

# 平成28年度第1回消費生活eモニターアンケート調査

## 「消費生活全般について」

### 目 次

第1章 調査の概要	・・・P2
1 調査目的	
2 調査方法	
3 調査期間	
4 調査対象	
5 回答者の属性	
第2章 調査結果	・・・P3

【以下のホームページも是非ご覧下さい。】

◎ かながわの消費生活

<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f100548/>

## 第1章 調査の概要

### 1 調査目的

県の消費生活行政についてのご意見等をいただき、今後の県の消費生活行政の参考とするため、アンケート調査を実施しました。

### 2 調査方法

ホームページ上でのアンケート調査（全23問）

### 3 調査期間

平成28年7月5日(火)から7月14日(木)まで

### 4 調査対象

消費生活eモニター：366名 回答者：295名

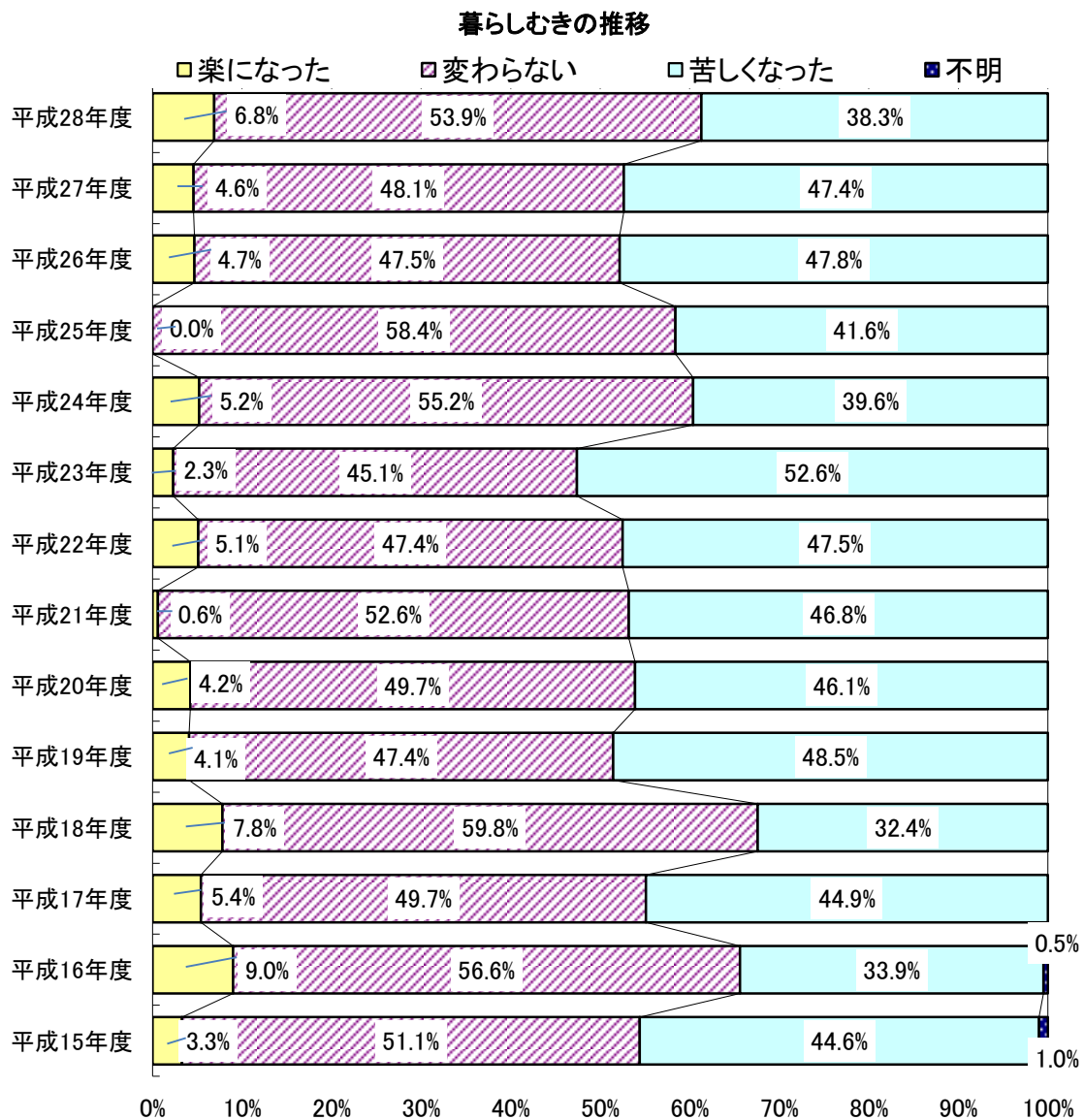
### 5 回答者の属性

性別	男性 122名	女性 173名
年齢	18～29歳	12名(男性：4名 女性：8名)
	30歳代	52名(男性：10名 女性：42名)
	40歳代	77名(男性：25名 女性：52名)
	50歳代	63名(男性：26名 女性：37名)
	60歳代	58名(男性：28名 女性：30名)
	70歳以上	33名(男性：29名 女性：4名)

## 第2章 調査結果

- ・複数回答のある設問では、比率の合計が100を超える場合があります。
- ・未回答者がある場合、%の合計が100に満たない場合があります。

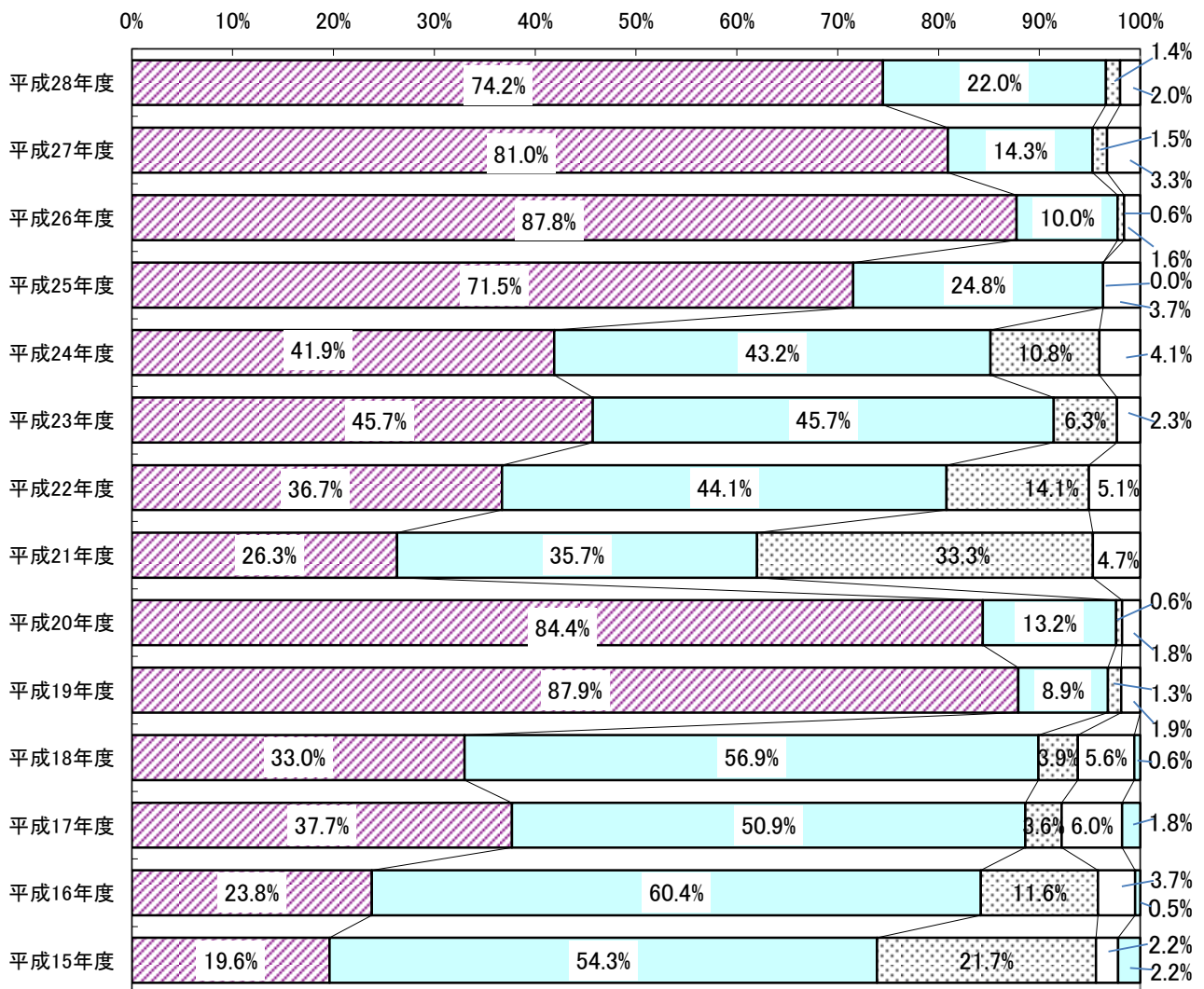
Q1 暮らしむきについてたずねたところ、「変わらない」が半数以上を占めて最も多く、次いで「苦しくなった」がおおよそ4割、「楽になった」は1割弱にとどまった。



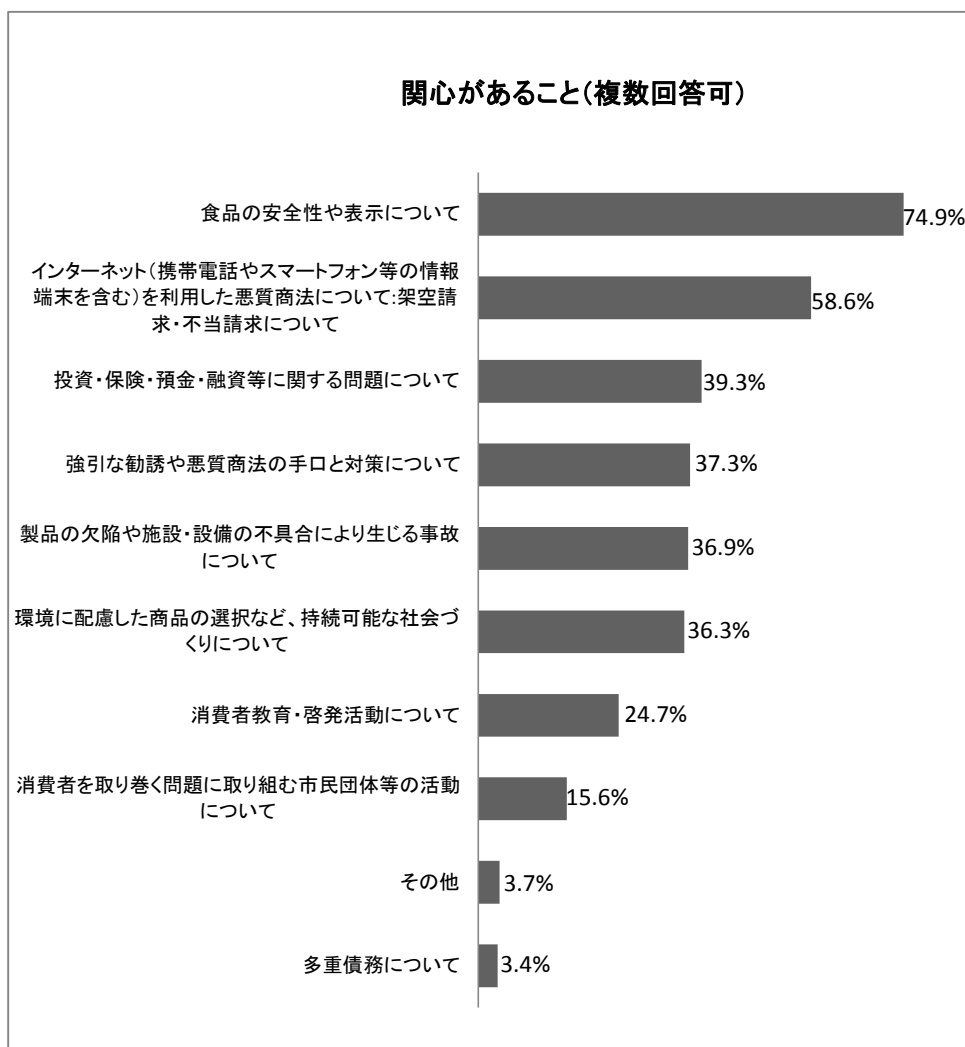
Q2 物価の動向についてたずねたところ「上がった」が7割台で最も多く、次いで「変わらない」が2割台、「下がった」は少数であった。

### 物価の上昇感・下落感

□上がった □変わらない □下がった □わからない □不明



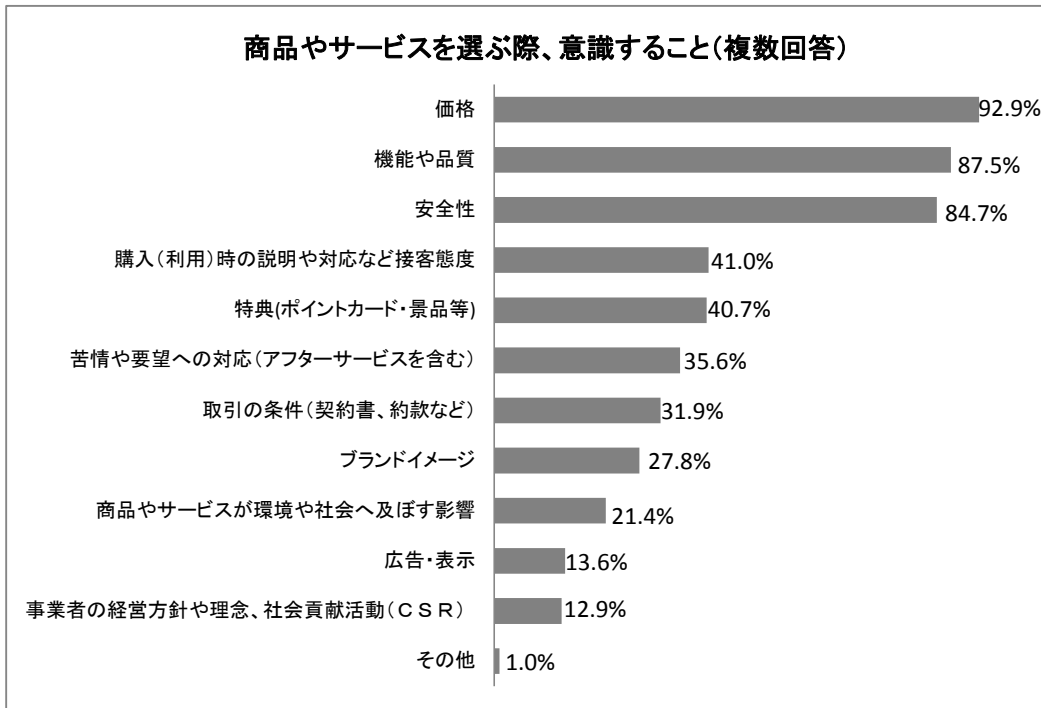
Q3 消費生活について関心があるものをたずねたところ、「食品の安全性や表示について」が7割台で最も多く、次いで「インターネットを利用した悪質商法について:架空請求・不当請求について」が約6割であった。



○「その他」の主な回答

- ・食品表示
- ・Windows10へのバージョンアップ
- ・使い捨て商品の削減

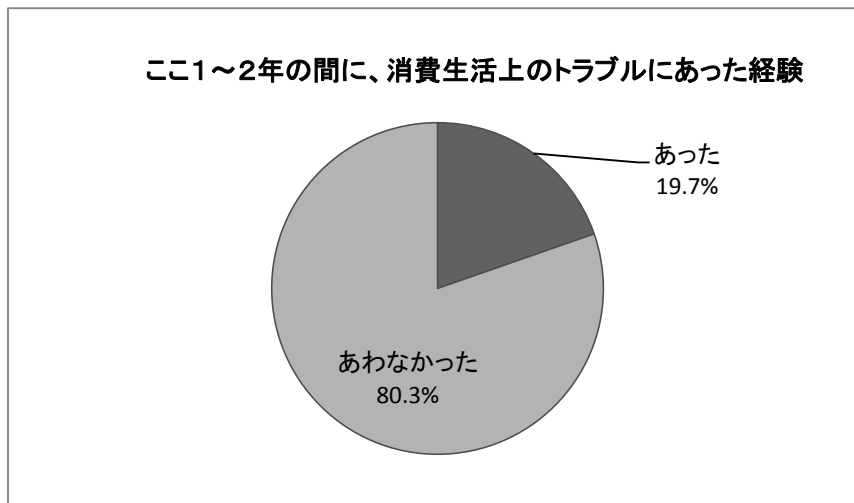
Q4 商品やサービスを選ぶ際、何を意識するかをたずねたところ、「価格」が9割台で最も多く、「機能や品質」と「安全性」が8割台で続いている。



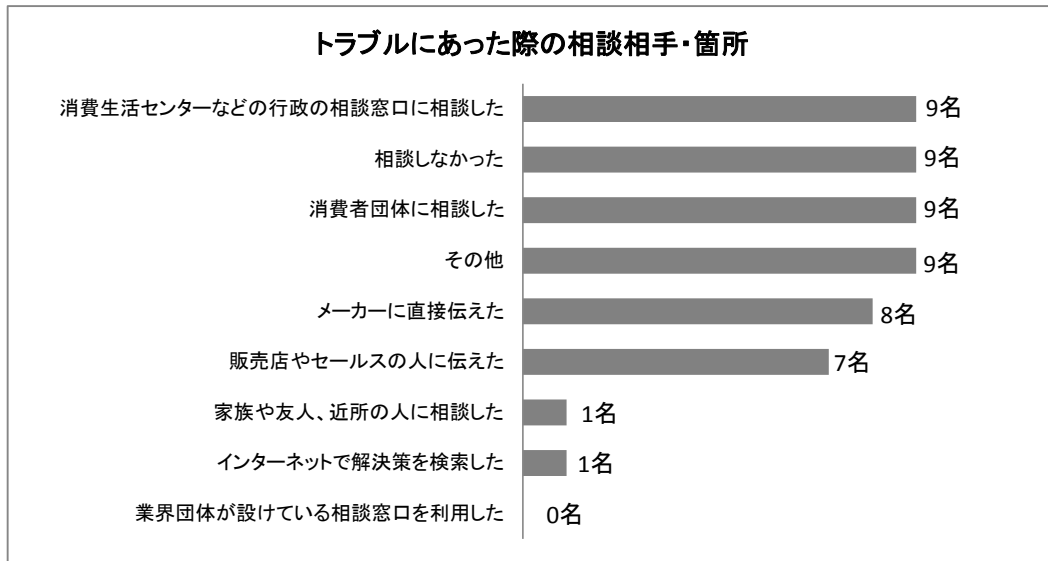
○「その他」の主な回答

- ・原産国表示
- ・製造年月日
- ・エコ

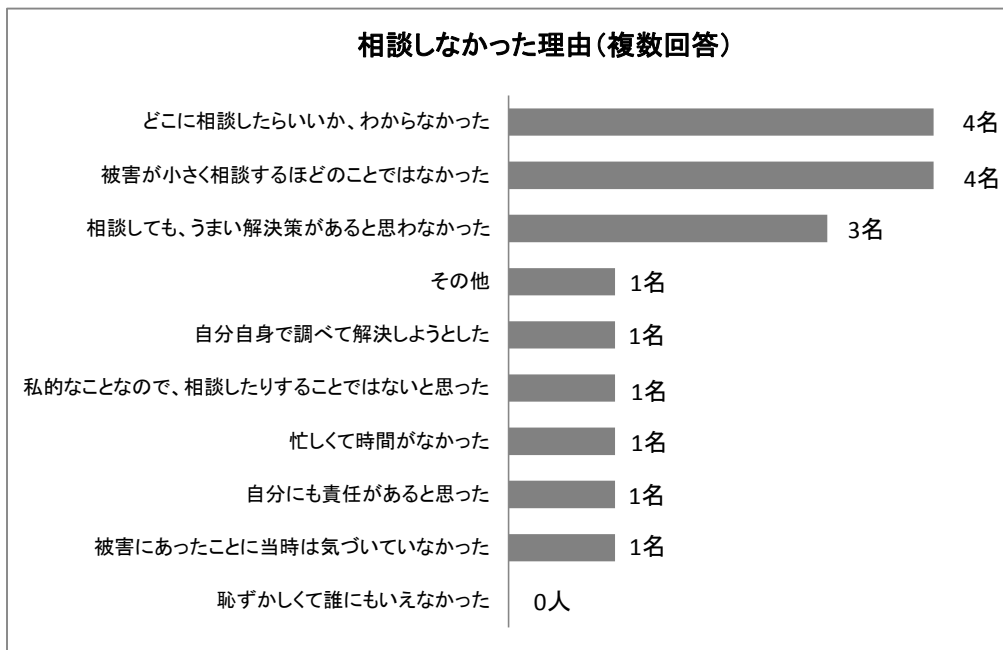
Q5 ここ1～2年の間に、消費生活上のトラブルにあったかをたずねたところ、「あった」が約2割であった。



Q6 Q5で「消費生活上のトラブルにあった」と回答した方にどこかへ(誰かに)相談したかをたずねたところ、「消費生活センターなどの行政の相談窓口相談した」「相談しなかった」「消費者団体に相談した」「その他」が最も多かった。

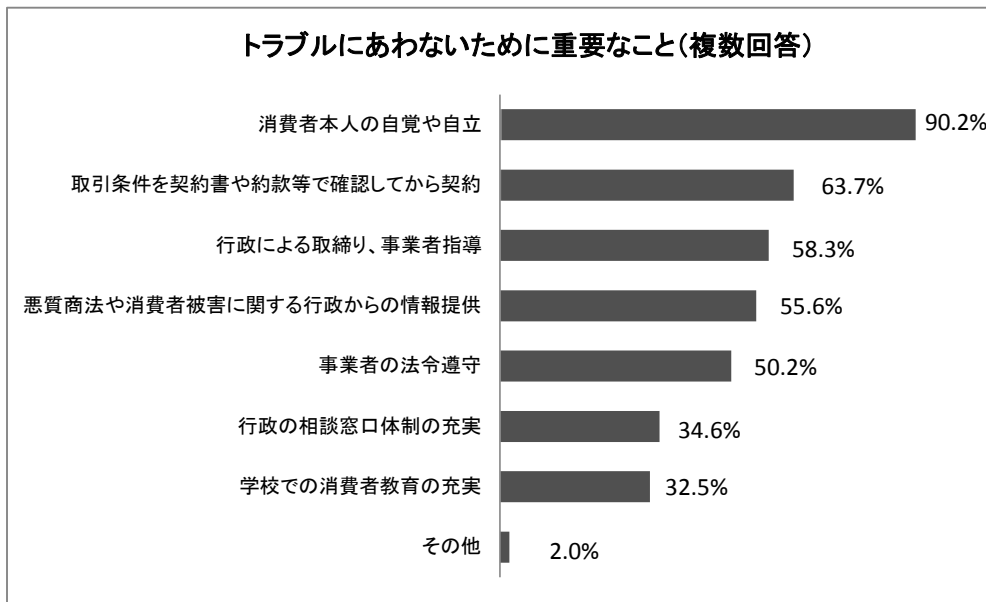


Q7 Q4で「相談しなかった」と回答した方に理由をたずねたところ、「どこに相談したらいいか、わからなかった」「被害が小さく相談するほどのことではなかった」と回答した方が一番多かった。



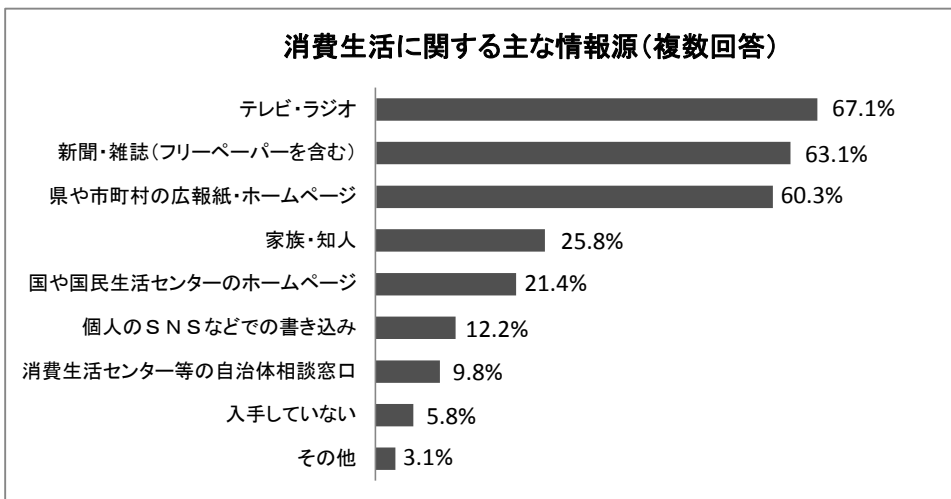
- 「その他」の回答
- ・時間と電話代がもったいない。

Q8 トラブルにあわないために重要なことをたずねたところ、「消費者本人の自覚や自立」が9割を超えた。



- 「その他」の主な回答
- ・違反者の罰則強化
  - ・自己責任と知識
  - ・信頼できる生産者から購入する。

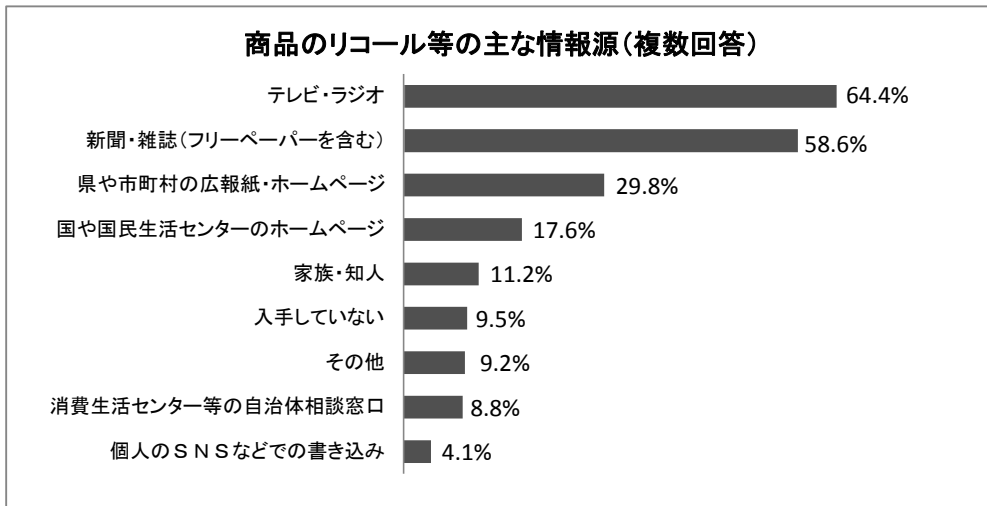
Q9 消費生活に関する情報を主にどこで得ているかをたずねたところ、「テレビ・ラジオ」が7割近くで最も多く、「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」が、「県や市町村の広報紙・ホームページ」がいずれも6割台で続いている。



- 「その他」の主な回答
- ・インターネット
  - ・メーカーからのリコール通知
  - ・メールマガジン
  - ・講座



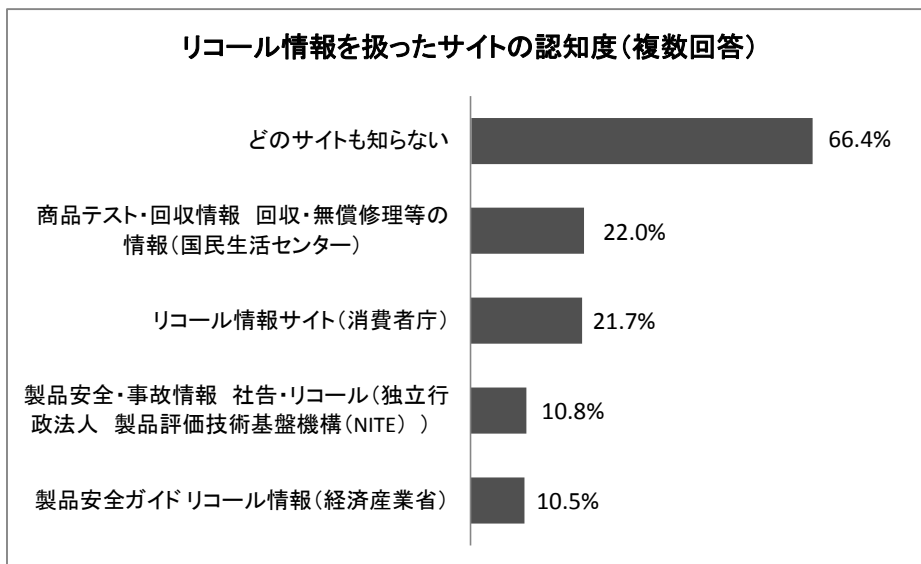
Q10 商品のリコール等の情報を主にどこで得ているかをたずねたところ、「テレビ・ラジオ」が6割台で最も多く、「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」が5割台でそれに続いている。



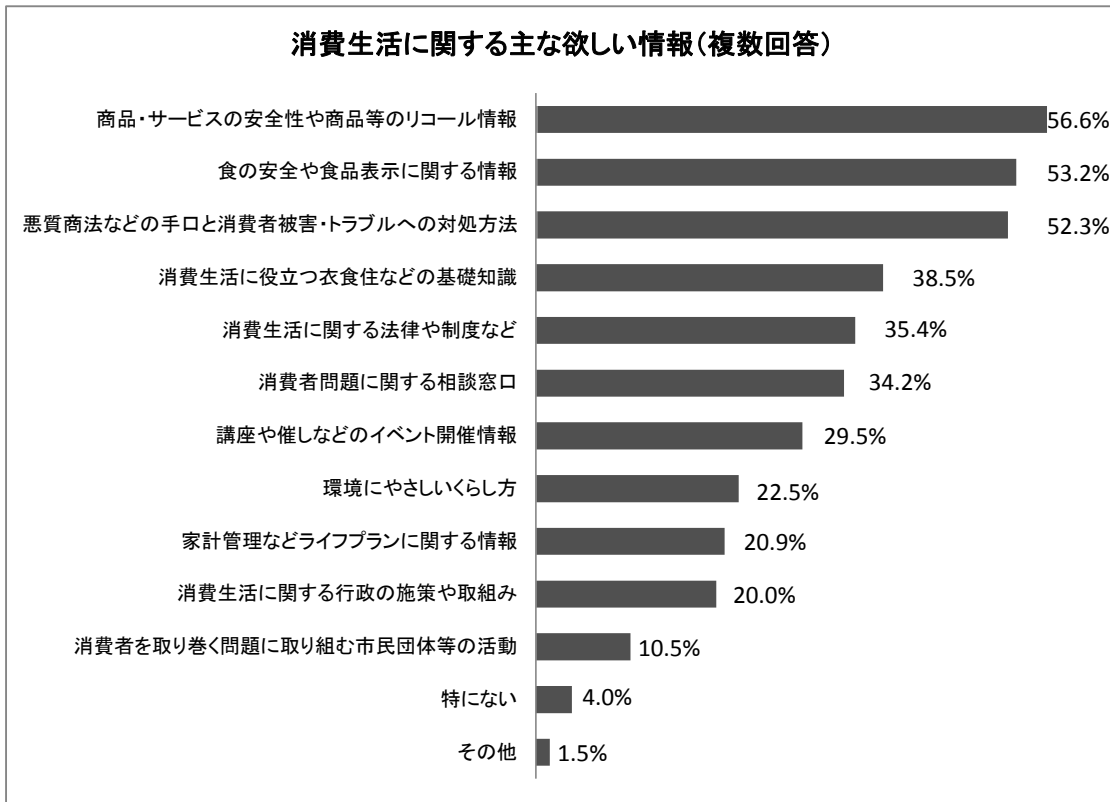
○「その他」の主な回答

- ・メーカーのホームページ
- ・インターネットニュース

Q11 リコール情報を扱ったサイトを知っているかをたずねたところ、「どのサイトも知らない」が6割を超えた。



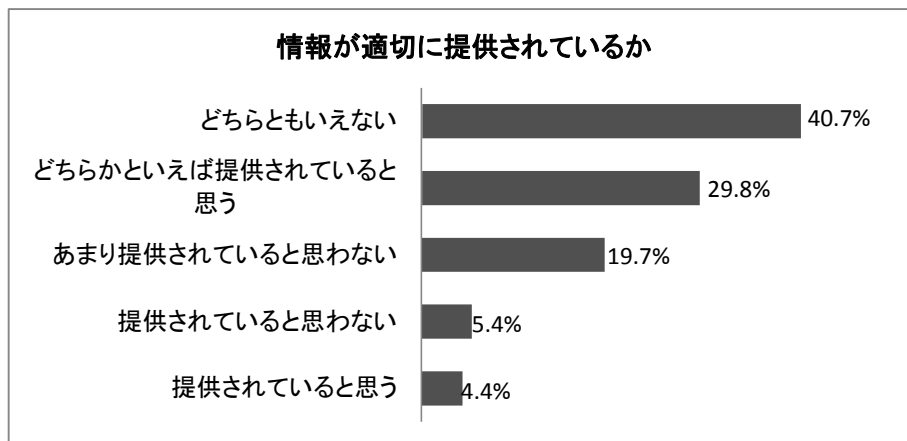
Q12 消費生活に関する主な欲しい情報をたずねたところ、「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」が5割台後半で最も多く、「食の安全や食品表示に関する情報」と「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法」が5割台前半で続いている。



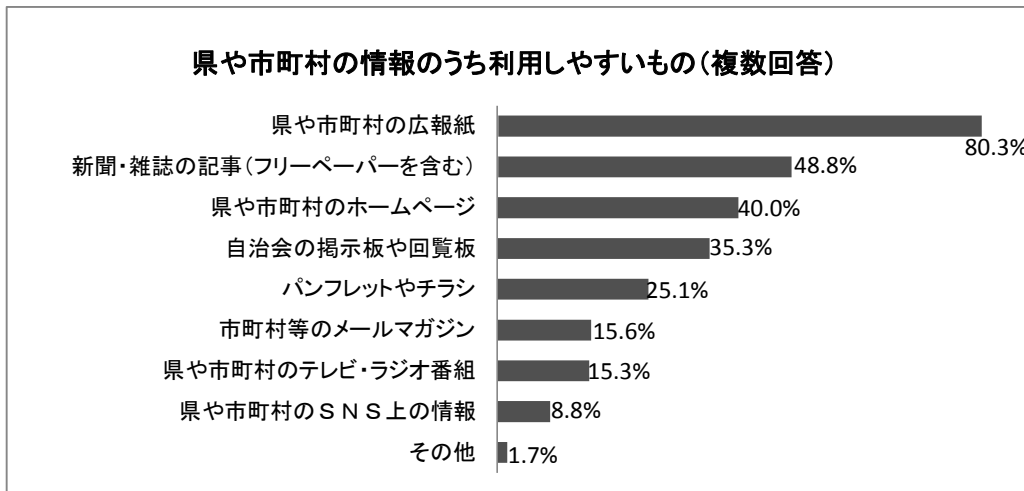
○「その他」の主な回答

- ・原材料等、海外の国での使用・禁止情報
- ・専門性の高いトラブルと対応情報(医療、薬剤、葬儀、墓など)

Q13 Q12で選んだ情報が適切に提供されているかをたずねたところ、「どちらともいえない」が4割台となり、次いで「どちらかといえば提供されていると思う」が3割弱であった。

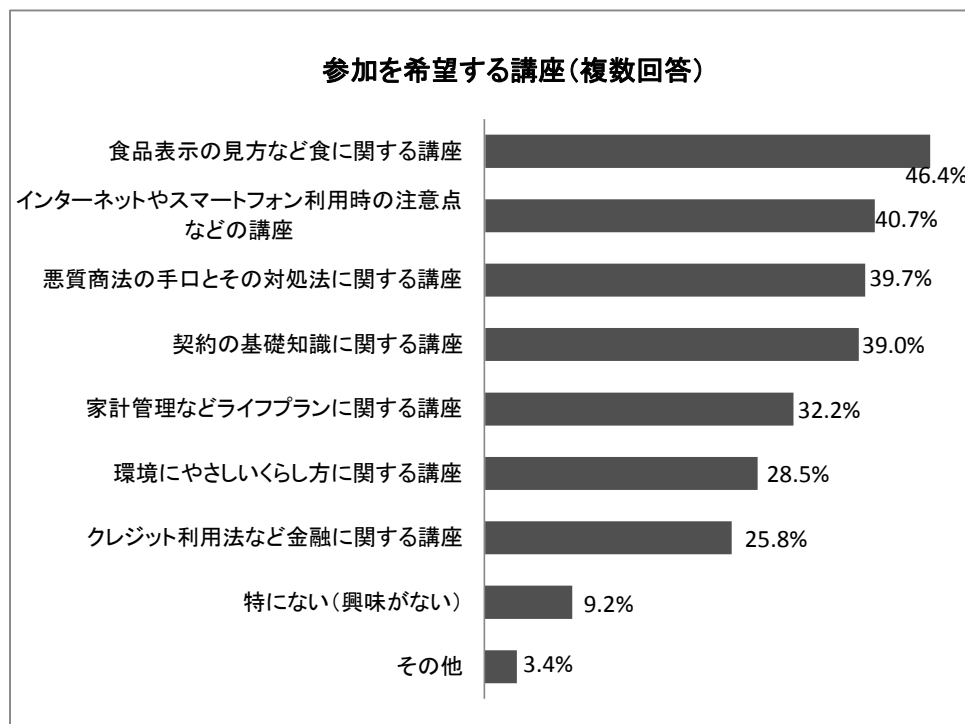


Q14 県や市町村が消費者向けに発信している情報で利用しやすいものをたずねたところ、「広報紙」が8割台で最も多く、次いで「新聞・雑誌の記事(フリーペーパーを含む)」が4割台であった。



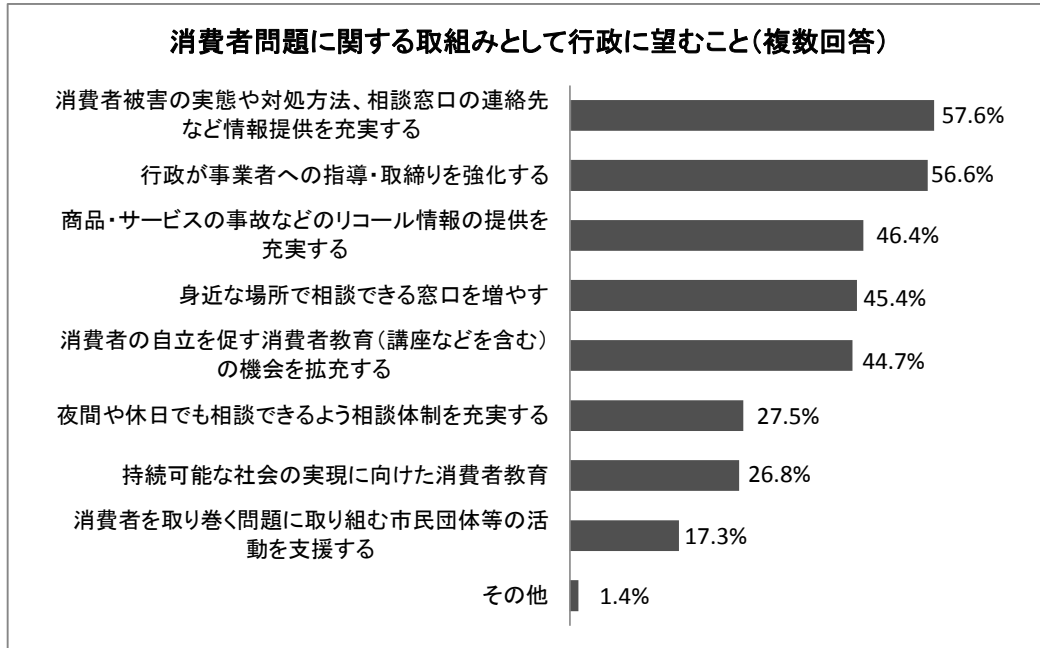
- 「その他」の主な回答
- ・デパートやスーパー、遊園地など公共の場にポスターなどで情報発信の場を設ける

Q15 消費生活のどのような講座に参加したいと思うかをたずねたところ、「食品表示の見方など食に関する講座」、「インターネットやスマートフォン利用時の注意点などの講座」がそれぞれ4割を超えており、「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」、「契約の基礎知識に関する講座」がいずれも4割近かった。



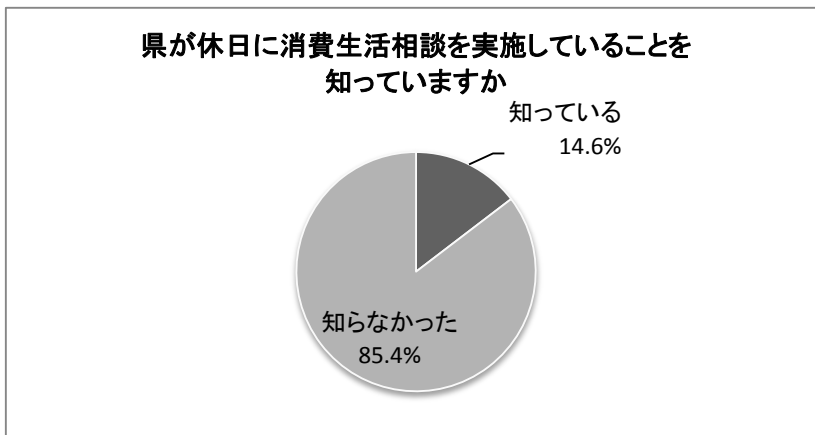
- 「その他」の主な回答
- ・原材料の安全性
  - ・医療
  - ・住宅購入、売却

Q16 消費者問題に対する取組みとして行政に望むことは何かをたずねたところ、「消費者被害の実態や対処方法、相談窓口の連絡先など情報提供を充実する」、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」がそれぞれ5割を超えた。

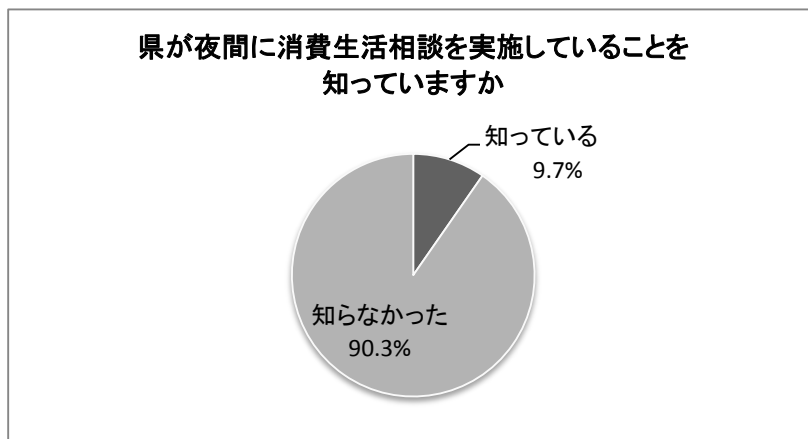


- 「その他」の主な回答  
 ・家に引きこもっている高齢者への対応

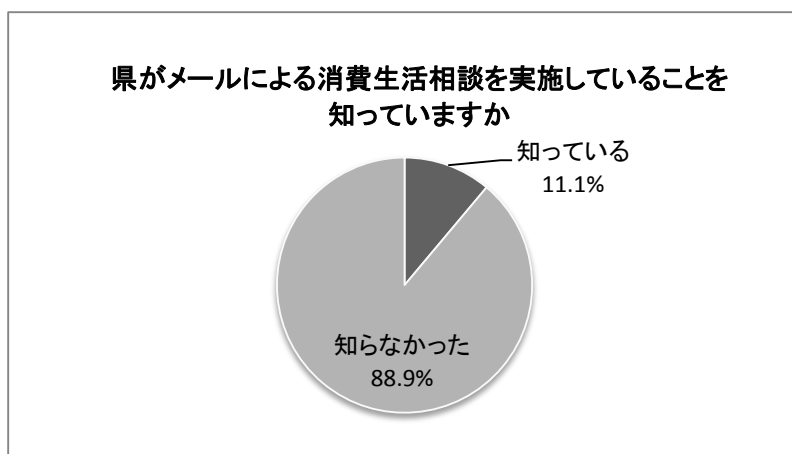
Q17 平成27年度以前に消費生活eモニターに登録したことがない方に、県が休日に消費生活相談(土・日・祝休日:16時30分まで)を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が8割を超えた。



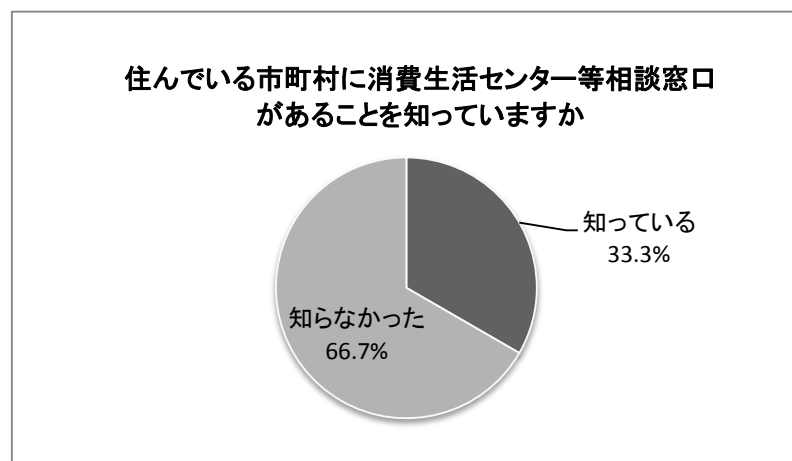
Q18 平成27年度以前に消費生活eモニターに登録したことがない方に、県が夜間に消費生活相談(平日:19時まで)を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が約9割であった。



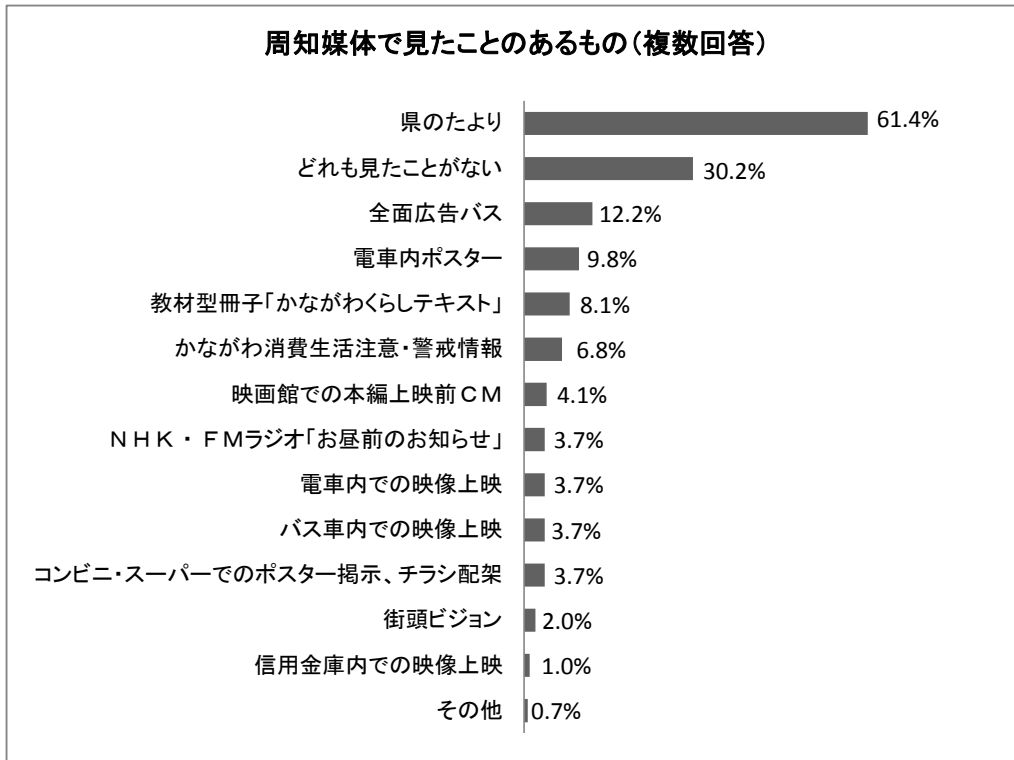
Q19 平成27年度以前に消費生活eモニターに登録したことがない方に、県がメールによる消費生活相談を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が8割を超えた。



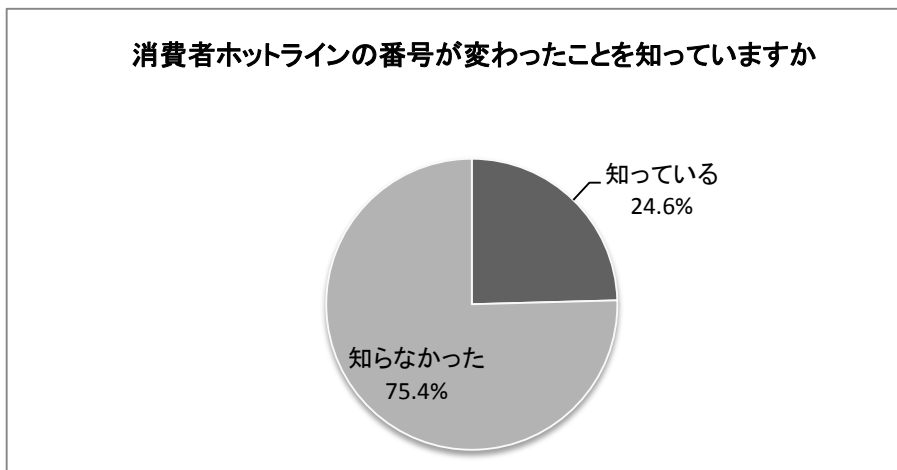
Q20 平成27年度以前に消費生活eモニターに登録したことがない方に、住んでいる市町村に消費生活センター等の相談窓口(15年度から全市町村に設置、ただし一部は近隣市に委託)があることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が6割を超えた。



Q21 消費生活課が行っている相談窓口等の周知について見たことのある媒体についてたずねたところ、「県のたより」が6割を超えて最も多く、「どれも見たことがない」が3割台でそれに続いている。



Q22 消費者ホットライン(近くの消費生活センターにつながる全国统一の電話番号)が平成27年夏から3ケタ(188)になったことを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が7割を超えた。



**Q23** 消費者問題に対する取組みの充実のための意見をたずねたところ、主な意見は次のとおりでした。(抜粋・要約)

**【広報に関すること】**

- ・消費者ホットライン「188」も土休日、平日19時まで消費生活相談を実施していることなど、知らない方も多いと思うのもっと周知が必要だと感じました。
- ・バナーや検索サイトなど、一般人が目にとめやすい所での取組みがないと、情報が拡散しないと思います。
- ・自治体からの情報を住人が理解、入手しやすいように掲示板や回覧板等での情報を提供する。

**【相談に関すること】**

- ・電話をフリーダイヤルにしてほしい。メールでの相談をもっと迅速にしてほしい。
- ・窓口に行くのは実際に勇気がいると思うのでセミナー等の後で気軽に相談できる感じだとあらたまった感じではなく相談しやすいかなと思います。
- ・不動産関係の相談を充実してほしい。

**【消費者に関すること】**

- ・自分から情報を得ようとしないと大切な事を見逃してしまうので、さまざまな形で出されている情報をキャッチする意識を消費者も持たなくてはならない。
- ・消費者は「誰かが守ってくれる」とか「契約書が解り辛い」等と甘えることなく、自らの力で自分や家族を守る知識と気概が必要。

**【消費者教育に関すること】**

- ・契約のしくみや内容を正しく理解するための基礎的な教育が学校等で強く求められる。
- ・消費者教育講座をもっと充実させて欲しい。平日昼間以外にも開催して、働いている消費者も参加しやすくして欲しい。

**【悪質業者について】**

- ・なんといっても悪質業者の取締強化と罰則強化を望みます。違反者が捕まっても、罰則が甘いので逆に守られているという感じが大きいです。

**【その他】**

- ・県として色々と取り組まれているようですが、実際は私達の普段の生活にいかされてないように感じました。
- ・このアンケートに答え、自分自身の消費者問題に対する意識の低さに気付きました。

**[まとめ]**

今回のアンケートを通じ、次のような点が改めて浮きぼりとなりました。

- 暮らしむきについては「昨年と変わらない」と考えている方が約半数であった。
- 物価の動向については「上がった」との回答が7割を超えた。
- 消費生活について、食品の安全性や表示への関心が高い。  
また、インターネットの普及に伴う架空請求・不当請求への関心も高い。
- 消費生活に関する情報の入手先はテレビ・ラジオの他、新聞・雑誌や自治体の広報紙など紙媒体の割合が高い。
- 県が行う休日・夜間・メールでの消費生活相談及び在住市町村の相談窓口の存在の認知度は高くない。
- 3桁化された消費者ホットライン(188)の認知度は未だ高くない。

今後、アンケート結果を踏まえ、消費者教育の推進や県民への的確な情報提供などに取り組んでまいります。