

アンケート・めやすばこ《このトラブル、知っている？知らない？》まとめ

埼玉消費者被害をなくす会 事務局 2019年3月

有効回答：1613枚（99.1%） 回収：1628枚

アンケート実施月：2018年10月～12月

対象：県内在勤、在住消費者、会員団体組合員、
会員団体主催・参加イベント等で配布・回収

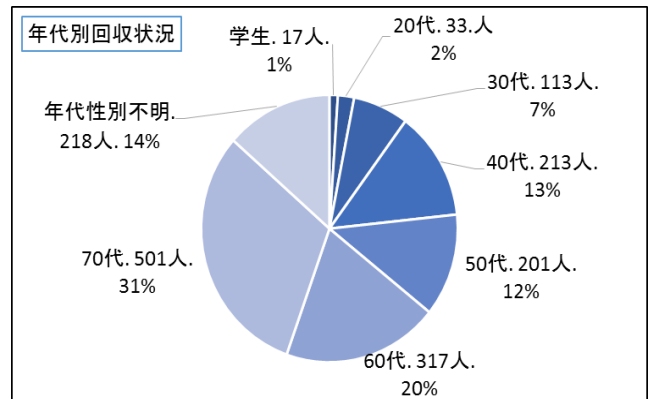
目的：様々な消費者トラブルの認知度を調査。アンケートに回答することで啓発につなげる

まとめの見方：□内のゴシック文字は考察

図の見方：全体を100%とする棒グラフ

数字は人数

右側の%は、合計の人数の有効回答（1613人）に対する割合



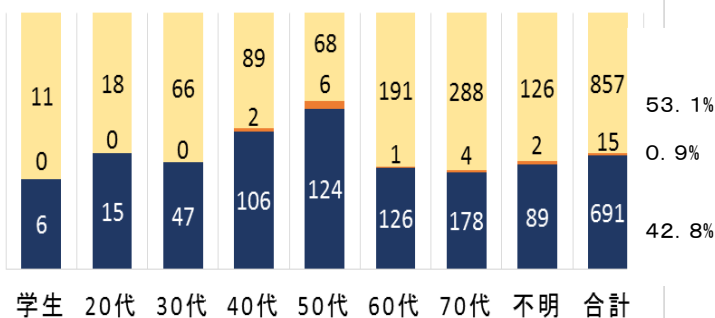
【Q1】 インターネットをめぐるトラブルが多発しています。主なトラブルについて

- 40代、50代に「知っている」との回答が多い傾向にある。学生、20代の各トラブルの認知度が低い傾向にある。
- 代金を振り込んだのに商品が届かない・商品が偽ブランドだった（図3）、架空請求被害（図5）の認知傾向が高い。
- 実際に40代～60代でインターネット通販のトラブルが多いが、知らないとの回答も依然多い（図1、図2）。
- 個人情報の漏えい被害にあったとの回答が合計で93人（5.8%）あった（図4）。

初回お試しとありながら定期購入が条件だった

図1

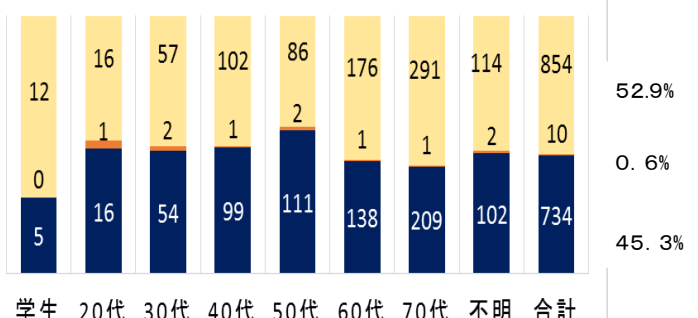
■知っている ■被害にあったことがある ■知らない



0日間は返金可能とあったが返金には条件があった

図2

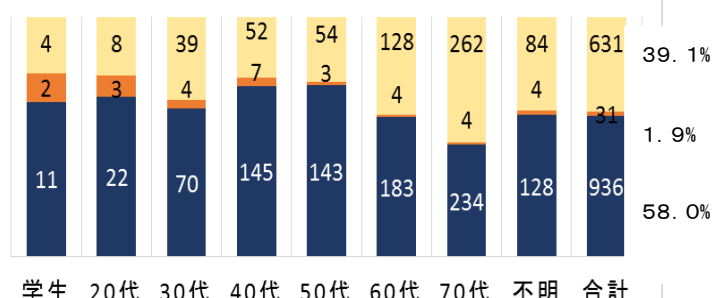
■知っている ■被害にあったことがある ■知らない



代金を振り込んだのに商品が届かない、商品が偽ブランドだった

図3

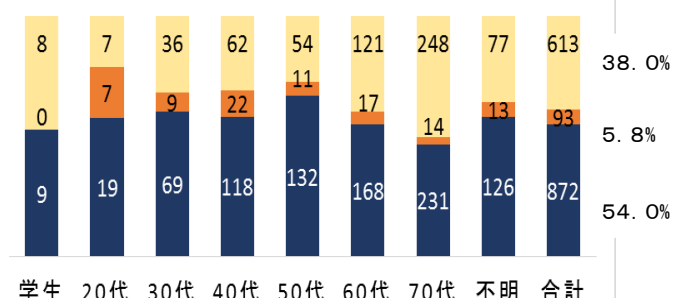
■知っている ■被害にあったことあり ■知らない



注文する時に記入した個人情報が漏えいしてしまった

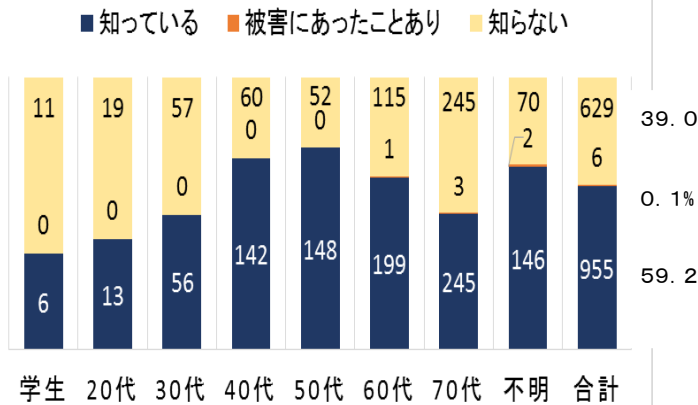
図4

■知っている ■被害にあったことあり ■知らない



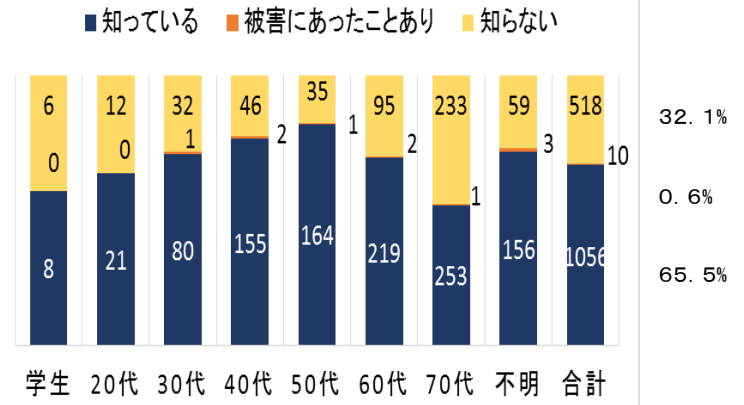
副業で稼げると契約したのにまったく儲けからず、連絡も取れない

図 5



有料サイト利用料を払えという通知に身に覚えがないのに連絡、お金を払ってしまった

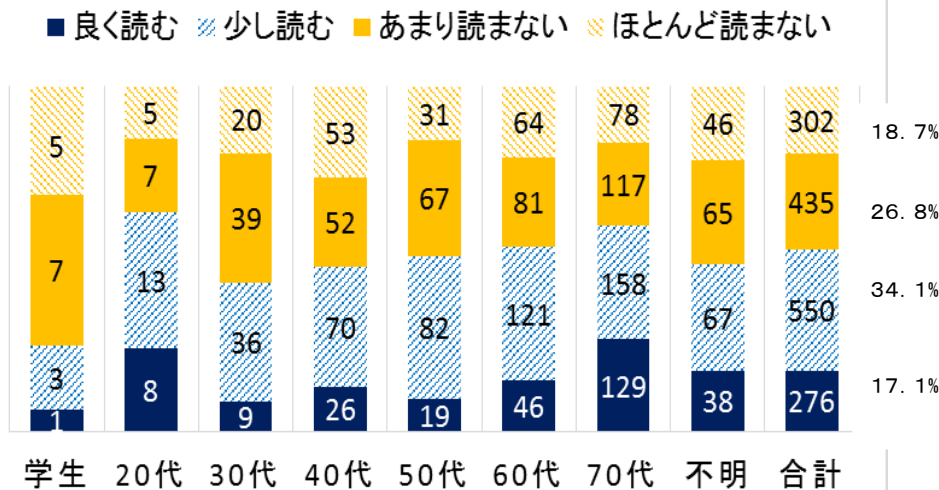
図 6



【Q2】 約款についてお聞きします

事業者と契約する際に渡される約款は

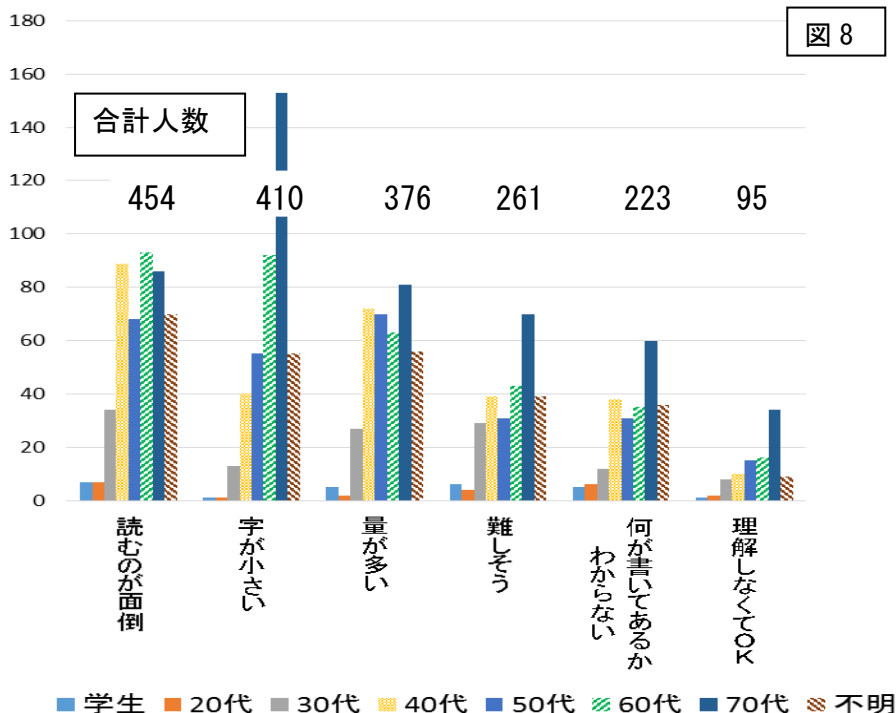
図 7



1. 「良く読む」との回答は各世代とも低い傾向にあるが、70代では約27%（129名）が良く読むと回答（図7）。
2. 「あまり読まない」「ほとんど読まない」理由として、「読むのが面倒」との回答が最も多く、次いで「字が小さい」との回答だった。「字が小さい」との回答は70代以上が突出していた（図8）。

約款をあまり読まないなどの理由

図 8



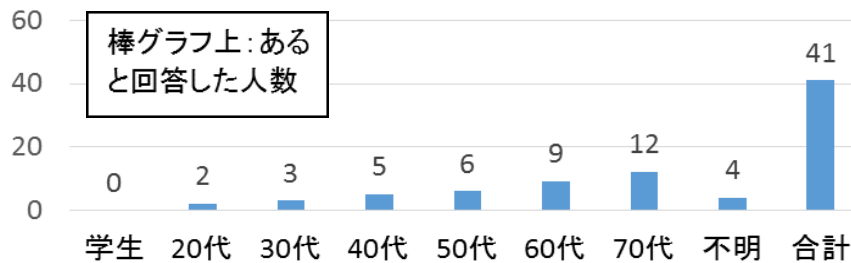
- 読まない理由（その他記入）：
- 用語がわからない
 - 文字が薄い色で小さい
 - 詳しく説明してほしいと言ったら自分で読めと言われた
 - 読まなくてはいけないとは思っている
 - 相手を信用している
 - 事業者による
 - よく知られている事業者かどうかで決める

- 1、「約款に記載されているので対応できないと言われたことがある」との回答は41人(2.5%) (図9)であった。
- 2、実際にトラブルになっているケースもあるなか、読むのが面倒、字が小さい、量が多いなどの理由で約款を良く読んでいるとはいえない状況がみえてきた。

約款に記載されてあるので対応できないと言われたことがあるとの回答

図9

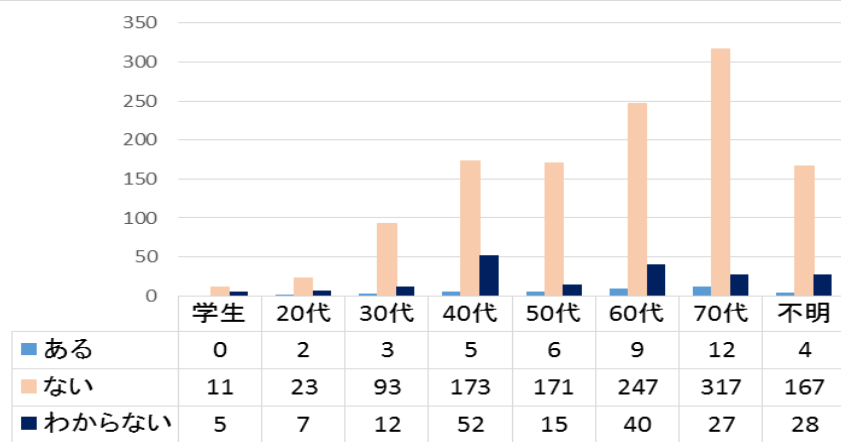
単位(人)



棒グラフ上:あると回答した人数

対応できないと言われたことがあるとの回答の内容

- ・ウォーターサーバーを急がされて契約。帰宅後電話すると約款に書いてあるので解約は難しいとのこと。
- ・商品の契約が良く理解できなかったため、解約すると言ったら解約は難しい言われた
- ・洋服を返品出来なかった
- ・電気掃除機を通販で購入。返品しようとしたが通電したら返品できないと言われた
- ・その他、不動産、森林、水道工事など

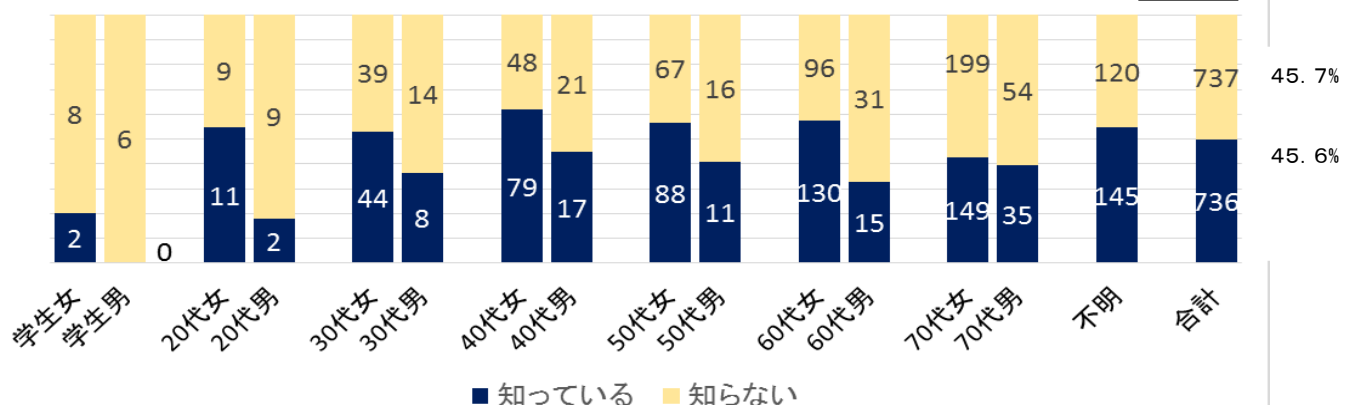


【Q3】20歳になったとたんに様々なトラブルに遭う若者がいます。以下のようなトラブルが実際にあることを知っていましたか

1. 全世代を通して、若者が遭っているトラブルの実態について知られていない (図10~14)。
2. 国民生活センターに寄せられている20歳~22歳のトラブルでは、エステや美容医療クリニックに関して女性が多いが、このようなトラブルについて認知されているとはいえない。
3. 同様に投資契約や儲かるサイト契約などのトラブルは男性が多い傾向にあるが、認知されているとはいえない。

エステの無料体験後、クレジットカード契約で全身痩身コースを勧められた

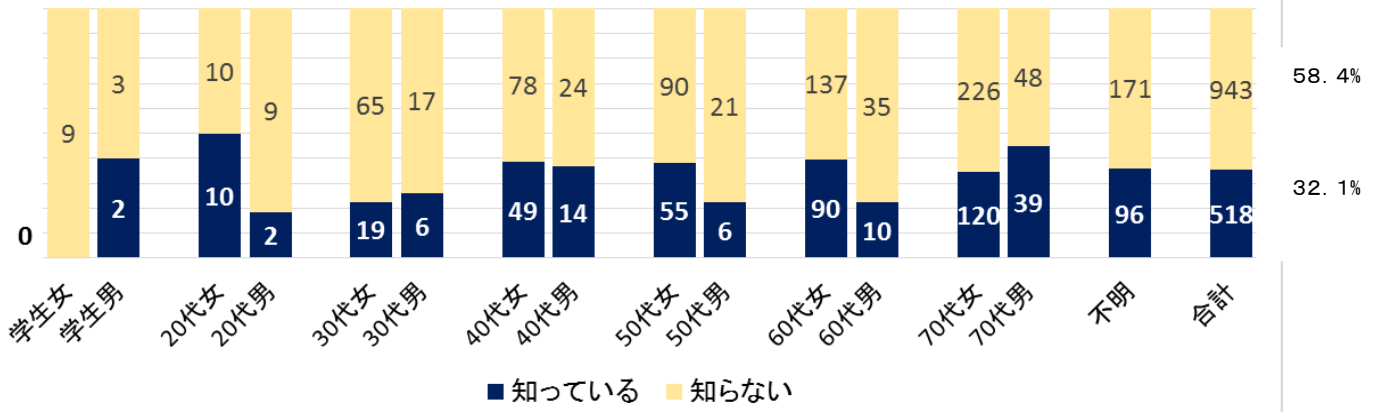
図10



45.7%
45.6%

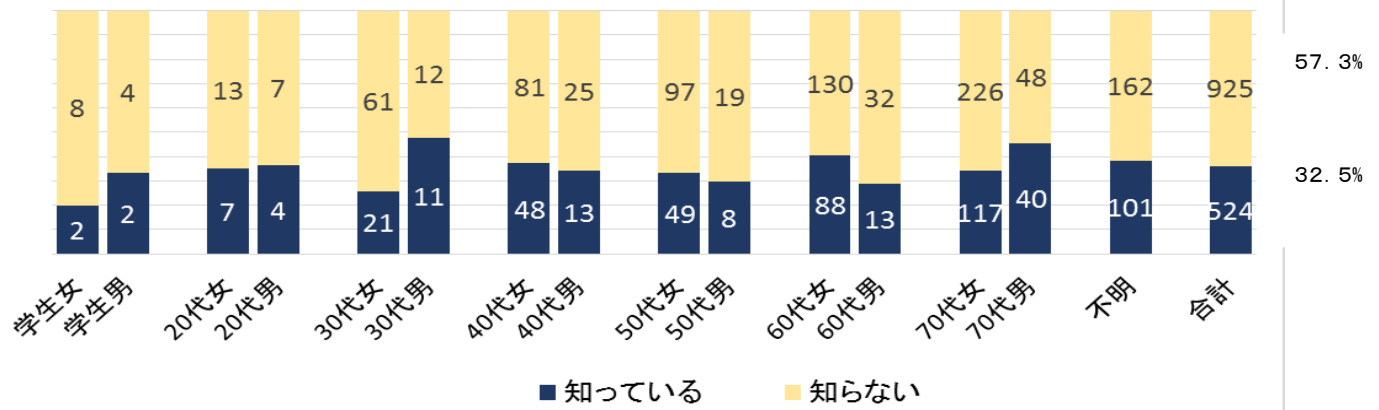
無料相談の広告を見て美容医療クリニックへ行ったが、即日施術され高額請求

図 11



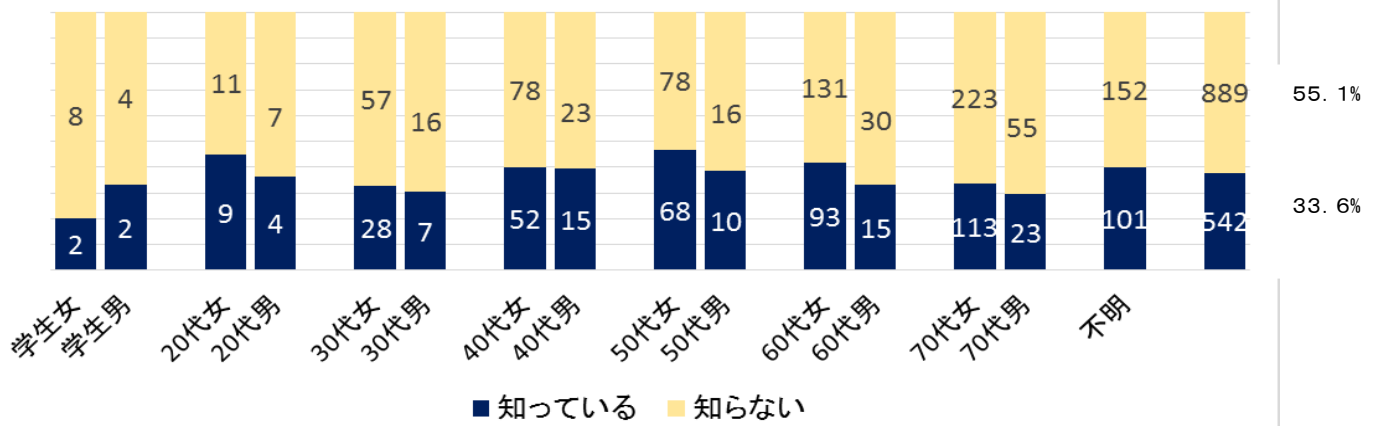
3人誘えば元を取れると言われ100万円を借りて投資の契約をした

図 12



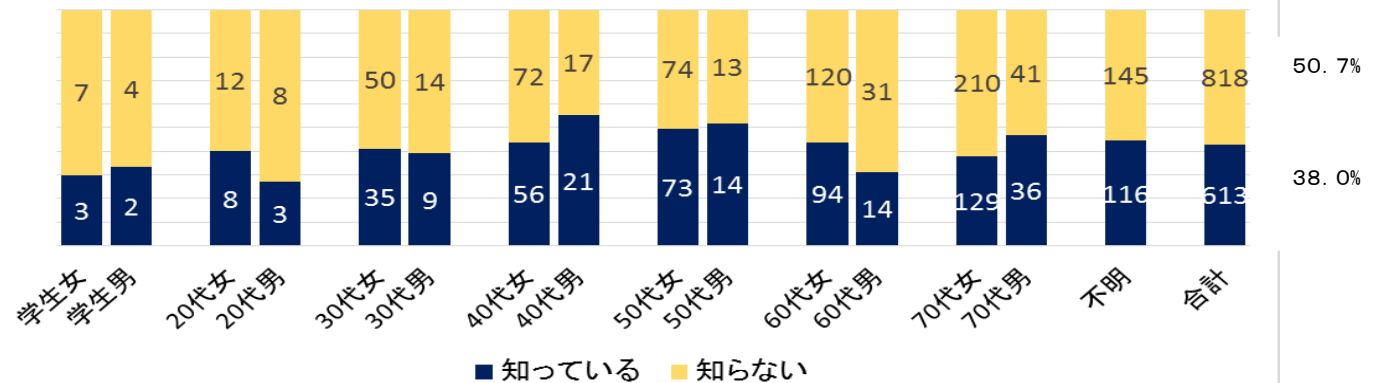
就職に役立つセミナーだとしてよく誘われ契約してしまった

図 13



儲かる情報を提供するとそのサイトで契約したら数十万円の請求を受けた

図 14

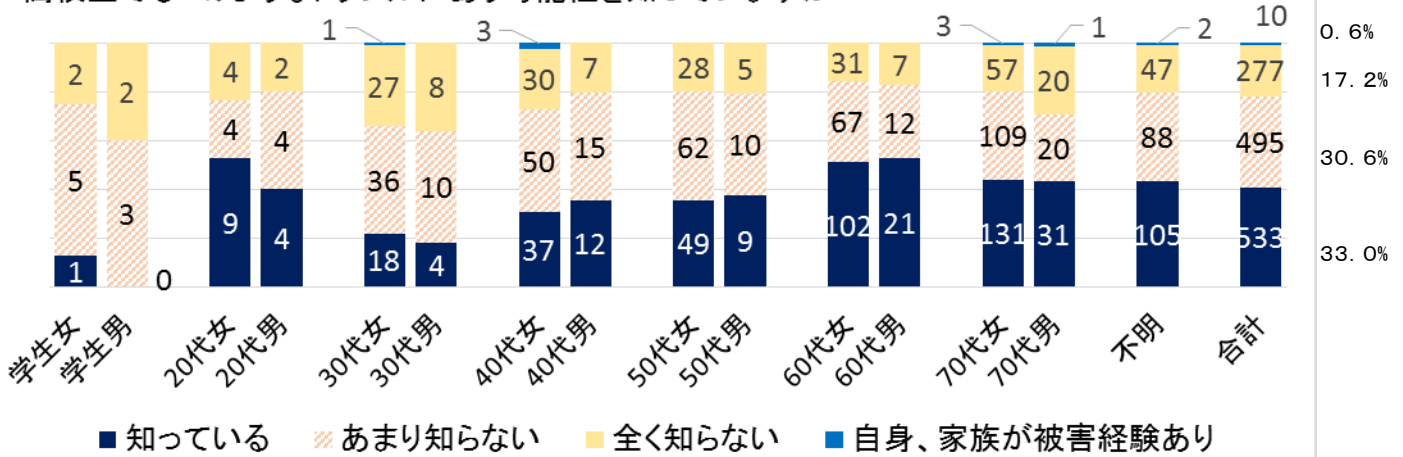


【Q4】 現在は未成年者取消権があり、18歳、19歳は上記のようなトラブルにあっても、基本的には取り消すことが可能です。民法の改正により、2022年4月から成人になる年齢が18歳に引き下げられると、18歳、19歳は取消の対象外となります。18歳の高校生でもこんなトラブルに遭う可能性があることを知っていますか

1. 回答総数が少ないので、一概には言えないが、学生の認知度が非常に低い（図15）。
2. 20代男女で「知っている」との回答が増えているが、「あまり知らない」「全く知らない」との回答が半数であり、当事者に認知されていないことがわかった。
3. 40～50代の親世代でも同様に「知っている」との回答が半数に満たない。
- 4 「あまり知らない」「全く知らない」との回答が、60代を除く全ての世代で「知っている」を上回っている。

民法改正により18、19歳は未成年取消権の対象外となり、高校生でもこのようなトラブルにあう可能性を知っていますか

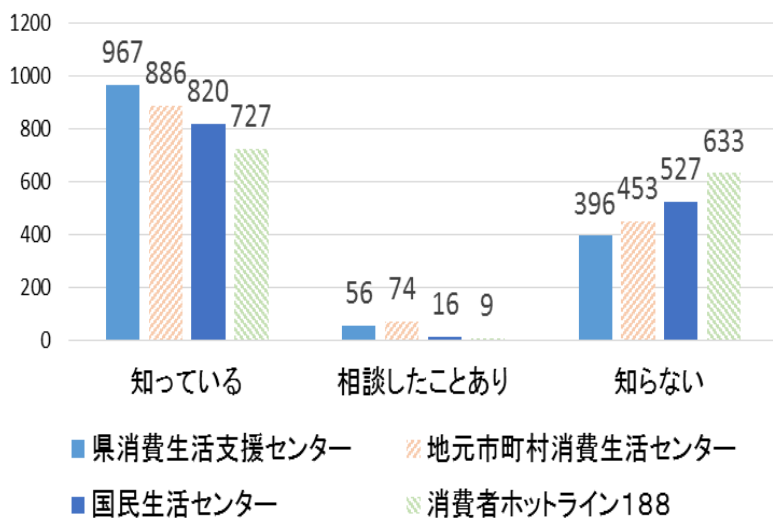
図15



【Q5】 情報提供や相談先について、以下の団体・窓口を知っていますか

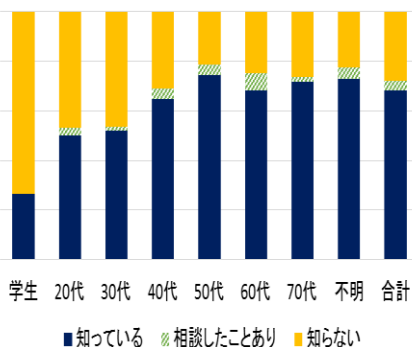
被害を受けた時の相談先

図16

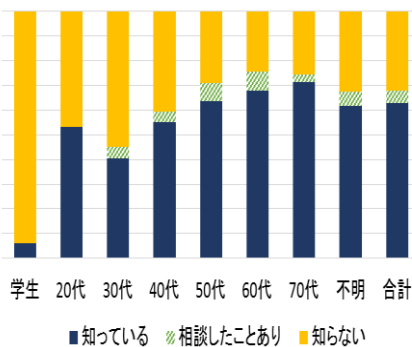


1. 被害を受けた時の相談先を認知しているかの間に対しては、
県消費生活支援センター：約60%、
地元市町村消費生活センター：54%、
消費者ホットライン：約45%
であった（図16）。
2. 年代別にみると、学生～30代で相談先を知らない傾向がある（図17～19）。

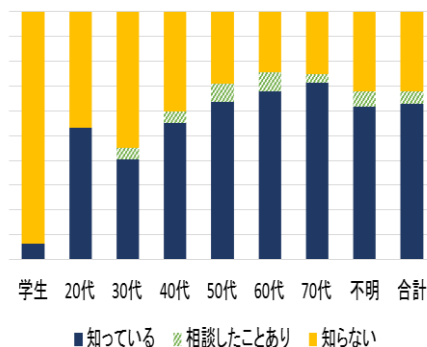
消費生活支援センターを知っていますか 図 17



地元市町村の消費生活センターを知っていますか 図 18

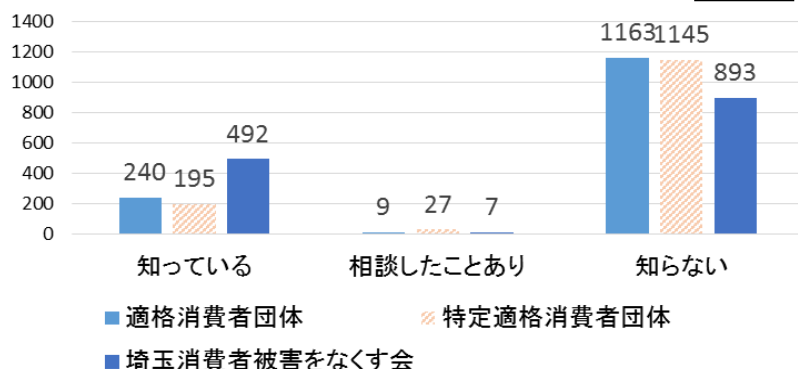


国民生活センターを知っていますか 図 19



消費者被害の未然防止や金銭的な消費者被害を回復するために活動している団体

図 20



1. 埼玉消費者被害をなくす会の会員団体にも本アンケートを取っているため、当会を「知っている」との回答が492人（約30%）あることは想定内であったが、適格消費者団体や特定適格消費者団体について「知っている」との回答は非常に低い（図20）。

アンケートから見てきたこと

1. 実際にトラブルの多い事例をもとに認知度を調査した結果、通信販売でのトラブル（商品が届かない、偽ブランドだった）や架空請求トラブルは認知されている傾向にあるが、定期購入トラブルや返金トラブルの認知度は低く、さらなる啓発の必要性があることがわかった。
2. 特に、若者が遭いやすいトラブルの認知度が全体的に低いことから、2022年4月の成年年齢引下げにより、まだ高校生である18歳でも様々なトラブルに遭う可能性があることを、当事者の若年層とともに、親世代にも啓発していく必要性がある。
3. 約款にはどのようなことが書かれているのか、読まないでいるとどのようなことが起きる可能性があるのかなど、すべての契約における約款の重要性について、学習する機会も必要である。
4. 埼玉消費者被害をなくす会という名称はある程度知られてきているが、残念ながら「適格消費者団体」や「特定適格消費者団体」としては認知されていない現状がみえてきた。当会への情報提供や、当会広報を通じての啓発につなげるためにも、会についての周知広報活動に力を入れたい。

アンケート結果の活用について

1. 県内市町村教育委員会や市町村消費生活相談窓口などに本認知度調査の結果を送付し、啓発につなげていただく予定である。
2. 消費者被害防止サポーターやサポーターの会、当会会員団体などに結果を情報提供する予定である。それぞれにおいて認知度の実態を周知してもらうことで啓発につなげていただく。