

消費者の意識と行動に関するネットアンケート実施結果(概要)

調査概要

かながわ消費者施策推進指針(以下「指針」という。)では、毎年度、指針に位置付く事業の計画や検証を行うこととしている。これまでの消費生活審議会の中で、委員より、「若者に対して、県の施策をどう評価するか聞く機会を設けるべき」、「啓発に対する評価を定量的に行うことが大切」などの意見があったことを踏まえ、意識や行動など消費者の実態を把握するため、新たに調査事業を実施することとした。

1 調査方法

インターネットを利用したアンケート調査

2 対象者

神奈川県在住で18歳以上の消費者2,000名(回答者の居住地、性別、年代ごとに人口構成比に応じ割付)

3 調査実施期間

令和8年2月10日(火)から2月25日(水)まで

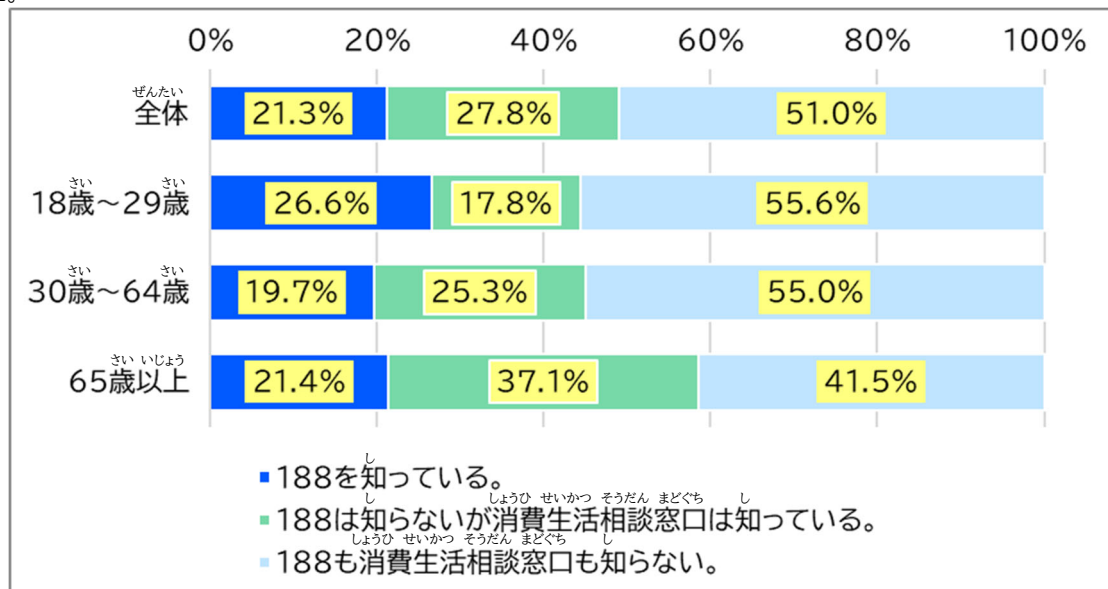
<消費生活相談窓口(188)認知度>

Q1 あなたは、このアンケート調査より前から、各自治体に消費生活相談の窓口があることを知っていましたか。当てはまるものを1つ選んでください。

「消費生活相談の窓口」には、消費生活センターが含まれます。

		回答数	%
全体		2000	100.0
1	各自治体に消費生活相談の窓口があること、消費者ホットライン188からも各自治体の消費生活相談窓口で電話が繋がると両方知っていた。	148	7.4
2	各自治体に消費生活相談の窓口があること、消費者ホットライン188も両方知っていたが、188からつながるのが自治体の消費生活相談窓口とは知らなかった。(他の相談先につながると思っていた。)	111	5.6
3	各自治体に消費生活相談の窓口があることは知っていたが、消費者ホットライン188は知らなかった。	555	27.8
4	消費者ホットライン188は知っていたが、各自治体に消費生活相談窓口があることは知らなかった。	166	8.3
5	各自治体に消費生活相談の窓口があることも、消費者ホットライン188も知らなかった。	1020	51.0

各自治体に消費生活相談窓口があることにあわせて、消費者ホットライン 188 を知っていたか聞いたところ、消費者ホットライン 188 を知っている(選択肢1、2、4 の合計)は 21.3%であった。自治体の消費生活相談窓口と消費者ホットライン 188 のいずれかを知っていると回答した人(選択肢1~4)は 49.0%であった。



18歳～29歳、30歳～64歳、65歳以上の区分で比較すると、消費者ホットライン 188 を知っている(選択肢1)と回答した人の割合は、18歳～29歳が最も高く、消費者ホットライン 188 は知らないが消費生活相談窓口は知っている(選択肢3)と回答した人の割合は、65歳以上が最も高かった。

<消費者トラブル・被害の経験>

Q2 あなたは、過去1年間に購入した商品、利用したサービスについて、以下に当てはまる経験をしましたか。当てはまるものを全て選んでください。

過去1年間に1回でも経験したことがあるものを選択してください。キャンセルができて返金されたなど、実際に損害額が生じなかった場合を含みます。

以降の設問では、上記に挙げたトラブルをまとめて「買い物に関するトラブル」といいます。（「その他(上記以外)の被害に遭った」を含みます。）

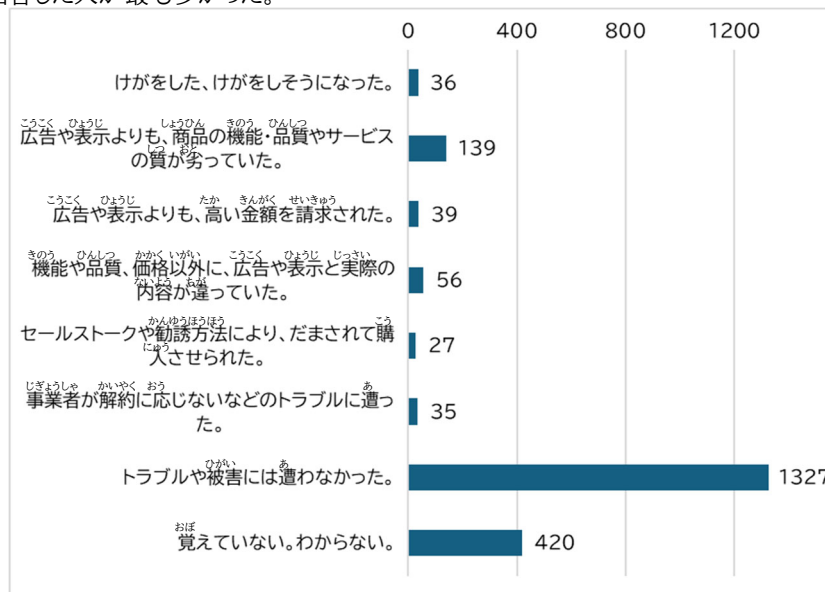
選択肢8及び9は、それぞれ、他の選択肢と同時に選択できないように設定

	回答数	%
全体	2000	100.0
1 購入した商品やサービスの安全性や衛生面が原因で、けがをした。または、けがをしそうになった。(病気を含む)	36	1.8
2 広告や表示よりも、購入した商品の機能・品質やサービスの質が劣っていた。	139	7.0
3 最初に確認した広告や表示よりも、高い金額を請求された。	39	2.0
4 機能や品質、価格以外に、広告や表示と実際の内容が違っていた。	56	2.8
5 販売時のセールストークや勧誘方法により、だまされて購入させられた。	27	1.4
6 購入した商品やサービスを解約しようとした際に、事業者が解約に応じないなどのトラブルに遭った。	35	1.8
7 その他(上記以外)の被害に遭った。	9	0.5
8 購入した商品や利用したサービスで、トラブルや被害には遭わなかった。	1327	66.4
9 覚えていない。(わからない。)	420	21.0

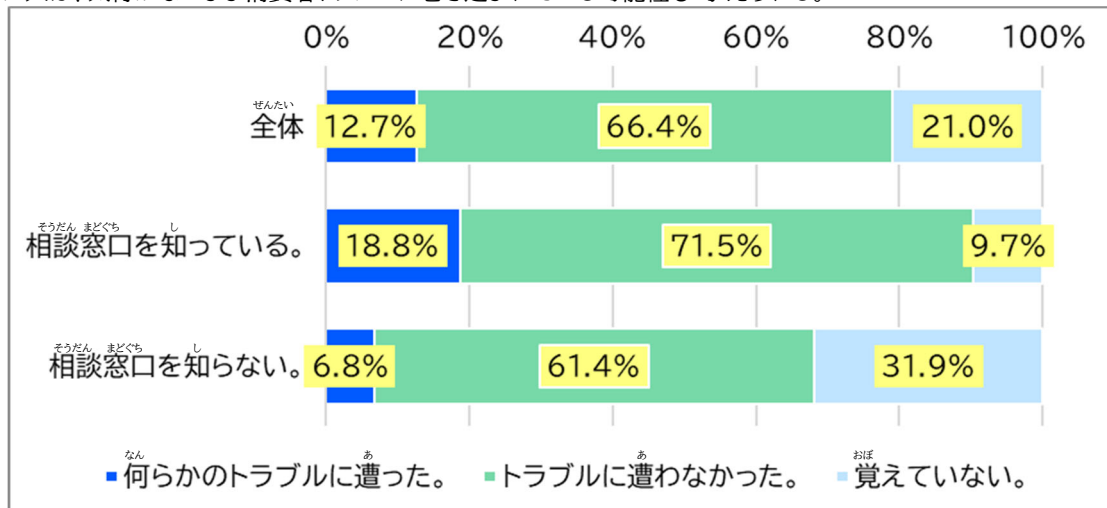
過去1年間に消費者トラブルや被害に遭った経験を聞いたところ、遭わなかったと回答した人が最も多かった。

一方、何らかのトラブルに遭ったと回答した人(選択肢8、9以外)は、253件で、全体の12.7%であった。

トラブルの内容で見ると、「広告や表示よりも、購入した商品の機能・品質やサービスの質が劣っていた。」と回答した人が最も多かった。



相談窓口を知っているかどうかでみると、「相談窓口を知っている」(Q1の選択肢1~4)と回答した人のうち、184件(全体の9.2%)が何らかのトラブルに遭ったと回答しているのに対し、「知らない」と回答した人(Q1の選択肢5)では、69件(全体の3.5%)となっており、大きな開きがある。逆に、覚えていない・わからないと回答した人は「相談窓口を知らない」と回答した人に多い。これは、相談窓口を知っているという人は、過去に何らかのトラブルに遭ったことで窓口を知ったか、もともと関心の高いことが考えられる。一方、相談窓口を知らないと回答した人は、気付かないまま消費者トラブルに巻き込まれている可能性も考えられる。



<消費者トラブル・被害に遭いそうになった経験>

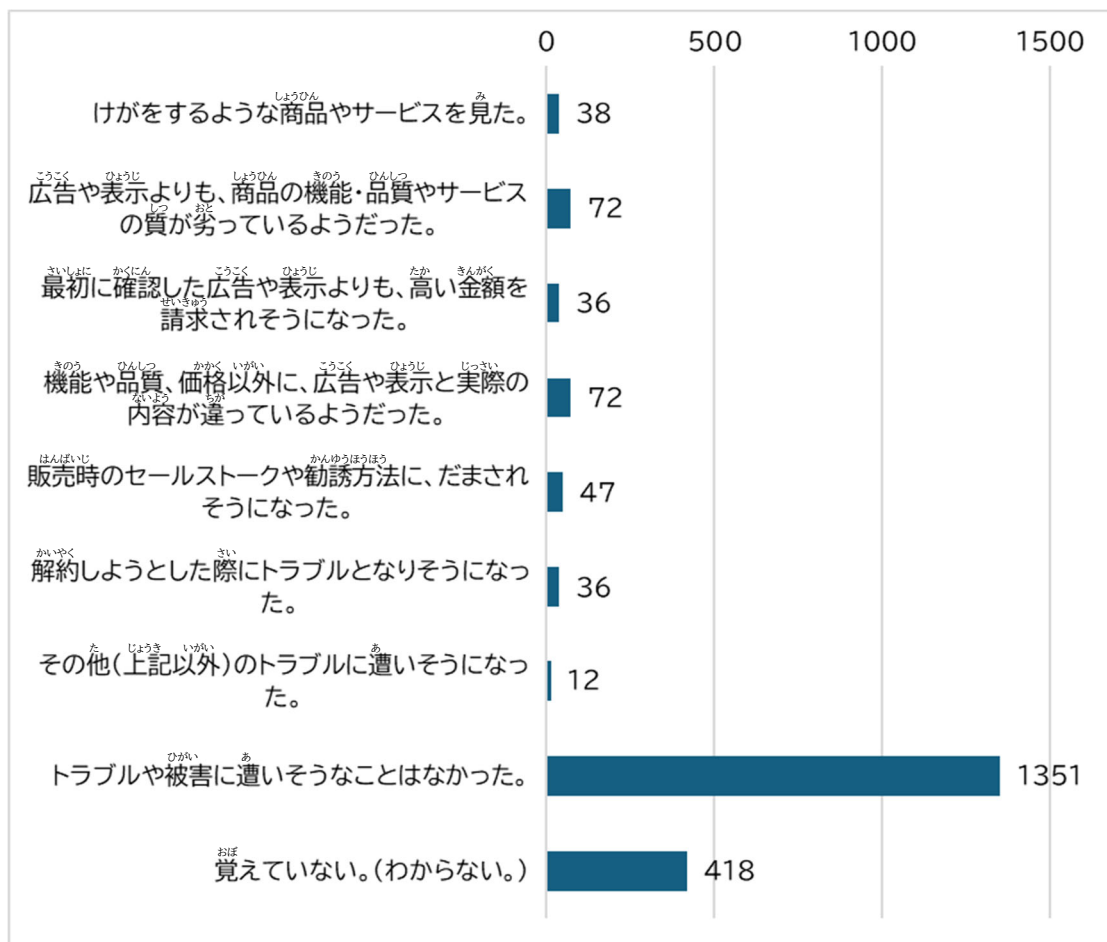
Q3 あなたは、Q2 で回答いただいた経験以外に、過去1年間に、商品やサービスに関して、以下に当てはまる経験をしたことはありますか。当てはまるものを全て選んでください。話を聞いただけで申し込まなかった場合などを含みます。

選択肢8及び9は、それぞれ、他の選択肢と同時に選択できないように設定

	回答数	%
全体	2000	100.0
1 安全性や衛生面に問題があり、けが(病気を含む)をするような商品やサービスを見たが、購入や契約はしなかった。	38	1.9
2 広告や表示よりも、商品の機能・品質やサービスの質が劣っていたので購入や契約をやめた。	72	3.6
3 最初に確認した広告や表示よりも、高い金額を請求されそうになったので購入や契約をやめた。	36	1.8
4 機能や品質、価格以外に、広告や表示と実際の内容が違っているようだったので購入や契約をやめた。	72	3.6
5 販売時のセールストークや勧誘方法に、だまされそうになったが、購入や契約はしなかった。	47	2.4
6 購入した商品やサービスを、解約しようとした際にトラブルとなりそうになった。	36	1.8
7 その他(上記以外)のトラブルに遭いそうになった。	12	0.6
8 購入しようとした商品や利用しようとしたサービスで、トラブルや被害に遭いそうなことはなかった。	1351	67.6
9 覚えていない。(わからない。)	418	20.9

【その他自由記述の回答(抜粋)】

- 商品の解約のための電話が繋がらなかった。
- 商品の品質低下や追加費用が発生した。
- 6回までは定期的に高額な化粧品を取り続けないとならなかった。
- 購入したがマンションでは使用できなかったが、188に相談したところ解約できた。
- 購入しようとした商品の口コミを見て購入をやめた。
- エコキュート助成金の振り込みまでに一年かかった。
- 注文した内容が明らかに足りていなかった。



過去1年間に消費者トラブルや被害に遭いそうになった経験を聞いたところ、Q2(消費者トラブルや被害に遭った経験)と同様、遭いそうになったことはなかったと回答した人が最も多かった。

内容で見ると、広告や表示を不審に思い購入や契約をやめた(選択肢2~4)という回答が多かった。

一方、自由記述の回答を見ると、消費者トラブル・被害に遭っているものも見られ、回答者によっては、Q2との区別が付きにくい質問であったことがうかがえる。

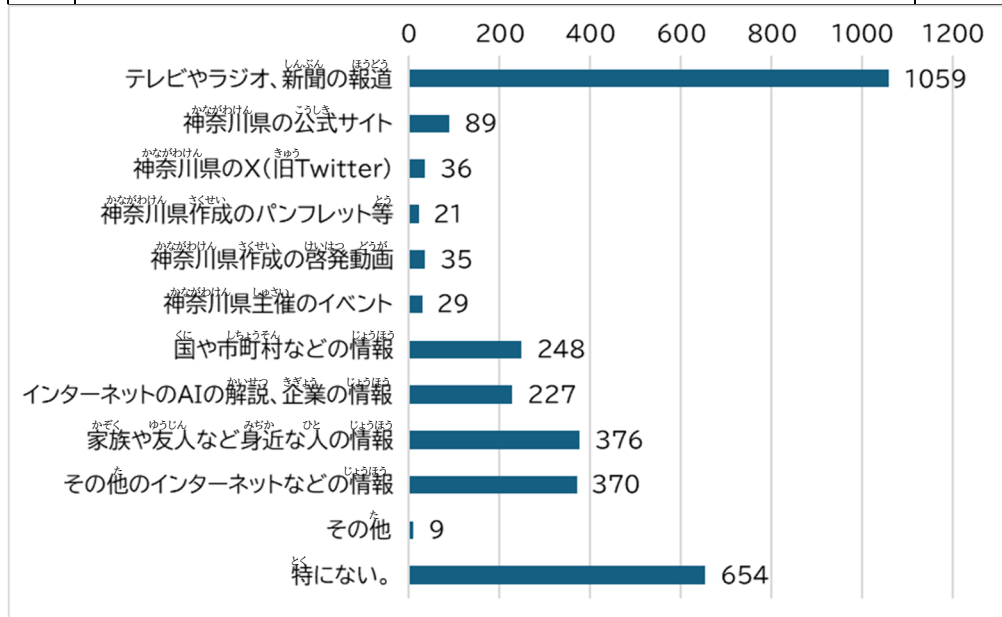
<消費者トラブルに関する情報の日常的情報源>

Q4 あなたは、日常的に、悪質商法の手口や、製品やサービスの安全性に関する情報を、どのような方法で手に入れていますか。それぞれ当てはまるものを3つまで選んでください。

【悪質商法の手口】

選択肢4「神奈川県作成の188がデザインされたパンフレットや啓発グッズ」は、Q1で選択肢1、2、4を選択した場合に表示
 選択肢12は他の選択肢と同時に選択できないよう設定

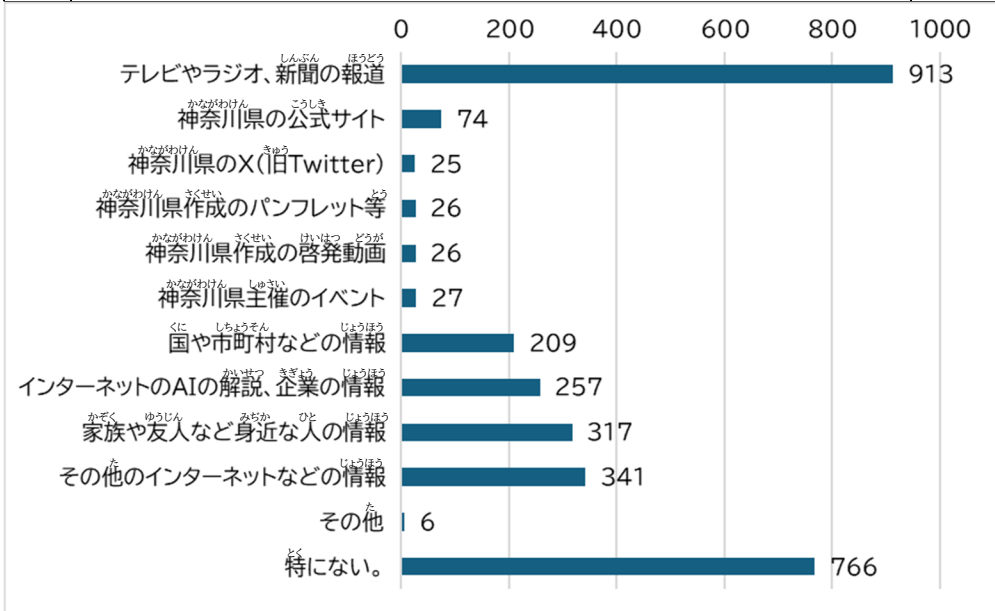
	回答数	%
全体	2000	100.0
1 テレビやラジオ、新聞のニュースや報道(報道機関のアプリやSNSを含む)	1059	53.0
2 神奈川県の公式サイト	89	4.5
3 神奈川県のX(旧Twitter)	36	1.8
4 神奈川県作成の188がデザインされたパンフレットや啓発グッズ	21	1.1
5 神奈川県作成の啓発動画	35	1.8
6 神奈川県主催のイベント	29	1.5
7 国や市町村など(神奈川県以外)の公的機関が発行する広報紙やチラシ、公式サイトや公式SNS、公式動画	248	12.4
8 インターネットのAIの解説、企業の公式サイトや公式SNS、公式動画	227	11.4
9 家族や友人など身近な人の情報(SNSを含む)	376	18.8
10 その他のインターネットやSNS、動画などの情報	370	18.5
11 その他	9	0.5
12 特にない。	654	32.7



【製品やサービスの安全性に関する情報】

選択肢4「神奈川県作成の188がデザインされたパンフレットや啓発グッズ」は、Q1で選択肢1、2、4を選択した場合に表示
 選択肢12は他の選択肢と同時に選択できないよう設定

	回答数	%
全体	2000	100.0
1 テレビやラジオ、新聞のニュースや報道(報道機関のアプリやSNSを含む)	913	45.7
2 神奈川県の公式サイト	74	3.7
3 神奈川県のX(旧Twitter)	25	1.3
4 神奈川県作成の188がデザインされたパンフレットや啓発グッズ	26	1.3
5 神奈川県作成の啓発動画	26	1.3
6 神奈川県主催のイベント	27	1.4
7 国や市町村など(神奈川県以外)の公的機関が発行する広報紙やチラシ、公式サイトや公式SNS、公式動画	209	10.5
8 インターネットのAIの解説、企業の公式サイトや公式SNS、公式動画	257	12.9
9 家族や友人など身近な人の情報(SNSを含む)	317	15.9
10 その他のインターネットやSNS、動画などの情報	341	17.1
11 その他	6	0.3
12 特にない。	766	38.3



悪質商法の手口、商品やサービスの安全性等の日常的な情報源を聞いたところ、いずれも「テレビやラジオ、新聞のニュースや報道」と回答した人が最も多かった。また、県の発信する情報を回答した人は、総じて1%~4%程度と極めて少ない結果となった。

悪質商法の手口と商品やサービスの安全性では、悪質商法の手口の方が「特になし」と回答した人が5.6ポイント少なかった。

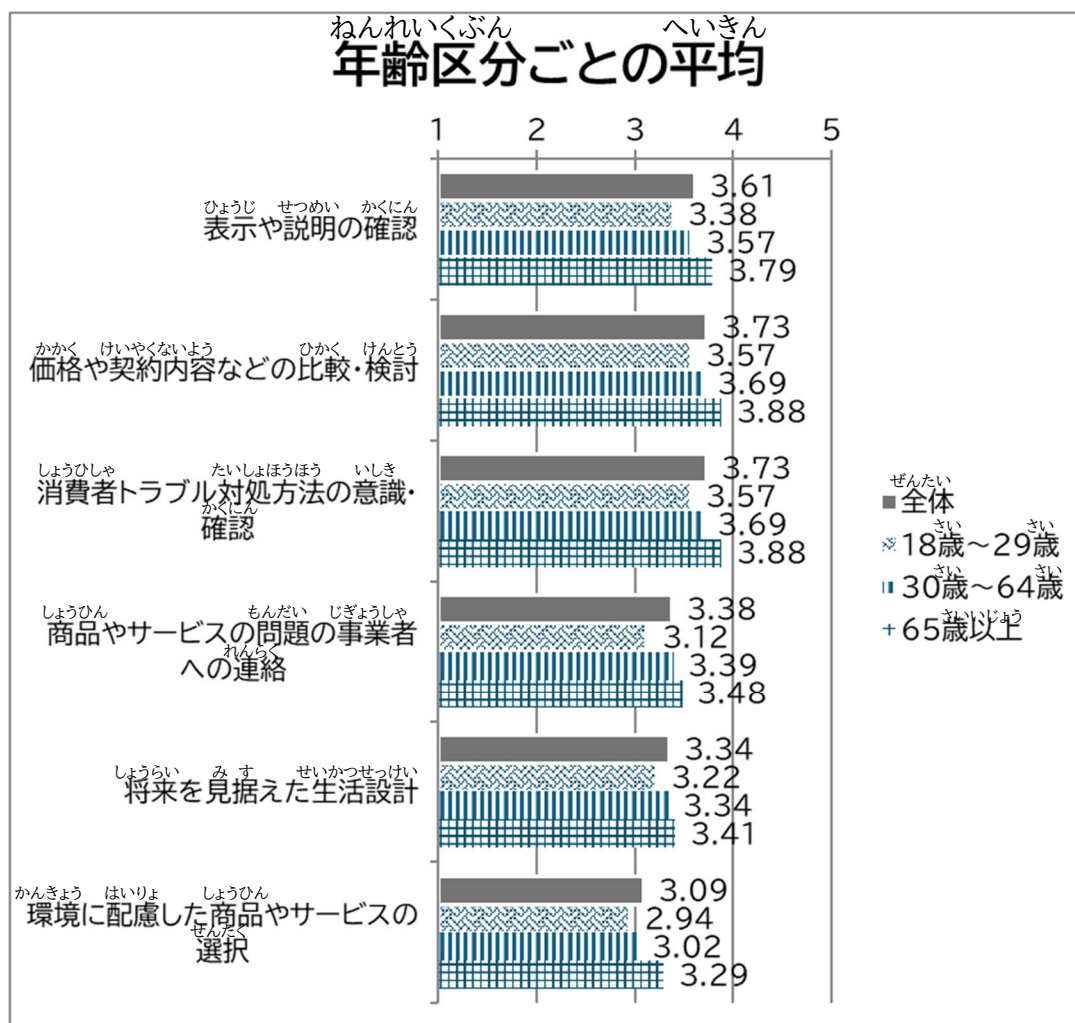
<消費者の行動意識>

Q5 あなたは、日常的に、次の行動をどの程度実行していますか。それぞれの項目ごとに、当てはまるものを1つずつ選んでください。

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	平均
1 表示や説明を十分確認し、その内容を理解した上で、商品やサービスを選んで購入(契約)する。	85	156	522	934	303	3.61
2 価格や契約内容などをよく比較、検討した上で、購入(契約)する商品やサービスを定める。	74	117	486	921	402	3.73
3 買い物に関するトラブルに備えて、対処方法を意識し、あらかじめ確認しておく。	133	394	820	505	148	3.73
4 商品やサービスの問題があれば、提供する事業者に連絡する。	128	229	675	696	272	3.38
5 ライフステージや経済状況の変化など、将来を見据えた生活設計を考える。	113	201	784	690	212	3.34
6 環境に配慮した商品やサービスを選ぶ。	161	300	870	530	139	3.09

【選択肢】

- (1) 全く実行していない。
- (2) あまり実行していない。
- (3) どちらともいえない。
- (4) ある程度実行している。
- (5) 常に実行している。



「全く実行していない。」～「常に実行している。」をそれぞれ 1～5 としたときの平均では、価格や契約内容の比較・検討、消費者トラブルの意識・確認の回答が 3.73 と最も高く、環境に配慮した商品やサービスの選択が 3.09 と最も低かった。

年齢区分別でみると、どの項目でも 18歳～29歳が低く、年齢を重ねるにつれて高くなる傾向がある。

ここからは、神奈川県内の自治体の取組に対するあなたの考えについて伺います。

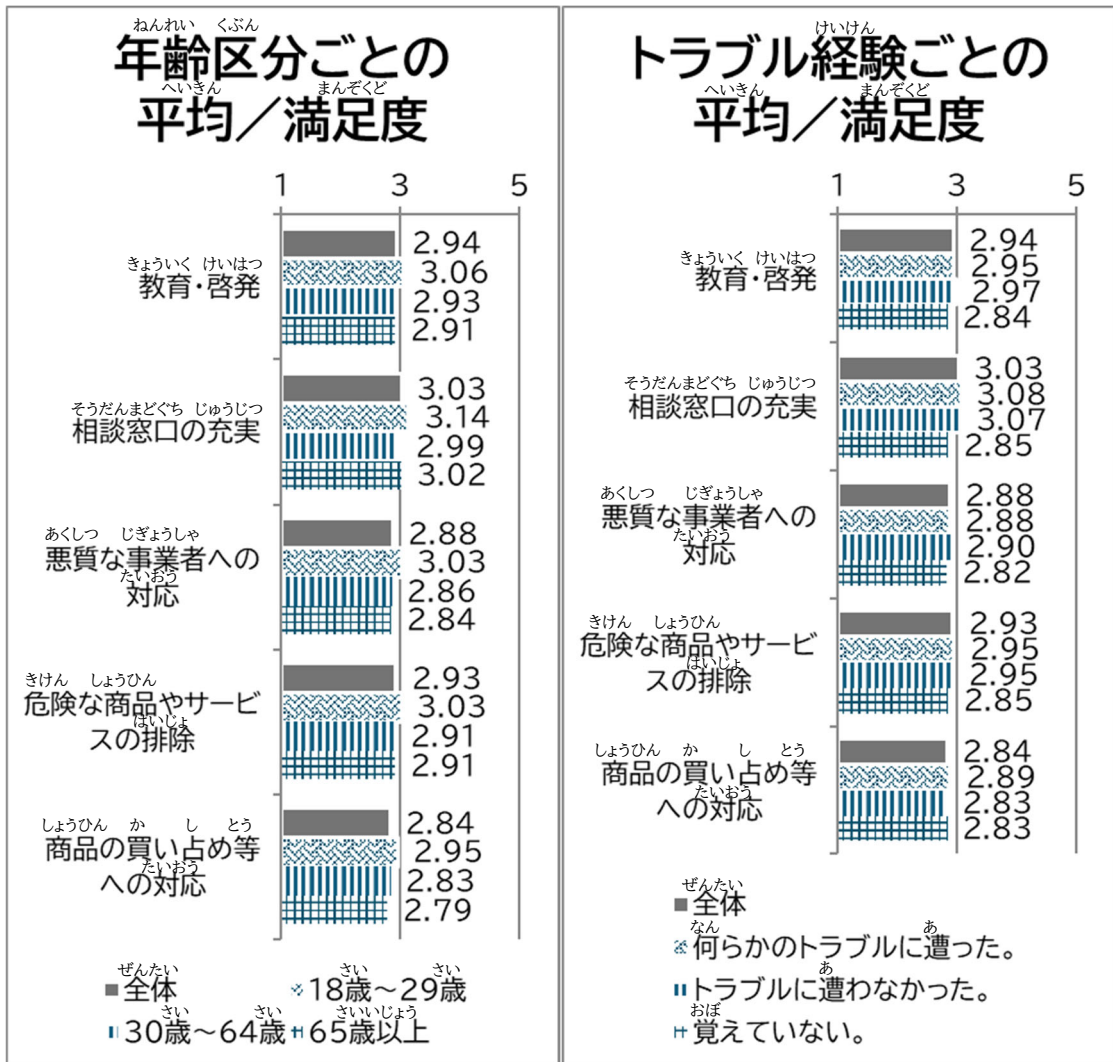
<自治体の取組の満足度>

Q6 あなたは、自治体が行っている次の取組は、どの程度十分に行われていると思いますか。それぞれの項目ごとに、当てはまるものを1つずつ選んでください。

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	平均
1 買い物に関するトラブルを回避するための教育・啓発がなされていること	111	398	1063	353	75	2.94
2 買い物に関するトラブルに遭った際に相談できる窓口が充実していること	100	313	1101	408	78	3.03
3 買い物に関するトラブルを起こす悪質な事業者への対応がなされていること	153	372	1109	294	72	2.88
4 危険な商品やサービスが排除され安全が確保されていること	133	349	1124	320	74	2.93
5 商品の買い占めや売り惜しみをする事業者への対応がなされていること	173	384	1107	267	69	2.84

【選択肢】

- (1) 不十分だと思う。
- (2) あまり十分だとは思わない。
- (3) どちらともいえない。
- (4) ある程度十分だと思う。(ある程度は問題を感じない。)
- (5) 十分だと思う。(全く問題を感じない。)



自治体の消費者施策に関して、満足度を問う質問として設定した。「不十分だと思う。」～「十分だと思う。(全く問題を感じない。)」をそれぞれ1～5としたときの平均でみると、相談窓口の充実が3.03と最も高く、商品の買い占め等への対応や悪質な事業者への対応が低くなっている。

年齢区分別では、年齢を重ねるにつれて低くなるが、数値の差こそあれ、ほぼすべての世代で相談窓口の充実が最も高く、次いで教育・啓発や危険な商品やサービスの排除が高いという傾向がみられ、世代間の差はあまりないものと考えられる。

一方、Q2(消費者トラブルに遭った経験)で「覚えていない」と回答した人の平均が低い傾向があり、関心の低さが満足度の低さにつながっている可能性が考えられる。

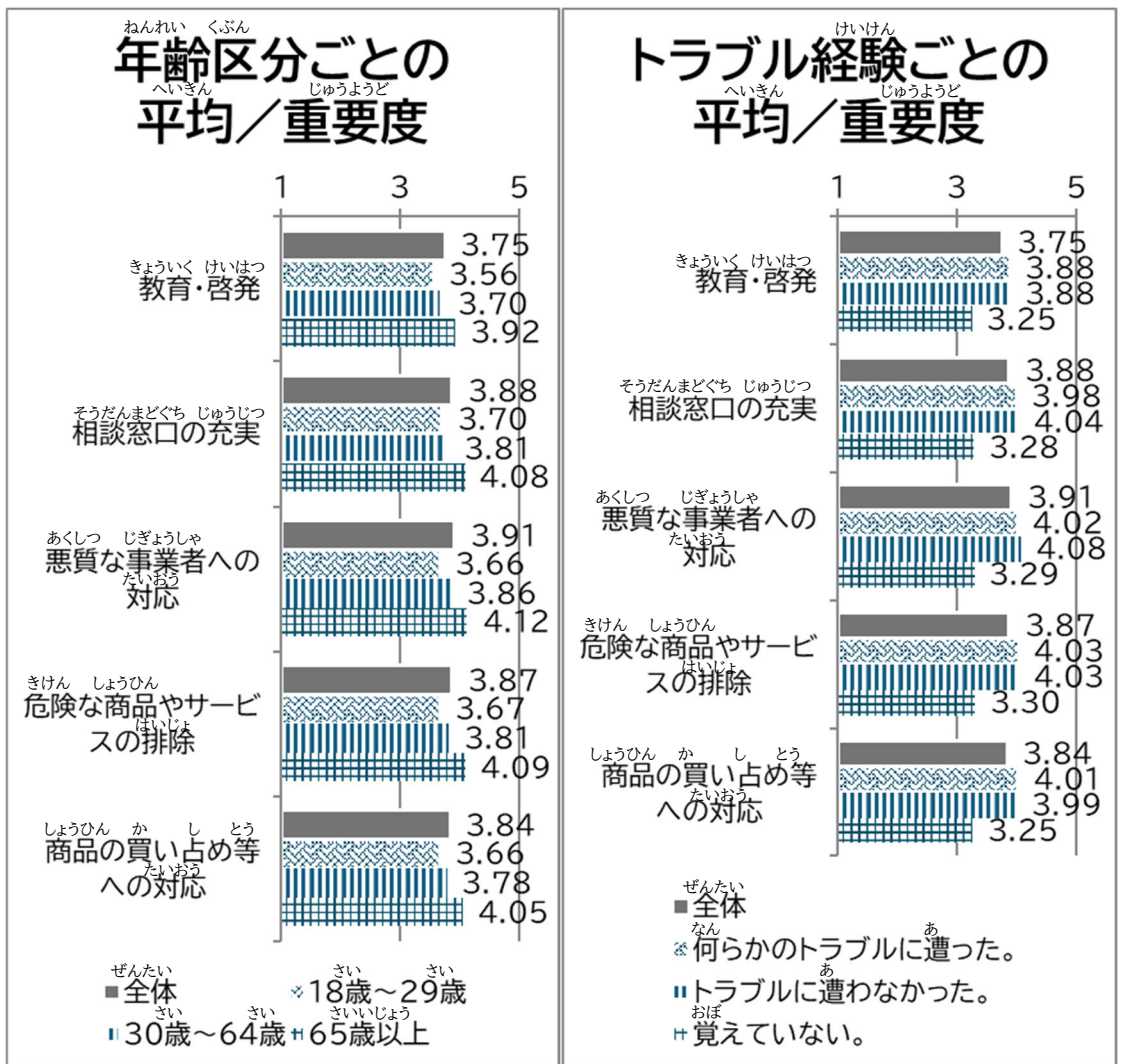
<自治体の取組の重要度>

Q7 あなたは、自治体が行っている次の取組は、どの程度重要だと思いますか。それぞれの項目ごとに、当てはまるものを1つずつ選んでください。

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	平均
1 買い物に関するトラブルを回避するための教育・啓発がなされていること	26	83	680	794	417	3.75
2 買い物に関するトラブルに遭った際に相談できる窓口が充実していること	23	62	630	712	573	3.88
3 買い物に関するトラブルを起こす悪質な事業者への対応がなされていること	26	78	615	621	660	3.91
4 危険な商品やサービスが排除され安全が確保されていること	29	65	649	643	614	3.87
5 商品の買い占めや売り惜しみをする事業者への対応がなされていること	27	73	661	668	571	3.84

【マトリクス選択肢】

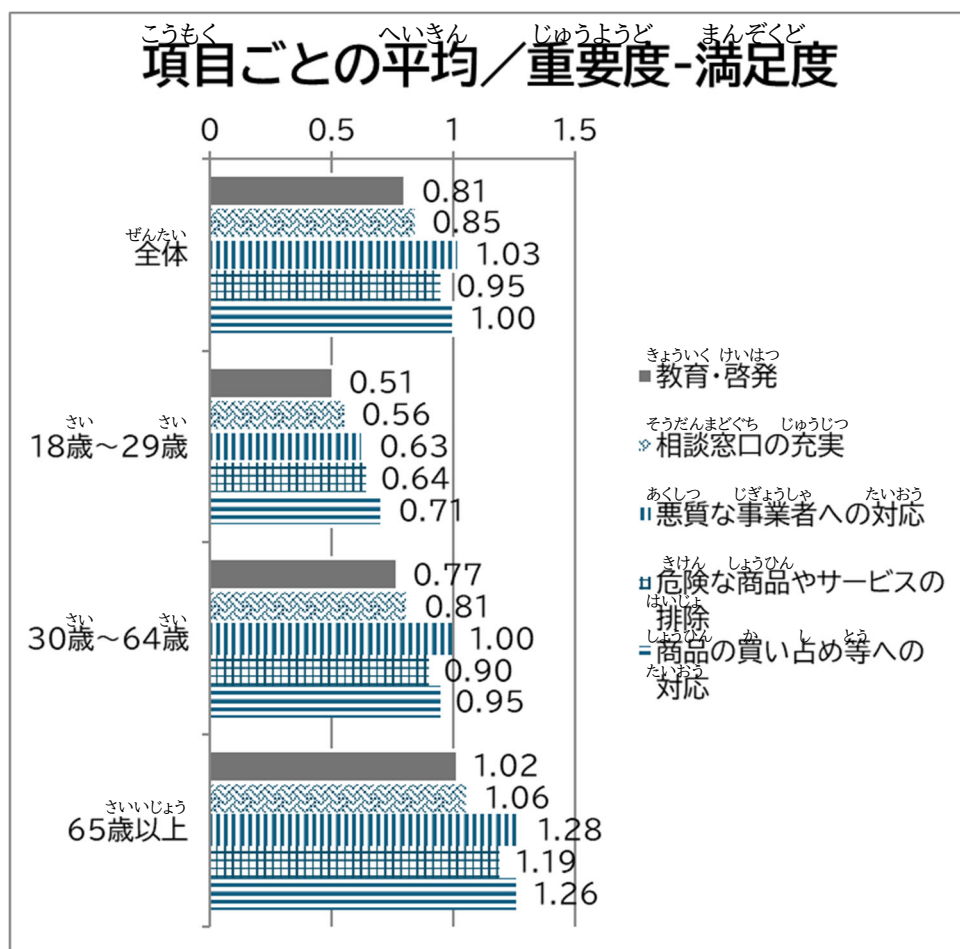
- (1) 全く重要だとは思わない。
- (2) あまり重要だとは思わない。
- (3) どちらともいえない。
- (4) ある程度重要だと思う。
- (5) 重要だと思う。



Q6と同じ項目に対し、施策の重要度を問う質問として設定した。「全く重要だとは思わない。」～「重要だと思う」をそれぞれ1～5としたときの平均でみると、悪質な事業者への対応が3.91と最も高く、教育・啓発が3.75と最も低い値となった。

年齢区分別では、全体的に年齢を重ねるにつれて高くなるが、29歳以下では相談窓口の充実が最も高いのに対し、30歳以上では、悪質な事業者への対応が最も高くなっており、世代間に違いがみられる。

Q6と同様に、Q2(消費者トラブルに遭った経験)で「覚えていない」と回答した人の平均が低い傾向がある。



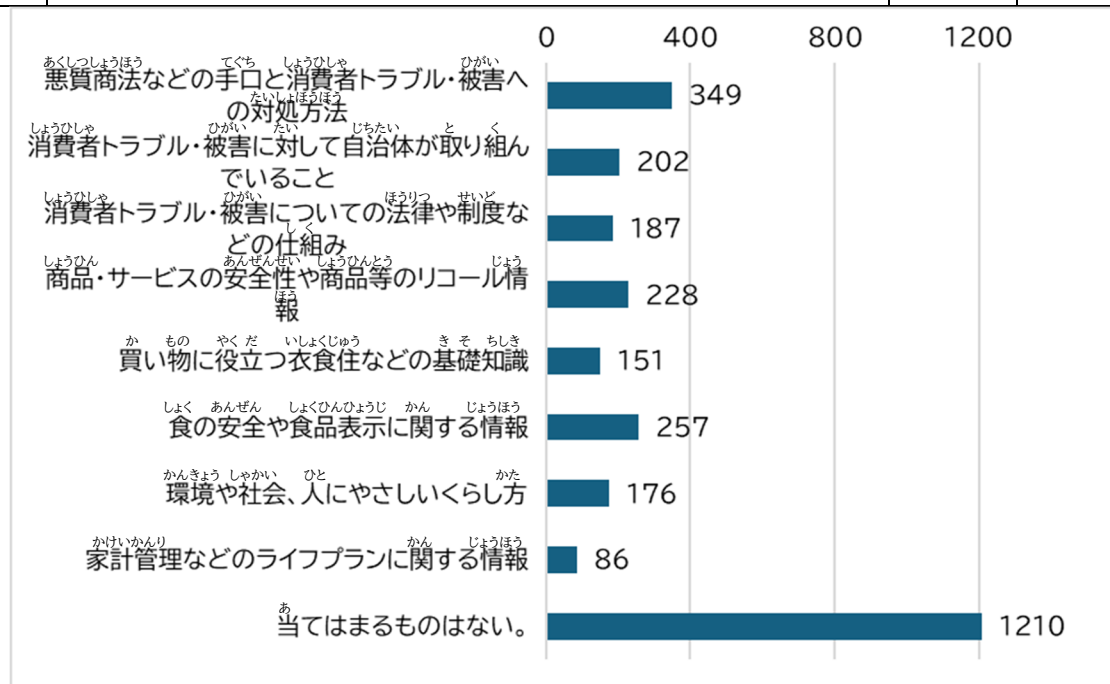
施策の重要度(Q7)と満足度(Q6)の差をみると、どの世代でも悪質な事業者への対応と商品の買い占め等への対応など、行政機関でのみ対応できる項目が高く、教育・啓発や相談窓口の充実は比較的低い結果となった。

<県の啓発の満足度>

Q8 神奈川県が発信している次の情報のうち、あなたが県民の皆さんに十分に知られていると思うものは何ですか。当てはまるものを全て選んでください。

選択肢9は、他の選択肢と同時に選択できないように設定

		回答数	%
全体		2000	100.0
1	悪質商法などの手口と買い物に関するトラブル・被害への対処方法	349	17.5
2	買い物に関するトラブル・被害に対して自治体が行っていること	202	10.1
3	買い物に関するトラブル・被害についての法律や制度などの仕組み	187	9.4
4	商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報	228	11.4
5	買い物に役立つ衣食住などの基礎知識	151	7.6
6	食の安全や食品表示に関する情報	257	12.9
7	環境や社会、人にやさしい暮らし方	176	8.8
8	家計管理などのライフプランに関する情報	86	4.3
9	当てはまるものはない。	1210	60.5



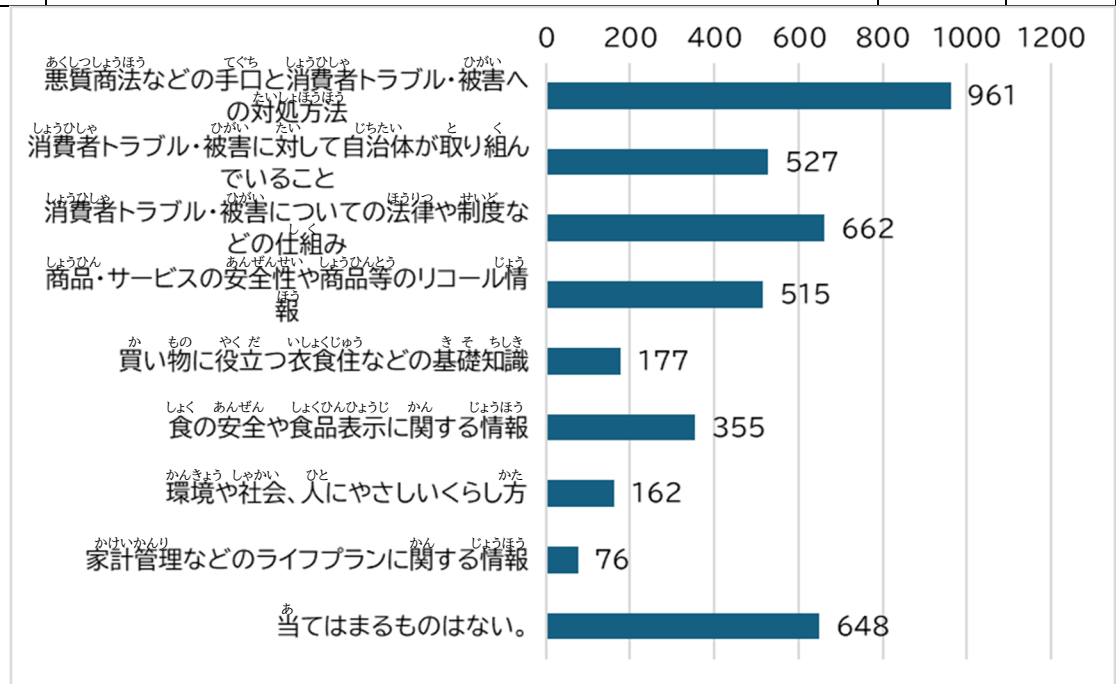
県の情報発信の満足度を問う質問として設定した。結果、当てはまるものがないという回答が60%程度と最も多かったが、内容別では、消費者トラブル・被害への対処法という回答が20%近くあり、次いで、食の安全や食品表示に関する情報となっている。

<県の啓発の重要度>

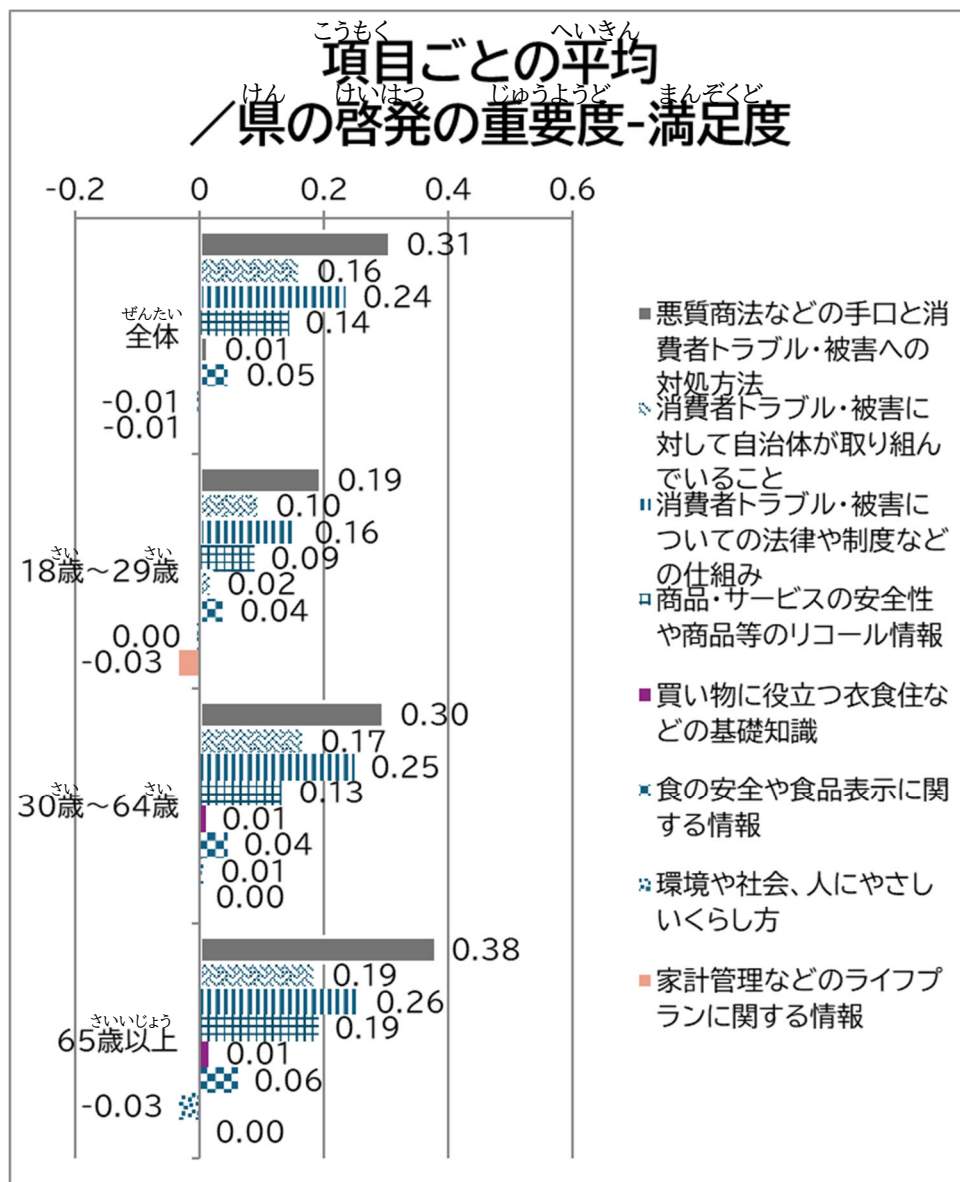
Q9 神奈川県が発信している次の情報のうち、あなたが重要だと思うものは何ですか。特に重要だと思うものを3つまで選んでください。

選択肢9は、他の選択肢と同時に選択できないように設定

	回答数	%
全体	2000	100.0
1 悪質商法などの手口と買い物に関するトラブル・被害への対処方法	961	48.1
2 買い物に関するトラブル・被害に対して自治体が行っていること	527	26.4
3 買い物に関するトラブル・被害についての法律や制度などの仕組み	662	33.1
4 商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報	515	25.8
5 買い物に役立つ衣食住などの基礎知識	177	8.9
6 食の安全や食品表示に関する情報	355	17.8
7 環境や社会、人にやさしい暮らし方	162	8.1
8 家計管理などのライフプランに関する情報	76	3.8
9 当てはまるものはない。	648	32.4



Q8と同じ項目に対して、県の啓発の重要度を問う質問として設定した。結果は、悪質商法の手口や消費者トラブル・被害の対処法という回答が48.1%と最も多く、法律や制度などの仕組みという回答が33.1%と続いた。一方、当てはまるものはないという回答も3割を超えた。



Q9とQ8で選択した項目を1、選択しなかった項目を0として、項目ごとにQ9(重要度)とQ8(満足度)の差の平均で比較すると、どの年齢区分でも悪質な商法の手口と消費者トラブル・被害の対処法や法律や制度などの仕組みが高い結果となった。

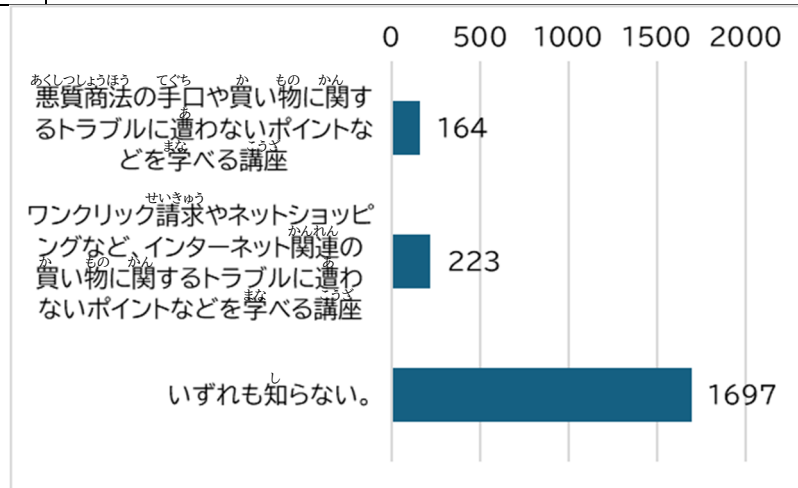
一方、買い物に役立つ衣食住などの基礎知識、環境や社会、人にやさしい暮らし方、家計管理などのライフプランに関する情報などは、年齢区分に関わらず、重要度に対して満足度が高いか同等となっており、比較的ニーズは低いと考えられる。

<県の講座の認知度>

Q10 神奈川県が実施している次の講座のうち、あなたが知っているものは何ですか。当てはまるものを全て選んでください。

選択肢3は、他の選択肢と同時に選択できないように設定

		回答数	%
全体		2000	100.0
1	悪質商法の手口や買い物に関するトラブルに遭わないポイントなどを学べる講座	164	8.2
2	ワンクリック請求やネットショッピングなど、インターネット関連の買い物に関するトラブルに遭わないポイントなどを学べる講座	223	11.2
3	いずれも知らない。	1697	84.9



県が実施している消費生活出前講座やインターネット被害未然防止講座の周知度を問う質問として設定した。結果は、いずれかを知っているという人が15%近くとなった。

<県のイベントやチラシの認知度>

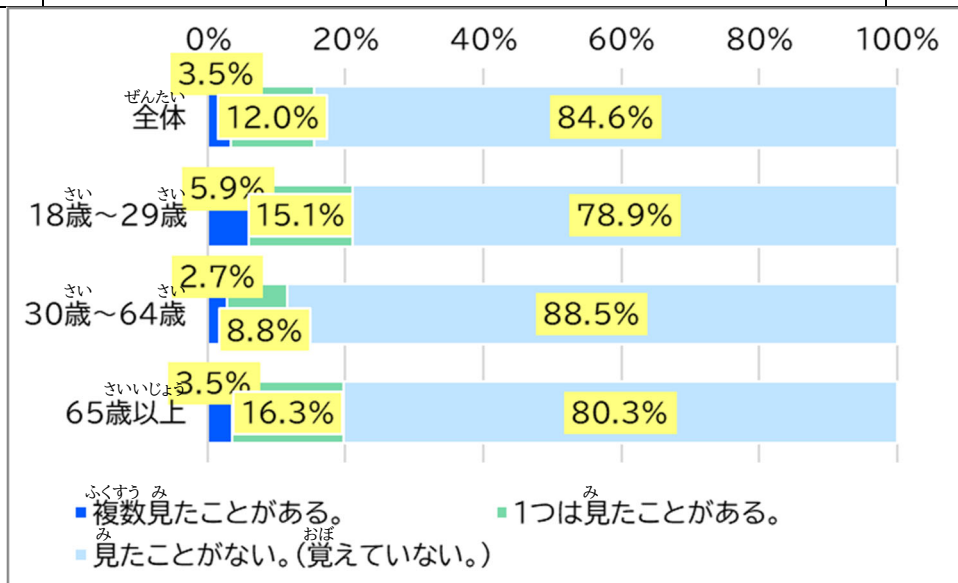
Q11 あなたは、買い物に関するトラブルへの取組として、神奈川県が実施しているイベントや、神奈川県が発行している広報啓発用チラシをどの程度見たことがありますか。当てはまるものを1つ選んでください。



※画像は神奈川県が発行している広報啓発物の一例です。

Q4(悪質商法の手口)で選択肢4~6を少なくとも1つ選択した場合は、選択肢3「見たことがない。(覚えていない。)」を表示しないように設定

	回答数	%
全体	2000	100.0
1 複数見たことがある。	69	3.5
2 1つは見たことがある。	240	12.0
3 見たことがない。(覚えていない。)	1691	84.6



県の啓発物を見た経験を問う質問として設定した。結果は、見たことがある(複数含む)と回答した人の割合は15%近くとなった。そのうち、年齢区分別では、18歳～29歳、65歳以上が30歳～64歳と比較して高くなっている。

<自治体が取り組むべき施策>

Q12 買い物の安全や安心の確保のため、自治体は何にどのように取り組むべきだと思いますか。ご自由にお書きください。

主な回答

- トラブルにあっても自治体がサポートしてくれる、という安心感を強調した広告活動や気軽にやりとりできる相談先への案内や相談方法の提案など、買う前より買った後の不安を解消すること
- 高齢者を狙った詐欺等の手口の啓発
- 相談窓口の利用方法の啓発とリテラシー強化
- 実際に被害に遭ったときにどこに連絡すればいいかすぐに分かる一覧
- 悪質な事業者の簡単な見分け方の啓発
- 友人知人などの間で、話題になる様なインパクトあるキャラクターや合言葉など電車内の広告
- 大手スーパーに協力を求め、ポスターやアナウンスで呼びかけ
- ゴミ収集車などでのスピーカー活動
- 高齢者も見られるよう病院などでの張り紙による啓発
- 各地域のローカル TV局において、毎日決まった時間にテロップを流す
- 特に高齢者の単独購入にはチェックを入れるような仕組みづくり
- 見守り活動の強化
- SNS上の情報に迅速に対応できる仕組みづくり
- 怪しい youtube 広告などの排除
- 法令に基づく悪質な事業者の排除
- 自治体は取り組んだことに対する効果を測定して評価改善すること
- 自治体バラバラで対応するのではなく、国民生活センターとの連携強化等で情報を速やかに集約して迅速かつ効果的な対応をすべき。
- 自治体ができることではない。国がまとめてやるべき。
- 個人が気をつけるべきであり行政がやる必要はない。