

小山市消費生活基本計画に係るアンケート調査 調査結果報告書

令和元年度

令和元年

小山市

もくじ

第1章	調査概要	1
1	調査目的	2
2	調査設計	2
3	調査内容	2
4	回収結果	2
5	報告書の見方	3
第2章	調査結果	4
1	あなたご自身のことについて	5
(1)	性別	5
(2)	年齢	5
(3)	職業	6
(4)	家族構成	6
(5)	居住地域	7
(6)	情報の入手先	8
2	消費生活における意識や行動について	9
(1)	商品やサービスを選ぶときの意識	9
(2)	商品やサービスを選ぶときに意識することを教わったり教えたりした経験	10
(3)	商品やサービスを選ぶときに意識することを教えた人・教わった人	11
3	消費者問題全般について	13
(1)	消費者問題に対する関心	13
(2)	消費者問題で関心があるもの	14
(3)	消費者問題に関心がない理由	16
(4)	インターネットの利用状況	18
(5)	インターネット利用時に使う機器	19
(6)	インターネットによる取引の利用頻度	20
(7)	インターネットによる購入や取引時に気をつけていること	22
(8)	インターネットによる取引でのトラブルや被害の経験	24
(9)	インターネットで購入する時の注意点をアドバイスされた経験	25
(10)	アドバイスを受けた人・場所	26
(11)	悪質商法に勧誘された経験	28
(12)	悪質商法の被害に遭った経験	29
(13)	悪質商法についての講演等を受けた経験	30

(14)	悪質商法についての講演等を受けた人・場所.....	31
(15)	契約内容の不満や不具合、トラブルに関して相談をした経験.....	32
(16)	不満や不具合、トラブルの原因となった商品・サービスの販売形態.....	34
(17)	不満や不具合、トラブルの相談先.....	36
(18)	不満や不具合、トラブルについて相談しなかった理由.....	38
4	消費者被害の救済及び未然防止について.....	40
(1)	機関や相談窓口等の認知度.....	40
(2)	「小山市消費生活センター」について知っていること.....	41
(3)	消費生活センターを知ったきっかけ.....	42
(4)	消費生活センターの業務内容について.....	44
(5)	消費生活センターに相談する被害金額について.....	46
(6)	消費生活センターの役割について知っていること.....	49
(7)	「クーリング・オフ制度」について.....	51
(8)	消費者トラブルにあわないための効果的な取り組み.....	53
5	消費者教育について.....	55
(1)	消費者教育を受けた経験.....	55
(2)	消費者教育を受けた人・場所.....	56
(3)	消費生活についての教育を行う場として重要だと思うもの.....	57
(4)	消費者教育の内容として重要だと思うもの.....	59
(5)	消費者トラブルに遭わないために日頃から注意していること.....	63
6	消費者行政について.....	65
(1)	消費者行政について.....	65
(2)	今後、力を入れるべき啓発活動.....	66
(3)	消費者行政に不満を感じる点.....	67
(4)	消費者問題に対する施策に望むこと.....	69
第3章	自由記述.....	71
資料編	調査票.....	77

第1章 調査概要

1 調査目的

本調査は、平成27年4月1日に施行した「小山市消費生活条例」に基づき、小山市消費生活基本計画を策定するにあたり、市民の皆様の消費生活に関する意識や実態を把握するとともにご意見等をお聞きし、今後の施策に反映することを目的として実施しました。

2 調査設計

- (1) 調査地域：小山市全域
- (2) 調査対象：住民基本台帳から無作為抽出した18歳以上の男女2,000人
- (3) 調査期間：令和元年8月28日（水）～令和元年9月20日（金）
- (4) 調査方法：郵送配布・郵送回収

3 調査内容

- (1) あなたご自身のことについて
- (2) 消費者問題全般について
- (3) 消費者被害の救済及び未然防止について
- (4) 消費者教育について
- (5) 消費者行政について

4 回収結果

- (1) 標本数：2,000件
- (2) 有効回収数：608件
- (3) 有効回収率：30.4%

5 報告書の見方

- (1) 調査結果の数値は、各質問の回答者数（n）を基数とした百分率（%）で表記しています。ただし、年代別や経年変化などの母数が異なるものを比較する場合は、割合の差（ポイント）で表記しています。
- (2) 集計は、小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表記しています。このため、回答比率の合計が、100.0%にならない場合があります。また、複数回答可の質問では、回答者数（n）に対する回答比率のため、回答比率の合計が100.0%を超える場合があります。
- (3) 回答があっても、小数点第2位を四捨五入して0.1%に満たない場合は、表・グラフには0.0%と表記しています。
- (4) 本報告書では、なるべく調査票そのままの表現を用いていますが、スペース等の関係から一部省略した表現としている箇所があります。
- (5) 回答者数が少ないものについては、比率が動きやすく分析には適さないため、参考値として示すにとどめている場合があります。
- (6) 本報告書における前回調査との比較では、以下の調査結果を参考資料としています。

実施	調査の名称	実施時期
小山市役所	小山市消費生活実態調査	平成29年7月14日～平成29年7月31日

第2章 調査結果

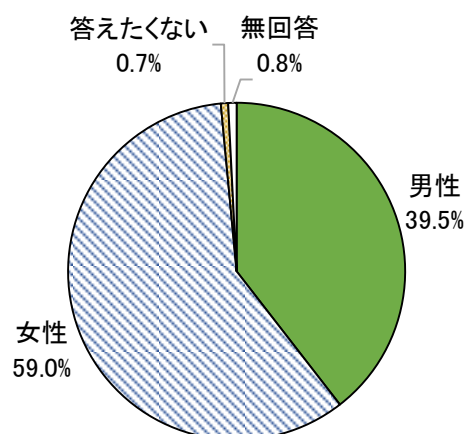
1 あなたご自身のことについて

(1) 性別

F1 あなたの性別を、お聞かせください。(1つに○)

性別は、「女性」が59.0%、「男性」が39.5%となっています。

(n=608)

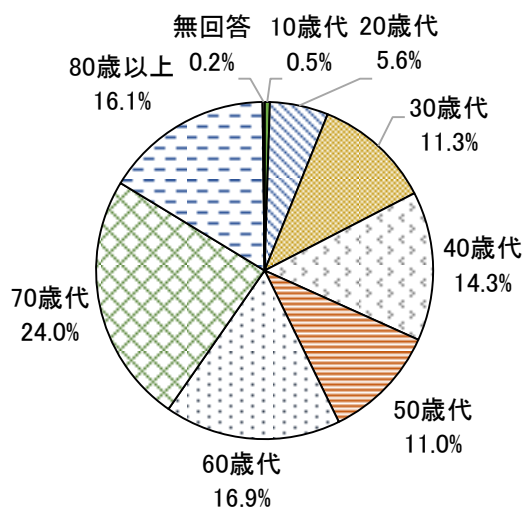


(2) 年齢

F2 あなたの年齢は、おいくつですか。(1つに○)

年齢は、「70歳代」が24.0%で最も多く、次いで「60歳代」が16.9%、「80歳以上」が16.1%、「40歳代」が14.3%、「30歳代」が11.3%となっています。

(n=608)

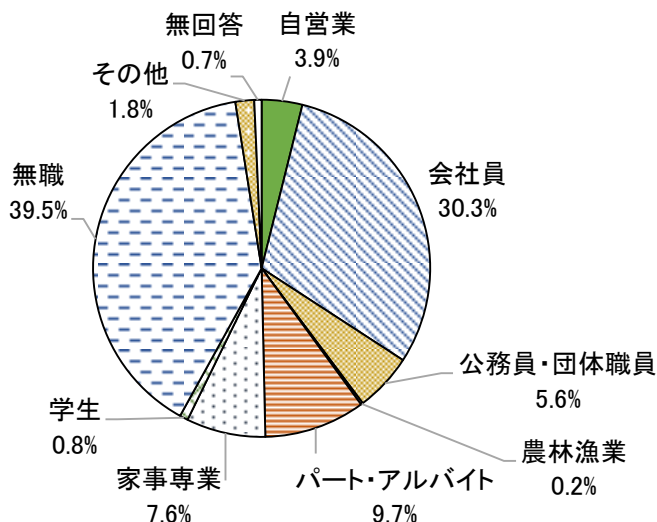


(3) 職業

F3 あなたの主なご職業は何ですか。(1つに○)

職業は、「無職」が39.5%で最も多く、次いで「会社員」が30.3%、「パート・アルバイト」が9.7%、「家事専業」が7.6%、「公務員・団体職員」が5.6%となっています。

(n=608)

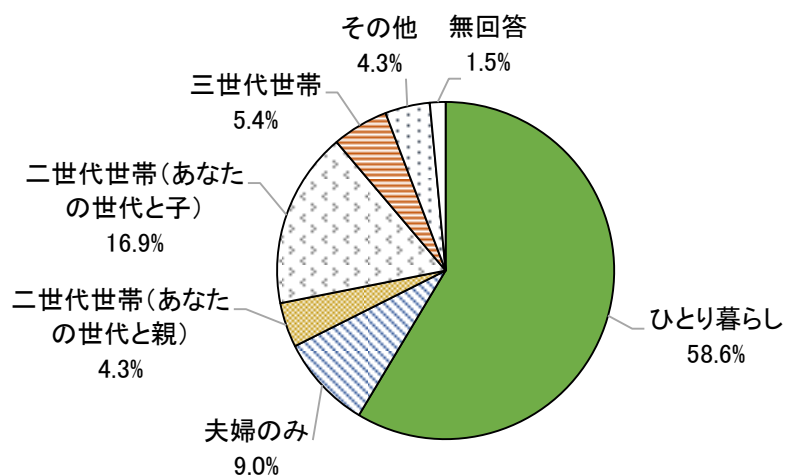


(4) 家族構成

F4 あなたのご家族(同居)の構成は、どれですか。(1つに○)

家族構成は、「ひとり暮らし」が58.6%で最も多く、次いで「二世世代世帯(あなたの世代と子)」が16.9%、「夫婦のみ」が9.0%、「三世世代世帯」が5.4%、「二世世代世帯(あなたの世代と親)」が4.3%となっています。

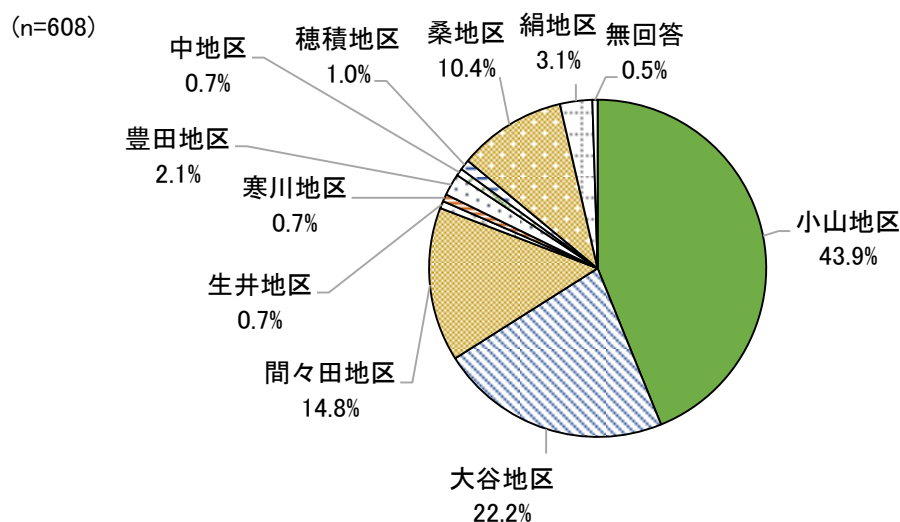
(n=608)



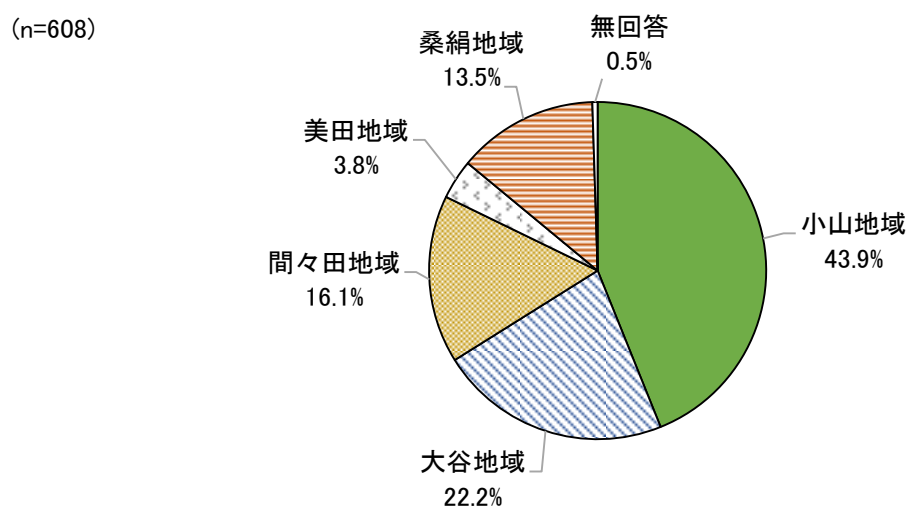
(5) 居住地域

F5 あなたのお住まいはどの地域ですか。(1つに○)

居住地域は、「小山地区」が43.9%で最も多く、次いで「大谷地区」が22.2%、「間々田地区」が14.8%、「桑地区」が10.4%、「絹地区」が3.1%となっています。



市内5地域で集計すると、「小山地域」が43.9%、「大谷地域」が22.2%、「間々田地域」が16.1%、「美田地域」が3.8%、「桑絹地域」が13.5%となっています。



(6) 情報の入手先

F6 普段どのような媒体でニュースや情報を得ていますか。最もよく使うものと2番目、3番目に使うものをお答えください。(それぞれ1つに○)

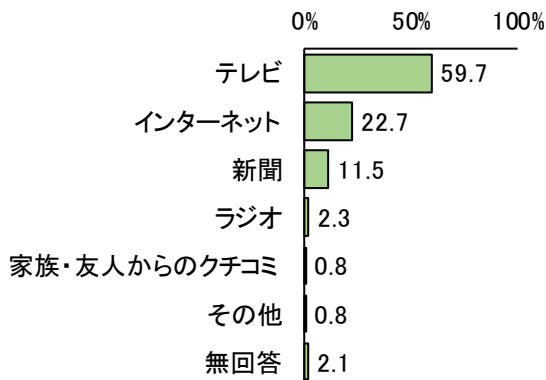
情報の入手先について、最もよく使うものは、「テレビ」が59.7%で最も多く、次いで「インターネット」が22.7%、「新聞」が11.5%、「ラジオ」が2.3%、「家族・友人からのクチコミ」が0.8%となっています。

2番目に使うものは、「新聞」が28.9%で最も多く、次いで「テレビ」が28.6%、「インターネット」が17.4%、「家族・友人からのクチコミ」が11.2%、「ラジオ」が8.2%となっています。

3番目に使うものは、「家族・友人からのクチコミ」が39.3%で最も多く、次いで「ラジオ」が16.9%、「新聞」が12.3%、「インターネット」が8.7%、「テレビ」が7.1%となっています。

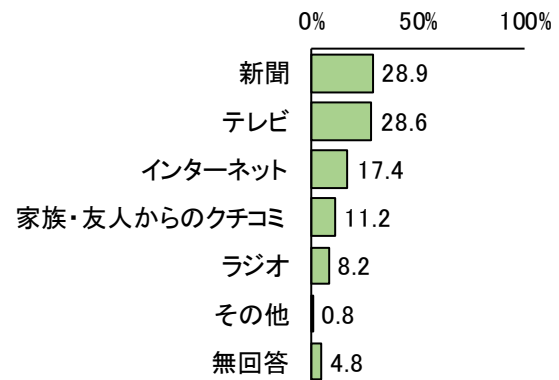
【①最もよく使う】

(n=608)



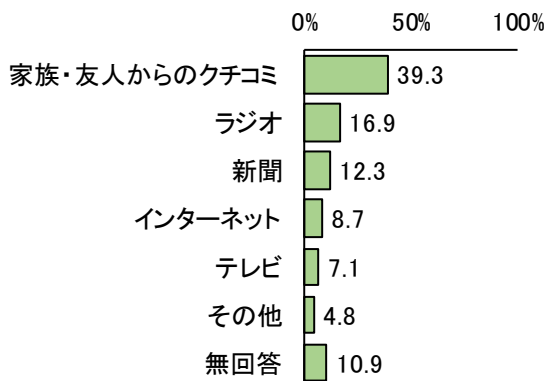
【②2番目に使う】

(n=608)

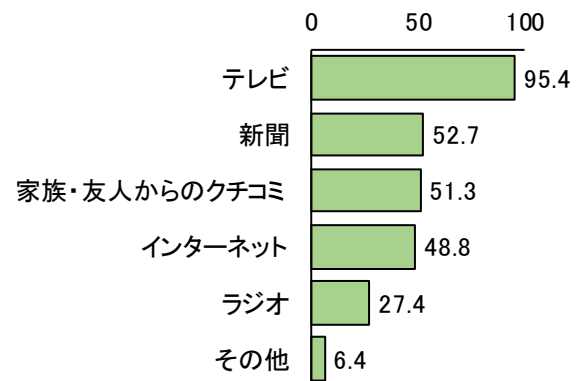


【③3番目に使う】

(n=608)



【①～③の数値の合計値】(参考)



2 消費生活における意識や行動について

(1) 商品やサービスを選ぶときの意識

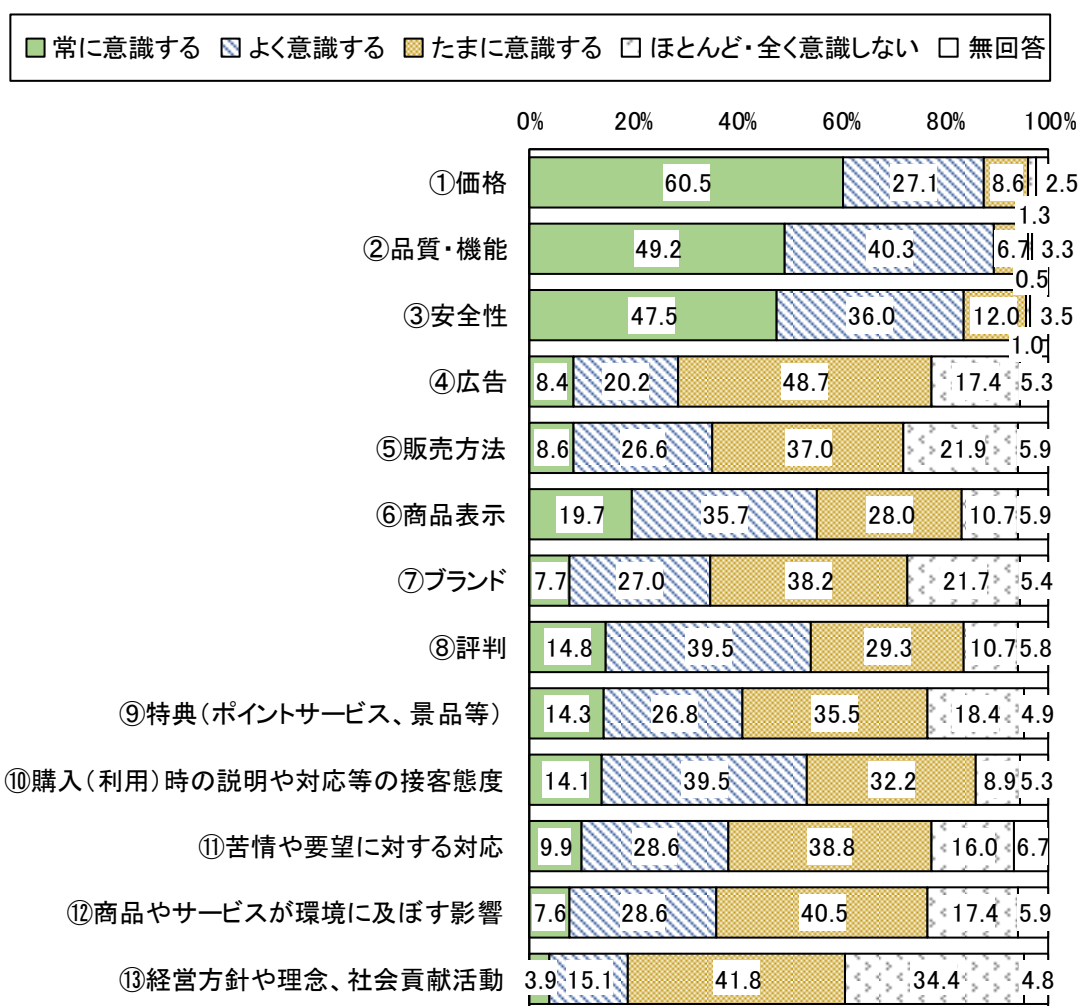
問1 あなたは、商品やサービスを選ぶとき、以下の項目をどの程度意識しますか。

(①～⑬それぞれ1つに○)

「常に意識する」が多い項目は、割合が高い順に「①価格」が60.5%、「②品質・機能」が49.2%、「③安全性」が47.5%で上位3項目が突出して高くなっています。

一方、「ほとんど・全く意識しない」が多い項目は、割合が高い順に「⑬経営方針や理念、社会貢献活動」が34.4%、「⑤販売方法」が21.9%、「⑦ブランド」が21.7%などとなっています。

(n=608)

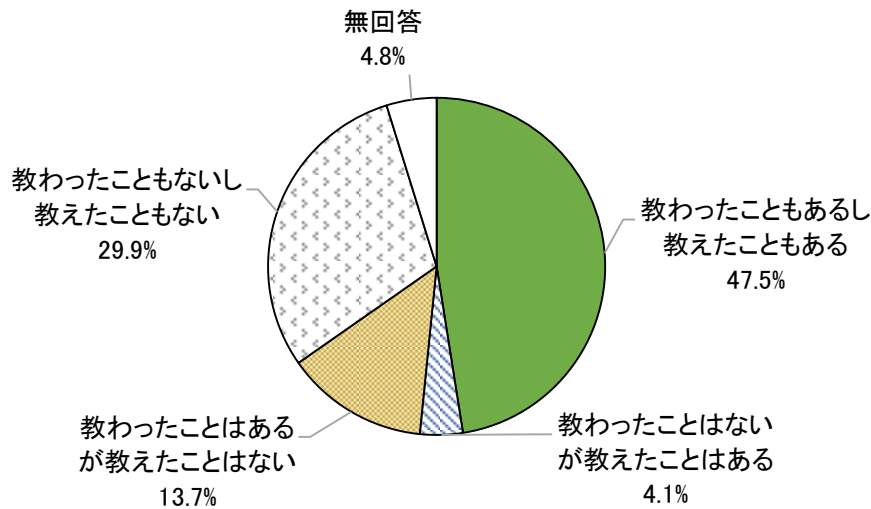


(2) 商品やサービスを選ぶときに意識することを教わったり教えたりした経験

問2 問1の回答について、あなたはそれを意識することについて誰かから教わったり、教えたりしたことはありますか。(1つに○)

意識することを教わったり教えたりしたことについては、「教わったこともあるし教えたこともある」が47.5%で最も多く、次いで「教わったこともないし教えたこともない」が29.9%、「教わったことはあるが教えたことはない」が13.7%、「教わったことはないが教えたことはある」が4.1%となっています。

(n=608)



性別では、男女ともに「教わったこともあるし教えたこともある」が最も多くなっています。年齢別では、世代が高まるほど「教わったこともあるし教えたこともある」が多くなっていますが、80歳以上と20歳代で同じ水準となっています。また、「教わったことはあるが教えたことはない」は20歳代で多くなっています。

	教わったこともあるし教えたこともある	教わったことはないが教えたことはある	教わったことはあるが教えたことはない	教わったこともないし教えたこともない	無回答
全体(n=608)	47.5	4.1	13.7	29.9	4.8
男性(n=240)	44.2	6.3	13.3	32.1	4.2
女性(n=359)	50.7	2.5	14.2	28.1	4.5
答えたくない(n=4)	25.0	0.0	0.0	75.0	0.0
10歳代(n=3)	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0
20歳代(n=34)	32.4	2.9	26.5	38.2	0.0
30歳代(n=69)	47.8	2.9	13.0	33.3	2.9
40歳代(n=87)	46.0	5.7	14.9	32.2	1.1
50歳代(n=67)	49.3	4.5	10.4	32.8	3.0
60歳代(n=103)	50.5	6.8	12.6	22.3	7.8
70歳代(n=146)	56.2	4.1	11.0	24.0	4.8
80歳以上(n=98)	38.8	1.0	15.3	36.7	8.2

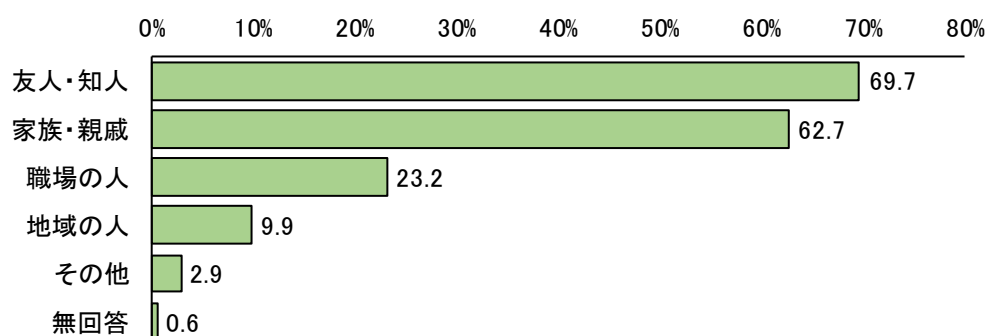
(3) 商品やサービスを選ぶときに意識することを教えた人・教わった人

問3 それはどんな人へ教え、またはどんな人から教わりましたか。「1」と回答した方は両方、「2」と回答した方は教えた人、「3」と回答した方は教わった人を選んで下さい。(あてはまるものすべてに○)

教えた人は、「友人・知人」が69.7%で最も多く、次いで「家族・親戚」が62.7%、「職場の人」が23.2%、「地域の人」が9.9%となっています。

①教えた人

(n=314)



性別では、「友人・知人」「家族・親戚」がいずれも男性よりも女性が10%以上上回っています。「職場」は男性の方が多くなっています。

世代別では、20歳代で「友人・知人」「家族・親戚」が多く、30歳代でも「家族・親戚」が多くなっています。70歳代、80歳代では「地域の人」がほかの世代と比べて多い傾向にあります。

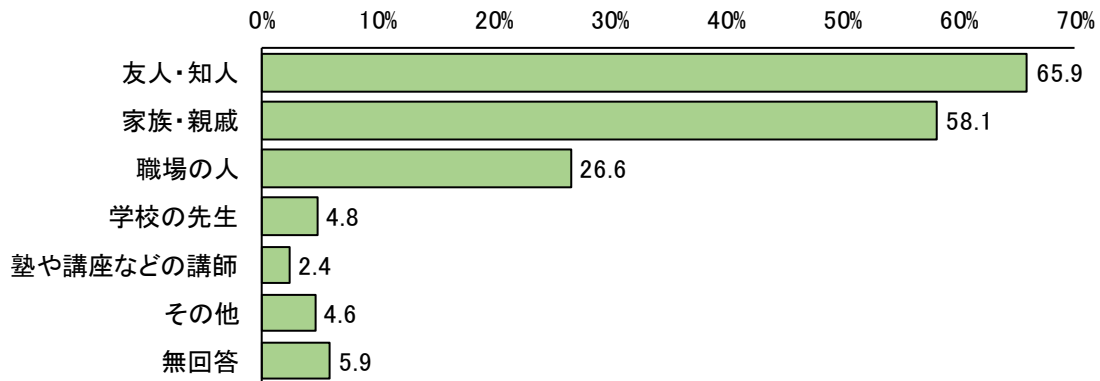
	友人・知人	家族・親戚	職場の人	地域の人	その他	無回答
全体(n=314)	69.7	62.7	23.2	9.9	2.9	0.6
男性(n=121)	66.1	51.2	34.7	10.7	4.1	1.7
女性(n=191)	72.3	69.6	16.2	9.4	2.1	0.0
答えたくない(n=1)	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代(n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=12)	83.3	83.3	58.3	8.3	0.0	8.3
30歳代(n=35)	68.6	80.0	54.3	5.7	0.0	0.0
40歳代(n=45)	66.7	64.4	35.6	8.9	4.4	0.0
50歳代(n=36)	72.2	58.3	22.2	5.6	2.8	0.0
60歳代(n=59)	72.9	59.3	30.5	5.1	3.4	0.0
70歳代(n=88)	69.3	62.5	2.3	15.9	1.1	1.1
80歳以上(n=39)	64.1	48.7	7.7	12.8	7.7	0.0

第2章 調査結果

教わった人は、「友人・知人」が65.9%で最も多く、次いで「家族・親戚」が58.1%、「職場の人」が26.6%、「学校の先生」が4.8%となっています。

②教わった人

(n=372)



性別では、男女ともに「友人・知人」は同じ比率になっています。女性は「家族・親戚」が、男性は「職場の人」が多くなっています。

世代別では、60歳代をピークに世代が上がるごとに「友人・知人」が多くなっています。その一方で「家族・親戚」は20歳代が最も多く、世代が上がるにつれて少なくなっています。「職場の人」は30歳代が多くなっています。

	友人・知人	家族・親戚	職場の人	学校の先生	塾や講座などの講師	その他	無回答
全体(n=372)	65.9	58.1	26.6	4.8	2.4	4.6	5.9
男性(n=138)	63.8	42.8	36.2	7.2	2.2	7.2	5.8
女性(n=233)	67.4	67.4	20.6	3.4	2.1	3.0	6.0
答えたくない(n=1)	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0
10歳代(n=1)	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=20)	55.0	85.0	40.0	5.0	0.0	5.0	5.0
30歳代(n=42)	71.4	69.0	57.1	11.9	2.4	0.0	2.4
40歳代(n=53)	67.9	60.4	43.4	7.5	5.7	5.7	3.8
50歳代(n=40)	67.5	62.5	40.0	0.0	0.0	7.5	2.5
60歳代(n=65)	76.9	49.2	35.4	3.1	3.1	4.6	1.5
70歳代(n=98)	64.3	51.0	4.1	3.1	1.0	3.1	13.3
80歳以上(n=53)	52.8	56.6	1.9	3.8	3.8	7.5	5.7

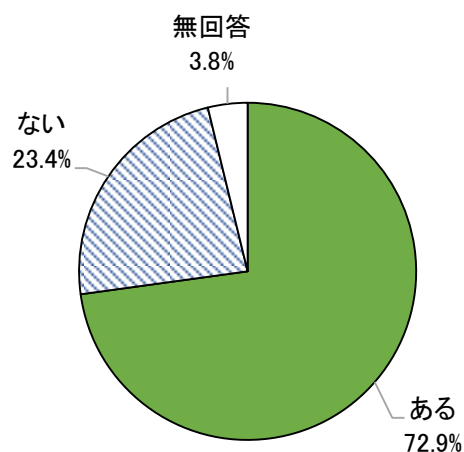
3 消費者問題全般について

(1) 消費者問題に対する関心

問4 あなたは消費者問題に関心がありますか。(1つに○)

消費者問題に対する関心については、「ある」が72.9%、「ない」が23.4%となっています。

(n=608)



性別では、男女ともに関心が「ある」が多くなっています。

世代別では、70歳代で関心が「ある」が最も多く、80歳以上では全体平均を下回っています。関心が「ない」は20歳代、30歳代の若い世代と80歳以上で全体平均の23.4%を上回っています。

	ある	ない	無回答
全体(n=608)	72.9	23.4	3.8
男性(n=240)	69.6	26.7	3.8
女性(n=359)	75.5	21.2	3.3
答えたくない(n=4)	50.0	50.0	0.0
10歳代(n=3)	33.3	66.7	0.0
20歳代(n=34)	70.6	29.4	0.0
30歳代(n=69)	69.6	30.4	0.0
40歳代(n=87)	75.9	21.8	2.3
50歳代(n=67)	77.6	22.4	0.0
60歳代(n=103)	74.8	19.4	5.8
70歳代(n=146)	79.5	16.4	4.1
80歳以上(n=98)	60.2	31.6	8.2

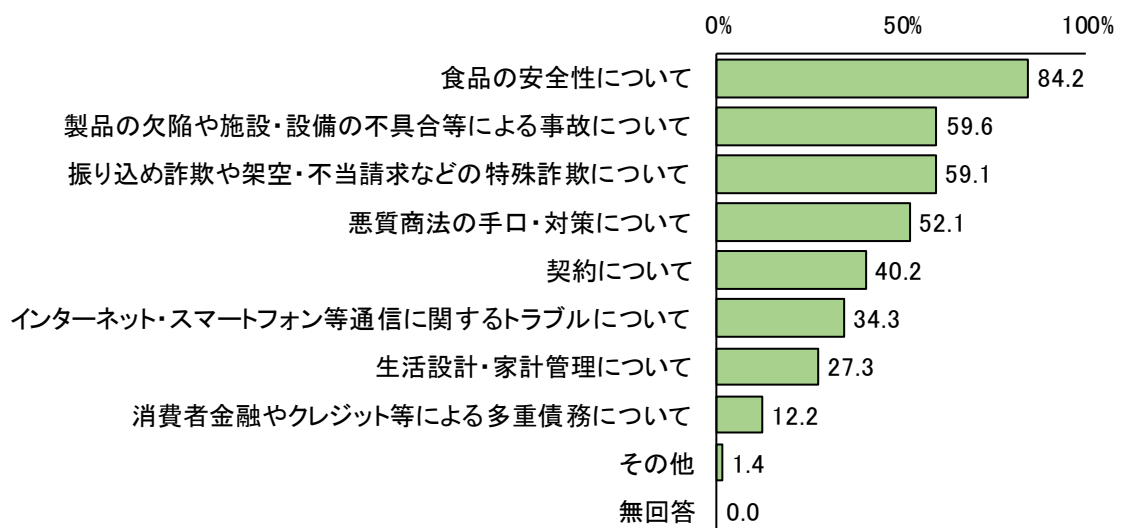
(2) 消費者問題で関心があるもの

問4で「1 ある」と回答した方

問5 消費者問題において関心があるものは何ですか。(あてはまるものすべてに○)

消費者問題で関心があるものは、「食品の安全性について」が84.2%で最も多く、次いで「製品の欠陥や施設・設備の不具合等による事故について」が59.6%、「振り込め詐欺や架空・不当請求などの特殊詐欺について」が59.1%、「悪質商法の手口・対策について」が52.1%、「契約について」が40.2%となっています。

(n=443)



性別では、男女ともに「食品の安全性について」が80%を上回るなど高くなっています。性差による傾向の違いは見られません。

世代別では、世代が上がるにつれて「食品の安全性について」の比率が高まっています。30歳代、40歳代、50歳代では「通信によるトラブル」も多くなっています。

「特殊詐欺について」は50歳代、60歳代で高く、「多重債務について」は20歳代がほかの世代に比べて多くなっています。

	食品の安全性について	事故について	特殊詐欺について	悪質商法の手口・対策について	契約について	通信に関するトラブルについて	生活設計・家計管理について	多重債務について	その他	無回答
全体(n=443)	84.2	59.6	59.1	52.1	40.2	34.3	27.3	12.2	1.4	0.0
男性(n=167)	80.2	62.9	56.3	56.3	38.9	33.5	25.1	15.6	1.8	0.0
女性(n=271)	87.1	57.6	61.3	49.8	41.3	34.7	29.2	10.3	1.1	0.0
答えたくない(n=2)	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代(n=1)	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=24)	70.8	62.5	50.0	45.8	54.2	50.0	25.0	20.8	0.0	0.0
30歳代(n=48)	68.8	56.3	52.1	54.2	50.0	54.2	35.4	12.5	0.0	0.0
40歳代(n=66)	80.3	56.1	47.0	48.5	42.4	50.0	34.8	16.7	1.5	0.0
50歳代(n=52)	86.5	73.1	55.8	57.7	44.2	53.8	32.7	13.5	0.0	0.0
60歳代(n=77)	84.4	66.2	70.1	51.9	35.1	36.4	19.5	10.4	0.0	0.0
70歳代(n=116)	93.1	54.3	63.8	50.9	34.5	15.5	21.6	11.2	2.6	0.0
80歳以上(n=59)	86.4	55.9	61.0	54.2	39.0	11.9	28.8	6.8	3.4	0.0

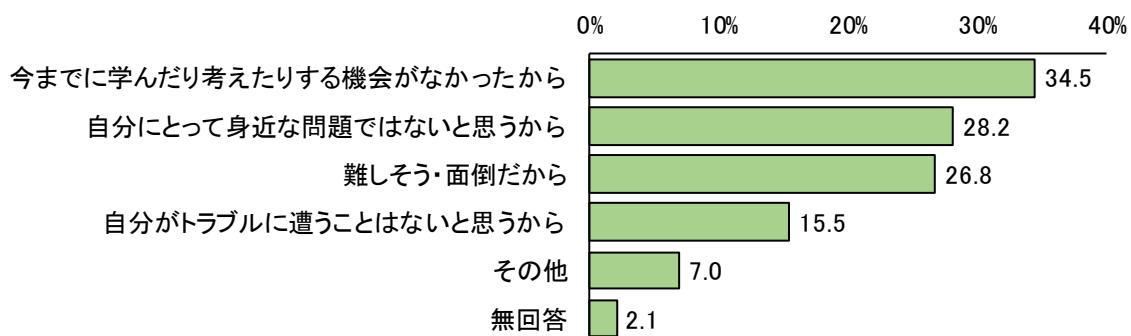
(3) 消費者問題に関心がない理由

問4で「2 ない」と回答した方

問6 消費者問題に関心がない理由は何ですか。(あてはまるものすべてに○)

消費者問題に関心がない理由は、「今までに学んだり考えたりする機会がなかったから」が34.5%で最も多く、次いで「自分にとって身近な問題ではないと思うから」が28.2%、「難しそう・面倒だから」が26.8%、「自分がトラブルに遭うことはないと思うから」が15.5%となっています。

(n=142)



性別では、男性は「自分にとって身近な問題ではないと思うから」が多く、女性では「今までに学んだり考えたりする機会がなかったから」が多くなっています。

世代別では、「今までに学んだり考えたりする機会がなかったから」は20歳代で多くなっています。70歳代、80歳以上では「難しそう・面倒だから」が多くなっています。

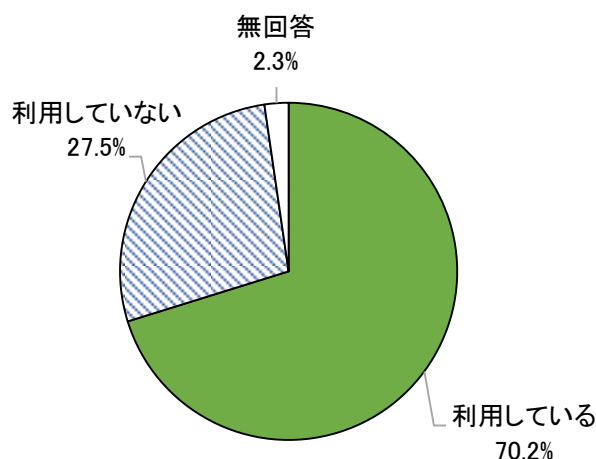
	今までに学んだり考えたりする機会がなかったから	自分にとって身近な問題ではないと思うから	難しそう・面倒だから	自分がトラブルに遭うことはないと思うから	その他	無回答
全体(n=142)	34.5	28.2	26.8	15.5	7.0	2.1
男性(n=64)	18.8	31.3	23.4	20.3	12.5	3.1
女性(n=76)	46.1	26.3	27.6	11.8	2.6	1.3
答えたくない(n=2)	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
10歳代(n=2)	100.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=10)	50.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0
30歳代(n=21)	38.1	28.6	19.0	19.0	4.8	0.0
40歳代(n=19)	42.1	21.1	21.1	5.3	10.5	0.0
50歳代(n=15)	33.3	33.3	20.0	20.0	0.0	6.7
60歳代(n=20)	30.0	30.0	10.0	25.0	5.0	5.0
70歳代(n=24)	16.7	25.0	37.5	25.0	4.2	0.0
80歳以上(n=31)	35.5	32.3	38.7	9.7	9.7	3.2

(4) インターネットの利用状況

問7 普段あなたはインターネット(パソコン、携帯電話・スマートフォン、タブレット等いずれも可)を利用していますか。(1つに○)

インターネットの利用状況は、「利用している」が70.2%、「利用していない」が27.5%となっています。

(n=608)



性別では、男女ともに「利用している」が多くなっています。

世代別では、10歳代、20歳代、30歳代で回答者全員が利用しており、40歳代で97.7%、50歳代で89.6%と多くなっています。また、80歳以上では34.7%が利用しています。50歳代から「利用していない」が増えはじめ、70歳以上では半数が利用していません。

	利用している	利用していない	無回答
全体(n=608)	70.2	27.5	2.3
男性(n=240)	72.5	25.4	2.1
女性(n=359)	69.1	29.2	1.7
答えたくない(n=4)	75.0	25.0	0.0
10歳代(n=3)	100.0	0.0	0.0
20歳代(n=34)	100.0	0.0	0.0
30歳代(n=69)	100.0	0.0	0.0
40歳代(n=87)	97.7	2.3	0.0
50歳代(n=67)	89.6	10.4	0.0
60歳代(n=103)	72.8	26.2	1.0
70歳代(n=146)	45.9	50.0	4.1
80歳以上(n=98)	34.7	59.2	6.1

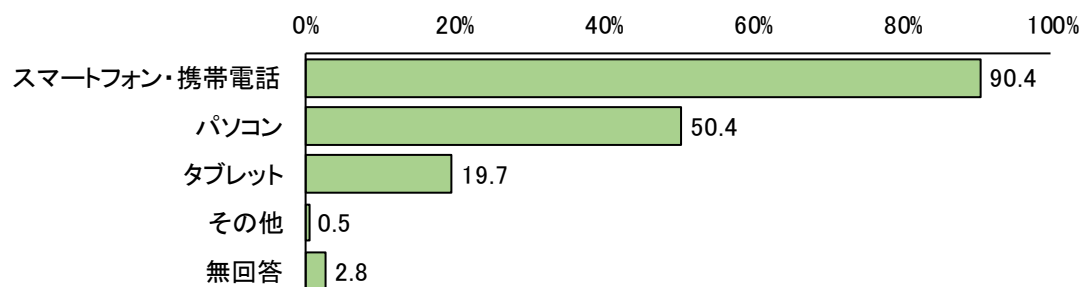
(5) インターネット利用時に使う機器

問7で「1 利用している」と回答した方

問8 インターネット利用時に使う機器を全てお選びください。(あてはまるものすべてに○)

インターネット利用時に使う機器は、「スマートフォン・携帯電話」が90.4%で最も多く、次いで「パソコン」が50.4%、「タブレット」が19.7%となっています。

(n=427)



性別では、男女ともに「スマートフォン・携帯電話」の利用が高くなっています。男性の方が「パソコン」の利用が高くなっています。

世代別では「スマートフォン・携帯電話」がどの世代でも高くなっています。次いで「パソコン」が高くなっていますが、30歳代、60歳代では「パソコン」の利用が低くなっています。40歳代ではほかの世代と比べ「タブレット」の利用率が高くなっています。

	スマートフォン・携帯電話	パソコン	タブレット	その他	無回答
全体(n=427)	90.4	50.4	19.7	0.5	2.8
男性(n=174)	88.5	66.1	19.0	0.6	2.3
女性(n=248)	91.5	39.9	20.2	0.4	3.2
答えたくない(n=3)	100.0	33.3	33.3	0.0	0.0
10歳代(n=3)	100.0	66.7	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=34)	100.0	67.6	17.6	0.0	0.0
30歳代(n=69)	94.2	52.2	21.7	1.4	5.8
40歳代(n=85)	92.9	63.5	34.1	1.2	1.2
50歳代(n=60)	93.3	65.0	21.7	0.0	3.3
60歳代(n=75)	88.0	52.0	17.3	0.0	1.3
70歳代(n=67)	83.6	26.9	7.5	0.0	1.5
80歳以上(n=34)	79.4	11.8	8.8	0.0	8.8

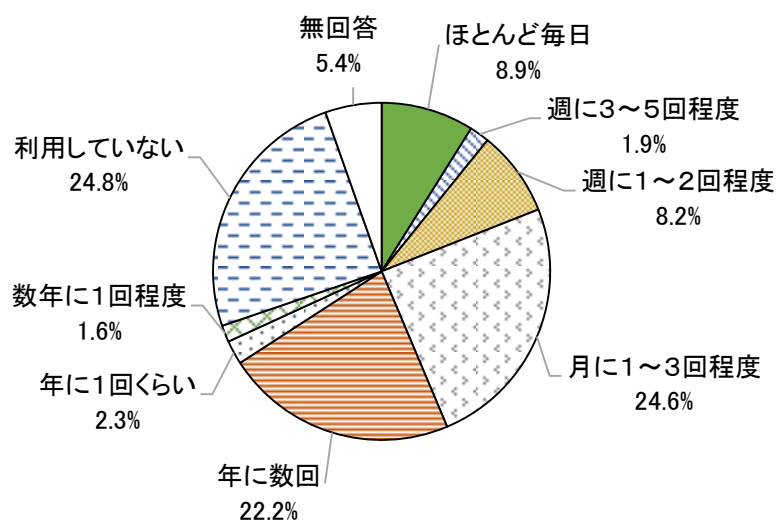
(6) インターネットによる取引の利用頻度

問7で「1 利用している」と回答した方

問9 あなたは、インターネットによる取引(購入など)をどのくらいの頻度で利用しますか。最も近いものをお選びください。(1つに○)

インターネットによる取引の利用頻度は、「利用していない」が24.8%で最も多く、次いで「月に1～3回程度」が24.6%、「年に数回」が22.2%、「ほとんど毎日」が8.9%、「週に1～2回程度」が8.2%となっています。

(n=427)



性別では、男性は「月に1～3回程度」、女性は「利用していない」が多くなっています。「ほとんど毎日」利用している男性は女性の約2倍となっています。

世代別では、20歳代、30歳代で「月に1～3回程度」、「年に数回」が多くなっており、60歳代、70歳代、80歳以上では「利用していない」が多くなっています。

	ほとんど毎日	週に3～5回程度	週に1～2回程度	月に1～3回程度	年に数回	年に1回くらい	数年に1回程度	利用していない	無回答
全体(n=427)	8.9	1.9	8.2	24.6	22.2	2.3	1.6	24.8	5.4
男性(n=174)	13.2	2.3	6.9	27.6	23.0	1.7	2.3	17.2	5.7
女性(n=248)	6.0	1.6	8.9	22.2	21.8	2.8	1.2	30.2	5.2
答えたくない(n=3)	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
10歳代(n=3)	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0
20歳代(n=34)	14.7	5.9	8.8	44.1	20.6	0.0	2.9	0.0	2.9
30歳代(n=69)	5.8	1.4	15.9	39.1	24.6	1.4	1.4	5.8	4.3
40歳代(n=85)	17.6	2.4	10.6	31.8	31.8	1.2	0.0	2.4	2.4
50歳代(n=60)	10.0	0.0	8.3	33.3	25.0	3.3	5.0	11.7	3.3
60歳代(n=75)	5.3	2.7	5.3	13.3	22.7	4.0	1.3	42.7	2.7
70歳代(n=67)	6.0	1.5	1.5	6.0	13.4	3.0	0.0	56.7	11.9
80歳以上(n=34)	0.0	0.0	5.9	2.9	5.9	2.9	2.9	64.7	14.7

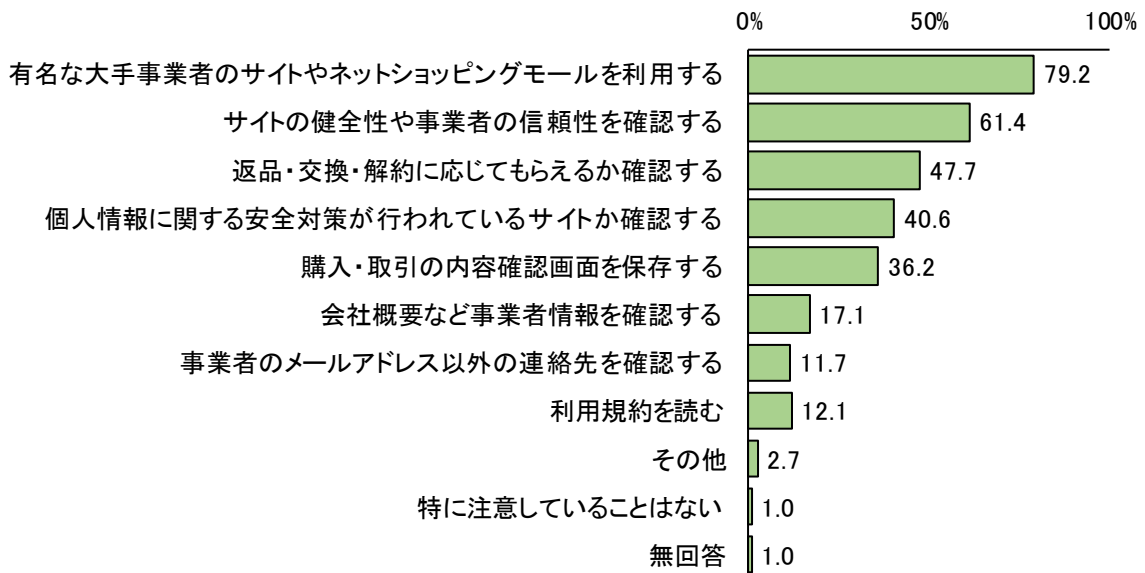
(7) インターネットによる購入や取引時に気をつけていること

問9で「1」～「7」と回答した方(インターネットによる購入や取引をしている方)

問10 あなたは、インターネットによる購入や取引時にどのようなことに気を付けていますか。(あてはまるものすべてに○)「10 特に注意していることはない」を選択した場合は1つだけに○をしてください)

インターネットによる購入や取引時に気をつけていることは、「有名な大手事業者のサイトやネットショッピングモールを利用する」が79.2%で最も多く、次いで「サイトの健全性や事業者の信頼性を確認する」が61.4%、「返品・交換・解約に応じてもらえるか確認する」が47.7%、「個人情報に関する安全対策が行われているサイトか確認する」が40.6%、「購入・取引の内容確認画面を保存する」が36.2%となっています。

(n=298)



性別では、男性、女性ともに「有名な大手事業者のサイトやネットショッピングモールを利用する」が最も多くなっています。男性では「サイトの健全性や事業者の信頼性を確認する」が多くなっています。

世代別でも「有名な大手事業者のサイトやネットショッピングモールを利用する」が多く、次いで「サイトの健全性や事業者の信頼性を確認する」「返品・交換・解約に応じてもらえるか確認する」の順となっています。「利用規約を読む」は20歳代と70歳代で多くなっています。

	有名な大手事業者のサイトやネットショッピングモールを利用する	サイトの健全性や事業者の信頼性を確認する	返品・交換・解約に応じてもらえるか確認する	個人情報に関する安全対策が行われているサイトか確認する	購入・取引の内容確認画面を保存する	会社概要など事業者情報を確認する	事業者のメールアドレス以外の連絡先を確認する	利用規約を読む	その他	特に注意していることはない	無回答
全体(n=298)	79.2	61.4	47.7	40.6	36.2	17.1	11.7	12.1	2.7	1.0	1.0
男性(n=134)	76.9	65.7	44.0	39.6	32.8	15.7	13.4	12.7	1.5	0.7	0.7
女性(n=160)	81.3	57.5	49.4	41.9	38.8	17.5	10.0	11.9	3.8	1.3	1.3
答えたくない(n=2)	50.0	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代(n=2)	50.0	50.0	100.0	100.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=33)	84.8	69.7	63.6	54.5	57.6	15.2	9.1	21.2	3.0	0.0	0.0
30歳代(n=62)	82.3	66.1	46.8	29.0	45.2	25.8	8.1	11.3	1.6	0.0	1.6
40歳代(n=81)	82.7	58.0	45.7	42.0	30.9	19.8	8.6	11.1	7.4	2.5	0.0
50歳代(n=51)	84.3	56.9	41.2	31.4	35.3	13.7	11.8	3.9	0.0	2.0	0.0
60歳代(n=41)	80.5	65.9	43.9	48.8	29.3	7.3	19.5	12.2	0.0	0.0	2.4
70歳代(n=21)	57.1	61.9	47.6	47.6	23.8	14.3	23.8	23.8	0.0	0.0	0.0
80歳以上(n=7)	14.3	28.6	57.1	42.9	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3

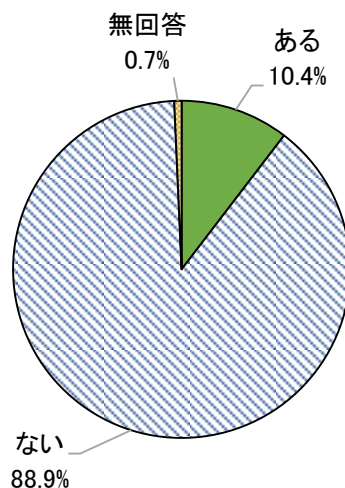
(8) インターネットによる取引でのトラブルや被害の経験

問9で「1」～「7」と回答した方(インターネットによる購入や取引をしている方)

問11 あなたは、インターネットによる取引でトラブルや被害に遭ったことはありますか。(1つに○)

インターネットによる取引でトラブルや被害の経験は、「ない」が88.9%、「ある」が10.4%となっています。

(n=298)



性別では、男女ともにトラブル被害に遭ったことが「ない」が多くなっています。世代別では、被害に遭ったことが「ある」が30歳代と80歳以上で多くなっています。

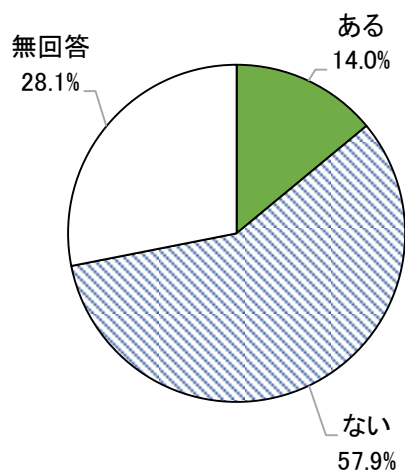
	ある	ない	無回答
全体(n=298)	10.4	88.9	0.7
男性(n=134)	12.7	86.6	0.7
女性(n=160)	8.1	91.3	0.6
答えたくない(n=2)	50.0	50.0	0.0
10歳代(n=2)	0.0	100.0	0.0
20歳代(n=33)	9.1	90.9	0.0
30歳代(n=62)	14.5	85.5	0.0
40歳代(n=81)	9.9	90.1	0.0
50歳代(n=51)	11.8	88.2	0.0
60歳代(n=41)	9.8	87.8	2.4
70歳代(n=21)	0.0	100.0	0.0
80歳以上(n=7)	14.3	71.4	14.3

(9) インターネットで購入する時の注意点をアドバイスされた経験

問12 あなたは、インターネットで商品等を購入するときの注意点について、アドバイスを受けたことがありますか。(1つに○)

インターネットで商品等を購入する時の注意点をアドバイスされた経験は、「ない」が57.9%、「ある」が14.0%となっています。

(n=608)



性別では、男女ともにアドバイスされた経験が「ない」が多くなっています。アドバイスされた経験が「ある」は、女性よりも男性が多くなっています。

世代別では、アドバイスされた経験が「ある」が20歳代をピークに漸減しています。アドバイスされた経験が「ない」では、40歳代が最も多く、次いで30歳代、50歳代の順となっています。

	ある	ない	無回答
全体(n=608)	14.0	57.9	28.1
男性(n=240)	17.9	58.3	23.8
女性(n=359)	11.4	57.9	30.6
答えたくない(n=4)	25.0	50.0	25.0
10歳代(n=3)	33.3	33.3	33.3
20歳代(n=34)	32.4	67.6	0.0
30歳代(n=69)	26.1	71.0	2.9
40歳代(n=87)	19.5	78.2	2.3
50歳代(n=67)	16.4	74.6	9.0
60歳代(n=103)	13.6	53.4	33.0
70歳代(n=146)	5.5	39.0	55.5
80歳以上(n=98)	5.1	50.0	44.9

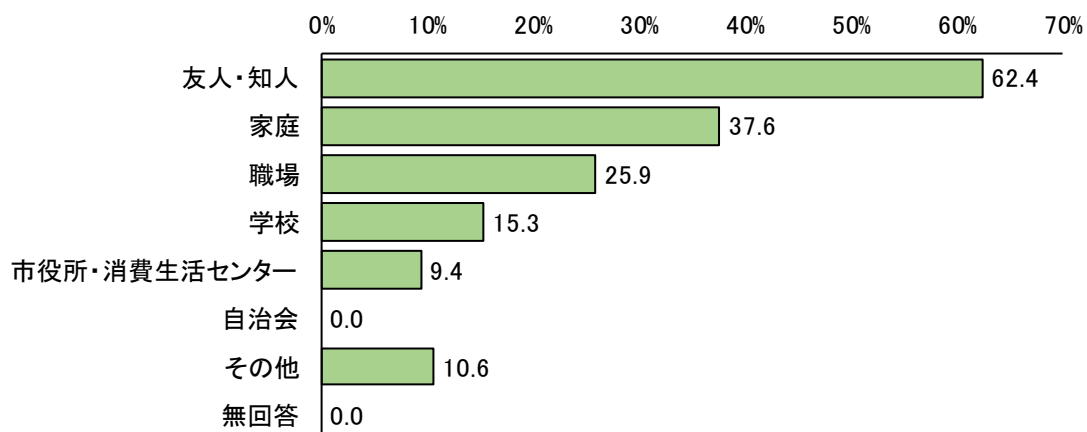
(10) アドバイスを受けた人・場所

問12で「1. ある」と回答した方

問13 それはどこで受けましたか。(あてはまるものすべてに○)

アドバイスを受けた人・場所は、「友人・知人」が62.4%で最も多く、次いで「家庭」が37.6%、「職場」が25.9%、「学校」が15.3%となっています。

(n=85)



性別では、男女ともに「友人・知人」が最も多くなっています。2番目に多いのが男性では「職場」女性では「家庭」となっています。また、男性では「市役所・消費者生活センター」が14.0%と女性より多くなっています。

世代別では、80歳以上を除く広い世代で「友人・知人」が、80歳以上では「家庭」が最も多くなっています。次いで、20歳代、30歳代、60歳代は「家庭」が多くなっていますが、40歳代、50歳代では「職場」が多くなっています。

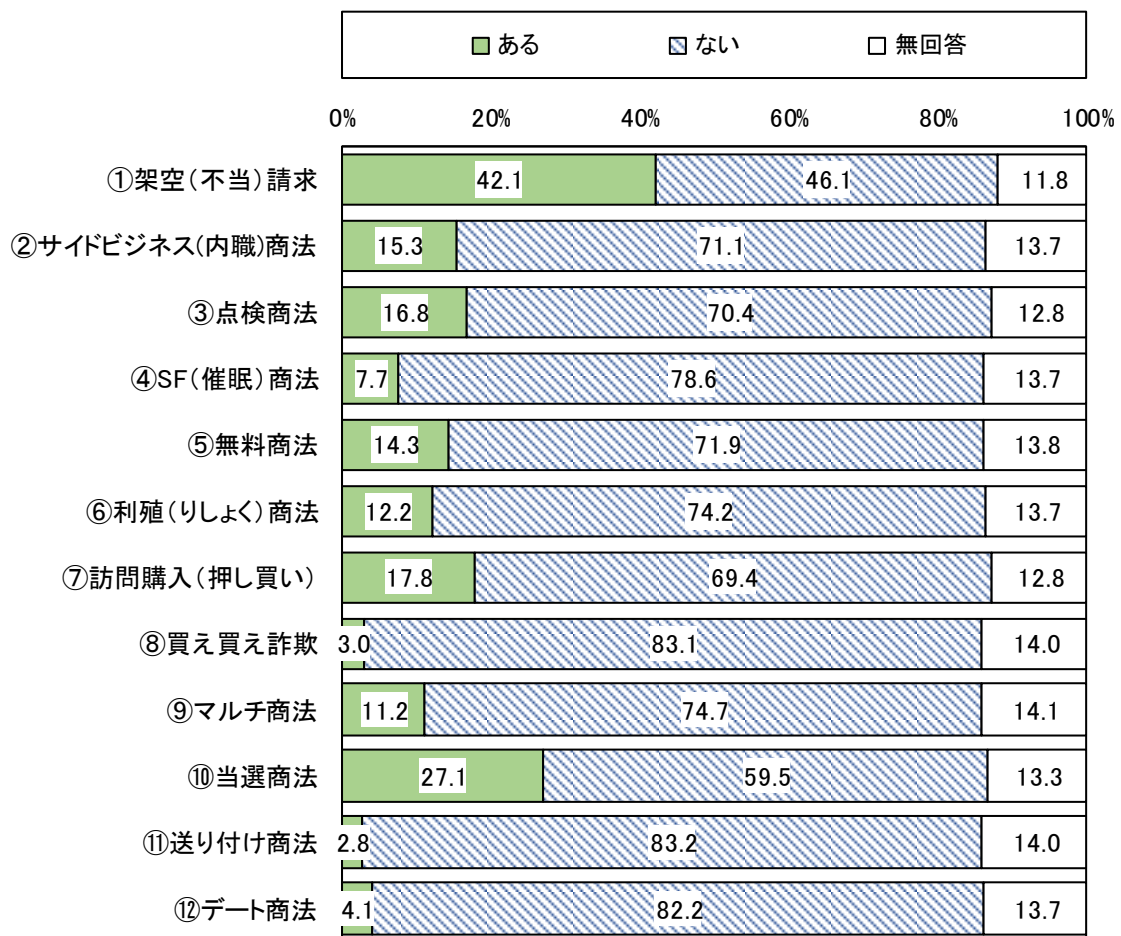
	友人・知人	家庭	職場	学校	市役所・消費者生活センター	自治会	その他	無回答
全体(n=85)	62.4	37.6	25.9	15.3	9.4	0.0	10.6	0.0
男性(n=43)	67.4	27.9	32.6	16.3	14.0	0.0	14.0	0.0
女性(n=41)	56.1	48.8	19.5	14.6	4.9	0.0	4.9	0.0
答えたくない(n=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
10歳代(n=1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=11)	54.5	45.5	27.3	54.5	18.2	0.0	0.0	0.0
30歳代(n=18)	72.2	38.9	27.8	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0
40歳代(n=17)	52.9	23.5	35.3	5.9	5.9	0.0	29.4	0.0
50歳代(n=11)	54.5	18.2	36.4	9.1	9.1	0.0	27.3	0.0
60歳代(n=14)	71.4	35.7	28.6	0.0	7.1	0.0	7.1	0.0
70歳代(n=8)	87.5	62.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
80歳以上(n=5)	40.0	80.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0

(11) 悪質商法に勧誘された経験

問14 次のような「悪質商法」と呼ばれるものについて、勧誘された経験と被害に遭った経験の有無をお答えください。(①～⑫のそれぞれについて、勧誘された経験と被害に遭った経験をお答え下さい。)

悪質商法に勧誘された経験について、「ある」と回答した割合が高い順に、「①架空(不当)請求」が42.1%、「⑩当選商法」が27.1%、「⑦訪問購入(押し買い)」が17.8%、「③点検商法」が16.8%、「②サイドビジネス(内職)商法」が15.3%となっています。

(n=608)

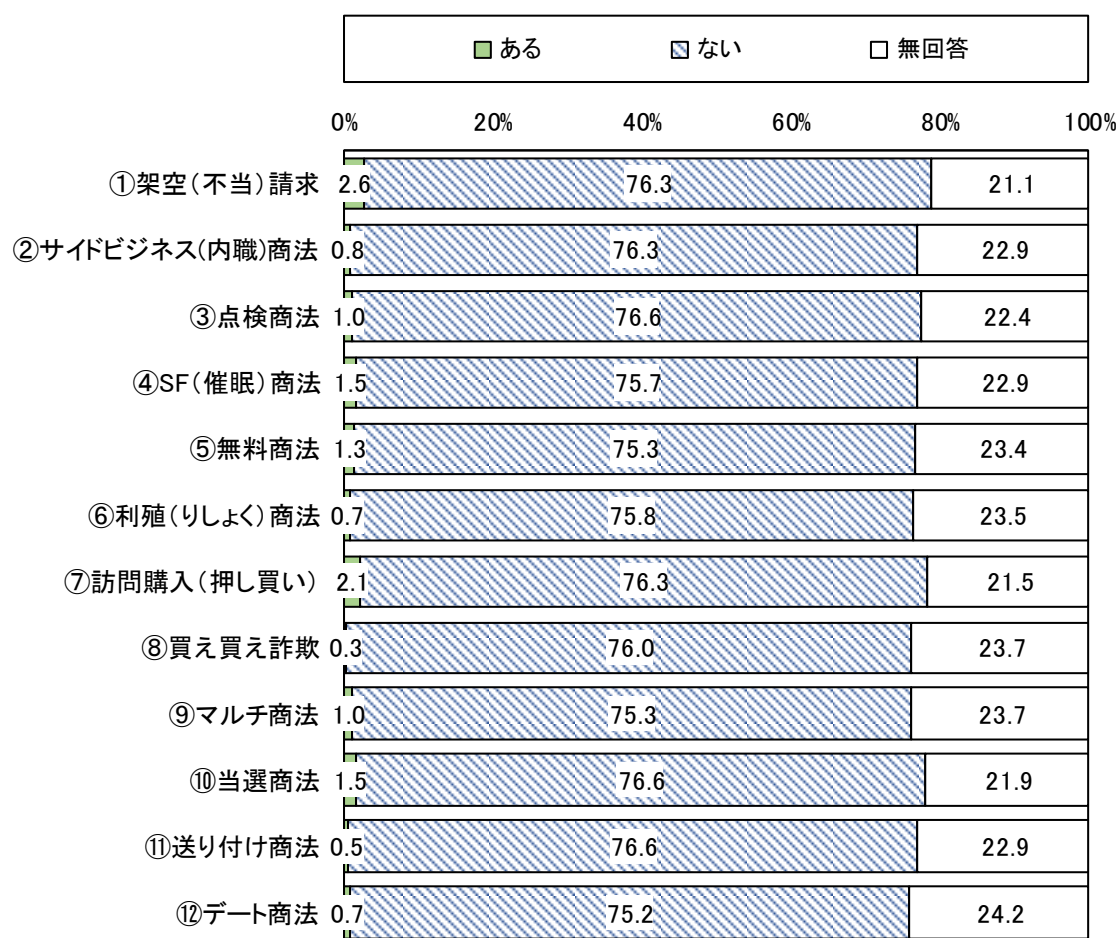


(12) 悪質商法の被害に遭った経験

問14 次のような「悪質商法」と呼ばれるものについて、勧誘された経験と被害に遭った経験の有無をお答えください。(①～⑫のそれぞれについて、勧誘された経験と被害に遭った経験をお答え下さい。)

悪質商法の被害に遭った経験について、「ある」と回答した割合が高い順に、「①架空(不当)請求」が2.6%、「⑦訪問購入(押し買い)」が2.1%、「④SF(催眠)商法」と「⑩当選商法」が1.5%となっています。

(n=608)

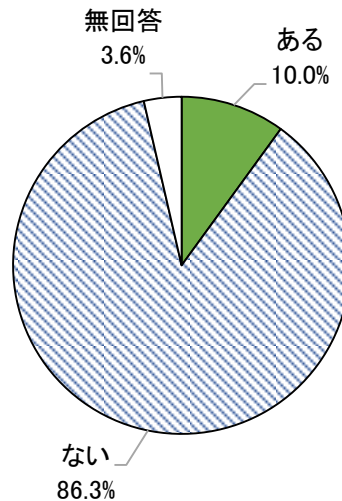


(13) 悪質商法についての講演等を受けた経験

問15 あなたは、問14の悪質商法について講演等を受けたことがありますか。(1つに○)

悪質商法について講演等を受けた経験は、「ない」が86.3%、「ある」が10.0%となっています。

(n=608)



性別では、男女ともに講演等を受けた経験は「ない」が多くなっています。

世代別では、講演等を受けた経験が「ある」は20歳代で最も多く、次いで80歳以上、30歳代、70歳代の順となっています。講演等を受けた経験が「ない」は50歳代の95.5%を筆頭に40歳代の94.3%、60歳代の90.3%の順となっています。

	ある	ない	無回答
全体(n=608)	10.0	86.3	3.6
男性(n=240)	10.4	85.4	4.2
女性(n=359)	9.5	87.5	3.1
答えたくない(n=4)	25.0	75.0	0.0
10歳代(n=3)	33.3	66.7	0.0
20歳代(n=34)	23.5	76.5	0.0
30歳代(n=69)	13.0	87.0	0.0
40歳代(n=87)	4.6	94.3	1.1
50歳代(n=67)	4.5	95.5	0.0
60歳代(n=103)	5.8	90.3	3.9
70歳代(n=146)	11.0	82.2	6.8
80歳以上(n=98)	14.3	78.6	7.1

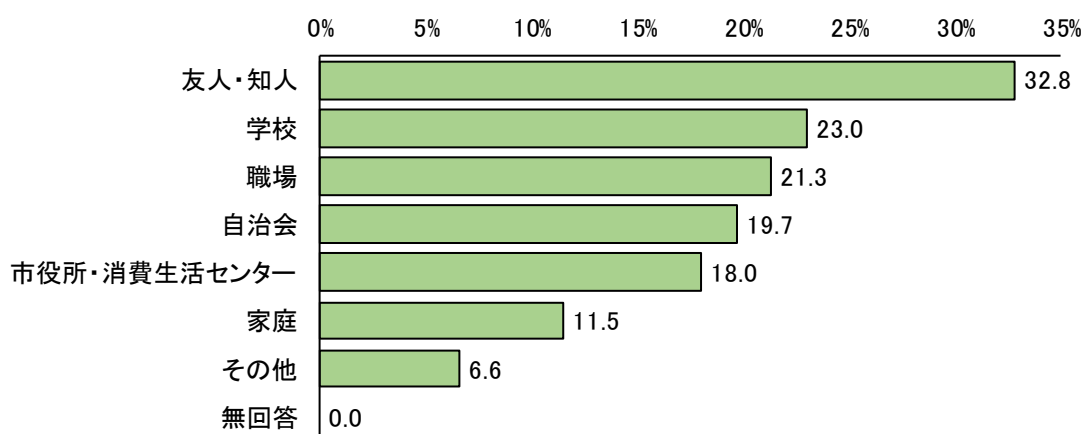
(14) 悪質商法についての講演等を受けた人・場所

問15で「1. ある」と回答した方

問16 それはどこで受けましたか。(あてはまるものすべてに○)

悪質商法についての講演を受けた人・場所は、「友人・知人」が32.8%で最も多く、次いで「学校」が23.0%、「職場」が21.3%、「自治会」が19.7%、「市役所・消費生活センター」が18.0%となっています。

(n=61)



性別では、男性は「友人・知人」「職場」が、女性では「友人・知人」「自治会」が最多同数でした。そのなかで、女性は「職場」、男性は「自治会」が少なくなっています。

世代別では、40歳代、50歳代で「友人・知人」が多く、20歳代ではゼロでした。20歳代では、「学校」「職場」、50歳以上では「友人・知人」「職場」と受けた人や場所が限られている中、30歳代はさまざまな人・場所で講演を受けていることがわかります。

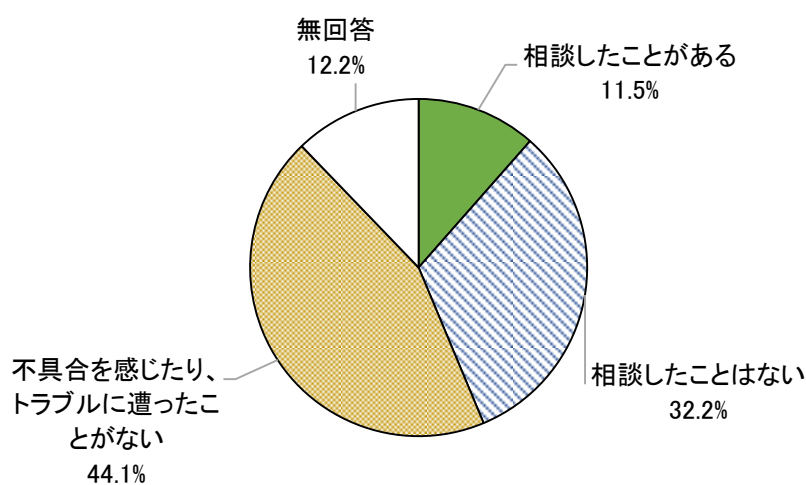
	友人・知人	学校	職場	自治会	市役所・消費生活センター	家庭	その他	無回答
全体(n=61)	32.8	23.0	21.3	19.7	18.0	11.5	6.6	0.0
男性(n=25)	40.0	28.0	40.0	8.0	20.0	12.0	0.0	0.0
女性(n=34)	29.4	20.6	8.8	29.4	14.7	8.8	11.8	0.0
答えたくない(n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
10歳代(n=1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
20歳代(n=8)	0.0	75.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
30歳代(n=9)	22.2	66.7	22.2	11.1	33.3	11.1	0.0	0.0
40歳代(n=4)	75.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
50歳代(n=3)	66.7	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
60歳代(n=6)	16.7	0.0	33.3	0.0	16.7	33.3	0.0	0.0
70歳代(n=16)	50.0	0.0	6.3	12.5	12.5	6.3	18.8	0.0
80歳以上(n=14)	28.6	0.0	7.1	64.3	35.7	14.3	7.1	0.0

(15) 契約内容の不満や不具合、トラブルに関して相談をした経験

問17 あなたは、契約内容や契約条件、その他の商品・サービスに不満や不具合を感じたり、消費者トラブルに遭ったりした際に、どこかに相談したことがありますか。(1つに○)

契約内容や契約条件、その他の商品・サービスに不満や不具合を感じたり、消費者トラブルに遭ったりした際に相談したことがあるかでは、「不具合を感じたり、トラブルに遭ったことがない」が44.1%で最も多く、次いで「相談したことはない」が32.2%、「相談したことがある」が11.5%となっています。

(n=608)



性別では、男女ともに「相談したことがない」が「相談したことがある」を20ポイント以上上回っています。

世代別では、どの世代でも「不具合を感じたり、トラブルに遭ったことがない」が最も多くなっています。また、「相談したことがある」は30歳代が最も高くなっており、「相談したことはない」では30歳代が最も少なくなっています。

	相談したことがある	相談したことはない	不具合を感じたり、トラブルに遭ったことがない	無回答
全体(n=608)	11.5	32.2	44.1	12.2
男性(n=240)	11.7	35.8	42.5	10.0
女性(n=359)	11.1	29.8	45.4	13.6
答えたくない(n=4)	25.0	25.0	50.0	0.0
10歳代(n=3)	0.0	33.3	66.7	0.0
20歳代(n=34)	8.8	41.2	50.0	0.0
30歳代(n=69)	18.8	21.7	53.6	5.8
40歳代(n=87)	8.0	40.2	49.4	2.3
50歳代(n=67)	16.4	32.8	47.8	3.0
60歳代(n=103)	13.6	38.8	38.8	8.7
70歳代(n=146)	6.8	30.1	39.0	24.0
80歳以上(n=98)	11.2	25.5	40.8	22.4

(16) 不満や不具合、トラブルの原因となった商品・サービスの販売形態

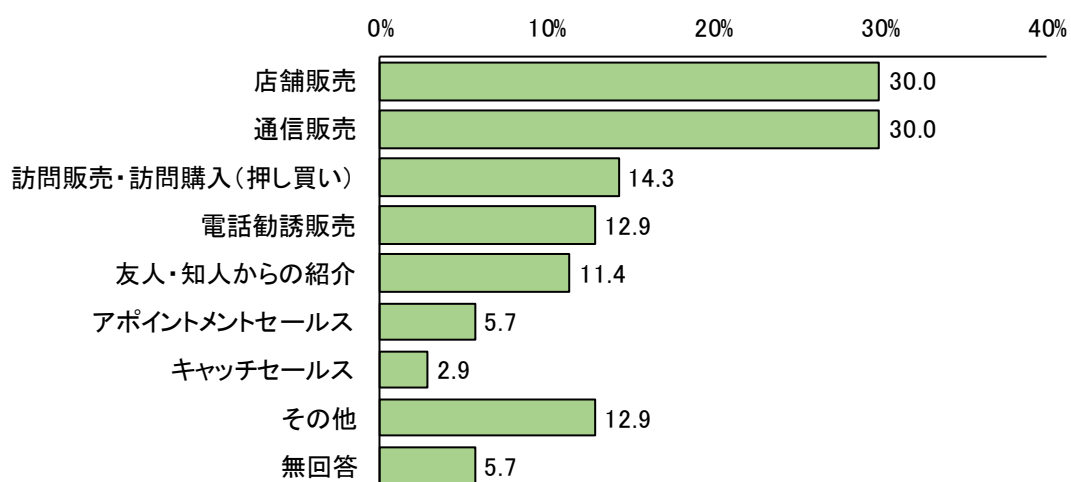
問17で「1. ある」と回答した方

問18 不満や不具合、トラブルの原因となった商品・サービスの販売形態は何ですか。

(あてはまるものすべてに○)

不満や不具合、トラブルの原因となった商品・サービスの販売形態は、「店舗販売」が30.0%で最も多く、次いで「通信販売」が30.0%、「訪問販売・訪問購入(押し買い)」が14.3%、「電話勧誘販売」が12.9%となっています。

(n=70)



性別では、男性は「店頭販売」、女性は「通信販売」が最も多くなっています。また、男性は「電話勧誘販売」「友人・知人からの紹介」が同数で2番目に多く、女性は「店舗販売」となっています。

世代別では、20歳代、30歳代、40歳代では「店舗販売」が、50歳代、60歳代、60歳代では「通信販売」が多くなる傾向が見られます。80歳以上では「訪問販売・訪問購入（押し買い）」が多くなっています。

	店舗販売	通信販売	訪問販売・訪問購入（押し買い）	電話勧誘販売	友人・知人からの紹介	アポイントメントセールス	キャッチセールス	その他	無回答
全体(n=70)	30.0	30.0	14.3	12.9	11.4	5.7	2.9	12.9	5.7
男性(n=28)	39.3	17.9	10.7	21.4	21.4	10.7	7.1	14.3	0.0
女性(n=40)	22.5	37.5	17.5	7.5	5.0	2.5	0.0	12.5	7.5
答えたくない(n=1)	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代(n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=3)	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
30歳代(n=13)	61.5	46.2	7.7	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
40歳代(n=7)	57.1	28.6	0.0	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0
50歳代(n=11)	18.2	27.3	9.1	18.2	27.3	18.2	9.1	18.2	9.1
60歳代(n=14)	21.4	42.9	14.3	21.4	0.0	0.0	0.0	7.1	7.1
70歳代(n=10)	10.0	30.0	10.0	30.0	0.0	10.0	10.0	20.0	0.0
80歳以上(n=11)	9.1	9.1	45.5	9.1	18.2	0.0	0.0	36.4	9.1

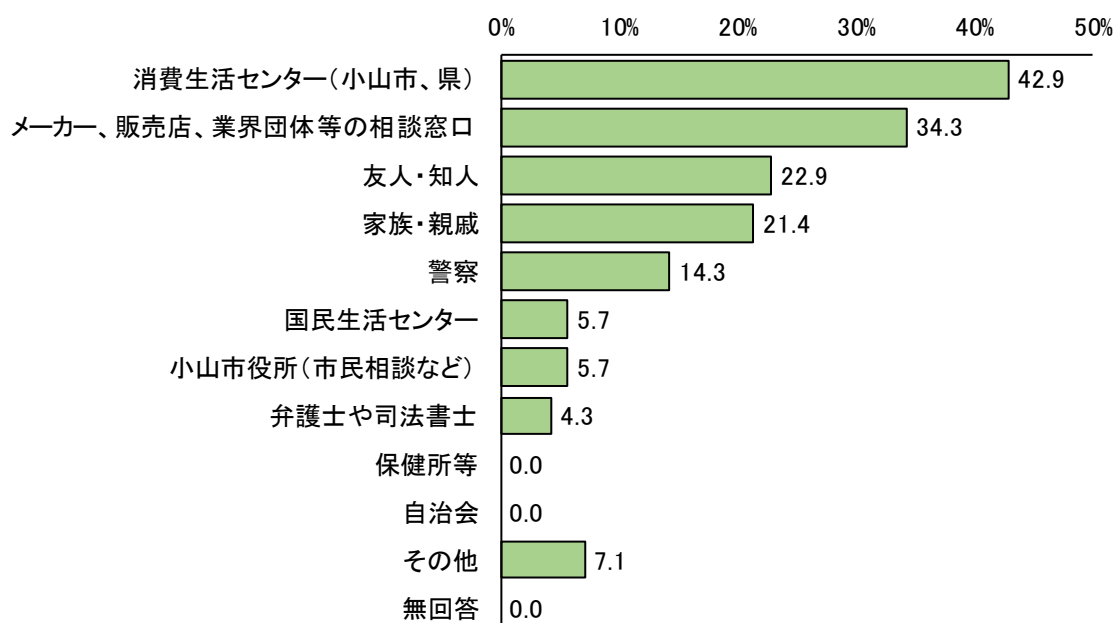
(17) 不満や不具合、トラブルの相談先

問17で「1. ある」と回答した方

問19 どこへ相談しましたか。(あてはまるものすべてに○)

不満や不具合、トラブル相談先は、「消費生活センター（小山市、県）」が42.9%で最も多く、次いで「メーカー、販売店、業界団体等の相談窓口」が34.3%、「友人・知人」が22.9%、「家族・親戚」が21.4%、「警察」が14.3%となっています。

(n=70)



性別では、男性は「相談窓口」女性は「消費者センター」がそれぞれ多くなっています。
 世代別では、70歳代と50歳代、80歳以上で「消費者センター」が最も多く、30歳代、40歳代では「相談窓口」、60歳代は同数で「消費者センター」「相談窓口」が多くなっています。
 50歳代と80歳以上では「警察」が2番目に多い相談先となっています。

	消費生活センター	相談窓口	友人・知人	家族・親戚	警察	国民生活センター	小山市役所	弁護士や司法書士	その他
全体(n=70)	42.9	34.3	22.9	21.4	14.3	5.7	5.7	4.3	7.1
男性(n=28)	28.6	53.6	25.0	17.9	10.7	7.1	7.1	7.1	7.1
女性(n=40)	52.5	22.5	20.0	22.5	15.0	2.5	5.0	2.5	5.0
答えたくない(n=1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
10歳代(n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=3)	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
30歳代(n=13)	30.8	46.2	7.7	15.4	0.0	0.0	7.7	7.7	7.7
40歳代(n=7)	14.3	57.1	42.9	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
50歳代(n=11)	54.5	18.2	18.2	36.4	36.4	0.0	0.0	9.1	9.1
60歳代(n=14)	42.9	42.9	35.7	21.4	0.0	7.1	7.1	0.0	14.3
70歳代(n=10)	60.0	30.0	10.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	10.0
80歳以上(n=11)	45.5	18.2	36.4	18.2	36.4	9.1	9.1	9.1	0.0

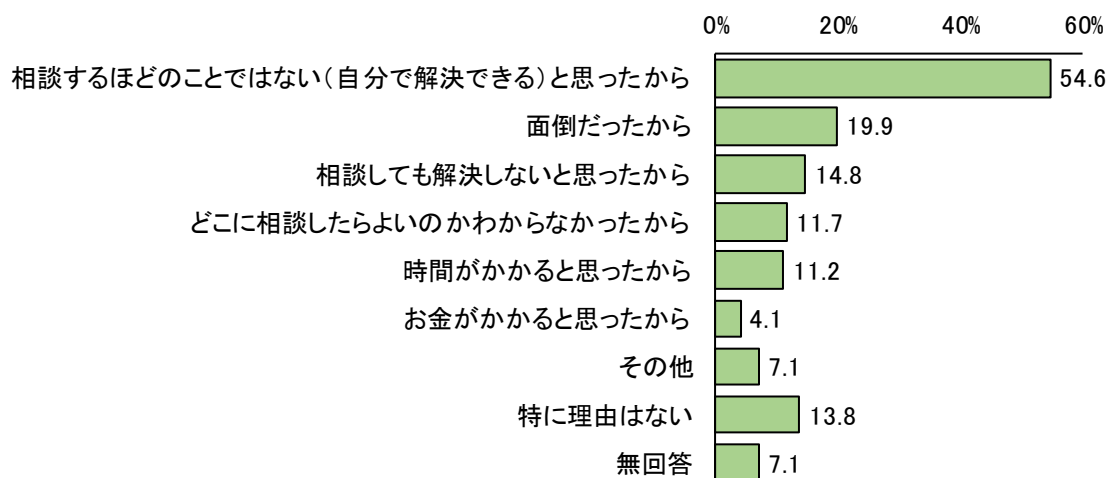
(18) 不満や不具合、トラブルについて相談しなかった理由

問17で「2. ない」と回答した方

問20 相談しなかった理由は何ですか。(あてはまるものすべてに○)

不満や不具合、トラブルについて相談しなかった理由は、「相談するほどのことではない（自分で解決できる）と思ったから」が54.6%で最も多く、次いで「面倒だったから」が19.9%、「相談しても解決しないと思ったから」が14.8%、「特に理由はない」が13.8%、「どこに相談したらよいかわからなかったから」が11.7%となっています。

(n=196)



性別では、男女ともに「相談するほどのことではないと思ったから」が最も多くなっていますが、男性と女性の間で12.1ポイントの開きがあります。

世代別では、どの世代でも「相談するほどのことではないと思ったから」が最も多くなっています。

	相談するほどのことではないと思ったから	面倒だったから	相談しても解決しなかつたから	どこに相談したらよいかわからなかつたから	時間がかかると思つたから	お金がかかると思つたから	その他	特に理由はな	無回答
全体(n=196)	54.6	19.9	14.8	11.7	11.2	4.1	7.1	13.8	7.1
男性(n=86)	61.6	23.3	15.1	8.1	11.6	3.5	4.7	15.1	4.7
女性(n=107)	49.5	17.8	15.0	14.0	10.3	4.7	9.3	13.1	9.3
答えたくない(n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代(n=1)	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=14)	57.1	35.7	21.4	14.3	21.4	0.0	0.0	7.1	7.1
30歳代(n=15)	46.7	26.7	6.7	20.0	13.3	0.0	6.7	20.0	0.0
40歳代(n=35)	54.3	17.1	28.6	22.9	14.3	8.6	8.6	5.7	5.7
50歳代(n=22)	54.5	36.4	36.4	22.7	22.7	9.1	9.1	9.1	0.0
60歳代(n=40)	60.0	15.0	7.5	5.0	5.0	0.0	7.5	12.5	5.0
70歳代(n=44)	54.5	9.1	2.3	0.0	2.3	2.3	2.3	27.3	13.6
80歳以上(n=25)	52.0	20.0	12.0	12.0	12.0	8.0	16.0	8.0	12.0

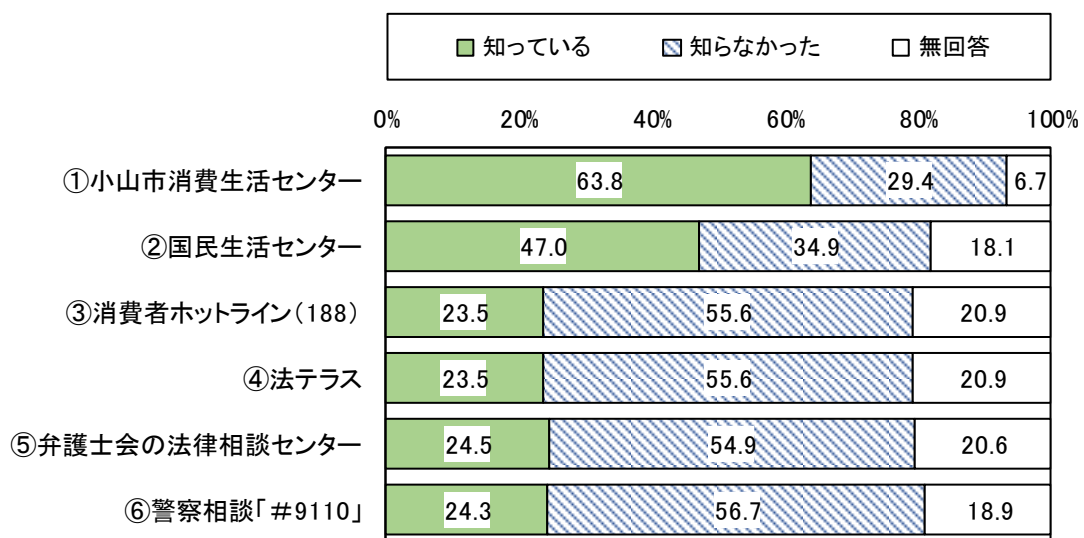
4 消費者被害の救済及び未然防止について

(1) 機関や相談窓口等の認知度

問21 あなたは、以下の機関や相談窓口等を知っていましたか。(それぞれ1つに○)

機関や相談窓口等の認知度は、「知っている」と回答した割合が高い順に、「①小山市消費生活センター」が63.8%、「②国民生活センター」が47.0%、「⑤弁護士会の法律相談センター」が24.5%、「⑥警察相談「#9110」」が24.3%となっています。

(n=608)



(2) 「小山市消費生活センター」について知っていること

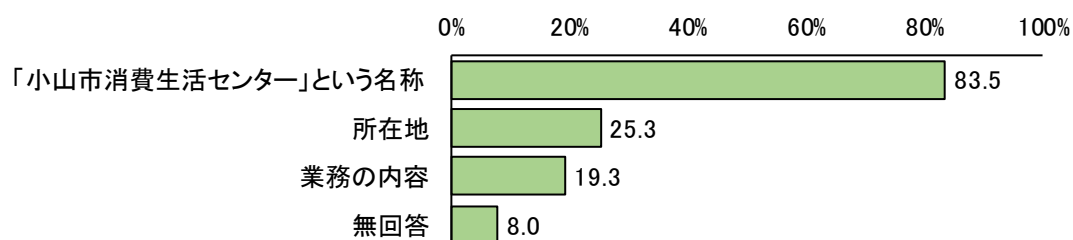
問21で「①小山市消費生活センター」を「1 知っている」と回答した方

問22 「小山市消費生活センター」についてあなたのご存知のことをお選びください。

(あてはまるものすべてに○)

「小山市消費生活センター」について知っていることは、「小山市消費生活センター」という名称」が83.5%で最も多く、次いで「所在地」が25.3%、「業務の内容」が19.3%となっています。

(n=388)



性別では、男女ともに『小山市消費生活センター』という名称」を知っているが最も多く、次いで男性が「業務内容」、女性では「所在地」となっています。

世代別では、『小山市消費生活センター』という名称」、「所在地」を知っているについて、50歳代が最も多くなっています。「業務の内容」は30歳代が多くなっています。

	「小山市消費生活センター」という名称	所在地	業務の内容	無回答
全体(n=388)	83.5	25.3	19.3	8.0
男性(n=136)	83.8	19.1	21.3	5.9
女性(n=247)	83.4	27.5	17.8	9.3
答えたくない(n=3)	100.0	66.7	33.3	0.0
10歳代(n=2)	100.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=14)	85.7	7.1	7.1	0.0
30歳代(n=37)	94.6	18.9	24.3	0.0
40歳代(n=51)	84.3	23.5	15.7	0.0
50歳代(n=45)	95.6	33.3	20.0	0.0
60歳代(n=75)	80.0	32.0	29.3	9.3
70歳代(n=105)	81.0	23.8	19.0	12.4
80歳以上(n=58)	75.9	22.4	10.3	19.0

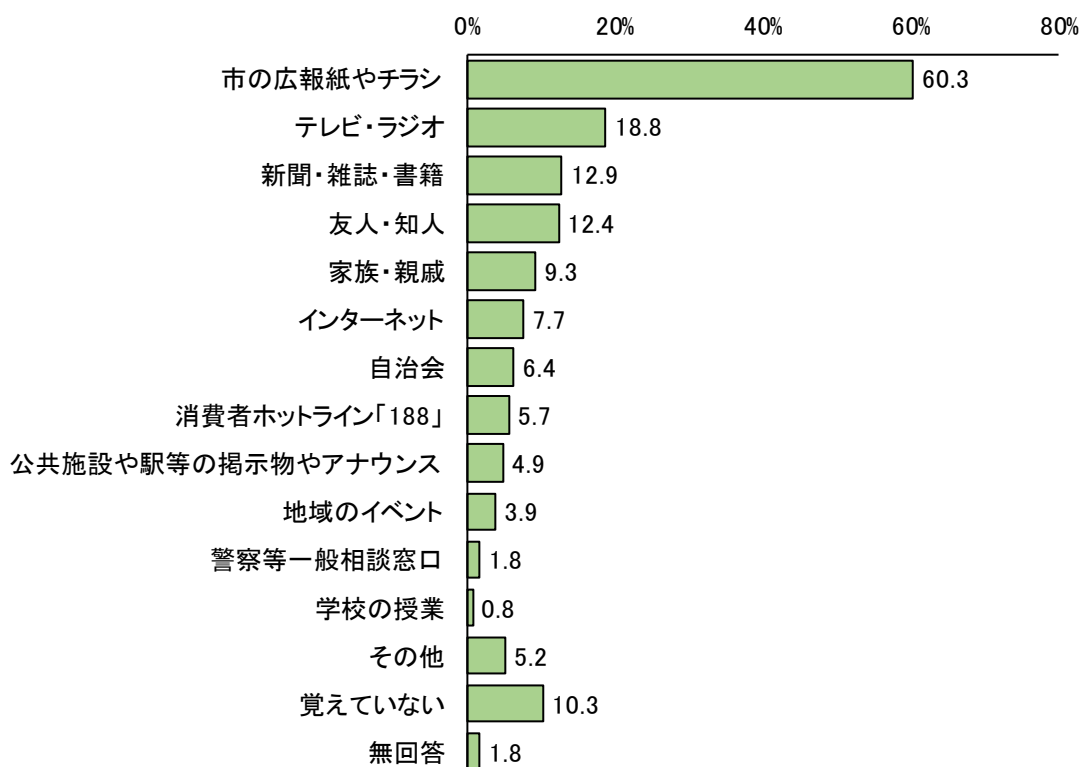
(3) 消費生活センターを知ったきっかけ

問21で「①小山市消費生活センター」を「1 知っている」と回答した方

問23 何をきっかけに「消費生活センター」を知りましたか。(あてはまるものすべてに○)

消費生活センターを知ったきっかけは、「市の広報紙やチラシ」が60.3%で最も多く、次いで「テレビ・ラジオ」が18.8%、「新聞・雑誌・書籍」が12.9%、「友人・知人」が12.4%、「覚えていない」が10.3%となっています。

(n=388)



性別では、男女ともに「市の広報やチラシ」が6割を占めています。次いで、「テレビ・ラジオ」となっています。

世代別では、どの世代も「市の広報やチラシ」が多くなっています。30歳代は「インターネット」が27.0%とほかの世代と比べ多くなっています。80歳以上では「テレビ・ラジオ」の比率が高くなっています。

	市の広報紙やチラシ	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌・書籍	友人・知人	家族・親戚	インターネット	自治会	消費者ホットライン「188」
全体(n=388)	60.3	18.8	12.9	12.4	9.3	7.7	6.4	5.7
男性(n=136)	60.3	16.9	10.3	11.8	6.6	11.8	5.1	3.7
女性(n=247)	60.7	19.8	14.2	12.6	10.5	5.7	7.3	6.9
答えたくない(n=3)	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代(n=2)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=14)	50.0	28.6	7.1	28.6	7.1	0.0	0.0	0.0
30歳代(n=37)	37.8	8.1	8.1	10.8	10.8	27.0	0.0	0.0
40歳代(n=51)	56.9	5.9	2.0	2.0	3.9	17.6	3.9	0.0
50歳代(n=45)	60.0	15.6	8.9	8.9	4.4	13.3	2.2	0.0
60歳代(n=75)	68.0	17.3	13.3	8.0	8.0	4.0	2.7	5.3
70歳代(n=105)	66.7	22.9	18.1	20.0	12.4	1.9	11.4	9.5
80歳以上(n=58)	60.3	31.0	19.0	12.1	12.1	0.0	13.8	13.8

	公共施設や駅等の掲示物やアナウンス	地域のイベント	警察等一般相談窓口	学校の授業	その他	覚えていない	無回答
全体(n=388)	4.9	3.9	1.8	0.8	5.2	10.3	1.8
男性(n=136)	4.4	1.5	1.5	0.7	3.7	7.4	2.2
女性(n=247)	5.3	4.9	2.0	0.8	5.7	11.7	1.6
答えたくない(n=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0
10歳代(n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
20歳代(n=14)	14.3	0.0	0.0	14.3	7.1	7.1	0.0
30歳代(n=37)	2.7	2.7	0.0	0.0	8.1	16.2	0.0
40歳代(n=51)	3.9	0.0	2.0	0.0	3.9	23.5	0.0
50歳代(n=45)	2.2	2.2	2.2	0.0	2.2	11.1	2.2
60歳代(n=75)	1.3	1.3	2.7	0.0	4.0	9.3	4.0
70歳代(n=105)	7.6	4.8	1.0	0.0	5.7	3.8	1.9
80歳以上(n=58)	6.9	10.3	3.4	1.7	6.9	6.9	1.7

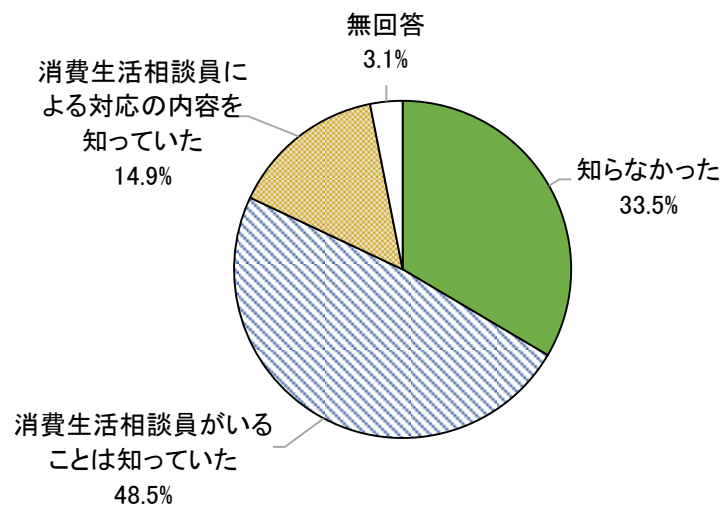
(4) 消費生活センターの業務内容について

問21で「①小山市消費生活センター」を「1 知っている」と回答した方

問24 あなたは、消費生活センターでは、消費生活相談員がトラブルの解決に向けてアドバイスすることや、事業者とあっせん交渉を行っていることを知っていましたか。(1つに○)

消費生活センターで消費生活相談員がトラブルの解決に向けてアドバイスすることや、事業者とあっせん交渉を行っていることについては、「消費生活相談員がいることは知っていた」が48.5%で最も多く、次いで「知らなかった」が33.5%、「消費生活相談員による対応の内容を知っていた」が14.9%となっています。

(n=388)



性別では、男女ともに「消費生活相談員がいることは知っていた」が多くなっており、「消費生活相談員による対応の内容を知っていた」を合わせると60%以上が知っている結果となっています。

世代別では、20歳代、30歳代は「知らなかった」が半数以上を占め、ほかの世代では「消費生活相談員がいることは知っていた」が半数以上を占めています。また、「消費生活相談員による対応の内容を知っていた」は50歳代が最も高く、次いで30歳代となっています。

	知らなかった	消費生活相談員 がいることは知っ ていた	消費生活相談員 による対応の内 容を知っていた	無回答
全体(n=388)	33.5	48.5	14.9	3.1
男性(n=136)	34.6	50.7	12.5	2.2
女性(n=247)	33.2	48.2	15.8	2.8
答えたくない(n=3)	33.3	0.0	33.3	33.3
10歳代(n=2)	50.0	0.0	0.0	50.0
20歳代(n=14)	64.3	28.6	7.1	0.0
30歳代(n=37)	54.1	24.3	18.9	2.7
40歳代(n=51)	39.2	47.1	13.7	0.0
50歳代(n=45)	24.4	51.1	22.2	2.2
60歳代(n=75)	32.0	50.7	13.3	4.0
70歳代(n=105)	27.6	57.1	14.3	1.0
80歳以上(n=58)	27.6	51.7	13.8	6.9

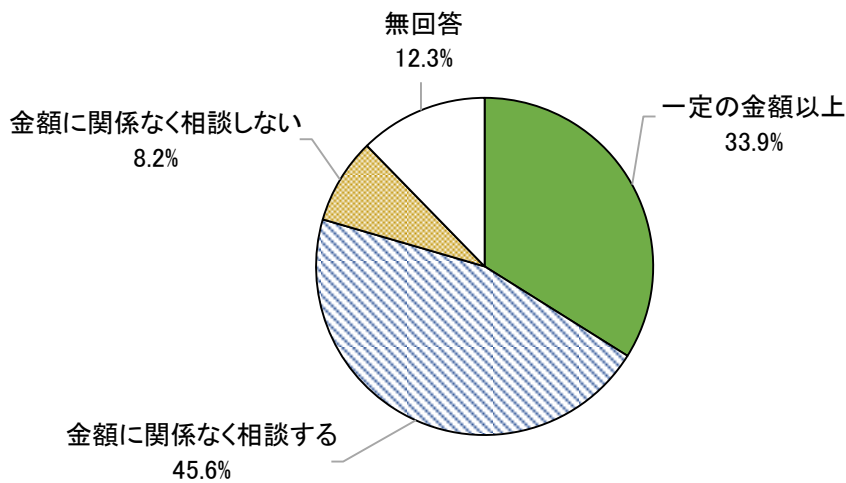
(5) 消費生活センターに相談する被害金額について

問25 あなたは、購入した商品、利用したサービスにより経済的被害にあった場合、どのくらいの被害金額以上であれば消費生活センターに相談しますか。(1つに○)

経済的被害にあった場合に消費者生活センターに相談する被害金額について、「金額に関係なく相談する」が45.6%で最も多く、次いで「一定の金額以上」が33.9%、「金額に関係なく相談しない」が8.2%となっています。

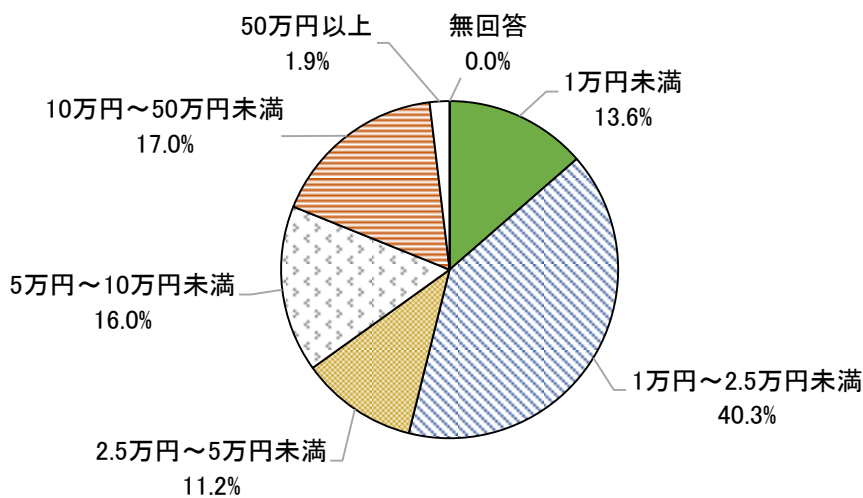
なお、相談する場合の被害金額については、「1万円～2.5万円未満」が40.3%で最も多く、次いで「10万円～50万円未満」が17.0%、「5万円～10万円未満」が16.0%、「1万円未満」が13.6%、「2.5万円～5万円未満」が11.2%となっています。

(n=608)



【一定の金額以上と回答した方が相談する場合の被害金額】

(n=206)



性別では、男女ともに「金額に関係なく相談する」が最も多くなっています。性差による傾向の違いは見られませんでした。

世代別では、30歳代では「一定の金額以上」が52.2%を占めています。一方、70歳代は「一定の金額以上」が21.9%にとどまっており、「金額に関係なく相談する」が20歳代と同率の50.0%で最も多くなっています。また、「金額に関係なく相談しない」は80歳以上で多く、他の世代と比較しても4ポイント以上差がある結果となっています。

	一定の金額以上	金額に関係なく 相談する	金額に関係なく 相談しない	無回答
全体(n=608)	33.9	45.6	8.2	12.3
男性(n=240)	37.5	42.5	7.9	12.1
女性(n=359)	31.8	47.9	8.4	12.0
答えたくない(n=4)	25.0	25.0	25.0	25.0
10歳代(n=3)	33.3	0.0	33.3	33.3
20歳代(n=34)	47.1	50.0	2.9	0.0
30歳代(n=69)	52.2	40.6	4.3	2.9
40歳代(n=87)	36.8	48.3	6.9	8.0
50歳代(n=67)	41.8	46.3	7.5	4.5
60歳代(n=103)	36.9	44.7	8.7	9.7
70歳代(n=146)	21.9	50.0	8.2	19.9
80歳以上(n=98)	22.4	40.8	13.3	23.5

第2章 調査結果

相談する場合の被害金額について、性別では、男女ともに「1万円～2.5万円未満」が多くなっています。次いで、男性では「5万円～10万円未満」が18.9%と多く、女性は20.2%の「10万円～50万円未満」となっています。

世代別では、どの世代も「1万円～2.5万円未満」が最も多くなっています。2番目多い金額帯を見てみると、20歳代は「2.5万円～5万円未満」、30歳代は「1万円未満」と5万円以下のケースが多くみられます。その一方で、40歳代は「5万円～10万円未満」、50歳代、60歳代、80歳以上では「10万円～50万円未満」となっています。

【一定の金額以上と回答した方が相談する場合の被害金額】

	1万円未満	1万円～2.5万円未満	2.5万円～5万円未満	5万円～10万円未満	10万円～50万円未満	50万円以上	無回答
全体(n=206)	13.6	40.3	11.2	16.0	17.0	1.9	0.0
男性(n=90)	14.4	38.9	12.2	18.9	13.3	2.2	0.0
女性(n=114)	13.2	41.2	10.5	14.0	20.2	0.9	0.0
答えたくない(n=1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10歳代(n=1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=16)	12.5	31.3	25.0	12.5	18.8	0.0	0.0
30歳代(n=36)	19.4	47.2	5.6	16.7	11.1	0.0	0.0
40歳代(n=32)	15.6	40.6	6.3	25.0	9.4	3.1	0.0
50歳代(n=28)	10.7	42.9	7.1	17.9	21.4	0.0	0.0
60歳代(n=38)	2.6	36.8	21.1	13.2	23.7	2.6	0.0
70歳代(n=32)	25.0	31.3	12.5	15.6	15.6	0.0	0.0
80歳以上(n=22)	9.1	50.0	4.5	9.1	22.7	4.5	0.0

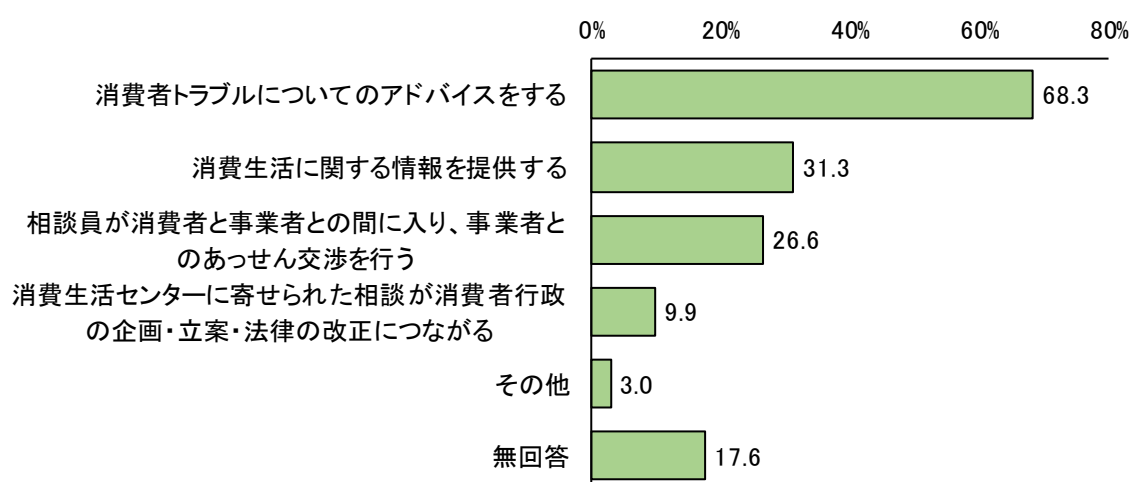
(6) 消費生活センターの役割について知っていること

問26 消費生活センターの役割についてあなたが知っていることを以下から選んで下さい。

(あてはまるものすべてに○)

消費者生活センターの役割について知っていることは、「消費者トラブルについてのアドバイスをする」が68.3%で最も多く、次いで「消費生活に関する情報を提供する」が31.3%、「相談員が消費者と事業者との間に入り、事業者とのあっせん交渉を行う」が26.6%、「消費生活センターに寄せられた相談が消費者行政の企画・立案・法律の改正につながる」が9.9%となっています。

(n=608)



第2章 調査結果

性別では、男女ともに「消費者トラブルについてのアドバイスをする」が多くなっています。世代別では、50歳代が「消費者トラブルについてのアドバイスをする」、「消費生活に関する情報を提供する」の2項目にわたり50%を上回っています。

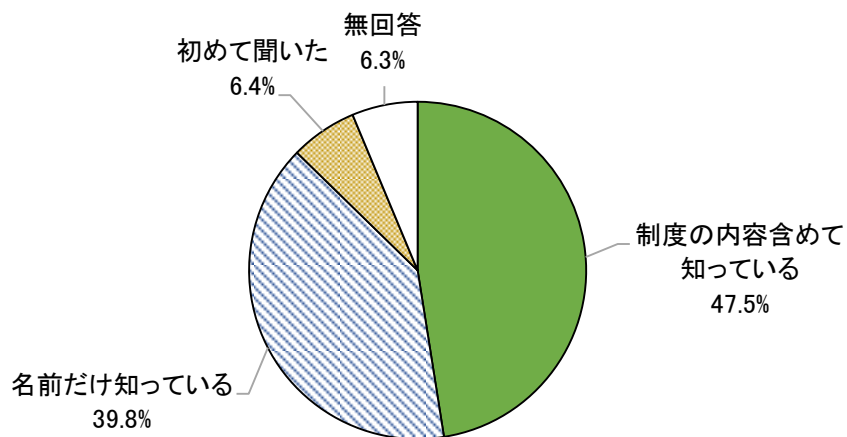
	消費者トラブルについてのアドバイスをする	消費生活に関する情報を提供する	相談員が消費者と事業者との間に入り、事業者とのあつせん交渉を行う	寄せられた相談が消費者行政の企画・立案・法律の改正につながる	その他	無回答
全体(n=608)	68.3	31.3	26.6	9.9	3.0	17.6
男性(n=240)	64.6	36.7	25.4	9.2	4.2	17.9
女性(n=359)	71.3	27.6	27.3	9.7	1.9	17.0
答えたくない(n=4)	25.0	50.0	50.0	25.0	25.0	25.0
10歳代(n=3)	33.3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=34)	61.8	29.4	17.6	2.9	5.9	23.5
30歳代(n=69)	79.7	31.9	18.8	11.6	7.2	7.2
40歳代(n=87)	71.3	33.3	16.1	4.6	4.6	14.9
50歳代(n=67)	83.6	52.2	26.9	7.5	3.0	9.0
60歳代(n=103)	69.9	26.2	33.0	8.7	1.0	14.6
70歳代(n=146)	64.4	24.0	34.9	12.3	2.1	19.9
80歳以上(n=98)	54.1	30.6	25.5	14.3	1.0	31.6

(7) 「クーリング・オフ制度」について

問27 あなたは、訪問販売や電話勧誘、マルチ商法などの販売方法に対して「クーリング・オフ制度」があることを知っていますか。(1つに○)

訪問販売や電話勧誘、マルチ商法などの販売方法に対して「クーリング・オフ制度」があることを知っているかについては、「制度の内容含めて知っている」が47.5%で最も多く、次いで「名前だけ知っている」が39.8%、「初めて聞いた」が6.4%となっています。

(n=608)



第2章 調査結果

性別では、男女ともに「制度の内容含めて知っている」「名前だけ知っている」の順となっていますが、男性は「制度の内容含めて知っている」と「名前だけ知っている」の差が3.3ポイント、女性ではこの差が10.9ポイントと「制度の内容含めて知っている」の比率が高くなっています。

世代別では、「制度の内容含めて知っている」が20歳代の70.6%を筆頭に、世代が上がるにつれて漸減しています。同様に、世代が上がるにしたがい「名前だけ知っている」が増えており、「初めて聞いた」は60歳代より上の世代で増えています。

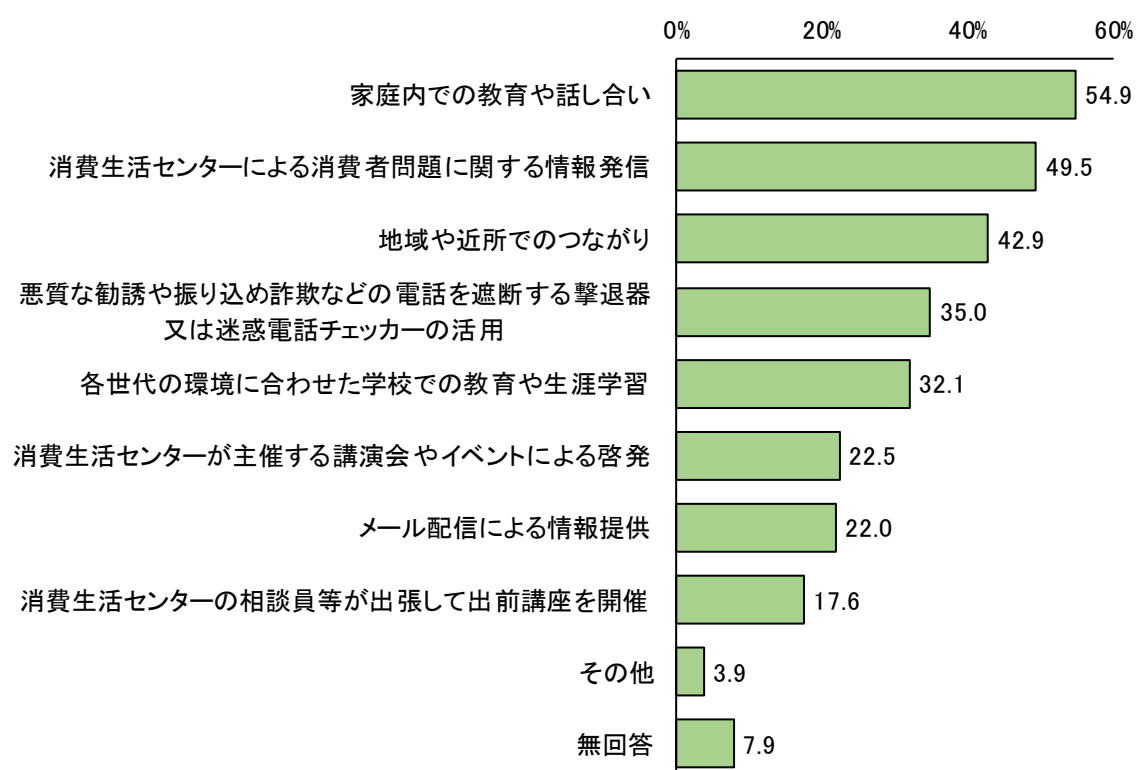
	制度の内容含めて知っている	名前だけ知っている	初めて聞いた	無回答
全体(n=608)	47.5	39.8	6.4	6.3
男性(n=240)	45.0	41.7	6.3	7.1
女性(n=359)	49.3	38.4	6.7	5.6
答えたくない(n=4)	50.0	50.0	0.0	0.0
10歳代(n=3)	66.7	33.3	0.0	0.0
20歳代(n=34)	70.6	26.5	0.0	2.9
30歳代(n=69)	65.2	29.0	2.9	2.9
40歳代(n=87)	58.6	37.9	1.1	2.3
50歳代(n=67)	55.2	38.8	1.5	4.5
60歳代(n=103)	45.6	44.7	5.8	3.9
70歳代(n=146)	38.4	41.1	9.6	11.0
80歳以上(n=98)	27.6	46.9	15.3	10.2

(8) 消費者トラブルにあわないための効果的な取り組み

問28 消費者トラブルにあわないための取組として、あなたが効果的だと思う取組を選んでください。
(あてはまるものすべてに○)

消費者トラブルにあわないための効果的な取り組みについては、「家庭内での教育や話し合い」が54.9%で最も多く、次いで「消費生活センターによる消費者問題に関する情報発信」が49.5%、「地域や近所でのつながり」が42.9%、「悪質な勧誘や振り込め詐欺などの電話を遮断する撃退器又は迷惑電話チェッカーの活用」が35.0%、「各世代の環境に合わせた学校での教育や生涯学習」が32.1%となっています。

(n=608)



第2章 調査結果

性別では、男女ともに「家庭内での教育や話し合い」が最も多くなっていますが、男性が47.5%に対し女性は59.6%と10ポイント以上多くなるなど差が生じています。

世代別では、最も多い回答は、20歳代から40歳代では「家庭内での教育や話し合い」、60歳代では「消費生活センターによる消費者問題に関する情報発信」、70歳代と80歳以上では「地域や近所でのつながり」となり、50歳代では「家庭内での教育や話し合い」と「消費生活センターによる消費者問題に関する情報発信」が、同数ながら最も多くなっています。

	家庭内での教育や話し合い	消費生活センターによる消費者問題に関する情報発信	地域や近所でのつながり	撃退器又は迷惑電話チェッカーの活用	各世代の環境に合わせた学校での教育や生涯学習	消費生活センターが主催する講演会やイベントによる啓発	メール配信による情報提供	消費生活センターの相談員等出張して出前講座を開催	その他	無回答
全体(n=608)	54.9	49.5	42.9	35.0	32.1	22.5	22.0	17.6	3.9	7.9
男性(n=240)	47.5	49.6	36.7	30.0	26.3	23.8	23.8	17.5	6.3	9.6
女性(n=359)	59.6	49.6	46.8	37.9	35.4	21.2	20.9	17.5	2.2	6.7
答えたくない(n=4)	100.0	75.0	75.0	50.0	75.0	75.0	25.0	25.0	25.0	0.0
10歳代(n=3)	66.7	66.7	0.0	33.3	66.7	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=34)	73.5	41.2	44.1	29.4	55.9	20.6	35.3	11.8	5.9	5.9
30歳代(n=69)	71.0	43.5	31.9	40.6	52.2	23.2	30.4	14.5	7.2	2.9
40歳代(n=87)	56.3	50.6	28.7	39.1	44.8	18.4	37.9	16.1	4.6	5.7
50歳代(n=67)	61.2	61.2	29.9	41.8	43.3	25.4	32.8	16.4	3.0	4.5
60歳代(n=103)	46.6	55.3	48.5	33.0	25.2	26.2	24.3	16.5	3.9	6.8
70歳代(n=146)	52.1	50.7	52.7	32.2	17.1	23.3	11.6	17.1	2.7	11.0
80歳以上(n=98)	44.9	39.8	52.0	30.6	19.4	18.4	4.1	26.5	3.1	13.3

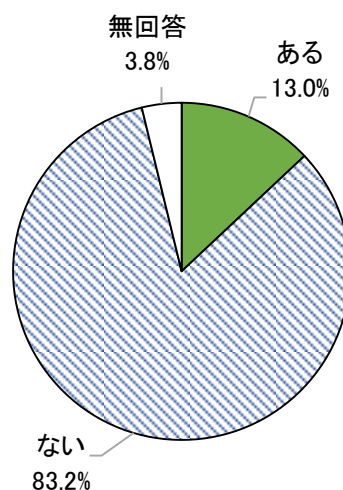
5 消費者教育について

(1) 消費者教育を受けた経験

問29 あなたは、これまでに消費者教育を受けたことがありますか。(1つに○)

消費者教育を受けたことがあるかでは、「ない」が83.2%、「ある」が13.0%となっています。

(n=608)



性別では、男女ともに「ない」が80%を上回る結果となっています。

世代別では、「ある」と回答した20歳代の47.1%がもっとも高く、これが30歳代になるとほぼ半減し、60歳以上、70歳以上では10%を下回っています。

	ある	ない	無回答
全体(n=608)	13.0	83.2	3.8
男性(n=240)	15.0	82.1	2.9
女性(n=359)	11.4	85.0	3.6
答えたくない(n=4)	50.0	50.0	0.0
10歳代(n=3)	100.0	0.0	0.0
20歳代(n=34)	47.1	52.9	0.0
30歳代(n=69)	23.2	75.4	1.4
40歳代(n=87)	11.5	88.5	0.0
50歳代(n=67)	11.9	85.1	3.0
60歳代(n=103)	5.8	91.3	2.9
70歳代(n=146)	6.8	87.7	5.5
80歳以上(n=98)	10.2	81.6	8.2

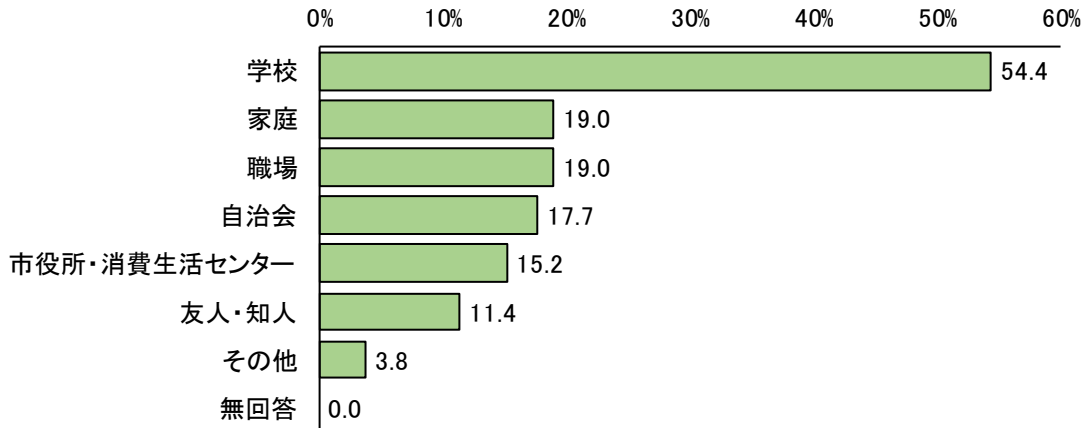
(2) 消費者教育を受けた人・場所

問29で「1. ある」と回答した方

問30 具体的にどこで教育を受けましたか。(あてはまるものすべてに○)

消費者教育を受けた人・場所は、「学校」が54.4%で最も多く、次いで「家庭」が19.0%、「職場」が19.0%、「自治会」が17.7%、「市役所・消費生活センター」が15.2%となっています。

(n=79)



性別では、男女ともに「学校」が多くなっていますが、男性69.4%に対して女性は41.5%と、男性の方が比率が高くなっています。また、2番目に多いのが、男性が「職場」の25.0%に対し、女性は「自治会」の29.3%となっています。

世代別では、20歳代、30歳代で90%を上回っていますが、40歳代の60.0%を境に減少しています。70歳代、80歳以上では「自治会」が50%を上回っており、60歳代では「職場」が50%となっています。

	学校	家庭	職場	自治会	市役所・消費生活センター	友人・知人	その他	無回答
全体(n=79)	54.4	19.0	19.0	17.7	15.2	11.4	3.8	0.0
男性(n=36)	69.4	11.1	25.0	5.6	16.7	5.6	2.8	0.0
女性(n=41)	41.5	26.8	12.2	29.3	12.2	14.6	4.9	0.0
答えたくない(n=2)	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
10歳代(n=3)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=16)	93.8	12.5	18.8	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0
30歳代(n=16)	93.8	12.5	18.8	6.3	12.5	6.3	0.0	0.0
40歳代(n=10)	60.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0	20.0	0.0
50歳代(n=8)	25.0	25.0	37.5	0.0	25.0	12.5	0.0	0.0
60歳代(n=6)	16.7	33.3	50.0	0.0	0.0	33.3	16.7	0.0
70歳代(n=10)	10.0	40.0	20.0	60.0	30.0	10.0	0.0	0.0
80歳以上(n=10)	0.0	10.0	0.0	70.0	40.0	30.0	0.0	0.0

(3) 消費生活についての教育を行う場として重要だと思うもの

問31 消費生活についての教育を行う場として、「1」～「8」の項目であなたが重要だと思うものはどれですか。最も重要だと思うもの、2番目、3番目に重要だと思うものをそれぞれ1つずつお答えください。

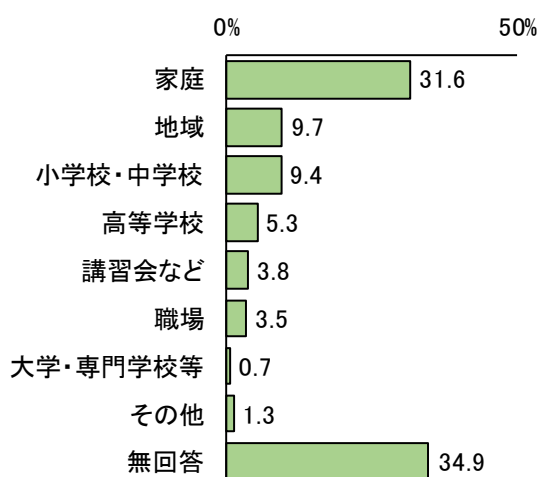
消費生活についての教育を行う場として、最も重要だと思うものは、「家庭」が31.6%で最も多く、次いで「地域」が9.7%、「小学校・中学校」が9.4%、「高等学校」が5.3%、「講習会など」が3.8%となっています。

2番目に重要だと思うものは、「小学校・中学校」が15.3%で最も多く、次いで「地域」が10.9%、「高等学校」が10.5%、「家庭」が9.4%、「職場」が5.8%となっています。

3番目に重要だと思うものは、「地域」が13.2%で最も多く、次いで「講習会など」が10.0%、「家庭」が9.2%、「職場」が9.0%、「高等学校」が8.7%となっています。

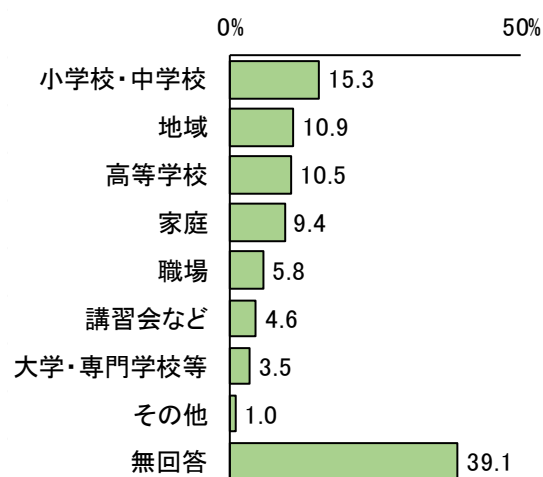
【①最も重要】

(n=608)



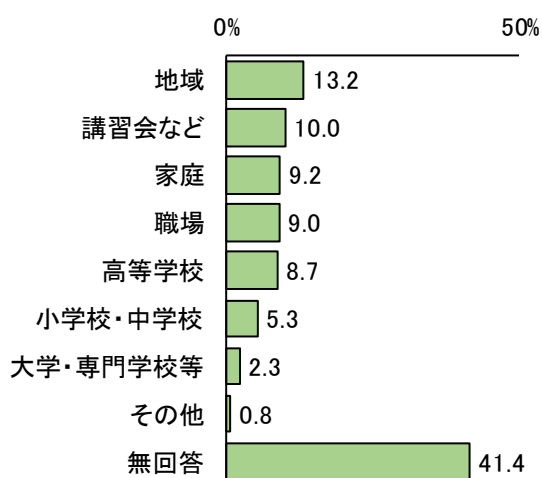
【②2番目に重要】

(n=608)

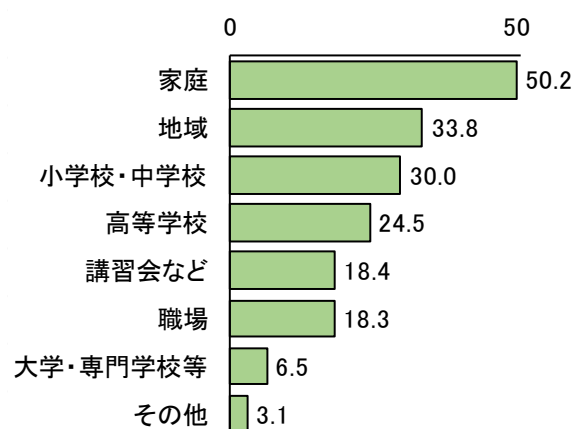


【③3番目に重要】

(n=608)



【①～③の合計値】(参考)



第2章 調査結果

性別では、男女性ともに「家庭」が高くなっています。

世代別では、幅広い世代で「家庭」が高くなっています。2番目以降は20歳代から50歳代にかけて「小学校・中学校」、「高等学校」の順となっていますが、60歳代から80歳以上の世代では、「地域」が2番目に、「小学校・中学校」、「高等学校」はいずれも10%を下回っています。

【①最も重要】

	家庭	地域(自治会、老人クラブなど)	小学校・中学校	高等学校	講習会など	職場	大学・専門学校等	その他	無回答
全体(n=608)	31.6	9.7	9.4	5.3	3.8	3.5	0.7	1.3	34.9
男性(n=240)	30.0	9.2	9.2	5.8	5.0	4.6	0.4	2.5	33.3
女性(n=359)	33.1	10.3	8.9	5.0	3.1	2.5	0.8	0.6	35.7
答えたくない(n=4)	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0
10歳代(n=3)	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
20歳代(n=34)	35.3	2.9	14.7	17.6	0.0	2.9	0.0	2.9	23.5
30歳代(n=69)	42.0	4.3	23.2	11.6	0.0	5.8	0.0	0.0	13.0
40歳代(n=87)	37.9	3.4	12.6	11.5	2.3	10.3	1.1	3.4	17.2
50歳代(n=67)	47.8	3.0	11.9	4.5	0.0	9.0	1.5	1.5	20.9
60歳代(n=103)	22.3	11.7	4.9	3.9	9.7	0.0	0.0	1.0	46.6
70歳代(n=146)	24.7	15.1	3.4	0.7	4.8	0.0	0.7	0.0	50.7
80歳以上(n=98)	27.6	16.3	5.1	0.0	4.1	1.0	1.0	2.0	42.9

(4) 消費者教育の内容として重要だと思うもの

問32 消費者教育の内容として、「1」～「11」の項目であなたが重要だと思うものはどれですか。最も重要だと思うもの、2番目、3番目に重要だと思うものをそれぞれ1つずつお答えください。

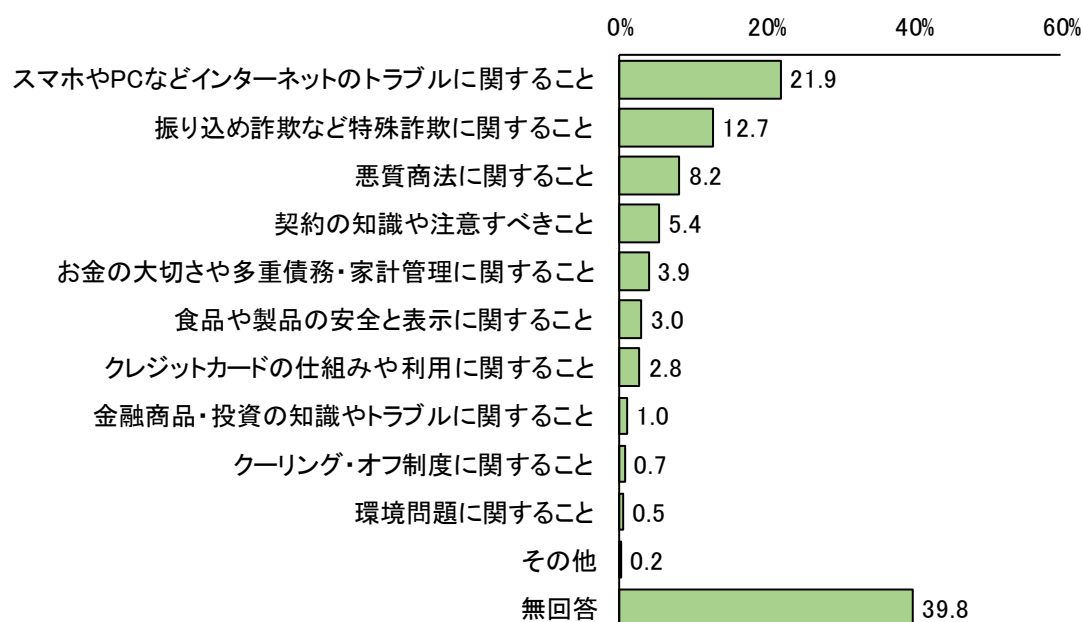
消費者協育の内容として最も重要だと思うものは、「スマホやPCなどインターネットのトラブルに関すること」が21.9%で最も多く、次いで「振り込め詐欺など特殊詐欺に関すること」が12.7%、「悪質商法に関すること」が8.2%、「契約の知識や注意すべきこと」が5.4%、「お金の大切さや多重債務・家計管理に関すること」が3.9%となっています。

2番目に重要だと思うものは、「悪質商法に関すること」が12.2%で最も多く、次いで「振り込め詐欺など特殊詐欺に関すること」が9.9%、「契約の知識や注意すべきこと」が8.7%、「スマホやPCなどインターネットのトラブルに関すること」が6.7%、「クレジットカードの仕組みや利用に関すること」が6.4%となっています。

3番目に重要だと思うものは、「契約の知識や注意すべきこと」が8.7%で最も多く、次いで「振り込め詐欺など特殊詐欺に関すること」が7.4%、「お金の大切さや多重債務・家計管理に関すること」が7.2%、「スマホやPCなどインターネットのトラブルに関すること」が7.1%、「クレジットカードの仕組みや利用に関すること」が5.8%となっています。

【①最も重要】

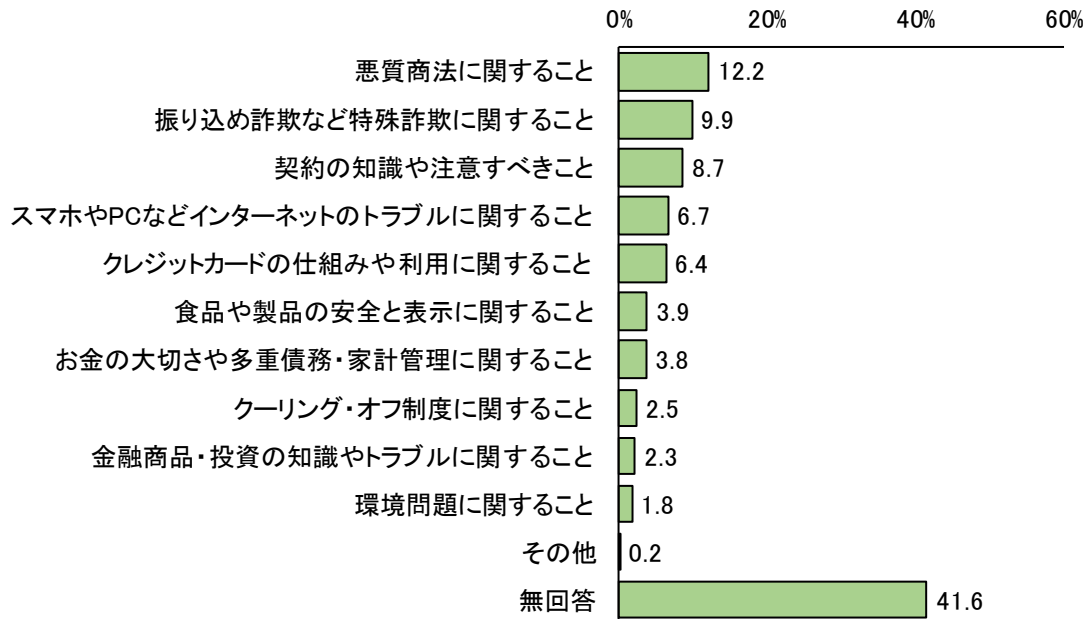
(n=608)



第2章 調査結果

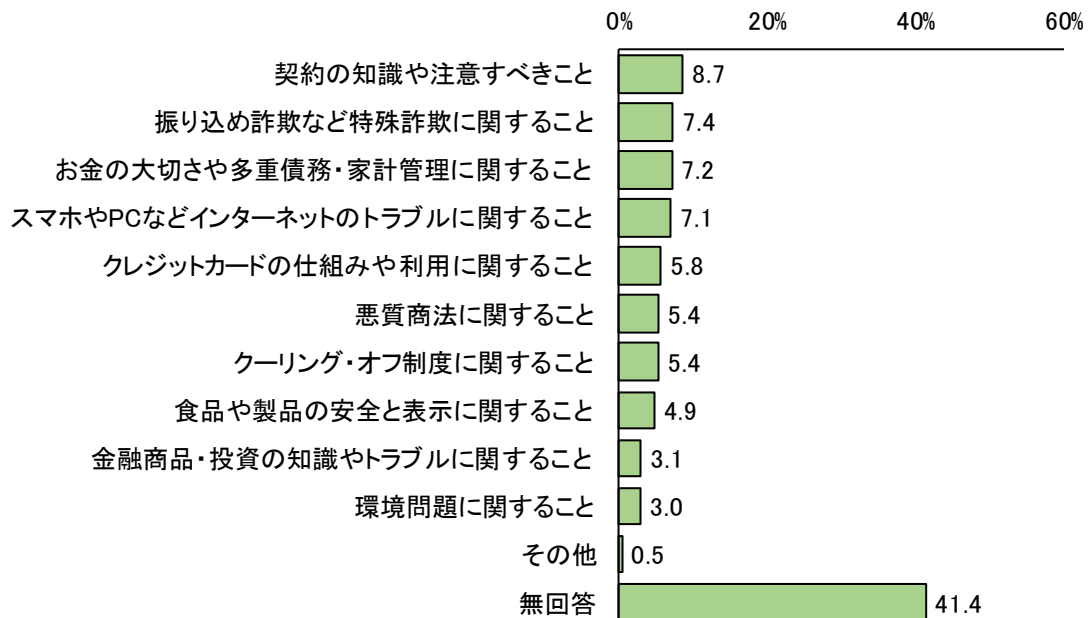
【②2番目に重要】

(n=608)

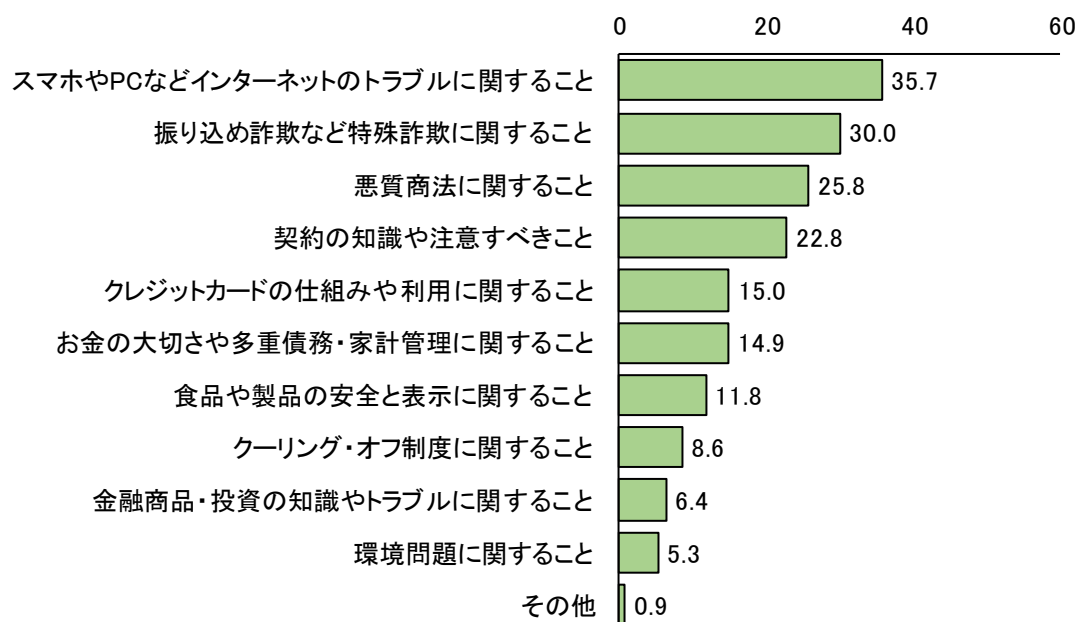


【③3番目に重要】

(n=608)



【①～③の合計値】(参考)



第2章 調査結果

性別では、男女ともに「スマホやPCなどインターネットのトラブルに関すること」が多い結果となっています。

世代別では、20歳代から50歳代にかけて「スマホやPCなどインターネットのトラブルに関すること」が最も多く、70歳代、80歳以上では「振り込み詐欺など特殊詐欺に関すること」が、60歳代では同数でこの二つが最も多くなっています。

30歳代と40歳代では「契約の知識や注意すべきこと」が、50歳代では「悪質商法に関すること」が高い傾向にあります。

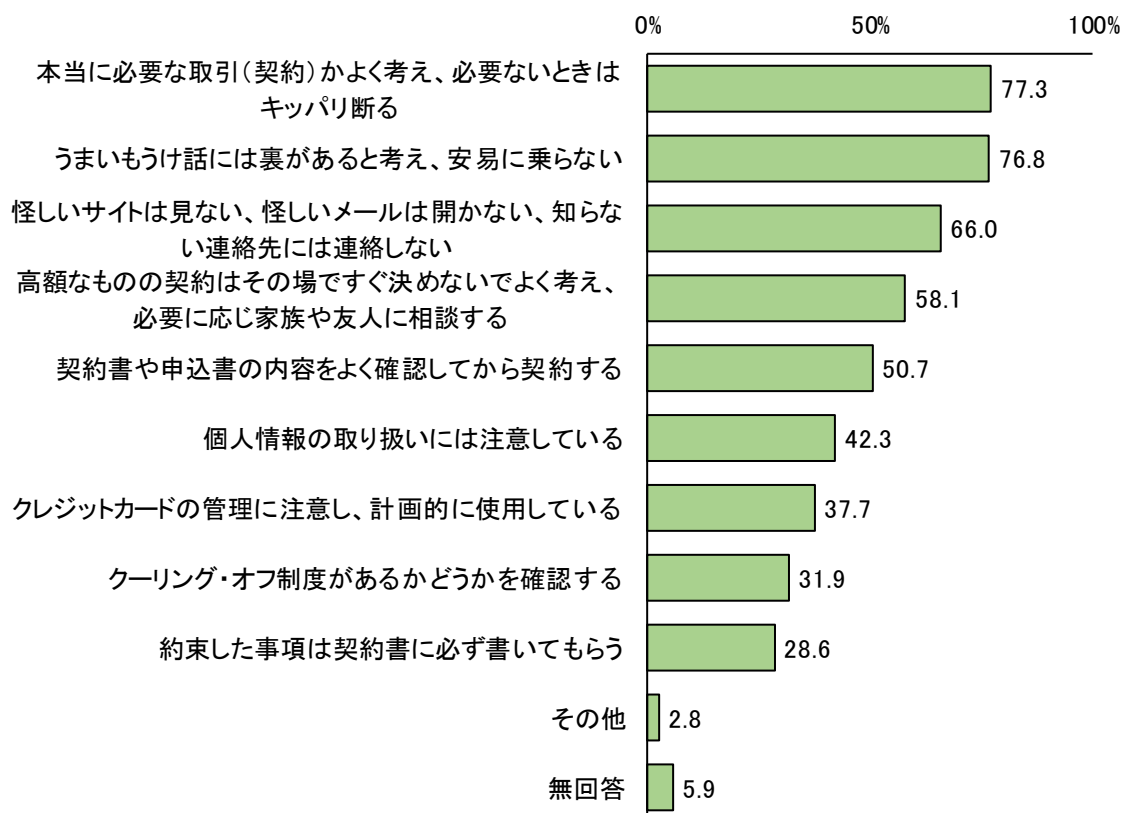
	スマホやPCなどインターネットのトラブルに関すること	振り込み詐欺など特殊詐欺に関すること	悪質商法に関すること	契約の知識や注意すべきこと	お金の大切さや多重債務・家計管理に関すること	食品や製品の安全表示に関すること	クレジットカードの仕組みや利用に関すること	金融商品・投資の知識やトラブルに関すること	クーリング・オフ制度に関すること	環境問題に関すること	その他	無回答
全体(n=608)	21.9	12.7	8.2	5.4	3.9	3.0	2.8	1.0	0.7	0.5	0.2	39.8
男性(n=240)	18.3	11.7	10.8	7.9	5.4	1.7	2.9	1.7	0.4	0.0	0.0	39.2
女性(n=359)	23.7	13.6	6.7	3.6	3.1	3.9	2.8	0.6	0.8	0.8	0.3	40.1
答えたくない(n=4)	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
10歳代(n=3)	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
20歳代(n=34)	52.9	2.9	0.0	2.9	5.9	0.0	5.9	2.9	2.9	0.0	0.0	23.5
30歳代(n=69)	52.2	7.2	1.4	10.1	5.8	0.0	8.7	1.4	0.0	0.0	0.0	13.0
40歳代(n=87)	32.2	11.5	9.2	12.6	9.2	1.1	3.4	0.0	0.0	1.1	0.0	19.5
50歳代(n=67)	35.8	13.4	11.9	4.5	6.0	3.0	1.5	1.5	0.0	0.0	0.0	22.4
60歳代(n=103)	11.7	11.7	5.8	5.8	3.9	5.8	1.0	1.9	0.0	1.0	1.0	50.5
70歳代(n=146)	6.2	13.7	11.0	1.4	0.7	2.7	2.1	0.7	1.4	0.7	0.0	59.6
80歳以上(n=98)	5.1	20.4	11.2	3.1	1.0	5.1	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	53.1

(5) 消費者トラブルに遭わないために日頃から注意していること

問33 あなたご自身が消費者トラブルに遭わないために日頃から注意していることはありますか。(あてはまるものすべてに○)

消費者トラブルに遭わないために日頃から注意していることは、「本当に必要な取引（契約）かよく考え、必要ないときはキッパリ断る」が77.3%で最も多く、次いで「うまいもうけ話には裏があると考え、安易に乗らない」が76.8%、「怪しいサイトは見ない、怪しいメールは開かない、知らない連絡先には連絡しない」が66.0%、「高額なものの契約はその場ですぐ決めないでよく考え、必要に応じ家族や友人に相談する」が58.1%、「契約書や申込書の内容をよく確認してから契約する」が50.7%となっています。

(n=608)



第2章 調査結果

性別では、男女ともに「本当に必要な取引（契約）かよく考え、必要ないときはキッパリ断る」が最も多い結果となっています。性差による傾向の違いは見られませんでした。

世代別では、「本当に必要な取引（契約）かよく考え、必要ないときはキッパリ断る」、「うまいもうけ話には裏があると考え、容易に乗らない」は、どの世代においても、高くなるなど傾向が似ています。

また、20歳代の「クレジットカードの管理に注意し、計画的に使用している」が55.9%とほかの世代と比較して多くなっています。

	本当に必要な取引（契約）かよく考え、必要ないときはキッパリ断る	うまいもうけ話には裏があると考え、容易に乗らない	怪しいサイトは見ない、怪しいメールは開かない、知らない連絡先には連絡しない	高額なものの契約はその場ですぐ決めないでよく考え、必要に応じて家族や友人に相談する	契約書や申込書の内容をよく確認してから契約する	個人情報取り扱いには注意している	クレジットカードの管理に注意し、計画的に使用している	クーリング・オフ制度があるかどうかを確認する	約束した事項は契約書に必ず書いてもらう	その他	無回答
全体(n=608)	77.3	76.8	66.0	58.1	50.7	42.3	37.7	31.9	28.6	2.8	5.9
男性(n=240)	77.9	77.5	62.1	51.2	52.5	37.9	39.2	31.7	31.3	2.1	4.6
女性(n=359)	76.9	76.9	69.1	62.4	49.3	45.1	37.0	32.0	27.3	3.3	6.4
答えたくない(n=4)	100.0	75.0	50.0	100.0	75.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
10歳代(n=3)	100.0	66.7	0.0	66.7	66.7	100.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=34)	76.5	67.6	76.5	70.6	64.7	38.2	55.9	32.4	35.3	0.0	0.0
30歳代(n=69)	79.7	85.5	73.9	63.8	55.1	37.7	37.7	26.1	20.3	1.4	4.3
40歳代(n=87)	79.3	80.5	80.5	54.0	59.8	46.0	48.3	28.7	28.7	3.4	1.1
50歳代(n=67)	76.1	85.1	76.1	55.2	40.3	41.8	47.8	29.9	14.9	3.0	3.0
60歳代(n=103)	80.6	75.7	73.8	59.2	46.6	44.7	41.7	36.9	32.0	3.9	4.9
70歳代(n=146)	77.4	77.4	63.7	54.1	49.3	47.3	30.8	35.6	33.6	3.4	8.9
80歳以上(n=98)	71.4	66.3	34.7	60.2	48.0	32.7	22.4	29.6	31.6	2.0	11.2

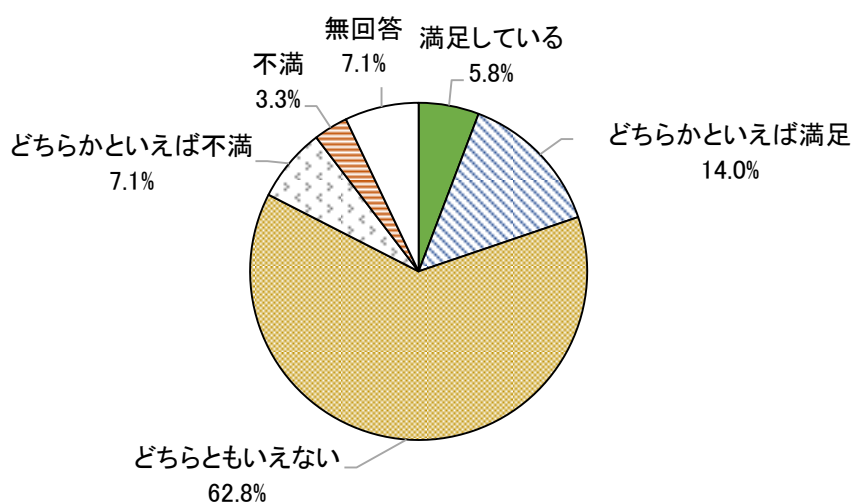
6 消費者行政について

(1) 消費者行政について

問34 あなたは、消費者行政についてどう感じていますか。(1つに○)

消費者行政についてどう感じるかでは、「どちらともいえない」が62.8%で最も多く、次いで「どちらかといえば満足」が14.0%、「どちらかといえば不満」が7.1%、「満足している」が5.8%、「不満」が3.3%となっています。

(n=608)



性別では、男女ともに「どちらともいえない」が6割を占めています。

世代別では、30歳代の81.2%を筆頭に、「どちらともいえない」が多くなっています。

	満足している	どちらかとい えば満足	どちらともい えない	どちらかとい えば不満	不満	無回答
全体(n=608)	5.8	14.0	62.8	7.1	3.3	7.1
男性(n=240)	4.6	14.2	61.7	7.5	6.3	5.8
女性(n=359)	6.7	13.9	63.8	7.0	0.8	7.8
答えたくない(n=4)	0.0	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0
10歳代(n=3)	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=34)	8.8	14.7	67.6	5.9	2.9	0.0
30歳代(n=69)	4.3	8.7	81.2	2.9	2.9	0.0
40歳代(n=87)	4.6	5.7	71.3	11.5	6.9	0.0
50歳代(n=67)	4.5	13.4	67.2	14.9	0.0	0.0
60歳代(n=103)	1.9	15.5	68.0	5.8	4.9	3.9
70歳代(n=146)	9.6	15.1	51.4	5.5	2.7	15.8
80歳以上(n=98)	6.1	20.4	51.0	5.1	1.0	16.3

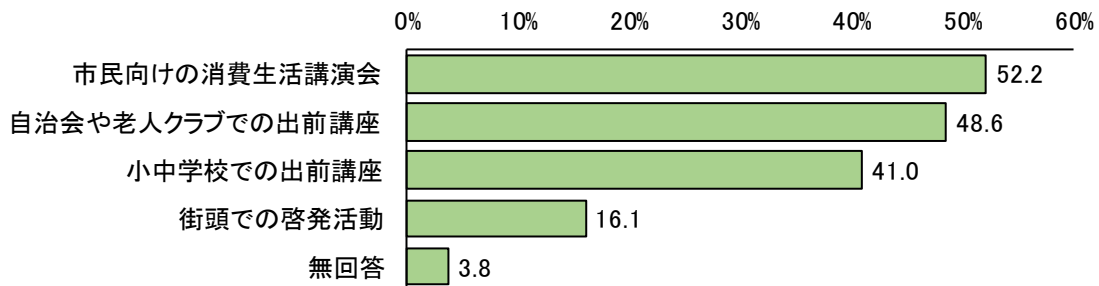
(2) 今後、力を入れるべき啓発活動

問34で「1」～「3」と回答した方

問35 今後どのような啓発に力を入れていった方が良いと思いますか。(あてはまるものすべてに○)

今後、力を入れるべき啓発活動については、「市民向けの消費生活講演会」が52.2%で最も多く、次いで「自治会や老人クラブでの出前講座」が48.6%、「小中学校での出前講座」が41.0%、「街頭での啓発活動」が16.1%となっています。

(n=502)



性別では、男女ともに「市民向けの消費生活講演会」が最も多くなっています。次いで、「自治会や老人クラブでの出前講座」、「小中学校での出前講座」の順となっています。

世代別では、「市民向けの消費生活講演会」は50歳代以降の世代で多くなっています。また、「自治会や老人クラブでの出前講座」は80歳以上が最も多く、世代が下がるごとにその比率が下がっています。「市民向けの消費生活講演会」は30歳代が75.4%と最も高くなっています。

	市民向けの消費生活講演会	自治会や老人クラブでの出前講座	小中学校での出前講座	街頭での啓発活動	無回答
全体(n=502)	52.2	48.6	41.0	16.1	3.8
男性(n=193)	50.3	39.9	38.3	16.6	4.7
女性(n=303)	53.1	54.1	41.9	15.2	3.3
答えたくない(n=3)	66.7	66.7	100.0	66.7	0.0
10歳代(n=3)	0.0	0.0	100.0	66.7	0.0
20歳代(n=31)	45.2	35.5	51.6	22.6	0.0
30歳代(n=65)	35.4	43.1	75.4	27.7	1.5
40歳代(n=71)	49.3	39.4	52.1	18.3	2.8
50歳代(n=57)	64.9	42.1	43.9	28.1	0.0
60歳代(n=88)	58.0	44.3	28.4	8.0	5.7
70歳代(n=111)	55.0	55.0	27.9	10.8	6.3
80歳以上(n=76)	53.9	69.7	26.3	7.9	5.3

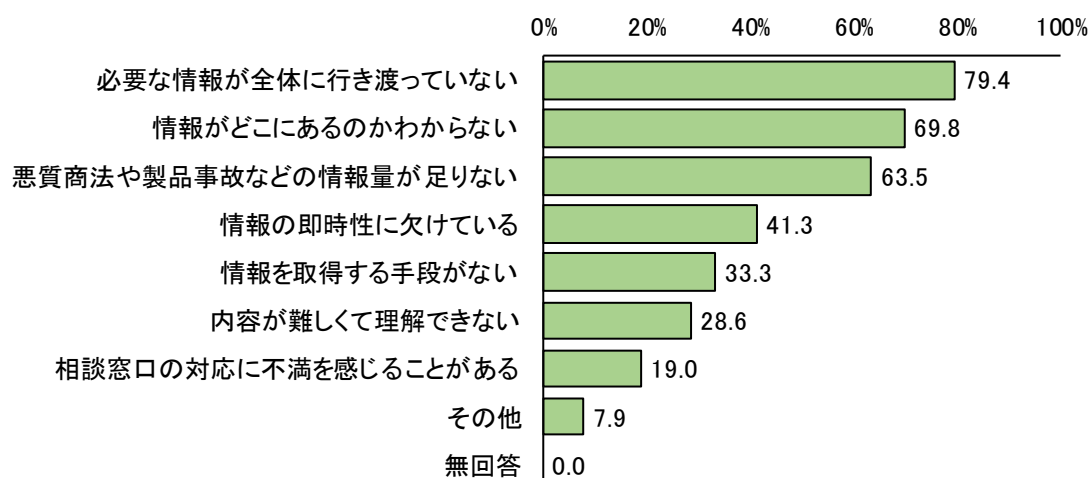
(3) 消費者行政に不満を感じる点

問34で「4. どちらかといえば不満」、「5. 不満」と回答した方

問36 どのような点に不満を感じますか。(あてはまるものすべてに○)

消費者行政に不満を感じる点では、「必要な情報が全体に行き渡っていない」が79.4%で最も多く、次いで「情報がどこにあるのかわからない」が69.8%、「悪質商法や製品事故などの情報量が足りない」が63.5%、「情報の即時性に欠けている」が41.3%、「情報を取得する手段がない」が33.3%となっています。

(n=63)



第2章 調査結果

性別では、男女ともに「必要な情報が全体に行き渡っていない」が最も多くなっています。

世代別では、40歳代は「情報源がどこにあるのかわからない」が多く、50歳代は「必要な情報が全体に行き渡っていない」、60歳代は「悪質商法や製品事故などの情報量が足りない」など傾向に違いがみられます。

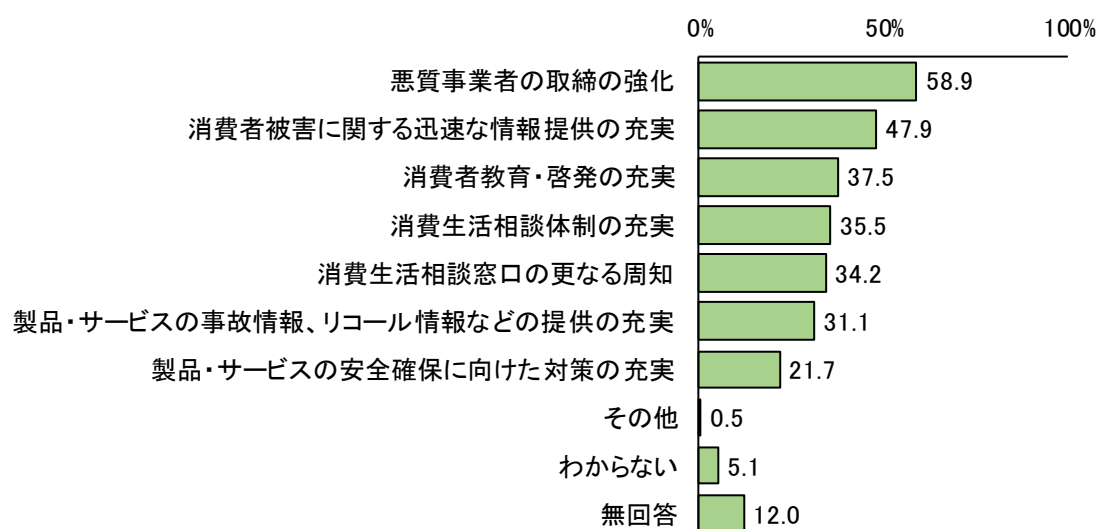
	必要な情報が全体に行き渡っていない	情報がどこにあるのかわからない	悪質商法や製品事故などの情報量が足りない	情報の即時性に欠けている	情報を取得する手段がない	内容が難しく理解できない	相談窓口の対応に不満を感じることがある	その他	無回答
全体(n=63)	79.4	69.8	63.5	41.3	33.3	28.6	19.0	7.9	0.0
男性(n=33)	81.8	72.7	57.6	42.4	39.4	33.3	21.2	9.1	0.0
女性(n=28)	75.0	67.9	67.9	42.9	28.6	21.4	10.7	7.1	0.0
答えたくない(n=1)	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0
10歳代(n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=3)	100.0	66.7	100.0	33.3	100.0	0.0	0.0	33.3	0.0
30歳代(n=4)	50.0	25.0	25.0	25.0	0.0	50.0	50.0	25.0	0.0
40歳代(n=16)	87.5	93.8	62.5	50.0	37.5	18.8	25.0	6.3	0.0
50歳代(n=10)	90.0	50.0	60.0	60.0	30.0	40.0	20.0	10.0	0.0
60歳代(n=11)	72.7	81.8	90.9	45.5	36.4	36.4	9.1	9.1	0.0
70歳代(n=12)	83.3	66.7	58.3	41.7	33.3	25.0	8.3	0.0	0.0
80歳以上(n=6)	50.0	66.7	33.3	0.0	16.7	33.3	16.7	0.0	0.0

(4) 消費者問題に対する施策に望むこと

問37 消費者問題に対する施策に望むことは何ですか。(あてはまるものすべてに○)

消費者問題に対する施策に望むことは、「悪質事業者の取締の強化」が58.9%で最も多く、次いで「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」が47.9%、「消費者教育・啓発の充実」が37.5%、「消費生活相談体制の充実」が35.5%、「消費生活相談窓口の更なる周知」が34.2%となっています。

(n=608)



第2章 調査結果

性別では、男女ともに「悪質事業者の取締りの強化」が多くなっています。性差による傾向の違いはみられませんでした。

世代別では、幅広い世代で「悪質事業者の取締りの強化」が高くなっています。20歳代では「製品・サービスの安全確保に向けた対策の充実」が41.2%とほかの世代と比較して多い傾向にあります。

	悪質事業者の取締りの強化	消費者被害に関する迅速な情報提供の充実	消費者教育・啓発の充実	消費生活相談体制の充実	消費生活相談窓口の更なる周知	製品・サービスの事故情報、リコール情報などの提供の充実	製品・サービスの安全確保に向けた対策の充実	その他	わからない	無回答
全体(n=608)	58.9	47.9	37.5	35.5	34.2	31.1	21.7	0.5	5.1	12.0
男性(n=240)	59.2	46.3	36.7	36.3	30.4	32.5	20.8	0.4	5.4	9.6
女性(n=359)	59.3	49.0	38.2	35.1	37.3	30.4	22.0	0.3	5.0	12.8
答えたくない(n=4)	25.0	75.0	50.0	75.0	25.0	50.0	75.0	25.0	0.0	25.0
10歳代(n=3)	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	66.7	100.0	0.0	0.0	0.0
20歳代(n=34)	47.1	38.2	35.3	23.5	23.5	38.2	41.2	2.9	8.8	8.8
30歳代(n=69)	62.3	44.9	36.2	34.8	40.6	40.6	23.2	1.4	1.4	7.2
40歳代(n=87)	70.1	58.6	49.4	39.1	42.5	35.6	29.9	1.1	2.3	6.9
50歳代(n=67)	62.7	61.2	43.3	40.3	35.8	35.8	19.4	0.0	3.0	6.0
60歳代(n=103)	65.0	51.5	31.1	35.9	30.1	28.2	18.4	0.0	4.9	11.7
70歳代(n=146)	54.1	40.4	35.6	32.9	37.0	26.0	16.4	0.0	5.5	16.4
80歳以上(n=98)	50.0	42.9	34.7	37.8	26.5	24.5	17.3	0.0	10.2	18.4

第3章 自由記述

第3章 自由記述

性別	年齢	地域	記述
男性	20 歳代	小山地区	この組織の目的がわからない。何の為にあるのか、どのようなサービスやメリットがあるのかが不明確。よって住人の多数は何も知らない状況であると思われる。もっと分かりやすく目にとまるような広告活動やアピールをしていかないと良い組織、サービス向上には至らない。
男性	20 歳代	大谷地区	基本的には自己責任（違法なものを除く）なので、あまり手間や税金を使いすぎるのもどうかと思う。悪質商法に限らず学業や仕事に使える知識を含め、知らない事などを自分から調べるクセをつける事が重要だと思う。インターネットを積極的に活用できる人になる必要がある。相談窓口の周知はもっとしてもいいと思う。（自治体の窓口、国の窓口ともに）
女性	20 歳代	小山地区	ネット社会がすすんでいるので取り締まるのは大変かもしれませんが、ネットが発達してしまったからこそ、人とのつながりが大切なのではないのでしょうか？わかりやすい発信、土曜日に講演など。
女性	20 歳代	大谷地区	特殊詐欺などが多く起こっている為、一人でも多くの方々を助けられるような取り組みをしていってほしいです。
男性	30 歳代	小山地区	まず知ってもらい、教え、考えさせなければ被害は減らないと思います。大多数の人が自分には関係ないと思っていると思います、自分も含めてですが。アンケートに回答するに際し、色々考えさせられました。良い機会になったと思います。ありがとうございました。
男性	30 歳代	間々田地区	アンケートが多すぎます。
女性	30 歳代	小山地区	インターネットでパスワードの不正アクセスをされたり、パスワードを盗むために本当にあるサイトそっくりの画面をメールで送ってきたり、クレジットカード不正利用の詐欺の手口が巧妙で騙されそうになります。悪質なサイトなど実例をあげて情報提供していただくとありがたいです。
女性	30 歳代	小山地区	何か困ったことがあると、すぐインターネットで調べ、人の力はあまり借りないようにしがちです。（若年層はそういう傾向にあると思うのですが）なのでネットでの周知活動が若者には有効なのだと思います。（サジェスト上位に消費生活センターの情報が出るようにする。メールで質問できるようにするなど）
男性	40 歳代	小山地区	今は自治会誌などでも小山市消費生活センターの記事が目立たない所にあり、探さないと見つからない状態なので、小山市消費生活センターの記事を読み始めの位置に書くなどして無意識に目に入る位にしてほしいです。
男性	40 歳代	小山地区	情報提供、開示、公表。消費者トラブルや架空請求の業者名、TEL等を公表し注意喚起する。

性別	年齢	地域	記述
男性	40 歳代	間々田地区	小山ケーブルテレビに詐欺まがい行為をされた。小山市が関わっている事業でこのようなことがあってはならない。 ①東京等のローカル局も放映予定と言ってケーブルテレビを契約させたが実現せず。②0285 から始まる電話番号を付与予定と言って IP 電話を契約させたが実現せず。③指摘しても知らぬ存ぜず。④許可してないのに勝手に敷地へ立ち入りケーブルを切断。悪質セールスです。とんでもない話です。許せません。
男性	40 歳代	間々田地区	・自治会や老人クラブで講演会を開催しても理解してないと思うので、70 才未満の若い老人の教育の強化と、日々変わる悪質業者の手口を小・中・高と教育していく。 ・悪質業者の刑事罰の強化（罰が軽いから同じ犯罪を繰り返す）
男性	40 歳代	間々田地区	問題になる前に防止する措置を行なってほしい。
女性	40 歳代	大谷地区	・インターネットをよく利用しているが、インチキなサプリメント、やせ薬広告を取り締まってほしい。やせた写真やロコミがヤラセで医学的におかしいのに、ほとんど野放しになっている。 ・スーパーの惣菜等の原産国表示がないので、要求があればこの食品業者から買って元々どこの会社が加工し原料をどこから買った等トレーサビリティがとれるようにしてほしい。
男性	50 歳代	小山地区	自治会や老人クラブ等での啓蒙活動（替え歌で老人ホームなどを回っていたバンドさん等をお手伝いしたことがある。おじいちゃん、おばあちゃんの意識が向上していましたよ。）
男性	50 歳代	小山地区	ネット社会とはいえ、119、110 番なみに電話番号の周知と 24H 対応できるかに尽きると考えます。
男性	50 歳代	小山地区	まだまだ悪徳商法や特殊詐欺が減りません。一層の啓蒙活動をお願いします。
男性	50 歳代	大谷地区	余りわからない為、説明がほしい。
女性	50 歳代	小山地区	オレオレ詐欺はポスター、CM等の効果により軽減されたと思います。しかし、未だに詐欺被害があります。高齢者に家族がいれば未然に防ぐ対策があるかと思いますが、頼る家族がない人もいるかと思いますが。たった一人の息子だと信じてしまったりするのは。家電や携帯で個人を分別する為の着信者の設定など、高齢者へもっと使い方が伝わると良いと思います。
女性	50 歳代	小山地区	今年 2 月に「マンション賃貸契約」で相談したい案件があったが、平日の窓口に行けず、そのままになってしまった。「働き方改革」ではあるが、相談者のことも考えていただけるとありがたい。「生命保険」の契約についても相談できるのでしょうか？セールスが「ぐいぐい」くる感じで断れない。

第3章 自由記述

性別	年齢	地域	記述
女性	50 歳代	大谷地区	自分では被害にあったことはないが、多くの人々に啓発や講演など知ってもらえるといいと思います。
女性	50 歳代	間々田地区	このアンケートに記入する事により、悪質商法の種類の多さに驚きました。小山市の2,000人にアンケートするのではなく、各家庭にアンケートが届けば家族で話し合う良い機会になると思います。小山市、頑張ってください！
男性	60 歳代	小山地区	市民に対して現状以上のアピールを行い、いろいろな場所での講習を実施してください。
男性	60 歳代	小山地区	悪質業者の企業名公表
男性	60 歳代	小山地区	よく電話営業（インターネットが安くなる、外壁の塗装安くやります）等、電話があるが、商品（物）の見えない電話での営業は嫌いなので、すべて断っている。インターネット使用料が安くなるとの勧誘はまったくの嘘で決して安くはならない。注意喚起してください。
男性	60 歳代	小山地区	<ul style="list-style-type: none"> ・NTTドコモから、光回線を契約すると安くなると電話で言われ契約したが、後日調べたら現契約より高くなったため、工事直前で契約を破棄した。 ・三井住友カードから電話があり、“まいペイすりボ”を契約すると、2,000円の商品券を支給すると言われたが、詳しく問いつめると金利がかかることが分かり断った。 ・自宅の電話番号をNTTの電話帳に掲載をやめたら迷惑電話がなくなった。
男性	60 歳代	大谷地区	固定電話を返却して携帯のみにしたら迷惑電話がなくなった。携帯ならば自分で現在は管理できている。
男性	60 歳代	桑地区	いまだに新聞等の売り込み（態度が悪い）があります。
女性	60 歳代	小山地区	以前、相談に伺ったとき、あたたかく対応していただきました。感謝しています。そちらに伺うのは「恥」と思いがちです。今後ともあたたかい対応を希望します。お世話になります。
女性	60 歳代	小山地区	「おいしい話は注意！」気をつけて生活しています。
女性	60 歳代	小山地区	幸いこの歳まで被害に遭ったことはありませんが、連日、新聞・TV等で被害者がおられること、何で？何でと思ってしまう。どうしたら防げるのでしょうか。
女性	60 歳代	間々田地区	こんなトラブルあるんだと知るのテレビです。友達から聞くこともありますが、もっと身近に相談する人がいるといいですね。年をとると家から出る機会が減ります。人とのふれ合いも少なくなります。近くのスーパー、ショッピングモールなど、小スペースで話していただけるのも良いのではと思います。

性別	年齢	地域	記述
女性	60歳代	中地区	もっともっと情報がほしい。スマホや携帯でなく市とともに消費者生活センターのPRをしてほしい。
女性	60歳代	桑地区	行政は市民の困りごと相談の件数の多い中、窓口では丁寧に相談に乗り対応してくれている。また、無料の行政相談に継いでいる。頭が下がる。
男性	70歳代	小山地区	年金生活なので安い物とか安全なのか見ながら自分なりにやっている。
男性	70歳代	大谷地区	悪質事業者に対する罰則が軽すぎる。
男性	70歳代	大谷地区	業者からの相談員が買収されないように横、縦のつながりを具体的に実施する（良くある真実）
女性	70歳代	小山地区	小山市消費生活センターがあることさえ知らない人や活用方法を知らない人等多いと思いますので、どんどん色々な場で啓発活動をお願い致します。
女性	70歳代	小山地区	今のところは不満などないので、今以上に充実させて行ってほしいと思います。
女性	70歳代	小山地区	消費生活、消費者行政について正直あまり分らなかったです。
女性	70歳代	小山地区	70代になると判断力も衰えます。アンケートに関して不確かな面もありますので、もう少し若い方達の意見をお聞きください。
女性	70歳代	小山地区	集合住宅に住んでいる人は回覧板も回ってこないし、広報おやまも読む事もないので、悪質商法の事も情報がわからない。
女性	70歳代	大谷地区	弱者知識不足の者に助かります。ご健康に気を付け頑張ってください。
女性	70歳代	間々田地区	電話に出ないこと
女性	70歳代	間々田地区	ことわざ辞典を開けば古今東西の色々な言葉がありますが、今は「世に盗人の種は尽きまじ」がピッタリです。行政も大変でしょうが頑張ってください。
女性	70歳代	間々田地区	最近では家にいると訪問で色々言うてくる事が多くて自分自身でも注意はしているが、いつひっかかるか不安。
男性	80歳以上	小山地区	問31、問32の回答方法がわからない。
男性	80歳以上	大谷地区	これまでの生活で消費生活のトラブルがなかったので、消費者行政に関心がなかった様に思います。これからも注意してトラブルのない生活をしていきたいと思います。
男性	80歳以上	間々田地区	広報おやまをより活用し事例と対策など、情報提供は周知の方法かと思っています。頑張ってください。
女性	80歳以上	小山地区	悪質事業者が多く、セールスなどもよく見られるのが現実であると思う。消費者として信頼できる業者を見つけるのが難しい。（リフォーム改築など）
女性	80歳以上	小山地区	やはり身近なところでの話し合いが一番わかりやすいし、又、高齢になってきたので小講演会を開いてほしいなと思っています。よろしく。

第3章 自由記述

性別	年齢	地域	記述
女性	80歳以上	小山地区	高齢者の消費生活に対応する代行業のサポート。
女性	80歳以上	間々田地区	皆さんは大なり小なりトラブルがあっても消費者センターになかなか相談しない人が多い。
女性	80歳以上	間々田地区	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者向けに詳しく説明していただける場をたびたび実施してほしい。 ・講話を聞いた時は気をつけようと思っけていても、何日かすると(期間があくと)忘れがちになりやすい気がするから、常に気をつけられるようにしていきたい。 ・現地域では生き生きふれあい活動や老人会等の集いに講演会を開いてくれているので安心できています。 ・住みよい地域になるようよろしくご指導くださいますようお願いいたします。
女性	80歳以上	豊田地区	高齢のため何事も慎重に考え、安易な行動はとらないよう日頃心がけて生活しております。市でもいろいろとご指導くださり、ありがたく思っております。
女性	80歳以上	桑地区	86才にこんな複雑な質問しても漢字すら読めないし、ましてや内容を理解できないので私が代筆しましたが、母は全く買い物、外出もしないし電話も出ないし玄関もカギをかけているので、外との接触はデイサービスのみです。年配者の場合、何かの集まりで直接聞いたり質問してみるのがいいと思います。字なんて(こんな細かいもの)読みませんから。

資料編 調査票

小山市消費生活基本計画に係る アンケート調査

日頃から、消費生活行政の推進にご協力をいただきましてありがとうございます。

さて、小山市では、消費者としての権利の尊重と消費者の自立を支援し、消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、平成28年度から令和2年度までの5ヵ年を計画期間とする「小山市消費生活基本計画」を策定いたしました。以降も引き続き、消費者に対し、更なる計画的な自立支援を行っていくための「第2次小山市消費生活基本計画」の策定を予定しております。

本計画の策定にあたり、市民の皆様から広くご意見を反映させるため、アンケート調査を実施いたしますので、ご多忙中とは存じますが、ご協力いただけますようよろしくお願い申し上げます。（アンケートの所要時間は15分程度です。）

調査は、本市に住所がある18歳以上の方、2,000人を無作為に抽出させていただき、ご回答をお願いするものです。

調査は、無記名でお答えいただき、皆様からのご回答は、統計的に処理いたします。また、ご回答いただきました結果は、十分な注意をもって取り扱い、他の目的に使用することはありません。

つきましては、ご多忙のところ大変恐縮ですが、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。なお、調査結果につきましては、市ホームページ等で公表いたします。

令和元年8月

小 山 市 長

（小山市市民生活部生活安心課
（小山市消費生活センター）

【調査票のご記入にあたって】

- この調査は、あて名のご本人が、ご自身のお考えでご記入ください。
- 調査票に直接、鉛筆、又は黒のボールペンなどではっきりとご記入ください。
- お答えは、あてはまる回答の番号を「○」で囲んでください。
また、「その他」をお選びになった場合は、その後ろにある（ ）の中に具体的な内容をご記入ください。

【回答期限】

- ご記入が終わりましたら、**9月20日（金）**までに同封の返信用封筒に入れ、切手を貼らずに郵便ポストにご投函いただきますようお願い申し上げます。

【お問い合わせ先】

市民生活部生活安心課

〒323-8686 小山市中央町1-1-1

TEL 0285-22-9282

FAX 0285-25-8301

小山市消費生活センター

〒323-0827 小山市神鳥谷931-3

TEL0285-22-3711

◎あなたご自身のことについて

F1～F6は集計・分析の基礎となる項目ですので、全てご回答いただきますようお願いいたします。

F1 あなたの性別を、お聞かせください。(いずれか1つに○をしてください)

1 男性	2 女性	3. 答えたくない
------	------	-----------

F2 あなたの年齢は、おいくつですか。(いずれか1つに○をしてください)

1 10歳代	2 20歳代	3 30歳代	4 40歳代
5 50歳代	6 60歳代	7 70歳代	8 80歳以上

F3 あなたの主なご職業は何ですか。(いずれか1つに○をしてください)

1 自営業	2 会社員	3 公務員・団体職員
4 農林漁業	5 パート・アルバイト	6 家事専業
7 学生	8 無職	9 その他()

F4 あなたのご家族(同居)の構成は、どれですか。(いずれか1つに○をしてください)

1 ひとり暮らし	2 夫婦のみ
3 二世帯世帯(あなたの世代と親)	4 二世帯世帯(あなたの世代と子)
5 三世帯世帯	6 その他()

F5 あなたのお住まいはどの地域ですか。(いずれか1つに○をしてください)

('大行寺」「栗宮」「喜沢」「立木」は2地区に分かれていますので、ご注意ください。)

1 小山地区	岩木町、花垣町、本郷町、城山町、中央町、宮本町、八幡町、天神町、神明町、 駅東通り、城北、稲葉郷、小山、神島谷、外城、駅南町、三幸、神山、東城南、 西城南、栗宮1～2丁目、大行寺(894～1385)、喜沢(1475～1497-3)、 立木(511～552、1080～1113、1261～1410、1424～1427、1431 ～1979)
2 大谷地区	城東、土居、犬塚、中久高、塚崎、横宮新田、横宮、向原新田、 雨ヶ谷新田、雨ヶ谷、田間、武井、東野田、南利索、雨ヶ谷町
3 間々田地区	間々田、千駄塚、栗宮、西栗田、東栗田、南飯田、平和、乙女、桃、東間々田、 美しが丘、南乙女
4 生井地区	瀬戸、楢木、生良、上生井、下生井、白鳥
5 寒川地区	鏡、押切、中里、寒川、迫間田
6 豊田地区	大本、小岩、黒本、島田、浪井、荒井、立木、幸島、今里、上初田、松沼、小栗
7 中地区	南小林、上泉、下泉、井岡、小袋、下河原田、生駒、大川島、下初田
8 穂積地区	下国府塚、上国府塚、上石塚、下石塚、大行寺、萩島、石ノ上、塩沢、間中
9 桑地区	喜沢、三掛川岸、東栗田、飯塚、南半田、羽川、荒川、出井、鉢形、北飯田、 栗山田、豊橋、向野、扶桑
10 縮地区	田川、延島新田、延島、高橋、福良、中島、梁、中河原

F6 普段どのような媒体でニュースや情報を得ていますか。最もよく使うものと2番目、3番目に使うものをお答えください。(①～③のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください)

		新聞	テレビ	ラジオ	インターネット	家族・友人からのクチコミ	その他 ()
① 最もよく使うもの	→	1	2	3	4	5	6
② 2番目に使うもの	→	1	2	3	4	5	6
③ 3番目に使うもの	→	1	2	3	4	5	6

1 消費生活における意識や行動について

問1 あなたは、商品やサービスを選ぶとき、以下の項目をどの程度意識しますか。(①～⑬のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください)

商品やサービス選択時の影響要因	常に意識する	よく意識する	たまに意識する	ほとんど・全く意識しない
① 価格	1	2	3	4
② 品質・機能	1	2	3	4
③ 安全性	1	2	3	4
④ 広告	1	2	3	4
⑤ 販売方法	1	2	3	4
⑥ 商品表示	1	2	3	4
⑦ ブランド	1	2	3	4
⑧ 評判	1	2	3	4
⑨ 特典（ポイントサービス、景品等）	1	2	3	4
⑩ 購入（利用）時の説明や対応等の接客態度	1	2	3	4
⑪ 苦情や要望に対する対応	1	2	3	4
⑫ 商品やサービスが環境に及ぼす影響	1	2	3	4
⑬ 経営方針や理念、社会貢献活動	1	2	3	4

問2 問1の回答について、あなたはそれを意識することについて誰かから教わったり、教えたりしたことはありますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 教わったこともあるし教えたこともある	(→問3へ)
2 教わったことはないが教えたことはある	
3 教わったことはあるが教えたことはない	(→問4へ)
4 教わったこともないし教えたこともない	

問2で「1」～「3」と回答した方

問3 それはどんな人へ教え、またはどんな人から教わりましたか。「1」と回答した方は両方、「2」と回答した方は教えた人、「3」と回答した方は教わった人を選んで下さい。(当てはまるものすべてに○をしてください)

①教えた人	1 家族・親戚	2 友人・知人	3 地域の人
	4 その他()	5 職場の人	
②教わった人	1 家族・親戚	2 友人・知人	3 職場の人
	4 学校の先生	5 塾や講座などの講師	6 その他()

2 消費者問題全般について

問4 あなたは消費者問題(※1)に関心がありますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 ある(→問5へ)	2 ない(→問6へ)
------------	------------

※1 消費者…自分が生活に必要なものやサービスにお金を払って手に入れる人・個人のこと。

消費者問題…消費者として購入した商品・サービスやその取引をめぐる生じる消費者の被害または不利益の問題。

問4で「1 ある」と回答した方

問5 消費者問題において関心があるものは何ですか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 製品の欠陥や施設・設備の不具合等による事故について
2 食品の安全性について
3 契約について
4 振り込め詐欺や架空・不当請求などの特殊詐欺について
5 悪質商法の手口・対策について
6 生活設計・家計管理について
7 インターネット・スマートフォン(携帯電話を含む)等通信に関するトラブルについて
8 消費者金融やクレジット等による多重債務について
9 その他()

問4で「2 ない」と回答された方

問6 消費者問題に関心がない理由は何ですか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 自分にとって身近な問題ではないと思うから
2 自分がトラブルに遭うことはないと思うから
3 今までに学んだり考えたりする機会がなかったから
4 雖しそう・面倒だから
5 その他()

問7 普段あなたはインターネット(パソコン、携帯電話・スマートフォン、タブレット等いずれも可)を利用していますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 利用している(→問8へ)	2 利用していない(→問12へ)
----------------	------------------

問7で「1 利用している」と回答した方

問8 インターネット利用時に使う機器を全てお選びください。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 ハシコン	2 スマートフォン・携帯電話	3 タブレット	4 その他()
--------	----------------	---------	----------

問7で「1 利用している」と回答した方

問9 あなたは、インターネットによる取引(購入など)をどのくらいの頻度で利用しますか。最も近いものをお選びください。(いずれか1つに○をしてください)

1 ほとんど毎日	2 週に3～5回程度	3 週に1～2回程度
4 月に1～3回程度	5 年に数回	6 年に1回くらい
7 数年に1回程度	8 利用していない	

問9で「1」～「7」と回答した方(インターネットによる購入や取引をしている方)

問10 あなたは、インターネットによる購入や取引時にどのようなことに気を付けていますか。(当てはまるものすべてに○をしてください/「10 特に注意していることはない」を選択した場合は1つだけに○をしてください)

1 有名な大手事業者のサイトやネットショッピングモールを利用する
2 サイトの健全性や事業者の信頼性を確認する
3 返品・交換・解約に応じてもらえるか確認する
4 個人情報に関する安全対策が行われているサイトか確認する
5 購入・取引の内容確認画面を保存する※
6 会社概要など事業者情報を確認する
7 事業者のメールアドレス以外の連絡先を確認する
8 利用規約を読む
9 その他()
10 特に注意していることはない

※インターネットでの入力ミスを防ぐために出てくる確認画面。

問9で「1」～「7」と回答した方(インターネットによる購入や取引をしている方)

問11 あなたは、インターネットによる取引でトラブルや被害に遭ったことはありますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 ある	2 ない
------	------

問12 あなたは、インターネットで商品等を購入するときの注意点について、アドバイスを受けたことがありますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 ある(→問13へ)	2 ない(→問14へ)
-------------	-------------

問12で「1 ある」と回答した方

問13 それはどこで受けましたか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 学校	2 市役所・消費生活センター	3 家庭
4 職場	5 自治会	6 友人・知人
7 その他()		

問14 次のような「悪質商法」と呼ばれるものについて、勧誘された経験と被害に遭った経験の有無をお答えください。(①～⑫のそれぞれについて、勧誘された経験と被害に遭った経験をお答え下さい。)

悪質商法の名称と手口(一例)	勧誘された経験		被害に遭った経験	
	ある	ない	ある	ない
① 架空(不当)請求 メールやSMS(ショートメッセージサービス)※、はがきなどで身に覚えのない料金を請求される。「法的措置を取る」などと言って不安をあおる。 ※携帯電話同士で電話番号を宛先にしたメッセージのやりとり	1	2	1	2
② サイドビジネス(内職)商法 メールやSNS(ソーシャルネットワークサービス:LINEやFacebookなど)で、「簡単にもうかる方法がある」などと勧誘し、高額なマニュアル等を売りつける。マニュアルを実行しても、収入はほとんど得られず支払いだけが残る。	1	2	1	2
③ 点検商法 「無料で家の点検をします」等と言って家の中や屋根等を点検し「修理をしないと家が壊れる」などと言って不安をあおり、「火災保険等で負担なく修理ができる」等と勧誘し、契約させる。結果、高額な修理費を負担することとなる。	1	2	1	2
④ SF(催眠)商法 閉め切った会場等に人を集め、格安の商品販売から始めて会場の雰囲気盛り上げ、最終的には非常に高額な商品売りつける。	1	2	1	2
⑤ 無料商法 「無料招待」「無料サービス」「無料体験」など、「無料」をうたい文句にして人を集め、高級な商品やサービスを売りつける。	1	2	1	2
⑥ 利殖(りしょく)商法 「高配当」「確実にもうかる」などと利益ばかりを強調し、金融商品などを勧誘する。	1	2	1	2
⑦ 訪問購入(押し買い) 「不用品を買い取る」などと言って訪問し、「貴金属はないか」と言って、相場より極端に安い値段で強引に買い取る。	1	2	1	2
⑧ 買え買え詐欺 虚偽の業者が登場し、未公開株、社債、老人ホーム入居権、ダイヤモンドなど、さまざまな商品や権利をかうように勧誘する。	1	2	1	2
⑨ マルチ商法 商品を販売しながら会員を勧誘すると利益が得られるとして、消費者を販売員にして、会員を増やししながら商品を販売していく商法。利益にならないばかりが在庫や借金が残る。	1	2	1	2
⑩ 当選商法 「当選した」「景品が当たった」「あなただけが選ばれた」等と特別な優位性を強調して近付き、商品やサービスを販売する。	1	2	1	2
⑪ 送り付け商法 洋文ではない商品が宅配便等で送られてくる手口。商品を一方的に送りつけ、消費者が勘違いして代金を支払うことを狙う。	1	2	1	2
⑫ デート商法 出会い系サイトや電話、メールを使って出会いの機会をつくり、恋愛感情を利用し、それにつけ込んで、アクセサリ等の高額な商品を賞わせる商法。	1	2	1	2

問15 あなたは、問14の悪質商法について講演等を受けたことがありますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 ある (→問 16 へ)	2 ない (→問 17 へ)
----------------	----------------

問15で「1 ある」と回答した方

問16 それはどこで受けましたか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 学校	2 市役所・消費生活センター	3 家庭
4 職場	5 自治会	6 友人・知人
7 その他 ()		

問17 あなたは、契約内容や契約条件、その他の商品・サービスに不満や不具合を感じたり、消費者トラブルに遭ったりした際に、どこかに相談したことがありますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 相談したことがある (→問 18・19 へ)
2 相談したことはない (→問 20 へ)
3 不具合を感じたり、トラブルに遭ったことがない (→問 21 へ)

問17で「1 ある」と回答した方

問18 不満や不具合、トラブルの原因となった商品・サービスの販売形態は何ですか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 店舗販売	2 訪問販売・訪問購入(押し買い)
3 通信販売(※2)	4 キャッチセールス(※3)
5 電話勧誘販売	6 アポイントメントセールス(※4)
7 友人・知人からの紹介	8 その他 ()

※2 通信販売…事業者が新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、インターネット等で広告し、郵便、電話、インターネット等の通信手段により申し込みを受ける取引のこと。

※3 キャッチセールス…路上等営業所以外の場所で消費者を呼び止めて営業所等に行かせて契約させること。

※4 アポイントメントセールス…電話や郵便、SNS 等で販売目的を告げずに消費者を呼び出したり、他の人に比べて有利な条件で契約できると消費者を誘って営業所等に呼び出したりして契約させること。

問17で「1 ある」と回答した方

問19 どこへ相談しましたか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 消費生活センター(小山市、県)	2 国民生活センター
3 小山市役所(市民相談など)	4 メーカー、販売店、業界団体等の相談窓口
5 保健所等	6 弁護士や司法書士
7 警察	8 家族・親戚
9 自治会	10 友人・知人
11 その他 ()	

問17で「2 ない」と回答した方

問20 相談しなかった理由は何ですか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1	相談するほどのことではない(自分で解決できる)と思ったから
2	直倒だったから
3	時間がかかると思ったから
4	お金がかかると思ったから
5	相談しても解決しないと思ったから
6	どこに相談したらよいのかわからなかったから
7	その他()
8	特に理由はない

3 消費者被害の救済及び未然防止について

問21 あなたは、以下の機関や相談窓口等を知っていましたか。(①～⑥それぞれ1つに○をつけてください)

相談窓口及び機関名	知っている	知らなかった
① 小山市消費生活センター	1	2
② 国民生活センター	1	2
③ 消費者ホットライン(188)	1	2
④ 法テラス	1	2
⑤ 弁護士会の法律相談センター	1	2
⑥ 警察相談「#9110」	1	2

問21で「① 小山市消費生活センター」を「1 知っている」と回答した方

問22 「小山市消費生活センター」についてあなたがご存知のことをお選びください。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 「小山市消費生活センター」という名称	2 所在地	3 業務の内容
----------------------	-------	---------

問21で「① 小山市消費生活センター」を「1 知っている」と回答した方

問23 何をきっかけに「消費生活センター」を知りましたか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 消費者ホットライン「188」	2 市の広報紙やチラシ
3 新聞・雑誌・書籍	4 テレビ・ラジオ
5 学校の授業()	
6 地域のイベント()	
7 インターネット	8 家族・親戚
9 公共施設や駅等の掲示物やアナウンス	10 警察等一般相談窓口
11 自治会	12 友人・知人
13 その他()	14 覚えていない

問21で「① 小山市消費生活センター」を「1 知っている」と回答した方

問24 あなたは、消費生活センターでは、消費生活相談員がトラブルの解決に向けてアドバイスすることや、事業者とあっせん交渉を行っていることを知っていましたか。(いずれか1つに○をしてください)

1 知らなかった	2 消費生活相談員がいることは知っていた
3 消費生活相談員による対応の内容を知っていた	

問25 あなたは、購入した商品、利用したサービスにより経済的被害にあった場合、どのくらいの被害金額以上であれば消費生活センターに相談しますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 ()円 以上 ※金額をご記入ください	
2 金額に関係なく相談する	3 金額に関係なく相談しない

問26 消費生活センターの役割についてあなたが知っていることを以下から選んで下さい。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 相談員が消費者と事業者との間に入り、事業者とのあっせん交渉を行う。
2 消費者トラブルについてのアドバイスをする。
3 消費生活に関する情報を提供する。
4 消費生活センターに寄せられた相談が消費者行政の企画・立案・法律の改正につながる。
5 その他 ()

問27 あなたは、訪問販売や電話勧誘、マルチ商法などの販売方法に対して「クーリング・オフ制度」(※5)があることを知っていますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 制度の内容を含めて知っている	2 名前だけ知っている
3 初めて聞いた	

※5 クーリング・オフ制度…消費者が訪問販売や電話勧誘販売などの不意打ち的な取引で契約したときや、マルチ商法などの複雑でリスクが高い取引を契約した場合などに、一定期間であれば無条件で、契約を解除できる制度。店舗や通信販売での取引については、クーリング・オフできない。

問28 消費者トラブルにあわないための取組として、あなたが効果的だと思う取組を選んでください。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 家庭内での教育や話し合い
2 地域や近所でのつながり
3 各世代の環境に合わせた学校での教育や生涯学習
4 消費生活センターによる消費者問題に関する情報発信
5 消費生活センターが主催する講演会やイベントによる啓発
6 消費生活センターの相談員等が出張して出前講座を開催
7 メール配信による情報提供
8 悪質な勧誘や振り込め詐欺などの電話を遮断する撃退器又は迷惑電話チェッカーの活用
9 その他 ()

4 消費者教育について

問29 あなたは、これまでに消費者教育(※6)を受けたことがありますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 ある(→問30へ)

2 ない(→問31へ)

※6 消費者教育…消費者自らが消費者トラブルに遭わないための教育等を受け、自立することを目指すもの。学校での教育の他に、自治会や家庭での教育なども含まれる。

問29で「1 ある」と回答した方

問30 具体的にどこで教育を受けましたか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 学校	2 市役所・消費生活センター
3 家庭	4 職場
5 自治会	6 友人・知人
7 その他()	

問31 消費生活についての教育を行う場として、「1」～「8」の項目であなたが重要だと思うものはどれですか。最も重要だと思うもの、2番目、3番目に重要だと思うものをそれぞれ1つずつお答えください。

(①～③の項目ごとに1つだけ○をしてください)

消費生活についての教育を行う場	①	②	③
	最も重要だと思う	2番目に重要だと思う	3番目に重要だと思う
1 家庭	1	1	1
2 小学校・中学校	2	2	2
3 高等学校	3	3	3
4 大学・専門学校等	4	4	4
5 職場	5	5	5
6 地域(自治会、老人クラブなど)	6	6	6
7 講習会など	7	7	7
8 その他()	8	8	8

問32 消費者教育の内容として、「1」～「11」の項目であなたが重要だと思うものはどれですか。最も重要だと思うもの、2番目、3番目に重要だと思うものをそれぞれ1つずつお答えください。

(①～③の項目ごとに1つだけ○をしてください)

消費者教育の内容	①	②	③
	最も重要だと思う	2番目に重要だと思う	3番目に重要だと思う
1 スマホやPCなどインターネットのトラブルに関すること	1	1	1
2 悪質商法に関すること	2	2	2
3 振り込め詐欺など特殊詐欺に関すること	3	3	3
4 契約の知識や注意すべきこと	4	4	4
5 クレジットカードの仕組みや利用に関すること	5	5	5
6 金融商品・投資の知識やトラブルに関すること	6	6	6
7 食品や製品の安全と表示に関すること	7	7	7
8 お金の大切さや多重債務・家計管理に関すること	8	8	8
9 クーリング・オフ制度に関すること	9	9	9
10 環境問題に関すること	10	10	10
11 その他()	11	11	11

問33 あなたご自身が消費者トラブルに遭わないために日頃から注意していることはありますか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 本当に必要な取引(契約)かよく考え、必要ないときはキッパリ断る
2 高額なものの契約はその場ですぐ決めないでよく考え、必要に応じ家族や友人に相談する
3 契約書や申込書の内容をよく確認してから契約する
4 約束した事項は契約書に必ず書いてもらう
5 うまいもうけ話には裏があると考え、安易に乗らない
6 クーリング・オフ制度があるかどうかを確認する
7 個人情報の取り扱いには注意している
8 クレジットカードの管理に注意し、計画的に使用している
9 怪しいサイトは見ない、怪しいメールは開かない、知らない連絡先には連絡しない
10 その他()

5 消費者行政について

問34 あなたは、消費者行政(※7)についてどう感じていますか。(いずれか1つに○をしてください)

1 満足している (→問35へ)	2 どちらかといえば満足 (→問35へ)
3 どちらともいえない (→問35へ)	4 どちらかといえば不満 (→問36へ)
5 不満 (→問36へ)	

※7 消費者行政…消費生活センターにおける契約トラブルや消費生活に関する相談のほか、消費者被害の未然防止を目的とする啓発活動や講演会、出前講座の開催などに加え、消費者教育等幅広い分野における行政施策のこと。

問34で「1」～「3」と回答した方

問35 今後どのような啓発に力を入れていった方が良いと思いますか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 小中学校での出前講座	2 自治会や老人クラブでの出前講座
3 市民向けの消費生活講演会	4 街頭での啓発活動

問34で「4 どちらかといえば不満」、「5 不満」と回答した方

問36 どのような点に不満を感じますか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 悪質商法や製品事故などの情報量が足りない	2 情報がどこにあるのかわからない
3 情報の即時性に欠けている	4 必要な情報が全体に行き渡っていない
5 内容が難しく理解できない	6 情報を取得する手段がない
7 相談窓口の対応に不満を感じることもある	8 その他()

問37 消費者問題に対する施策に望むことは何ですか。(当てはまるものすべてに○をしてください)

1 消費者教育・啓発の充実	2 消費生活相談体制の充実
3 消費者被害に関する迅速な情報提供の充実	4 製品・サービスの安全確保に向けた対策の充実
5 製品・サービスの事故情報、リコール情報などの提供の充実	
6 消費生活相談窓口の更なる周知	7 悪質事業者の取締の強化
8 その他()	9 わからない

◎その他、消費生活や消費者行政についてのご意見等がありましたら、ご自由にお書きください。

小山市消費生活基本計画策定に係るアンケート調査
調査結果報告書

発行 令和元年 12 月

編集 小山市市民生活部生活安心課

〒323-8686 栃木県小山市中央町 1-1-1

Tel 0285-22-9282 / Fax 0285-25-8301

URL <https://www.city.oyama.tochigi.jp/>