

消費者問題に関する市民意識調査

結果報告書

堺市 市民人権局
市民生活部 消費生活センター

平成 26 年 12 月

目次

調査の概要.....	1
調査結果.....	3
あなたご自身のことについて.....	4
I. 堺市立消費生活センターについて.....	8
II. 商品やサービスの不満や被害などについて.....	12
III. 問題のある商法などについて.....	27
IV. 訪問販売・電話勧誘販売について.....	47
V. 消費者教育・啓発について.....	64
VI. その他の項目について.....	76
参考資料（アンケート調査票）.....	79

調査の概要

1. 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。

2. 調査の方法

- (1) 調査範囲 堺市内全域
- (2) 対象者 満20歳以上の男女市民 4,500人
- (3) 調査方法 郵送法 無記名回答
- (4) 調査時期 平成26年11月1日～平成26年11月25日

3. 回収率

配布数	回収数（回収率）	白票	有効回収数（有効回収率）
4,500枚	2,023枚（45.0%）	3枚	2,020枚（44.9%）

4. 報告書の見方

- (1) 集計は、小数点第2位を四捨五入して算出しています。そのため、比率の数値の合計が100.0%ちょうどにならない場合があります。
- (2) 回答の比率は、その設問の回答者数「N」を基数として算出しています。複数回答の設問は、すべての比率を合計すると100.0%を超えることがあります。

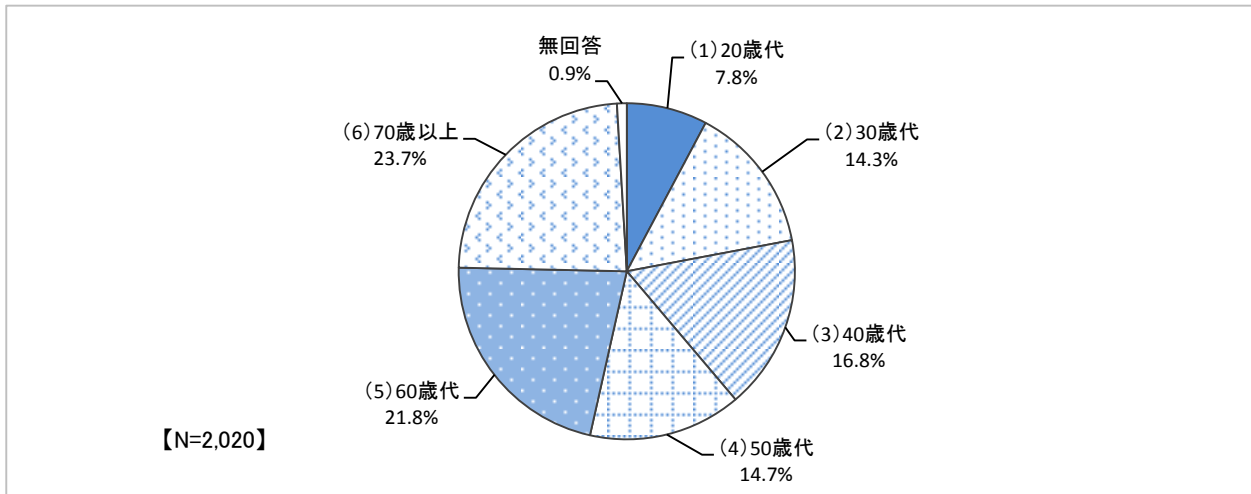
調査結果

あなたご自身のことについて

年齢

回答者の年齢は、「70歳以上」が23.7%と最も多く、次いで「60歳代」が21.8%、「40歳代」が16.8%、「50歳代」が14.7%、「30歳代」が14.3%、「20歳代」が7.8%となっています。

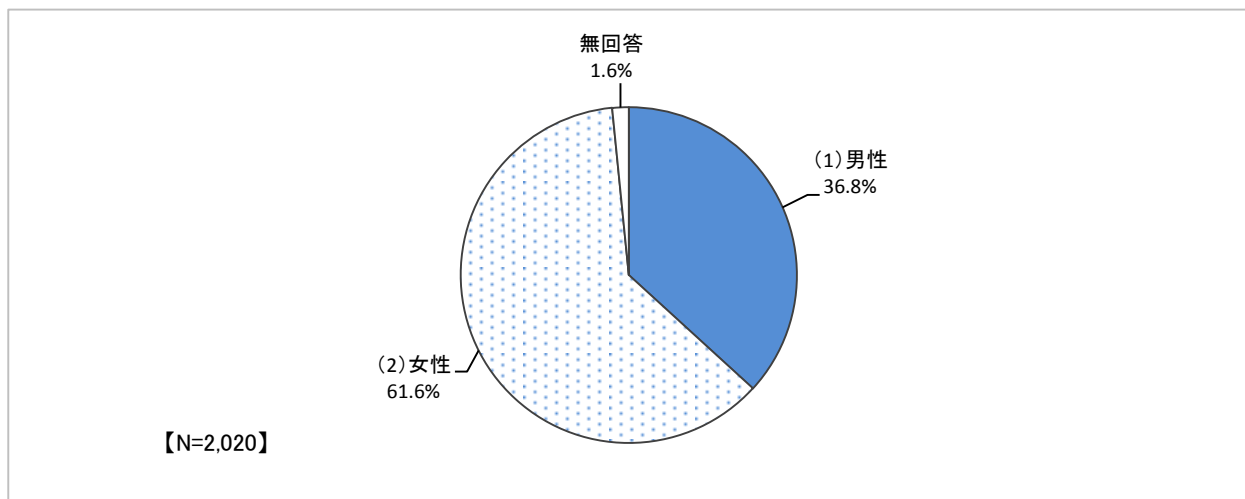
【年齢】



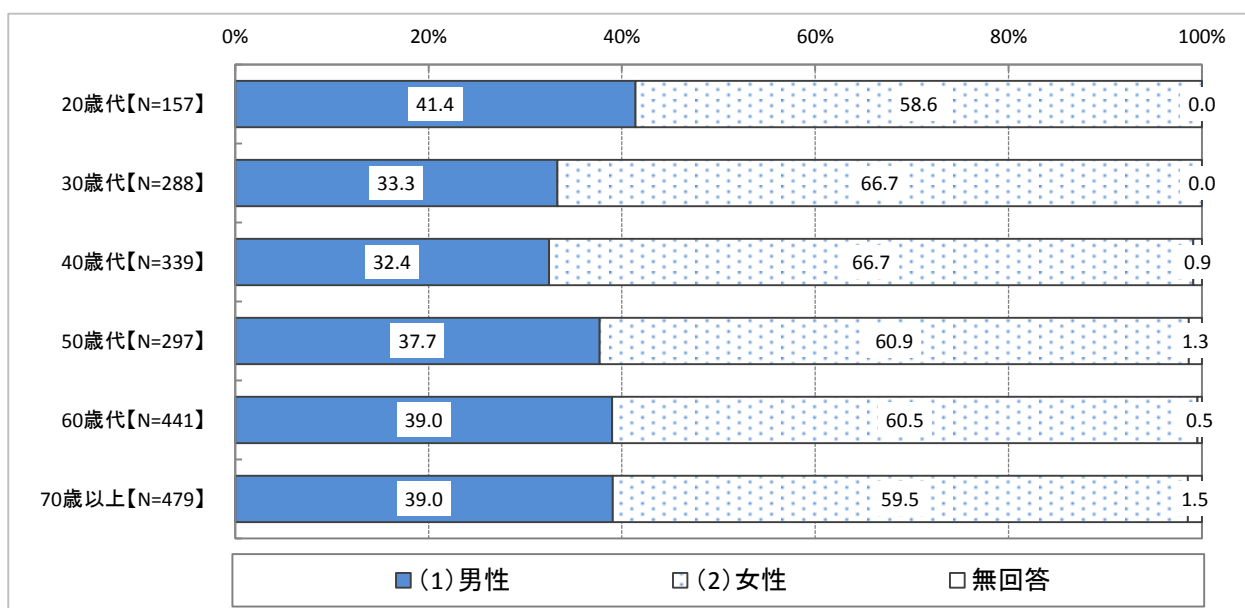
性別

回答者の性別は、「男性」が 36.8%、「女性」が 61.6%となっています。
年齢別にみると、30歳代と40歳代は他の年齢に比べて「女性」がやや多くなっています。

【性別】



【性別／年齢別】

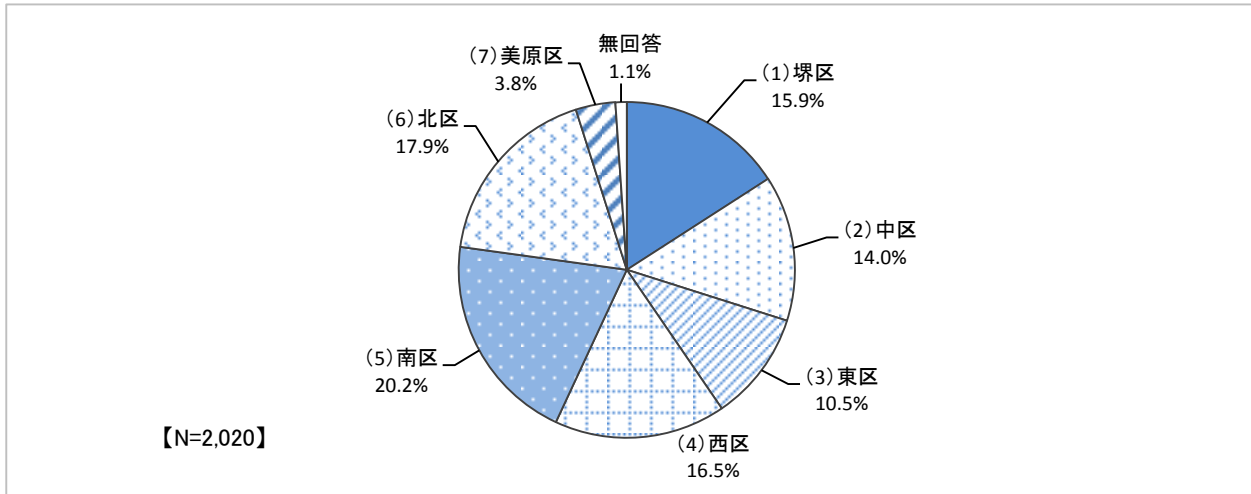


居住地区

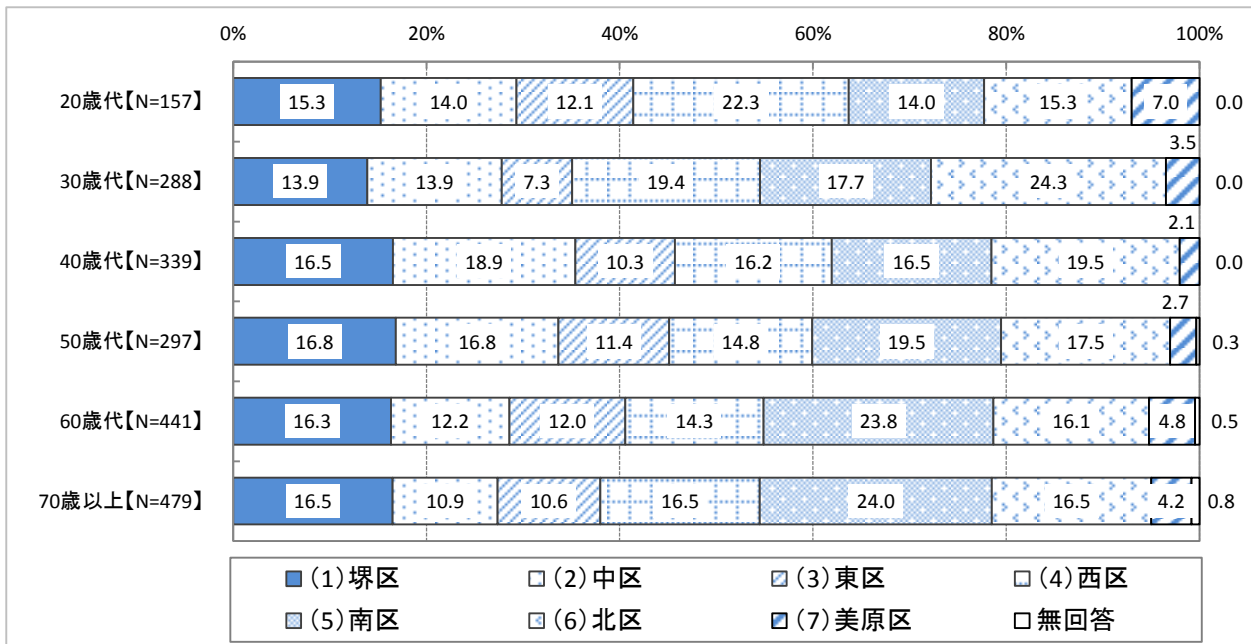
回答者の居住している区は、「南区」が 20.2%と最も多く、次いで「北区」が 17.9%、「西区」が 16.5%、「堺区」が 15.9%、「中区」が 14.0%、「東区」が 10.5%、「美原区」が 3.8%となっています。

年齢別にみると、30歳代は「北区」が、60歳代と70歳以上は「南区」が、それぞれ他の年齢に比べてやや多くなっています。

【居住地区】



【居住地区／年齢別】

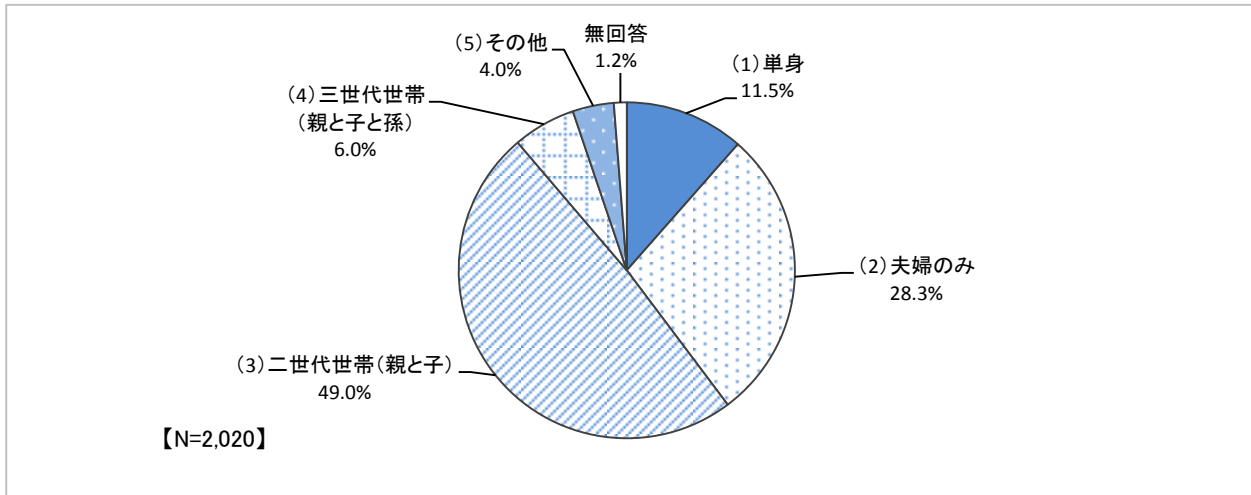


家族構成

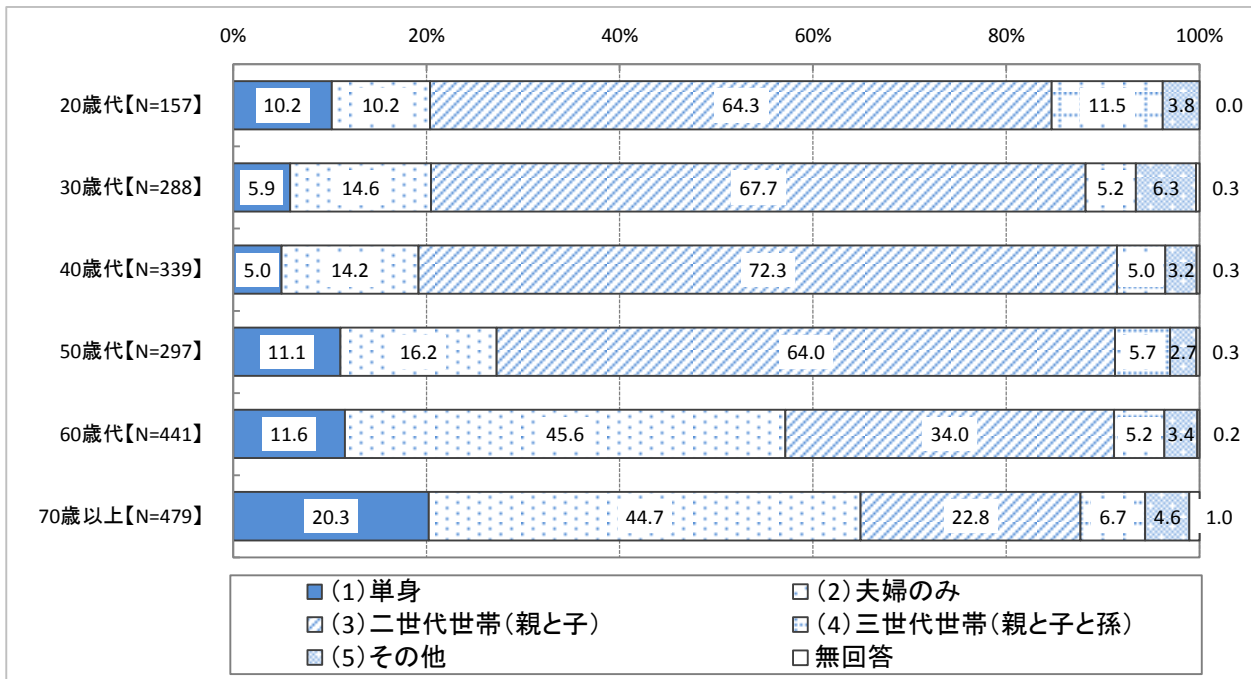
回答者の家族構成は、「二世世代世帯（親と子）」が49.0%と最も多く、次いで「夫婦のみ」が28.3%、「単身」が11.5%などとなっています。

年齢別にみると、70歳以上は「単身」が他の年齢に比べて多くなっています。また、20歳代～50歳代は「二世世代世帯（親と子）」が約6～7割を占めていますが、60歳代と70歳以上は「夫婦のみ」が半数近くを占めています。

【家族構成】



【家族構成／年齢別】



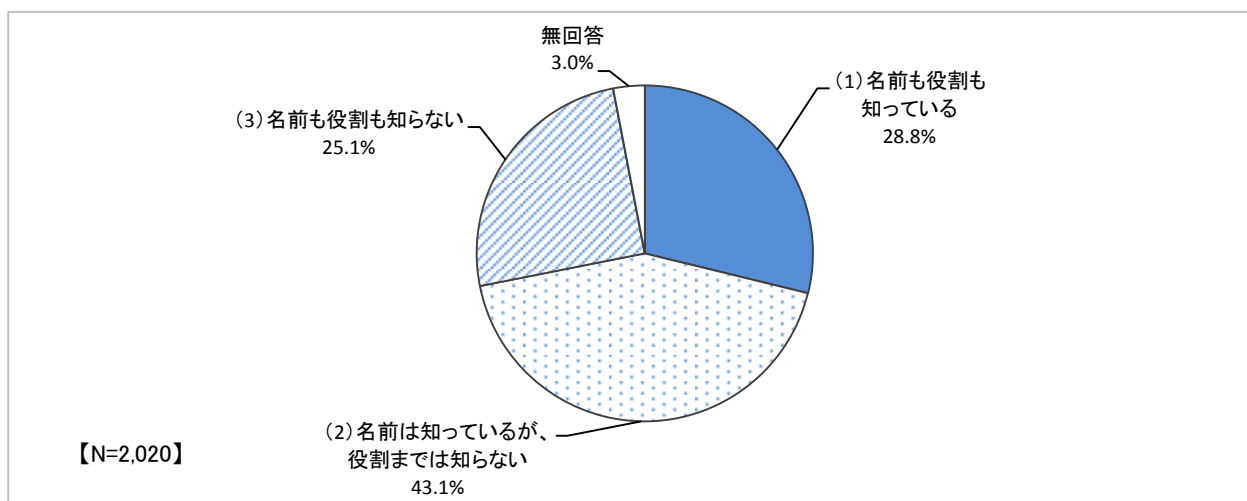
I. 堺市立消費生活センターについて

問1 あなたは堺市立消費生活センター（以下「消費生活センター」という。）を知っていますか。
【〇は1つ】

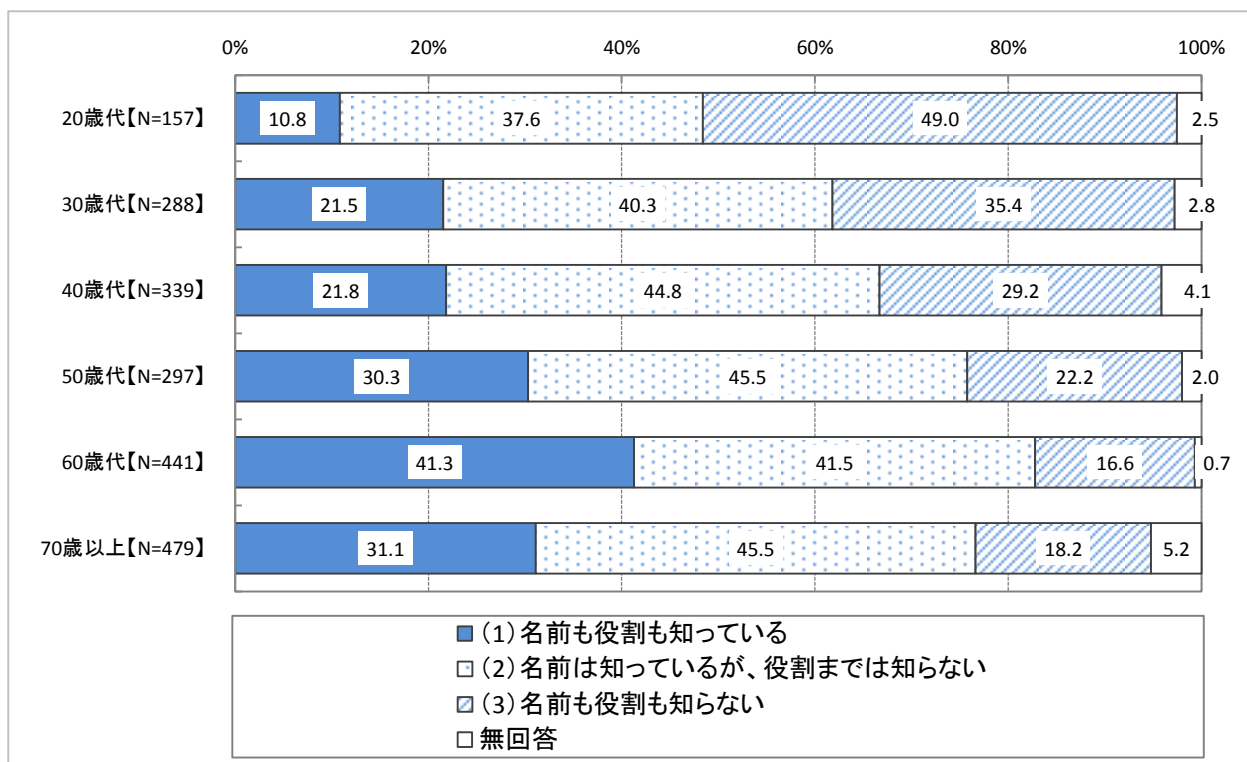
消費生活センターの認知度は、「名前は知っているが、役割までは知らない」が43.1%と最も多く、次いで「名前も役割も知っている」が28.8%、「名前も役割も知らない」が25.1%となっています。

年齢別にみると、「名前も役割も知っている」は60歳代が41.3%と最も多く、次いで70歳以上が31.1%となっており、概ね年齢が高いほど「名前も役割も知っている」が多くなっています。

【問1】



【問1／年齢別】



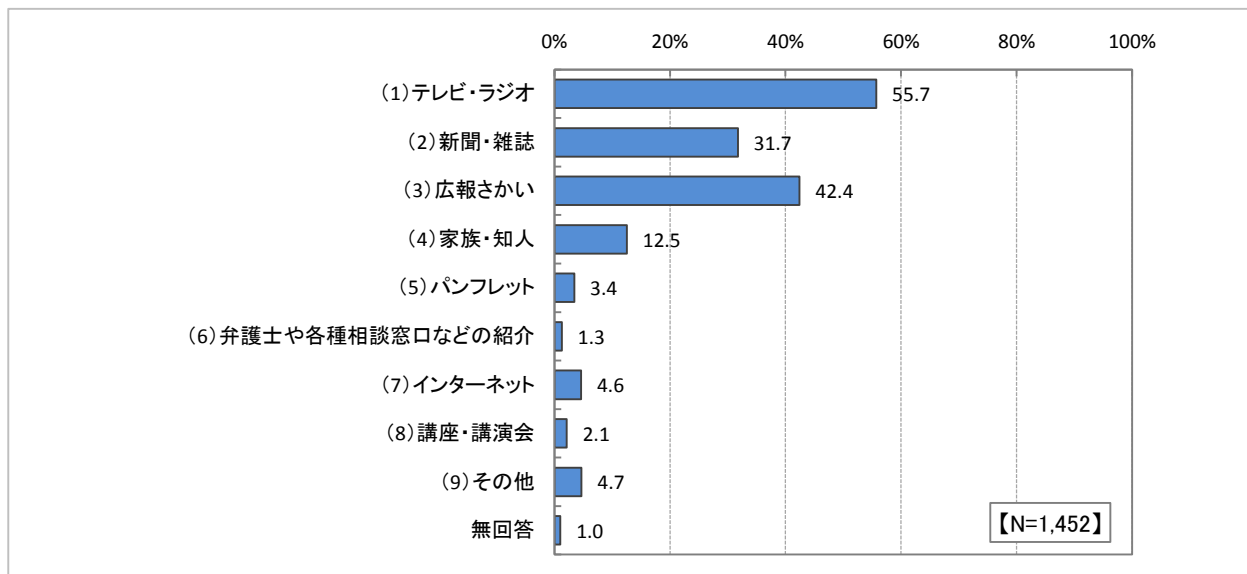
問2 問1で1または2と回答した方に伺います。

問2-1 あなたは消費生活センターをどこで知りましたか。【複数回答可：いくつでも】

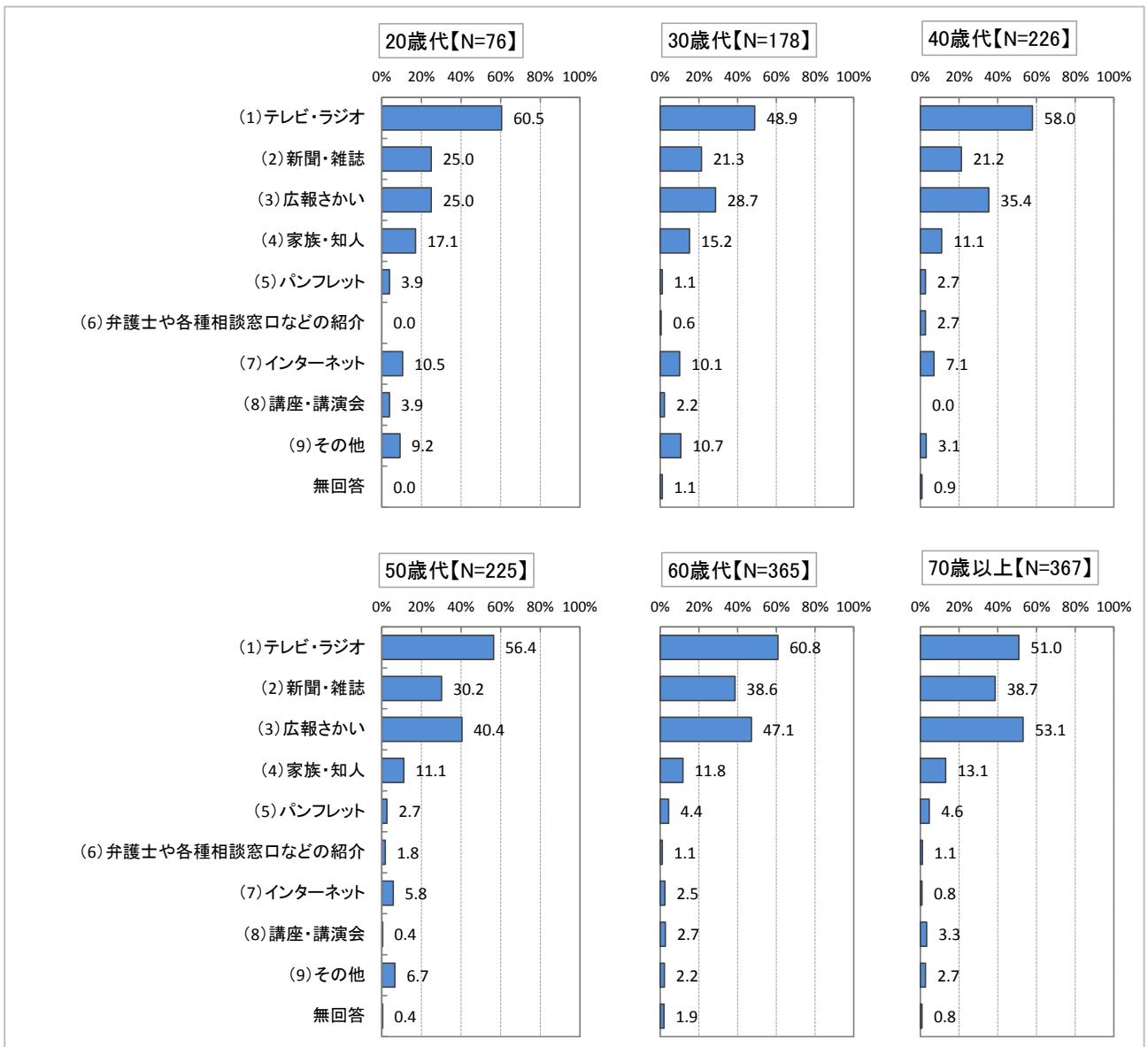
消費生活センターを知った情報源は、「テレビ・ラジオ」が 55.7%と最も多く、次いで「広報さかい」が 42.4%、「新聞・雑誌」が 31.7%などとなっています。

年齢別にみると、「テレビ・ラジオ」はいずれの年齢でも約 5～6 割と多くなっています。「広報さかい」は年齢が高いほど多くなっています。また、「新聞・雑誌」も概ね年齢が高いほど多くなっています。

【問2-1】



【問 2-1 / 年齢別】

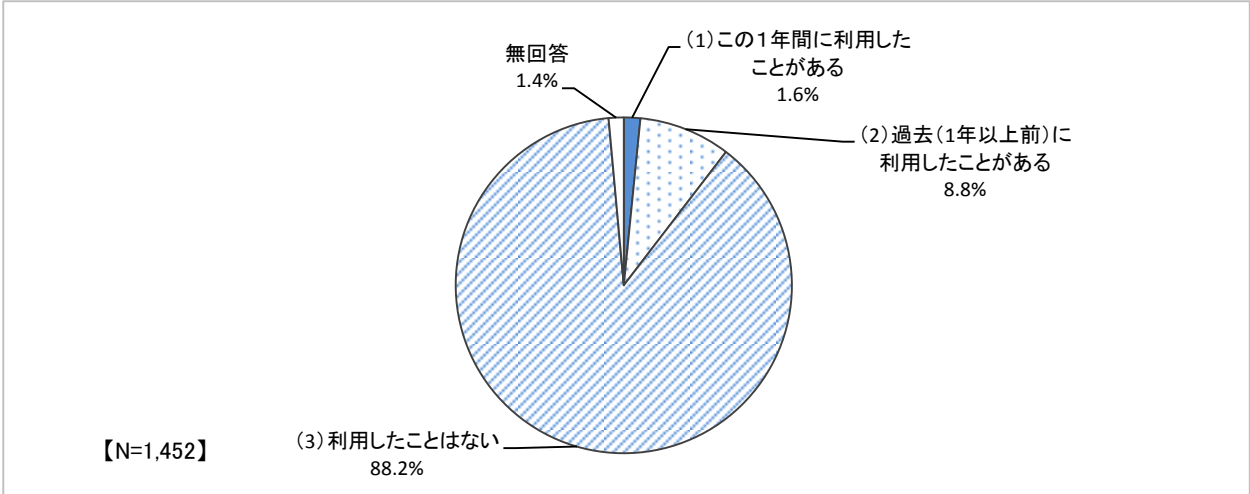


問 2-2 あなたは消費生活センターを利用したことがありますか。【〇は1つ】

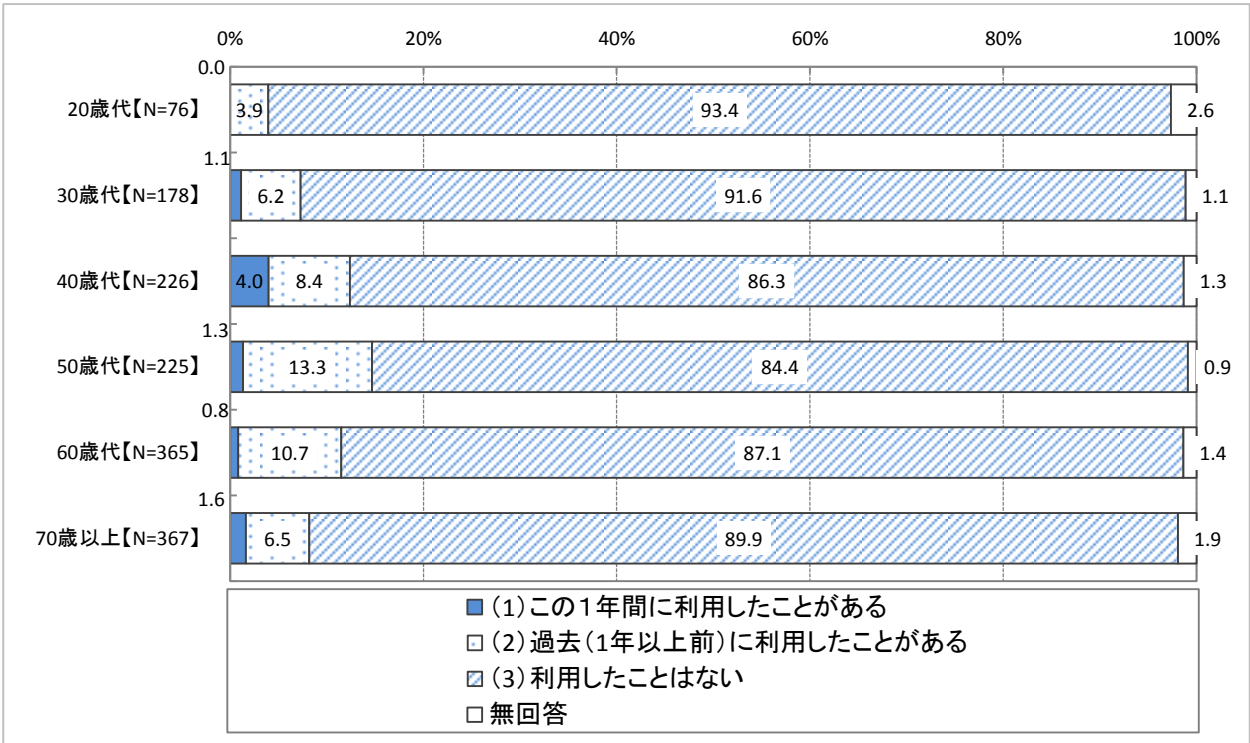
消費生活センターの利用有無は、「利用したことはない」が 88.2%と最も多く、約 9 割を占めています。『利用したことがある』（「この 1 年間に利用したことがある」と「過去（1 年以上前）に利用したことがある」を合わせた割合）は約 1 割となっています。

年齢別にみると、いずれの年齢でも「利用したことはない」が 8 割を超えています。『利用したことがある』は 50 歳代が 14.6%と最も多く、次いで 40 歳代が 12.4%、60 歳代が 11.5%となっています。

【問 2-2】



【問 2-2/年齢別】



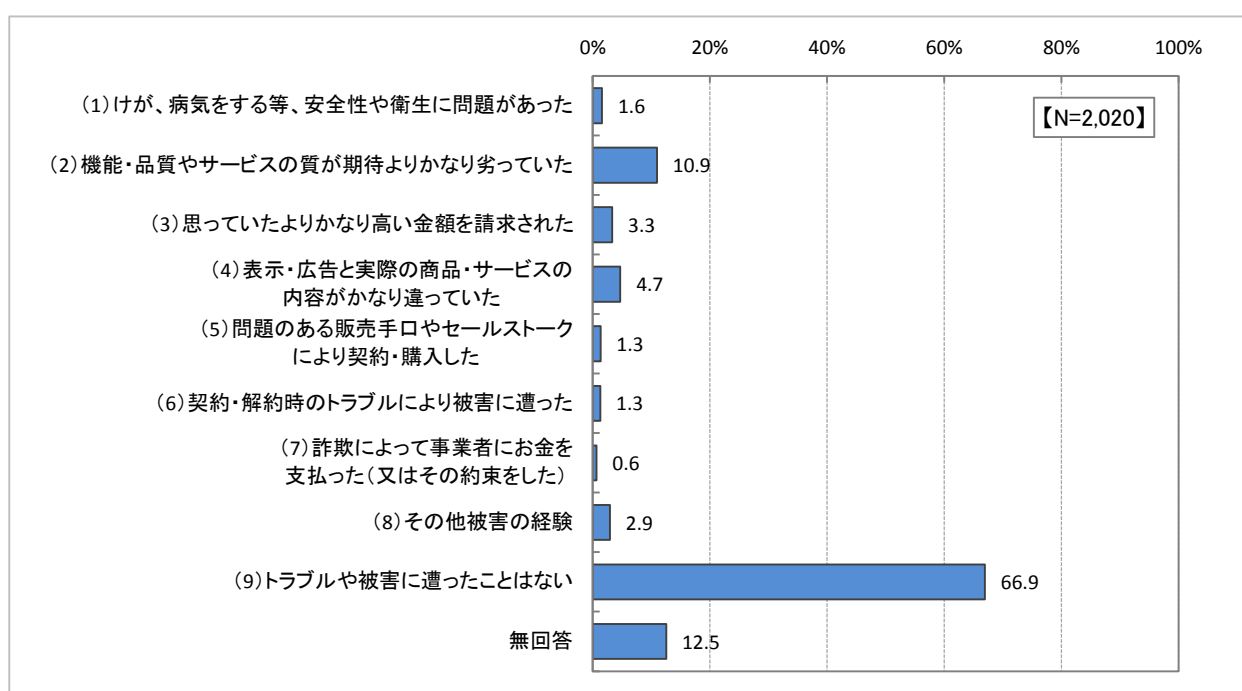
Ⅱ. 商品やサービスの不満や被害などについて

問3 この1年間に購入した「商品」や利用した「サービス」についてお尋ねします。この1年間に、以下に当てはまる経験をしたことはありますか。【複数回答可：いくつでも】

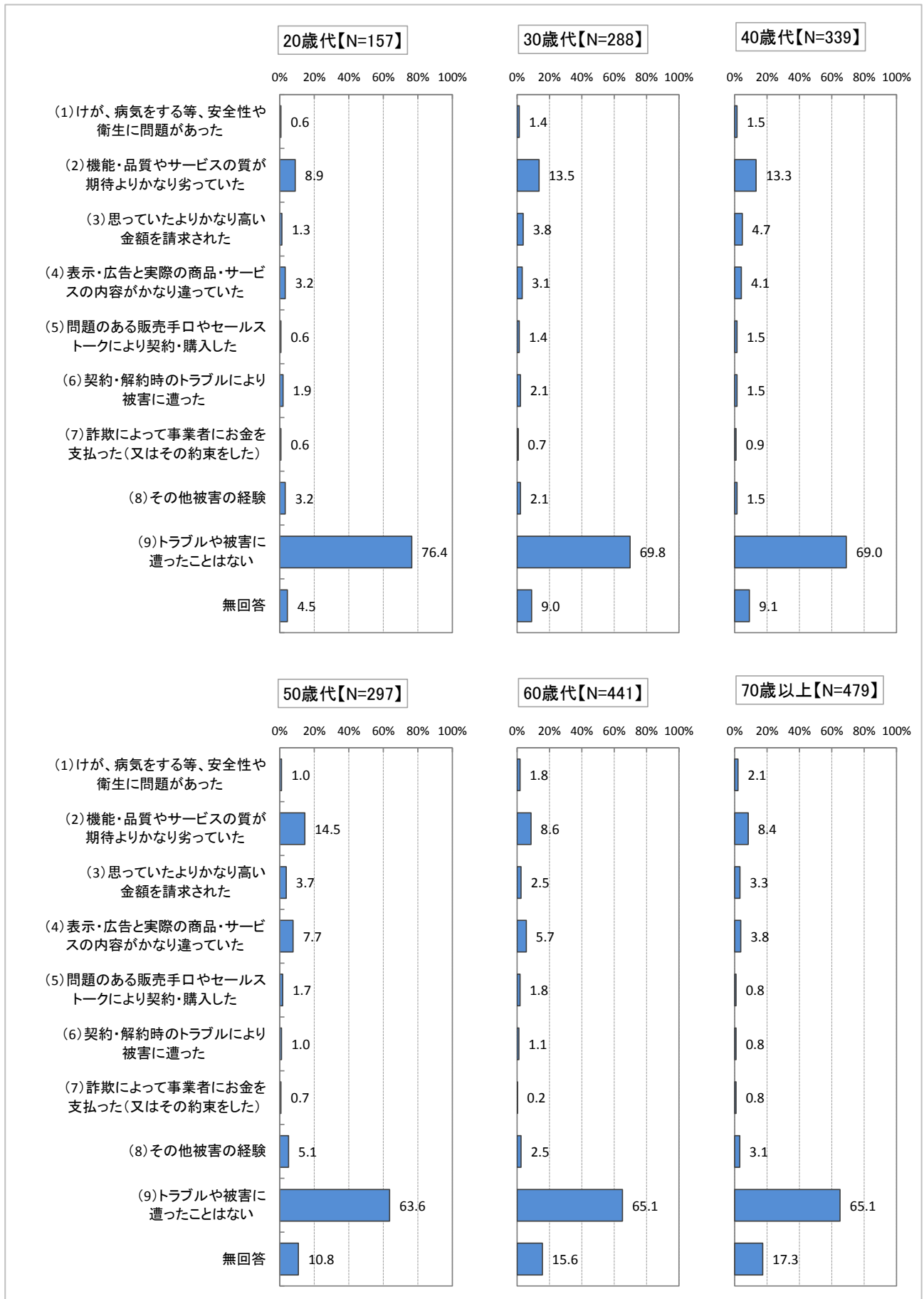
この1年間に購入した商品や利用したサービスで、何かしらのトラブルや被害に遭った経験は、「トラブルや被害にあったことはない」が66.9%と最も多くなっています。トラブルや被害に遭ったなかでは、「機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた」が10.9%と最も多くなっています。

年齢別、居住区別、家族構成別にみると、トラブルや被害に遭ったなかでは、「機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた」がいずれの属性でも最も多くなっています。

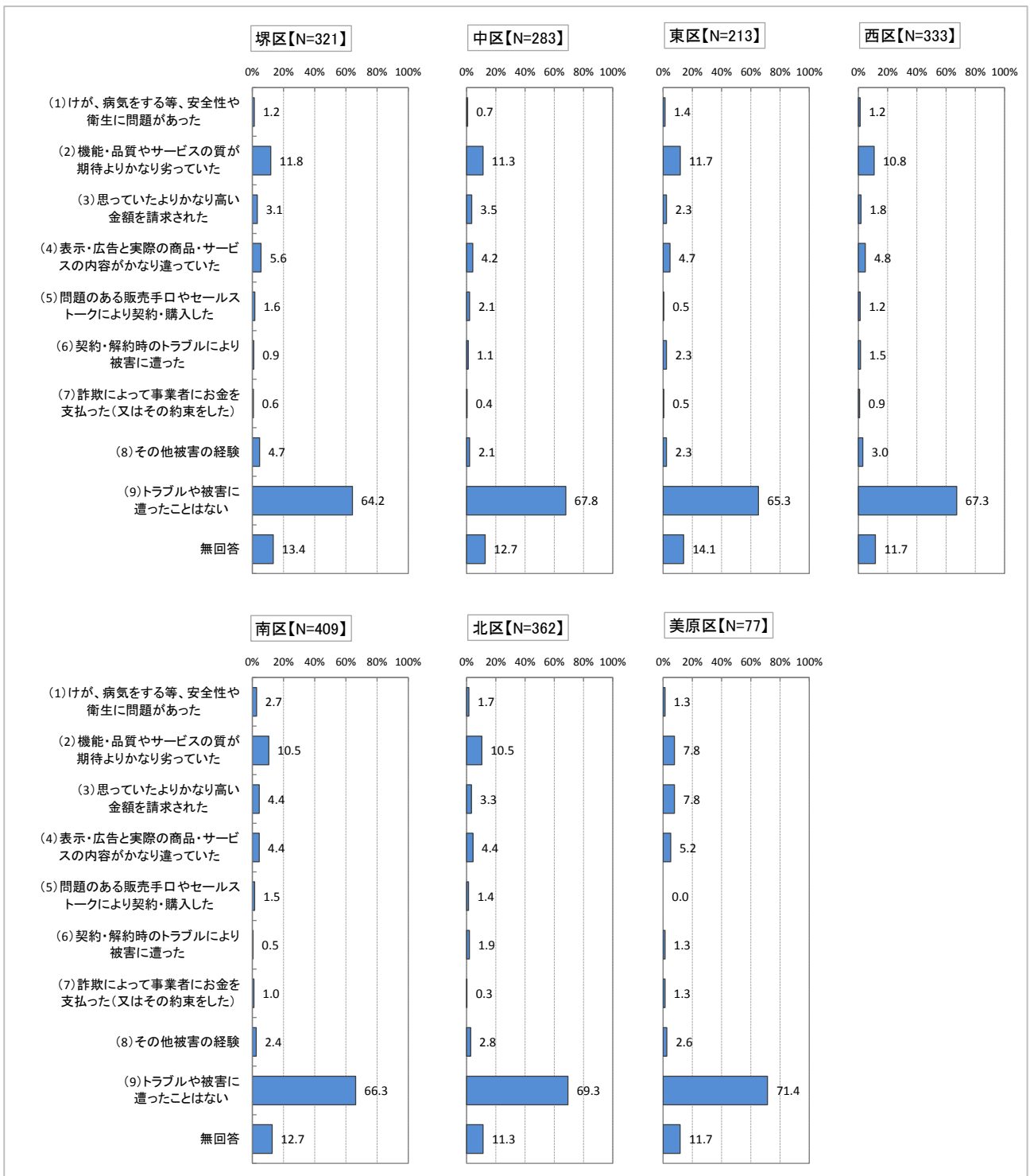
【問3】



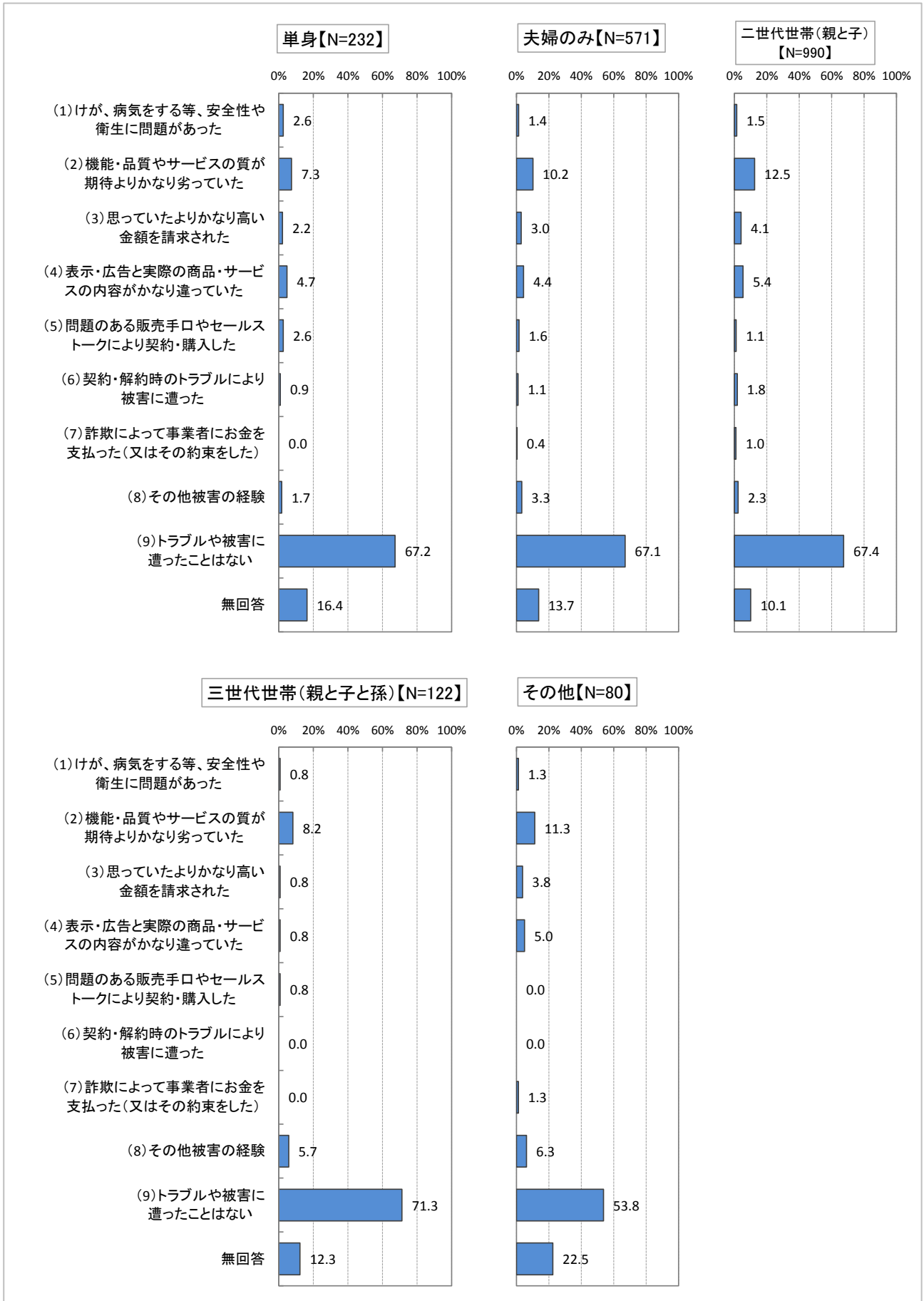
【問3／年齢別】



【問3／居住区別】



【問3／家族構成別】



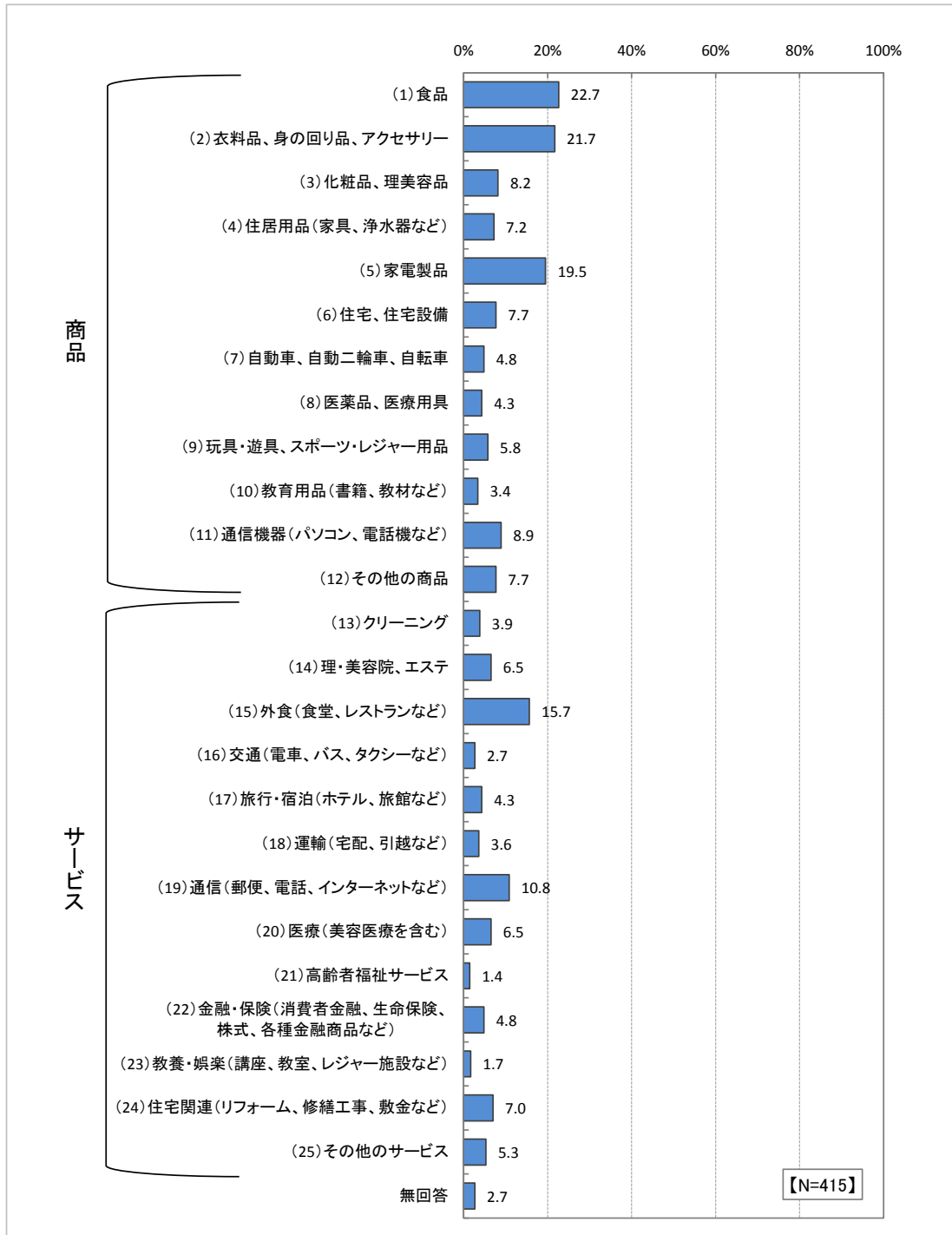
問4 問3で1~8のうちどれか1つでも回答した方に伺います。

問4-1 それはどのような商品、サービスでしたか。【複数回答可：いくつでも】

商品

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があるものは、「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%、「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。

【問4-1】

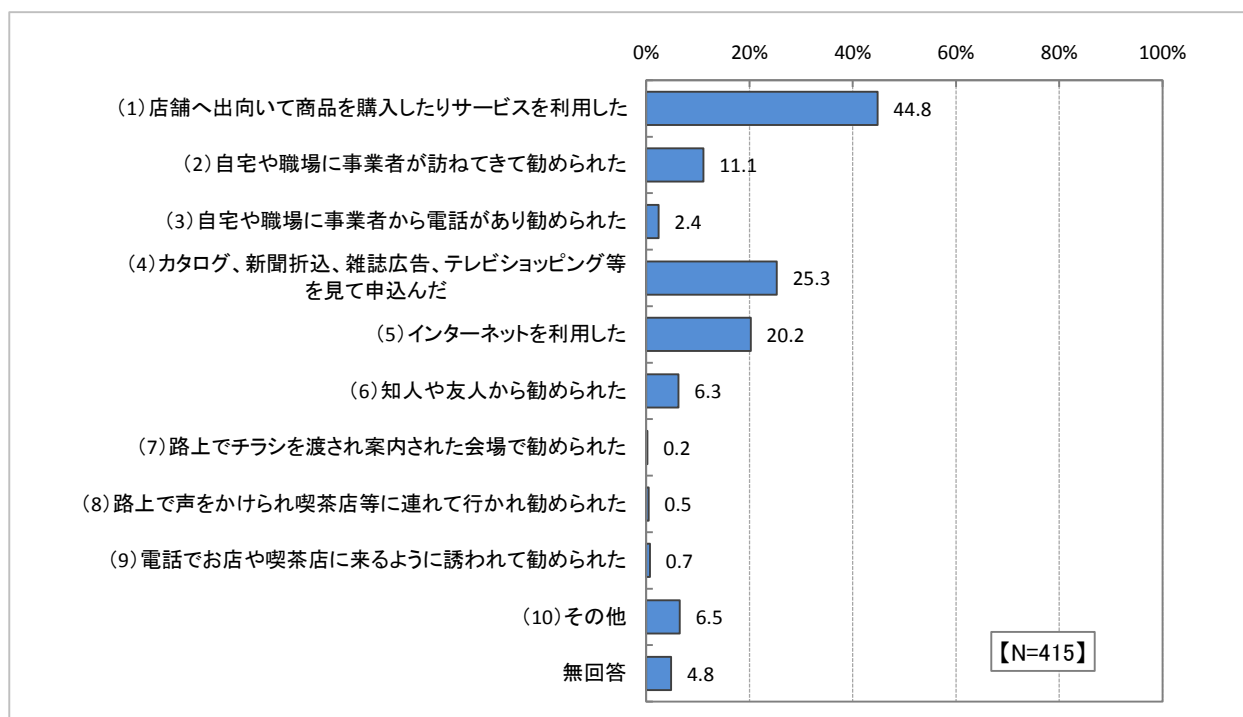


問 4-2 どのような経緯で、その商品やサービスを購入しましたか。【複数回答可：いくつでも】

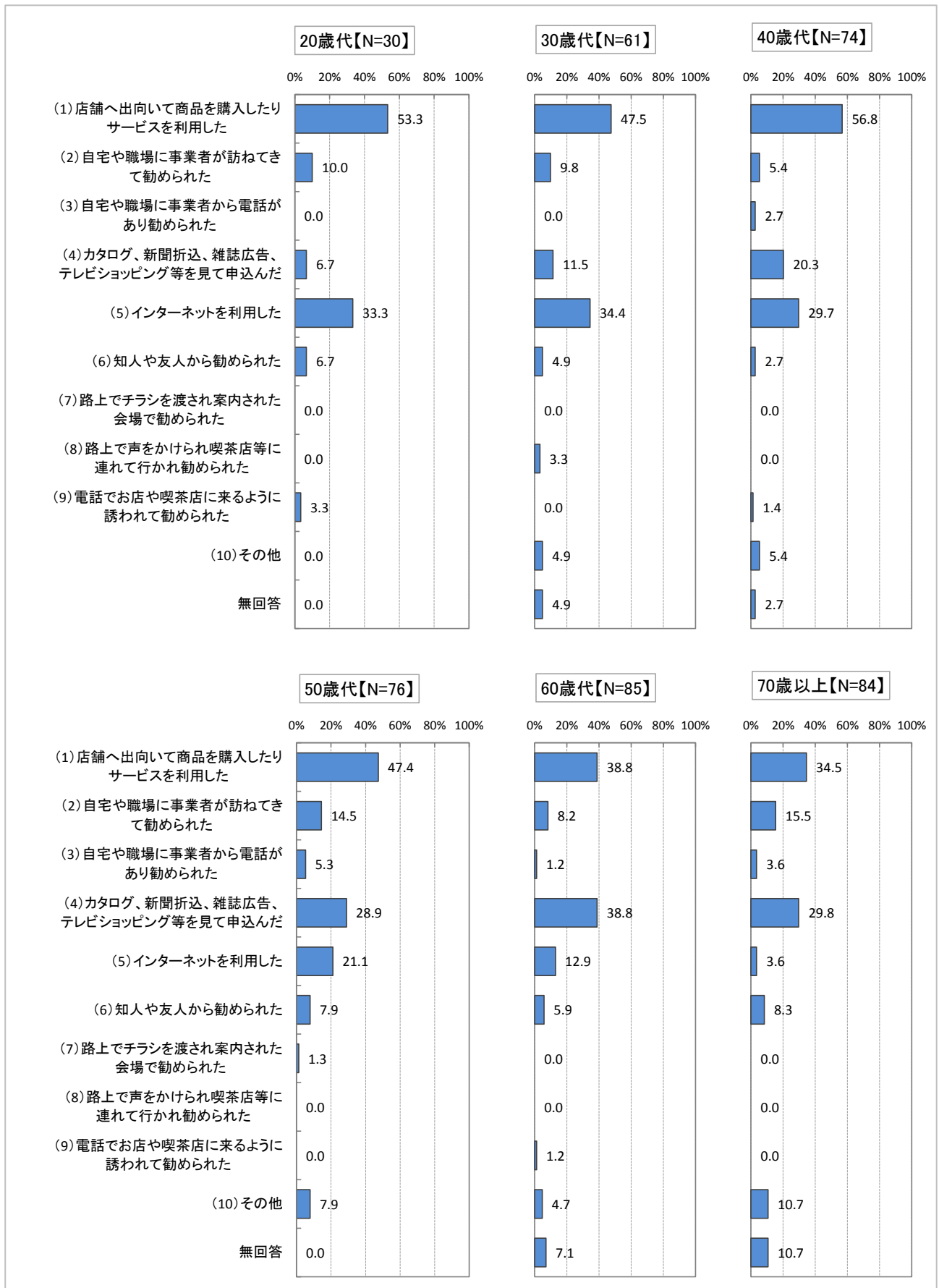
何かしらのトラブルや被害に遭った商品やサービスを購入した経緯は、「店舗へ出向いて商品を購入したりサービスを利用した」が44.8%と最も多く、次いで「カタログ、新聞折込、雑誌広告、テレビショッピング等を見て申し込んだ」が25.3%、「インターネットを利用した」が20.2%などとなっています。

年齢別にみると、「店舗へ出向いて商品を購入したりサービスを利用した」は、20歳代～50歳代では約5～6割となっていますが、60歳代と70歳以上は4割弱となっています。「カタログ、新聞折込、雑誌広告、テレビショッピング等を見て申し込んだ」は、20歳代～40歳代では約1～2割となっていますが、50歳代～70歳以上では約3～4割となっています。「インターネットを利用した」は概ね年齢が低いほど多くなっています。

【問 4-2】



【問 4-2 / 年齢別】



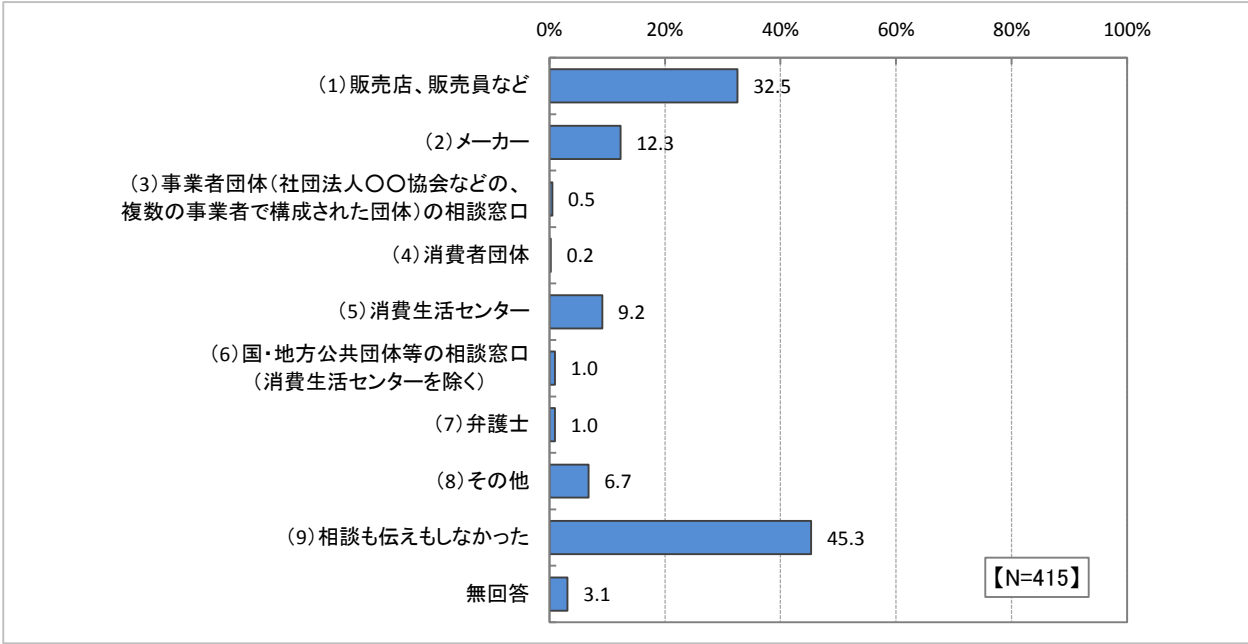
問 4-3 その苦情はどこかに相談したり、伝えたりしましたか。【複数回答可：いくつでも】

この 1 年間に購入した商品や利用したサービスに関する苦情を相談したり伝えたりした先は、「相談も伝えもしなかった」が 45.3%と最も多くなっています。相談したり伝えたりした先のなかでは、「販売店、販売員」が 32.5%と最も多く、次いで「メーカー」が 12.3%、「消費生活センター」が 9.2% などなっています。

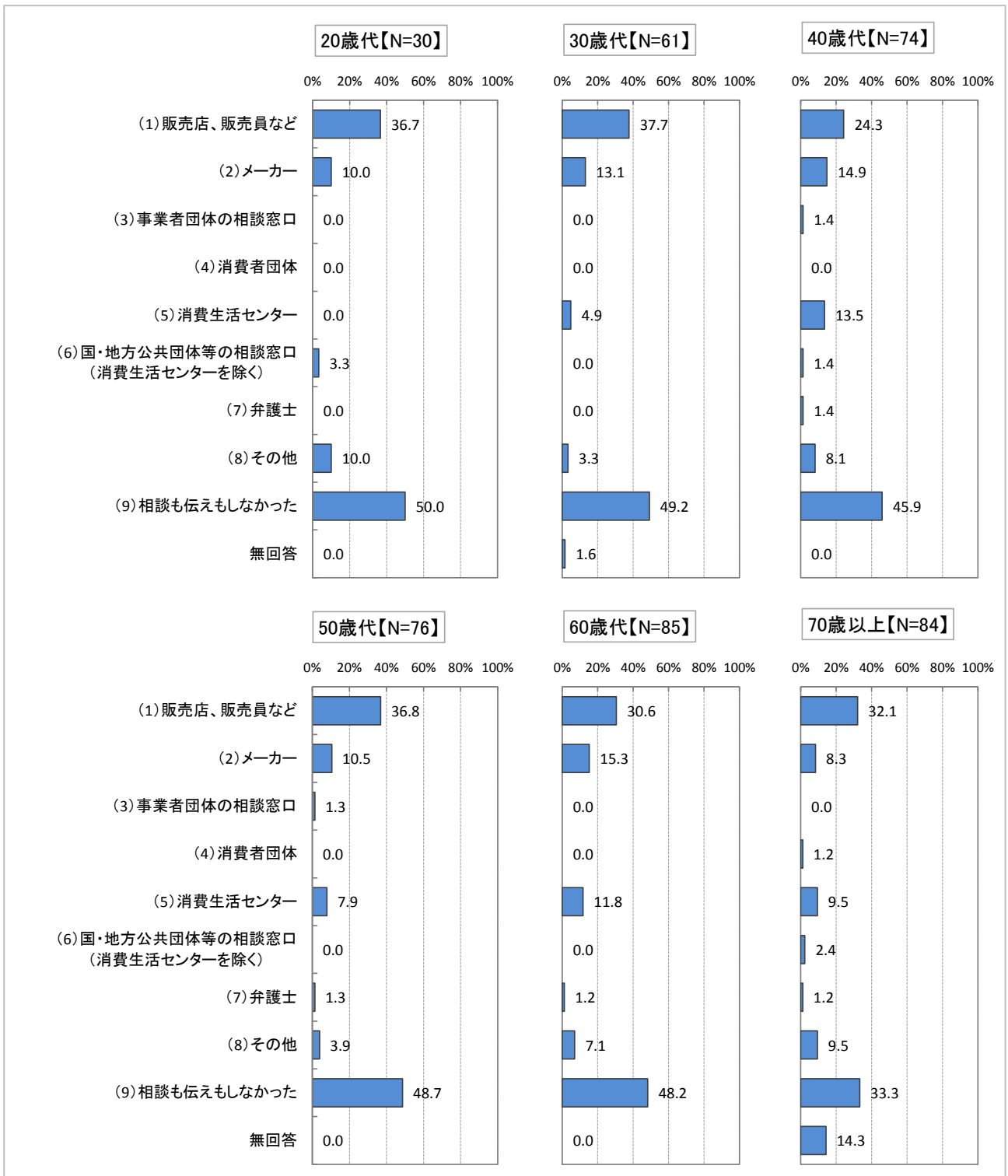
年齢別にみると、相談したり伝えたりした先のなかでは、いずれの年齢でも「販売店、販売員」が最も多くなっています。「消費生活センター」は 40 歳代が 13.5%と最も多くなっています。

消費生活センターの認知度（問 1）別にみると、「名前も役割も知っている」人では、「消費生活センター」への相談が、「名前は知っているが、役割までは知らない」と「名前も役割も知らない」人に比べて多くなっています。

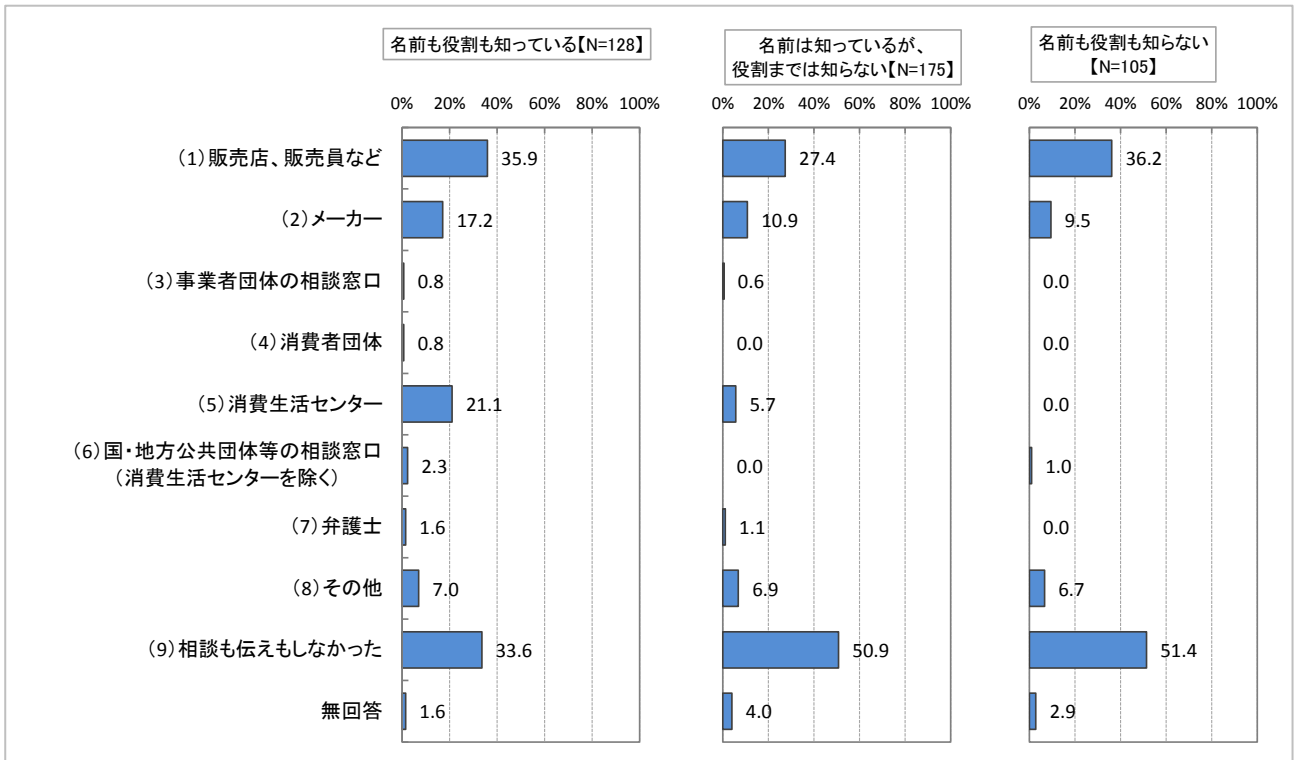
【問 4-3】



【問 4-3／年齢別】



【問 4-3/消費生活センターの認知度（問 1）別】

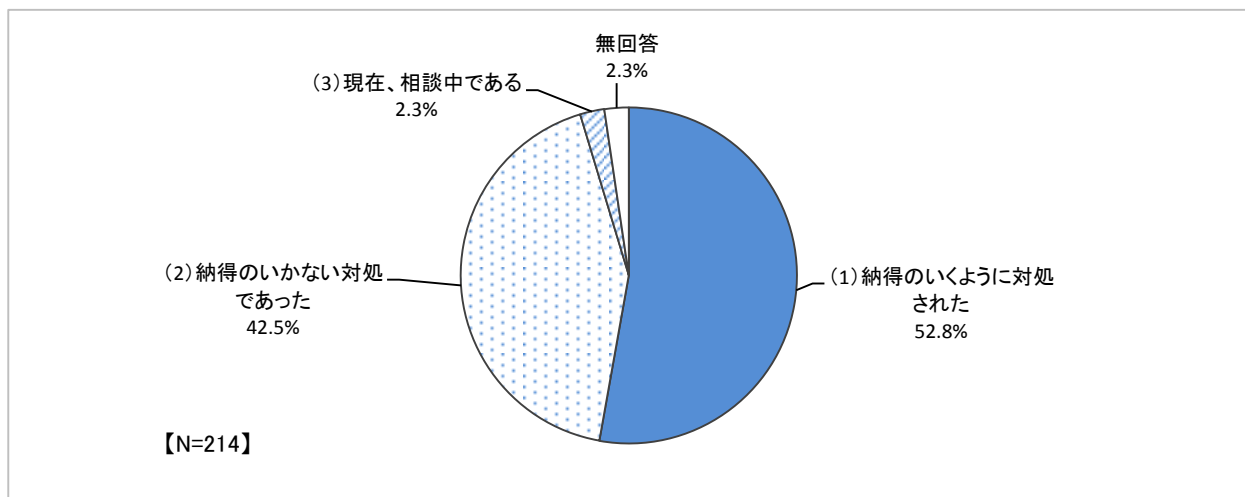


問5 問4-3で1~8のうちのどれか1つでも回答された方に伺います。

問5-1 苦情は納得のいくように対処されましたか。【〇は1つ】

この1年間に購入した商品や利用したサービスに関する苦情を相談したり伝えたりした時の対処については、「納得のいくように対処された」が52.8%と最も多く、次いで「納得のいかない対処であった」が42.5%などとなっています。

【問5-1】

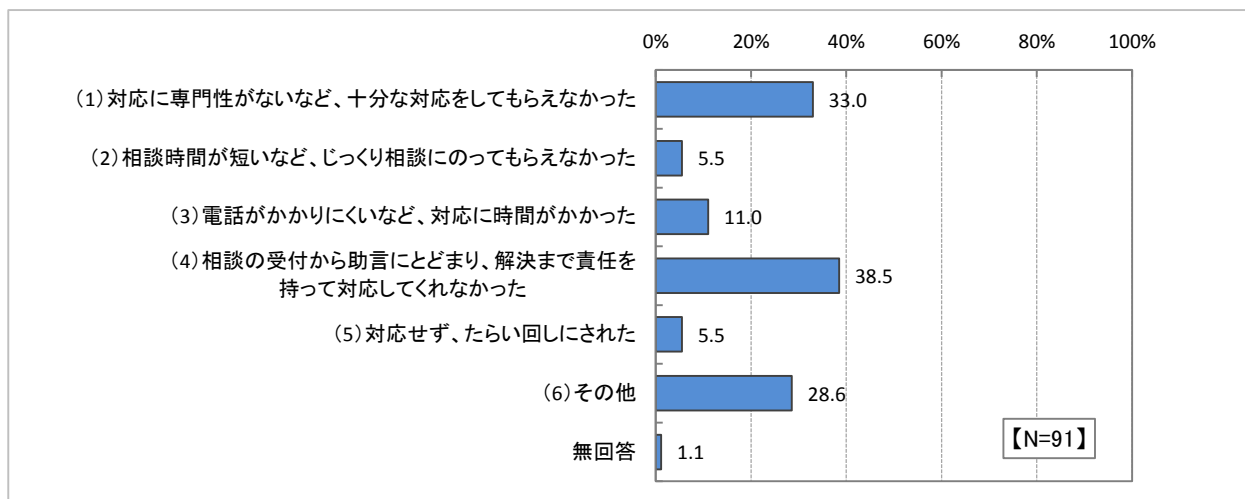


問5-2 問5-1で、2と回答された方に伺います。

納得がいかなかったのはなぜですか。【複数回答可：いくつでも】

この1年間に購入した商品や利用したサービスに関する苦情を、相談したり伝えたりした時の対処に納得がいかなかった理由は、「相談の受付から助言にとどまり、解決まで責任を持って対応してくれなかった」が38.5%と最も多く、次いで「対応に専門性がないなど、十分な対応をしてもらえなかった」が33.0%などとなっています。

【問5-2】



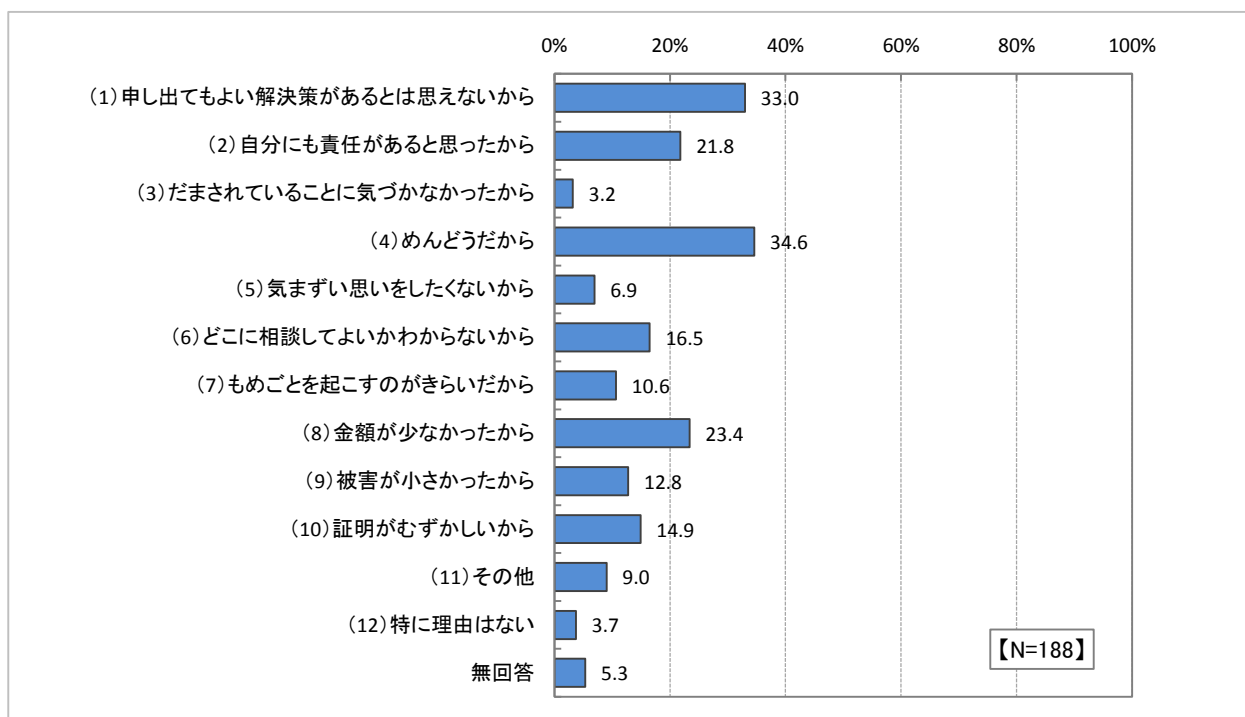
問6 問4-3で、9と回答された方に伺います。

苦情をどこにも相談も伝えもしなかったのはなぜですか。【複数回答可：いくつでも】

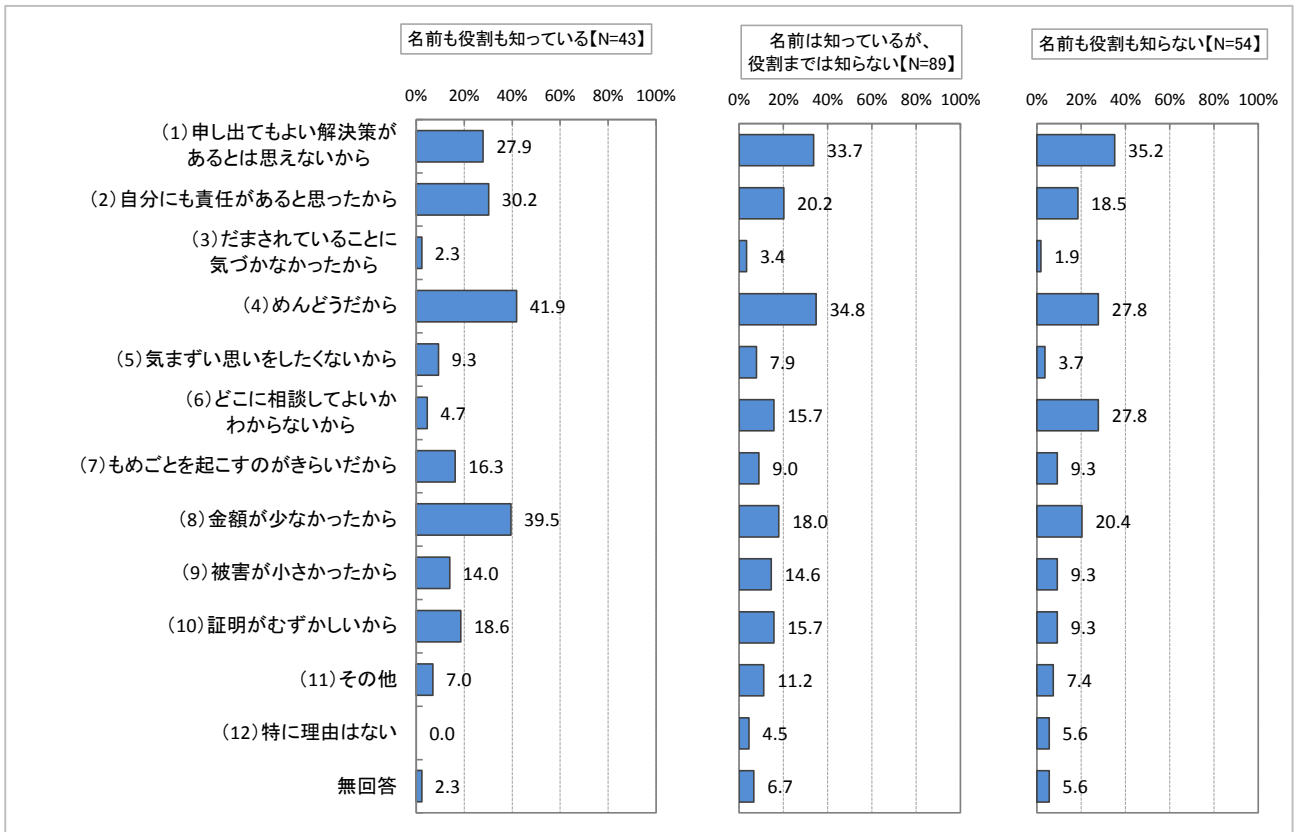
この1年間に購入した商品や利用したサービスに関する苦情を、どこにも相談も伝えもしなかった理由は、「めんどうだから」が34.6%と最も多く、次いで「申し出てもよい解決策があるとは思えないから」が33.0%などとなっています。

消費生活センターの認知度（問1）別にみると、「名前も役割も知っている」人では「めんどうだから」が最も多く、次いで「金額が少なかったから」となっています。「名前は知っているが、役割までは知らない」人では「めんどうだから」が最も多く、次いで「申し出てもよい解決策があるとは思えないから」となっています。「名前も役割も知らない」人では「申し出てもよい解決策があるとは思えないから」が最も多く、次いで「めんどうだから」と「どこに相談してよいかわからないから」となっています。

【問6】



【問6／消費生活センターの認知度（問1）別】



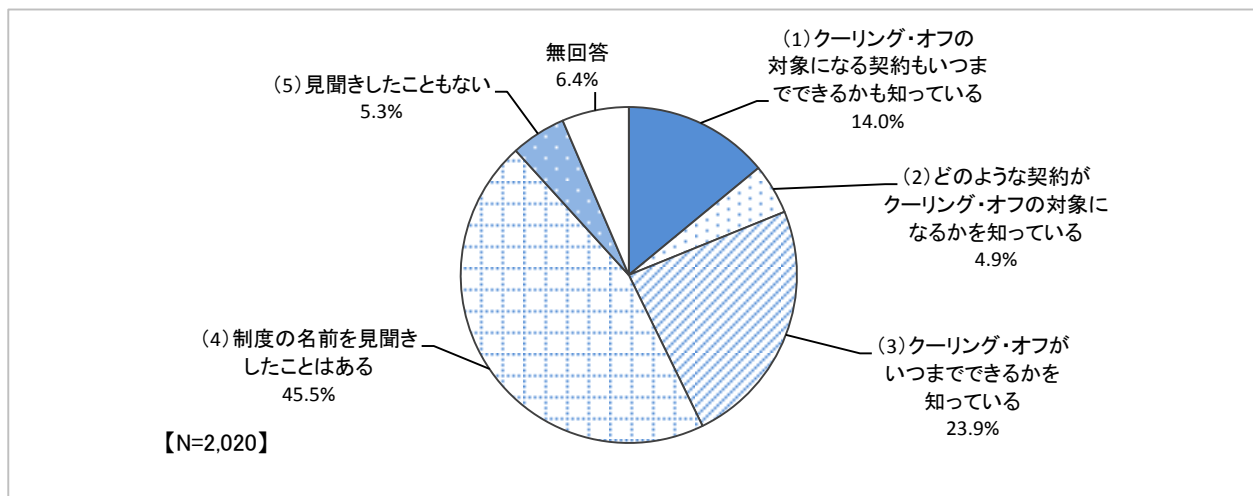
問7 あなたは、クーリング・オフ制度を知っていますか。【〇は1つ】

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。

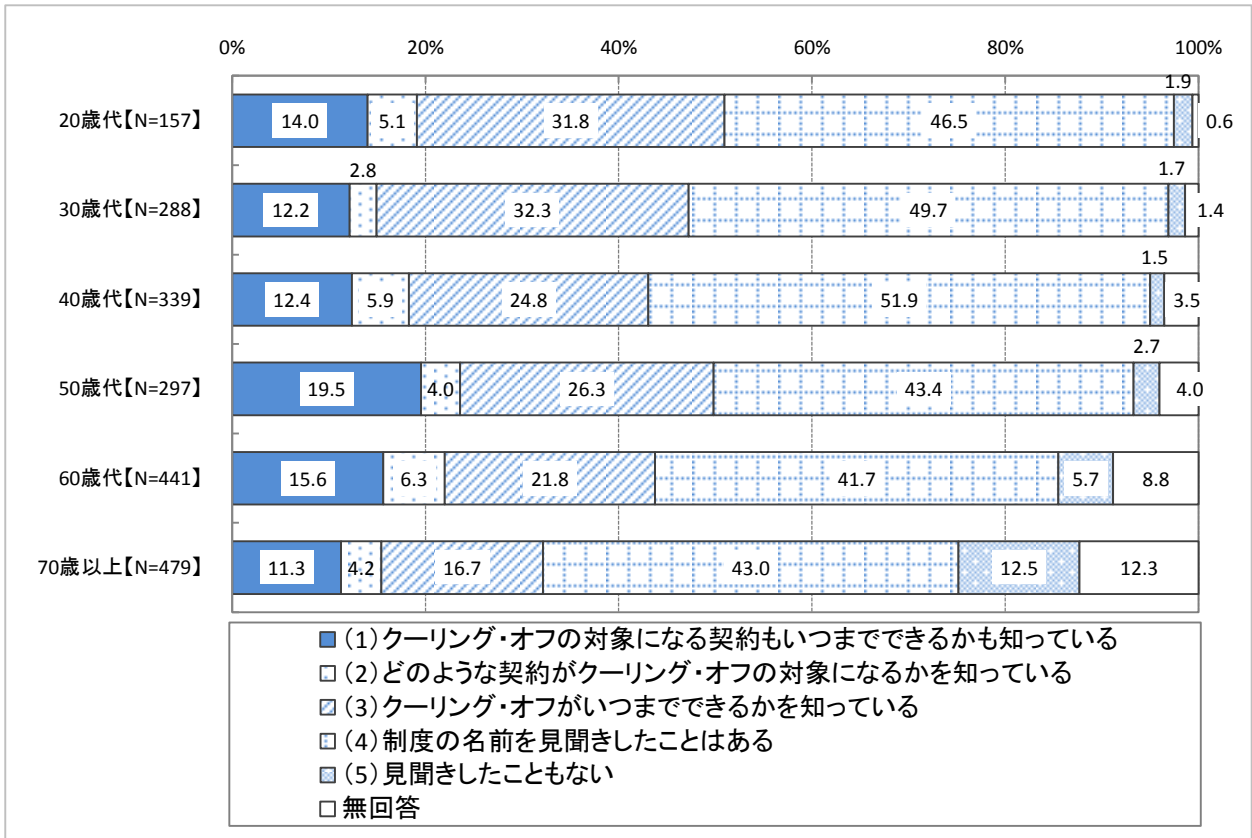
年齢別にみると、「クーリング・オフの対象になる契約もいつまでできるかも知っている」は 50 歳代が 19.5%と最も多くなっています。「見聞きしたこともない」は 60 歳代以降で多くなっています。

消費生活センターの認知度（問1）別にみると、「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」は、「名前も役割も知っている」人では 2 割余りとなっていますが、「名前は知っているが、役割までは知らない」と「名前も役割も知らない」人ではその半数の約 1 割にとどまっています。

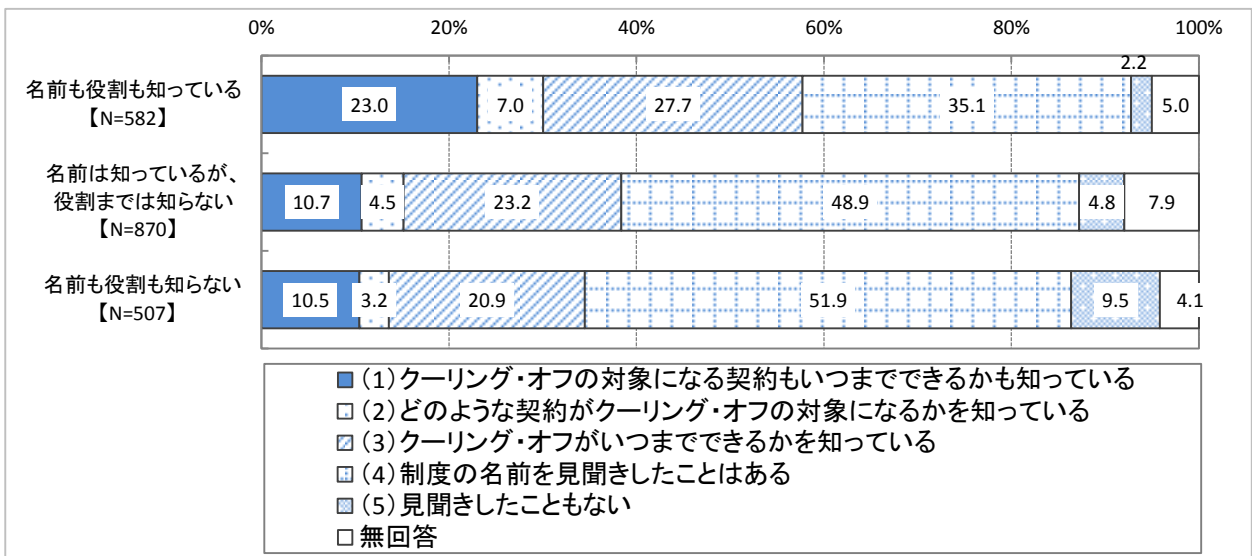
【問7】



【問 7 / 年齢別】



【問 7 / 消費生活センターの認知度（問 1）別】



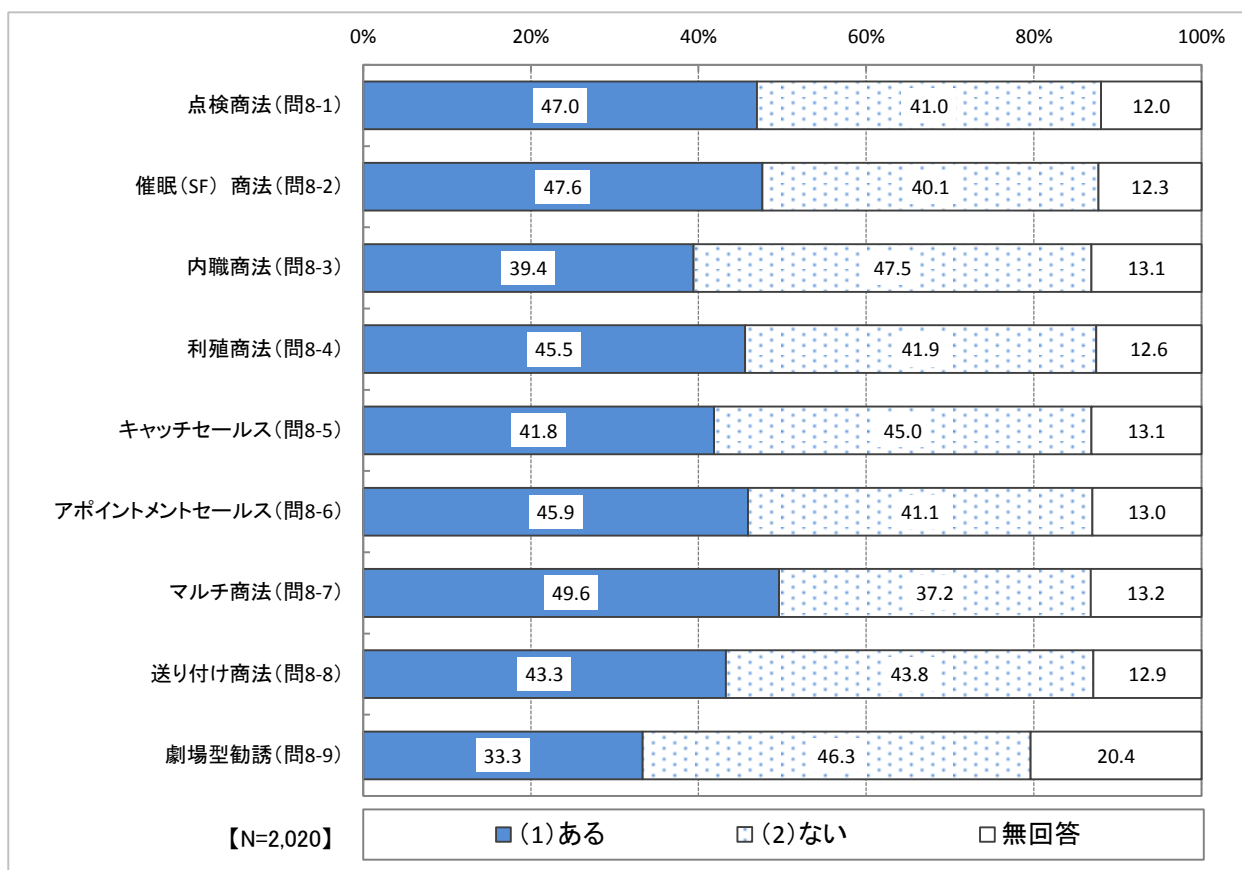
Ⅲ. 問題のある商法などについて

問8 あなたは、次のような悪質商法について、
 (1) 注意を呼び掛ける情報を見聞きしたことがありますか。
 (2) この1年間に勧誘されたり契約したことはありますか。
 【それぞれの商法について、(1)から1つ選択、(2)から1つ選択】

(1) 注意を呼び掛ける情報を見聞きしたこと

悪質商法について、注意を呼び掛ける情報を見聞きした経験が「ある」ものは、「マルチ商法」が49.6%と最も多く、次いで「催眠(SF)商法」が47.6%などとなっています。一方、「ある」が最も少ないのは「劇場型勧誘」となっています。

【問8(1)】



(2) この1年間に勧誘されたり契約したこと

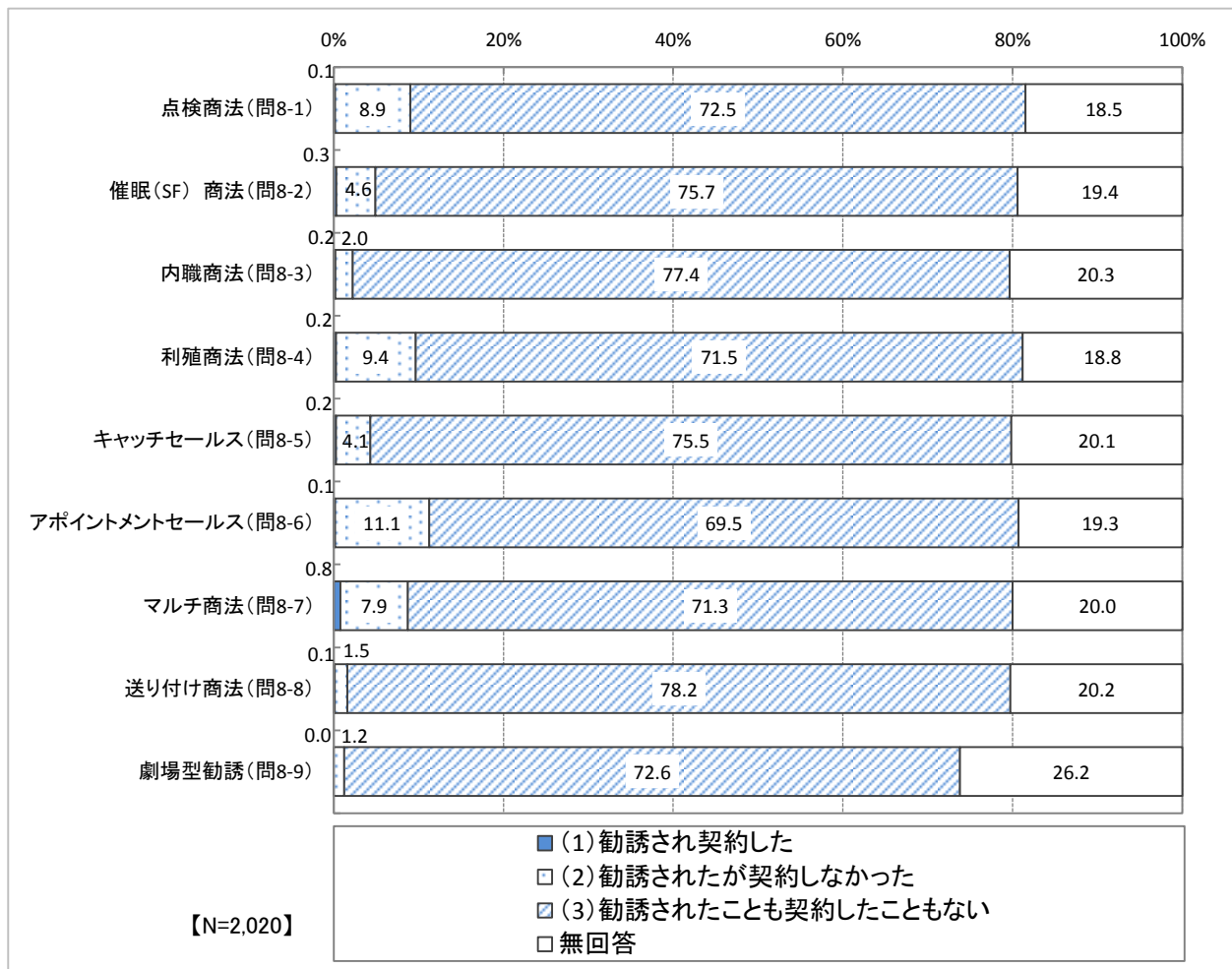
悪質商法について、この1年間に『勧誘された』（「勧誘され契約した」と「勧誘されたが契約しなかった」を合わせた割合）は、「アポイントメントセールス」が11.2%と最も多く、次いで「利殖商法」が9.6%、「点検商法」が9.0%、「マルチ商法」が8.7%などとなっています。

年齢別にみると、20歳代～50歳代では、他の年代に比べて、「内職商法」、「キャッチセールス」、「マルチ商法」において『勧誘された』が多くなっています。一方、50歳代～70歳以上では、他の年代に比べて、「点検商法」、「催眠（SF）商法」において『勧誘された』が多くなっています。「利殖商法」は年齢が高いほど『勧誘された』が多くなっています。「アポイントメントセールス」は40歳代と50歳代で『勧誘された』が多くなっています。

居住区別にみると、いずれの悪質商法でも『勧誘された』が突出して多い区はありませんが、「点検商法」では『勧誘された』が最も多い美原区と最も少ない堺区で11.6ポイントの差があります。

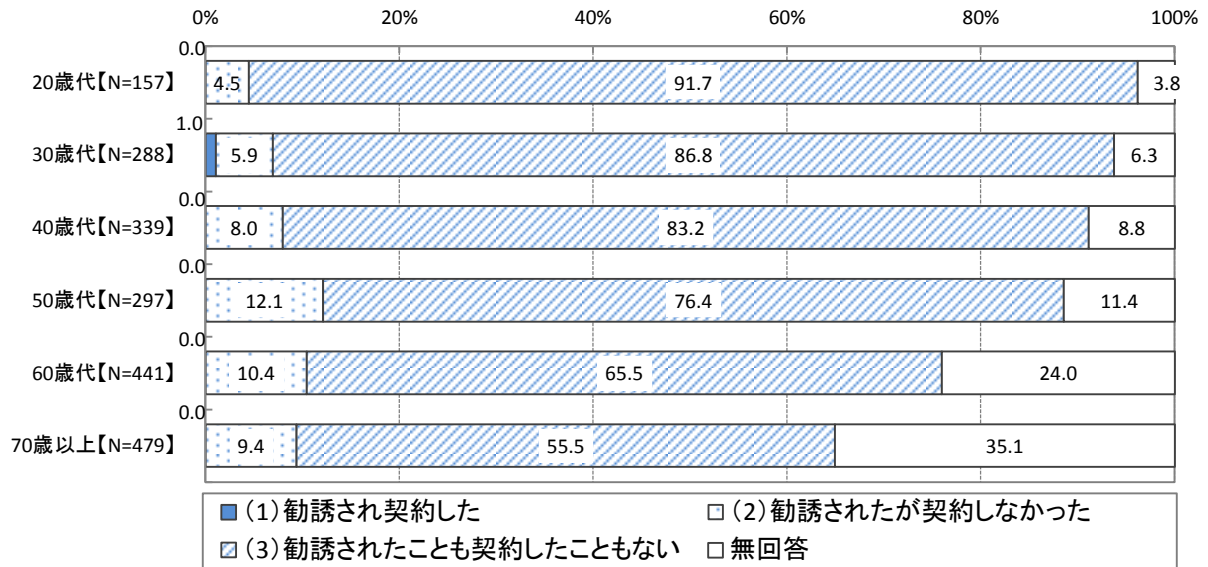
家族構成別にみると、いずれの悪質商法でも『勧誘された』が突出して多い家族構成はありませんが、「利殖商法」では夫婦のみが他の家族構成に比べてやや多く、「アポイントメントセールス」、「マルチ商法」では二世帯世帯（親と子）が他の家族構成に比べてやや多くなっています。

【問8(2)】

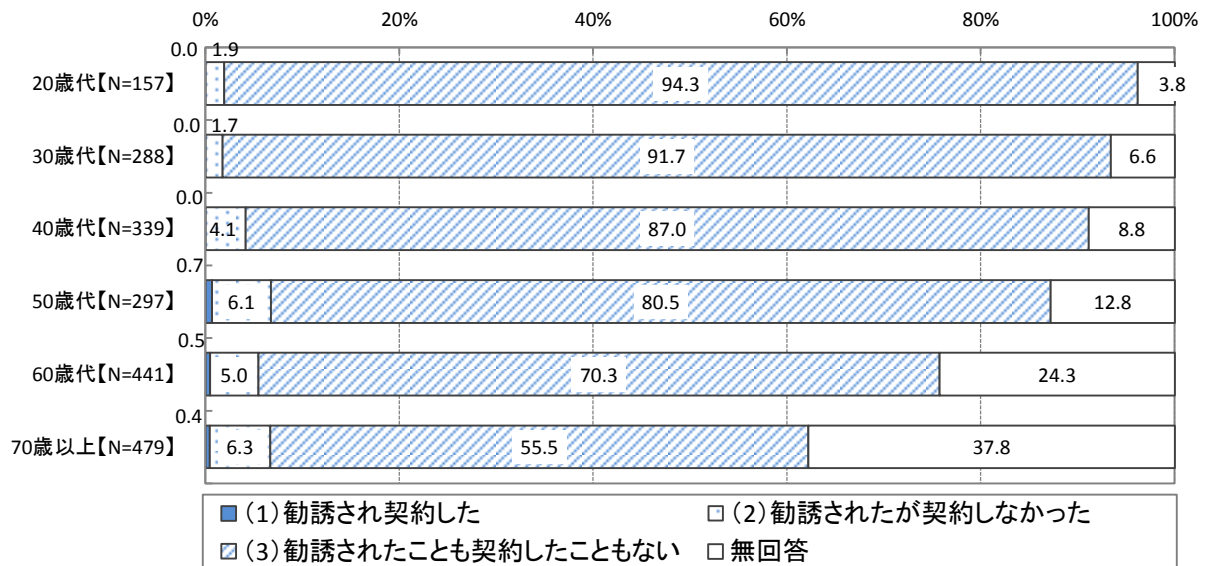


【問 8 (2) / 年齢別】

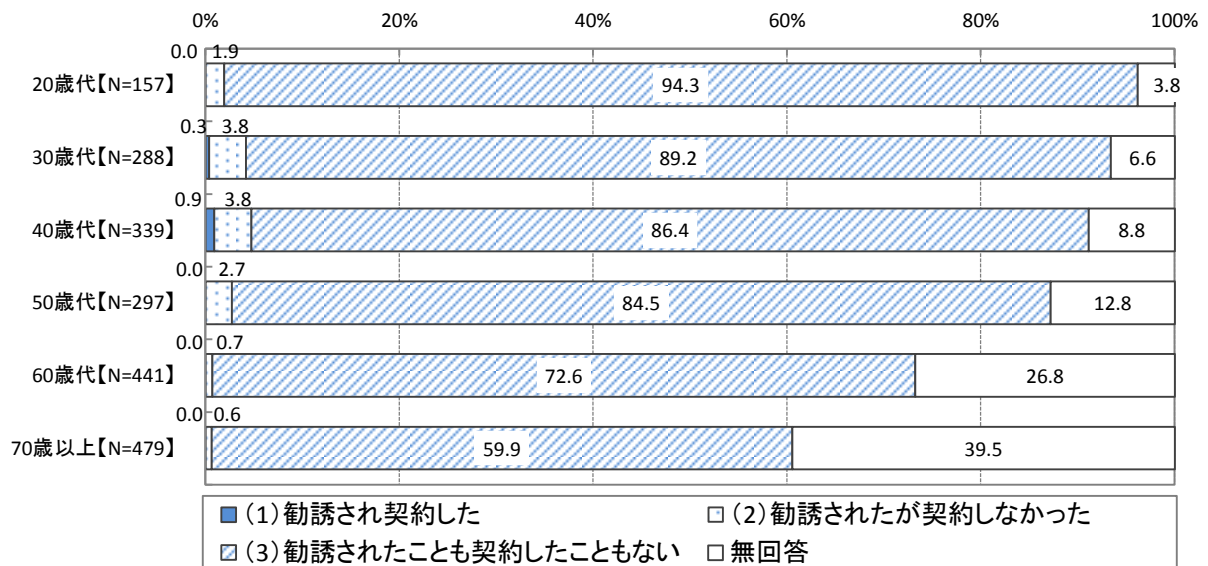
点検商法(問8-1)



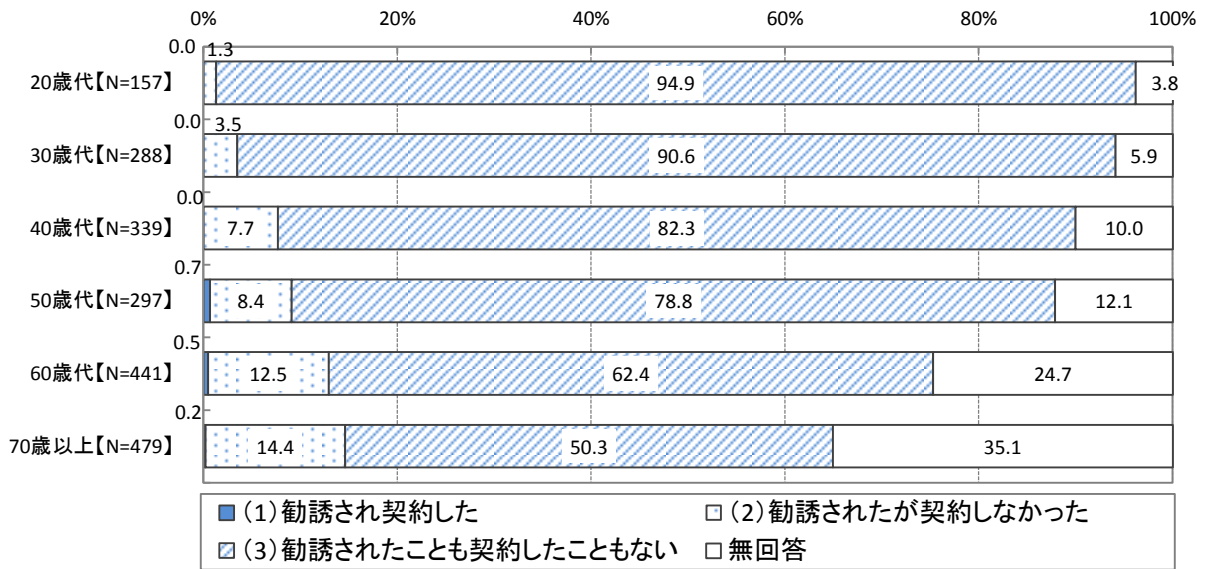
催眠(SF)商法(問8-2)



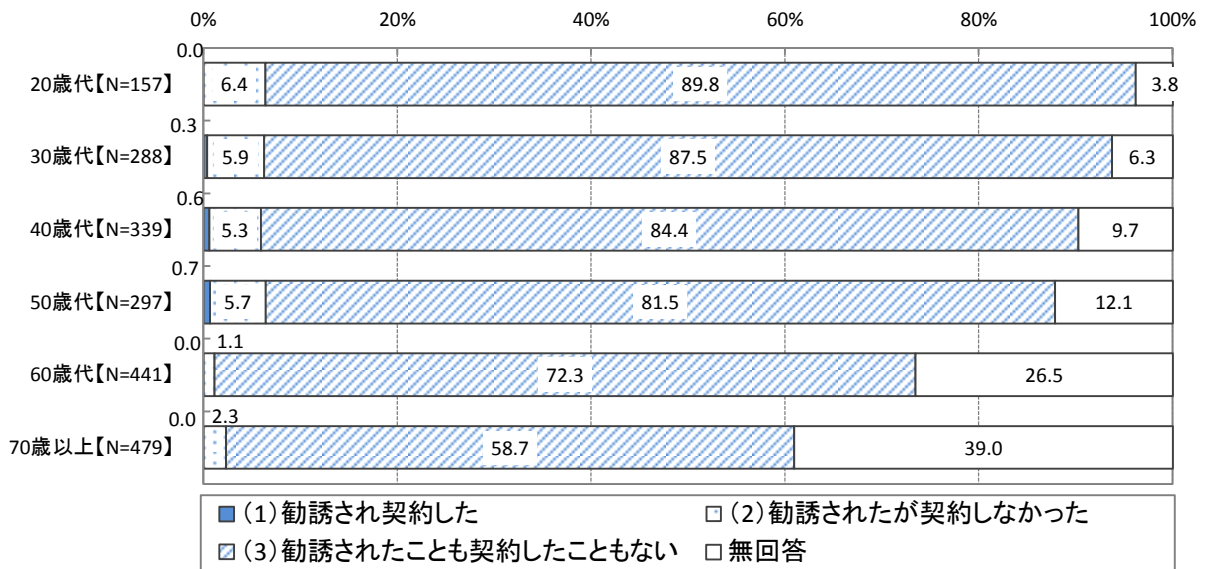
内職商法(問8-3)



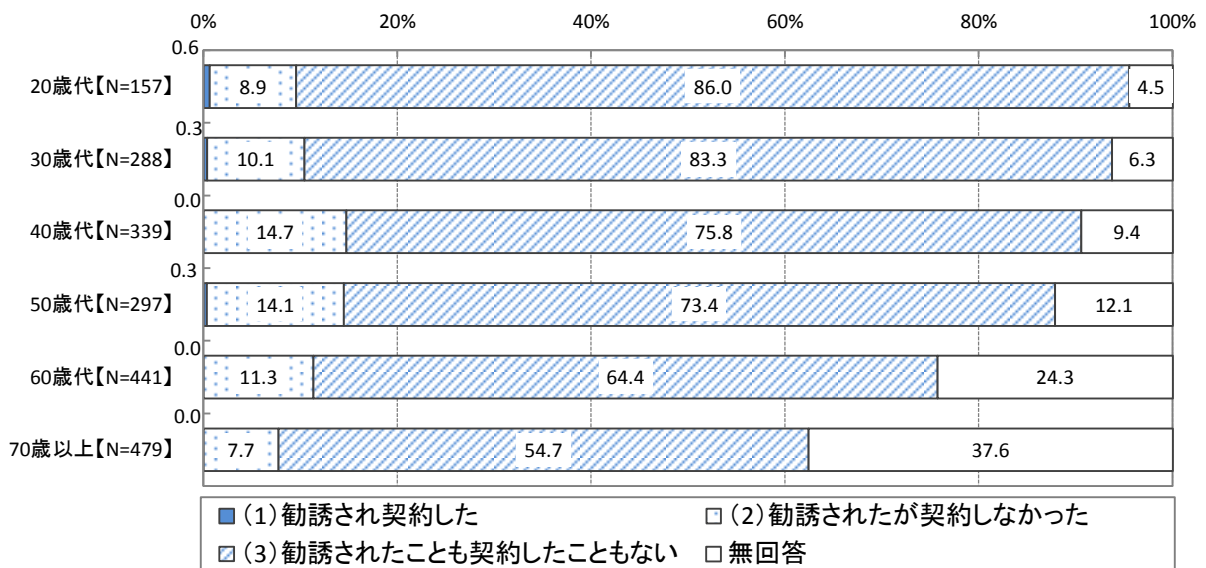
利殖商法(問8-4)



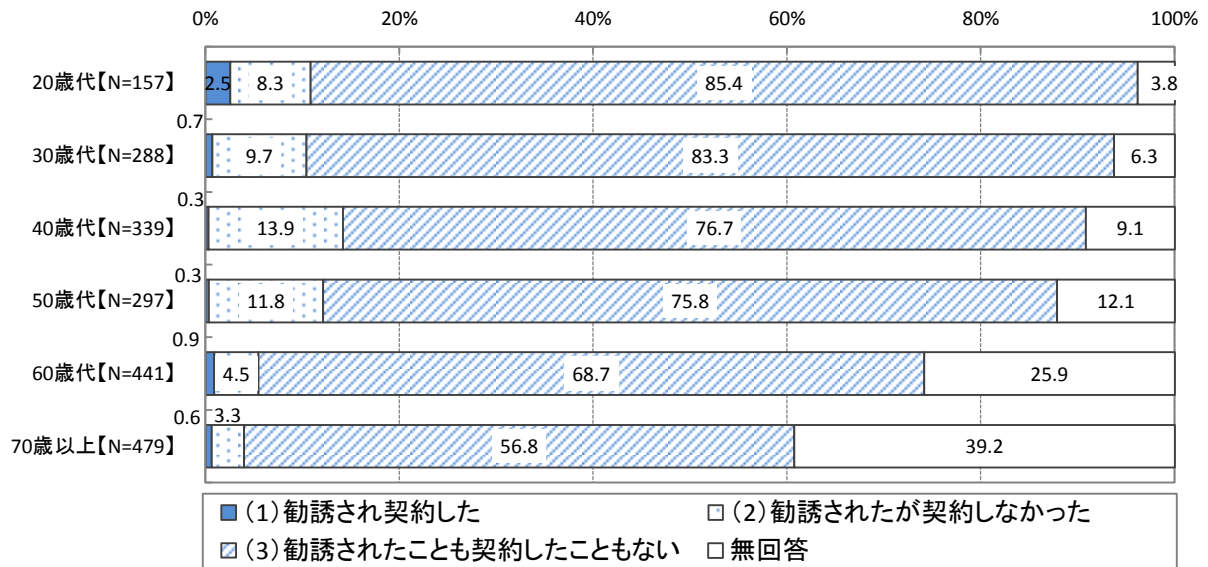
キャッチセールス(問8-5)



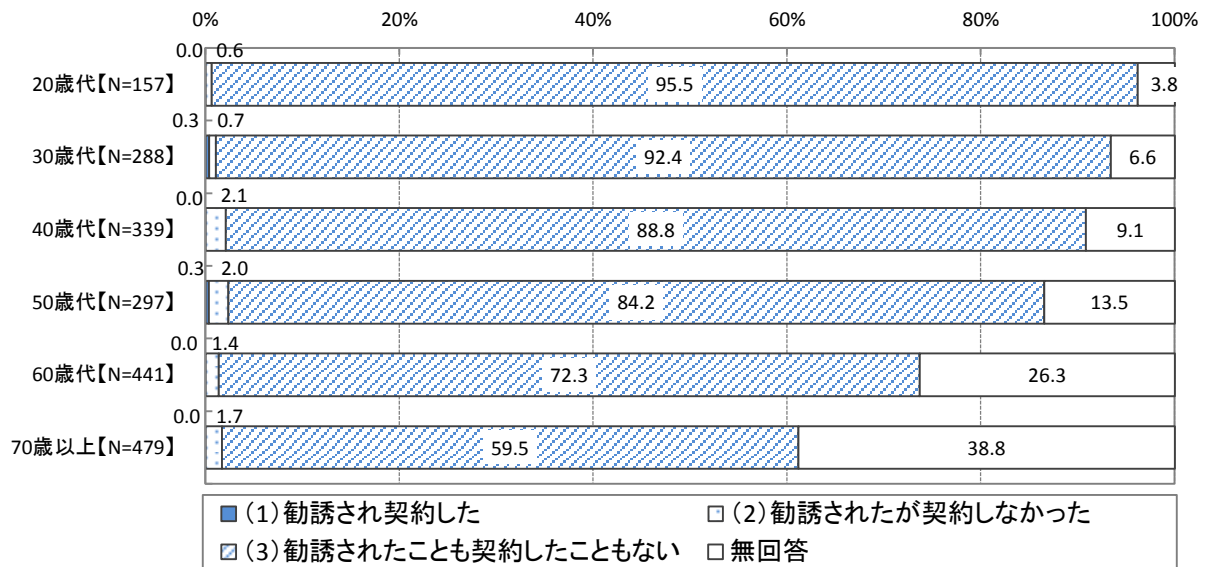
アポイントメントセールス(問8-6)



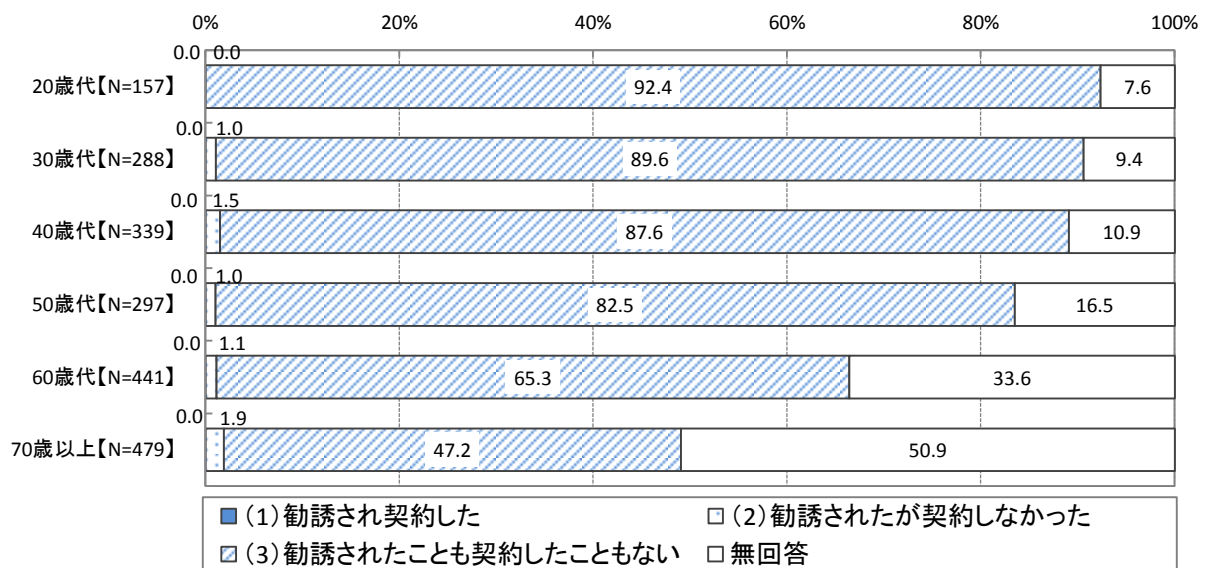
マルチ商法(問8-7)



送り付け商法(問8-8)

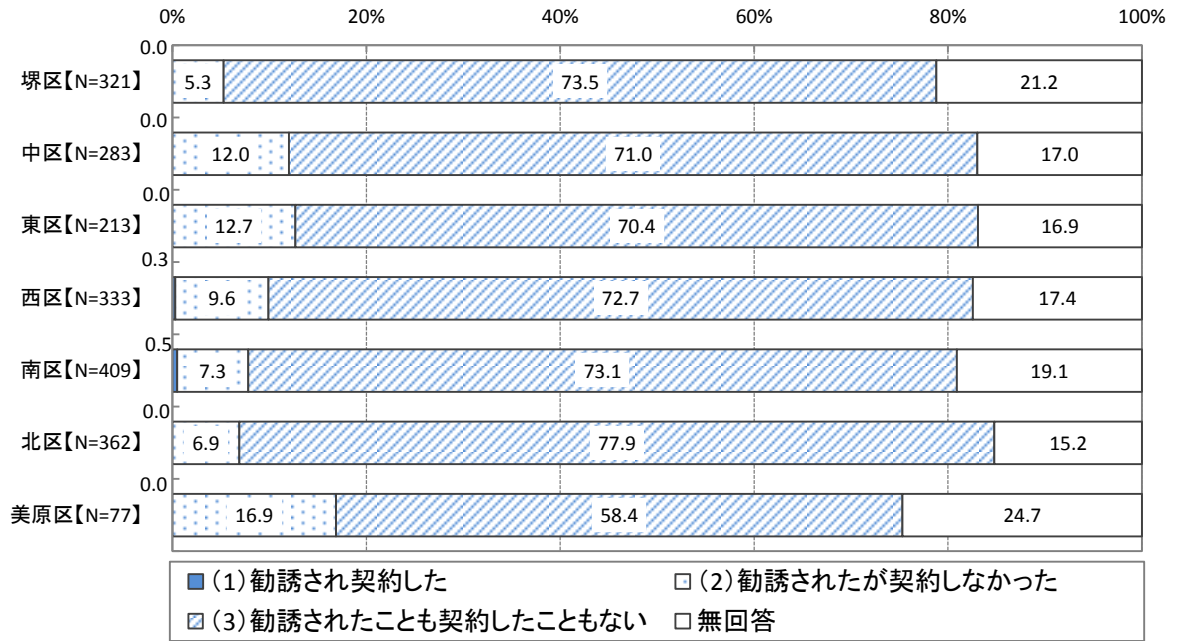


劇場型勧誘(問8-9)

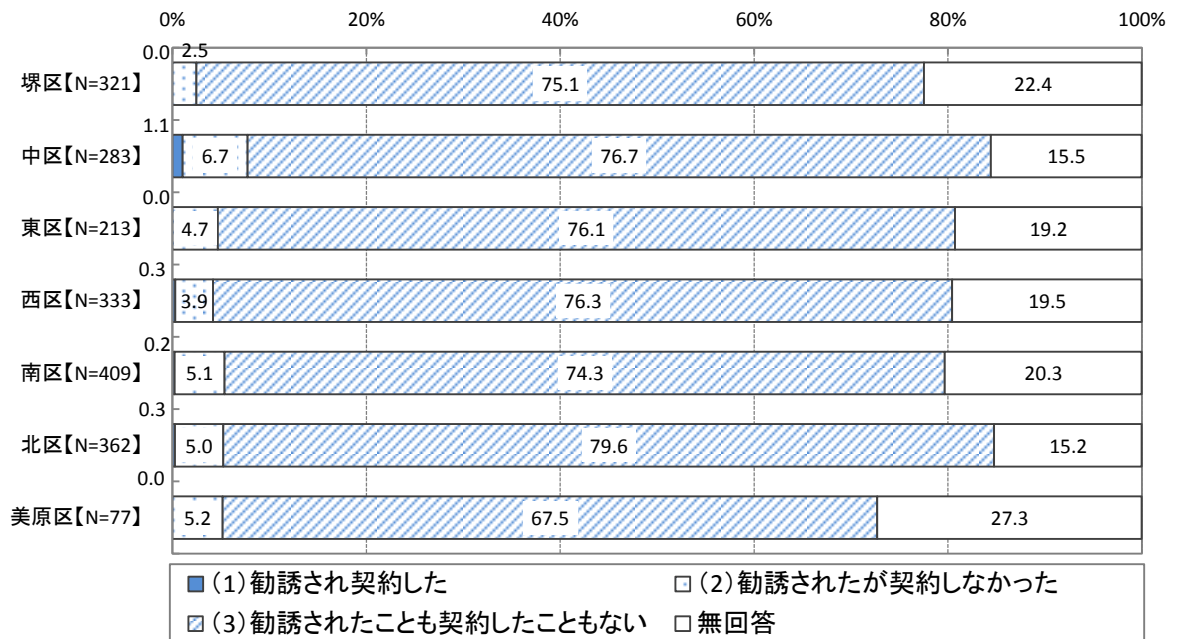


【問 8 (2) / 居住区別】

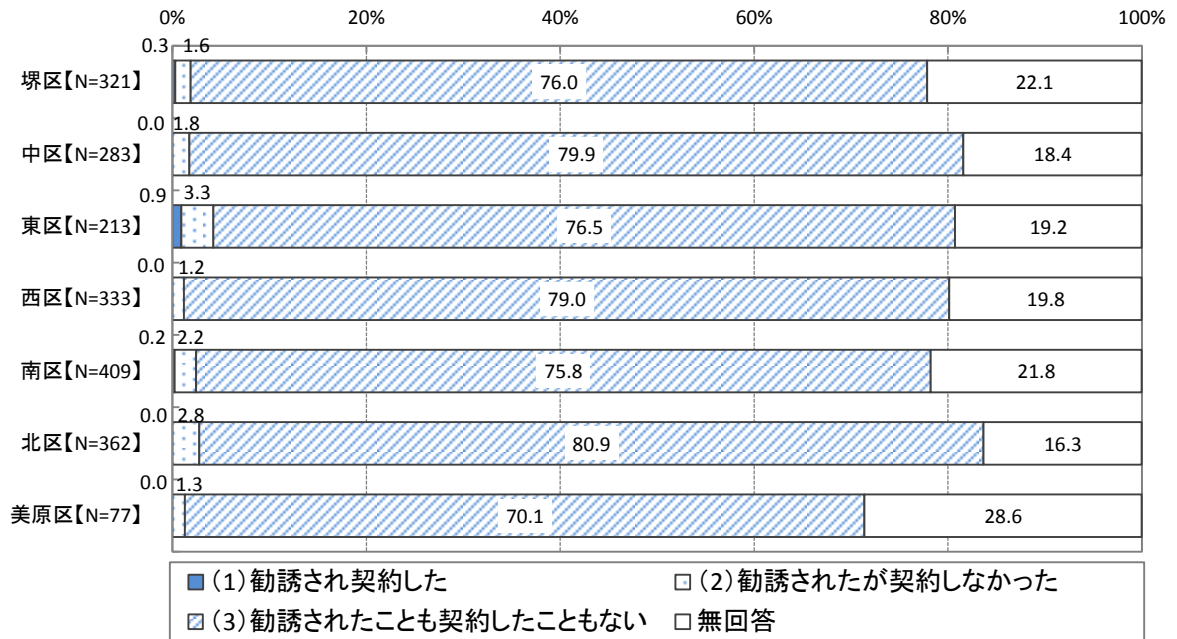
点検商法(問8-1)



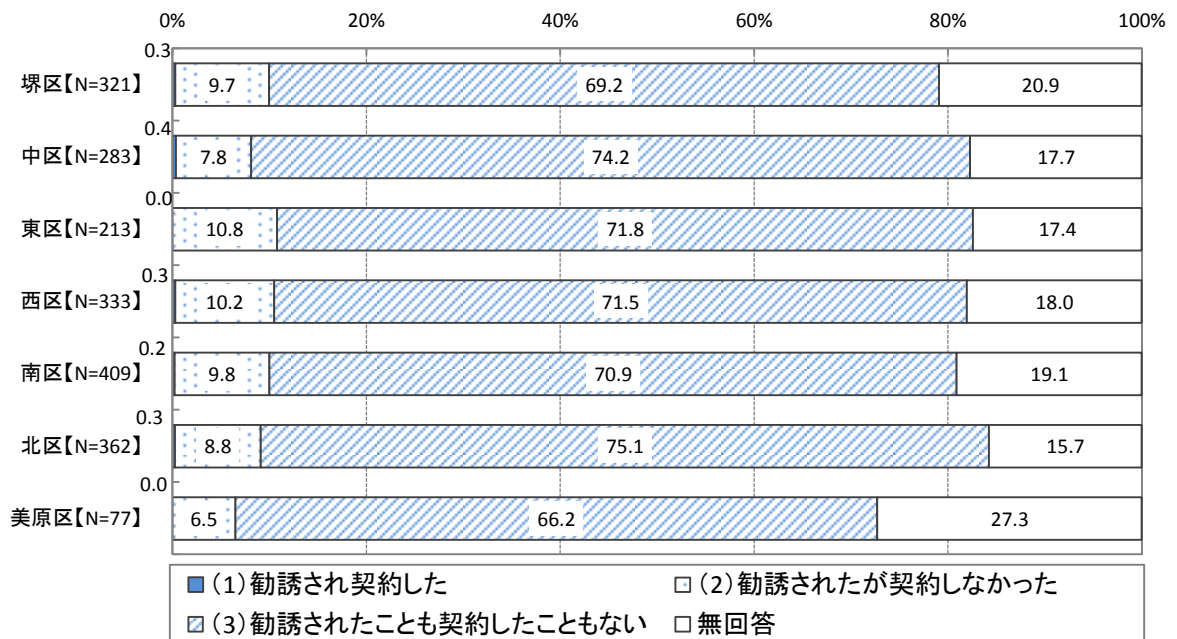
催眠(SF)商法(問8-2)



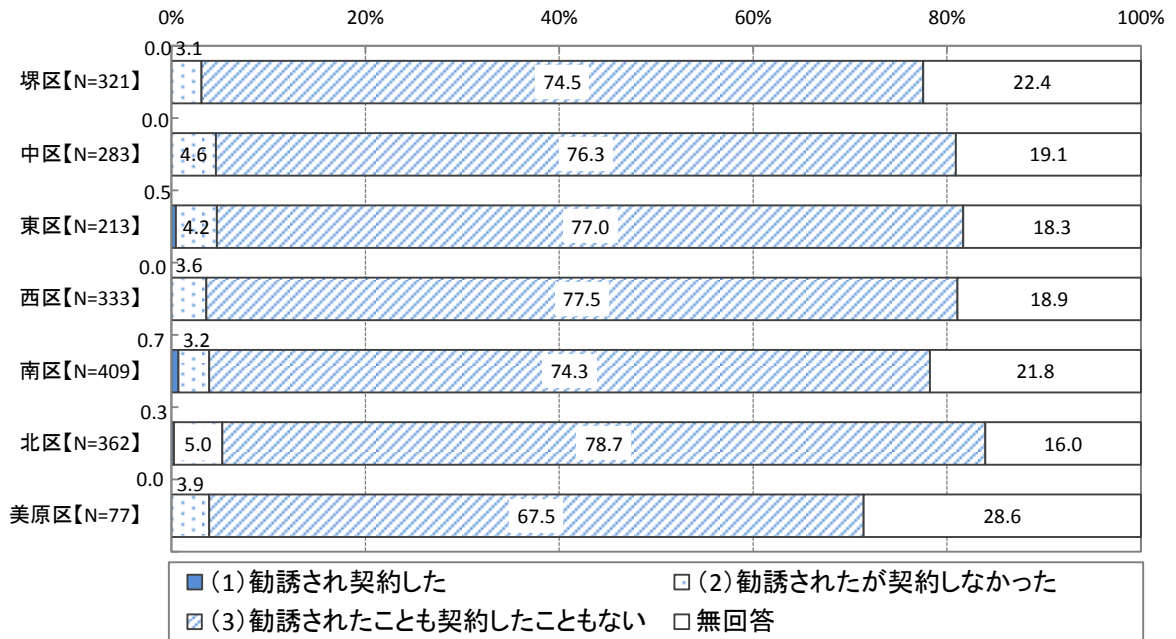
内職商法(問8-3)



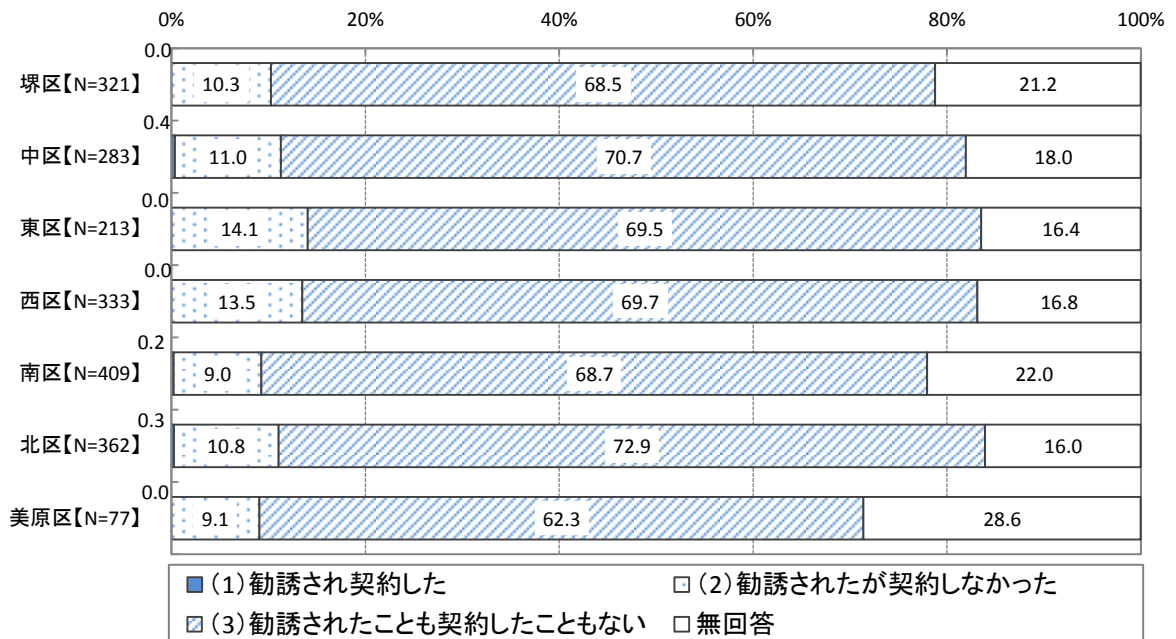
利殖商法(問8-4)



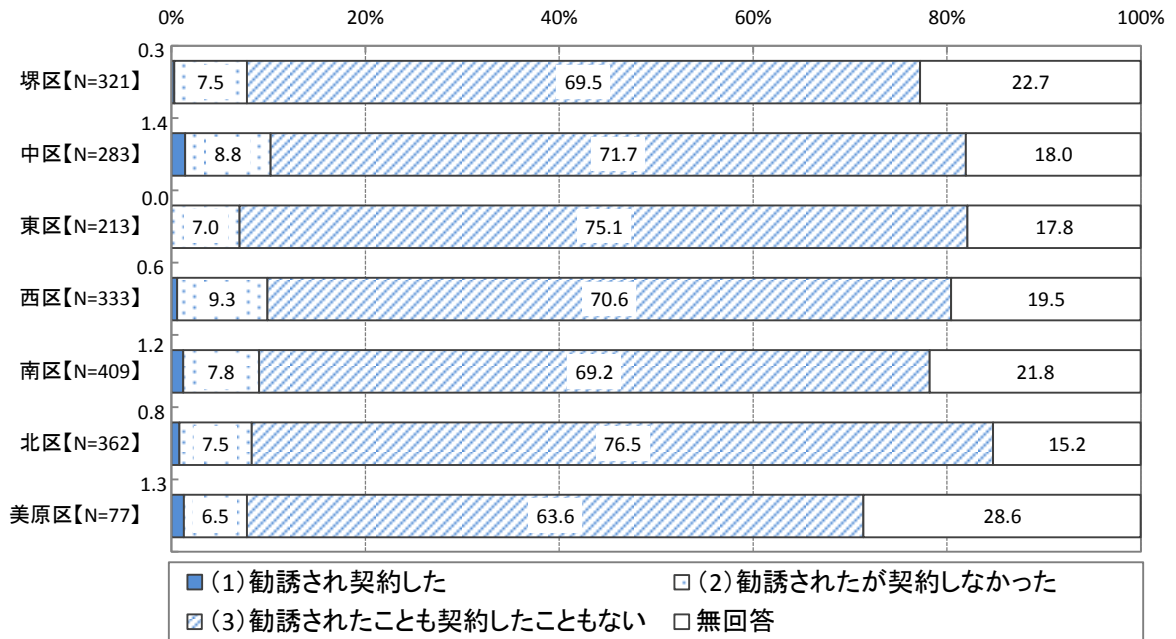
キャッチセールス(問8-5)



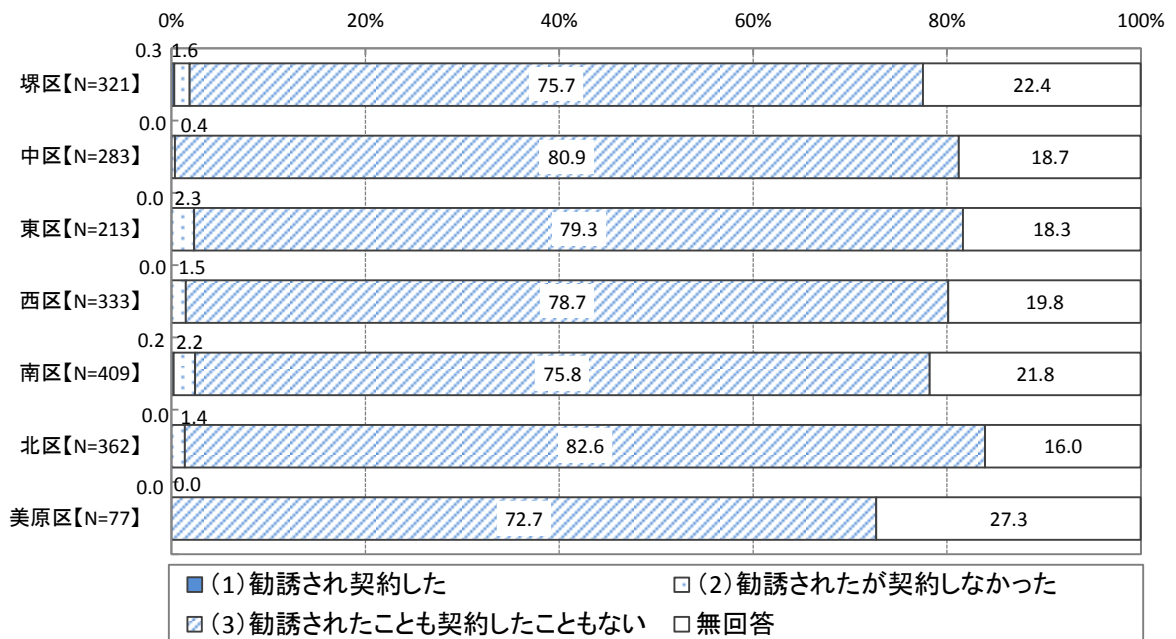
アポイントメントセールス(問8-6)



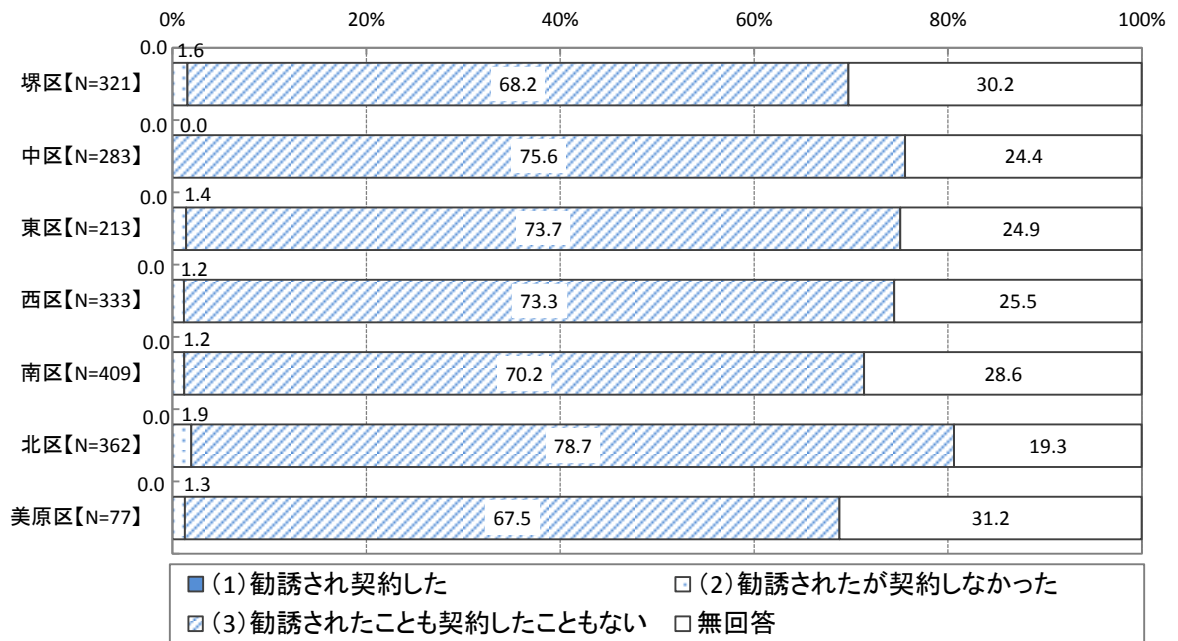
マルチ商法(問8-7)



送り付け商法(問8-8)

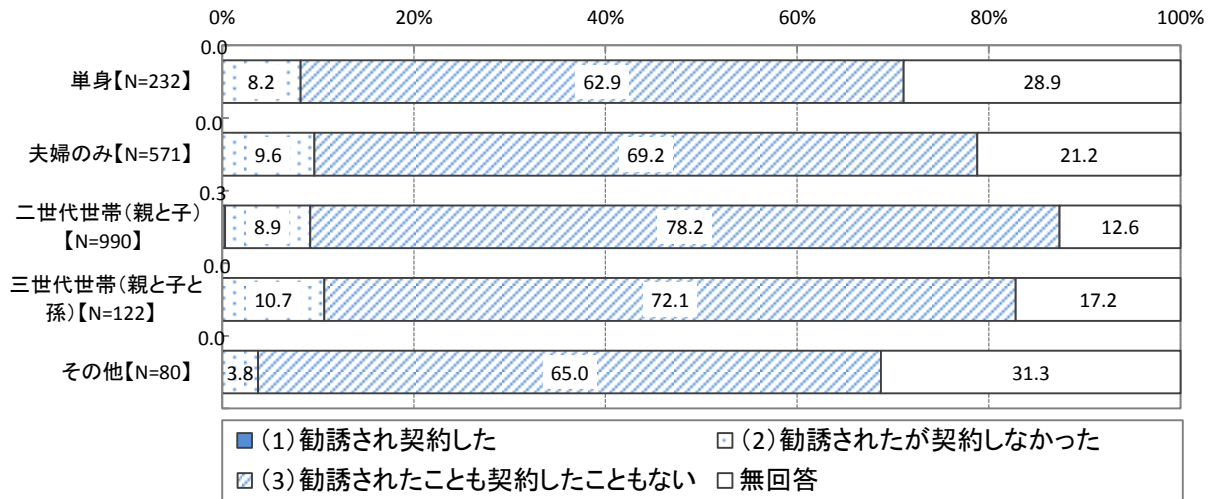


劇場型勧誘(問8-9)

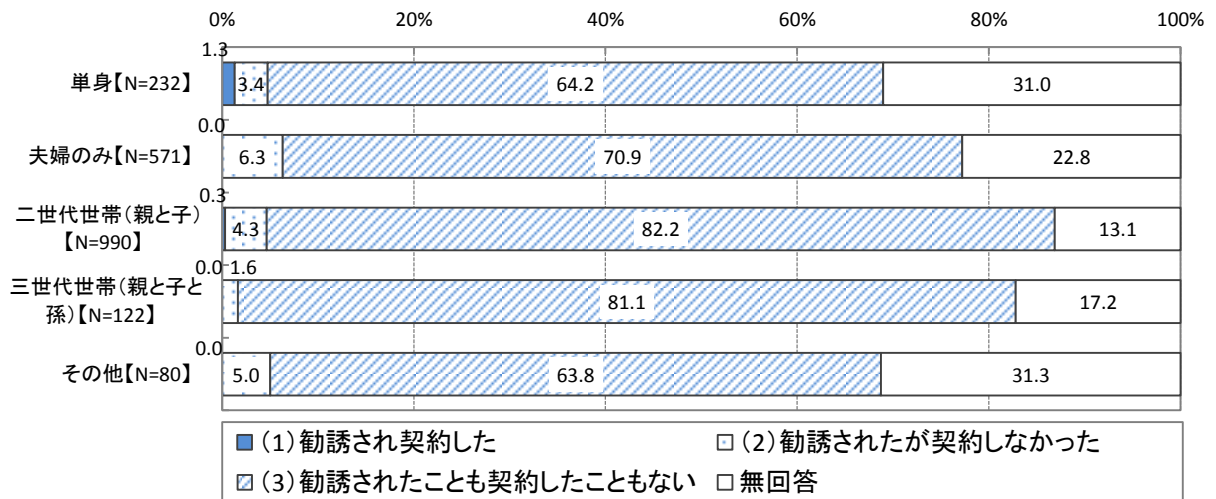


【問 8 (2) / 家族構成別】

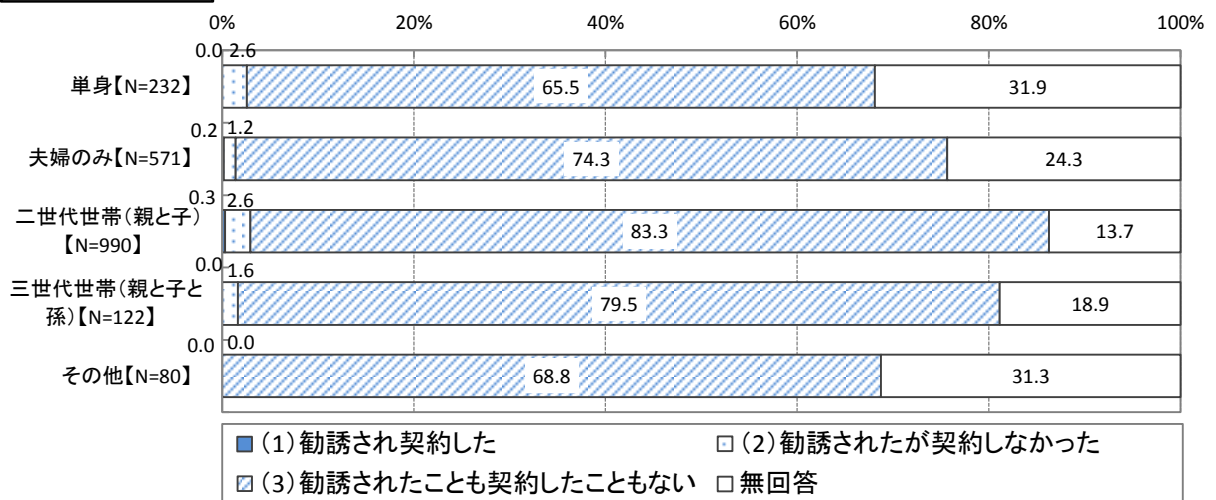
点検商法(問8-1)



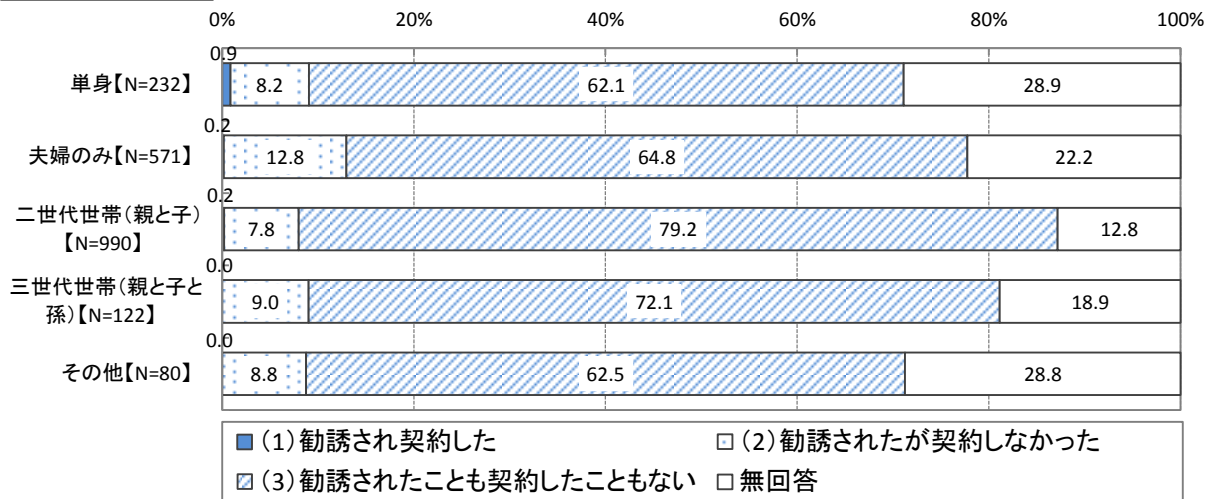
催眠(SF)商法(問8-2)



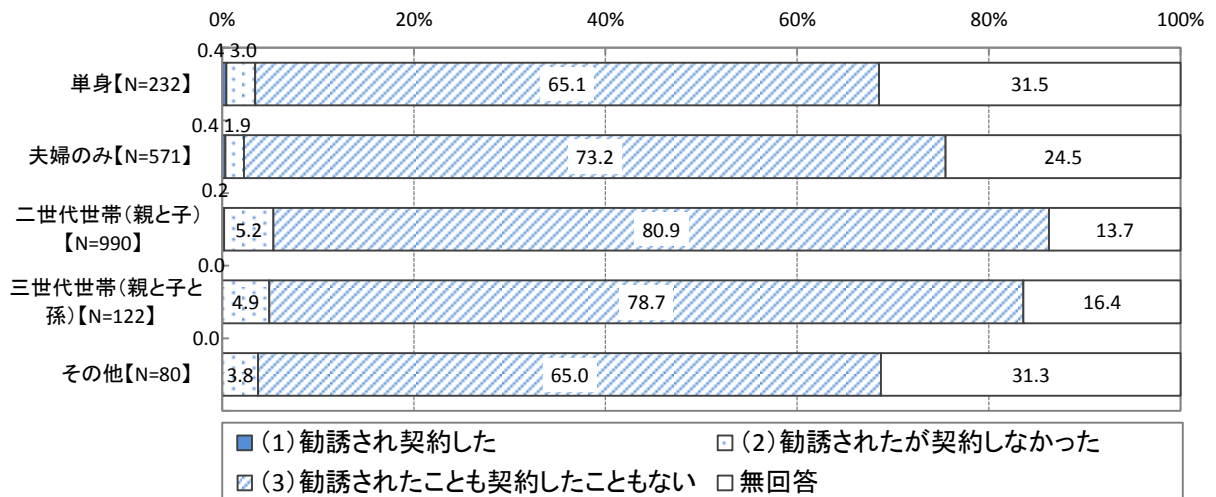
内職商法(問8-3)



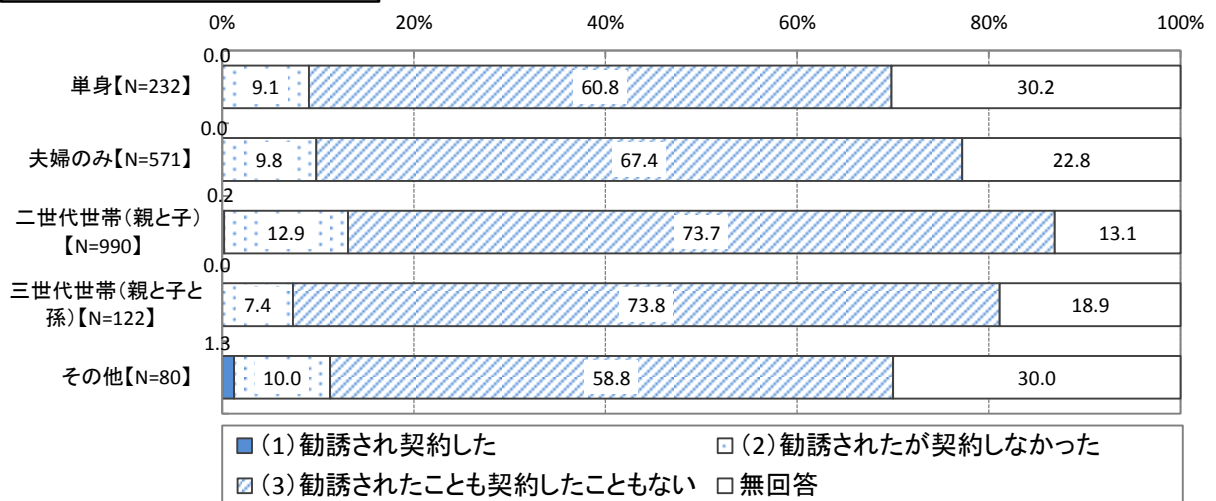
利殖商法(問8-4)



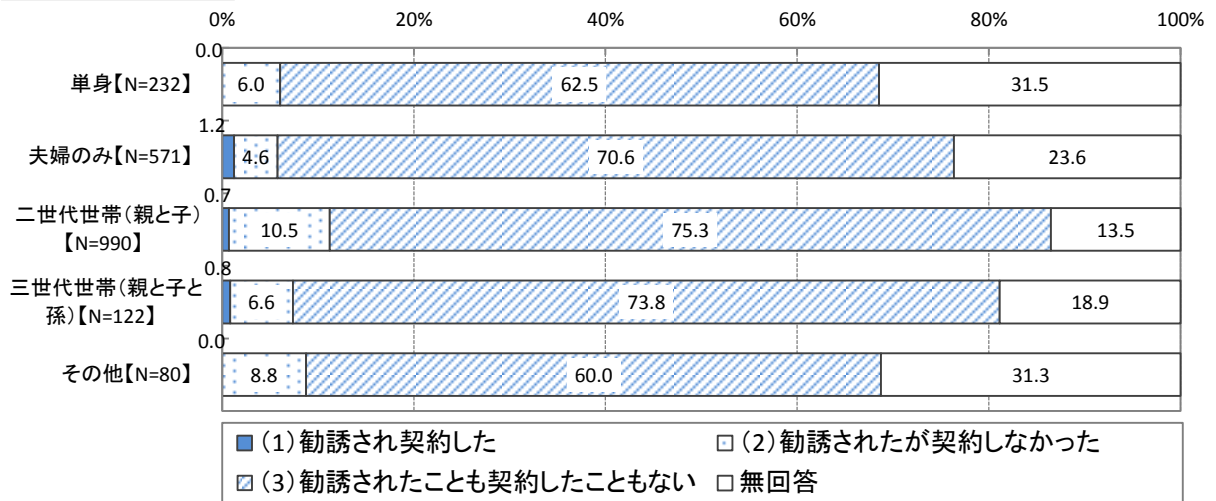
キャッチセールス(問8-5)



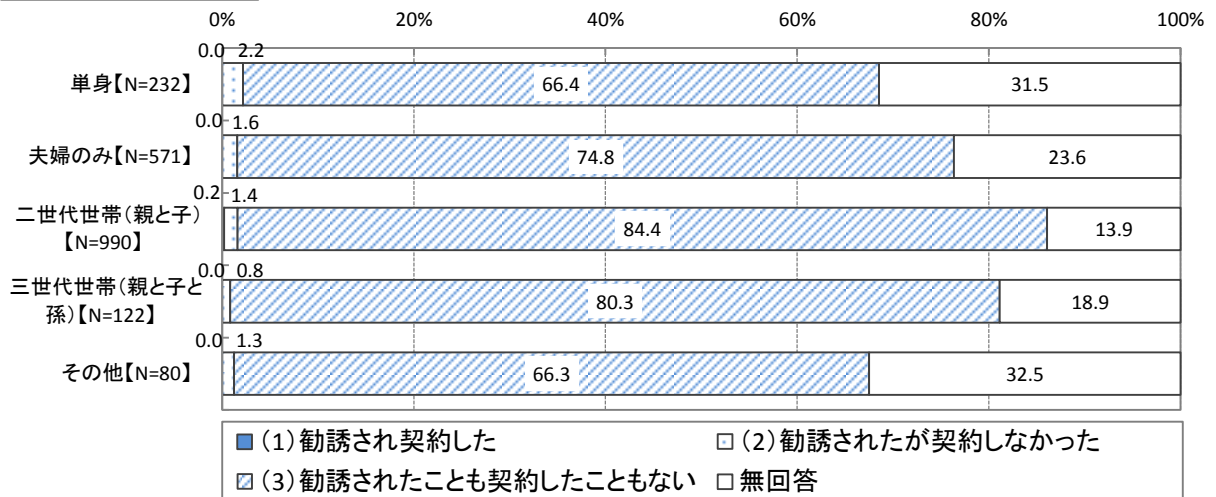
アポイントメントセールス(問8-6)



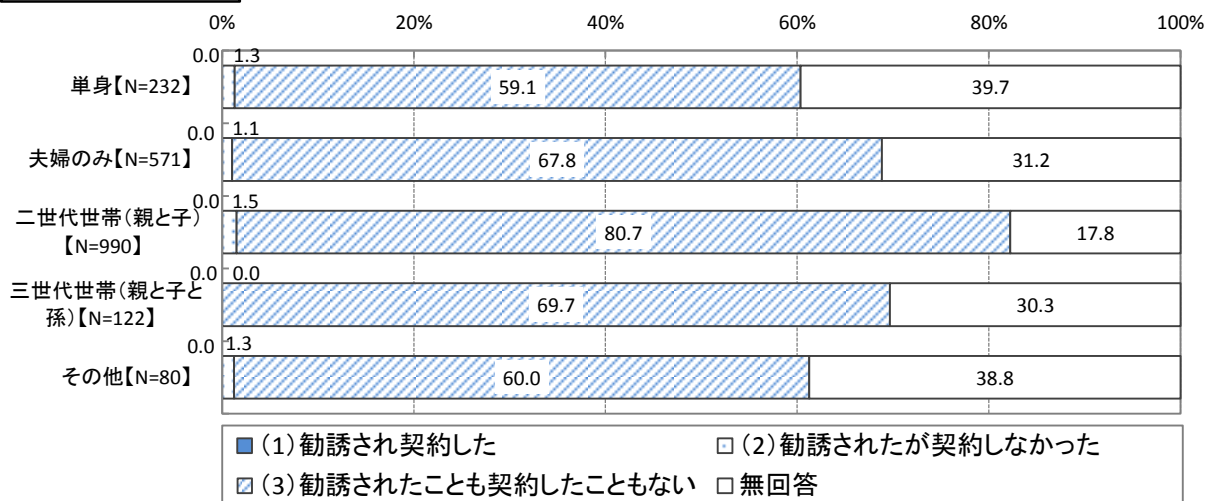
マルチ商法(問8-7)



送り付け商法(問8-8)



劇場型勧誘(問8-9)

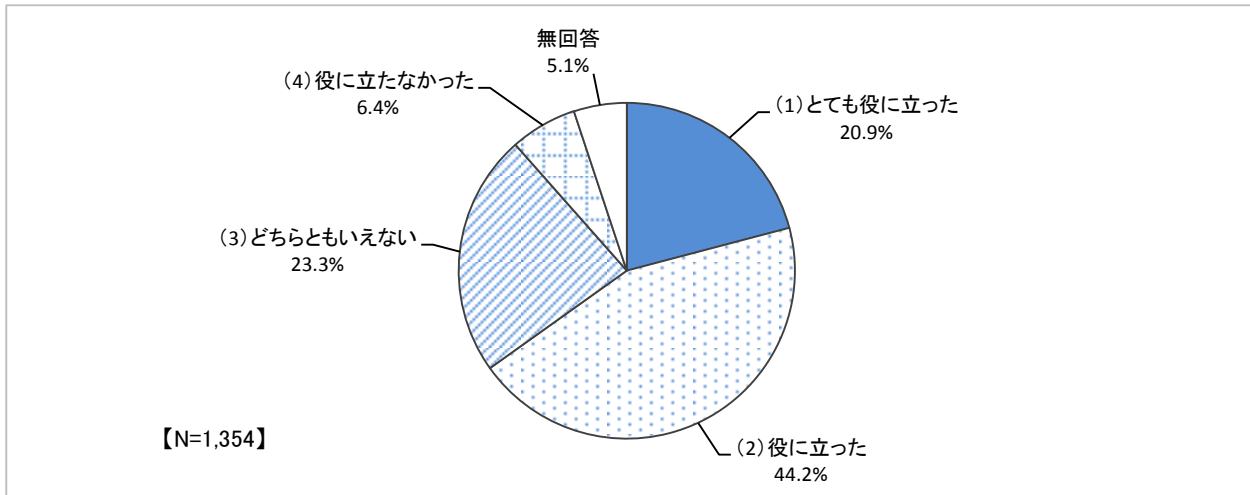


問9 問8で1つでも「(1) 注意を呼び掛ける情報を見聞きしたことがある」と回答された方に伺います。

問9-1 あなたは、そのような情報が役に立ったことがありますか。【〇は1つ】

悪質商法について、注意を呼び掛ける情報が役に立ったことがあるかについては、「役に立った」が44.2%と最も多く、次いで「どちらともいえない」が23.3%、「とても役に立った」が20.9%などとなっています。

【問9-1】

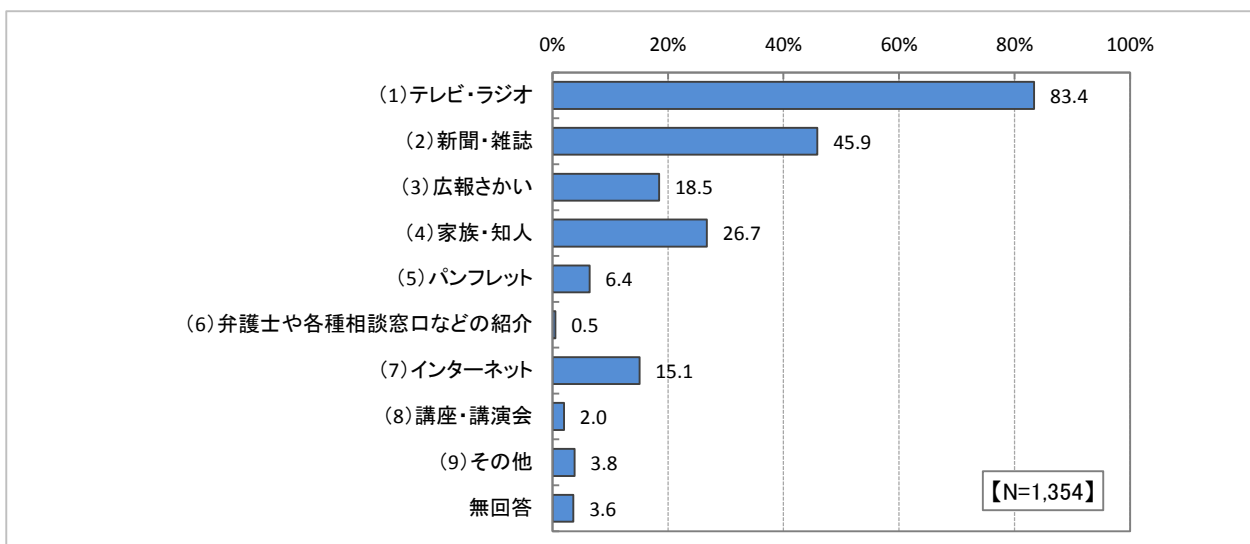


問9-2 あなたは、そのような情報をどこで見聞きしましたか。【複数回答可：いくつでも】

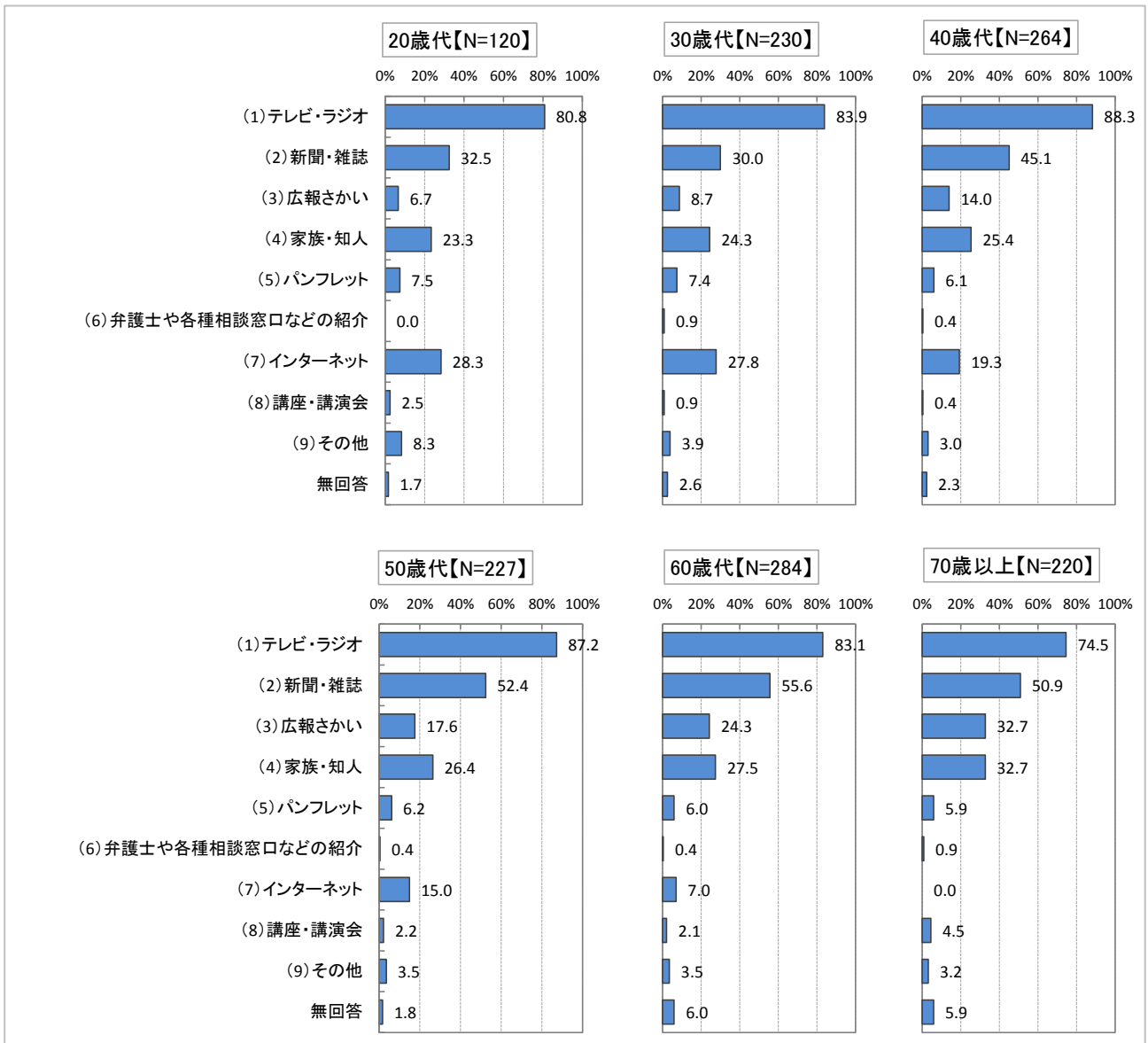
悪質商法について、注意を呼び掛ける情報を見聞きした媒体は、「テレビ・ラジオ」が83.4%と最も多く、次いで「新聞・雑誌」が45.9%、「家族・知人」が26.7%などとなっています。

年齢別にみると、いずれの年齢でも「テレビ・ラジオ」が最も多くなっています。「新聞・雑誌」は50歳代～70歳以上では5割を超えています。「インターネット」は年齢が低いほど多くなっています。

【問9-2】



【問9-2/年齢別】



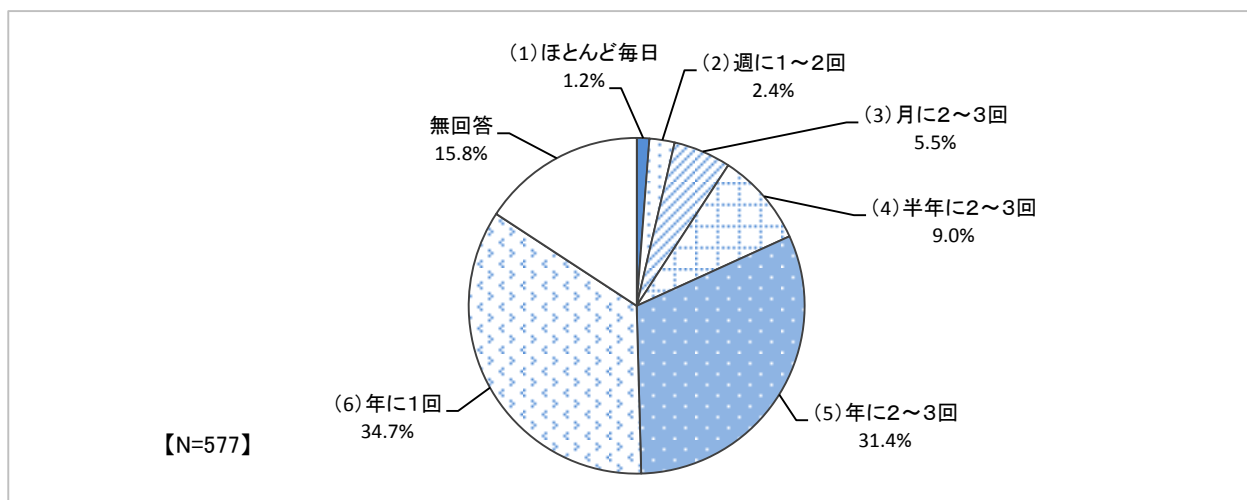
問 10 問 8 の「(2) この 1 年間に勧誘されたり契約したことはありますか」で 1 つでも「勧誘され契約した」「勧誘されたが契約しなかった」と回答された方に伺います。

問 10-1 あなたは、この 1 年間に、このような勧誘をどの位受けましたか。【〇は 1 つ】

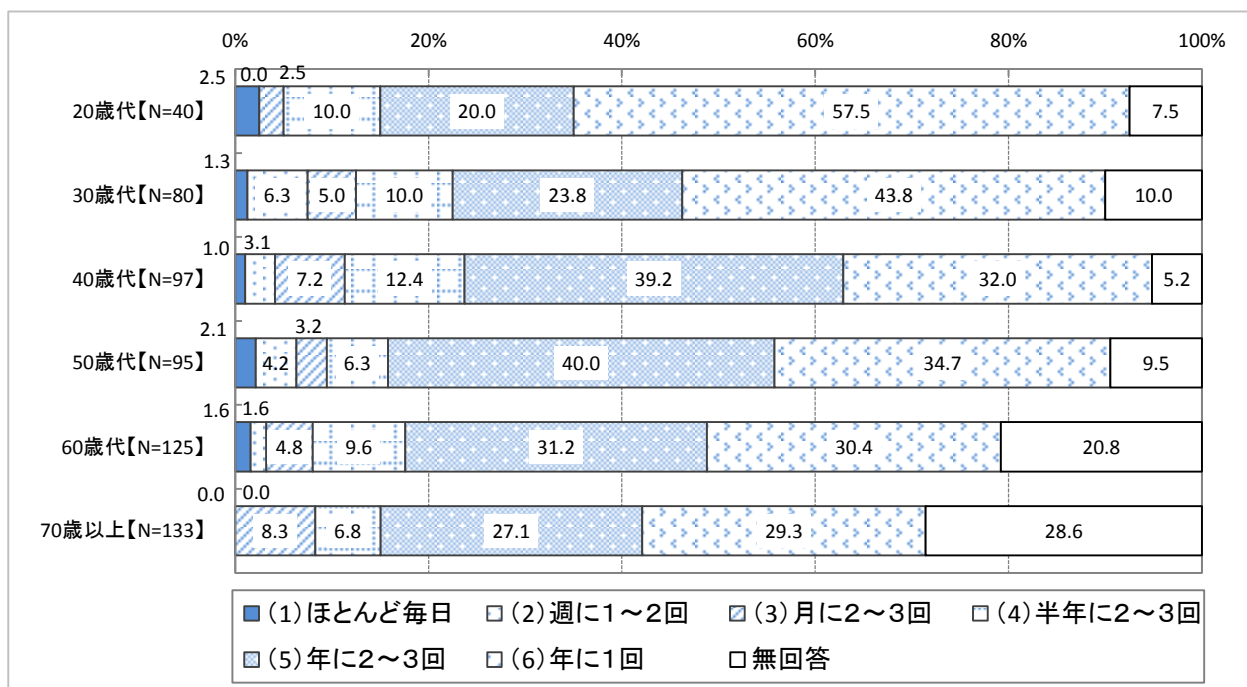
悪質商法について、この 1 年間に勧誘を受けた回数は、「年に 1 回」が 34.7%と最も多く、次いで「年に 2～3 回」が 31.4%などとなっています。『月に 2～3 回以上』（「ほとんど毎日」、「週に 1～2 回」、「月に 2～3 回」を合わせた割合）は約 1 割あります。

年齢別にみると、『月に 2～3 回以上』は 30 歳代が 12.6%と最も多くなっています。
 家族構成別にみると、『月に 2～3 回以上』は単身が 17.0%と最も多くなっています。

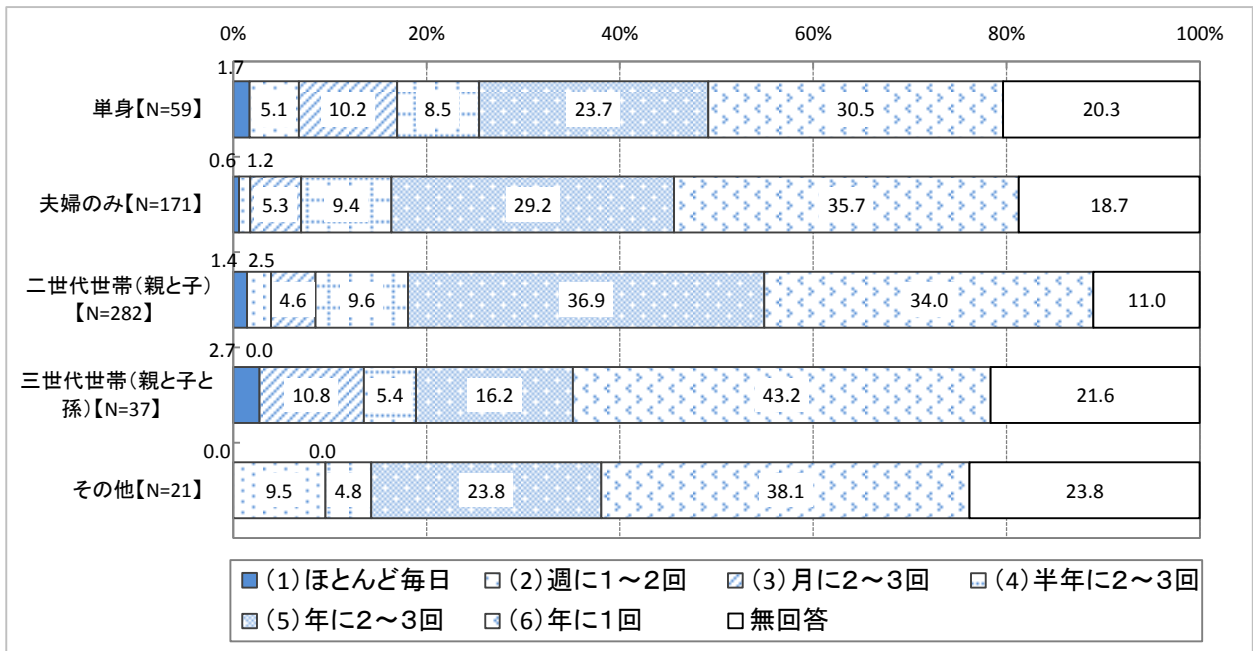
【問 10-1】



【問 10-1 / 年齢別】



【問 10-1 / 家族構成別】



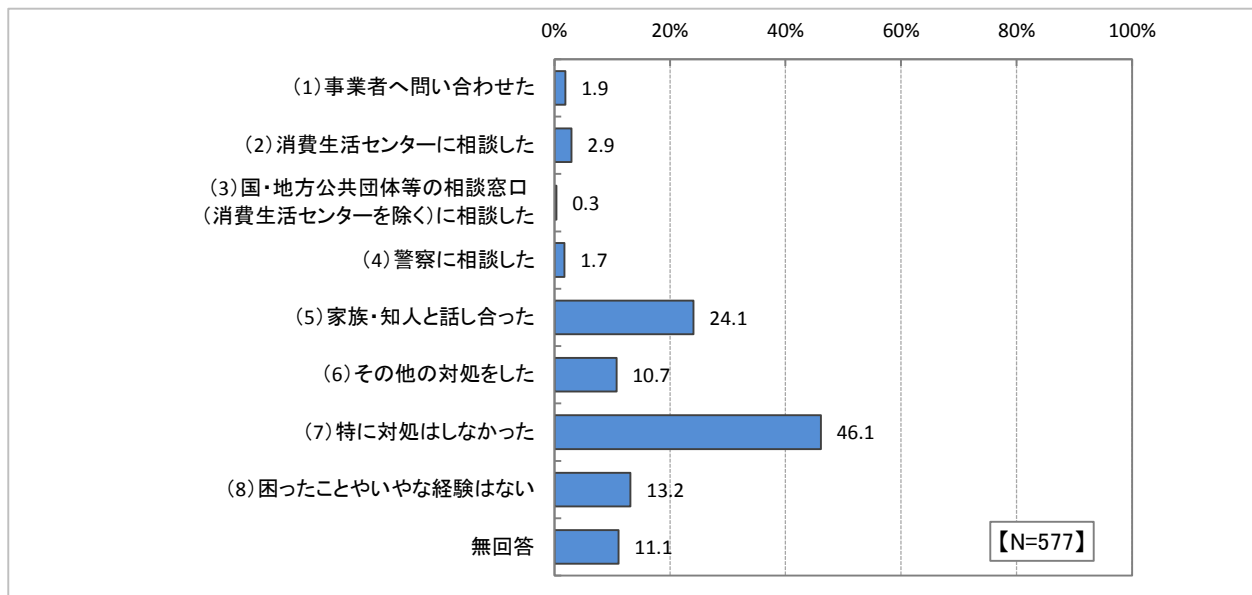
問 10-2 このような勧誘を受けて、困ったことやいやな経験をしたことはありますか。その際、どのように対処しましたか。【複数回答可：いくつでも】

この 1 年間に悪質商法の勧誘を受けて、困ったことや嫌な経験をした時の対処は、「特に対処はしなかった」が 46.1%と最も多く、次いで「家族・知人と話し合った」が 24.1%となどなっています。

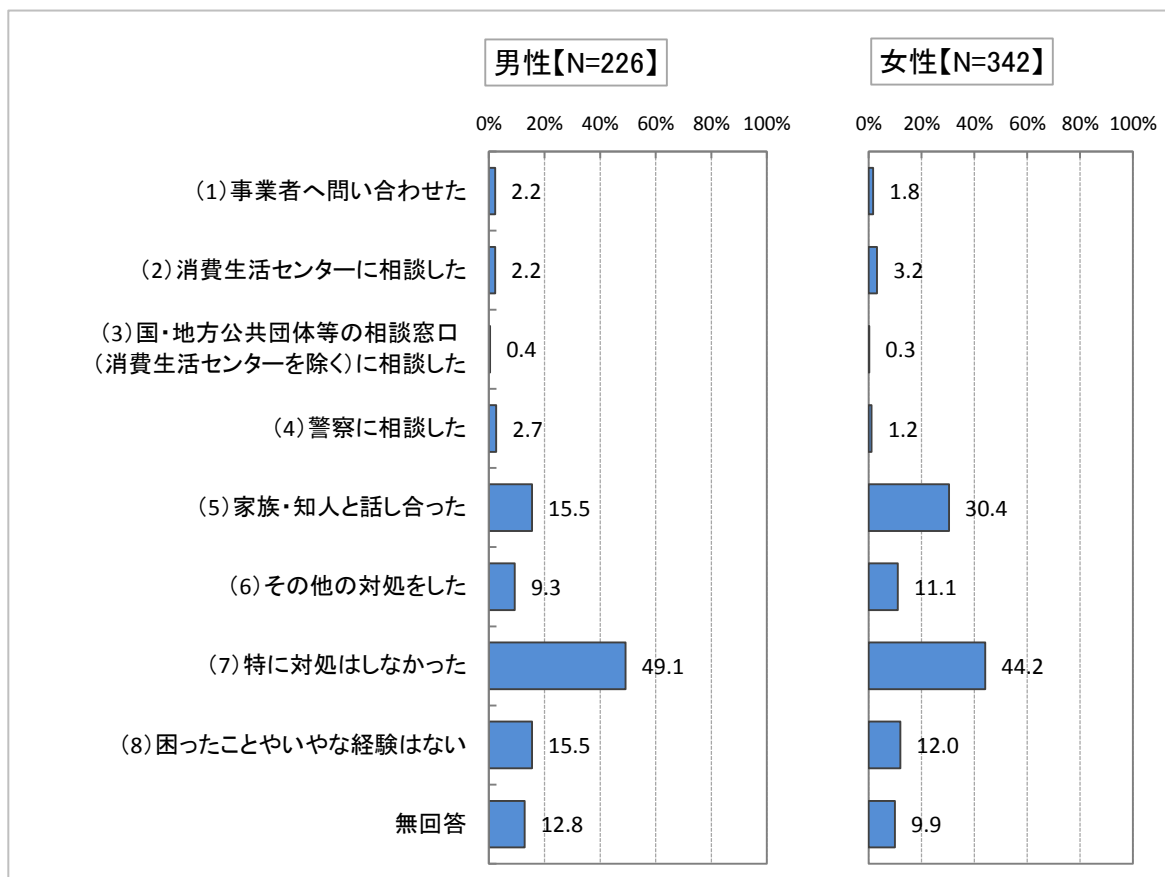
性別にみると、「家族・知人と話し合った」は女性が男性に比べて多くなっています。

家族構成別にみると、二世帯世帯（親と子）では「特に対処はしなかった」が他の家族構成に比べて多くなっています。

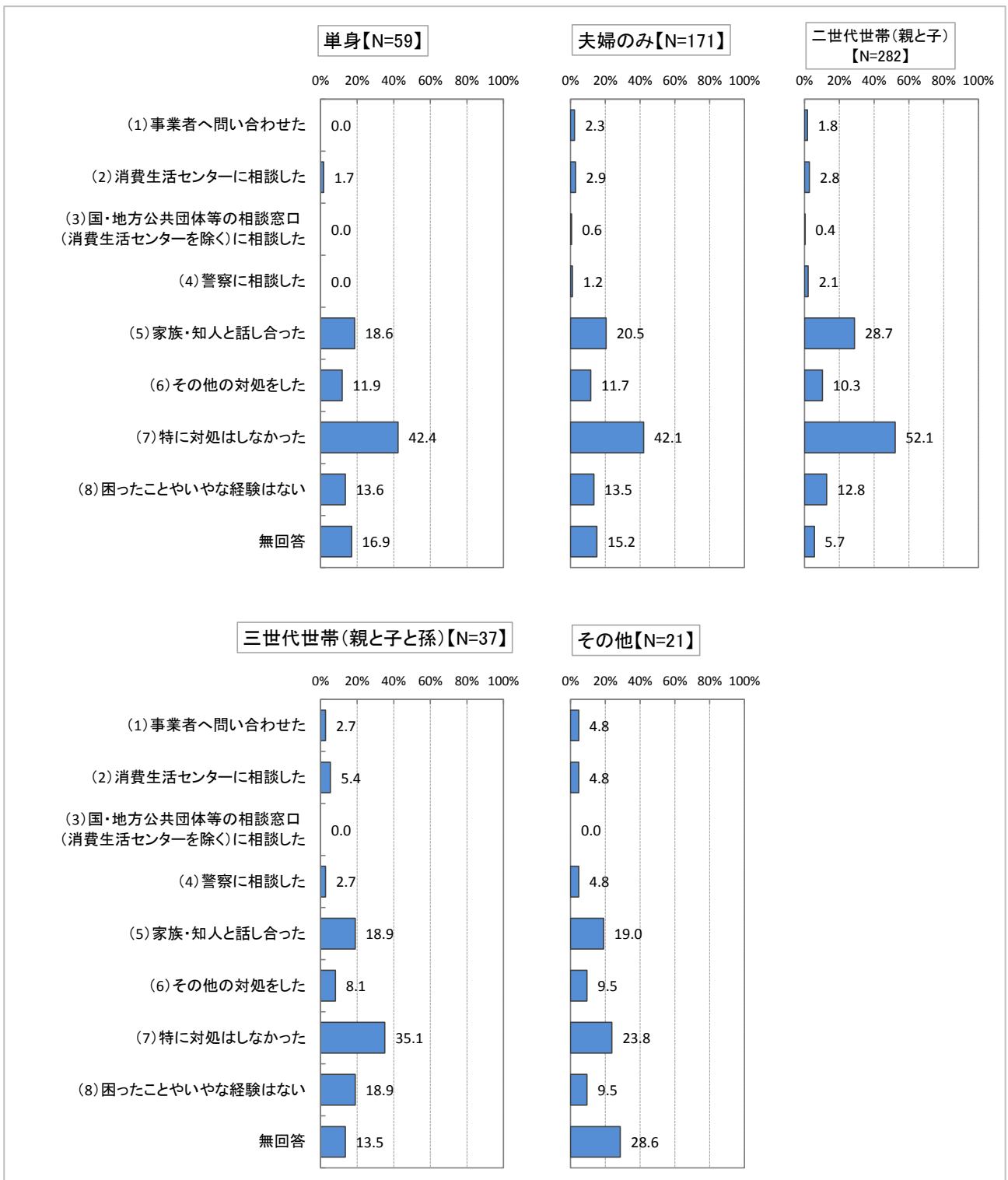
【問 10-2】



【問 10-2 / 性別】



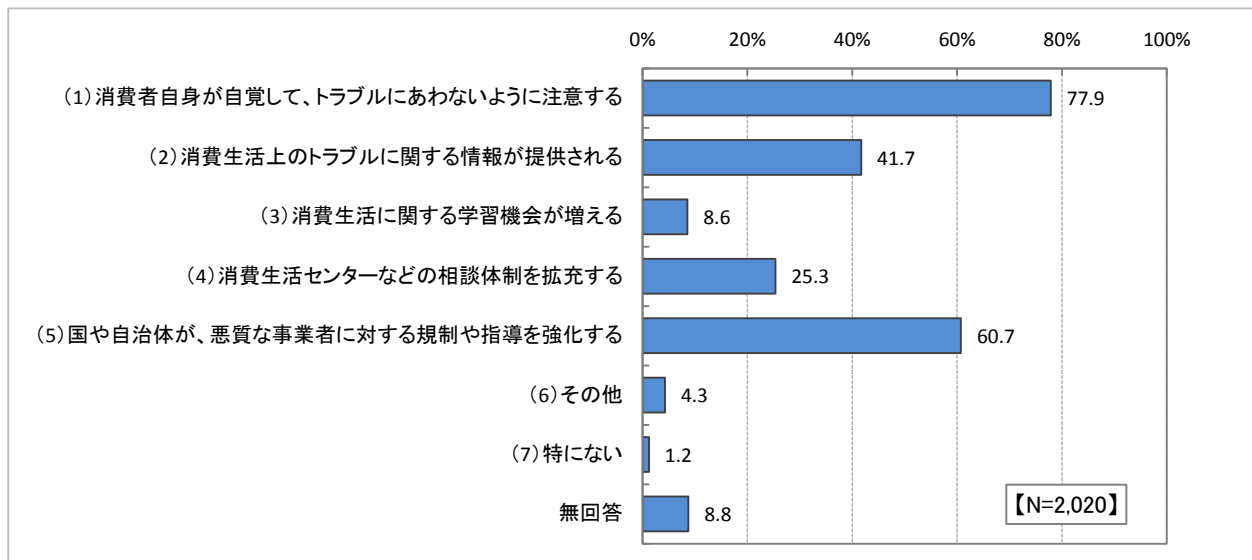
【問 10-2 / 家族構成別】



問 11 問題がある勧誘・商法や悪質業者について、あなたはどのような取組や対策が必要だと思いますか。【複数回答可：いくつでも】

悪質業者に対して必要だと思う取組や対策は、「消費者自身が自覚して、トラブルにあわないように注意する」が 77.9%と最も多く、次いで「国や自治体が、悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」が 60.7%、「消費生活上のトラブルに関する情報が提供される」が 41.7%などとなっています。

【問 11】



IV. 訪問販売・電話勧誘販売について

問 12 あなたは、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。【〇は1つ】

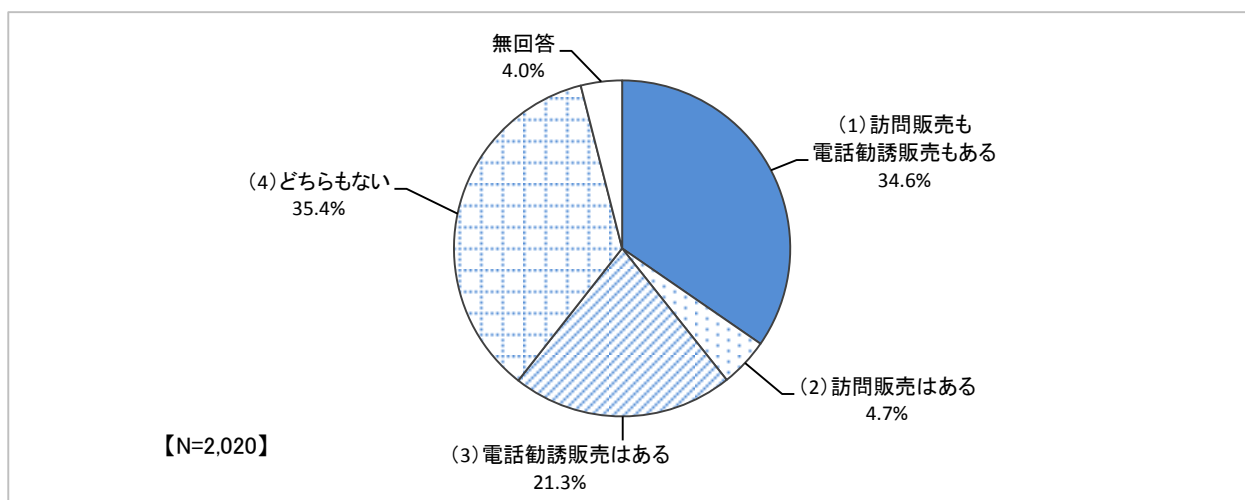
この1年間に、訪問販売や電話勧誘販売で商品やサービスの購入・契約について勧誘された経験の有無は、「どちらもない」が35.4%と最も多く、次いで「訪問販売も電話勧誘販売もある」が34.6%などとなっています。

年齢別にみると、「訪問販売も電話勧誘販売もある」は50歳代が44.8%と最も多く、次いで60歳代が38.5%となっています。

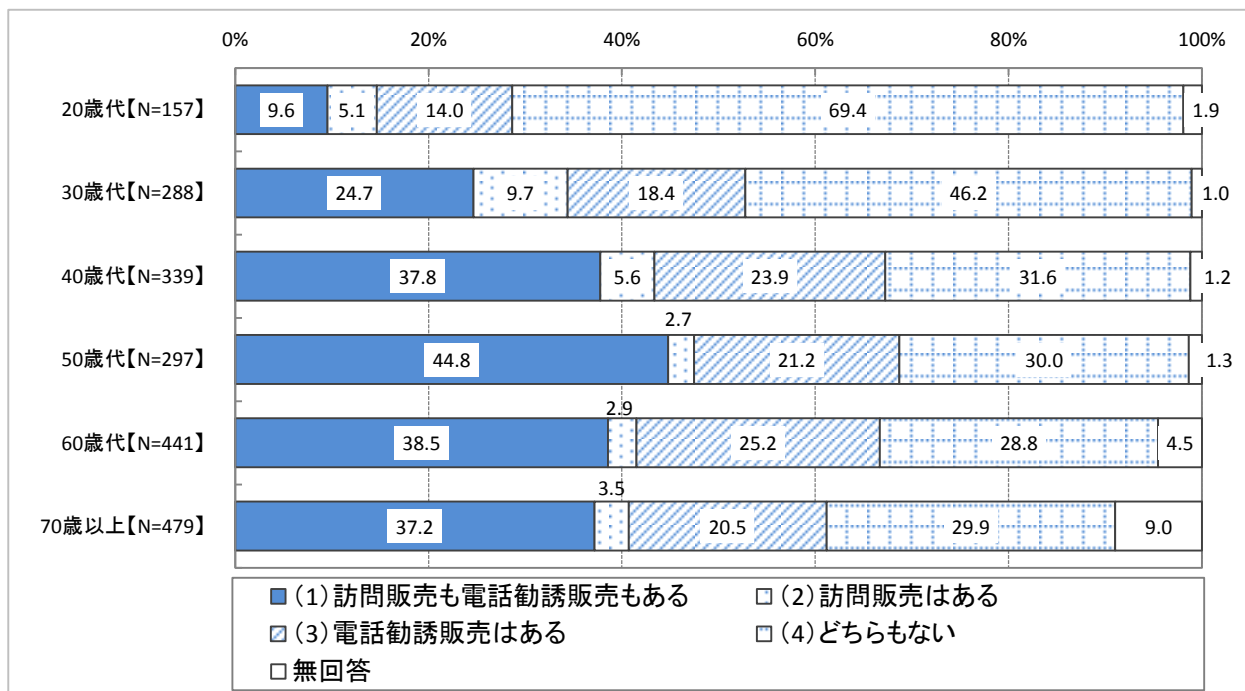
居住区別にみると、「訪問販売も電話勧誘販売もある」は美原区が44.2%と最も多くなっています。

家族構成別にみると、「訪問販売も電話勧誘販売もある」は「夫婦のみ」と「二世帯世帯（親と子）」で多くなっています。

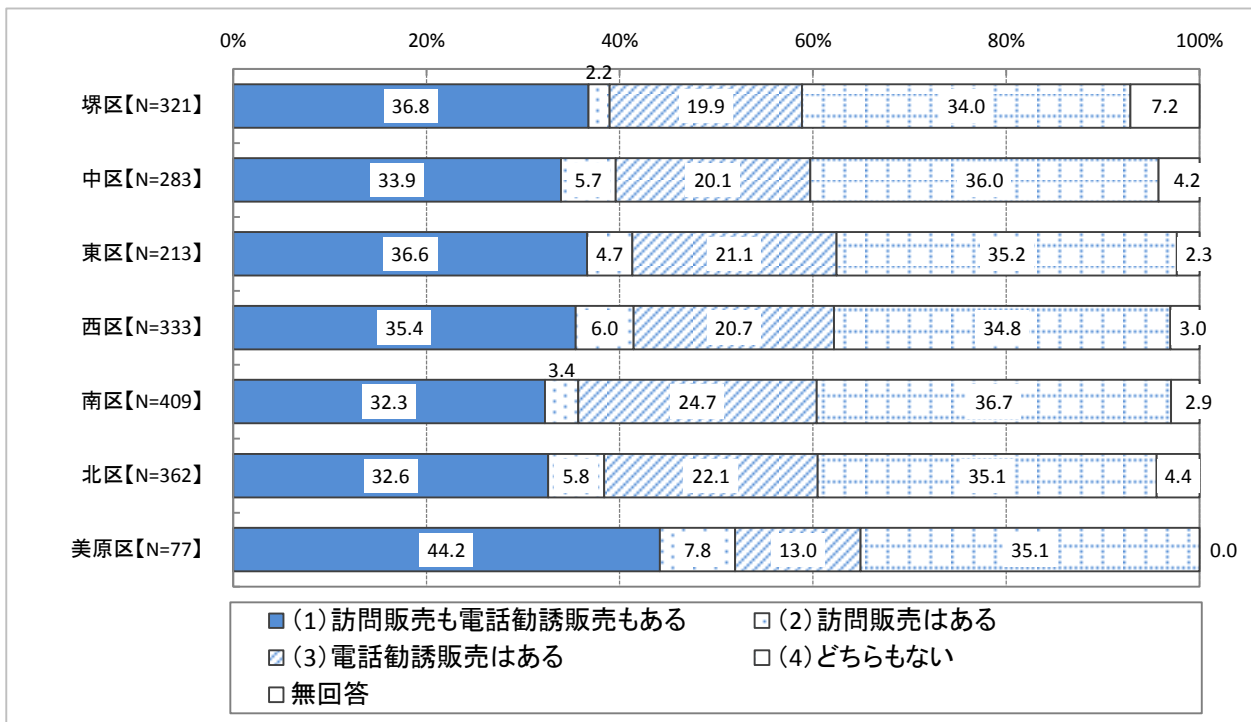
【問 12】



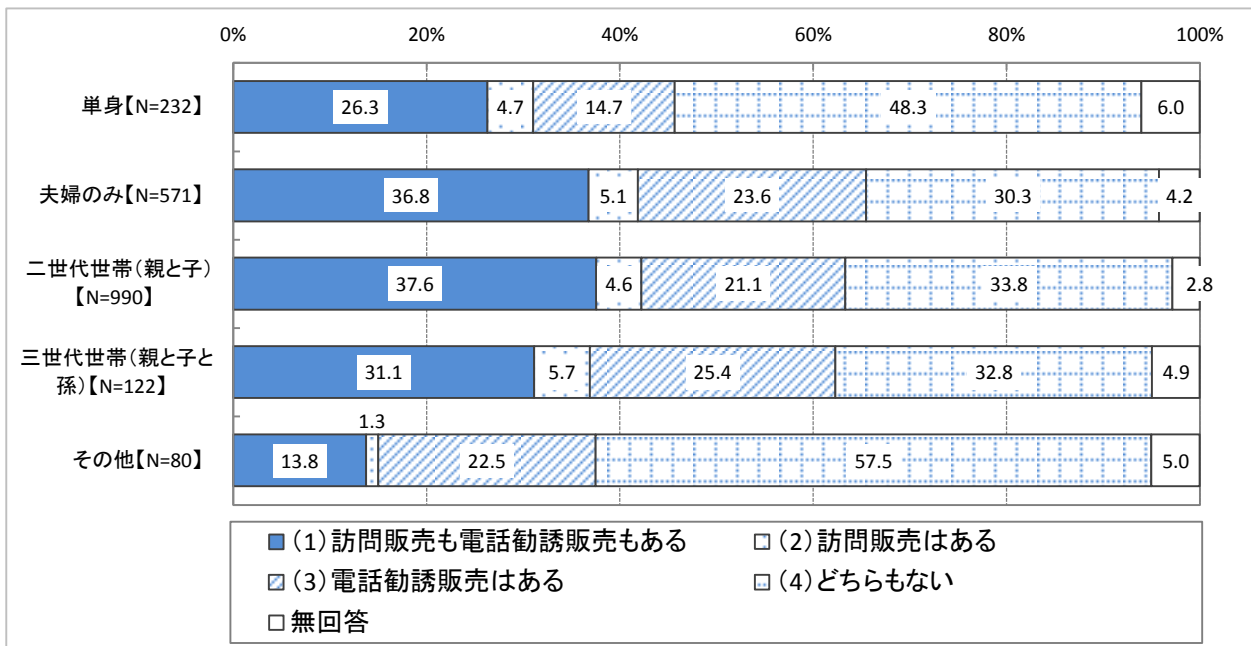
【問 12 / 年齢別】



【問 12／居住区別】



【問 12／家族構成別】



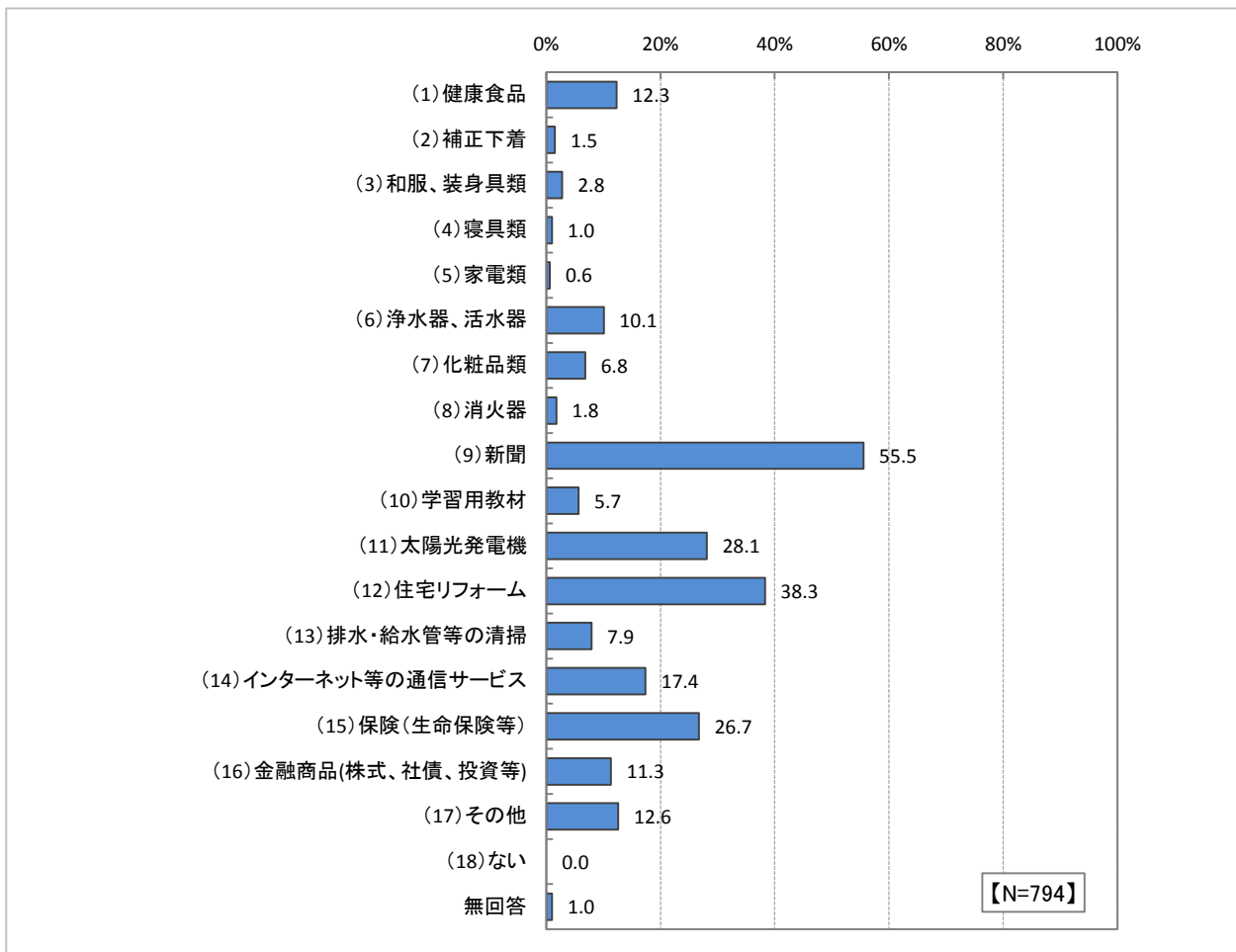
問 13 問 12 で、1、2 または 3 と回答された方に伺います。

問 13-1 あなたは、この 1 年間に、どのような商品・サービスの訪問販売や電話勧誘販売を受けたことがありますか。【訪問販売、電話勧誘販売それぞれ複数回答可】

訪問販売

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。

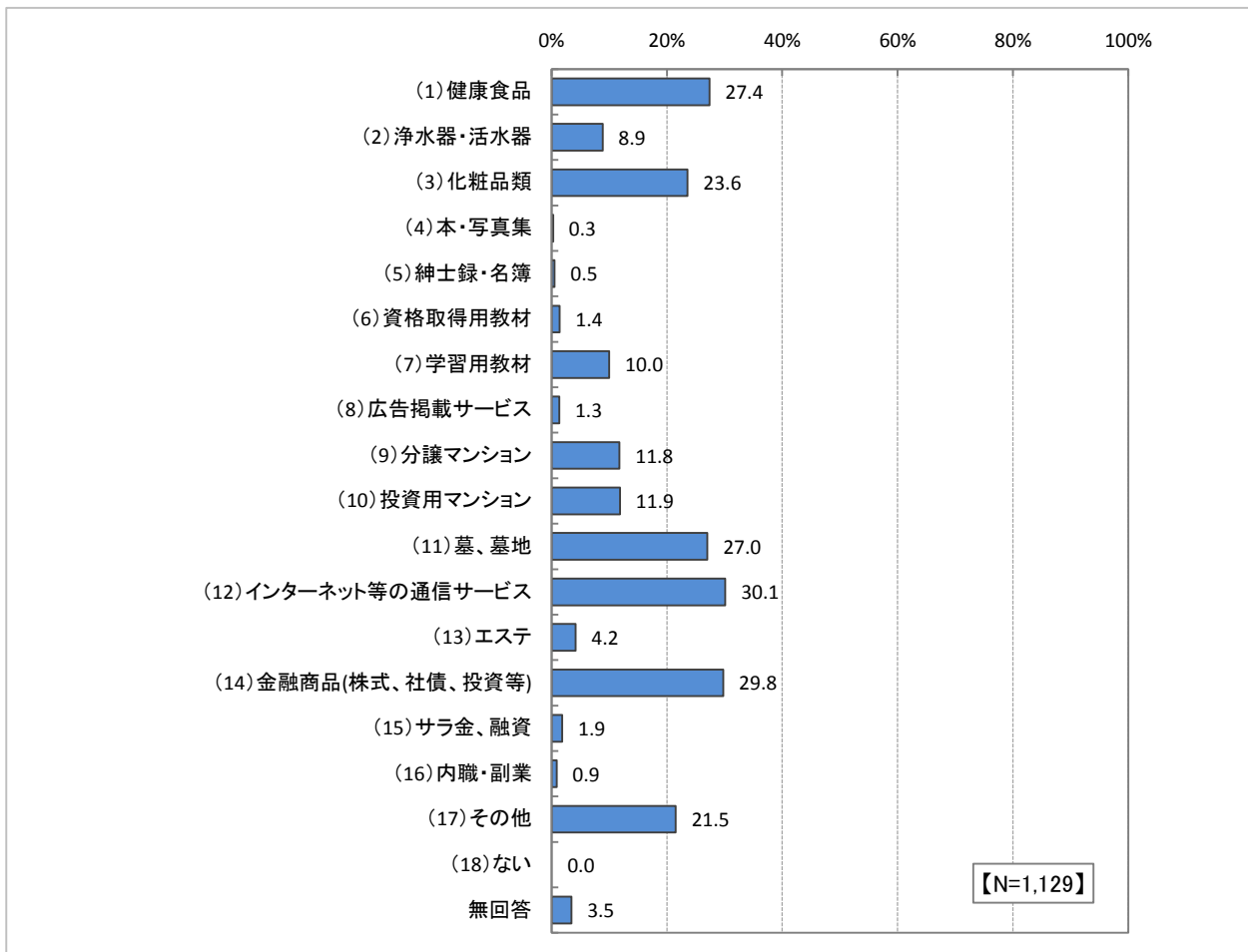
【問 13-1 (訪問販売)】



電話勧誘販売

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。

【問 13-1（電話勧誘販売）】



問 13-2 あなたは、この1年間に商品・サービスの訪問販売や電話勧誘販売をどのくらい受けましたか。【訪問販売、電話勧誘販売それぞれ〇は1つのみ】

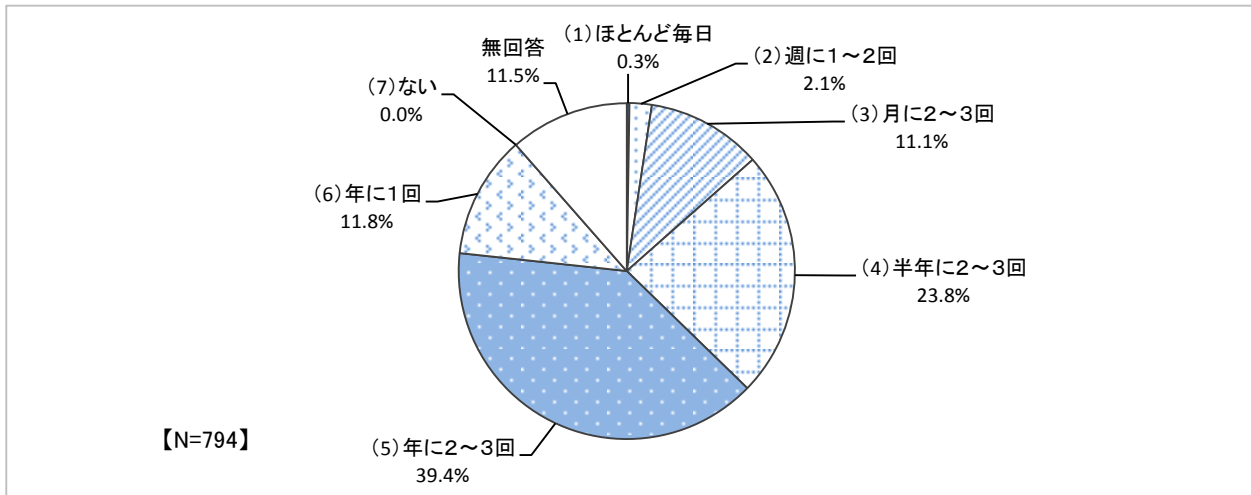
訪問販売

この1年間に訪問販売を受けた回数は、「年に2～3回」が39.4%と最も多く、次いで「半年に2～3回」が23.8%などとなっています。『月に2～3回以上』（「ほとんど毎日」、「週に2～3回」、「月に2～3回を合わせた割合」）は13.5%となっています。

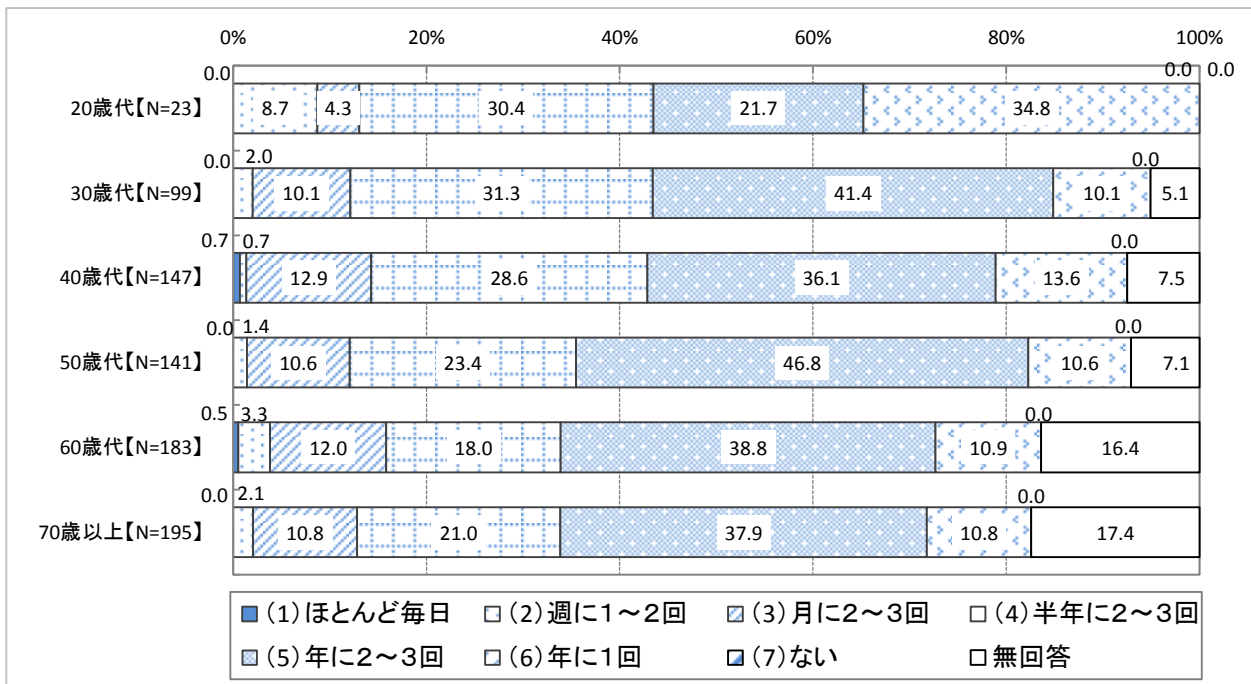
年齢別にみると、『月に2～3回以上』は60歳代が15.8%と最も多くなっています。

家族構成別にみると、『月に2～3回以上』では家族構成による大きな違いはみられません。

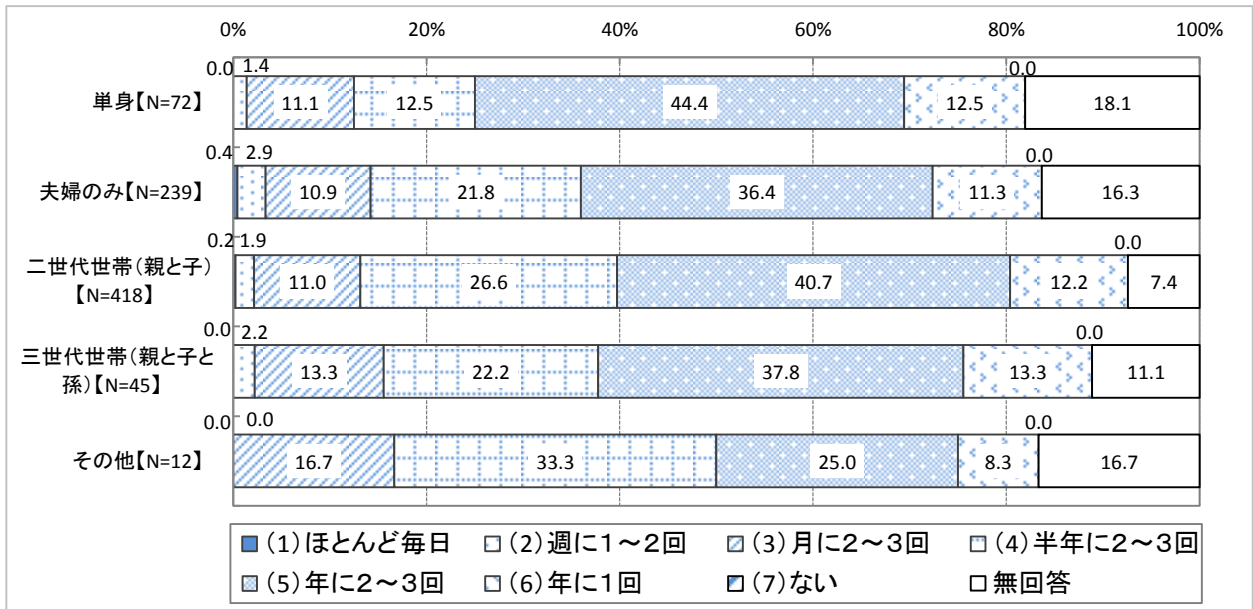
【問 13-2（訪問販売）】



【問 13-2（訪問販売）／年齢別】



【問 13-2（訪問販売）／家族構成別】



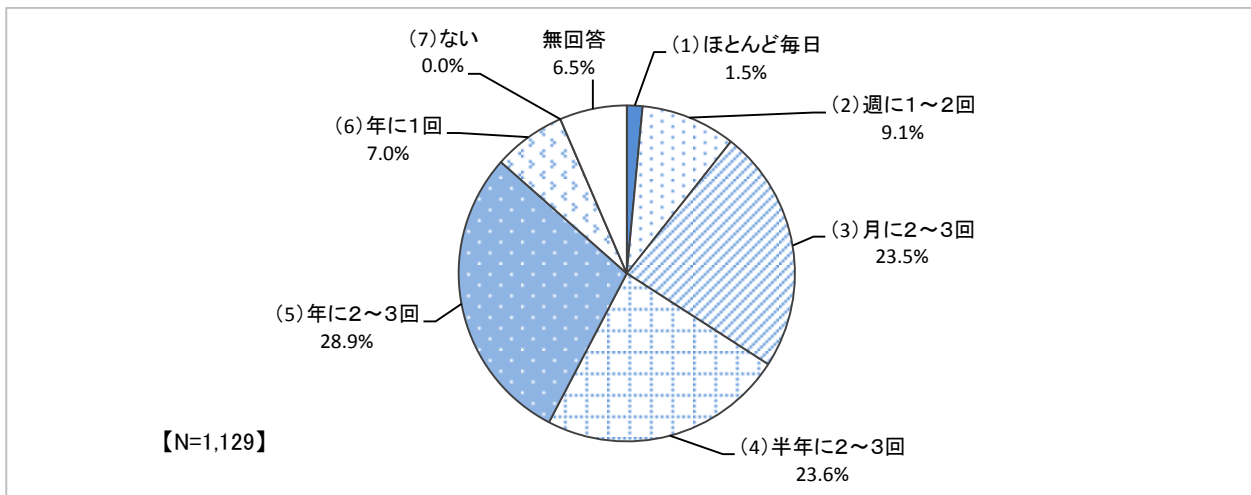
電話勧誘販売

この1年間に電話勧誘販売を受けた回数は、「年に2~3回」が28.9%と最も多く、次いで「半年に2~3回」が23.6%、「月に2~3回」が23.5%などとなっています。『月に2~3回以上』（「ほとんど毎日」、「週に2~3回」、「月に2~3回を合わせた割合」）は34.1%となっています。

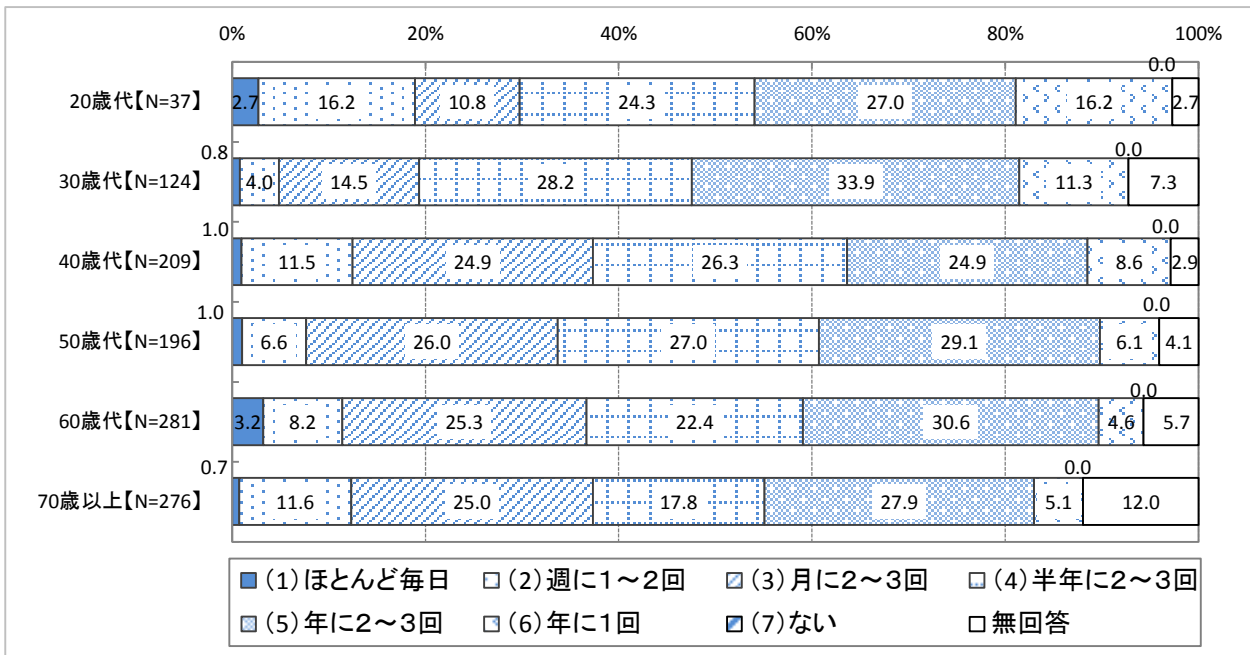
年齢別にみると、『月に2~3回以上』は、20歳代と30歳代に比べて、40歳代~70歳以上で多くなっています。

家族構成別にみると、『月に2~3回以上』は夫婦のみで最も多くなっています。

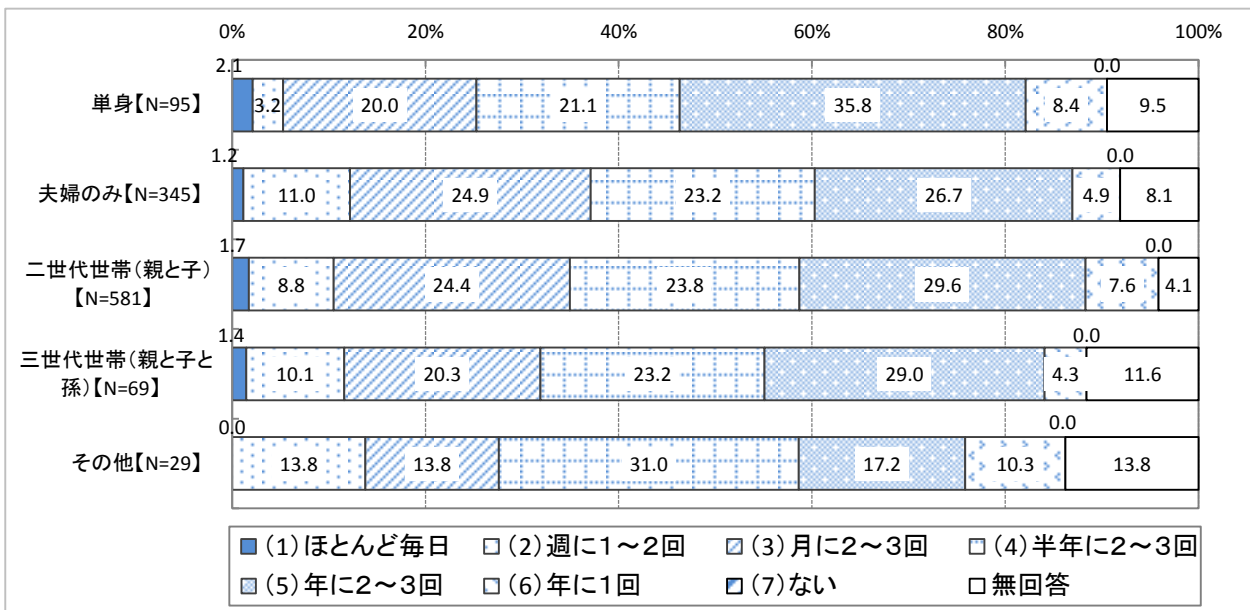
【問 13-2（電話勧誘販売）】



【問 13-2（電話勧誘販売）／年齢別】



【問 13-2（電話勧誘販売）／家族構成別】

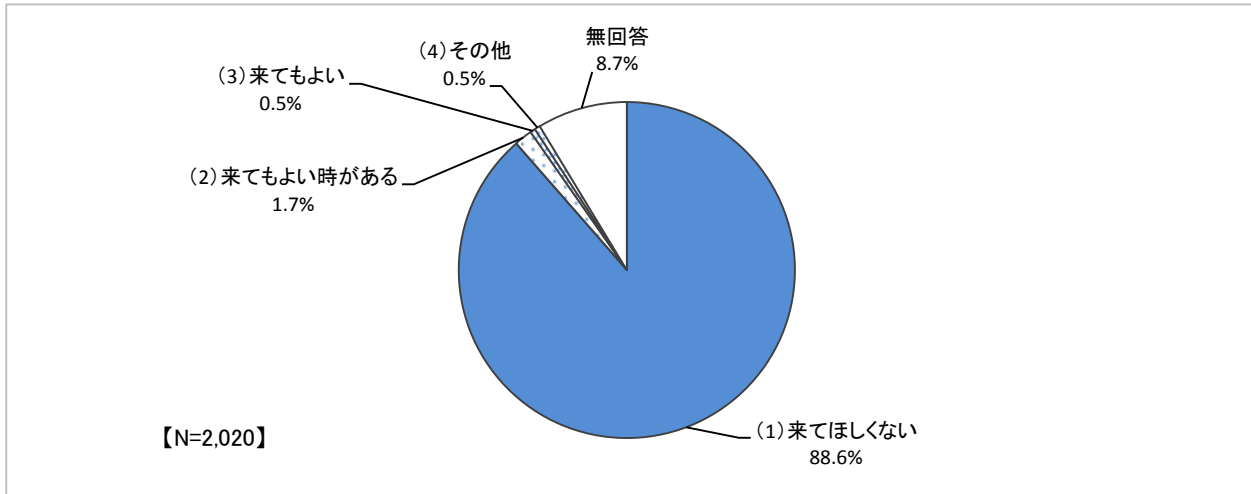


問 14 あなたは、商品・サービスの販売を目的とした事業者の訪問を受けることや電話がかかってくることを、どのように感じていますか。【訪問販売、電話勧誘販売それぞれ〇は1つのみ】

訪問販売

商品・サービスの販売を目的とした訪問を受けることについては、「来てほしくない」が 88.6%と約 9 割を占めています。

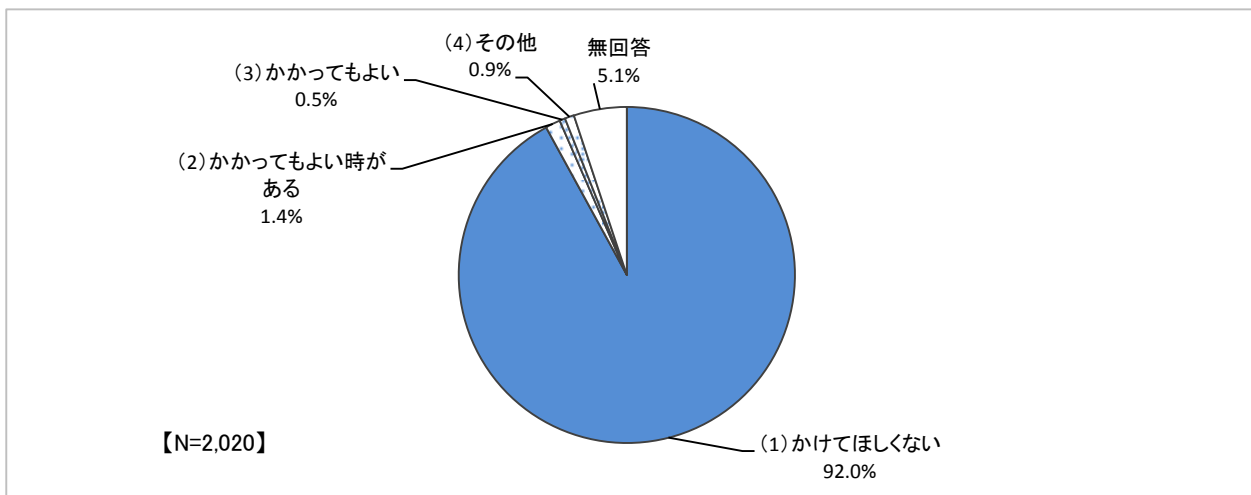
【問 14（訪問販売）】



電話勧誘販売

商品・サービスの販売を目的とした電話がかかってくることについては、「かけてほしくない」が 92.0%と約 9 割を占めています。

【問 14（電話勧誘販売）】



問 15 訪問や電話が販売目的であるとわかったとき、あなたはこれまで、どのような経験をしましたか。【訪問販売、電話勧誘販売それぞれ複数回答可】

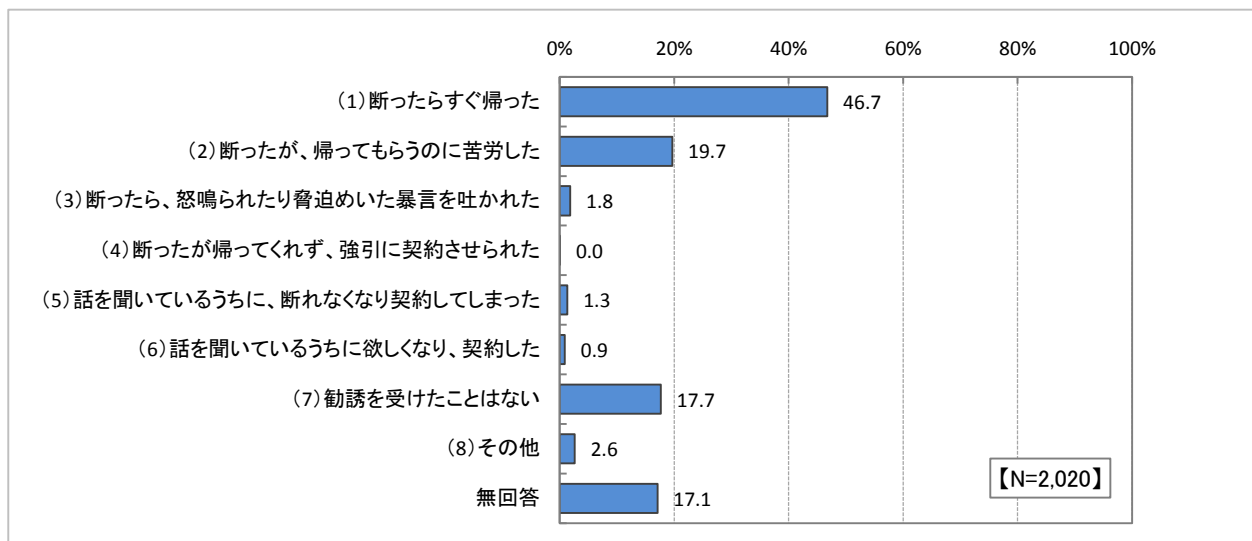
訪問販売

これまでに、訪問販売を受けて経験したことは、「断ったらすぐ帰った」が 46.7%と最も多く、次いで「断ったが、帰ってもらうのに苦労した」が 19.7%などとなっています。

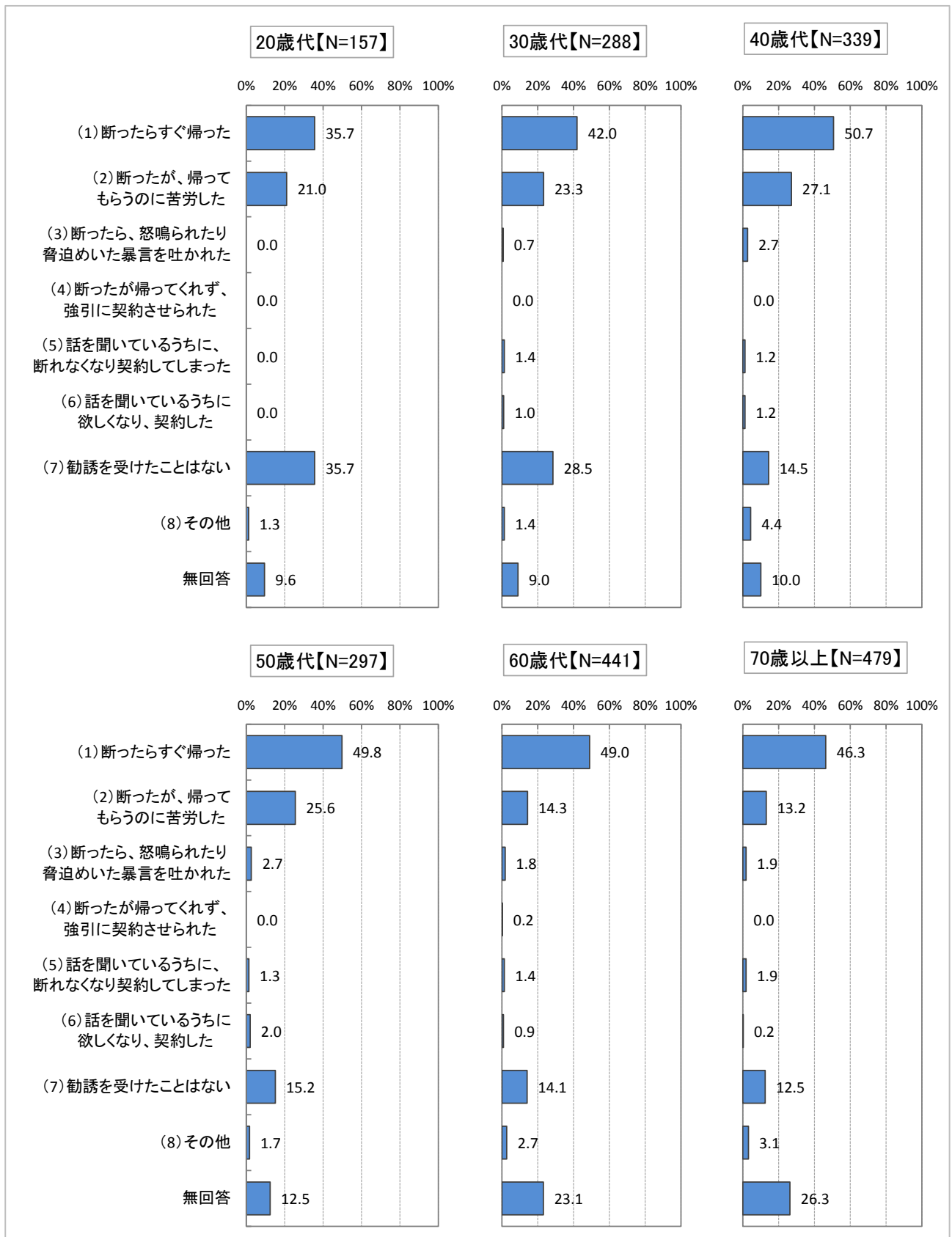
年齢別にみると、「断ったが、帰ってもらうのに苦労した」は、60 歳代と 70 歳以上では 1 割余りですが、20 歳代～50 歳代では約 2～3 割となっています。「勧誘を受けたことはない」は概ね年齢が低いほど多くなっています。

家族構成別にみると、「断ったが、帰ってもらうのに苦労した」は二世帯世帯（親と子）が他の家族構成に比べてやや多くなっています。

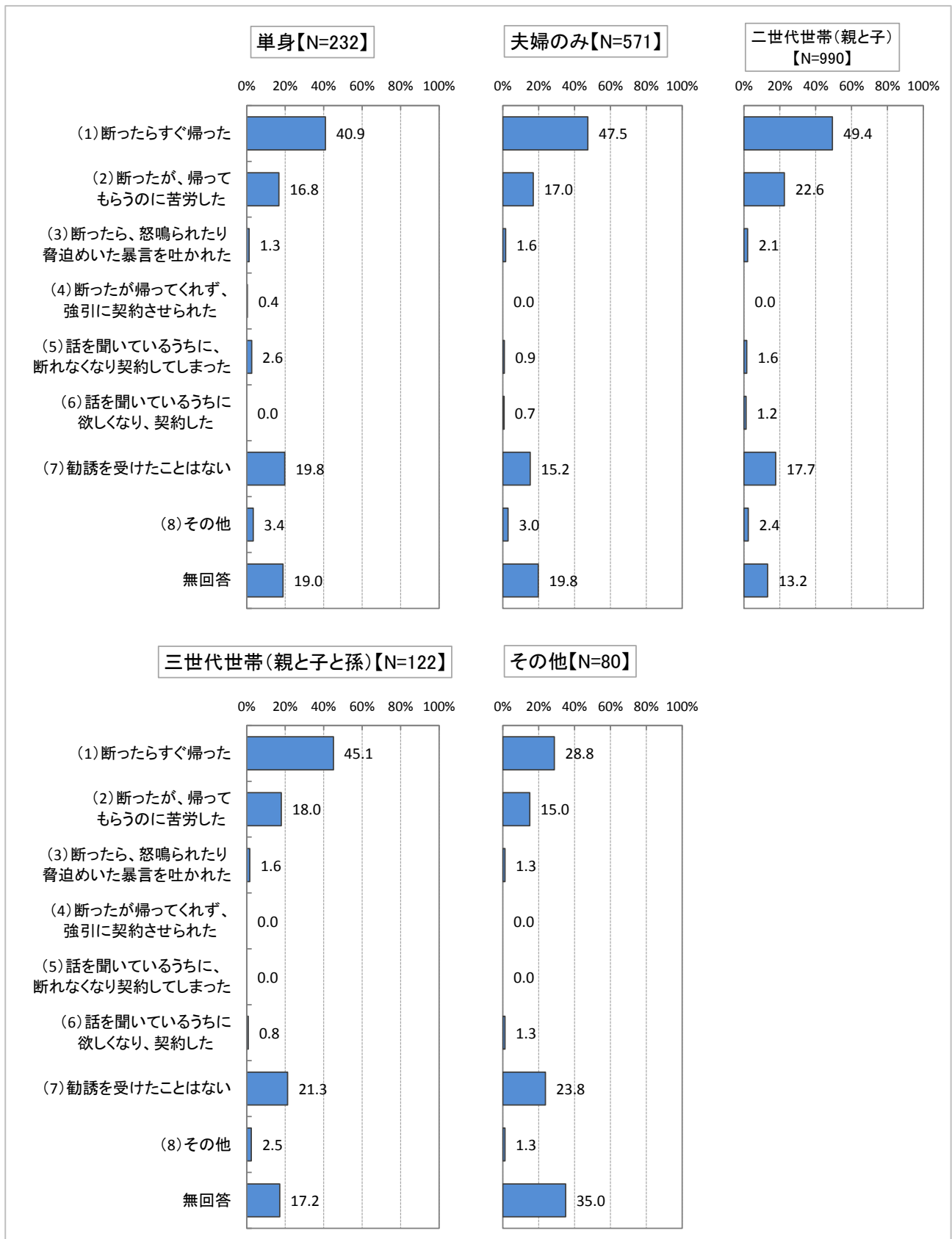
【問 15（訪問販売）】



【問 15（訪問販売）／年齢別】



【問 15（訪問販売）／家族構成別】



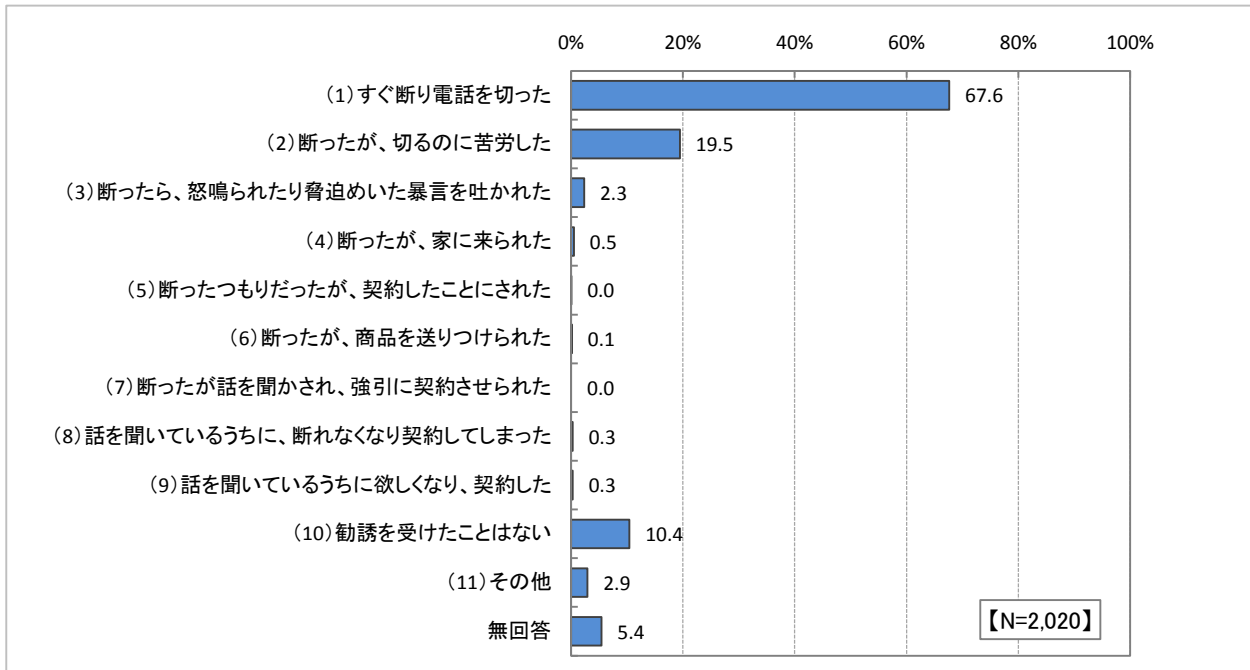
電話勧誘販売

これまでに、電話勧誘販売を受けて経験したことは、「すぐ断り電話を切った」が 67.6%と最も多く、次いで「断ったが、切るのに苦労した」が 19.5%などとなっています。

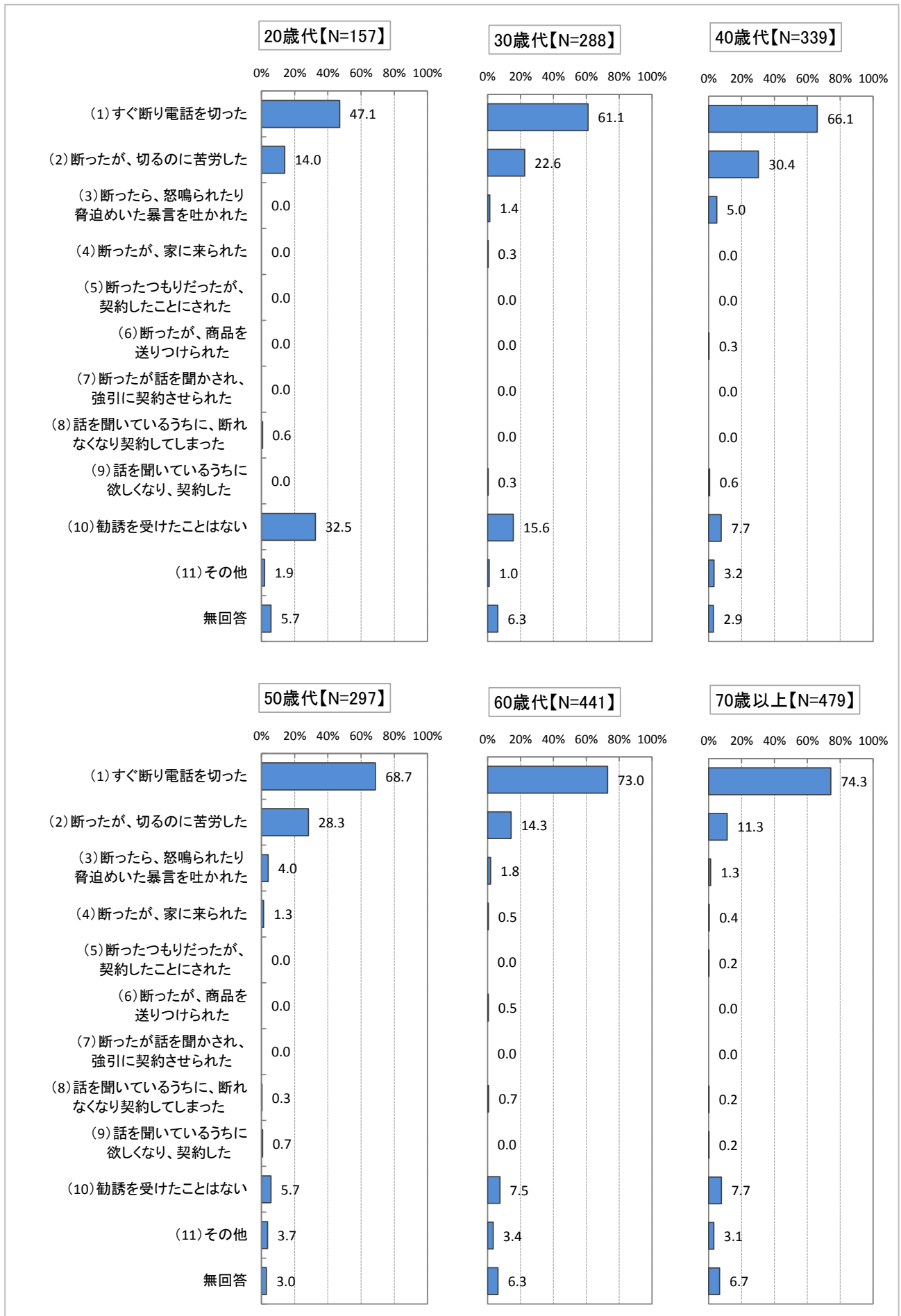
年齢別にみると、「断ったが、切るのに苦労した」は、40歳代と50歳代では約3割と他の年齢に比べて多くなっています。「勧誘を受けたことはない」は概ね年齢が低いほど多くなっています。

家族構成別にみると、「断ったが、切るのに苦労した」は二世帯世帯（親と子）が他の家族構成に比べてやや多くなっています。

【問 15（電話勧誘販売）】

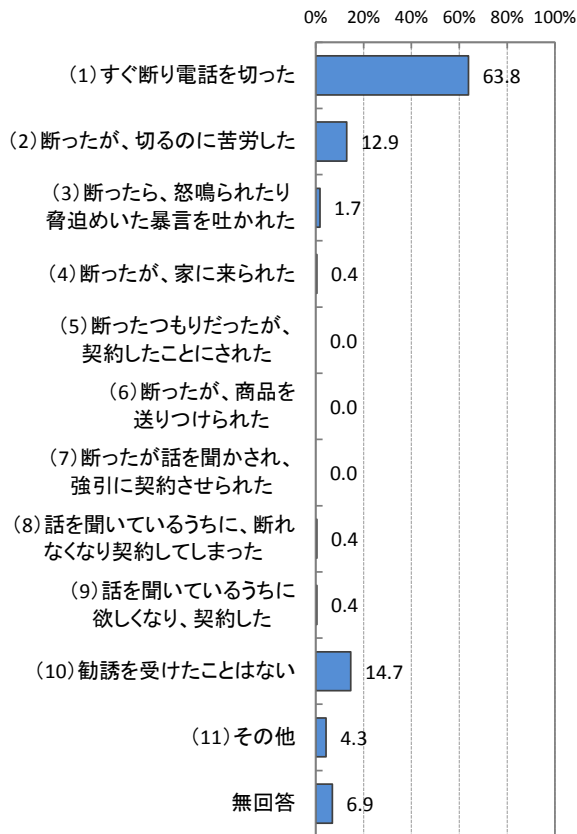


【問 15（電話勧誘販売）／年齢別】

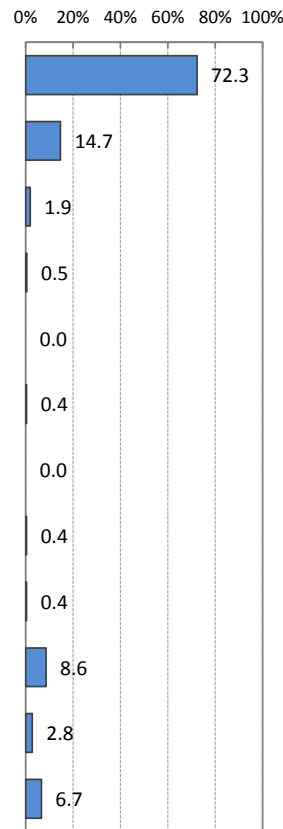


【問 15（電話勧誘販売）／家族構成別】

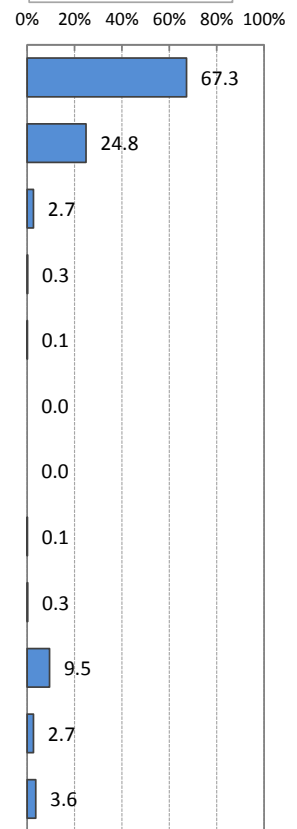
単身【N=232】



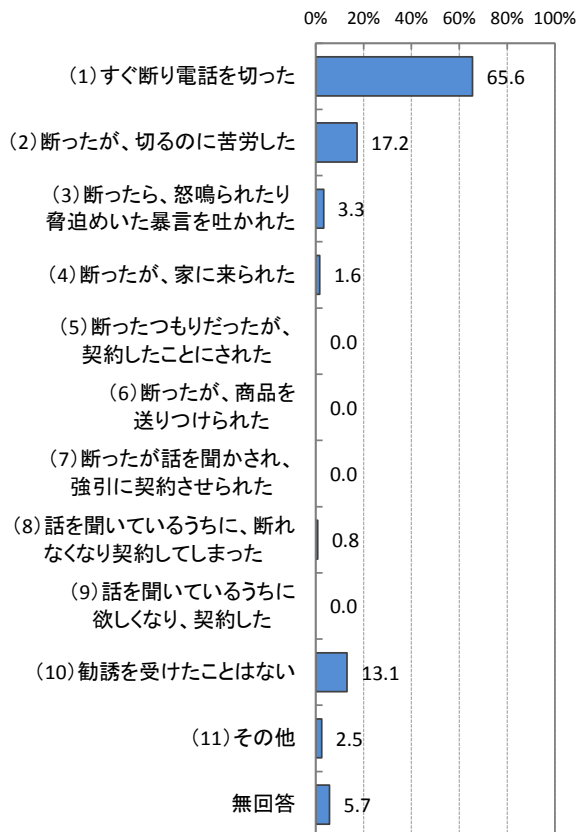
夫婦のみ【N=571】



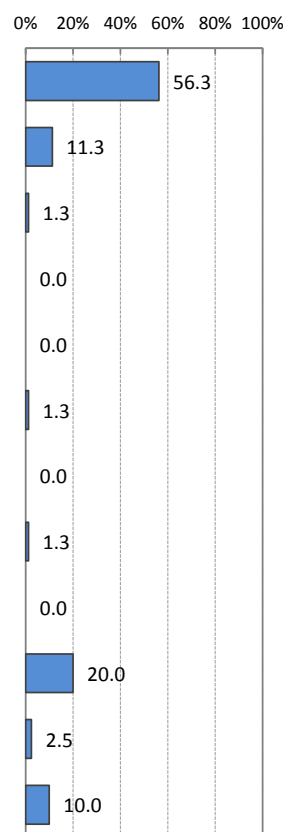
二世帯世帯(親と子)
【N=990】



三世帯世帯(親と子と孫)【N=122】



その他【N=80】

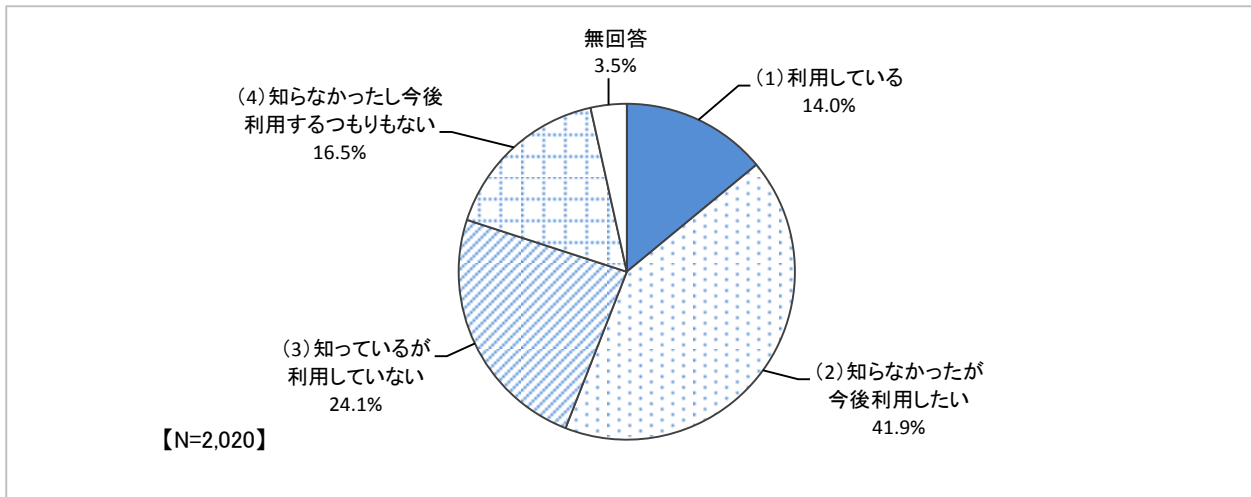


問 16 堺市では、望まない訪問販売による消費者被害を防ぐため、「訪問販売お断りシール」を作成し、配布しています。「訪問販売お断りシール」を利用していますか。【〇は1つ】

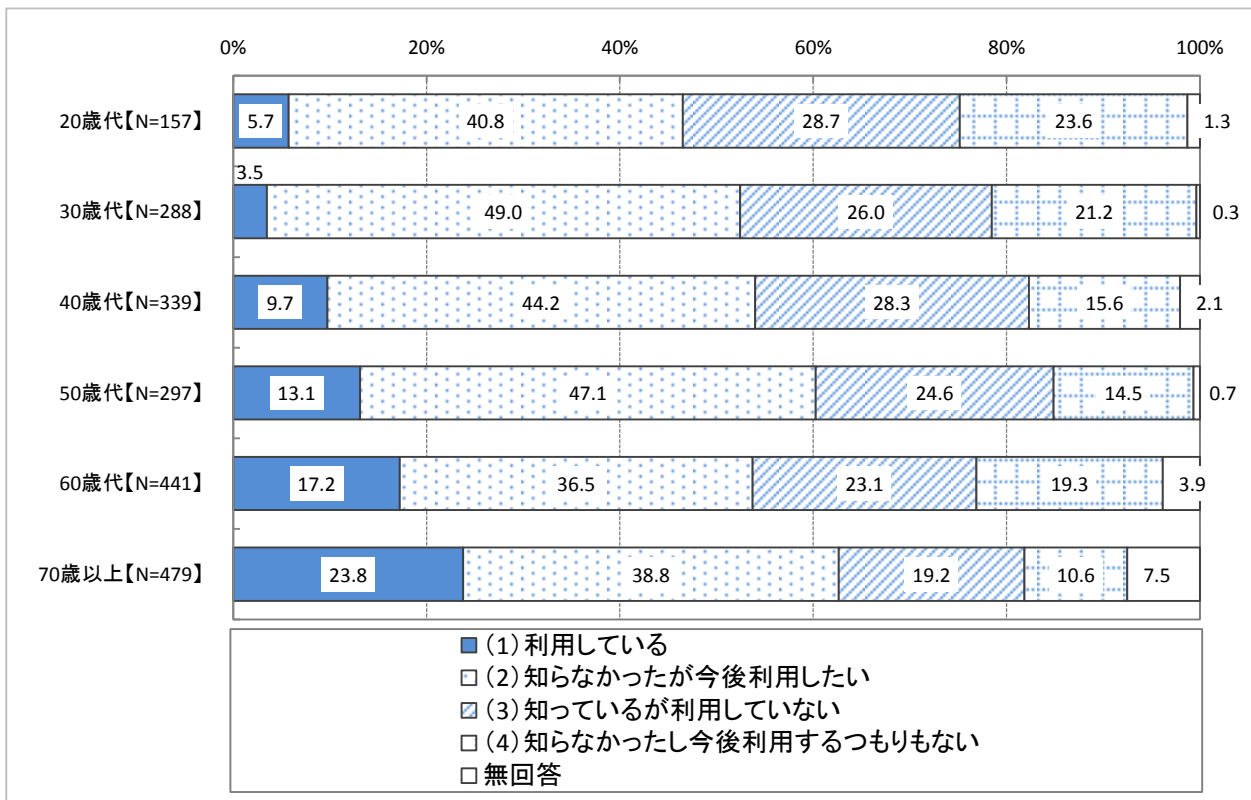
「訪問販売お断りシール」の利用有無は、「知らなかったが今後利用したい」が41.9%と最も多く、次いで「知っているが利用していない」が24.1%、「知らなかったし今後も利用するつもりもない」が16.5%、「利用している」が14.0%となっています。

年齢別にみると、「利用している」は概ね年齢が高いほど多くなっています。
居住地区別にみると、「利用している」は堺区と美原区でやや多くなっています。

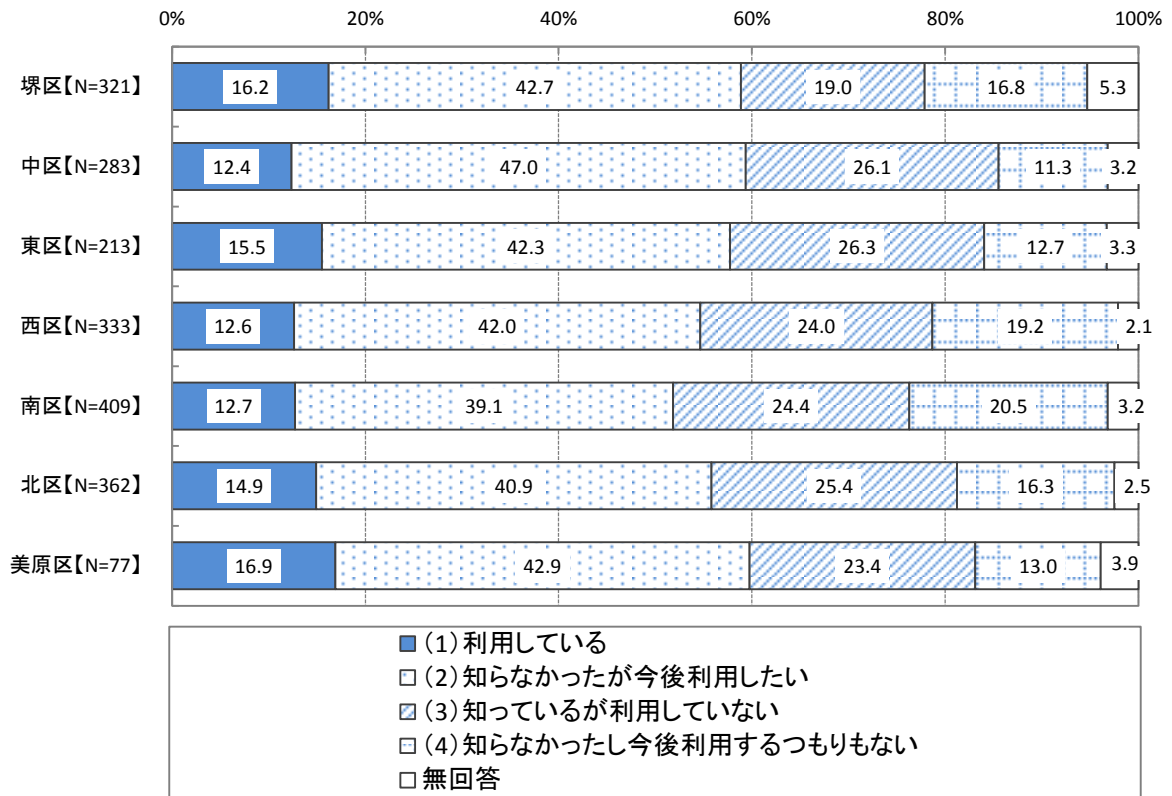
【問 16】



【問 16／年齢別】



【問 16／居住地区別】

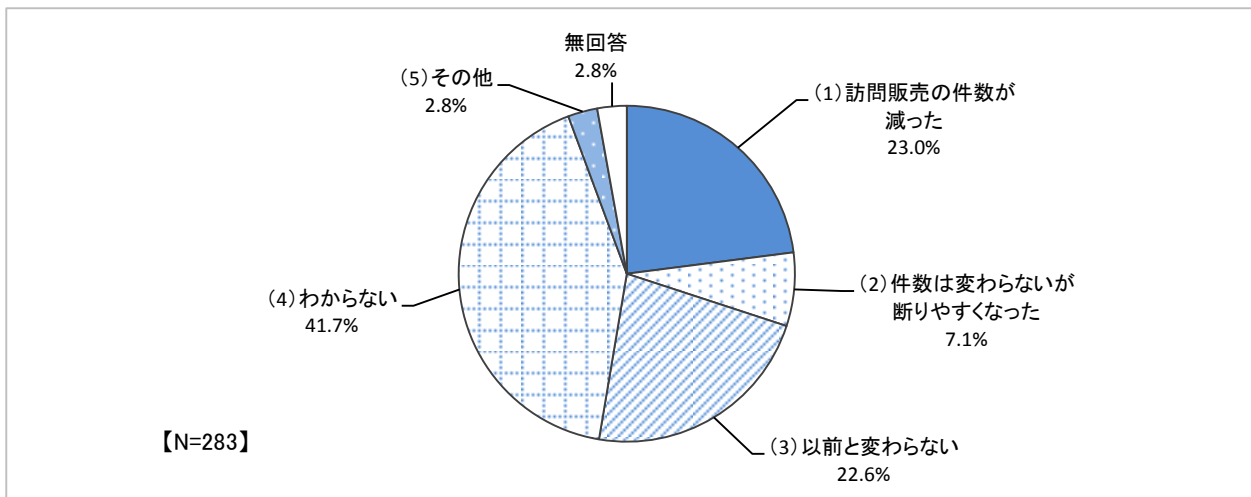


問 17 問 16 で 1 と回答された方に伺います。
「訪問販売お断りシール」を貼ったことで、以前と比べて効果があったと思いますか。
【〇は 1 つ】

「訪問販売お断りシール」の使用後の効果は、「わからない」が 41.7%と最も多く、次いで「訪問販売の件数が減った」が 23.0%、「以前と変わらない」が 22.6%などとなっています。

「訪問販売の件数が減った」と「件数は変わらないが断りやすくなった」を合わせると 30.1%で、約 3 割の方が一定の効果があったと回答しています。

【問 17】



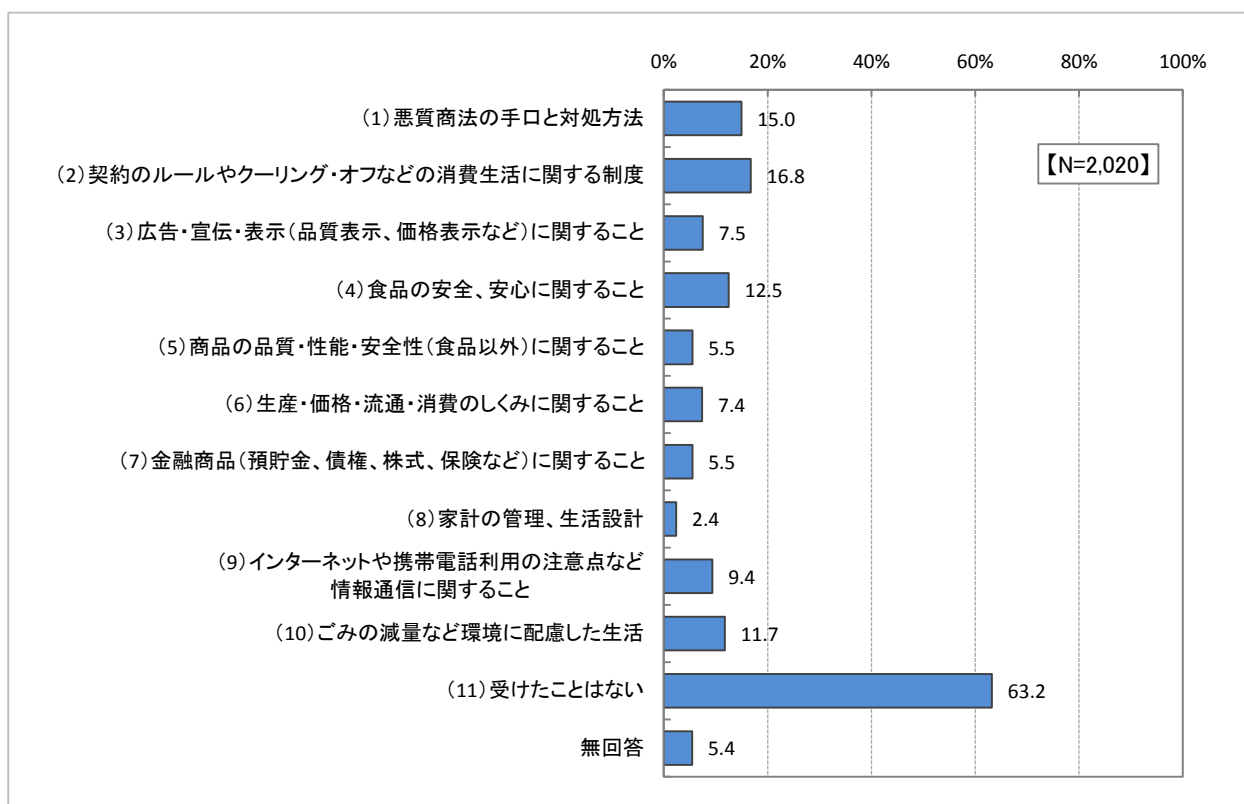
V. 消費者教育・啓発について

問 18 あなたは、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。【複数回答可：いくつでも】

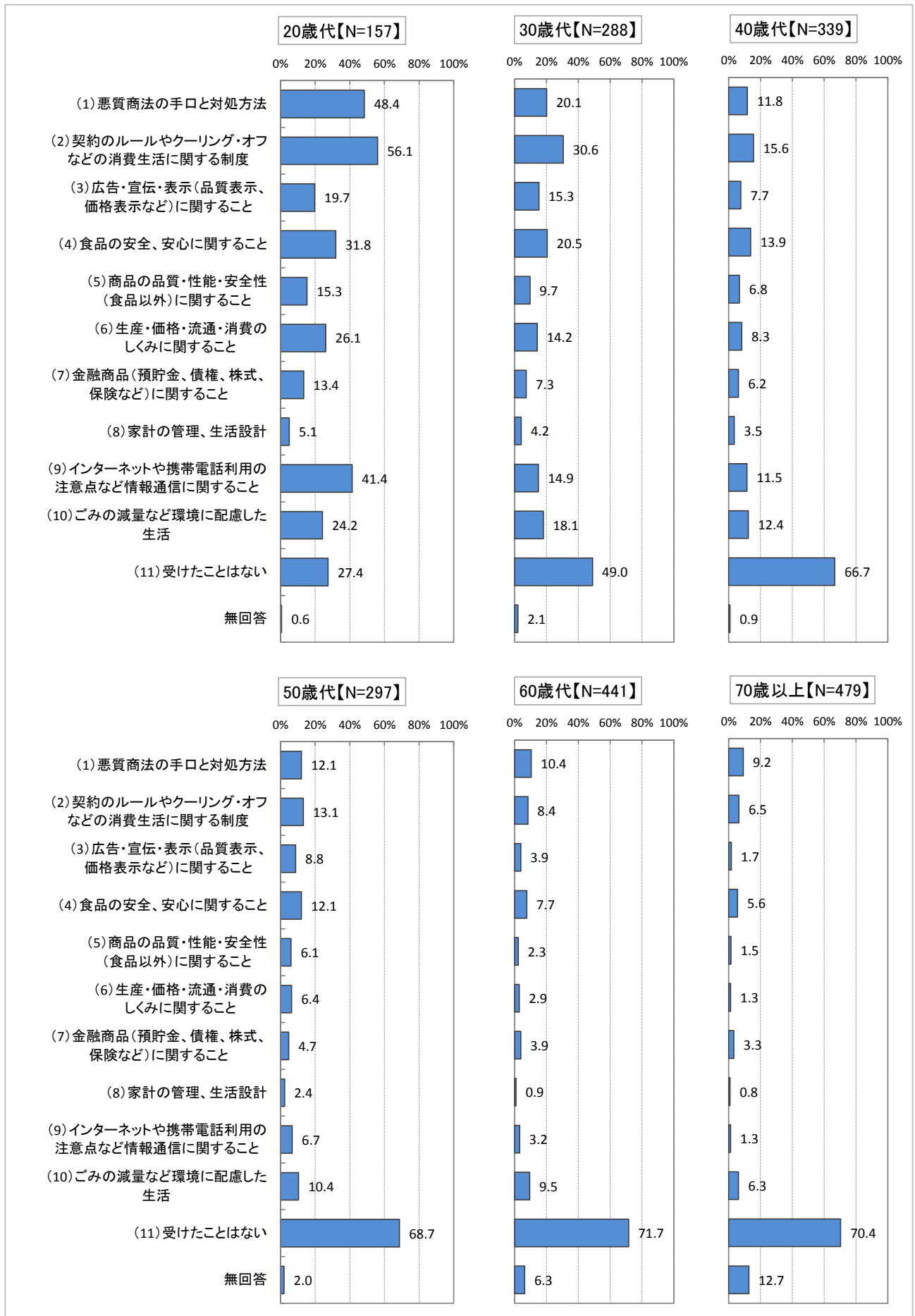
消費者教育を受けた経験は、「受けたことがない」が 63.2%と最も多くなっています。受けたことがある分野のなかでは、「契約のルールやクーリング・オフなどの消費生活に関する制度」が 16.8%と最も多く、次いで「悪質商法の手口と対処方法」が 15.0%などとなっています。

年齢別にみると、「受けたことはない」は、20 歳代では約 3 割、30 歳代では約 5 割ですが、40 歳代～70 歳以上では約 7 割に上っています。

【問 18】



【問 18／年齢別】

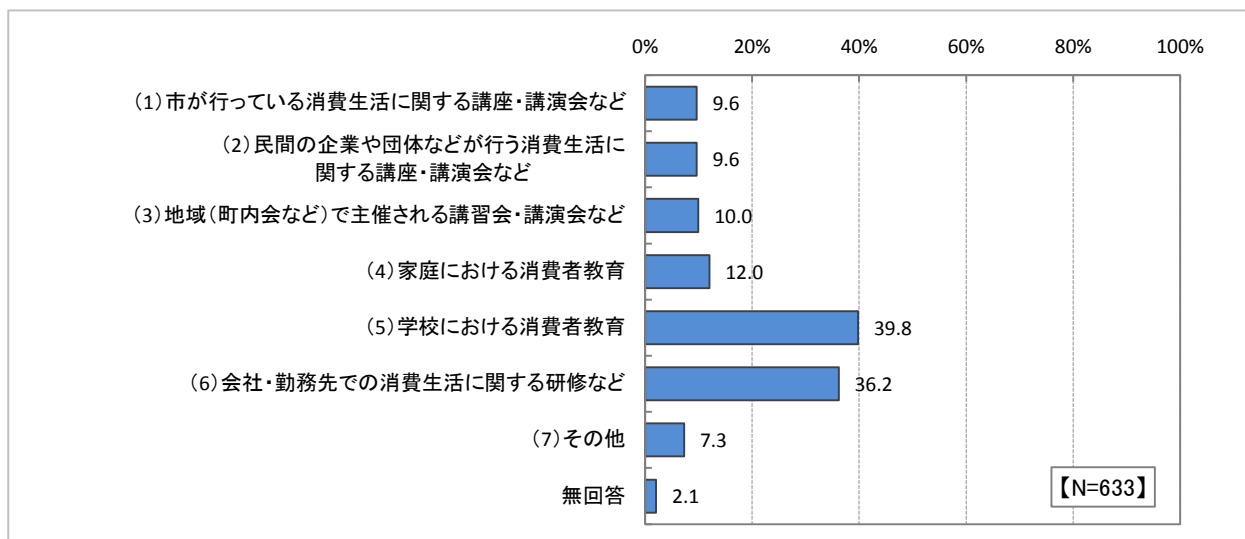


問 19 問 18 で 1～10 のいずれかを回答された方に伺います。
それはどこで受けられましたか。【複数回答可：いくつでも】

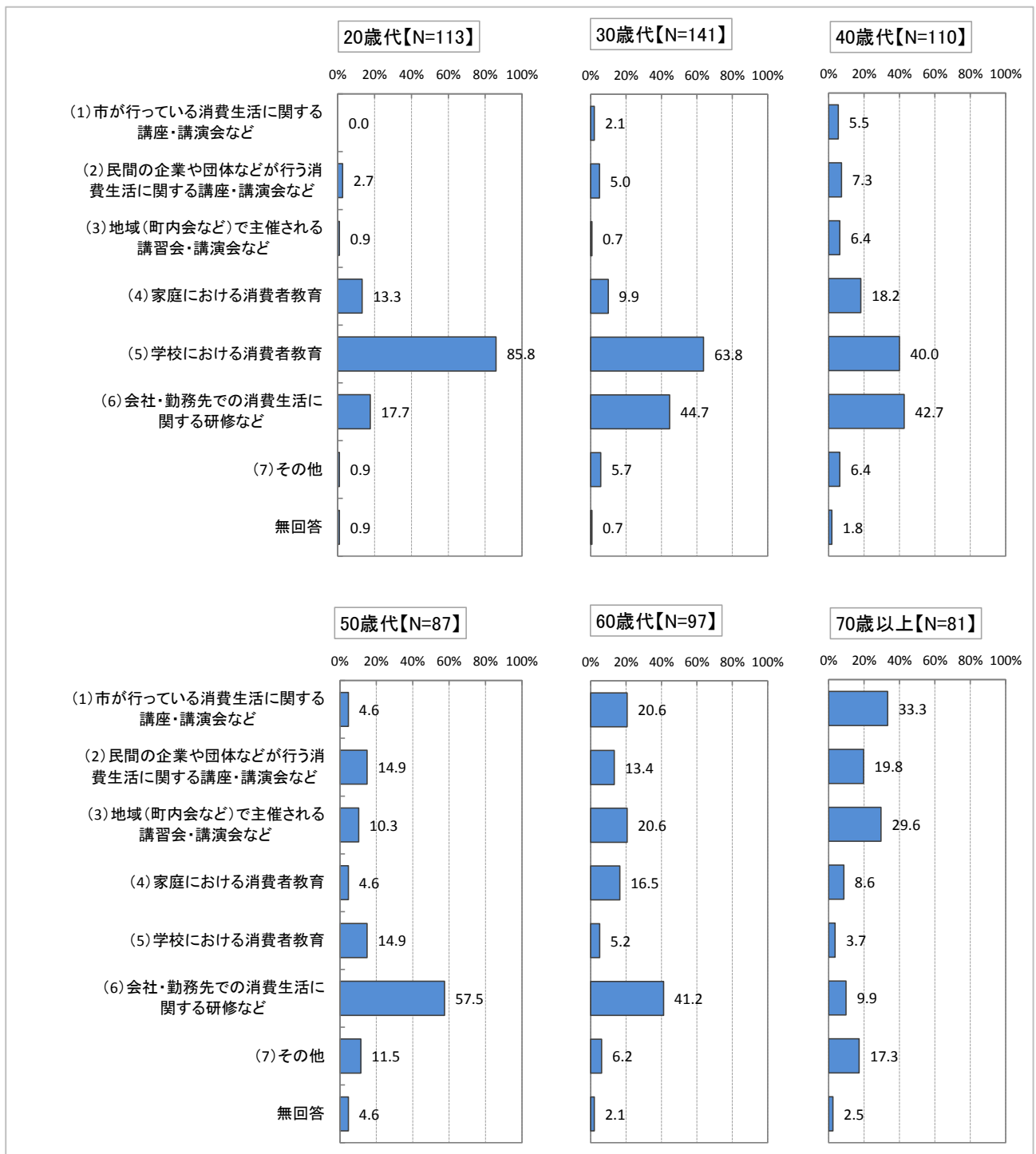
消費者教育を受けた場合は、「学校における消費者教育」が 39.8%と最も多く、次いで「会社・勤務先での消費生活に関する研修など」が 36.2%などとなっています。

年齢別にみると、年齢が低いほど「学校における消費者教育」が多くなっており、また 20 歳代では 85.8%に上っています。「会社・勤務先での消費生活に関する研修など」は 30 歳代～60 歳代で多くなっています。『講座・講演会』は概ね年齢が高いほどが多くなっています。

【問 19】



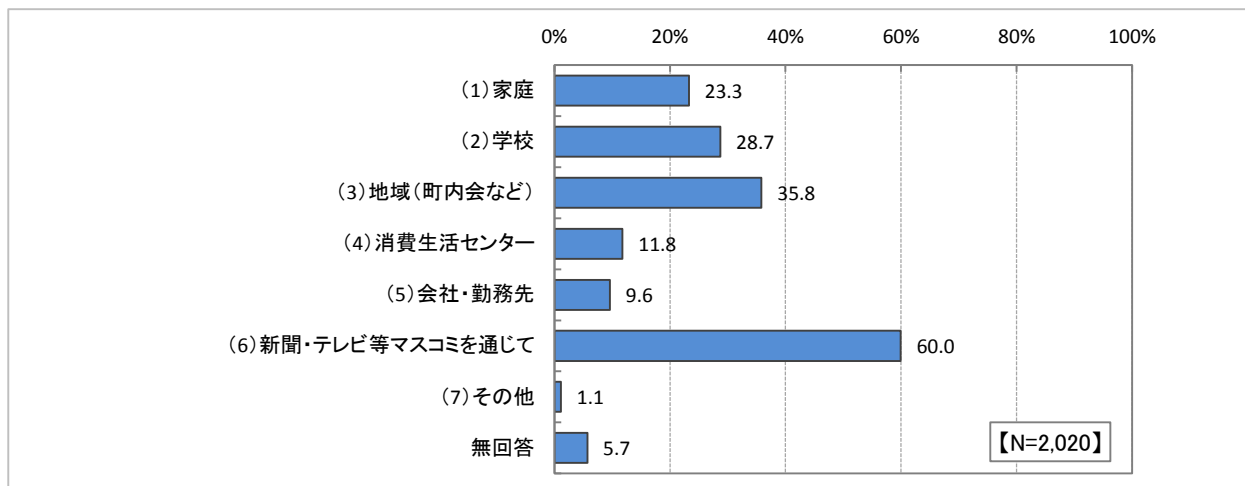
【問 19／年齢別】



問 20 あなたが、消費者教育を行う場として、次の中で重要だと思うものを2つ選んでください。
【2つまで回答可】

消費者教育を行う場として重要だと思うものは、「新聞・テレビ等マスコミを通じて」が60.0%と最も多く、次いで「地域（町内会）」が35.8%、「学校」が28.7%、「家庭」が23.3%などとなっています。

【問 20】

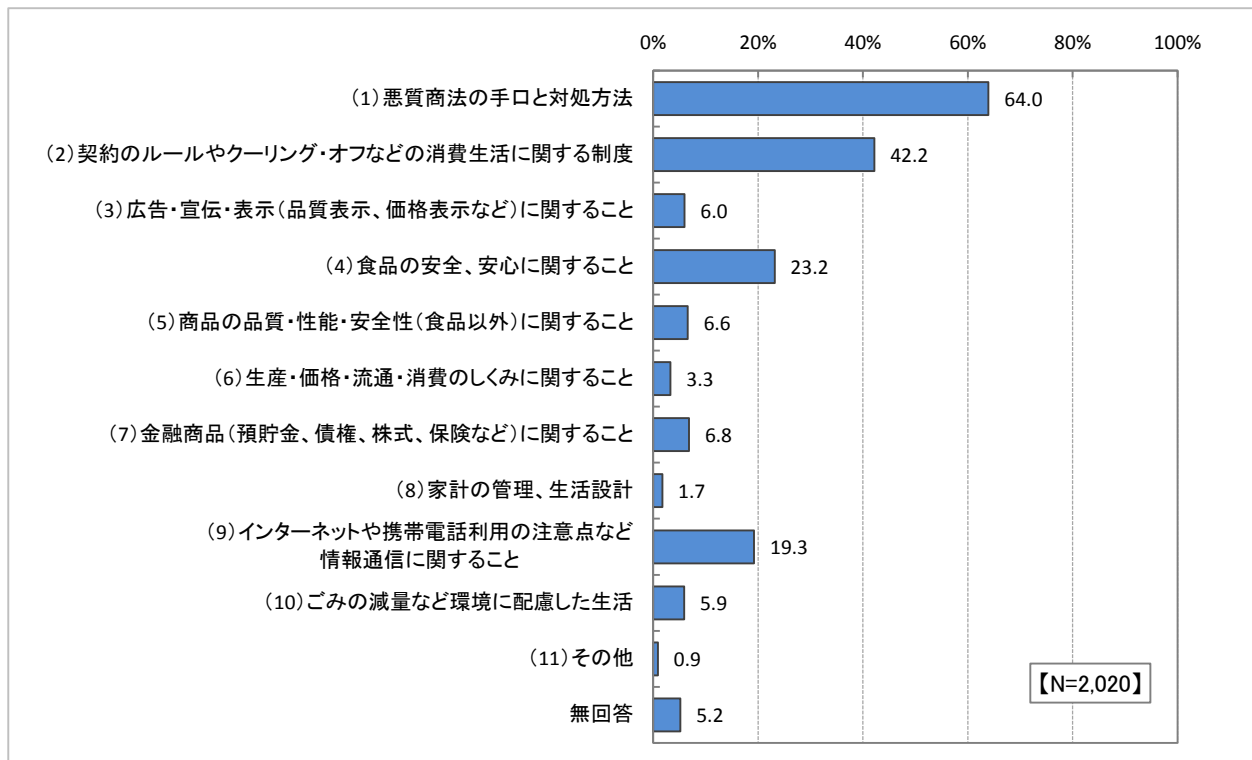


問 21 消費者教育について、特に力を入れて取り組む必要があると思う分野はどれですか。もっとも重要だと思うものを2つ選んでください。【2つまで回答可】

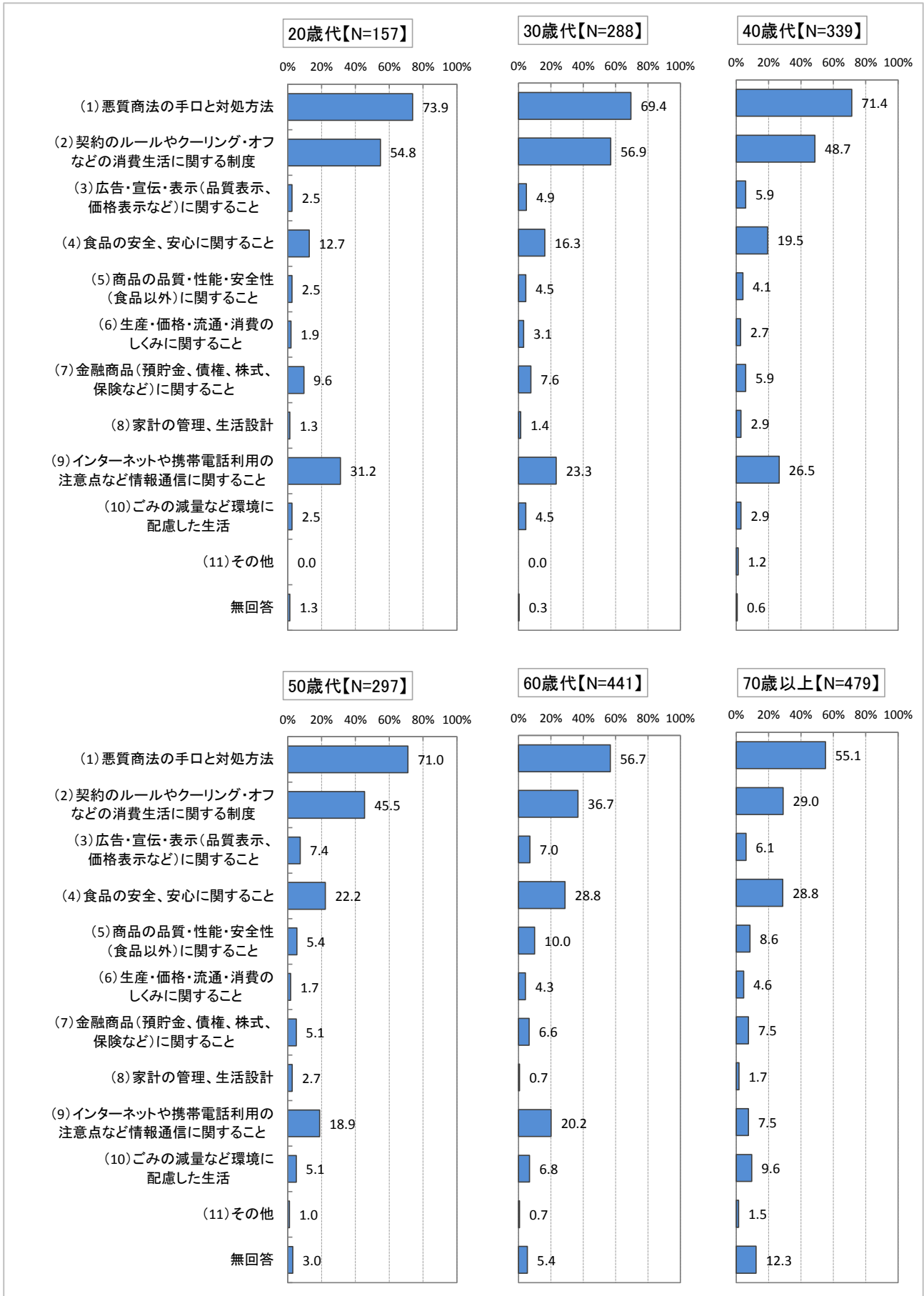
消費者教育について、特に力を入れて取り組む必要があると思う分野は、「悪質商法の手口と対処方法」が64.0%と最も多く、次いで「契約のルールやクーリング・オフなどの消費生活に関する制度」が42.2%などとなっています。

年齢別にみると、いずれの年齢でも「悪質商法の手口と対処方法」が最も多く、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」となっています。「インターネットや携帯電話利用の注意点など情報通信に関すること」は概ね年齢が低いほどが多くなっています。

【問 21】



【問21／年齢別】

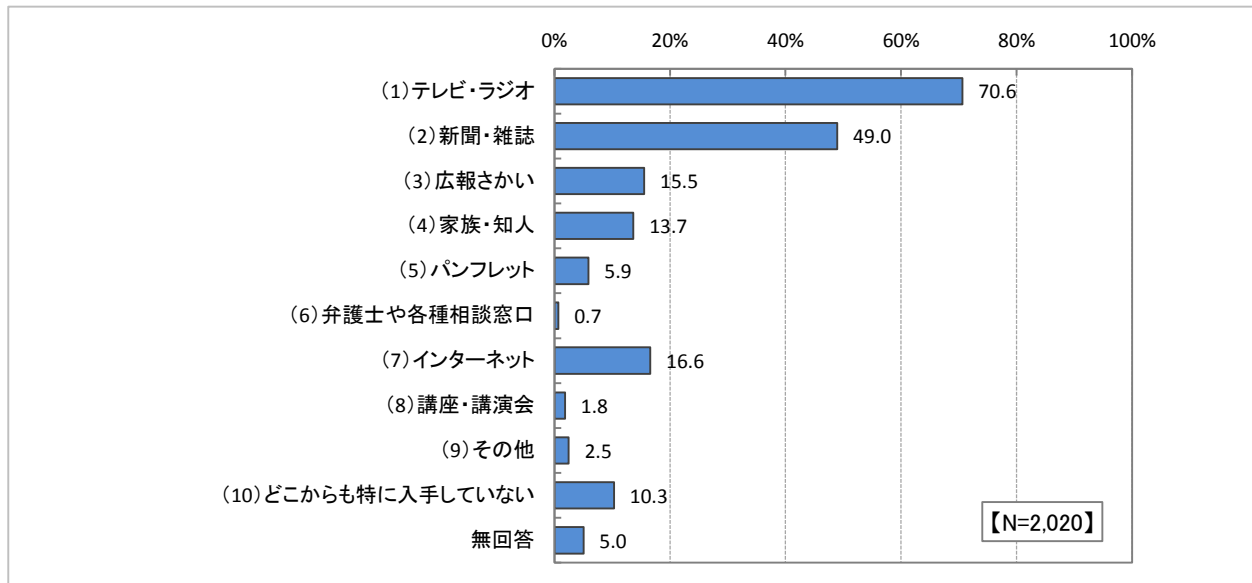


問 22 商品のリコール（欠陥のある商品の回収等）、消費者問題に関する相談窓口や講座等、消費生活に関する情報を主にどのようなところで入手したことがありますか。
【複数回答可：いくつでも】

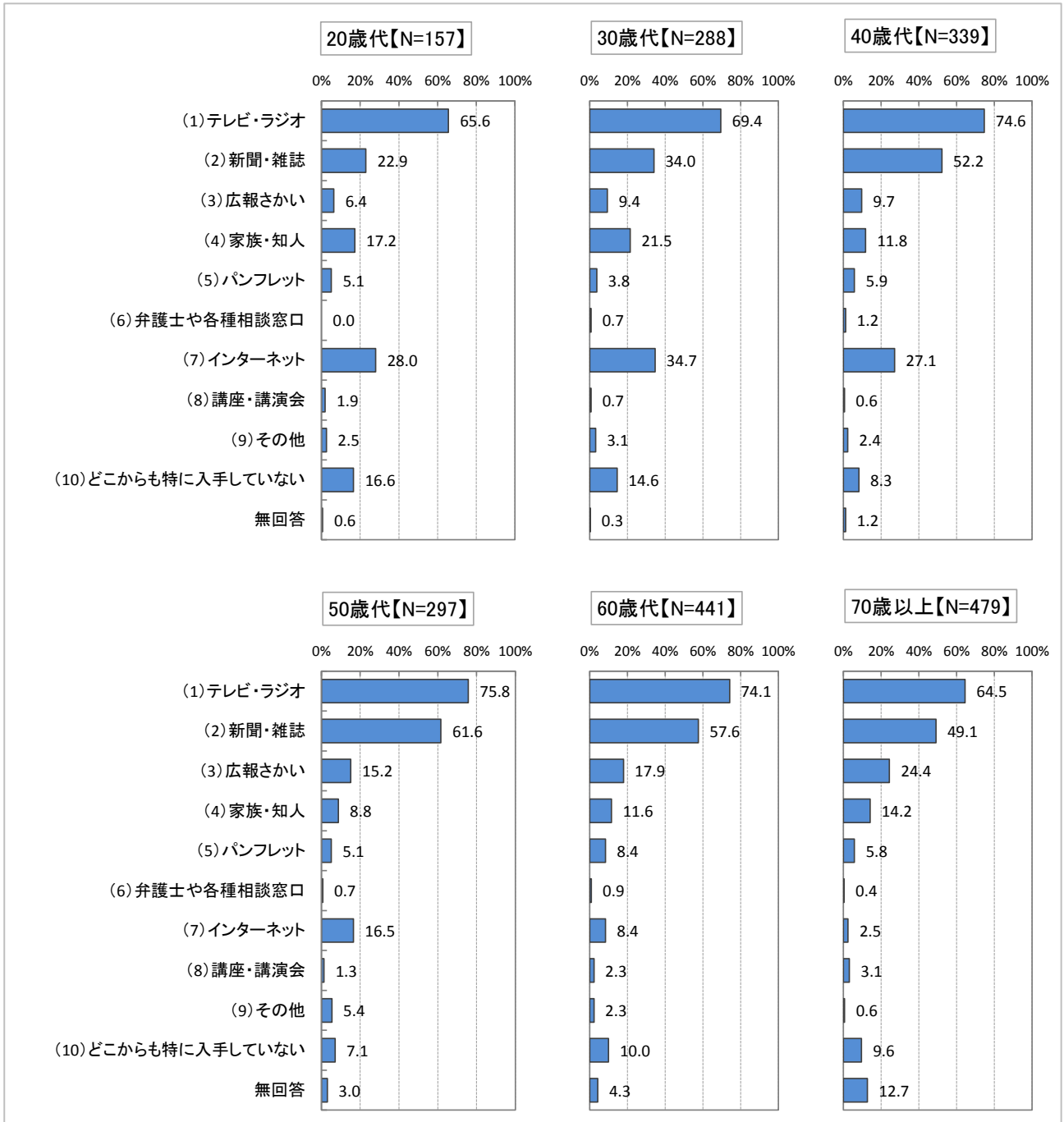
商品のリコールや消費者問題等に関する主な情報源は、「テレビ・ラジオ」が 70.6%と最も多く、次いで「新聞・雑誌」が 49.0%などとなっています。

年齢別にみると、いずれの年齢でも「テレビ・ラジオ」が最も多くなっています。「インターネット」は 20 歳代～40 歳代では約 3 割と他の年齢に比べて多くなっています。

【問 22】



【問 22 / 年齢別】

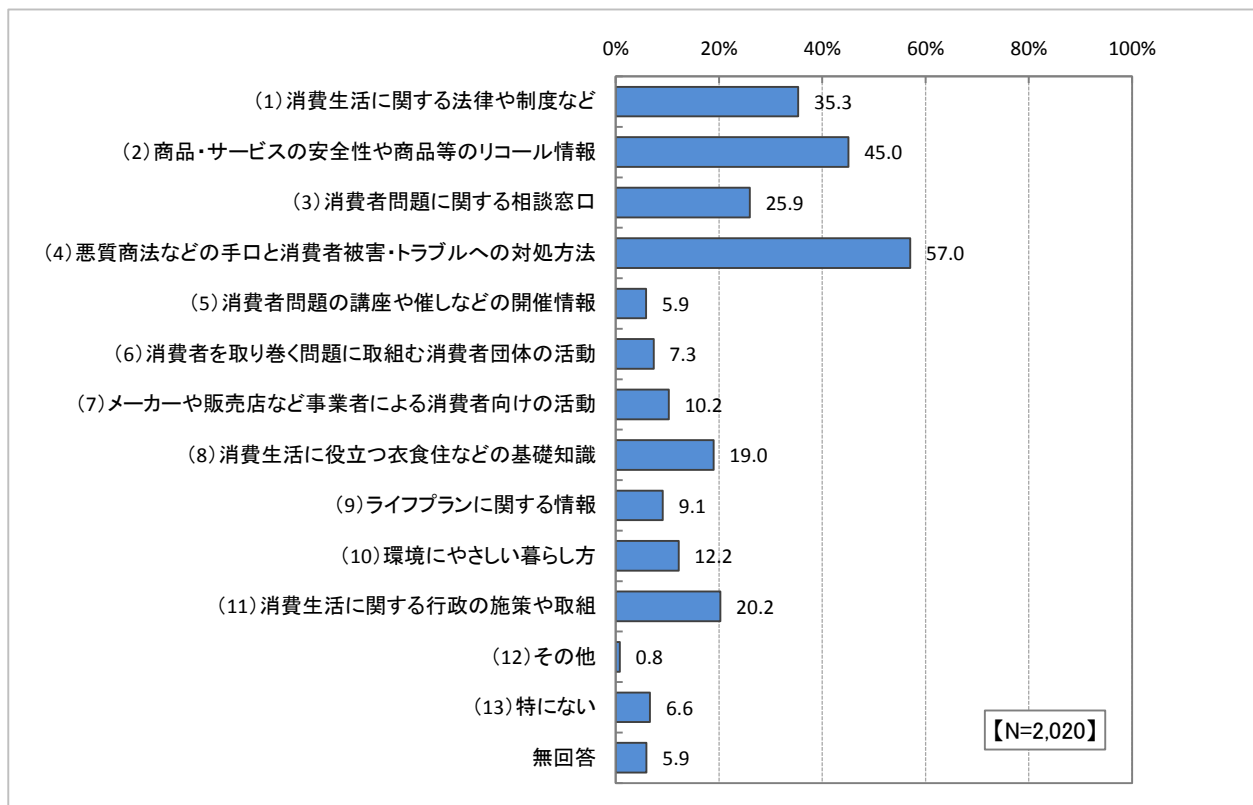


問 23 あなたは、消費生活に関してどのような情報が欲しいですか。【複数回答可：いくつでも】

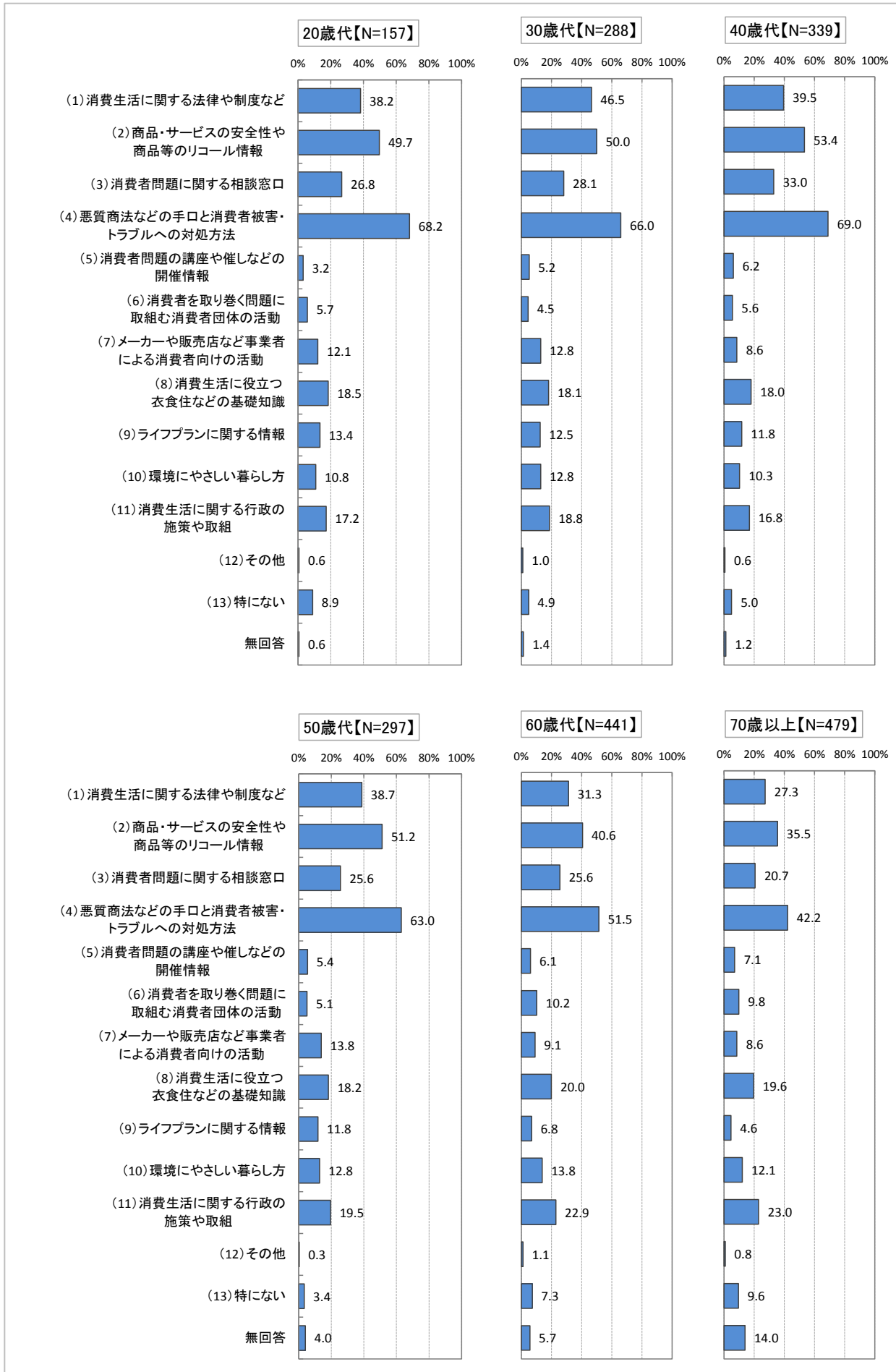
消費生活に関して欲しい情報は、「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法」が 57.0%と最も多く、次いで「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報」が 45.0%、「消費生活に関する法律や制度」が 35.3%などとなっています。

年齢別にみると、いずれの年齢でも「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」となっています。

【問 23】



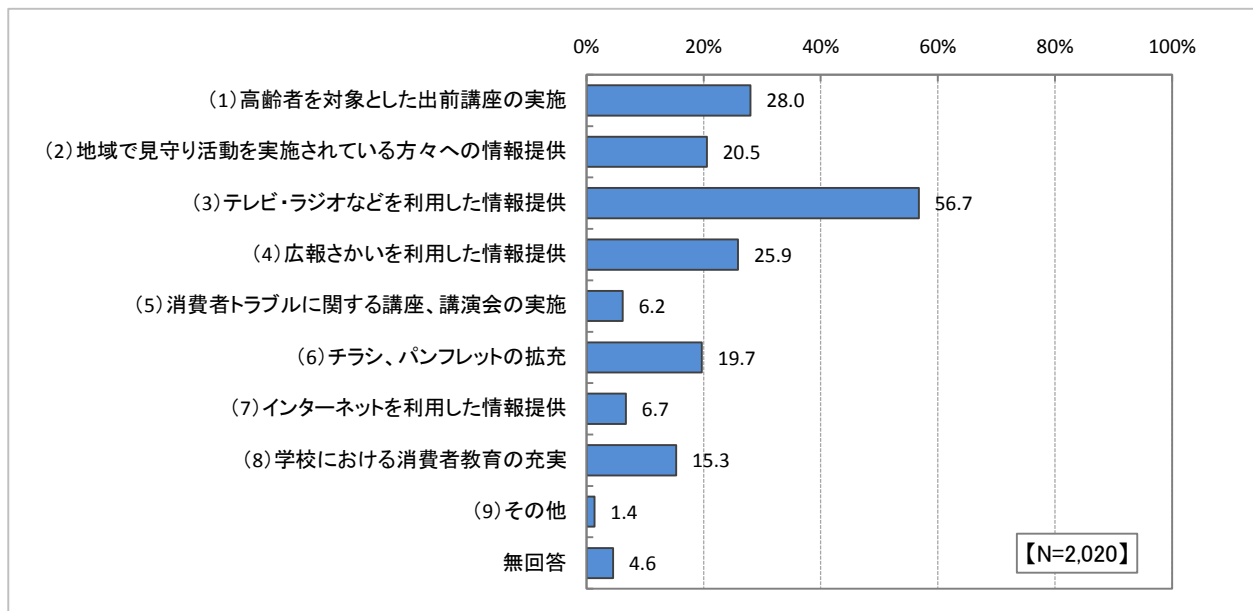
【問 23／年齢別】



問 24 あなたは、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。最も重要だと思うものを2つ選んでください。【2つまで回答可】

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。

【問 24】

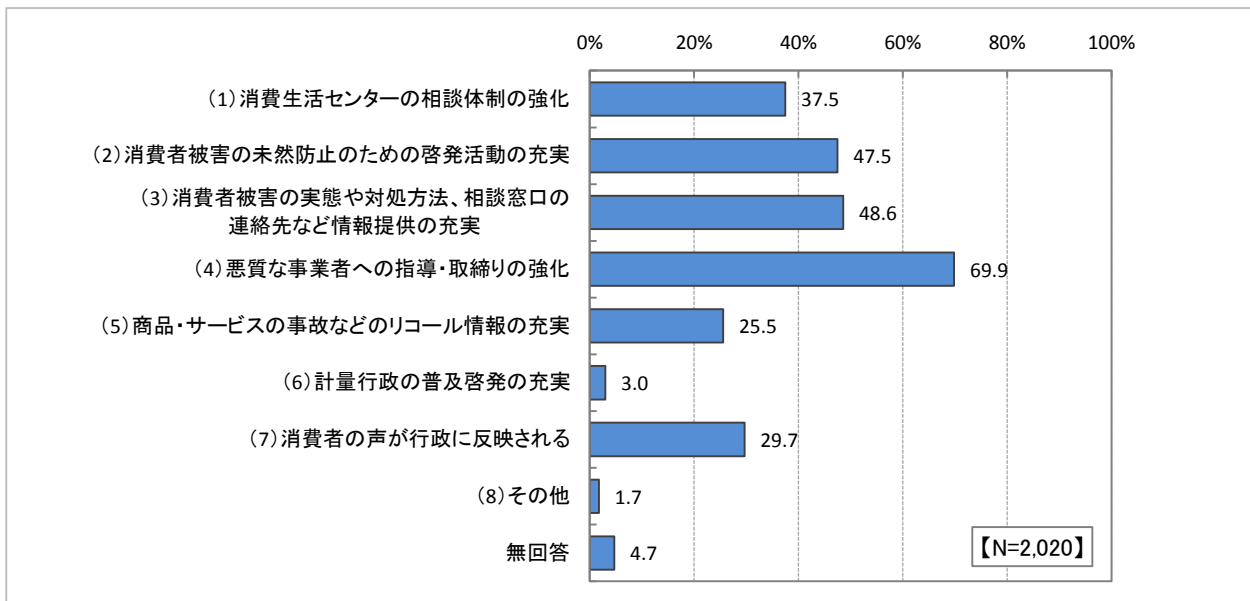


VI. その他の項目について

問 25 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。
【複数回答可：いくつでも】

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。

【問 25】



問 26 このほか、消費者問題に対する取組の充実のために、ご意見等がございましたらご自由にお書きください。

【主な意見】

(たくさんのご意見をいただきましたが、同趣旨のものについてはまとめる等の編集を行った上、主なご意見を掲載しています。)

【消費生活相談窓口に関する内容】

- 消費生活センターへ相談するにあたり、心理的にハードルが高く感じる。そのため、「これ位なら、わざわざ相談しなくても」「自分の責任もあるし」と思い、相談をあきらめてしまう。
- 消費生活センターそのものがまだ多くの人になじみがないと思います。もっと積極的に多くの市民に利用してもらえる窓口になったらと考えます。
- 消費生活センターの存在や活動の内容をもっと広く市民に知らせてもらえたらと思います。どんな内容の相談でもいいのか、事象によっては扱えないものもあると思うので、その辺りをくわしく知らせてほしいです。
- 消費生活センターが市役所や区役所の 1F や低層階にあるともっと身近で行きやすくなると思う。単独のセンターのようで堺市の管轄とは思えない。

- 各区役所で相談できる機会があるのでしょうか。1 ヶ月に 1 回でも担当の方が来られるような職員配置や OB の配置が出来ないのでしょうか。

【消費者教育・啓発に関する内容】

- 今、地域でおこっている悪質商法をタイムリーに知り得るシステムが欲しい（例：〇〇町で××の訪問販売トラブルあり、こんな手口の詐欺発生など）。1 件でもおこった時点で情報を流してもらえれば、用心もできるし、抑止力にもなると思う。
- 消費者問題に関係する事件やそれによる注意喚起など、携帯メール情報で希望者等に自動情報発信できるといいと思います。
- トラブルに巻き込まれないようにするには、「情報」を共有することが大切だと思います。「安まちメール」のように、相談や被害の多い商品、サービスについて、出来る限り早く情報を共有できるツールがあればと思います。
- 各校区自治会の組織を活用して、講演会、座談会の開催と回覧板での情報の伝達を毎年度実施してはどうですか。
- 訪問販売お断りシールを利用させてもらっていますが、あまり効果はないように思います。文面がもっとインパクトがある強い口調のものや、苦情などの受付窓口の TEL 番号等もいっしょにのせて、作成してみるのはどうでしょうか。シールの配布も自治会単位の回覧板などで、各世帯に使用されるように、呼びかけも必要かなと思います。
- 高齢者が被害にあうケースが多いので、インターネットなどよりも、チラシやパンフレットを配布して、被害にあわないように呼びかけてほしい。
- わかりやすい表現のチラシを作って配布して下さい。小学生にもわかるぐらいのレベルが望ましいです。
- 被害にあわれた実例など、広く紹介する機会があればいいと思う。「広報さかい」もいいが、テレビ、マスコミ等いろいろなメディアを利用して知らせてほしい。
- 大人への消費者問題に関しては、誰でも気軽に情報を入手できるテレビや新聞が望ましいと考えます。そして、誰でもトラブルにまきこまれ得るという危機感も、同時に発信して欲しいです。それと併行して、小中高という子どもへの直接教育が、今からの日本には必須と感じています。（ネットに接する機会が多いがゆえに予防教育、対応策、対応窓口（親への相談含め）の教育を積極的に行って欲しいです。）
- 消費者自身が強い関心を持つことが大事なのと、テレビや人の目が多い所での呼びかけが大事。難しいかもしれないが、地域同士で呼びかけることが大事だと思います。
- 問題が起こってから対策や相談窓口に注力するのは、それはそれで必要だと感じるが、実際にそのサービスを受けるのは、一部の人だと感じる。行政としては、問題が起きないように事前の対策（市民のそういったリスクに対する予備知識の教育やそもそもそういうトラブルを発生させるような企業等団体個人の取締り強化）に注力して頂けると、より良いのではないかと感じています。
- 高齢者は根気よく注意喚起をくり返す必要があると思う。被害にあっても、しばらくすると忘れ、また新たな被害にあう事が多いから、老人会やデイサービスなどへの出前講座の回数を増やしてほしい。
- 65 歳以上の世帯に月に一度位、悪徳商法の最近の手口や被害等をのせたチラシを町内の役の人が受取り、老人世帯に配るといいと思います。老人は世間から隔離された生活をしている人が多いのと、昔の感覚である意味世間知らずです。昔は老後資金を騙すなんて事、考えられませんでした。相談する人（家族、友人等）が少ないのも問題だと思います。

【事業者指導に関する内容】

- 悪質商法の会社が活動できないように、取締りを強化する。
- 法や条例での禁止事項や罰則の強化。

- 悪質商法や問題が多い業者など、リストアップし、開示するぐらいの強行手段を講ずることにより、抑止効果があるのではないですか。
- 取組の充実としては、問題と思われる業者を市民に知らせ、注意喚起を促す事が必要かと思えます。どこまで公表できるのか難しいとは思いますが、よろしくお願ひします。
- 問題のあった企業名を「広報さかい」で掲載するなど、企業に対するペナルティーの方策を検討、実施してほしいと考えています。悪徳業者を白日の下にさらしてほしい。

【その他】

- このアンケートは堺市民に対してだが、消費者問題は堺市に限ったことではない。周りの市町村と連携して、この問題に対処してもらえればと思います。
- 電話勧誘の内容が明らかに家族構成を知ってかかってくる場合があり、名簿が売り買いされていると思います(1度商品を買った等のリスト)。悪質業者はもちろんの事、名簿の売買を止める方法(法律、条例等)はないのでしょうか。1度流れたものを止める方法が欲しいです。

参考資料（アンケート調査票）

消費者問題に関する市民意識調査

～堺市からのアンケート調査です～

<ご協力のお願ひ>

堺市では、複雑多様化する消費者問題に的確・迅速に対応するため、平成22年4月に「堺市消費生活条例」を施行し、消費生活相談による消費者トラブルへの対応や条例違反事業者に対する指導、被害を未然に防止するための情報提供の推進など、市民の皆様が安全・安心な消費生活を営むことができる暮らしの実現に全力で取り組んでいます。

今回のアンケートは、皆様がこれまでの生活の中で経験された消費者トラブルの実態や、消費者問題についてどのように考えておられるかをお伺いすることで、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効果的な取組のための基礎資料とするために実施するものです。

十分な調査結果を得るため、できるだけ多くのお答えをいただきたいと思っています。
ご多忙のこととは存じますが、ご協力いただきますよう、よろしくお願ひ申し上げます。

平成26年10月

堺 市

■調査のあつかい

1. このアンケートは、市民の皆様の中から、**無作為に4,500名の方を選び**、調査票をお送りしています。
2. **無記名**でお答えいただきますので、**どなたのお答えかは、わからない**ようになっています。統計的に処理するだけで、あなた自身にご迷惑をかけることはありません。
3. この調査は、上記の**目的以外に使用することはありません**。

■記入上の注意

1. **あて名のご本人**が、お答えになってください。
2. お答えは、ボールペンや鉛筆などで、**あてはまるものの番号に、ハッキリと○印**をつけてください。

■調査票の回収

ご回答後、本冊子を無記名のまま、**11月25日(月)**までに同封の返信用封筒に入れ、**切手をはらずに**郵便ポストに入れてください。

(注) 視覚障害の方で点字版調査票が必要な場合は、下記の問い合わせ先までご連絡ください。

<お問い合わせ先>

この調査でご質問などがありましたら、下記までお問い合わせください。

堺市 市民人権局 市民生活部 消費生活センター

所在地 〒590-0076 堺市堺区北瓦町2丁目4番16号 堺富士ビル6階

電話 (072) 221-7908 FAX (072) 221-2796

メール syoseise@city.sakai.lg.jp

(受付：平日の午前9時から午後5時30分まで(土曜・日曜・祝日を除く))

I. 堺市立消費生活センターについて

問1 あなたは堺市立消費生活センター（以下「消費生活センター」という。）を知っていますか。
【〇は1つ】

1	名前も役割も知っている	⇒ 問2へ
2	名前は知っているが、役割までは知らない	
3	名前も役割も知らない	⇒ 問3へ

問2 **問1**で1または2と回答した方に伺います。

問2-1 あなたは消費生活センターをどこで知りましたか。【複数回答可：いくつでも】

1	テレビ・ラジオ	6	弁護士や各種相談窓口などの紹介
2	新聞・雑誌	7	インターネット
3	広報さかい	8	講座・講演会
4	家族・知人	9	その他（具体的に：_____）
5	パンフレット		

問2-2 あなたは消費生活センターを利用したことがありますか。【〇は1つ】

1	この1年間に利用したことがある	3	利用したことはない
2	過去（1年以上前）に利用したことがある		

II. 商品やサービスの不満や被害などについて

問3 この1年間に購入した「商品」や利用した「サービス」についてお尋ねします。この1年間に、以下に当てはまる経験をしたことはありますか。【複数回答可：いくつでも】

1	けが、病気をする等、安全性や衛生に問題があった	⇒ 問4へ
2	機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた	⇒ 問4へ
3	思っていたよりかなり高い金額を請求された	⇒ 問4へ
4	表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた	⇒ 問4へ
5	問題のある販売手口やセールストークにより契約・購入した	⇒ 問4へ
6	契約・解約時のトラブルにより被害に遭った	⇒ 問4へ
7	詐欺によって事業者にお金を支払った（又はその約束をした）	⇒ 問4へ
8	その他被害の経験（_____）	⇒ 問4へ
9	トラブルや被害に遭ったことはない	⇒ 問7へ

問4 **問3**で1~8のうちどれか1つでも回答した方に伺います。

問4-1 それはどのような商品、サービスでしたか。【複数回答可：いくつでも】

【商品】	1	食品
	2	衣料品、身の回り品、アクセサリ
	3	化粧品、理美容品
	4	住居用品（家具、浄水器など）
	5	家電製品
	6	住宅、住宅設備
	7	自動車、自動二輪車、自転車
	8	医薬品、医療用具
	9	玩具・遊具、スポーツ・レジャー用品
	10	教育用品（書籍、教材など）
	11	通信機器（パソコン、電話機など）
	12	その他の商品（具体的に： _____）

【サービス】	13	クリーニング
	14	理・美容院、エステ
	15	外食（食堂、レストランなど）
	16	交通（電車、バス、タクシーなど）
	17	旅行・宿泊（ホテル、旅館など）
	18	運輸（宅配、引越など）
	19	通信（郵便、電話、インターネットなど）
	20	医療（美容医療を含む）
	21	高齢者福祉サービス
	22	金融・保険（消費者金融、生命保険、株式、各種金融商品など）
	23	教養・娯楽（講座、教室、レジャー施設など）
	24	住宅関連（リフォーム、修繕工事、敷金など）
	25	その他のサービス（具体的に： _____）

問4-2 どのような経緯で、その商品やサービスを購入しましたか。【複数回答可：いくつでも】

1	店舗へ出向いて商品を購入したりサービスを利用した
2	自宅や職場に事業者が訪ねてきて勧められた
3	自宅や職場に事業者から電話があり勧められた
4	カタログ、新聞折込、雑誌広告、テレビショッピング等を見て申込んだ
5	インターネットを利用した
6	知人や友人から勧められた
7	路上でチラシを渡され案内された会場で勧められた
8	路上で声をかけられ喫茶店等に連れて行かれ勧められた
9	電話でお店や喫茶店に来るように誘われて勧められた
10	その他（具体的に： _____）

問 4-3 その苦情はどこかに相談したり、伝えたりしましたか。【複数回答可：いくつでも】

1	販売店、販売員など	⇒問 5 へ
2	メーカー	
3	事業者団体（社団法人〇〇協会などの、複数の事業者で構成された団体）の相談窓口	
4	消費者団体	
5	消費生活センター	
6	国・地方公共団体等の相談窓口（消費生活センターを除く）	
7	弁護士	
8	その他（具体的に： _____）	
9	相談も伝えもしなかった	⇒問 6 へ

問 5 問 4-3 で 1~8 のうちのどれか 1 つでも回答された方に伺います。

問 5-1 苦情は納得のいくように対処されましたか。【〇は 1 つ】

1	納得のいくように対処された	⇒問 7 へ
2	納得のいかない対処であった	⇒問 5-2 へ
3	現在、相談中である	⇒問 7 へ

問 5-2 問 5-1 で、2 と回答された方に伺います。

納得がいかなかったのはなぜですか。【複数回答可：いくつでも】

1	対応に専門性がないなど、十分な対応をしてもらえなかった
2	相談時間が短いなど、じっくり相談にのってもらえなかった
3	電話がかかりにくいなど、対応に時間がかかった
4	相談の受付から助言にとどまり、解決まで責任を持って対応してくれなかった
5	対応せず、たらい回しにされた
6	その他（具体的に： _____）

問 6 問 4-3 で、9 と回答された方に伺います。

苦情をどこにも相談も伝えもしなかったのはなぜですか。【複数回答可：いくつでも】

1	申し出てもよい解決策があるとは思えないから	7	もめごとを起こすのがきらいだから
2	自分にも責任があると思ったから	8	金額が少なかったから
3	だまされていることに気づけなかったから	9	被害が小さかったから
4	めんどうだから	10	証明がむずかしいから
5	気まずい思いをしたくないから	11	その他（具体的に： _____）
6	どこに相談してよいかわからないから	12	特に理由はない

問 7 あなたは、クーリング・オフ制度を知っていますか。【〇は 1 つ】

1	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
2	どのような契約がクーリング・オフの対象になるかを知っている
3	クーリング・オフがいつまでできるかを知っている
4	制度の名前を見聞きしたことはある
5	見聞きしたこともない

Ⅲ. 問題のある商法などについて

問8 あなたは、次のような悪質商法について、

(1) 注意を呼び掛ける情報を見聞きしたことがありますか。

(2) この1年間に勧誘されたり契約したことはありますか。

【それぞれの商法について、(1)から1つ選択、(2)から1つ選択】

悪質商法の名称	手口の一例	(1) 注意を呼び掛ける情報を見聞きしたことはありますか		(2) この1年間に勧誘されたり契約したことはありますか		
		ある	ない	勧誘されたり契約した	勧誘されたが契約しなかった	勧誘されたことも契約したこともない
問8-1 点検商法	点検に来たと言って来訪し、「布団にダニがいる」「工事をしないと危険」などと不安をあおって商品やサービスを契約させる。	1	2	1	2	3
問8-2 催眠(SF)商法	景品を配るなどして閉めきった会場に人を集め、日用品をただ同然で配って雰囲気盛り上げ、最後は高額な商品を売りつける。	1	2	1	2	3
問8-3 内職商法	「資格・技術を身につけて在宅ワーク」「在宅ビジネスで高収入が得られる」などと勧誘し、実際は高額な教材等を売りつける。ほとんど収入は得られないうえ、支払いだけが残る。	1	2	1	2	3
問8-4 利殖商法	未公開株、社債、外国通貨等について、「値上がり確実」「必ずもうかる」など、利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する。	1	2	1	2	3
問8-5 キャッチセールス	街頭でアンケート調査等と称して呼び止め、喫茶店や営業所に連れて行き、商品やサービスの契約を迫る。	1	2	1	2	3
問8-6 ポイントメントセールス	「当選した」「あなただけ特別に」などと、販売目的を告げずに有利な条件を強調して電話等で喫茶店や営業所に呼び出し、商品やサービスの契約を迫る。	1	2	1	2	3
問8-7 マルチ商法	「誰でも簡単に高収入が得られる」などと消費者を販売組織に勧誘し、会員となった消費者はさらに新規の加入者を勧誘、ピラミッド型に会員を増やししながら商品等を販売する。	1	2	1	2	3
問8-8 送り付け商法	契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、受け取ったことで、支払義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする商法。	1	2	1	2	3

問 8-9 劇場型勧誘	<p>複数の業者が役回りを分担し、パンフレットを送り付けたり電話で勧誘したりして、消費者があたかも得をするように信じ込ませて実態不明の金融商品などを買わせる手口。 (事例)</p> <p>①A社のパンフレットが封筒で届く ②B社から「A社の封筒は届いていないか。その社債は価値があるが、届いた人しか購入できない。代わりに買ってくれば高値で買い取る」などという電話がかかってくる ③別の会社からも「価値があるものなので高額で買い取る」などと同内容の電話がかかる。 ④信用してお金を支払ってしまう。 ⑤業者と連絡が取れなくなり、紙切れ同然の証券だけが残る。</p>	1	2	1	2	3
----------------	--	---	---	---	---	---

問 9 **問 8**で1つでも「(1) 注意を呼び掛ける情報を見聞きしたことがある」と回答された方に伺います。

問 9-1 あなたは、そのような情報が役に立ったことがありますか。【〇は1つ】

1	とても役に立った	3	どちらともいえない
2	役に立った	4	役に立たなかった

問 9-2 あなたは、そのような情報をどこで見聞きしましたか。【複数回答可：いくつでも】

1	テレビ・ラジオ	6	弁護士や各種相談窓口などの紹介
2	新聞・雑誌	7	インターネット
3	広報さかい	8	講座・講演会
4	家族・知人	9	その他（具体的に：_____）
5	パンフレット		

問 10 **問 8**の「(2) この1年間に勧誘されたり契約したことはありますか」で1つでも「勧誘され契約した」「勧誘されたが契約しなかった」と回答された方に伺います。

問 10-1 あなたは、この1年間に、このような勧誘をどの位受けましたか。【〇は1つ】

1	ほとんど毎日	4	半年に2～3回
2	週に1～2回	5	年に2～3回
3	月に2～3回	6	年に1回

問 10-2 このような勧誘を受けて、困ったことやいやな経験をしたことはありますか。その際、どのように対処しましたか。【複数回答可：いくつでも】

1	事業者へ問い合わせた
2	消費生活センターに相談した
3	国・地方公共団体等の相談窓口（消費生活センターを除く）に相談した
4	警察に相談した
5	家族・知人と話し合った
6	その他の対処をした（具体的に：_____）
7	特に対処はしなかった
8	困ったことやいやな経験はない

問 11 問題がある勧誘・商法や悪質業者について、あなたはどのような取組や対策が必要だと思いますか。【複数回答可：いくつでも】

1	消費者自身が自覚して、トラブルにあわないように注意する
2	消費生活上のトラブルに関する情報が提供される
3	消費生活に関する学習機会が増える
4	消費生活センターなどの相談体制を拡充する
5	国や自治体が、悪質な事業者に対する規制や指導を強化する
6	その他（具体的に： _____）
7	特にない

IV. 訪問販売・電話勧誘販売について

問 12 あなたは、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。【○は1つ】

1	訪問販売も電話勧誘販売もある	⇒ 問13へ
2	訪問販売はある	
3	電話勧誘販売はある	
4	どちらもない	⇒ 問14へ

問 13 **問 12**で、1、2または3と回答された方に伺います。

問 13-1 あなたは、この1年間に、どのような商品・サービスの訪問販売や電話勧誘販売を受けたことがありますか。【訪問販売、電話勧誘販売それぞれ複数回答可】

【訪問販売】

1	健康食品	7	化粧品類	13	排水・給水管等の清掃
2	補正下着	8	消火器	14	インターネット等の通信サービス
3	和服、装身具類	9	新聞	15	保険（生命保険等）
4	寝具類	10	学習用教材	16	金融商品(株式、社債、投資等)
5	家電類	11	太陽光発電機	17	その他（ _____）
6	浄水器、活水器	12	住宅リフォーム	18	ない

【電話勧誘販売】

1	健康食品	7	学習用教材	13	エステ
2	浄水器・活水器	8	広告掲載サービス	14	金融商品(株式、社債、投資等)
3	化粧品類	9	分譲マンション	15	サラ金、融資
4	本・写真集	10	投資用マンション	16	内職・副業
5	紳士録・名簿	11	墓、墓地	17	その他（ _____）
6	資格取得用教材	12	インターネット等の通信サービス	18	ない

問 13-2 あなたは、この 1 年間に商品・サービスの訪問販売や電話勧誘販売をどのくらい受けましたか。【訪問販売、電話勧誘販売それぞれ○は1つのみ】

【訪問販売】

1	ほとんど毎日	4	半年に2～3回	7	ない
2	週に1～2回	5	年に2～3回		
3	月に2～3回	6	年に1回		

【電話勧誘販売】

1	ほとんど毎日	4	半年に2～3回	7	ない
2	週に1～2回	5	年に2～3回		
3	月に2～3回	6	年に1回		

問 14 あなたは、商品・サービスの販売を目的とした事業者の訪問を受けることや電話がかかってくることを、どのように感じていますか。【訪問販売、電話勧誘販売それぞれ○は1つのみ】

【訪問販売】

1	来てほしくない	3	来てもよい
2	来てもよい時がある	4	その他 ()

【電話勧誘販売】

1	かけてほしくない	3	かかってもよい
2	かかってもよい時がある	4	その他 ()

問 15 訪問や電話が販売目的であるとわかったとき、あなたはこれまで、どのような経験をしましたか。【訪問販売、電話勧誘販売それぞれ複数回答可】

【訪問販売】

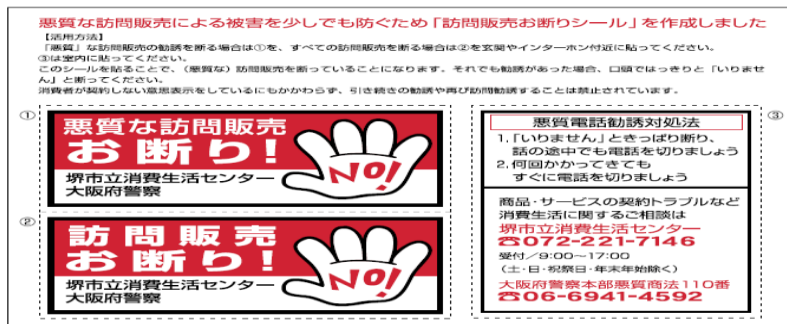
1	断ったらすぐ帰った
2	断ったが、帰ってもらうのに苦労した
3	断ったら、怒鳴られたり脅迫めいた暴言を吐かれた
4	断ったが帰ってくれず、強引に契約させられた
5	話を聞いているうちに、断れなくなり契約してしまった
6	話を聞いているうちに欲しくなり、契約した
7	勧誘を受けたことはない
8	その他 ()

【電話勧誘販売】

1	すぐ断り電話を切った
2	断ったが、切るのに苦労した
3	断ったら、怒鳴られたり脅迫めいた暴言を吐かれた
4	断ったが、家に来られた
5	断ったつもりだったが、契約したことにされた
6	断ったが、商品を送りつけられた
7	断ったが話を聞かされ、強引に契約させられた
8	話を聞いているうちに、断れなくなり契約してしまった
9	話を聞いているうちに欲しくなり、契約した
10	勧誘を受けたことはない
11	その他 ()

問 16 堺市では、望まない訪問販売による消費者被害を防ぐため、「訪問販売お断りシール」を作成し、配布しています。「訪問販売お断りシール」を利用していますか。【〇は1つ】

1	利用している	3	知っているが利用していない
2	知らなかったが今後利用したい	4	知らなかったし今後利用するつもりもない



問 17 **問 16** で1と回答された方に伺います。「訪問販売お断りシール」を貼ったことで、以前と比べて効果があつたと思いませんか。【〇は1つ】

1	訪問販売の件数が減った	4	わからない
2	件数は変わらないが断りやすくなった	5	その他 ()
3	以前と変わらない		

V. 消費者教育・啓発について

問 18 あなたは、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。【複数回答可：いくつでも】

1	悪質商法の手口と対処方法	⇒ 問19へ
2	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	
3	広告・宣伝・表示（品質表示、価格表示など）に関すること	
4	食品の安全、安心に関すること	
5	商品の品質・性能・安全性（食品以外）に関すること	
6	生産・価格・流通・消費のしくみに関すること	
7	金融商品（預貯金、債権、株式、保険など）に関すること	
8	家計の管理、生活設計	
9	インターネットや携帯電話利用の注意点など情報通信に関すること	
10	ごみの減量など環境に配慮した生活	
11	受けたことはない	⇒ 問20へ

問 19 問 18 で 1～10 のいずれかを回答された方に伺います。
それはどこで受けられましたか。【複数回答可：いくつでも】

1	市が行っている消費生活に関する講座・講演会など
2	民間の企業や団体などが行う消費生活に関する講座・講演会など
3	地域（町内会など）で主催される講習会・講演会など
4	家庭における消費者教育
5	学校における消費者教育
6	会社・勤務先での消費生活に関する研修など
7	その他（ ）

問 20 あなたが、消費者教育を行う場として、次の中で重要だと思うものを 2 つ選んでください。
【2 つまで回答可】

1	家庭	5	会社・勤務先
2	学校	6	新聞・テレビ等マスコミを通じて
3	地域（町内会など）	7	その他
4	消費生活センター		（具体的に： ）

問 21 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もっとも重要だと思うものを 2 つ選んでください。【2 つまで回答可】

1	悪質商法の手口と対処方法
2	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
3	広告・宣伝・表示（品質表示、価格表示など）に関すること
4	食品の安全、安心に関すること
5	商品の品質・性能・安全性（食品以外）に関すること
6	生産・価格・流通・消費のしくみに関すること
7	金融商品（預貯金、債権、株式、保険など）に関すること
8	家計の管理、生活設計
9	インターネットや携帯電話利用の注意点など情報通信に関すること
10	ごみの減量など環境に配慮した生活
11	その他（ ）

問 22 商品のリコール（欠陥のある商品の回収等）、消費者問題に関する相談窓口や講座等、消費生活に関する情報を主にどのようなところで入手したことがありますか。【複数回答可：いくつでも】

1	テレビ・ラジオ	6	弁護士や各種相談窓口
2	新聞・雑誌	7	インターネット
3	広報さかい	8	講座・講演会
4	家族・知人	9	その他（具体的に： ）
5	パンフレット	10	どこからも特に入手していない

問 23 あなたは、消費生活に関してどのような情報が欲しいですか。【複数回答可：いくつでも】

1	消費生活に関する法律や制度など
2	商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報
3	消費者問題に関する相談窓口
4	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
5	消費者問題の講座や催しなどの開催情報
6	消費者を取り巻く問題に取り組む消費者団体の活動
7	メーカーや販売店など事業者による消費者向けの活動
8	消費生活に役立つ衣食住などの基礎知識
9	ライフプランに関する情報
10	環境にやさしい暮らし方
11	消費生活に関する行政の施策や取組
12	その他（具体的に： _____）
13	特になし

問 24 あなたは、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。最も重要だと思うものを2つ選んでください。【2つまで回答可】

1	高齢者を対象とした出前講座の実施
2	地域で見守り活動を実施されている方々への情報提供
3	テレビ・ラジオなどを利用した情報提供
4	広報さかいを利用した情報提供
5	消費者トラブルに関する講座、講演会の実施
6	チラシ、パンフレットの拡充
7	インターネットを利用した情報提供
8	学校における消費者教育の充実
9	その他（ _____）

VII. その他の項目について

問 25 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。【複数回答可：いくつでも】

1	消費生活センターの相談体制の強化
2	消費者被害の未然防止のための啓発活動の充実
3	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
4	悪質な事業者への指導・取締りの強化
5	商品・サービスの事故などのリコール情報の充実
6	計量行政の普及啓発の充実
7	消費者の声が行政に反映される
8	その他（具体的に： _____）

問 26 このほか、消費者問題に対する取組の充実のために、ご意見等がございましたらご自由にお書きください。

最後に、あなたご自身のことについておたずねします。

アンケート結果の分析に必要ですので**必ずお答えください**。アンケートの分析以外の目的には使用しません。次の各項目について、**あてはまるものの番号に○印をつけてください**。

あなたの性別	1. 男性	2. 女性		
あなたの年齢	1. 20歳代 5. 60歳代	2. 30歳代 6. 70歳以上	3. 40歳代	4. 50歳代
あなたのお住まい	1. 堺区 5. 南区	2. 中区 6. 北区	3. 東区 7. 美原区	4. 西区
あなたと同居している家族	1. 単身 4. 三世帯世帯（親と子と孫） 5. その他	2. 夫婦のみ	3. 二世帯世帯（親と子）	

ご協力ありがとうございました。

発行

堺市 市民人権局市民生活部 消費生活センター