

平成26年度第1回消費生活eモニターアンケート調査

「神奈川県消費生活行政について」

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

【以下のホームページも是非ご覧下さい。】

◎ かながわの消費生活

<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f100548/>

第1章 調査の概要

1 調査目的

県の消費者行政についてのご意見等をいただき、今後の県の消費生活行政の参考とするため、アンケート調査を実施しました。

2 調査方法

ホームページ上でのアンケート調査
前半(13問)・後半(13問)に分け、片方のみ回答した場合も、有効回答として集計しています。

3 調査期間

平成26年5月16日(金)から平成26年5月26日(月)まで

4 調査対象

消費生活eモニター：467名 前半回答者：408名 後半回答者：392名

(平成25年度：163名 前半回答者：136名 後半回答者：136名)
※ 今年度は、昨年度と比べ、モニターの母数が約3倍になっていますので、前年度比較にあたって、ご留意願います。

5 回答者の属性

[前半] (Q1~13)	性別	男性 130名	女性 278名
	年齢	18~29歳	33名(男性：7名 女性：26名)
		30歳代	103名(男性：20名 女性：83名)
		40歳代	121名(男性：23名 女性：98名)
		50歳代	67名(男性：27名 女性：40名)
		60歳代	61名(男性：37名 女性：24名)
		70歳以上	23名(男性：16名 女性：7名)

[後半] (Q14~26)	性別	男性 126名	女性 266名
	年齢	18~29歳	32名(男性：6名 女性：26名)
		30歳代	96名(男性：20名 女性：76名)
		40歳代	117名(男性：21名 女性：96名)
		50歳代	66名(男性：27名 女性：39名)
		60歳代	59名(男性：37名 女性：22名)
		70歳以上	22名(男性：15名 女性：7名)

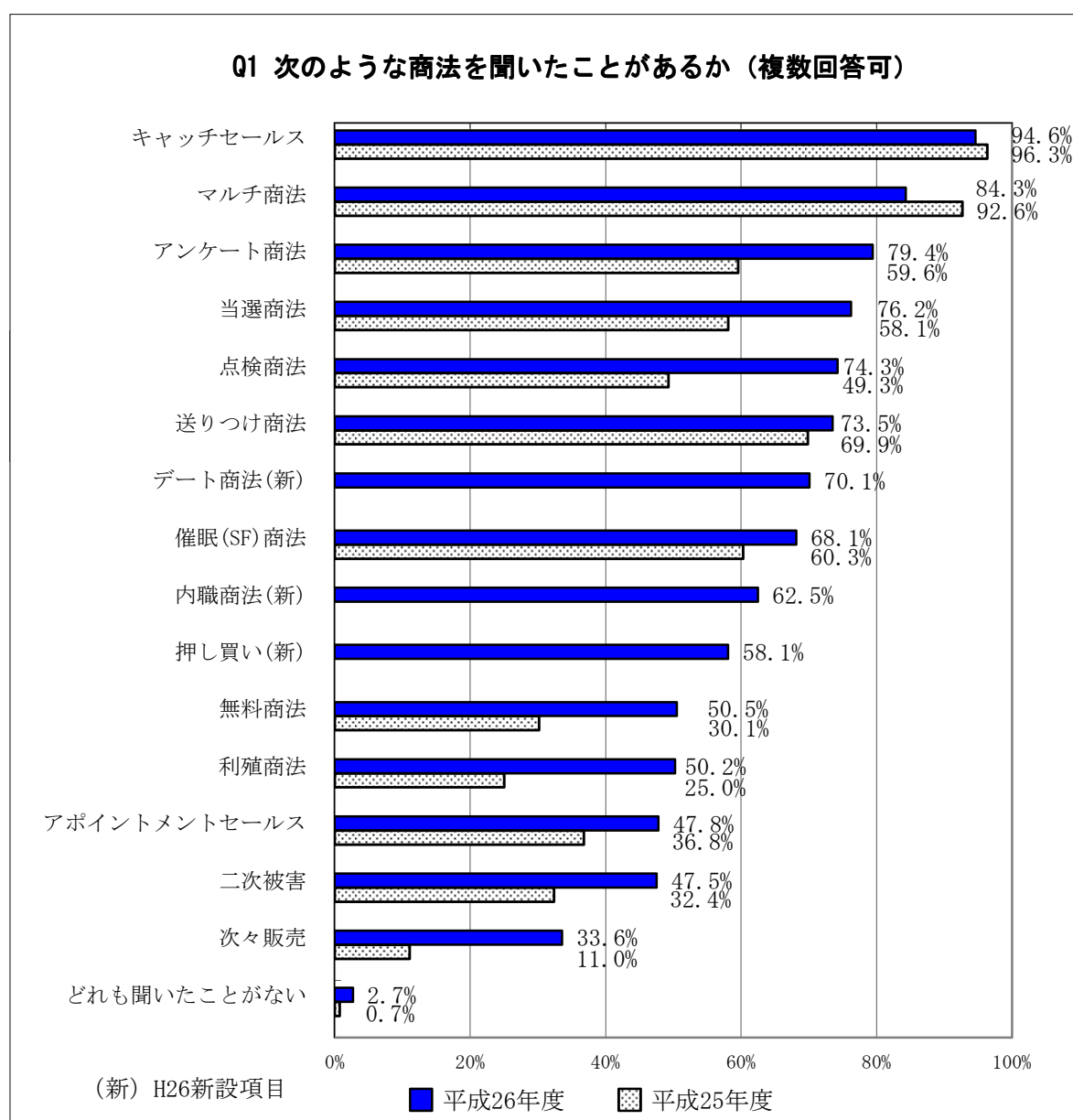
第2章 調査結果

- ・ 複数回答のある設問では、%の合計は100を超えます。
- ・ 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。

1 身近な消費者問題について

◆ 商法について

Q1 次のような商法を聞いたことがあるかをたずねたところ(複数回答可)、平成25年度とほぼ同様に、「キャッチセールス」「マルチ商法」の認知度が高くなっています。全体的に、各商法の認知度は高まっています。

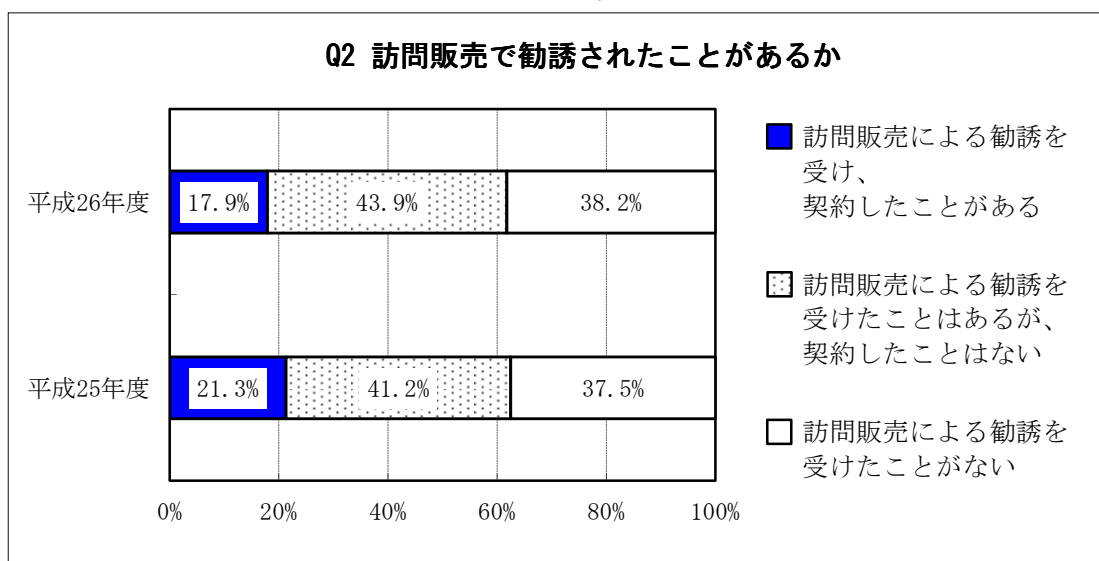


各商法の内容については、下記の県ホームページをご覧ください。

- ・ 消費生活トラブル相談事例：<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f370208/>

◆ 訪問販売について

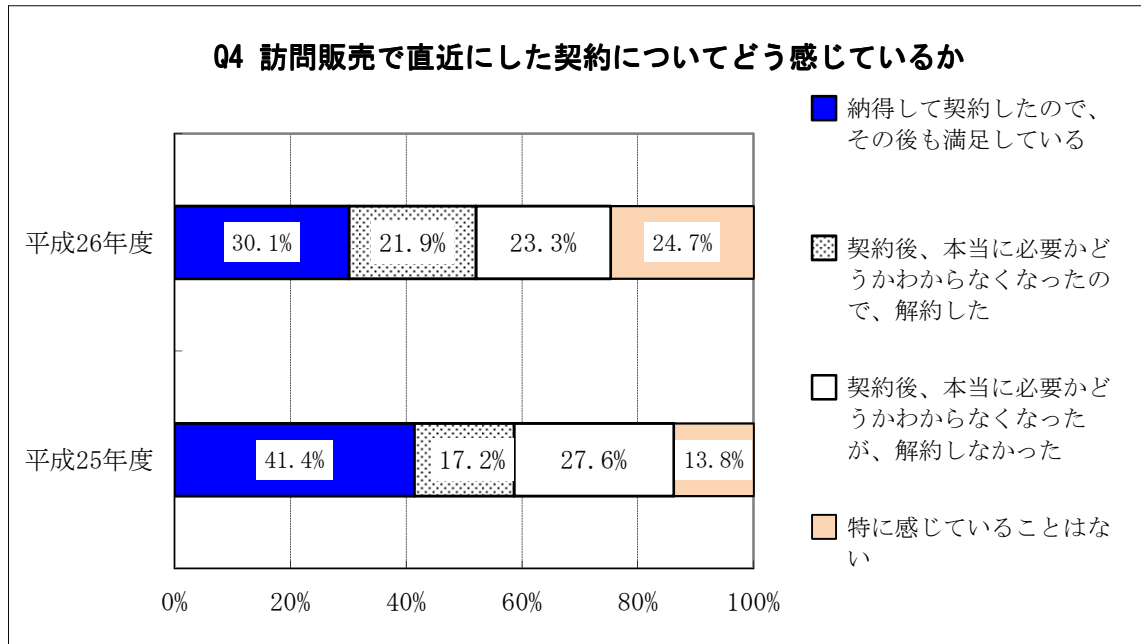
Q2 訪問販売で勧誘されたことがあるかをたずねたところ、「勧誘を受けたことがある」は6割台で、そのうち「勧誘を受け契約したことがある」は全体の2割弱で、平成25年度と同様の傾向でした。



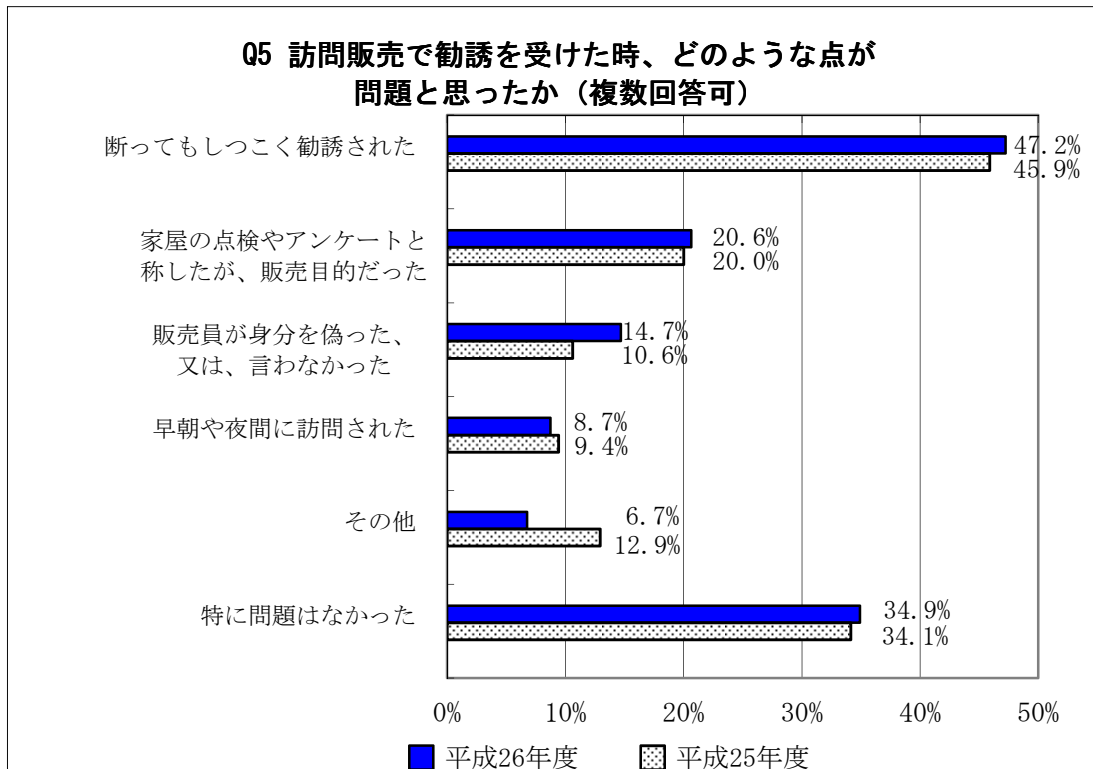
Q3 Q2で「訪問販売による勧誘を受け、契約したことがある」と答えた73名の方へ、契約した商品やサービスは何かたずねたところ（複数回答可）、平成25年度と同様に「新聞」が最も多くなっています。

契約した商品・サービス	平成26年度	平成25年度
新聞	46	22
寝具（ふとん類）	7	2
換気扇フィルター	7	1
生命保険	6	2
住宅リフォーム	5	1
学習用教材	4	4
有線テレビ放送（ケーブルテレビ等）	4	2
インターネット接続回線	4	2
工事・建築	3	2
プロパンガス	3	2
給湯システム	2	1
浄水器	2	1
修理サービス	1	1
健康機器関連	1	1
その他	17	0
掃除用品	(3)	0
ごみ処理機	(2)	0
置き薬	(2)	0
下着	(1)	0
宅配牛乳	(1)	0
シャワー	(1)	0
風呂	(1)	0
エステ	(1)	0
商品券	(1)	0
飲食店割引チケット	(1)	0
インターホン	(1)	0
シロアリ点検	(1)	0
印鑑	(1)	0

Q4 Q2で「訪問販売による勧誘を受け、契約したことがある」と答えた73名の方へ、契約についてどう感じているかたずねたところ、「納得して契約したので、その後も満足している」が3割を超えて最も多くなりました。一方で、「契約後、本当に必要かどうかわからなくなったので、解約した」が平成25年度から増加しており、2割を超えました。



Q5 Q2で「訪問販売による勧誘を受けたことがある」と答えた252名の方へ、訪問販売で勧誘を受けた時、どのような点が問題と思ったかをたずねたところ（複数回答可）、「断ってもしつこく勧誘された」が5割弱で最も多くなりました。

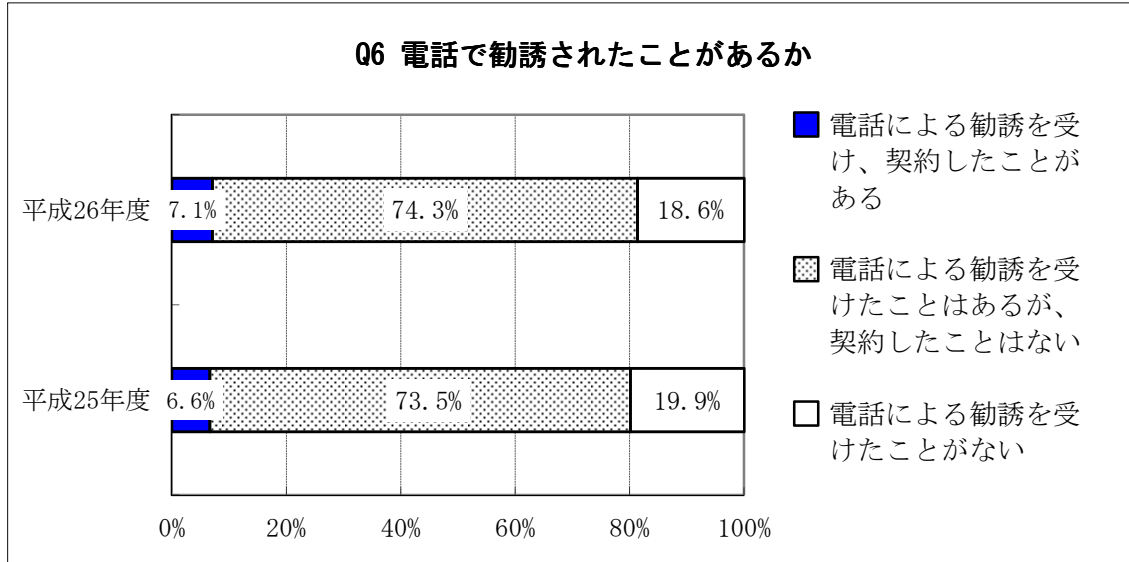


※ 「その他」では、下記が挙げられました。

- ・断ると暴言を吐かれ脅された
- ・言い方が悪いと凄まれた
- ・購入したものが、他店舗で半分の価格で販売されていた
- ・マンションの換気扇フィルターの勧誘で、管理会社に委託されていると言っていたが嘘だった など

◆ 電話勧誘販売について

Q6 電話で勧誘されたことがあるかをたずねたところ、「勧誘されたことがある」との回答が8割を超え、そのうち「契約したことがある」との回答は1割未満でした。



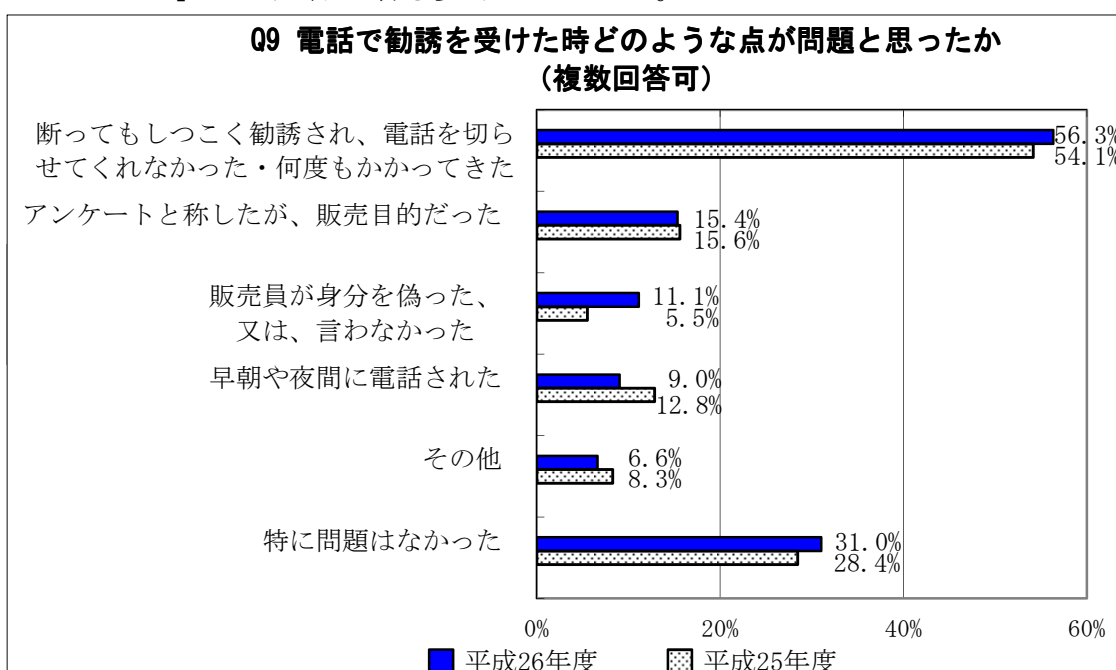
Q7 Q6で「電話による勧誘を受け、契約したことがある」と答えた29名の方へ、契約した商品やサービスは何かをたずねたところ（複数回答可）、結果は次表のとおりでした。

契約した商品・サービス	平成26年度	平成25年度
学習用教材	8	3
インターネット接続回線	7	2
化粧品	5	0
電話回線	4	1
リゾートクラブ会員権	3	1
商品先物取引、株、公社債など金融商品	2	1
ハウスクリーニング	1	0
宝飾品	1	0
マンション・住宅	1	0
エステ	1	0
在宅ワーク	1	0
エアコン・換気扇等の清掃	0	0
その他	7	0
墓	(3)	0
結婚相談所	(2)	0
畳替え	(1)	0
生命保険	(1)	0

Q8 Q6で「電話による勧誘を受け、契約したことがある」と答えた29名の方へ、契約についてどう感じているかをたずねたところ、結果は次表のとおりでした。

契約内容についてどう感じているか	平成26年度	平成25年度
納得して契約したので、その後も満足している	7	3
契約後、よく考えたら本当に必要かどうかわからなくなったので、解約した	7	1
契約後、よく考えたら本当に必要かどうかわからなくなったが、解約しなかった	6	2
特に感じていることはない	9	3

Q9 Q6で「電話による勧誘を受けたことがある」と答えた332名の方へ、電話で勧誘を受けた時、どのような点が問題と思ったかたずねたところ（複数回答可）、「断ってもしつこく勧誘され、電話を切らせてくれなかった・何度もかかってきた」との回答が最も多くなりました。

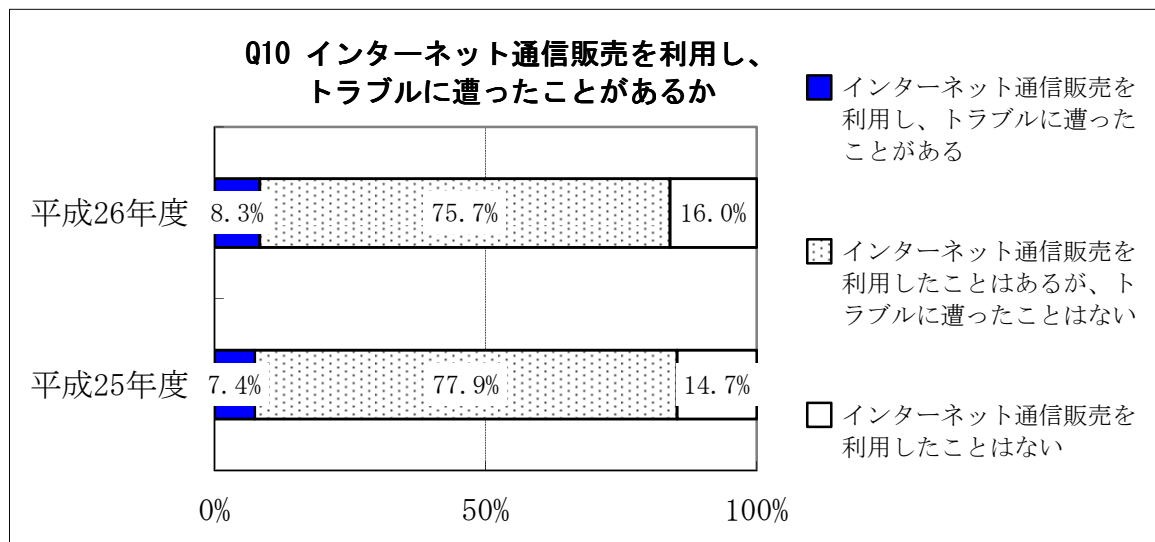


※「その他」では、下記が挙げられました。

- ・ 相手が家族構成や年齢など個人情報を知っていてこわかった
- ・ 家族が電話に出て、個人名しか言わないので、友人かと思ったら勧誘だった
- ・ 断ると一方的に電話を切られた
- ・ 墓地の販売で、しつこく電話がきたが、消費生活センターの名前を出したら、勧誘がとまった など

◆ インターネット通信販売（オークションは除く）について

Q10 インターネット通信販売（オークションは除く）の利用についてたずねたところ、「インターネット通信販売を利用したことがある」が8割以上を占めており、平成25年度とほぼ同様の傾向でした。また、「トラブルに遭ったことがある」という回答は約8%となっています。

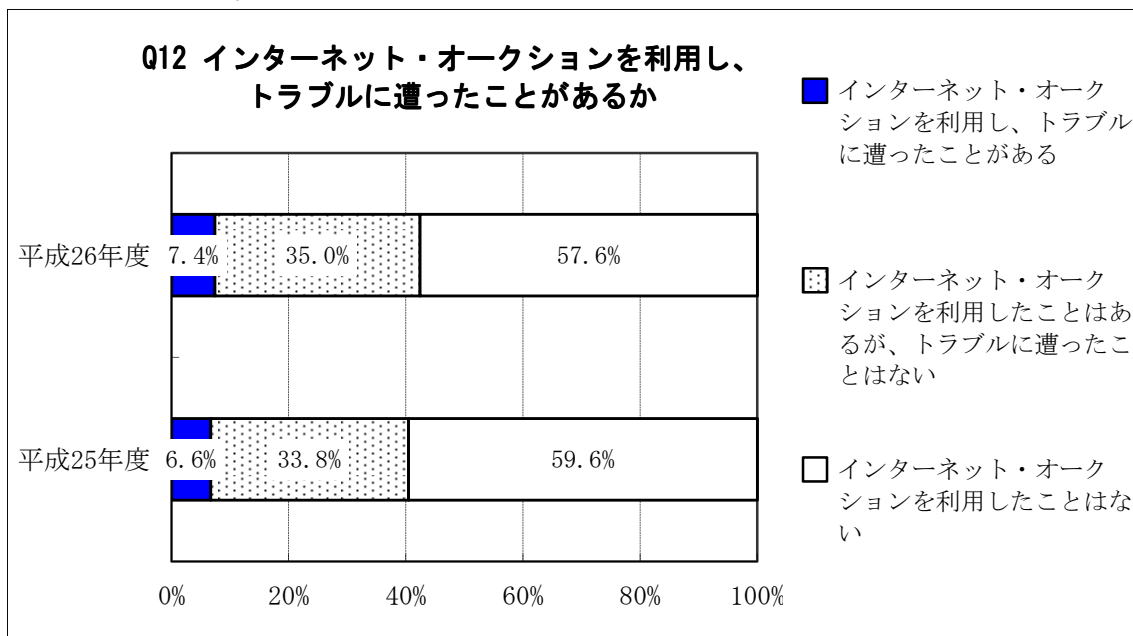


Q11 Q10でインターネット通信販売を利用したことがあると答えた343名の方へ、契約した商品やサービスは何かたずねたところ（複数回答可）、幅広い商品・サービスの購入に、インターネット通信販売が利用されていました。

契約した商品・サービス	平成26年度	平成25年度
雑貨・日用品	240	78
書籍・雑誌	231	87
食品・飲料	231	73
衣類	203	60
CD・DVD・ゲームソフト	151	46
電化製品（パソコン関連除く）	150	46
化粧品	145	46
パソコン・パソコン関連商品	122	31
航空券、鉄道・バス乗車券	120	42
ツアー旅行	111	34
舞台・スポーツ観戦等各種チケット	91	28
玩具	84	24
各種保険	47	12
デジタルコンテンツ（サイトの利用など）	34	8
宝くじ	16	2
金銭の借り入れ	1	0
その他	16	7
宿泊予約	(2)	(0)
飲食店予約	(1)	(0)
サプリメント	(1)	(1)
ペットフード	(1)	(0)
ペット用カート	(1)	(0)
学習教材	(1)	(0)
浄水器カートリッジ	(1)	(0)
大工工具	(1)	(0)
車・バイク用品	(1)	(0)
運動靴	(1)	(0)
芝生	(1)	(0)
花の苗	(1)	(0)
家具	(1)	(0)
家具の修理	(1)	(0)
写真プリント	(1)	(0)

◆ インターネット・オークションについて

Q12 インターネット・オークションの利用についてたずねたところ、「インターネット・オークションを利用したことがある」は約4割で、平成25年度とほぼ同様の傾向でした。また、「トラブルに遭ったことがある」という回答は約7%となっています。



Q13 Q12でインターネット・オークションを利用したことがあると答えた173名の方へ、契約した商品やサービスは何かたずねたところ、「雑貨・日用品」「衣類」「書籍・雑誌」「CD・DVD・ゲームソフト」など幅広い商品・サービスの購入に、インターネット・オークションが利用されていました。なお、この調査では、インターネット・オークションの利用について、購入する場合と、出品する場合の両方を含んでいます。

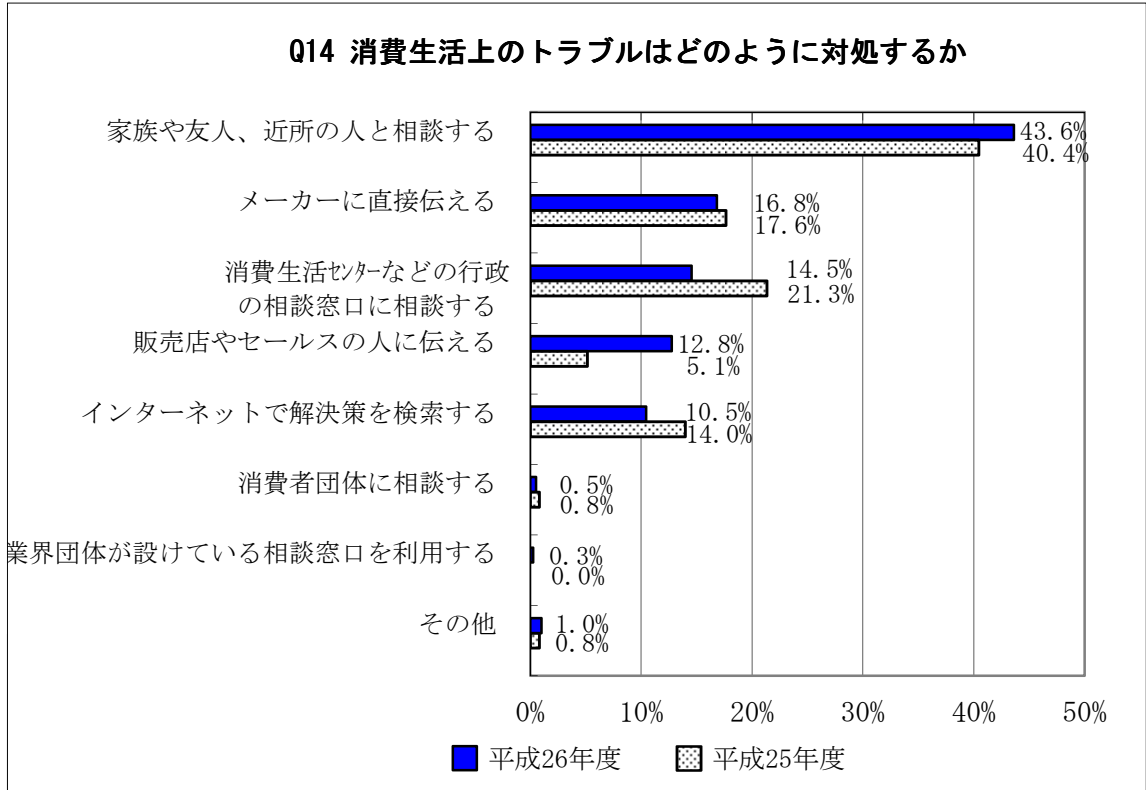
契約した商品・サービス	平成26年度	平成25年度
雑貨・日用品	74	26
衣類	68	19
書籍・雑誌	63	27
CD・DVD・ゲームソフト	42	13
舞台・スポーツ観戦等各種チケット	33	13
食品・飲料	29	7
玩具	28	9
化粧品	20	7
電化製品（パソコン関連除く）	19	12
パソコン・パソコン関連商品	17	7
航空券、鉄道・バス乗車券	8	6
デジタルコンテンツ（サイトの利用など）	3	0
宝くじ	1	0
その他	12	4
楽器	(1)	0
ポイントカード	(1)	0
宝飾品	(1)	0
花	(1)	0
花の種	(1)	0
スノーボードのグラス、ケース	(1)	0
古道具	(1)	0
絵画	(1)	0
車関連部品	(1)	0
自転車	(1)	0
株主優待券	(1)	0
コレクト品	(1)	0

※ 下記のようなコメントも挙げられました。

- ・オークションのIDとパスワードを悪用され数万円の被害に遭った
- ・出品者側で、先に商品を送ったが、入金もなく電話番号も存在しなかった など

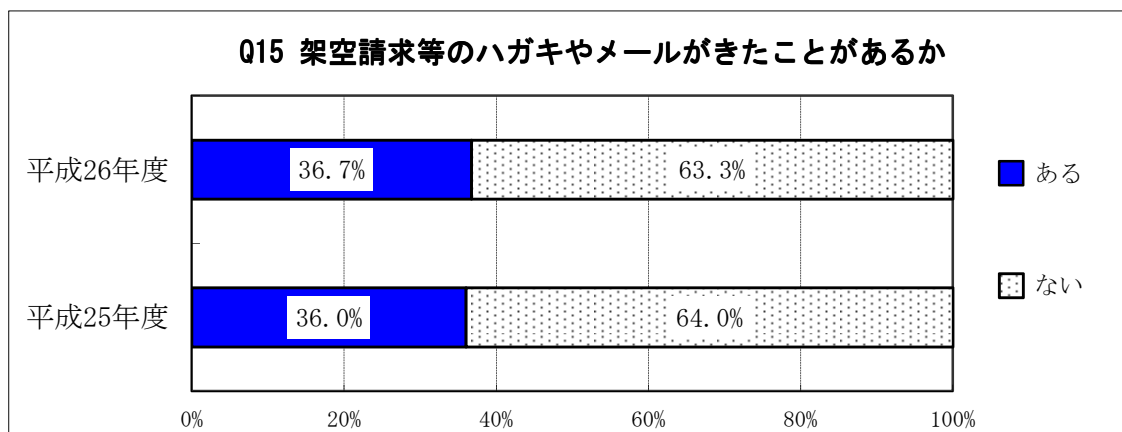
◆ 消費生活上のトラブルの際の対処方法

Q14 消費生活上のトラブルがあった場合、最初にどのように対処しているかをたずねたところ、「家族や友人、近所の人と相談する」が約4割を占め、次いで「メーカーに直接伝える」が2割となっています。「消費生活センターなどの行政の相談窓口」は減少して、1割台となりました。

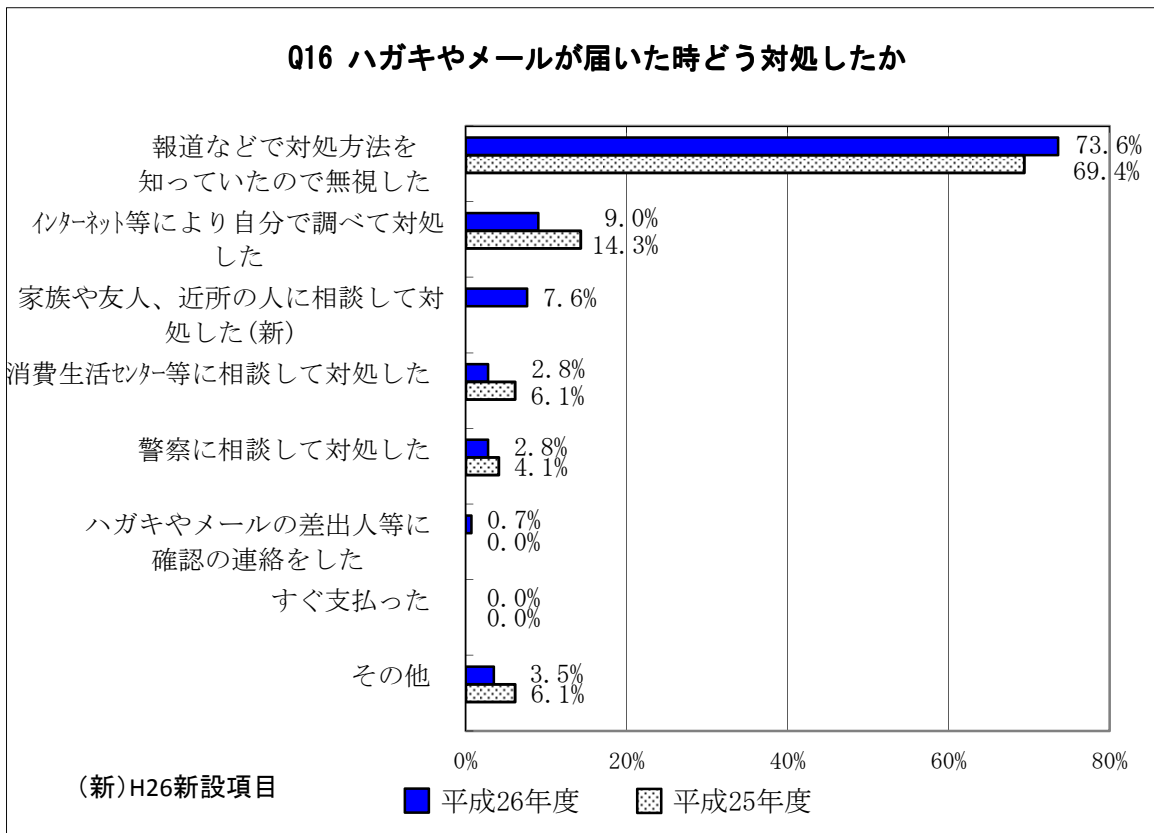


◆ 架空請求

Q15 架空請求等のハガキやメールがきたことがあるかをたずねたところ、「きたことがある」が3割台となり、平成25年度とほぼ同様の傾向でした。



Q16 Q15で「ある」と答えた144名の方へ、ハガキやメールが届いた時、どのように対処したかをたずねたところ、「報道などで対処方法を知っていたので無視した」が約7割でした。次いで、「インターネット等により自分で調べて対処した」との回答の割合は、平成25年度から若干減少して、約1割でした。



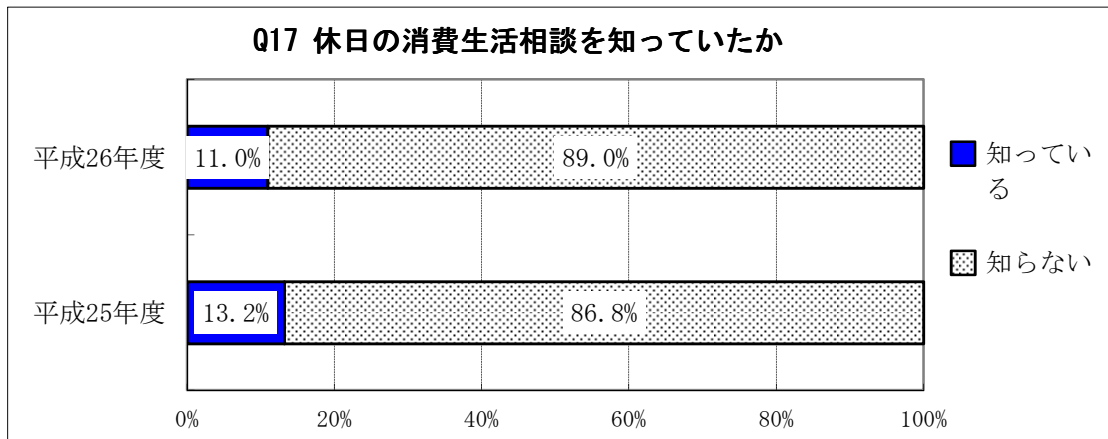
※「その他」では、下記が挙げられました。

- ・ はがきで、受け取り拒否の旨を返送した
- ・ 経済産業省の迷惑メール通報アドレスに転送した など

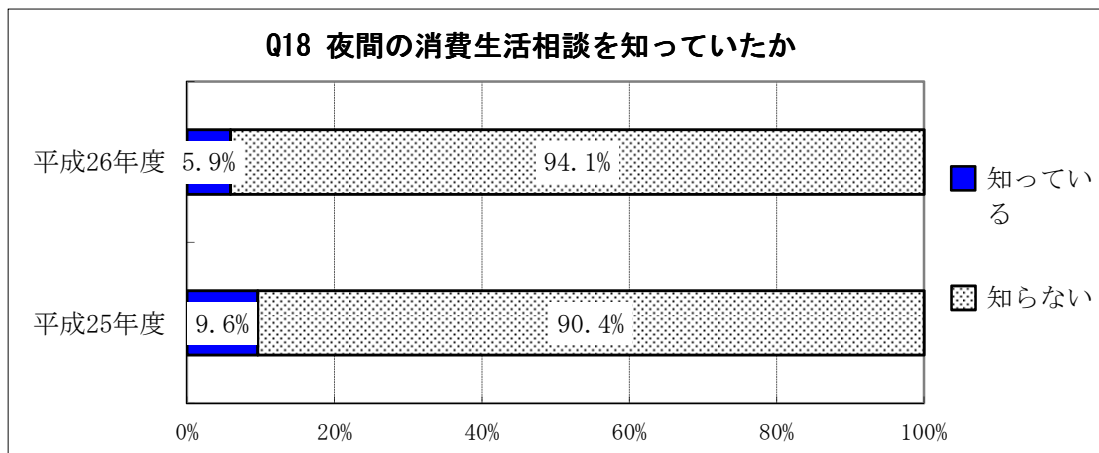
2 消費生活行政について

◆ 消費生活相談

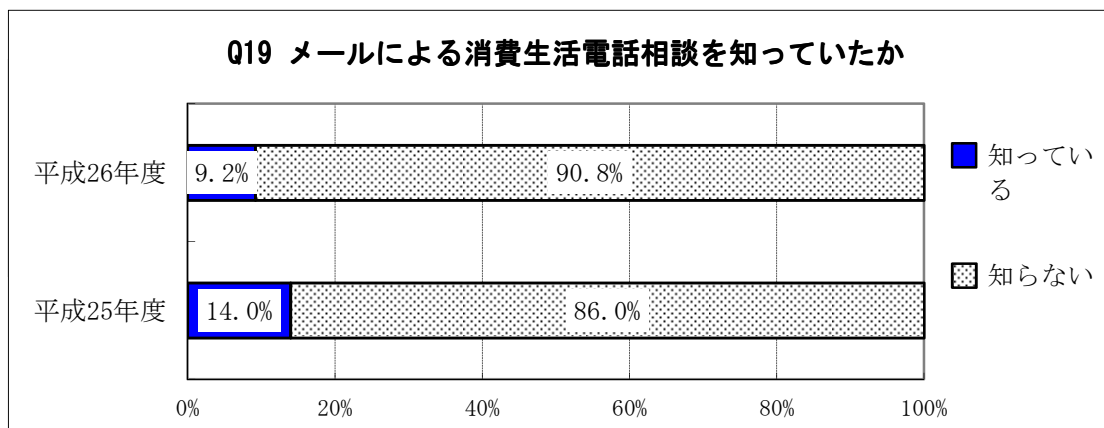
Q17 県が休日に消費生活相談（土・日・祝日：16時30分まで）を実施していることを知っているかたずねたところ、「知っている」は約1割でした。



Q18 県が夜間に消費生活相談（平日：19時まで）を実施していることを知っているかたずねたところ、「知っている」との回答の割合が、平成26年度に比べ、やや減少しました。

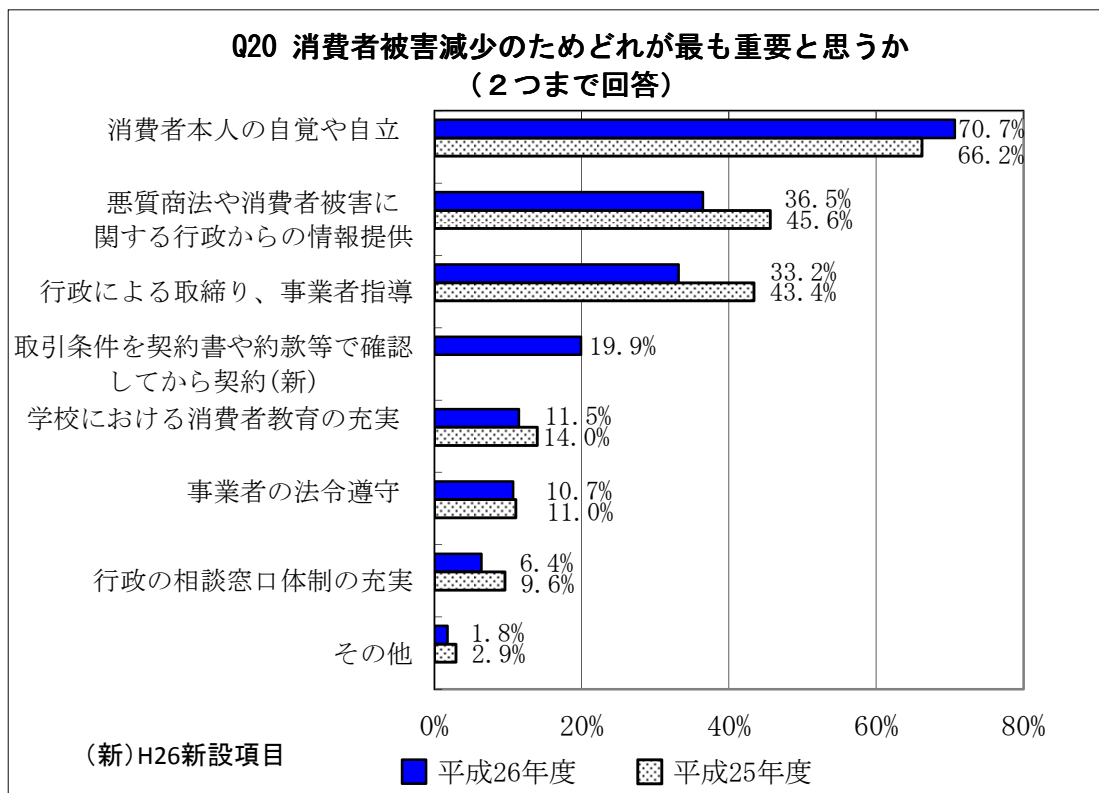


Q19 県が「メールによる消費生活相談」を実施していることを知っているかたずねたところ、「知っている」との回答の割合が、平成25年度に比べ、やや減少しました。



◆ 消費者被害を減少させるために重要なこと

Q20 消費者被害を減少させるために、重要と思うことをたずねたところ（2つまで回答可）、「消費者本人の自覚や自立」が最も多く、次いで「悪質商法や消費者被害に関する行政からの情報提供」「行政による取締り、事業者指導」と続いています。



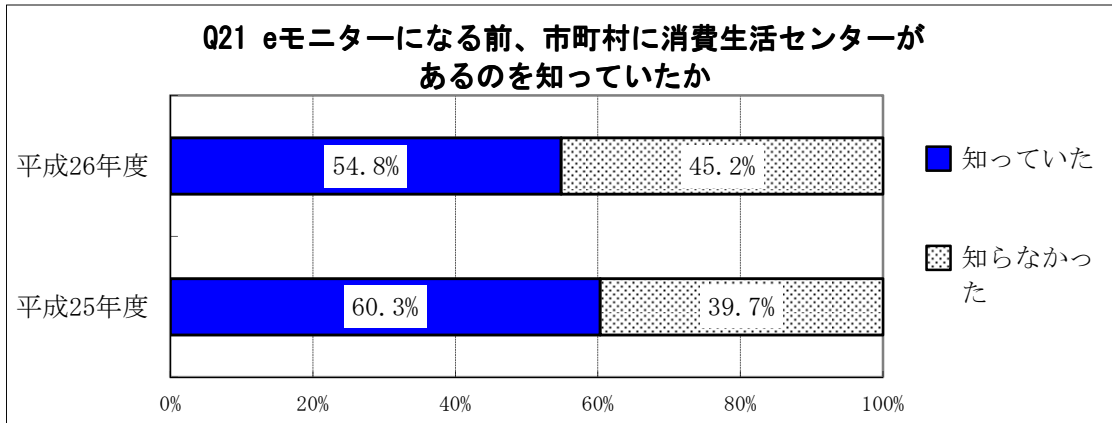
※ 下記のようなコメントも挙げられました。

- ・ 自覚や自立を持つための方策
- ・ 自身が契約する意味をしっかりと認識することが大切
- ・ 本人の自覚と、年配の方が気軽に相談できる場所
- ・ 2つだけ選択するのは難しい など

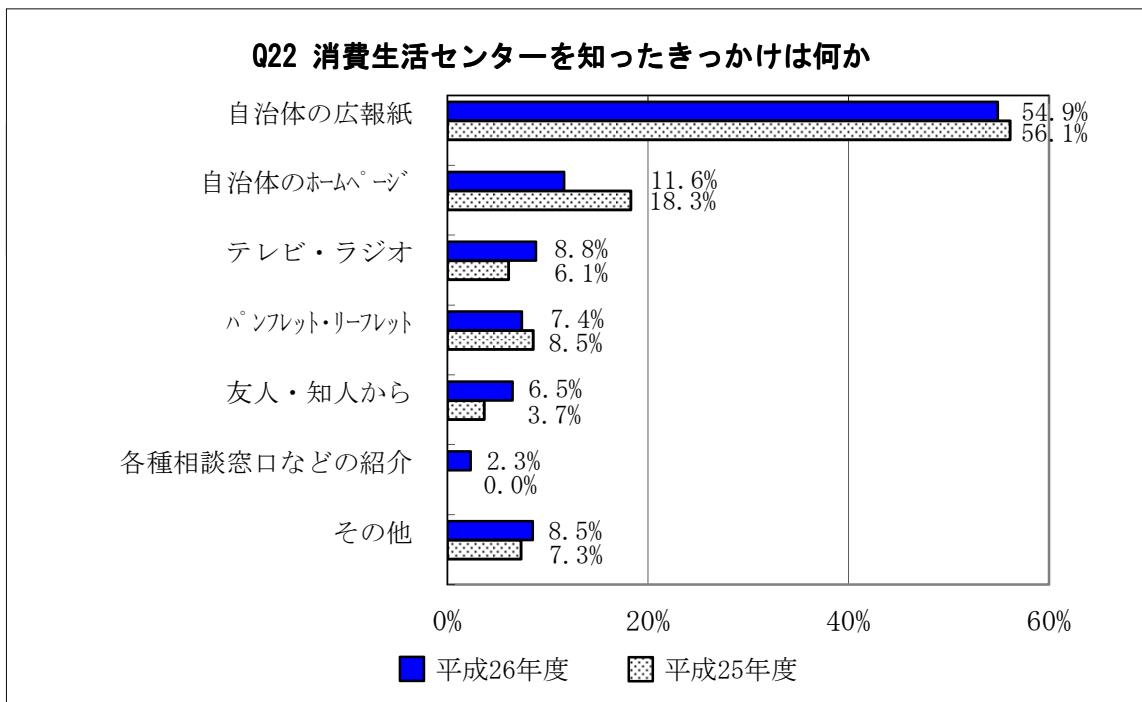
◆ 消費生活センターの認知度

Q21 eモニターになる前に、お住まいの市町村に消費生活センター（※）があることを知っていたかたずねたところ、「知っていた」とする回答は5割台で、平成25年度から減少しました。

※ 消費生活相談窓口。消費生活全般に関する商品・サービスへの苦情や相談を受けている。



Q22 Q21で「知っていた」と答えた215名の方へ、消費生活センターを知ったきっかけをたずねたところ、「自治体の広報紙」が5割台で最も多く、次いで「自治体のホームページ」が約1割となりました。他にも様々な媒体が挙げられ、各媒体が消費生活センターの周知に繋がっていることがうかがえました。

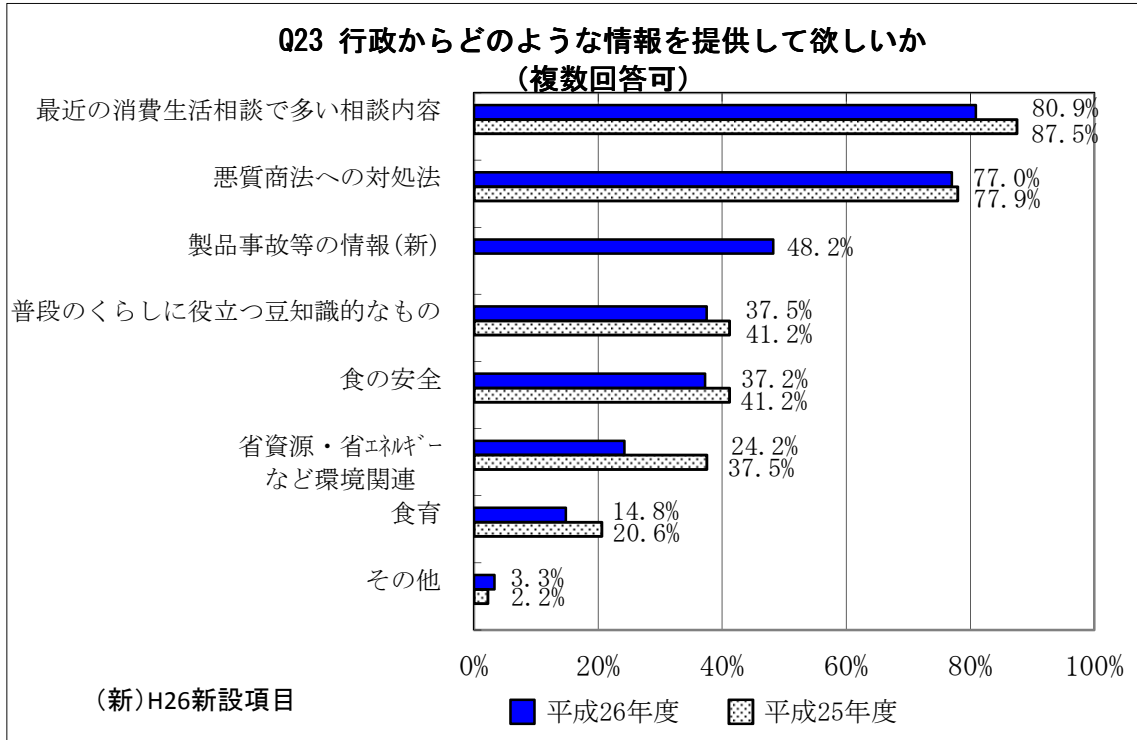


※ 下記のようなコメントも挙げられました。

- ・ 以前に相談するとき知った
- ・ 企業の広報関係者が、消費生活アドバイザーの資格をもって知った
- ・ 生活協同組合の活動を通して
- ・ 町内会で消費生活推進員を任されたことがあって など

◆ 行政から提供して欲しい情報

Q23 消費生活に関連して、行政からどのような情報を提供して欲しいかをたずねたところ（複数回答可）、「最近の消費生活相談で多い相談内容」と「悪質商法への注意事項」がともに約8割となっています。次いで、今年度新設した項目である「製品事故等の情報」が約5割で、安全・安心に関する関心も高いことがうかがえました。



※「製品事故等の情報」について以下のホームページに掲載していますので、ご覧ください。

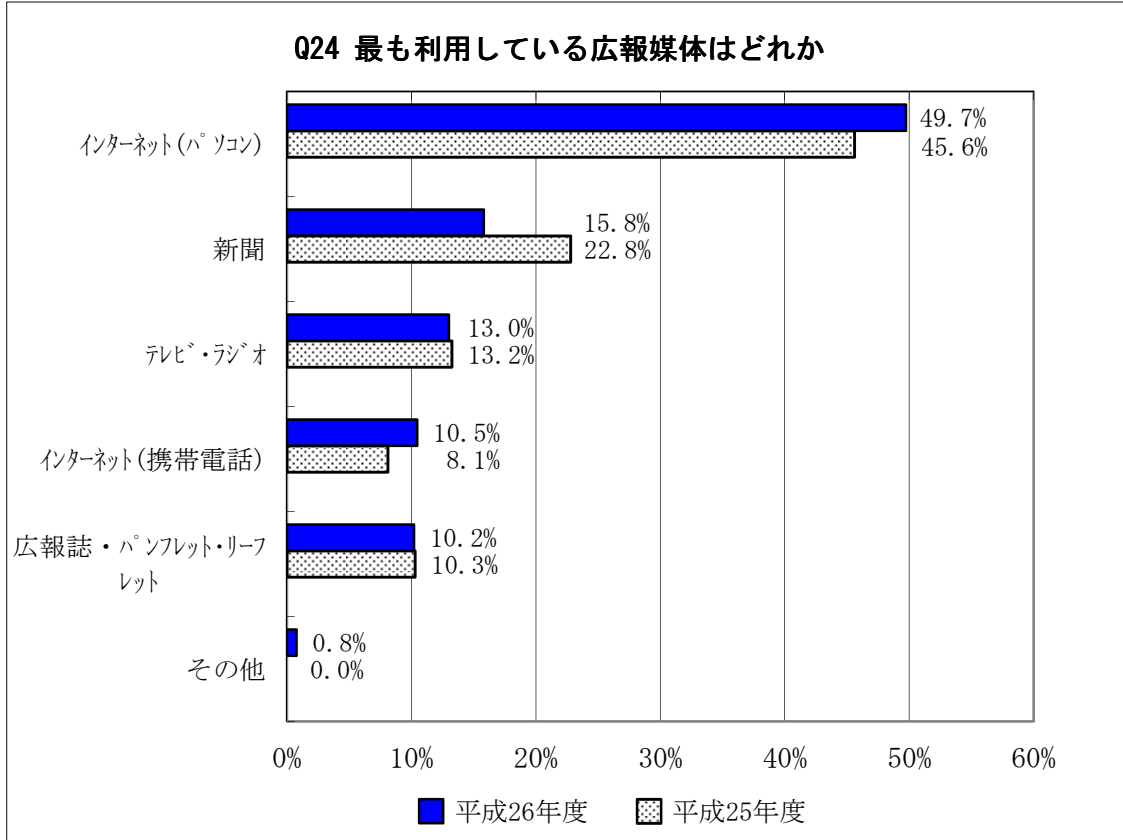
- ・神奈川県「暮らしの中の商品情報／商品テスト」
<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f370222/>
- ・消費者庁「リコール情報サイト」
<http://www.recall.go.jp/>
- ・国民生活センター「商品テスト・回収情報」
http://www.kokusen.go.jp/category/test_recall.html
- ・経済産業省「製品安全ガイド」
http://www.meti.go.jp/product_safety/index.html

※「その他」では、「悪質業者の情報の公開」が挙げられました。「特定商取引に関する法律」、「神奈川県消費生活条例」や「不当景品類及び不当表示防止法」に基づき、行政処分や行政指導を行った事業者について、以下のホームページに掲載していますので、ご覧ください。

- ・神奈川県「法令に基づく事業者処分等の取組み」
<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f370226/>
神奈川県が、行政処分や行政指導を行った案件を公表しています。
- ・消費者庁「消費生活安心ガイド」
<http://www.no-trouble.go.jp/>
全国の行政処分事業者の一覧をご覧になれます。

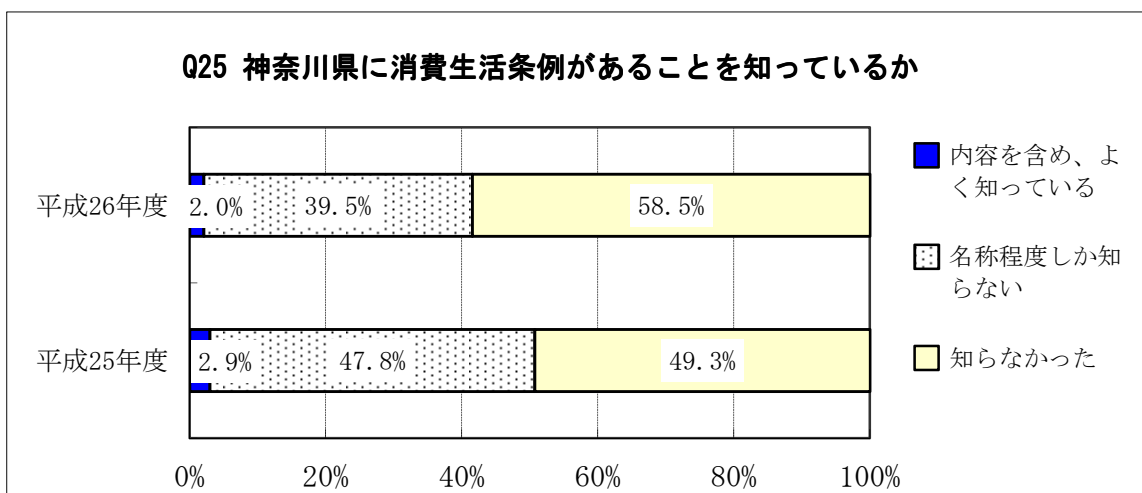
◆ 利用している広報媒体

Q24 消費生活情報を入手する際、最も利用している広報媒体はどれかをたずねたところ、「インターネット（パソコン）」が平成25年度から増加して最も多くなっています。「インターネット（携帯電話）」と合計すると6割に達しており、インターネットの活用が進んでいることが見受けられました。



◆ 消費生活条例

Q25 神奈川県に消費生活条例があることを知っているかをたずねたところ、「内容を含め、よく知っている」は、少数にとどまりました。また、「名称程度しか知らない」とする回答は約4割で、平成25年度から減少しました。



◆ 自由意見

Q26 神奈川県消費生活行政について自由な意見を求めたところ、108件の意見をいただきました。「行政からの情報提供を充実させてほしい」という趣旨の意見が最も多かったほか、「消費生活相談窓口に関する意見」や「アンケートを通して勉強になった」などの意見も寄せられました。

自由意見（要旨）	回答数
行政からの情報提供を充実させてほしい	22
消費生活相談窓口に関する意見	20
相談窓口についてよく知らなかった	(8)
以前相談したことがある	(4)
その他	(8)
消費者本人が自立すべき	11
悪質業者は厳しく取り締まってほしい	11
アンケートを通して、消費生活について勉強になった・勉強していきたい	11
「消費生活」という言葉の意味がわかりづらい	5
小さいころからの消費者教育を充実させてほしい	4
消費生活条例について周知してほしい	3
高齢者が被害にあわないよう対策をしてほしい	2
食品表示に関する意見	2
オレオレ詐欺に関する意見	2
その他（アンケートシステムに関する意見など）	15