長野県
nagano
つらなる つながる 信州

消費生活に係る県民意識調査

～ 概　要　版 ～

目　次

■調査の概要 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

■調査結果
　1　消費者問題への関心度と意識・・・・・・・・・・・・・・ 3
　2　消費生活上のトラブルや不安・・・・・・・・・・・・・・ 5
　3　消費者問題に関する情報・・・・・・・・・・・・・・・・11
　4　消費生活に関する講座や催し・・・・・・・・・・・・・・13
　5　消費者問題に対する取組みとして行政に望むこと等・・・15

平成２４年３月
長　野　県

■調査の概要

1　調査の目的

県民の皆様の消費生活の安定及び向上に向けて、効果的な施策の推進を図るため、20 歳以上の男女個人を対象に、消費生活に係る意識や実態を把握する調査を実施しました。

2　調査の項目

（1）消費者問題への関心度と意識
（2）消費生活上のトラブルや不安
（3）消費者問題に関する情報
（4）消費生活に関する講座や催し
（5）消費者問題に対する取組みとして行政に望むこと等

3　調査の設計

（1）調査地域	長野県全域
（2）調査対象（母集団）	調査地域に居住する満 20 歳以上の男女個人
（3）調査対象数（標本数）	2,000 人
（4）抽出方法	層化二段無作為抽出法 （母集団の属性を二段階で区分し抽出する方法）
（5）調査方法	郵送法（郵送配布―郵送回収）
（6）調査実施時期	平成 24 年 1 月 25 日（水）から同年 2 月 8 日（水）まで

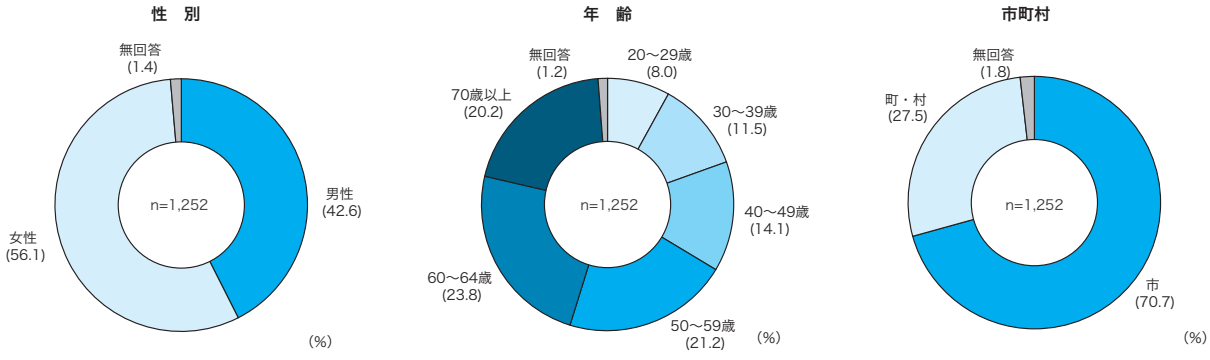
4　回収の結果

標本数	（A）	2,000 件
回収数	（B）	1,252 件
回収率	（B／A）	62.6%

※回収率は小数点第 2 位以下を四捨五入した。

5　回答者の属性

※グラフ近くの「n」は母数です。例：（n=1,252）は 1,252 人が回答、という意味。

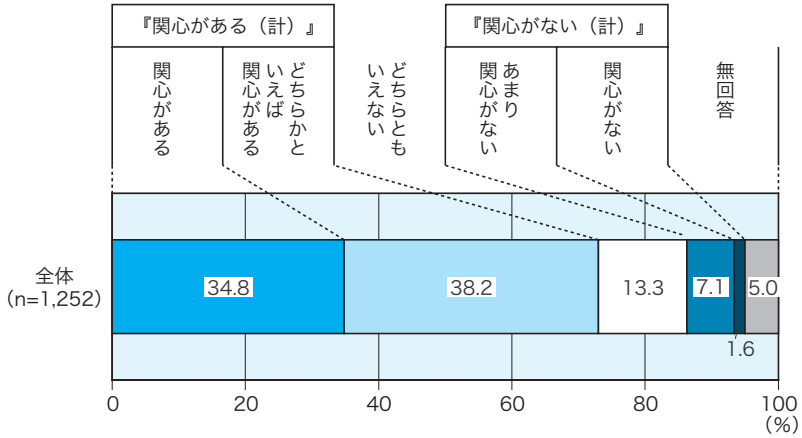


■調査結果

1 消費者問題への関心度と意識

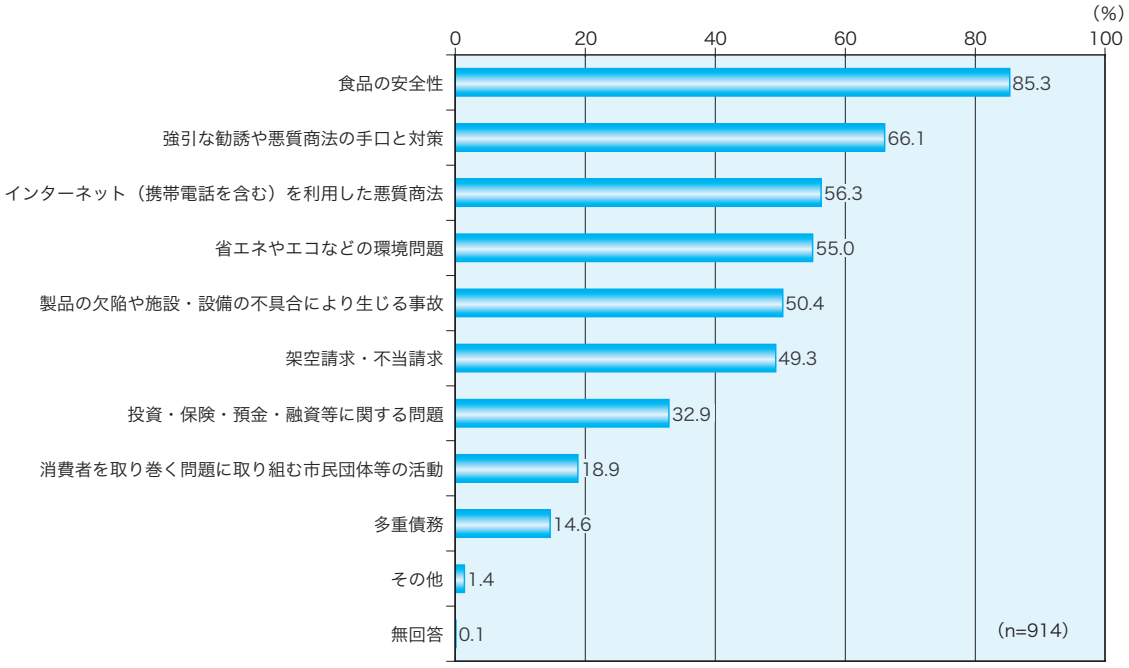
（1）消費者問題に関する関心度

『関心がある（計）』は 73.0%、一方、『関心がない（計）』は 8.7%となっている。



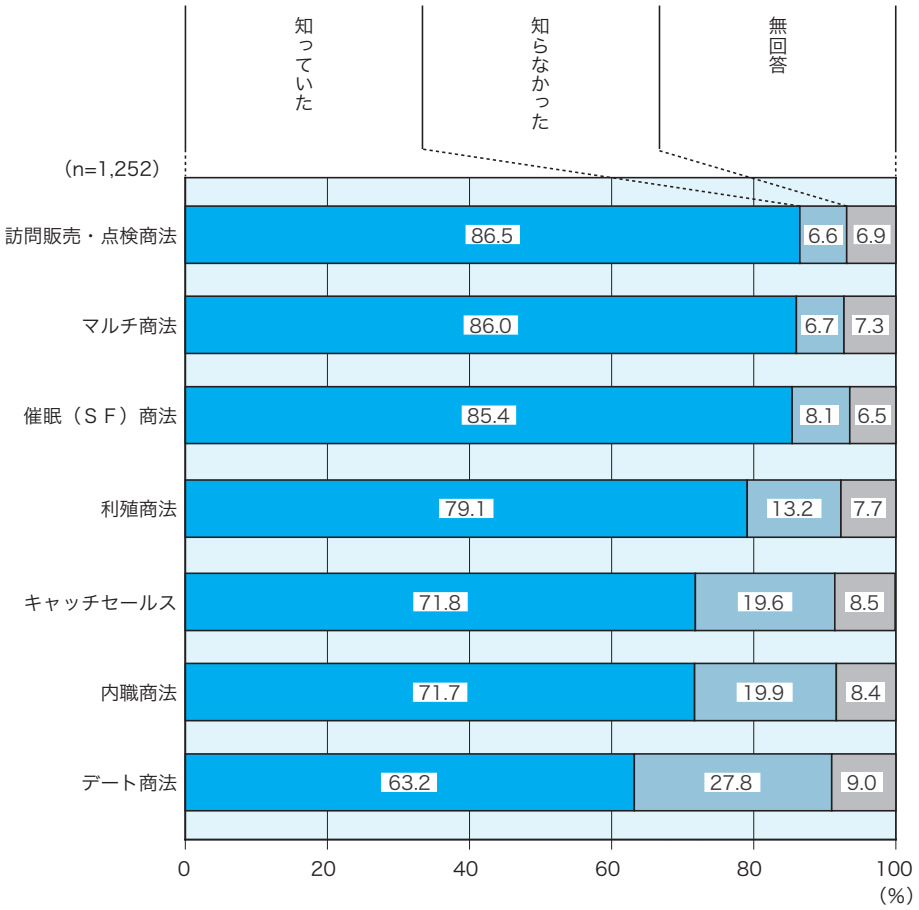
（2）関心のある消費者問題

関心が高い順に、「食品の安全性」85.3%、「強引な勧誘や悪質商法の手口と対策」66.1%、「インターネット（携帯電話を含む）を利用した悪質商法」56.3%、「省エネやエコなどの環境問題」55.0%、「製品の欠陥や施設・設備の不具合により生じる事故」50.4%となっている。



（3）悪質商法の認知度

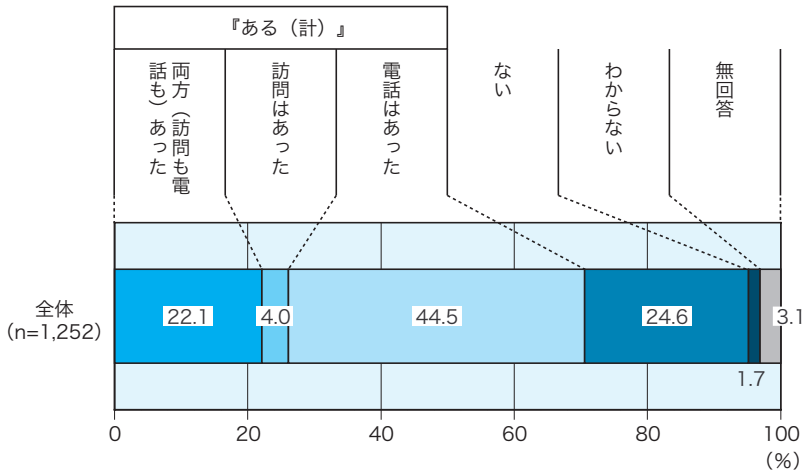
悪質商法の認知度は、高い順に「訪問販売・点検商法」86.5%、「マルチ商法」86.0%、「催眠（ＳＦ）商法」85.4%となっている。



2 消費生活上のトラブルや不安

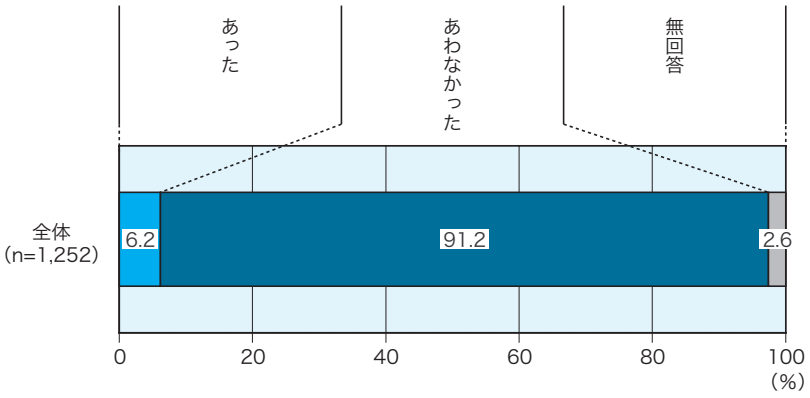
（1）訪問や電話での勧誘の有無

訪問や電話での勧誘経験は、『ある（計）』は 70.6%、「ない」は 24.6%となっている。



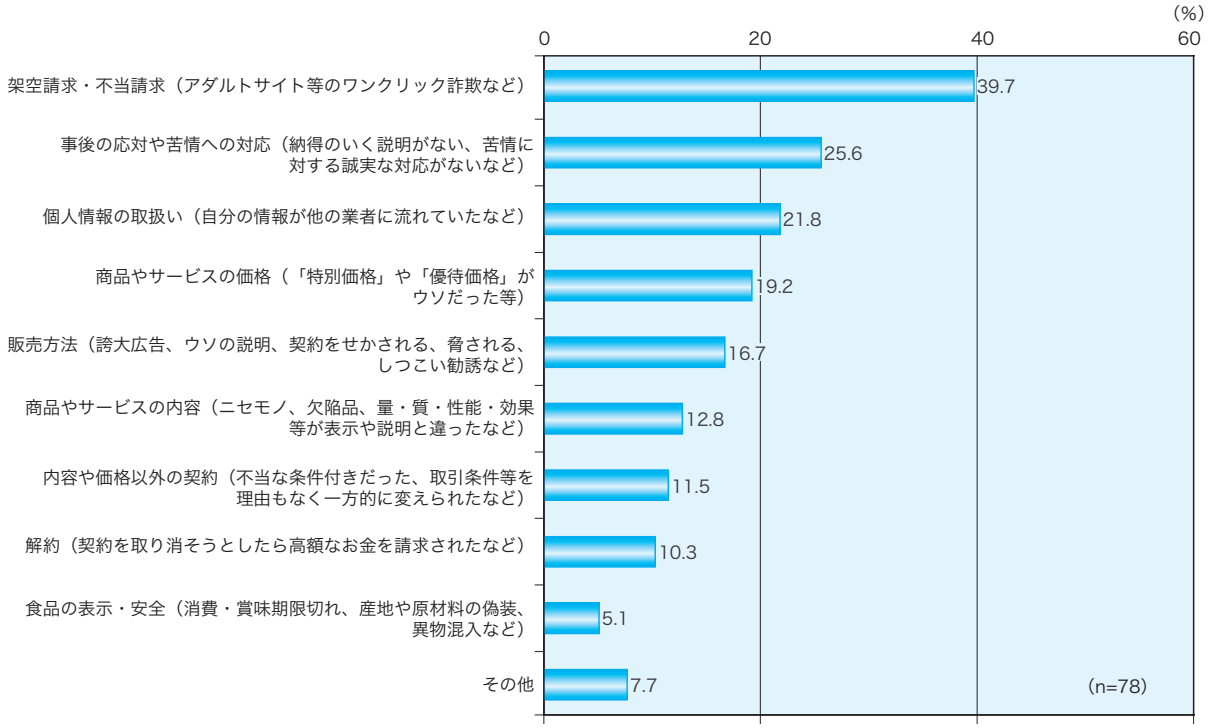
（2）消費生活上のトラブルの有無

トラブルの経験は「あった」は 6.2%、「あわなかった」は 91.2%となっている。



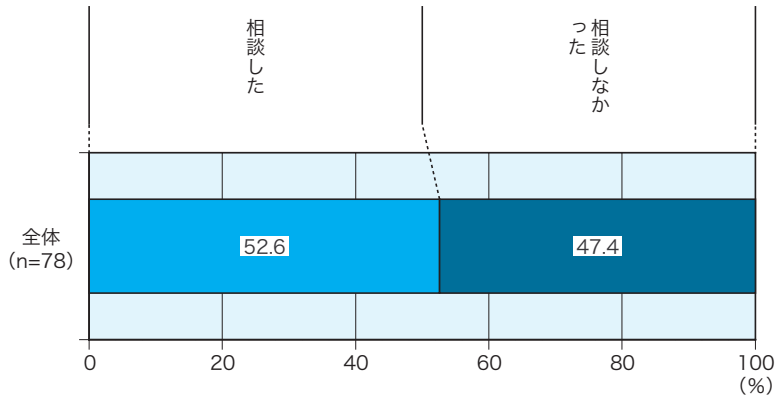
（3）経験したトラブルの内容

トラブルの内容は、多い順に「架空請求・不当請求（アダルトサイト等のワンクリック詐欺など）」39.7%、「事後の応対や苦情への対応（納得のいく説明がない、苦情に対する誠実な対応がないなど）」25.6%、「個人情報の取扱い（自分の情報が他の業種に流れていたなど）」21.8%となっている。



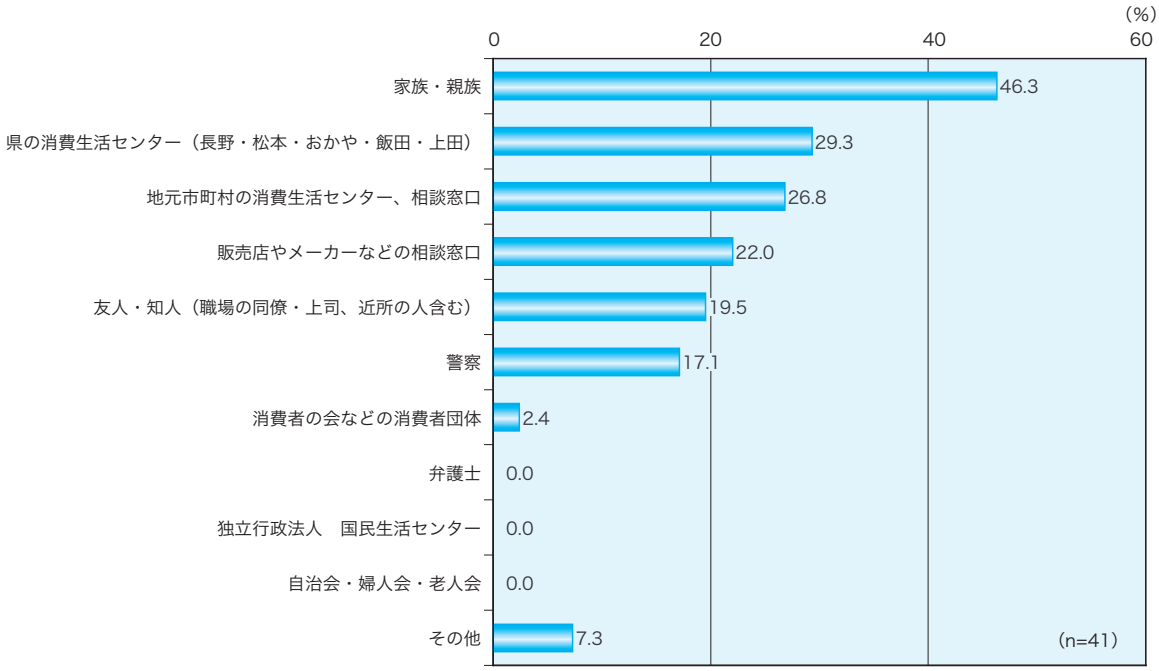
（4）トラブルにあった際の相談の有無

トラブルにあった際に、「相談した」は 52.6%、「相談しなかった」は 47.4%となっている。



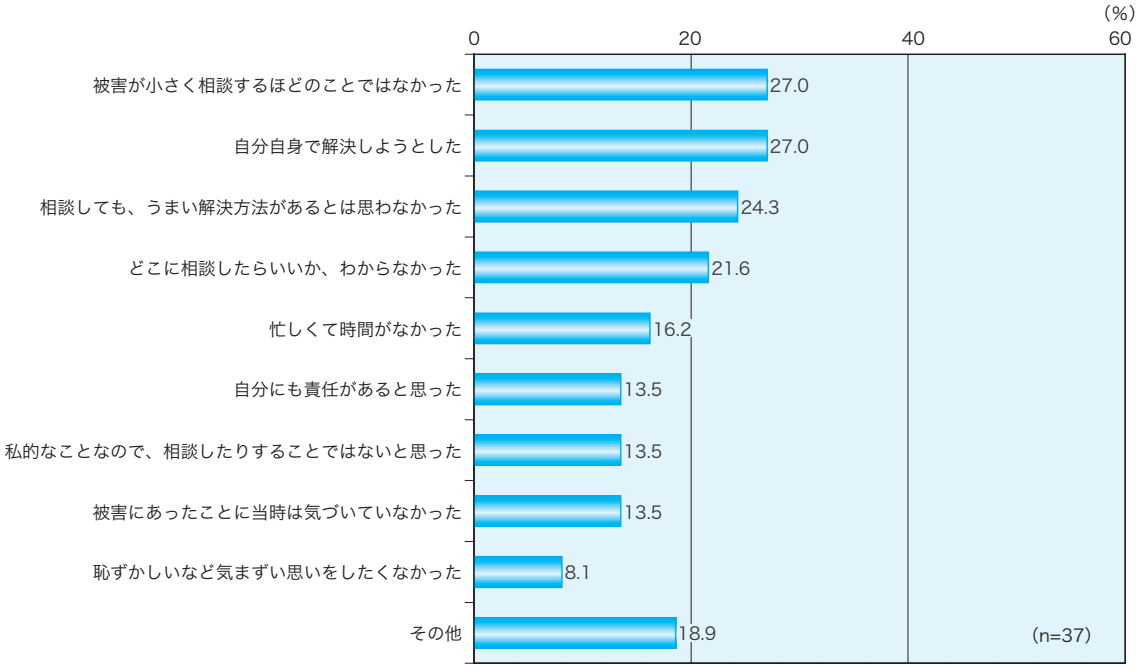
（5）トラブルにあった際の相談先

相談先は、「家族・親族」が 46.3%で最も高く、次いで「県の消費生活センター（長野・松本・おかや・飯田・上田）」29.3%、「地元市町村の消費生活センター、相談窓口」26.8%となっている。



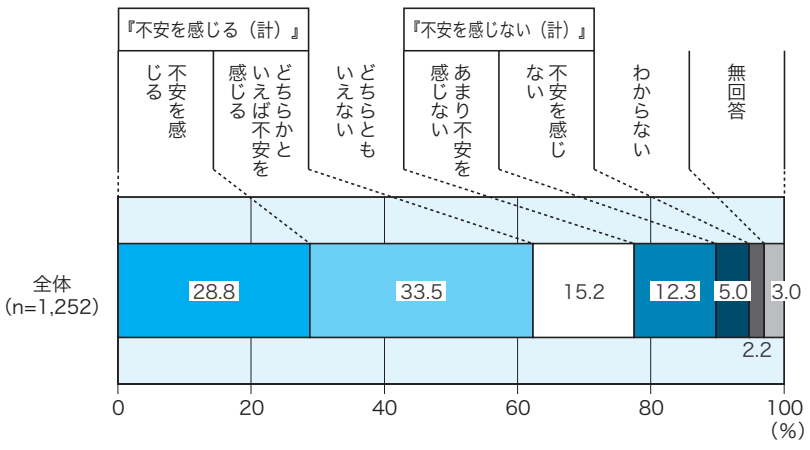
（6）相談しなかった理由

「相談しなかった」理由は、「被害が小さく相談するほどのことではなかった」と「自分自身で解決しようとした」がともに 27.0％で最も高くなっている。次いで、「相談しても、うまい解決方法があるとは思わなかった」24.3％、「どこに相談したらいいか、わからなかった」21.6％となっている。



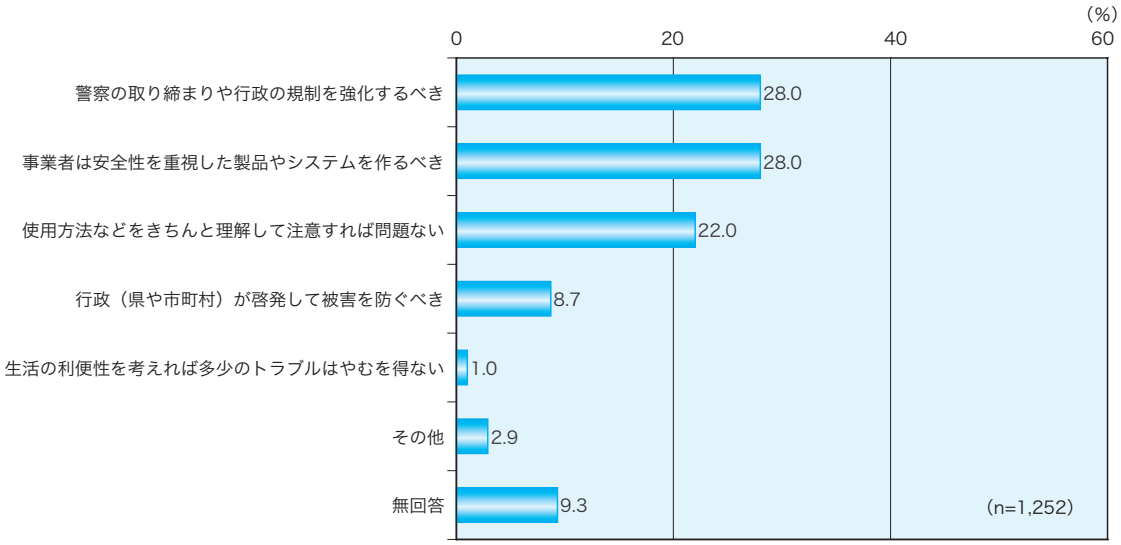
（7）契約や取引に対する考え

契約や取引に対して、『不安を感じる（計）』は 62.3％、一方、『不安は感じない（計）』は 17.3％となっている。



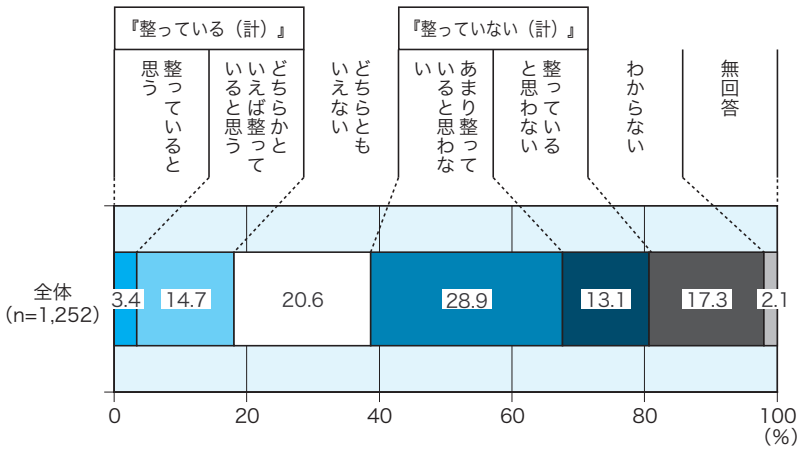
（8）情報技術の進展による新たなトラブルへの意識

携帯電話やインターネット普及に関するトラブルについては、「警察の取り締まりや行政の規制を強化するべき」28.0%、「事業者は安全性を重視した製品やシステムを作るべき」28.0%、「使用方法などをきちんと理解して注意すれば問題ない」22.0%となっている。



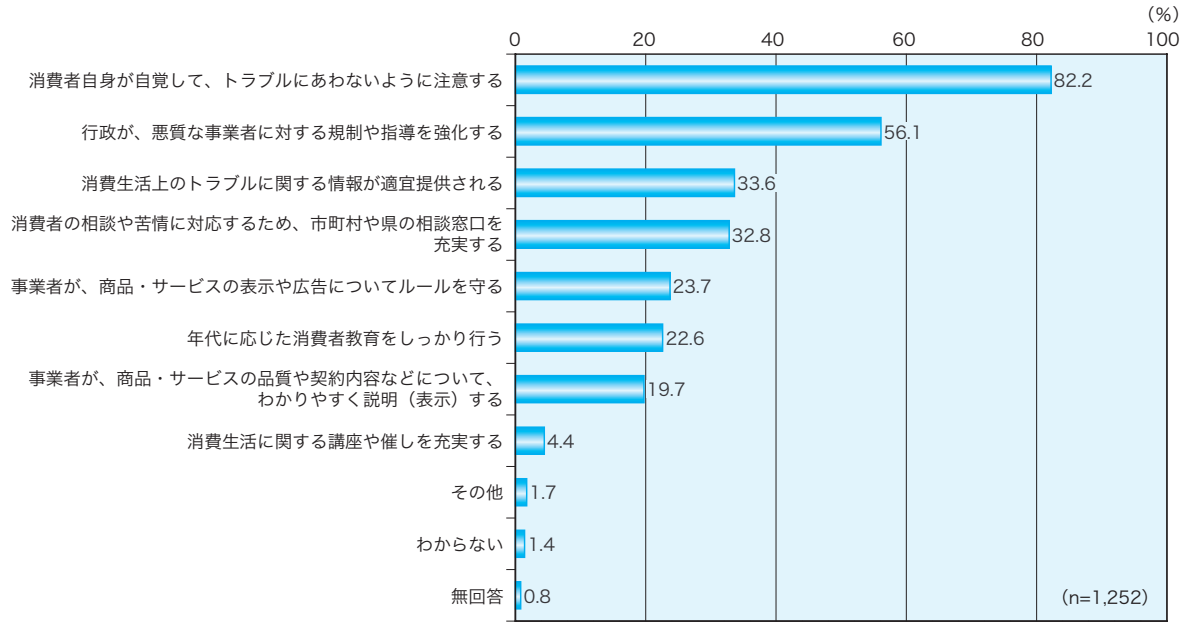
（9）被害者救済の仕組みに対する考え

トラブルの際、消費者救済の仕組みが『整っている（計）』は18.1%、一方、『整っていない（計）』は42.0%となっている。



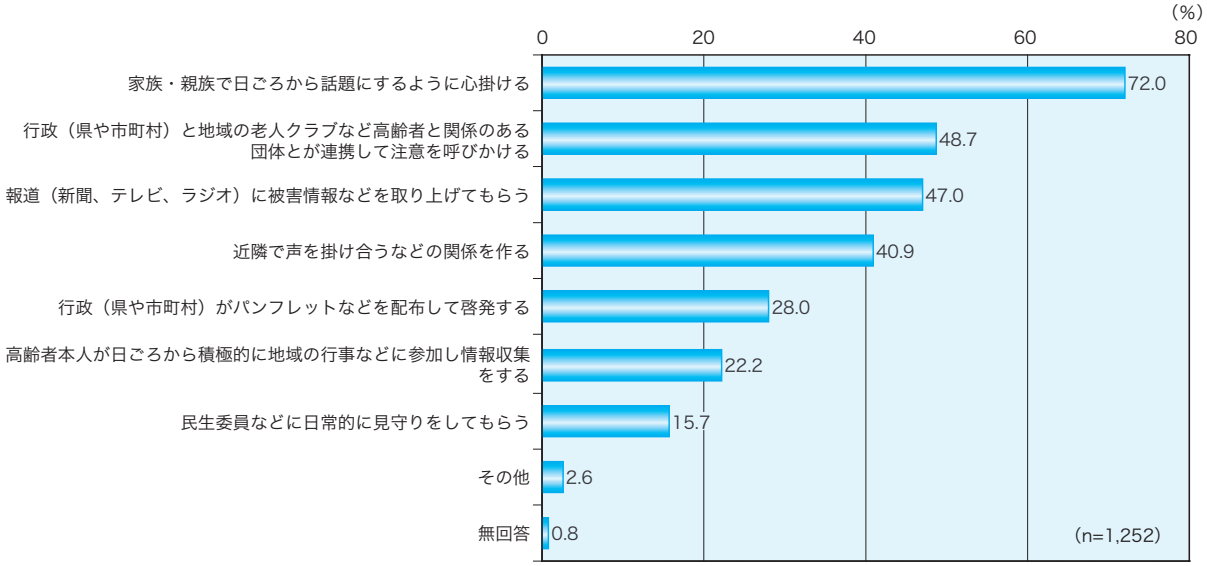
（10）トラブルにあわないために重要なこと

トラブルにあわないためには、「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」82.2%、「行政が、悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」56.1%、「消費生活上のトラブルに関する情報が適宜提供される」33.6%、「消費者の相談や苦情に対応するため、市町村や県の相談窓口を充実する」32.8%となっている。



（11）高齢者が被害にあわないようにするための対策

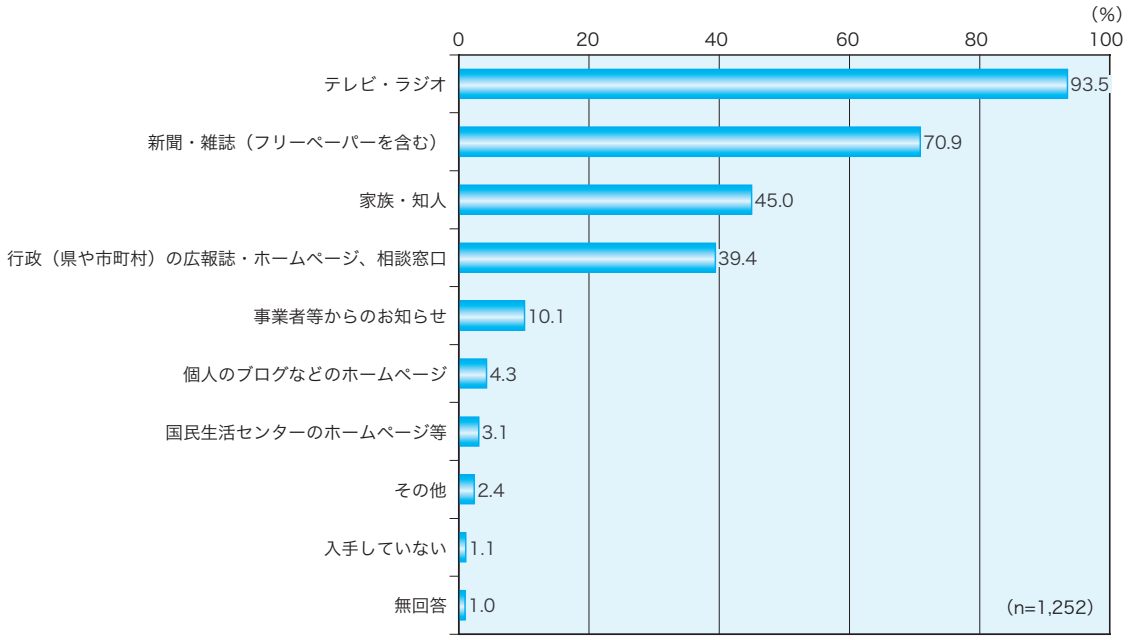
高齢者が被害にあわないためには、「家族・親族で日ごろから話題にするように心掛ける」72.0%、「行政（県や市町村）と地域の老人クラブなど高齢者と関係のある団体とが連携して注意を呼びかける」48.7%、「報道（新聞、テレビ、ラジオ）に被害情報などを取り上げてもらう」47.0%となっている。



3 消費生活に関する情報

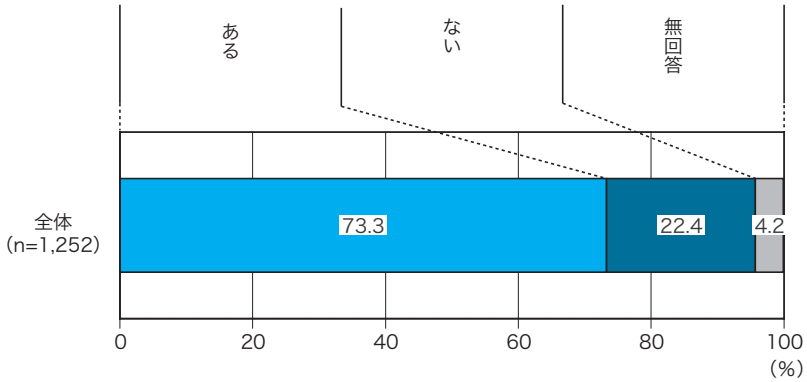
（1）悪質商法に関する情報の入手先

悪質商法の手口の情報の入手先は、「テレビ・ラジオ」93.5%、「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」70.9%、「家族・知人」45.0%となっている。



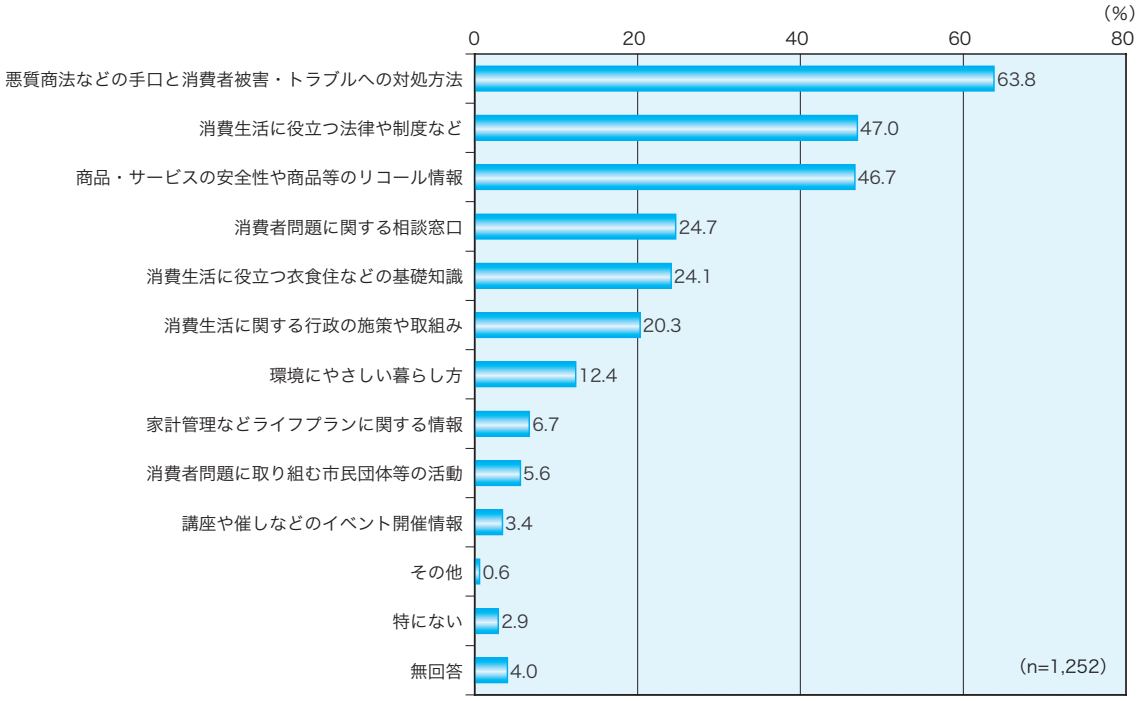
（2）リコール情報を見た経験の有無

商品等のリコール情報を見た経験は「ある」73.3%、一方、「ない」が22.4%となっている



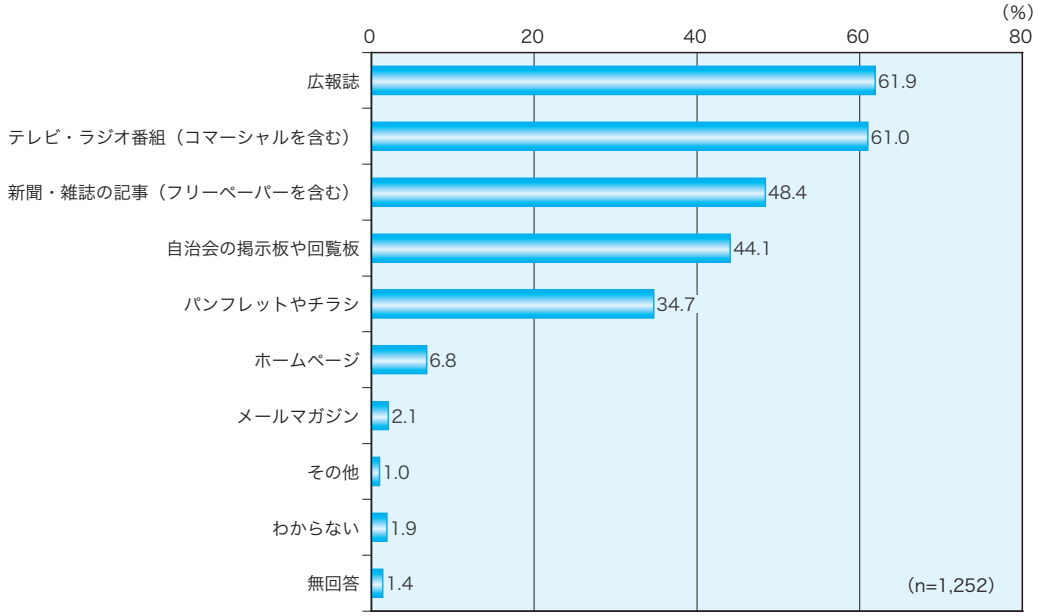
（3）消費生活について欲しい情報

欲しい情報の順に、「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」63.8%、「消費生活に役立つ法律や制度など」47.0%、「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」46.7%となっている。



（4）行政（県や市町村）が発信する情報で利用しやすいもの

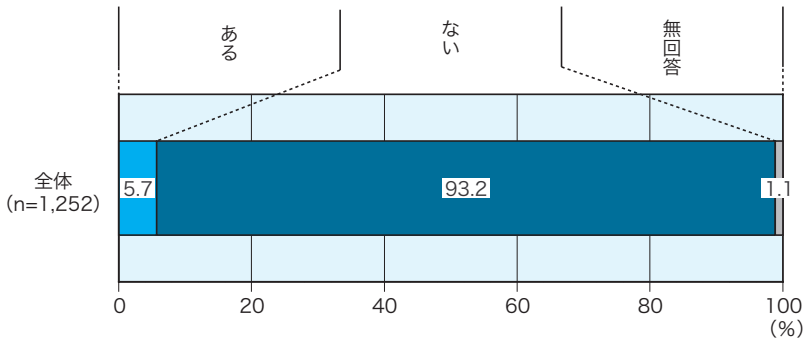
利用しやすい順に、「広報誌」61.9%、「テレビ・ラジオ番組（コマーシャルを含む）」61.0%、「新聞・雑誌の記事（フリーペーパーを含む）」48.4%、「自治会の掲示板や回覧板」44.1%となっている。



4 消費生活に関する講座や催し

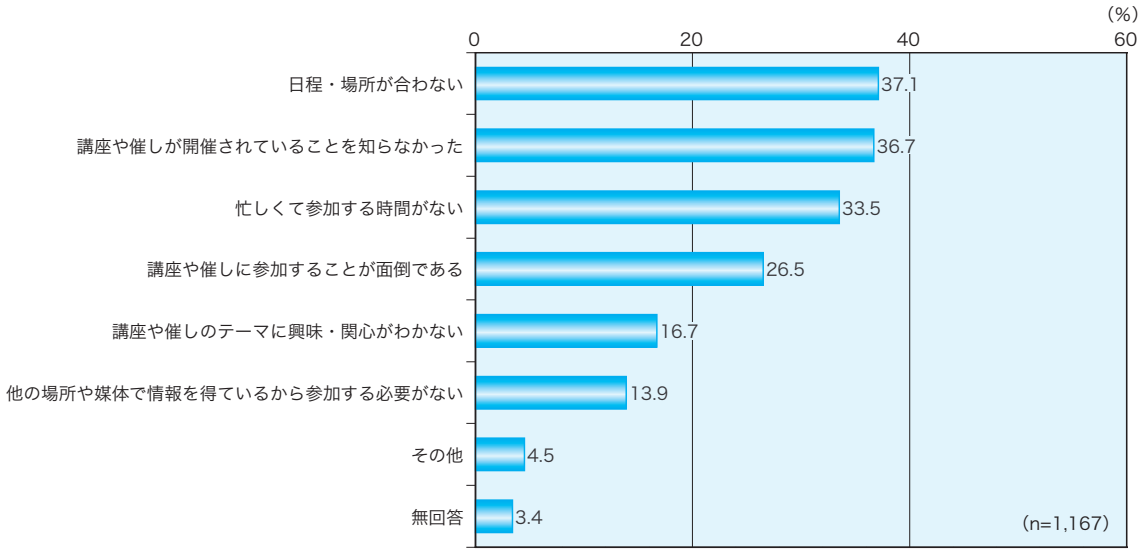
（1）消費生活の講座や催しへの参加経験

講座や催しへの参加経験が「ある」は 5.7%、「ない」は 93.2%となっている。



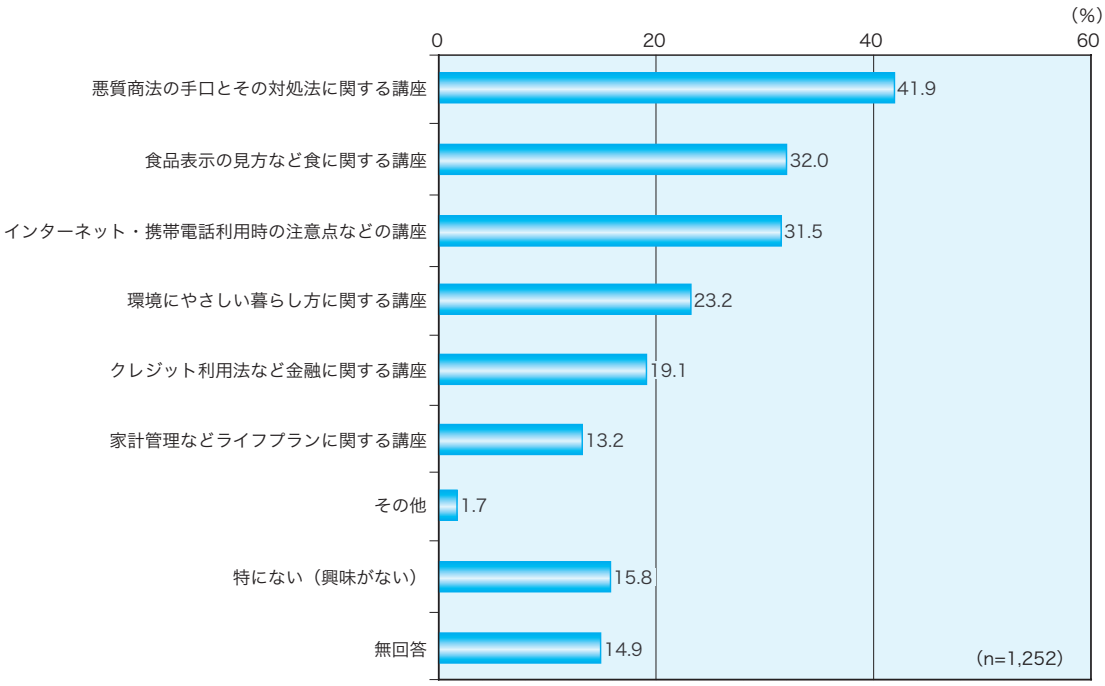
（2）消費生活の講座や催しに参加したことがない理由

消費生活の講座や催しに参加したことが「ない」理由としては、「日程・場所が合わない」37.1%、「講座や催しが開催されていることを知らなかった」36.7%、「忙しくて参加する時間がない」33.5%となっている。



（3）参加したい消費生活講座

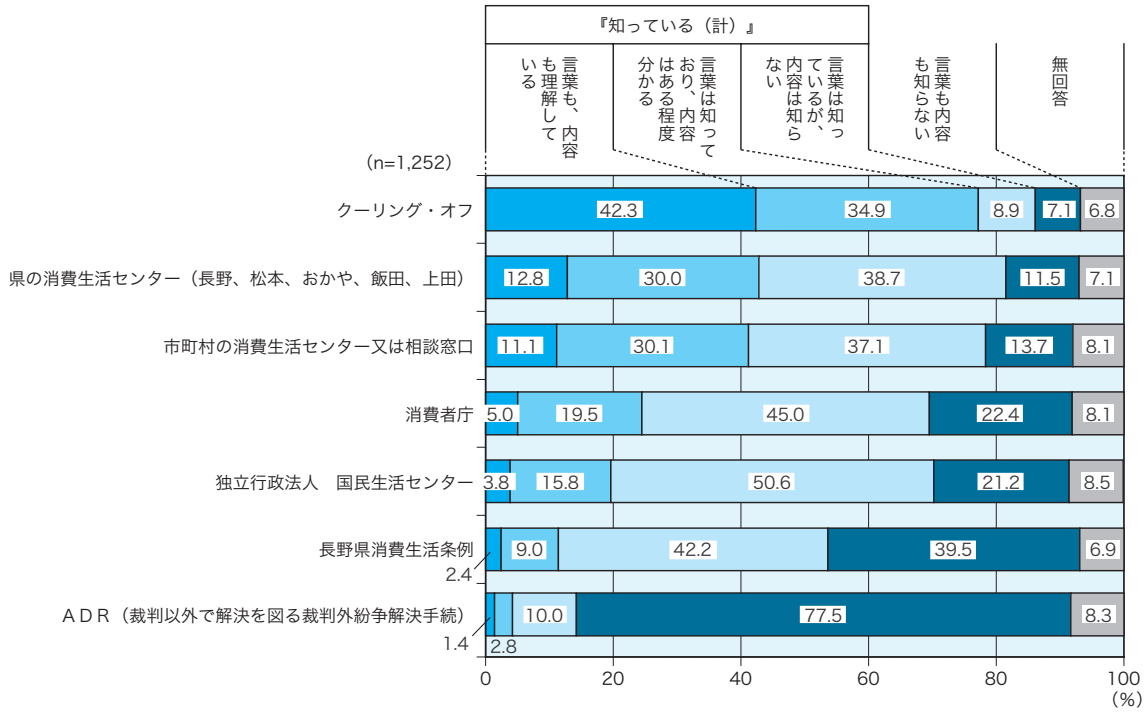
希望が多い順に、「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」41.9%、「食品表示の見方など食に関する講座」32.0%、「インターネット・携帯電話利用時の注意点などの講座」31.5%となっている。



5 消費者問題に対する取組みとして行政に望むこと等

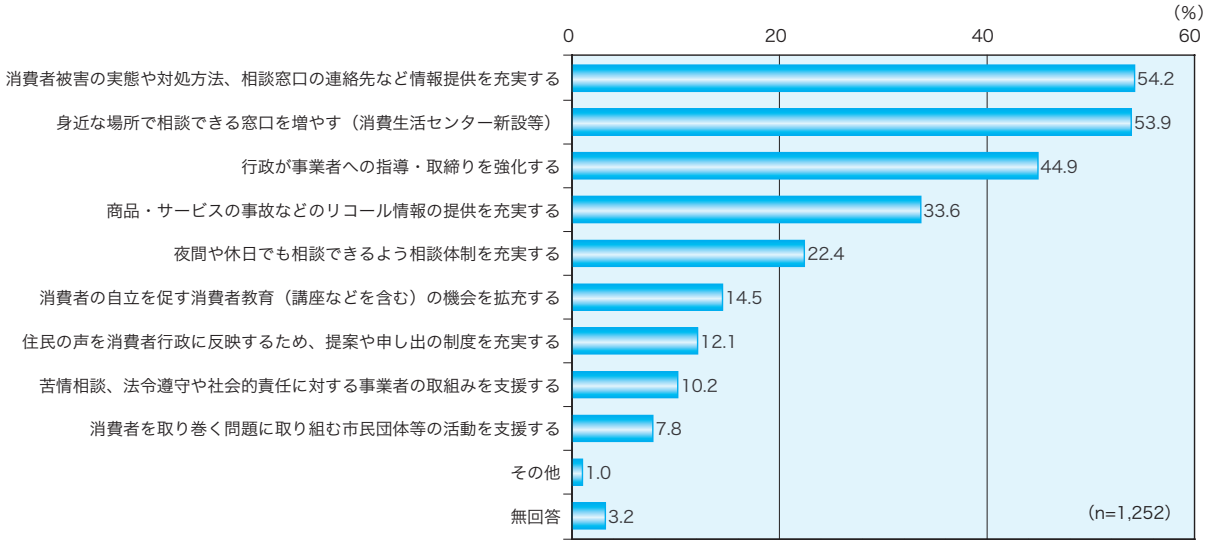
（1）消費者問題に関する組織や制度の認知度

『知っている（計）』の割合が高い順に、「クーリング・オフ」86.1%、「県の消費生活センター（長野、松本、おかや、飯田、上田）」81.5%、「市町村の消費生活センター又は相談窓口」78.3%となっている。



（2）消費者問題に対して行政に望む取組み

行政に望むことは、「消費者被害の実態や対処方法、相談窓口の連絡先など情報提供を充実する」54.2%、「身近な場所で相談できる窓口を増やす（消費生活センター新設等）」53.9%、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」44.9%となっている。



発行：長野県企画部消費生活室
長野市大字中御所字岡田９８－１
電話：０２６－２２３－６７７０
E ﾒｰﾙ：shohi@pref.nagano.lg.jp
URL: http://www.nagano-shohi.net/