

令和4年度第2回消費生活eモニターアンケート調査

消費生活と消費者行政について

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－

<https://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/edu/index.html>

第1章 調査の概要

1 調査目的

県民の消費者問題に対する意識や自治体の発信する情報の活用等について調査し、今後の啓発活動など消費生活行政の参考とするため。

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18問）

3 調査期間

令和5年2月3日（金）から2月12日（日）まで

4 調査対象

消費生活eモニター：332名 回答者：228名 （回答率 68.7%）

5 回答者の属性

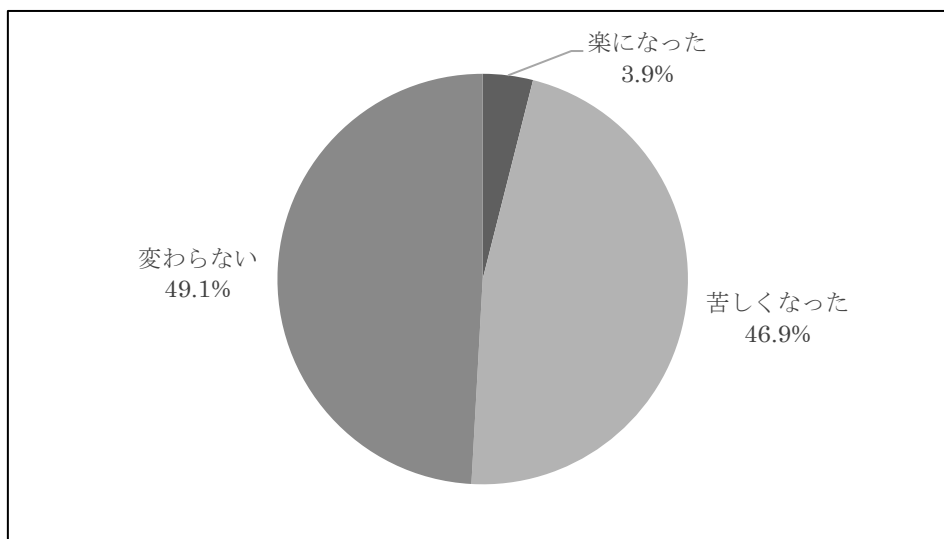
年齢	18～29歳	5名
	30歳台	22名
	40歳台	45名
	50歳台	75名
	60歳台	54名
	70歳以上	27名

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。
- ・未回答者がいる場合、比率の合計が100に満たない場合があります。

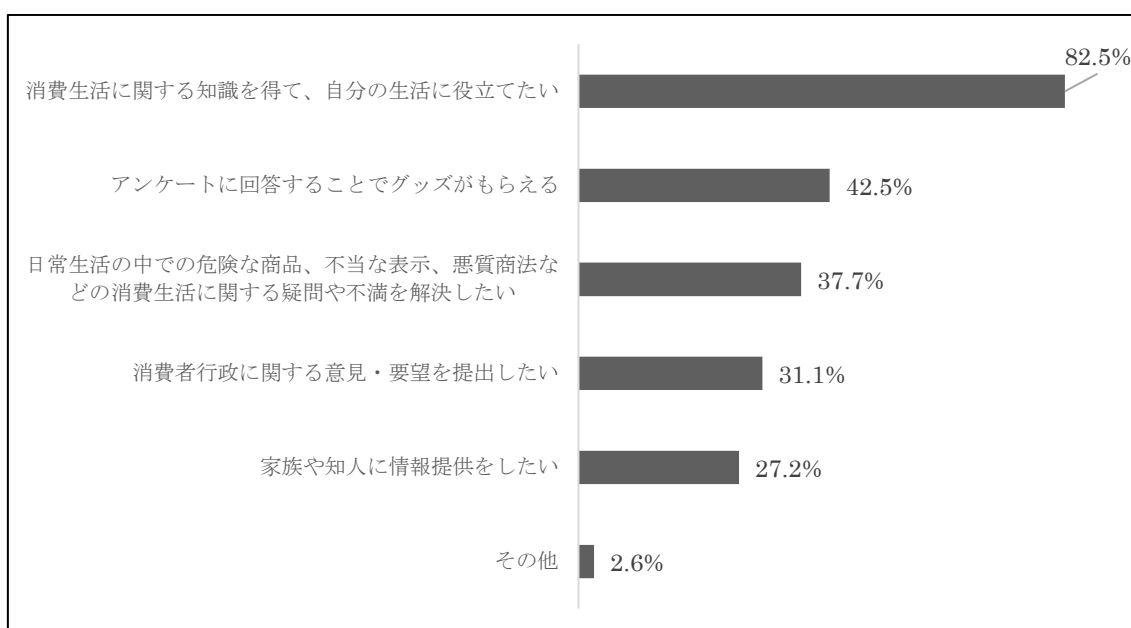
Q1 今年のご家族の暮らし向きは、昨年の今頃と比べていかがですか。

- ・「変わらない」と回答した方が約5割



Q2 あなたが消費生活eモニターに応募された理由は何ですか。(複数回答可)

- ・「消費生活に関する知識を得て、自分の生活に役立てたい」が8割以上で最多

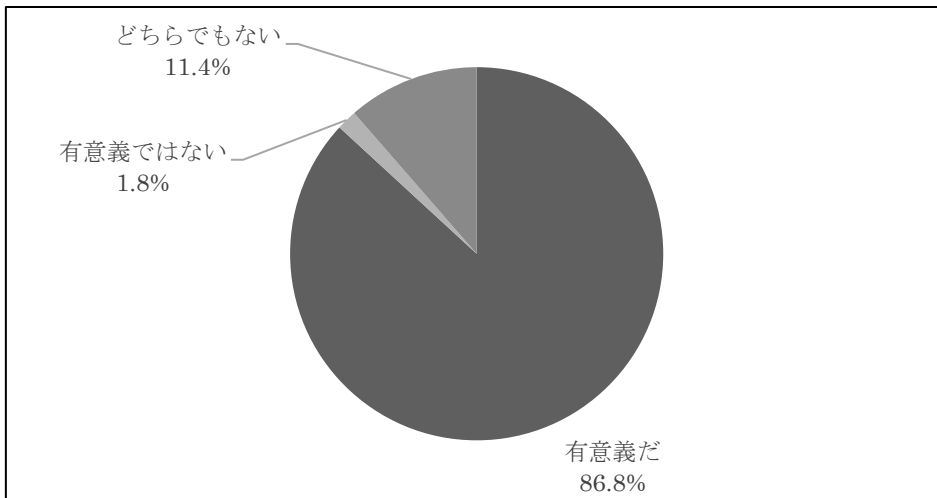


○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・知識を得られると思うため
- ・ボランティアとして貢献したいため
- ・地元自治会を通してより情報を広く共有したいため
- ・何か役に立てることをやりたいと思うため
- ・自分自身が詐欺に引っかからないため など

Q 3 消費生活 e モニター業務はあなたにとって有意義だと思いますか。

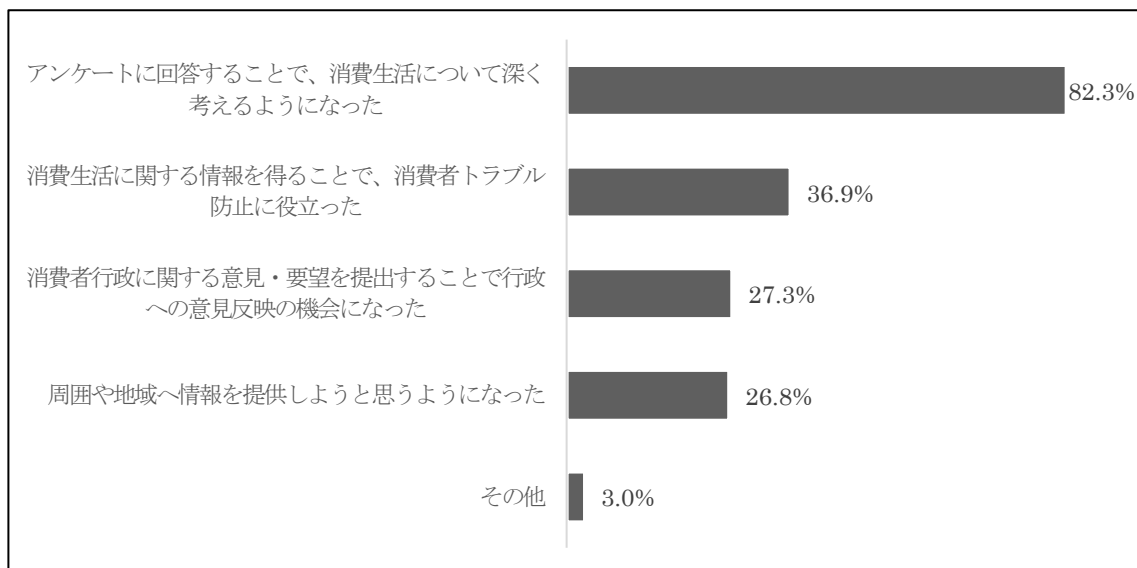
・「有意義だ」と回答した方が8割以上



Q 4 【Q 3で「有意義」だと回答した方にお伺いします。】

有意義だと思う理由は何ですか(複数回答可)

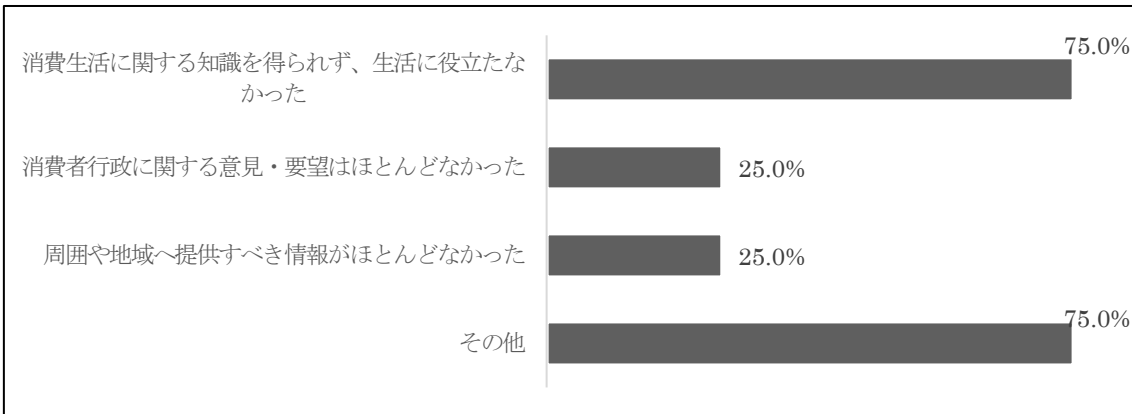
・「アンケートに回答することで、消費生活について深く考えるようになった」が8割以上で最多



○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・自分の経験・知見で社会貢献できるから
- ・よりいっそう社会生活に参加したいという意識が大きくなったから
- ・行政に意見等を言える場であるから
- ・近隣の人と情報共有できるから など

Q 5	【Q 3で「有意義ではない」と回答した方にお伺いします。 有意義ではないと思う理由は何ですか(複数回答可)
-----	--



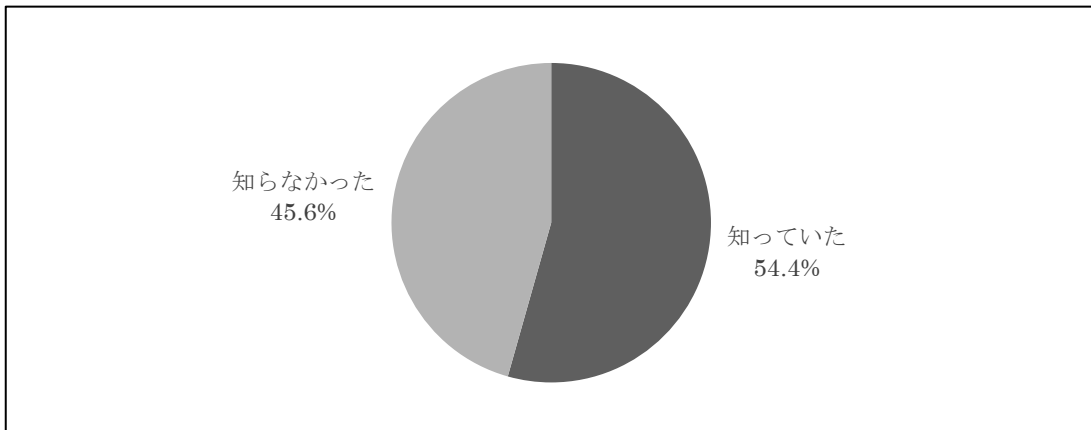
○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・自分の生活に役立つと思われる新しい情報が何もなかった
- ・アンケートをニーズ把握に使えばよいと思うが、認知度調査程度にしか活用していないのはもったいない

Q 6	あなたは消費生活 e モニターになる前から「かながわ中央消費生活センター(県消費生活課)」で、以下のような業務が行われていることを知っていましたか。
-----	--

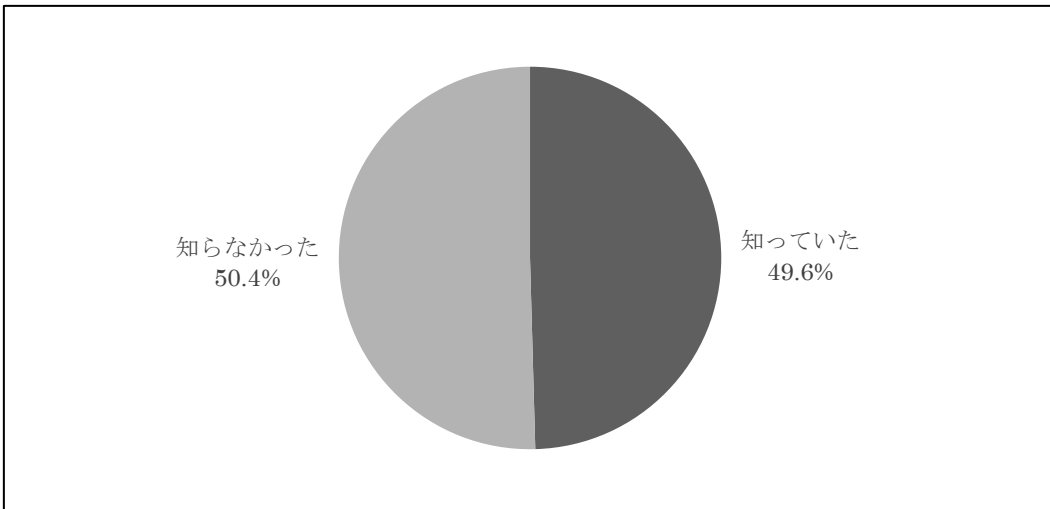
①	消費生活相談などの相談業務
---	---------------

・「知っていた」と回答した方が5割以上



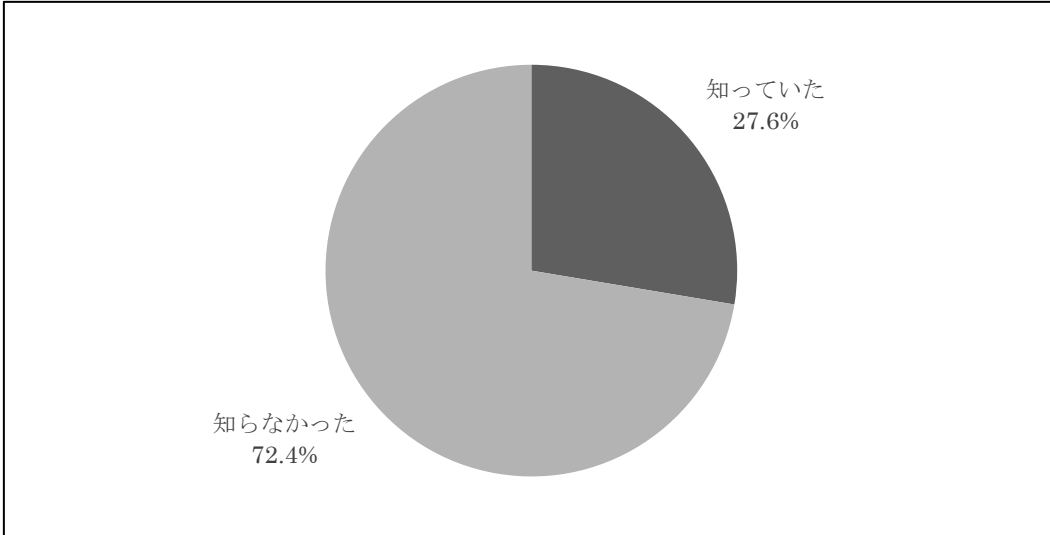
② パンフレットや啓発グッズの配布等、各種情報提供

・「知らなかった」と回答した方が「知っていた」と回答した方より若干多い



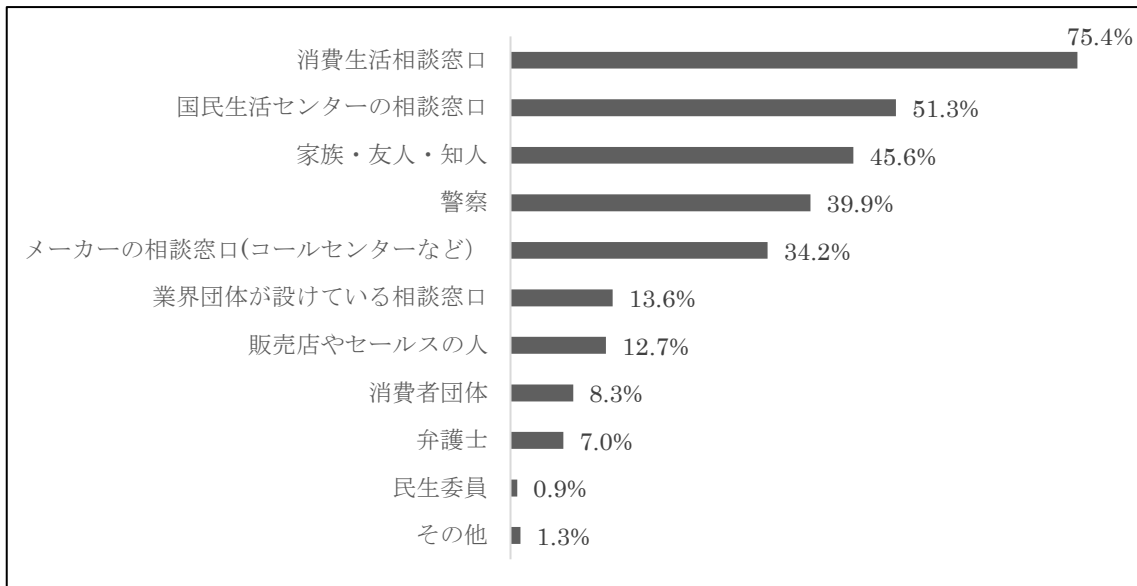
③ 消費生活出前講座等の講師派遣を通じた消費者への啓発

・「知らなかった」と回答した方が7割以上



Q 7 あなたは悪質商法や不当な請求などのトラブルにあった場合、主にどこに(誰に)相談をしますか。(複数選択可)

・「消費生活相談窓口」が7割以上で最多

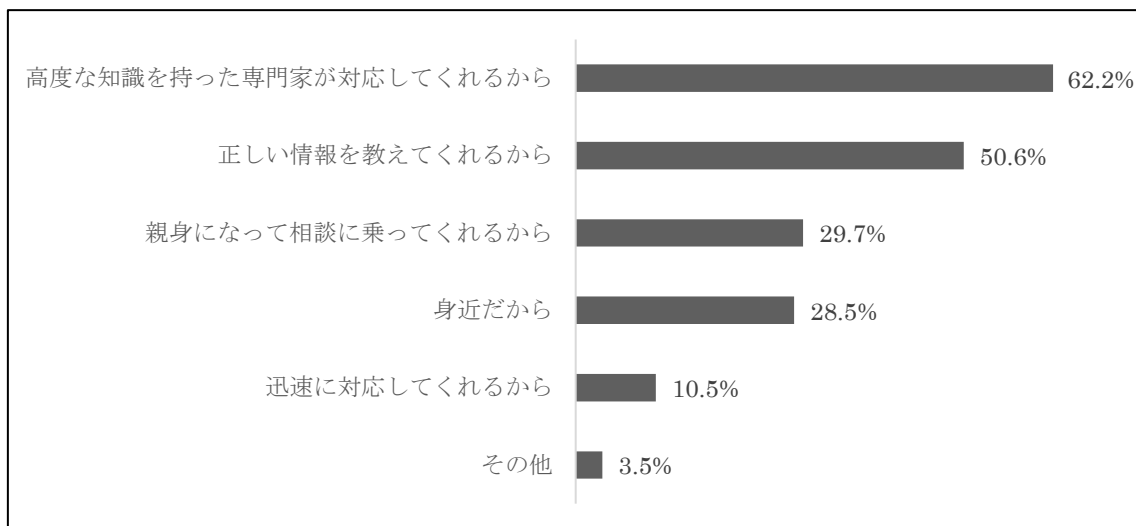


○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・市役所の関係部署など
- ・相談しない

Q 8 【Q 7で「消費生活相談窓口」と回答した方にお伺いします。
消費生活相談窓口を選んだ理由は何ですか。（複数選択可）

- ・「高度な知識を持った専門家が対応してくれるから」が6割以上

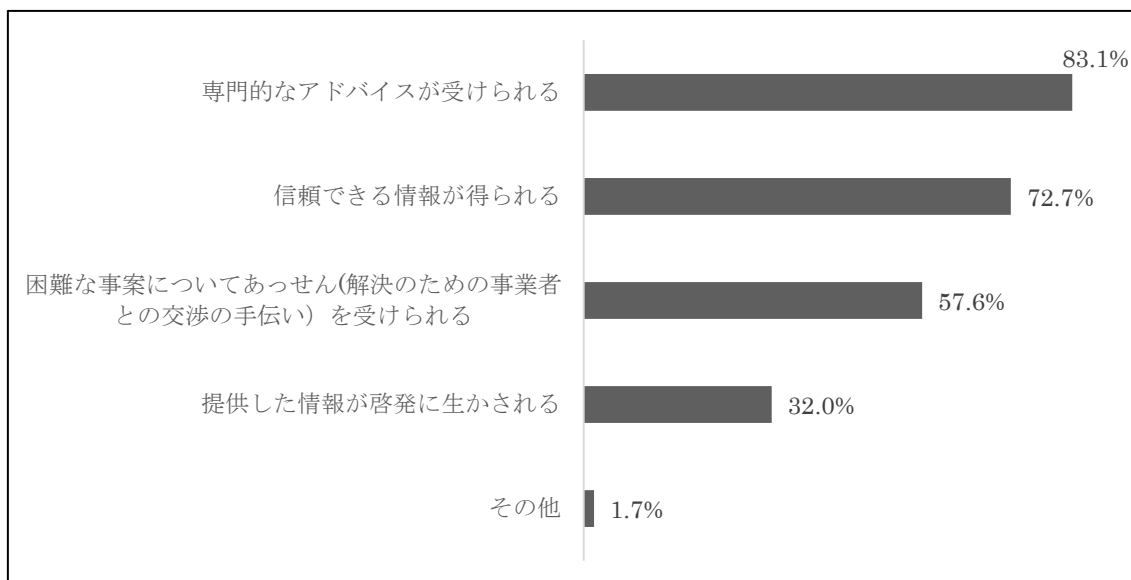


○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・行政が行っているので信頼できるから
- ・ほかに思いつかないから
- ・消費生活に関する問題が起きたときは消費生活センターに相談しようと以前から知っているから
- ・そのように広報されているから など

Q 9 【Q 7で「消費生活相談窓口」と回答した方にお伺いします。】
消費生活相談窓口の役割として重要だと思うことは何ですか。(複数選択可)

・「専門的なアドバイスが受けられる」が8割以上で最多

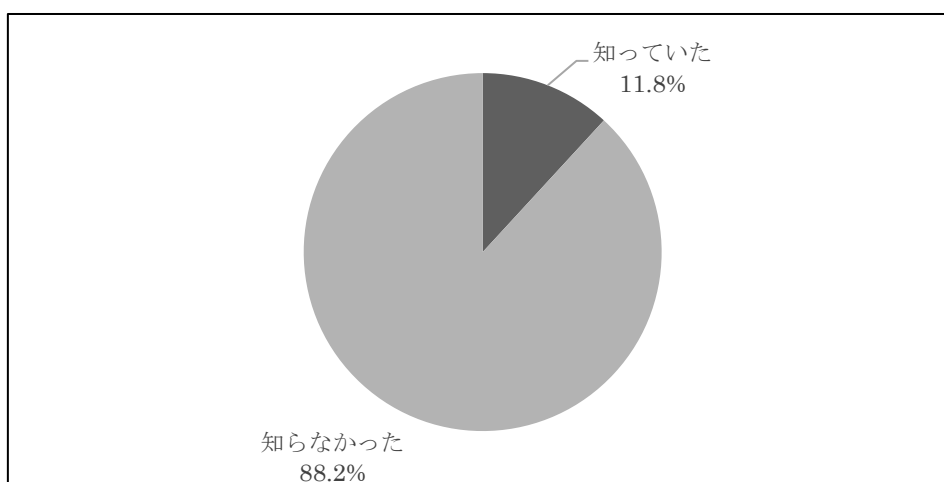


○「その他」の主な回答(抜粋・要約)

- ・やさしい対応、話のわかりやすさ
- ・身近な相談窓口
- ・迅速かつ適切な対応 など

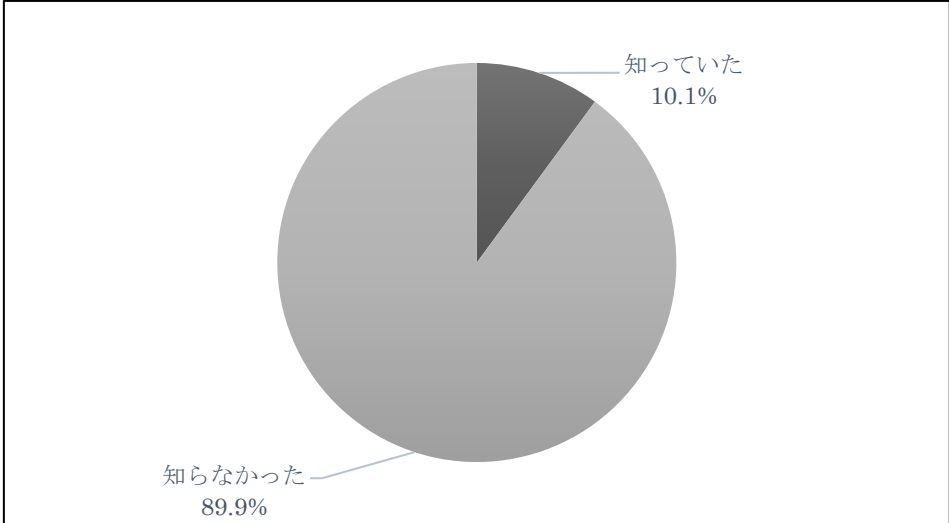
Q10 事業者の不当な行為を止めさせること(差止請求)ができる消費者団体を「適格消費者団体」といいます。あなたはこのような団体があることを知っていましたか。

・「知らなかった」が約9割



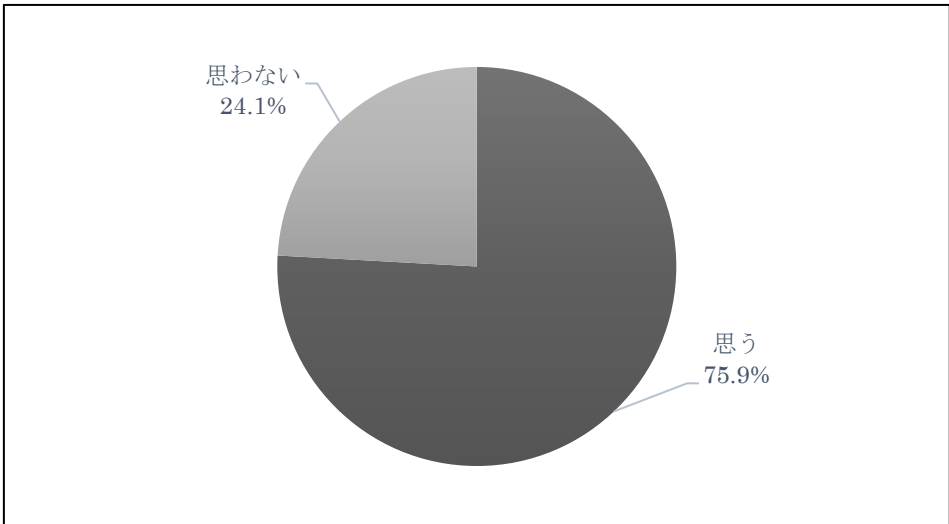
Q11	神奈川県では平成 30 年に「特定非営利活動法人消費者支援かながわ」が適格消費者団体として認定されました。あなたは「消費者支援かながわ」を知っていますか。
-----	---

・「知らなかった」が約 9 割



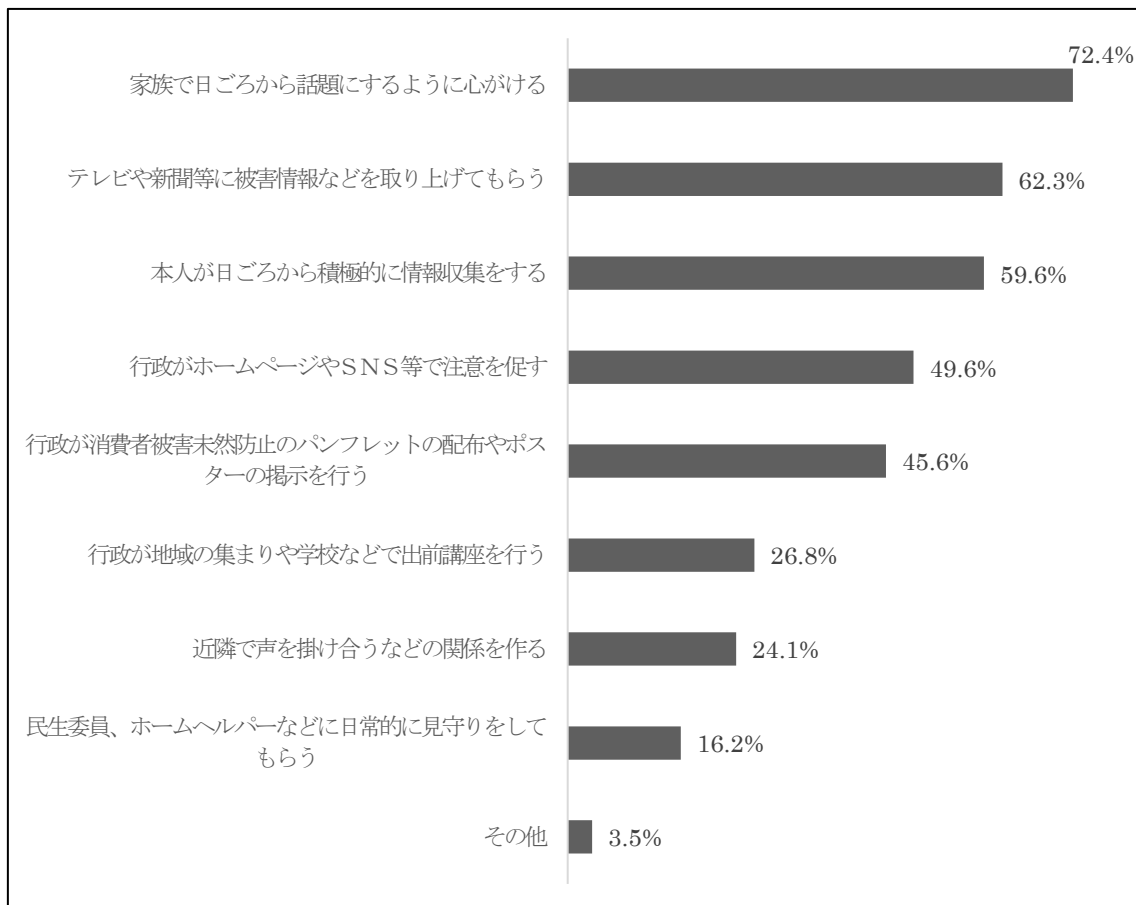
Q12	不当な契約事項や不当な表示を見かけた時に、あなたは適格消費者団体に情報提供しようと思いますか。
-----	---

・「思う」が 7 割以上



Q13	あなたは消費者被害にあわないようにするための対策として、以下のどれが有効だと考えますか。（複数選択可）
-----	---

・「家族で日ごろから話題にするように心がける」が約7割で最多

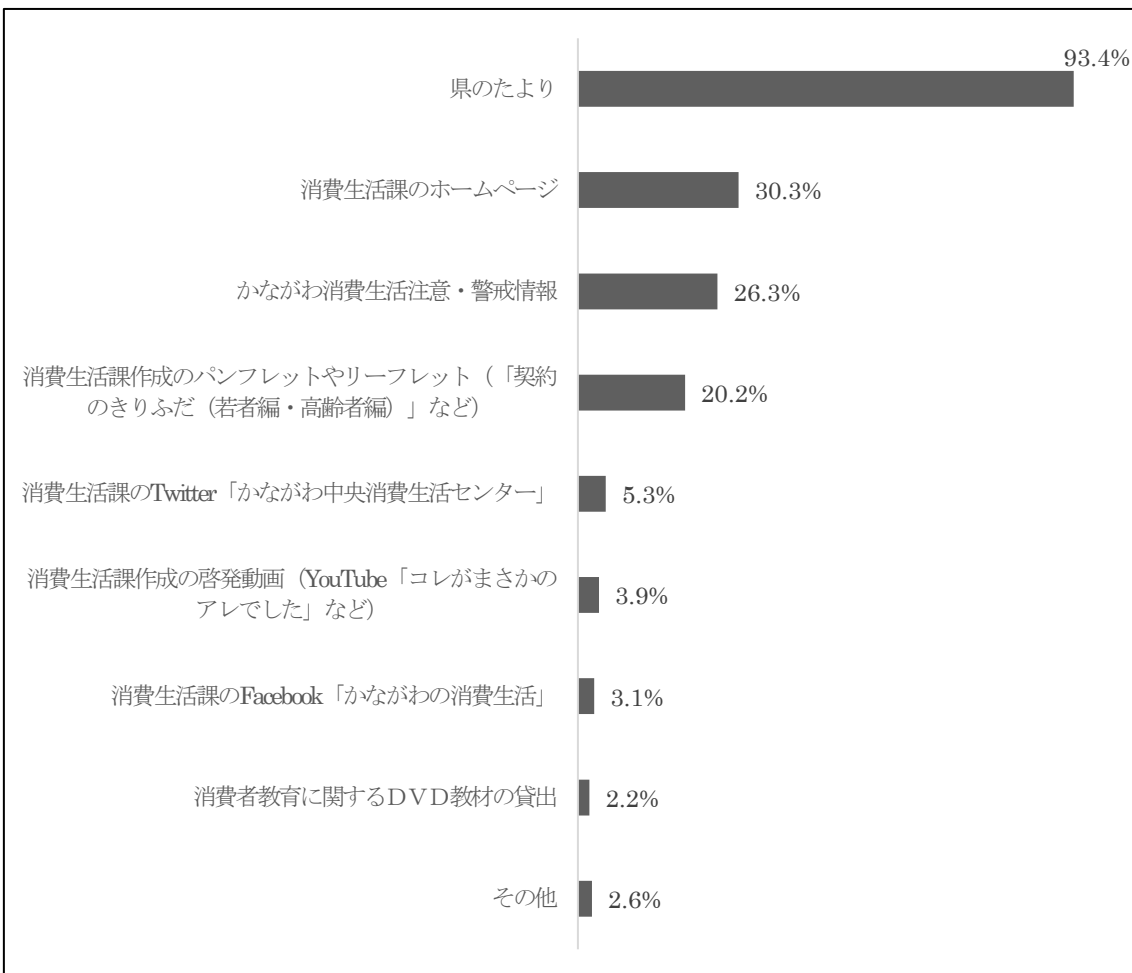


○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・うまい話はないと心がける
- ・社会に出る前に年齢に応じた授業（実生活に役立つ出前講座等）を学校で行う
- ・あらかじめサービス等をよく確認してから行動を起こす など

Q14	県消費生活課では消費生活相談窓口の周知や消費生活に関する情報発信を様々な媒体を活用して行っています。次のうち知っているものを選んでください。(複数選択可)
-----	---

・「県のたより」が9割以上で最多

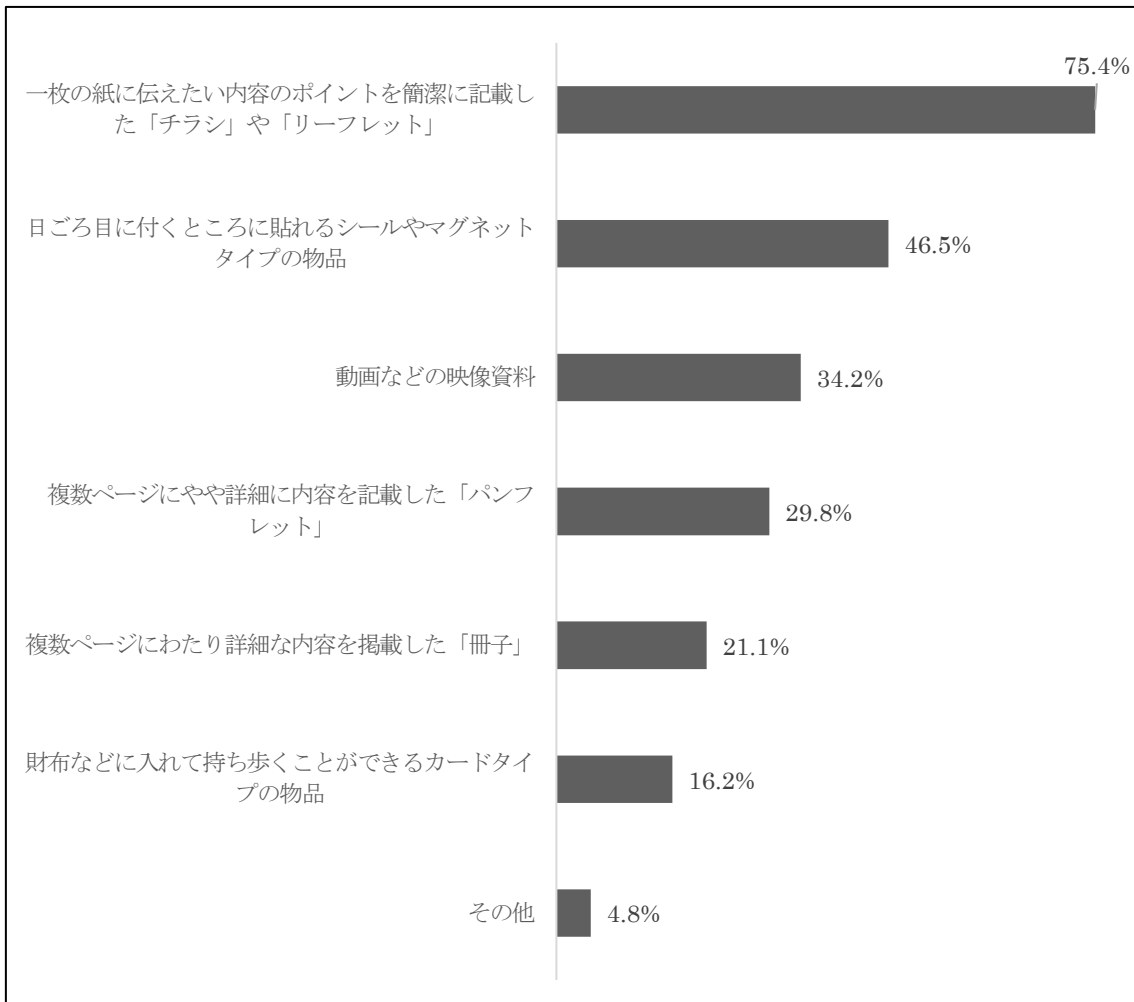


○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・新聞
- ・知っているものはない など

Q15	消費者に啓発や注意喚起を行う場合、以下のどのようなものが有効だと思いますか。(複数選択可)
-----	---

- ・「一枚の紙に伝えたい内容のポイントを簡潔に記載した「チラシ」や「リーフレット」が7割以上で最多

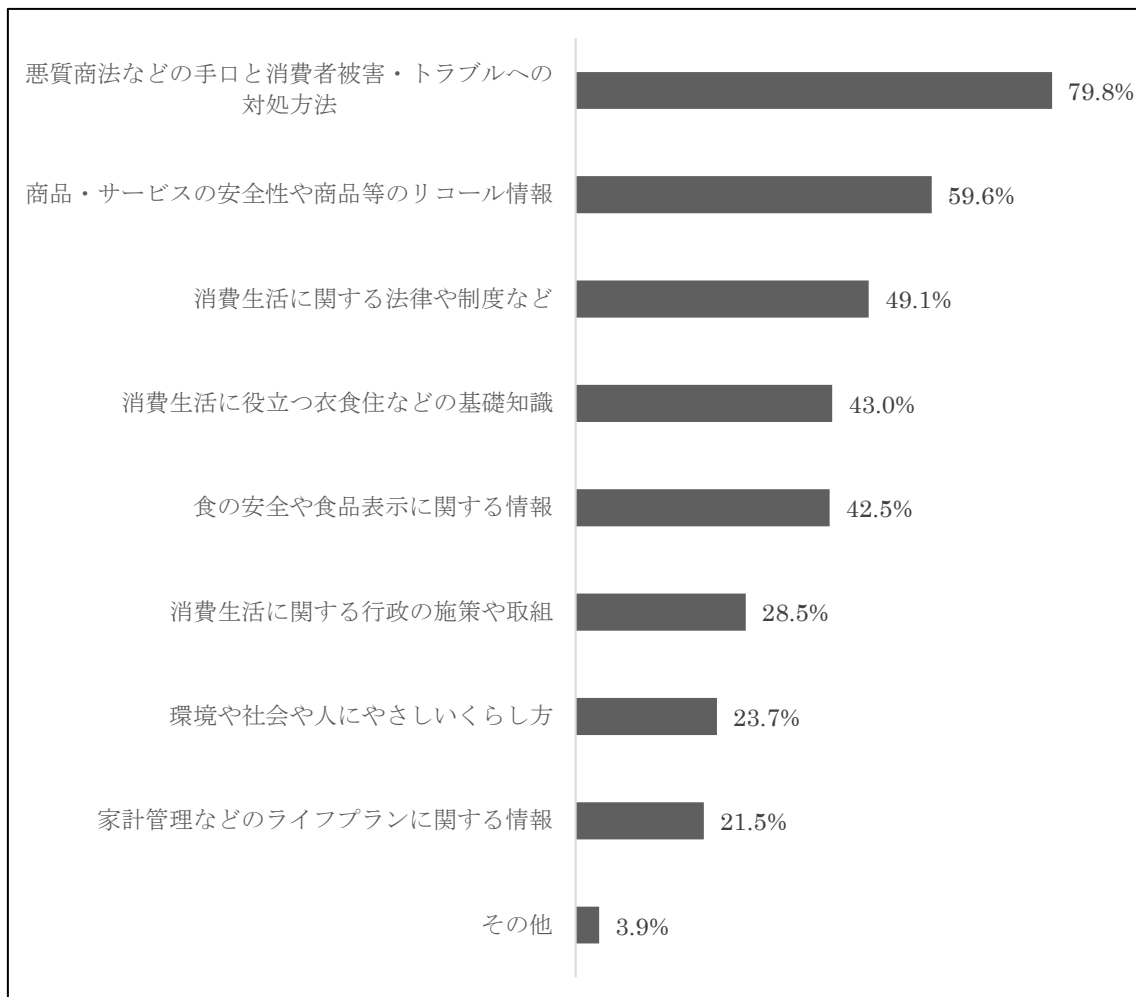


○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

- ・メール配信サービスで被害情報を発信する
- ・SNSやネット広告
- ・スーパーマーケットやコンビニの店頭でポスターを掲示する
- ・町内会の掲示板にチラシを掲示する など

Q16 県では SNS (Twitter、Facebook) を活用した情報発信を行っています。今後 SNS での情報発信を充実させるため、次のうちどのような情報が欲しいと思いますか。

・「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」が約 8 割で最多



○「その他」の主な回答（抜粋・要約）

・ SNS は利用していないので紙媒体や TV などでの情報提供を希望する など

[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。

○昨年同時期と比べた、家族の暮らし向きについてたずねたところ、昨年度の調査と比べて「変わらない」と回答した方は減少し、「苦しくなった」と回答した方は増加した。

○消費生活 e モニターに応募した理由をたずねたところ、「消費生活に関する知識を得て、自分の生活に役立てたい」と回答した方は昨年度の調査と変わらず8割以上であった。

○消費生活 e モニターの業務は有意義だと思うかをたずねたところ、「有意義だ」と回答した方は昨年度の調査と変わらず8割以上であった。

また、「有意義だ」と回答した方に有意義だと思う理由をたずねたところ、「アンケートに回答することで消費生活について深く考えるようになった」と回答した方は、昨年度の調査と変わらず約8割であったが、「消費生活に関する情報を得ることで、消費者トラブル防止に役立った」と回答した方は昨年度の調査と比べてわずかに減少した。

○悪質商法や不当な請求などのトラブルにあった場合の相談場所等についてたずねたところ、「消費生活相談窓口」と回答した方が約7割以上で最も多く、次いで「国民生活センターの相談窓口」が約5割であった。昨年度の調査では「民生委員」と回答した方はいなかったが、今年度の調査では、わずかではあるが「民生委員」と回答した方がいた。

○消費生活相談窓口の役割として重要だと思うことをたずねたところ、「専門的なアドバイスが受けられる」と回答した方は、昨年度の調査と変わらず8割以上であった。また、「困難な事案についてあっせん（解決のための事業者との交渉の手伝い）を受けられる」、「提供した情報が啓発に生かされる」と回答した方は、昨年度の調査と比べて増加した。

○消費者被害にあわないようにするための対策として何が有効かをたずねたところ、「家族で日ごろから話題にするように心がける」と回答した方は、昨年度の調査と比べてわずかに増加したが、「本人が日ごろから積極的に情報収集をする」と回答した方は昨年度の調査と比べて減少した。

○消費者に啓発や注意喚起を行う場合にどのような媒体が有効かをたずねたところ、「一枚の紙に伝えたい内容のポイントを簡潔に記載した『チラシ』や『リーフレット』」と回答した方は、昨年度の調査と変わらず7割以上であった。また、昨年度の調査と比べて「動画などの映像資料」と回答した方は増加し、「複数ページにやや詳細に内容を記載した『パンフレット』」と回答した方は減少した。

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