

# 岡山市消費生活に関する意識調査結果概要

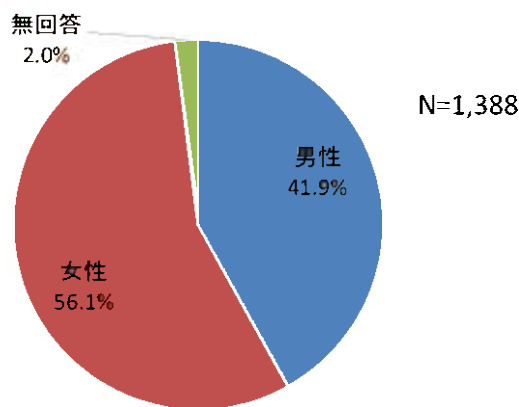
岡山市消費生活センター

## 1 調査の要領

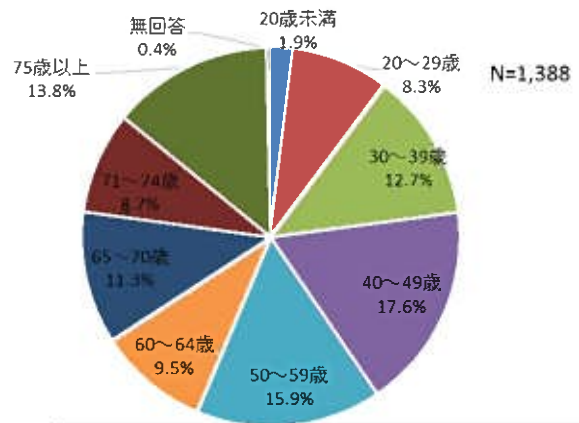
- 目的 : 消費生活に関する市民の考え方等をうかがい、市における消費者教育の現状を把握し、課題を明らかにするとともに、消費者教育推進のためのあり方について取りまとめるための基礎資料として活用する
- 方法 : 郵送調査
- 対象 : 岡山市内 満 18 歳以上の市民 2,500 人
- 期間 : 2016 年 7 月～8 月
- 有効回収率 : 55.5% (1,388 票)

## 2 回答者の属性

### ① 性別



### ② 年齢別



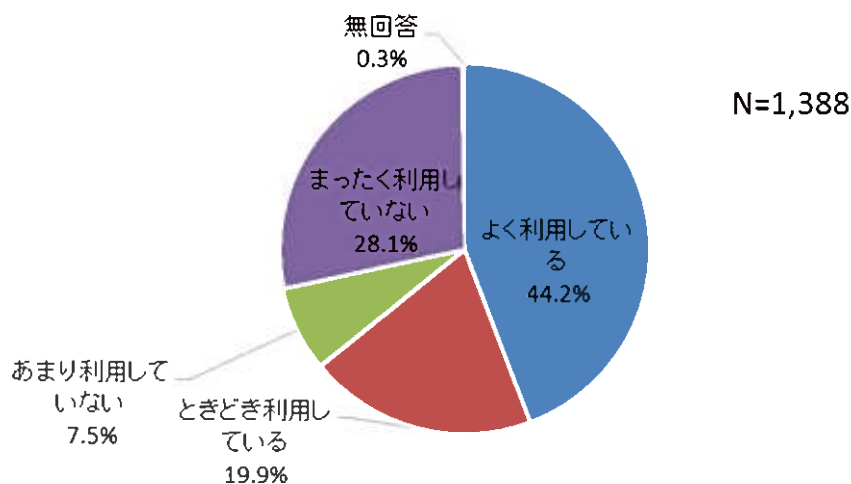
●60歳以上からの回答が全体の43%

## 3 調査の結果

### ① インターネットの利用状況

問 あなたはインターネットを利用していますか。(単数回答)

●インターネットを「よく利用している」人は44.2%、「まったく利用していない」人は28.1%

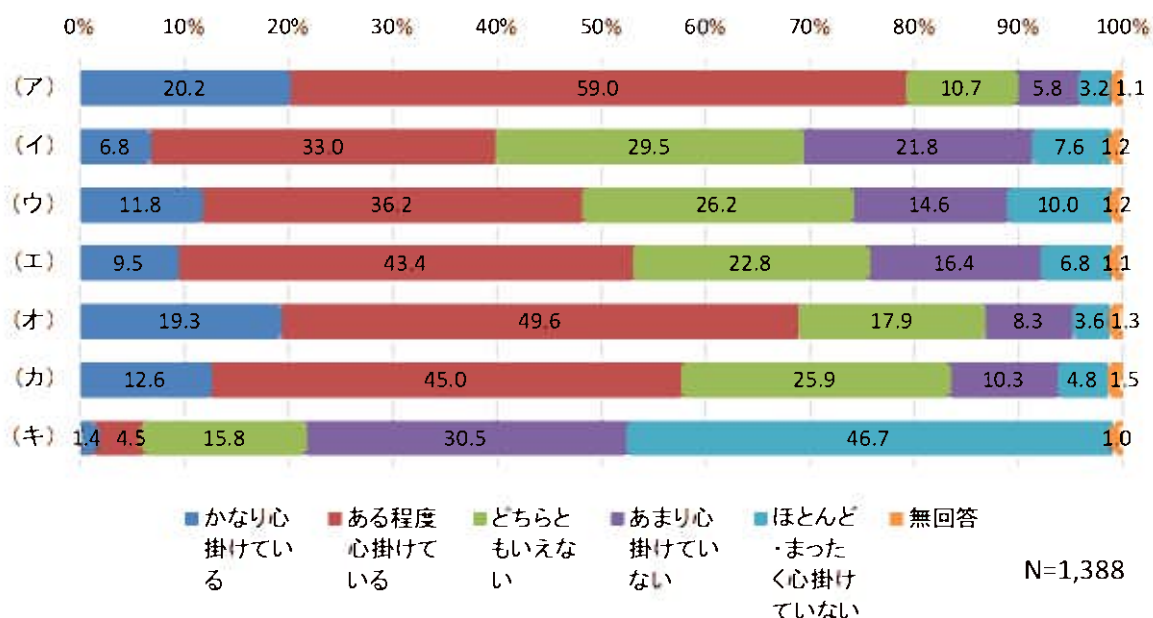


## ②消費者としての意識や行動

### ＜消費者行動＞

問 あなたは、消費者として、以下の行動をどの程度心がけていますか。(ア)～(キ)のそれぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。(〇はそれぞれ1つずつ)

● (ア) 表示や説明を十分確認した選択は 79.2%、(オ) 個人情報の管理は 68.9%、(カ) 環境配慮型商品の選択は 57.6%、(エ) 将来を見通した生活設計は 52.9%で「かなり」「ある程度」心掛けていた。一方で、(キ) 消費者団体や市民団体の活動に積極的に参加する割合は「あまり心掛けていない」「ほとんど・まったく心掛けていない」が77.2%であった。



(ア) 表示や説明を十分確認し、その内容を理解した上で商品やサービスを選択する

(イ) トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく

(ウ) 商品やサービスについて問題があれば、事業者に申立てを行う

(エ) ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える

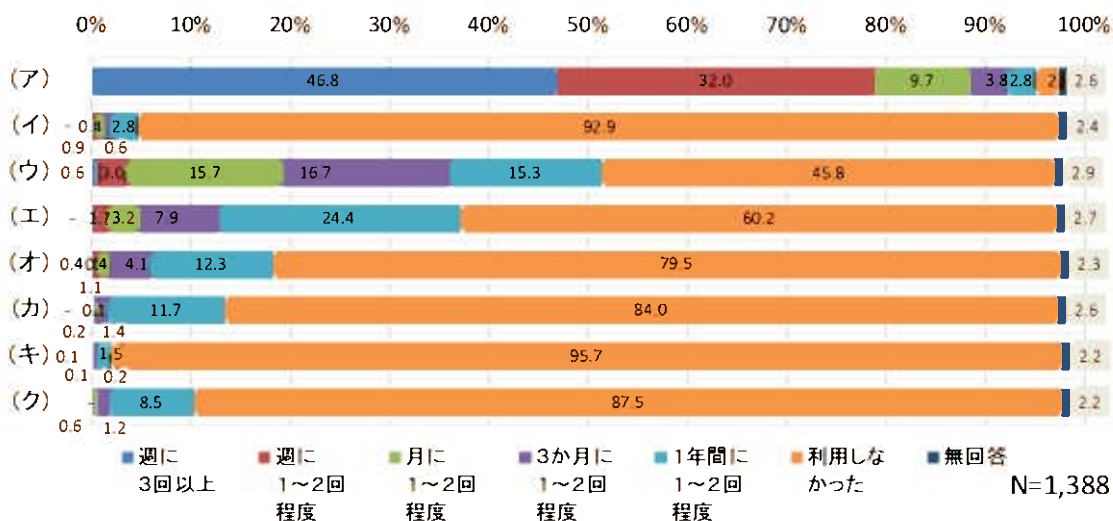
(オ) 個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる

(カ) 環境に配慮した商品やサービスを選択する

(キ) 消費者団体や市民団体等の講座やイベントに積極的に参加する

問 あなたは、この1年間に、商品を購入する際、以下の販売形態について、平均してどの程度利用しましたか。(ア)～(ク)のそれぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。

- 最も多く利用する販売形態は「店舗」で、46.8%の人が週3回以上利用していた。
- 次に利用者が多いのは「インターネット通販」で、5割強の人が1年に1回以上利用していた。



(ア) 店舗
(イ) 訪問販売
(ウ) インターネット通販
(エ) カタログ通販
(オ) 広告、チラシ、ダイレクトメール等による通信販売
(カ) テレビショッピング
(キ) 電話勧誘による販売 (事業者から電話がかかってきた場合)
(ク) 知人からの購入

<消費生活の知識>

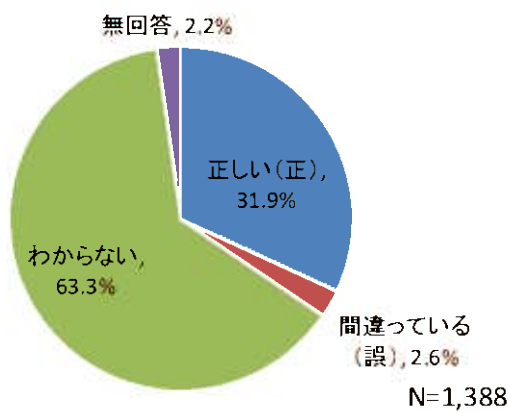
次の事柄について、あなたは正しいと思いますか、それとも間違っていると思いますか

① ~⑧のそれぞれについて、あてはまるものを1つずつお選びください。わからないときは無理に回答せず、「わからない」とお答えください。（それぞれ単数回答）

① フェアトレード

問 フェアトレードとは、途上国の人々と対等な関係や環境保護を目指し、適正な価格で取引をすることをいう

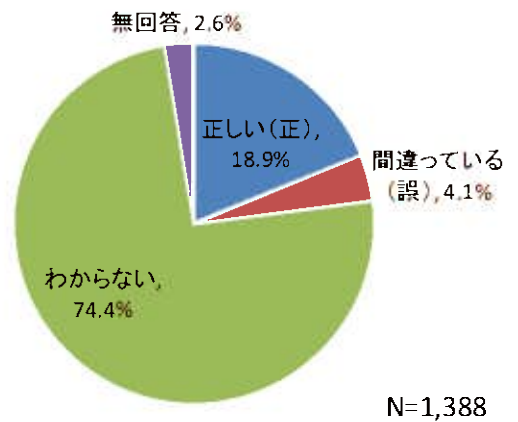
●フェアトレードについて「わからない」が63.3%であり、認知度は低い。



② フード・マイレージ

問 フード・マイレージとは、環境負荷軽減の観点から、食料品の輸送に伴うCO2排出量を指標化したものをいう

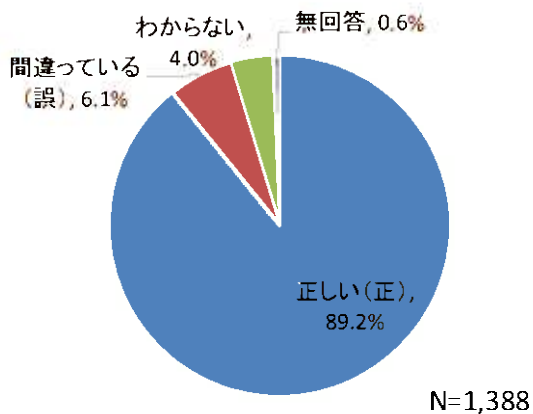
●フード・マイレージについて「わからない」が74.4%であり、認知度は低い。



③ 賞味期限

問 賞味期限とは「おいしく食べることが出来る期限」のことである

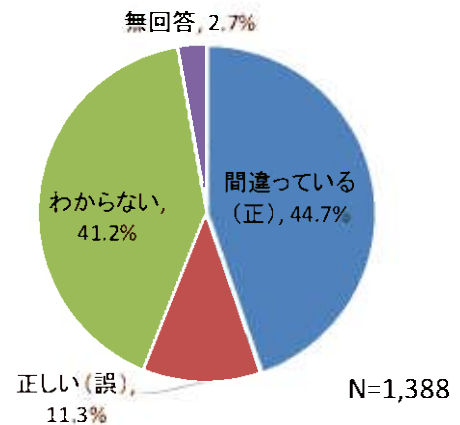
●正答率は89.2%であり、賞味期限の意味を多くの人が理解している。



④ 原材料名表示

問 原材料名表示の順番は、特にきまっていない

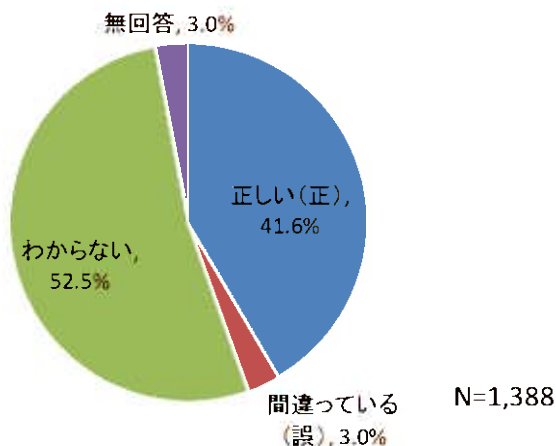
●原材料名表示の順番について正答率は、44.7%である一方、「わからない」も41.2%であった。



⑤ 消費生活センター

問 消費生活センター（消費生活相談窓口）に相談した内容は、国のデータベースに集約され、事業者指導や法改正等に役立てられる

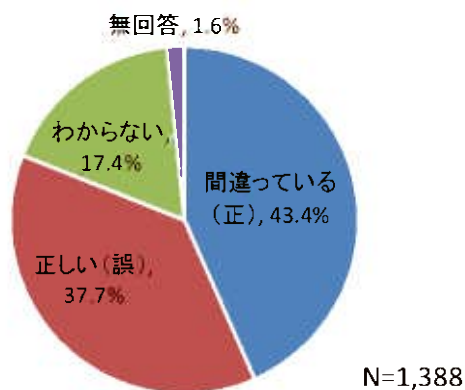
●正答率は41.6%であったが、一方で「わからない」が52.5%であった。



⑥ 契約

問 契約は印鑑を押すことで成り立つ

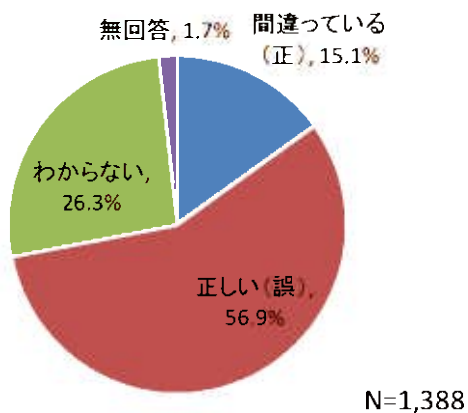
●正答率は43.4%で、過半数に正しい知識が定着していなかった。



⑦ 通信販売

問 通信販売やインターネットで買い物した商品は、クーリング・オフの対象である

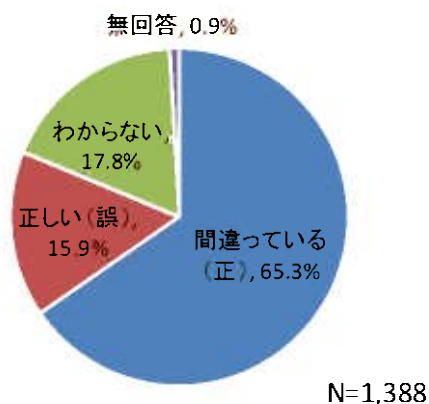
●不正解者のうち、誤答が56.9%であり、正答率は15.1%と低い結果になった。



⑧ 偽ブランド品

問 偽ブランド品の購入は、自分が楽しむだけなら特に問題はない

●正答率は65.3%であった。



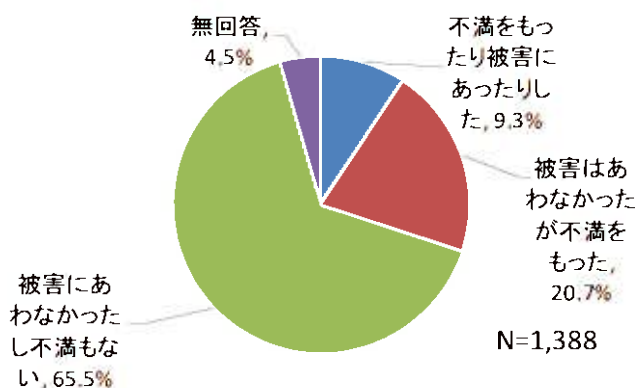
### ③商品やサービスについての不満や消費者被害

#### <不満や被害の経験>

問 あなたは、この1～2年の間に、あなた自身が購入した商品やサービスについて、不満を持ちたり、被害にあったりしたことがありますか。(単数回答)

●この1～2年の間に購入した商品やサービスについて、「不満をもったり、被害にあったりした」または「被害はあわなかったが不満を持った」経験のある人は30%だった。

●「被害にあわなかったし不満もない」と回答した人は65.5%だった。

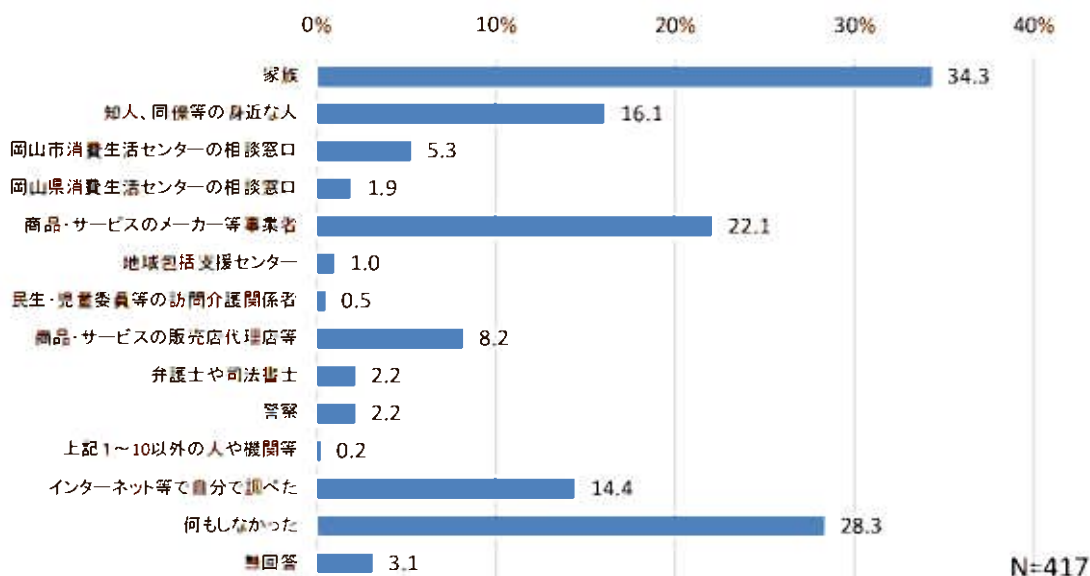


#### <不満や被害があった時の対応>

問 その不満や被害について、誰かに相談したり、自分で調べたりしましたか。(複数回答)

●「不満をもったり被害にあったりした」または「被害にはあわなかったが不満をもった」経験のある人に、誰かに相談したり自分で調べたりしたか質問したところ、34.3%の人が家族に相談している一方、何もなかった人は28.3%だった。

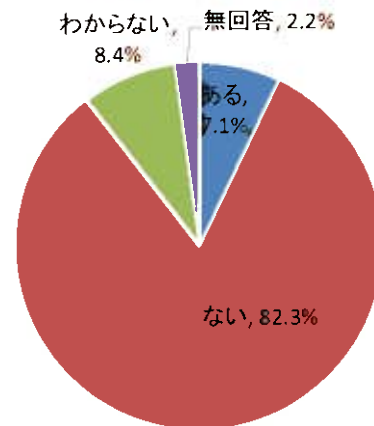
●市または県の消費生活センターに相談した人は1割に満たなかった。



#### ④消費生活に関する講座や催し（消費者教育）や情報提供（啓発）

問 消費生活に関する学習の機会が学校、地域、職場等の様々な場で提供されています。あなたは、こうした講座や催し（消費者教育）を受けたことがありますか。（単数回答）

●消費者教育の受講経験は7.1%であり、「受講経験なし」が82.3%であった。

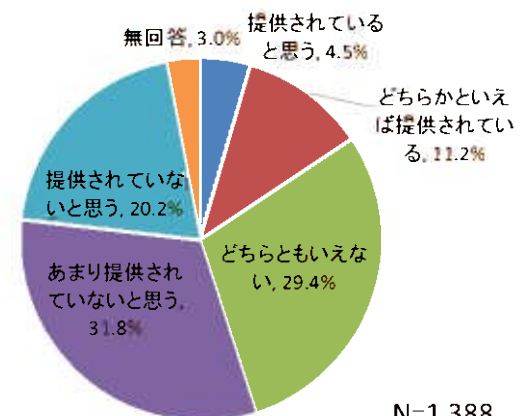


N=1,388

#### <学習機会の提供>

問 あなたは、消費生活に関する学習の機会が提供されていると思いますか。（単数回答）

●「あまり提供されていないと思う」と「提供されていないと思う」が過半数を占めており、学習機会が提供されていないと感じている人が多い。

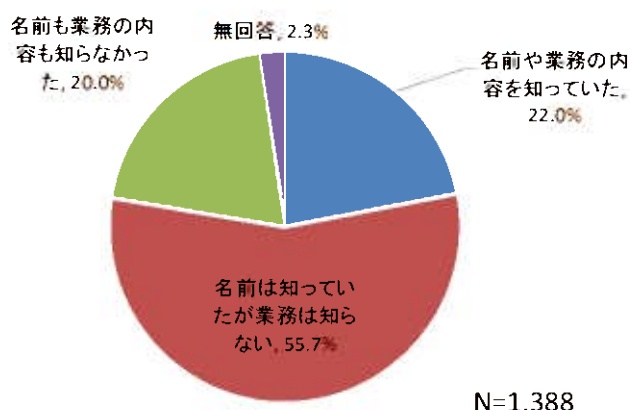


N=1,388

#### ⑤ 行政の認知や要望

<岡山市消費生活センターの認知度>（単数回答）

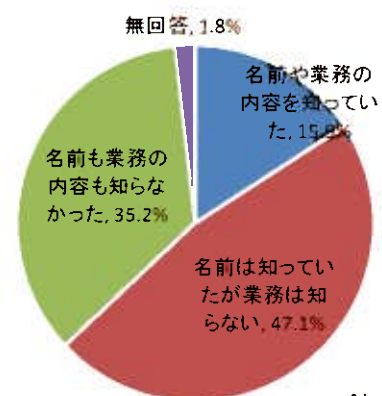
●名前の認知度は77.7%と高い。業務内容まで知っている人は22.0%だった。



N=1,388

<岡山県消費生活センターの認知度>（単数回答）

●名前の認知度は63.0%であり、業務内容まで知っている人は15.9%であった。

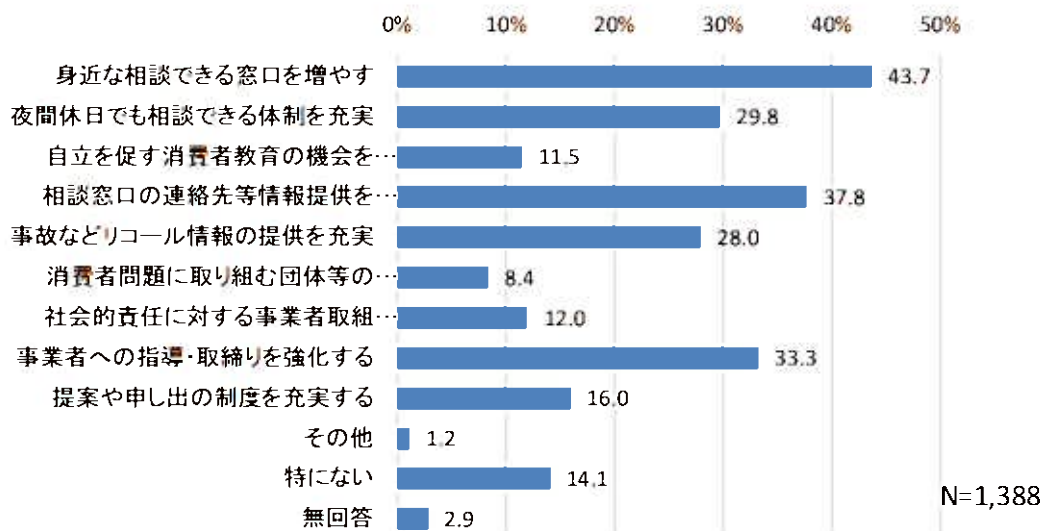


N=1,388

<消費者問題について行政に対する要望>

問 消費者問題に対する取り組みとして、あなたが行政に望むことは何ですか。次の中からあてはまるものをすべてお答えください。(複数回答)

●「身近な相談できる窓口を増やす」が43.7%と最も多く、「相談窓口の連絡先等情報提供を充実」「事業者への指導・取締りを強化」がそれに続いた。



<市の消費者教育の取り組みにおける重要事項>

問 今後岡山市が消費者教育に関する取り組みを充実していくにあたり、あなたが特に重要だと思うものは何ですか。次の中からあてはまるものをすべてお答えください。(複数回答)

●「小中学校や高校における消費者教育」が50.0%と最も多く、次いで「高齢者向け消費者教育の担い手作り」が41.9%であり、学校における消費者教育や高齢者向けの見守りの充実が求められている。

