

## <資料2>

### 岡山県消費生活に関する県民意識調査結果【速報版】

※本資料の数値は速報値であるため、今後結果の一部が変更される可能性があります。

#### 1 調査の目的

県民の消費生活に関する意識や要望を把握し、消費生活の安定と効果的な施策の推進を図るとともに、今年度策定する第4次岡山県消費生活基本計画（仮称）の参考とすることを目的として、調査を実施した。

#### 2 調査の方法

- (1) 調査対象：県内に在住の18歳以上の男女2,500人
- (2) 抽出方法：層化二段無作為抽出
- (3) 調査方法：郵送による調査票の配布・回収（お礼状兼督促状送付1回）
- (4) 調査期間：令和2年6月4日（木）～19日（金）

#### 3 回収状況

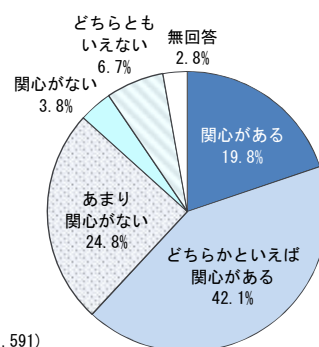
- (1) 調査票送付数 2,500票
- (2) 回収数 1,596票
- (3) 有効回答数 1,591票（回収率63.6%）

#### 4 調査結果

##### 【消費者問題への関心について】

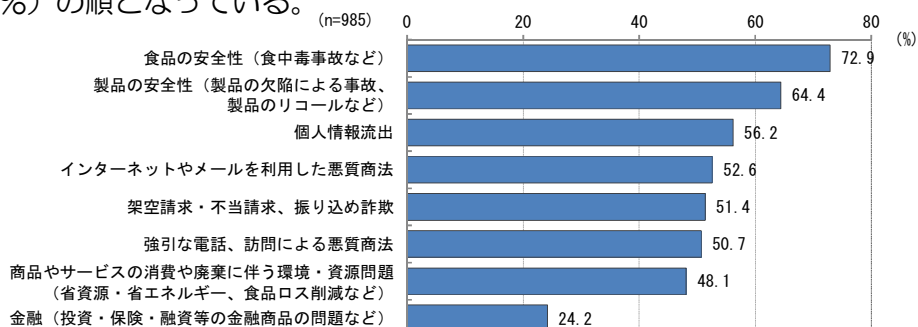
##### 1 消費者問題への関心

『関心がある』（「関心がある」と「どちらかといえば関心がある」を合わせた割合）は61.9%である。



##### 2 関心のある消費者問題の内容（上位8位）

「食品の安全性」が72.9%と最も高く、次いで「製品の安全性」（64.4%）、「個人情報流出」（56.2%）の順となっている。



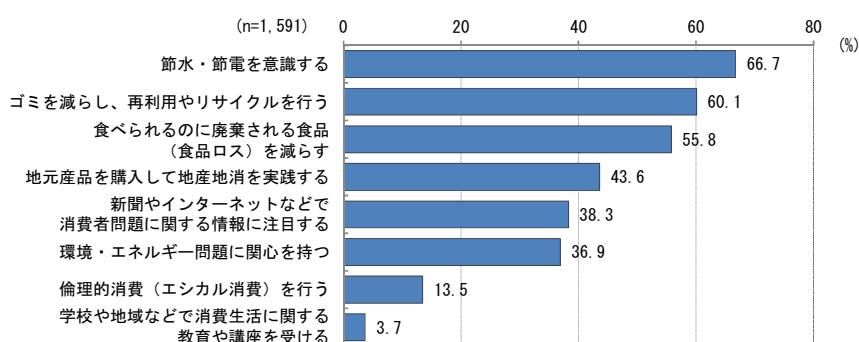
## [消費生活における意識や行動について]

### 3 商品の購入時やサービス利用時の意識

「価格」を『意識する』（「常に意識する」、「よく意識する」、「たまに意識する」を合わせた割合）は94.8%、「機能や品質」は93.7%、「安全性」は93.2%である。

### 4 日頃の消費生活で行っていること（上位8位）

「節水・節電を意識する」が66.7%と最も高い。一方、「倫理的消費（エシカル消費）を行う」は13.5%にとどまっている。



### 5 キャッシュレス決済の利用状況

『利用している』（「よく利用している」と「ときどき利用している」を合わせた割合）は55.8%、『利用していない』（「あまり利用していない」と「全く利用していない」を合わせた割合）は41.4%である。

## [情報提供・消費者教育について]

### 6 重要だと考える消費生活に関する情報

「悪質な事業者や手口についての注意喚起」が64.7%と最も高く、次いで「商品テストや商品・サービスの安全性」（53.0%）、「消費生活に関する法律や制度など」（42.4%）、「消費者問題の相談窓口」（40.7%）の順となっている。

### 7 有効な情報提供手段

「テレビ」が85.9%と最も高く、次いで「新聞・雑誌」（58.3%）となっている。

### 8 消費生活に関する出前講座等への参加状況

「実施されていることを知らない」が61.3%と最も高く、次いで「実施していることは知っていたが、参加したことはない」（28.6%）、「参加したことがある」（8.7%）の順となっている。

## 9 参加してみたい講座

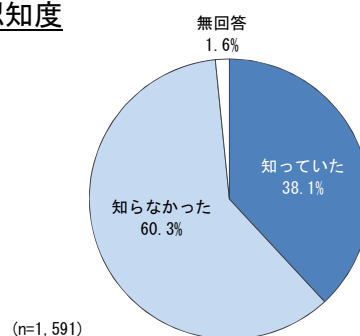
「悪質商法の手口や対応方法などの講座」が30.4%と最も高く、次いで「電子マネーやキャッシュレス決済に関する講座」（26.3%）、「食品表示の見方など食の安全に関する講座」（25.5%）、「インターネットの注意点などの講座」（22.0%）の順となっている。「特にない（興味がない）」は32.1%である。

## 10 学校での消費生活の学習経験の有無

「学習した経験がある」が15.1%、「学習した経験はない」が82.1%である。

## 11 成年年齢引き下げに伴う未成年者の契約取消不可の認知度

令和4年に成年年齢が18歳に引き下げられた後、18歳、19歳の人と締結した契約は、未成年という理由で取り消すことができなくなることを知っていたのは、38.1%である。



## 12 成年年齢引き下げ後の若年者の消費者被害への有効な対策

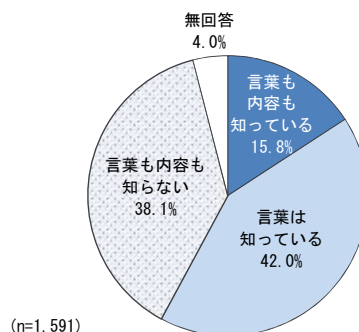
「トラブルに巻き込まれた際に相談できる窓口を周知すること」が67.3%と最も高く、次いで「18歳になる前の人を対象とした消費者教育を充実させる」（66.8%）、「悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」（61.1%）、「若年者がトラブルに巻き込まれやすい事例を周知すること」（55.2%）の順となっている。

## 13 消費者被害を防止するため、重点的に啓発・対策を行う対象

「高齢者」が70.0%と最も高く、次いで「高校生・高等専門学校生」（54.6%）の順となっている。

## 14 消費者ホットライン188（いやや）の認知度

『知っている』（「言葉も内容も知っている」と「言葉は知っている」を合わせた割合）は、57.8%である。



## 15 クーリング・オフの認知度

『知っている』（「言葉も内容も知っている」と「言葉は知っている」を合わせた割合）は、90.7%である。

## [消費者被害等の状況について]

### 16 悪質商法の認知度

『知っている』（「知っている」と「実際に被害にあったことがある（家族を含めて）」を合わせた割合）は81.3%、「知らない」が15.7%である。

### 17 あったことのある消費者被害や消費者トラブル

「製品の品質・安全性」が11.8%と最も高く、「食品の品質・安全性（9.9%）」、「販売方法」（8.9%）、「架空（不当）請求」（8.5%）の順となっている。「被害はない」は58.6%である。

### 18 消費者被害等の原因となった商品やサービスの購入のきっかけ

「お店で商品を購入したりサービスを利用した」が33.7%、次いで「インターネット、テレビ、ラジオ、新聞や雑誌等の広告での通信販売を利用した」（32.0%）、「自宅や職場に業者が訪ねてきて、勧められた」（16.5%）、「知り合いや友達から勧められた」（11.4%）、「自宅や職場に業者から電話があり、勧められた」（10.1%）の順となっている。

### 19 消費者被害等にあった際の相談の有無

「相談したり、伝えたりした」は51.1%、「相談したり、伝えたりしなかった」は45.3%である。

### 20 消費者被害等にあった際の相談先

「家族・親族」が46.3%、次いで「購入先・利用先の営業担当者等」（32.0%）、「メーカー等の事業者」（21.3%）、「友人・知人」（21.0%）の順となっている。

### 21 ひとり暮らしの高齢者等の被害を防止するための、地域の方の見守り活動の必要性

『必要だと感じる』（「必要だと感じる」と「どちらかといえば必要だと感じる」を合わせた割合）は87.2%、『必要だと感じない』（「必要だと感じない」と「どちらかといえば必要だと感じない」を合わせた割合）は4.1%である。

### 22 見守ってほしい人

「家族・親族」が81.8%と最も高く、次いで「友人・知人」（47.4%）、「警察官」（44.2%）、「民生委員・児童委員など地域の人」（44.1%）の順となっている。

## 23 高齢者や障害のある方に対する消費者被害への有効な対策

「家族や親族で日頃から話題にするよう心掛ける」が59.7%と最も高く、次いで「近隣同士で声を掛け合うことができる関係をつくる」（45.6%）、「報道（テレビ、新聞、ラジオ）に被害情報などを取り上げてもらう」（41.4%）、「悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」（40.0%）の順となっている。

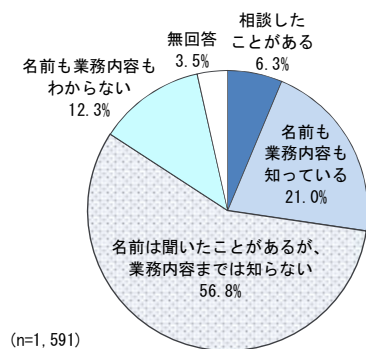
### [消費者被害の相談について]

## 24 消費者被害にあった時、「安心して相談できる場所」

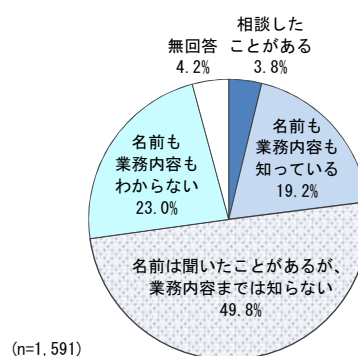
「家族・親族」が71.2%と最も高く、次いで「市町村の消費生活センター・相談窓口」（38.4%）、「岡山県消費生活センター」（35.5%）、「友人・知人」（34.8%）、「警察」（34.0%）の順となっている。

## 25 消費者生活相談窓口の認知度

(1) 岡山県消費生活センターを『知っている』（「相談したことがある」と「名前も業務内容も知っている」を合わせた割合）は、27.3%である。



(2) お住まいの市町村の消費生活相談窓口を『知っている』（「相談したことがある」と「名前も業務内容も知っている」を合わせた割合）は、23.0%である。



### [消費者行政全般について]

## 26 消費者行政の取組への満足度

「消費者問題を相談できる窓口が身近にある」ことに『満足している』（「満足している」と「まあ満足している」を合わせた割合）は46.4%、「消費者問題が適切に情報提供されている」ことに『満足している』（「満足している」と「まあ満足している」を合わせた割合）は32.5%である。

## 27 消費者行政の取組への重要度

「消費者問題を相談できる窓口が身近にある」ことが『重要である』（「重要である」と「まあ重要である」を合わせた割合）と考えている人は75.3%である。

## 28 消費生活についての意見・感想（自由回答）※抜粋

○学生時代に受けた消費者教育が、今の実生活に活かしているように感じる。学生時代から学んでおくことによって、若い頃から具体的な消費者被害についての知識を得られて、対策ができるのではないかと思う。（18～19歳 女性）

○高校や大学など、自分でお金を管理し始める頃に、もっとお金に関する知識を学ぶ機会があれば良いと思う。（20代 女性）

○ネットなどで被害を受けたとき、誰にどのように相談すれば良いのかよくわからない。いろんな情報を信じたいけれど、信じてはいけないものがある状況が不安で怖い。  
（30代 女性）

○悪徳商法自体なくしてほしい。しつこい電話にうんざりしている。（40代 男性）

○消費生活に対する啓発活動、特に教育が大切である。あわせて、社会的弱者、高齢者へのフォローが必要であると思う。（50代 女性）

○これからだんだんと高齢になっていくので、家族に迷惑をかけないように、被害にあわないようにしたいので、勉強したい。（60代 女性）

○消費生活センターの業務内容をもっと宣伝してほしい。「悪質商法に対する対処法」についての具体的な方法や内容などについて、一般向けに説明をお願いします。（70代 男性）