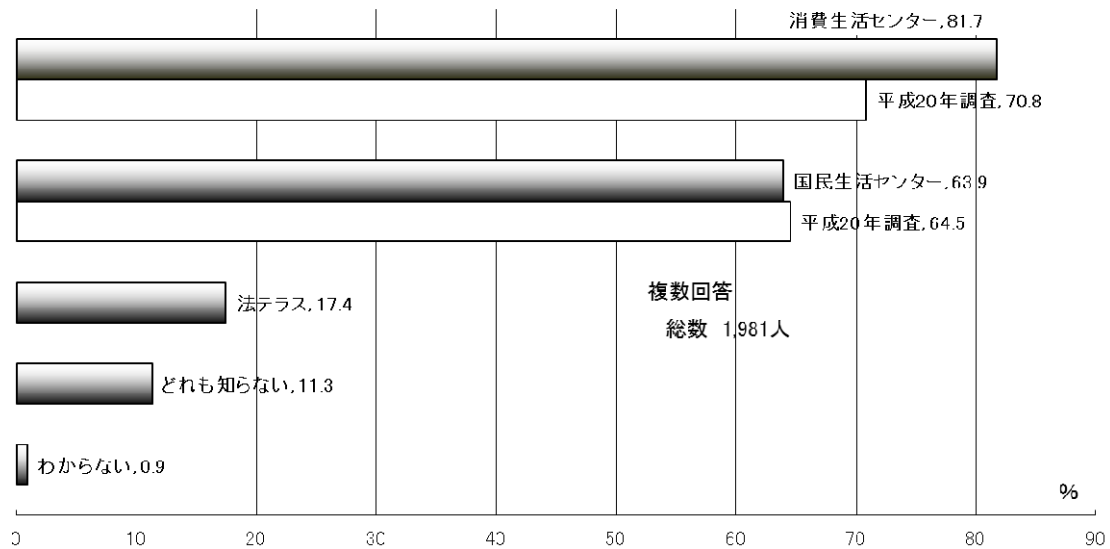


「地方消費者行政に関する特別世論調査」の概要

平成 22 年 11 月
消費者委員会事務局

1. 国民生活センター、消費生活センターの認知度

消費生活相談の窓口に関して、消費生活センターも国民生活センターも認知度は高く、特に消費生活センターにおいては平成 20 年調査の 70.8%から 81.7%に増加している。



〔参考 1〕 国民生活センターの認知度

	該当者数	名前も知っていない活動内容 (%)	名前も知らない活動内容 (%)	名前も知らない活動内容 (%)	わからない (%)
平成20年10月調査	1,853人	15.3%	49.2%	32.5%	3.0%

(注) 「あなたは、国民生活センターを知っていますか。この中から1つだけお答えください。」と聞いている。

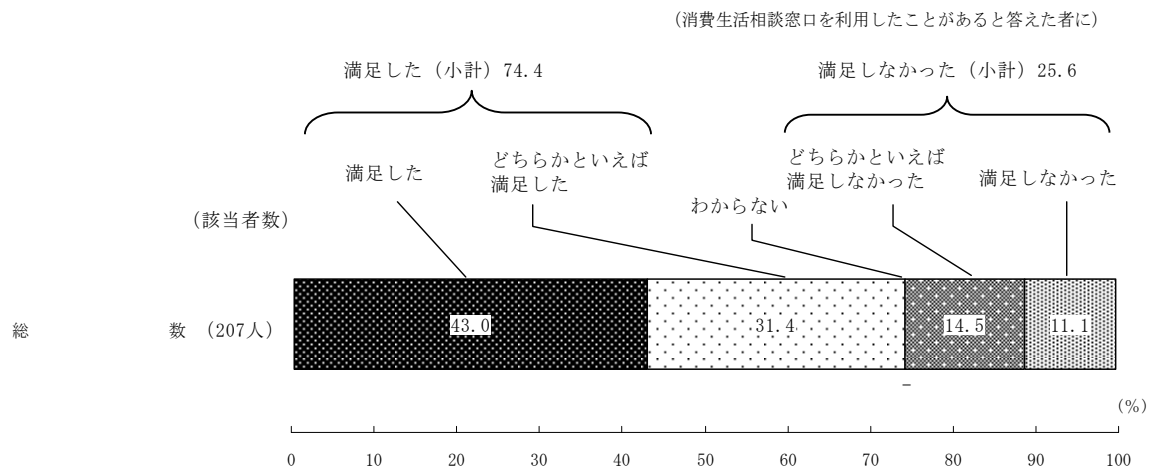
〔参考 2〕 消費生活センターの認知度

	該当者数	名前も知っていない活動内容 (%)	名前も知らない活動内容 (%)	名前も知らない活動内容 (%)	わからない (%)
平成20年10月調査	1,853人	22.0%	48.8%	26.1%	3.1%

(注) 「あなたは、消費生活センターを知っていますか。この中から1つだけお答えください。」と聞いている。

2. 消費生活相談窓口の利用状況

- 消費生活相談窓口を利用した人は約1割程度であり、残りの約9割の人は利用していないが、その理由として、約9割の方が「これまで消費者トラブルにあったことがないため」と答えている。
- 利用したことのある人の満足度をみると、約7割5分の方が「満足した」と答えており、相談窓口が一定の意義を有していることを窺わせる。
- 一方、「満足しなかった」は、約2割5分に留まってはいるものの、その理由をみると、「相談の受付から助言に留まり、あっせん、紛争解決まで責任を持って対応していない」(52.8%)、「対応に専門性がないなど、対応に時間がかかる」(49.1%)などがあげられており、単なる相談だけではなく、具体のあっせんや、高い専門性など、より踏み込んだ相談業務を望まれていることが窺われる。



消費生活相談窓口を利用したことがない理由

(複数回答)

平成22年10月

- ・ これまで消費者トラブルにあったことがない 88.8%
- ・ どのように利用してよいかわからない 8.5%
- ・ 知人に相談したり、インターネットの情報を見たりして、問題が解決した 5.9%
- ・ 相談窓口の存在を知らなかった 4.7%
- ・ 利用しても、相談を解決してくれそうにない 4.4%
- ・ 相談窓口まで行くのに時間がかかる 2.6%
- ・ 相談内容がプライバシーに関する事なので、相談することがためられた 1.8%
- ・ 相談したい日・時間に開設していない 1.8%

消費生活相談窓口が満足しなかった理由

(複数回答)

平成 22 年 10 月

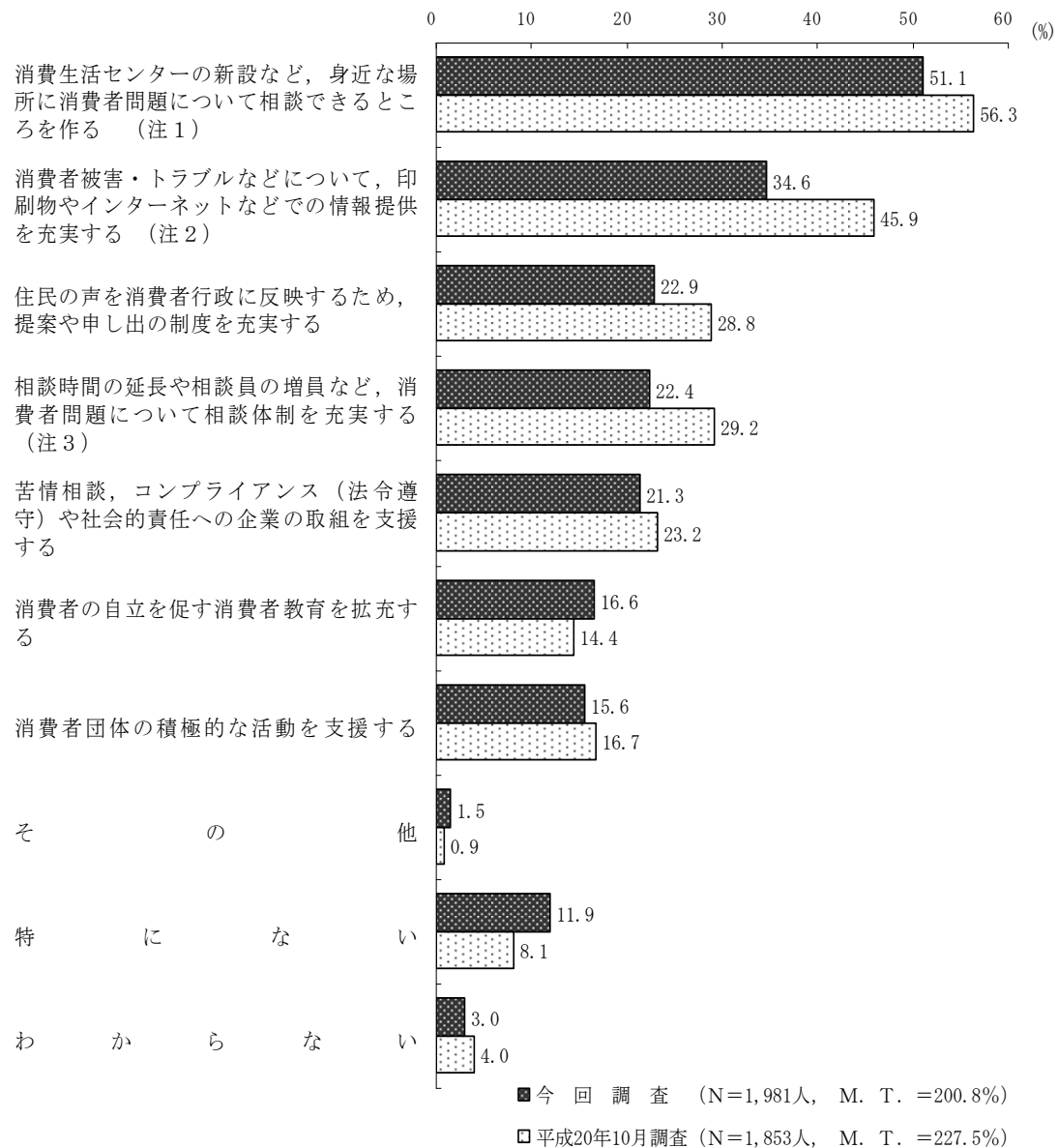
- | | |
|--|-------|
| ・相談の受付から助言にとどまり、あっせん、紛争解決まで責任を持って対応していない | 52.8% |
| ・対応に専門性がないなど、十分な対応をしてもらえない | 49.1% |
| ・相談時間が短いなど、一人一人がじっくり相談にのってもらえない | 22.6% |
| ・電話がかかりにくいなど、対応に時間がかかる | 20.8% |
| ・対応せず、たらい回しにされる | 18.9% |
| ・その他 | 11.3% |

(サンプル数 53人)

3. 消費者問題に対する地方公共団体の施策に望むこと

今後、消費者問題に対する地方公共団体の施策に望むことに関して、「消費生活センターの新設など、身近な場所に消費者問題について相談できるところを作る」については、5割以上の人が必要項目として望んでいる。

(複数回答)



(注1) 平成20年10月調査では、「身近な場所に消費者問題について相談できるところ(消費生活センターの新設等)を作る」となっている。

(注2) 平成20年10月調査では、「消費者被害・トラブルなどについての情報提供を充実する」となっている。

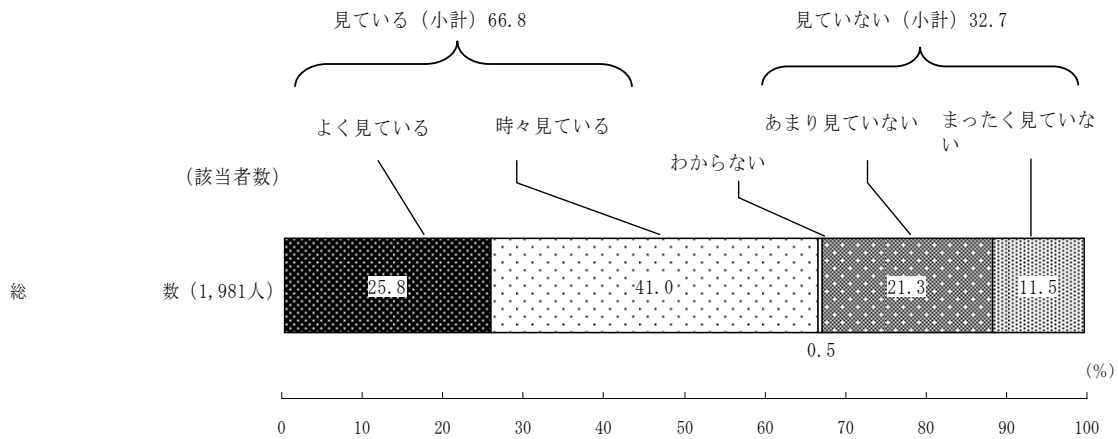
(注3) 平成20年10月調査では、「消費者問題について相談体制を充実する(相談時間の延長, 相談員の増員等)」となっている。

4. 消費者問題に関する啓発資料の認知度

地方公共団体が配付している消費者問題に関する啓発資料（例えば、広報誌、パンフレット、チラシ、市や区で出しているお知らせ、インターネットに掲載されている情報など）について、6割以上の方が「見ている」と回答している。

平成 22 年 10 月

- ・ 見ている（小計） 66.8%
- ・ よく見ている 25.8%
- ・ 時々見ている 41.0%
- ・ 見っていない（小計） 32.7%
- ・ あまり見ていない 21.3%
- ・ まったく見ていない 11.5%



【調査概要】	調査対象	全国20歳以上の者3,000人
	有効回収数(率)	1,981人(66.0%)
	調査期間	平成22年10月14日～10月24日
	調査方法	調査員による個別面接聴取