

暮らしのアンケート (消費生活に係る県民意識調査)

令和 6 年 8 月



目次

I	調査の概要.....	2
1.	調査目的.....	2
2.	調査項目.....	2
3.	調査対象、期間等.....	3
II	調査対象の属性.....	4
III	調査結果の概要.....	7
	・消費者問題への関心度.....	7
	・個別の消費者問題への関心度.....	8
	・商品やサービスを購入する際の意識.....	9
	・人や環境に配慮して実践している消費者行動.....	10
	・消費者トラブルに遭った経験.....	11
	・消費者トラブルに遭った際の相談相手.....	12
	・誰にも相談しなかった理由.....	13
	・消費生活に関する情報入手先.....	14
	・消費者教育を受けたことのある割合.....	15
	・消費者教育を受けた機会.....	16
	・消費者教育に参加したことがない理由.....	17
	・相談窓口の認知度.....	18
	・行政の取組み満足度.....	19
	・行政の取組み重要度.....	20
	・新たな課題への対応.....	21
IV	調査項目.....	22

I 調査の概要

1. 調査目的

「富山県消費者基本計画」の策定及び消費生活の安定及び向上に向けた効果的な施策の基礎資料とするため、消費生活に対する県民の意識や要望等について調査を行うもの

2. 調査項目

- ・消費者問題への関心度
- ・個別の消費者問題への関心度
- ・商品やサービスを購入する際の意識
- ・人や環境に配慮して実践している消費者行動
- ・消費者トラブルに遭った経験
- ・消費者トラブルに遭った際の相談相手
- ・誰にも相談しなかった理由
- ・消費生活に関する情報入手先
- ・消費者教育を受けたことのある割合
- ・消費者教育を受けた機会
- ・消費者教育に参加したことがない理由
- ・相談窓口の認知度
- ・行政の取組み満足度
- ・行政の取組み重要度
- ・新たな課題への対応

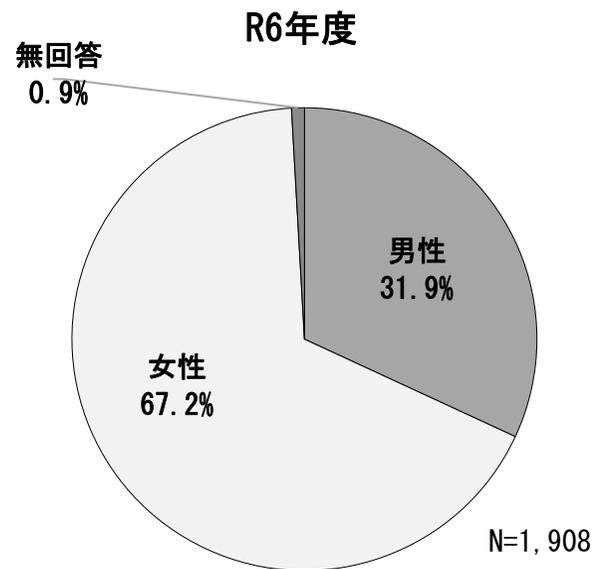
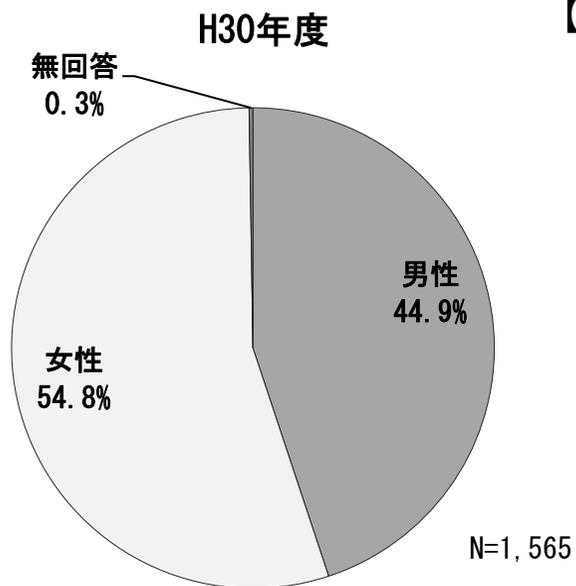
I 調査の概要

3. 調査対象、期間等

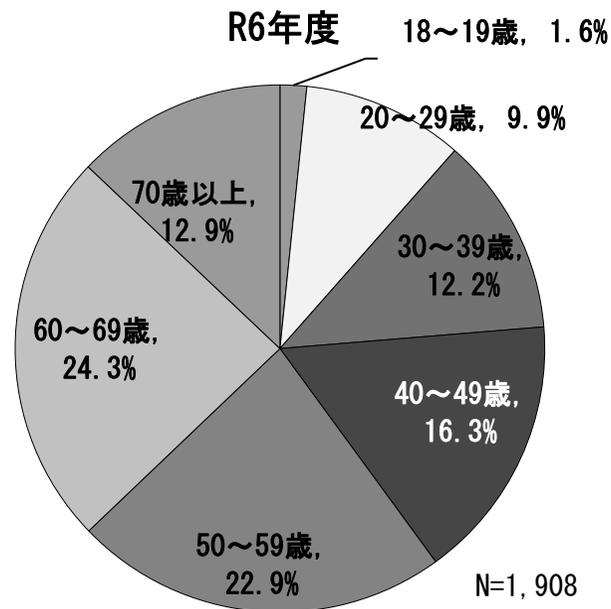
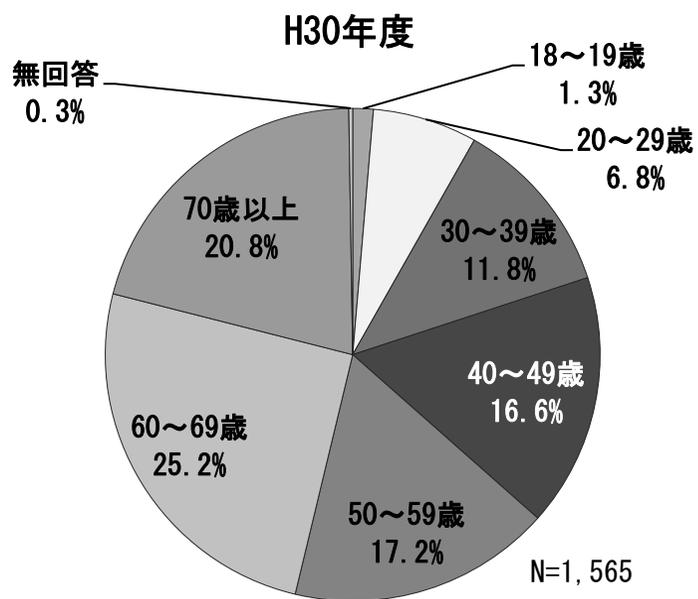
	(参考) 平成30年度	令和6年度
調査名	消費生活に係る県民意識調査	暮らしのアンケート 消費生活に係る県民意識調査
期間	平成30年7月3日～ 7月31日	令和6年6月17日～ 7月7日
地域	富山県全域	富山県全域
対象	満18歳以上の男女	満18歳以上の男女
方法	郵送法 (郵送配布一郵送回収) ・ 標本数 3,000人 ・ 抽出方法 層化2段無作為抽出法	富山県公式LINEで回答を募集
有効回収数	1,565 (回収率 52.2%)	1,908

II 調査対象の属性

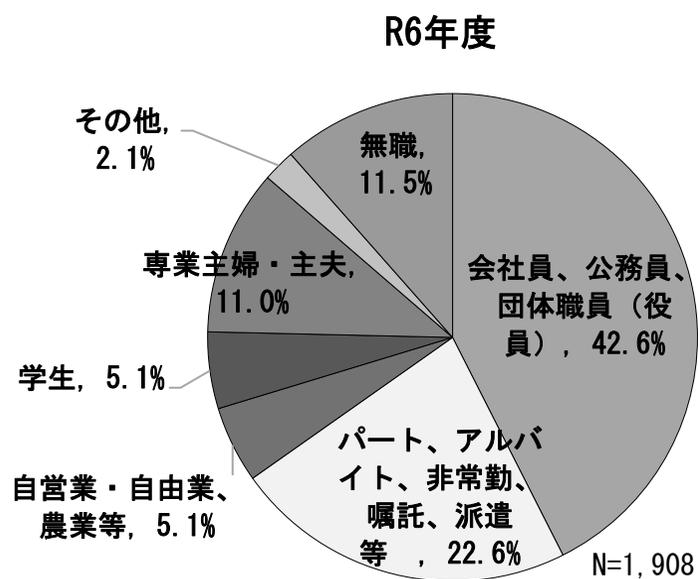
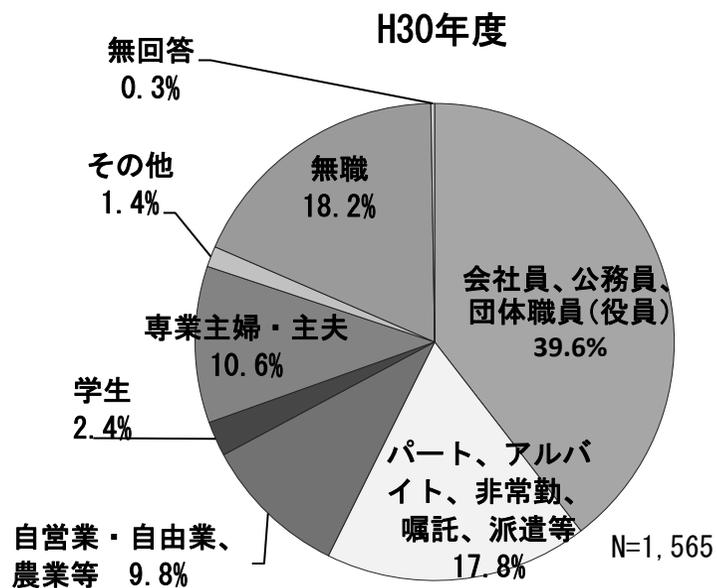
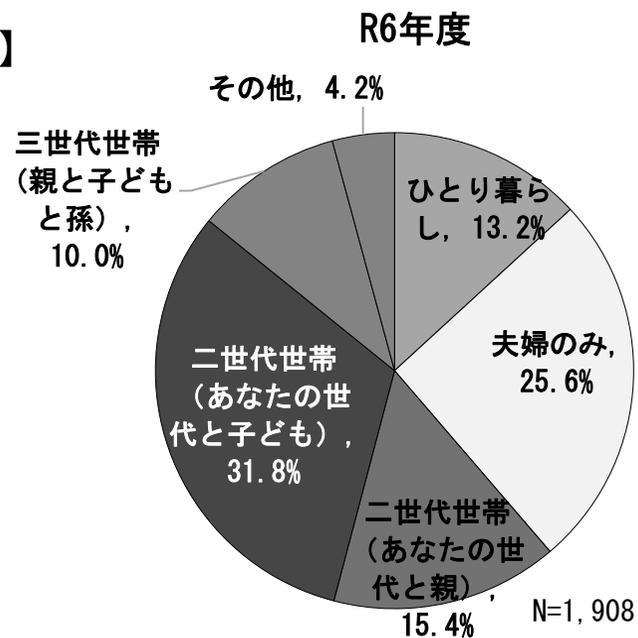
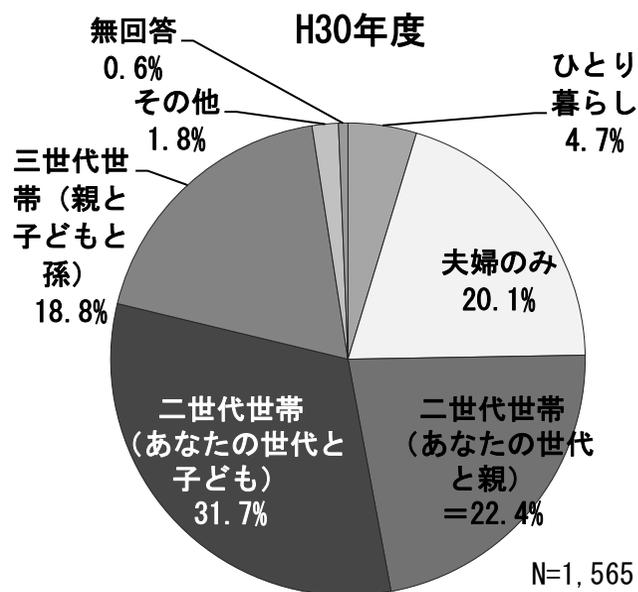
【性別】



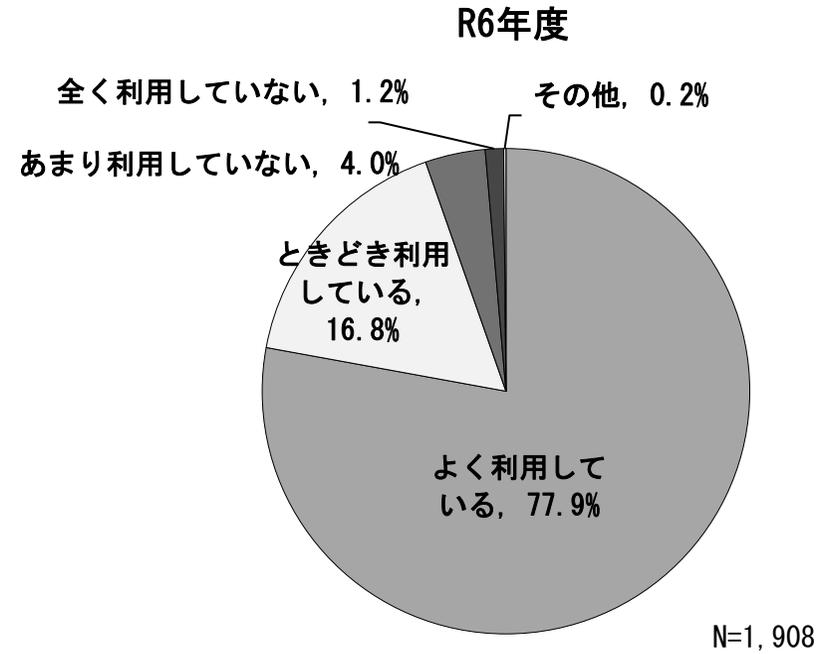
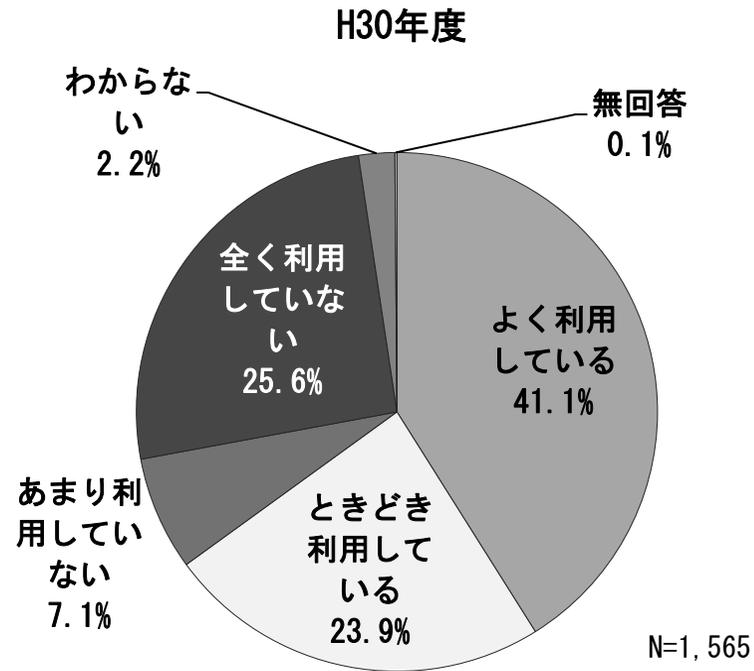
【年齢】



II 調査対象の属性

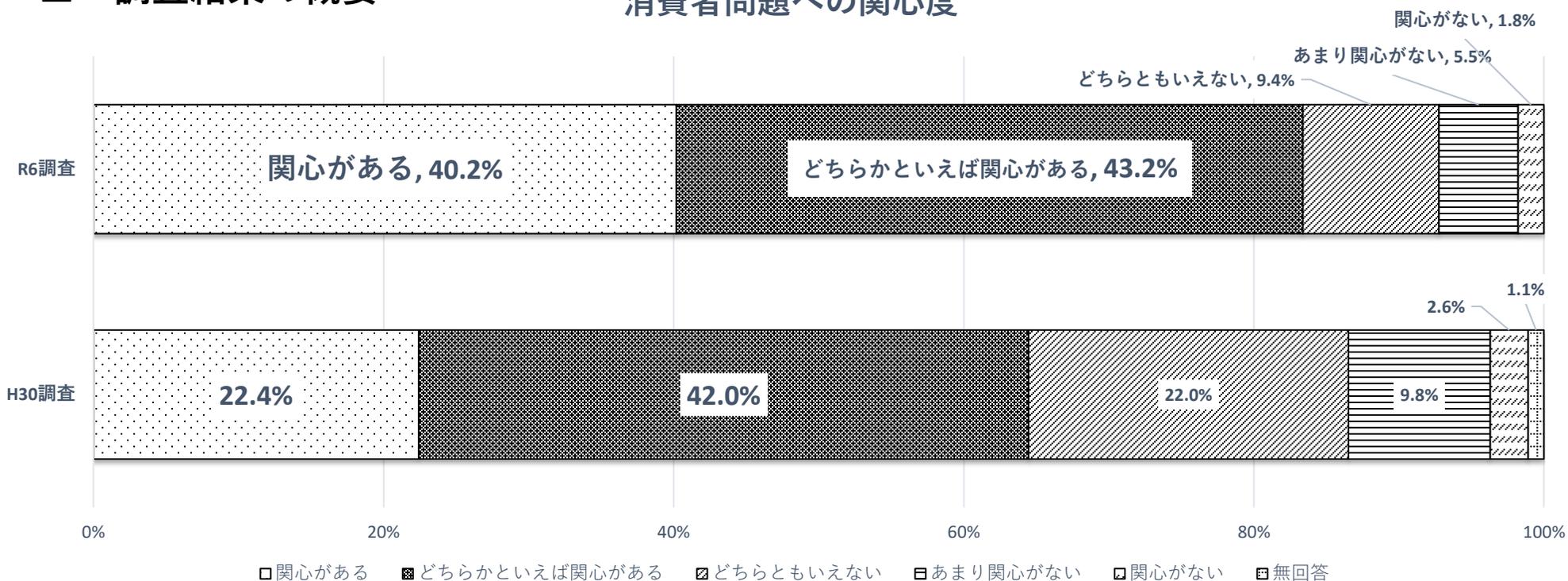


【インターネット利用】



Ⅲ 調査結果の概要

消費者問題への関心度



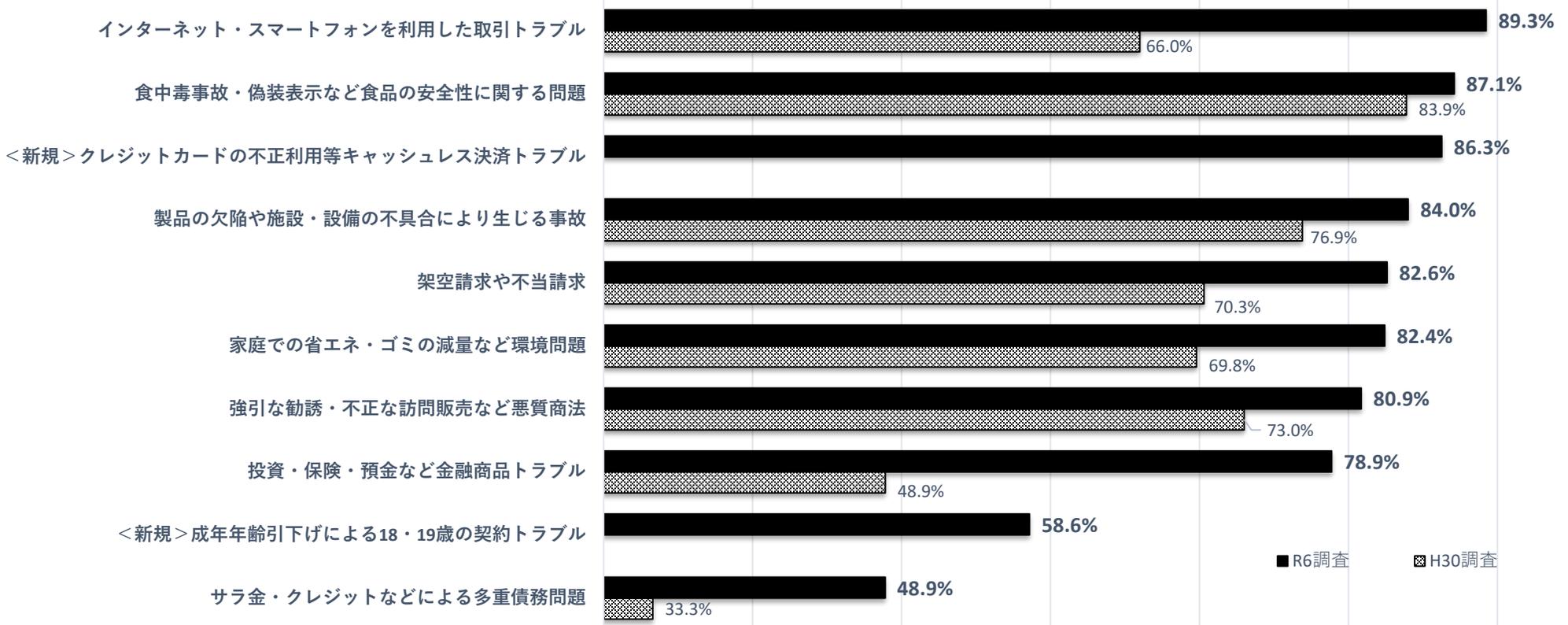
●ポイント：消費者問題への関心度が高まっている

●【設問7】：消費者問題について、「どちらかといえば関心がある」（43.2%）が最も高く、次いで「関心がある」（40.2%）となっている。関心度が高い割合（「関心がある」＋「どちらかといえば関心がある」）は83.4%となっている。

前回、平成30年度調査（以下、H30調査）と比較すると、関心度が高い割合（「関心がある」＋「どちらかといえば関心がある」）は、19ポイント高くなっている。

個別の消費者問題への関心度

(関心がある・どちらかといえば関心があると回答した人の割合)



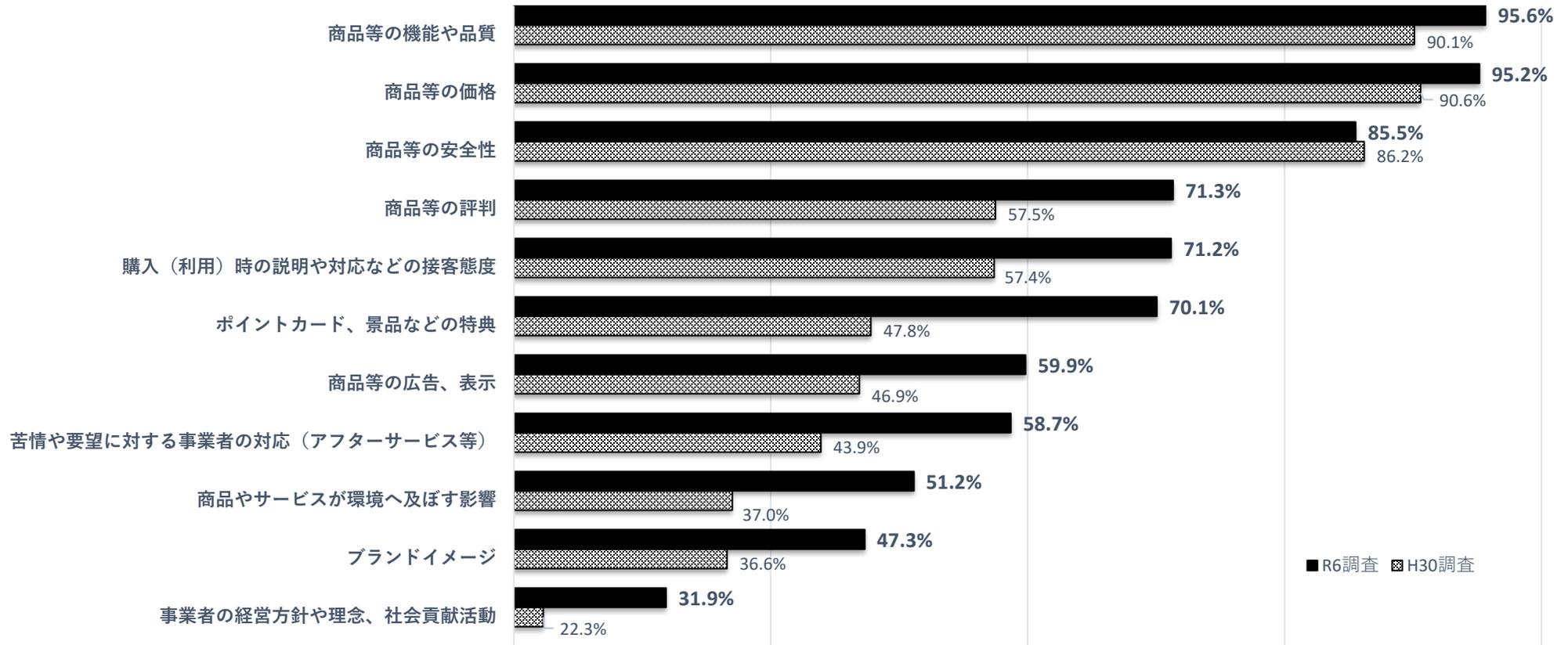
● **ポイント：インターネット・スマートフォンを利用した取引トラブルへの関心度が高い**

● 【設問 8～17】：個別の消費者問題への関心度について調査したところ、関心度の高い割合（「関心がある」＋「どちらかといえば関心がある」）は、1位が「インターネット・スマートフォンを利用した取引トラブル」（89.3%）、2位が「食中毒事故や偽装表示などの食品の安全性に関する問題」（87.1%）、3位が「クレジットカードの不正利用等キャッシュレス決済トラブル」（86.3%）、4位が「製品の欠陥や施設・設備の不具合により生じる事故」（84.0%）、5位が「架空請求や不当請求」（82.6%）の順となっている。

「インターネット・スマートフォンを利用した取引トラブル」については、H30調査（66.0%）より23.3ポイント高くなっている。

商品やサービスを購入する際の意識

(常に意識する・よく意識すると回答した人の割合)

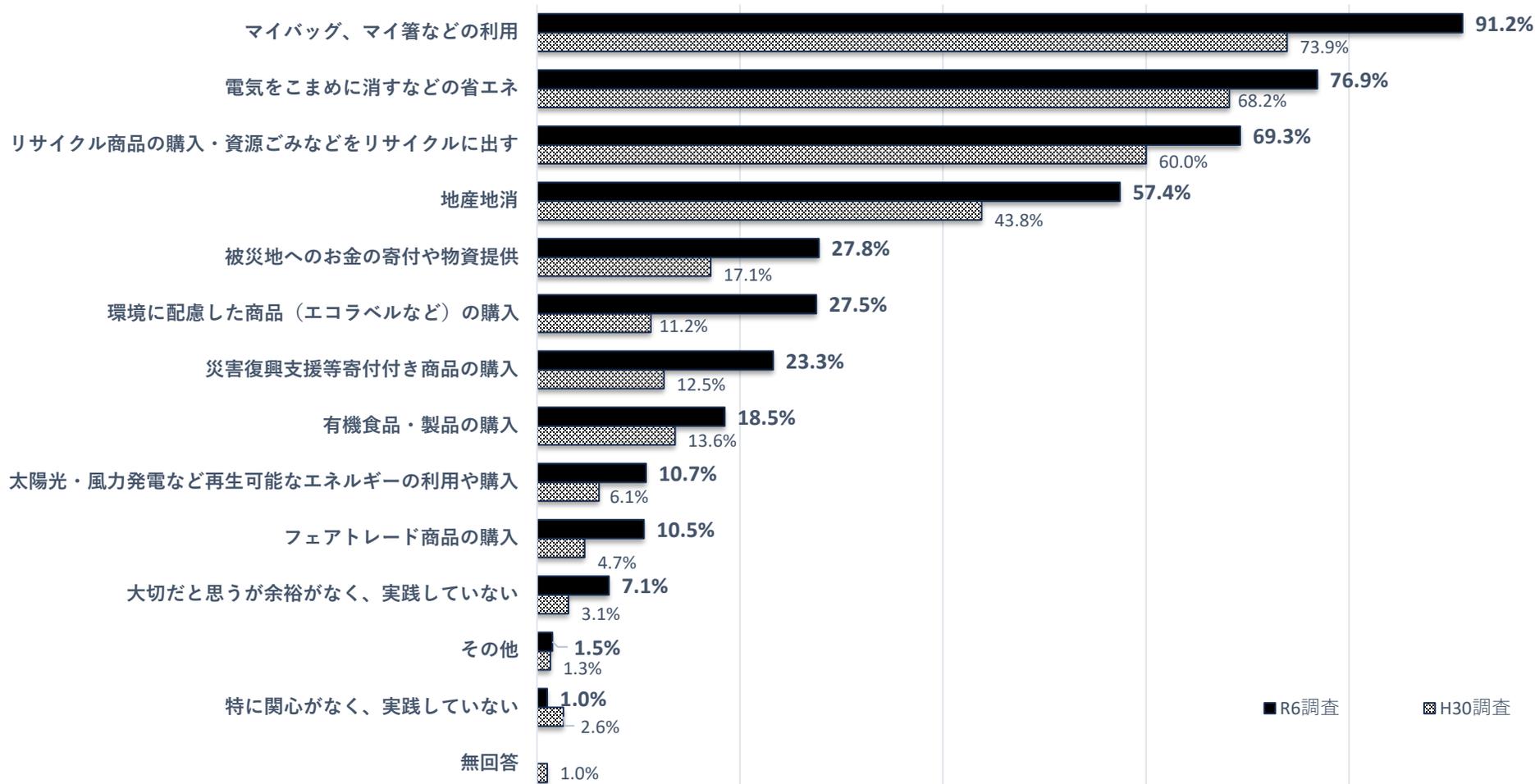


●ポイント：H30調査で1位の「商品等の価格」が2位となり、「商品等の機能や品質」が1位

●【設問18～28】：商品やサービスを購入する際に、各項目についてどの程度意識しているか調査したところ、意識度が高い（「常に意識する」＋「よく意識する」）項目は、1位が「商品等の機能や品質」（95.6%）、2位が「商品等の価格」（95.2%）、3位が「商品等の安全性」（85.5%）で、他の項目と比べて高い割合を示している。

H30調査と比較して、伸び率の1位が「ポイントカード、景品などの特典」の22.3ポイント増加、2位が「苦情や要望に対する事業者の対応（アフターサービス等）」の14.8ポイント増加、3位が「商品やサービスが環境へ及ぼす影響」の14.2ポイント増加となっている。

人や環境に配慮して実践している消費者行動

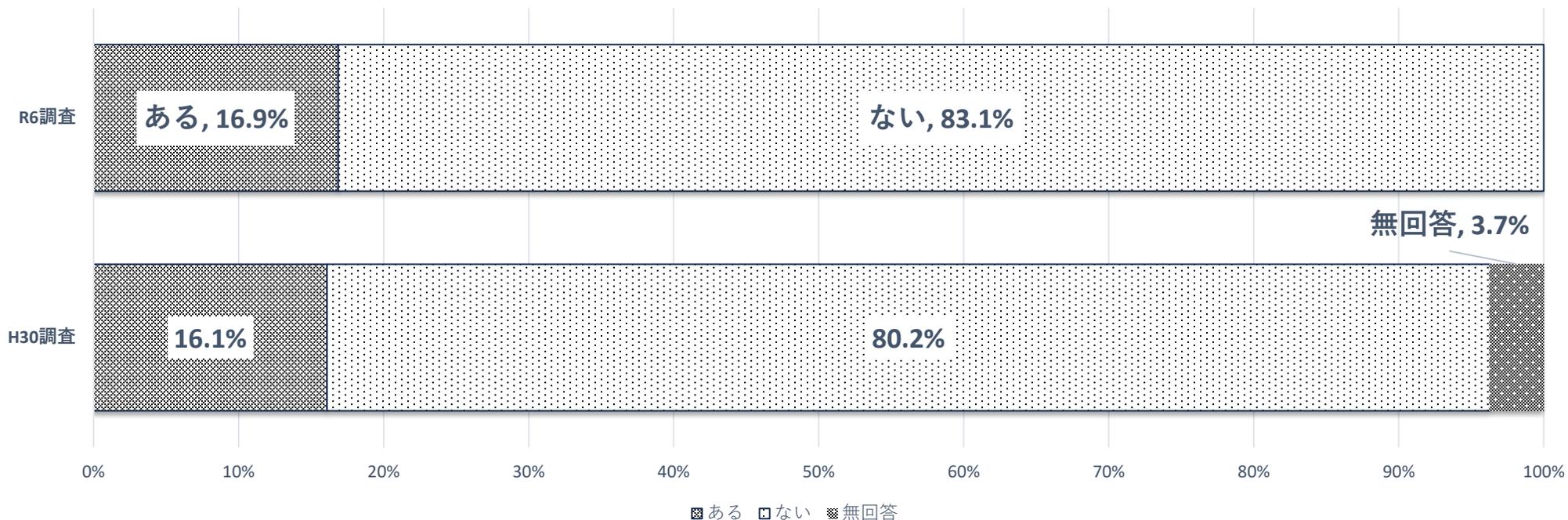


●ポイント：トップ3の順位はH30調査と同じ結果

●【設問29】：人や環境に配慮して実践している消費者行動について調査したところ、「マイバック、マイ箸などの利用」（91.2%）が最も高く、次いで「電気をこまめに消すなどの省エネ」（76.9%）、「リサイクル商品の購入・資源ごみなどをリサイクルに出す」（69.3%）、地産地消（57.4%）の順となっており、これは、H30調査と同じ順位。

H30調査と比較して、伸び率1位が「マイバッグ、マイ箸などの利用」の17.3ポイント増加、2位が「環境に配慮した商品（エコラベルなど）の購入」の16.3ポイント増加、3位が「地産地消」の13.6ポイント増加。

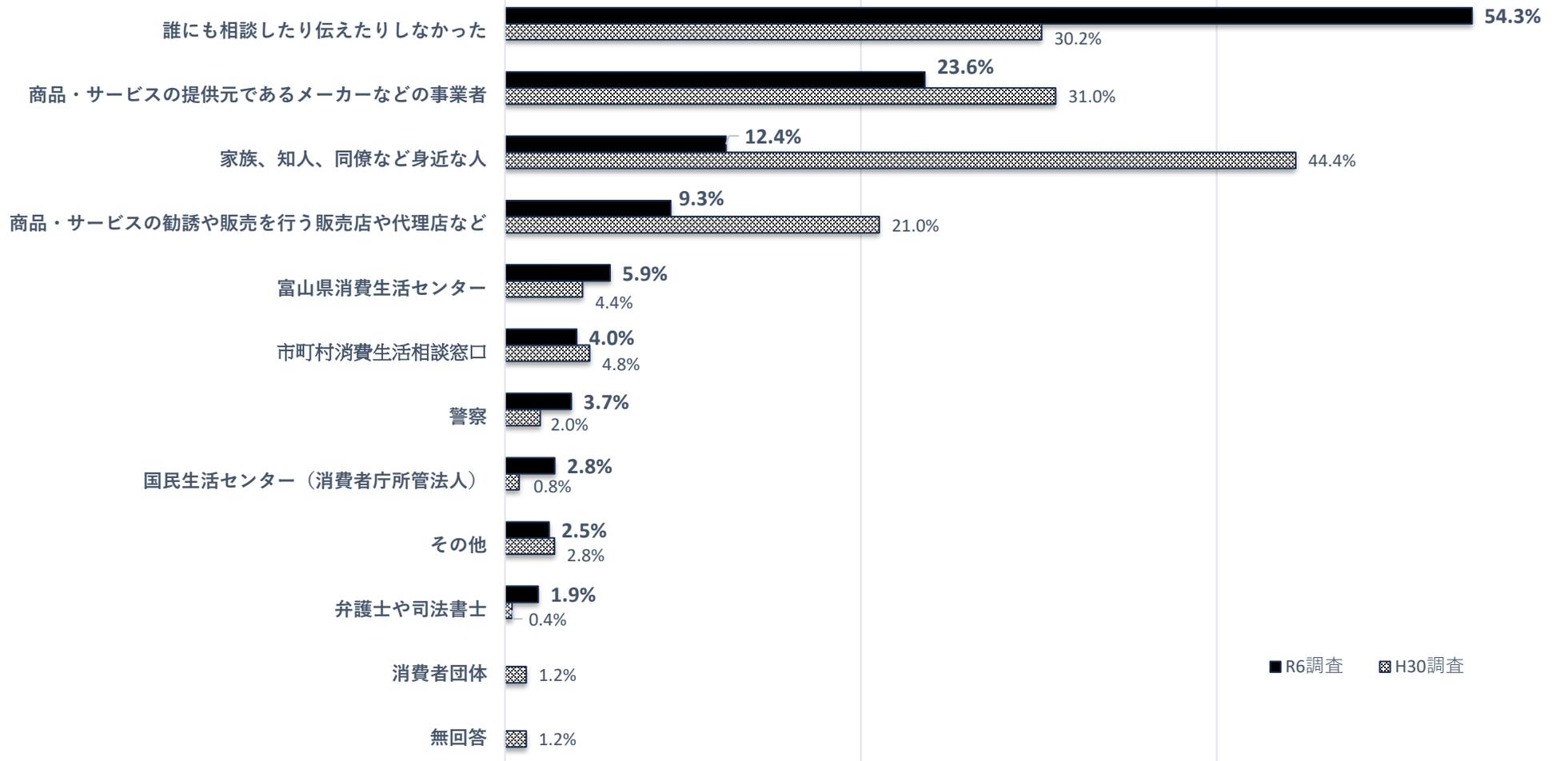
消費者トラブルに遭った経験



●ポイント：消費者トラブルに遭った経験のある人の割合が若干増加

●【設問30】：消費者トラブルに遭った経験について調査したところ「（経験が）ある」が16.9%、「（経験が）ない」が83.1%となっている。H30調査と今回調査とを比較すると「（経験が）ある」の割合が0.8ポイント増加しており、消費者トラブルに巻き込まれている人が若干ではあるが増加した。

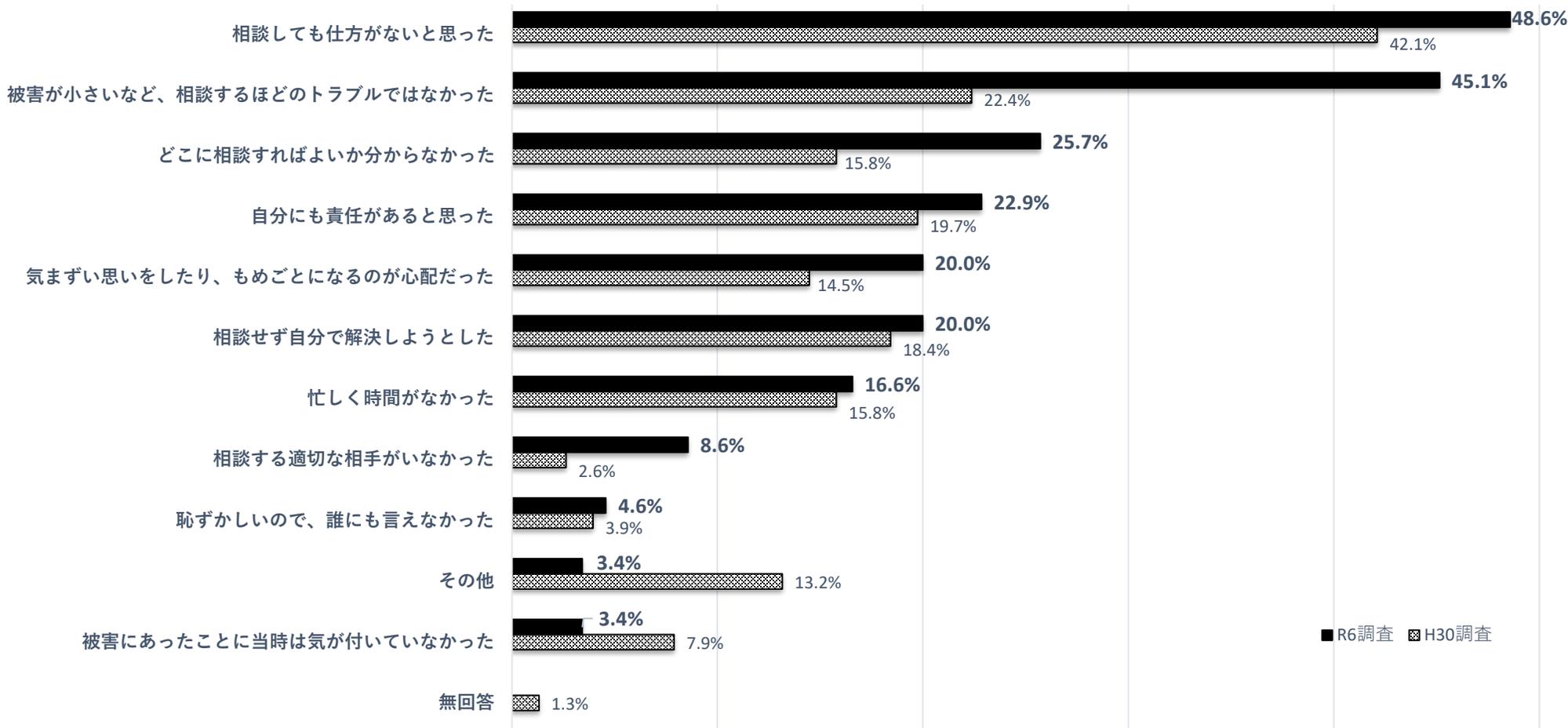
消費者トラブルに遭った際の相談相手



●ポイント：「誰にも相談したり、伝えたりしなかった」が54.3%、H30調査より24.1ポイント高い

●【設問31】：設問30で「被害を受けたので相談した」と回答した人に対し、消費者トラブルに遭った際の相談相手を調査したところ、「誰にも相談したり伝えたりしなかった」（54.3%）が最も高く、次いで「商品・サービスの提供元であるメーカーなどの事業者」（23.6%）、「家族、知人、同僚など身近な人」（12.4%）の順となっている。

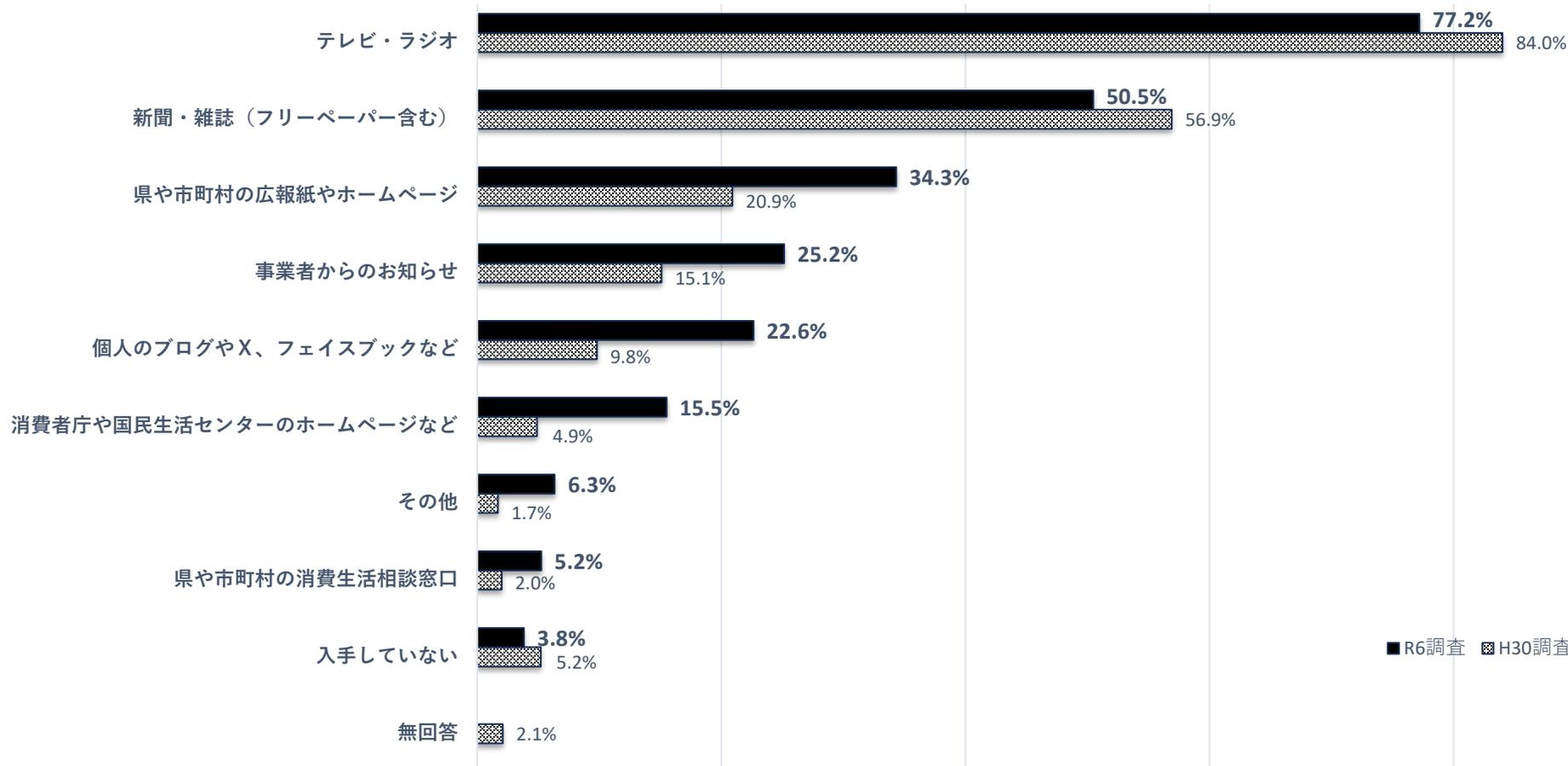
誰にも相談しなかった理由



●ポイント：相談しても仕方がないと思う人が48.6%、相談先が分からない人が25.7%

●【設問32】：設問30で「被害を受けたが誰にも相談しなかった」と回答した人に対し、誰にも相談しなかった理由について調査したところ、「相談しても仕方がないと思った」（48.6%）が最も高く、次いで「被害が小さいなど、相談するほどのトラブルではなかった」（45.1%）、「どこに相談すればよいか分からなかった」（25.7%）の順になっている。今回調査の1位と2位は、H30調査と同じであるが、3位の「どこに相談すればよいか分からなかった」はH30調査より9.9ポイント高くなっている。

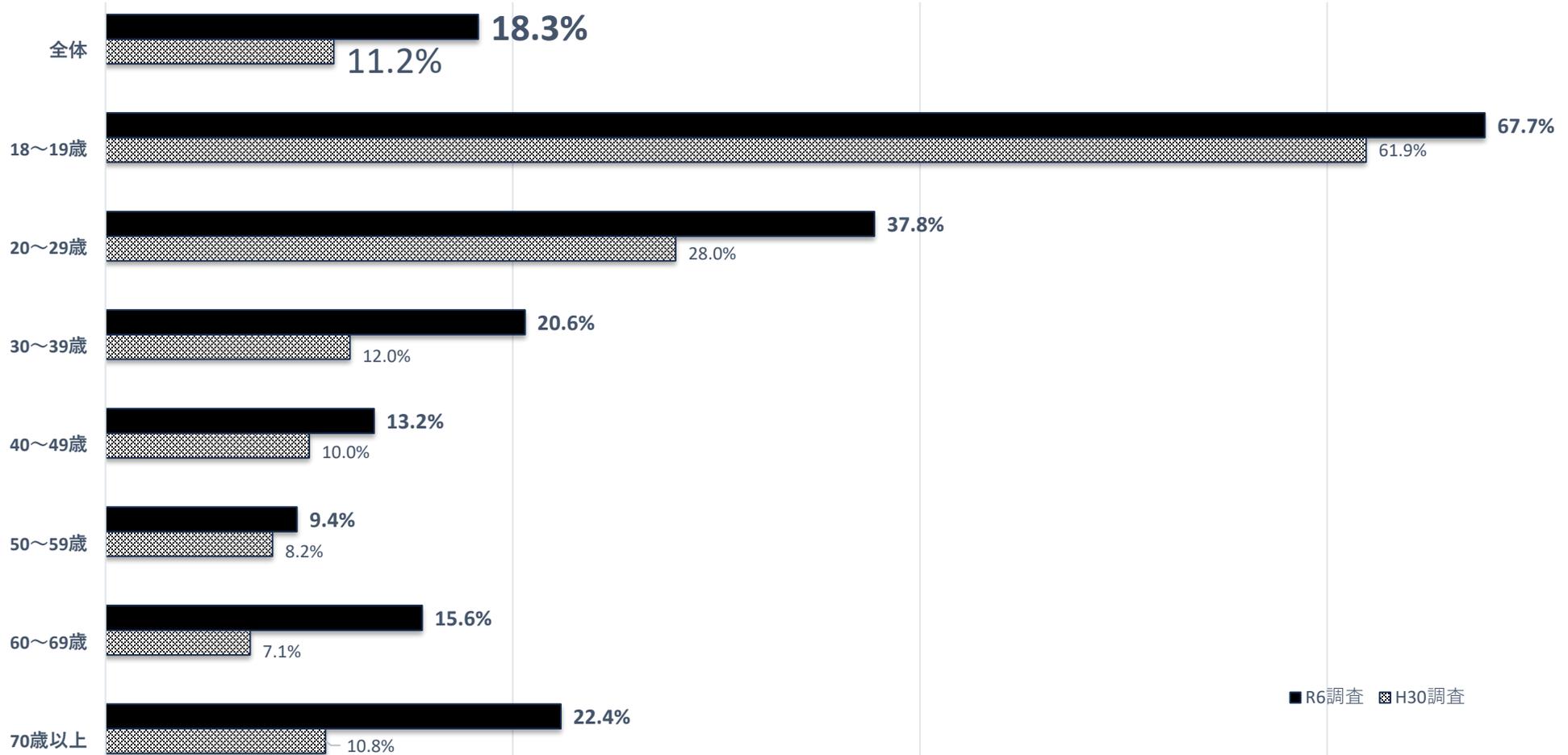
消費生活に関する情報入手先



●ポイント：主たる情報入手先はテレビや新聞等。インターネットから情報を入手する人の割合が高くなってきている

●【設問33】：消費生活に関する情報の入手先を調査したところ、「テレビ・ラジオ」（77.2%）が最も高く、次いで「新聞・雑誌（フリーペーパー含む）」（50.5%）、「県や市町村の広報紙やホームページ」（34.3%）の順となっている。上位3つは、H30調査と同じ。「テレビ・ラジオ」、「新聞・雑誌（フリーペーパー含む）」は、前回調査よりポイントが低くなっているが、「県や市町村の広報誌やホームページ」、「個人のブログやX、フェイスブックなど」、「消費者庁や国民生活センターのホームページなど」インターネットから情報を入手する人の割合が高くなってきている。

消費者教育を受けたことのある割合

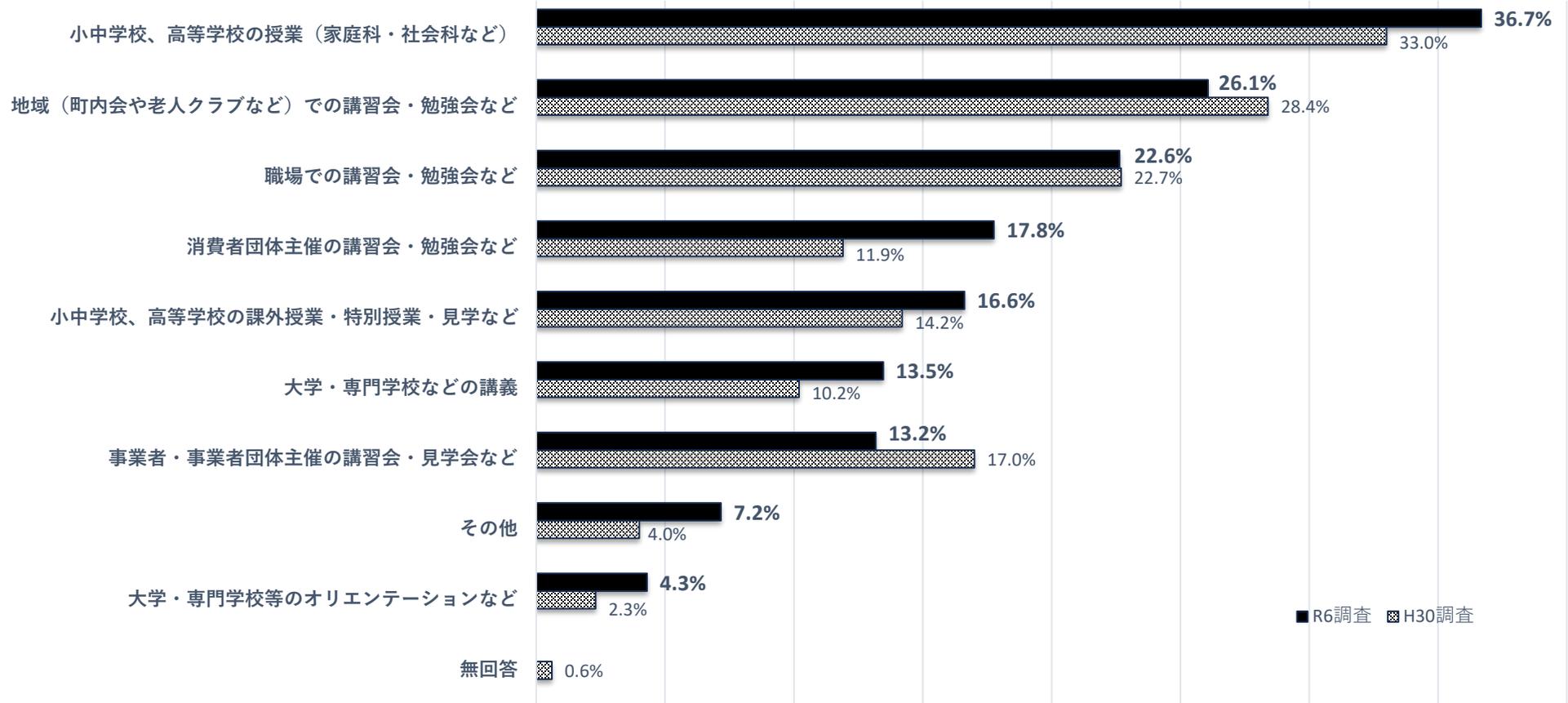


●ポイント：消費者教育を受けたことのある人の割合が増加

●【設問34】：消費者教育を受けたことがあるか調査したところ、「ある」と回答した人の割合が18.3%で、H30調査と比較すると7.1ポイント高くなっている。

H30調査と比較して、伸び率1位が「70歳以上」の11.6ポイント、2位が「20～29歳」の9.8ポイント、3位が「30～39歳」の8.6ポイント高くなっている。

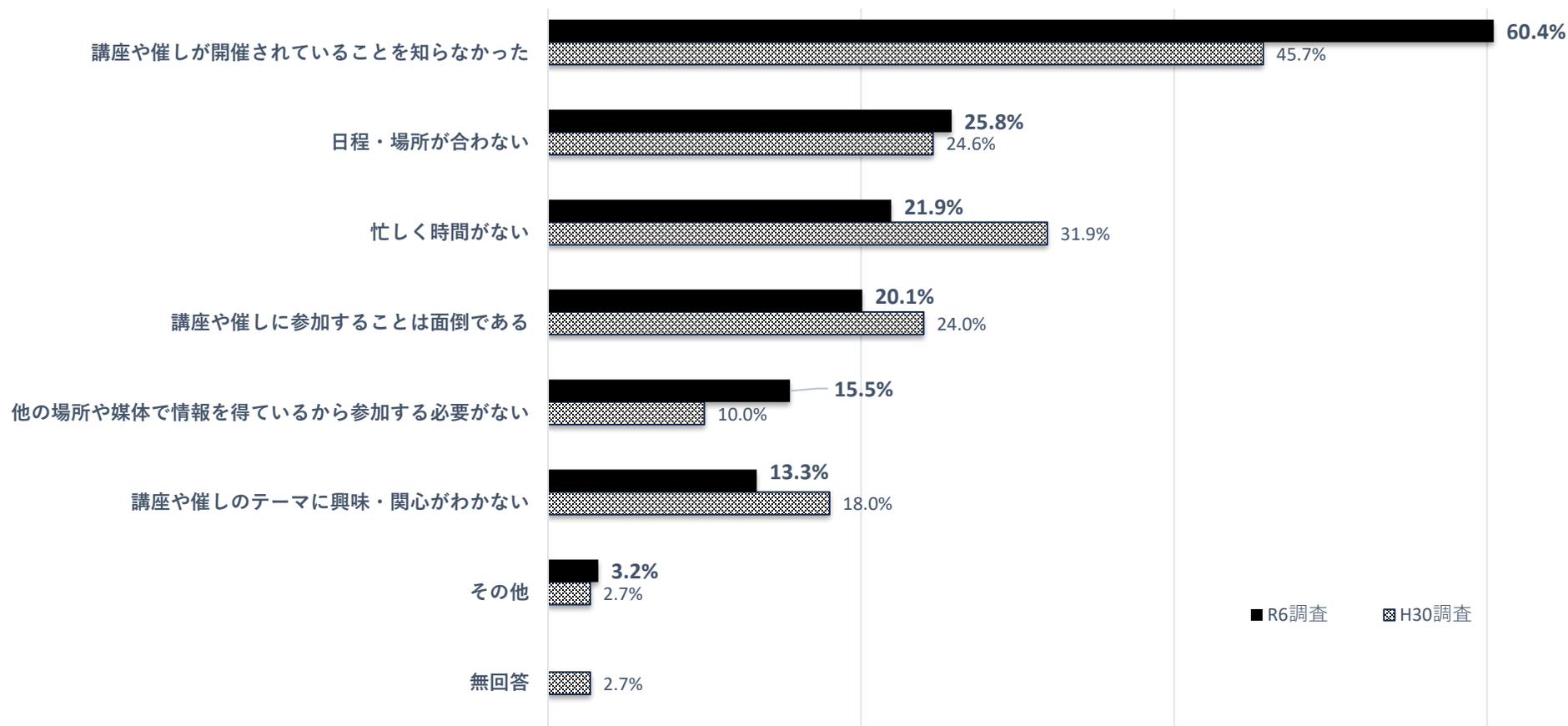
消費者教育を受けた機会



●ポイント：学校で消費者教育を受けた機会は増加、地域で消費者教育を受けた機会は減少

●【設問35】：設問34で「消費者教育を受けたことがある」と回答した人に対し、どのような機会に受けたか調査したところ、「小中学校、高等学校の授業（家庭科・社会科など）」（36.7%）が最も高く、次いで「地域（町内会や老人クラブなど）での講習会・勉強会など」（26.1%）、「職場での講習会・勉強会など」が（22.6%）の順となっている。「小中学校、高等学校の授業（家庭科・社会科など）」がH30調査より3.7ポイント高くなっており、学校教育としての消費者教育が定着してきていると考える。また、「地域（町内会や老人クラブなど）での講習会・勉強会など」はH30調査より2.3ポイント低くなっている。

消費者教育に参加したことがない理由

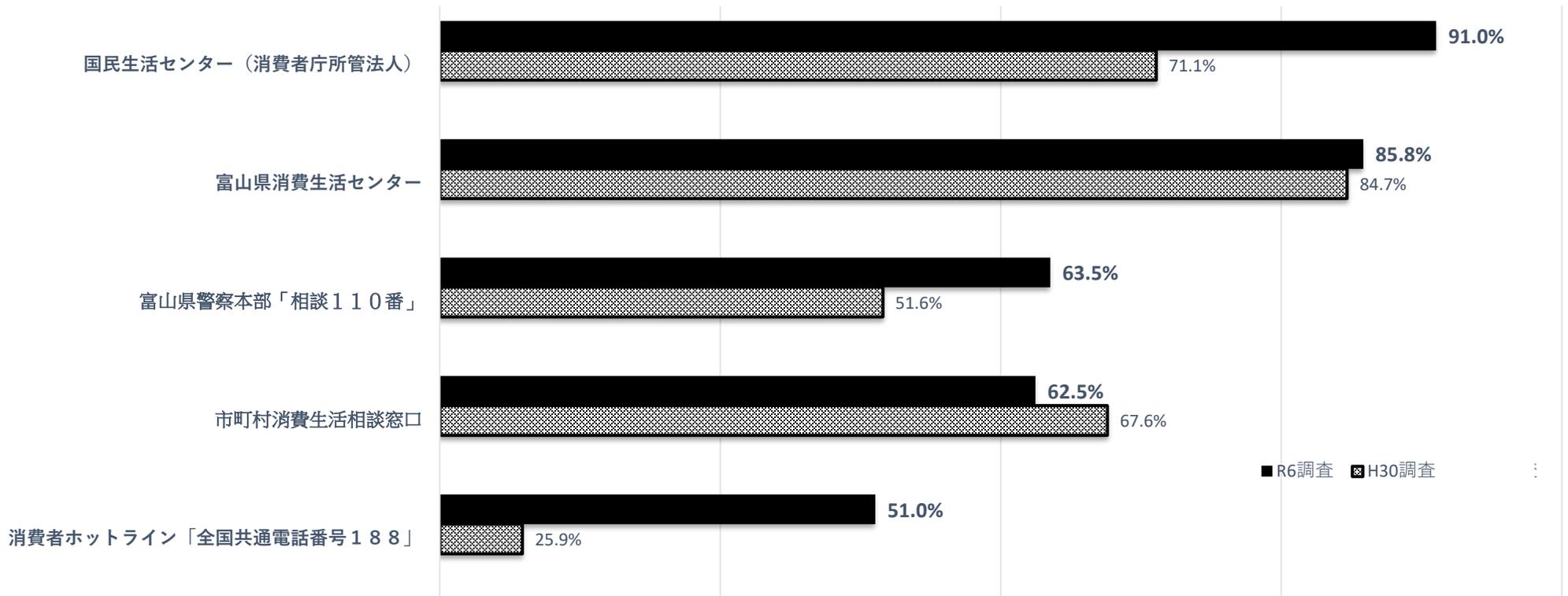


●ポイント：「講座や催しが開催されていることを知らなかった」が1位（H30調査でも1位）

●【設問36】：設問34で「消費者教育を受けたことがない」と回答した人に対し、消費者教育に参加したことがない理由について調査したところ、「講座や催しが開催されていることを知らなかった」（60.4%）が最も高く、次いで「日程・場所が合わない」（25.8%）、「忙しく時間がない」（21.9%）、の順となっている。今回調査の1位「講座や催しが開催されていることを知らなかった」は、H30調査でも1位であった。

相談窓口の認知度

(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と回答した人の割合)

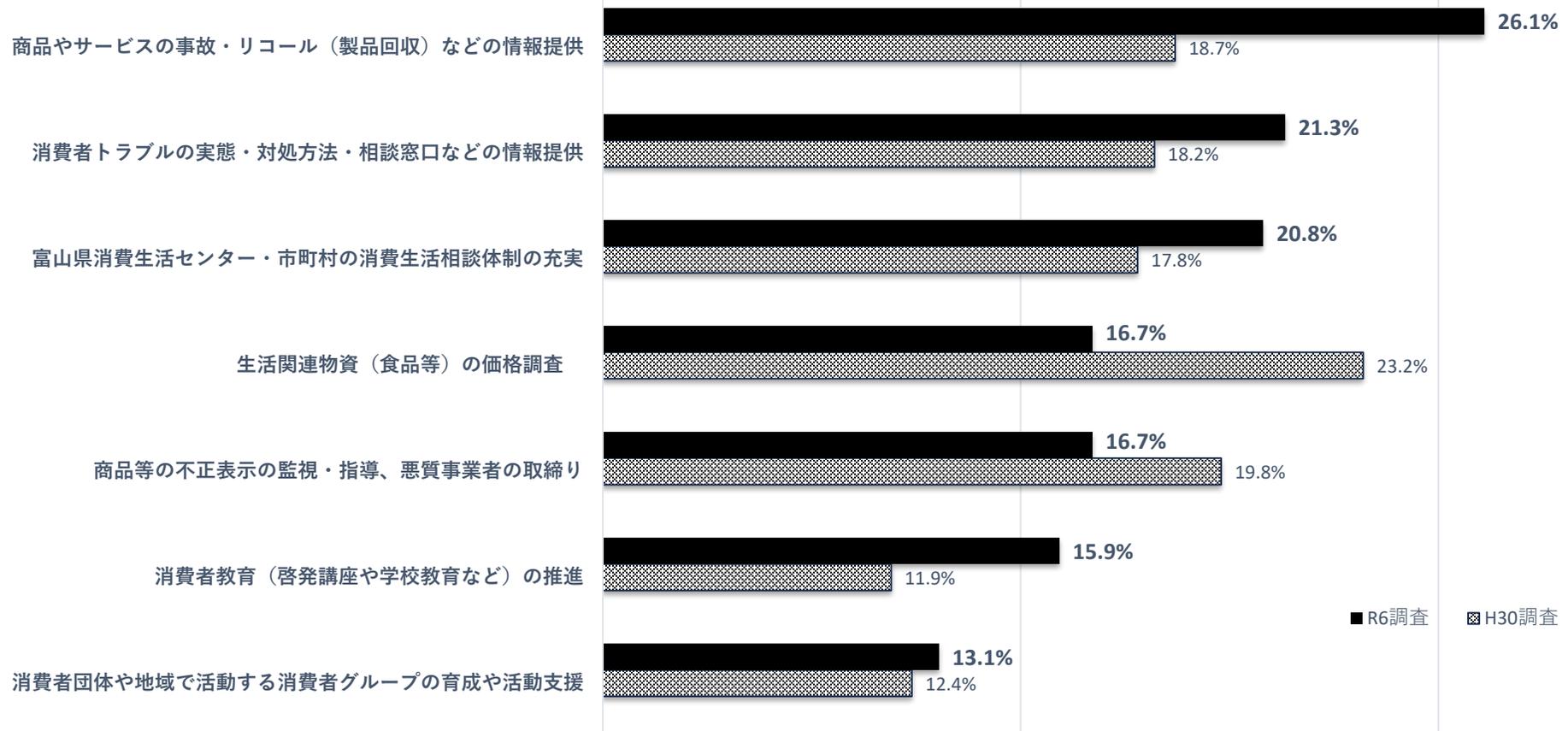


●ポイント：「国民生活センター」「富山県消費生活センター」の認知度が高い

●【設問37～41】：消費者問題に関する機関や相談窓口の認知度について聞いたところ、「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」と回答した人の割合が最も高いのは「国民生活センター」の91.0%。次いで「富山県消費生活センター」(85.8%)、「富山県警察本部(相談110番)」(63.5%)の順となっている。

H30調査と比較して、伸び率1位が「消費者ホットライン」の25.1ポイント増加、2位が「国民生活センター」の19.9ポイント増加、3位が「富山県警察本部(相談110番)」の11.9ポイント増加であった。

行政の取組み満足度（満足・ある程度満足と回答した人の割合）

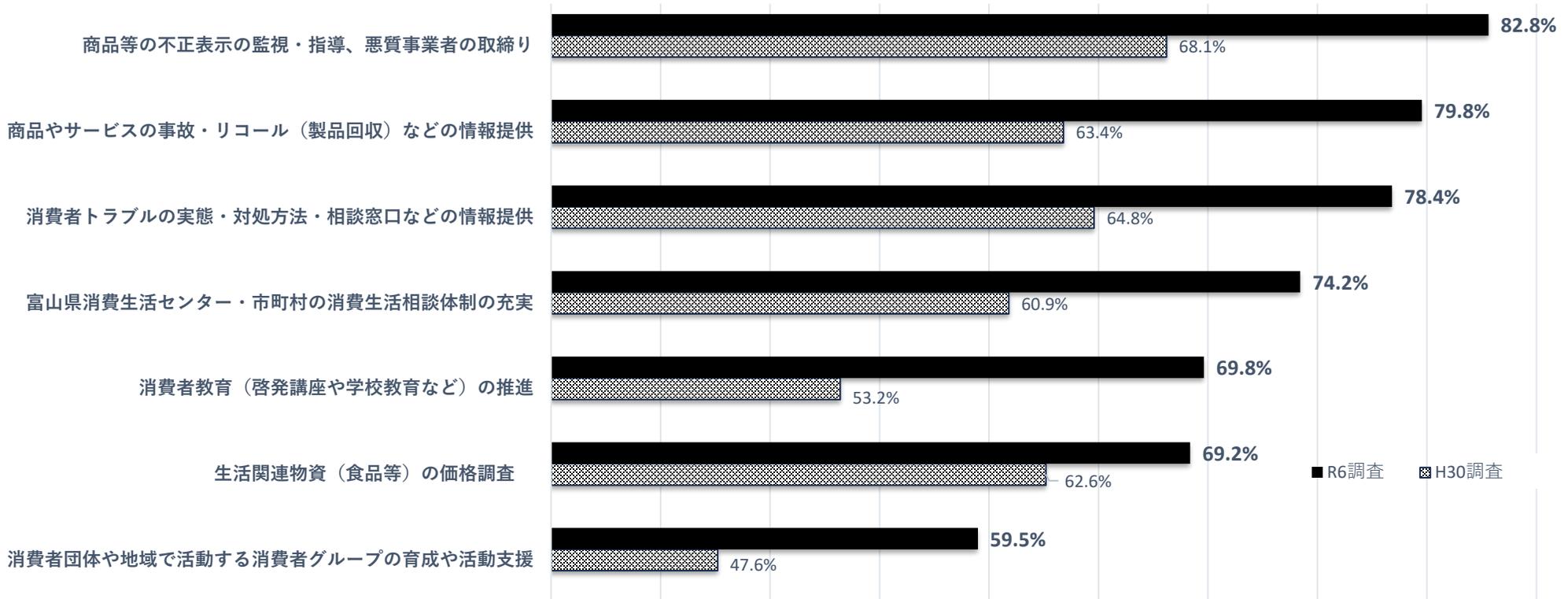


● **ポイント：「商品やサービスの事故などの情報提供」「消費者トラブルの実態などの情報提供」「富山県消費生活センター・市町村の消費生活相談体制の充実」の満足度が高い**

● 【設問42～48】：行政の取組みの満足度を調査したところ、「満足」「ある程度満足」と回答した人の割合が最も高いのは「商品やサービスの事故などの情報提供」の26.1%。次いで「消費者トラブルの実態などの情報提供」（21.3%）、「富山県消費生活センター・市町村の消費生活相談体制の充実」（20.8%）の順となっている。

H30調査と比較して、伸び率1位が「商品やサービスの事故などの情報提供」の7.4ポイント増加、2位が「消費者教育（啓発講座や学校教育など）の推進」の4.0ポイント増加、3位が「消費者トラブルの実態などの情報提供」の3.1ポイント増加であった。

行政の取組み重要度（重要・まあ重要と回答した人の割合）

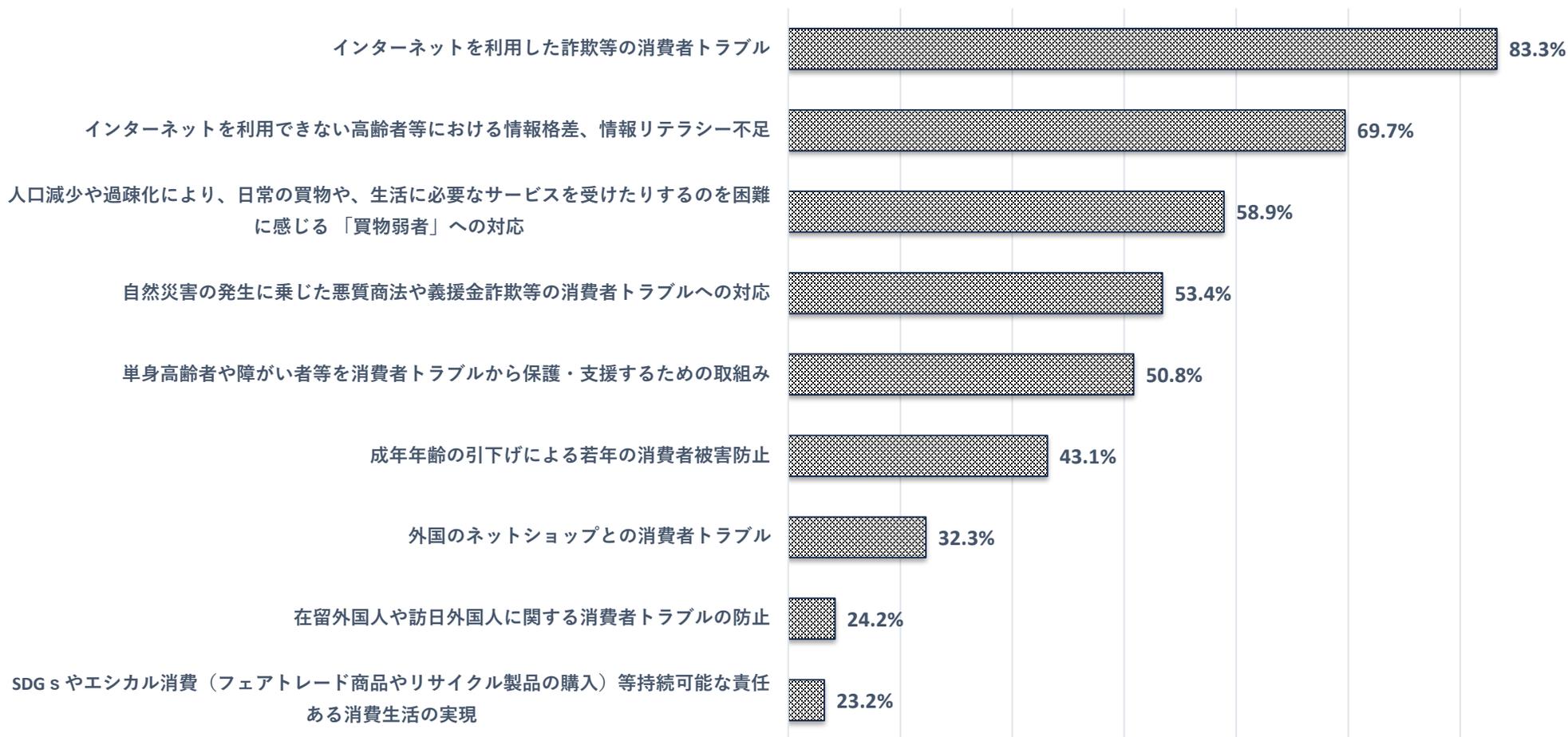


●ポイント：「商品等の不正表示の監視・指導、悪質事業者の取締り」「商品やサービスの事故・リコール（製品回収）などの情報提供」「消費者トラブルの実態・対処方法・相談窓口などの情報提供」が重要

●【設問49～55】：行政の取組みの重要度を調査したところ、「重要」「まあ重要」と回答した人の割合が最も高いのは「商品等の不正表示の監視・指導、悪質事業者の取締り」の82.8%。次いで「商品やサービスの事故・リコール（製品回収）などの情報提供」（79.8%）、「消費者トラブルの実態・対処方法・相談窓口などの情報提供」（78.4%）の順となっている。

H30調査と比較して、ほぼすべての項目が10ポイント以上増加し、伸び率1位が「消費者教育（啓発講座や学校教育など）の推進」の16.6ポイント、2位が「商品やサービスの事故・リコール（製品回収）などの情報提供」の16.4ポイント、3位が「商品等の不正表示の監視・指導、悪質事業者の取締り」の14.7ポイント

新たな課題への対応（R6調査）



●ポイント：インターネットによる消費者トラブル、インターネットを利用できない高齢者等への対策が課題

●【設問56】：高齢化、デジタル化、国際化など消費者を取り巻く環境が大きく変化する中で、新たにどのような課題への対応が重要になると思うか調査したところ、「インターネットを利用した詐欺等の消費者トラブル」が83.3%と最も高く、次いで「インターネットを利用できない高齢者等における情報格差、情報リテラシー不足」（69.7%）、「人口減少や過疎化により、日常の買物や、生活に必要なサービスを受けたりするのを困難に感じる「買物弱者」への対応」（58.9%）の順となっている。

IV 調査項目

番号	項目	入力内容
1	あなたの性別	1 男性 2 女性 3 回答しない
2	あなたの年齢 (満)	1 18～19歳 2 20～29歳 3 30～39歳 4 40～49歳 5 50～59歳 6 60～69歳 7 70歳以上
3	あなたの家族構成	1 ひとり暮らし 2 夫婦のみ 3 二世帯世帯 (あなたの世代と親) 4 二世帯世帯 (あなたの世代と子ども) 5 三世帯世帯 (親と子どもと孫) 6 その他
4	あなたの職業	1 会社員、公務員、団体職員 (役員) 2 パート、アルバイト、非常勤、嘱託、派遣等 3 自営業・自由業、農業等 4 学生 5 専業主婦・主夫 6 その他 7 無職

番号	項目	入力内容
5	あなたが仕事以外でインターネットを利用する頻度	1 よく利用している 2 ときどき利用している 3 あまり利用していない 4 全く利用していない 5 その他
6	あなたのお住まい	1 富山市 2 高岡市 3 魚津市 4 氷見市 5 滑川市 6 黒部市 7 砺波市 8 小矢部市 9 南砺市 10 射水市 11 舟橋村 12 上市町 13 立山町 14 入善町 15 朝日町

番号	項目	入力内容
7	あなたは、悪質商法・通販トラブル・商品の安全性・省エネなど、消費者問題に関心がありますか。	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない
8	あなたは次の消費者問題について、どの程度関心がありますか。 食中毒事故・偽装表示など食品の安全性に関する問題	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない
9	製品の欠陥や施設・設備の不具合により生じる事故	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない
10	インターネット・スマートフォンを利用した取引トラブル	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない

番号	項目	入力内容
11	強引な勧誘・不正な訪問販売など悪質商法	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない
12	架空請求や不当請求	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない
13	投資・保険・預金など金融商品トラブル	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない
14	サラ金・クレジットなどによる多重債務問題	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない
15	家庭での省エネ・ゴミの減量など環境問題	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない

番号	項目	入力内容
16	成年年齢引下げによる 18・19歳の契約トラブル	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない
17	クレジットカードの不正利用等キャッシュレス決済トラブル	1 関心がある 2 どちらかといえば関心がある 3 どちらともいえない 4 あまり関心がない 5 関心がない
18	あなたは、商品やサービスを選ぶとき、次の項目をどの程度意識しますか。 商品等の価格	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない
19	商品等の機能や品質	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない
20	商品等の安全性	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない
21	商品等の広告、表示	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない

番号	項目	入力内容
22	ブランドイメージ	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない
23	商品等の評判	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない
24	ポイントカード、景品などの特典	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない
25	購入（利用）時の説明や対応などの接客態度	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない
26	商品やサービスが環境へ及ぼす影響	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない
27	苦情や要望に対する事業者の対応（アフターサービス等）	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない

番号	項目	入力内容
28	事業者の経営方針や理念、社会貢献活動	1 常に意識する 2 よく意識する 3 たまに意識する 4 ほとんど意識しない
29	あなたが、次の項目で実践しているものはありますか。（複数回答OK）	1 マイバッグ、マイ箸などの利用 2 電気をこまめに消すなどの省エネ 3 リサイクル商品の購入・資源ごみなどをリサイクルに出す 4 環境に配慮した商品（エコラベルなど）の購入 5 太陽光・風力発電など再生可能なエネルギーの利用や購入 6 地産地消 7 有機食品・製品の購入 8 フェアトレード商品の購入 9 災害復興支援等寄付付き商品の購入 10 被災地へのお金の寄付や物資提供 11 その他 12 特に関心がなく、実践していない 13 大切だと思うが余裕がなく、実践していない

番号	項目	入力内容
30	この1年間、購入商品や利用したサービスで、不満を持ったり、被害を受けた経験はありますか。	1 被害を受けたので相談した→【31】へ 2 被害を受けたが誰にも相談しなかった→【32】へ 3 被害を受けた経験はない→【33】へ
31	【問30で「1被害を受けたので相談した」と回答した方にお聞きします。】どこに相談しましたか。（複数回答OK）	1 家族、知人、同僚など身近な人 2 市町村消費生活相談窓口 3 富山県消費生活センター 4 国民生活センター（消費者庁所管法人） 5 商品・サービスの提供元であるメーカーなどの事業者 6 商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店や代理店など 7 弁護士や司法書士 8 消費者団体 9 警察 10 その他

番号	項目	入力内容
32	【問30で「2被害を受けたが誰にも相談しなかった」と回答した方にお聞きします。】誰にも相談しなかったのはなぜですか。（複数回答OK）	1 相談しても仕方がないと思った 2 相談せず自分で解決しようとした 3 どこに相談すればよいか分からなかった 4 恥ずかしいので、誰にも言えなかった 5 相談する適切な相手がいなかった 6 気まずい思いをしたり、もめごとになるのが心配だった 7 被害が小さいなど、相談するほどのトラブルではなかった 8 自分にも責任があると思った 9 忙しく時間がなかった 10 被害にあったことに当時は気が付いていなかった 11 その他
33	あなたは、悪質商法や商品リコールなど消費生活に関する情報を主にどこから入手していますか。（複数回答OK）	1 テレビ・ラジオ 2 新聞・雑誌（フリーペーパー含む） 3 事業者からのお知らせ 4 消費者庁や国民生活センターのホームページなど 5 県や市町村の広報紙やホームページ 6 県や市町村の消費生活相談窓口 7 個人のブログやX、フェイスブックなど 8 その他 9 入手していない

番号	項目	入力内容
34	取引トラブル防止策や環境に配慮した生活等を学んだりする、消費者教育を受けたことがありますか。	1 ある→【35】へ 2 ない→【36】へ
35	【問34で「1ある」と回答した方にお聞きします。】消費者教育を受けた機会は、次のどれですか。（複数回答OK）	1 小中学校、高等学校の授業（家庭科・社会科など） 2 小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など 3 大学・専門学校などの講義 4 大学・専門学校等のオリエンテーションなど 5 地域（町内会や老人クラブなど）での講習会・勉強会など 6 職場での講習会・勉強会など 7 消費者団体主催の講習会・勉強会など 8 事業者・事業者団体主催の講習会・見学会など 9 その他

番号	項目	入力内容
36	【問34で「2ない」と回答した方にお聞きします。】これまで消費者教育を受けたことがないのはなぜですか。（複数回答OK）	1 忙しく時間がない 2 講座や催しが開催されていることを知らなかった 3 講座や催しに参加することは面倒である 4 講座や催しのテーマに興味・関心がわからない 5 日程・場所が合わない 6 他の場所や媒体で情報を得ているから参加する必要がない 7 その他
37	あなたは、次の消費者トラブルの相談窓口を知っていますか。 国民生活センター （消費者庁所管法人）	1 名前も内容も知っている 2 名前は知っているが内容は知らない 3 名前も内容も知らない
38	富山県消費生活センター	1 名前も内容も知っている 2 名前は知っているが内容は知らない 3 名前も内容も知らない
39	市町村消費生活相談窓口	1 名前も内容も知っている 2 名前は知っているが内容は知らない 3 名前も内容も知らない

番号	項目	入力内容
40	消費者ホットライン「全国共通電話番号188（いやや）」	1 名前も内容も知っている 2 名前は知っているが内容は知らない 3 名前も内容も知らない
41	富山県警察本部「相談110番」（警察相談専用電話「#9110」）	1 名前も内容も知っている 2 名前は知っているが内容は知らない 3 名前も内容も知らない
42	あなたは、行政が行っている次の取組みについて、どの程度満足していますか。 富山県消費生活センター・市町村の消費生活相談体制の充実	1 満足 2 ある程度満足 3 どちらともいえない 4 やや不満 5 不満
43	消費者トラブルの実態・対処方法・相談窓口などの情報提供	1 満足 2 ある程度満足 3 どちらともいえない 4 やや不満 5 不満

番号	項目	入力内容
44	商品やサービスの事故・リコール（製品回収）などの情報提供	1 満足 2 ある程度満足 3 どちらともいえない 4 やや不満 5 不満
45	消費者教育（啓発講座や学校教育など）の推進	1 満足 2 ある程度満足 3 どちらともいえない 4 やや不満 5 不満
46	商品等の不正表示の監視・指導、悪質事業者の取締り	1 満足 2 ある程度満足 3 どちらともいえない 4 やや不満 5 不満
47	生活関連物資（食品等）の価格調査	1 満足 2 ある程度満足 3 どちらともいえない 4 やや不満 5 不満
48	消費者団体や地域で活動する消費者グループの育成や活動支援	1 満足 2 ある程度満足 3 どちらともいえない 4 やや不満 5 不満

番号	項目	入力内容
49	あなたは、次の行政の取組みについて、どの程度重要だと思いますか。 富山県消費生活センター・市町村の消費生活相談体制の充実	1 重要 2 まあ重要 3 普通 4 あまり重要でない 5 重要でない
50	消費者トラブルの実態・対処方法・相談窓口などの情報提供	1 重要 2 まあ重要 3 普通 4 あまり重要でない 5 重要でない
51	商品やサービスの事故・リコール（製品回収）などの情報提供	1 重要 2 まあ重要 3 普通 4 あまり重要でない 5 重要でない
52	消費者教育（啓発講座や学校教育など）の推進	1 重要 2 まあ重要 3 普通 4 あまり重要でない 5 重要でない

番号	項目	入力内容
53	商品等の不正表示の監視・指導、悪質事業者の取締り	1 重要 2 まあ重要 3 普通 4 あまり重要でない 5 重要でない
54	生活関連物資（食品等）の価格調査	1 重要 2 まあ重要 3 普通 4 あまり重要でない 5 重要でない
55	消費者団体や地域で活動する消費者グループの育成や活動支援	1 重要 2 まあ重要 3 普通 4 あまり重要でない 5 重要でない

番号	項目	入力内容
56	高齢化、デジタル化、国際化など消費者を取り巻く環境が大きく変化する中で、新たにどのような課題への対応が特に重要になるとお考えですか。 (複数回答OK)	1 インターネットを利用した詐欺等の消費者トラブル 2 インターネットを利用できない高齢者等における情報格差、情報リテラシー不足 3 外国のネットショップとの消費者トラブル 4 在留外国人や訪日外国人に関する消費者トラブルの防止 5 成年年齢の引下げによる若年の消費者被害防止 6 単身高齢者や障がい者等を消費者トラブルから保護・支援するための取組み 7 SDG s やエシカル消費（フェアトレード商品やリサイクル製品の購入）等持続可能な責任ある消費生活の実現 8 自然災害の発生に乗じた悪質商法や義援金詐欺等の消費者トラブルへの対応 9 人口減少や過疎化により、日常の買物や、生活に必要なサービスを受けたりするのを困難に感じる「買物弱者」への対応