

# 令和2年度第2回消費生活eモニターアンケート調査

## 「消費生活と消費者行政について」

### 目 次

第1章 調査の概要	・・・P.2
1 調査目的	
2 調査方法	
3 調査期間	
4 調査対象	
5 回答者の属性	
第2章 調査結果	・・・P.3

【以下のホームページも是非ご覧ください。】

◎ つながる・かながわ消費者教育－かながわ消費者教育サポートサイト－  
<http://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/edu/index.html>

## 第1章 調査の概要

### 1 調査目的

消費生活と消費者行政について意見をいただき、県民の消費者問題に対する意識や自治体の発信する情報の活用等を把握することで、今後の県の消費生活行政の参考とする。

### 2 調査方法

インターネットを利用したアンケート調査（全19問）

### 3 調査期間

令和3年1月29日（金）から2月7日（日）まで

### 4 調査対象

消費生活eモニター：316名 回答者：253名

### 5 回答者の属性

年齢	18～29歳	6名
	30歳代	34名
	40歳代	60名
	50歳代	75名
	60歳代	42名
	70歳以上	36名

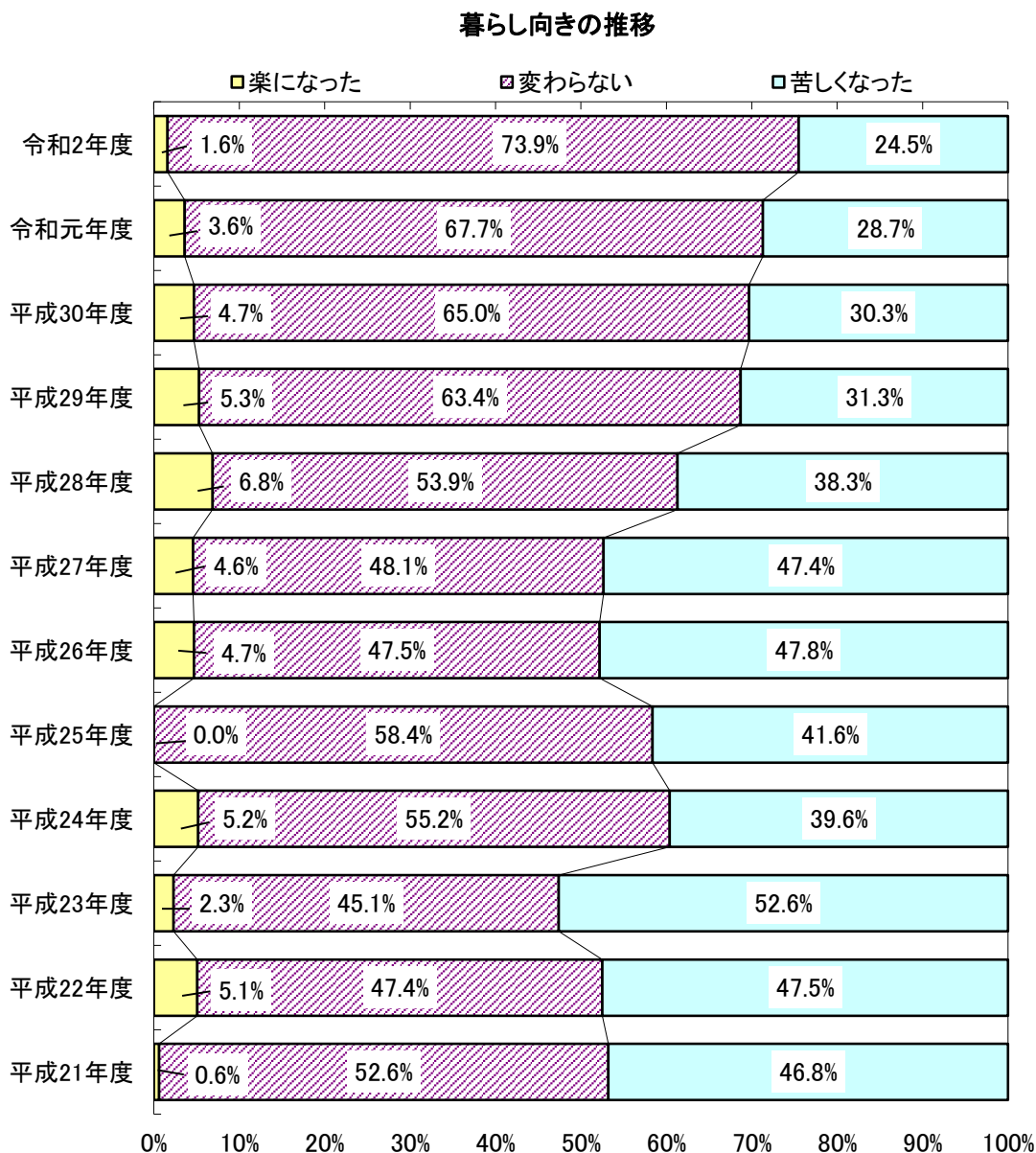
## 第2章 調査結果

- ・複数回答のある設問では、比率の合計が100を超える場合があります。
- ・未回答者がある場合、%の合計が100に満たない場合があります。

Q1 今年のあなたのご家族の暮らし向きは、昨年の今頃と比べていかがですか。

### 約7割が「変わらない」と回答

昨年の今頃と比べて家族の暮らし向きは「変わらない」(73.9%)と回答した人が最も多かった。平成21年度から令和2年度までの暮らし向きの推移は以下のとおり。

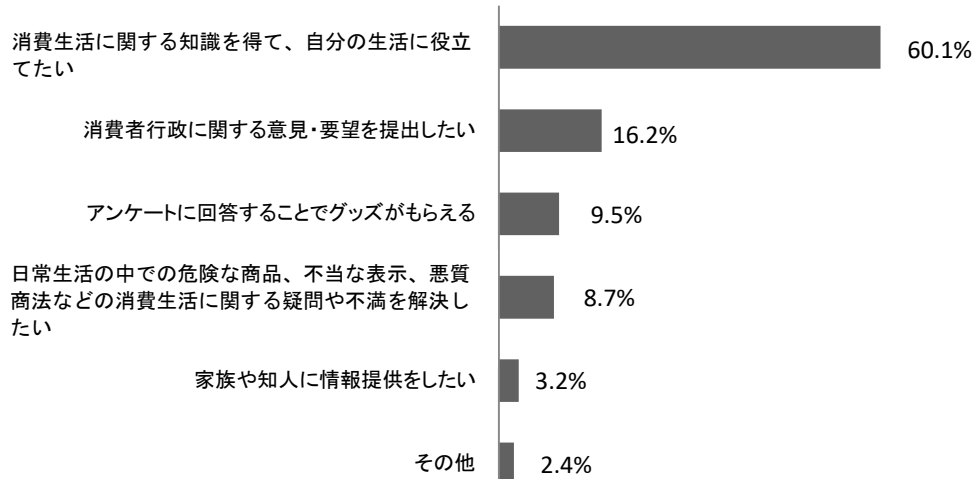


Q2 あなたが消費生活eモニターに応募された理由は何ですか。

### 「消費生活に関する知識を得て、自分の生活に役立てたい」が最も多い

消費生活eモニターに応募した理由は、「消費生活に関する知識を得て、自分の生活に役立てたい」(60.1%)が最も多く、次いで「消費者行政に関する意見・要望を提出したい」(16.2%)、「アンケートに回答することでグッズがもらえる」(9.5%)、「日常生活の中での危険な商品、不当な表示、悪質商法などの消費生活に関する疑問や不満を解決したい」(8.7%)の順となった。

### 消費生活eモニターに応募した理由は何か



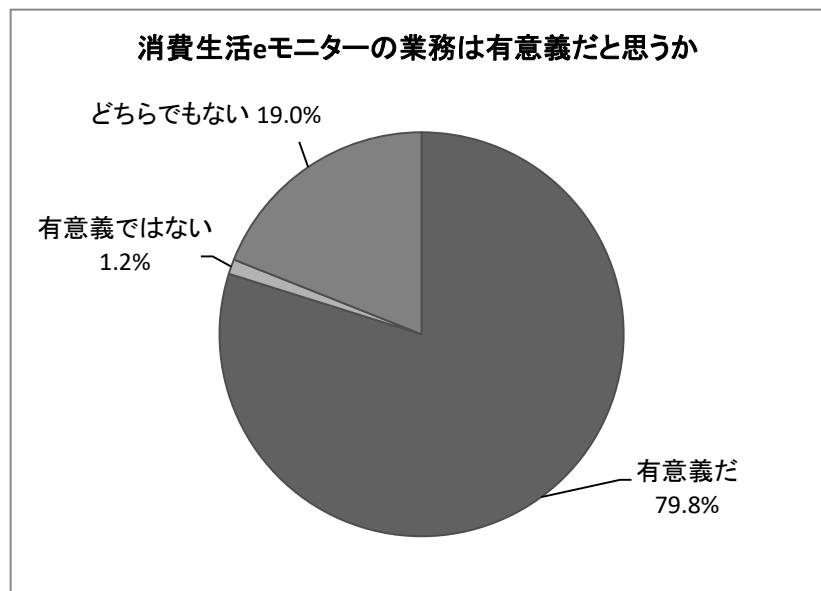
○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

- ・県民として役に立ちたい、社会に貢献したい
- ・社会とのつながりを求めている

Q3 消費生活eモニターの業務はあなたにとって有意義だと思いますか。

**「有意義だと思う」と回答した方は約8割**

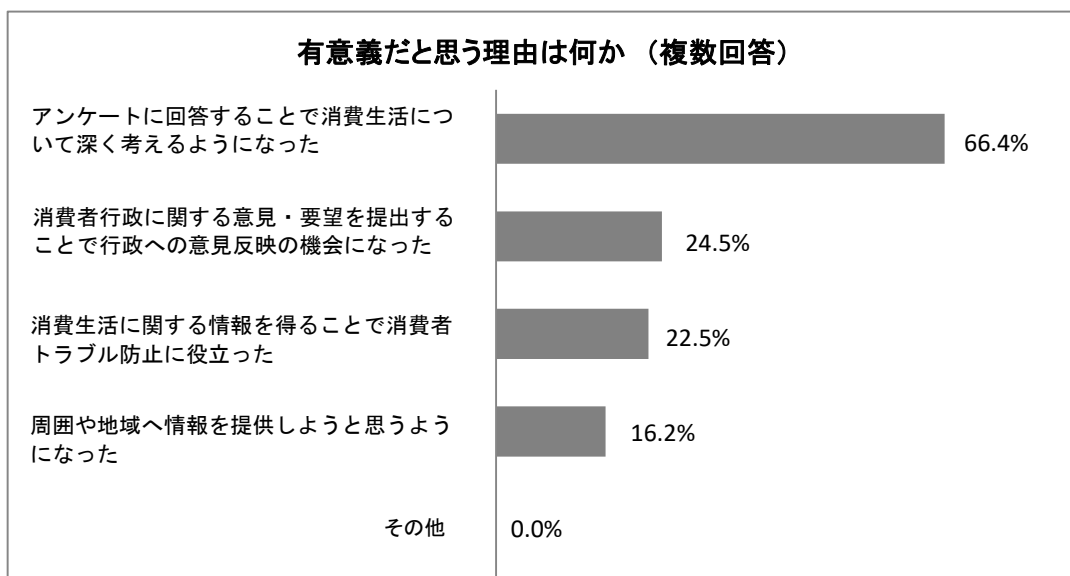
消費生活eモニターの業務を「有意義だ」と思うは79.8%、「有意義ではない」は1.2%、「どちらでもない」は19.0%だった。



Q4 Q3で「有意義だ」と回答した方にお伺いします。有意義だと思う理由は何ですか。(複数回答可)

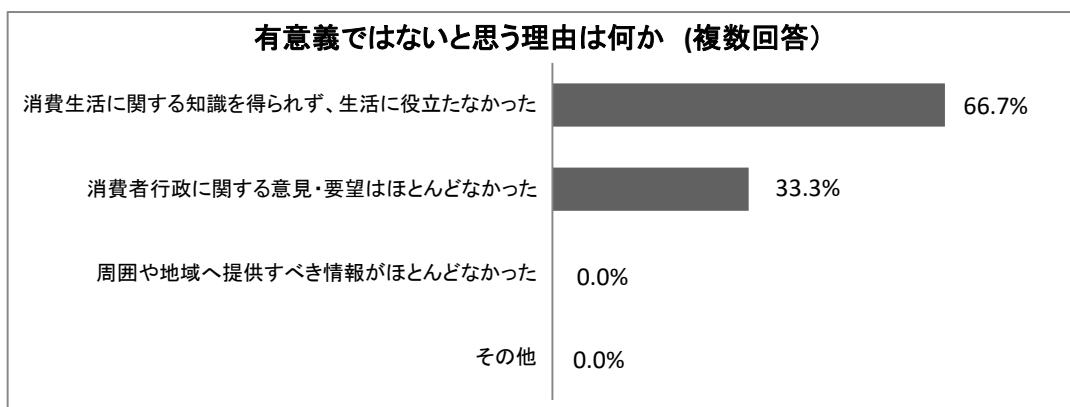
**「アンケートに回答することで消費生活について深く考えるようになった」が最も多い**

「アンケートに回答することで消費生活について深く考えるようになった」(66.4%)が最も多く、次いで「消費者行政に関する意見・要望を提出することで行政への意見反映の機会になった」(24.5%)、「消費生活に関する情報を得ることで消費者トラブル防止に役立った」(22.5%)となった。



Q5 Q3で「有意義ではない」と回答した方にお伺いします。有意義ではないと思う理由は何ですか。（複数回答可）

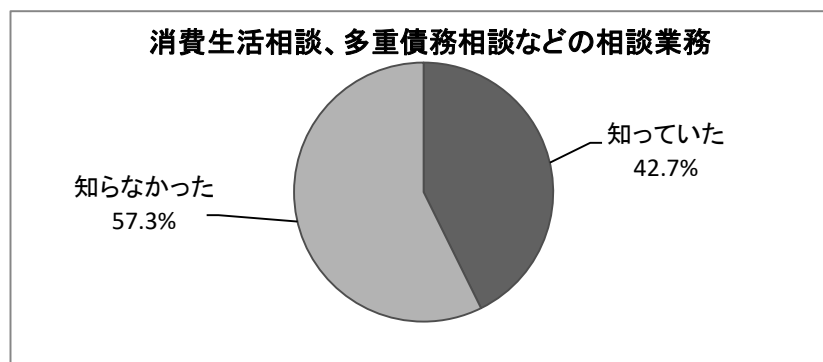
「消費生活に関する知識を得られず、生活に役立たなかった」と回答した方が約7割、「消費者行政に関する意見・要望はほとんどなかった」は約3割だった。



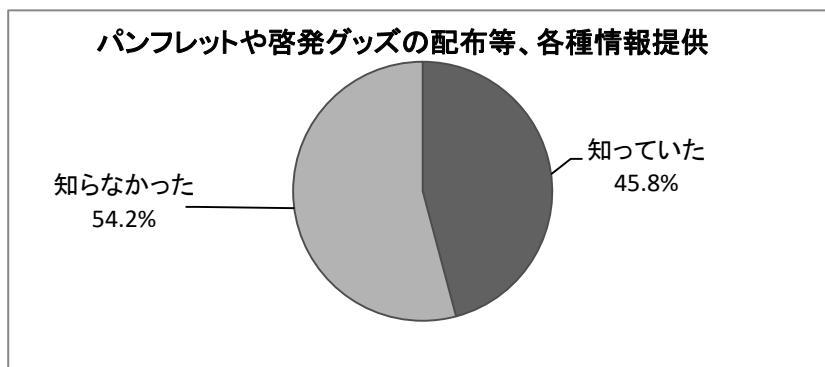
Q6 あなたは消費生活eモニターになる前から「かながわ中央消費生活センター（県消費生活課）で以下のような業務が行われていることを知っていましたか。

- 消費生活相談、多重債務相談などの相談業務
- パンフレットや啓発グッズの配布等、各種情報提供
- 消費生活出前講座等の講師派遣を通じた消費者への啓発

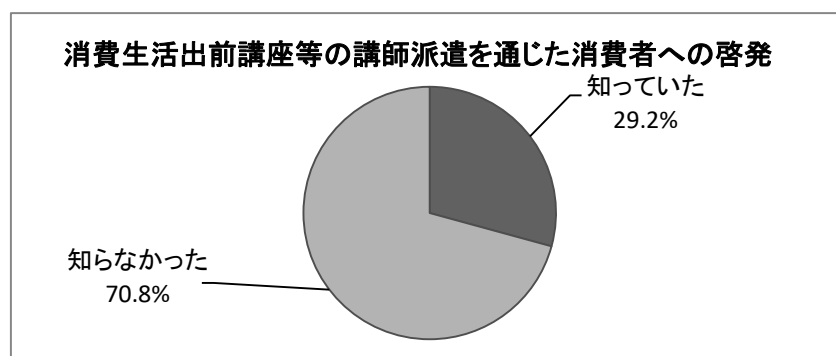
1. 「消費生活相談、多重債務相談などの相談業務」を知っていた人は約4割



2. 「パンフレットや啓発グッズの配布等、各種情報提供」を知っていた人は4割強



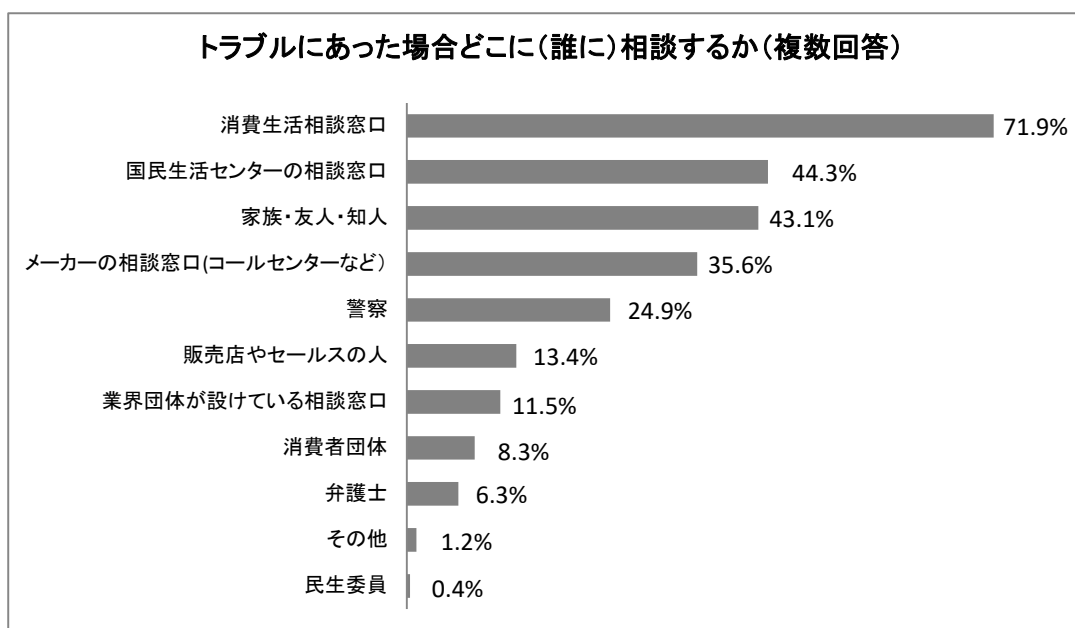
3. 「消費生活出前講座等の講師派遣を通じた消費者への啓発」を知っていた人は約3割



Q7 あなたは悪質商法や不当な請求などのトラブルにあった場合、主にどこに(誰に)相談をしますか。(複数回答)

約7割が「消費生活相談窓口」と回答

トラブルにあった場合は「消費生活相談窓口」(71.9%)に相談すると回答した方が最も多かった。次いで、「国民生活センターの相談窓口」(44.3%)、「家族・友人・知人」(43.1%)、「メーカーの相談窓口(コールセンターなど)」(35.6%)となった。



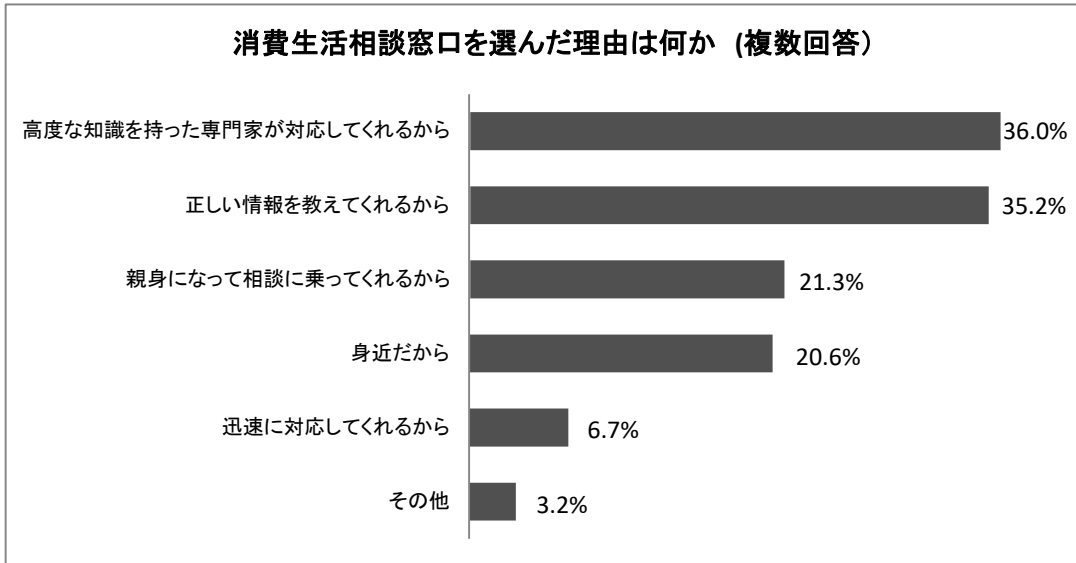
○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

- ・インターネットで相談窓口や似たような事例を探す
- ・SNSで情報を検索する

Q8 Q7で「消費生活相談窓口」と回答した方にお伺いします。消費生活相談窓口を選んだ理由は何ですか。(複数回答)

**「高度な知識を持った専門家が対応してくれるから」、「正しい情報を教えてくれるから」という回答がいずれも3割強**

「高度な知識を持った専門家が対応してくれるから」(36.0%)と回答した人が最も多く、次いで「正しい情報を教えてくれるから」(35.2%)、「親身になって相談に乗ってくれるから」(21.3%)、「身近だから」(20.6%)と続いた。



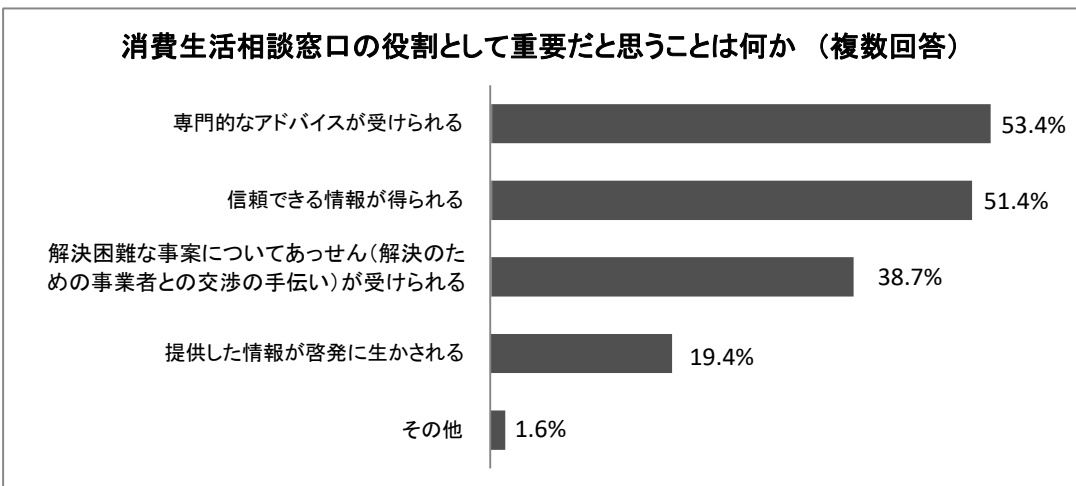
○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

- ・公的機関は安心できるから
- ・消費生活相談窓口以外知らないから
- ・過去に利用したことがあるから

Q9 Q7で「消費生活相談窓口」と回答した方にお伺いします。消費生活相談窓口の役割として重要だと思うことは何か。(複数回答)

**「専門的なアドバイスが受けられる」、「信頼できる情報が得られる」という回答がいずれも5割を超えた**

最も多かったのは「専門的なアドバイスが受けられる」(53.4%)、次いで「信頼できる情報が得られる」(51.4%)、「解決困難な事案についてあっせん(解決のための事業者との交渉の手伝い)が受けられる」(38.7%)となった。

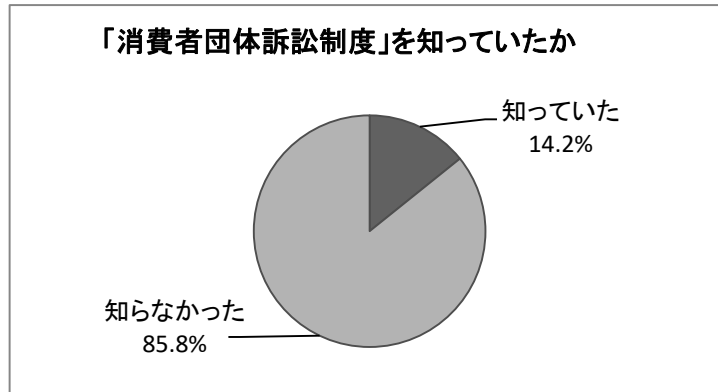


○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

- ・提供した情報が被害防止に生かされる

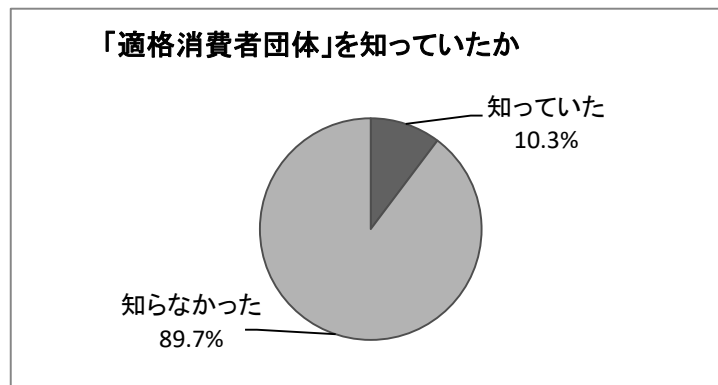
Q10	事業者の不当な行為に対して、内閣総理大臣が認定した適格消費者団体が、不特定多数の消費者の利益を擁護するために、差止めを求めることができる制度(差止請求)と、不当な事業者に対して、適格消費者団体の中から内閣総理大臣が新たに認定した特定適格消費者団体が、消費者に代わって被害の集団的な回復を求めることができる制度(被害回復)を「消費者団体訴訟制度」といいます。あなたはこのような制度があることを知っていましたか。
-----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**「消費者団体訴訟制度」を知っている人は約1割強**



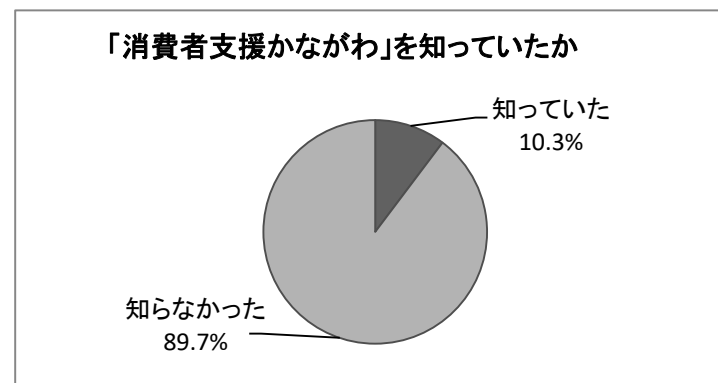
Q11	事業者の不当な行為を止めさせること(差止請求)ができる消費者団体を「適格消費者団体」といいます。あなたはこのような団体があることを知っていましたか。
-----	----------------------------------------------------------------------------

**「適格消費者団体」を知っている人は約1割**



Q12	神奈川県では平成30年に「特定非営利活動法人消費者支援かながわ」が適格消費者団体として認定されました。あなたは「消費者支援かながわ」を知っていますか。
-----	-----------------------------------------------------------------------------

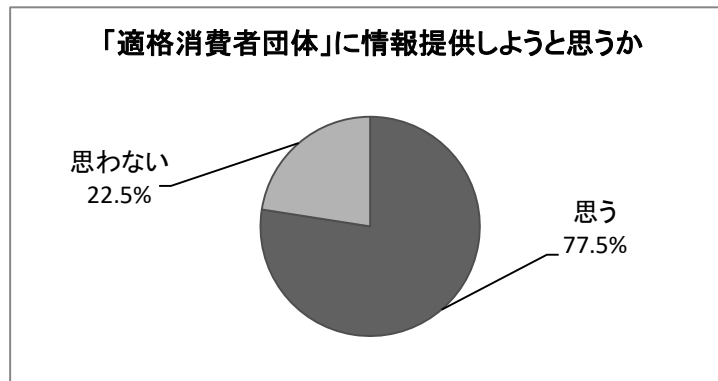
**「消費者支援かながわ」を知っている人は約1割**





Q13	不当な契約事項や不当な表示を見かけた時に、あなたは適格消費者団体に情報提供しようと思いませんか。
-----	--------------------------------------------------

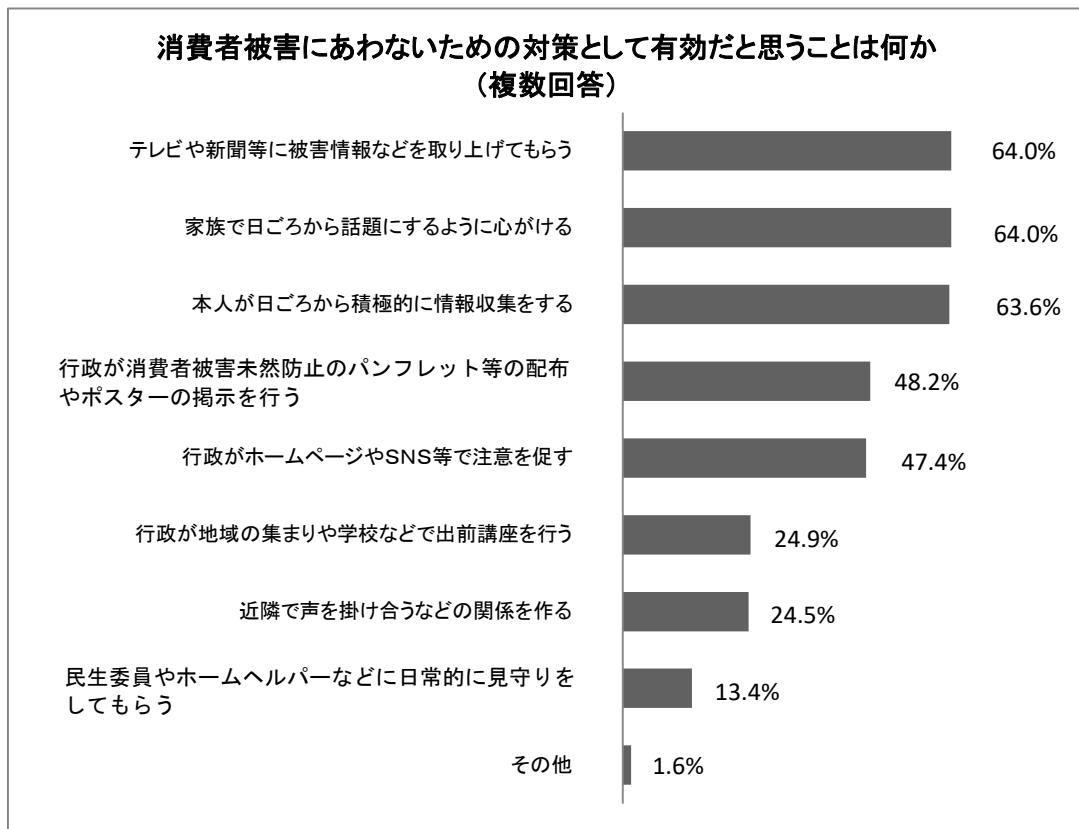
約8割の人が「情報提供しようと思う」と回答



Q14	あなたは消費者被害にあわないようにするための対策として、以下のどれが有効だと考えますか。(複数回答)
-----	----------------------------------------------------

「テレビや新聞等に被害情報などを取り上げてもらう」、「家族で日ごろから話題にするように心がける」、「本人が日ごろから積極的に情報収集をする」という回答がいずれも6割を超えた

「行政が消費者被害未然防止のパンフレット等の配布やポスターの掲示を行う」、「行政がホームページやSNS等で注意を促す」が共に約5割で続いた。



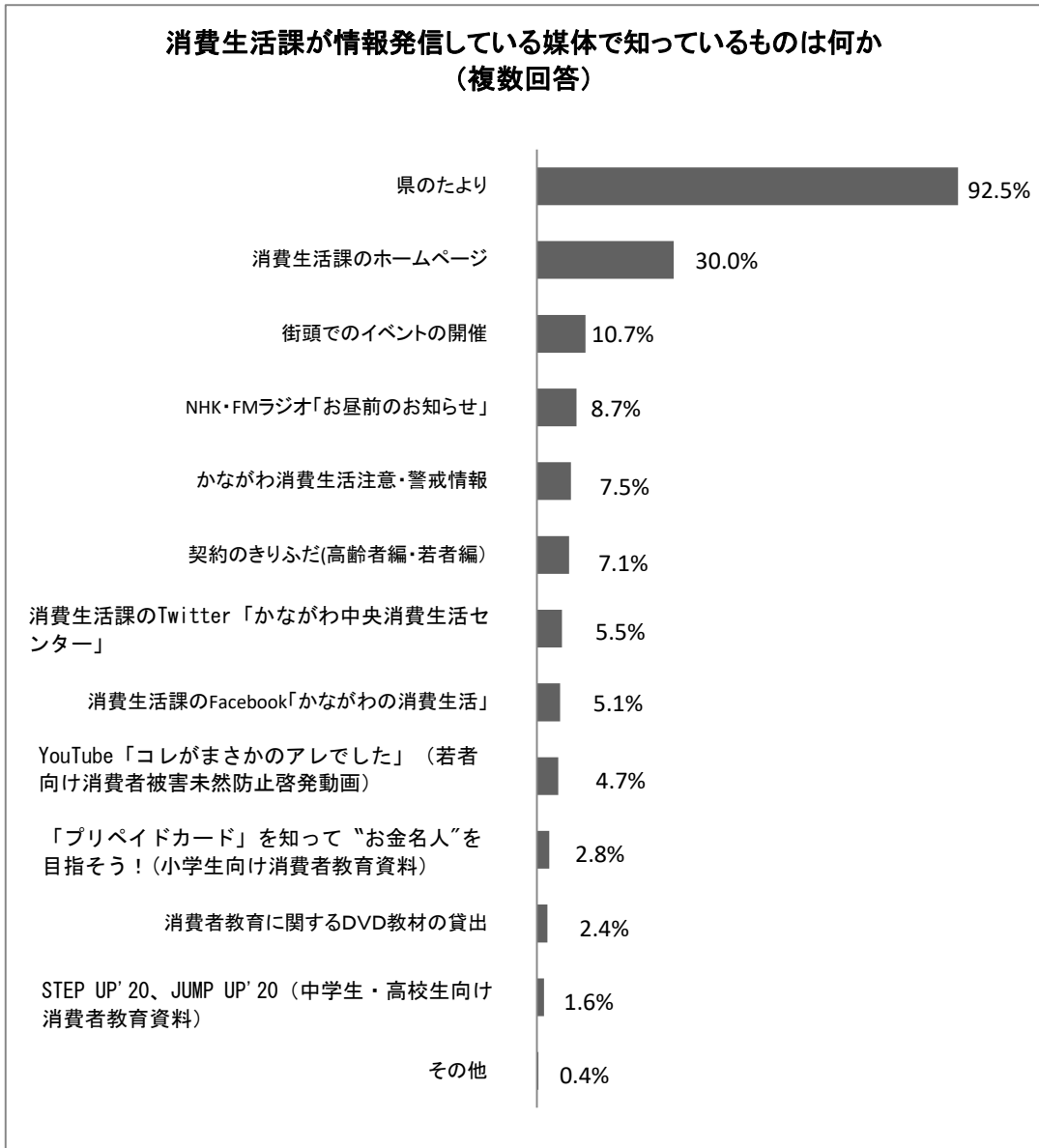
○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

- ・幼少期からの教育
- ・町内会での回覧や地域の放送で注意喚起を行う
- ・オンラインで講座や動画をいつでも見られるようにする

Q15 県消費生活課では消費生活相談窓口の周知や消費生活に関する情報発信を様々な媒体を活用して行っています。次のうち知っているものを選んでください。(複数回答)

**「県のたより」を知っていると回答した人は9割を超えた**

「県のたより」を知っていると回答した人は92.5%、次いで「消費生活課のホームページ」(30.0%)、「街頭でのイベント開催」(10.7%)となった。

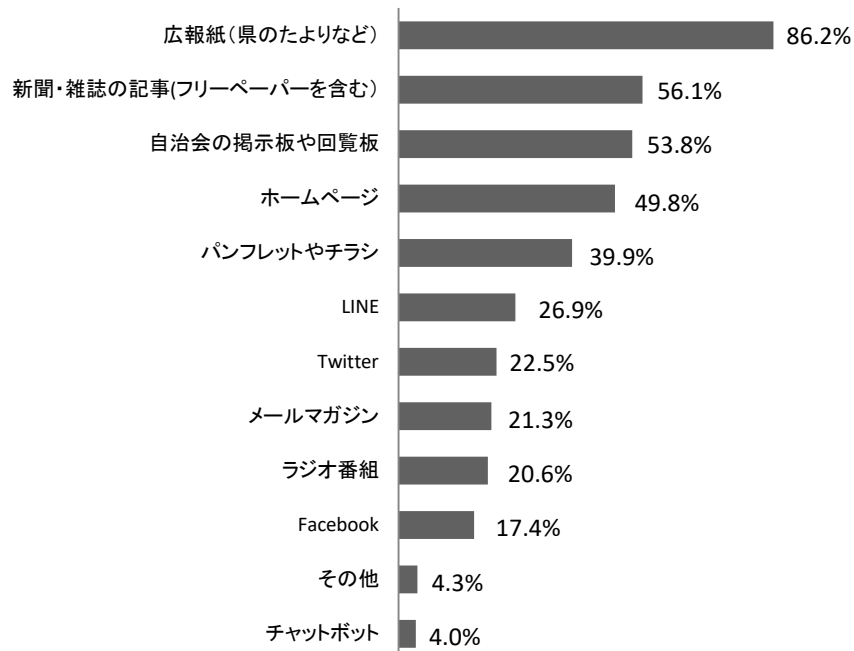


Q16 今後、消費生活に関する情報を広く県民に周知する場合に、どのような媒体が有効だと思いますか。(複数回答)

**広報紙(県のたよりなど)、新聞、雑誌、掲示板、回覧板等の紙を媒体とした周知が効果的という回答が上位を占めた**

最も多かったのは広報紙(県のたよりなど)(86.2%)、次いで新聞・雑誌の記事(フリーペーパーを含む)(56.1%)、自治会の掲示板や回覧板(53.8%)、ホームページ(49.8%)となった。

消費生活に関する情報を周知するための媒体として何が有効だと思うか  
(複数回答)



○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

- ・YouTubeの広告
- ・街中や駅構内のポスター、看板
- ・テレビでの宣伝

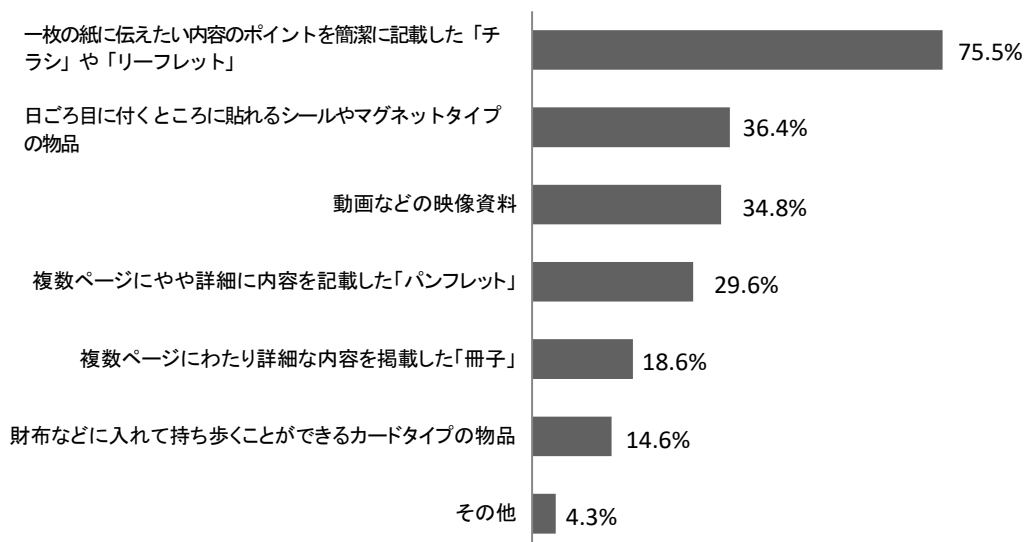
Q17

消費者に啓発や注意喚起を行う場合、以下のどのようなものが有効だと思いますか。(複数回答)

**「チラシやリーフレットが有効」と回答した人は7割強**

最も多かったのは、「一枚の紙に伝えたい内容のポイントを簡潔に記載した「チラシ」や「リーフレット」(75.5%)、次いで「日ごろ目に付くところに貼れるシールやマグネットタイプの物品」(36.4%)、「動画などの映像資料」(34.8%)となった。

啓発や注意喚起を行う場合どのようなものが有効だと思うか(複数回答)

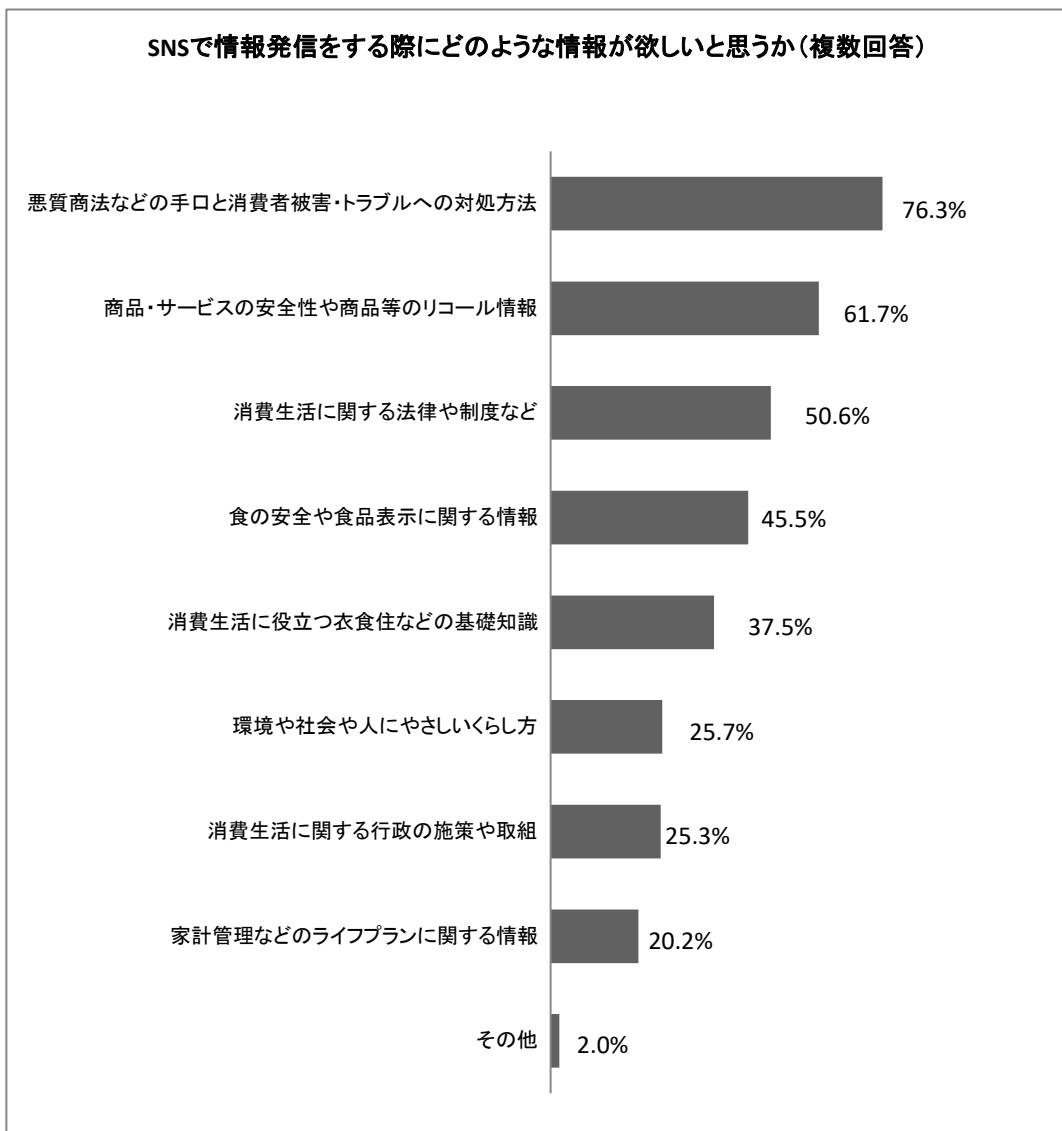


- 「その他」の主な回答（抜粋・要約）
  - ・毎月違う内容の注意喚起が掲載されたカレンダー
  - ・大きめのポスター
  - ・のぼり

Q18	<p>県ではSNS (Twitter、Facebook)を活用した情報発信を行っています。今後SNSでの情報発信を充実させるため、次のうちどのような情報が欲しいと思いますか。(複数回答)</p> <p>(Twitter) <a href="https://twitter.com/kanagawa_shouhi">https://twitter.com/kanagawa_shouhi</a> かながわ中央消費生活センター</p> <p>(Facebook) <a href="https://www.facebook.com/kanagawa.shouhi/">https://www.facebook.com/kanagawa.shouhi/</a> かながわの消費生活</p>
-----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**「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」と回答した人が7割強**

最も多かったのは「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」(76.3%)、次いで「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」(61.7%)、「消費生活に関する法律や制度など」(50.6%)となった。



- 「その他」の主な回答（抜粋・要約）
  - ・キャンペーン情報
  - ・SNSは使用していない

Q19	<p>県では平成28年3月に「つながる・かながわ消費者教育」-かながわの消費者教育サポートサイト-&gt;ホームページを開設して情報提供を行っています。このホームページをご覧になった感想をお聞かせください。</p> <p><a href="http://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/edu/index.html">http://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/edu/index.html</a></p>
-----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

「わかりやすい」、「親しみやすい」という感想が多いが、「見るきっかけがない」、「見てもらうための工夫が必要」という感想も多数

「つながる・かながわ消費者教育」の感想は以下の通り。(抜粋・要約)

- ・わかりやすく、使いやすい
- ・イラストが多く、親しみやすい
- ・項目別になっていて、探しやすい
- ・Twitterにリンクして見れるのはよい
- ・動画を使った説明は分かりやすい
- ・文字が、大きく読みやすい
- ・アイコンが分かりやすく表示されていて、必要な情報にアクセスしやすい
- ・目的が探しやすいとよくできていると思う
- ・学校向けの講座もわかりやすく、興味をひくイラストで描かれていてよい
- ・見やすいと思うが、1ページの情報量が少し多い
- ・トップページの情報は簡潔にまとめた方がよい
- ・視覚障がい者はHPを見ることは困難。ラジオなど他の媒体での発信方法を考慮してほしい
- ・非常に良いホームページだが高齢者(一番問題を抱えそうな世代)には閲覧が難しい
- ・重要なお知らせはサイトの一番上に持ってきた方が目に付く
- ・このホームページは若い人向けのように感じる
- ・スマートフォンで見ると教材のページの表が縦長で表示され見づらい
- ・見にくくて、いろいろ見てみようという感じにはならなかった
- ・何ができる、何がわかる、どういうホームページなのかトップページを見ただけで分かるが良い
- ・食品ロス削減レシピの数が少なく、作ってみようと思わなかった。レシピが充実するとよい
- ・文字より、動画や音声コンテンツがもっとあったらよい
- ・アドレスを知らなければ神奈川県HPからたどり着くのは難しい
- ・なかなか馴染みがなく見るきっかけがない
- ・情報提供は出来ていると思うがこのHPまで簡単にこれるような環境があればよい
- ・このアンケートでホームページを初めて知った。もっとアピールをしたほうがよい
- ・ホームページを見てもらうための仕掛けがあるとよい

## 【まとめ】

今回のアンケートを通じ、次のような点が明らかになりました。

※回答者253人中、(18～29歳)6人(2.4%)、(30歳代)34人(13.4%)、(40歳代)60人(23.7%)、(50歳代)75人(29.6%)、(60歳代)42人(16.6%)、(70歳以上)36人(14.2%)

○消費生活eモニターに応募した理由を「消費生活に関する知識を得て、自分の生活に役立てたい」と回答した人はすべての年代で5割を超えた。また、50歳代では2割以上の人が「消費者行政に関する意見・要望を提出したい」と回答した。

○悪質商法や不当な請求などのトラブルにあった場合は「消費生活相談窓口」に相談すると回答した人が最も多かった。30歳代では「家族・友人・知人」と回答した人が「消費生活相談窓口」と回答した人よりも多かった。

○悪質商法や不当な請求などのトラブルにあった場合に「消費生活相談窓口」に相談すると回答した理由は「高度な知識を持った専門家が対応してくれるから」、「正しい情報を教えてくれるから」が共に3割を超えた。30歳代では3割の人が「親身になって相談に乗ってくれるから」と回答した。

○消費生活課が消費生活に関する情報を発信する際に使用している媒体のうち、「県のたより」を知っていると回答した人はすべての年代で9割に達した。「消費生活課のホームページ」を知っていると回答した人は60歳代、70歳以上で約4割、その他の年代では約2割だった。

○今後、消費生活に関する情報を広く県民に周知する場合に有効な媒体は、「広報紙(県のたよりなど)」と回答した人がすべての年代で最も多かった。18～29歳、30歳代では「広報紙(県のたよりなど)」に次いで「ホームページ」と回答した人が多かった。

○今後SNS(Twitter、Facebook)で欲しい情報は、「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法」が最も多かった。30歳代では「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」と回答した人が最も多かった。

○ホームページ「つながる・かながわ消費者教育ーかながわの消費者教育サポートサイトー」について、「わかりやすい」、「親しみやすい」という意見が多かったが、「見てもらうための工夫が必要」という意見も多かった。「スマートフォンでは見づらい」という意見もあった。

今後、アンケート結果を踏まえ、消費者教育の推進や県民の皆様への的確な情報提供などに取り組んでまいります。