

平成28年度第3回消費生活eモニターアンケート調査

「消費生活課の普及・啓発事業について」

目 次

第1章 調査の概要	・・・P2
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	・・・P3

第1章 調査の概要

1 調査目的

当課で行っている消費生活に関する普及・啓発事業について、ご意見やご感想をうかがいました。

2 調査方法

ホームページ上でのアンケート調査（全16問）

3 調査期間

平成29年2月14日（火）から2月23日（木）まで

4 調査対象

消費生活eモニター：366名 回答者：252名

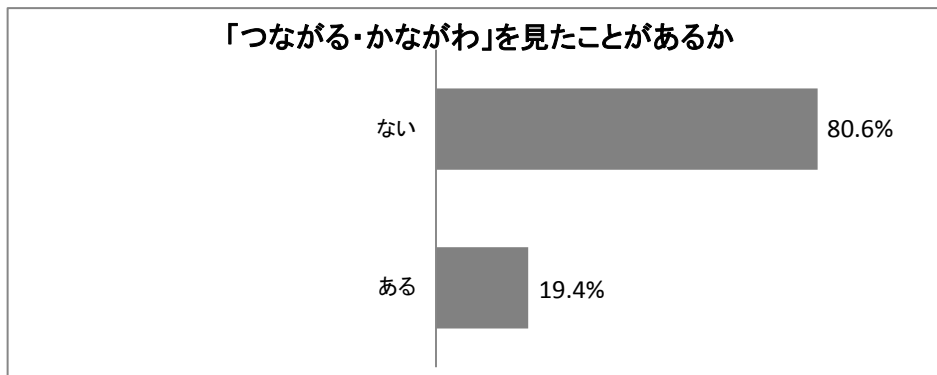
5 回答者の属性

性別	男性 106名	女性 146名
年齢	18～29歳	8名（男性：3名 女性：5名）
	30歳代	42名（男性：8名 女性：34名）
	40歳代	70名（男性：22名 女性：48名）
	50歳代	52名（男性：20名 女性：32名）
	60歳代	55名（男性：31名 女性：24名）
	70歳以上	25名（男性：22名 女性：3名）

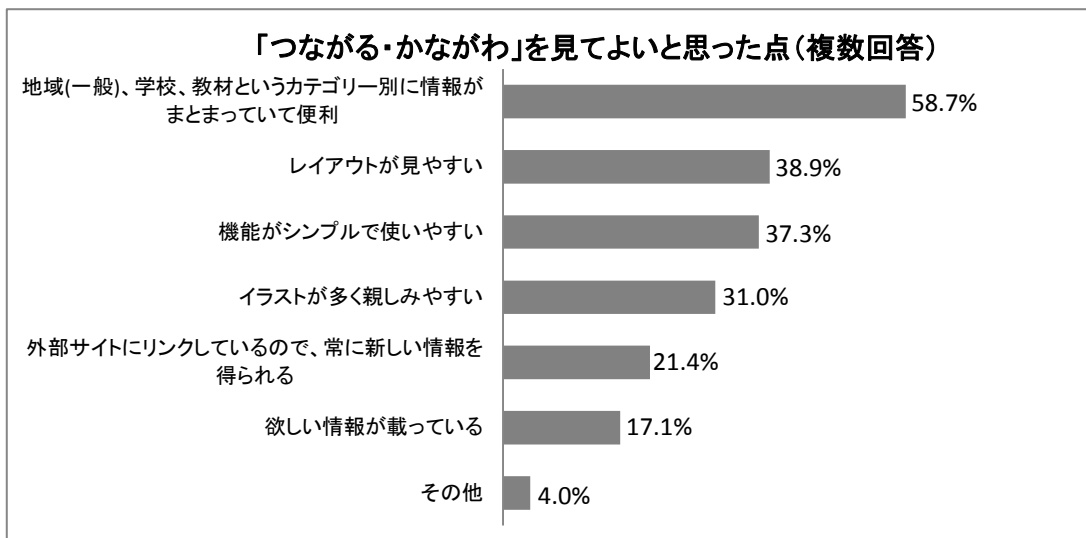
第2章 調査結果

- ・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 県内の消費者教育に関する情報を取りまとめるサイト「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-」(平成27年度開設)を見たことがあるかたずねたところ、8割以上の方が見たことがないと回答した。



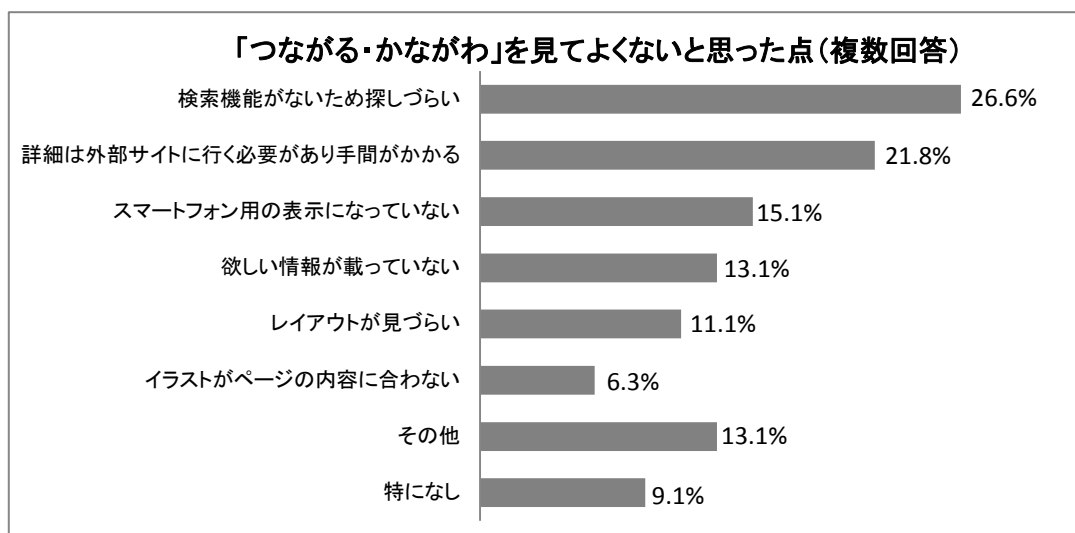
Q2 「つながる・かながわ消費者教育-かながわ消費者教育サポートサイト-」を見て「よい」と思った点をたずねたところ、「地域(一般)、学校、教材というカテゴリー別に情報がまとまっていて便利」が5割台で最も多く、「レイアウトが見やすい」「機能がシンプルで使いやすい」がそれに続いた。



○「その他」の回答

- ・落ち着いた色合いが良い。
- ・ライフステージが設定されているので分かりやすい。
- ・講師との事前打ち合わせができるので、講座の内容を詰めることが出来て便利だ。
- ・自治会の中で事例発生の場合、参考にしたい。

Q3 「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-」を見て「よくない」と思った点をたずねたところ、「検索機能がないため探しづらい」が2割台で最も多く、「詳細は外部サイトに行く必要があり手間がかかる」「スマートフォン用の表示になっていない」がそれに続いた。



○「その他」の回答

- ・イベントの予定がもう少し先まであるとうれしい。
- ・誰のためのサイトなのか伝わらない。
- ・外部サイトの安全性が心配。
- ・消費者教育のタイトルは、する側の言葉で、県民側からは勉強や学習という言葉になり、その方がとっつきやすい。

Q4 「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-」を見ての感想をたずねたところ、主なものは以下のとおりでした。(抜粋・要約)

【コンセプトに関すること】

- ・どういふときに見るかピンとこなかった。
- ・既に関連するHPは色々あるので、上手く活用して新たに作る必要は無いのでは？

【内容に関すること】

- ・消費者教育に関して良くまとまっている。
- ・情報量をもっと増やしてほしい。

【デザイン・レイアウトに関すること】

- ・シンプルで見やすい。
- ・イラストの絵が角ばっていて、親しみがもてない。
- ・今回初めて見ましたが、見やすいので、ブックマークをして、定期的にチェックしたい。

【操作に関すること】

- ・シンプルなのはよいが、スマホ用にも対応していないのは少し辛い。
- ・必要な情報の検索に手間がかかる。

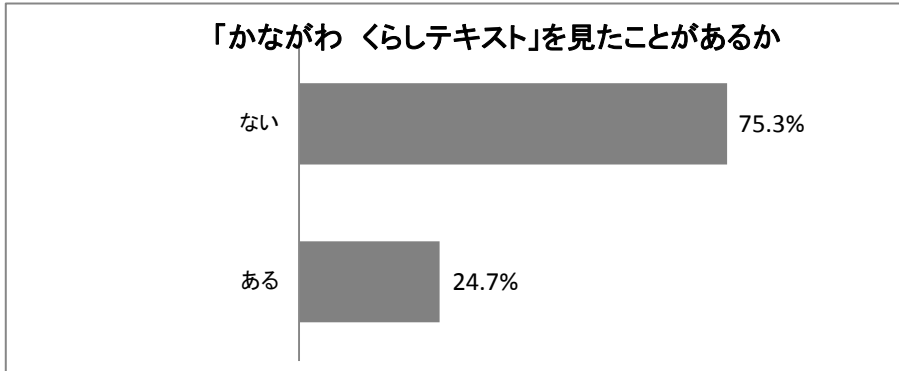
【サイトの周知について】

- ・PRすれば見る人はいる。
- ・サイトの存在を、もっと宣伝したほうが良い。

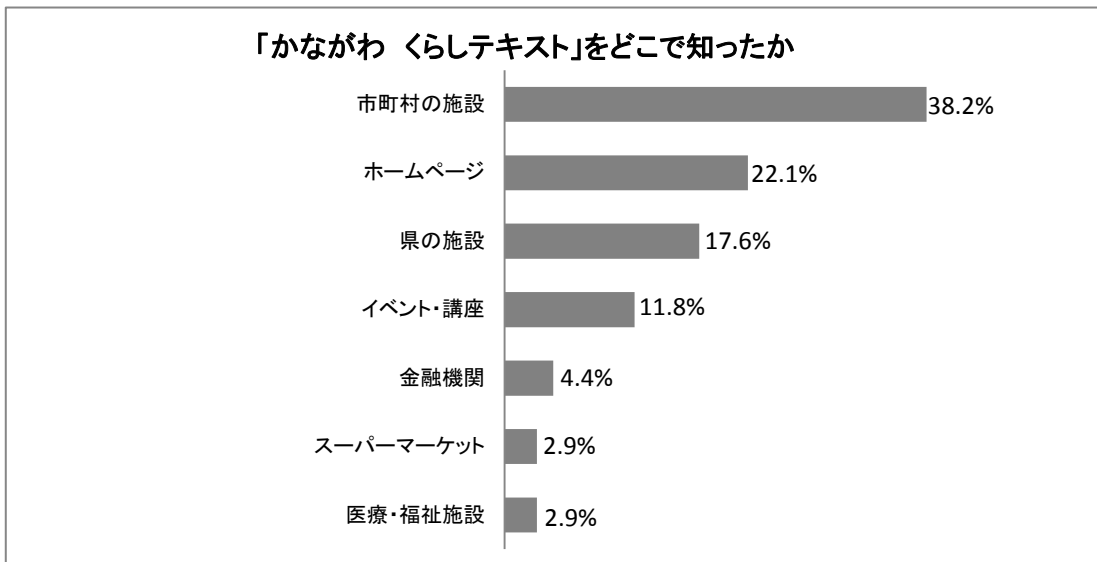
【その他】

- ・消費者として、今まで困った事があまりないので見ないかもしれない。
- ・必要なときに調べてみたい。

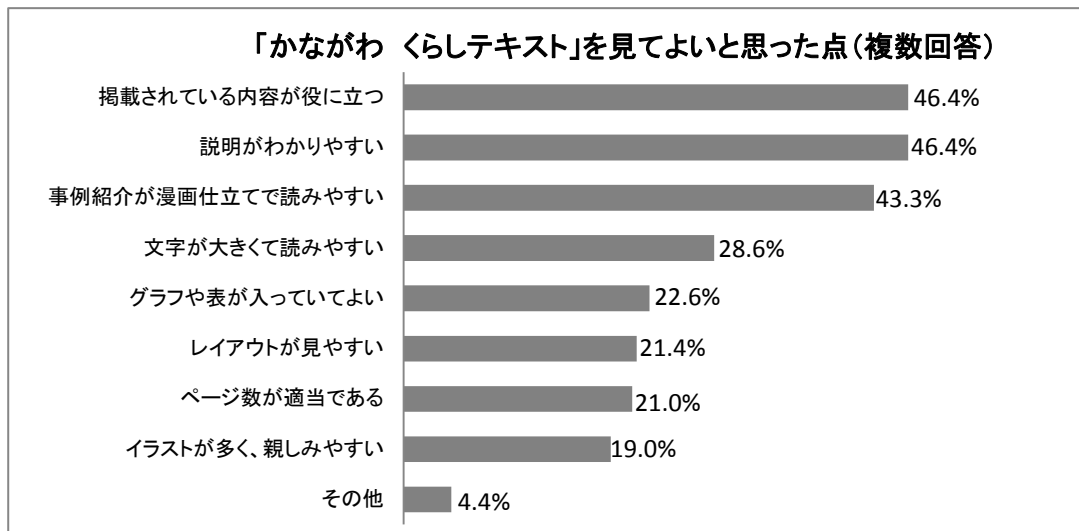
Q5 高齢者に最新の消費者トラブルの手口と対処法をお伝えする「かながわ 暮らしテキスト」を見たことがあるかたずねたところ、7割以上の方が見たことがないと回答した。



Q6 Q5で「ある」と回答した方に、どこで「かながわ 暮らしテキスト」を知ったかたずねたところ、「市町村の施設」が3割台で最も多く、「ホームページ」が2割台で続いた。



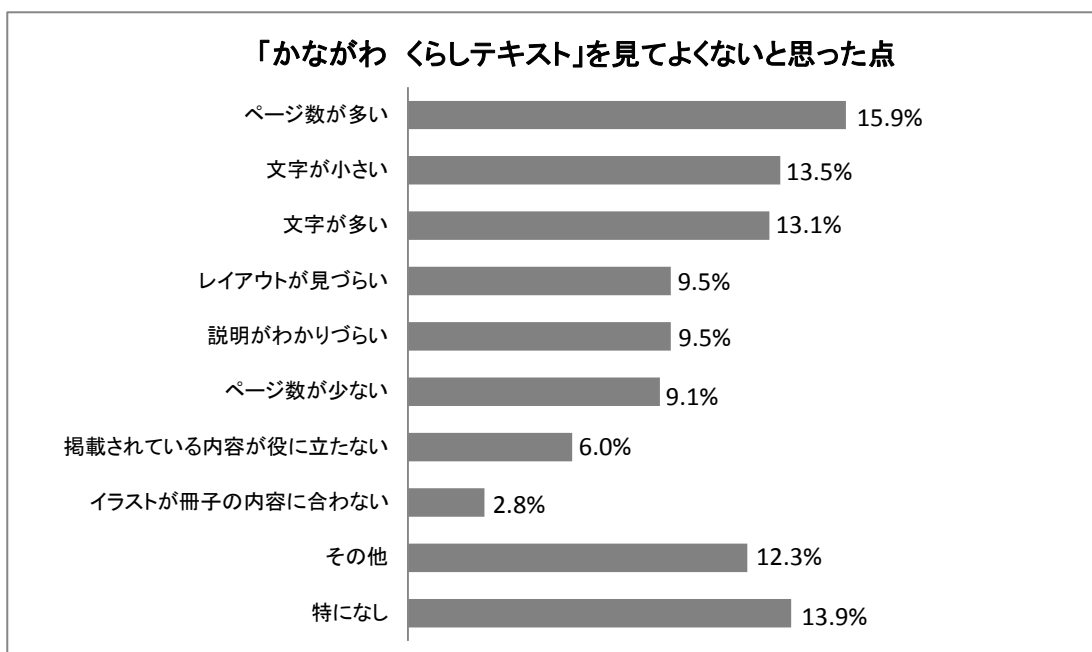
Q7 「かながわくらしテキスト」を見て「よい」と思った点をたずねたところ、「掲載されている内容が役に立つ」「説明がわかりやすい」が4割台で最も多く、「事例紹介が漫画仕立てで読みやすい」がそれに続いた。



○「その他」の回答

- ・抑止効果のためにプリントアウトして回覧したい。
- ・猫のキャラクターは他のパンフレットで見たことがあって、中身を見ずとも消費者関連のお知らせという、メッセージ性があった。

Q8 「かながわくらしテキスト」を見て「よくない」と思った点をたずねたところ、「ページ数が多い」が最も多く、「文字が小さい」「文字が多い」がそれに続いた。



○「その他」の回答

- ・リーフレットの色が注意喚起になりにくい。
- ・具体例があってよいと思うが、防ぐ方法を記載してほしい。
- ・もっと詳しく知りたいときの 情報入手先を教えてください。
- ・統計は後ろのページにして、取っつき易い内容を前のページにしたほうがよい。
- ・グラフを併記した方がわかりやすい。

Q9 「かながわくらしテキスト」で取り上げてもらいたい内容をたずねたところ、主なものは以下のとおりでした。(抜粋・要約)

【消費者被害・トラブル、悪質商法の手口に関すること】

- ・実際の事例の対処方法(結果の記述)などの記載。
- ・振り込め詐欺が多い。こうして私は防止したというような事例集もよい。
- ・振り込め詐欺や詐欺まがいの勧誘の見分け方が老人でもわかりやすい記載があるもの。
- ・高齢者だけでなく若い人たちも勧誘に気をつけなければ、という観点で作ってほしい。
- ・通販の注意事項など。
- ・騙されそうになったときの心構え。相談のしかた。知人が困ってるときのアドバイスの仕方。

【くらしに関すること】

- ・化粧品の使用期限。
- ・洗濯表示の追加項目とより詳しい説明。
- ・災害時に備えた防災用品の紹介や避難場所など、災害時に役立つ情報。
- ・節約方法や賢いお金の使い方。
- ・防犯対策

【その他】

- ・「局番なし188」の相談体制。何人ぐらいの相談員がいて何をしてくれるのかの例示。
- ・こどもの教育に関するコンテンツを増やしてほしい。
- ・問題に直面していないため今は考えられない。

Q10 「かながわくらしテキスト」を見ての感想をたずねたところ、主なものは以下のとおりでした。(抜粋・要約)

【わかりやすい・読みやすい・参考になる等(広く肯定的な意見)】

- ・わかりやすい内容で、読みやすい。
- ・事例は参考になる。
- ・県独自のものを発行するのはよい。
- ・毎回、適量な掲載内容なので、読み始めやすい。
- ・イラスト多め、漫画仕立てが良い。
- ・全体で、バランスが取れて、見やすく、各項目を理解することができ、よかった。
- ・知っておくとよい役立つ情報が多く参考になった。

【周知・広報・配布について】

- ・スーパーなどに置いて欲しい。
- ・市や区のたよりと一緒に配布するとよいのではないか。
- ・回覧板等で配られるといい。
- ・地下鉄の構内や区役所のチラシ置き場などに常設し、多くの人に手にとってもらうようにしたら良い。
- ・かながわくらしテキスト自体の知名度が低いように思う。
- ・メールでお知らせしてくれると読むかもしれない。
- ・県のたよりに掲載等、周知が必要。

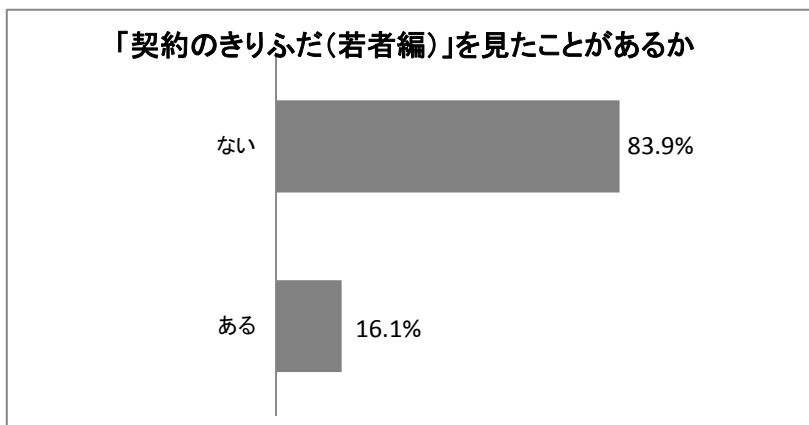
【課題・改善点・要望等】

- ・留守番電話を使ってあやしい電話に出ないというようなアイデアを紹介してほしい。
- ・見落としや確認をよくしなかったとしても、救済してもらえるような具体例を載せてほしい。
- ・フルカラーの方が見やすい。
- ・具体例が少ないので内容の充実が必要。
- ・字が大きい方がよい。
- ・とても役に立つ内容だが、盛り沢山すぎないか。繰り返し呼びかける方が効果的かと思う。
- ・文字が多すぎる。
- ・「消費者ホットライン」の表示は表と裏の両表紙に大きく載せるくらい、もっと目立たせて良い。

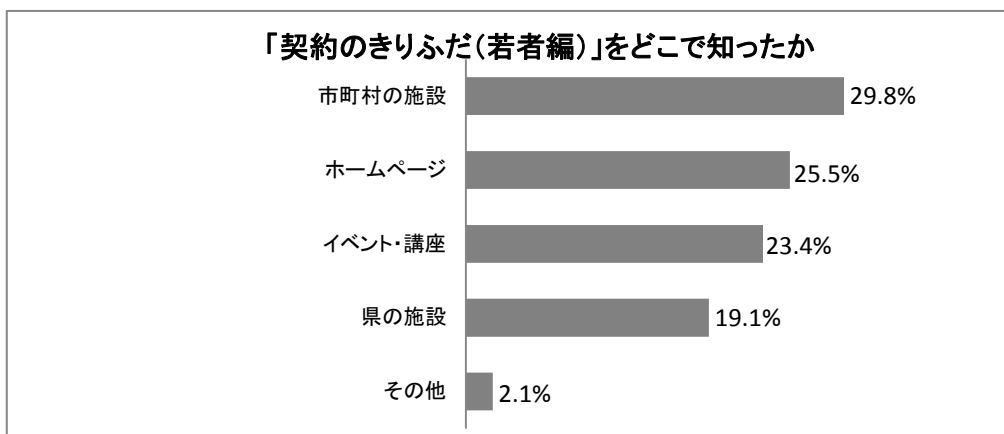
【その他ご意見・ご感想】

- ・トラブルの多さにびっくりした。
- ・高齢者がネットで購入を結構していると感じた。
- ・子どもの頃からの教育が必要。
- ・自分と結びつくものがないので必要性を感じられない。

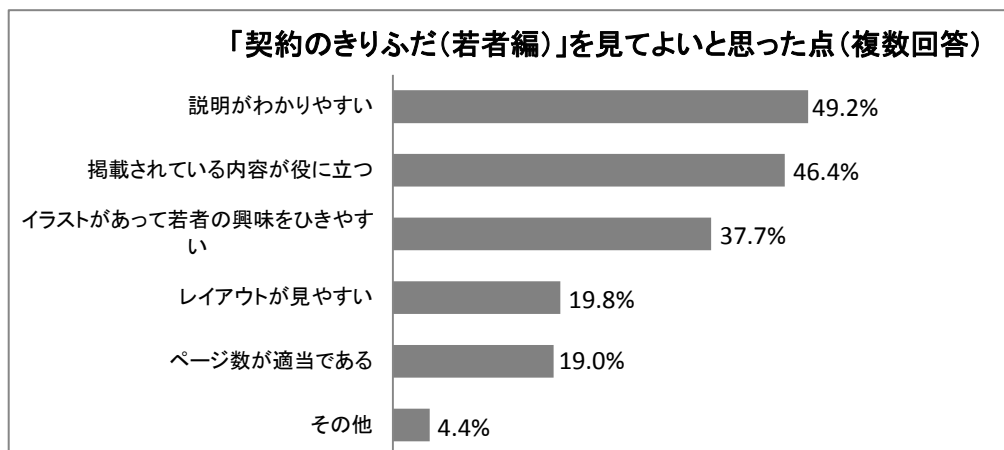
Q11 若者に消費者トラブルの手口を紹介する「契約のきりふだ(若者編)」を見たことがあるか
たずねたところ、8割以上の方が見たことがないと回答した。



Q12 Q11で「ある」と回答した方に、どこで「契約のきりふだ(若者編)」を知ったかたずねたところ、「市町村の施設」が3割近くで最も多く、「ホームページ」がそれに続いた。



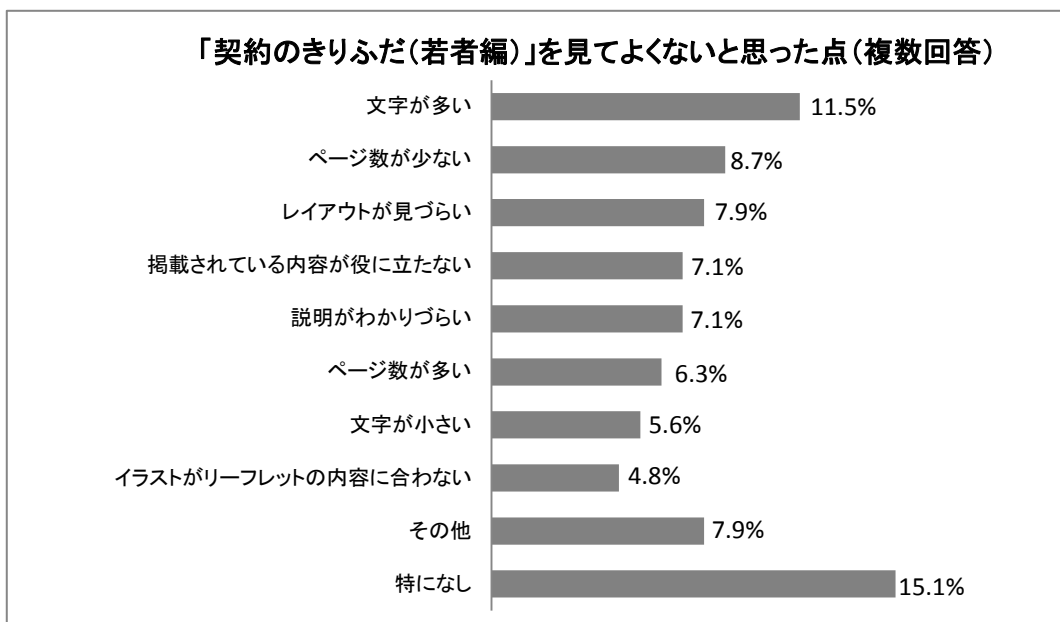
Q13 「契約のきりふだ(若者編)」を見て「よい」と思った点をたずねたところ、「説明がわかりやすい」が5割近くで最も多く、「掲載されている内容が役に立つ」が4割台、「イラストがあって若者の興味をひきやすい」が3割台で続いた。



○「その他」の回答

- ・契約は基本的に自己責任であることを明記していることは良い。高齢者向けにも記載してはどうか。

Q14 「契約のきりふだ(若者編)」を見てよくないと思った点をたずねたところ、「文字が多い」が最も多く、「ページ数が少ない」「レイアウトが見づらい」がそれに続いた。



○「その他」の回答

- ・タイトルから内容が伝わって来ない。
- ・なぜ事業者に連絡してはいけないかや無視した場合のその後の予想される推移などの記載がない。
- ・不審なサイトの見分け方を具体的にわかりやすく記載したほうがよい。

Q15 「契約のきりふだ(若者編)」で取り上げてもらいたい内容をたずねたところ、主なものは以下のとおりでした。(抜粋・要約)

【インターネット関連】

- ・オークションでのトラブル。
- ・日々進化している「ワンクリック詐欺」や「ネットバンク被害」。
- ・スマホのゲームなどの請求のトラブル。
- ・出会い系のトラブル。
- ・通販の海外サイトトラブルと対応相談先。
- ・芸能人のふりをした迷惑メールの対応。

【キャッチセールス等】

- ・キャッチセールスやポン引きの手口紹介。
- ・モデル詐欺。

【クレジットカードについて】

- ・クレジットカードをつくる前に・リボ払いの罠。

【上記以外の詐欺や悪質商法、トラブル】

- ・賃貸住宅の退室時のトラブル。
- ・エステサロンや美容医療などの契約やトラブル事例。
- ・モニター商法。

【アルバイト関連】

- ・若者のアルバイト契約についても知りたい。

【現状で良い】

- ・この7つで十分。
- ・特になし(よく網羅できてる印象を受けた)。

Q16 「契約のきりふだ(若者編)」を見ての感想をたずねたところ、主なものは以下のとおりでした。(抜粋・要約)

【わかりやすい・読みやすい・参考になる等(広く肯定的な意見)】

- ・イラストが多く、見やすく感じた。
- ・詳しい事例が分かりやすい。
- ・こういう啓発は役に立つ。
- ・若者だけでなくお年寄りにも通じる。
- ・イラスト多め、漫画仕立てが良い。
- ・息子たちに紹介したい。
- ・どのようなトラブルがあり得るか、どう回避できるのか、相談先が載っていて良い。
- ・クーリングオフのための、ハガキ書面の書き方(例文)が、掲載されている所が、とてもわかりやすい。
- ・社会に出る前にこのような授業は必要。

【周知・広報・配布について】

- ・せっかく作っても、これを手にする若者がいるのか？
- ・若い方々の手元に届くシステムが作られているのか疑問。
- ・内容はよいと思いますが、PR不足で折角の内容が市民・若者に十分伝わっていないことが問題。
- ・駅やスーパーなど目に入りやすい所にあると良い。
- ・駅で配る、新聞に折り込むなど周知させるアクションが必要。
- ・県のたよりに掲載等、周知が必要。
- ・スマホ世代がリーフレットを手にするか疑問。
- ・資料を用いて、中学、高校などで説明会を開くとよいのでは。

【課題・改善点・要望等】

- ・スマートフォン等でも簡単に閲覧できると良い。
- ・タイトルと内容のつながりがわかりにくい。
- ・若者には文字が多すぎる。
- ・もう少し見る人を引き込むフレーズがあれば。
- ・トラブルの内容が少し古い。
- ・若者だけではなく、中高年でもトラブルに遭う可能性が十分にあるので、「若者編」と特定しない方がよい。

【その他ご意見・ご感想】

- ・クレームの対象となった会社名が知りたい。
- ・クレジット契約、多重債務など改めて学校での消費者教育の重要性を感じた。
- ・自分と結びつくものがないので必要性を感じられない。

【まとめ】

今回のアンケートを通じ、次のような点がわかりました。

- 「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-」については7割以上、「かながわくらしテキスト」「契約のきりふだ(若者編)」については8割以上の方が「見たことがない」という結果があった。
- 内容についてはわかりやすい、役に立つといった多くの肯定的な評価をいただいた一方で、文字の大きさや分量などさまざまな改善点や要望もいただいた。
- 今後はご意見を参考に改善を図りつつ、ホームページやリーフレットの周知をいかに図っていくかが大きな課題と言える。

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