

特集  
3-1

# 若者向けサイト「それってトラブル？ やばい!? SOS! 静岡県」の開設

静岡県暮らし・環境部県民生活課 消費者支援班

## 静岡県の消費生活相談の状況

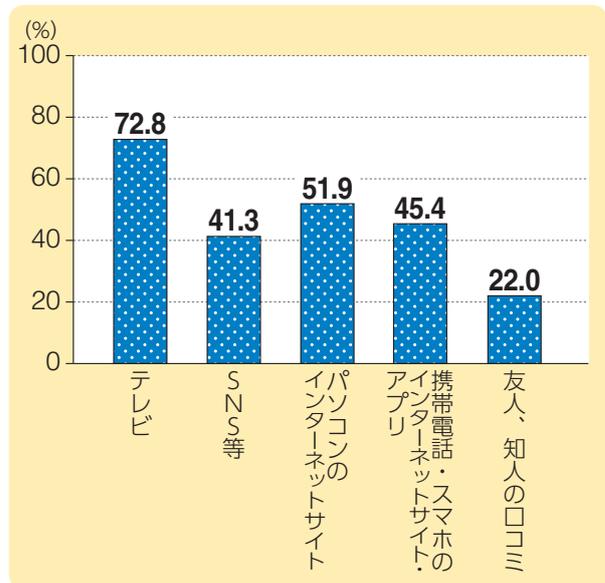
2022年4月に施行が予定されている成年年齢の引き下げにより、これまで「未成年者取消権」で保護されていた18歳、19歳の若者が保護の対象から外れるため、消費者トラブルがより低年齢の層において増加することが懸念されています。

静岡県内の消費生活相談窓口寄せられた18～22歳の相談件数を見てみると、未成年の18～19歳からの相談件数に比べ、成人の20～22歳の若者からの相談件数が大きく増え、約2倍にもなっています。18～22歳は、学生や会社員が多く、社会的経験にさほど差はないため、未成年者取消権の有無が相談件数の差に影響を及ぼしている可能性が考えられます。

## サイト開設の経緯

静岡県内の若者(18～39歳)を対象とした日常生活に関する調査(2016年度静岡県県民生活課調べ)では、「商品・サービスなどの情報を収集する手段として何を利用しているか(複数回答可)」の問いに対し、テレビが7割程度と最も高い結果となりましたが、次いで「パソコンのインターネットサイト」「携帯電話・スマートフォン(以下、スマホ)のインターネットサイト・アプリ」「SNS等」も4～5割程度と多くの若者がインターネットを活用して参考となる情報を収集していることがうかがえました(図1)。

図1 静岡県内の18～39歳の「商品・サービス情報収集手段」



一方で、県内の消費生活相談窓口寄せられた消費生活相談の事例をみると、インターネット検索の結果、誤ったサイト情報を信用し、二次被害に遭遇するケースも見受けられました。

こうした状況を踏まえ、県では、消費者トラブルにあった際、自分自身で解決するよりどこかとするとともに、解決が難しい場合も消費生活相談窓口への相談を促し、早期解決を支援するため、県公式サイト「それってトラブル？ やばい!? SOS! 静岡県\*」を2019年2月に開設しました(図2)。

## サイト作成の工夫

サイト作成に当たり、若者への効果的な情報

\* <https://www.shizuoka-shohi.jp/sos/>

図2 スマホ版トップページ



提供の方法やサイトの掲載情報等について検討するため、検討会を立ち上げました。検討会へは、有識者、消費生活相談員、教員、県広報担当職員のほか、静岡県内の大学生やNPO法人等の若者にも参画してもらい、掲載する言葉の表現やデザイン、コンテンツの内容など、サイトの細部にまで意見・提案をもらうことができました。

### 第1回検討会での意見・提案事例

#### 〈サイトタイトルについて〉

- ・「大丈夫かよ!」は高圧的に聞こえる。  
→「大丈夫?」がいいのではないか。
- ・流行語に寄せすぎると一過性になりかねないため注意が必要。
- ・堅いイメージの公的機関がターゲットに寄り添うことでギャップ＝イメージ向上につながる。

#### 〈サイト入口(プレやばい・マジやばい)について〉

- ・「プレ」:ターゲットは言葉が理解できない。
- ・「マジ」:類似表現として「ガチ」「バリ」「えぐい」。  
→バカやばい(静岡弁):ポジティブ、ネガティブ両方の意味に使えるが、方言に寄せすぎないほうがいいのではないか。

また、対象となる若者の特性を考え、次の3つのポイントを意識しました。

### ①簡単なサイト構成

- ・サイト構成を複雑にせず、分かりやすくする
- ・PC版およびスマホ版の両方を作成
- ・消費者トラブル事例もキャッチコピーを作り、瞬間的に情報が入るようにする

### ②安心・安全な情報や窓口に誘導

- ・検索で対処しようとする若者世代の特性に合わせ、検索機能を配置
- ・二次被害にあわないよう、県や消費者庁、国民生活センターなど、安全なサイトの検索結果を表示するように設定
- ・その他、消費者ホットラインと県の消費生活センターの相談窓口へのコールボタンを配置。スマホの画面上でボタンを押せばそのまま電話をかけられるよう設定

### ③参加型のコンテンツで拡散

- ・ついでにやるとなる診断系ゲームとして「やばい度診断」を作成
- ・質問の数を3つと少なくし、内容も簡単にすることで、瞬間的に楽しめるコンテンツとした
- ・診断結果を「消費者トラブルに<sup>あ</sup>遭う危険度」を%で表記し、他者に伝えたいくなる・話題づくりのきっかけとなるようなくみとした  
そしてサイト全体の作成は、広告代理店と委託契約し、機能性・デザイン性を高くしました。

### 今後の展望

2019年2月に開設し、約1カ月間でサイト訪問者数は、想定を大きく上回る約1万2,000件でした。県内の10歳代から20歳代までを対象に閲覧数の多いホームページへウェブ広告を掲載しましたが、サイト訪問者数の約9割がウェブ広告によるところが大きいため、若者に対するサイト周知のアプローチ方法が課題です。また、参加型のコンテンツも、現在「やばい度診断」1つしかないため、新たなコンテンツを作成・更新し、鮮度の高いサイトとしていきたいと思っています。