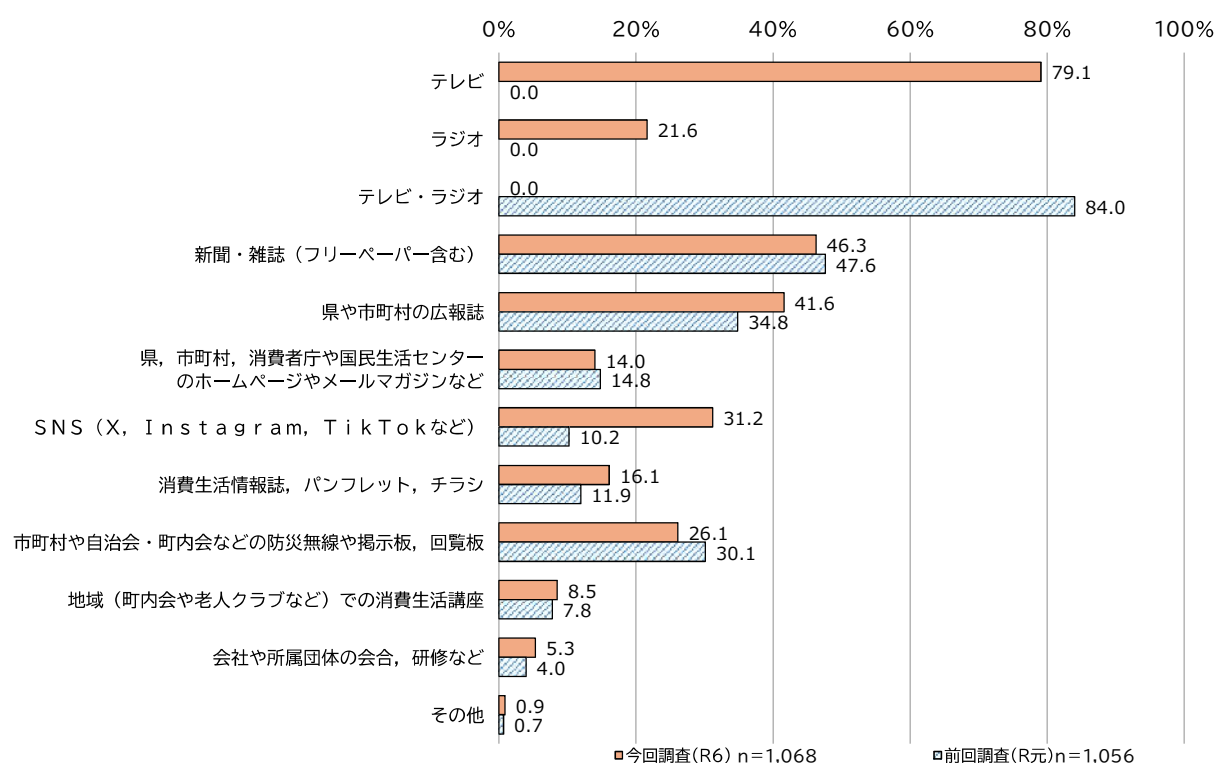


7. 「消費者問題に関する情報」について

問26 あなたは、消費者向けの情報提供手段として、どれが有効（利用しやすい）と思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。（複数回答）

消費生活情報発信の有効手段については、「テレビ」が79.1%と最も多く、次いで「新聞・雑誌（フリーペーパー含む）」が46.3%、「県や市町村の広報誌」が41.6%となっている。

前回調査と比較して、「SNS(X, Instagram, TikTokなど)」が21.0ポイント増加している。



※ 前回調査の「テレビ・ラジオ」を、今回の調査では、「テレビ」と「ラジオ」に選択肢を分割。

※ 今回調査の「県、市町村、消費者庁や国民生活センターのホームページやメールマガジンなど」は前回調査では「ホームページやメールマガジンなど」

※ 今回調査の「SNS(X, Instagram, TikTokなど)」は前回調査では「ブログやツイッター、フェイスブックなど」

III. 調査結果(一般消費者)

上段:回答者数 下段:構成比		合計	テレビ	ラジオ	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌(フリー ペーパー含む)	県や市町村の広報誌	県、市町村、消費者庁 や国民生活センターの ホームページやメール マガジンなど	SNS(X, Instagram, Twitter など)	消費生活情報誌、パン フレット、チラシ	市町村や自治会・町内 会などの防災無線・町 示板、回覧板	地域(町内会や老人ク ラブなど)での消費生 活講座	会社や所属団体の会 合、研修など	その他
前回調査(R元)		1,056 100.0	- -	- -	887 84.0	503 47.6	368 34.8	156 14.8	108 10.2	126 11.9	318 30.1	82 7.8	42 4.0	7 0.7
今回調査		1,068 100.0	845 79.1	231 21.6	- -	494 46.3	444 41.6	150 14.0	333 31.2	172 16.1	279 26.1	91 8.5	57 5.3	10 0.9
性・年代別	男性全体	444 100.0	354 79.7	108 24.3	- -	221 49.8	188 42.3	67 15.1	131 29.5	71 16.0	123 27.7	31 7.0	25 5.6	5 1.1
	男性_18~19歳	5 100.0	3 60.0	- -	- -	2 40.0	1 20.0	2 40.0	3 60.0	1 20.0	1 20.0	- -	1 20.0	- -
	男性_20~29歳	20 100.0	12 60.0	4 20.0	- -	6 30.0	5 25.0	- -	17 85.0	2 10.0	1 5.0	- -	4 20.0	- -
	男性_30~39歳	44 100.0	30 68.2	6 13.6	- -	12 27.3	11 25.0	9 20.5	31 70.5	3 6.8	11 25.0	3 6.8	8 18.2	1 2.3
	男性_40~49歳	46 100.0	31 67.4	9 19.6	- -	18 39.1	13 28.3	4 8.7	25 54.3	3 6.5	11 23.9	2 4.3	3 6.5	2 4.3
	男性_50~59歳	71 100.0	58 81.7	22 31.0	- -	26 36.6	31 43.7	15 21.1	28 39.4	15 21.1	17 23.9	6 8.5	2 2.8	1 1.4
	男性_60~64歳	33 100.0	28 84.8	8 24.2	- -	19 57.6	9 27.3	5 15.2	8 24.2	2 6.1	5 15.2	2 6.1	1 3.0	1 3.0
	男性_65~69歳	64 100.0	57 89.1	19 29.7	- -	32 50.0	31 48.4	15 23.4	11 17.2	13 20.3	21 32.8	4 6.3	3 4.7	- -
	男性_70歳以上	161 100.0	135 83.9	40 24.8	- -	106 65.8	87 54.0	17 10.6	8 5.0	32 19.9	56 34.8	14 8.7	3 1.9	- -
	男性_無回答	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	女性全体	603 100.0	477 79.1	121 20.1	- -	265 43.9	249 41.3	80 13.3	193 32.0	98 16.3	149 24.7	56 9.3	32 5.3	4 0.7
	女性_18~19歳	4 100.0	2 50.0	- -	- -	1 25.0	2 50.0	- -	2 50.0	- -	- -	- -	- -	- -
	女性_20~29歳	35 100.0	25 71.4	2 5.7	- -	2 5.7	1 2.9	3 8.6	34 97.1	2 5.7	2 5.7	1 2.9	3 8.6	- -
	女性_30~39歳	42 100.0	31 73.8	5 11.9	- -	15 35.7	10 23.8	3 7.1	32 76.2	2 4.8	4 9.5	1 2.4	2 4.8	1 2.4
	女性_40~49歳	89 100.0	72 80.9	15 16.9	- -	39 43.8	30 33.7	17 19.1	56 62.9	14 15.7	17 19.1	7 7.9	5 5.6	1 1.1
	女性_50~59歳	105 100.0	89 84.8	31 29.5	- -	45 42.9	44 41.9	23 21.9	43 41.0	12 11.4	28 26.7	15 14.3	8 7.6	- -
	女性_60~64歳	61 100.0	55 90.2	14 23.0	- -	34 55.7	30 49.2	12 19.7	14 23.0	13 21.3	15 24.6	3 4.9	3 4.9	- -
	女性_65~69歳	71 100.0	62 87.3	20 28.2	- -	37 52.1	36 50.7	7 9.9	7 9.9	16 22.5	21 29.6	2 2.8	2 2.8	1 1.4
	女性_70歳以上	195 100.0	141 72.3	34 17.4	- -	91 46.7	95 48.7	14 7.2	4 2.1	39 20.0	62 31.8	27 13.8	9 4.6	1 0.5
	女性_無回答	1 100.0	- -	- -	- -	1 100.0	1 100.0	1 100.0	1 100.0	- -	- -	- -	- -	- -
	性別無回答・答えない	21 100.0	14 66.7	2 9.5	- -	8 38.1	7 33.3	3 14.3	9 42.9	3 14.3	7 33.3	4 19.0	- -	1 4.8

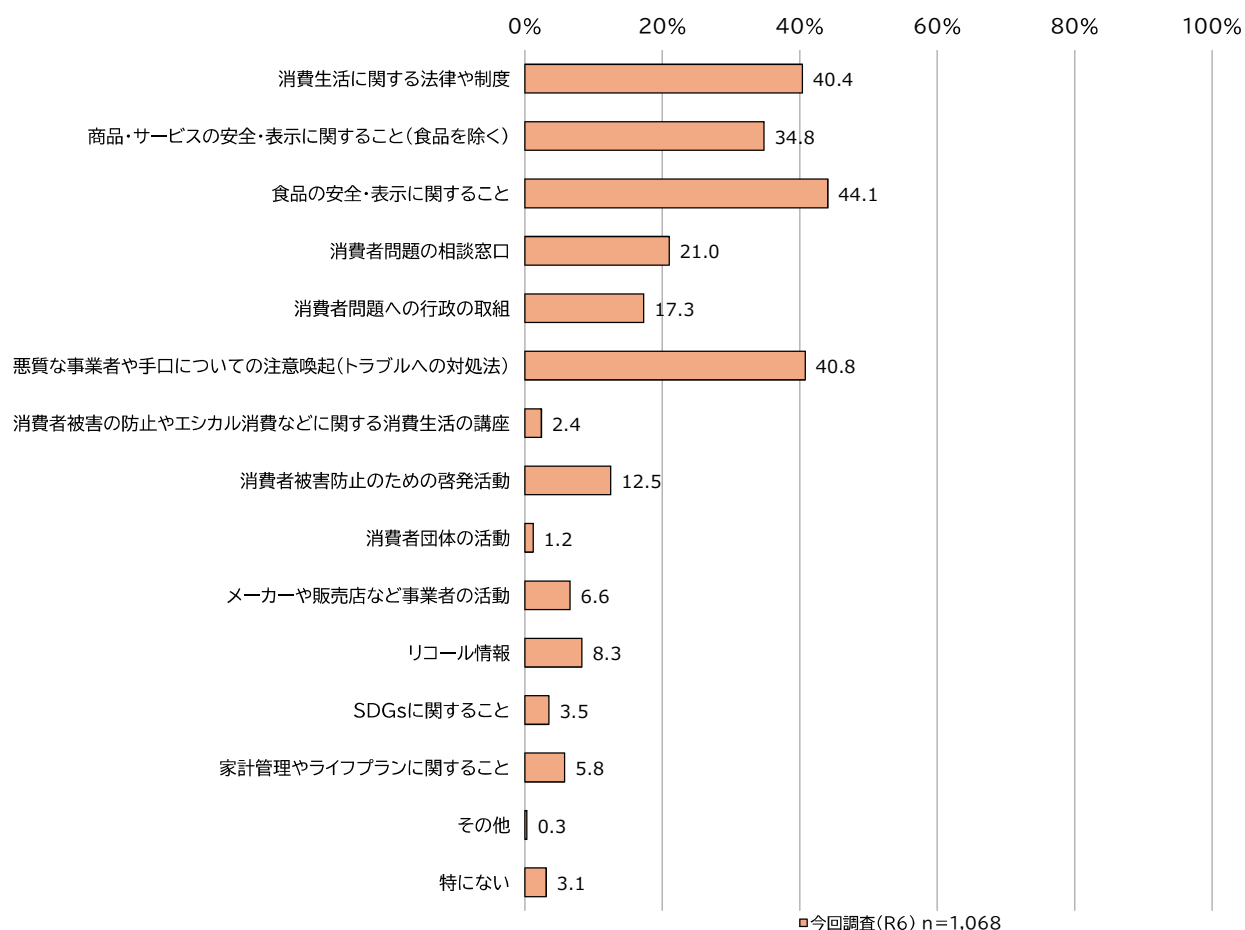
【その他の回答】

- ・独居老人等情報弱者に対する訪問によるもの
- ・デイケアや市町村の集まり(健康体操)
- ・正直、関心や興味がないことにはいずれも有効ではないと思う
- ・コンビニのトイレなど
- ・インターネット, 口コミ

問27 次の消費生活に関する情報のうち、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）

消費生活情報の重要点については、「食品の安全・表示に関すること」が44.1%と最も多く、次いで「悪質な事業者や手口についての注意喚起（トラブルへの対処法）」が40.8%、「消費生活に関する法律や制度」が40.4%となっている。

性別でみると、男性は「消費生活に関する法律や制度」が45.9%と最も多く、女性は「食品の安全・表示に関すること」が47.9%と最も多くなっている。



III. 調査結果(一般消費者)

上段:回答者数 下段:構成比 上位1位 上位2位		合計	消費者生活に関する法律	全商品・サービスに関する表示(食品を除く)	食品の安全・表示に関すること	消費者問題の相談窓口	消費者問題への行政の取組	悪質な事業者や手口について注喚起(ヘト)	消費者被害の防止や工	消費者被害の防止のため	消費者被害防止のため	消費者団体の活動	事業者の活動	メーカーや販売店など	リコール情報	SDGsに関すること	家計管理やライフプランに関すること	その他	特にな
今回調査		1,068	432	372	471	224	185	436	26	133	13	70	89	37	62	3	33		
		100.0	40.4	34.8	44.1	21.0	17.3	40.8	2.4	12.5	1.2	6.6	8.3	3.5	5.8	0.3	3.1		
性・年代別	男性全体	444	204	145	178	84	88	186	7	66	8	36	44	14	16	1	15		
		100.0	45.9	32.7	40.1	18.9	19.8	41.9	1.6	14.9	1.8	8.1	9.9	3.2	3.6	0.2	3.4		
	男性_18~19歳	5	2	2	3	-	1	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-		
		100.0	40.0	40.0	60.0	-	20.0	20.0	-	-	20.0	-	20.0	-	-	-	-		
	男性_20~29歳	20	10	7	6	4	2	9	-	-	-	5	3	-	1	-	1		
		100.0	50.0	35.0	30.0	20.0	10.0	45.0	-	-	-	25.0	15.0	-	5.0	-	5.0		
	男性_30~39歳	44	22	16	20	6	7	14	-	4	2	6	3	2	4	-	3		
		100.0	50.0	36.4	45.5	13.6	15.9	31.8	-	9.1	4.5	13.6	6.8	4.5	9.1	-	6.8		
	男性_40~49歳	46	22	13	12	9	6	21	1	5	-	6	6	4	1	-	3		
		100.0	47.8	28.3	26.1	19.6	13.0	45.7	2.2	10.9	-	13.0	13.0	8.7	2.2	-	6.5		
	男性_50~59歳	71	32	23	22	14	16	40	-	15	-	6	7	6	4	-	-		
		100.0	45.1	32.4	31.0	19.7	22.5	56.3	-	21.1	-	8.5	9.9	8.5	5.6	-	-		
	男性_60~64歳	33	15	14	15	6	2	17	1	7	-	2	4	1	2	-	1		
		100.0	45.5	42.4	45.5	18.2	6.1	51.5	3.0	21.2	-	6.1	12.1	3.0	6.1	-	3.0		
	男性_65~69歳	64	32	19	25	15	19	27	1	10	1	4	3	-	-	1	2		
		100.0	50.0	29.7	39.1	23.4	29.7	42.2	1.6	15.6	1.6	6.3	4.7	-	-	1.6	3.1		
	男性_70歳以上	161	69	51	75	30	35	57	4	25	4	7	17	1	4	-	5		
		100.0	42.9	31.7	46.6	18.6	21.7	35.4	2.5	15.5	2.5	4.3	10.6	0.6	2.5	-	3.1		
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	女性全体	603	220	220	289	136	93	242	19	66	4	33	42	23	46	2	15		
		100.0	36.5	36.5	47.9	22.6	15.4	40.1	3.2	10.9	0.7	5.5	7.0	3.8	7.6	0.3	2.5		
	女性_18~19歳	4	1	3	2	1	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-		
		100.0	25.0	75.0	50.0	25.0	-	-	25.0	-	-	-	-	-	25.0	-	-		
	女性_20~29歳	35	12	18	16	6	6	8	1	1	-	2	3	5	4	-	-		
		100.0	34.3	51.4	45.7	17.1	17.1	22.9	2.9	2.9	-	5.7	8.6	14.3	11.4	-	-		
	女性_30~39歳	42	16	14	19	6	13	15	-	1	-	5	1	1	7	-	2		
		100.0	38.1	33.3	45.2	14.3	31.0	35.7	-	2.4	-	11.9	2.4	2.4	16.7	-	4.8		
	女性_40~49歳	89	34	32	44	22	10	39	3	3	-	4	15	4	11	-	1		
		100.0	38.2	36.0	49.4	24.7	11.2	43.8	3.4	3.4	-	4.5	16.9	4.5	12.4	-	1.1		
	女性_50~59歳	105	42	42	49	26	14	48	5	9	-	6	9	3	6	1	4		
		100.0	40.0	40.0	46.7	24.8	13.3	45.7	4.8	8.6	-	5.7	8.6	2.9	5.7	1.0	3.8		
	女性_60~64歳	61	28	22	31	14	11	32	1	10	-	4	6	3	7	-	-		
		100.0	45.9	36.1	50.8	23.0	18.0	52.5	1.6	16.4	-	6.6	9.8	4.9	11.5	-	-		
	女性_65~69歳	71	17	29	35	13	10	35	2	16	1	4	6	5	5	-	-		
		100.0	23.9	40.8	49.3	18.3	14.1	49.3	2.8	22.5	1.4	5.6	8.5	7.0	7.0	-	-		
	女性_70歳以上	195	70	60	93	47	29	65	6	26	3	8	2	2	5	1	8		
		100.0	35.9	30.8	47.7	24.1	14.9	33.3	3.1	13.3	1.5	4.1	1.0	1.0	2.6	0.5	4.1		
	女性_無回答	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
		100.0	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	性別無回答・答えない	21	8	7	4	4	4	8	-	1	1	1	3	-	-	-	3		
		100.0	38.1	33.3	19.0	19.0	19.0	38.1	-	4.8	4.8	4.8	14.3	-	-	-	14.3		

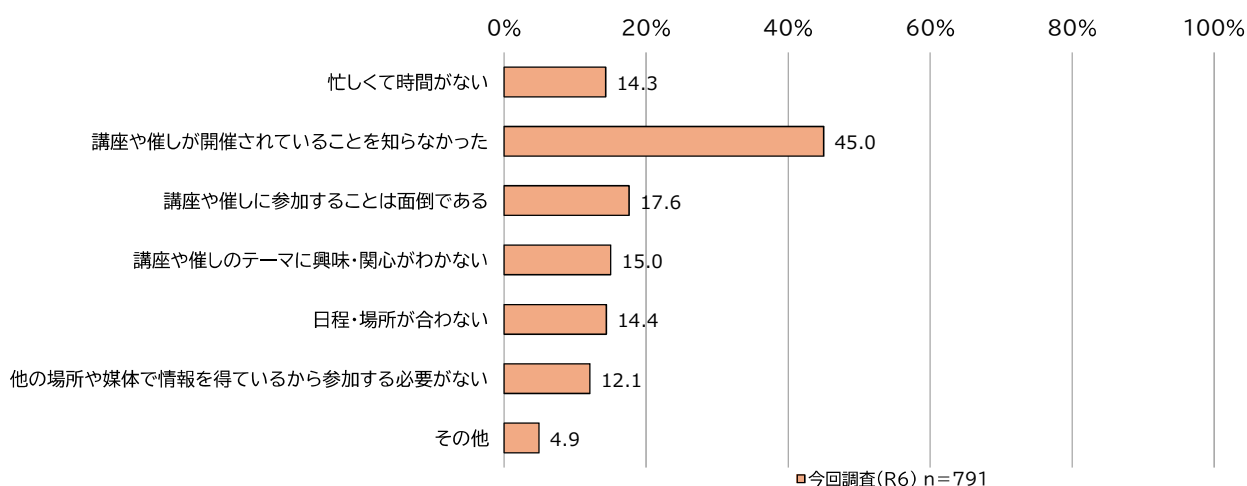
【その他の回答】

・情報があふれすぎている。本当に信頼できる所は「ここです」があればありがたい！年齢があがればあがるほど、そういう事が難しくなる。

問28-1 問28で選択肢1～4又は9を選んだ方にお聞きします。

学校以外で消費者教育を受けたことがないのはなぜですか。あてはまるものをすべて選んでください。
(複数回答)

学校以外で消費者教育を受けたことがない理由については、「講座や催しが開催されていることを知らなかった」が45.0%と最も多く、次いで「講座や催しに参加することは面倒である」が17.6%、「講座や催しのテーマに興味・関心がわからない」が15.0%となっている。



III. 調査結果(一般消費者)

上段:回答者数 下段:構成比 上位1位 上位2位		合計	忙しくて時間がない	かて講 つ座 たや こと を 知 開 催 さ れ	こ講 座 と は 面 倒 し に 参 加 す る	興講 味座 ・や 関催 心し のの わテ かー ないマ いに	日程・場所が合わない	るを他 必要の が場 ない所 いか ら媒 体 で 情 加報	その他
今回調査		791	113	356	139	119	114	96	39
		100.0	14.3	45.0	17.6	15.0	14.4	12.1	4.9
性・年代別	男性全体	337	48	160	55	53	57	42	19
		100.0	14.2	47.5	16.3	15.7	16.9	12.5	5.6
	男性_18~19歳	4	-	1	2	3	1	-	-
		100.0	-	25.0	50.0	75.0	25.0	-	-
	男性_20~29歳	18	5	8	4	2	2	1	1
		100.0	27.8	44.4	22.2	11.1	11.1	5.6	5.6
	男性_30~39歳	33	7	16	10	3	7	7	2
		100.0	21.2	48.5	30.3	9.1	21.2	21.2	6.1
	男性_40~49歳	34	6	17	7	5	6	3	3
		100.0	17.6	50.0	20.6	14.7	17.6	8.8	8.8
	男性_50~59歳	55	11	23	8	7	11	5	4
		100.0	20.0	41.8	14.5	12.7	20.0	9.1	7.3
	男性_60~64歳	27	1	13	5	6	6	1	2
		100.0	3.7	48.1	18.5	22.2	22.2	3.7	7.4
	男性_65~69歳	47	4	28	5	9	6	7	1
		100.0	8.5	59.6	10.6	19.1	12.8	14.9	2.1
	男性_70歳以上	119	14	54	14	18	18	18	6
		100.0	11.8	45.4	11.8	15.1	15.1	15.1	5.0
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	438	64	191	80	64	55	52	19
		100.0	14.6	43.6	18.3	14.6	12.6	11.9	4.3
	女性_18~19歳	3	1	2	1	-	-	-	-
		100.0	33.3	66.7	33.3	-	-	-	-
	女性_20~29歳	28	6	13	4	5	3	2	-
		100.0	21.4	46.4	14.3	17.9	10.7	7.1	-
	女性_30~39歳	37	10	16	7	13	1	5	-
		100.0	27.0	43.2	18.9	35.1	2.7	13.5	-
	女性_40~49歳	75	15	40	16	8	12	8	4
		100.0	20.0	53.3	21.3	10.7	16.0	10.7	5.3
	女性_50~59歳	73	14	37	17	11	10	6	5
		100.0	19.2	50.7	23.3	15.1	13.7	8.2	6.8
	女性_60~64歳	46	5	23	10	8	7	5	1
		100.0	10.9	50.0	21.7	17.4	15.2	10.9	2.2
	女性_65~69歳	48	3	21	9	9	6	9	1
		100.0	6.3	43.8	18.8	18.8	12.5	18.8	2.1
	女性_70歳以上	127	9	39	16	10	16	17	8
		100.0	7.1	30.7	12.6	7.9	12.6	13.4	6.3
	女性_無回答	1	1	-	-	-	-	-	-
		100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
	性別無回答・答えない	16	1	5	4	2	2	2	1
		100.0	6.3	31.3	25.0	12.5	12.5	12.5	6.3

【その他の回答】

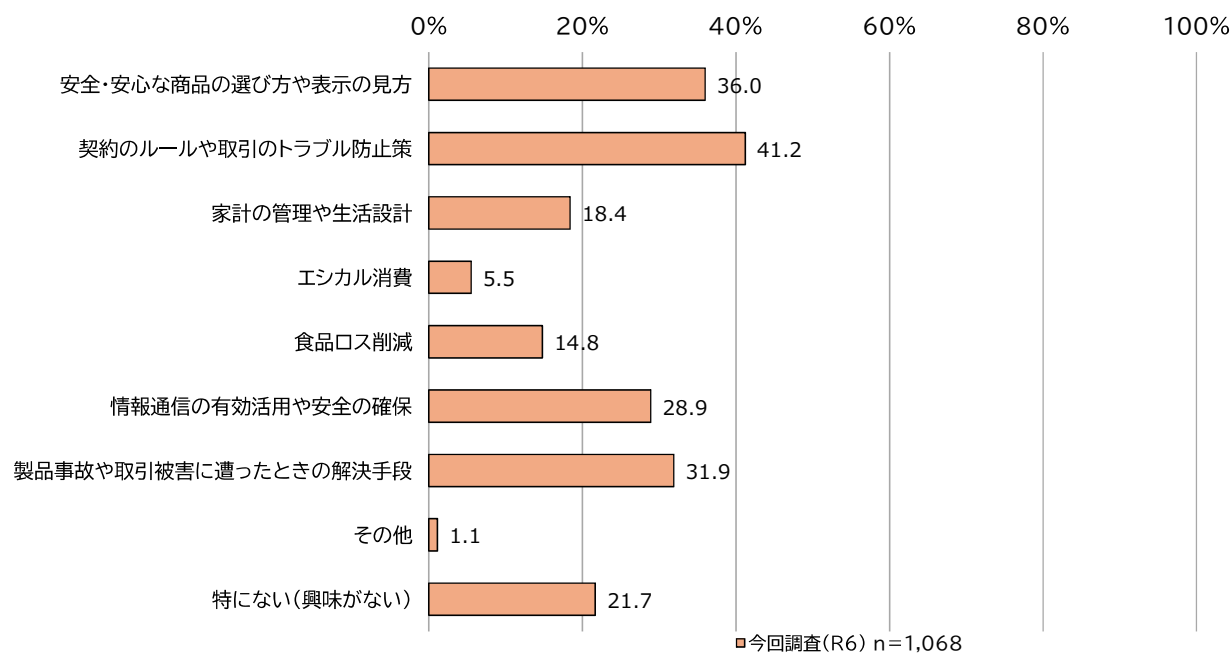
- ・70才から1人で自営の為。
- ・91才の私にはその情報がこない。
- ・いつ、どこであるのかわからない。
- ・そう言う教育がある事自体知らなかった。
- ・興味がない。
- ・興味はあるが、講座を受けようとは思わない。
- ・告知に気が付かない。

- ・自治体や地域で講習会がある事を知らない。
- ・小・中・高・大のどの時も”消費者教育”の実態がなかったように思う。
- ・消費者教育講座がない。
- ・新聞やテレビの情報を得て自分で考える。
- ・専門分野で関わらないと知らない事。
- ・体が不自由で行けない。
- ・不要だから。

問29 あなたは、どのような内容の消費者教育であれば参加したいと思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。（複数回答）

参加したい消費者教育については、「契約のルールや取引のトラブル防止策」が41.2%と最も多く、次いで「安全・安心な商品の選び方や表示の見方」が36.0%、「製品事故や取引被害に遭ったときの解決手段」が31.9%となっている。

性別でみると、男女ともに「契約のルールや取引のトラブル防止策」が最も多いが、次いで男性は「製品事故や取引被害に遭ったときの解決手段」、女性は「安全・安心な商品の選び方や表示の見方」が多くなっている。



III. 調査結果(一般消費者)

上段:回答者数 下段:構成比		合計	安全・安心な商品の選 び方や表示の見方	契約のルール防止策 や取引の	家計の管理や生活設計	エンカル消費	食品ロス削減	情報通信の有効活用や 安全の確保	製品事故や取引被害に 遭ったときの解決手段に	その他	特にな い（興味がな い）
今回調査		1,068	385	440	196	59	158	309	341	12	232
		100.0	36.0	41.2	18.4	5.5	14.8	28.9	31.9	1.1	21.7
性・年代別	男性全体	444	147	171	67	17	55	130	153	8	115
		100.0	33.1	38.5	15.1	3.8	12.4	29.3	34.5	1.8	25.9
	男性_18～19歳	5	1	2	1	1	-	-	2	1	1
		100.0	20.0	40.0	20.0	20.0	-	-	40.0	20.0	20.0
	男性_20～29歳	20	6	7	5	-	1	4	6	-	6
		100.0	30.0	35.0	25.0	-	5.0	20.0	30.0	-	30.0
	男性_30～39歳	44	15	18	11	1	5	15	15	2	10
		100.0	34.1	40.9	25.0	2.3	11.4	34.1	34.1	4.5	22.7
	男性_40～49歳	46	7	20	10	1	3	16	17	-	12
		100.0	15.2	43.5	21.7	2.2	6.5	34.8	37.0	-	26.1
	男性_50～59歳	71	21	33	12	6	10	24	27	2	14
		100.0	29.6	46.5	16.9	8.5	14.1	33.8	38.0	2.8	19.7
	男性_60～64歳	33	10	19	6	3	1	12	11	-	7
		100.0	30.3	57.6	18.2	9.1	3.0	36.4	33.3	-	21.2
	男性_65～69歳	64	23	21	6	-	8	21	23	-	19
		100.0	35.9	32.8	9.4	-	12.5	32.8	35.9	-	29.7
	男性_70歳以上	161	64	51	16	5	27	38	52	3	46
		100.0	39.8	31.7	9.9	3.1	16.8	23.6	32.3	1.9	28.6
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	231	260	126	42	99	175	181	4	114
		100.0	38.3	43.1	20.9	7.0	16.4	29.0	30.0	0.7	18.9
	女性_18～19歳	4	2	1	-	-	-	1	1	-	1
		100.0	50.0	25.0	-	-	-	25.0	25.0	-	25.0
	女性_20～29歳	35	14	12	7	-	3	13	10	-	6
		100.0	40.0	34.3	20.0	-	8.6	37.1	28.6	-	17.1
	女性_30～39歳	42	14	16	9	1	6	11	14	-	8
		100.0	33.3	38.1	21.4	2.4	14.3	26.2	33.3	-	19.0
女性_40～49歳	89	30	40	32	8	14	33	32	-	18	
	100.0	33.7	44.9	36.0	9.0	15.7	37.1	36.0	-	20.2	
女性_50～59歳	105	41	51	32	10	16	42	37	-	18	
	100.0	39.0	48.6	30.5	9.5	15.2	40.0	35.2	-	17.1	
女性_60～64歳	61	21	28	10	9	11	23	24	2	12	
	100.0	34.4	45.9	16.4	14.8	18.0	37.7	39.3	3.3	19.7	
女性_65～69歳	71	31	38	13	4	13	21	21	-	10	
	100.0	43.7	53.5	18.3	5.6	18.3	29.6	29.6	-	14.1	
女性_70歳以上	195	77	73	23	10	36	30	41	2	41	
	100.0	39.5	37.4	11.8	5.1	18.5	15.4	21.0	1.0	21.0	
女性_無回答	1	1	1	-	-	-	1	1	-	-	
	100.0	100.0	100.0	-	-	-	100.0	100.0	-	-	
性別無回答・答えない	21	7	9	3	-	4	4	7	-	3	
	100.0	33.3	42.9	14.3	-	19.0	19.0	33.3	-	14.3	

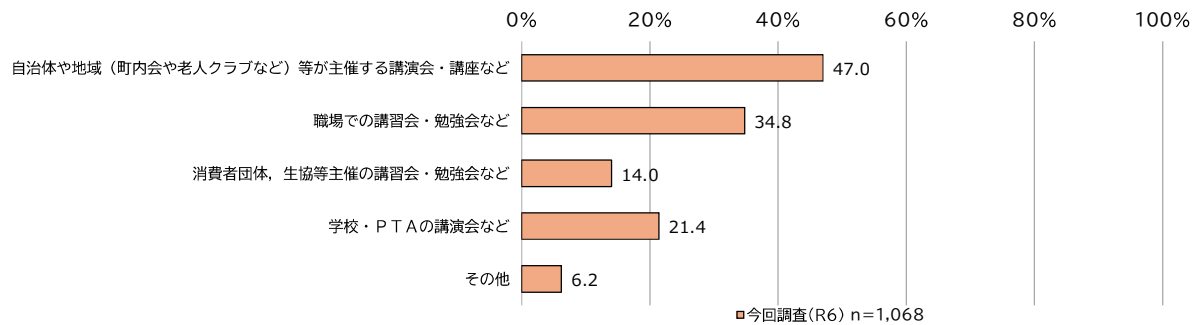
【その他の回答】

- ・相続のトラブル
- ・学術的な専門的な内容の講座
- ・食品添加物や農薬、遺伝子組み換えに関すること

問30 あなたは、どのような機会であれば消費者教育を受けやすいと思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

参加しやすい消費者教育の環境については、「自治体や地域(町内会や老人クラブなど)等が主催する講演会・講座など」が47.0%と最も多く、次いで「職場での講習会・勉強会など」が34.8%、「学校・PTAの講演会など」が21.4%となっている。

年代別でみると、20～59歳は「職場での講習会・勉強会など」が多く、60～70歳以上は「自治体や地域(町内会や老人クラブなど)等が主催する講演会・講座など」が多くなっている。



上段:回答者数 下段:構成比		合計	自治体や地域(町内会や老人クラブなど)等が主催する講演会・講座など	職場での講習会・勉強会など	消費者団体、生協等主催の講習会・勉強会など	学校・PTAの講演会	その他
			上位1位	上位2位			
今回調査		1,068	502	372	149	229	66
		100.0	47.0	34.8	14.0	21.4	6.2
性・年代別	男性全体	444	219	159	64	68	35
		100.0	49.3	35.8	14.4	15.3	7.9
	男性_18～19歳	5	-	2	-	3	-
		100.0	-	40.0	-	60.0	-
	男性_20～29歳	20	2	11	2	9	2
		100.0	10.0	55.0	10.0	45.0	10.0
	男性_30～39歳	44	6	32	3	14	8
		100.0	13.6	72.7	6.8	31.8	18.2
	男性_40～49歳	46	9	27	1	16	7
		100.0	19.6	58.7	2.2	34.8	15.2
	男性_50～59歳	71	27	37	10	12	6
		100.0	38.0	52.1	14.1	16.9	8.5
	男性_60～64歳	33	13	13	8	3	3
		100.0	39.4	39.4	24.2	9.1	9.1
	男性_65～69歳	64	37	19	11	3	3
		100.0	57.8	29.7	17.2	4.7	4.7
	男性_70歳以上	161	125	18	29	8	6
		100.0	77.6	11.2	18.0	5.0	3.7
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	275	204	83	158	31
		100.0	45.6	33.8	13.8	26.2	5.1
	女性_18～19歳	4	-	1	-	3	-
		100.0	-	25.0	-	75.0	-
	女性_20～29歳	35	4	26	1	12	2
		100.0	11.4	74.3	2.9	34.3	5.7
	女性_30～39歳	42	4	26	-	16	2
		100.0	9.5	61.9	-	38.1	4.8
	女性_40～49歳	89	19	43	6	47	8
		100.0	21.3	48.3	6.7	52.8	9.0
	女性_50～59歳	105	37	52	21	34	7
		100.0	35.2	49.5	20.0	32.4	6.7
	女性_60～64歳	61	35	20	12	18	4
		100.0	57.4	32.8	19.7	29.5	6.6
	女性_65～69歳	71	43	18	16	12	3
		100.0	60.6	25.4	22.5	16.9	4.2
	女性_70歳以上	195	133	17	27	16	5
		100.0	68.2	8.7	13.8	8.2	2.6
	女性_無回答	1	-	1	-	-	-
		100.0	-	100.0	-	-	-
	性別無回答・答えない	21	8	9	2	3	-
		100.0	38.1	42.9	9.5	14.3	-

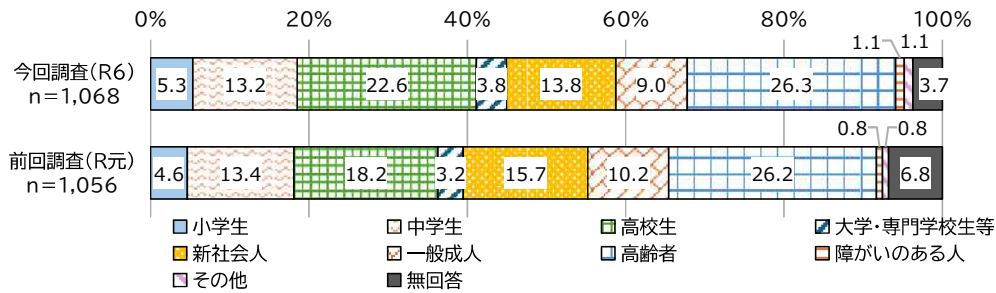
【その他の回答】

- ・「市民のひろば」等の記事
- ・SNS等
- ・YouTubeなどでの公開
- ・インターネットによるオンデマンド講座
- ・オンライン講習会でアーカイブ付き、自分の好きなタイミングで見られる
- ・オンライン配信や地域の回覧板などでスマホ QRコード利用し、閲覧できる
- ・ラジオ、テレビで具体的にわかりやすい特集番組をしてほしい
- ・わかりやすいパンフレットで新しい情報を行政で作成配布してほしい
- ・映画館で上映前に映す
- ・会社
- ・回覧板等
- ・学校の授業
- ・芸能人が出演するイベント
- ・県・市からのラインだいたいと思う
- ・講習会や勉強会などは論外で、どう興味を持たせるか?
- ・国の食品の基準の問題に真摯な団体や個人
- ・社会生活を、過ごすのが精一杯なので勉強会は難しい
- ・所属団体

問3 1 消費生活上のトラブルを防止するため、以下のどの対象者に対して重点的に啓発・対策を行うと効果があると思いますか。1つだけ選んでください。(単数回答)

重点的に啓発・対策を行うべきと考える対象者については、「高齢者」が26.3%と最も多く、次いで「高校生」が22.6%、「新社会人」が13.8%となっている。

性・年代別でみると、60～70歳以上の男性、65～70歳以上の女性で「高齢者」と回答した人が最も多くなっており、20～64歳では「高校生」と回答した人が多くなっている。

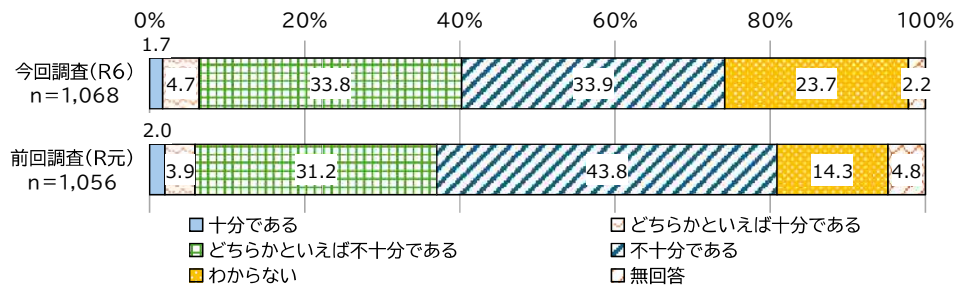


上段:回答者数 下段:構成比	全体	小学生	中学生	高校生	大学・専門 学校生等	新社会人	一般成人	高齢者	障がいのある人	その他	無回答	
上位1位 上位2位												
前回調査(R元)	1,056 100.0	49 4.6	142 13.4	192 18.2	34 3.2	166 15.7	108 10.2	277 26.2	8 0.8	8 0.8	72 6.8	
今回調査	1,068 100.0	57 5.3	141 13.2	241 22.6	41 3.8	147 13.8	96 9.0	281 26.3	12 1.1	12 1.1	40 3.7	
性・年代別	男性全体	444 100.0	30 6.8	63 14.2	92 20.7	15 3.4	58 13.1	46 10.4	116 26.1	4 0.9	5 1.1	15 3.4
	男性_18～19歳	5 100.0	-	-	-	2 40.0	2 40.0	1 20.0	-	-	-	-
	男性_20～29歳	20 100.0	1 5.0	4 20.0	6 30.0	1 5.0	5 25.0	-	3 15.0	-	-	-
	男性_30～39歳	44 100.0	6 13.6	14 31.8	10 22.7	1 2.3	4 9.1	6 13.6	3 6.8	-	-	-
	男性_40～49歳	46 100.0	8 17.4	10 21.7	10 21.7	3 6.5	6 13.0	2 4.3	5 10.9	1 2.2	1 2.2	-
	男性_50～59歳	71 100.0	2 2.8	10 14.1	27 38.0	3 4.2	5 7.0	6 8.5	17 23.9	-	1 1.4	-
	男性_60～64歳	33 100.0	3 9.1	1 3.0	9 27.3	-	7 21.2	-	10 30.3	1 3.0	1 3.0	1 3.0
	男性_65～69歳	64 100.0	5 7.8	8 12.5	12 18.8	2 3.1	8 12.5	9 14.1	15 23.4	1 1.6	-	4 6.3
	男性_70歳以上	161 100.0	5 3.1	16 9.9	18 11.2	3 1.9	21 13.0	22 13.7	63 39.1	1 0.6	2 1.2	10 6.2
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603 100.0	25 4.1	72 11.9	145 24.0	26 4.3	86 14.3	49 8.1	164 27.2	7 1.2	6 1.0	23 3.8
	女性_18～19歳	4 100.0	1 25.0	-	1 25.0	-	1 25.0	-	1 25.0	-	-	-
	女性_20～29歳	35 100.0	1 2.9	5 14.3	12 34.3	4 11.4	6 17.1	3 8.6	4 11.4	-	-	-
	女性_30～39歳	42 100.0	1 2.4	8 19.0	12 28.6	2 4.8	10 23.8	3 7.1	5 11.9	1 2.4	-	-
	女性_40～49歳	89 100.0	4 4.5	16 18.0	26 29.2	6 6.7	11 12.4	8 9.0	16 18.0	1 1.1	1 1.1	-
	女性_50～59歳	105 100.0	6 5.7	13 12.4	33 31.4	4 3.8	13 12.4	10 9.5	25 23.8	1 1.0	-	-
	女性_60～64歳	61 100.0	3 4.9	10 16.4	15 24.6	4 6.6	13 21.3	5 8.2	9 14.8	-	2 3.3	-
	女性_65～69歳	71 100.0	3 4.2	8 11.3	18 25.4	1 1.4	12 16.9	3 4.2	21 29.6	2 2.8	1 1.4	2 2.8
	女性_70歳以上	195 100.0	6 3.1	12 6.2	27 13.8	5 2.6	20 10.3	17 8.7	83 42.6	2 1.0	2 1.0	21 10.8
	女性_無回答	1 100.0	-	-	1 100.0	-	-	-	-	-	-	-
	性別無回答・答えない	21 100.0	2 9.5	6 28.6	4 19.0	-	3 14.3	1 4.8	1 4.8	1 4.8	1 4.8	2 9.5

【その他の回答】
・全員、各々の説明、講演 etc が必要
・情報弱者

問3 2 成年年齢が18歳に引き下げられ、18歳、19歳は父母の同意なく一人で契約ができ、未成年という理由では、契約を取り消すことはできなくなりました。現時点で、成年年齢の引下げに伴う消費者教育は十分だと思いますか。(単数回答)

成年年齢引下げに伴う消費者教育については、「不十分である」が33.9%と最も多く、次いで「どちらかといえば不十分である」が33.8%、「わからない」が23.7%となっている。

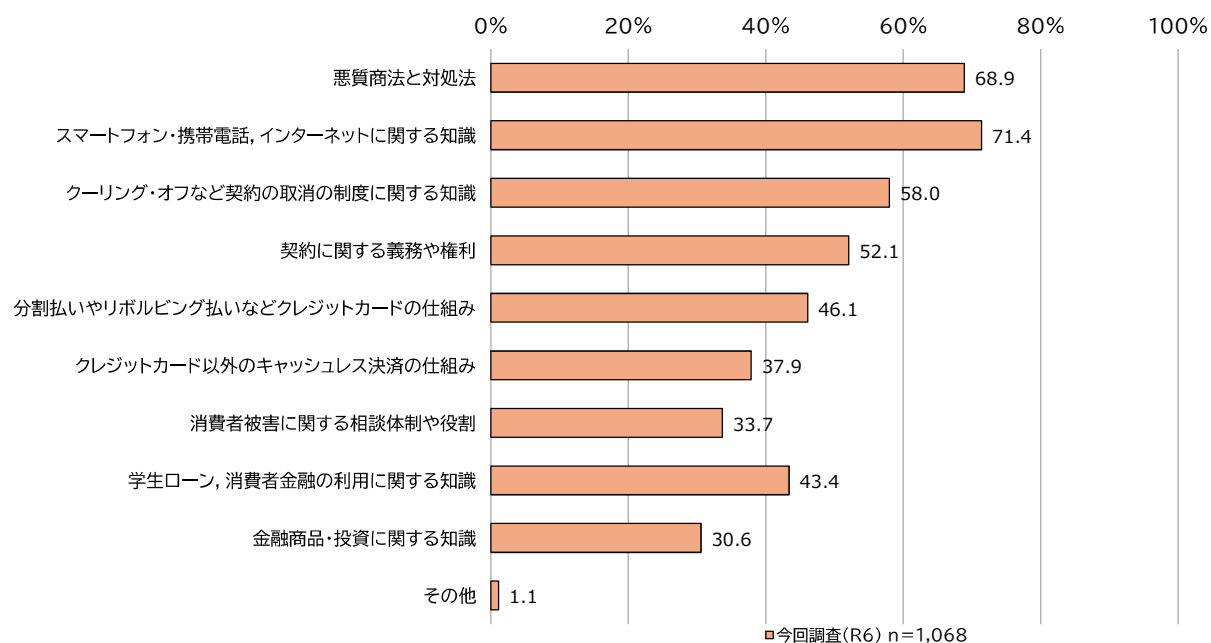


※ 前回調査の設問文は「成年年齢が18歳に引き下げられれば、18歳、19歳は父母の同意なく一人で契約ができ、これまでのように未成年という理由では、契約を取り消すことはできなくなります。現時点で、成年年齢の引下げに伴う消費者教育は十分だと思いますか。」

上段:回答者数 下段:構成比		全体	十分である	どちらか といえ ば十分 である	どちらか といえ ば不十 分である	不十分である	わからない	無回答
上位1位 上位2位								
前回調査(R元)		1,056	21	41	329	463	151	51
		100.0	2.0	3.9	31.2	43.8	14.3	4.8
今回調査		1,068	18	50	361	362	253	24
		100.0	1.7	4.7	33.8	33.9	23.7	2.2
性・年代別	男性全体	444	10	17	145	148	113	11
		100.0	2.3	3.8	32.7	33.3	25.5	2.5
	男性_18～19歳	5	-	1	3	-	1	-
		100.0	-	20.0	60.0	-	20.0	-
	男性_20～29歳	20	1	2	7	8	2	-
		100.0	5.0	10.0	35.0	40.0	10.0	-
	男性_30～39歳	44	5	1	12	18	8	-
		100.0	11.4	2.3	27.3	40.9	18.2	-
	男性_40～49歳	46	2	-	17	20	7	-
		100.0	4.3	-	37.0	43.5	15.2	-
	男性_50～59歳	71	-	3	19	32	17	-
		100.0	-	4.2	26.8	45.1	23.9	-
	男性_60～64歳	33	1	2	11	9	9	1
		100.0	3.0	6.1	33.3	27.3	27.3	3.0
	男性_65～69歳	64	-	2	16	22	20	4
		100.0	-	3.1	25.0	34.4	31.3	6.3
	男性_70歳以上	161	1	6	60	39	49	6
		100.0	0.6	3.7	37.3	24.2	30.4	3.7
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	6	33	208	208	136	12
		100.0	1.0	5.5	34.5	34.5	22.6	2.0
	女性_18～19歳	4	-	1	2	-	1	-
		100.0	-	25.0	50.0	-	25.0	-
	女性_20～29歳	35	1	2	12	14	6	-
		100.0	2.9	5.7	34.3	40.0	17.1	-
女性_30～39歳	42	-	4	16	15	7	-	
	100.0	-	9.5	38.1	35.7	16.7	-	
女性_40～49歳	89	1	6	25	42	15	-	
	100.0	1.1	6.7	28.1	47.2	16.9	-	
女性_50～59歳	105	1	3	47	39	15	-	
	100.0	1.0	2.9	44.8	37.1	14.3	-	
女性_60～64歳	61	-	5	20	28	8	-	
	100.0	-	8.2	32.8	45.9	13.1	-	
女性_65～69歳	71	2	5	23	25	15	1	
	100.0	2.8	7.0	32.4	35.2	21.1	1.4	
女性_70歳以上	195	1	7	63	44	69	11	
	100.0	0.5	3.6	32.3	22.6	35.4	5.6	
女性_無回答	1	-	-	-	1	-	-	
	100.0	-	-	-	100.0	-	-	
性別無回答・答えない	21	2	-	8	6	4	1	
	100.0	9.5	-	38.1	28.6	19.0	4.8	

問33 成年年齢の引下げに伴い、18歳、19歳前後の若年者が消費者被害にあわないためにどのようなことを知っておく必要があると思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。(複数回答)

成年年齢引下げに伴う消費者教育の内容で必要なことについては、「スマートフォン・携帯電話、インターネットに関する知識」が71.4%と最も多く、次いで「悪質商法と対処法」が68.9%、「クーリング・オフなど契約の取消の制度に関する知識」が58.0%となっている。



III. 調査結果(一般消費者)

上段:回答者数 下段:構成比		合計	悪質 商法と 対処法	に電話 する知 識	スマー トフォ ン・携 帯	契約の 取消・ 制度に 関など	契約に 関する 義務や 権	カード 払いの 仕組み	分割 払いの 仕組み	クレジット カード 決済外	消費者 被害に 関する 相	融 資 利 用 に 関 する 消 費 者 知 識	金 融 商 品 ・ 投 資 に 関 す	そ の 他
今回調査		1,068	736	763	619	556	492	405	360	464	327	12		
		100.0	68.9	71.4	58.0	52.1	46.1	37.9	33.7	43.4	30.6	1.1		
性・ 年代別	男性全体	444	316	317	249	249	188	159	145	192	136	5		
		100.0	71.2	71.4	56.1	56.1	42.3	35.8	32.7	43.2	30.6	1.1		
	男性_18～19歳	5	3	3	1	2	1	2	1	2	1	-		
		100.0	60.0	60.0	20.0	40.0	20.0	40.0	20.0	40.0	20.0	-		
	男性_20～29歳	20	13	18	9	9	14	9	3	8	9	-		
		100.0	65.0	90.0	45.0	45.0	70.0	45.0	15.0	40.0	45.0	-		
	男性_30～39歳	44	32	38	25	22	28	22	14	18	16	3		
		100.0	72.7	86.4	56.8	50.0	63.6	50.0	31.8	40.9	36.4	6.8		
	男性_40～49歳	46	33	41	26	24	22	14	14	18	14	-		
		100.0	71.7	89.1	56.5	52.2	47.8	30.4	30.4	39.1	30.4	-		
	男性_50～59歳	71	52	55	47	39	32	29	29	35	28	-		
		100.0	73.2	77.5	66.2	54.9	45.1	40.8	40.8	49.3	39.4	-		
	男性_60～64歳	33	24	18	19	21	10	6	8	17	7	-		
		100.0	72.7	54.5	57.6	63.6	30.3	18.2	24.2	51.5	21.2	-		
	男性_65～69歳	64	44	45	36	37	22	18	25	25	15	-		
		100.0	68.8	70.3	56.3	57.8	34.4	28.1	39.1	39.1	23.4	-		
	男性_70歳以上	161	115	99	86	95	59	59	51	69	46	2		
		100.0	71.4	61.5	53.4	59.0	36.6	36.6	31.7	42.9	28.6	1.2		
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	女性全体	603	407	433	359	298	291	236	207	259	182	6		
		100.0	67.5	71.8	59.5	49.4	48.3	39.1	34.3	43.0	30.2	1.0		
	女性_18～19歳	4	1	4	3	-	3	1	-	1	1	-		
		100.0	25.0	100.0	75.0	-	75.0	25.0	-	25.0	25.0	-		
	女性_20～29歳	35	25	29	18	13	23	17	10	15	12	-		
		100.0	71.4	82.9	51.4	37.1	65.7	48.6	28.6	42.9	34.3	-		
	女性_30～39歳	42	27	33	24	15	30	24	17	19	15	-		
		100.0	64.3	78.6	57.1	35.7	71.4	57.1	40.5	45.2	35.7	-		
	女性_40～49歳	89	66	73	59	53	59	54	40	45	37	1		
		100.0	74.2	82.0	66.3	59.6	66.3	60.7	44.9	50.6	41.6	1.1		
	女性_50～59歳	105	71	77	68	59	52	40	41	42	31	1		
		100.0	67.6	73.3	64.8	56.2	49.5	38.1	39.0	40.0	29.5	1.0		
	女性_60～64歳	61	48	46	40	36	29	23	22	31	21	1		
		100.0	78.7	75.4	65.6	59.0	47.5	37.7	36.1	50.8	34.4	1.6		
	女性_65～69歳	71	52	53	46	30	30	22	26	37	20	1		
		100.0	73.2	74.6	64.8	42.3	42.3	31.0	36.6	52.1	28.2	1.4		
	女性_70歳以上	195	116	117	100	91	64	54	50	68	44	2		
		100.0	59.5	60.0	51.3	46.7	32.8	27.7	25.6	34.9	22.6	1.0		
	女性_無回答	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-		
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-		
	性別無回答・答えない	21	13	13	11	9	13	10	8	13	9	1		
		100.0	61.9	61.9	52.4	42.9	61.9	47.6	38.1	61.9	42.9	4.8		

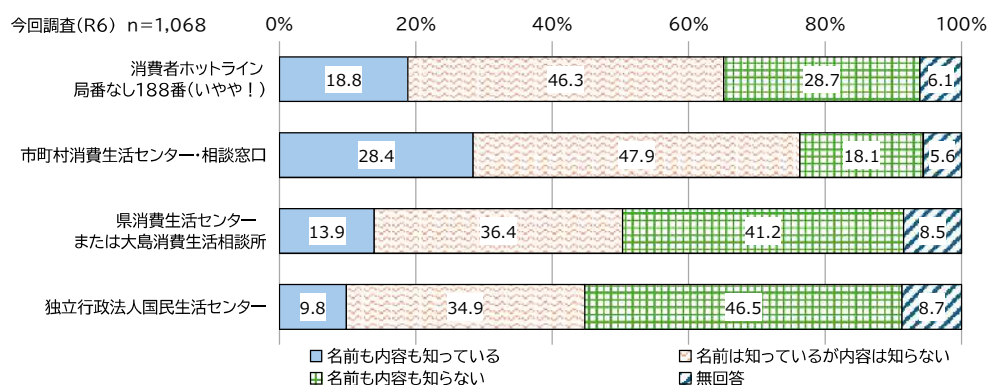
【その他の回答】

- ・学校で、教科書だけでなく、こういう事を話題に取り上げてほしい。
- ・まず親や身近な人に聞いて知ってほしい。

9. 「消費者問題に対する行政の取組」について

問34 次の機関や相談窓口を知っていますか。①～④のすべての項目について、それぞれあてはまるものを一つ選び○を記入してください。(単数回答)

消費者問題の相談窓口の認知については、「消費者ホットライン 局番なし188番(いやや!)」、「市町村消費生活センター・相談窓口」は「名前は知っているが内容は知らない」が、「県消費生活センターまたは大島消費生活相談所」、「独立行政法人国民生活センター」は「名前も内容も知らない」が最も多くなっている。



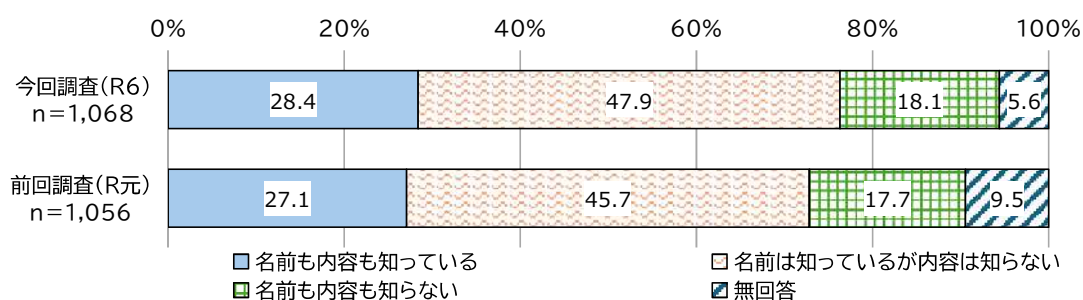
上段:回答者数 下段:構成比	全体	名前も内容も知っている	名前を知っているが内容は知らない	名前も内容も知らない	無回答
消費者ホットライン 局番なし188番(いやや!)	1,068 100.0	201 18.8	495 46.3	307 28.7	65 6.1
市町村消費生活センター・ 相談窓口	1,068 100.0	303 28.4	512 47.9	193 18.1	60 5.6
県消費生活センター または大島消費生活相談所	1,068 100.0	148 13.9	389 36.4	440 41.2	91 8.5
独立行政法人国民生活センター	1,068 100.0	105 9.8	373 34.9	497 46.5	93 8.7

【参考】若年者(18歳～29歳)の市町村及び県の消費生活センターの認知度

		前回調査(R元)						今回調査(R6)							
		全体	名前も知っている内容も	名前前だけ知っている	名前もない内容も	無回答	合計	認知度	全体	名前も知っている内容も	名前前だけ知っている	名前もない内容も	無回答	合計	認知度
		11.1%	46.0%	42.9%		0.0%			19.5%	38.3%	40.6%		1.6%		
市町村消費生活センター・相談窓口	男性18～19歳	5	1	3	1		4	80.0%	5	1	2	2		3	60.0%
	男性20～29歳	24	4	16	4		20	83.3%	20	6	10	4		16	80.0%
	女性18～19歳	4	0	2	2		2	50.0%	4	1	2	1		3	75.0%
	女性20～29歳	30	5	16	9		21	70.0%	35	10	13	11	1	23	65.7%
県消費生活センターまたは大島消費生活相談所	男性18～19歳	5	1	0	4		1	20.0%	5	1	0	4		1	20.0%
	男性20～29歳	24	2	11	11		13	54.2%	20	2	8	10		10	50.0%
	女性18～19歳	4	0	2	2		2	50.0%	4	0	2	2		2	50.0%
	女性20～29歳	30	1	8	21		9	30.0%	35	4	12	18	1	16	45.7%
	合計	126	14	58	54	0	72	57.1%	128	25	49	52	2	74	57.8%

②市町村消費生活センター・相談窓口

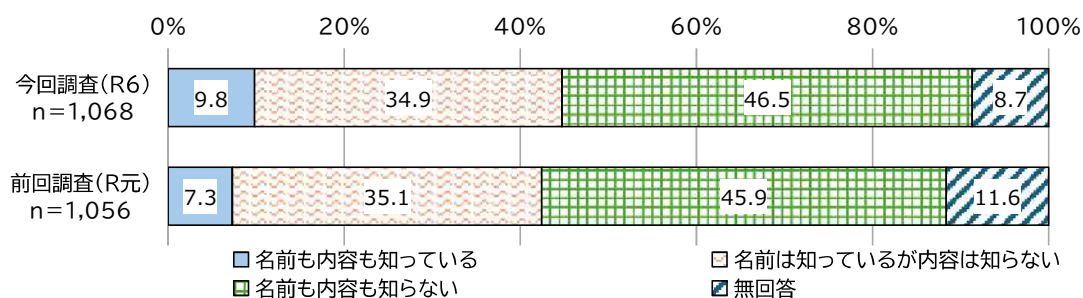
市町村消費生活センター・相談窓口については、「名前は知っているが内容は知らない」が47.9%と最も多く、次いで「名前も内容も知っている」が28.4%となっている。



上段:回答者数 下段:構成比		全体	名前も 内容も 知っている	名前は知 っている が内容 は知らない	名前も 内容も 知らない	無 回 答	
上位1位 上位2位							
前回調査(R元)		1,056 100.0	286 27.1	483 45.7	187 17.7	100 9.5	
今回調査		1,068 100.0	303 28.4	512 47.9	193 18.1	60 5.6	
性・ 年代別	男性全体	444 100.0	121 27.3	217 48.9	85 19.1	21 4.7	
	男性_18～19歳	5 100.0	1 20.0	2 40.0	2 40.0	-	
	男性_20～29歳	20 100.0	6 30.0	10 50.0	4 20.0	-	
	男性_30～39歳	44 100.0	7 15.9	22 50.0	14 31.8	1 2.3	
	男性_40～49歳	46 100.0	15 32.6	22 47.8	9 19.6	-	
	男性_50～59歳	71 100.0	15 21.1	44 62.0	12 16.9	-	
	男性_60～64歳	33 100.0	6 18.2	20 60.6	6 18.2	1 3.0	
	男性_65～69歳	64 100.0	18 28.1	32 50.0	9 14.1	5 7.8	
	男性_70歳以上	161 100.0	53 32.9	65 40.4	29 18.0	14 8.7	
	男性_無回答	- -	- -	- -	- -	- -	
	女性全体	603 100.0	178 29.5	283 46.9	105 17.4	37 6.1	
	女性_18～19歳	4 100.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0	-	
	女性_20～29歳	35 100.0	10 28.6	13 37.1	11 31.4	1 2.9	
	女性_30～39歳	42 100.0	8 19.0	23 54.8	11 26.2	-	
	女性_40～49歳	89 100.0	25 28.1	50 56.2	14 15.7	-	
	女性_50～59歳	105 100.0	35 33.3	62 59.0	7 6.7	1 1.0	
	女性_60～64歳	61 100.0	18 29.5	29 47.5	14 23.0	-	
	女性_65～69歳	71 100.0	29 40.8	32 45.1	7 9.9	3 4.2	
	女性_70歳以上	195 100.0	52 26.7	72 36.9	39 20.0	32 16.4	
	女性_無回答	1 100.0	- -	- -	1 100.0	- -	
	性別無回答・答えない		21 100.0	4 19.0	12 57.1	3 14.3	2 9.5

④独立行政法人国民生活センター

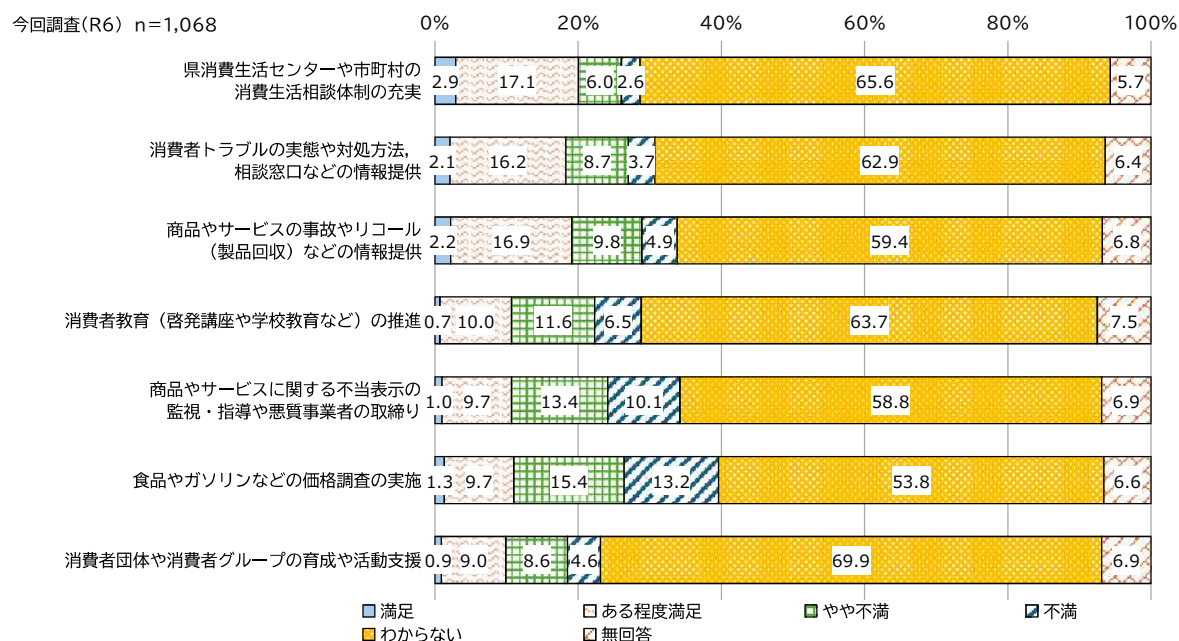
独立行政法人国民生活センターについては、「名前も内容も知らない」が46.5%と最も多く、次いで「名前は知っているが内容は知らない」が34.9%となっている。



上段:回答者数 下段:構成比		全体	名前も 内容も 知っている	は 名 前 は 知 ら な い が 内 容 は 知 っている	名 前 も 内 容 も 知 ら な い	無 回 答
前回調査(R元)		1,056 100.0	77 7.3	371 35.1	485 45.9	123 11.6
今回調査		1,068 100.0	105 9.8	373 34.9	497 46.5	93 8.7
性・年代別	男性全体	444 100.0	42 9.5	159 35.8	216 48.6	27 6.1
	男性_18~19歳	5 100.0	1 20.0	1 20.0	3 60.0	-
	男性_20~29歳	20 100.0	2 10.0	6 30.0	12 60.0	-
	男性_30~39歳	44 100.0	4 9.1	11 25.0	28 63.6	1 2.3
	男性_40~49歳	46 100.0	5 10.9	14 30.4	27 58.7	-
	男性_50~59歳	71 100.0	9 12.7	31 43.7	31 43.7	-
	男性_60~64歳	33 100.0	1 3.0	14 42.4	17 51.5	1 3.0
	男性_65~69歳	64 100.0	6 9.4	20 31.3	32 50.0	6 9.4
	男性_70歳以上	161 100.0	14 8.7	62 38.5	66 41.0	19 11.8
	男性_無回答	-	-	-	-	-
	女性全体	603 100.0	62 10.3	205 34.0	274 45.4	62 10.3
	女性_18~19歳	4 100.0	1 25.0	1 25.0	2 50.0	-
	女性_20~29歳	35 100.0	3 8.6	10 28.6	21 60.0	1 2.9
	女性_30~39歳	42 100.0	3 7.1	14 33.3	24 57.1	1 2.4
	女性_40~49歳	89 100.0	8 9.0	42 47.2	39 43.8	-
	女性_50~59歳	105 100.0	16 15.2	40 38.1	46 43.8	3 2.9
	女性_60~64歳	61 100.0	7 11.5	23 37.7	30 49.2	1 1.6
	女性_65~69歳	71 100.0	6 8.5	23 32.4	34 47.9	8 11.3
	女性_70歳以上	195 100.0	17 8.7	52 26.7	78 40.0	48 24.6
	女性_無回答	1 100.0	1 100.0	-	-	-
	性別無回答・答えない	21 100.0	1 4.8	9 42.9	7 33.3	4 19.0

問35 次の行政の取組についてどの程度満足していますか。①～⑦のすべての項目について、それぞれあてはまるものを一つ選び○を記入してください。(単数回答)

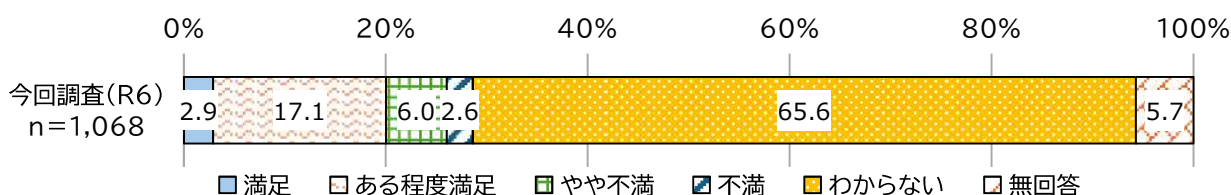
行政の取組への満足度については、『満足(満足+ある程度満足)』は「県消費生活センターや市町村の消費生活相談体制の充実」が20.0%と最も多く、次いで「商品やサービスの事故やリコール(製品回収)などの情報提供」は19.1%となっている。



	全体	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
上段:回答者数 下段:構成比							
上位1位							
上位2位							
県消費生活センターや市町村の消費生活相談体制の充実	1,068 100.0	31 2.9	183 17.1	64 6.0	28 2.6	701 65.6	61 5.7
消費者トラブルの実態や対処方法、相談窓口などの情報提供	1,068 100.0	22 2.1	173 16.2	93 8.7	40 3.7	672 62.9	68 6.4
商品やサービスの事故やリコール(製品回収)などの情報提供	1,068 100.0	23 2.2	181 16.9	105 9.8	52 4.9	634 59.4	73 6.8
消費者教育(啓発講座や学校教育など)の推進	1,068 100.0	8 0.7	107 10.0	124 11.6	69 6.5	680 63.7	80 7.5
商品やサービスに関する不当表示の監視・指導や悪質事業者の取締り	1,068 100.0	11 1.0	104 9.7	143 13.4	108 10.1	628 58.8	74 6.9
食品やガソリンなどの価格調査の実施	1,068 100.0	14 1.3	104 9.7	164 15.4	141 13.2	575 53.8	70 6.6
消費者団体や消費者グループの育成や活動支援	1,068 100.0	10 0.9	96 9.0	92 8.6	49 4.6	747 69.9	74 6.9

①県消費生活センターや市町村の消費生活相談体制の充実

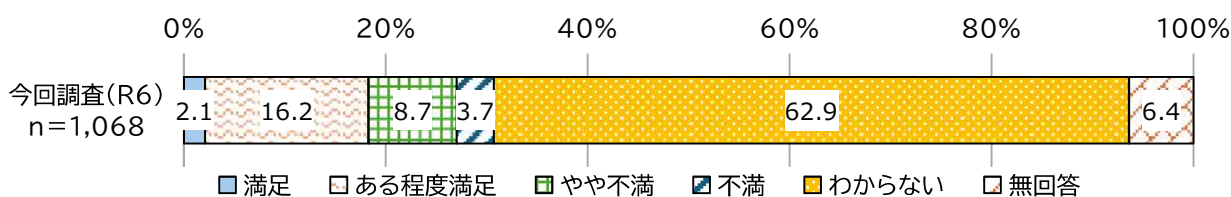
県消費生活センターや市町村の消費生活相談体制の充実については、「わからない」が65.6%と最も多く、『満足(満足+ある程度満足)』は合わせて20.0%となっている。



上段:回答者数 下段:構成比		全体	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
今回調査		1,068	31	183	64	28	701	61
		100.0	2.9	17.1	6.0	2.6	65.6	5.7
性・年代別	男性全体	444	13	69	32	14	293	23
		100.0	2.9	15.5	7.2	3.2	66.0	5.2
	男性 18~19歳	5	-	2	-	1	2	-
		100.0	-	40.0	-	20.0	40.0	-
	男性 20~29歳	20	-	3	1	-	16	-
		100.0	-	15.0	5.0	-	80.0	-
	男性 30~39歳	44	2	6	2	2	31	1
		100.0	4.5	13.6	4.5	4.5	70.5	2.3
	男性 40~49歳	46	-	8	4	1	33	-
		100.0	-	17.4	8.7	2.2	71.7	-
	男性 50~59歳	71	1	7	5	6	52	-
		100.0	1.4	9.9	7.0	8.5	73.2	-
	男性 60~64歳	33	-	5	2	-	25	1
		100.0	-	15.2	6.1	-	75.8	3.0
	男性 65~69歳	64	4	3	6	2	45	4
		100.0	6.3	4.7	9.4	3.1	70.3	6.3
	男性 70歳以上	161	6	35	12	2	89	17
		100.0	3.7	21.7	7.5	1.2	55.3	10.6
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	18	113	31	14	391	36
		100.0	3.0	18.7	5.1	2.3	64.8	6.0
	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	-	2	2	2	28	1
		100.0	-	5.7	5.7	5.7	80.0	2.9
	女性 30~39歳	42	-	6	1	2	33	-
		100.0	-	14.3	2.4	4.8	78.6	-
	女性 40~49歳	89	3	14	4	2	66	-
		100.0	3.4	15.7	4.5	2.2	74.2	-
	女性 50~59歳	105	3	22	7	2	70	1
		100.0	2.9	21.0	6.7	1.9	66.7	1.0
	女性 60~64歳	61	2	11	4	3	41	-
		100.0	3.3	18.0	6.6	4.9	67.2	-
	女性 65~69歳	71	-	20	5	-	42	4
		100.0	-	28.2	7.0	-	59.2	5.6
	女性 70歳以上	195	9	37	7	3	109	30
		100.0	4.6	19.0	3.6	1.5	55.9	15.4
	女性_無回答	1	-	-	-	-	1	-
		100.0	-	-	-	-	100.0	-
	性別無回答・答えない	21	-	1	1	-	17	2
		100.0	-	4.8	4.8	-	81.0	9.5

②消費者トラブルの実態や対処方法、相談窓口などの情報提供

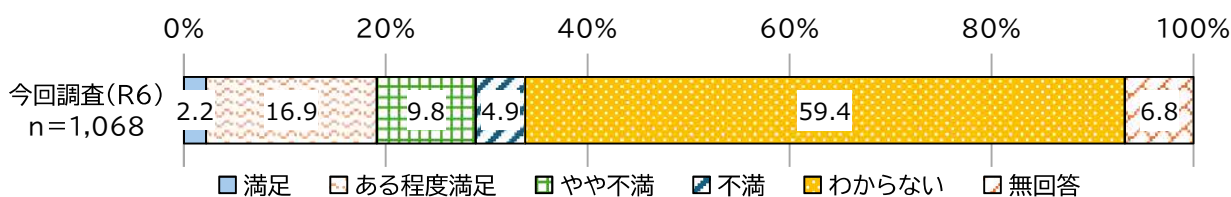
消費者トラブルの実態や対処方法、相談窓口などの情報提供については、「わからない」が62.9%と最も多く、『満足(満足+ある程度満足)』は合わせて18.3%となっている。



上段:回答者数 下段:構成比		全体	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
今回調査		1,068	22	173	93	40	672	68
		100.0	2.1	16.2	8.7	3.7	62.9	6.4
性・年代別	男性全体	444	10	63	49	18	281	23
		100.0	2.3	14.2	11.0	4.1	63.3	5.2
	男性 18~19歳	5	-	2	1	1	1	-
		100.0	-	40.0	20.0	20.0	20.0	-
	男性 20~29歳	20	-	3	1	-	16	-
		100.0	-	15.0	5.0	-	80.0	-
	男性 30~39歳	44	3	4	4	3	30	-
		100.0	6.8	9.1	9.1	6.8	68.2	-
	男性 40~49歳	46	-	7	4	1	34	-
		100.0	-	15.2	8.7	2.2	73.9	-
	男性 50~59歳	71	1	8	9	6	47	-
		100.0	1.4	11.3	12.7	8.5	66.2	-
	男性 60~64歳	33	-	3	4	-	25	1
		100.0	-	9.1	12.1	-	75.8	3.0
	男性 65~69歳	64	2	6	6	2	43	5
		100.0	3.1	9.4	9.4	3.1	67.2	7.8
	男性 70歳以上	161	4	30	20	5	85	17
		100.0	2.5	18.6	12.4	3.1	52.8	10.6
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	12	109	44	21	375	42
		100.0	2.0	18.1	7.3	3.5	62.2	7.0
	女性 18~19歳	4	-	2	-	-	2	-
		100.0	-	50.0	-	-	50.0	-
	女性 20~29歳	35	-	5	2	2	25	1
		100.0	-	14.3	5.7	5.7	71.4	2.9
	女性 30~39歳	42	-	4	4	2	32	-
		100.0	-	9.5	9.5	4.8	76.2	-
	女性 40~49歳	89	3	14	7	3	62	-
		100.0	3.4	15.7	7.9	3.4	69.7	-
	女性 50~59歳	105	2	23	8	3	67	2
		100.0	1.9	21.9	7.6	2.9	63.8	1.9
	女性 60~64歳	61	-	12	6	5	38	-
		100.0	-	19.7	9.8	8.2	62.3	-
	女性 65~69歳	71	1	20	7	1	41	1
		100.0	1.4	28.2	9.9	1.4	57.7	1.4
	女性 70歳以上	195	6	29	10	5	107	38
		100.0	3.1	14.9	5.1	2.6	54.9	19.5
	女性_無回答	1	-	-	-	-	1	-
		100.0	-	-	-	-	100.0	-
	性別無回答・答えない	21	-	1	-	1	16	3
		100.0	-	4.8	-	4.8	76.2	14.3

③商品やサービスの事故やリコール(製品回収)などの情報提供

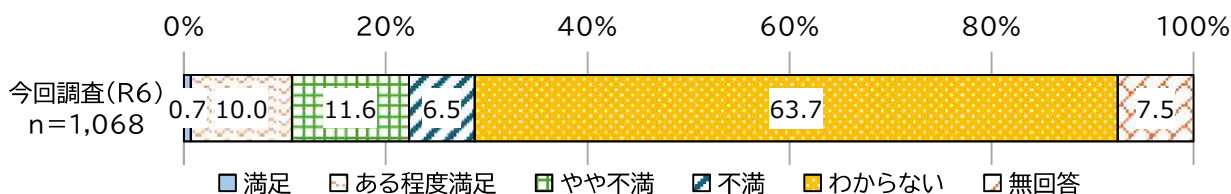
商品やサービスの事故やリコール(製品回収)などの情報提供については、「わからない」が59.4%と最も多く、『満足(満足+ある程度満足)』は合わせて19.1%となっている。



上段:回答者数 下段:構成比		全体	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
今回調査		1,068	23	181	105	52	634	73
		100.0	2.2	16.9	9.8	4.9	59.4	6.8
性・年代別	男性全体	444	7	67	52	26	268	24
		100.0	1.6	15.1	11.7	5.9	60.4	5.4
	男性 18~19歳	5	-	3	1	-	1	-
		100.0	-	60.0	20.0	-	20.0	-
	男性 20~29歳	20	-	3	2	2	13	-
		100.0	-	15.0	10.0	10.0	65.0	-
	男性 30~39歳	44	2	2	4	3	32	1
		100.0	4.5	4.5	9.1	6.8	72.7	2.3
	男性 40~49歳	46	1	6	5	2	32	-
		100.0	2.2	13.0	10.9	4.3	69.6	-
	男性 50~59歳	71	1	12	10	8	40	-
		100.0	1.4	16.9	14.1	11.3	56.3	-
	男性 60~64歳	33	-	7	2	2	21	1
		100.0	-	21.2	6.1	6.1	63.6	3.0
	男性 65~69歳	64	2	8	5	3	41	5
		100.0	3.1	12.5	7.8	4.7	64.1	7.8
	男性 70歳以上	161	1	26	23	6	88	17
		100.0	0.6	16.1	14.3	3.7	54.7	10.6
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	15	113	52	26	353	44
		100.0	2.5	18.7	8.6	4.3	58.5	7.3
	女性 18~19歳	4	-	2	-	-	2	-
		100.0	-	50.0	-	-	50.0	-
	女性 20~29歳	35	-	8	2	1	23	1
		100.0	-	22.9	5.7	2.9	65.7	2.9
	女性 30~39歳	42	1	6	2	3	30	-
		100.0	2.4	14.3	4.8	7.1	71.4	-
	女性 40~49歳	89	2	13	12	2	60	-
		100.0	2.2	14.6	13.5	2.2	67.4	-
	女性 50~59歳	105	3	20	11	6	64	1
		100.0	2.9	19.0	10.5	5.7	61.0	1.0
	女性 60~64歳	61	1	14	5	6	35	-
		100.0	1.6	23.0	8.2	9.8	57.4	-
	女性 65~69歳	71	3	17	8	3	37	3
		100.0	4.2	23.9	11.3	4.2	52.1	4.2
	女性 70歳以上	195	5	33	12	5	101	39
		100.0	2.6	16.9	6.2	2.6	51.8	20.0
	女性_無回答	1	-	-	-	-	1	-
		100.0	-	-	-	-	100.0	-
	性別無回答・答えない	21	1	1	1	-	13	5
		100.0	4.8	4.8	4.8	-	61.9	23.8

④消費者教育(啓発講座や学校教育など)の推進

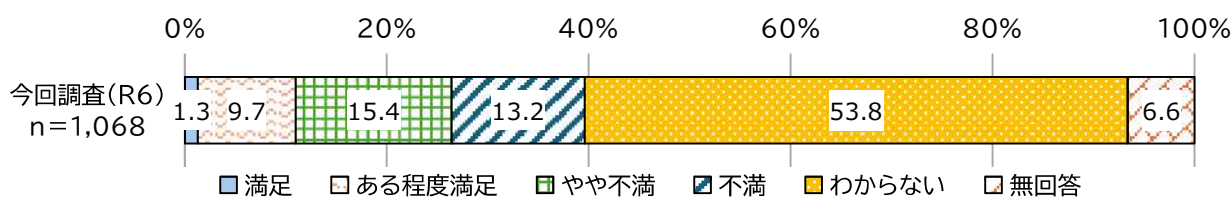
消費者教育(啓発講座や学校教育など)の推進については、「わからない」が63.7%と最も多く、次いで『不満(やや不満+不満)』は合わせて18.1%となっており、『満足(満足+ある程度満足)』は合わせて10.7%にとどまっている。



上段:回答者数 下段:構成比		全体	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
今回調査		1,068	8	107	124	69	680	80
		100.0	0.7	10.0	11.6	6.5	63.7	7.5
性・年代別	男性全体	444	4	41	58	34	281	26
		100.0	0.9	9.2	13.1	7.7	63.3	5.9
	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	-	3	5	-	12	-
		100.0	-	15.0	25.0	-	60.0	-
	男性 30~39歳	44	1	2	8	2	30	1
		100.0	2.3	4.5	18.2	4.5	68.2	2.3
	男性 40~49歳	46	-	4	6	3	33	-
		100.0	-	8.7	13.0	6.5	71.7	-
	男性 50~59歳	71	-	6	9	10	46	-
		100.0	-	8.5	12.7	14.1	64.8	-
	男性 60~64歳	33	-	1	6	1	24	1
		100.0	-	3.0	18.2	3.0	72.7	3.0
	男性 65~69歳	64	1	4	8	5	41	5
		100.0	1.6	6.3	12.5	7.8	64.1	7.8
	男性 70歳以上	161	1	20	14	13	94	19
		100.0	0.6	12.4	8.7	8.1	58.4	11.8
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	4	64	65	35	385	50
		100.0	0.7	10.6	10.8	5.8	63.8	8.3
	女性 18~19歳	4	1	1	-	-	2	-
		100.0	25.0	25.0	-	-	50.0	-
	女性 20~29歳	35	-	8	2	2	22	1
		100.0	-	22.9	5.7	5.7	62.9	2.9
	女性 30~39歳	42	-	4	8	2	28	-
		100.0	-	9.5	19.0	4.8	66.7	-
	女性 40~49歳	89	-	8	13	5	63	-
		100.0	-	9.0	14.6	5.6	70.8	-
	女性 50~59歳	105	1	13	13	5	71	2
		100.0	1.0	12.4	12.4	4.8	67.6	1.9
	女性 60~64歳	61	-	4	9	6	41	1
		100.0	-	6.6	14.8	9.8	67.2	1.6
	女性 65~69歳	71	-	11	7	7	43	3
		100.0	-	15.5	9.9	9.9	60.6	4.2
	女性 70歳以上	195	2	15	13	8	114	43
		100.0	1.0	7.7	6.7	4.1	58.5	22.1
	女性_無回答	1	-	-	-	-	1	-
		100.0	-	-	-	-	100.0	-
性別無回答・答えない		21	-	2	1	-	14	4
		100.0	-	9.5	4.8	-	66.7	19.0

⑥食品やガソリンなどの価格調査の実施

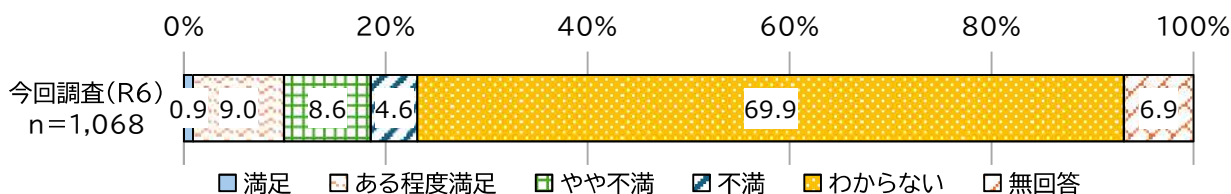
食品やガソリンなどの価格調査の実施については、「わからない」が53.8%と最も多く、次いで『不満(やや不満+不満)』は合わせて28.6%となっており、『満足(満足+ある程度満足)』は合わせて11.0%にとどまっている。



上段:回答者数 下段:構成比		全体	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
今回調査		1,068	14	104	164	141	575	70
		100.0	1.3	9.7	15.4	13.2	53.8	6.6
性・年代別	男性全体	444	5	43	66	68	237	25
		100.0	1.1	9.7	14.9	15.3	53.4	5.6
	男性 18~19歳	5	-	3	1	-	1	-
		100.0	-	60.0	20.0	-	20.0	-
	男性 20~29歳	20	1	1	1	4	13	-
		100.0	5.0	5.0	5.0	20.0	65.0	-
	男性 30~39歳	44	1	-	7	9	26	1
		100.0	2.3	-	15.9	20.5	59.1	2.3
	男性 40~49歳	46	-	4	5	6	31	-
		100.0	-	8.7	10.9	13.0	67.4	-
	男性 50~59歳	71	-	10	10	14	37	-
		100.0	-	14.1	14.1	19.7	52.1	-
	男性 60~64歳	33	-	4	3	5	20	1
		100.0	-	12.1	9.1	15.2	60.6	3.0
	男性 65~69歳	64	1	5	6	9	38	5
		100.0	1.6	7.8	9.4	14.1	59.4	7.8
	男性 70歳以上	161	2	16	33	21	71	18
		100.0	1.2	9.9	20.5	13.0	44.1	11.2
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	9	60	94	72	327	41
		100.0	1.5	10.0	15.6	11.9	54.2	6.8
	女性 18~19歳	4	-	2	-	-	2	-
		100.0	-	50.0	-	-	50.0	-
	女性 20~29歳	35	-	2	5	5	23	-
		100.0	-	5.7	14.3	14.3	65.7	-
	女性 30~39歳	42	-	2	8	4	28	-
		100.0	-	4.8	19.0	9.5	66.7	-
	女性 40~49歳	89	-	9	15	7	58	-
		100.0	-	10.1	16.9	7.9	65.2	-
	女性 50~59歳	105	2	11	18	15	57	2
		100.0	1.9	10.5	17.1	14.3	54.3	1.9
	女性 60~64歳	61	-	5	12	9	35	-
		100.0	-	8.2	19.7	14.8	57.4	-
	女性 65~69歳	71	3	10	14	11	31	2
		100.0	4.2	14.1	19.7	15.5	43.7	2.8
	女性 70歳以上	195	4	19	22	21	92	37
		100.0	2.1	9.7	11.3	10.8	47.2	19.0
	女性_無回答	1	-	-	-	-	1	-
		100.0	-	-	-	-	100.0	-
	性別無回答・答えない	21	-	1	4	1	11	4
		100.0	-	4.8	19.0	4.8	52.4	19.0

⑦消費者団体や消費者グループの育成や活動支援

消費者団体や消費者グループの育成や活動支援については、「わからない」が69.9%と最も多く、次いで『不満(やや不満+不満)』は合わせて13.2%となっており、『満足(満足+ある程度満足)』は合わせて9.9%にとどまっている。



上段:回答者数 下段:構成比		全体	満足	ある程度満足	やや不満	不満	わからない	無回答
今回調査		1,068	10	96	92	49	747	74
		100.0	0.9	9.0	8.6	4.6	69.9	6.9
性・年代別	男性全体	444	3	37	45	28	305	26
		100.0	0.7	8.3	10.1	6.3	68.7	5.9
	男性 18~19歳	5	-	1	2	-	2	-
		100.0	-	20.0	40.0	-	40.0	-
	男性 20~29歳	20	-	2	3	-	15	-
		100.0	-	10.0	15.0	-	75.0	-
	男性 30~39歳	44	1	1	5	3	33	1
		100.0	2.3	2.3	11.4	6.8	75.0	2.3
	男性 40~49歳	46	-	4	4	3	35	-
		100.0	-	8.7	8.7	6.5	76.1	-
	男性 50~59歳	71	-	9	7	6	49	-
		100.0	-	12.7	9.9	8.5	69.0	-
	男性 60~64歳	33	-	2	4	2	24	1
		100.0	-	6.1	12.1	6.1	72.7	3.0
	男性 65~69歳	64	1	4	3	5	46	5
		100.0	1.6	6.3	4.7	7.8	71.9	7.8
	男性 70歳以上	161	1	14	17	9	101	19
		100.0	0.6	8.7	10.6	5.6	62.7	11.8
	男性_無回答	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-
	女性全体	603	7	57	46	20	429	44
		100.0	1.2	9.5	7.6	3.3	71.1	7.3
	女性 18~19歳	4	1	1	-	-	2	-
		100.0	25.0	25.0	-	-	50.0	-
	女性 20~29歳	35	-	4	-	1	29	1
		100.0	-	11.4	-	2.9	82.9	2.9
	女性 30~39歳	42	-	3	3	1	35	-
		100.0	-	7.1	7.1	2.4	83.3	-
	女性 40~49歳	89	1	4	12	2	70	-
		100.0	1.1	4.5	13.5	2.2	78.7	-
	女性 50~59歳	105	1	11	10	4	77	2
		100.0	1.0	10.5	9.5	3.8	73.3	1.9
	女性 60~64歳	61	-	5	5	3	48	-
		100.0	-	8.2	8.2	4.9	78.7	-
	女性 65~69歳	71	1	9	4	3	50	4
		100.0	1.4	12.7	5.6	4.2	70.4	5.6
	女性 70歳以上	195	3	20	12	6	117	37
		100.0	1.5	10.3	6.2	3.1	60.0	19.0
	女性_無回答	1	-	-	-	-	1	-
		100.0	-	-	-	-	100.0	-
	性別無回答・答えない	21	-	2	1	1	13	4
		100.0	-	9.5	4.8	4.8	61.9	19.0

問37 消費者問題に関する取組の充実のために、ご意見等がございましたら、ご自由にお書きください。

回答(自由記述) ※主な回答を記載
インターネットで買い物をしようとする、日本以外の企業のサイトが、日本の企業を装っているのを見かけることがある。字体などで分かる場合もあるが、そういうことを気にしない方々は騙されると思うのでもっと強化すべき。
消費者問題への指導、取締りを強化しても、すり抜けていたちごっこになると思うので充分強化してほしい。
鹿児島は取り組みが少ないと思うので、もう少し機会を増やしてほしい。
近年、SNSにおけるインフルエンサーの広告目的の商品紹介を多数目にする。本当に良いものを紹介している人もいれば、お金欲しさに「良いように解釈」して紹介している。このような情報を消費者が正しく選択できる教育が必要だと思う。芸能人が使っているから良いではなく、何が良いから芸能人も使っているという風に考えることが必要。
消費者が経験する問題に対して取り組んでいることを県や、自治体が行っていることを知らなかった。ましてや教育も行っているのはすばらしいので発展的に充実させて提供して頂けたら最高だと思う。
産地、賞味期限等の重要な表記をパッと見ても分かるよう、大きな字にしてほしい。食品ロスの軽減、トラブルの防止につながると思う。
消費者に対して説明を十分に納得出来る説明。安心して買い物出来るように特に高齢者には気使いを人に迷惑をかけない様に、だまされない買物。他人の話も良く聞く。トラブルの起きない買物。品物を買すぎない様に冷蔵庫の中には消費期限がすぎた野菜類も多くあるため気を付けたい。
テレビ等で農家の方が製品にならないから廃棄とかいうのをちよくちよく目にするが、規格外の品物を取り扱う場をたくさん設け、安く提供していただけたら消費者もありがたいと思う。
家族のクレジットカードの情報がもれ、身に覚えのない商品をクレジットカードで購入されており、通帳の預金が0になったことがあった。数か月後、クレジットカード会社から商品代金の弁済はあったが、心配や不安があり、このような被害に遭ったときの解決手段を教えてくれる相談機関の情報を知りたかった。
消費者は色々な視点から情報にたけている人、あまり携帯を見ず情報が入らない人、色々な人がいる。多様性を重んじ良き解決策が得られるとよい。私のアンケートも、参考になるかわからないが、ちょっと難しい質問もあった。
いろいろな情報を動画にしてメールで知らせてほしい。
SDGSという言葉は認知されてきたと思うが、子供から老人までわかりやすい言葉で説明する必要があると思う。エシカル、フードバンク、フードドライブ、3R フェアトレード、アニマルウェルフェアなど…世界基準の言葉なのだろうが、英語が多すぎてわかりにくい。
子ども達がスマホを持つようになってから、物を簡単に買えるという考えが広まったように思う。スマホ決済は現金と異なり、「お金が減った」という感覚をあまり感じないためか、つい買ってしまったということが多い。そのため、トラブルも多くなっているのではないか。カードやスマホ決済の仕組みを、小・中学校から学んで欲しい。
地域や職場で出来ることは限られているが、(そもそも職場に勉強をしに行っている訳ではない)やはり消費者側の意識を高める為には学校教育に力を入れるべきだと思う。また、学校で教育をするからといって、あまりにも低年齢のうちに教えると、社会に出たときに法律等が変更している可能性もある為、義務教育内なら中学2年生程度、もしくは高校、大学のオリエンテーション等での講義という形式が最も良いと思う。事業者が取り組むより、国や行政が率先して行動してほしい。
どこに相談したらいいかが本当にわからないのとLINEでもできるようになったら嬉しい。電話が苦手な世代もあるのでメールやLINEをはじめてほしい。
セールス電話を断っても何度もかかってくる。電話機に番号表示の機能がないため電話機に取り付けできる機械があったらよい。(アンケートについて)忙しい中、多くの質問に答えるのに時間がかかる。謝礼などがあったらよい。
電話が来たら番号が表示されるので知らない番号には出ない。又、留守電にもしていない。そういう被害にあった事はない。高齢なのに「うまい話」にのってしまうことは考えられない。
消費者教育イベント等、大規模ではなく地域で顔なじみの人々で受けることができることの方が、私共、高齢者の頭に入ると思う。一人暮らしの方のつながりもできてほしい。
高校生の時(クレジットカードを作れるスマホなどを使いだした年令)から教育した方が良いのではないかな。
SDGSの促進。身近に感じる様、実例の公表もこまめにしたらよいかも。
定期的な情報誌の発行。(トラブルの実例とその対処法)
高齢者のかかわった事故、事件などわかりやすく地区自治会等への教育活動をお願いしたい。
幼児期からの教育を充実させるべき。特にスマートフォン等の取扱いは早期から適切な使用法等を指導すべき(PCも含む)。
年間を通して物価が高いため計画的に買い物をする努力をしたい。フリーマーケットなどの活用や活動もできたらよい。

III. 調査結果(一般消費者)

回答(自由記述) ※主な回答を記載
いろんな手口で悪質な販売を行う業者をいち早く把握しテレビや新聞、市報などで伝えてほしい。
未成年のスマホの普及が増える昨今、トラブルも増えている。子どもが被害に合わないよう対策をしてほしい。
物価高によることで、安い商品や広告などにつられ、消費者問題が起こっている場合が多いように思う。
悪質商法の手口が多くなっている中、消費者がトラブルへ巻き込まれないよう、情報提供を充実してほしい。集会等の参加が難しい中、学校教育の中での取組みも私の中では良かったと思う。
消費者問題は、その家庭にあった解決法を探さなければ難しいのではないかな。このアンケート調査で初めて知る言葉や活動など、いろんな消費者問題について私自身勉強不足だと感じた。もっといろんな情報や活動を知りたいと思った。例えば回覧板や新聞にもっと情報提供を充実してほしい。そして悪質な業者には取り締まりを強化してほしい。誰でも安心して生活ができるよう願っている。
悪質業者、商品トラブル、相談窓口の内容等をもっと目につきやすい、聞きやすい様、メディア等での露出を増やすべきだと思う。(CM, ラジオなど)消費者側から検索しなくても自然と目・耳にする機会が当たり前な世の中になることを期待している。
昨今の物品過剰の対策として「安かろう、悪かろう」には手を出さないようにしている。また事業者の購入意欲をあおるような宣伝文句にも気を付けている。かしこい消費者を目指すためにも個人の自覚が必要だが、加えて行政からの適宜広報紙・報道等により安全かつ有意義な消費生活が送れると思うのでお願いしたい。
非常に難しい問題で、すべて我々の生活環境に直接影響するもので弱者と言える我々消費者の立場を守る制度が生かされるのか、食害・薬害など今もメディア等に話題になる。事業者にも問題がある。強し権利を主張する事業者への対応など弱者には怖い存在と言える。
消費者問題についてわからない事、ピンときてないことが多い事に今回気が付いた。分からない内容について何がわからないのかがわからないから被害につながったりするのかもしれない。それを踏まえると、若い人々がしっかり知識を得て、分らない大人に教えることが大事になってくるのではないかな。