

1. 消費生活

(1) 消費生活センター等

問1. 消費生活センターでは、商品・サービスの契約トラブル等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等を行っています。

消費生活センターの名前やこのような役割を知っていますか。

【1つ選択】

	選択項目 (n=481)	回答数	構成比
1	名前も役割も知っている	307	63.8%
2	名前は知っているが、役割までは知らない	134	27.9%
3	名前も役割も知らない	40	8.3%
	計 (回答総数)	481	100.0%

問2. 問1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】

	選択項目 (n=441)	回答数	回答数/n
1	広報さかい	201	45.6%
2	市ホームページ	70	15.9%
3	堺市立消費生活センターX (旧Twitter)	7	1.6%
4	パンフレット・チラシ	30	6.8%
5	インターネット・SNS	118	26.8%
6	テレビ・ラジオ	162	36.7%
7	新聞・雑誌	60	13.6%
8	家族・友人・知人	52	11.8%
9	その他	42	9.5%

問3. 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を相談したい場合に、最寄りの消費生活センター等を案内する全国共通の電話番号です。

【1つ選択】

	選択項目 (n=481)	回答数	構成比
1	相談ができることを知っている	116	24.1%
2	名前だけは聞いたことがある	118	24.5%
3	知らない	247	51.4%
	計 (回答総数)	481	100.0%

問4. 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、一旦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等の通信販売には適用されません。

【1つ選択】

	選択項目 (n=481)	回答数	構成比
1	内容まで知っている	385	80.0%
2	聞いたことはあるが、内容は知らない	88	18.3%
3	知らない	8	1.7%
	計 (回答総数)	481	100.0%

(2) インターネット通信販売

問5. 問4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等の通信販売は、クーリング・オフ制度の対象とならないことを以前から知っていましたか。

【1つ選択】

	選択項目 (n=385)	回答数	構成比
1	知っている	177	46.0%
2	知らない	208	54.0%
	計 (回答総数)	385	100.0%

問6. 近年、健康食品や化粧品等のインターネット通信販売で「初回のみお試し無料」等と記載された広告を見て契約したが、実は複数回購入することが前提の定期購入であると分かり、高額な支払を求められたというトラブルが増加しています。このような「定期購入型インターネット通販」で次の商品を購入したことがありますか。

【複数選択可：いくつでも】

	選択項目 (n=481)	回答数	回答数/n
1	サプリメント、健康食品	118	24.5%
2	化粧品・美容品	70	14.6%
3	一般食料品	30	6.2%
4	日用品（食器、タオル、洗剤等）	17	3.5%
5	ファッション関連用品（衣類、バッグ、靴、アクセサリ等）	10	2.1%
6	その他	5	1.0%
7	購入・利用したことはない	307	63.8%

問7. 定期購入型インターネット通販のトラブルを未然に防ぐため、次のうち消費者として必要だと考える行動をお答えください。

【複数選択可：いくつでも】

	選択項目 (n=481)	回答数	回答数/n
1	「初回実質0円」等の広告を見て購入する際、内容をよく確認する	399	83.0%
2	購入前に、解約や返品条件、事業者への連絡手段を確認する	308	64.0%
3	購入前に、インターネット等で事業者の評判や評価を確認する	261	54.3%
4	購入前に、申込画面を撮影するなどし、記録する	173	36.0%
5	解約や返品に備えて、事業者と連絡した場合には全て記録を残す	196	40.7%
6	「無料」「お試し」等、一見お得に見える広告があるサイトでは契約しない	230	47.8%
7	消費生活センター等行政機関の発信情報を日頃から収集する	91	18.9%
8	その他	11	2.3%
9	特に必要なことはない	4	0.8%

(3) 消費者教育等

問8. 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：いくつでも】

	選択項目 (n=481)	回答数	回答数/n
1	販売店、販売員	229	47.6%
2	メーカー	253	52.6%
3	消費生活センター	344	71.5%
4	国・地方公共団体等の相談窓口（消費生活センターを除く）	96	20.0%
5	事業者団体の相談窓口	44	9.1%
6	消費者団体	44	9.1%
7	弁護士	44	9.1%
8	その他	18	3.7%
9	相談しない	9	1.9%

問9. 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】

	選択項目 (n=481)	回答数	回答数/n
1	消費者が知識を身に付けて、トラブルにあわないよう注意する	422	87.7%
2	市区町村等の自治体が消費者トラブルに関する情報を提供する	235	48.9%
3	学校での消費者教育を強化する	193	40.1%
4	地域（町会・自治会、老人会、PTA等）の日常的な交流により見守る	95	19.8%
5	悪質事業者を厳しく取り締まる	335	69.6%
6	事業者が商品・サービスの品質や契約内容等を明示する	202	42.0%
7	事業者が商品・サービスの表示や広告に係るルールを守る	234	48.6%
8	事業者が従業員向けの消費者教育を強化する	78	16.2%
9	その他	8	1.7%

問10. 判断能力に不安のある高齢者や障害者等を狙った悪質商法や特殊詐欺が増加傾向にあり、地域住民が安全・安心に暮らせるよう、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等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】

	選択項目 (n=481)	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	353	73.4%
2	不審な電話のやりとりがないか	333	69.2%
3	家に見慣れないもの、未使用のものが増えていないか	322	66.9%
4	見積書、契約書等の不審な書類や名刺等がないか	287	59.7%
5	家の屋根や外壁、電話機周辺等に不審な工事の形跡はないか	204	42.4%
6	カレンダーに見慣れない事業者名等の書き込みがないか	182	37.8%
7	定期的にお金をどこかに支払っている形跡はないか	276	57.4%
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	219	45.5%
9	購入したことを覚えていないなど、判断能力に不安はないか	289	60.1%
10	その他	16	3.3%

問11. エシカル消費※の中で日常的に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等も含む、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】

	選択項目 (n=481)	回答数	回答数/n
1	マイボトル、マイバッグの使用	411	85.4%
2	地産地消	176	36.6%
3	フェアトレード商品の購入	42	8.7%
4	福祉施設で作られたものの購入	60	12.5%
5	食品ロスをなくす	340	70.7%
6	ごみを分別する	344	71.5%
7	省エネ家電の使用	192	39.9%
8	その他	8	1.7%
9	特に取り組んでいない	18	3.7%

(4) 計量

問12. 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、ふだん、体重計やキッチンスケール等を使用する際、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】

	選択項目 (n=481)	回答数	回答数/n
1	はかりを水平に設置している	331	68.8%
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	344	71.5%
3	量るものはお皿の中央に載せている	141	29.3%
4	はかりを振動、風等に影響されない環境で使用している	117	24.3%
5	はかりを固い台やテーブルの上で使用している	250	52.0%
6	特に気を付けていない	65	13.5%