

平成22年度第4回消費生活eモニターアンケート調査

「消費生活課ホームページについて」

目 次

第1章 調査の概要	・・・P2
1 調査目的	
2 調査対象	
3 調査方法	
4 調査期間	
5 回答者の属性	
第2章 調査結果	・・・P3
第3章 まとめ	・・・P14

【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

神奈川県では、本年にホームページのリニューアルを図り、迅速で的確な情報提供に努めています。

消費生活課では、より分かりやすく使いやすいホームページとするため、モニターの方に対して、ホームページについての利便性や活用方法に関するアンケート調査を実施し、利用者の視点からご意見を伺いました。

2 調査対象

消費生活eモニター：200名 有効回答者：158名

3 調査方法

インターネットによるアンケート調査

4 調査期間

平成23年2月4日(金)から平成23年2月14日(月)まで

5 回答者の属性

性別	男性 75名	女性 83名
年齢	20歳代 12名(男性：5名 女性：7名)	
	30歳代 49名(男性：14名 女性：35名)	
	40歳代 44名(男性：17名 女性：27名)	
	50歳代 20名(男性：10名 女性：10名)	
	60歳代 24名(男性：20名 女性：4名)	
	70歳以上 9名(男性：9名 女性：0名)	

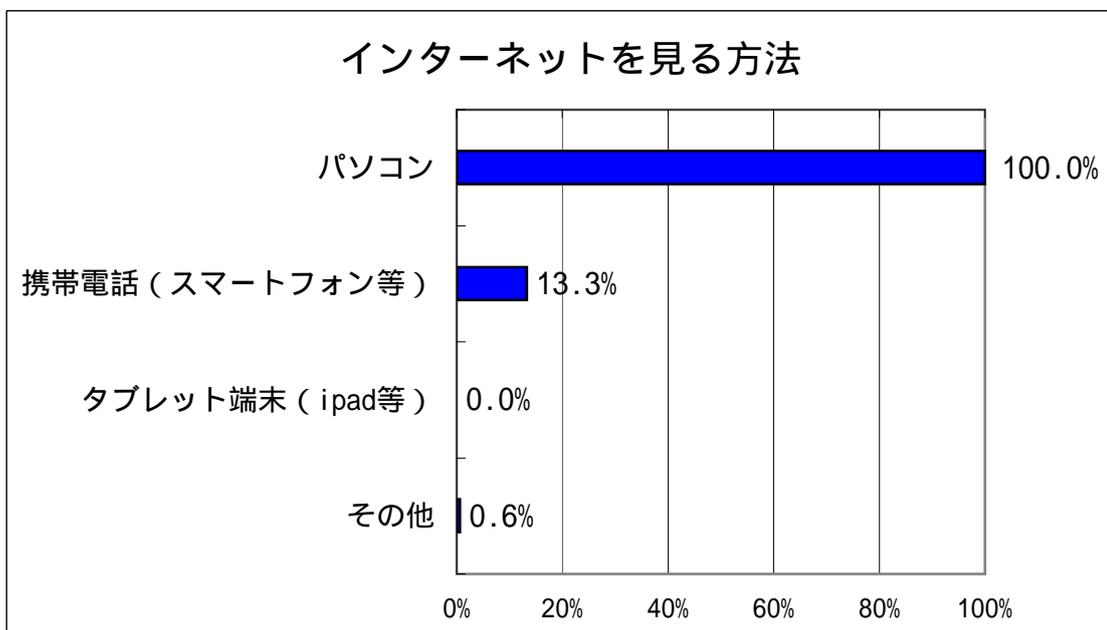
第2章 調査結果

- ・設問はQ3から開始しています。（Q1・Q2はモニターの属性を確認する項目のため）
- ・複数回答のある設問では、%の和は100を超えます。
- ・単数回答の設問では、四捨五入のため、%の和は100とならない場合があります。
- ・県消費生活課のホームページに関する設問は、すべて平成23年2月時点のホームページについて回答いただいています。

1 県消費生活課のホームページと消費生活情報について

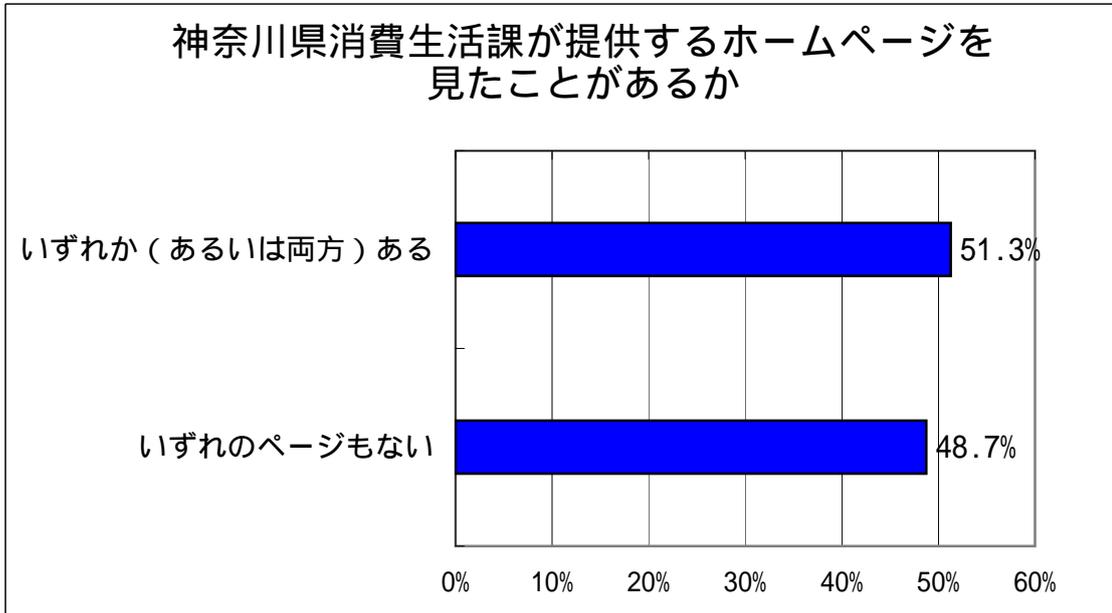
インターネットを見る方法について

- Q3 インターネットを見る方法をたずねたところ、パソコン以外に携帯電話を併用する方は1割強でした。（複数回答可）

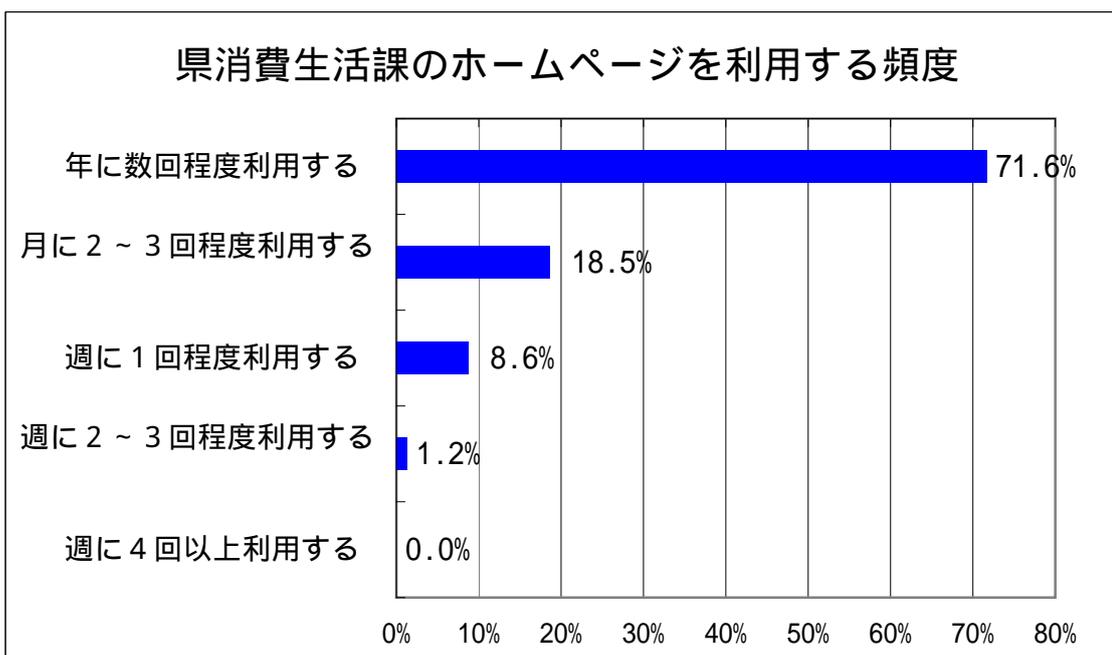


県消費生活課のホームページについて

- Q4 県消費生活課が提供するホームページ「かながわの消費生活」と「かながわ中央消費生活センター」をご覧になったことがあるかをたずねたところ、いずれかを見たことがあるとする回答者は5割程度でした。
その一方で、「いずれのページも見なかった」とする回答も5割弱ありました。



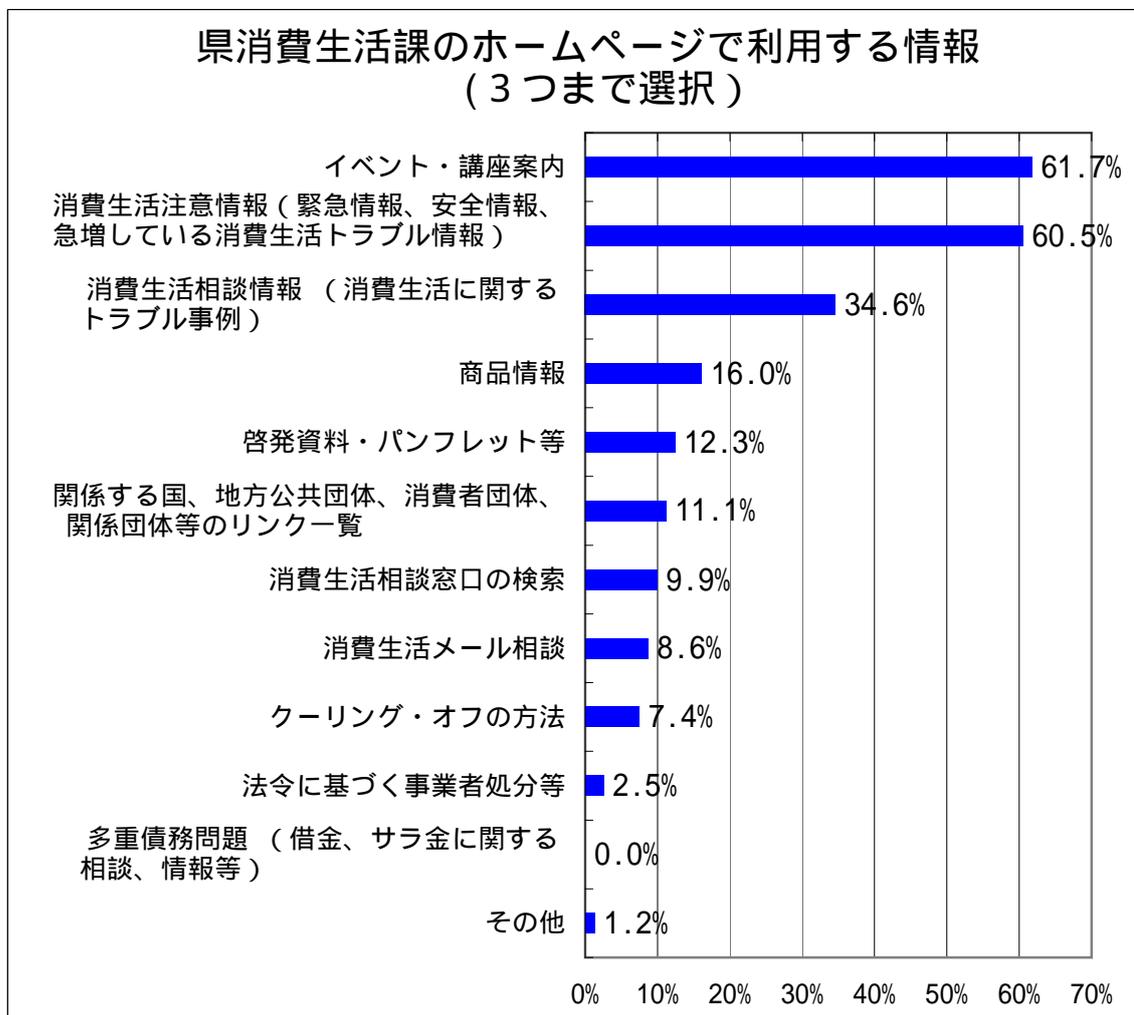
- Q5 Q4で県消費生活課のホームページを見たことが「いずれか（あるいは両方）ある」と回答した81名の方に、県消費生活課が提供するホームページを利用する頻度をたずねたところ、「年に数回程度利用する」という回答が7割を超えました。「月に2～3回程度利用する」とする回答が2割弱あり、週に1回以上利用するとする回答は1割程度にとどまりました。



県消費生活課のホームページで利用する情報

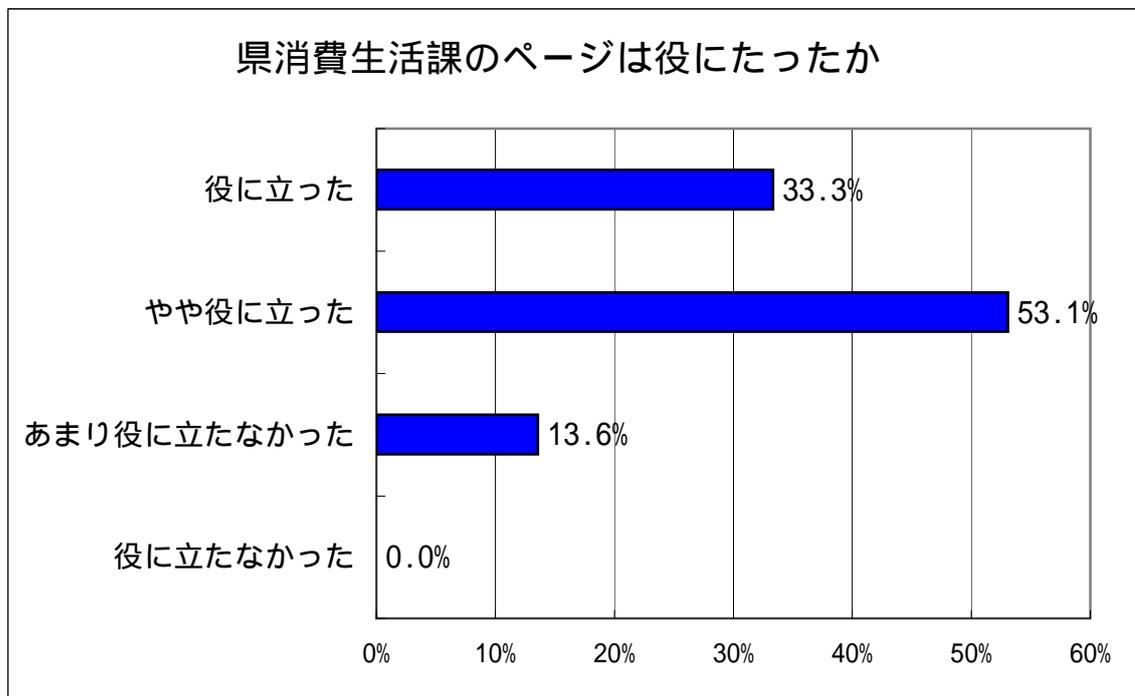
Q6

Q4で県消費生活課のホームページを見たことが「いずれか（あるいは両方）ある」と回答した81名の方に、ホームページで主に利用する情報はどれかをたずねたところ（3つまで選択）、「イベント・講座案内」「消費生活注意情報」が多く、ともに6割を超えました。また「消費生活相談情報」と回答した方が3割を超えました。



利用したページは役にたったか

Q7 Q4で県消費生活課のホームページを見たことが「いずれか（あるいは両方）ある」と回答した81名の方に、利用したページは役に立ったかをたずねたところ、「役に立った」という回答が3割強、「やや役に立った」と合わせて9割弱ありました。その一方で、「あまり役に立たなかった」という回答も1割強ありました。



役に立たなかった理由

Q8 Q7で、県消費生活課のページは「あまり役に立たなかった」「役に立たなかった」と回答した11名の方に、役に立たなかった理由をたずねたところ、「情報がある場所を探すのに苦労した・探せなかった」「すでに知っている情報だった」などの回答が寄せられました。

役に立たなかった理由	回答数
情報がある場所を探すのに苦労した・探せなかった	4
すでに知っている情報だった	4
書いてある内容が分かりづらく、理解できなかった	2
その他	3

県消費生活課のホームページの印象

- Q9 県消費生活課が提供するホームページの印象を「見やすさ」「分かりやすさ」「情報量」「情報の探しやすさ」「その他の印象」についてたずねたところ、「普通」という回答が各設問について最も多い回答になりました。
- その一方で、「見づらい」「分かりにくい」「（情報量が）少なすぎる」「（情報が）探しにくい」という回答もそれぞれ一定数ありました。
- その他の印象を自由記述でいただいたところ、情報の見やすさに関する意見が最も多く、「縦長で見づらい」「文字が多い」「親しみやすさを感じない」等の意見をいただきました。

1.見やすさ	回答率	回答数
見やすい	23.4%	37
普通	67.7%	107
見づらい	8.9%	14

2.分かりやすさ（内容が理解できるか）	回答率	回答数
分かりやすい	28.5%	45
普通	64.6%	102
分かりにくい	7.0%	11

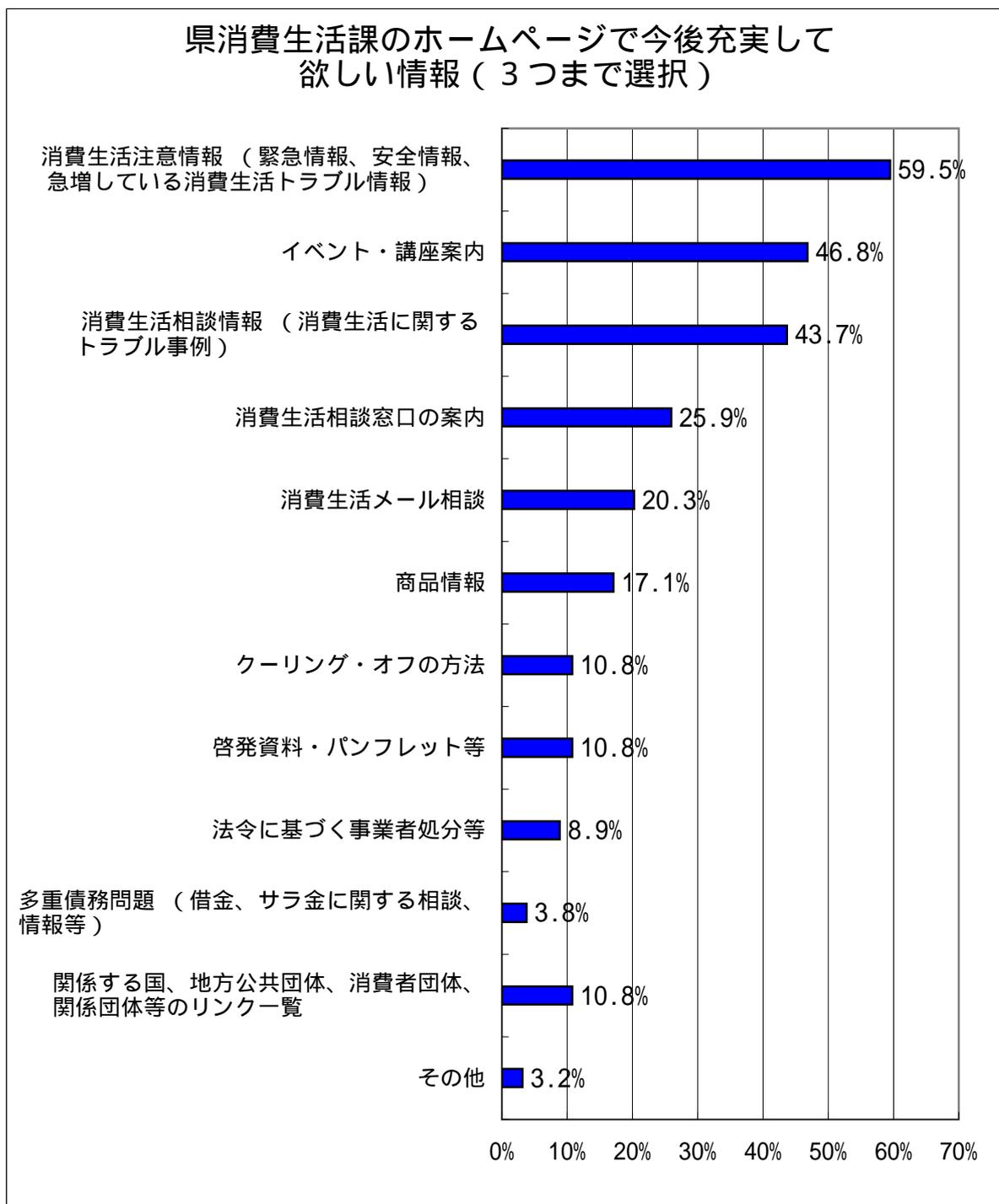
3.情報量	回答率	回答数
多すぎる	8.2%	13
適当	83.5%	132
少なすぎる	8.2%	13

4.情報の探しやすさ	回答率	回答数
探しやすい	14.6%	23
普通	66.5%	105
探しにくい	19.0%	30

5.その他の印象（自由記述）： 回答数42（以下に分類）	
情報の見やすさに関する意見	14
分かりやすさに関する意見	12
情報量に関する意見	7
情報の探しやすさに関する意見	9

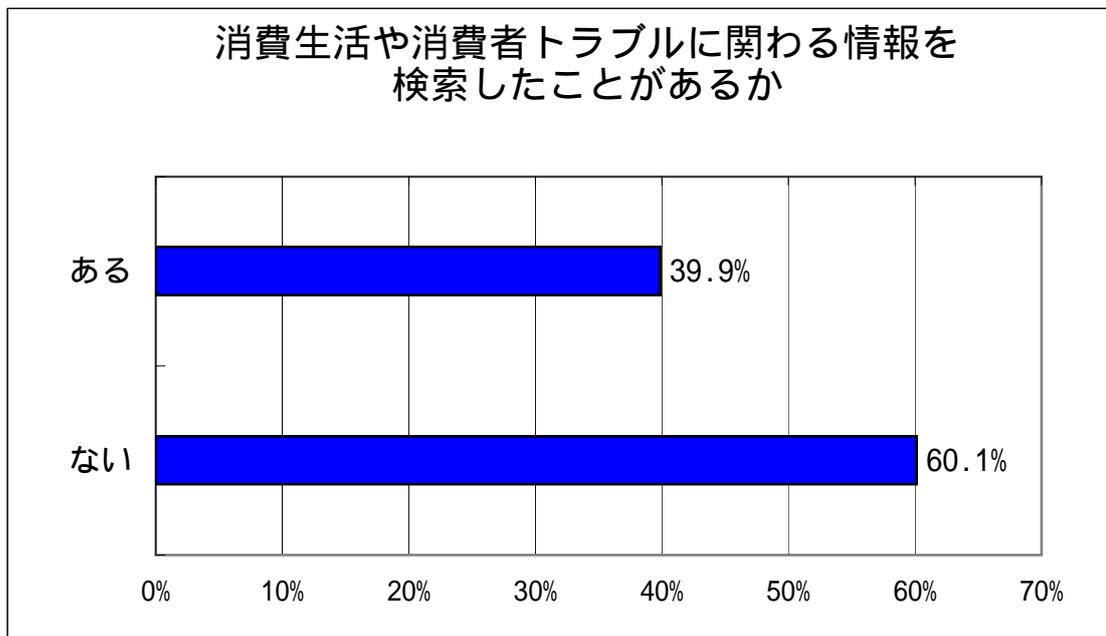
今後提供してほしい情報について

Q10 県消費生活課が提供するホームページで今後充実して欲しい情報をたずねたところ（3つまで選択）、「消費生活注意情報」「イベント・講座案内」「消費生活相談情報」などの回答が多く寄せられました。



消費生活情報の検索について

- Q11 消費生活や消費者トラブルに関わる情報を、検索エンジンで検索したことがあるかをたずねたところ、「ある」という回答は約4割でした。



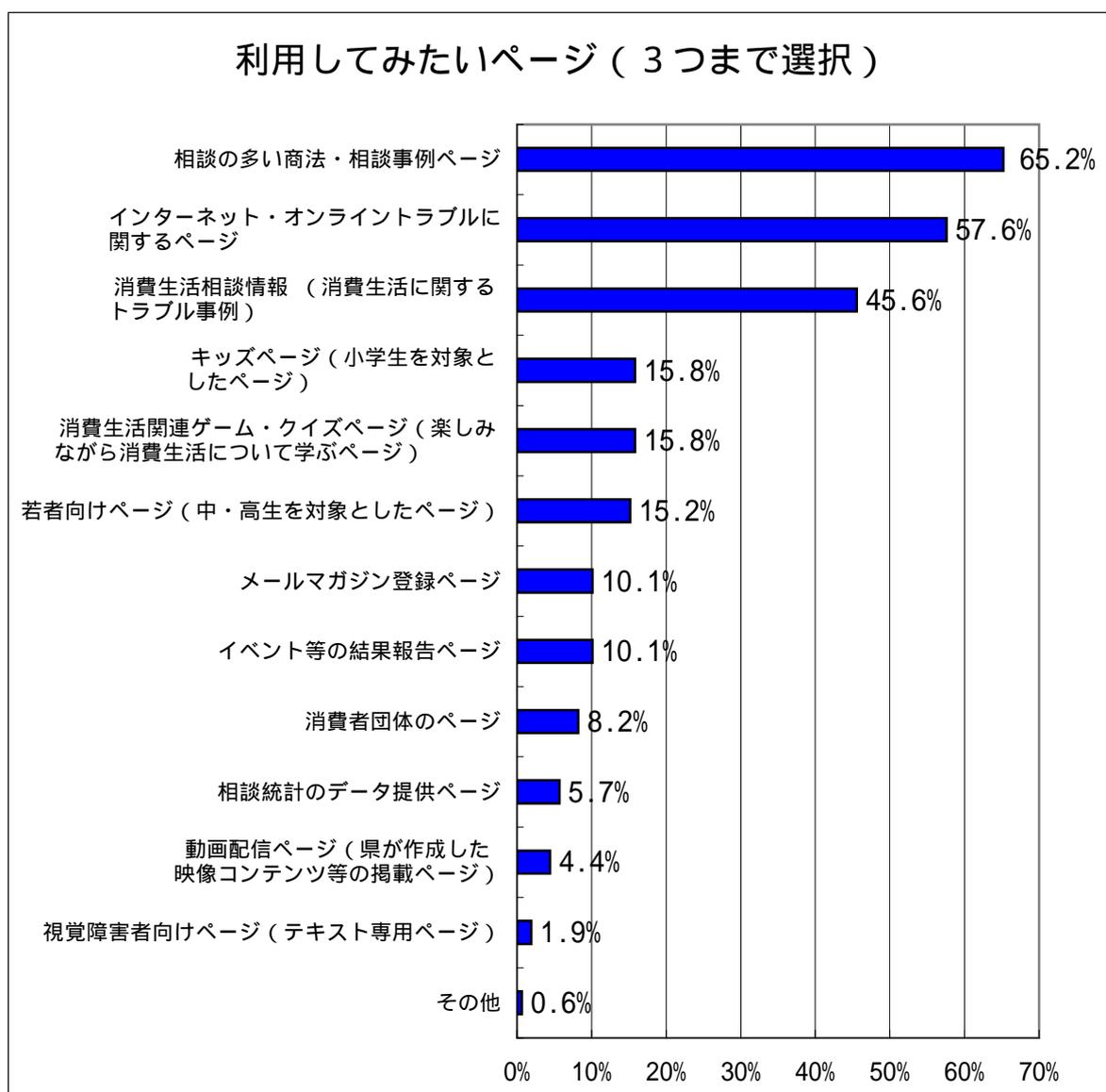
- Q12 Q11で「消費生活や消費者トラブルに関わる情報を検索エンジンで検索したことがある」と回答した63名の方に、検索したキーワードをたずねたところ、「クーリング・オフ」「リコール」など多岐にわたりました。また各回答を分類したところ、トラブル関連・悪質商法・契約等に関するキーワードが多いことがわかりました。

(同一のキーワード) 複数の回答者から寄せられたもの	回答数
クーリング・オフ	5
リコール	3
地産地消	2
クレジット	2
食の安全	2

(キーワードの分類)	回答数
トラブル関連(悪質商法除く)	14
悪質商法	13
契約(クーリングオフ含む)	9
食(地産地消含む)	8
その他の物品・サービス名	5
企業関連(リコール含む)	4
クレジット・クレジットカード	3
消費生活センター	2
その他	3

利用してみたいページ

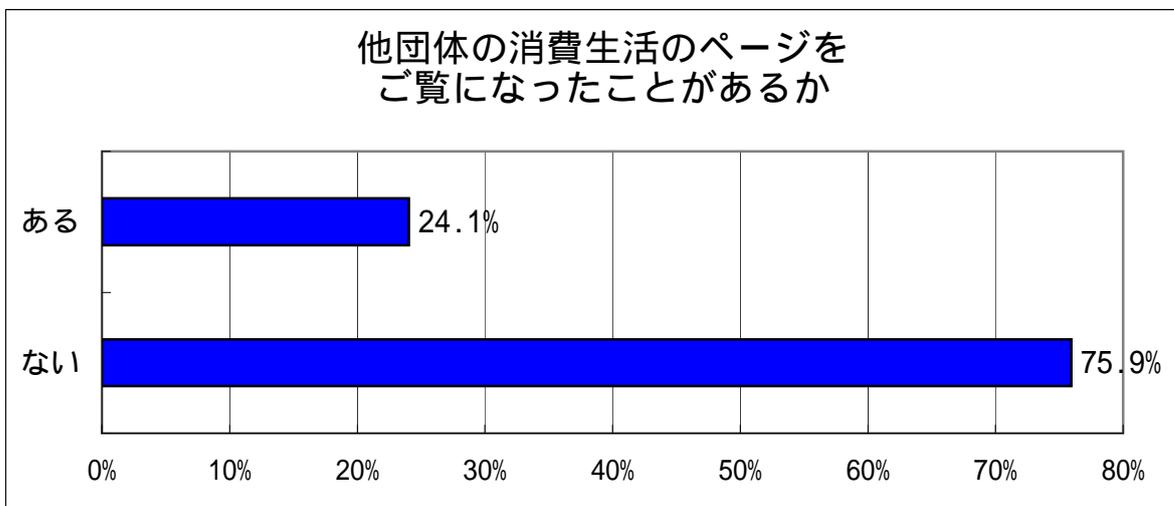
- Q13 消費生活課で新たなコンテンツページを作る際に利用してみたいと思われるページをたずねたところ（3つまで選択）、「相談の多い商法・相談事例ページ」「インターネット・オンライントラブルに関するページ」「消費生活相談情報（消費生活に係るトラブル事例）」などの回答が多く挙げられており、消費者トラブルや相談に関する情報が求められていることがうかがえます。



2 他団体と県消費生活課のホームページについて

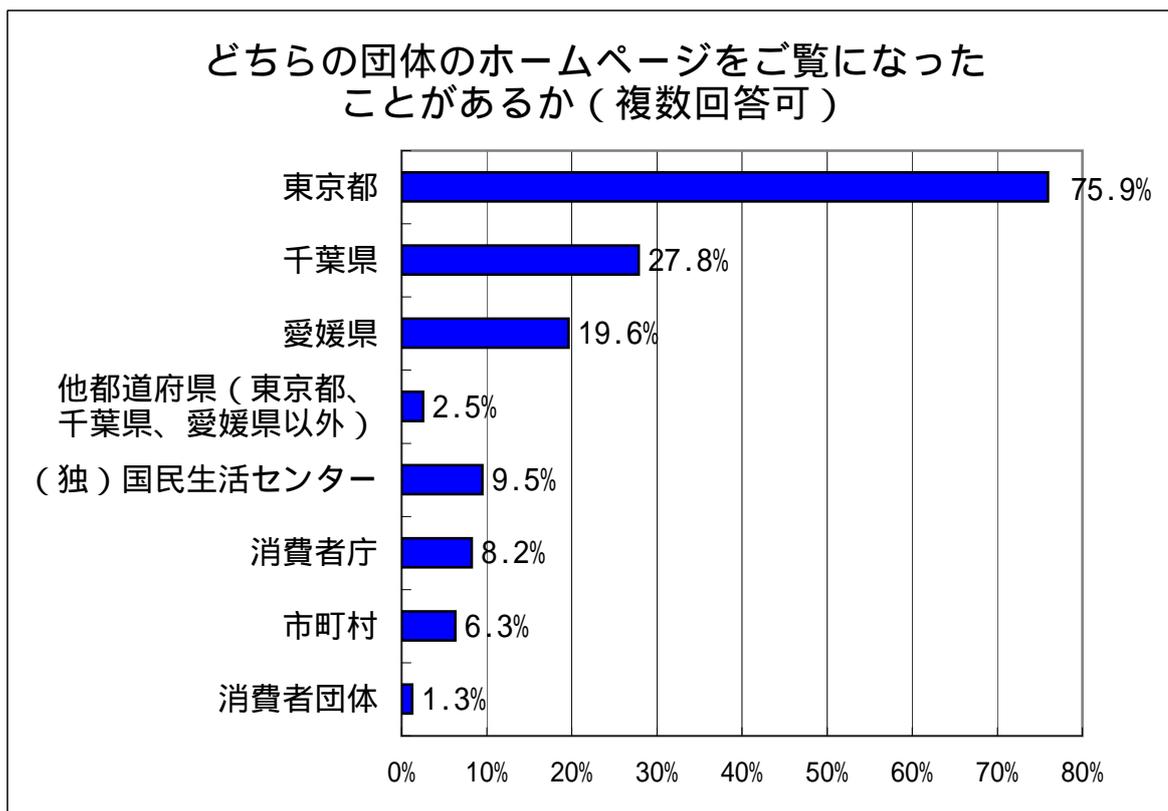
他団体のホームページについて

Q14 神奈川県以外の団体（他都道府県、消費者庁、国民生活センター、市町村、消費者団体等）の消費生活に関するホームページをご覧になったことがあるかをたずねたところ、「ある」という回答は2割強でした。



Q14で「ない」と答えた回答者は、東京都、千葉県、愛媛県のいずれかの消費生活に関するホームページをご覧になってから進んでいただきました。

Q15 どちらの団体のホームページをご覧になったかをたずねたところ（複数回答可）、都道府県のホームページ以外にも消費者庁、（独）国民生活センター、市町村、消費者団体の消費生活に関するホームページが一定の割合で見られていることがわかりました。
（ Q14で「消費生活に関するホームページをご覧になったことがない」と回答した120名にも、東京都・千葉県・愛媛県いずれかのホームページをご覧になってから回答していただきました。 ）



県消費生活課のホームページの、他の団体と比較しての印象

Q16 Q15で「ご覧になった」とお答えいただいた団体のホームページと比較して、消費生活課のホームページに対し、どのような印象を持っているか、特に気になる点があるかをたずねたところ（自由記述）、113名の方から回答をいただきました。

「見づらい」という回答が最も多く、他にも「地味／固い／取っつきにくい」「わかりにくい」「情報が薄い／少ない」などの意見が多く寄せられました。なお、「見づらい」理由として、「色や文字の大きさが単調」が多く挙げられました。

その一方で、「見やすい」「情報が豊富／充実」などの回答もありました。

県消費生活課のホームページの印象（要約）	回答数	
見づらい（又は他団体が見やすい）	42	*1
地味／固い／取っつきにくい	15	
どこも同じ／似ている	14	
見やすい	12	
わかりにくい（又は他団体がわかりやすい）	9	*2
情報が豊富／充実	8	
わかりやすい	5	
情報が薄い／少ない	4	
説明が丁寧	1	
その他（ページの構成や掲載内容についてのご意見）	3	

*1 「見づらい」理由（理由が併記された回答から要約）	回答数
色や文字の大きさが単調	13
文字ばかり（絵がない）で見づらい	6
文字が多い	5
レイアウトをもっと良く	2
文字が小さい	1

*2 「わかりにくい」理由（理由が併記された回答から要約）	回答数
メニューの一覧がない	4
探したい情報が見つげにくい	3
過去年度のお知らせや掲載日がない	1
項目別に列挙されていない	1

3 自由意見

県消費生活課のホームページに対する自由意見

- Q17 県消費生活課ホームページについての自由な意見をたずねたところ（自由記述）、92名の方から回答をいただきました。
 「見づらい」「親しみにくい」などのデザインに関する意見や、「メニュー／分類／索引があると良い」などの機能に関する意見、「相談内容／事例について載せてほしい」「タイムリーな情報を即時に載せてほしい」などの情報の内容に関する意見など、様々な意見をいただきました。

自由意見（要約）	回答数
見づらい（文字が小さい／多い、色が見にくい）	15
親しみにくい（分かりやすく／楽しく）	12
ホームページの情報を充実させてほしい（全般的に）	12
メニュー／分類／索引があると良い	7
相談内容・事例について載せてほしい	6
タイムリーな情報を即時に載せてほしい	5
ホームページの存在を周知するべき	5
各自治体・団体で情報の統一／ホームページの共有をすべき	5
県の注意情報が良い	4
デザイン／構成がよい	3
若者・高齢者向けのページがあると良い	3
メールニュースがあると良い	2
その他	13

第3章 まとめ

1．県消費生活課のホームページと消費生活情報について

県消費生活課が提供するホームページをご覧になったことがある方は5割程度で、そのうち週に1回以上利用する方は1割程度でした。利用する情報としては「イベント・講座案内」や「消費生活注意情報」が多く、今後充実してほしい情報としても挙げられています。

ホームページをご覧になった方のうち情報が「役に立った」という方は3割強、「やや役に立った」という方と合わせて9割弱で、ホームページの見やすさ・分かりやすさ・情報量・情報の探しやすさの印象としては、「普通」とする回答が各項目において最も多くなりました。

消費生活や消費者トラブルに関する情報を、検索したことがあるとする回答は4割程度であり、検索したキーワードは悪質商法や契約に関するものなど、多岐にわたりました。

県消費生活課のホームページで充実してほしい情報では「消費生活注意情報」「イベント・講座案内」「消費生活相談情報」などの回答が多く、消費者トラブルや相談に関する情報は「利用してみたいページ」としても挙げられています。

2．他団体と県消費生活課のホームページについて

他団体の消費生活のページをご覧になったことがあるという回答は2割強でした。

他団体と比較した県消費生活課のホームページの印象をたずねたところ、「見づらい」という回答が最も多く、その理由として「色や文字の大きさが単調」などが挙げられました。他にも「地味／固い／取っつきにくい」などの回答が寄せられました。

3．自由意見とまとめ

県消費生活課ホームページについての自由な意見をたずねたところ、「見づらい」「親しみにくい」などのホームページの見やすさ・分かりやすさに関する意見や、「メニュー／分類／索引があると良い」などの情報の探しやすさに関する意見、「相談内容／事例について載せてほしい」「タイムリーな情報を即時に載せてほしい」などの情報量・内容に関する意見など、様々な意見をいただきました。

県消費生活課のホームページについて「見たことがある」方が5割程度、「週1回以上利用する」方がそのうち1割程度、「役に立った」方が3割程度である一方で、「提供してほしい情報」「利用してみたいページ」等の設問では消費者トラブルや相談に関する情報など多数の項目が挙げられています。

消費者が役立つ情報を届けるにあたってホームページが効果的な媒体として活用されるよう、利用者が見やすく分かりやすいページを作ること、情報の量・内容や探しやすさを向上させることが重要であることが分かりました。今後ホームページのリニューアル、また随時の更新を通じて、より利用しやすいホームページの作成を目指していきます。