

## 第 3 章 調査結果



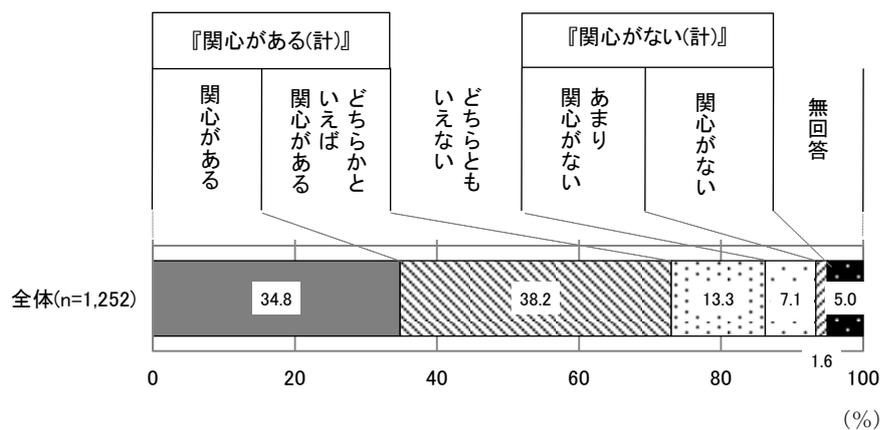
# 1 消費者問題への関心度と意識について

## (1) 消費者問題に対する関心度

◆ 『関心がある(計)』は73.0%、『関心がない(計)』は8.7%

問1 消費者問題について関心がありますか。(○は1つ)

図1-1 消費者問題に対する関心度



消費者問題に対する関心度について聞いたところ、「どちらかといえば関心がある」(38.2%)が最も多くなっている。「関心がある」(34.8%)と「どちらかといえば関心がある」を合わせた『関心がある(計)』は73.0%となっている。一方、「あまり関心がない」(7.1%)と、「関心がない」(1.6%)を合わせた『関心がない(計)』は8.7%となっている。(図1-1)

【性別】

『関心がある(計)』は、男性が73.1%、女性が73.4%で、大きな差はみられない。「関心がある」という回答は、女性より男性の方が4.6ポイント高く、「どちらかといえば関心がある」は女性が男性より4.9ポイント高くなっている。(図1-2)

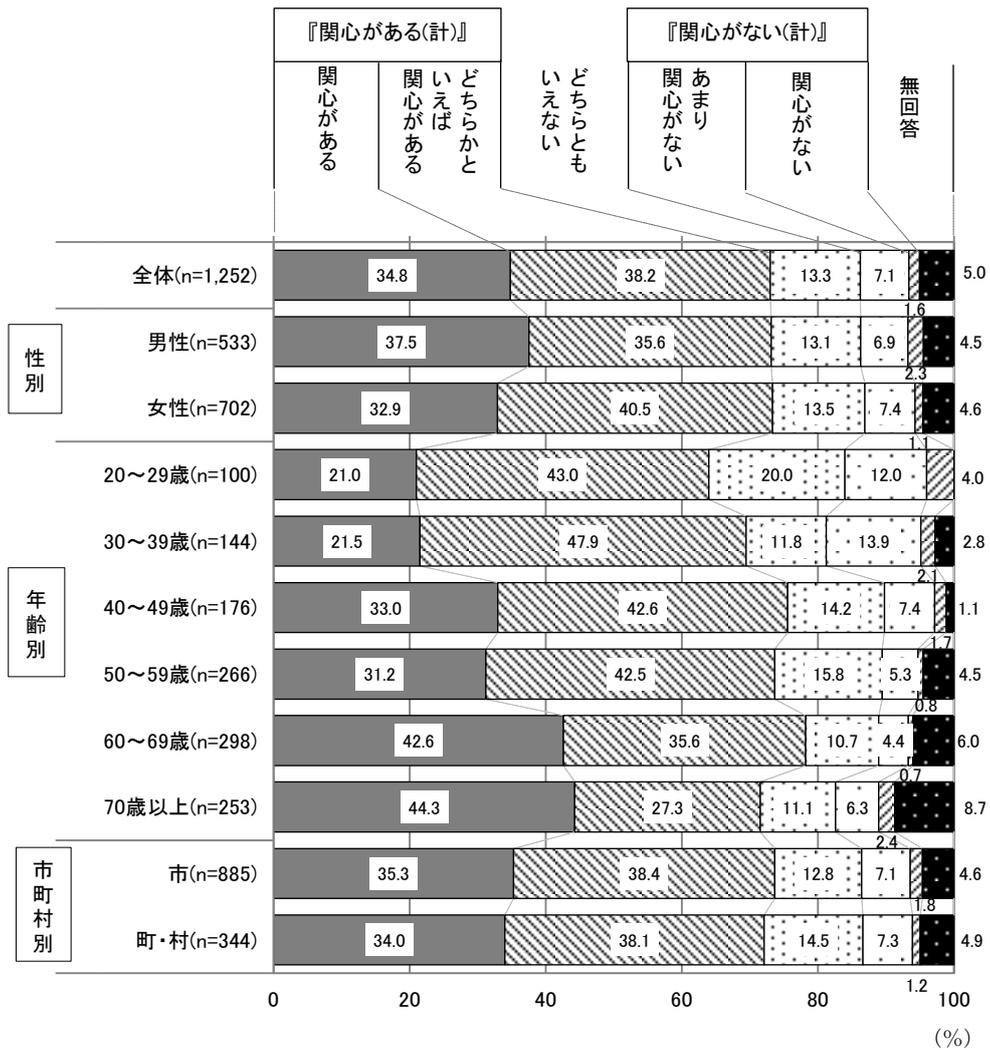
【年齢別】

『関心がある(計)』という回答は、60～69歳で最も多く、約8割(78.2%)となっている。一方で、『関心がない(計)』という回答は、20～29歳で最も多く、約2割(16.0%)となっている。(図1-2)

【市町村別】

『関心がある(計)』という回答は、市が73.7%、町・村が72.1%となっており、大きな差はなかった。(図1-2)

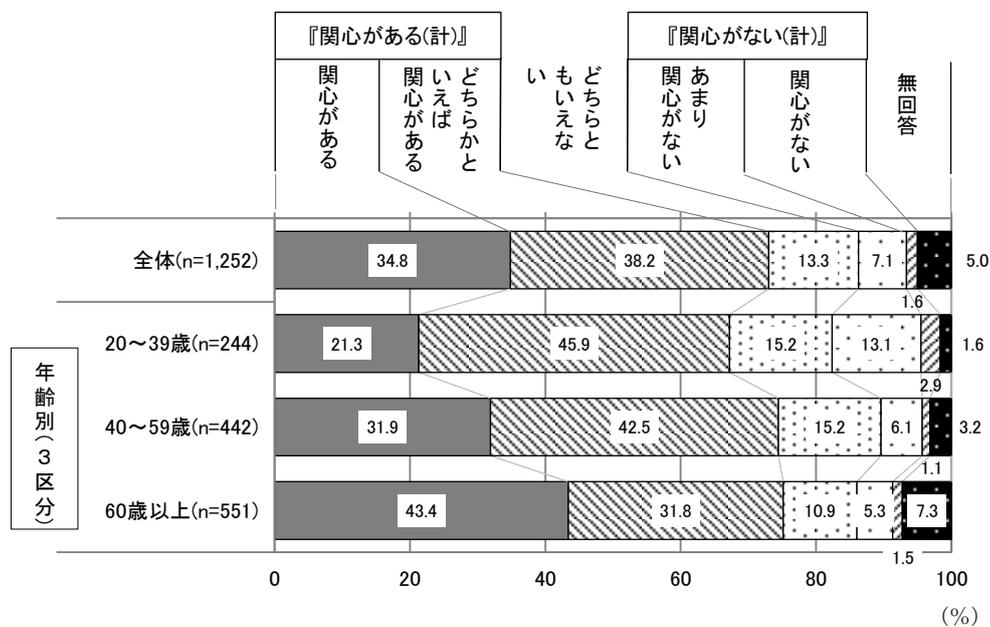
図1-2 消費者問題に対する関心度 性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『関心がある（計）』は、60歳以上（75.2%）で最も多くなっている。年齢が上がるにつれて消費者問題に対する関心が高くなっているといえる。（図1-3）

図1-3 消費者問題に対する関心度 年齢別（3区分）



**【訪問や電話での勧誘の有無別】**

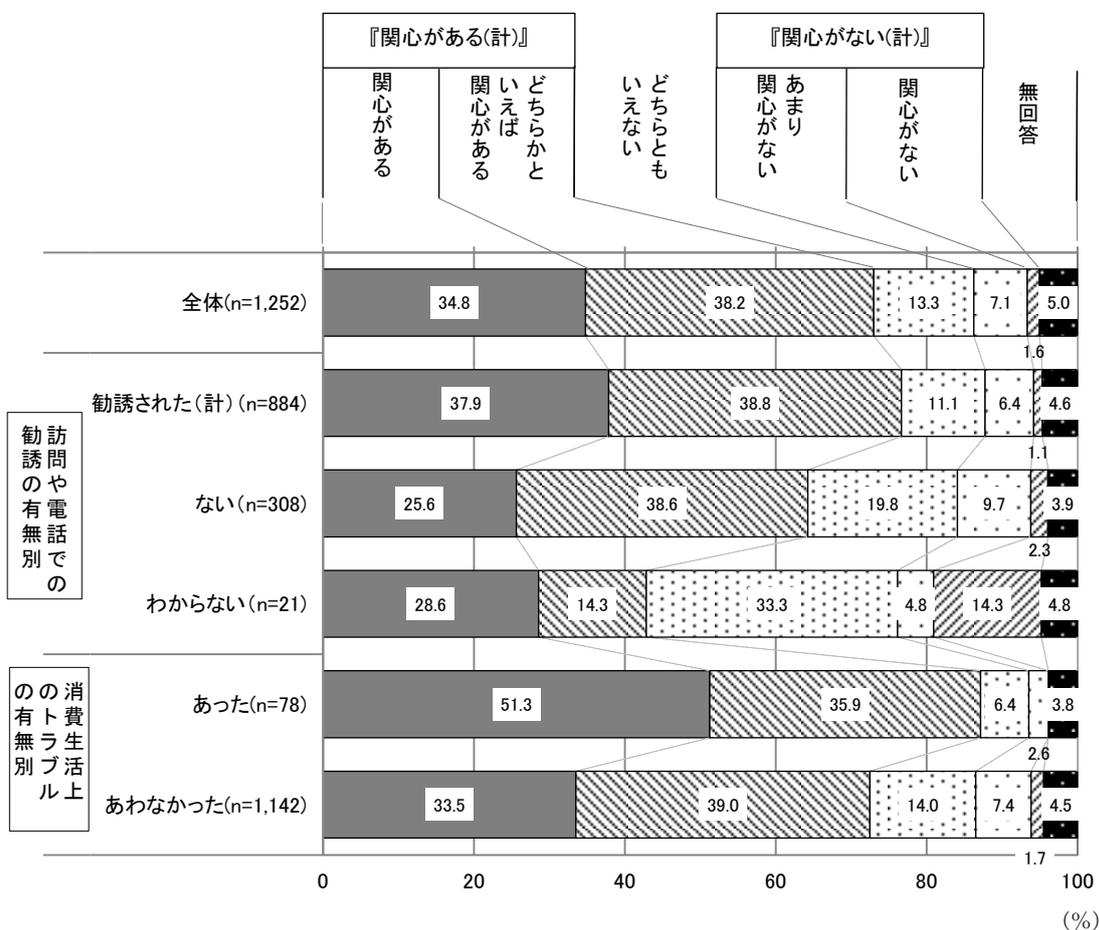
『関心がある(計)』は、“勧誘された(計)”で最も多く、約8割(76.7%)となっている。勧誘の経験が“ない”(64.2%)方よりも、12.5ポイント高くとなっている。

(図1-4)

**【消費生活上のトラブルの有無別】**

『関心がある(計)』は、消費生活上のトラブルの経験が“あった”(87.2%)で約9割となっている。“あわなかった”(72.5%)と回答している方より、14.7ポイント高くとなっている。(図1-4)

図1-4 消費者問題に対する関心度 訪問や電話での勧誘の有無別・消費生活上のトラブルの有無別

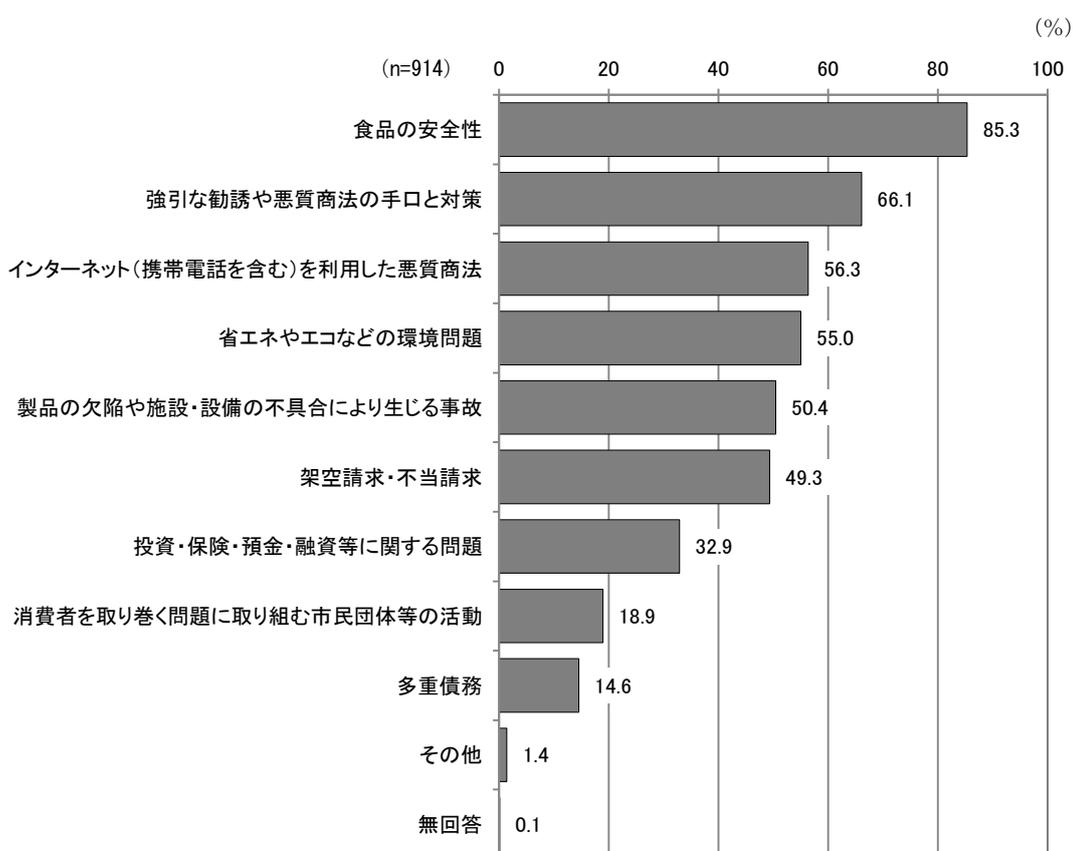


## (2) 関心のある消費者問題

◆「食品の安全性」が85.3%

(問1で、「①関心がある」、「②どちらかといえば関心がある」と回答した方のみ)  
問2 次のうち関心があるものに○をしてください。(○はいくつでも)

図1-5 関心のある消費者問題



問1で、「関心がある」または「どちらかといえば関心がある」という回答した方に、関心がある消費者問題について聞いたところ、「食品の安全性」(85.3%)が最も多くなっている。次に、「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%)と続いている。(図1-5)

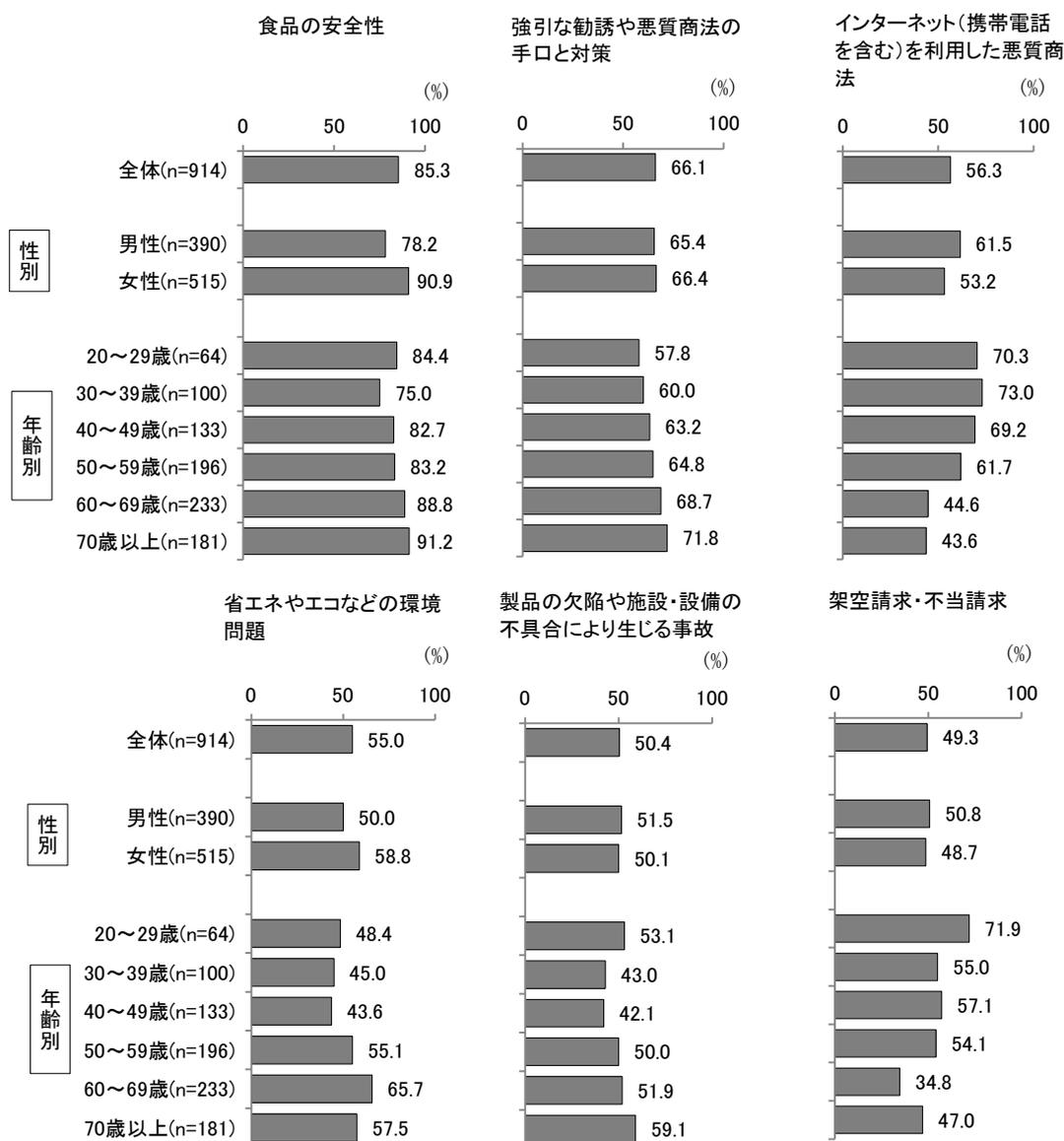
【性別】

「食品の安全性」は、女性（90.9%）が男性（78.2%）より、12.7ポイント高くなっている。一方、「インターネット（携帯電話を含む）を利用した悪質商法」は、男性（61.5%）が女性（53.2%）より8.3ポイント高い。（図1-6）

【年齢別】

「食品の安全性」、「強引な勧誘や悪質商法の手口と対策」、「省エネやエコ等の環境問題」、「製品の欠陥や施設・設備の不具合により生じる事故」は、おおむね年齢が上がるにつれ回答割合も高くなっている。「食品の安全性」は、70歳以上（91.2%）で9割を超えている。一方、「インターネット（携帯電話を含む）を利用した悪質商法」は、30～39歳で最も高く、おおむね低い年齢で割合が高くなっている。（図1-6）

図1-6 関心のある消費者問題(上位6項目) 性別・年齢別

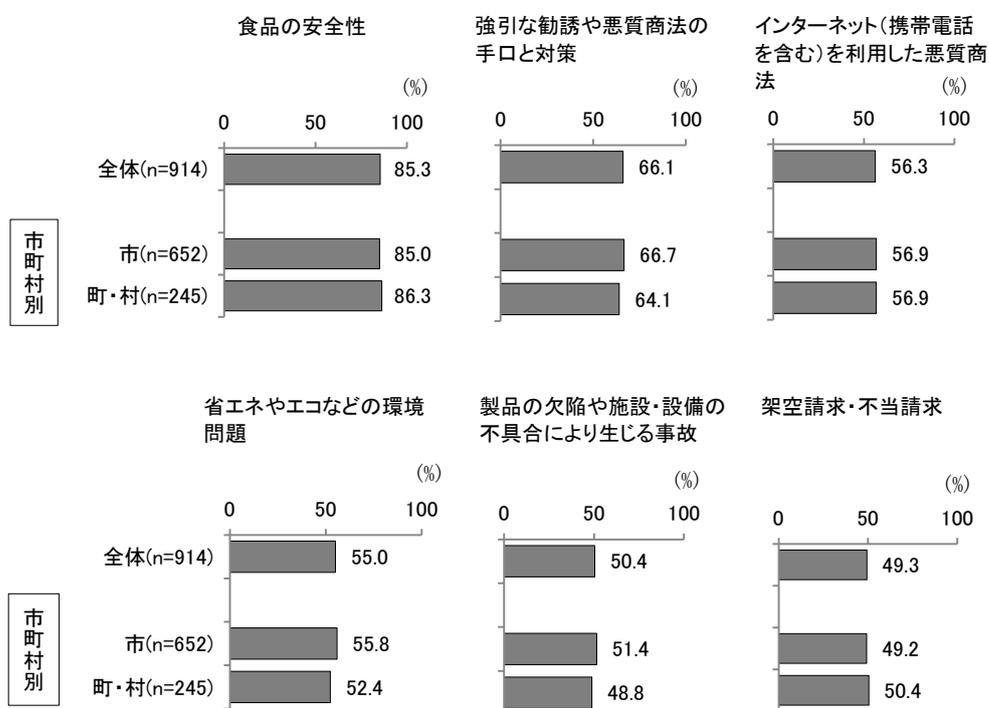


**【市町村別】**

いずれの項目についても市と町・村では大きな差はみられない。「強引な勧誘や悪質商法の手口と対策」、「省エネやエコ等の環境問題」、「製品の欠陥や施設・設備の不具合によって生じる事故」は市の方が町・村よりやや高くなっている。一方、「食品の安全性」、「架空請求・不当請求」については、町・村が市よりもやや高くなっている。「インターネット（携帯電話を含む）を利用した悪質商法」については同じ回答割合となっている。

(図1-7)

図1-7 関心のある消費者問題(上位6項目) 市町村別



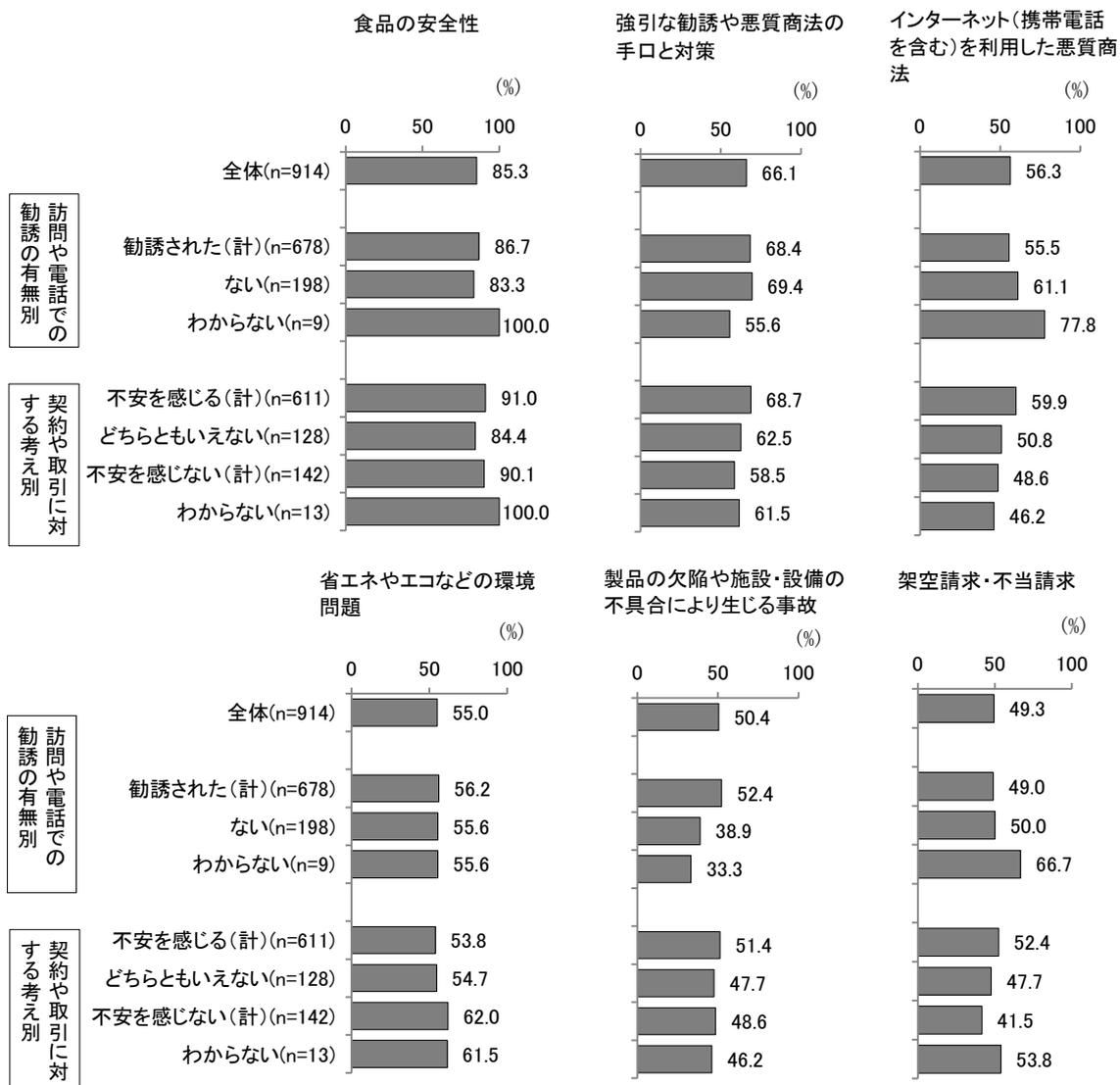
### 【訪問や電話での勧誘の有無別】

「製品の欠陥や施設・設備の不具合によって生じる事故」は、「勧誘された(計)」(52.4%)人の方が「ない」(38.9%)人よりも13.5ポイント高くなっている。一方で、「インターネット(携帯電話を含む)を利用した悪質商法」は「ない」(61.1%)と回答した人の方が「勧誘された(計)」(55.5%)人よりも5.6ポイント高くなっている。(図1-8)

### 【契約や取引に対する考え別】

6項目中、5項目で「不安を感じる(計)」人の方が、「不安を感じない(計)」人よりも関心が高くなっている。一方で、「省エネやエコなどの環境問題」においては、「不安を感じる(計)」(53.8%)人よりも「不安を感じない(計)」(62.0%)人の方が8.2ポイント高くなっている(図1-8)

図1-8 関心のある消費者問題(上位6項目) 訪問や電話での勧誘の有無別・契約や取引に対する考え別

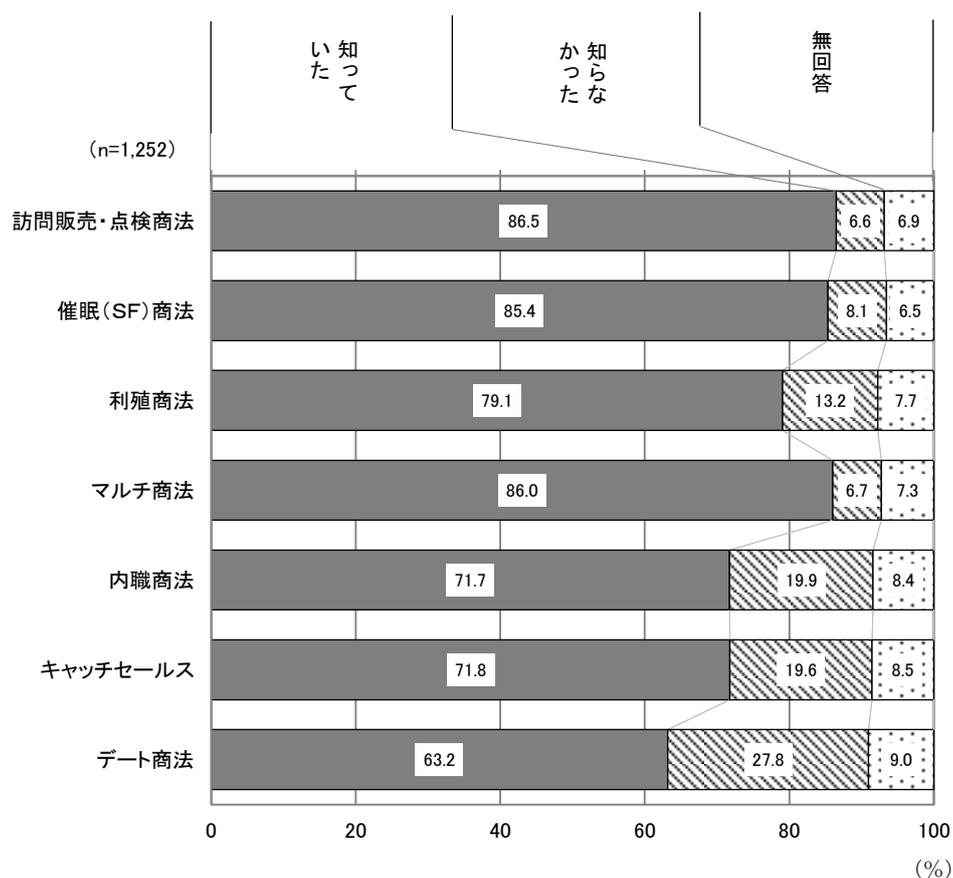


### (3) 悪質商法の認知度

- ◆「知っていた」は“訪問販売・点検商法”で86.5%、「知らなかった」は“デート商法”で27.8%

問3 次の手口が悪質商法だと知っていますか。(〇はそれぞれに1つ)

図1-9 悪質商法の認知度



悪質商法について、上記項目の認知度を聞いた。

「知っていた」は“訪問販売・点検商法”(86.5%)で最も高く、約9割となっている。次に、「マルチ商法」(86.0%)、「催眠(SF)商法」(85.4%)の順となっている。一方、「知らなかった」という回答は、「デート商法」(27.8%)で最も高く、約3割となる。次いで、「内職商法」(19.9%)、「キャッチセールス」(19.6%)の順で、ともに約2割となっている。(図1-9)

## 訪問販売・点検商法

### 【性別】

男性と女性では、大きな差はみられないが、男性よりも女性の方がやや高くなっている。(図1-10)

### 【年齢別】

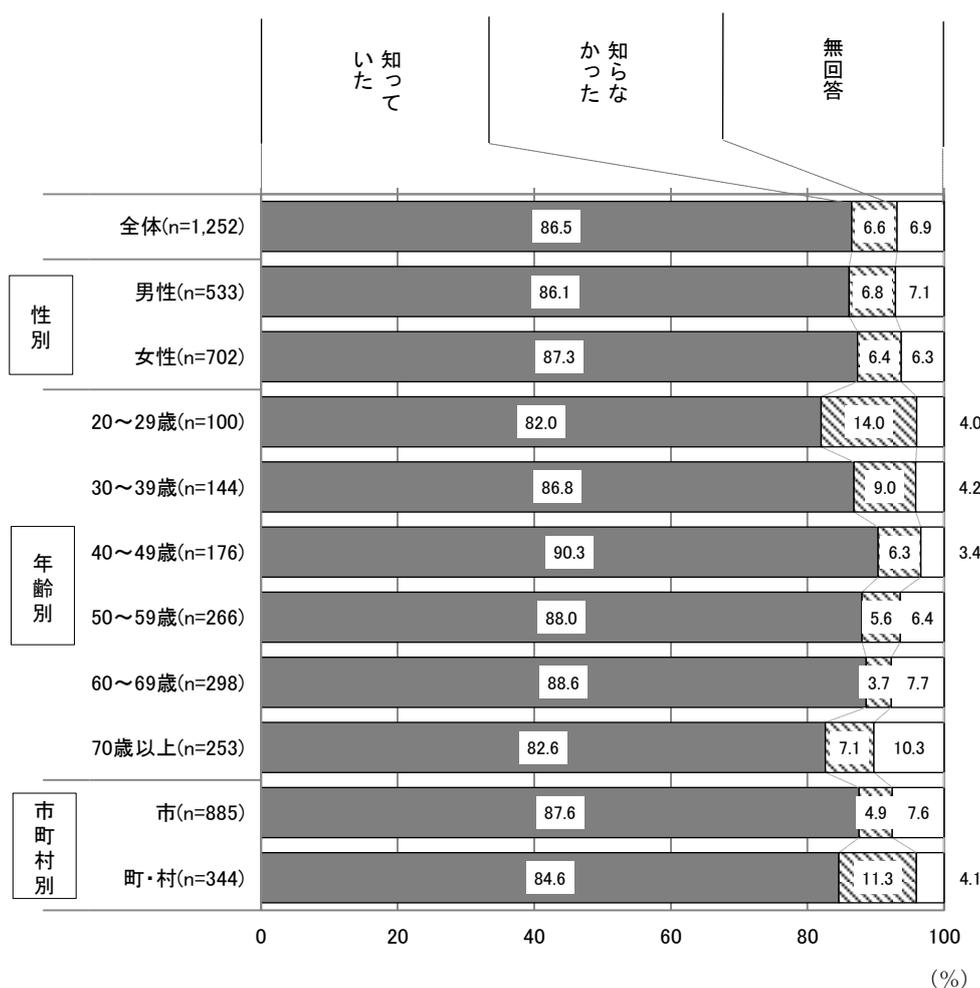
「知っていた」はどの年代でも8割以上となっている。40～49歳(90.3%)で最も高く9割を超えている。「知らなかった」は20～29歳(14.0%)で最も高くなっている。次いで、30～39歳(9.0%)、70歳以上(7.1%)の順に回答割合が高くなっている。

(図1-10)

### 【市町村別】

「知らなかった」という回答は、市(4.9%)、町・村(11.3%)で、町・村の方が6.4ポイント高くなっている。(図1-10)

図1-10 悪質商法の認知度<訪問販売・点検商法> 性別・年齢別・市町村別



## 催眠（SF）商法

### 【性別】

男性と女性では大きな差はみられない。（図1-11）

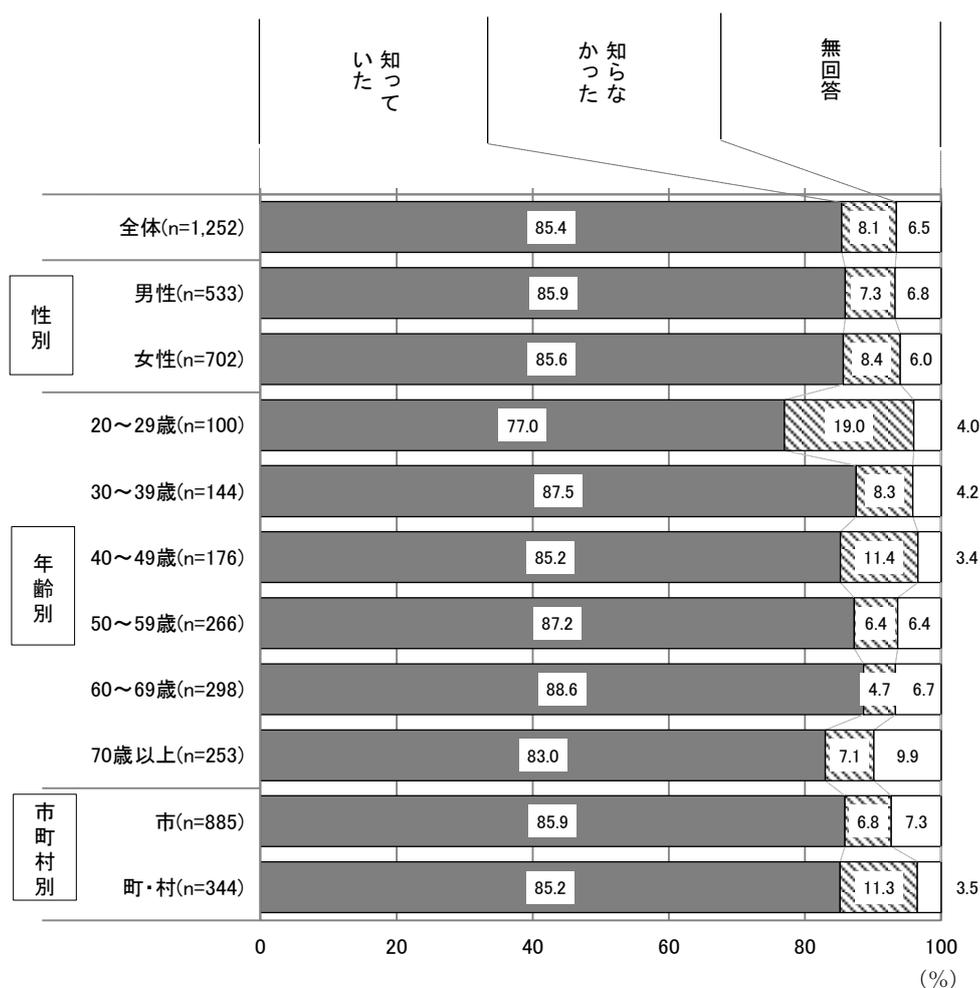
### 【年齢別】

「知っていた」という回答は、60～69歳（88.6%）で最も高くなっている。次いで、30～39歳（87.5%）、50～59歳（87.2%）の順となる。20～29歳（77.0%）では、「知っていた」という回答割合が唯一8割を下回っている。（図1-11）

### 【市町村別】

「知らなかった」という回答は、市（6.8%）よりも、町・村（11.3%）の方が4.5ポイント高くなっている。（図1-11）

図1-11 悪質商法の認知度＜催眠(SF商法)＞ 性別・年齢別・市町村別



## 利殖商法

### 【性別】

「知っていた」という回答は、男性（82.9%）が女性（76.9%）より 6.0 ポイント高くなっている。（図 1—12）

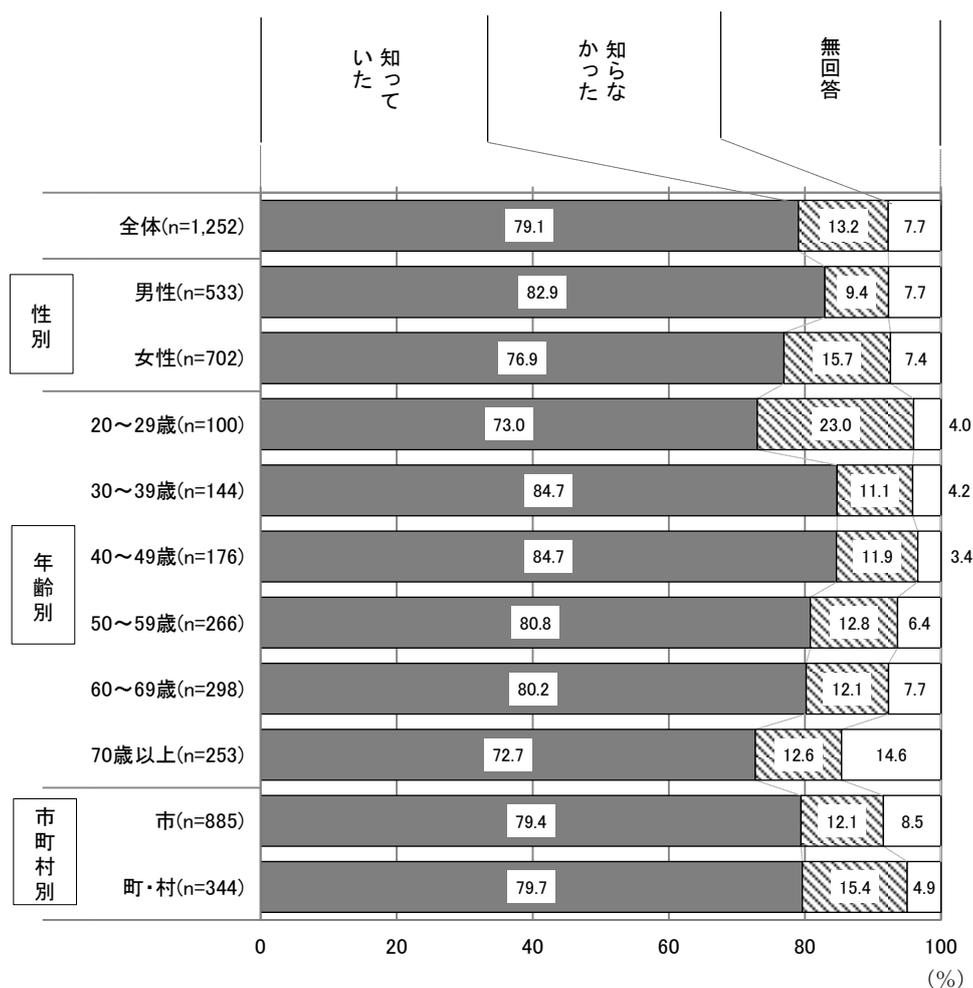
### 【年齢別】

「知っていた」という回答は、30～39 歳（84.7%）、40～49 歳（84.7%）の年代で最も高く、20～29 歳（73.0%）で最も回答割合が低い。50 歳以上になると年齢が上がるにつれ「知っていた」という回答は徐々に低くなっている。（図 1—12）

### 【市町村別】

「知らなかった」という回答は、市（12.1%）よりも、町・村（15.4%）の方が 3.3 ポイント高くなっている。（図 1—12）

図 1—12 悪質商法の認知度 <利殖商法> 性別・年齢別・市町村別



**マルチ商法**

**【性別】**

「知っていた」は、男性（87.4%）の方が女性（85.3%）より 2.1 ポイント高くなっている。（図 1-13）

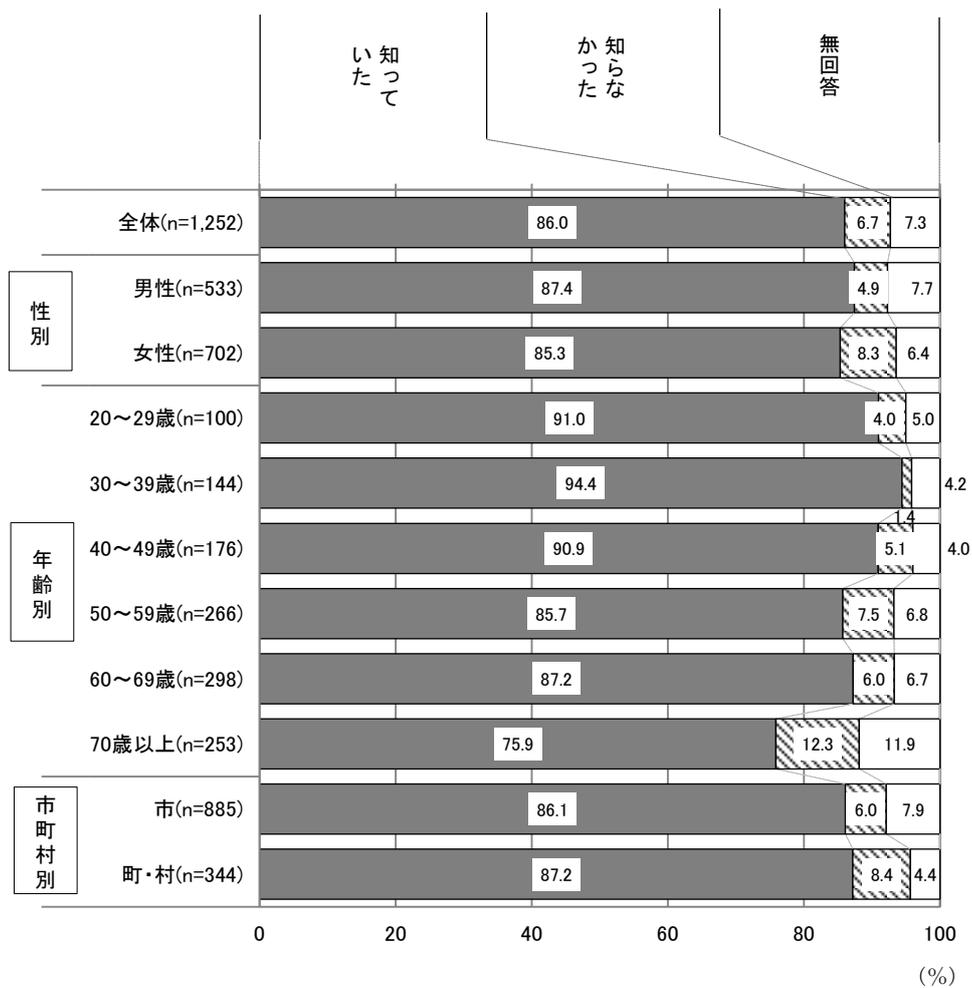
**【年齢別】**

「知っていた」という回答は 30～39 歳（94.4%）で最も高くなっている。49 歳以下ではいずれも 9 割を超えている。（図 1-13）

**【市町村別】**

「知らなかった」という回答は、市（6.0%）よりも、町・村（8.4%）が、2.4 ポイント高くなっている。（図 1-13）

図 1-13 悪質商法の認知度<マルチ商法> 性別・年齢別・市町村別



## 内職商法

### 【性別】

「知っていた」という回答は、男性（73.0%）の方が女性（70.9%）より2.1ポイント高くなっている。（図1-14）

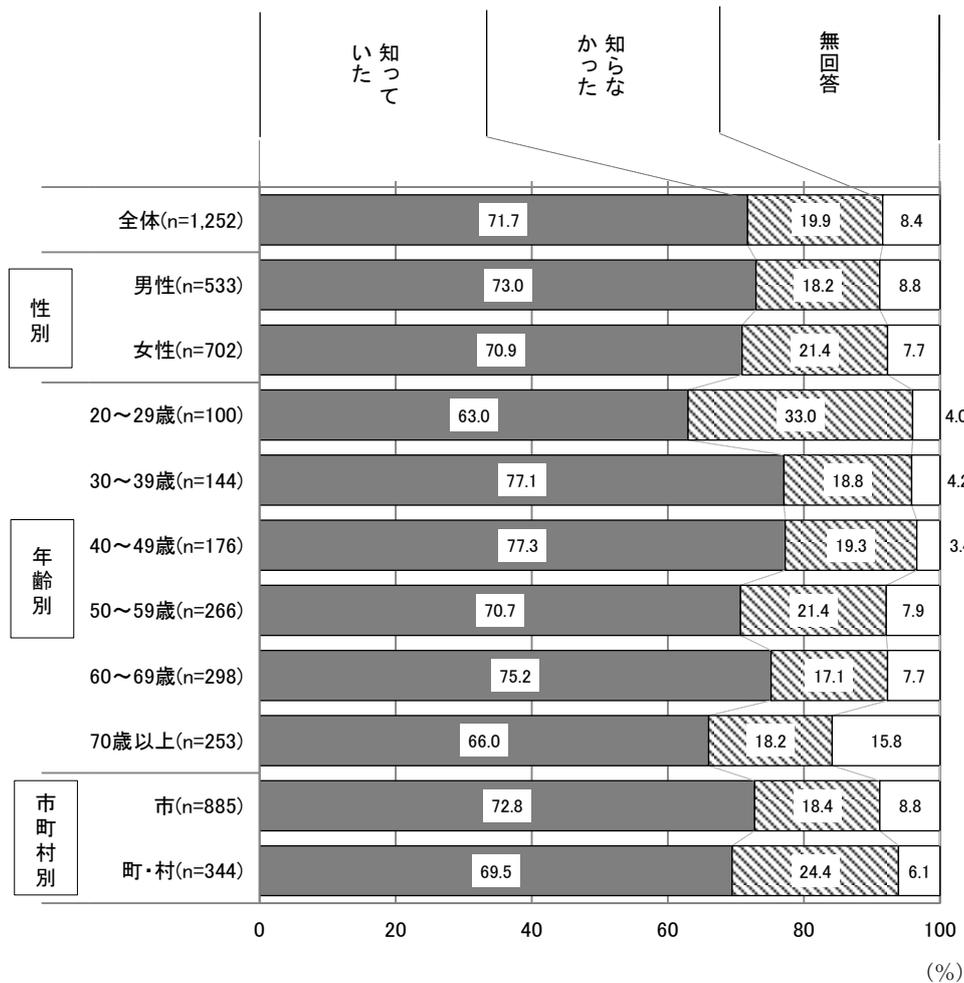
### 【年齢別】

「知っていた」という回答は、20～29歳（63.0%）と70歳以上（66.0%）が6割台、その他の年代では7割台となっている。（図1-14）

### 【市町村別】

「知らなかった」という回答は、市（18.4%）よりも、町・村（24.4%）が、6.0ポイント高くなっている。（図1-14）

図1-14 悪質商法の認知度＜内職商法＞ 性別・年齢別・市町村別



## キャッチセールス

### 【性別】

「知っていた」という回答は、男性（75.2%）が女性（69.7%）より、5.5ポイント高くなっている。（図1-15）

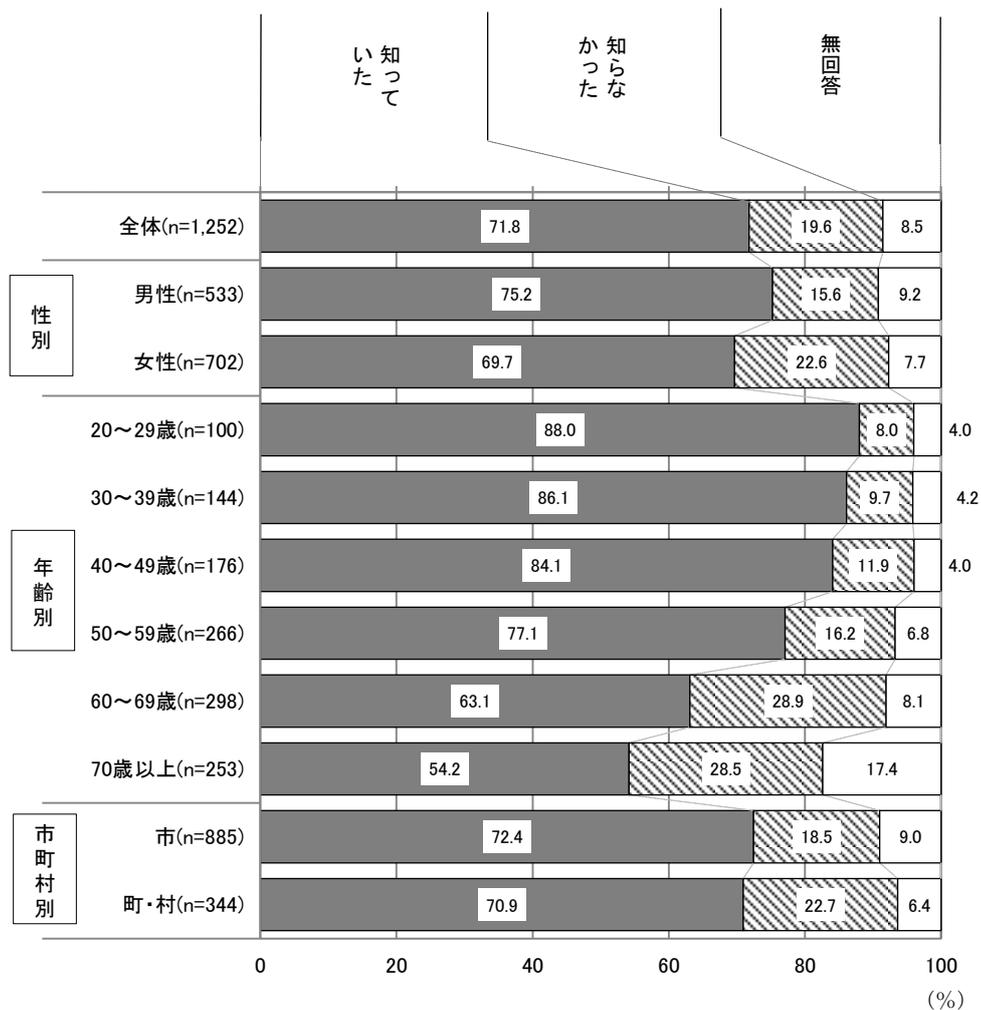
### 【年齢別】

「知っていた」という回答は、20～29歳（88.0%）で最も高くなっている。年齢が上がるにつれて回答割合は低下しており、最も低い70歳以上（54.2%）では約5割となっている。（図1-15）

### 【市町村別】

「知らなかった」という回答は、市（18.5%）よりも、町・村（22.7%）が4.2ポイント高くなっている。（図1-15）

図1-15 悪質商法の認知度<キャッチセールス> 性別・年齢別・市町村別



## デート商法

### 【性別】

男性と女性で大きな差はみられない。(図1-16)

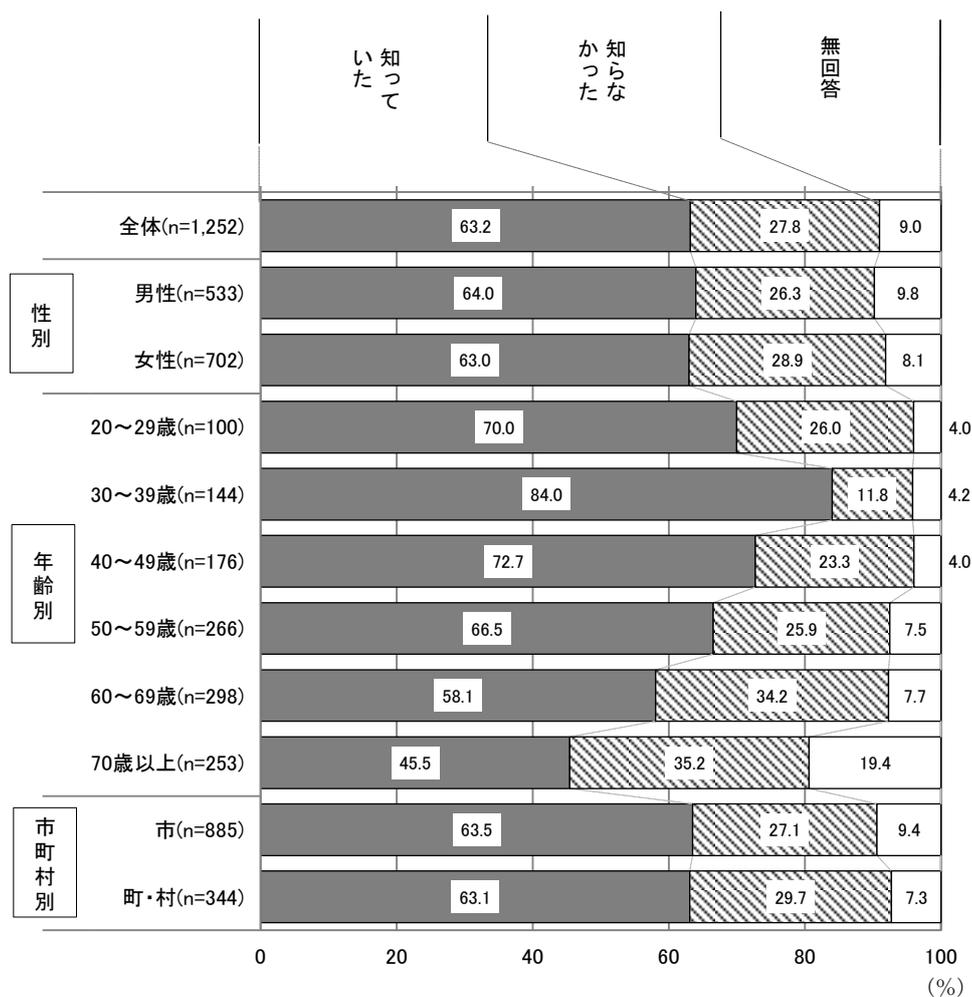
### 【年齢別】

「知っていた」という回答は、30～39歳(84.0%)で最も高く8割を超えている。それ以上の年代では、年齢が上がるほど「知っていた」という回答は減少している。70歳以上(45.5%)では5割を下回っている。(図1-16)

### 【市町村別】

「知らなかった」という回答は、市(27.1%)よりも、町・村(29.7%)が2.6ポイント高くなっている。(図1-16)

図1-16 悪質商法の認知度<デート商法> 性別・年齢別・市町村別



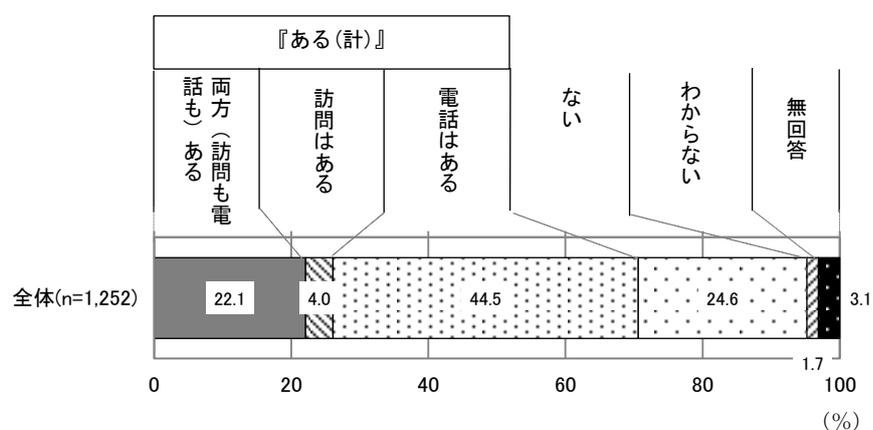
## 2 消費生活上のトラブルや不安について

### (1) 訪問や電話での勧誘の有無

◆ 『ある(計)』は70.6%、「ない」は24.6%

問4 最近(ここ1~2年の間)、訪問や電話で、商品やサービスの購入・契約について勧誘されたことがありますか。(〇は1つ)

図2-1 訪問や電話での勧誘の有無



訪問や電話での勧誘経験を聞いたところ、「電話はある」(44.5%)が最も多くなっている。「両方(訪問も電話も)ある」(22.1%)と、「訪問はある」(4.0%)を合わせた『ある(計)』は70.6%となっている。一方、「ない」は24.6%となっている。(図2-1)

【性別】

『ある（計）』という回答は男性（73.7%）の方が、女性（68.2%）より5.5ポイント高くなっている。（図2-2）

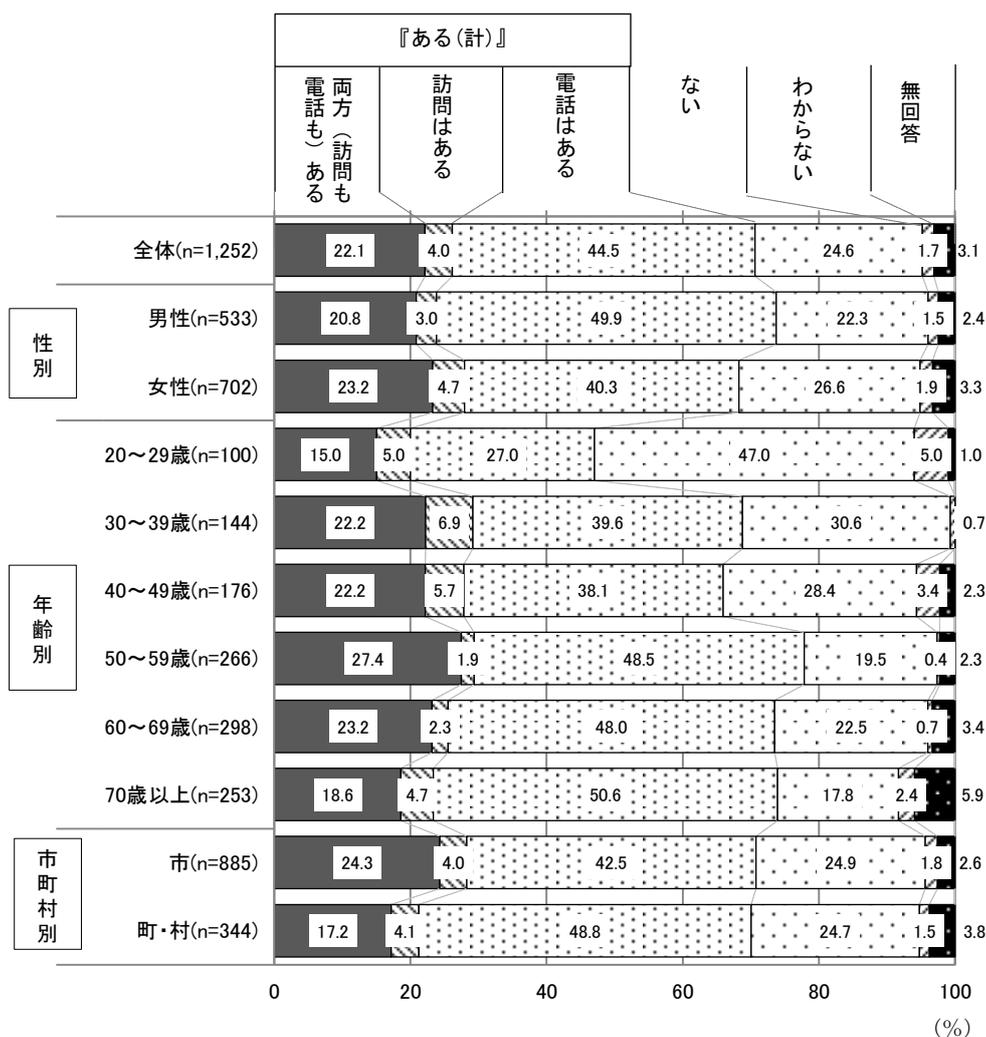
【年齢別】

『ある（計）』という回答は、50～59歳（77.8%）で最も高くなっている。一方で、「ない」という回答は、20～29歳（47.0%）が最も高く、約5割となっている。（図2-2）

【市町村別】

『ある（計）』という回答は、どちらもほぼ同じ回答割合で約7割となっている。「両方（訪問も電話も）ある」は、市（24.3%）の方が、町・村（17.2%）より7.1ポイント高くなっている。一方で、「電話はある」は、町・村（48.8%）が市（42.5%）よりも6.3ポイント高くなっている。（図2-2）

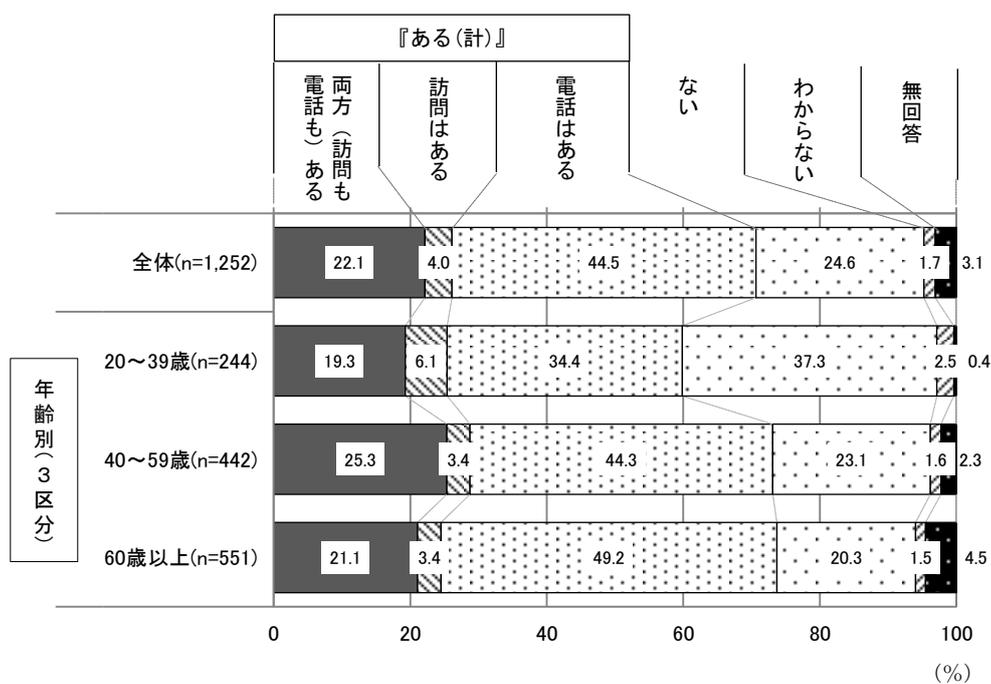
図2-2 訪問や電話での勧誘の有無 性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『ある（計）』は、年齢が上がるほど回答割合も高くなっている。特に、「電話はある」の回答割合は年齢が上がるにつれ高くなる傾向となっている。（図2-3）

図2-3 訪問や電話での勧誘の有無 年齢別（3区分）

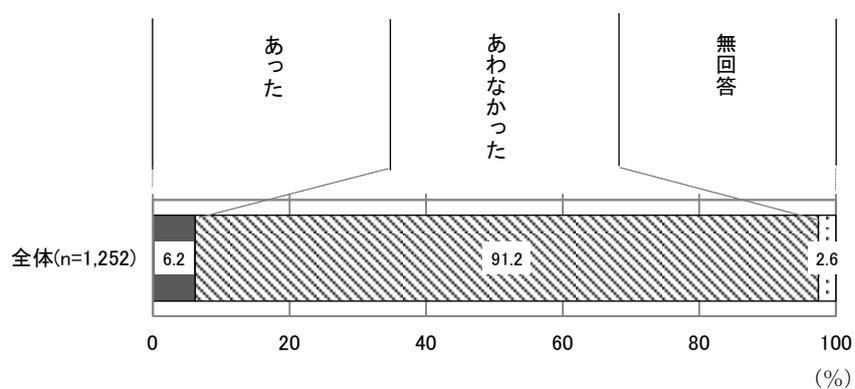


(2) 消費生活上のトラブルの有無

◆「あった」は6.2%、「あわなかった」は91.2%

問5 最近（ここ1～2年の間）、消費生活上のトラブル（※）にありましたか。  
（○は1つ）  
※商品やサービスの販売方法や安全性等によって消費者が被る身体的・経済的な不利益

図2-4 消費生活上でのトラブルの有無



最近（ここ1～2年の間）の消費生活上のトラブルの経験の有無について聞いたところ、「あった」は6.2%となっている。一方、「あわなかった」は91.2%となっている。

(図2-4)

【性別】

男性と女性では大きな差はみられない。(図2-5)

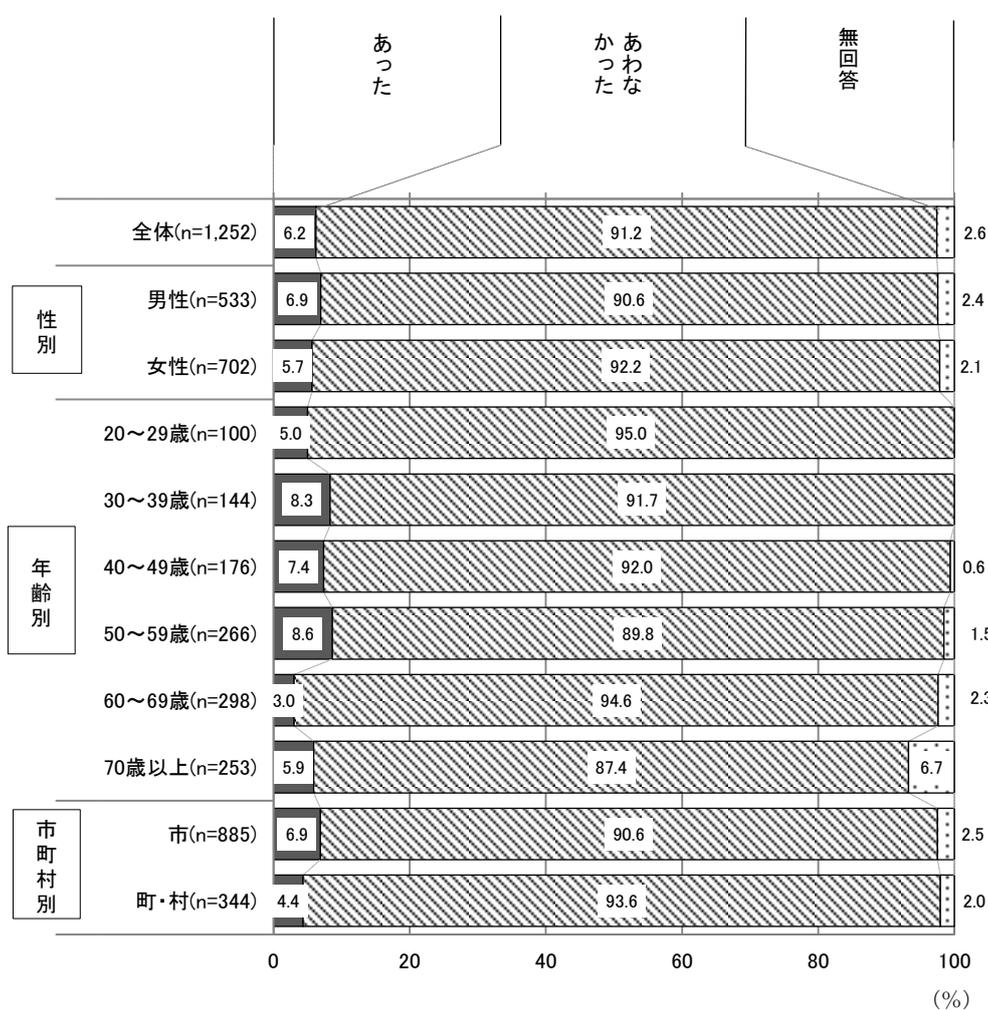
【年齢別】

「あった」は30～59歳までの年代が高くなっている。(図2-5)

【市町村別】

「あった」という回答は、市(6.9%)が、町・村(4.4%)より2.5ポイント高くなっている。(図2-5)

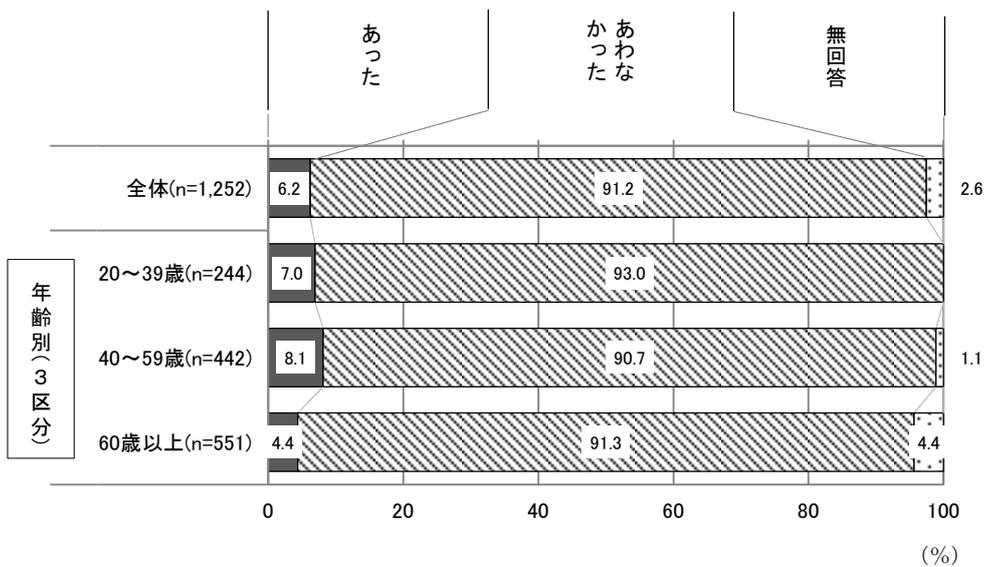
図2-5 消費生活上でのトラブルの有無 性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

「あった」という回答は、40～59歳（8.1%）で最も高くなっている。次に、20～39歳（7.0%）、60歳以上（4.4%）の順となっている。（図2-6）

図2-6 消費生活上でのトラブルの有無 年齢別（3区分）



**【消費者問題に対する関心度別】**

「あった」という回答は“関心がある（計）”の人（7.4%）の方が、“関心がない（計）”（1.8%）人よりも5.6ポイント高くなっている。（図2-7）

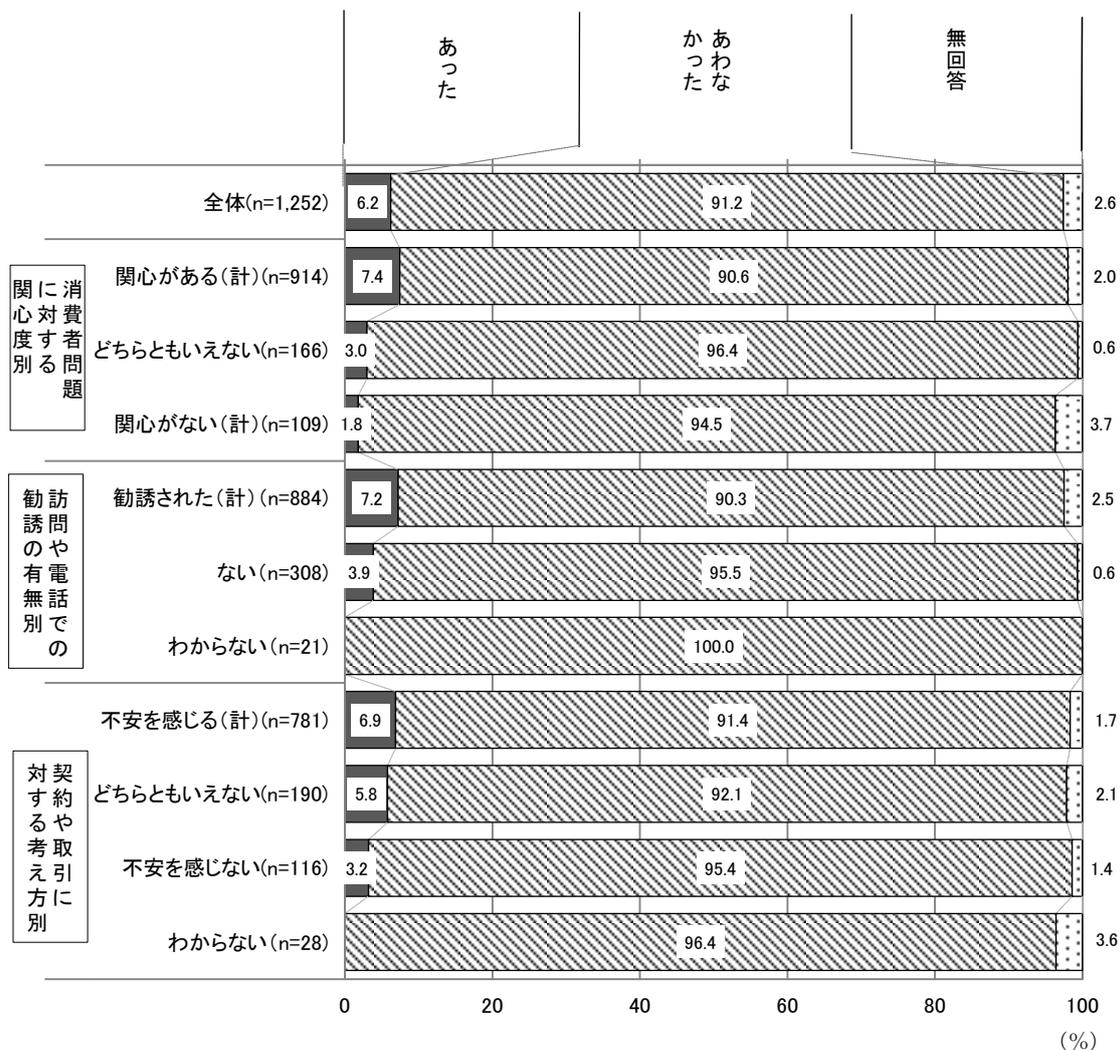
**【訪問や電話での勧誘の有無別】**

「あった」という回答は、“勧誘された（計）”（7.2%）人の方が“ない”（3.9%）人よりも3.3ポイント高くなっている。（図2-7）

**【契約や取引に対する考え方別】**

“不安を感じる（計）”（6.9%）人の方が、“不安を感じない（計）”（3.2%）人よりも3.7ポイント高くなっている。（図2-7）

図2-7 消費生活上でのトラブルの有無 消費者問題に対する関心度別・訪問や電話での勧誘の有無別・契約や取引に対する考え別



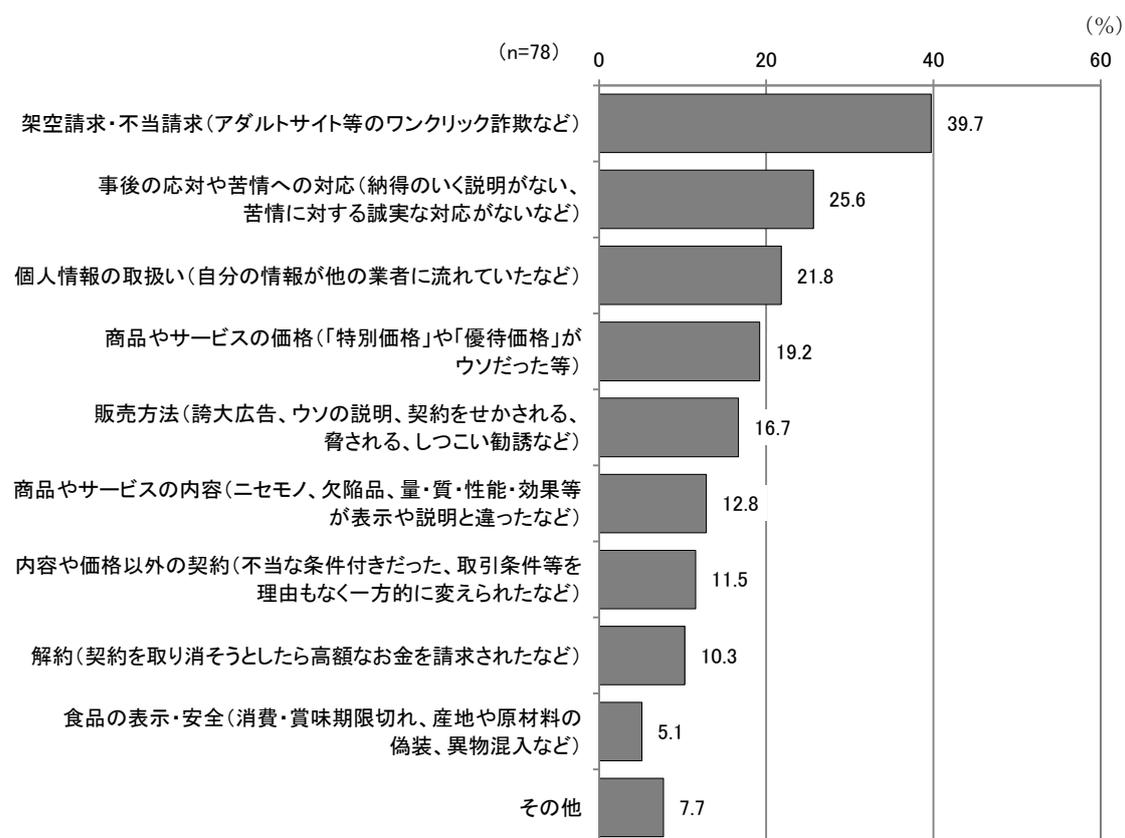
### (3) 経験したトラブルの内容

◆「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）」が 39.7%

(問5で「①あった」と回答した方のみ)

問6 それほどどのようなことに関するトラブルでしたか。(〇はいくつでも)

図2-8 経験したトラブルの内容



問5で、消費生活上のトラブルに「あった」と回答した方に、経験したトラブルの内容について聞いたところ、「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%）が最も多く、約4割となっている。次いで、「事後の対応や苦情への対応（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者に流れていたなど）」（21.8%）の順で続いている。（図2-8）

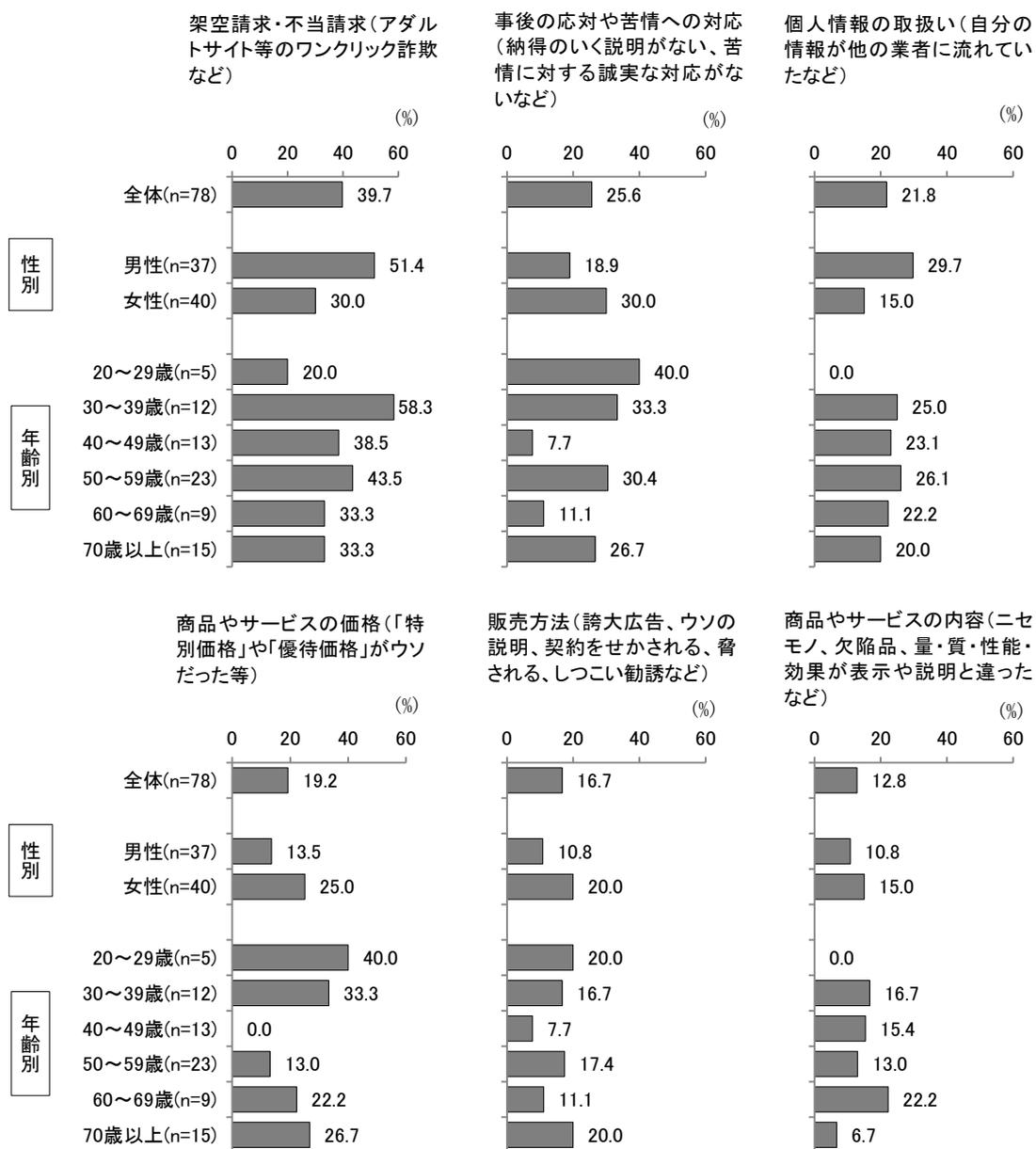
【性別】

上位6項目の中で、「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）」と「個人情報の取扱い（自分の情報が他の業者に流れていたなど）」の2項目は女性より男性の方が回答割合が高くなっている。一方、それ以外の4項目は、男性より女性の方が回答割合が高い。（図2-9）

【年齢別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することとする。（図2-9）

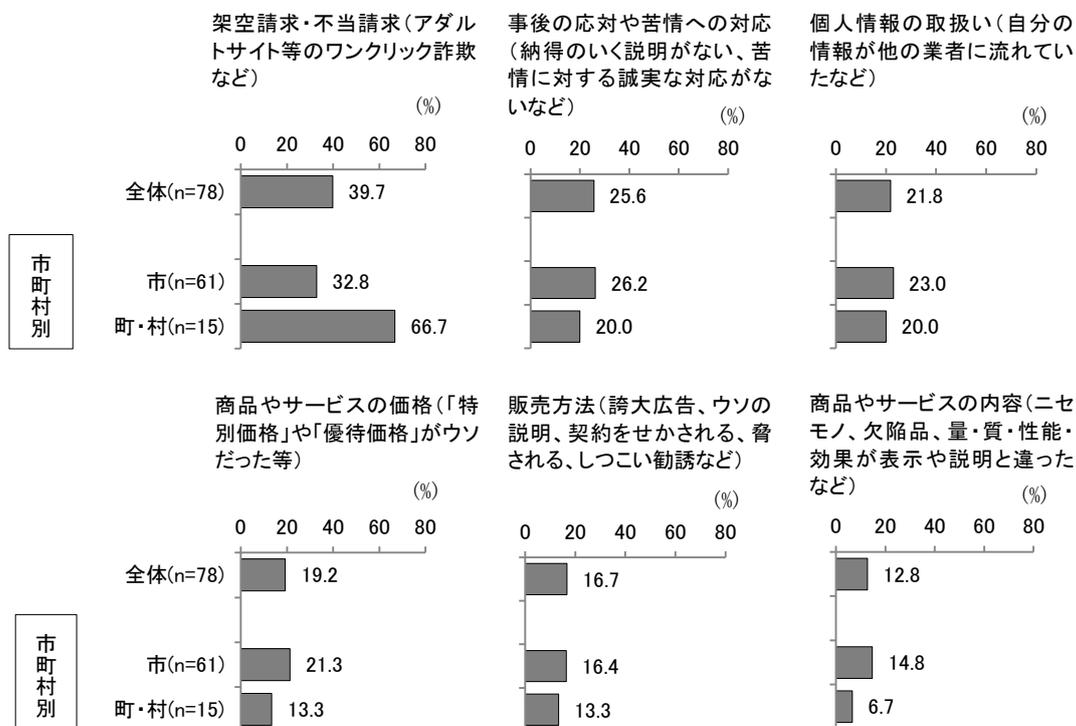
図2-9 経験したトラブルの内容(上位6項目) 性別・年齢別



【市町村別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することと定める。(図2-10)

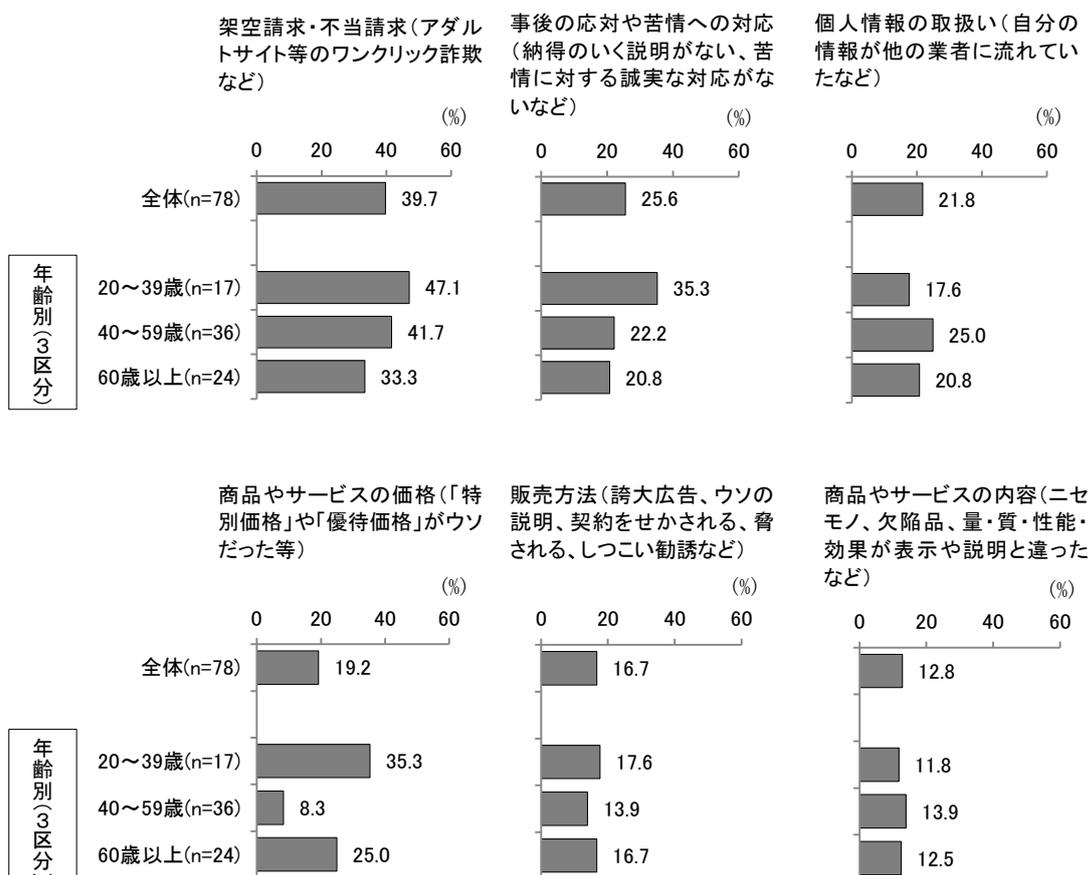
図2-10 経験したトラブルの内容(上位6項目) 市町村別



【年齢別（3区分）】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することとする。（図2-11）

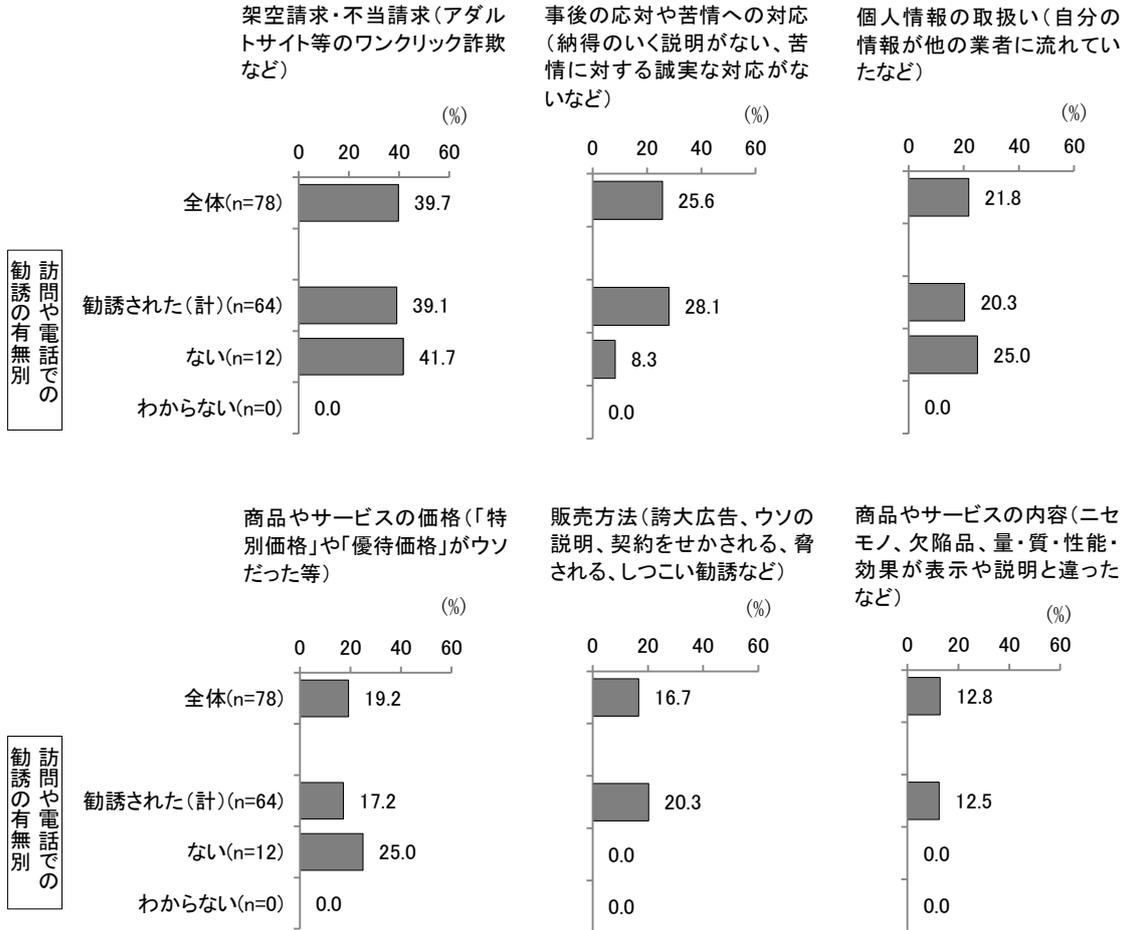
図2-11 経験したトラブルの内容(上位6項目) 年齢別(3区分)



【訪問や電話での勧誘の有無別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することと定める。(図2-12)

図2-12 経験したトラブルの内容(上位6項目) 訪問や勧誘の有無別



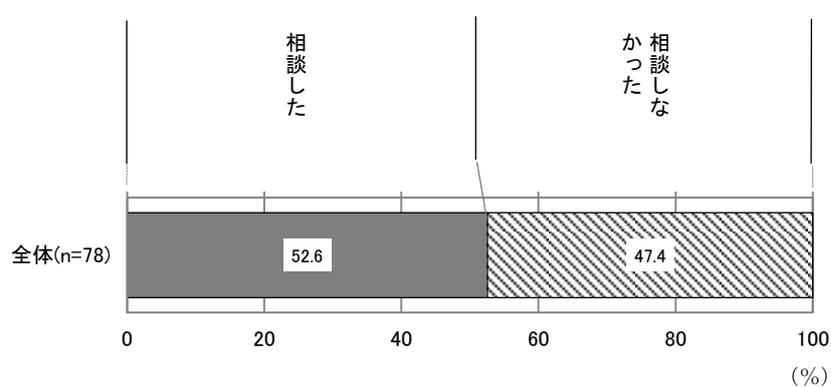
(4) トラブルにあった際の相談の有無

◆「相談した」は52.6%、「相談しなかった」は47.4%

(問5で「①あった」と回答した方のみ)

問7 その際はどこかへ(誰かに)相談しましたか。(○は1つ)

図2-13 トラブルにあった際の相談の有無



問5で、消費生活上のトラブルに「あった」と回答した方に、トラブルにあった際の相談の有無について聞いたところ、「相談した」は52.6%、「相談しなかった」は47.4%となっている。(図2-13)

### 【性別】

「相談した」は女性（62.5%）の方が男性（43.2%）より 19.3 ポイント高くなっている。（図 2-14）

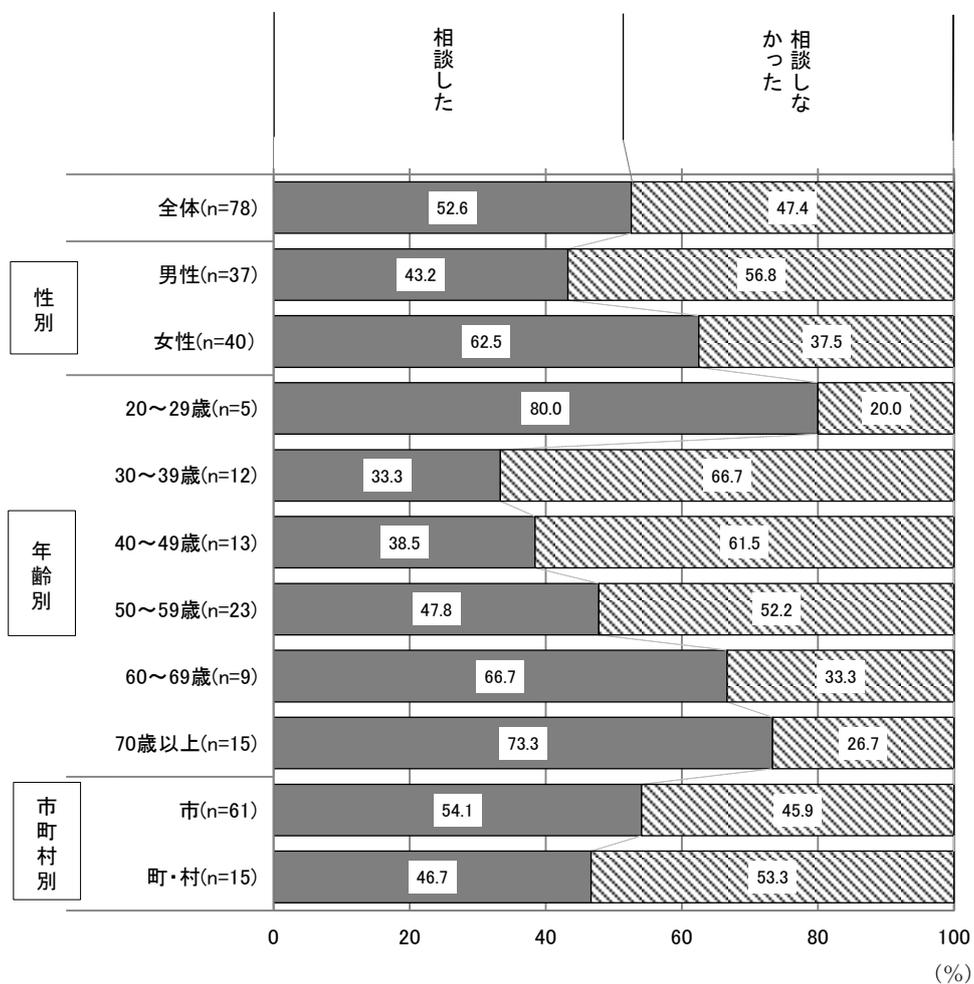
### 【年齢別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することと定める。（図 2-14）

### 【市町村別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することと定める。（図 2-14）

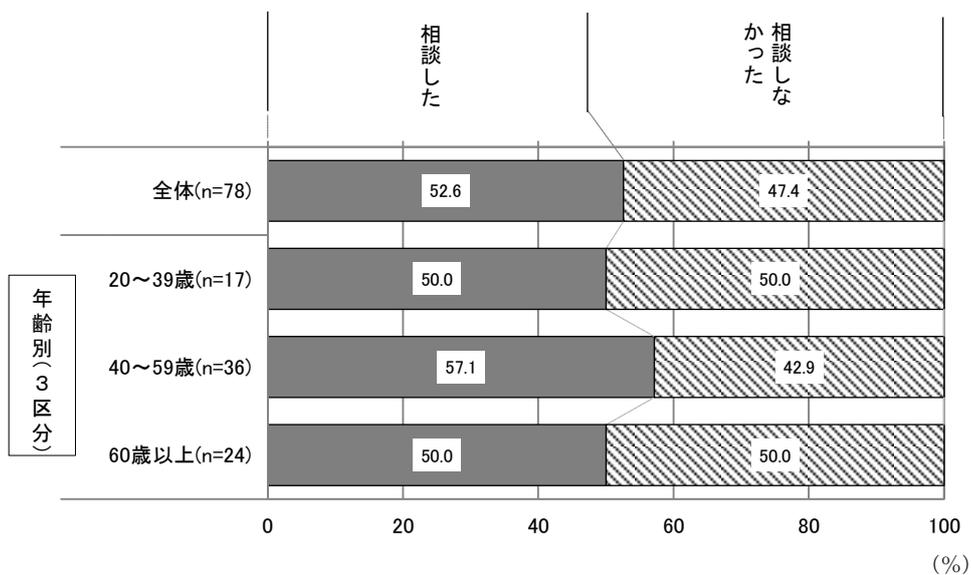
図2-14 トラブルにあった際の相談の有無 訪問や勧誘の有無別



### 【年齢別（3区分）】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することとする。（図2-15）

図2-15 トラブルにあった際の相談の有無 年齢別（3区分）



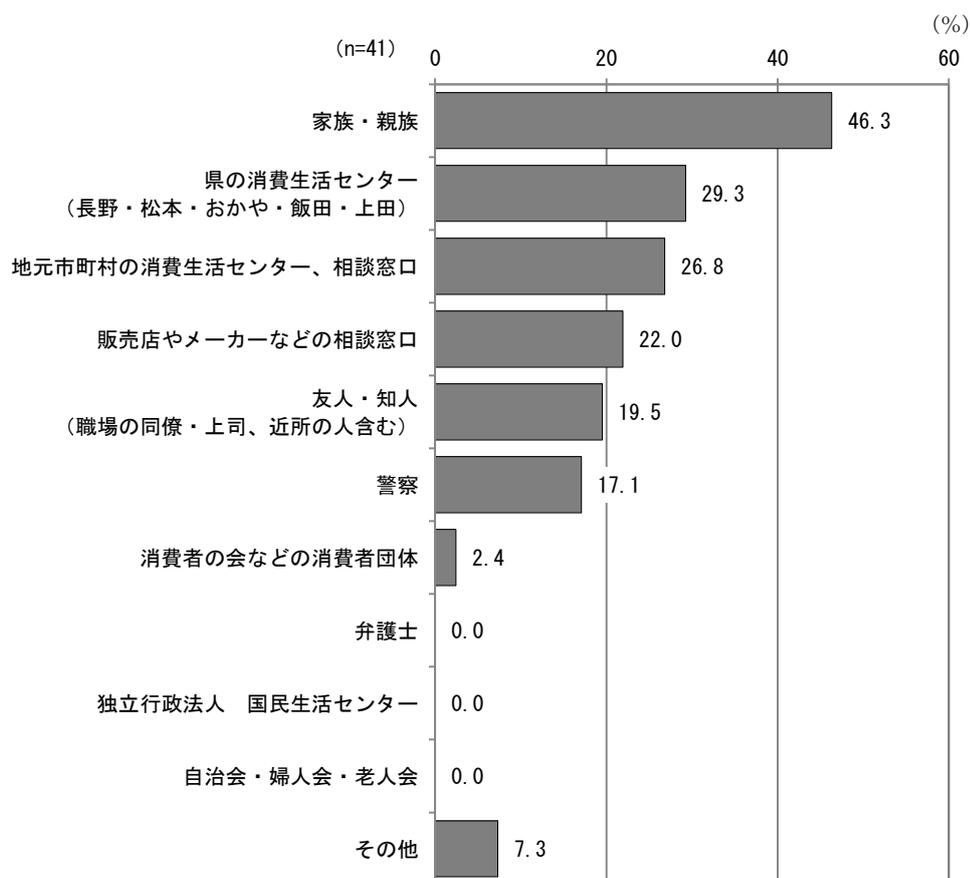
(5) トラブルにあった際の相談先

◆「家族・親族」が46.3%

(問7で「①相談した」と回答した方のみ)

問8 その相談はどこへ(誰に)しましたか。(〇はいくつでも)

図2-16 トラブルにあった際の相談先



問7で、消費生活上のトラブルにあった際に「①相談した」と回答した方に、トラブルにあった際の相談先について聞いたところ、「家族・親族」(46.3%)が最も多く、約5割となっている。次に、「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%)と続いている。(図2-16)

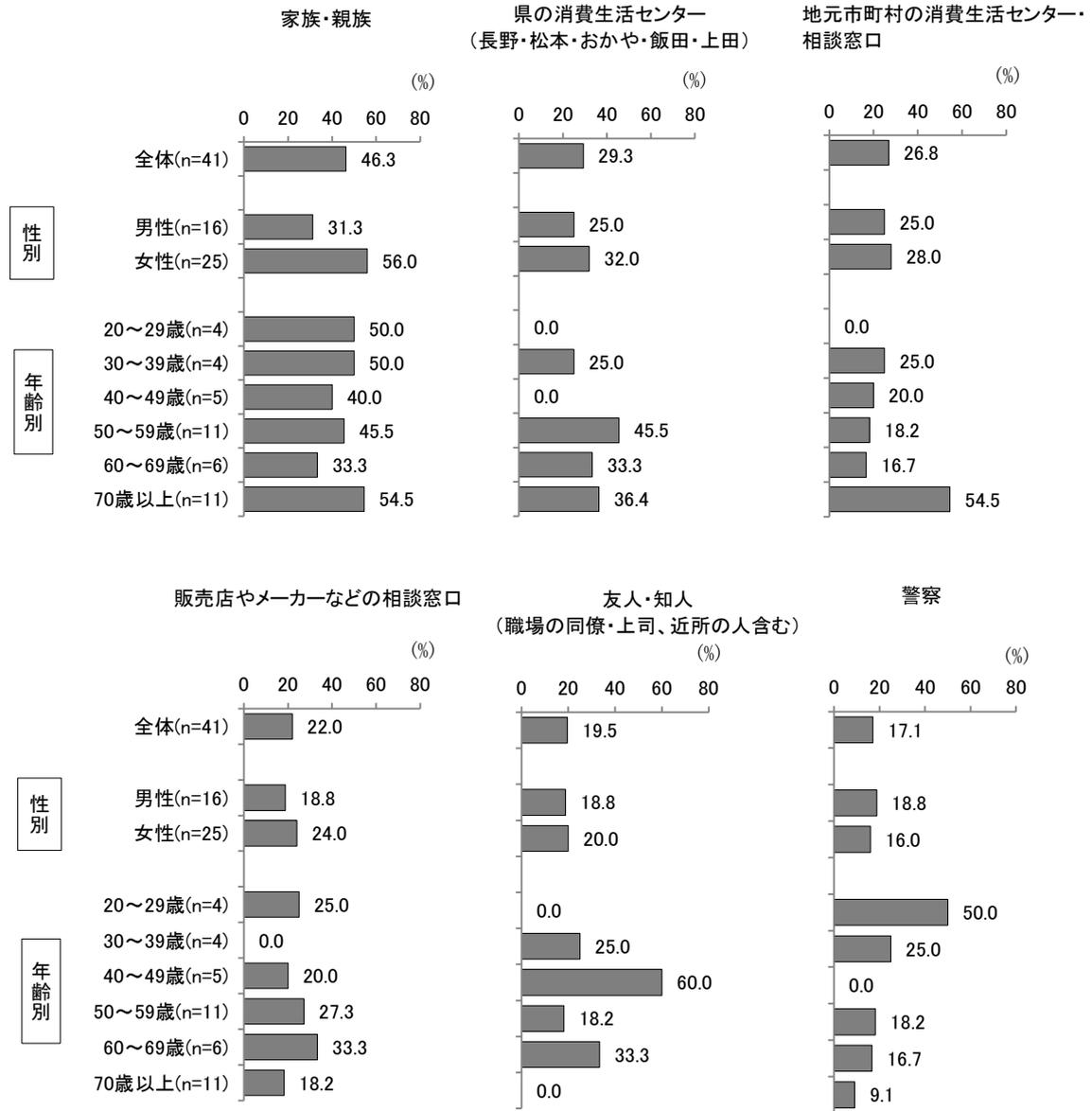
【性別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することと定める。(図2-17)

【年齢別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することと定める。(図2-17)

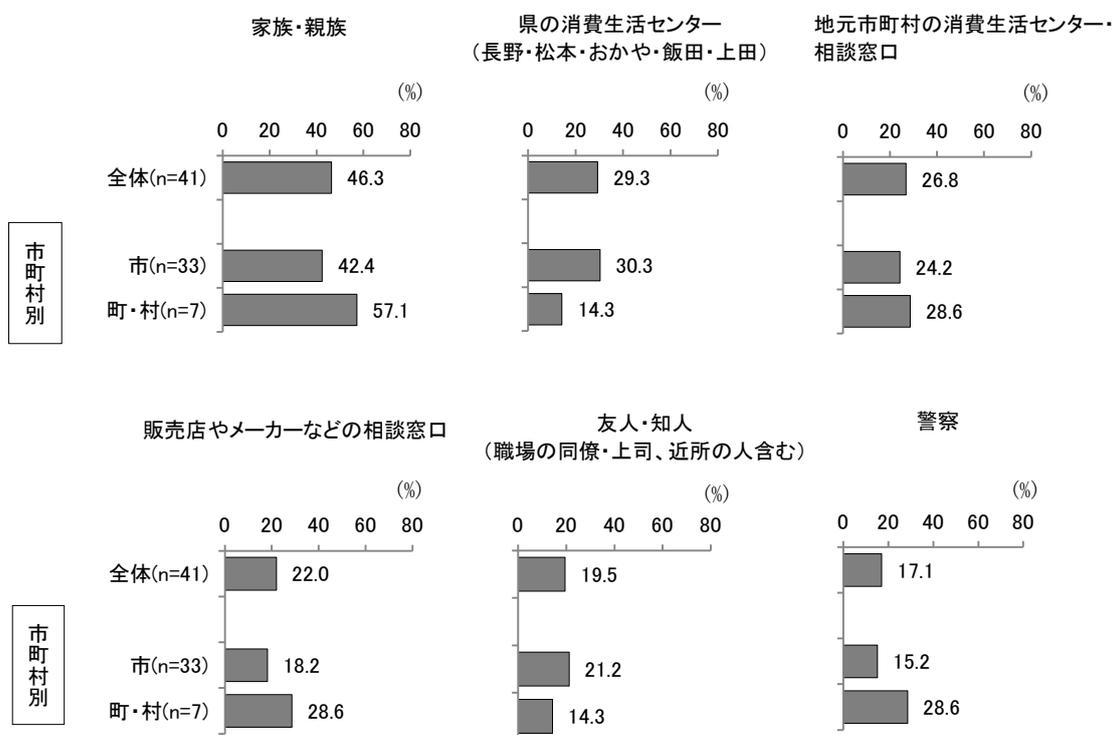
図2-17 トラブルにあった際の相談先(上位6項目) 性別・年齢別



【市町村別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することとする。(図2-18)

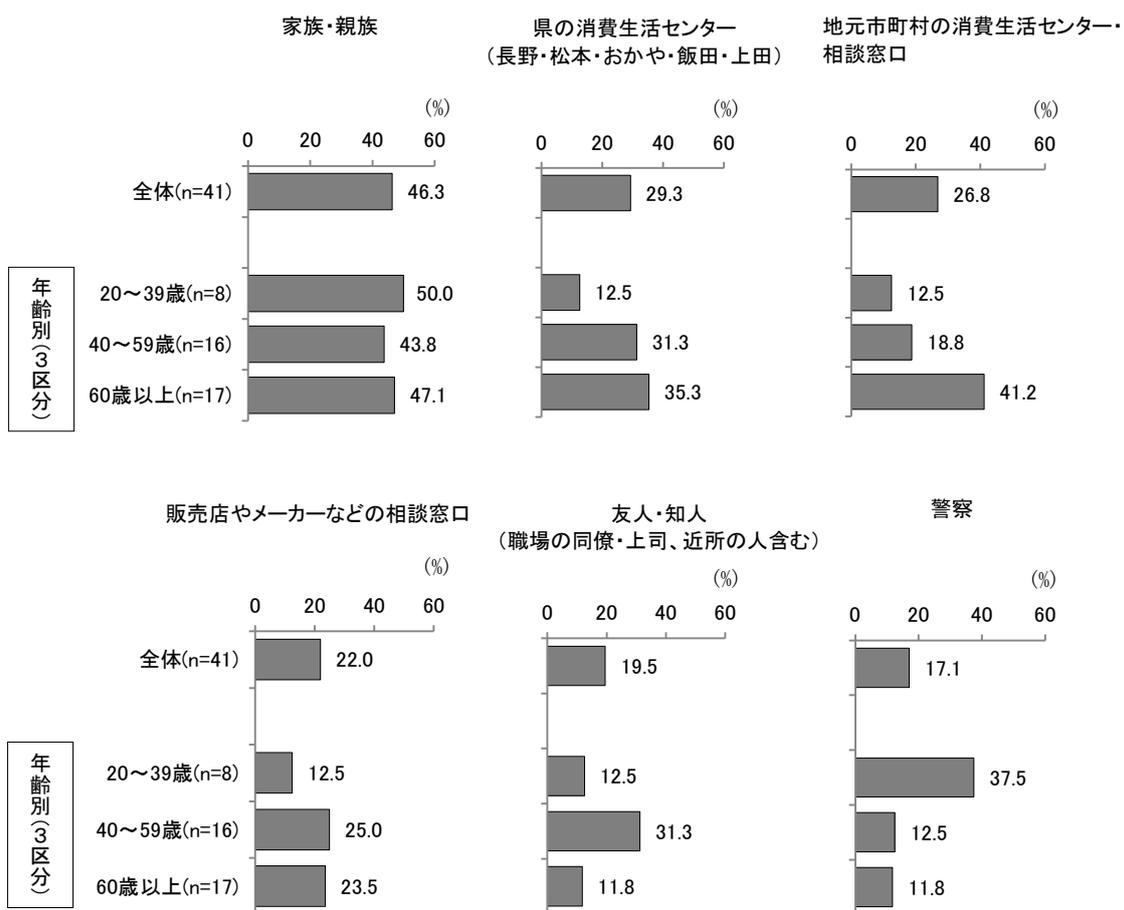
図2-18 トラブルにあった際の相談先(上位6項目) 市町村別



【年齢別（3区分）】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することとする。（図2-19）

図2-19 トラブルにあった際の相談先（上位6項目） 年齢別（3区分）



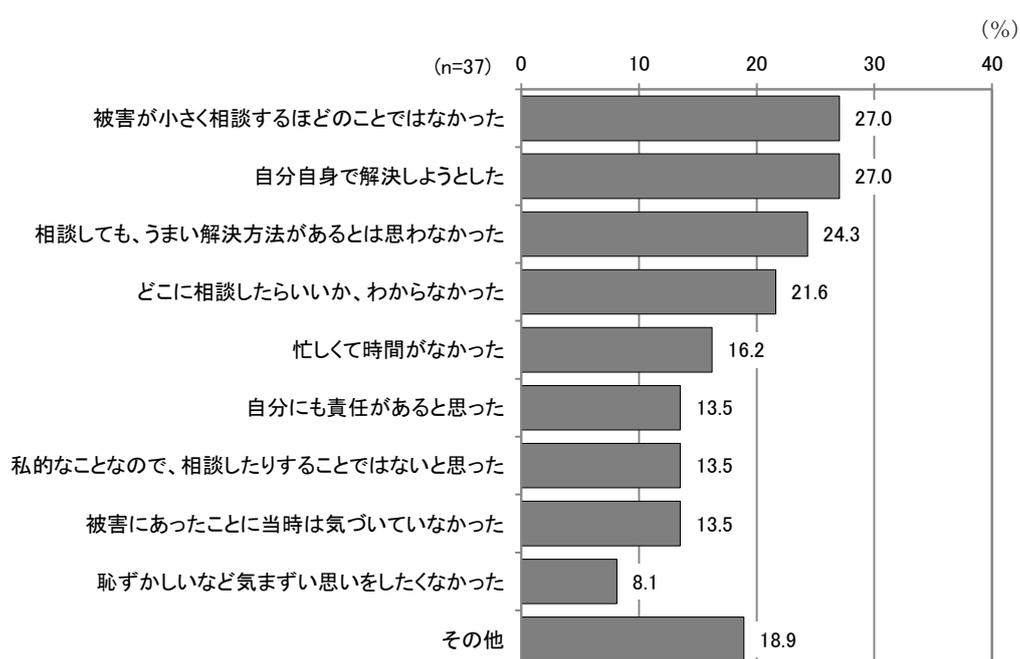
(6) 相談しなかった理由

◆「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27.0%

(問7で「②相談しなかった」と回答した方のみ)

問9 相談をしなかったのはなぜですか。(〇はいくつでも)

図2-20 相談しなかった理由



「その他」の内容の主なもの (一部要約)

- ・架空請求とわかっていたため。
- ・支払先が問題ないと思った。
- ・被害まで至らず未然に防げた。
- ・よくあるヒューマンエラーに目くじら立てる気にはならなかった。

問7で、消費生活上のトラブルにあった際に、「相談しなかった」と回答した方に、相談をしなかった理由について聞いたところ、「被害が小さく、相談するほどのことではなかった」(27.0%)と「自分自身で解決しようとした」(27.0%)が同じ回答割合で最も多く、約3割となっている。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%)の順で続いている。

(図2-20)

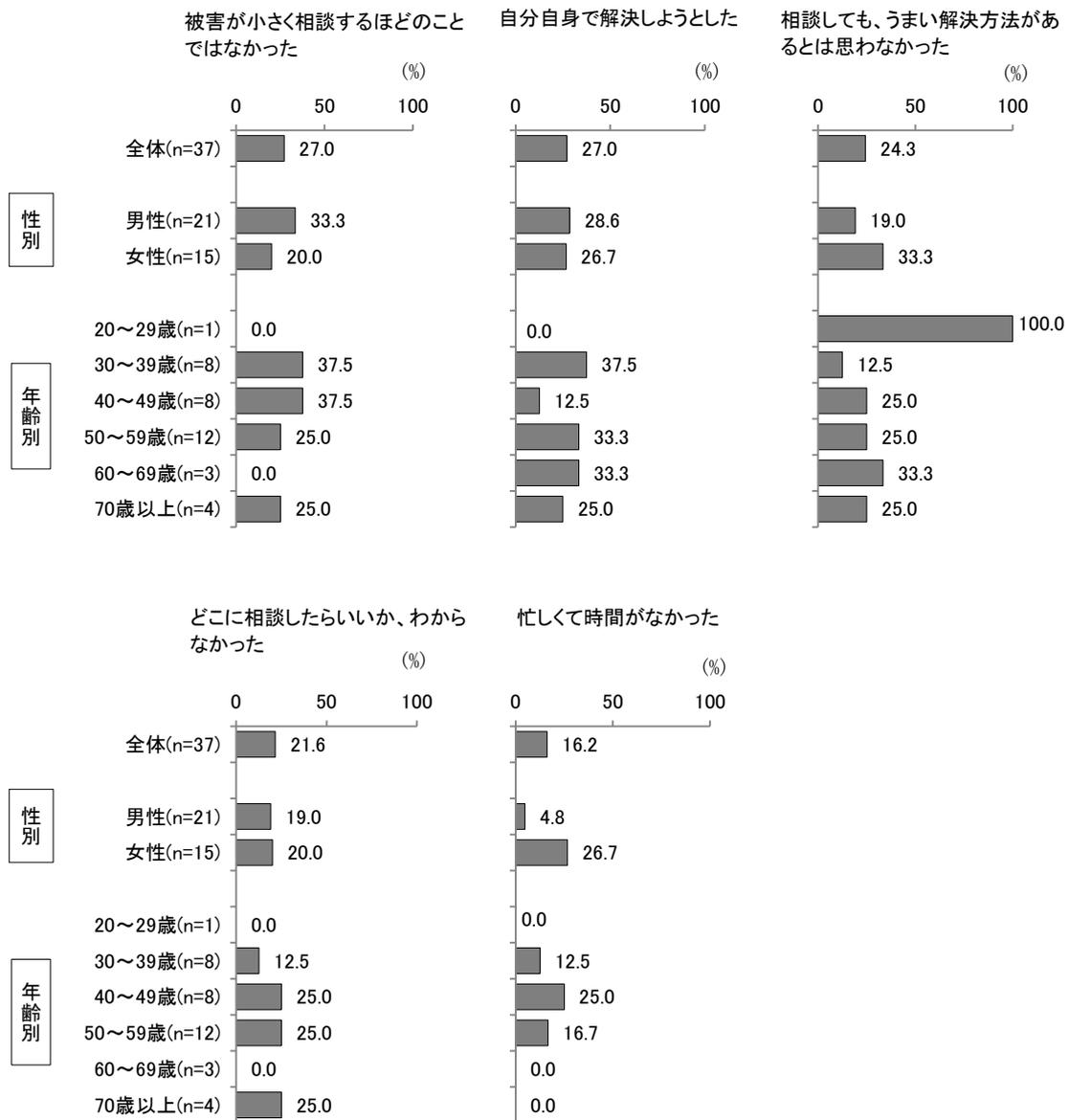
【性別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することと定める。(図2-21)

【年齢別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することと定める。(図2-21)

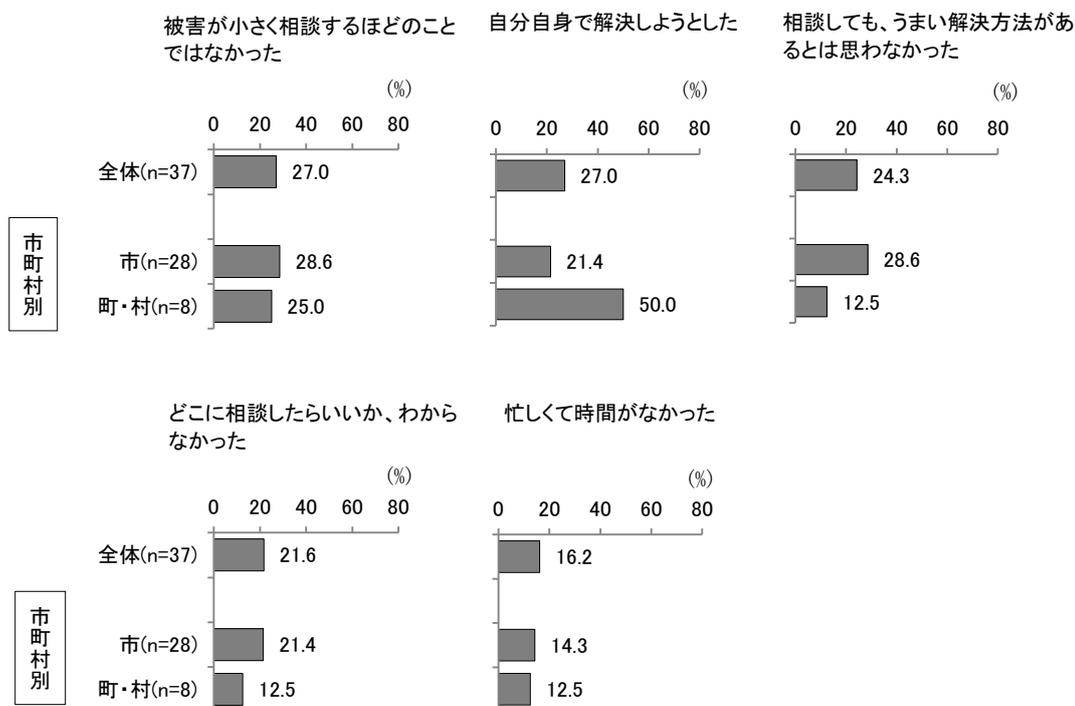
図2-21 相談しなかった理由(上位5項目) 性別・年齢別



【市町村別】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することと定める。(図2-22)

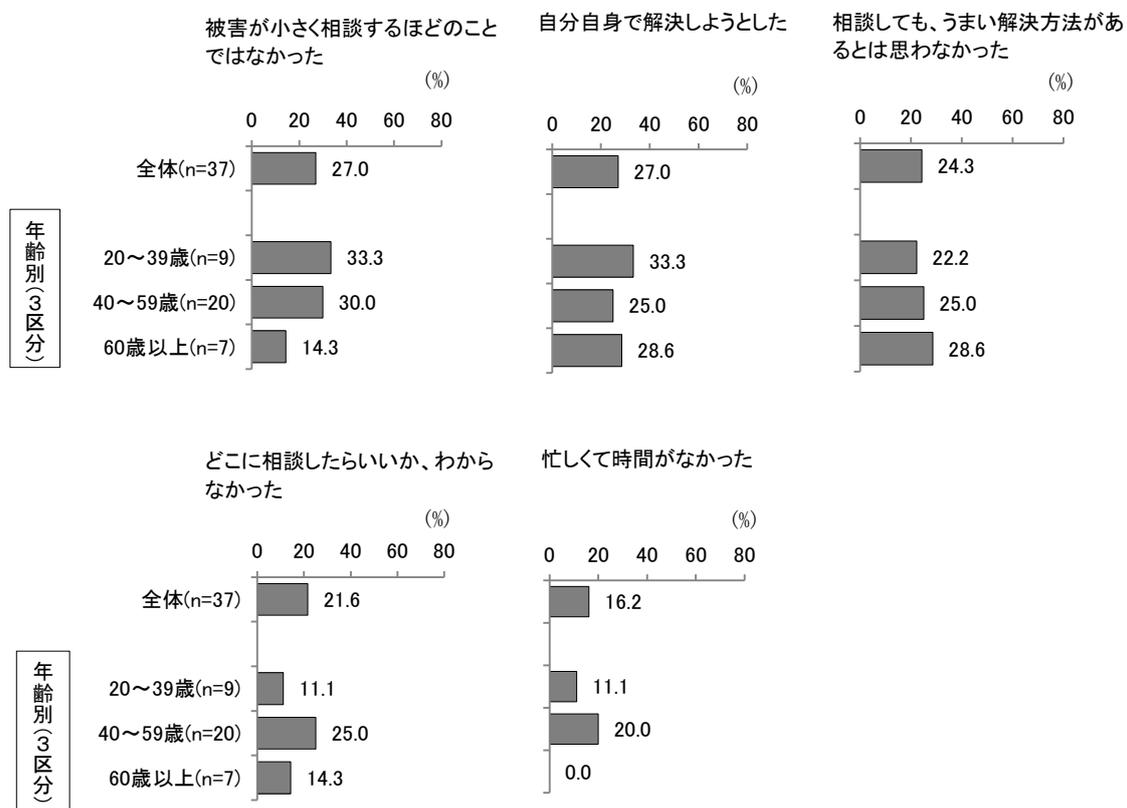
図2-22 相談しなかった理由(上位5項目) 市町村別



【年齢別（3区分）】

サンプルが少ないため結果は参考とし、図示することとする。（図2-23）

図2-23 相談しなかった理由（上位5項目） 年齢別（3区分）

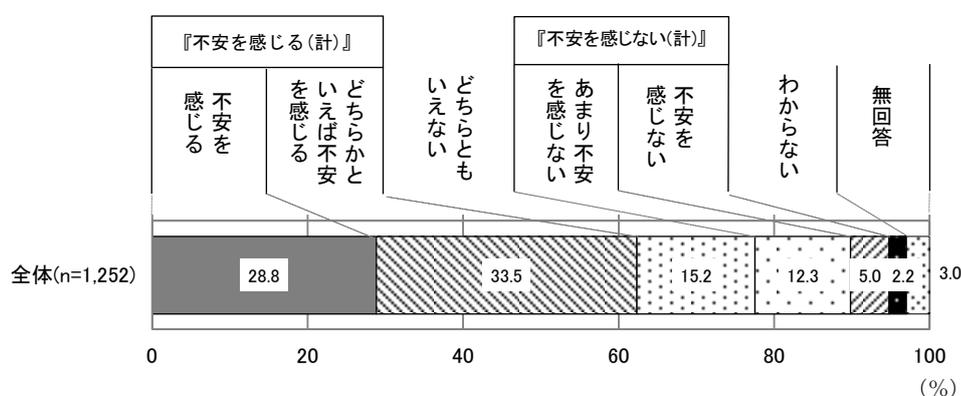


(7) 契約や取引に対する考え

◆『不安を感じる(計)』は62.3%、『不安を感じない(計)』は17.3%

問10 商品を購入したり、サービスを利用したりするための契約や取引で、不利益を被るかもしれない(何らかの被害にあうかもしれない)という不安を感じますか。(○は1つ)

図2-24 契約や取引に対する考え



契約や取引で不安は感じるかについて聞いたところ、「どちらかといえば不安を感じる」(33.5%)が最も多くなっている。「不安を感じる」(28.8%)と「どちらかといえば不安を感じる」を合わせた『不安を感じる(計)』は62.3%となっている。一方、「あまり不安を感じない」(12.3%)と「不安を感じない」(5.0%)を合わせた『不安を感じない(計)』は17.3%となっている。(図2-24)

【性別】

『不安を感じる（計）』は女性（64.2%）の方が男性（60.2%）よりも4.0ポイント高くなっている。（図2-25）

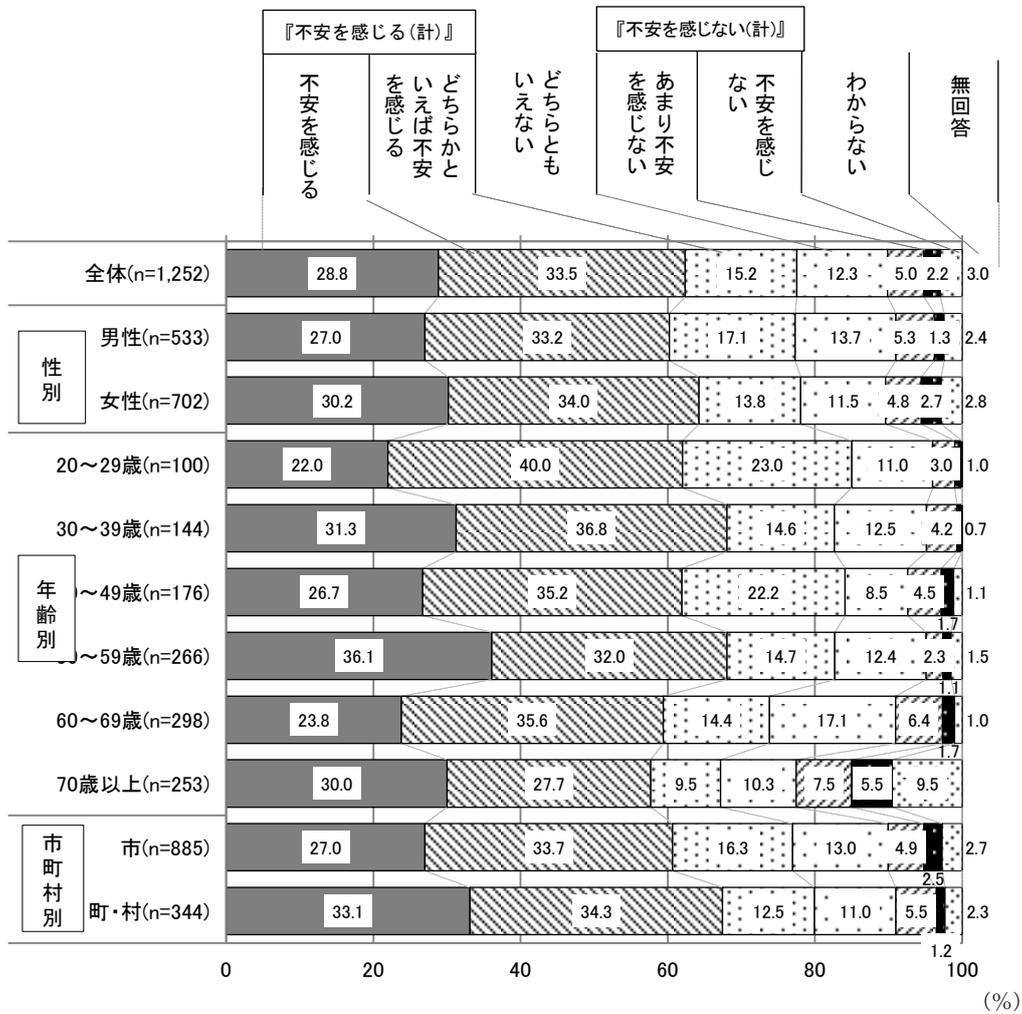
【年齢別】

『不安を感じる（計）』は、30～39歳（68.1%）と50～59歳（68.1%）で最も高く、約7割となっている。（図2-25）

【市町村別】

『不安を感じる（計）』は、町・村（67.4%）が市（60.7%）より6.7ポイント高くなっている。（図2-25）

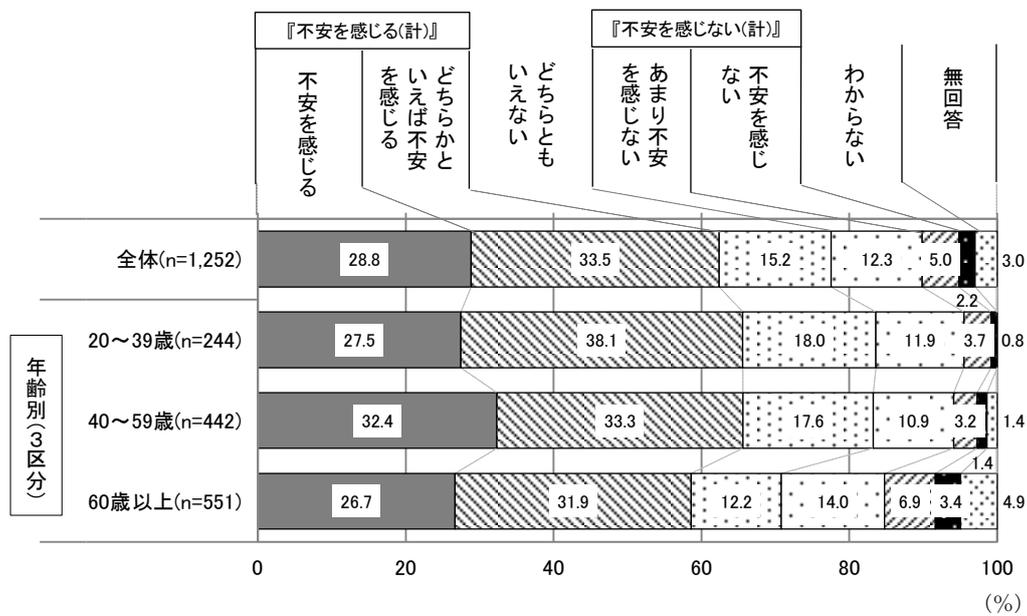
図2-25 契約や取引に対する考え 性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『不安を感じる（計）』は、40～59歳（65.7%）で最も高く、20～39歳（65.6%）もほぼ同じ回答割合となる。60歳以上（58.6%）のみが5割台となっている。（図2-26）

図2-26 契約や取引に対する考え 年齢別（3区分）



【消費者問題に対する関心度別】

『不安を感じる（計）』は、消費者問題に“関心がある（計）”（66.9%）人の方が、“関心がない（計）”（39.5%）人よりも27.4ポイント高くなっている。（図2-27）

【消費生活上のトラブルの有無別】

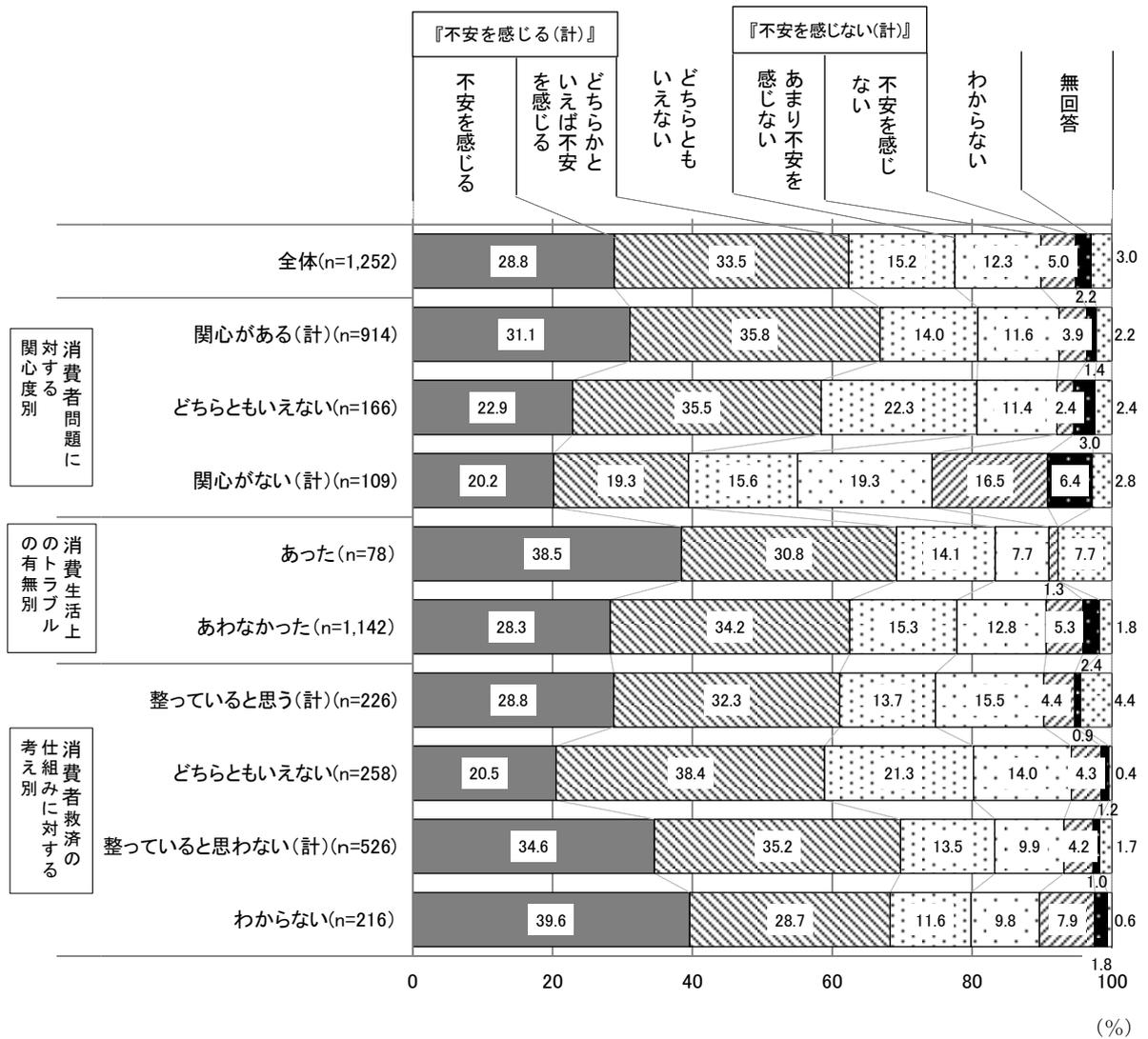
『不安を感じる（計）』は、消費生活上のトラブルが“あった”（69.3%）人の方が、“あわなかった”（62.5%）人よりも6.8ポイント高くなっている。（図2-27）

【消費者救済の仕組みに対する考え方別】

『不安を感じる（計）』は、消費者救済の仕組みが“整っていると思わない（計）”（69.8%）人の方が、“整っていると思う（計）”（61.1%）よりも8.7ポイント高くなっている。

（図2-27）

図2-27 契約や取引に対する考え 消費者問題に対する関心度別・消費生活上のトラブルの有無別  
消費者救済の仕組みに対する考え別

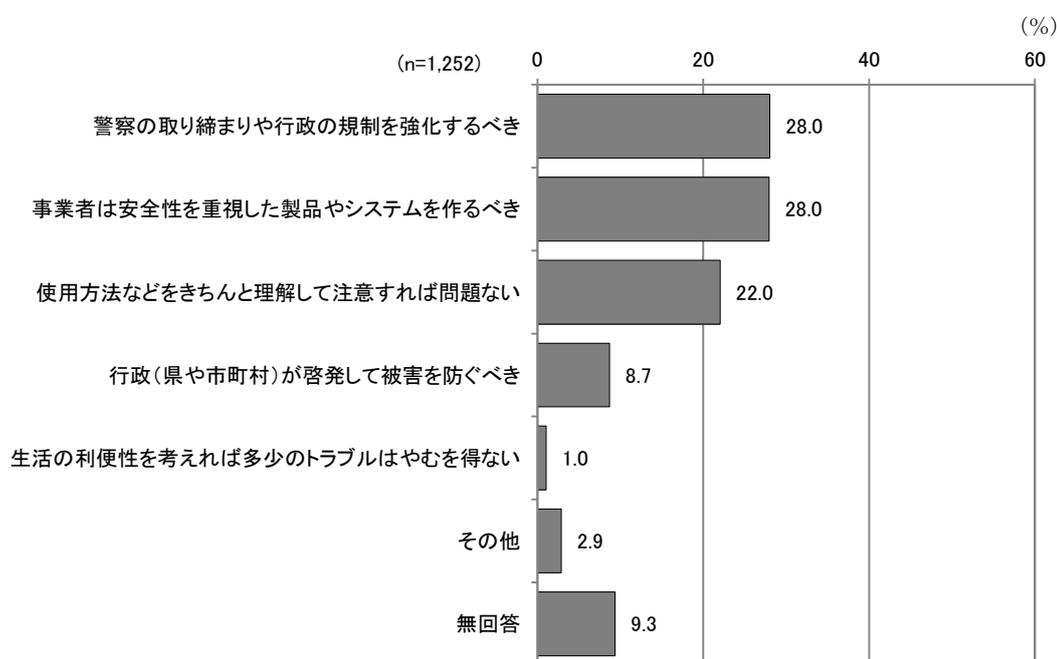


(8) 情報技術の進展による新たなトラブルへの意識

- ◆「警察の取り締まりや行政の規制を強化すべき」と「事業者は安全性を重視した製品やシステムを作るべき」がともに 28.0%

問 11 携帯電話やインターネットの普及など情報技術の進展は、ワンクリック詐欺(※)など、新たな消費者トラブルを生んでいることをどのように思いますか。(○は1つ)  
※ホームページなどをクリックしただけで架空の利用料の請求をしてくる詐欺

図2-28 情報技術の進展による新たなトラブルへの意識



情報技術の進展による、新たな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べき」(28.0%)と「事業所は安全性を重視した製品やシステムを作るべき」(28.0%)が同じ回答割合で最も多い回答となっている。次いで、「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%)と続いている。(図2-28)

【性別】

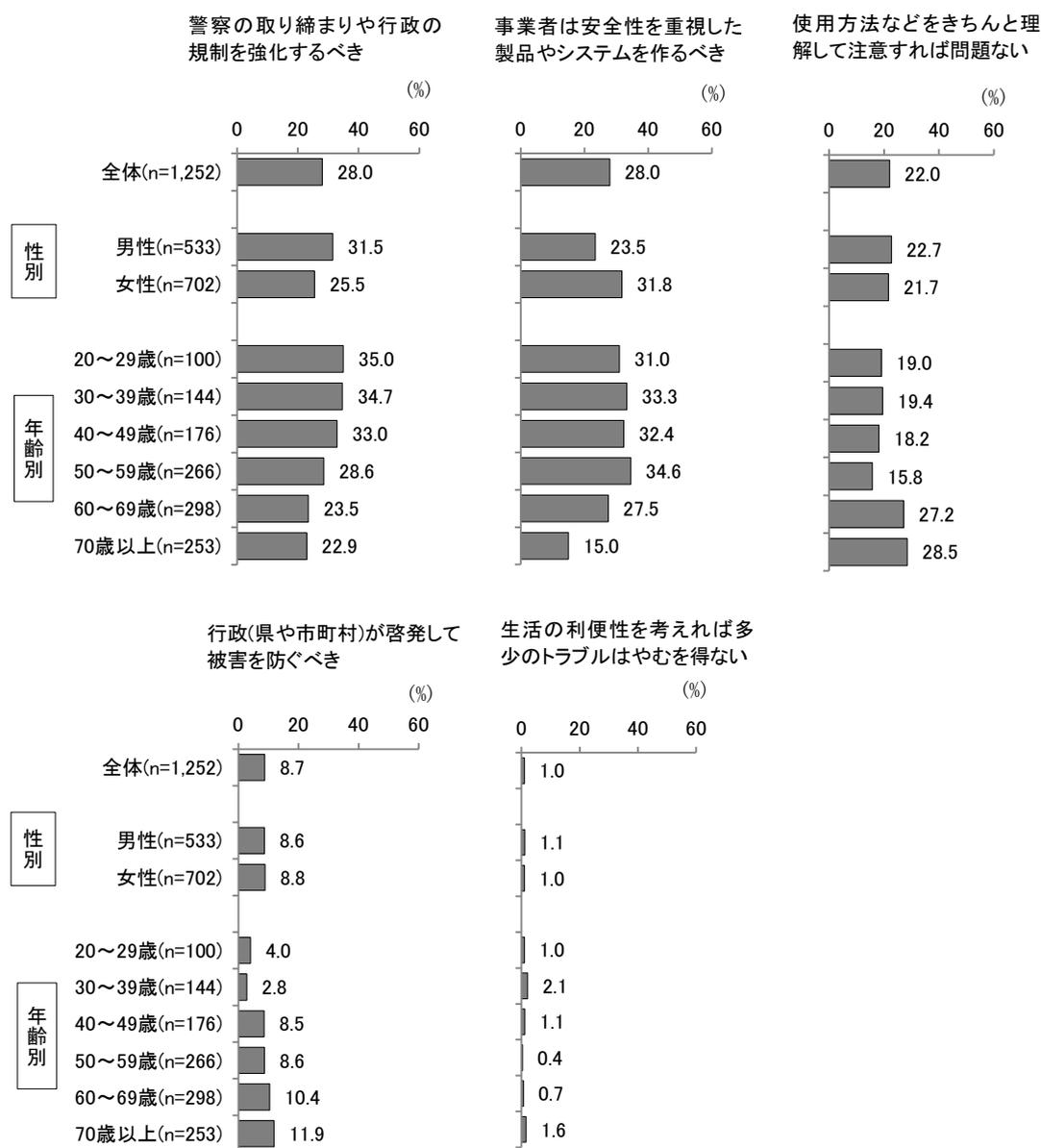
「警察の取り締まりや行政の規制を強化すべき」は男性(31.5%)の方が女性(25.5%)より6.0ポイント高くなっている。一方、「事業者は安全性を重視した製品やシステムを作るべき」は、女性(31.8%)が男性(23.5%)より8.3ポイント高くなっている。

(図2-29)

【年齢別】

「警察の取り締まりや行政の規制を強化すべき」は20~29歳(35.0%)が最も高く、年齢が上がるにつれ回答割合は低くなっている。(図2-29)

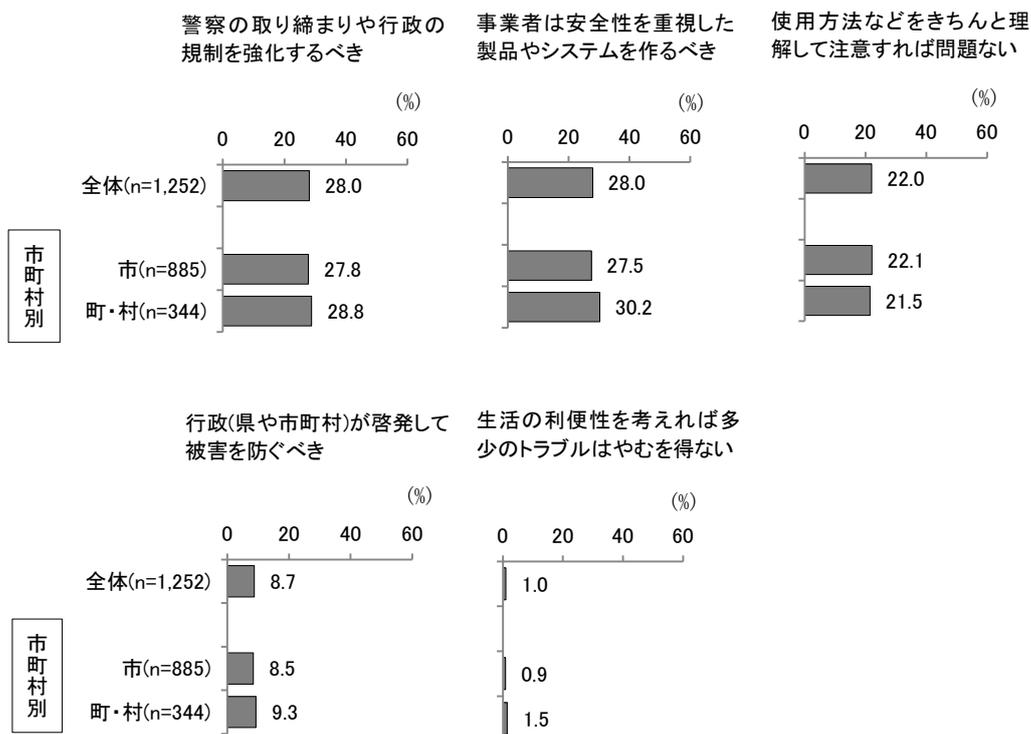
図2-29 情報技術の進展による新たなトラブルへの意識(上位5項目) 性別・年齢別



**【市町村別】**

5項目のうち、「使用方法などをきちんと理解して注意すれば問題ない」以外の4項目で、市より町・村の回答割合がやや高くなっている。(図2-30)

図2-30 情報技術の進展による新たなトラブルへの意識(上位5項目) 市町村別

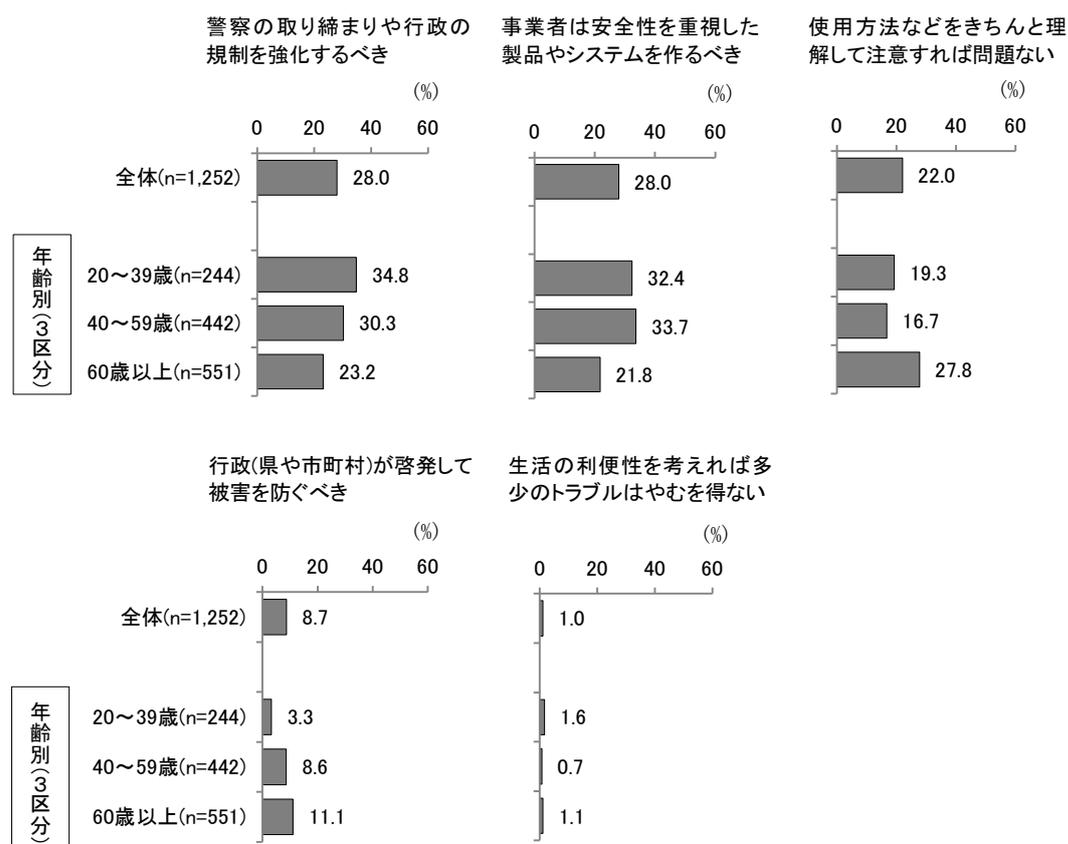


### 【年齢別（3区分）】

「警察の取り締まりや行政の規制を強化すべき」は年齢が高くなるにつれ、回答割合は低下している。「事業者は安全性を重視した製品やシステムを作るべき」は、59歳以下の年代では3割台となっているが、60歳以上では約2割（21.8%）となっている。

（図2-31）

図2-31 情報技術の進展による新たなトラブルへの意識（上位5項目） 年齢別（3区分）

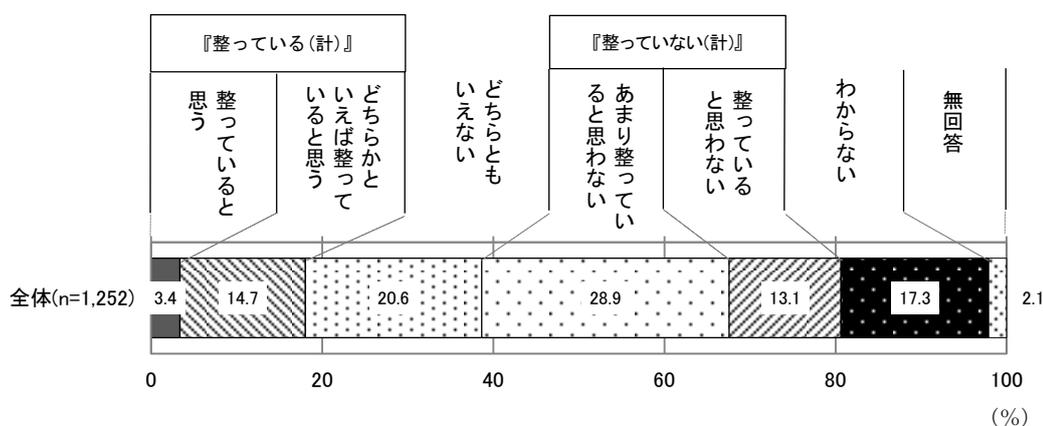


(9) 消費者救済の仕組みに対する考え

◆『整っている(計)』は18.1%、『整っていない(計)』は42.0%

問12 商品やサービスで消費者がトラブルにあった場合、消費者を救済する仕組みが整っていると思いますか。(○は1つ)

図2-32 消費者救済の仕組みに対する考え



トラブルにあった際に、消費者を救済する仕組みが整っていると思うかについて聞いたところ、「整っていると思う」(3.4%)と「どちらかといえば整っていると思う」(14.7%)を合わせた『整っている(計)』は18.1%となっている。一方、「あまり整っているとは思わない」(28.9%)と「整っているとは思わない」(13.1%)を合わせた『整っていない(計)』は42.0%となっている。(図2-32)

【性別】

『整っている(計)』は、男性(19.7%)と女性(17.0%)で大きな差はみられない。一方で、『整っていない(計)』は、男性(47.1%)の方が、女性(38.4%)より8.7ポイント高くなっている。(図2-33)

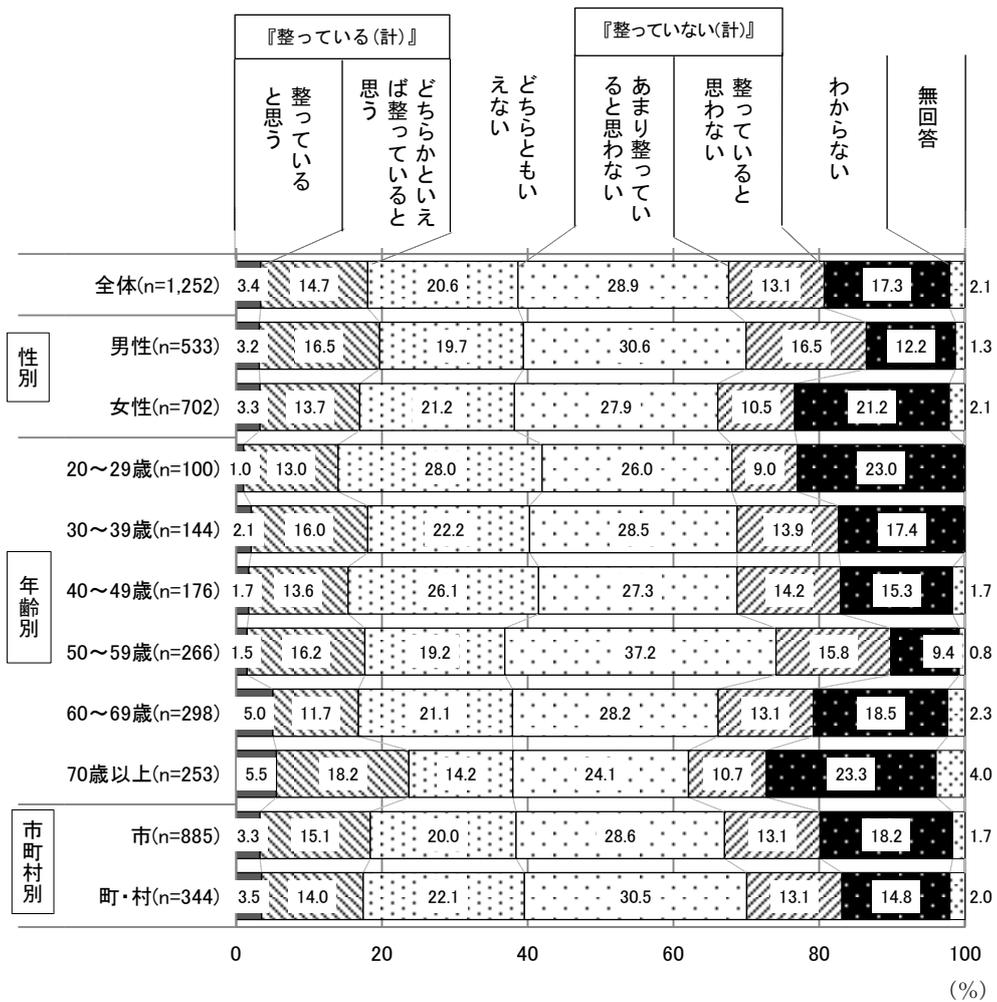
【年齢別】

『整っている(計)』は、70歳以上(23.7%)で最も高くなっている。一方、『整っていない(計)』は50~59歳(53.0%)で最も高くなっている。(図2-33)

【市町村別】

大きな差はみられないものの、『整っていない(計)』は、市(41.7%)よりも町・村(43.6%)の方が1.9ポイント高くなっている。(図2-33)

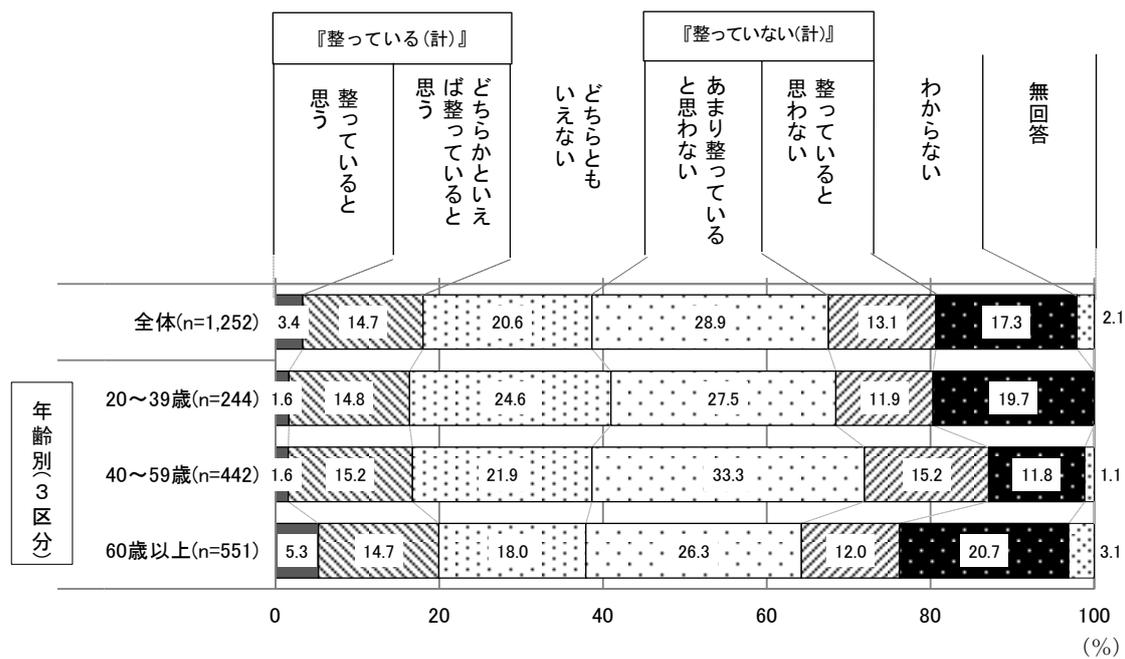
図2-33 消費者救済の仕組みに対する考え 性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『整っている（計）』は、60歳以上（20.0%）で最も高くなっている。「20～39歳」、「40～59歳」はほぼ同じ割合となる。一方、『整っていない（計）』は、40～59歳（48.5%）で最も高くなっている。（図2-34）

図2-34 消費者救済の仕組みに対する考え 年齢別（3区分）

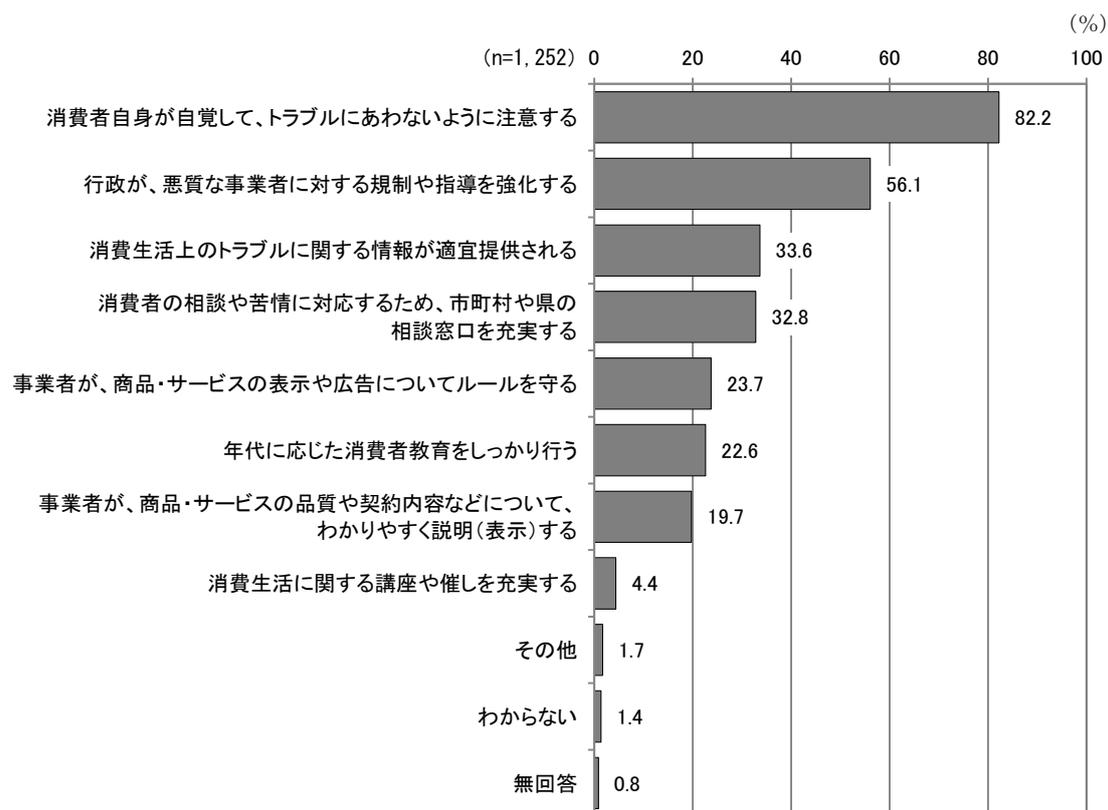


(10) トラブルにあわないために重要なこと

◆「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82.2%

問 13 消費者がトラブルにあわないためには、何が重要だと思いますか。(〇は3つまで)

図2-35 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重要だと思うことについて聞いてみると、「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%)が最も多く、8割を超えている。次に、「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%)と続いている。(図2-35)

【性別】

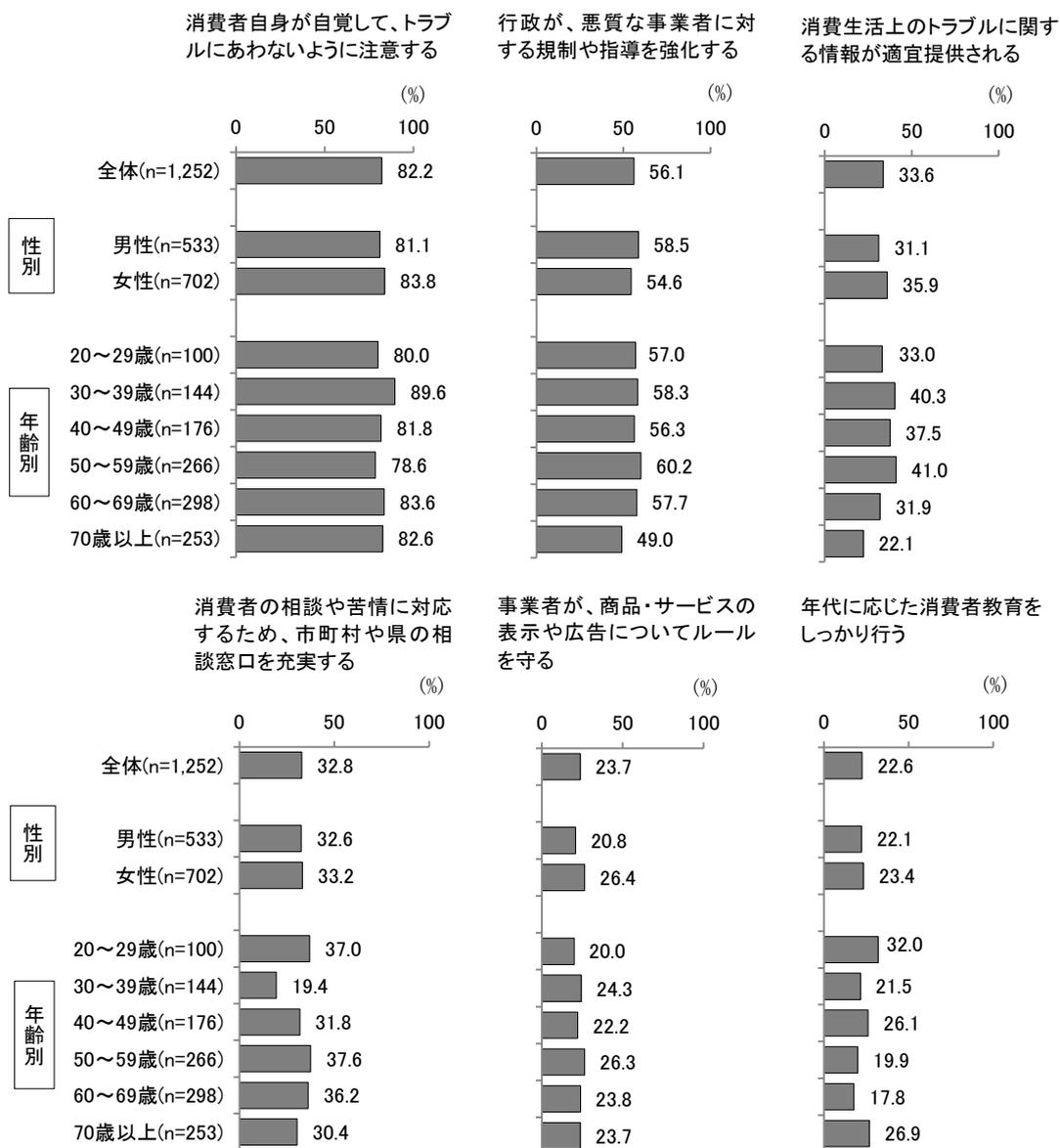
「行政が、悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」は、男性（58.5%）の方が女性（54.6%）よりも3.9ポイント高くなっている。一方、「消費生活上のトラブルに関する情報が適宜提供される」では、男性（31.1%）より女性（35.9%）の回答割合が4.8ポイント高い。また、「事業者が、商品・サービスの表示や広告についてルールを守る」においても、男性（20.8%）より女性（26.4%）の方が5.6ポイント高くなっている。

（図2-36）

【年齢別】

「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」という回答は、30～39歳（89.6%）で最も高く、約9割となっている。（図2-36）

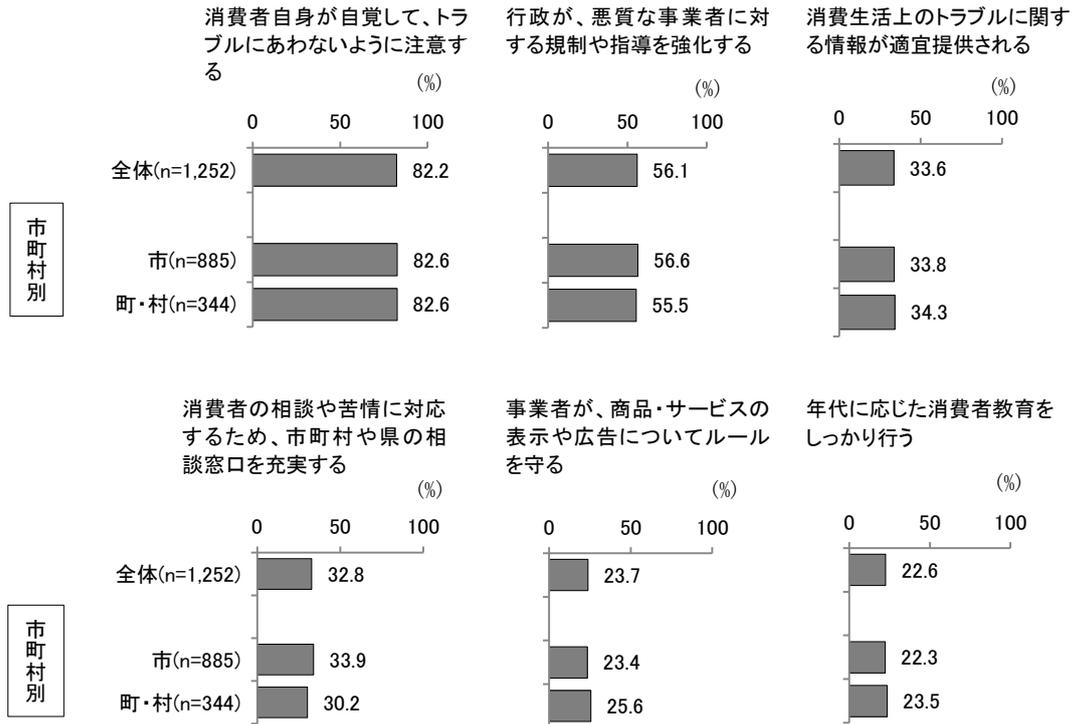
図2-36 トラブルにあわないために重要なこと(上位6項目) 性別・年齢別



**【市町村別】**

「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」は、市（33.9%）が町・村（30.2%）より 3.7 ポイント高くなっている。その他の項目ではあまり差はみられない。（図2-37）

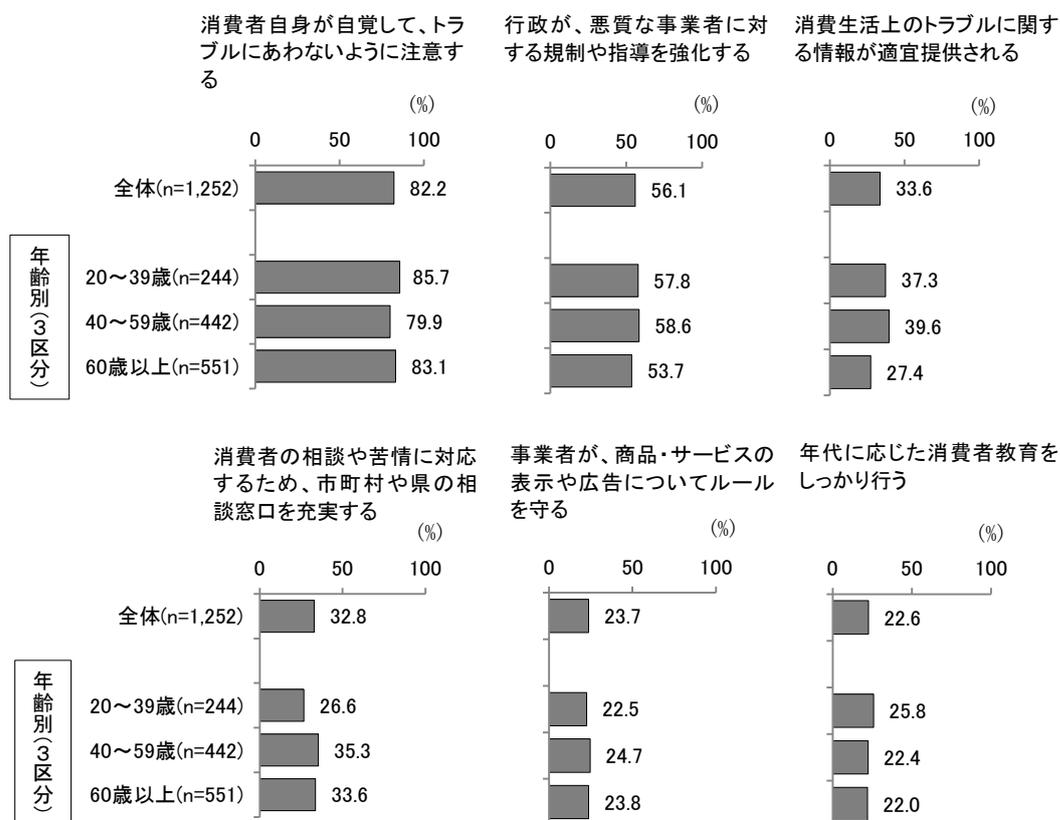
図2-37 トラブルにあわないために重要なこと(上位6項目) 市町村別



### 【年齢別（3区分）】

「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」は20～39歳（85.7%）が最も高くなっている。「消費生活上のトラブルに関する情報が適宜提供される」は、59歳以下の年代は約4割となっているものの、60歳以上では約3割（27.4%）となっている。（図2-38）

図2-38 トラブルにあわないために重要なこと（上位6項目） 年齢別（3区分）



【消費者問題に対する関心度別】

「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」は、消費者問題への関心が高い人ほど回答割合が高くなっている。(図2-39)

【消費生活上のトラブルの有無別】

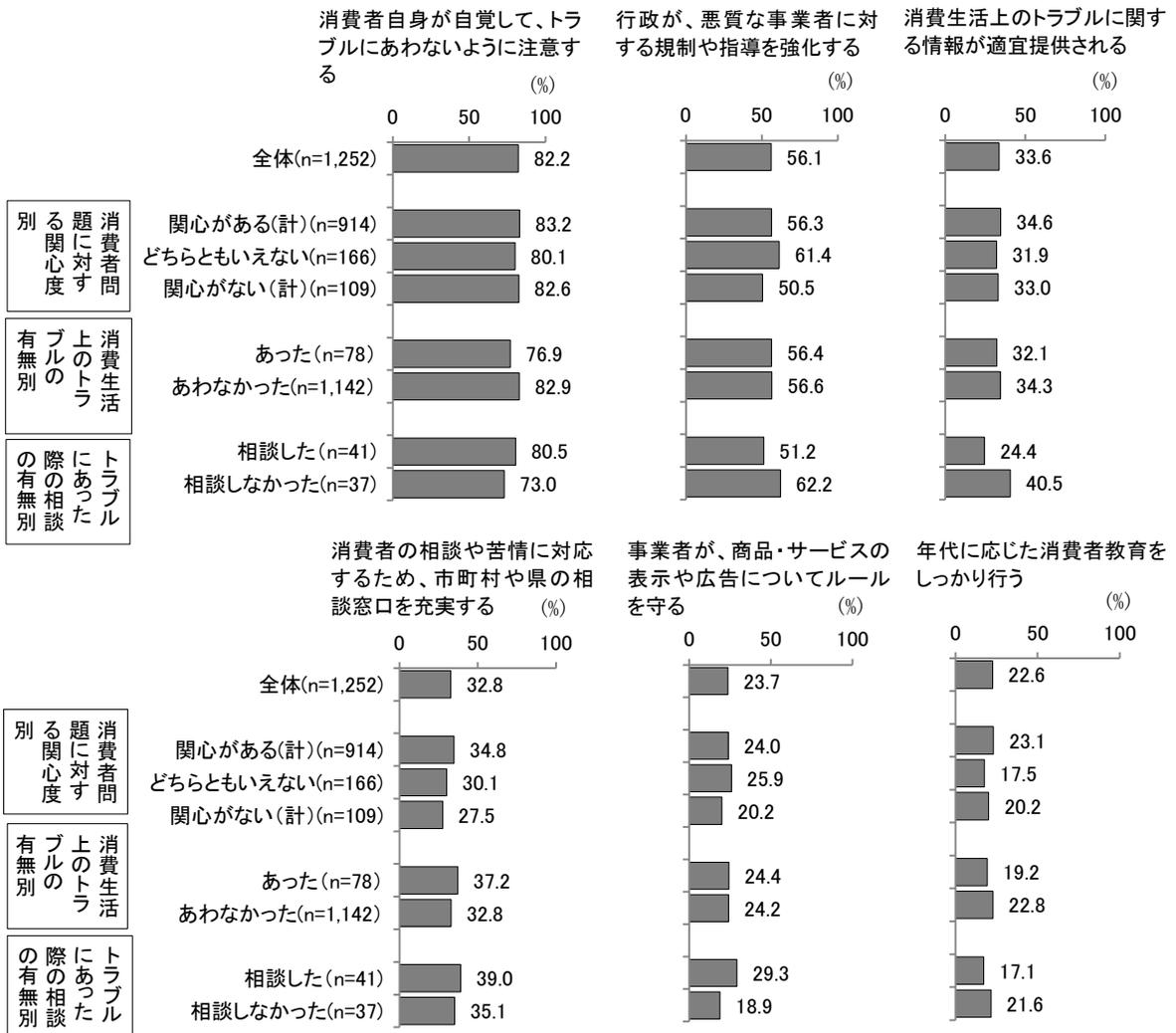
「消費者自身が自覚して、トラブルにあわないように注意する」は、消費生活上のトラブルに“あわなかった”人が、“あった”人より6.0ポイント高くなっている。

(図2-39)

【トラブルにあった際の相談の有無別】

「事業者が、商品・サービスの表示や広告についてルールを守る」は、“相談した”(29.3%)人が“相談しなかった”(18.9%)人よりも10.4ポイント高くなっている。一方で、「行政が、悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」、「消費生活上のトラブルに関する情報が適宜提供される」は、“相談しなかった”人の方がどちらも10ポイント以上高くなっている。(図2-39)

図2-39 トラブルにあわないために重要なこと(上位6項目) 消費者問題に対する関心度別・消費生活上のトラブルの有無別



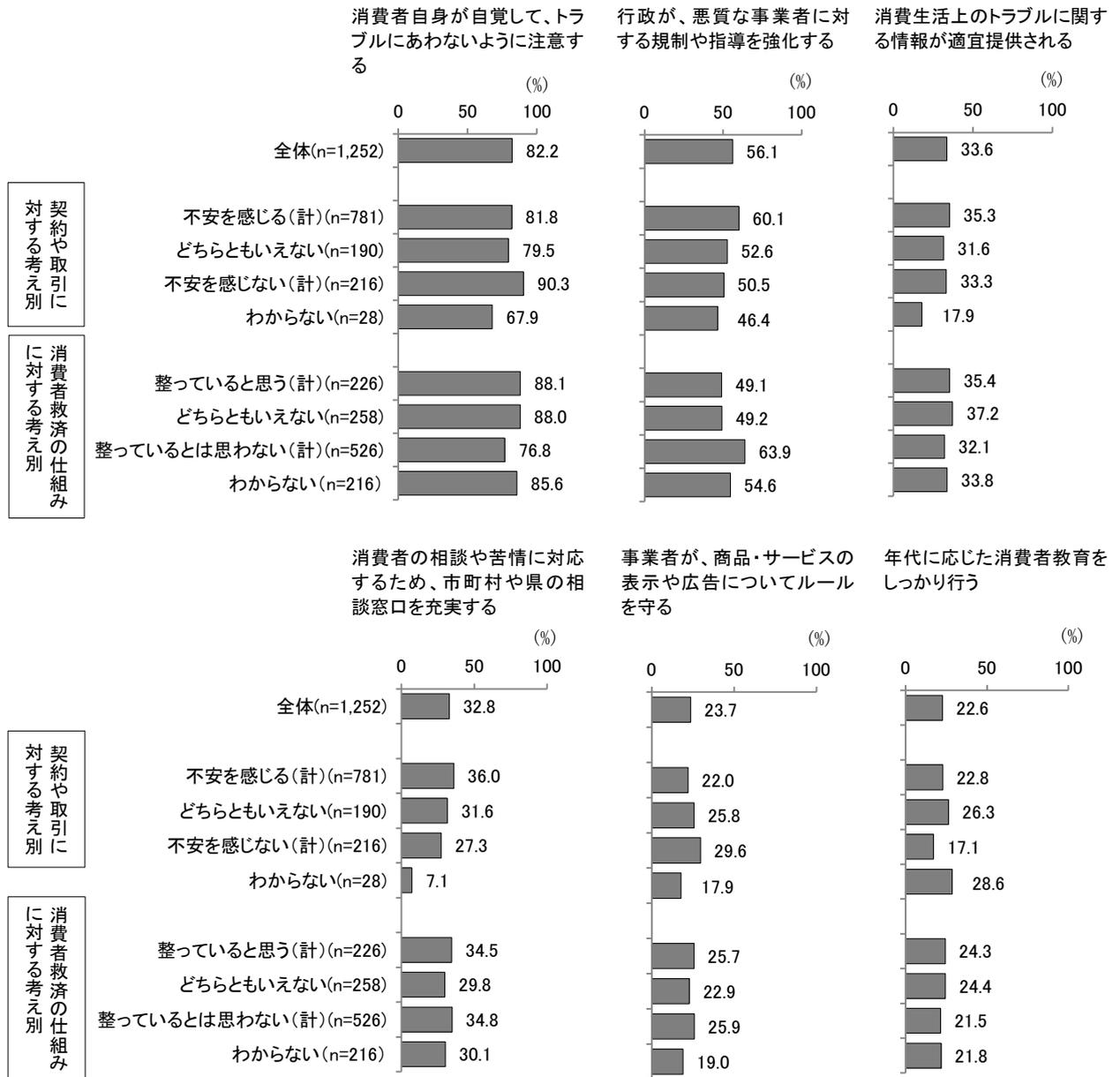
【契約や取引に対する考え別】

「行政が、悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」と「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」は、“不安を感じる”人ほど回答割合が高くなっている。(図2-40)

【消費者救済の仕組みに対する考え別】

「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」は、『整っていると思わない(計)』の回答割合が、やや低くなっている。一方、「行政が、悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」では、『整っていると思わない(計)』人の割合が最も高く、6割を超えている。(図2-40)

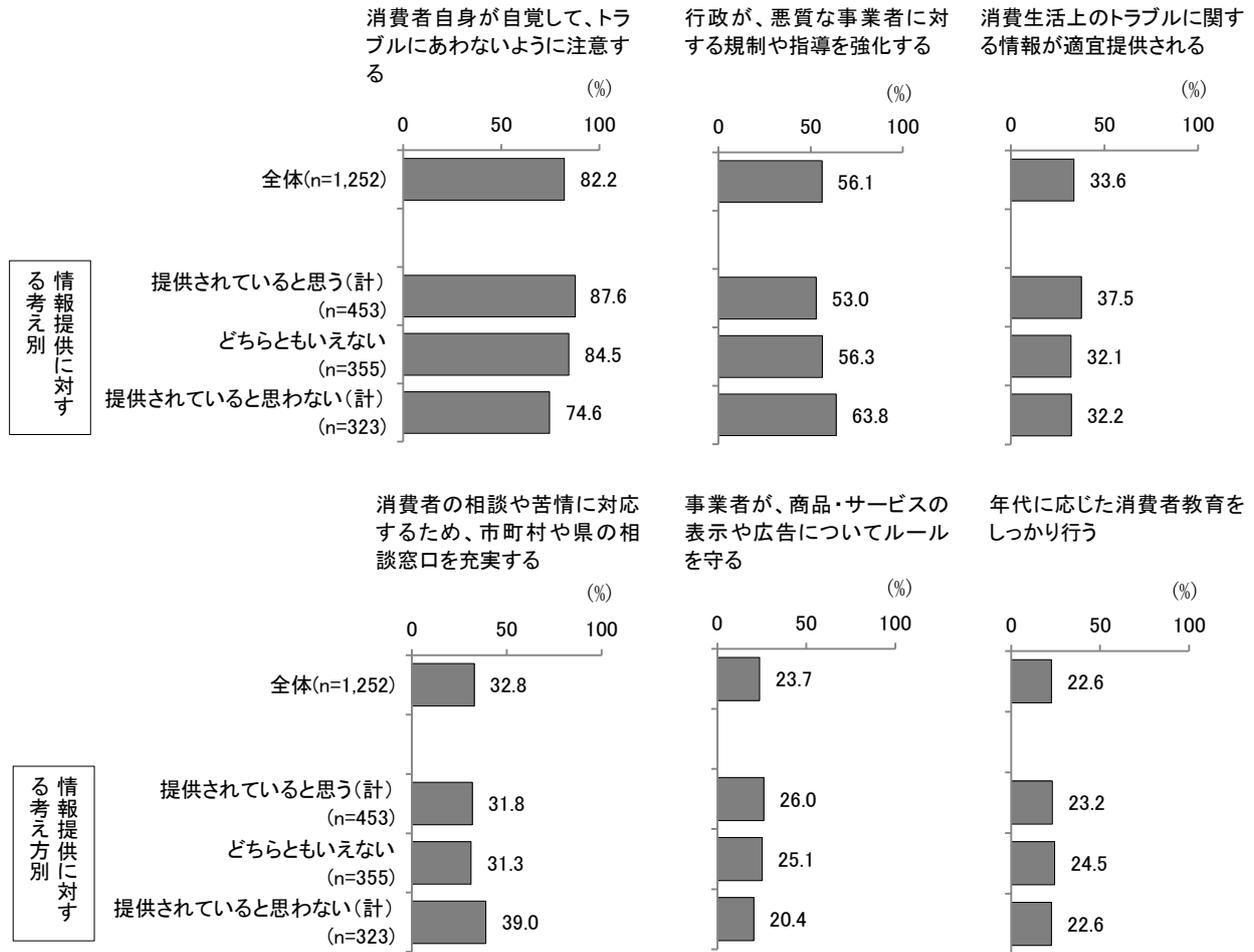
図2-40 トラブルにあわないために重要なこと(上位6項目) 契約や取引に対する考え別



【情報提供に対する考え別】

「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」、「消費生活上のトラブルに関する情報が適宜提供される」、「事業者が、商品・サービスの表示や広告についてルールを守る」は、“情報が提供されている”と思う人ほど回答割合が高くなっている。一方、「行政が、悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」は、“情報が提供されていると思わない”人ほど割合が高くなっている。(図2-41)

図2-41 トラブルにあわないために重要なこと(上位6項目) 情報提供に対する考え別

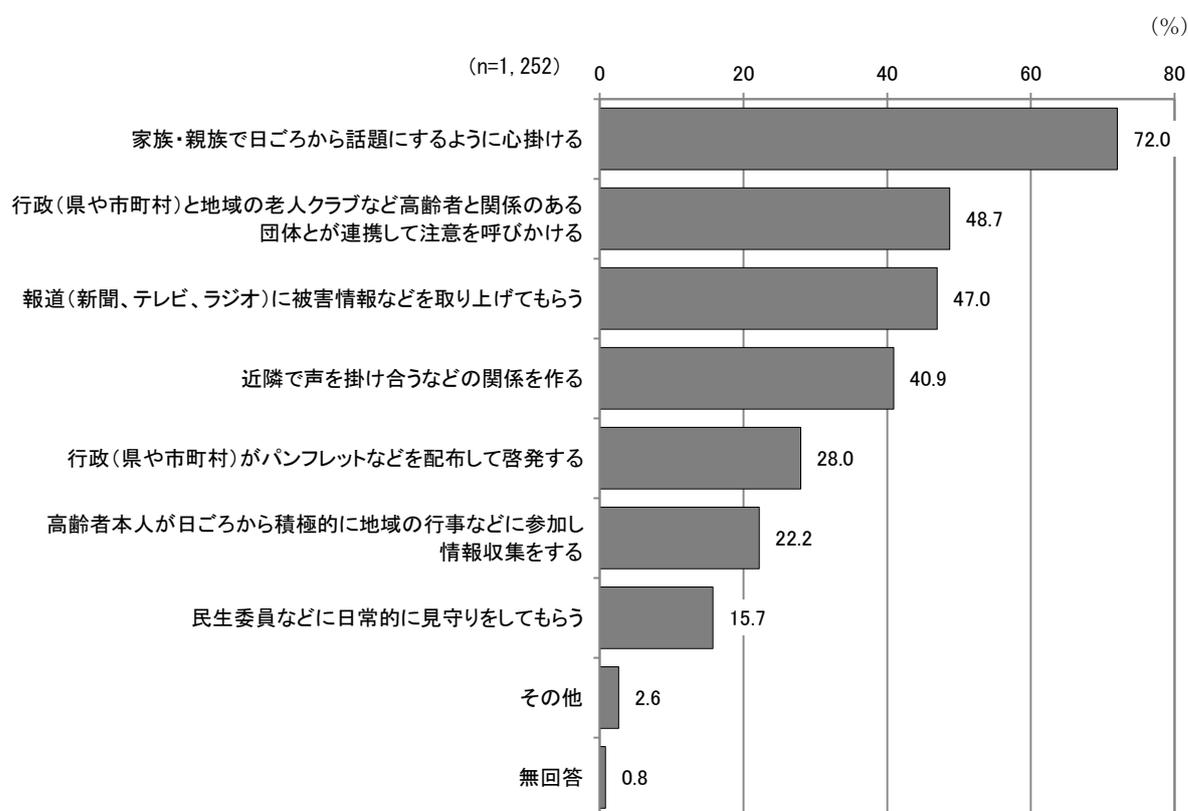


(11) 高齢者が被害にあわないようにするための対策

◆「家族・親族で日ごろから話題にするように心掛ける」が72.0%

問 14 最近、高齢者の財産をねらった悪質な利殖商法による被害が多発しています。高齢者が被害にあわないためにはどのような対策が有効だと思いますか。(〇は3つまで)

図2-42 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どのような対策が有効か聞いたところ、「家族・親族で日ごろから話題にするように心掛ける」(72.0%)が最も多く、約7割となっている。次に、「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%)と続いている。(図2-42)

## 【性別】

「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」は男性（44.8%）より女性（52.1%）の方が、7.3ポイント高くなっている。一方、「行政（県や市町村）がパンフレットなどを配布して啓発する」という回答は、女性（26.2%）より男性（30.6%）の方が4.4ポイント高い。（図2-43）

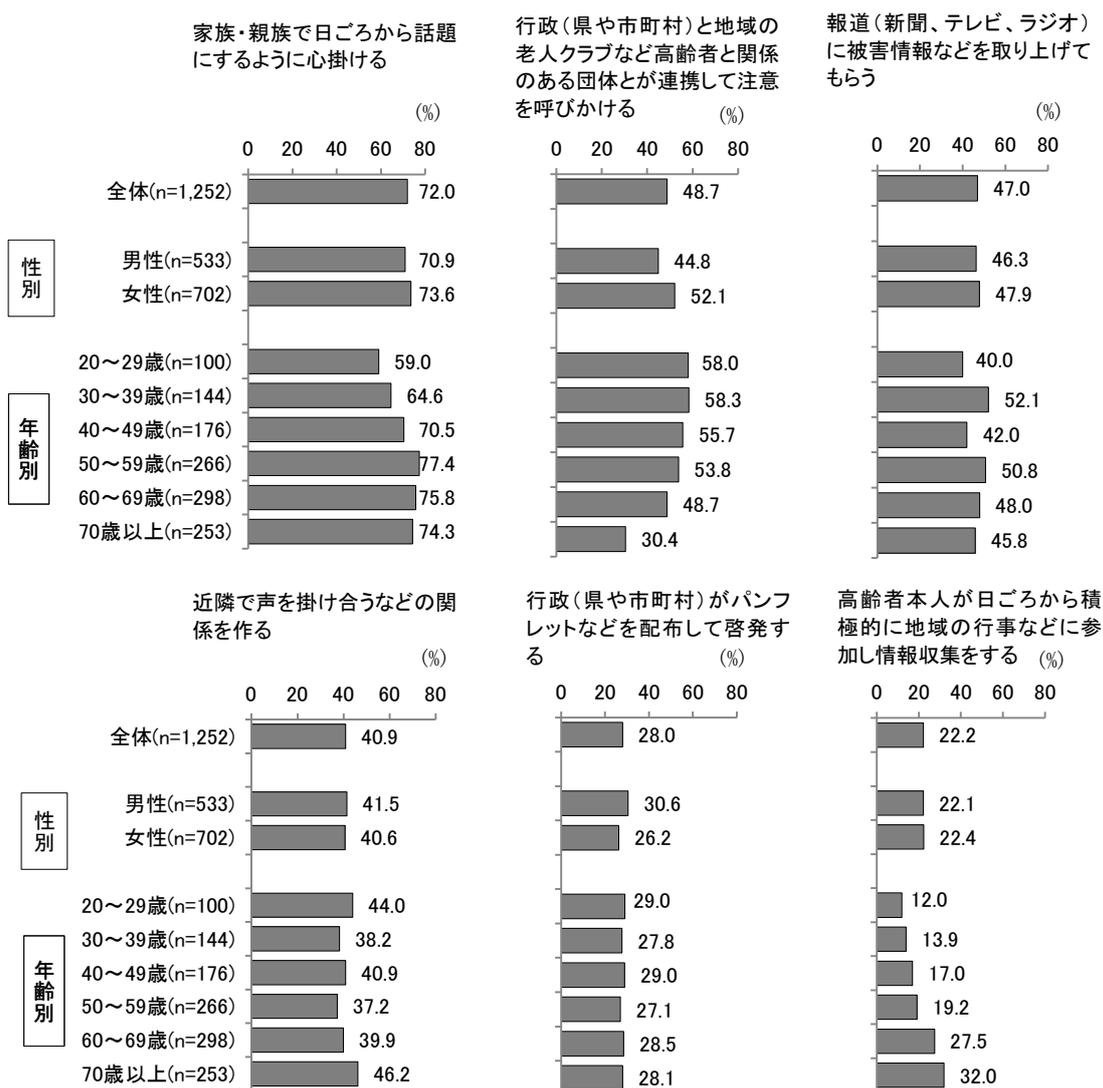
## 【年齢別】

「家族・親族で日ごろから話題にするように心掛ける」は、50～59歳（77.4%）で回答割合が最も高くなっている。「家族・親族で日ごろから話題にするように心掛ける」と「高齢者本人が日ごろから積極的に地域の行事などに参加し情報収集をする。」は、おおむね年齢が上がるにつれ、回答割合も高くなっている傾向がある。

一方で、「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」は年齢が上がるにつれ、回答割合は低くなる傾向がみられる。

（図2-43）

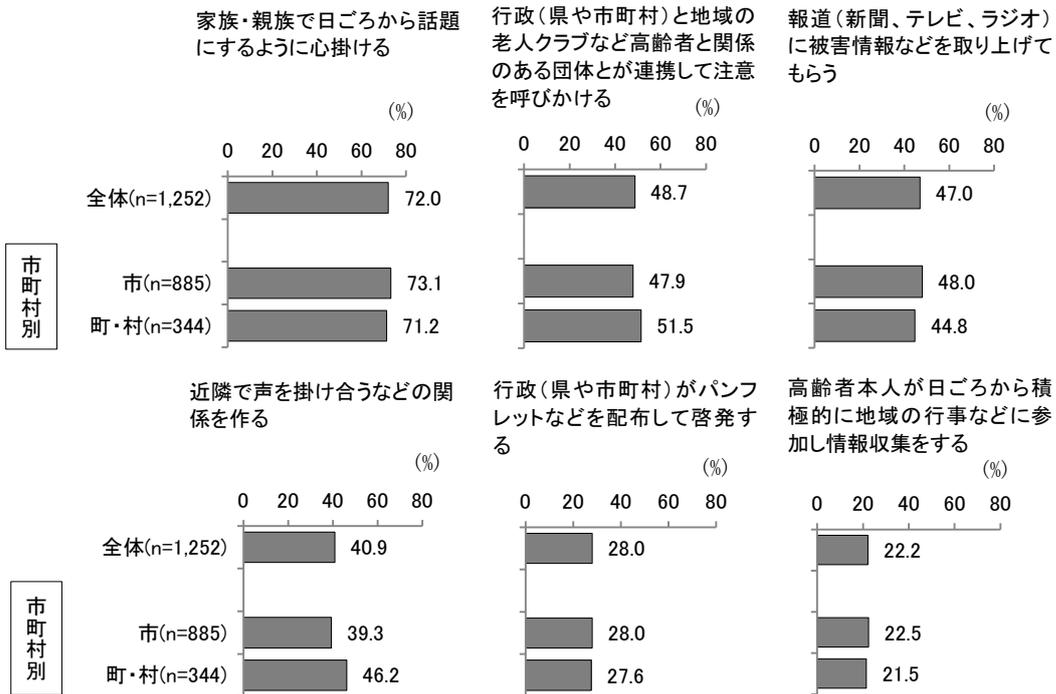
図2-43 高齢者が被害にあわないようにするための対策（上位6項目） 性別・年齢別



【市町村別】

「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」は市（47.9%）より町・村（51.5%）が 3.6 ポイント高くなっている。一方、「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」は、市（48.0%）の方が町・村（44.8%）より 3.2 ポイント高い結果となっている。（図 2-44）

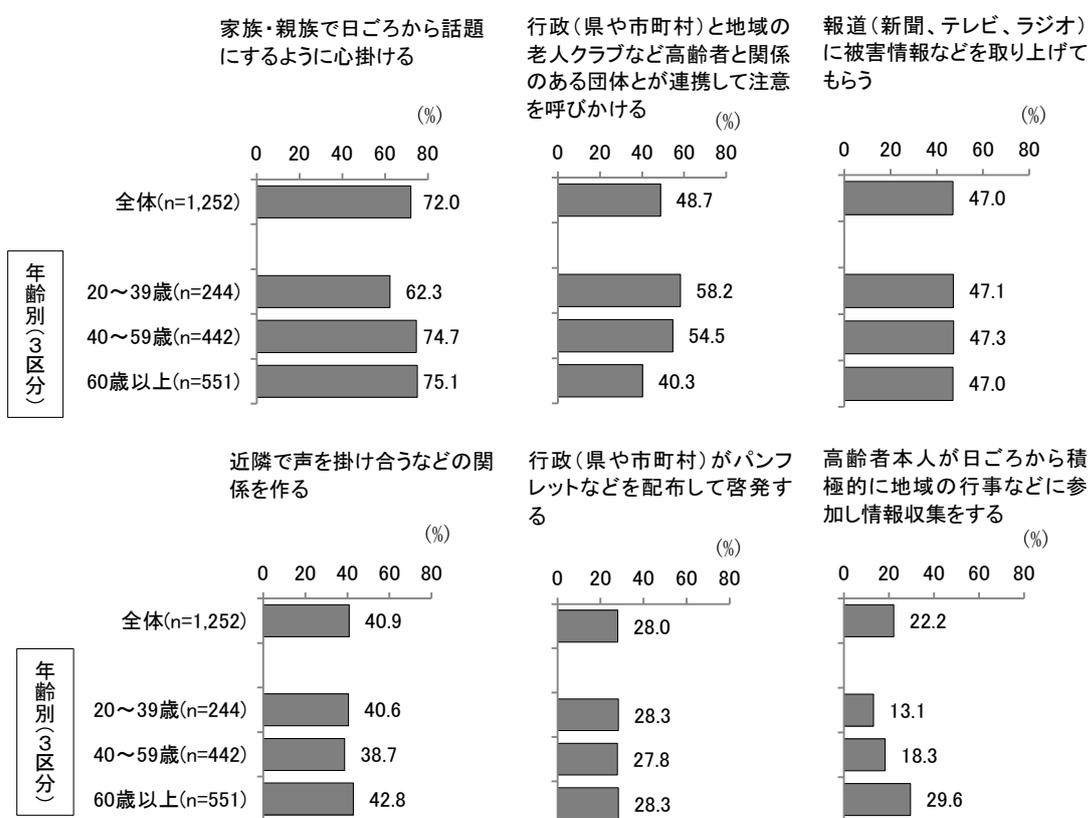
図2-44 高齢者が被害にあわないようにするための対策(上位6項目) 市町村別



### 【年齢別（3区分）】

「家族・親族で日ごろから話題にするように心掛ける」、「高齢者本人が日ごろから積極的に地域の行事などに参加し情報収集をする」の2項目は、60歳以上で最も回答割合が高くなっている。また、年齢が上がるにつれ、回答割合も高くなっている傾向がみられる。一方、「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」は20～39歳（58.2%）が最も高く、年齢が上がるにつれ回答割合は低くなっている。（図2-45）

図2-45 高齢者が被害にあわないようにするための対策（上位6項目） 年齢別（3区分）



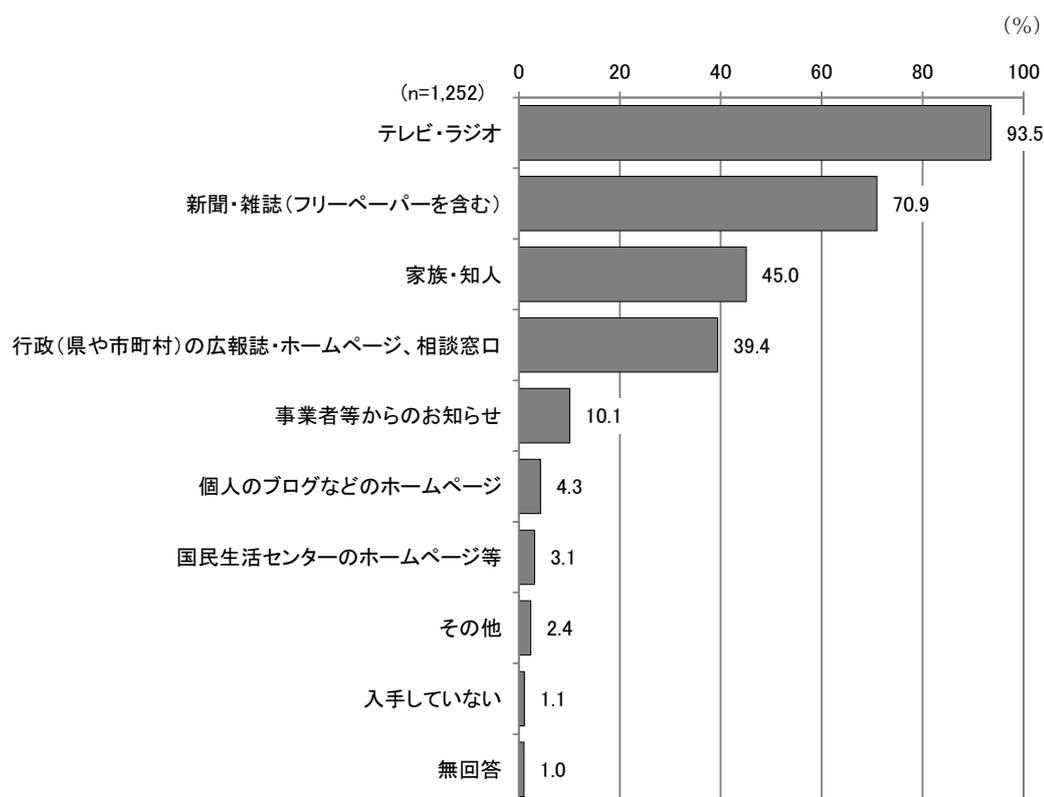
### 3 消費生活に関する情報について

#### (1) 悪質商法に関する情報の入手先

◆「テレビ・ラジオ」が93.5%、次いで「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」が70.9%

問15 悪質商法の手口の情報は主にどこから得ていますか。(〇はいくつでも)

図3-1 消費生活に関する情報の入手先



悪質商法の手口の情報は主にどこから得ているか聞いたところ、「テレビ・ラジオ」(93.5%)が最も多く、9割を超えている。次に、「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」(70.9%)、「家族・知人」(45.0%)の順が続いている。(図3-1)

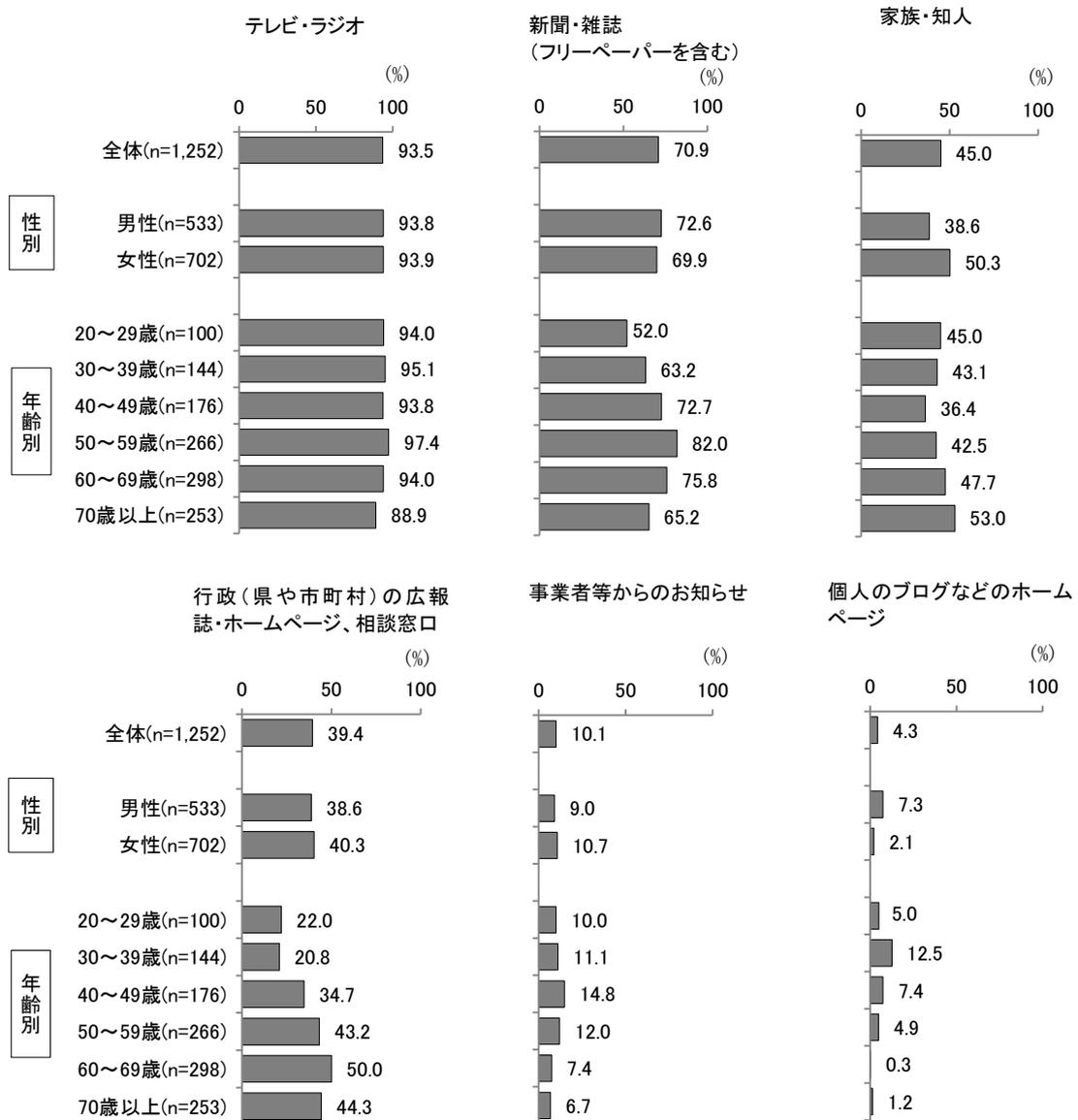
【性別】

「家族・知人」という回答は、男性（38.6%）よりも女性（50.3%）の方が11.7ポイント高くなっている。（図3-2）

【年齢別】

「テレビ・ラジオ」は69歳以下の年代でいずれも9割以上となっている。一方、「家族・知人」という回答は、70歳以上（53.0%）が最も多い回答となっている。（図3-2）

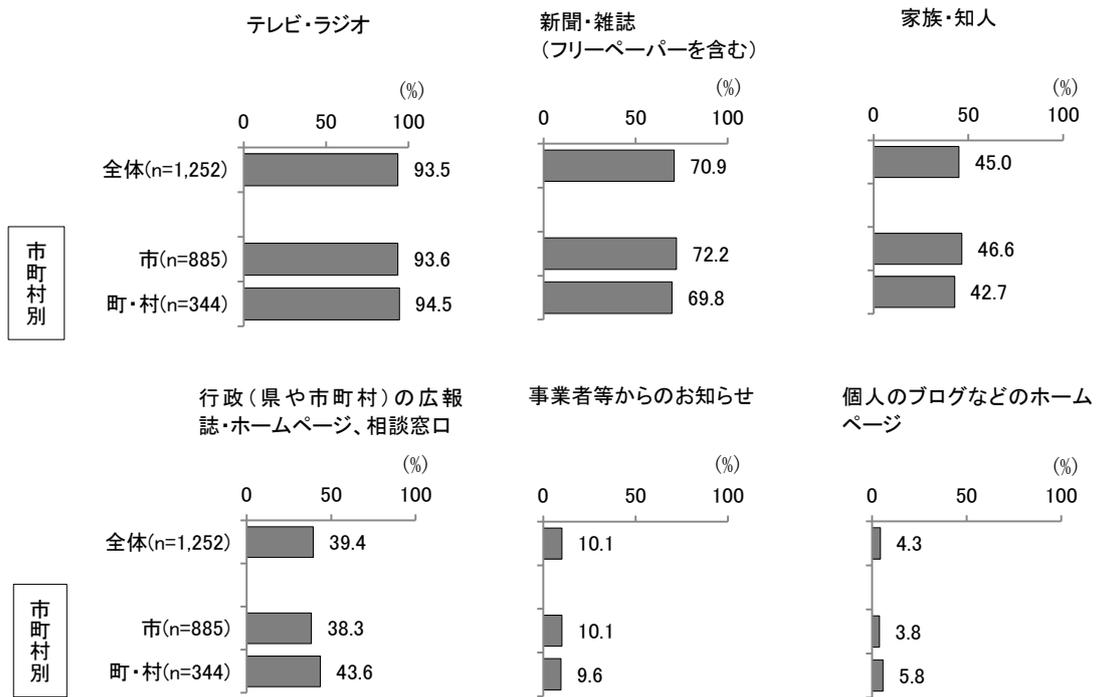
図3-2 消費生活に関する情報の入手先(上位6項目) 性別・年齢別



**【市町村別】**

「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」、「家族・知人」は、市が町・村よりもそれぞれ 2.4 ポイント、3.9 ポイント高い結果となっている。一方、「行政（県や市町村）の広報誌・ホームページ、相談窓口」は市（38.3%）よりも町・村（43.6%）の方が 5.3 ポイント高くなっている。（図 3-3）

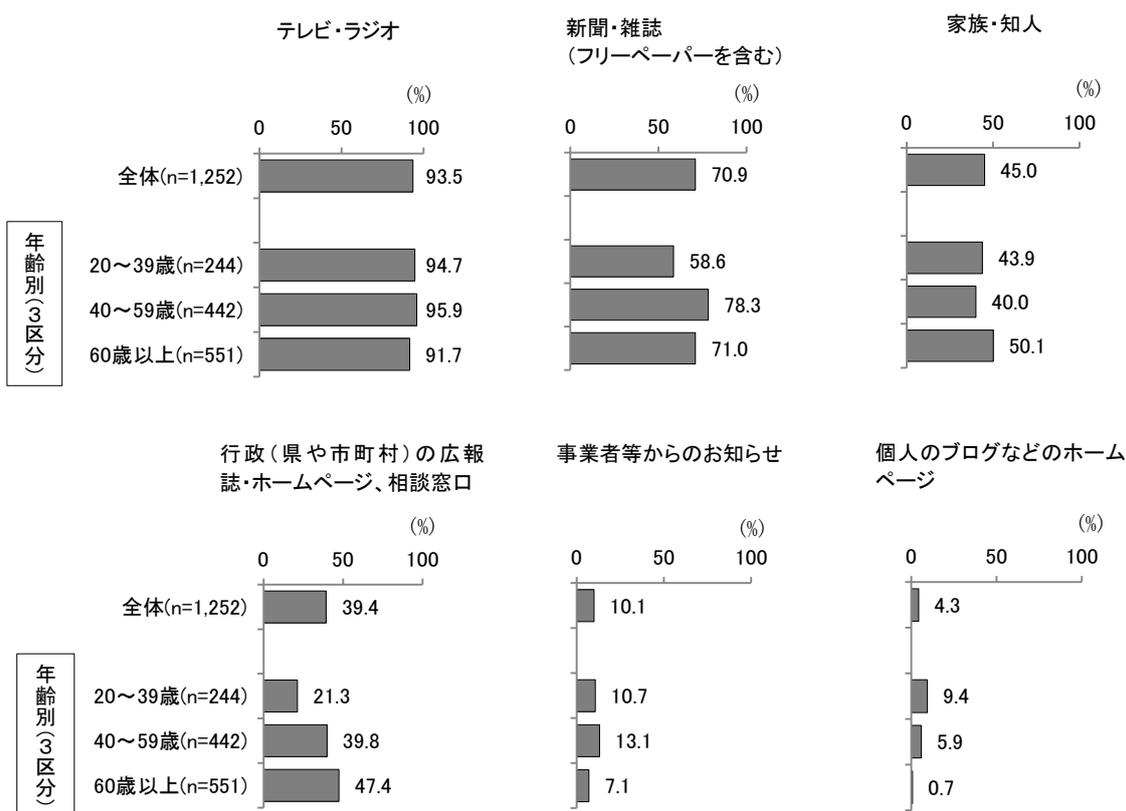
図3-3 消費生活に関する情報の入手先(上位6項目) 市町村別



### 【年齢別（3区分）】

「行政（県や市町村）の広報誌・ホームページ、相談窓口」は、60歳以上（47.4%）で最も回答割合が高く、約5割となっている。また、年齢が上がるにつれて、回答割合も高くなっている。一方、「個人のブログなどのホームページ」は、年齢が上がるにつれて回答割合が低くなっており、60歳以上では1.0%以下となっている。（図3-4）

図3-4 消費生活に関する情報の入手先(上位6項目) 年齢別(3区分)



【消費者問題に対する関心度別】

「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」、「家族・知人」、「行政（県や市町村）の広報誌・ホームページ、相談窓口」、「事業者等からのお知らせ」の4項目は、関心度が高いほど、回答割合も高くなっている。（図3-5）

【訪問や電話での勧誘の有無別】

「個人のブログなどのホームページ」を除く、6項目中5項目で“勧誘された（計）”人の方が、“ない”人よりも高い回答割合となっている。特に、「行政（県や市町村）の広報誌・ホームページ、相談窓口」では、回答割合に13.6ポイントの差がある。

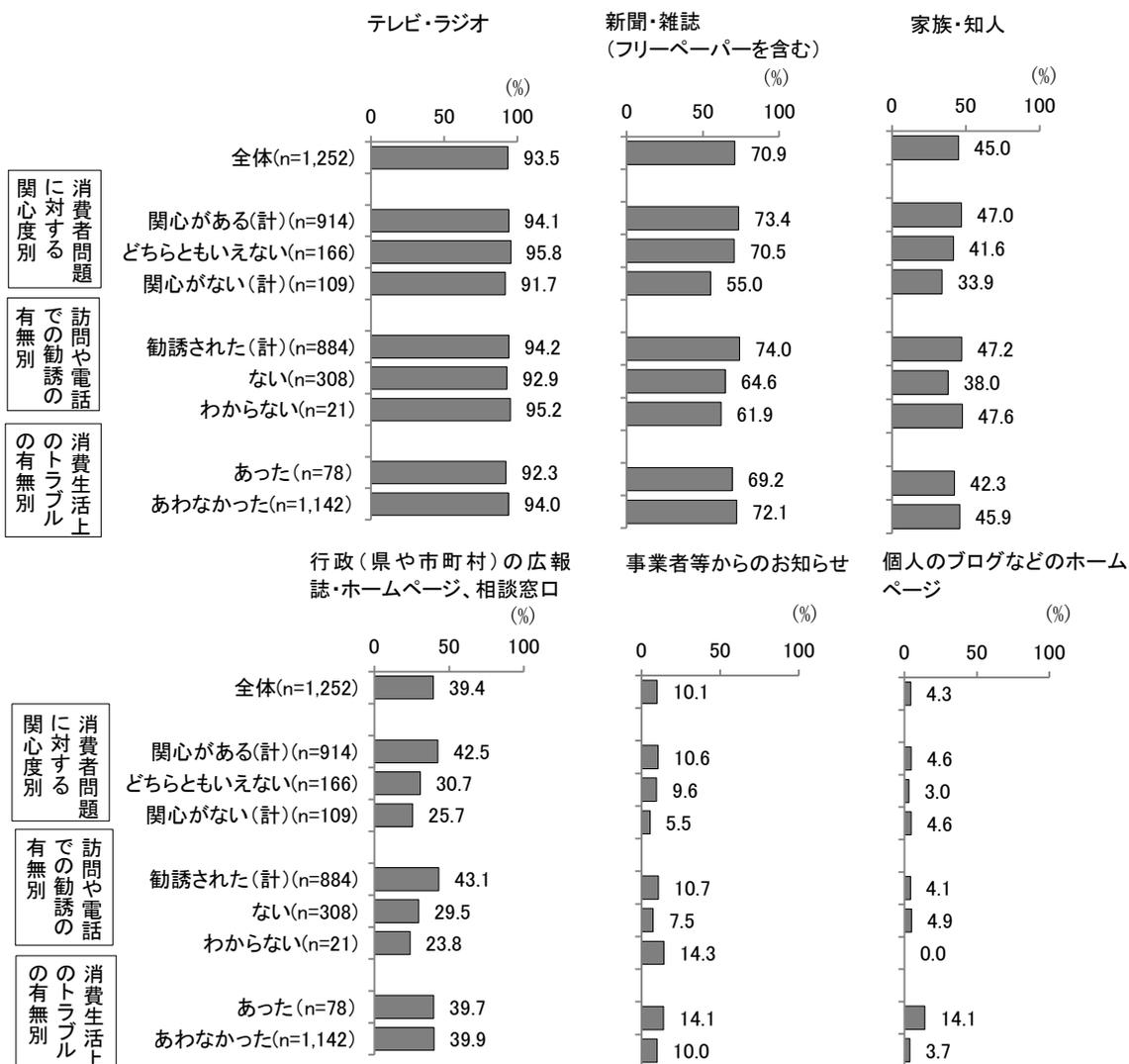
（図3-5）

【消費生活上のトラブルの有無別】

上位6項目中、4項目で消費生活上のトラブルに“あった”人よりも“あわなかった”人の方が回答割合が高くなっている。一方、「個人のブログなどのホームページ」は、“あった”（14.1%）人の方が“あわなかった”（3.7%）人よりも10.4ポイント高くなっている。（図3-5）

図3-5 消費生活に関する情報の入手先(上位6項目)

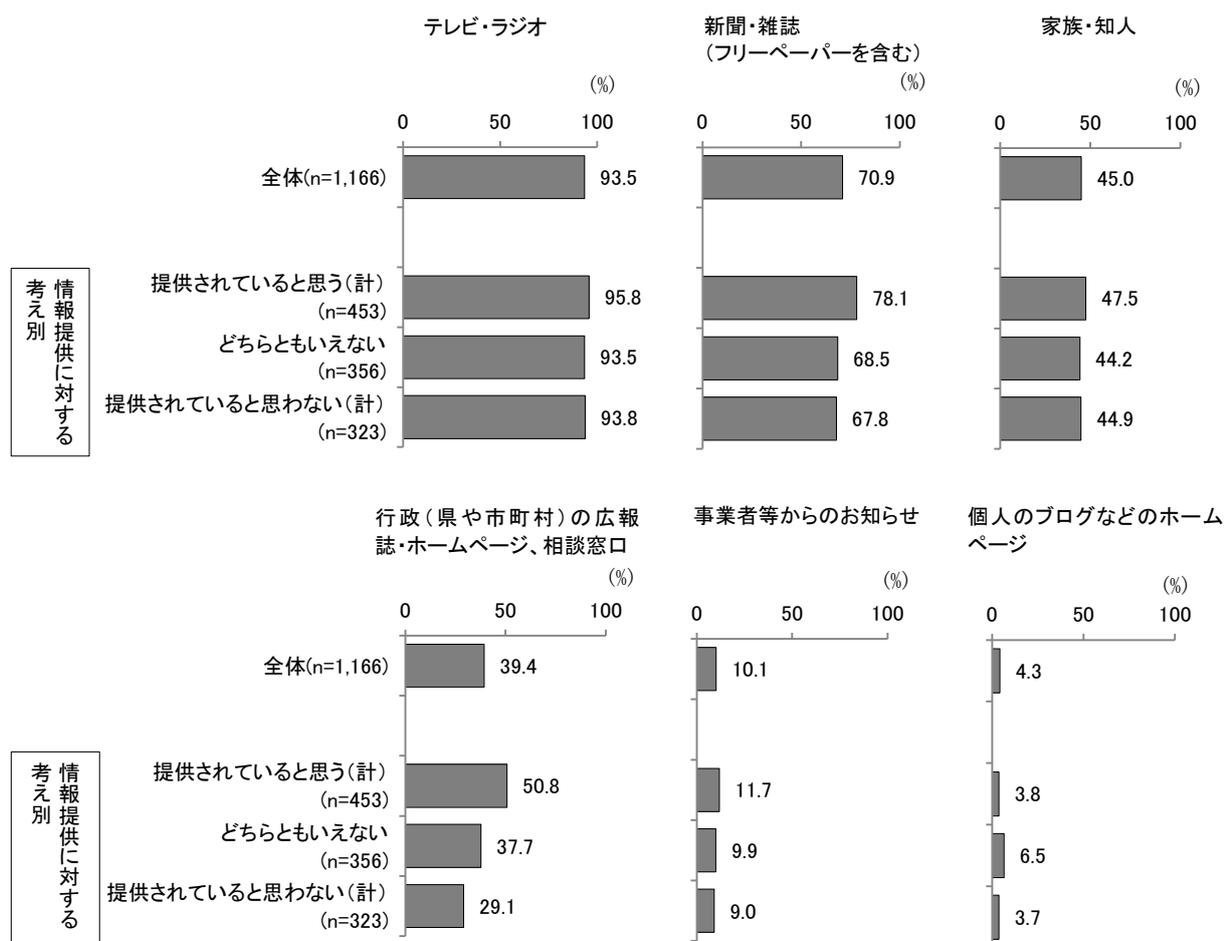
消費者問題に対する関心度別・訪問や電話での勧誘の有無別



### 【情報提供に対する考え別】

「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」、「行政（県や市町村）の広報誌・ホームページ、相談窓口」、「事業者等からのお知らせ」の3項目は、消費生活に関する情報が提供されていると思う人ほど回答割合が高くなっている。（図3-6）

図3-6 消費生活に関する情報の入手先(上位6項目) 情報提供に対する考え別



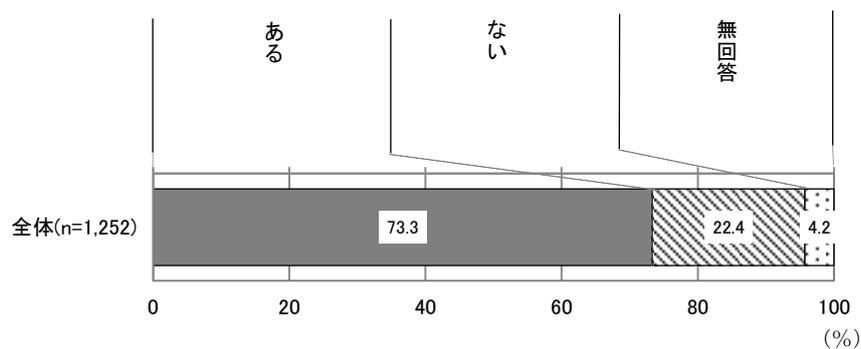
(2) リコール情報を見た経験の有無

◆「ある」が73.3%、「ない」が22.4%

問 16 商品等のリコール(※)の情報を見たことがありますか。(○は1つ)

※製品の欠陥が判明した場合、無償修理・交換・返金などを行うこと

図3-7 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ことがあるかについて聞いたところ、「ある」が73.3%となっている。一方、「ない」は22.4%となっている。(図3-7)

【性別】

「ある」という回答は、男性（75.8%）の方が女性（72.4%）より3.4ポイント高くなっている。（図3-8）

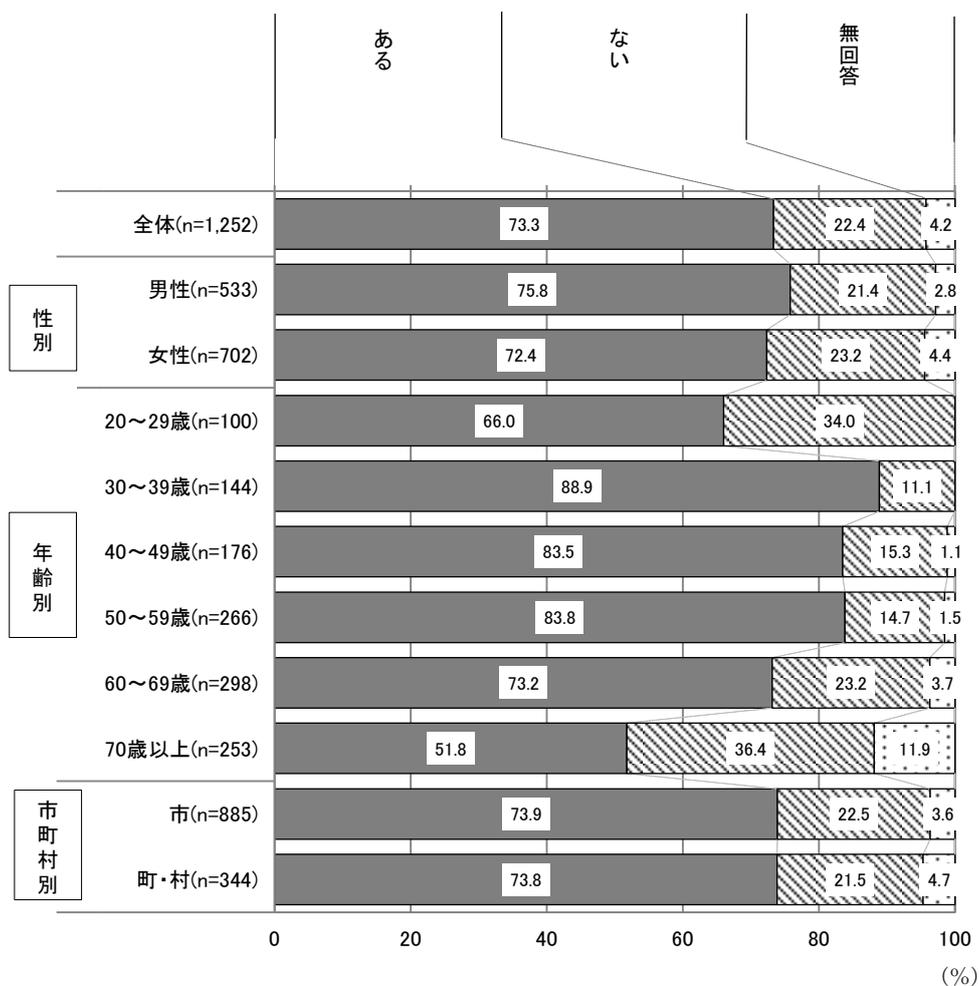
【年齢別】

「ある」という回答は、30～39歳（88.9%）で最も高く、約9割となっている。次いで、40～49歳と50～59歳がほぼ同じ回答割合で、約8割となっている。60歳以上の年齢では、年齢が上がるにつれ回答割合が減少している。（図3-8）

【市町村別】

市と町・村では大きな差はみられない（図3-8）

図3-8 リコール情報を見た経験の有無 性別・年齢別・市町村別

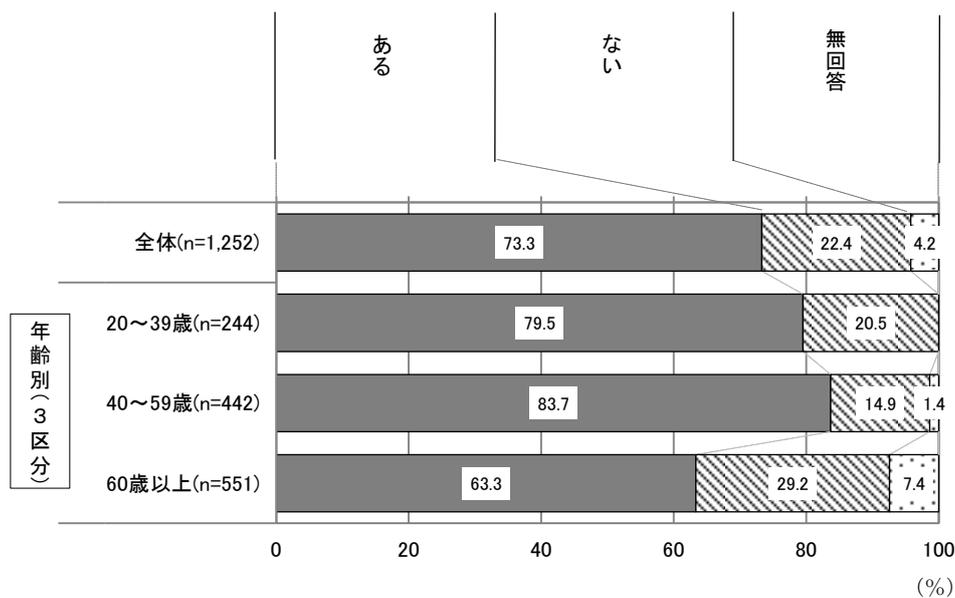


【年齢別（3区分）】

「ある」という回答は、40～59歳で最も高く、8割を超えている。次いで、20～39歳（79.5%）が約8割、最も回答割合が低い60歳以上（63.3%）が約6割となっている。

（図3-9）

図3-9 リコール情報を見た経験の有無 年齢別（3区分）



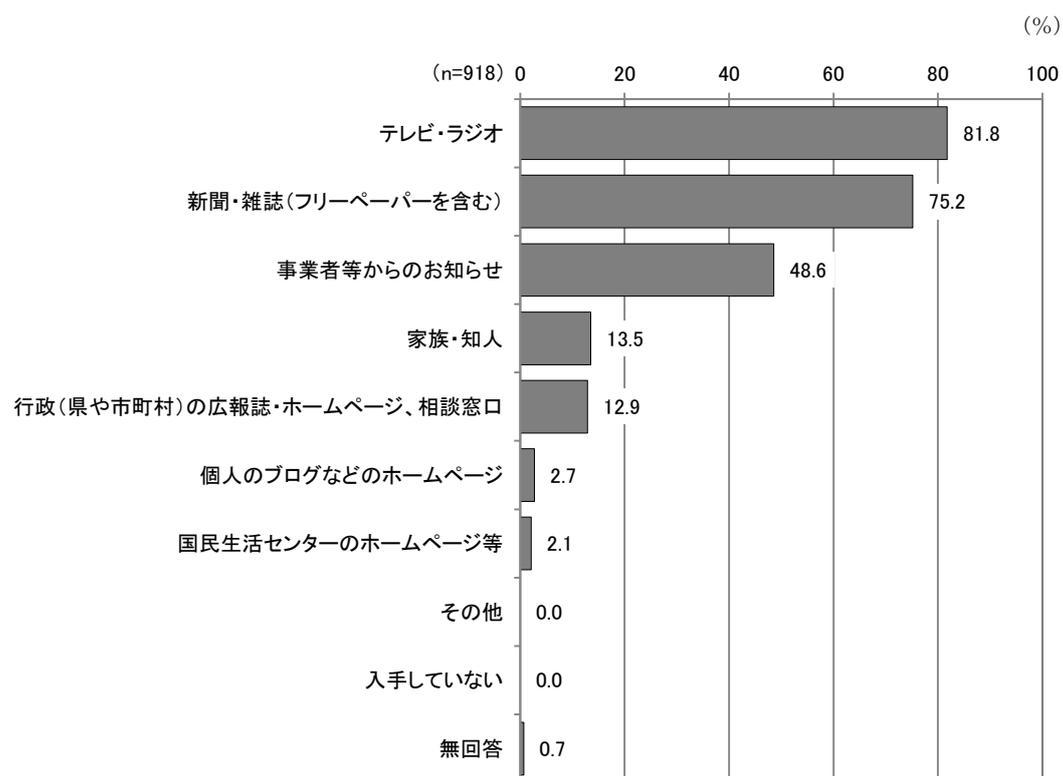
### (3) リコール情報の入手先

◆「テレビ・ラジオ」が81.8%

問 17 商品等のリコール情報を見たことがある方のみ伺います。

(1) その情報はどこで見ましたか。(〇はいくつでも)

図3-10 リコール情報の入手先



問 16 で、商品等のリコール情報を見たことが「ある」と回答した方に、どこで情報を見たのか聞いたところ、「テレビ・ラジオ」(81.8%)が最も多く、約8割となっている。次いで、「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」(75.2%)、「事業者等からのお知らせ」(48.6%)の順となっている。(図3-10)

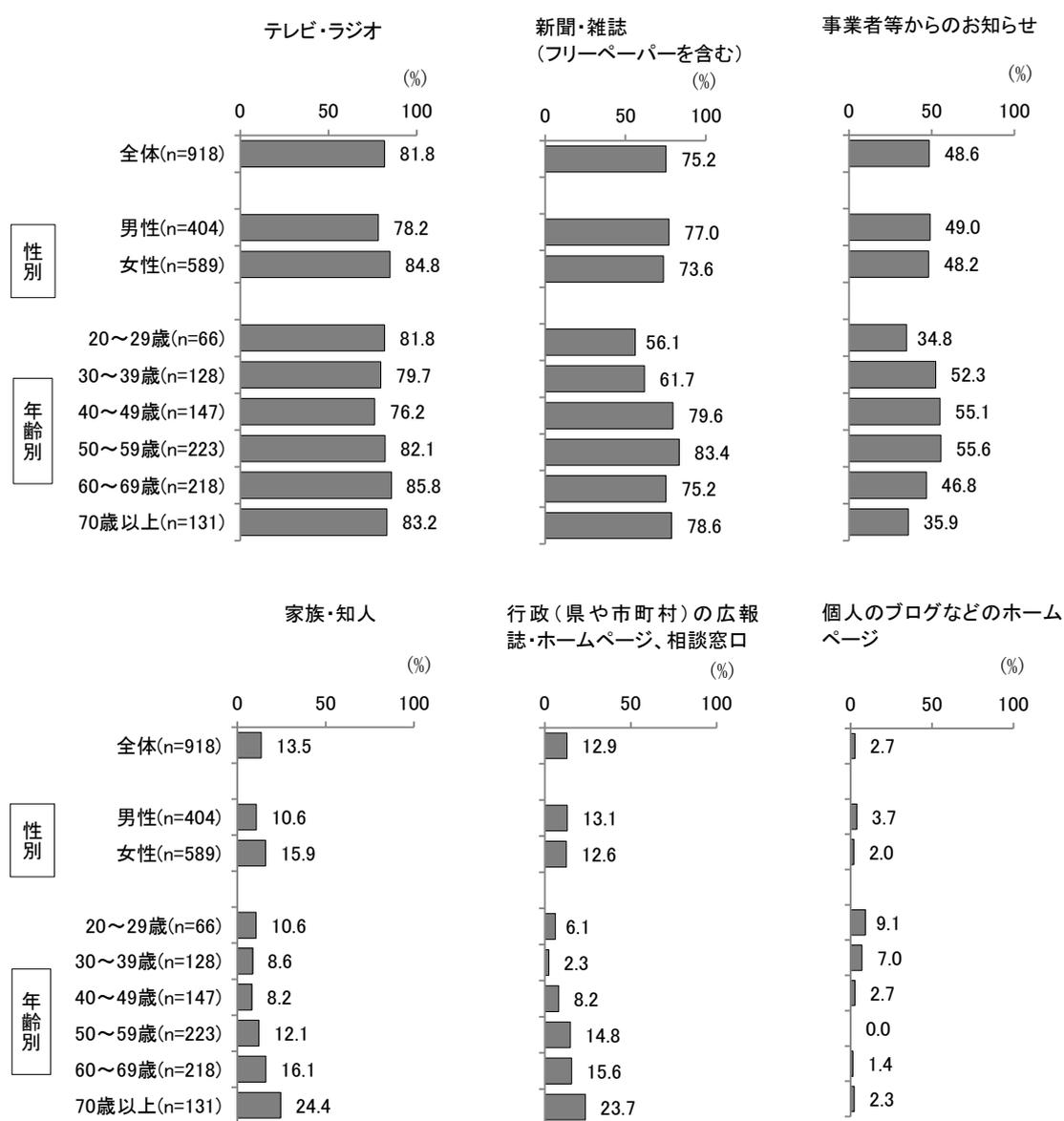
### 【性別】

上位6項目のうち、「テレビ・ラジオ」、「家族・知人」は、男性よりも女性の方が高く、それぞれ6.6ポイント、5.3ポイントの差がある。一方、「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」では、女性（73.6%）よりも男性（77.0%）の方が3.4ポイント高くなっている。（図3-11）

### 【年齢別】

「テレビ・ラジオ」は全ての年代で、8割前後の回答割合となっている。「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」は、40歳以上の年代では約8割となっているものの、39歳以下では約6割となっている。（図3-11）

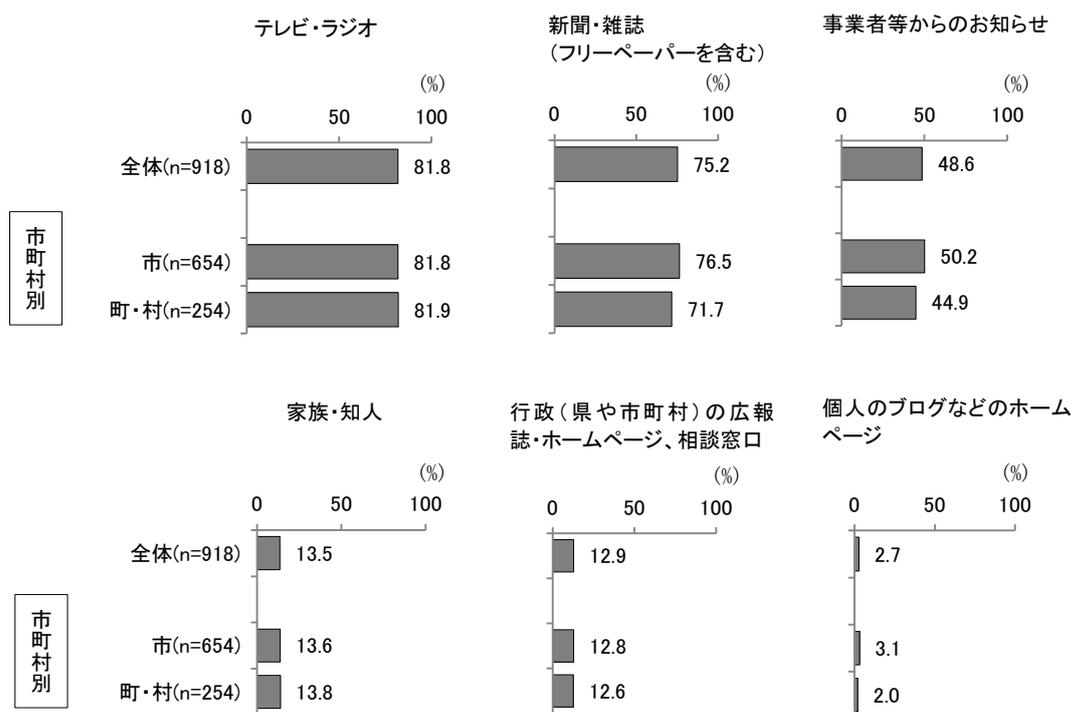
図3-11 リコール情報の入手先(上位6項目) 性別・年齢別



**【市町村別】**

「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」で4.8ポイント、「事業者等からのお知らせ」で5.3ポイント、それぞれ市が町・村より回答割合が高くなっている。（図3-12）

図3-12 リコール情報の入手先(上位6項目) 市町村別

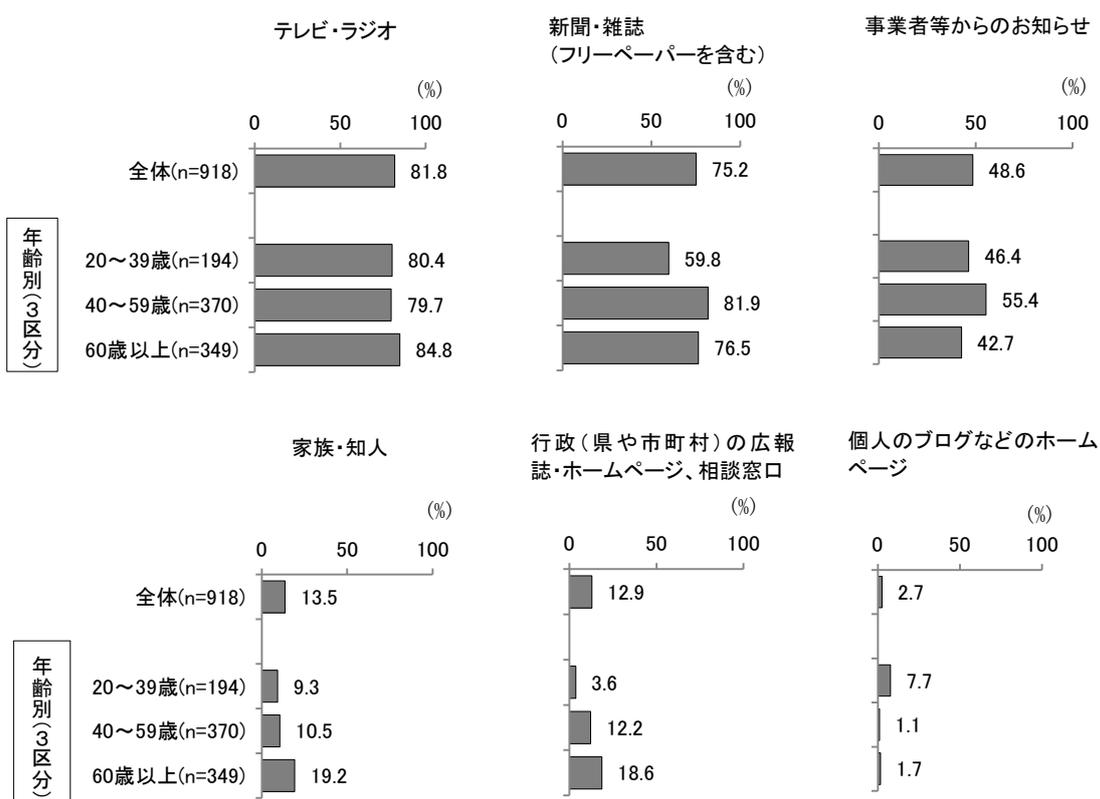


【年齢別（3区分）】

「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」は、40歳以上の年代は約8割となっているものの、20～39歳（59.8%）では約6割となる。「家族・知人」、「行政（県や市町村）の広報誌・ホームページ、相談窓口」は、年齢が上がるにつれ、回答割合が高くなっている。

（図3-13）

図3-13 リコール情報の入手先（上位6項目） 年齢別（3区分）

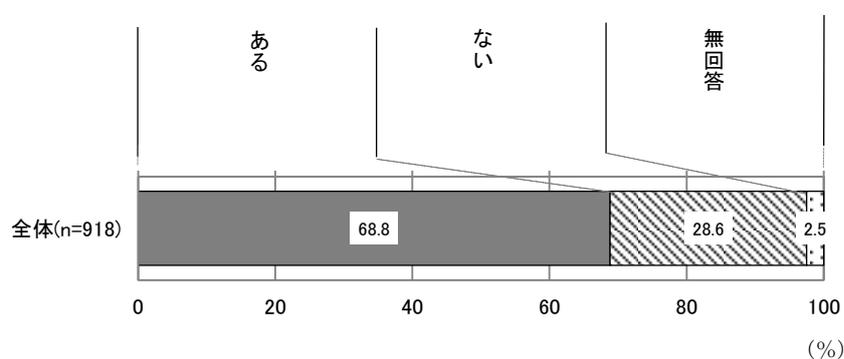


(4) リコール対象商品等の確認経験の有無

◆「ある」が68.8%、「ない」が28.6%

問17 商品等のリコール情報を見たことがある方のみ伺います。  
(2) その情報を活用して身の回りの商品等を確認(型式、製品番号など)したことがありますか。(○は1つ)

図3-14 リコール対象商品等の確認経験の有無



問16で、商品等のリコール情報を見たことが「ある」と回答した方に、その情報を活用して身の回りの商品等を確認したことがあるか聞いたところ、「ある」という回答は68.8%となっている。一方、「ない」は28.6%となっている。(図3-14)

【性別】

「ある」という回答は、男性（71.5%）が女性（66.9%）よりも 4.6 ポイント高くなっている。（図 3-15）

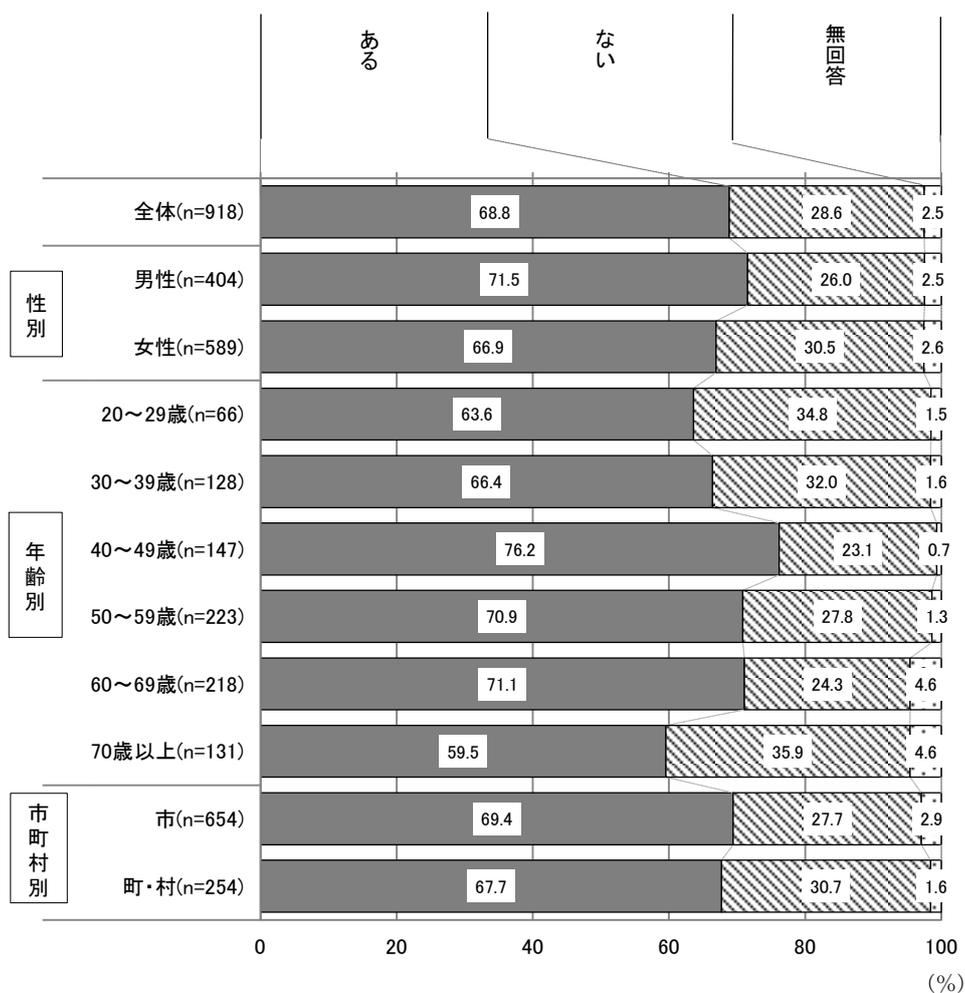
【年齢別】

「ある」という回答は、40～49 歳（76.2%）で最も高く、約 8 割となっている。一方、最も回答割合が低いのは 70 歳以上（59.5%）で、約 6 割となっている。（図 3-15）

【市町村別】

「ある」という回答は、市が 69.4%、町・村が 67.7%となっており、大きな差はみられない。（図 3-15）

図3-15 リコール対象商品等の確認経験の有無 性別・年齢別・市町村別

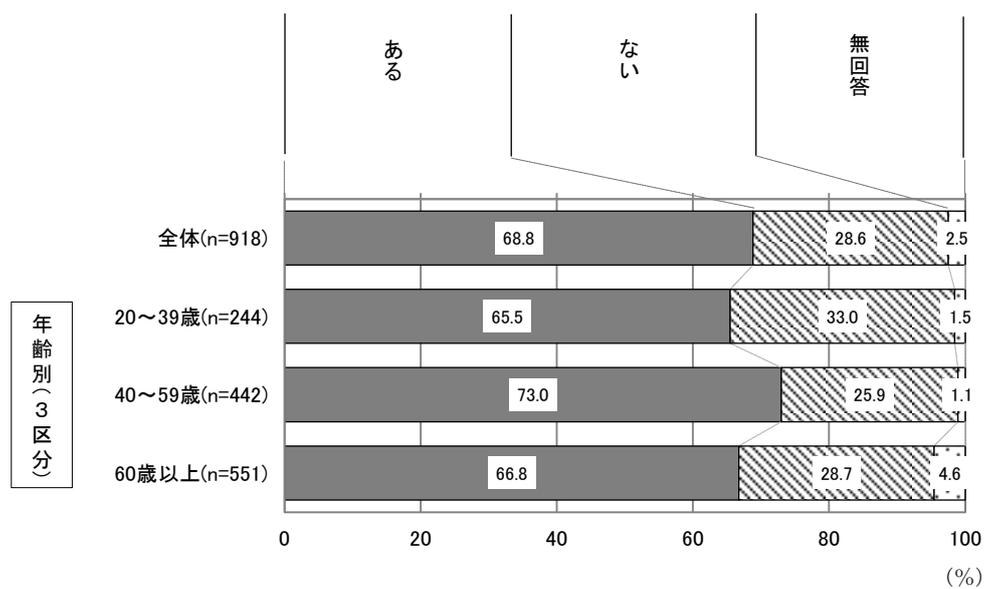


【年齢別（3区分）】

「ある」という回答は、40～59歳（73.0%）で最も高くなっており、7割を超えている。一方、「ない」という回答は20～39歳（33.0%）で最も高く、3割を超えている。

（図3-16）

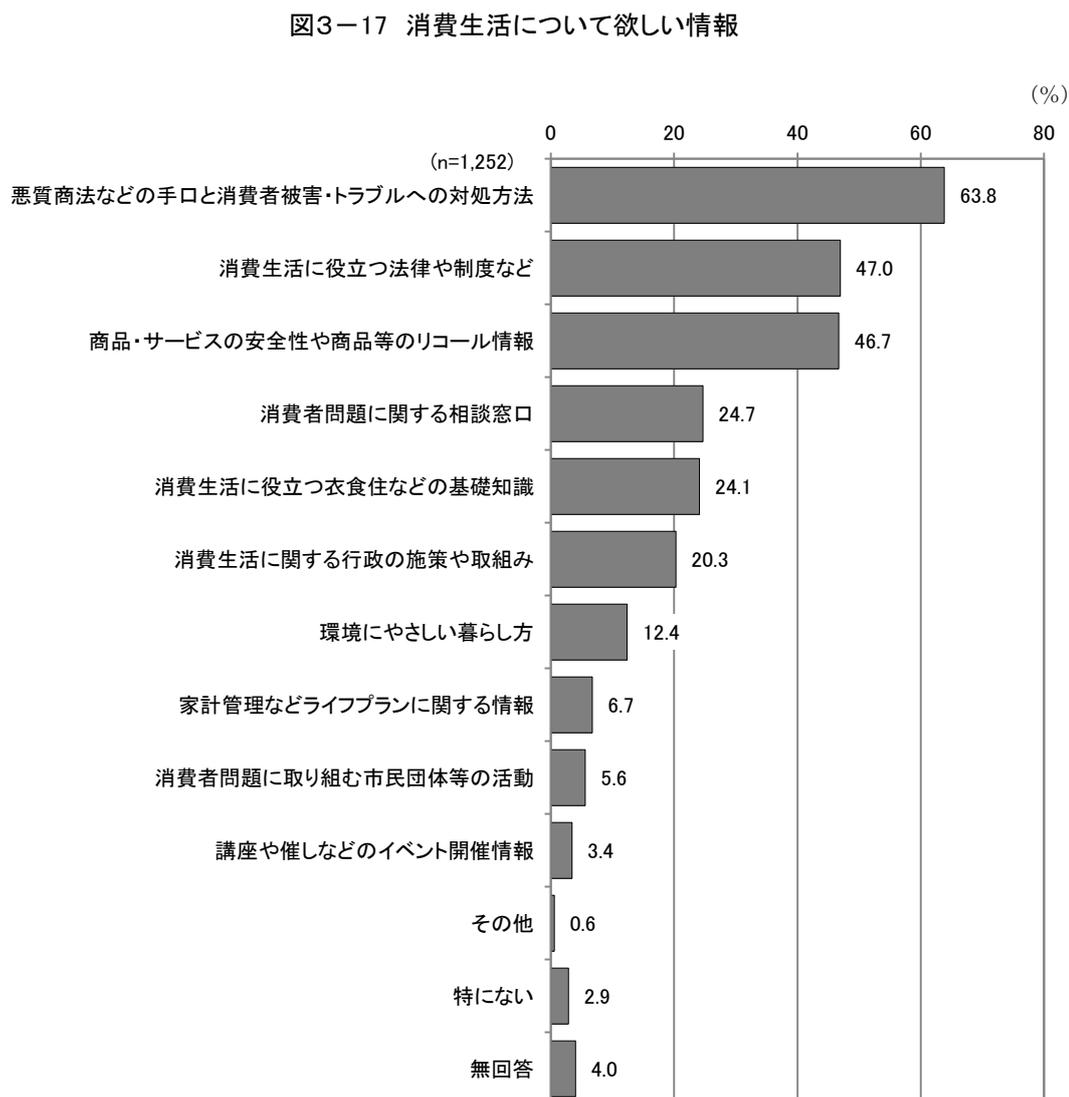
図3-16 リコール対象商品等の確認経験の有無 年齢別（3区分）



## (5) 消費生活について欲しい情報

◆「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63.8%

問18 次のうち消費生活に関するどのような情報が主に欲しいですか。(〇は3つまで)



消費生活に関するどのような情報が欲しいか聞いたところ、「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法」(63.8%)が最も多く、約6割となっている。次に、「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%)と続いている。(図3-17)

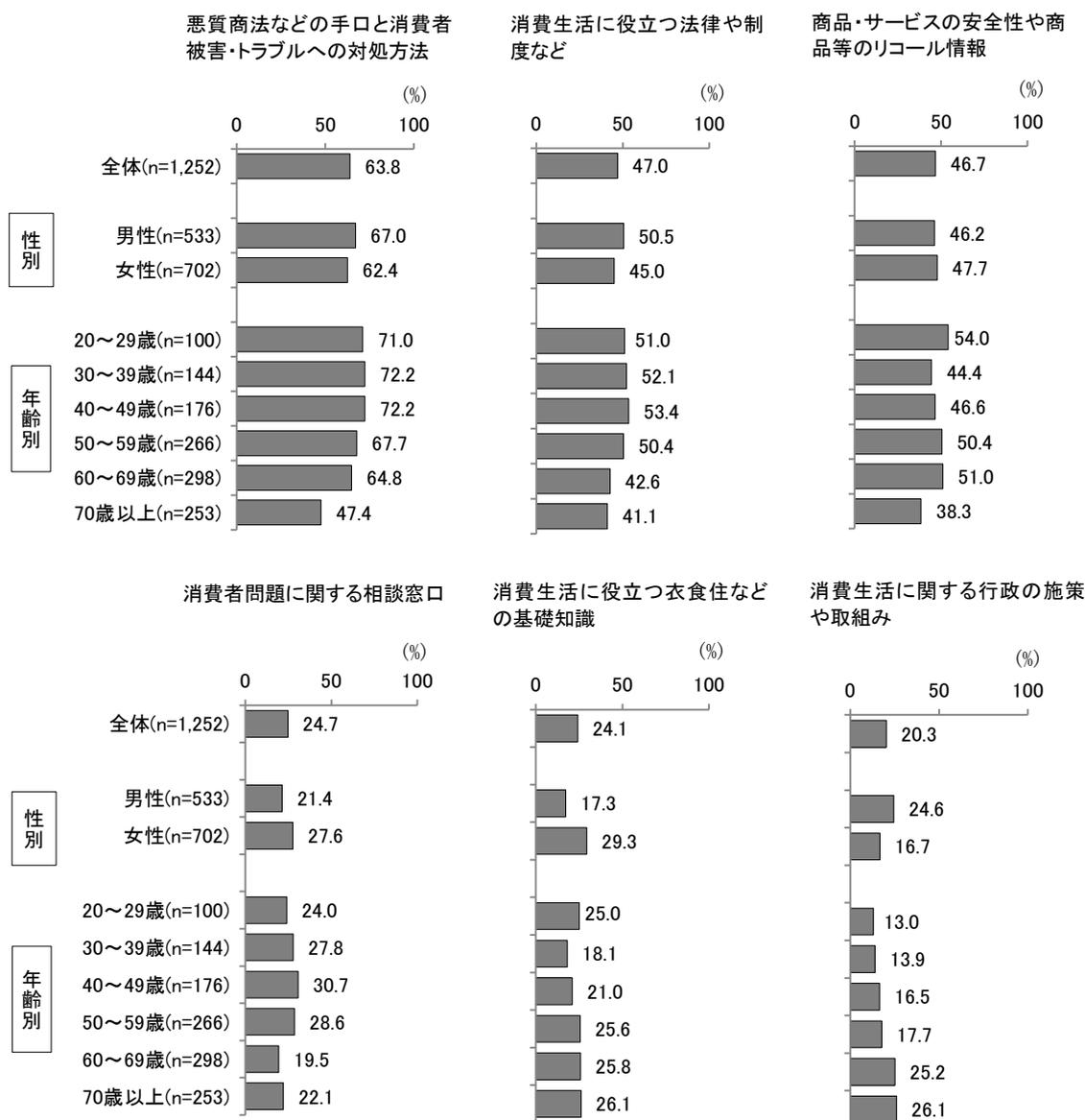
## 【性別】

上位6項目のうち、「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」、「消費生活に役立つ法律や制度など」、「消費生活に関する行政の施策や取組み」の3項目で、男性が女性より回答割合が高くなっている。一方、「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」、「消費者も問題に関する相談窓口」、「消費生活に役立つ衣食住などの基礎知識」の3項目では、女性の方が男性より回答割合が高くなっている。(図3—18)

## 【年齢別】

「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」は、49歳以下の年代では約7割となっている。50歳以上では年齢が上がるにつれ、回答割合が減少しており、70歳以上(47.4%)では、5割を下回っている。(図3—18)

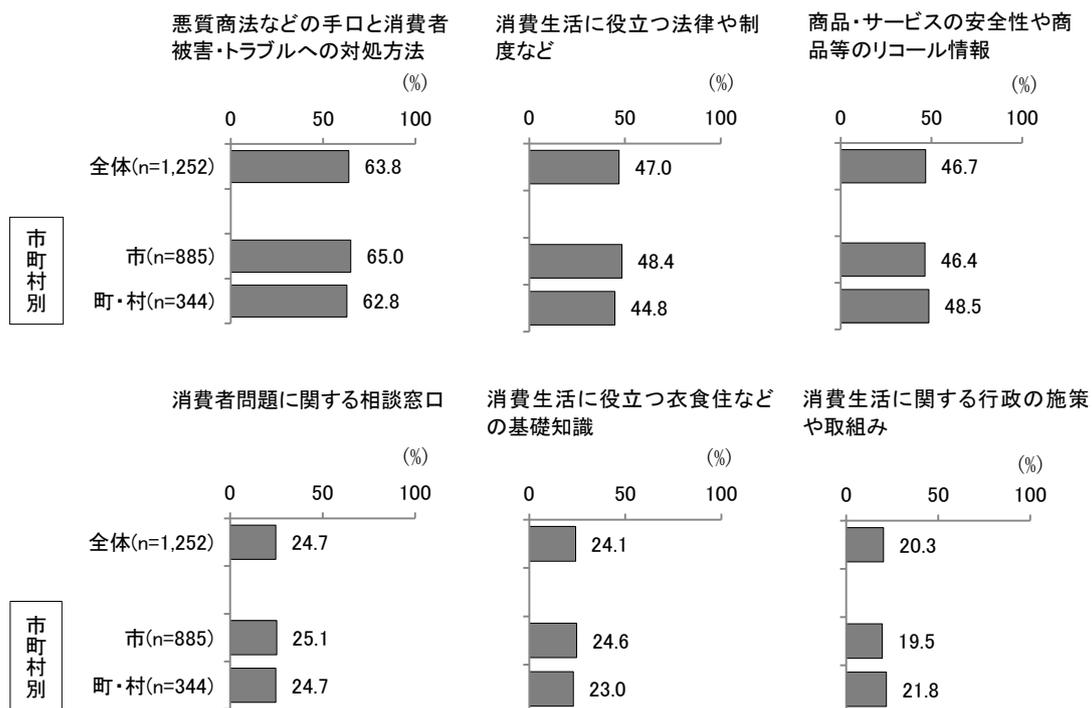
図3—18 消費生活について欲しい情報(上位6項目) 性別・年齢別



**【市町村別】**

「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」では 2.2 ポイント、「消費生活に役立つ法律や制度など」では 3.6 ポイント、それぞれ市が町・村よりも回答割合が高くなっている。(図 3—19)

図3—19 消費生活について欲しい情報(上位6項目) 市町村別

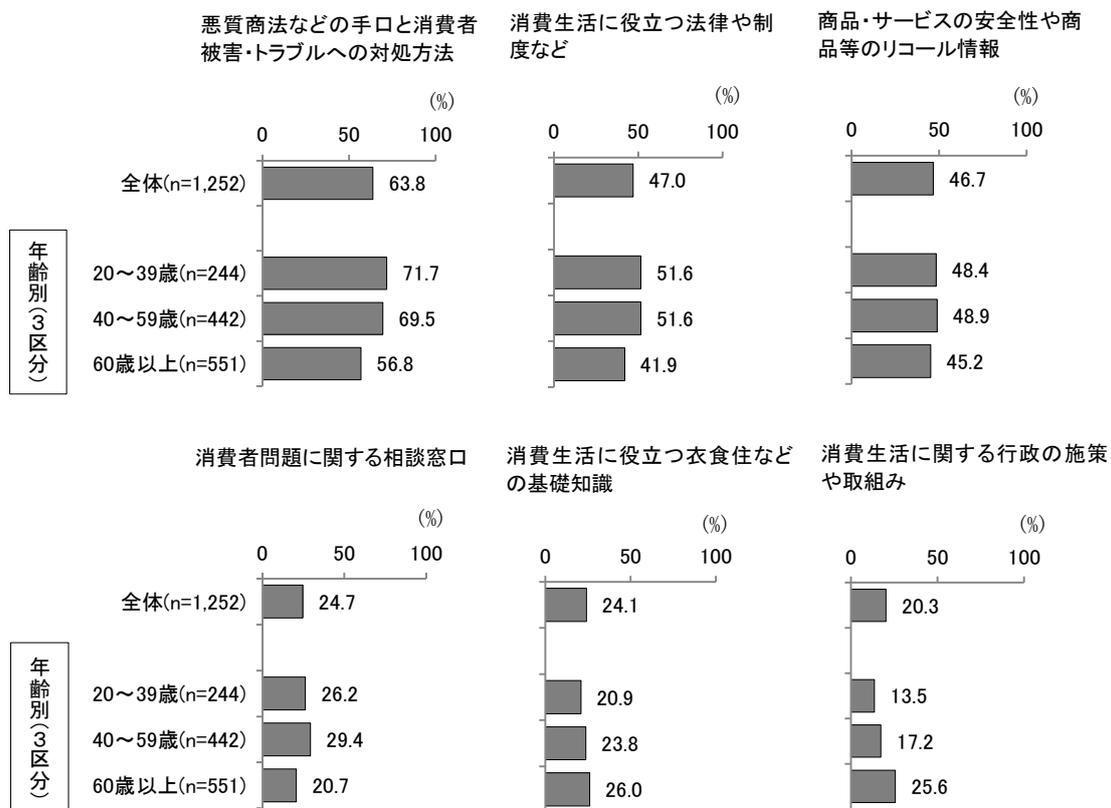


【年齢別（3区分）】

「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」は、20～39歳（71.7%）で最も回答割合が高く、年齢が上がるにつれ低くなる傾向がみられる。一方、「消費生活に役立つ衣食住などの基礎知識」、「消費生活に関する行政の施策や取組み」の2項目は、どちらも60歳以上が最も高く、年齢が上がるにつれ回答割合も高くなっている。

（図3-20）

図3-20 消費生活について欲しい情報（上位6項目） 年齢別（3区分）



**【消費者問題に対する関心度別】**

上位6項目中全ての項目で、“関心がある(計)”人の方が、“関心がない(計)”人よりも回答割合が高くなっている。特に、「消費生活に役立つ法律や制度など」では、15.1ポイントの差がある。(図3-21)

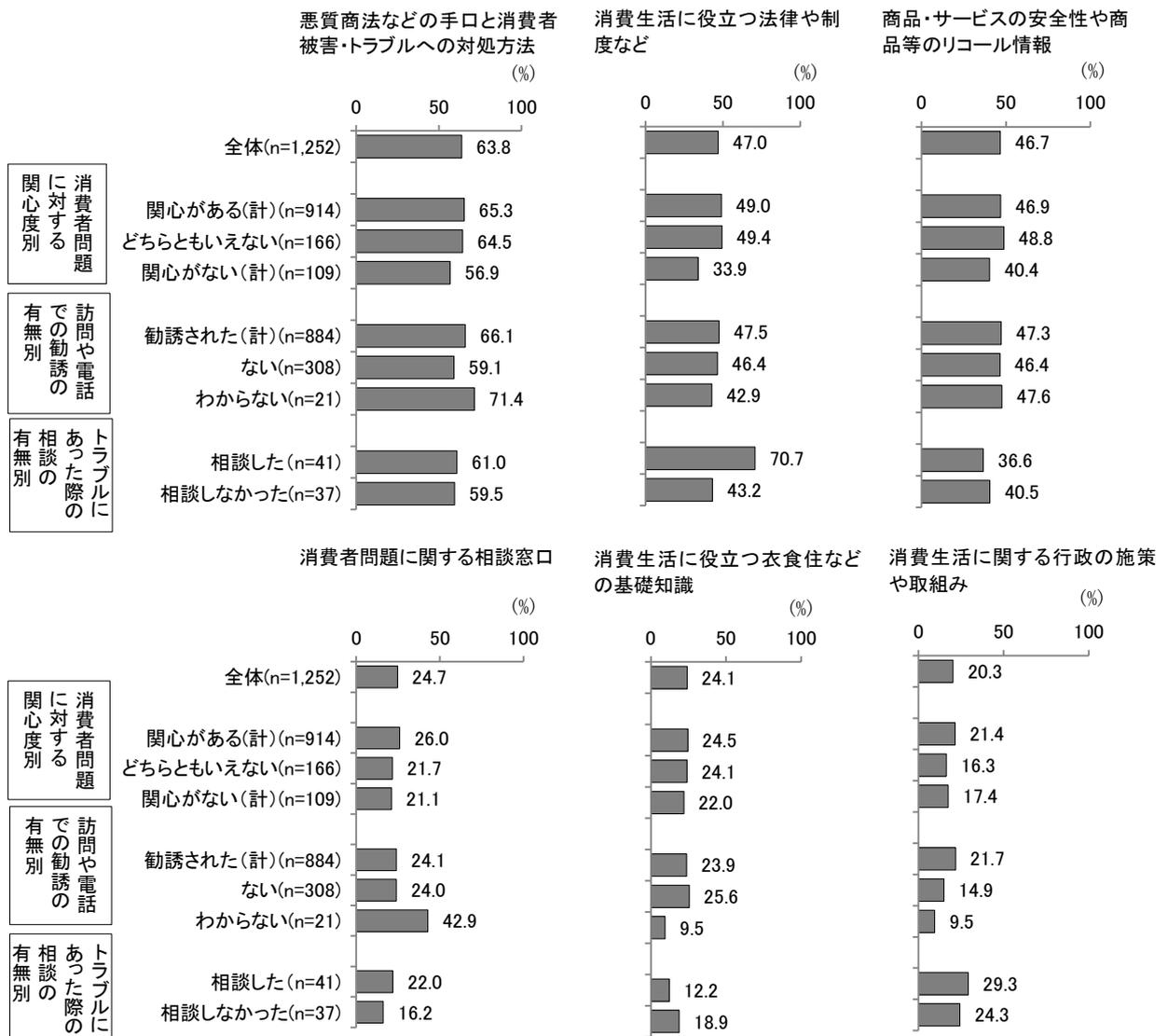
**【訪問や電話での勧誘の有無別】**

上位6項目中5項目で、“勧誘された(計)”人の回答割合が勧誘されたことが“ない”人よりも高くなっている。(図3-21)

**【トラブルにあった際の相談の有無別】**

上位6項目中、4項目でトラブルにあった際に“相談した”人の方が“相談しなかった”人よりも回答割合が高くなっている。特に、「消費生活に役立つ法律や制度など」では、27.5ポイントの差となっている。(図3-21)

図3-21 消費生活について欲しい情報(上位6項目)  
消費者問題に対する関心度別・訪問や電話での勧誘経験の有無別・トラブルにあった際の相談の有無別



【契約や取引に対する考え別】

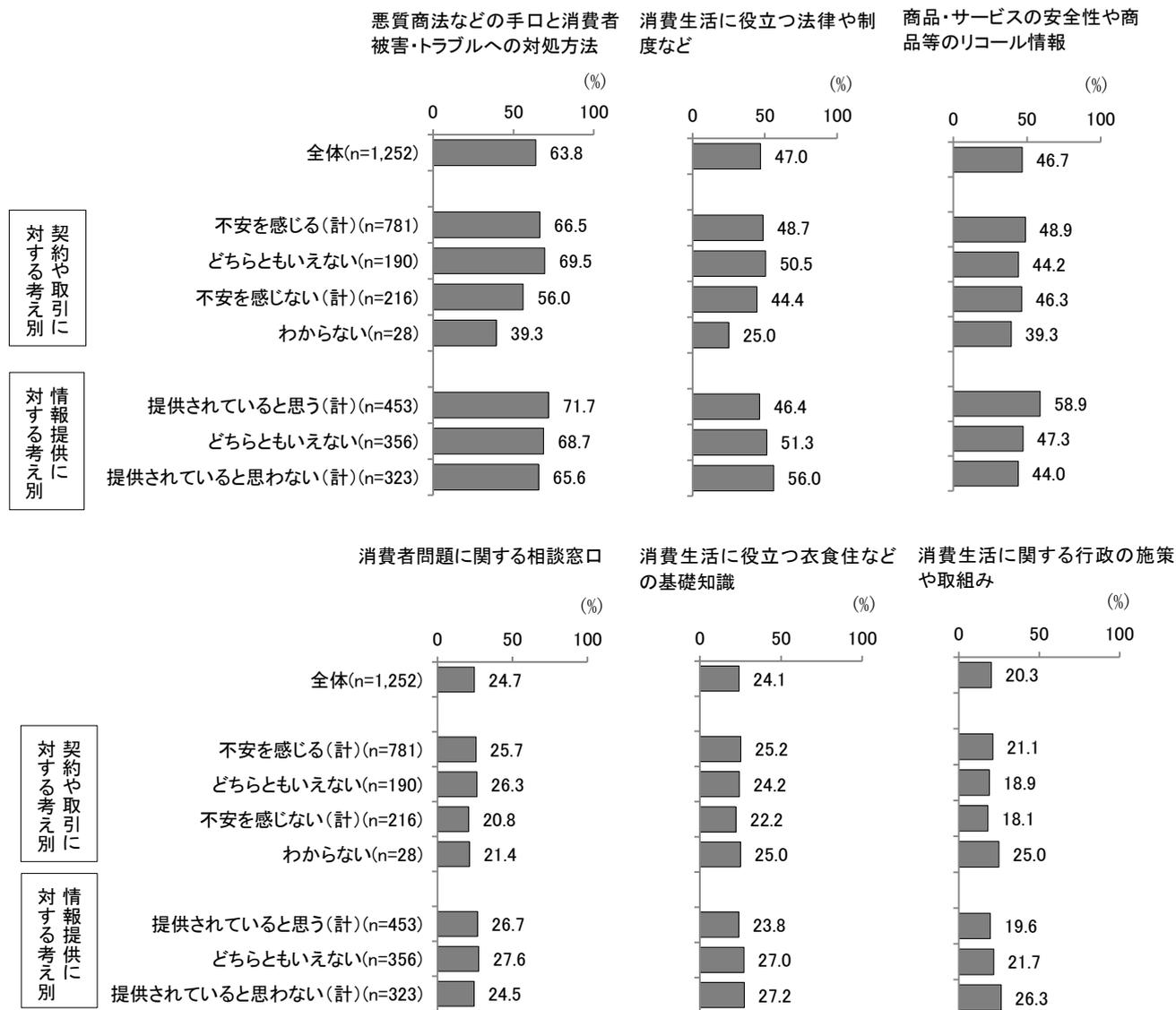
上位6項目中全ての項目で、契約や取引に対して“不安を感じる(計)”人の方が、“不安を感じない(計)”よりも回答割合が高くなっている。特に、「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法」では、10.5ポイントの差となっている。(図3-22)

【情報提供に対する考え別】

「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」、「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」は、情報が提供されていると思う人ほど、回答割合が高くなっている。一方、「消費生活に役立つ法律や制度など」、「消費生活に役立つ衣食住などの基礎知識」、「消費生活に関する行政の施策や取組み」は、提供されていないと思う人ほど回答割合が高くなっている。(図3-22)

図3-22 消費生活について欲しい情報(上位6項目)

契約や取引に泰対する考え別・情報提供に対する考え別

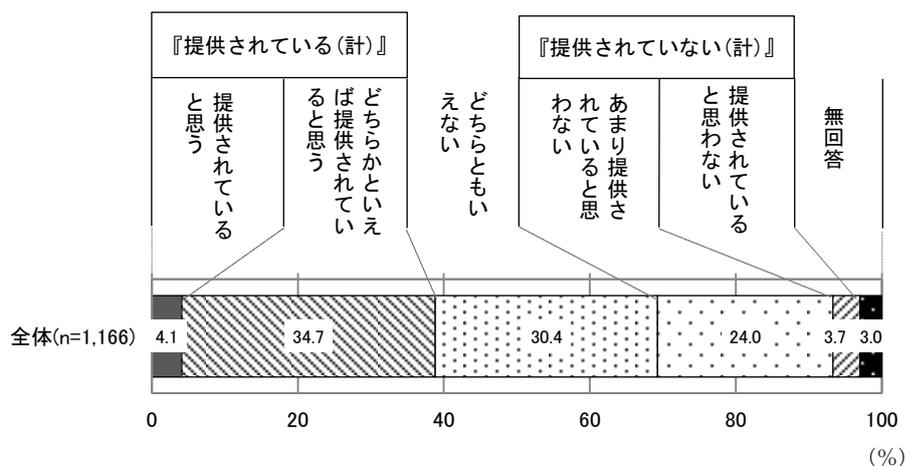


(6) 情報提供に対する考え

◆『提供されている(計)』は38.8%、『提供されていない(計)』は27.7%

(問18で①~⑪と回答した方のみ)  
 問19 問18であなたが選んだ情報は適切に提供されていると思いますか。(○は1つ)

図3-23 情報提供に対する考え



問18で、消費生活についてほしい情報を1つでも回答した方に、商品やサービスについての情報提供に対する考え方について聞いたところ、「提供されている」(4.1%)と「どちらかといえば提供されていると思う」(34.7%)を合わせた『提供されている(計)』は38.8%となっている。一方、「あまり提供されていると思わない」(24.0%)と「提供されていると思わない」(3.7%)を合わせた『提供されていない(計)』は27.7%となっている。

(図3-23)

【性別】

『提供されている（計）』は、男性（38.6%）、女性（39.0%）となり、男女ともほぼ同じ回答割合となっている。（図3-24）

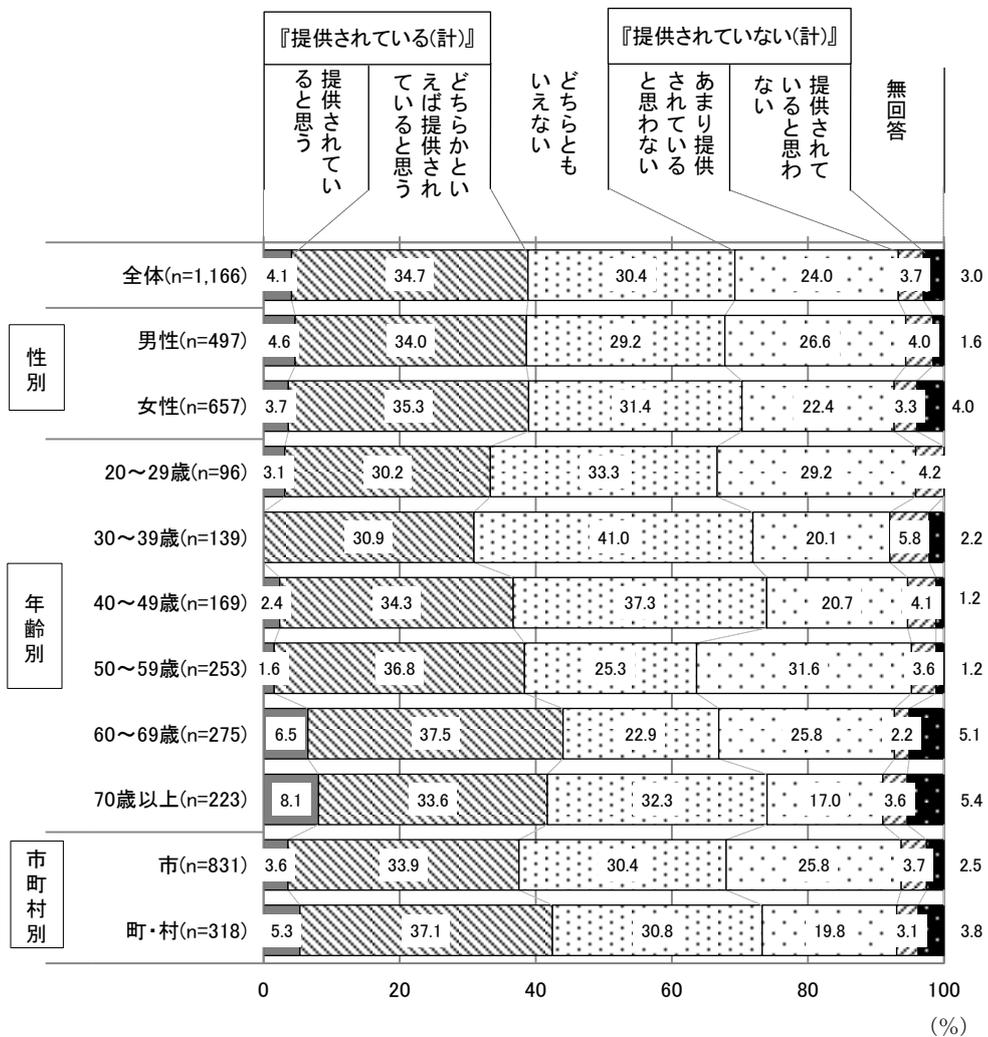
【年齢別】

『提供されている（計）』は、60～69歳（44.0%）で最も回答割合が高くなっている。次に70歳以上（41.7%）が続いており、どちらも4割を超えている。（図3-24）

【市町村別】

『提供されている（計）』は、町・村（42.4%）の方が、市（37.5%）よりも4.9ポイント高くなっている。（図3-24）

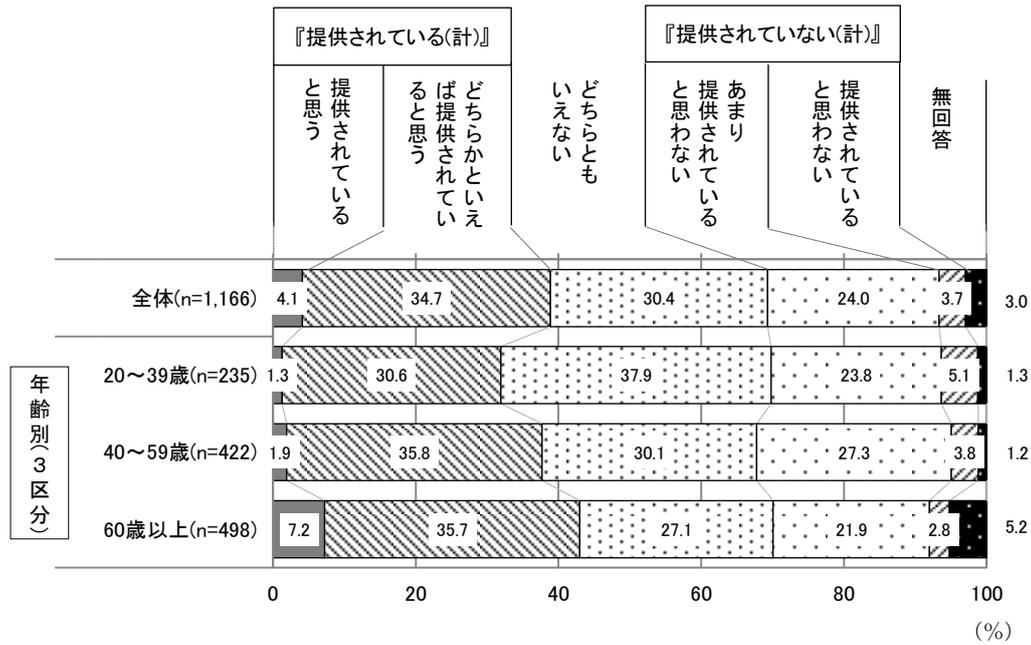
図3-24 情報提供に対する考え 性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『提供されている（計）』の回答割合は、年齢が上がるほど高く、60歳以上（42.9%）では4割を超えている。（図3-25）

図3-25 情報提供に対する考え 年齢別（3区分）

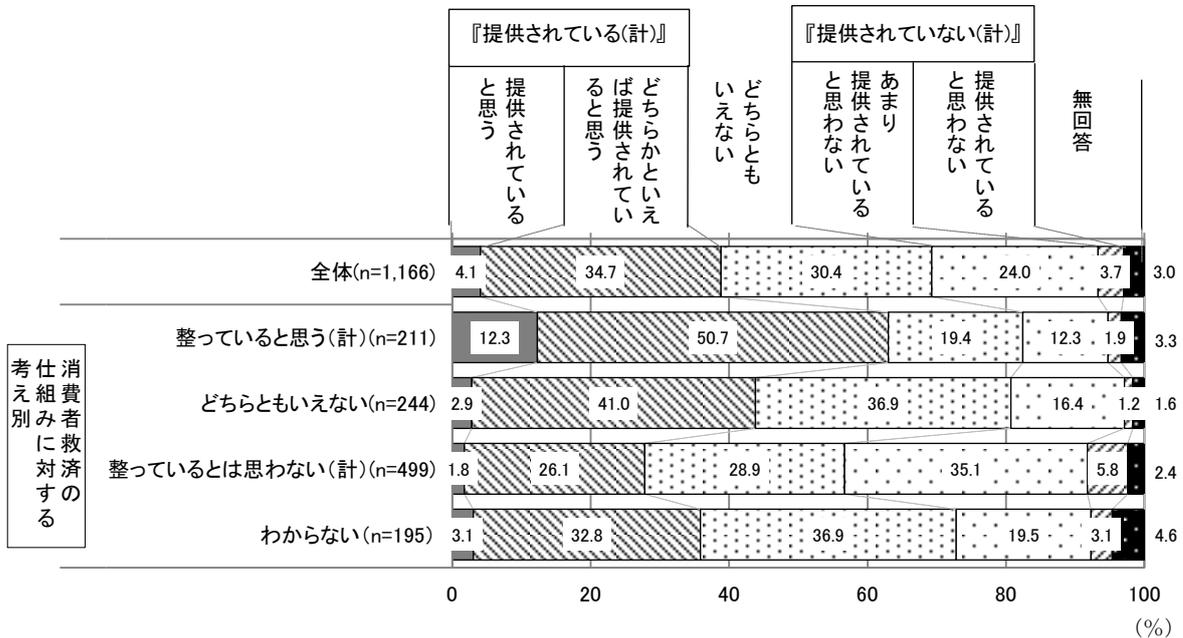


【消費者救済の仕組みに対する考え別】

『提供されている（計）』は消費者救済の仕組みが整っていると思う人ほど回答割合が高くなっており、“整っていると思う（計）”（63.0%）では6割を超えている。

（図3-26）

図3-26 情報提供に対する考え 消費者救済の仕組みに対する考え別

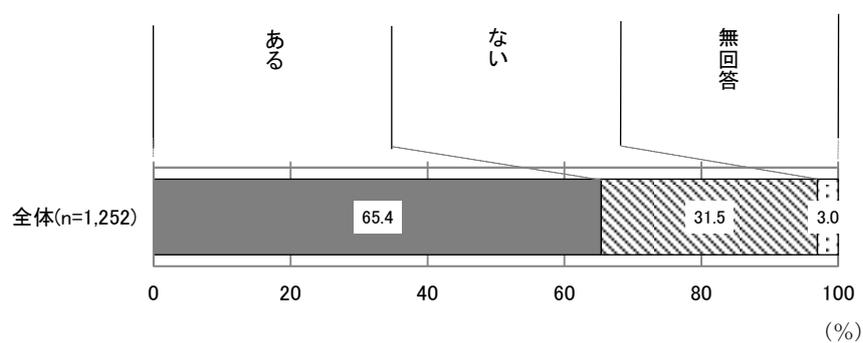


(7) 行政からの消費生活に関する情報を見た経験の有無

◆「ある」は65.4%、「ない」は31.5%

問 20 行政（県や市町村）は消費者向けに注意喚起情報などを発信していますが、  
ご覧になったことはありますか。（○は1つ）

図3-27 行政からの消費生活に関する情報を見た経験の有無



行政（県や市町村）が発信している消費生活に関する情報を見た経験について聞いたところ、「ある」という回答は65.4%となっている。一方、「ない」は31.5%となっている。

(図3-27)

【性別】

行政からの情報を見たことが「ある」という回答は、男性(64.2%)よりも女性(66.7%)の方が2.5ポイント高くなっている。(図3-28)

【年齢別】

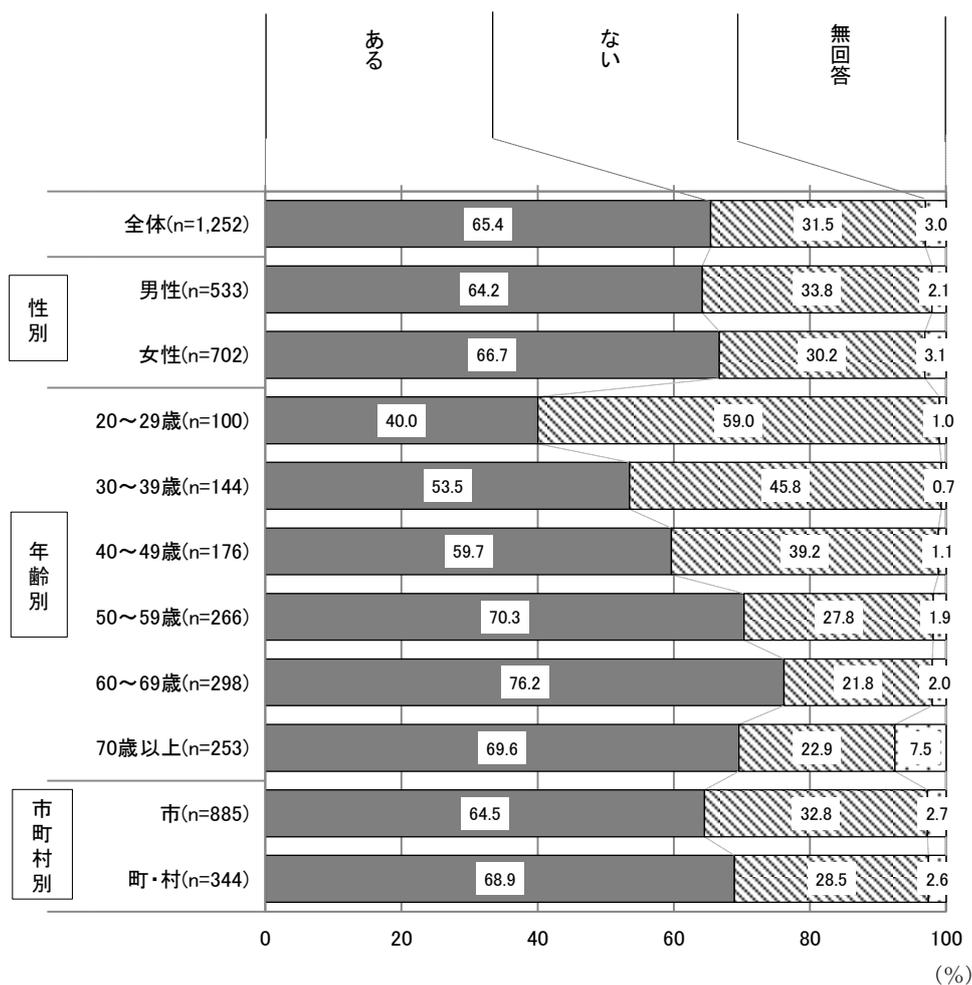
行政からの情報を見たことが「ある」という回答は、60～69歳(76.2%)が最も高くなっており、約8割となる。20歳～69歳までは年齢が高くなるほど「ある」という回答も増加しているものの、70歳以上ではやや低下している。

20～29歳の年代だけは、「ある」(40.0%)という回答よりも「ない」(59.0%)という回答が多くなっている。(図3-28)

【市町村別】

「ある」という回答は、市(64.5%)よりも町・村(68.9%)の方が4.4ポイント高くなっている。(図3-28)

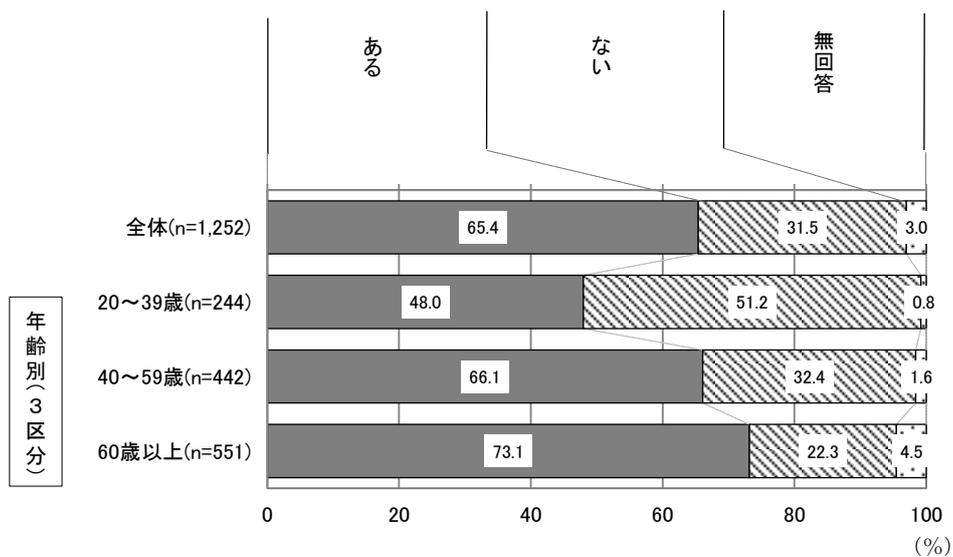
図3-28 行政からの消費生活に関する情報を見た経験の有無 性別・年齢別・市町村別



### 【年齢別（3区分）】

行政からの情報を見たことが「ある」という回答は、60歳以上（73.1%）で最も高く、7割を超えている。年齢が上がるにつれて回答割合も高くなっている。（図3-29）

図3-29 行政からの消費生活に関する情報を見た経験の有無 年齢別（3区分）

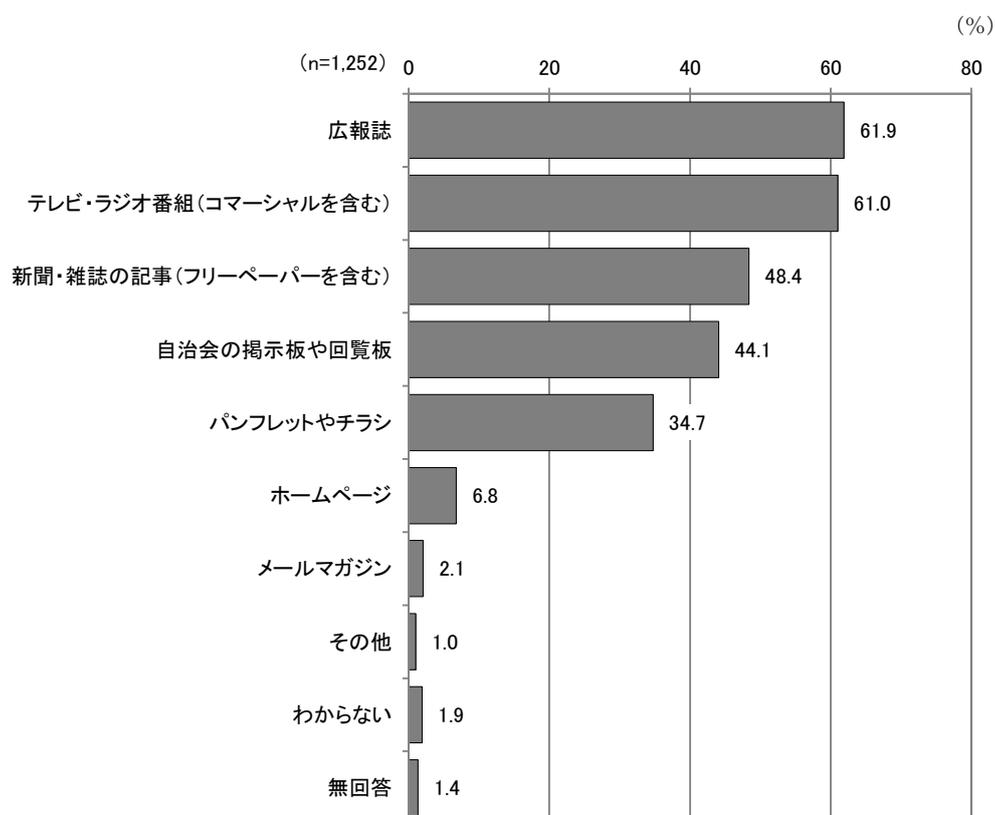


(8) 行政（県や市町村）が発信する情報で利用しやすいもの

◆「広報誌」が61.9%、次いで「テレビ・ラジオ番組（コマーシャルを含む）」が61.0%

問 21 行政（県や市町村）からの情報を受ける場合、利用しやすいものはどれですか。  
（○は3つまで）

図3-30 行政が発信する情報で利用しやすいもの



行政（県や市町村）からの情報を受ける場合に、利用しやすいものを聞いたところ、「広報誌」（61.9%）という回答が最も多くなっている。次いで、ほぼ同じ回答割合で「テレビ・ラジオ番組（コマーシャルを含む）」（61.0%）が続いており、以下「新聞・雑誌（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%）、「パンフレットやチラシ」（34.7%）の順となっている。（図3-30）

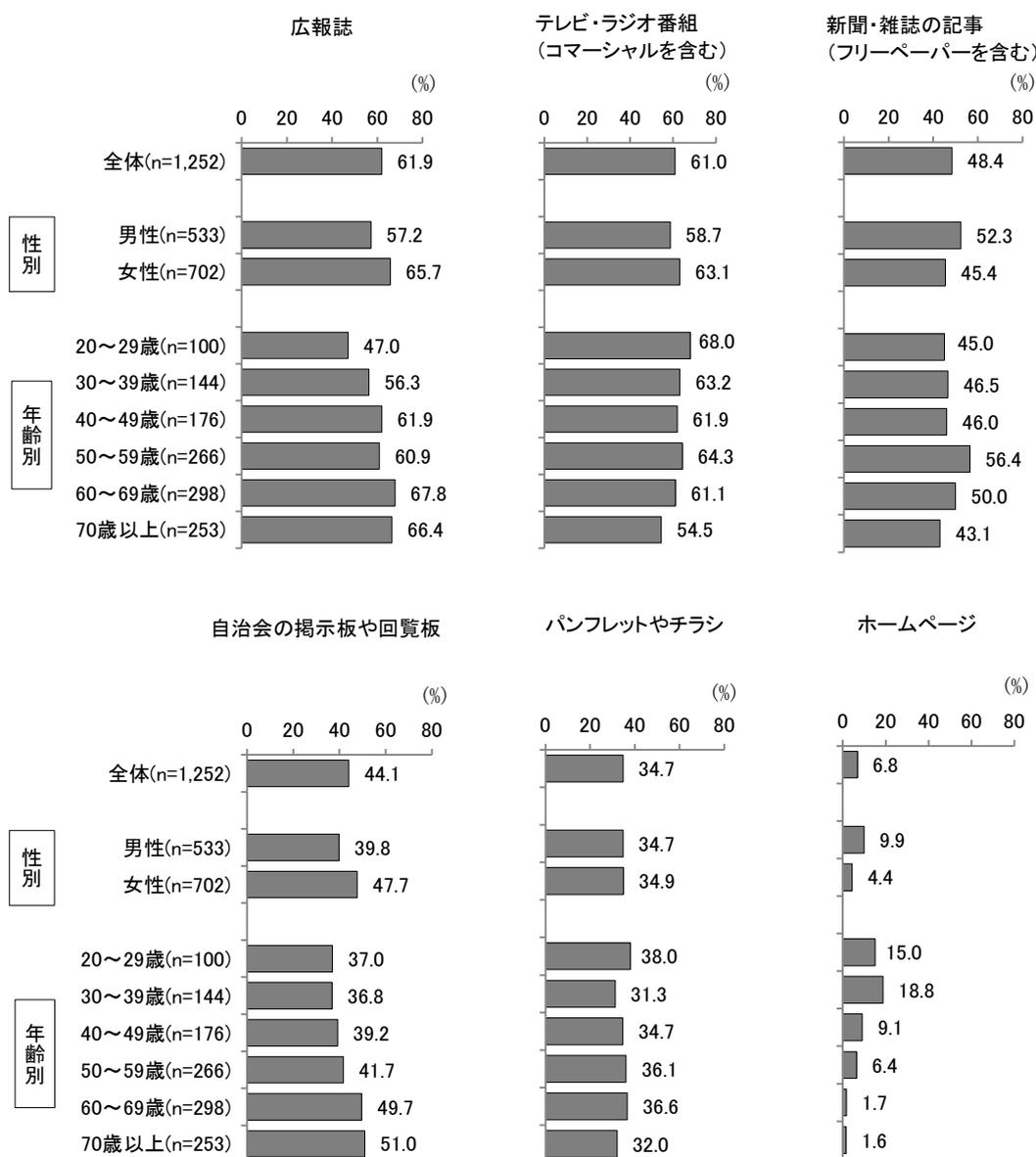
【性別】

上位6項目中4項目で、女性の方が男性より高くなっている。一方、「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」では、女性（45.4%）より男性（52.3%）が6.9ポイント高くなっている。（図3-31）

【年齢別】

「広報誌」や「自治会の掲示板や回覧板」はおおむね年齢が高くなるにつれて、回答割合も高くなっている。（図3-31）

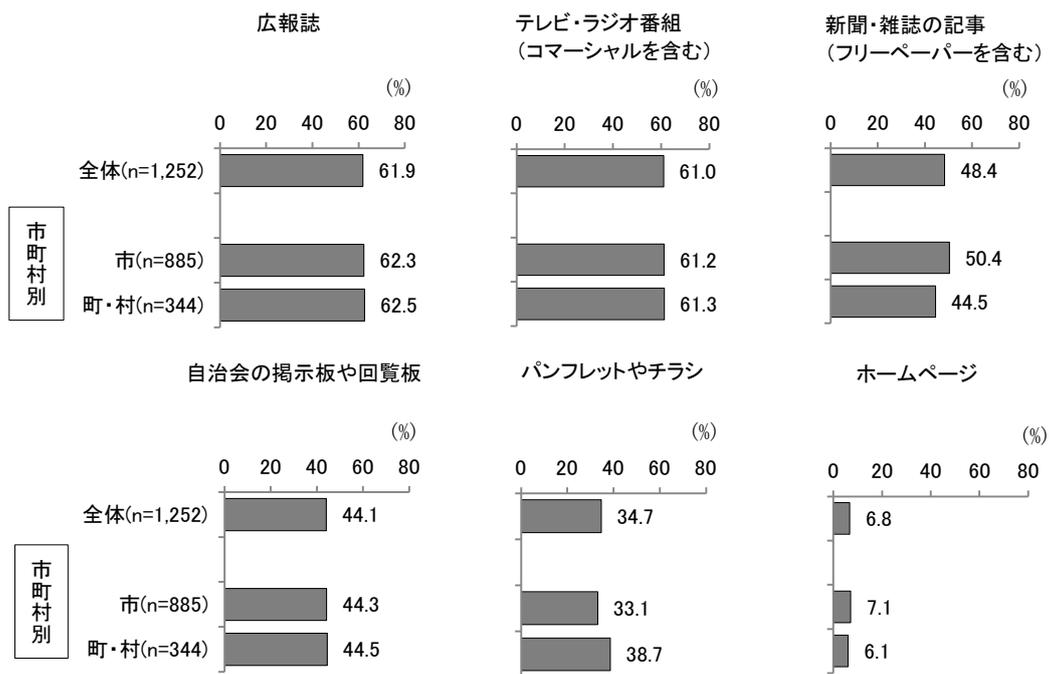
図3-31 行政が発信する情報で利用しやすいもの(上位6項目) 性別・年齢別



**【市町村別】**

「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」では、市（50.4%）が町・村（44.5%）より5.9ポイント高くなっている。一方、「パンフレットやチラシ」は市（33.1%）よりも町・村（38.7%）が5.6ポイント高くなっている。（図3-32）

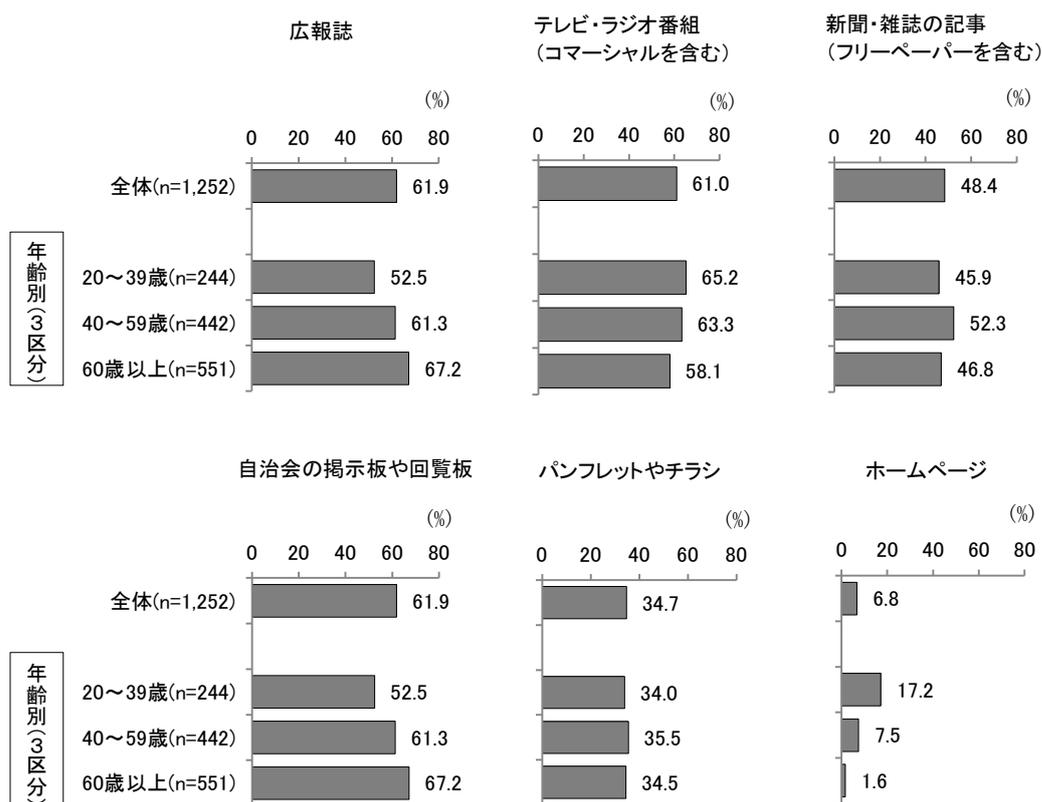
図3-32 行政が発信する情報で利用しやすいもの（上位6項目） 市町村別



### 【年齢別（3区分）】

「広報誌」、「自治会の掲示板や回覧板」は年齢が高くなるほど回答割合も高くなって  
いる。一方、「テレビ・ラジオ番組（コマーシャルを含む）」、「ホームページ」は年齢が  
高くなるほど低くなる傾向がみられる。（図3-33）

図3-33 行政が発信する情報で利用しやすいもの（上位6項目） 年齢別（3区分）



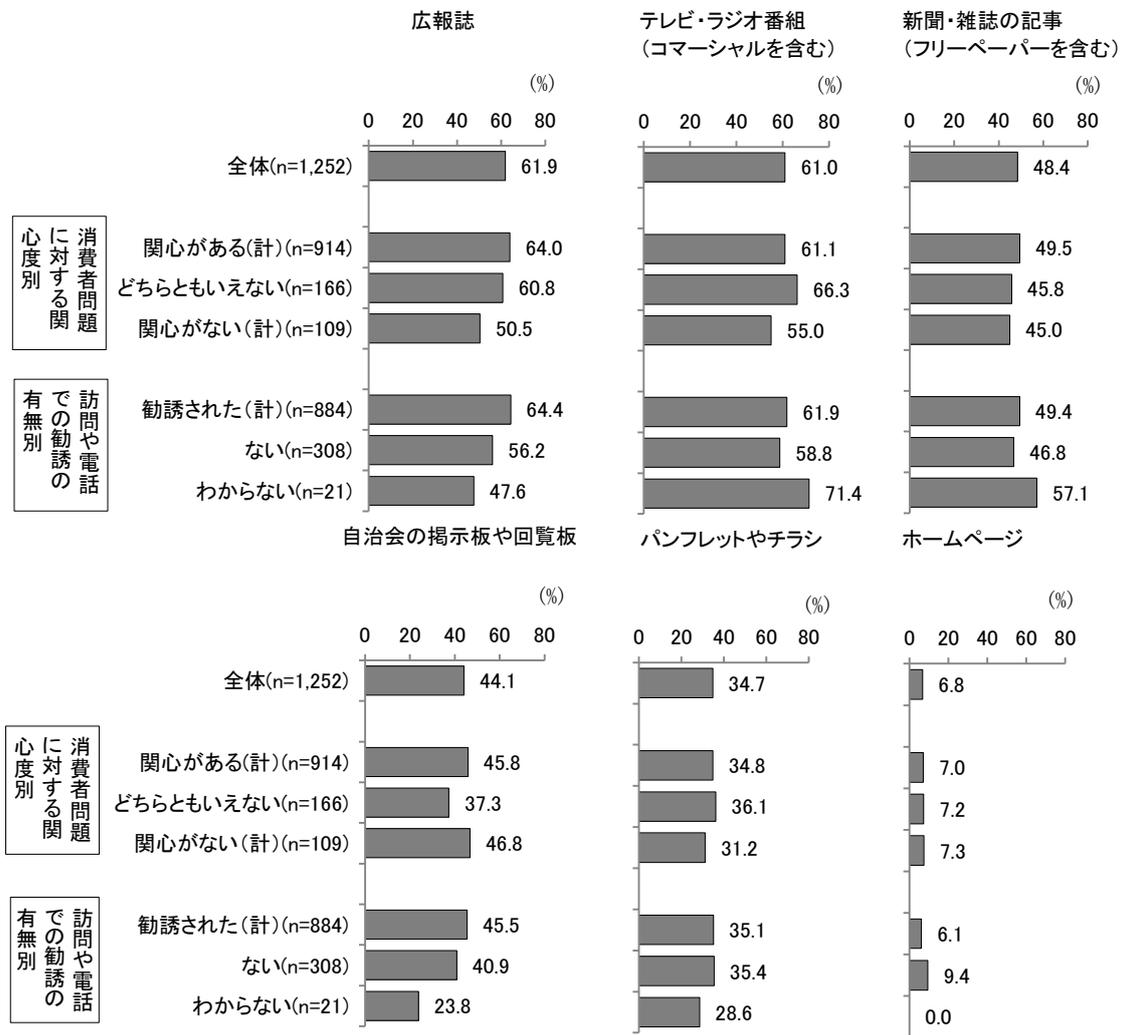
【消費者問題に対する関心度別】

「広報誌」、「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」では、消費者問題に対する関心が高い人ほど回答割合も高くなっている。（図3-34）

【訪問や電話での勧誘の有無別】

上位4項目で、“勧誘された（計）”の回答割合が、“ない”人よりも高くなっている。（図3-34）

図3-34 行政が発信する情報で利用しやすいもの（上位6項目）  
消費者問題に対する関心度別・訪問や電話での勧誘の有無別



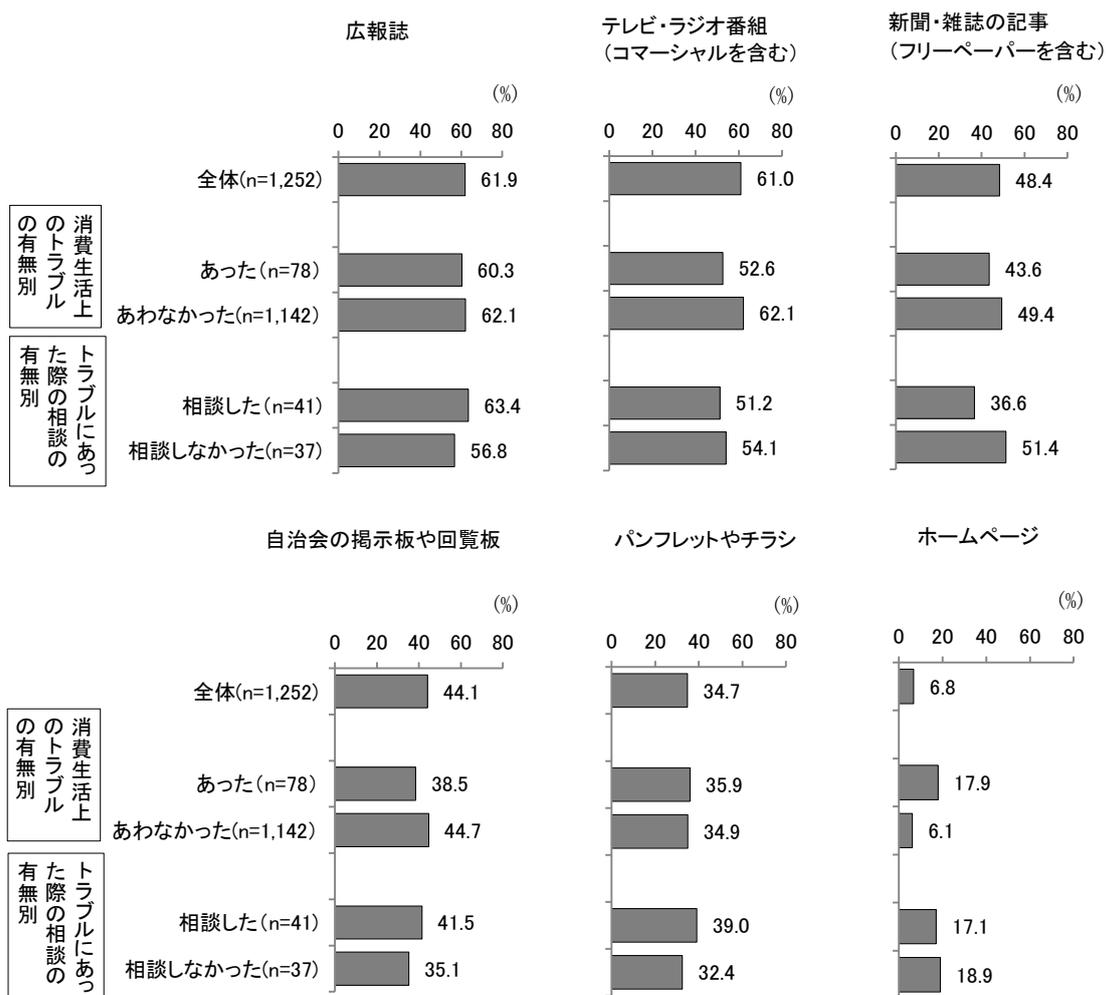
【消費生活上のトラブルの有無別】

上位4項目は、消費生活上のトラブルに“あわなかった”人の方が“あった”人よりも回答割合が高くなっている。一方、「ホームページ」では、“あった”人の方が“あわなかった”人よりも11.8ポイント高くなっている。(図3-35)

【トラブルにあった際の相談の有無別】

「広報誌」、「自治会の掲示板や回覧板」、「パンフレットやチラシ」では“相談した”人が“相談しなかった”人よりも高い回答割合となっている。一方、「テレビ・ラジオ番組(コマーシャルを含む)」、「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」、「ホームページ」は“相談しなかった”人の方が回答割合が高くなっている。特に、「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」では、14.8ポイントの差となっている。(図3-35)

図3-35 行政が発信する情報で利用しやすいもの(上位6項目)  
消費生活上のトラブルの有無別



### 【消費者救済の仕組みに対する考え別】

消費者救済の仕組みが“整っている（計）”と“整っていない（計）”では、あまり大きな差はみられない。最も差がある「パンフレットやチラシ」で、“整っていると思う（計）”が“整っていない（計）”よりも5.0ポイント高くなっている。

(図3-36)

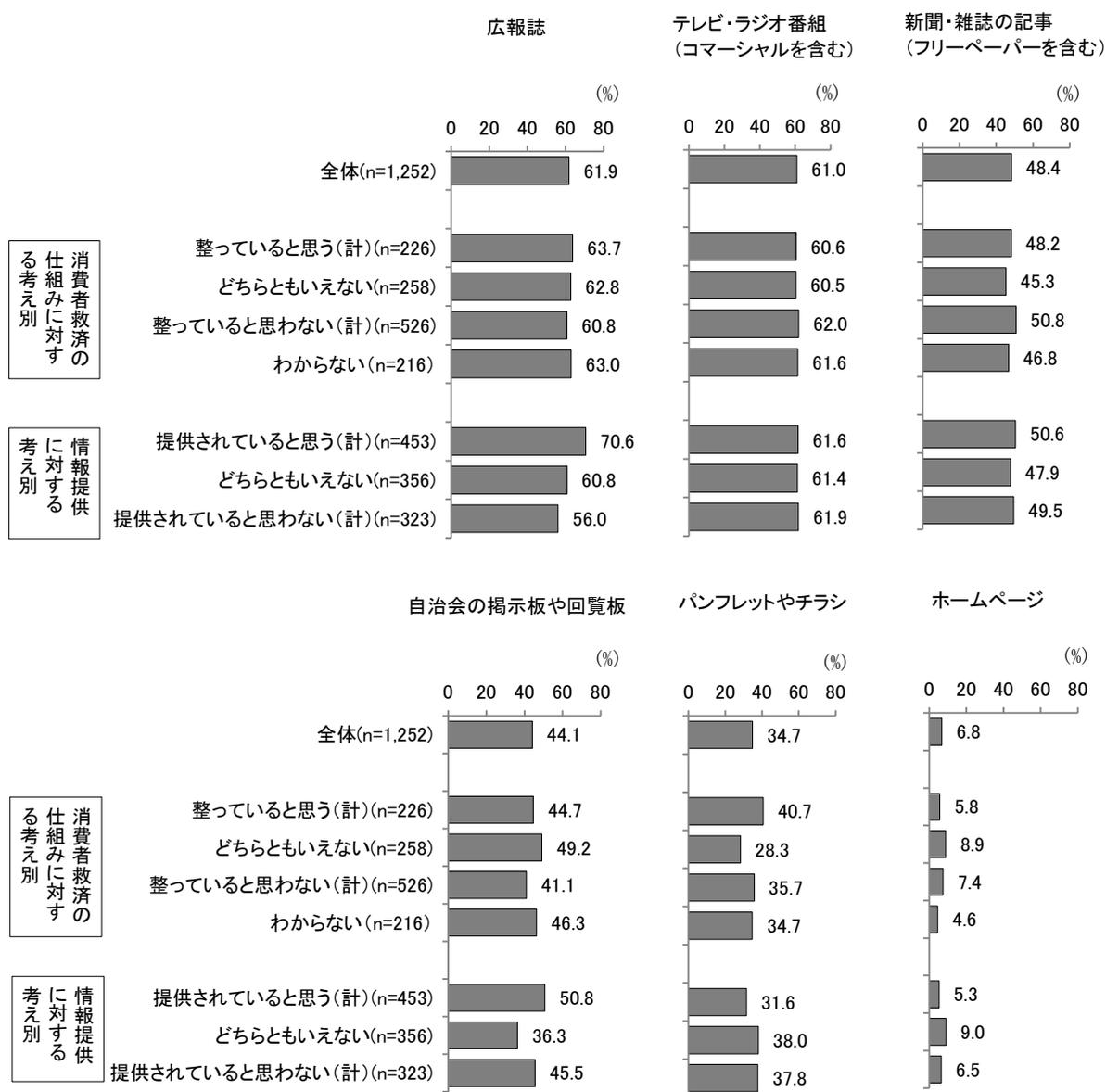
### 【情報提供に対する考え別】

「広報誌」では、“提供されている”と思う人ほど、回答割合が高くなっている。

(図3-36)

図3-36 行政が発信する情報で利用しやすいもの(上位6項目)

消費者救済の仕組みに対する考え別・情報提供に対する考え別



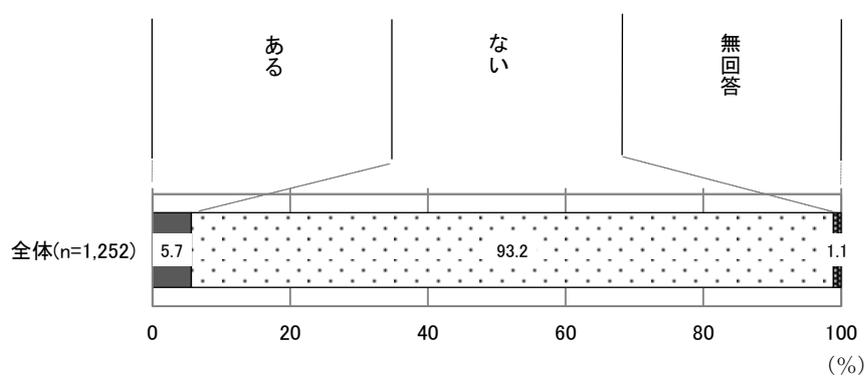
#### 4 消費生活に関する講座や催しについて

##### (1) 消費生活の講座や催しへの参加経験

◆「ある」が5.7%、「ない」が93.2%

問 22 県や市町村が開催している消費生活の講座や催しに参加したことがありますか。  
(○は1つ)

図4-1 消費生活の講座や催しへの参加経験



消費生活の講座や催しに参加した経験について聞いたところ、「ある」は5.7%となっている。一方、「ない」は93.2%となっている。(図4-1)

【性別】

消費生活の講座や催しに参加した経験が「ある」という回答は、男性（4.7%）よりも、女性（6.4%）が1.7ポイント高くなっている。（図4-2）

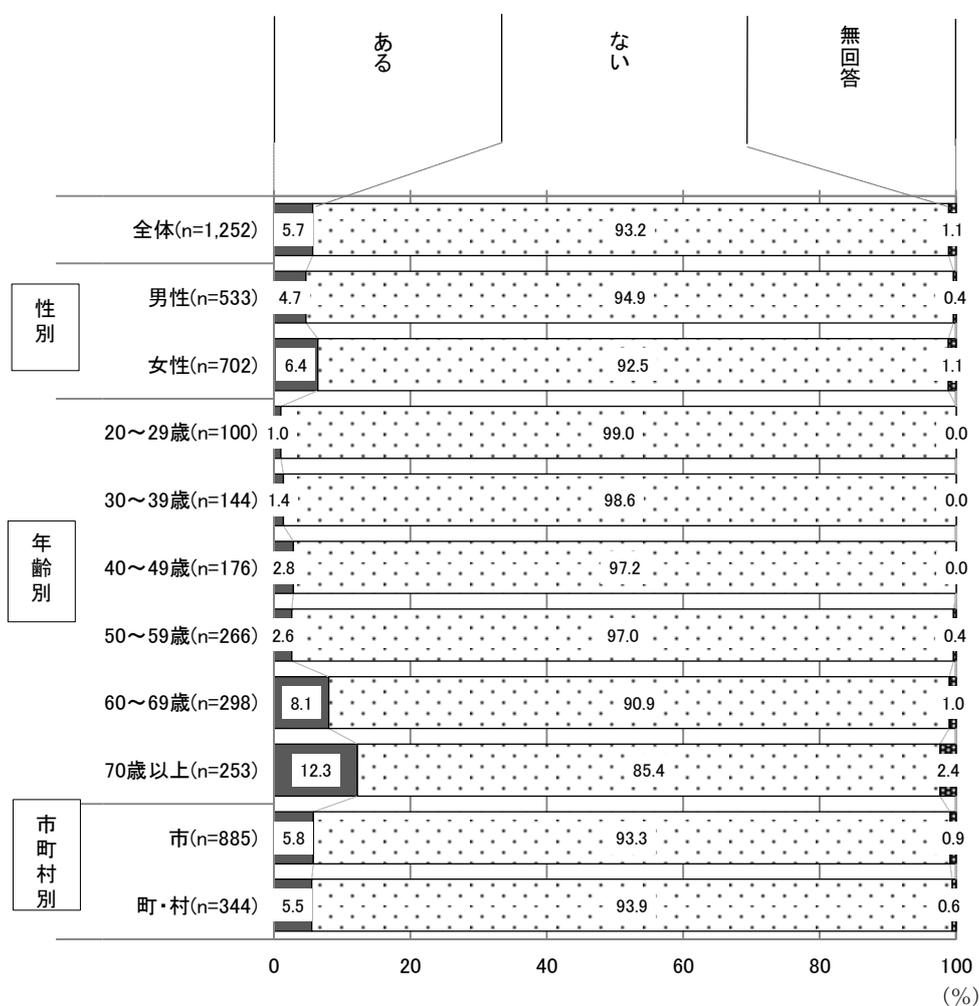
【年齢別】

「ある」という回答が最も多いのは、70歳以上（12.3%）となっている。おおむね年齢が高くなるほど、回答割合も高くなっている。（図4-2）

【市町村別】

市と町・村では大きな差はみられない。（図4-2）

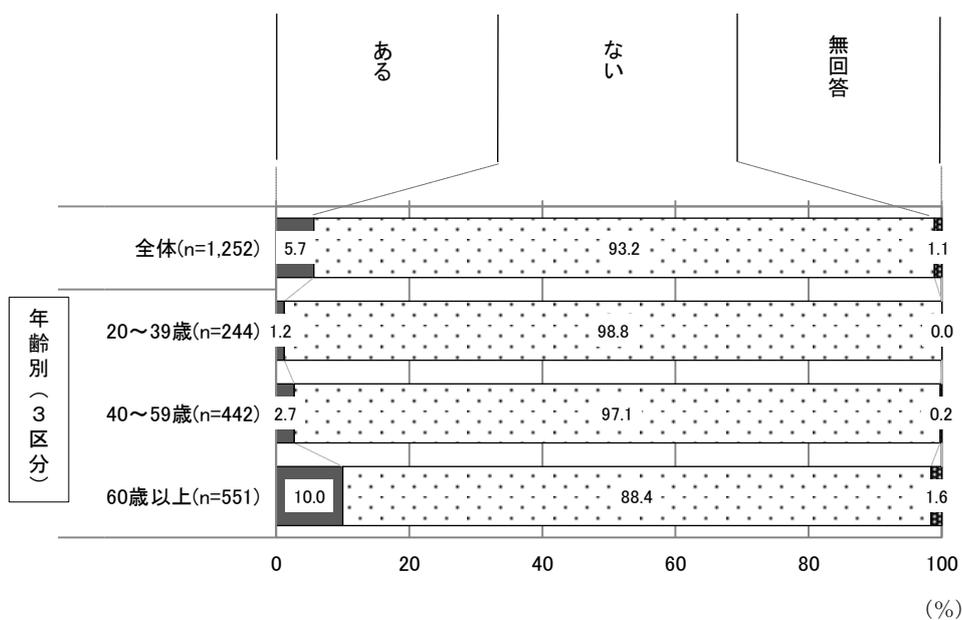
図4-2 消費生活の講座や催しへの参加経験 性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

「ある」という回答割合が最も高いのは60歳以上（10.0%）で1割となっている。一方、59歳以下ではごくわずかとなっており、3.0%を下回っている。（図4-3）

図4-3 消費生活の講座や催しへの参加経験 年齢別（3区分）



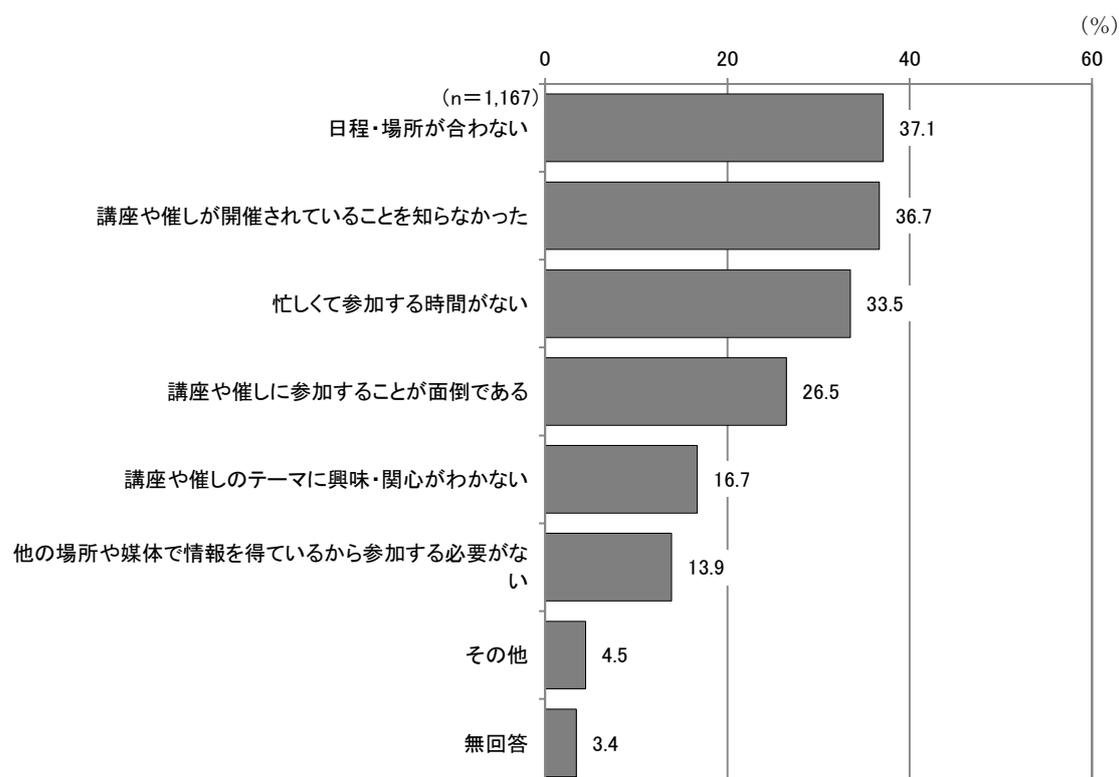
## (2) 消費生活の講座や催しに参加したことがない理由

◆「日程・場所が合わない」が37.1%

(問22で「②ない」と回答した方のみ)

問23 消費生活の講座や催しに参加したことがないのはなぜですか。(〇はいくつでも)

図4-4 消費生活の講座や催しに参加したことがない理由



問22で、消費生活の講座や催しに参加した経験が「ない」と回答した方に、その理由について聞いたところ、「日程・場所が合わない」(37.1%)が最も多くなっている。次いで、ほぼ同じ回答割合で「講座や催しが開催されていることを知らなかった」(36.7%)が続き、以下、「忙しくて参加する時間がない」(33.5%)、「講座や催しに参加することが面倒である」(26.5%)と続いている。(図4-4)

【性別】

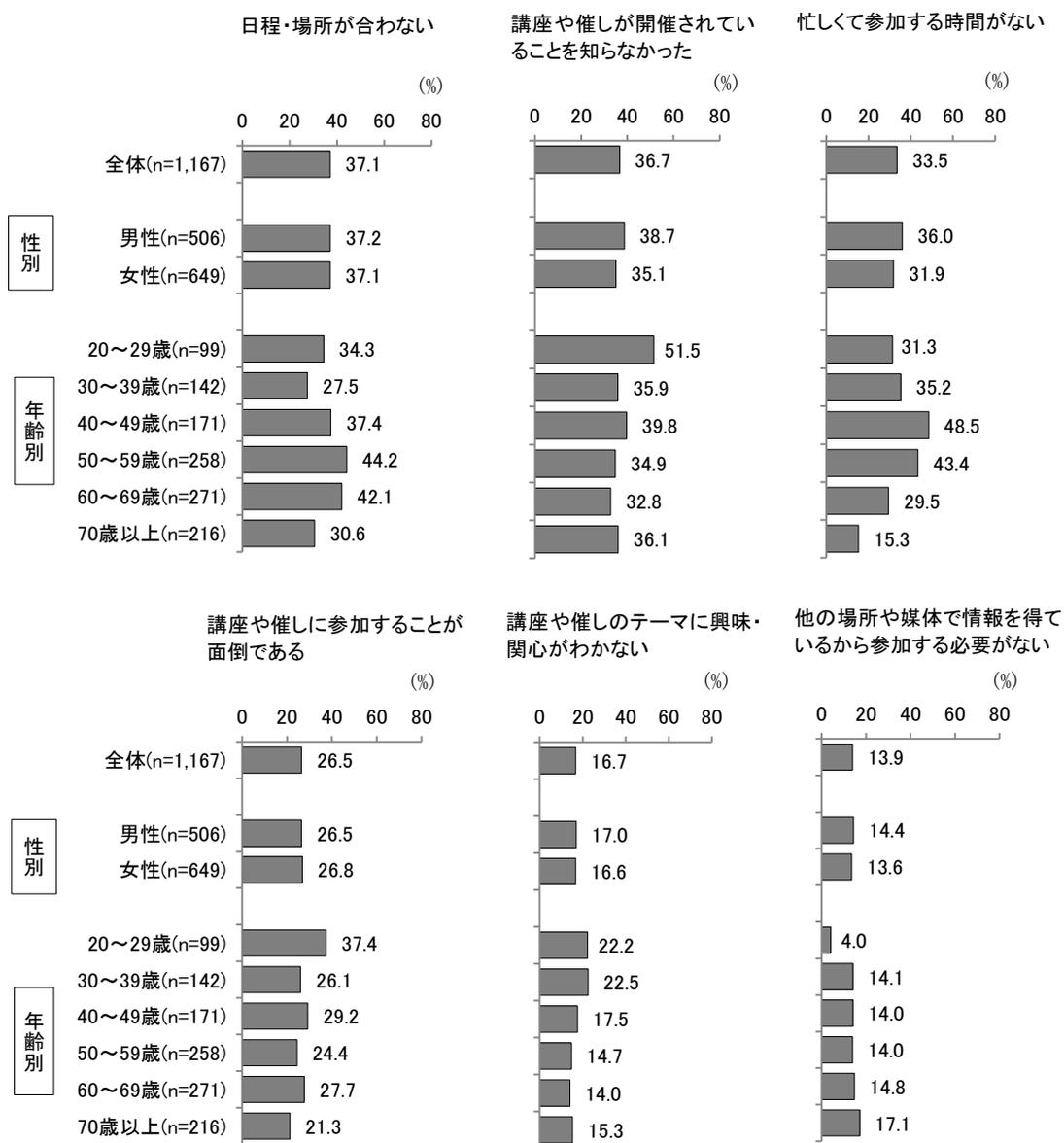
上位6項目中5項目で男性の回答割合が女性を上回っている。

特に、「忙しくて参加する時間がない」では、男性(36.0%)が女性(31.9%)より4.1ポイント高く、最も差が大きくなっている。(図4-5)

【年齢別】

「講座や催しが開催されていることを知らなかった」という回答は、20~29歳(51.5%)で最も多く、5割を超えている。「忙しくて参加する時間がない」は、40~49歳(48.5%)で最も多く、約5割となっている。(図4-5)

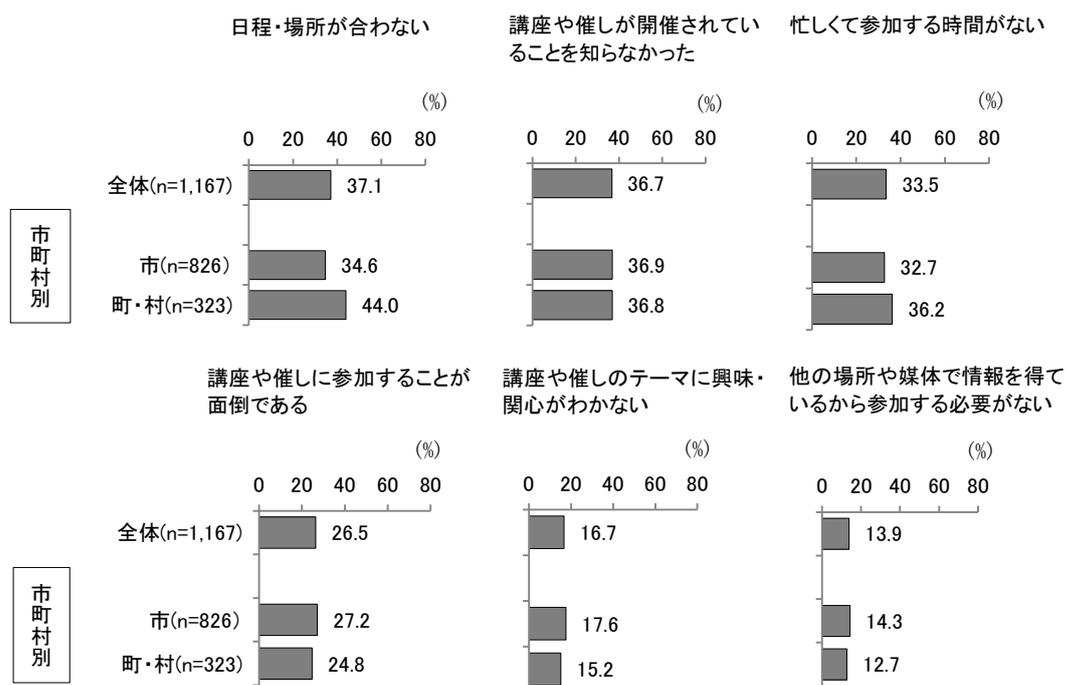
図4-5 消費生活の講座や催しに参加したことがない理由(上位6項目) 性別・年齢別



【市町村別】

「日程・場所が合わない」は、市（34.6%）よりも町・村（44.0%）が9.4ポイント高くなっている。（図4-6）

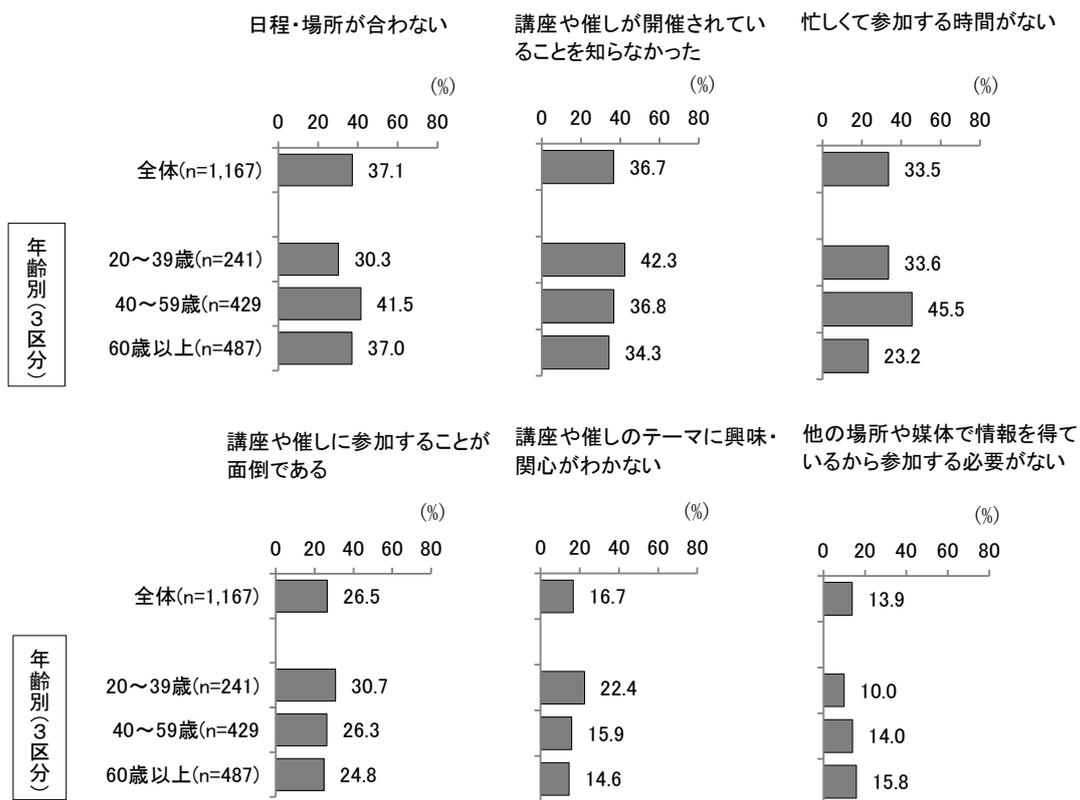
図4-6 消費生活の講座や催しに参加したことがない理由（上位6項目） 市町村別



【年齢別（3区分）】

「講座や催しが開催されていることを知らなかった」、「講座や催しに参加することが面倒である」、「講座や催しのテーマに興味・関心がわからない」の3項目は、年齢が高くなるほど回答割合は低くなっている。一方、「他の場所や媒体で情報を得ているから参加する必要がない」は、年齢が高くなるほど、回答割合も高くなっている。（図4-7）

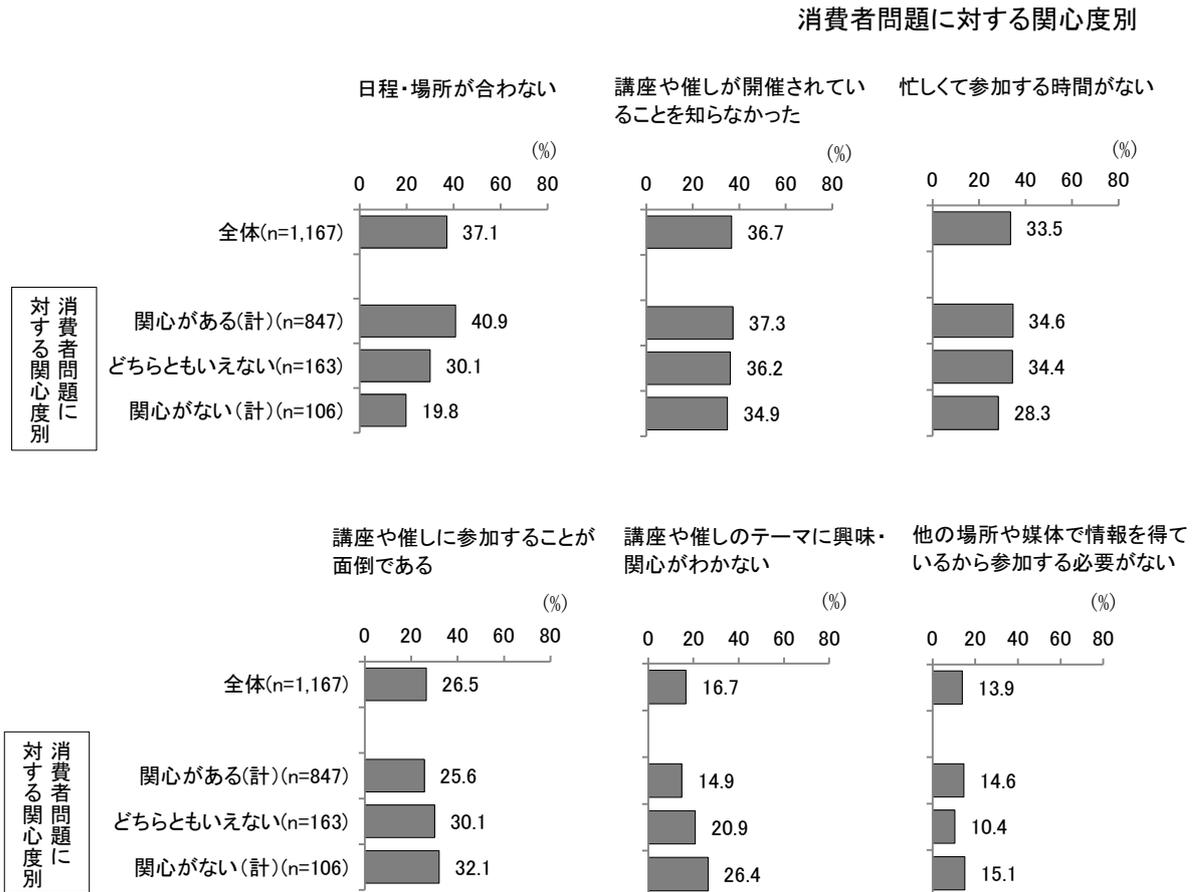
図4-7 消費生活の講座や催しに参加したことがない理由（上位6項目） 年齢別（3区分）



【消費者問題に対する関心度別】

上位3項目は、消費者問題に対する関心度が高いほど、回答割合も高くなっている。一方、「講座や催しに参加することが面倒である」と「講座や催しのテーマに興味・関心がわからない」の2項目は、関心度が低いほど回答割合は高くなっている。(図4-8)

図4-8 消費生活の講座や催しに参加したことがない理由(上位6項目)

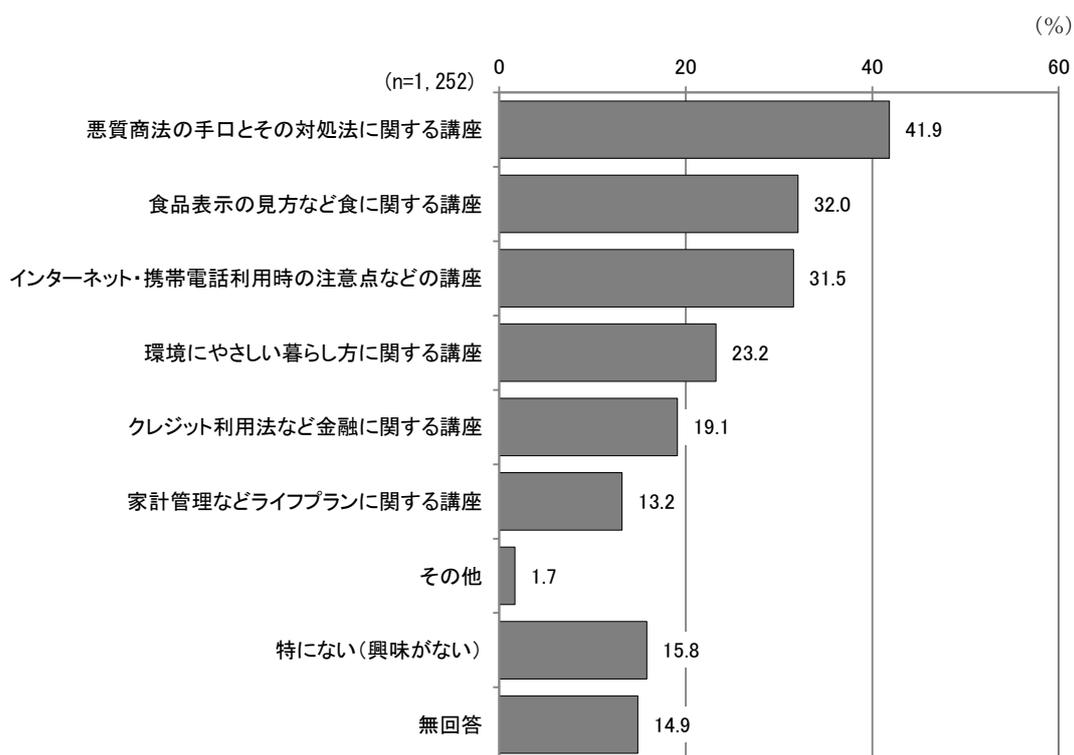


### (3) 参加したい消費生活講座

◆「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」が41.9%

問 24 消費生活のどのような講座に参加したいと思いますか。(〇はいくつでも)

図4-9 参加したい消費生活講座



消費生活のどのような講座に参加したいと思うか聞いたところ、「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」(41.9%)が最も多く、約4割となっている。次に、「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%)が続いている。(図4-9)

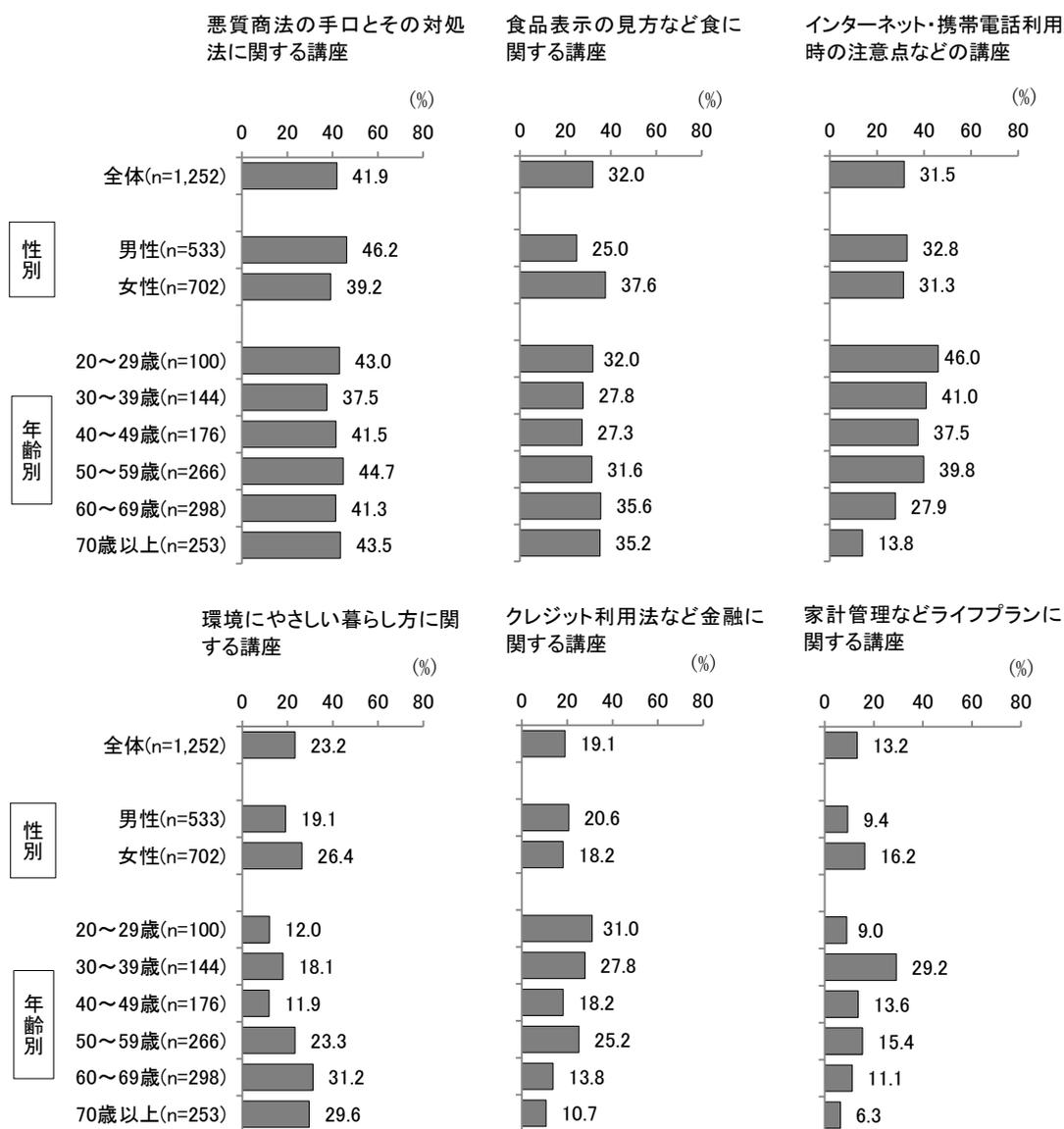
【性別】

「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」、「インターネット・携帯電話利用時の注意点などの講座」、「クレジット利用法など金融に関する講座」の3項目では、男性が女性より回答割合が多くなっている。一方、「食品表示の見方など食に関する講座」、「環境にやさしい暮らし方に関する講座」、「家計管理などライフプランに関する講座」は女性の回答割合が男性を上回っている。特に、「食品表示の見方など食に関する講座」は、女性（37.6%）が男性（25.0%）より12.6ポイント高くなっている。（図4-10）

【年齢別】

「インターネット・携帯電話利用時の注意点などの講座」は、20～29歳（46.0%）が最も高く、おおむね年齢が上がるにつれ回答割合は低くなっている。（図4-10）

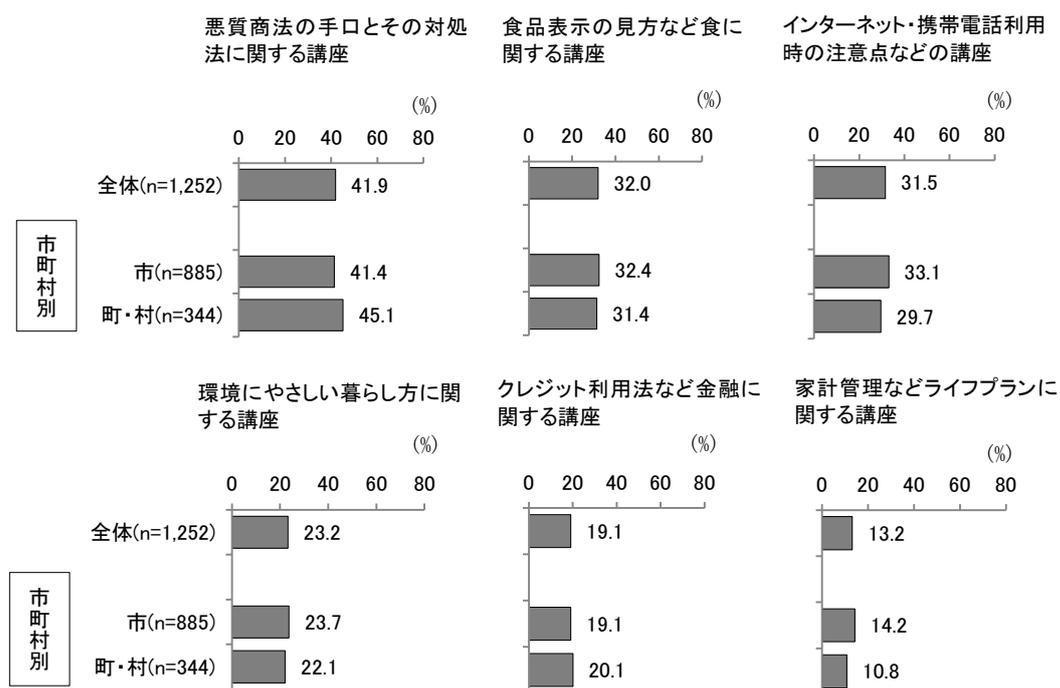
図4-10 参加したい消費生活講座（上位6項目） 性別・年齢別



## 【市町村別】

「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」は、市（41.4%）より、町・村（45.1%）の回答割合が3.7ポイント高くなっている。一方、「インターネット・携帯電話利用時の注意点などの講座」、「家計管理などライフプランに関する講座」は、市が町・村より3.4ポイント高くなっている。（図4-11）

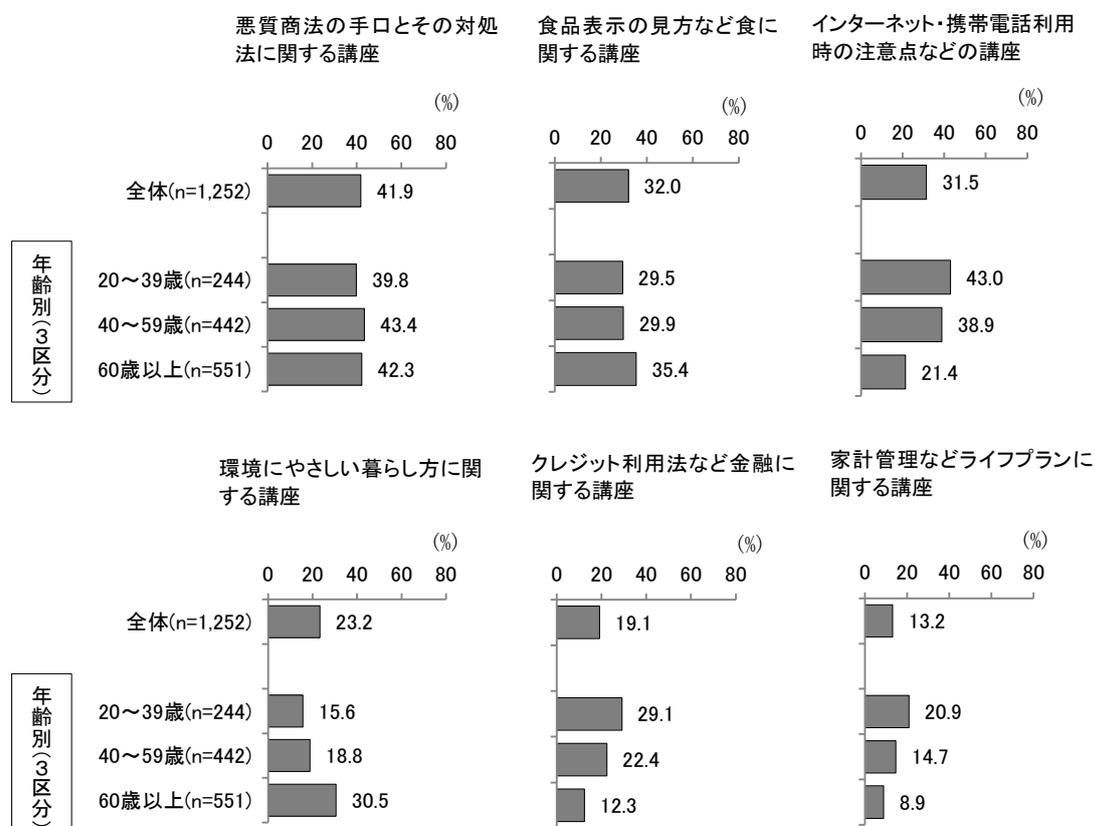
図4-11 参加したい消費生活講座(上位6項目) 市町村別



## 【年齢別（3区分）】

「食品表示の見方など食に関する講座」、「環境にやさしい暮らし方に関する講座」は、年齢が高くなるほど、回答割合も高くなっている。一方、「インターネット・携帯電話利用時の注意点などの講座」、「クレジット利用法など金融に関する講座」、「家計管理などライフプランに関する講座」の3項目は、年齢が高くなるほど、回答割合は低くなっている。（図4-12）

図4-12 参加したい消費生活講座（上位6項目） 年齢別（3区分）



### 【消費者問題に対する関心度別】

上位6項目中全ての項目で、消費者問題に対する関心が高いほど、回答割合も高くなっている。(図4-13)

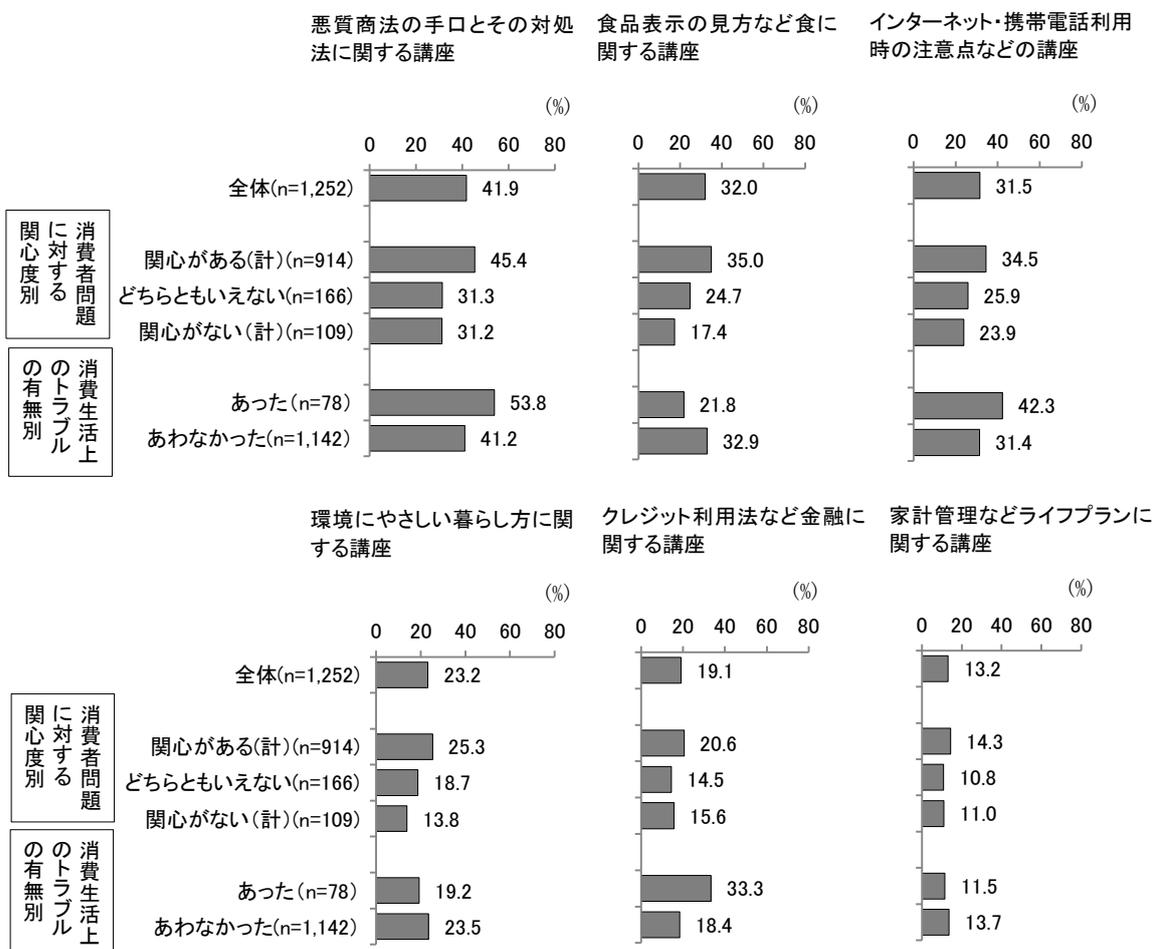
### 【消費生活上のトラブルの有無別】

「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」、「インターネット・携帯電話利用時の注意点などの講座」、「クレジット利用法など金融に関する講座」の3項目では、消費生活上のトラブルに“あった”という人の回答が“あわなかった”人より高くなっている。特に、「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」では12.6ポイント、「クレジット利用法など金融に関する講座」では14.9ポイントの差がある。

一方、「食品表示の見方など食に関する講座」、「環境にやさしい暮らし方に関する講座」、「家計管理などライフプランに関する講座」はトラブルに“あわなかった”人が“あった”人を上回っている。特に、「食品表示の見方など食に関する講座」では11.1ポイントの差となっている。(図4-13)

図4-13 参加したい消費生活講座(上位6項目)

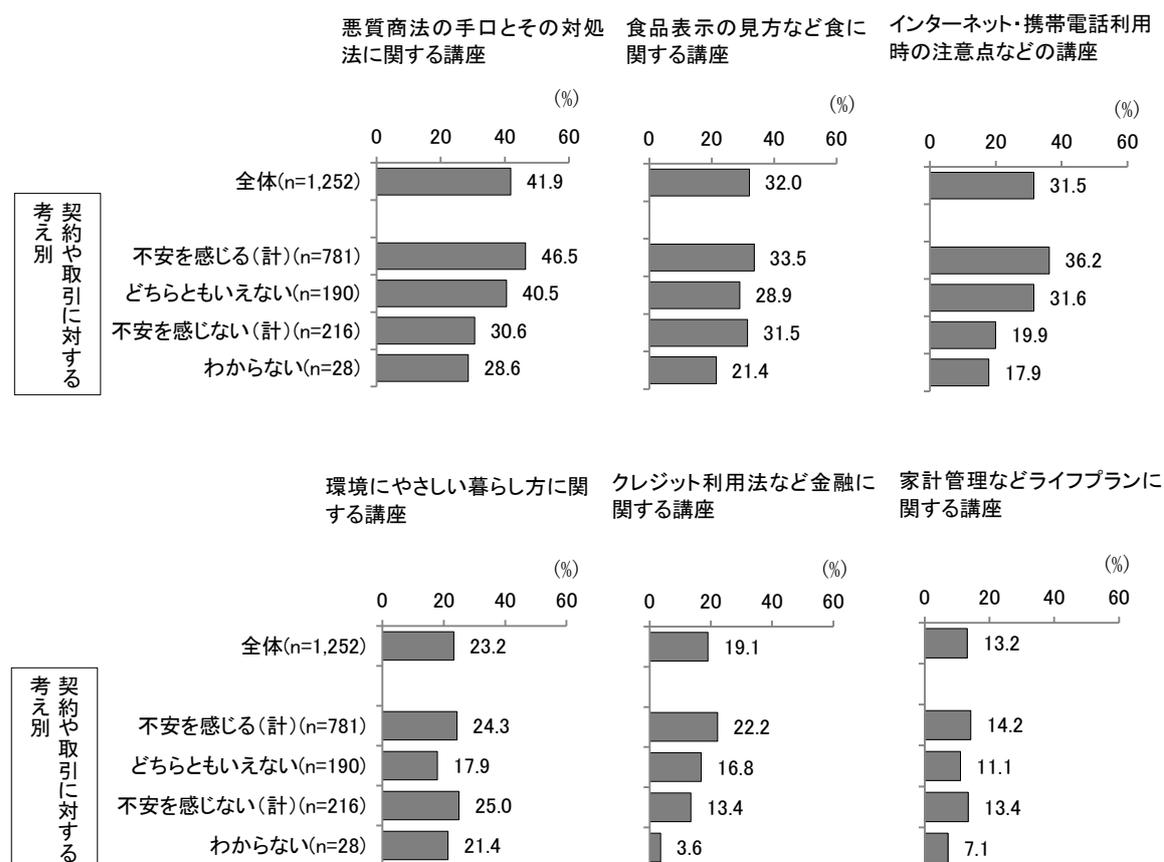
消費者問題に対する関心度別・消費生活上のトラブルの有無別



### 【契約や取引に対する考え別】

「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」、「食品表示の見方など食に関する講座」、「インターネット・携帯電話利用時の注意点などの講座」、「クレジット利用法など金融に関する講座」、「家計管理などライフプランに関する講座」の5項目では、契約や取引に対して“不安を感じている”人ほど回答割合が高くなっている。(図4-14)

図4-14 参加したい消費生活講座(上位6項目) 契約や取引に対する考え別



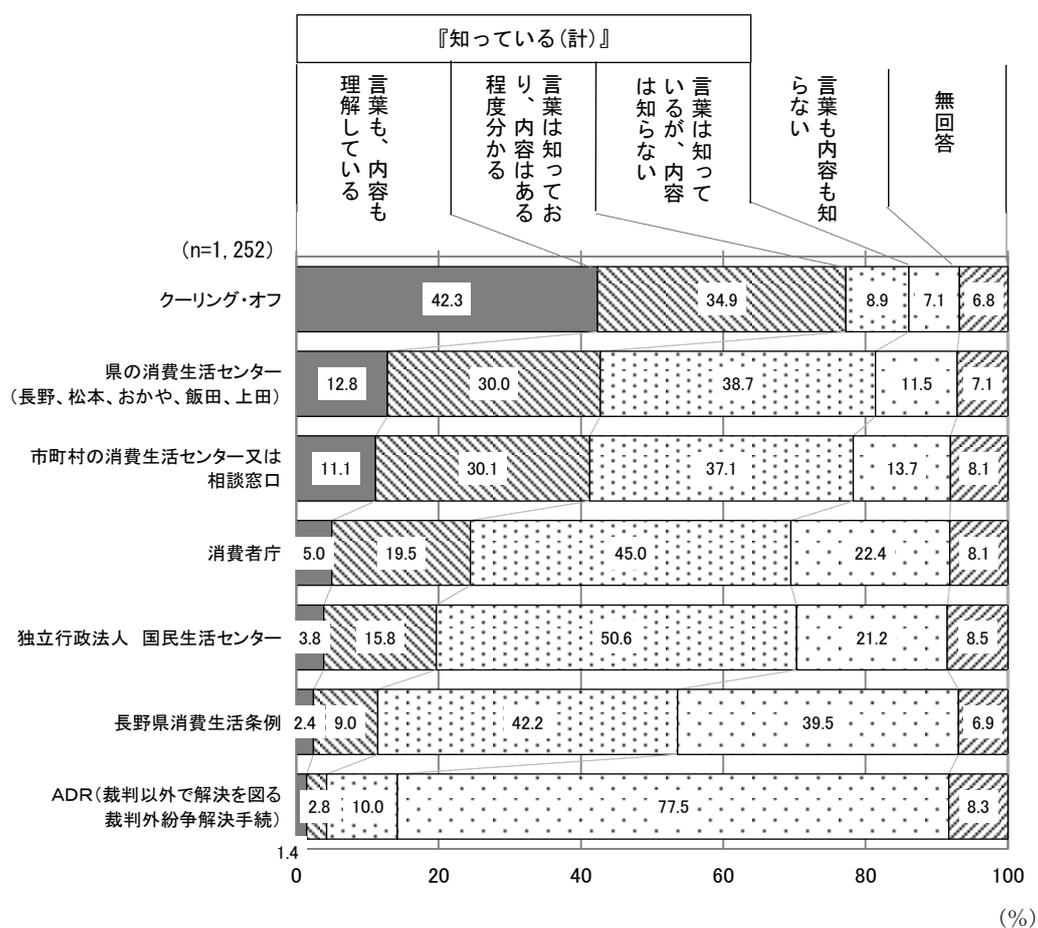
## 5 消費者問題に対する取組みとして行政に望むこと等について

### (1) 消費者問題に関する組織や制度の認知度

◆「クーリング・オフ」を『知っている（計）』が86.1%

問 25 次の各項目について言葉や存在を知っていますか。(○はそれぞれに1つ)

図5-1 消費者問題に関する組織や制度の認知度



消費者問題に関する組織や制度の認知度を聞いたところ、「言葉も内容も知っている」、「言葉は知っており、内容はある程度分かる」、「言葉は知っているが、内容は知らない」を合わせた『知っている（計）』の割合が最も高いのは、「クーリング・オフ」(86.1%)となっている。次に、「県の消費者センター（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%)の順となっている。

一方、「言葉も内容も知らない」という回答割合が最も高いのは、「ADR（裁判以外で解決を図る裁判外紛争解決手続）」(77.5%)となっている。(図5-1)

## クーリング・オフ

### 【性別】

男性と女性では大きな差はみられない。(図5-2)

### 【年齢別】

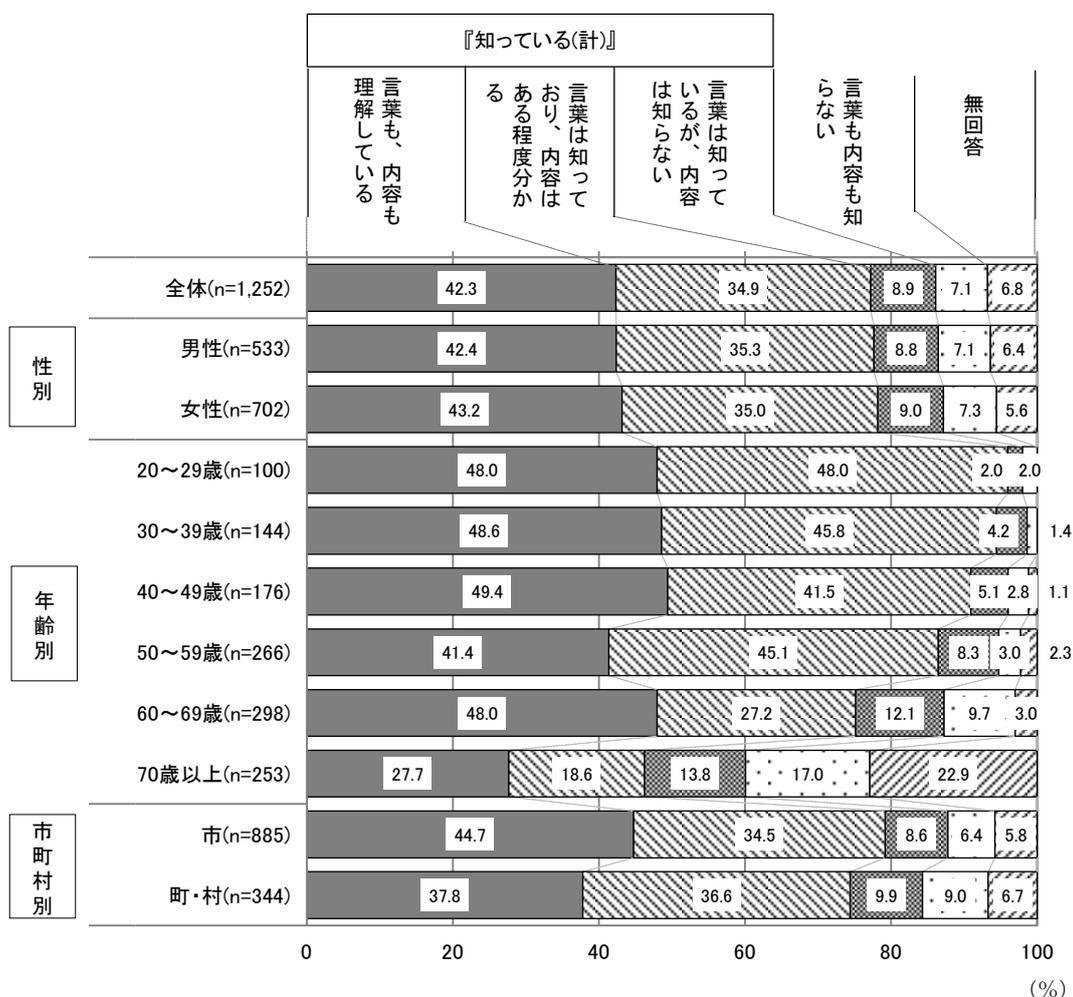
『知っている(計)』は、30~39歳が最も高く、98.6%となっている。(図5-2)

### 【市町村別】

『知っている(計)』は、市(87.8%)が町・村(84.3%)より3.5ポイント高くなっている。(図5-2)

図5-2 消費者問題に関する組織や制度の認知度<クーリング・オフ>

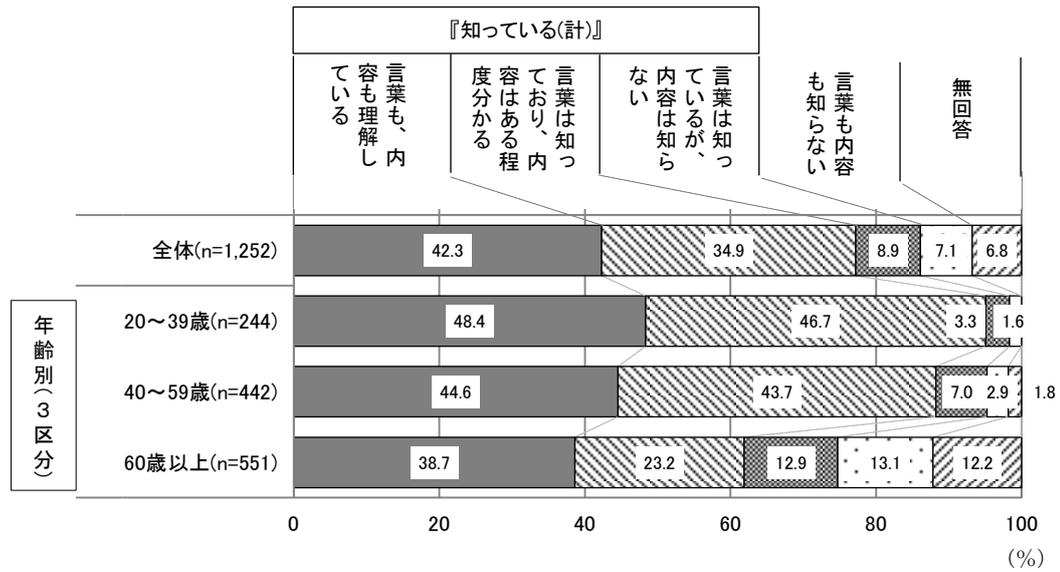
性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『知っている（計）』は、20～39歳（98.4%）で最も高くなっている。年齢が低いほど回答割合は高くなっている。（図5-3）

図5-3 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜クーリング・オフ＞ 年齢別（3区分）

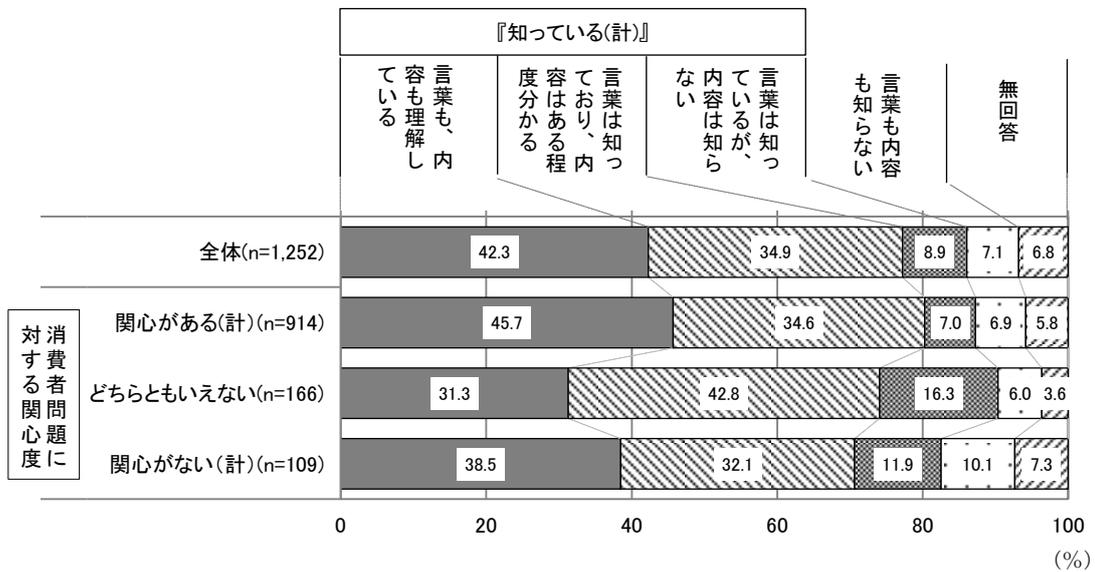


【消費者問題に対する関心度別】

『知っている（計）』は、“関心がある（計）”（87.3%）人の方が、“関心がない”（82.5%）より4.8ポイント高くなっている。（図5-4）

図5-4 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜クーリング・オフ＞

消費者問題に対する関心度別



県の消費生活センター（長野、松本、おかや、飯田、上田）

【性別】

『知っている（計）』は、男性（80.4%）より女性（83.4%）の方が3.0ポイント高くなっている。（図5-5）

【年齢別】

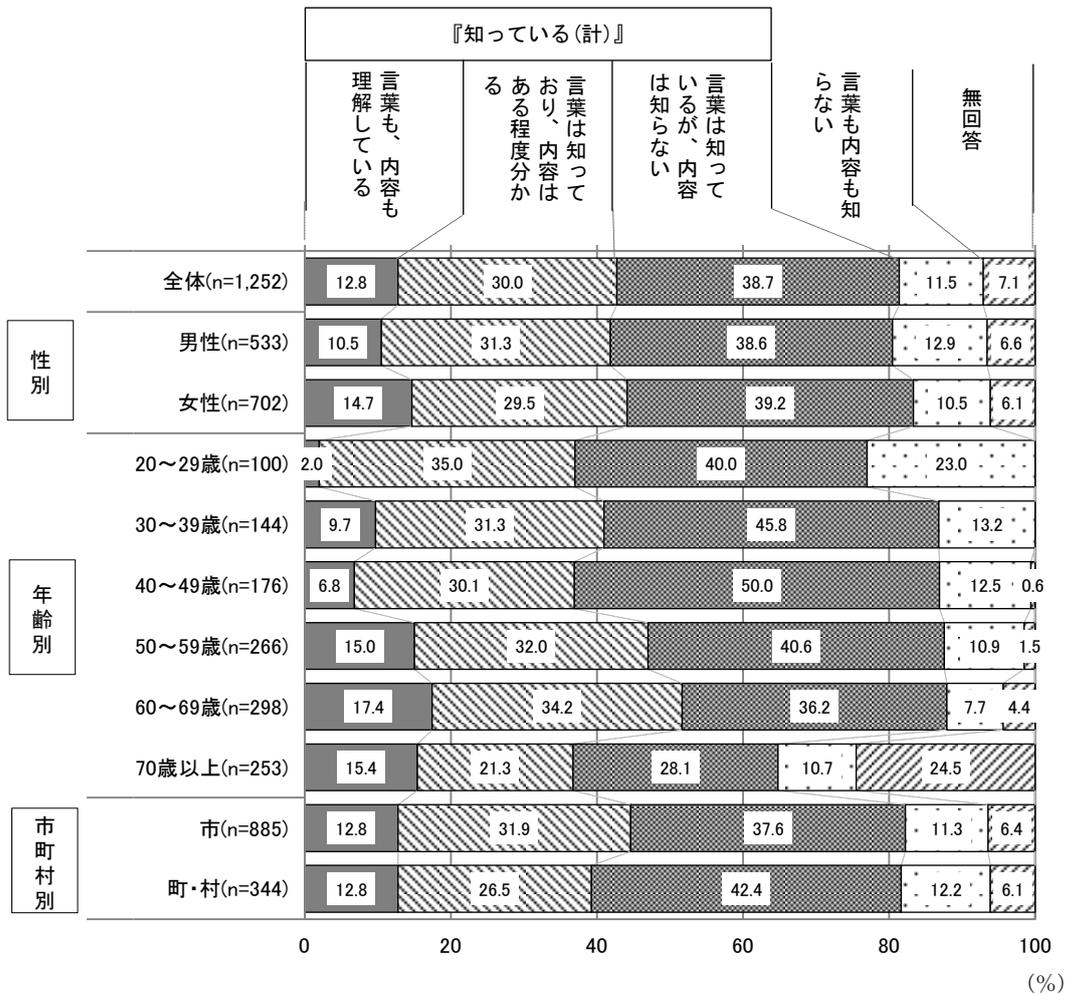
『知っている（計）』は20～29歳（77.0%）及び70歳以上（64.8%）では8割に届かないものの、30歳から69歳の年代ではいずれも8割を超えている。（図5-5）

【市町村別】

『知っている（計）』は、市（82.3%）、町・村（81.7%）どちらも約8割となっている。（図5-5）

図5-5 消費者問題に関する組織や制度の認知度

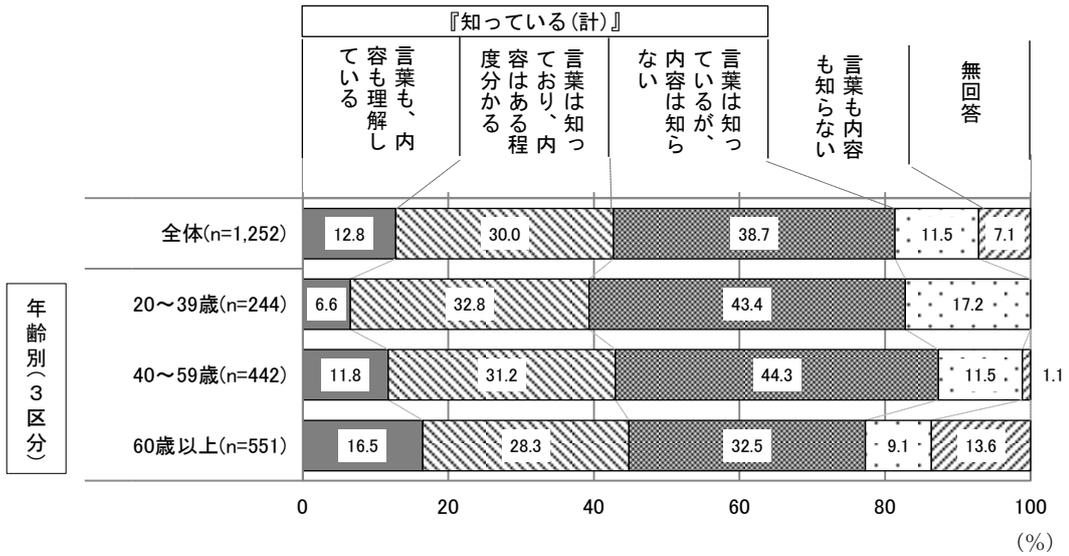
＜県の消費生活センター（長野、松本、おかや、飯田、上田）＞ 性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『知っている（計）』は、40～59歳（87.3%）で最も高くなっている。「言葉も、内容も理解している」という回答は、60歳以上（16.5%）が最も多くなっている。（図5-6）

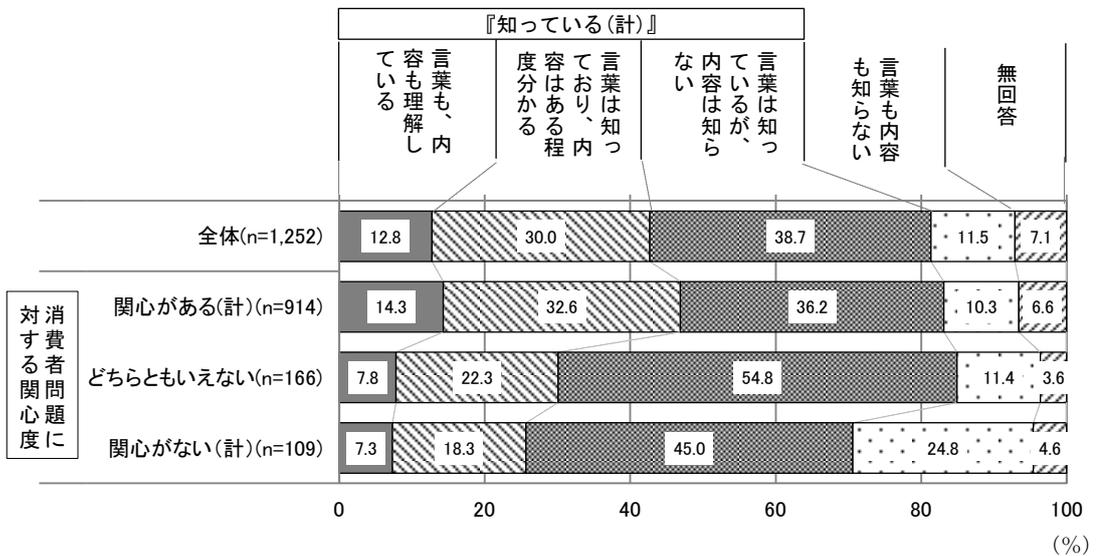
図5-6 消費者問題に関する組織や制度の認知度  
 <県の消費生活センター（長野、松本、おかや、飯田、上田）> 年齢別（3区分）



【消費者問題に対する関心度別】

『知っている（計）』は、“関心がある（計）”（83.1%）人の方が“関心がない（計）”（70.6%）人よりも12.5ポイント高くなっている。（図5-7）

図5-7 消費者問題に関する組織や制度の認知度  
 <県の消費生活センター（長野、松本、おかや、飯田、上田）> 消費者問題に対する関心度別



**市町村の消費生活センター・相談窓口**

**【性別】**

『知っている（計）』は、男性（77.1%）よりも女性（80.4%）の方が3.3ポイント高くなっている。（図5-8）

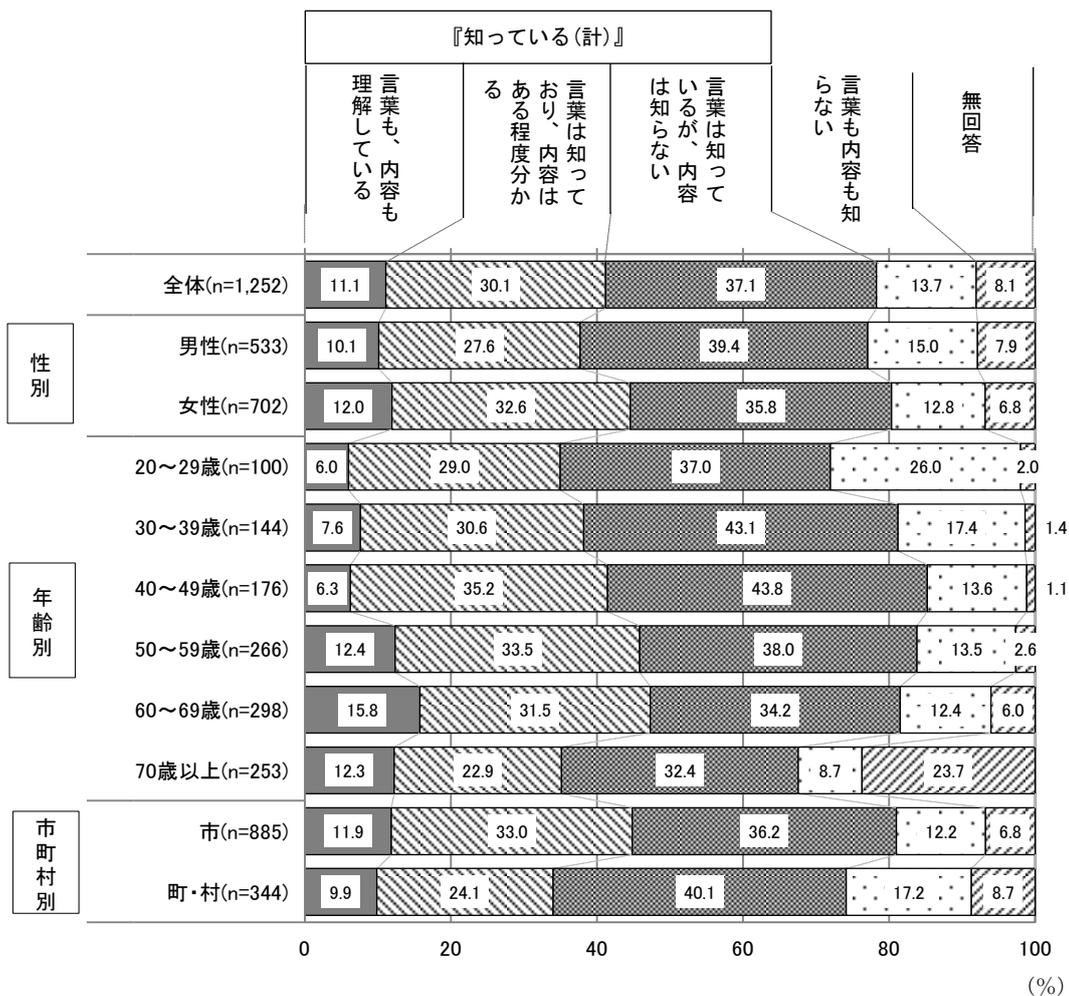
**【年齢別】**

『知っている（計）』は、40～49歳（85.3%）で最も高くなっている。一方、「言葉も内容も知らない」という回答は、20～29歳（26.0%）で最も多くなっている。（図5-8）

**【市町村別】**

『知っている（計）』は、市（81.1%）が町・村（74.1%）より7.0ポイント高くなっている。（図5-8）

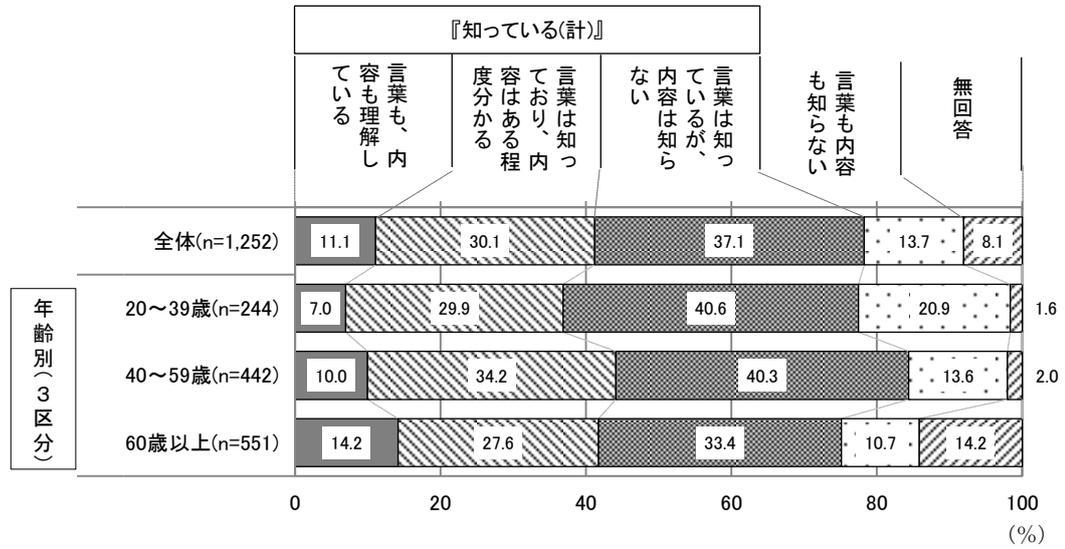
図5-8 消費者問題に関する組織や制度の認知度<市町村の消費生活センター・相談窓口>  
性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『知っている（計）』は、40～59歳（84.5%）で最も高くなっている。（図5-9）

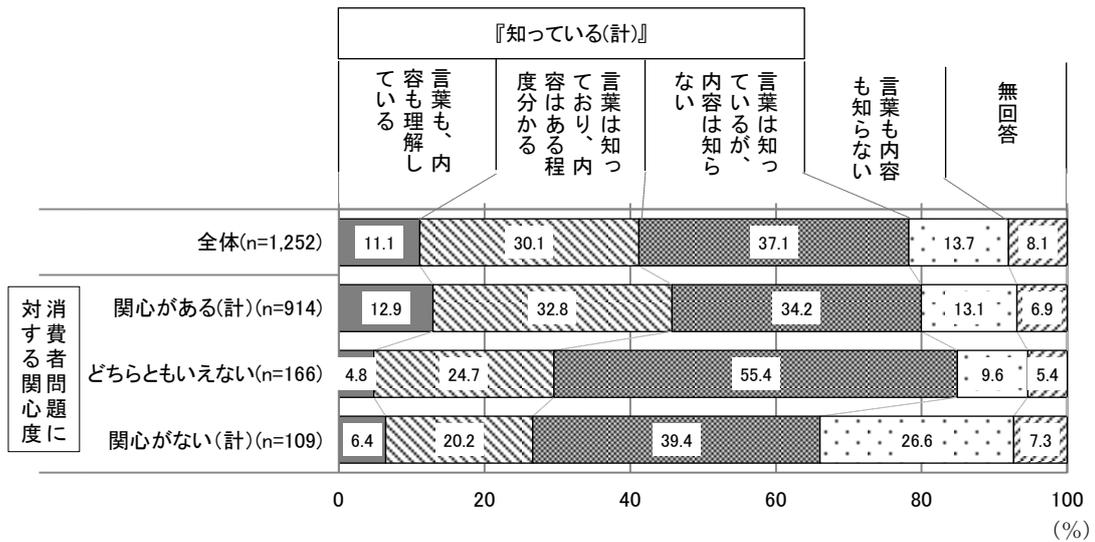
図5-9 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜市町村の消費生活センター・相談窓口＞  
年齢別（3区分）



【消費者問題に対する関心度別】

『知っている（計）』は、“関心がある（計）”（79.9%）人の方が“関心がない（計）”（66.0%）より13.9ポイント高くなっている。（図5-10）

図5-10 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜市町村の消費生活センター・相談窓口＞  
消費者問題に対する関心度別



## 消費者庁

### 【性別】

『知っている（計）』は、男性（75.6%）の方が女性（65.9%）より9.7ポイント高くなっている。（図5-11）

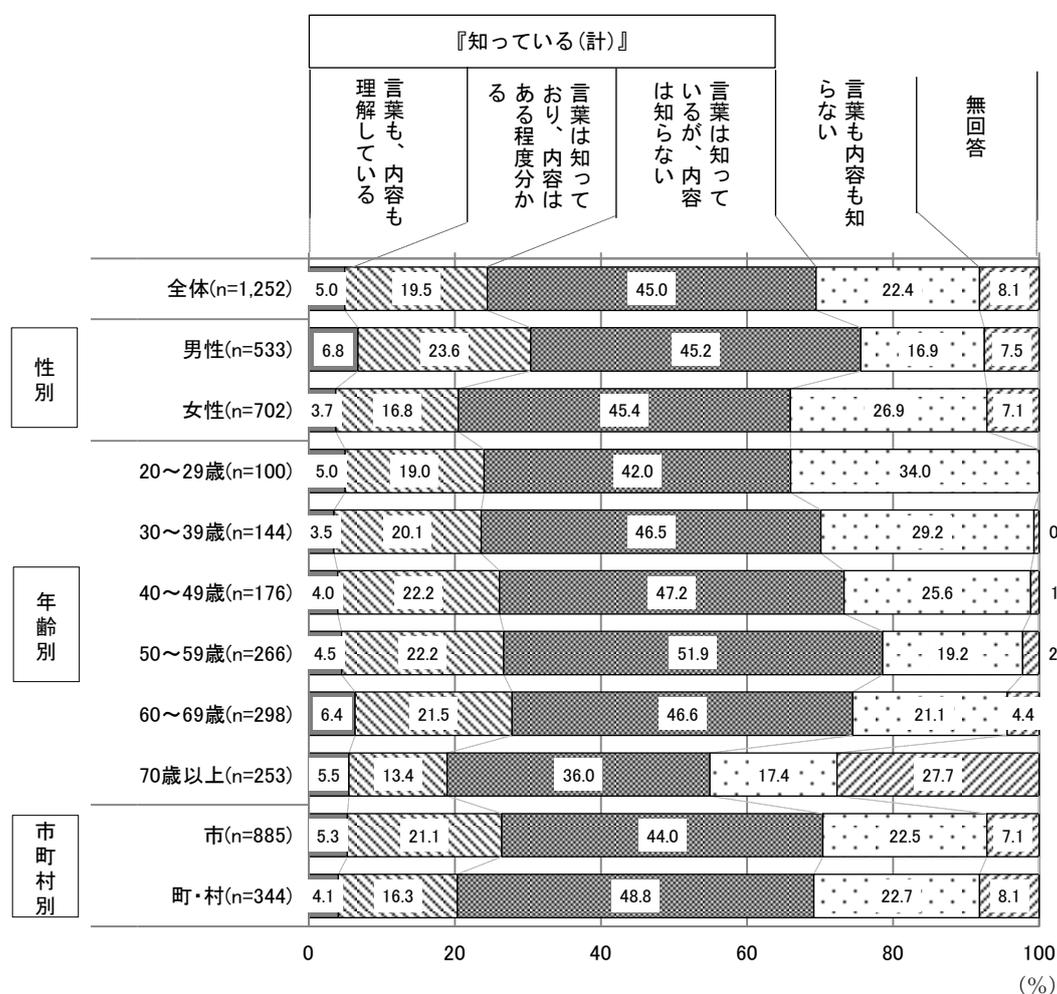
### 【年齢別】

『知っている（計）』は、50～59歳（78.6%）が最も高くなっている。（図5-11）

### 【市町村別】

『知っている（計）』は、市と町・村では大きな差はみられない。（図5-11）

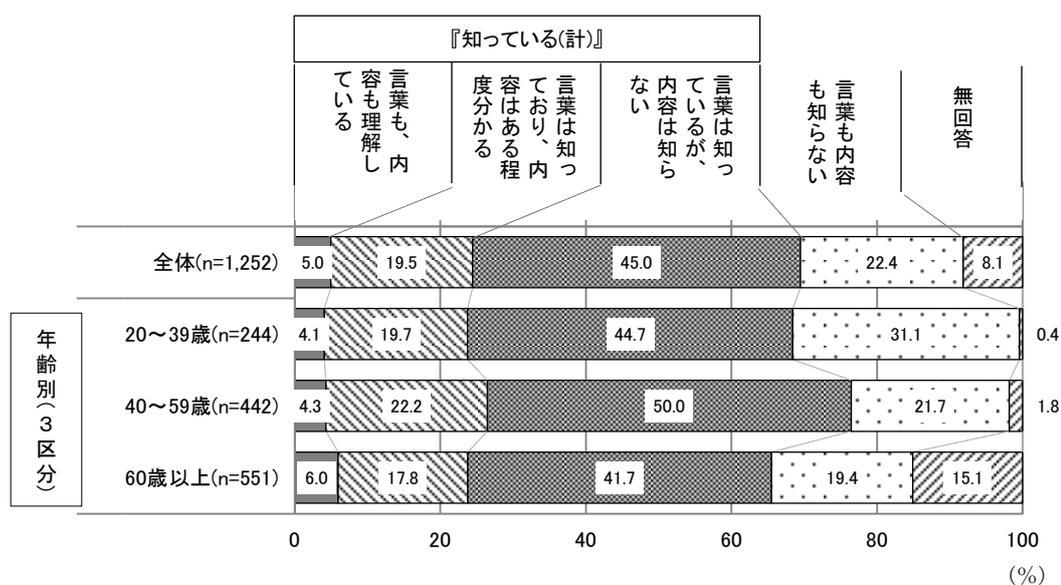
図5-11 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜消費者庁＞ 性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『知っている（計）』は、40～59歳（76.5%）で最も高くなっている。（図5-12）

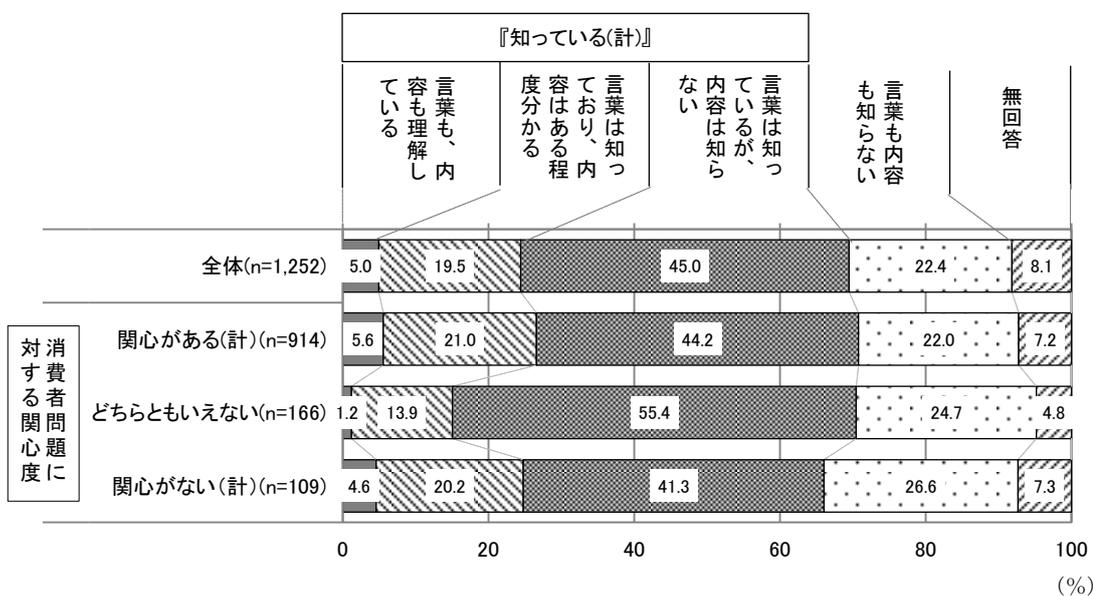
図5-12 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜消費者庁＞ 年齢別（3区分）



【消費者問題に対する関心度別】

『知っている（計）』は、“関心がある（計）”（70.8%）人が“関心がない（計）”（66.1%）人より、4.7ポイント高くなっている。（図5-13）

図5-13 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜消費者庁＞  
消費者問題に対する関心度別



独立行政法人 国民生活センター

【性別】

『知っている（計）』は、男性（70.7%）と女性（71.4%）では大きな差はみられない。

（図5-14）

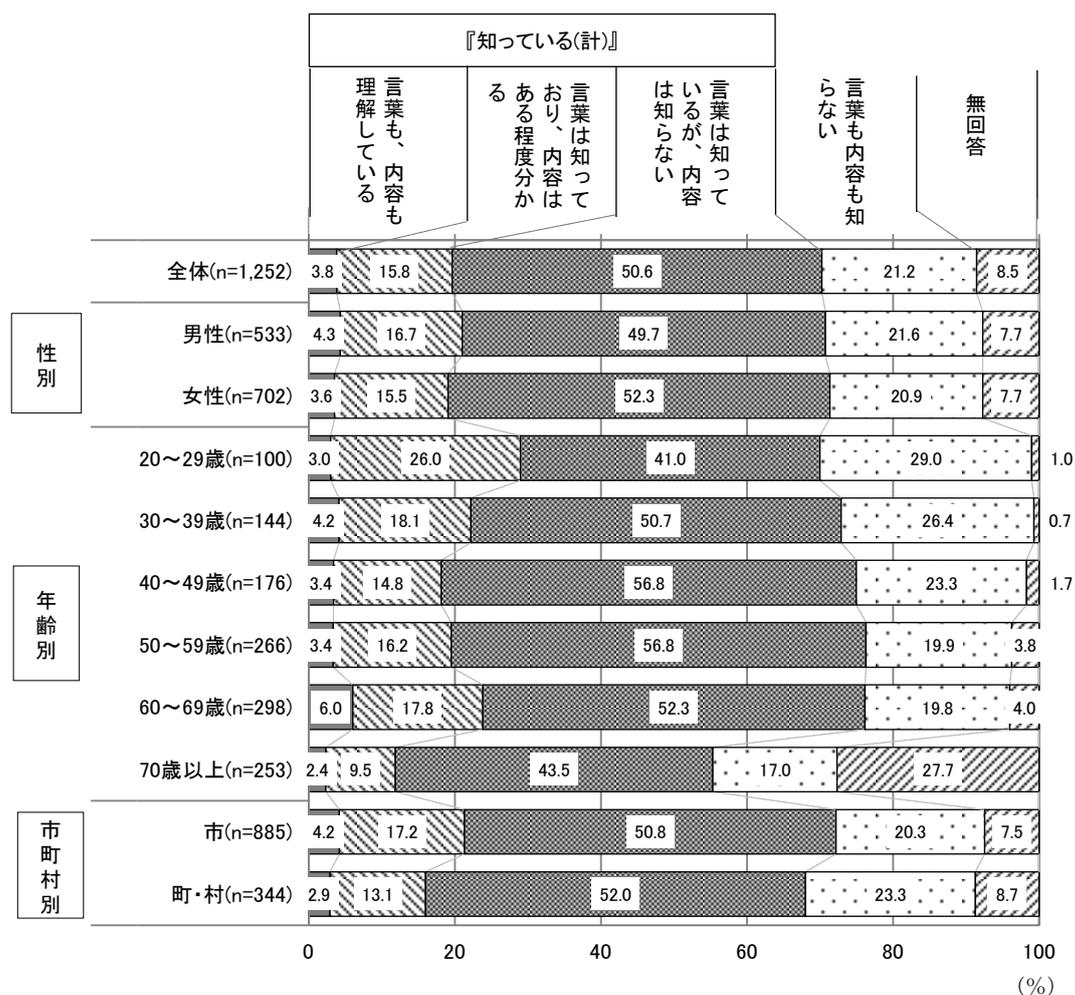
【年齢別】

『知っている（計）』は、50～59歳（76.4%）で最も高く、60～69歳（76.1%）もほぼ同じ割合で続いている。（図5-14）

【市町村別】

『知っている（計）』は、市（72.2%）が町・村（68.0%）より4.2ポイント高くなっている。（図5-14）

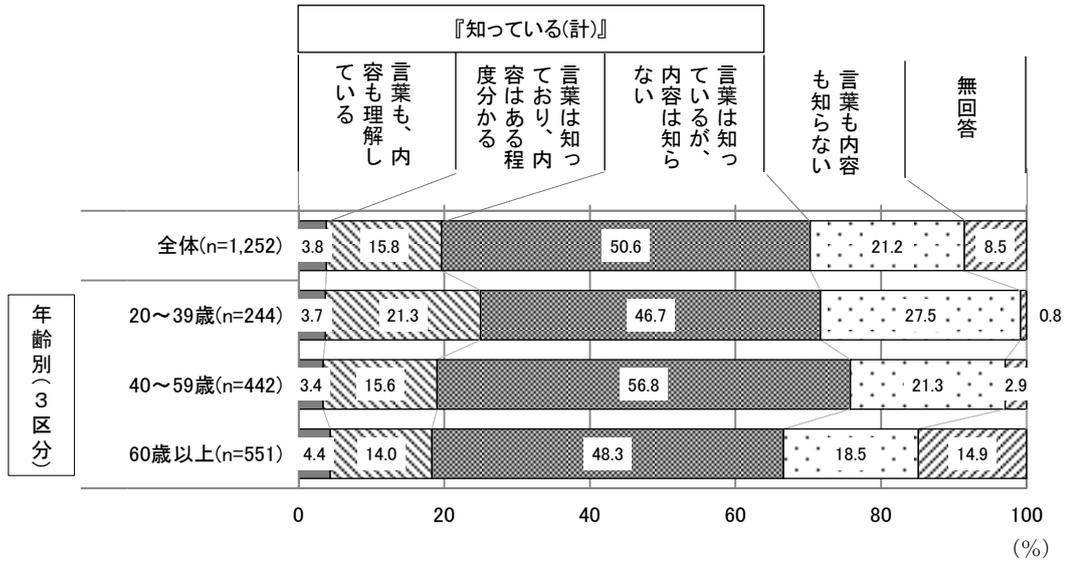
図5-14 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜独立行政法人 国民生活センター＞  
性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『知っている（計）』は、40～59歳（75.8%）で最も高くなっている。（図5-15）

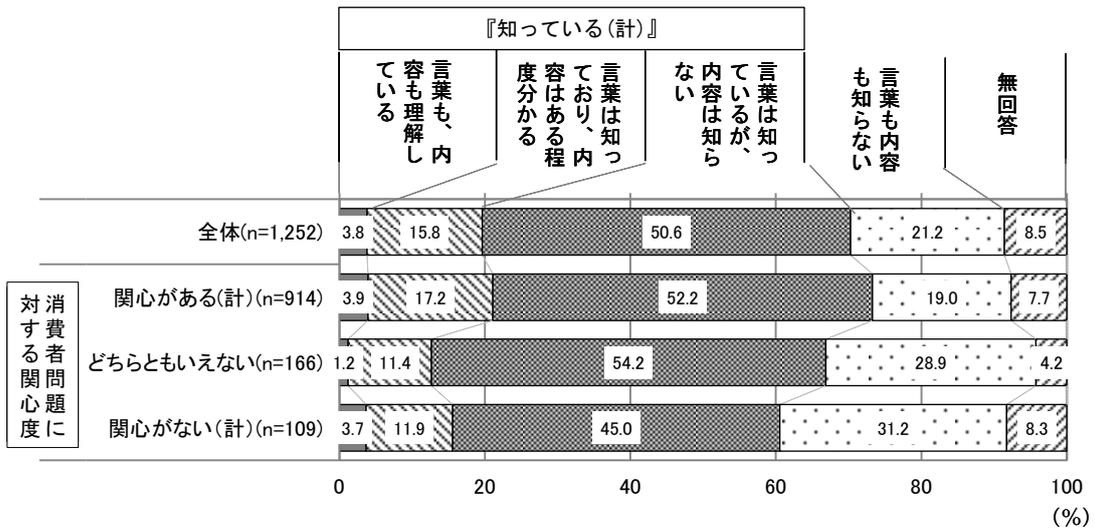
図5-15 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜独立行政法人 国民生活センター＞  
年齢別（3区分）



【消費者問題に対する関心度別】

『知っている（計）』は、消費者問題に対する関心度が高いほど、回答割合も高くなっている。（図5-16）

図5-16 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜独立行政法人 国民生活センター＞  
消費者問題に対する関心度別



**長野県消費生活条例**

**【性別】**

『知っている（計）』は、男性（55.6%）の方が女性（52.9%）より2.7ポイント高くなっている。（図5-17）

**【年齢別】**

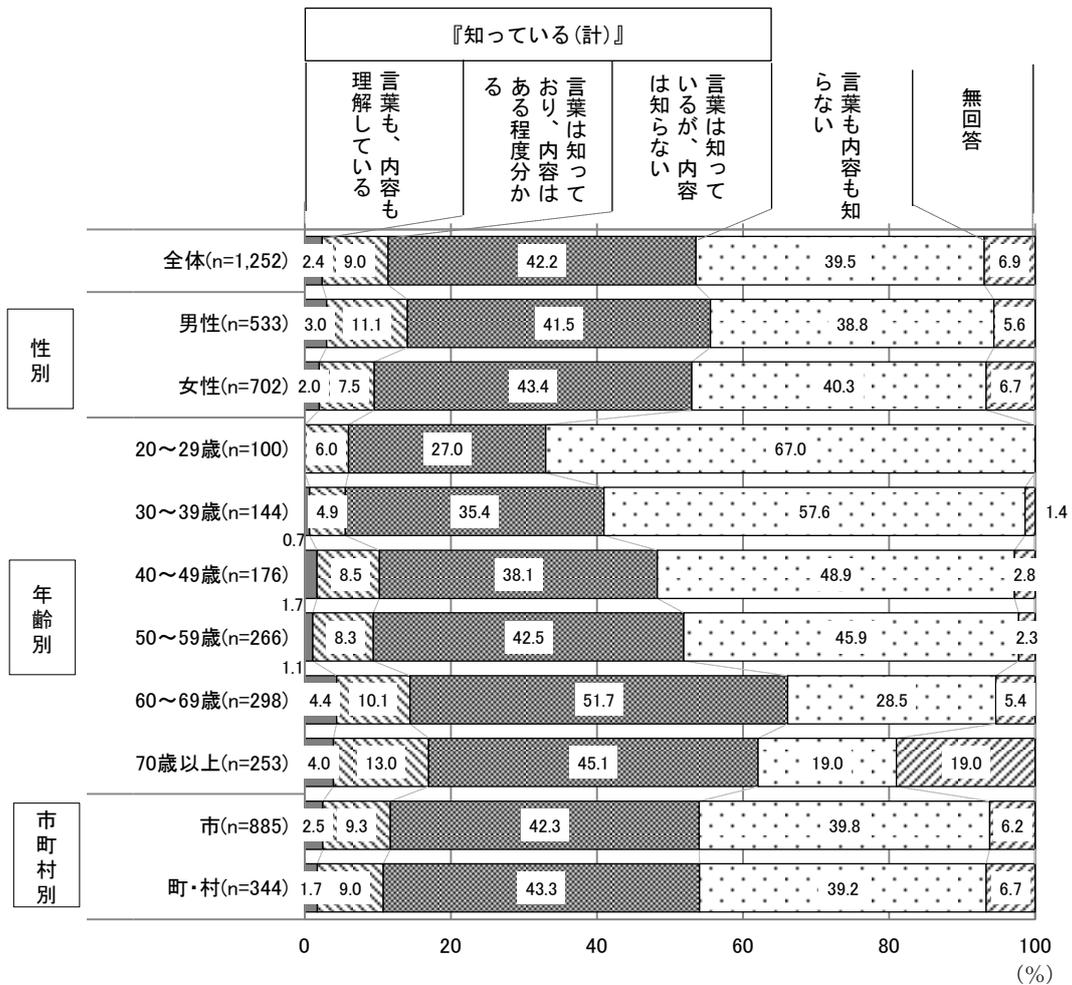
『知っている（計）』は、60～69歳（66.2%）で最も多くなっている。70歳以上でやや下がるものの、おおむね年齢が上がるにつれ割合も高くなっている。（図5-17）

**【市町村別】**

市と町・村では大きな差はみられない。（図5-17）

図5-17 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜長野県消費生活条例＞

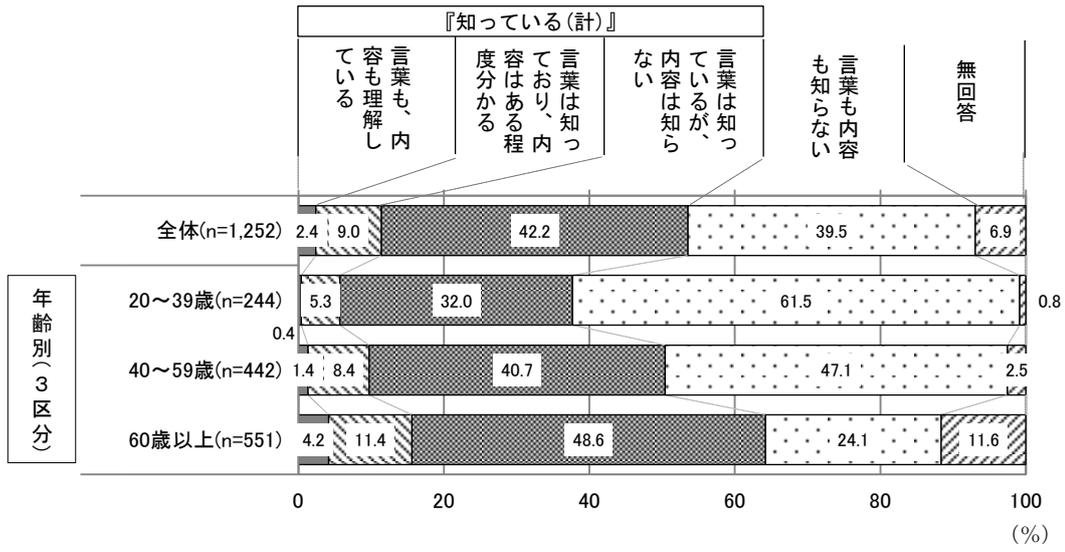
性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『知っている（計）』は、60歳以上（64.2%）で最も多くなっている。年齢が高くなるほど、回答割合も高くなっている。（図5-18）

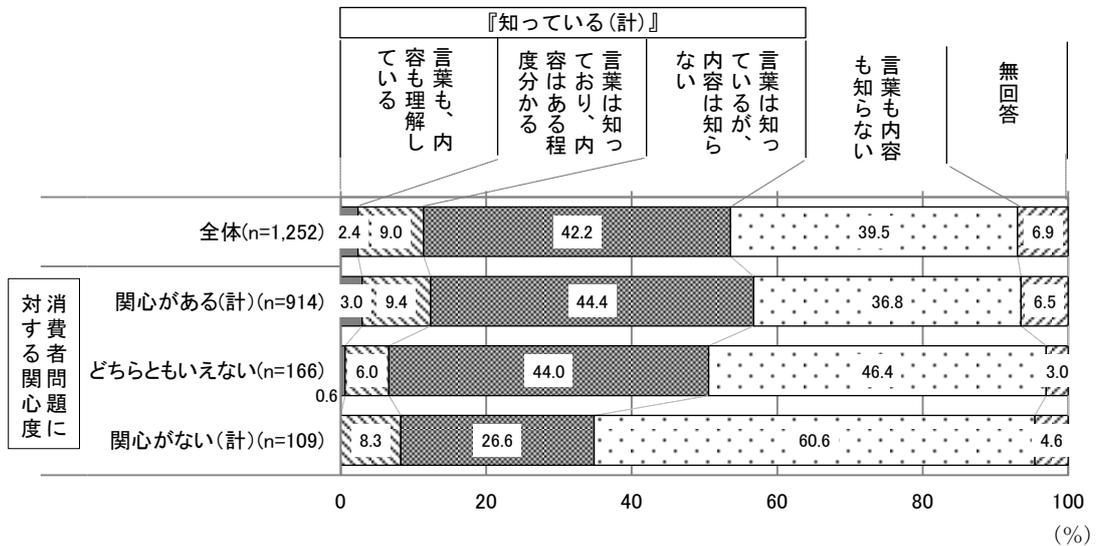
図5-18 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜長野県消費生活条例＞ 年齢別（3区分）



【消費者問題に関する関心度別】

『知っている（計）』は、消費者問題に関する関心度が高いほど、回答割合も高くなっている。“関心がある（計）”（56.8%）は“関心がない（計）”（34.9%）より21.9ポイント高くなっている。（図5-19）

図5-19 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜長野県消費生活条例＞ 消費者問題に対する関心度別



**ADR（裁判以外で解決を図る裁判外紛争解決手続）**

**【性別】**

『知っている（計）』は、男性（20.1%）が女性（9.9%）より10.2ポイント高くなっている。（図5-20）

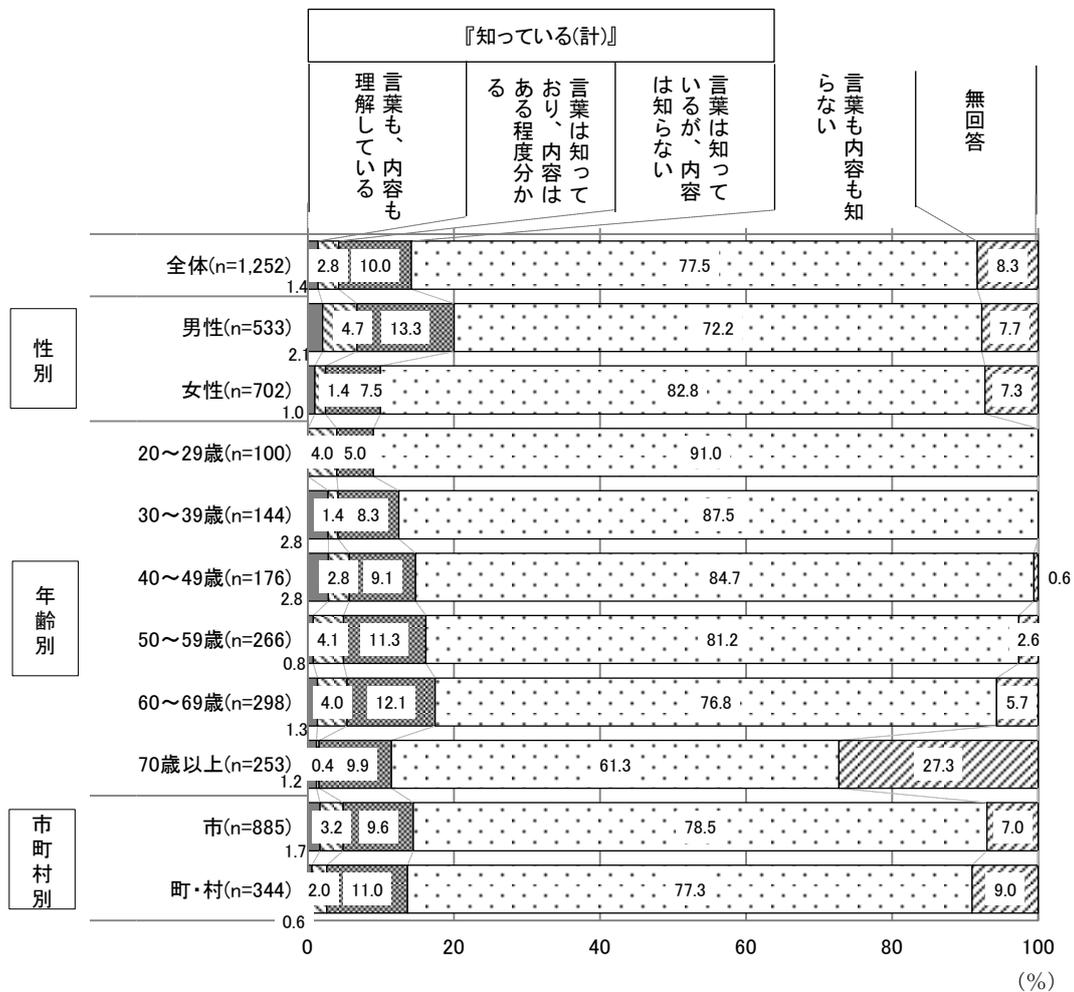
**【年齢別】**

『知っている（計）』は、60～69歳（17.4%）で最も高くなっている。（図5-20）

**【市町村別】**

『知っている（計）』は、市と町・村では大きな差はみられない。（図5-20）

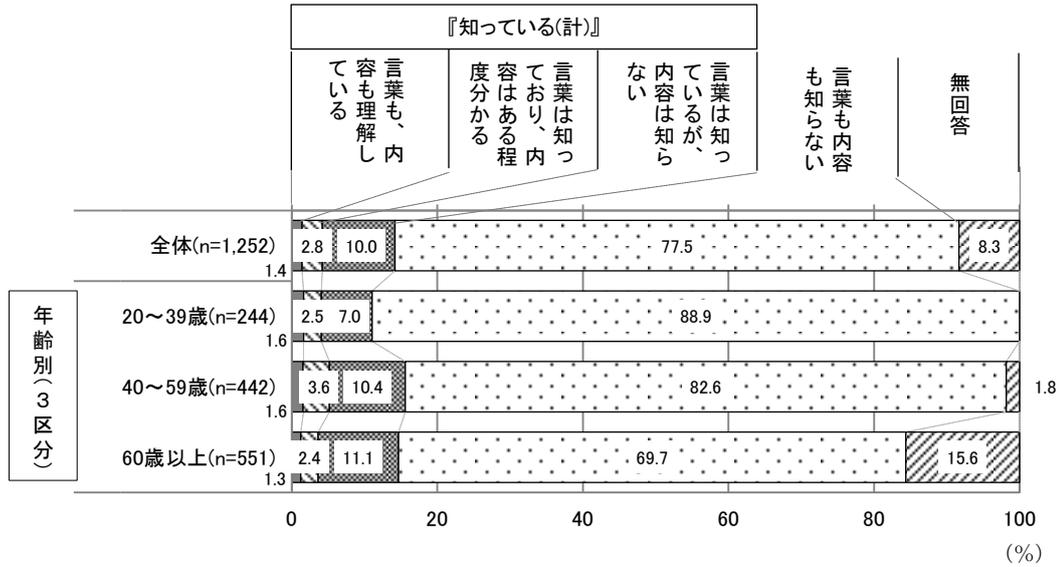
図5-20 消費者問題に関する組織や制度の認知度  
 <ADR(裁判以外で解決を図る裁判外紛争解決手続)> 性別・年齢別・市町村別



【年齢別（3区分）】

『知っている（計）』は、40～59歳（15.6%）で最も高くなっている。（図5-21）

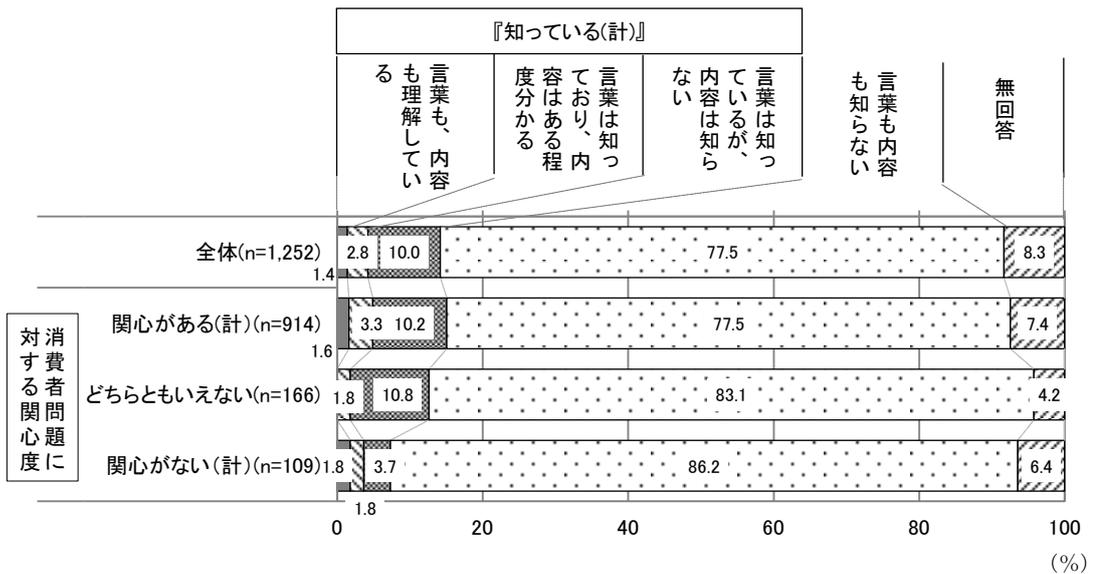
図5-21 消費者問題に関する組織や制度の認知度  
 <ADR(裁判以外で解決を図る裁判外紛争解決手続)> 年齢別(3区分)



【消費者問題に対する関心度別】

『知っている（計）』は、消費者問題に対する関心度が高いほど割合も高くなっている。（図5-22）

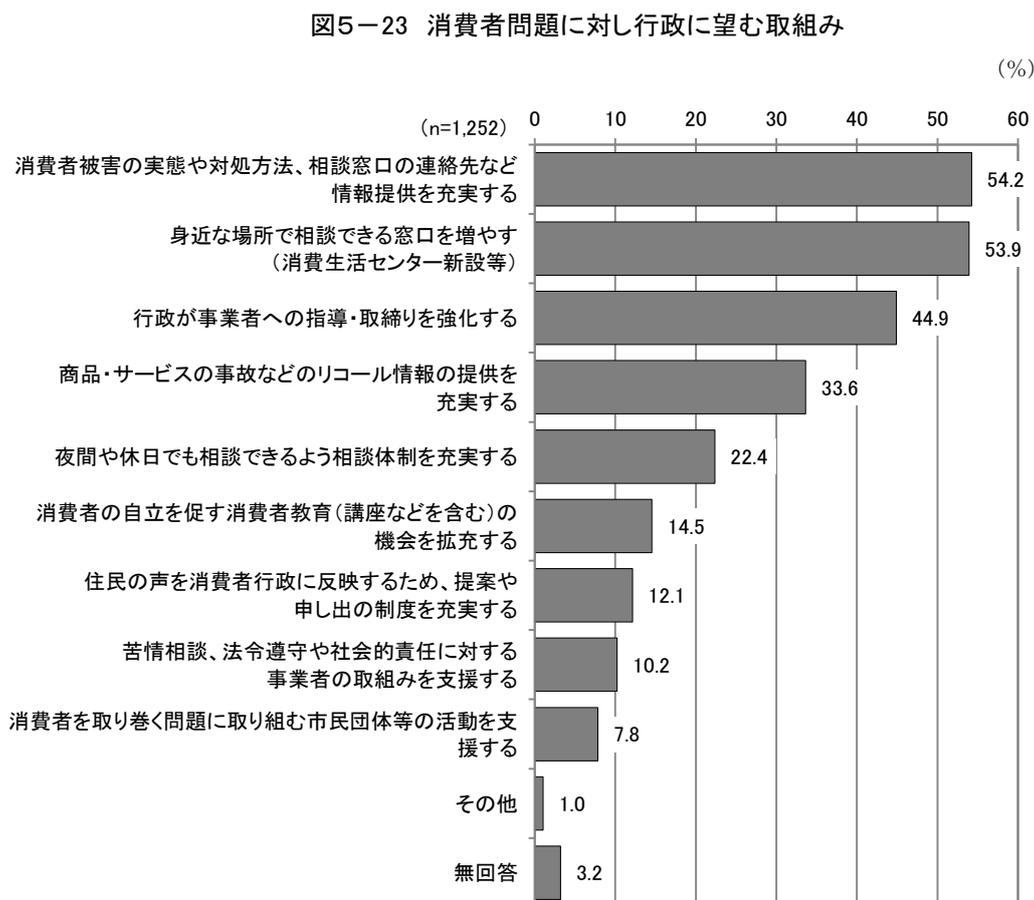
図5-22 消費者問題に関する組織や制度の認知度  
 <ADR(裁判以外で解決を図る裁判外紛争解決手続)> 消費者問題に対する関心度別



(2) 消費者問題に対して行政に望む取り組み

◆「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する」が54.2%

問 26 消費者問題に対する取り組みとして行政に望むことは何ですか。(○は3つまで)



消費者問題に対する取り組みとして行政に望むことについて聞いたところ、「消費者被害の実態や対処方法、相談窓口の連絡先など情報提供を充実する」(54.2%)という回答が最も多くなっている。次いで、「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%)がほぼ同じ回答割合で続いている。以下、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」(44.9%)、「商品・サービスの事故などのリコール情報の提供を充実する」(33.6%)、「夜間や休日でも相談できるよう相談体制を充実する」(22.4%)、「消費者の自立を促す消費者教育 (講座などを含む) の機会を拡充する」(14.5%)の順となっている。

(図5-23)

【性別】

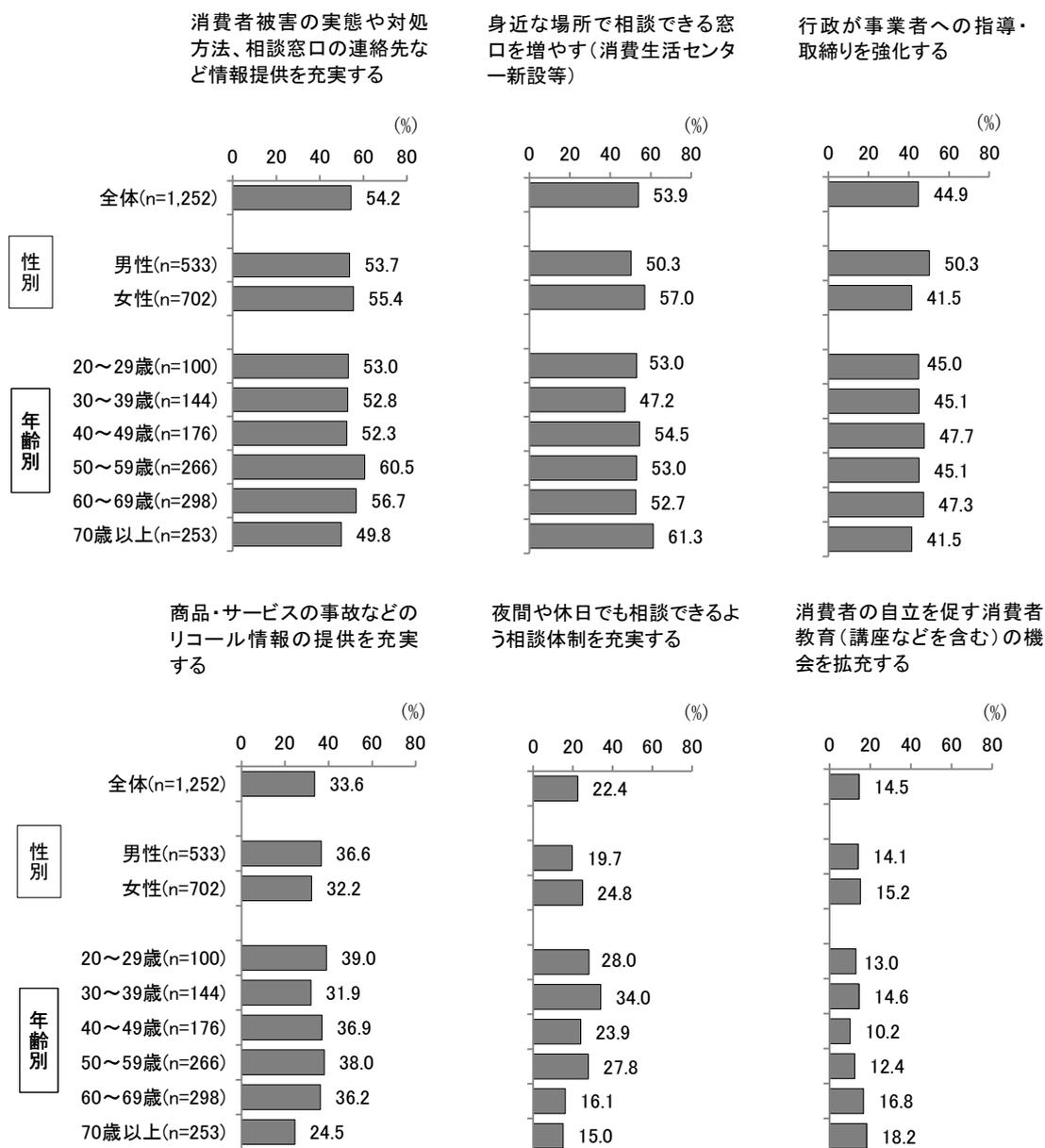
上位6項目中4項目で、女性が男性より回答割合が高くなっている。特に、「身近な場所で相談できる窓口を増やす（消費生活センター新設等）」は、女性（57.0%）が男性（50.3%）より6.7ポイント高くなっている。一方、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」は、男性（50.3%）が、女性（41.5%）より8.8ポイント高くなっている。

（図5-24）

【年齢別】

「夜間や休日でも相談できるよう相談体制を充実する」は59歳以下の年代で2割台となっているものの、60歳以上では1割台となる。（図5-24）

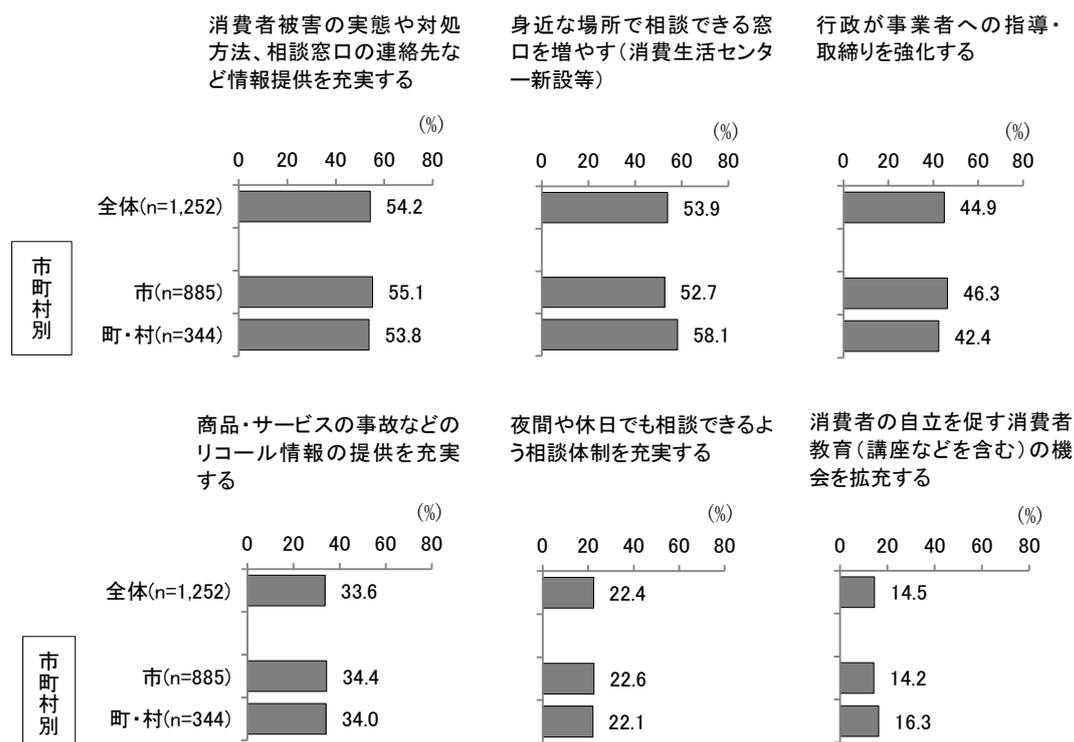
図5-24 消費者問題に対し行政に望む取組み(上位6項目) 性別・年齢別



## 【市町村別】

「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）」は、市（52.7%）よりも町・村（58.1%）の方が5.4ポイント高くなっている。一方、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」は、市（46.3%）が町・村（42.4%）より3.9ポイント高くなっている。（図5-25）

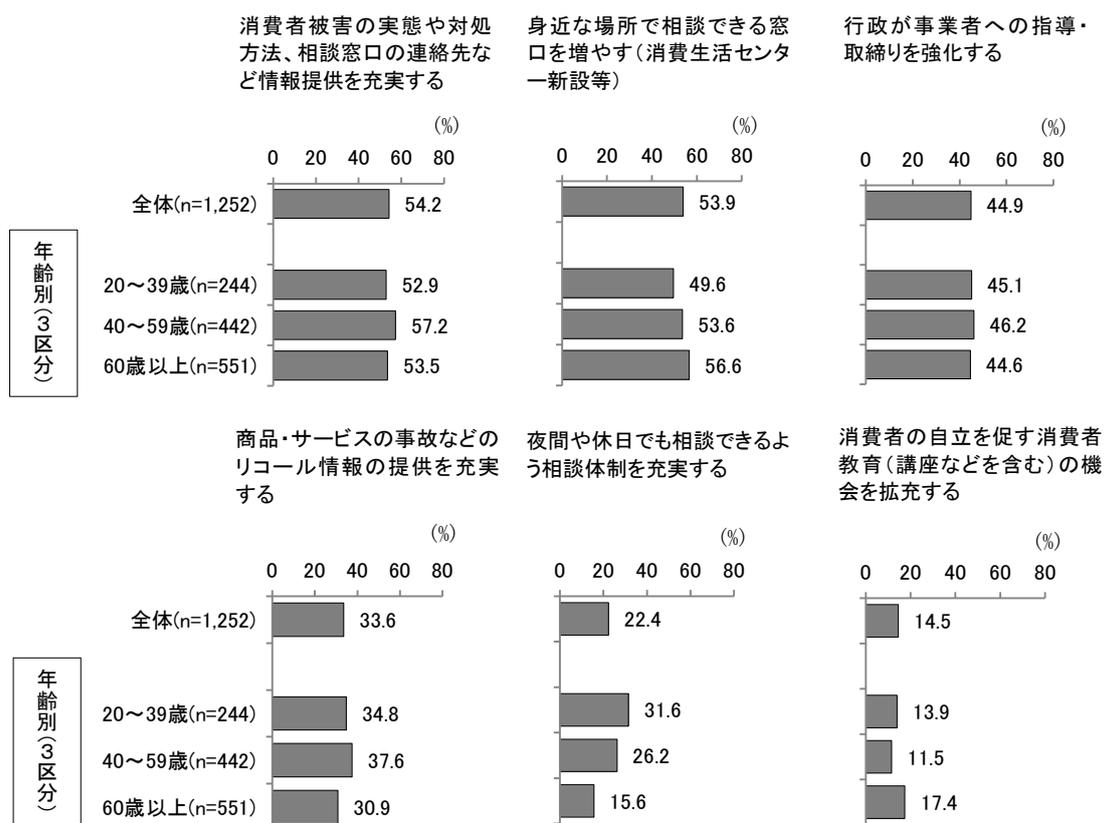
図5-25 消費者問題に対し行政に望む取組み(上位6項目) 市町村別



【年齢別（3区分）】

「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）」は、60歳以上（56.6%）で最も高く、年齢が高くなるほど回答割合も高い傾向がみられる。一方、「夜間や休日でも相談できるよう相談体制を充実する」は、20～39歳（31.6%）で最も回答割合が高く、年齢が低いほど、回答割合は高くなっている。（図5-26）

図5-26 消費者問題に対し行政に望む取組み（上位6項目） 年齢別（3区分）



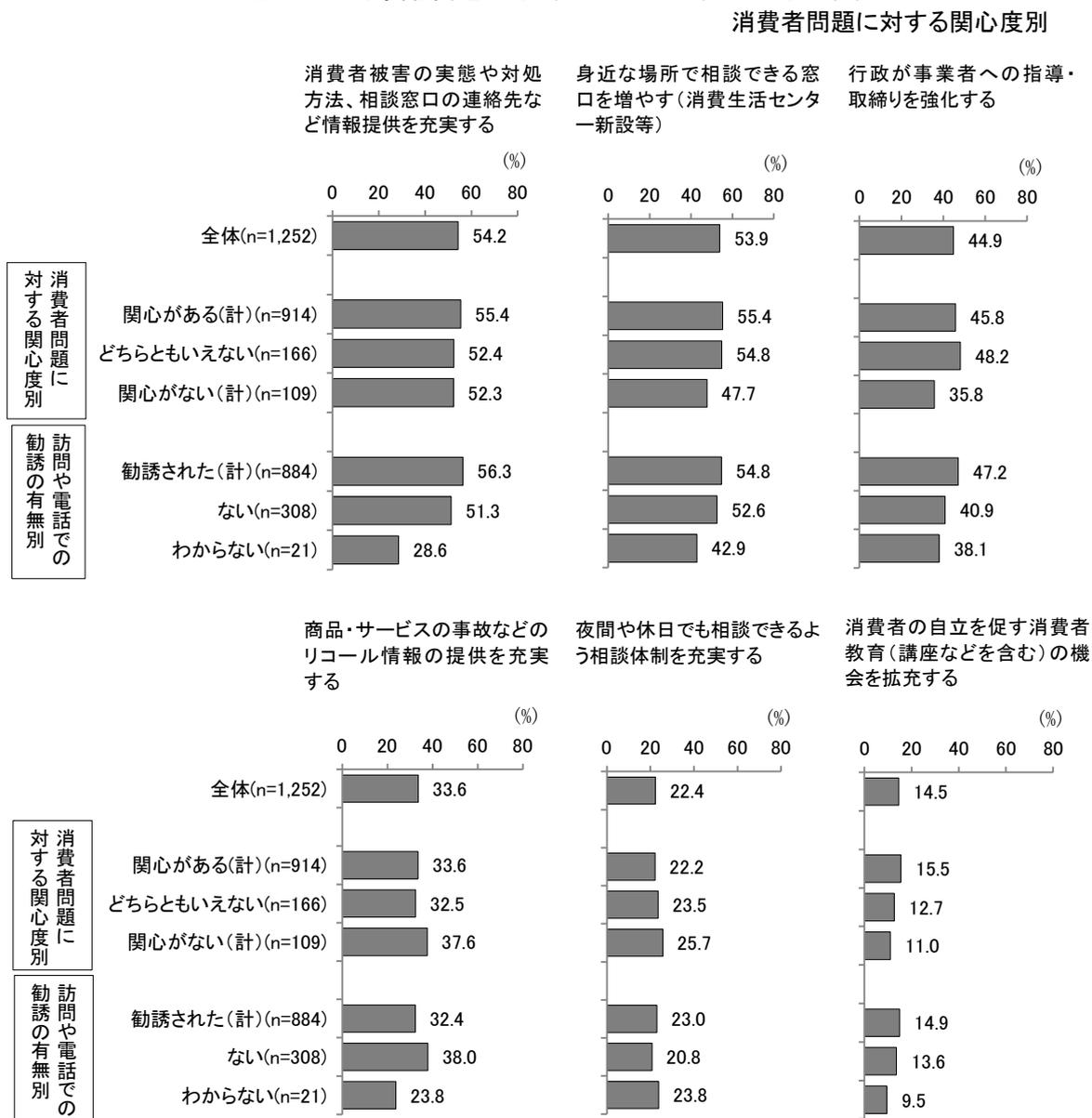
【消費者問題に対する関心度別】

上位6項目中4項目で、消費者問題に対する“関心がある(計)”人が“関心がない(計)”人よりも高くなっている。特に、「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)」、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」、「消費者の自立を促す消費者教育(講座などを含む)の機会を拡充する」の3項目は、消費者問題に対する関心度が高いほど回答割合も高くなっている。(図5-27)

【訪問や電話での勧誘の有無別】

上位6項目中5項目で、“勧誘された(計)”人の方が勧誘された経験が“ない”人よりも高くなっている。(図5-27)

図5-27 消費者問題に対し行政に望む取組み(上位6項目)

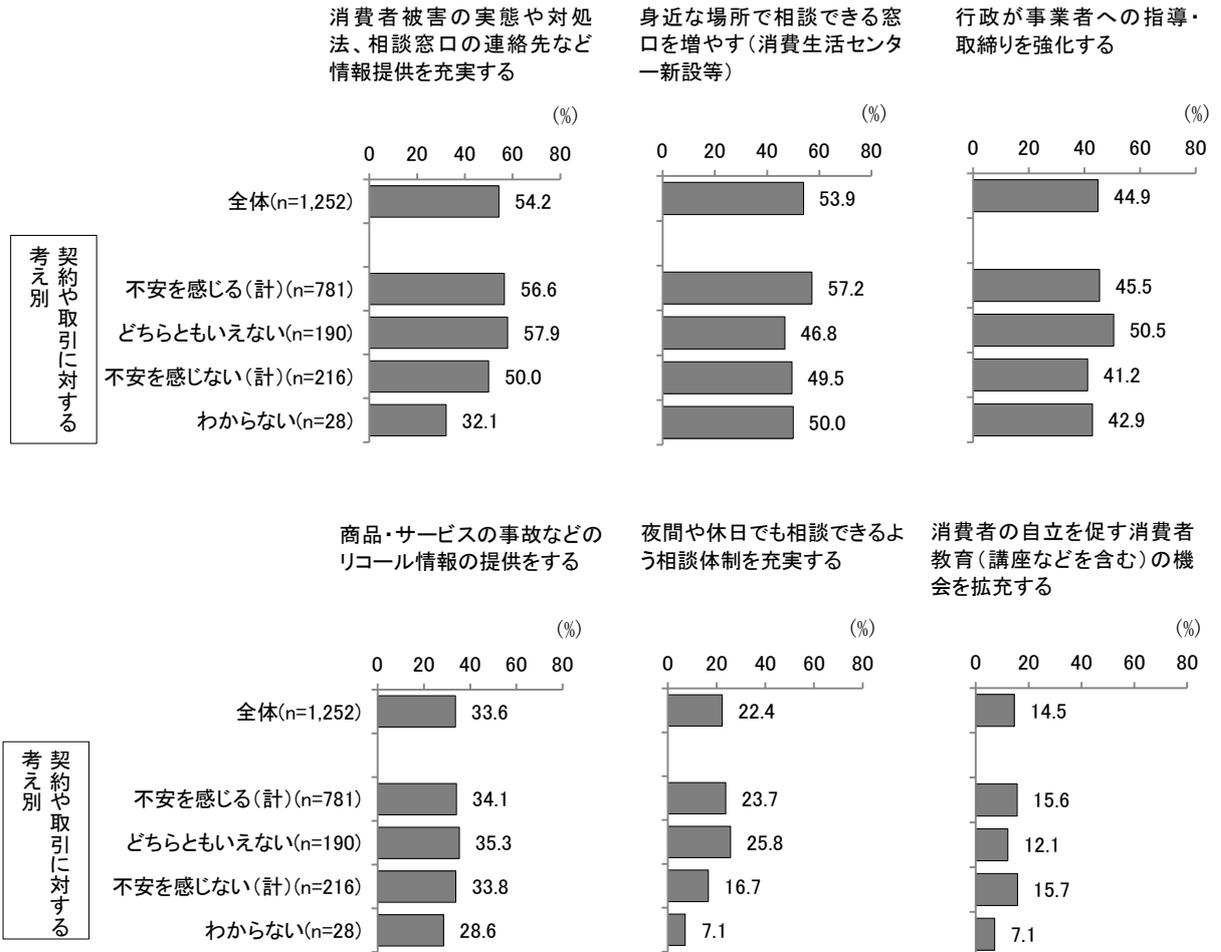


【契約や取引に対する考え別】

上位6項目中5項目で、契約や取引に対して“不安を感じる（計）”が“不安を感じない（計）”より高い回答割合となっている。（図5-28）

図5-28 消費者問題に対し行政に望む取組み(上位6項目)

契約や取引に対する考え別



## 6 自由意見

問 27 このほか、消費者問題に対する取組みの充実のために、ご意見等がございましたらご自由にお書きください。

### ○寄せられたご意見等（要約）

#### 悪質商法について

- 法的規制、取り締まりの強化、違法行為への厳罰化、高齢者被害防止策の早急な検討が必要。
- 悪質事業者の名称等の情報公開をしてほしい。

#### 消費生活相談窓口について

- 高齢化に伴い、各市町村に気楽に相談できる専門窓口が必要。
- 相談窓口の周知がもっと必要。窓口の電話番号等を記載したものを各家庭へ配布したらどうか。
- 相談窓口が利用しにくい。（居住地の市町村役場には知り合いが多く行きづらい。他の相談窓口は遠方。）

#### 消費者教育・啓発

- 年代に応じて学べる講座等を実施してほしい。
- 子供の頃からの消費者教育、若者への消費者被害の危険性の周知が必要。
- 講座等への参加が難しい勤労世代のために、勤め先（企業）への対応を望む。
- 高齢者への繰り返しの啓発、わかりやすい説明、回覧板や広報誌での情報提供が必要。（高齢者はインターネットを利用する機会が少ない。）
- なるべく小さな地域単位（公民館・老人会）での啓発講座や情報交換の実施が必要。
- 消費者の自立を促すことが大切。

#### 情報提供・広報

- 広報誌に消費者問題を多く掲載してほしい。
- インターネットでの情報提供の充実を図ってほしい。
- インターネットは年齢や興味の有無で効果が分かれる。幅広い機会を利用した情報提供をしてほしい。
- 講座等の実施よりも、わかりやすい簡単なCM、広告の工夫、テレビ・ラジオの利用が効果的だと思う。
- 高齢者には、人から人への情報伝達が効果的。地域の役員等の協力が大切。
- パンフレットなどの配布に頼らない、お金をかけない情報提供の工夫をしてほしい。

## **食品の安全**

- 信頼できる表示制度の確立を望む。
- 子供たちを放射能の影響から守る取り組みを強化してほしい。

## **その他**

- 携帯電話やパソコン等が子供たちの成長に悪影響を及ぼさないよう、利益の追求ではなく安全な機種の開発等を重視した対応をメーカーに望む。
- 携帯ゲームは有名タレントを使った安易なテレビコマーシャルで利用をあおり、一方、学校からは「危険」のお便りが配られる。とても矛盾を感じる。
- 消費者の隅々まで被害に遭わないように啓発・情報提供、相談窓口の宣伝を工夫して取り組むことが重要。

