

# 令和元年度第2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	…P.2
-----------	------

1 調査目的

2 調査方法

3 調査期間

4 調査対象

第2章 調査結果	…P.3
----------	------

【以下のホームページも是非ご覧下さい。】

◎ つながる・かながわ消費者教育—かながわ消費者教育サポートサイト

<http://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/edu/index.html>

## 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

インターネットを利用したアンケート調査（全22問）

### 3 調査期間

令和元年 12月6日（金）から 12月15日（日）まで

### 4 調査対象

消費生活eモニター：298名 回答者：223名

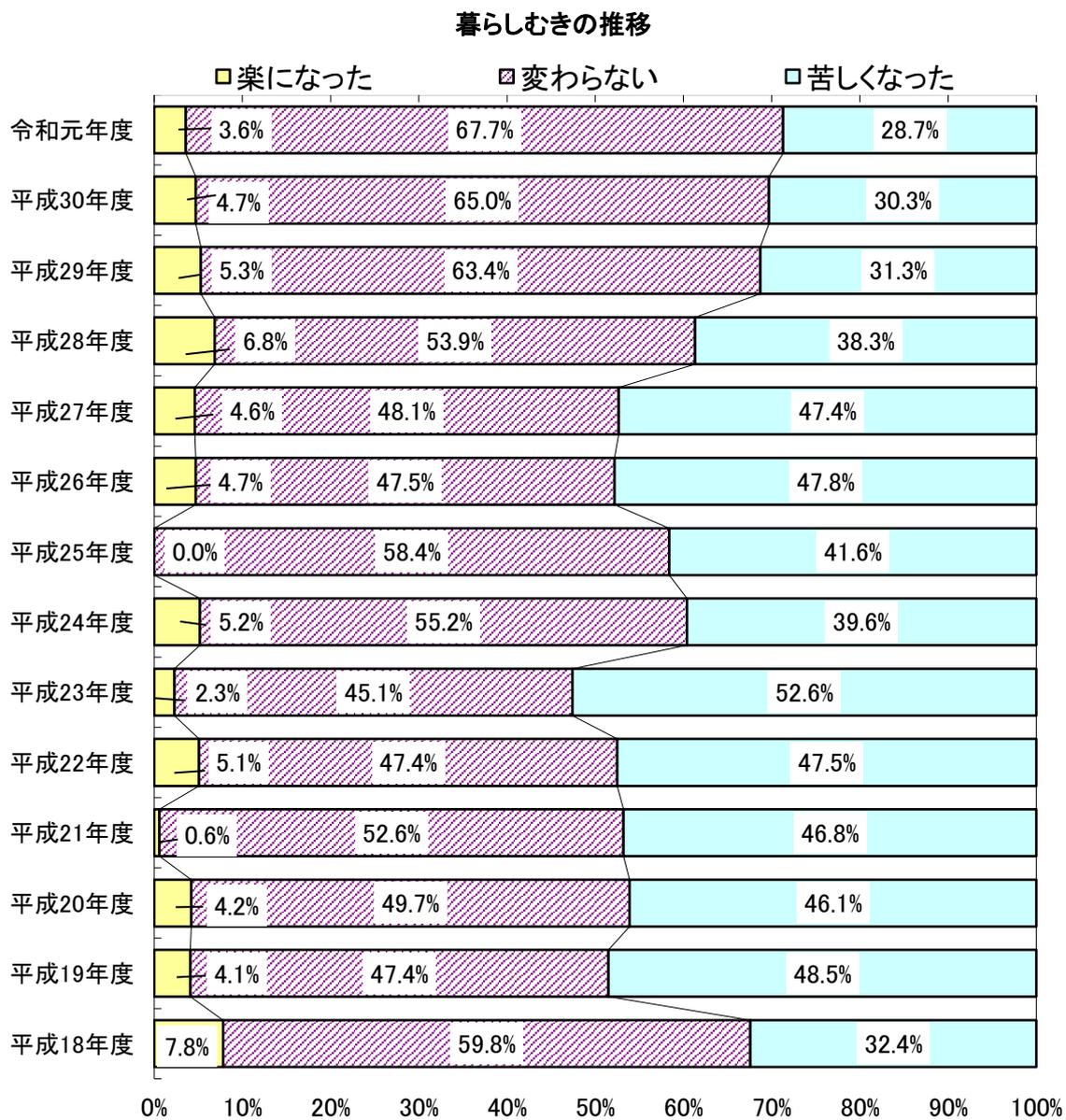
### 5 モニター登録者の属性

年齢	18～29歳	3名
	30歳代	36名
	40歳代	55名
	50歳代	54名
	60歳代	43名
	70歳以上	32名

## 第2章 調査結果

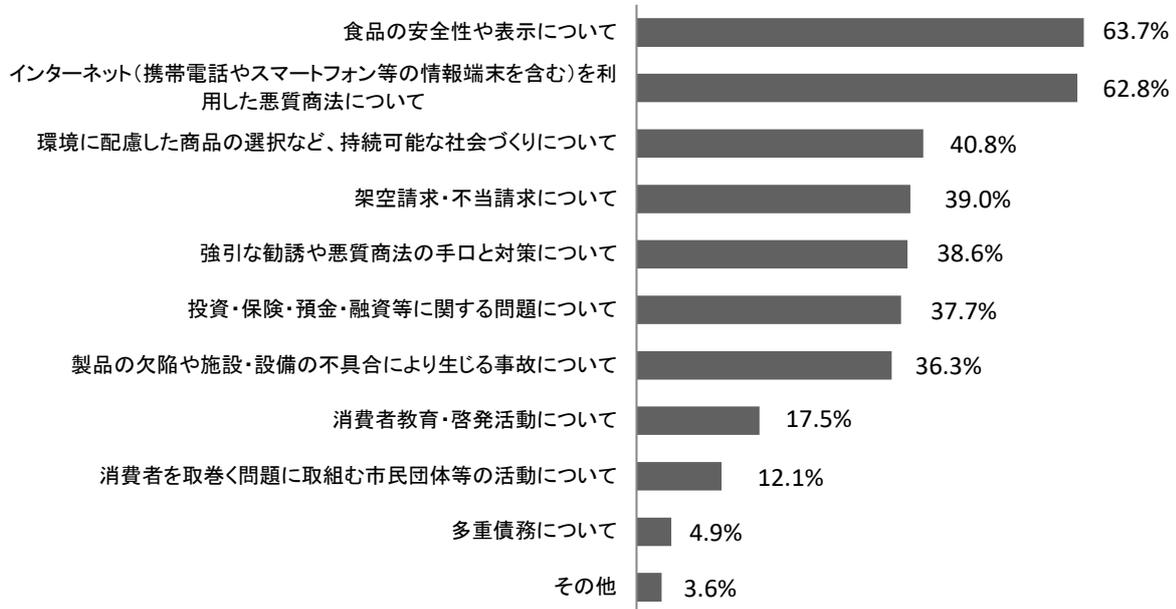
- ・複数回答のある設問では、比率の合計が100を超える場合があります。
- ・未回答者がある場合、%の合計が100に満たない場合があります。

Q1 昨年同時期と比べた、家族の暮らしむきについてたずねたところ、「変わらない」が6割以上を占めて最も多く、次いで「苦しくなった」がおよそ3割弱、「楽になった」は少数にとどまった。



Q2 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」、「インターネット(携帯電話やスマートフォン等の情報端末を含む)を利用した悪質商法について」が共に6割台で多く、次いで「環境に配慮した商品の選択など、持続可能な社会づくりについて」が4割台で続いた。

### 関心があるもの(複数回答)



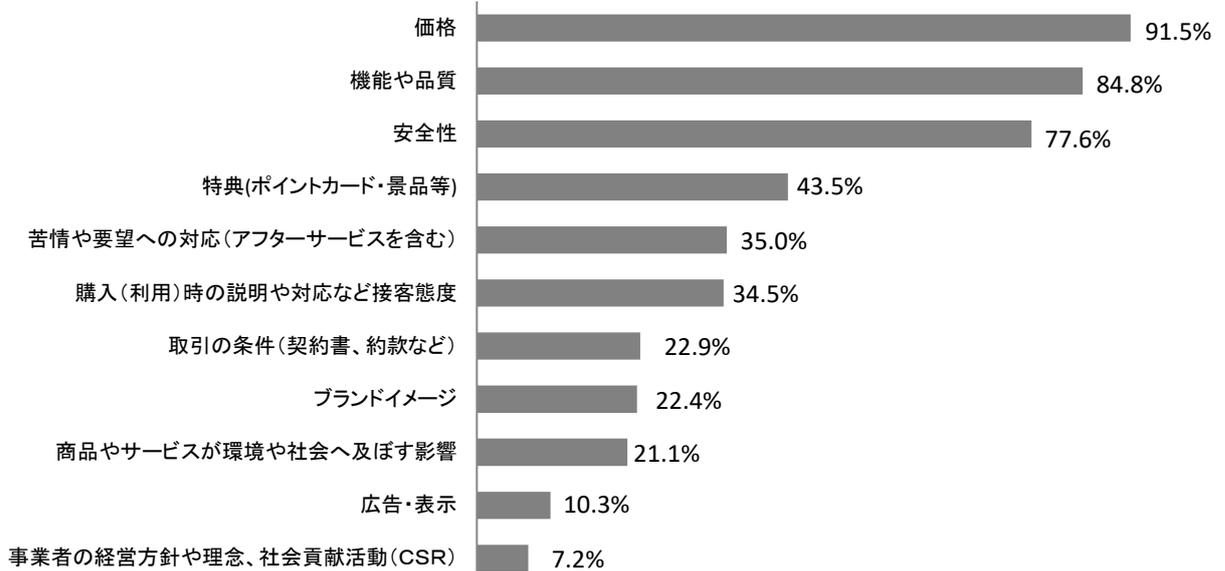
○ 「その他」の主な回答(抜粋・要約)

- ・生活必需品で、高齢者、障がい者にも操作がシンプルでリーズナブルな商品開発
- ・振り込め詐欺
- ・地球温暖化

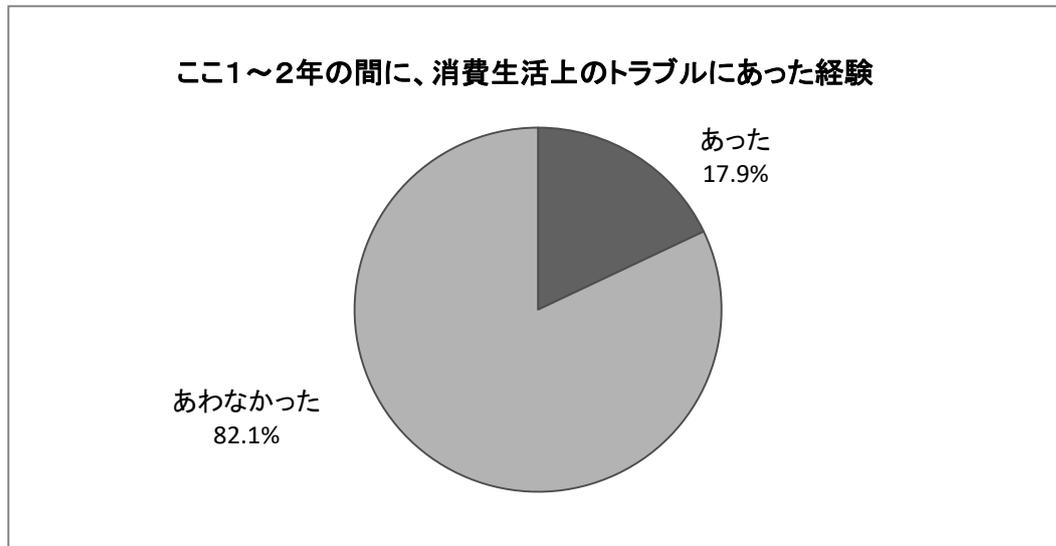
□

Q3 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」が8割台、「安全性」が7割台と続いている。

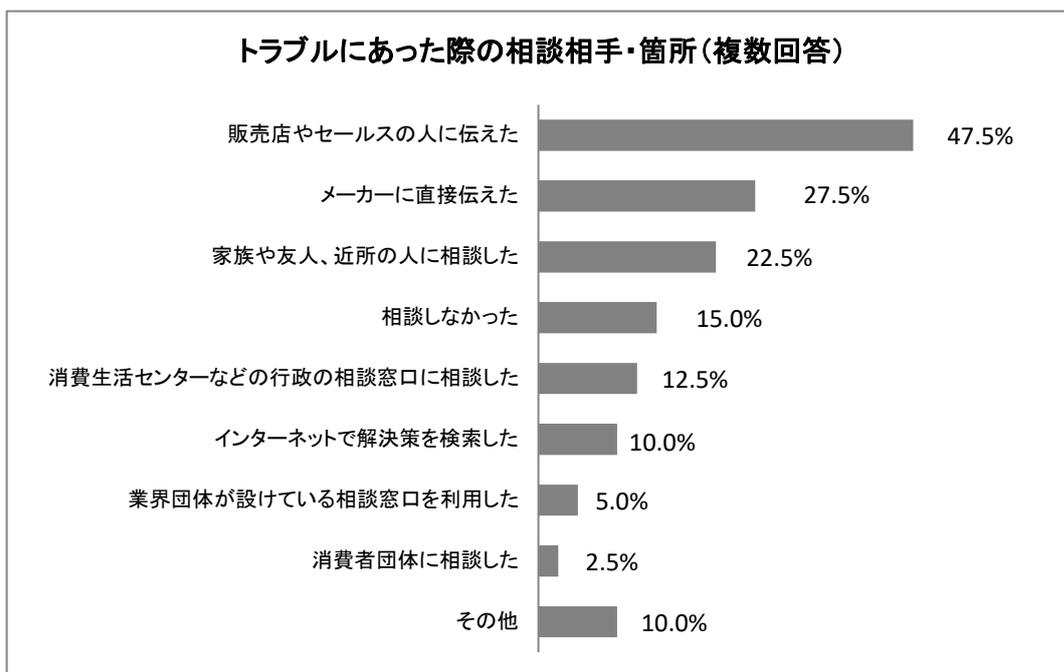
### 商品やサービスを選ぶ際、意識すること(複数回答)



Q4 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1割台であった。

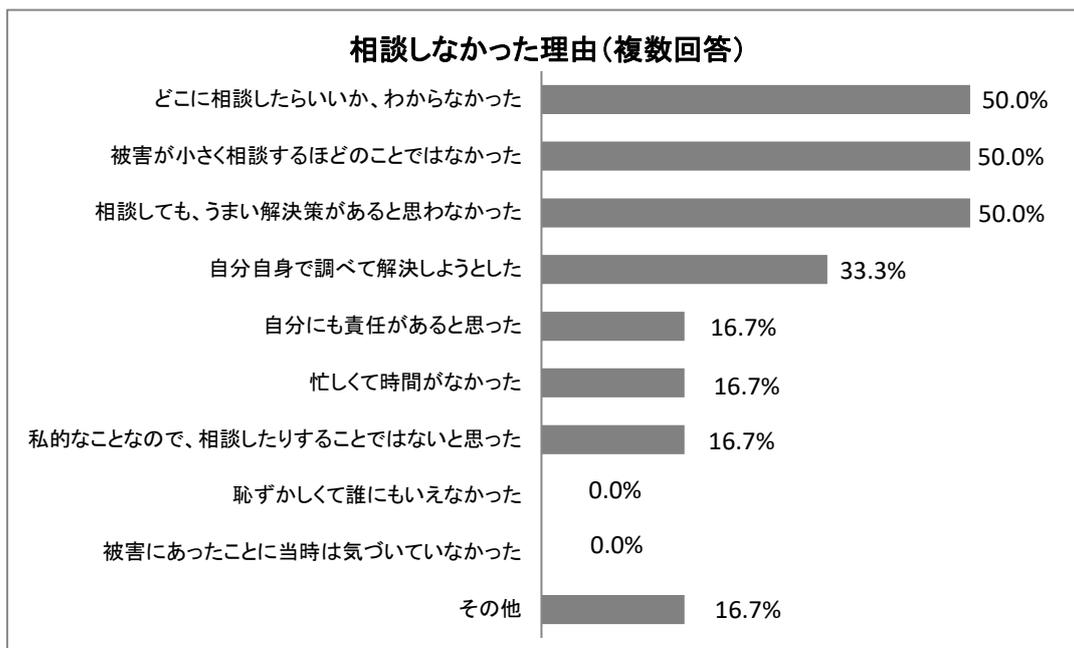


Q5 Q4で「消費生活上のトラブルにあった」と回答した方にどこかへ（誰かに）相談したかをたずねたところ、「販売店やセールスの人に伝えた」が4割台で最も多く、次いで「メーカーに直接伝えた」、「家族や友人、近所の人に相談した」が共に2割台だった。

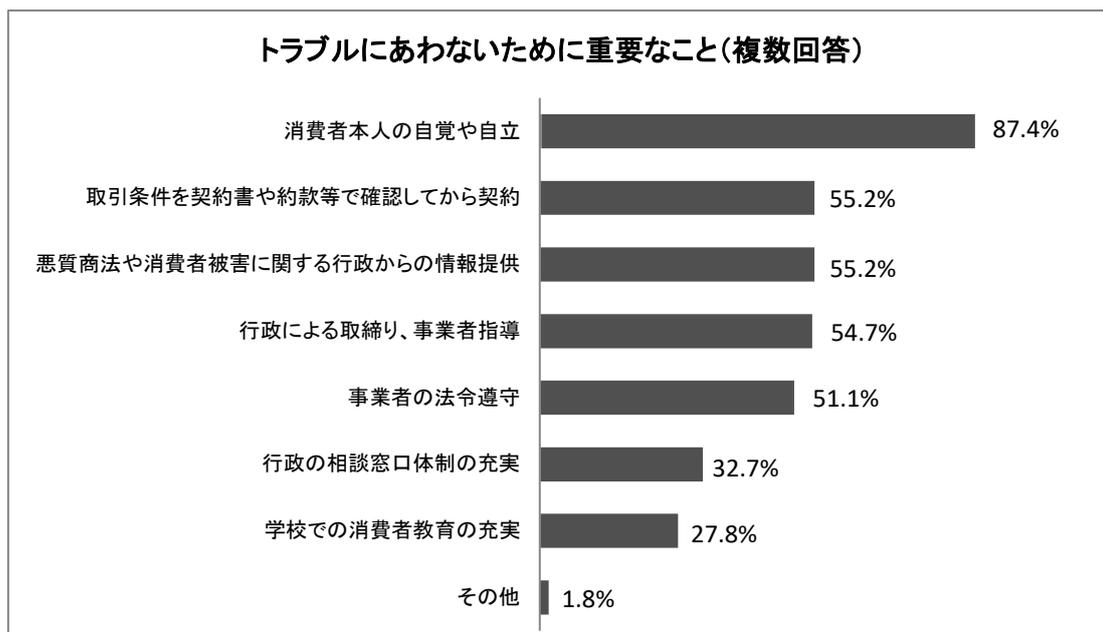


- その他の主な回答（抜粋・要約）
- ・訴訟予告の内容証明を出した
  - ・区役所で案内された行政の窓口

Q6 Q5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」、「相談しても、うまい解決策があると思わなかった」が共に5割で同じだった。



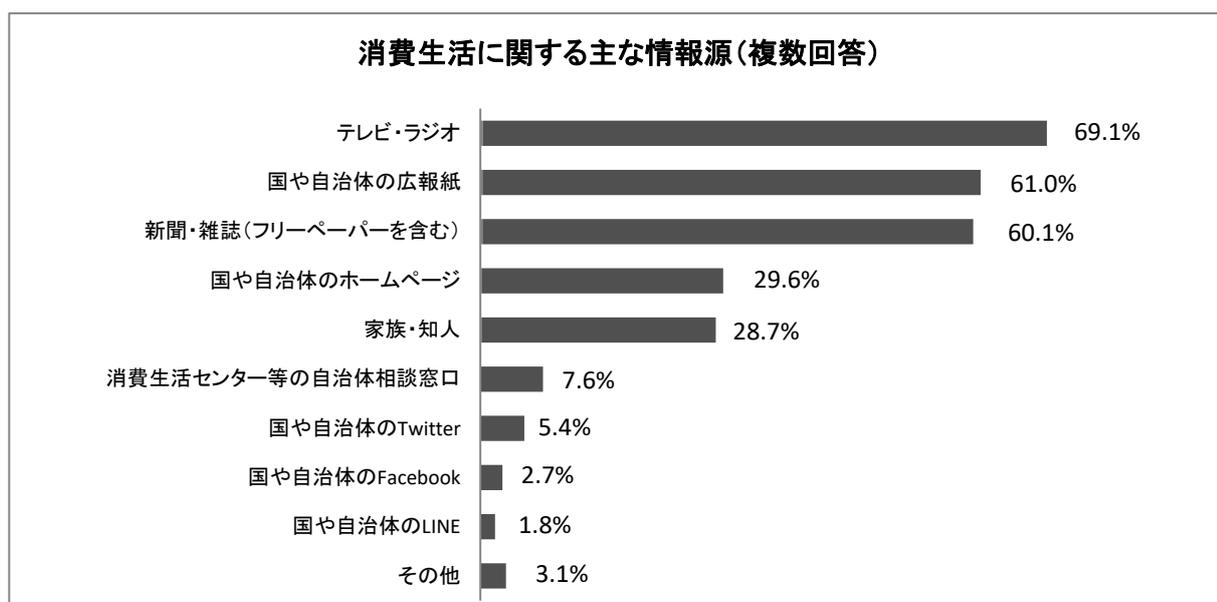
Q7 トラブルにあわないために重要なことをたずねたところ、9割近くが「消費者本人の自覚や自立」と答えた。



○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

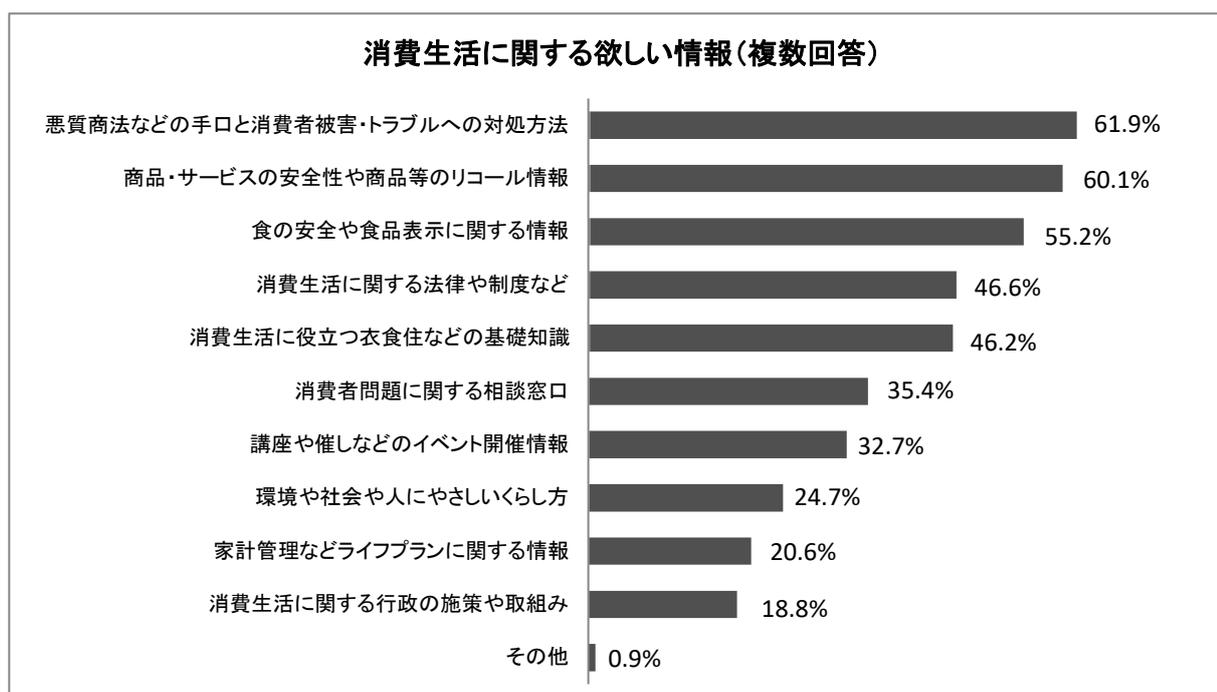
- ・一人で決めない
- ・相手の情報を幅広く入手する

Q8 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、「国や自治体の広報紙」、「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」が6割台で続いている。「国や自治体のFacebook、Twitter、LINE」はそれぞれ利用者が1割以下だった。



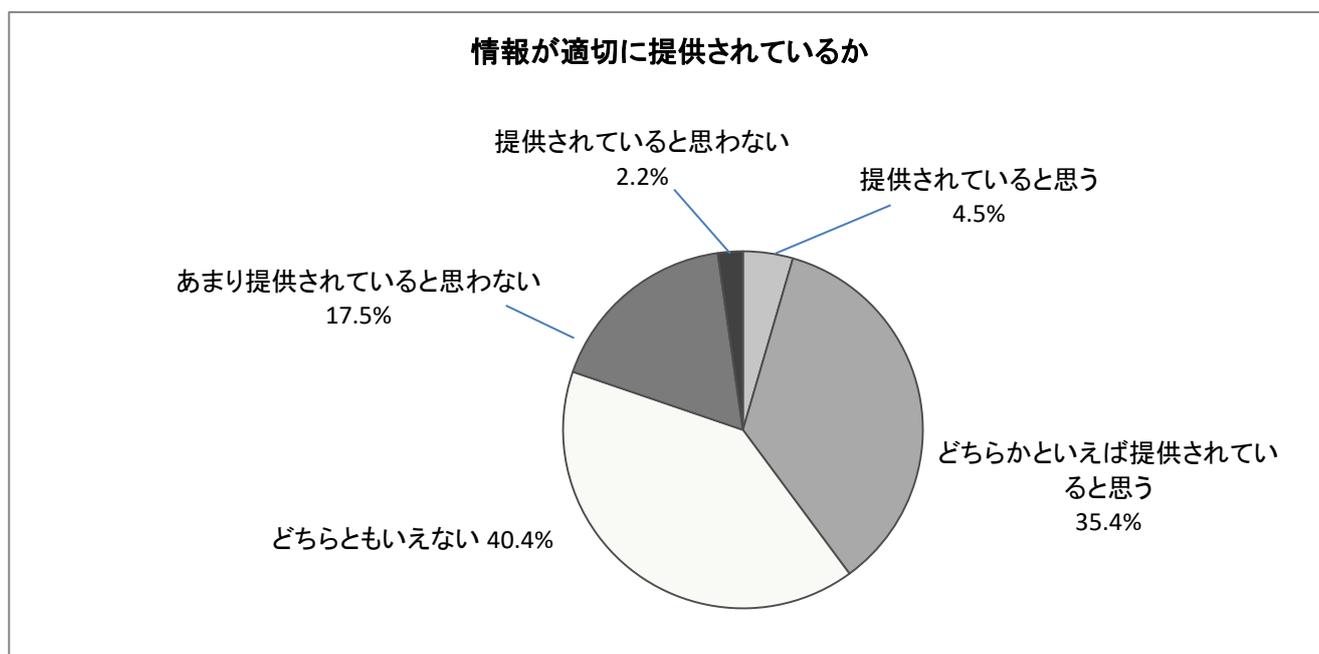
- 「その他」の主な回答(抜粋・要約)
- ・インターネット
  - ・地域の集まりでの講演

Q9 消費生活に関する主な欲しい情報をたずねたところ、「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6割を超え最も多く、「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」が同じく6割台で続いている。

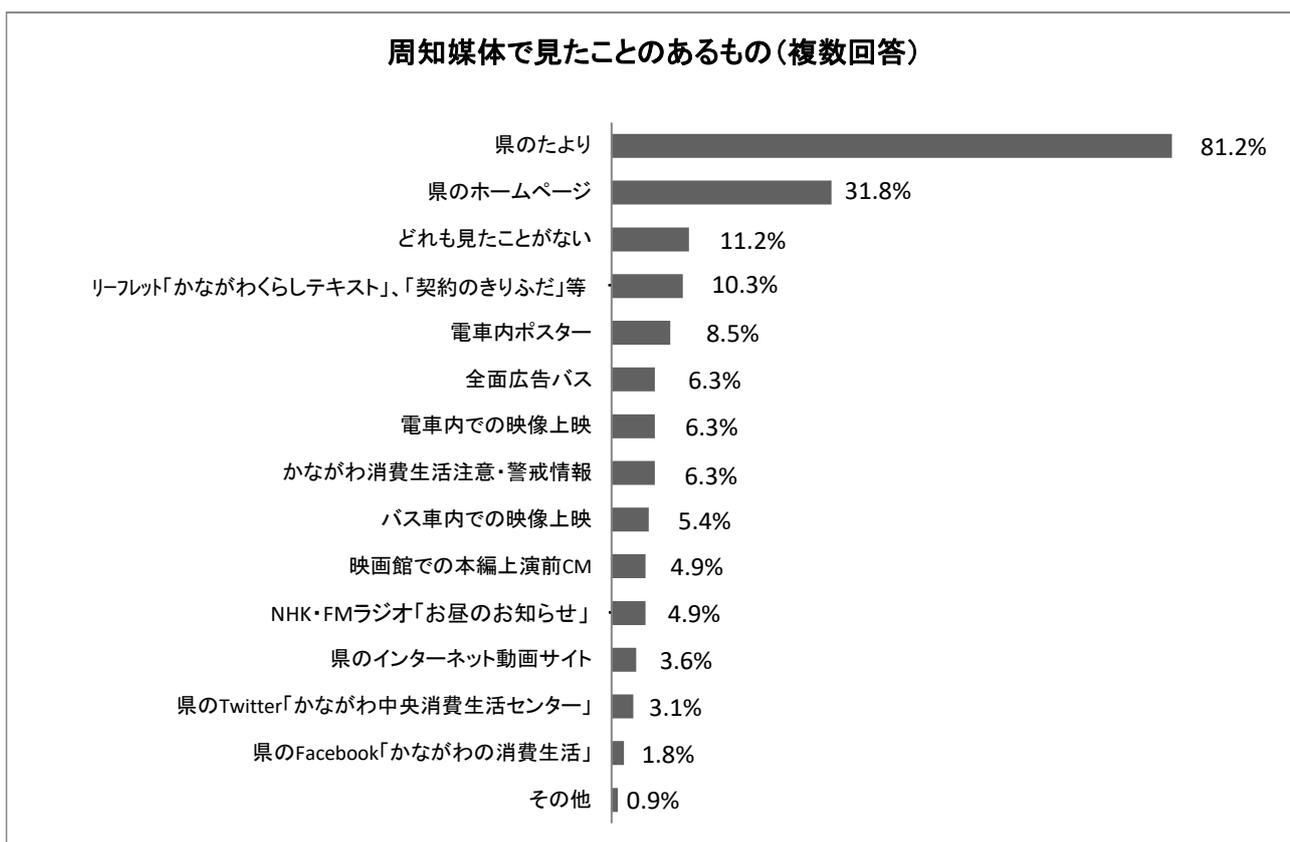


- 「その他」の主な回答(抜粋・要約)
- ・トラブルの事例

Q10 Q9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、「提供されていると思う」、「どちらかといえば提供されていると思う」は合わせて4割近く、「どちらとも言えない」は4割台、「あまり提供されていると思わない」「提供されていると思わない」は合わせて2割近くだった。

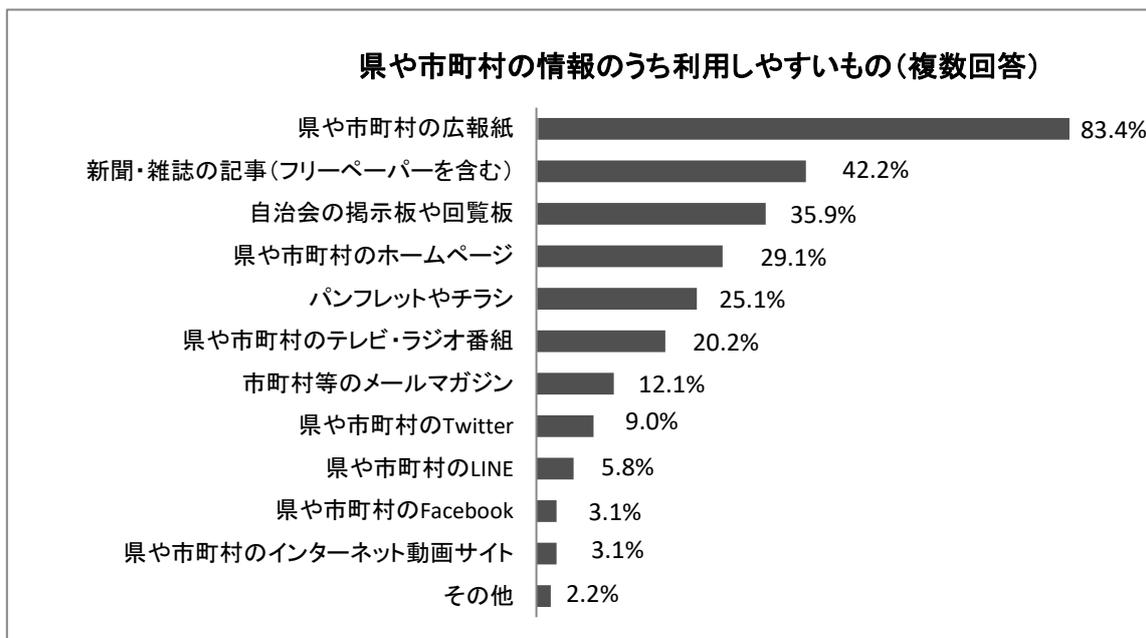


Q11 消費生活課が行っている相談窓口等の周知について見たことのある媒体についてたずねたところ、「県のたより」が8割を超えて最も多く、「県のホームページ」が3割台で続いた。



○「その他」の主な回答（抜粋・要約）  
 ・かながわ県民センター1階でのブース展示

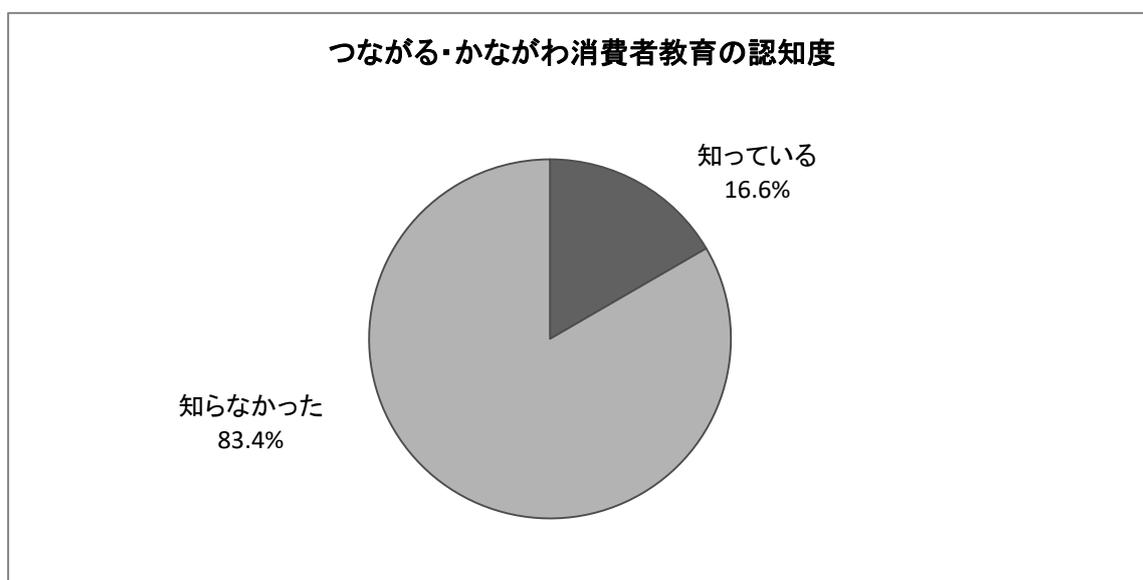
Q12 県や市町村が消費者向けに発信している情報で利用しやすいものをたずねたところ、「県や市町村の広報紙」が8割台で最も多く、次いで「新聞・雑誌の記事(フリーペーパーを含む)」が4割台であった。



○ 「その他」の主な回答(抜粋・要約)

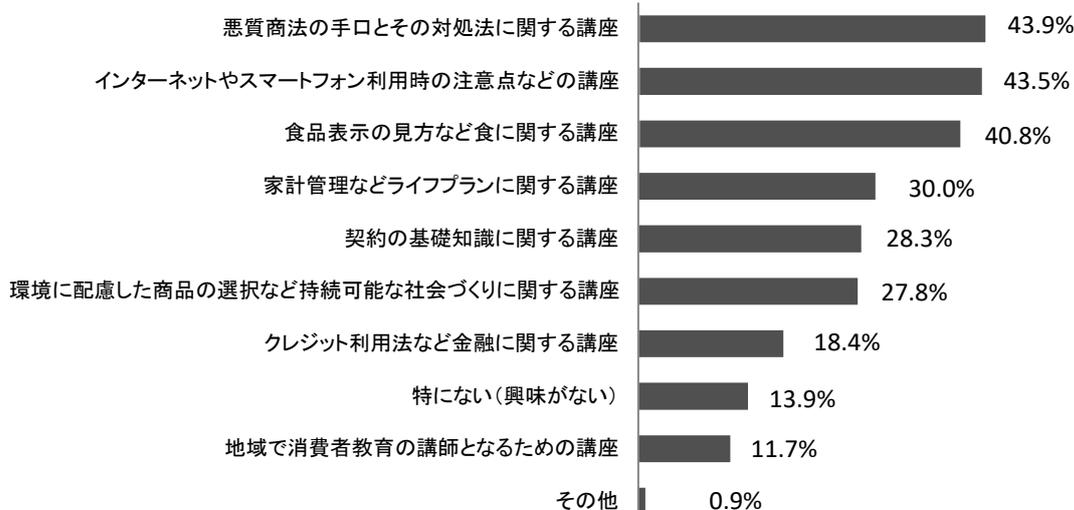
- ・ Webサイトまとめページ
- ・ 図書館のチラシ棚
- ・ 公共の場所の掲示板

Q13 平成28年3月に開設したくつながる・かながわ消費者教育—かながわ消費者教育サポートサイト—ホームページを知っているかたずねたところ、「知っている」と回答した人は1割台であった。



Q14 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、「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」、「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」、「食品表示の見方など食に関する講座」がそれぞれ4割を超えた。

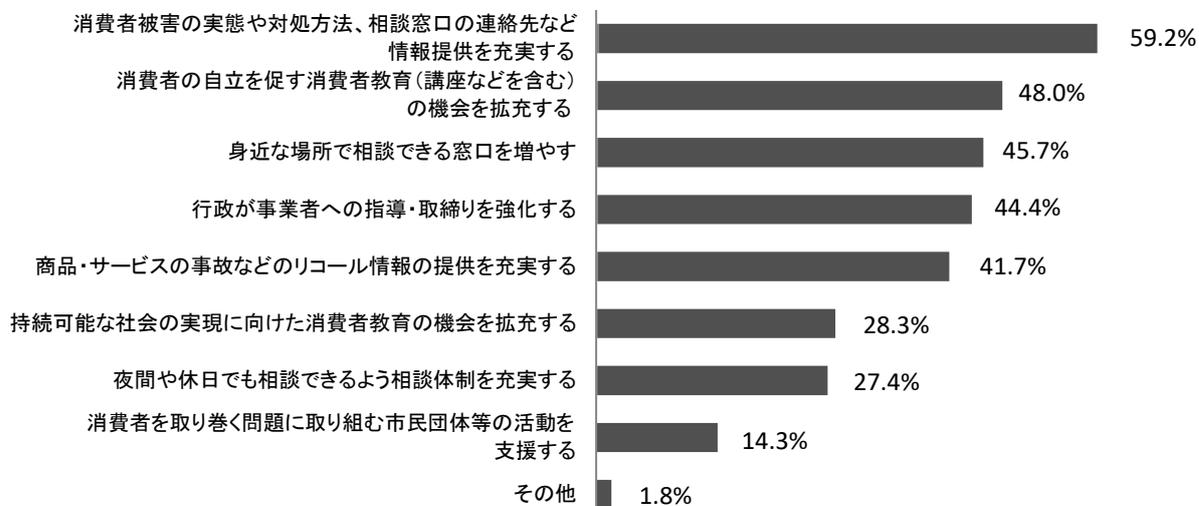
### 参加を希望する講座(複数回答)



- 「その他」の主な回答(抜粋・要約)
  - ・ 初心者、中級、上級でコース分けされた契約の講座がほしい

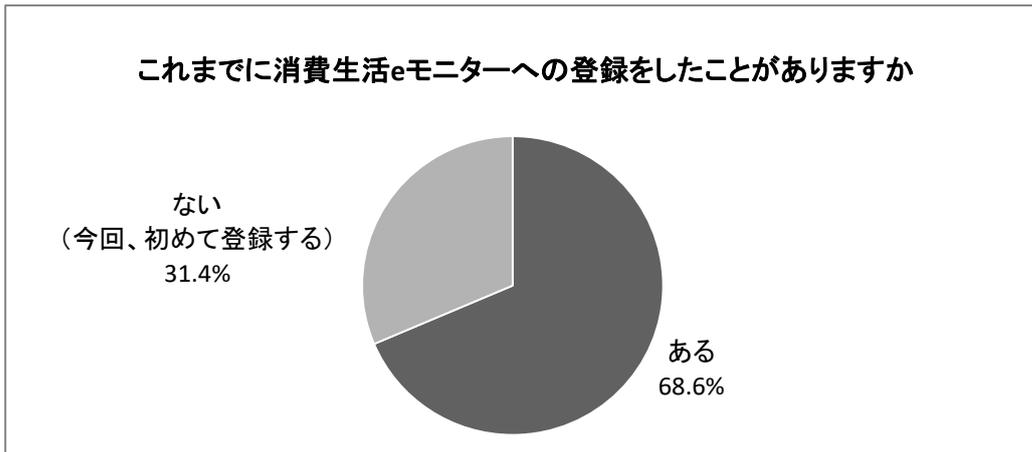
Q15 消費者問題に対する取組みとして行政に望むことをたずねたところ、「消費者被害の実態や対処方法、相談窓口の連絡先など情報提供を充実する」が6割近くで最も多く、「消費者の自立を促す消費者教育(講座などを含む)の機会を拡充する」、「身近な場所で相談できる窓口を増やす」、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」、「商品・サービスの事故などのリコール情報の提供を充実する」が共に4割台で続いた。

### 消費者問題に関する取組みとして行政に望むこと(複数回答)

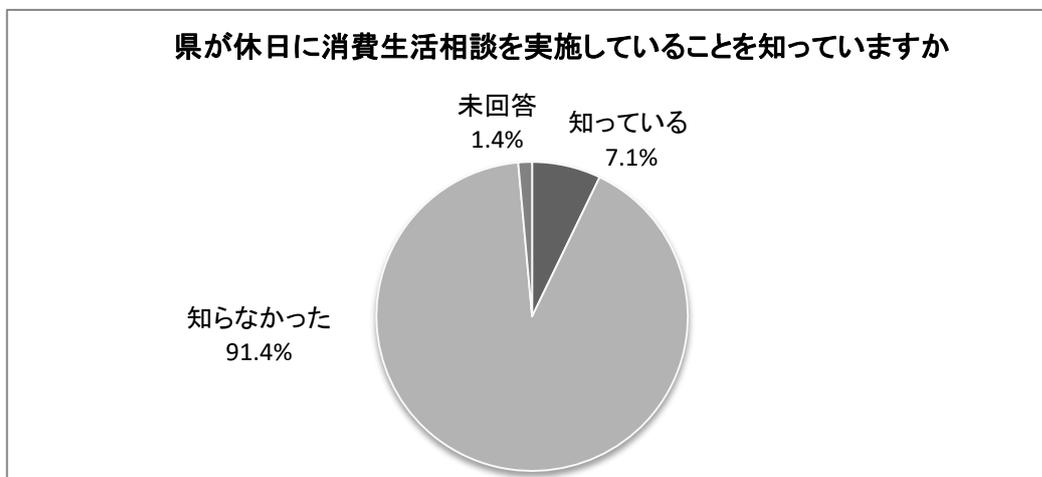


- 「その他」の主な回答(抜粋・要約)
  - ・ Webサイトでの質疑応答
  - ・ 情報の告知拡散
  - ・ 総括的な相談窓口
  - ・ 気軽に相談できる場所やSNS相談など

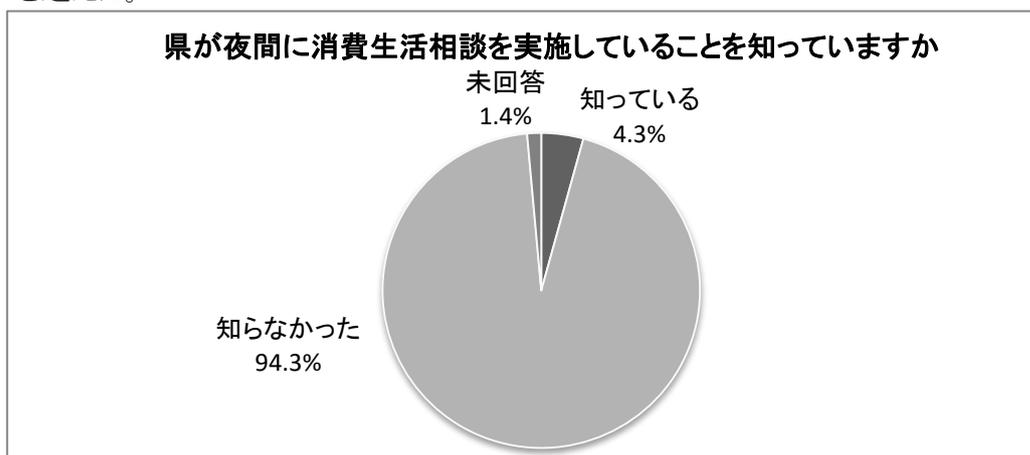
Q16 これまでに消費生活eモニターに登録したことがあるかどうかをたずねたところ、「ある」と回答した方が6割台であった。



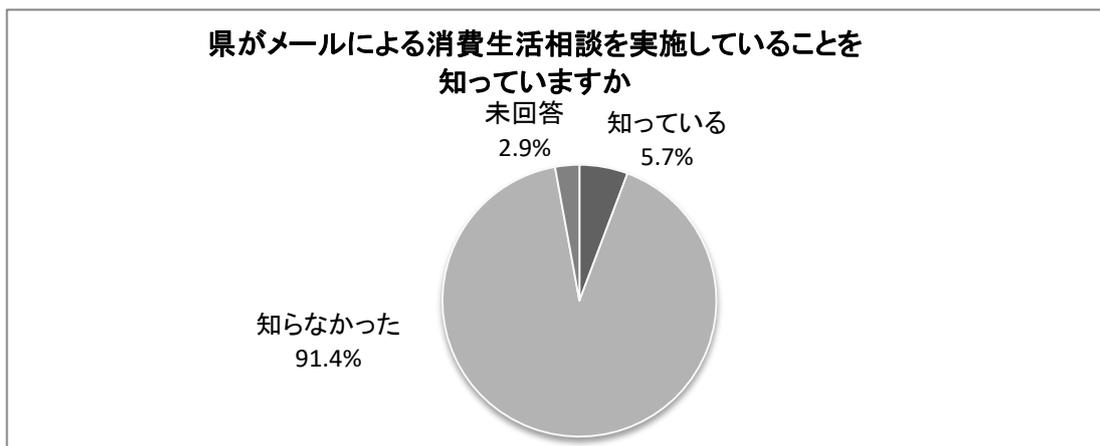
Q17 これまでに消費生活eモニターに登録したことがない方に、県が休日に消費生活相談(土・日・祝休日:16時30分まで)を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が9割を超えた。



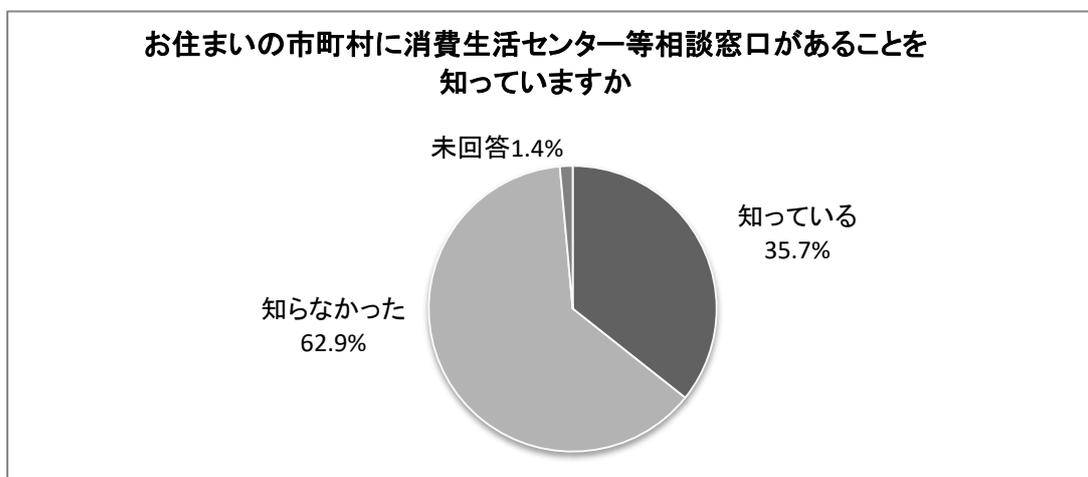
Q18 これまでに消費生活eモニターに登録したことがない方に、県が夜間に消費生活相談(平日:19時まで)を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が9割を超えた。



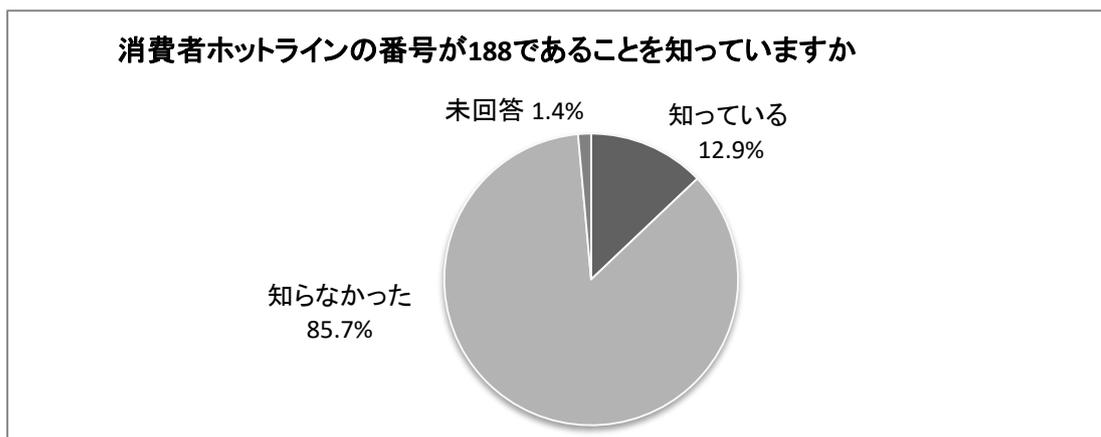
Q19 これまでに消費生活eモニターに登録したことがない方に、県がメールによる消費生活相談を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が9割を超えた。



Q20 これまでに消費生活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 これまでに消費生活eモニターに登録したことがない方に、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3ケタ(188)で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8割を超えた。



Q22 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だった。(抜粋・要約)

**【広報・周知に関すること】**

- ・問題実例と対処法をたくさん広報に載せると目に留まりやすい。
- ・触れる機会が少ない。全てをまとめた冊子をスーパーに置いたり、新聞に折り込んだり、目にする機会を増やさないと情報が入ってこない。
- ・正確な情報をタイムリーに提供する。地方でも情報が取れるように工夫する。
- ・高齢者なのでインターネットはあまり見ない。自治会の回覧板でも情報提供を定期的に行う方が記憶に残る。
- ・デパート、スーパー、小売店など身近で商品を購入する場での講座案内などあればいい。
- ・電車のつり革に啓発広告を載せると目にする機会が増えると思う。

**【相談に関すること】**

- ・気軽に相談出来る雰囲気になってほしい。
- ・どのようなことが解決できるのか具体的に示してほしい。
- ・インターネットなどで調べるといった感覚がない高齢者などは、相談窓口で相談するような内容なのか、電話するのも戸惑う気持ちがあると思う。
- ・トラブルにあわないための方法を教えてほしい。

**【悪質業者、行為に関すること】**

- ・行政が事業者への指導・取締りを強化してほしい。注意・勧告で済むなら悪質業者は減らないと思う。
- ・悪質業者をどんどん公表してほしい。
- ・ネット通販の寡占化が進み、悪質商法が横行している(定価より高額で販売するなど)。通販サイトの運営業者はなぜ取締らないのか不思議だ。

**【その他】**

- ・被害が拡大してからの対応では遅い。初動対応をいかによくするかが消費者問題の解決に向けて大切だと思う。
- ・このように消費者問題に力をいれているとは気づかなかった。
- ・一人暮らしの高齢者を守るように何かできないか、と思うがアイデアが思いつかない。
- ・SDGsを積極的に消費者問題に展開してほしい。
- ・大量のプラスチックごみの収集、処理方法や少量化対策が必須と思う。

## [まとめ]

今回のアンケートを通じ、次のような点が明らかになりました。

- 暮らしむきについては「変わらない」と考えている人が6割を超えた。
- 消費生活について、食品の安全性や表示、インターネットを利用した悪質商法への関心が高い。また、環境に配慮した商品の選択など、持続可能な社会づくりについても関心を持つ人が増えている。
- トラブルにあわないために重要なこととして、消費者本人の自覚や自立を挙げている人が多い。
- 消費生活に関する主な情報源はテレビ・ラジオ、国や自治体の広報紙、新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)であり、国や自治体の Facebook、Twitter、LINEを情報源とする人はいずれも1割未満であった。
- 在住市町村の相談窓口の存在の認知度は3割近いが、県が行う休日・夜間・メールでの消費生活相談及び、消費者ホットライン(188)の認知度はまだ低い。

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。