

消費者問題に関する市民意識調査 結果報告書

【概要版】

【調査の目的】

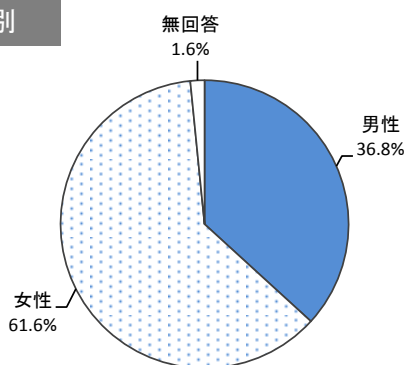
本調査は、市民生活における消費者トラブルの実態や消費者問題に関する意識を把握することで本市消費者行政の課題等を明らかにし、第2期堺市消費者基本計画の策定やより効果的な取組のための基礎資料とすることを目的としています。

【調査方法】

調査の範囲	堺市内全域
対象者	満20歳以上の男女市民 4,500人（回答者：2,020人 回答率：44.9%）
調査方法	郵送法 無記名回答
調査時期	平成26年11月1日～平成26年11月25日

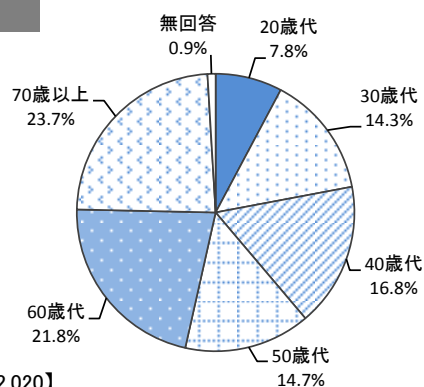
回答者の属性

性別



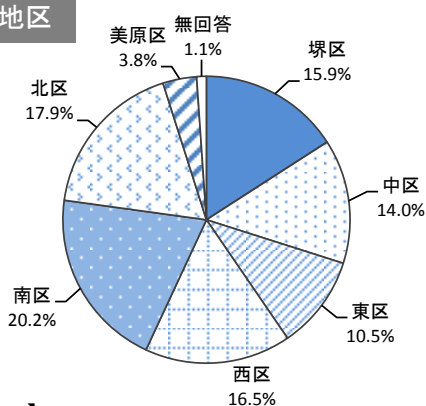
【N=2,020】

年齢



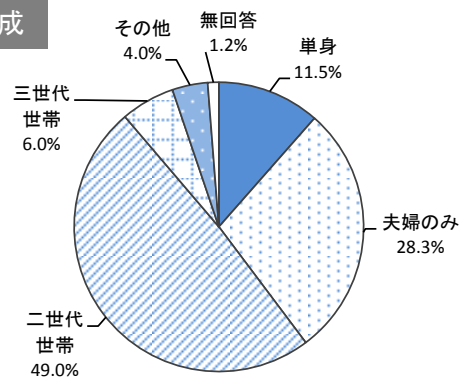
【N=2,020】

居住地区



【N=2,020】

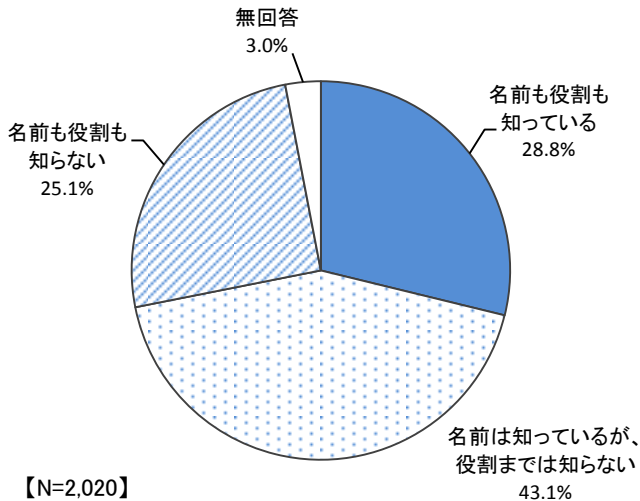
家族構成



【N=2,020】

堺市立消費生活センターを知っていますか。

※以下、堺市立消費生活センターを「消費生活センター」といいます。

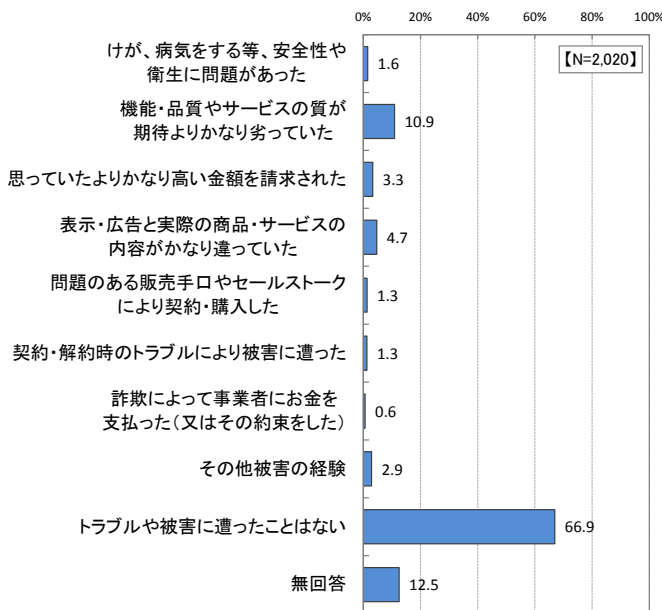


消費生活センターの認知度は、「名前も役割も知らない」が43.1%と最も多く、次いで「名前も役割も知っている」が28.8%、「名前も役割も知らない」が25.1%となっています。

この1年間に購入した「商品」や利用した「サービス」について、以下にあてはまる経験をしたことはありますか。

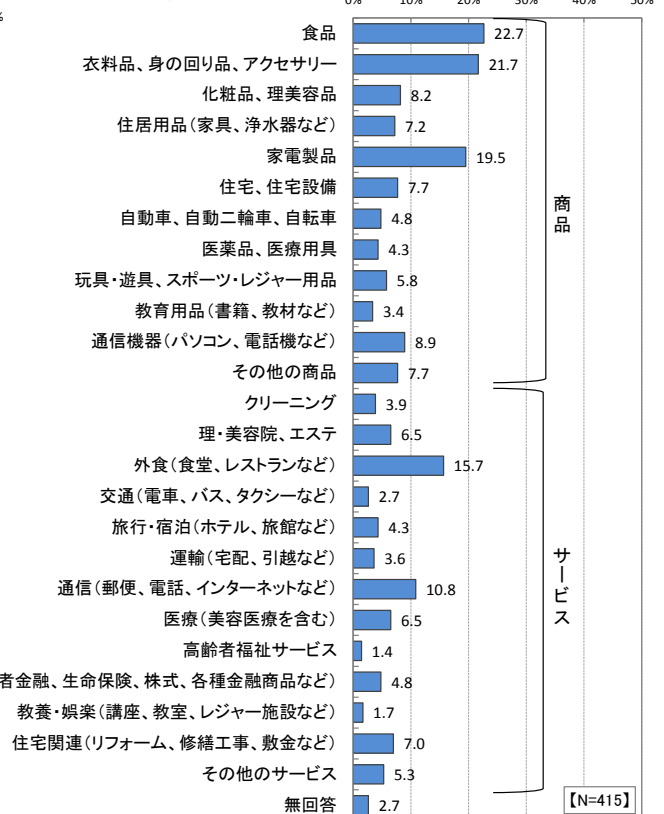
当てはまる経験

※複数回答



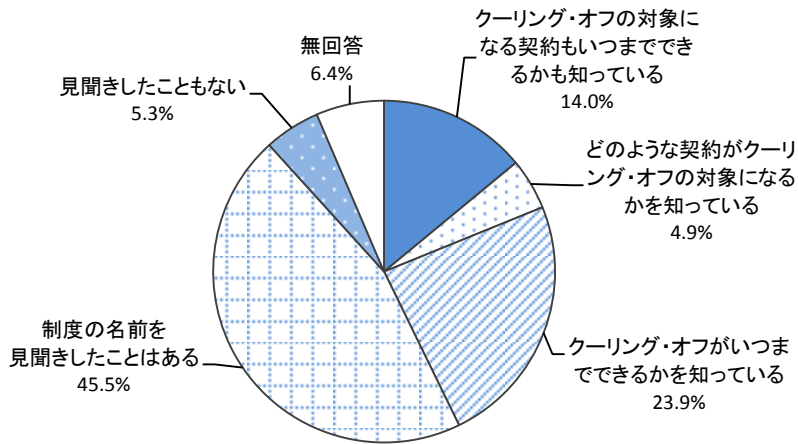
その商品やサービス

※複数回答



この1年間に購入した商品や利用したサービスで、何かしらのトラブルや被害に遭った経験のあるものは、「機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた」が10.9%と最も多くなっています。また、その商品や利用したサービスは、「食品」が22.7%と最も多く、次いで「衣料品、身の回り品、アクセサリ」が21.7%、「家電製品」が19.5%、「外食(食堂、レストランなど)」が15.7%などとなっています。

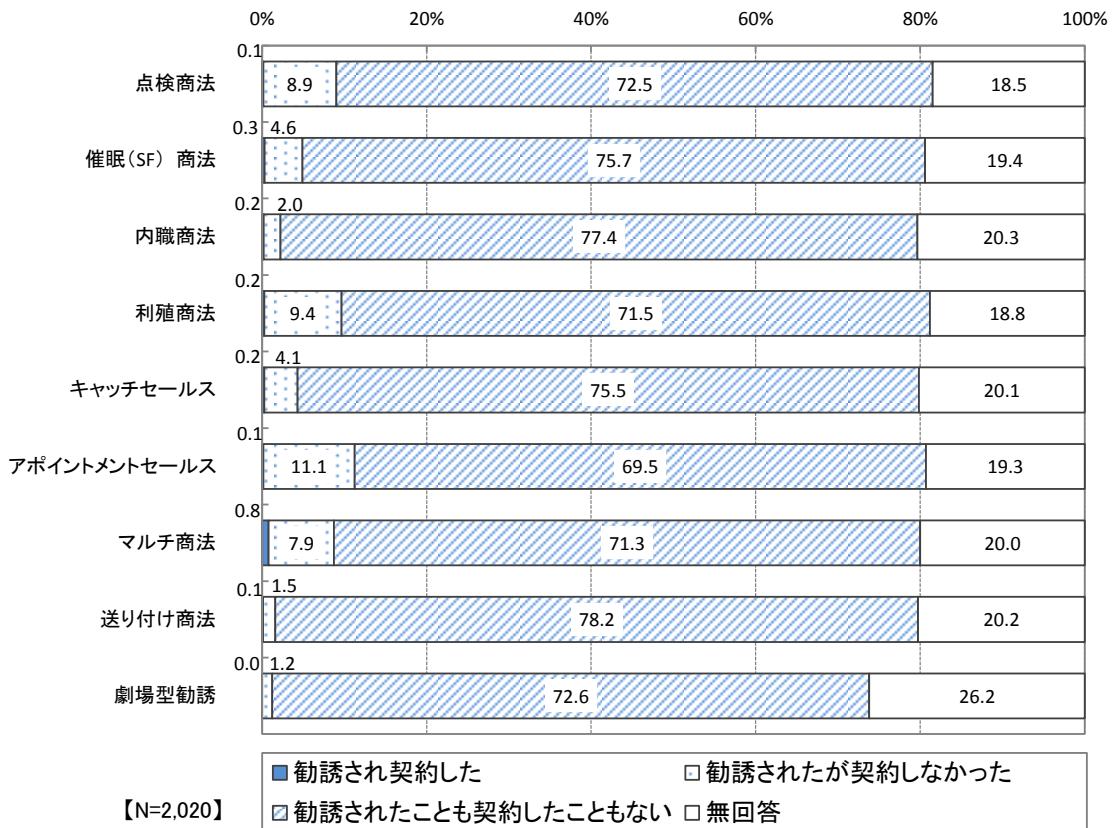
クーリング・オフ制度を知っていますか。



【N=2,020】

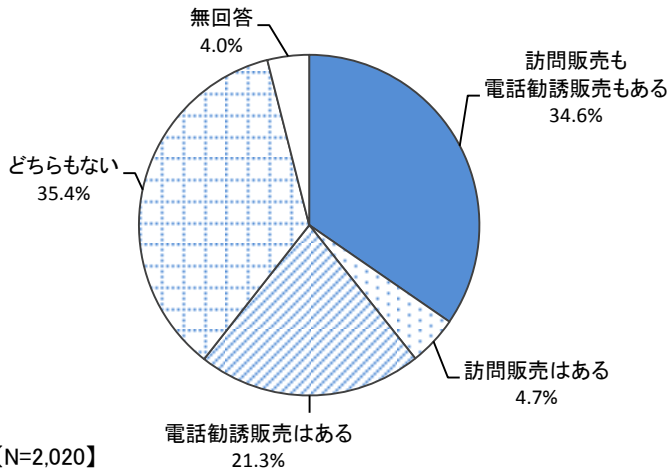
クーリング・オフ制度の認知度は、「制度の名前を見聞きしたことはある」が45.5%と最も多く、次いで「クーリング・オフがいつまでできるかを知っている」が23.9%、「クーリング・オフの対象になる契約もいつまでできるかも知っている」が14.0%などとなっています。

次のような悪質商法について、この1年間に勧誘されたり契約したりしたことはありますか。



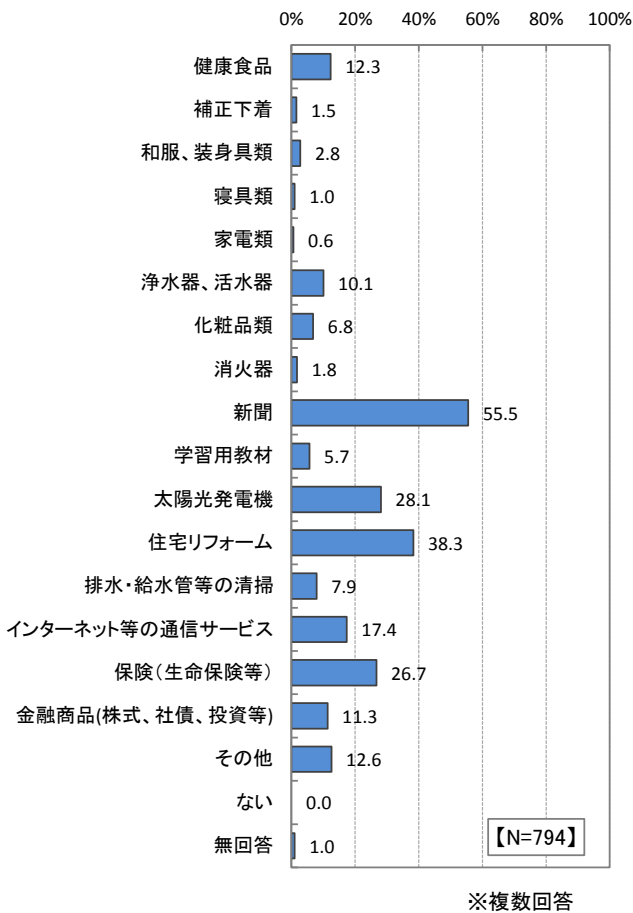
悪質商法について、この1年間に『勧誘された』（「勧誘され契約した」と「勧誘されたが契約しなかった」を合わせた割合）は、「アポイントメントセールス」が11.2%と最も多く、次いで「利殖商法」が9.6%、「点検商法」が9.0%、「マルチ商法」が8.7%などとなっています。

この1年間に、訪問販売や電話勧誘販売で商品やサービスの購入・契約について勧誘されたことがありますか。

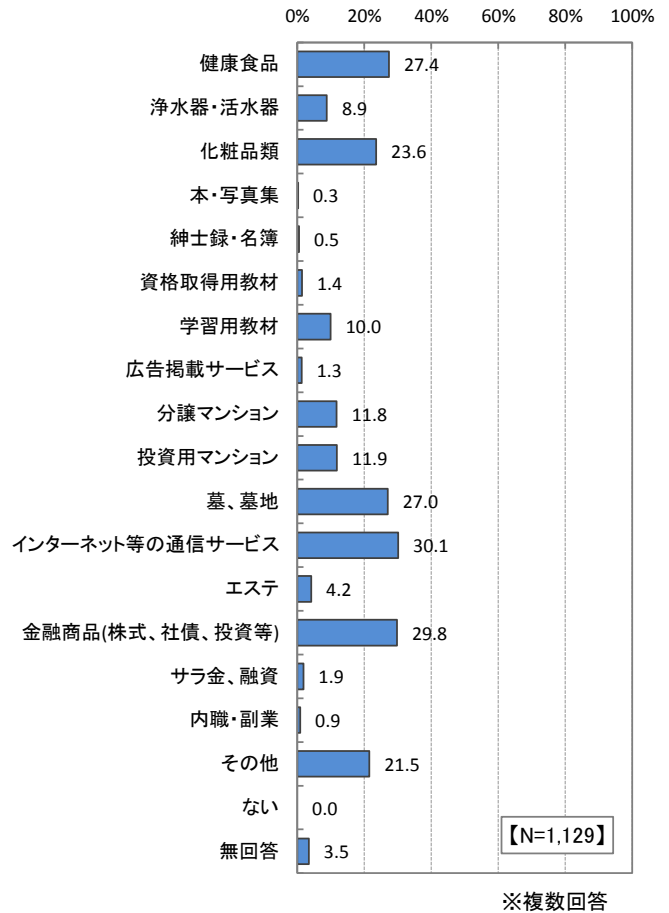


この1年間に、訪問販売や電話勧誘販売で商品やサービスの購入・契約について勧誘された経験の有無は、「どちらもない」が35.4%と最も多く、次いで「訪問販売も電話勧誘販売もある」が34.6%などとなっています。

この1年間に受けた訪問販売

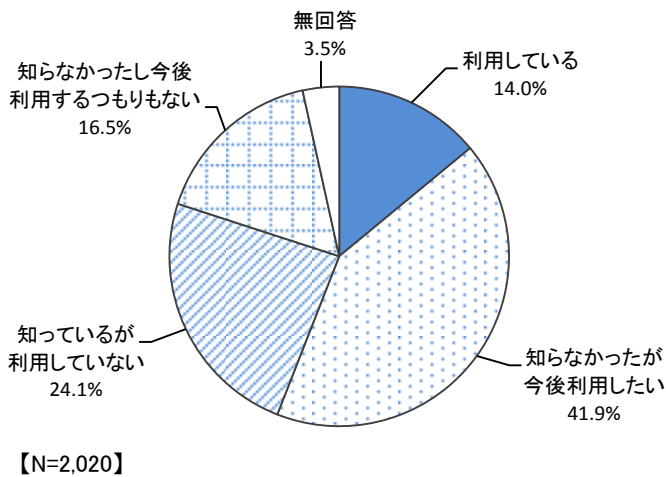


この1年間に受けた電話勧誘販売



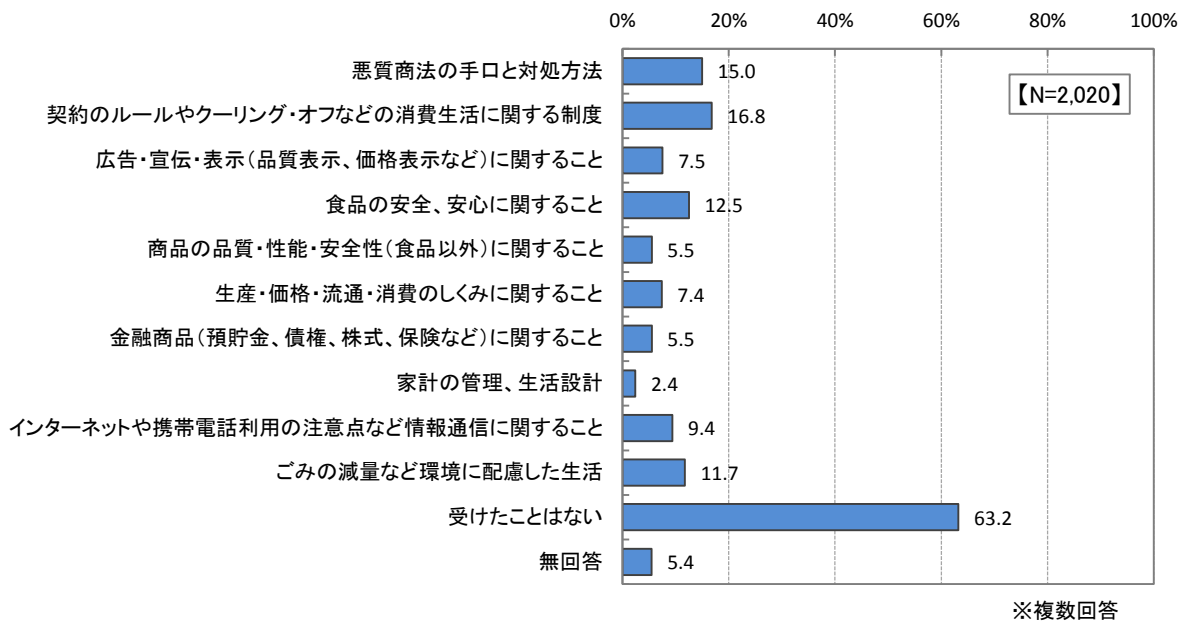
この1年間に訪問販売を受けた商品・サービスは、「新聞」が55.5%と最も多く、次いで「住宅リフォーム」が38.3%、「太陽光発電機」が28.1%などとなっています。
 この1年間に電話勧誘販売を受けた商品・サービスは、「インターネット等の通信サービス」が30.1%と最も多く、次いで「金融商品(株式、社債、投資等)」が29.8%、「健康食品」が27.4%、「墓、墓地」が27.0%などとなっています。

堺市が、望まない訪問販売による消費者被害を防ぐために作成している「訪問販売お断りシール」を利用していますか。



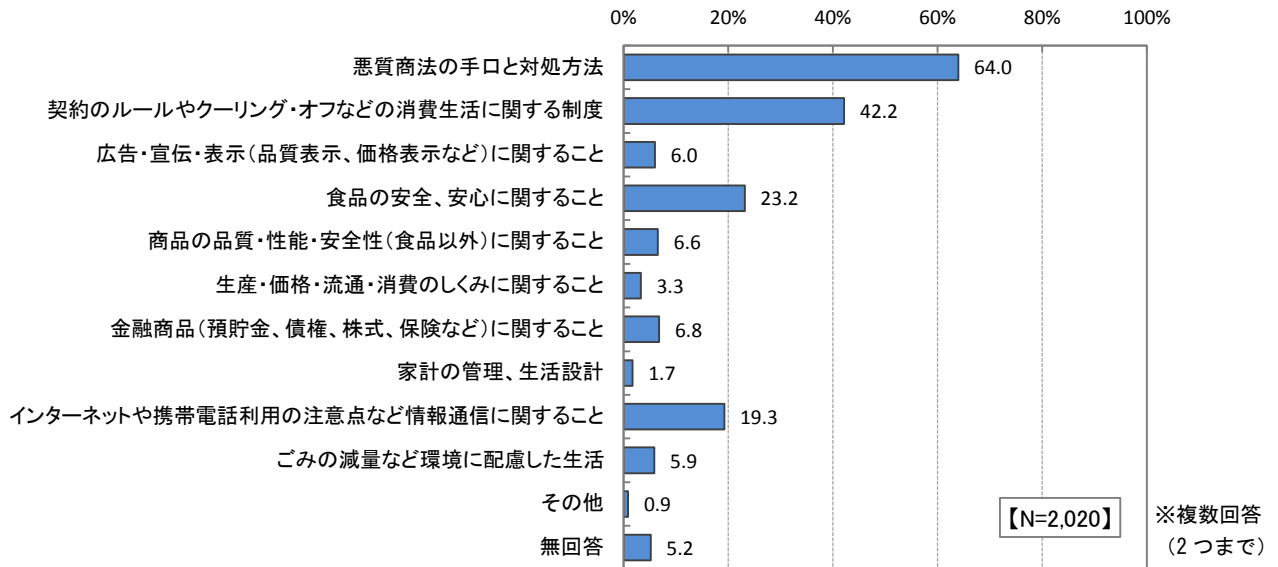
「訪問販売お断りシール」の利用有無は、「知らなかったが今後利用したい」が41.9%と最も多く、次いで「知っているが利用していない」が24.1%、「知らなかったし今後も利用するつもりもない」が16.5%、「利用している」が14.0%となっています。

学校の授業や地域、職場などにおいて、次のような消費者教育を受けたことがありますか。



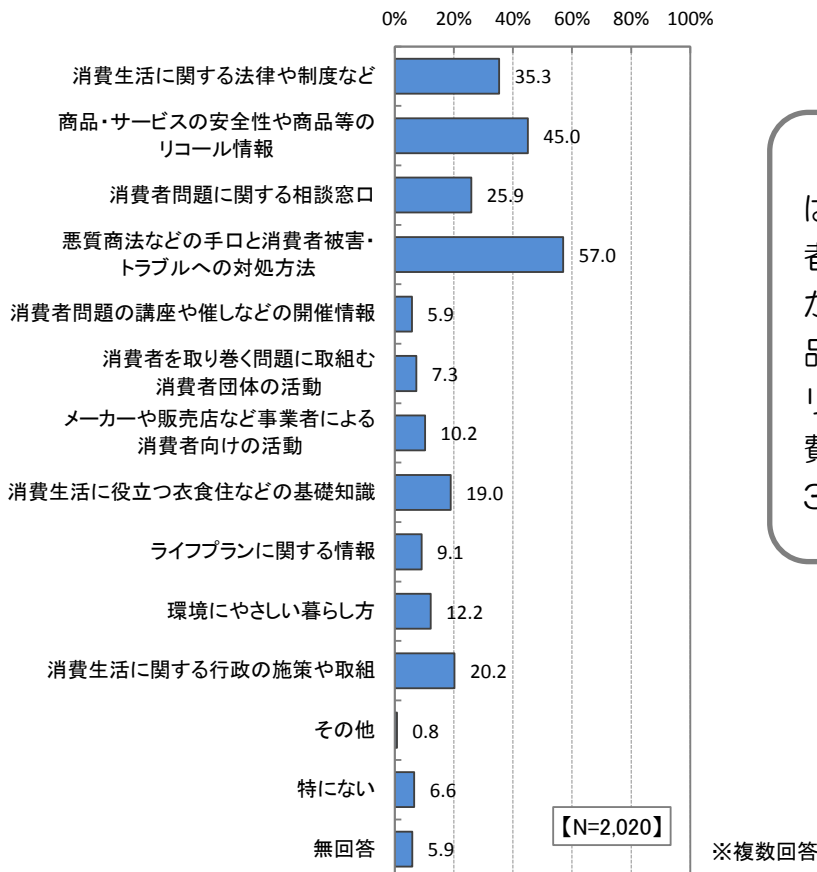
消費者教育を受けた経験は、「受けたことがない」が63.2%と最も多くなっています。受けたことがある分野のなかでは、「契約のルールやクーリング・オフなどの消費生活に関する制度」が16.8%と最も多く、次いで「悪質商法の手口と対処方法」が15.0%などとなっています。

消費者教育について、特に力を入れて取り組む必要があると思う分野はどれですか。



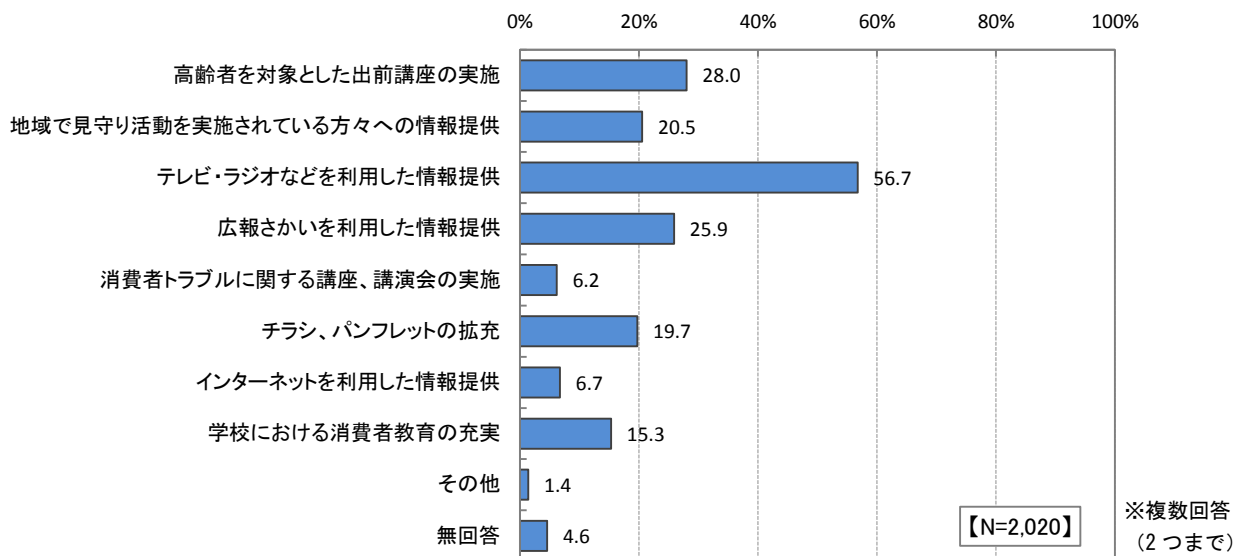
消費者教育について、特に力を入れて取り組む必要があると思う分野は、「悪質商法の手口と対処方法」が64.0%と最も多く、次いで「契約のルールやクーリング・オフなどの消費生活に関する制度」が42.2%などとなっています。

消費生活に関してどのような情報が欲しいですか。



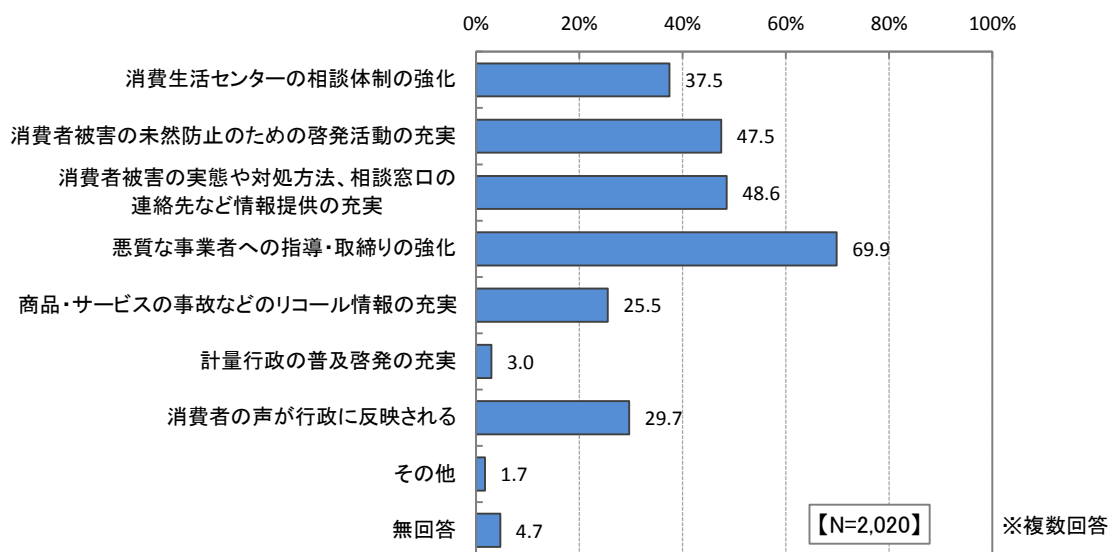
消費生活に関して欲しい情報は、「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法」が57.0%と最も多く、次いで「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」が45.0%、「消費生活に関する法律や制度」が35.3%などとなっています。

消費生活に関する情報を広く周知し、消費者トラブルを防ぐためには、どのようなことが必要だと思いますか。



消費生活に関する情報の周知と消費者トラブル防止のために重要だと思うものは、「テレビ・ラジオなどを利用した情報提供」が56.7%と最も多く、次いで「高齢者を対象とした出前講座の実施」が28.0%、「広報さかいを利用した情報提供」が25.9%などとなっています。

市民の消費生活の安定・向上のために、市の取組として、どのようなことを期待しますか。



消費生活の安定・向上のために、市の取組として期待することは、「悪質な事業者への指導・取締りの強化」が69.9%と最も多く、次いで「消費者被害の実態や対処方法、相談窓口の連絡先など情報提供の充実」が48.6%、「消費者被害の未然防止のための啓発活動の充実」が47.5%などとなっています。

消費者問題に関する市民意識調査 結果報告書

【概要版】

平成 26 年 12 月
堺市立消費生活センター