

社会のデジタル化に対する 日本の取組の方向性 —消費者教育の観点から

2021.7.5

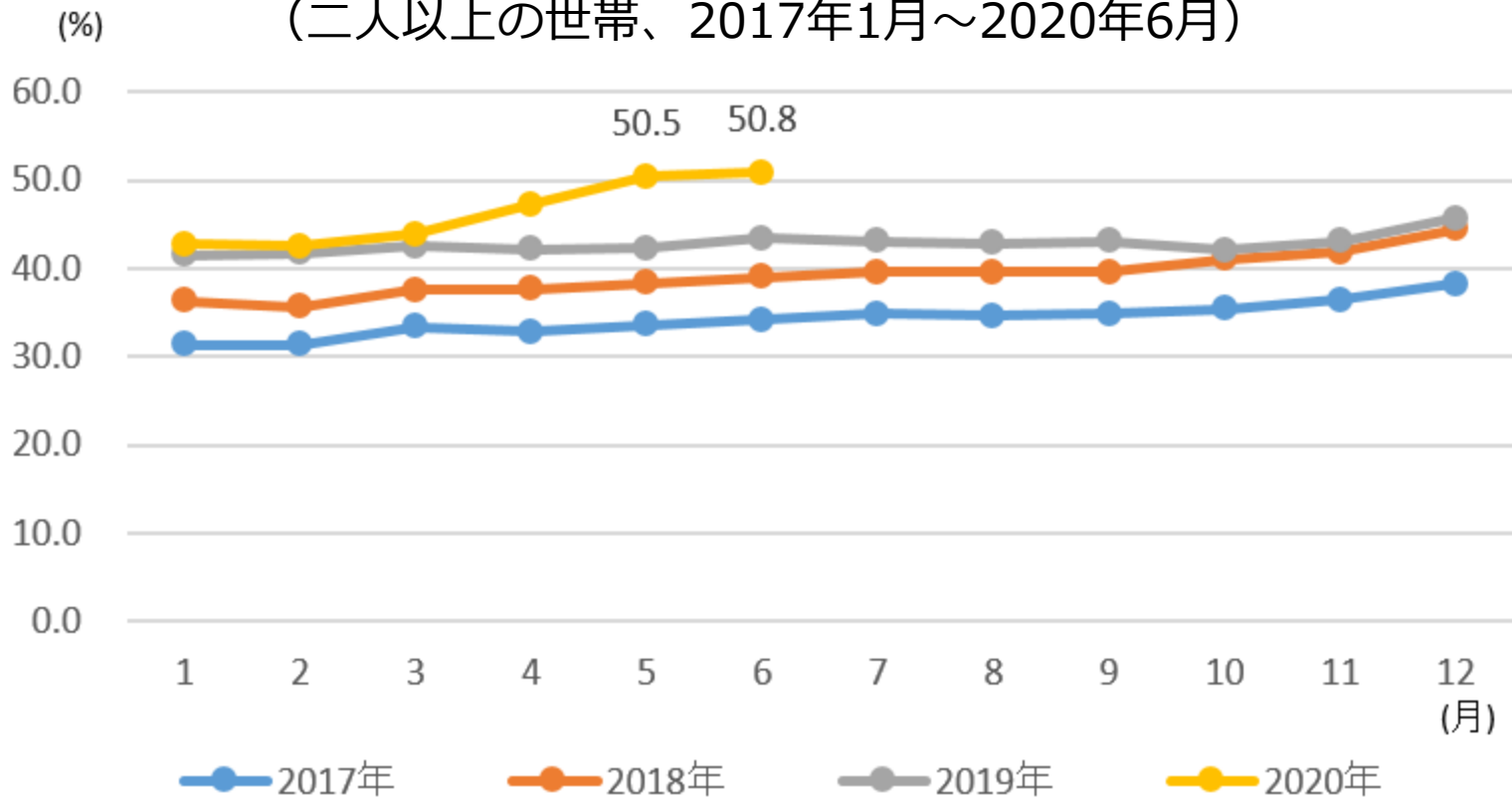
消費者行政新未来創造シンポジウム
～新未来創造戦略本部開設1周年記念～

鳴門教育大学准教授 消費者庁新未来創造戦略本部客員主任研究官

坂本有芳

感染症拡大がネット通販利用を後押し

図1 ネットショッピング利用世帯の割合の推移
(二人以上の世帯、2017年1月～2020年6月)

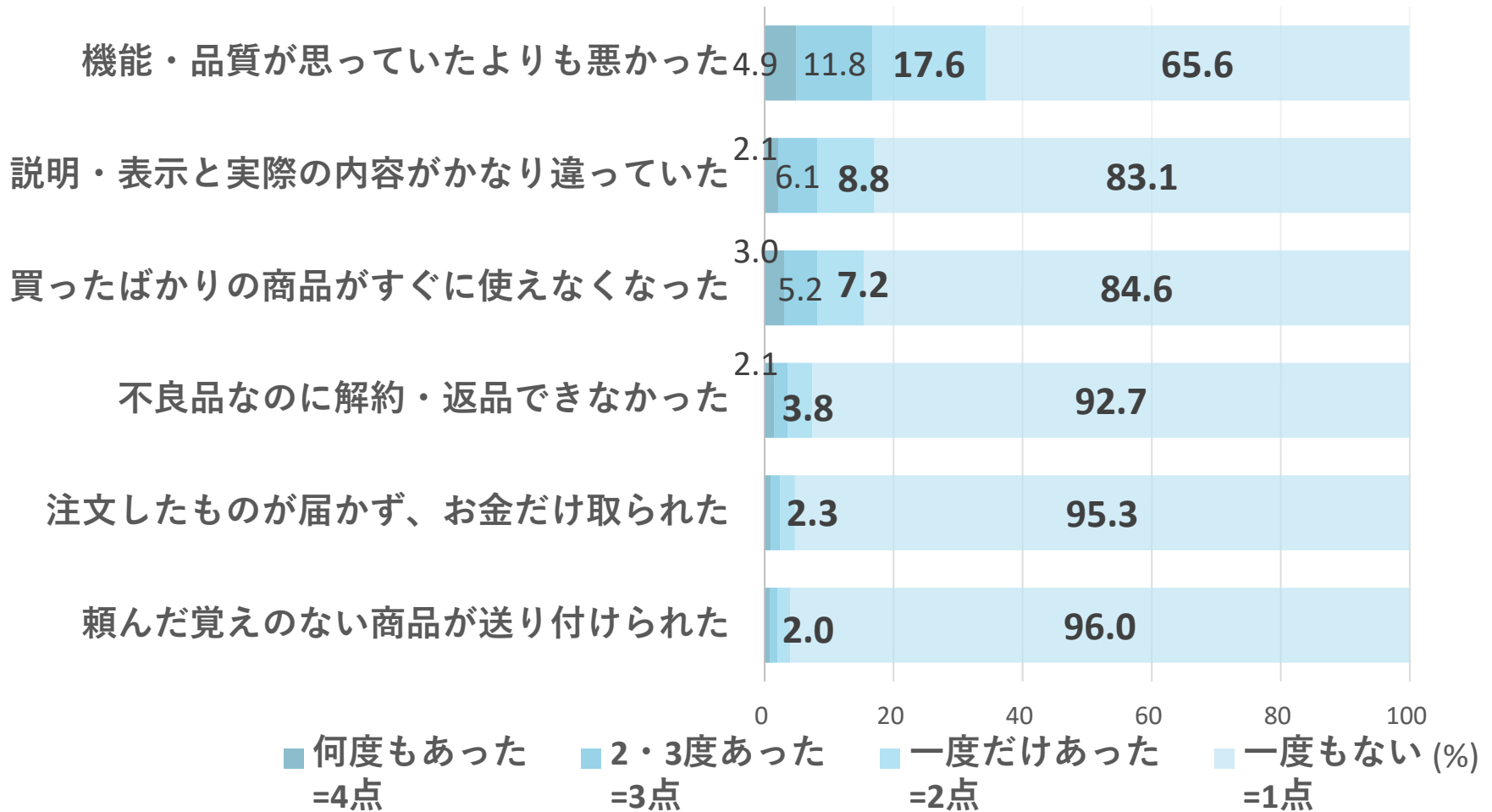


調査概要：消費者庁「新型コロナウイルス感染拡大の影響による消費行動の変化等に関する研究」ウェブ調査

調査期間	2021年3月11日（木）21時～2021年3月13日（土）0時
調査対象者	日本国内に在住する20歳以上79歳以下の男女（学生を除く）
標本抽出	『国勢調査』の人口構成比を再現するよう割当 ・ 地域ブロック：北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州・沖縄 ・ 男女 ・ 年齢カテゴリー：20歳代から70歳代までの10歳刻み
調査依頼数および回答者数、有効回答者数	・ 調査依頼数：50,000 ・ 回答者数：7,013（必要サンプルサイズ：3000以上達成が見込まれた時点で回答を締切り） ・ 有効回答者数：3,938
分析に用いるデータのサンプルサイズ	3,936 有効回答者のうち、同居家族人数に欠損のないもの
回答時間（中央値）	670秒（=11.2分）

※報告では公表前の速報値を用いています。引用はお控えください。

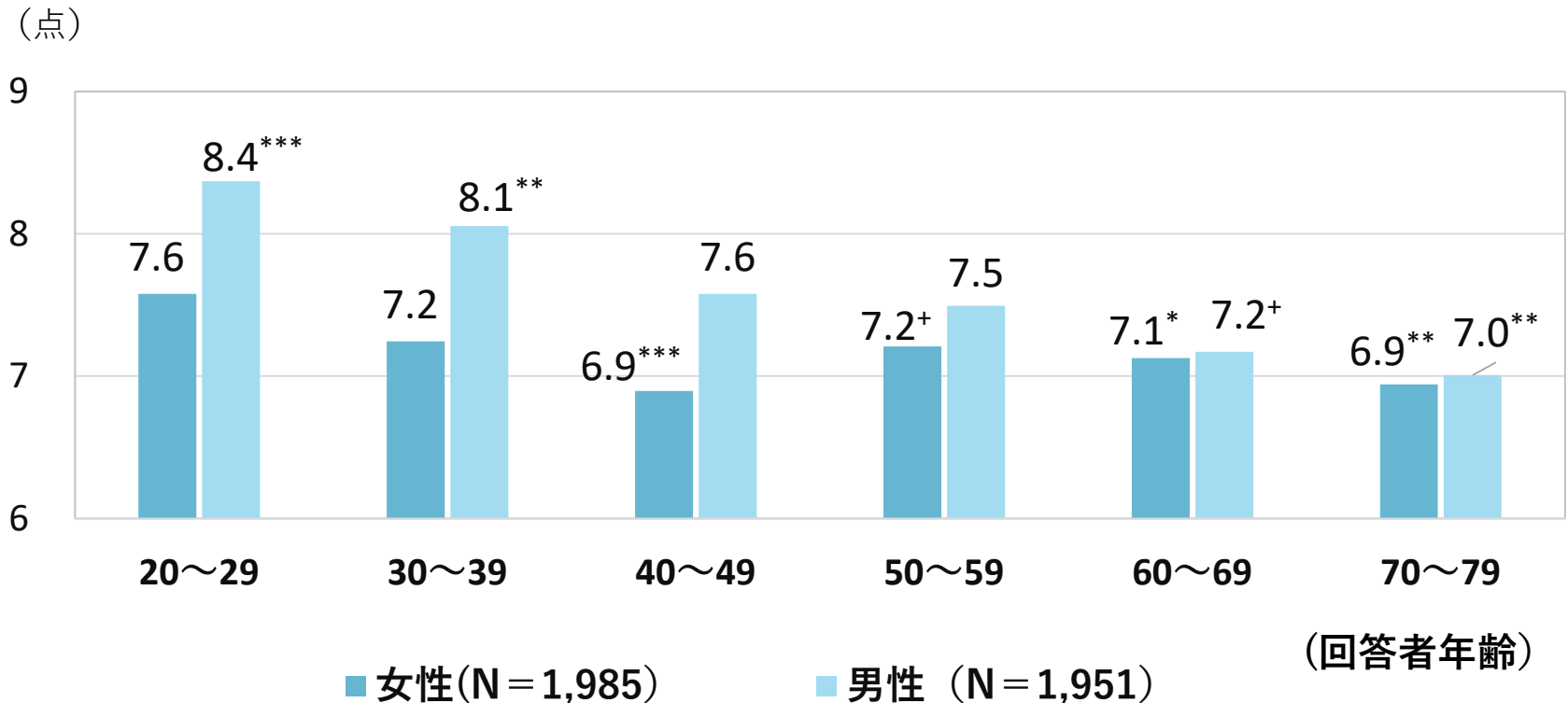
コロナ禍における消費者トラブル



6項目の単純加算値（範囲：6～24点）を分析に使用。

年代・性別による消費者トラブル

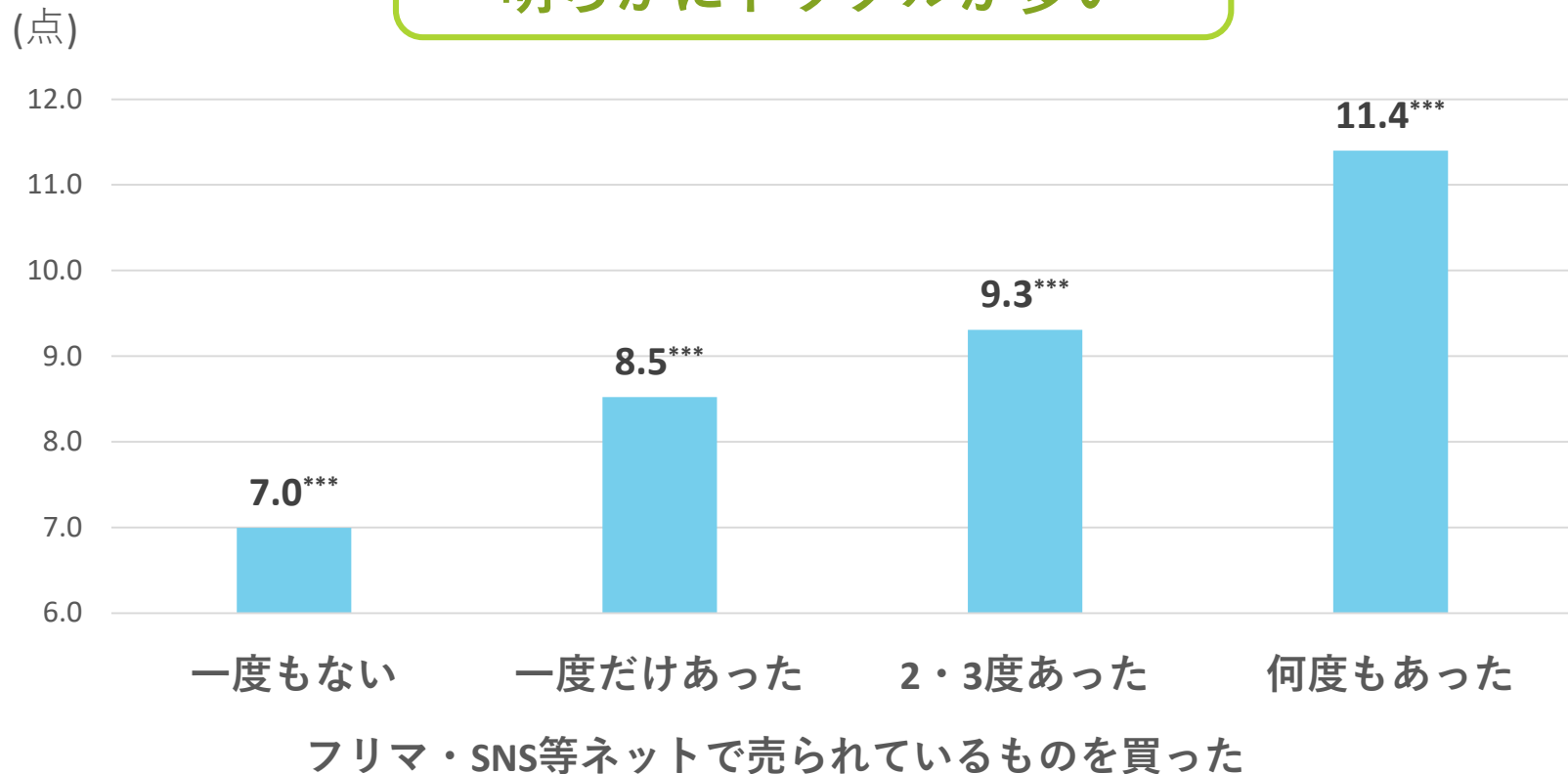
20-30代・男性のトラブルが多い



+ $p < .10$ * $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$ 全体の平均7.37との差のt検定

ネット経由の買い占め行動による トラブル得点の違い

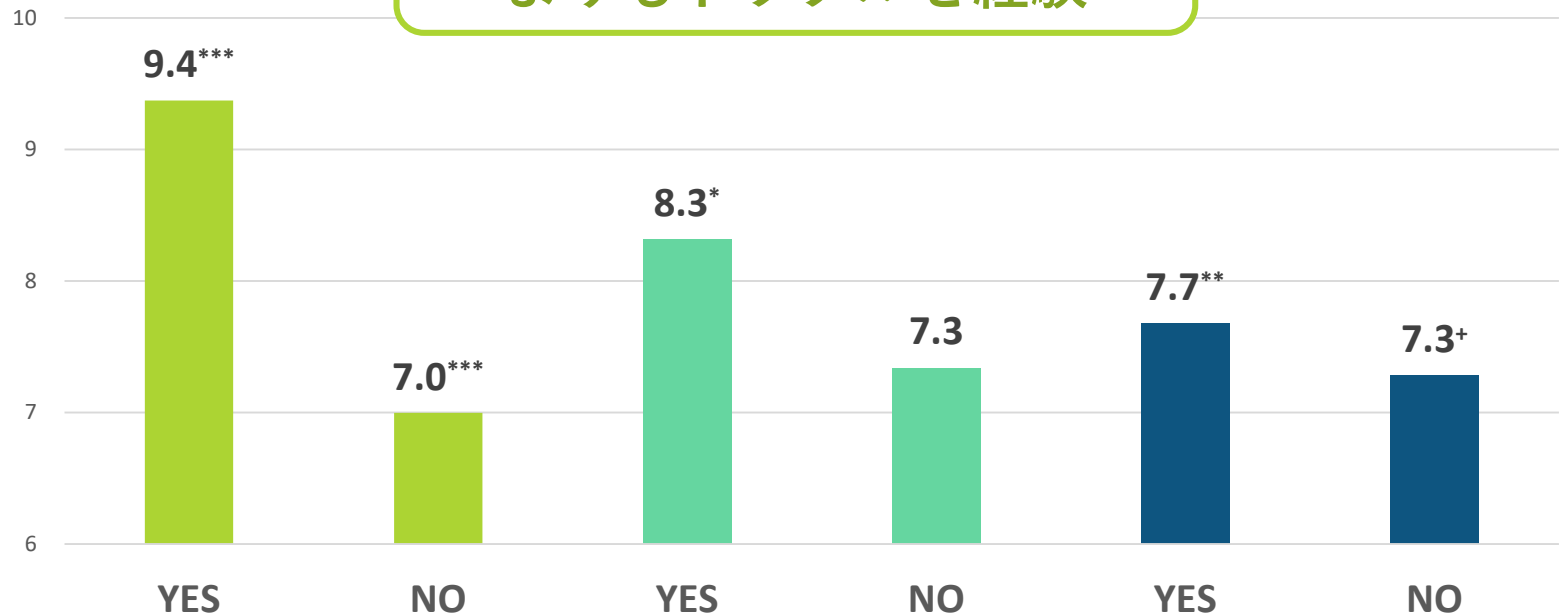
ネット経由の買い占めは、
明らかにトラブルが多い



+p<.10 *p<.05 **p<.01 ***p<.001 全体の平均7.37との差のt検定

ネット利用による消費者トラブル得点の違い

ネット利用者は、非利用者よりもトラブルを経験



マスクなど品薄の物の購入：フリマサイト・SNS等ネットで

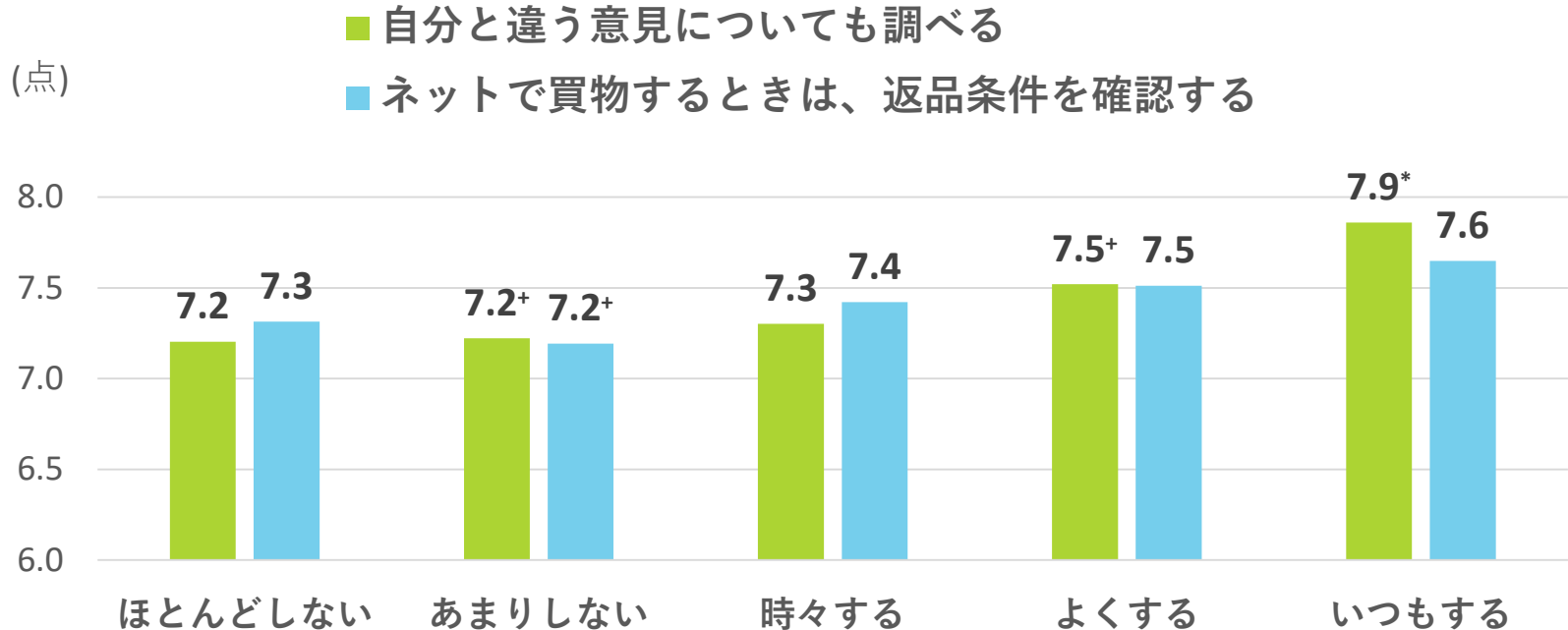
日用品・食料品の買物に最も利用：ネット通販

最も信頼する情報：ネット経由 (ネットニュース,SNS,動画)

+p<.10 *p<.05 **p<.01 ***p<.001 全体の平均7.37との差のt検定

情報リテラシーとトラブル得点

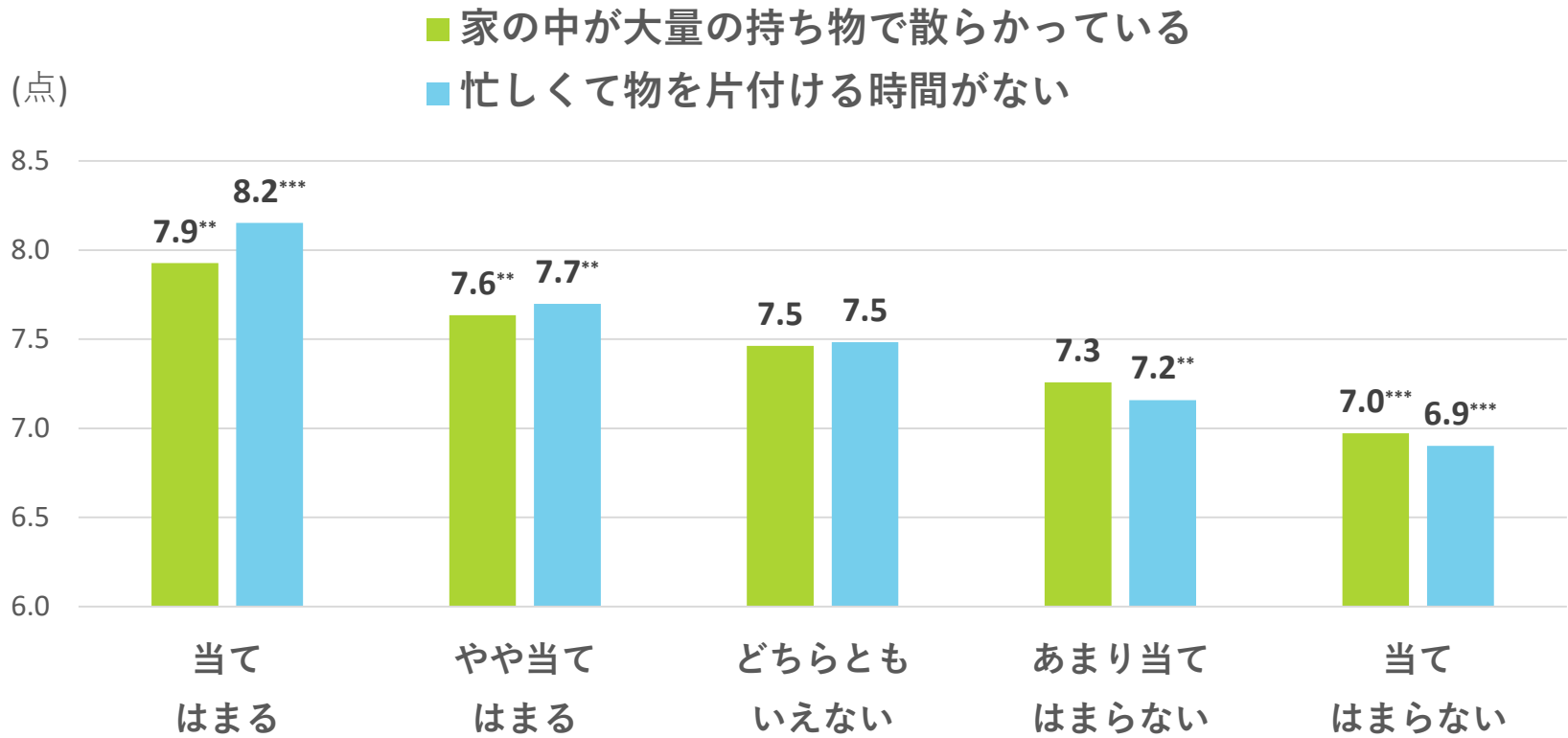
情報を積極的に調べ、確認している人が、むしろトラブルに…！



+p<.10 *p<.05 **p<.01 ***p<.001 全体の平均7.37との差のt検定

物・空間の管理とトラブル得点

物と空間が管理されていないほど、
トラブルが多い…！



+p<.10 *p<.05 **p<.01 ***p<.001 全体の平均7.37との差のt検定

デジタル化に対応した消費者教育

