

デジタル・プラットフォーム利用者の 意識・行動調査 (詳細版)

令和2年5月20日
消費者庁

調査概要

- (1) オンラインでの購買行動
- (2) 利用規約・プライバシーポリシー
- (3) 利用規約の具体的条項
- (4) パーソナルデータの消費者取引への活用
 - ①ターゲティング広告
 - ②パーソナライズド・プライシング
- (5) 消費者レビュー
- (6) 買い物系プラットフォームにおける表示
- (7) 買い物系プラットフォームにおける紛争解決

1 経緯・目的

消費社会において、急速なデジタル化・グローバル化が進む中、新たな消費者政策の課題として、デジタル市場における消費者利益の確保の観点から、デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等について検討するため、「デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会」を昨年12月から開催し、検討を進めているところ。

当該検討に資する基礎資料の収集のために、デジタル・プラットフォームにおける利用者の意識・行動に関する調査・分析について実施したもの。パーソナルデータを消費者取引に活用する買い物系プラットフォームや検索サイトを念頭に置きながら、利用規約やプライバシーポリシー、ターゲティング広告、パーソナライズド・プライシング、レビューに対する受け止めのほか、デジタル・プラットフォームの表示や紛争処理などについて調査。

2 調査の設計及び回収結果

- ①調査地域 全国
- ②調査対象 18歳以上のデジタル・プラットフォームを利用したことがある消費者
- ③回収数 3,072人（国内8地域区分（人口比）×性（均等）×年代（均等）×PC利用者／スマホ利用者（均等））割り付け。
- ④調査方法 インターネットモニター調査
- ⑤調査期間 令和2年3月10日（火）～3月16日（月）

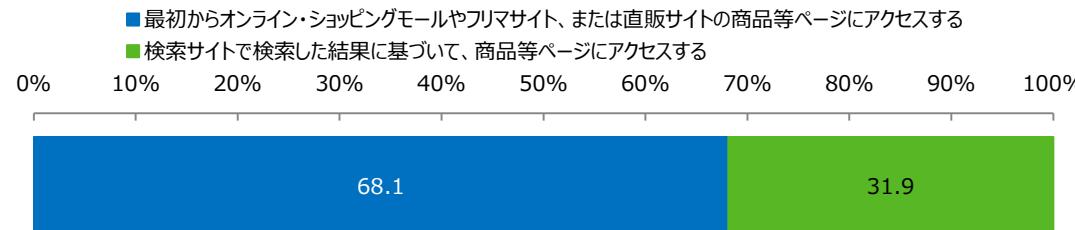
備考：特段の記載がない限り、nの単位は人数、グラフ内数値の単位は%。

(1) オンラインでの購買行動

(1) オンラインでの購買行動

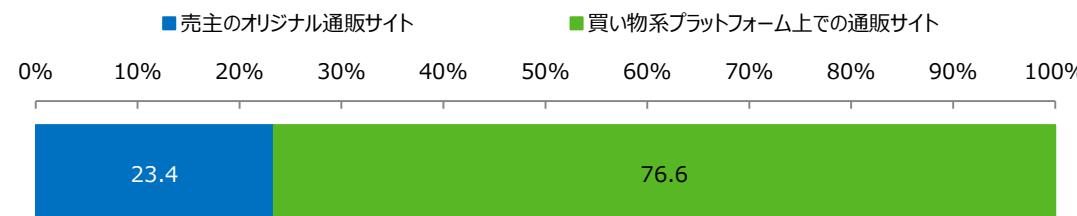
Q1.ある商品を買いたいときに、最初からオンライン・ショッピングモールやフリマサイト、または直販サイトの商品等ページにアクセスするか、または検索サイトで検索した結果に基づいて、商品等ページにアクセスするか、どちらが多いですか。

n=3072



Q2.ある商品を買いたいとき、売主が直接販売するオリジナルの通販サイトでも、買い物系プラットフォーム上の通販サイトでも、同じ売主が同じ価格で提供している場合、どちらのサイトで購入したいと思いますか。

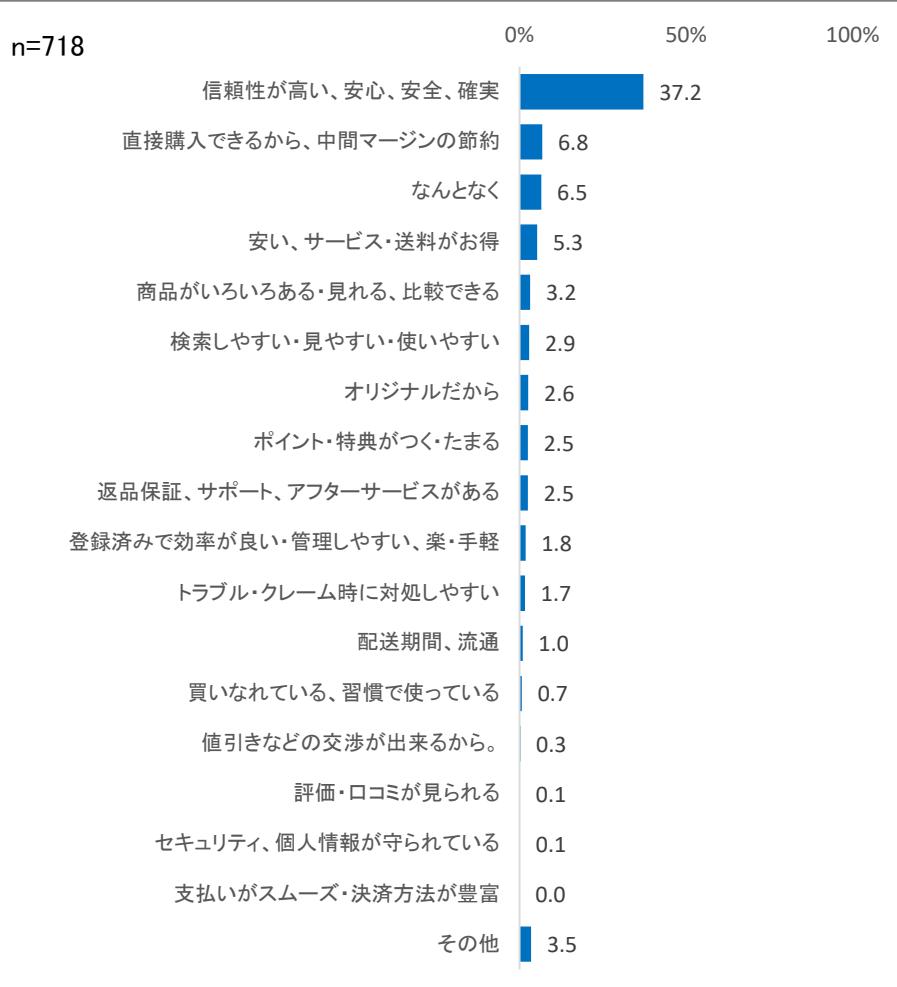
n=3072



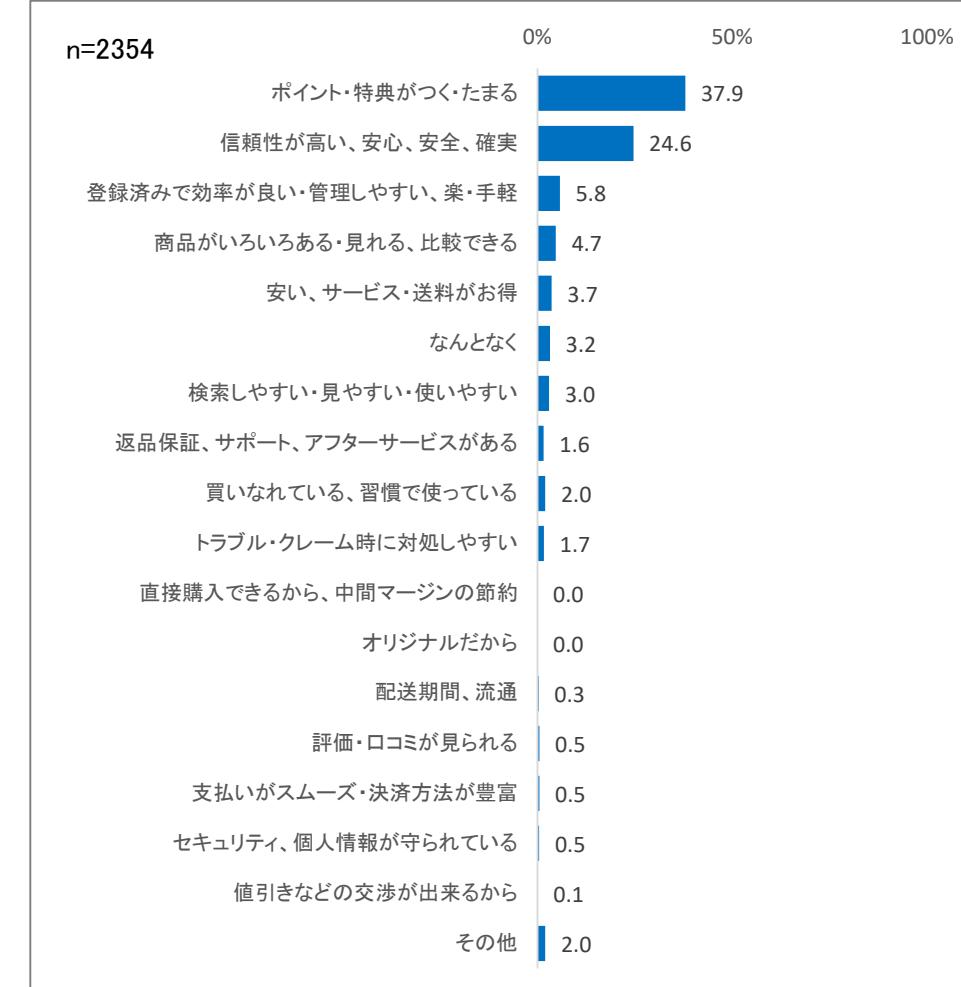
(1)オンラインでの購買行動

Q2-1.その理由(自由記載)をご記入ください。

〈売主のオリジナル通販サイト〉



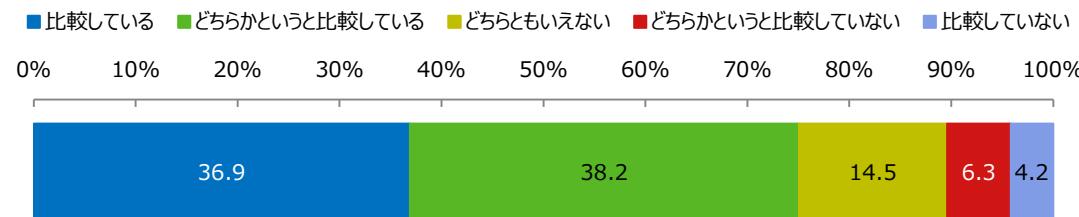
〈買い物系プラットフォーム上での通販サイト〉



(1)オンラインでの購買行動

Q3.買い物系プラットフォームで不特定のブランド・メーカーの商品を選択・購入する際には、他のプラットフォームや通販サイト等の他の商品情報とも比較し、吟味していますか。

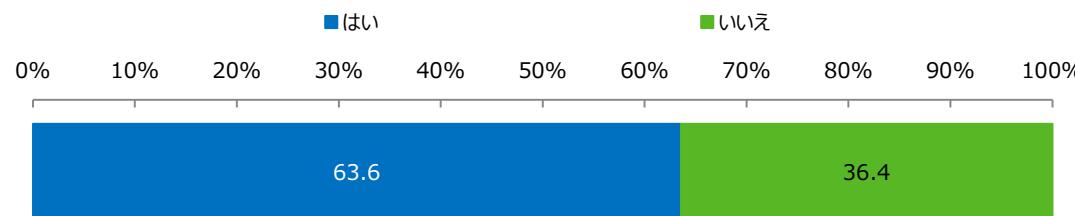
n=3072



(1)オンラインでの購買行動

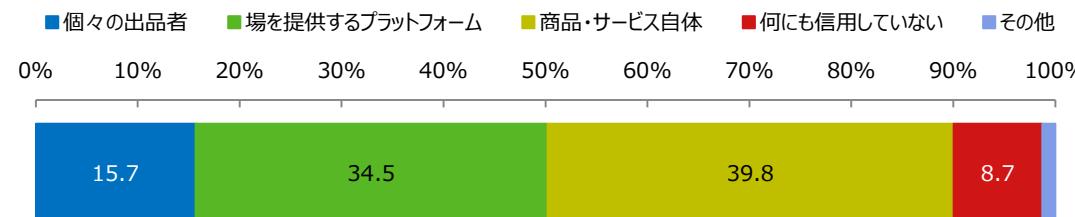
Q4.買い物系プラットフォームを利用する場合、売主が誰かを意識していますか。

n=3072



Q5.買い物系プラットフォームを利用する場合、何に信用を置いて買い物をしていますか。

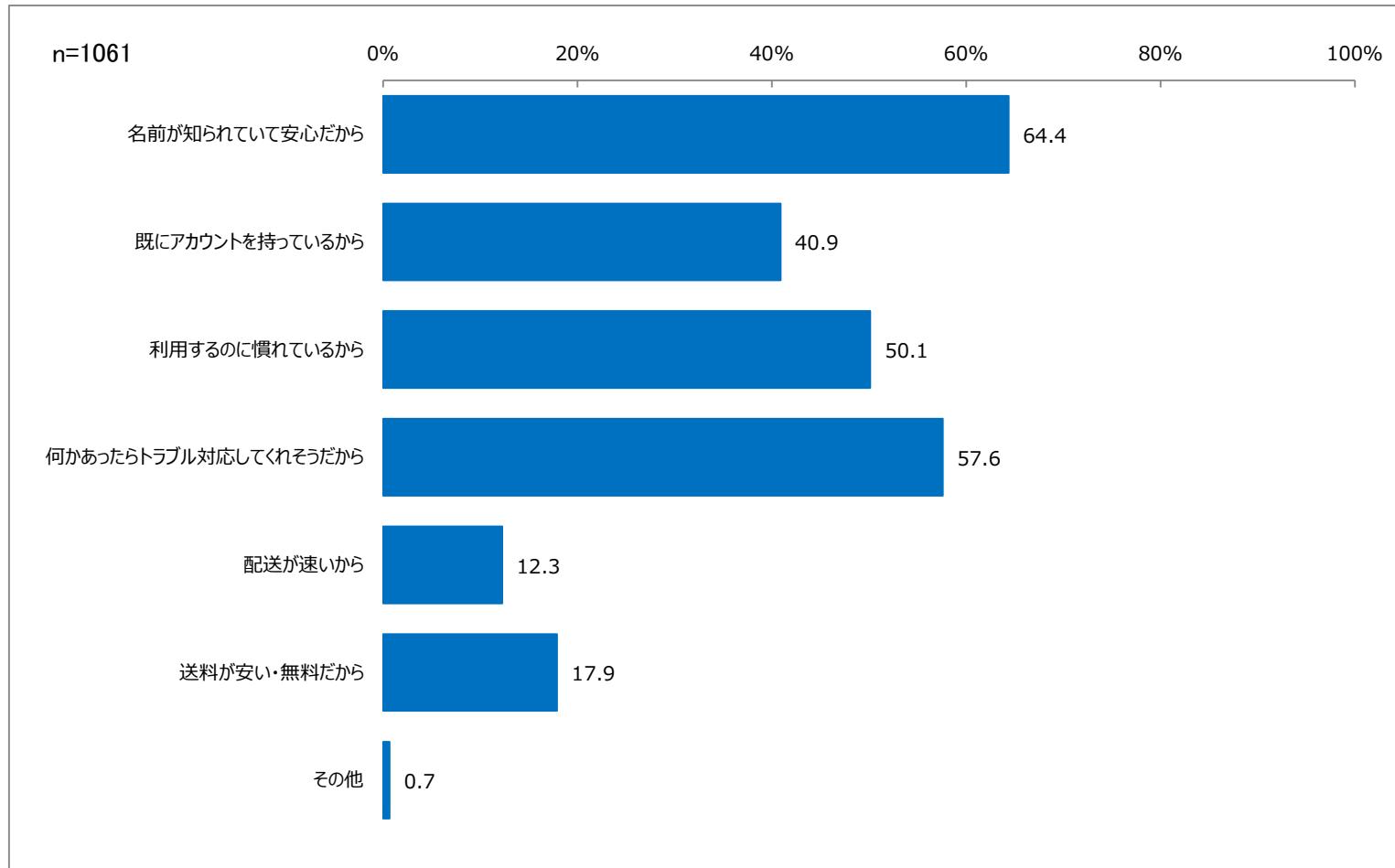
n=3072



(1)オンラインでの購買行動

Q5で「場を提供するプラットホーム」と選択した方にお聞きします。

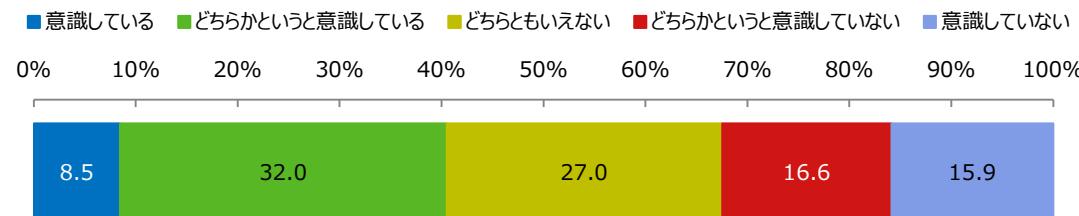
Q5-1.なぜ場を提供するプラットフォームに信用を置いているのですか。【複数回答可】



(1)オンラインでの購買行動

Q6.通販サイトでカウントダウン表示(○分以内に購入しなければならない)や、現在の在庫状況や閲覧状況(あと○個しかありません。いま○人がこのページを見ています)等の表示がある場合、意識していますか。

n=3072



Q6-1.通販サイトでカウントダウン表示(○分以内に購入しなければならない)や、現在の在庫状況や閲覧状況(あと○個しかありません。いま○人がこのホームページを見ています)等の表示がある場合、表示を信用していますか。

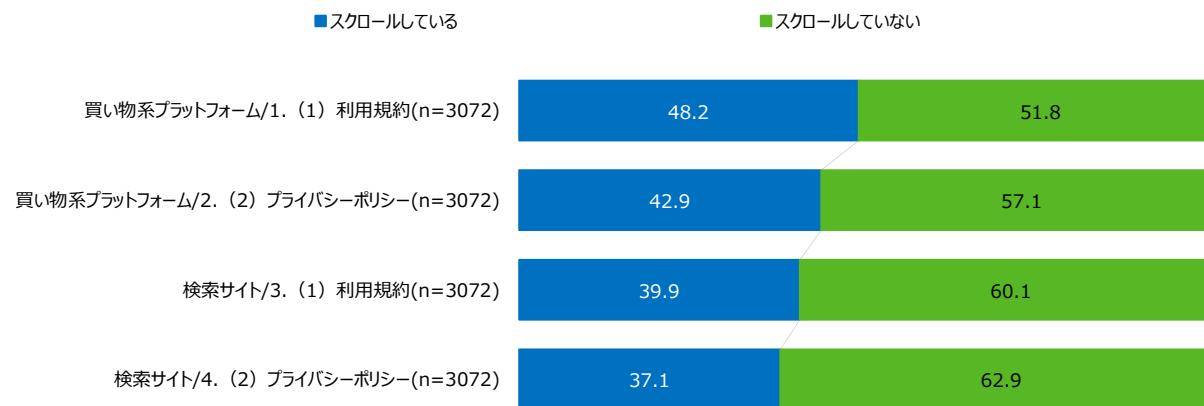
n=3072



(2) 利用規約・プライバシー

(2)利用規約・プライバシーポリシー

Q7.サービス利用開始時・アカウント取得の際に、(1)利用規約、(2)プライバシーポリシーのページの下までスクロールして目を通していますか。



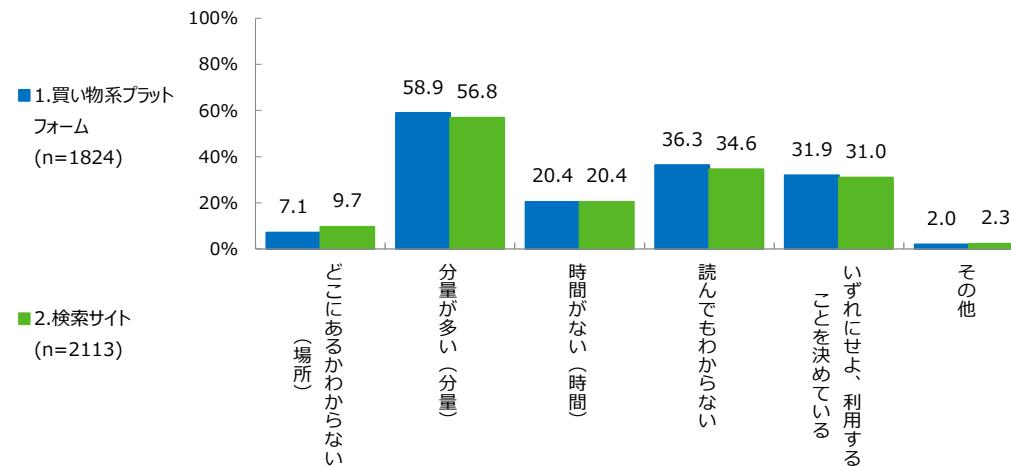
Q8.サービス利用開始時・アカウント取得の際に、利用規約をよく読んでいますか。



(2)利用規約・プライバシーポリシー

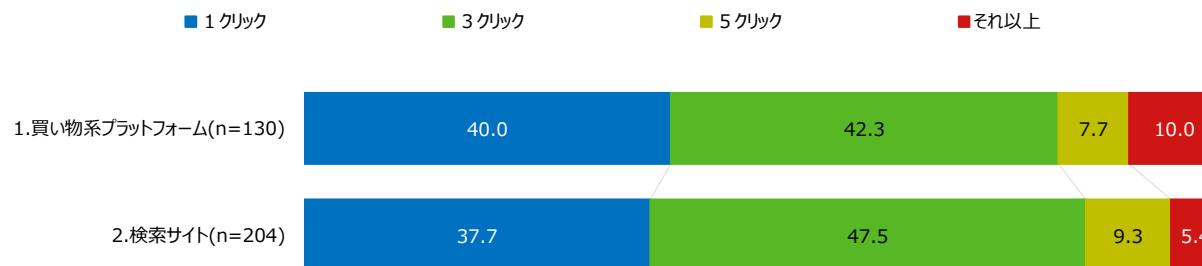
Q8で利用規約を「読まない」「どちらかというと読まない」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。

Q8-1.その理由は何ですか。あてはまるものをお選びください。【複数回答可】



Q8-1で「どこにあるかわからない(場所)」と選択した方にお聞きします。

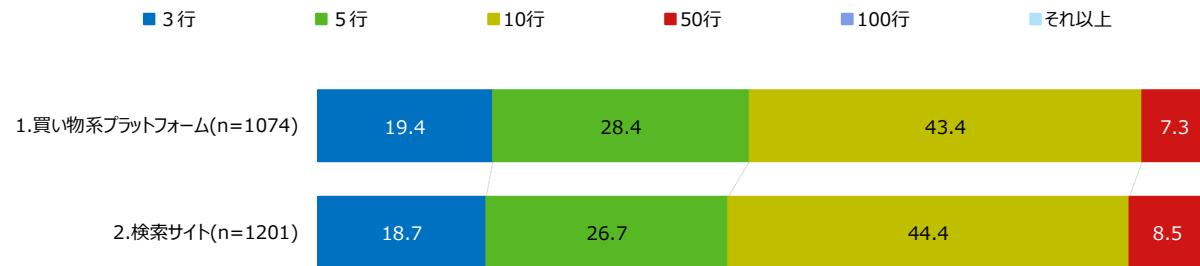
Q8-2.何クリックしてなければ、諦めますか。



(2)利用規約・プライバシーポリシー

Q8-1で「分量が多い(分量)」と選択した方にお聞きします。

Q8-3.何行なら読めますか。



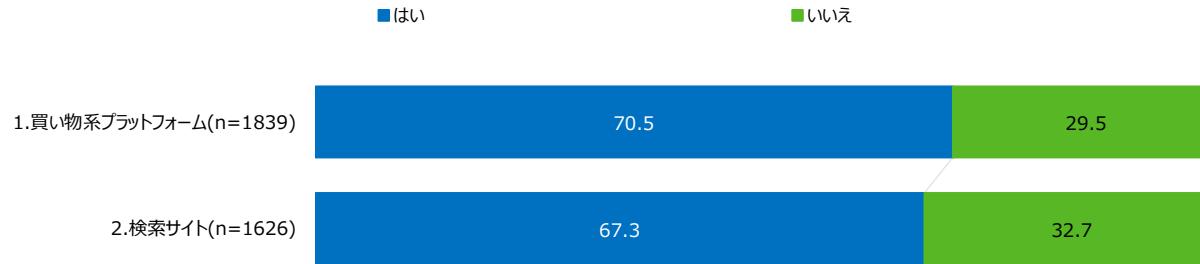
Q8-1で「時間がない(時間)」と選択した方にお聞きします。

Q8-4.何分なら時間を割けますか。

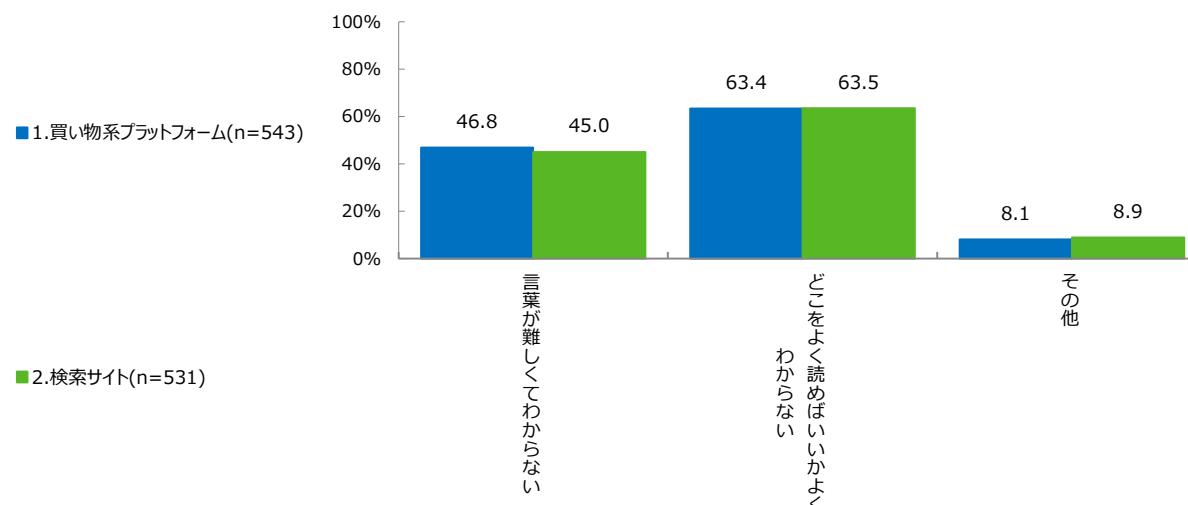


(2)利用規約・プライバシーポリシー

Q8で利用規約を「読む」「どちらかというと読む」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。最も使うサイトを念頭においてご回答ください。
Q8-5.内容を理解できましたか。



Q8-5で「いいえ」と選択した方にお聞きします。
Q8-6.その理由は何ですか。【複数回答可】



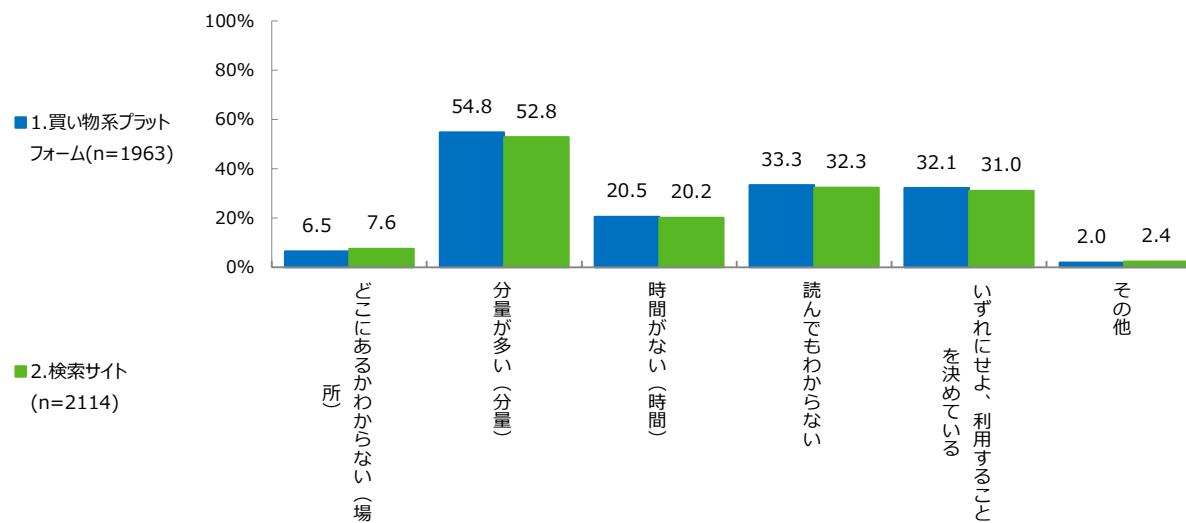
(2)利用規約・プライバシーポリシー

Q9.サービス利用開始時・アカウント取得の際に、プライバシーポリシーをよく読んでいますか。



Q9でプライバシーポリシーを「読まない」「どちらかというと読まない」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。

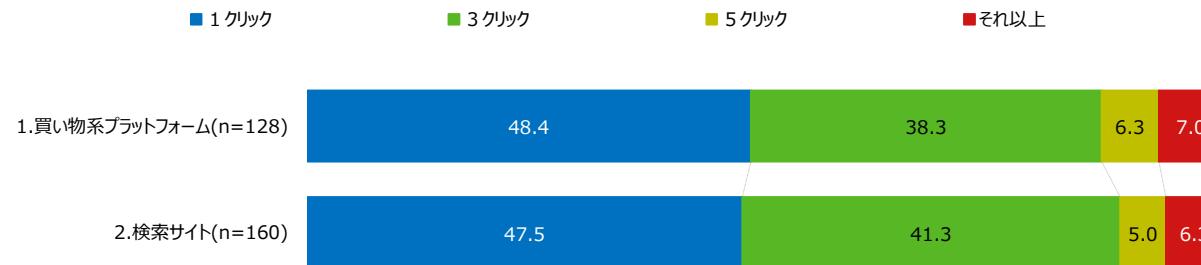
Q9-1.その理由は何ですか。【複数回答可】



(2)利用規約・プライバシーポリシー

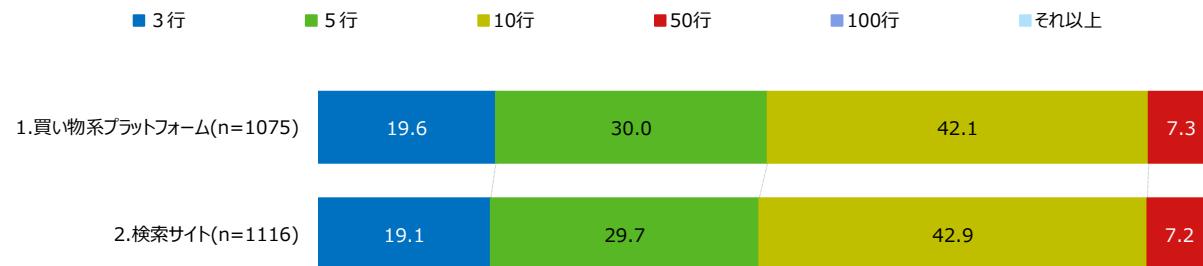
Q9-1で「どこにあるかわからない(場所)」と選択した方にお聞きします。

Q9-2.何クリックしてなければ、諦めますか。



Q9-1で「分量が多い(分量)」と選択した方にお聞きします。

Q9-3.何行なら読めますか。



(2)利用規約・プライバシーポリシー

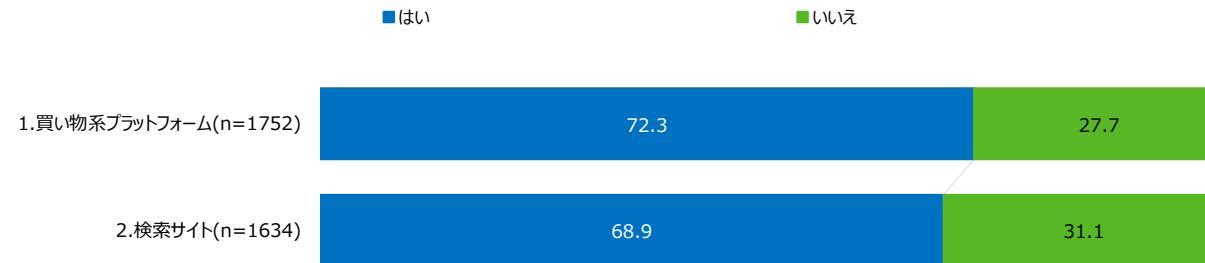
Q9-1で「時間がない(時間)」と選択した方にお聞きします。

Q9-4.何分なら時間を割けますか。



Q9でプライバシーポリシーを「読む」「どちらかというと読む」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。最も使うサイトを念頭においてご回答ください。

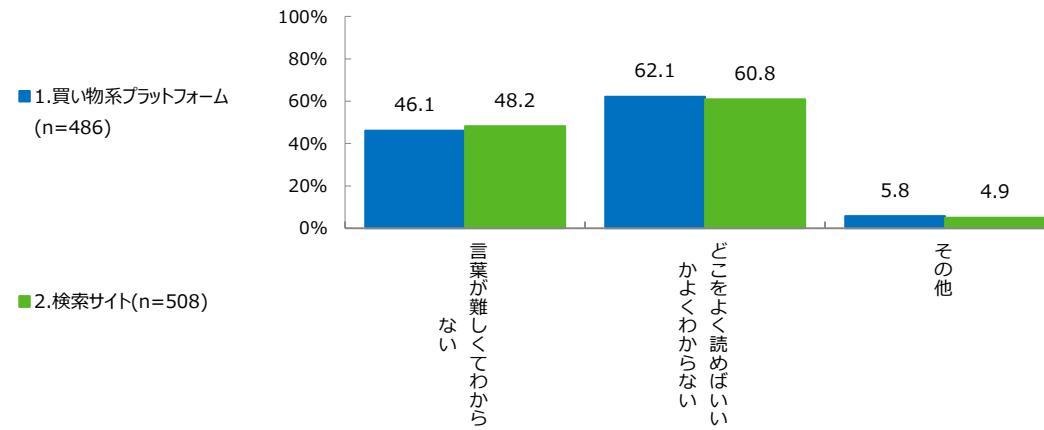
Q9-5.内容を理解できましたか。



(2)利用規約・プライバシーポリシー

Q9-5で「いいえ」と選択した方にお聞きします。

Q9-6.その理由は何ですか。【複数回答可】



(2)利用規約・プライバシーポリシー

Q10.利用規約の内容を読んで、サービス利用を諦めたことがありますか。



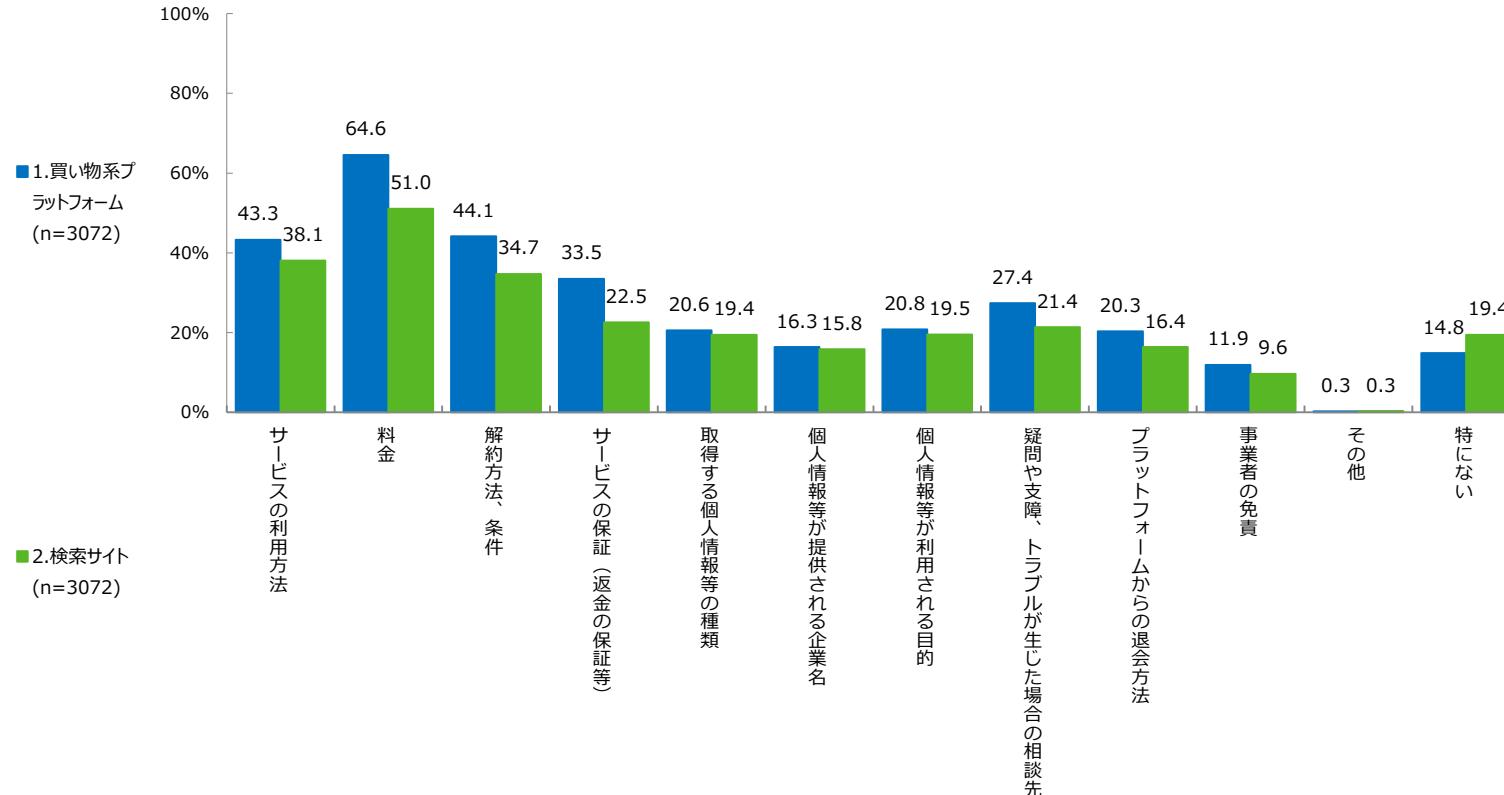
Q11.プライバシーポリシーの内容を読んで、サービス利用を諦めたことがありますか。



(3) 利用規約の具体的条項

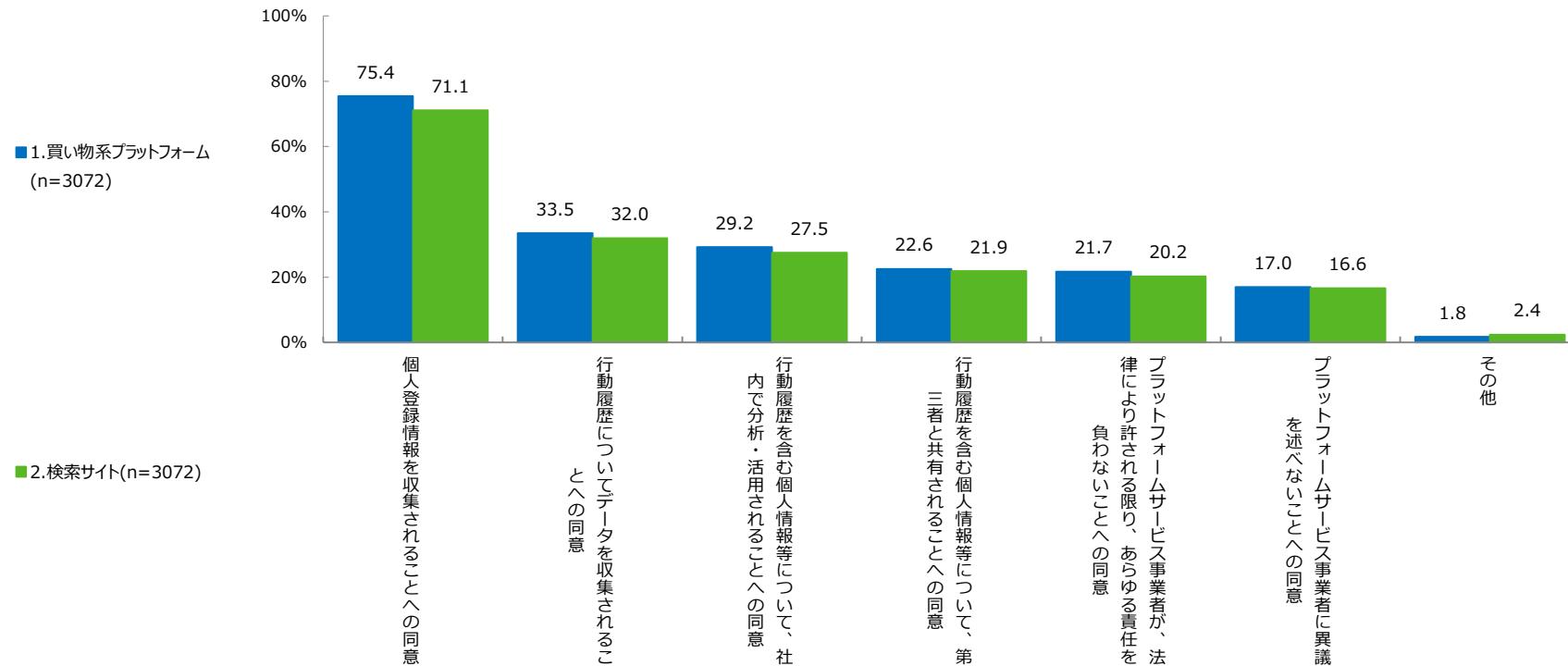
(3)利用規約の具体的条項

Q12.サービス利用開始時・アカウント取得の際に、利用規約やプライバシーポリシーなどの項目に関心がありますか。【複数回答可】



(3)利用規約の具体的条項

Q13.サービス利用開始時・アカウント取得の際に、利用規約やプライバシーポリシーへの同意ボタンを押す際には、何に同意していると認識していますか。
【複数回答可】



(3)利用規約の具体的条項

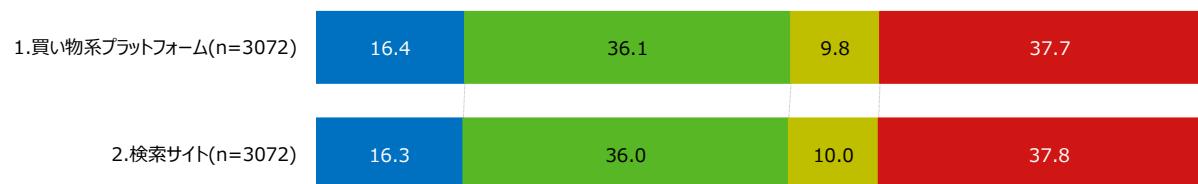
Q14.利用規約において、データの利用について、同意を求める場合、どこまで明示すべきだと思いますか。

- 必要最低限の範囲を明示してくれればよい
- 同意している事業者の業務内容の範囲でも、消費者に不利益な利用を含む場合には明示すべき
- できるだけ詳細に明示すべき



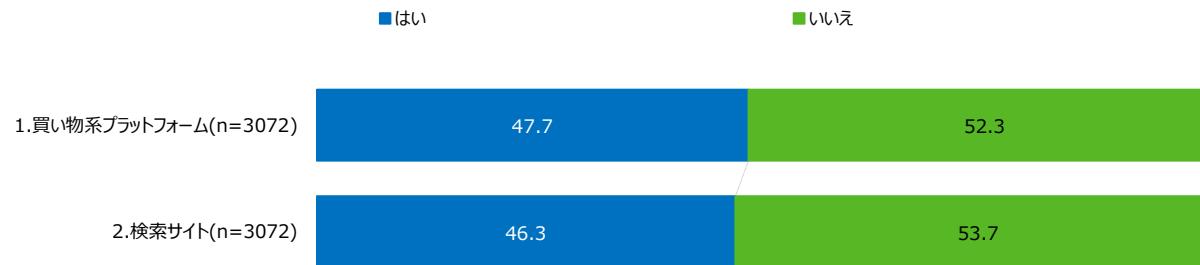
Q15.利用規約において、データの利用について、第三者にも利用者データを提供することが記載されていた場合、提供先の第三者の個社名について明示すべきだと思いますか。

- 第三者に提供すること自体を規定していれば、明示は要らない
- 自分に不利益な利用をする場合には、明示すべき
- 同意した事業者のグループ会社か関連会社の範囲外であれば、明示すべき
- 提供先であればすべて明示すべき

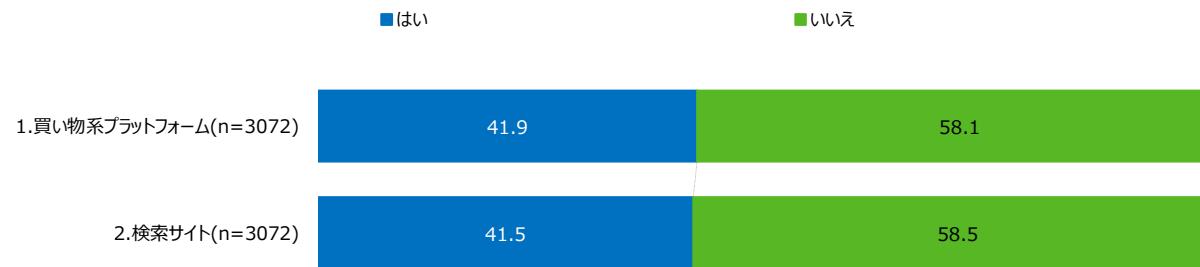


(3)利用規約の具体的条項

Q16.明示的に同意せずとも、規約に同意したことになるとされる場合があることを知っていましたか。

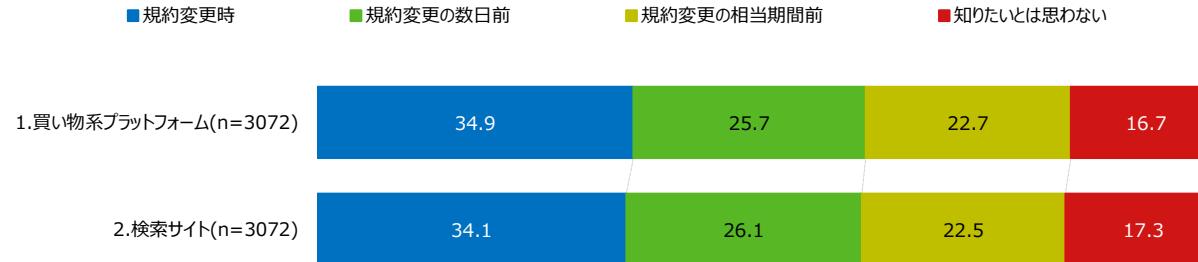


Q17.明示的に同意せずとも、規約に同意したことになるとされることについて納得していますか。

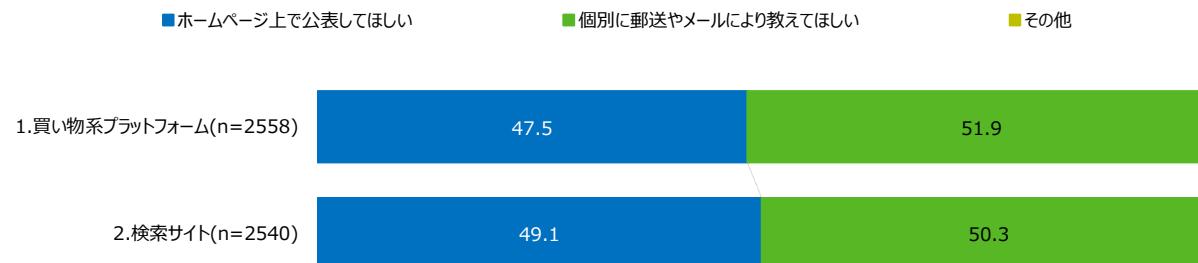


(3)利用規約の具体的条項

Q18.利用規約の変更について、いつ知りたいと思しますか。

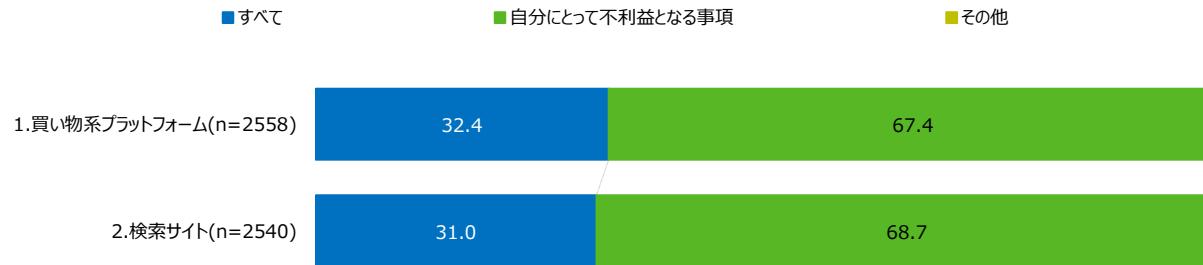


Q19.利用規約の変更について、どのようにして知りたいと思しますか。



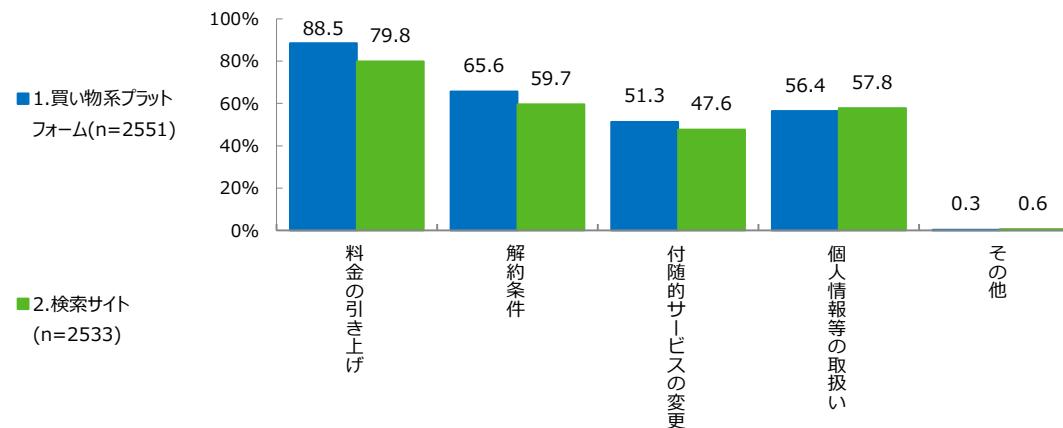
(3)利用規約の具体的条項

Q20.どんな事項の変更について、利用規約の変更を知りたいと思いますか。



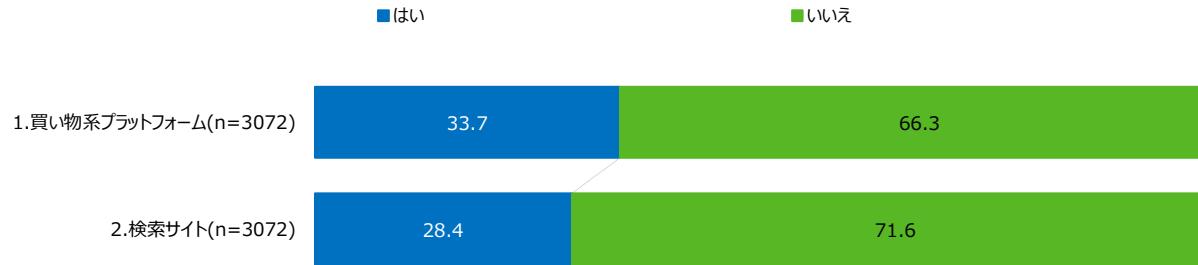
Q20で「すべて」または「自分にとって不利益となる事項」を選択した方にお聞きします。

Q20-1.自分にとって不利益となる事項とはどのようなものを想定しますか。【複数回答可】



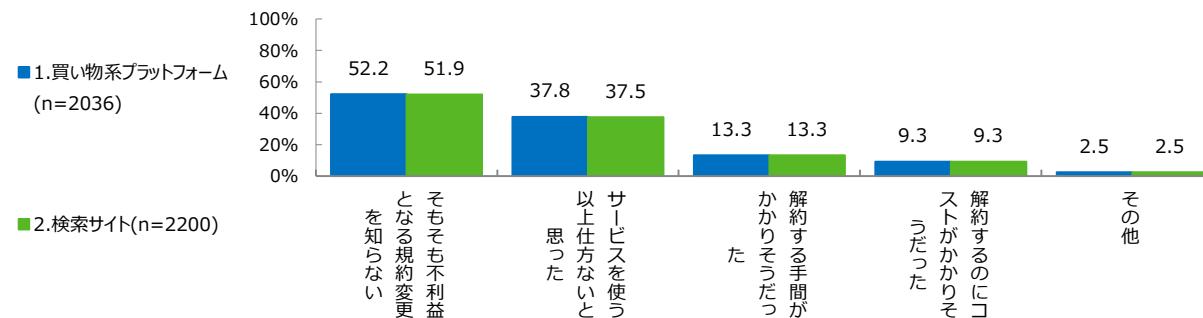
(3)利用規約の具体的条項

Q21.今まで自分にとって不利益となる規約変更があった場合に、サービス利用をやめたことがありますか。



Q21で「いいえ」と選択した方にお聞きします。

Q21-1.その理由は何ですか。【複数回答可】



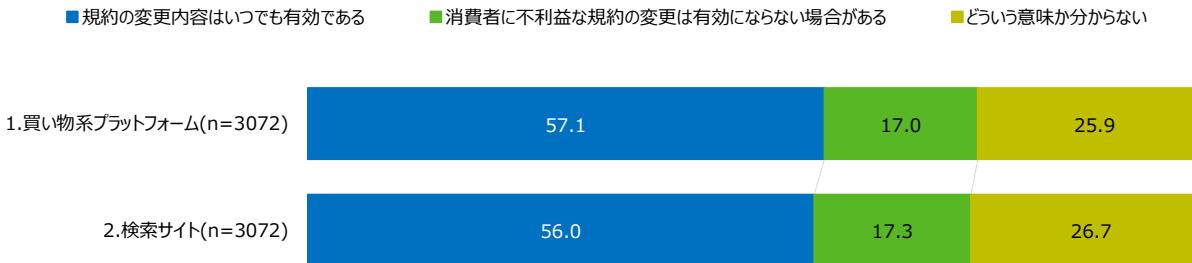
(3)利用規約の具体的条項

Q22.今後、自分にとって不利益な規約変更があった場合にはどのように行動しますか。

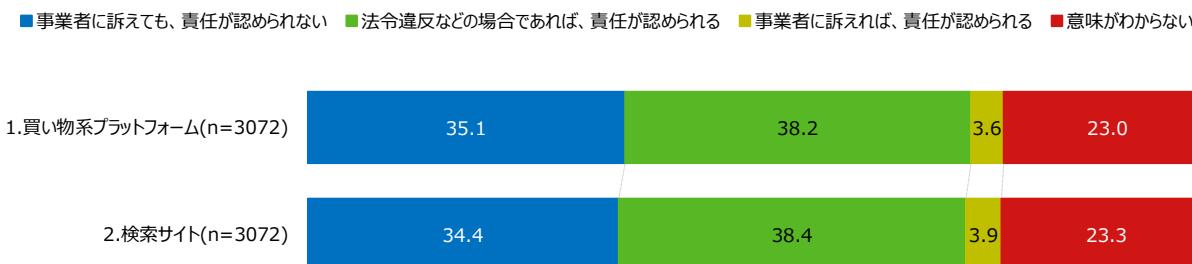


(3)利用規約の具体的条項

Q23.利用規約に、「弊社が本規約を変更する場合、弊社は本規約の改訂版を掲示し、当該改訂版により本規約の条項は自動的に置換されます。本規約の改訂版は、本サイトに掲示された後、自動的に効力を有します」と記載されていた場合、どういう意味だと理解しますか。

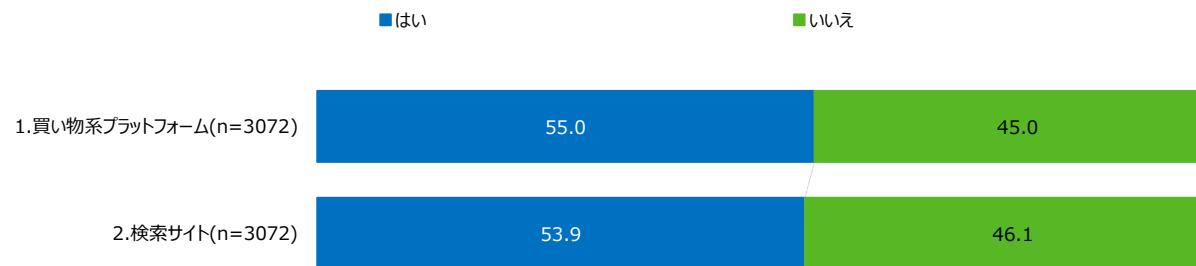


Q24.利用規約に、「法律により許される限り、明示・默示を問わず、あらゆる責任について否認します」と記載されていた場合、どういう意味だと理解しますか。

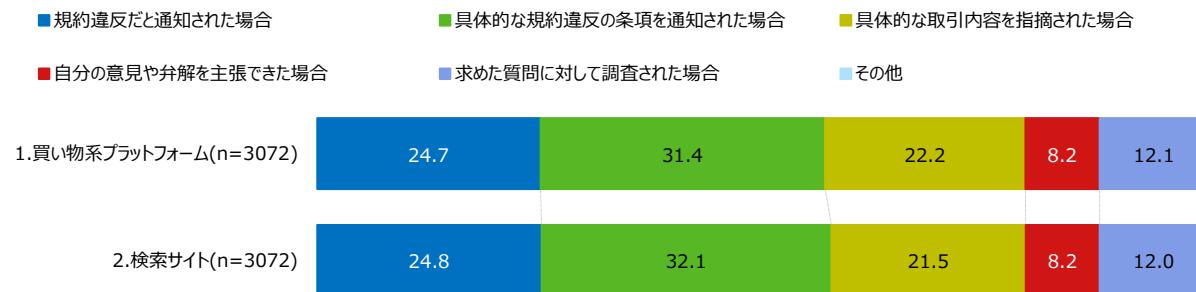


(3)利用規約の具体的条項

Q25.利用規約に、「法律により許される限り、明示・默示を問わず、あらゆる責任について否認します」と記載されていた場合、事業者の責任を訴えることを躊躇しますか。



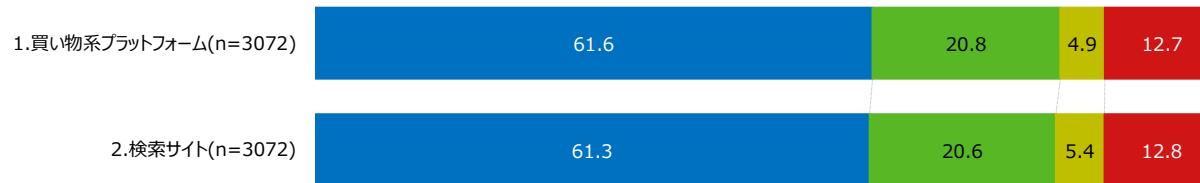
Q26.利用規約に基づき、利用制限やアカウント停止など利用者に不利益な処分を受けた場合、どのように対応されたら、納得できますか。



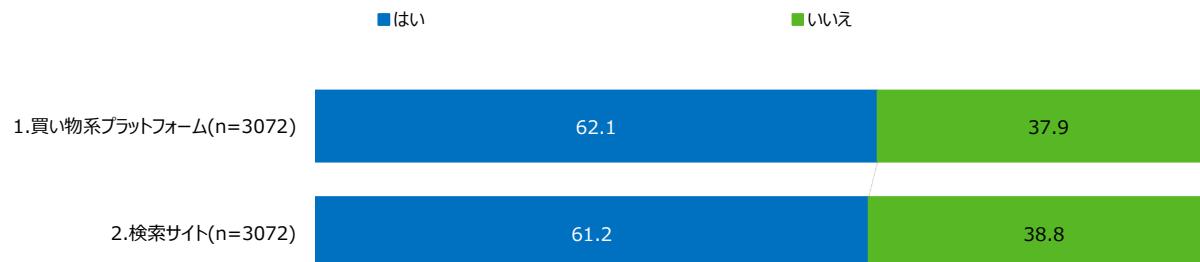
(3)利用規約の具体的条項

Q27.利用規約に、「当社の判断・処分に関し、異議を述べないものとします」と記載されていた場合、どのような意味だと理解しますか。

- 事業者に異議を述べても認められない
- 判断・処分に法令違反などがある場合であれば、事業者に異議を述べることができる
- 事業者に異議を述べることができる
- 意味がわからない



Q28.利用規約に、「当社の判断・処分に関し、異議を述べないものとします」と記載されていた場合、事業者に異議を申し立てることに躊躇しますか。



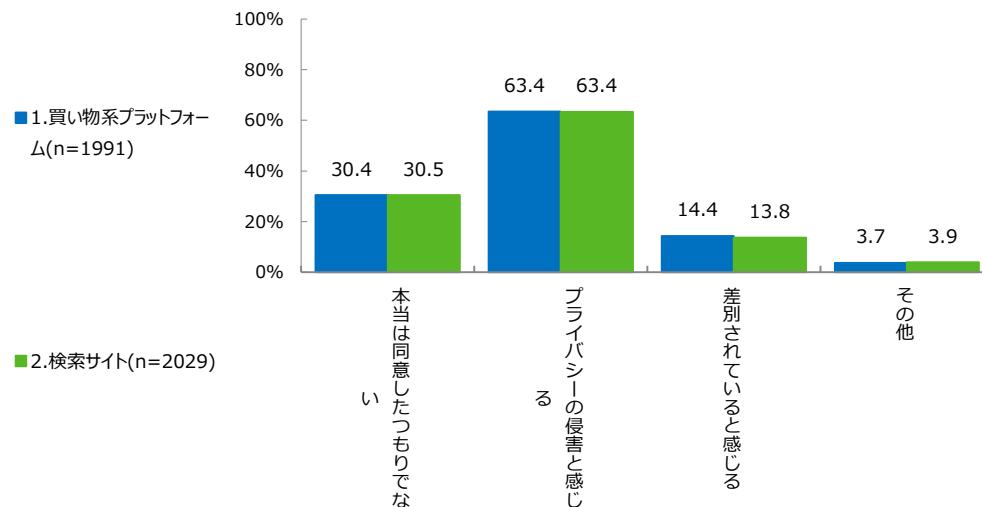
(4) パーソナルデータの消費者取引への活用

(4) パーソナルデータの消費者取引への活用

Q29.自分の情報がプロファイリング(人々の分類の識別を支援するために、個人の精神的及び行動的特性を記録・分析)され、人によって提供されるもの(広告、価格、検索画面等の表示・提案)が異なることについて、受け入れることができますか。



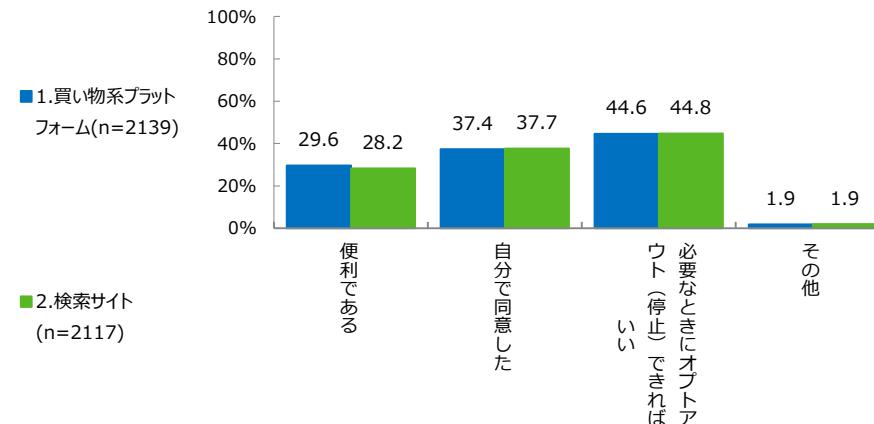
Q29で「許容できない」「どちらかといふと許容できない」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。
Q29-1.許容できない理由をお答えください。【複数回答可】



(4) パーソナルデータの消費者取引への活用

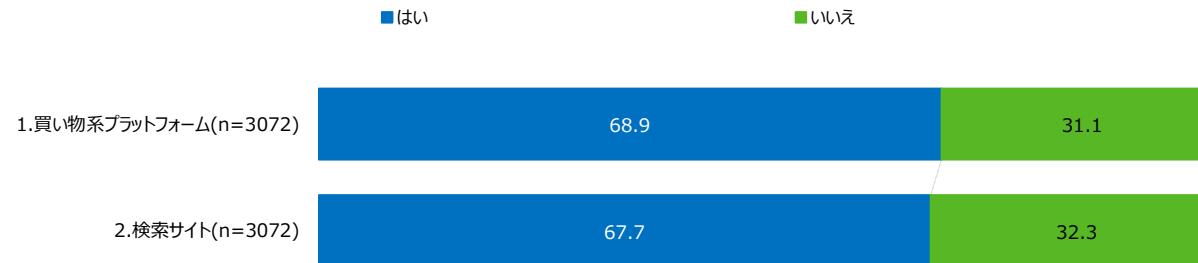
Q29で「許容できる」「どちらかというと許容できる」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。

Q29-2.許容できる理由をお答えください。【複数回答可】



(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ①ターゲティング広告

Q30.あなたがスマートフォンやPCで受信するインターネット広告には、あなたのウェブ閲覧履歴や購買履歴などからあなたの趣味嗜好やライフスタイルがプロファイリングされ、そこで得られた予測結果を踏まえて、個別的に表示されるものもあります。このようなものはいわゆるターゲティング広告と呼ばれていますが、これについて知っていましたか。



(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ①ターゲティング広告

Q30-1. 買い物系プラットフォームについて、ターゲティング広告を行う際に、プロファイリングのために取得、利用してほしくないと思うデータについて、以下の選択肢から上位5つを、順序を示して選んでください。

	n	居住地域	現在の位置情報	思想信条	年収	画像・動画	家族構成	位置情報の履歴	サイト閲覧履歴	検索履歴	SNSのつながり	関心事項	歴一般的な消費の購買履歴	年齢	性別	職業	医薬品ヘルスケア関連	動画視聴履歴	履歴・ビデオ等の購買	サイト利用日時	その他
1.1位	3072	23.3	16.5	7.8	6.8	5.8	4.4	4.4	4.3	3.8	3.8	3.5	3.5	2.7	2.4	2.4	1.7	1.1	0.9	0.3	0.6
2.2位	3072	6.3	10.7	4.3	5.2	2.9	7.2	11.5	6.7	5.3	3.4	4.3	3.9	5.4	10.4	4.2	1.8	2.9	2.6	0.8	0.1
3.3位	3072	6.3	7.0	4.9	5.5	2.8	7.1	7.7	7.8	8.9	4.7	3.9	4.6	10.3	3.0	5.0	2.7	4.2	2.0	1.9	0.0
4.4位	3072	5.3	6.6	4.6	5.5	3.5	6.4	5.6	9.4	7.6	5.7	5.4	5.9	3.8	2.5	10.7	2.5	4.2	2.9	1.9	0.0
5.5位	3072	6.3	5.7	5.2	6.2	5.4	7.0	5.9	8.0	6.2	6.3	9.9	6.3	2.9	2.1	3.2	3.0	4.7	2.8	2.8	0.2

Q30-2. 検索サイトについて、ターゲティング広告を行う際に、プロファイリングのために取得、利用してほしくないと思うデータについて、以下の選択肢から上位5つを、順序を示して選んでください。

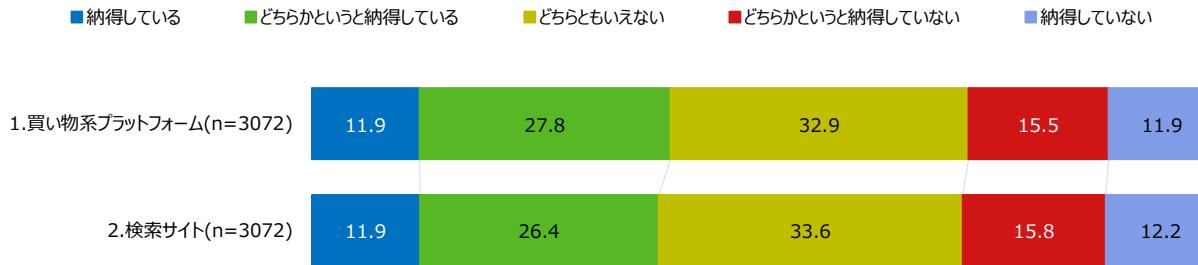
	n	居住地域	現在の位置情報	思想信条	年収	検索履歴	画像・動画	サイト閲覧履歴	関心事項	位置情報の履歴	家族構成	歴一般的な消費の購買履歴	SNSのつながり	職業	年齢	性別	動画視聴履歴	医薬品ヘルスケア関連	履歴・ビデオ等の購買	サイト利用日時	その他
1.1位	3072	21.4	15.7	8.6	6.3	5.5	4.8	4.7	4.3	4.3	3.7	3.7	3.6	2.9	2.7	2.5	1.9	1.6	1.0	0.3	0.4
2.2位	3072	5.3	9.8	4.5	4.0	6.9	2.6	8.3	4.9	14.2	7.1	4.5	3.3	3.7	4.1	9.3	2.6	1.9	2.1	0.9	0.0
3.3位	3072	6.2	7.6	4.3	4.4	11.0	2.3	7.9	4.4	8.2	6.2	4.4	3.7	4.6	10.2	2.4	5.6	2.7	2.4	1.6	0.0
4.4位	3072	4.5	6.5	4.5	5.5	7.4	3.1	11.1	4.4	6.6	6.3	5.2	5.4	10.7	3.4	2.2	5.2	2.8	2.7	2.5	0.0
5.5位	3072	6.6	6.0	4.5	6.2	6.2	5.1	7.1	10.3	5.8	6.2	5.9	6.4	3.8	2.5	2.0	6.3	2.7	3.1	3.4	0.2

(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ①ターゲティング広告

Q31.不特定のブランド・メーカーの商品をネットで選択・購入する際に、上位に表示されたものやプラットフォームからのおすすめ商品について、参考にしますか。



Q32.あなたの属性(性別・年齢や嗜好等)によるターゲティング広告と思われるものが表示されることについて、納得していますか。

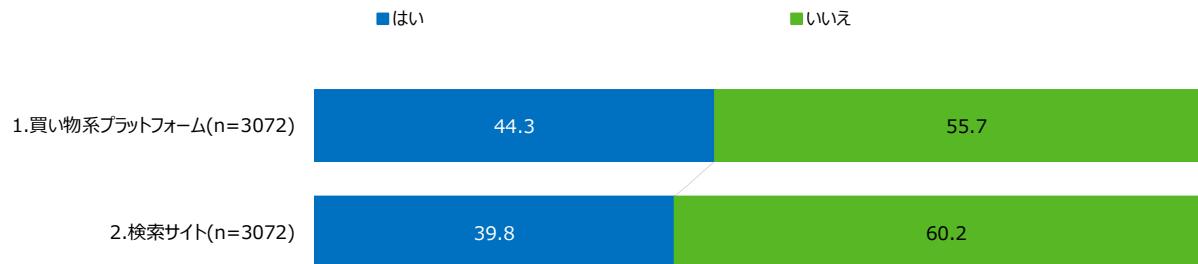


(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ①ターゲティング広告

Q33.あなたの属性(性別・年齢や嗜好等)だけでなく、あなたの行動・購買履歴等を利用した個人の特定によるターゲティング広告と思われるものが表示されることについて、納得していますか。



Q34.ターゲティング広告と思われる表示をクリックすることはありますか。

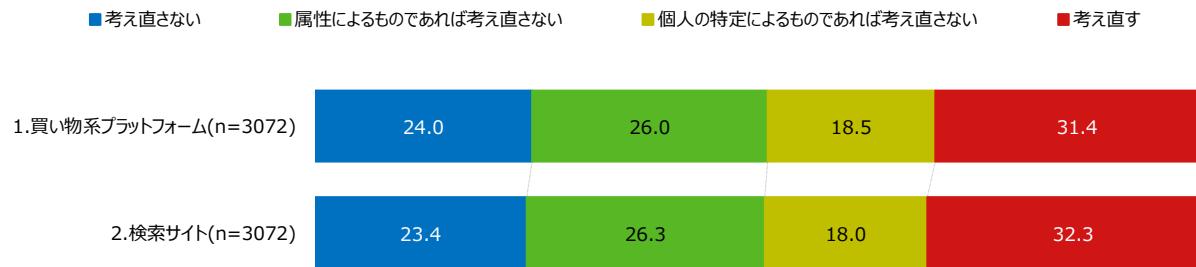


(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ①ターゲティング広告

Q35.ターゲティング広告と思われる表示から契約締結に至ったことはありますか。



Q36.ターゲティング広告であることを知っていたら、購入を考え直しますか。



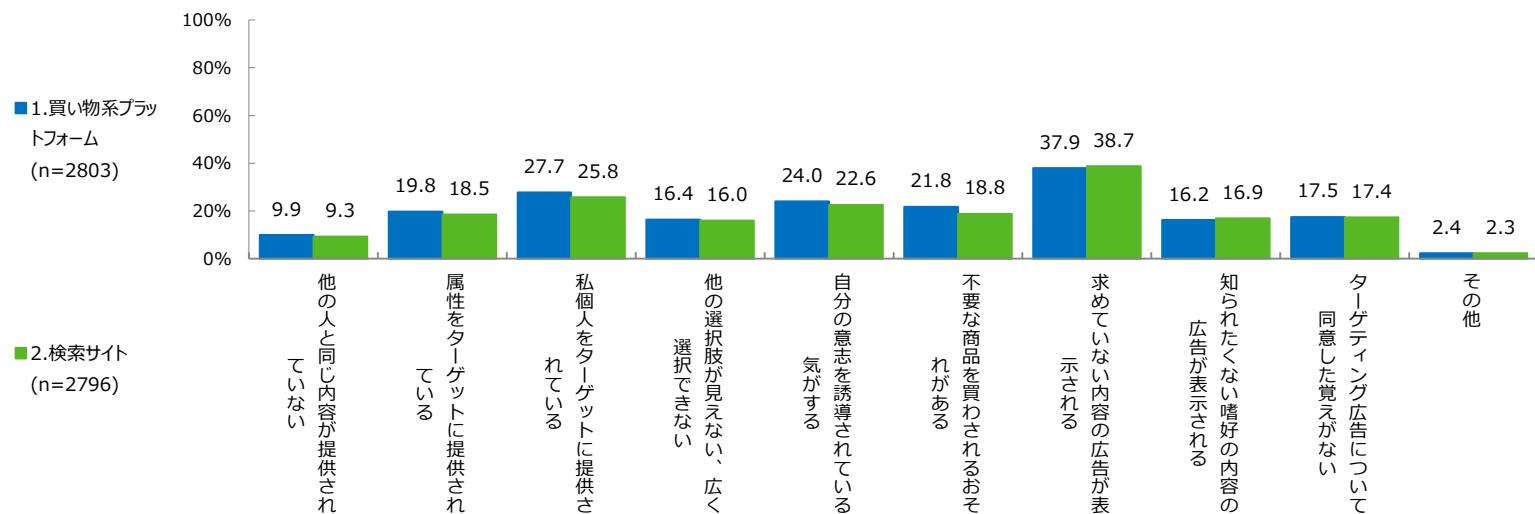
(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ①ターゲティング広告

Q37.ターゲティング広告を受け取って、煩わしく思うことがありますか。



Q37で「煩わしい」「どちらかといふと煩わしい」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。

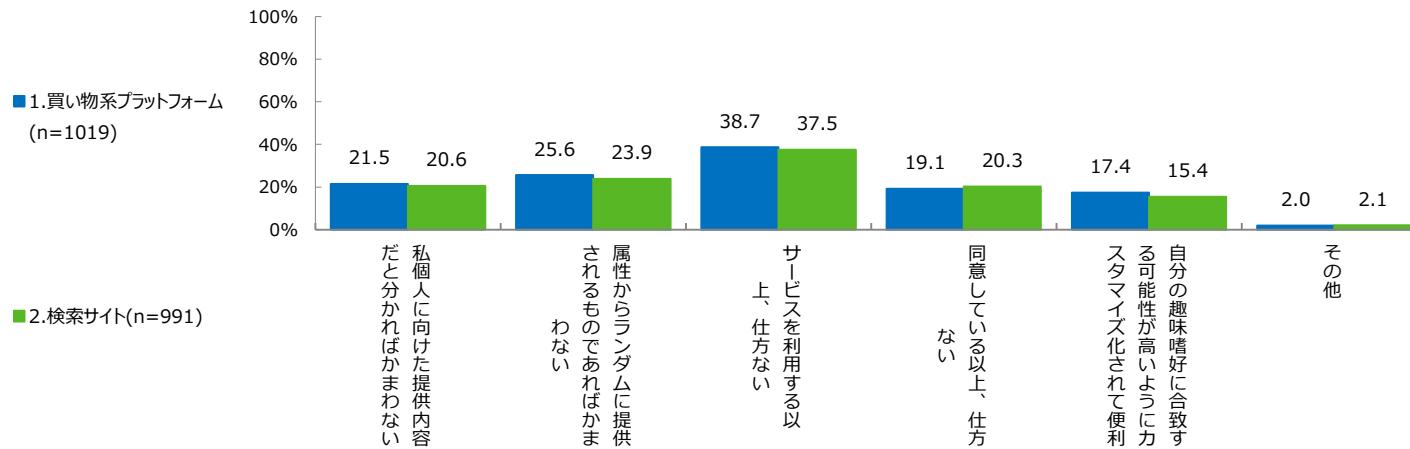
Q37-1.その理由をお選びください。【複数回答可】



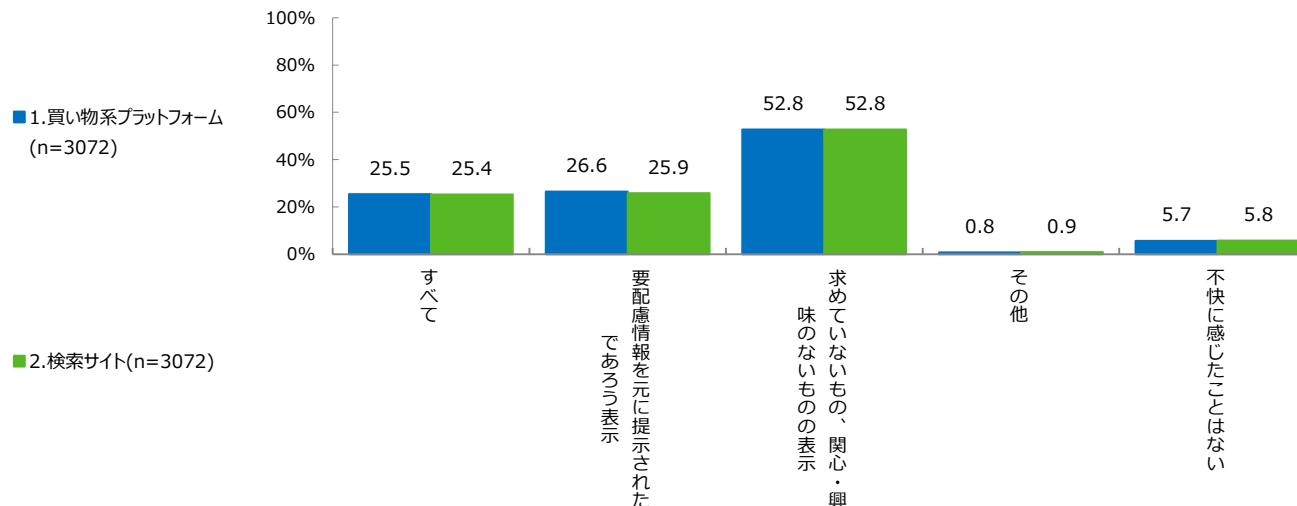
(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ①ターゲティング広告

Q37で「煩わしくない」「どちらかというと煩わしくない」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。

Q37-2.その理由をお選びください。【複数回答可】

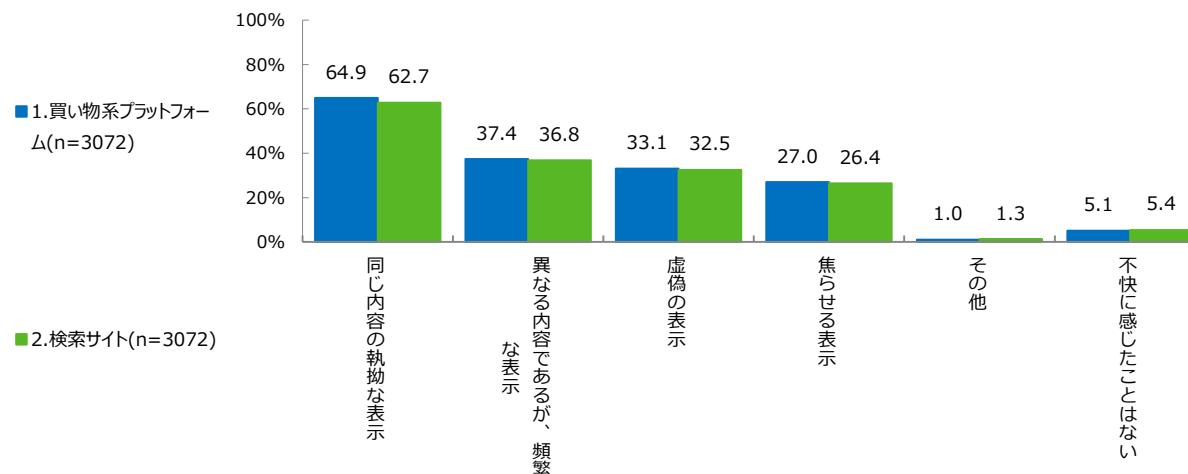


Q38.ターゲティング広告と思われるもので不快に感じる内容はどんな表示内容だと思いますか。【複数回答可】

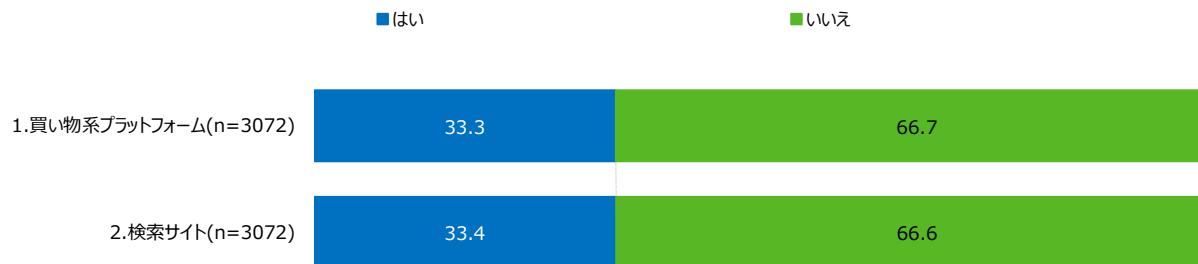


(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ①ターゲティング広告

Q39.ターゲティング広告と思われるもので不快に感じる手法はどんな表示手法だと思いますか。【複数回答可】

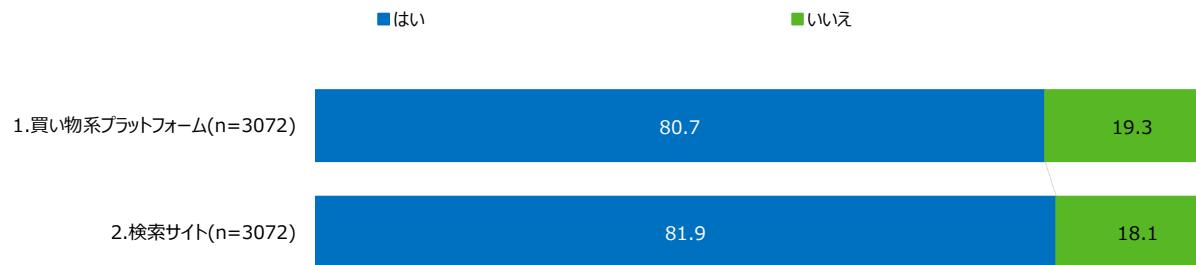


Q40. サイトによっては、望まない広告を選択して配信・表示されないようにするための設定(オプトアウト)を設けているものがありますが、ターゲティング広告からオプトアウトできる設定があることを知っていましたか。

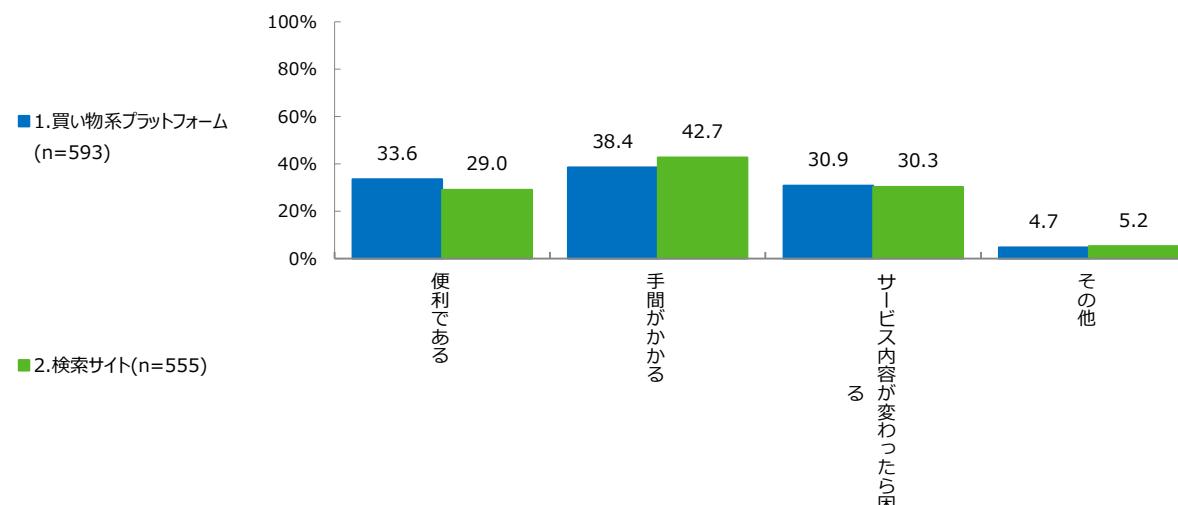


(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ①ターゲティング広告

Q41.ターゲティング広告について事前に設定を変えることができたら、外したいと思いますか。



Q41で「いいえ」と選択した方にお聞きします。
Q41-1.その理由は何ですか。【複数回答可】



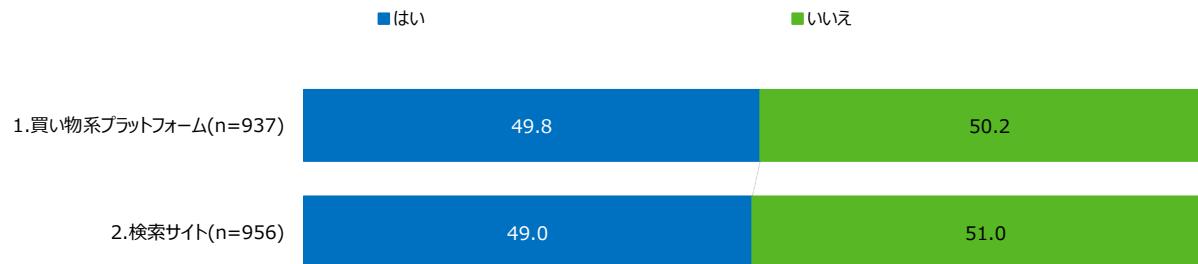
(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ①ターゲティング広告

Q42.ターゲティング広告の設定を変えようとしたことはありますか。



Q42で「はい」と選択した方にお聞きします。

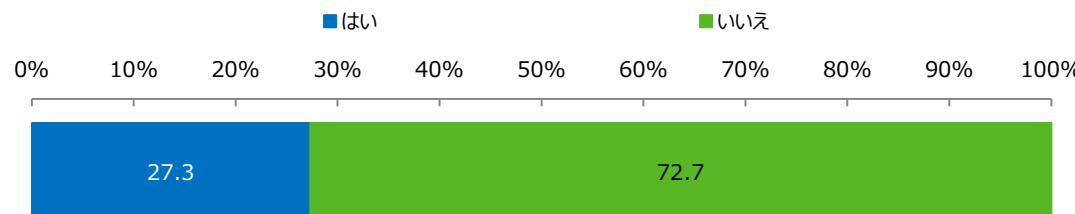
Q42-1. 設定は容易でしたか。



(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ②パーソナライズド・プライシング

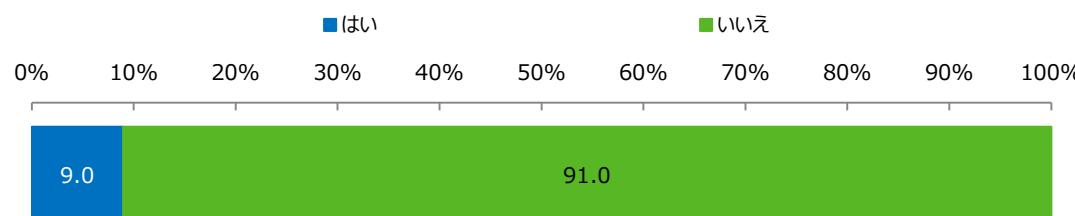
Q43.同じ商品やサービスについて、顧客によって価格を変更したり、クーポンの割引率を変えたりすることがある、いわゆるパーソナライズド・プライシングについて知っていますか。(市場の需給や時期によって価格やクーポンの割引率が変わるもののは含みません)

n=3072



Q44.同じ商品やサービスについて、他人と異なる価格や割引クーポンを提供されたと感じたことはありますか。

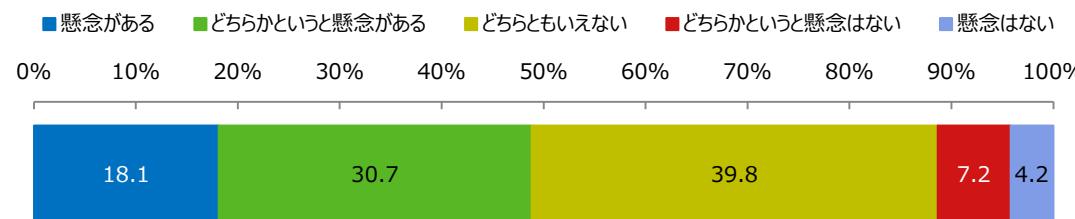
n=3072



(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ②パーソナライズド・プライシング

Q45.いわゆるパーソナライズド・プライシングで価格が提案された場合、懸念を持ちますか。

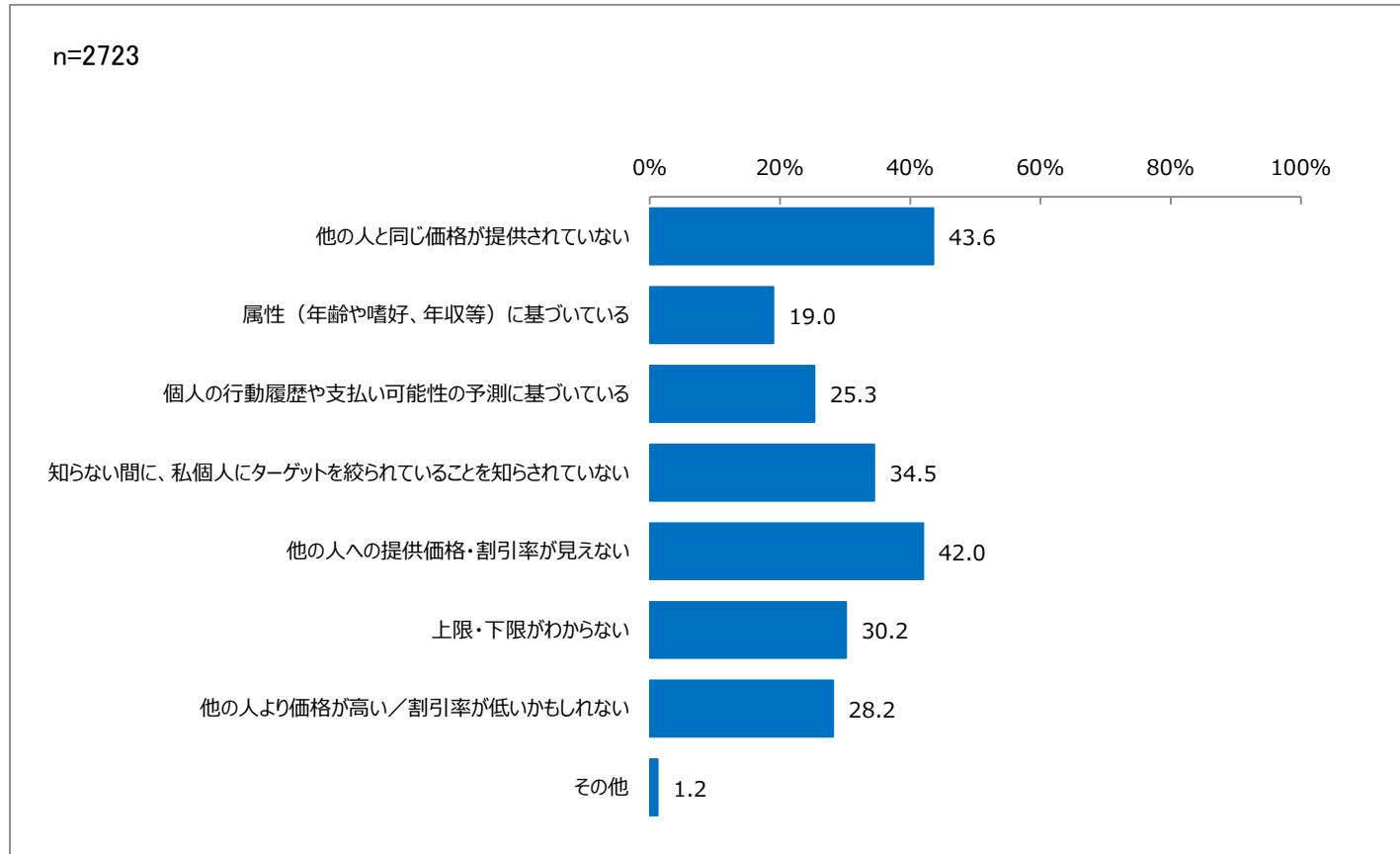
n=3072



(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ②パーソナライズド・プライシング

Q45で「懸念がある」「どちらかというと懸念がある」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。

Q45-1.その理由をお選びください。【複数回答可】

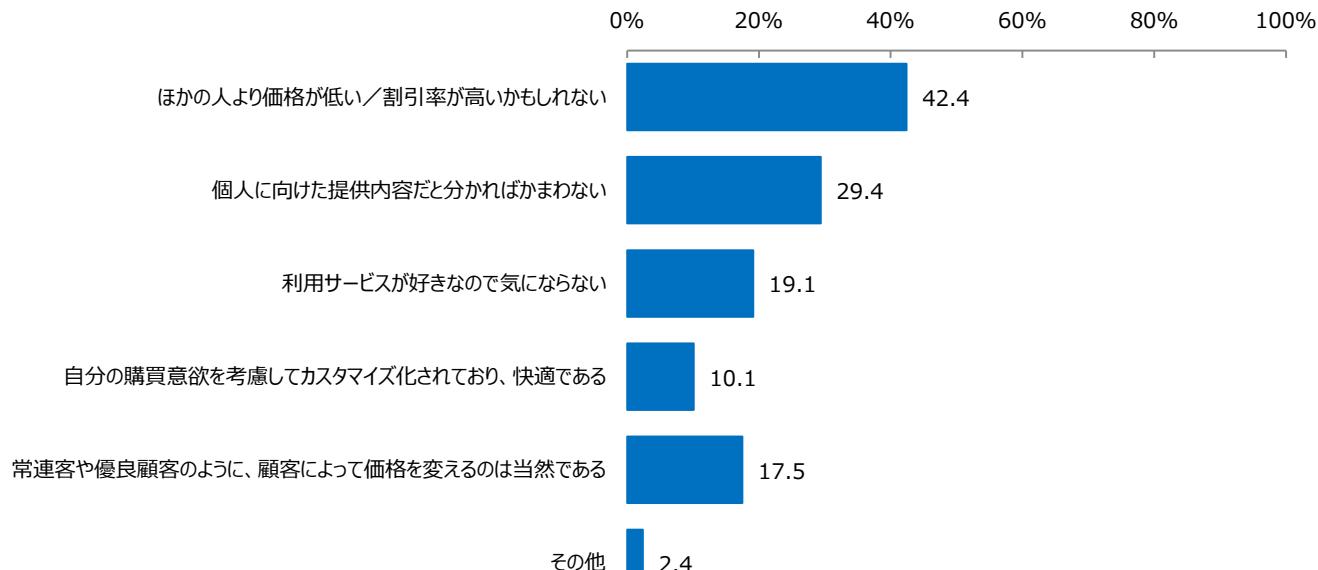


(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ②パーソナライズド・プライシング

Q45で「懸念はない」「どちらかというと懸念はない」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。

Q45-2.その理由をお選びください。【複数回答可】

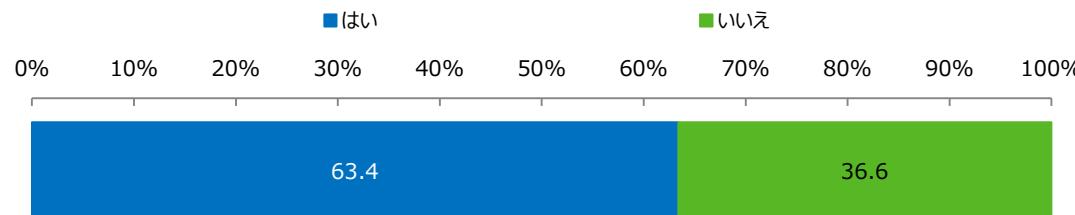
n=1572



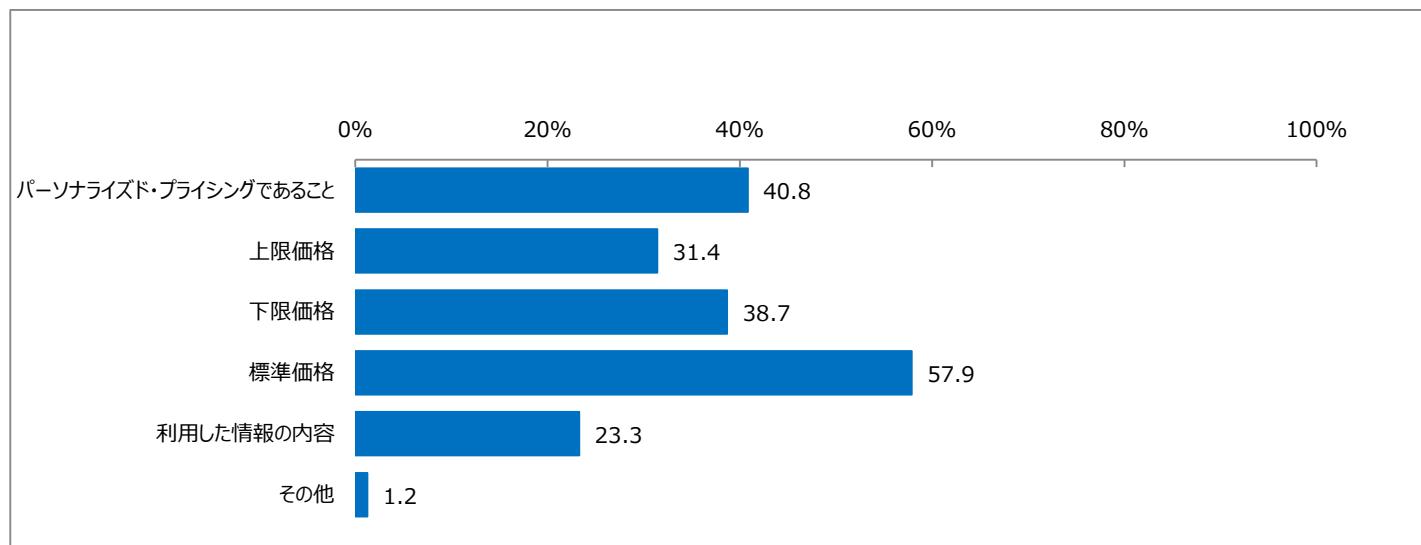
(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ②パーソナライズド・プライシング

Q46.パーソナライズド・プライシングによって提案された価格と知っていたら、購入を考え直しますか。

n=3072

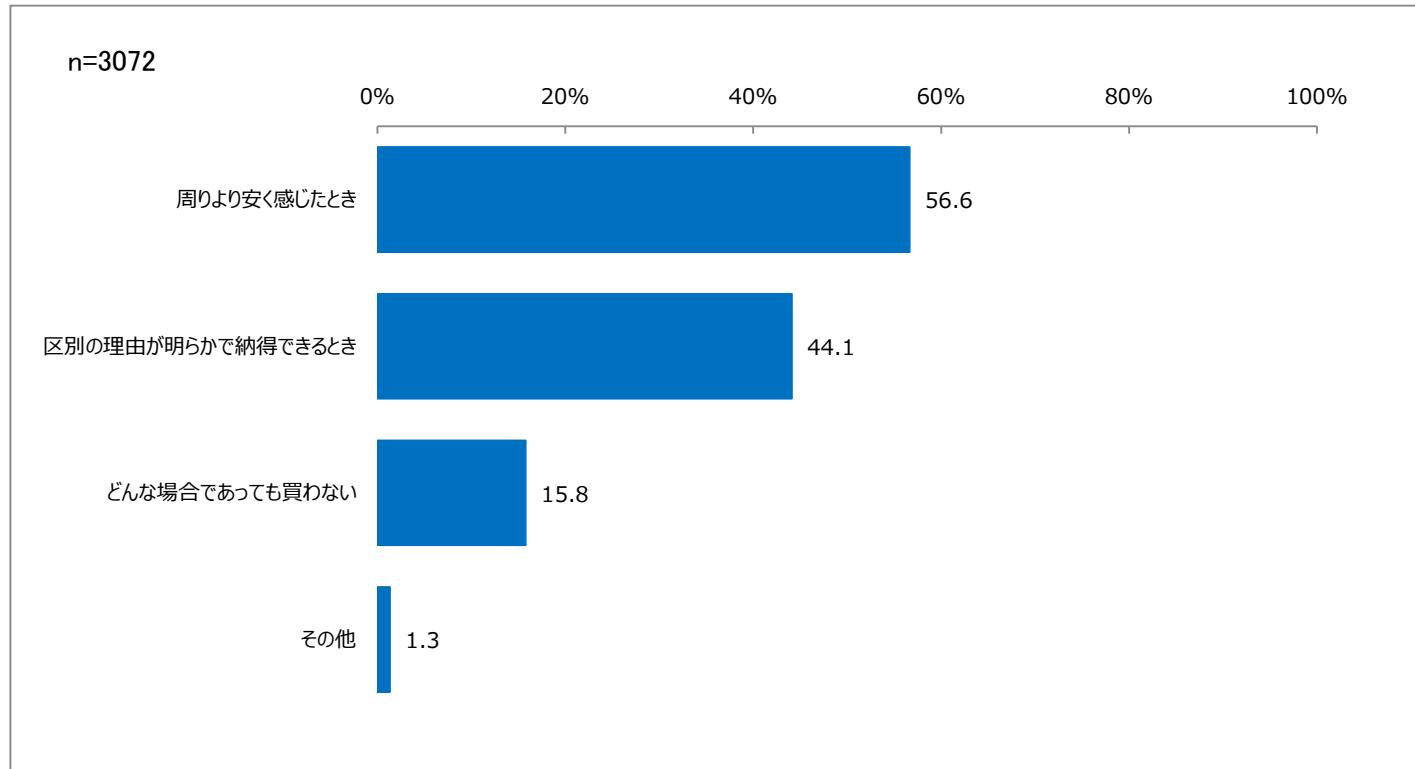


Q47.パーソナライズド・プライシングによって提案された価格を提案された場合、何を知りたいと思いますか。【複数回答可】



(4) パーソナルデータの消費者取引への活用 ②パーソナライズド・プライシング

Q48.どんな場合に、パーソナライズド・プライシングによる価格の商品を買いますか。【複数回答可】



(5) 消費者レビュー

(5)消費者レビュー

Q49.商品購入時に消費者のレビューを見て購入を決めていますか。

n=3072



Q49で「決めている」「どちらかというと決めている」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。

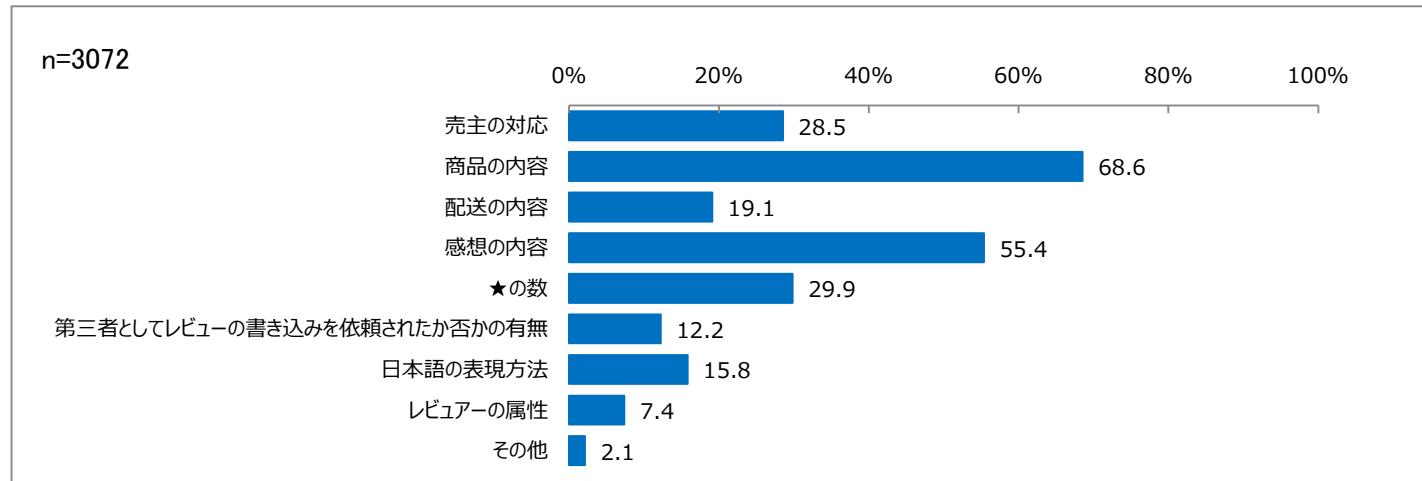
Q49-1.サイトのレビュー欄における高い評価を信じて商品を購入したところ、実際には粗悪品だった(評価に書かれている内容は、虚偽・誇大だと感じた)という経験がありますか。

n=2629



(5)消費者レビュー

Q50.商品ページにおいて、消費者のレビューのどこを参考にしていますか。【複数回答可】



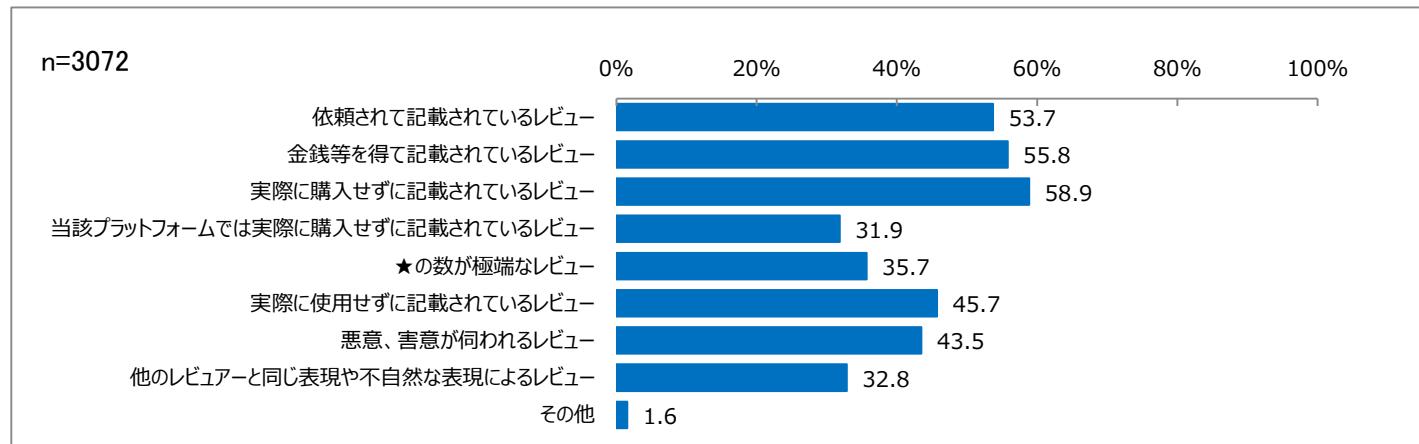
Q51.商品購入時に消費者のレビューを信用していますか。

n=3072

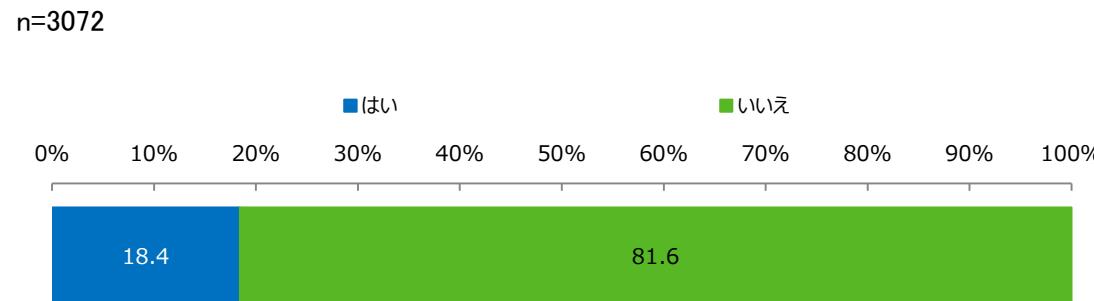


(5)消費者レビュー

Q52.どのようなレビューは信用すべきではないと思いますか。【複数回答可】



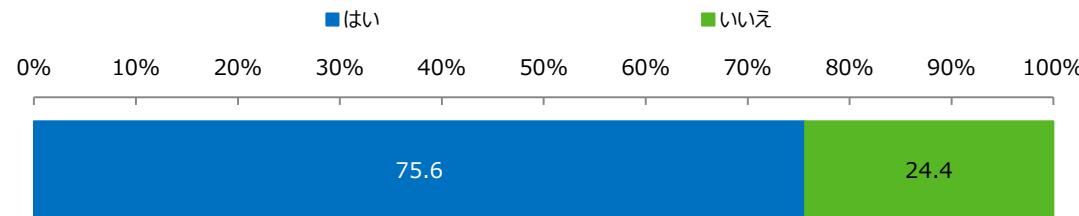
Q53.レビューが売主または第三者からの依頼に基づいて記載されている場合、当該レビューを信用しますか。



(5)消費者レビュー

Q54.信用したレビューが売主または第三者から依頼されたレビューだと知っていたら、購入を考え直しますか。

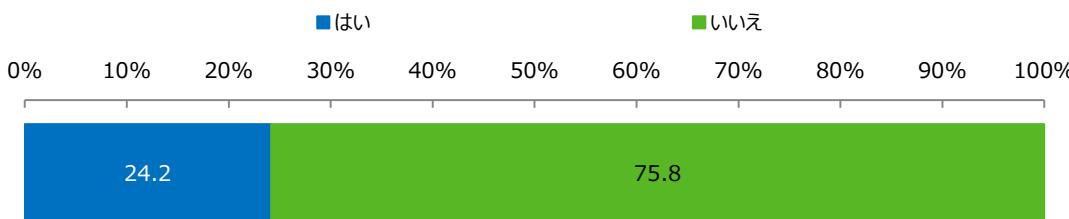
n=3072



(5)消費者レビュー

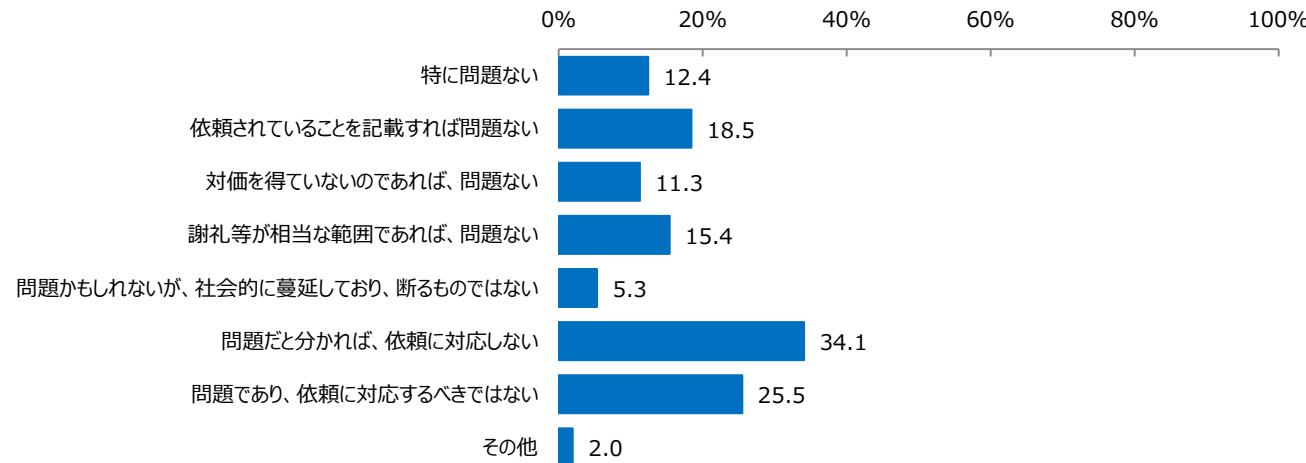
Q55.謝礼等と見返りに、レビューを行うよう依頼や勧誘を受けたことがありますか。

n=3072



Q56.謝礼等と見返りに、レビューを行うことを依頼されたら、どのように感じますか。【複数回答可】

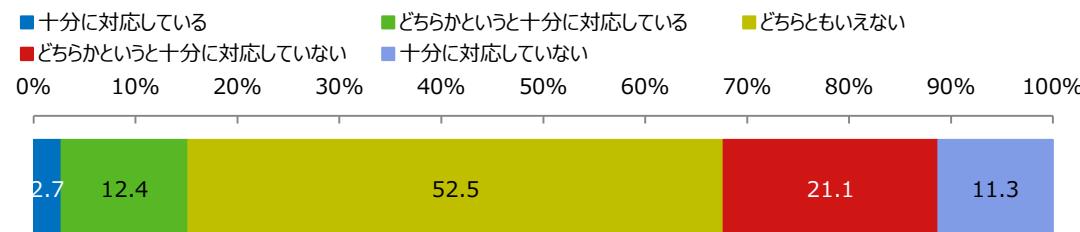
n=3072



(5)消費者レビュー

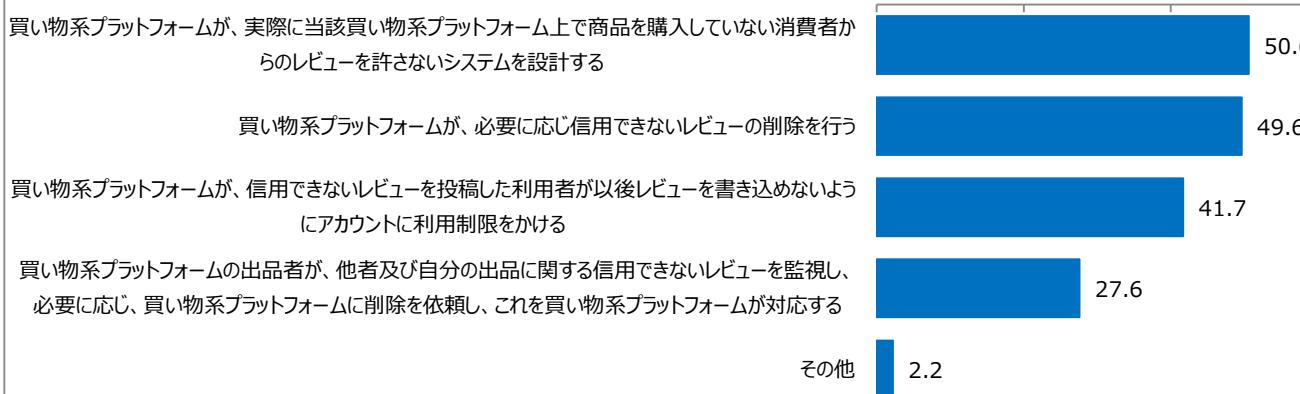
Q57.レビュー管理に対する買い物系プラットフォームの対策は十分だと思いますか。

n=3072



Q58.信用できないレビューを根絶するため、買い物系プラットフォームに期待するとすれば、どのような対策・役割を担うことが有効だと考えますか。
【複数回答可】

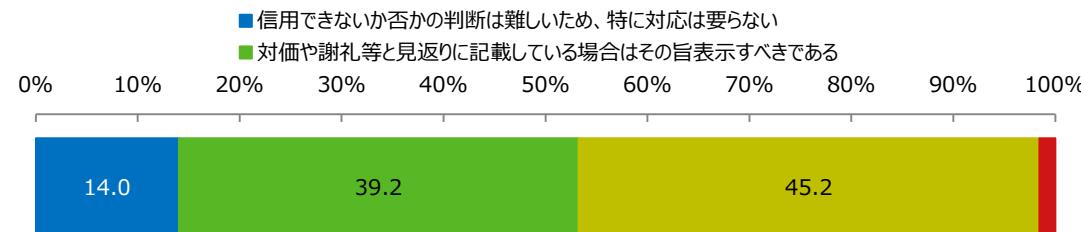
n=3072



(5)消費者レビュー

Q59.信用できないレビューを書きこむ個人は、本来どのように対応すべきだと思いますか。

n=3072

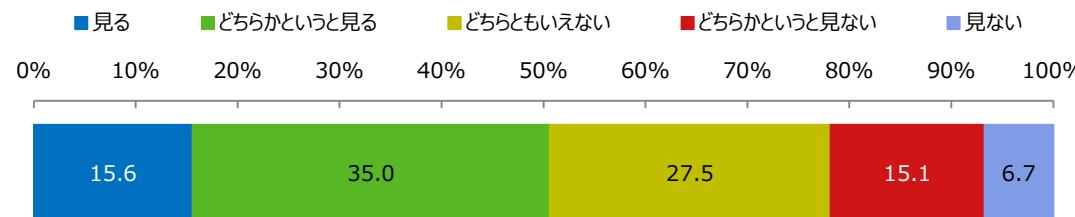


(6) 買い物系プラットフォームにおける表示

(6) 買い物系プラットフォームにおける表示

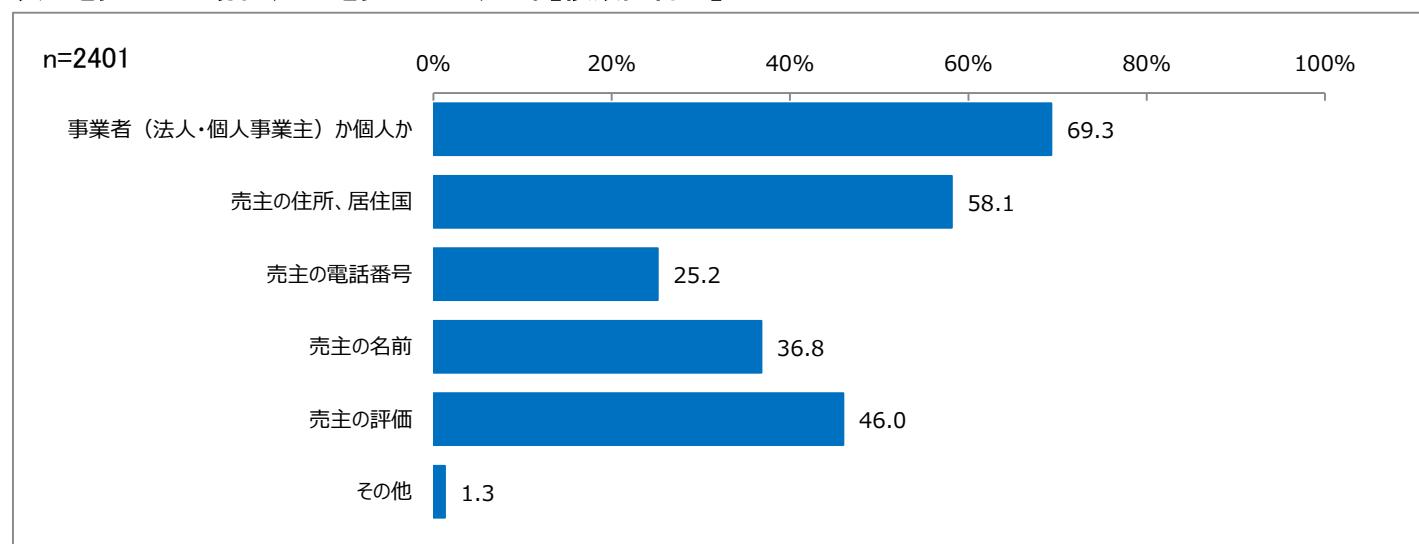
Q60. 買い物系プラットフォームでは、売主が事業者の場合には、法令上、売主の名称や連絡先などを表示しなければならないとなっていますが、売主の表示をよく見て買い物をしていますか。

n=3072



Q60で「見る」「どちらかといふと見ない」「どちらともいえない」と選択した方にお聞きします。

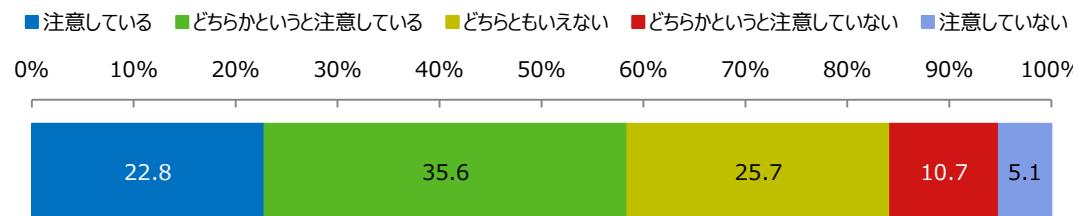
Q60-1. 売主に関する表示を見ている場合、どこを見ていますか。【複数回答可】



(6) 買い物系プラットフォームにおける表示

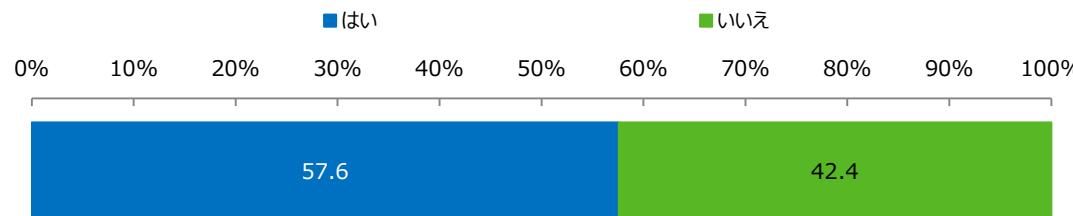
Q61 買い物系プラットフォームで、売主が事業者でなく個人だとわかったら(消費者保護法令が適用されないとわかったら)、取引に入る前に注意していますか。
※消費者保護法令は原則として事業者と消費者との間の取引に適用されます。

n=3072



Q62. 買い物系プラットフォームのトップページでの宣伝や買い物系プラットフォームのキャンペーン表示(例えば全品○○%オフ等)を見て、そのプラットフォームで買い物をしたくなりますか。

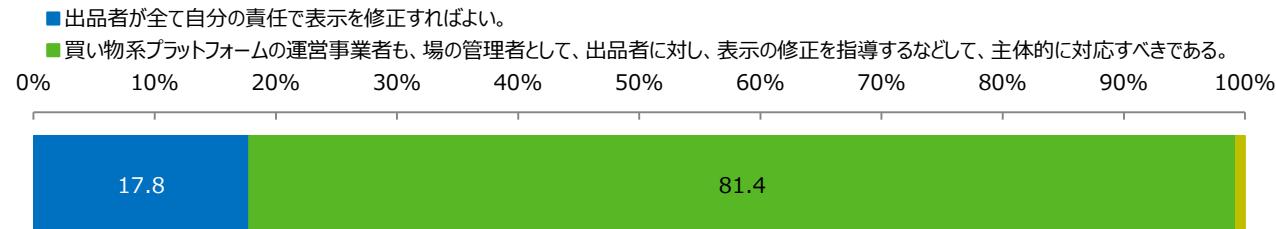
n=3072



(6) 買い物系プラットフォームにおける表示

Q63. 買い物系プラットフォームで、出品者のページの表示内容を適正にするためには、誰が対応することを期待しますか。

n=3072

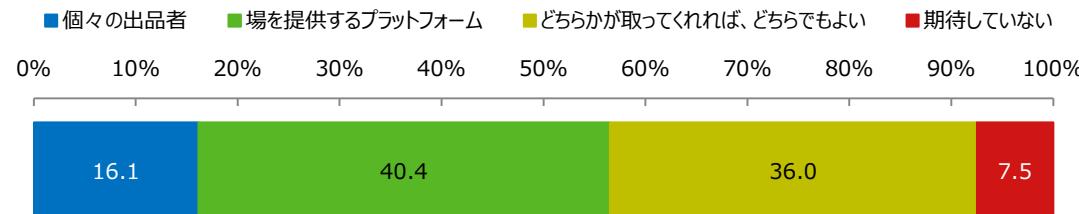


（7）買い物系プラットフォームにおける紛争解決

(7) 買い物系プラットフォームにおける紛争解決

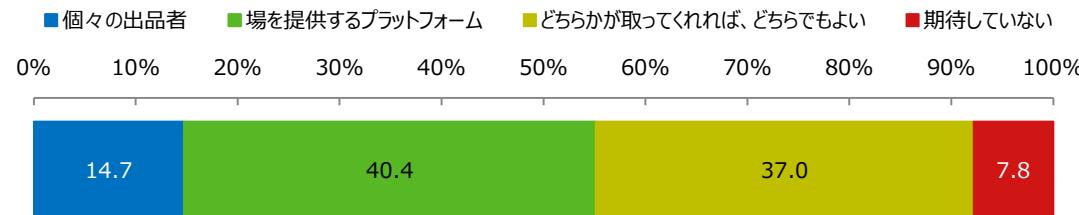
Q64. 出品者が事業者である場合に、買い物系プラットフォームにおいてトラブルが起きた場合は誰に責任を取ってほしいと思いますか。

n=3072



Q65. 出品者が消費者である場合に、買い物系プラットフォームにおいてトラブルが起きた場合は誰に責任を取ってほしいと思いますか。

n=3072



(7) 買い物系プラットフォームにおける紛争解決

Q66. 買い物系プラットフォームで起きた売主・買主でのトラブルについて、当該売主・買主以外の第三者(当該買い物系プラットフォーム含む)から助言や和解案の提示を受けたいと思いますか。

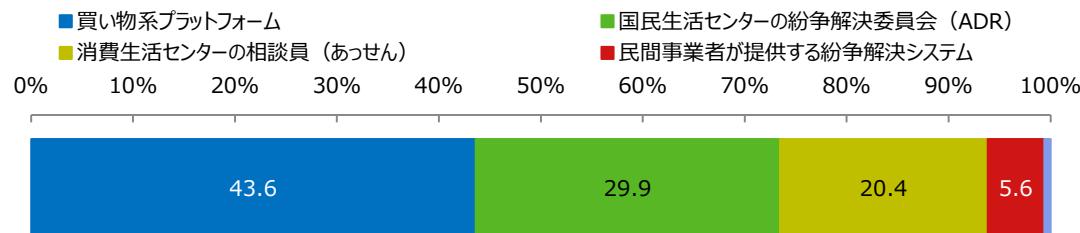
n=3072



Q66で「はい: 第三者から助言や和解等の提示を受けたい」と選択した方にお聞きします。

Q66-1. どのような第三者に介入してほしいと思いますか。

n=2445



(7) 買い物系プラットフォームにおける紛争解決

Q67. 買い物系プラットフォームでの売主・買主間でのトラブルについて、買い物系プラットフォーム（サイト運営事業者）に何を期待しますか。【複数回答可】

