

2 消費生活について

（1）消費者トラブルにあった際の「安心して相談できるところ」の有無

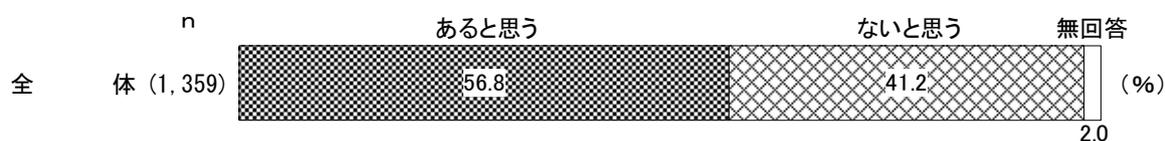
◇「あると思う」が5割台半ば

悪質事業者による押し売りや、化粧品による健康被害など消費者トラブルが後を絶たない中、県では相談窓口の整備や、消費者に商品事故に関する情報や契約トラブルへの対処法を伝える消費者教育の推進などに取り組んでいます。

今後の取組推進の参考とするため、県民の皆さまの意識をお聞きいたします。

問4 あなたは、消費者トラブルにあった時、市町村の窓口など「安心して相談できるところ」があると思いますか。（○は1つ）

<図表2-1>消費者トラブルにあった際の「安心して相談できるところ」の有無



消費者トラブルにあった時、市町村の窓口など「安心して相談できるところ」があると思うか聞いたところ、「あると思う」（56.8%）が5割台半ばで高くなっている。

一方、「ないと思う」（41.2%）は4割を超えている。（図表2-1）

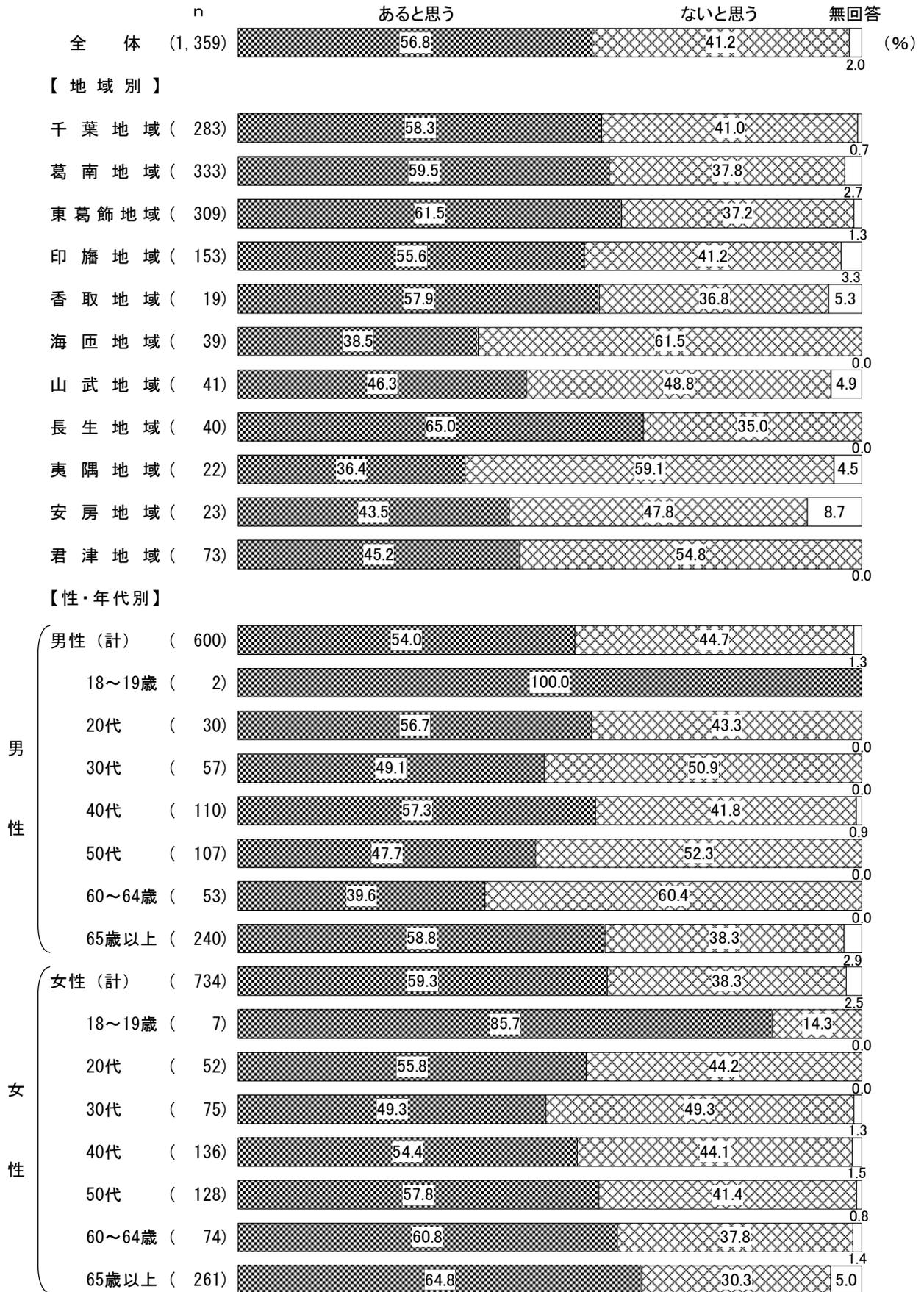
【地域別】

地域別にみると、「ないと思う」は“海匠地域”（61.5%）が6割を超え、“君津地域”（54.8%）が5割台半ばで高くなっている。（図表2-2）

【性・年代別】

性・年代別にみると、「あると思う」は女性の65歳以上（64.8%）が6割台半ばで高くなっている。一方、「ないと思う」は男性の60～64歳（60.4%）が6割、男性の50代（52.3%）が5割を超えて高くなっている。（図表2-2）

<図表2-2>消費者トラブルにあった際の「安心して相談できるところ」の有無／地域別、性・年代別

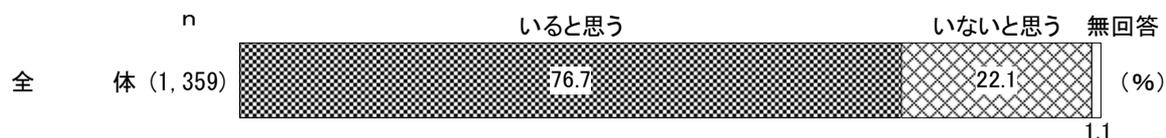


（2）消費者トラブルにあった際の「いつでも相談できる人」の有無

◇「いると思う」が7割台半ば

問5 あなたは、消費者トラブルにあった時に、地域や身近なところで、家族や知人など「いつでも相談できる人」がいますか。（○は1つ）

<図表2-3>消費者トラブルにあった際の「いつでも相談できる人」の有無



消費者トラブルにあった時に、地域や身近なところで、家族や知人など「いつでも相談できる人」がいると思うか聞いたところ、「いると思う」（76.7%）が7割台半ばで高くなっている。

一方、「いないと思う」（22.1%）は2割を超えている。（図表2-3）

【地域別】

地域別にみると、大きな傾向の違いはみられない。（図表2-4）

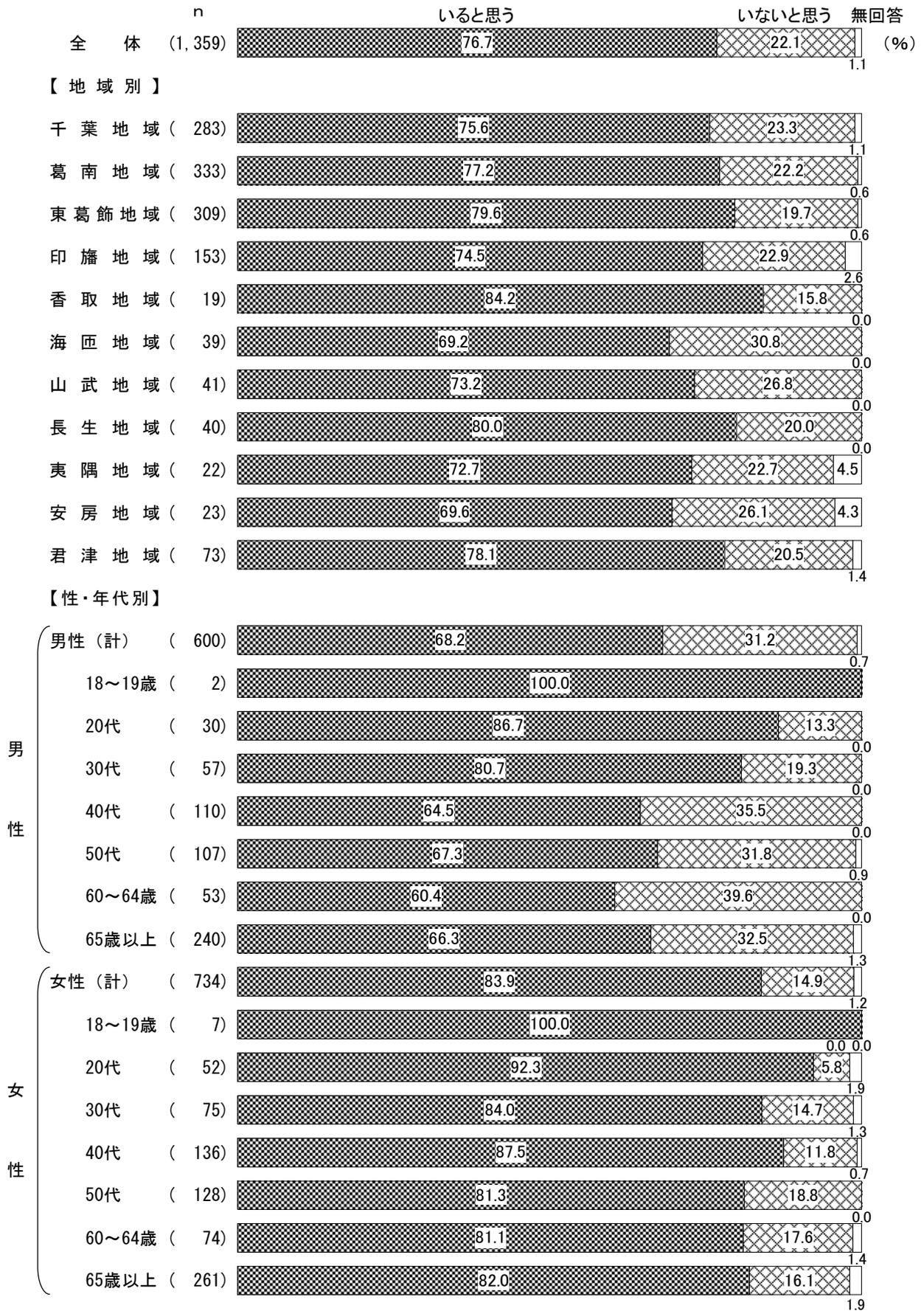
【性・年代別】

性・年代別にみると、「いると思う」は女性の20代（92.3%）が9割を超え、女性の40代（87.5%）が約9割、女性の65歳以上（82.0%）が8割を超えて高くなっている。

一方、「いないと思う」は男性の60～64歳（39.6%）が約4割、男性の40代（35.5%）が3割台半ば、男性の50代（31.8%）、男性の65歳以上（32.5%）が3割を超えて高くなっている。

（図表2-4）

<図表2-4>消費者トラブルにあった際の「いつでも相談できる人」の有無／地域別、性・年代別

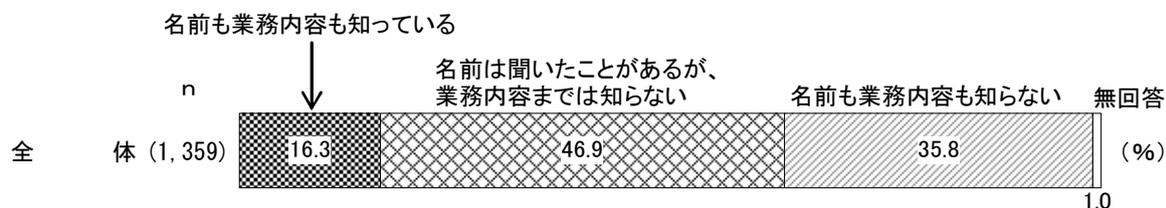


（3）県の消費者センターや市町村の消費生活センターの認知度

◇「名前も業務内容も知っている」が1割台半ば

問6 あなたは、消費者トラブルなどの相談窓口であり、出前講座等も実施している県の消費者センターや市町村の消費生活センターを知っていますか。（○は1つ）

＜図表2-5＞県の消費者センターや市町村の消費生活センターの認知度



県の消費者センターや市町村の消費生活センターを知っているか聞いたところ、「名前も業務内容も知っている」（16.3%）が1割台半ばとなっている。

一方、「名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない」（46.9%）は4割台半ば、「名前も業務内容も知らない」（35.8%）は3割台半ばとなっている。（図表2-5）

【地域別】

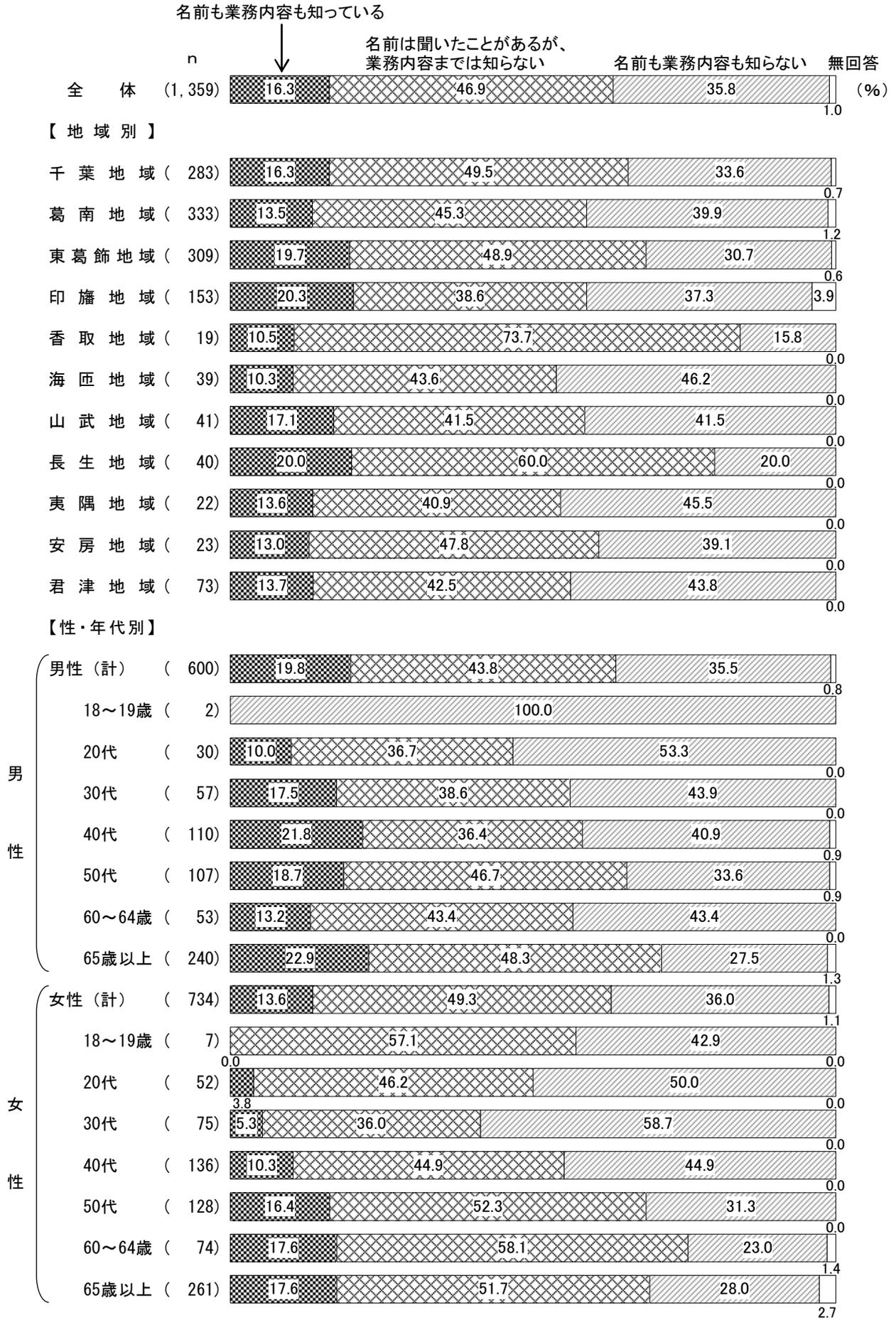
地域別にみると、大きな傾向の違いはみられない。（図表2-6）

【性・年代別】

性・年代別にみると、「名前も業務内容も知っている」は男性の65歳以上（22.9%）が2割を超えて高くなっている。

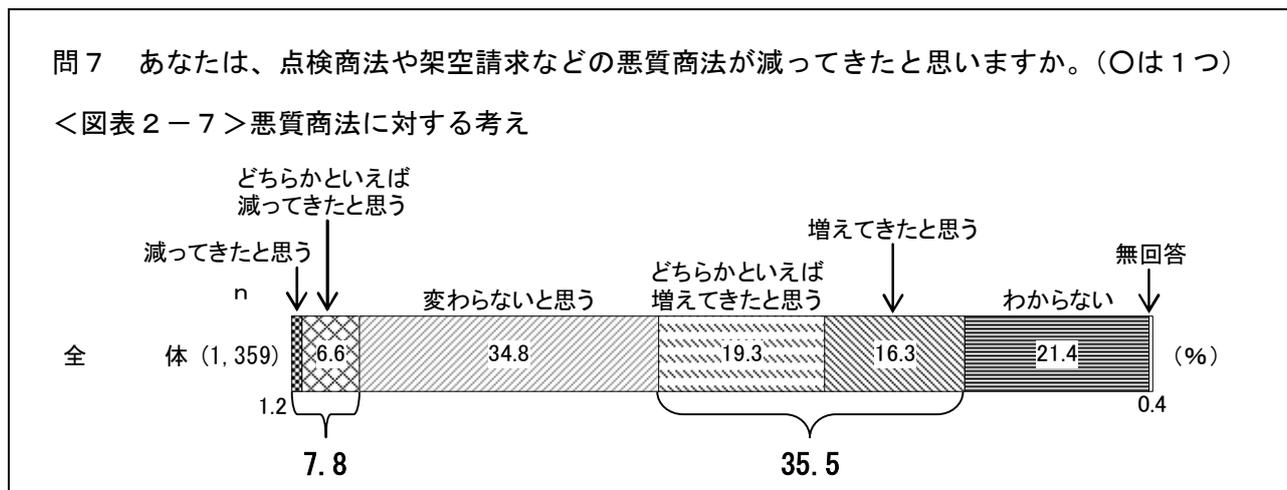
一方、「名前も業務内容も知らない」は女性の30代（58.7%）が約6割、男性の20代（53.3%）が5割を超え、女性の20代（50.0%）が5割、女性の40代（44.9%）が4割台半ばで高くなっている。（図表2-6）

<図表2-6> 県の消費者センターや市町村の消費生活センターの認知度／地域別、性・年代別



（４）悪質商法に対する考え

◇『増えてきた（計）』が3割台半ば



点検商法や架空請求などの悪質商法が減ってきたと思うか聞いたところ、「どちらかといえば増えてきたと思う」(19.3%)と「増えてきたと思う」(16.3%)を合わせた『増えてきた（計）』(35.5%)が3割台半ばとなっている。

一方、「変わらないと思う」(34.8%)は3割台半ばとなっており、「減ってきたと思う」(1.2%)と「どちらかといえば減ってきたと思う」(6.6%)を合わせた『減ってきた（計）』(7.8%)は1割未満となっている。(図表2-7)

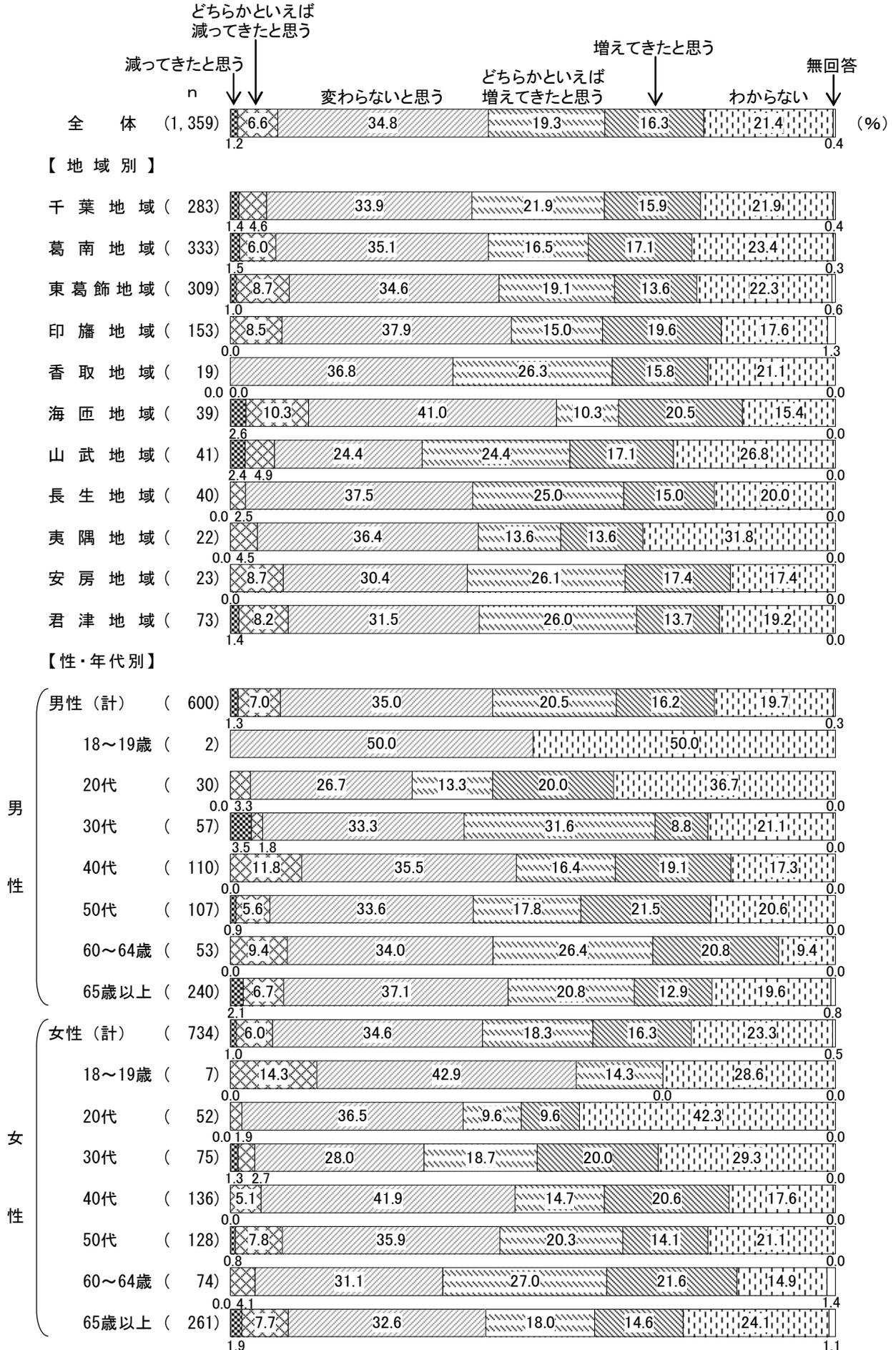
【地域別】

地域別にみると、大きな傾向の違いはみられない。(図表2-8)

【性・年代別】

性・年代別にみると、『増えてきた（計）』は女性の60～64歳(48.6%)が約5割で高くなっている。(図表2-8)

<図表2-8>悪質商法に対する考え／地域別、性・年代別

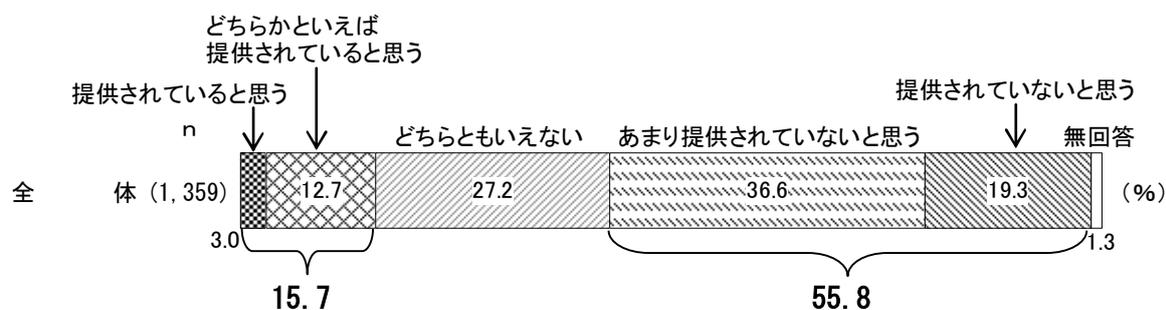


（5）消費者教育の機会に対する考え

◇『提供されている（計）』が1割台半ば

問8 あなたは、学校や地域、職場などにおいて、消費者トラブルを回避したり、トラブル発生時に適切な判断や行動ができる能力を育む教育（消費者教育）の機会が提供されていると思いますか。（○は1つ）

＜図表2－9＞消費者教育の機会に対する考え



学校や地域、職場などで消費者教育の機会が提供されていると思うか聞いたところ、「提供されていると思う」（3.0%）と「どちらかといえば提供されていると思う」（12.7%）を合わせた『提供されている（計）』（15.7%）が1割台半ばとなっている。

一方、「どちらともいえない」（27.2%）は約3割となっており、「あまり提供されていないと思う」（36.6%）と「提供されていないと思う」（19.3%）を合わせた『提供されていない（計）』（55.8%）は5割台半ばで高くなっている。（図表2－9）

【地域別】

地域別にみると、「どちらともいえない」は“海匝地域”（43.6%）が4割台半ばで高くなっている。（図表2－10）

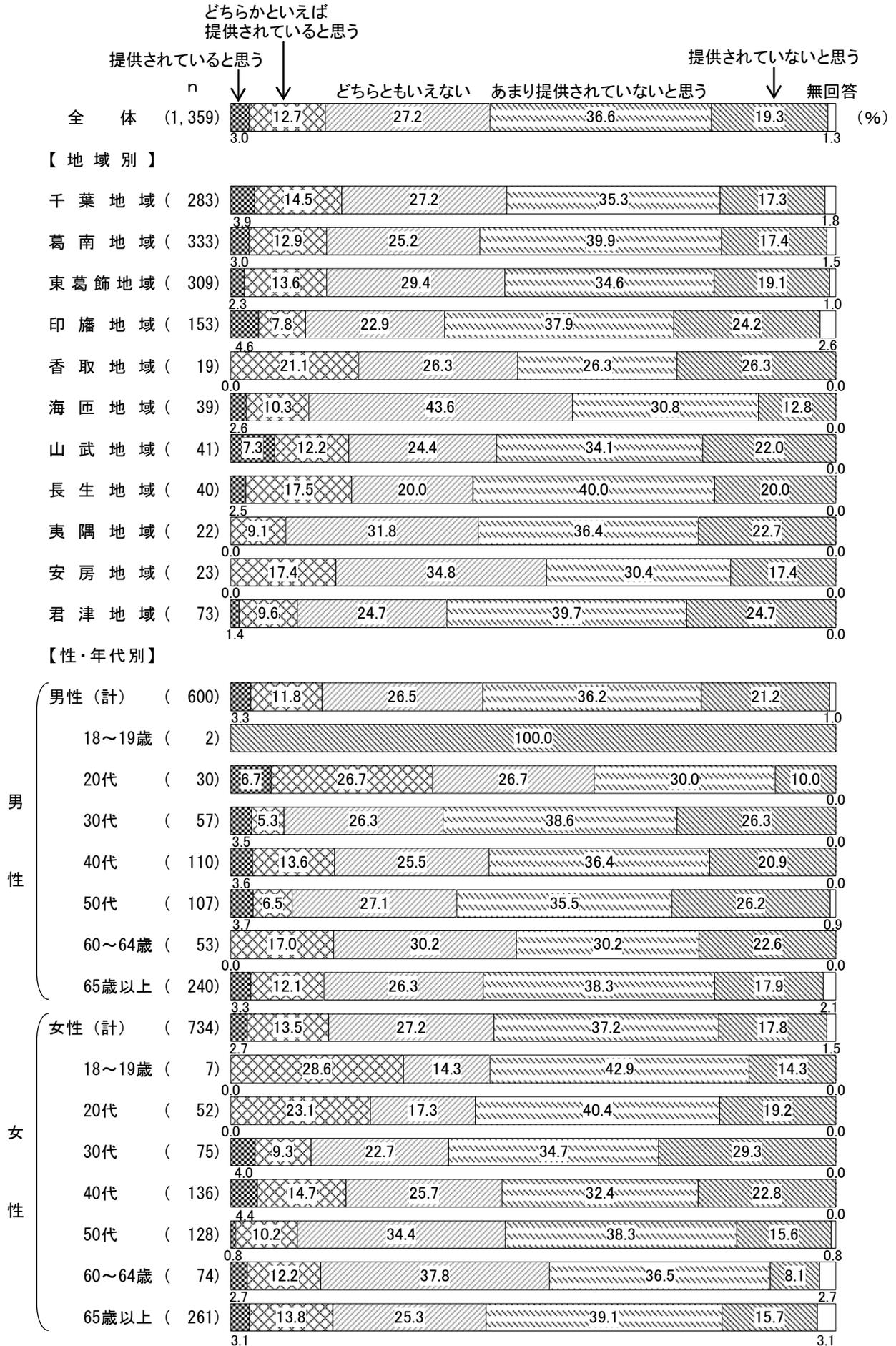
【性・年代別】

性・年代別にみると、「どちらかといえば提供されていると思う」は男性の20代（26.7%）が2割台半ば、女性の20代（23.1%）が2割を超えて高くなっている。

一方、「提供されていないと思う」は女性の30代（29.3%）が約3割で高くなっている。

（図表2－10）

<図表2-10>消費者教育の機会に対する考え/地域別、性・年代別

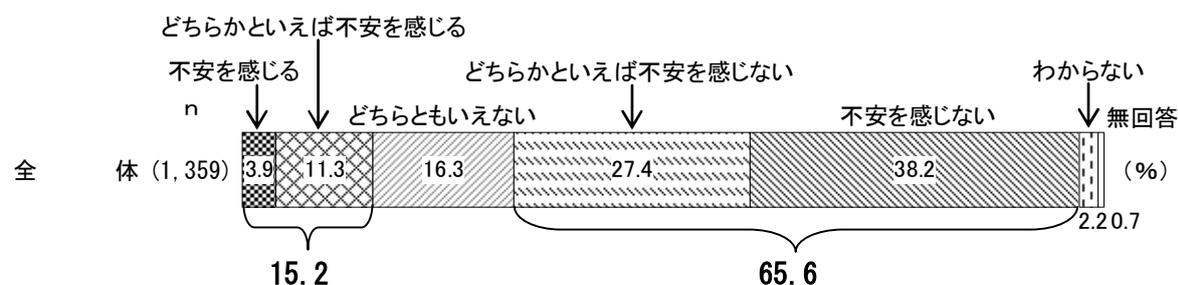


（6）生活必需品の安定的な供給体制や安全性に対する不安の有無

◇『感じない（計）』が6割台半ば

問9 あなたは、普段の生活の中で、生活必需品（食品、トイレットペーパー等の生活雑貨・衣料品など）の安定的な供給体制（消費者がいつでも購入できること）や安全性に不安を感じることがありますか。（○は1つ）

<図表2-11>生活必需品の安定的な供給体制や安全性に対する不安の有無



普段の生活の中で、生活必需品の安定的な供給体制や安全性に不安を感じることもあるか聞いたところ、「どちらかといえば不安を感じない」（27.4%）と「不安を感じない」（38.2%）を合わせた『感じない（計）』（65.6%）が6割台半ばで高くなっている。

一方、「不安を感じる」（3.9%）と「どちらかといえば不安を感じる」（11.3%）を合わせた『感じる（計）』（15.2%）は1割台半ばとなっている。（図表2-11）

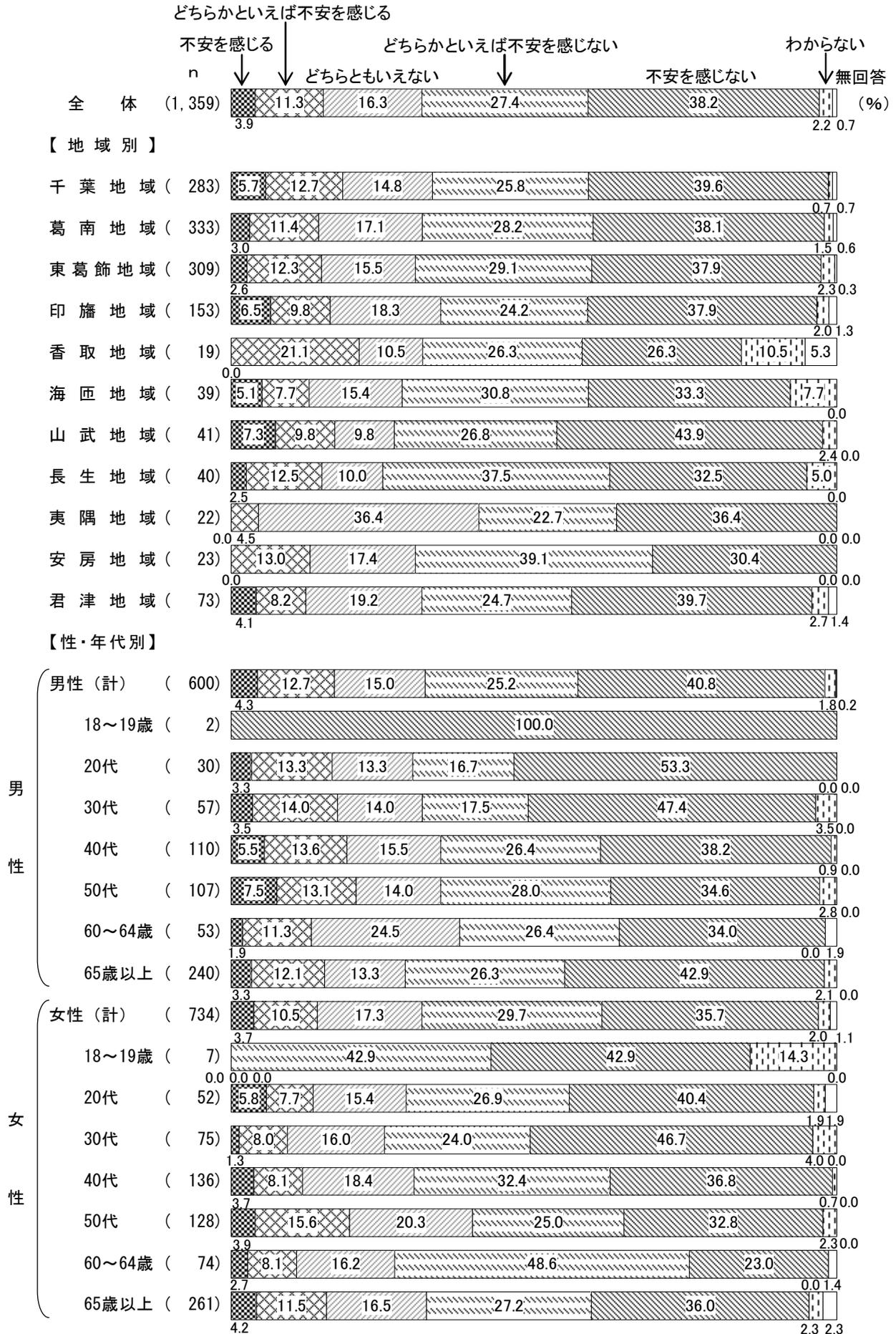
【地域別】

地域別にみると、「どちらともいえない」は“夷隅地域”（36.4%）が3割台半ばで高くなっている。（図表2-12）

【性・年代別】

性・年代別にみると、「どちらかといえば不安を感じない」は女性の60～64歳（48.6%）が約5割で高くなっている。（図表2-12）

<図表2-12>生活必需品の安定的な供給体制や安全性に対する不安の有無／地域別、性・年代別

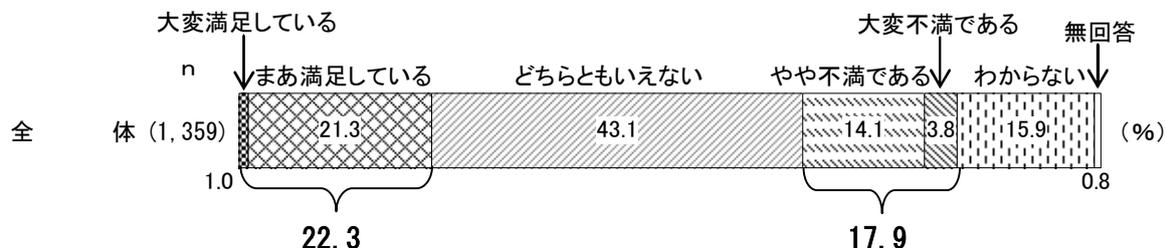


（7）消費生活全般の満足度

◇『満足（計）』が2割を超える

問10 あなたは、消費生活全般（消費者トラブルの相談体制、消費者教育の機会、悪質商法への対策、生活必需品の安定供給など）について、どうお感じですか。（○は1つ）

<図表2-13>消費生活全般の満足度



消費生活全般の満足度を聞いたところ、「大変満足している」（1.0％）と「まあ満足している」（21.3％）を合わせた『満足（計）』（22.3％）が2割を超えている。

一方、「どちらともいえない」（43.1％）は4割を超えており、「やや不満である」（14.1％）と「大変不満である」（3.8％）を合わせた『不満（計）』（17.9％）は約2割となっている。（図表2-13）

【地域別】

地域別にみると、『不満（計）』は“印旛地域”（24.8％）が2割台半ばで高くなっている。

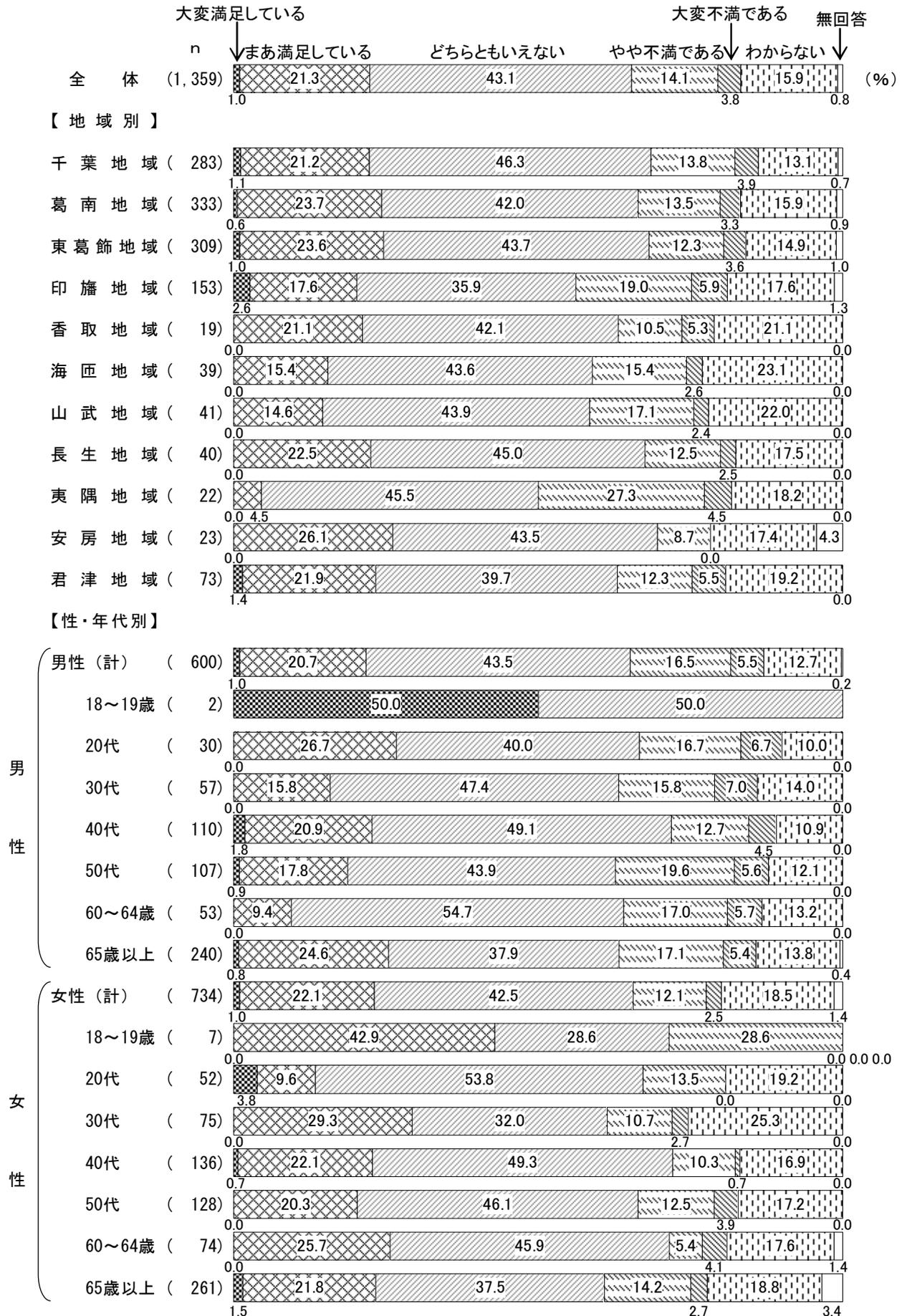
（図表2-14）

【性・年代別】

性・年代別にみると、『不満（計）』は男性の50代（25.2％）が2割台半ばで高くなっている。

（図表2-14）

<図表2-14>消費生活全般の満足度／地域別、性・年代別



このほかに、「消費生活について」やここまでの質問（問4～問10）について、ご意見やご提案があればご自由にお書きください。

ご意見やご提案を自由に記述していただいたところ、186人から回答が寄せられた。一部抜粋してご意見を記載するものとする。

■「消費生活について」の自由回答（抜粋）

- 悪質商法が増えてきていると感じており年々手口も巧妙になってきている様に思います。教育機会の必要性を常を感じています。（女性、50代、印旛地域）
- 相談できるセンターが土・日や夜間も対応してもらえた方が良いと思います。平日の日中だけだと利用しにくいです。（男性、65歳以上、印旛地域）
- 台風15号や19号の日は、すごく訪問営業が多かったです（住宅系）。何か台風や災害時は、こういう訪問に気を付けて、的確な広報があったら注意喚起になると思いました。（女性、40代、東葛飾地域）
- 今までにトラブルにあったことはないが、今後インターネットによる通販などで不良品トラブルや価値判断の見込み違いなどのトラブルが懸念されます。インターネットトラブル対応の現状がわかりません。（男性、65歳以上、千葉地域）
- 消費者トラブルはクーリングオフなど契約解除の制度があるものの、実際には応じてもらえなかったり、面倒、時間がかかるなど労力が必要なことから問題が表面化しないものも多いのではないだろうか。インターネットで購入したものが満足いかないもので返品というのもよくあります。安すぎるものはトラブルのリスクも高いと思います。（男性、30代、海匝地域）
- 悪質商法の回避方法の講習会をもっと積極的に行った方が良いと思う。（女性、18～19歳、印旛地域）
- 実際にトラブルにあい、消費生活センターに連絡して助かりました。しかし悪質業者は社名を変えてまた同じ事をくりかえし行っていると聞きました。こういう業者にもっと厳罰を与えるようにしてほしいと思います。（男性、40代、葛南地域）
- 子どもの頃から学校教育で、生活する力、消費者トラブルを回避する力を身に付けさせることが必要だと思う。（女性、30代、千葉地域）
- 平時では問題ないが有事の際には生活必需品はすぐに切れてしまうと思う。（女性、40代、葛南地域）
- 消費者センターのPRを広報などでもっと詳しくしてほしい。食品の残留農薬や放射能の問題は食品購入の際に大変気になります。（女性、40代、葛南地域）