

平成27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20問）

3 調査期間

平成27年6月5日（金）から6月15日（月）まで

4 調査対象

消費生活eモニター：372名 回答者：325名

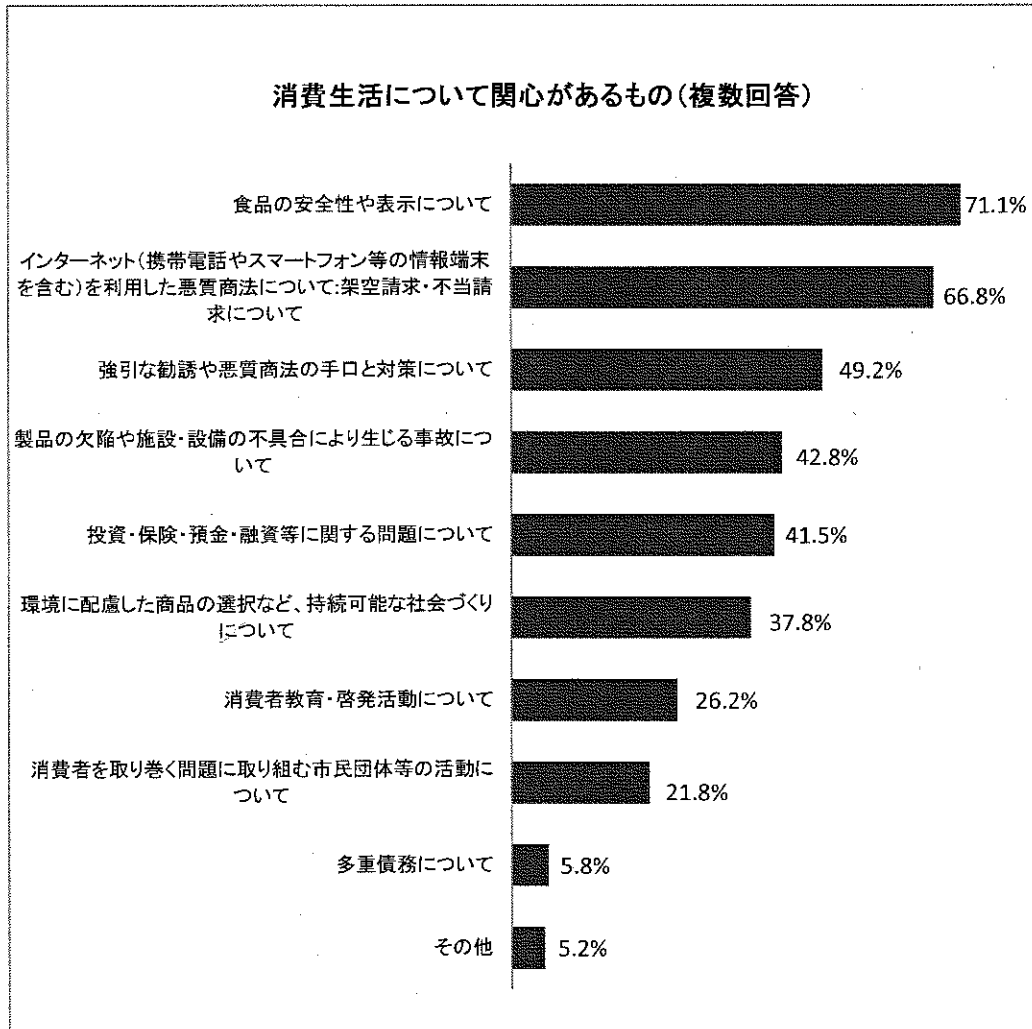
5 回答者の属性

性別	男性 113名	女性 212名
年齢	18～29歳	17名（男性：5名 女性：12名）
	30歳代	57名（男性：8名 女性：49名）
	40歳代	93名（男性：22名 女性：71名）
	50歳代	61名（男性：21名 女性：40名）
	60歳代	66名（男性：31名 女性：35名）
	70歳以上	31名（男性：26名 女性：5名）

第2章 調査結果

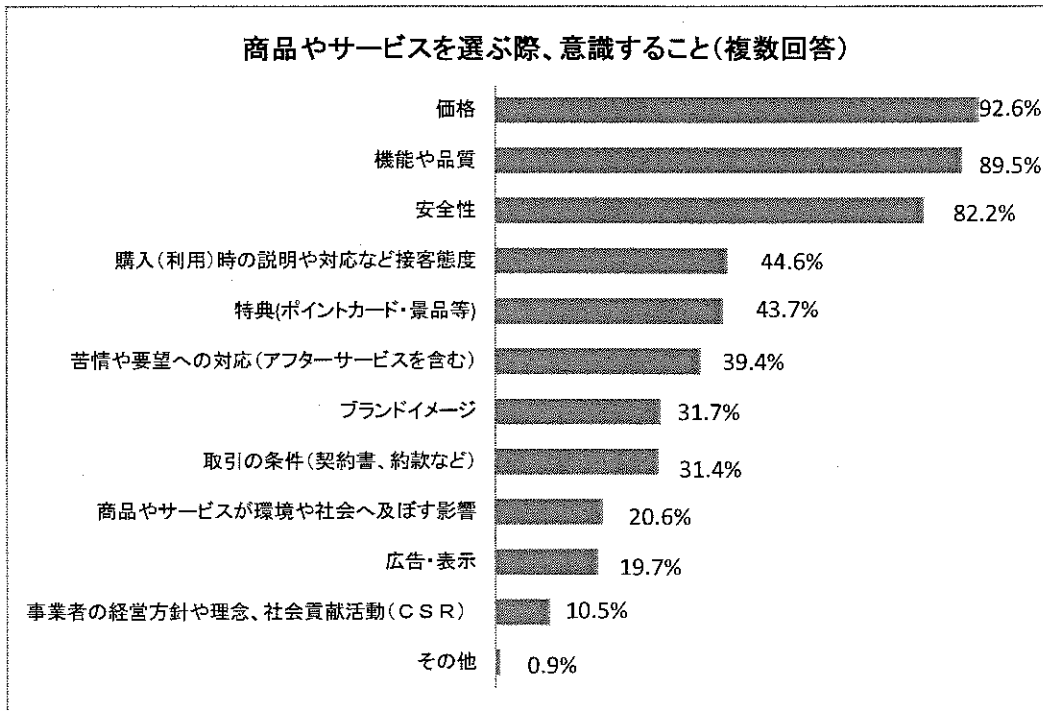
- ・複数回答のある設問では、比率の合計が100を超える場合があります。
- ・未回答者がある場合、%の合計が100に満たない場合があります。

Q1 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6割台であった。



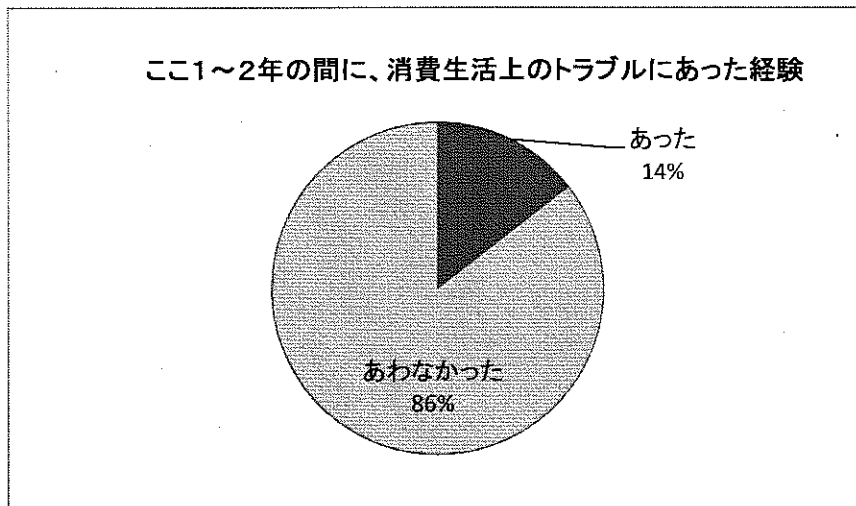
- 「その他」の主な回答
- ・広告表示とそのルール
 - ・消費者行政

Q2 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割台で続いた。

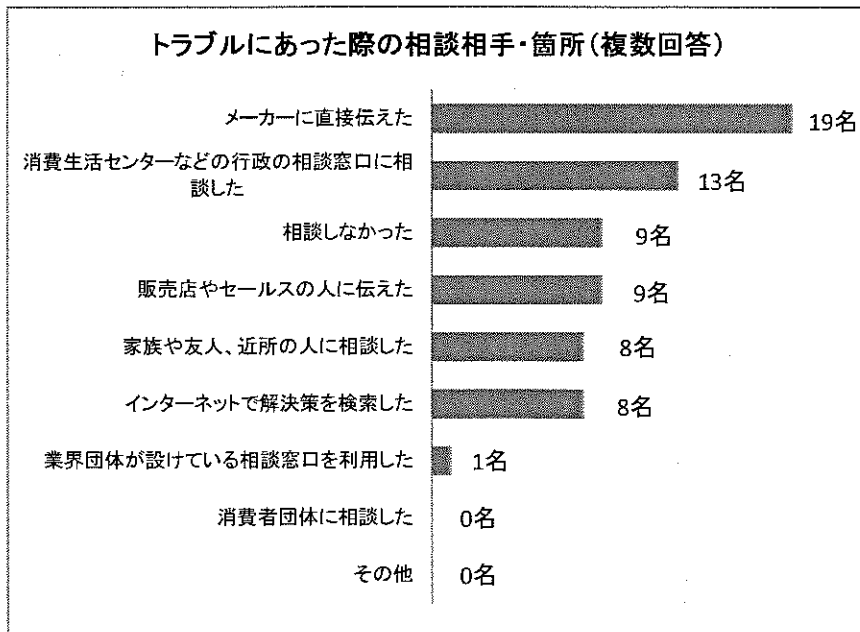


- 「その他」の主な回答
- ・クチコミ・レビュー
 - ・購入する店の雰囲気

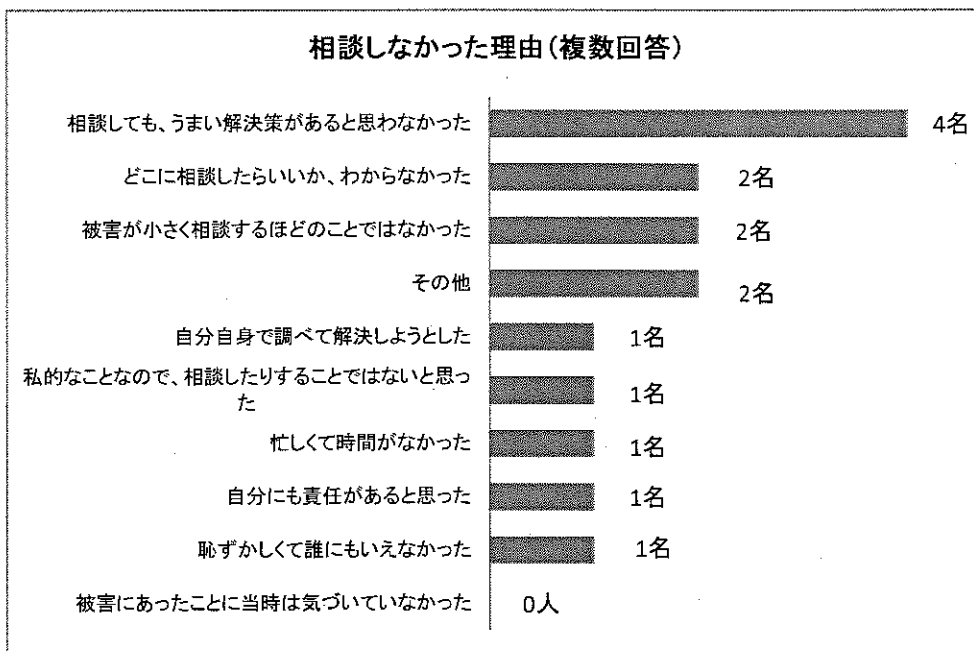
Q3 ここ1～2年の間に、消費生活上のトラブルにあったかをたずねたところ、「あった」が1割台であった。



Q4 Q3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、「メーカーに直接伝えた」が最も多く、次いで「消費生活センターなどの行政の相談窓口」が多かった。

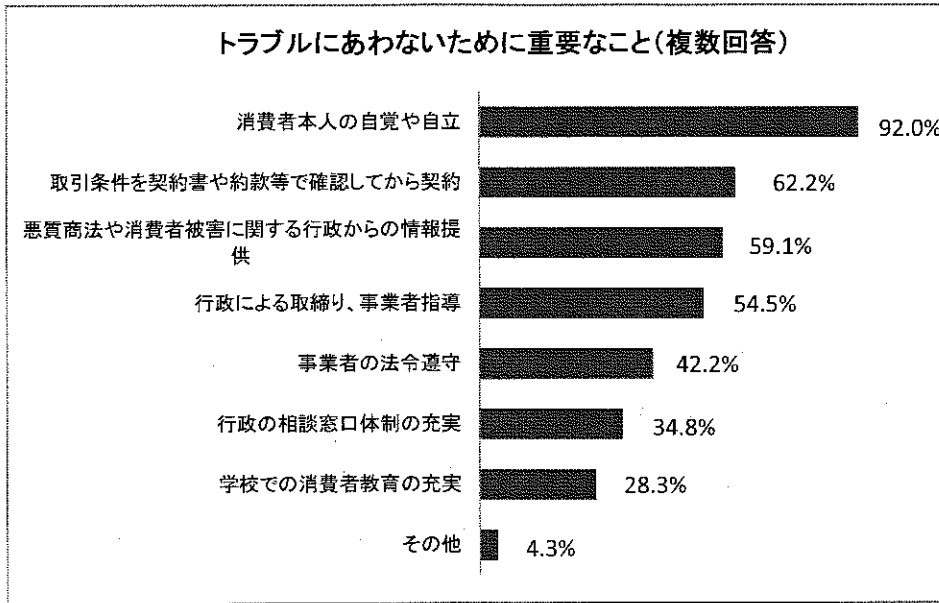


Q5 Q4で「相談しなかった」と回答した方に理由をたずねたところ、「相談しても、うまい解決策があると思わなかった」と回答した方が一番多かった。



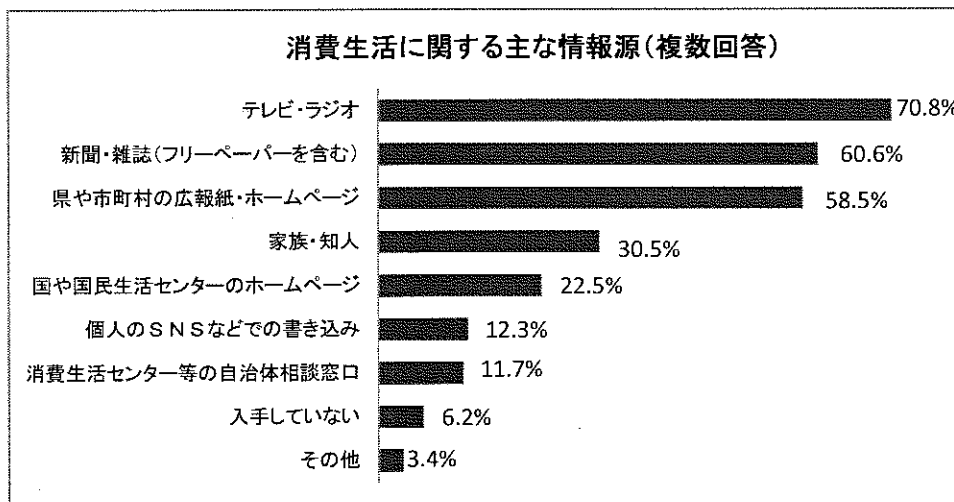
- 「その他」の回答
- ・金額が低かったのであきらめた。
 - ・営業時間が終了していたのであきらめた。

Q6 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。



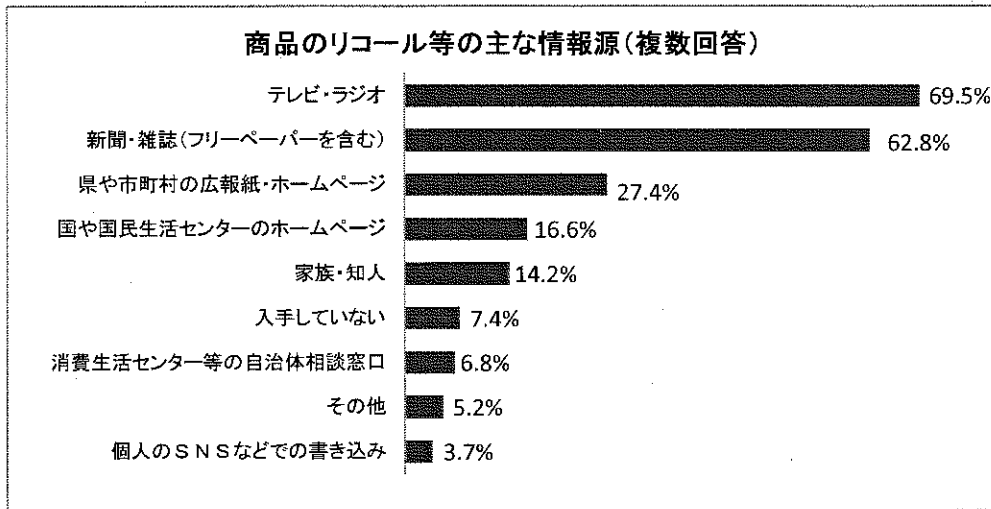
- 「その他」の主な回答
- ・悪質業者（経営者）の公開と行政指導
 - ・違反した場合の罰則の強化
 - ・新聞やニュースからの情報入手

Q7 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割台で最も多く、「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」が6割台、「県や市町村の広報誌・ホームページ」が5割台で続いている。



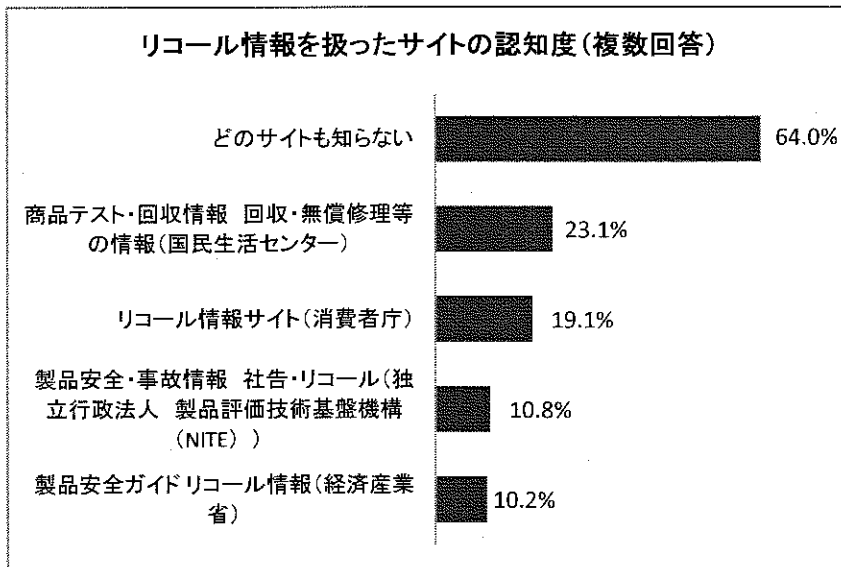
- 「その他」の主な回答
- ・インターネット
 - ・行政や消費者団体等の行うセミナー、くらしの豆知識

Q8 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」と「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」がともに6割を超えた。

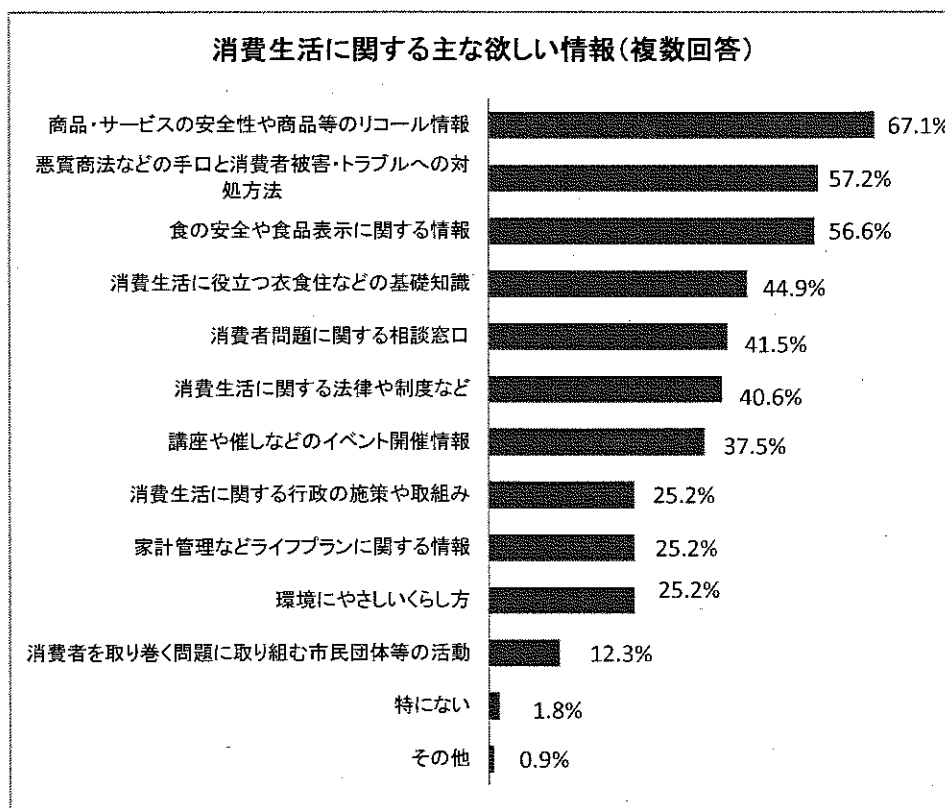


- 「その他」の主な回答
- ・メーカーのホームページ
 - ・インターネットニュース

Q9 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。

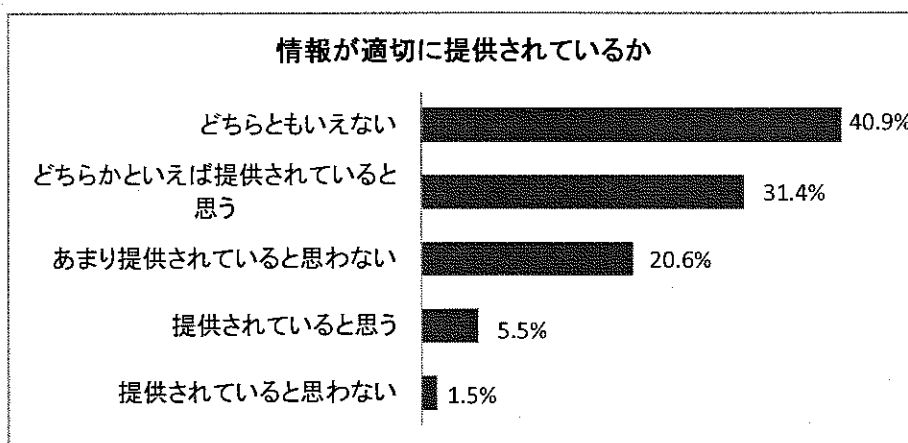


Q10 消費生活に関するどのような情報が主に欲しいかをたずねたところ、「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」が6割台で最も多く、「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法」と「食の安全や食品表示に関する情報」が5割台で続いている。

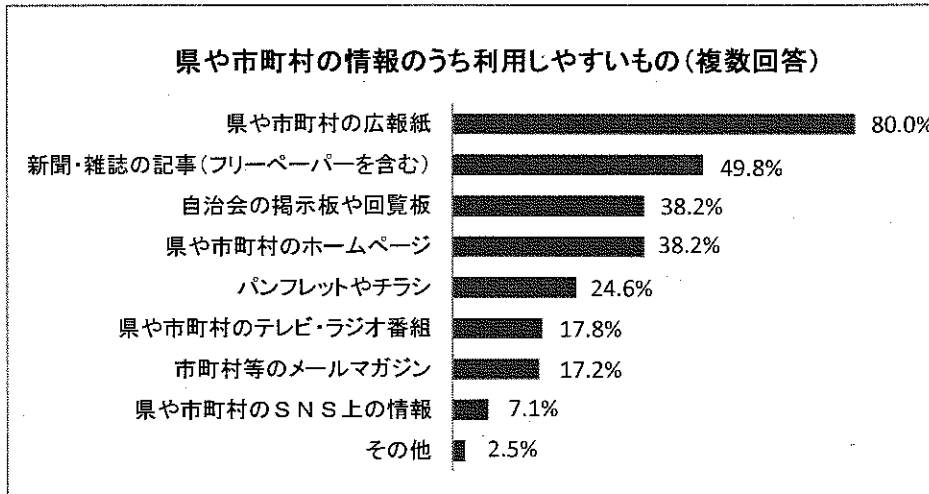


- 「その他」の主な回答
- ・子どもに対して教育できるような情報
 - ・被害者体験談

Q11 Q10で選んだ情報は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割台であった。

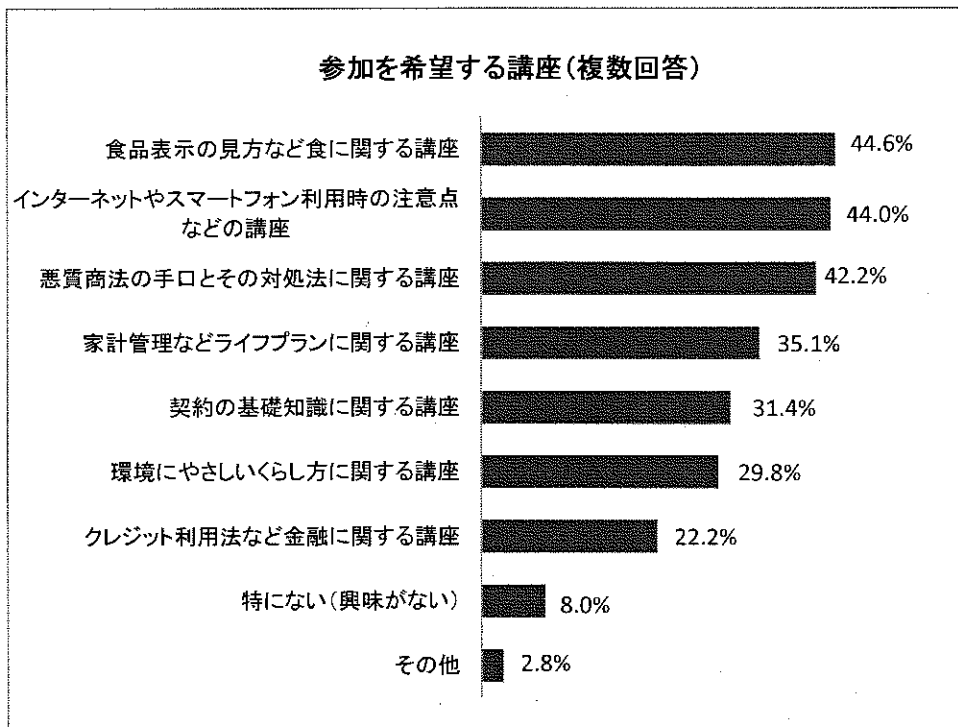


Q12 県や市町村が消費者向けに発信している情報で利用しやすいものをたずねたところ、「広報紙」が8割台で最も多く、次いで「新聞・雑誌の記事(フリーペーパーを含む)」が4割台であった。



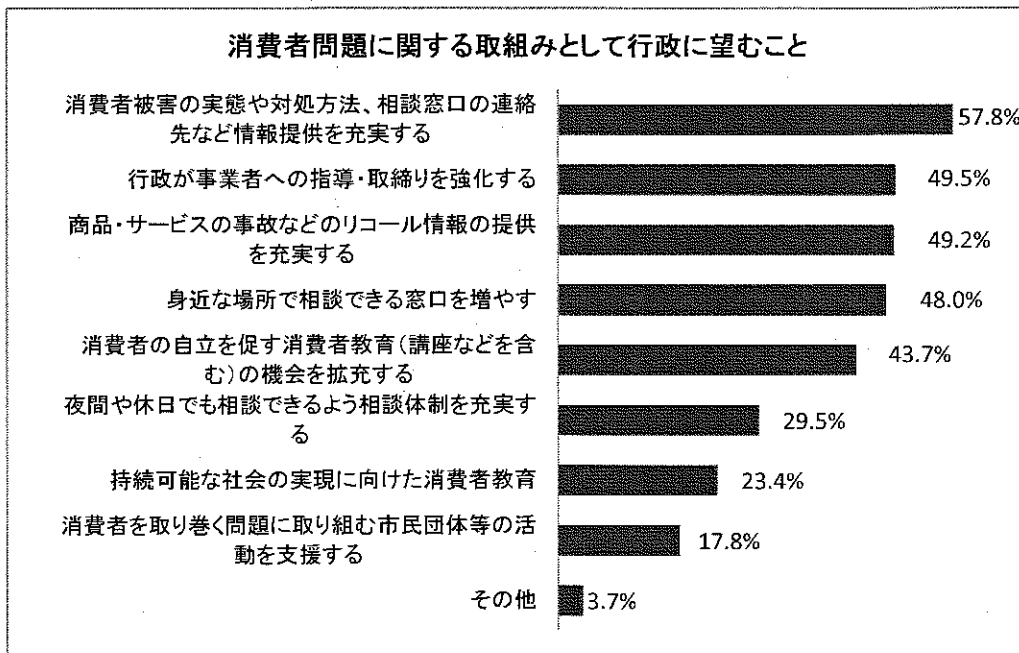
○「その他」の主な回答
・ケーブルテレビ

Q13 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」、「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」がそれぞれ4割を超えている。



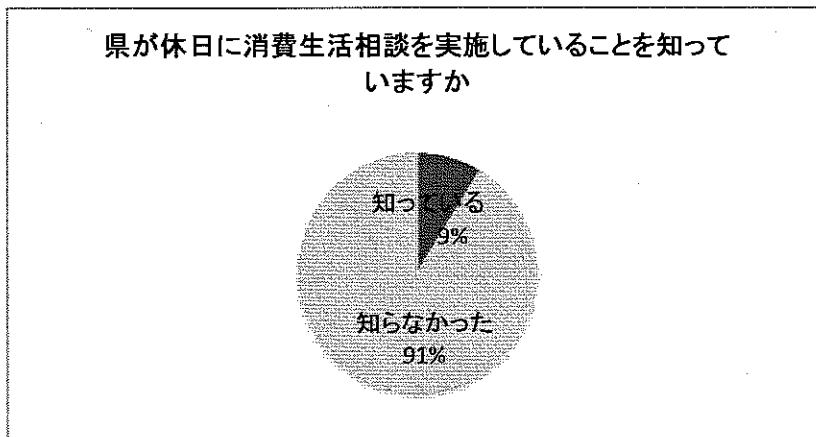
○「その他」の主な回答
・被害者体験談

Q14 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」が5割を超えた。

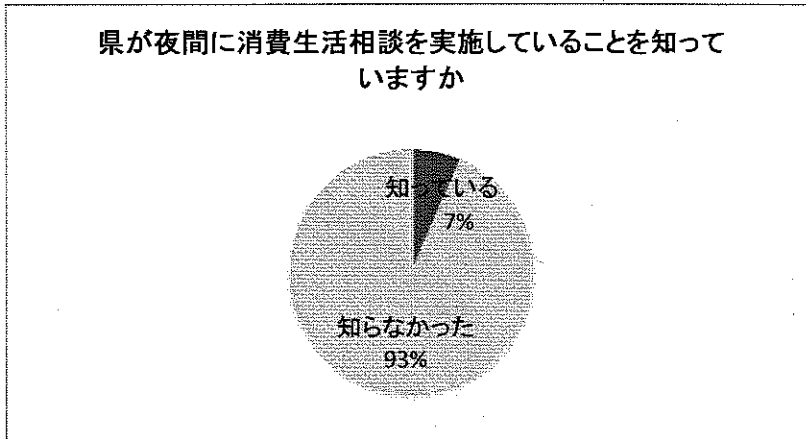


○「その他」の主な回答
 ・高校生・大学生への教育、啓発など

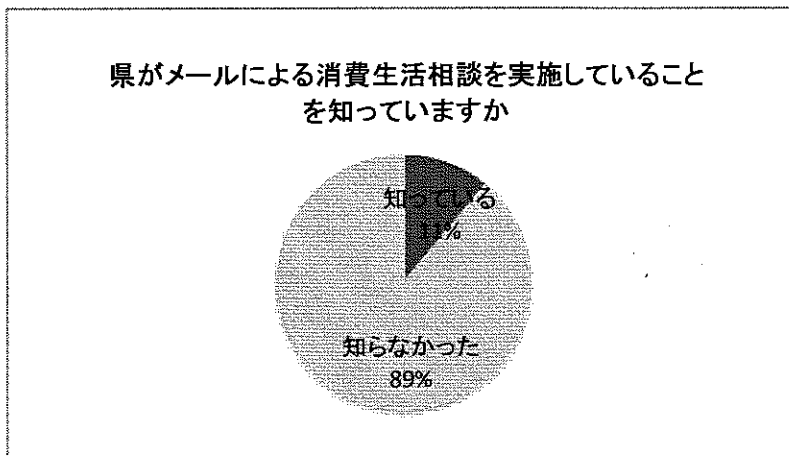
Q15 平成26年度以前に消費生活eモニターに登録したことがない方に県が休日に消費生活相談(土・日・祝休日:16時30分まで)を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が9割を超えた。



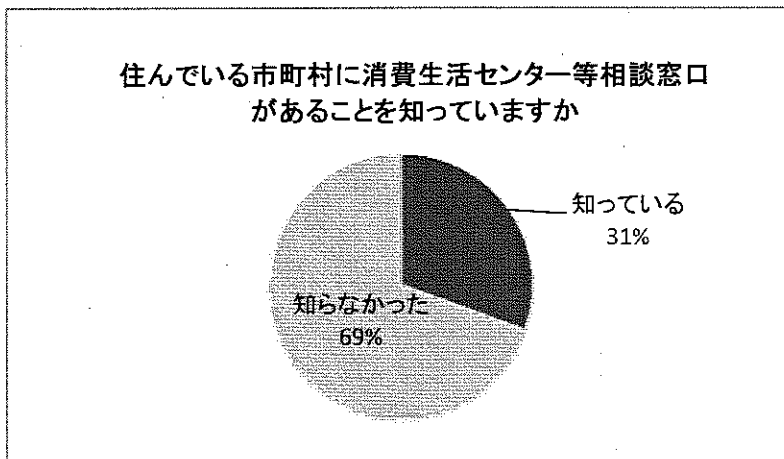
- Q16 平成26年度以前に消費生活eモニターに登録したことがない方に県が夜間に消費生活相談(平日:19時まで)を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が9割を超えた。



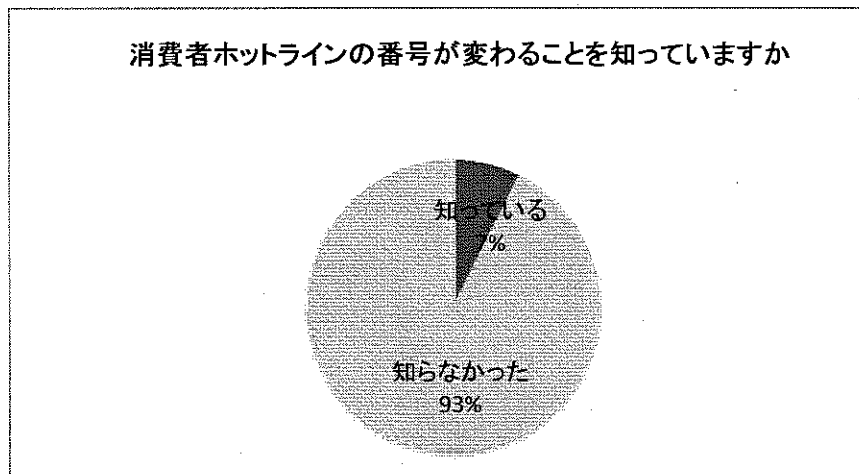
- Q17 平成26年度以前に消費生活eモニターに登録したことがない方に県がメールによる消費生活相談を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が8割を超えた。



- Q18 平成26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。



- Q19 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年夏ごろから3ケタ(188)にな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 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、主な意見は以下のとおりでした。(抜粋・要約)

【広報に関すること】

- ・知らないことが多いのでいろいろな情報を分かりやすく広報してほしい。
- ・情報が届かないので広報手段の工夫をしてほしい。例えば、回覧板や地域の掲示板などの活用を図る。

【相談に関すること】

- ・些細なことでも気軽に相談ができればと思う。相談窓口の敷居が高く感じる。
- ・相談窓口の探しやすさ、相談時間の一層の拡大があれば良い。

【消費者に関すること】

- ・消費者個人が自分のこととして認識し、自覚することが重要である。

【消費者教育に関すること】

- ・消費者教育の充実のための施策を希望する。
- ・行政と消費者が一体となって相互にコミュニケーションをとることが大切である。

【その他】

- ・悪質業者の取り締まり、罰則の強化をしてほしい。
- ・消費者問題という言葉が堅苦しくてわかりにくい。

【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。

- 消費生活について、異物混入などの報道もあり、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。
- 消費生活に関する情報のニーズは商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報が最も高く、生活の安全・安心への関心が高い。
- 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などに取り組んでまいります。