

若者の消費者センターの認知度と活用率向上に向けて

照井理菜

1. はじめに

本研究では、消費者がトラブルにあった際の相談窓口の一つである消費者センターについての検討をまとめた。以前、私自身が消費者トラブル（クレジットカードの不正利用被害）の被害者になってしまったことをきっかけに問題意識をもつようになり、この研究を始めるに至った。

2. 経験談

2020年5月、突然身に覚えのないクレジットカードの利用明細が届いた。クレジットカード会社とカードが利用されていたフリマサイト会社、それぞれに対応してもらえよう連絡したが、一時的に約3万円の不正利用額を自ら負担することになった。そこで消費者センターに相談することで解決を試み、その結果、数日ですべて解決した。第三者による不正利用であることが明らかになったため、カード会社がそれらの料金を負担してくれることとなった。私はそれぞれの会社の対応に納得いかず、しかし、八方塞がりで行き詰ったため、消費者センターを利用した。

この経験談のような一人では解決することが難しい消費者問題は、世の中に数多く存在し、何らかのトラブルによって多くの人が悩みを抱えている。そして近年では、SNSをきっかけとしたマルチ取引や美容関連のトラブル、また一人暮らしの人を狙った悪質な契約や勧誘など、若者の消費者トラブルも増加している。消費者センターや消費生活相談窓口では、消費生活相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタントなどの資格をもった相談員や、それに準じた専門知識・経験をもった相談員が消費者からの相談を受け、迅速に解決を図る手伝いをしている。青森県内にも合計8つの消費者センターが設置されており、私は実際にその中の青森市民消費生活センターを利用した。私がセンターに相談すると、担当の方が仲介人としてクレジットカード会社と連絡を取り、その後、こちらに現状を伝えるというやりとりを数回繰り返して、無事に事が解決した。

3. 消費者センターの認知度と活用率

消費者庁では地方消費者強化を目標として掲げ、2014年度末までに全国のすべての地方公共団体に消費生活相談窓口が設置されている。しかし、消費者センターや消費者相談窓口の認知度は低く、2015年度に行われた消費者意識基本調査では、これらの施設を「知っている」、「相談経験あり、あることを知っている」、「相談経験なし、あることを知っている」

る」と回答した人は34.6%に留まっていることが分かった。また、この調査で、消費生活センターを知ったきっかけは何かという質問では、テレビやラジオ、地域の広告やチラシと答えた人が男女ともに30%以上を占めており、若者のテレビ離れが進み、SNSが普及し続けている現在、若者やもっと多くの人に認知してもらうには情報提供の仕方を見直す必要があると考えられる。さらに、若者から高齢者まで相談しやすい窓口が増えているからこそ、「センターを利用せず、泣き寝入り」というケースを減らすためにも、消費者に「被害にあったら、まずセンターに相談」という意識を根付かせ、活用率を向上させることも、これからの課題である。

上記に対する現在の具体的な取り組みは、例えば、青森県の消費生活センターでは、県民の認知度を向上させるための試みとして、大学での消費生活講座やご当地アイドルのりんご娘を起用したテレビCMの作成、YouTubeでの動画配信などの活動をしている。また、国民生活センターでもtwitterやfacebookを利用した消費者生活における有力情報の発信、LINEアカウントを活用したトラブルや相談についてのアドバイス提供、センターの電話対応の流れの紹介（リンクからHPを閲覧できる）などの活動をしている。だが、これらのSNSのフォロワーや投稿に対する反応数を見る限り、消費者にはあまり浸透していない活動だと見受けられる。SNSアカウントを開設し、その中で活動していくだけでは影響力は小さく、認知度向上に向けた対策としては不十分であると考えられる。

4. 認知度と活用率向上に向けて

これらの現状を踏まえて、消費者センターの認知度と活用率の向上を目指すには新たな取り組みが必要だと考えた。そこで今回いくつか案を挙げる。①LINEやメールの文面での相談のやりとりができるサービスの提供。②SNS（LINE、twitter、Instagram）、YouTubeなどの動画サイトへの広告掲載。③学校での消費生活講座と消費者センターの紹介。私は最初、電話で他人と話すことに多少の抵抗があり、消費者センターに電話するのをためらっていた。このことから「センターに電話で相談する」という行為はハードルが高いと感じる人にも、気軽に相談できる方法を提供するという点で、とくに①は効果的ではないかと思われる。②や③の活動を行う上では、私のような経験談などを踏まえて紹介していくことによって、消費者センターがより身近に感じられると考えられる。また、詐欺や犯罪から私の経験談のようなクレジットカード被害まで幅広い事案を紹介し、「こんなことで相談していいのか」という意識を取り払うことも重要だと思われる。

5. 最後に

今回の研究を終えて、消費者には、自分も被害者になる可能性は十分にあること、被害に遭わないことも大切だが、遭ってしまった後、どうしたらいいのかという知識ももっておくこと、消費者センターに相談するという選択肢を知っておくことの3つを伝えたい。

(照井理菜 青森中央学院大学)



福田進治（第2部解題）



渡邊拓哉氏（第2部第1報告）



小山喬史氏（第2部第1報告）

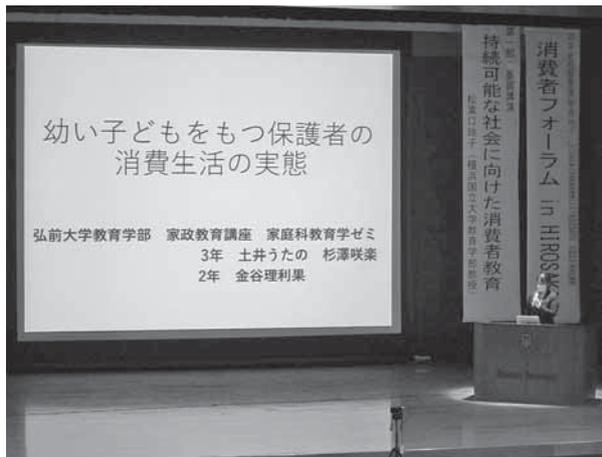


太田修平氏（第2部第2報告）



杉澤咲楽氏（第2部第3報告）

III 消費者フォーラム in HIROSAKI



土井うたの氏（第3部第1報告）



笹森紘太氏（第3部第2報告）



金田悠希氏（第3部第3報告）



照井理菜氏（第3部第4報告）