフォームにおける取引状況等 ・ 今後の進め方について
第２回	平成 30 年６月 15 日	・ 前回の議論の概要 ・ ヒアリング（１）
第３回	平成 30 年６月 26 日	・ ヒアリング（２）
第４回	平成 30 年７月 13 日	・ ヒアリング（３）
第５回	平成 30 年７月 27 日	・ アンケート調査の実施結果について ・ 論点整理
第６回	平成 30 年９月 25 日	・ オンラインプラットフォームが介在する取引における消費者トラブルの状況とオンラインプラットフォーム事業者（事業者団体）の取組について ・ 討議
第７回	平成 30 年 10 月 16 日	・ 現行の規程等の整理（１）
第８回	平成 30 年 11 月 13 日	・ 現行の規程等の整理（２） ・ 討議
第９回	平成 30 年 11 月 30 日	・ 役割分担の考え方の整理（１） ・ 討議
第 10 回	平成 30 年 12 月 14 日	・ 役割分担の考え方の整理（２） ・ 討議
第 11 回	平成 31 年１月 11 日	・ オンラインプラットフォームが介在する取引におけるルール・仕組みの在り方（１）
第 12 回	平成 31 年１月 29 日	・ オンラインプラットフォームが介在する取引におけるルール・仕組みの在り方（２） ・ 討議
第 13 回	平成 31 年２月 28 日	・ 取りまとめに向けた検討について
第 14 回	平成 31 年３月 26 日	・ 取りまとめに向けた検討について

（参考資料３）

オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会　委員名簿

（平成 31 年２月 16 日現在）

（座長）	中田　邦博	龍谷大学法学部教授
（座長代理）	早川　吉尚	立教大学法学部教授
	生貝　直人	東洋大学経済学部准教授
	石原　遥平	一般社団法人シェアリングエコノミー協会事務局
	大谷　聖子	一般財団法人日本消費者協会消費者相談室 消費生活コンサルタント
	大橋　弘	東京大学大学院経済学研究科教授
	沖野　眞已	東京大学大学院法学政治学研究科教授
	片岡　康子	楽天株式会社渉外室消費者政策課シニアマネージャー
	上村　篤	株式会社メルカリ社長室政策企画マネージャー
	西村　真由美	公益社団法人全国消費生活相談員協会消費生活相談員
	畠　良	ヤフー株式会社政策企画本部政策企画部公共政策 マネージャー
	原田　由里	一般社団法人ＥＣネットワーク理事
	前田　恵美	アジアインターネット日本連盟（AICJ）
	森　亮二	弁護士、国立情報学研究所客員教授
	山本　龍彦	慶應義塾大学法科大学院教授

以上 15 名（敬称略）

※　なお、カライスコス・アントニオス京都大学大学院法学研究科准教授、消費者委員会の池本誠司委員長代理、大森節子委員、蟹瀬令子委員、鹿野菜穂子委員、樋口一清委員、増田悦子委員がオブザーバーとして、調査・審議に参画した。

※　城譲氏（株式会社メルカリリーガルグループマネージャー（当時））が、平成 30 年４月 24 日から平成 30 年 10 月 31 日まで、専門調査会の委員として在任していた。