

3. 消費生活

調査結果の概要

テーマ	消費生活
担当課	市民人権局 市民生活部 消費生活センター
設問数	15 問
趣旨・目的	本市では、安全・安心な消費生活の実現をめざし、消費生活相談による被害の回復や、消費者トラブルを防止するための情報提供や啓発活動、消費者教育の支援などに取り組んでいます。 今回のアンケートは、皆様の消費生活に関する意識などを調査することで、今後の消費者施策を検討する際に活用するものです。
調査結果	各設問のページをご覧ください。
調査結果に係る 担当課の所見	・問 29 では、令和 5 年度に比べて消費生活センターの「名前は知っているが、役割までは知らない」「名前も役割も知らない」と回答した方の合計割合が増加する結果となったため、知名度・認知度を向上させることで遺漏なく相談対応ができるよう各種広報手段の活用や講座・地域イベントなどで積極的に周知します。 ・問 30 では、消費生活センターを知ったきっかけが年代によって異なる結果となったことから、教育・啓発の対象に応じて適切な手段を選択し情報を発信します。 ・問 36 では、消費者トラブルを防止するために全ての年代で消費者自身が知識を身に付けることが必要であるとの結果となりました。このようなニーズを的確に捉えた消費者教育・啓発を行うため、今後も地域や学校などとの連携をより深めます。

(1) 消費生活センターなど

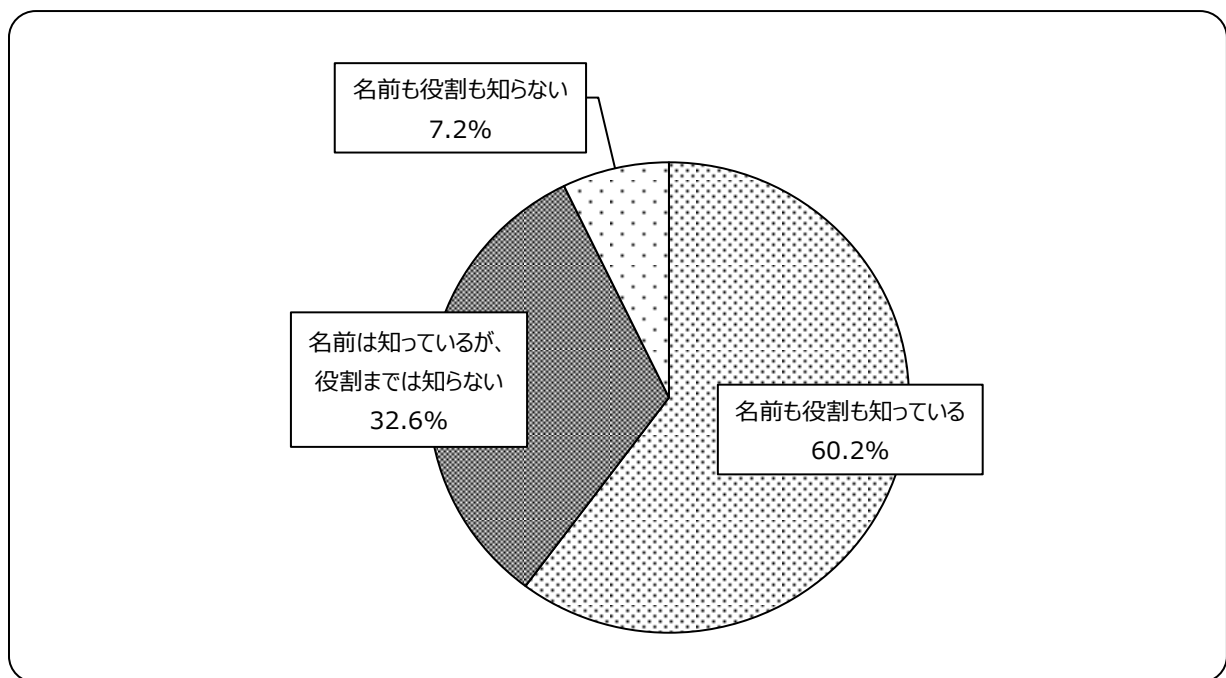
問 29. 消費生活センターでは、商品・サービスの契約トラブルなどに関する消費生活相談や消費者トラブルを未然に防止するための情報提供などを行っています。

消費生活センターの名前やこのような役割について知っていますか。

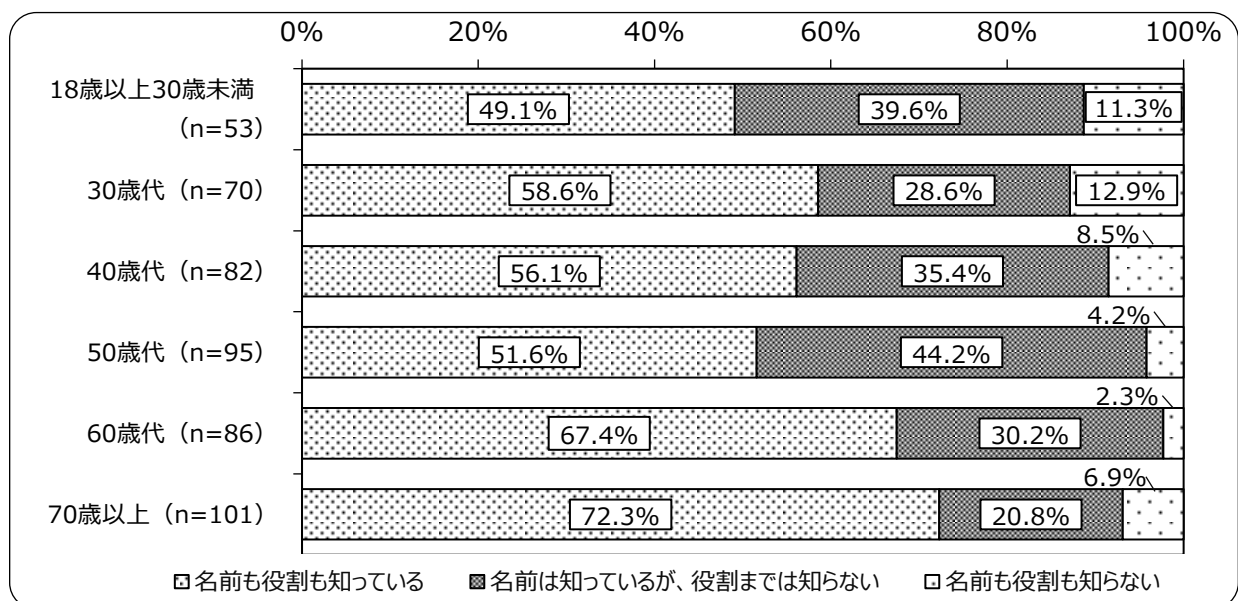
【1 つ選択】

「名前を知っているが、役割までは知らない」「名前も役割も知らない」と回答した方の合計は 39.8%であり、令和 5 年度の 34.8%から増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	名前も役割も知っている	293	60.2%
2	名前は知っているが、役割までは知らない	159	32.6%
3	名前も役割も知らない	35	7.2%
	計 (回答総数)	487	100.0%



《年齢別》



問 30. 問 29 で「1 名前も役割も知っている」「2 名前は知っているが、役割までは知らない」と回答された方に伺います。

消費生活センターをどのようにして知りましたか。

【複数選択可：いくつでも】

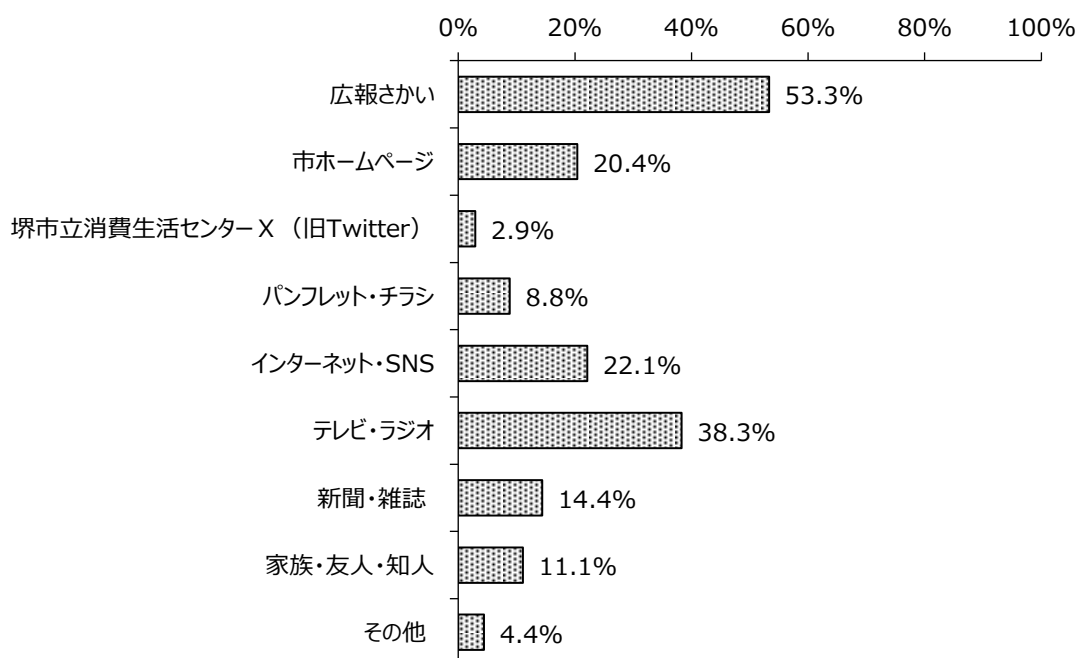
年齢別では、18 歳以上 30 歳未満が「インターネット・SNS」42.6%、30 歳代が「テレビ・ラジオ」37.7%と回答した方が最も多く、令和 5 年度はそれぞれ 29.4%、37.5%であった。40 歳代以上はいずれの年代も「広報さかい」と回答した方が最も多く、令和 5 年度は「広報さかい」と回答した方は 60 歳代、70 歳以上で最も多かった。

	選択項目 (n=452)	回答数	回答数/n
1	広報さかい	241	53.3%
2	市ホームページ	92	20.4%
3	堺市立消費生活センター X (旧Twitter)	13	2.9%
4	パンフレット・チラシ	40	8.8%
5	インターネット・SNS	100	22.1%
6	テレビ・ラジオ	173	38.3%
7	新聞・雑誌	65	14.4%
8	家族・友人・知人	50	11.1%
9	その他	20	4.4%

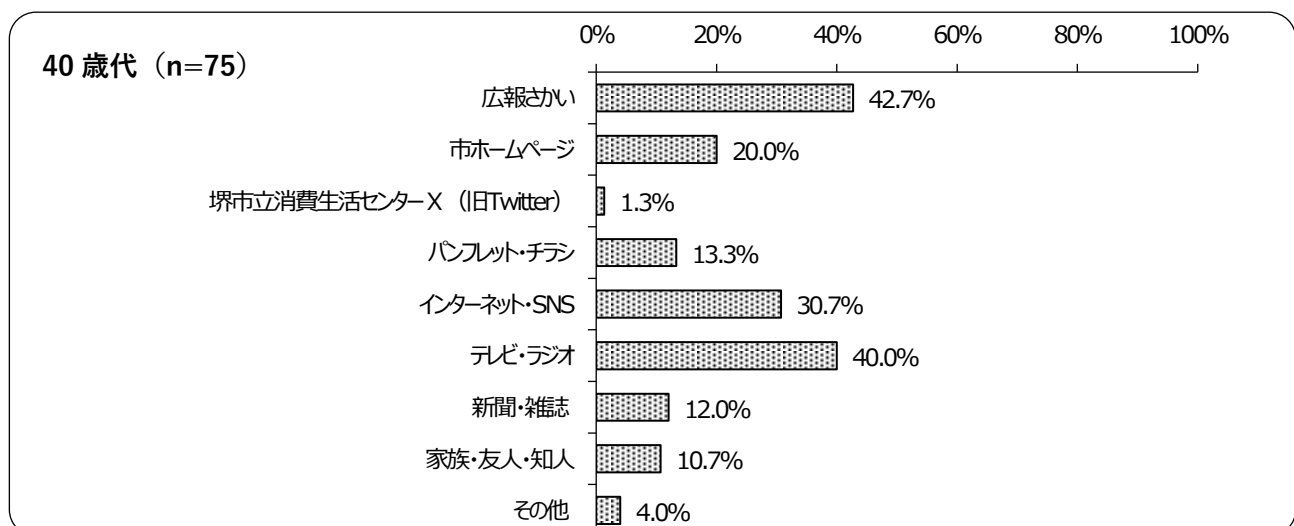
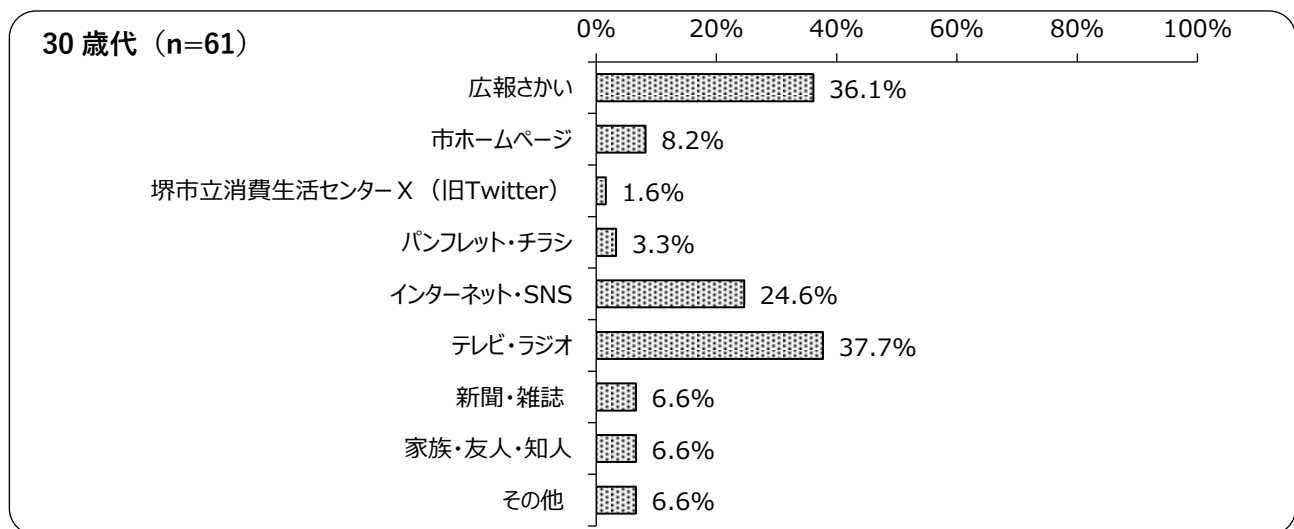
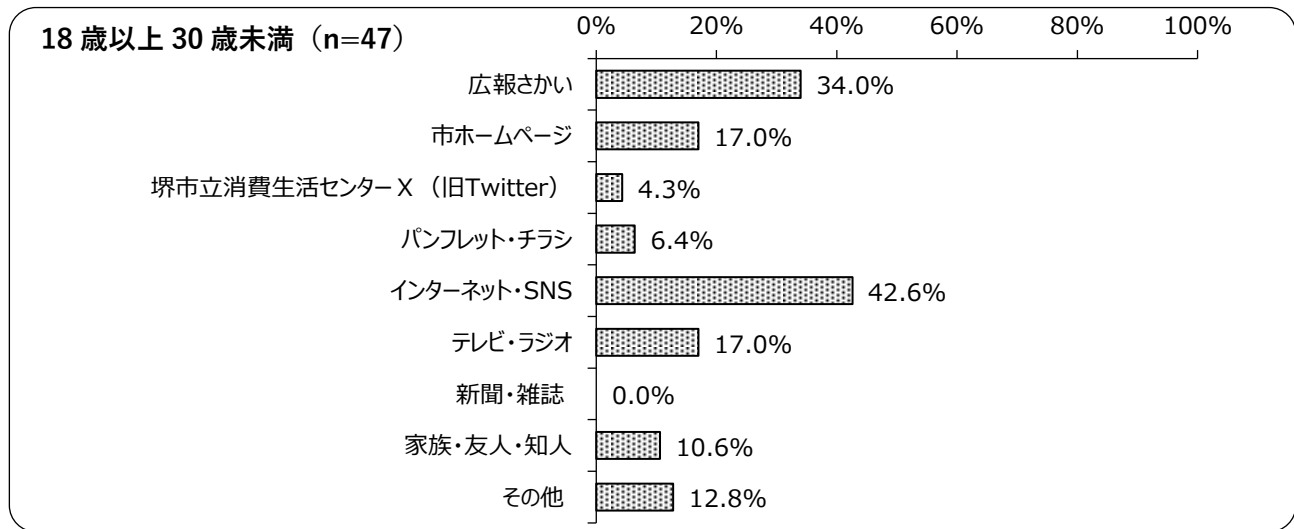
[9 その他]

【主な回答】

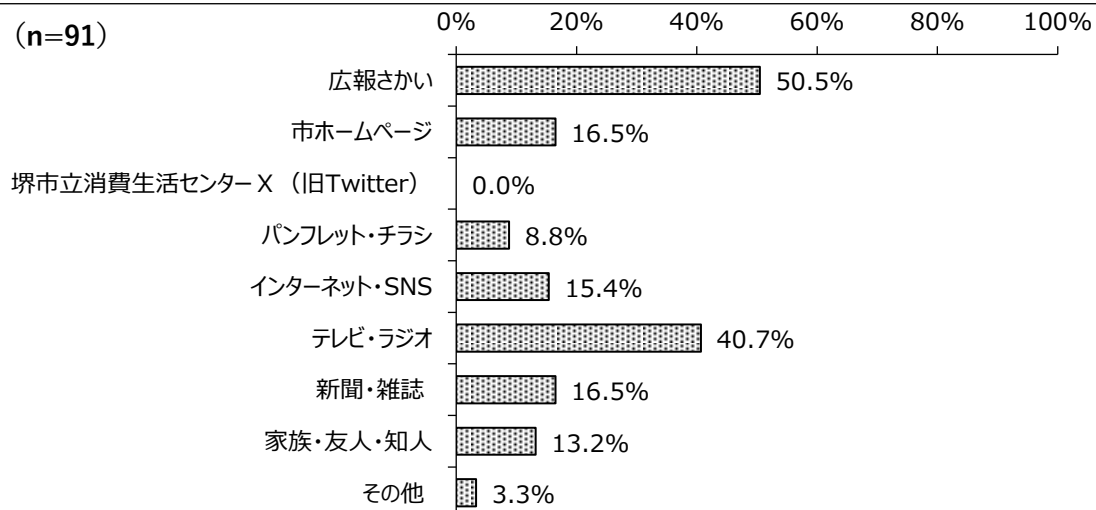
- 学校の授業
- 職場
- 周知の事実として認識している。



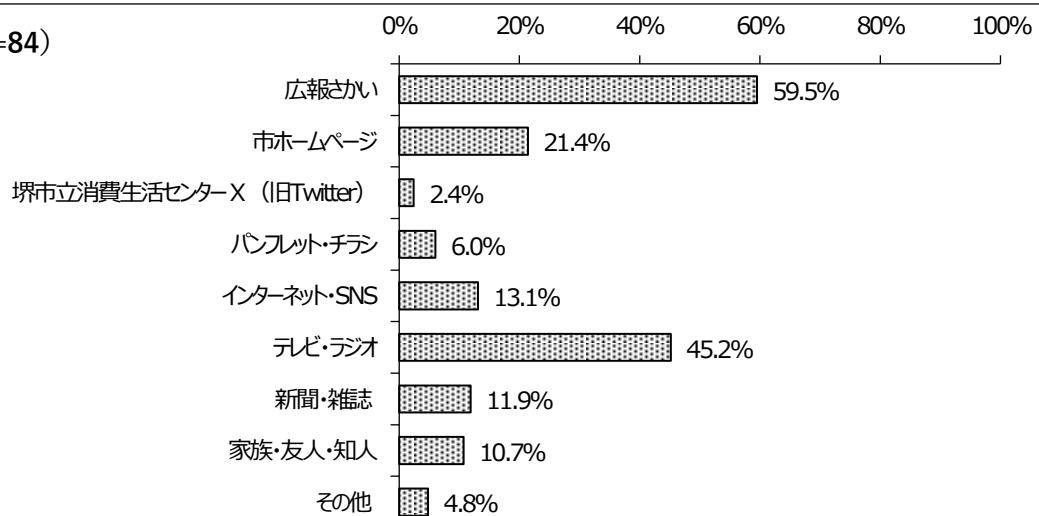
《年齢別》



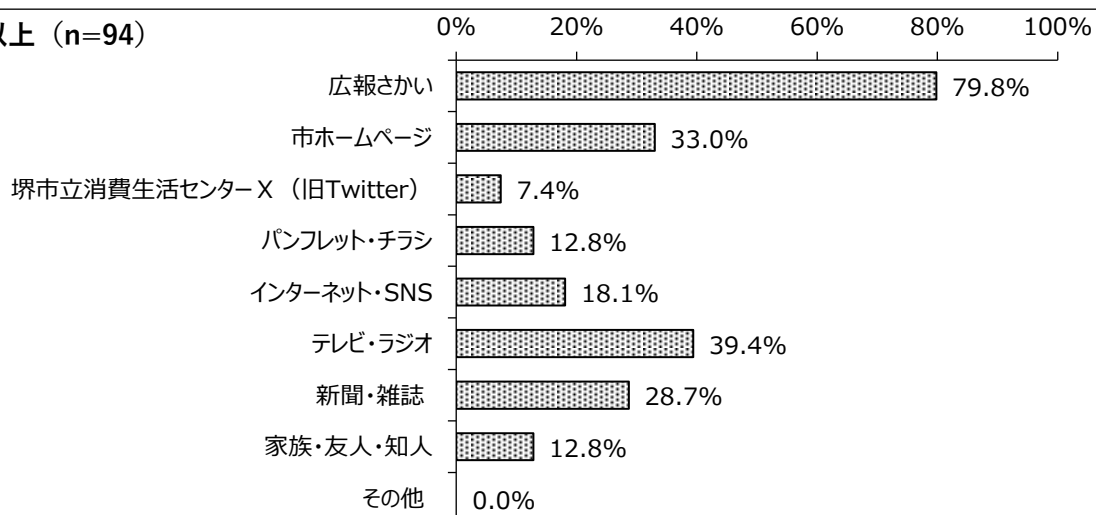
50 歳代 (n=91)



60 歳代 (n=84)



70 歳以上 (n=94)

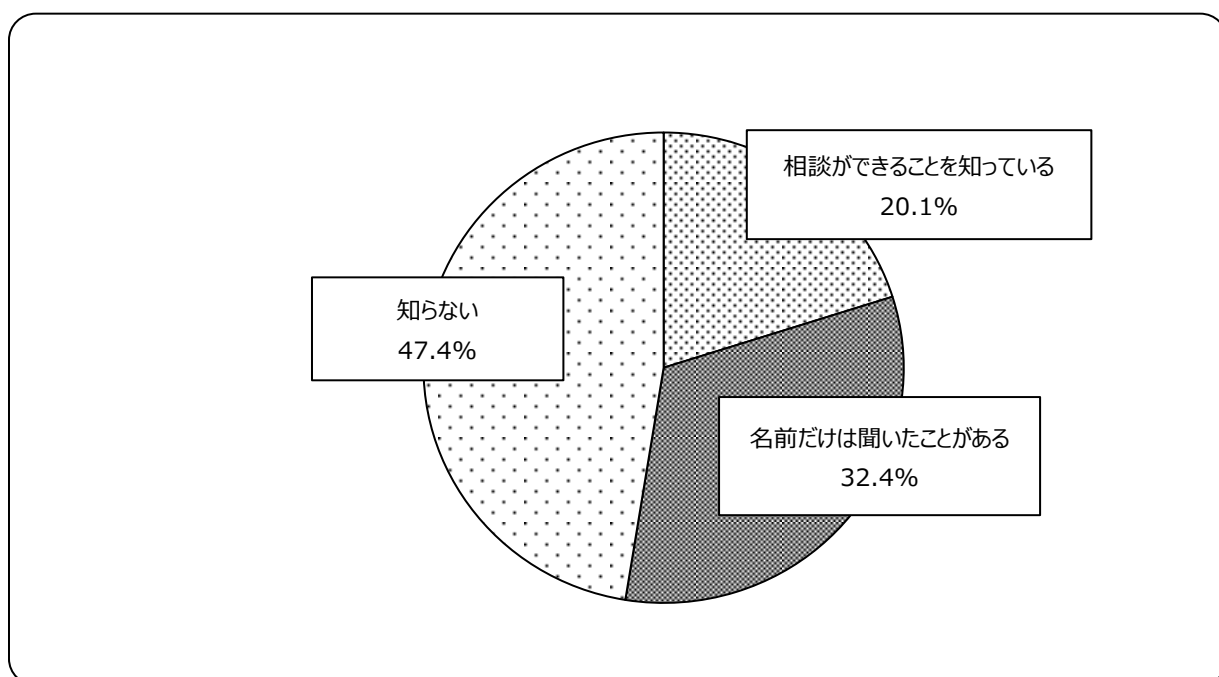


問 31. 「消費者ホットライン（188(イヤヤ)）」※を知っていますか。

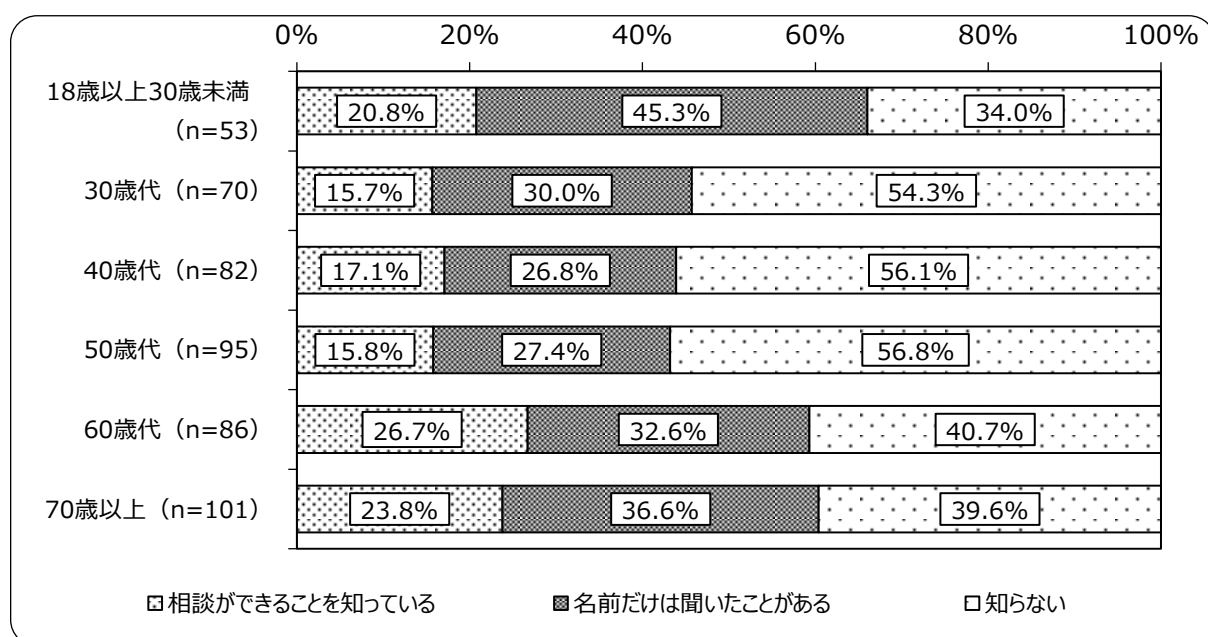
※「消費者ホットライン（188(イヤヤ)）」とは、消費生活におけるトラブルや困ったことについて相談したいときに、最寄りの消費生活センターなどを案内する全国共通の電話番号です。 【1つ選択】

「相談ができることを知っている」「名前だけは聞いたことがある」と回答した方の合計は 52.5%であり、令和 5 年度の 43.3%から 9.2 ポイント増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	相談ができることを知っている	98	20.1%
2	名前だけは聞いたことがある	158	32.4%
3	知らない	231	47.4%
	計 (回答総数)	487	100.0%



《年齢別》

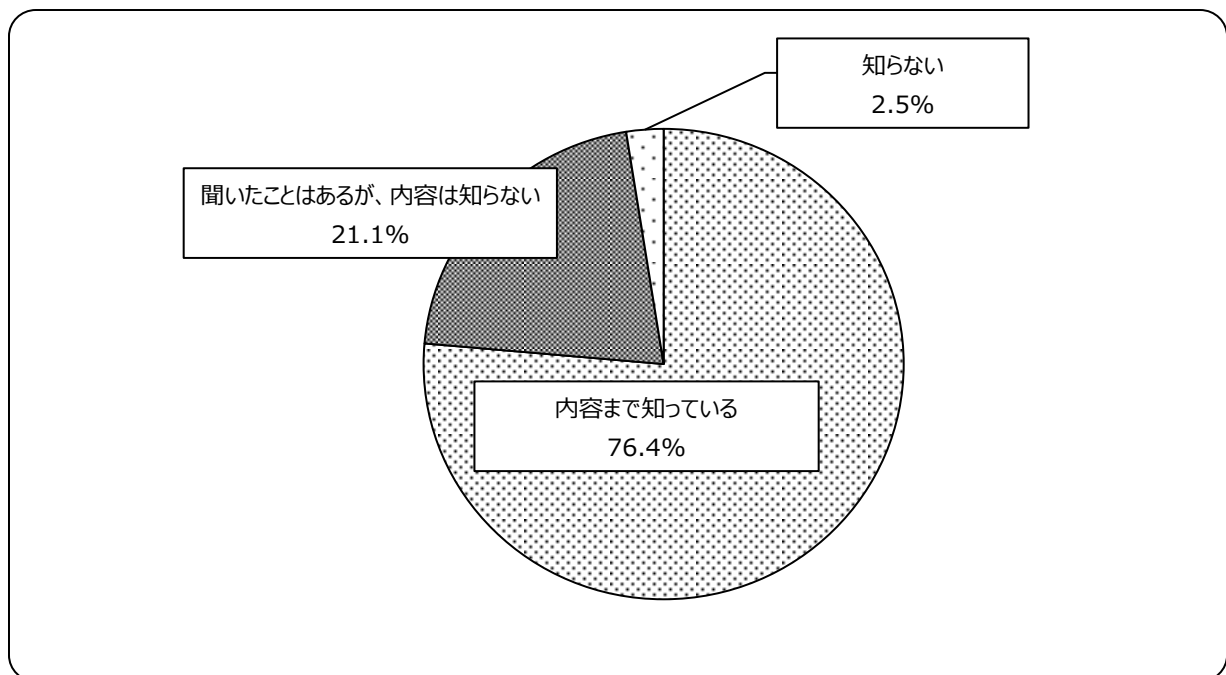


問 32. 「クーリング・オフ」制度※を知っていますか。

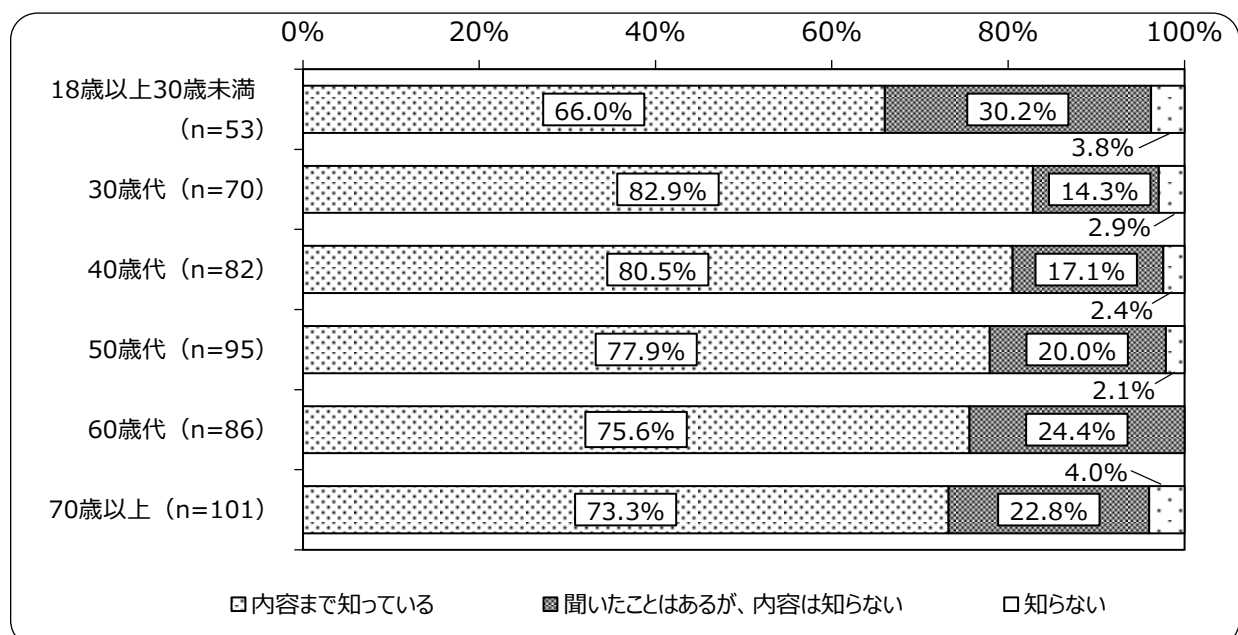
※「クーリング・オフ」制度とは、いったん契約の申込や締結をした場合でも、一定期間であれば理由を問わず、無条件で契約の申込を撤回したり、契約を解除したりできる制度です。ただし、インターネット通販やテレビショッピングなどの通信販売には適用されません。 【1つ選択】

「内容まで知っている」「聞いたことはあるが、内容は知らない」と回答した方の合計は 97.5%であり、令和 5 年度の 98.5%と比較しておおむね同様であった。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	内容まで知っている	372	76.4%
2	聞いたことはあるが、内容は知らない	103	21.1%
3	知らない	12	2.5%
	計 (回答総数)	487	100.0%



《年齢別》



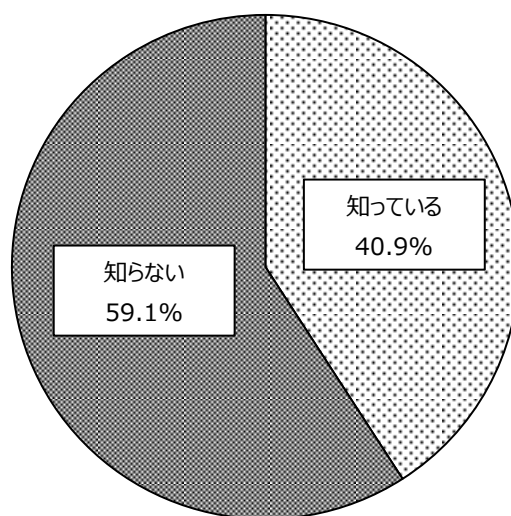
問 33. 問 32 で「1 内容まで知っている」と回答された方に伺います。

インターネットショッピングなどの通信販売は、「クーリング・オフ」制度※の対象とならないことを知っていますか。

【1 つ選択】

「知っている」と回答した方は 40.9%であり、令和 5 年度の 37.7%から 3.2 ポイント増加した。

	選択項目 (n=372)	回答数	構成比
1	知っている	152	40.9%
2	知らない	220	59.1%
	計 (回答総数)	372	100.0%



問 34. 「エシカル消費」※について、日常で取り組んでいる内容を教えてください。

※「エシカル消費」とは、環境に良いものやサービスを選択したり、適正な価格のものやサービスを選択したりといった、地域の活性化や雇用なども含む、環境や人、社会に配慮した消費行動のことを表します。

【複数選択可：いくつでも】

「マイボトル、マイバッグの使用」と回答した方が 79.5%と最も多かった。

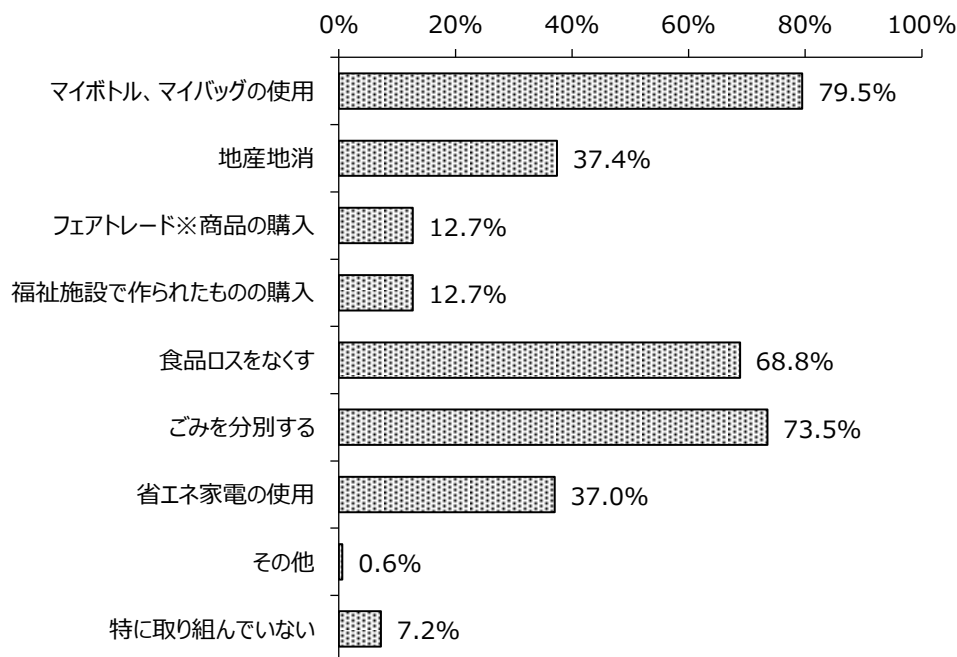
	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	マイボトル、マイバッグの使用	387	79.5%
2	地産地消	182	37.4%
3	フェアトレード※商品の購入	62	12.7%
4	福祉施設で作られたものの購入	62	12.7%
5	食品ロスをなくす	335	68.8%
6	ごみを分別する	358	73.5%
7	省エネ家電の使用	180	37.0%
8	その他	3	0.6%
9	特に取り組んでいない	35	7.2%

※フェアトレードとは、開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に取引し、貧困地域の労働者の生活向上をめざす取組のことを表します。

[8 その他]

【主な回答】

- 燃費に配慮して車を運転する。エアコンを適正温度に保つ。
- 簡易包装を心がける。
- 添加物の入っていない商品を選択する。



(2) 消費者教育など

問 35. 消費者トラブルにあった際、どこに相談しますか。

【複数選択可：いつでも】

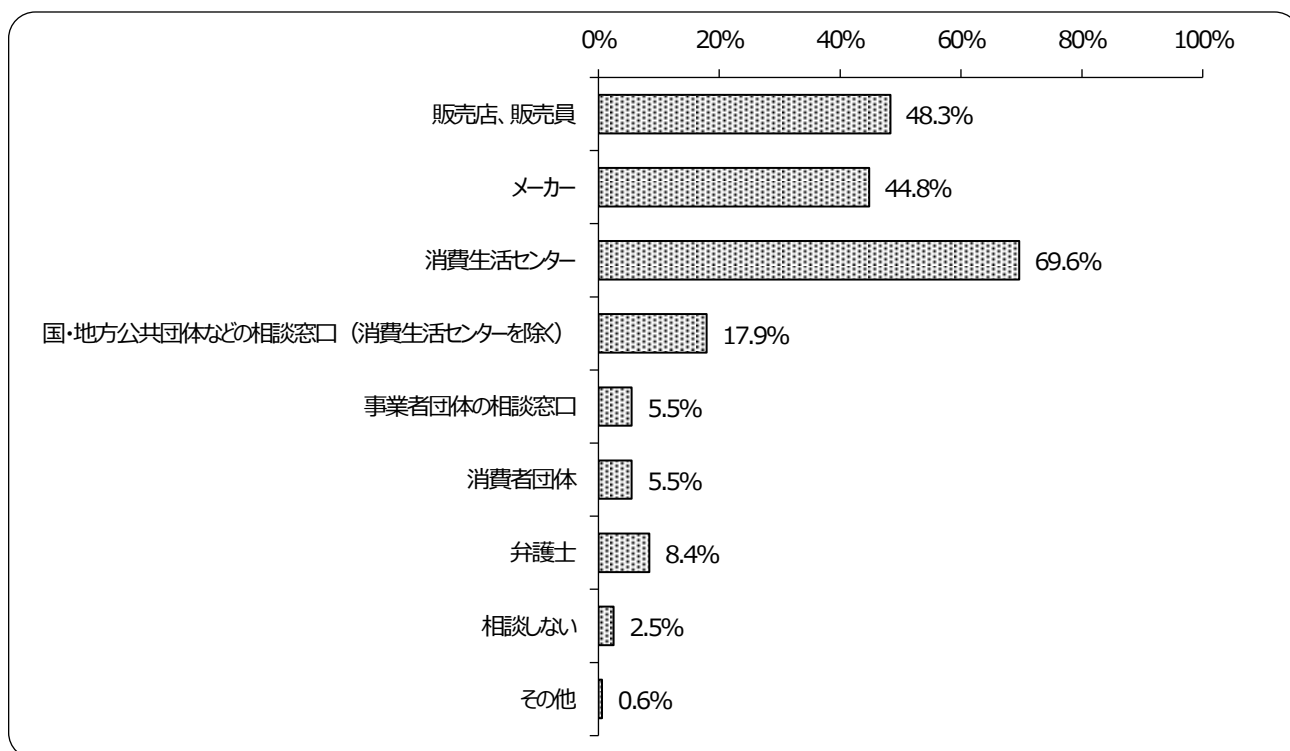
「消費生活センター」と回答した方が 69.6%と最も多かった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	販売店、販売員	235	48.3%
2	メーカー	218	44.8%
3	消費生活センター	339	69.6%
4	国・地方公共団体などの相談窓口（消費生活センターを除く）	87	17.9%
5	事業者団体の相談窓口	27	5.5%
6	消費者団体	27	5.5%
7	弁護士	41	8.4%
8	相談しない	12	2.5%
9	その他	3	0.6%

[9 その他]

【主な回答】

- 家族・友人・知人
- トラブルにあうごとに自分で調べる。



問 36. 消費者トラブルを防止するためには何が必要だと思いますか。

必要だと思うものをお答えください。

【複数選択可：いくつでも】

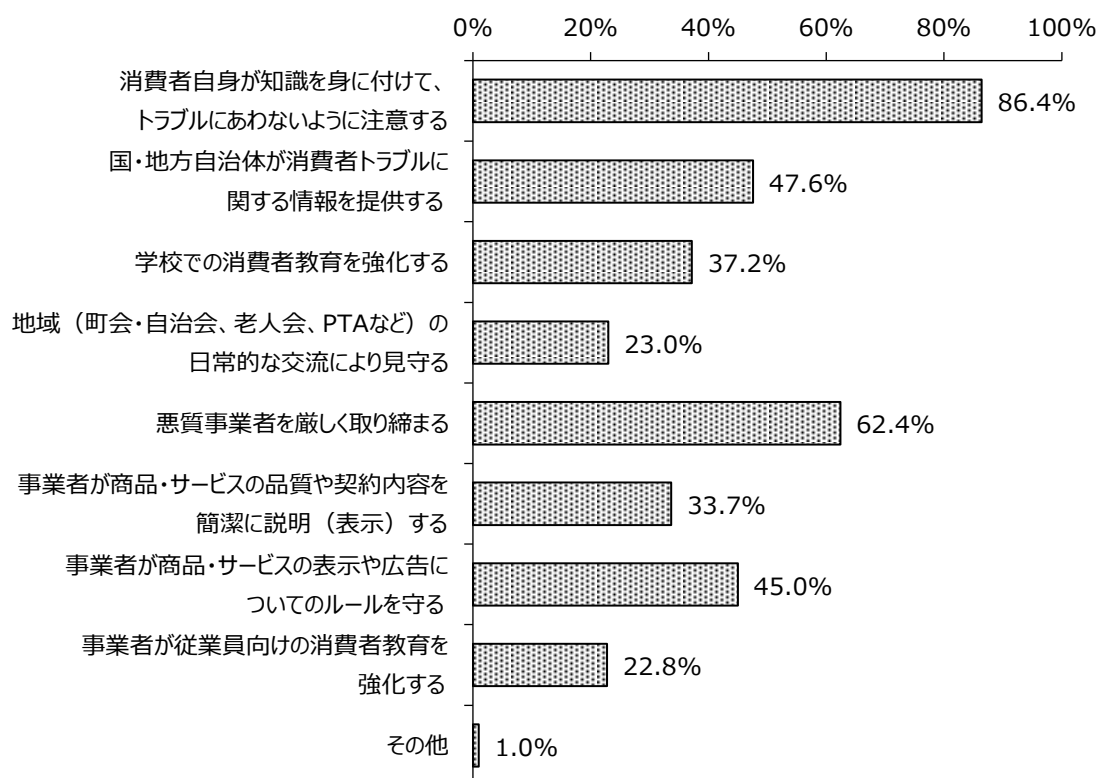
年齢別では、全ての年代で「消費者自身が知識を身に付けて、トラブルにあわないように注意する」と回答した方が最も多かった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/ n
1	消費者自身が知識を身に付けて、トラブルにあわないように注意する	421	86.4%
2	国・地方自治体が消費者トラブルに関する情報を提供する	232	47.6%
3	学校での消費者教育を強化する	181	37.2%
4	地域（町会・自治会、老人会、PTAなど）の日常的な交流により見守る	112	23.0%
5	悪質事業者を厳しく取り締まる	304	62.4%
6	事業者が商品・サービスの品質や契約内容を簡潔に説明（表示）する	164	33.7%
7	事業者が商品・サービスの表示や広告についてのルールを守る	219	45.0%
8	事業者が従業員向けの消費者教育を強化する	111	22.8%
9	その他	5	1.0%

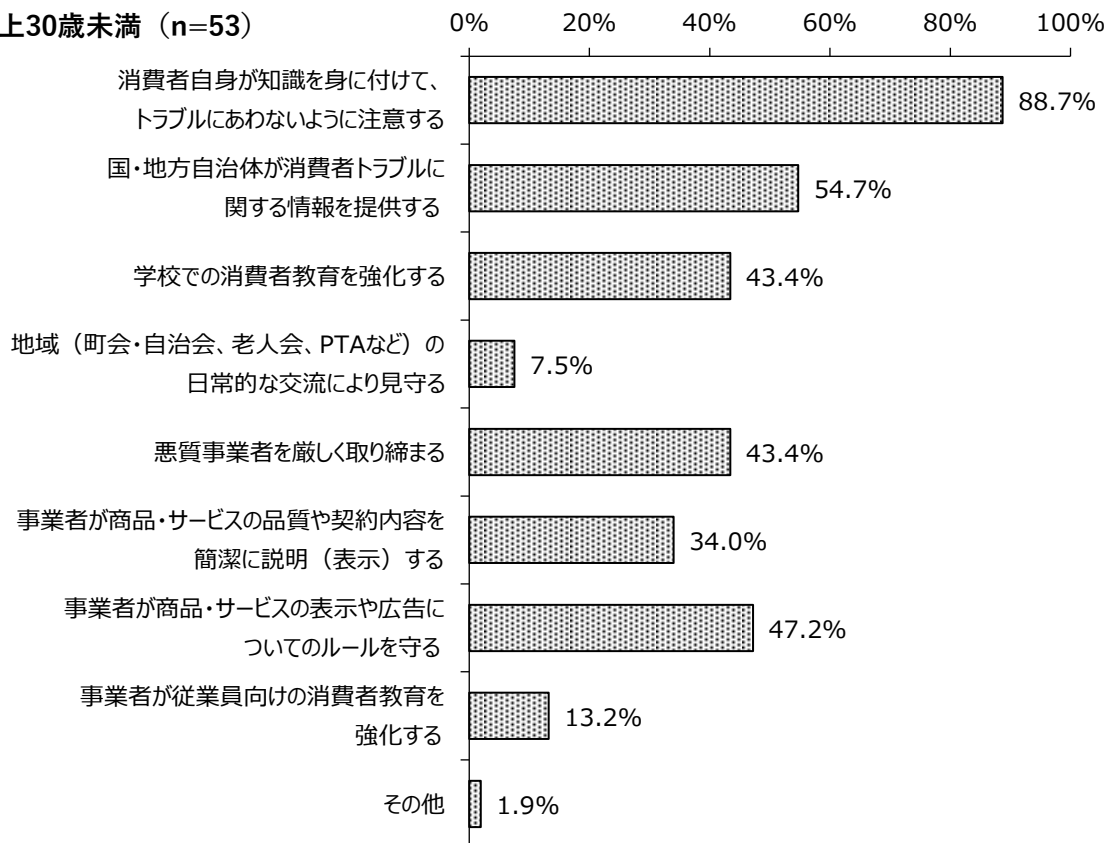
[9 その他]

【主な回答】

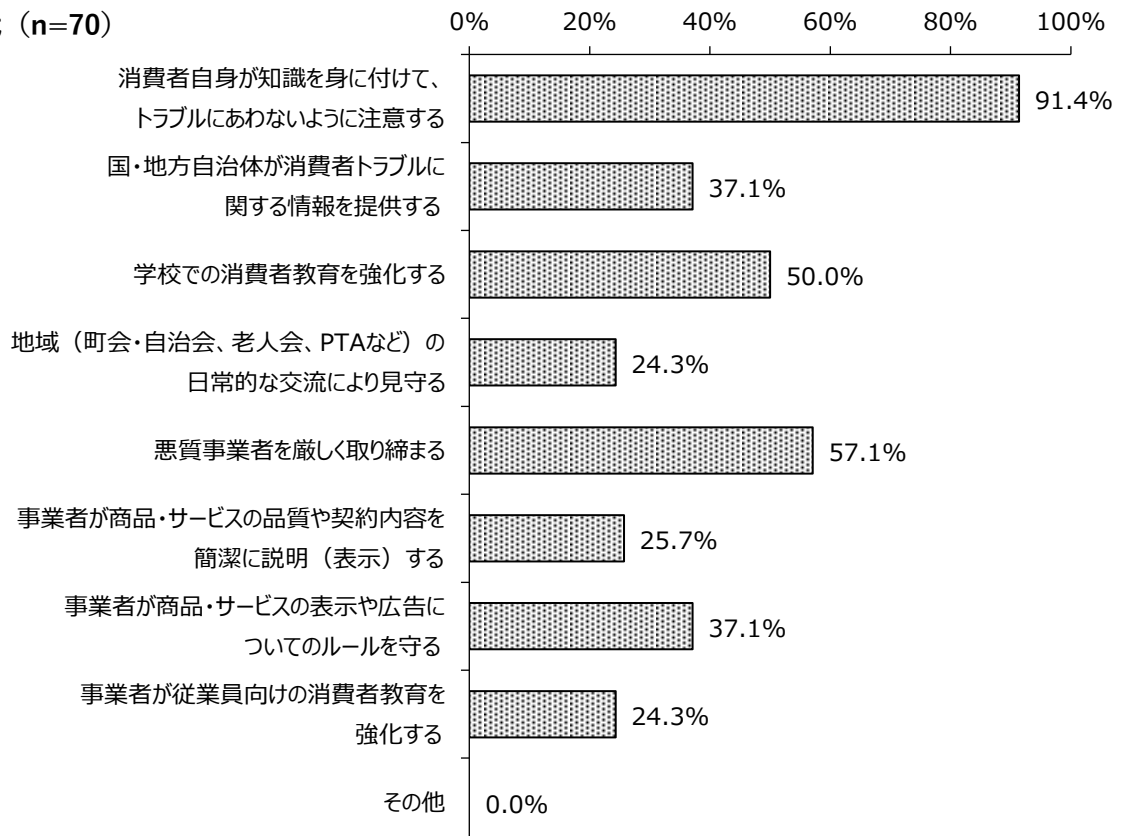
- 社会情勢が変わることが大切。
- 信用できる販売業者から購入する。
- 実際に品物を見て、販売業者と対面で契約する。
- 様々なトラブル事例などの情報を消費者が共有する。



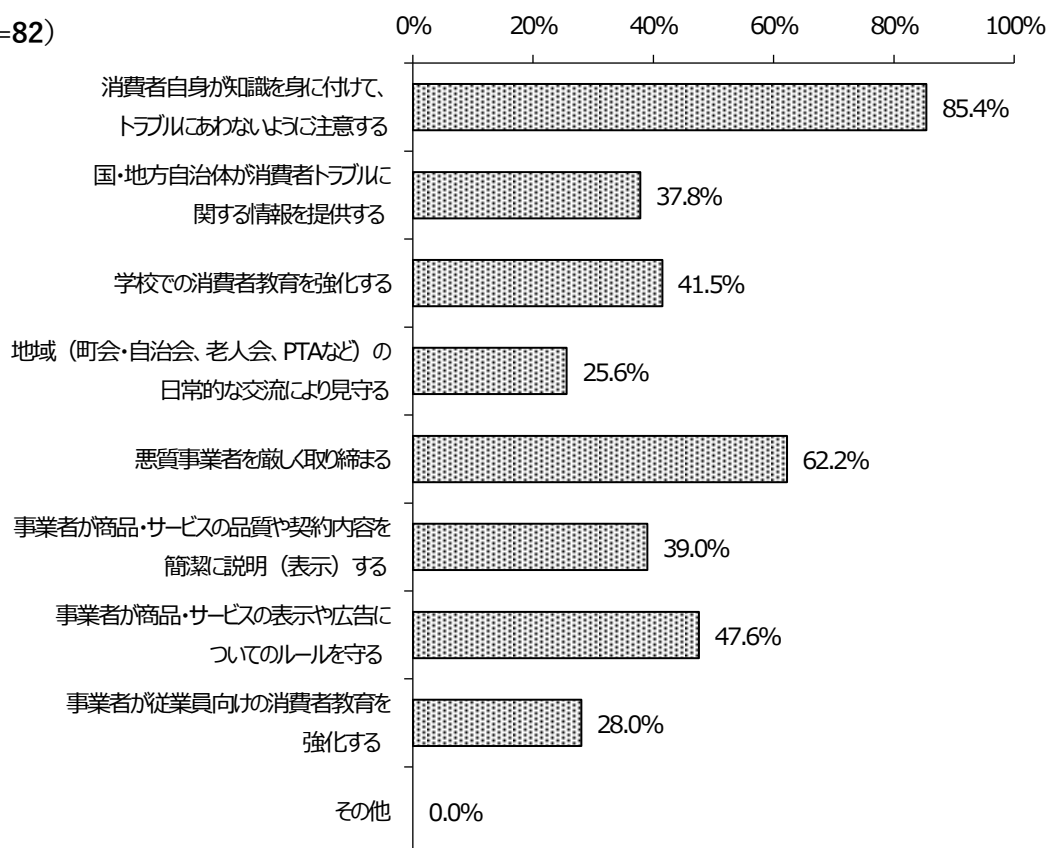
18歳以上30歳未満（n=53）



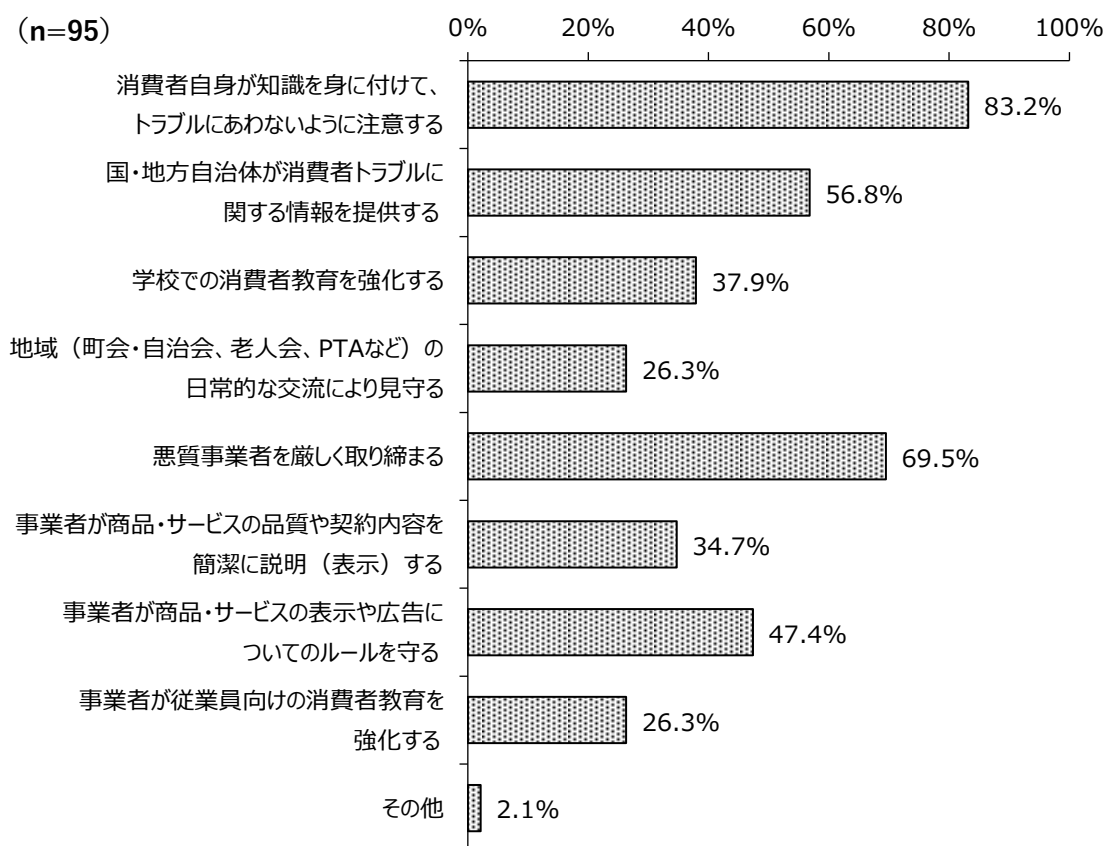
30歳代（n=70）



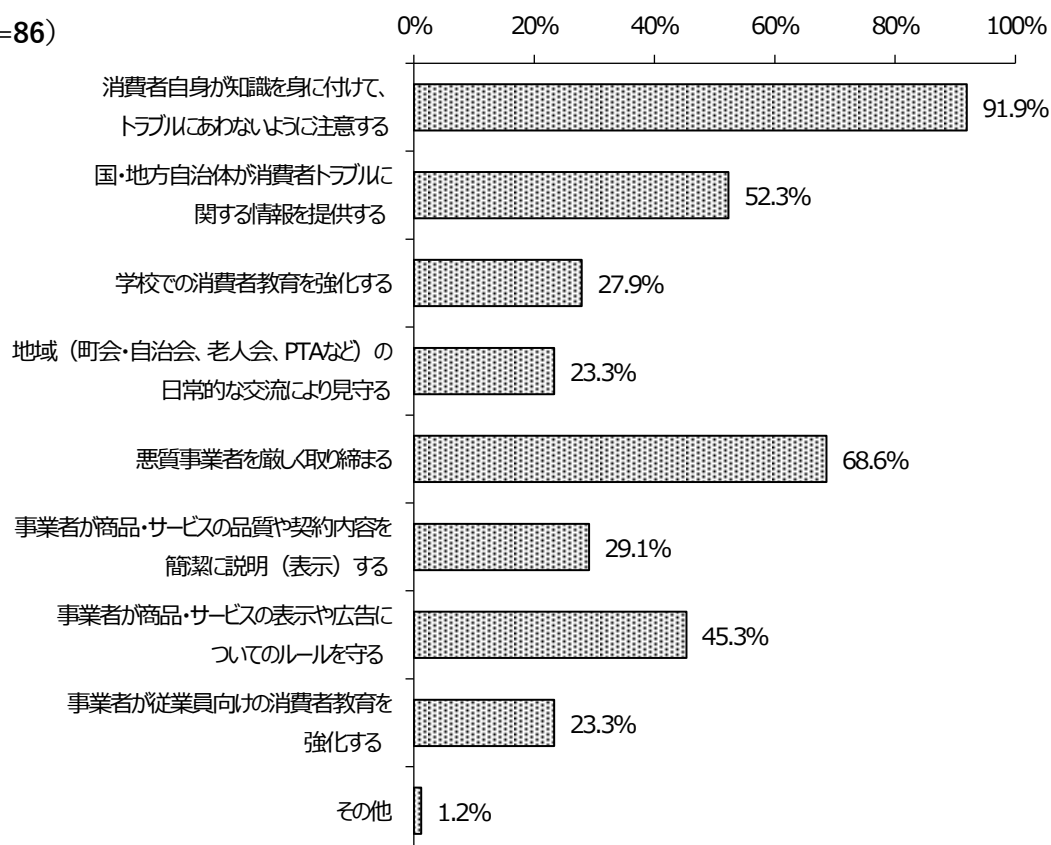
40歳代 (n=82)



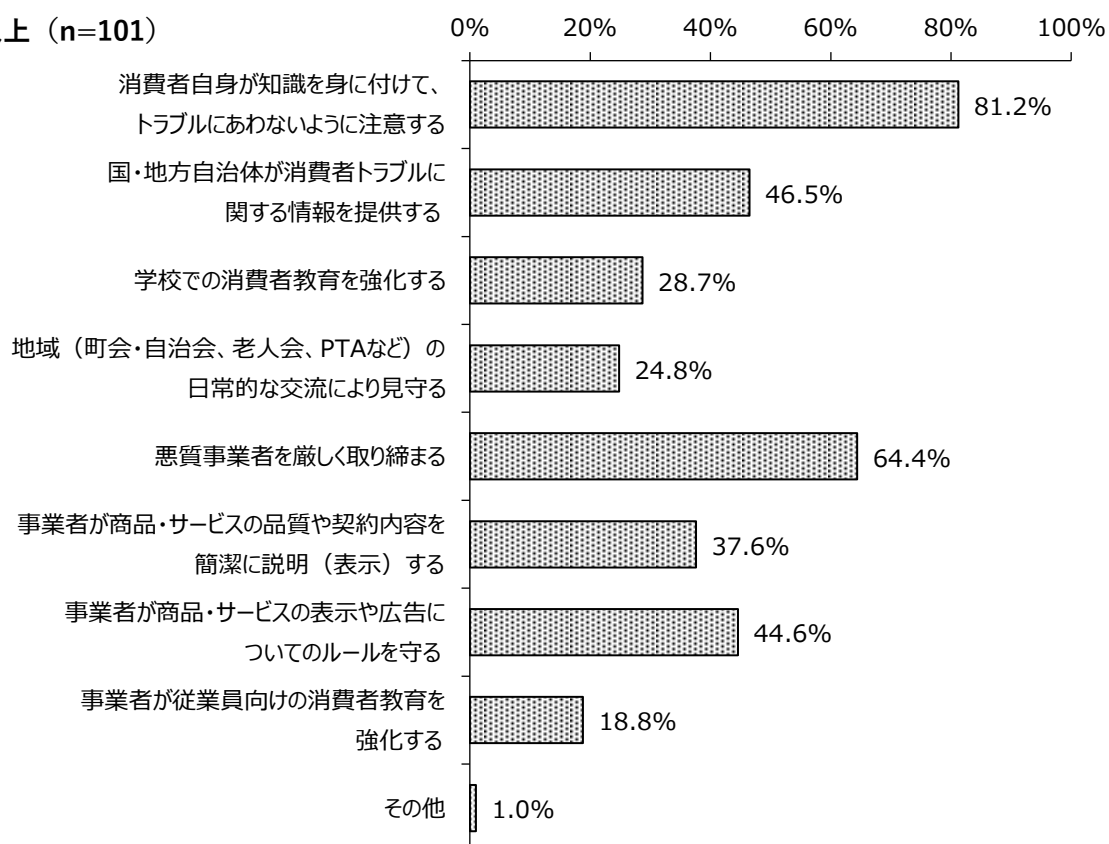
50歳代 (n=95)



60歳代 (n=86)



70歳以上 (n=101)



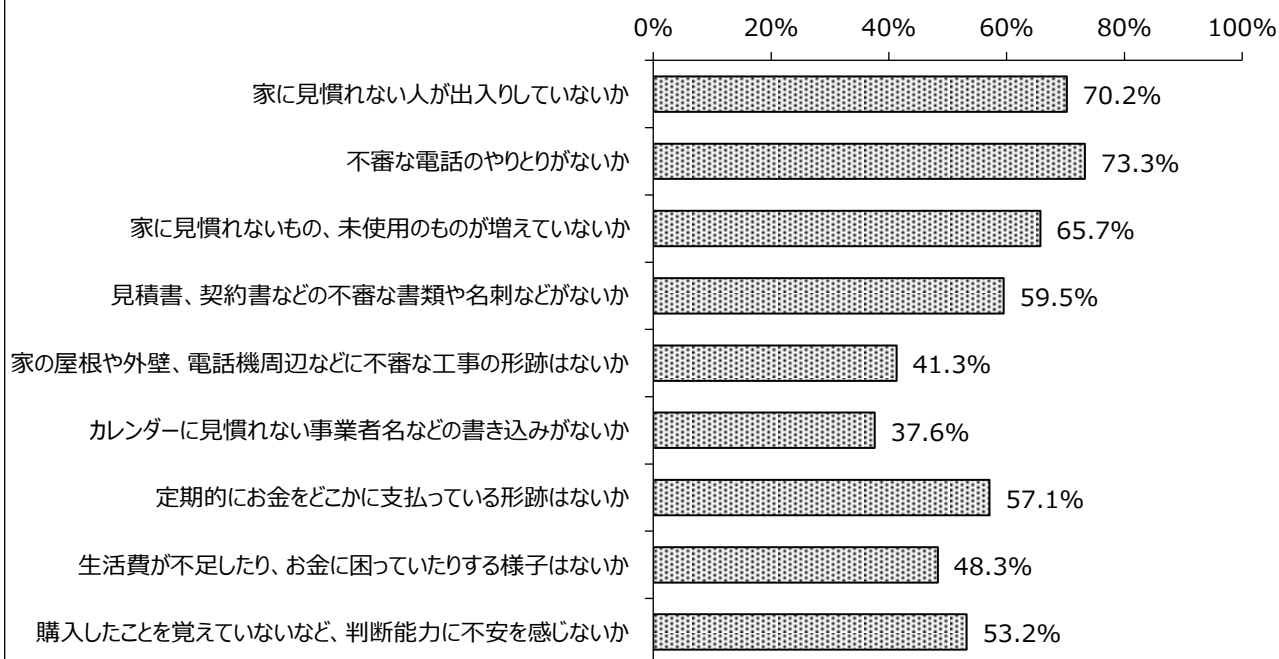
問 37. 判断能力に不安のある高齢者や障害者などを狙った悪質商法や特殊詐欺が増加傾向にあり、地域住民が安心・安全に暮らせるよう、地域全体での見守りがますます重要となっています。

判断能力に不安のある高齢者や障害者などを見守る中で何が重要だと思いますか。

【複数選択可：いくつでも】

「不審な電話のやりとりがないか」と回答した方が 73.3%で最も多かった。

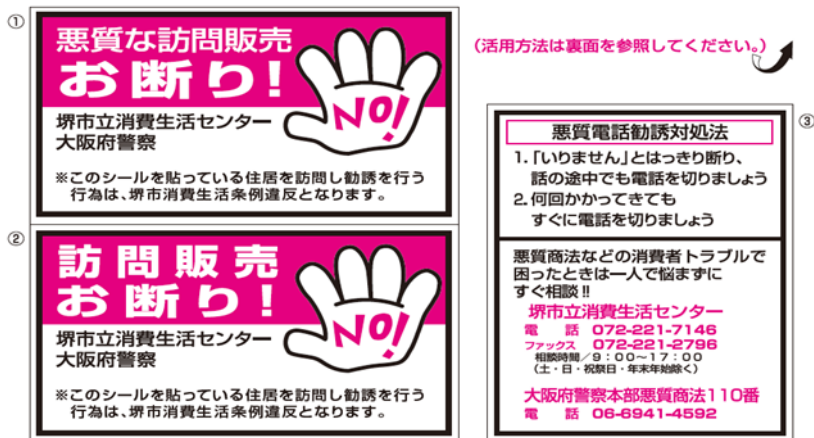
	選択項目（n=487）	回答数	回答数/ n
1	家に見慣れない人が出入りしていないか	342	70.2%
2	不審な電話のやりとりがないか	357	73.3%
3	家に見慣れないもの、未使用のものが増えていないか	320	65.7%
4	見積書、契約書などの不審な書類や名刺などがないか	290	59.5%
5	家の屋根や外壁、電話機周辺などに不審な工事の形跡はないか	201	41.3%
6	カレンダーに見慣れない事業者名などの書き込みがないか	183	37.6%
7	定期的にお金をどこかに支払っている形跡はないか	278	57.1%
8	生活費が不足したり、お金に困っていたりする様子はないか	235	48.3%
9	購入したことを覚えていないなど、判断能力に不安を感じないか	259	53.2%



(3) 訪問販売お断りシール

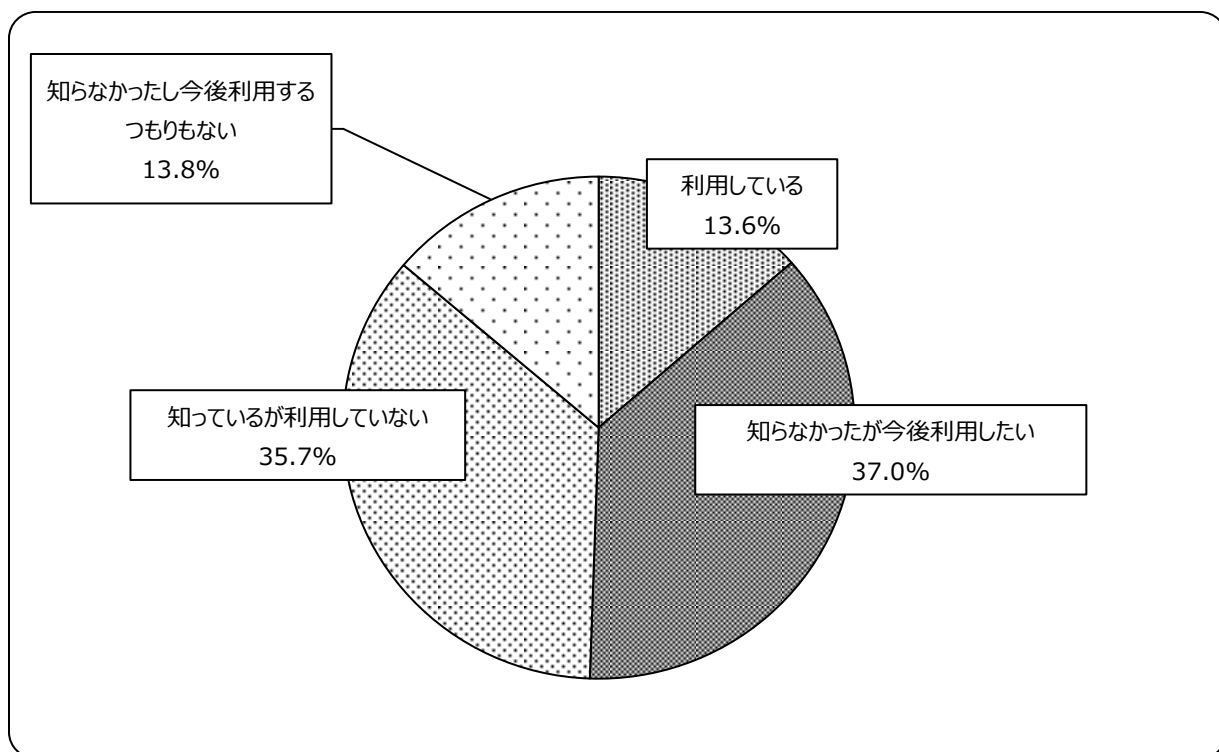
問 38. 本市では、望まない訪問販売による消費者被害を防ぐため、「訪問販売お断りシール」を作製し、各区役所などで配布しています。このシールを利用していますか。 【1 つ選択】

悪質な訪問販売による被害を防ぐための「訪問販売お断りシール」です。

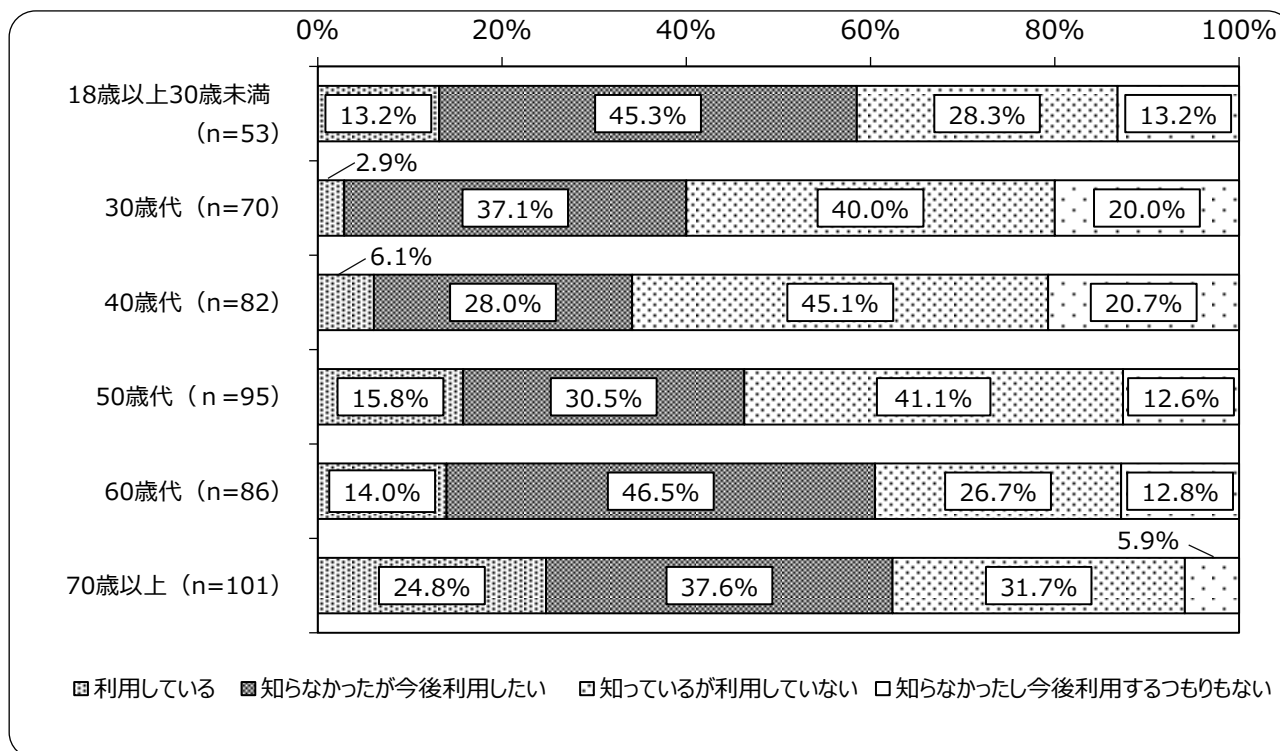


「利用している」「知らなかったが今後利用したい」と回答した方の合計は 50.6%であり、令和 5 年度の 46.3%から 4.2 ポイント増加した。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	利用している	66	13.6%
2	知らなかったが今後利用したい	180	37.0%
3	知っているが利用していない	174	35.7%
4	知らなかったし今後利用するつもりもない	67	13.8%
	計 (回答総数)	487	100.0%



《年齢別》



問 39. 問 38 で「1 利用している」と回答された方に伺います。

訪問販売お断りシールを利用することによって、どのような効果を感じていますか。

【複数選択可：いくつでも】

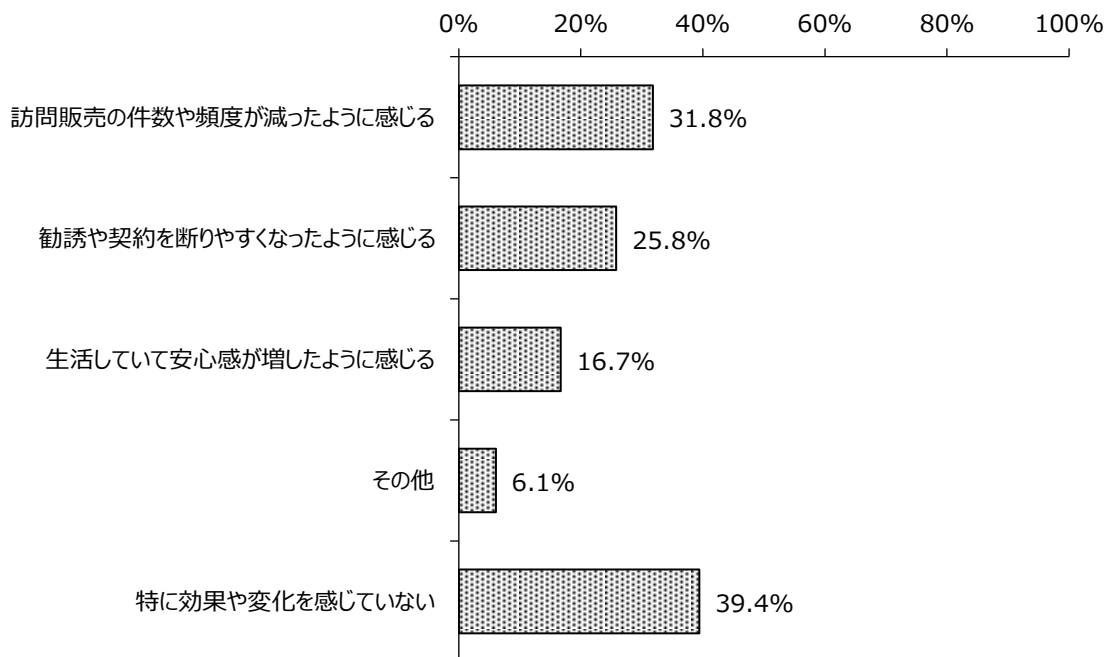
シールの利用により効果を実感された方の中では、「訪問販売の件数や頻度が減ったように感じる」と回答した方が 31.8%であり、令和 5 年度の 36.0%と同様、最も多かった。

	選択項目（n=66）	回答数	回答数/ n
1	訪問販売の件数や頻度が減ったように感じる	21	31.8%
2	勧誘や契約を断りやすくなったように感じる	17	25.8%
3	生活していて安心感が増したように感じる	11	16.7%
4	その他	4	6.1%
5	特に効果や変化を感じていない	26	39.4%

[4 その他]

【主な回答】

- 近所ぐるみでシールを貼ることで、意識が高い地域だと思われる。
- シールを貼っていても訪問販売を受けることがある。



問 40. 問 38 で「3 知っているが利用していない」「4 知らなかったし今後利用するつもりもない」と回答された方に伺います。

訪問販売お断りシールを利用していない（するつもりがない）理由について、あてはまるものはどれですか。

【複数選択可：いくつでも】

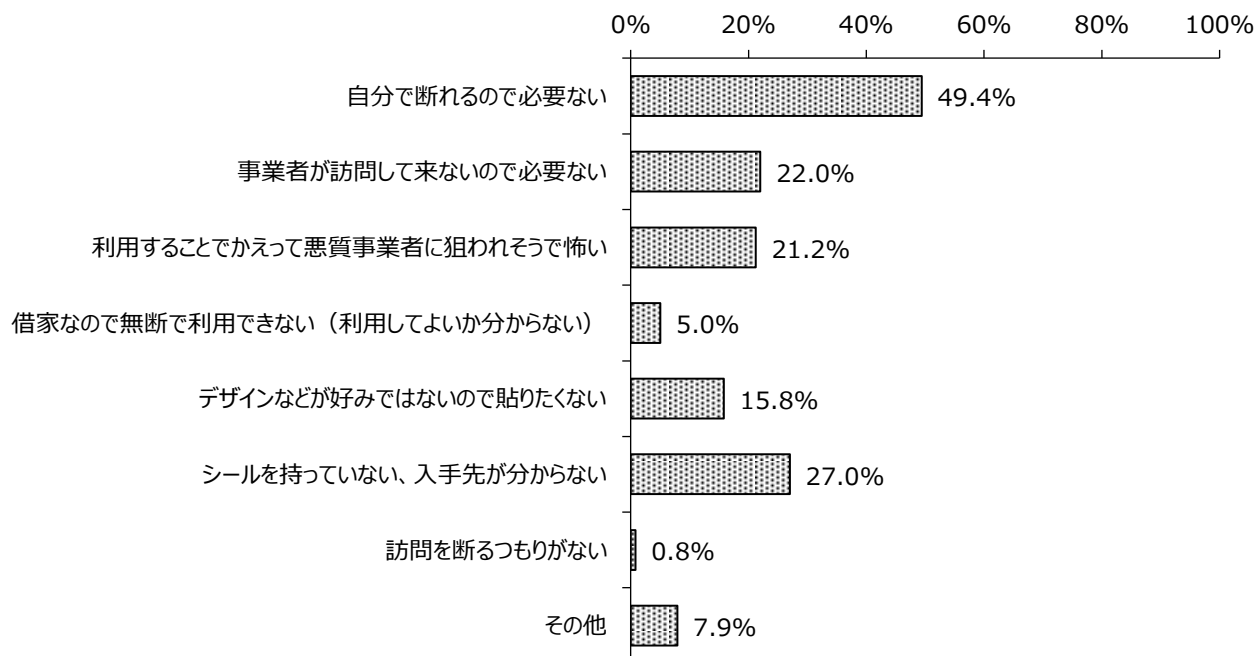
「自分で断れるので必要ない」と回答した方が 49.4%であり、令和 5 年度の 42.5%と同様、最も多かった。

	選択項目（n=241）	回答数	回答数/n
1	自分で断れるので必要ない	119	49.4%
2	事業者が訪問して来ないので必要ない	53	22.0%
3	利用することでかえって悪質事業者に狙われそうで怖い	51	21.2%
4	借家なので無断で利用できない（利用してよいかわからない）	12	5.0%
5	デザインなどが好みではないので貼りたくない	38	15.8%
6	シールを持っていない、入手先が分からない	65	27.0%
7	訪問を断るつもりがない	2	0.8%
8	その他	19	7.9%

[8 その他]

【主な回答】

- 効果がなさそう、効果が分からない。
- 悪質業者には効果が薄い。
- 貼る場所がない、はがしにくい。
- 集合住宅の景観を損なう。
- 必要性がない。



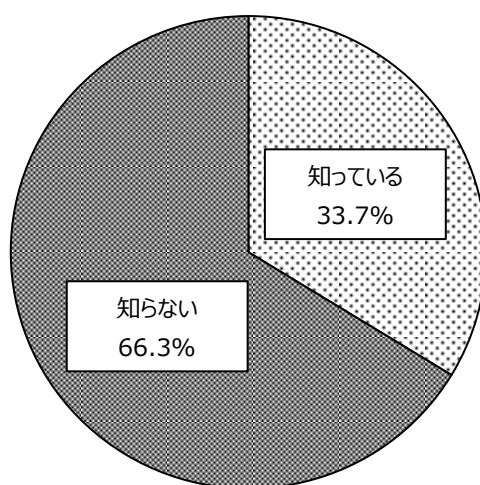
(4) 計量

問 41. 店舗での量り売りなどについては、「適正な計量」が重要です。

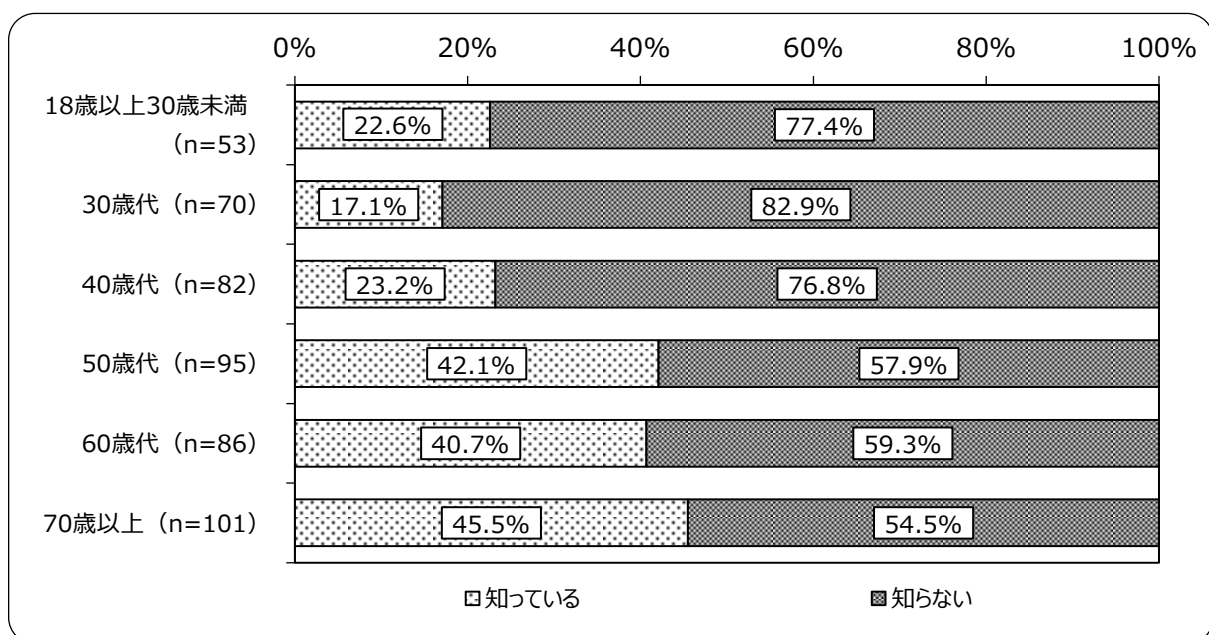
内容量表示より多い場合、法的な指導基準はありませんが、著しく不正確な計量については、指導・勧告の対象となり得ることをご存知ですか。 【1 つ選択】

「知っている」と回答した方は、約 3 割に留まった。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	知っている	164	33.7%
2	知らない	323	66.3%
	計 (回答総数)	487	100.0%



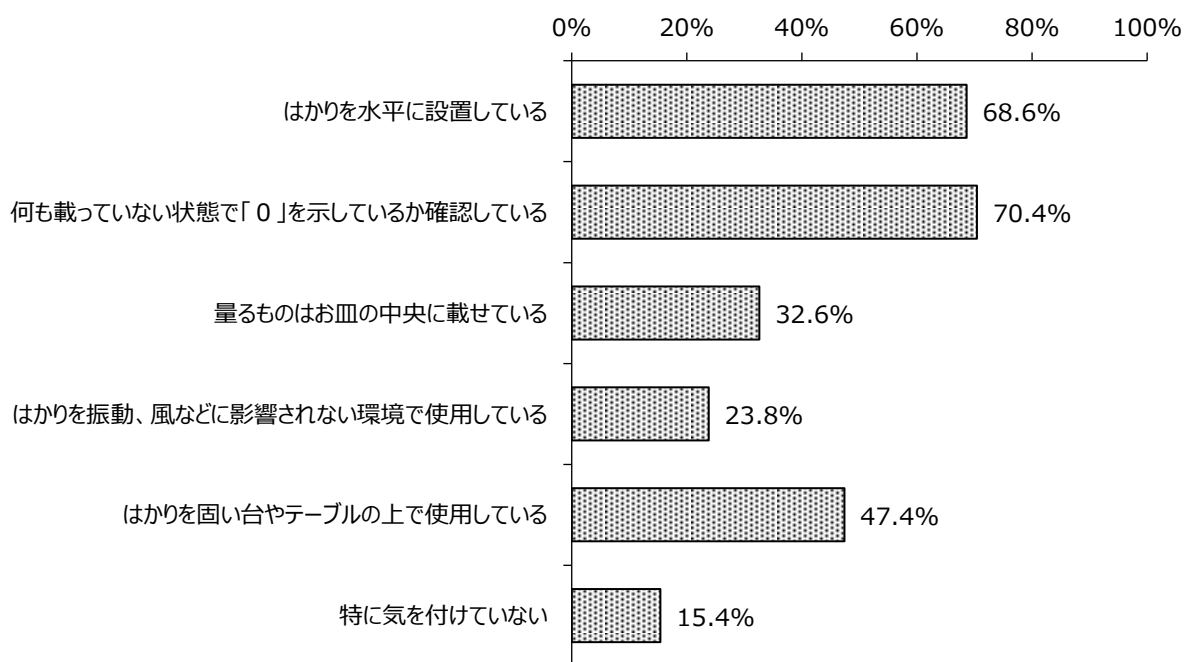
《年齢別》



問 42. はかりは正しく設置されていなければ正しい値を示しません。普段、体重計やキッチンスケールなどを使用する際、気を付けていることはありますか。 **【複数選択可：いくつでも】**

「何も載っていない状態で「0」を示しているか確認している」と回答した方が 70.4%と最も多かった。

	選択項目 (n=487)	回答数	回答数/n
1	はかりを水平に設置している	334	68.6%
2	何も載っていない状態で「0」を示しているか確認している	343	70.4%
3	量るものはお皿の中央に載せている	159	32.6%
4	はかりを振動、風などに影響されない環境で使用している	116	23.8%
5	はかりを固い台やテーブルの上で使用している	231	47.4%
6	特に気を付けていない	75	15.4%



問 43. 11 月 1 日は計量記念日、11 月が「計量強調月間」とされ、計量制度に対する理解を広めるため全国的にイベントなどが催されています。

本市でも「一日計量士」イベントなどを行っているのをご存知ですか。

【1 つ選択】

「知らない」と回答した方が約 9 割を占めた。

	選択項目 (n=487)	回答数	構成比
1	知っている	31	6.4%
2	知らない	456	93.6%
	計 (回答総数)	487	100.0%

