

デジタル時代の消費者教育等に関するアンケート 集計

設問1 SNS等デジタル関連の消費者トラブル等で、身の周りの事例や、課題として感じる事などについて

●SNSをきっかけとして価値のない情報商材等の購入に至り、損害を被るなどの被害が多発している。通信販売などに関する法改正や業者の自主規制などを進める必要がある。

●LINE等のチャット形式の勧誘で情報商材等の購入被害に遭う例が多く見られる。会話に近いため熟慮しないままに契約に至るという問題性があり、また、事案によっては相手方の素性について情報が乏しい（当該SNS上のアカウント程度、勧誘者の氏名が真実かどうか不明）ということもある。

また、被害に遭った後は、経済的損害だけでなく、免許証画像等の個人情報悪質事業者に伝えたことで悪用リスクに悩む例もある。

●現在、SNS・インターネットの普及により、消費行動を行う経路が一段と増加している。法律や行政の管理が追いついていけない状況がある。悪意ある販売者が紛れ込んでいる可能性がある危険性を認識していても、取引時に気づかず契約をしてしまう事例も、幅広い年代で増えている。消費者側も契約締結前に、不本意な契約とならないよう確認すべき契約条件を、確認せず安易に契約してしまう事例が増えている。通信販売でのサブスク契約における解約可能要件のわかりにくさ、複雑な解約手続きが必要であることの説明不足、問合せ先への連絡方法が限られるなどの限定された解約方法等の共通する問題点を認識していない消費者も増えている。

●「パソコンがウイルスに感染した、復旧させるには、こちらに連絡を」といって騙すサポート詐欺の手口が急増しているため、そのような画面が表示されてもあわてず110番をお願いします。

●高齢の方や障害のある方が、ネットショッピングで困ることを当事者や支援者より以下のことを聞きました。

・液晶タッチパネルで、〇〇の商品を何個買うか、数字を選ぶ際のことです。「1個、購入したいところを「1」を2回触れてしまい「11」となってしまった。その後、どのように取り消すのか、慌てているなかで、面倒になり自分で購入する意欲がなくなってしまった。」液晶タッチパネルに慣れていない方は、このような事は多々聞きます。

・「ネットショッピングで、何度も同じものを購入申請し、同じ商品がいく

つも届けられた。」この類の話もしばしば聞くところです。

・「中古、新中古をネットで売り買いするアプリですが、「傷が少しあります」「キレイに使用しているほうです」と写真に説明書きがあって、物が届いてはじめて自分が期待していた物とは違っていた。」

※【私の事例】です。

・アウトレットでショッピングをしたのち、支払い請求が大量にきました。もちろん購入した商品の請求もありましたが、身に覚えのない商品の請求が毎日5,000円を超える金額で請求されてきました。たまたま支払いに使用したカードは、決済用アプリを携帯にインストールしていたので、カード会社へ連絡をして、調査がはじまりました。銀行引き落としの日の前に気付いたので、結果として不正な請求を止めることが出来、銀行引き落としも止めることが出来ました。調査の結果は、カードで支払った際に暗唱番号を盗み取られたということです。それ以後、このカードは破棄して使用していません。

どこで被害にあうかわかりませんので、セーフティーの仕方を教えていくことも消費者教育には、必要なことです。

●勤務校においては実際の消費者トラブルの報告はないが、家庭基礎の授業において、東京都消費生活総合センター主催の「CMシナリオ・動画コンテスト」に高校2年生に応募させたところ、テーマとして約25%の生徒がデジタル関連のテーマで動画やシナリオを提出した。

消費者トラブルの事例は応募サイト内に広範囲にわたって紹介されているが、生徒の作品はスマートフォンやコンピュータ等を介して、被害にあう場面設定が多く、高校生もデジタル関連の消費者トラブルに危機感を感じているのではないかと思う。

●＜トラブルに巻き込まれる事例＞

・ネットショッピングやオンラインゲーム、動画配信等、誰もが気軽にSNSサービスを利用できるようになった一方で、セキュリティや情報保護に関する知識を得る機会は少ない。また、デジタルリテラシーの格差から、生活の質にも差が生じる。

・高齢者等が、怪しいメールやメッセージとわからずに、画面を開いてしまい、エラー画面などが出てしまう。不審なメール等の情報は周知されているが、自分にふりかかることと認識できていない。

・便利なアプリが増え、視覚障害者のサポート（音声等）も充実したことでスマートフォンユーザーが増えた。反面、セキュリティ面での懸念が増えた（怪しいメール、キャッシュレス化など）

＜相談できない事例＞

・注意喚起については目につくが、実際に困ったとき、どこに相談すればよいか分からない人がいる。

・泣き寝入りしてしまう人、トラブルに巻き込まれた認識がない人（トラブルに巻き込まれているかもしれないと思ってもはっきりと確信が持てない人も含む）、恥ずかしさから相談に抵抗感がある人、生活に余裕がない（就労が不規則で相談する時間がない、相談する気力がない等）ため相談につながらない人がいる。相談するために架電しても、オペレーター（人）にはつながらず、チャット相談しか受け付けられない等の対応が多く、チャットが苦手な人は相談をあきらめてしまう。また、情報を見極める力が弱く何度もだまされてしまう。

●ゲームの課金が多額になってしまう話はよく聞きます。

デジタル関係の消費者トラブルについて周りで起こったという話は聞いていませんが、迷惑メールの多いのには困ります。ウイルスセキュリティを入れていますが、それでも受信トレイに入ってきます。

設問2 デジタル時代の消費者教育・啓発に関するアイデアやご意見等

●消費者のデジタルリテラシーの向上を図るための教育・啓発を進める必要がある、人気のあるタレントなどが出演する動画等の作成・配信に一定の効果が見込めるのではないか。また、同時に、デジタルに関連する被害を防ぐため、国や地方において、どのような政策や法律・条例等が必要であるかの分析を進める必要がある。

●デジタル技術は即時性が高く便利ではあるが、その便利さを利用して、消費者の浅慮による決断を迫ろうと広告手法・勧誘手法を組み立てている悪質事業者がいることを日頃から自覚しておくべき。

また、デジタル社会であるからこそ、自身の情報は慎重に管理する必要があることを自覚し、管理を怠れば情報流出時に権利が保護されないリスクもあると知っておくべき。

●現在、SNS・インターネットの普及により、消費行動を行う経路が一段と増加している。法律や行政の管理が追い付いていけない状況がある。悪意ある販売者が紛れ込んでいる可能性がある危険性を認識していても、取引時に気づかず契約をしてしまう事例も、幅広い年代で増えている。消費者側も契約締結前に、不本意な契約とならないよう確認すべき契約条件を、確認せず安易に契約してしまう事例が増えている。通信販売でのサブスク契約における解約可能要件のわかりにくさ、複雑な解約手続きが必要であることの説明不足、問合せ

先への連絡方法に限られるなどの限定された解約方法等の共通する問題点を認識していない消費者も増えている。

●上記※【私の事例】のように、具体的なセーフティーをわかりやすく、提示していくことがよいでしょう。

●現在、高校1・2年生は一人1台端末を所持しており、Teamsを活用しての授業を実施している。

今年度の授業においては、東京都消費生活総合センター主催の「STOP!若者の消費者トラブル CMシナリオ・動画コンテスト」に応募し、事前学習として「知っているようで知らない!? インターネット通販の基礎知識」を活用した。

インターネット通販の画面等で実習することで、生徒は興味・関心を持って取り組むことができ、学習効果も上がったように思う。

また、高校生自らがCMシナリオ・動画を作成することで、国民生活センター他、さまざまな消費者教育関連のサイトを検索することとなり、より主体的な取り組みができた。このようなデジタル教材の充実化を図ることで、より効果的な啓発になるのではと思う。

動画等の作成においては、著作権等の指導も徹底させる必要があり、今後教科横断的な指導も必要になってくるのではと思う。

●・「小中学生には情報漏洩やプライバシーに関すること」「高校生以上には具体的なトラブル解決の方法について」等、その年齢の理解度や、高齢者・障害者などの特性に応じた消費者教育の機会が増えるとよい。単発の勉強会ではなく、継続した取り組みであるとさらによいと思う。

・若者が高齢者にスマホやSNSの使い方を教える機会があると、高齢者と若者が交流するきっかけとなる。区内の高校や大学と連携し、地域交流館など元気な高齢者が集まる場所で、学生が講師となり定期的に「スマホ・SNS講座」ができるとよい。

・デジタル操作は24時間いつでも可能なので、困ったと思った時に、夜間や休日でもすぐに、気軽に、相談できる窓口があると安心できる。

(ある程度自分で操作ができれば、インターネット会社やパソコン会社等にネット上で聞いたり、スマホやパソコンのトップ画面の「困ったときには」のような常設アプリを使ってチャットGPTなどで教えてもらったりすることができるが、できない人もいる。)

・安心して相談できるしくみについての情報発信や普及が重要である。相談者が消費者トラブルに巻き込まれている可能性があると感じた際は、どの領域の相談現場であっても、担当に確実につなぐようにしたい。特に、孤立している人は新たな相談を開始することに馴染まないため、関係機関が橋渡

しすることが重要で、そのような事例が関係機関に広がると連携しやすくなる。

- オンラインでいつでも消費者トラブル注意喚起の動画を見られるようにするとよいと思います。