

若者の消費者トラブルを防ぐには —受け手の立場から考える“伝わる情報発信”—

特集

1

座談会 若者に聞く！ 知りたい情報・伝わる情報

若者の消費者被害防止のため、自治体や公的機関がウェブサイトやSNSで発信する情報は、若者に届いているのでしょうか。どのような情報発信をすれば効果的に若者に伝わるか、そのヒントを探りました。

参加者



Hさん(社会人2年目の女性)

職業はコピーライター。話題の映画を見たり気になったお店を訪ねるのが好き。

Fさん(社会人2年目の女性)

ネット広告の運用に従事。料理、お菓子づくりが趣味。



Tさん(社会人3年目の男性)

仕事はIT系の企画職。読書やゲームが好き。

Sさん(社会人2年目の男性)

ネットワーク関連の仕事(技術職)に従事。パソコンやインターネットが好き。

情報収集に紙媒体は使わない

——皆さんは普段、どのような媒体で情報を得ているの？

Fさん もう99%パソコンですね。

Tさん 紙媒体は、ほとんど見ない。

Sさん 僕はもう情報は完全にネット。

Fさん たまに業界雑誌とかは会社で読んだりするけど。紙媒体のものをそもそも買わない。

Sさん 本も全部電子書籍を買っちゃう。紙は邪魔だし、買いに行くのも面倒だから、中身がどうより、もう物体としてあんまり持ちたくない。

Tさん 趣味で本を読むから、本は結構ある。ただ雑誌とか新聞とかは電子版だし、情報収集は全部ネット。

—— だいたい1日どのくらいSNSとかネットを見てる？

Fさん 通算で1～2時間。YouTubeが多いかな。

Hさん 分かる。YouTubeは延々と見てる。お薦めが出てくるからどんどん再生してって。

Tさん 多分、1時間から2時間。

Sさん テレビみたいな感覚で、Twitterを表示したり動画を再生しながら何かしてるかな。

Hさん (よく使うSNSは)Instagramとか。

Fさん TwitterとInstagramしかない。

Hさん Facebookはたまに開くけど、古い記事が上がってきたり、投稿の多い人の書き込みが多くて情報が見にくいというか、更新のされ方が独特で、そんなに見ない。

Tさん あとNewsPicksとか。最近はLINEもニュースが流れてきたりとか。

—— 自分で書き込んだり、投稿したりは？

Hさん Twitterに1週間に数回するかな。

Fさん Twitter だけ1週間に何回か。

Tさん 投稿しないでほぼ見てる側かも。

Sさん 学生の頃は結構ツイートしてたかな。

Fさん コメントはたまに。

Hさん リツイート^{*1}のほうが気軽にできる。

詳しい長文よりも、 簡潔な情報を見比べる

—— どんな情報をよく見る？

Tさん 漫画かな。Twitterとかでも最近漫画がひたすら投稿されてて。

Hさん あとイラストとか。

Fさん 新しくできたカフェの新商品とか。好き

*1 他のユーザーのツイートを引用して、自分のアカウントから発信すること。

特集 若者の消費者トラブルを防ぐには

—受け手の立場から考える“伝わる情報発信”—

特集
1

《座談会》若者に聞く！ 知りたい情報・伝わる情報

な某ファッションアカウントめっちゃ見る。

Hさん 私の情報源はほとんどそこ。化粧品とか好きなブランドのアカウントをフォローしておいて、新商品が出たらすぐキャッチできる状態にしてる。美容にすごい詳しい人をTwitterでフォローしていると、「こういう商品がお薦め」とか情報が流れてくるから、そういうのを見てる。企業よりは個人をフォローするかな。

Tさん 有名なインフルエンサー*²のフォローから始めて、その友人とつながって……コメント欄にその人達を書いたコメントが一通り出てくる。コミュニティを見ているような感じ。

Fさん あと口コミめっちゃ見る。良いも悪いも全部見てから買う。裏事情も若干知っているから。

Hさん 例えば、化粧品の口コミサイトとか。
——情報は、文字とか写真、動画とか、アニメとかどういう形式が好み？

Fさん 化粧品だったらYouTubeで「使ってみた」という動画を見るし、口コミも見るし、Twitterで評判を何か調べたり、何でもする。

Sさん 情報を調べるとき、長文のブログとかはもう見ない。1人の人が詳しく書いているものよりも、10人が簡潔に書いているものを見るかな。

Hさん そうだね。数を見るほうが多いかも。あと長文を読むのが面倒くさい。文章の量が多かったら「ああ、もういいかな」みたいな。

——どのくらいの量だと読まない？

Tさん **Fさん** 1スクロール超えると読まない。

高校生から大学生になるときのほうが変化は大きかった

——少し話題が変わるんだけど、未成年じゃなくなったときってどんな感想を持った？ 未成年の契約取り消しができなくなるとか、意識したことはある？

Fさん 全然ない。

Tさん お酒が買いやすくなったぐらい。

Hさん 関係あるのって、バイトを始めるとか、

何か契約を結ぶときとかくらいだったし。

Fさん 高校生から大学生になるときのほうが大きかったと思う。

Sさん クレジットカードが使えるようになったのが大きかった気がする。

——学校の授業とかで消費生活に関連する知識って教わった？

Hさん 中高あたりで多分、クーリング・オフは勉強したかな。

Tさん あと返品については超やるけど、他は。

Hさん カラコンの事故はニュースで見たかも。
——将来的にするだろう契約については？

Fさん 家とか？ 保険の掛け捨てとか確定申告とか高校で教えてほしかった。

——未成年者の行った法律行為は取り消すことができる、とかについては？

Tさん 聞いたことはあるな、みたいな。

Sさん 簡単な冊子とかが配られたかもしれないけど、多分記憶に残らないよね。

——(『くらしの豆知識*³』を渡して)これはどうかな？

Hさん こういうの教科書だったら役に立つと思います。

行政機関のアカウントは自らアクセスしない

——うちみたいな公的機関や行政機関のアカウントってフォローしたことある？

Sさん 正直、ないかな。

Fさん 何かとつきにくいというか、見ても、「あ、うん」みたいな。

Tさん 用事があって調べて、たまたま出てきて、そこで情報を収集することはあっても、フォローして定期的に見るみたいなことはないな。

Sさん 何かあってから見に行くって感じ。確定申告の時期に税務署のサイトとか。

——くまモンとかのゆるキャラがきっかけでちょっと見てみようって思ったりは？

Fさん フォローまではしないかな。

* 2 世間の消費行動に大きな影響を与える人のこと。

* 3 <http://www.kokusen.go.jp/book/data/mame.html>

特集 若者の消費者トラブルを防ぐには

—受け手の立場から考える“伝わる情報発信”—

特集
1

《座談会》若者に聞く！ 知りたい情報・伝わる情報

Tさん 僕はゆるキャラが面白ければ見る。
——例えば島根県消費者センターで、「たま
されないゾウくん」というキャラクターを
使って、SNSで啓発*4してるんだけど。

Hさん (ページを見て)すご
いい。ちょっとこれは記
憶に残る……！

Tさん 「消費生活センター」
とかだけより絶対いい。

Hさん これはじわじわくる*5。キャラがあっ
たほうが、とっつきやすさは絶対あるし！

Tさん 「全部有り難く読んでるばおよ」とか、す
ごい面白い。

Sさん これは好きだな。

——他にも例えば某家電メーカーのアカウ
ントの中の人みたいなものはどう？

Hさん あのアカウントの人は面白いよね。すご
いバズってる*6。

Tさん ほかの企業同士で会話したり。某計測機
のメーカーとめっちゃ仲いい。

——そういうアカウントってやり取りするこ
とはある？

Tさん それこそ気に入ったときに、「いいね!」
とかすることはあるけど。

Fさん でもリプライとかはしない。

Hさん コメントは結構、ハードルが高いよね。
みんなが見てるし、ちょっと。

消費生活センターに電話するのは 最終手段 まずは自分で調べる

——ものを買うときとか、SNSを含めて相
談する相手っている？ 高額だから親に少し話
そうかなとか。

Hさん パソコンとかは買いたいってなったとき
は、多分詳しい子には聞きに行ったりする。親
も分かんないし。

Fさん 店員さんに聞いちゃう。

Tさん 家族とか友人より、専門家とか知識があ

る人に聞くんだよね。

——そういう専門家の助言だと受け入れやす
い？

Sさん 誰がしゃべっているかによるかな。

Fさん その人の肩書次第というか。

Sさん そうそう。情報を見るときって、「この人
はこう言ってるんだな」という視点で見ると、
複数を見比べて調べたり。

——消費生活センターに相談したことはあ
る？ もしくはまわりにそういう人はいた？

Hさん 私の会社の同期の子が一人暮らしなんだ
けど、「うちの回線に乗り換えたら安くなる」み
たいな押し売りが来て契約しちゃったことが
あって。使ってみたらすごい通信速度が悪くて、
解約金も6～7万すると。最初はネットで散々
検索して、それで消費生活センターに結局連絡
して解決したって話を聞いたことがある。私も
一人暮らしで近くに親もいなかったら、多分そ
ういふ窓口に電話するかも。

Fさん あとは、被害額が大きいかどうかかな。
1万を超えたら、絶対に死ぬまで戦う。

Hさん 1万円を超えると、やっぱり痛いかな。
そういえば私の行ってるヨガで「2カ月間半額」
みたいなキャンペーンがあるんだけど、条件が
あったり、解約すると料金が上乘せされたり、
システムが分かりづらかった。

Tさん あと家を借りたとき、事故物件なのに書
類に書いてあるだけで、しかも1年住むと翌年
賃上げになるとか全然説明されなかった友達も
いた。

——相談するか自分で解決するか、判断基準
がある感じかな。消費生活センターとかには電
話しづらい？

Tさん まあ電話するって大ごとなんですよ。

Fさん 最終手段みたいな。

Tさん 体調不良とかと一緒に、おなかが痛かつ
たら取りあえずトイレに行くし、最初から救急
車は呼ばないのと同じかな。取りあえず自分か

*4 Twitter https://twitter.com/Shimane_CIC Facebook <https://www.facebook.com/Shimane.CIC/>

*5 しばらく見ているうちにだんだんと笑いがこみ上げてくること *6 爆発的に話題が拡散するさま

ら調べて、それで3,000円とか少額だったら泣き寝入りしたこともあるし。

Hさん なんか知り合いが被害にあって「自分も気をつけよう」みたいな感じになることはあるけど。

——消費生活センターというものがあること自体は知っていた？

Hさん それ自体は勉強して知ってた。

Fさん 多分、みんな知っているけど使ったことがないだけ。

Sさん 僕らはまず「自分で調べよう」と思う。ここは多分世代のギャップがあるんじゃないかな。むしろ調べずに人に聞くのってどうなの？ って思うぐらい。

トラブルにあったとき、具体的に何をすればよいか知りたい

——例えば興味を持って見たページに、関連した啓発情報が広告で出てきたら見る？

Fさん 対象とする人に合った広告じゃないとあんまり効果はないんじゃないかな。ターゲットをあえて絞ったほうが効果が高いと思う。

Sさん それより、調べに行ったときにすぐ欲しい情報につながるほうがありがたい。あとページの見出しは「〇〇センター」とかよりも「こんなときはこうする」みたいなほうがいいかも。

Hさん 自分を助けてくれそうな見出しを、みんな多分クリックするし。

Fさん 実際自分と同じインシデントを体験している人のほうが何か信頼感があって。その人が解決に至ったまでのプロセスを書いてくれるものは、消費生活センターに「私たちに相談すれば大丈夫ですよ」と言われるよりも参考にする。それと、PDFじゃなくてページに直接記載してすぐ見れるほうがいいかな。ワンクリックして開けるか開けないかって、結構そこで見るかやめるかわかってきちゃう。

Hさん 多分トラブルがあったときって一刻も早く情報が出てきてほしいみたいなものもある。あ

とは「188」とか、電話番号をタップすればそのまま発信できるようにしてほしい。

Sさん Twitterだとアカウント名も、「〇〇センター」とかじゃなくて、「1人暮らしお悩みQ&A集」とかにしたらどうかな。

——若者向けの専用のアカウントにして、そこにどんどん載せるとか？

Hさん あと画像にしておけばTwitterから保存できるから、何かあったときに見える。

——画像で保存することは多い？

Fさん 結構多い。あと調べてスクショ*7もする。

——面白いと感じたら、その画像をTwitterで上げることもある？

Hさん あると思う。

——チャットで相談できたほうがいい？

Sさん チャットじゃなくていいと思う。

Hさん FAQみたいないろいろと情報が書いてあるものがあったら、すごい助かる。

Fさん ただ文字が多いと、絶対に読まない。解説とかを求めているんじゃないくて、どうしたらいいのかを求めているから。「これはこうこう、こういう理由でこうなっているんですけども」という説明を見るより、「ここに電話してこういうことをこういう人に相談してください」みたいな、具体的な実行の解決先を載せてくれたほうがありがたいな。

Tさん あとはスマホで見たときに字が小さいと、回答があったとしても、探すのが面倒。

Fさん ウェブサイトも使いやすいように、動線をもうちょっと改善したり、実際に画像とかバナーを作ってトラブルのカテゴリー別に分けただけで、全然見え方が違うんじゃないかな。多分スマホを想定して作っていないのも多いし。

Tさん 相談したい項目、トラブルの種類をポチっと押したら展開するとかのほうが若者的にはうれしい。

Hさん 若者的に言うと、わがままだけど、やっぱりスマホで見る人が多いからね。

*7 スクリーンショットの略。表示されている画面の内容を画像として保存すること。