

消費生活についてのアンケート結果

県民の消費生活に係る現状やニーズ、消費者教育(エシカル消費など)についての認知度や取組状況を把握することで、滋賀県消費者基本計画の指標について、年度ごとに目標達成度を確認し、消費者教育および相談体制の充実強化を図ることを目的としてアンケート調査を実施しました。

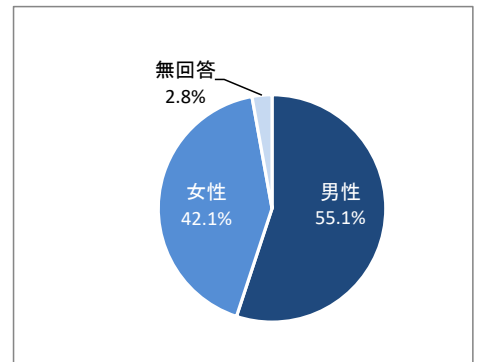
※滋賀県消費者基本計画とは
滋賀県消費生活条例の規定に基づき、県民の消費生活の安定と向上を図るため策定しており、県の消費者行政推進の指針となるものです。「みんなで学び、つくる滋賀の消費者安全・安心社会」を目指して、「安全・安心な消費生活の確保」、「『自ら考え行動する』消費者になるための支援」、「消費者被害の防止と救済」を基本方針として、施策に取り組んでいます。

- ★調査時期 : 令和3年7月
 - ★対象者 : 県政モニター 298人
 - ★回答数 : 247人(回収率 82.9%)
 - ★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】

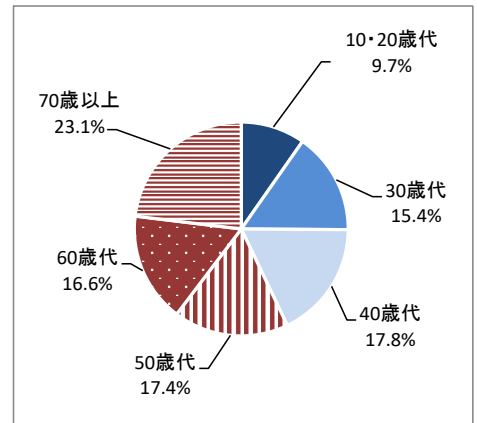
◆性別

項目	人数(人)	割合(%)
男性	136	55.1
女性	104	42.1
無回答	7	2.8
合計	247	100.0



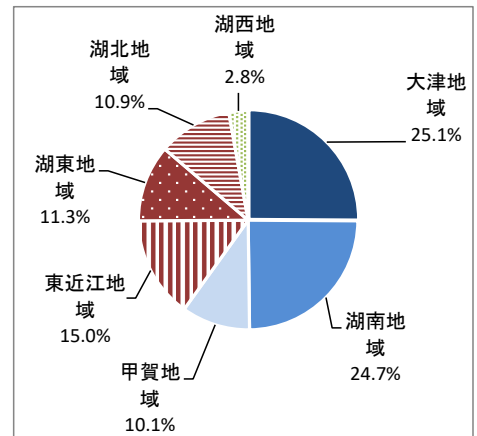
◆年代

項目	人数(人)	割合(%)
10・20歳代	24	9.7
30歳代	38	15.4
40歳代	44	17.8
50歳代	43	17.4
60歳代	41	16.6
70歳以上	57	23.1
合計	247	100.0



◆地域

項目	人数(人)	割合(%)
大津地域	62	25.1
湖南地域	61	24.7
甲賀地域	25	10.1
東近江地域	37	15.0
湖東地域	28	11.3
湖北地域	27	10.9
湖西地域	7	2.8
合計	247	100.0

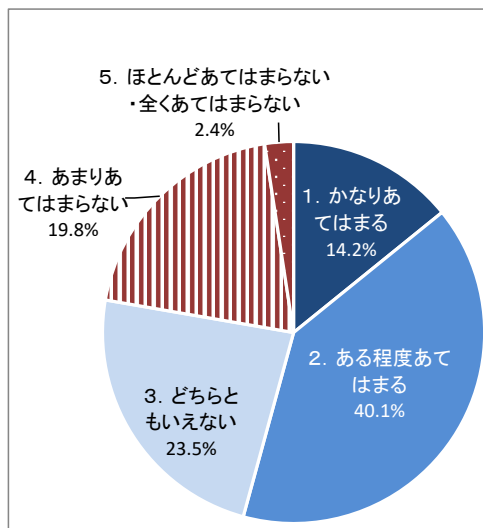


【問1】

あなたは、消費者をとりまく状況について、それぞれどの程度あてはまると思いますか。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=247)

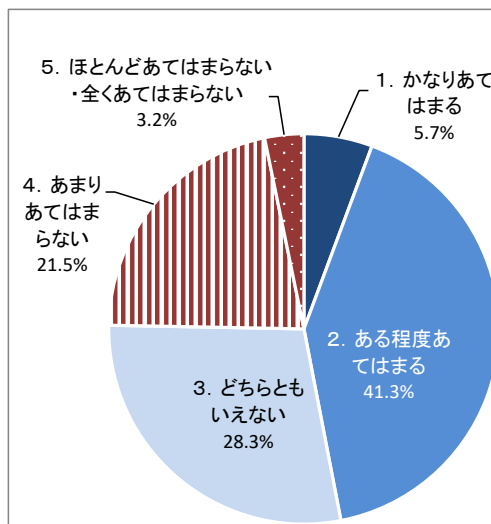
(1) 悪質・詐欺的な販売行為を心配せず、安全に商品・サービスを購入・利用できる

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	35	14.2
2. ある程度あてはまる	99	40.1
3. どちらともいえない	58	23.5
4. あまりあてはまらない	49	19.8
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	6	2.4
合計	247	100.0



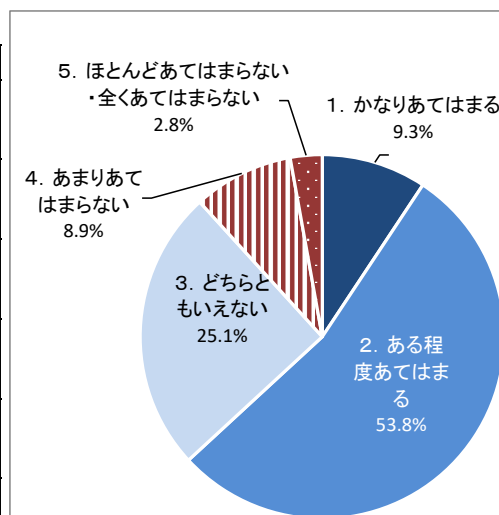
(2) 商品等の表示・広告の内容は信用できる

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	14	5.7
2. ある程度あてはまる	102	41.3
3. どちらともいえない	70	28.3
4. あまりあてはまらない	53	21.5
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	8	3.2
合計	247	100.0



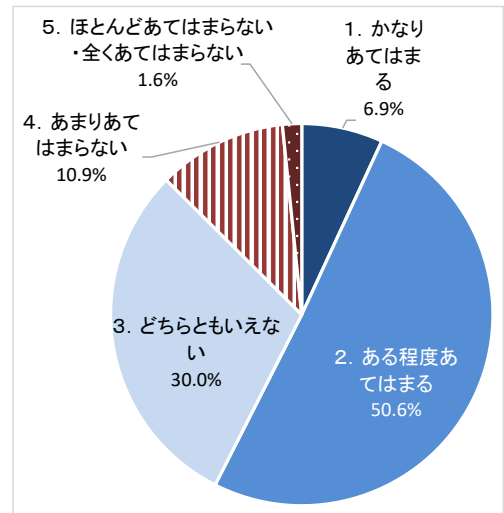
(3) 流通している食品は安全・安心である

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	23	9.3
2. ある程度あてはまる	133	53.8
3. どちらともいえない	62	25.1
4. あまりあてはまらない	22	8.9
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	7	2.8
合計	247	100.0



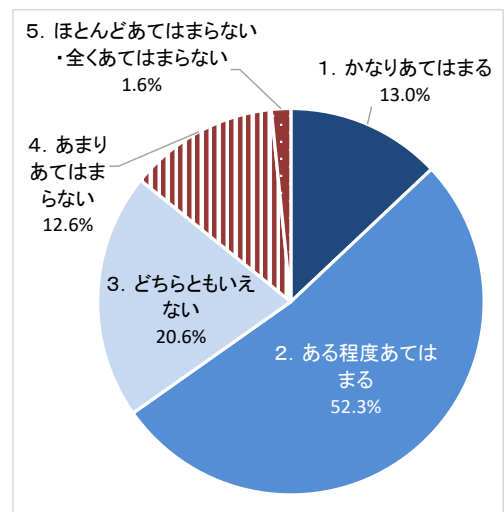
(4) 流通している商品(食品以外)や提供されているサービスは安全・安心である

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	17	6.9
2. ある程度あてはまる	125	50.6
3. どちらともいえない	74	30.0
4. あまりあてはまらない	27	10.9
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	4	1.6
合計	247	100.0



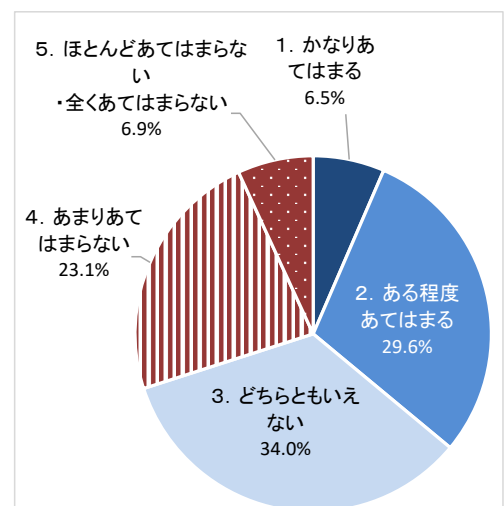
(5) 物価が安定し、商品・サービスは安定的に供給されている

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	32	13.0
2. ある程度あてはまる	129	52.2
3. どちらともいえない	51	20.6
4. あまりあてはまらない	31	12.6
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	4	1.6
合計	247	100.0



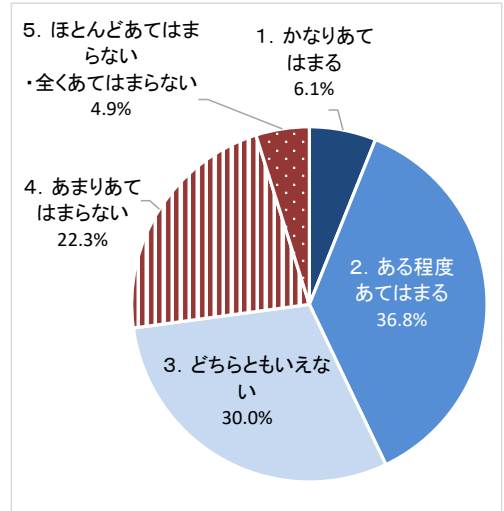
(6) 行政から消費者への情報提供や啓発が十分になされている

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	16	6.5
2. ある程度あてはまる	73	29.6
3. どちらともいえない	84	34.0
4. あまりあてはまらない	57	23.1
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	17	6.9
合計	247	100.0



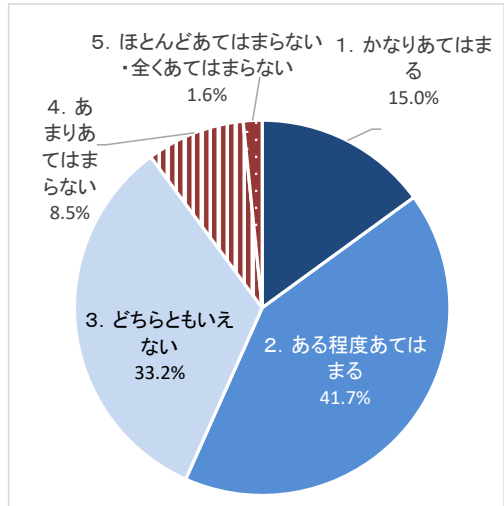
(7)消費者が商品の購入にあたり、環境へのつながりを意識している

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	15	6.1
2. ある程度あてはまる	91	36.8
3. どちらともいえない	74	30.0
4. あまりあてはまらない	55	22.3
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	12	4.9
合計	247	100.0



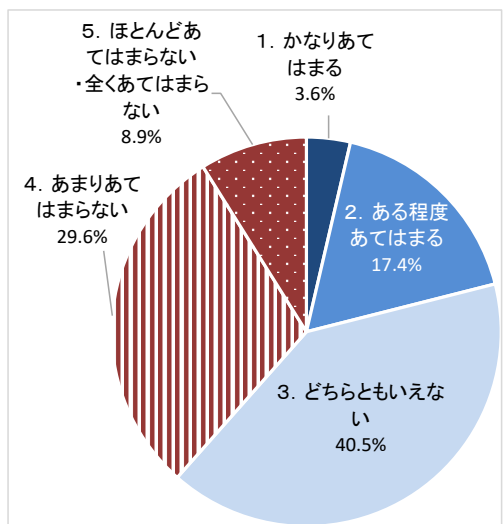
(8)県や市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)は信頼できる

項目	人数(人)	割合(%)
1. かなりあてはまる	37	15.0
2. ある程度あてはまる	103	41.7
3. どちらともいえない	82	33.2
4. あまりあてはまらない	21	8.5
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	4	1.6
合計	247	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	9	3.6
2. ある程度あてはまる	43	17.4
3. どちらともいえない	100	40.5
4. あまりあてはまらない	73	29.6
5. ほとんどあてはまらない ・全くあてはまらない	22	8.9
合計	247	100.0

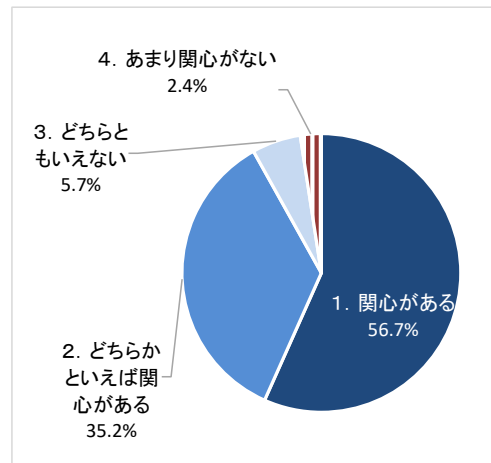


【問2】

あなたは、次の消費生活に関する事項について、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=247)

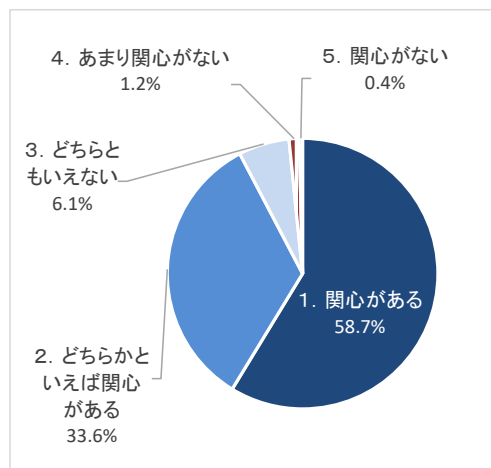
(1) 商品・サービスの表示(原産地・原材料の偽装など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	140	56.7
2. どちらかといえば関心がある	87	35.2
3. どちらともいえない	14	5.7
4. あまり関心がない	6	2.4
5. 関心がない	0	0.0
合計	247	100.0



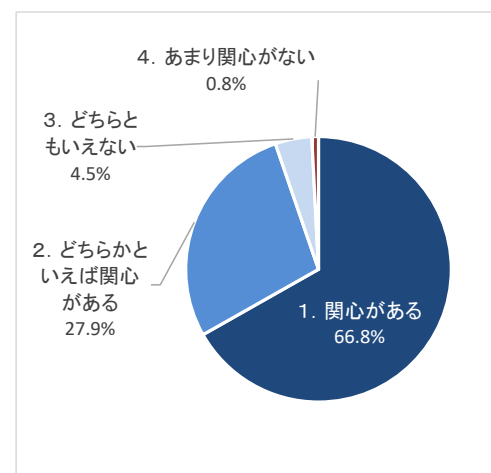
(2) 製品の品質や安全性(製品の欠陥・不具合により生じる事故など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	145	58.7
2. どちらかといえば関心がある	83	33.6
3. どちらともいえない	15	6.1
4. あまり関心がない	3	1.2
5. 関心がない	1	0.4
合計	247	100.0



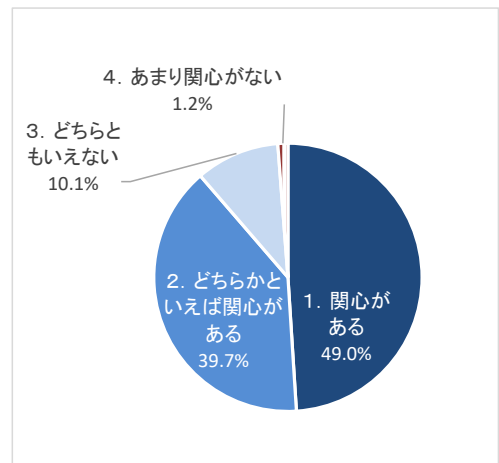
(3) 食品の品質や安全性(食中毒・異物混入など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	165	66.8
2. どちらかといえば関心がある	69	27.9
3. どちらともいえない	11	4.5
4. あまり関心がない	2	0.8
5. 関心がない	0	0.0
合計	247	100.0



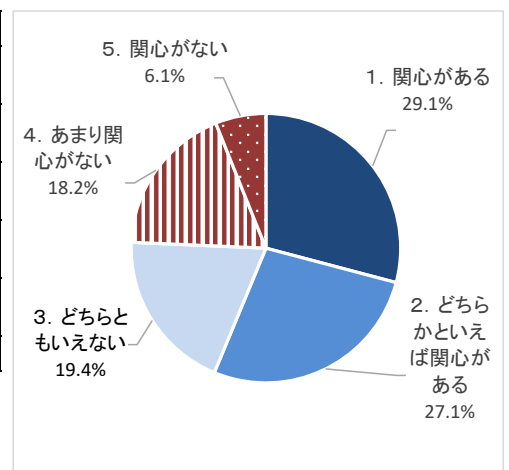
(4) 物価の安定・サービスの安定供給(特定の商品の買い占めなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	121	49.0
2. どちらかといえば関心がある	98	39.7
3. どちらともいえない	25	10.1
4. あまり関心がない	3	1.2
5. 関心がない	0	0.0
合計	247	100.0



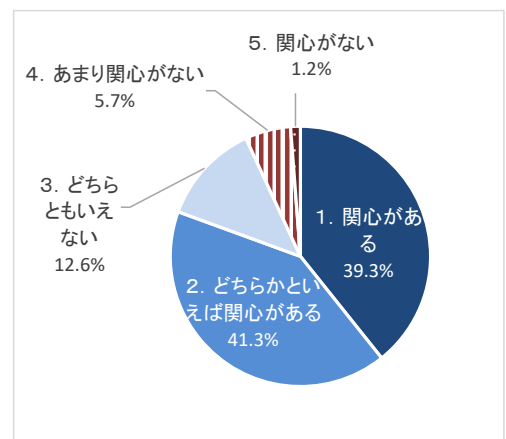
(5) 金融(投資、保険、仮想通貨などの金融商品や融資)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	72	29.1
2. どちらかといえば関心がある	67	27.1
3. どちらともいえない	48	19.4
4. あまり関心がない	45	18.2
5. 関心がない	15	6.1
合計	247	100.0



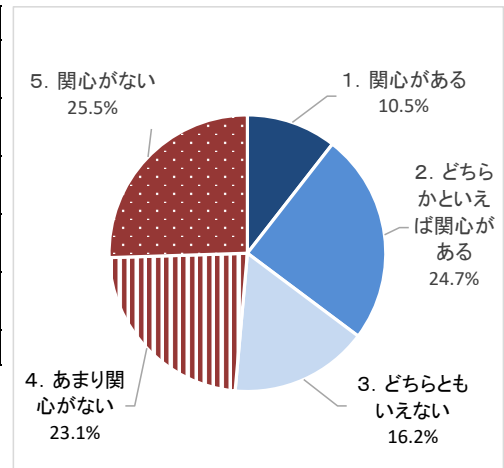
(6) 環境に配慮した商品の選択について

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	97	39.3
2. どちらかといえば関心がある	102	41.3
3. どちらともいえない	31	12.6
4. あまり関心がない	14	5.7
5. 関心がない	3	1.2
合計	247	100.0



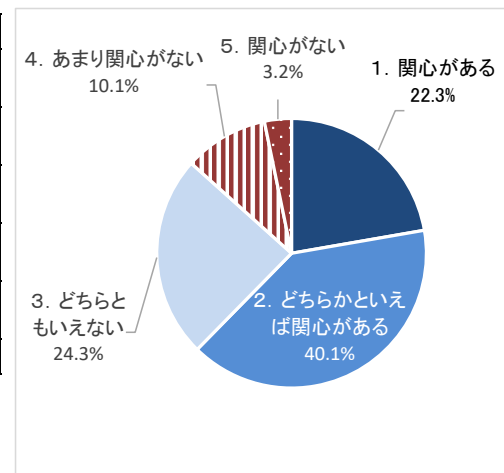
(7) 多重債務(サラ金やクレジットなどによる返済能力を超えた借金)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	26	10.5
2. どちらかといえば関心がある	61	24.7
3. どちらともいえない	40	16.2
4. あまり関心がない	57	23.1
5. 関心がない	63	25.5
合計	247	100.0



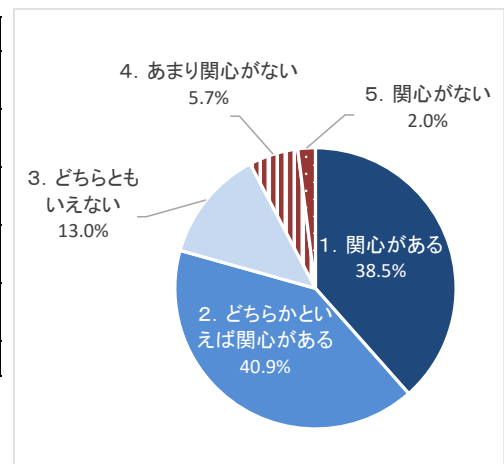
(8) 消費者教育・啓発活動

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	55	22.3
2. どちらかといえば関心がある	99	40.1
3. どちらともいえない	60	24.3
4. あまり関心がない	25	10.1
5. 関心がない	8	3.2
合計	247	100.0



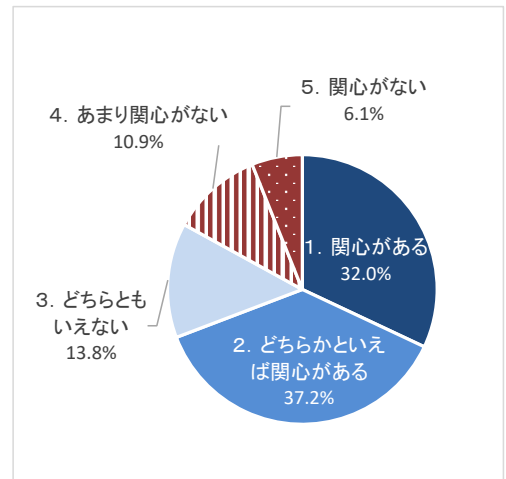
(9) 架空請求や不当請求、キャッシュカードすり替えなどの詐欺

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	95	38.5
2. どちらかといえば関心がある	101	40.9
3. どちらともいえない	32	13.0
4. あまり関心がない	14	5.7
5. 関心がない	5	2.0
合計	247	100.0



(10)オンラインゲームの課金・定期購入をはじめとするネット通販などのインターネット取引に関連したトラブル

項目	人数(人)	割合(%)
1. 関心がある	79	32.0
2. どちらかといえば関心がある	92	37.2
3. どちらともいえない	34	13.8
4. あまり関心がない	27	10.9
5. 関心がない	15	6.1
合計	247	100.0



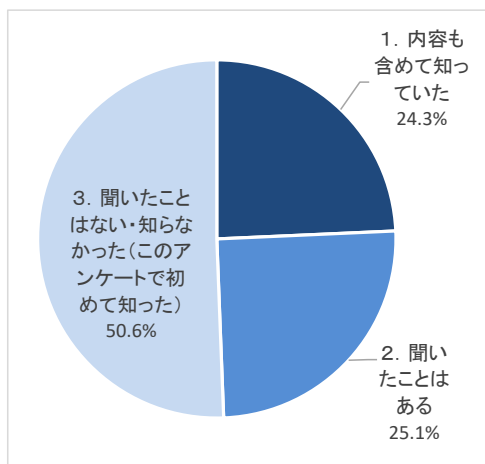
【問3】

あなたは、「エシカル消費(※)」または「倫理的消費」という言葉を知っていましたか。
(回答チェックは1つだけ n=247)

※エシカル消費とは

「エシカル(ethical)」とは「倫理的・道徳的」という意味。「エシカル消費」とは、人や社会、環境に配慮したものやサービスを選択する消費行動のこと。

項目	人数(人)	割合(%)
1. 内容も含めて知っていた	60	24.3
2. 聞いたことはある	62	25.1
3. 聞いたことはない・知らなかった(このアンケートで初めて知った)	125	50.6
合計	247	100.0

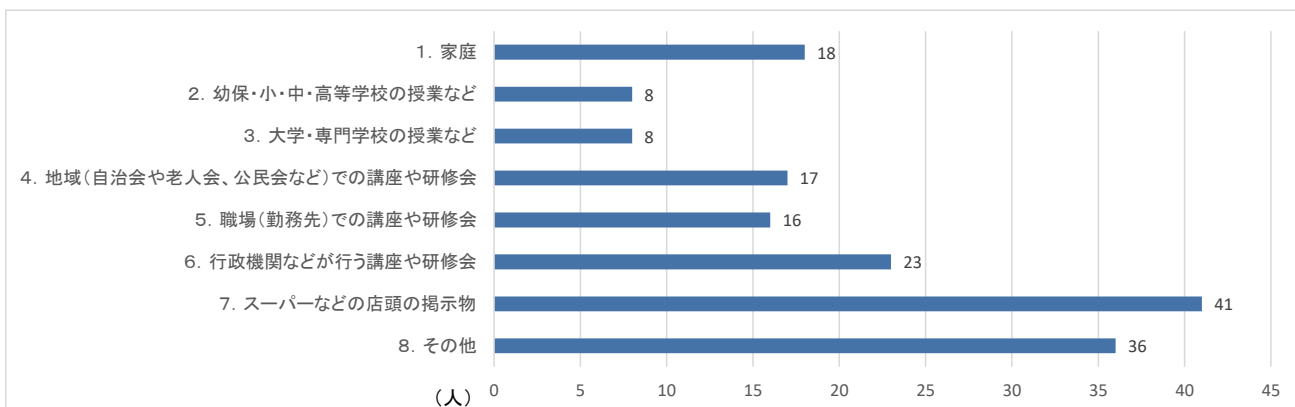


【問4】

問3で「1. 内容も含めて知っていた」または「2. 聞いたことはある」を選択された方におたずねします。
「エシカル消費」または「倫理的消費」という言葉をどの場面で知りましたか。

(回答チェックはいくつでも n=122)

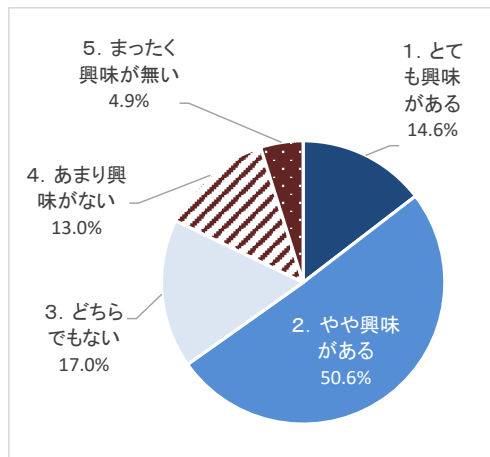
項目	人数(人)	割合(%)
1. 家庭	18	14.8
2. 幼保・小・中・高等学校の授業など	8	6.6
3. 大学・専門学校の授業など	8	6.6
4. 地域(自治会や老人会、公民会など)での講座や研修会	17	13.9
5. 職場(勤務先)での講座や研修会	16	13.1
6. 行政機関などが行う講座や研修会	23	18.9
7. スーパーなどの店頭の掲示物	41	33.6
8. その他→ 次の「その他の内容」欄に具体的に記入してください	36	29.5



【問5】

あなたはエシカル消費に興味がありますか。(回答チェックは1つだけ n=247)

項目	人数(人)	割合(%)
1. とても興味がある	36	14.6
2. やや興味がある	125	50.6
3. どちらでもない	42	17.0
4. あまり興味がない	32	13.0
5. まったく興味が無い	12	4.9
合計	247	100.0

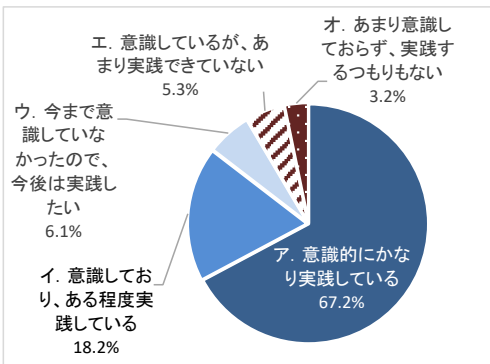


【問6】

エシカル消費・倫理的消費に関する下記の行動<(1)~(11)>について、あなたの考えと購入経験・購入習慣等についてそれぞれ教えてください。(回答チェックは1つだけ n=247)

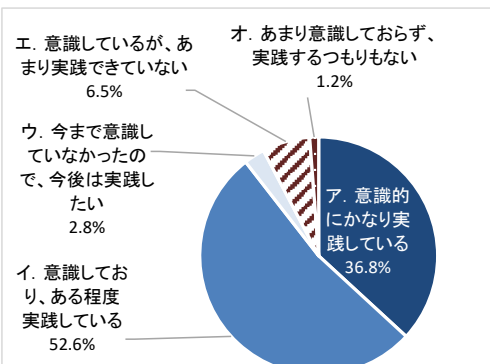
(1) マイバッグを持参して買い物をする

項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	166	67.2
イ. 意識しており、ある程度実践している	45	18.2
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	15	6.1
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	13	5.3
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	8	3.2
合計	247	100.0



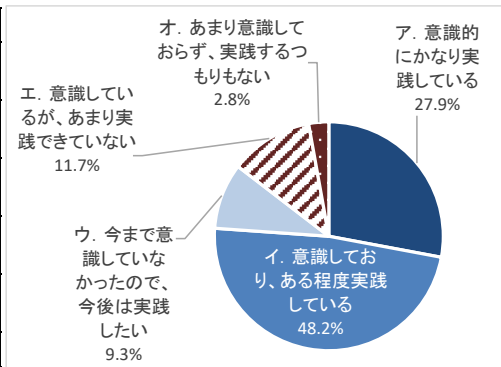
(2) 必要なものを、必要な量だけ購入する(余分な物を買わない)

項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	91	36.8
イ. 意識しており、ある程度実践している	130	52.6
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	7	2.8
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	16	6.5
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	3	1.2
合計	247	100.0



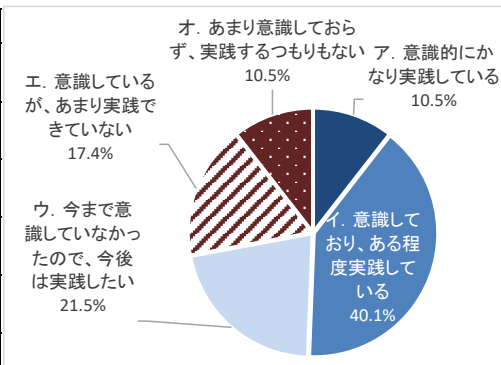
(3) 使い捨てるものより、長く使えるものを購入する

項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	69	27.9
イ. 意識しており、ある程度実践している	119	48.2
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	23	9.3
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	29	11.7
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	7	2.8
合計	247	100.0



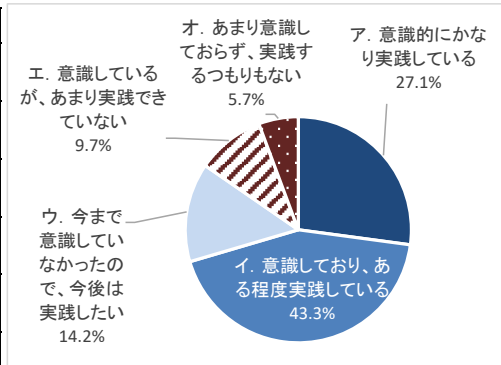
(4) 環境に配慮した製品(エコマークが付いた商品等)を選ぶ

項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	26	10.5
イ. 意識しており、ある程度実践している	99	40.1
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	53	21.5
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	43	17.4
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	26	10.5
合計	247	100.0



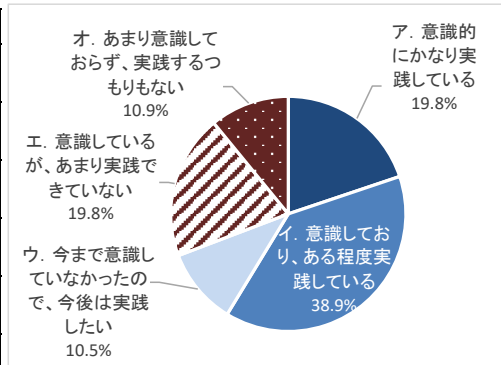
(5) 地産地消を心掛ける

項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	67	27.1
イ. 意識しており、ある程度実践している	107	43.3
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	35	14.2
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	24	9.7
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	14	5.7
合計	247	100.0



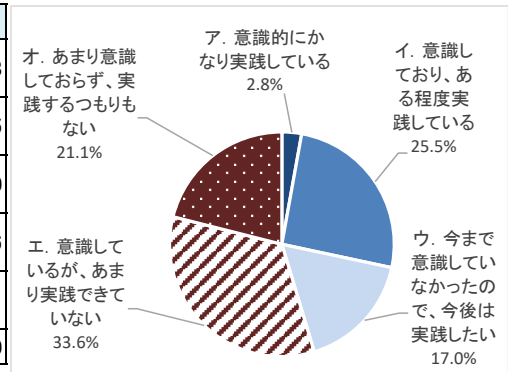
(6) 地元のお店や商店街で買うようにしている(地域の活性化)

項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	49	19.8
イ. 意識しており、ある程度実践している	96	38.9
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	26	10.5
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	49	19.8
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	27	10.9
合計	247	100.0



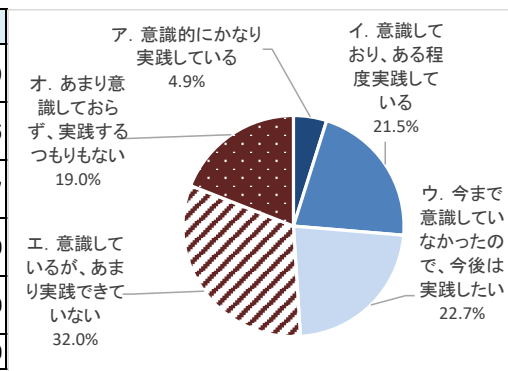
(7) 地元の伝統工芸品等を購入する(伝統技術の継承)

項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	7	2.8
イ. 意識しており、ある程度実践している	63	25.5
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	42	17.0
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	83	33.6
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	52	21.1
合計	247	100.0



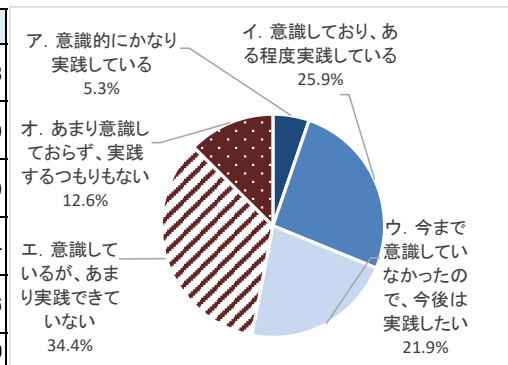
(8) 福祉作業所(授産施設)等で作られた製品を購入する

項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	12	4.9
イ. 意識しており、ある程度実践している	53	21.5
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	56	22.7
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	79	32.0
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	47	19.0
合計	247	100.0



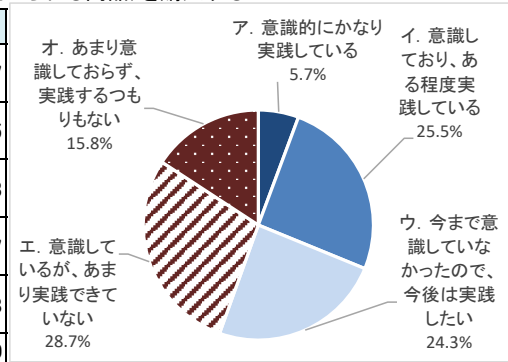
(9) 被災地の特産品を購入したり旅行に行ったりする(応援消費)

項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	13	5.3
イ. 意識しており、ある程度実践している	64	25.9
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	54	21.9
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	85	34.4
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	31	12.6
合計	247	100.0



(10) 寄附付き商品(商品の売上げの一部が環境保護や社会貢献活動等の寄附に充てられる商品)を購入する

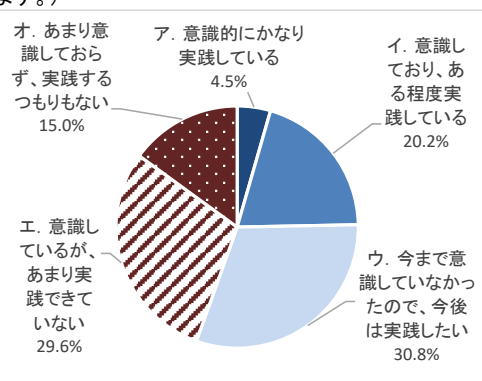
項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	14	5.7
イ. 意識しており、ある程度実践している	63	25.5
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	60	24.3
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	71	28.7
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	39	15.8
合計	247	100.0



(11)フェアトレード(※)製品を購入する

※「フェアトレード」・・・開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立をめざす貿易の仕組み。「児童労働の撤廃」や「子どもの権利の保護」にもつながる。
(チョコレートやコーヒーがよく知られていますが、衣類やサッカーボールなどもあります。)

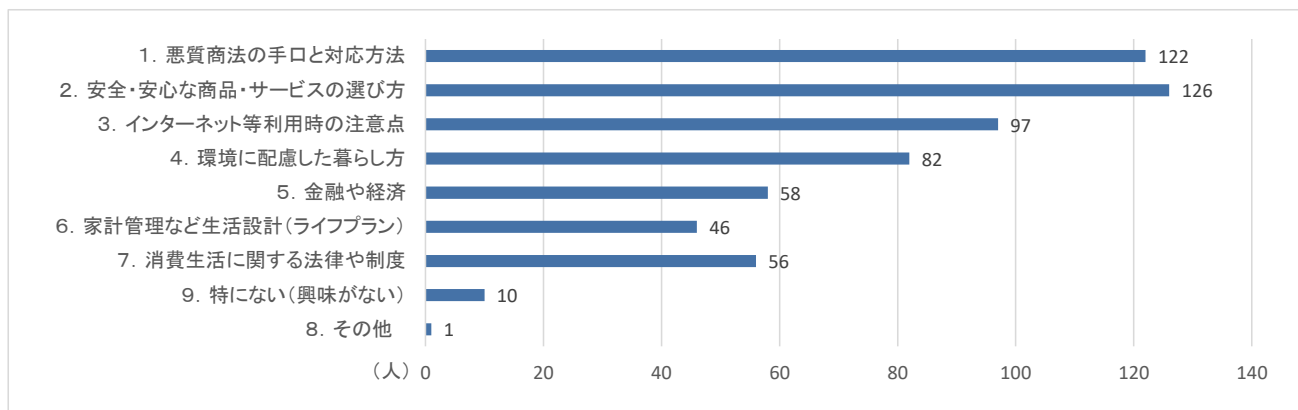
項目	人数(人)	割合(%)
ア. 意識的にかなり実践している	11	4.5
イ. 意識しており、ある程度実践している	50	20.2
ウ. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	76	30.8
エ. 意識しているが、あまり実践できていない	73	29.6
オ. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	37	15.0
合計	247	100.0



【問7】

消費者教育について、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=247)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 悪質商法の手口と対応方法	122	49.4
2. 安全・安心な商品・サービスの選び方	126	51.0
3. インターネット等利用時の注意点	97	39.3
4. 環境に配慮した暮らし方	82	33.2
5. 金融や経済	58	23.5
6. 家計管理など生活設計(ライフプラン)	46	18.6
7. 消費生活に関する法律や制度	56	22.7
9. 特にない(興味がない)	10	4.0
8. 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。	1	0.4



【問8】

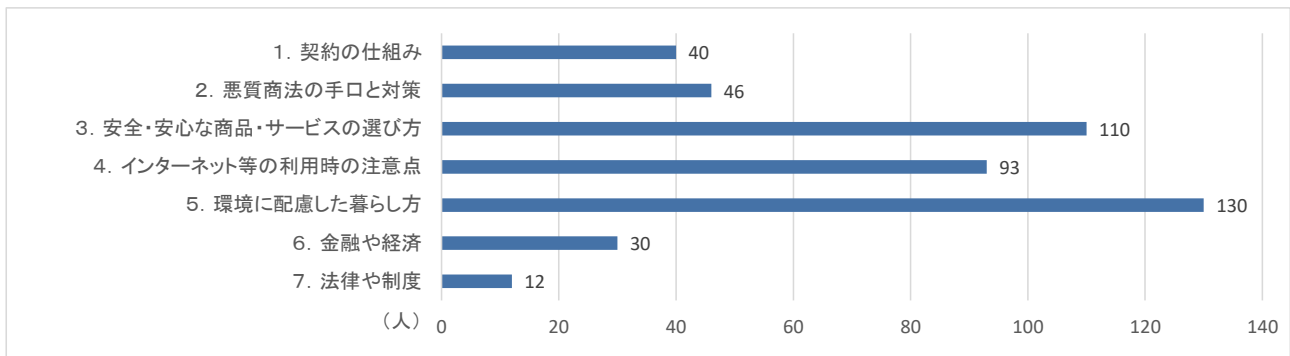
幼児期から高齢期までの各時期においては、どのような消費者教育が重要だと思いますか。

次の(1)～(7)の時期について、あ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=247)

※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。

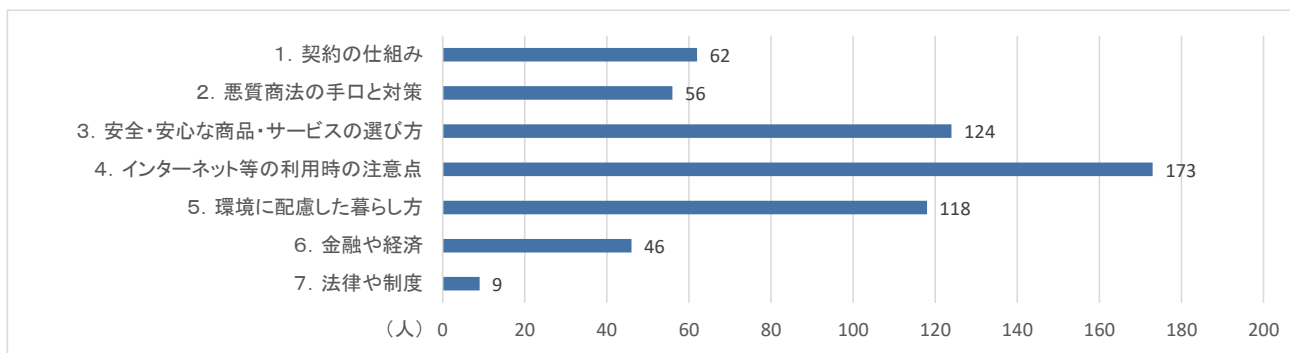
(1) 幼児期

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	40	16.2
2. 悪質商法の手口と対策	46	18.6
3. 安全・安心な商品・サービスの選び方	110	44.5
4. インターネット等の利用時の注意点	93	37.7
5. 環境に配慮した暮らし方	130	52.6
6. 金融や経済	30	12.1
7. 法律や制度	12	4.9



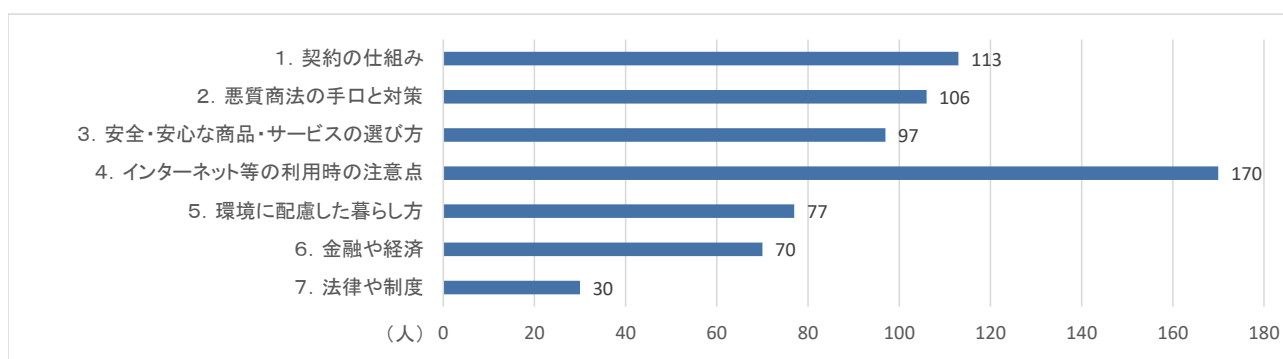
(2) 小学生期

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	62	25.1
2. 悪質商法の手口と対策	56	22.7
3. 安全・安心な商品・サービスの選び方	124	50.2
4. インターネット等の利用時の注意点	173	70.0
5. 環境に配慮した暮らし方	118	47.8
6. 金融や経済	46	18.6
7. 法律や制度	9	3.6



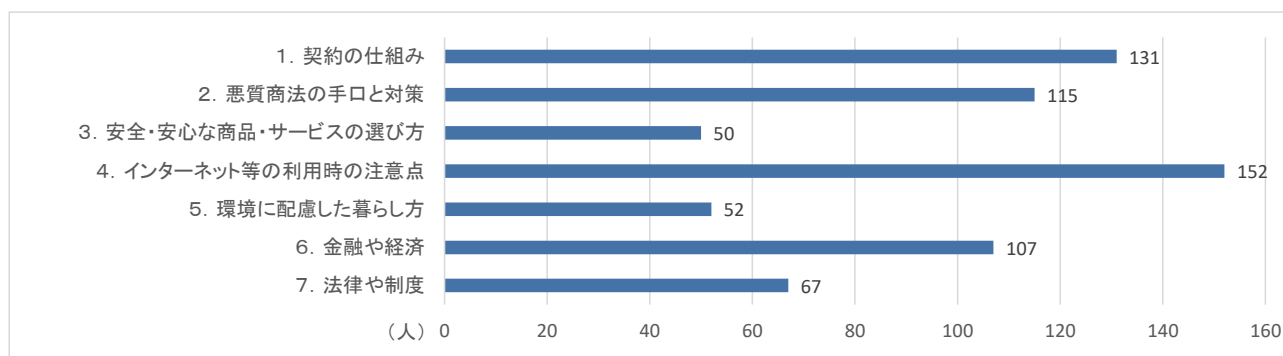
(3) 中学生期

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	113	45.7
2. 悪質商法の手口と対策	106	42.9
3. 安全・安心な商品・サービスの選び方	97	39.3
4. インターネット等の利用時の注意点	170	68.8
5. 環境に配慮した暮らし方	77	31.2
6. 金融や経済	70	28.3
7. 法律や制度	30	12.2



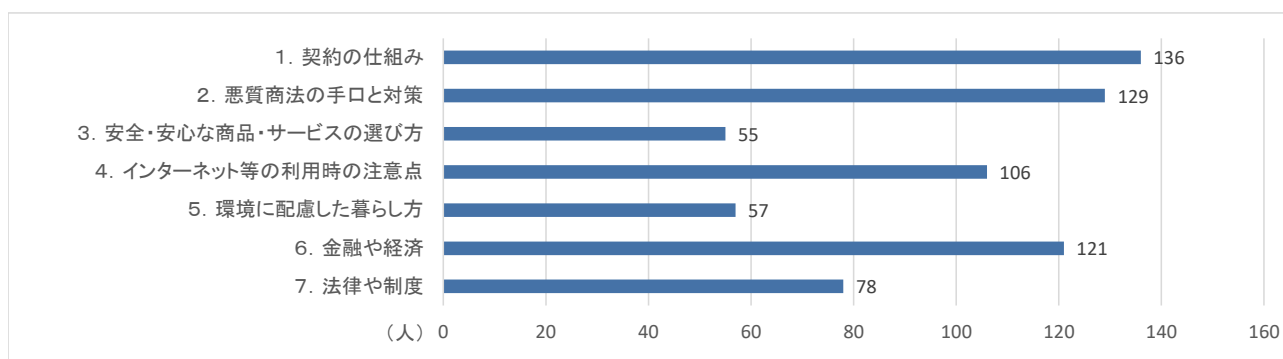
(4) 高校生期

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	131	53.0
2. 悪質商法の手口と対策	115	46.6
3. 安全・安心な商品・サービスの選び方	50	20.2
4. インターネット等の利用時の注意点	152	61.5
5. 環境に配慮した暮らし方	52	21.1
6. 金融や経済	107	43.3
7. 法律や制度	67	27.1



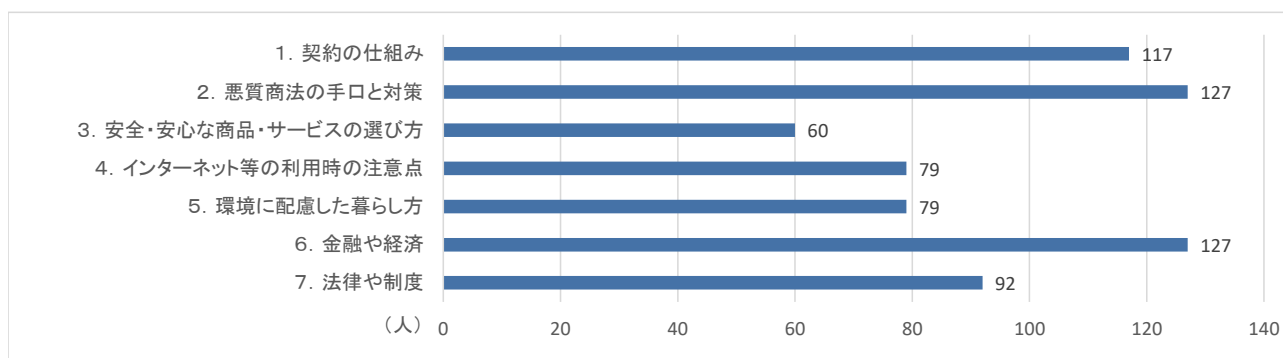
(5) 成人期(特に若者:18歳~29歳)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	136	55.1
2. 悪質商法の手口と対策	129	52.2
3. 安全・安心な商品・サービスの選び方	55	22.3
4. インターネット等の利用時の注意点	106	42.9
5. 環境に配慮した暮らし方	57	23.1
6. 金融や経済	121	49.0
7. 法律や制度	78	31.6



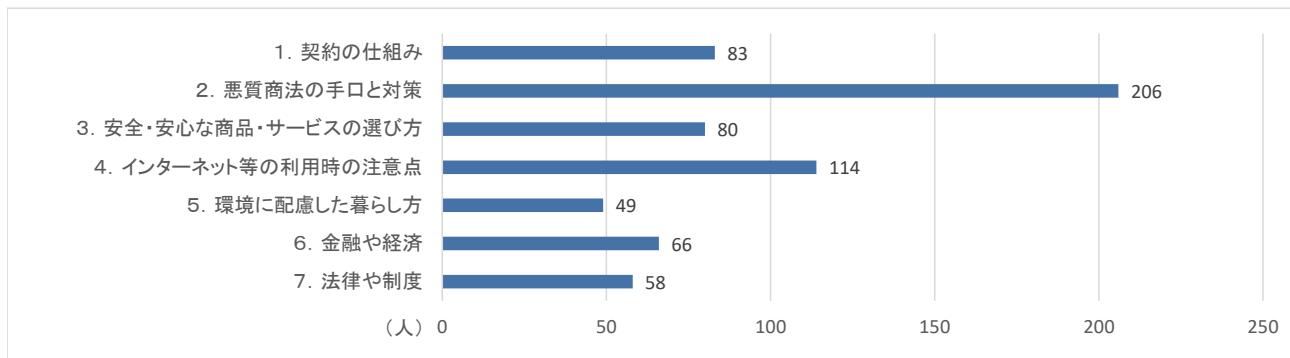
(6) 成人期(成人一般:20歳以上)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 契約の仕組み	117	47.4
2. 悪質商法の手口と対策	127	51.4
3. 安全・安心な商品・サービスの選び方	60	24.3
4. インターネット等の利用時の注意点	79	32.0
5. 環境に配慮した暮らし方	79	32.0
6. 金融や経済	127	51.4
7. 法律や制度	92	37.3



(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	83	33.6
2. 悪質商法の手口と対策	206	83.4
3. 安全・安心な商品・サービスの選び方	80	32.4
4. インターネット等の利用時の注意点	114	46.2
5. 環境に配慮した暮らし方	49	19.8
6. 金融や経済	66	26.7
7. 法律や制度	58	23.5

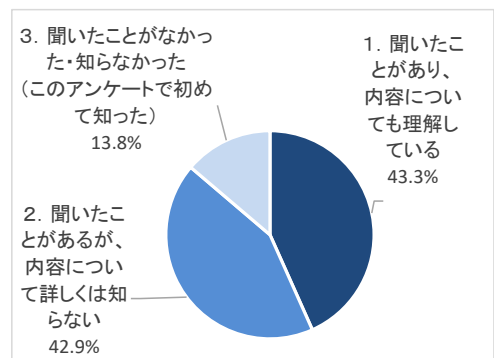


【問9】

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=247)

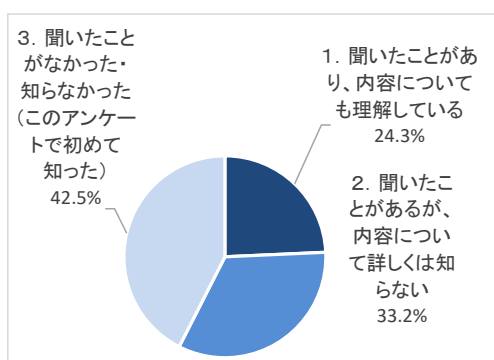
(1)成年年齢引き下げ

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	107	43.3
2. 聞いたことがあるが、内容について詳しくは知らない	106	42.9
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)	34	13.8
合計	247	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	60	24.3
2. 聞いたことがあるが、内容について詳しくは知らない	82	33.2
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)	105	42.5
合計	247	100.0

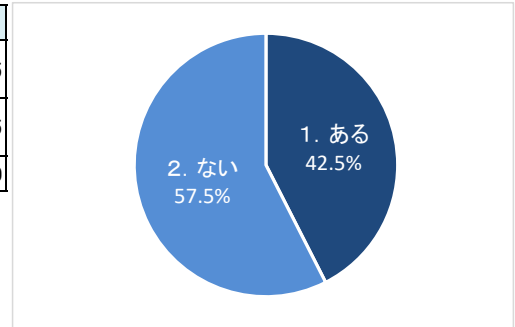


【問10】

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、あてはまるものを選びください。(回答チェックはそれぞれ1つだけ n=247)

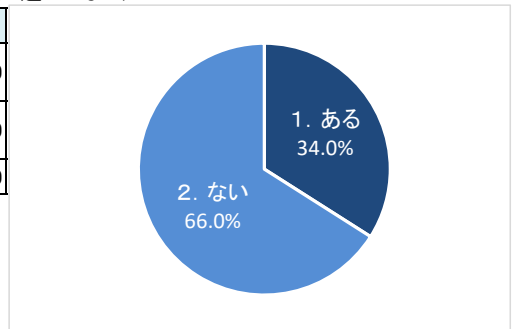
(1)販売方法に関すること(大げさな広告、勘違いさせるような説明、契約をせかす、しつこい勧誘など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	105	42.5
2. ない	142	57.5
合計	247	100.0



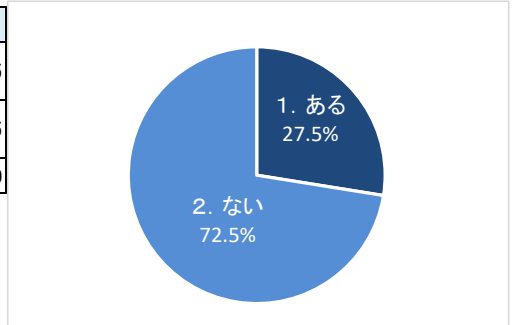
(2)商品やサービスの内容に関すること(偽物、質・量・性能・効果などが表示や説明と違ったなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	84	34.0
2. ない	163	66.0
合計	247	100.0



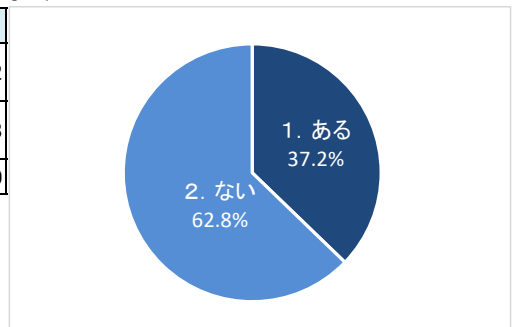
(3)食の安全・食品表示に関すること(消費期限切れ、産地や原材料の偽装、異物混入など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	68	27.5
2. ない	179	72.5
合計	247	100.0



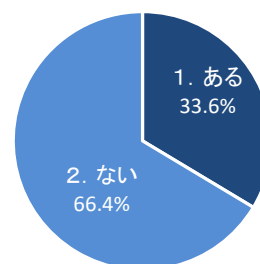
(4)架空請求・不当請求に関すること(身に覚えのない料金請求、不当な金額の請求など)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	92	37.2
2. ない	155	62.8
合計	247	100.0



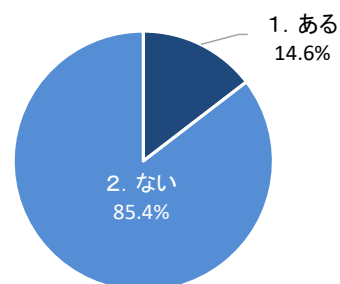
(5) 事後の対応や苦情への対応に関すること(納得のいく説明がない、苦情に対する誠実な対応がないなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	83	33.6
2. ない	164	66.4
合計	247	100.0



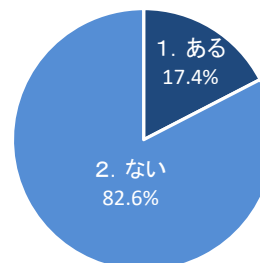
(6) 内容や価格以外の契約条件などに関すること(不当な条件付きだった、取引条件を一方的に変更されたなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	36	14.6
2. ない	211	85.4
合計	247	100.0



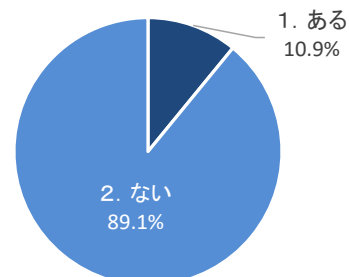
(7) 商品やサービスの価格に関すること(期間限定特別価格がウソだったなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	43	17.4
2. ない	204	82.6
合計	247	100.0



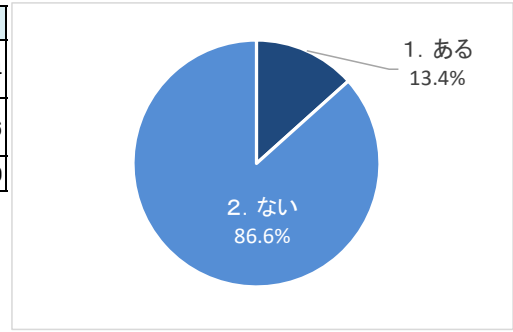
(8) 解約・返品に関すること(契約を取り消そうとしたら高額なキャンセル料を要求されたなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	27	10.9
2. ない	220	89.1
合計	247	100.0



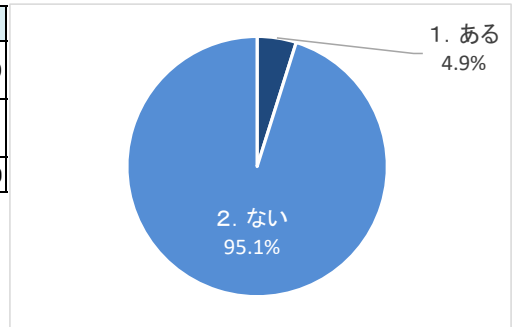
(9)商品やサービスの欠陥等による被害に関すること(適正に使用していたのにケガをしたなど)

項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	33	13.4
2. ない	214	86.6
合計	247	100.0



(10)その他

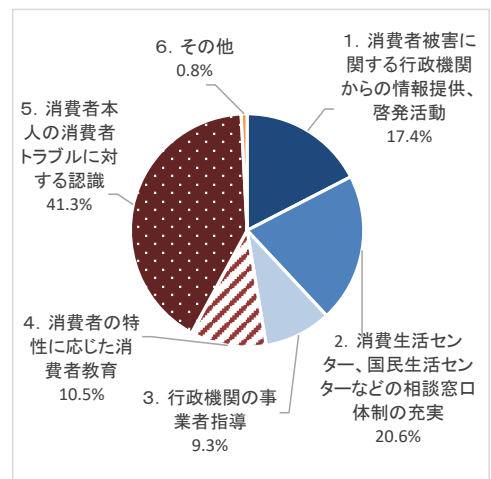
項目	人数(人)	割合(%)
1. ある	12	4.9
2. ない	235	95.1
合計	247	100.0



【問11】

消費者トラブルに遭わないために、あなたが特に重要だと思うことは次のうちどれですか。
(回答チェックは1つだけ n=247)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 消費者被害に関する行政機関からの情報提供、啓発活動	43	17.4
2. 消費生活センター、国民生活センターなどの相談窓口体制の充実	51	20.6
3. 行政機関の事業者指導	23	9.3
4. 消費者の特性に応じた消費者教育	26	10.5
5. 消費者本人の消費者トラブルに対する認識	102	41.3
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。	2	0.8

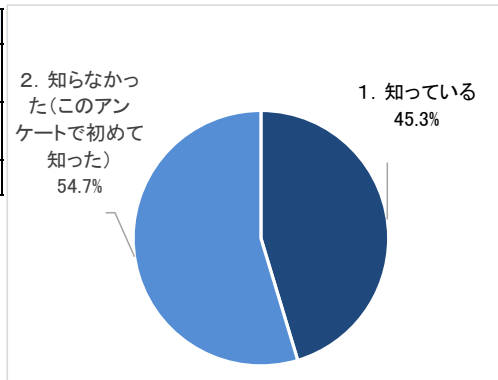


【問12】

「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つだけ n=247)

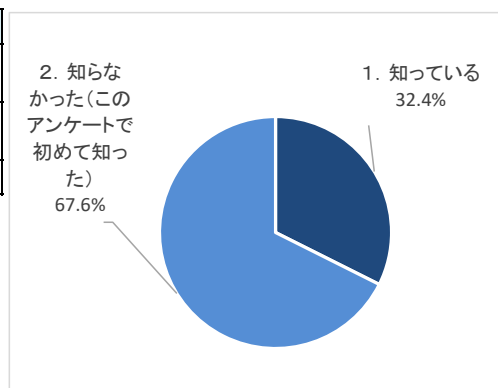
(1)名前「消費者ホットライン」

項目	人数(人)	割合(%)
1. 知っている	112	45.3
2. 知らなかった(このアンケートで初めて知った)	135	54.7
合計	247	100.0



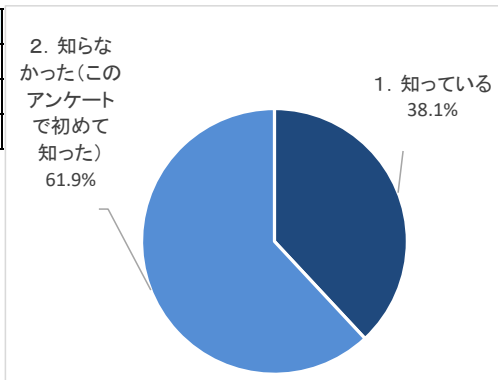
(2)番号「188」

項目	人数(人)	割合(%)
1. 知っている	80	32.4
2. 知らなかった(このアンケートで初めて知った)	167	67.6
合計	247	100.0



(3)内容

項目	人数(人)	割合(%)
1. 知っている	94	38.1
2. 知らなかった(このアンケートで初めて知った)	153	61.9
合計	247	100.0



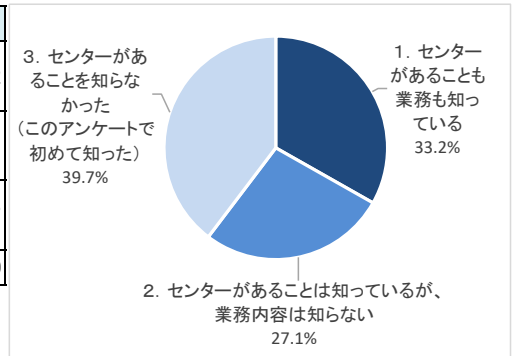
【問13】

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つだけ n=247）

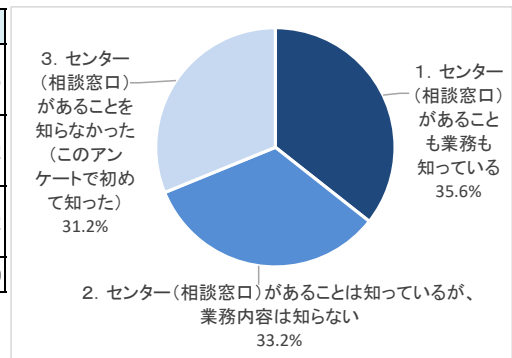
(1) 滋賀県消費生活センター（彦根市元町4-1）

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	82	33.2
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	67	27.1
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）	98	39.7
合計	247	100.0



(2) 市町の消費生活センター（消費生活相談窓口）

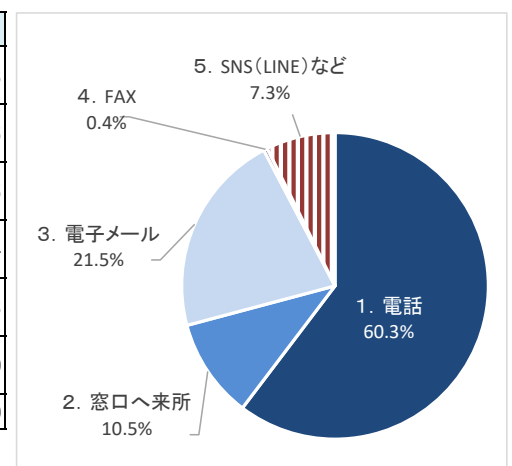
項目	人数(人)	割合(%)
1. センター（相談窓口）があることも業務も知っている	88	35.6
2. センター（相談窓口）があることは知っているが、業務内容は知らない	82	33.2
3. センター（相談窓口）があることを知らなかった（このアンケートで初めて知った）	77	31.2
合計	247	100.0



【問14】

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=247）

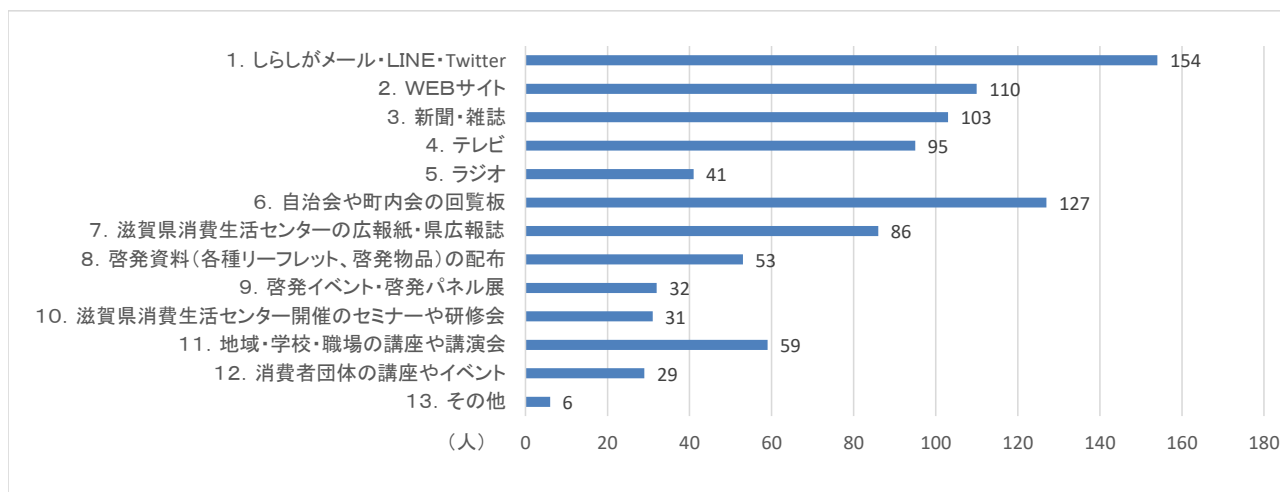
項目	人数(人)	割合(%)
1. 電話	149	60.3
2. 窓口へ来所	26	10.5
3. 電子メール	53	21.5
4. FAX	1	0.4
5. SNS(LINE)など	18	7.3
6. その他 → 次の「その他の内容」欄に具体的に記入してください。	0	0.0
合計	247	100.0



【問15】

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=247)

項目	人数(人)	割合(%)
1. しらしがメール・LINE・Twitter	154	62.3
2. WEBサイト	110	44.5
3. 新聞・雑誌	103	41.7
4. テレビ	95	38.5
5. ラジオ	41	16.6
6. 自治会や町内会の回覧板	127	51.4
7. 滋賀県消費生活センターの広報紙・県広報誌	86	34.8
8. 啓発資料(各種リーフレット、啓発物品)の配布	53	21.5
9. 啓発イベント・啓発パネル展	32	13.0
10. 滋賀県消費生活センター開催のセミナーや研修会	31	12.6
11. 地域・学校・職場の講座や講演会	59	23.9
12. 消費者団体の講座やイベント	29	11.7
13. その他 → 次の「その他の内容」欄に記入してください。	6	2.4



【問16】

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

- ・ITリテラシーが低く、オンライン契約については、特に学習していかなければならない。エシカル消費については、環境問題も含めて、より実践していく必要がある。
- ・子供も自分で消費生活をするようになるので、教育機関で教えてもらえると良いと思う。また資料を配布することで親にも伝わるので知識が広がると思う。
- ・環境に配慮した商品選びやブラごみの削減等については、社会全体の意識が向上してきたと思う。無駄な消費をしないように心がけたい。
- ・滋賀県は地産地消の食品を販売する店が多く自ずと意識した買い物ができている。
- ・エシカル消費について、もっと具体的に知りたい。フェアトレードの商品を購入したいと思うが、購入できる店が少ない(近くにない)。エシカル消費に関する物がどこで買えるかの情報提供も必要。
エシカル消費や、フェアトレードなどの言葉も、まだあまり普及されていないので内容や必要性の周知が必要だと思う。
物の背景(生産や製造の背景、過程、また生産者の思い)が具体的にわかれば、購入する時の選択資料になるし、高いと思って購入することにつながると思う。
- ・レジ袋有料化になって一年が経ちエシカルの意味が分からなくともエコバッグを持参している人も増えてきていると思う。また不要なラッピングなどもなくなり環境に配慮した商品も増えてきたように思う。
- ・消費生活のなかでTVの誇大広告は減っているとは思いますがスマホアプリ、インターネット広告ではまだまだ誇大広告や効果に眉唾な商品が多く存在しているように思う。
- ・エシカル消費については、大人の方が意識できていない気がするので、もっと啓発が必要だと思う。
- ・エシカル消費に関する商品を買った方がいいのはわかっているが、値段が高い物も多く、家計的な理由で断念する人が多い。
- ・幼少時～高齢者まで、それぞれの年齢層に応じた教育や情報提供が必要になってくると思う。いずれ現金をほとんど扱うことなく消費活動が行われることも考えられる。目に見えにくいということは、それだけ消費行動が自分自身で把握しにくいということにもなりかねない。
小さい頃から、自分の消費行動について自覚と見通しをもって暮らしていけるような教育も必要だと思う。教師が教えることに加えて、外部講師を招いて幅広く消費生活について知る機会をつくっていくことが必要だと思う。
- ・身近にいる、民生委員が、高齢者訪問などで個別に話したり、地域のサロンなどで啓発していくことが急務だと思う。
- ・環境問題は、突き詰めると、何をどのように消費するのかしないのかに尽きると思う。環境保護を日常生活の一部にするためにも、啓発運動が必要だと思う。
- ・学生である間には、消費者教育を受ける機会を設けることが、たやすいが、社会人になると、その機会がない。関心のある人もない人も、一堂に集めて全体の知識を底上げするような企画があればよいと思う。
- ・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)を政策の第一にしたい。環境を考慮した消費やエシカル消費は、「品質や安全性」が確保されたうえで、次の施策だと思う。
- ・消費者教育にあたっては、本人はもちろんのこと、家族や職場、地域にとって意味がある、今から行動しないと危ない状況に陥りかねない、ということをうまく感じさせる伝え方がないと良いと思う。
- ・皆で勉強することが大切。
- ・高齢の両親がおり、振り込め詐欺の情報に興味がある。公的な啓発はされていると思うが、具体的にどのような事例があったのか、ひとつひとつ知りたい。事例を数多く知ることで対策も立てやすくなる。
- ・18才19才の若者が契約を取り消すことができなくなることを初めて知って驚いている。報じることが難しい世の中なのかもしれないが、必要な知識なので、公的なLINEを作るなどしてしっかり伝えて欲しい。