

令和5年6月13日

「令和4年度消費者意識基本調査」の結果について

消費者庁は「令和4年度消費者意識基本調査」を実施し、全国の満15歳以上の消費者1万人に対し、日頃の消費生活での意識や行動、消費者事故・トラブルの経験等を中心に、アンケート調査を行いました（有効回収率：56.3%）。

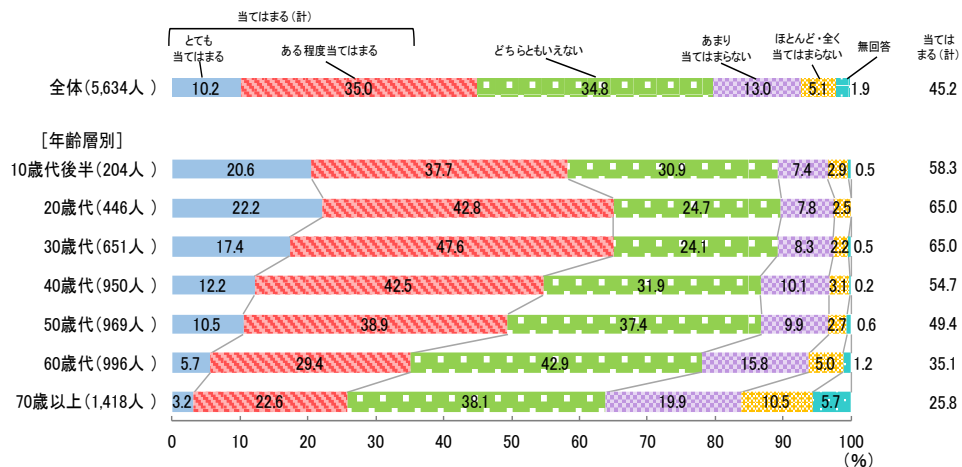
主な結果は令和5年版消費者白書に反映させていますが、ここでは、紙幅の関係で白書で取り上げることのできなかった結果のうち、特徴的なものを紹介します。

〈調査結果のポイント〉

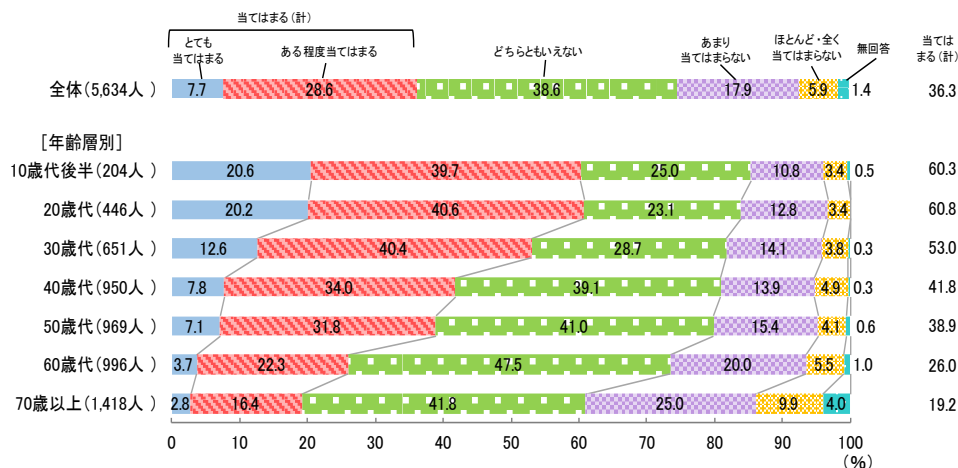
（1）年齢層が低くなるほど「費用対効果を重視する意識」及び「費やした時間に対する成果を重視する意識」を持つ傾向。

- ・年齢層が低くなるほど「費用対効果（コストパフォーマンス）を重視する」傾向があり、30歳代以下の約6割が「当てはまる」と回答したのに対し、70歳以上の高齢者は3割未満となった。
- ・「費やした時間に対する成果を重視する」いわゆるタイムパフォーマンスについても同様の傾向があり、10歳代後半及び20歳代の約6割が「当てはまる」と回答したのに対し、30歳代以上から徐々に下がり、70歳以上では約2割となった。

費用対効果(コストパフォーマンス)を重視する



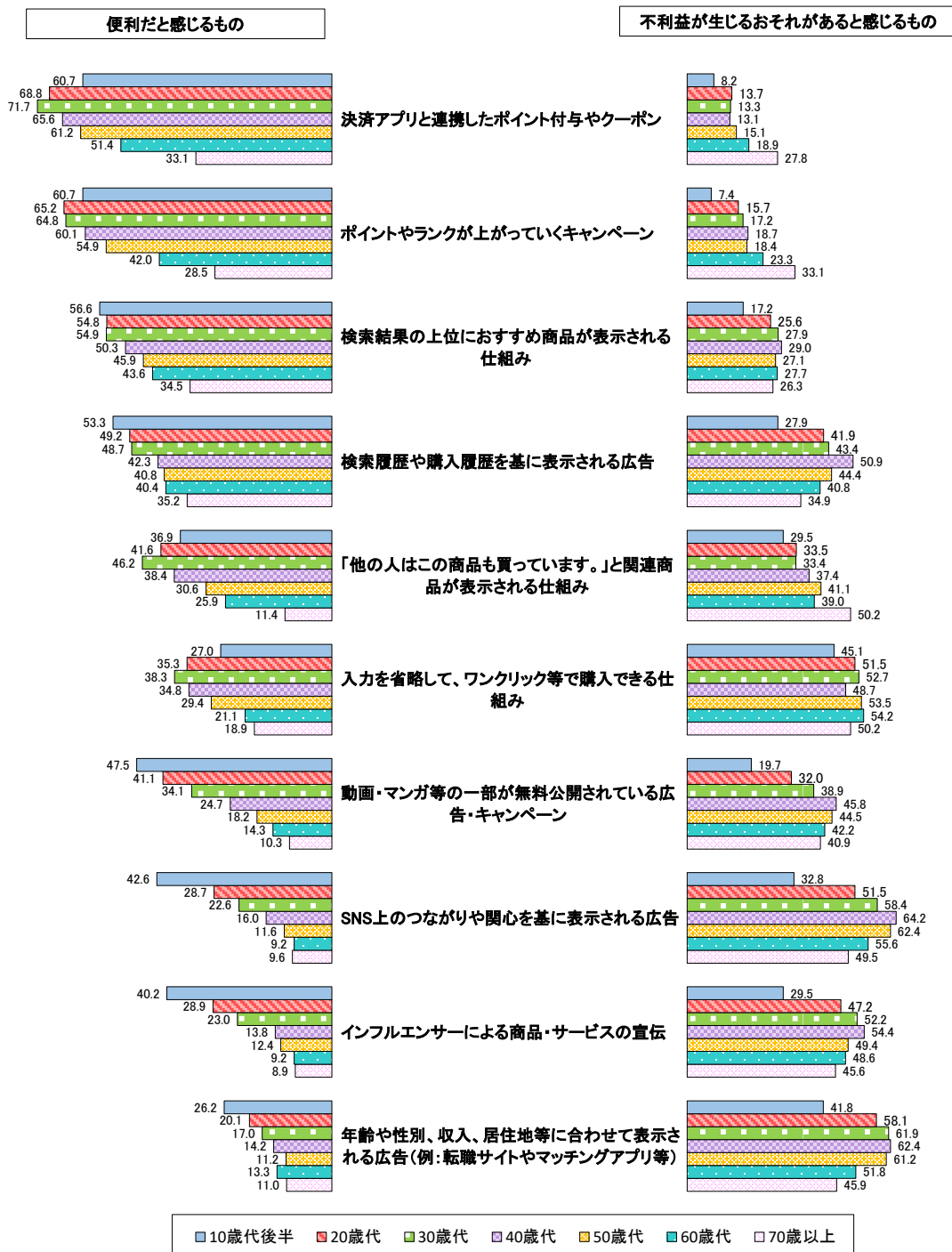
費やした時間に対する成果を重視する



(2) 「決済アプリと連携したポイント付与やクーポン」を便利だと感じている

- ・インターネットの予約や購入で「便利だと感じるもの」は、「決済アプリと連携したポイント付与やクーポン」が70歳代以上を除く全ての年齢層で最も割合が高い。
- ・「SNS上のつながりや関心を基に表示される広告」や「インフルエンサーによる商品・サービスの宣伝」等の下位項目は、若年層ほど便利だと感じている傾向がある。
- ・「不利益が生じるおそれがあると感じるもの」は、10歳代後半と70歳以上では「入力を省略して、ワンクリック等で購入できる仕組み」(70歳以上では「『他の人はこの商品も買っています。』と関連商品が表示される仕組み」も同率)、20歳代と30歳代では「年齢や性別、収入、居住地等に合わせて表示される広告」、40歳代から60歳代では「SNS上のつながりや関心を基に表示される広告」が最も割合が高い。

インターネットでの予約や購入で「便利だと感じるもの」又は「不利益が生じるおそれがあると感じるもの」

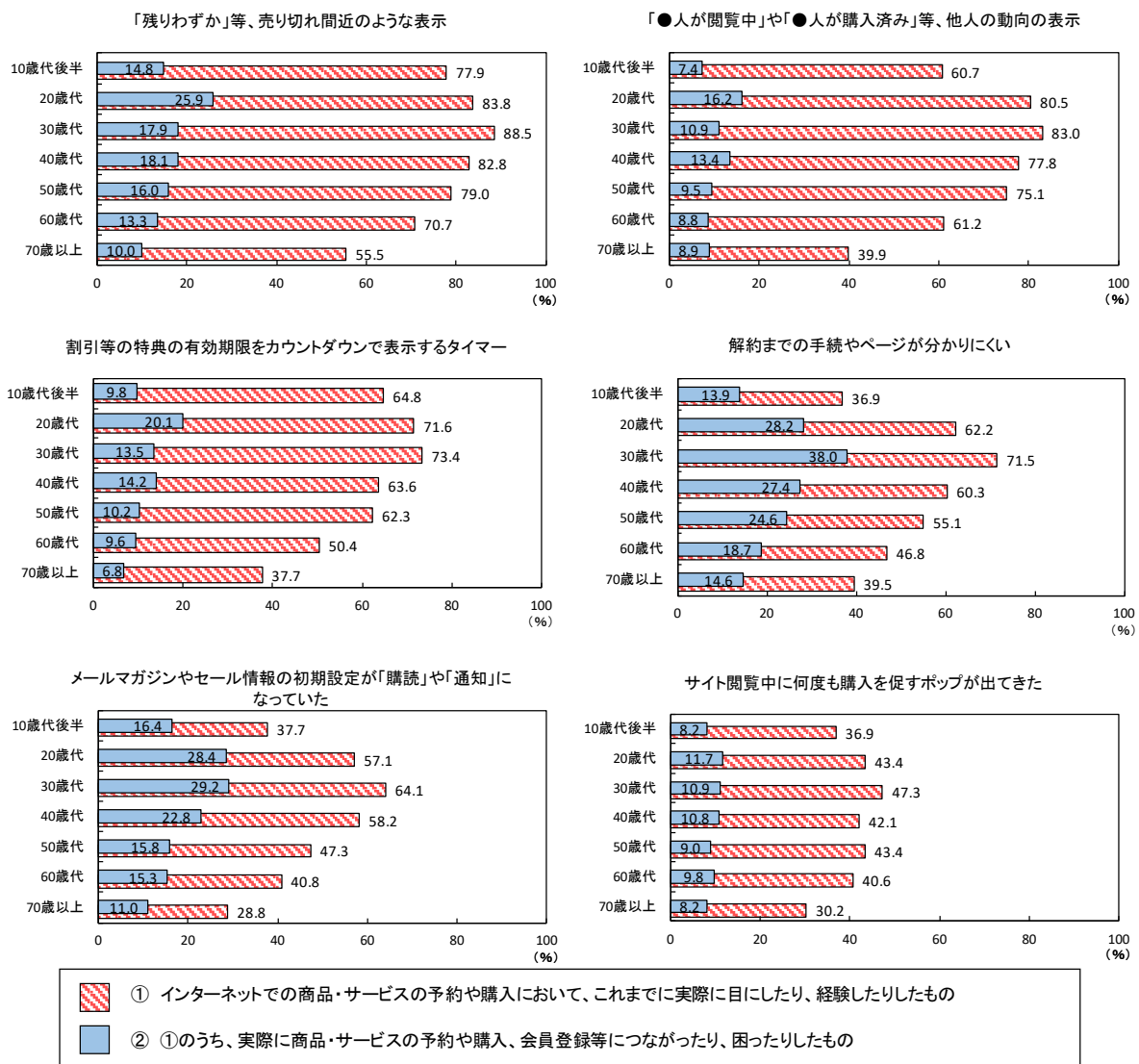


(備考)総数:N=3,311、10歳代後半:N=122、20歳代:N=394、30歳代:N=548、40歳代:N=756、50歳代:N=708、60歳代:N=502、70歳以上:N=281

(3) インターネットでの予約や購入で、目にしたり経験したりしたものは「売り切れ間近のような表示」、「他人の動向の表示」、「カウントダウンタイマー」、実際に購入につながったり、困ったりしたものは「解約までの手続やページが分かりにくい」が多い

- ① 「インターネットでの予約や購入で、目にしたり経験したりしたもの」について、『残りわずか』等、売り切れ間近のような表示、『●人が閲覧中』や『●人が購入済み』等、他人の動向の表示、「割引等の特典の有効期限をカウントダウンで表示するタイマー」の項目で、回答した人の割合が高くなっている。
- なお、全体でみると、これらの項目のうち1個以上実際に目にしたり、経験したりした人の割合は、約9割（89.2%）に上る。

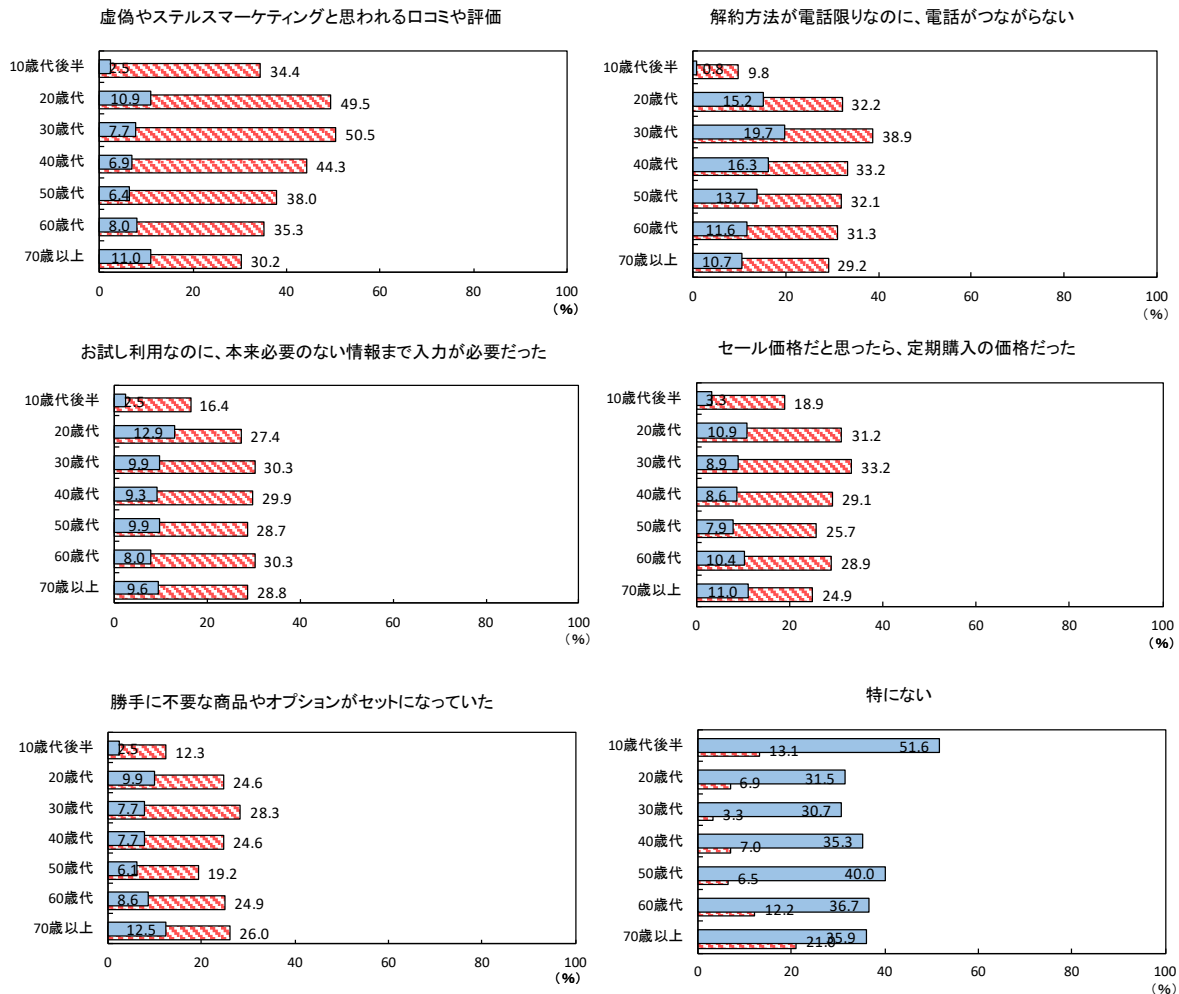
インターネットでの予約や購入で、
 ① 「目にしたり経験したりしたもの」、
 ② 「①のうち、実際に予約や購入等につながったり、困ったりしたもの」



(備考) 1. 総数: N=3,311、10歳代後半: N=122、20歳代: N=394、30歳代: N=548、40歳代: N=756、50歳代: N=708、60歳代: N=502、70歳以上: N=281
 2. 無回答を除く

(次ページの図表に続く)

(前ページの図表の続き)



① インターネットでの商品・サービスの予約や購入において、これまでに実際に目にしたり、経験したりしたもの
 ② ①のうち、実際に商品・サービスの予約や購入、会員登録等につながったり、困ったりしたもの

(備考) 1. 総数: N=3,311, 10歳代後半: N=122, 20歳代: N=394, 30歳代: N=548, 40歳代: N=756, 50歳代: N=708, 60歳代: N=502, 70歳以上: N=281
 2. 無回答を除く

- 次に、②「①のうち、実際に予約や購入等につながったり、困ったりしたもの」について、「特にない」を除くと、「解約までの手続やページが分かりにくい」、「メールマガジンやセール情報の初期設定が『購読』や『通知』になっていた」、「『残りわずか』等、売り切れ間近のような表示」の項目で、回答した人の割合が高くなっている。
- なお、全体で見ると、これらの項目のうち1個以上で予約や購入につながったり、困ったりしたことがある人の割合は、約半数（50.5%）だった。

本件に関する問合せ先
 消費者庁 参事官（調査研究・国際担当）付 當麻、松田、佐藤
 TEL : 03-3507-9330
 URL : <https://www.caa.go.jp/>