

姫路市消費者教育推進計画に係る市民アンケート調査
調査結果報告書

目 次

I 調査概要.....	1
1. 調査の目的.....	1
2. 調査の設計.....	1
3. 回収状況	1
4. 報告書を見る際の注意事項.....	1
II 調査結果.....	2
1. 回答者の属性	2
(1) 年齢	2
(2) 性別	2
(3) 職業	2
(4) 世帯	2
2. 消費生活や消費者教育について	3
(1) 消費者問題への関心.....	3
(2) 関心のある消費者問題 ※(1)で「関心がある」・「少し関心がある」と答えた方のみ.....	4
(3) 「姫路市消費生活センター」の認知度	6
(4) 「消費者ホットライン局番なし188（いやや）」の認知度.....	7
(5) 商品購入時やサービスを受けたときにトラブルにあった経験.....	8
(6) トラブルの内容 ※(5)で「ある」と答えた方のみ.....	10
(7) トラブル解決のための相談について ※(5)で「ある」と答えた方のみ.....	12
(8) トラブル解決のための相談先 ※(7)で「相談した」と答えた方のみ.....	12
(9) 相談した結果、トラブルは解決したか ※(7)で「相談した」と答えた方のみ.....	13
(10) 相談しなかった理由 ※(7)で「相談しなかった」と答えた方のみ.....	13
(11) 消費生活に関する学習や啓発を受けた経験.....	14
(12) 消費者教育を受けた場 ※(11)で「受けたことがある」と答えた方のみ.....	16
(13) 消費者教育を受けたことがない理由 ※(11)で「受けたことがない」と答えた方のみ.....	17
(14) トラブルや被害にあわないために必要な知識・対処法が身についているか.....	18
(15) 消費者教育を受ける場として重要だと思う場	20
(16) 消費者問題に対して、市に期待する取り組み	23
(17) 令和4年に成年年齢が18歳に引き下げられることについての認知度.....	26
(18) 18歳到達時点で得ておくべき消費生活に関する知識.....	27
(19) 「エシカル消費」の認知度.....	29
(20) 「SDGs」の認知度	31

(21) 今後心がけたい消費行動.....	33
(22) 行政に取り組んでほしいことや消費生活に関する意見	36
III 調査票	37

I 調査概要

1. 調査の目的

姫路市消費者教育推進計画の改定にあたり、市民の消費生活や消費者教育についての経験や意見を把握し、計画策定の基礎資料とするため実施した。

2. 調査の設計

調査対象	調査期間	調査方法
18歳以上の市民3,000人を 住民基本台帳登録者の中から 無作為抽出	令和2年6月24日～ 令和2年7月8日	郵送配布・郵送回収

3. 回収状況

配布数	有効回収数	有効回収率
3,000件	1,324件	44.1%

※令和2年8月末までの回収票を反映

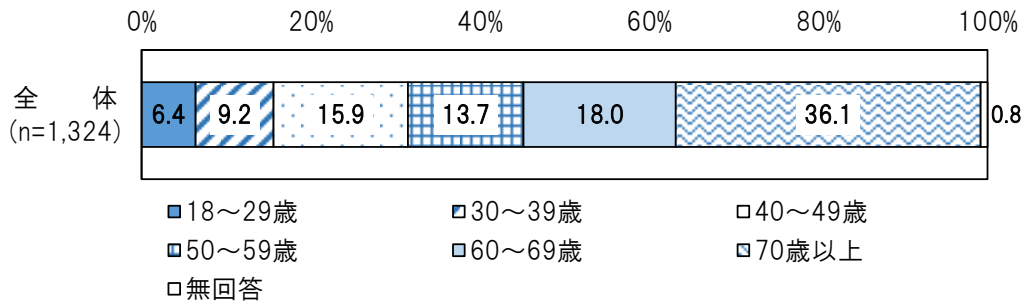
4. 報告書を見る際の注意事項

- 回答は各質問の回答者数（n）を基数とした百分率（%）で示してある。
- 小数点以下第2位を四捨五入しているため、内訳の合計が100.0%にならない場合がある。
- 1つの質問に2つ以上回答できる複数回答可能の場合は、回答比率の合計が100.0%にならない場合がある。
- 調査結果を図表にて表示している。表については、最も高い割合の欄を■+太字で、2番目に高い割合を■で網かけをしている。（その他・無回答を除く）
- サンプル数が少ないものについては、コメントを割愛している。
- 本文中の設問の選択肢は、簡略化している場合がある。
- 前回調査とは、平成27年に本市で実施した「姫路市消費者教育推進計画策定に係る市民アンケート調査」のことである。

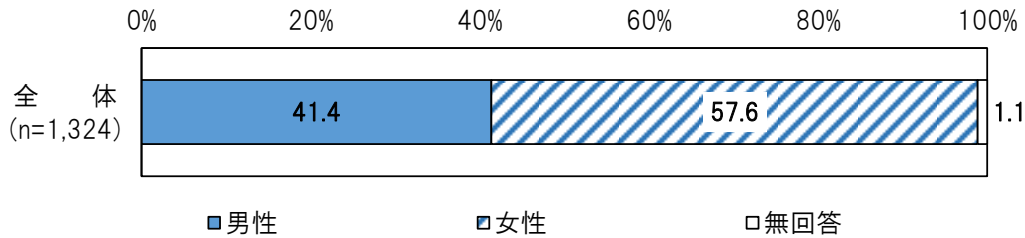
II 調査結果

1. 回答者の属性

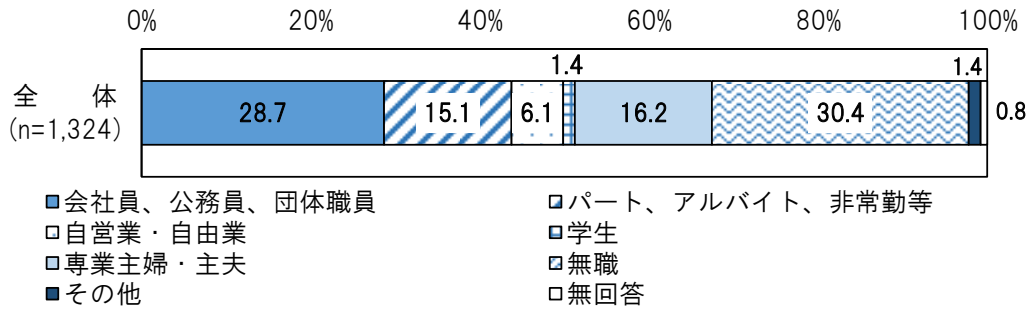
(1) 年齢



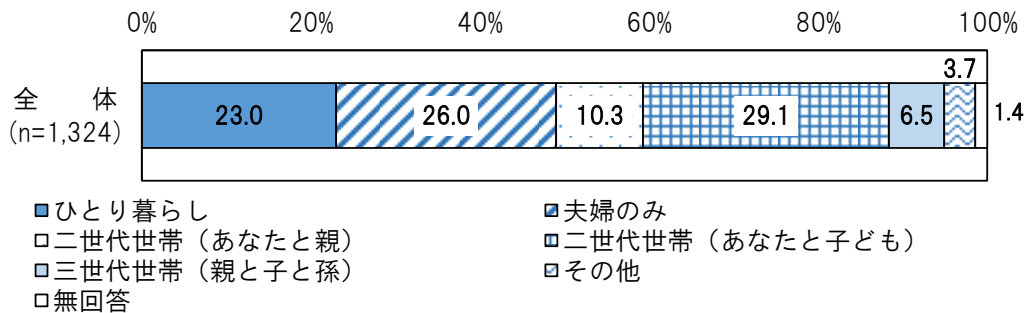
(2) 性別



(3) 職業



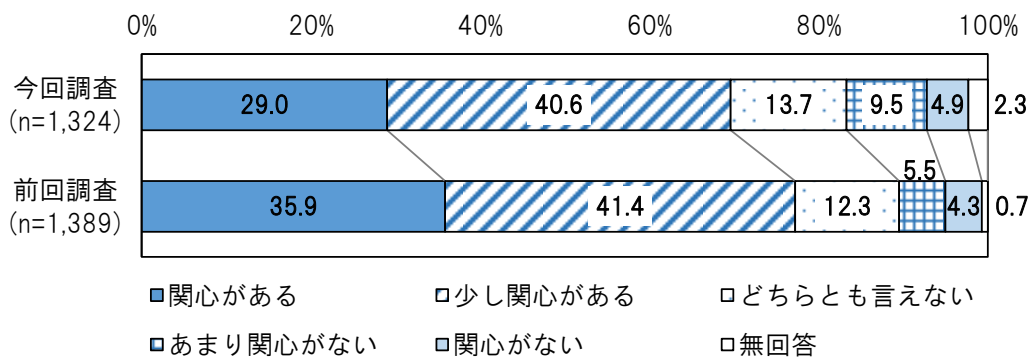
(4) 世帯



2. 消費生活や消費者教育について

(1) 消費者問題への関心

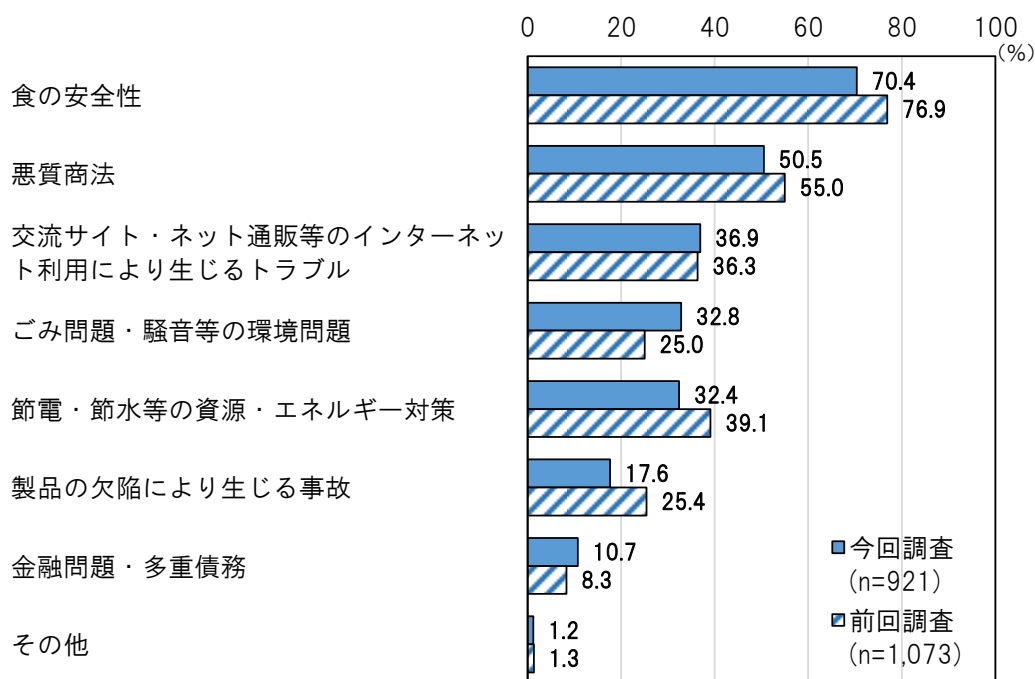
- ・消費者問題の関心については、「少し関心がある」が40.6%と4割以上を占め最も高く、「関心がある」(29.0%)と合わせた『関心がある』割合は69.6%と7割近くとなっている。
- ・前回調査と比較すると、『関心がある』割合は前回調査(77.3%)より7.7ポイント低くなっている。
- ・年代別にみると、18～29歳で「少し関心がある」と「どちらとも言えない」が同率で最も高くなっており、30～39歳では「どちらとも言えない」がやや高くなっている。また、60～69歳で「関心がある」がやや高くなっている。



		回答者数 (人)	関心がある	少し関心がある	どちらとも言えない	あまり関心がない	関心がない	無回答
年代	全体	1,324	29.0	40.6	13.7	9.5	4.9	2.3
	18～29歳	85	22.4	31.8	31.8	8.2	5.9	-
	30～39歳	122	14.8	45.9	21.3	12.3	5.7	-
	40～49歳	210	29.5	44.8	14.8	9.5	-	1.4
	50～59歳	181	30.4	44.2	16.0	5.5	2.2	1.7
	60～69歳	238	36.1	37.8	11.8	8.8	4.6	0.8
	70歳以上	478	29.7	39.7	8.6	10.9	7.7	3.3

(2) 関心のある消費者問題 ※(1)で「関心がある」・「少し関心がある」と答えた方のみ

- ・関心のある消費者問題については、「食の安全性」が70.4%と7割以上を占め最も高く、次いで「悪質商法」(50.5%)、「交流サイト・ネット通販等のインターネット利用により生じるトラブル」(36.9%)となっている。
- ・前回調査と比較すると、「食の安全性」、「節電・節水等の資源・エネルギー対策」、「製品の欠陥により生じる事故」が前回調査より5ポイント以上低くなっている一方で、「ごみ問題・騒音等の環境問題」は7.8ポイント高くなっている。

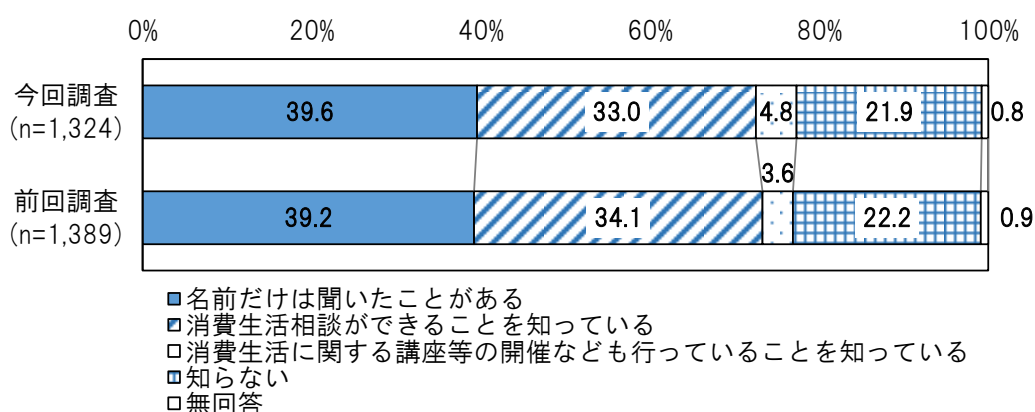


- ・年代別にみると、18～29歳・50～59歳で「交流サイト・ネット通販等のインターネット利用により生じるトラブル」がやや高くなっている。

		(%)							
		回答者数(人)	食の安全性	悪質商法	製品の欠陥により生じる事故	環境問題 ごみ問題・騒音等の	節電・節水等の資源・エネルギー対策	金融問題・多重債務	インターネット利用により生じるトラブル
年代	全体	921	70.4	50.5	17.6	32.8	32.4	10.7	36.9
	18～29歳	46	54.3	34.8	19.6	28.3	37.0	13.0	45.7
	30～39歳	74	68.9	43.2	27.0	29.7	40.5	17.6	39.2
	40～49歳	156	60.9	55.8	16.7	22.4	24.4	16.0	53.2
	50～59歳	135	67.4	57.8	13.3	36.3	25.2	12.6	60.0
	60～69歳	176	71.6	43.8	16.5	39.2	34.7	13.1	37.5
	70歳以上	332	78.0	52.1	17.8	34.3	35.5	4.5	18.1
		回答者数(人)	その他	無回答					
年代	全体	1,324	1.2	0.1					
	18～29歳	85	-	-					
	30～39歳	122	-	-					
	40～49歳	210	1.3	-					
	50～59歳	181	2.2	-					
	60～69歳	238	1.7	-					
	70歳以上	478	0.6	0.3					

(3) 「姫路市消費生活センター」の認知度

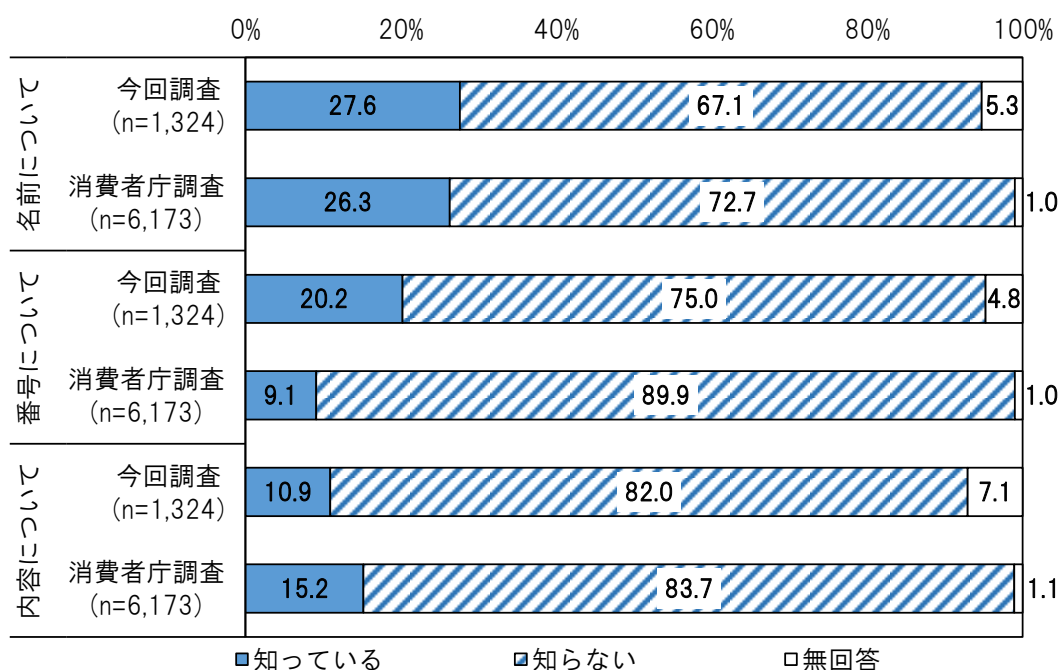
- ・「姫路市消費生活センター」の認知度については、「名前だけは聞いたことがある」が39.6%と4割近くを占め最も高く、次いで「消費生活相談ができることを知っている」(33.0%)となっている。「知らない」は21.9%と2割以上となっている。
- ・前回調査と大きな差はみられない。
- ・年代別にみると、18～39歳では「知らない」が、50～59歳では「消費生活相談ができることを知っている」が、その他の年代では「名前だけは聞いたことがある」が最も高くなっている。また、年代が下がるにつれ、「知らない」が高くなっている。



		回答者数 (人)	名前だけは聞いたことがある	消費生活相談ができることを知っている	消費生活相談のほか、消費生活に関する講座等の開催なども行っていることを知っている	知らない	無回答
年代	全体	1,324	39.6	33.0	4.8	21.9	2.3
	18～29歳	85	38.8	12.9	-	48.2	-
	30～39歳	122	35.2	20.5	1.6	42.6	-
	40～49歳	210	47.6	25.7	1.9	24.8	1.4
	50～59歳	181	32.6	40.3	6.1	21.0	1.7
	60～69歳	238	39.9	38.7	5.9	15.1	0.8
	70歳以上	478	40.6	37.7	6.7	14.4	3.3

(4) 「消費者ホットライン局番なし188（いやや）」の認知度

- ・「消費者ホットライン局番なし188（いやや）」の認知度については、名前を「知っている」割合が27.6%、番号を「知っている」割合が20.2%と、ともに2割以上となっている。内容について「知っている」割合は10.9%と1割程度となっている。
- ・消費者庁調査※と比較すると、名前・内容では大きな差はみられないものの、番号については消費者庁調査より「知っている」割合が11.1ポイント高くなっている。
- ・年代別にみると、名前・番号・内容全ての項目で、概ね年代が下がるにつれ「知らない」が高くなっている。



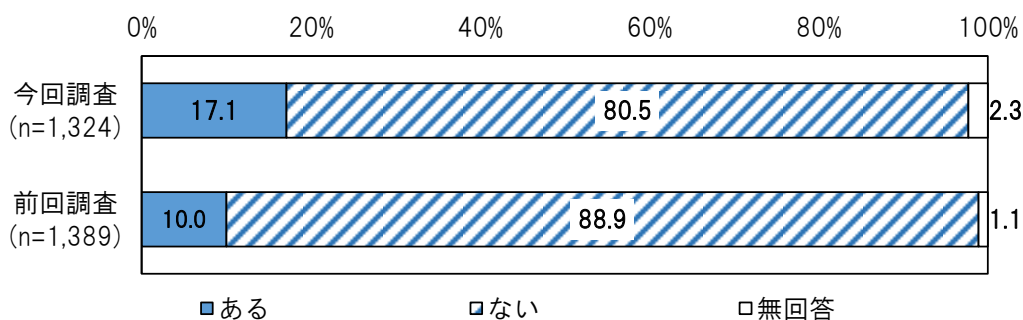
※消費者庁調査：消費者庁「令和元年度消費者意識基本調査」（令和元年11月実施）より

(%)

		回答者数 (人)	名前			番号			内容		
			知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答
年代	全体	1,324	27.6	67.1	5.3	20.2	75.0	4.8	10.9	82.0	7.1
	18～29歳	85	17.6	82.4	-	11.8	88.2	-	1.2	98.8	-
	30～39歳	122	13.9	86.1	-	10.7	88.5	0.8	3.3	95.9	0.8
	40～49歳	210	26.7	72.9	0.5	14.3	84.3	1.4	8.1	91.0	1.0
	50～59歳	181	27.1	71.3	1.7	17.7	80.1	2.2	11.6	85.6	2.8
	60～69歳	238	31.9	65.5	2.5	21.0	76.9	2.1	13.0	82.8	4.2
	70歳以上	478	31.6	57.1	11.3	27.4	63.4	9.2	14.6	70.9	14.4

(5) 商品購入時やサービスを受けたときにトラブルにあった経験

- ・商品購入時やサービスを受けたときにトラブルにあった経験については、「ある」が17.1%と1割以上となっている。
- ・前回調査と比較すると、「ある」が前回調査より7.1ポイント高くなっている。
- ・年代別にみると、40～49歳で「ある」が27.1%と全体より10ポイント高くなっている。

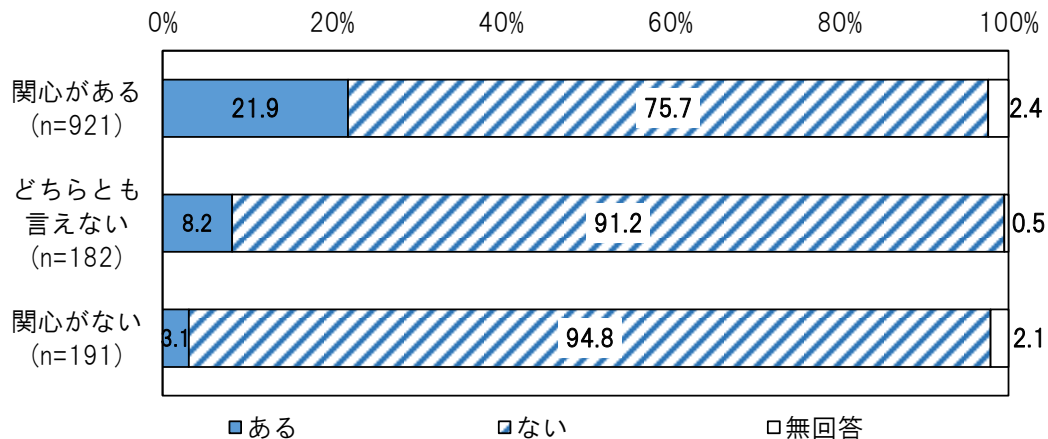


(%)

		回答者数 (人)	割合 (%)		
			ある	ない	無回答
年代	全体	1,324	17.1	80.5	2.3
	18～29歳	85	16.5	81.2	2.4
	30～39歳	122	20.5	79.5	-
	40～49歳	210	27.1	71.4	1.4
	50～59歳	181	22.1	75.7	2.2
	60～69歳	238	15.5	83.2	1.3
	70歳以上	478	10.9	85.4	3.8

【(1) 消費者問題への関心とのクロス集計】

- ・消費者問題への関心との関係をみると、消費者問題への『関心がある』（「関心がある」＋「少し関心がある」）人で、トラブル経験が「ある」割合が21.9%と2割以上となっている一方で、「どちらとも言えない」、『関心がない』（「あまり関心がない」＋「関心がない」）では1割未満となっている。

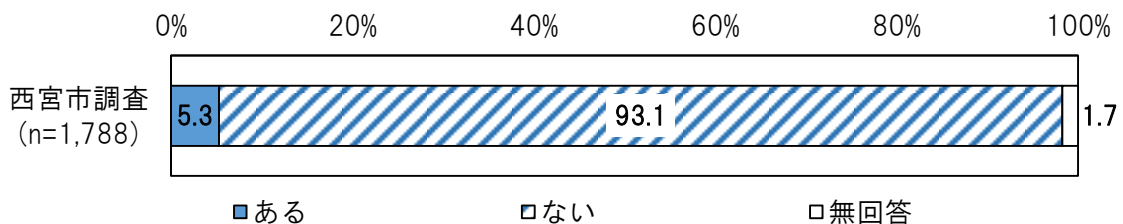


【参考：西宮市「令和元年度西宮市民意識調査」（令和元年9月実施）】

※本調査とは設問文に違いがあるため、比較は行っていない。

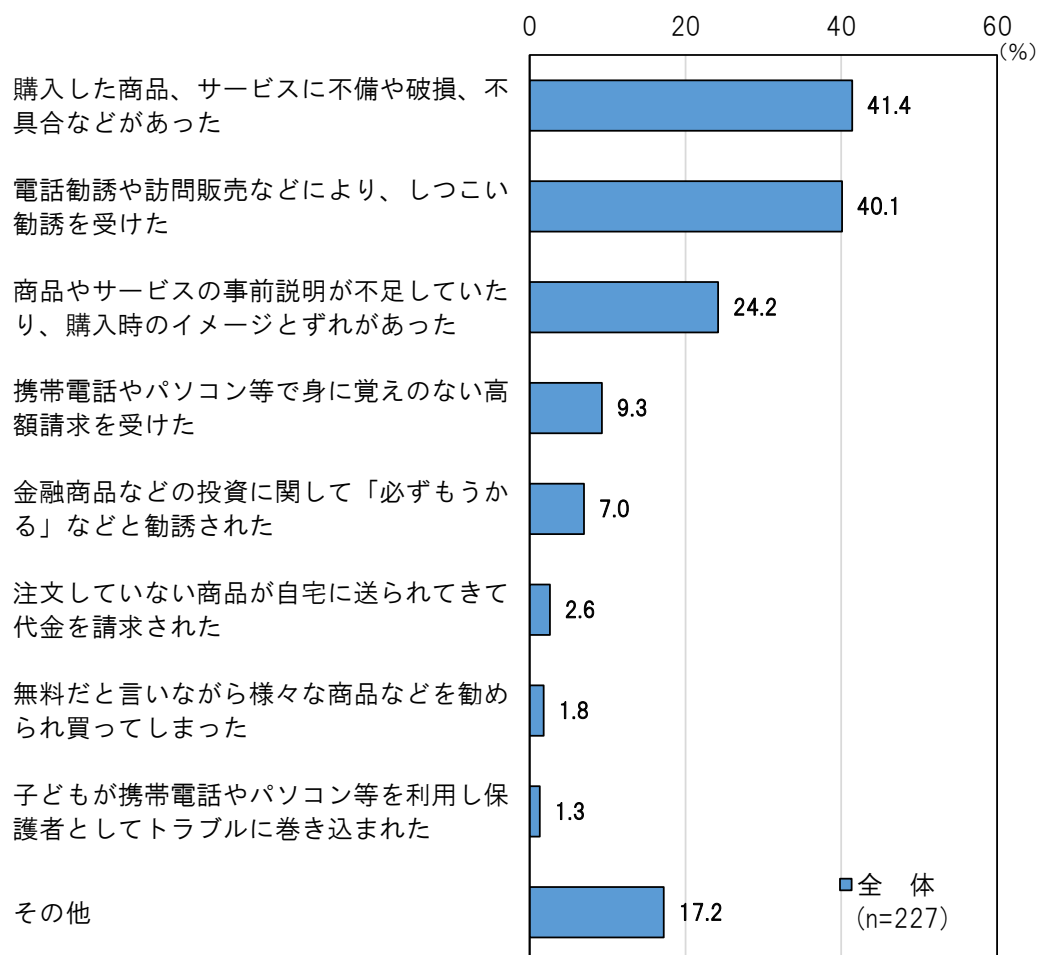
<あなたは、過去3年間に、購入した商品や利用したサービスまたは架空請求等により被害を受けるなど、被害者トラブルにあったことがありますか>

- ・西宮市調査では「ある」が5.3%と1割未満となっている。



(6) トラブルの内容 ※(5)で「ある」と答えた方のみ

- ・トラブルの内容については、「購入した商品、サービスに不備や破損、不具合などがあった」が41.4%と4割以上を占め最も高く、次いで「電話勧誘や訪問販売などにより、しつこい勧誘を受けた」(40.1%)、「商品やサービスの事前説明が不足していたり、購入時のイメージとずれがあった」(24.2%)となっている。

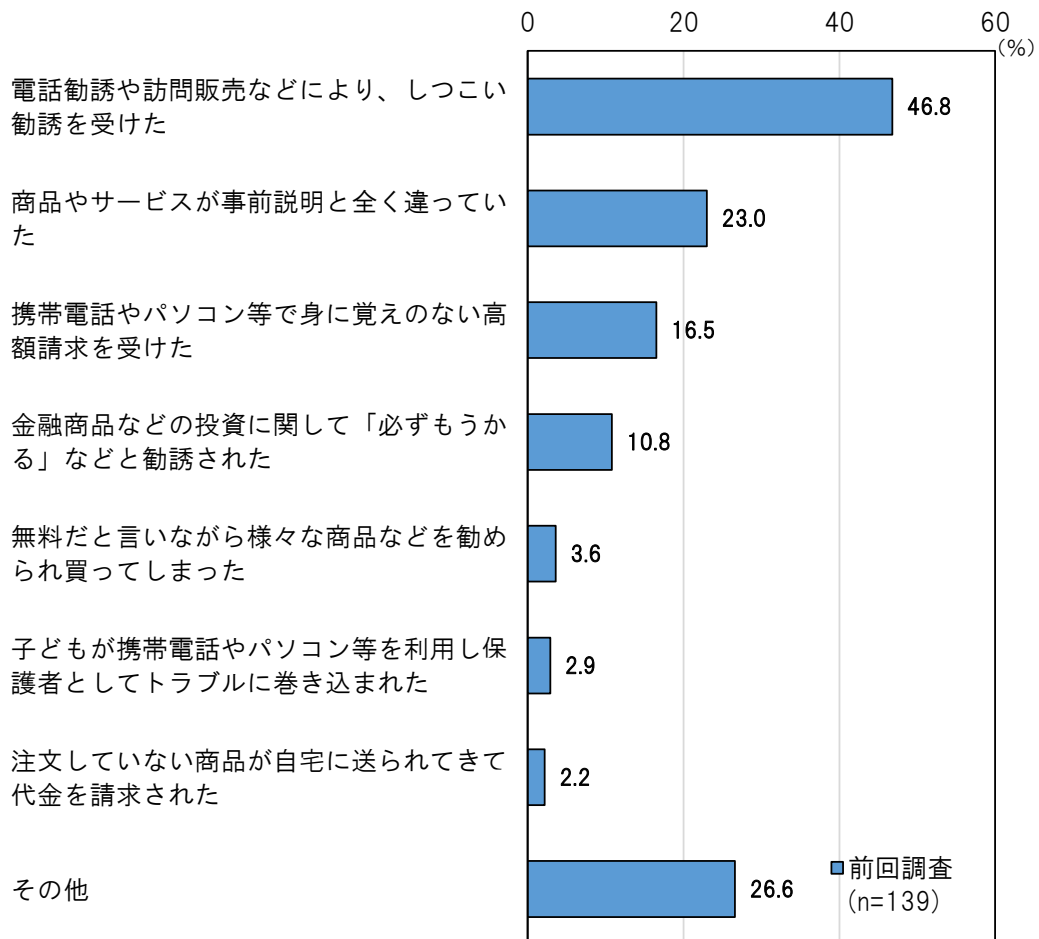


主な「その他」意見

- ・ ネットで注文したがお金だけが引き落とされ、商品が届かなかった
- ・ 高額請求 等

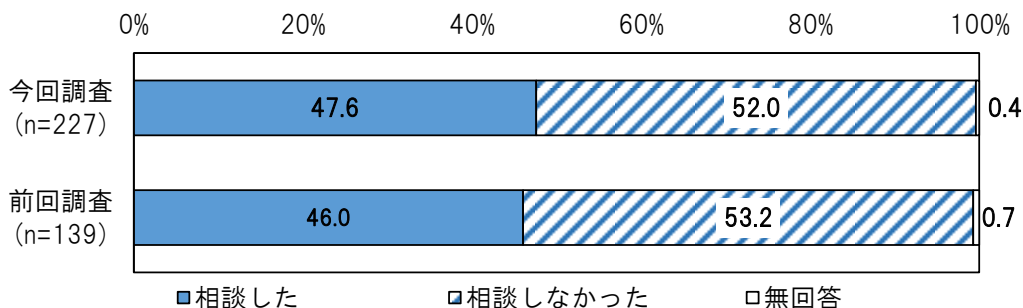
【参考：前回調査】※今回調査とは選択肢に違いがあるため、経年比較は行っていない。

- ・前回調査では、「電話勧誘や訪問販売などにより、しつこい勧誘を受けた」が 46.8%と 4 割以上を占め最も高くなっており、次いで「商品やサービスが事前説明と全く違っていた」(23.0%)、「携帯電話やパソコン等で身に覚えのない高額請求を受けた」(16.5%)となっている。



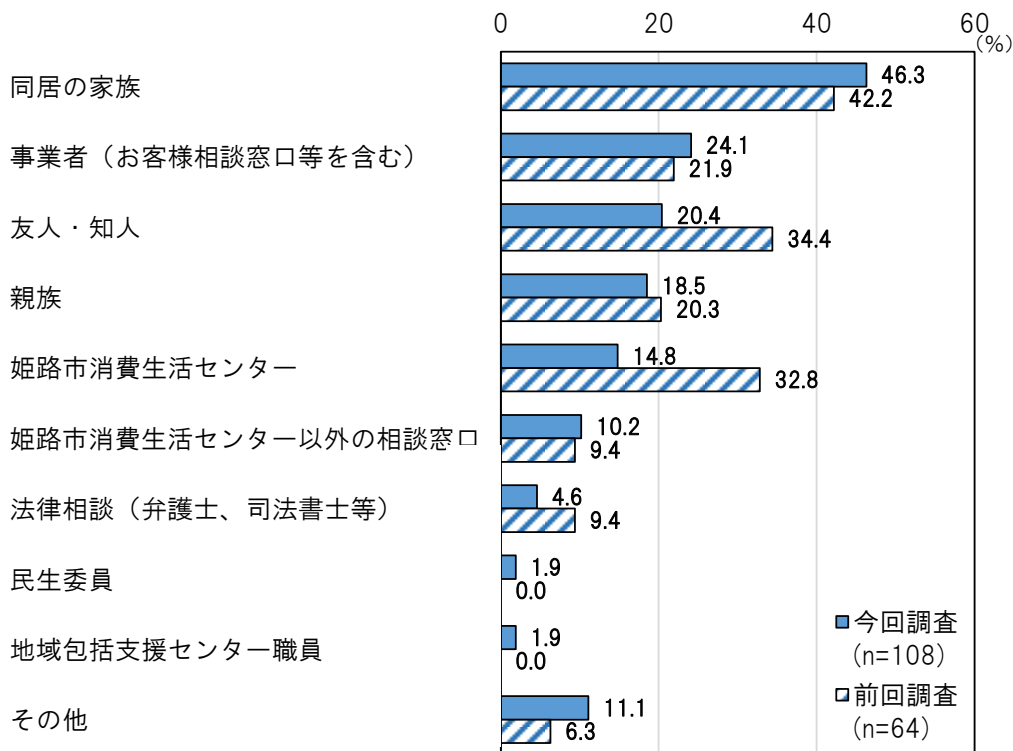
(7) トラブル解決のための相談について ※(5)で「ある」と答えた方のみ

- ・トラブル解決のための相談については、「相談しなかった」が52.0%と半数以上となっている。
- ・前回調査と大きな差はみられない。



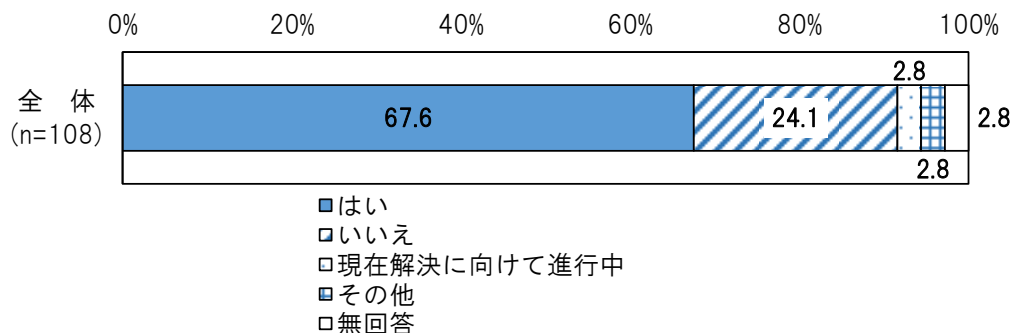
(8) トラブル解決のための相談先 ※(7)で「相談した」と答えた方のみ

- ・トラブル解決のための相談先については、「同居の家族」が46.3%と4割以上を占め最も高く、次いで「事業者（お客様相談窓口等を含む）」(24.1%)、「友人・知人」(20.4%)となっている。
- ・前回調査と比較すると、「友人・知人」、「姫路市消費生活センター」で前回調査より10ポイント以上低くなっている。



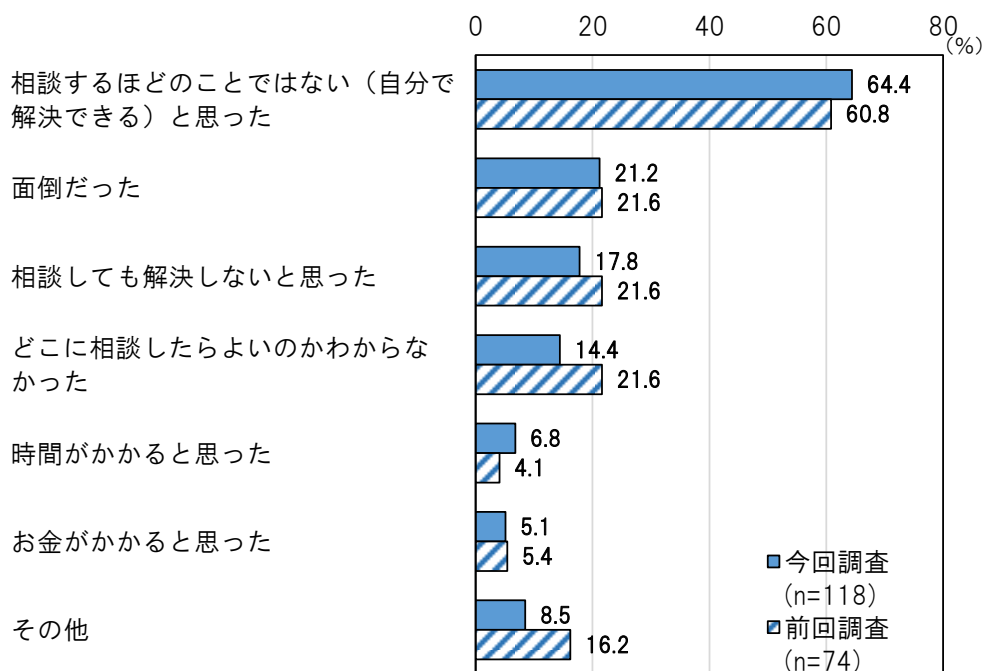
(9) 相談した結果、トラブルは解決したか ※(7)で「相談した」と答えた方のみ

- ・相談した結果、トラブルは解決したかについては、「はい」が 67.6%と 6 割以上となっている。「いいえ」は 24.1%と 2 割以上となっている。



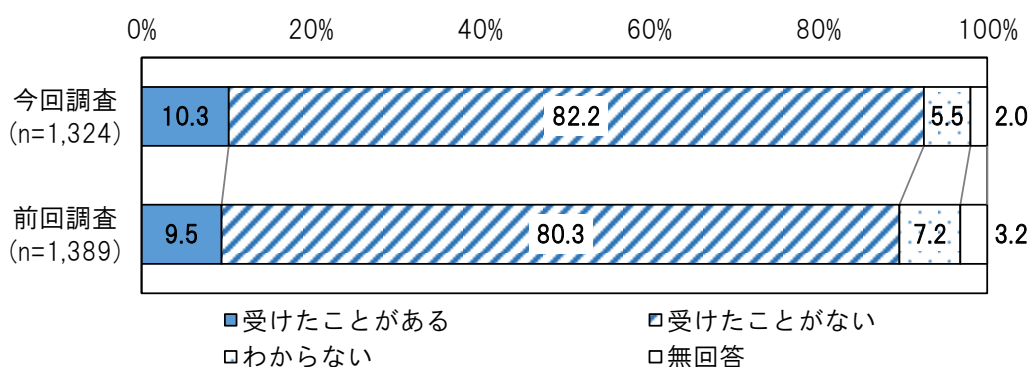
(10) 相談しなかった理由 ※(7)で「相談しなかった」と答えた方のみ

- ・相談しなかった理由については、「相談するほどのことではない（自分で解決できる）と思った」が 64.4%と 6 割以上を占め最も高く、次いで「面倒だった」(21.2%)、「相談しても解決しないと思った」(17.8%)となっている。
- ・前回調査と比較すると、「どこに相談してよいのかわからなかった」が前回調査より 7.2 ポイント低くなっている。



(11) 消費生活に関する学習や啓発を受けた経験

- ・消費生活に関する学習や啓発を受けた経験については、「受けたことがない」が 82.2%と 8 割以上となっている。「受けたことがある」は 10.3%と 1 割以上となっている。
- ・前回調査と大きな差はみられない。
- ・年代別にみると、18～29 歳では「受けたことがある」が 32.9%と 3 割以上となっており、全体より 20 ポイント高くなっている。また、概ね年代が下がるにつれ、「受けたことがある」が高くなっている。

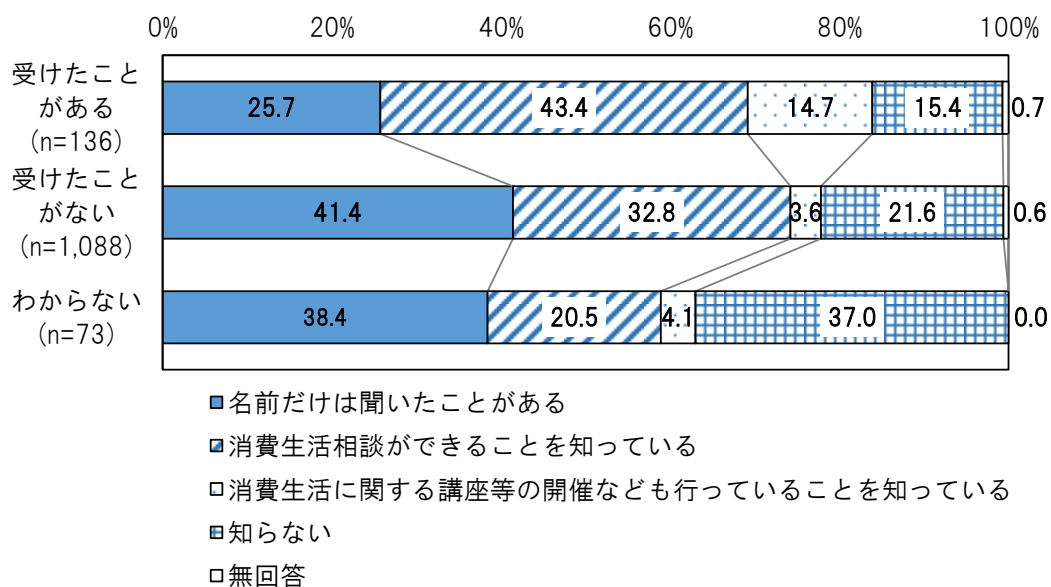


(%)

		回答者数 (人)	受けた経験			
			受けたことがある	受けたことがない	わからない	無回答
年代	全体	1,324	10.3	82.2	5.5	2.0
	18～29 歳	85	32.9	52.9	14.1	-
	30～39 歳	122	12.3	70.5	16.4	0.8
	40～49 歳	210	10.0	80.5	8.1	1.4
	50～59 歳	181	8.3	82.9	6.6	2.2
	60～69 歳	238	5.9	91.6	1.3	1.3
	70 歳以上	478	9.0	85.8	1.9	3.3

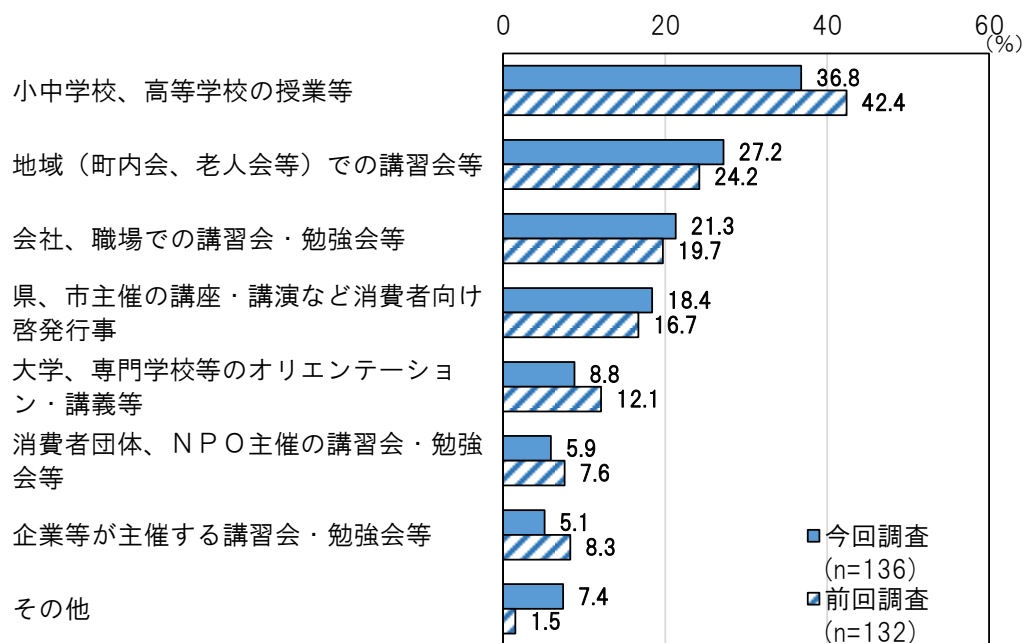
【(3)「姫路市消費生活センター」の認知度とのクロス集計】

- ・「姫路市消費生活センター」の認知度との関係を見ると、学習・啓発を「受けたことがある」人では、姫路市消費生活センターを「知らない」が15.4%と2割未満である一方で、「受けたことがない」人では21.6%と2割以上となっている。
- ・また、「受けたことがある」人では、「消費生活相談ができることを知っている」と「消費生活相談だけでなく、消費生活に関する講座等の開催なども行っていることを知っている」を合わせた『内容まで知っている』割合が58.1%と半数以上となっている。



(12) 消費者教育を受けた場 ※ (11) で「受けたことがある」と答えた方のみ

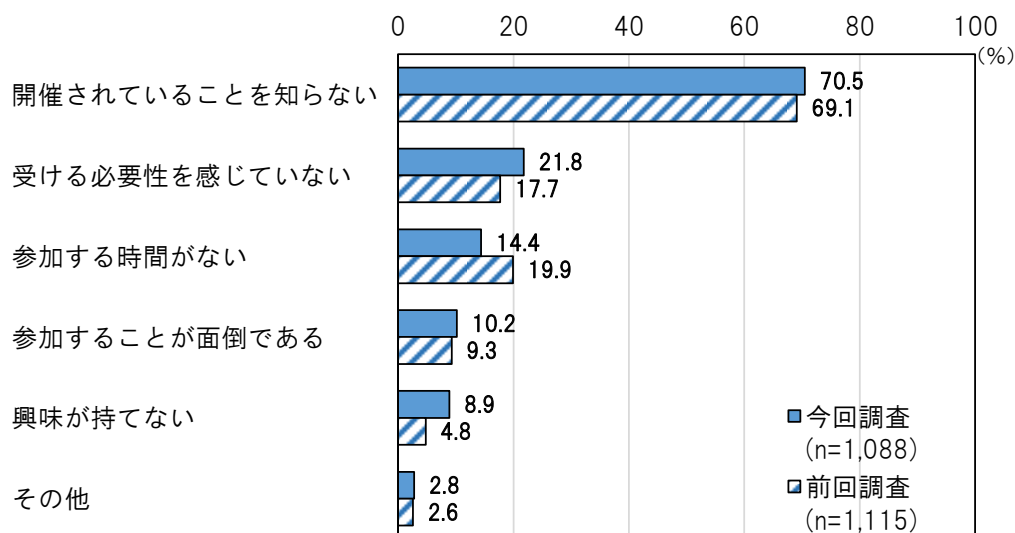
- ・消費者教育を受けた場については、「小中学校、高等学校の授業等」が 36.8%と 3 割以上を占め最も高く、次いで「地域（町内会、老人会等）での講習会等」（27.2%）、「会社、職場での講習会・勉強会等」（21.3%）となっている。
- ・前回調査と比較すると、「小中学校、高等学校の授業等」で 5.6 ポイント低くなっている。



※前回調査時は「企業」→「事業者」

(13) 消費者教育を受けたことがない理由 ※ (11) で「受けたことがない」と答えた方のみ

- ・消費者教育を受けたことがない理由については、「開催されていることを知らない」が70.5%と7割以上を占め最も高く、次いで「受ける必要性を感じていない」(21.8%)、「参加する時間がない」(14.4%)となっている。
- ・前回調査と比較すると、「参加する時間がない」が前回調査より5.5ポイント低くなっている。
- ・年代別にみると、18～39歳、50～59歳で「参加する時間がない」がやや高くなっている。

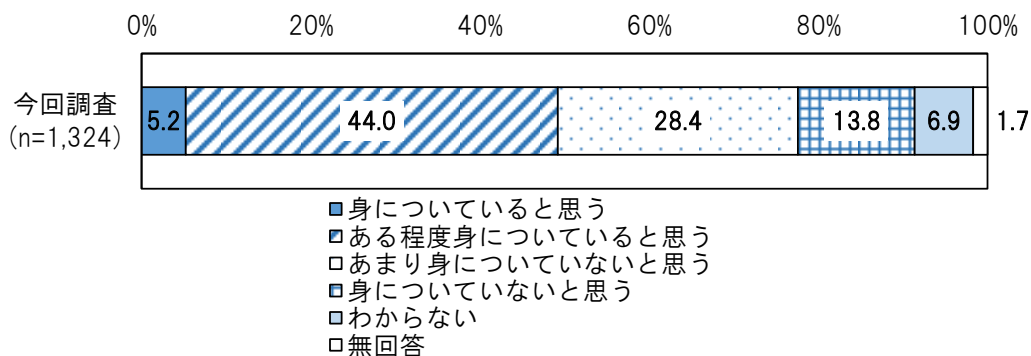


(%)

		回答者数 (人)	知らない	開催されていることを	参加する時間がない	ある	参加することが面倒で	いない	受ける必要性を感じて	興味が持てない	その他	無回答
			知らない	開催されていることを	参加する時間がない	ある	参加することが面倒で	いない	受ける必要性を感じて	興味が持てない	その他	無回答
年代	全体	1088	70.5	14.4	10.2	21.8	8.9	2.8	2.8			
	18～29歳	45	68.9	24.4	17.8	13.3	8.9	-	6.7			
	30～39歳	86	68.6	22.1	11.6	22.1	9.3	2.3	2.3			
	40～49歳	169	77.5	16.0	9.5	20.1	3.0	2.4	4.1			
	50～59歳	150	74.0	23.3	10.7	14.7	8.0	0.7	2.7			
	60～69歳	218	72.5	15.6	9.6	22.0	9.6	2.3	1.8			
	70歳以上	410	65.9	7.1	9.5	25.9	11.2	4.4	2.2			

(14) トラブルや被害にあわないために必要な知識・対処法が身についているか

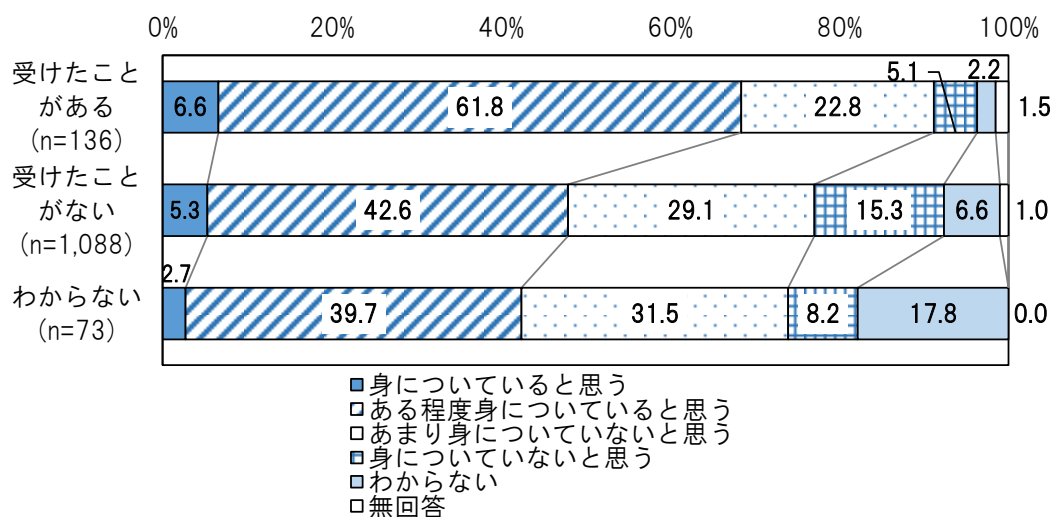
- ・トラブルや被害にあわないために必要な知識・対処法が身についているかについては、「ある程度身についていると思う」が44.0%と4割以上を占め最も高く、「身についていると思う」と合わせた『身についていると思う』割合は49.2%と半数近くとなっている。
- ・年代別にみると、30～39歳で『身についていないと思う』（「あまり身についていないと思う」+「身についていないと思う」）が52.5%と半数以上を占めている。



		回答者数 (人)	身についていると思う					わからない	無回答
			身についていると思う	ある程度身についていると思う	あまり身についていないと思う	身についていないと思う			
年代	全体	1324	5.2	44.0	28.4	13.8	6.9	1.7	
	18～29歳	85	3.5	40.0	29.4	16.5	10.6	-	
	30～39歳	122	1.6	39.3	36.1	16.4	5.7	0.8	
	40～49歳	210	3.3	47.1	32.9	11.4	4.8	0.5	
	50～59歳	181	6.1	47.0	29.8	11.6	5.0	0.6	
	60～69歳	238	3.8	45.0	31.1	13.0	5.0	2.1	
	70歳以上	478	7.5	42.9	22.8	14.9	9.2	2.7	

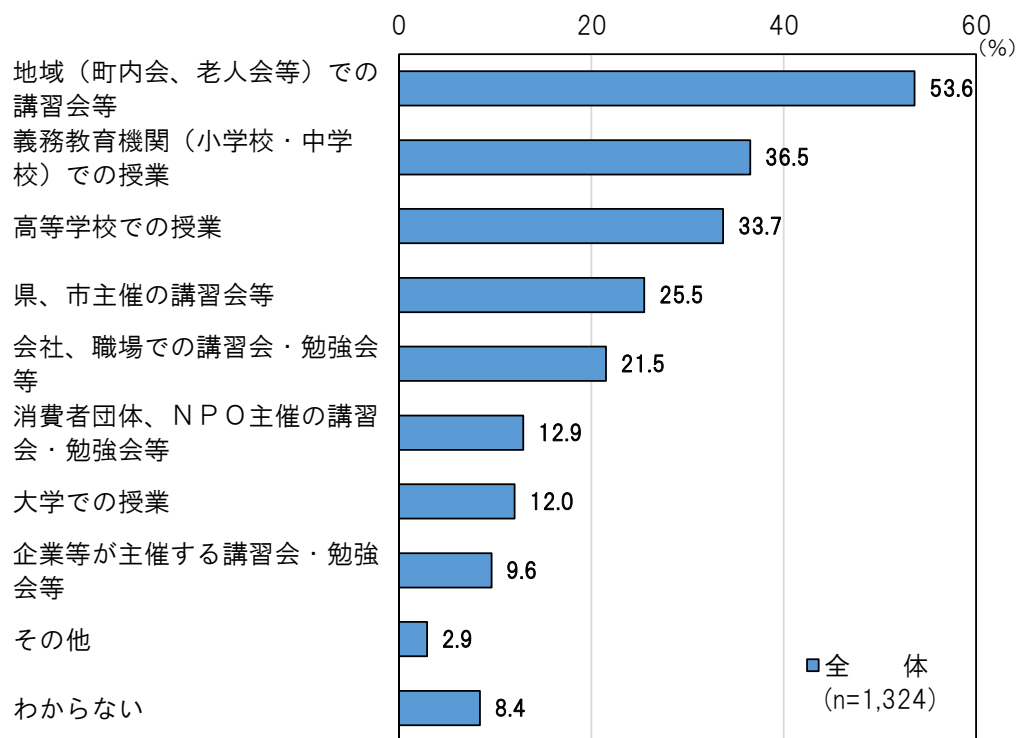
【(11) 消費生活に関する学習・啓発経験とのクロス集計】

・消費生活に関する学習・啓発経験との関係を見ると、消費生活に関する学習・啓発を「受けたことがある」人では、トラブルや被害にあわないために必要な知識・対処法が「ある程度身についていると思う」が61.8%と6割以上となっており、「身についていると思う」と合わせた『身についていると思う』割合は68.4%となっている。



(15) 消費者教育を受ける場として重要だと思う場

・消費者教育を受ける場として重要だと思う場については、「地域（町内会、老人会等）での講習会等」が53.6%と半数以上を占め最も高く、次いで「義務教育機関（小学校・中学校）での授業」（36.5%）、「高等学校での授業」（33.7%）となっている。



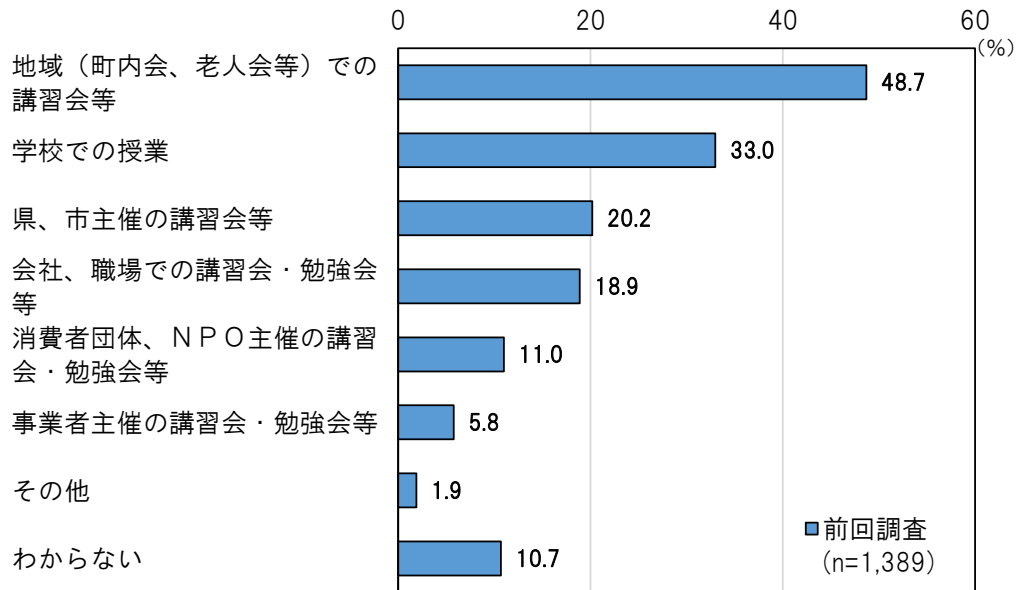
- ・年代別にみると、18～49歳では「高等学校での授業」、50～59歳では「義務教育機関（小学校・中学校）での授業」、60歳以上では「地域（町内会、老人会等）での講習会等」が最も高くなっている。

(%)

		回答者数（人）	地域（町内会、老人会等）での講習会等	県、市主催の講習会等	企業等が主催する講習会・勉強会等	主催の講習会・勉強会	消費者団体、NPO	校・中学校）での授業	義務教育機関（小学校・中学校）での授業	高等学校での授業	大学での授業
年代	全体	1,324	53.6	25.5	9.6	12.9	36.5	33.7	12.0		
	18～29歳	85	17.6	11.8	10.6	4.7	47.1	63.5	27.1		
	30～39歳	122	38.5	24.6	11.5	11.5	62.3	63.1	23.0		
	40～49歳	210	43.3	26.2	13.3	11.9	55.2	55.7	19.5		
	50～59歳	181	50.8	26.5	17.7	14.9	53.0	44.2	16.6		
	60～69歳	238	62.2	29.4	10.9	15.5	32.8	27.3	8.8		
	70歳以上	478	65.3	25.5	3.8	13.2	15.5	10.7	3.1		
		回答者数（人）	会社・勉強会等	会社、職場での講習	その他	わからない	無回答				
年代	全体	1,324	21.5	2.9	8.4	2.0					
	18～29歳	85	29.4	4.7	4.7	1.2					
	30～39歳	122	33.6	4.1	4.9	1.6					
	40～49歳	210	33.3	3.3	5.2	0.5					
	50～59歳	181	35.4	3.3	6.6	-					
	60～69歳	238	21.4	2.5	9.2	1.7					
	70歳以上	478	6.9	2.1	11.7	3.8					

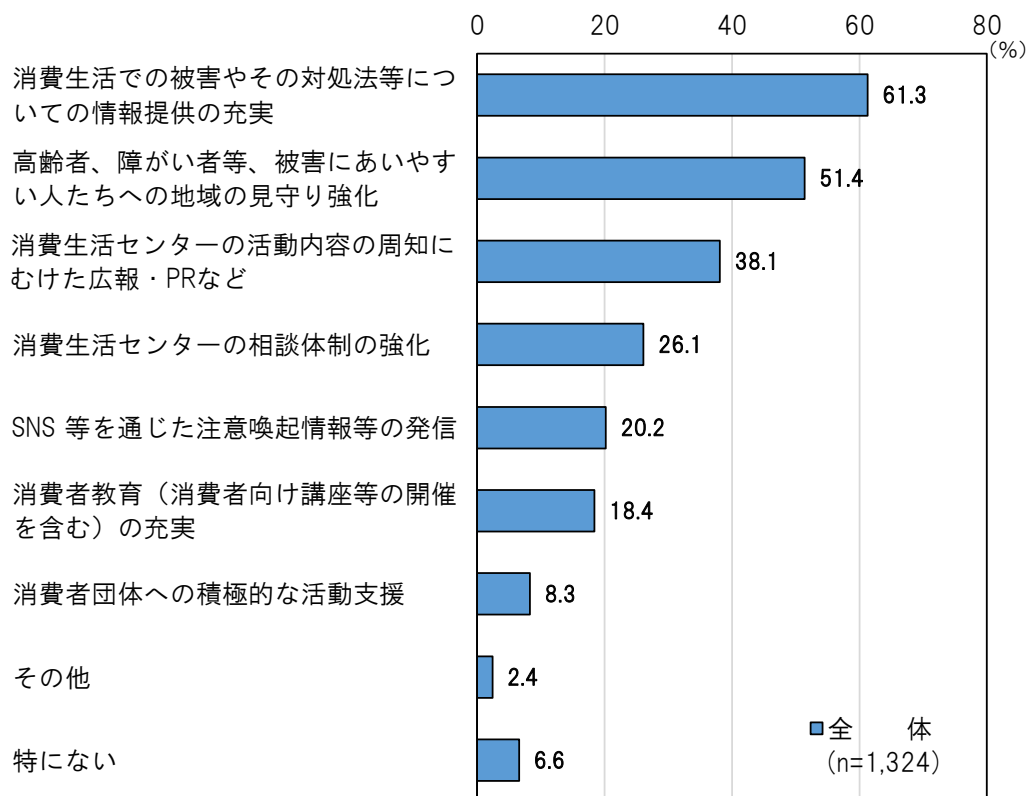
【参考：前回調査】※今回調査とは選択肢に違いがあるため、経年比較は行っていない。

- ・前回調査では、「地域（町内会、老人会等）での講習会等」が 48.7%と 4 割以上を占め最も高くなっており、次いで、「学校での授業」（33.0%）、「県、市主催の講習会等」（20.2%）となっている。



(16) 消費者問題に対して、市に期待する取り組み

- ・消費者問題に対して、市に期待する取り組みについては、「消費生活での被害やその対処法等についての情報提供の充実」が61.3%と6割以上を占め最も高く、次いで「高齢者、障がい者等、被害にあいやすい人たちへの地域の見守り強化」(51.4%)、「消費生活センターの活動内容の周知に向けた広報・PRなど」(38.1%)となっている。



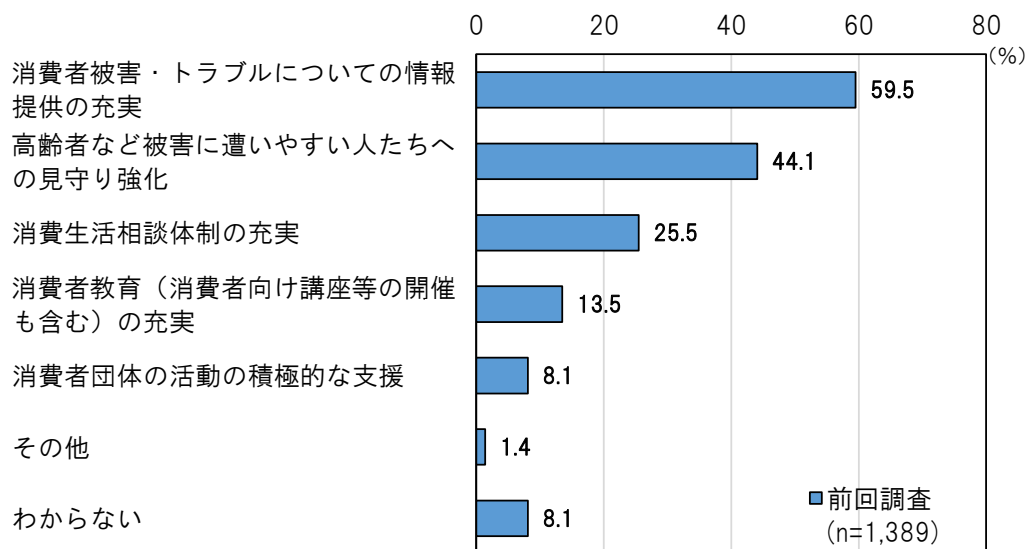
- ・年代別にみると、18～29歳では「SNS等を通じた注意喚起情報等の発信」がやや高くなっている。

(%)

		回答者数(人)	等についての情報提供の充実	高齢者、障がい者等、被害にあいや すい人たちへの地域の見守り強化	消費者教育(消費者向け講座等 の開催を含む)の充実	消費生活センターの相談体制の 強化	援 消費者団体への積極的な活動支 援	SNS等を通じた注意喚起情報 等の発信	消費生活センターの活動内容の 周知にむけた広報・PRなど
年代	全体	1,324	61.3	51.4	18.4	26.1	8.3	20.2	38.1
	18～29歳	85	55.3	41.2	11.8	15.3	14.1	54.1	28.2
	30～39歳	122	68.0	49.2	19.7	23.0	4.1	38.5	27.9
	40～49歳	210	64.3	53.3	23.8	30.0	10.0	33.8	39.5
	50～59歳	181	71.8	52.5	19.3	35.9	10.5	27.1	41.4
	60～69歳	238	64.7	50.8	23.1	29.0	7.6	12.6	49.2
	70歳以上	478	54.2	52.5	14.2	22.2	7.1	4.8	35.1
		回答者数(人)	その他	特 に ない	無 回 答				
年代	全体	1,324	2.4	6.6	2.9				
	18～29歳	85	1.2	10.6	-				
	30～39歳	122	3.3	4.9	1.6				
	40～49歳	210	3.8	3.3	1.0				
	50～59歳	181	3.9	3.3	0.6				
	60～69歳	238	1.7	7.1	3.4				
	70歳以上	478	1.7	8.8	5.2				

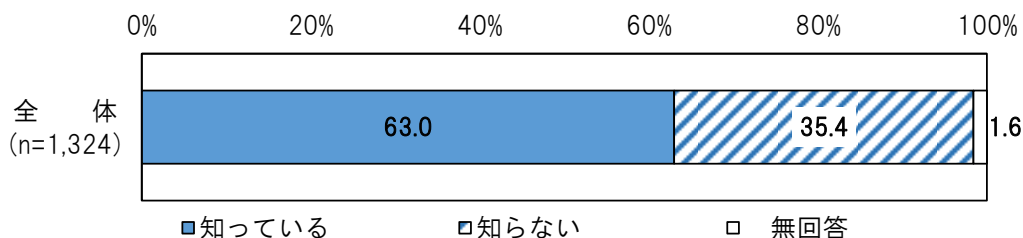
【参考：前回調査】※今回調査とは選択肢に違いがあるため、経年比較は行っていない。

- ・前回調査では、「消費者被害・トラブルについての情報提供の充実」が 59.5%と 6 割近くを占め最も高くなっており、次いで「高齢者など被害に遭いやすい人たちへの見守り強化」(44.1%)、「消費生活相談体制の充実」(25.5%)となっている。



(17) 令和4年に成年年齢が18歳に引き下げられることについての認知度

- ・ 令和4年に成年年齢が18歳に引き下げられることについての認知度については、「知っている」が63.0%と6割以上となっています。
- ・ 年代別にみると、18～29歳と60～69歳で「知らない」が4割以上を占め、全体よりやや高くなっている。

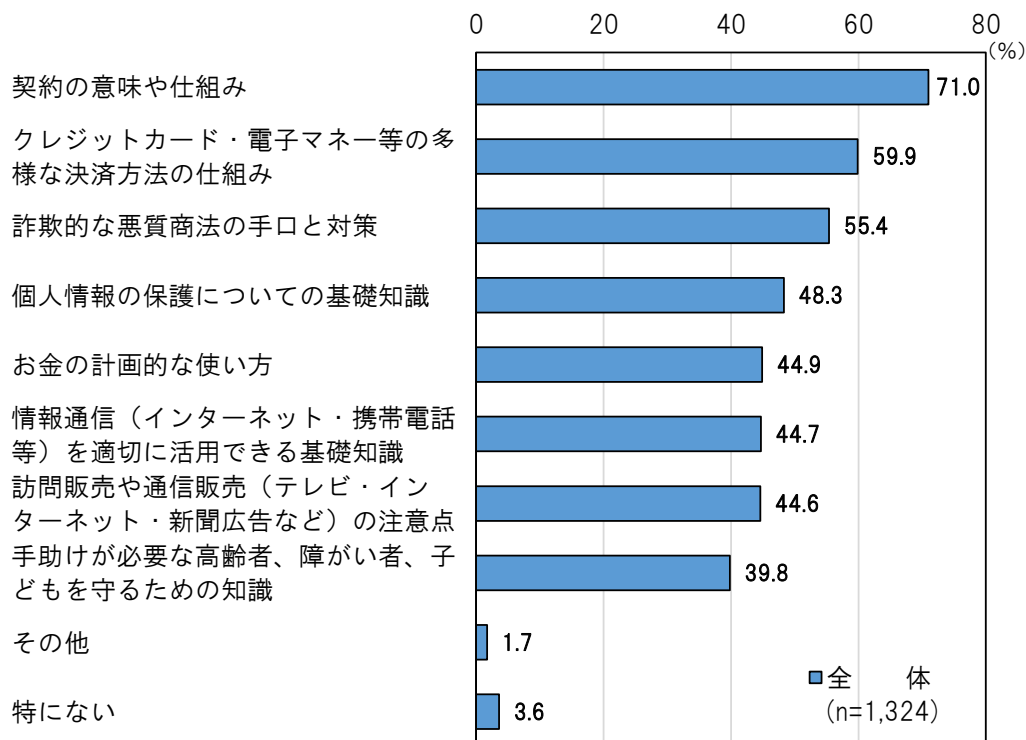


(%)

		回答者数 (人)	認知度		
			知っている	知らない	無回答
年代	全体	1324	63.0	35.4	1.6
	18～29歳	85	57.6	42.4	-
	30～39歳	122	60.7	39.3	-
	40～49歳	210	64.8	34.8	0.5
	50～59歳	181	68.0	30.4	1.7
	60～69歳	238	57.6	41.2	1.3
	70歳以上	478	64.4	32.8	2.7

(18) 18歳到達時点で得ておくべき消費生活に関する知識

・18歳到達時点で得ておくべき消費生活に関する知識については、「契約の意味や仕組み」が71.0%と最も高く、次いで「クレジットカード・電子マネー等の多様な決済方法の仕組み」(59.9%)、「詐欺的な悪質商法の手口や対策」(55.4%)となっている。



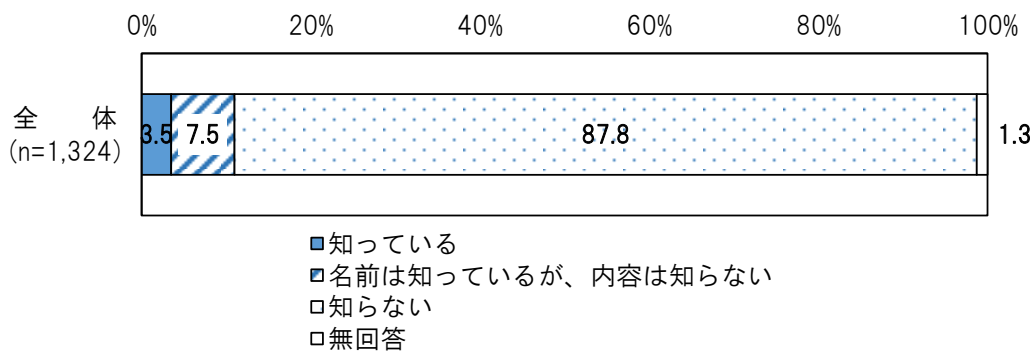
- ・年代別にみると、30～39歳では「クレジットカード・電子マネー等の多様な決済（キャッシュレス）方法の仕組み」が最も高くなっている。また、40～49歳で「詐欺的な悪質商法の手口と対策」がやや高くなっている。

(%)

		回答者数（人）	契約の意味や仕組み	お金の計画的な使い方	クレジットカード・電子マネー等の多様な決済（キャッシュレス）方法の仕組み	情報通信（インターネット・携帯電話等）を適切に活用できる基礎知識	個人情報の保護についての基礎知識	訪問販売や通信販売（テレビ・インターネット・新聞広告など）の注意点	詐欺的な悪質商法の手口と対策
年代	全体	1,324	71.0	44.9	59.9	44.7	48.3	44.6	55.4
	18～29歳	85	69.4	41.2	68.2	43.5	47.1	31.8	38.8
	30～39歳	122	72.1	59.8	74.6	56.6	63.1	55.7	63.9
	40～49歳	210	78.6	51.9	65.7	50.0	56.7	46.2	65.7
	50～59歳	181	81.8	43.1	67.4	49.2	55.8	49.7	65.2
	60～69歳	238	71.4	39.1	60.1	45.0	48.3	47.9	53.4
	70歳以上	478	63.8	41.8	49.4	38.3	38.1	39.3	49.2
		回答者数（人）	その他	特になし	無回答				
年代	全体	1,324	1.7	3.6	2.4				
	18～29歳	85	1.2	4.7	-				
	30～39歳	122	4.1	1.6	0.8				
	40～49歳	210	1.9	2.4	-				
	50～59歳	181	2.8	2.8	-				
	60～69歳	238	1.7	2.9	1.7				
	70歳以上	478	0.8	5.2	5.4				

(19) 「エシカル消費」の認知度

- ・「エシカル消費」の認知度については、「知らない」が 87.8%と 8 割以上となっており、「知っている」・「名前は知っているが、内容は知らない」を合わせた『名前は知っている』割合は 11.0%と 1 割程度となっている。
- ・年代別で大きな差はみられない。

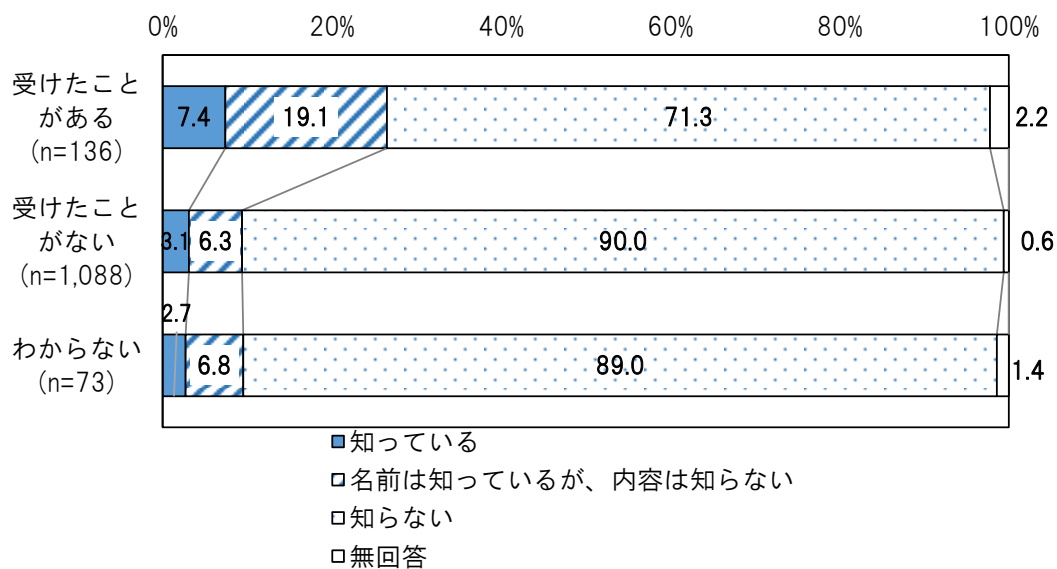


(%)

		回答者数 (人)	知っている	名前は知っているが、 内容は知らない	知らない	無回答
年代	全体	1324	3.5	7.5	87.8	1.3
	18～29 歳	85	3.5	3.5	91.8	1.2
	30～39 歳	122	3.3	4.1	92.6	-
	40～49 歳	210	3.8	5.2	91.0	-
	50～59 歳	181	4.4	7.7	87.8	-
	60～69 歳	238	4.2	7.1	87.4	1.3
	70 歳以上	478	2.7	10.0	84.7	2.5

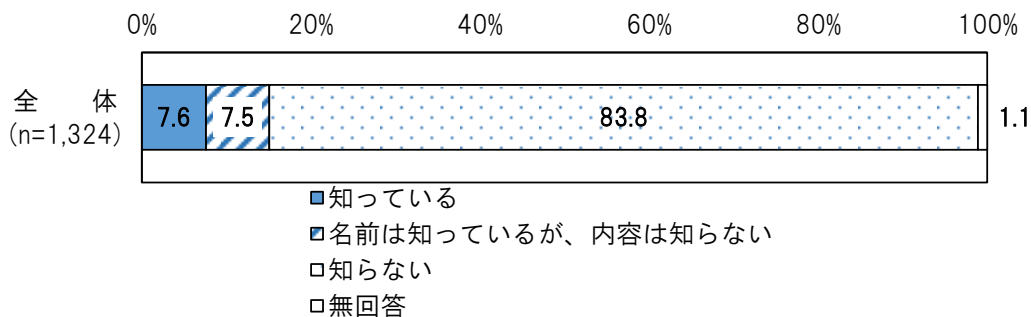
【(11) 消費生活に関する学習・啓発経験とのクロス集計】

・消費生活に関する学習・啓発経験との関係を見ると、消費生活に関する学習・啓発を「受けたことがある」人では、「知っている」・「名前は知っているが、内容は知らない」を合わせた『名前は知っている』割合は26.5%と2割以上となっている一方で、「受けたことがない」人では、9.4%と1割未満となっている。



(20) 「SDGs」の認知度

- ・「SDGs」の認知度については、「知らない」が83.8%と8割以上となっており、「知っている」と「名前は知っているが、内容は知らない」を合わせた『名前は知っている』割合は15.1%となっている。
- ・年代別にみると、18～29歳で「知っている」と「名前は知っているが、内容は知らない」を合わせた『名前は知っている』割合が29.4%と3割近くとなっている。

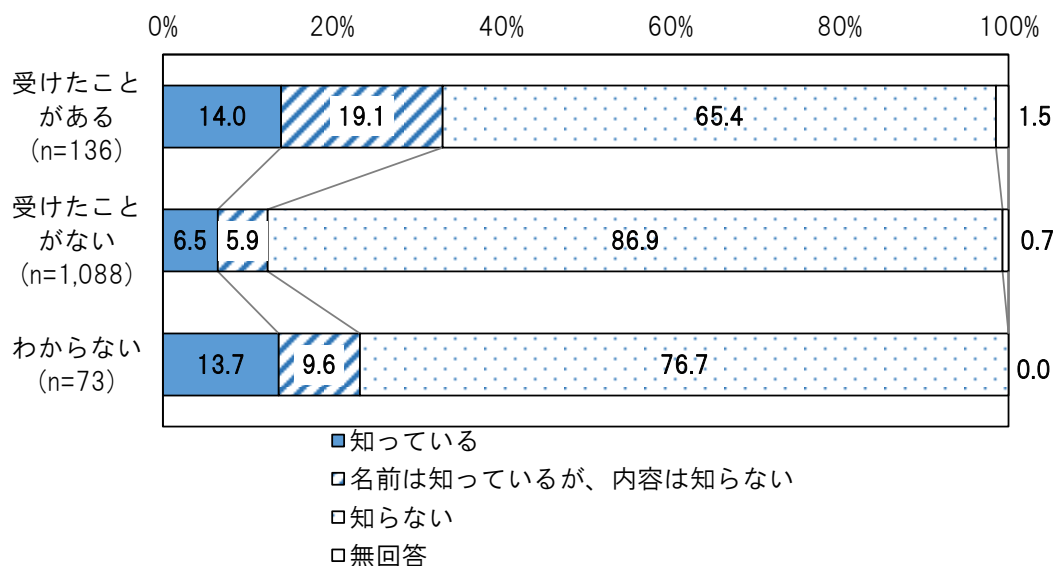


(%)

		回答者数 (人)	認知度			
			知っている	名前は知っているが、内容は知らない	知らない	無回答
年代	全体	1,324	7.6	7.5	83.8	1.1
	18～29歳	85	12.9	16.5	70.6	-
	30～39歳	122	11.5	1.6	86.9	-
	40～49歳	210	10.5	8.1	81.0	0.5
	50～59歳	181	15.5	8.3	76.2	-
	60～69歳	238	4.6	6.3	87.4	1.7
	70歳以上	478	3.1	7.3	87.9	1.7

【(11) 消費生活に関する学習・啓発経験とのクロス集計】

・消費生活に関する学習・啓発経験との関係を見ると、消費生活に関する学習・啓発を「受けたことがある」人では、「知っている」と「名前は知っているが、内容は知らない」を合わせた『名前は知っている』割合は33.1%と3割以上となっている一方で、「受けたことがない」人では、12.4%となっている。

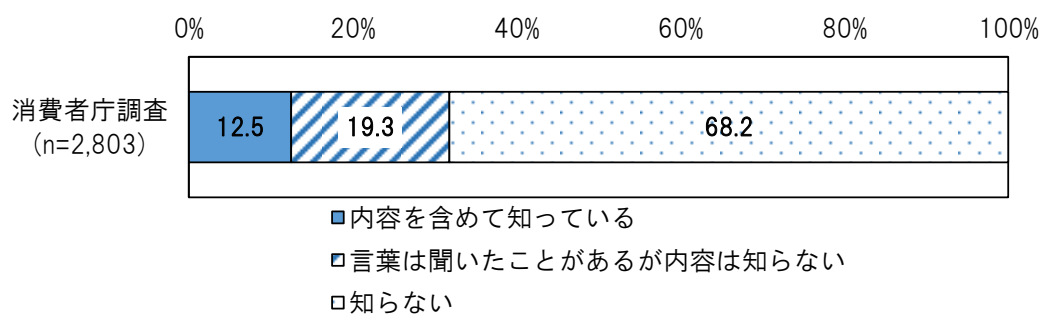


【参考：消費者庁「倫理的消費（エシカル消費）に関する消費者意識調査報告」（令和2年2月実施）】

※今回調査とは選択肢に違いがあるため、比較は行っていない。

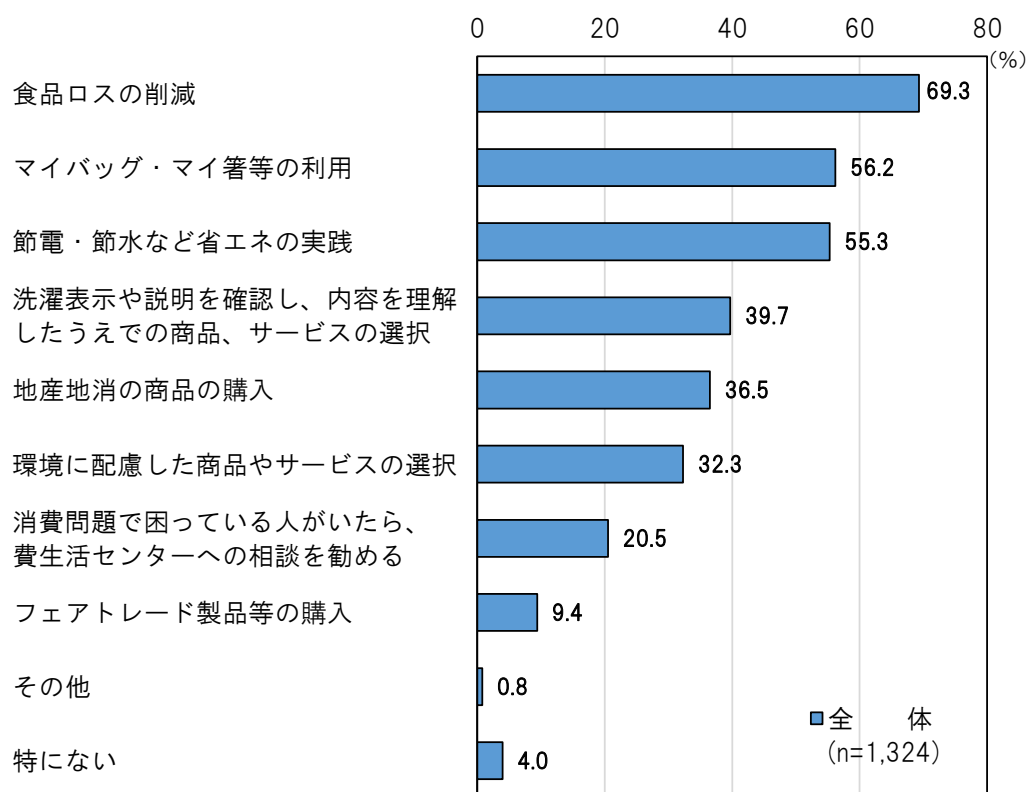
<あなたは、「SDGs（エスディーゼズ）」という言葉を知っていますか>

・「内容を含めて知っている」と「言葉は聞いたことがあるが内容は知らない」を合わせた『名前は知っている』割合は31.8%と3割以上となっている。



(21) 今後心がけたい消費行動

・今後心がけたい消費行動については、「食品ロスの削減」が 69.3%と 7 割近くを占め最も高く、次いで「マイバッグ・マイ箸等の利用」(56.2%)、「節電・節水など省エネの実践」(55.3%)となっている。



- ・年代別にみると、18～29歳では「マイバッグ・マイ箸等の利用」が最も高くなっている。また、70歳以上で「節電・節水など省エネの実践」がやや高くなっている。

(%)

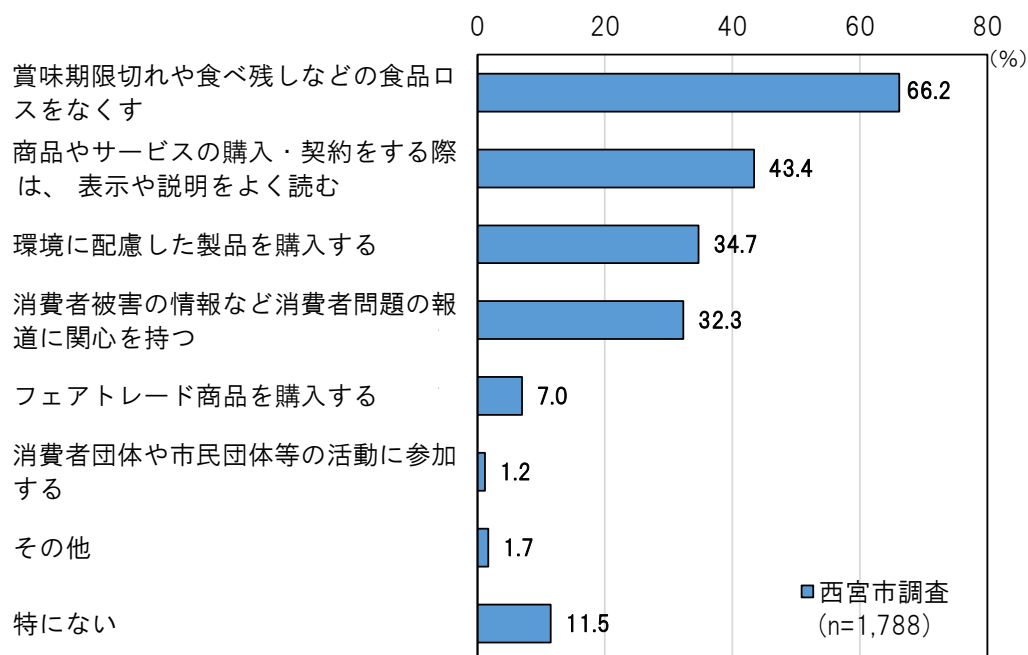
		回答者数(人)	食品ロスの削減	地産地消の商品の購入	節電・節水など省エネの実践	マイバッグ・マイ箸等の利用	環境に配慮した商品やサービスの選択	フェアトレード製品等の購入	洗濯表示や説明を確認し、内容を理解し たうえでの商品、サービスの選択
年代	全体	1,324	69.3	36.5	55.3	56.2	32.3	9.4	39.7
	18～29歳	85	55.3	28.2	52.9	58.8	22.4	9.4	41.2
	30～39歳	122	72.1	40.2	54.1	59.8	30.3	9.0	47.5
	40～49歳	210	73.8	39.5	51.9	58.1	32.9	14.3	39.5
	50～59歳	181	66.9	39.2	59.1	59.7	38.1	15.5	42.5
	60～69歳	238	76.5	38.7	56.3	58.8	37.8	9.2	37.0
	70歳以上	478	66.3	33.3	56.1	51.5	29.3	4.8	37.7
		回答者数(人)	身近に消費問題で困っている人がいたら、消費生活センターへの相談を勧める	その他	特になし	無回答			
年代	全体	1,324	20.5	0.8	4.0	2.0			
	18～29歳	85	9.4	-	5.9	-			
	30～39歳	122	18.0	-	2.5	1.6			
	40～49歳	210	21.9	1.4	2.9	2.0			
	50～59歳	181	21.0	2.2	3.3	0.6			
	60～69歳	238	20.2	0.4	2.9	2.1			
	70歳以上	478	22.8	0.6	5.2	3.3			

【参考：西宮市「令和元年度西宮市民意識調査」(令和元年9月実施)】

※今回調査とは選択肢に違いがあるため、比較は行っていない。

<あなたが消費に関して心がけている行動はありますか>

- ・西宮市調査では、「賞味期限切れや食べ残しなどの食品ロス」が66.2%と6割以上を占め最も高くなっている。



(22) 行政に取り組んでほしいことや消費生活に関する意見

- ・消費生活トラブルや被害を防止するために、行政に取り組んでほしいことや、その他、消費生活に関して意見については、次のような意見があった。(主な意見をキーワード化し、まとめている)

要望等
<ul style="list-style-type: none">○実際の事例等の情報提供の充実○消費生活センターをもっとPRしてほしい○年代に応じた広報・啓発を行ってほしい○SNSやオンラインなど多様な媒体での啓発を行ってほしい○高齢者・子ども等の弱い立場の方への見守りや消費者教育の充実○自治会や集会等での身近な消費者教育の充実○説明会や講習会等を開催してほしい○支所ごとに相談窓口を設置するなど、相談体制を充実させてほしい○オンラインやメールでの相談など、様々な方法で相談できるようにしてほしい○相談先の番号のシール等がほしい○悪質な企業名を知らせて欲しい○悪質業者の取締強化、詐欺の厳罰化に取り組んでほしい○様々な商品やサービスを選択する際の基準がほしい○分かりやすい用語を使ってほしい
感想等
<ul style="list-style-type: none">○消費生活センターにお世話になった際、優しく対応してもらった○消費生活センターと消費者ホットラインの違いが分からない○アンケートを答えて初めて知ることが多くあった○市の広報などをよく読むことが大事だと思った○住民が地域のためにできることを考えるべき○他人任せではなく、本人が自覚・関心をもって、知識を付けることが必要○環境をこれ以上悪化させないためにも、消費生活を大きく変える必要がある○省エネや環境問題に関心をもって生活したい○もったいないという言葉が忘れかけられている○レジ袋有料化への反対○通販の電話が多い、訪問販売が多い○市内の方だけでなく、県外・海外の方にとっても安全な姫路市になってほしい○他人を思いやる気持ちを忘れない姫路市になってほしい○行政にはスピード感をもった対応をしてほしい○新型コロナウイルス感染症の影響による、社会的立場の弱い人への被害が懸念される

姫路市消費者教育推進計画に係る市民アンケート調査 ～ご協力のお願い～

日頃から、姫路市の消費者行政の推進にご理解とご協力を賜り厚くお礼申し上げます。

本市では、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するために、平成 28 年に策定した「姫路市消費者教育推進計画」を改定する準備を進めております。

このアンケートは、計画改定にあたっての基礎資料とするため、皆様の消費生活や消費者教育についてご経験やご意見をお聞きするもので、アンケートの実施にあたっては、18 歳以上の市民から無作為で 3,000 人を選ばせていただきました。

このアンケートは無記名でご回答いただくもので、回答結果は統計的に（自由記述については要約・キーワード化して）処理しますので、皆様にご迷惑をおかけすることは一切ありません。

お忙しいところお手数をおかけしますが、アンケートの趣旨をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

令和 2 年（2020 年）6 月 姫路市

【ご記入にあたってのお願い】

1. 回答は必ず封筒あて名のご本人にお願いします。（代筆は可）
2. 回答は、あてはまる番号に○印を、また（ ）内には具体的にご記入ください。
3. アンケート用紙は両面印刷（8 ページ）です。
4. ご記入が終わりましたら、お手数ですが令和 2 年 7 月 8 日（水）までに同封の返信用封筒（切手は不要です）に入れてご投函ください。
5. 記入にあたってご不明な点がございましたら、下記までお問い合わせください。

【問い合わせ先】

姫路市 市民総合相談室 消費生活センター
〒670-8501 姫路市安田四丁目 1 番地
TEL：079-221-2519 FAX：079-221-2108
E-MAIL：syohiseikatu@city.himeji.lg.jp



【姫路市消費生活センター啓発キャラクター】

いややっ娘（いややっこ）

I あなたご自身のことについて (※ご回答いただく時点での状況をお答えください)

問1 あなたの年齢を教えてください。(○は1つ)

- | | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1. 18~29歳 | 2. 30~39歳 | 3. 40~49歳 | 4. 50~59歳 |
| 5. 60~69歳 | 6. 70歳以上 | | |

問2 あなたの性別を教えてください。(○は1つ)

- | | |
|-------|-------|
| 1. 男性 | 2. 女性 |
|-------|-------|

問3 あなたの職業を教えてください。(○は1つ)

- | | |
|------------------------|-------------------|
| 1. 会社員、公務員、団体職員(役員等含む) | 2. パート、アルバイト、非常勤等 |
| 3. 自営業・自由業 | 4. 学生 |
| 5. 専業主婦・主夫 | 6. 無職 |
| 7. その他() | |

問4 あなたの(同居している)家族構成を教えてください。(○は1つ)

- | | |
|-----------------|-------------------|
| 1. ひとり暮らし | 2. 夫婦のみ |
| 3. 二世帯世帯(あなたと親) | 4. 二世帯世帯(あなたと子ども) |
| 5. 三世帯世帯(親と子と孫) | |
| 6. その他() | |

II 消費生活や消費者教育について

問5 あなたは契約トラブルや商品・サービスの安全性、環境問題などの消費者問題に関心がありますか。(〇は1つ)

1. 関心がある	2. 少し関心がある	3. どちらとも言えない
4. あまり関心がない	5. 関心がない	

問5で「1. 関心がある」「2. 少し関心がある」と答えた方におたずねします

問6 関心がある消費者問題は何ですか。(〇は3つまで)

1. 食の安全性	2. 悪質商法
3. 製品の欠陥により生じる事故	4. ごみ問題・騒音等の環境問題
5. 節電・節水等の資源・エネルギー対策	6. 金融問題・多重債務
7. 交流サイト・ネット通販等のインターネット利用により生じるトラブル	
8. その他()	

再び、全ての方に

問7 あなたは「姫路市消費生活センター」を知っていますか。(〇は1つ)

1. 名前だけは聞いたことがある
2. 消費生活相談ができることを知っている
3. 消費生活相談のほか、消費生活に関する講座等の開催なども行っていることを知っている
4. 知らない

問8 あなたは「消費者ホットライン局番なし188(いやや)」を知っていますか。

ア～ウそれぞれについてお答えください。(〇は1つ)

	知っている	知らない
ア. 名前(「消費者ホットライン」)について	1	2
イ. 番号(「188」)について	1	2
ウ. 内容について	1	2

問9 最近（概ね2～3年前まで）、あなたは商品を購入したりサービスを受けたりしたときにトラブルにあったことはありますか。（○は1つ）

- | | |
|-------|--------------|
| 1. ある | 2. ない ⇒ 問15へ |
|-------|--------------|

問9で「1. ある」と答えた方におたずねします

問10 そのトラブルはどのような内容でしたか。（○はいくつでも）

- | |
|---|
| 1. 電話勧誘や訪問販売などにより、しつこい勧誘を受けた
2. 携帯電話やパソコン等で身に覚えのない高額請求を受けた
3. 金融商品などの投資に関して「必ずもうかる」などと勧誘された
4. 商品やサービスの事前説明が不足していたり、購入時のイメージとずれがあった
5. 注文していない商品が自宅に送られてきて代金を請求された
6. 無料だと言いつつ様々な商品などを勧められ買ってしまった
7. 子ども（未成年）が携帯電話やパソコン等を利用し保護者としてトラブルに巻き込まれた
8. 購入した商品、サービスに不備や破損、不具合などがあった
9. その他（ ） |
|---|

問9で「1. ある」と答えた方におたずねします

問11 そのトラブル解決のために、あなたは誰かに相談をしましたか。（○は1つ）

- | | |
|---------|-------------------|
| 1. 相談した | 2. 相談しなかった ⇒ 問14へ |
|---------|-------------------|

問11で「1. 相談した」と答えた方におたずねします

問12 どこへ相談しましたか。（○はいくつでも）

- | | |
|---|---------------------|
| 1. 同居の家族 | 2. 親族 |
| 3. 友人・知人 | 4. 姫路市消費生活センター |
| 5. 民生委員 | 6. 地域包括支援センター職員 |
| 7. 法律相談（弁護士、司法書士等） | 8. 事業者（お客様相談窓口等を含む） |
| 9. 姫路市消費生活センター以外の相談窓口（国民生活センター、兵庫県の相談窓口） | |
| 10. その他（ ） | |

問11で「1. 相談した」と答えた方におたずねします

問13 相談した結果、トラブルは解決しましたか。（○は1つ）

- | | | |
|--|--------|----------------|
| 1. はい | 2. いいえ | 3. 現在解決に向けて進行中 |
| 4. その他（ ） | | |

問 11 で「2. 相談しなかった」と答えた方におたずねします

問 14 なぜ相談しなかったのですか。(○は2つまで)

1. 相談するほどのことではない(自分で解決できる)と思った
2. 面倒だった
3. 時間がかかると思った
4. お金がかかると思った
5. 相談しても解決しないと思った
6. どこに相談したらよいのかわからなかった
7. その他 ()

再び、全ての方に

問 15 あなたは消費生活に関する学習や啓発(消費者教育)を受けたことがありますか。(○は1つ)

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 1. 受けたことがある | 2. 受けたことがない ⇒ 問 17 へ |
| 3. わからない ⇒ 問 18 へ | |

問 15 で「1. 受けたことがある」と答えた方におたずねします

問 16 消費者教育を受けた場はどこですか。(○はいくつでも)

1. 地域(町内会、老人会等)での講習会等
2. 県、市主催の講座・講演など消費者向け啓発行事
3. 企業等が主催する講習会・勉強会等
4. 消費者団体、NPO 主催の講習会・勉強会等
5. 小中学校、高等学校の授業等
6. 大学、専門学校等のオリエンテーション・講義等
7. 会社、職場での講習会・勉強会等
8. その他 ()

問 15 で「2. 受けたことがない」と答えた方におたずねします

問 17 消費者教育を受けたことのない理由は何ですか。(○は2つまで)

- | | |
|-------------------|------------------|
| 1. 開催されていることを知らない | 2. 参加する時間がない |
| 3. 参加することが面倒である | 4. 受ける必要性を感じていない |
| 5. 興味が持てない | |
| 6. その他 () | |

再び、全ての方に

問 18 あなたは消費生活トラブルや被害にあわないために必要な知識や、トラブルにあった時の対処法が身についていると思いますか。(悪質業者の手口、困った時の相談窓口、クーリング・オフの方法など) (○は1つ)

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1. 身についていると思う | 2. ある程度身についていると思う |
| 3. あまり身につけていないと思う | 4. 身につけていないと思う |
| 5. わからない | |

問 19 あなたは消費者教育を受ける場として、重要だと思う場はどこですか。(○はいくつでも)

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| 1. 地域(町内会、老人会等)での講習会等 | 2. 県、市主催の講習会等 |
| 3. 企業等が主催する講習会・勉強会等 | 4. 消費者団体、NPO 主催の講習会・勉強会等 |
| 5. 義務教育機関(小学校・中学校)での授業 | 6. 高等学校での授業 |
| 7. 大学での授業 | 8. 会社、職場での講習会・勉強会等 |
| 9. その他() | |
| 10. わからない | |

問 20 消費者問題に対して、市(行政)にどのような取り組みを期待していますか。(○はいくつでも)

- | |
|------------------------------------|
| 1. 消費生活での被害やその対処法等についての情報提供の充実 |
| 2. 高齢者、障がい者等、被害にあいやすい人たちへの地域の見守り強化 |
| 3. 消費者教育(消費者向け講座等の開催を含む)の充実 |
| 4. 消費生活センターの相談体制の強化 |
| 5. 消費者団体への積極的な活動支援 |
| 6. SNS等を通じた注意喚起情報等の発信 |
| 7. 消費生活センターの活動内容の周知にむけた広報・PRなど |
| 8. その他() |
| 9. 特にない |

問 21 あなたは、成年年齢が令和4年(2022年)4月から18歳に引き下げられることを知っていますか。(○は1つ)

- | | |
|----------|---------|
| 1. 知っている | 2. 知らない |
|----------|---------|

問 22 成年年齢である 18 歳到達時点でどのような消費生活に関する知識を得ておくべきだと思いますか。(○はいくつでも)

1. 契約の意味や仕組み
2. お金の計画的な使い方
3. クレジットカード・電子マネー等の多様な決済（キャッシュレス）方法の仕組み
4. 情報通信（インターネット・携帯電話等）を適切に活用できる基礎知識
5. 個人情報の保護についての基礎知識
6. 訪問販売や通信販売（テレビ・インターネット・新聞広告など）の注意点
7. 詐欺的な悪質商法の手口と対策
8. 手助けが必要な高齢者、障がい者、子どもを守るための知識
9. その他 ()
10. 特にない

問 23 あなたは、「エシカル消費※1」を知っていますか。(○は1つ)

1. 知っている
2. 名前は知っているが、内容は知らない
3. 知らない

※1 「エシカル消費」: 人・社会・生物・環境等に配慮した商品やサービスを選び、消費すること

問 24 あなたは、「SDG s ※2」を知っていますか。(○は1つ)

1. 知っている
2. 名前は知っているが、内容は知らない
3. 知らない

※2 「SDG s」: 「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略称で、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。17のゴール・169のターゲットから構成されています。

問25 あなたが、今後心がけたい消費行動はありますか。(〇はいくつでも)

- | | |
|--|--------------------|
| 1. 食品ロス※3の削減 | 2. 地産地消の商品の購入 |
| 3. 節電・節水など省エネの実践 | 4. マイバッグ・マイ箸等の利用 |
| 5. 環境に配慮した商品やサービスの選択 | 6. フェアトレード※4製品等の購入 |
| 7. 表示や説明を確認し、内容を理解したうえでの商品、サービスの選択 | |
| 8. 身近に消費問題で困っている人がいたら、消費生活センターへの相談を勧める | |
| 9. その他 () | |
| 10. 特にない | |

※3 「食品ロス」：食べられるのに廃棄される食品
※4 「フェアトレード」：発展途上国の生産者に公平な労働を保障している貿易の仕組み

問26 消費生活トラブルや被害を防止するために、行政に取り組んでほしいことや、その他、消費生活に関してご意見等がございましたら、ご記入ください。

以上でアンケートは終わりです。
お忙しいところご協力いただき、誠にありがとうございました。
ご記入いただいた調査票は令和2年7月8日(水)までに
同封の封筒(切手不要)に入れて投函してください。