

消費生活についてのアンケート結果

滋賀県消費者基本計画(第3次)については、令和2年度(2020年度)に計画期間の終期を迎えます。このため、第4次計画策定(計画期間:令和3年度～令和7年度)にあたり、県民の消費生活に係る現状やニーズを把握することにより、第3次計画の成果測定および第4次計画の基礎数値として活用することを目的としてアンケート調査を実施しました。

※滋賀県消費者基本計画とは

滋賀県消費生活条例の規定に基づき、県民の消費生活の安定と向上を図るため策定しており、県の消費者行政推進の指針となるものです。「みんなでつくる滋賀の消費者安全・安心社会」を目指して、「安全・安心な消費生活の確保」、「『自ら考え行動する』消費者になるための支援」、「消費者被害の防止と救済」を基本方針として、施策に取り組んでいます。

★調査時期 : 令和2年7月

★対象者 : 県政モニター 399人

★回答数 : 336人(回収率 84.2%)

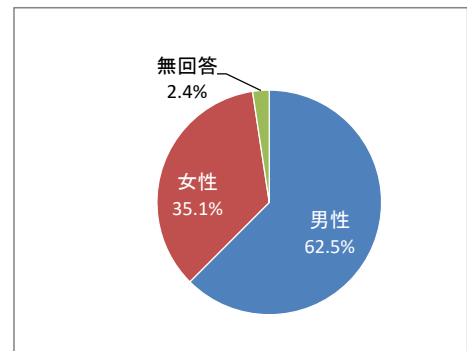
★担当課 : 総合企画部 県民活動生活課

(※四捨五入により割合の合計が100.0%にならない場合があります。)

【属性】

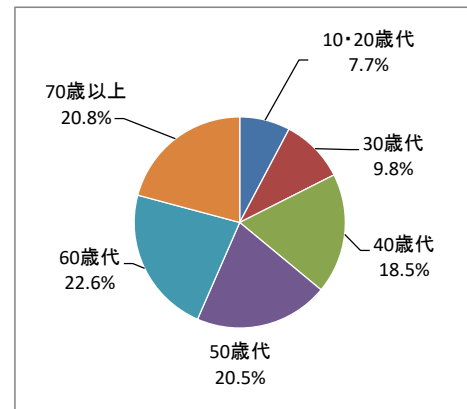
◆性別

項目	人数(人)	割合(%)
男性	210	62.5
女性	118	35.1
無回答	8	2.4
合計	336	100.0



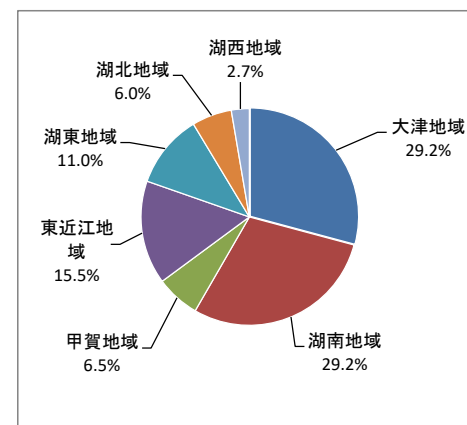
◆年代

項目	人数(人)	割合(%)
10・20歳代	26	7.7
30歳代	33	9.8
40歳代	62	18.5
50歳代	69	20.5
60歳代	76	22.6
70歳以上	70	20.8
合計	336	100.0



◆地域

項目	人数(人)	割合(%)
大津地域	98	29.2
湖南地域	98	29.2
甲賀地域	22	6.5
東近江地域	52	15.5
湖東地域	37	11.0
湖北地域	20	6.0
湖西地域	9	2.7
合計	336	100.0

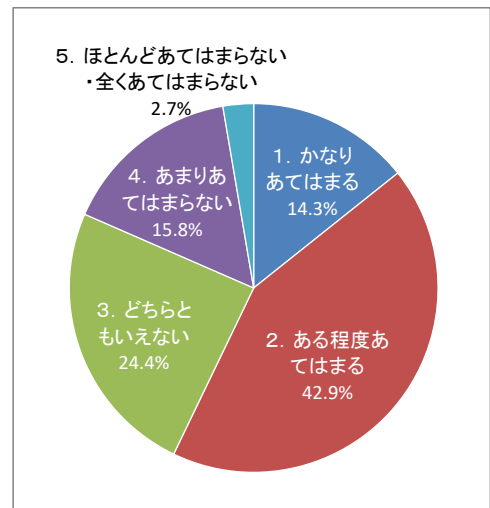


【問1】

消費者をとりまく状況についておたずねします。
 次の(1)～(9)の項目について、あてはまるものをお選びください。
 (それぞれ回答チェックは1つだけ n=336)

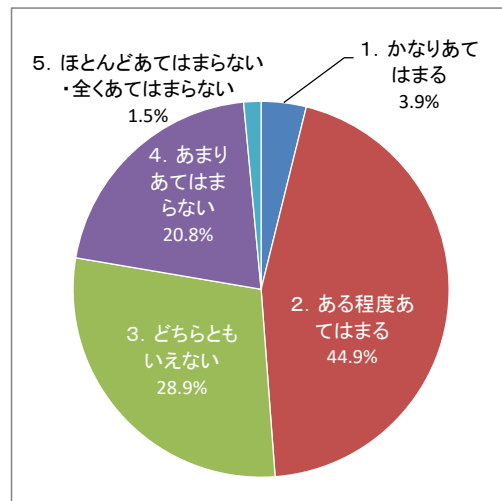
(1) 悪質・詐欺的な販売行為を心配せず、安全に商品・サービスを購入・利用できる

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	48	14.3
2. ある程度あてはまる	144	42.9
3. どちらともいえない	82	24.4
4. あまりあてはまらない	53	15.8
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	9	2.7
合計	336	100.0



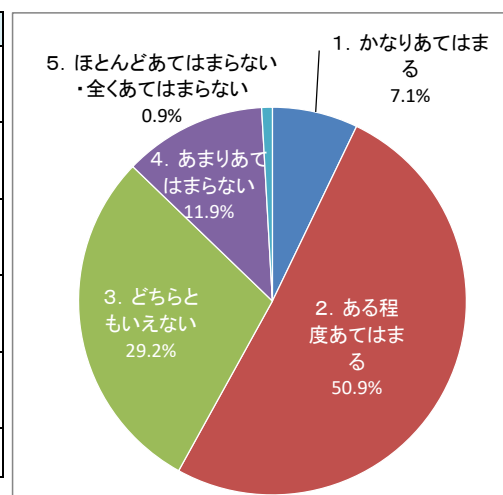
(2) 商品等の表示・広告の内容は信用できる

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	13	3.9
2. ある程度あてはまる	151	44.9
3. どちらともいえない	97	28.9
4. あまりあてはまらない	70	20.8
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	5	1.5
合計	336	100.0



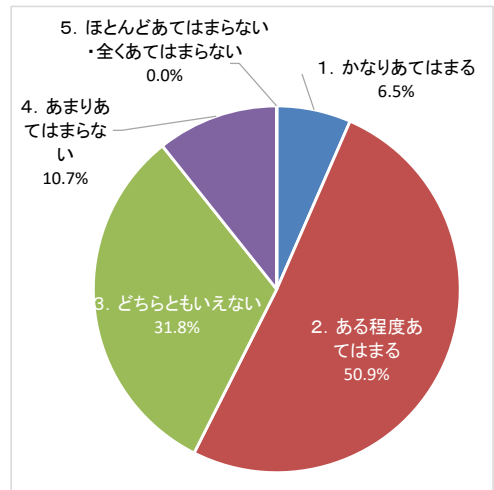
(3) 流通している食品は安全・安心である

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	24	7.1
2. ある程度あてはまる	171	50.9
3. どちらともいえない	98	29.2
4. あまりあてはまらない	40	11.9
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	3	0.9
合計	336	100.0



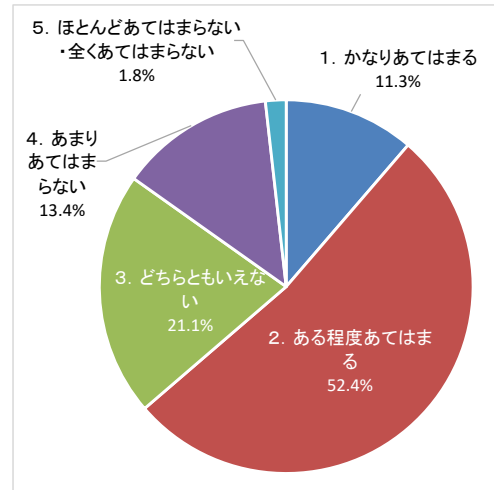
(4) 流通している商品(食品以外)や提供されているサービスは安全・安心である

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	22	6.5
2. ある程度あてはまる	171	50.9
3. どちらともいえない	107	31.8
4. あまりあてはまらない	36	10.7
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	0	0.0
合計	336	100.0



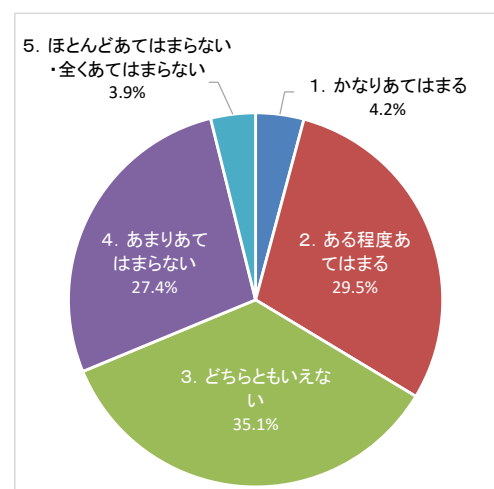
(5) 物価が安定し、商品・サービスは安定的に供給されている

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	38	11.3
2. ある程度あてはまる	176	52.4
3. どちらともいえない	71	21.1
4. あまりあてはまらない	45	13.4
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	6	1.8
合計	336	100.0



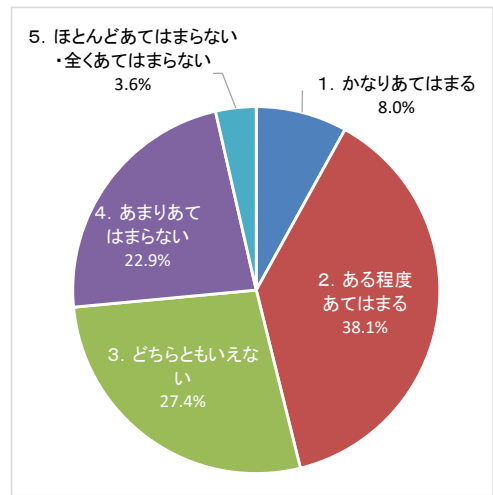
(6) 行政から消費者への情報提供や啓発が十分になされている

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	14	4.2
2. ある程度あてはまる	99	29.5
3. どちらともいえない	118	35.1
4. あまりあてはまらない	92	27.4
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	13	3.9
合計	336	100.0



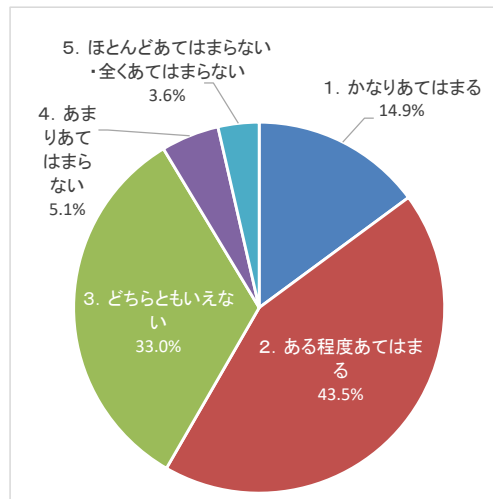
(7) 消費者が商品の購入にあたり、環境へのつながりを意識している

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	27	8.0
2. ある程度あてはまる	128	38.1
3. どちらともいえない	92	27.4
4. あまりあてはまらない	77	22.9
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	12	3.6
合計	336	100.0



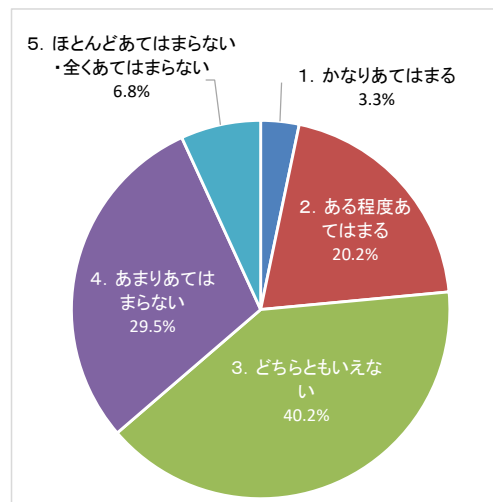
(8) 県や市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)は信頼できる

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	50	14.9
2. ある程度あてはまる	146	43.5
3. どちらともいえない	111	33.0
4. あまりあてはまらない	17	5.1
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	12	3.6
合計	336	100.0



(9) 高齢者が消費者被害にあわないように地域で見守られている

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	11	3.3
2. ある程度あてはまる	68	20.2
3. どちらともいえない	135	40.2
4. あまりあてはまらない	99	29.5
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	23	6.8
合計	336	100.0

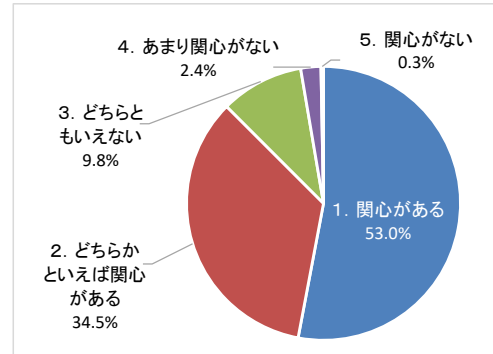


【問2】

あなたは、次の消費者問題について、それぞれどの程度関心がありますか。
 次の(1)～(10)の項目について、あてはまるものをお選びください。
 (それぞれ回答チェックは1つだけ n=336)

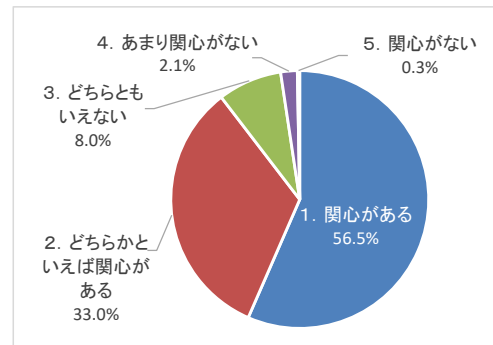
(1) 商品・サービスの表示(原産地・原材料の偽装など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	178	53.0
2. どちらかといえば関心がある	116	34.5
3. どちらともいえない	33	9.8
4. あまり関心がない	8	2.4
5. 関心がない	1	0.3
合計	336	100.0



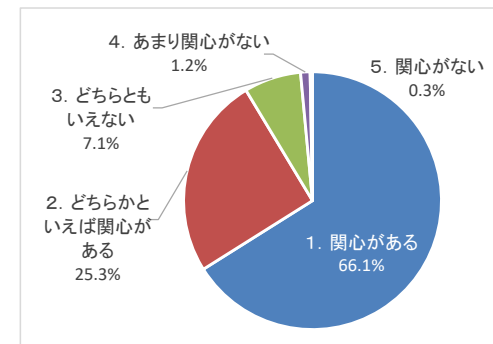
(2) 製品の品質や安全性(製品の欠陥・不具合により生じる事故など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	190	56.5
2. どちらかといえば関心がある	111	33.0
3. どちらともいえない	27	8.0
4. あまり関心がない	7	2.1
5. 関心がない	1	0.3
合計	336	100.0



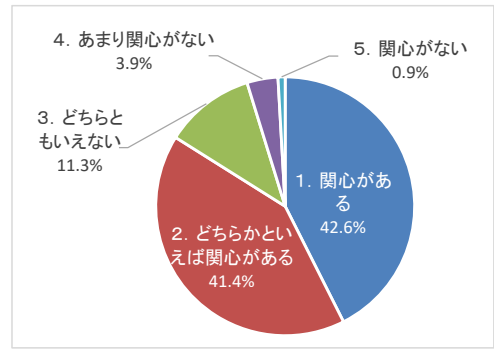
(3) 食品の品質や安全性(食中毒・異物混入など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	222	66.1
2. どちらかといえば関心がある	85	25.3
3. どちらともいえない	24	7.1
4. あまり関心がない	4	1.2
5. 関心がない	1	0.3
合計	336	100.0



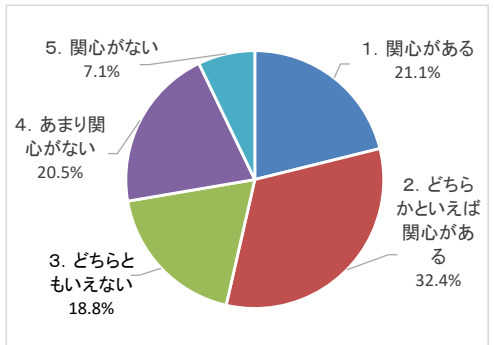
(4) 物価の安定・サービスの安定供給(特定の商品の買い占めなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	143	42.6
2. どちらかといえば関心がある	139	41.4
3. どちらともいえない	38	11.3
4. あまり関心がない	13	3.9
5. 関心がない	3	0.9
合計	336	100.0



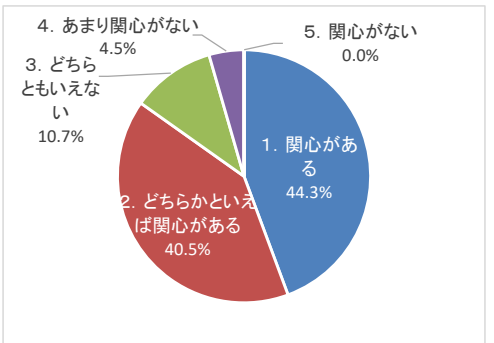
(5) 金融(投資、保険、仮想通貨などの金融商品や融資)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	71	21.1
2. どちらかといえば関心がある	109	32.4
3. どちらともいえない	63	18.8
4. あまり関心がない	69	20.5
5. 関心がない	24	7.1
合計	336	100.0



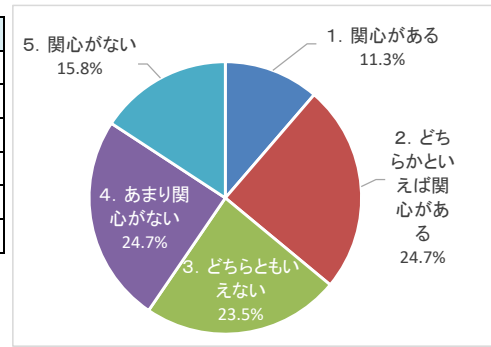
(6) 環境問題(省エネ、ごみの削減など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	149	44.3
2. どちらかといえば関心がある	136	40.5
3. どちらともいえない	36	10.7
4. あまり関心がない	15	4.5
5. 関心がない	0	0.0
合計	336	100.0



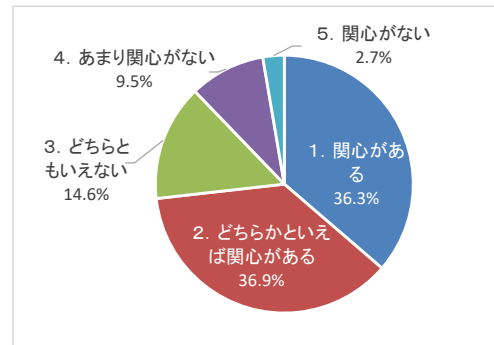
(7) 多重債務(サラ金やクレジットなどによる返済能力を超えた借金)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	38	11.3
2. どちらかといえば関心がある	83	24.7
3. どちらともいえない	79	23.5
4. あまり関心がない	83	24.7
5. 関心がない	53	15.8
合計	336	100.0



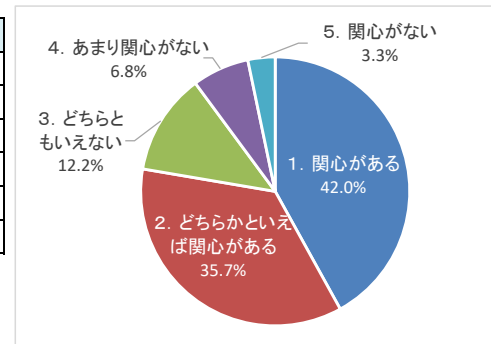
(8) 悪質商法(強引な勧誘や不正な契約など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	122	36.3
2. どちらかといえば関心がある	124	36.9
3. どちらともいえない	49	14.6
4. あまり関心がない	32	9.5
5. 関心がない	9	2.7
合計	336	100.0



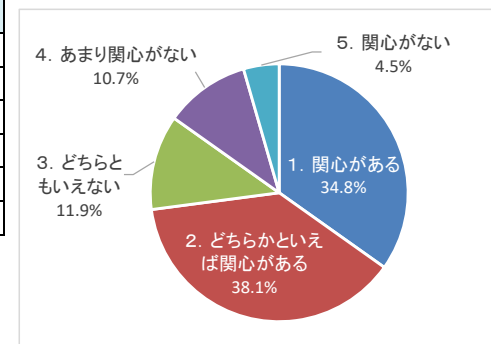
(9) 詐欺(架空請求や振り込め詐欺、キャッシュカードすり替えなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	141	42.0
2. どちらかといえば関心がある	120	35.7
3. どちらともいえない	41	12.2
4. あまり関心がない	23	6.8
5. 関心がない	11	3.3
合計	336	100.0



(10) 交流サイト・ゲーム・ネット通販などのインターネット利用に生じるトラブル

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	117	34.8
2. どちらかといえば関心がある	128	38.1
3. どちらともいえない	40	11.9
4. あまり関心がない	36	10.7
5. 関心がない	15	4.5
合計	336	100.0

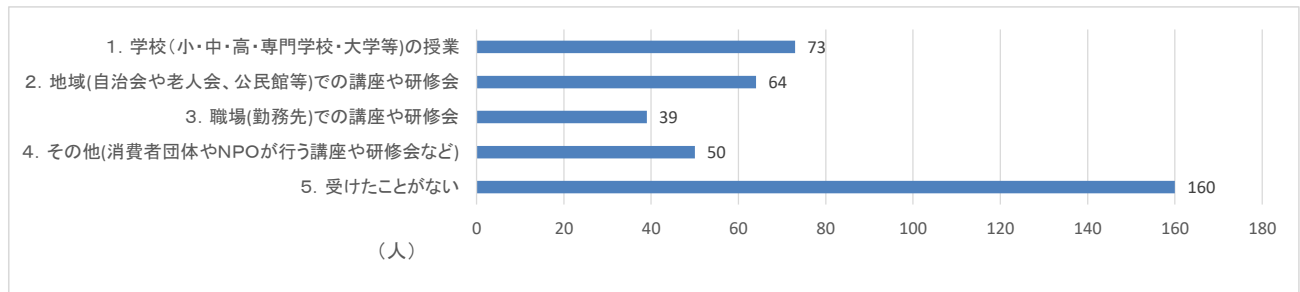


【問3】

消費者教育に関する授業や講座等についておたずねします。
 次の(1)～(7)の項目について、あてはまるものをお選びください。
 (「5. 受けたことがない」を選択した場合を除き、回答チェックはいくつでも n=336)

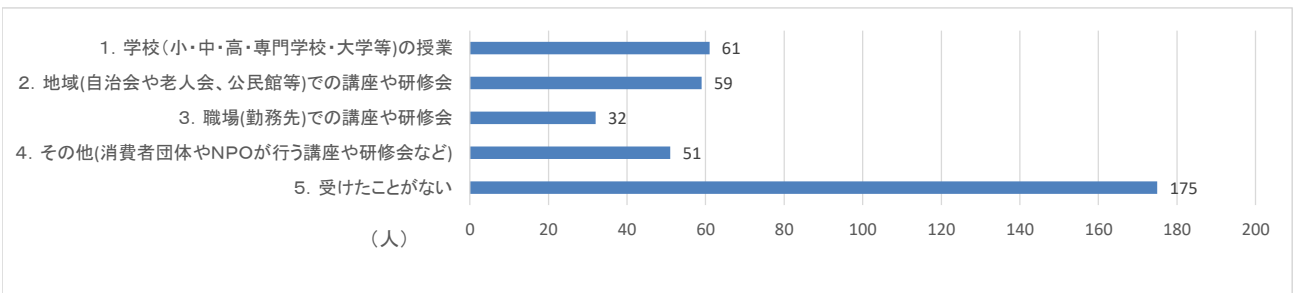
(1) 悪質商法の手口や対応方法に関すること(クーリング・オフなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 学校(小・中・高・専門学校・大学等)の授業	73	21.7
2. 地域(自治会や老人会、公民館等)での講座や研修会	64	19.0
3. 職場(勤務先)での講座や研修会	39	11.6
4. その他(消費者団体やNPOが行う講座や研修会など)	50	14.9
5. 受けたことがない	160	47.6



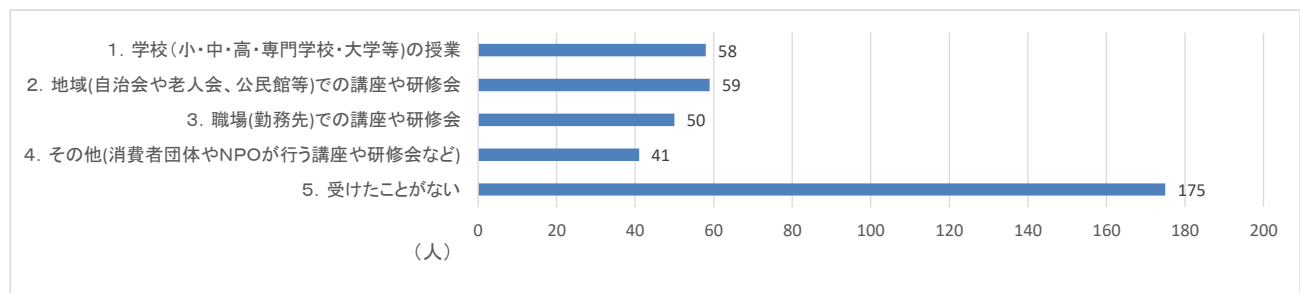
(2) 安全・安心な商品・サービスの選び方に関すること(表示・広告の見方など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 学校(小・中・高・専門学校・大学等)の授業	61	18.2
2. 地域(自治会や老人会、公民館等)での講座や研修会	59	17.6
3. 職場(勤務先)での講座や研修会	32	9.5
4. その他(消費者団体やNPOが行う講座や研修会など)	51	15.2
5. 受けたことがない	175	52.1



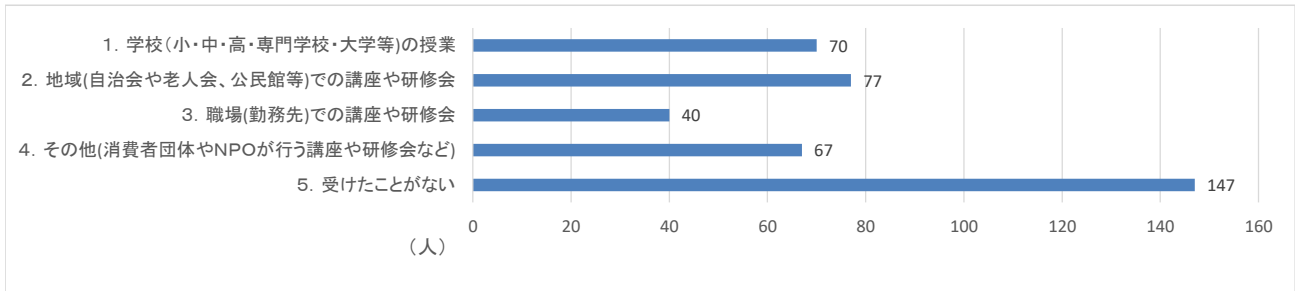
(3) インターネットやスマートフォン利用時の注意点に関すること

項目	人数(人)	割合(%)
1. 学校(小・中・高・専門学校・大学等)の授業	58	17.3
2. 地域(自治会や老人会、公民館等)での講座や研修会	59	17.6
3. 職場(勤務先)での講座や研修会	50	14.9
4. その他(消費者団体やNPOが行う講座や研修会など)	41	12.2
5. 受けたことがない	175	52.1



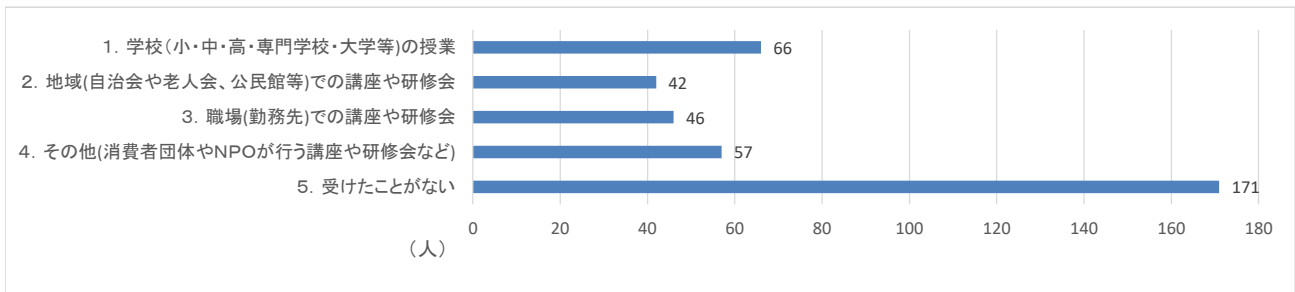
(4) 環境に配慮した暮らし方に関すること(エコ製品の購入やごみの減量など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 学校(小・中・高・専門学校・大学等)の授業	70	20.8
2. 地域(自治会や老人会、公民館等)での講座や研修会	77	22.9
3. 職場(勤務先)での講座や研修会	40	11.9
4. その他(消費者団体やNPOが行う講座や研修会など)	67	19.9
5. 受けたことがない	147	43.8



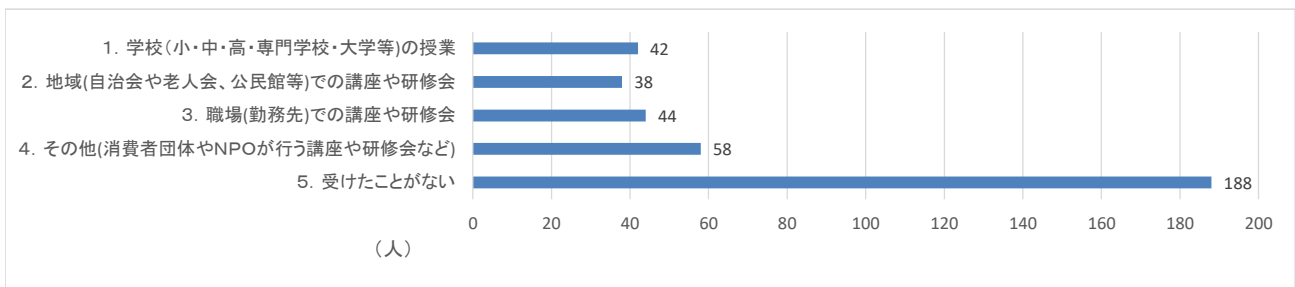
(5) 金融や経済に関すること

項目	人数(人)	割合(%)
1. 学校(小・中・高・専門学校・大学等)の授業	66	19.6
2. 地域(自治会や老人会、公民館等)での講座や研修会	42	12.5
3. 職場(勤務先)での講座や研修会	46	13.7
4. その他(消費者団体やNPOが行う講座や研修会など)	57	17.0
5. 受けたことがない	171	50.9



(6) 家計管理など生活設計(ライフプラン)に関すること

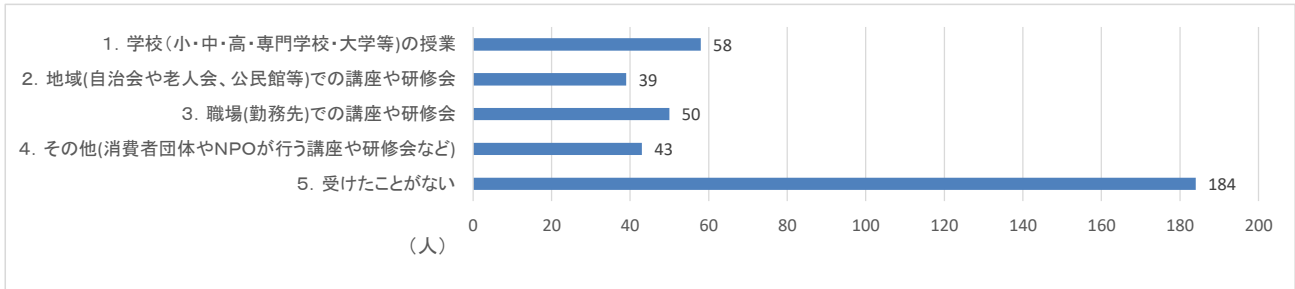
項目	人数(人)	割合(%)
1. 学校(小・中・高・専門学校・大学等)の授業	42	12.5
2. 地域(自治会や老人会、公民館等)での講座や研修会	38	11.3
3. 職場(勤務先)での講座や研修会	44	13.1
4. その他(消費者団体やNPOが行う講座や研修会など)	58	17.3
5. 受けたことがない	188	56.0



(7)消費生活に関する法律や制度に関すること

※消費生活に関する法律・・・消費者基本法・消費者契約法・特定商取引法・製造物責任(PL)法など

項目	人数(人)	割合(%)
1. 学校(小・中・高・専門学校・大学等)の授業	58	17.3
2. 地域(自治会や老人会、公民館等)での講座や研修会	39	11.6
3. 職場(勤務先)での講座や研修会	50	14.9
4. その他(消費者団体やNPOが行う講座や研修会など)	43	12.8
5. 受けたことがない	184	54.8

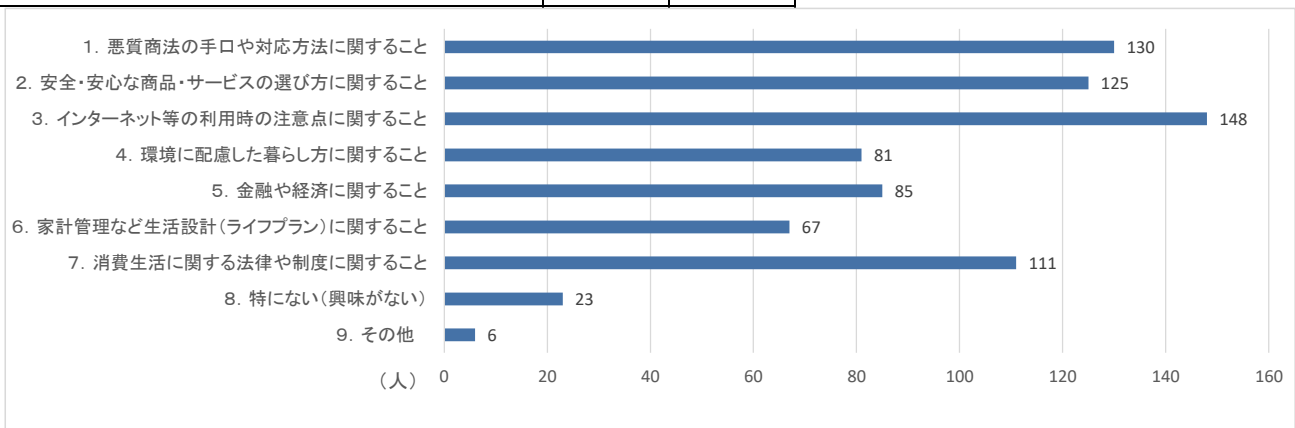


【問4】

消費者教育に関連して、あなたが今後、特に知りたい分野はどれですか。

(「9. 特にない」(興味がない)を選択した場合を除き、回答チェックは3つまで n=336)

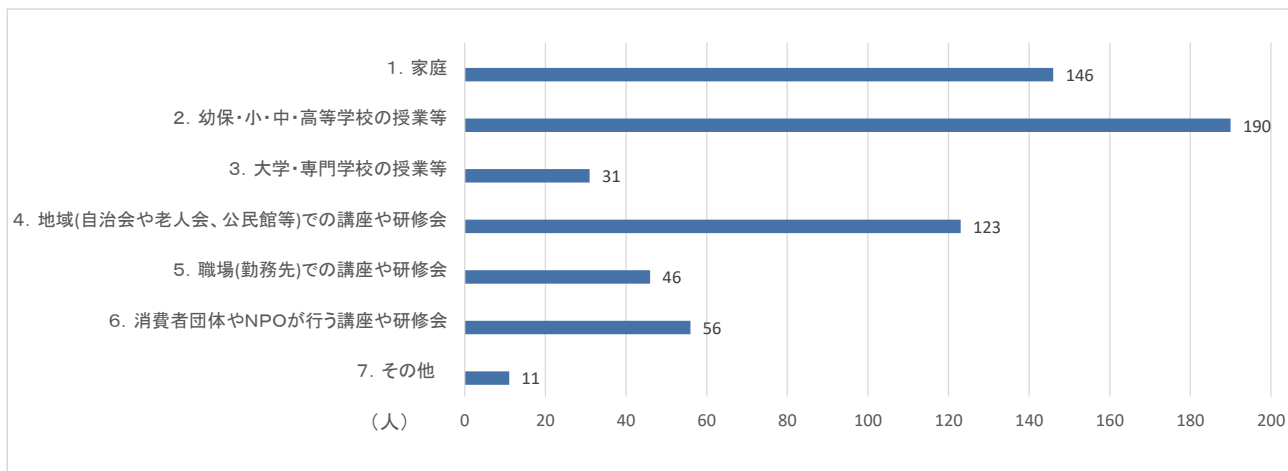
項目	人数(人)	割合(%)
1. 悪質商法の手口や対応方法に関すること (クーリング・オフなど)	130	41.5
2. 安全・安心な商品・サービスの選び方に関すること (表示・広告の見方など)	125	39.9
3. インターネットやスマートフォン利用時の注意点に関すること	148	47.3
4. 環境に配慮した暮らし方に関すること (エコ製品の購入やごみの減量など)	81	25.9
5. 金融や経済に関すること	85	27.2
6. 家計管理など生活設計(ライフプラン)に関すること	67	21.4
7. 消費生活に関する法律や制度に関すること	111	35.5
8. 特にない(興味がない)	23	7.3
9. その他 → 次の「その他の内容」欄に記入してください。	6	1.9



【問5】

消費者教育が行われる場として、あなたが特に重要だと思うものは次のどれですか。(回答チェックは2つまで n=336)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 家庭	146	43.5
2. 幼保・小・中・高等学校の授業等	190	56.5
3. 大学・専門学校の授業等	31	9.2
4. 地域(自治会や老人会、公民館等)での講座や研修会	123	36.6
5. 職場(勤務先)での講座や研修会	46	13.7
6. 消費者団体やNPOが行う講座や研修会	56	16.7
7. その他 → 次の「その他の内容」欄に具体的に記入してください。	11	3.3



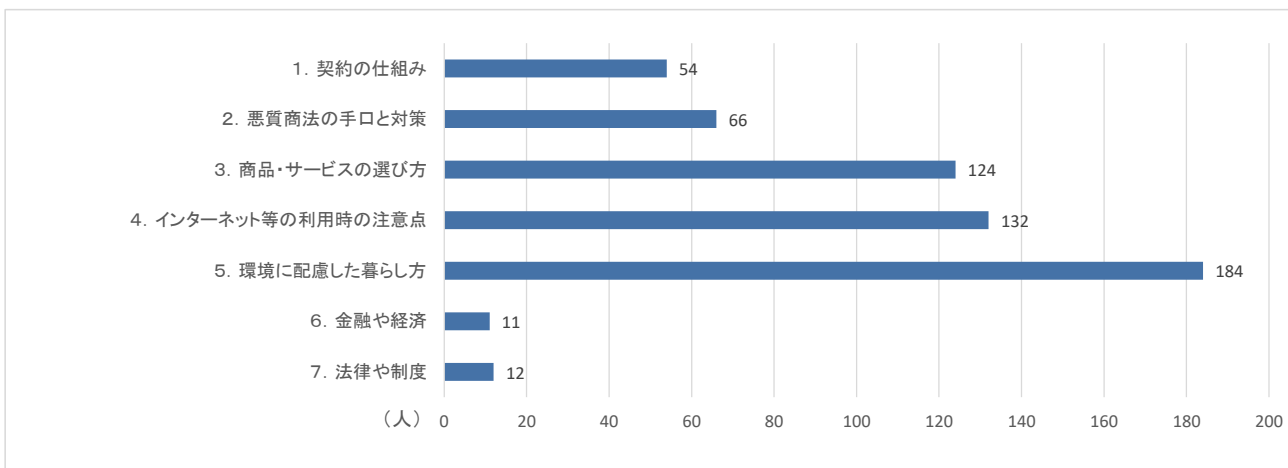
【問6】

幼児期から高齢期までの各時期においては、どのような消費者教育が重要だと思いますか。次の(1)～(7)の時期について、当てはまるものをお選びください。(回答チェックは3つまで n=336)

※成人期のうち、「特に若者」と「成人一般」は重なる部分があります。同様に、「特に高齢者」と「成人一般」も重なる部分があります。これは、成人期のうち、「特に」若者や高齢者では何が重要かを調査するためです。

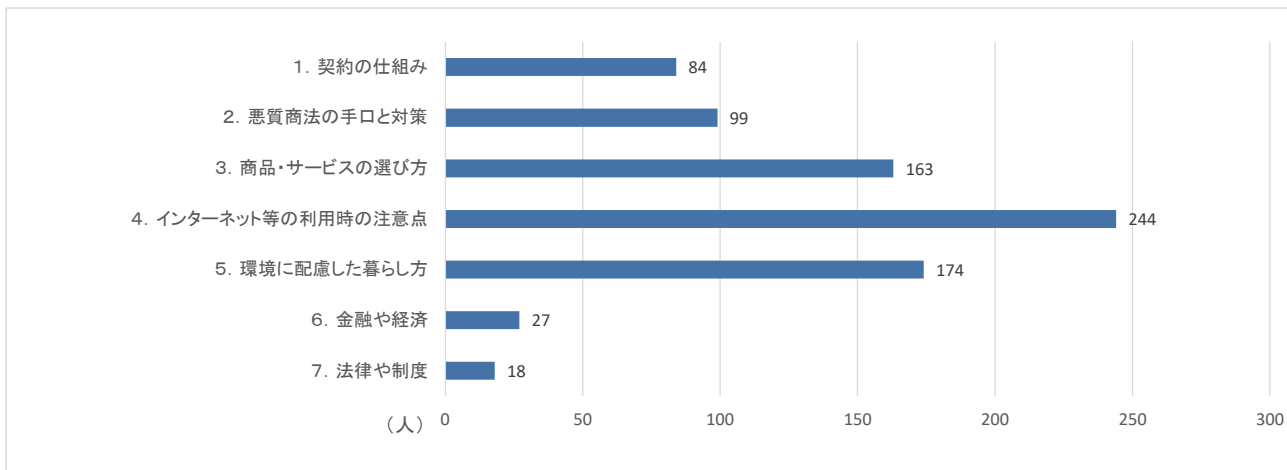
(1) 幼児期

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	54	16.1
2. 悪質商法の手口と対策	66	19.6
3. 商品・サービスの選び方	124	36.9
4. インターネット等の利用時の注意点	132	39.3
5. 環境に配慮した暮らし方	184	54.8
6. 金融や経済	11	3.3
7. 法律や制度	12	3.6



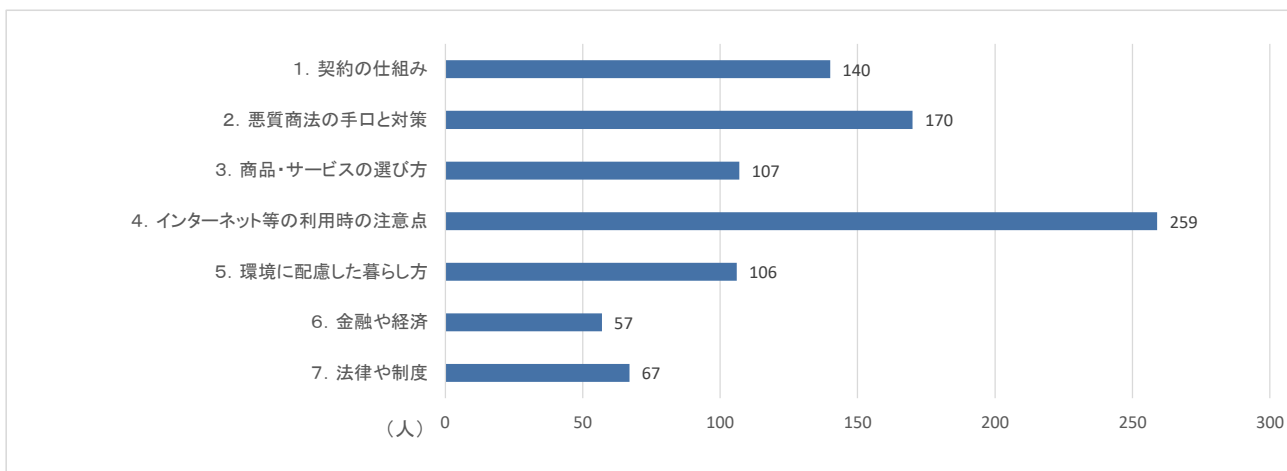
(2)小学生期

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	84	25.0
2. 悪質商法の手口と対策	99	29.5
3. 商品・サービスの選び方	163	48.5
4. インターネット等の利用時の注意点	244	72.6
5. 環境に配慮した暮らし方	174	51.8
6. 金融や経済	27	8.0
7. 法律や制度	18	5.4



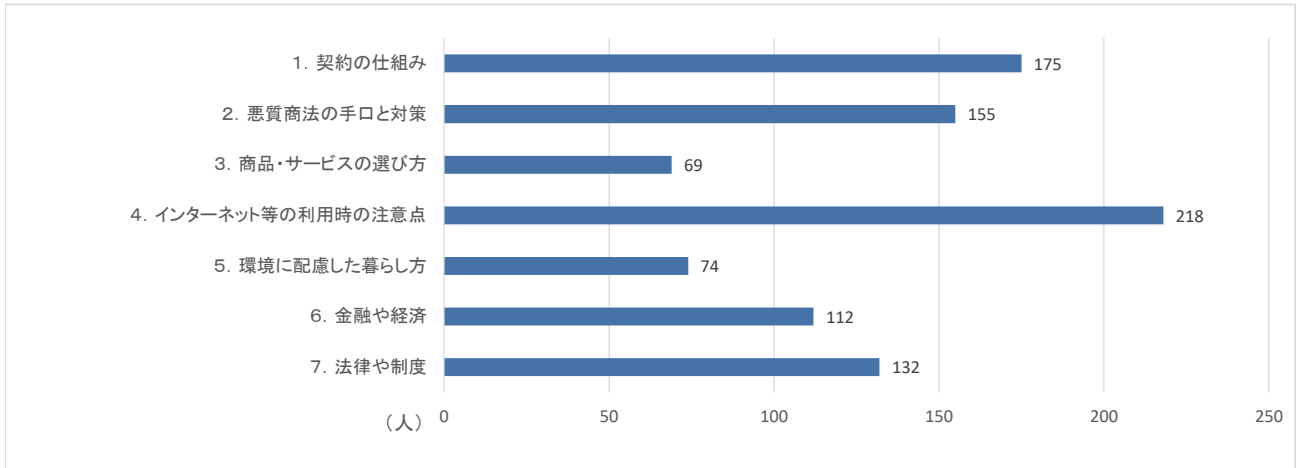
(3)中学生期

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	140	41.7
2. 悪質商法の手口と対策	170	50.6
3. 商品・サービスの選び方	107	31.8
4. インターネット等の利用時の注意点	259	77.1
5. 環境に配慮した暮らし方	106	31.5
6. 金融や経済	57	17.0
7. 法律や制度	67	19.9



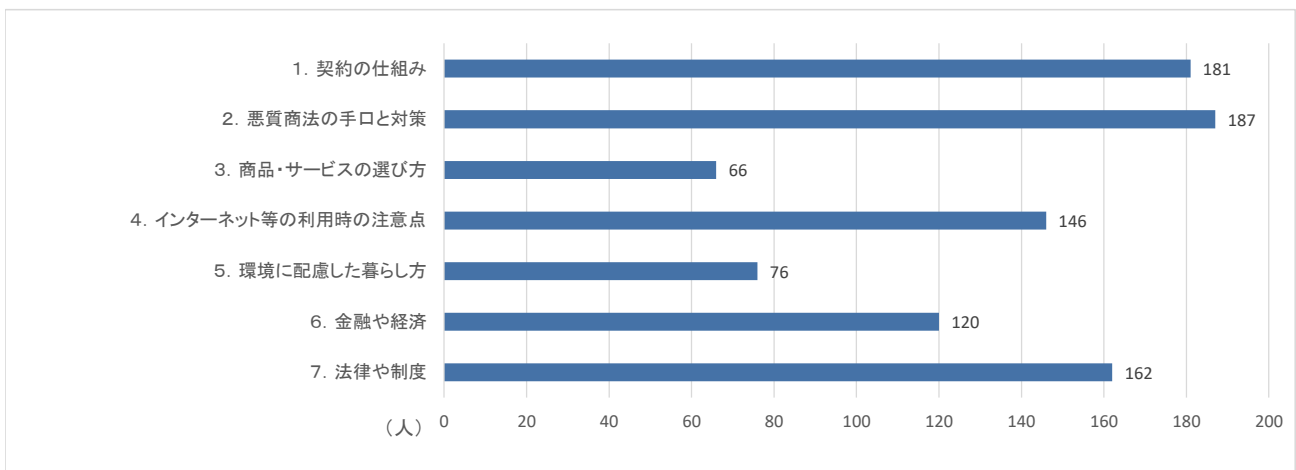
(4) 高校生期

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	175	52.1
2. 悪質商法の手口と対策	155	46.1
3. 商品・サービスの選び方	69	20.5
4. インターネット等の利用時の注意点	218	64.9
5. 環境に配慮した暮らし方	74	22.0
6. 金融や経済	112	33.3
7. 法律や制度	132	39.3



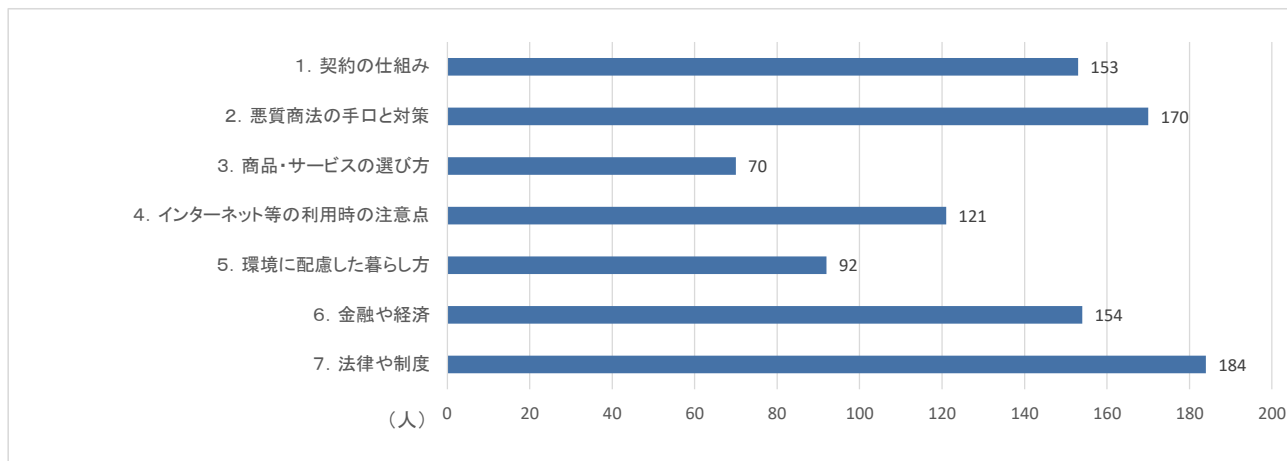
(5) 成人期(特に若者:18歳~29歳)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	181	53.9
2. 悪質商法の手口と対策	187	55.7
3. 商品・サービスの選び方	66	19.6
4. インターネット等の利用時の注意点	146	43.5
5. 環境に配慮した暮らし方	76	22.6
6. 金融や経済	120	35.7
7. 法律や制度	162	48.2



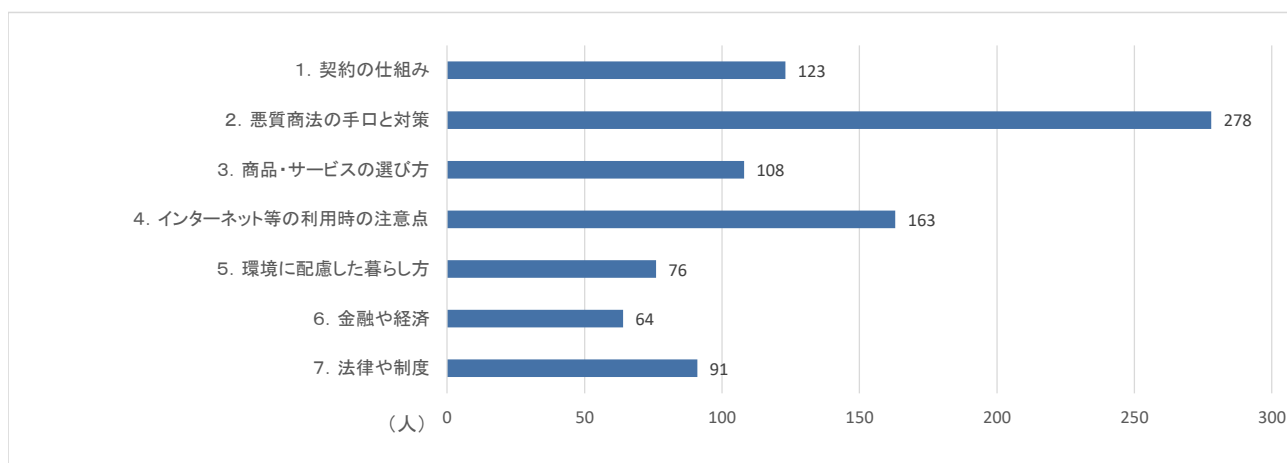
(6) 成人期(成人一般:20歳以上)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	153	45.5
2. 悪質商法の手口と対策	170	50.6
3. 商品・サービスの選び方	70	20.8
4. インターネット等の利用時の注意点	121	36.0
5. 環境に配慮した暮らし方	92	27.4
6. 金融や経済	154	45.8
7. 法律や制度	184	54.8



(7) 成人期(特に高齢者:65歳以上)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	123	36.6
2. 悪質商法の手口と対策	278	82.7
3. 商品・サービスの選び方	108	32.1
4. インターネット等の利用時の注意点	163	48.5
5. 環境に配慮した暮らし方	76	22.6
6. 金融や経済	64	19.0
7. 法律や制度	91	27.1

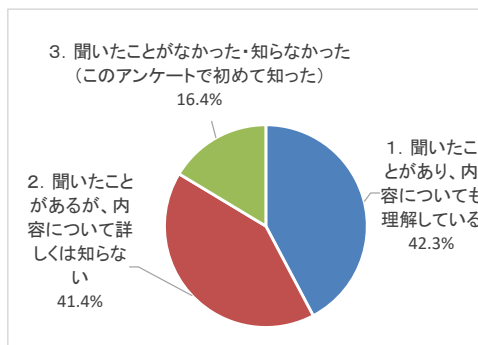


【問7】

令和4年(2022年)4月1日から、成年年齢が18歳に引き下げられます。未成年者には「未成年者取消権」が認められており、親の同意を得ずに契約した場合は契約を取り消すことができますが、成年年齢引き下げにより、18歳、19歳の若者は契約を取り消すことができなくなります。あなたは、成年年齢引き下げや未成年者取消権を知っていましたか。(回答チェックはそれぞれ1つだけ n=336)

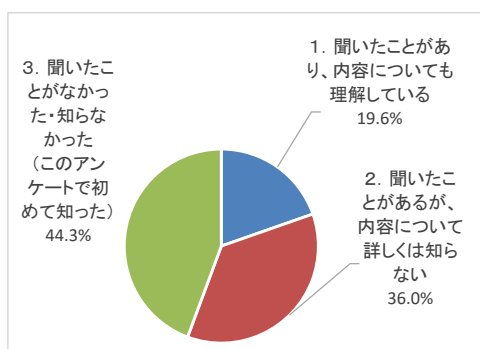
(1) 成年年齢引き下げ

項目	人数(人)	割合(%)
1. 聞いたことがあり、内容についても理解している	142	42.3
2. 聞いたことがあるが、内容について詳しくは知らない	139	41.4
3. 聞いたことがなかった・知らなかった (このアンケートで初めて知った)	55	16.4
合計	336	100.0



(2) 未成年者取消権

項目	人数(人)	割合(%)
1. 聞いたことがあり、内容についても理解している	66	19.6
2. 聞いたことがあるが、内容について詳しくは知らない	121	36.0
3. 聞いたことがなかった・知らなかった (このアンケートで初めて知った)	149	44.3
合計	336	100.0

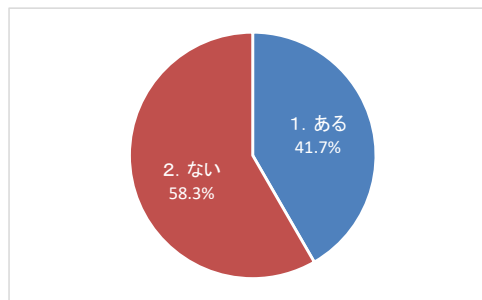


【問8】

今までに購入した商品やサービスについて、消費者トラブルの経験はありますか。(御家族が被害を受けた場合も含まれます。)次の(1)～(10)の項目について、あてはまるものをお選びください。(回答チェックはそれぞれ1つだけ n=336)

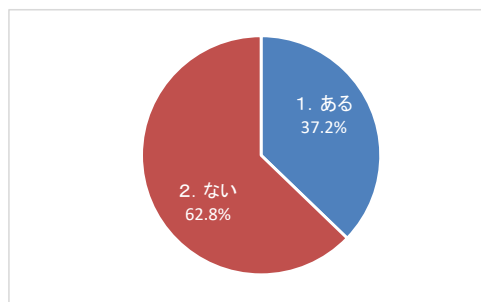
(1)販売方法に関すること(大げさな広告、勘違いさせるような説明、契約をせかす、しつこい勧誘など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	140	41.7
2. ない	196	58.3
合計	336	100.0



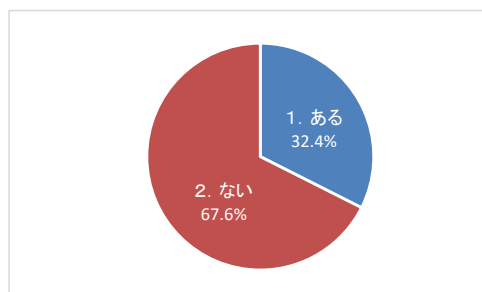
(2)商品やサービスの内容に関すること(偽物、質・量・性能・効果などが表示や説明と違ったなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	125	37.2
2. ない	211	62.8
合計	336	100.0



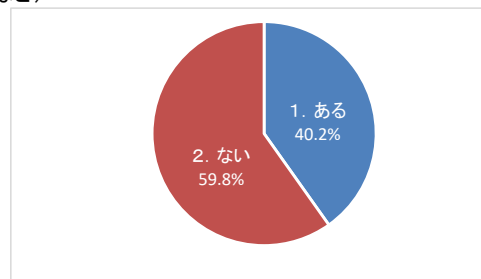
(3)食の安全・食品表示に関すること(消費期限切れ、産地や原材料の偽装、異物混入など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	109	32.4
2. ない	227	67.6
合計	336	100.0



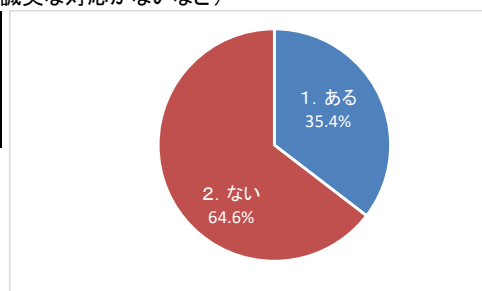
(4)架空請求・不当請求に関すること(身に覚えのない料金請求、不当な金額の請求など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	135	40.2
2. ない	201	59.8
合計	336	100.0



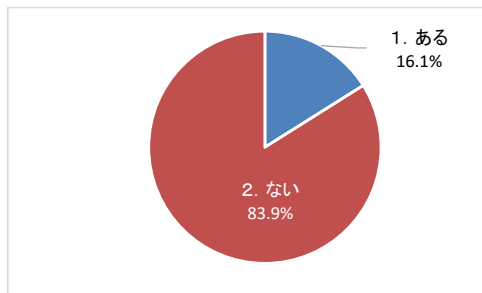
(5)事後の対応や苦情への対応に関すること(納得のいく説明がない、苦情に対する誠実な対応がないなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	119	35.4
2. ない	217	64.6
合計	336	100.0



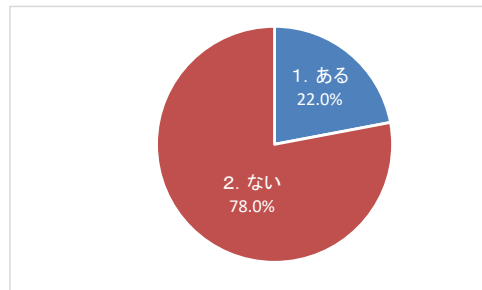
(6) 内容や価格以外の契約条件などに関すること(不当な条件付きだった、取引条件を一方的に変更されたなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	54	16.1
2. ない	282	83.9
合計	336	100.0



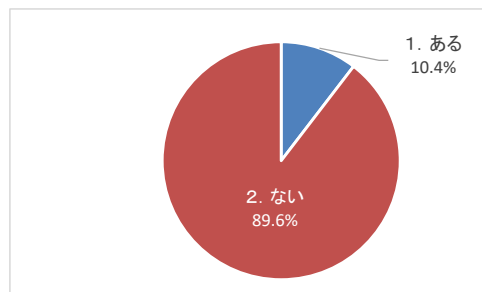
(7) 商品やサービスの価格に関すること(期間限定特別価格がウソだったなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	74	22.0
2. ない	262	78.0
合計	336	100.0



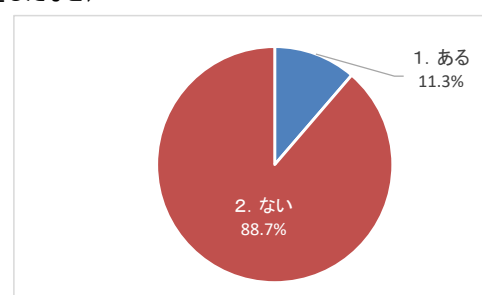
(8) 解約・返品に関すること(契約を取り消そうとしたら高額なキャンセル料を要求されたなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	35	10.4
2. ない	301	89.6
合計	336	100.0



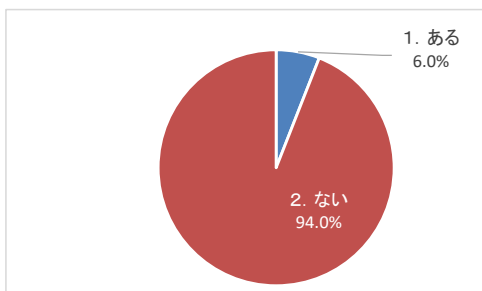
(9) 商品やサービスの欠陥等による被害に関すること(適正に使用していたのにケガをしたなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	38	11.3
2. ない	298	88.7
合計	336	100.0



(10) その他

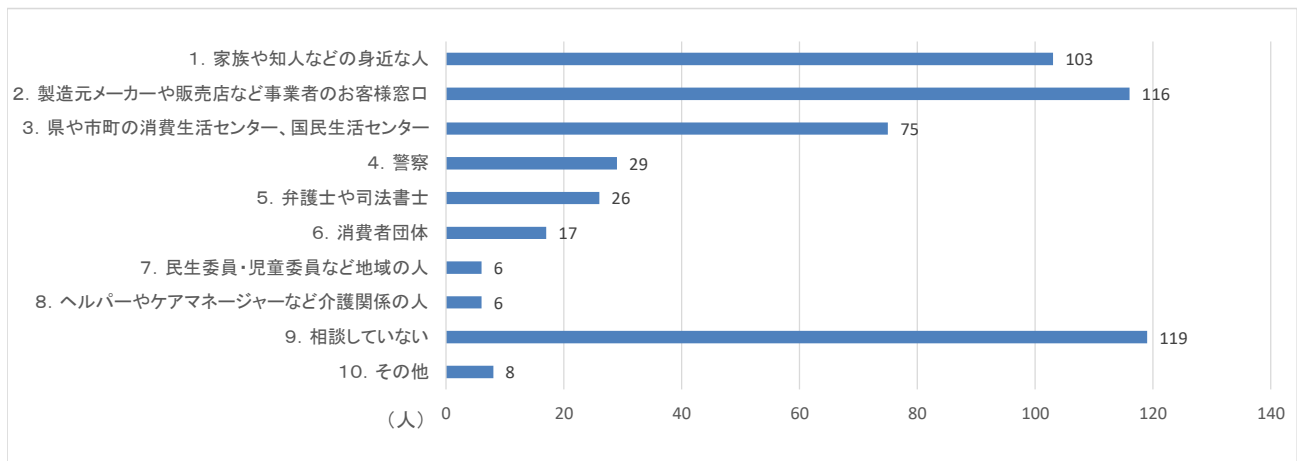
項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	20	6.0
2. ない	316	94.0
合計	336	100.0



【問9】

問8で1つでも「1. ある」と選択された方におたずねします。
 消費者トラブルにあった際、相談した相手先はどこ(誰)ですか。
 (「10. 相談していない」を選択した場合を除き、回答チェックはいくつでも n=234)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 家族や知人などの身近な人	103	44.0
2. 製造元メーカーや販売店など事業者のお客様窓口	116	49.6
3. 県や市町の消費生活センター (消費生活相談窓口)、国民生活センター	75	32.1
4. 警察	29	12.4
5. 弁護士や司法書士	26	11.1
6. 消費者団体	17	7.3
7. 民生委員・児童委員など地域の人	6	2.6
8. ヘルパーやケアマネージャーなど介護関係の人	6	2.6
9. 相談していない	119	50.9
10. その他 → 次の「その他の内容」欄に具体的に記入してください。	8	3.4

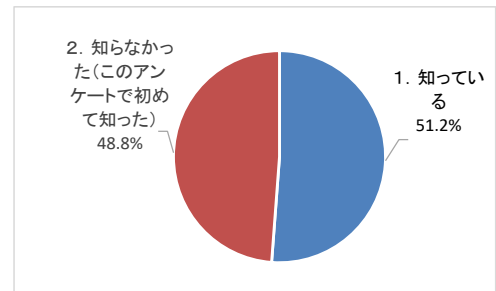


【問10】

「消費者ホットライン」は電話で3桁の「188」番にかけると、お近くの消費生活センター（または消費生活相談窓口）につながり、消費生活相談の最初の一步をお手伝いするものです。あなたは、この「消費者ホットライン」188（いやや！）を知っていましたか。（回答チェックはそれぞれ1つずつ n=336）

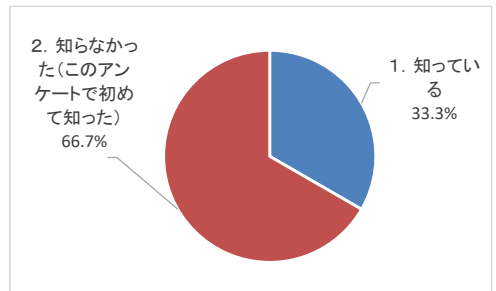
(1) 名前「消費者ホットライン」

項目	人数(人)	割合(%)
1. 知っている	172	51.2
2. 知らなかった(このアンケートで初めて知った)	164	48.8
合計	336	100.0



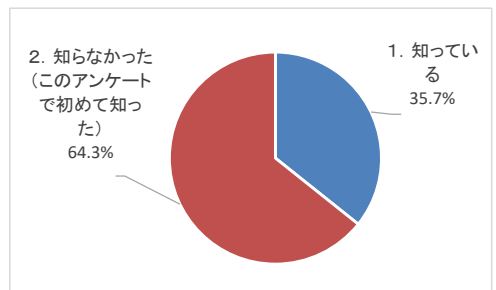
(2) 番号「188」

項目	人数(人)	割合(%)
1. 知っている	112	33.3
2. 知らなかった(このアンケートで初めて知った)	224	66.7
合計	336	100.0



(3) 内容

項目	人数(人)	割合(%)
1. 知っている	120	35.7
2. 知らなかった(このアンケートで初めて知った)	216	64.3
合計	336	100.0



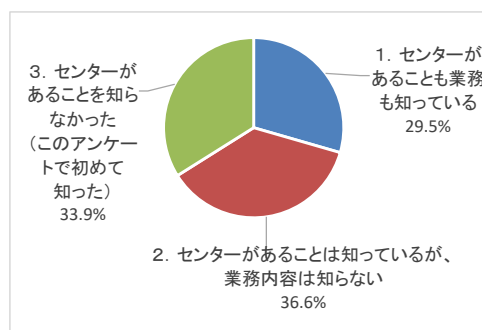
【問11】

滋賀県消費生活センターでは、消費生活に関する相談を受け付けたり、消費生活に関する様々な学習機会を提供しています。また、県下すべての市町に、消費生活センター(または消費生活相談窓口)があります。

あなたは、滋賀県消費生活センターやお住まいの市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)を知っていましたか。(回答チェックはそれぞれ1つずつ n=336)

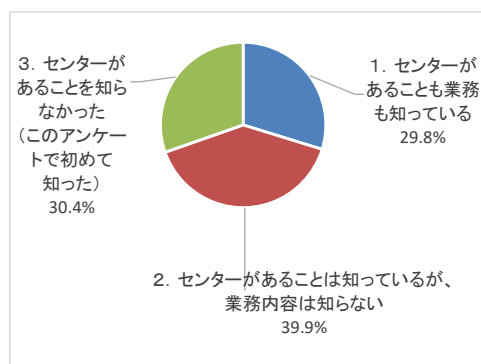
(1) 滋賀県消費生活センター(彦根市元町4-1)

項目	人数(人)	割合(%)
1. センターがあることも業務も知っている	99	29.5
2. センターがあることは知っているが、業務内容は知らない	123	36.6
3. センターがあることを知らなかった(このアンケートで初めて知った)	114	33.9
合計	336	100.0



(2) 市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)

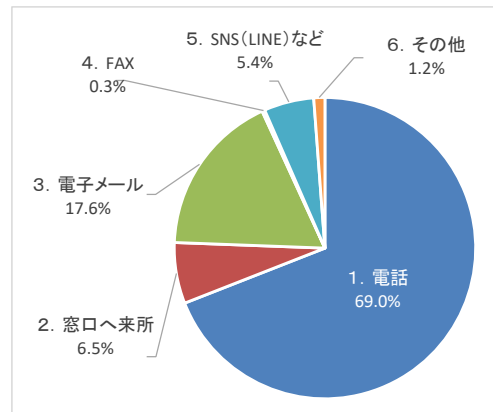
項目	人数(人)	割合(%)
1. センターがあることも業務も知っている	100	29.8
2. センターがあることは知っているが、業務内容は知らない	134	39.9
3. センターがあることを知らなかった(このアンケートで初めて知った)	102	30.4
合計	336	100.0



【問12】

あなたが消費生活センター(または消費生活相談窓口)に相談する際、最初の連絡手段として、以下のどれを利用したいですか。(回答チェックは1つだけ n=336)

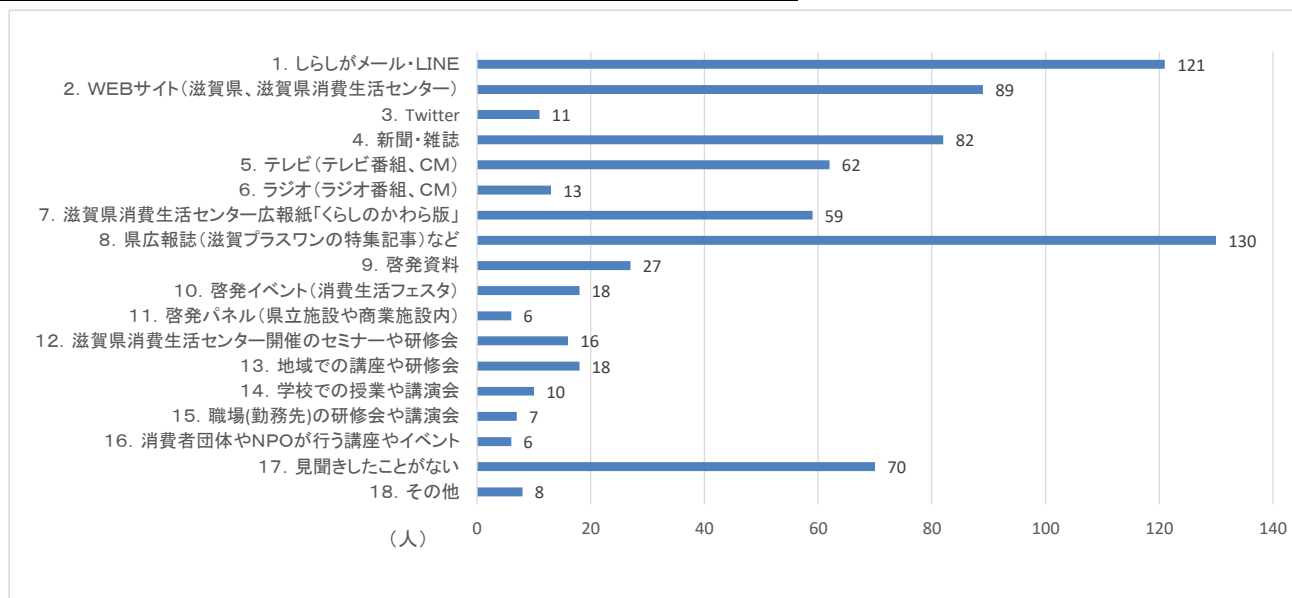
項目	人数(人)	割合(%)
1. 電話	232	69.0
2. 窓口へ来所	22	6.5
3. 電子メール	59	17.6
4. FAX	1	0.3
5. SNS(LINE)など	18	5.4
6. その他 → 次の「その他の内容」欄に具体的に記入してください。	4	1.2
合計	336	100.0



【問13】

滋賀県消費生活センターおよび滋賀県県民活動生活課が発信する情報について、今までどのような手段で見聞きしたことがありますか。
 (「18. 見聞きしたことがない」場合を除き、回答チェックはいくつでも n=336)

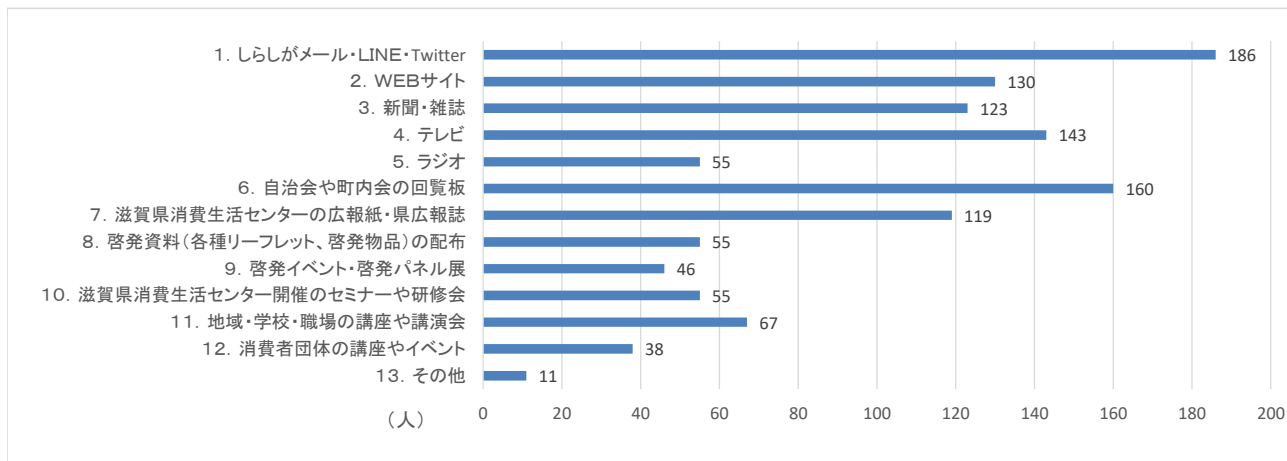
項目	人数(人)	割合(%)
1. しらしがメール・LINE	121	36.0
2. WEBサイト(滋賀県、滋賀県消費生活センター)	89	26.5
3. Twitter	11	3.3
4. 新聞・雑誌 (新聞記事、新聞広告、フリーペーパーなど雑誌広告)	82	24.4
5. テレビ(テレビ番組、CM)	62	18.5
6. ラジオ(ラジオ番組、CM)	13	3.9
7. 滋賀県消費生活センター広報紙「くらしのかわら版」	59	17.6
8. 県広報誌(滋賀プラスワンの特集記事)など	130	38.7
9. 啓発資料 (各種リーフレット、啓発カレンダー、啓発物品)	27	8.0
10. 啓発イベント(消費生活フェスタ)	18	5.4
11. 啓発パネル(県立施設や商業施設内)	6	1.8
12. 滋賀県消費生活センター開催のセミナーや研修会	16	4.8
13. 地域(自治会や老人会、公民館、 放課後児童クラブ等)での講座や研修会	18	5.4
14. 学校での授業や講演会	10	3.0
15. 職場(勤務先)の研修会や講演会	7	2.1
16. 消費者団体やNPOが行う講座やイベント (三方よしエコフェアなど)	6	1.8
17. 見聞きしたことがない	70	20.8
18. その他 → 次の「その他の内容」欄に記入してください。	8	2.4



【問14】

滋賀県消費生活センターおよび滋賀県県民活動生活課が発信する情報について、今後どのような手段で情報を発信するとより効果的であると考えられますか。(回答チェックはいくつでも n=336)

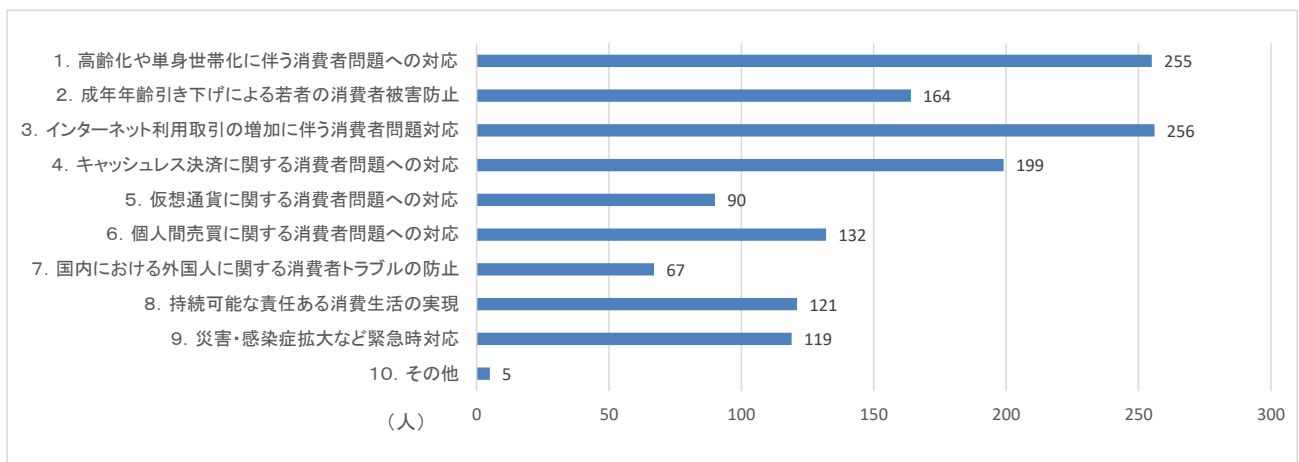
項目	人数(人)	割合(%)
1. しらしがメール・LINE・Twitter	186	55.4
2. WEBサイト	130	38.7
3. 新聞・雑誌	123	36.6
4. テレビ	143	42.6
5. ラジオ	55	16.4
6. 自治会や町内会の回覧板	160	47.6
7. 滋賀県消費生活センターの広報紙・県広報誌	119	35.4
8. 啓発資料(各種リーフレット、啓発物品)の配布	55	16.4
9. 啓発イベント・啓発パネル展	46	13.7
10. 滋賀県消費生活センター開催のセミナーや研修会	55	16.4
11. 地域・学校・職場の講座や講演会	67	19.9
12. 消費者団体の講座やイベント	38	11.3
13. その他 → 次の「その他の内容」欄に記入してください。	11	3.3



【問15】

今後、消費者をとりまく環境が大きく変化する中で、どのような課題への対応が特に重要になると思いますか。(回答チェックはいくつでも n=336)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 高齢化や単身世帯化に伴う消費者問題への対応	255	75.9
2. 成年年齢引き下げによる若者の消費者被害防止	164	48.8
3. インターネットを利用した取引の増加に伴う消費者問題への対応	256	76.2
4. キャッシュレス決済に関する消費者問題への対応	199	59.2
5. 仮想通貨に関する消費者問題への対応	90	26.8
6. 個人間売買(ヤフオーク・メルカリなど)に関する消費者問題への対応	132	39.3
7. 国内における外国人に関する消費者トラブルの防止	67	19.9
8. 持続可能な責任ある消費生活の実現(プラスチックごみの削減、食品ロスの削減など)	121	36.0
9. 災害・感染症拡大など緊急時対応	119	35.4
10. その他 → 次の「その他の内容」欄に記入してください。	5	1.5



【問16】

その他、消費生活や消費者教育について、御意見がありましたらお聞かせください。(抜粋)

- ・消費生活や消費者教育に関するネットやTVによる動画配信は県民の関心を引く効果が大きいと思われる。
- ・「消費者ホットライン」188について、フリーダイヤル設定になっているのかと受け取ってしまう方も少なくないと思います。また、携帯電話からの発信では、直接窓口につながるほうが安くなる場合もある様に思います。消費者庁所管のため、ここに発信しても難しい案件かと思いますが、県独自に発信する際は、是非料金設定についてわかりやすく明記いただけるようお願いいたします。また、イメージキャラクター「イヤヤン」の存在感の薄さも、周知効果を得ていないようにも感じます。
- ・消費生活については日々の生活に密接な関係であるので、もっと県民一人ひとりが我が事のように考え、行動していくことが大事です。
- ・BBCびわ湖放送を何となく見ていると、詐欺や架空請求、危険薬物などへの啓発をとてよくオンエアしてくれています。子どもからお年寄りまで目をひく、わかりやすい内容で、とてもいいと思います。またこの放送局主催の詐欺用心や危険薬物禁止イベントに参加したことがありますが、クイズなど交えて広い年齢層が参加していたのが印象的でした。堅苦しい講座にいきなり参加する前に、こういったイベントが導入になるといいと思います。
- ・アンケートの中で「行政から消費者への情報提供や啓発が十分になされている」の項目があり、思い出したのですが、5月に「けいたくん防犯情報：休日でも詐欺に注意！」とshiga-info.jpのメールで配信されました。その日に何度も知らない電話番号で固定電話にかかっていたので参考になり助かりました。ただ、電話番号が分かるともっと安心できたと思いました。
- ・コロナ禍を受け、オンラインショッピングが今後も劇的に増加すると予想され、それに伴い詐欺等の犯罪行為も増えてくると予想される。オンラインでは基本的にキャッシュレス決済となるし、商品を実際に手に取る前に決済を要求されるため、それに伴うリスク、注意点等の知識習得が非常に重要になる。その部分を消費者にしっかりとアピールする必要がある。
- ・スマホ使用の低年齢化が心配です。大人より覚えが早く、まわりの子どもたちからの情報もあるので、親の目が届かないのでは。インターネットの世界がどれだけ危険かを、しっかりと学んでほしいです。また子どもや若者には見抜けない巧妙な手口による詐欺があること、よく知ってほしいです。
- ・ネットショッピングやネットバンキングをよく利用していますが個人情報漏れに心配です。セキュリティソフトは入れていますが万能では無いと思うので。
- ・ぼんやりしていたら、いつどんな詐欺に引っかかるかわからない世の中で、日々犯罪手口も巧妙化するので、セミナーや印刷物ではなかなか追いつかない面もあると思いますが、ベーシックな注意点を印刷物で周知徹底しつつ、新しい犯罪手口についてはテレビやネットを駆使して随時情報提供してほしいと思います。
- ・学校で行われる消費者教育に保護者も参加できたことがあり、子どもと一緒に学ぶことができ良かったです。このようなことが増えればよいと思います。
- ・基本的な世の中の仕組みやお金、契約に関して学校で学習できるようにして子どもがトラブルに巻き込まれないようにカリキュラムに組み入れることはできないでしょうか？
- ・県民の高齢化と消費生活の大きな変化が反比例しており取り残されて被害を受ける者、恩恵を受けられない者が増加しています。シンプルな手法やサポート体制がないと取り残されてついていけない者が消費生活に悪影響を与えてしまうのではないのでしょうか。
- ・行政、企業、市民が一体となって取り組む必要があると感じる
- ・最近の問題としては、マスク、消毒剤、トイレ紙の買い占め、品不足がある。需要と供給の問題は、消費者問題とは言わないのかもしれないが、現実問題として困った。消費者庁の存在感が今一つ感じられず、消費者生活センターも身近な存在とは思えない。トラブルに遭遇した経験の有無により評価が大きく異なるのであろうが、言ってみれば自然災害と同じで誰でもいつか遭遇する災難だとも言える。従って、防災活動と同じように学校教育から体系的に啓蒙していくことが大切かと思う。
- ・子どもや高齢者にも分かりやすい説明が大切だと思う。
- ・消費生活上の問題やトラブルをもっと県民に分かりやすくオープンに掲載すべきだと思います。毎月新聞には広報誌は入ってきますが、このようなことを見た記憶がありません。
- ・消費者として知っておくべきことは時代とともに変化していると思います。私の場合は成人してからそういった知識に関する学びの機会は全くなく、きちんと学んだのは高校の家庭科が最後なので、ネットトラブルなどなかった昭和の知識のままです。事件のニュースやネットなどでちらっと情報を目にしたりはしますが、社会人になってからも新しい知識を正しく得られるような機会が、いろんなパターンであればいいと思います。
- ・消費生活センターへお電話を、などテレビでよく見聞きますが、消費と言えばきりがないので、どこからどこまでが相談していいかわかりません。扱った件の例みたいなものがわかり、尚かつ振幅がわかると、自分で相談出来るか判断出来ると思います。
- ・消費生活や消費者教育の観点の中に、エコ消費が入っているのを知らなかった。ただ、エコやエシカルといった観点は常にどの世代でも大事だと思うので、是非これからも広めていって欲しい。
- ・成年年齢引き下げにより、若者をターゲットとしたインターネットを利用した詐欺商法が必ずあると思うので、防止のための取組が必要だと思う。
- ・年代に応じた啓発をお願いします。ネットや新聞など、あらゆる人に情報が入りやすいようになって欲しいです。視聴覚の障害などにも対応してもらいたいです。