

## 消費生活に関する県民意識調査の結果について

### 1. 調査内容

#### (1) 調査の方法

- ① 調査対象 島根県内在住の満20歳以上の男女2,000人
- ② 抽出方法 選挙人名簿から層化無作為抽出
- ③ 調査方法 郵送による調査票の配布・回収
- ④ 調査時期 平成26年12月22日～平成27年1月30日

#### (2) 回収結果

有効回答数 1,383人 (有効回答率 69.2%)

#### (3) 質問内容

- ① 消費生活について 7問
- ② 消費者トラブルについて 7問
- ③ 消費者教育・啓発について 3問
- ④ 消費生活相談体制について 4問
- ⑤ 行政に対して望むこと 1問

### 2. 調査結果の概要

#### (1) 消費生活について (情報の入手媒体、関心のある消費者問題や購入時に意識する事項等)

##### ① 情報提供の手段は、新聞とテレビが有効

##### □消費生活に関する情報で重要と考えるもの 【問6】

- ・商品・サービスの安全性 71.6%(990人)
- ・悪質事業者や詐欺の手口などの注意喚起 52.6%(727人)
- ・消費生活に関する法律や制度 39.9%(552人)

##### □消費者センターからの情報を見聞きした手段 【問7】

- ・新聞 48.4%(669人)
- ・刊行物(くらしの情報) 16.0%(221人)
- ・見聞きしたことがない 37.7%(522人)

##### □効果的な情報発信の手段 【問8】

- ・テレビ 74.4%(1,029人)
- ・新聞・雑誌 50.7%(701人)
- ・回覧板 47.5%(657人)
- ・20歳代から30歳代までは「インターネット」の割合も高い

## ② クーリング・オフの認知度は7割以上

□クーリング・オフの認知度は「知っている」が75.6%(1,045人)【問9】

・年齢が高くなるほど認知度は低い

40歳～49歳 86.8% 75歳～79歳 65.1% 80歳以上 44.7%

・「隠岐地域」48.7%の認知度が低い

出雲地域 77.7% 石見地域 74.4%

## ③ 消費者問題について、食品や製品の安全性に高い関心がある

□「食品の品質・安全性(食中毒・異物混入等)」や「製品の品質・安全性(製品の欠陥・リコール等)」に約9割の人が関心がある【問10-①、10-②】

□食品を購入する際に、20歳代から30歳代は価格を重視し、40歳代以上は安全性を重視して購入している傾向がある【問11】

## (2) 消費者トラブルについて

### ① 消費者トラブルを経験した人は約2割

□消費者トラブルを経験した人は全体の17.9%(248人)【問13】

□消費者トラブルを経験した人のトラブル内容【問14】

- ・販売方法(勘違いさせるような説明、大げさな広告など) 33.9%(84人)
- ・製品の品質や安全性 29.8%(74人)
- ・食品の品質や安全性 23.4%(58人)
- ・悪質商法の被害 15.9%(39人)
- ・振り込め詐欺やオレオレ詐欺等の被害 3.2%(8人)

□消費者トラブルを経験した人の相談先【問16】

- ・販売元のお客様窓口 35.5%(88人)
- ・家族や知人等の身近な人 29.4%(73人)
- ・相談していない 16.9%(42人)  
20歳代から30歳代や一人暮らしの人に「相談していない」割合が高い
- ・県消費者センター 12.9%(32人)  
多くが50歳以上の人占める
- ・市町村の消費者センター又は消費生活相談窓口 6.0%(15人)

### ② 高齢者等の消費者トラブルを防ぐためには、多くの人が地域の見守りが必要であると認識

□「地域での見守りが必要と感じる」が80.6%(1,115人)【問18】

□見守りが必要と感じた人のうち、見守ってほしい人【問19】

- ・隣近所の住民 68.2%(760人)
- ・警察官 51.9%(579人)
- ・民生委員、児童委員 46.5%(518人)

### (3) 消費者教育・啓発について

#### ① 学校や地域で消費者教育を受けていない人が多数

##### □消費者教育の授業や出前講座等の受講状況 【問20】

- ・実施していることを知っていたが参加したことがない 25.9%(358人)
- ・実施されていることを知らない 50.5%(698人)
- ・参加したことがある 8.0%(111人)

##### □学校における消費者教育の受講状況 【問21】

- ・受けたことがある 7.9%(109人)  
20歳～29歳 43.7%
- ・受けたことがない 63.6%(425人)
- ・分からない 24.8%(343人)

##### □受講してみたい講座内容 【問22】

- ・悪質商法や詐欺などの手口や対応方法 48.8%(675人)
- ・食品表示の見方などの食の安全 40.6%(562人)
- ・パソコンなどのインターネットを利用する際の注意点 37.2%(514人)  
20歳代から40歳代の比較的若年層の人の割合が高い

### (4) 消費生活相談体制について

#### ① 消費生活相談窓口の認知度・満足度が低い

##### □消費者センターや市町村消費生活相談窓口の認知度 【問23】

- ・知っている 27.6%(382人)
- ・見聞きしたことがあるがよく知らない 56.6%(783人)
- ・見聞きしたことがない 12.7%(176人)

##### □現在の消費者相談窓口体制の満足度 【問25】

- ・満足している 11.0%(152人)
- ・満足していない 4.7%(65人)
- ・どちらともいえない 49.7%(688人)
- ・消費者相談窓口を知らない 28.9%(400人)

##### □満足していない理由 【問26】

- ・相談の内容が助言にとどまり、斡旋や紛争解決まで対応してくれない 50.8%(33人)
- ・相談の対応に専門性がない 32.3%(21人)
- ・相談場所が遠い 15.4%(4人)

### (5) 行政に対して望むこと

#### ① 事業者への指導、取締りの強化が求められている 【問27】

- ・悪質事業者への指導・取締りの強化 77.0%(1,065人)
- ・消費者被害等の情報提供の充実 50.9%(704人)
- ・相談窓口の充実 41.2%(570人)
- ・学校や職場等の消費者教育・啓発の充実 25.1%(347人)

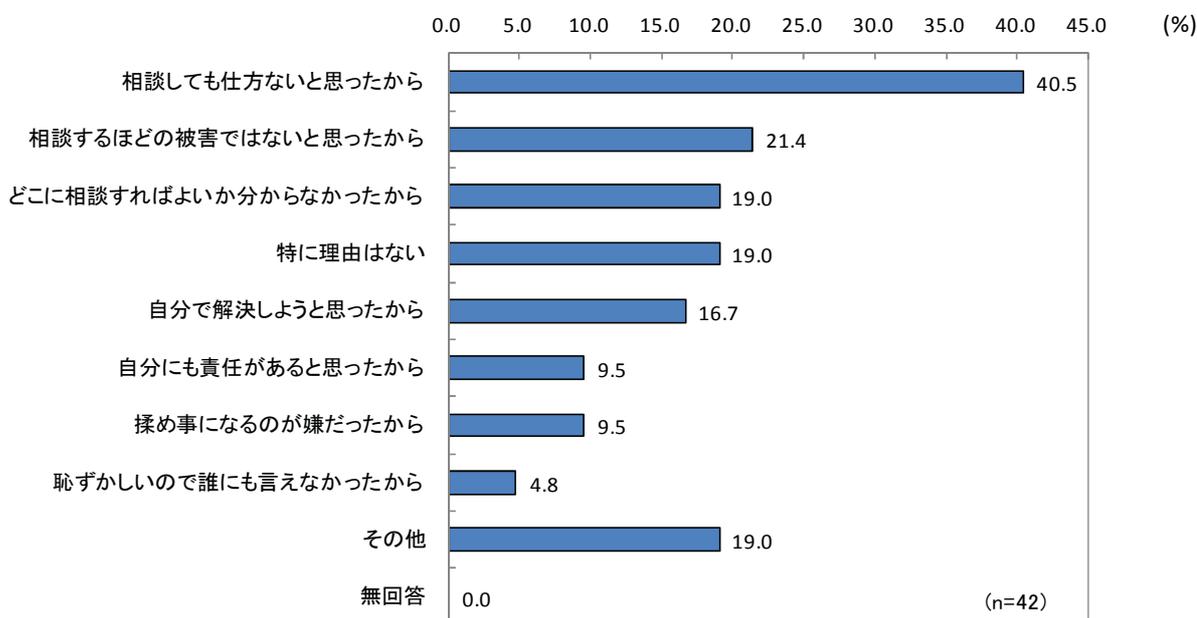
20歳代から40歳代の比較的若年層の人の割合が高い

問 17 「相談していない」と回答された方は、相談しなかった理由はどのようなものですか？

【○は該当するものすべて】

「相談していない」と回答した人にその理由を尋ねたところ、「相談しても仕方ないと思ったから」が40.5%（17件）で最も多く、4割以上となった。以下「相談するほどの被害ではないと思ったから」21.4%（9件）、「どこに相談すればよいか分からなかったから」、「特に理由はない」、「その他」が同率の19.0%（8件）、「自分で解決しようと思ったから」16.7%（7件）と続いた。

一方、「自分にも責任があると思ったから」と「揉め事になるのが嫌だったから」は同率の9.5%（4件）で1割以下にとどまり、「恥ずかしいので誰にも言えなかったから」4.8%（2件）も1割を下回った。



【その他】全7件

- ・自分で解決できたから。
- ・企業側からの謝罪があった。
- ・マットを買いましたが、思ったほど自分にはあわなかった。相手側から、どうでしたかとTELが入りましたが、返すには大きすぎるし、戻す小ささにはできないマットでした（あけるとふくらむ分）。袋も捨ててしまったので、返品するには大変でしたので、相手にはこのままで良いですと、言いました。
- ・相談しても何もならないと思ったから。
- ・自分で決めて買ったものだから、こんなものかとあきらめる。次はそのメーカーは買わない。
- ・相談する前に相手が対応した。
- ・相手側から流出の事実とおわびの品が一方向的に送られてきた。