

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。

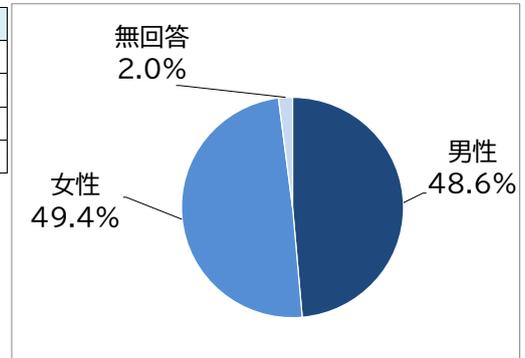
※滋賀県消費者基本計画とは
滋賀県消費生活条例の規定に基づき、県民の消費生活の安定と向上を図るため策定しており、県の消費者行政推進の指針となるものです。「みんなで学び、つくる滋賀の消費者安全・安心社会」を目指して、「安全・安心な消費生活の確保」、「『自ら考え行動する』消費者になるための支援」、「消費者被害の防止と救済」を基本方針として、施策に取り組んでいます。

- ★調査時期：令和7年5月
 - ★対象者：県政モニター 300人
 - ★回答数：251人(回収率 83.7%)
 - ★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】

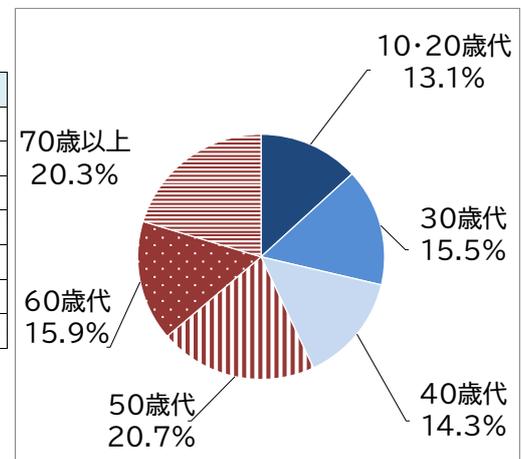
◆性別

項目	人数(人)	割合(%)
男性	122	48.6
女性	124	49.4
無回答	5	2.0
合計	251	100.0



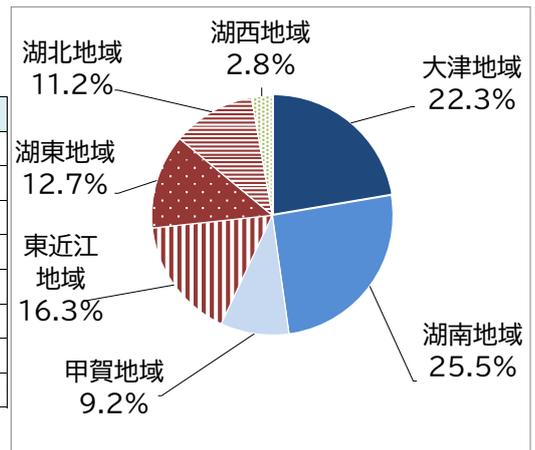
◆年代

項目	人数(人)	割合(%)
10・20歳代	33	13.1
30歳代	39	15.5
40歳代	36	14.3
50歳代	52	20.7
60歳代	40	15.9
70歳以上	51	20.3
合計	251	100.0



◆地域

項目	人数(人)	割合(%)
大津地域	56	22.3
湖南地域	64	25.5
甲賀地域	23	9.2
東近江地域	41	16.3
湖東地域	32	12.7
湖北地域	28	11.2
湖西地域	7	2.8
合計	251	100.0

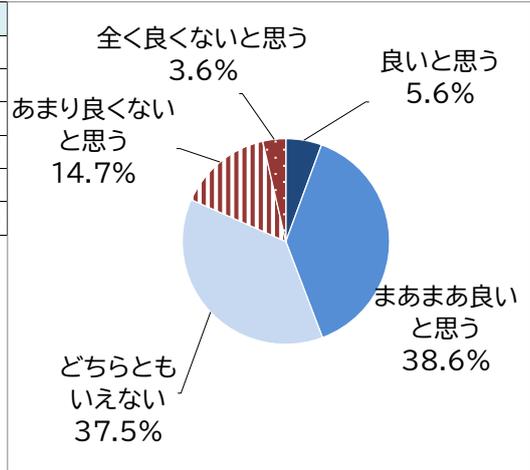


【問1-1】

滋賀県における消費者をとりまく状況について、あなたはどのように思いますか。最も当てはまるものを選択してください。

(n=251)

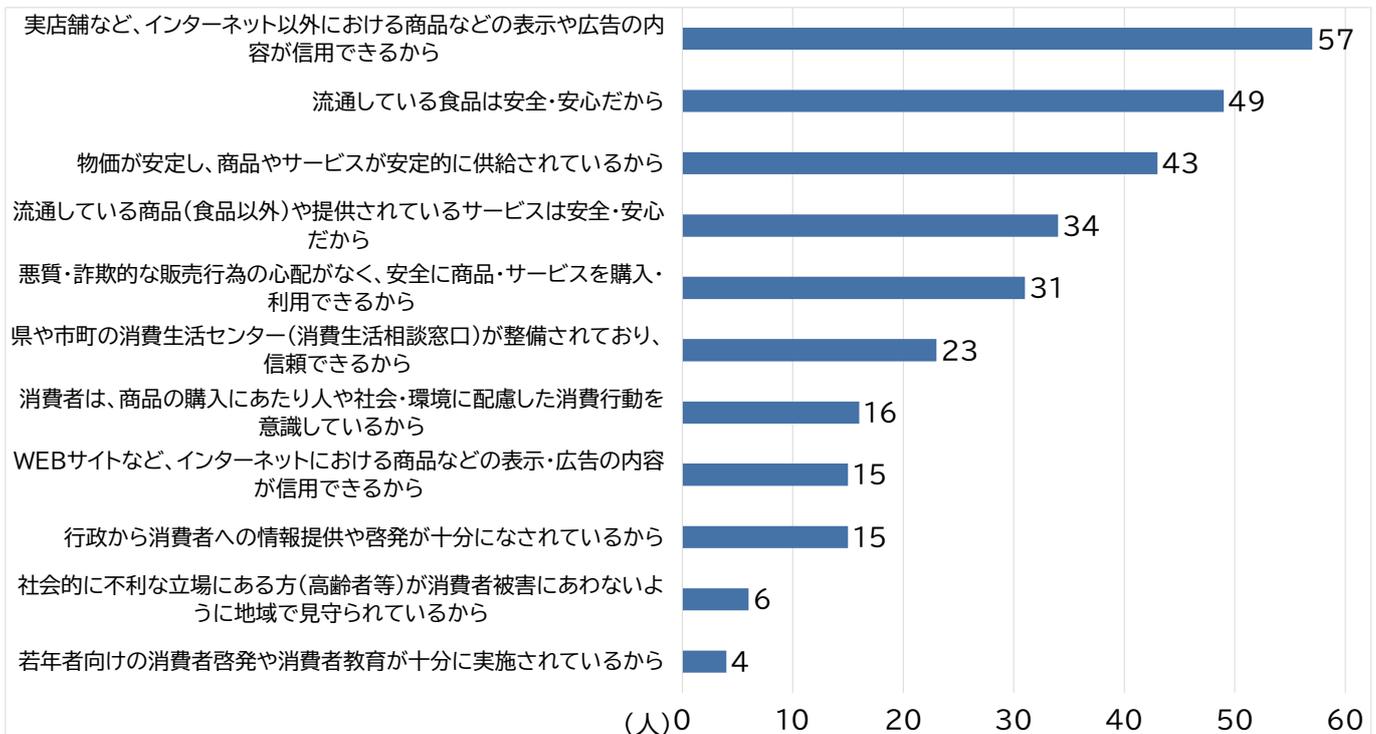
項目	人数(人)	割合(%)
良いと思う	14	5.6
まあまあ良いと思う	97	38.6
どちらともいえない	94	37.5
あまり良くないと思う	37	14.7
全く良くないと思う	9	3.6
合計	251	100.0



【問1-2】

問1-1で「良いと思う」「まあまあ良いと思う」を選択した方におたずねします。滋賀県における消費者をとりまく状況が良いと思う理由について、当てはまるものを次の中から選択してください。(回答チェックはいくつでも。n=111)

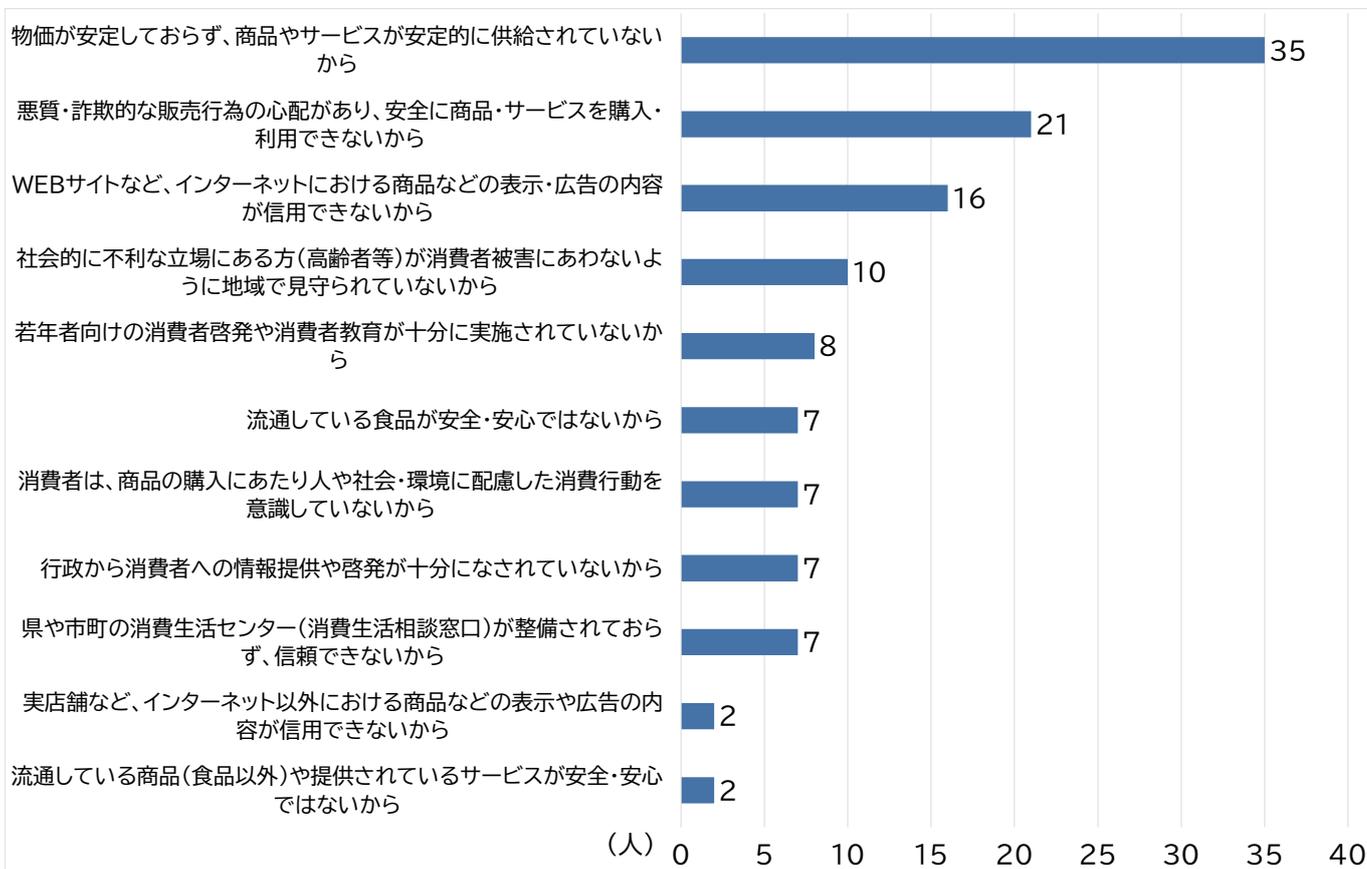
項目	人数(人)	割合(%)
実店舗など、インターネット以外における商品などの表示や広告の内容が信用できるから	57	51.4
流通している食品は安全・安心だから	49	44.1
物価が安定し、商品やサービスが安定的に供給されているから	43	38.7
流通している商品(食品以外)や提供されているサービスは安全・安心だから	34	30.6
悪質・詐欺的な販売行為の心配がなく、安全に商品・サービスを購入・利用できるから	31	27.9
県や市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)が整備されており、信頼できるから	23	20.7
消費者は、商品の購入にあたり人や社会・環境に配慮した消費行動を意識しているから	16	14.4
WEBサイトなど、インターネットにおける商品などの表示・広告の内容が信用できるから	15	13.5
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から	15	13.5
社会的に不利な立場にある方(高齢者等)が消費者被害にあわないように地域で見守られているから	6	5.4
若年者向けの消費者啓発や消費者教育が十分に実施されているから	4	3.6



【問1-3】

問1-1で「あまり良くないと思う」「全く良くないと思う」を選択した方におたずねします。滋賀県における消費者をとりまく状況が良くないと思う理由について、当てはまるものを次の中から選択してください。(回答チェックはいくつでも。n=46)

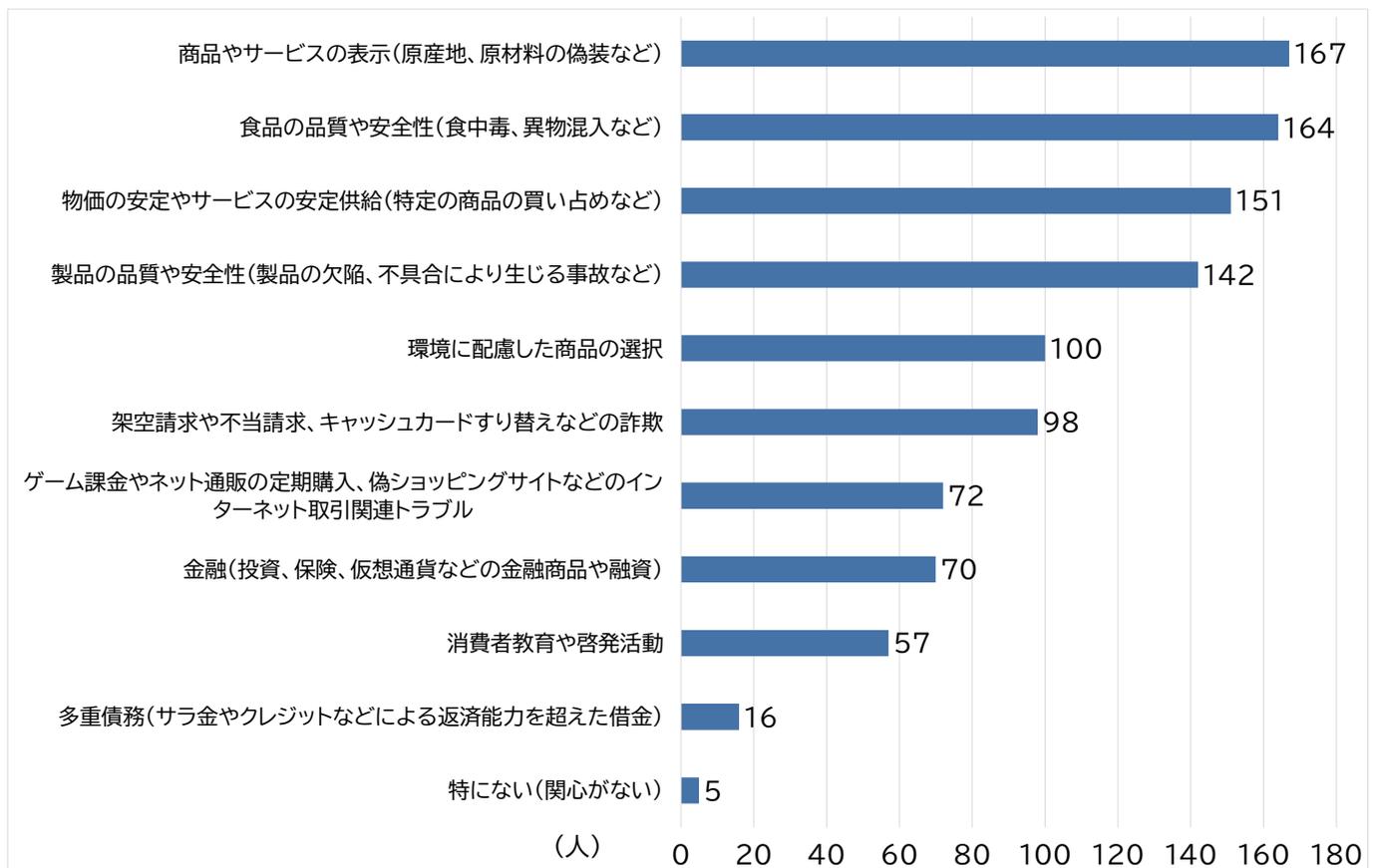
項目	人数(人)	割合(%)
物価が安定しておらず、商品やサービスが安定的に供給されていないから	35	76.1
悪質・詐欺的な販売行為の心配があり、安全に商品・サービスを購入・利用できないから	21	45.7
WEBサイトなど、インターネットにおける商品などの表示・広告の内容が信用できないから	16	34.8
社会的に不利な立場にある方(高齢者等)が消費者被害にあわないように地域で見守られていないから	10	21.7
若年者向けの消費者啓発や消費者教育が十分に実施されていないから	8	17.4
流通している食品が安全・安心ではないから	7	15.2
消費者は、商品の購入にあたり人や社会・環境に配慮した消費行動を意識していないから	7	15.2
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ないから	7	15.2
県や市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)が整備されておらず、信頼できないから	7	15.2
実店舗など、インターネット以外における商品などの表示や広告の内容が信用できないから	2	4.3
流通している商品(食品以外)や提供されているサービスが安全・安心ではないから	2	4.3



【問2】

消費生活に関する次の事項について、関心があるものを選択してください。（「特にない」を選択した場合を除き、回答チェックはいくつでも。n=251）

項目	人数(人)	割合(%)
商品やサービスの表示(原産地、原材料の偽装など)	167	66.5
食品の品質や安全性(食中毒、異物混入など)	164	65.3
物価の安定やサービスの安定供給(特定の商品の買い占めなど)	151	60.2
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)	142	56.6
環境に配慮した商品の選択	100	39.8
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	98	39.0
ゲーム課金やネット通販の定期購入、偽ショッピングサイトなどのインターネット取引関連トラブル	72	28.7
金融(投資、保険、仮想通貨などの金融商品や融資)	70	27.9
消費者教育や啓発活動	57	22.7
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)	16	6.4
特にない(関心がない)	5	2.0

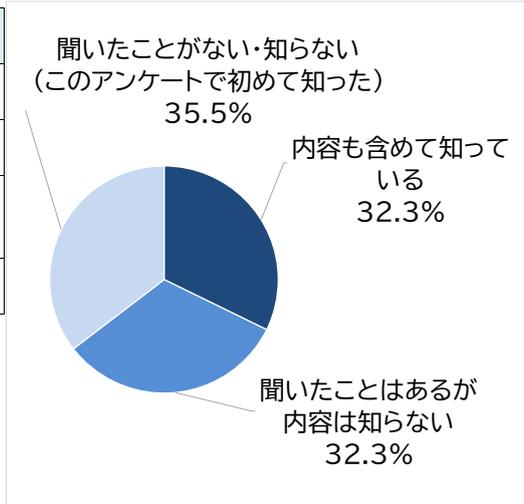


【問3】

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すか。(n=251)

※「エシカル消費(倫理的消費)」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。
例)地産地消、グリーン購入(環境に配慮した製品の購入)

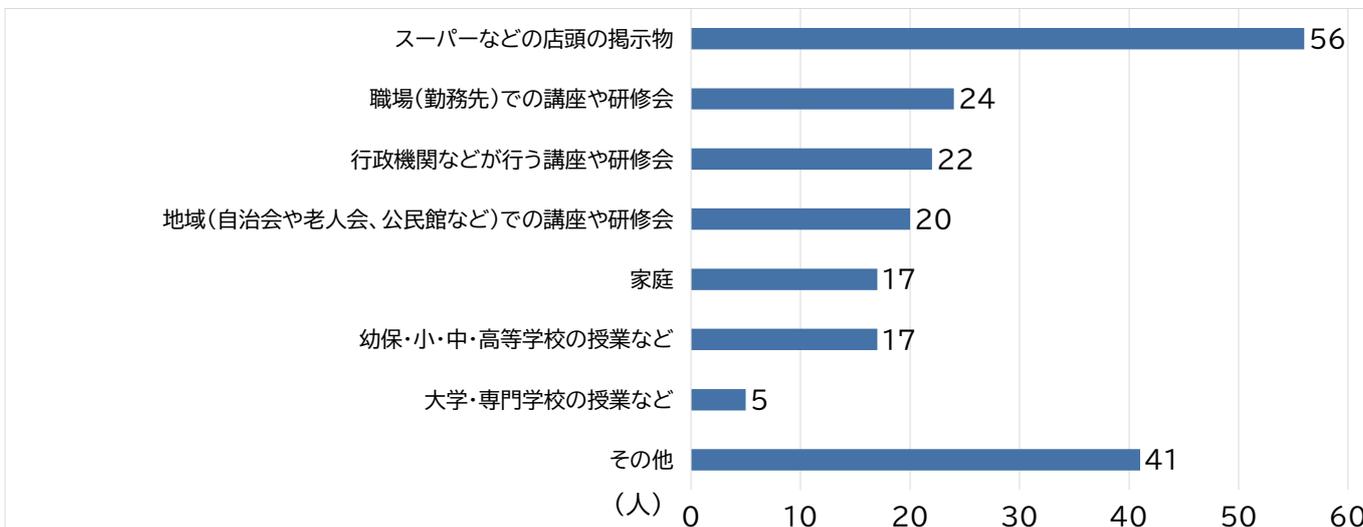
項目	人数(人)	割合(%)
内容も含めて知っている	81	32.3
聞いたことはあるが内容は知らない	81	32.3
聞いたことがない・知らない (このアンケートで初めて知った)	89	35.5
合計	251	100.0



【問4】

問3で「内容も含めて知っている」または「聞いたことはあるが内容は知らない」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=162)

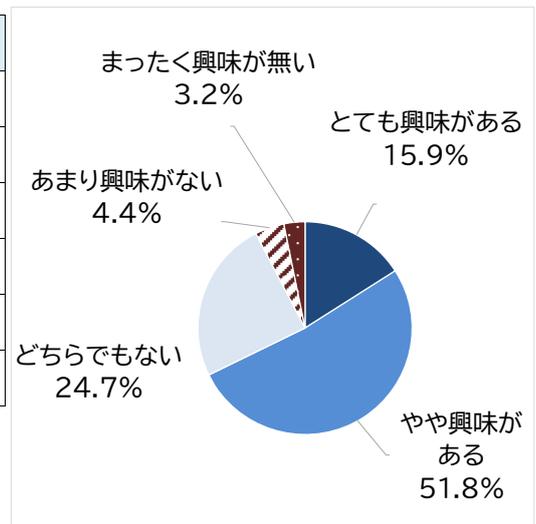
項目	人数(人)	割合(%)
スーパーなどの店頭の掲示物	56	34.6
職場(勤務先)での講座や研修会	24	14.8
行政機関などが行う講座や研修会	22	13.6
地域(自治会や老人会、公民館など)での講座や研修会	20	12.3
家庭	17	10.5
幼保・小・中・高等学校の授業など	17	10.5
大学・専門学校の授業など	5	3.1
その他	41	25.3



【問5】

あなたはエシカル消費に興味がありますか。(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
とても興味がある	40	15.9
やや興味がある	130	51.8
どちらでもない	62	24.7
あまり興味がない	11	4.4
まったく興味が無い	8	3.2
合計	251	100.0

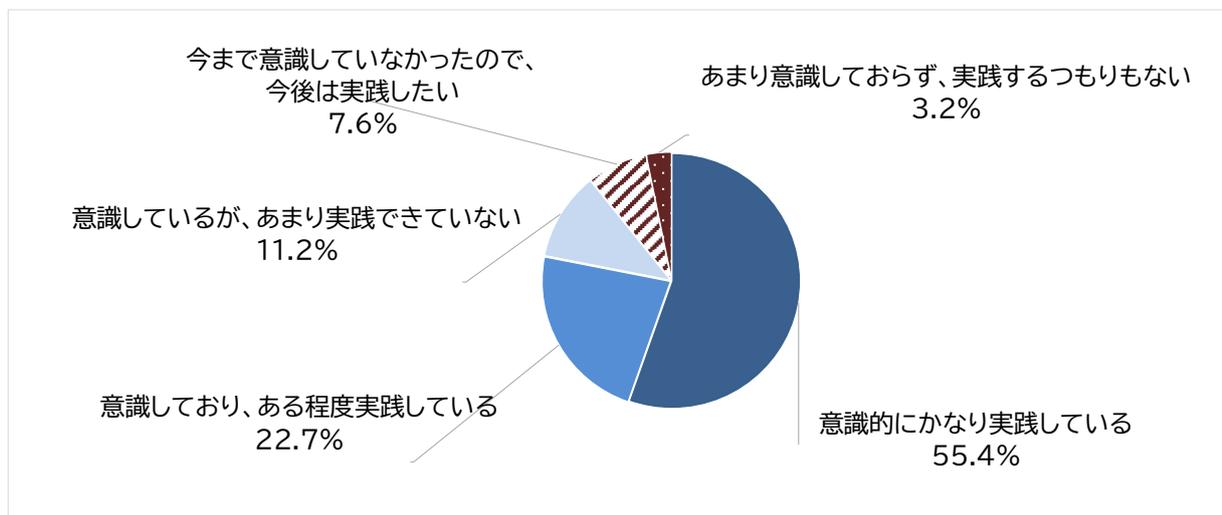


【問6】

エシカル消費に関して、当てはまるものを選択してください。

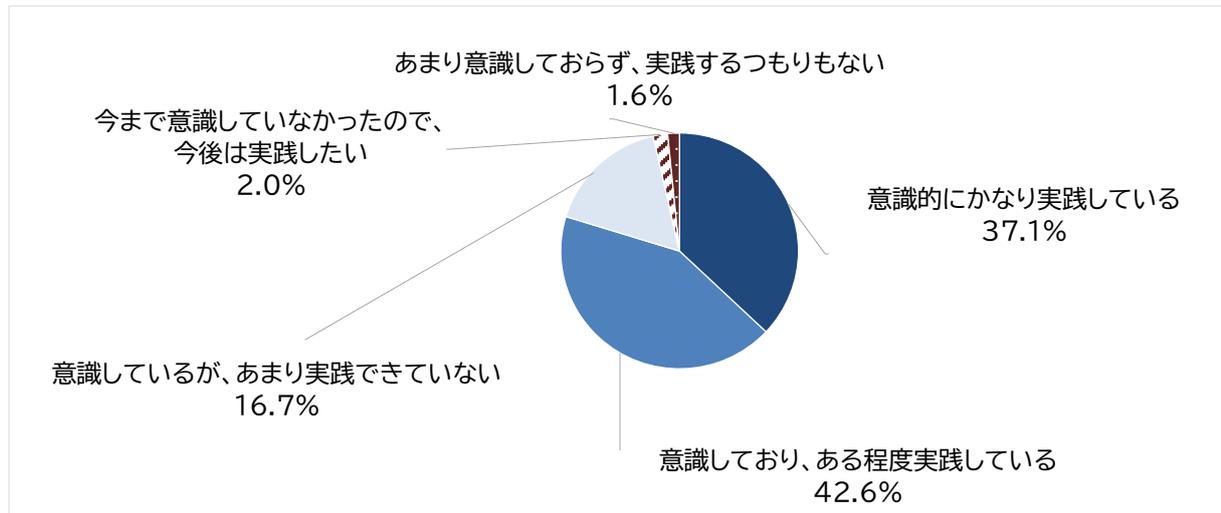
(1) マイバッグを持参して買い物をする(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	139	55.4
意識しており、ある程度実践している	57	22.7
意識しているが、あまり実践できていない	28	11.2
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	19	7.6
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	251	100.0



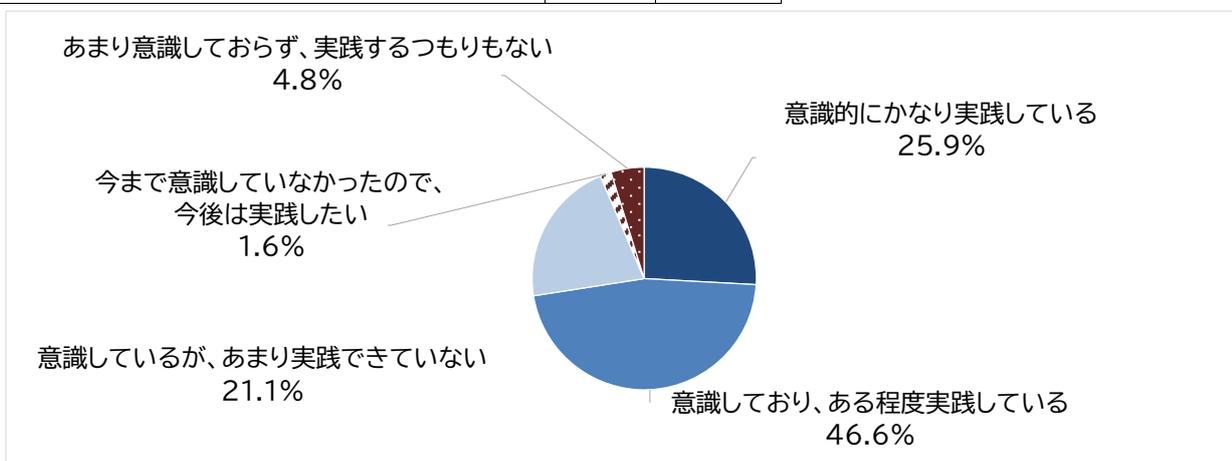
(2)必要なものを、必要な量だけ購入する(余分な物を買わない)(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	93	37.1
意識しており、ある程度実践している	107	42.6
意識しているが、あまり実践できていない	42	16.7
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	5	2.0
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	4	1.6
合計	251	100.0



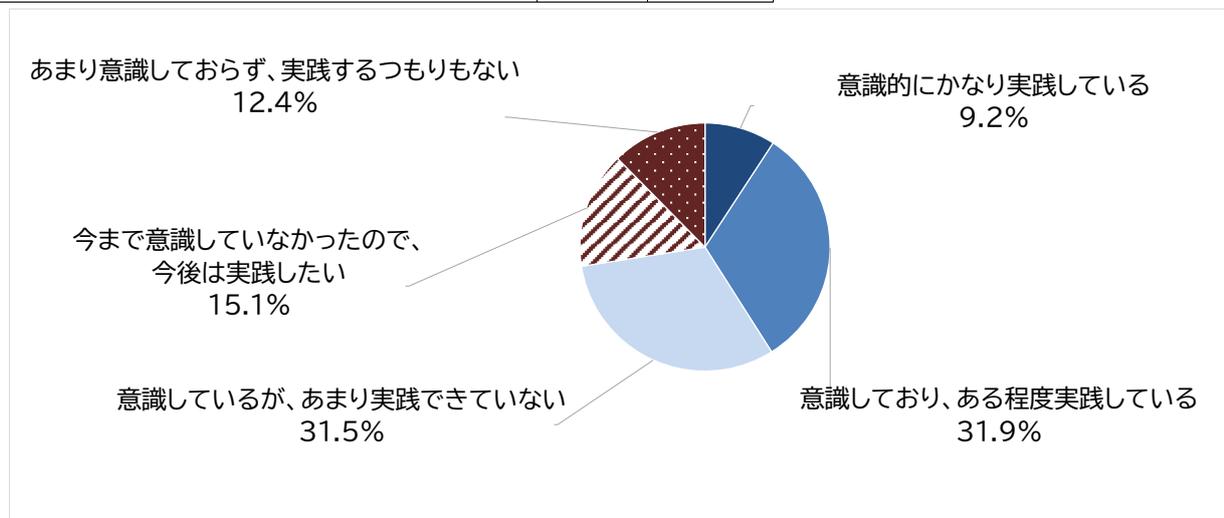
(3)使い捨てるものより、長く使えるものを購入する(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	65	25.9
意識しており、ある程度実践している	117	46.6
意識しているが、あまり実践できていない	53	21.1
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	4	1.6
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	12	4.8
合計	251	100.0



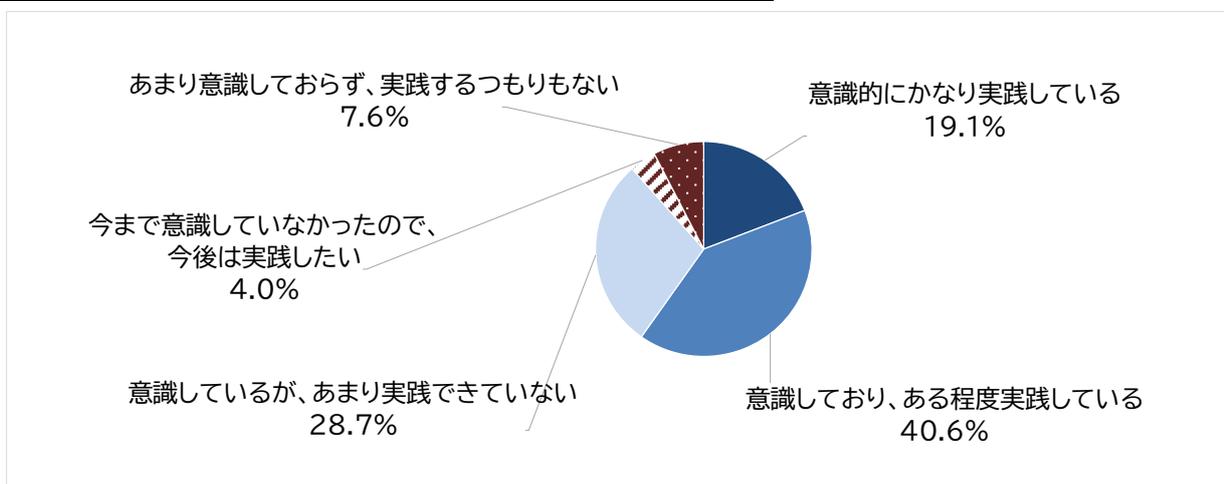
(4)環境に配慮した製品(エコマークが付いた商品など)を選ぶ(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	23	9.2
意識しており、ある程度実践している	80	31.9
意識しているが、あまり実践できていない	79	31.5
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	38	15.1
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	31	12.4
合計	251	100.0



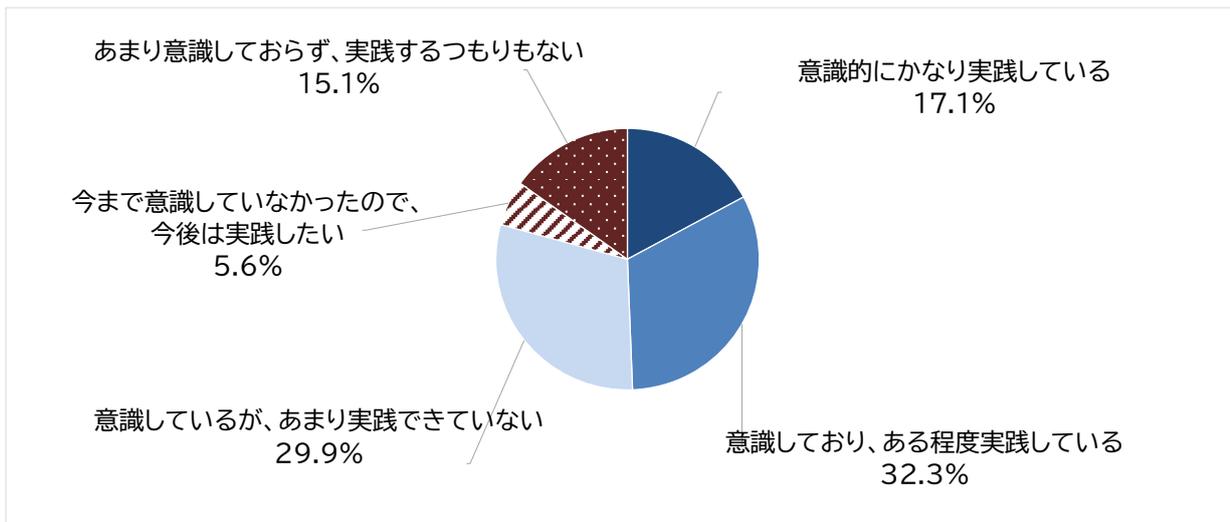
(5)地産地消を心掛ける(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	48	19.1
意識しており、ある程度実践している	102	40.6
意識しているが、あまり実践できていない	72	28.7
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	10	4.0
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	19	7.6
合計	251	100.0



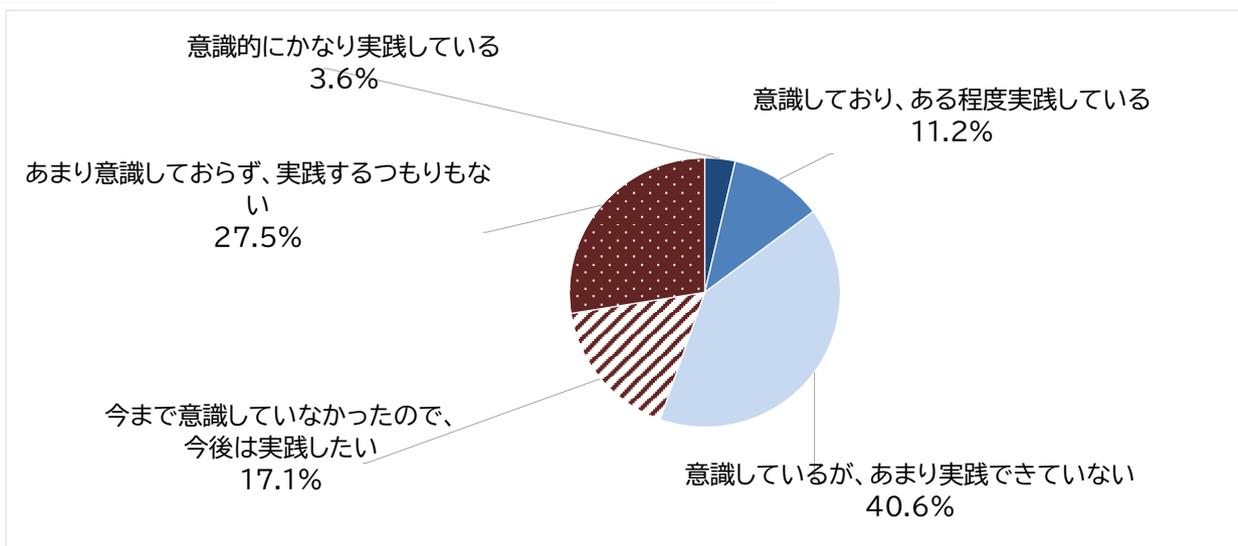
(6)地元のお店や商店街で買うようにしている(地域の活性化)(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	43	17.1
意識しており、ある程度実践している	81	32.3
意識しているが、あまり実践できていない	75	29.9
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	14	5.6
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	38	15.1
合計	251	100.0



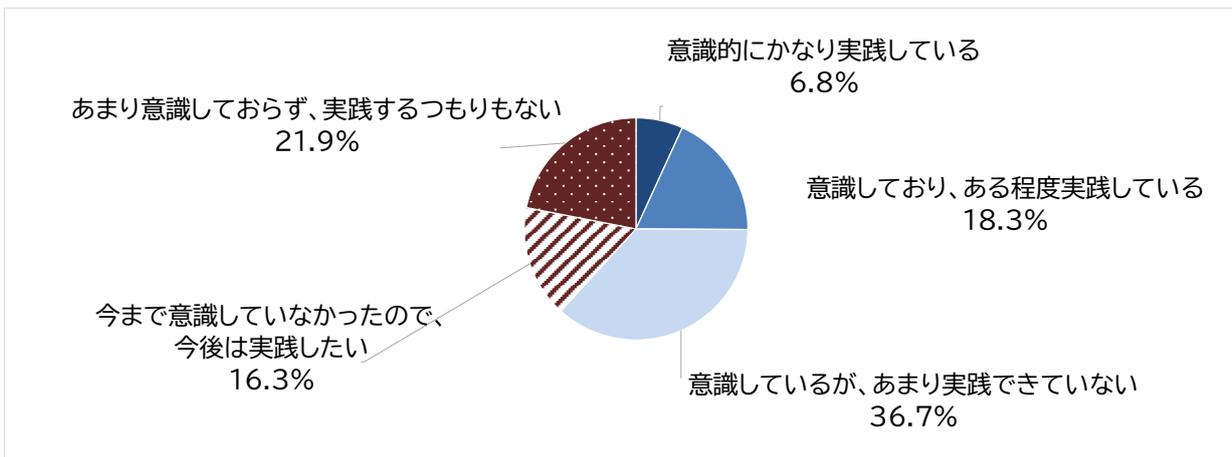
(7)地元の伝統工芸品などを購入する(伝統技術の継承)(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	9	3.6
意識しており、ある程度実践している	28	11.2
意識しているが、あまり実践できていない	102	40.6
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	43	17.1
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	69	27.5
合計	251	100.0



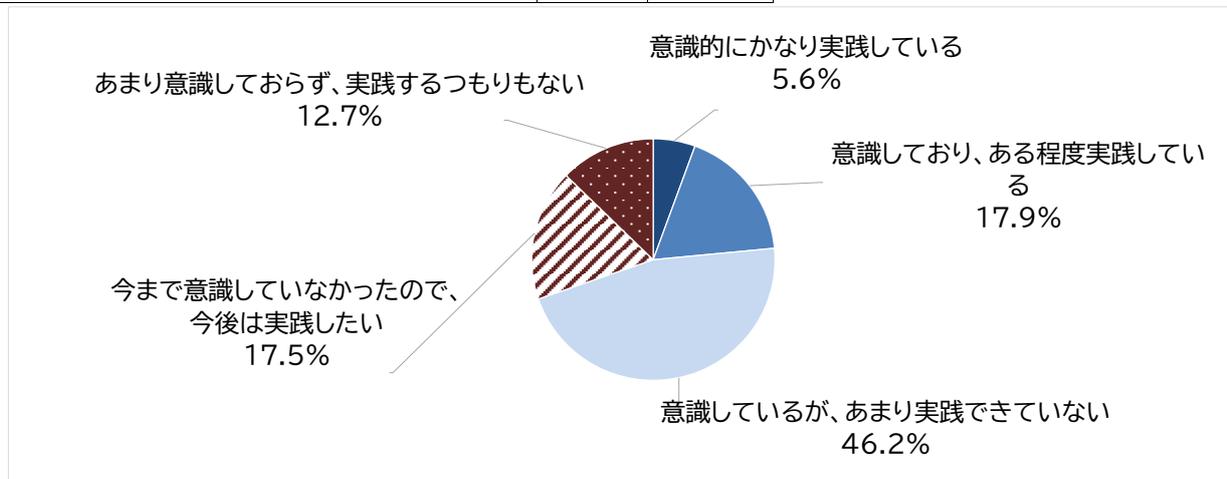
(8)福祉作業所(授産施設)などで作られた製品を購入する(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	17	6.8
意識しており、ある程度実践している	46	18.3
意識しているが、あまり実践できていない	92	36.7
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	41	16.3
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	55	21.9
合計	251	100.0



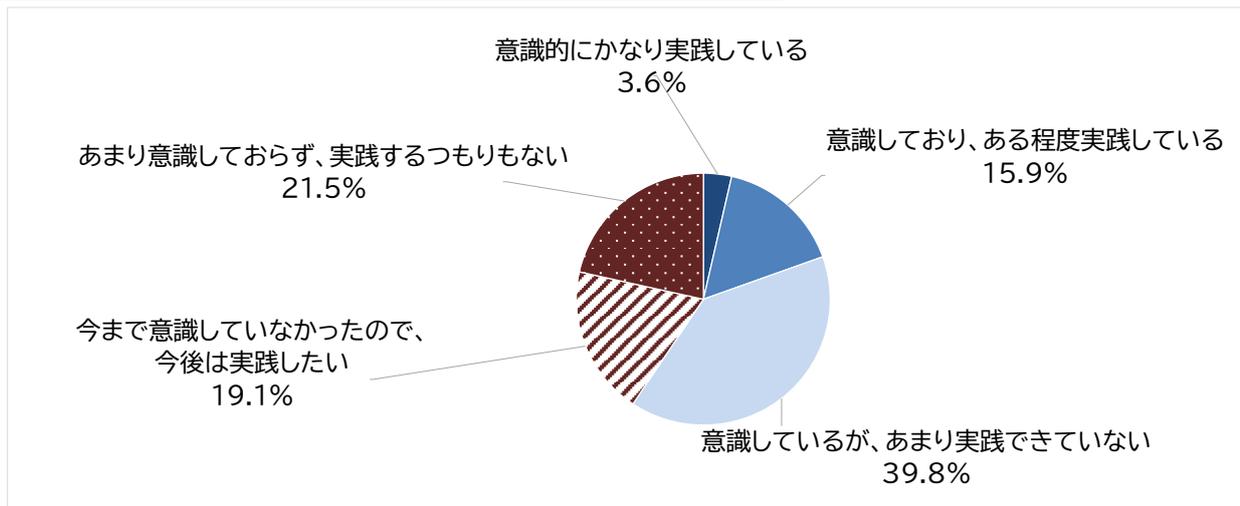
(9)被災地の特産品を購入したり旅行に行ったりする(応援消費)(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	14	5.6
意識しており、ある程度実践している	45	17.9
意識しているが、あまり実践できていない	116	46.2
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	44	17.5
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	32	12.7
合計	251	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などの寄附に充てられる商品)を購入する(n=251)

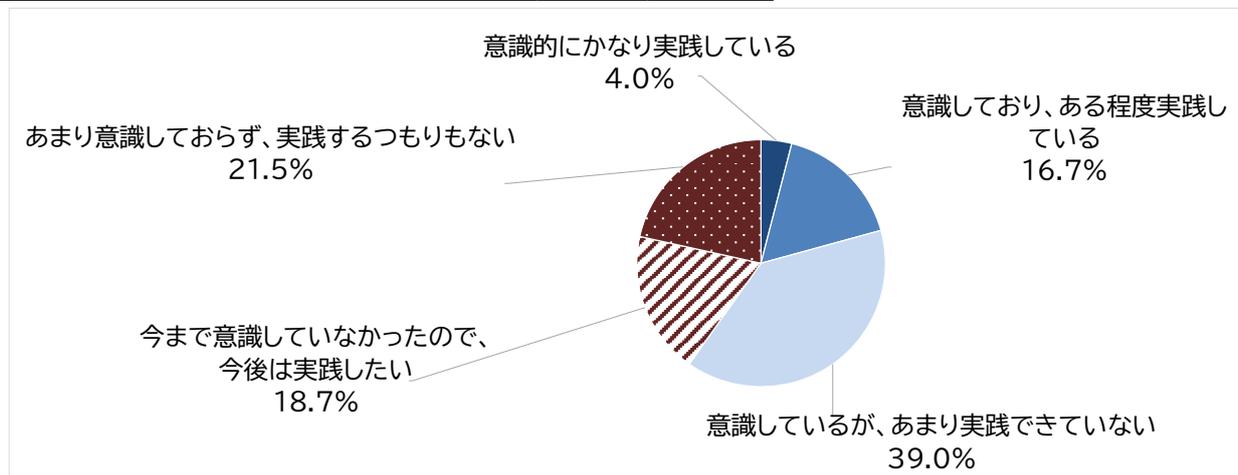
項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	9	3.6
意識しており、ある程度実践している	40	15.9
意識しているが、あまり実践できていない	100	39.8
今まで意識していなかったため、 今後は実践したい	48	19.1
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	54	21.5
合計	251	100.0



(11)フェアトレード(※)製品を購入する(n=251)

※「フェアトレード」とは、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。

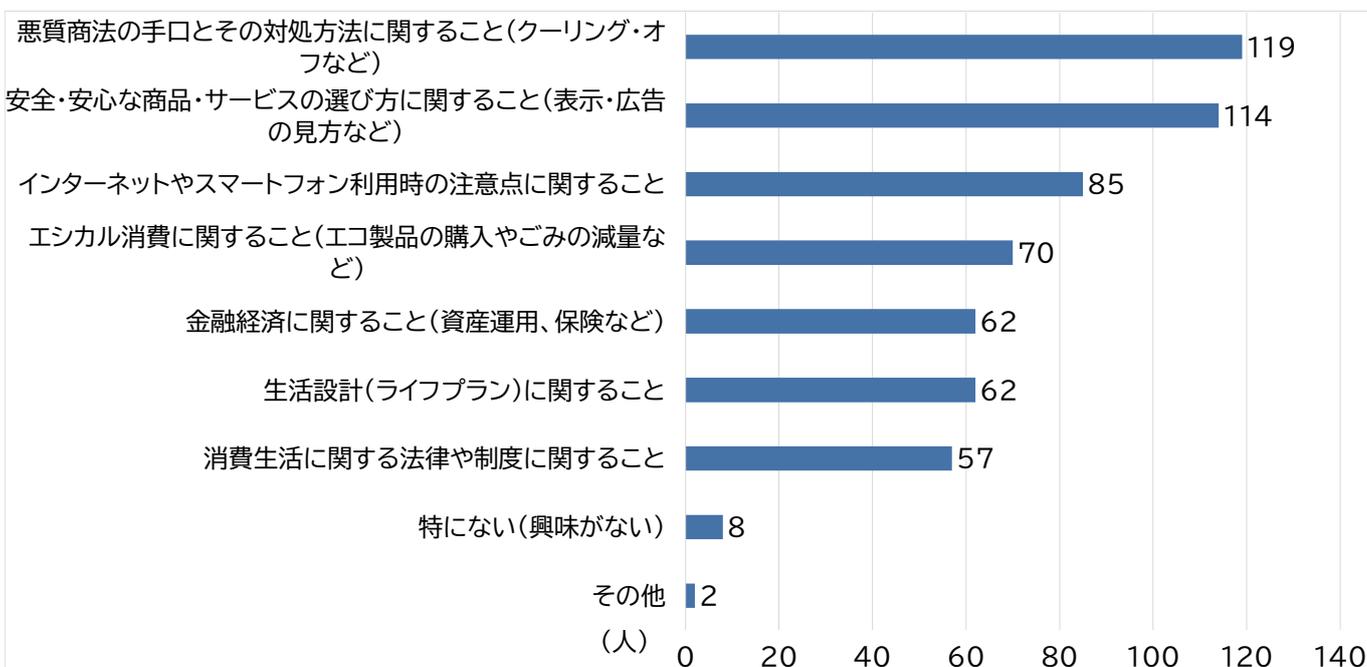
項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	10	4.0
意識しており、ある程度実践している	42	16.7
意識しているが、あまり実践できていない	98	39.0
今まで意識していなかったため、 今後は実践したい	47	18.7
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	54	21.5
合計	251	100.0



【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。(「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=251)

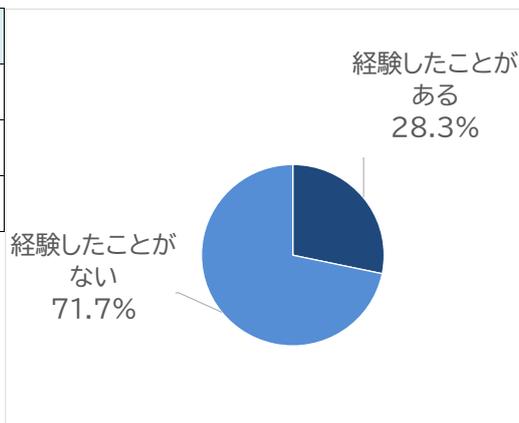
項目	人数(人)	割合(%)
悪質商法の手口とその対処方法に関すること(クーリング・オフなど)	119	47.4
安全・安心な商品・サービスの選び方に関すること(表示・広告の見方など)	114	45.4
インターネットやスマートフォン利用時の注意点に関すること	85	33.9
エシカル消費に関すること(エコ製品の購入やごみの減量など)	70	27.9
金融経済に関すること(資産運用、保険など)	62	24.7
生活設計(ライフプラン)に関すること	62	24.7
消費生活に関する法律や制度に関すること	57	22.7
特にない(興味がない)	8	3.2
その他	2	0.8



【問8-1】

あなたは、消費者トラブルを経験したことがありますか。(n=251)

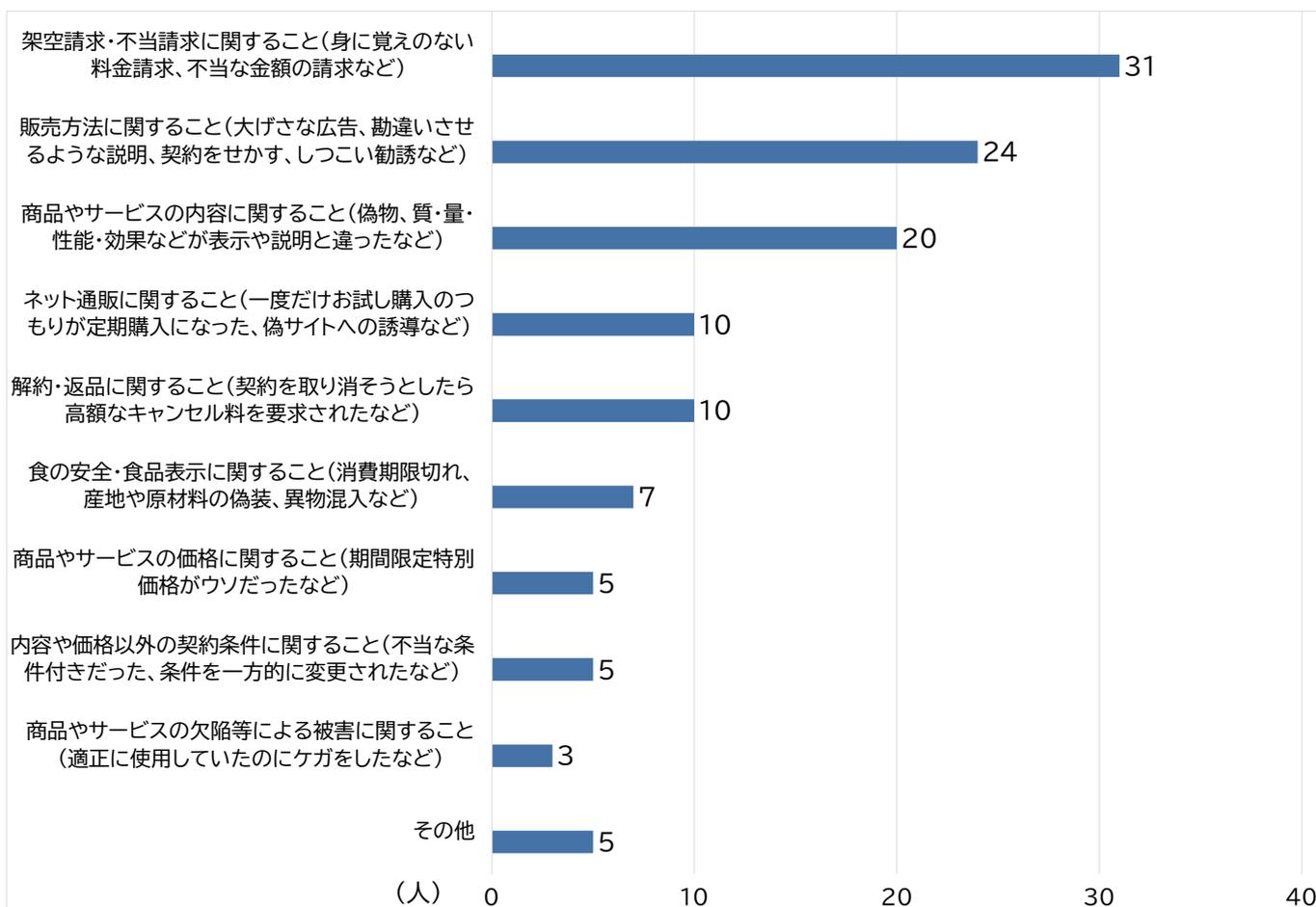
項目	人数(人)	割合(%)
経験したことがある	71	28.3
経験したことがない	180	71.7
合計	251	100.0



【問8-2】

問8-1で「経験したことがある」を選択された方におたずねします。経験された消費者トラブルを、次の中から選択してください。(回答チェックはいくつでも、n=71)

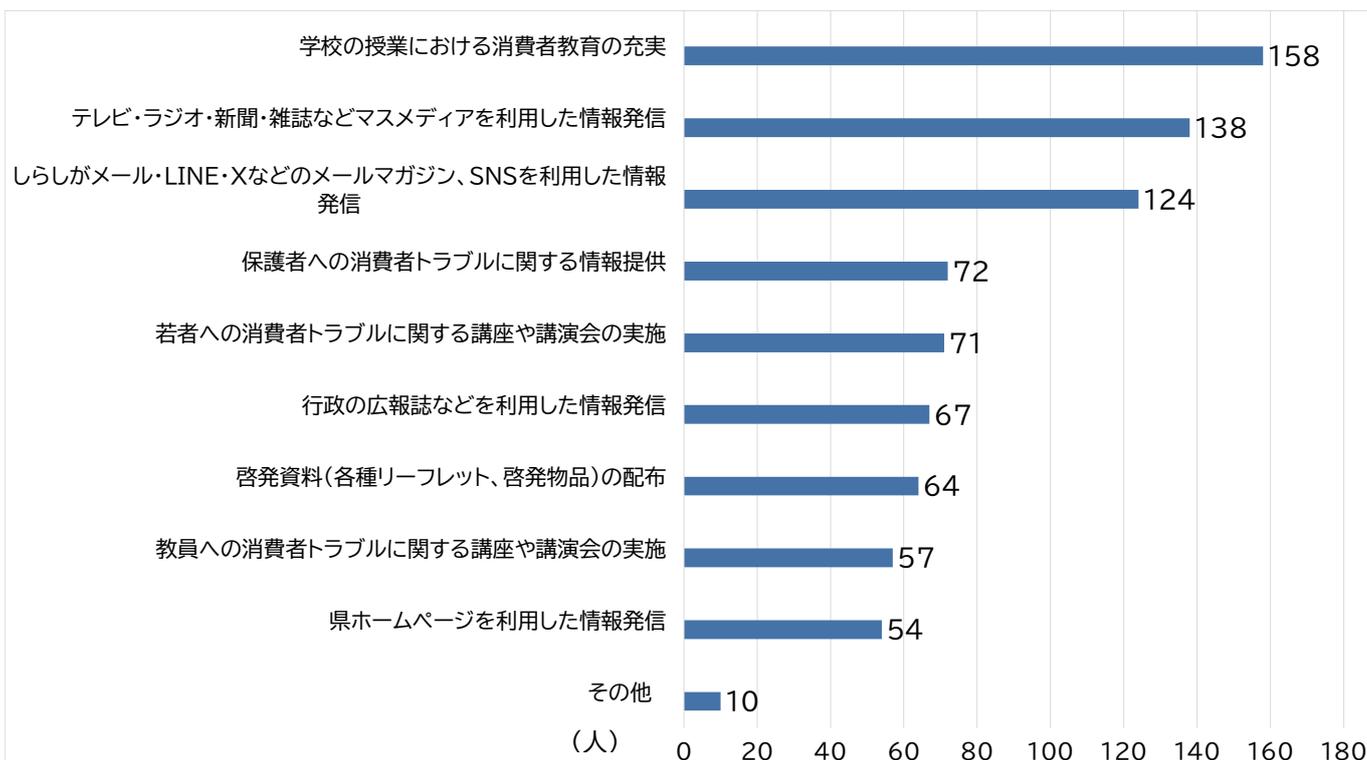
項目	人数(人)	割合(%)
架空請求・不当請求に関する事(身に覚えのない料金請求、不当な金額の請求など)	31	43.7
販売方法に関する事(大げさな広告、勘違いさせるような説明、契約をせかす、しつこい勧誘など)	24	33.8
商品やサービスの内容に関する事(偽物、質・量・性能・効果などが表示や説明と違ったなど)	20	28.2
ネット通販に関する事(一度だけお試し購入のつもりが定期購入になった、偽サイトへの誘導など)	10	14.1
解約・返品に関する事(契約を取り消そうとしたら高額なキャンセル料を要求されたなど)	10	14.1
食の安全・食品表示に関する事(消費期限切れ、産地や原材料の偽装、異物混入など)	7	9.9
商品やサービスの価格に関する事(期間限定特別価格がウソだったなど)	5	7.0
内容や価格以外の契約条件に関する事(不当な条件付きだった、条件を一方的に変更されたなど)	5	7.0
商品やサービスの欠陥等による被害に関する事(適正に使用していたのにケガをしたなど)	3	4.2
その他	5	7.0



【問9】

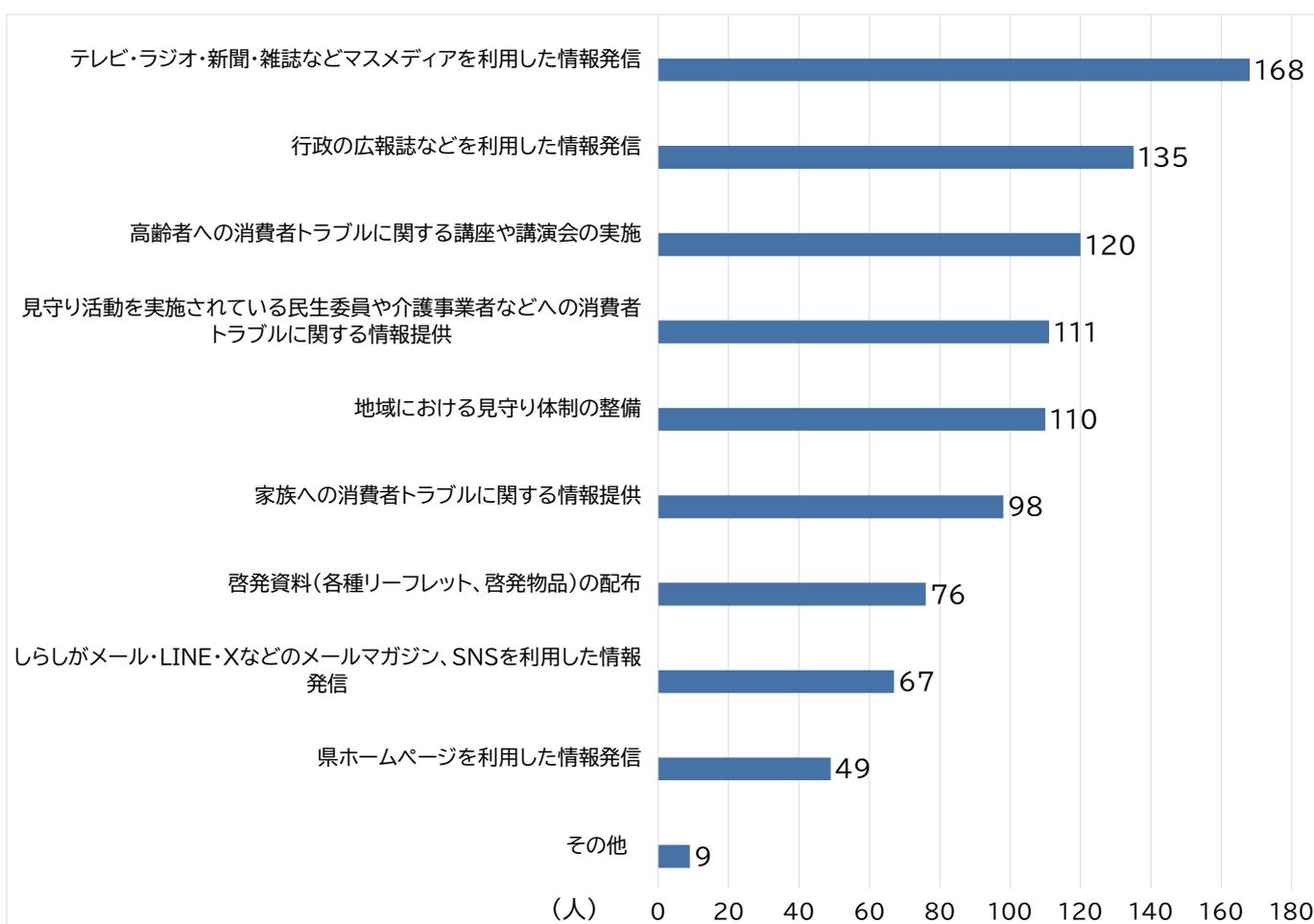
(1)若者(18歳~29歳)の消費者トラブルなどの被害を防止するために、あなたが重要だと思うことを次の中から選択してください。(回答チェックはいくつでも。n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
学校の授業における消費者教育の充実	158	62.9
テレビ・ラジオ・新聞・雑誌などマスメディアを利用した情報発信	138	55.0
しらがメール・LINE・Xなどのメールマガジン、SNSを利用した情報発信	124	49.4
保護者への消費者トラブルに関する情報提供	72	28.7
若者への消費者トラブルに関する講座や講演会の実施	71	28.3
行政の広報誌などを利用した情報発信	67	26.7
啓発資料(各種リーフレット、啓発物品)の配布	64	25.5
教員への消費者トラブルに関する講座や講演会の実施	57	22.7
県ホームページを利用した情報発信	54	21.5
その他	10	4.0



(2)高齢者(65歳以上)の消費者トラブルなどの被害を防止するために、あなたが重要だと思うことを次の中から選択してください。(回答チェックはいくつでも。n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
テレビ・ラジオ・新聞・雑誌などマスメディアを利用した情報発信	168	66.9
行政の広報誌などを利用した情報発信	135	53.8
高齢者への消費者トラブルに関する講座や講演会の実施	120	47.8
見守り活動を実施されている民生委員や介護事業者などへの消費者トラブルに関する情報提供	111	44.2
地域における見守り体制の整備	110	43.8
家族への消費者トラブルに関する情報提供	98	39.0
啓発資料(各種リーフレット、啓発物品)の配布	76	30.3
しらがメール・LINE・Xなどのメールマガジン、SNSを利用した情報発信	67	26.7
県ホームページを利用した情報発信	49	19.5
その他	9	3.6

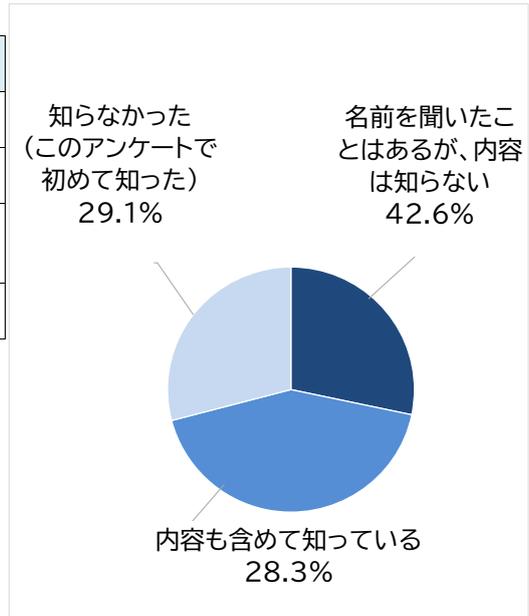


【問10】

「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。

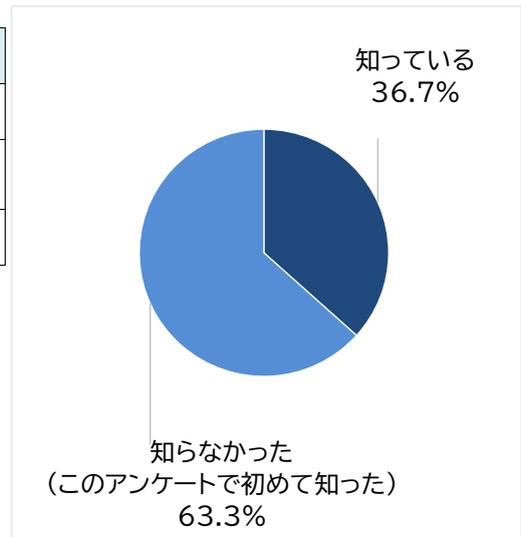
(1)「消費者ホットライン」を知っていますか。(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
内容も含めて知っている	71	28.3
名前を聞いたことはあるが、内容は知らない	107	42.6
知らなかった (このアンケートで初めて知った)	73	29.1
合計	251	100.0



(2)消費者ホットラインの番号「188」を知っていますか。(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
知っている	92	36.7
知らなかった (このアンケートで初めて知った)	159	63.3
合計	251	100.0

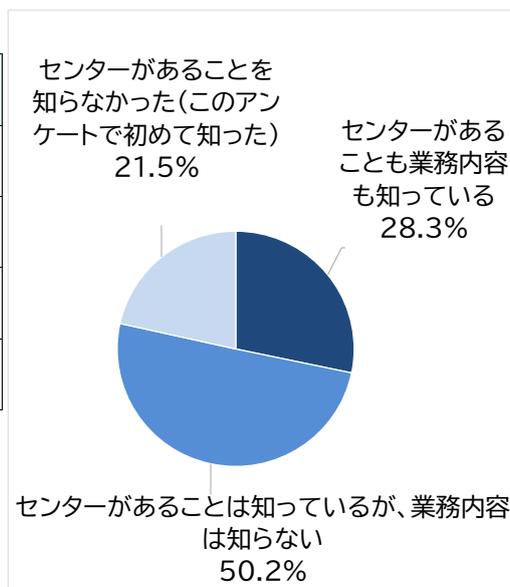


【問11】

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、助言・あっせんを行っています。また、出前講座や教材貸出など様々な学習機会の提供も行っています。

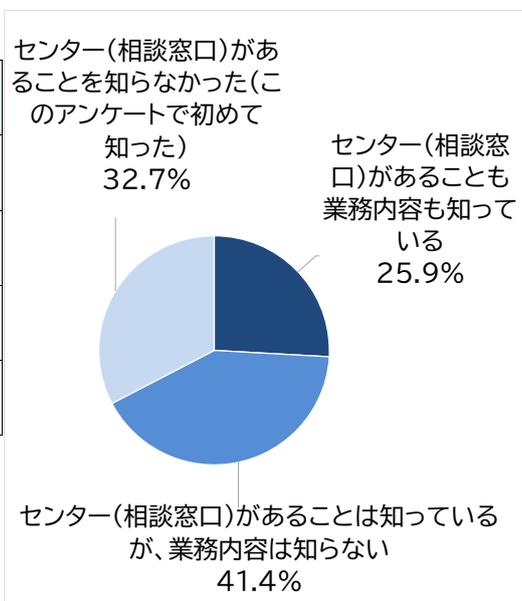
(1)滋賀県消費生活センターを知っていますか。(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
センターがあることも業務内容も知っている	71	28.3
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	126	50.2
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)	54	21.5
合計	251	100.0



(2)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。お住まいの市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)を知っていますか。(n=251)

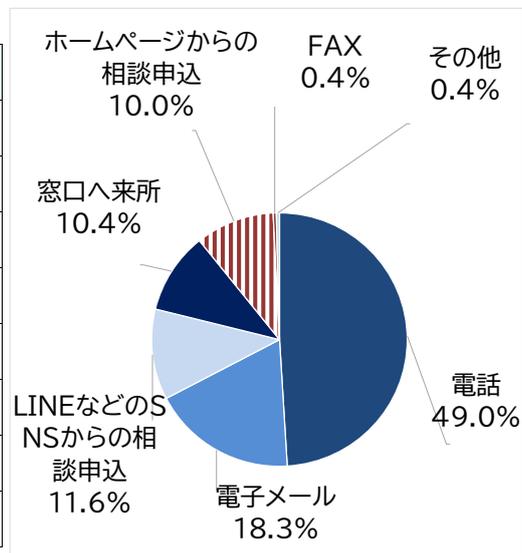
項目	人数(人)	割合(%)
センター(相談窓口)があることも業務内容も知っている	65	25.9
センター(相談窓口)があることは知っているが、業務内容は知らない	104	41.4
センター(相談窓口)があることを知らなかった(このアンケートで初めて知った)	82	32.7
合計	251	100.0



【問12】

消費生活センター(または消費生活相談窓口)に相談する際の最初の連絡手段として、あなたが最も利用したいと思うものを次の中から1つ選択してください。(n=251)

項目	人数(人)	割合(%)
電話	123	49.0
電子メール	46	18.3
LINEなどのSNSからの相談申込	29	11.6
窓口へ来所	26	10.4
ホームページからの相談申込	25	10.0
FAX	1	0.4
その他	1	0.4
合計	251	100.0



【問13】

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、ご意見がありましたらお聞かせください。(抜粋)

・消費者の年代に応じて消費生活等の情報発信の方法や教育の実施方法を変え、全世代に必要な情報が周知できるように啓発活動を行ってほしい。若者には学校での教育や、SNSでの発信、高齢者にはテレビや配布資料などで啓発するなど、ターゲットに合わせた対策が必要と思う。

・携帯電話の需要の高まりにより、トラブル回避に取り組んでも次々と新たなトラブルが発生しており、更なる対策が必要である。

・消費生活は、日々の暮らしに直結するので、より豊かに安全に暮らせる環境を整えるとともに、情報発信は必須である。

・悪徳な訪問販売や固定電話の商売業者への対処方法や被害に遭った具体的な事例内容をもっと県民に知らせるようにしてほしい。

・広報誌に消費者トラブルなどの事例を載せてもらえると自分でも注意すると思う。

・私たち一人ひとりが買い物の際に環境への影響を意識することで、大きな変化をもたらすことができる。例えば、プラスチック包装の少ない商品を選ぶ、再利用可能なバッグを使うといった小さな行動が、持続可能な社会の実現に近づく一歩だと思う。

・エシカル消費とは、環境だけでなく生産者の労働環境や人権にも配慮した消費行動であり、例えば、フェアトレードの製品を選ぶことで、発展途上国の生産者に正当な対価が支払われるよう支援することができる。私たちの「買う」という行為が、遠く離れた誰かの生活にも影響を与えていることを忘れてはいけないと思う。

・企業は売れる商品を作り消費者のニーズや価値観に敏感である。私たちが「エシカルな商品を選ぶ」という行動をとることで、企業も持続可能で倫理的な商品開発に力を入れるようになる。社会を変える力は、私たち消費者の選択にもあると感じる。

・エシカル消費について、自分に関わりのあることであるというのがわかるように、売り場での啓発も積極的に行ってほしい。

・エシカル消費という言葉がこのアンケートで初めて知ったが普段から心がけていることも多くあった。イベントや講習会、SNSなどで幅広い啓発活動を行い、多くの人に知ってもらったり、新たに勉強する機会があるとよいと思う。

・身近な地元の物からよく見極めて消費行動し、被災地支援品の購入も率先して行っている。

・相談窓口はHPや、SNSの活用も便利でよいが、緊急性があるときは直接電話や窓口で対応していただきたい。

・消費生活センターに相談するのに「これくらいの内容では…」とついつい躊躇してしまう。メールで気軽に相談できると助かる。

・消費者ホットライン「188」について、もっと周知して欲しい。

・高齢者はトラブルが起きた時に対応することが難しいように思うので、身近に相談できる所があれば良いと考える。また、高齢者の家族、施設職員など、周囲の人間が見守る必要がある。

・高齢者はもとより、子どもや青少年に対する消費者教育も積極的に進めていただきたい。学校教育の中に取り入れたり、十分に活用できる形で例えばリーフレットの作成等もお願いしたい。