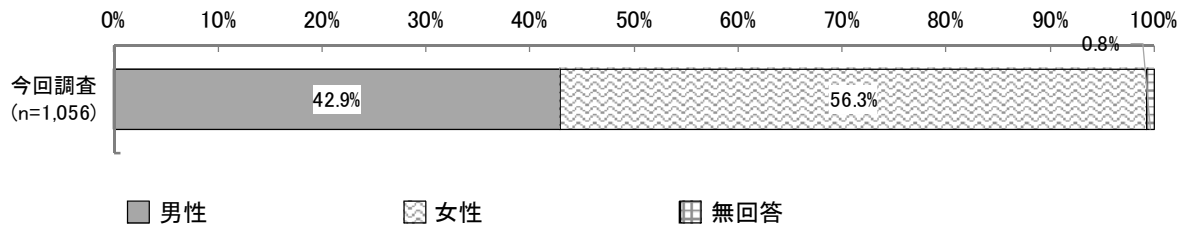


Ⅱ 調査結果（一般消費者）

1 あなたご自身のことについて

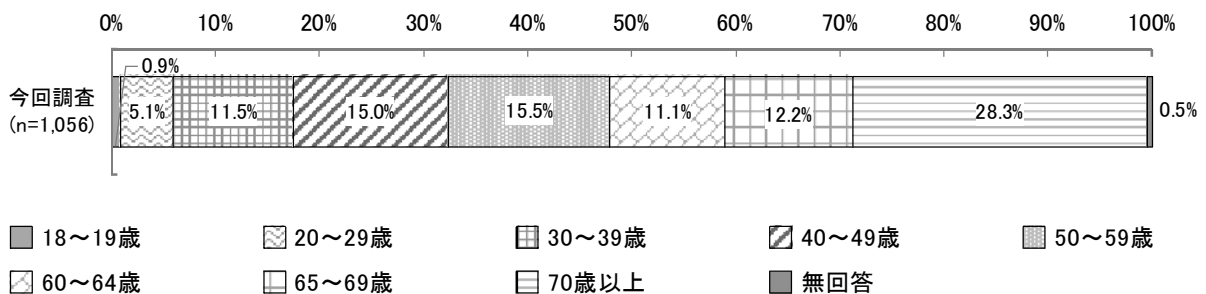
問1 あなたの性別を回答してください。（単数回答）

性別については、「男性」が42.9%、「女性」が56.3%となっている。



問2 あなたの年齢を回答してください。（単数回答）

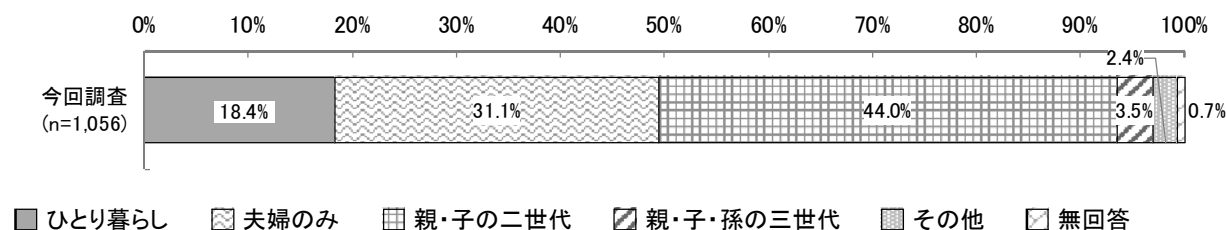
年齢については、「70歳以上」が28.3%と最も多く、次いで「50～59歳」が15.5%、「40～49歳」が15.0%となっている。



		合計	男性	女性	無回答
上段: 回答者数 下段: 構成比					
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> ■ 上位1位 ▨ 上位2位 </div>				
一般消費者 年齢別	今回調査	1,056 100.0%	453 42.9%	595 56.3%	8 0.8%
	18～19歳	9 100.0%	5 55.6%	4 44.4%	0 0.0%
	20～29歳	54 100.0%	24 44.4%	30 55.6%	0 0.0%
	30～39歳	121 100.0%	46 38.0%	75 62.0%	0 0.0%
	40～49歳	158 100.0%	69 43.7%	89 56.3%	0 0.0%
	50～59歳	163 100.0%	63 38.7%	100 61.3%	0 0.0%
	60～64歳	117 100.0%	51 43.6%	66 56.4%	0 0.0%
	65～69歳	129 100.0%	60 46.5%	69 53.5%	0 0.0%
	70歳以上	297 100.0%	135 45.5%	162 54.5%	0 0.0%
	性別無回答	8 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	8 100.0%

問3 あなたの世帯構成は、次のうちどれにあたりますか。(単数回答)

世帯構成については、「親・子の二世帯」が44.0%と最も多く、次いで「夫婦のみ」が31.1%、「ひとり暮らし」が18.4%となっている。



ひとり暮らし
 夫婦のみ
 親・子の二世帯
 親・子・孫の三世帯
 その他
 無回答

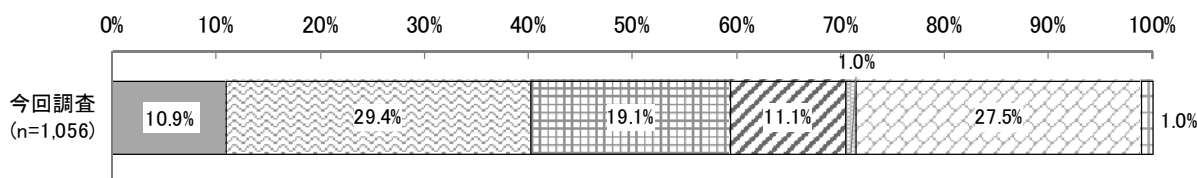
上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	ひとり暮らし	夫婦のみ	親・子の二世帯	代親・子・孫の三世	その他	無回答	上位1位 上位2位	
								上位1位	上位2位
今回調査	1,056	194	328	465	37	25	7		
	100.0%	18.4%	31.1%	44.0%	3.5%	2.4%	0.7%		
男性	453	62	172	196	17	6	0		
	100.0%	13.7%	38.0%	43.3%	3.8%	1.3%	0.0%		
18～19歳	5	3	0	1	1	0	0		
	100.0%	60.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%		
20～29歳	24	6	1	13	4	0	0		
	100.0%	25.0%	4.2%	54.2%	16.7%	0.0%	0.0%		
30～39歳	46	4	3	36	3	0	0		
	100.0%	8.7%	6.5%	78.3%	6.5%	0.0%	0.0%		
40～49歳	69	9	9	49	1	1	0		
	100.0%	13.0%	13.0%	71.0%	1.4%	1.4%	0.0%		
50～59歳	63	11	17	33	0	2	0		
	100.0%	17.5%	27.0%	52.4%	0.0%	3.2%	0.0%		
60～64歳	51	7	19	22	1	2	0		
	100.0%	13.7%	37.3%	43.1%	2.0%	3.9%	0.0%		
65～69歳	60	9	35	16	0	0	0		
	100.0%	15.0%	58.3%	26.7%	0.0%	0.0%	0.0%		
70歳以上	135	13	88	26	7	1	0		
	100.0%	9.6%	65.2%	19.3%	5.2%	0.7%	0.0%		
無回答	0	0	0	0	0	0	0		
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%		
女性	595	132	155	267	20	19	2		
	100.0%	22.2%	26.1%	44.9%	3.4%	3.2%	0.3%		
18～19歳	4	1	0	2	0	1	0		
	100.0%	25.0%	0.0%	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%		
20～29歳	30	6	2	18	1	3	0		
	100.0%	20.0%	6.7%	60.0%	3.3%	10.0%	0.0%		
30～39歳	75	8	9	53	1	4	0		
	100.0%	10.7%	12.0%	70.7%	1.3%	5.3%	0.0%		
40～49歳	89	9	4	72	4	0	0		
	100.0%	10.1%	4.5%	80.9%	4.5%	0.0%	0.0%		
50～59歳	100	14	33	48	1	4	0		
	100.0%	14.0%	33.0%	48.0%	1.0%	4.0%	0.0%		
60～64歳	66	14	28	21	2	1	0		
	100.0%	21.2%	42.4%	31.8%	3.0%	1.5%	0.0%		
65～69歳	69	13	32	20	3	1	0		
	100.0%	18.8%	46.4%	29.0%	4.3%	1.4%	0.0%		
70歳以上	162	67	47	33	8	5	2		
	100.0%	41.4%	29.0%	20.4%	4.9%	3.1%	1.2%		
無回答	0	0	0	0	0	0	0		
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%		
性別無回答	8	0	1	2	0	0	5		
	100.0%	0.0%	12.5%	25.0%	0.0%	0.0%	62.5%		

その他の回答
兄弟姉妹
親戚

問4 あなたの職業を回答してください。(単数回答)

職業については、「会社・団体などの役員，正社員」が29.4%と最も多く、次いで「無職」が27.5%、「パートタイマー，アルバイト，契約社員など」が19.1%となっている。

性別で見ると男性は「会社・団体などの役員，正社員」が39.1%と最も多く、女性は「パートタイマー，アルバイト，契約社員など」が25.2%と最も多くなっている。



- 自営業
- ▨ パートタイマー，アルバイト，契約社員など
- ▩ 学生
- 無回答
- ▤ 会社・団体などの役員，正社員
- ▧ 専業主婦(主夫)
- ▦ 無職

	上段:回答者数 下段:構成比	合計	自営業	会社・団体などの役員，正社員	パートタイマー，アルバイト，契約社員など	専業主婦(主夫)	学生	無職	無回答
今回調査	1,056	100.0%	115	310	202	117	11	290	11
男性	453	100.0%	75	177	52	0	8	140	1
18～19歳	5	100.0%	0	2	0	0	3	0	0
20～29歳	24	100.0%	3	10	4	0	5	1	1
30～39歳	46	100.0%	5	37	3	0	0	1	0
40～49歳	69	100.0%	7	53	5	0	0	4	0
50～59歳	63	100.0%	6	45	8	0	0	4	0
60～64歳	51	100.0%	10	23	8	0	0	10	0
65～69歳	60	100.0%	14	3	20	0	0	23	0
70歳以上	135	100.0%	30	4	4	0	0	97	0
無回答	0	0.0%	0	0	0	0	0	0	0
女性	595	100.0%	40	133	150	117	3	147	5
18～19歳	4	100.0%	0	0	2	0	2	0	0
20～29歳	30	100.0%	0	16	8	3	1	1	1
30～39歳	75	100.0%	5	29	27	13	0	1	0
40～49歳	89	100.0%	8	36	29	11	0	5	0
50～59歳	100	100.0%	3	37	39	17	0	4	0
60～64歳	66	100.0%	9	8	23	15	0	11	0
65～69歳	69	100.0%	5	3	13	27	0	21	0
70歳以上	162	100.0%	10	4	9	31	0	104	4
無回答	0	0.0%	0	0	0	0	0	0	0
性別無回答	8	100.0%	0	0	0	0	0	3	5

問5 あなたのお住まいの市町村を回答してください。(単数回答)

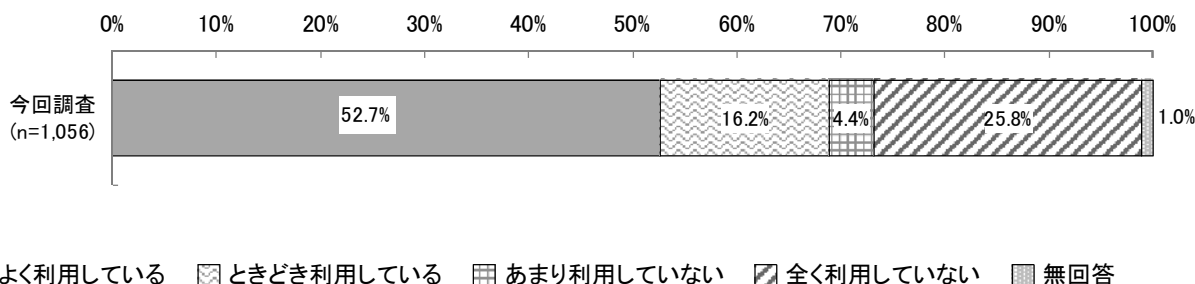
	市町村	件数	割合		市町村	件数	割合
1	鹿児島市	384	36.4%	24	湧水町	6	0.6%
2	鹿屋市	61	5.8%	25	大崎町	5	0.5%
3	枕崎市	13	1.2%	26	東串良町	4	0.4%
4	阿久根市	19	1.8%	27	錦江町	8	0.8%
5	出水市	38	3.6%	28	南大隅町	6	0.6%
6	指宿市	24	2.3%	29	肝付町	11	1.0%
7	西之表市	11	1.0%	30	中種子町	5	0.5%
8	垂水市	5	0.5%	31	南種子町	5	0.5%
9	薩摩川内市	53	5.0%	32	屋久島町	7	0.7%
10	日置市	44	4.2%	33	大和村	0	0.0%
11	曾於市	22	2.1%	34	宇検村	2	0.2%
12	霧島市	81	7.7%	35	瀬戸内町	9	0.9%
13	いちき串木野市	23	2.2%	36	龍郷町	2	0.2%
14	南さつま市	30	2.8%	37	喜界町	2	0.2%
15	志布志市	17	1.6%	38	徳之島町	3	0.3%
16	奄美市	18	1.7%	39	天城町	3	0.3%
17	南九州市	24	2.3%	40	伊仙町	1	0.1%
18	伊佐市	16	1.5%	41	和泊町	7	0.7%
19	始良市	50	4.7%	42	知名町	3	0.3%
20	三島村	0	0.0%	43	与論町	4	0.4%
21	十島村	1	0.1%		無回答	11	1.0%
22	さつま町	14	1.3%				
23	長島町	4	0.4%		合 計	1,056	100.0%

問6 あなたはインターネットやスマートフォンを利用していますか。仕事は除きます。

1つだけ選んでください。(単数回答)

インターネットやスマートフォンの利用頻度については、「よく利用している」が52.7%と最も多く、次いで「全く利用していない」が25.8%、「ときどき利用している」が16.2%となっている。

性年代別でみると、男性、女性ともに20歳未満、20歳代～30歳代では利用頻度は9割を超えるなど、年齢が若くなるにつれ、利用頻度が高くなっている。



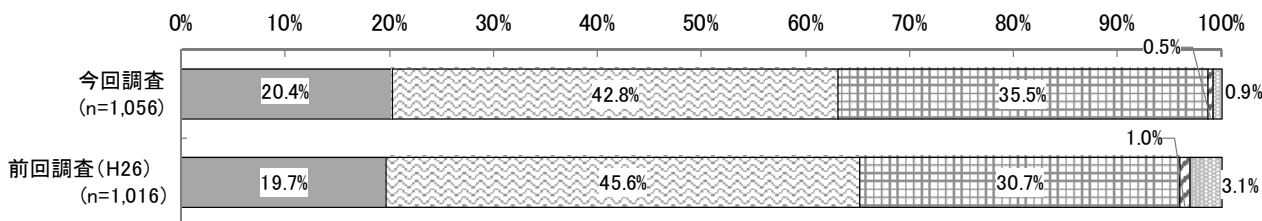
■ よく利用している ▨ ときどき利用している ▩ あまり利用していない ▧ 全く利用していない ■ 無回答

上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	よく利用している	ときどき利用している	あまり利用していない	全く利用していない	無回答
		上位1位	上位2位			
今回調査	1,056 100.0%	556 52.7%	171 16.2%	46 4.4%	272 25.8%	11 1.0%
男性	453 100.0%	231 51.0%	74 16.3%	26 5.7%	117 25.8%	5 1.1%
18～19歳	5 100.0%	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
20～29歳	24 100.0%	23 95.8%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.2%	0 0.0%
30～39歳	46 100.0%	42 91.3%	1 2.2%	1 2.2%	2 4.3%	0 0.0%
40～49歳	69 100.0%	51 73.9%	15 21.7%	0 0.0%	3 4.3%	0 0.0%
50～59歳	63 100.0%	37 58.7%	17 27.0%	4 6.3%	4 6.3%	1 1.6%
60～64歳	51 100.0%	26 51.0%	10 19.6%	3 5.9%	12 23.5%	0 0.0%
65～69歳	60 100.0%	25 41.7%	7 11.7%	6 10.0%	22 36.7%	0 0.0%
70歳以上	135 100.0%	22 16.3%	24 17.8%	12 8.9%	73 54.1%	4 3.0%
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
女性	595 100.0%	324 54.5%	95 16.0%	20 3.4%	153 25.7%	3 0.5%
18～19歳	4 100.0%	4 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
20～29歳	30 100.0%	29 96.7%	0 0.0%	1 3.3%	0 0.0%	0 0.0%
30～39歳	75 100.0%	72 96.0%	2 2.7%	0 0.0%	1 1.3%	0 0.0%
40～49歳	89 100.0%	72 80.9%	15 16.9%	1 1.1%	1 1.1%	0 0.0%
50～59歳	100 100.0%	70 70.0%	23 23.0%	2 2.0%	5 5.0%	0 0.0%
60～64歳	66 100.0%	36 54.5%	15 22.7%	4 6.1%	10 15.2%	1 1.5%
65～69歳	69 100.0%	21 30.4%	17 24.6%	7 10.1%	24 34.8%	0 0.0%
70歳以上	162 100.0%	20 12.3%	23 14.2%	5 3.1%	112 69.1%	2 1.2%
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
性別無回答	8 100.0%	1 12.5%	2 25.0%	0 0.0%	2 25.0%	3 37.5%

問7 あなたは消費者問題の被害に遭うと思いますか。1つだけ選んでください。(単数回答)

消費者問題の被害への遭遇については、「自分も消費者問題の被害に遭うかもしれないと思う」が42.8%と最も多く、次いで「どちらとも言えない」が35.5%、「自分は消費者問題の被害に遭うことはないと思う」が20.4%となっている。

性年代別でみると、男性、女性ともに「自分は消費者問題の被害に遭うことはないと思う」が60歳代、70歳代以上で約3割となり、他の年代と比較して高くなっている。



- 自分は消費者問題の被害に遭うことはないと思う
- ▨ 自分も消費者問題の被害に遭うかもしれないと思う
- ▩ どちらとも言えない
- ▧ その他
- 無回答

上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	はの自 な被分 いと害は と思に う消費 者問 と題	しの自 れ被分 ない害 と思に う消費 者問 も題	いど ちら とも 言え な	その他	無 回 答
前回調査 (H26)	1,016	200	463	312	10	31
	100.0%	19.7%	45.6%	30.7%	1.0%	3.1%
今回調査	1,056	215	452	375	5	9
	100.0%	20.4%	42.8%	35.5%	0.5%	0.9%
男性	453	102	188	156	3	4
	100.0%	22.5%	41.5%	34.4%	0.7%	0.9%
18～19歳	5	2	3	0	0	0
	100.0%	40.0%	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	24	3	12	9	0	0
	100.0%	12.5%	50.0%	37.5%	0.0%	0.0%
30～39歳	46	5	29	11	1	0
	100.0%	10.9%	63.0%	23.9%	2.2%	0.0%
40～49歳	69	5	46	18	0	0
	100.0%	7.2%	66.7%	26.1%	0.0%	0.0%
50～59歳	63	9	36	18	0	0
	100.0%	14.3%	57.1%	28.6%	0.0%	0.0%
60～64歳	51	12	21	18	0	0
	100.0%	23.5%	41.2%	35.3%	0.0%	0.0%
65～69歳	60	17	17	25	1	0
	100.0%	28.3%	28.3%	41.7%	1.7%	0.0%
70歳以上	135	49	24	57	1	4
	100.0%	36.3%	17.8%	42.2%	0.7%	3.0%
無回答	0	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
女性	595	113	262	215	2	3
	100.0%	19.0%	44.0%	36.1%	0.3%	0.5%
18～19歳	4	0	3	1	0	0
	100.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	30	4	19	7	0	0
	100.0%	13.3%	63.3%	23.3%	0.0%	0.0%
30～39歳	75	6	42	27	0	0
	100.0%	8.0%	56.0%	36.0%	0.0%	0.0%
40～49歳	89	9	52	28	0	0
	100.0%	10.1%	58.4%	31.5%	0.0%	0.0%
50～59歳	100	13	56	31	0	0
	100.0%	13.0%	56.0%	31.0%	0.0%	0.0%
60～64歳	66	14	29	22	0	1
	100.0%	21.2%	43.9%	33.3%	0.0%	1.5%
65～69歳	69	21	19	29	0	0
	100.0%	30.4%	27.5%	42.0%	0.0%	0.0%
70歳以上	162	46	42	70	2	2
	100.0%	28.4%	25.9%	43.2%	1.2%	1.2%
無回答	0	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
性別無回答	8	0	2	4	0	2
	100.0%	0.0%	25.0%	50.0%	0.0%	25.0%

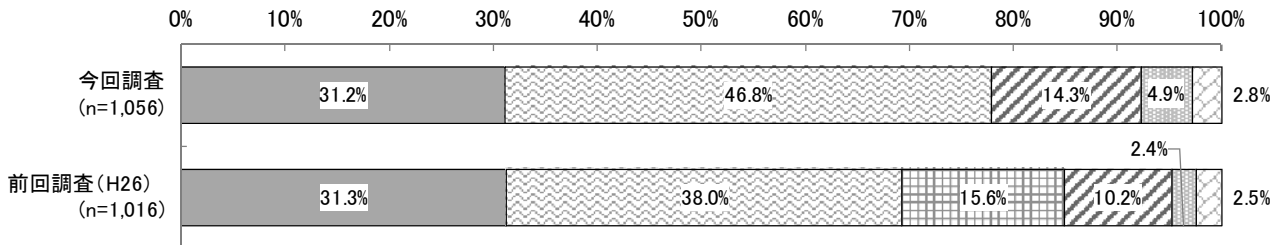
その他の回答
 通信販売の利用が個人情報の漏れになりそう
 被害に遭う事はないと思っているが、絶対にとは言えない

2 「消費者問題への関心度」について

問8 あなたは、消費者問題について関心がありますか。1つだけ選んでください。(単数回答)

消費者問題への関心の有無については、「どちらかといえば関心がある」が46.8%と最も多く、次いで「関心がある」が31.2%、「どちらかといえば関心がない」が14.3%となっている。

前回調査と比較して、「どちらかといえば関心がある」は増加している。



- 関心がある
- ▨ どちらかといえば関心がある
- ▩ どちらとも言えない
- ▤ どちらかといえば関心がない
- ▦ 関心がない
- 無回答

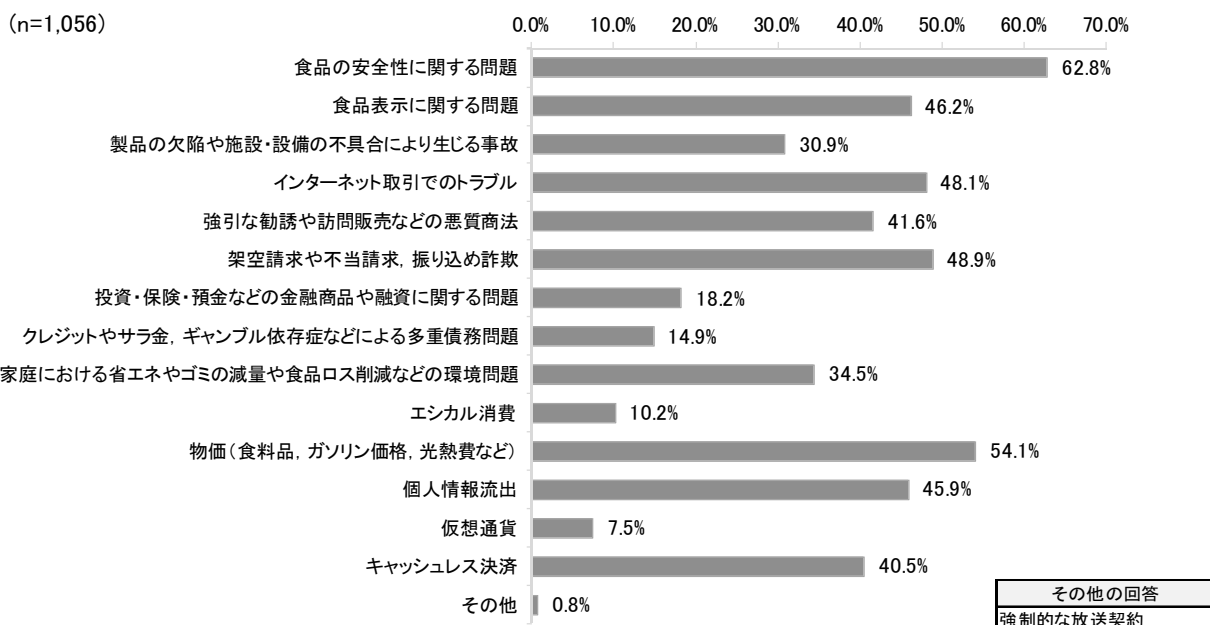
※今回調査では「どちらとも言えない」の選択肢はない

	上段: 回答者数 下段: 構成比		関心がある	どちらかといえば関心がある	どちらとも言えない	どちらかといえば関心がない	関心がない	無回答	
	合計	構成比							
前回調査 (H26)	1,016	100.0%	318	386	159	104	24	25	
			31.3%	38.0%	15.6%	10.2%	2.4%	2.5%	
今回調査	1,056	100.0%	329	494	-	151	52	30	
			31.2%	46.8%	-	14.3%	4.9%	2.8%	
一般消費者	男性	453	100.0%	148	202	-	70	24	9
				32.7%	44.6%	-	15.5%	5.3%	2.0%
	18~19歳	5	100.0%	2	2	-	0	1	0
				40.0%	40.0%	-	0.0%	20.0%	0.0%
	20~29歳	24	100.0%	6	11	-	6	0	1
				25.0%	45.8%	-	25.0%	0.0%	4.2%
	30~39歳	46	100.0%	8	29	-	8	1	0
				17.4%	63.0%	-	17.4%	2.2%	0.0%
	40~49歳	69	100.0%	18	37	-	10	4	0
				26.1%	53.6%	-	14.5%	5.8%	0.0%
	50~59歳	63	100.0%	24	28	-	9	2	0
			38.1%	44.4%	-	14.3%	3.2%	0.0%	
60~64歳	51	100.0%	14	22	-	10	4	1	
			27.5%	43.1%	-	19.6%	7.8%	2.0%	
65~69歳	60	100.0%	21	25	-	9	4	1	
			35.0%	41.7%	-	15.0%	6.7%	1.7%	
70歳以上	135	100.0%	55	48	-	18	8	6	
			40.7%	35.6%	-	13.3%	5.9%	4.4%	
無回答	0	0.0%	0	0	-	0	0	0	
女性	595	100.0%	178	290	-	81	28	18	
			29.9%	48.7%	-	13.6%	4.7%	3.0%	
18~19歳	4	100.0%	0	1	-	3	0	0	
			0.0%	25.0%	-	75.0%	0.0%	0.0%	
20~29歳	30	100.0%	5	20	-	3	2	0	
			16.7%	66.7%	-	10.0%	6.7%	0.0%	
30~39歳	75	100.0%	21	38	-	14	1	1	
			28.0%	50.7%	-	18.7%	1.3%	1.3%	
40~49歳	89	100.0%	26	45	-	14	0	4	
			29.2%	50.6%	-	15.7%	0.0%	4.5%	
50~59歳	100	100.0%	30	60	-	7	1	2	
			30.0%	60.0%	-	7.0%	1.0%	2.0%	
60~64歳	66	100.0%	25	29	-	10	0	2	
			37.9%	43.9%	-	15.2%	0.0%	3.0%	
65~69歳	69	100.0%	23	35	-	6	2	3	
			33.3%	50.7%	-	8.7%	2.9%	4.3%	
70歳以上	162	100.0%	48	62	-	24	22	6	
			29.6%	38.3%	-	14.8%	13.6%	3.7%	
無回答	0	0.0%	0	0	-	0	0	0	
性別無回答	8	100.0%	3	2	-	0	0	3	
			37.5%	25.0%	-	0.0%	0.0%	37.5%	

問9 あなたは、次の消費者問題に対して関心がありますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

消費者問題への関心については、「食品の安全性に関する問題」が62.8%と最も多く、次いで「物価（食料品、ガソリン価格、光熱費など）」が54.1%、「架空請求や不当請求、振り込め詐欺」が48.9%となっている。

性年代別でみると、男性、女性ともに「インターネット取引でのトラブル」が20歳未満、20歳代～50歳代において6割以上と他の年代と比較して高くなっている。



上段：回答者数 下段：構成比	合計	食品の安全性に関する問題	食品表示に関する問題	製品の欠陥や施設・設備の不具合により生じる事故	インターネット取引でのトラブル	強引な勧誘や訪問販売などの悪質商法	架空請求や不当請求、振り込め詐欺	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関する問題	クレジットやサラ金、ギャンブル依存症などによる多重債務問題	環境問題	エシカル消費	物価（食料品、ガソリン価格、光熱費など）	個人情報流出	仮想通貨	キャッシュレス決済	その他	
		す食の品問題の安全性に關	問題表示に關する	に設製の欠陥や施設・設備の不具合合	引でのインターネット取	法強引な勧誘や訪問商問	求・振り込め詐欺	架空請求や不当請求	融資に關する金融商品や預金	重債務問題	クレジットやサラ金、ギャンブルによる多依	家や環境問題	家庭における省エネやゴミの減量や工	エシカル消費	ソ（食料品、ガソリン、光、熱費など）	個人情報流出	仮想通貨
今回調査	1,056	663	488	326	508	439	516	192	157	364	108	571	485	79	428	8	
男性	453	254	186	143	230	178	226	82	78	140	47	240	188	44	182	2	
18～19歳	5	1	0	0	4	1	2	0	2	1	0	2	0	0	3	0	
20～29歳	24	14	7	10	16	9	11	6	5	3	0	10	12	5	11	0	
30～39歳	46	24	15	16	34	21	24	10	13	7	3	23	18	9	23	0	
40～49歳	69	35	25	26	51	31	40	17	18	20	11	32	37	7	35	0	
50～59歳	63	31	19	20	43	23	38	15	9	19	6	24	30	5	33	0	
60～64歳	51	31	19	16	25	16	26	7	6	12	2	29	20	3	19	1	
65～69歳	60	34	30	13	25	25	25	8	5	18	6	31	20	6	26	0	
70歳以上	135	84	71	42	32	52	60	19	20	60	19	89	51	9	32	1	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
女性	595	404	299	181	277	257	286	110	79	223	61	326	295	34	243	6	
18～19歳	4	1	0	0	3	2	2	0	1	0	0	0	3	0	0	0	
20～29歳	30	19	12	17	28	14	16	12	6	11	4	17	20	2	15	1	
30～39歳	75	51	37	27	54	23	33	12	12	18	7	38	39	4	36	0	
40～49歳	89	53	34	23	63	31	51	21	13	26	5	44	61	9	52	0	
50～59歳	100	74	53	26	62	41	55	19	8	39	12	55	55	6	54	1	
60～64歳	66	49	35	19	30	33	32	11	10	21	8	35	37	5	24	1	
65～69歳	69	53	48	27	15	33	36	12	8	36	9	44	26	1	21	0	
70歳以上	162	104	80	42	22	80	61	23	21	72	16	93	54	7	41	3	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
性別無回答	8	5	3	2	1	4	4	0	0	1	0	5	2	1	3	0	

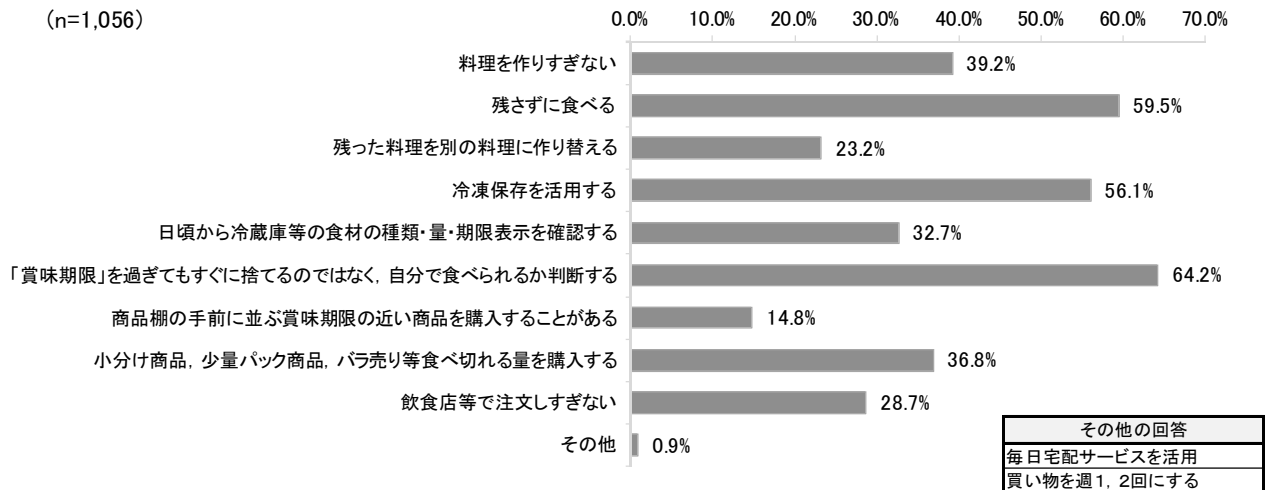
問9-1 あなたは、「食品ロス」を減らすために取り組んでいることはありますか。

あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

食品ロスの取組内容については、「賞味期限」を過ぎてもすぐに捨てるのではなく、自分で食べられるか判断する」が64.2%と最も多く、次いで「残さずに食べる」が59.5%、「冷凍保存を活用する」が56.1%となっている。

性別で見ると、男性においては「残さずに食べる」が67.5%、女性においては「賞味期限」を過ぎてもすぐに捨てるのではなく、自分で食べられるか判断する」が69.4%と最も高くなっている。

(n=1,056)



その他の回答
毎日宅配サービスを活用
買い物を週1, 2回にする

性別	年齢	今回調査	合計	料理を作りすぎ	残さずに食べる	残った料理を別の料理に作り替える	冷凍保存を活用	日頃から冷蔵庫等の食材の種類・量・期限表示を確認する	賞味期限を過ぎてもすぐに捨てるのではなく、自分で食べられるか判断する	商品棚の手前に並ぶ賞味期限の近い商品を購入することがある	小分け商品、少量パック商品、バラ売り等食べ切れる量を購入する	飲食店等で注文しすぎない	その他
消費者	今回調査	1,056	414	628	245	592	345	678	156	389	303	10	
	男性	453	147	306	65	199	109	262	58	132	119	4	
	18~19歳	5	1	4	0	1	1	3	1	0	1	0	
	20~29歳	24	5	18	5	5	5	16	1	5	3	1	
	30~39歳	46	15	39	7	20	8	24	2	9	15	0	
	40~49歳	69	18	51	12	33	15	42	15	13	19	1	
	50~59歳	63	21	49	7	27	11	32	7	17	14	1	
	60~64歳	51	14	33	6	20	13	25	6	14	17	0	
	65~69歳	60	20	38	5	29	22	38	6	21	16	0	
	70歳以上	135	53	74	23	64	34	82	20	53	34	1	
	無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	女性	595	265	319	178	390	234	413	95	256	182	6	
	18~19歳	4	1	1	1	1	2	2	0	2	2	0	
	20~29歳	30	9	19	7	18	8	20	3	12	9	0	
	30~39歳	75	30	47	24	48	22	44	6	25	29	0	
	40~49歳	89	33	50	35	55	29	62	15	25	26	2	
	50~59歳	100	46	57	32	64	36	77	23	46	33	1	
	60~64歳	66	24	35	18	49	32	46	14	29	20	0	
	65~69歳	69	43	38	22	56	40	53	7	38	28	0	
70歳以上	162	79	72	39	99	65	109	27	79	35	3		
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
性別無回答	8	2	3	2	3	2	3	3	1	2	0		

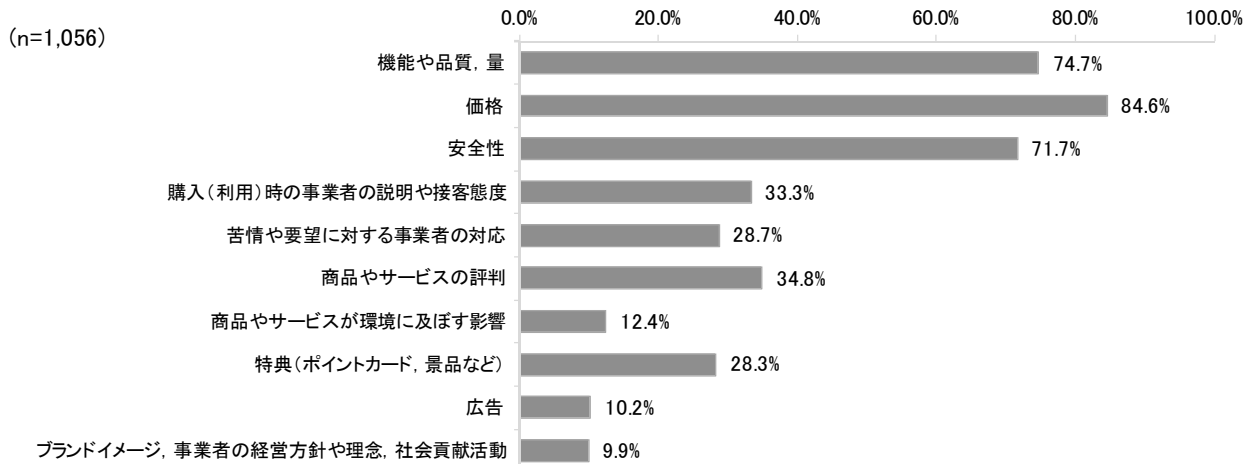
3 「商品やサービスを購入（利用）する際の意識」について

問10 あなたは、商品やサービスを選ぶときに、どのようなことを重要視しますか。

あてはまるものをすべて選んでください。（複数回答）

商品やサービスへの重要視内容については、「価格」が84.6%と最も多く、次いで「機能や品質、量」が74.7%、「安全性」が71.7%となっている。

性別でみると、「安全性」において、男性は65.1%であるのに対し、女性は12ポイント高い77.1%となっている。

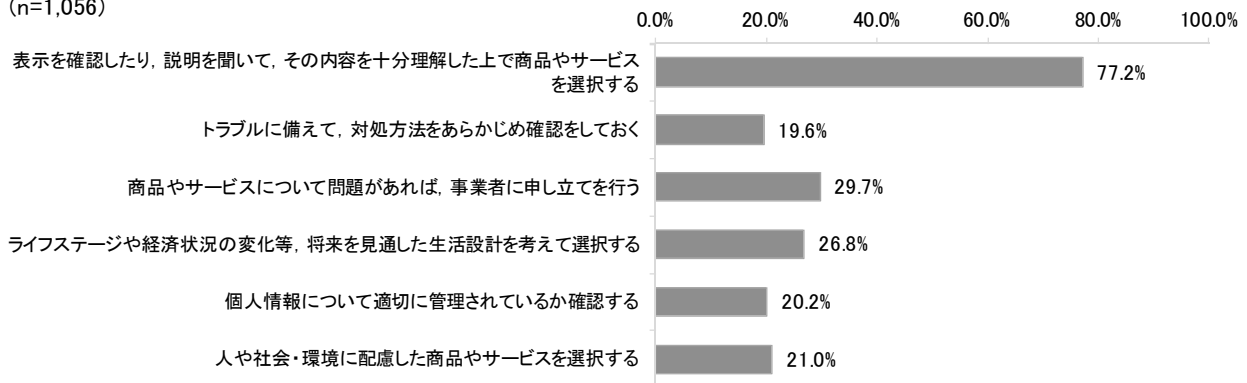


	上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	機能や品質、量	価格	安全性	購入(利用)時の事業者の説明や接客態度	苦情や要望に対する事業者の対応	商品やサービスの評判	商品やサービスが環境に及ぼす影響	特典(ポイントカード、景品など)	広告	ブランドイメージ、事業者の経営方針や理念、社会貢献活動
今回調査	1,056	789	893	757	352	303	368	131	299	108	105	
男性	453	338	375	295	132	130	142	43	102	33	52	
18~19歳	5	4	4	2	0	1	1	0	1	0	0	
20~29歳	24	17	20	11	7	5	8	1	7	1	3	
30~39歳	46	35	43	31	14	7	20	1	17	1	7	
40~49歳	69	61	54	42	19	17	26	7	15	2	11	
50~59歳	63	54	55	34	14	22	30	7	13	4	7	
60~64歳	51	36	41	34	18	17	14	4	12	4	7	
65~69歳	60	43	50	41	21	14	12	6	12	7	5	
70歳以上	135	88	108	100	39	47	31	17	25	14	12	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
女性	595	448	512	459	219	172	224	87	196	75	52	
18~19歳	4	3	3	2	0	0	1	0	0	1	0	
20~29歳	30	28	29	26	9	8	25	6	12	2	3	
30~39歳	75	61	69	54	26	15	42	7	28	9	9	
40~49歳	89	69	81	65	32	17	39	6	30	5	8	
50~59歳	100	78	86	81	39	35	39	15	33	12	9	
60~64歳	66	54	63	52	31	19	22	12	21	11	5	
65~69歳	69	50	60	60	33	28	20	9	19	10	6	
70歳以上	162	105	121	119	49	50	36	32	53	25	12	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
性別無回答	8	3	6	3	1	1	2	1	1	0	1	

問 1 1 あなたは、消費者として、次の項目について心掛けていますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

消費者として心がけていることについては、「表示を確認したり、説明を聞いて、その内容を十分理解した上で商品やサービスを選択する」が 77.2%と最も多く、次いで「商品やサービスについて問題があれば、事業者申し立てを行う」が 29.7%、「ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考えて選択する」が 26.8%となっている。

(n=1,056)



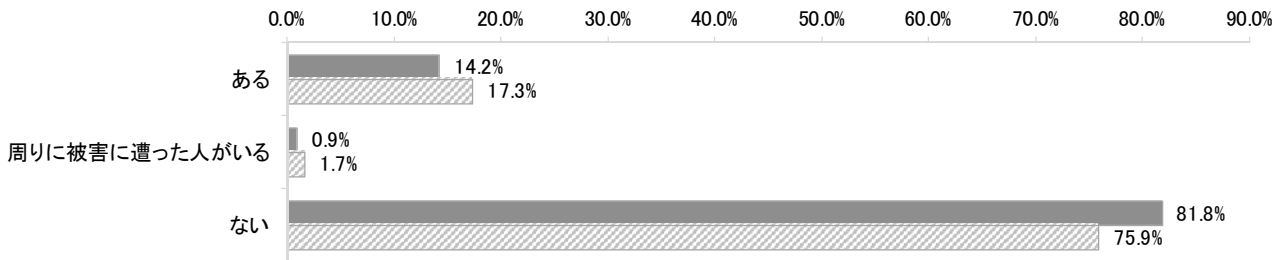
上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	表示を確認したり、説明を聞いて、その内容を十分理解した上で商品やサービスを選択する						
		め確認をしておく	トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ確認しておく	申請商品やサービスについて	ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考えて選択する	か切に管理されているか確認する	個人情報について適切に管理されているか確認する	人や社会・環境に配慮した商品やサービスを選択する
今回調査	1,056	815	207	314	283	213	222	
	-	77.2%	19.6%	29.7%	26.8%	20.2%	21.0%	
男性	453	338	99	129	110	90	90	
	-	74.6%	21.9%	28.5%	24.3%	19.9%	19.9%	
18～19歳	5	2	2	0	1	0	0	
	-	40.0%	40.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	
20～29歳	24	19	7	5	5	5	1	
	-	79.2%	29.2%	20.8%	20.8%	20.8%	4.2%	
30～39歳	46	34	9	5	16	6	5	
	-	73.9%	19.6%	10.9%	34.8%	13.0%	10.9%	
40～49歳	69	50	17	22	16	14	12	
	-	72.5%	24.6%	31.9%	23.2%	20.3%	17.4%	
50～59歳	63	52	20	17	13	10	11	
	-	82.5%	31.7%	27.0%	20.6%	15.9%	17.5%	
60～64歳	51	35	10	13	13	16	10	
	-	68.6%	19.6%	25.5%	25.5%	31.4%	19.6%	
65～69歳	60	48	11	16	15	15	12	
	-	80.0%	18.3%	26.7%	25.0%	25.0%	20.0%	
70歳以上	135	98	23	51	31	24	39	
	-	72.6%	17.0%	37.8%	23.0%	17.8%	28.9%	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	
	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
女性	595	473	107	183	172	123	131	
	-	79.5%	18.0%	30.8%	28.9%	20.7%	22.0%	
18～19歳	4	2	0	0	1	1	1	
	-	50.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	
20～29歳	30	26	8	8	15	6	3	
	-	86.7%	26.7%	26.7%	50.0%	20.0%	10.0%	
30～39歳	75	59	12	15	18	17	11	
	-	78.7%	16.0%	20.0%	24.0%	22.7%	14.7%	
40～49歳	89	78	17	17	30	14	12	
	-	87.6%	19.1%	19.1%	33.7%	15.7%	13.5%	
50～59歳	100	84	17	29	33	27	25	
	-	84.0%	17.0%	29.0%	33.0%	27.0%	25.0%	
60～64歳	66	50	10	28	20	11	14	
	-	75.8%	15.2%	42.4%	30.3%	16.7%	21.2%	
65～69歳	69	58	13	29	20	11	16	
	-	84.1%	18.8%	42.0%	29.0%	15.9%	23.2%	
70歳以上	162	116	30	57	35	36	49	
	-	71.6%	18.5%	35.2%	21.6%	22.2%	30.2%	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	
	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
性別無回答	8	4	1	2	1	0	1	
	-	50.0%	12.5%	25.0%	12.5%	0.0%	12.5%	

4 「商品やサービスに関する消費者問題」について

問12 あなたは、この1年間に、購入した商品や利用したサービスについて、不満を持ったり被害を受けるなど、トラブルを経験したことはありますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

トラブルの経験については、「ない」が81.8%、「ある」が14.2%、「周りに被害に遭った人がいる」が0.9%となっている。

前回調査と比較して、「ある」は約3ポイント減少している。



■今回調査 (n=1,056) □前回調査(H26) (n=1,016)

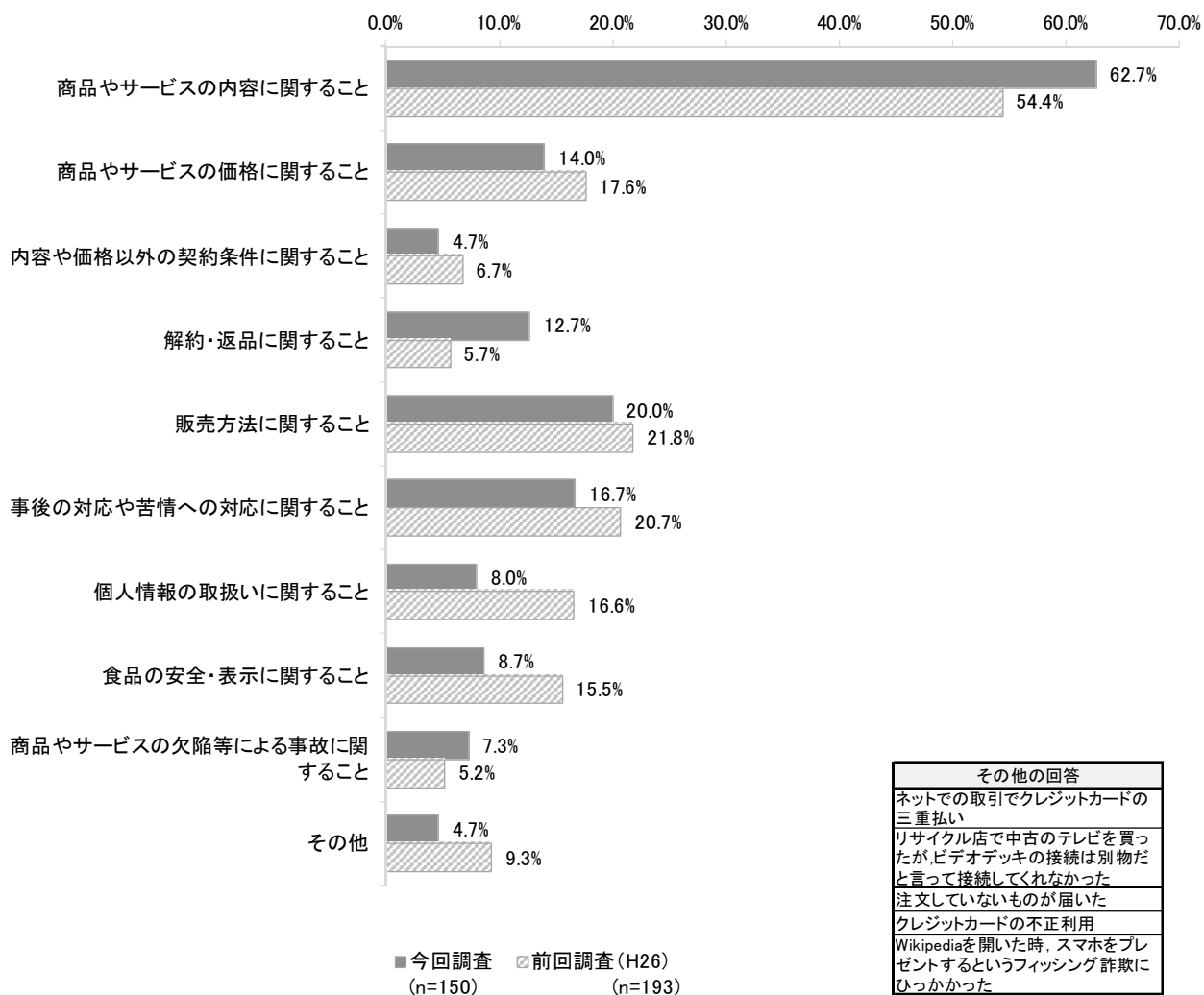
上段:回答者数 下段:構成比	合計	ある	た周りに被害に遭った	ない
前回調査(H26)	1,016	176 17.3%	17 1.7%	771 75.9%
今回調査	1,056	150 14.2%	10 0.9%	864 81.8%
男性	453	62 13.7%	4 0.9%	368 81.2%
18~19歳	5	0 0.0%	0 0.0%	5 100.0%
20~29歳	24	3 12.5%	1 4.2%	20 83.3%
30~39歳	46	5 10.9%	1 2.2%	39 84.8%
40~49歳	69	14 20.3%	1 1.4%	54 78.3%
50~59歳	63	11 17.5%	0 0.0%	51 81.0%
60~64歳	51	5 9.8%	1 2.0%	45 88.2%
65~69歳	60	9 15.0%	0 0.0%	48 80.0%
70歳以上	135	15 11.1%	0 0.0%	106 78.5%
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
女性	595	87 14.6%	6 1.0%	491 82.5%
18~19歳	4	1 25.0%	0 0.0%	3 75.0%
20~29歳	30	5 16.7%	0 0.0%	25 83.3%
30~39歳	75	15 20.0%	0 0.0%	59 78.7%
40~49歳	89	15 16.9%	1 1.1%	72 80.9%
50~59歳	100	14 14.0%	3 3.0%	82 82.0%
60~64歳	66	6 9.1%	1 1.5%	59 89.4%
65~69歳	69	10 14.5%	0 0.0%	59 85.5%
70歳以上	162	21 13.0%	1 0.6%	132 81.5%
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
性別無回答	8	1 12.5%	0 0.0%	5 62.5%

問12-1 問12で「1 ある」とお答えになった方にお聞きします。

それはどのような内容のことでしたか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

トラブルの内容については、「商品やサービスの内容に関すること」が62.7%と最も多く、次いで、「販売方法に関すること」が20.0%「事後の対応や苦情への対応に関すること」が16.7%となっている。

前回調査と比較して、「商品やサービスの内容に関すること」は8.3ポイント「解約・返品に関すること」は7ポイント増加となっている。



※前回調査は、問12で「1 ある」「2 周りに被害に遭った人がいる」の回答者が対象となっている。

上段:回答者数 下段:構成比	合計	商品やサービスの 内容に関する こと	商品やサービスの 価格に関する こと	契約や価格以外の 条件に関する こと	内容や価格以外の 条件に関する こと	解約・返品に 関すること	販売方法に 関すること	事後の対応や 苦情に関する こと	個人情報の 取扱いに 関すること	食品の安全・ 表示に 関すること	欠陥等による 事故に 関すること	商品やサービスの 内容に関する こと	その他
前回調査(H26)	193	105 54.4%	34 17.6%	13 6.7%	11 5.7%	42 21.8%	40 20.7%	32 16.6%	30 15.5%	10 5.2%	18 9.3%		
今回調査	150	94 62.7%	21 14.0%	7 4.7%	19 12.7%	30 20.0%	25 16.7%	12 8.0%	13 8.7%	11 7.3%	7 4.7%		
男性	62	43 69.4%	8 12.9%	3 4.8%	8 12.9%	14 22.6%	13 21.0%	5 8.1%	3 4.8%	4 6.5%	2 3.2%		
18～19歳	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
20～29歳	3	2 66.7%	0 0.0%	1 33.3%	1 33.3%	2 66.7%	1 33.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
30～39歳	5	2 40.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%		
40～49歳	14	9 64.3%	2 14.3%	0 0.0%	2 14.3%	3 21.4%	2 14.3%	2 14.3%	2 14.3%	2 14.3%	0 0.0%		
50～59歳	11	9 81.8%	1 9.1%	0 0.0%	3 27.3%	1 9.1%	3 27.3%	1 9.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
60～64歳	5	4 80.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
65～69歳	9	6 66.7%	2 22.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 11.1%	1 11.1%	1 11.1%	1 11.1%	0 0.0%		
70歳以上	15	11 73.3%	2 13.3%	2 13.3%	1 6.7%	5 33.3%	5 33.3%	1 6.7%	0 0.0%	1 6.7%	1 6.7%		
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
女性	87	51 58.6%	12 13.8%	4 4.6%	11 12.6%	16 18.4%	12 13.8%	7 8.0%	10 11.5%	7 8.0%	5 5.7%		
18～19歳	1	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
20～29歳	5	3 60.0%	2 40.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
30～39歳	15	12 80.0%	2 13.3%	0 0.0%	1 6.7%	2 13.3%	3 20.0%	3 20.0%	2 13.3%	2 13.3%	0 0.0%		
40～49歳	15	8 53.3%	1 6.7%	0 0.0%	2 13.3%	3 20.0%	1 6.7%	0 0.0%	1 6.7%	1 6.7%	2 13.3%		
50～59歳	14	6 42.9%	0 0.0%	1 7.1%	3 21.4%	2 14.3%	1 7.1%	1 7.1%	2 14.3%	0 0.0%	2 14.3%		
60～64歳	6	3 50.0%	1 16.7%	1 16.7%	2 33.3%	1 16.7%	1 16.7%	0 0.0%	2 33.3%	0 0.0%	0 0.0%		
65～69歳	10	3 30.0%	1 10.0%	0 0.0%	1 10.0%	1 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 30.0%	4 40.0%	1 10.0%		
70歳以上	21	15 71.4%	5 23.8%	1 4.8%	2 9.5%	7 33.3%	6 28.6%	2 9.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
性別無回答	1	0 0.0%	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		

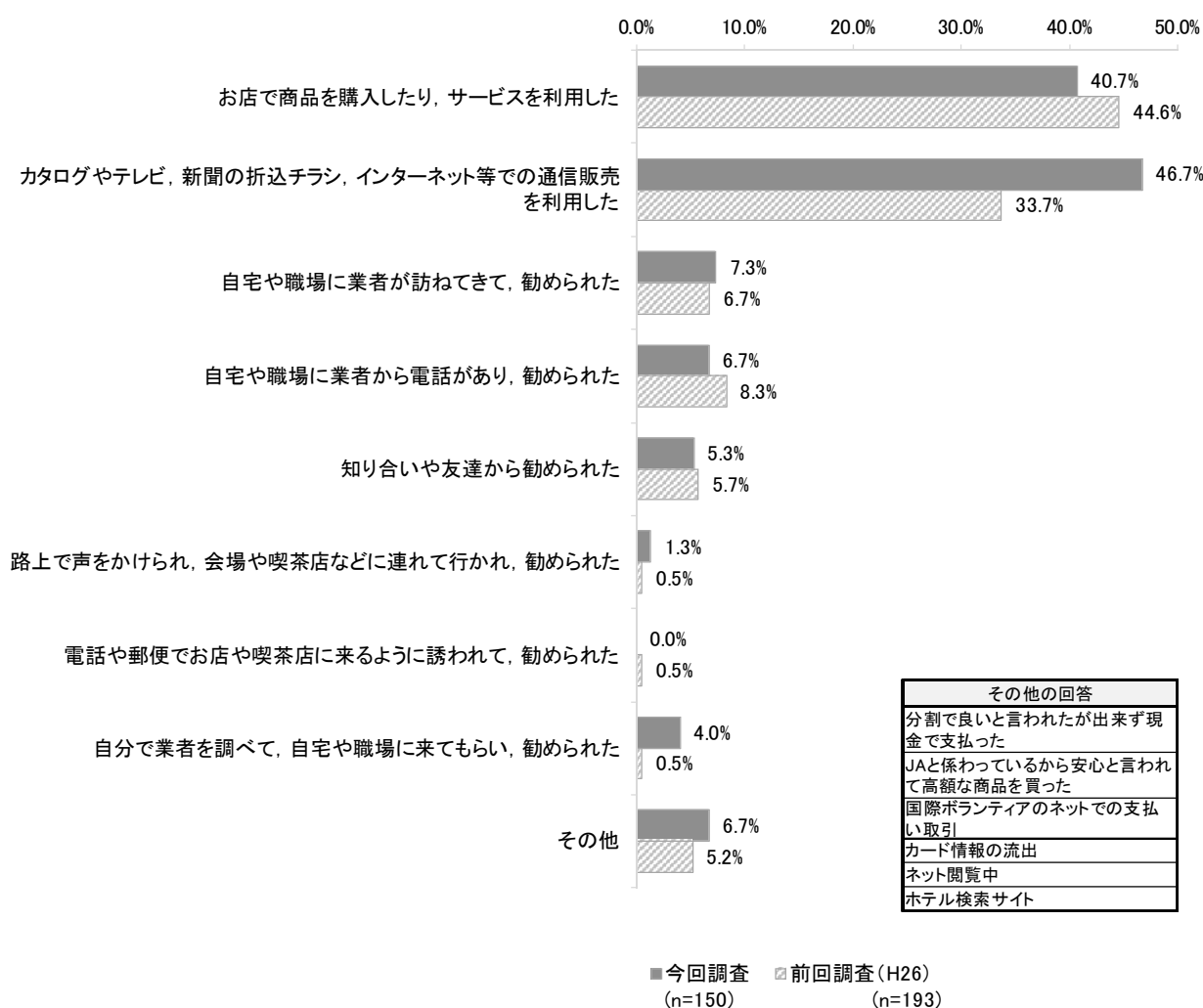
問12-2 問12で「1 ある」とお答えになった方にお聞きします。

そのトラブルのきっかけとなった商品の販売方法またはサービスの勧誘方法は次のうちどれですか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

トラブルのきっかけについては、「カタログやテレビ、新聞の折込チラシ、インターネット等での通信販売を利用した」が46.7%と最も多く、次いで「お店で商品を購入したり、サービスを利用した」が40.7%となっている。

前回調査と比較して、「カタログやテレビ、新聞の折込チラシ、インターネット等での通信販売を利用した」は約13ポイントの増加となっている。

性年代別でみると、60～64歳の男性において「自宅や職場に業者が訪ねてきて、勧められた」が60.0%と、他の年代と比較して高くなっている。



※前回調査は、問12で「1 ある」「2 周りに被害に遭った人がいる」の回答者が対象となっている。

上段:回答者数 下段:構成比	合計	を 利用 した	お 店 で 商 品 を 購 入 し た	カ タ ロ グ や テ レ ビ の 折 込 デ ラ シ ン グ 等 の 通 信 販 売 を 利 用 し た	め ら れ た	自 宅 や 職 場 に 業 者 が 訪 ね て き て 、 勧 め ら れ た	自 宅 や 職 場 に 業 者 が 訪 ね て き て 、 勧 め ら れ た	自 宅 や 職 場 に 業 者 が 訪 ね て き て 、 勧 め ら れ た	自 宅 や 職 場 に 業 者 が 訪 ね て き て 、 勧 め ら れ た	知 り 合 い や 友 達 か ら 勧 め ら れ た	た れ て 行 か れ 、 勧 め ら れ た	会 場 や 喫 茶 店 な ど に 連 、	路 上 で 声 を か け ら れ 、 勧 め ら れ た	電 話 や 郵 便 で お 店 や 喫 茶 店 に 来 る よ う に 誘 わ れ 、 勧 め ら れ た	自 分 で 業 者 を 調 べ て 、 自 宅 や 職 場 に 来 て も ら い 、 勧 め ら れ た	自 分 で 業 者 を 調 べ て 、 自 宅 や 職 場 に 来 て も ら い 、 勧 め ら れ た	そ の 他
前回調査(H26)	193	86	65	13	16	11	1	1	10	8	2	1	1	6	1	10	5.2%
今回調査	150	61	70	11	10	8	2	0	6	10	1	0	0	6	10	6.7%	
男性	62	25	33	7	5	2	0	0	2	2	0	0	0	2	2	3.2%	
18～19歳	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
20～29歳	3	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
30～39歳	5	1	2	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	20.0%	
40～49歳	14	5	9	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
50～59歳	11	5	7	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
60～64歳	5	2	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
65～69歳	9	4	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
70歳以上	15	8	8	2	4	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	6.7%	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
女性	87	35	37	4	5	6	2	0	4	8	2	0	0	4	8	9.2%	
18～19歳	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
20～29歳	5	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
30～39歳	15	5	11	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
40～49歳	15	4	9	2	1	1	2	0	2	2	13.3%	0.0%	0.0%	1	2	13.3%	
50～59歳	14	6	6	1	0	1	0	0	1	2	0.0%	0.0%	0.0%	1	2	14.3%	
60～64歳	6	3	2	0	0	1	0	0	0	0	0.0%	0.0%	0.0%	0	0	0.0%	
65～69歳	10	1	2	0	0	1	0	0	2	2	10.0%	0.0%	0.0%	2	2	20.0%	
70歳以上	21	12	5	1	3	1	0	0	1	2	0.0%	0.0%	0.0%	1	2	9.5%	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
性別無回答	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	

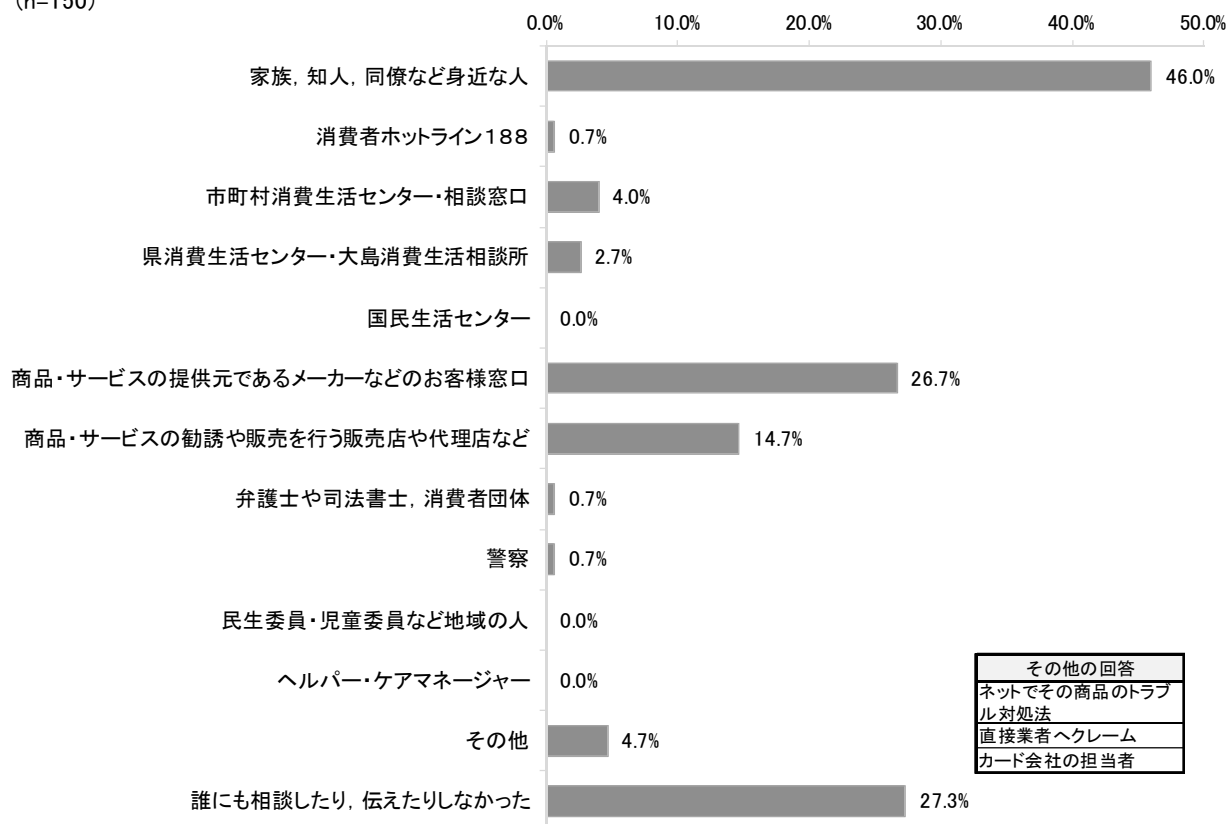
問12-3 問12で「1 ある」とお答えになった方にお聞きします。

その際にどこに（誰に）相談したり，伝えたりしましたか。あてはまるものをすべて選んでください。（複数回答）

相談相手については，「家族，知人，同僚など身近な人」が46.0%と最も多く，次いで「誰にも相談したり，伝えたりしなかった」が27.3%，「商品・サービスの提供元であるメーカーなどのお客様窓口」が26.7%となっている。

性年代別でみると，男性において「誰にも相談したり，伝えたりしなかった」が32.3%と，女性の24.1%よりも高くなっている。

(n=150)



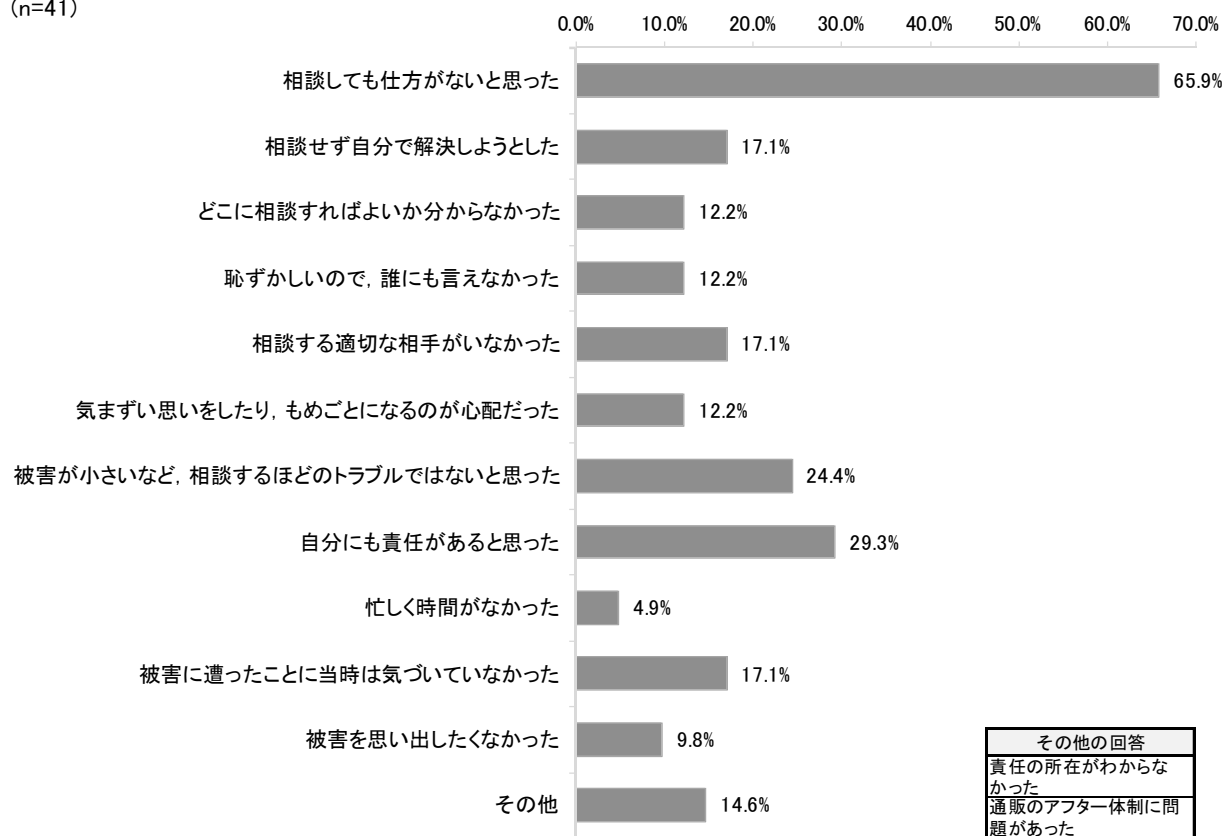
	上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	家族・知人・同僚 など身近な人	消費者ホットライ ン188	市町村消費生活セ ンター・相談窓口	消費生活セン ター・大島消費生 活相談所	国民生活セン ター	商品・サービスの提 供元であるメーカ ーなどのお客様窓 口	商品・サービスの動 誘や販売を行う販 売店や代理店など	弁護士や司法書 士・消費者団体	警察	民生委員・児童委 員など地域の人	ヘルパー・ケアマ ネージャー	その他	誰にも相談しな かった
今回調査	150 -	69 46.0%	1 0.7%	6 4.0%	4 2.7%	0 0.0%	40 26.7%	22 14.7%	1 0.7%	1 0.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 4.7%	41 27.3%
男性	62 -	21 33.9%	1 1.6%	4 6.5%	3 4.8%	0 0.0%	17 27.4%	14 22.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 6.5%	20 32.3%
18~19歳	0 -	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
20~29歳	3 -	0 0.0%	0 0.0%	1 33.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 33.3%	1 33.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 66.7%
30~39歳	5 -	4 80.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%	0 0.0%
40~49歳	14 -	5 35.7%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	3 21.4%	3 21.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 21.4%
50~59歳	11 -	2 18.2%	1 9.1%	1 9.1%	3 27.3%	0 0.0%	1 9.1%	2 18.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 45.5%
60~64歳	5 -	2 40.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%
65~69歳	9 -	4 44.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 33.3%	2 22.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 33.3%
70歳以上	15 -	4 26.7%	0 0.0%	1 6.7%	0 0.0%	0 0.0%	7 46.7%	6 40.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 13.3%	5 33.3%
無回答	0 -	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
女性	87 -	47 54.0%	0 0.0%	2 2.3%	1 1.1%	0 0.0%	23 26.4%	8 9.2%	1 1.1%	1 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 3.4%	21 24.1%
18~19歳	1 -	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
20~29歳	5 -	3 60.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%
30~39歳	15 -	10 66.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	8 53.3%	1 6.7%	0 0.0%	1 6.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 13.3%
40~49歳	15 -	9 60.0%	0 0.0%	1 6.7%	0 0.0%	0 0.0%	4 26.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 26.7%
50~59歳	14 -	7 50.0%	0 0.0%	1 7.1%	1 7.1%	0 0.0%	2 14.3%	1 7.1%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 21.4%	2 14.3%
60~64歳	6 -	3 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 16.7%
65~69歳	10 -	6 60.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 30.0%	1 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 20.0%
70歳以上	21 -	8 38.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 23.8%	3 14.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	9 42.9%
無回答	0 -	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
性別無回答	1 -	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%

問12-4 問12-3で「13 誰にも相談したり，伝えたりしなかった」とお答えになった方にお聞きします。

誰にも相談したり，伝えたりしなかったのは，なぜですか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

相談しなかった理由については、「相談しても仕方がないと思った」が65.9%と最も多く，次いで「自分にも責任があると思った」が29.3%，「被害が小さいなど，相談するほどのトラブルではないと思った」が24.4%となっている。

(n=41)



その他の回答
責任の所在がわからなかった
通販のアフター体制に問題があった

上段:回答者数 下段:構成比	合計	相 談 し て も 仕 方 が な い と 思 っ た	決 相 談 せ ず 自 分 で 解 し よ う と し た	ど い か 分 か ら な か つ た	た 誰 に も 言 え な か つ た	恥 ず か し い の で あ ら な か つ た	手 が い な か つ た	相 談 す る 適 切 な 相 手 が い な か つ た	の が 心 配 だ つ た	気 ま ず い 思 い を し た り 、 も め ご と に な る の が 心 配 だ つ た	た 相 談 す る ほ ど の ト ラ ブ ル で は な い と 思 っ た	被 害 が 小 さ い な ど 、 相 談 す る ほ ど の ト ラ ブ ル で は な い と 思 っ た	自 分 に も 責 任 が あ る と 思 っ た	忙 し く 時 間 が な か つ た	い な か つ た	被 害 に 遭 っ た こ と に 当 時 は 気 づ い て い な か つ た	被 害 を 思 い 出 し た こ と が な か つ た	そ の 他
今回調査	41 -	27 65.9%	7 17.1%	5 12.2%	5 12.2%	7 17.1%	5 12.2%	10 24.4%	12 29.3%	2 4.9%	7 17.1%	4 9.8%	6 14.6%					
男性	20 -	14 70.0%	3 15.0%	4 20.0%	4 20.0%	4 20.0%	3 15.0%	5 25.0%	5 25.0%	2 10.0%	5 25.0%	4 20.0%	1 5.0%					
18～19歳	0 -	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
20～29歳	2 -	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
30～39歳	0 -	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
40～49歳	3 -	3 100.0%	0 0.0%	1 33.3%	0 0.0%	1 33.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
50～59歳	5 -	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	2 40.0%	1 20.0%	2 40.0%	1 20.0%	2 40.0%	2 40.0%	1 20.0%	0 0.0%					
60～64歳	2 -	2 100.0%	1 50.0%	1 50.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	1 50.0%	1 50.0%	0 0.0%					
65～69歳	3 -	2 66.7%	1 33.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 33.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
70歳以上	5 -	2 40.0%	0 0.0%	2 40.0%	2 40.0%	0 0.0%	2 40.0%	1 20.0%	3 60.0%	0 0.0%	2 40.0%	2 40.0%	1 20.0%					
無回答	0 -	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
女性	21 -	13 61.9%	4 19.0%	1 4.8%	1 4.8%	3 14.3%	2 9.5%	5 23.8%	7 33.3%	0 0.0%	2 9.5%	0 0.0%	5 23.8%					
18～19歳	0 -	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
20～29歳	1 -	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
30～39歳	2 -	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	1 50.0%					
40～49歳	4 -	1 25.0%	2 50.0%	1 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 25.0%	2 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 25.0%					
50～59歳	2 -	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%					
60～64歳	1 -	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
65～69歳	2 -	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	1 50.0%	1 50.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
70歳以上	9 -	6 66.7%	2 22.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 11.1%	1 11.1%	2 22.2%	2 22.2%	0 0.0%	1 11.1%	0 0.0%	2 22.2%					
無回答	0 -	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					
性別無回答	0 -	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%					

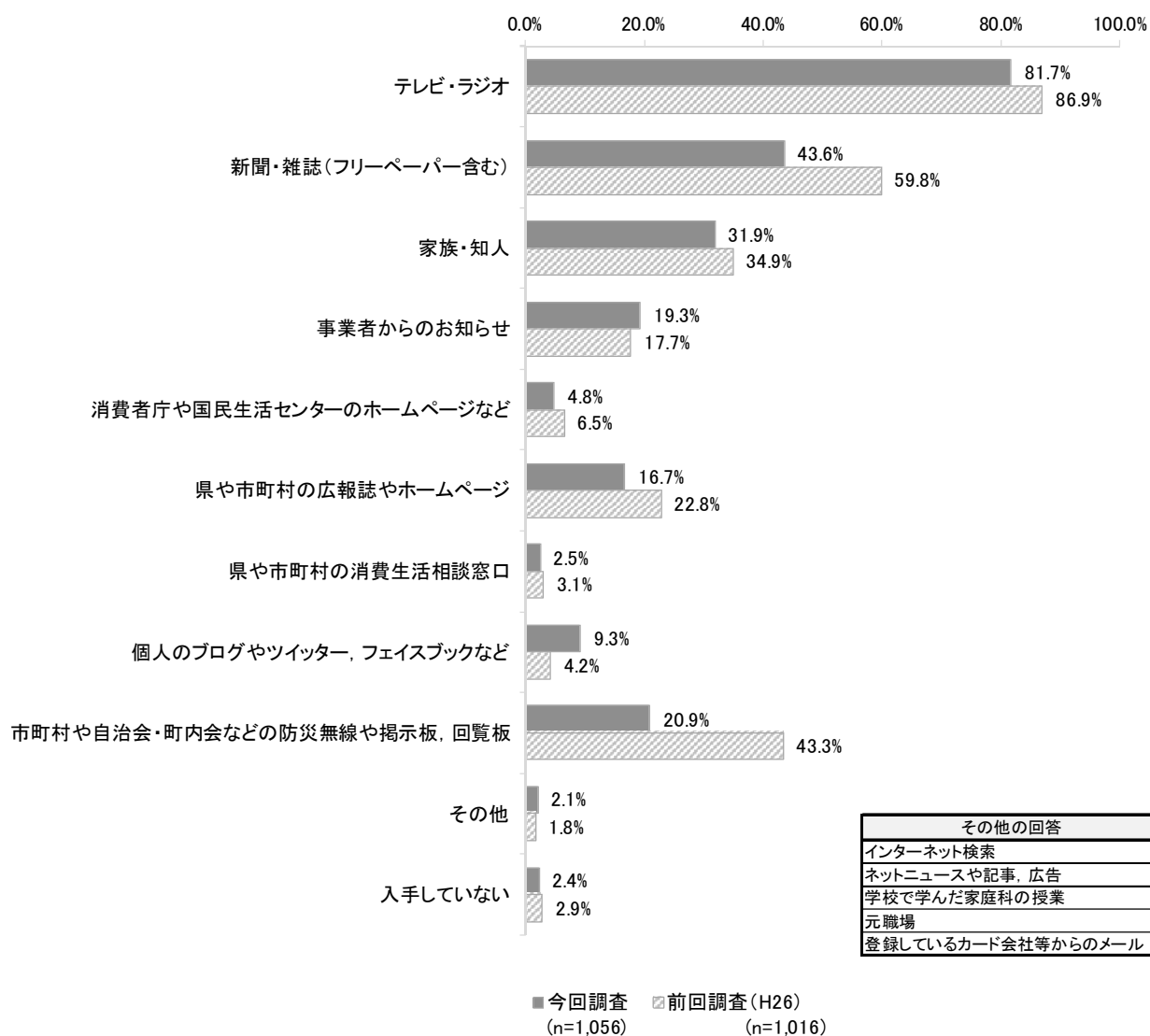
5 「消費者問題に関する情報」について

問13 あなたは、悪質商法の手口や商品リコールなどの消費生活に関する情報を主にどこで入手していますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

消費生活情報の入手先については、「テレビ・ラジオ」が81.7%と最も多く、次いで「新聞・雑誌（フリーペーパー含む）」が43.6%、「家族・知人」31.9%となっている。

前回調査と比較して、「個人のブログやツイッター，フェイスブックなど」が5.1ポイントの増加となっている。逆に「市町村や自治会・町内会などの防災無線や掲示板，回覧板」が22.4ポイント、「新聞・雑誌（フリーペーパー含む）」が16.2ポイントの減少となっている。

性年代別でみると，20歳未満～20歳代の女性において「個人のブログやツイッター，フェイスブックなど」は50.0%と他の年代と比較して高くなっている。



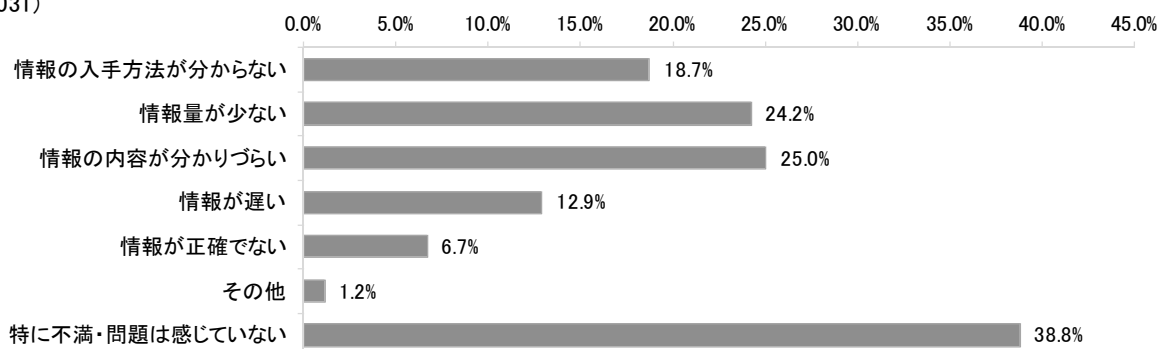
上段:回答者数 下段:構成比	合計	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌 (含フ	家族・知人	事業者からの お知らせ	消費者庁や国民 生活センターのホ ムページなど	県や市町村の広 報誌やホームページ	県や市町村の消 費生活相談窓口	個人のブログやツ ィッター、フェイ スブックなど	市町村や自治会・無 線町内会などの防 災無線や掲示板 、回覧板	その他	入 手 し て い な い
前回調査(H26)	1,016	883	608	355	180	66	232	31	43	440	18	29
	-	86.9%	59.8%	34.9%	17.7%	6.5%	22.8%	3.1%	4.2%	43.3%	1.8%	2.9%
今回調査	1,056	863	460	337	204	51	176	26	98	221	22	25
	-	81.7%	43.6%	31.9%	19.3%	4.8%	16.7%	2.5%	9.3%	20.9%	2.1%	2.4%
男性	453	364	204	128	95	25	83	12	36	88	11	13
	-	80.4%	45.0%	28.3%	21.0%	5.5%	18.3%	2.6%	7.9%	19.4%	2.4%	2.9%
18～19歳	5	3	1	1	1	0	0	0	1	0	2	1
	-	60.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	40.0%	20.0%
20～29歳	24	22	2	7	4	1	2	0	5	2	0	0
	-	91.7%	8.3%	29.2%	16.7%	4.2%	8.3%	0.0%	20.8%	8.3%	0.0%	0.0%
30～39歳	46	32	14	14	15	2	5	1	8	2	2	2
	-	69.6%	30.4%	30.4%	32.6%	4.3%	10.9%	2.2%	17.4%	4.3%	4.3%	4.3%
40～49歳	69	50	21	14	17	3	11	3	13	8	2	4
	-	72.5%	30.4%	20.3%	24.6%	4.3%	15.9%	4.3%	18.8%	11.6%	2.9%	5.8%
50～59歳	63	48	34	23	20	4	12	1	5	14	1	3
	-	76.2%	54.0%	36.5%	31.7%	6.3%	19.0%	1.6%	7.9%	22.2%	1.6%	4.8%
60～64歳	51	45	31	16	9	3	8	0	0	10	1	2
	-	88.2%	60.8%	31.4%	17.6%	5.9%	15.7%	0.0%	0.0%	19.6%	2.0%	3.9%
65～69歳	60	50	27	13	11	4	13	2	2	19	2	1
	-	83.3%	45.0%	21.7%	18.3%	6.7%	21.7%	3.3%	3.3%	31.7%	3.3%	1.7%
70歳以上	135	114	74	40	18	8	32	5	2	33	1	0
	-	84.4%	54.8%	29.6%	13.3%	5.9%	23.7%	3.7%	1.5%	24.4%	0.7%	0.0%
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
女性	595	494	255	208	108	26	93	14	62	133	11	12
	-	83.0%	42.9%	35.0%	18.2%	4.4%	15.6%	2.4%	10.4%	22.4%	1.8%	2.0%
18～19歳	4	2	0	1	0	0	0	0	2	0	0	1
	-	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	25.0%
20～29歳	30	27	3	12	5	1	4	0	15	1	0	0
	-	90.0%	10.0%	40.0%	16.7%	3.3%	13.3%	0.0%	50.0%	3.3%	0.0%	0.0%
30～39歳	75	62	22	18	16	5	10	2	17	9	5	1
	-	82.7%	29.3%	24.0%	21.3%	6.7%	13.3%	2.7%	22.7%	12.0%	6.7%	1.3%
40～49歳	89	71	33	26	24	3	9	1	15	12	3	4
	-	79.8%	37.1%	29.2%	27.0%	3.4%	10.1%	1.1%	16.9%	13.5%	3.4%	4.5%
50～59歳	100	92	44	33	25	4	22	1	4	27	1	1
	-	92.0%	44.0%	33.0%	25.0%	4.0%	22.0%	1.0%	4.0%	27.0%	1.0%	1.0%
60～64歳	66	59	37	26	15	2	8	3	2	17	1	0
	-	89.4%	56.1%	39.4%	22.7%	3.0%	12.1%	4.5%	3.0%	25.8%	1.5%	0.0%
65～69歳	69	60	40	34	6	5	20	2	4	26	0	0
	-	87.0%	58.0%	49.3%	8.7%	7.2%	29.0%	2.9%	5.8%	37.7%	0.0%	0.0%
70歳以上	162	121	76	58	17	6	20	5	3	41	1	5
	-	74.7%	46.9%	35.8%	10.5%	3.7%	12.3%	3.1%	1.9%	25.3%	0.6%	3.1%
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
性別無回答	8	5	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	-	62.5%	12.5%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

問 1 4 消費生活に関する情報に対して、どのような不満、問題を感じていますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

消費生活情報の不満等については、「特に不満・問題は感じていない」が 38.8%と最も多く、次いで「情報の内容が分かりづらい」が 25.0%、「情報量が少ない」が 24.2%となっている。

性年代別でみると、20 歳代～40 歳代の男性と 20 歳代～30 歳代の女性において「情報の内容が分かりづらい」が 4 割前後と他の年代と比較して高くなっている。

(n=1,031)



消費生活者	上段:回答者数 下段:構成比	合計	情報 の 入 手 方 法 が 分 か ら な い	情 報 量 が 少 な い	情 報 の 内 容 が 分 か ら な い	情 報 が 遅 い	情 報 が 正 確 で な い	そ の 他	特 に 不 満 ・ 問 題 は 感 じ て い な い
今回調査	1,031	193 18.7%	250 24.2%	258 25.0%	133 12.9%	69 6.7%	12 1.2%	400 38.8%	
男性	440	94 21.4%	116 26.4%	118 26.8%	65 14.8%	28 6.4%	2 0.5%	157 35.7%	
18～19歳	4	1 25.0%	1 25.0%	0 0.0%	1 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 25.0%	
20～29歳	24	7 29.2%	5 20.8%	9 37.5%	3 12.5%	3 12.5%	0 0.0%	8 33.3%	
30～39歳	44	8 18.2%	14 31.8%	19 43.2%	6 13.6%	0 0.0%	0 0.0%	13 29.5%	
40～49歳	65	15 23.1%	15 23.1%	24 36.9%	12 18.5%	4 6.2%	1 1.5%	17 26.2%	
50～59歳	60	15 25.0%	25 41.7%	21 35.0%	13 21.7%	7 11.7%	0 0.0%	16 26.7%	
60～64歳	49	8 16.3%	18 36.7%	14 28.6%	9 18.4%	3 6.1%	0 0.0%	18 36.7%	
65～69歳	59	14 23.7%	12 20.3%	7 11.9%	5 8.5%	3 5.1%	0 0.0%	25 42.4%	
70歳以上	135	26 19.3%	26 19.3%	24 17.8%	16 11.9%	8 5.9%	1 0.7%	59 43.7%	
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
女性	583	99 17.0%	134 23.0%	139 23.8%	67 11.5%	41 7.0%	10 1.7%	239 41.0%	
18～19歳	3	1 33.3%	1 33.3%	1 33.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 66.7%	
20～29歳	30	10 33.3%	10 33.3%	12 40.0%	4 13.3%	5 16.7%	0 0.0%	9 30.0%	
30～39歳	74	12 16.2%	18 24.3%	25 33.8%	10 13.5%	7 9.5%	4 5.4%	21 28.4%	
40～49歳	85	11 12.9%	20 23.5%	18 21.2%	13 15.3%	7 8.2%	0 0.0%	36 42.4%	
50～59歳	99	21 21.2%	37 37.4%	30 30.3%	14 14.1%	6 6.1%	3 3.0%	26 26.3%	
60～64歳	66	14 21.2%	16 24.2%	20 30.3%	4 6.1%	4 6.1%	1 1.5%	31 47.0%	
65～69歳	69	10 14.5%	10 14.5%	11 15.9%	9 13.0%	1 1.4%	1 1.4%	38 55.1%	
70歳以上	157	20 12.7%	22 14.0%	22 14.0%	13 8.3%	11 7.0%	1 0.6%	76 48.4%	
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
性別無回答	8	0 0.0%	0 0.0%	1 12.5%	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	4 50.0%	

その他の回答
契約書など情報が細かく多すぎるため字が小さく読む気がしない
消費生活の情報が多く氾濫していて分かりづらい
誇大広告
スーパーの店頭など目につきやすいところでで情報をアピールしてほしい
ホームページは、インターネット環境がないとみれない
迷惑メール等の個人情報の流失
外国の輸入品など流通経路が複雑で分かりにくい
相談先の市や県でたらいまわしにされる
電話だと相談窓口には繋がらない事が多いのでメールやチャットにして欲しい

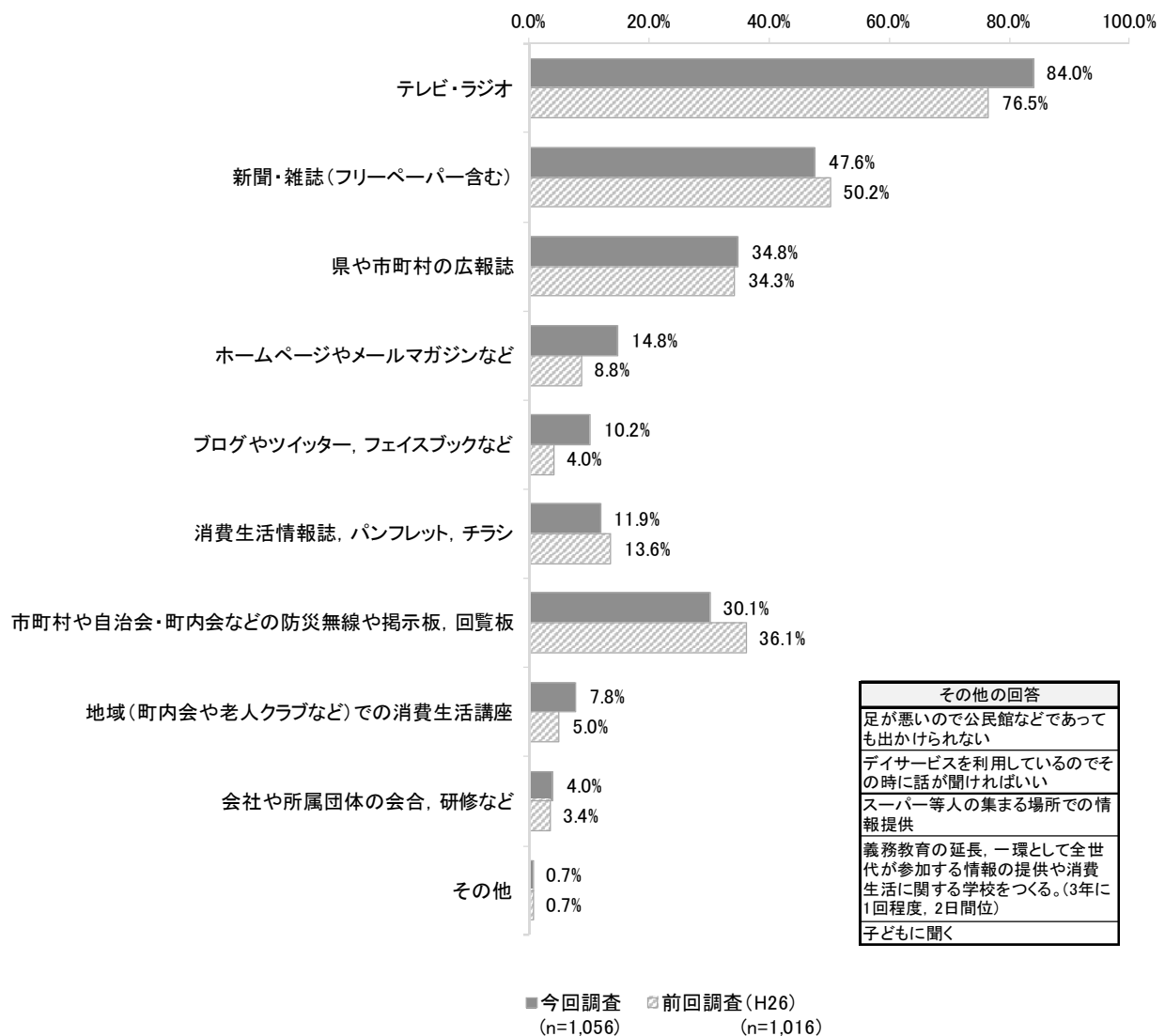
問15 あなたは、消費者向けの情報提供手段として、どれが有効（利用しやすい）と思いますか。

3つ以内で選んでください。（複数回答）

消費生活情報発信の有効手段については、「テレビ・ラジオ」が84.0%と最も多く、次いで「新聞・雑誌（フリーペーパー含む）」が47.6%、「県や市町村の広報誌」が34.8%となっている。

前回調査と比較して、「ブログやツイッター、フェイスブックなど」が6.2ポイント、「ホームページやメールマガジンなど」が6ポイントの増加となっている。

性年代別でみると、「ブログやツイッター、フェイスブックなど」は年齢が若くなるにつれ、高くなっている。



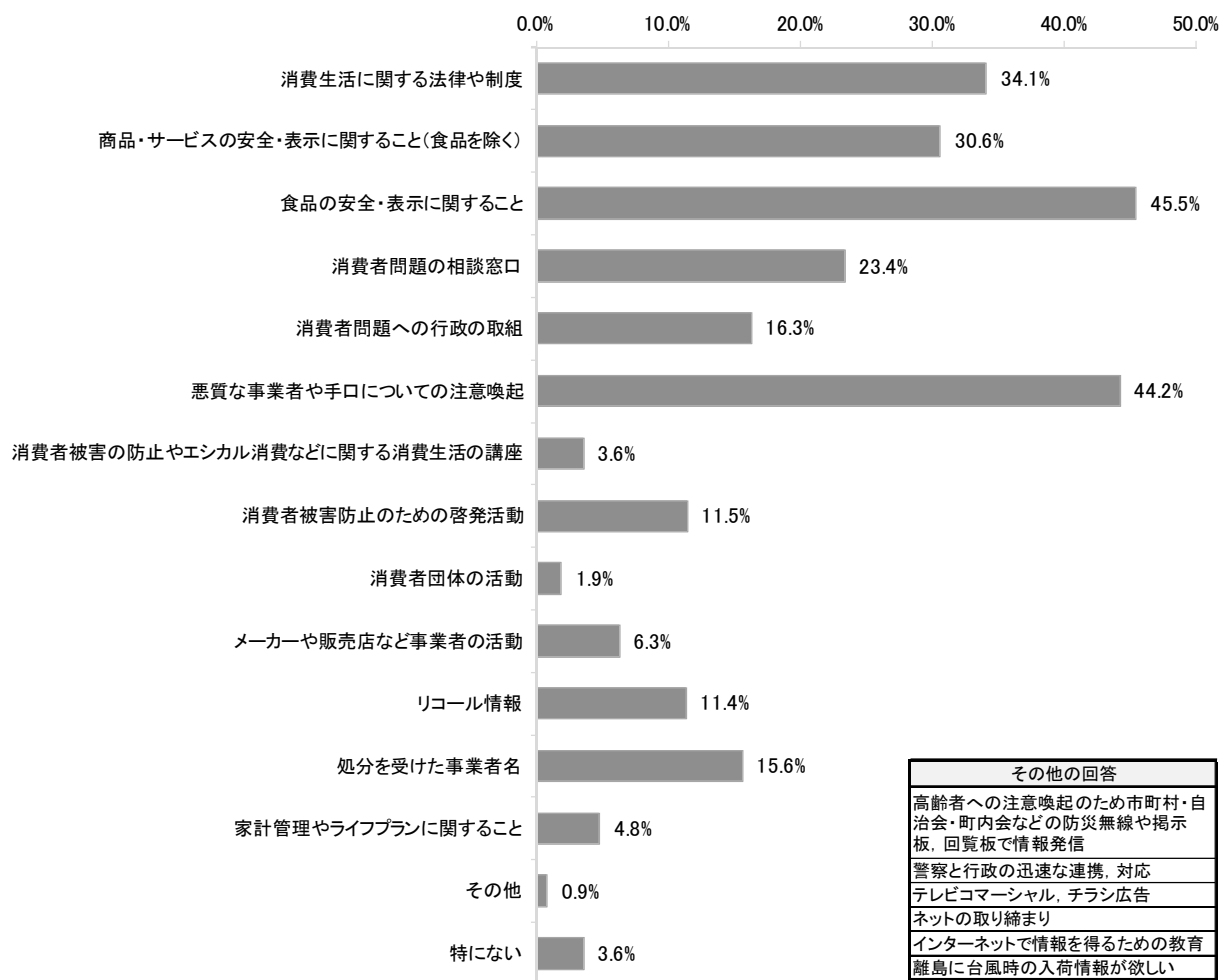
上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌 （含フ	県や市町村の広報	ホーム ページな	ブログや ツイッター	パソコン フレット、	消費生活 情報誌、	市町村や自治会・町 内会などの防災無線 や掲示板、回覧板	地域（町内会や老 人の消費生活講座	会社や所属団体の 会合、研修など	その他
		上位1位 上位2位	（含フ	の広報	な	ス	チ、	・町	で	の	の	
前回調査 (H26)	1,016	777 76.5%	510 50.2%	348 34.3%	89 8.8%	41 4.0%	138 13.6%	367 36.1%	51 5.0%	35 3.4%	7 0.7%	
今回調査	1,056	887 84.0%	503 47.6%	368 34.8%	156 14.8%	108 10.2%	126 11.9%	318 30.1%	82 7.8%	42 4.0%	7 0.7%	
男性	453	378 83.4%	227 50.1%	154 34.0%	85 18.8%	43 9.5%	47 10.4%	120 26.5%	32 7.1%	15 3.3%	4 0.9%	
18～19歳	5	5 100.0%	1 20.0%	0 0.0%	2 40.0%	2 40.0%	0 0.0%	2 40.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	
20～29歳	24	21 87.5%	5 20.8%	5 20.8%	6 25.0%	10 41.7%	2 8.3%	4 16.7%	0 0.0%	1 4.2%	0 0.0%	
30～39歳	46	38 82.6%	16 34.8%	7 15.2%	15 32.6%	10 21.7%	9 19.6%	8 17.4%	4 8.7%	3 6.5%	1 2.2%	
40～49歳	69	56 81.2%	32 46.4%	17 24.6%	26 37.7%	9 13.0%	5 7.2%	15 21.7%	6 8.7%	2 2.9%	1 1.4%	
50～59歳	63	51 81.0%	30 47.6%	26 41.3%	22 34.9%	8 12.7%	6 9.5%	20 31.7%	6 9.5%	6 9.5%	1 1.6%	
60～64歳	51	47 92.2%	33 64.7%	21 41.2%	8 15.7%	1 2.0%	6 11.8%	9 17.6%	1 2.0%	1 2.0%	0 0.0%	
65～69歳	60	51 85.0%	33 55.0%	21 35.0%	4 6.7%	0 0.0%	6 10.0%	20 33.3%	2 3.3%	1 1.7%	0 0.0%	
70歳以上	135	109 80.7%	77 57.0%	57 42.2%	2 1.5%	3 2.2%	13 9.6%	42 31.1%	12 8.9%	1 0.7%	1 0.7%	
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
女性	595	503 84.5%	274 46.1%	214 36.0%	71 11.9%	65 10.9%	77 12.9%	197 33.1%	50 8.4%	27 4.5%	3 0.5%	
18～19歳	4	3 75.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 50.0%	4 100.0%	2 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
20～29歳	30	26 86.7%	8 26.7%	8 26.7%	11 36.7%	13 43.3%	2 6.7%	9 30.0%	1 3.3%	3 10.0%	0 0.0%	
30～39歳	75	61 81.3%	28 37.3%	15 20.0%	21 28.0%	22 29.3%	8 10.7%	19 25.3%	4 5.3%	7 9.3%	1 1.3%	
40～49歳	89	79 88.8%	40 44.9%	27 30.3%	17 19.1%	13 14.6%	9 10.1%	23 25.8%	6 6.7%	4 4.5%	0 0.0%	
50～59歳	100	95 95.0%	54 54.0%	35 35.0%	14 14.0%	5 5.0%	11 11.0%	36 36.0%	6 6.0%	7 7.0%	0 0.0%	
60～64歳	66	55 83.3%	38 57.6%	22 33.3%	4 6.1%	5 7.6%	12 18.2%	22 33.3%	4 6.1%	2 3.0%	0 0.0%	
65～69歳	69	60 87.0%	36 52.2%	32 46.4%	1 1.4%	1 1.4%	12 17.4%	30 43.5%	7 10.1%	2 2.9%	0 0.0%	
70歳以上	162	124 76.5%	70 43.2%	75 46.3%	1 0.6%	2 1.2%	21 13.0%	58 35.8%	22 13.6%	2 1.2%	2 1.2%	
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
性別無回答	8	6 75.0%	2 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 25.0%	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	

問 1 6 次の消費生活に関する情報のうち、あなたが重要と考えるものはどれですか。3つ以内で選んでください。(複数回答)

消費生活情報の重要点については、「食品の安全・表示に関すること」が 45.5%と最も多く、次いで「悪質な事業者や手口についての注意喚起」が 44.2%、「消費生活に関する法律や制度」が 34.1%となっている。

性年代別でみると、20 歳未満の男性・女性の「消費者問題の相談窓口」、20 歳代の男性の「消費生活に関する法律や制度」が他の年代と比較して高くなっている。

(n=1,056)



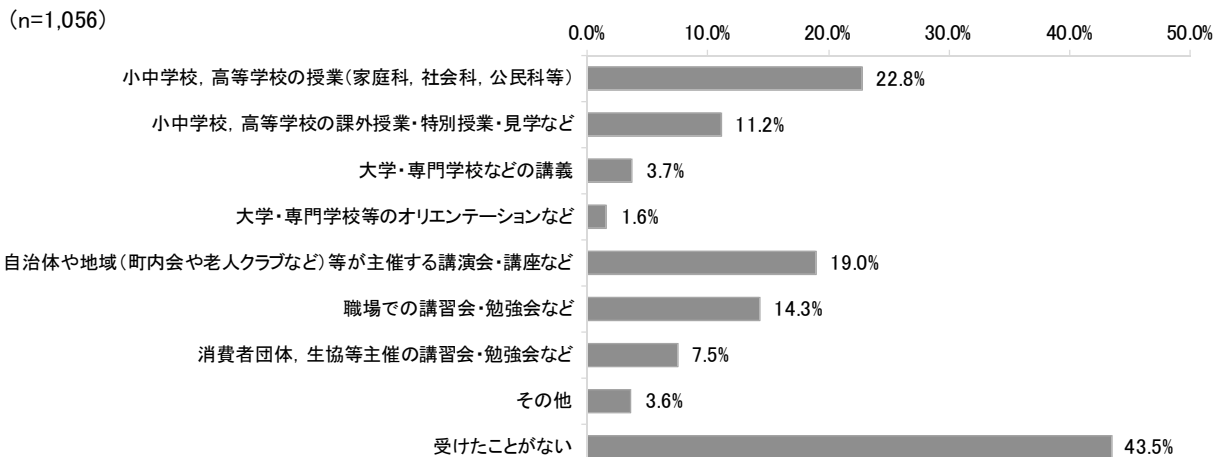
上段：回答者数 下段：構成比	合計	消費生活に関する 法律や制度	全・表示に関するこ と（食品を除く）	食品の安全・表示 に関すること	窓 消費者問題の相談	政 消費者問題への行 動の取組	悪 質な事業者や注 意喚起	座 関する消費生活の講 議	消 費者被害防止の ための啓発活動	消 費者団体の活動	メ ーカ―や販売店 など事業者の活動	リ コ―ル情報	処 分を受けた事業 者名	と 家 計管理やライフ プランに関するこ と	そ の 他	特 に ない
今回調査	1,056	360	323	480	247	172	467	38	121	20	67	120	165	51	9	38
男性	453	180	130	177	101	88	204	15	53	9	34	66	84	21	4	12
18～19歳	5	2	2	1	3	1	2	0	1	0	0	0	2	0	0	0
20～29歳	24	15	7	10	7	3	8	0	1	0	0	3	1	3	0	0
30～39歳	46	18	14	14	14	7	20	2	3	1	5	9	8	6	0	4
40～49歳	69	23	18	20	16	15	36	4	10	0	9	17	14	8	2	0
50～59歳	63	28	22	18	22	8	39	2	12	0	4	12	11	2	1	1
60～64歳	51	19	20	23	12	14	16	1	4	1	3	4	12	0	0	1
65～69歳	60	27	16	22	13	12	31	1	8	0	3	4	12	1	0	1
70歳以上	135	48	31	69	14	28	52	5	14	7	10	17	24	1	1	5
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
女性	595	178	192	300	146	84	262	23	67	11	33	54	80	30	5	25
18～19歳	4	1	2	1	3	1	1	0	0	1	0	0	0	2	0	0
20～29歳	30	15	17	14	13	3	12	1	0	0	2	3	6	1	0	0
30～39歳	75	27	31	35	26	8	27	1	5	0	7	8	8	6	0	4
40～49歳	89	18	31	41	20	14	42	2	6	1	6	11	13	7	1	3
50～59歳	100	29	33	55	29	18	54	5	17	2	4	12	15	5	0	1
60～64歳	66	23	22	36	18	14	31	4	2	0	4	7	7	3	0	2
65～69歳	69	22	22	40	9	7	34	2	9	3	4	6	12	1	0	0
70歳以上	162	43	34	78	28	19	61	8	28	4	6	7	19	5	4	15
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
性別無回答	8	2	1	3	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1

6 「消費者教育」について

問17 あなたは、どのような機会に消費者教育を受けましたか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

消費者教育の受講機会については、「受けたことがない」が43.5%と最も多く、次いで「小中学校、高等学校の授業(家庭科、社会科、公民科等)」が22.8%、「自治体や地域(町内会や老人クラブなど)等が主催する講演会・講座など」が19.0%となっている。

性年代別でみると、20歳未満～30歳代の男性・女性において「小中学校、高等学校の授業(家庭科、社会科、公民科等)」が約5割以上と他の年代と比較して高くなっている。



上段:回答者数 下段:構成比	合計	1	2	3	4	5	6	7	8	9
		小中学校、高等学校の授業(家庭科、社会科、公民科等)	小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など	大学・専門学校などの講義	大学・専門学校等のオリエンテーションなど	自治体や地域(町内会や老人クラブなど)等が主催する講演会・講座など	職場での講習会・勉強会など	消費者団体、生協等主催の講習会・勉強会など	その他	受けたことがない
今回調査	1,056	241	118	39	17	201	151	79	38	459
男性	453	96	59	20	8	82	71	24	18	208
18～19歳	5	3	3	1	0	0	0	0	0	0
20～29歳	24	18	8	2	2	3	5	1	0	2
30～39歳	46	21	11	6	0	4	8	2	3	12
40～49歳	69	16	8	3	3	8	12	3	6	34
50～59歳	63	11	10	1	2	10	18	3	2	28
60～64歳	51	8	6	1	0	5	10	1	0	32
65～69歳	60	4	3	0	0	11	5	6	2	40
70歳以上	135	15	10	6	1	41	13	8	5	60
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
女性	595	143	58	19	9	119	79	55	20	249
18～19歳	4	3	0	1	0	0	0	0	0	1
20～29歳	30	19	10	3	2	2	9	0	0	5
30～39歳	75	40	10	5	1	3	11	0	4	27
40～49歳	89	28	10	0	1	8	8	6	6	39
50～59歳	100	20	10	4	2	22	14	13	5	46
60～64歳	66	13	1	2	0	10	9	6	2	30
65～69歳	69	5	6	2	0	18	15	9	0	31
70歳以上	162	15	11	2	3	56	13	21	3	70
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
性別無回答	8	2	1	0	0	0	1	0	0	2

その他の回答
行政相談員、人権擁護員の研修等
子供が学校から持ち帰るプリントやPTAの講演会など
家庭や友人
テレビ・ラジオなどのマスメディア
インターネット
本

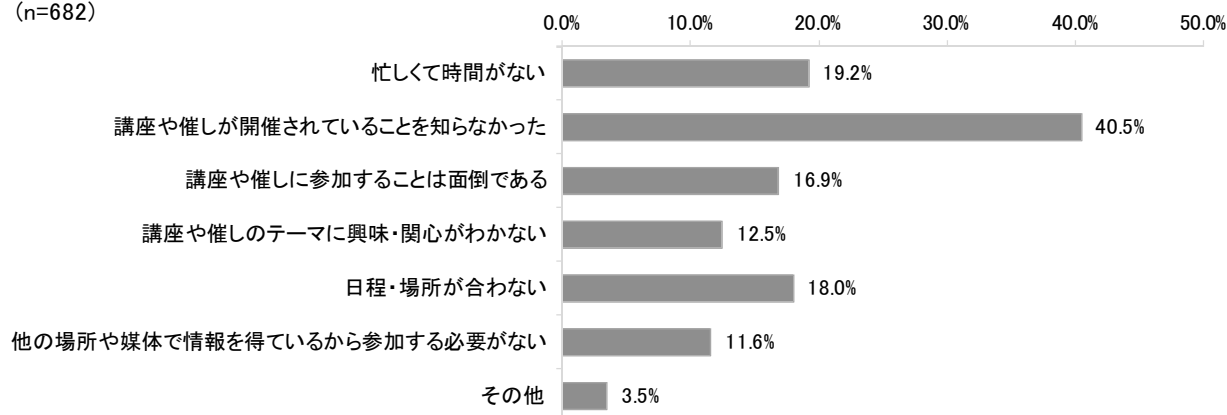
問17-1 問17で選択肢5~8を選ばなかった方にお聞きします。

学校以外で消費者教育を受けたことがないのはなぜですか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

学校以外で受講しない理由については、「講座や催しが開催されていることを知らなかった」が40.5%と最も多く、次いで「忙しくて時間がない」が19.2%、「日程・場所が合わない」が18.0%となっている。

性年代別でみると、30歳代の男性において「忙しくて時間がない」が50.0%と、他の年代と比較して高くなっている。

(n=682)



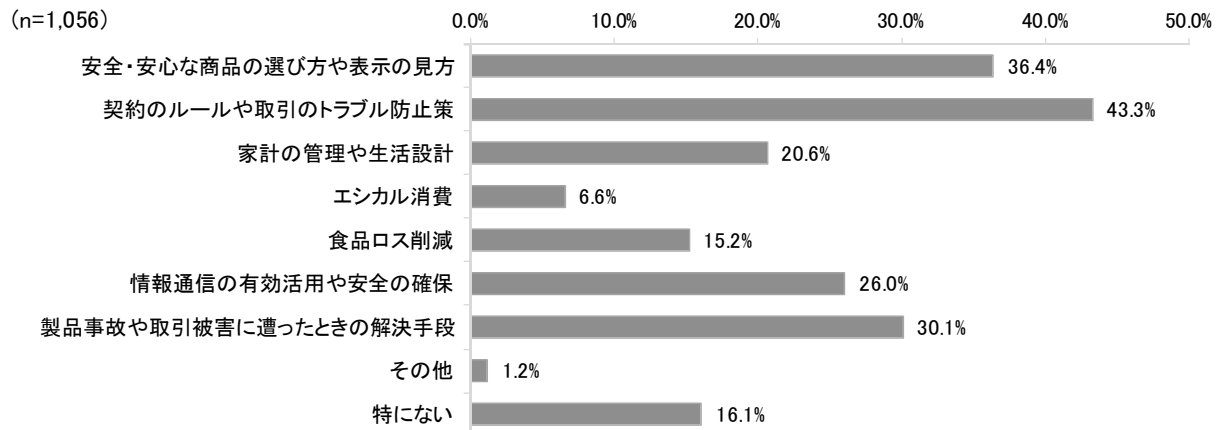
上段:回答者数 下段:構成比	合計	忙しくて時間がない	知られていないこと	倒加講座や催しがあること	講座や催しに興味・関心がない	日程・場所が合わない	情報参加を要する媒体がない	その他
今回調査	682	131	276	115	85	123	79	24
男性	300	70	108	48	38	50	36	5
18~19歳	5	1	4	2	1	0	2	0
20~29歳	18	6	7	0	4	3	2	0
30~39歳	30	15	11	6	6	5	3	0
40~49歳	45	12	15	5	5	9	6	2
50~59歳	37	8	13	9	6	8	4	1
60~64歳	37	11	12	6	4	9	3	0
65~69歳	44	7	14	9	2	5	5	0
70歳以上	84	10	32	11	10	11	11	2
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0
女性	375	60	167	67	47	73	43	19
18~19歳	4	0	4	0	0	1	0	0
20~29歳	20	5	9	6	5	5	2	2
30~39歳	60	16	25	11	8	17	10	2
40~49歳	65	15	30	13	7	14	8	3
50~59歳	57	8	31	10	7	15	5	1
60~64歳	42	9	23	9	7	8	2	3
65~69歳	39	2	16	4	3	6	6	1
70歳以上	88	5	29	14	10	7	10	7
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0
性別無回答	7	1	1	0	0	0	0	0

その他の回答
機会がなかった
健康上の理由(高齢または足が悪いため)
高齢なので教育を受けたことがない
消費者教育の重要性が分からなく、また初めて聞いた言葉であるため

問18 あなたは、どのような内容の消費者教育であれば参加したいと思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

参加したい消費者教育については、「契約のルールや取引のトラブル防止策」が43.3%と最も多く、次いで「安全・安心な商品の選び方や表示の見方」が36.4%、「製品事故や取引被害に遭ったときの解決手段」が30.1%となっている。

性年代別でみると、20歳未満～20歳代の女性において「家計の管理や生活設計」が、約5割と他の年代と比較して高くなっている。



上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	示品安	防取契	活家計	エシカル	食品	保活用	き被製	その	特
		の見選・ 方び安心 やな表商	止引約 策のの トラブ ルや	設計 の管 理や生	消費	ロス 削減	用報 や通 信の 安全 の有 確効	害に事 故や 取引	他	に ない
今回調査	1,056	384 36.4%	457 43.3%	218 20.6%	70 6.6%	161 15.2%	275 26.0%	318 30.1%	13 1.2%	170 16.1%
男性	453	143 31.6%	208 45.9%	78 17.2%	31 6.8%	66 14.6%	107 23.6%	148 32.7%	8 1.8%	72 15.9%
18～19歳	5	1 20.0%	2 40.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	2 40.0%	0 0.0%	0 0.0%
20～29歳	24	10 41.7%	12 50.0%	8 33.3%	1 4.2%	4 16.7%	7 29.2%	6 25.0%	0 0.0%	3 12.5%
30～39歳	46	10 21.7%	21 45.7%	16 34.8%	4 8.7%	6 13.0%	13 28.3%	17 37.0%	0 0.0%	12 26.1%
40～49歳	69	19 27.5%	40 58.0%	18 26.1%	9 13.0%	13 18.8%	22 31.9%	27 39.1%	2 2.9%	4 5.8%
50～59歳	63	23 36.5%	40 63.5%	12 19.0%	5 7.9%	5 7.9%	24 38.1%	31 49.2%	3 4.8%	8 12.7%
60～64歳	51	23 45.1%	23 45.1%	9 17.6%	2 3.9%	7 13.7%	8 15.7%	16 31.4%	0 0.0%	9 17.6%
65～69歳	60	18 30.0%	27 45.0%	3 5.0%	3 5.0%	8 13.3%	13 21.7%	15 25.0%	0 0.0%	10 16.7%
70歳以上	135	39 28.9%	43 31.9%	11 8.1%	7 5.2%	23 17.0%	19 14.1%	34 25.2%	3 2.2%	26 19.3%
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
女性	595	240 40.3%	249 41.8%	140 23.5%	39 6.6%	94 15.8%	168 28.2%	170 28.6%	5 0.8%	96 16.1%
18～19歳	4	1 25.0%	1 25.0%	2 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 25.0%	1 25.0%	0 0.0%	1 25.0%
20～29歳	30	11 36.7%	14 46.7%	16 53.3%	4 13.3%	6 20.0%	13 43.3%	12 40.0%	0 0.0%	4 13.3%
30～39歳	75	29 38.7%	36 48.0%	29 38.7%	2 2.7%	18 24.0%	22 29.3%	19 25.3%	0 0.0%	13 17.3%
40～49歳	89	28 31.5%	40 44.9%	26 29.2%	3 3.4%	8 9.0%	34 38.2%	28 31.5%	2 2.2%	13 14.6%
50～59歳	100	50 50.0%	53 53.0%	21 21.0%	12 12.0%	19 19.0%	45 45.0%	35 35.0%	0 0.0%	11 11.0%
60～64歳	66	24 36.4%	30 45.5%	11 16.7%	7 10.6%	12 18.2%	22 33.3%	22 33.3%	0 0.0%	9 13.6%
65～69歳	69	33 47.8%	30 43.5%	11 15.9%	5 7.2%	12 17.4%	17 24.6%	20 29.0%	0 0.0%	8 11.6%
70歳以上	162	64 39.5%	45 27.8%	24 14.8%	6 3.7%	19 11.7%	14 8.6%	33 20.4%	3 1.9%	37 22.8%
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
性別無回答	8	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 25.0%

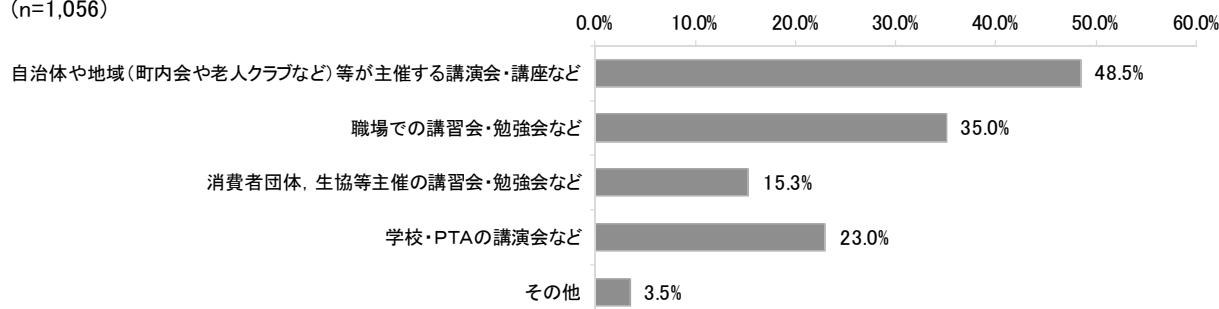
その他の回答
実際のトラブル例
キャッシュレス方法について
警察の捜査までの条件

問 19 あなたは、どのような機会であれば消費者教育を受けやすいと思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

参加しやすい消費者教育の環境については、「自治体や地域（町内会や老人クラブなど）等が主催する講演会・講座など」が 48.5%と最も多く、次いで「職場での講習会・勉強会など」が 35.0%、「学校・PTAの講演会など」が 23.0%となっている。

性年代別でみると、20歳未満～50歳代の男性において「職場での講習会・勉強会など」が約6割～8割、30歳代～40歳代の女性において「学校・PTAの講演会など」約6割前後と他の年代と比較して高くなっている。

(n=1,056)



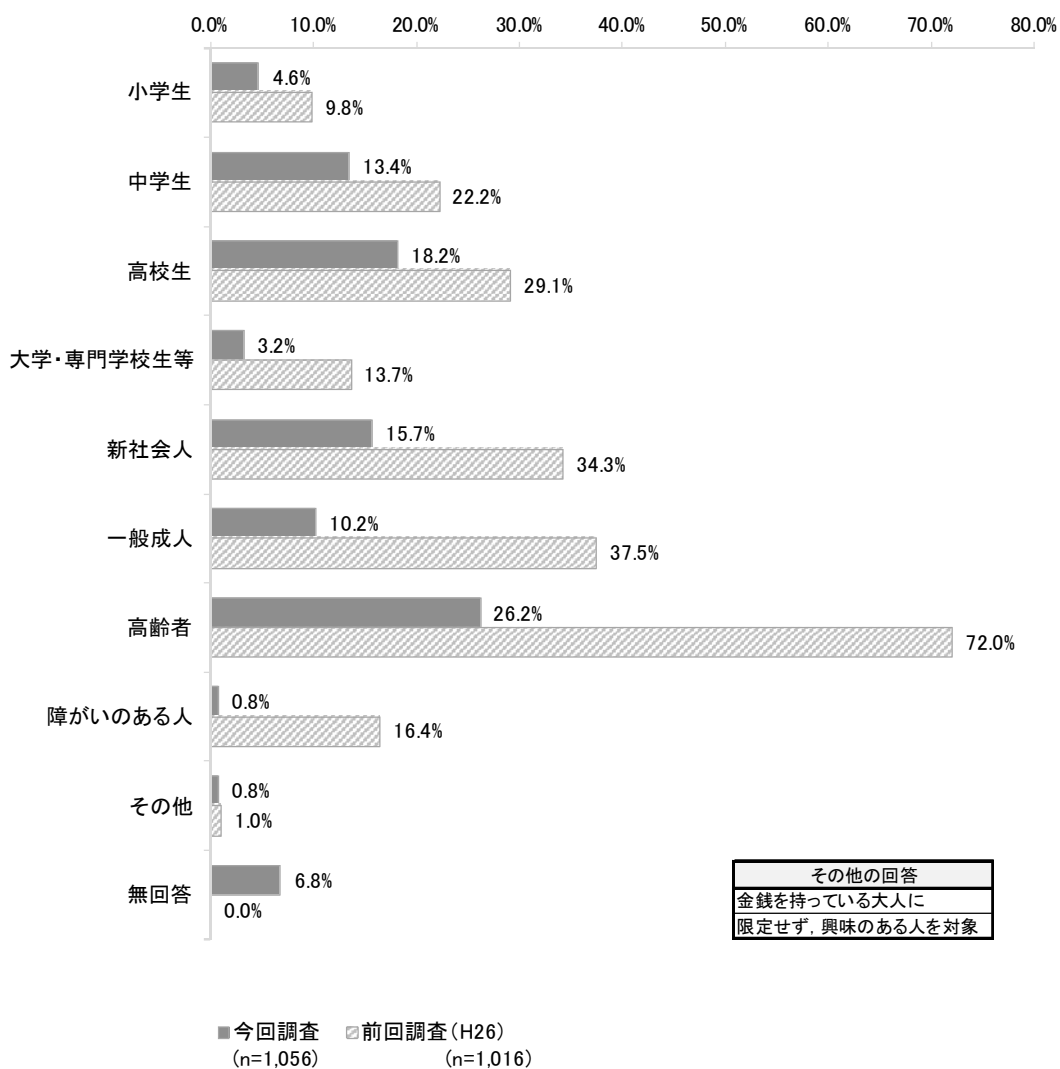
上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	自治体や地域（町内会や老人クラブなど）等が主催する講演会・講座など	職場での講習会・勉強会など	消費者団体・生協等主催の講習会・勉強会など	学校・PTAの講演会など	その他
今回調査	1,056	512 48.5%	370 35.0%	162 15.3%	243 23.0%	37 3.5%
男性	453	240 53.0%	175 38.6%	72 15.9%	74 16.3%	15 3.3%
18～19歳	5	1 20.0%	4 80.0%	0 0.0%	2 40.0%	0 0.0%
20～29歳	24	6 25.0%	16 66.7%	3 12.5%	4 16.7%	0 0.0%
30～39歳	46	10 21.7%	33 71.7%	4 8.7%	15 32.6%	2 4.3%
40～49歳	69	27 39.1%	40 58.0%	6 8.7%	22 31.9%	3 4.3%
50～59歳	63	24 38.1%	40 63.5%	14 22.2%	18 28.6%	3 4.8%
60～64歳	51	33 64.7%	24 47.1%	8 15.7%	4 7.8%	1 2.0%
65～69歳	60	39 65.0%	8 13.3%	17 28.3%	4 6.7%	2 3.3%
70歳以上	135	100 74.1%	10 7.4%	20 14.8%	5 3.7%	4 3.0%
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
女性	595	271 45.5%	193 32.4%	90 15.1%	169 28.4%	22 3.7%
18～19歳	4	0 0.0%	2 50.0%	0 0.0%	3 75.0%	0 0.0%
20～29歳	30	2 6.7%	27 90.0%	6 20.0%	12 40.0%	0 0.0%
30～39歳	75	17 22.7%	41 54.7%	7 9.3%	42 56.0%	2 2.7%
40～49歳	89	21 23.6%	37 41.6%	12 13.5%	55 61.8%	1 1.1%
50～59歳	100	50 50.0%	51 51.0%	14 14.0%	30 30.0%	6 6.0%
60～64歳	66	34 51.5%	15 22.7%	9 13.6%	10 15.2%	3 4.5%
65～69歳	69	45 65.2%	12 17.4%	15 21.7%	6 8.7%	2 2.9%
70歳以上	162	102 63.0%	8 4.9%	27 16.7%	11 6.8%	8 4.9%
無回答	0	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
性別無回答	8	1 12.5%	2 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%

その他の回答
行政の配布物や放送
家に警察または市役所職員が来てくれたら良いと思う
テレビ、ラジオ、新聞などのマスメディア
SNS (YouTubeやインスタグラムなど) ネットの記事やニュース
フリーペーパー
老人施設や病院 (足が悪いと出かけられない)
講演会のDVDの貸出し、配布等
人が集まる何かのイベントと組み合わせる

問20 消費生活上のトラブルを防止するため、どの対象に対して重点的に啓発・対策を行うと効果があると思いますか。1つだけ選んでください。(単数回答)

消費者トラブル抑制の対象者については、「高齢者」が26.2%と最も多く、次いで「高校生」が18.2%、「新社会人」が15.7%となっている。

前回調査と比較して、「高齢者」の45.8ポイント減少をはじめ全体的に減少傾向となっている。



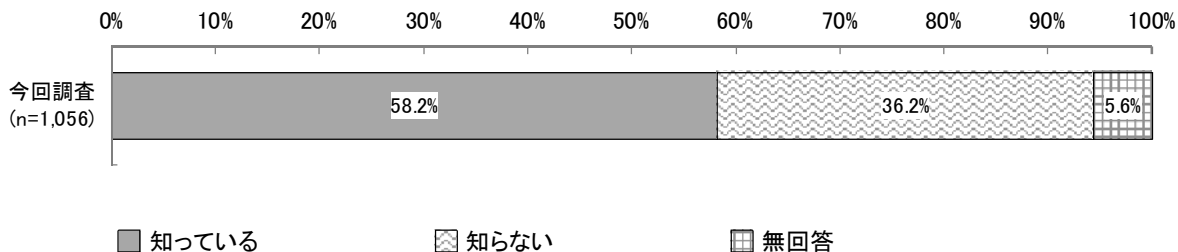
※前回調査は、複数回答となっている。

上段：回答者数 下段：構成比		合計	小学生	中学生	高校生	等 大学・専門 学校生	新 社会 人	一 般 成 人	高 齢 者	障 が い の あ る 人	そ の 他	無 回 答
■ 上位1位 □ 上位2位												
前回調査(H26)	1,016	100	226	296	139	348	381	732	167	10	-	
	-	9.8%	22.2%	29.1%	13.7%	34.3%	37.5%	72.0%	16.4%	1.0%	-	
今回調査	1,056	49	142	192	34	166	108	277	8	8	72	
	100.0%	4.6%	13.4%	18.2%	3.2%	15.7%	10.2%	26.2%	0.8%	0.8%	6.8%	
男性	453	29	59	83	15	71	44	114	4	5	29	
	100.0%	6.4%	13.0%	18.3%	3.3%	15.7%	9.7%	25.2%	0.9%	1.1%	6.4%	
18～19歳	5	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	
	100.0%	0.0%	20.0%	40.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
20～29歳	24	1	3	8	1	5	1	4	1	0	0	
	100.0%	4.2%	12.5%	33.3%	4.2%	20.8%	4.2%	16.7%	4.2%	0.0%	0.0%	
30～39歳	46	7	6	6	1	10	9	3	1	1	2	
	100.0%	15.2%	13.0%	13.0%	2.2%	21.7%	19.6%	6.5%	2.2%	2.2%	4.3%	
40～49歳	69	4	14	19	3	9	6	11	1	0	2	
	100.0%	5.8%	20.3%	27.5%	4.3%	13.0%	8.7%	15.9%	1.4%	0.0%	2.9%	
50～59歳	63	4	10	14	5	15	3	8	1	1	2	
	100.0%	6.3%	15.9%	22.2%	7.9%	23.8%	4.8%	12.7%	1.6%	1.6%	3.2%	
60～64歳	51	2	6	10	2	8	8	13	0	1	1	
	100.0%	3.9%	11.8%	19.6%	3.9%	15.7%	15.7%	25.5%	0.0%	2.0%	2.0%	
65～69歳	60	4	6	6	1	7	6	24	0	0	6	
	100.0%	6.7%	10.0%	10.0%	1.7%	11.7%	10.0%	40.0%	0.0%	0.0%	10.0%	
70歳以上	135	7	13	18	1	17	11	50	0	2	16	
	100.0%	5.2%	9.6%	13.3%	0.7%	12.6%	8.1%	37.0%	0.0%	1.5%	11.9%	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
女性	595	20	82	108	19	95	64	160	4	3	40	
	100.0%	3.4%	13.8%	18.2%	3.2%	16.0%	10.8%	26.9%	0.7%	0.5%	6.7%	
18～19歳	4	0	0	3	0	1	0	0	0	0	0	
	100.0%	0.0%	0.0%	75.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
20～29歳	30	0	5	9	1	7	6	2	0	0	0	
	100.0%	0.0%	16.7%	30.0%	3.3%	23.3%	20.0%	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	
30～39歳	75	3	14	16	6	11	12	11	0	1	1	
	100.0%	4.0%	18.7%	21.3%	8.0%	14.7%	16.0%	14.7%	0.0%	1.3%	1.3%	
40～49歳	89	3	22	27	4	14	5	11	2	0	1	
	100.0%	3.4%	24.7%	30.3%	4.5%	15.7%	5.6%	12.4%	2.2%	0.0%	1.1%	
50～59歳	100	5	13	20	4	21	10	21	1	1	4	
	100.0%	5.0%	13.0%	20.0%	4.0%	21.0%	10.0%	21.0%	1.0%	1.0%	4.0%	
60～64歳	66	5	5	11	2	10	8	21	0	1	3	
	100.0%	7.6%	7.6%	16.7%	3.0%	15.2%	12.1%	31.8%	0.0%	1.5%	4.5%	
65～69歳	69	0	9	3	1	13	10	26	0	0	7	
	100.0%	0.0%	13.0%	4.3%	1.4%	18.8%	14.5%	37.7%	0.0%	0.0%	10.1%	
70歳以上	162	4	14	19	1	18	13	68	1	0	24	
	100.0%	2.5%	8.6%	11.7%	0.6%	11.1%	8.0%	42.0%	0.6%	0.0%	14.8%	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
性別無回答	8	0	1	1	0	0	0	3	0	0	3	
	100.0%	0.0%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	0.0%	0.0%	37.5%	

問 2 1 令和 4 年 4 月 1 日 から、民法の成年年齢が 1 8 歳に引き下げられることを知っていますか。

(単数回答)

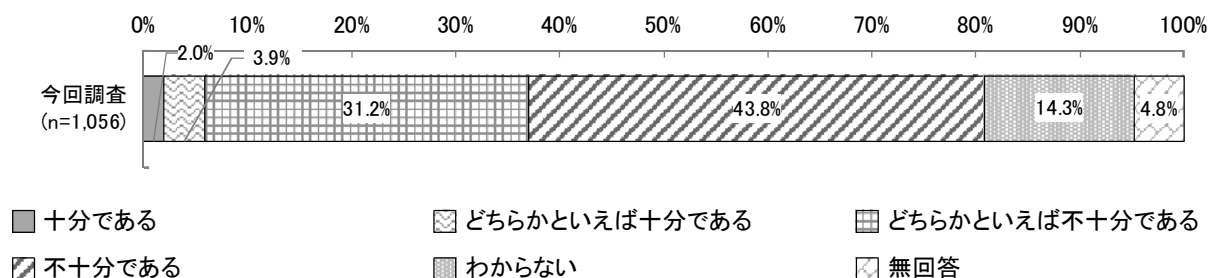
成年年齢引き下げの認知については、「知っている」が 58.2%、「知らない」が 36.2%となっている。



上段: 回答者数 下段: 構成比		合計	知っている	知らない	無回答
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> ■ 上位1位 ▨ 上位2位 </div>					
今回調査	1,056 100.0%	615 58.2%	382 36.2%	59 5.6%	
男性	453 100.0%	270 59.6%	163 36.0%	20 4.4%	
18～19歳	5 100.0%	2 40.0%	3 60.0%	0 0.0%	
20～29歳	24 100.0%	17 70.8%	7 29.2%	0 0.0%	
30～39歳	46 100.0%	25 54.3%	20 43.5%	1 2.2%	
40～49歳	69 100.0%	45 65.2%	22 31.9%	2 2.9%	
50～59歳	63 100.0%	34 54.0%	29 46.0%	0 0.0%	
60～64歳	51 100.0%	29 56.9%	22 43.1%	0 0.0%	
65～69歳	60 100.0%	38 63.3%	17 28.3%	5 8.3%	
70歳以上	135 100.0%	80 59.3%	43 31.9%	12 8.9%	
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
女性	595 100.0%	343 57.6%	218 36.6%	34 5.7%	
18～19歳	4 100.0%	3 75.0%	1 25.0%	0 0.0%	
20～29歳	30 100.0%	16 53.3%	14 46.7%	0 0.0%	
30～39歳	75 100.0%	36 48.0%	37 49.3%	2 2.7%	
40～49歳	89 100.0%	65 73.0%	22 24.7%	2 2.2%	
50～59歳	100 100.0%	58 58.0%	41 41.0%	1 1.0%	
60～64歳	66 100.0%	33 50.0%	31 47.0%	2 3.0%	
65～69歳	69 100.0%	44 63.8%	20 29.0%	5 7.2%	
70歳以上	162 100.0%	88 54.3%	52 32.1%	22 13.6%	
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
性別無回答	8 100.0%	2 25.0%	1 12.5%	5 62.5%	

問 2 2 成年年齢が18歳に引き下げられれば，18歳，19歳は父母の同意なく一人で契約ができ，これまでのように未成年という理由では，契約を取り消すことはできなくなります。現時点で，成年年齢の引下げに伴う消費者教育は十分だと思いますか。（単数回答）

年齢引き下げに伴う消費者教育については、「不十分である」が43.8%，次いで「どちらかといえば不十分である」が31.2%，「わからない」が14.3%となっている。

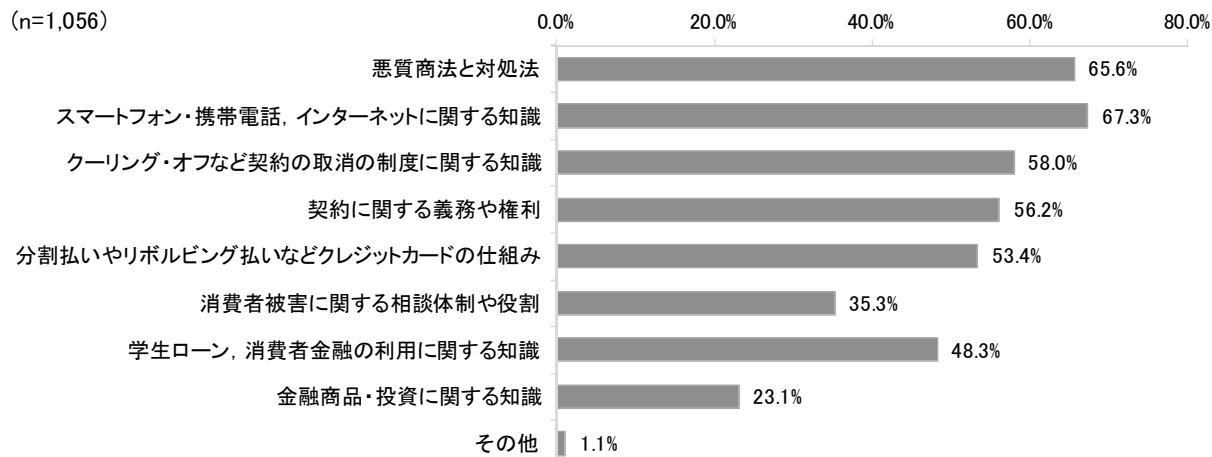


	上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	十分である	どちらかといえば十分である	どちらかといえば不十分である	不十分である	わからない	無回答
今回調査	1,056	100.0%	21	41	329	463	151	51
男性	453	100.0%	15	24	138	195	64	17
18～19歳	5	100.0%	0	0	3	2	0	0
20～29歳	24	100.0%	0	2	10	10	2	0
30～39歳	46	100.0%	2	5	13	17	8	1
40～49歳	69	100.0%	2	2	19	37	7	2
50～59歳	63	100.0%	3	4	20	31	5	0
60～64歳	51	100.0%	0	2	14	26	9	0
65～69歳	60	100.0%	4	0	20	24	8	4
70歳以上	135	100.0%	4	9	39	48	25	10
無回答	0	0.0%	0	0	0	0	0	0
女性	595	100.0%	6	17	189	266	86	31
18～19歳	4	100.0%	0	1	0	3	0	0
20～29歳	30	100.0%	1	2	10	15	2	0
30～39歳	75	100.0%	2	3	19	39	10	2
40～49歳	89	100.0%	1	4	28	47	8	1
50～59歳	100	100.0%	0	2	28	57	12	1
60～64歳	66	100.0%	1	1	19	35	8	2
65～69歳	69	100.0%	0	0	27	24	13	5
70歳以上	162	100.0%	1	4	58	46	33	20
無回答	0	0.0%	0	0	0	0	0	0
性別無回答	8	100.0%	0	0	2	2	1	3

問23 成年年齢の引下げに伴い、18歳、19歳前後の若年者が消費者被害にあわないためにもこのようなことを知っておく必要があると思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

年齢引下げに伴う消費者教育の内容については、「スマートフォン・携帯電話、インターネットに関する知識」が67.3%と最も多く、次いで「悪質商法と対処法」が65.6%、「クーリング・オフなど契約の取消の制度に関する知識」が58.0%となっている。

性年代別でみると、20歳代～40歳代の男性・女性において「分割払いやリボルビング払いなどクレジットカードの仕組み」が約6～8割と他の年代と比較して高くなっている。

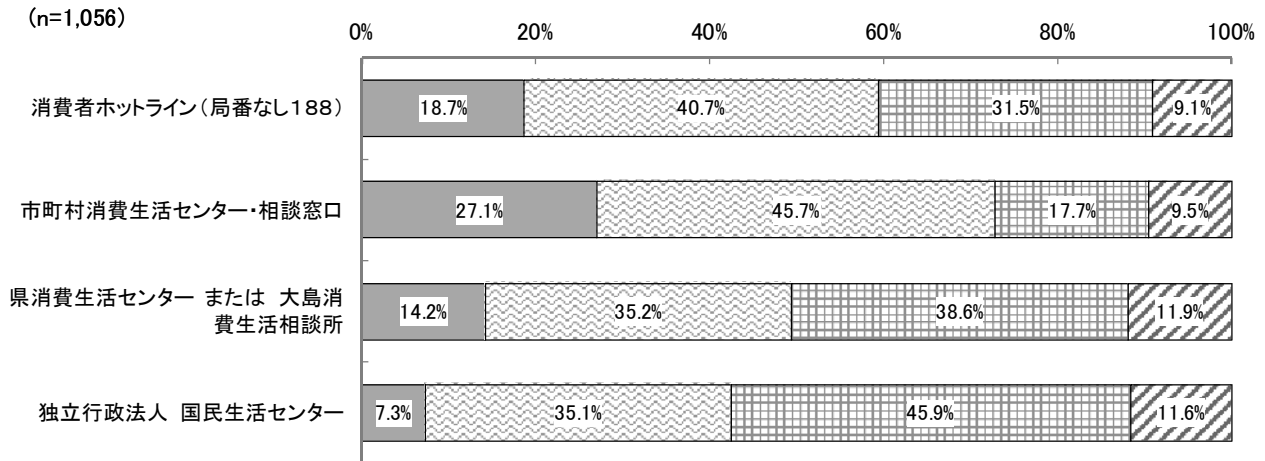


上段:回答者数 下段:構成比	合計	法	悪	ネ	ス	制	ク	務	契	み	分	役	消	に	学	に	金	そ
		悪	質	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		質	商	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		質	商	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		悪	質	ト	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関	商	他
		法	悪	テ	マ	度	ー	約	約	分	割	割	費	関	生	関		

7 「消費者問題に対する行政の取り組み」について

問24 次の機関や相談窓口を知っていますか。①～④のすべての項目について、それぞれあてはまるものを一つ選び○を記入してください。(単数回答)

消費者問題の相談窓口の認知については、「名前も内容も知っている」において「市町村消費生活センター・相談窓口」が27.1%、「消費者ホットライン」が18.7%、「県消費生活センターまたは大島消費生活相談所」が14.2%となっている。

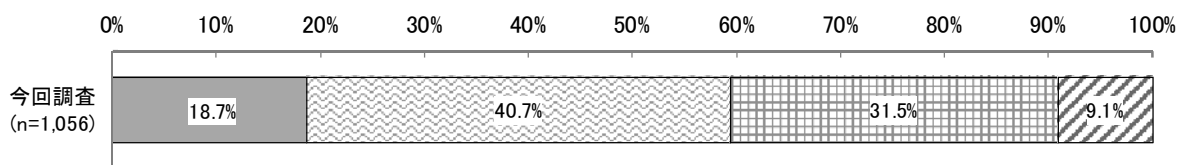


名前も内容も知っている
 名前は知っているが内容は知らない
 名前も内容も知らない
 無回答

上段:回答者数 下段:構成比		て名前も内容も知っています	が名前も内容は知らない	な名前も内容も知らない	無回答
<input type="checkbox"/> 上位1位 <input type="checkbox"/> 上位2位	合計				
消費者ホットライン(局番なし188)	1,056 100.0%	197 18.7%	430 40.7%	333 31.5%	96 9.1%
市町村消費生活センター・相談窓口	1,056 100.0%	286 27.1%	483 45.7%	187 17.7%	100 9.5%
県消費生活センター または 大島消費生活相談所	1,056 100.0%	150 14.2%	372 35.2%	408 38.6%	126 11.9%
独立行政法人 国民生活センター	1,056 100.0%	77 7.3%	371 35.1%	485 45.9%	123 11.6%

① 消費者ホットライン（局番なし188）

消費者ホットラインについては、「名前は知っているが内容は知らない」が40.7%と最も多く、次いで「名前も内容も知らない」が31.5%となっている。

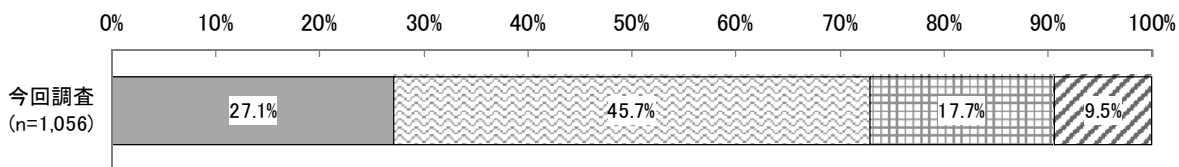


■ 名前も内容も知っている ▨ 名前は知っているが内容は知らない ▩ 名前も内容も知らない ▩ 無回答

	上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	て名前も 内容も知っ ている	が名前 は知って いる が内容 は知ら ない	ない 名前 も 内容 も 知 ら な い	無 回 答
今回調査	1,056	1,056	197	430	333	96
		100.0%	18.7%	40.7%	31.5%	9.1%
男性	453	453	84	188	144	37
		100.0%	18.5%	41.5%	31.8%	8.2%
18～19歳	5	5	2	2	1	0
		100.0%	40.0%	40.0%	20.0%	0.0%
20～29歳	24	24	4	7	13	0
		100.0%	16.7%	29.2%	54.2%	0.0%
30～39歳	46	46	6	20	19	1
		100.0%	13.0%	43.5%	41.3%	2.2%
40～49歳	69	69	10	27	30	2
		100.0%	14.5%	39.1%	43.5%	2.9%
50～59歳	63	63	17	22	22	2
		100.0%	27.0%	34.9%	34.9%	3.2%
60～64歳	51	51	8	24	18	1
		100.0%	15.7%	47.1%	35.3%	2.0%
65～69歳	60	60	12	28	15	5
		100.0%	20.0%	46.7%	25.0%	8.3%
70歳以上	135	135	25	58	26	26
		100.0%	18.5%	43.0%	19.3%	19.3%
無回答	0	0	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
女性	595	595	112	242	185	56
		100.0%	18.8%	40.7%	31.1%	9.4%
18～19歳	4	4	0	2	2	0
		100.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
20～29歳	30	30	3	15	12	0
		100.0%	10.0%	50.0%	40.0%	0.0%
30～39歳	75	75	13	36	25	1
		100.0%	17.3%	48.0%	33.3%	1.3%
40～49歳	89	89	8	44	36	1
		100.0%	9.0%	49.4%	40.4%	1.1%
50～59歳	100	100	12	51	32	5
		100.0%	12.0%	51.0%	32.0%	5.0%
60～64歳	66	66	16	24	23	3
		100.0%	24.2%	36.4%	34.8%	4.5%
65～69歳	69	69	19	32	11	7
		100.0%	27.5%	46.4%	15.9%	10.1%
70歳以上	162	162	41	38	44	39
		100.0%	25.3%	23.5%	27.2%	24.1%
無回答	0	0	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
性別無回答	8	8	1	0	4	3
		100.0%	12.5%	0.0%	50.0%	37.5%

② 市町村消費生活センター・相談窓口

市町村消費生活センター・相談窓口については、「名前は知っているが内容は知らない」が45.7%と最も多く、次いで「名前も内容も知っている」が27.1%となっている。

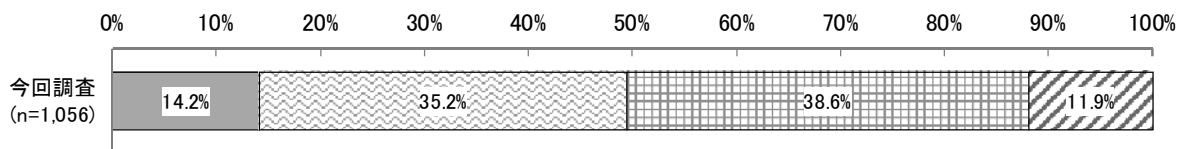


■ 名前も内容も知っている ▨ 名前は知っているが内容は知らない ▩ 名前も内容も知らない ▤ 無回答

上段: 回答者数 下段: 構成比		合計	名前も内容も知っている	名前が知っているが内容は知らない	名前も内容も知らない	無回答
上位1位 上位2位						
今回調査		1,056 100.0%	286 27.1%	483 45.7%	187 17.7%	100 9.5%
男性		453 100.0%	121 26.7%	212 46.8%	84 18.5%	36 7.9%
18～19歳		5 100.0%	1 20.0%	3 60.0%	1 20.0%	0 0.0%
20～29歳		24 100.0%	4 16.7%	16 66.7%	4 16.7%	0 0.0%
30～39歳		46 100.0%	10 21.7%	23 50.0%	12 26.1%	1 2.2%
40～49歳		69 100.0%	22 31.9%	32 46.4%	13 18.8%	2 2.9%
50～59歳		63 100.0%	22 34.9%	32 50.8%	7 11.1%	2 3.2%
60～64歳		51 100.0%	12 23.5%	25 49.0%	13 25.5%	1 2.0%
65～69歳		60 100.0%	16 26.7%	28 46.7%	11 18.3%	5 8.3%
70歳以上		135 100.0%	34 25.2%	53 39.3%	23 17.0%	25 18.5%
無回答		0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
女性		595 100.0%	164 27.6%	270 45.4%	100 16.8%	61 10.3%
18～19歳		4 100.0%	0 0.0%	2 50.0%	2 50.0%	0 0.0%
20～29歳		30 100.0%	5 16.7%	16 53.3%	9 30.0%	0 0.0%
30～39歳		75 100.0%	17 22.7%	40 53.3%	16 21.3%	2 2.7%
40～49歳		89 100.0%	14 15.7%	50 56.2%	23 25.8%	2 2.2%
50～59歳		100 100.0%	29 29.0%	54 54.0%	13 13.0%	4 4.0%
60～64歳		66 100.0%	22 33.3%	32 48.5%	9 13.6%	3 4.5%
65～69歳		69 100.0%	22 31.9%	33 47.8%	6 8.7%	8 11.6%
70歳以上		162 100.0%	55 34.0%	43 26.5%	22 13.6%	42 25.9%
無回答		0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
性別無回答		8 100.0%	1 12.5%	1 12.5%	3 37.5%	3 37.5%

③ 県消費生活センターまたは大島消費生活相談所

県消費生活センターまたは大島消費生活相談所については、「名前も内容も知らない」が38.6%と最も多く、次いで「名前は知っているが内容は知らない」が35.2%となっている。

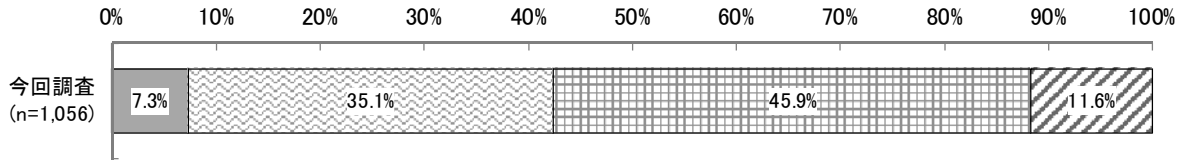


■ 名前も内容も知っている ▨ 名前は知っているが内容は知らない ▩ 名前も内容も知らない ▩ 無回答

	上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	て名前も 内容も知っ ている	が名前 は知って いる が内容 は知ら ない	ない 名前 も 内容 も 知 ら な い	無 回 答
今回調査	1,056 100.0%	150 14.2%	372 35.2%	408 38.6%	126 11.9%	
男性	453 100.0%	70 15.5%	159 35.1%	175 38.6%	49 10.8%	
18～19歳	5 100.0%	1 20.0%	0 0.0%	4 80.0%	0 0.0%	
20～29歳	24 100.0%	2 8.3%	11 45.8%	11 45.8%	0 0.0%	
30～39歳	46 100.0%	4 8.7%	12 26.1%	29 63.0%	1 2.2%	
40～49歳	69 100.0%	15 21.7%	20 29.0%	30 43.5%	4 5.8%	
50～59歳	63 100.0%	14 22.2%	24 38.1%	23 36.5%	2 3.2%	
60～64歳	51 100.0%	7 13.7%	23 45.1%	20 39.2%	1 2.0%	
65～69歳	60 100.0%	8 13.3%	25 41.7%	20 33.3%	7 11.7%	
70歳以上	135 100.0%	19 14.1%	44 32.6%	38 28.1%	34 25.2%	
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
女性	595 100.0%	80 13.4%	212 35.6%	230 38.7%	73 12.3%	
18～19歳	4 100.0%	0 0.0%	2 50.0%	2 50.0%	0 0.0%	
20～29歳	30 100.0%	1 3.3%	8 26.7%	21 70.0%	0 0.0%	
30～39歳	75 100.0%	11 14.7%	21 28.0%	41 54.7%	2 2.7%	
40～49歳	89 100.0%	3 3.4%	35 39.3%	50 56.2%	1 1.1%	
50～59歳	100 100.0%	12 12.0%	44 44.0%	38 38.0%	6 6.0%	
60～64歳	66 100.0%	15 22.7%	27 40.9%	21 31.8%	3 4.5%	
65～69歳	69 100.0%	13 18.8%	32 46.4%	13 18.8%	11 15.9%	
70歳以上	162 100.0%	25 15.4%	43 26.5%	44 27.2%	50 30.9%	
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
性別無回答	8 100.0%	0 0.0%	1 12.5%	3 37.5%	4 50.0%	

④ 独立行政法人国民生活センター

独立行政法人国民生活センターについては「名前も内容も知らない」が45.9%と最も多く、次いで「名前は知っているが内容は知らない」が35.1%となっている。



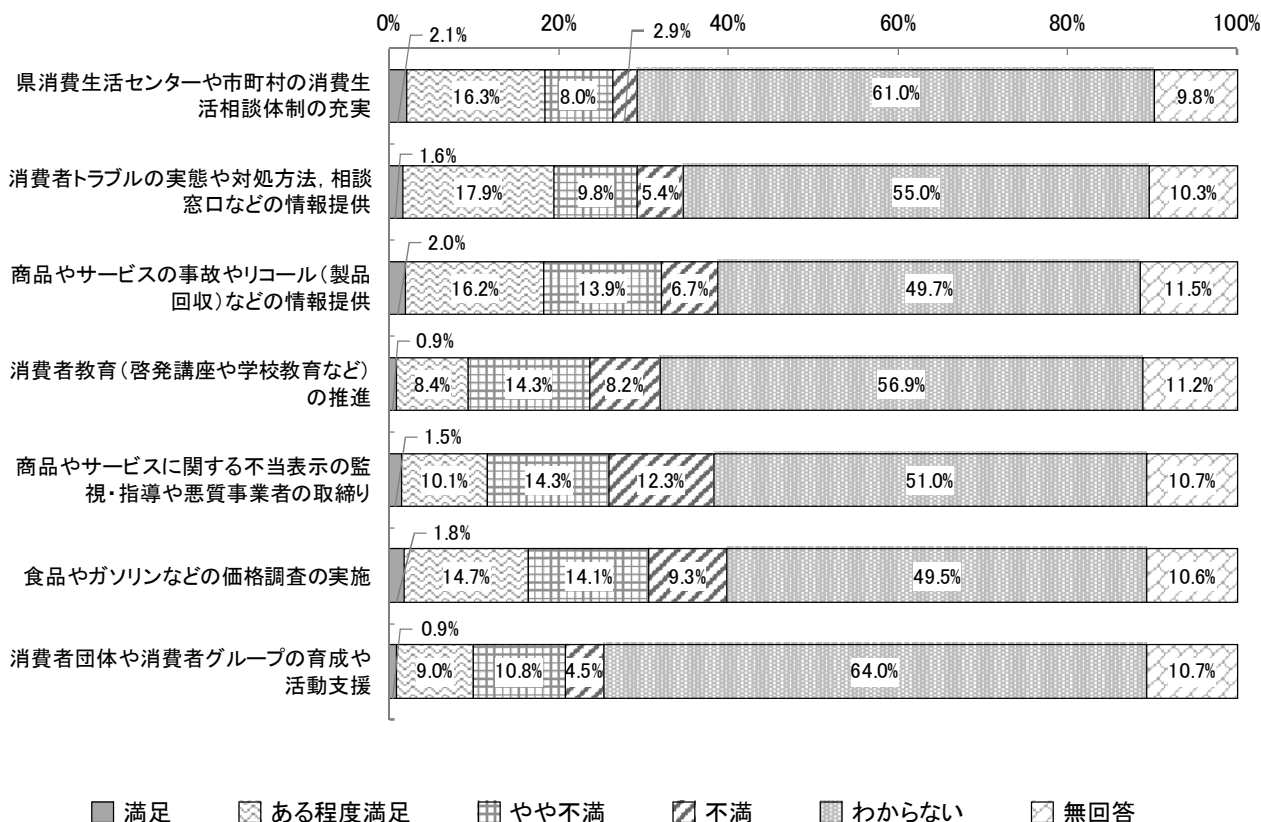
■ 名前も内容も知っている ▨ 名前は知っているが内容は知らない ▩ 名前も内容も知らない ▩ 無回答

	上段: 回答者数 下段: 構成比		て名前も 内容も知っ ている	が名前 は知って いる が内容 は知ら ない	ない 名前 も 内容 も 知 ら な い	無 回 答
	合計					
今回調査	1,056		77	371	485	123
	100.0%		7.3%	35.1%	45.9%	11.6%
男性	453		40	159	209	45
	100.0%		8.8%	35.1%	46.1%	9.9%
18～19歳	5		0	3	2	0
	100.0%		0.0%	60.0%	40.0%	0.0%
20～29歳	24		2	9	13	0
	100.0%		8.3%	37.5%	54.2%	0.0%
30～39歳	46		3	19	23	1
	100.0%		6.5%	41.3%	50.0%	2.2%
40～49歳	69		6	20	39	4
	100.0%		8.7%	29.0%	56.5%	5.8%
50～59歳	63		9	27	26	1
	100.0%		14.3%	42.9%	41.3%	1.6%
60～64歳	51		4	23	23	1
	100.0%		7.8%	45.1%	45.1%	2.0%
65～69歳	60		7	22	25	6
	100.0%		11.7%	36.7%	41.7%	10.0%
70歳以上	135		9	36	58	32
	100.0%		6.7%	26.7%	43.0%	23.7%
無回答	0		0	0	0	0
	0.0%		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
女性	595		37	209	274	75
	100.0%		6.2%	35.1%	46.1%	12.6%
18～19歳	4		0	1	3	0
	100.0%		0.0%	25.0%	75.0%	0.0%
20～29歳	30		0	6	24	0
	100.0%		0.0%	20.0%	80.0%	0.0%
30～39歳	75		6	22	45	2
	100.0%		8.0%	29.3%	60.0%	2.7%
40～49歳	89		6	33	49	1
	100.0%		6.7%	37.1%	55.1%	1.1%
50～59歳	100		7	34	54	5
	100.0%		7.0%	34.0%	54.0%	5.0%
60～64歳	66		2	31	29	4
	100.0%		3.0%	47.0%	43.9%	6.1%
65～69歳	69		4	33	21	11
	100.0%		5.8%	47.8%	30.4%	15.9%
70歳以上	162		12	49	49	52
	100.0%		7.4%	30.2%	30.2%	32.1%
無回答	0		0	0	0	0
	0.0%		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
性別無回答	8		0	3	2	3
	100.0%		0.0%	37.5%	25.0%	37.5%

問 2 5 次の行政の取り組みについてどの程度満足していますか。①～⑦のすべての項目について、それぞれあてはまるものを一つ選び○を記入してください。(単数回答)

行政の取組への満足度については、「満足（満足＋ある程度満足）」は「消費者トラブルの実態や対処方法，相談窓口などの情報提供」が 19.5%と最も多く，「消費者教育（啓発講座や学校教育など）の推進」については 9.3%となっている。

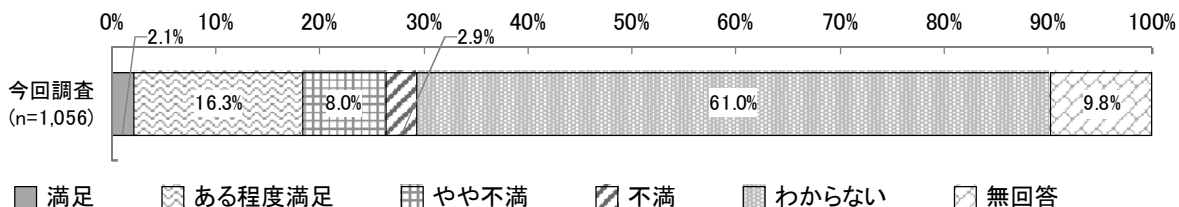
(n=1,056)



項目	合計	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
		人数	人数	人数	人数	人数	人数
県消費生活センターや市町村の消費生活相談体制の充実	1,056	22	172	84	31	644	103
消費者トラブルの実態や対処方法，相談窓口などの情報提供	1,056	17	189	103	57	581	109
商品やサービスの事故やリコール(製品回収)などの情報提供	1,056	21	171	147	71	525	121
消費者教育(啓発講座や学校教育など)の推進	1,056	10	89	151	87	601	118
商品やサービスに関する不当表示の監視・指導や悪質事業者の取締り	1,056	16	107	151	130	539	113
食品やガソリンなどの価格調査の実施	1,056	19	155	149	98	523	112
消費者団体や消費者グループの育成や活動支援	1,056	10	95	114	48	676	113

① 県消費生活センターや市町村の消費生活相談体制の充実

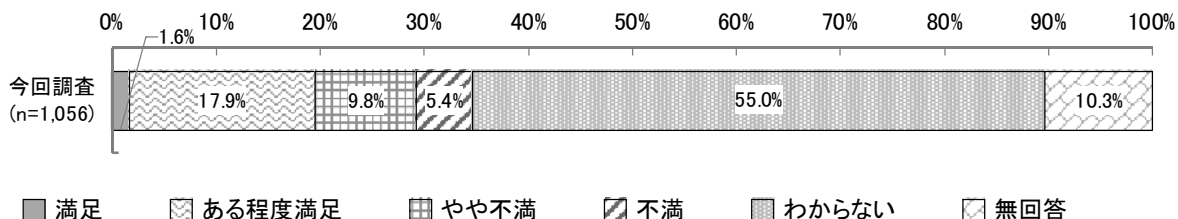
県消費生活センターや市町村の消費生活相談体制の充実については、「わからない」が61.0%と最も多く、次いで「満足」は「ある程度満足」と合わせて18.4%となっている。



上段: 回答者数 下段: 構成比		合計	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
■ 上位1位 ▨ 上位2位								
今回調査	1,056	100.0%	22	172	84	31	644	103
男性	453	100.0%	9	74	42	20	267	41
18～19歳	5	100.0%	0	2	1	0	2	0
20～29歳	24	100.0%	1	3	2	2	16	0
30～39歳	46	100.0%	1	5	6	3	30	1
40～49歳	69	100.0%	1	12	5	3	45	3
50～59歳	63	100.0%	1	7	11	4	38	2
60～64歳	51	100.0%	0	9	5	3	32	2
65～69歳	60	100.0%	2	11	3	1	38	5
70歳以上	135	100.0%	3	25	9	4	66	28
無回答	0	0.0%	0	0	0	0	0	0
女性	595	100.0%	13	98	42	10	374	58
18～19歳	4	100.0%	0	0	1	0	3	0
20～29歳	30	100.0%	1	5	3	0	21	0
30～39歳	75	100.0%	4	9	3	2	54	3
40～49歳	89	100.0%	1	8	8	1	70	1
50～59歳	100	100.0%	1	16	9	3	65	6
60～64歳	66	100.0%	0	16	8	2	38	2
65～69歳	69	100.0%	1	12	5	0	45	6
70歳以上	162	100.0%	5	32	5	2	78	40
無回答	0	0.0%	0	0	0	0	0	0
性別無回答	8	100.0%	0	0	0	1	3	4

② 消費者トラブルの実態や対処方法、相談窓口などの情報提供

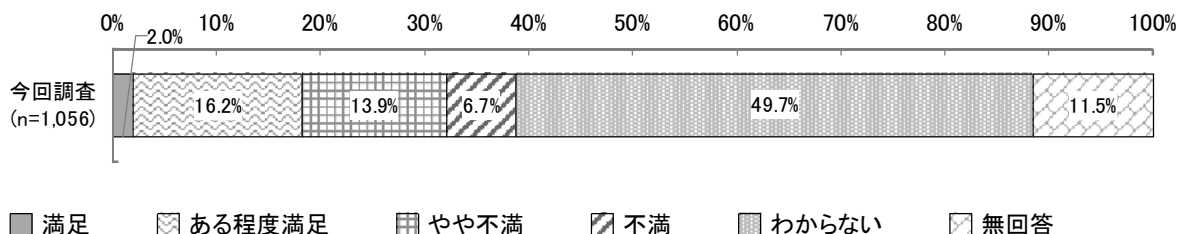
消費者トラブルの実態や対処方法、相談窓口などの情報提供については、「わからない」が55.0%と最も多く、次いで「満足」は「ある程度満足」と合わせて19.5%となっている。



上段: 回答者数 下段: 構成比		合計	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
消費者	今回調査	1,056	17	189	103	57	581	109
		100.0%	1.6%	17.9%	9.8%	5.4%	55.0%	10.3%
	男性	453	7	79	50	33	244	40
		100.0%	1.5%	17.4%	11.0%	7.3%	53.9%	8.8%
	18～19歳	5	0	0	3	1	1	0
		100.0%	0.0%	0.0%	60.0%	20.0%	20.0%	0.0%
	20～29歳	24	1	4	0	3	16	0
		100.0%	4.2%	16.7%	0.0%	12.5%	66.7%	0.0%
	30～39歳	46	1	8	4	5	27	1
		100.0%	2.2%	17.4%	8.7%	10.9%	58.7%	2.2%
	40～49歳	69	1	14	6	5	40	3
		100.0%	1.4%	20.3%	8.7%	7.2%	58.0%	4.3%
	50～59歳	63	0	9	13	5	34	2
		100.0%	0.0%	14.3%	20.6%	7.9%	54.0%	3.2%
	60～64歳	51	0	6	6	5	31	3
		100.0%	0.0%	11.8%	11.8%	9.8%	60.8%	5.9%
	65～69歳	60	1	13	4	4	33	5
		100.0%	1.7%	21.7%	6.7%	6.7%	55.0%	8.3%
	70歳以上	135	3	25	14	5	62	26
		100.0%	2.2%	18.5%	10.4%	3.7%	45.9%	19.3%
無回答	0	0	0	0	0	0	0	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
女性	595	10	110	53	23	334	65	
	100.0%	1.7%	18.5%	8.9%	3.9%	56.1%	10.9%	
18～19歳	4	0	1	0	0	3	0	
	100.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	75.0%	0.0%	
20～29歳	30	0	7	3	0	20	0	
	100.0%	0.0%	23.3%	10.0%	0.0%	66.7%	0.0%	
30～39歳	75	4	12	8	4	45	2	
	100.0%	5.3%	16.0%	10.7%	5.3%	60.0%	2.7%	
40～49歳	89	1	9	8	4	66	1	
	100.0%	1.1%	10.1%	9.0%	4.5%	74.2%	1.1%	
50～59歳	100	0	23	11	4	56	6	
	100.0%	0.0%	23.0%	11.0%	4.0%	56.0%	6.0%	
60～64歳	66	1	16	7	2	38	2	
	100.0%	1.5%	24.2%	10.6%	3.0%	57.6%	3.0%	
65～69歳	69	0	16	5	1	39	8	
	100.0%	0.0%	23.2%	7.2%	1.4%	56.5%	11.6%	
70歳以上	162	4	26	11	8	67	46	
	100.0%	2.5%	16.0%	6.8%	4.9%	41.4%	28.4%	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
性別無回答	8	0	0	0	1	3	4	
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	37.5%	50.0%	

③ 商品やサービスの事故やリコールなどの情報提供

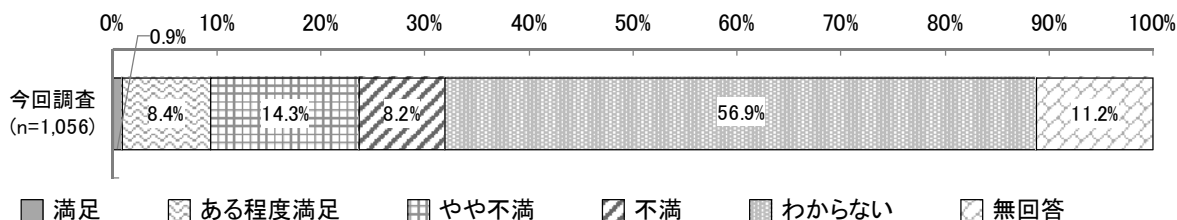
商品やサービスの事故やリコールについては、「わからない」が49.7%と最も多く、次いで「不満」は「やや不満」と合わせて20.6%となっている。



	上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
今回調査	1,056 100.0%	21 2.0%	171 16.2%	147 13.9%	71 6.7%	525 49.7%	121 11.5%	
男性	453 100.0%	7 1.5%	64 14.1%	66 14.6%	42 9.3%	225 49.7%	49 10.8%	
18～19歳	5 100.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%	2 40.0%	1 20.0%	0 0.0%	
20～29歳	24 100.0%	1 4.2%	1 4.2%	5 20.8%	4 16.7%	16 66.7%	0 0.0%	
30～39歳	46 100.0%	1 2.2%	5 10.9%	5 10.9%	6 13.0%	28 60.9%	1 2.2%	
40～49歳	69 100.0%	1 1.4%	17 24.6%	14 20.3%	3 4.3%	31 44.9%	3 4.3%	
50～59歳	63 100.0%	0 0.0%	8 12.7%	13 20.6%	7 11.1%	33 52.4%	2 3.2%	
60～64歳	51 100.0%	0 0.0%	6 11.8%	7 13.7%	8 15.7%	27 52.9%	3 5.9%	
65～69歳	60 100.0%	1 1.7%	10 16.7%	6 10.0%	6 10.0%	29 48.3%	8 13.3%	
70歳以上	135 100.0%	3 2.2%	16 11.9%	15 11.1%	9 6.7%	60 44.4%	32 23.7%	
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
女性	595 100.0%	13 2.2%	107 18.0%	81 13.6%	29 4.9%	297 49.9%	68 11.4%	
18～19歳	4 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 25.0%	3 75.0%	0 0.0%	
20～29歳	30 100.0%	2 6.7%	10 33.3%	3 10.0%	0 0.0%	15 50.0%	0 0.0%	
30～39歳	75 100.0%	3 4.0%	16 21.3%	10 13.3%	3 4.0%	41 54.7%	2 2.7%	
40～49歳	89 100.0%	1 1.1%	9 10.1%	13 14.6%	7 7.9%	58 65.2%	1 1.1%	
50～59歳	100 100.0%	1 1.0%	21 21.0%	17 17.0%	5 5.0%	49 49.0%	7 7.0%	
60～64歳	66 100.0%	1 1.5%	13 19.7%	14 21.2%	2 3.0%	34 51.5%	2 3.0%	
65～69歳	69 100.0%	2 2.9%	13 18.8%	8 11.6%	1 1.4%	38 55.1%	7 10.1%	
70歳以上	162 100.0%	3 1.9%	25 15.4%	16 9.9%	10 6.2%	59 36.4%	49 30.2%	
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
性別無回答	8 100.0%	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 37.5%	4 50.0%	

④ 消費者教育（啓発講座や学校教育など）の推進

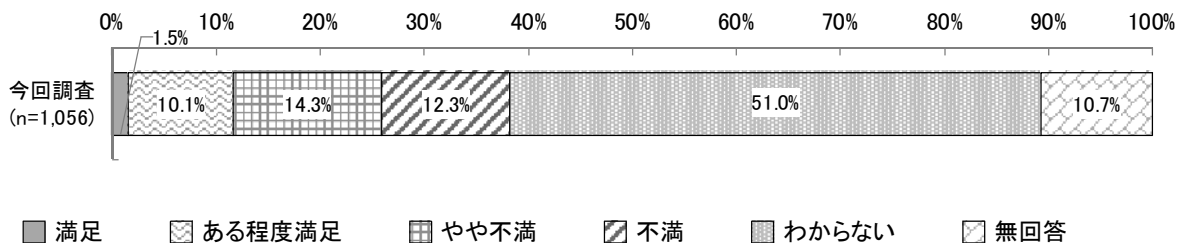
消費者教育の推進については、「わからない」が56.9%と最も多く、次いで「不満」は「やや不満」と合わせて22.5%となっている。



	上段: 回答者数 下段: 構成比	合計	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
今回調査	1,056 100.0%	10 0.9%	89 8.4%	151 14.3%	87 8.2%	601 56.9%	118 11.2%	
男性	453 100.0%	7 1.5%	40 8.8%	70 15.5%	49 10.8%	242 53.4%	45 9.9%	
18～19歳	5 100.0%	1 20.0%	0 0.0%	2 40.0%	2 40.0%	0 0.0%	0 0.0%	
20～29歳	24 100.0%	1 4.2%	1 4.2%	3 12.5%	4 16.7%	14 58.3%	1 4.2%	
30～39歳	46 100.0%	0 0.0%	7 15.2%	9 19.6%	6 13.0%	23 50.0%	1 2.2%	
40～49歳	69 100.0%	1 1.4%	7 10.1%	15 21.7%	7 10.1%	36 52.2%	3 4.3%	
50～59歳	63 100.0%	0 0.0%	4 6.3%	11 17.5%	9 14.3%	37 58.7%	2 3.2%	
60～64歳	51 100.0%	0 0.0%	7 13.7%	7 13.7%	6 11.8%	28 54.9%	3 5.9%	
65～69歳	60 100.0%	1 1.7%	7 11.7%	9 15.0%	4 6.7%	33 55.0%	6 10.0%	
70歳以上	135 100.0%	3 2.2%	7 5.2%	14 10.4%	11 8.1%	71 52.6%	29 21.5%	
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
女性	595 100.0%	3 0.5%	49 8.2%	81 13.6%	37 6.2%	357 60.0%	68 11.4%	
18～19歳	4 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 25.0%	3 75.0%	0 0.0%	
20～29歳	30 100.0%	0 0.0%	6 20.0%	6 20.0%	1 3.3%	17 56.7%	0 0.0%	
30～39歳	75 100.0%	1 1.3%	6 8.0%	11 14.7%	3 4.0%	52 69.3%	2 2.7%	
40～49歳	89 100.0%	1 1.1%	7 7.9%	8 9.0%	11 12.4%	61 68.5%	1 1.1%	
50～59歳	100 100.0%	0 0.0%	7 7.0%	16 16.0%	7 7.0%	64 64.0%	6 6.0%	
60～64歳	66 100.0%	0 0.0%	5 7.6%	12 18.2%	2 3.0%	45 68.2%	2 3.0%	
65～69歳	69 100.0%	0 0.0%	7 10.1%	9 13.0%	1 1.4%	45 65.2%	7 10.1%	
70歳以上	162 100.0%	1 0.6%	11 6.8%	19 11.7%	11 6.8%	70 43.2%	50 30.9%	
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
性別無回答	8 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 12.5%	2 25.0%	5 62.5%	

⑤ 商品やサービスに関する不当表示の監視・指導や悪質事業者の取締り

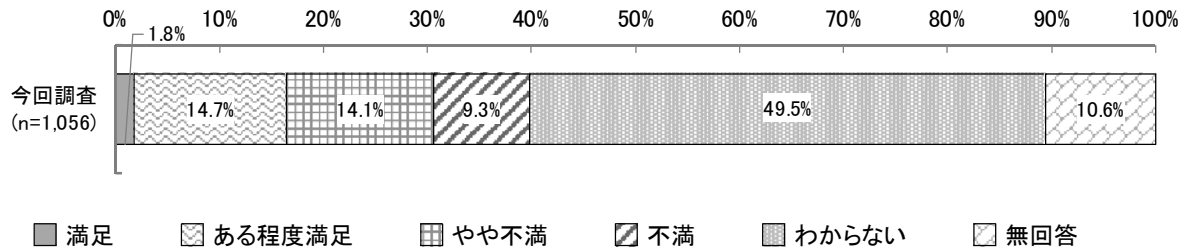
商品やサービスに関する不当表示の監視・指導や悪質事業者の取締りについては、「わからない」が51.0%と最も多く、次いで「不満」は「やや不満」と合わせて26.6%となっている。



上段:回答者数 下段:構成比		合計	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
一般消費者	今回調査	1,056	16	107	151	130	539	113
		100.0%	1.5%	10.1%	14.3%	12.3%	51.0%	10.7%
	男性	453	10	41	71	73	216	42
		100.0%	2.2%	9.1%	15.7%	16.1%	47.7%	9.3%
	18～19歳	5	1	0	2	1	1	0
		100.0%	20.0%	0.0%	40.0%	20.0%	20.0%	0.0%
	20～29歳	24	1	2	3	5	13	0
		100.0%	4.2%	8.3%	12.5%	20.8%	54.2%	0.0%
	30～39歳	46	1	7	8	6	23	1
		100.0%	2.2%	15.2%	17.4%	13.0%	50.0%	2.2%
	40～49歳	69	0	8	15	9	35	2
		100.0%	0.0%	11.6%	21.7%	13.0%	50.7%	2.9%
	50～59歳	63	1	7	9	14	31	1
		100.0%	1.6%	11.1%	14.3%	22.2%	49.2%	1.6%
	60～64歳	51	0	6	7	9	25	4
		100.0%	0.0%	11.8%	13.7%	17.6%	49.0%	7.8%
	65～69歳	60	1	4	12	6	31	6
		100.0%	1.7%	6.7%	20.0%	10.0%	51.7%	10.0%
	70歳以上	135	5	7	15	23	57	28
		100.0%	3.7%	5.2%	11.1%	17.0%	42.2%	20.7%
無回答	0	0	0	0	0	0	0	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
女性	595	6	66	80	56	321	66	
	100.0%	1.0%	11.1%	13.4%	9.4%	53.9%	11.1%	
18～19歳	4	0	0	0	1	3	0	
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%	
20～29歳	30	0	3	5	3	19	0	
	100.0%	0.0%	10.0%	16.7%	10.0%	63.3%	0.0%	
30～39歳	75	1	10	12	3	47	2	
	100.0%	1.3%	13.3%	16.0%	4.0%	62.7%	2.7%	
40～49歳	89	1	4	13	11	57	3	
	100.0%	1.1%	4.5%	14.6%	12.4%	64.0%	3.4%	
50～59歳	100	0	14	13	12	55	6	
	100.0%	0.0%	14.0%	13.0%	12.0%	55.0%	6.0%	
60～64歳	66	1	9	8	7	39	2	
	100.0%	1.5%	13.6%	12.1%	10.6%	59.1%	3.0%	
65～69歳	69	1	7	8	6	40	7	
	100.0%	1.4%	10.1%	11.6%	8.7%	58.0%	10.1%	
70歳以上	162	2	19	21	13	61	46	
	100.0%	1.2%	11.7%	13.0%	8.0%	37.7%	28.4%	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
性別無回答	8	0	0	0	1	2	5	
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%	62.5%	

⑥ 食品やガソリンなどの価格調査の実施

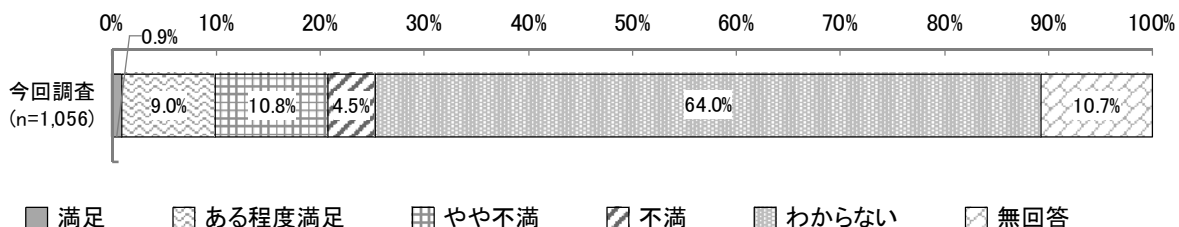
食品やガソリンなどの価格調査の実施については、「わからない」が49.5%と最も多く、次いで「不満」は「やや不満」と合わせて23.4%となっている。



上段: 回答者数 下段: 構成比		合計	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
一般消費者	今回調査	1,056	19	155	149	98	523	112
		100.0%	1.8%	14.7%	14.1%	9.3%	49.5%	10.6%
	男性	453	10	71	68	49	212	43
		100.0%	2.2%	15.7%	15.0%	10.8%	46.8%	9.5%
	18～19歳	5	0	1	2	0	1	1
		100.0%	0.0%	20.0%	40.0%	0.0%	20.0%	20.0%
	20～29歳	24	1	2	3	3	15	0
		100.0%	4.2%	8.3%	12.5%	12.5%	62.5%	0.0%
	30～39歳	46	1	8	9	5	22	1
		100.0%	2.2%	17.4%	19.6%	10.9%	47.8%	2.2%
	40～49歳	69	2	12	11	5	36	3
		100.0%	2.9%	17.4%	15.9%	7.2%	52.2%	4.3%
	50～59歳	63	0	11	8	7	35	2
		100.0%	0.0%	17.5%	12.7%	11.1%	55.6%	3.2%
	60～64歳	51	0	7	10	7	24	3
		100.0%	0.0%	13.7%	19.6%	13.7%	47.1%	5.9%
	65～69歳	60	1	11	7	9	27	5
		100.0%	1.7%	18.3%	11.7%	15.0%	45.0%	8.3%
	70歳以上	135	5	19	18	13	52	28
		100.0%	3.7%	14.1%	13.3%	9.6%	38.5%	20.7%
無回答	0	0	0	0	0	0	0	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
女性	595	9	82	81	48	309	66	
	100.0%	1.5%	13.8%	13.6%	8.1%	51.9%	11.1%	
18～19歳	4	0	1	0	1	2	0	
	100.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	50.0%	0.0%	
20～29歳	30	0	6	2	3	19	0	
	100.0%	0.0%	20.0%	6.7%	10.0%	63.3%	0.0%	
30～39歳	75	2	9	14	7	41	2	
	100.0%	2.7%	12.0%	18.7%	9.3%	54.7%	2.7%	
40～49歳	89	1	10	12	6	58	2	
	100.0%	1.1%	11.2%	13.5%	6.7%	65.2%	2.2%	
50～59歳	100	1	17	16	9	52	5	
	100.0%	1.0%	17.0%	16.0%	9.0%	52.0%	5.0%	
60～64歳	66	0	9	13	7	33	4	
	100.0%	0.0%	13.6%	19.7%	10.6%	50.0%	6.1%	
65～69歳	69	2	8	10	5	38	6	
	100.0%	2.9%	11.6%	14.5%	7.2%	55.1%	8.7%	
70歳以上	162	3	22	14	10	66	47	
	100.0%	1.9%	13.6%	8.6%	6.2%	40.7%	29.0%	
無回答	0	0	0	0	0	0	0	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
性別無回答	8	0	2	0	1	2	3	
	100.0%	0.0%	25.0%	0.0%	12.5%	25.0%	37.5%	

⑦ 消費者団体や消費者グループの育成や活動支援

消費者団体や消費者グループの育成や活動支援については、「わからない」が64.0%と最も多く、次いで「不満」は「やや不満」と合わせて15.3%となっている。

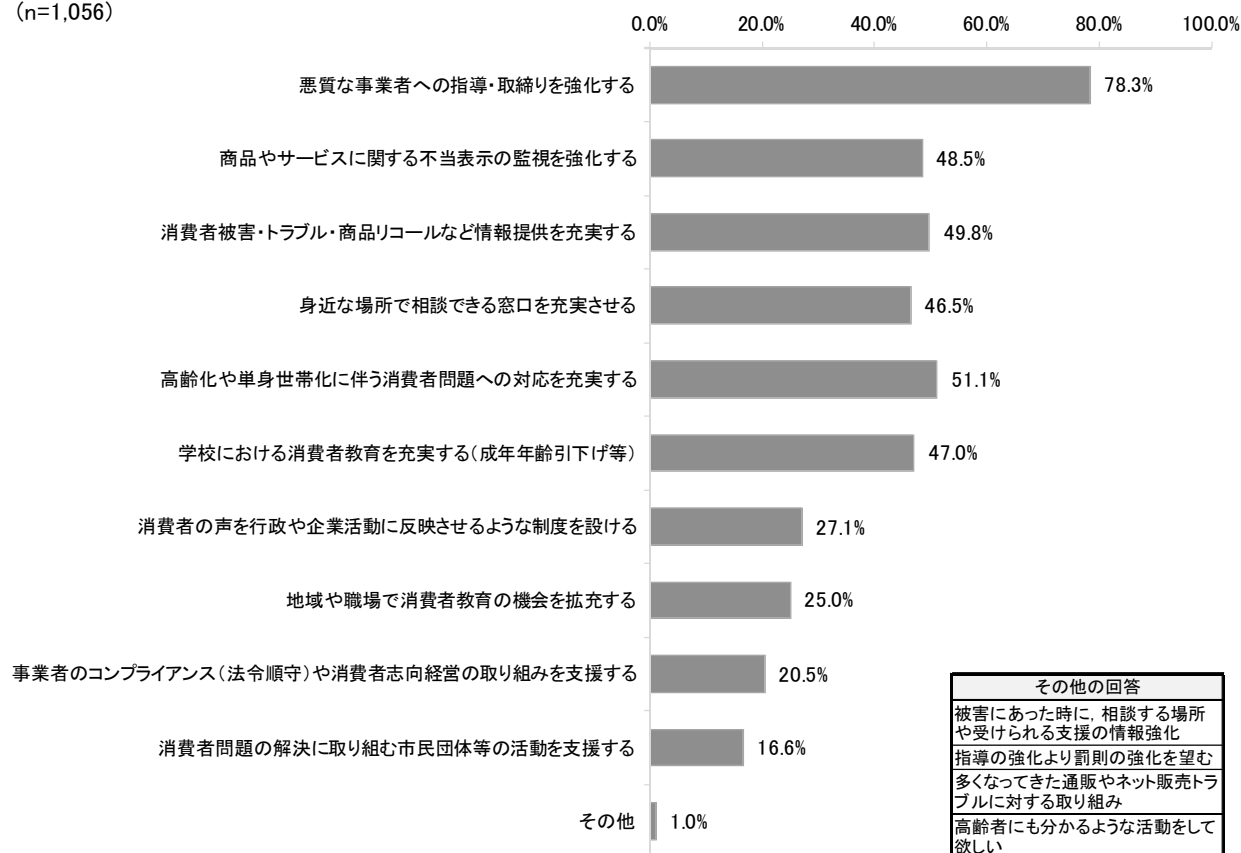


		合計	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
消費者	今回調査	1,056 100.0%	10 0.9%	95 9.0%	114 10.8%	48 4.5%	676 64.0%	113 10.7%
	男性	453 100.0%	5 1.1%	40 8.8%	61 13.5%	28 6.2%	274 60.5%	45 9.9%
	18～19歳	5 100.0%	0 0.0%	1 20.0%	2 40.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%
	20～29歳	24 100.0%	1 4.2%	2 8.3%	4 16.7%	3 12.5%	14 58.3%	0 0.0%
	30～39歳	46 100.0%	0 0.0%	3 6.5%	5 10.9%	5 10.9%	32 69.6%	1 2.2%
	40～49歳	69 100.0%	0 0.0%	7 10.1%	7 10.1%	5 7.2%	47 68.1%	3 4.3%
	50～59歳	63 100.0%	0 0.0%	4 6.3%	10 15.9%	4 6.3%	43 68.3%	2 3.2%
	60～64歳	51 100.0%	0 0.0%	3 5.9%	9 17.6%	4 7.8%	32 62.7%	3 5.9%
	65～69歳	60 100.0%	1 1.7%	6 10.0%	10 16.7%	2 3.3%	36 60.0%	5 8.3%
	70歳以上	135 100.0%	3 2.2%	14 10.4%	14 10.4%	5 3.7%	69 51.1%	30 22.2%
	無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
	女性	595 100.0%	4 0.7%	55 9.2%	52 8.7%	20 3.4%	399 67.1%	65 10.9%
	18～19歳	4 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 25.0%	0 0.0%	3 75.0%	0 0.0%
	20～29歳	30 100.0%	0 0.0%	3 10.0%	2 6.7%	1 3.3%	24 80.0%	0 0.0%
	30～39歳	75 100.0%	2 2.7%	9 12.0%	6 8.0%	1 1.3%	55 73.3%	2 2.7%
	40～49歳	89 100.0%	0 0.0%	8 9.0%	5 5.6%	4 4.5%	71 79.8%	1 1.1%
	50～59歳	100 100.0%	0 0.0%	6 6.0%	12 12.0%	2 2.0%	74 74.0%	6 6.0%
	60～64歳	66 100.0%	0 0.0%	3 4.5%	8 12.1%	4 6.1%	49 74.2%	2 3.0%
	65～69歳	69 100.0%	1 1.4%	7 10.1%	6 8.7%	1 1.4%	48 69.6%	6 8.7%
	70歳以上	162 100.0%	1 0.6%	19 11.7%	12 7.4%	7 4.3%	75 46.3%	48 29.6%
無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
性別無回答	8 100.0%	1 12.5%	0 0.0%	1 12.5%	0 0.0%	3 37.5%	3 37.5%	

問26 消費者問題への取り組みとして、行政に今後望むことは何ですか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

行政に望むことについては、「悪質な事業者への指導・取締りを強化する」が78.3%と最も多く、次いで「高齢化や単身世帯化に伴う消費者問題への対応を充実する」が51.1%、「消費者被害・トラブル・商品リコールなど情報提供を充実する」が49.8%となっている。

(n=1,056)



その他の回答
被害にあった時に、相談する場所や受けられる支援の情報強化
指導の強化より罰則の強化を望む
多くなってきた通販やネット販売トラブルに対する取り組み
高齢者にも分かるような活動をして欲しい

	上段：回答者数 下段：構成比	合計	悪質な事業者への指導・取締りを強化する	商品やサービスの監視を強化する	個人情報提供を充実する	消費者被害・トラブル情報提供を充実する	身近な場所での相談できる窓口を充実させる	高齢化や単身世帯化に伴う消費者問題への対応を充実する	学校における消費者教育を充実する（成年齢引下げ等）	企業活動に行政や消費者の声を反映させるような制度を設けさせる	消費者の声を行政や消費者の機会を拡充する	地域や職場で消費者教育の機会を拡充する	事業者のコンプライアンス（法令順守）や消費者志向経営の取り組みを支援する	消費者問題の解決に取り組む市民団体等の活動を支援する	その他
今回調査	1,056	827	512	526	491	540	496	286	264	216	175	11			
	-	78.3%	48.5%	49.8%	46.5%	51.1%	47.0%	27.1%	25.0%	20.5%	16.6%	1.0%			
男性	453	363	229	235	202	229	204	116	116	108	75	2			
	-	80.1%	50.6%	51.9%	44.6%	50.6%	45.0%	25.6%	23.8%	23.8%	16.6%	0.4%			
18～19歳	5	2	2	1	0	3	2	1	1	1	0	1			
	-	40.0%	40.0%	20.0%	0.0%	60.0%	40.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%			
20～29歳	24	17	12	9	13	10	12	8	8	7	2	0			
	-	70.8%	50.0%	37.5%	54.2%	41.7%	50.0%	33.3%	33.3%	29.2%	8.3%	0.0%			
30～39歳	46	38	19	23	26	14	26	10	14	12	6	0			
	-	82.6%	41.3%	50.0%	56.5%	30.4%	56.5%	21.7%	30.4%	26.1%	13.0%	0.0%			
40～49歳	69	58	32	43	28	38	45	12	19	15	7	0			
	-	84.1%	46.4%	62.3%	40.6%	55.1%	65.2%	17.4%	27.5%	21.7%	10.1%	0.0%			
50～59歳	63	49	30	38	30	33	31	17	19	17	10	0			
	-	77.8%	47.6%	60.3%	47.6%	52.4%	49.2%	27.0%	30.2%	27.0%	15.9%	0.0%			
60～64歳	51	40	26	28	26	30	25	17	15	12	10	0			
	-	78.4%	51.0%	54.9%	51.0%	58.8%	49.0%	33.3%	29.4%	23.5%	19.9%	0.0%			
65～69歳	60	52	33	28	26	28	20	15	10	10	10	0			
	-	86.7%	55.0%	46.7%	43.3%	46.7%	33.3%	25.0%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%			
70歳以上	135	107	75	65	53	73	43	36	30	34	30	1			
	-	79.3%	55.6%	48.1%	39.3%	54.1%	31.9%	26.7%	22.2%	25.2%	22.2%	0.7%			
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%			
女性	595	461	281	290	289	310	291	168	148	107	98	9			
	-	77.5%	47.2%	48.7%	48.6%	52.1%	48.9%	28.2%	24.9%	18.0%	16.5%	1.5%			
18～19歳	4	1	1	1	2	0	2	2	0	0	0	0			
	-	25.0%	25.0%	25.0%	50.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%			
20～29歳	30	26	17	13	14	16	23	12	13	6	6	1			
	-	86.7%	56.7%	43.3%	46.7%	53.3%	76.7%	40.0%	43.3%	20.0%	20.0%	3.3%			
30～39歳	75	61	37	39	43	39	48	23	25	12	8	2			
	-	81.3%	49.3%	52.0%	57.3%	52.0%	64.0%	30.7%	33.3%	16.0%	10.7%	2.7%			
40～49歳	89	74	39	51	33	46	63	21	17	16	5	1			
	-	83.1%	43.8%	57.3%	37.1%	51.7%	70.8%	23.6%	19.1%	18.0%	5.6%	1.1%			
50～59歳	100	85	50	52	52	52	50	25	28	11	12	0			
	-	85.0%	50.0%	52.0%	52.0%	52.0%	50.0%	25.0%	28.0%	11.0%	12.0%	0.0%			
60～64歳	66	49	33	36	36	37	29	18	16	12	10	1			
	-	74.2%	50.0%	54.5%	54.5%	56.1%	43.9%	27.3%	24.2%	18.2%	15.2%	1.5%			
65～69歳	69	55	42	37	46	42	27	29	20	21	18	0			
	-	79.7%	60.9%	53.6%	66.7%	60.9%	39.1%	42.0%	29.0%	30.4%	26.1%	0.0%			
70歳以上	162	110	62	61	63	78	49	38	29	29	39	4			
	-	67.9%	38.3%	37.7%	38.9%	48.1%	30.2%	23.5%	17.9%	17.9%	24.1%	2.5%			
無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%			
性別無回答	8	3	2	1	0	1	1	2	0	1	2	0			
	-	37.5%	25.0%	12.5%	0.0%	12.5%	12.5%	25.0%	0.0%	12.5%	25.0%	0.0%			

問 2 7 消費者問題に関する取り組みの充実のために、ご意見等がございましたら、ご自由にお書きください。

回答（自由記述）
<p>高齢者や耳や目の不自由な方々も泣き寝入りしている人があるかも分からない。健常者だけの対応ではなく、万民に目が届く状態をいろいろな角度から考えてもらえれば、少しは改善されるのではないだろうか。</p>
<p>高齢者にとって一番不安なことは、訪問販売などの悪徳商法や振り込め詐欺である。これまで以上に広報や指導をして欲しい。</p>
<p>団地に独り住まいの老人は、講演等聞きに行かない。行かない人の中には、市からの通知、お知らせ等、読まない人も多い。テレビで何でも知っていると思っている人もいる。やはり、自分は騙されれないと思っている人も年寄りには多い。私は鹿児島市のお達者クラブのボランティアをしている。出席する人は色々と話を聞いてくれるが、皆が皆そうではないので、全体的には難しいと思う。年を取ると、読むことをしなくなる。</p>
<p>自治会長及び、民生委員や児童委員等を活用し、研修等により消費者問題に係わる知識を向上させ、高齢者世帯への対応を充実させたらどうだろうか。</p>
<p>商品サービスに関する専門的な言葉や説明書に、私たち老人には理解しがたい横文字、英単語、専門語が多い。もっと分かりやすい言葉や文章で説明書を作成してもらえると、理解し、被害やトラブルなどの問題を理解できると思う。</p>
<p>独居高齢者が増加している上、認知症の方が多い。電話での消費者トラブルが多く、意味が分からない方が多い為、話を聞いてしまい、騙された例がある。発見することが遅れたり、どうしていいのかわからない方が多い。</p>
<p>高齢者は特に“分からない事”が分からず被害に遇っている。地域、自治会、ご近所等の繋がりが重要だと思う。</p>
<p>目や耳の不自由な老人に対し、きちんと指導出来るような体制を作って欲しい。定期的に地域での勉強会等を開いて欲しい。</p>
<p>詐欺が後を絶たない。高齢者や若年者に対する対応強化を望む（特に、核家族化が進み、独居高齢者が増えている）。社会人になったばかり、大学生になったばかりの若年者の対応も大切（金銭管理や安易にクレジットカード利用&スマホ決済などの後払い等、多重債務に陥る可能性大なのではないか）。個々の意識向上を図ってもらいたい。</p>
<p>キャッシュレス決済をTVやメディアでよく目にするが、一体、高齢者は理解できるのだろうか疑問に思う。キャッシュレス決済を理解せずに、利便性だけで購入も簡単に出来るため、若者の借金なども増えると思うので、もう少し良く理解出来るよう、学生の頃に授業などでも詳しく説明して欲しい。</p>
<p>若い人たち（10代）でも、スマートフォンでいろいろな物を買ったり、有害サイトへのアクセスをしたりすることができるため、様々なトラブルに巻き込まれやすいと思う。私も若い頃は、消費生活についてやお金の事について、全く知識がなく、人から見聞きして少しずつ知っていったので、もしトラブルに巻き込まれることがあったら、誰にも相談できず、悩んでいたと思う。若い人たちへの教育を行うことに力を入れて欲しい。</p>

<p>小中高校までのお金の教育が必要である。労働の対価としてお金があり、収入に見合った消費の仕方をしないとトラブルの基になる事を教えるべきである。</p>
<p>未成年に対する教育を充実させないといけない。大人になってからの教育では遅い。</p>
<p>携帯が身近になり、ネット被害が増加すると思うので、小学生から教育するべきである。</p>
<p>小中高の学生達は、生活に必要なスキルや、大人に利用されない疑う力を備えられるように勉強して欲しい。</p>
<p>あまり触れる事のない問題だが、生活する上で学んでおかなければならない事である。社会人になってからの教育では遅く、小中高とお金に対することも含めて、学び合う視点を持って実行して欲しいと心から願う。</p>
<p>パソコンやスマホで簡単に契約が出来てしまう世の中なので、小学高学年から高校生に対して、年齢別の理解力に合わせた教育や情報提供が必要だと思う。特に金融教育については殆ど家庭任せであり、均一的な教育環境になっていない状況で、アルバイトや就職で社会に出ると金融被害に遭う可能性が高いので、「分割払いやリボルビング払いなどクレジットカードの仕組みや、学生ローン、消費者金融の利用に関する知識、それに伴う多重債務や自己破産の意味と自己破産後の生活環境等」、「金融商品・投資に関するメリット・デメリットの知識」等を学校に通っている内に伝える事が重要だと思う。</p>
<p>消費者問題という言葉に聞きなれていないぐらいなので、もっとたくさんの方が認識していけるようにして欲しい。成年年齢の引き下げもあり、インターネット・スマホ社会での今後、消費者問題の増加にならないようにして欲しい。</p>
<p>消費者教育を受ける機会があれば、学校等の参観日に合わせて実施すると、多くの保護者が集まっているので良いと思う。殆どの家庭で共働き世帯が多く、仕事の調整等をして学校行事や大会等で休みを取得しているので、消費者問題の講習会、勉強会というだけでは、人は集まらないと思う。</p>
<p>あらゆる新しい方法を使って、消費者が被害を被る事案が起きているが、啓蒙が足りないかもしれない。災害マップや災害パンフレットと同様に行政が各世帯に冊子やチラシを配ったり、CMで注意喚起を呼びかける機会がもっと増えたら良いと思う。18歳成人ということで選挙権を行使できるのは賛成だが、契約関係については、もっと事前に、中学校や高校の段階で授業に取り入れ、教育していったほうが良いと思う。日本の教育(学校)は勉強や受験だけに力を入れすぎていて、経済面の構築や契約、被害等に関する教育が家庭任せで、もっと多方面に渡り時間をかけるべきだと思う。きっと今後、若い人(18歳以上)をターゲットにした詐欺も増えると思う。</p>
<p>消費者問題の内容をより分かり易く、タイムリーに提供するシステムの確立が最重要だと思う。</p>
<p>行政が何か取り組んで下さっているとは思いますが、その情報を知らない自分がある。どこに行けば知ることができるのか、まず知りたいと思った。</p>
<p>いつでも誰でも被害者になる状況にある為、繰り返ししつこい消費者問題は無くならないと思う。事件があった場合の状況の報告、伝達、未然に防げた事案、失敗事案、成功事例をとにかく取り上げてもらいたい。FMおおすみでは、消費者問題の話が放送されていた。</p>

<p>以前、友人がトラブルについて消費生活センターに相談してよいか迷ったけれど、勇気を出して電話をしたら、大変親身になって相談に乗ってくれて解決できたと言っていた。相談しやすいように、テレビなどで具体的に相談窓口を紹介していただく機会を増やして欲しい。</p>
<p>私は以前、不動産（賃貸契約に関する点）で県の相談窓口を訪ね、アドバイスをもらい、始良へ引っ越してから裁判所に申し立てた結果、全額返金となったこと等があるので、過去の経験から、問題が生じたら、即、相談窓口を利用することが大事だと思う。この考えがあるから自己責任を理解した上で、消費している。</p>
<p>問題が発生した時、最低限の相談窓口の情報だけは、知っておきたい。相談窓口の情報シールを配布したら良いと思う。</p>
<p>悪質な事業者への取り締まりを充実して欲しい。巧みな言葉に騙されやすい。高齢者になれば、分からないまま印を押してしまう。</p>
<p>自分自身が悪質商法の被害に遇うことはない、根拠のない自信を持っているが、実際は、不確実で被害の可能性は大きいと思った。アンケート内容を検討するだけで、消費者問題を自分の事と考える事が出来た。</p>
<p>分かり易い、安全な説明を行い、住みやすい地域にして欲しい。</p>
<p>子どもの頃から物の大事さや食育を、家庭や学校で教えていくことが大事かなと思う。</p>