

「消費生活に係る県民意識調査（平成30年7月調査）」の結果について

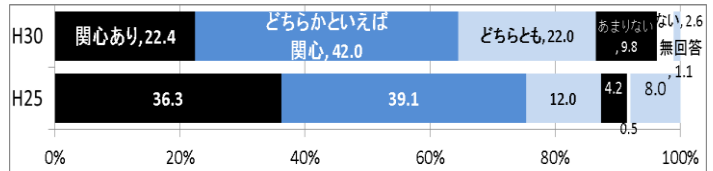
消費生活に関する県民の意識や消費者トラブルの実態等を調査し、県内における消費者問題の現状や施策ニーズ等を把握することにより、県民の消費生活の安定及び向上に向けた効果的な施策の推進を図るため実施したもの。

調査対象
 県内在住の満18歳以上の男女3,000人（層化2段無作為抽出法）
 調査期間：平成30年7月3日（火）～7月31日（火）
 調査方法：郵送法（郵送配布一郵送回収）
 有効回収数（率）：1,565人（52.2%）
 回答者属性：〔性別〕男43.3%、女56.7%
 〔年代〕18・19歳1.3%、20歳代6.8%、30歳代11.8%、
 40歳代16.6%、50歳代17.2%、60歳代25.2%、70歳以上20.8%

<調査結果のポイント>

1 消費者の意識・行動

① 消費者問題に関心がある 64.4%
 (H25:75.4%)

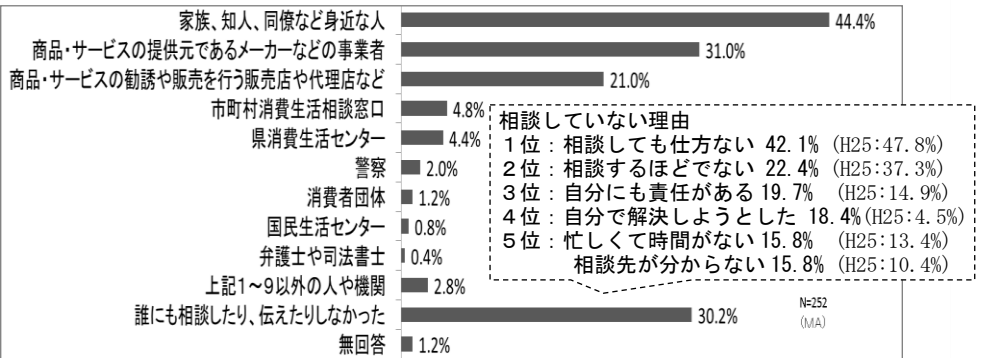


② 日頃から被害にあわないように心掛けていること

「必ずもうかる！」や「損はしない！」といったうまい話には気をつけるようにしている」が76.7%（H25：90.3%）と最も高く、次いで「テレビ、新聞、雑誌等マスメディアの報道を見ている」が56.2%。（H25：69.3%）

③ トラブルの経験(過去1年間)がある 16.1% (H25:21.2%)

④ 消費者被害にあっても相談していない。 30.2% (H25:21.5%)



2 商品選択時の意識

商品やサービス選択の際は、環境等への配慮より、価格や安全性等が最優先されている。

商品サービス選択時の意識	常に意識+よく意識
価格	90.6% (H25 91.6%)
機能・品質	90.1% (H25 90.8%)
安全性	86.2% (H25 87.5%)
環境に及ぼす影響	37.0% (H25 36.2%)
事業者の社会貢献活動等	22.3% (H25 22.0%)

一方で、環境に配慮した行動は6～7割が実践と回答。

- ・マイバック・マイ箸の持参など 73.9%
- ・電気をこまめに消すなど省エネ 68.2%
- ・リサイクル商品の購入等 60.0%

3 消費者教育の参加の有無（授業、講座、出前講座等）

① 消費者教育を受けた経験が「ある」 11.2% (H25:9.5%)

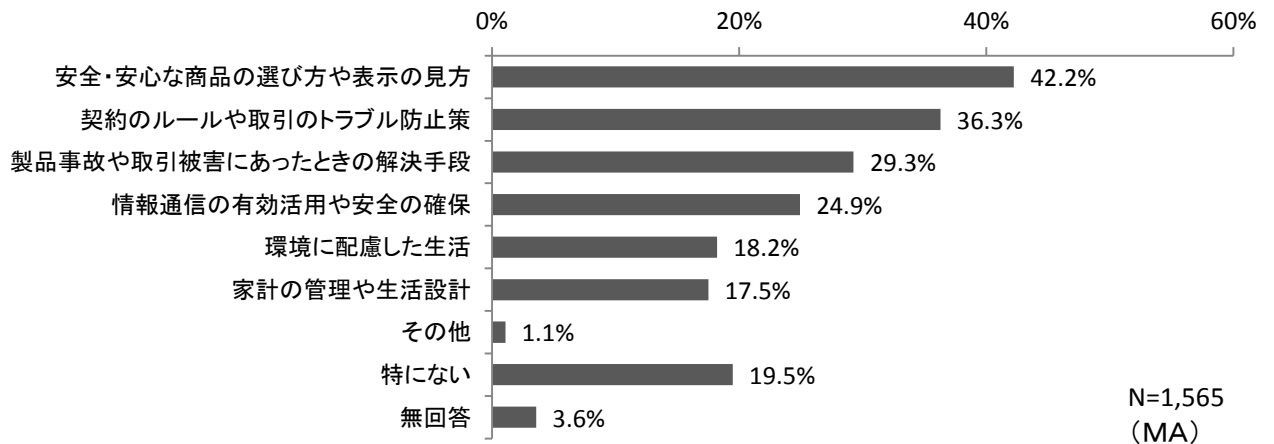
・授業を受けた機会としては、30代以下は学校の授業、60代以上は地域(町内会等)での講習会、40～50代は職場での講習会と回答した割合が高い。

消費者教育を受けた機会	消費者教育の経験が「ない」理由
1位：小中高校の授業 33.0% (H25:18.0%)	1位：講座の開催を知らない 45.7% (H25:51.3%)
2位：地域(町内会や老人クラブなど)での講習会 28.4% (H25:46.0%)	2位：忙しくて時間がない 31.9% (H25:34.1%)
3位：職場での講習会、勉強会など 22.7% (H25:29.5%)	3位：日程・場所が合わない 24.6% (H25:26.8%)

・参加した消費者教育の内容としては、「契約のルールや取引のトラブル防止策（例えば、クーリング・オフの仕方、悪質商法の手口とその対処法）」が69.9%と最も高い。（H25：59.0%）

②参加したい消費者教育の内容

「安心・安全な商品(食べ物を含む)の選び方や表示の見方(例えば、素材や添加物表示の見方)」が42.2%(H25:52.0%)と最も高い。一方、「特にない(興味がない)」が19.5%(H25:14.3%)。



③参加しやすい機会

「地域(町内会や老人クラブなど)での講習会・勉強会など」が49.8%(H25:53.4%)で最も高く、次いで「職場での講習会・勉強会など」が35.4%(H25:35.7%)。

4 消費者問題に関する機関や相談窓口の認知度

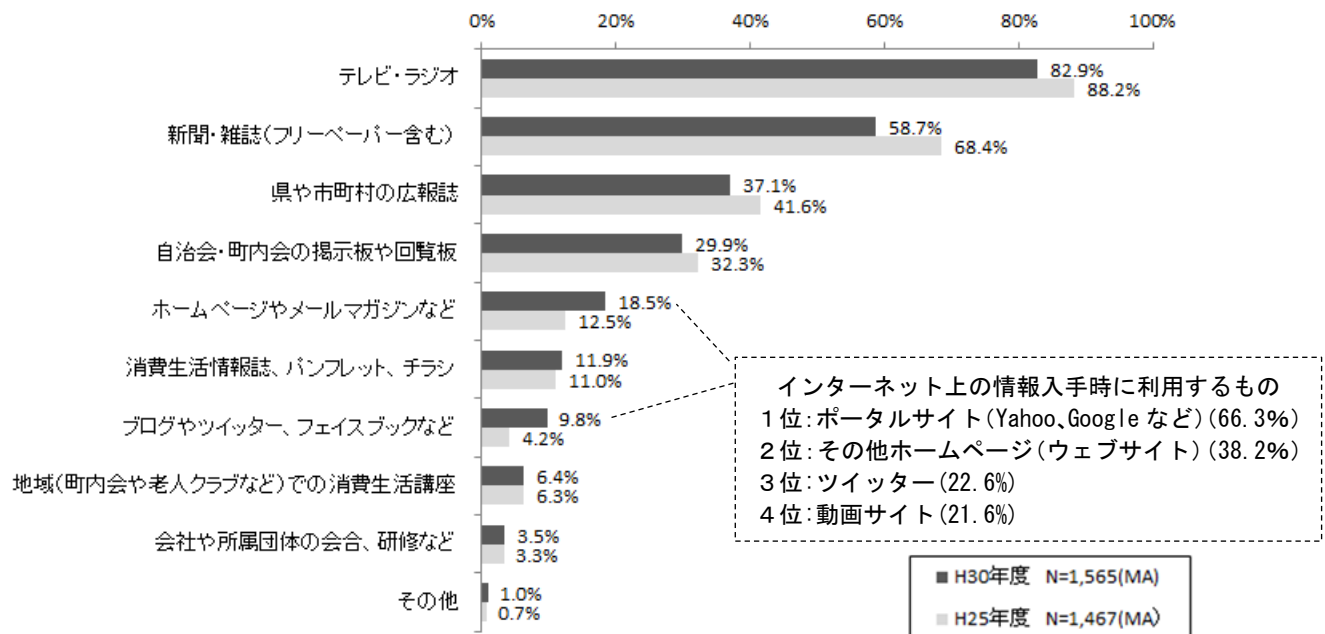
(「名前も内容も知っている」+「名前は知っているが内容は知らない」)

- ・ 県消費生活センター 84.7%(H25:90.0%)
- ・ 市町村消費生活相談窓口 67.6%(H25:74.1%)
- ・ 国民生活センター71.1%(H25:76.0%)
- ・ 消費者ホットライン(188) 25.9%(H25:41.2%)
- ・ 県警察本部「相談110番」51.6%(H25:58.0%)

5 消費者問題に関する情報

①有効な(利用しやすい)消費者向け情報提供手段

「テレビ・ラジオ」が82.9%(H25:88.2%)と最も高く、次いで「新聞・雑誌(フリーペーパー含む)」が58.7%(H25:68.4%)。



②欲しい情報

「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法」が52.1%(H25:57.9%)と最も高く、次いで「食品の安全性や食品表示制度についての情報」が31.2%(H25:32.7%)。