

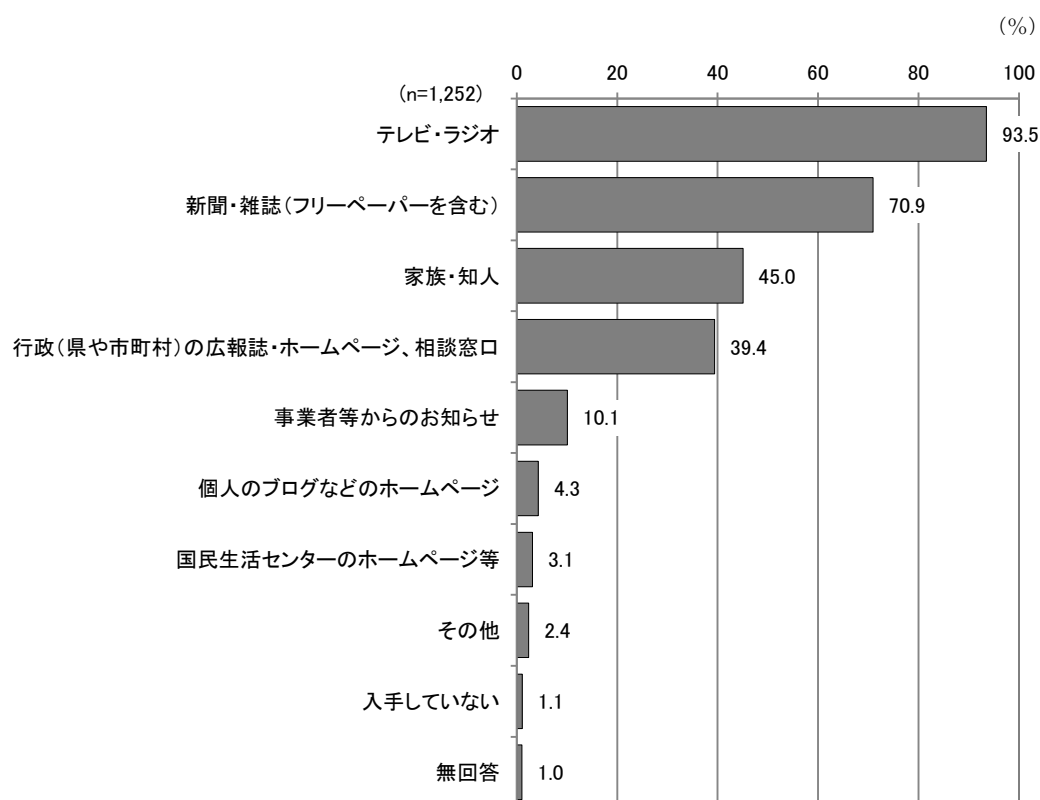
3 消費生活に関する情報について

(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%)の順で続いている。(図3-1)

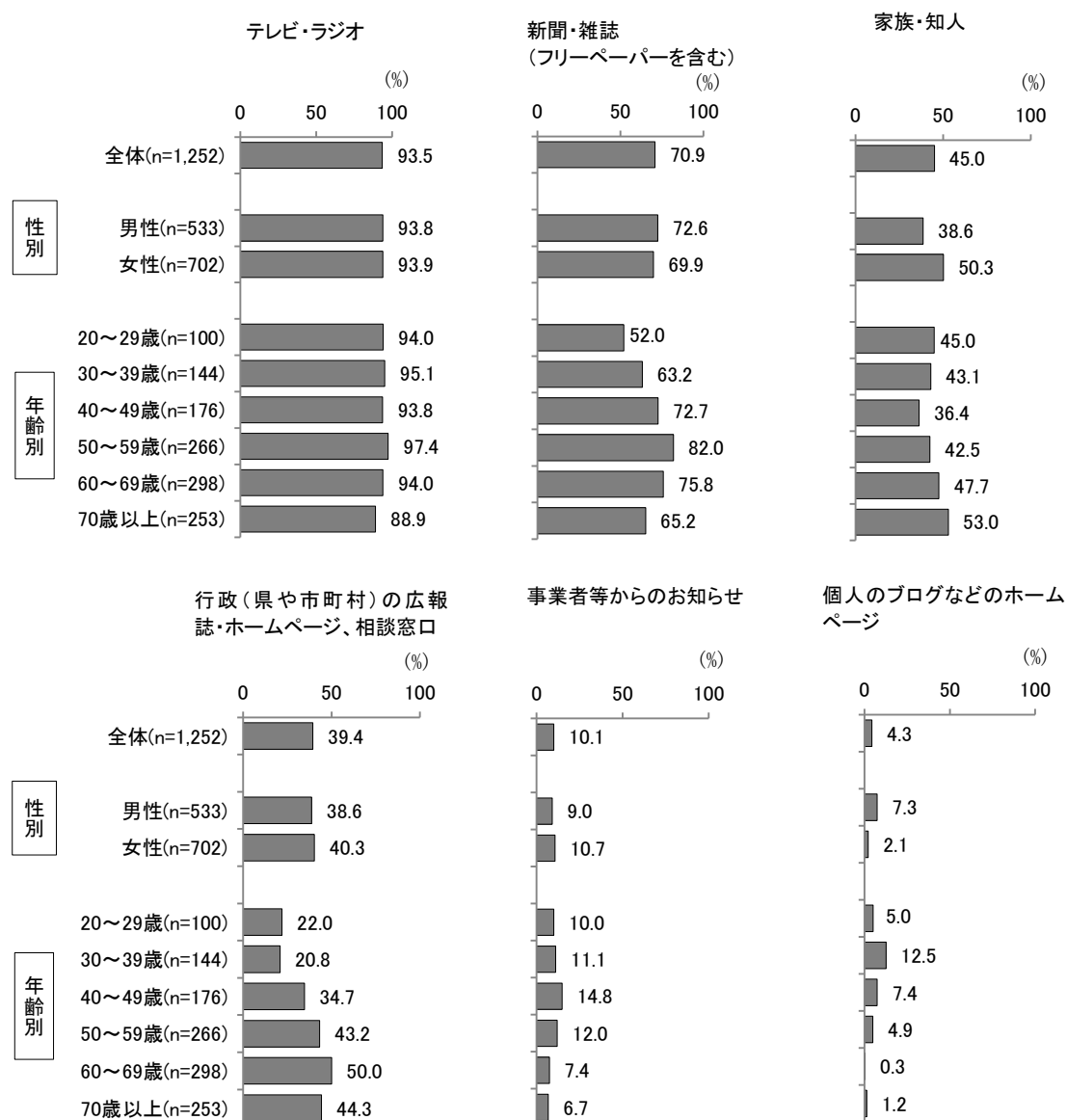
【性別】

「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）

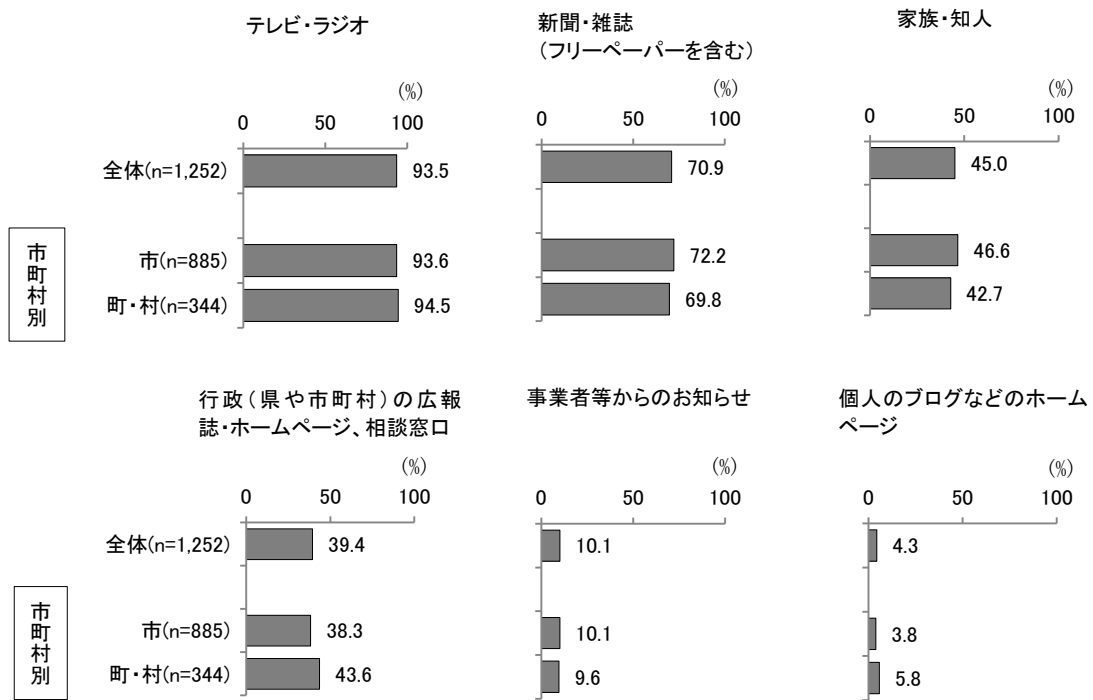
図3-2 消費生活に関する情報の入手先(上位6項目) 性別・年齢別



【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）

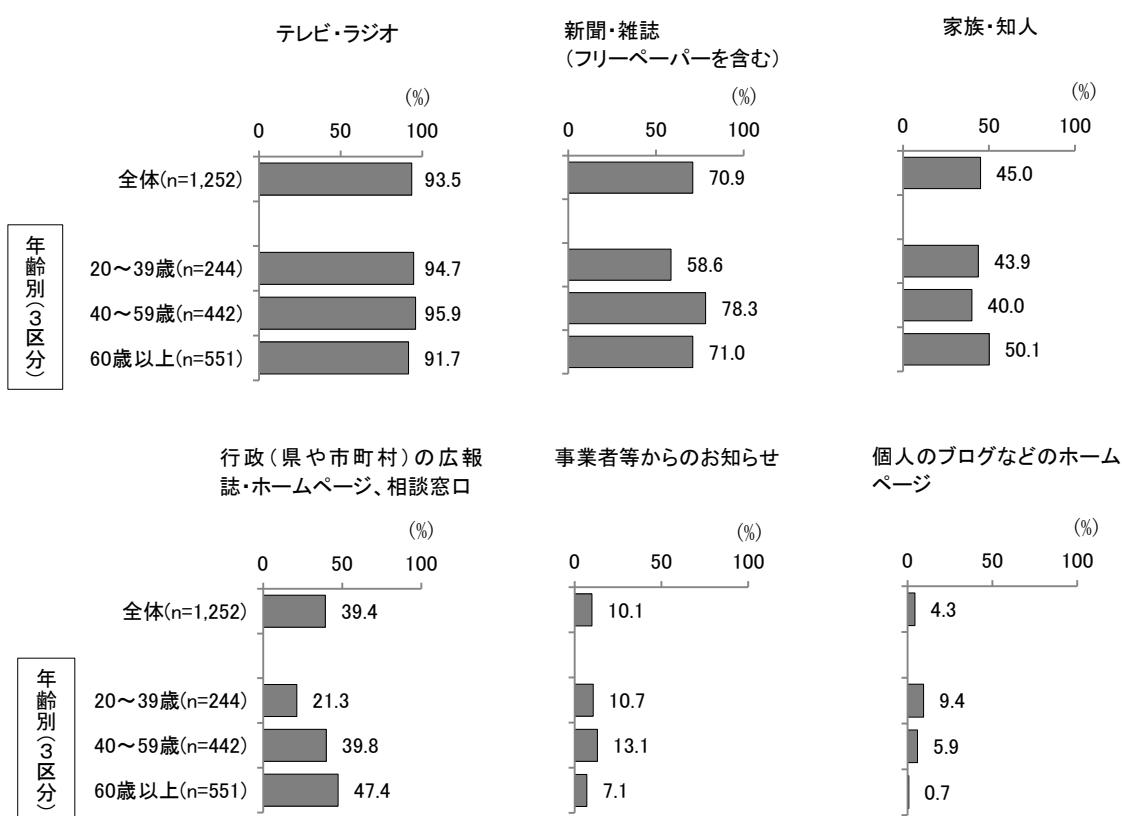
図3-3 消費生活に関する情報の入手先(上位6項目) 市町村別



【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。

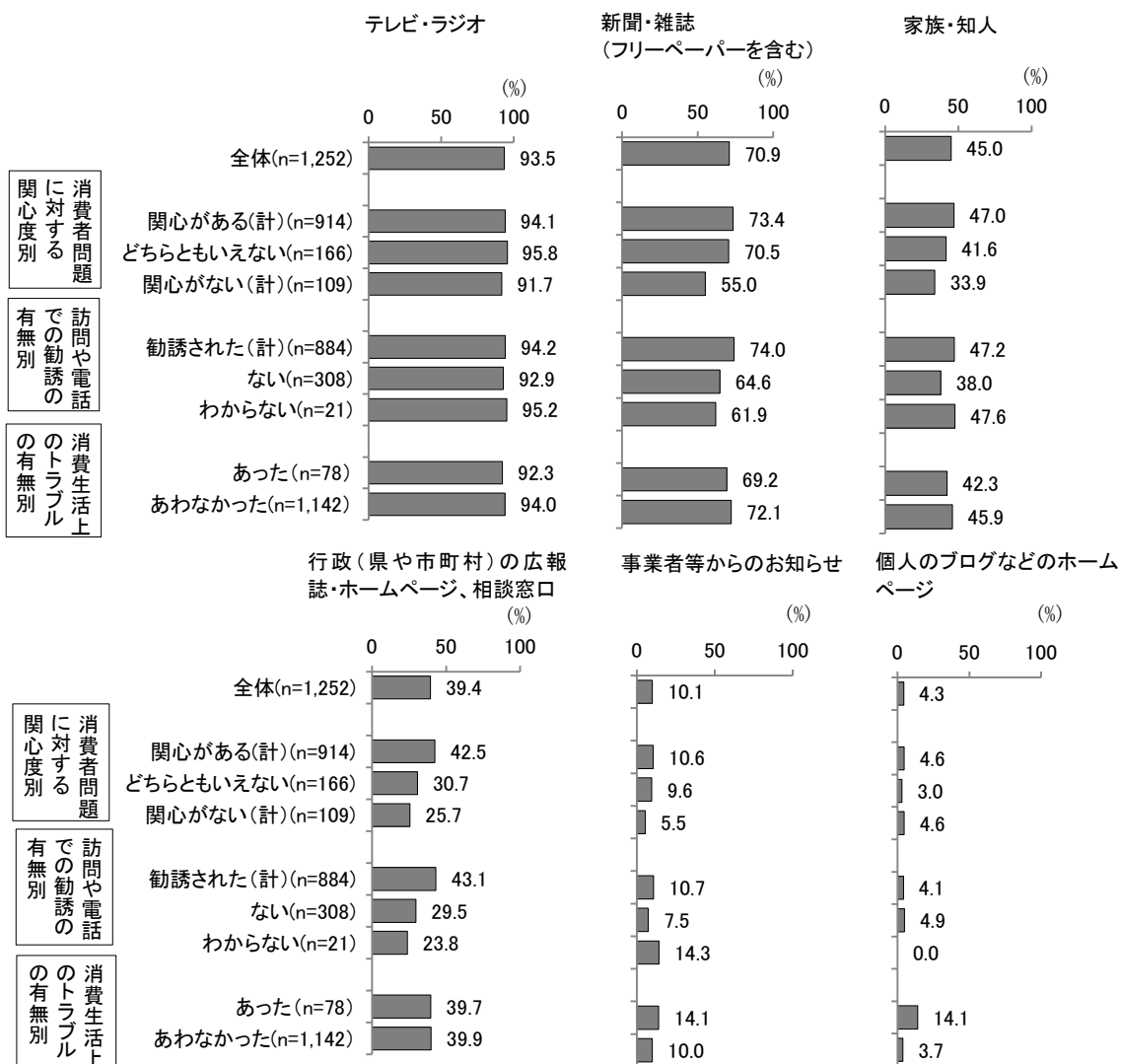
（図3-5）

【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)

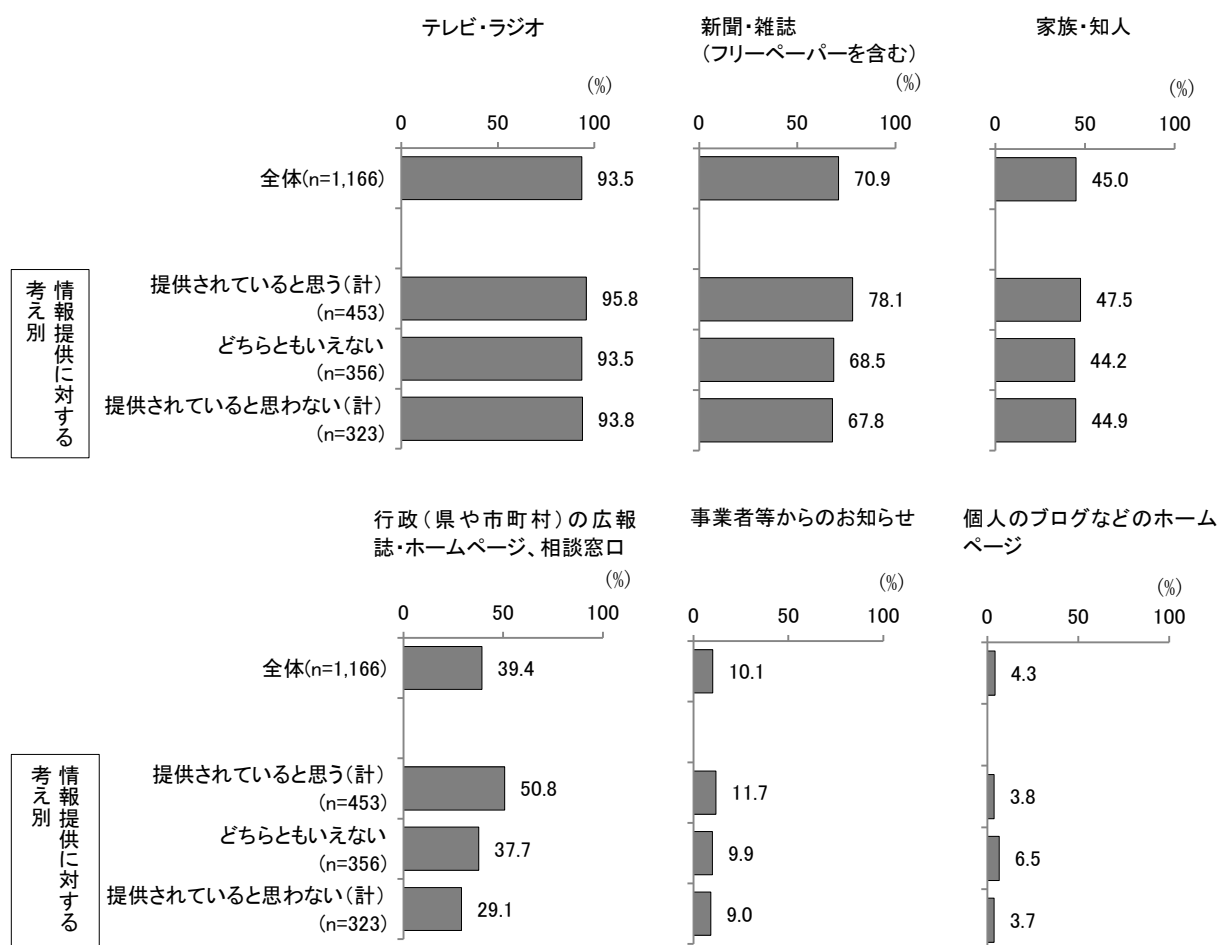
消費者問題に対する関心度別・訪問や電話での勧誘の有無別



【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



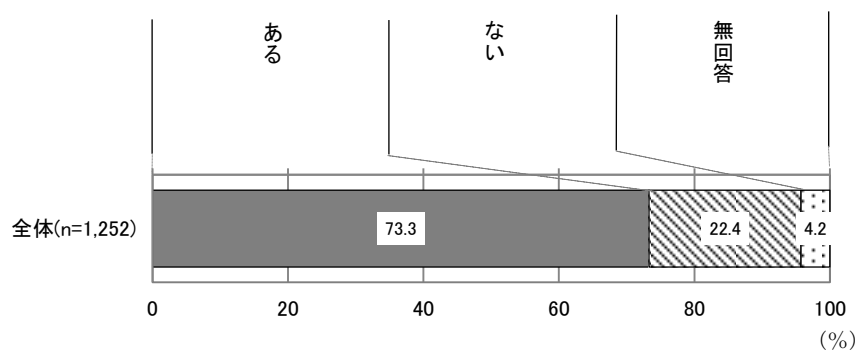
(2) リコール情報を見た経験の有無

◆「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）

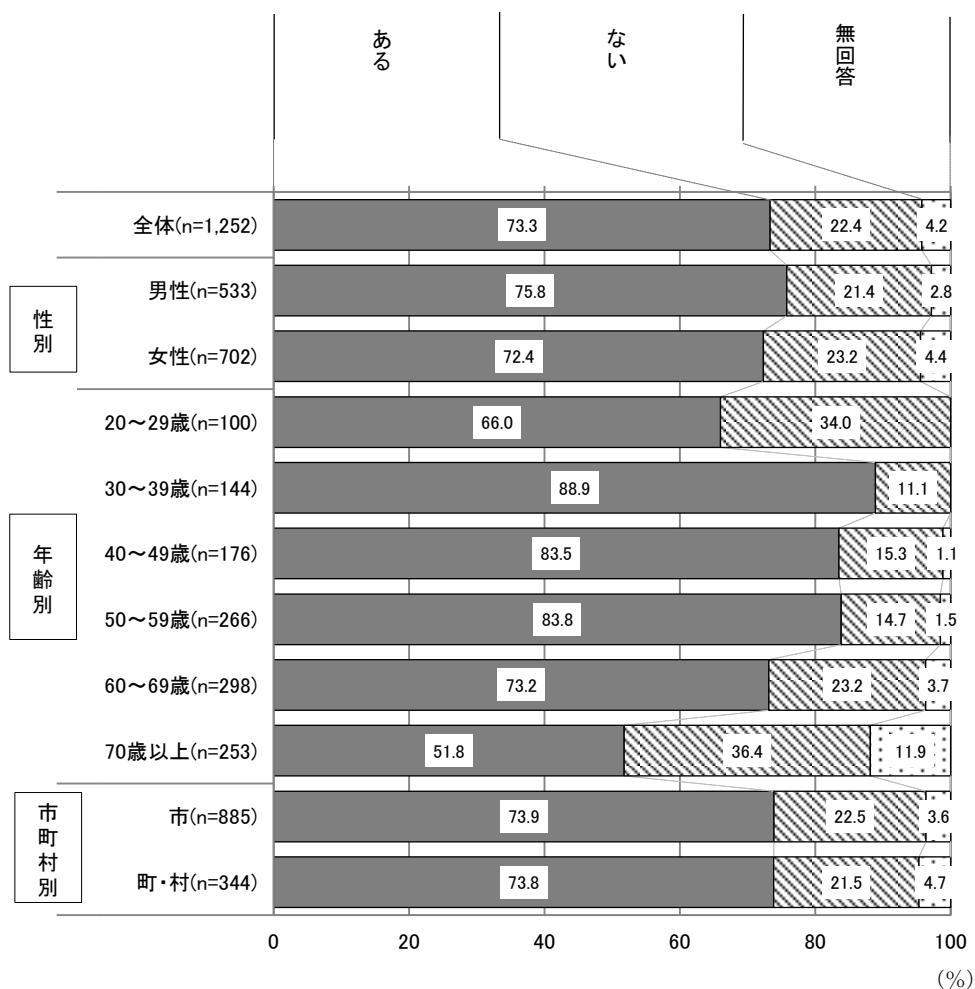
【年齢別】

「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

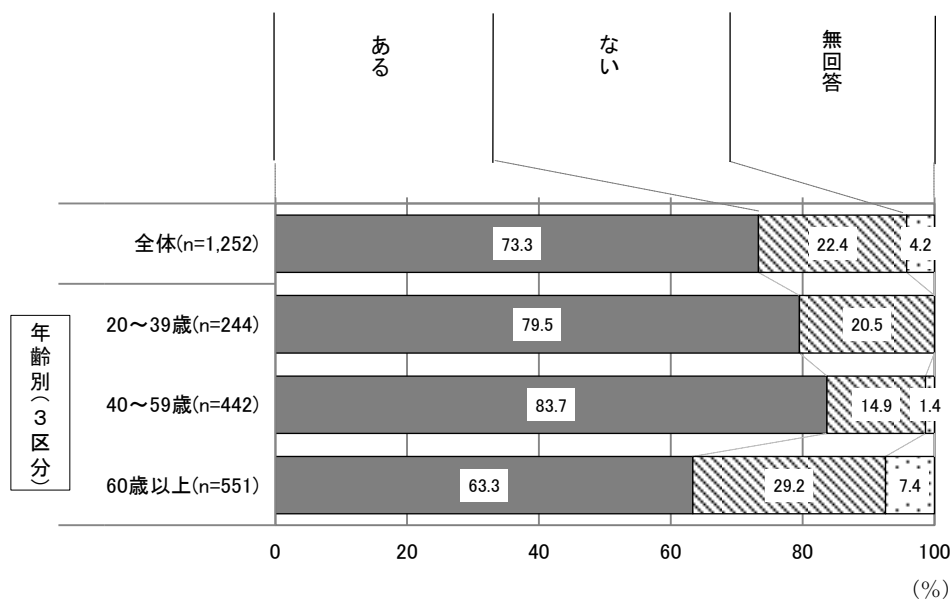


【年齢別（3区分）】

「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）



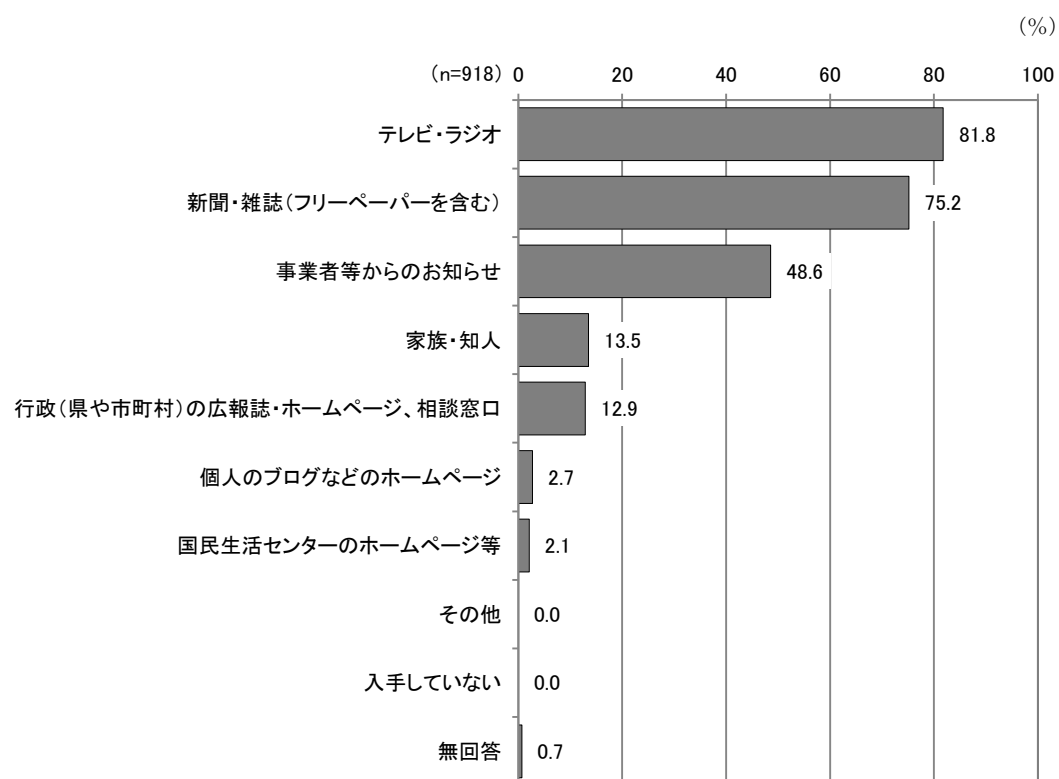
(3) リコール情報の入手先

◆「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)

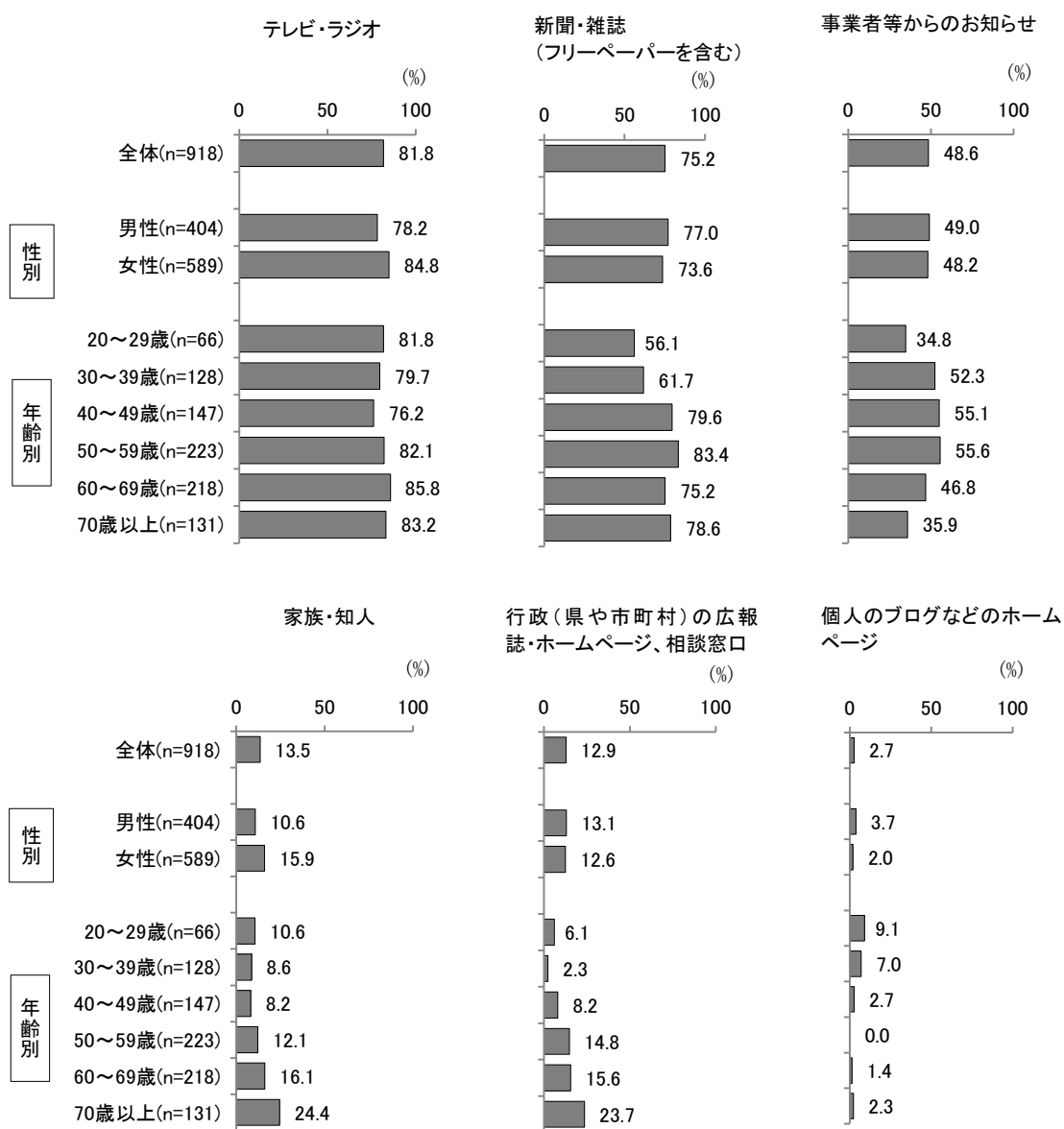
【性別】

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）

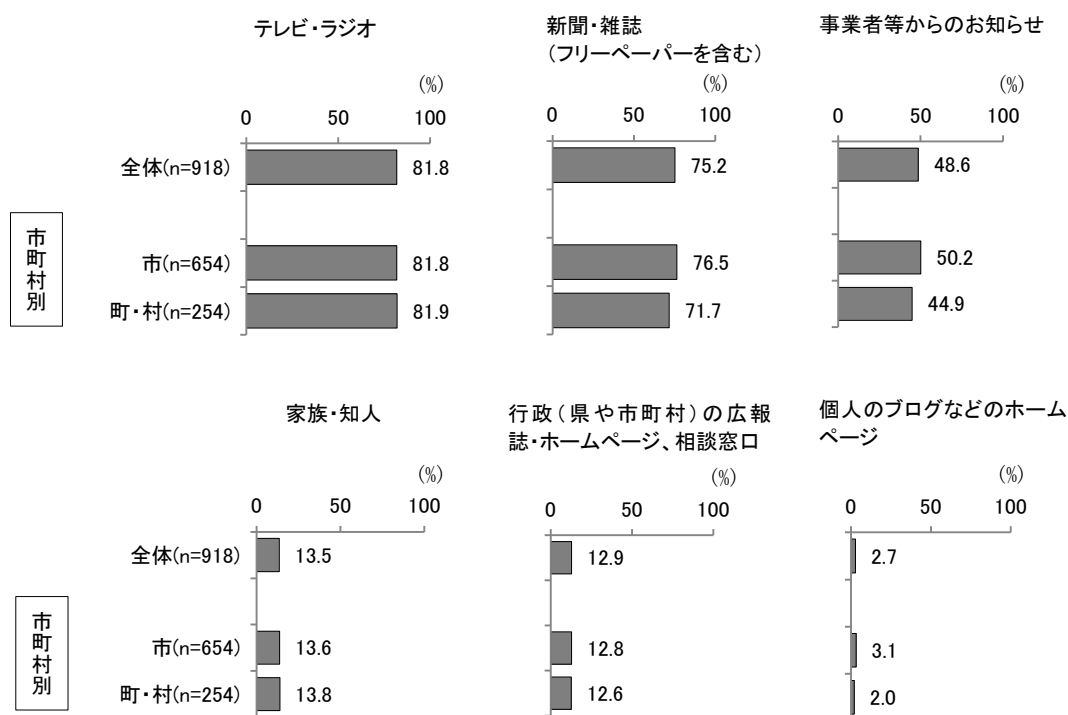
図3-11 リコール情報の入手先(上位6項目) 性別・年齢別



【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

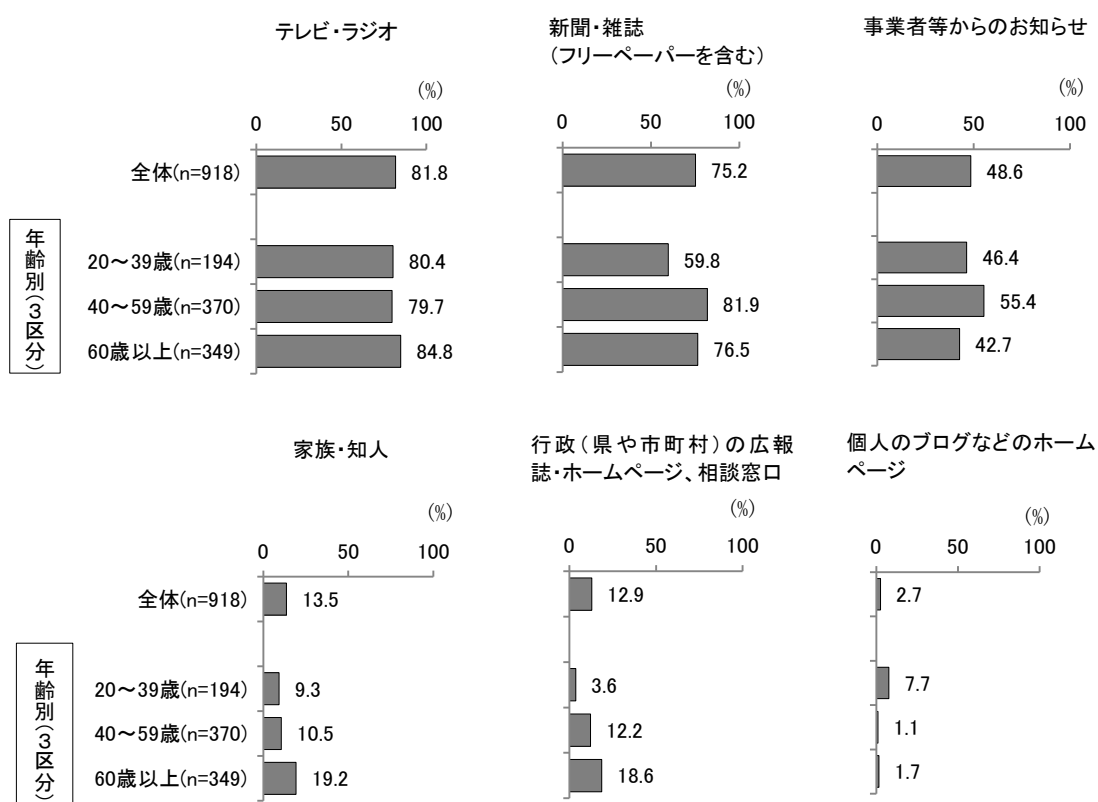


【年齢別（3区分）】

「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）

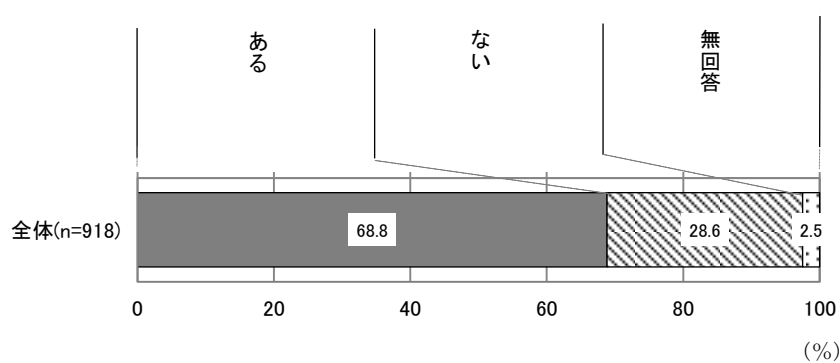


(4) リコール対象商品等の確認経験の有無

◆「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）

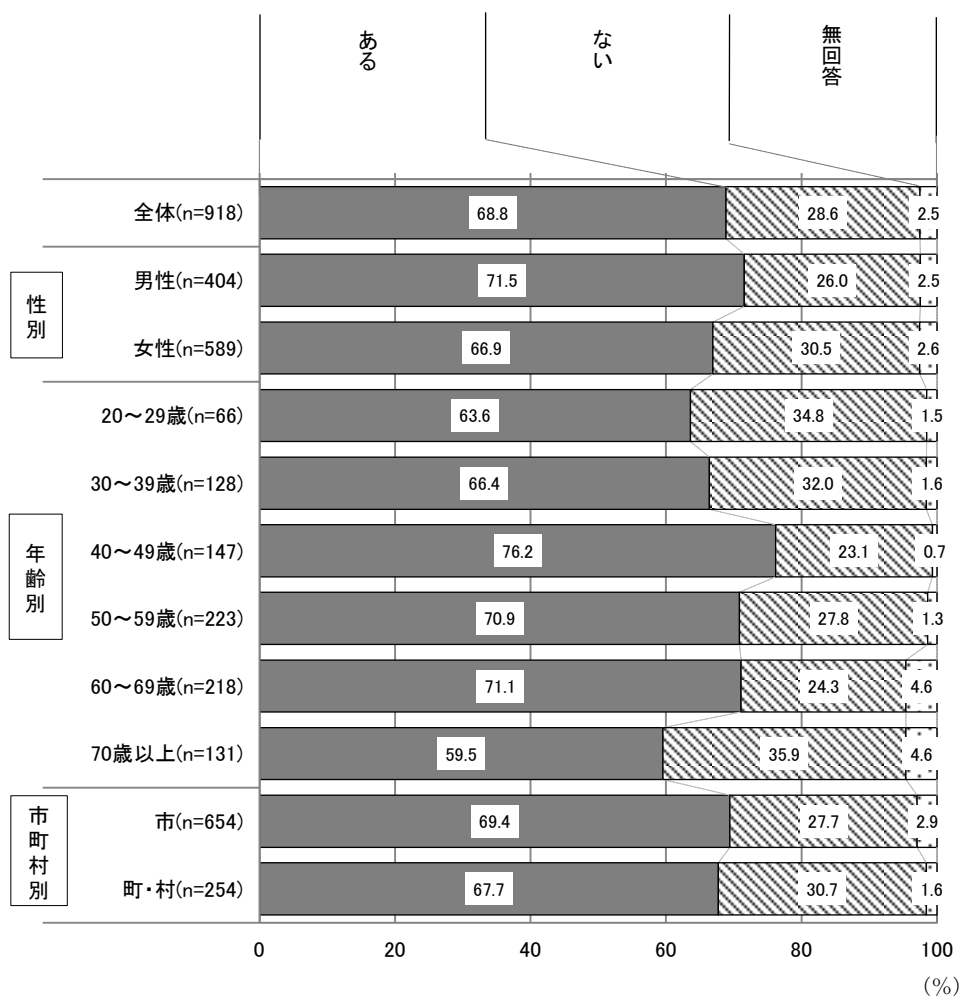
【年齢別】

「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

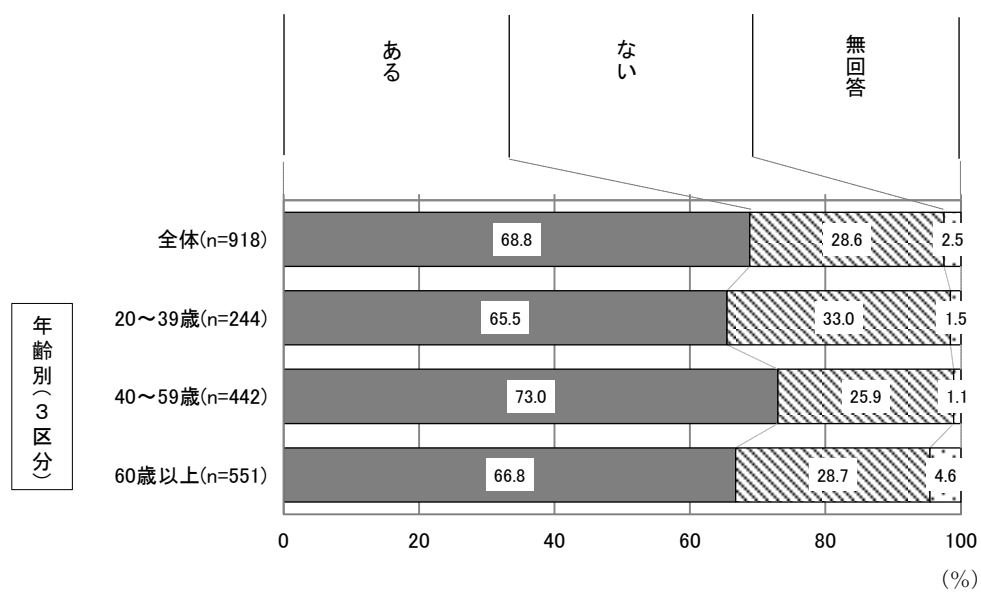


【年齢別（3区分）】

「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）

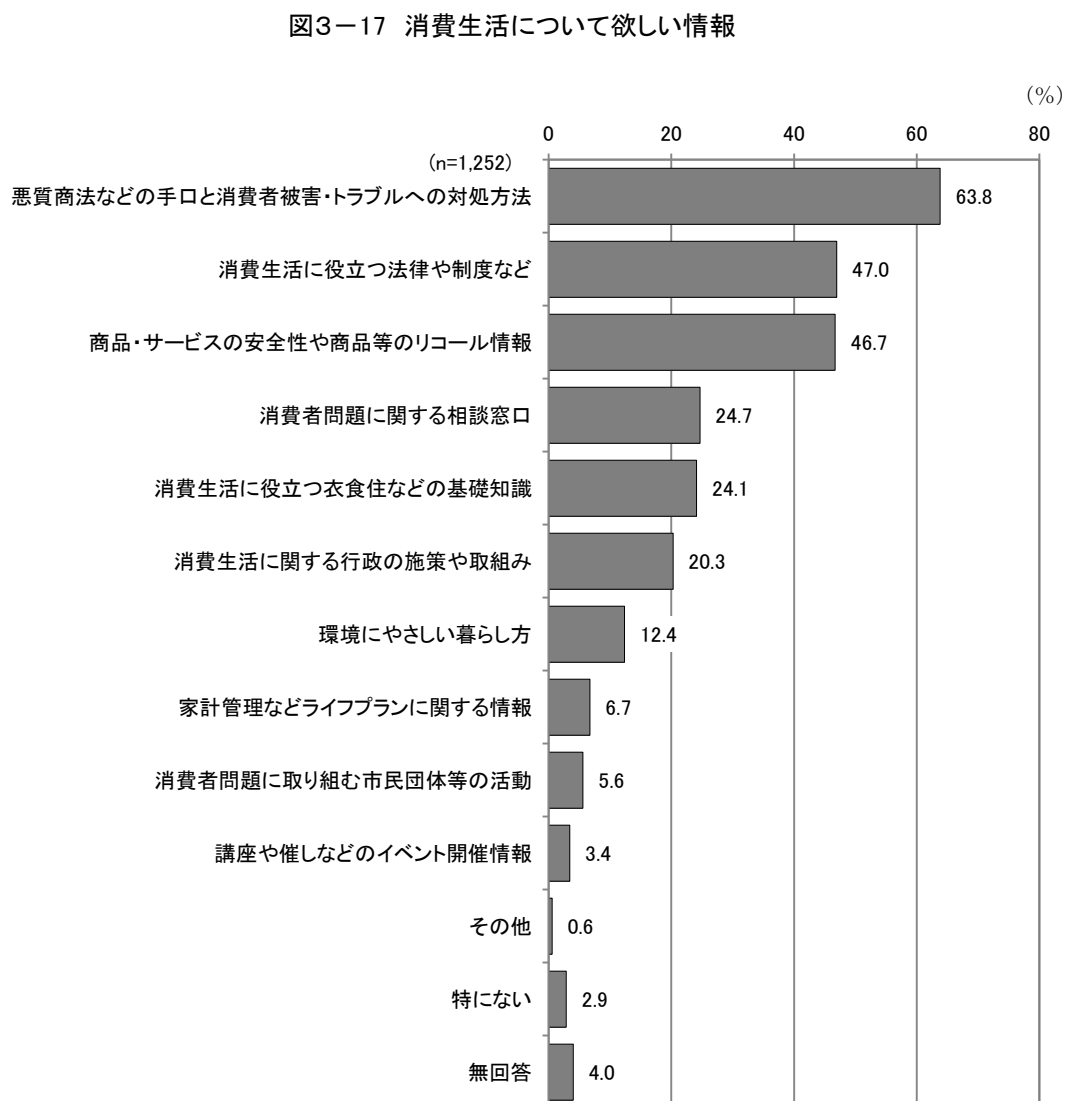
図3-16 リコール対象商品等の確認経験の有無 年齢別（3区分）



(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。(○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)

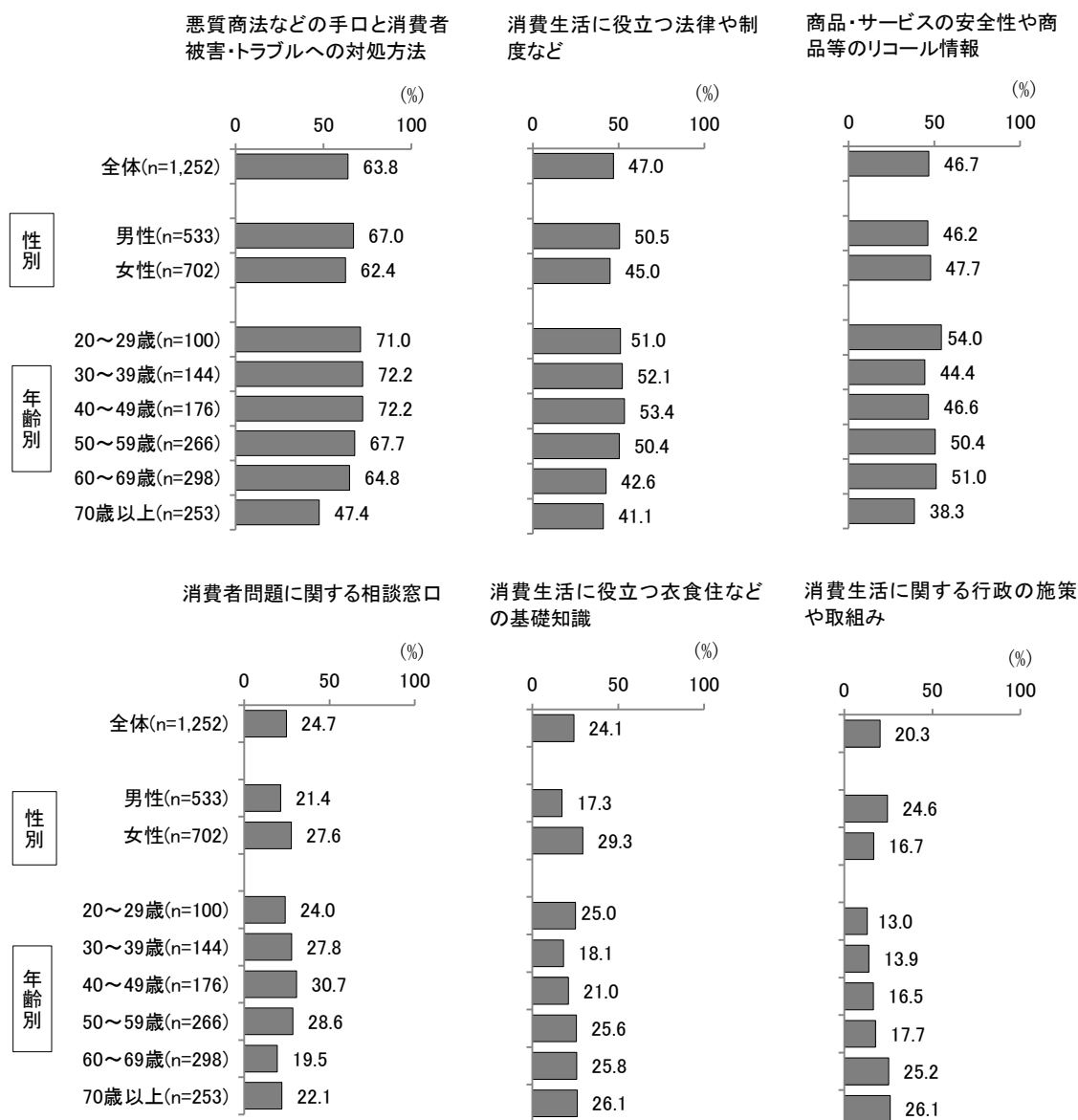
【性別】

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)

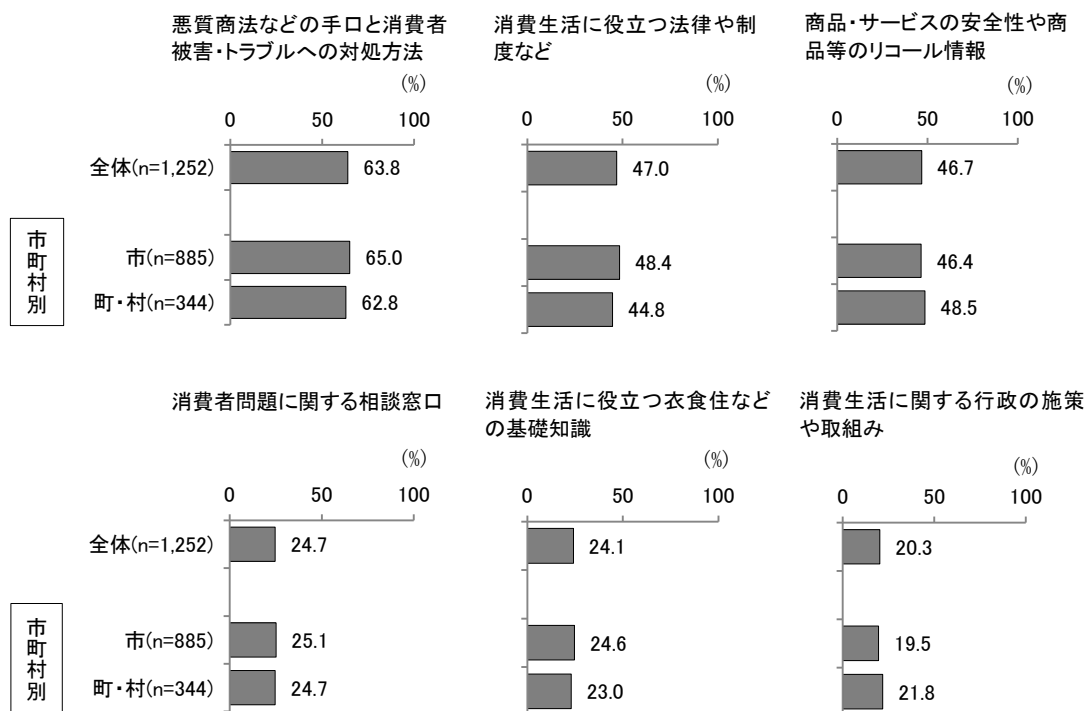
図3—18 消費生活について欲しい情報(上位6項目) 性別・年齢別



【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

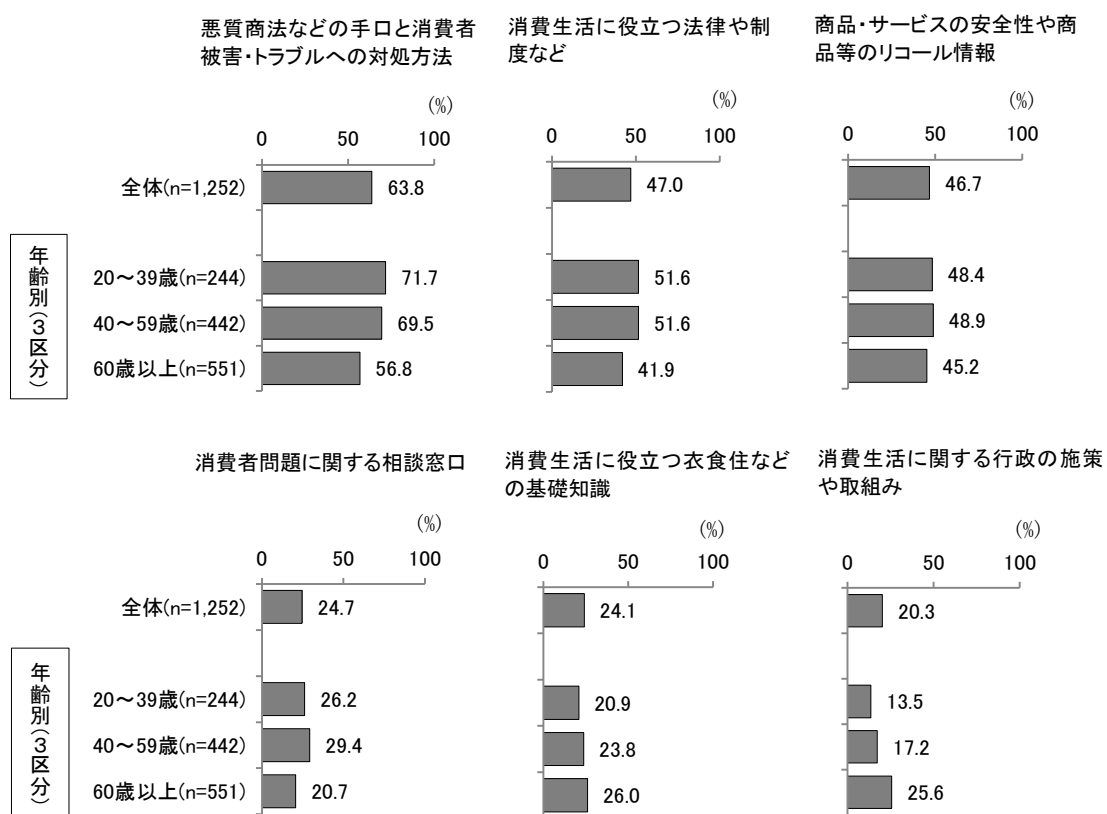


【年齢別（3区分）】

「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)

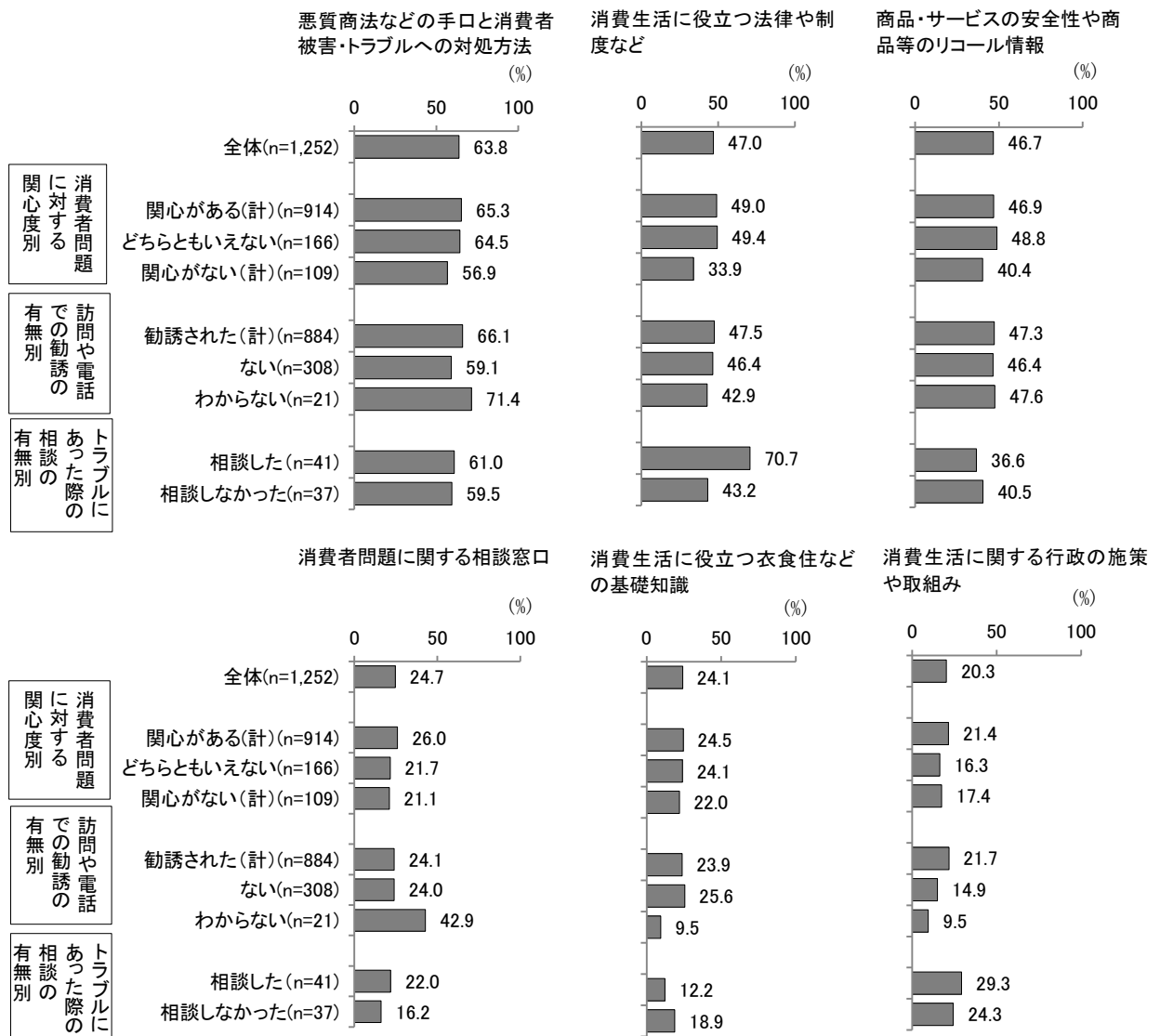
【訪問や電話での勧誘の有無別】

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】

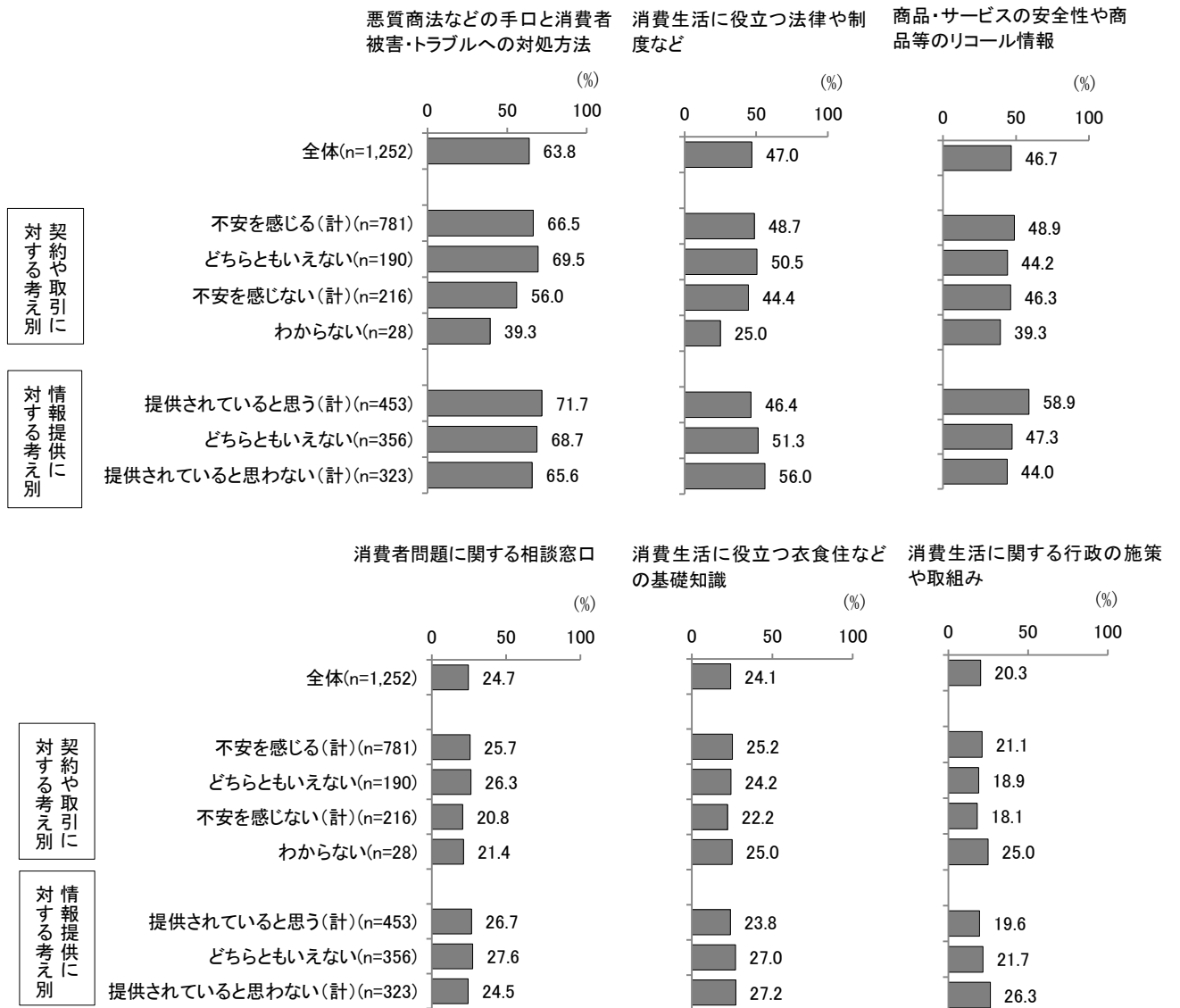
上位6項目中全ての項目で、契約や取引に対して“不安を感じる(計)”人の方が、“不安を感じない(計)”よりも回答割合が高くなっている。特に、「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法」では、10.5ポイントの差となっている。(図3-22)

【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

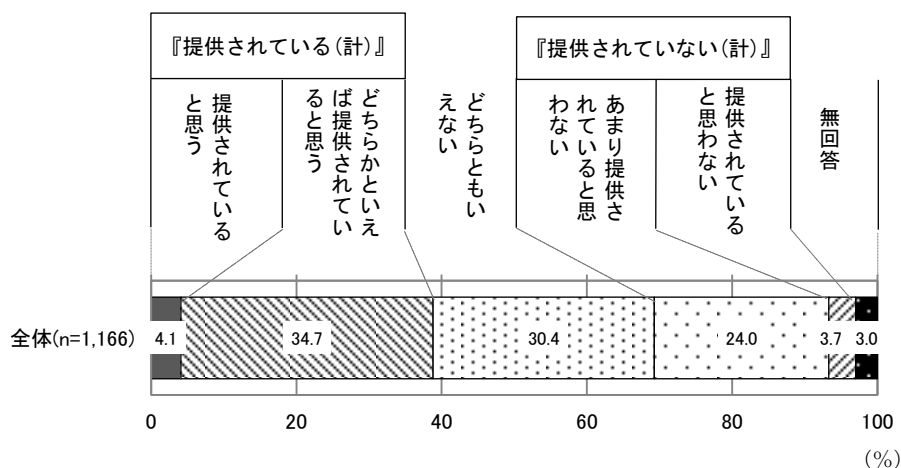


(6) 情報提供に対する考え

◆『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）

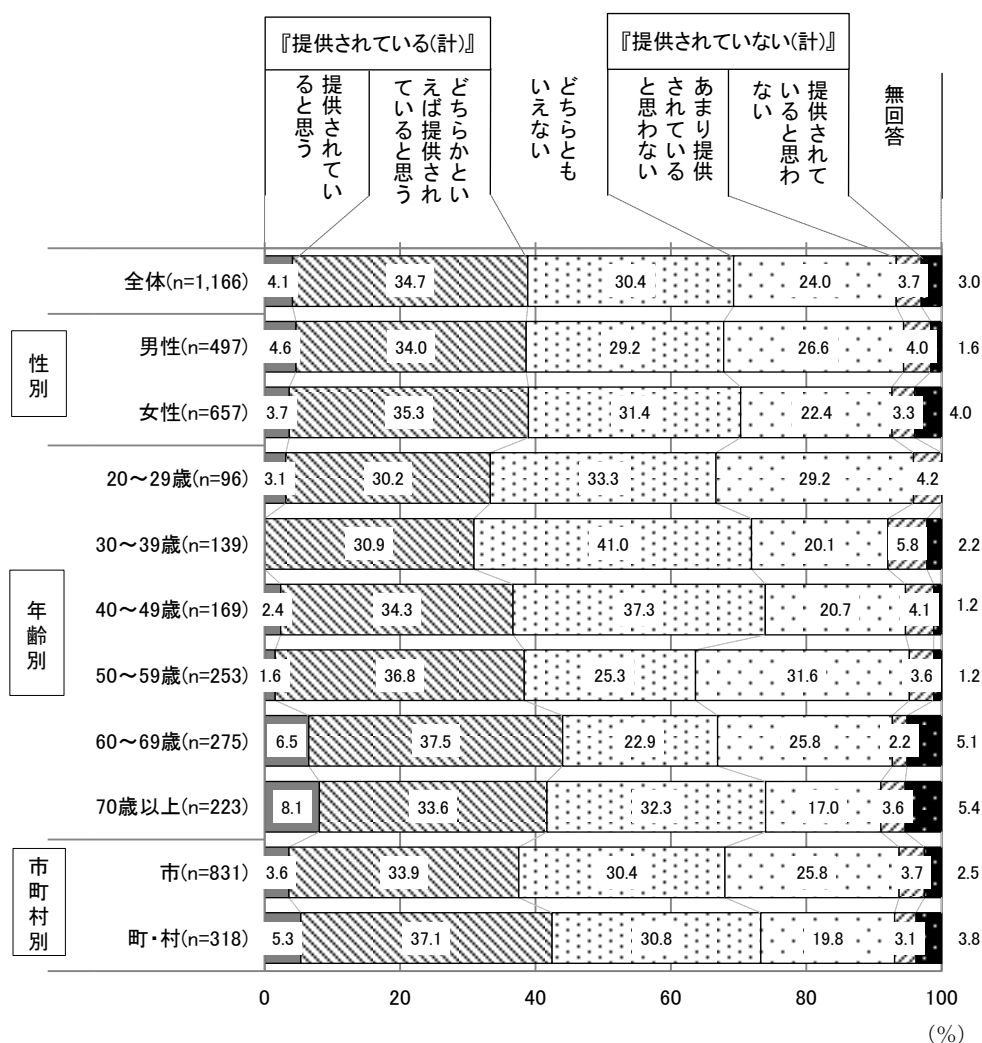
【年齢別】

『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）

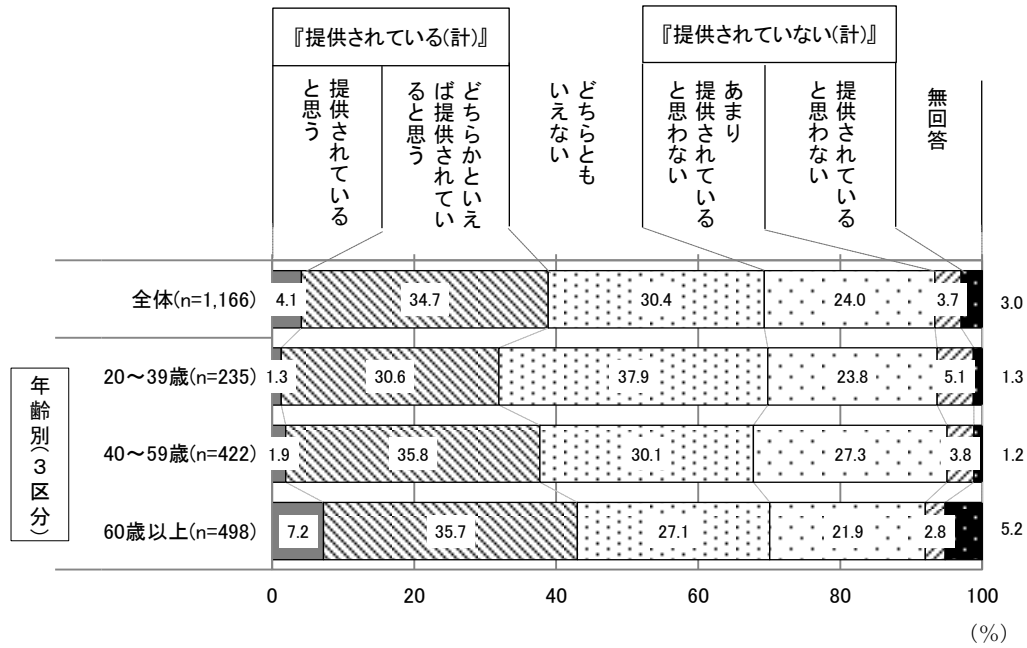
図3-24 情報提供に対する考え 性別・年齢別・市町村別



【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）

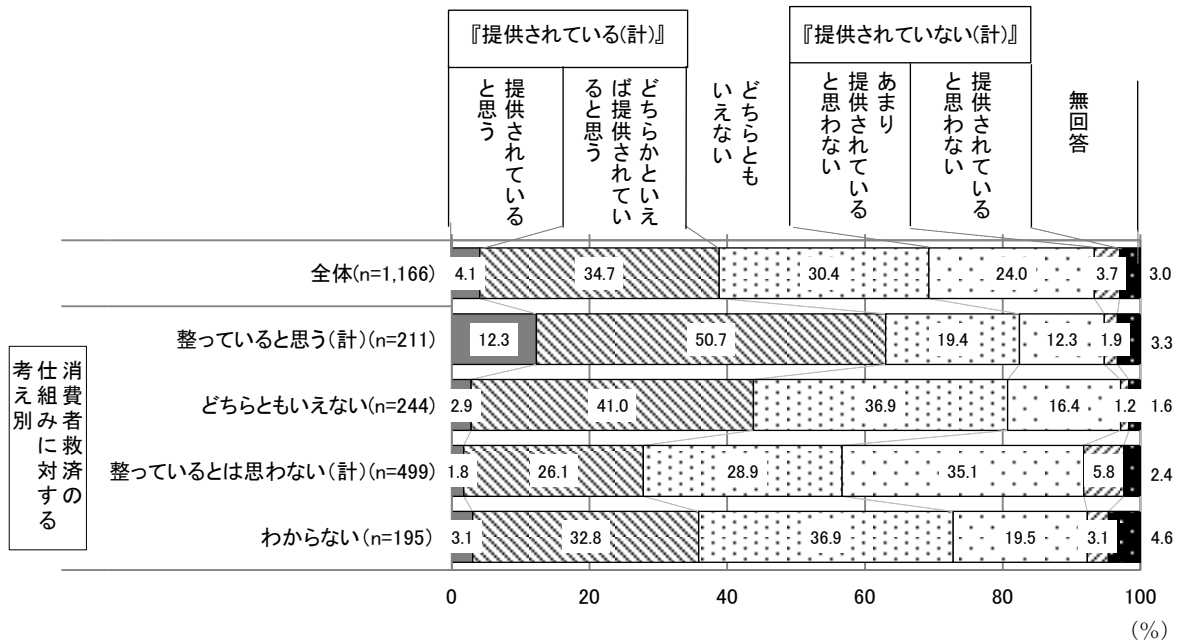


【消費者救済の仕組みに対する考え別】

『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

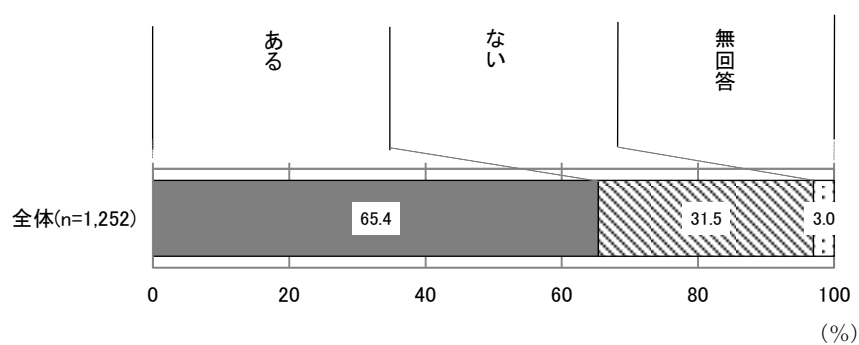


(7) 行政からの消費生活に関する情報を見た経験の有無

◆「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】

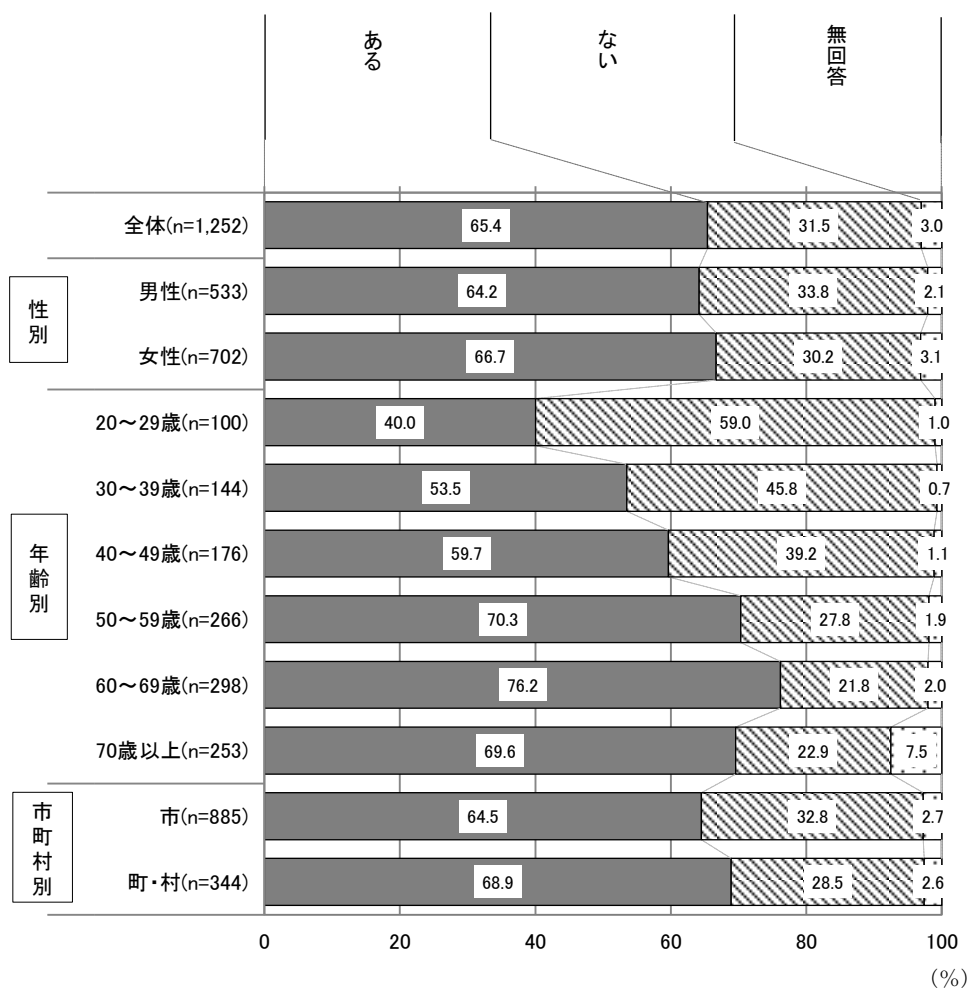
行政からの情報を見たことが「ある」という回答は、60～69歳(76.2%)が最も高くなっており、約8割となる。20歳～69歳までは年齢が高くなるほど「ある」という回答も増加しているものの、70歳以上ではやや低下している。

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)

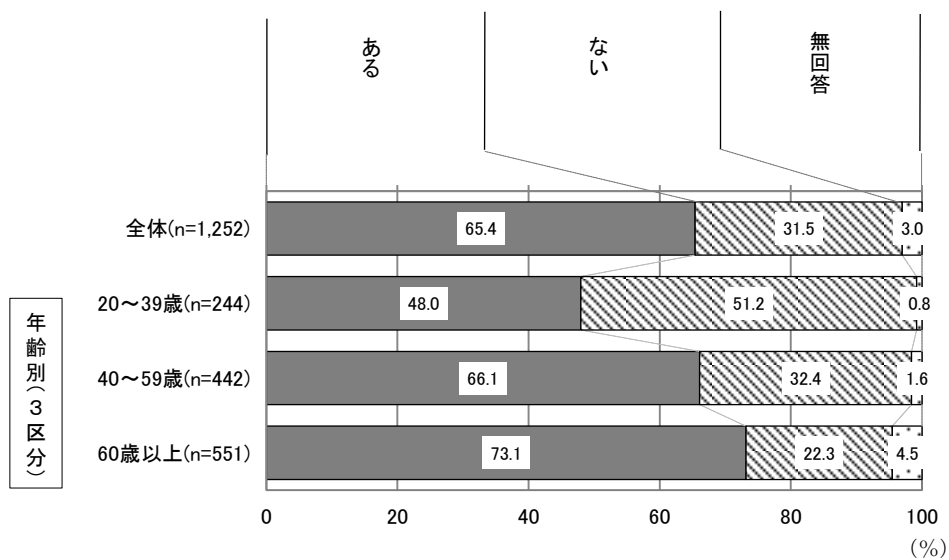
図3-28 行政からの消費生活に関する情報を見た経験の有無 性別・年齢別・市町村別



【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）

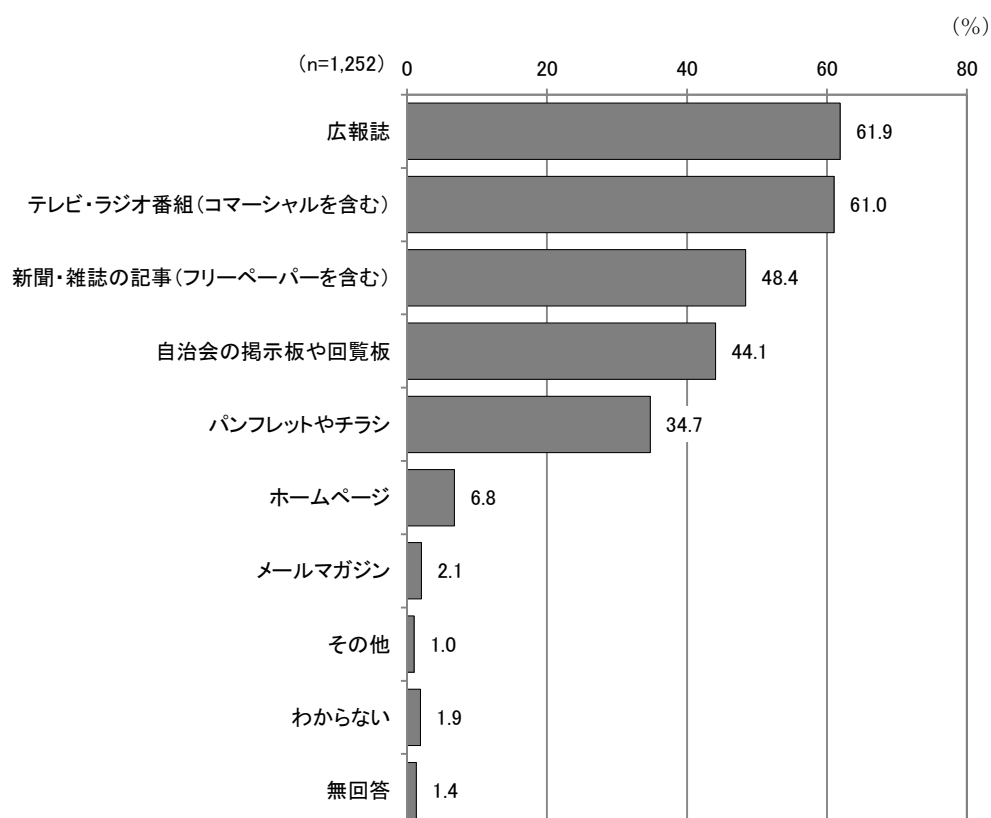


(8) 行政（県や市町村）が発信する情報で利用しやすいもの

◆「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）

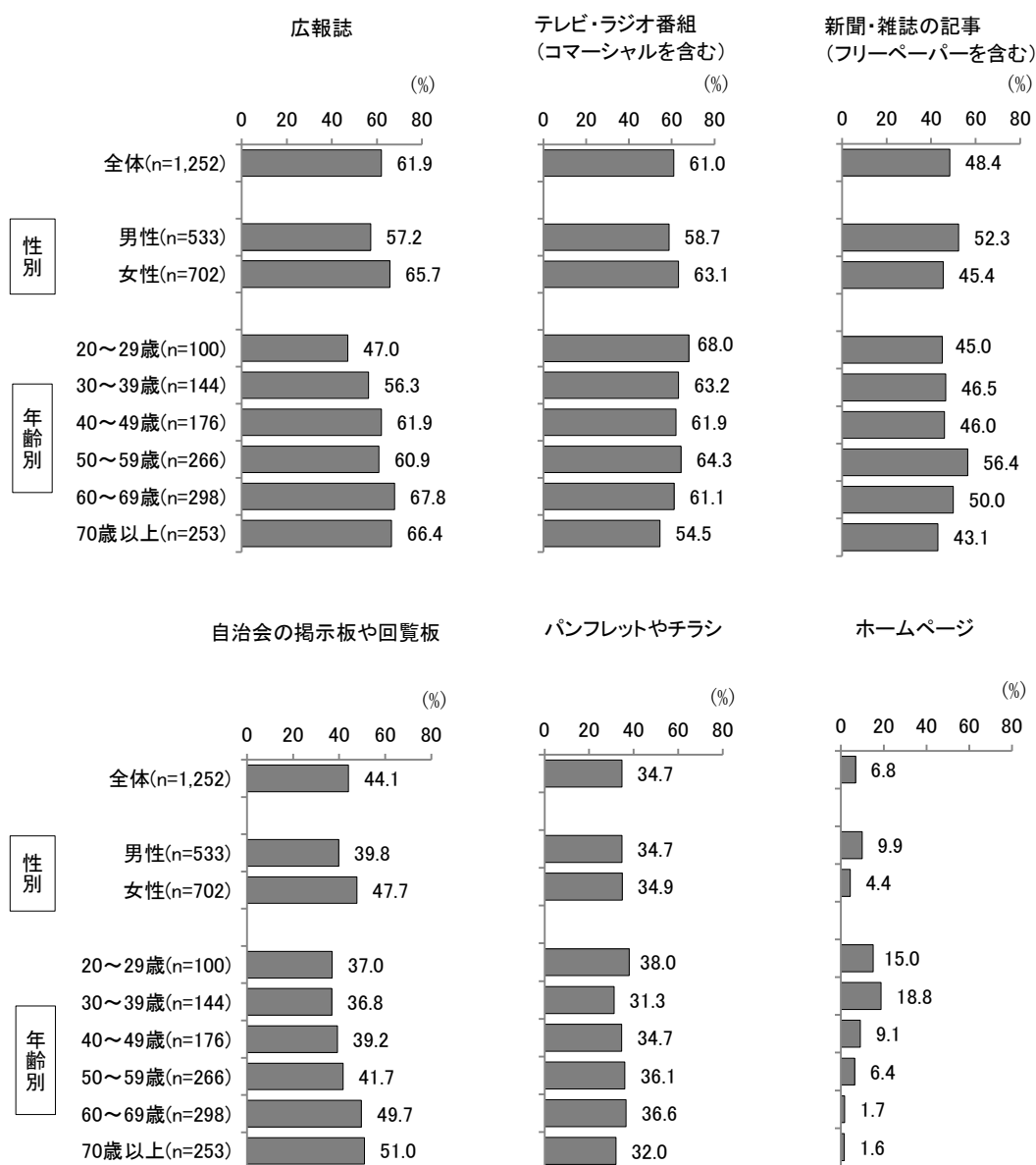
【性別】

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）

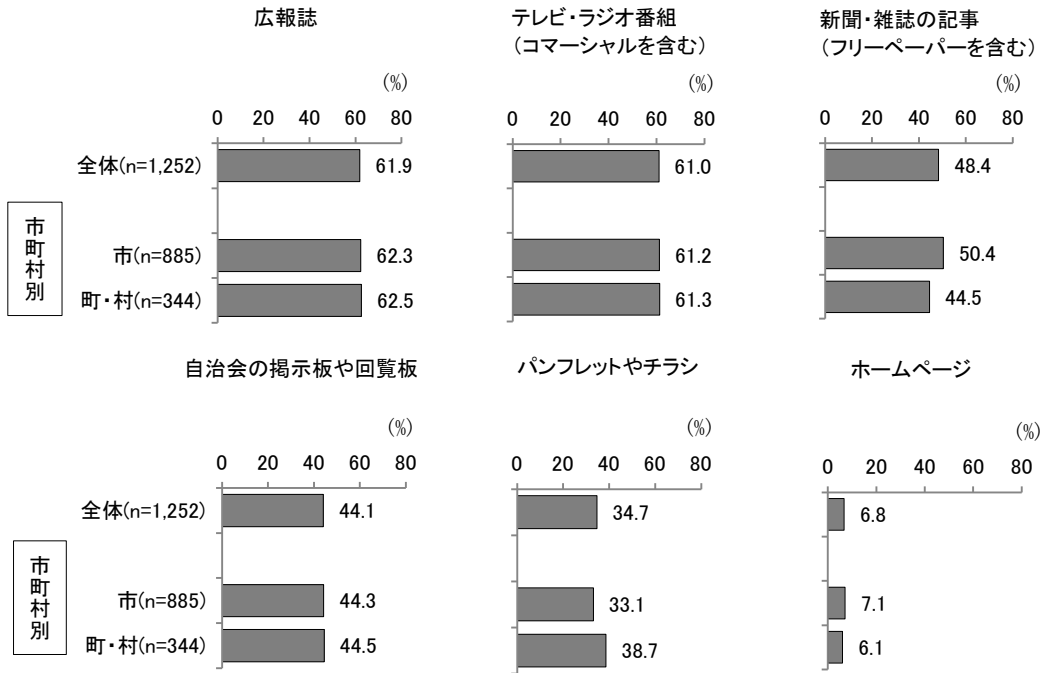
図3-31 行政が発信する情報で利用しやすいもの(上位6項目) 性別・年齢別



【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）

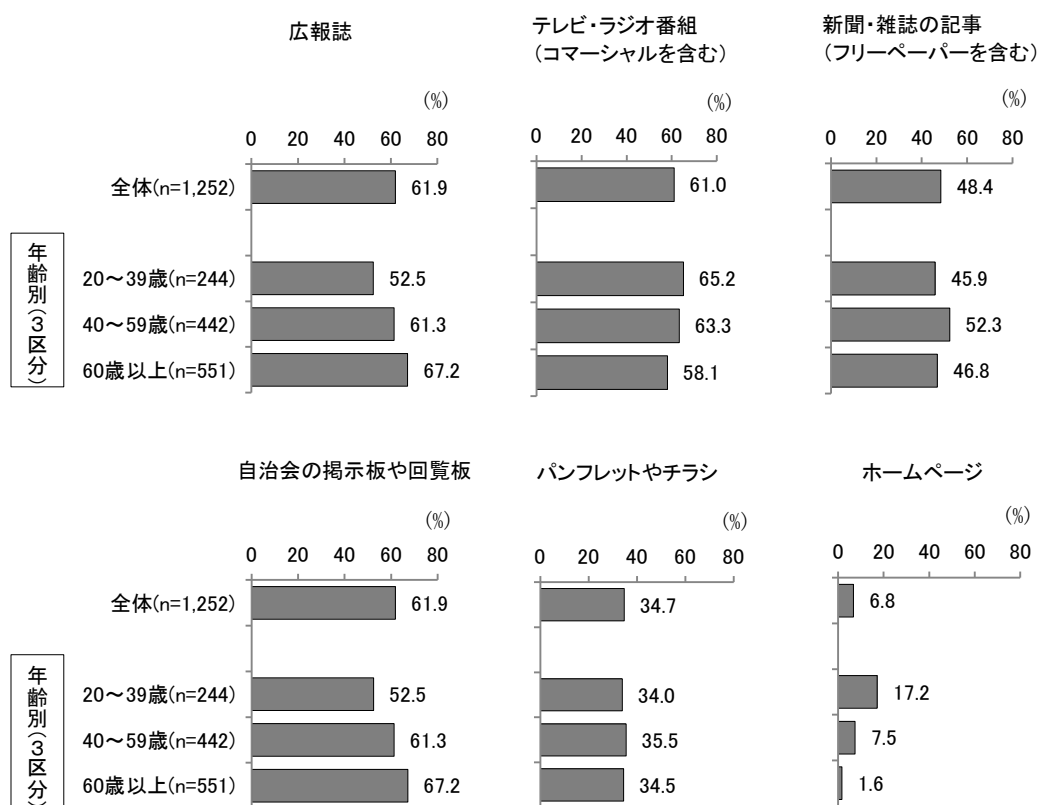
図3-32 行政が発信する情報で利用しやすいもの（上位6項目） 市町村別



【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）



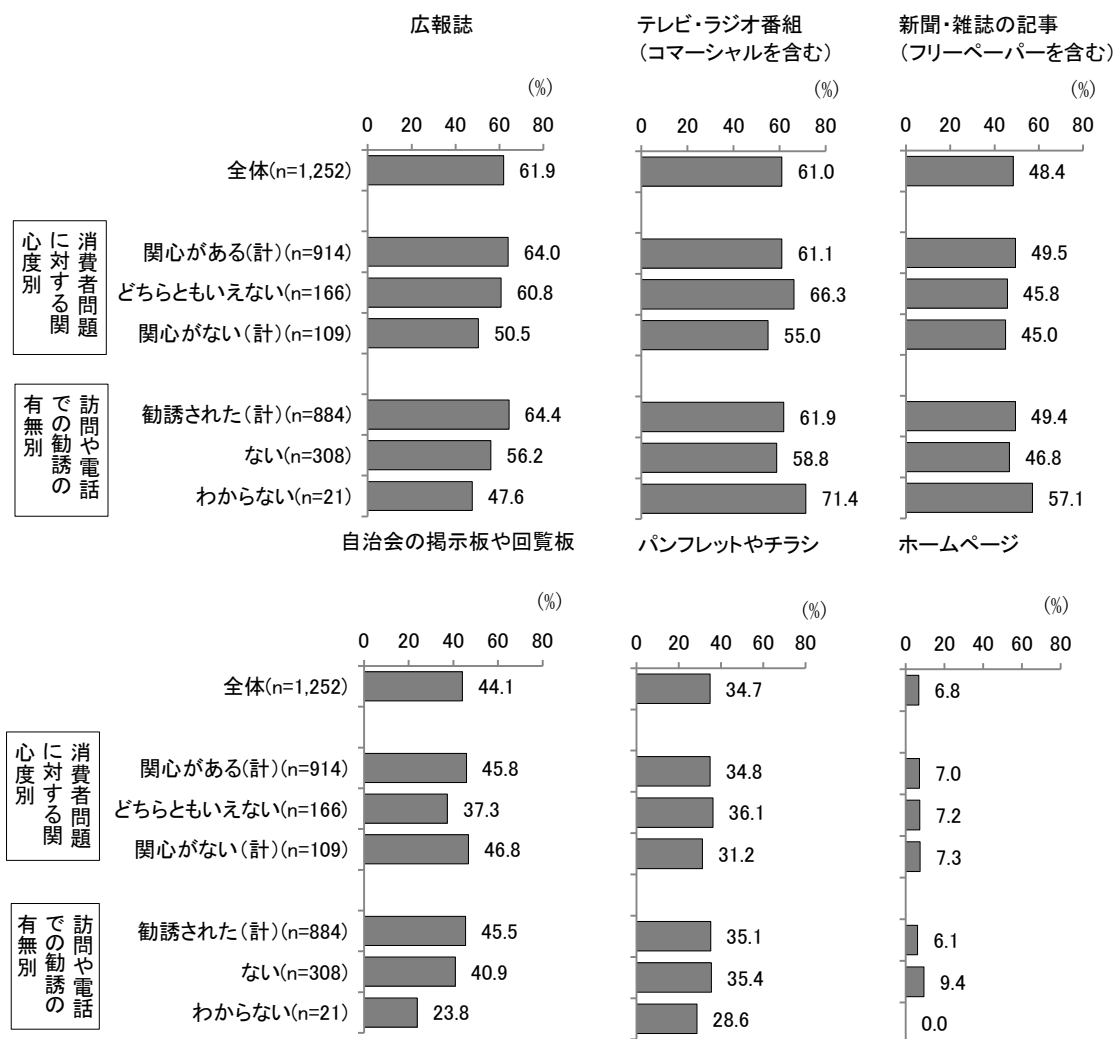
【消費者問題に対する関心度別】

「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



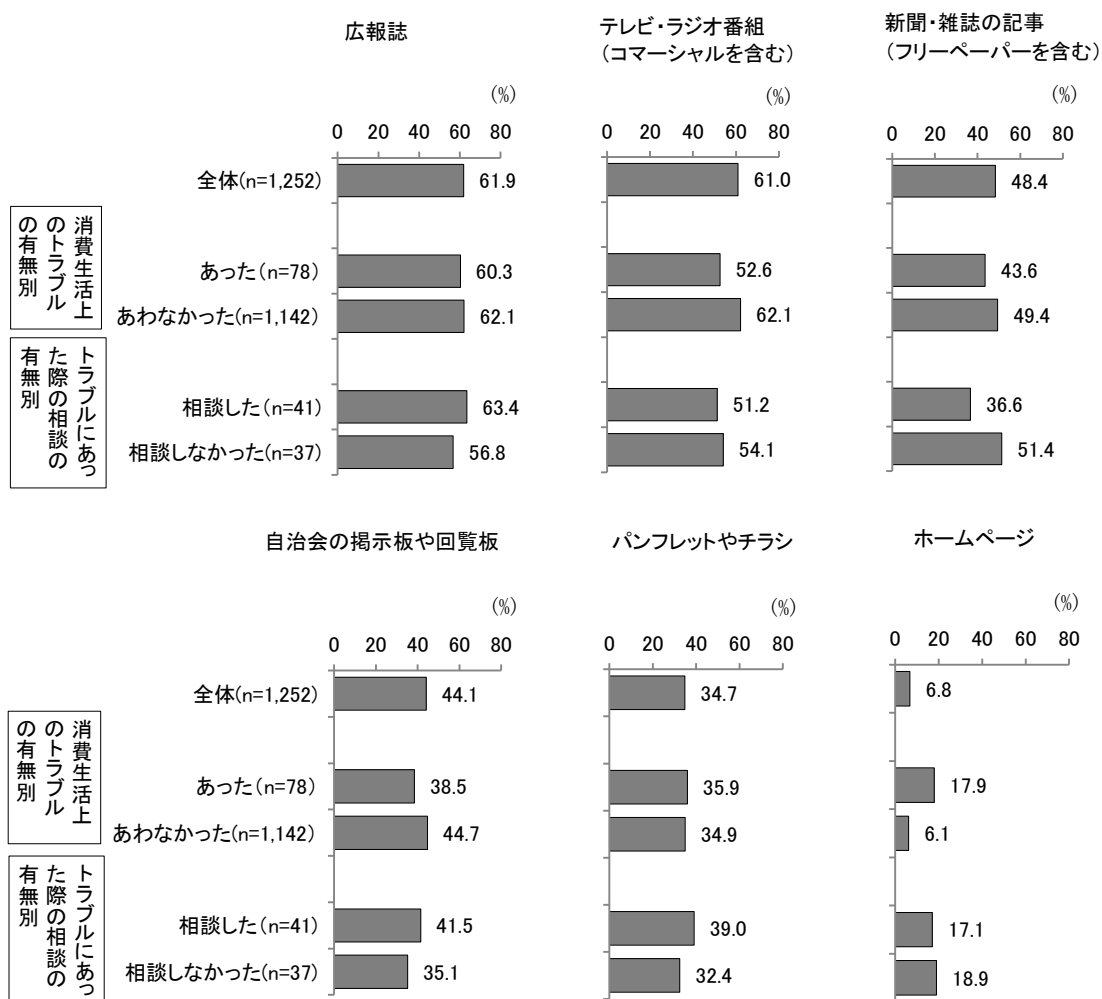
【消費生活上のトラブルの有無別】

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

