

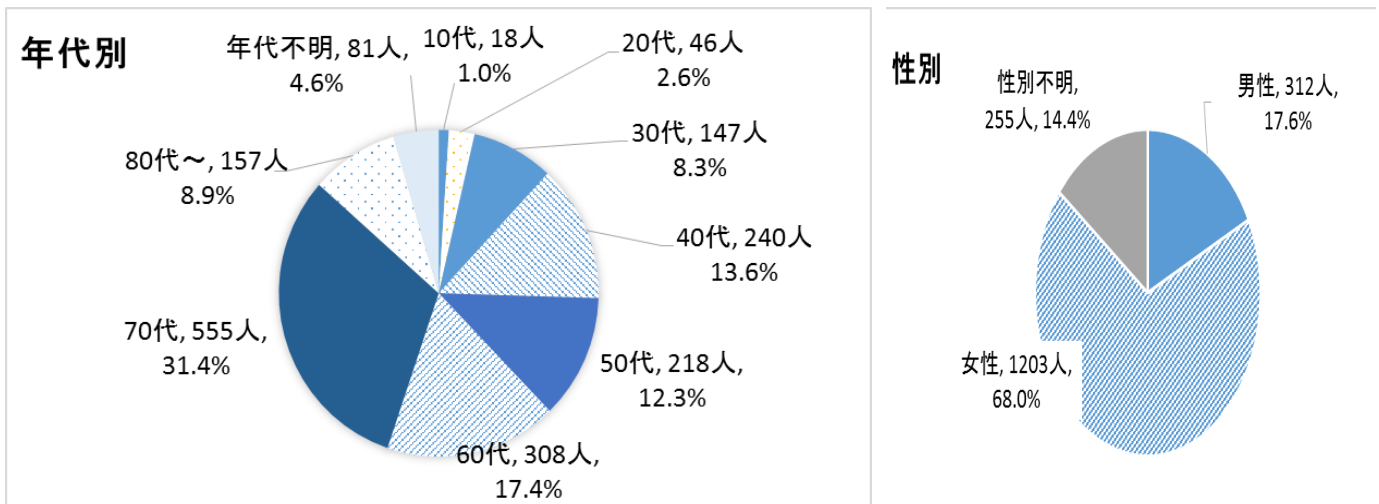
1. 概要

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

有効回答：1770枚 (98.4%) 回収：1798枚 アンケート実施月：2019年10月～12月

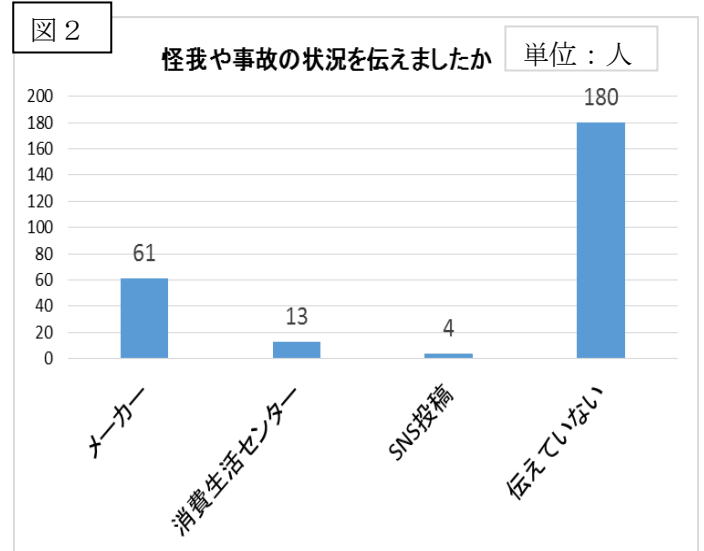
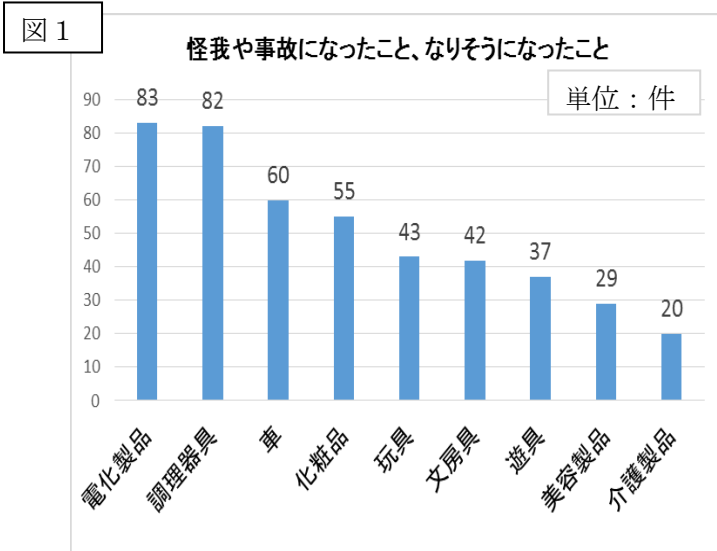
対象：県内在勤、在住消費者、会員団体組合員、会員団体主催・参加イベント等の参加者

まとめの見方：□内のゴシック文字は考察



2. アンケート結果「身の回りの製品事故」

【Q1】商品を取扱い説明書通りの使用方法で使っていて、怪我や事故になったこと・なりそうになったことはありますか。また、その怪我や事故の状況を伝えましたか（複数回答あり）。



具体的な記述：

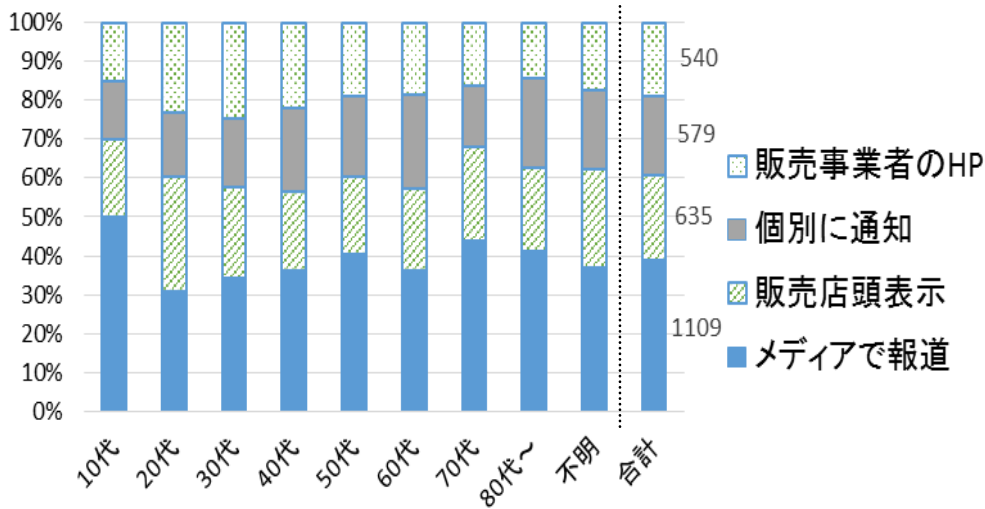
化粧品でかぶれた（複数）／ドライヤーから発火した（複数）／傘を開く時に怪我をした（複数）
 おもちゃのピストルに弾をセット中突然飛び出した／鍋の持ち手が取れて火傷しそうになった／
 温度センサーが効かずにスイッチが切れなかった／ベビーサークルで1歳の子どもの足を挟んで
 しまった／公園の滑り台のスロープのペンキがはがれており子どもの手のひらに刺さった／冷凍
 のお好み焼きをレンジで温め取り出した時に容器から落ちて火傷しそうになった／ヘアアイロン
 で火傷した／カセットコンロのスイッチを入れたとたん火が出た（器具の不備により）／サプリ
 メントで皮膚が火傷のように黒くなった

電化製品の 83 件、調理器具の 82 件をはじめ、1770 件のアンケートのなかで怪我や事故になった・なりそうになったことがあるとチェックされた箇所は 451 件あり（図 1）、多くの消費者が怪我や事故にあったり、あいそうになったりしたことが読み取れる。その状況を行政やメーカーに伝えたとの回答はのべ 78 件（451 件のうち約 17%）、伝えていないとの回答は 180 件であった（図 2）。このことから、メーカーや行政が怪我や事故にあった、あいそうになったことを把握しづらいことが予想され、他の消費者の怪我や事故防止のためにメーカーが商品を改善したり、関係各所が注意喚起につなげたりすることが難しいと思われる。

【Q 2】通常通り使用していたにも関わらず、怪我や事故を起こす可能性があることを、管轄省庁のホームページ以外でどのように消費者に対して知らせるべきだと思いますか。

図 3

リコール情報などを、どのように消費者に伝えるべきだと思いますか(複数回答可)

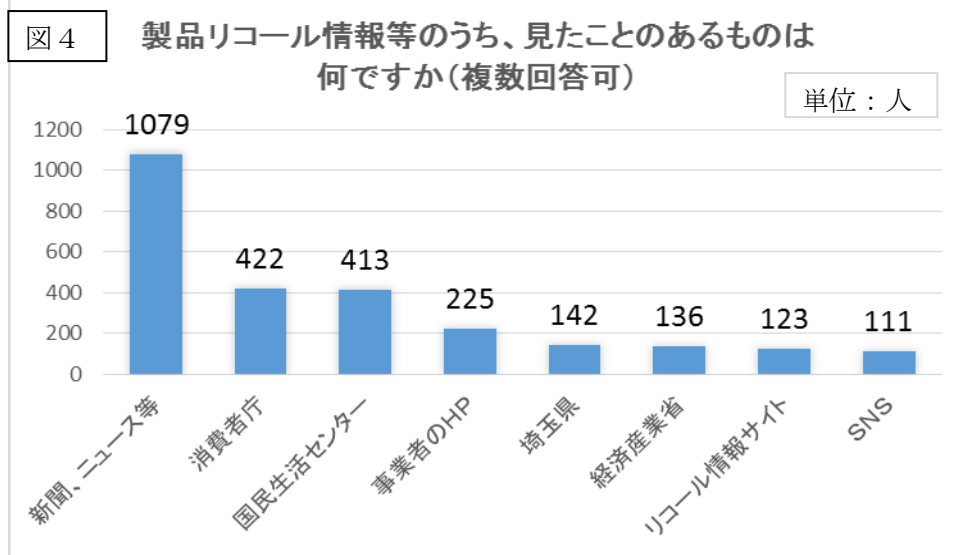


どの年代も「メディアで報道」との回答が最も多く（合計 1109 件）、次いで「販売店頭で表示する」（合計 635 件）であった。20 代～50 代で「販売事業者のホームページに掲載」との回答が多い傾向にある（図 3）。

その他の自由記入の主なものは以下のとおり

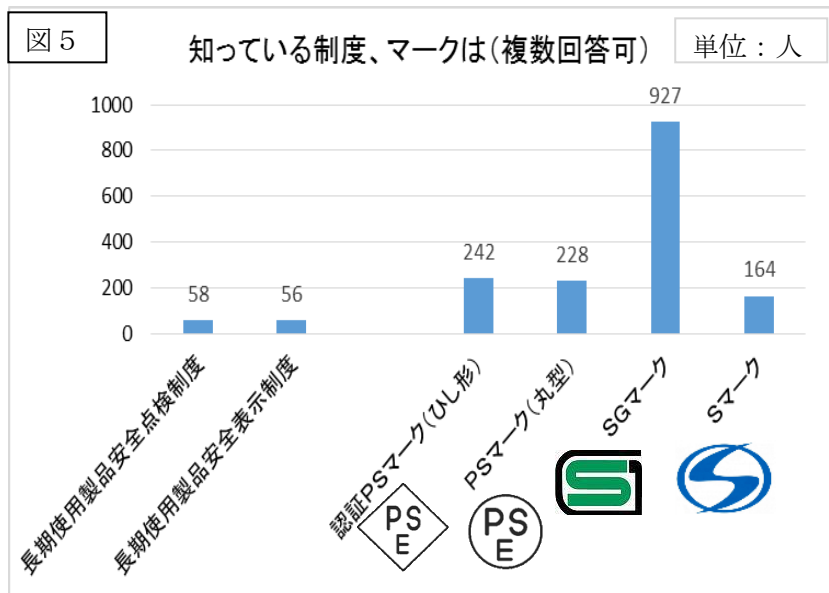
- 商品自体に情報を載せるための施策と思われるもの：
商品に大きく記入・商品にシールを貼る／取扱い説明書に記載
- 怪我や事故にあう可能性があることを広く周知するための施策と思われるもの：
公共施設や駅に生活ボード掲示板をつくる／CMやネットニュースを流す／電車の広告など／危険性の度合いにもよるが可能な限りあらゆる方法で知らせるべきである
- その他：
取扱い説明書を読むことが大切／高齢者でもわかるようにしてほしい

【Q3】製品リコールの情報を提供する告知方法のうち、見たことがあるものすべてに○を付けてください



新聞、ニュースなどのメディアが最も多かった。消費者庁や国民生活センターなどへのインターネット検索により情報を得ている消費者以外にもSNSで情報収集している消費者も一定数いることがわかった(図4)。

【Q4】下記の制度やマークのうち、見たことがあるものに○を付けてください



長期使用製品安全点検制度、同・安全表示制度はほとんど認知されていない。消費生活用製品の安全性を認証する任意の制度のSGマークは半数強が見たことがあると回答。登録検査機関による認証PSマーク(ひし形)や自己適合確認のPSマーク(丸型)、電気製品の安全のための第三者認証制度のSマークを見たことがあるとの回答はいずれも全体の約10%にとどまっている(図5)

3. アンケート結果「キャッシュレス決済について」

【Q5】利用しているキャッシュレス決済は何ですか（複数回答可）

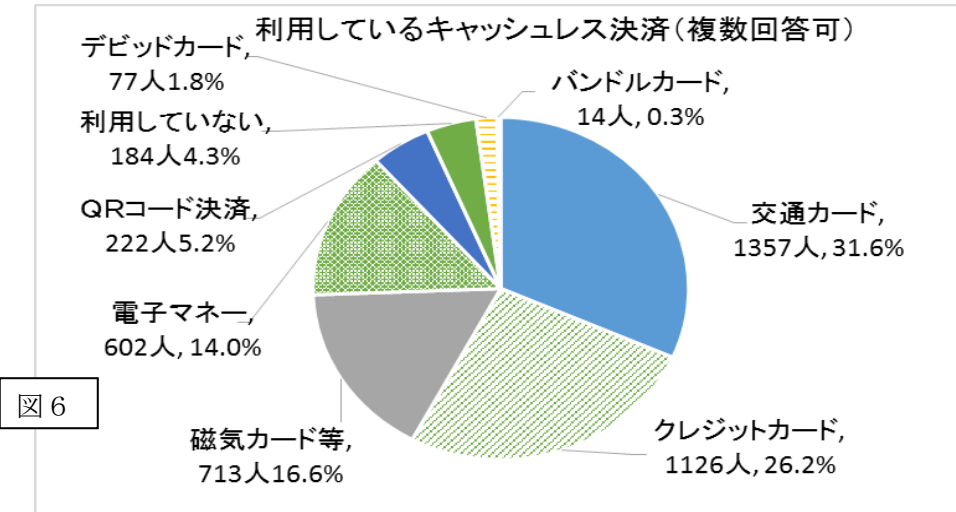


図 6

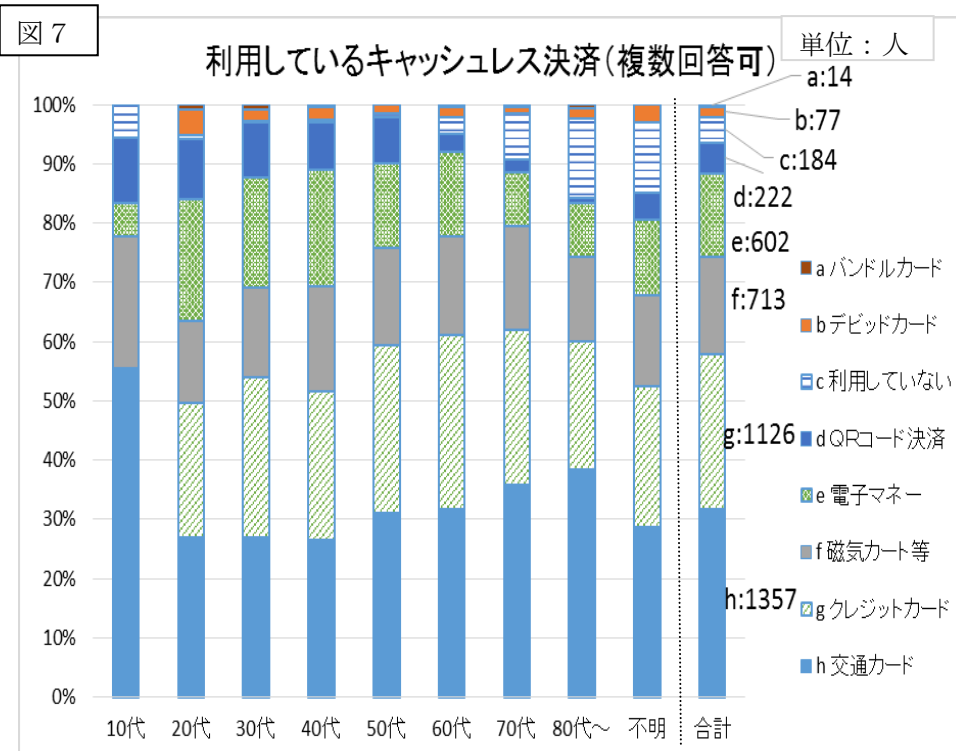


図 7

①各年代とも利用しているキャッシュレス決済は交通カードとの回答が1357人と最も多く（全回答に対する割合は31.6%、回答者1770人のうち76.7%）、クレジットカードの1126人（回答者1770人のうち63.6%）と続く（図6）。
 ②20代から40代は、電子マネーとの回答が次に多い結果となったが、他の年代は磁気カードとの回答が多かった。
 ③キャッシュレス決済の推進で注目を浴びているQRコード決済を利用しているのは、222人（同12.5%）であった。年代別に見ると、20代（同30%）、30代（同24.5%）、40代（同26.3%）、50代（同22.9%）、60代以上では1020人のうち48人（同4.7%）であった。QRコード決済は60代以上ではあまり利用されていないと思われる（図7）。

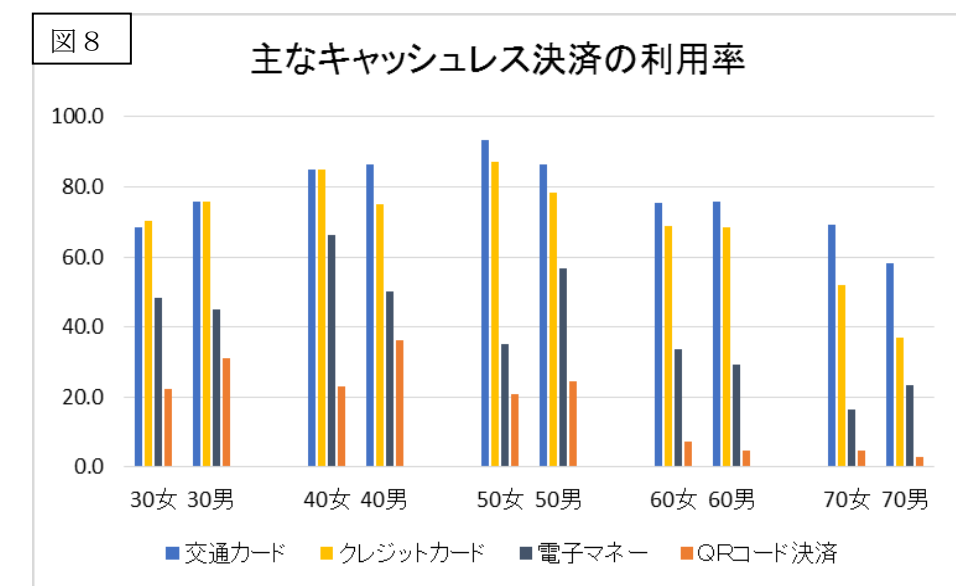


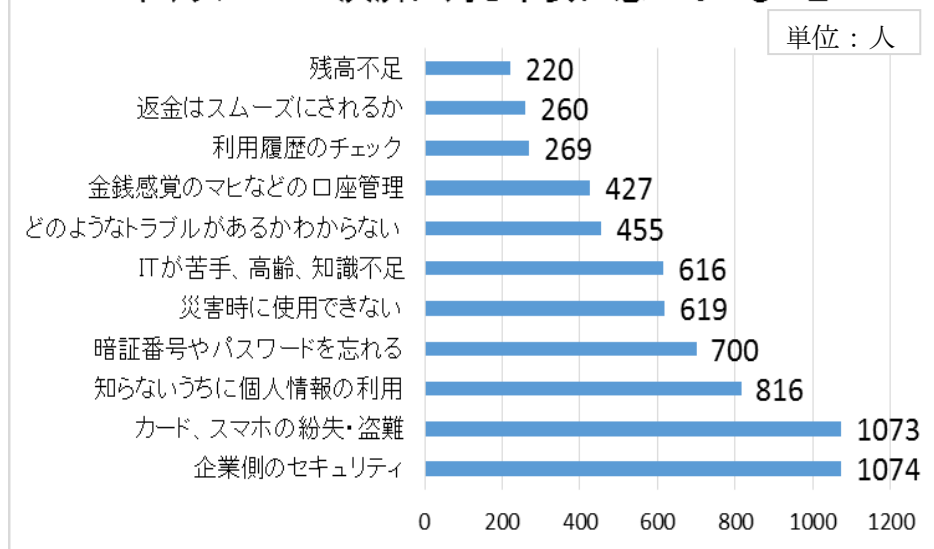
図 8

④30代から70代の男女別の主なキャッシュレス決済の利用状況をみると、交通カードは各年代の男女により差異がなく利用されていることがわかった。電子マネーの利用率は男性に比べ女性の方が高く、QRコード決済は女性より男性が高い傾向にあり、特に30代、40代の男性の利用率が高い（図8）。

【Q6】キャッシュレス決済について不安に思っていること

図9

キャッシュレス決済に対し不安に思っていること



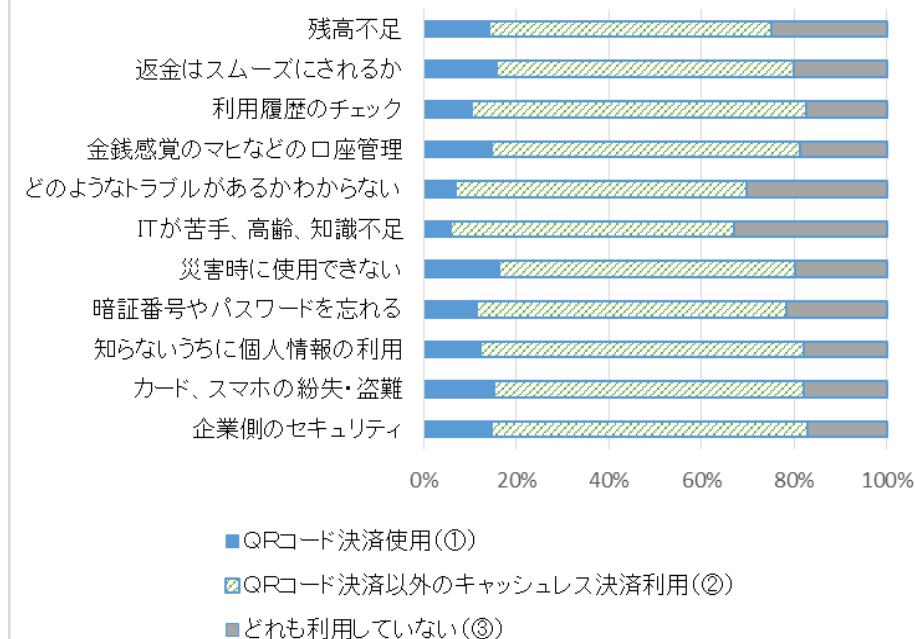
その他、自由記入回答は以下の通り

- ・Webでの確認が面倒
- ・自身のスマホでの明細確認
- ・スマホの機種変更時が大変
- ・使える店と使えない店があること
- ・スマホの電池が不足し使用できなくなるのが不安
- ・レジで時間がかかりそうで不安

図10

キャッシュレス決済に対し不安に思っていること

～QRコード決済の利用状況により～

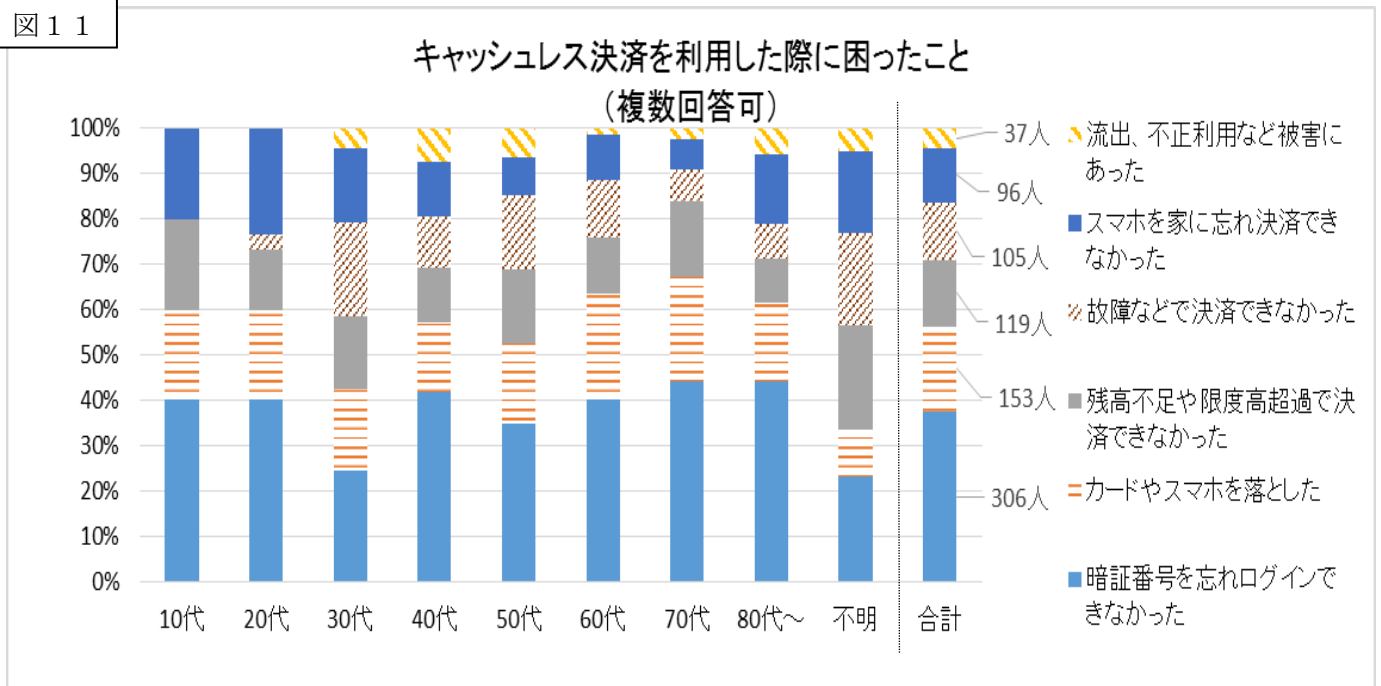


全体で見ると企業側のセキュリティ（1074人・60.7%）、カード・スマホの紛失・盗難（1073人・60.6%）、知らないうちに個人情報の利用（816人46.1%）、暗証番号やパスワードを忘れる（700人39.5%）であった（図9）。QRコード決済を使用している（①）、QRコード決済以外のキャッシュレス決済を利用している（②）、どれも利用していない（③）の利用状況別で見ると、

- ①で多い回答は、災害時に利用できない（16.2%）、返金はスムーズにされるのか（15.8%）、カード・スマホの紛失・盗難（15.1%）であった。
- ②で多い回答は、利用履歴のチェック（72.1%）、知らないうちに個人情報利用（69.7%）、企業側のセキュリティ（68.2%）であった。
- ③で多い回答は、ITが苦手・知識不足（32.9%）、どのようなトラブルがあるかわからない（30.3%）、残高不足（25.0%）であった。
- 使い方によって、不安に思っていることが異なることがわかった（図10）。

【Q7】キャッシュレス決済を利用した際に困ったこと

図11

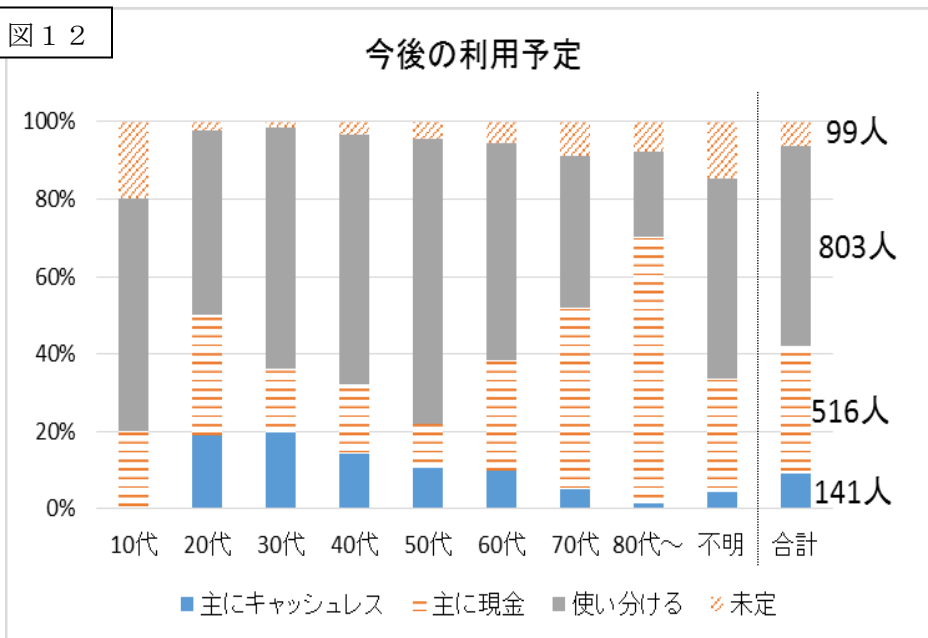


暗証番号を忘れてログインできなかったとの回答が全体で306人(回答者1770人に対し17.3%)と最も多く、年代別に見ると、30代を除く各年代で高い傾向にあった。次いでカードやスマホを落としたとの回答が153人(同8.6%)で、各年代での差異はあまり見られなかった。

「カード番号情報が流出した・カードやスマホを落として不正利用された等の被害にあった」との項目で回答が多いのは40代(13人)、50代(9人)であった(図11)。

【Q8】今後の利用予定について

図12



今後は主にキャッシュレス決済を利用すると回答した年代は、20代、30代が高く、40代以降は減少傾向にあり、60代以降は主に現金と回答する割合が高くなった(図12)。

4. アンケート結果から見えてきたこと

(1) 身の回りの製品事故について

- 今回「怪我や事故にあった、あいそうになった」との回答が450件以上あった。メーカーや消費生活センターに伝えた消費者もいるが、軽微な怪我や事故の場合は、報告先が不明なことや伝える必要性がなく伝えられていない可能性が高い。結果、同様の怪我や事故につながるケースも一定程度あるものと推察される。怪我などをした際に、医者からの通報等の仕組みの確立、通報先の周知が求められる。
- 製品リコールなどの情報は、新聞やニュースなどで得ている消費者が多いが、これらは「受け身型」であり、関係省庁や国民生活センターなどのホームページから情報を得る「自発型」も相当数いることがわかった。ただし、高齢になるほど「自発型」は減っており、「受け身型」でも情報を得ることができるよう、「あらゆるメディアで情報発信、公共施設や駅・電車内の広告掲示板の活用など」の環境整備が求められる。また、今後SNSの活用が効果的と見込まれる。
- 消費者庁が策定中の第4期消費者基本計画でも、これからの消費者政策に求められる視点として、「高齢者などの情報弱者に対する政策の展開」がある。一層の対策強化が必要である。
- 電気製品の認証マークなどは、SGマーク（消費生活用製品の安全性を認証する任意の制度）以外のマークはほとんど認知されていない。消費者は「安さ」や「便利さ」だけではなく、「製品の安全性」なども鑑みた上で商品を購入することができるよう、マークに対する理解を深めるとともに、小売店やWebページ上の表記などについても消費者に分かりやすい表示への改善などを求めている。

(2) キャッシュレス決済について

- キャッシュレス決済を推奨する広告や記事でにぎわっていたが、キャッシュレス決済の手段としてQRコード決済を利用している消費者は、1770人の回答者のうち222人（12.5%）、30代～60代でも回答者913名の回答者のうち171人（18.7%）であった。多くがQRコード決済よりもクレジットカードや交通カード、電子マネーを利用していると思われる。
- キャッシュレス決済について不安に思っていることについて、全回答者の傾向をみると「個人情報の漏えい、不正利用防止などの企業側のセキュリティは大丈夫か」「スマホ・カードの紛失、盗難、スキミング」「知らないうちに個人情報が集められ利用されるのではないか」を選択した消費者が多かった。さらに、実際にQRコード決済を利用していると回答した消費者の中にも「高齢・ITが苦手・知識不足」「どのようなトラブルがあるかわからない」などを選択している消費者がいることから、リスクやトラブルなどの情報が不足していると推測される。
- 対面での調査時に「どれも利用していない」の回答欄に○をしたあとに、「交通カード」や「磁気カード」もキャッシュレス決済であると説明すると○を付け直すといったことも多かったことから、「キャッシュレス決済とはどのような決済手段のことを指すのか」という基本的なことも周知されていない現状が見えてきた。
- キャッシュレス決済とは本来「現金以外の手段で決済を行うこと」であり、「キャッシュレス決済＝○○ペイ」であるかのような風潮を加速させることなく、消費者が安心して決済手段を選べるよう、正確な情報の周知が求められる。
- 企業側に対しても、「簡単」「便利」な面のみを誇張することなく、消費者が安心して決済できるよう、使いこなすために必要な知識の提供、セキュリティの強化、個人情報利用の範囲の周知徹底など、トラブルにならないような環境整備が必要と思われる。
- 2022年4月から成年年齢が引下げになることから、クレジットカード契約なども18歳から可能となる。高校生、大学生に対する決済手段に関する啓発が一層大切になると思われる。