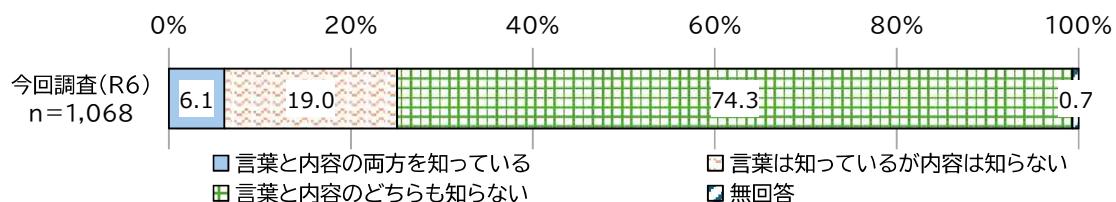


## 4. 「エシカル消費」について

問15 あなたは、エシカル消費について、どの程度知っていますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。(単数回答)

エシカル消費の認知度については、「言葉と内容のどちらも知らない」が74.3%と最も多く、次いで「言葉は知っているが内容は知らない」が19.0%、「言葉と内容の両方を知っている」が6.1%となっている。



※ 「エシカル消費」とは、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のこと。

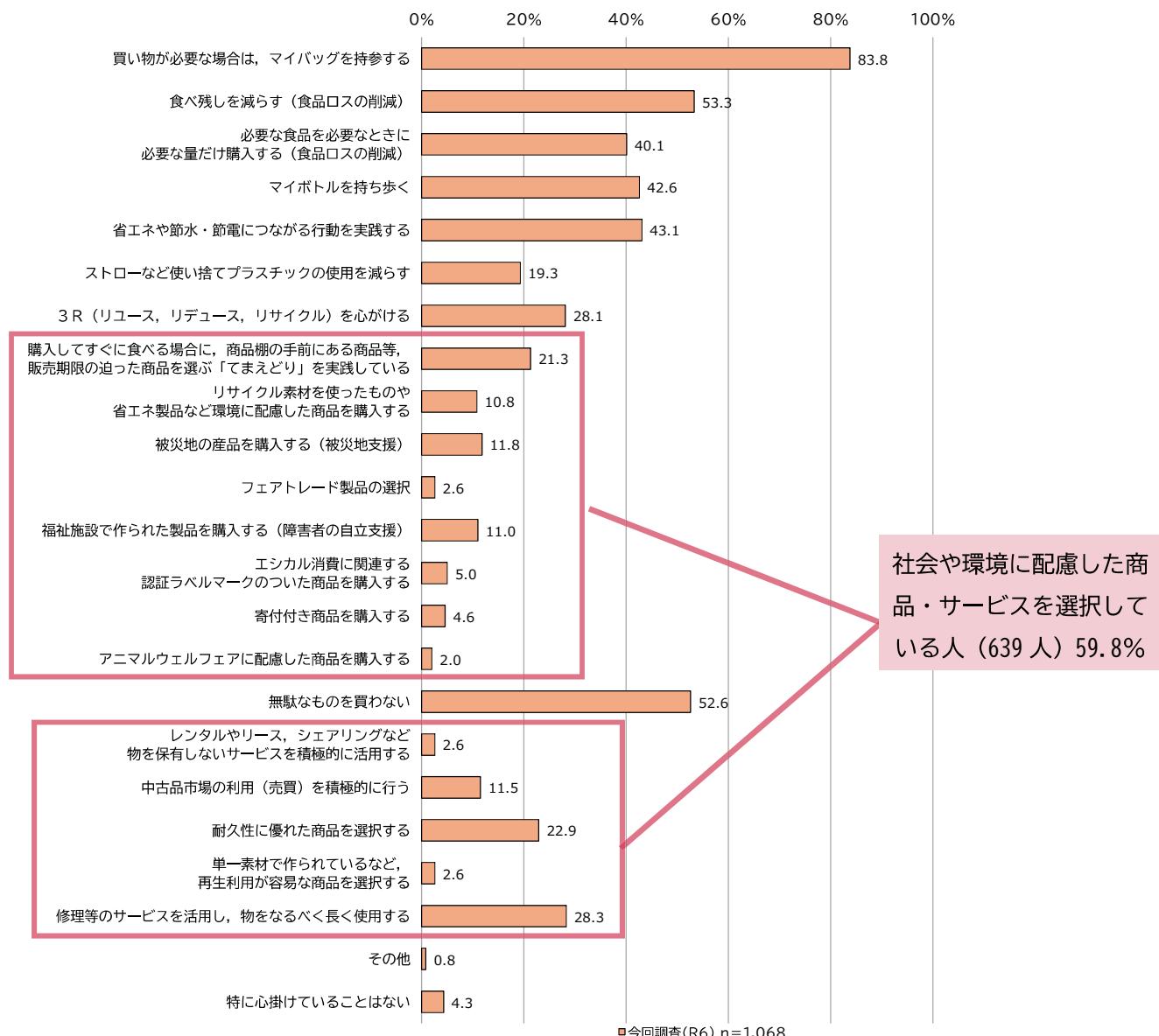
性 年 代 別	上段:回答者数 下段:構成比	全 体	知 言 葉 て と い 内 容 の 両 方 を	容 言 葉 は 知 ら 知 な っ て い る が 内	知 言 葉 な と い 内 容 の ど ち ら も	無 回 答
		上位1位		上位2位		
		今回調査	1,068	65	203	7
男性全体		444	23	82	337	2
男性_18~19歳		5	1	1	3	-
男性_20~29歳		20	2	3	15	-
男性_30~39歳		44	4	6	34	-
男性_40~49歳		46	5	11	30	-
男性_50~59歳		71	4	13	54	-
男性_60~64歳		33	1	5	27	-
男性_65~69歳		64	1	12	50	1
男性_70歳以上		161	5	31	124	1
男性_無回答		-	-	-	-	-
女性全体		603	42	116	441	4
女性_18~19歳		4	-	-	4	-
女性_20~29歳		35	3	4	28	-
女性_30~39歳		42	1	8	33	-
女性_40~49歳		89	6	15	68	-
女性_50~59歳		105	9	26	69	1
女性_60~64歳		61	2	10	49	-
女性_65~69歳		71	4	15	52	-
女性_70歳以上		195	17	37	138	3
女性_無回答		1	-	1	-	-
性別無回答・答えない		21	-	5	15	4.8

### III. 調査結果(一般消費者)

#### 問16 エシカル消費につながる以下の行動について、日常生活で心掛けていることがありますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

エシカル消費として心掛けている行動については、「買い物が必要な場合は、マイバッグを持参する」が83.8%と最も多く、次いで「食べ残しを減らす(食品ロスの削減)」が53.3%、「無駄なものを買わない」が52.6%となっている。

性別でみると、男女とも「買い物が必要な場合は、マイバックを持参する」が最も多いが、次いで男性は「無駄なものを買わない」、女性は「食べ残しを減らす(食品ロスの削減)」となっている。



※ 「アニマルウェルフェア」とは、「動物が生きて死ぬ状態に関連した、動物の身体的及び心的状態をいう」と定義(国際獣疫事務局(WOAH)の勧告による)され、家畜を快適な環境下で飼養することにより、家畜のストレスや疾病を減らす考え方のこと。

#### 【その他の回答】

- ・残った食品を人に回す。おかずや材料等。
- ・お店が遠いと買いためをする。

### III. 調查結果(一般消費者)

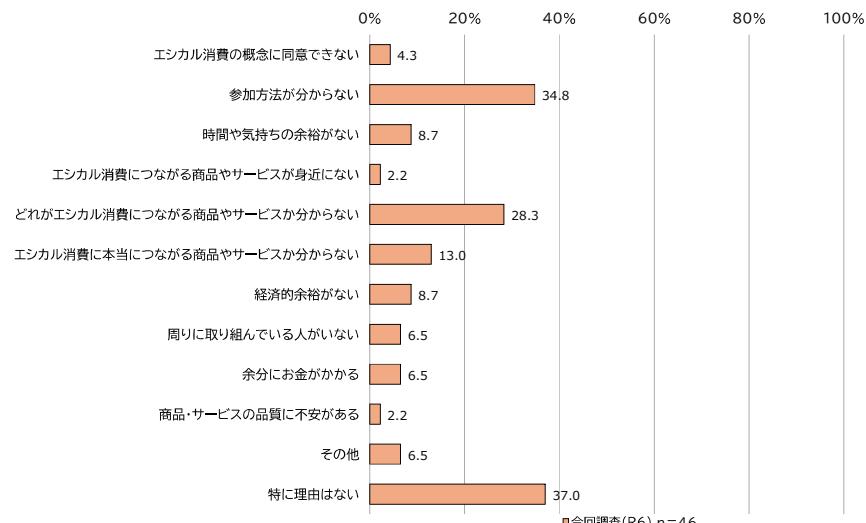
		上段:回答者数 下段:構成比		全 体		性 別		年 齢		上位1位 上位2位		下段:回答者数 上位1位		性別		年齢		上位1位 上位2位		全 体		性 別		年 齢		上位1位 上位2位
今回調査	1,068	895	569	428	455	460	206	300	227	15	126	28	117	53	49	21	562	28	245	28	302	9	46	46	46	
男性全体	444	345	243	178	134	180	64	119	80	42	44	14	37	83	3.2	3	244	12	55	114	10	127	5	29	29	29
男性_18~19歳	100.0	77.7	54.7	40.1	30.2	40.5	14.4	26.8	18.0	9.5	9.9	1.6	3.2	3.2	0.7	55.0	2.7	25.7	2.3	28.6	1.1	6.5	6.5	6.5		
男性_20~29歳	100.0	60.0	60.0	20.0	-	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
男性_30~39歳	100.0	63.6	63.6	28	34.1	31.8	11.4	11.4	25.0	6.8	4.5	2.3	2.3	4.5	4.5	45.5	2.3	15.9	2.3	4.5	11.4	4.5	11.4	4.5	15.9	
男性_40~49歳	100.0	65.2	52.2	30	13	16	11	4	11	3	3	1	4	1	4	-	15	4	13	-	6	1	4	1	4	
男性_50~59歳	100.0	71.5	52.2	45	33	22	17	13	26	8.7	23.9	6.5	6.5	2.2	8.7	-	32.6	8.7	8.7	-	28.3	-	13.0	-	22.2	
男性_60~64歳	100.0	72.7	60.6	20	39.4	30.3	10	18	54.5	12.1	9.1	6.1	12.1	3.0	12.1	-	40	11	11	-	23	-	13.0	-	22.2	
男性_65~69歳	100.0	84.4	41.1	25	18	28	10	16	7	6	6	-	2	1	2	-	42	2	4	20	1	23	-	3	-	
男性_70歳以上	100.0	116.1	70.0	75	48	77	26	58	15.6	25.0	10.9	9.4	-	3.1	1.6	-	65.6	3.1	6.3	31.3	1.6	35.9	-	4.7	-	
女性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
女性全体	603	522	320	240	310	269	138	176	142	69	81	21	76	39	32	17	312	15	65	128	17	170	4	16	16	
女性_18~19歳	100.0	88.0	53.1	39.8	43.1	44.6	22.9	29.2	23.5	11.4	13.4	3.5	12.6	6.5	5.3	2.8	51.7	2.5	10.8	21.2	2.8	28.2	0.7	2.7	2.7	
女性_20~29歳	100.0	80.0	57.1	20	9	14	10	5	5	9	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
女性_30~39歳	100.0	81.0	42.0	22	18	22	14	4	10	1	4	4	4	2	2	-	37.1	1.9	17.1	2.9	8.6	-	3	-		
女性_40~49歳	100.0	85.4	76	50	33	33	17	27	28	8	9	4	5	3	5	-	33.3	2.4	16.7	11.9	-	14.3	-	4.8		
女性_50~59歳	100.0	95.8	59.7	87	85	91	56.2	58.4	37.1	19.1	30.3	31.5	9.0	10.1	4.5	5.6	3.4	55.1	1.1	15.7	10.2	1.1	14.6	1.1	3.4	
女性_60~64歳	100.0	91.8	62.3	38	26	32	19	20	14.3	25.7	14.3	11.4	5.7	5.7	2	2	-	13	1.9	6	8	1	22.9	-	8.6	
女性_65~69歳	100.0	69.1	41.1	26	35	31	15	23	14.8	23.8	24	21	9.5	9.5	4.8	4.8	-	34.1	1.6	55.7	1.6	8.2	2	22	-	
女性_70歳以上	100.0	195	168	87	85	91	43.6	46.7	48.7	31.3	29.7	17.9	15.9	5.6	5.6	4.2	4.2	5.6	5.7	2.8	6	13	2	20	-	
女性_無回答	100.0	100.0	100.0	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
生男無回答、答へない	100.0	21	18	6	10	11	1.1	1.1	5.2	5.2	5	4	-	-	-	-	11.3	1.8	28.6	1.8	11.3	1.8	22.8	-		

### III. 調査結果(一般消費者)

問16－1 問16で「23 特に心掛けていることはない」とお答えになった方にお聞きします。

あなたが、問16に掲げたエシカル消費につながる行動について、日常生活の中で心掛けていない理由は何ですか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

エシカル消費につながる行動を心掛けていない理由については、「特に理由はない」が37.0%と最も多く、次いで「参加方法が分からぬ」が34.8%、「どれがエシカル消費につながる商品やサービスか分からぬ」が28.3%となっている。



		全体	同エ 意シ でカ さる な消 費 の 概 念 に	参 加 方 法 が 分 か ら な い	な 時 間 や 気 持 ち の 余 裕 が な い	近 く の エ シ カ ル 商 品 力 い や り サ 消 費 ビ ビ に が な 身 が ビ に	つ ど か な れ 分 か る 工 業 サ 消 費 ビ ビ に が な 身 が ビ に	ス フ 工 業 サ 消 費 ビ ビ に が な 身 が ビ に	ス フ 工 業 サ 消 費 ビ ビ に が な 身 が ビ に	經 済 的 余 裕 が な い	人 周 囲 が い に 取 り 組 ん で い る	余 分 に お 金 が か か る	に 商 品 不 安 が あ る サ イ ビ ス の 品 質	そ の 他	特 に 理 由 は な い
上段:回答者数 下段:構成比															
■上位1位 ■上位2位															
今回調査	46	2	16	4	1	13	6	4	3	3	1	3	17		
	100.0	4.3	34.8	8.7	2.2	28.3	13.0	8.7	6.5	6.5	2.2	6.5	37.0		
男性全体	29	2	13	4	1	8	5	3	1	2	1	1	9		
	100.0	6.9	44.8	13.8	3.4	27.6	17.2	10.3	3.4	6.9	3.4	3.4	31.0		
男性_18～19歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
男性_20～29歳	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1		100.0
	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
男性_30～39歳	7	-	3	2	-	1	1	1	-	-	-	-	3		42.9
	100.0	-	42.9	28.6	-	14.3	14.3	14.3	-	-	-	-	-		
男性_40～49歳	4	1	1	-	-	1	1	1	-	2	1	-	-	-	-
	100.0	25.0	25.0	-	-	25.0	25.0	25.0	-	50.0	25.0	-	-	-	-
男性_50～59歳	5	-	3	-	1	1	1	1	-	-	3	1	1	-	-
	100.0	-	60.0	-	20.0	20.0	20.0	20.0	-	-	20.0	20.0	-		
男性_60～64歳	2	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	100.0	50.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	
男性_65～69歳	3	-	3	1	-	2	1	-	1	-	-	-	-	-	-
	100.0	-	100.0	33.3	-	66.7	33.3	-	33.3	-	-	-	-	-	-
男性_70歳以上	7	-	3	1	-	2	1	1	-	-	-	-	4		57.1
	100.0	-	42.9	14.3	-	28.6	14.3	14.3	-	-	-	-	-		
男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
女性全体	16	-	3	-	-	4	1	1	2	1	-	2	8		
	100.0	-	18.8	-	-	25.0	6.3	6.3	12.5	6.3	-	12.5	50.0		
女性_18～19歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
女性_20～29歳	3	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	2		66.7
	100.0	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-	-	-	50.0	-	
女性_30～39歳	2	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2		-
	100.0	-	-	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-	66.7		
女性_40～49歳	3	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2		-
	100.0	-	-	-	-	-	33.3	-	-	-	-	-	66.7		
女性_50～59歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
女性_60～64歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
女性_65～69歳	2	-	2	-	-	1	-	-	1	-	-	-	4		
	100.0	-	100.0	-	-	50.0	-	-	50.0	-	-	-	66.7		
女性_70歳以上	6	-	1	-	-	1	1	1	1	1	-	1	4		
	100.0	-	16.7	-	-	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	-	16.7	66.7		
女性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
性別無回答・答えない	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
	100.0	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-

#### 【その他の回答】

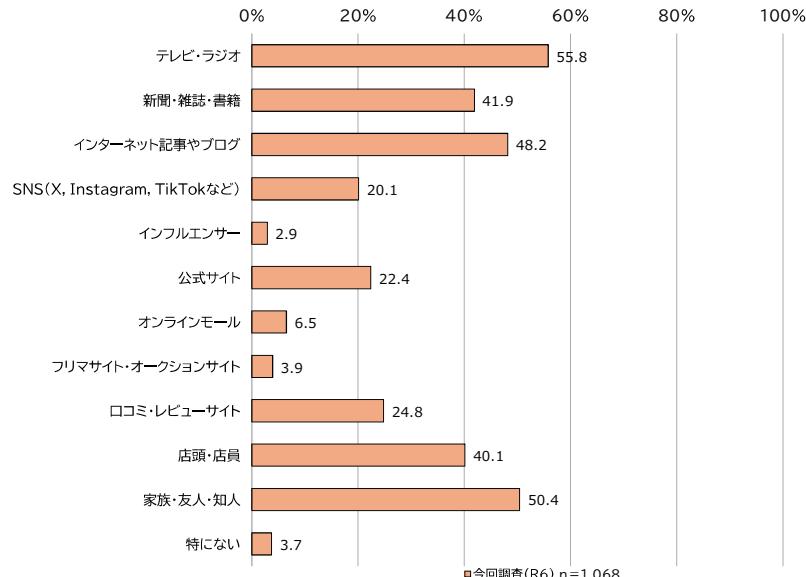
- ・エシカル消費が何か分からぬから。

## 5. 「商品やサービスを購入(利用)する際の意識」について

問17 あなたは、商品やサービスを知る又は購入を検討する際に、どこから情報を入手していますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

商品やサービスを知る又は購入を検討する際の情報入手方法については、「テレビ・ラジオ」が55.8%と最も多く、次いで「家族・友人・知人」が50.4%、「インターネット記事やブログ」が48.2%となっている。

性別でみると、男性は「テレビ・ラジオ」が54.3%と最も多く、女性は「家族・友人・知人」が58.0%と最も多くなっています。

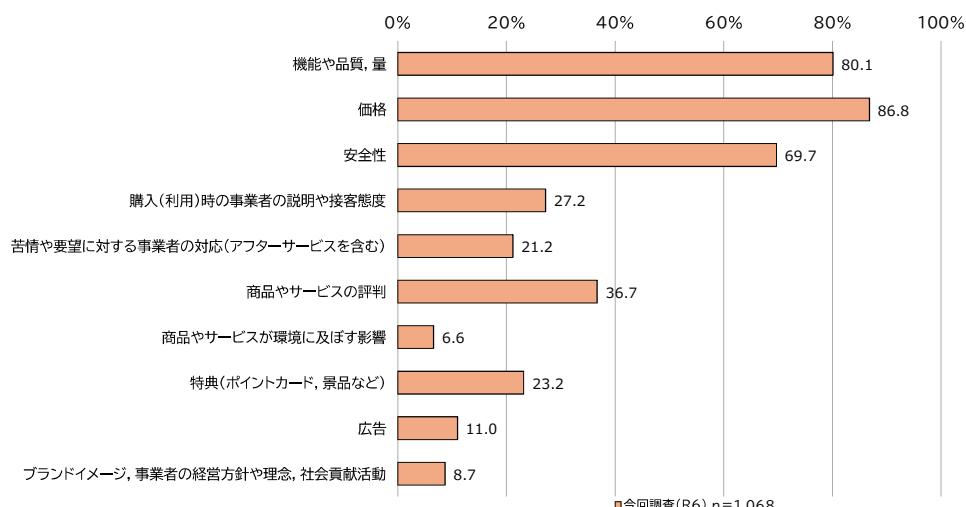


性 年 代 別	上段：回答者数 下段：構成比	合計	テ レ ビ ・ ラ ジ オ	新聞 ・ 雑 誌 ・ 書 籍	ブ イ ロ ン グ ・ ネ ッ ト 記 事 や	o a S k g N な r S ど a (～) m X , T I n k s T t	イ ン フ ル エ ン サ ー	公 式 サ イ ト	オ ン ラ イ ン モ ー ル	シ フ リ ン マ サ イ ト ・ オ ー ク	ト ロ コ ミ ・ レ ビ ュ ー サ イ	店 頭 ・ 店 員	家 族 ・ 友 人 ・ 知 人	特 に な い
		上位1位	上位2位											
	今回調査	1,068	596	448	51.5	215	31	239	69	42	265	428	538	39
		100.0	55.8	41.9	48.2	20.1	2.9	22.4	6.5	3.9	24.8	40.1	50.4	3.7
男性全体		444	241	199	233	79	14	95	36	17	90	162	182	17
		100.0	54.3	44.8	52.5	17.8	3.2	21.4	8.1	3.8	20.3	36.5	41.0	3.8
男性_18~19歳		5	3	2	3	1	-	3	-	-	1	-	-	-
		100.0	60.0	40.0	60.0	20.0	-	60.0	-	-	20.0	-	-	-
男性_20~29歳		20	5	5	17	13	4	9	3	1	6	5	9	1
		100.0	25.0	25.0	85.0	65.0	20.0	45.0	15.0	5.0	30.0	25.0	45.0	5.0
男性_30~39歳		44	15	7	32	28	2	14	7	3	14	11	15	2
		100.0	34.1	15.9	72.7	63.6	4.5	31.8	15.9	6.8	31.8	25.0	34.1	4.5
男性_40~49歳		46	24	14	37	20	4	18	7	5	13	15	18	1
		100.0	52.2	30.4	80.4	43.5	8.7	39.1	15.2	10.9	28.3	32.6	39.1	2.2
男性_50~59歳		71	41	27	51	10	3	24	10	2	20	29	28	-
		100.0	57.7	38.0	71.8	14.1	4.2	33.8	14.1	2.8	28.2	40.8	39.4	-
男性_60~64歳		33	20	16	24	4	1	9	3	2	9	15	11	-
		100.0	60.6	48.5	72.7	12.1	3.0	27.3	9.1	6.1	27.3	45.5	33.3	-
男性_65~69歳		64	37	31	32	3	-	11	2	2	12	27	27	2
		100.0	57.8	48.4	50.0	4.7	-	17.2	3.1	3.1	18.8	42.2	42.2	3.1
男性_70歳以上		161	96	97	37	-	-	7	4	2	15	60	74	11
		100.0	59.6	60.2	23.0	-	-	4.3	2.5	1.2	9.3	37.3	46.0	6.8
男性_無回答		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
女性全体		603	348	242	274	134	17	139	33	24	170	261	350	19
		100.0	57.7	40.1	45.4	22.2	2.8	23.1	5.5	4.0	28.2	43.3	58.0	3.2
女性_18~19歳		4	2	-	1	2	1	-	-	1	-	1	-	-
		100.0	50.0	-	25.0	50.0	25.0	-	-	-	25.0	-	25.0	-
女性_20~29歳		35	14	3	22	30	4	15	5	6	16	10	22	-
		100.0	40.0	8.6	62.9	85.7	11.4	42.9	14.3	17.1	45.7	28.6	62.9	-
女性_30~39歳		42	24	3	27	29	3	16	4	2	19	15	22	-
		100.0	57.1	7.1	64.3	69.0	7.1	38.1	9.5	4.8	45.2	35.7	52.4	-
女性_40~49歳		89	45	27	69	37	2	29	13	7	37	38	55	-
		100.0	50.6	30.3	77.5	41.6	2.2	32.6	14.6	7.9	41.6	42.7	61.8	-
女性_50~59歳		105	65	37	80	28	3	43	8	7	40	54	62	1
		100.0	61.9	35.2	76.2	26.7	2.9	41.0	7.6	6.7	38.1	51.4	59.0	1.0
女性_60~64歳		61	37	32	33	3	2	16	3	1	19	36	37	-
		100.0	60.7	52.5	54.1	4.9	3.3	26.2	4.9	1.6	31.1	59.0	60.7	-
女性_65~69歳		71	50	38	26	5	-	13	-	1	17	33	44	3
		100.0	70.4	53.5	36.6	7.0	-	18.3	-	1.4	23.9	46.5	62.0	4.2
女性_70歳以上		195	111	102	16	-	2	7	-	-	20	75	107	15
		100.0	56.9	52.3	8.2	-	1.0	3.6	-	-	10.3	38.5	54.9	7.7
女性_無回答		1	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-
性別無回答/答えない		21	7	7	8	2	-	5	-	1	5	5	6	3
		100.0	33.3	33.3	38.1	9.5	-	23.8	-	4.8	23.8	23.8	28.6	14.3

### III. 調査結果(一般消費者)

#### 問18 あなたは、商品やサービスを選ぶときに、どのようなことを重要視しますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

商品やサービスへの重要視内容については、「価格」が86.8%と最も多く、次いで「機能や品質、量」が80.1%、「安全性」が69.7%となっている。



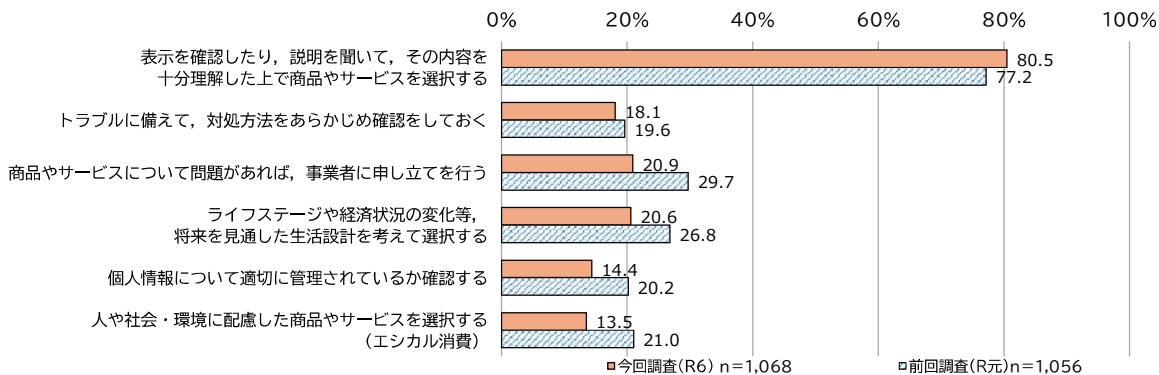
		合計	機能や品質、量	価格	安全性	者の購入説明(利便性や接客時度の良さ)	業者(のや)の苦情(のや)に対する要望(のや)を応対する(のや)アフターサービス	商品やサービスの評判	商品やサービスが環境に及ぼす影響	ド特典(ポイントカード、景品など)	広告	企業ラジカルの経営イニシアチブやジマリ、事
上段:回答者数 下段:構成比												
上位1位 上位2位												
今回調査		1,068	855	927	744	291	226	392	71	248	117	93
		100.0	80.1	86.8	69.7	27.2	21.2	36.7	6.6	23.2	11.0	8.7
性・年代別	男性全体	444	369	387	278	98	85	164	25	88	41	42
	男性_18~19歳	5	4	4	2	-	-	2	-	1	1	-
	男性_20~29歳	20	19	16	12	5	2	9	-	5	1	1
	男性_30~39歳	44	34	36	29	10	10	23	3	8	3	8
	男性_40~49歳	46	39	45	31	11	6	21	4	12	2	2
	男性_50~59歳	71	63	62	41	15	17	31	5	10	2	5
	男性_60~64歳	33	30	30	21	3	4	12	-	5	3	5
	男性_65~69歳	64	53	55	36	18	12	28	5	12	7	8
	男性_70歳以上	161	127	139	106	36	34	38	8	35	22	13
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	472	524	450	184	137	221	45	157	74	49
	女性_18~19歳	4	2	3	4	1	-	2	-	1	-	-
	女性_20~29歳	35	31	31	26	9	3	20	3	9	-	-
	女性_30~39歳	42	38	39	25	11	7	22	-	7	2	3
	女性_40~49歳	89	74	85	68	24	16	52	8	23	8	9
	女性_50~59歳	105	93	96	85	35	21	44	7	33	9	7
	女性_60~64歳	61	50	55	48	17	18	24	8	18	10	6
	女性_65~69歳	71	54	62	52	28	20	21	5	16	13	10
	女性_70歳以上	195	129	152	142	59	52	36	14	50	32	14
	女性_無回答	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-
	性別無回答・答えない	21	14	16	16	9	4	7	1	3	2	2
		100.0	66.7	76.2	76.2	42.9	19.0	33.3	4.8	14.3	9.5	9.5

### III. 調查結果(一般消費者)

問19 あなたは、消費者として、次の項目について心掛けていますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

消費者として心掛けていることについては、「表示を確認したり、説明を聞いて、その内容を十分理解した上で商品やサービスを選択する」が80.5%と最も多く、次いで「商品やサービスについて問題があれば、事業者に申し立てを行う」が20.9%、「ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考えて選択する」が20.6%となっている。

前回調査と比較して、「表示を確認したり、説明を聞いて、その内容を十分理解した上で商品やサービスを選択する」以外の全ての項目で、ポイントが減少している。

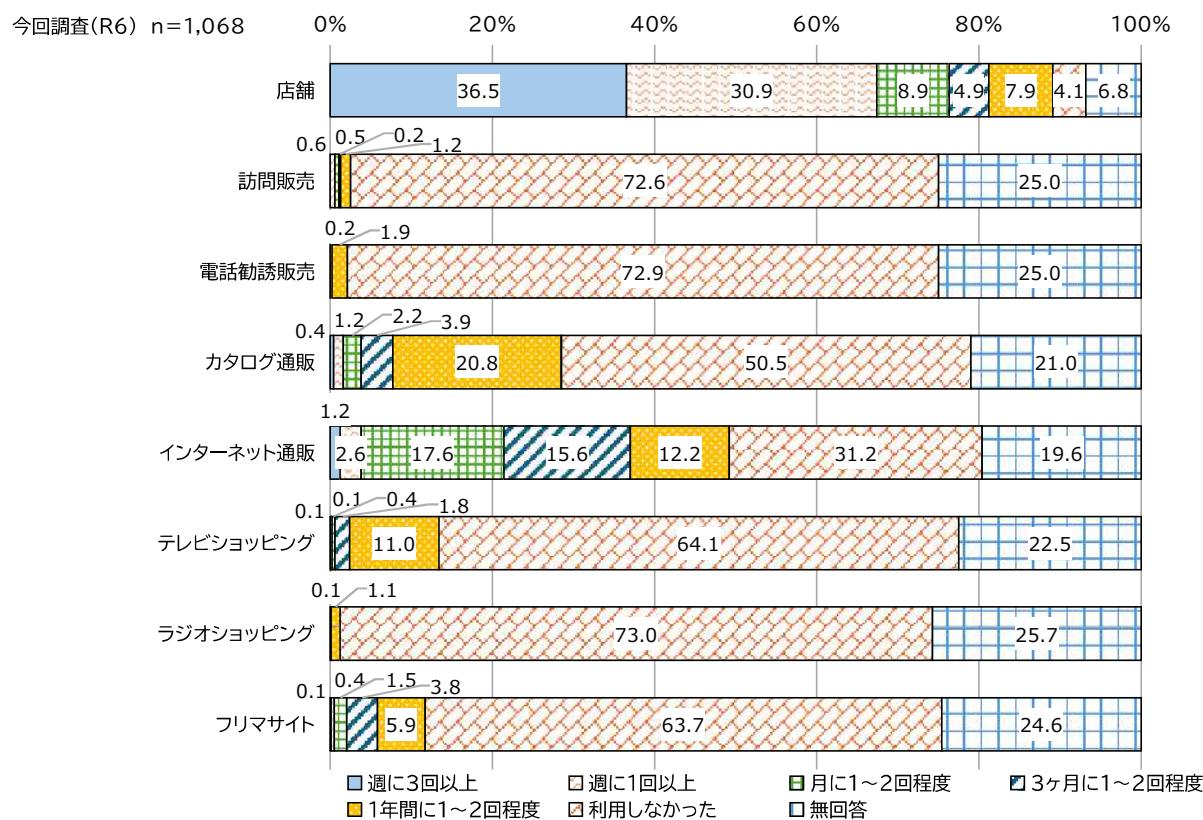


		合計	サ イ ビ ス を 使 用 し て い る 方 の 数	認 可 を す る 方 の 数	處 理 を す る 方 の 数	商 品 申 題 を あ り ま し が あ る 方 の 数	見 た く な い 方 の 数	状 況 を さ う に 見 た い 方 の 数	個 人 的 な 要 求 を あ り ま し が あ る 方 の 数	個 人 的 な 要 求 を あ り ま し が あ る 方 の 数
上段:回答者数 下段:構成比										
上位1位										
上位2位										
前回調査(R元)		1,056	815	207	314	283	213	222		
100.0		77.2	19.6	29.7	26.8	20.2	21.0			
今回調査		1,068	860	193	223	220	154	144		
100.0		80.5	18.1	20.9	20.6	14.4	13.5			
性 年 代 別	男性全体	444	357	87	108	85	63	56		
	100.0	80.4	19.6	24.3	19.1	14.2	12.6			
	男性_18~19歳	5	4	1	-	-	-	1		
	100.0	80.0	20.0	-	-	-	20.0			
	男性_20~29歳	20	16	3	4	4	5	1		
	100.0	80.0	15.0	20.0	20.0	25.0	5.0			
	男性_30~39歳	44	35	10	14	11	8	7		
	100.0	79.5	22.7	31.8	25.0	18.2	15.9			
	男性_40~49歳	46	39	12	7	12	8	4		
	100.0	84.8	26.1	15.2	26.1	17.4	8.7			
	男性_50~59歳	71	57	18	18	19	11	6		
	100.0	80.3	25.4	25.4	26.8	15.5	8.5			
	男性_60~64歳	33	27	7	6	6	4	6		
	100.0	81.8	21.2	18.2	18.2	12.1	18.2			
	男性_65~69歳	64	50	5	18	11	9	7		
	100.0	78.1	7.8	28.1	17.2	14.1	10.9			
	男性_70歳以上	161	129	31	41	22	18	24		
	100.0	80.1	19.3	25.5	13.7	11.2	14.9			
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-		
	女性全体	603	491	103	112	131	90	86		
	100.0	81.4	17.1	18.6	21.7	14.9	14.3			
	女性_18~19歳	4	3	-	-	-	2	-		
	100.0	75.0	-	-	-	50.0	-			
	女性_20~29歳	35	30	8	7	8	5	1		
	100.0	85.7	22.9	20.0	22.9	14.3	2.9			
	女性_30~39歳	42	33	8	7	11	4	2		
	100.0	78.6	19.0	16.7	26.2	9.5	4.8			
	女性_40~49歳	89	74	19	13	25	20	12		
	100.0	83.1	21.3	14.6	28.1	22.5	13.5			
	女性_50~59歳	105	91	17	18	24	10	14		
	100.0	86.7	16.2	17.1	22.9	9.5	13.3			
	女性_60~64歳	61	53	9	14	18	8	14		
	100.0	86.9	14.8	23.0	29.5	13.1	23.0			
	女性_65~69歳	71	58	9	14	17	11	13		
	100.0	81.7	12.7	19.7	23.9	15.5	18.3			
	女性_70歳以上	195	148	33	39	28	30	30		
	100.0	75.9	16.9	20.0	14.4	15.4	15.4			
	女性_無回答	1	1	-	-	-	-	-		
	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-		
	性別無回答・答えない	21	12	3	3	4	1	2		
	100.0	57.1	14.2	14.2	10.0	4.9	0.5			

### III. 調査結果(一般消費者)

#### 問20 あなたは、この1年間に、商品を購入、サービスを利用する際、以下の販売形態をどの程度利用しましたか。各形態ごとに一つ〇を付けてください。(単数回答)

販売形態の利用頻度については、「店舗」は「週に3回以上」が36.5%と最も多くなっているが、「店舗」以外の販売形態については「利用しなかった」が最も多くなっている。



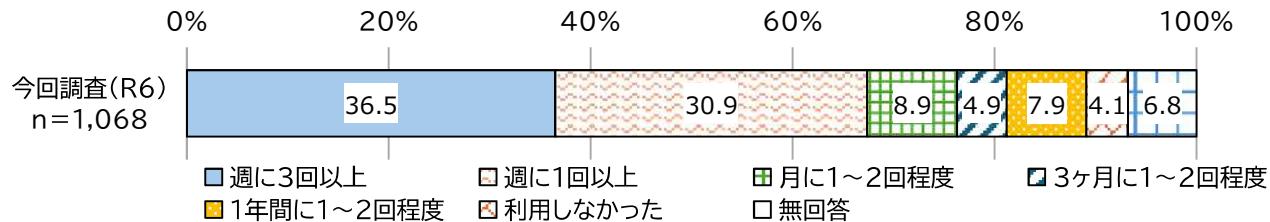
	全 体	週 に 3 回 以 上	週 に 1 回 以 上	月 に 1 ～ 2 回 程 度	3 ヶ 月 に 1 ～ 2 回 程 度	1 年 間 に 1 ～ 2 回 程 度	利 用 し な か っ た	無 回 答
上段:回答者数 下段:構成比								
上位1位								
上位2位								
店舗	1,068	390	330	95	52	84	44	73
	100.0	36.5	30.9	8.9	4.9	7.9	4.1	6.8
訪問販売	1,068	-	6	5	2	13	775	267
	100.0	-	0.6	0.5	0.2	1.2	72.6	25.0
電話勧誘販売	1,068	-	-	-	2	20	779	267
	100.0	-	-	-	0.2	1.9	72.9	25.0
カタログ通販	1,068	4	13	24	42	222	539	224
	100.0	0.4	1.2	2.2	3.9	20.8	50.5	21.0
インターネット通販	1,068	13	28	188	167	130	333	209
	100.0	1.2	2.6	17.6	15.6	12.2	31.2	19.6
テレビショッピング	1,068	1	1	4	19	118	685	240
	100.0	0.1	0.1	0.4	1.8	11.0	64.1	22.5
ラジオショッピング	1,068	-	-	1	-	12	780	275
	100.0	-	-	0.1	-	1.1	73.0	25.7
フリマサイト	1,068	1	4	16	41	63	680	263
	100.0	0.1	0.4	1.5	3.8	5.9	63.7	24.6

### III. 調査結果(一般消費者)

#### ①店舗

店舗については、「週に3回以上」が36.5%と最も多く、次いで「週に1回以上」が30.9%となっている。

性別でみると、男性は「週に1回以上」が32.9%と最も多く、女性は「週に3回以上」が40.8%と最も多くなっている。

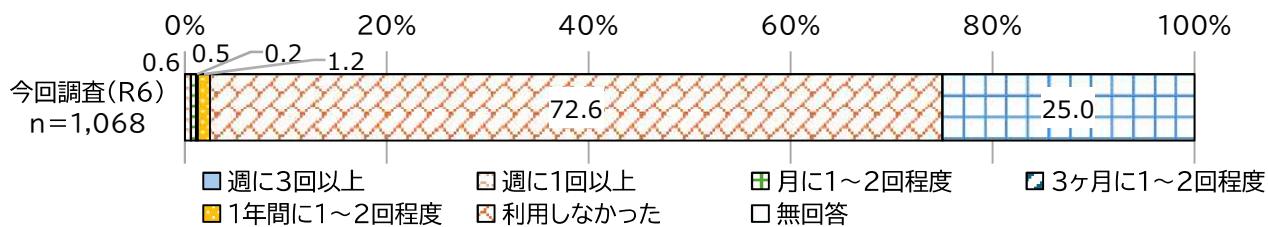


		全体	週に3回以上	週に1回以上	月に1～2回程度	3ヶ月に1～2回程度	1年間に1～2回程度	利用しなかった	無回答
上段:回答者数 下段:構成比									
			390	330	95	52	84	44	73
		n=1,068	36.5	30.9	8.9	4.9	7.9	4.1	6.8
性・年代別	今回調査	1,068	390	330	95	52	84	44	73
	男性全体	444	136	146	45	30	43	13	31
	男性_18～19歳	5	-	4	-	1	-	-	-
	男性_20～29歳	20	9	7	1	1	1	1	-
	男性_30～39歳	44	22	14	2	4	1	-	1
	男性_40～49歳	46	17	20	4	2	3	-	-
	男性_50～59歳	71	24	23	7	5	8	1	3
	男性_60～64歳	33	11	11	-	3	5	1	2
	男性_65～69歳	64	18	21	9	4	5	1	6
	男性_70歳以上	161	35	46	22	10	20	9	19
	女性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	246	182	45	21	39	30	40
	女性_18～19歳	4	3	1	-	-	-	-	-
	女性_20～29歳	35	13	19	3	-	-	-	-
	女性_30～39歳	42	16	20	5	1	-	-	-
	女性_40～49歳	89	45	33	5	1	3	1	1
	女性_50～59歳	105	46	39	7	6	4	2	1
	女性_60～64歳	61	32	14	6	1	4	-	4
	女性_65～69歳	71	32	16	2	4	7	5	5
	女性_70歳以上	195	59	39	17	8	21	22	29
	女性_無回答	1	-	1	-	-	-	-	-
性別無回答・答えない		21	8	2	5	1	2	1	2
		100.0	38.1	9.5	23.8	4.8	9.5	4.8	9.5

### III. 調査結果(一般消費者)

#### ②訪問販売

訪問販売については、「利用しなかった」が72.6%と最も多く、次いで「1年間に1～2回程度」が1.2%となってい る。

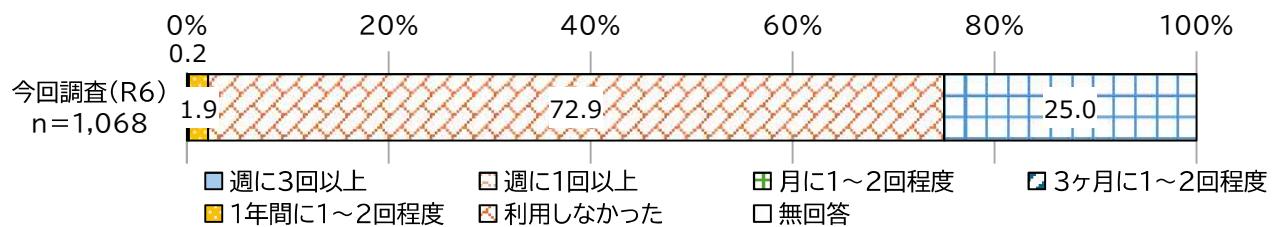


		全体	週に3回以上	週に1回以上	月に1～2回程度	3ヶ月に1～2回程度	1年間に1～2回程度	利用しなかった	無回答
上段:回答者数 下段:構成比									
上位1位 上位2位									
今回調査		1,068	-	6	5	2	13	775	267
100.0		-	0.6	0.5	0.2	1.2	72.6	25.0	-
性 年 代 別	男性全体	444	-	2	3	2	8	320	109
	100.0	-	0.5	0.7	0.5	1.8	72.1	24.5	-
	男性_18～19歳	5	-	-	1	-	-	4	-
	100.0	-	-	20.0	-	-	80.0	-	-
	男性_20～29歳	20	-	-	-	-	-	19	1
	100.0	-	-	-	-	-	95.0	5.0	-
	男性_30～39歳	44	-	-	-	-	1	35	8
	100.0	-	-	-	-	2.3	79.5	18.2	-
	男性_40～49歳	46	-	-	-	-	-	42	4
	100.0	-	-	-	-	-	91.3	8.7	-
	男性_50～59歳	71	-	-	1	1	1	59	9
	100.0	-	-	-	1.4	1.4	1.4	83.1	12.7
	男性_60～64歳	33	-	-	-	-	2	26	5
	100.0	-	-	-	-	6.1	78.8	15.2	-
	男性_65～69歳	64	-	1	-	-	1	44	18
	100.0	-	-	1.6	-	-	1.6	68.8	28.1
	男性_70歳以上	161	-	1	1	1	3	91	64
	100.0	-	0.6	0.6	0.6	1.9	56.5	39.8	-
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	-	4	2	-	4	442	151
	100.0	-	0.7	0.3	-	0.7	73.3	25.0	-
	女性_18～19歳	4	-	-	-	-	-	2	2
	100.0	-	-	-	-	-	50.0	50.0	-
	女性_20～29歳	35	-	-	-	-	-	32	3
	100.0	-	-	-	-	-	91.4	8.6	-
	女性_30～39歳	42	-	-	-	-	2	36	4
	100.0	-	-	-	-	4.8	85.7	9.5	-
	女性_40～49歳	89	-	-	-	-	-	83	6
	100.0	-	-	-	-	-	93.3	6.7	-
	女性_50～59歳	105	-	2	1	-	1	87	14
	100.0	-	1.9	1.0	-	1.0	82.9	13.3	-
	女性_60～64歳	61	-	1	-	-	-	52	8
	100.0	-	1.6	-	-	-	85.2	13.1	-
	女性_65～69歳	71	-	1	-	-	-	55	15
	100.0	-	1.4	-	-	-	77.5	21.1	-
	女性_70歳以上	195	-	-	1	-	1	94	99
	100.0	-	-	0.5	-	0.5	48.2	50.8	-
	女性_無回答	1	-	-	-	-	1	100.0	-
	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	性別無回答・答えない	21	-	-	-	-	1	13	7
	100.0	-	-	-	-	4.8	61.9	33.3	-

### III. 調査結果(一般消費者)

#### ③電話勧誘販売

電話勧誘販売については、「利用しなかった」が72.9%と最も多く、次いで「1年間に1～2回程度」が1.9%となっている。

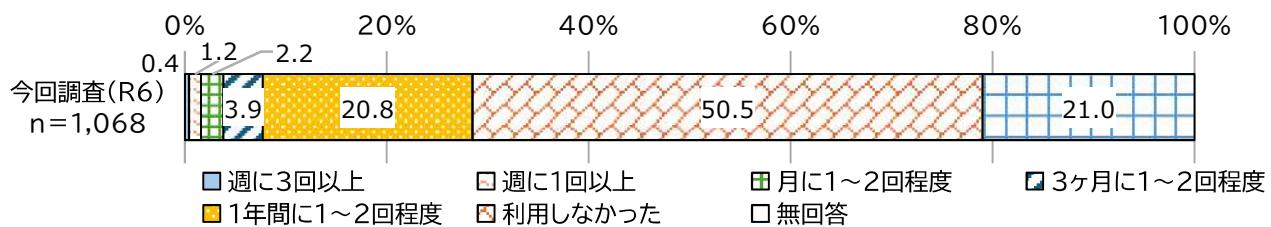


		全体	週に3回以上	週に1回以上	月に1～2回程度	3ヶ月に1～2回程度	1年間に1～2回程度	利用しなかった	無回答
上段：回答者数 下段：構成比									
		上位1位							
		上位2位							
今回調査		1,068	-	-	-	2	20	779	267
100.0		-	-	-	0.2	1.9	72.9	25.0	-
性 年 代 別	男性全体	444	-	-	-	1	6	327	110
	100.0	-	-	-	0.2	1.4	73.6	24.8	-
	男性_18～19歳	5	-	-	-	-	1	4	-
	100.0	-	-	-	-	20.0	80.0	-	-
	男性_20～29歳	20	-	-	-	-	-	19	1
	100.0	-	-	-	-	-	95.0	5.0	-
	男性_30～39歳	44	-	-	-	-	-	36	8
	100.0	-	-	-	-	-	81.8	18.2	-
	男性_40～49歳	46	-	-	-	-	-	42	4
	100.0	-	-	-	-	-	91.3	8.7	-
	男性_50～59歳	71	-	-	-	-	-	62	9
	100.0	-	-	-	-	-	87.3	12.7	-
	男性_60～64歳	33	-	-	-	-	1	27	5
	100.0	-	-	-	-	3.0	81.8	15.2	-
	男性_65～69歳	64	-	-	-	-	-	46	18
	100.0	-	-	-	-	-	71.9	28.1	-
	男性_70歳以上	161	-	-	-	1	4	91	65
	100.0	-	-	-	0.6	2.5	56.5	40.4	-
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	-	-	-	1	11	440	151
	100.0	-	-	-	0.2	1.8	73.0	25.0	-
	女性_18～19歳	4	-	-	-	-	-	2	2
	100.0	-	-	-	-	-	50.0	50.0	-
	女性_20～29歳	35	-	-	-	-	-	32	3
	100.0	-	-	-	-	-	91.4	8.6	-
	女性_30～39歳	42	-	-	-	-	-	38	4
	100.0	-	-	-	-	-	90.5	9.5	-
	女性_40～49歳	89	-	-	-	-	-	83	6
	100.0	-	-	-	-	-	93.3	6.7	-
	女性_50～59歳	105	-	-	-	-	2	89	14
	100.0	-	-	-	-	1.9	84.8	13.3	-
	女性_60～64歳	61	-	-	-	-	-	53	8
	100.0	-	-	-	-	-	86.9	13.1	-
	女性_65～69歳	71	-	-	-	-	2	54	15
	100.0	-	-	-	-	2.8	76.1	21.1	-
	女性_70歳以上	195	-	-	-	1	7	88	99
	100.0	-	-	-	0.5	3.6	45.1	50.8	-
	女性_無回答	1	-	-	-	-	-	100.0	-
	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	性別無回答・答えない	21	-	-	-	-	3	12	6
	100.0	-	-	-	-	14.3	57.1	28.6	-

### III. 調査結果(一般消費者)

#### ④カタログ通販

カタログ通販については、「利用しなかった」が50.5%と最も多く、次いで「1年間に1～2回程度」が20.8%となっている。



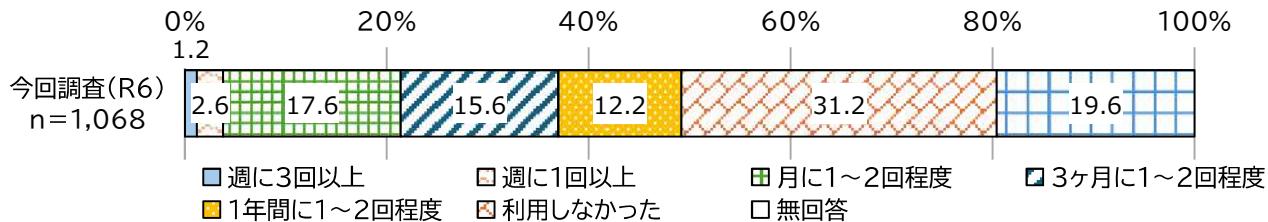
		全体	週に3回以上	週に1回以上	月に1～2回程度	3ヶ月に1～2回程度	1年間に1～2回程度	利用しなかった	無回答
上段：回答者数 下段：構成比									
上位1位 上位2位									
今回調査	1,068	4	13	24	42	222	539	224	
	100.0	0.4	1.2	2.2	3.9	20.8	50.5	21.0	
性・年代別	男性全体	444	-	3	9	9	96	229	98
		100.0	-	0.7	2.0	2.0	21.6	51.6	22.1
	男性_18～19歳	5	-	-	-	-	2	3	-
		100.0	-	-	-	-	40.0	60.0	-
	男性_20～29歳	20	-	-	-	1	4	14	1
		100.0	-	-	-	5.0	20.0	70.0	5.0
	男性_30～39歳	44	-	-	-	-	3	33	8
		100.0	-	-	-	-	6.8	75.0	18.2
	男性_40～49歳	46	-	-	-	1	11	30	4
		100.0	-	-	-	2.2	23.9	65.2	8.7
	男性_50～59歳	71	-	1	2	3	9	47	9
		100.0	-	1.4	2.8	4.2	12.7	66.2	12.7
	男性_60～64歳	33	-	-	2	-	4	22	5
		100.0	-	-	6.1	-	12.1	66.7	15.2
	男性_65～69歳	64	-	1	-	1	13	32	17
		100.0	-	1.6	-	1.6	20.3	50.0	26.6
	男性_70歳以上	161	-	1	5	3	50	48	54
		100.0	-	0.6	3.1	1.9	31.1	29.8	33.5
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	4	9	15	32	118	304	121
		100.0	0.7	1.5	2.5	5.3	19.6	50.4	20.1
	女性_18～19歳	4	-	-	-	-	1	2	1
		100.0	-	-	-	-	25.0	50.0	25.0
	女性_20～29歳	35	-	-	1	-	5	26	3
		100.0	-	-	2.9	-	14.3	74.3	8.6
	女性_30～39歳	42	-	-	-	1	5	31	5
		100.0	-	-	-	2.4	11.9	73.8	11.9
	女性_40～49歳	89	-	3	2	7	14	58	5
		100.0	-	3.4	2.2	7.9	15.7	65.2	5.6
	女性_50～59歳	105	2	2	4	4	20	62	11
		100.0	1.9	1.9	3.8	3.8	19.0	59.0	10.5
	女性_60～64歳	61	-	-	2	5	14	33	7
		100.0	-	-	3.3	8.2	23.0	54.1	11.5
	女性_65～69歳	71	-	1	-	6	23	29	12
		100.0	-	1.4	-	8.5	32.4	40.8	16.9
	女性_70歳以上	195	2	3	6	9	36	62	77
		100.0	1.0	1.5	3.1	4.6	18.5	31.8	39.5
	女性_無回答	1	-	-	-	-	-	1	-
	性別無回答・答えない	21	-	1	-	1	8	6	5
		100.0	-	-	4.8	-	4.8	38.1	23.8

### III. 調査結果(一般消費者)

#### ⑤インターネット通販

インターネット通販については、「利用しなかった」が31.2%と最も多く、次いで「月に1~2回程度」が17.6%となっている。

年代別でみると、年代が高くなるにつれ、利用頻度が少なくなっている。

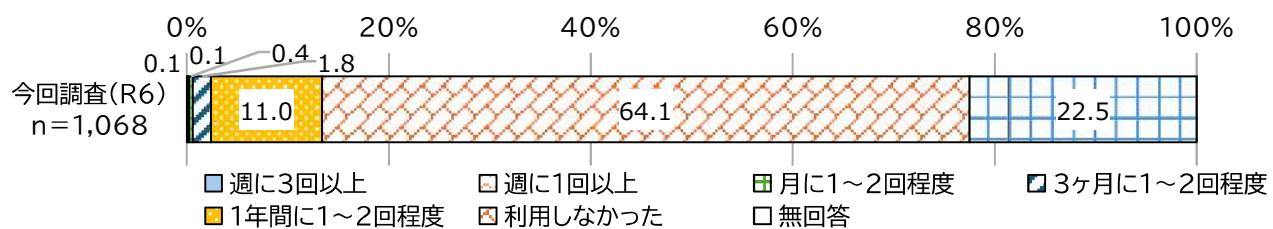


		全体	週に3回以上	週に1回以上	月に1~2回程度	3ヶ月に1~2回程度	1年間に1~2回程度	利用しなかった	無回答
上段:回答者数 下段:構成比									
		上位1位							
		上位2位							
今回調査		1,068	13	28	188	167	130	333	209
		100.0	1.2	2.6	17.6	15.6	12.2	31.2	19.6
性・年代別	男性全体	444	5	9	84	71	62	133	80
		100.0	1.1	2.0	18.9	16.0	14.0	30.0	18.0
	男性_18~19歳	5	-	1	1	2	-	1	-
		100.0	-	20.0	20.0	40.0	-	20.0	-
	男性_20~29歳	20	-	1	6	4	2	7	-
		100.0	-	5.0	30.0	20.0	10.0	35.0	-
	男性_30~39歳	44	1	1	15	13	7	5	2
		100.0	2.3	2.3	34.1	29.5	15.9	11.4	4.5
	男性_40~49歳	46	4	2	19	9	3	8	1
		100.0	8.7	4.3	41.3	19.6	6.5	17.4	2.2
	男性_50~59歳	71	-	1	19	18	13	15	5
		100.0	-	1.4	26.8	25.4	18.3	21.1	7.0
	男性_60~64歳	33	-	-	9	9	4	9	2
		100.0	-	-	27.3	27.3	12.1	27.3	6.1
	男性_65~69歳	64	-	2	9	9	13	21	10
		100.0	-	3.1	14.1	14.1	20.3	32.8	15.6
	男性_70歳以上	161	-	1	6	7	20	67	60
		100.0	-	0.6	3.7	4.3	12.4	41.6	37.3
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	7	19	100	93	66	196	122
		100.0	1.2	3.2	16.6	15.4	10.9	32.5	20.2
	女性_18~19歳	4	1	-	1	1	-	-	1
		100.0	25.0	-	25.0	25.0	-	-	25.0
	女性_20~29歳	35	1	3	15	7	3	5	1
		100.0	2.9	8.6	42.9	20.0	8.6	14.3	2.9
	女性_30~39歳	42	-	3	20	10	1	7	1
		100.0	-	7.1	47.6	23.8	2.4	16.7	2.4
	女性_40~49歳	89	3	6	25	25	15	13	2
		100.0	3.4	6.7	28.1	28.1	16.9	14.6	2.2
	女性_50~59歳	105	1	5	27	28	15	24	5
		100.0	1.0	4.8	25.7	26.7	14.3	22.9	4.8
	女性_60~64歳	61	-	2	5	12	13	23	6
		100.0	-	3.3	8.2	19.7	21.3	37.7	9.8
	女性_65~69歳	71	1	-	4	7	9	36	14
		100.0	1.4	-	5.6	9.9	12.7	50.7	19.7
	女性_70歳以上	195	-	-	2	3	10	88	92
		100.0	-	-	1.0	1.5	5.1	45.1	47.2
	女性_無回答	1	-	-	1	-	-	-	-
		100.0	-	-	100.0	-	-	-	-
	性別無回答・答えない	21	1	-	4	3	2	4	7
		100.0	4.8	-	19.0	14.3	9.5	19.0	33.3

### III. 調査結果(一般消費者)

#### ⑥テレビショッピング

テレビショッピングについては、「利用しなかった」が64.1%と最も多く、次いで「1年間に1~2回程度」が11.0%となっている。

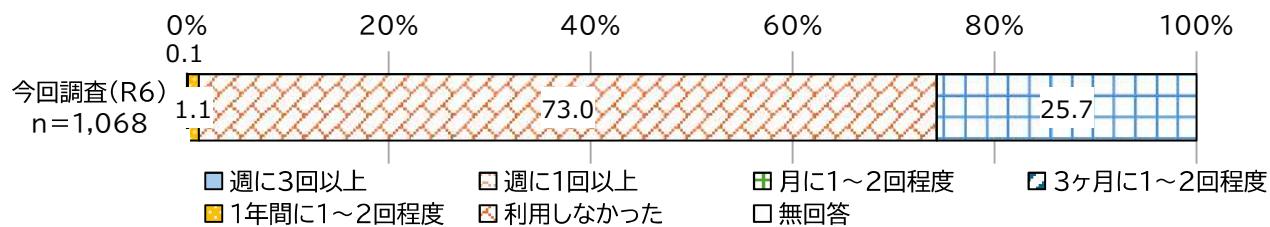


		全体	週に3回以上	週に1回以上	月に1~2回程度	3ヶ月に1~2回程度	1年間に1~2回程度	利用しなかった	無回答
上段：回答者数 下段：構成比									
<span style="background-color: #6aa84f; color: white; padding: 2px 5px;">上位1位</span> <span style="background-color: #808080; color: white; padding: 2px 5px;">上位2位</span>									
今回調査		1,068	1	1	4	19	118	685	240
100.0		100.0	0.1	0.1	0.4	1.8	11.0	64.1	22.5
性 年 代 別	男性全体	444	1	-	1	6	49	285	102
	100.0	100.0	0.2	-	0.2	1.4	11.0	64.2	23.0
	男性_18~19歳	5	-	-	-	-	-	5	-
	100.0	100.0	-	-	-	-	-	100.0	-
	男性_20~29歳	20	-	-	-	-	1	18	1
	100.0	100.0	-	-	-	-	5.0	90.0	5.0
	男性_30~39歳	44	-	-	-	-	1	35	8
	100.0	100.0	-	-	-	-	2.3	79.5	18.2
	男性_40~49歳	46	-	-	-	-	2	40	4
	100.0	100.0	-	-	-	-	4.3	87.0	8.7
	男性_50~59歳	71	-	-	-	3	3	58	7
	100.0	100.0	-	-	-	4.2	4.2	81.7	9.9
	男性_60~64歳	33	-	-	-	2	2	24	5
	100.0	100.0	-	-	-	6.1	6.1	72.7	15.2
	男性_65~69歳	64	-	-	1	-	7	37	19
	100.0	100.0	-	-	1.6	-	10.9	57.8	29.7
	男性_70歳以上	161	1	-	-	1	33	68	58
	100.0	100.0	0.6	-	-	0.6	20.5	42.2	36.0
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
女性全体		603	-	1	3	13	66	389	131
100.0		100.0	-	0.2	0.5	2.2	10.9	64.5	21.7
女性_18~19歳	4	-	-	-	-	-	2	2	
100.0	100.0	-	-	-	-	-	50.0	50.0	
女性_20~29歳	35	-	-	-	-	1	31	3	
100.0	100.0	-	-	-	-	2.9	88.6	8.6	
女性_30~39歳	42	-	-	-	-	1	37	4	
100.0	100.0	-	-	-	-	2.4	88.1	9.5	
女性_40~49歳	89	-	-	1	-	2	80	6	
100.0	100.0	-	-	1.1	-	2.2	89.9	6.7	
女性_50~59歳	105	-	-	-	3	10	79	13	
100.0	100.0	-	-	-	2.9	9.5	75.2	12.4	
女性_60~64歳	61	-	-	1	2	5	46	7	
100.0	100.0	-	-	1.6	3.3	8.2	75.4	11.5	
女性_65~69歳	71	-	1	-	2	10	43	15	
100.0	100.0	-	1.4	-	2.8	14.1	60.6	21.1	
女性_70歳以上	195	-	-	1	6	37	70	81	
100.0	100.0	-	-	0.5	3.1	19.0	35.9	41.5	
女性_無回答	1	-	-	-	-	-	100.0	-	
100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	
性別無回答・答えない		21	-	-	-	-	3	11	7
100.0		100.0	-	-	-	-	14.3	52.4	33.3

### III. 調査結果(一般消費者)

#### ⑦ラジオショッピング

ラジオショッピングについては、「利用しなかった」が73.0%と最も多く、次いで「1年間に1～2回程度」が1.1%となっている。

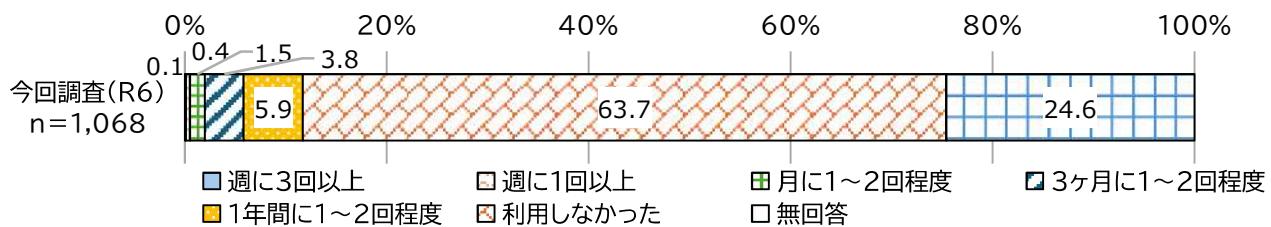


		全体	週に3回以上	週に1回以上	月に1～2回程度	3ヶ月に1～2回程度	1年間に1～2回程度	利用しなかった	無回答
上段：回答者数 下段：構成比									
<span style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 2px 5px;">上位1位</span> <span style="background-color: #E9E9E9; color: black; padding: 2px 5px;">上位2位</span>									
今回調査		1,068	-	-	1	-	12	780	275
100.0		-	-	-	0.1	-	1.1	73.0	25.7
性・年代別	男性全体	444	-	-	1	-	9	321	113
	100.0	-	-	-	0.2	-	2.0	72.3	25.5
	男性_18～19歳	5	-	-	-	-	-	5	-
	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0	-
	男性_20～29歳	20	-	-	-	-	-	19	1
	100.0	-	-	-	-	-	-	95.0	5.0
	男性_30～39歳	44	-	-	-	-	-	36	8
	100.0	-	-	-	-	-	-	81.8	18.2
	男性_40～49歳	46	-	-	-	-	-	42	4
	100.0	-	-	-	-	-	-	91.3	8.7
	男性_50～59歳	71	-	-	1	-	-	61	9
	100.0	-	-	-	1.4	-	-	85.9	12.7
	男性_60～64歳	33	-	-	-	-	1	27	5
	100.0	-	-	-	-	-	3.0	81.8	15.2
	男性_65～69歳	64	-	-	-	-	2	43	19
	100.0	-	-	-	-	-	3.1	67.2	29.7
	男性_70歳以上	161	-	-	-	-	6	88	67
	100.0	-	-	-	-	-	3.7	54.7	41.6
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	-	-	-	-	3	445	155
	100.0	-	-	-	-	-	0.5	73.8	25.7
	女性_18～19歳	4	-	-	-	-	-	2	2
	100.0	-	-	-	-	-	-	50.0	50.0
	女性_20～29歳	35	-	-	-	-	-	32	3
	100.0	-	-	-	-	-	-	91.4	8.6
	女性_30～39歳	42	-	-	-	-	-	38	4
	100.0	-	-	-	-	-	-	90.5	9.5
	女性_40～49歳	89	-	-	-	-	-	82	7
	100.0	-	-	-	-	-	-	92.1	7.9
	女性_50～59歳	105	-	-	-	-	-	91	14
	100.0	-	-	-	-	-	-	86.7	13.3
	女性_60～64歳	61	-	-	-	-	-	52	9
	100.0	-	-	-	-	-	-	85.2	14.8
	女性_65～69歳	71	-	-	-	-	2	53	16
	100.0	-	-	-	-	-	2.8	74.6	22.5
	女性_70歳以上	195	-	-	-	-	1	94	100
	100.0	-	-	-	-	-	0.5	48.2	51.3
	女性_無回答	1	-	-	-	-	-	100.0	-
	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	性別無回答・答えない	21	-	-	-	-	-	14	7
	100.0	-	-	-	-	-	-	66.7	33.3

### III. 調査結果(一般消費者)

#### ⑧フリマサイト

フリマサイトについては、「利用しなかった」が63.7%と最も多く、次いで「1年間に1～2回程度」が5.9%となっている。



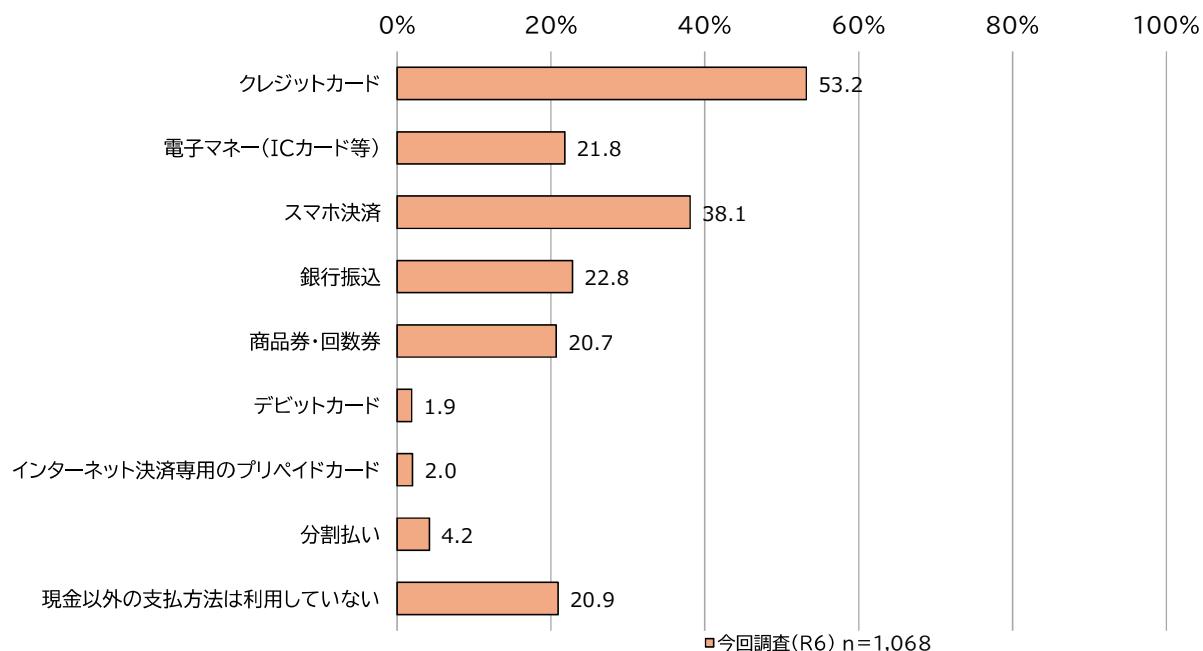
		全体	週に3回以上	週に1回以上	月に1～2回程度	3ヶ月に1～2回程度	1年間に1～2回程度	利用しなかった	無回答
上段：回答者数 下段：構成比									
上位1位 上位2位									
今回調査		1,068	1	4	16	41	63	680	263
100.0		100.0	0.1	0.4	1.5	3.8	5.9	63.7	24.6
性 年 代 別	男性全体	444	1	3	4	17	26	283	110
	100.0	100.0	0.2	0.7	0.9	3.8	5.9	63.7	24.8
	男性_18～19歳	5	-	1	-	-	-	4	-
	100.0	100.0	-	20.0	-	-	-	80.0	-
	男性_20～29歳	20	1	1	-	2	2	13	1
	100.0	100.0	5.0	5.0	-	10.0	10.0	65.0	5.0
	男性_30～39歳	44	-	1	1	2	5	27	8
	100.0	100.0	-	2.3	2.3	4.5	11.4	61.4	18.2
	男性_40～49歳	46	-	-	1	5	5	32	3
	100.0	100.0	-	-	2.2	10.9	10.9	69.6	6.5
	男性_50～59歳	71	-	-	-	5	9	48	9
	100.0	100.0	-	-	-	7.0	12.7	67.6	12.7
	男性_60～64歳	33	-	-	-	1	-	27	5
	100.0	100.0	-	-	-	3.0	-	81.8	15.2
	男性_65～69歳	64	-	-	2	1	1	42	18
	100.0	100.0	-	-	3.1	1.6	1.6	65.6	28.1
	男性_70歳以上	161	-	-	-	1	4	90	66
	100.0	100.0	-	-	-	0.6	2.5	55.9	41.0
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
女性全体		603	-	1	12	22	36	385	147
100.0		100.0	-	0.2	2.0	3.6	6.0	63.8	24.4
女性_18～19歳	4	-	-	-	-	-	2	2	
100.0	100.0	-	-	-	-	-	50.0	50.0	
女性_20～29歳	35	-	-	2	4	4	22	3	
100.0	100.0	-	-	5.7	11.4	11.4	62.9	8.6	
女性_30～39歳	42	-	1	1	2	4	32	2	
100.0	100.0	-	2.4	2.4	4.8	9.5	76.2	4.8	
女性_40～49歳	89	-	-	3	8	12	62	4	
100.0	100.0	-	-	3.4	9.0	13.5	69.7	4.5	
女性_50～59歳	105	-	-	5	4	10	74	12	
100.0	100.0	-	-	4.8	3.8	9.5	70.5	11.4	
女性_60～64歳	61	-	-	1	-	2	49	9	
100.0	100.0	-	-	1.6	-	3.3	80.3	14.8	
女性_65～69歳	71	-	-	-	2	1	52	16	
100.0	100.0	-	-	-	2.8	1.4	73.2	22.5	
女性_70歳以上	195	-	-	-	1	3	92	99	
100.0	100.0	-	-	-	0.5	1.5	47.2	50.8	
女性_無回答	1	-	-	-	1	-	-	-	
100.0	100.0	-	-	-	100.0	-	-	-	
性別無回答・答えない		21	-	-	-	2	1	12	6
100.0		100.0	-	-	-	9.5	4.8	57.1	28.6

### III. 調査結果(一般消費者)

#### 問21 あなたが、この1年間で、最も多く利用した支払い形態（現金払い除く）は何ですか。あてはまるものを3つ選んでください。（複数回答）

1年間で最も多く利用した現金以外の支払い形態については、「クレジットカード」が53.2%と最も多く、次いで「スマホ決済」が38.1%、「銀行振込」が22.8%となっている。

性・年代別でみると、男女ともに18～29歳は「スマホ決済」が最も多いが、男女ともに30～69歳は「クレジットカード」が最も多くなっている。また、70歳以上男性は「銀行振込」、70歳以上女性は「現金以外の支払い方法は利用していない」が最も多くなっている。



- ※ 「電子マネー(ICカード等)」は、電車・バス等の公共交通機関での利用を除く。
- ※ 「スマホ決済」とは、スマートフォンにクレジットカード、電子マネー、銀行口座などを登録し支払う決済手段のこと。
- ※ 「分割払い」は、クレジットカードを用いないもの。

### III. 調査結果(一般消費者)

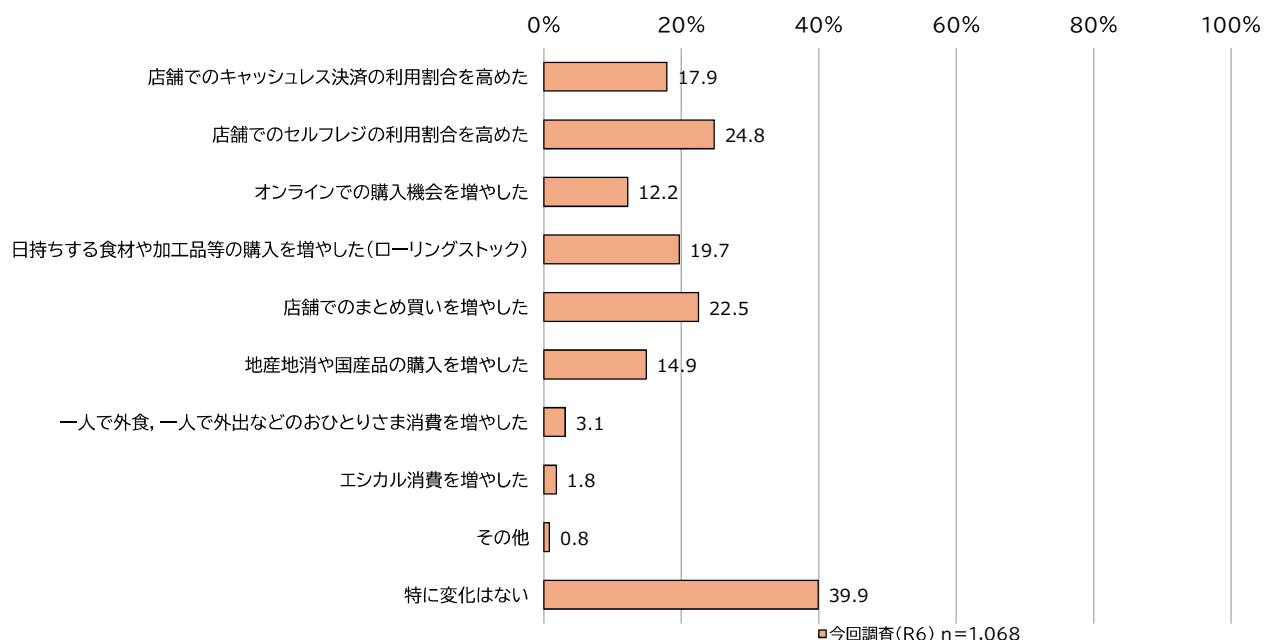
		合計	クレジットカード	電子マネー（ICカード）	スマホ決済	銀行振込	商品券・回数券	デビットカード	用印の印影カード	分割払い	現金以外の支払い方法は
上段:回答者数 下段:構成比											
上位1位 上位2位											
今回調査		1,068	568	233	407	244	221	20	21	45	223
		100.0	53.2	21.8	38.1	22.8	20.7	1.9	2.0	4.2	20.9
性・年代別	男性全体	444	231	99	170	115	84	9	11	18	98
		100.0	52.0	22.3	38.3	25.9	18.9	2.0	2.5	4.1	22.1
	男性_18~19歳	5	-	1	3	1	1	-	1	-	1
		100.0	-	20.0	60.0	20.0	20.0	-	20.0	-	20.0
	男性_20~29歳	20	12	8	13	-	2	2	1	-	3
		100.0	60.0	40.0	65.0	-	10.0	10.0	5.0	-	15.0
	男性_30~39歳	44	31	15	30	8	1	1	2	3	4
		100.0	70.5	34.1	68.2	18.2	2.3	2.3	4.5	6.8	9.1
	男性_40~49歳	46	33	19	26	5	4	1	1	2	7
		100.0	71.7	41.3	56.5	10.9	8.7	2.2	2.2	4.3	15.2
	男性_50~59歳	71	43	24	36	17	10	-	2	2	10
		100.0	60.6	33.8	50.7	23.9	14.1	-	2.8	2.8	14.1
	男性_60~64歳	33	21	13	15	5	4	2	1	-	4
		100.0	63.6	39.4	45.5	15.2	12.1	6.1	3.0	-	12.1
	男性_65~69歳	64	35	11	26	17	16	1	2	2	13
		100.0	54.7	17.2	40.6	26.6	25.0	1.6	3.1	3.1	20.3
	男性_70歳以上	161	56	8	21	62	46	2	1	9	56
		100.0	34.8	5.0	13.0	38.5	28.6	1.2	0.6	5.6	34.8
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	326	127	231	123	136	11	10	25	121
		100.0	54.1	21.1	38.3	20.4	22.6	1.8	1.7	4.1	20.1
	女性_18~19歳	4	2	1	4	-	1	-	-	-	-
		100.0	50.0	25.0	100.0	-	25.0	-	-	-	-
	女性_20~29歳	35	20	12	25	5	7	1	3	2	2
		100.0	57.1	34.3	71.4	14.3	20.0	2.9	8.6	5.7	5.7
	女性_30~39歳	42	32	12	19	9	9	-	1	-	4
		100.0	76.2	28.6	45.2	21.4	21.4	-	2.4	-	9.5
	女性_40~49歳	89	69	30	59	13	18	3	2	6	3
		100.0	77.5	33.7	66.3	14.6	20.2	3.4	2.2	6.7	3.4
	女性_50~59歳	105	77	38	64	16	22	3	1	2	6
		100.0	73.3	36.2	61.0	15.2	21.0	2.9	1.0	1.9	5.7
	女性_60~64歳	61	35	18	23	11	13	2	2	1	10
		100.0	57.4	29.5	37.7	18.0	21.3	3.3	3.3	1.6	16.4
	女性_65~69歳	71	34	9	24	15	19	1	-	2	15
		100.0	47.9	12.7	33.8	21.1	26.8	1.4	-	2.8	21.1
	女性_70歳以上	195	56	7	13	54	47	1	1	12	81
		100.0	28.7	3.6	6.7	27.7	24.1	0.5	0.5	6.2	41.5
	女性_無回答	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-
		100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	性別無回答・答えない	21	11	7	6	6	1	-	-	2	4
		100.0	52.4	33.3	28.6	28.6	4.8	-	-	9.5	19.0

### III. 調査結果(一般消費者)

#### 問22 あなたは、新型コロナウイルス感染症の流行の前後で、消費行動に変化がありましたか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

新型コロナウイルス感染症流行前後の消費行動の変化の有無については、「特に変化はない」が39.9%と最も多く、次いで「店舗でのセルフレジの利用割合を高めた」が24.8%、「店舗でのまとめ買いを増やした」が22.5%となっている。

性別でみると、男女ともに「特に変化はない」が最も多いが、次いで男性は「店舗でのセルフレジの利用割合を高めた」、女性は「店舗でのまとめ買いを増やした」が多くなっている。



※ 「ローリングストック」とは、普段から少し多めに食材、加工品を買っておき、使ったら使った分だけ新しく買い足していくことで、常に一定の食材を家に備蓄しておくこと。

### III. 調査結果(一般消費者)

		合計	め店舗 を増やし たレジの 機	利店舗 割で合の セシ高 めフた の購入	会員ラ イ申た での購入	クレジット カードの持 り購入	品入り購 入する	日食スト ややツシ加 工を食	増店舗 してまと め買いを	入地を増 やすやた の国産品 の購入	消費な人 をど増や したと一 り人さでま 外	た工場消 費を増や し	その他	特に変化は ない
上段:回答者数 下段:構成比														
上位1位 上位2位														
今回調査		1,068	191	265	130	210	240	159	33	19	9	426		
		100.0	17.9	24.8	12.2	19.7	22.5	14.9	3.1	1.8	0.8	39.9		
性 ・ 年 代 別	男性全体	444	77	92	55	52	62	46	14	4	4	229		
		100.0	17.3	20.7	12.4	11.7	14.0	10.4	3.2	0.9	0.9	51.6		
	男性_18~19歳	5	1	2	3	-	-	-	-	-	-	1		
		100.0	20.0	40.0	60.0	-	-	-	-	-	-	20.0		
	男性_20~29歳	20	4	4	3	1	5	2	1	1	1	11		
		100.0	20.0	20.0	15.0	5.0	25.0	10.0	5.0	5.0	5.0	55.0		
	男性_30~39歳	44	13	11	10	4	4	1	2	2	2	20		
		100.0	29.5	25.0	22.7	9.1	9.1	2.3	4.5	4.5	4.5	45.5		
	男性_40~49歳	46	11	11	8	1	4	4	-	-	-	26		
		100.0	23.9	23.9	17.4	2.2	8.7	8.7	-	-	-	56.5		
	男性_50~59歳	71	14	18	15	10	6	2	1	-	1	35		
		100.0	19.7	25.4	21.1	14.1	8.5	2.8	1.4	-	1.4	49.3		
	男性_60~64歳	33	9	8	4	2	4	6	1	-	-	14		
		100.0	27.3	24.2	12.1	6.1	12.1	18.2	3.0	-	-	42.4		
	男性_65~69歳	64	18	15	8	9	8	10	1	-	-	29		
		100.0	28.1	23.4	12.5	14.1	12.5	15.6	1.6	-	-	45.3		
	男性_70歳以上	161	7	23	4	25	31	21	8	1	1	93		
		100.0	4.3	14.3	2.5	15.5	19.3	13.0	5.0	0.6	0.6	57.8		
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	女性全体	603	111	168	74	154	174	110	18	15	5	189		
		100.0	18.4	27.9	12.3	25.5	28.9	18.2	3.0	2.5	0.8	31.3		
	女性_18~19歳	4	1	1	-	-	-	1	1	-	-	2		
		100.0	25.0	25.0	-	-	-	25.0	25.0	-	-	50.0		
	女性_20~29歳	35	9	8	10	4	7	3	2	-	-	12		
		100.0	25.7	22.9	28.6	11.4	20.0	8.6	5.7	-	-	34.3		
	女性_30~39歳	42	12	11	16	6	9	5	2	1	-	11		
		100.0	28.6	26.2	38.1	14.3	21.4	11.9	4.8	2.4	-	26.2		
	女性_40~49歳	89	23	28	22	14	25	8	2	2	3	29		
		100.0	25.8	31.5	24.7	15.7	28.1	9.0	2.2	2.2	3.4	32.6		
	女性_50~59歳	105	33	41	16	21	26	16	5	2	1	33		
		100.0	31.4	39.0	15.2	20.0	24.8	15.2	4.8	1.9	1.0	31.4		
	女性_60~64歳	61	12	26	3	17	18	10	2	3	-	17		
		100.0	19.7	42.6	4.9	27.9	29.5	16.4	3.3	4.9	-	27.9		
	女性_65~69歳	71	9	18	5	20	24	17	1	5	-	23		
		100.0	12.7	25.4	7.0	28.2	33.8	23.9	1.4	7.0	-	32.4		
	女性_70歳以上	195	11	34	2	71	65	50	3	2	1	62		
		100.0	5.6	17.4	1.0	36.4	33.3	25.6	1.5	1.0	0.5	31.8		
	女性_無回答	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-		
	性別無回答・答えない	21	3	5	1	4	4	3	1	-	-	8		
		100.0	14.3	23.8	4.8	19.0	19.0	14.3	4.8	-	-	38.1		

【他の回答】

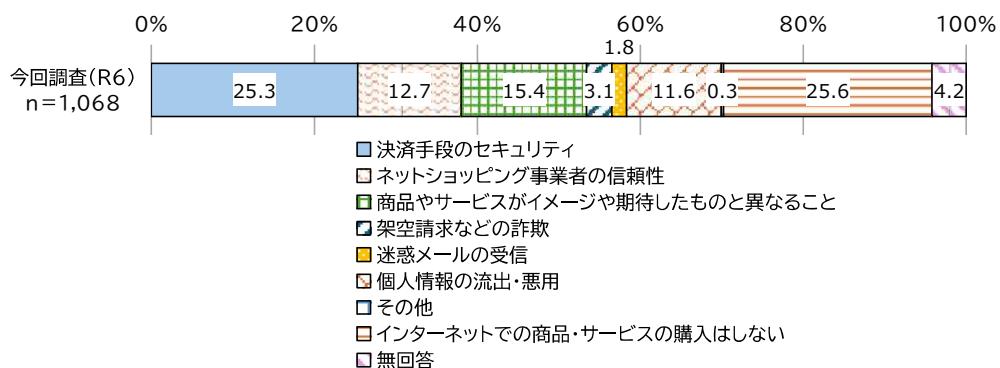
- ・テイクアウト消費を増やした。
- ・買い物は人に頼んだ。
- ・鹿児島市内の店へあまり行かなくなった。
- ・消費を抑えた。
- ・外食を減らした。
- ・飲み会が減った。

### III. 調查結果(一般消費者)

問23 あなたが、インターネットで商品を購入する際、最も心配なことは何ですか。あてはまるものを1つ選んでください。(単数回答)

インターネットで商品を購入する際の心配については、「インターネットでの商品・サービスの購入はしない」が25.6%と最も多く、次いで「決済手段のセキュリティ」が25.3%、「商品やサービスがイメージや期待したものと異なること」が15.4%となっている。

性別でみると、男性は「インターネットでの商品・サービスの購入はしない」が26.6%と最も多く、女性は「決済手段のセキュリティ」が28.2%と最も多くなっている。



		全 体	テ ク ニ ク ス リ ー ジ ン シ ス ト レ イ ジ ン ギ ュ リ	業 者 の ト レ ン ジ ン シ ス ト レ イ ジ ン ギ ュ リ	と メ ー 品 異 な じ や サ ー 期 と 待 ビ し た が も い の	架 空 請 求 な ど の 詐 欺	迷 惑 メ ー ル の 受 信	個 人 情 報 の 流 出 ・ 悪 用	そ の 他	し 品 イ ン サ タ ー 一 ビ ネ ス ト 購 で 入 の 商	無 回 答
上段:回答者数 下段:構成比											
上位1位 上位2位											
今回調査		1,068	270	136	165	33	19	124	3	273	45
		100.0	25.3	12.7	15.4	3.1	1.8	11.6	0.3	25.6	4.2
性 年 代 別	男性全体	444	96	77	62	14	9	50	1	118	17
		100.0	21.6	17.3	14.0	3.2	2.0	11.3	0.2	26.6	3.8
	男性_18~19歳	5	-	-	1	1	-	1	-	2	-
		100.0	-	-	20.0	20.0	-	20.0	-	40.0	-
	男性_20~29歳	20	6	5	5	1	1	2	-	-	-
		100.0	30.0	25.0	25.0	5.0	5.0	10.0	-	-	-
	男性_30~39歳	44	13	7	12	-	-	8	-	4	-
		100.0	29.5	15.9	27.3	-	-	18.2	-	9.1	-
	男性_40~49歳	46	15	12	4	3	1	8	-	3	-
		100.0	32.6	26.1	8.7	6.5	2.2	17.4	-	6.5	-
	男性_50~59歳	71	19	21	11	1	3	6	-	10	-
		100.0	26.8	29.6	15.5	1.4	4.2	8.5	-	14.1	-
	男性_60~64歳	33	12	5	8	1	-	3	-	3	1
		100.0	36.4	15.2	24.2	3.0	-	9.1	-	9.1	3.0
	男性_65~69歳	64	17	12	7	2	-	9	-	16	1
		100.0	26.6	18.8	10.9	3.1	-	14.1	-	25.0	1.6
	男性_70歳以上	161	14	15	14	5	4	13	1	80	15
		100.0	8.7	9.3	8.7	3.1	2.5	8.1	0.6	49.7	9.3
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	170	57	100	19	10	72	2	150	23
		100.0	28.2	9.5	16.6	3.2	1.7	11.9	0.3	24.9	3.8
	女性_18~19歳	4	1	1	-	-	1	1	-	-	-
		100.0	25.0	25.0	-	-	25.0	25.0	-	-	-
	女性_20~29歳	35	8	5	12	1	1	8	-	-	-
		100.0	22.9	14.3	34.3	2.9	2.9	22.9	-	-	-
	女性_30~39歳	42	11	3	15	1	1	8	-	3	-
		100.0	26.2	7.1	35.7	2.4	2.4	19.0	-	7.1	-
	女性_40~49歳	89	37	18	17	1	1	12	-	3	-
		100.0	41.6	20.2	19.1	1.1	1.1	13.5	-	3.4	-
	女性_50~59歳	105	46	15	17	4	1	12	1	9	-
		100.0	43.8	14.3	16.2	3.8	1.0	11.4	1.0	8.6	-
	女性_60~64歳	61	24	5	10	5	-	6	-	10	1
		100.0	39.3	8.2	16.4	8.2	-	9.8	-	16.4	1.6
	女性_65~69歳	71	23	2	10	2	-	7	-	25	2
		100.0	32.4	2.8	14.1	2.8	-	9.9	-	35.2	2.8
	女性_70歳以上	195	19	8	19	5	5	18	1	100	20
		100.0	9.7	4.1	9.7	2.6	2.6	9.2	0.5	51.3	10.3
	女性_無回答	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-
		100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
	性別無回答・答えない	21	4	2	3	-	-	2	-	5	5
		100.0	19.0	9.5	14.3	-	-	9.5	-	23.8	23.8

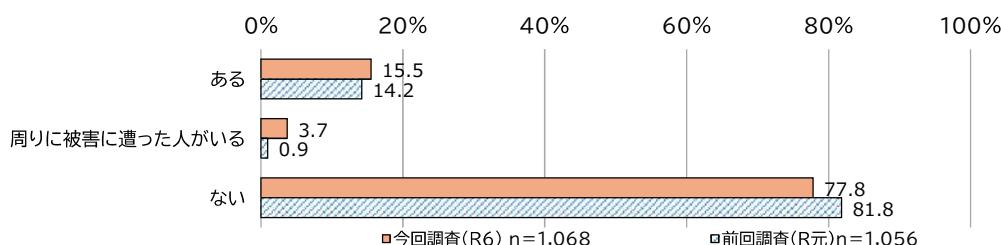
【その他の回答】  
・インターネットでの購入無し

## 6. 「商品やサービスに関する消費者問題」について

問24 あなたは、この1年間に、購入した商品や利用したサービスについて、不満を持ったり被害を受けるなど、トラブルを経験したことはありますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

この1年間の消費者トラブルの経験については、「ない」が77.8%と最も多く、次いで「ある」が15.5%、「周りに被害に遭った人がいる」が3.7%となっている。

前回調査と比較して、「ある」は1.3ポイント、「周りに被害に遭った人がいる」は2.8ポイント増加している。



性 年 代 別	上段:回答者数 下段:構成比	合計	ある	た 周 り が い る に 被 害 に 遭 っ た 人 が い る	な い
			上位1位 上位2位		
前回調査(R元)	1,056 100.0	150 14.2	10 0.9	864 81.8	
今回調査	1,068 100.0	166 15.5	39 3.7	831 77.8	
男性全体	444 100.0	64 14.4	17 3.8	354 79.7	
男性_18~19歳	5 100.0	- -	1 20.0	4 80.0	
男性_20~29歳	20 100.0	- -	1 5.0	19 95.0	
男性_30~39歳	44 100.0	5 11.4	7 15.9	33 75.0	
男性_40~49歳	46 100.0	4 8.7	5 10.9	35 76.1	
男性_50~59歳	71 100.0	15 21.1	1 1.4	55 77.5	
男性_60~64歳	33 100.0	5 15.2	1 3.0	27 81.8	
男性_65~69歳	64 100.0	14 21.9	- -	49 76.6	
男性_70歳以上	161 100.0	21 13.0	1 0.6	132 82.0	
男性_無回答	- -	- -	- -	- -	
女性全体	603 100.0	94 15.6	22 3.6	465 77.1	
女性_18~19歳	4 100.0	- -	- -	4 100.0	
女性_20~29歳	35 100.0	7 20.0	1 2.9	27 77.1	
女性_30~39歳	42 100.0	9 21.4	3 7.1	30 71.4	
女性_40~49歳	89 100.0	19 21.3	8 9.0	62 69.7	
女性_50~59歳	105 100.0	17 16.2	4 3.8	84 80.0	
女性_60~64歳	61 100.0	11 18.0	3 4.9	46 75.4	
女性_65~69歳	71 100.0	8 11.3	3 4.2	60 84.5	
女性_70歳以上	195 100.0	23 11.8	- -	151 77.4	
女性_無回答	1 100.0	- -	- -	1 100.0	
性別無回答・答えない	21 100.0	8 38.1	- -	12 57.1	

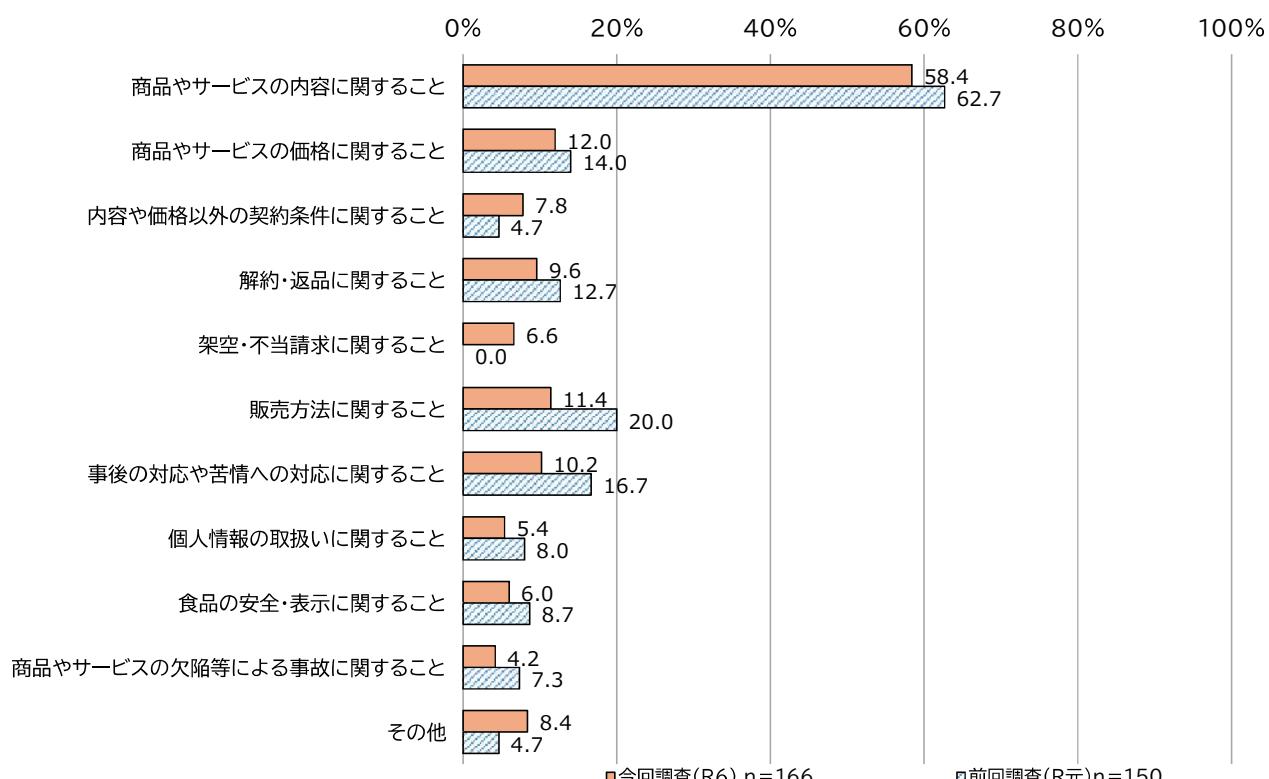
### III. 調査結果(一般消費者)

#### 問24－1 問24で「1 ある」とお答えになった方にお聞きします。

それはどのような内容のことでしたか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

この1年間に経験したトラブルの内容については、「商品やサービスの内容に関すること」が58.4%と最も多く、次いで「商品やサービスの価格に関すること」が12.0%、「販売方法に関すること」が11.4%となっている。

前回調査と比較して、ともに「商品やサービスの内容に関することが最も多いが、次いで今回は「商品やサービスの価格に関すること」、前回は「販売方法に関することが多くなっている。



※ 「架空・不当請求に関すること」は今回調査から追加された選択肢。

### III. 調査結果(一般消費者)

上段:回答者数 下段:構成比		合計	に商品するサービスの内容	に商品するサービスの価格	条件や価格以外との契約	と解約・返品に関するこ	ること・不当請求に関するこ	架空・返品に請求に關す	販売方法に関するこ	対事後に応するや苦情への	す個人情報の取扱いに關	する食品のこと安全・表示に關	この商品によるサービス事故に涉及のする欠陥	その他
			上位1位	上位2位										
前回調査(R元)		150	94	21	7	19	-	30	25	12	13	11	7	
		100.0	62.7	14.0	4.7	12.7	-	20.0	16.7	8.0	8.7	7.3	4.7	
今回調査		166	97	20	13	16	11	19	17	9	10	7	14	
		100.0	58.4	12.0	7.8	9.6	6.6	11.4	10.2	5.4	6.0	4.2	8.4	
性 年 代 別	男性全体	64	38	6	6	6	3	5	6	4	4	5	8	
		100.0	59.4	9.4	9.4	9.4	4.7	7.8	9.4	6.3	6.3	7.8	12.5	
	男性_18~19歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	男性_20~29歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	男性_30~39歳	5	3	1	2	2	1	3	2	1	1	3	1	
		100.0	60.0	20.0	40.0	40.0	20.0	60.0	40.0	20.0	20.0	60.0	20.0	
	男性_40~49歳	4	3	1	-	-	1	-	-	1	-	-	-	
		100.0	75.0	25.0	-	-	25.0	-	-	25.0	-	-	-	
	男性_50~59歳	15	11	1	1	1	1	-	2	1	1	-	1	
		100.0	73.3	6.7	6.7	6.7	6.7	-	13.3	6.7	6.7	-	6.7	
	男性_60~64歳	5	4	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	
		100.0	80.0	-	-	-	-	-	20.0	-	-	-	-	
	男性_65~69歳	14	9	2	3	3	-	-	1	-	-	-	1	
		100.0	64.3	14.3	21.4	21.4	-	-	7.1	-	-	-	7.1	
	男性_70歳以上	21	8	1	-	-	-	2	-	1	2	2	5	
		100.0	38.1	4.8	-	-	-	9.5	-	4.8	9.5	9.5	23.8	
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	女性全体	94	54	12	7	10	8	14	10	5	6	2	6	
		100.0	57.4	12.8	7.4	10.6	8.5	14.9	10.6	5.3	6.4	2.1	6.4	
	女性_18~19歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	女性_20~29歳	7	6	1	1	3	-	1	-	-	-	-	-	
		100.0	85.7	14.3	14.3	42.9	-	14.3	-	-	-	-	-	
	女性_30~39歳	9	7	-	-	1	1	2	-	2	-	-	-	
		100.0	77.8	-	-	11.1	11.1	22.2	-	22.2	-	-	-	
	女性_40~49歳	19	10	1	2	4	1	3	4	3	2	2	-	
		100.0	52.6	5.3	10.5	21.1	5.3	15.8	21.1	15.8	10.5	10.5	-	
	女性_50~59歳	17	10	3	-	3	2	1	-	1	-	-	3	
		100.0	58.8	17.6	-	-	17.6	11.8	5.9	-	5.9	-	17.6	
	女性_60~64歳	11	6	2	3	-	2	2	1	-	2	-	1	
		100.0	54.5	18.2	27.3	-	18.2	18.2	9.1	-	18.2	-	9.1	
	女性_65~69歳	8	6	1	1	-	-	1	2	-	-	-	1	
		100.0	75.0	12.5	12.5	-	-	12.5	25.0	-	-	-	12.5	
	女性_70歳以上	23	9	4	-	2	1	3	2	-	1	-	1	
		100.0	39.1	17.4	-	8.7	4.3	13.0	8.7	-	4.3	-	4.3	
	女性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	性別無回答・答えない	8	5	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	
		100.0	62.5	25.0	-	-	-	-	12.5	-	-	-	-	

#### 【その他の回答】

- ・化粧品について何回も電話がかかってくる。
- ・架空オークションサイトに騙され、入金した。
- ・詐欺にあった(ネット購入で代金を支払っても商品が届かなかった)。
- ・住所間違いをされて配達。店へ連絡するもつながらず。
- ・商品発送の遅れ。
- ・先払いでの商品が送られてこなかった。
- ・知人に商品を送るよう手配したが、送り元の私の名前の記載がなく先方が困った。
- ・注文した商品が届かなかった。
- ・販売店に修理手段を教えてもらえたかった。
- ・包装紙を破いたら返品だめとの事。開けなければ中が分からないのに、テレビでも放映したとの事。小さい字で全然分からないと伝えると弁護士も間に入っているとの事。自分の不注意と思い諦め、商品が使用出来る物でないが、そのままに。コマーシャルに出られる俳優様方も責任を持つてるものにしてほしい。

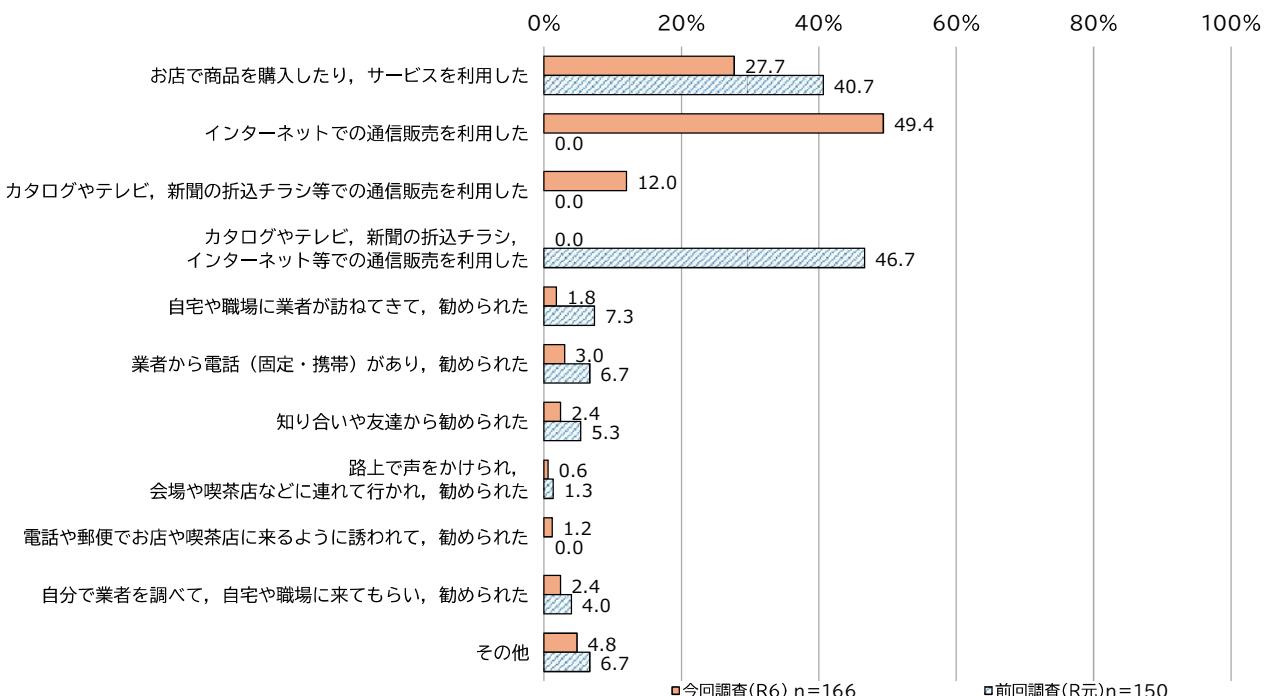
### III. 調査結果(一般消費者)

#### 問24-2 問24で「1 ある」とお答えになった方にお聞きします。

そのトラブルのきっかけとなった商品の販売方法またはサービスの勧誘方法は次のうちどれですか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

トラブルのきっかけについては、「インターネットでの通信販売を利用した」が49.4%と最も多く、次いで「お店で商品を購入したり、サービスを利用した」が27.7%、「カタログやテレビ、新聞の折込チラシ等での通信販売を利用した」が12.0%となっている。

前回調査と比較して、「お店で商品を購入したり、サービスを利用した」の割合が13.0ポイント減少している。



※ 前回調査の「カタログやテレビ、新聞の折込チラシ、インターネット等での通信販売を利用した」を、今回の調査では、「インターネットでの通信販売を利用した」・「カタログやテレビ、新聞の折込チラシ等での通信販売を利用した」に分割。

※ 今回調査の「業者から電話（固定・携帯）があり、勧められた」は前回調査では「自宅や職場に業者から電話があり、勧められた」

### III. 調查結果(一般消費者)

## 【その他の回答】

- ・カード情報の流出。
  - ・自動車保険の個人情報の流出。
  - ・以前購入した商品の点検に来ると電話があり点検後、他の商品の購入をしつこく勧めてきた。
  - ・郵便で支払いの案内が届いた。
  - ・契約している携帯電話会社から電話番号が流出している。
  - ・Suica、スマホ決済。

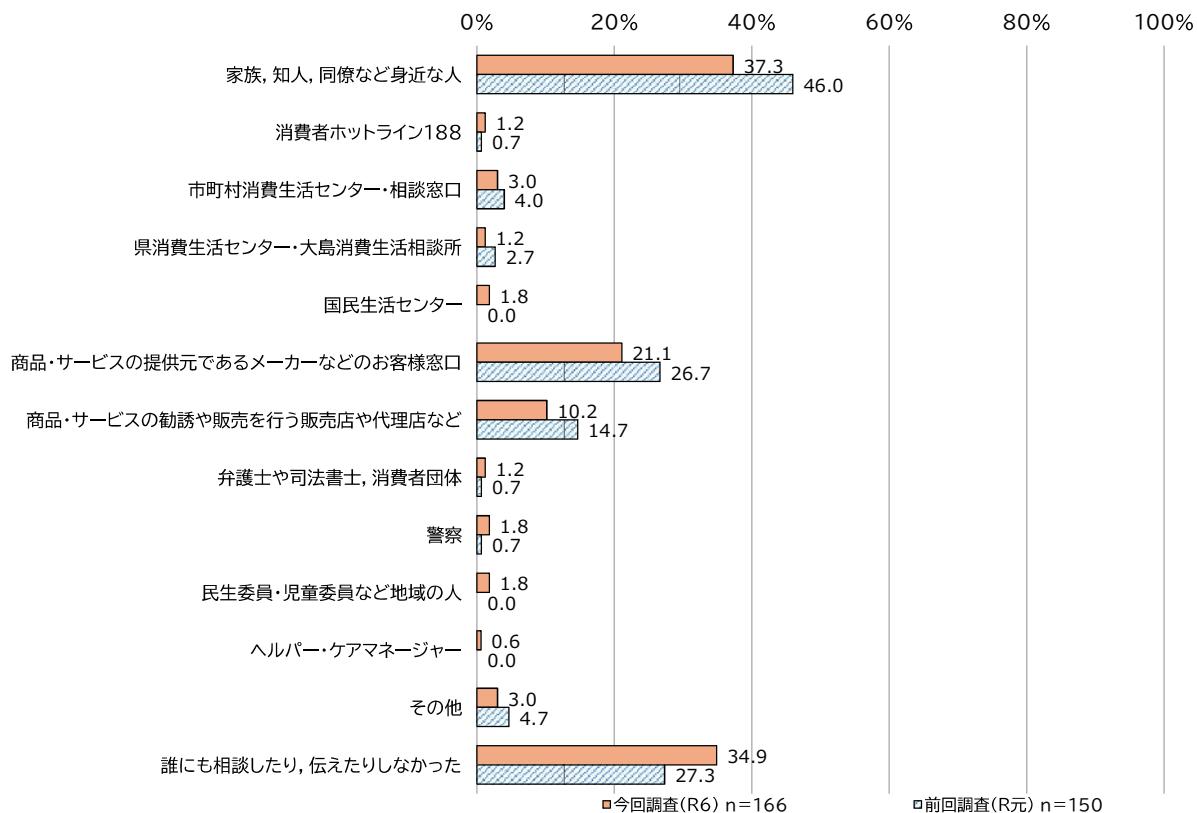
### III. 調査結果(一般消費者)

問24－3 問24で「1 ある」とお答えになった方にお聞きします。

その際にどこに（誰に）相談したり、伝えたりしましたか。あてはまるものをすべて選んでください。  
(複数回答)

トラブルを経験した際の相談相手については、「家族、知人、同僚など身近な人」が37.3%と最も多く、次いで「誰にも相談したり、伝えたりしなかった」が34.9%、「商品・サービスの提供元であるメーカーなどのお客様窓口」が21.1%となっている。

性別でみると、男性は「誰にも相談したり、伝えたりしなかった」が48.4%と最も多く、女性は「家族、知人、同僚など身近な人」が45.7%と最も多くなっている。



※ 「消費者団体」とは、消費者自らが主体的に行動することを目標に、消費者被害の未然防止のための各種情報の提供など、消費生活全般に関する普及啓発活動等を行っている団体のこと。

### III. 調査結果(一般消費者)

		合計	身近な人知り、同僚など	8消費8消費者ホットライン1	ターミナル町・村相談窓口セントラル	大島消費生活センター	国民生活センター	の元お客様あるサーカスの提供	代理販品店売などをサードパーティ販売の店舗や誘	費弁護士や司法書士・消	警察	ど民生委員人・児童委員な	ジヘルパーケアマネー	その他	え誰にたりもしなかしつたり、伝	
上段:回答者数 下段:構成比																
			上位1位 上位2位													
前回調査(R元)	150	69	1	6	4	-	40	22	1	1	-	-	7	41		
	100.0	46.0	0.7	4.0	2.7	-	26.7	14.7	0.7	0.7	-	-	4.7	27.3		
今回調査	166	62	2	5	2	3	35	17	2	3	3	1	5	58		
	100.0	37.3	1.2	3.0	1.2	1.8	21.1	10.2	1.2	1.8	1.8	0.6	3.0	34.9		
性・年代別	男性全体	64	15	1	2	2	1	12	9	1	1	1	1	3	31	
		100.0	23.4	1.6	3.1	3.1	1.6	18.8	14.1	1.6	1.6	1.6	1.6	4.7	48.4	
	男性_18~19歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	男性_20~29歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	男性_30~39歳	5	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	
		100.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	40.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	40.0	
	男性_40~49歳	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	
		100.0	-	-	-	-	-	25.0	-	-	-	-	-	-	75.0	
	男性_50~59歳	15	5	-	1	-	-	3	2	-	-	-	-	7		
		100.0	33.3	-	6.7	-	-	20.0	13.3	-	-	-	-	46.7		
	男性_60~64歳	5	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	4	
		100.0	-	-	-	-	-	20.0	-	-	-	-	-	-	80.0	
	男性_65~69歳	14	2	-	-	-	-	4	2	-	-	-	-	1	6	
		100.0	14.3	-	-	-	-	28.6	14.3	-	-	-	-	7.1	42.9	
	男性_70歳以上	21	7	-	-	1	-	3	2	-	-	-	-	1	9	
		100.0	33.3	-	-	4.8	-	14.3	9.5	-	-	-	-	4.8	42.9	
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	女性全体	94	43	1	3	-	2	21	7	1	2	2	-	2	25	
		100.0	45.7	1.1	3.2	-	2.1	22.3	7.4	1.1	2.1	2.1	-	2.1	26.6	
	女性_18~19歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	女性_20~29歳	7	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	2	
		100.0	42.9	-	-	-	-	42.9	-	-	-	-	-	-	28.6	
	女性_30~39歳	9	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	
		100.0	55.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	
	女性_40~49歳	19	8	-	2	-	-	5	-	-	-	-	-	-	5	
		100.0	42.1	-	10.5	-	-	26.3	-	-	-	-	-	-	26.3	
	女性_50~59歳	17	8	-	1	-	-	3	3	-	1	-	-	1	6	
		100.0	47.1	-	5.9	-	-	17.6	17.6	-	5.9	-	-	5.9	35.3	
	女性_60~64歳	11	7	-	-	-	-	3	1	1	1	-	-	-	2	
		100.0	63.6	-	-	-	-	27.3	9.1	9.1	9.1	-	-	-	18.2	
	女性_65~69歳	8	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	1	
		100.0	37.5	-	-	-	-	37.5	-	-	-	-	-	-	12.5	
	女性_70歳以上	23	9	1	-	-	2	4	3	-	-	2	-	1	6	
		100.0	39.1	4.3	-	-	8.7	17.4	13.0	-	-	8.7	-	4.3	26.1	
	女性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	性別無回答・答えない	8	4	-	-	-	-	2	1	-	-	-	-	-	2	
		100.0	50.0	-	-	-	-	25.0	12.5	-	-	-	-	-	25.0	

#### 【その他の回答】

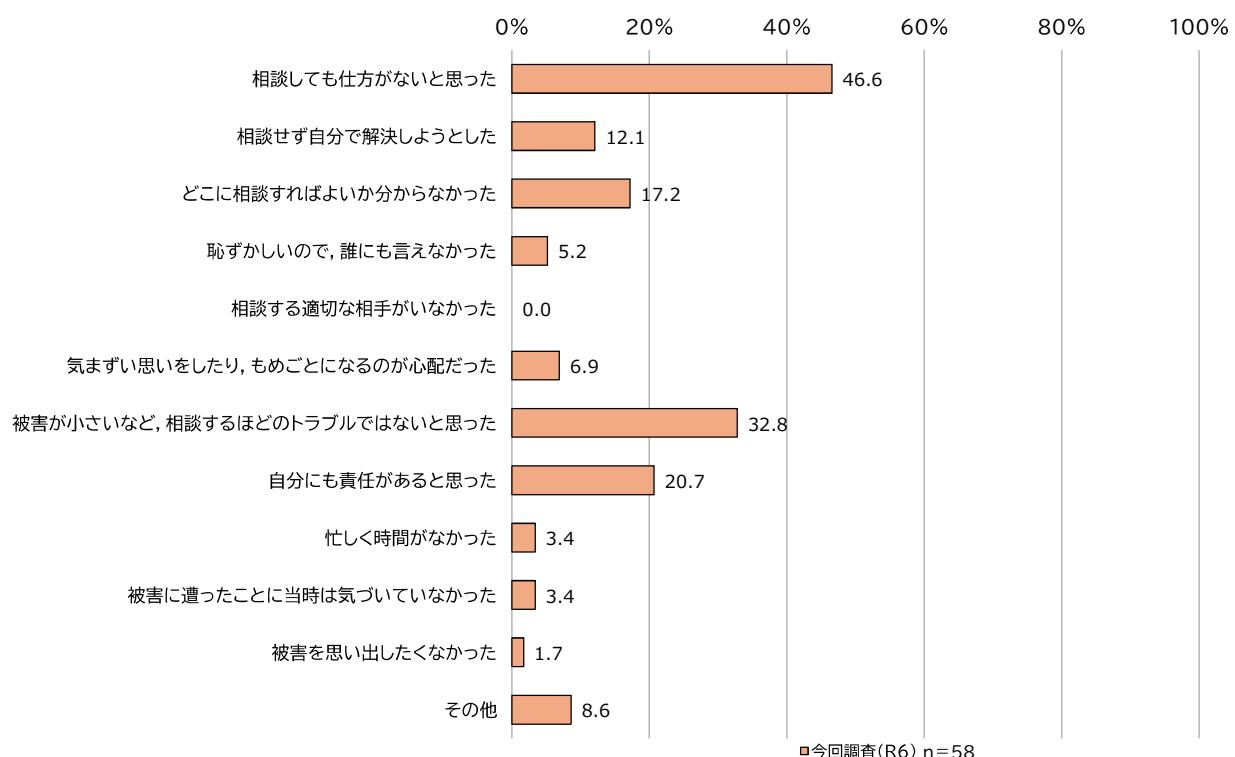
- ・クレジットカードの相談窓口
- ・インターネットの販売サイト主催者
- ・返品、交換の交渉をして対応する

### III. 調査結果(一般消費者)

問24-4 問24-3で「13 誰にも相談したり、伝えたりしなかった」とお答えになった方にお聞きします。

誰にも相談したり、伝えたりしなかったのは、なぜですか。あてはまるものをすべて選んでください。  
(複数回答)

トラブルを経験した際、誰にも相談しなかった理由については、「相談しても仕方がないと思った」が46.6%と最も多く、次いで「被害が小さいなど、相談するほどのトラブルではないと思った」が32.8%、「自分にも責任があると思った」が20.7%となっている。



### III. 調査結果(一般消費者)

		合計	と思つたて も仕方 がない	相 う と か に ら 相 な 談 か す れ た ば よ い	か ど こ か に ら 相 な 談 か す れ た ば よ い	も 恥 言 え か な い か い つ の た で ,	誰 に	い 相 談 か す る た 適 切 な 相 手 が	が り 気 心 , ま ず だ め い つ ご 思 た と い に を な し た の	で 談 被 は す 書 が な い ほ 小 さ と 思 い つ な た ラ ど ブ ル 相	思 自 分 た に も 責 任 が あ る と	忙 しく 時 間 が な か つ た	た 時 被 は き づ い て い こ と な か つ 当	か 被 つ 害 た を 思 い 出 し た く な	そ の 他	
上段:回答者数 下段:構成比			上位1位 上位2位													
今回調査		58	27	7	10	3	-	4	19	12	2	2	1	5		
		100.0	46.6	12.1	17.2	5.2	-	6.9	32.8	20.7	3.4	3.4	1.7	8.6		
性 ・ 年 代 別	男性全体	31	18	3	6	1	-	1	11	4	1	2	1	4		
		100.0	58.1	9.7	19.4	3.2	-	3.2	35.5	12.9	3.2	6.5	3.2	12.9		
	男性_18~19歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	男性_20~29歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	男性_30~39歳	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1		
		100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.0	50.0		
	男性_40~49歳	3	3	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-		
		100.0	100.0	-	33.3	-	-	-	33.3	-	-	-	-	-		
	男性_50~59歳	7	5	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	2		
		100.0	71.4	-	-	-	-	-	14.3	14.3	-	14.3	-	28.6		
	男性_60~64歳	4	2	-	1	-	-	-	2	-	-	-	-	-		
		100.0	50.0	-	25.0	-	-	-	50.0	-	-	-	-	-		
	男性_65~69歳	6	1	2	2	-	-	1	3	-	1	-	-	-		
		100.0	16.7	33.3	33.3	-	-	16.7	50.0	-	16.7	-	-	-		
	男性_70歳以上	9	7	1	2	1	-	-	4	3	-	1	-	1		
		100.0	77.8	11.1	22.2	11.1	-	-	44.4	33.3	-	11.1	-	11.1		
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	女性全体	25	8	4	2	2	-	3	8	8	1	-	-	1		
		100.0	32.0	16.0	8.0	8.0	-	12.0	32.0	32.0	4.0	-	-	4.0		
	女性_18~19歳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	女性_20~29歳	2	1	1	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-		
		100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	-	50.0	50.0	-	-	-		
	女性_30~39歳	3	2	-	1	1	-	1	-	2	-	-	-	-		
		100.0	66.7	-	33.3	33.3	-	33.3	-	66.7	-	-	-	-		
	女性_40~49歳	5	2	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-		
		100.0	40.0	-	-	-	-	-	40.0	40.0	-	-	-	-		
	女性_50~59歳	6	1	1	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-		
		100.0	16.7	16.7	-	-	-	-	66.7	-	-	-	-	-		
	女性_60~64歳	2	1	1	-	-	-	1	-	2	-	-	-	-		
		100.0	50.0	50.0	-	-	-	50.0	-	100.0	-	-	-	-		
	女性_65~69歳	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-		
		100.0	-	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-		
	女性_70歳以上	6	1	1	1	-	-	1	1	1	-	-	-	1		
		100.0	16.7	16.7	-	-	-	16.7	16.7	16.7	-	-	-	16.7		
	女性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	性別無回答・答えない	2	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
		100.0	50.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-		

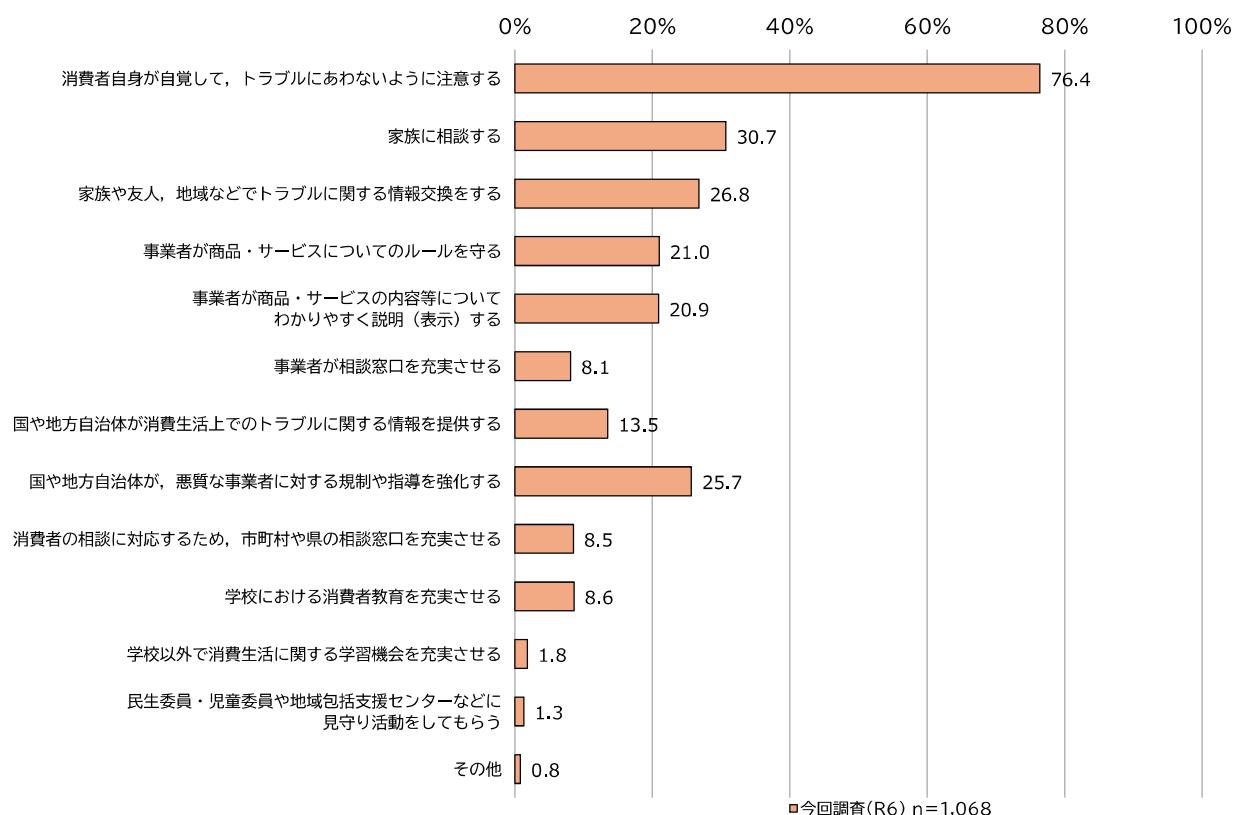
#### 【その他の回答】

- ・自分で解決できた。
- ・面倒くさくて諦めた。

### III. 調査結果(一般消費者)

#### 問25 商品を購入したり、サービスを利用する上で、トラブルや被害に遭わぬために、あなたが重要と考えるものはどれですか。3つ以内で選んでください。(複数回答)

消費者トラブルや被害に遭わぬための重要な点については、「消費者自身が自覚して、トラブルにあわないように注意する」が76.4%と最も多く、次いで「家族に相談する」が30.7%、「家族や友人、地域などでトラブルに関する情報交換をする」が26.8%となっている。



### III. 調査結果(一般消費者)

		合計	いて消費 うト者 にラ自 注意ルが すに自 る自覚 わし な	家族 に相 談す る	報で家 交ト族 換ラや をブ友 する人 するに， 関地す るな情 ど	守る つ者 いが て商 品ル・ サル をビ	事業 すや る容 の品 ル・ サル をビ	示か る事 業者 がく等 説に品 明つ・ へいサ 表て！ わビ	事業 せりの 事業 者が る相 談窓 口を充	実事 業者 が相 談窓 口を充	関生 する上 方情 報を治 提ラ体 供ラが するに費	制國 や指 導業 者を治 強化 提供 する規 悪	相談 窓め の市 を充 充町 実村 にさや 対セ県 のす	育学 校充 充に 実さ せる	学校 を充 充に 実さ せる	させ る学 習機 会を生 充実に	うに見 民生 守括 委員 支援 活動 セシタ 児童 委員 もなだ 地	その 他
上段:回答者数 下段:構成比																		
			上位1位 上位2位															
今回調査	1,068	816	328	286	224	223	87	144	275	91	92	19	14	9				
	100.0	76.4	30.7	26.8	21.0	20.9	8.1	13.5	25.7	8.5	8.6	1.8	1.3	0.8				
男性全体	444	363	105	100	116	105	37	57	124	37	30	7	6	5				
	100.0	81.8	23.6	22.5	26.1	23.6	8.3	12.8	27.9	8.3	6.8	1.6	1.4	1.1				
男性_18~19歳	5	4	2	-	2	1	-	1	1	-	-	-	1	-				
	100.0	80.0	40.0	-	40.0	20.0	-	20.0	20.0	-	-	-	20.0	-				
男性_20~29歳	20	16	3	2	4	6	2	4	6	2	3	-	-	-				
	100.0	80.0	15.0	10.0	20.0	30.0	10.0	20.0	30.0	10.0	15.0	-	-	-				
男性_30~39歳	44	36	6	12	14	10	4	4	11	2	10	2	-	2				
	100.0	81.8	13.6	27.3	31.8	22.7	9.1	9.1	25.0	4.5	22.7	4.5	-	4.5				
男性_40~49歳	46	39	10	11	10	13	1	7	8	1	9	3	-	1				
	100.0	84.8	21.7	23.9	21.7	28.3	2.2	15.2	17.4	2.2	19.6	6.5	-	2.2				
男性_50~59歳	71	62	9	18	22	15	5	9	27	7	3	1	1	-				
	100.0	87.3	12.7	25.4	31.0	21.1	7.0	12.7	38.0	9.9	4.2	1.4	1.4	-				
男性_60~64歳	33	29	5	8	6	11	4	6	8	2	2	-	-	1		3.0		
	100.0	87.9	15.2	24.2	18.2	33.3	12.1	18.2	24.2	6.1	-	-	-	3.0				
男性_65~69歳	64	50	18	11	22	13	9	6	21	7	2	1	-	1				
	100.0	78.1	28.1	17.2	34.4	20.3	14.1	9.4	32.8	10.9	3.1	1.6	-	1.6				
男性_70歳以上	161	127	52	38	36	36	12	20	42	16	1	-	4	-				
	100.0	78.9	32.3	23.6	22.4	22.4	7.5	12.4	26.1	9.9	0.6	-	2.5	-				
男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
女性全体	603	440	218	182	104	114	48	82	144	53	61	11	8	4				
	100.0	73.0	36.2	30.2	17.2	18.9	8.0	13.6	23.9	8.8	10.1	1.8	1.3	0.7				
女性_18~19歳	4	2	2	-	2	1	-	-	1	1	1	-	2	-				
	100.0	50.0	50.0	-	50.0	25.0	-	-	25.0	25.0	-	50.0	-	-				
女性_20~29歳	35	24	12	9	6	7	2	1	9	4	8	3	-	-				
	100.0	68.6	34.3	25.7	17.1	20.0	5.7	2.9	25.7	11.4	22.9	8.6	-	-				
女性_30~39歳	42	29	13	9	8	13	1	5	14	3	9	1	-	-				
	100.0	69.0	31.0	21.4	19.0	31.0	-	11.9	33.3	7.1	21.4	2.4	-	-				
女性_40~49歳	89	74	20	36	16	21	9	19	20	3	16	1	-	1				
	100.0	83.1	22.5	40.4	18.0	23.6	10.1	21.3	22.5	3.4	18.0	1.1	-	1.1				
女性_50~59歳	105	81	36	32	21	22	11	17	30	10	6	2	-	-				
	100.0	77.1	34.3	30.5	20.0	21.0	10.5	16.2	28.6	9.5	5.7	1.9	-	-				
女性_60~64歳	61	47	21	22	10	9	5	12	13	6	7	1	-	2				
	100.0	77.0	34.4	36.1	16.4	14.8	8.2	19.7	21.3	9.8	11.5	1.6	-	3.3				
女性_65~69歳	71	51	34	23	11	10	5	10	18	11	6	1	1	-				
	100.0	71.8	47.9	32.4	15.5	14.1	7.0	14.1	25.4	15.5	8.5	1.4	1.4	-				
女性_70歳以上	195	131	80	51	29	31	16	18	38	15	8	2	5	1				
	100.0	67.2	41.0	26.2	14.9	15.9	8.2	9.2	19.5	7.7	4.1	1.0	2.6	0.5				
女性_無回答	1	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-				
	100.0	100.0	-	-	100.0	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-				
性別無回答・答えない	21	13	5	4	4	2	5	7	1	1	1	-	-	-				
	100.0	61.9	23.8	19.0	19.0	9.5	23.8	33.3	4.8	4.8	4.8	-	-	-				

【その他の回答】  
・ヘルパーに相談する。