

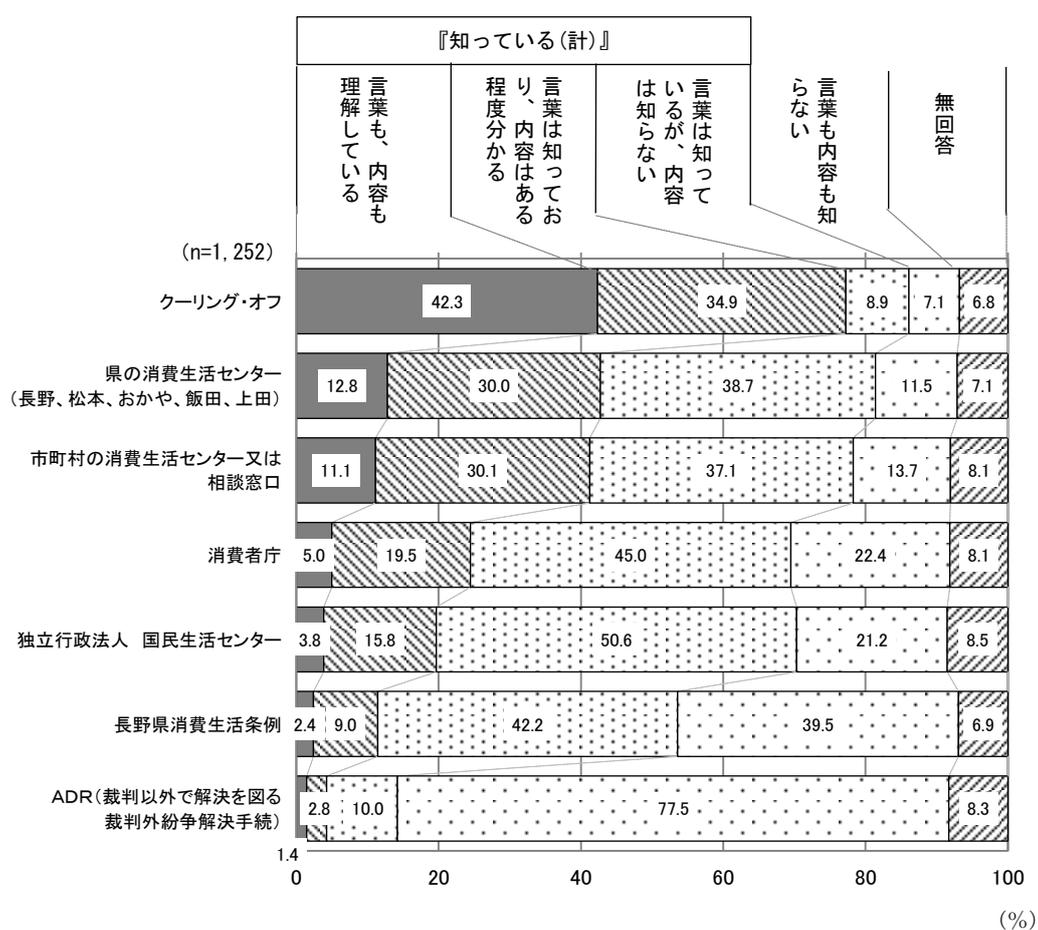
## 5 消費者問題に対する取組みとして行政に望むこと等について

### (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】

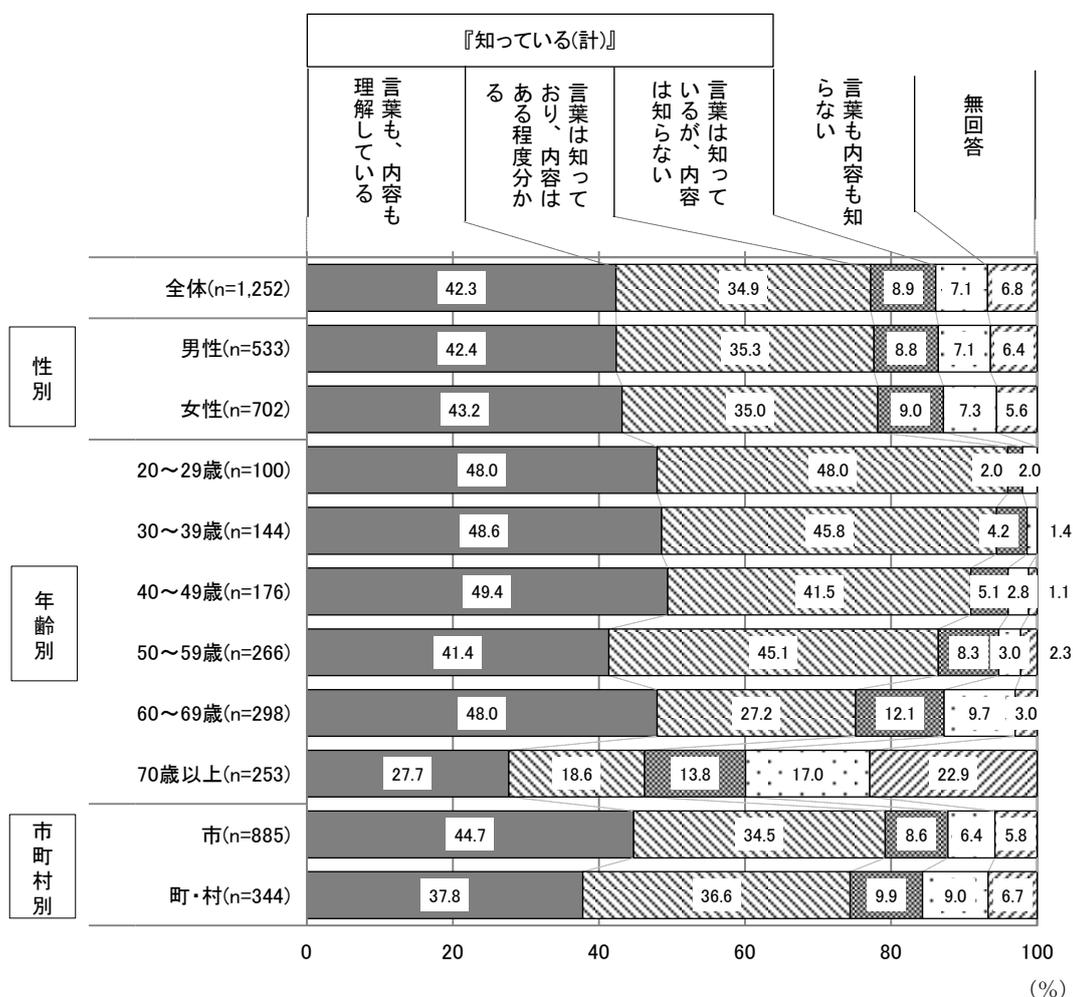
『知っている(計)』は、30~39歳が最も高く、98.6%となっている。(図5-2)

### 【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>

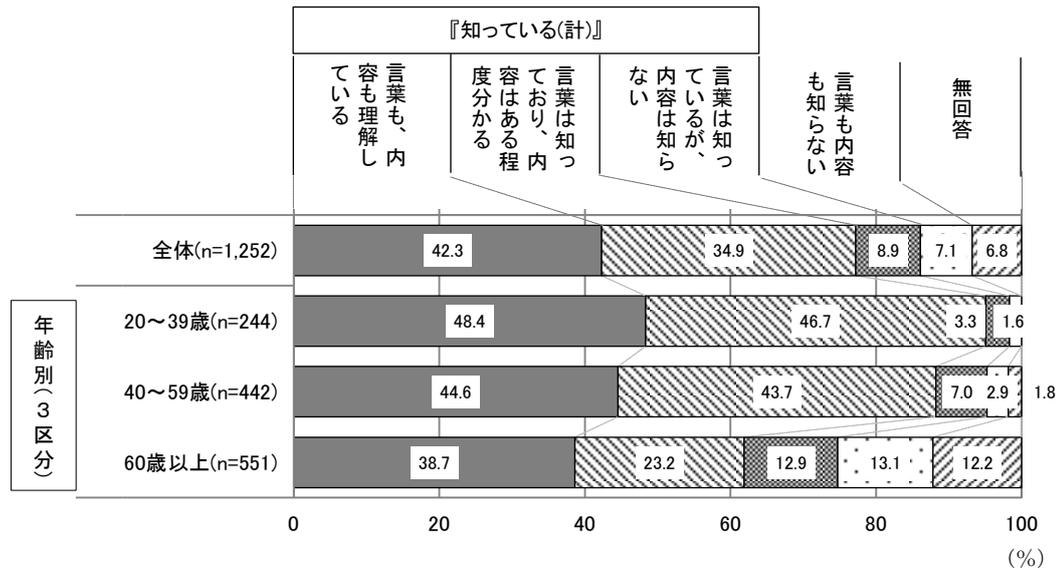
性別・年齢別・市町村別



【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）

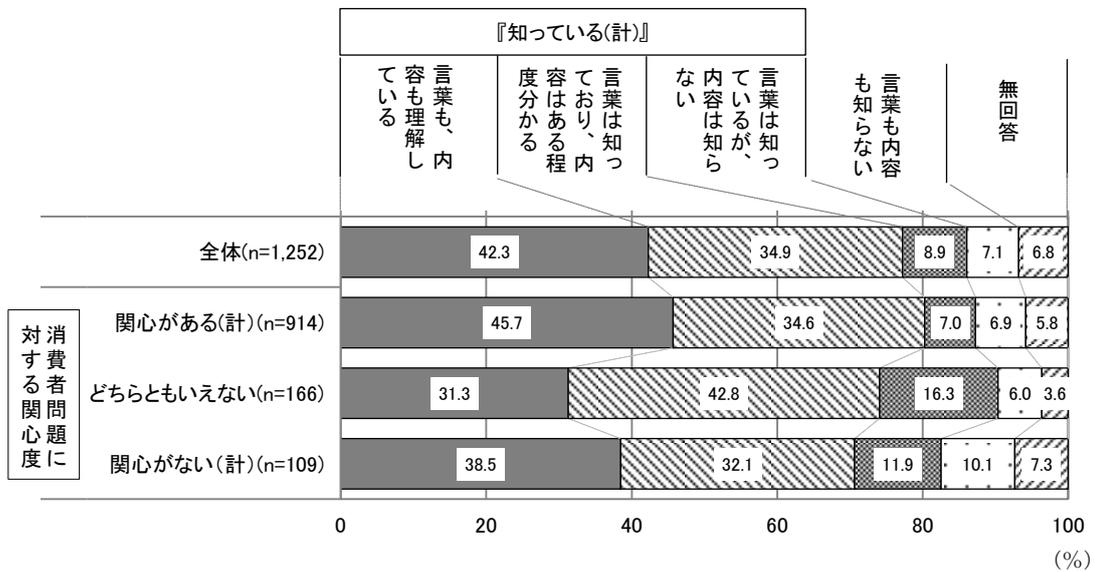


【消費者問題に対する関心度別】

『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】

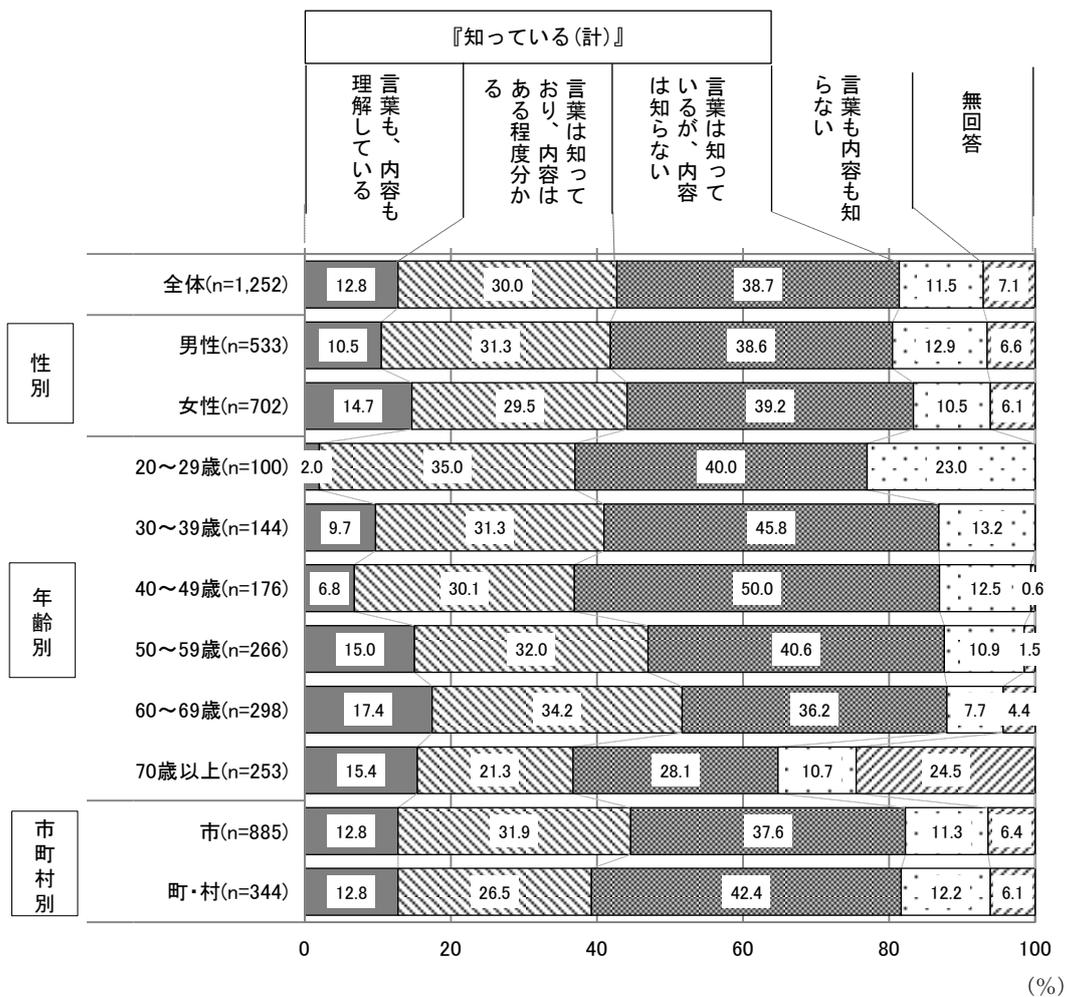
『知っている（計）』は20～29歳（77.0%）及び70歳以上（64.8%）では8割に届かないものの、30歳から69歳の年代ではいずれも8割を超えている。（図5-5）

【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

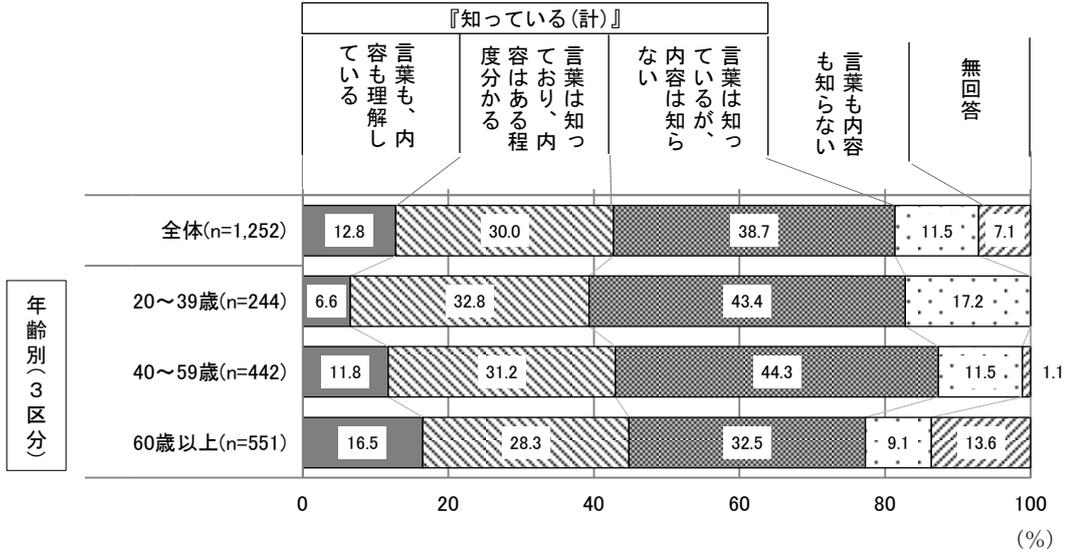
<県の消費生活センター（長野、松本、おかや、飯田、上田）> 性別・年齢別・市町村別



【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）

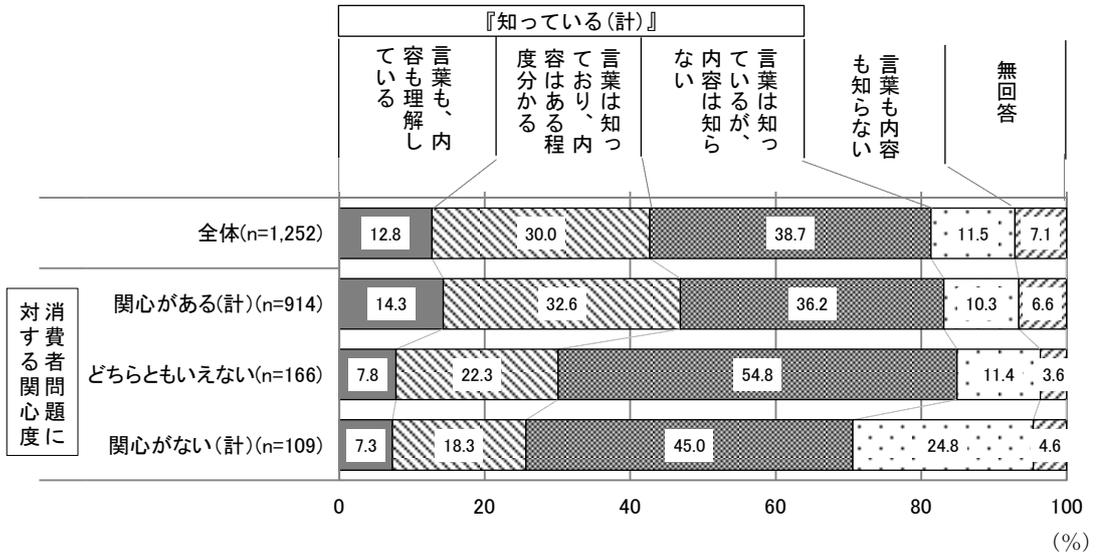
図5-6 消費者問題に関する組織や制度の認知度  
 <県の消費生活センター（長野、松本、おかや、飯田、上田）> 年齢別（3区分）



【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）

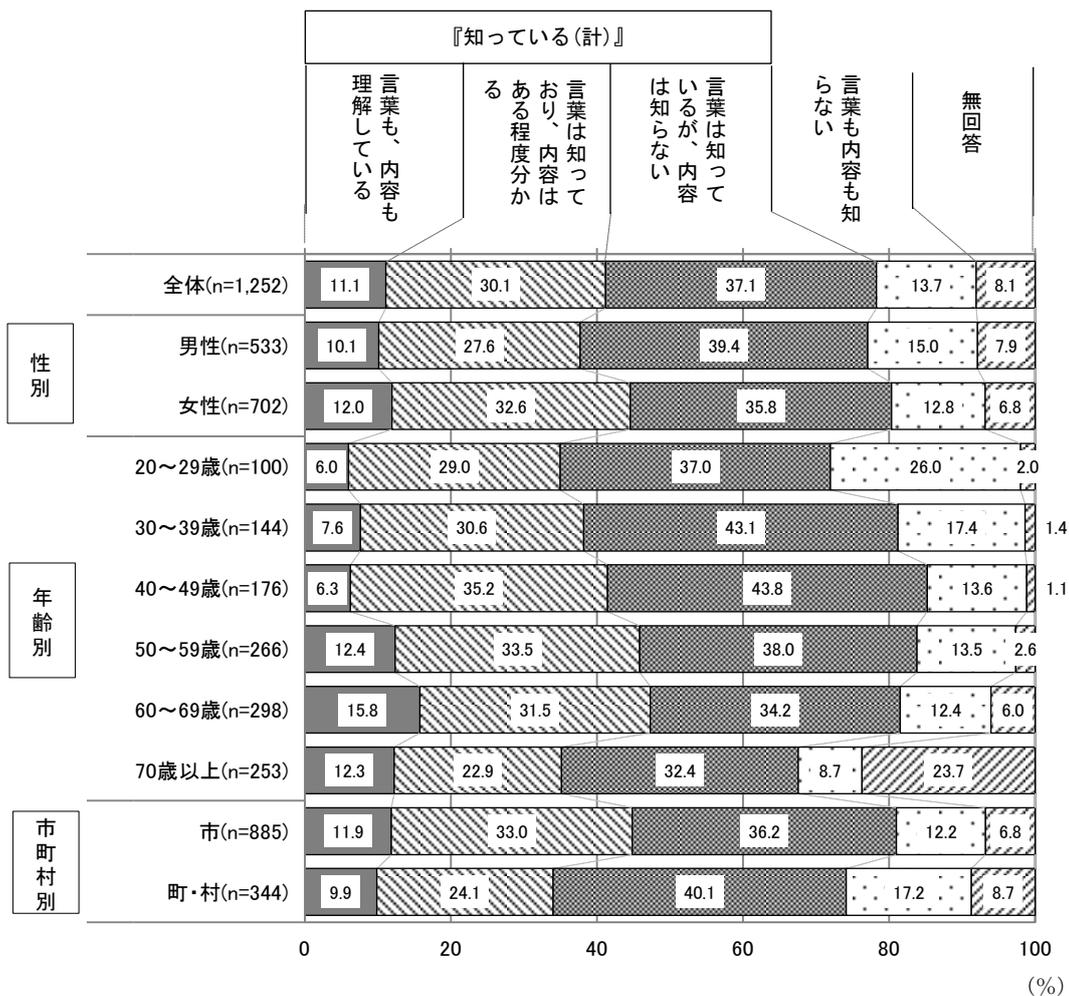
**【年齢別】**

『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）

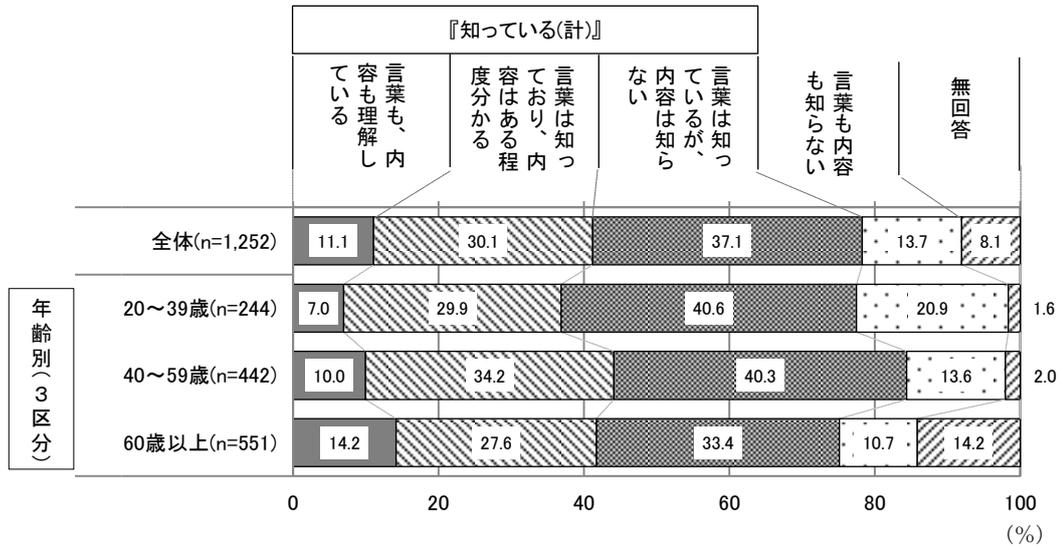
図5-8 消費者問題に関する組織や制度の認知度<市町村の消費生活センター・相談窓口>  
性別・年齢別・市町村別



【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）

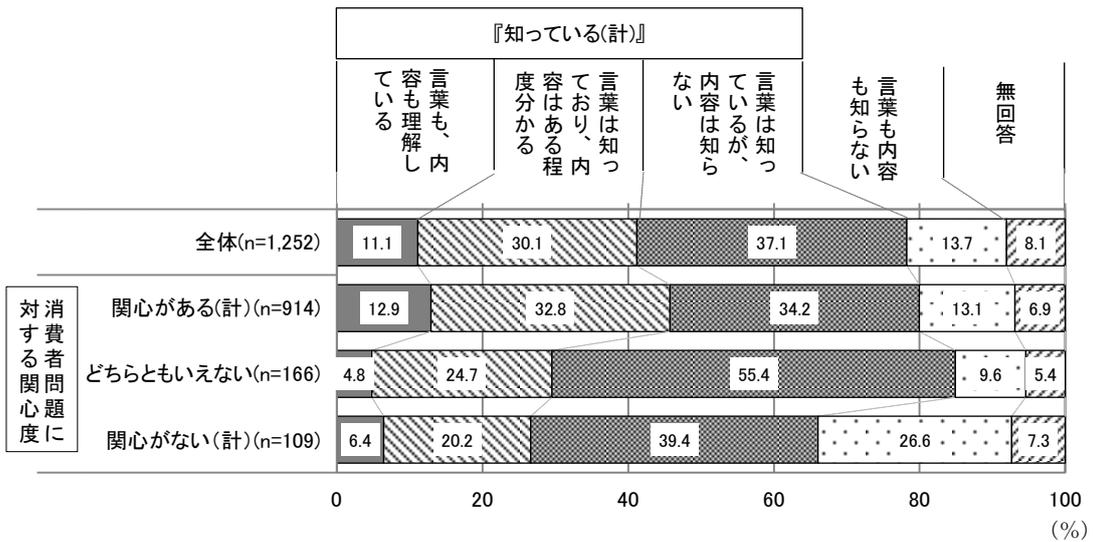
図5-9 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜市町村の消費生活センター・相談窓口＞  
年齢別（3区分）



【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）

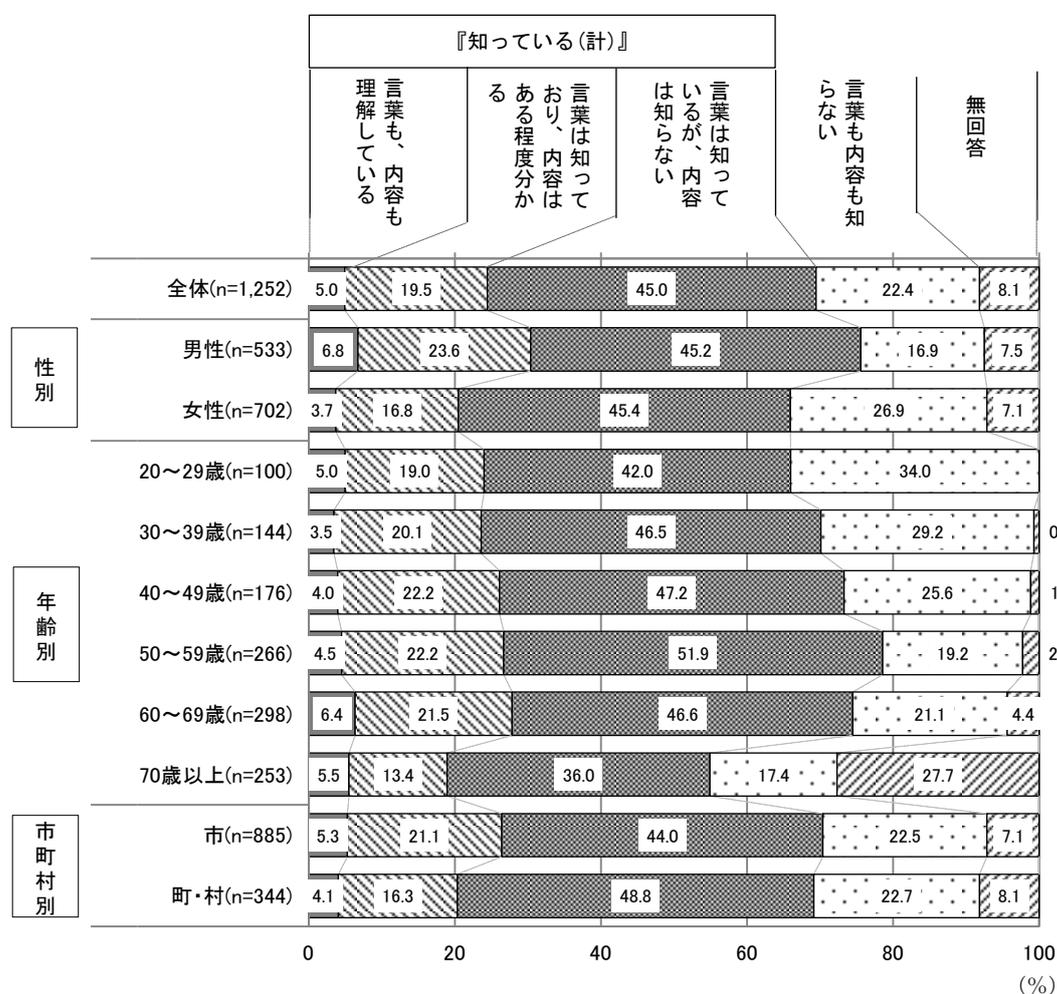
### 【年齢別】

『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）

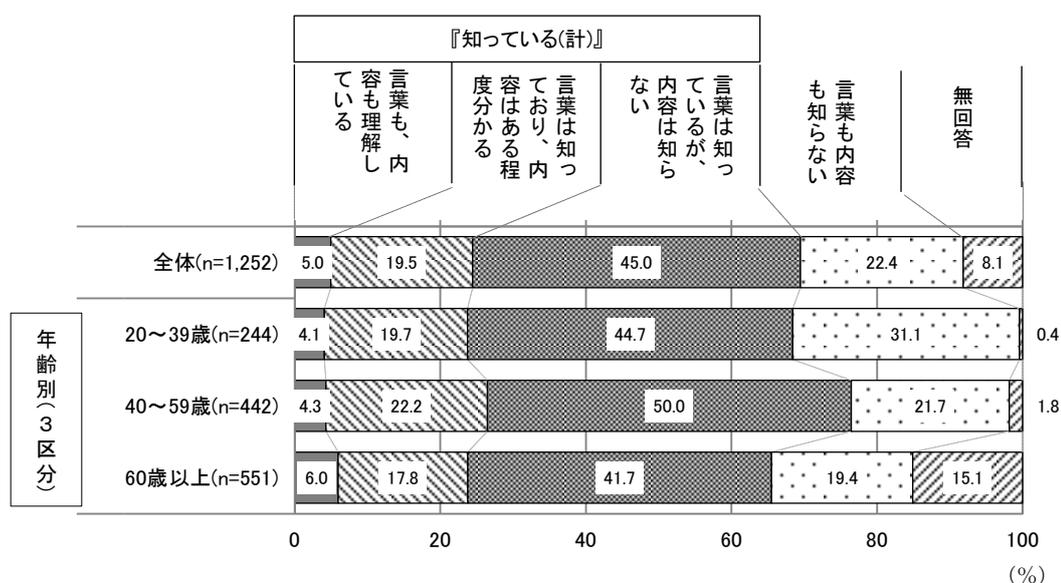
図5-11 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜消費者庁＞ 性別・年齢別・市町村別



【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）

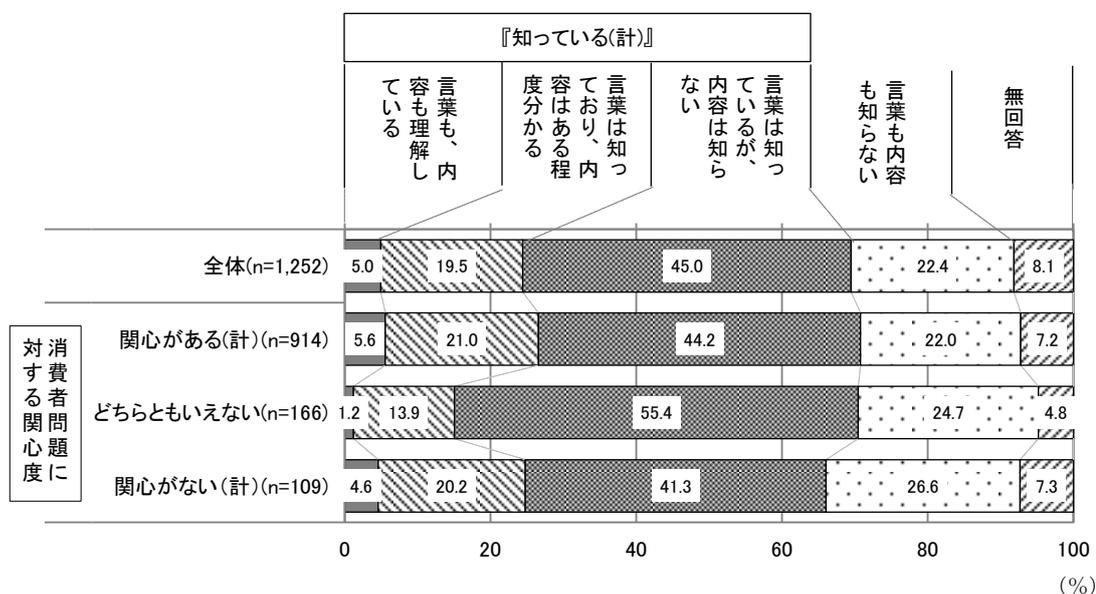
図5-12 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜消費者庁＞ 年齢別（3区分）



【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）

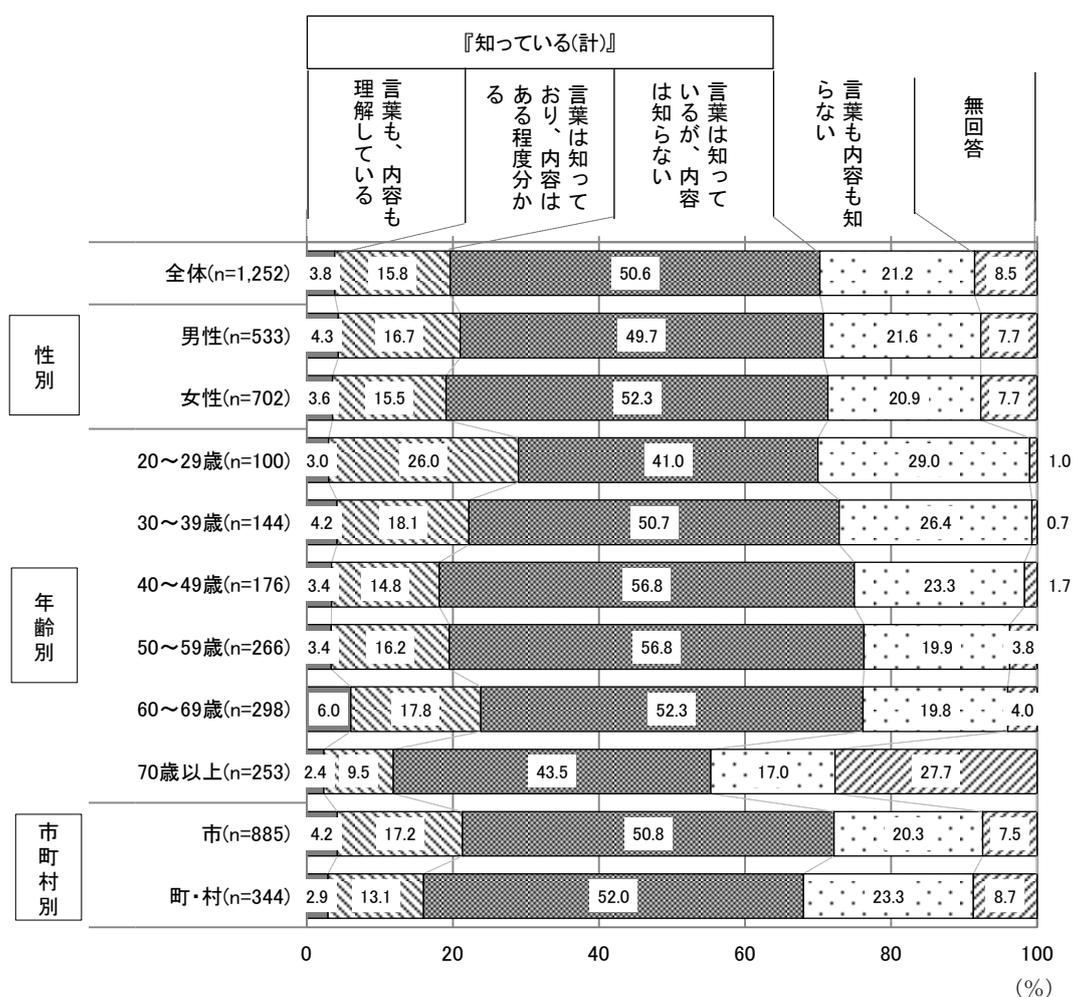
【年齢別】

『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）

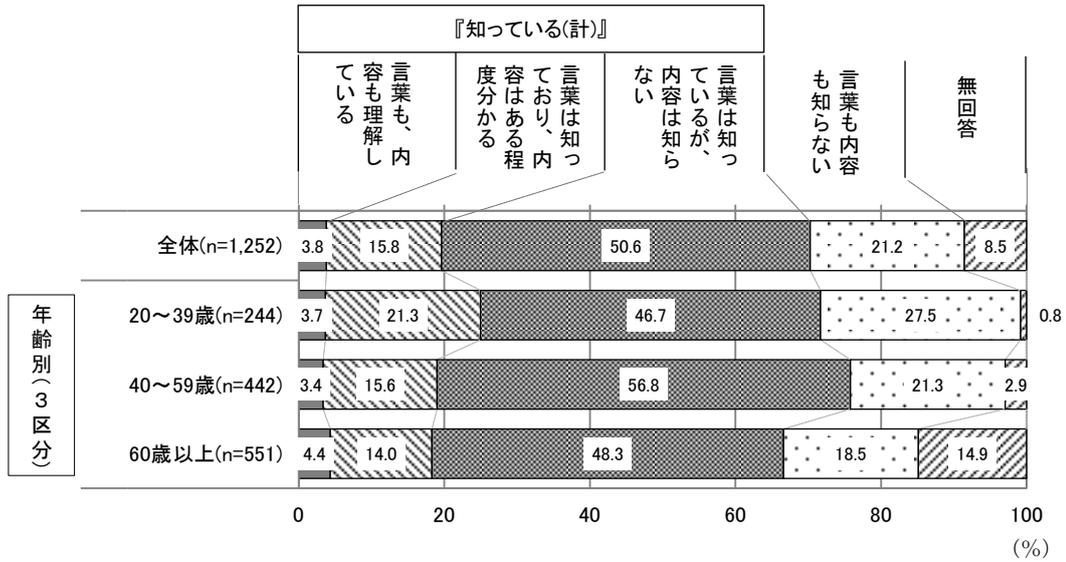
図5-14 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜独立行政法人 国民生活センター＞  
性別・年齢別・市町村別



【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）

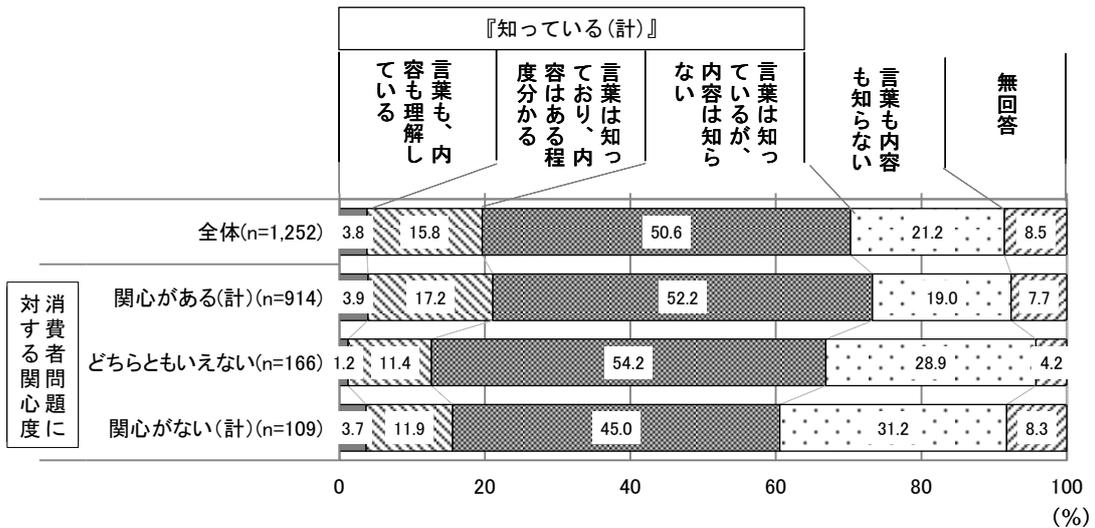
図5-15 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜独立行政法人 国民生活センター＞  
年齢別（3区分）



【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】**

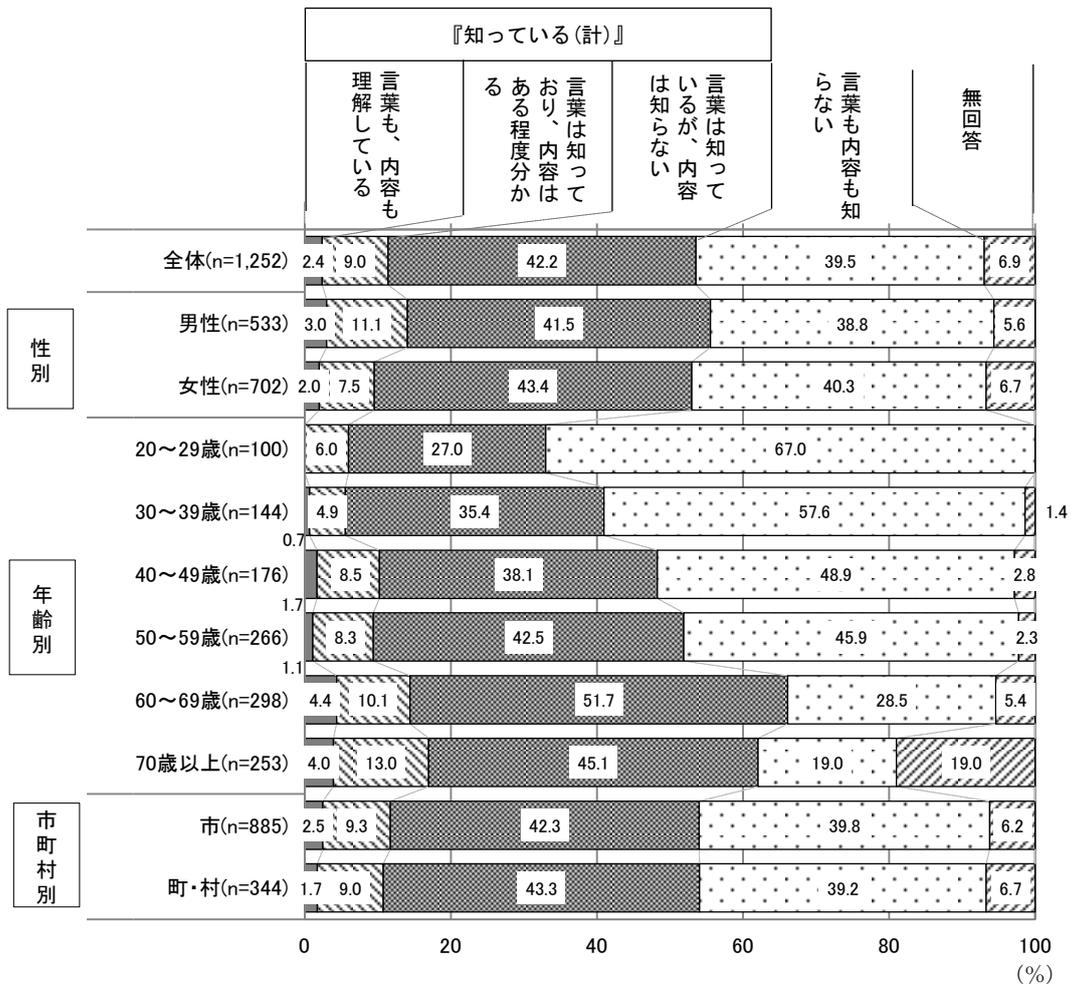
『知っている（計）』は、60～69歳（66.2%）で最も多くなっている。70歳以上でやや下がるものの、おおむね年齢が上がるにつれ割合も高くなっている。（図5-17）

**【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＞

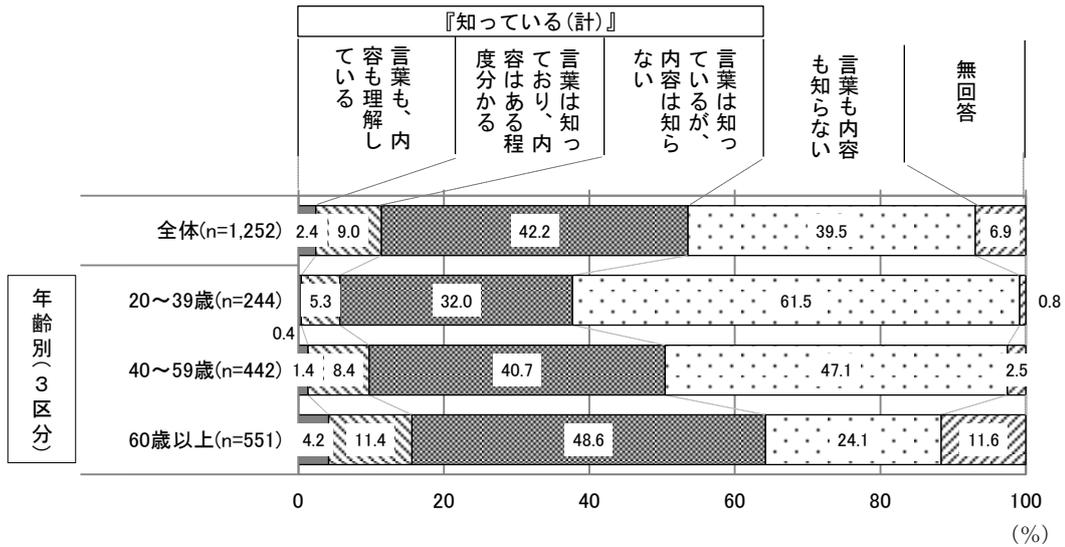
性別・年齢別・市町村別



【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）

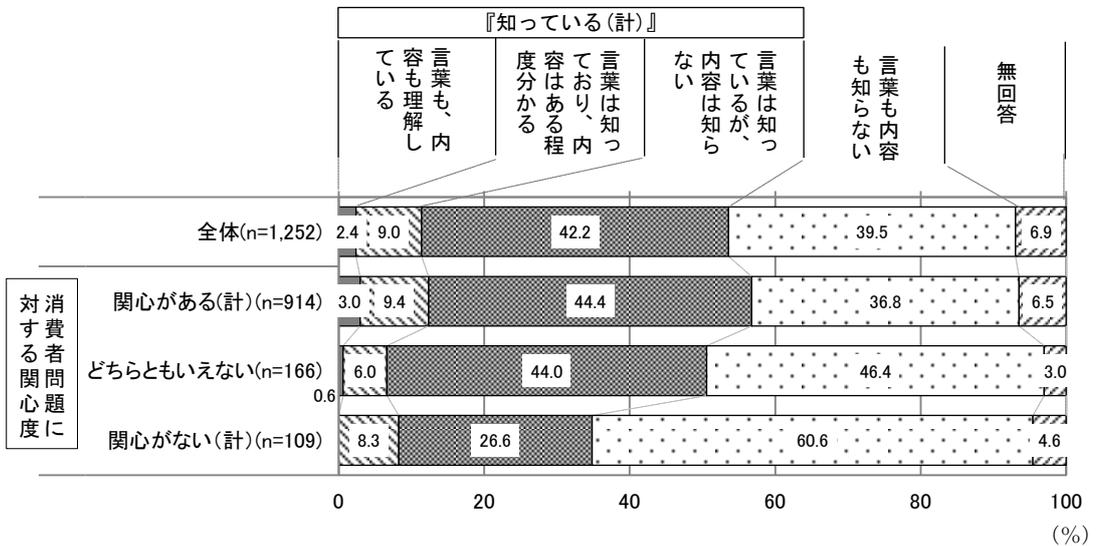
図5-18 消費者問題に関する組織や制度の認知度＜長野県消費生活条例＞ 年齢別（3区分）



【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）

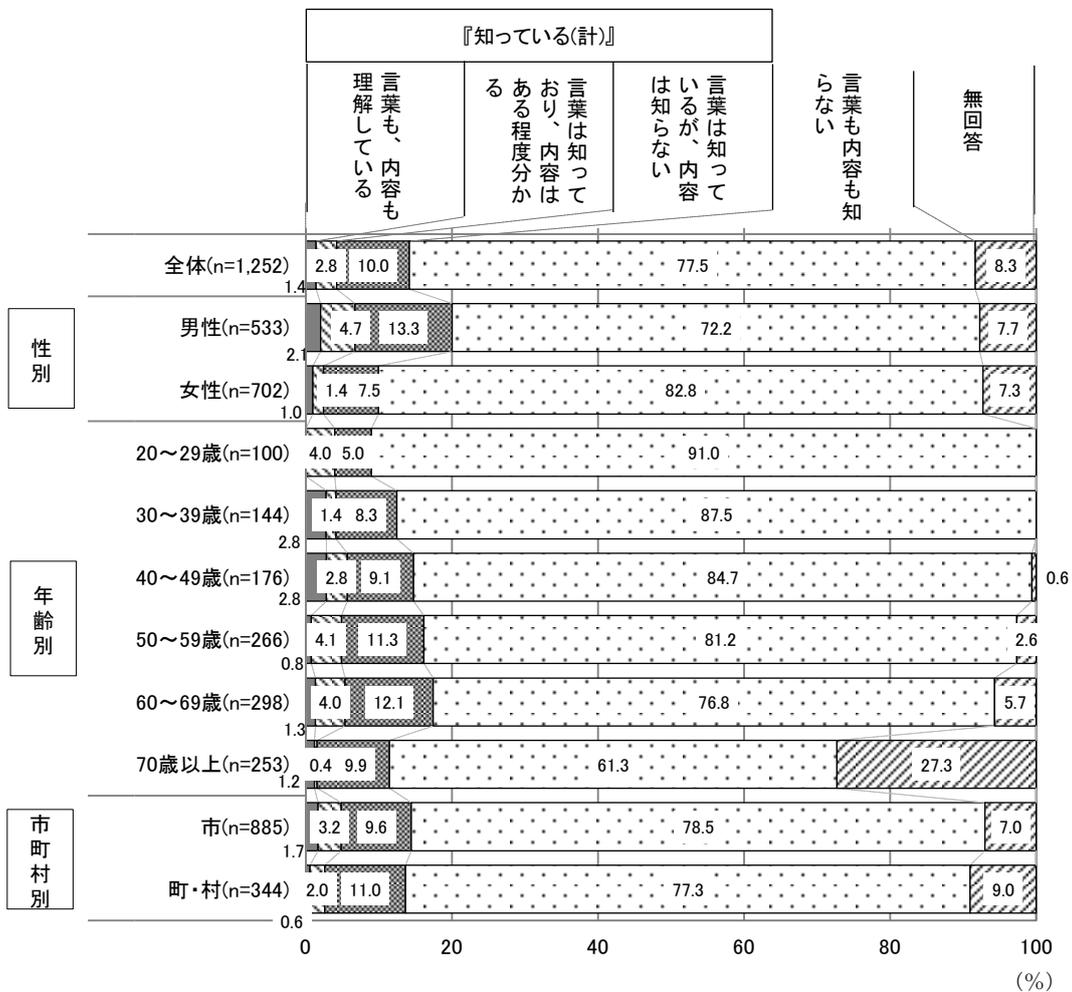
**【年齢別】**

『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）

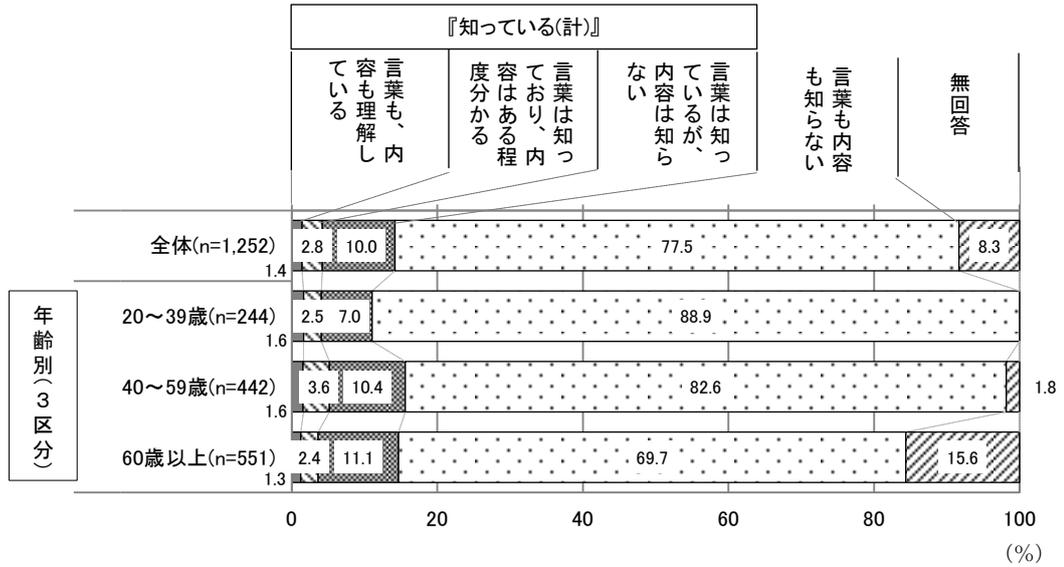
図5-20 消費者問題に関する組織や制度の認知度  
 <ADR(裁判以外で解決を図る裁判外紛争解決手続)> 性別・年齢別・市町村別



【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）

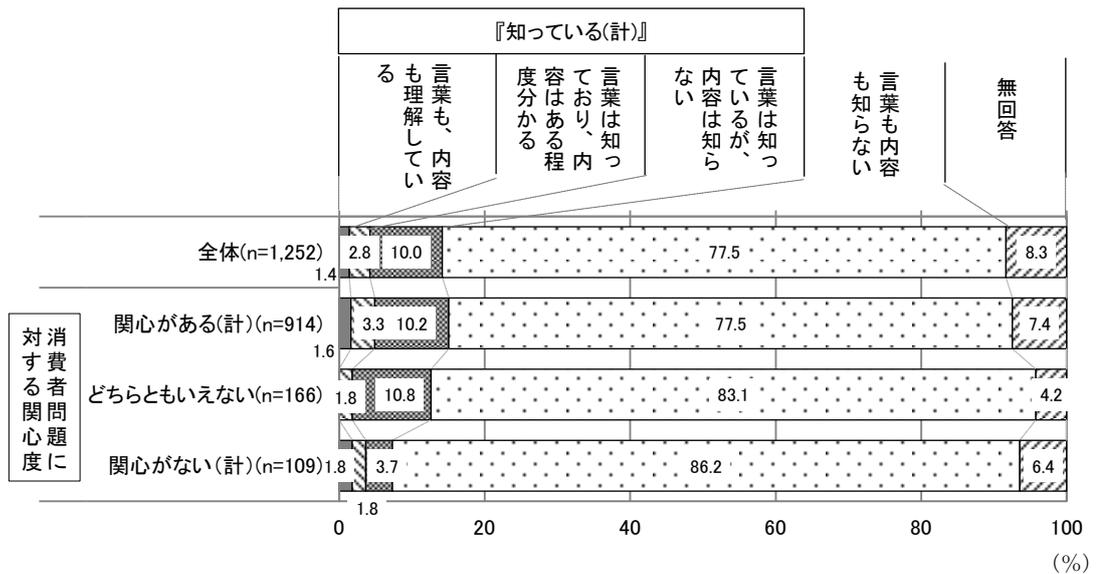
図5-21 消費者問題に関する組織や制度の認知度  
 <ADR(裁判以外で解決を図る裁判外紛争解決手続)> 年齢別(3区分)



【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）

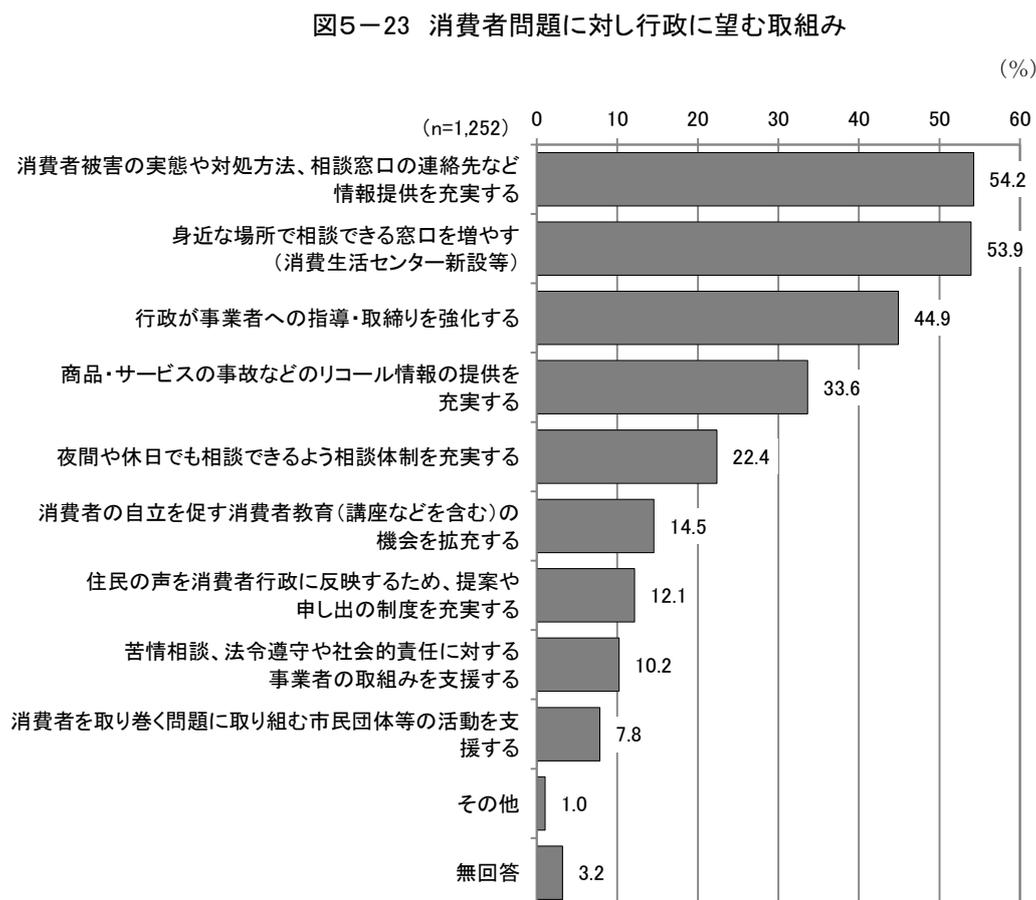
図5-22 消費者問題に関する組織や制度の認知度  
 <ADR(裁判以外で解決を図る裁判外紛争解決手続)> 消費者問題に対する関心度別



(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。(〇は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】

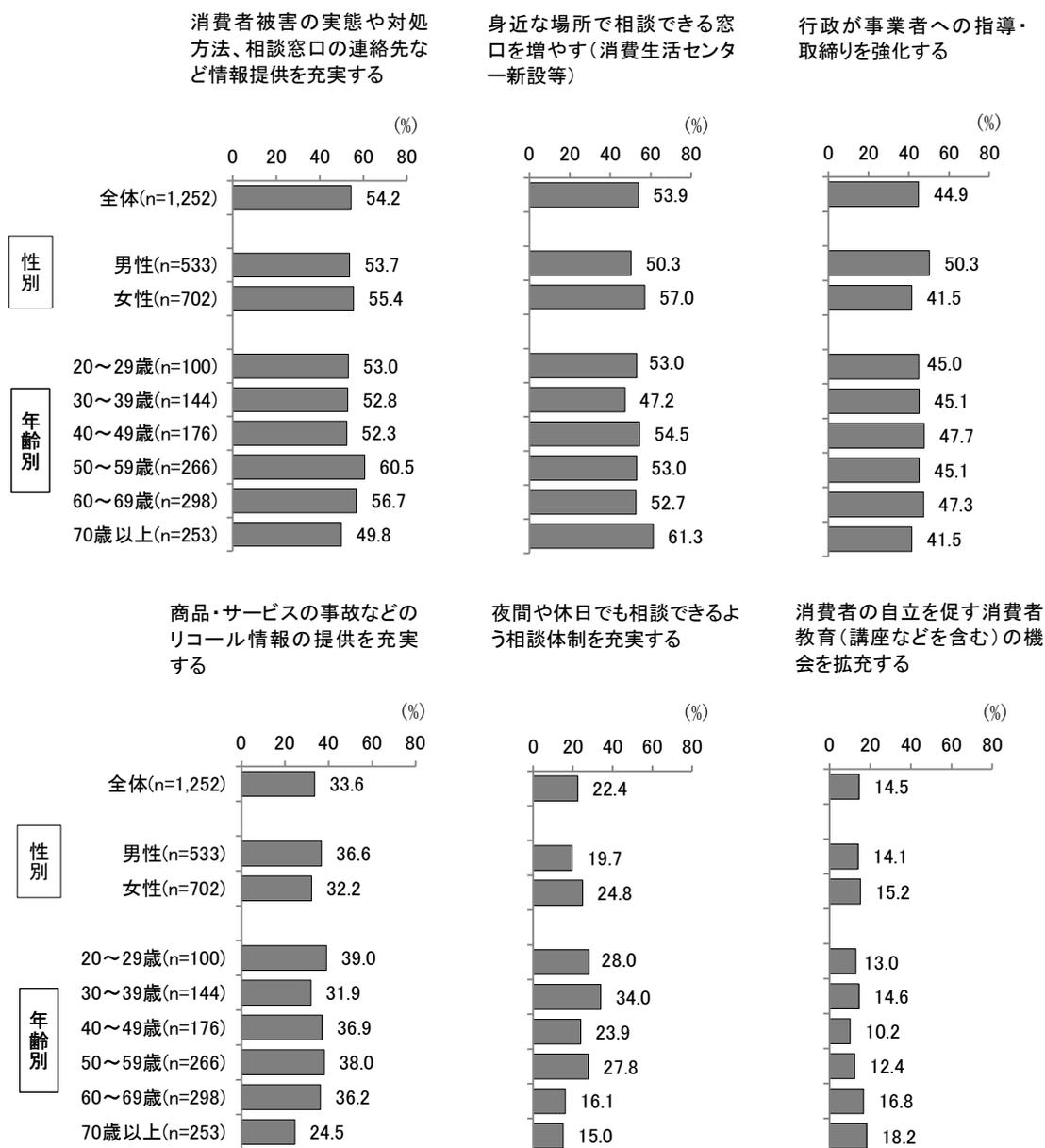
上位6項目中4項目で、女性が男性より回答割合が高くなっている。特に、「身近な場所で相談できる窓口を増やす（消費生活センター新設等）」は、女性（57.0%）が男性（50.3%）より6.7ポイント高くなっている。一方、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」は、男性（50.3%）が、女性（41.5%）より8.8ポイント高くなっている。

（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）

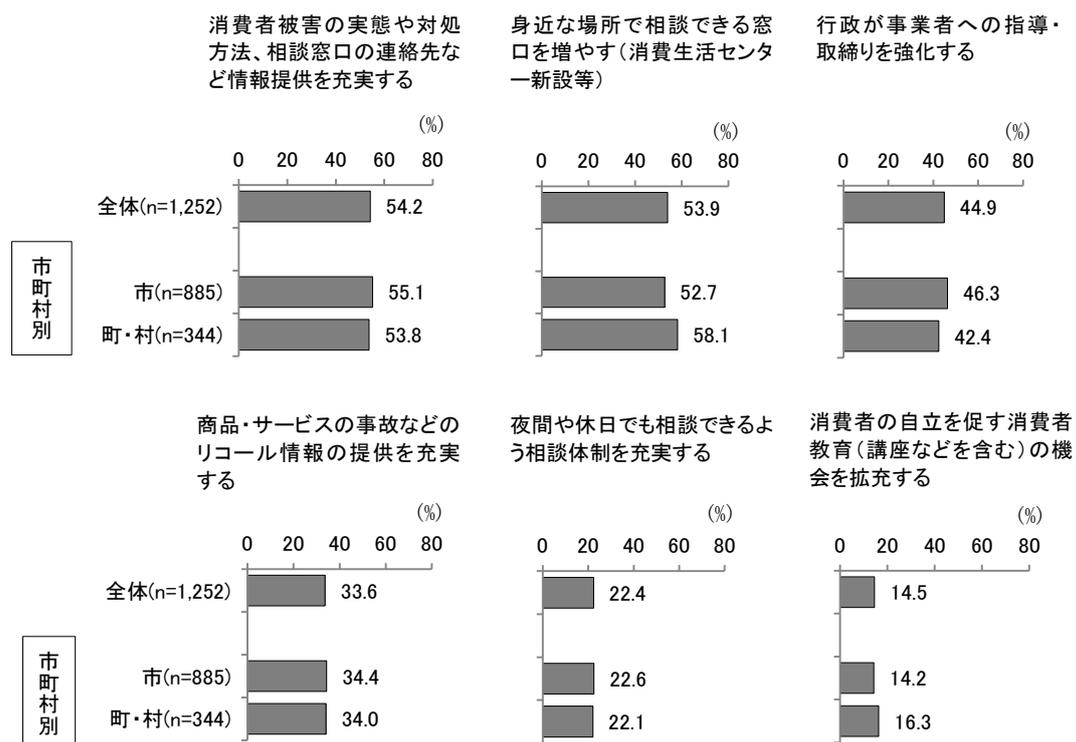
図5-24 消費者問題に対し行政に望む取組み(上位6項目) 性別・年齢別



## 【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）

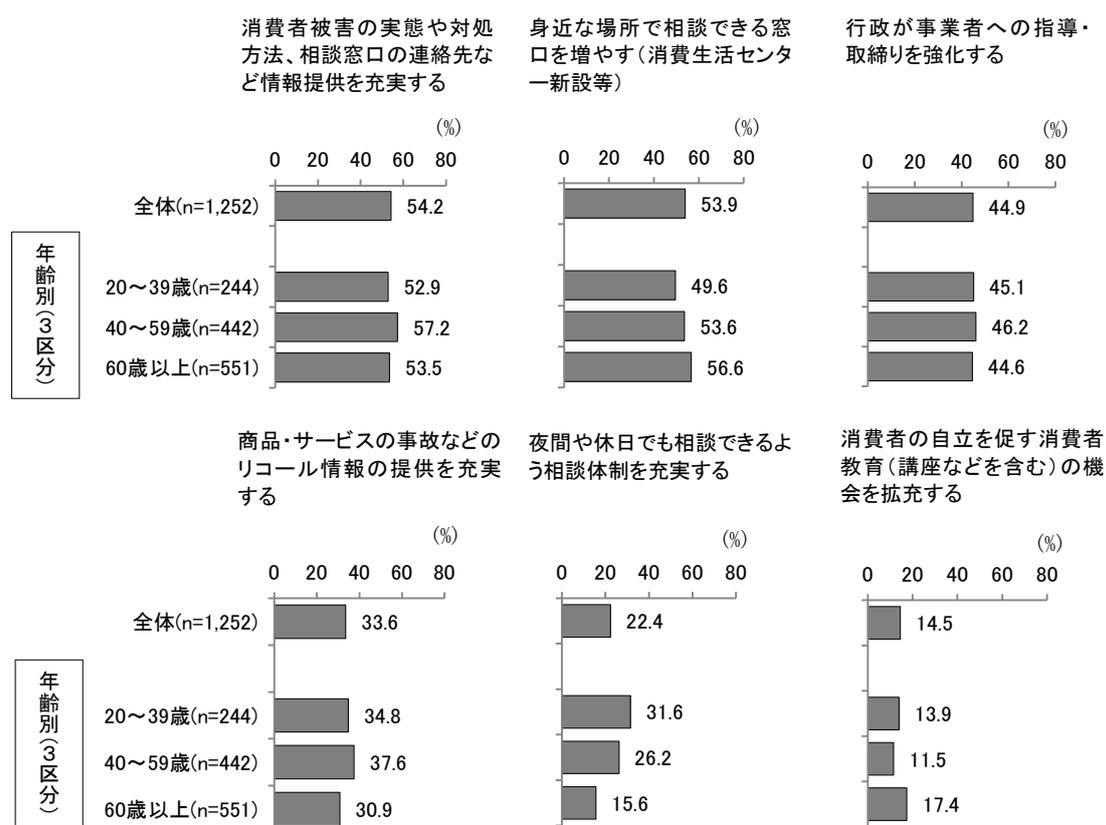
図5-25 消費者問題に対し行政に望む取組み(上位6項目) 市町村別



### 【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）



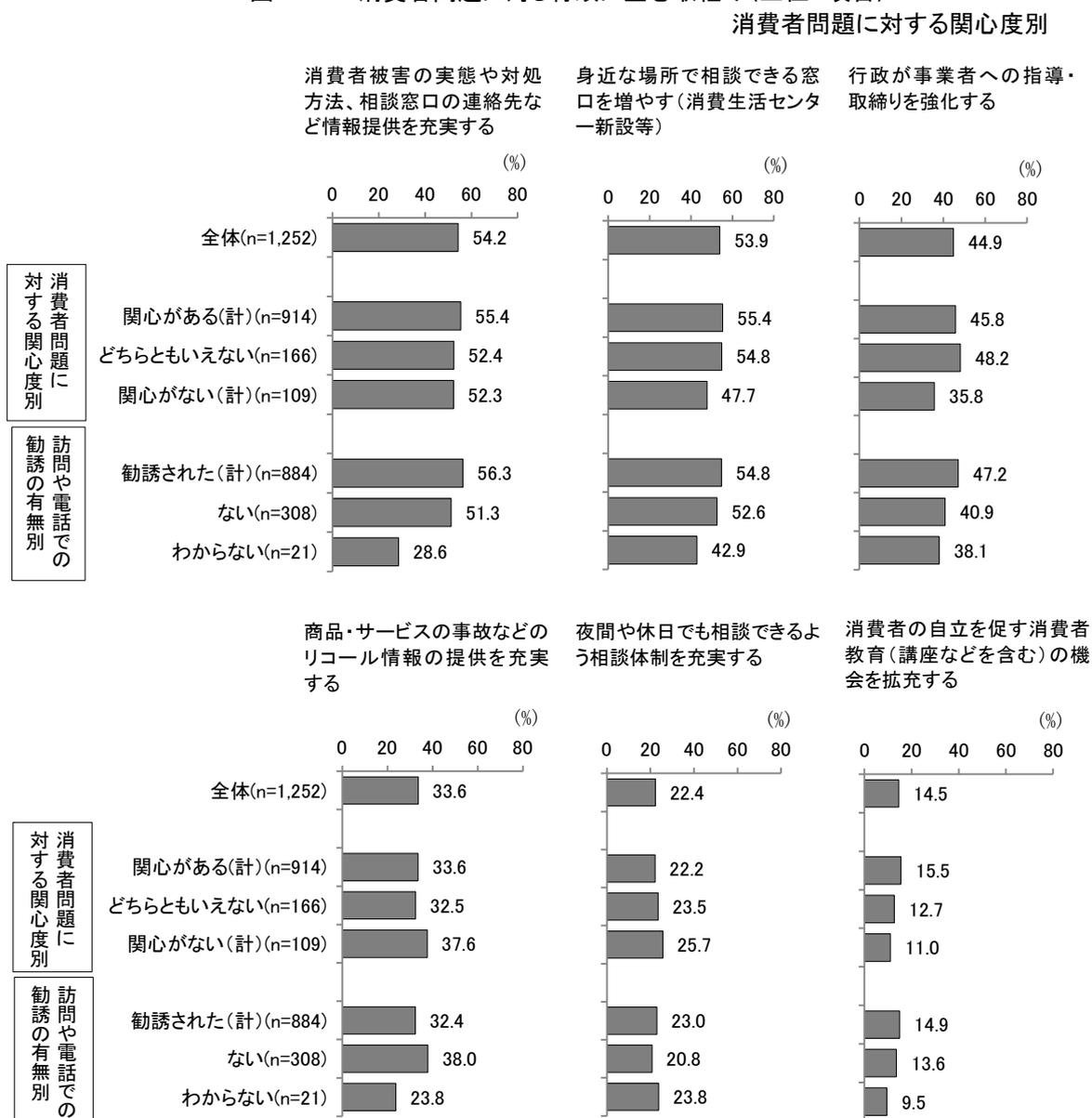
【消費者問題に対する関心度別】

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

