

## ■R4年度「岡山市消費生活センター」認知度及び消費生活に関するアンケートの結果について

「岡山市消費生活センター」認知度及び消費生活について、岡山市民にアンケートを実施した結果は以下のとおりです。

【調査目的】 市民の消費活動の実態と消費生活センターの認知度について調査を実施し、消費生活相談・啓発事業の参考とするため。

【調査期間】 令和4年9月9日(金)～令和4年10月31日(月)

【調査方法】 アンケート1,000枚を配布

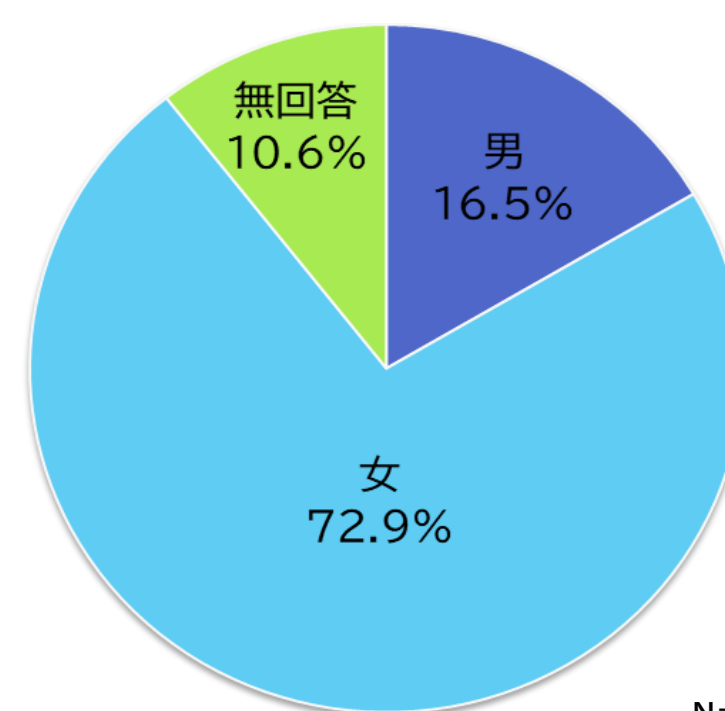
【対 象】 市民1,000名

【回 答 数】 992

※表中の%につき、小数点2桁以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

### 設問1 性別及び年齢

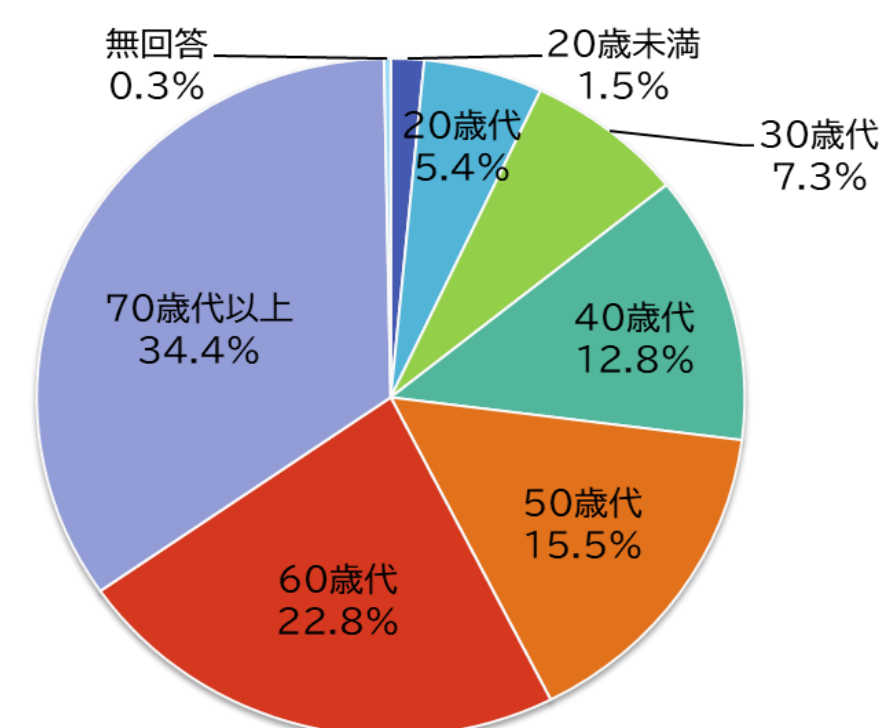
回答	回答数	割合
男	164	16.5%
女	723	72.9%
無回答	105	10.6%
計	992	



N=992

60歳以上が全体の6割5分を占めている。

回答	回答数	割合
20歳未満	15	1.5%
20歳代	54	5.4%
30歳代	72	7.3%
40歳代	127	12.8%
50歳代	154	15.5%
60歳代	226	22.8%
70歳代以上	341	34.4%
無回答	3	0.3%
計	992	

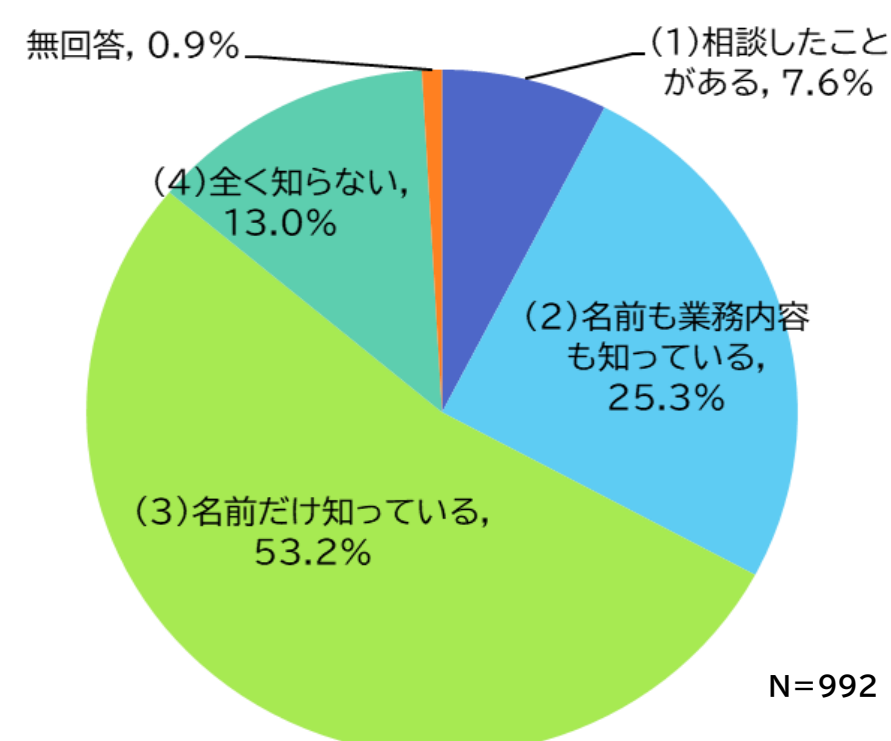


N=992

### 設問2 岡山市消費生活センター(市役所本庁舎2階)をご存じですか。

名前だけ知っていると回答した人が過半数を占めている。

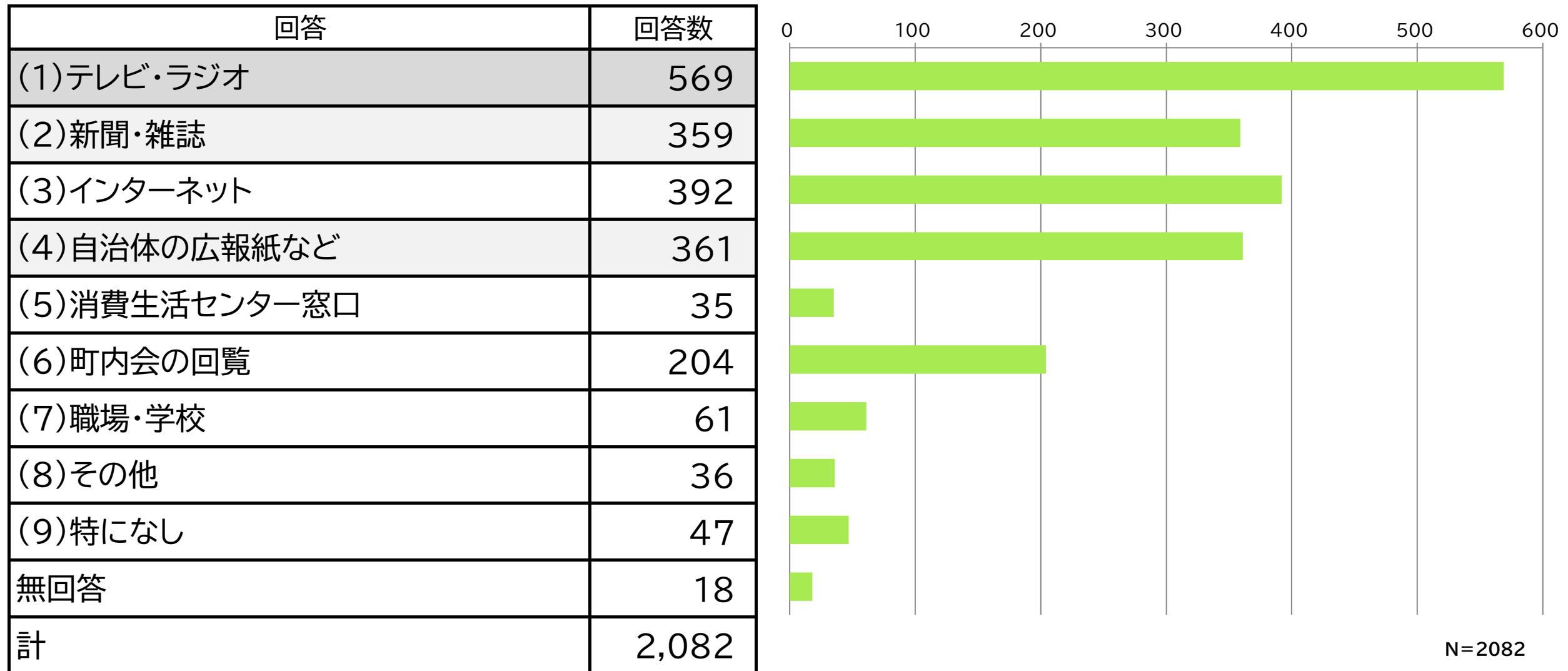
回答	回答数	割合
(1)相談したことがある	75	7.6%
(2)名前も業務内容も知っている	251	25.3%
(3)名前だけ知っている	528	53.2%
(4)全く知らない	129	13.0%
無回答	9	0.9%
計	992	



N=992

設問3 消費生活に関する情報をどんな方法で入手していますか。  
(いくつでも可)

テレビ・ラジオという回答が最も多い。一方、新聞・雑誌、自治体の広報紙などの紙媒体からも情報を入手している。



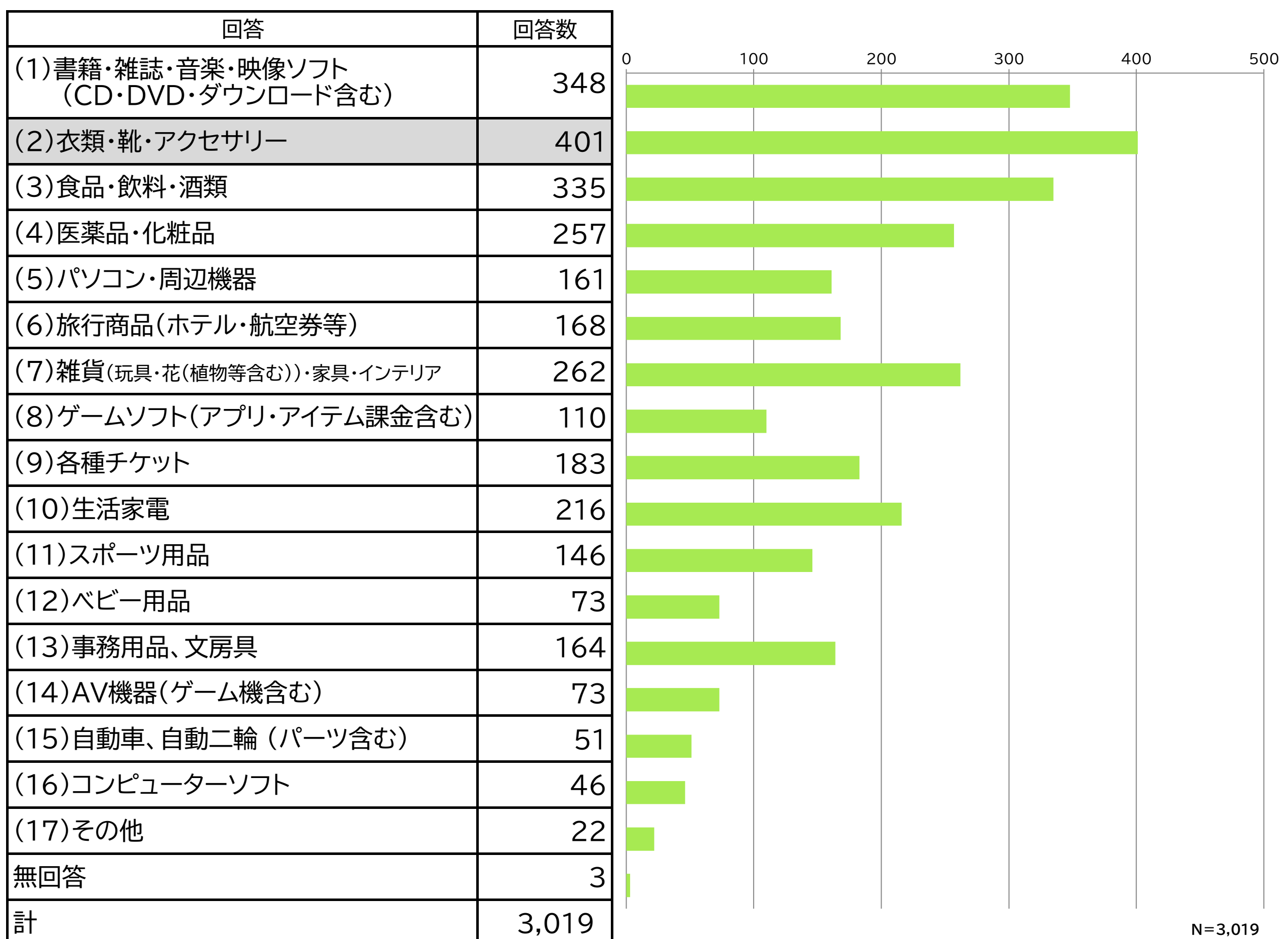
設問4 インターネットショッピングの利用頻度(アプリ内購入も含む)  
についてお答えください。

約3割7分が月1回以上利用している一方、約4割が利用していないと回答している。



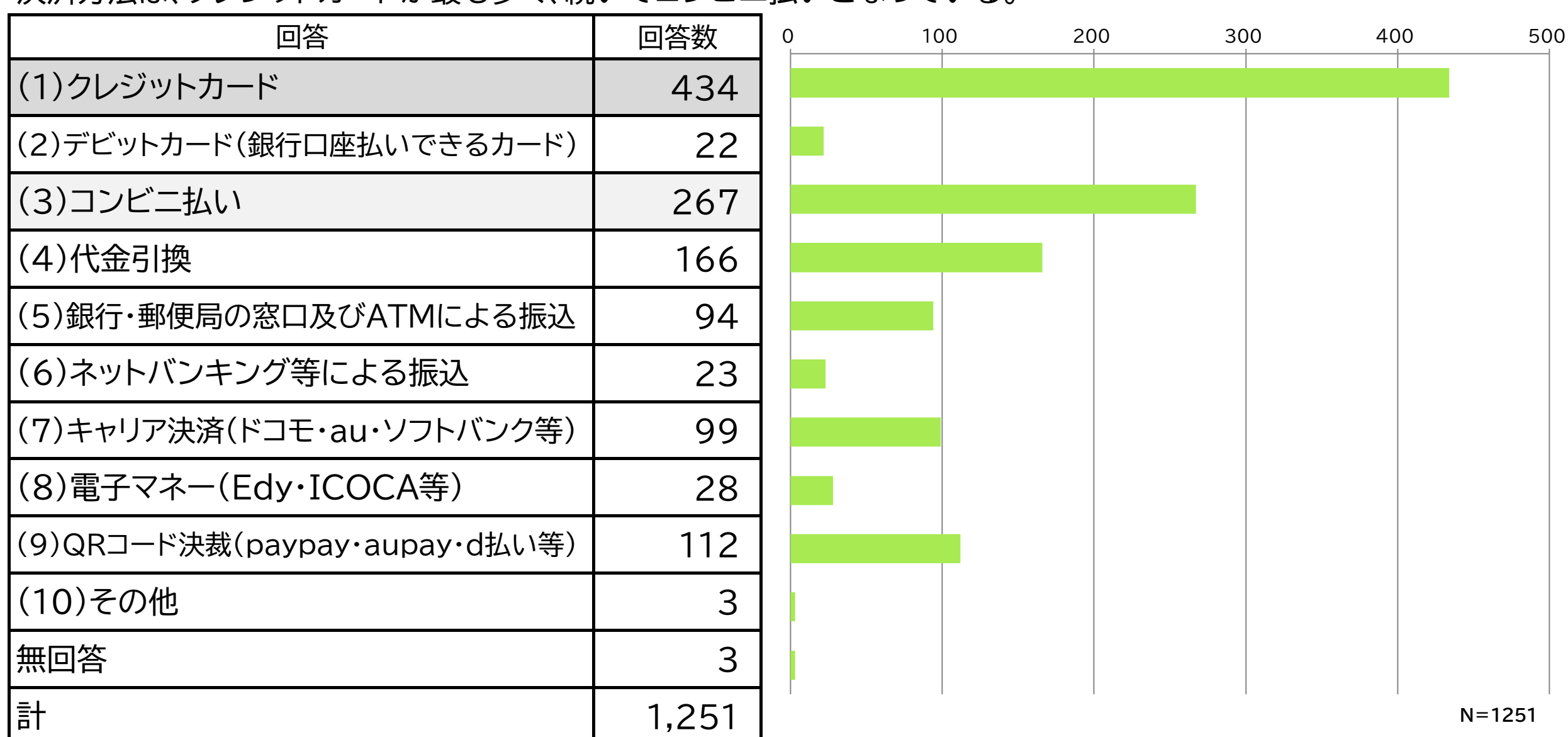
設問5 インターネットで購入したことがあるものに○をつけてください。(いくつでも可)

衣料・靴・アクセサリという回答が最も多い。



## 設問6 インターネットショッピングでの決済方法に○をつけてください。(いくつでも可)

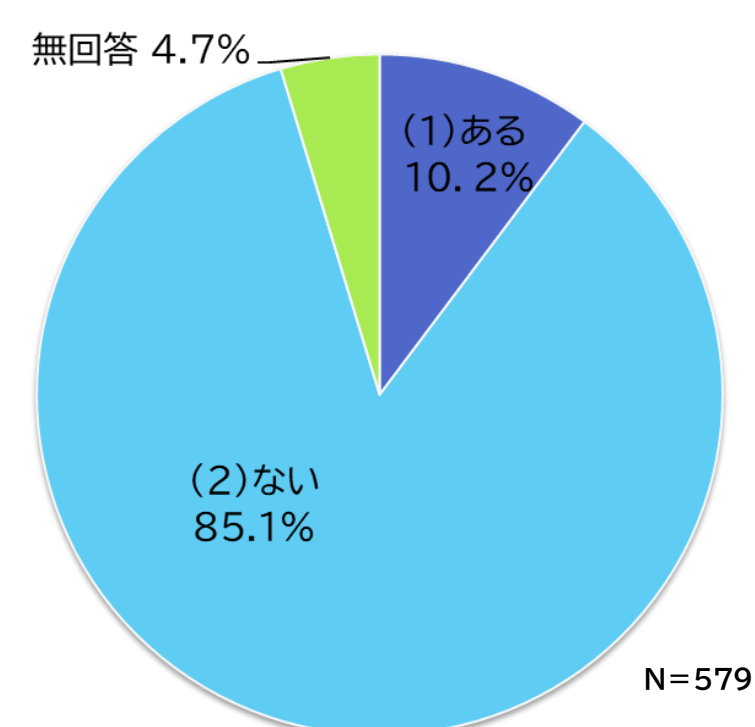
決済方法は、クレジットカードが最も多く、続いてコンビニ払いとなっている。



## 設問7 インターネットショッピングで契約トラブルに遭ったことはありますか。

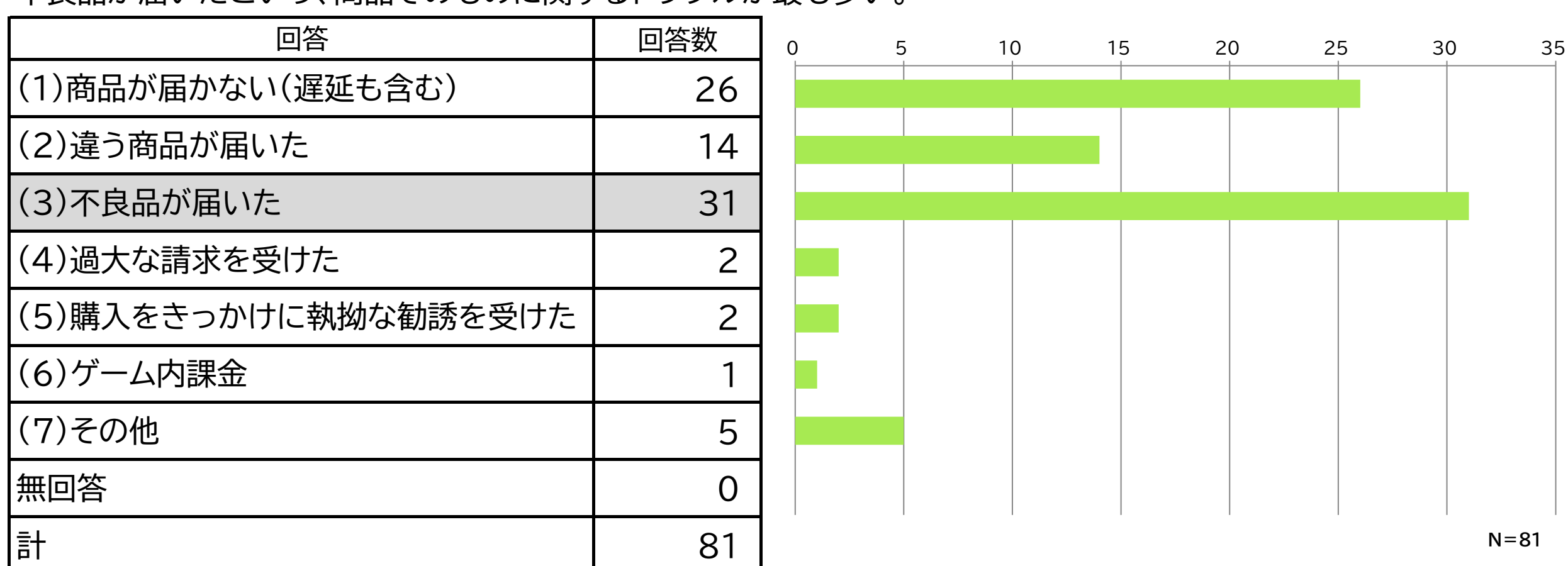
約1割が、契約トラブルに遭った経験がある。

回答	回答数	割合
(1)ある ⇒設問8へ	59	10.2%
(2)ない	493	85.1%
無回答	27	4.7%
計	579	



## 設問8 トラブル内容についてお答えください。(いくつでも可)

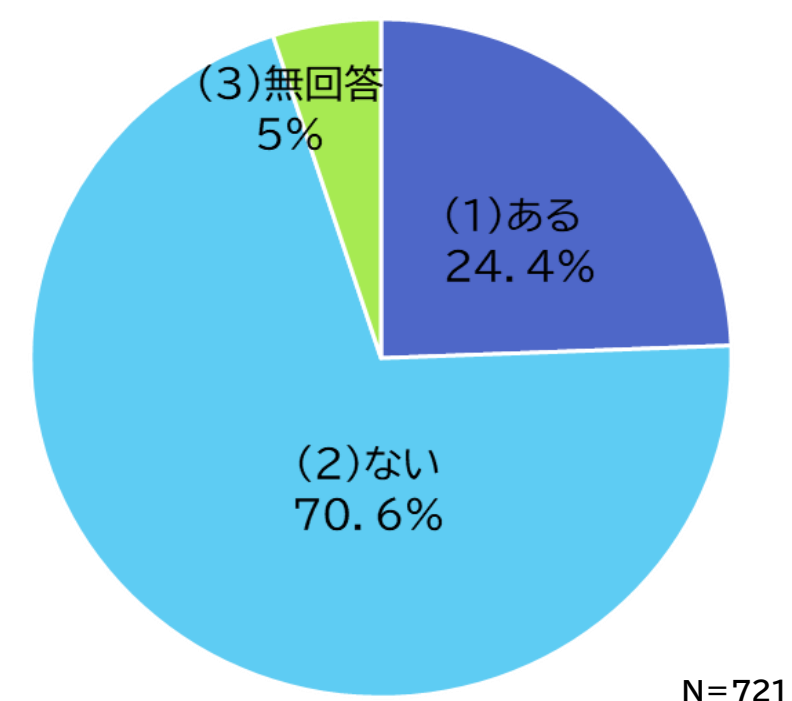
不良品が届いたという、商品そのものに関するトラブルが最も多い。



## 設問9 インターネットで「定期購入」の商品を申し込んだことはありますか。

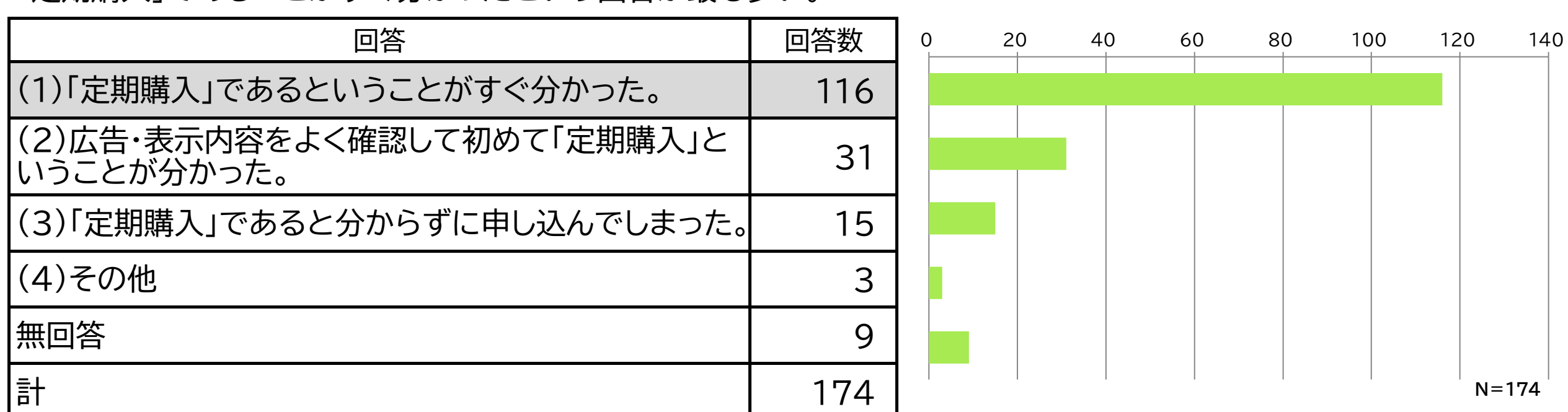
約2割5分が、定期購入の商品の申込経験がある。

回答	回答数	割合
(1)ある⇒設問9-2へ	176	24.4%
(2)ない	509	70.6%
無回答	36	5.0%
計	721	



## 設問9-2 定期購入であるという表示や広告は分かりやすかったですか。

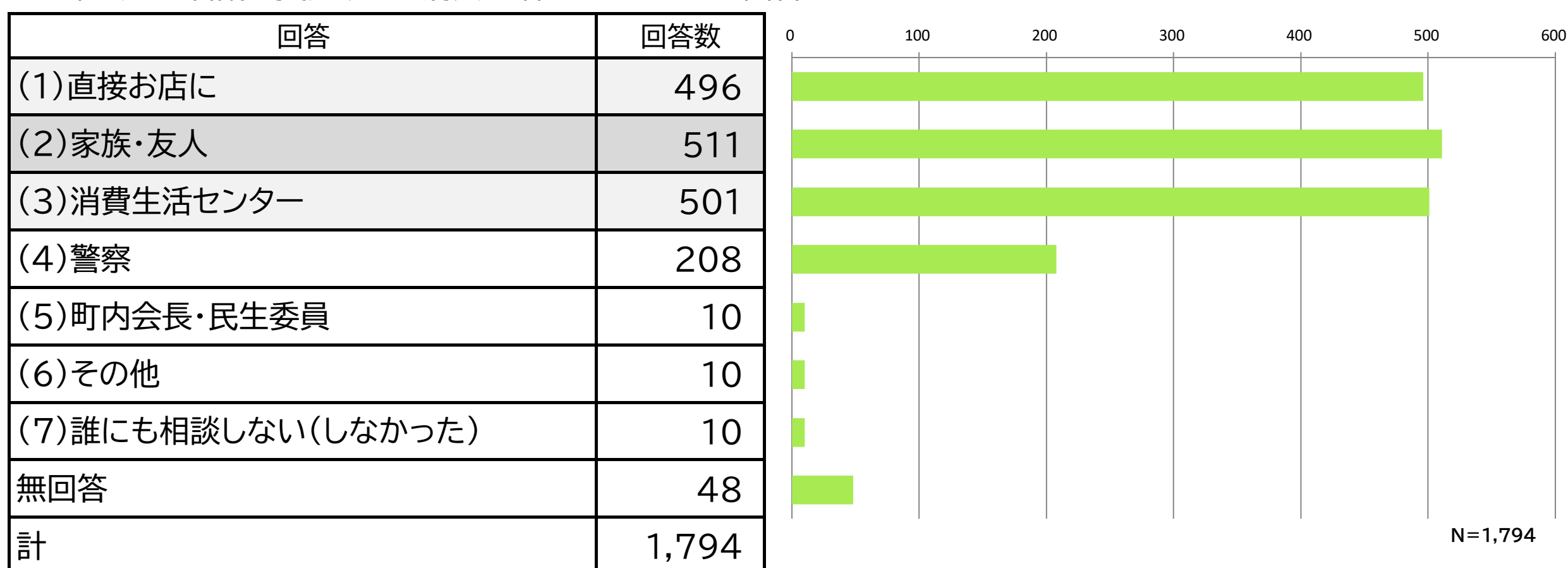
「定期購入」であることがすぐ分かったという回答が最も多い。





設問10 あなたがもし契約トラブルにあってしまったら、どこに(誰に)相談しますか。  
または相談しましたか。(いくつでも可)

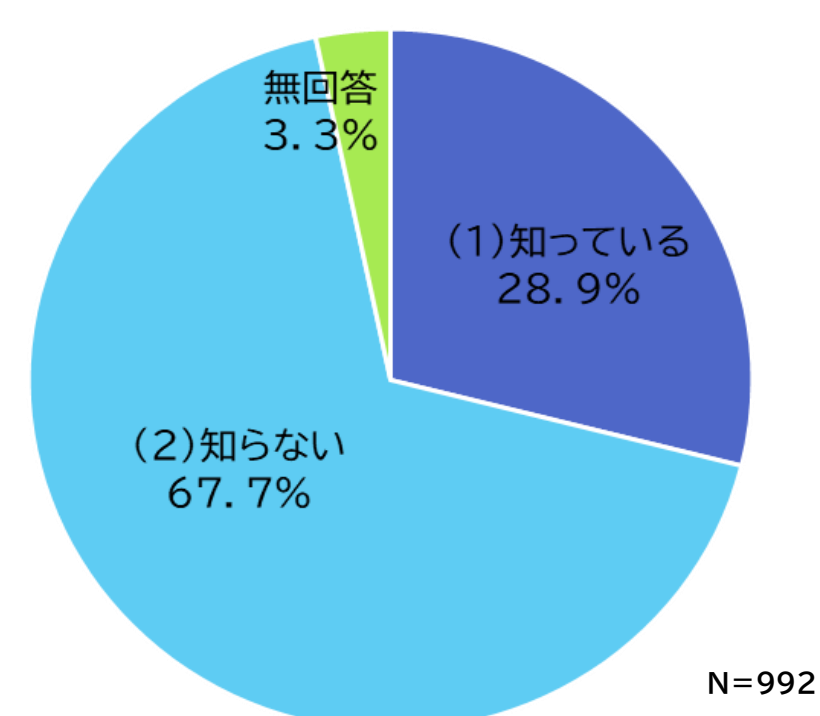
ほぼ同数で、店舗、家族・友人、消費生活センターという回答があった。



設問11 消費生活センターが実施している、消費生活出前講座を知っていますか。

約6割8分が、出前講座を知らない。

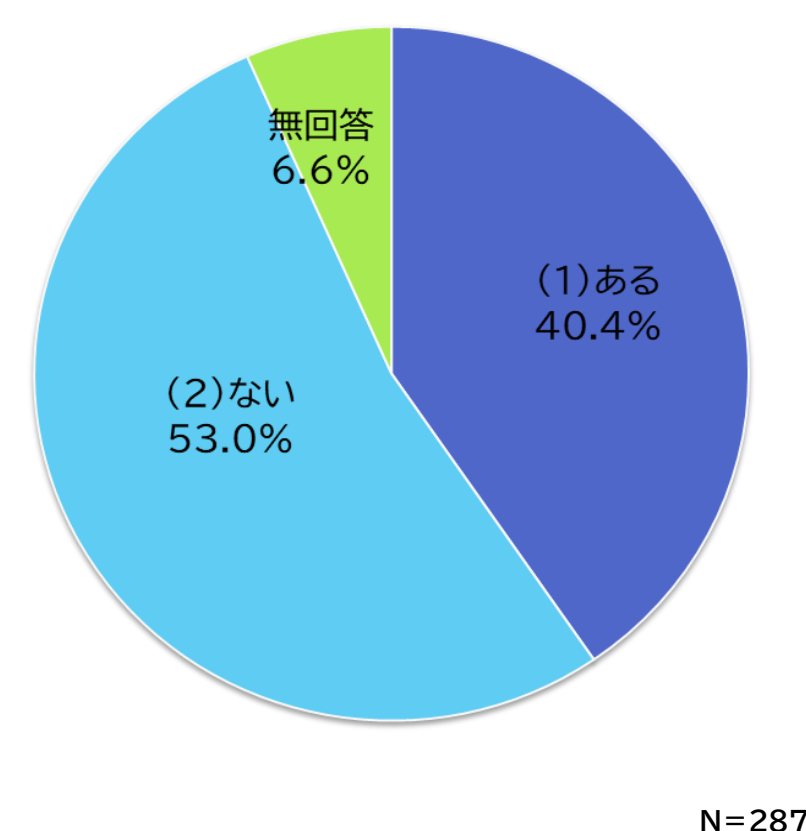
回答	回答数	割合
(1)知っている ⇒設問12へ	287	28.9%
(2)知らない	672	67.7%
無回答	33	3.3%
計	992	



設問12 消費生活出前講座を受けたことがありますか。

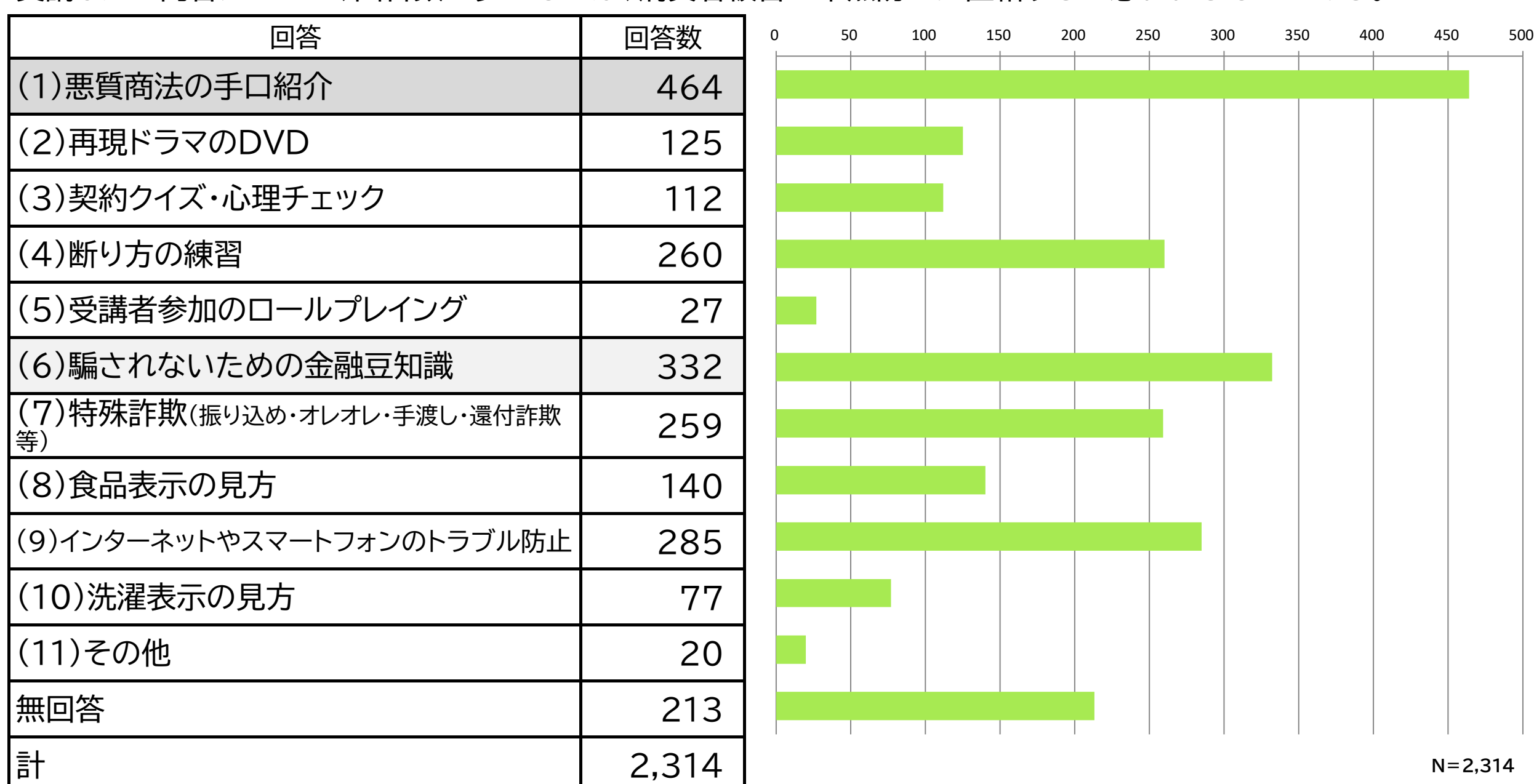
「出前講座」を知っている人の4割が、講座の受講経験がある。

回答	回答数	割合
(1)ある	116	40.4%
(2)ない	152	53.0%
無回答	19	6.6%
計	287	



設問13 消費生活出前講座で受講したい内容について、○をつけてください。(いくつでも可)

受講したい内容について、回答数の多いものは、消費者被害の未然防止に直結すると思われるものである。



## 【若年・中年層と高齢層比較】

※若年・中年層:20歳未満～50歳代 / 高齢層:60歳代～70歳代以上

## 設問1 性別及び年齢

性別	若年・中年層	高齢層
男	21.6%	12.6%
女	70.6%	74.7%
無回答	7.8%	12.6%

年齢	若年・中年層	高齢層
20歳未満	3.5%	
20歳代	12.7%	
30歳代	16.9%	
40歳代	29.9%	
50歳代	36.2%	
60歳代		39.6%
70歳代以上		59.8%

## 設問2 岡山市消費生活センター(市役所本庁舎2階)をご存じですか。

高齢層の方が、消費生活センターの認知度が高い。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)相談したことがある	5.9%	8.8%
(2)名前も業務内容も知っている	16.9%	31.4%
(3)名前だけ知っている	54.4%	52.5%
(4)全く知らない	22.1%	6.3%
無回答	0.7%	1.1%

## 設問3 消費生活に関する情報をどんな方法で入手していますか。(複数回答可)

若年・中年層は、インターネットという回答数が最も多いのに対し、高齢層は、テレビ・ラジオという回答数が最も多い。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)テレビ・ラジオ	213	357
(2)新聞・雑誌	97	263
(3)インターネット	270	123
(4)自治体の広報紙など	80	281
(5)消費生活センター窓口	10	25
(6)町内会の回覧	44	160
(7)職場・学校	41	20
(8)その他	6	30
(9)特になし	36	11
無回答	6	12
計	803	1,282

## 設問4 インターネットショッピングの利用頻度(アプリ内購入も含む)についてお答えください。

月に1回以上利用する割合は、若年・中年層では6割を超えているのに対し、高齢層では約1割7分である。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)週2～3回利用	4.7%	0.9%
(2)週1回利用	11.1%	2.6%
(3)2週間に1回利用	14.4%	2.5%
(4)月に1回利用	33.4%	10.9%
(5)3か月に1回利用	14.4%	8.4%
(6)6か月に1回利用	6.8%	13.5%
(7)利用していない(1年に1回以下含む)	14.1%	57.5%
無回答	1.2%	3.7%

設問5 インターネットで購入したことがあるものに○をつけてください。  
(いくつでも可)

若年・中年層は、衣料・靴・アクセサリという回答が最も多く、高齢層は、食品・飲料・酒類という回答が最も多い。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)書籍・雑誌・音楽・映像ソフト(CD・DVD・ダウンロードも含む)	244	106
(2)衣類・靴・アクセサリ	286	116
(3)食品・飲料・酒類	211	125
(4)医薬品・化粧品	168	90
(5)パソコン・周辺機器	119	43
(6)旅行商品(ホテル・航空券等)	115	54
(7)雑貨(玩具・花(植物等含む))・ 家具・インテリア	184	79
(8)ゲームソフト(アプリ・アイテム課金含む)	100	10
(9)各種チケット	138	46
(10)生活家電	154	63
(11)スポーツ用品	118	28
(12)ベビー用品	59	14
(13)事務用品、文房具	117	48
(14)AV機器(ゲーム機含む)	65	8
(15)自動車、自動二輪(パーツ含む)	40	11
(16)コンピューターソフト	34	12
(17)その他	10	12
無回答	1	2
計	2,163	867

設問6 インターネットショッピングでの決済方法に○をつけてください。  
(いくつでも可)

若年・中年層、高齢層ともにクレジットカード、コンビニ払いが多い。また、若年・中年層の方が決済手段が豊富である。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)クレジットカード	292	143
(2)デビットカード(銀行口座払いできるカード)	16	6
(3)コンビニ払い	171	98
(4)代金引換	96	72
(5)銀行・郵便局の窓口及びATMによる振込	53	41
(6)ネットバンキング等による振込	12	11
(7)キャリア決済(ドコモ・au・ソフトバンク等)	88	11
(8)電子マネー(Edy・ICOCA等)	22	6
(9)QRコード決済(paypay・aupay・d払い)	87	25
(10)その他	2	1
無回答	0	3
計	839	417

設問7 インターネットショッピングで契約トラブルに遭ったことはありますか。

契約トラブルに遭った経験の割合は、高齢層より若年・中年層の方が高い。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)ある ⇒設問8へ	12.8%	6.3%
(2)ない	83.6%	87.3%
無回答	3.6%	6.3%

## 設問8 トラブル内容についてお答えください。(いくつでも可)

若年・中年層、高齢層ともに不良品が届いたという回答が最も多い。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)商品が届かない(遅延も含む)	23	3
(2)違う商品が届いた	11	3
(3)不良品が届いた	25	7
(4)過大な請求を受けた	2	0
(5)購入をきっかけに執拗な勧誘を受けた	1	1
(6)ゲーム内課金	1	0
(7)その他	2	3
無回答	0	0
計	65	17

## 設問9 インターネットで「定期購入」の商品を申し込んだことはありますか。

「定期購入」の申し込み経験の割合は、若年・中年層、高齢層では大きな差はなかった。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)ある	30.6%	29.4%
(2)ない	61.9%	60.2%
無回答	7.5%	10.4%

## 設問9-2 定期購入であるという表示や広告は分かりやすかったですか。

若年・中年層、高齢層ともに「定期購入」であると分からず申し込んだという回答が一定数あった。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)「定期購入」であるということがすぐ分かった。	77	39
(2)広告・表示内容をよく確認して初めて「定期購入」ということが分かった。	19	13
(3)「定期購入」であると分からずに申し込んでしまった。	9	6
(4)その他	1	2
無回答	4	5
計	110	65

## 設問10 あなたがもし契約トラブルにあってしまったら、どこに(誰に)相談しますか。または相談しましたか。(いくつでも可)

相談先として、若年・中年層は、直接お店にという回答が最も多く、高齢層は、消費生活センターという回答が最も多い。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)直接お店に	272	226
(2)家族・友人	218	294
(3)消費生活センター	167	334
(4)警察	74	134
(5)町内会長・民生委員	1	9
(6)その他	4	6
(7)誰にも相談しない(しなかった)	4	6
無回答	13	35
計	753	1,044

## 設問11 消費生活センターが実施している、消費生活出前講座を知っていますか。

若年・中年層では、出前講座を知らない割合が8割を超えている。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)知っている ⇒設問12へ	15.3%	39.0%
(2)知らない	82.6%	56.8%
無回答	2.1%	4.2%

## 設問12 消費生活出前講座を受けたことがありますか。

高齢層の方が、出前講座の受講経験割合が高い。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)ある	30.8%	43.2%
(2)ない	63.1%	50.0%
無回答	6.2%	6.8%

設問13 消費生活出前講座で受講したい内容について、○をつけてください。  
(いくつでも可)

若年・中年層、高齢層ともに悪質商法の手口紹介という回答が多い。

回答	若年・中年層	高齢層
(1)悪質商法の手口紹介	175	291
(2)再現ドラマのDVD	48	78
(3)契約クイズ・心理チェック	57	55
(4)断り方の練習	101	160
(5)受講者参加のロールプレイング	13	14
(6)騙されないための金融豆知識	163	169
(7)特殊詐欺(振り込め・オレオレ・手渡し・還付詐欺等)	85	176
(8)食品表示の見方	60	80
(9)インターネットやスマートフォンのトラブル防止	153	133
(10)洗濯表示の見方	39	38
(11)その他	9	11
無回答	75	138
計	978	1,343