
論文概要

●研究成果物

論文タイトル 消費者事故・トラブルに関する統計分析：
「消費者意識基本調査」調査票データを用いて

著者 吉川純平（大阪大学大学院経済学研究科博士前期課程）
谷崎久志（大阪大学大学院経済学研究科）

●論文要旨

本稿では、2016年実施の消費者庁「消費者意識基本調査」調査票を用いて、消費者事故・トラブルに影響を与える要因を考察した。その結果、消費者事故・トラブルに遭いやすい個人を表す変数として、「衝動買いをする」、「強く勧められると断れない」、「インターネットサイト又はSNSから知識・情報を得る」、「大学・大学院卒ダミー^{※1}」、「インターネットサイト又はSNSから知識・情報を得ると高齢者ダミーの交差項^{※2}」が得られた。また、消費者事故・トラブルに遭いにくい個人を表す変数として、「実際に現物を見て商品を確認してから購入する」、「生活の満足度」、「同居人ダミー」が得られた。

「未成年ダミー」の交差項の分析では、買物に関する変数（「買物が好き」、「新し物好き」、「衝動買いをする」）、購買の情報源に関する変数（「インターネットサイト又はSNSから知識・情報を得る」）、消費者知識に関する変数（「消費者知識ダミー（未成年契約）」、「消費者知識ダミー（不実告知）」、「消費者知識ダミー（不当条項）」）と「未成年ダミー」の交差項は、いずれも有意にはならなかった。すなわち、「衝動買いをする」ことは、どの世代においてもトラブルに遭う確率を増やすが、未成年が他の世代と比較して特に「衝動買いをするためにトラブルに遭う」という特徴があるわけではなかった。

※1 「ダミー」とは、数量的に表現できない定性的、属性的なものを計量経済モデルに取り入れる目的で作られた特別な変数のこと。通常0又は1の値をとる。

※2 「交差項」とは、2つ以上の説明変数の積のこと。

●論文の内容に関する御問合せ先

谷崎久志（tanizaki*econ.osaka-u.ac.jp）

上記アドレスの、*を@に変えてください。

●論文の開示を御希望の方へ

全文を御覧になりたい方は、以下まで御問合せください。

消費者行政新未来創造オフィス 「消費者意識基本調査等の統計データを利用した実証分析」プロジェクト 担当 （代表：088-600-0000）