

消費者教育推進に関する
消費生活アンケート調査
報告書(概要版)

令和4年2月
岡山市

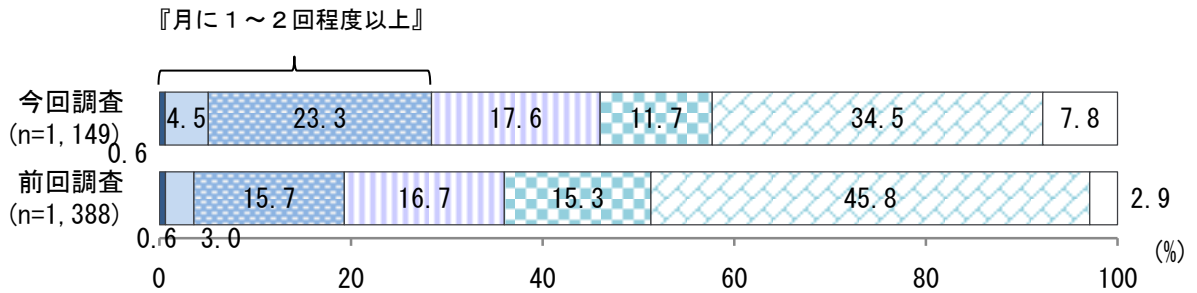
II 調査結果のまとめ

1 消費者としての意識や行動について

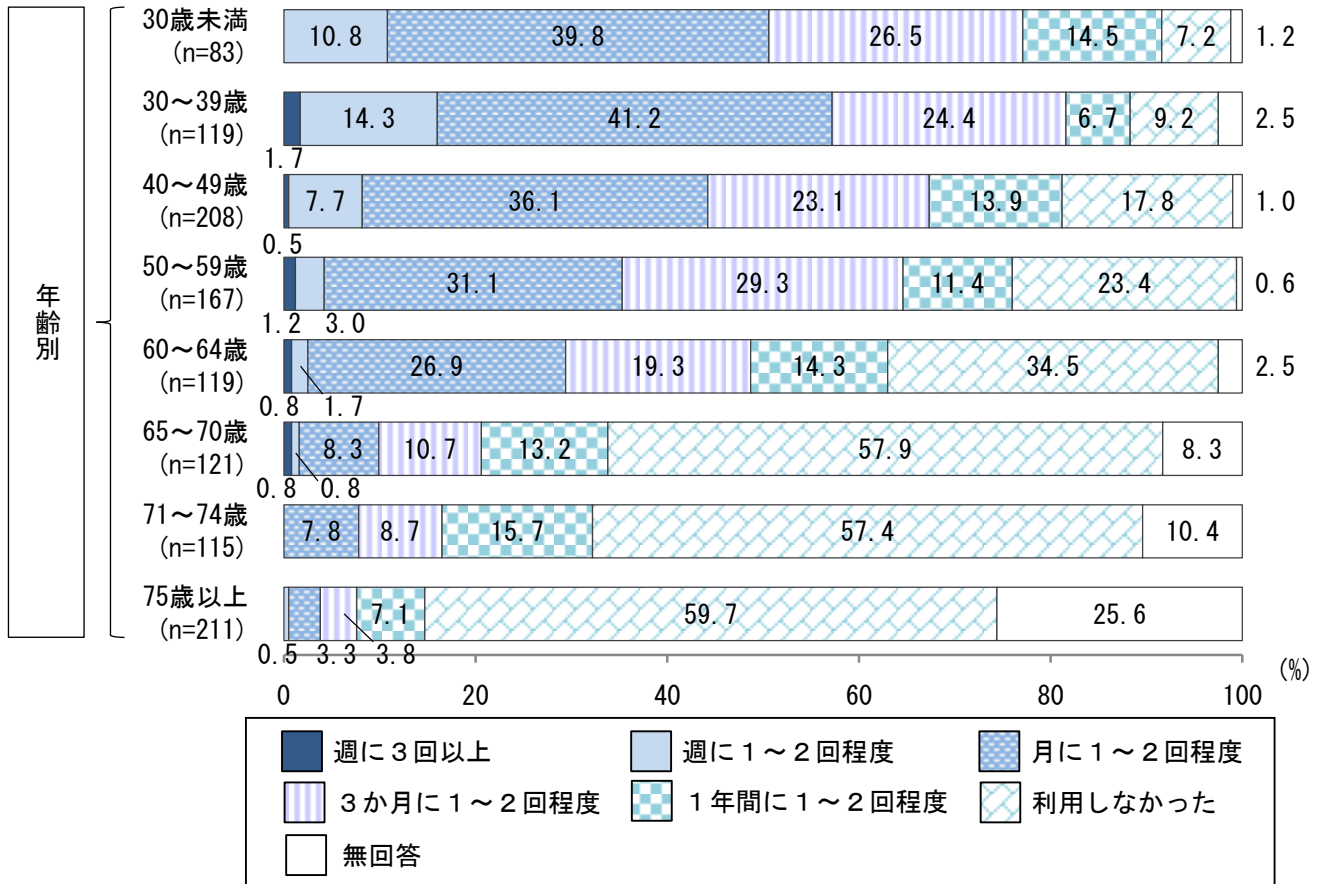
販売形態の特徴として、「インターネット通販」を「月に1～2回程度以上」の利用が28.4%と、前回調査19.3%と比べて利用率が増加。【問1】

インターネット通販を月に1～2回程度以上利用する人は30歳～39歳で57.2%と高くなっており、若年層や中高年の利用率が高い。

インターネット通販

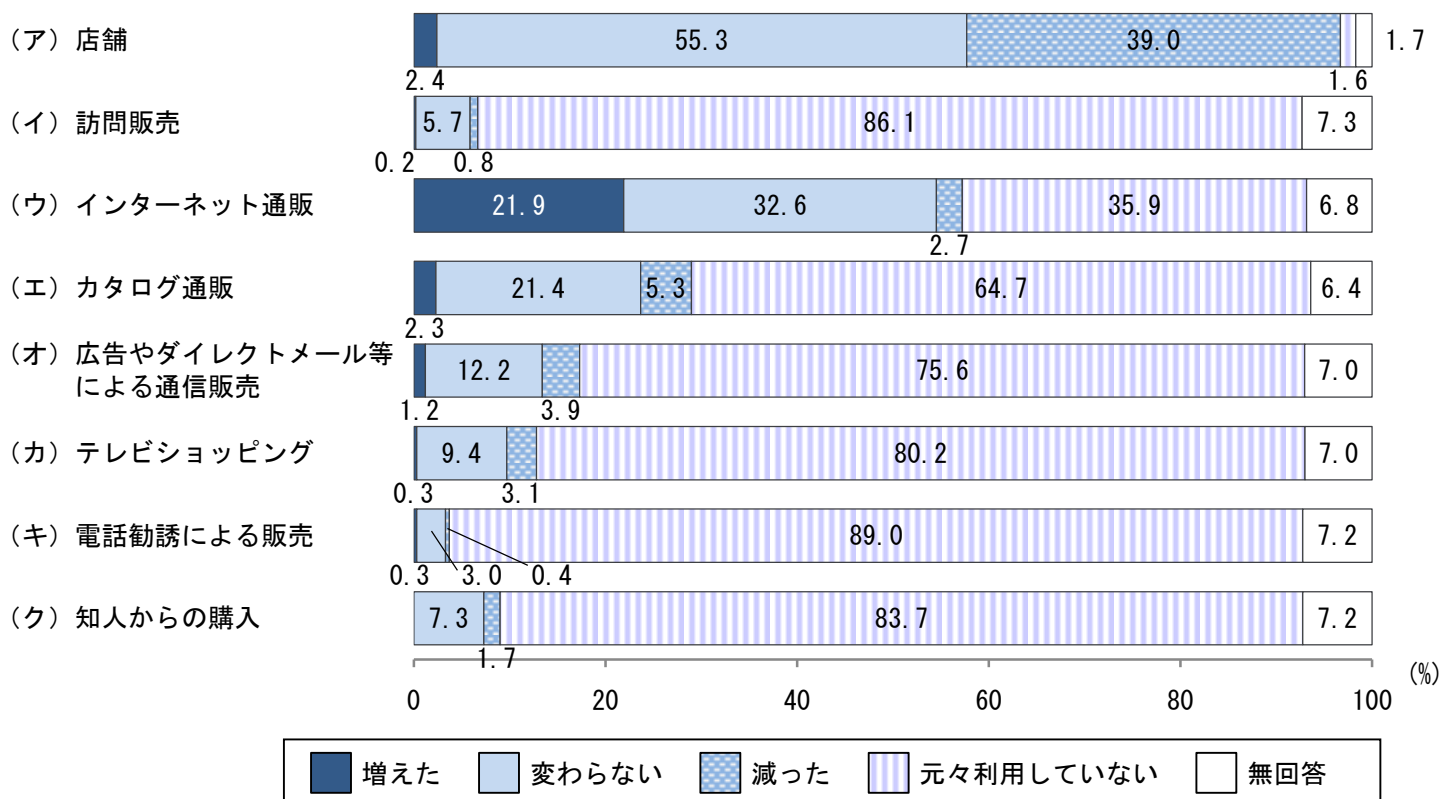


【年齢別】



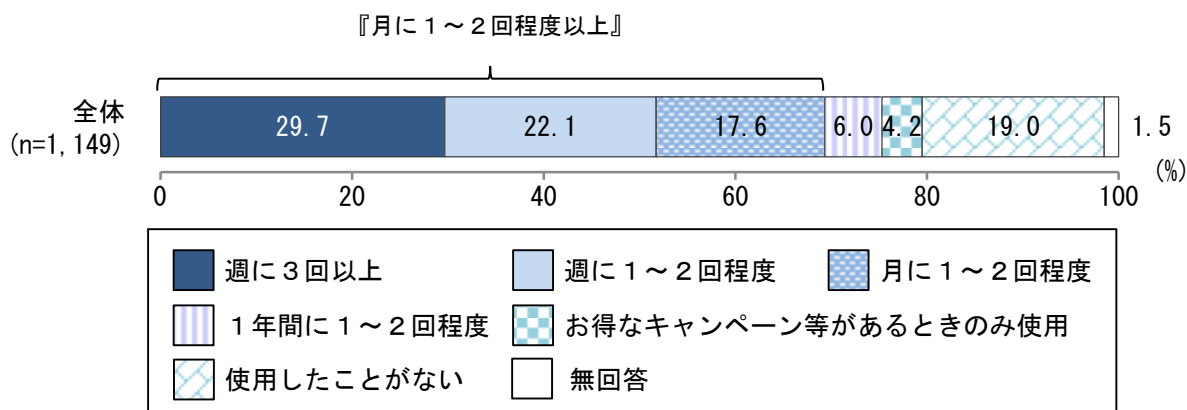
各販売形態の新型コロナウイルスの影響について、「インターネット通販」の利用が増加し、「店舗」の利用は減少。(増減:「増えた」と「減った」の差による)【問1-1】

(n=1,149)

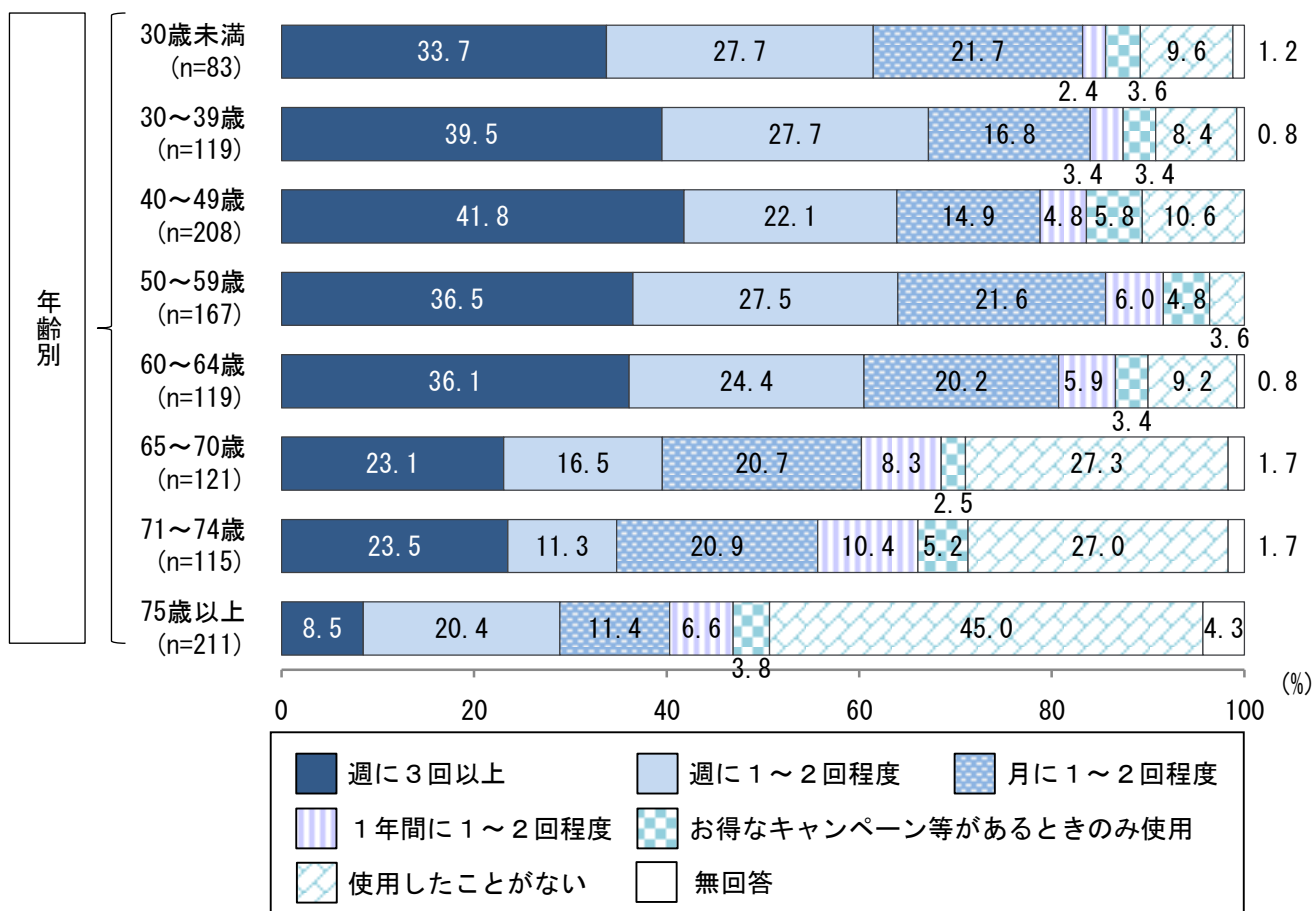


キャッシュレス決済の使用状況について、「月に1~2回程度以上」の使用が約7割。【問3】

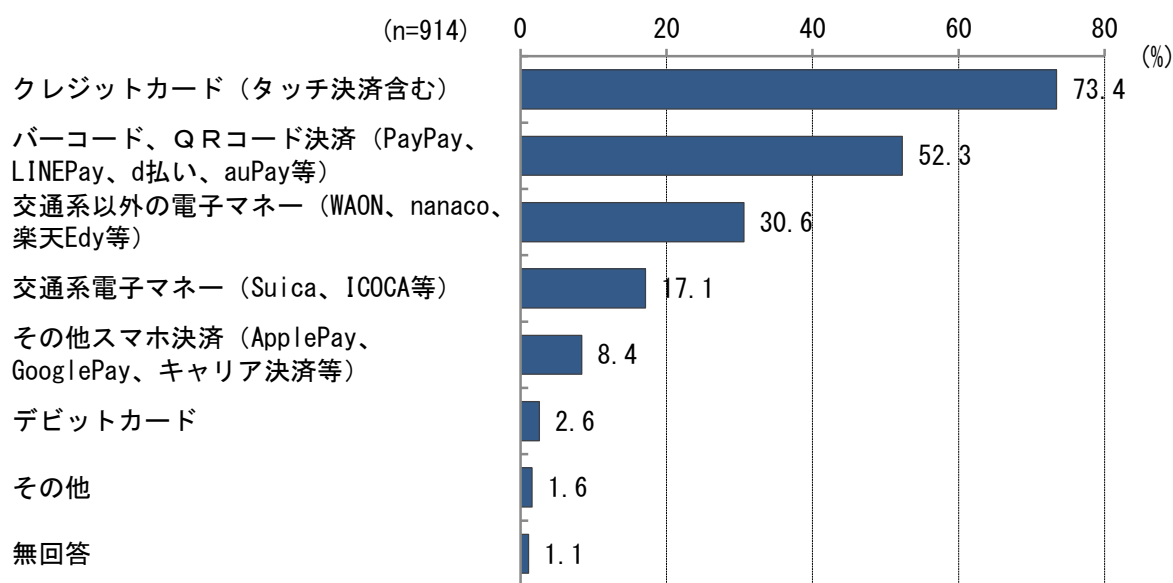
キャッシュレス決済の使用状況について、「週に3回以上」との回答が29.7%と最も高く、次いで、「週に1~2回程度」が22.1%、「月に1~2回程度」が17.6%などの順となっている。また、「使用したことがない」との回答が19.0%となっている。年齢別にみると、75歳以上で「使用したことがない」が45.0%と高くなっている。



【年齢別】

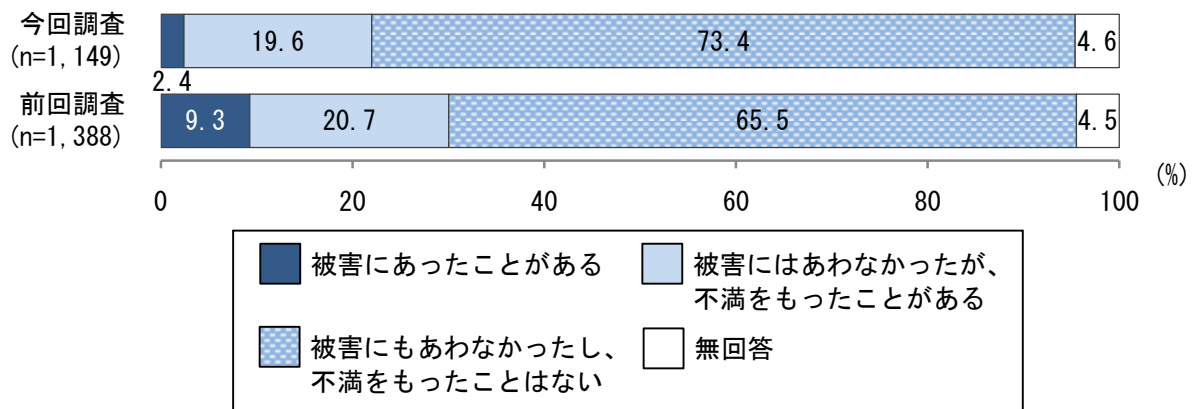


キャッシュレス決済手段について、「クレジットカード（タッチ決済含む）」が73.4%、「バーコード、QRコード決済（PayPay、LINEPay、d払い、auPay等）」が52.3%。【問3-1】



2 商品やサービスについての不満や消費者被害について

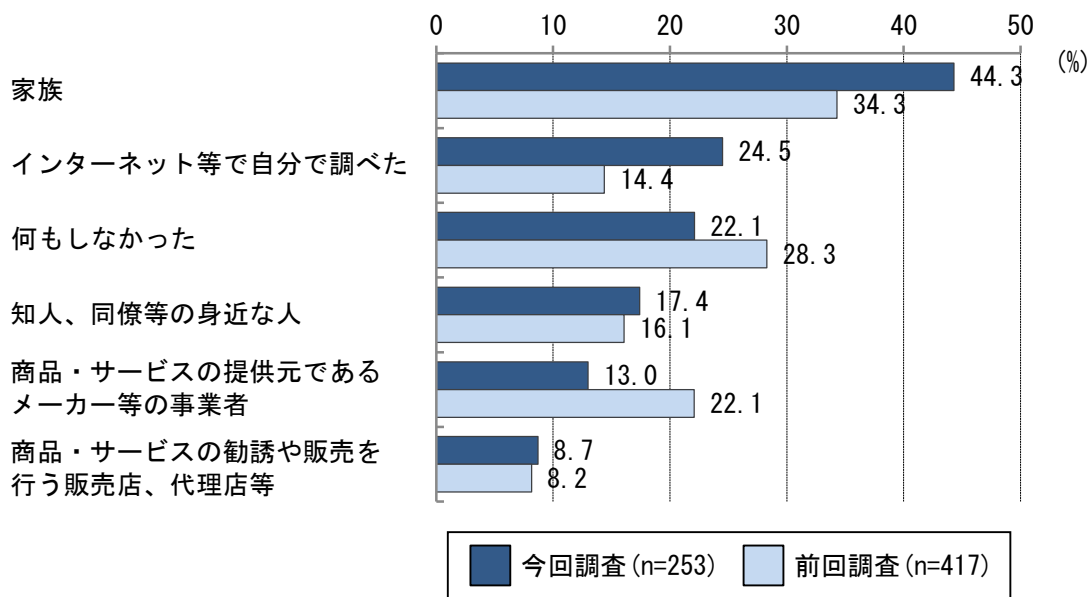
この1年間に購入した商品やサービスでの不満や被害について、前回調査と比べて、「被害にあったことがある」が6.9ポイント減少。【問4】



不満や被害の相談先について、「家族」が44.3%、「インターネット等で自分で調べた」が24.5%。「何もしなかった」が22.1%。【問4-2】

「家族」との回答が44.3%。「家族」、「インターネット等で自分で調べた」との回答はどちらも前回調査から増加傾向にあり、相談もしくは自主的に調べる等、不満や被害を受けて何らかの行動をしている人が増加している。

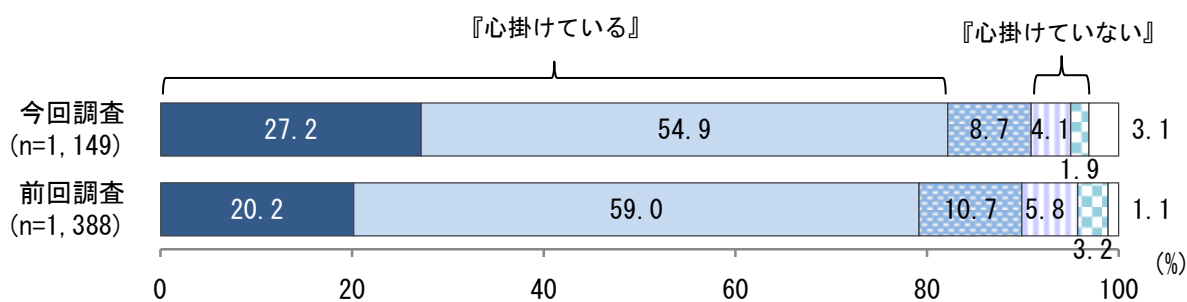
【上位6位】



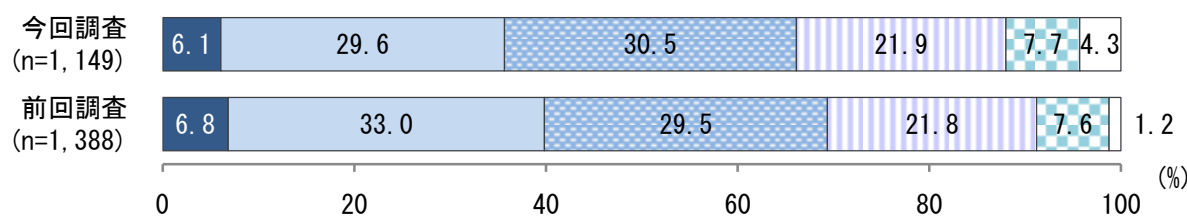
3 商品やサービスを選択する際の心掛けや消費生活の知識について

「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」ことを心掛けている割合が8割以上。「環境に配慮した商品やサービスを選択する」ことを心掛けている割合は、前回調査と比べて11.9ポイント減少。※心掛けている：「かなり心掛けている」と「ある程度心掛けている」の合計【問5】

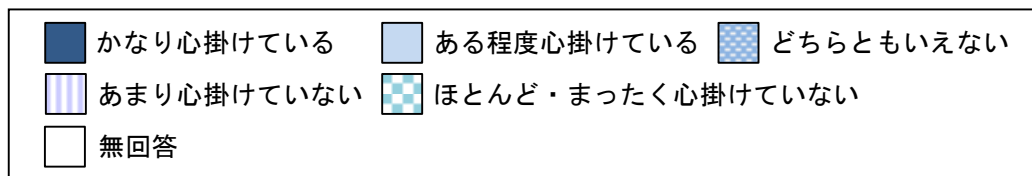
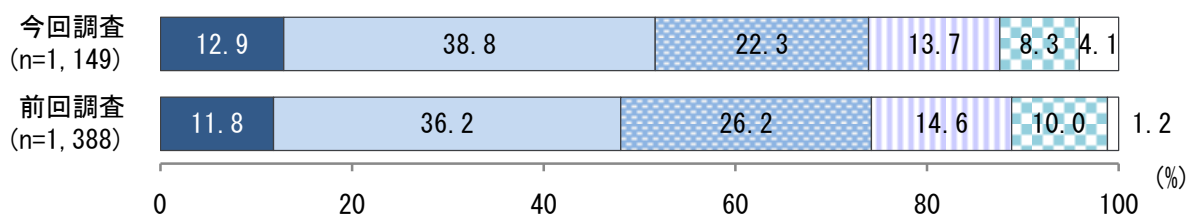
(ア) 表示や説明を十分確認し、その内容を理解した上で商品やサービスを選択する



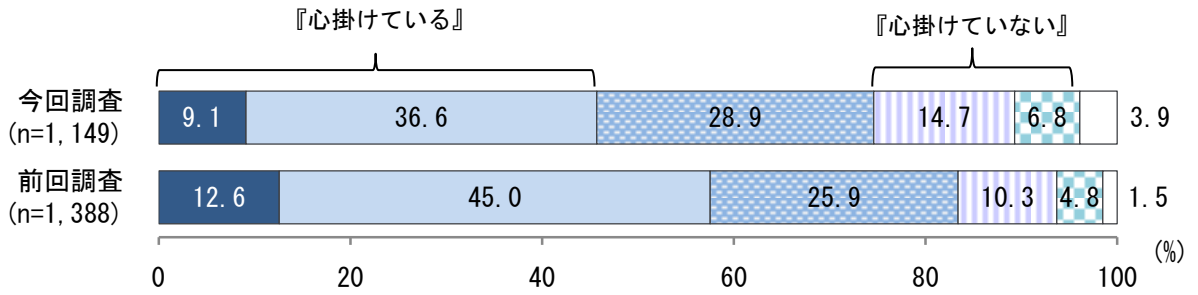
(イ) トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく



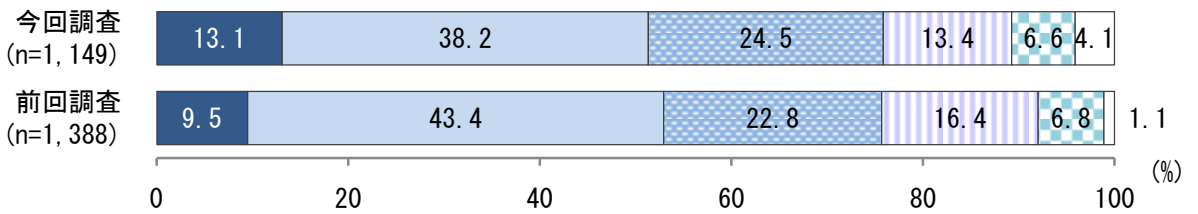
(ウ) 商品やサービスについて問題があれば、事業者伝える



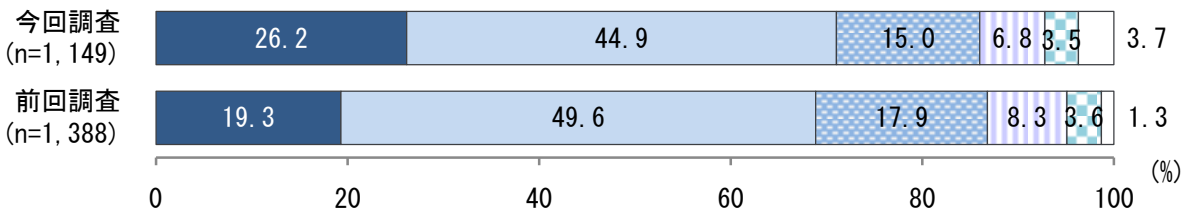
(エ) 環境に配慮した商品やサービスを選択する



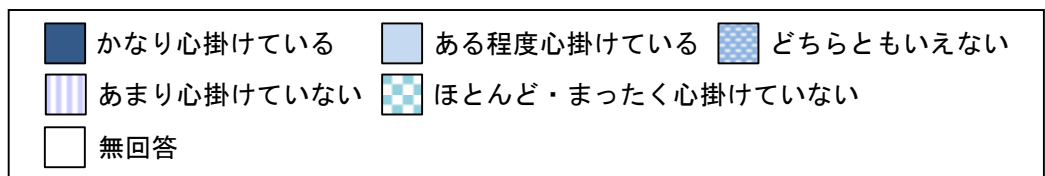
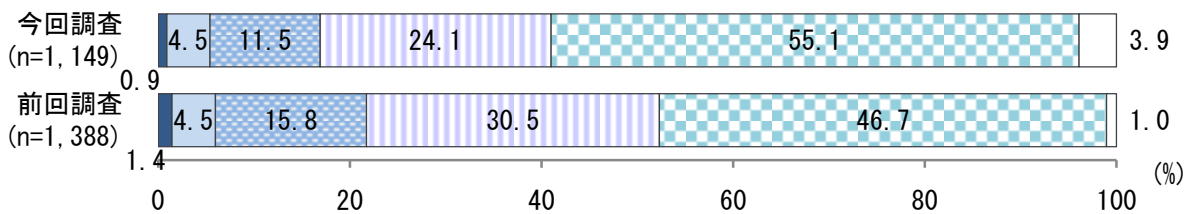
(オ) ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える



(カ) 個人情報の管理について気を付けている



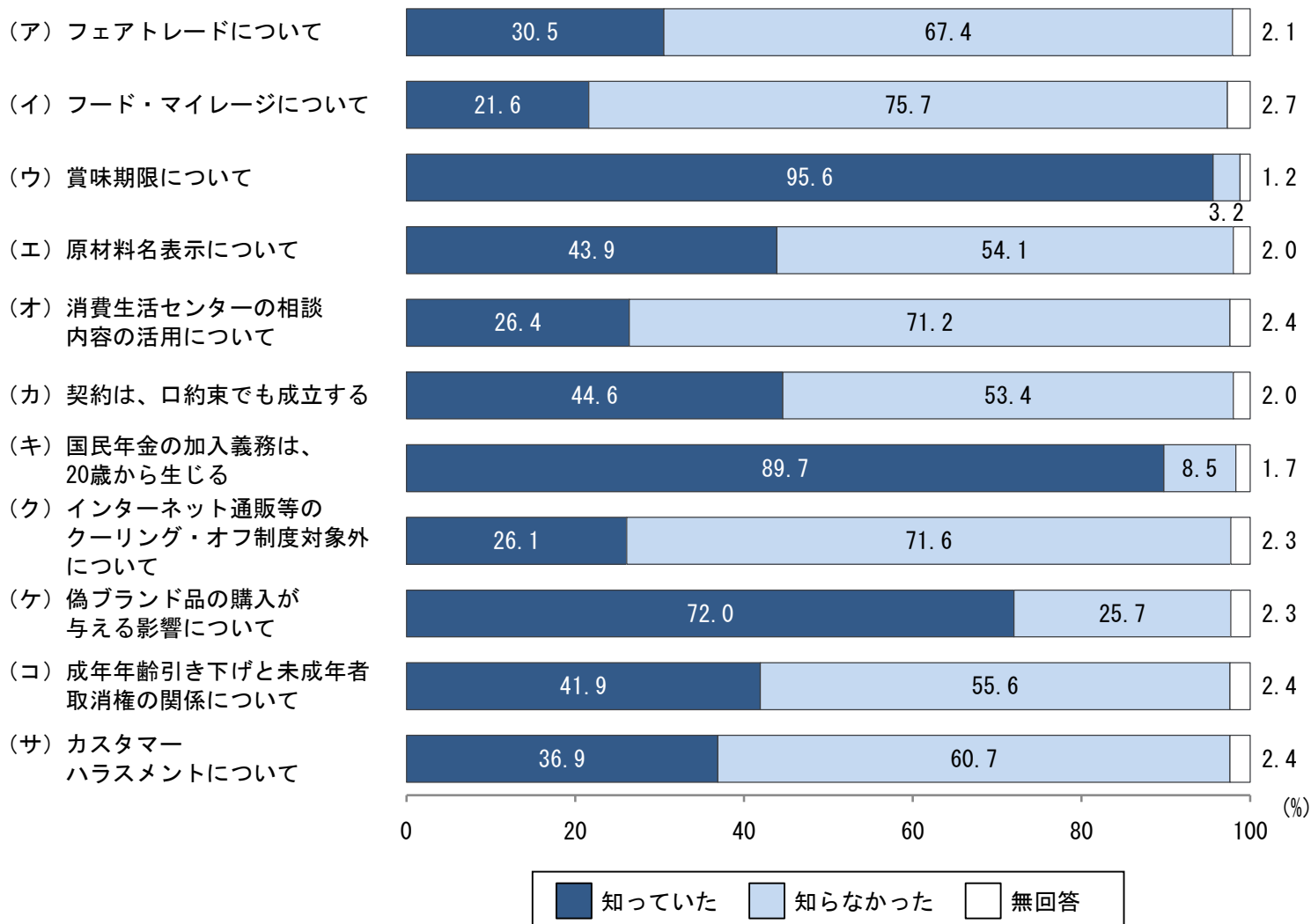
(キ) 消費者団体や市民団体等の講座やイベントに参加する



消費生活の知識について「知らなかった」割合は、「フード・マイレージについて」が75.7%、「インターネット通販等のクーリング・オフ制度対象外について」が71.6%と高くなっている。【問6】

「知っていた」との回答は「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」が95.6%、「国民年金の加入義務は、20歳から生じる」が89.7%、「偽ブランド品とわかって購入することは、違法行為を行う事業者を支援することになる」が72.0%などの順となっている。

(n=1,149)

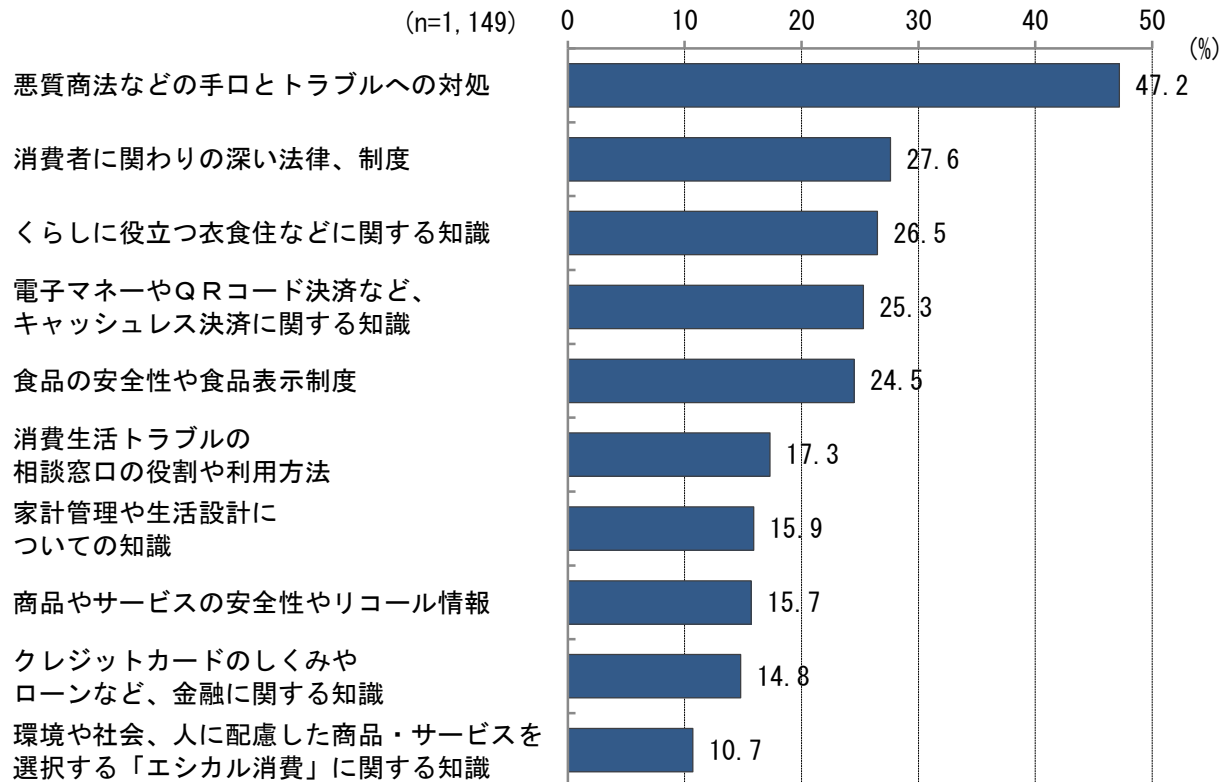


4 消費生活に関する啓発や消費者教育について

今後知りたいと思う消費生活に関する内容について、「悪徳商法などの手口とトラブルへの対処」が約47.2%。【問10】

今後知りたいと思う消費生活に関する内容について、「悪徳商法などの手口とトラブルへの対処」との回答が47.2%と最も高く、次いで、「消費者に関わりの深い法律、制度」が27.6%、「くらしに役立つ衣食住などに関する知識」が26.5%などの順となっている。

【上位10位】

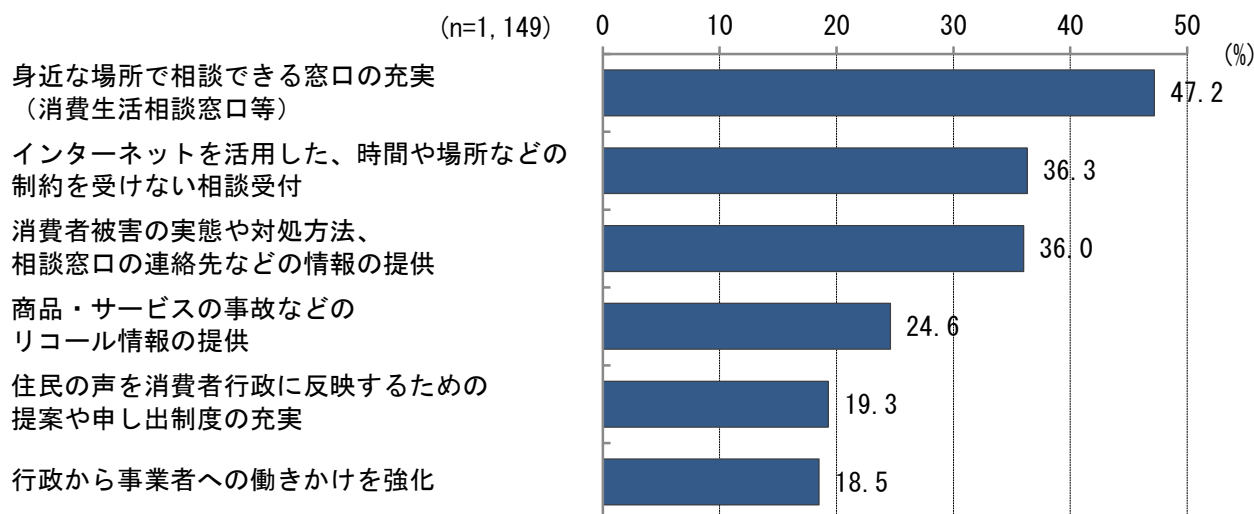


5 今後の取り組みについて

消費者問題に対する取り組みとして行った方がよいと感じることについて、「身近な場所で相談できる窓口の充実（消費生活相談窓口等）」が47.2%。【問 11】

若年層・中高年では「インターネットを活用した、時間や場所などの制約を受けない相談受付」、高齢層では「消費者被害の実態や対処方法、相談窓口の連絡先などの情報の提供」の割合が高くなっている。

【上位6位】



【年齢別】

		(%)					
		口身近な場所へ消費生活で相談できる窓口等	をた、インターネットを活用した相談受付	の法、消費者被害の実態や対処方法などの情報の提供	の商リコ・サービの事故などの提供	制映住の充実	け行政から事業者への働きかけ
全体 (n=1,149)		47.2	36.3	36.0	24.6	19.3	18.5
年齢別	30歳未満 (n=83)	31.3	53.0	25.3	26.5	15.7	15.7
	30～39歳 (n=119)	40.3	57.1	26.9	24.4	23.5	20.2
	40～49歳 (n=208)	43.8	58.7	27.9	25.0	13.5	16.3
	50～59歳 (n=167)	47.9	47.3	44.3	22.8	18.0	21.6
	60～64歳 (n=119)	53.8	37.0	39.5	26.1	26.1	17.6
	65～70歳 (n=121)	52.9	22.3	38.8	27.3	20.7	16.5
	71～74歳 (n=115)	46.1	13.0	50.4	20.0	22.6	20.0
	75歳以上 (n=211)	52.6	7.1	36.5	26.1	18.5	19.9

1位 2位 3位
※上位6位までを掲載。

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重要だと思うことについて、「小中学校や高等学校における消費者教育の取り組み」が61.0%。前回調査と比べて、「SDGs・ESD等との連携・協働」の割合が18.6ポイント増加。【問12】

【上位6位】

