

令和2年度第1回消費生活eモニターアンケート調査

「新型コロナウイルス感染症拡大による 生活と意識の変化について」

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下さい。】

◎ 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

新型コロナウイルス感染症拡大による生活と意識の変化についてアンケートを行い、消費生活に与える影響を把握することで、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13問）

3 調査期間

令和2年 10月16日（金）から 10月 25日（日）まで

4 調査対象

消費生活eモニター：316名 回答者：287名

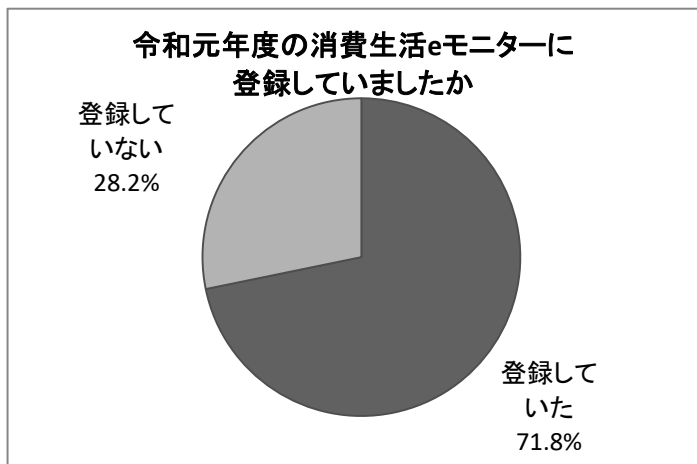
5 回答者の属性

年齢	18～29歳	5名
	30歳代	46名
	40歳代	71名
	50歳代	82名
	60歳代	42名
	70歳以上	41名

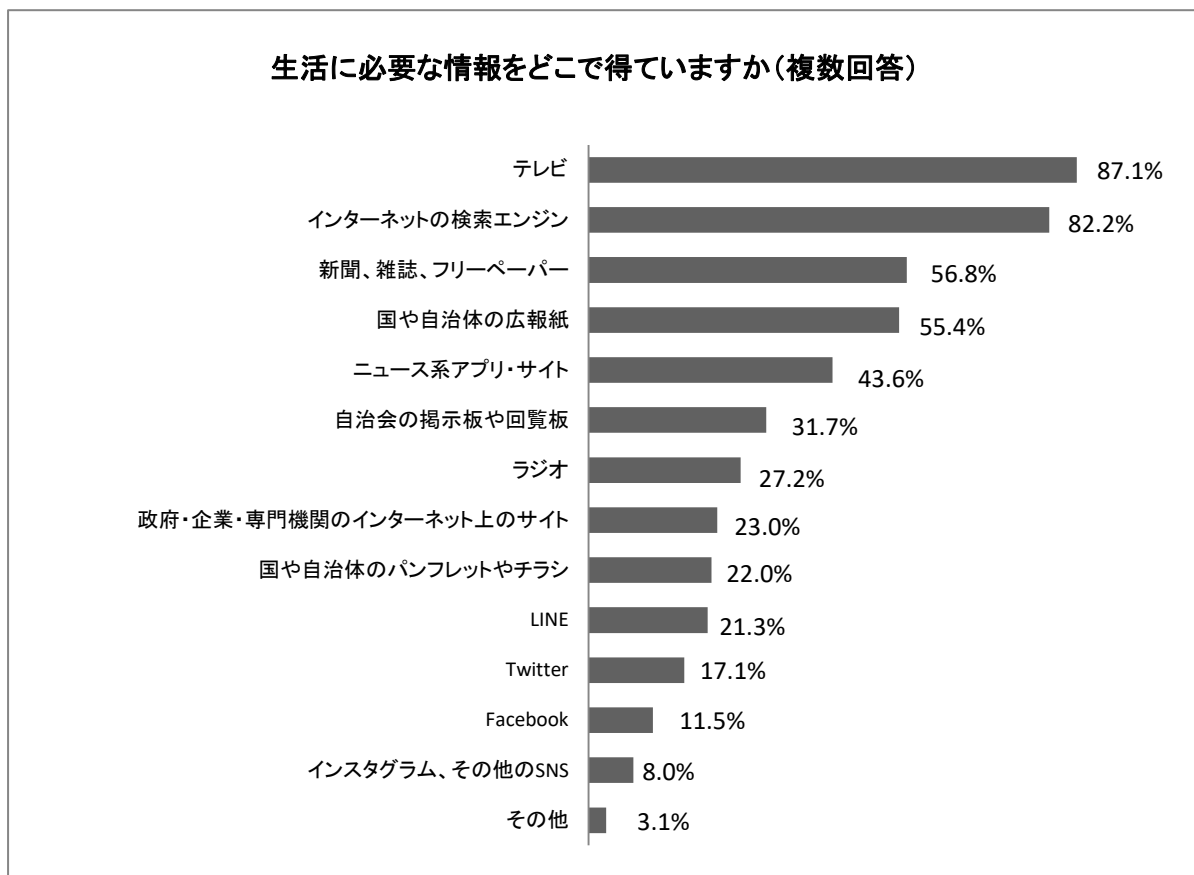
第2章 調査結果

- ・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 令和元年度の消費生活eモニターに登録していたかたずねたところ、71.8%が「登録していた」と回答した。



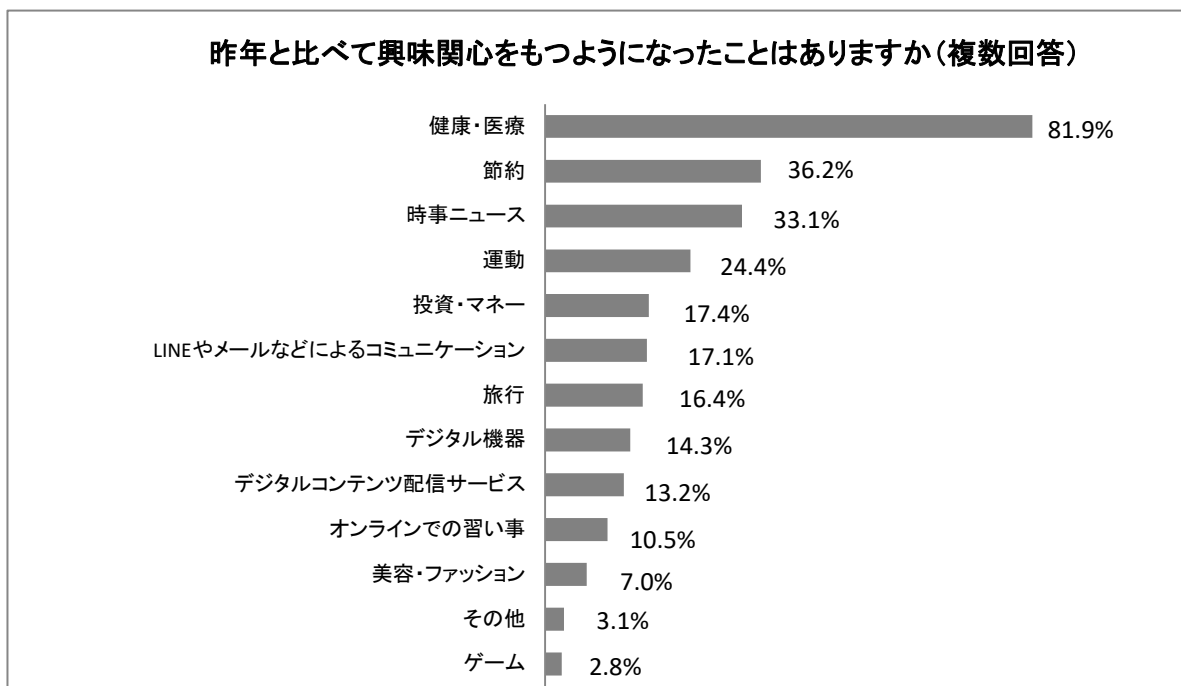
Q2 生活に必要な情報をどこで得ているかたずねたところ、「テレビ」、「インターネットの検索エンジン」が共に8割台で多く、次いで「新聞、雑誌、フリーペーパー」、「国や自治体の広報紙」が共に5割台で続いた。



○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

- ・クチコミ
- ・知人から
- ・YouTube

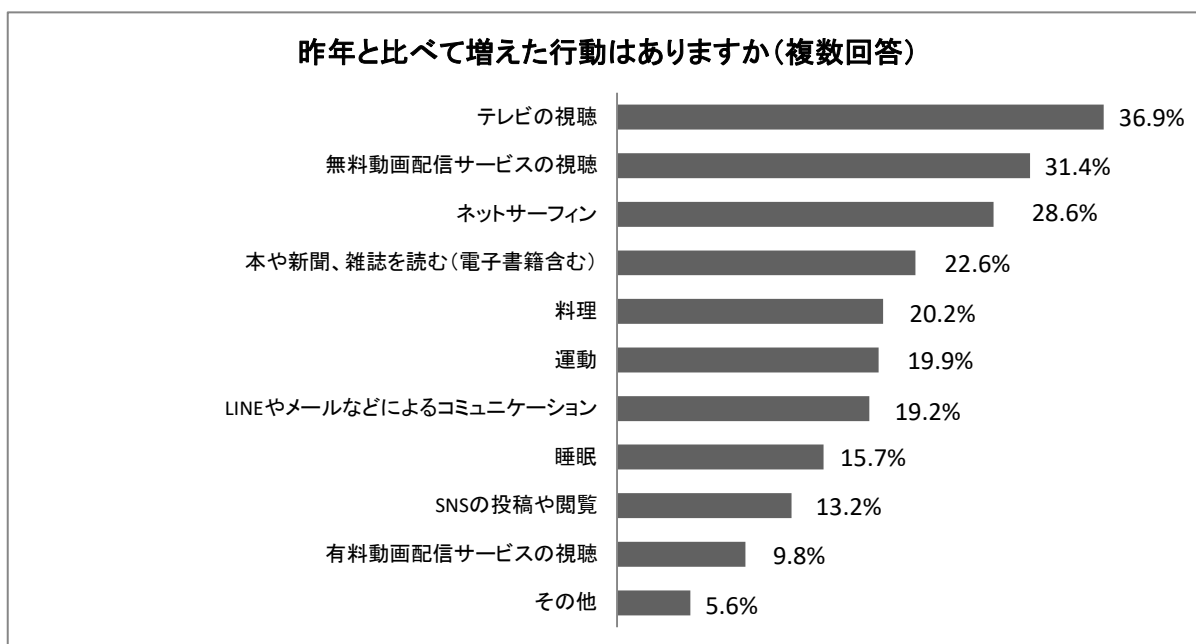
Q3 昨年と比べて興味関心を持つようになったことをたずねたところ、「健康・医療」が8割台で圧倒的に多く、「節約」、「時事ニュース」が3割台、「運動」が2割台と続いている。



○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・ 感染予防
- ・ 特になし

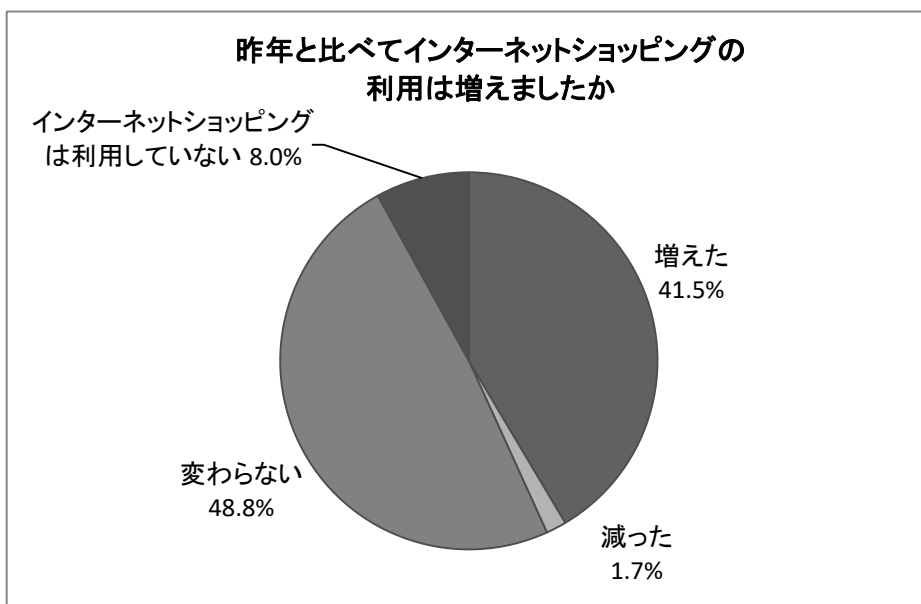
Q4 昨年と比べて増えた行動はあるかをたずねたところ、「テレビの視聴」、「無料動画配信サービスの視聴」が共に3割台、次いで「ネットサーフィン」、「本や新聞、雑誌を読む(電子書籍含む)」、「料理」が2割台と続いた。



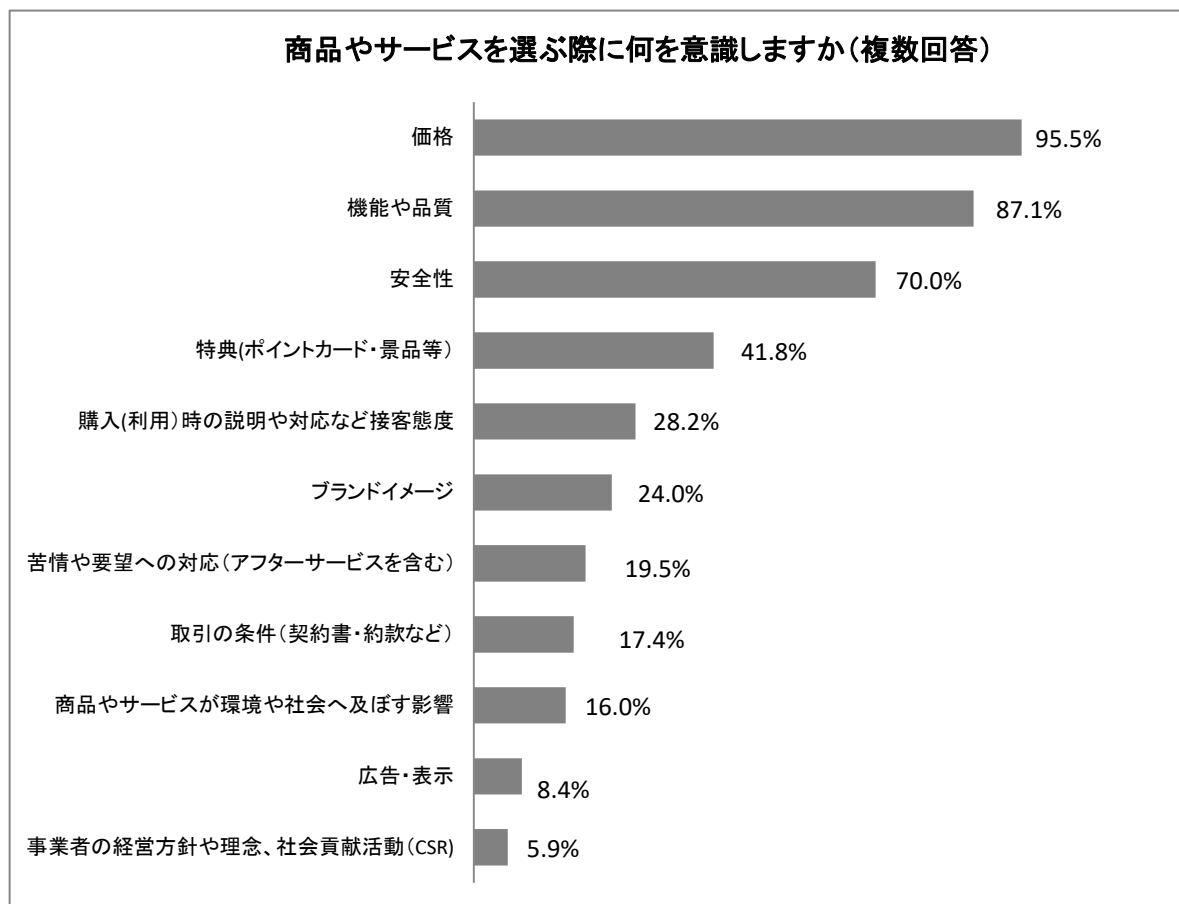
○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・ 特になし
- ・ web会議
- ・ オンライン講座受講
- ・ 家事

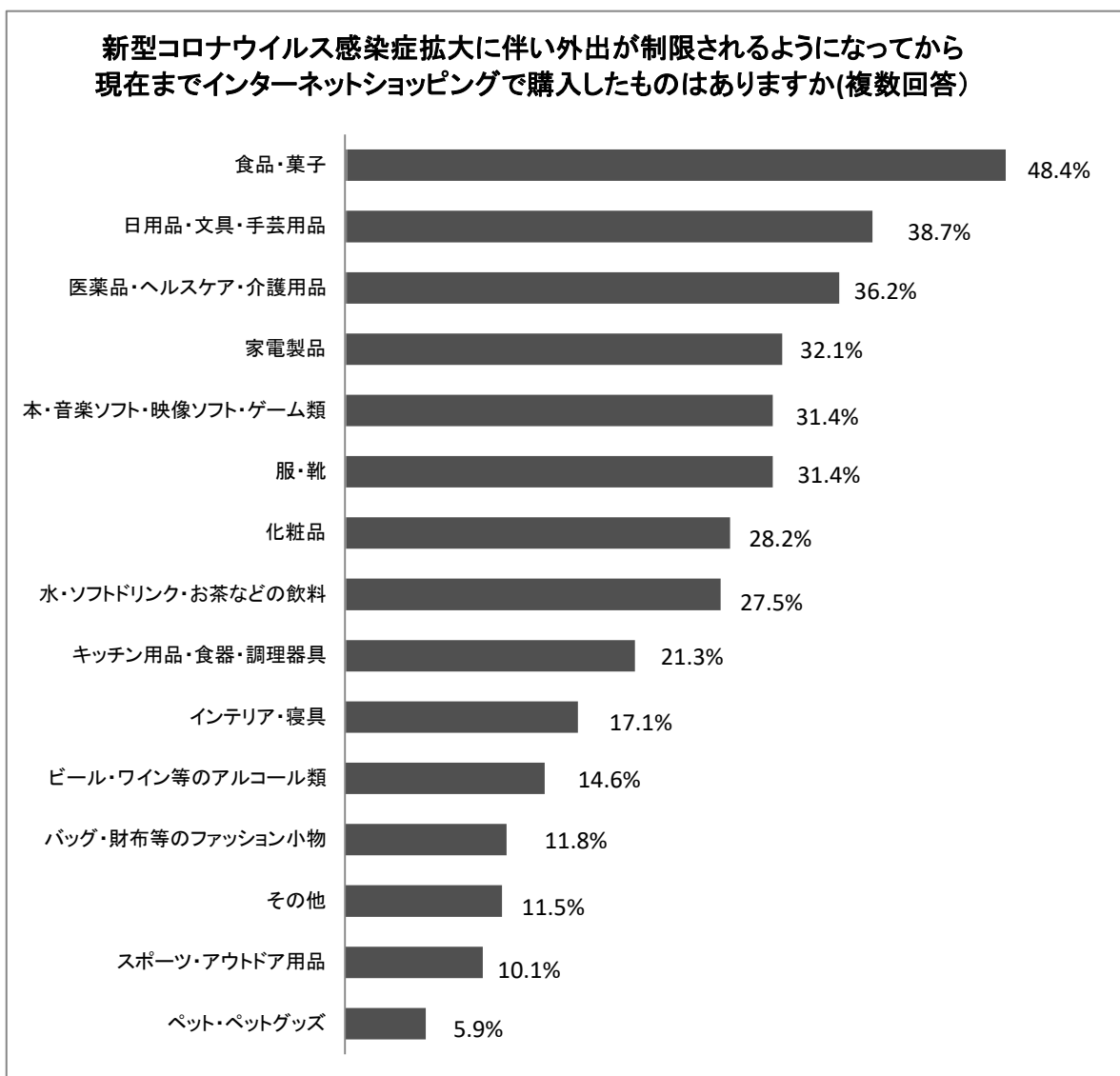
Q5 昨年と比べてインターネットショッピングの利用は増えたかをたずねたところ、「増えた」が約4割、「変わらない」が5割弱となった。



Q6 商品やサービスを選ぶ際に何を意識するかをたずねたところ、「価格」が9割台と最も高く、「機能や品質」が8割台、「安全性」が7割台と続いた。



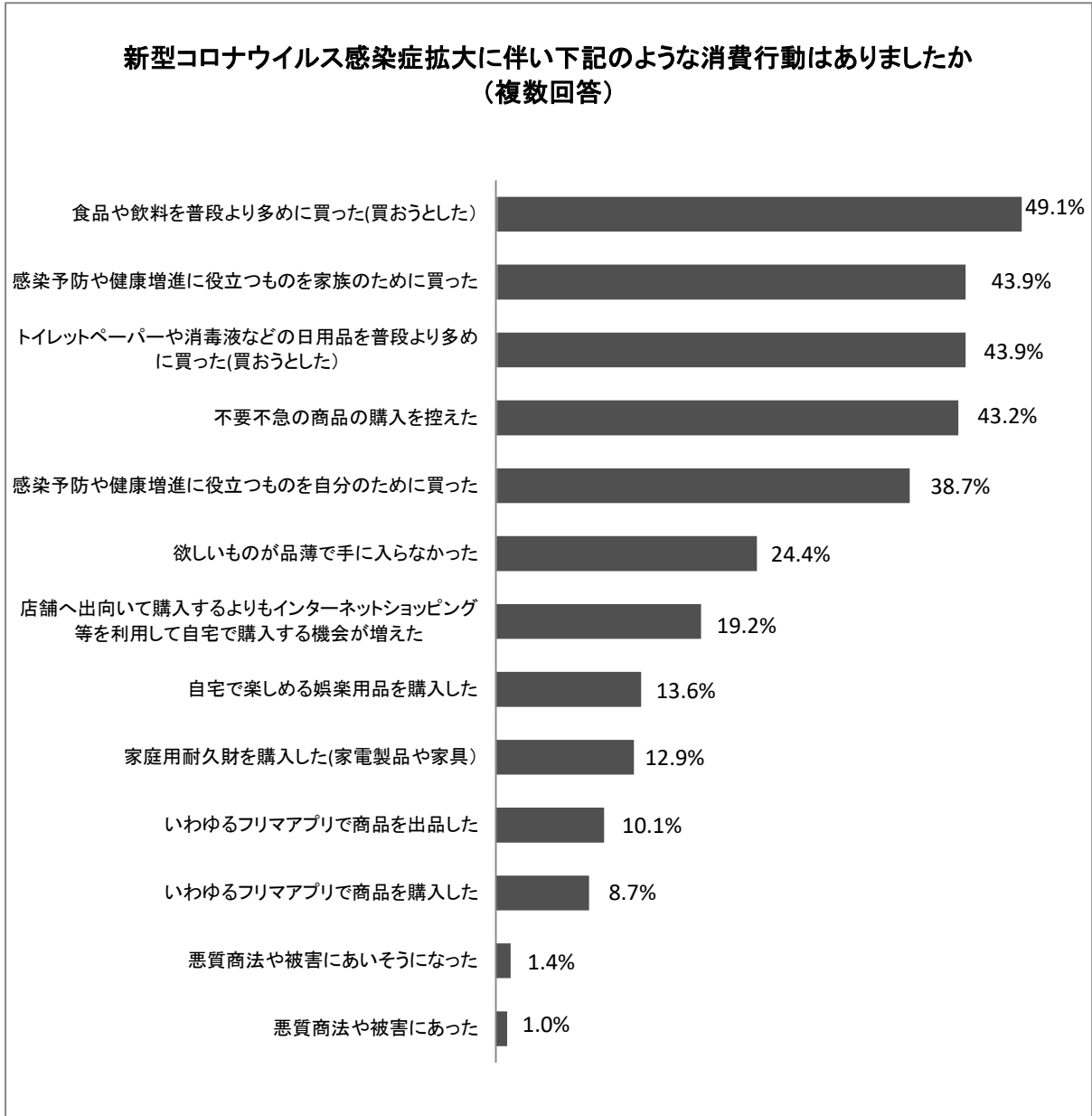
Q7 新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、外出が制限されるようになってから現在まで、インターネットショッピングを利用して購入したものは何かをたずねたところ、約5割が「食品・菓子」と回答した。



○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

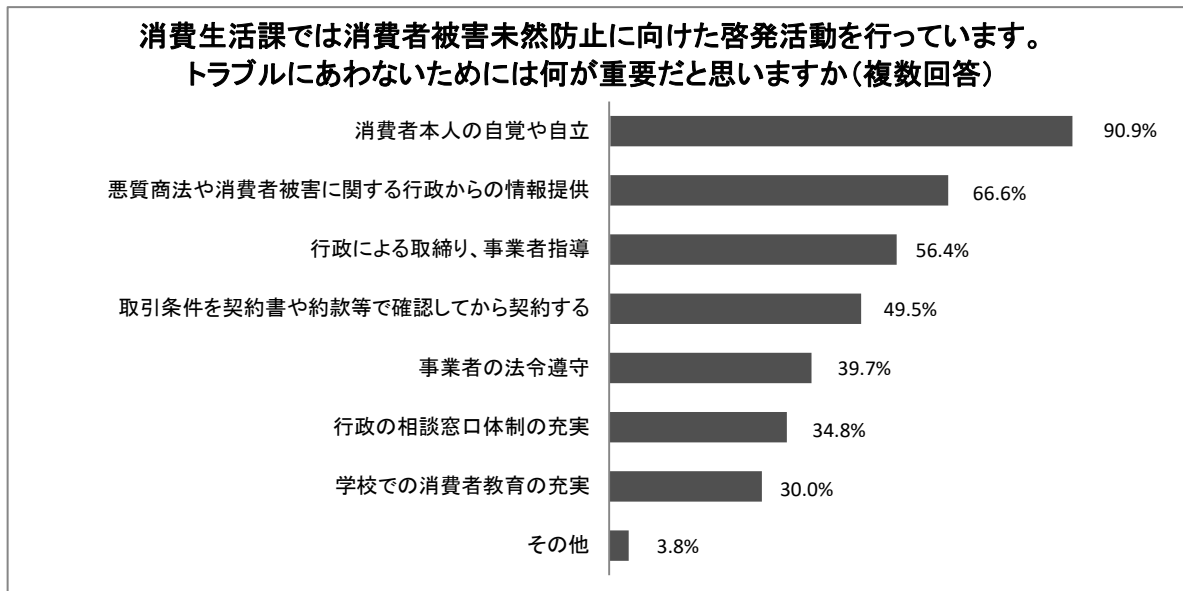
- ・防災用品
- ・カジュアルウェア
- ・衛生用品
- ・パソコン
- ・スマホ

Q8 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う消費行動をたずねたところ、約5割が「食品や飲料を普段より多めに買った(買おうとした)」と回答した。1割程度の方が「いわゆるフリマアプリで商品を出品した」、「いわゆるフリマアプリで商品を購入した」と回答した。



- 「欲しいものが品薄で手に入らなかった」と回答した人のその後の対応 (抜粋・要約)
 - ・マスクを手作りした
 - ・親戚・友人と譲り合いをして調達した
 - ・店頭に出向く回数を増やしたり、入荷日を問い合わせた
 - ・節約して使用したり、代替りの物で我慢した
- 「悪質商法や被害にあいそうになった」と回答した人の具体的な回答 (抜粋・要約)
 - ・宅配便の偽メールが複数届いた
 - ・見知らぬ発信者からログイン勧誘メールが届くようになった
- 「悪質商法や被害にあった」と回答した人の具体的な回答 (抜粋・要約)
 - ・ポイントを窃取された
 - ・チラシ広告の水道工事・畳表替え

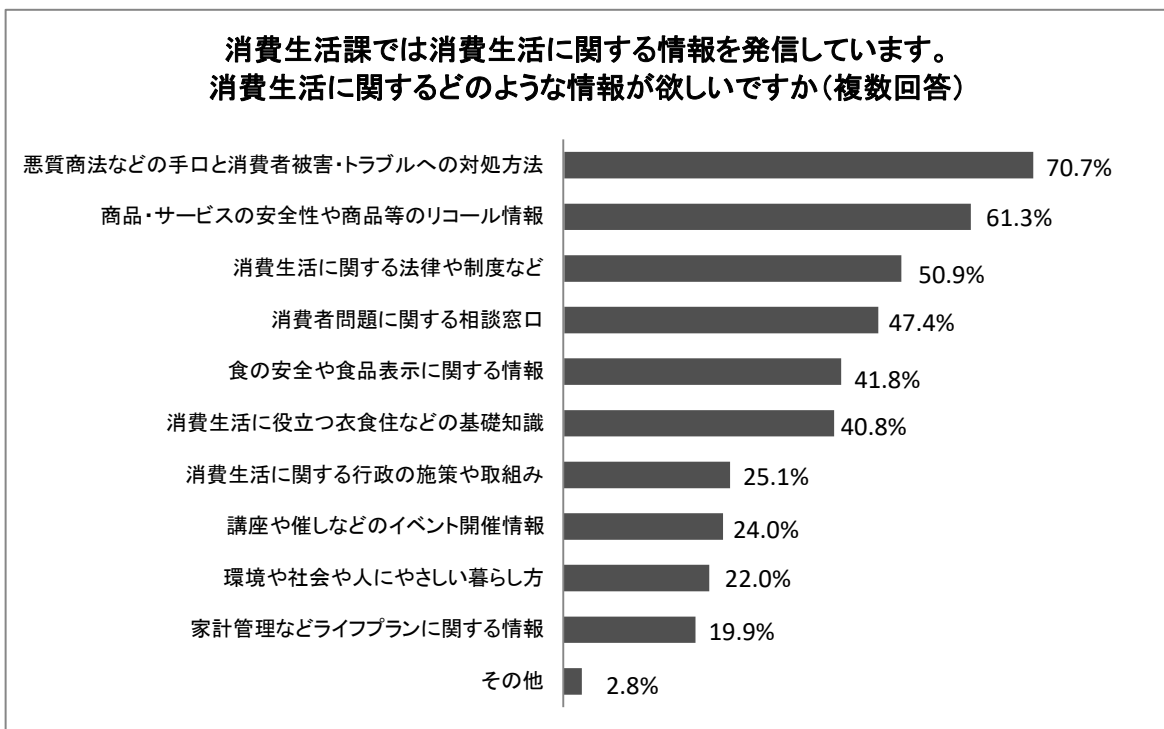
Q9 トラブルにあわないためには何が重要だと思うかをたずねたところ、約9割が「消費者本人の自覚や自立」と答えた。「悪質商法や消費者被害に関する行政からの情報提供」が6割台、「行政による取締り、事業者指導」が5割台で続いている。



○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・一人で決めない
- ・地域の回覧板での啓発
- ・高齢者の場合は家族の見守り
- ・学校での教育に加え、さまざまな世代の人に啓発をする

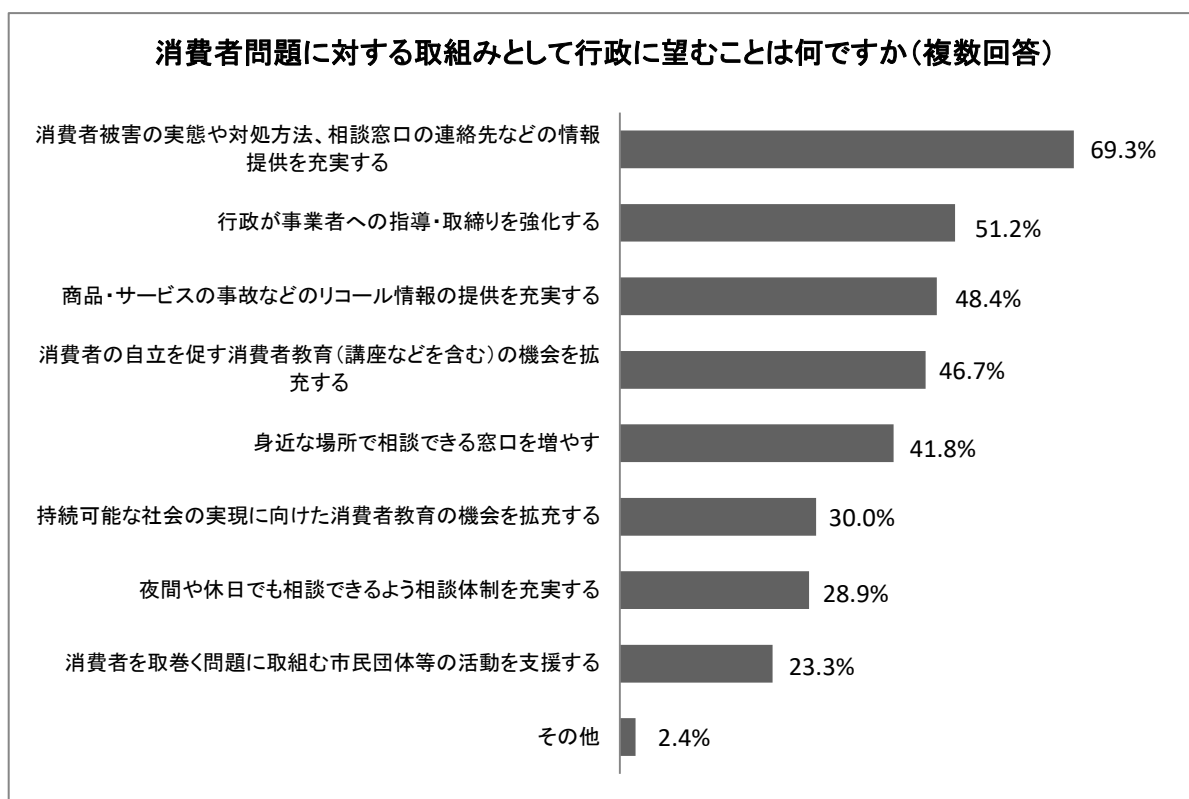
Q10 消費生活に関して欲しい情報をたずねたところ、「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法」が7割を超え最も多く、「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」が6割台で続いている。



○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・直近でのトラブル、気を付ける事項についての情報
- ・子どもから高齢者まで具体的でわかりやすい情報の発信

Q11 消費者問題に対する取組みとして行政に望むことは何かをたずねたところ、「消費者被害の実態や対処方法、相談窓口の連絡先などの情報提供を充実させる」が約7割と最も多く、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」が5割台で続いている。



○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

- ・子どもや高齢者に届くプッシュ型の情報提供

Q12 昨年と比べて消費行動に変化があったかをたずねたところ、主な意見は次のとおりだった。(抜粋・要約)

【買物・外食に関すること】

- ・外食しなくなったので、良い食材を購入して自宅で料理をするようになった
- ・外食を控え、テイクアウトを利用するようになった
- ・外食をしなくなり、まとめ買いするようになり食材の無駄がなくなった
- ・購入するものを予め決めてから買物に行くようになり、無駄がなくなった
- ・ポイント還元を意識した買物のしかたに変わった
- ・テイクアウトの利用などで容器包装類のゴミが以前よりも増えた
- ・野菜、お茶、苗など農家から直接購入するようになった
- ・食品等を買置きするようになった
- ・家で過ごすことが多くなり家具・家電の購入、買替えを検討するようになった
- ・新型コロナウイルスの影響で困っている生産者を意識して商品を買うようになった
- ・産地をより意識して購入するようになった(被災地応援と食の安全)

【その他】

- ・知人やサークル仲間等にオレオレ詐欺等にだまされないように啓発活動をした
- ・家賃節約のため、実家で暮らし始めた
- ・回転蓄の意識が高まった
- ・収入の減少により節約を心掛けている
- ・家庭ごみの排出量の削減、分別マナーの見直しと、徹底。食品ロスの減少に注力

Q13 消費者問題に対する取組み充実のための意見をたずねたところ、主な意見は次のとおりだった。(抜粋・要約)

【広報・周知に関すること】

- ・具体的な事例を、定期的に広報誌へ掲載してほしい。
- ・近所で起きていることをいち早く住民に知らせることがよい注意喚起になると思う。
- ・自治会等を活用して講演を行い、もっと身近に感じてもらうことが必要。テレビや新聞はネガティブな報道が多いが、良い事例をもっと知ってもらったらどうか。
- ・トラブルやその時の対応方法の事例が広報などに掲載されていると、読んだ後に意識しやすいと思う。

【相談に関すること】

- ・詐欺などの被害状況等小さなことでも行政からの情報発信があると安心できる。メールなどで24時間相談が気軽にできるような体制のさらなる構築が必要だと思う。
- ・インターネットショッピングを利用した際に不良品が届いた。交換してもらう際にトラブルがあり結局泣き寝入りした。気軽に電話やメールで相談できる窓口があればいいと思う。
- ・国民生活センターからのLINEでの情報提供がとても役に立っている。SNSで気軽に相談できる体制があると安心。
- ・トラブルに巻き込まれた時の対応窓口の周知徹底とオンラインの充実化。
- ・インターネットショッピングに関する相談窓口の充実。
- ・以前相談したいことがあり相談窓口で電話をかけたことがあったが、何度かけてもつながらなかったのが予約などできるとよいと思う。

【悪質業者、行為に関すること】

- ・定期購入に関するトラブルが多いように感じる。行政でも実態調査や取締まりを強化してほしい。
- ・抑止力になる程度に悪質なものに対する指導罰則の強化、実態の公表など、活動の見える化をしてほしい。
- ・消費者がアンテナをはるのも大事だが、行政もフットワーク軽く取締まりをするのが特に大事だと思う。

【その他】

- ・大人だけでなく、子どものうちから消費者問題について考え、行政のサービスなどの知識も少しずつ学んでいくべきだと思う。
- ・子どもの頃から、家庭での教育が必要だと思う。学校での教育はもちろん大切だが、親が教えられることを普段から伝えたい。
- ・神奈川県の実業家の製品、食品をインターネットで購入できる行政サイトを構築して消費者も安心して利用でき、事業者もコロナによる売上低減を補填できる取組みを希望する。
- ・新型コロナウイルス感染症拡大で視覚障がい者の生活が厳しい状況になっている。様々な障がいを持つ人がコロナ対策から取り残されたままなので、不安な社会だと思う。
- ・行政には不安を取り除くことをお願いしたい。そのためにまず情報の周知徹底をお願いしたい。

[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287人中、(18～29歳)5人(1.7%)、(30歳代)46人(16.0%)、(40歳代)71人(24.7%)、(50歳代)82人(28.6%)、(60歳代)42人(14.6%)、(70歳以上)41人(14.3%)

○生活に必要な情報は「テレビ」、「インターネットの検索エンジン」から得る人が多く、次いで「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」、「国や自治体の広報紙」であり、「LINE」、「Twitter」、「Facebook」を情報源とする人はいずれの年代も1割から2割程度であった。

○「昨年と比べて興味関心を持つようになったこと」としては、「健康・医療」、「節約」、「時事ニュース」が上位となった。18～29歳では、最も興味関心が高いのは「健康・医療」、続いて「投資・マネー」、「LINEやメールなどによるコミュニケーション」となった。

○「昨年と比べて増えた行動」の上位としては、「テレビの視聴」、「無料動画配信サービスの視聴」、「ネットサーフィン」であった。18～29歳では「LINEやメールなどによるコミュニケーション」が「無料動画配信サービスの視聴」に次いで多く、70歳代以上では、「テレビの視聴」に次いで、「本や新聞、雑誌を読む(電子書籍含む)」、「睡眠」となった。

○昨年と比べてインターネットショッピングの利用が増えた人は約4割、購入したものはすべての年代で「食品・菓子」が最も多く、次いで「日用品・文具・手芸用品」、「医薬品・ヘルスケア・介護用品」などが多かった。30歳代では「食品・菓子」に次いで「服・靴」、70歳代以上では「食品・菓子」に次いで「家電製品」が多かった。

○商品やサービスを選ぶ際には、すべての年代で「価格」、「機能や品質」、「安全性」を意識する人が多い。

○新型コロナウイルス感染症拡大により、「食品や飲料を普段より多めに買った(買おうとした)」人が5割近くに上った。また、「感染予防や健康増進に役立つものを家族のために買った」、「トイレtpーパーや消毒液などの日用品を普段より多めに買った(買おうとした)」、「不要不急の商品の購入を控えた」人が4割を超えた。18～29歳では「いわゆるフリマアプリで商品を出品した」人の割合が多く、フリマアプリで商品を出品したり、購入した人の割合は年代が上がるにつれて少なくなっている。

○トラブルにあわないために重要なこととして、すべての年代で「消費者本人の自覚や自立」と回答した人が最も多かった。次いで18～29歳では「学校での消費者教育の充実」と回答した人が多く、その他の年代では「悪質商法や消費者被害に関する行政からの情報提供」と回答した人が多かった。

○消費生活に関して欲しい情報は、30歳代以上のすべての年代で「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」と回答した人が最も多かった。18～29歳では「消費生活に関する法律や制度など」が最も多くなった。

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。