

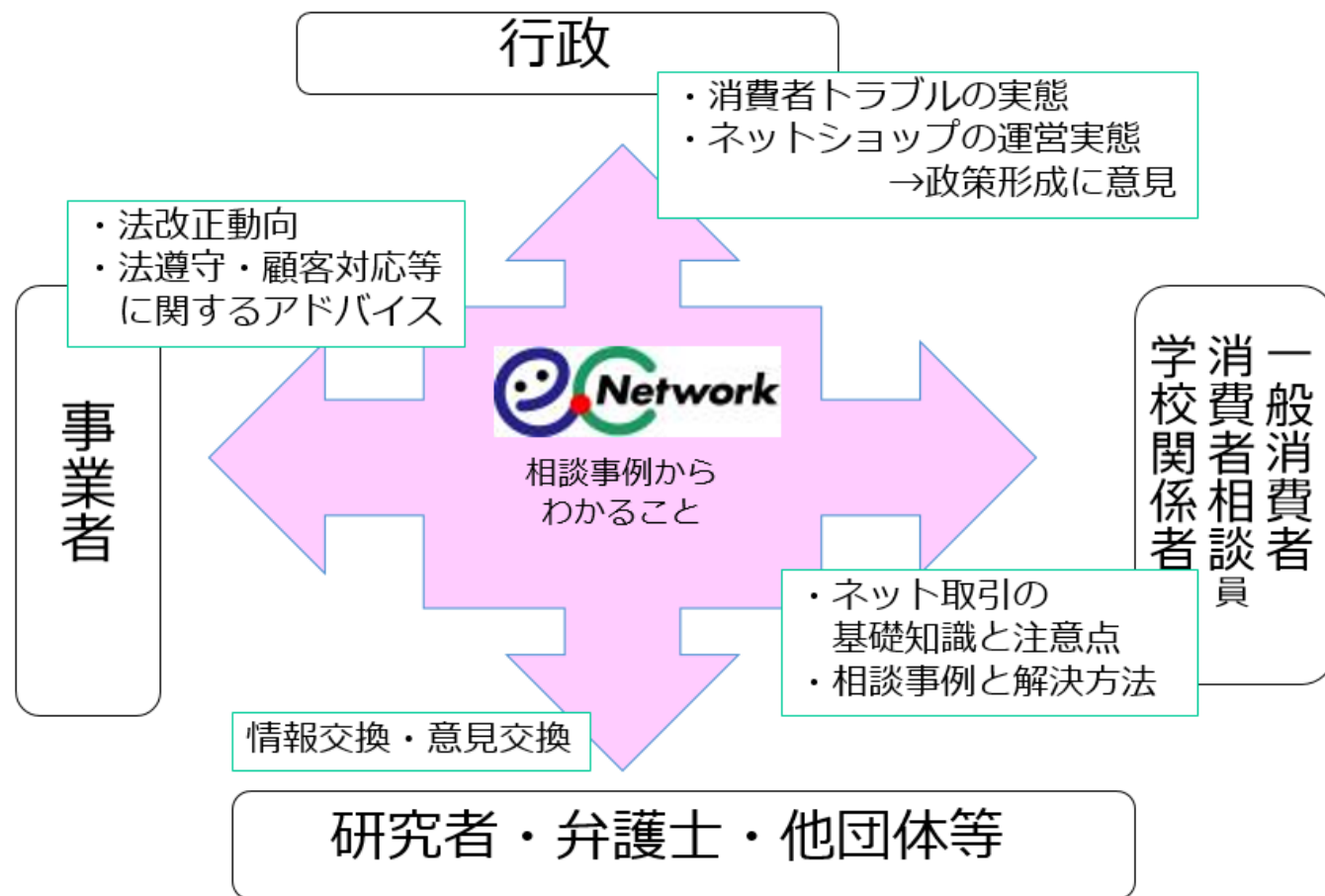
消費者庁 消費者教育推進会議 デジタル化に対応した消費者教育の取組 2024.02.27

一般社団法人 ECネットワーク 理事
原田 由里

- ・一般社団法人ECネットワークとは
「トラブルなく、安心して利用できるEコマース市場」を目指して活動する民間組織 2006年設立
ネット関連の消費者相談をオンラインにて受付（無料）



【活動内容】



消費者相談 事例と対応（例：若年層）

- ・ SNSで評判が良い化粧品の定期便を後払い代行で申し込んだ。「回数縛り無しいつでも解約可」とあったが電話しても全く繋がらない。
- ・ SNSで「当選した」という通知を受取り、アプリを10個契約したら1万円貰えるという。その後キャリア決済で高額請求があった。
- ・ ゲームアカウントを売買サイトで販売し、購入希望者とメッセージアプリで直接連絡を取ると、別サイトで再出品してほしいと言う。別サイトで取引したら凍結され、売買金額の15万円を指定口座に振り込めば30万円を引き出すことが出来るというので支払った。
- ・ ライブコマースでカード決済にてグッズを20セット購入したが傷が酷くて使い物にならない。「未検品で販売している旨記載しているから対応できない」と言われた。

→ 解決には決済関連会社やDPFの協力が
必要なケースも多い 協力が得られるための知恵も



消費者相談の内容

最近のネットトラブルの主な傾向と背景

- SNSをきっかけにしたもの
- 不正なデジタル広告によるもの
- サブスク・DPFの多様化
- 詐欺手口の巧妙化

これらに越境サービスが混じる

BtoC・BtoB・CtoC の区分けが曖昧

被害者・加害者が表裏一体

フェイクが蔓延



→ 解決の困難化

消費者啓発ポイント

- 若年層 SNS 個人間 投資
 - 成年 広告 セキュリティ 子や親の見守り
 - 高齢者 知識がない（興味はある）
- ※ その年代に合わせたリテラシーの底上げ 手法の工夫
対象者の考え方を理解することとリスペクトが必須
- * 法規制が全て馴染むとは限らない
→ 啓発の必要性が高い
啓発側には新しい分野・サービスへの知識も必要



消費者啓発の課題

- ・ 属性や年代のほか、同世代内でもリテラシーに相当の差がある
- ・ 加害者側になるリスク認識が得られにくい
- ・ 啓発する側による一方通行になりやすい
- ・ 啓発者側の技量に頼るところが残る
- ・ 社会の動きに教材内容が追いつかない

消費者啓発のあり方

- 多様化する消費者像に対し、属性や年齢でまとめた消費者教育が今後有効かどうかの見直し
- どのような行為が加害者となり得るのかを知る
- 自分に関係ない→自分の弱点は「これ」と知る
- 消費者は啓発を受ける立場のままで良いのか
- 正確な情報を必要な時に取得できるための方法



デジタル化における消費者啓発

- プライバシーに配慮したAIの活用
- アプリの開発 啓発はパーソナルへ
- 啓発側も情報発信から情報取得・分析へ
- 事業者や団体との技術連携

自立した消費者を目指し、その手助けをする
もちろん救済される権利も併せ持つ



ありがとうございました



一般社団法人 ECネットワーク

<https://www.ecnetwork.jp/>

原田由里

※この資料内容は個人の見解です

