

消費者被害アンケート・めやすばこ「スマホによる消費者トラブル」まとめ

埼玉消費者被害をなくす会事務局

1. 目的

多くの人々が利用しているスマートフォン（スマホ）。ネット通販や連絡手段など、あらゆる場面で利用されていますが、偽サイトやフィッシング詐欺メールなどはより巧妙化し、被害も増えています。そこで、スマホの利用や消費者被害などについて調査しました。

2. 調査方法及び回答数

なくす会会員及び県内消費者団体に調査を依頼、773枚の回答を集計しました。

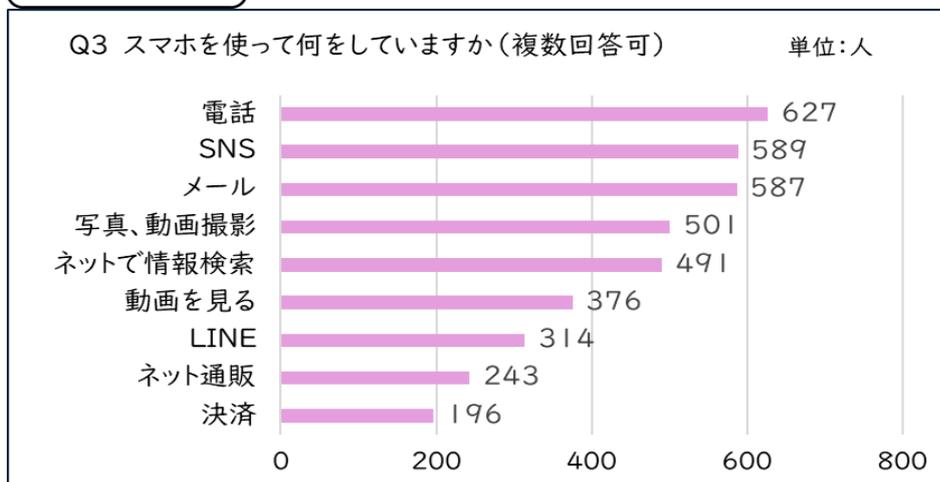
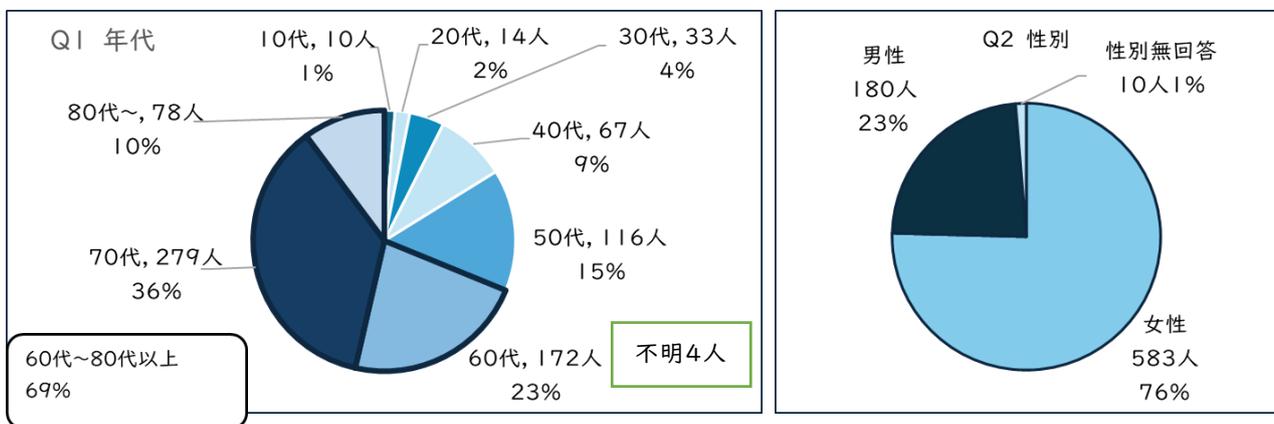
3. アンケートからわかったポイント

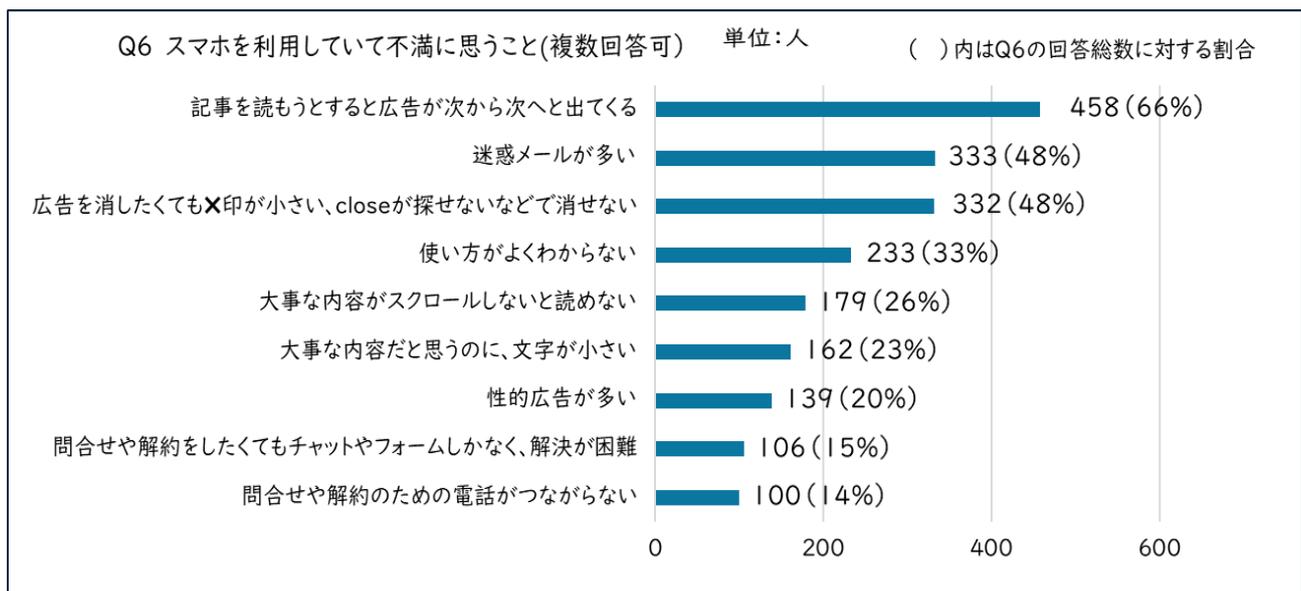
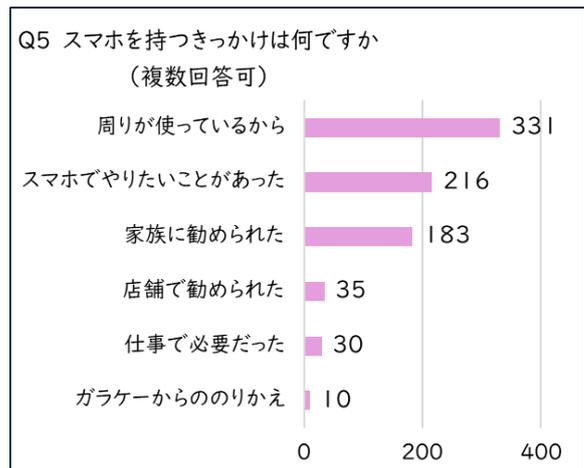
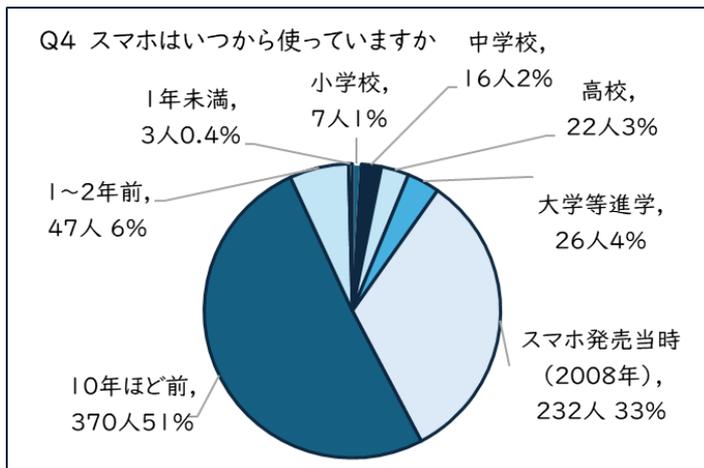
- 10～30代は「入学をきっかけとして生活の必須ツール」、40～60代は「生活や仕事における必需品」、70代～80代以上は「家族や社会とつながるため」にスマホを持っている。
- 70代以上のシニア層は、約4割が「使い方がよくわからない」。スマホは持っているが「電話やLINEしか使っていない」。画面表示や言葉が「わからない」
- 6割以上が「広告表示」に強い不満。消せない広告や誤タップを誘引する「広告表示」「記事」「迷惑メール」に対する不満。
- トラブル回避術として、特定商取引法の基づく表記など確認し、広告や最終画面をスクショに撮ることを実践している消費者は3割未満。

4. 今後に向けて

すべての人が「安全に使いこなせる」社会に向け、事業者に対して利用者が不利にならないような広告やデザインの普及、行政に対して規制強化や啓発の機会提供を求めたい。

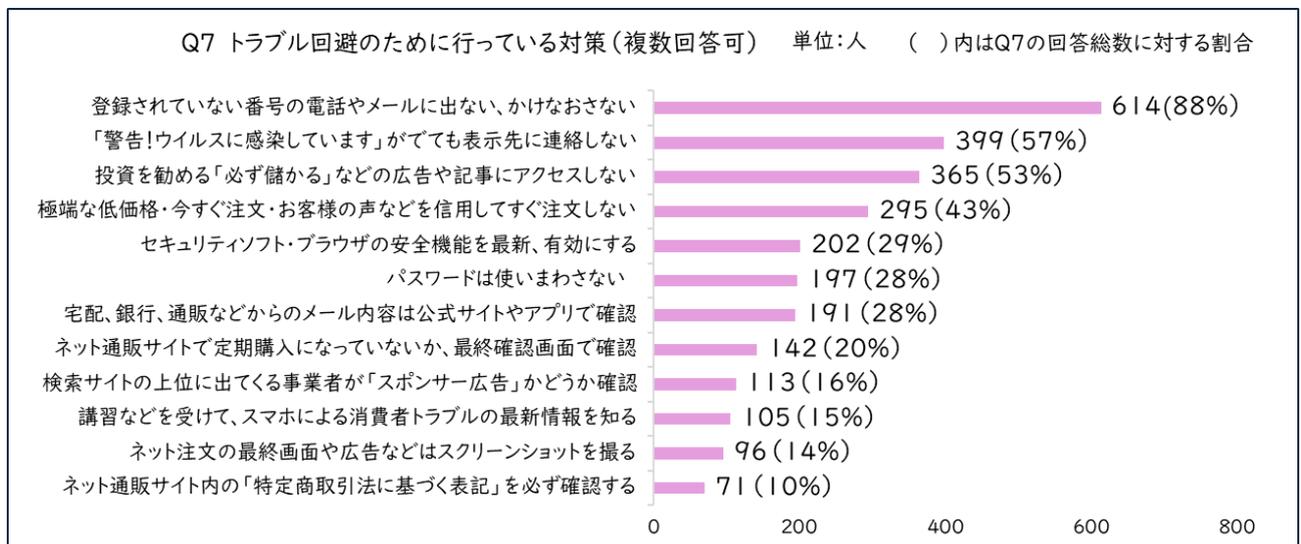
5. 結果の概要





Q6 スマホを利用して、不満に思うことはありますか(複数回答可)
のうち、上位項目の年代別内訳

	10~30代	40~60代	70~80代~
回答人数	57人	355人	357人
「記事を読もうとすると広告が次から次へと出てくる」を選択した人数	36人	238人	182人
	63.2%	67.0%	51.0%



【スマホを持つきっかけ】

- 10~30代は「入学」、40~60代は「生活や仕事における必須ツール」、70~80代以上は「家族や社会とつながるため」。
- 連絡手段としてのLINEの普及、災害や緊急時への備えやガラケーの終了も多数あった。

【スマホ利用者の不満】

1. しつこい広告表示

世代を問わず、「記事を読もうとすると広告が次々と出てくる」を多く選択、さらに「広告を消したくても×印が小さい、closeが探せないなどで消せない、ボタンが急に動く」を選択しているが、これはダークパターンによる操作妨害であり、利用者のストレス、誤タップを誘引する悪質な広告設計である。日常的にスマホに接しているであろう10~30代でも6割を超える消費者が不満に思っている。「性的な広告」をあげる消費者も2割いた。

2. 大量の迷惑メール

ストレスにつながることはもちろんのこと、宅配業者や金融機関を装ったフィッシング詐欺メールが横行していることから、消費者のストレスになるばかりでなく、消費者トラブルにつながるリスクが高い問題である。

3. 使いにくさの問題

特にシニア世代では、電話やLINEなど連絡手段としてスマホを利用しているものの、10年以上使用しているとの回答者でも「基本的な使い方がよくわからない」ことを不満にあげている。その理由の一つとして、専門用語や横文字が多く意味がわからないことを挙げている消費者も多い。スマホ利用率が高いからといって、使いこなしているわけではなく、不安やわかりにくさなどの理由で最低限の連絡手段として利用している実態が見えてきた。

4. 情報提示方法、顧客サポートの問題

「大事な内容だと思うのにスクロールしないと読めない」179人、「大事な内容だと思うのに文字が小さい」162人、「問合せや解約をしたくてもチャットやフォームしかなく、解決が困難」106人、「問合せや解約のための電話が繋がらない」100人であった。利用目的にネット通販を挙げた回答者が243人であったことからすると、ネット通販を利用する上でかなりの消費者が不満に思っており、さらに消費者被害のリスクにつながる問題である。購入や契約はクリック一つでできるのにも関わらず、解約が困難というのは悪質な設計であり、販売事業者に対する信頼を損ねることにつながる。

【トラブル回避術】

1. 知らない連絡は無視…全体の88%の消費者が実践
2. うまい話しは疑う…投資を勧める記事や極端な低価格を疑うことを約5割の消費者が実践
3. 公式情報を確認し、証拠を残す…スクショを撮ること、特定商取引法に基づく表記を確認することを実践している消費者は3割に満たない。いずれもトラブル回避、トラブルの解決のためには重要な手段であるが、浸透しているとは言えない状況が見えてきた。

【トラブルの実態】

- 定期購入だと気づかずに注文したとのトラブル事例が複数確認できた。最終確認画面の表示内容の義務化など、特定商取引法の改正もなされているが、悪質な事業者は会社名や商品名などを変えながら巧妙な広告表示で消費者に購入を促し続けている。消費者に対し手口や対策の啓発を続ける必要性がある。
- 実際にフィッシングメールだと気が付かずにクレジットカード情報や個人情報を入力してしまった経験がある消費者が複数確認できた。
- トラブルに遭ったことがあると具体例を記入した回答者61件のうち、トラブルの解決欠かせない「消費者ホットライン 188(いやや)」などに相談したとの回答は6件に留まり、未然防止に欠かせない「同様のトラブルがあることを知っていた」との回答は20件であった。

【スマホを使って実際にトラブルになったこと 167 件のうち一部掲載】

Web サイト

- ✓ ネット通販で注文したものが届かなかった
- ✓ お試し商品を注文したら定期購入だった
- ✓ 海外サイトで購入した商品が届かなかった
- ✓ 通販を利用した際、偽サイトだった
- ✓ 広告の表示と異なるものが届いた

その他

- ✓ 無料だと思ってアプリを入れたら有料だった
- ✓ 記事の続きを読むというところをクリックした際、クジが当選したとの画面にかわり、その後警告画面が出た
- ✓ カスタマーセンターに電話が繋がらない

メール

- ✓ 不在通知のメールにクレジットカード情報を入力してしまった
- ✓ 現在使用しているクレジットカードが使えなくなるとのメールに個人情報を登録してしまった
- ✓ 占いサイトを1度みたら別の占い業者からメールがたくさんきて迷惑している
- ✓ ウイルスに感染しているとのメールが届きアプリをダウンロードしてしまった
- ✓ 携帯会社から使用料未納のメールがあったが詐欺だった

【スマホに関する自由記載より 94 件のうち一部掲載】

広告

- ✓ 広告が多すぎる(多数)広告が多い。アダルト広告が突然表示される
- ✓ ダークパターンの博物館かと思うくらいにひどい広告がたくさん表示される
- ✓ 間違えて、見たくない広告をさわってしまい、写真や動画がながれる
- ✓ 詐欺的な広告は出せないようにしてほしい

メール

- ✓ フィッシング詐欺メールが多い
- ✓ 本当の業者みたいなメールが入って来るのがこわい

SNS

- ✓ 自分が気をつけていても、友だちが勝手に写真を SNS にのせたり、他の人に送ったりする。

むずかしい

- ✓ 専門用語が多すぎてわからない
- ✓ 単純な事しか使用していない。作業の方法がよくわかっていない

心配事その他

- ✓ 子どもに向けてトラブル回避の周知をしてほしい
- ✓ YouTube でうっかり「チャンネル登録」を押してしまい、そのまま「会員登録」なり慌てたことがある
- ✓ 命の次にスマホが大事という時代にはならないでほしい

回答者が実践している対処法

- ✓ 社会・経済が急速に変化しているので、消費者被害に遭わないよう情報リテラシーを高める努力を怠ってはいけなと、いつも心に言い聞かせている。
- ✓ 広告が消せる設定の場合、極力消す(非表示)としている。
- ✓ メールが発信元を調べると変なメールアドレスなので、必ず確認し、電話も頭に”+”がついているのは出ないのと、登録していない電話は出ないようにしている。
- ✓ 怪しいと思ったものは、自分でもAIを使って判断している。

6. 「今日からできる！スマホ安全利用のポイント」

① ダークパターンを知る

- 広告表示には「ダークパターン」と呼ばれる設計が増えています。「意図せず広告や記事をクリックしてしまうことにより、不要な広告が増える」「急がせる表示により十分な検討を経ずに注文や契約をしてしまう」「サービス登録の容易さに比べて、解約が困難」などの手口があることを認識し、ネット通販や検索を行うことが重要です。

ダークパターンって何？
詳しくはこちら
[ダークパターン対策協議会](#)



② 記録を習慣化する

- 「特定商取引法に基づく表示」※及び、取引条件（購入回数、期間、金額、解約ルールなど）を確認し、広告や最終画面のスクリーンショットを撮ることを習慣化しましょう。
※氏名（または法人名）、住所、電話番号、商品の価格、送料、支払方法、引渡時期、返品条件など、消費者が購入判断を行うために必要な情報を、広告やウェブサイト上にわかりやすく表示しなければならないとされています。

③ 迷惑メール（フィッシングメール）は安易に見分けない！

- スマホやパソコンに届く不信な迷惑メールは、ほとんどが個人情報の入力などを目的としたフィッシングメールです。メールが偽物なのか本物なのか、見分けることは困難であり「何をさせようとしているのか」の点だけに注目して悪意を判別することが重要です。
- 公式アプリや公式サイトをお気に入りやブックマーク登録し、そこからアクセスすることを習慣化しましょう。メール本文のURLにアクセスしたり、電話したりしてはいけません。
- 万が一個人情報やログイン情報、クレジットカード情報を入力してしまったら、すぐに銀行やクレジットカード会社に連絡し、同じパスワードを使っているサイトも含めパスワードを変更し、クレジットカード情報を登録している場合は、一度その情報を削除しましょう。

フィッシング詐欺対策を知ろう！
[フィッシング対策協議会](#)



④ トラブル回避の対策

- 今回のアンケートQ7で項目とした対策は、すべてトラブル回避のためには有効な手段です。怖い、わからないからと「連絡手段として持っているだけ」ではなく、「何をどう気をつけるのか」という危機管理とともにスマホの便利さ、楽しさを含めた情報収集を続けましょう。

⑤ 困ったときは「188」

被害の有無にかかわらず、困ったときは一人で悩まずに「消費者ホットライン 188」や消費生活支援センターに相談しましょう。「188」をダイヤルすると郵便番号を入力することでお近くの消費生活窓口につながります。相談内容のデータは蓄積・分析されることで、注意喚起など役立ちます。

消費者ホットラインって何？
くわしくは[こちら](#)



7. 社会全体で取り組むべき課題と考えること

- ダークパターンなどの広告に対する明確なガイドラインを策定・徹底すること、悪質な広告や詐欺広告を排除する審査体制の規制強化。
- トラブルにつながる手口はますます巧妙化し、新たな手口は次々と生まれている。学校教育から高齢者向け講習会まで、社会全体で継続的に学びの機会が提供されること。
- シニアだけではなく、すべてのユーザーにとっての使いやすさにつながる「文字を大きく」「操作を単純に」「スクロールの幅を広く」することなどの普及、他事業者との優位な差別化につながるととらえ、チャットや問合せフォーム、メールでの対応に留まらない対応。