

平成29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	・・・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/osirase/0207/edu>

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22問）

3 調査期間

平成29年9月20日（水）から9月30日（土）まで

4 調査対象

消費生活eモニター：327名 回答者：265名

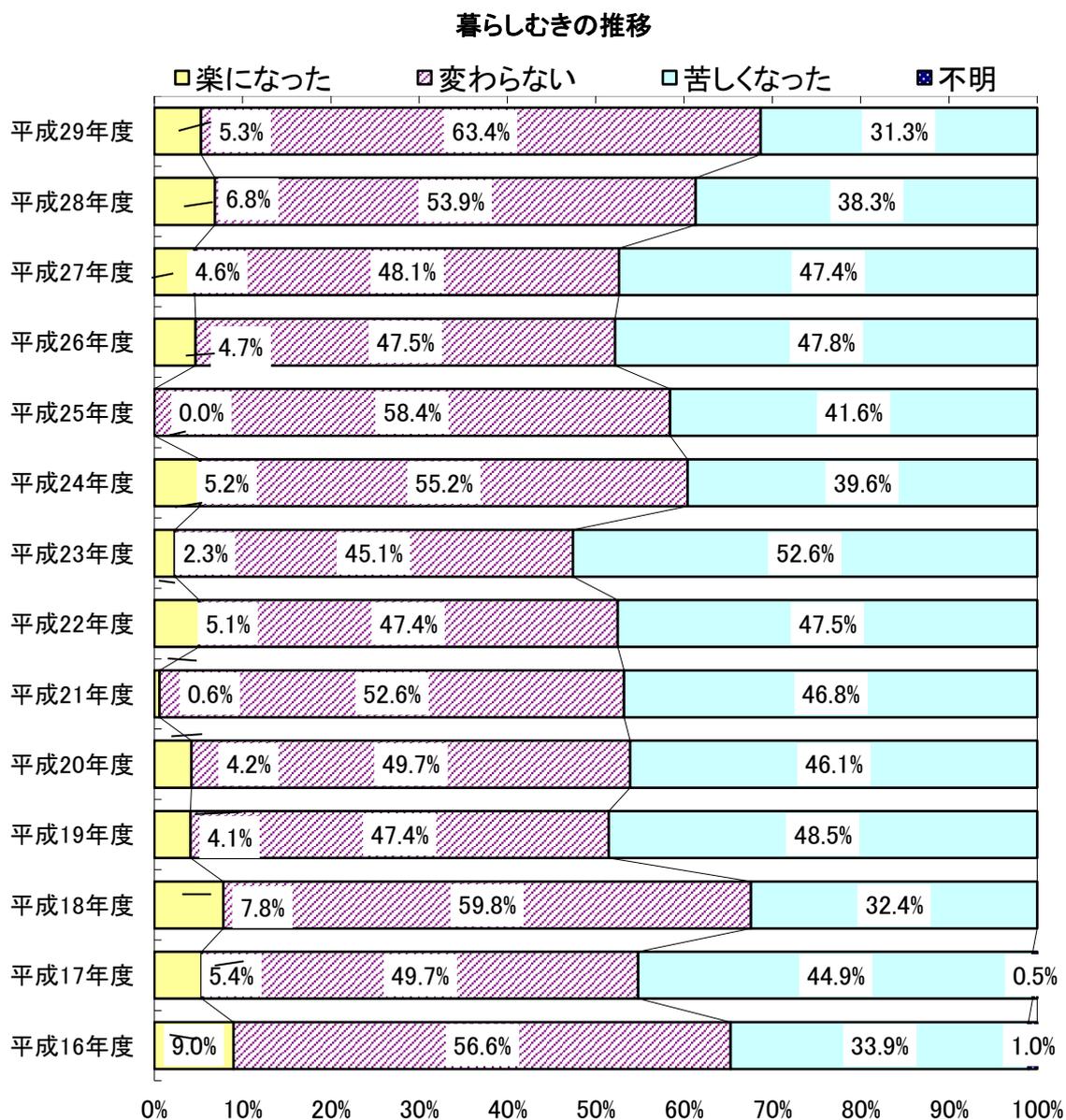
5 モニター登録者の属性

性別	男性 123名	女性 204名
年齢	18～29歳	16名（男性：4名 女性：12名）
	30歳代	65名（男性：10名 女性：55名）
	40歳代	88名（男性：23名 女性：65名）
	50歳代	65名（男性：29名 女性：36名）
	60歳代	62名（男性：34名 女性：28名）
	70歳以上	31名（男性：23名 女性：8名）

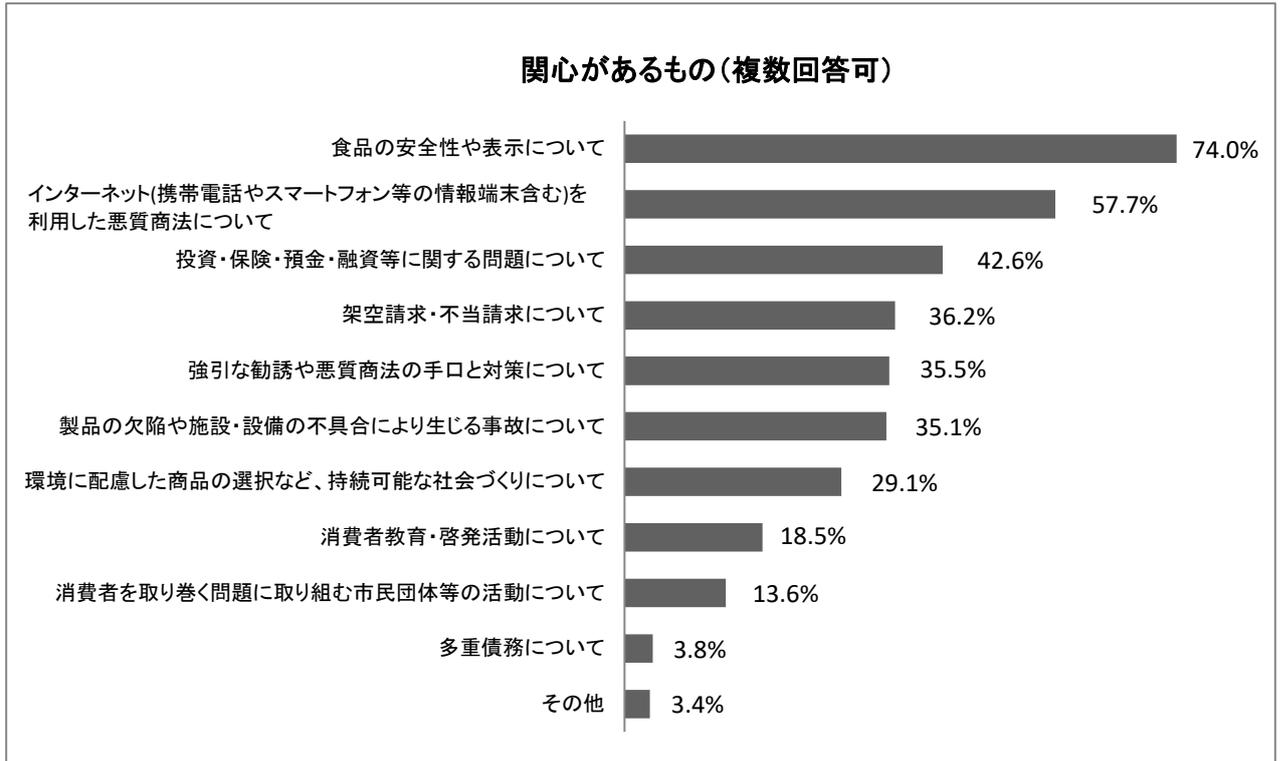
第2章 調査結果

- ・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、「楽になった」は少数にとどまった。



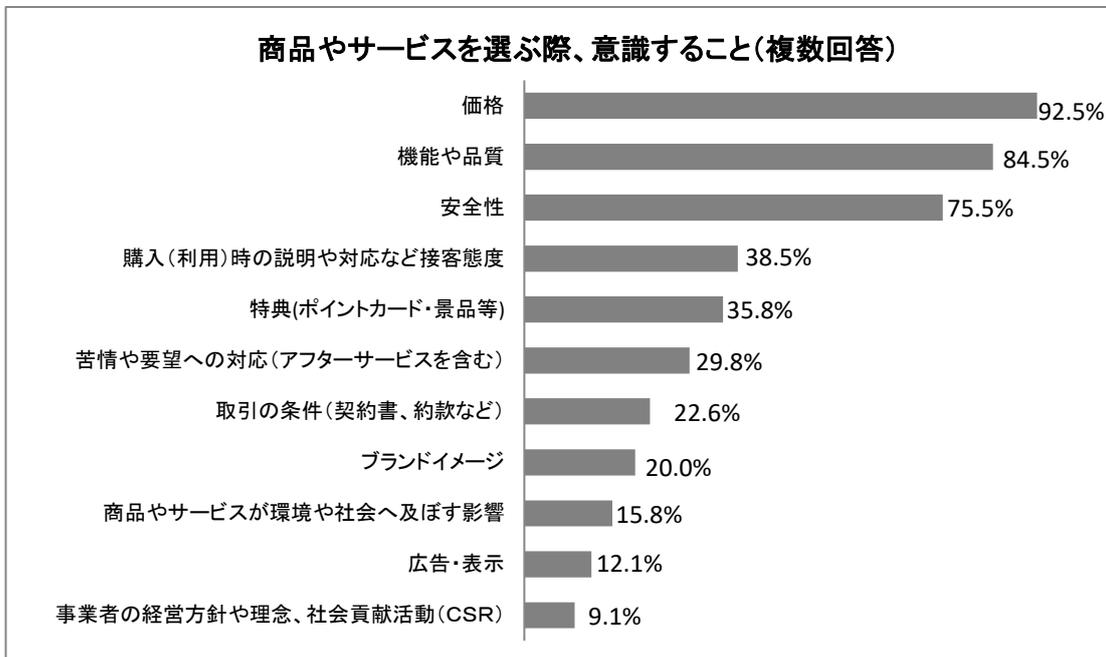
Q2 消費生活について関心があるものをたずねたところ、「食品の安全性や表示について」が7割台で最も多く、次いで「インターネット(携帯電話やスマートフォン等の情報端末を含む)を利用した悪質商法について」が5割台であった。



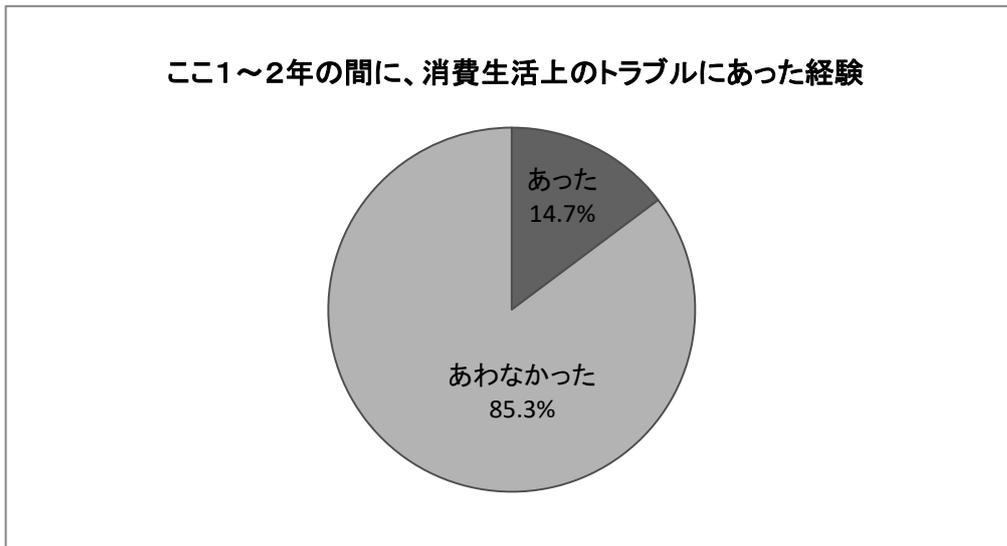
○「その他」の主な回答

- ・振込め詐欺のような迷惑メールの撲滅
- ・リコールの対応

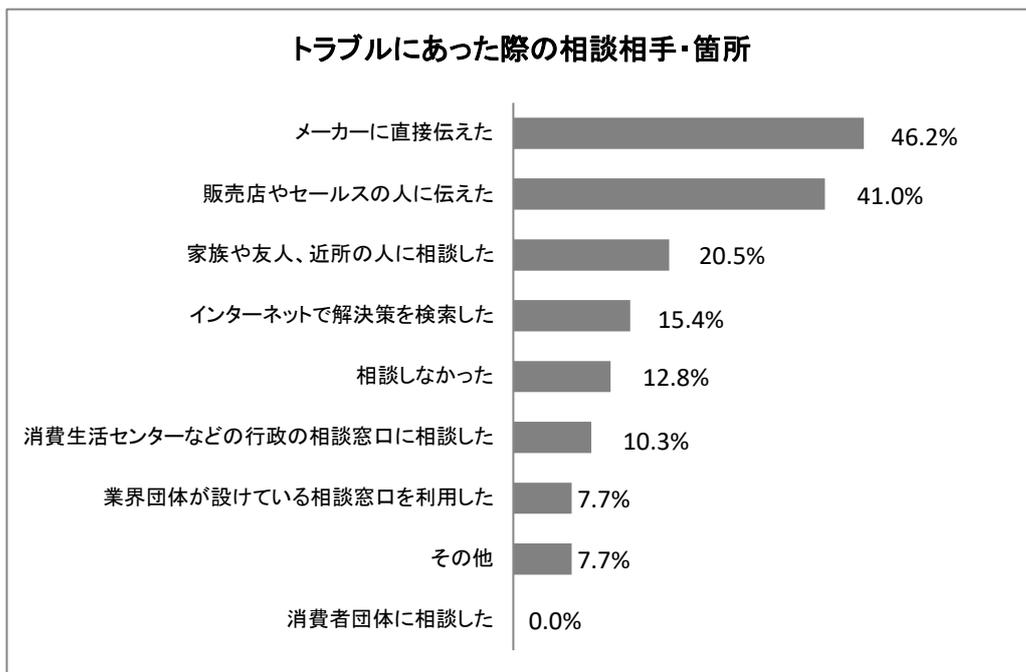
Q3 商品やサービスを選ぶ際、何を意識するかをたずねたところ、「価格」が9割台で最も多く、「機能や品質」が8割台、「安全性」が7割台と続いている。



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。



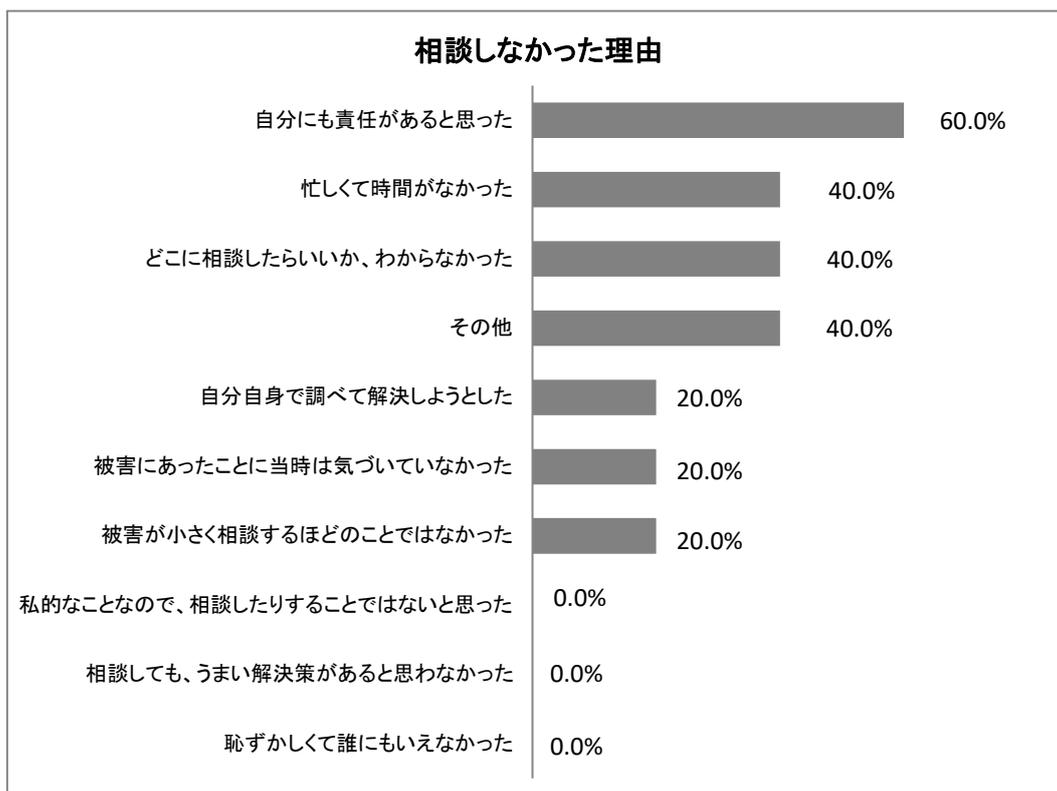
Q5 Q4で「消費生活上のトラブルにあった」と回答した方にどこかへ(誰かに)相談したかをたずねたところ、「メーカーに直接伝えた」が4割台で最も多く、「販売店やセールスの人に伝えた」、「家族や友人、近所の人に相談した」がそれに続いた。



○その他の主な回答

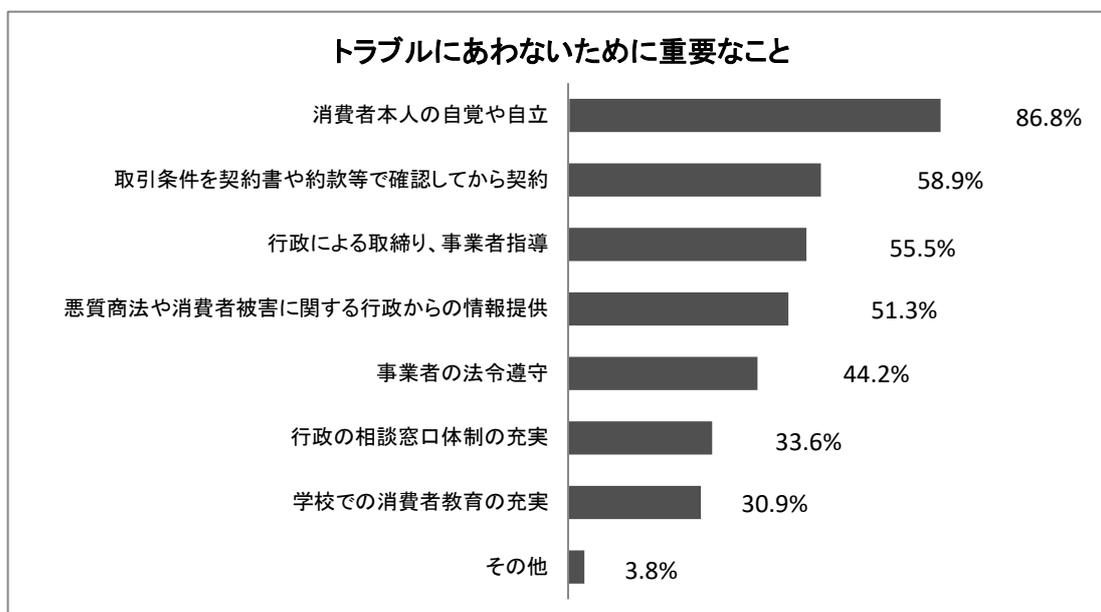
- ・警察に相談した
- ・これから行政窓口相談しようとしているところ

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、「自分にも責任があると思った」と回答した方が6割で最も多く、「忙しくて時間がなかった」、「どこに相談したらいいか、わからなかった」が4割で続いている。



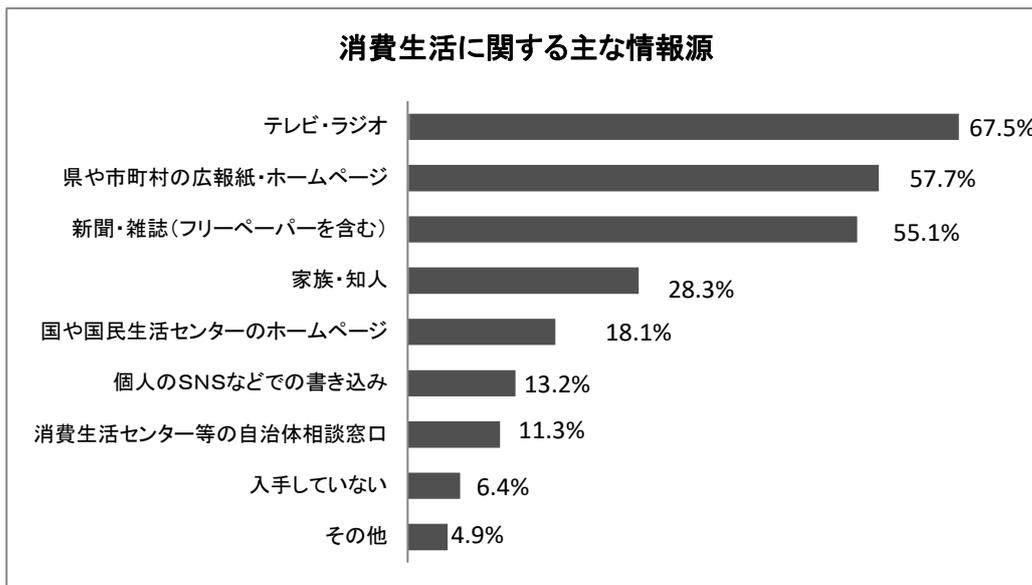
- その他の主な回答
- ・金銭的な被害がなかった

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、「消費者本人の自覚や自立」が8割を超えた。



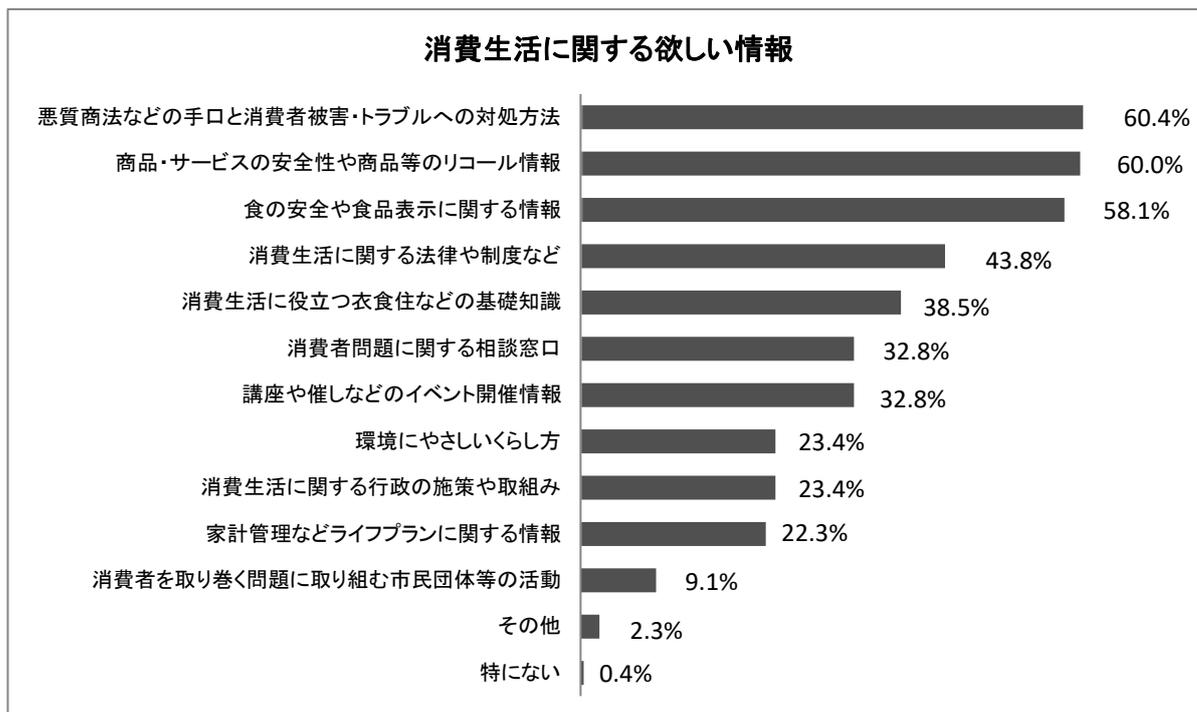
- 「その他」の主な回答
- ・罰則の厳罰化
 - ・大手や信頼できる会社からしか買わない

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



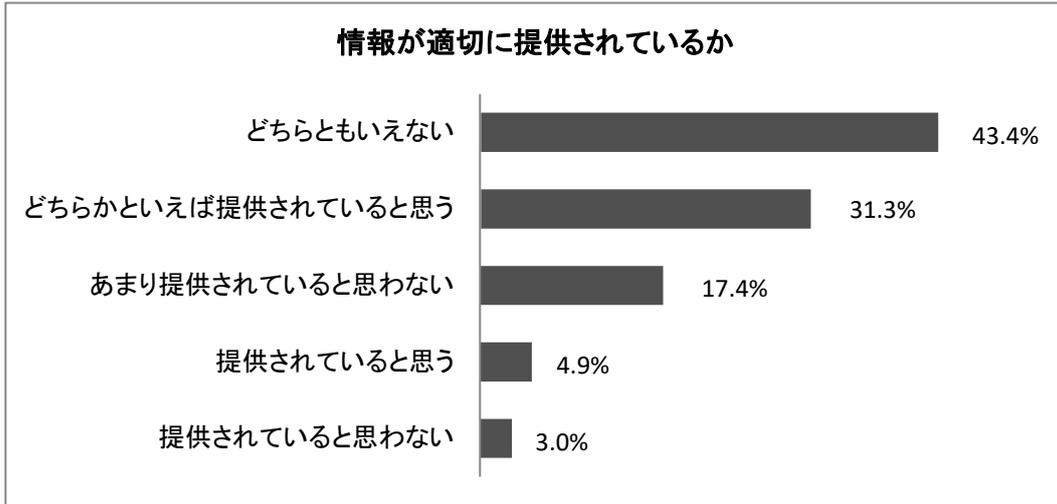
- 「その他」の主な回答
- ・生協からの広報誌
 - ・インターネット
 - ・市の図書館及び学習センター

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」や「食の安全や食品表示に関する情報」がそれに続いている。

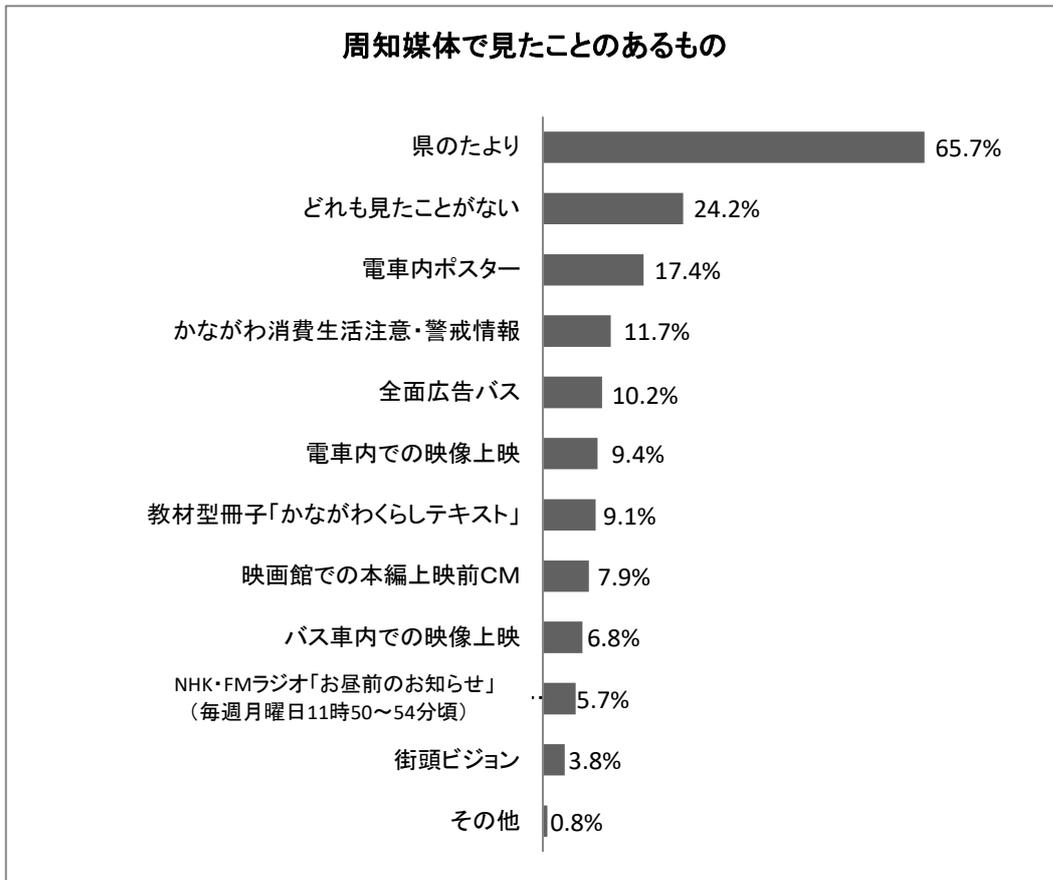


- 「その他」の主な回答
- ・リコールでのメーカー対応が不誠実な場合の対応方法についてのアドバイス
 - ・企業情報、商品に対する取り組み、企業理念
 - ・金融

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、「どちらともいえない」が4割台で最も多く、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。

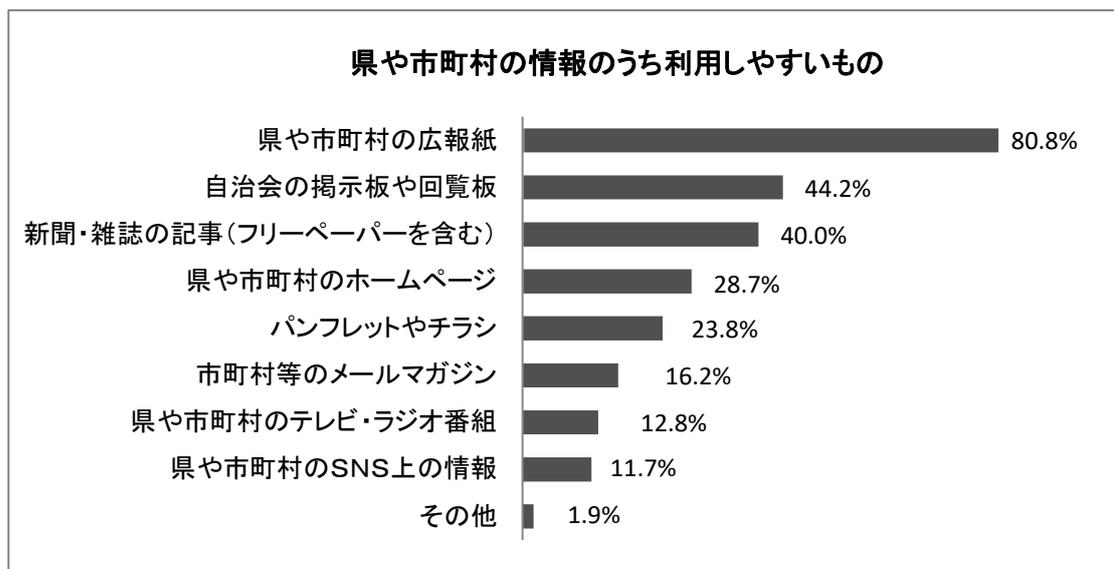


Q11 消費生活課が行っている相談窓口等の周知について見たことのある媒体についてたずねたところ、「県のたより」が6割を超えて最も多く、「どれも見たことがない」が2割台でそれに続いた。



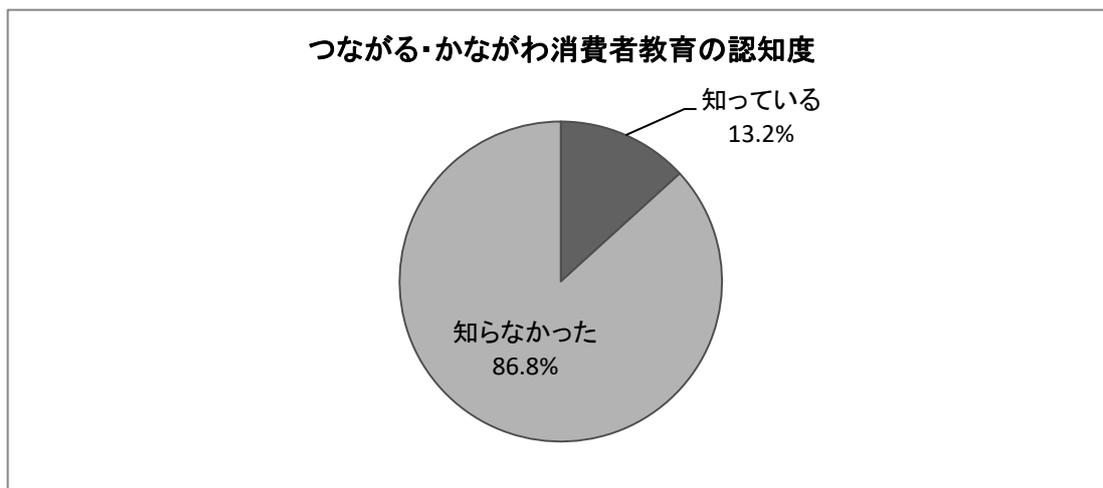
- 「その他」の主な回答
 ・見たことがあるような気がするが記憶にない

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「自治会の掲示板や回覧板」、「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。

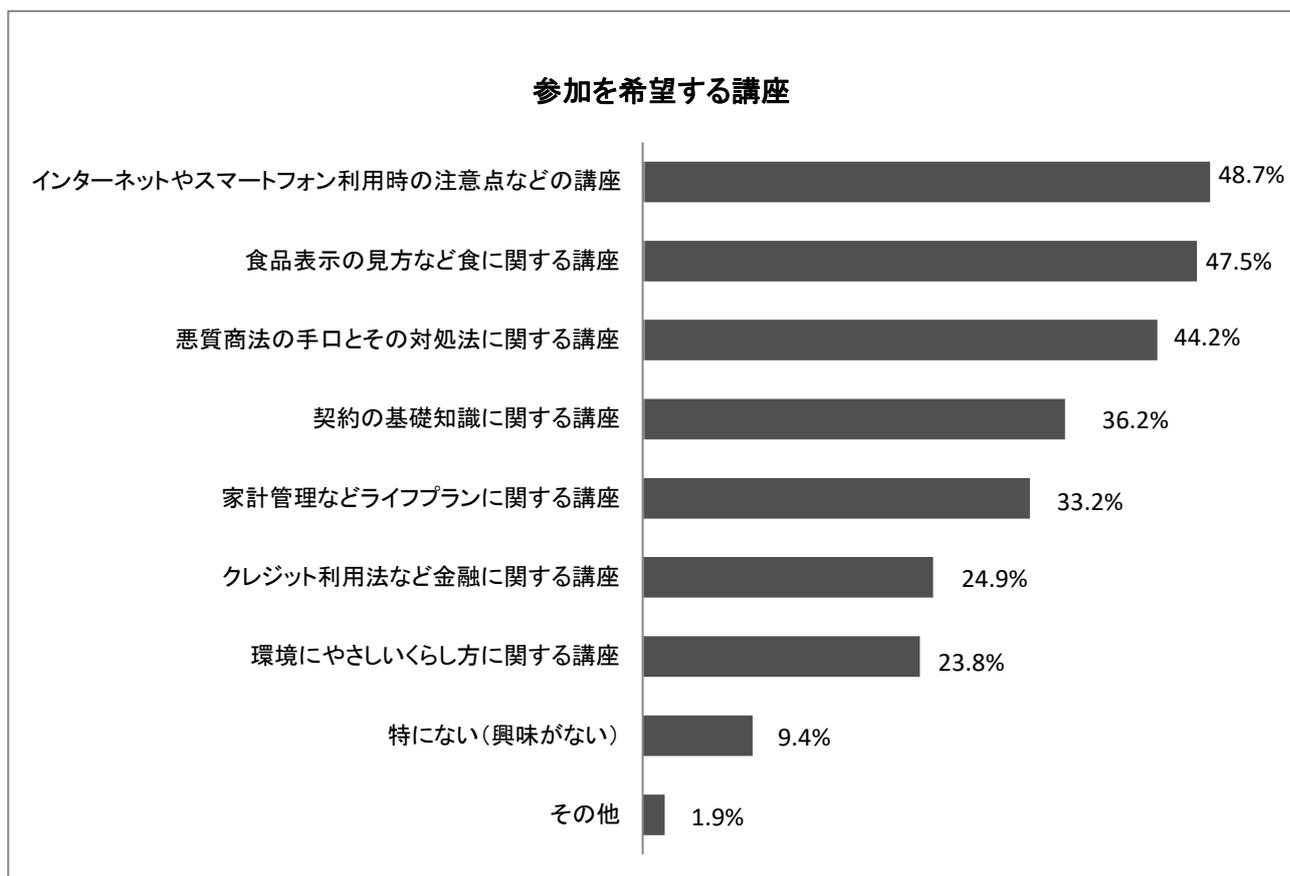


- 「その他」の主な回答
- ・ YouTubeの広告やLINEのスタンプ
 - ・ テレビでの公共広告

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—の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。



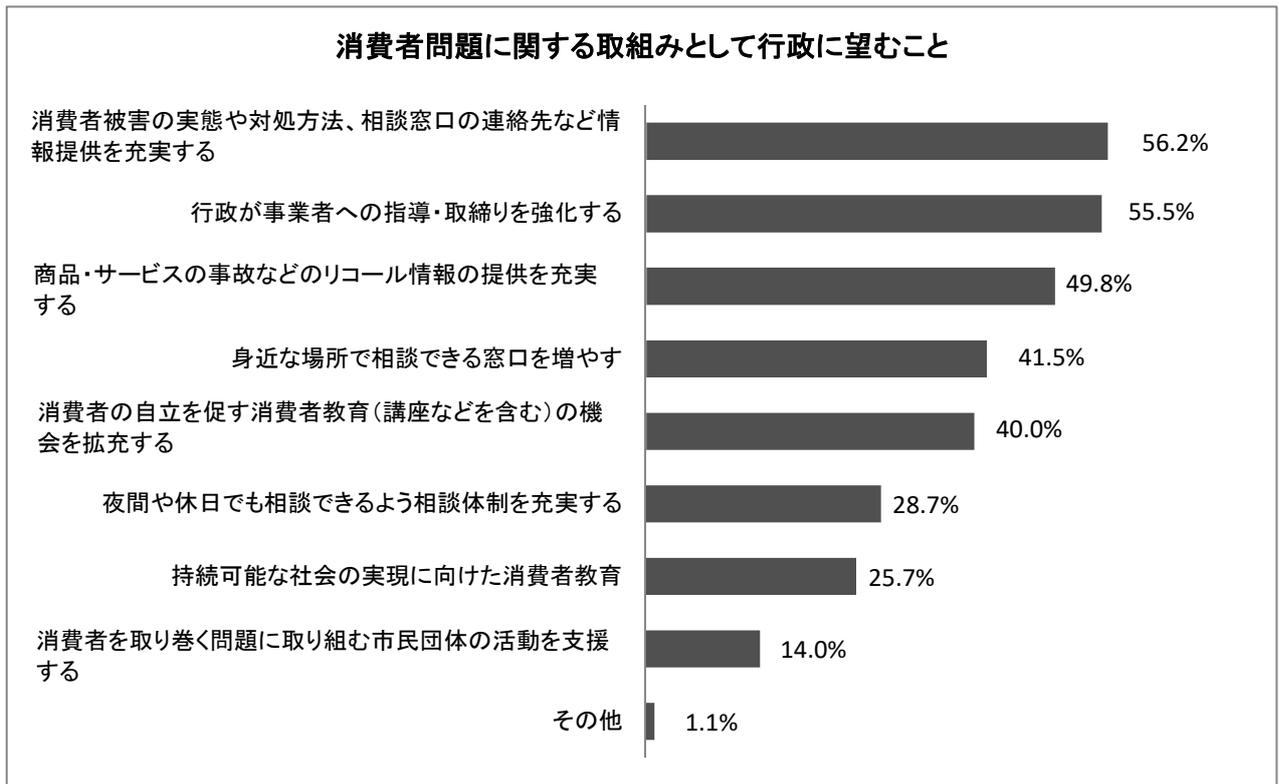
Q14 消費生活のどのような講座に参加したいと思うかをたずねたところ、「インターネットやスマートフォン利用時の注意点などの講座」「食品表示の見方など食に関する講座」、「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」がそれぞれ4割を超えていた。



○「その他」の主な回答

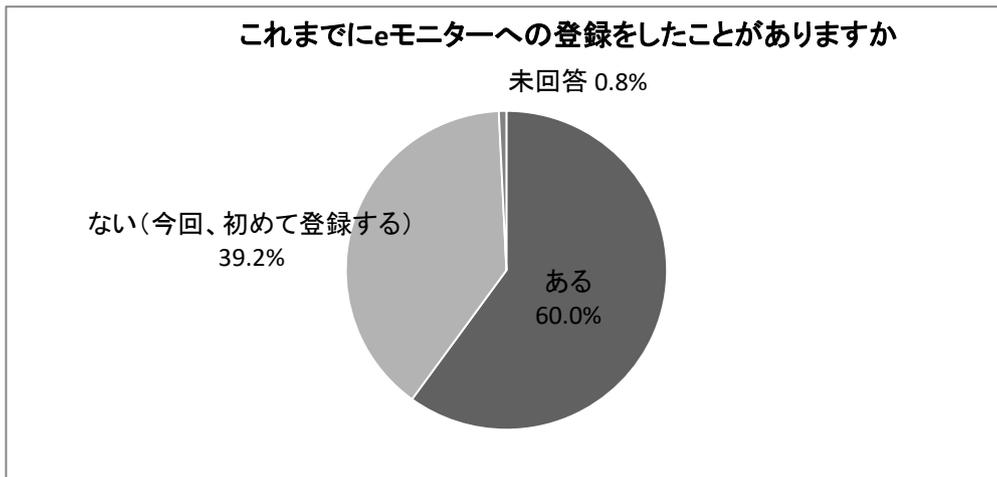
- ・小さい子どもと一緒に参加できるような講座
- ・リコールに関する正しい法律知識に関する講座
- ・悪質商法の手口についての心理専門家による分析

Q15 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、「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」がそれに次いだ。

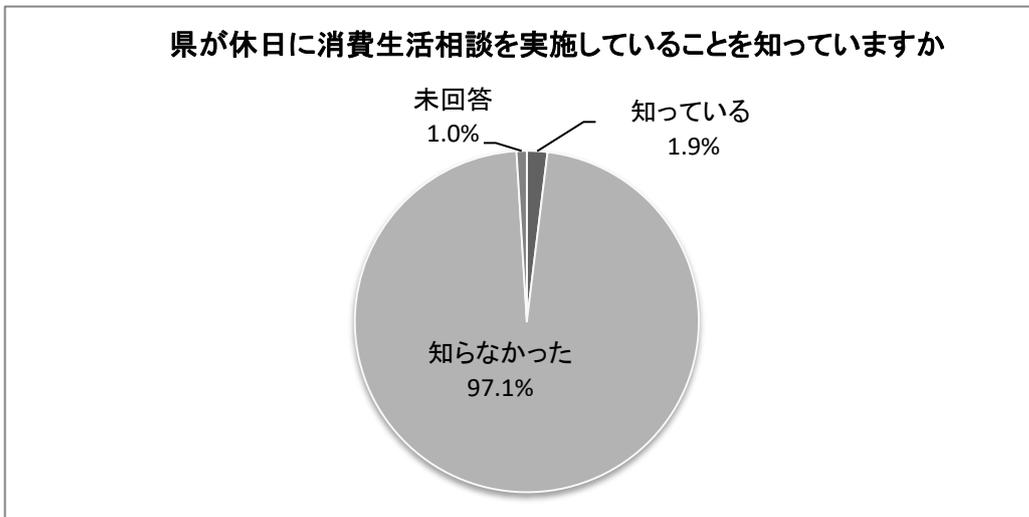


- 「その他」の主な回答
- ・若い世代にはSNSなどのよく使用するコンテンツの中に消費者教育を取り入れ消費者としての自立を促すとともに、お年寄り世代にはバス広告や回覧板などアナログな方法でいざというときに頼れる機関を示す。
 - ・小学校等の学校教育

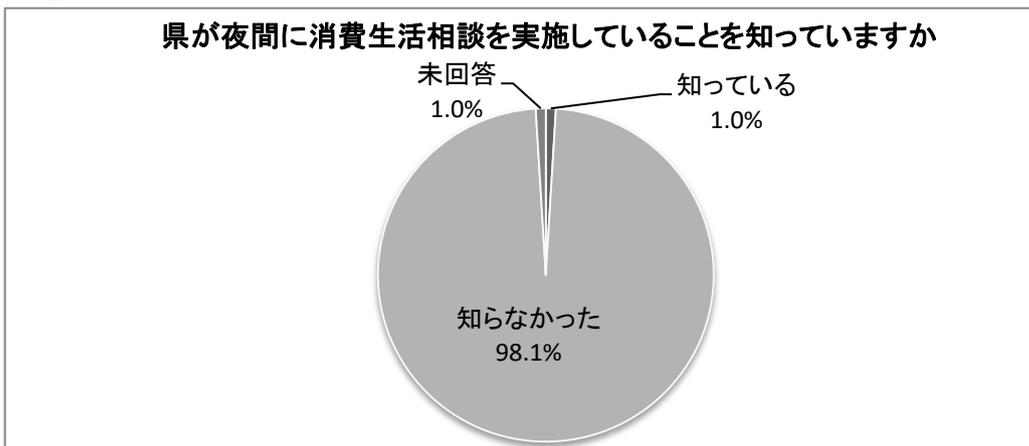
Q16 これまでにeモニターに登録したことがあるかどうかをたずねたところ、あると回答した方が6割であった。



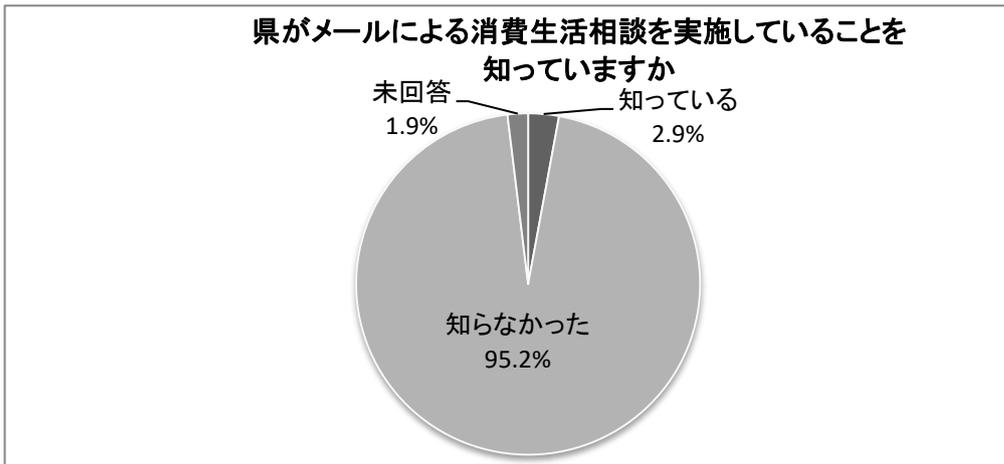
Q17 これまでに消費生活eモニターに登録したことがない方に、県が休日に消費生活相談(土・日・祝休日:16時30分まで)を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が9割を超えた。



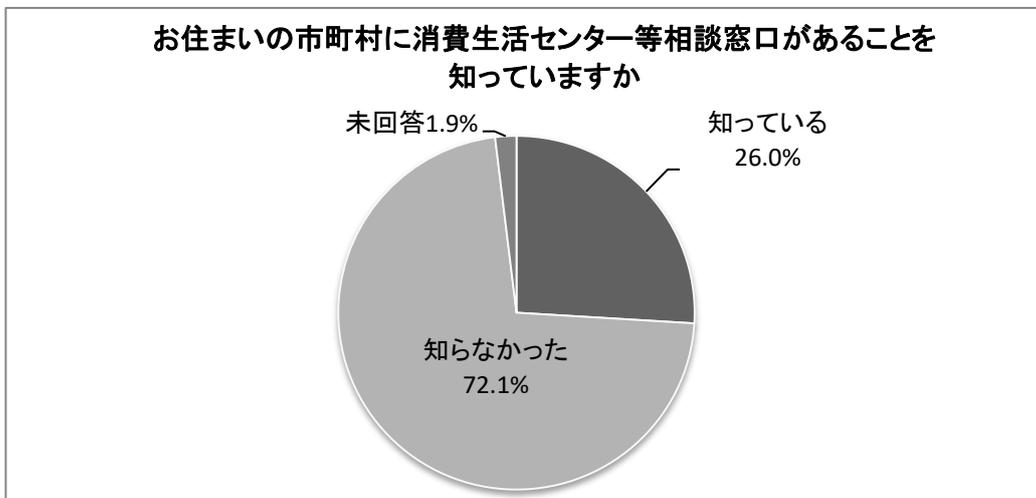
Q18 これまでに消費生活eモニターに登録したことがない方に、県が夜間に消費生活相談(平日:19時まで)を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が9割を超えた。



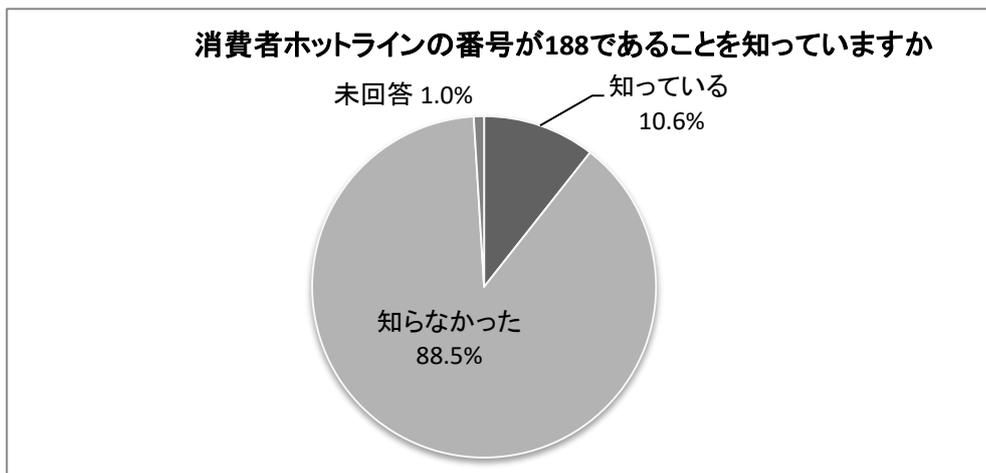
Q19 これまでに消費生活eモニターに登録したことがない方に、県がメールによる消費生活相談を実施していることを知っているかをたずねたところ、「知らなかった」が9割を超えた。



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7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9割近くとなった。



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)

【広報に関すること】

- ・ひとりの消費者として日々情報を得ています。精査される必要のあるものもありますが、最新の情報を、できるだけ色々な媒体から得られるよう願っています。
- ・もっとわかりやすい情報提供をしてほしいです。
- ・こんなに身近な時間に相談窓口が開いているなんて、知らなかった。広報紙などで、内容も含めもっと知らせて欲しい。
- ・若年層にも伝わるようにインターネットやSNS上での情報の発信を強化して欲しいです。また、行政関連の情報は淡白に面白くない傾向にあるので、デザインなどを工夫したら一般市民にも興味を持ってもらいやすいと思います。

【相談に関すること】

- ・特に高齢者が相談しやすい窓口を設けて欲しい。
- ・フルタイムで働いていると19時でも終わってから相談するのはよほどの事でない限り諦めてしまうと思います。特に若い世代は夫婦共稼ぎでこの窓口すら知りません。また土日祝も実施されているのは知りませんでした。実際知人でも相談をした経験のある人は全くいません。どの程度のことなら聞いていいのかも迷うところがあります。今までに随分悩んでいたこともありましたが今後はぜひ利用させていただきたいと思いました。

【消費者に関すること】

- ・アフターケアも大事だが自分自身で確認することも大事だと思う。
- ・消費者問題は生きていく上で、とても大事な活動だと思っているので、いつもアンテナを張りながら意識して生活したいと思っています。

【消費者教育に関すること】

- ・小学校や中学校などで消費者教育(総合などの時間で)を行うことや取り組みを目に見えるような形(展示や講演会)にして、みんなの目に触れる場面を増やし、日々意識できるような環境づくりが大事だと思います。
- ・本人の自覚が大切なので、教育をうける機会を増やしていくことがいいと思う。

【連携に関すること】

- ・情報交換を含め行政と警察、学校などの互いの連携が重要。別々では効果が薄れる。

【悪質業者・悪質行為に関すること】

- ・悪質行為は厳しく取り締まっていただきたいです。

【その他】

- ・日常生活では、行政などからの消費者問題関連情報に接する機会は極めて少ないですね。
- ・県の様々な取組みについて知ることができたので参加して良かった。まだまだ知らない人が多いと思うので、たくさんの人に知ってもらいたい。
- ・県、市町村が懸命に取り組んでも悪質商法は繰り返されている。めげずに消費者への情報提供、消費者教育を続けて欲しい。特に高齢者は高額な被害に遭うと生活そのものの回復も困難になる場合が多い。
- ・消費者被害の被害者の立場に立たされるのは、情報発信機器にアクセスするすべや時間を持たない方々かとも思う。(介護者本人が障害を抱えているなど)このような状況にある人を守る仕組みも必要かと感じる。

[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「変わらない」と考えている方が6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、インターネットを利用した悪質商法への関心も高い。
- 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方が多い。
- 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、
消費者ホットライン(188)の認知度は低い。

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。