

# 消費生活についてのアンケート結果

県民の消費生活に係る現状やニーズ、消費者教育(エシカル消費など)についての認知度や取組状況を把握することで、滋賀県消費者基本計画の指標について、年度ごとに目標達成度を確認し、消費者教育および相談体制の充実強化を図ることを目的としてアンケート調査を実施しました。

※滋賀県消費者基本計画とは

滋賀県消費生活条例の規定に基づき、県民の消費生活の安定と向上を図るため策定しており、県の消費者行政推進の指針となるものです。「みんなで学び、つくる滋賀の消費者安全・安心社会」を目指して、「安全・安心な消費生活の確保」、「自ら考え行動する』消費者になるための支援」、「消費者被害の防止と救済」を基本方針として、施策に取り組んでいます。

★調査時期 : 令和5年7月

★対象者 : 県政モニター 296人

★回答数 : 263人(回収率 88.9%)

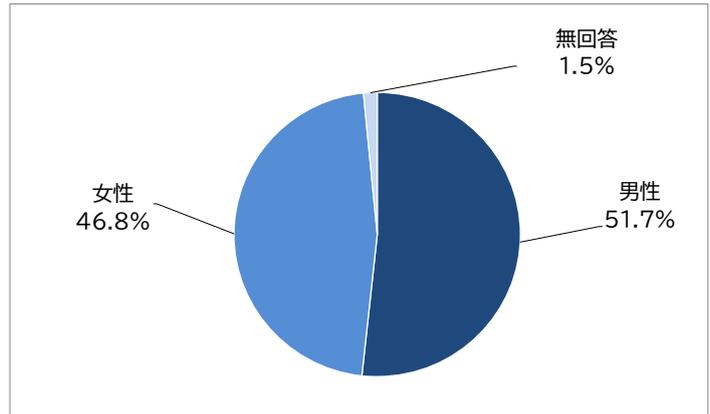
★担当課 : 総合企画部 県民活動生活課

(※四捨五入により割合の合計が100.0%にならない場合があります。)

## 【属性】

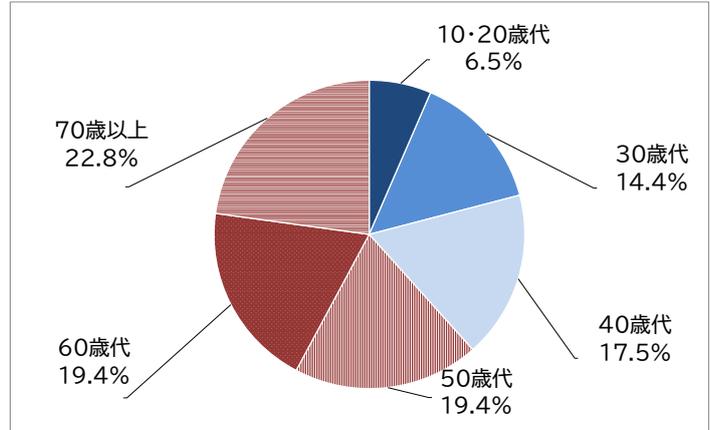
### ◆性別

項目	人数(人)	割合(%)
男性	136	51.7
女性	123	46.8
無回答	4	1.5
合計	263	100.0



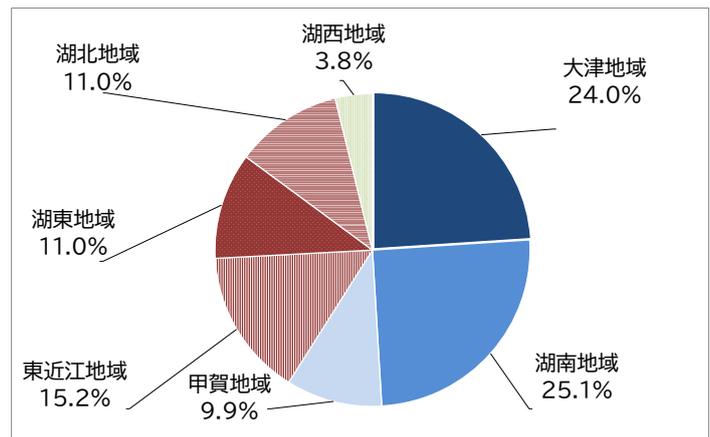
### ◆年代

項目	人数(人)	割合(%)
10・20歳代	17	6.5
30歳代	38	14.4
40歳代	46	17.5
50歳代	51	19.4
60歳代	51	19.4
70歳以上	60	22.8
合計	263	100.0



### ◆地域

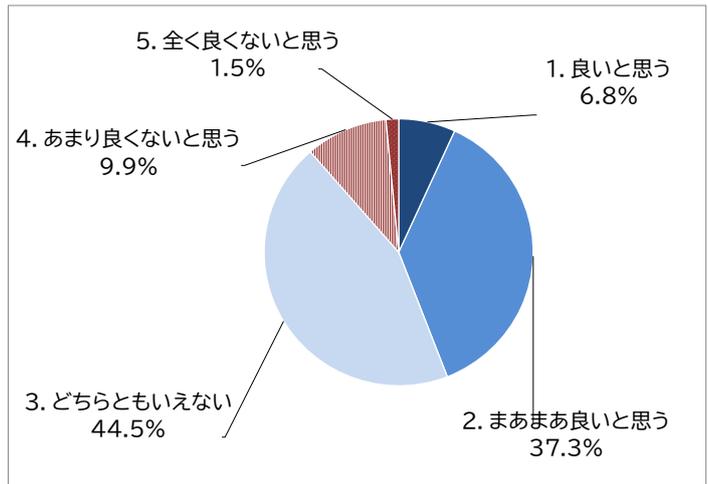
項目	人数(人)	割合(%)
大津地域	63	24.0
湖南地域	66	25.1
甲賀地域	26	9.9
東近江地域	40	15.2
湖東地域	29	11.0
湖北地域	29	11.0
湖西地域	10	3.8
合計	263	100.0



【問1-1】

滋賀県における消費者をとりまく状況について、あなたはどのように思いますか。もっとも当てはまるものを選択してください。  
(回答チェックは1つだけ。n=263)

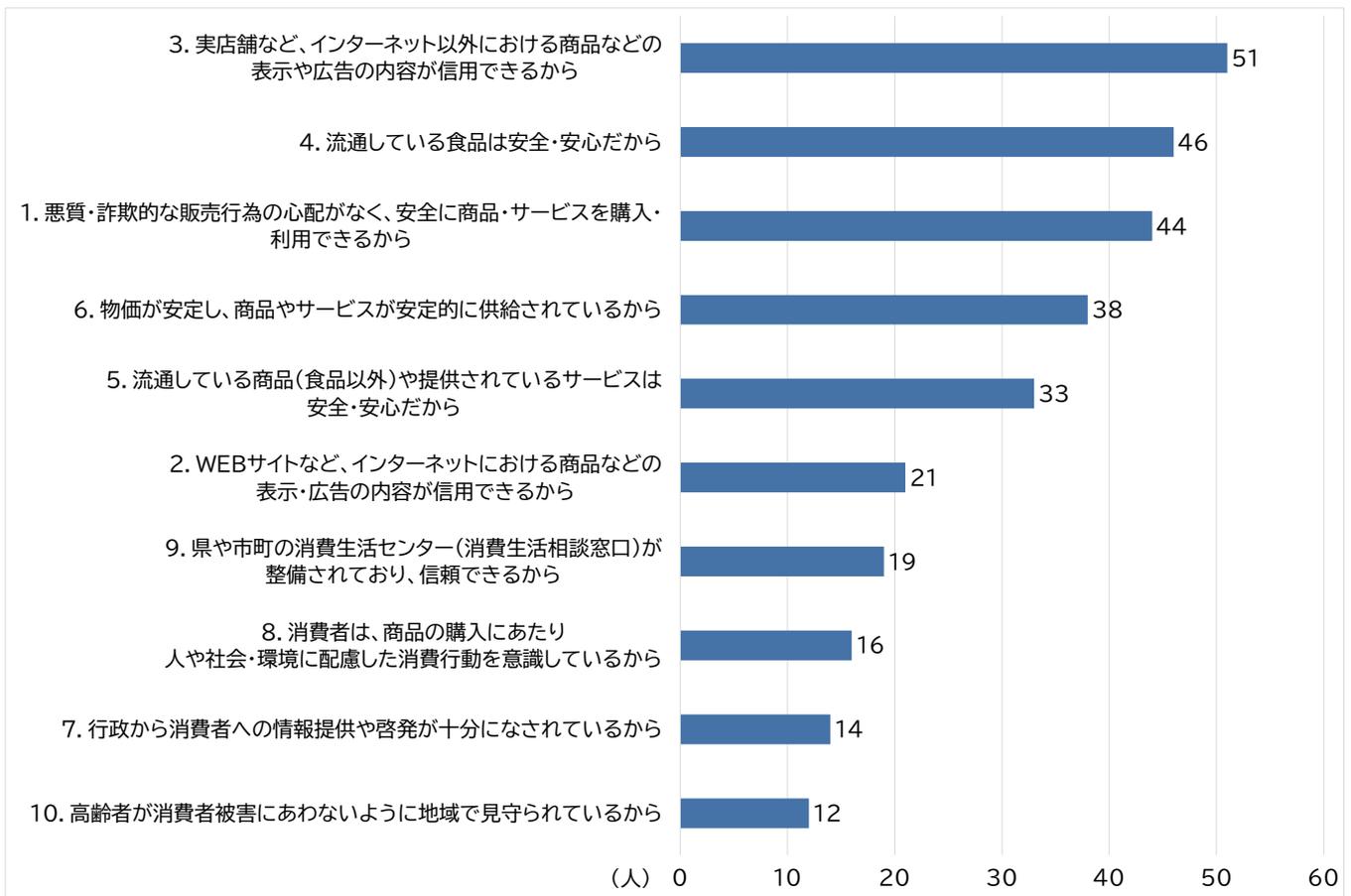
項目	人数(人)	割合(%)
1. 良いと思う	18	6.8
2. まあまあ良いと思う	98	37.3
3. どちらともいえない	117	44.5
4. あまり良くないと思う	26	9.9
5. 全く良くないと思う	4	1.5
合計	263	100.0



【問1-2】

問1-1で「1. 良いと思う」「2. まあまあ良いと思う」を選択した方におたずねします。滋賀県における消費者をとりまく状況が良いと思う理由について、当てはまるものを次の中から選択してください。(回答チェックはいくつでも。n=116)

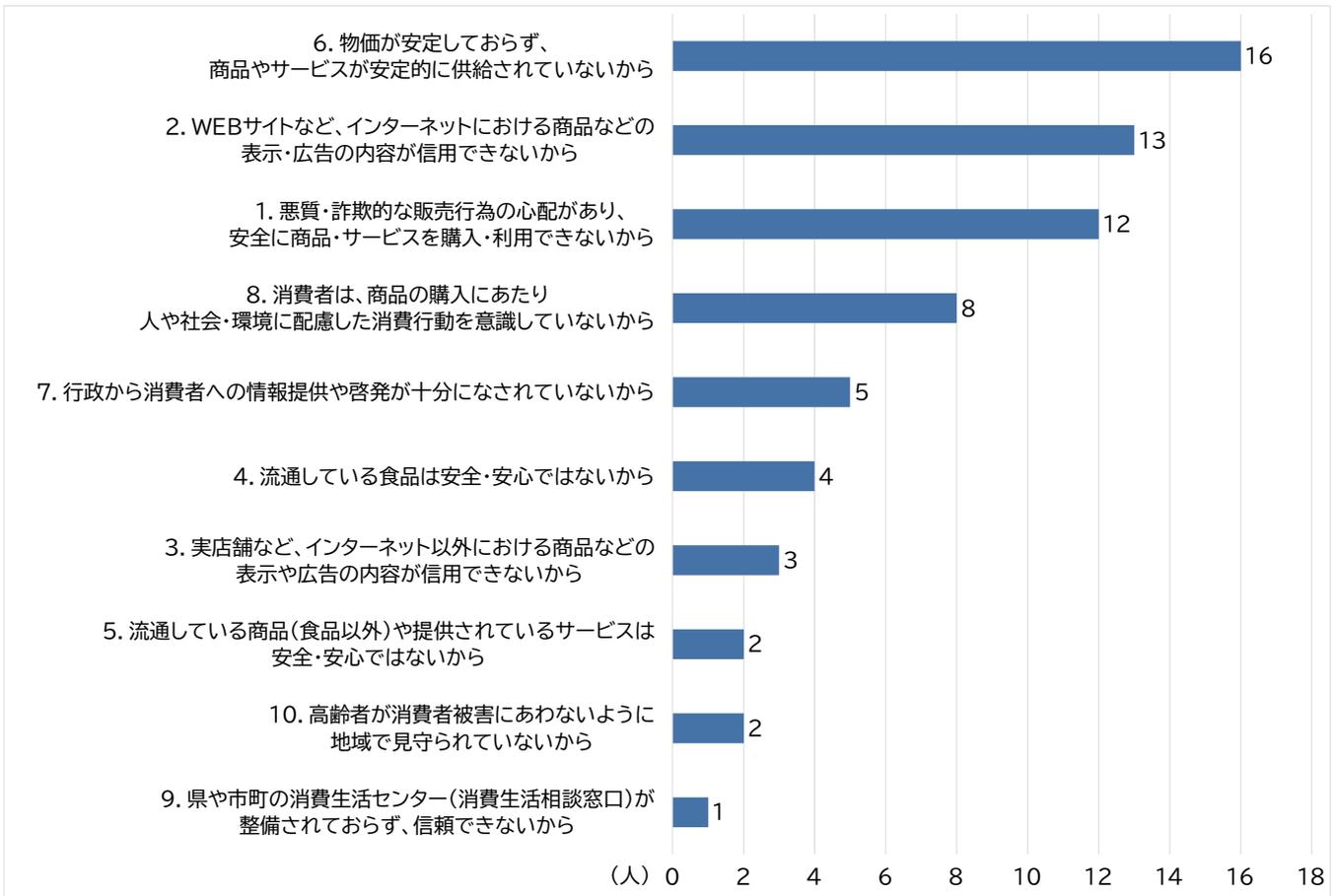
項目	人数(人)	割合(%)
3. 実店舗など、インターネット以外における商品などの表示や広告の内容が信用できるから	51	44.0
4. 流通している食品は安全・安心だから	46	39.7
1. 悪質・詐欺的な販売行為の心配がなく、安全に商品・サービスを購入・利用できるから	44	37.9
6. 物価が安定し、商品やサービスが安定的に供給されているから	38	32.8
5. 流通している商品(食品以外)や提供されているサービスは安全・安心だから	33	28.4
2. WEBサイトなど、インターネットにおける商品などの表示・広告の内容が信用できるから	21	18.1
9. 県や市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)が整備されており、信頼できるから	19	16.4
8. 消費者は、商品の購入にあたり人や社会・環境に配慮した消費行動を意識しているから	16	13.8
7. 行政から消費者への情報提供や啓発が十分になされているから	14	12.1
10. 高齢者が消費者被害にあわないように地域で見守られているから	12	10.3



【問1-3】

問1-1で「4. あまり良くないと思う」「5. 全く良くないと思う」を選択した方におたずねします。滋賀県における消費者をとりまく状況が良くないと思う理由について、当てはまるものを次の中から選択してください。(回答チェックはいくつでも。n=30)

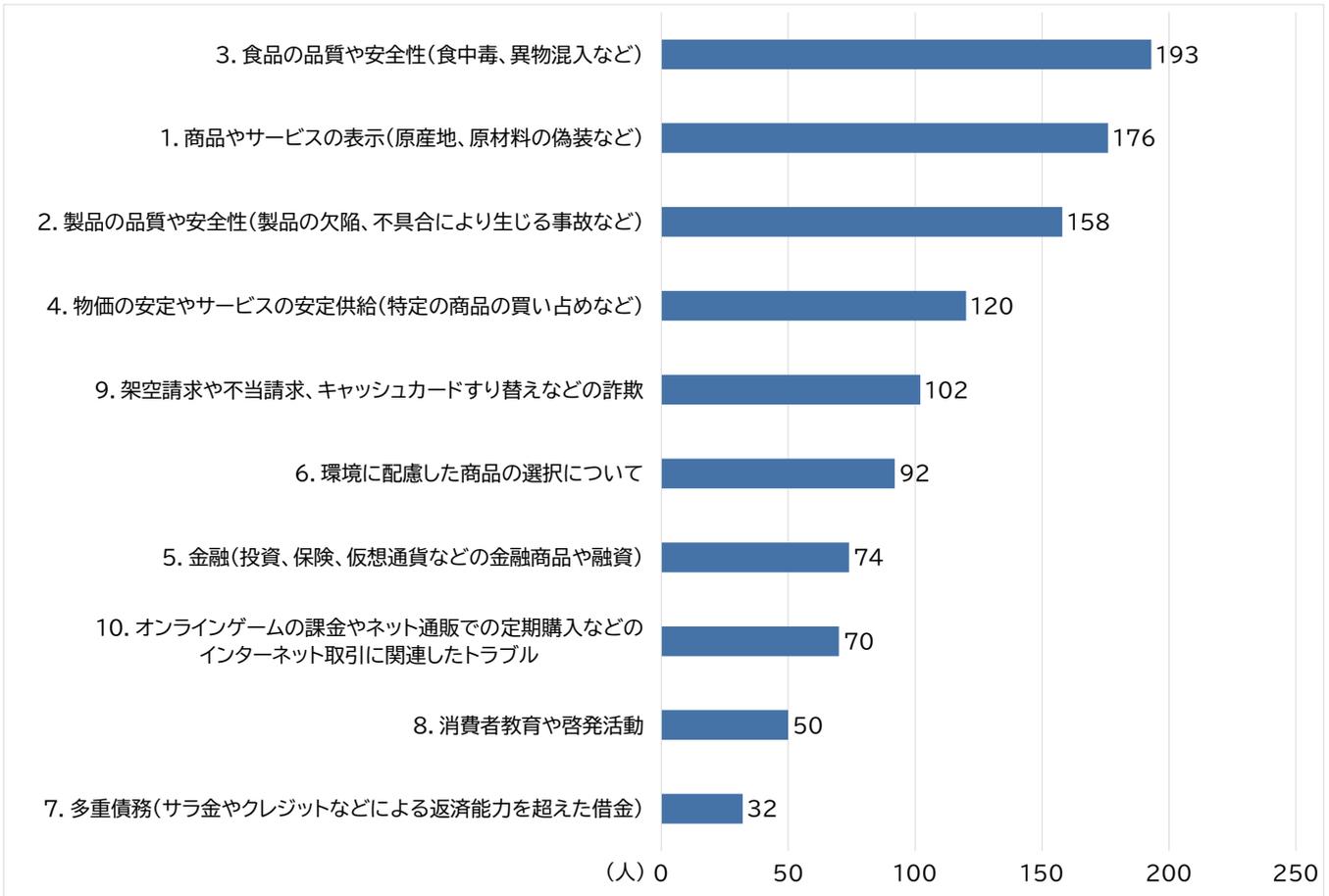
項目	人数(人)	割合(%)
6. 物価が安定しておらず、商品やサービスが安定的に供給されていないから	16	53.3
2. WEBサイトなど、インターネットにおける商品などの表示・広告の内容が信用できないから	13	43.3
1. 悪質・詐欺的な販売行為の心配があり、安全に商品・サービスを購入・利用できないから	12	40.0
8. 消費者は、商品の購入にあたり人や社会・環境に配慮した消費行動を意識していないから	8	26.7
7. 行政から消費者への情報提供や啓発が十分になされていないから	5	16.7
4. 流通している食品は安全・安心ではないから	4	13.3
3. 実店舗など、インターネット以外における商品などの表示や広告の内容が信用できないから	3	10.0
5. 流通している商品(食品以外)や提供されているサービスは安全・安心ではないから	2	6.7
10. 高齢者が消費者被害にあわないように地域で見守られていないから	2	6.7
9. 県や市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)が整備されておらず、信頼できないから	1	3.3



【問2】

消費生活に関する次の事項について、関心があるものを選択してください。(回答チェックはいくつでも。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
3. 食品の品質や安全性(食中毒、異物混入など)	193	73.4
1. 商品やサービスの表示(原産地、原材料の偽装など)	176	66.9
2. 製品の品質や安全性(製品の欠陥、不具合により生じる事故など)	158	60.1
4. 物価の安定やサービスの安定供給(特定の商品の買い占めなど)	120	45.6
9. 架空請求や不当請求、キャッシュカードすり替えなどの詐欺	102	38.8
6. 環境に配慮した商品の選択について	92	35.0
5. 金融(投資、保険、仮想通貨などの金融商品や融資)	74	28.1
10. オンラインゲームの課金やネット通販での定期購入などのインターネット取引に関連したトラブル	70	26.6
8. 消費者教育や啓発活動	50	19.0
7. 多重債務(サラ金やクレジットなどによる返済能力を超えた借金)	32	12.2



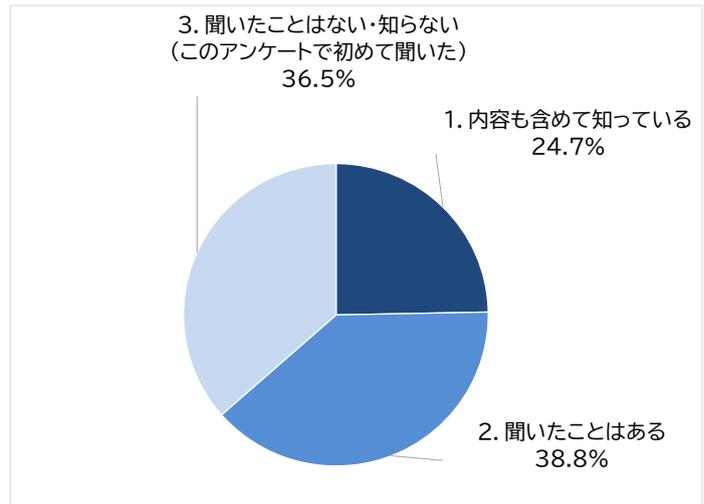
【問3】

あなたは、「エシカル消費※」または「倫理的消費」という言葉を知っていましたか。(回答チェックは1つだけ。n=263)

※「エシカル消費」とは、人や社会、環境に配慮したものをサービスを選択する消費行動のこと。

例)地産地消、グリーン購入(環境に配慮した製品の購入)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 内容も含めて知っている	65	24.7
2. 聞いたことはある	102	38.8
3. 聞いたことはない・知らない (このアンケートで初めて聞いた)	96	36.5
合計	263	100.0

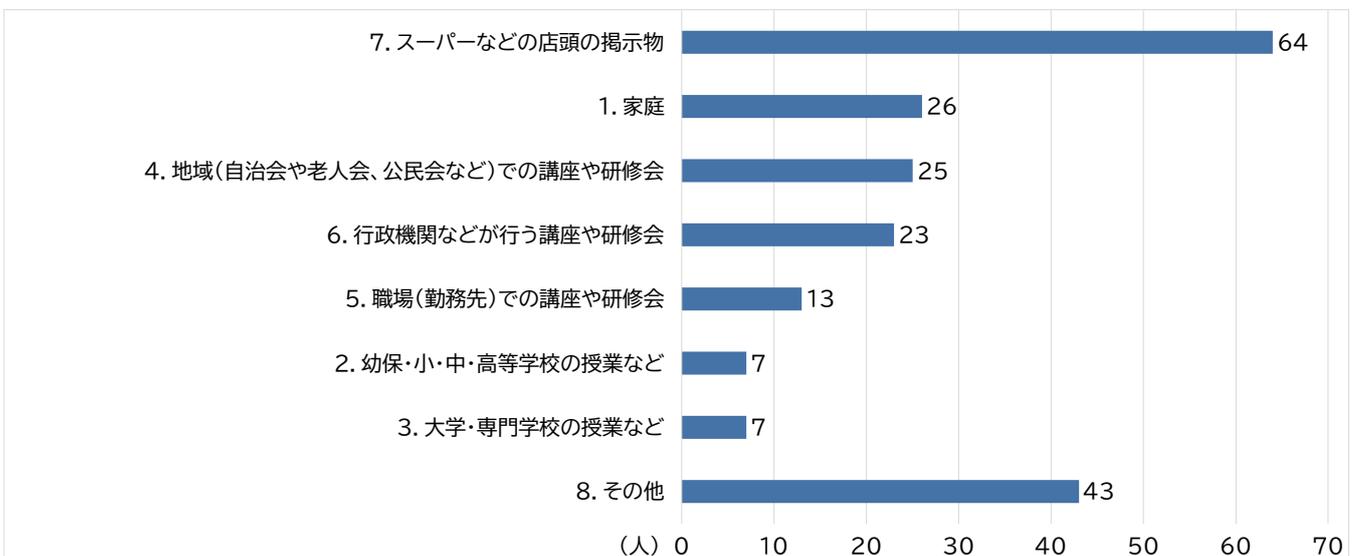


【問4】

問3で「1. 内容も含めて知っていた」または「2. 聞いたことはある」を選択された方におたずねします。

「エシカル消費」または「倫理的消費」という言葉をどの場面で知りましたか。(回答チェックはいくつでも。n=167)

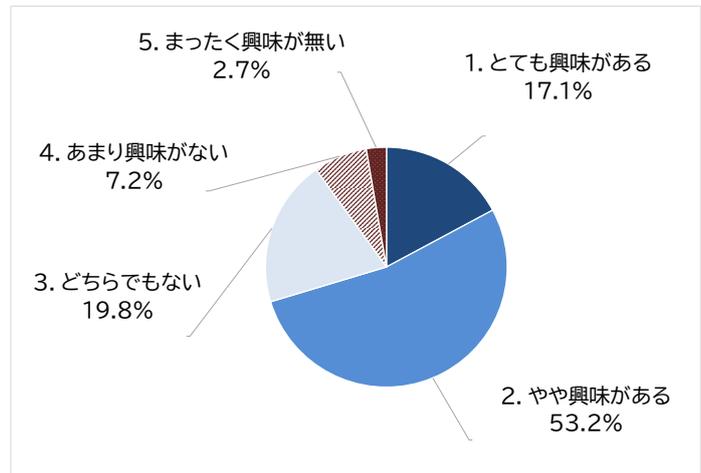
項目	人数(人)	割合(%)
7. スーパーなどの店頭の掲示物	64	38.3
1. 家庭	26	15.6
4. 地域(自治会や老人会、公民会など)での講座や研修会	25	15.0
6. 行政機関などが行う講座や研修会	23	13.8
5. 職場(勤務先)での講座や研修会	13	7.8
2. 幼保・小・中・高等学校の授業など	7	4.2
3. 大学・専門学校の授業など	7	4.2
8. その他	43	25.7



【問5】

あなたはエシカル消費に興味がありますか。(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. とても興味がある	45	17.1
2. やや興味がある	140	53.2
3. どちらでもない	52	19.8
4. あまり興味がない	19	7.2
5. まったく興味が無い	7	2.7
合計	263	100.0

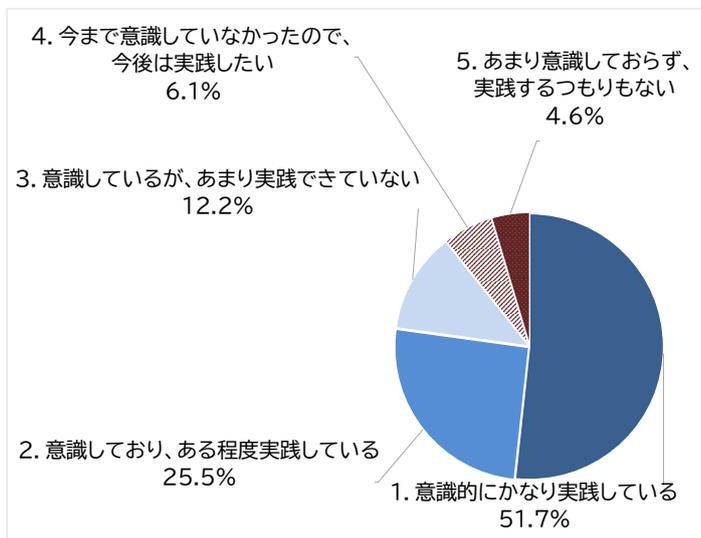


【問6】

エシカル消費に関して、当てはまるものを選択してください。

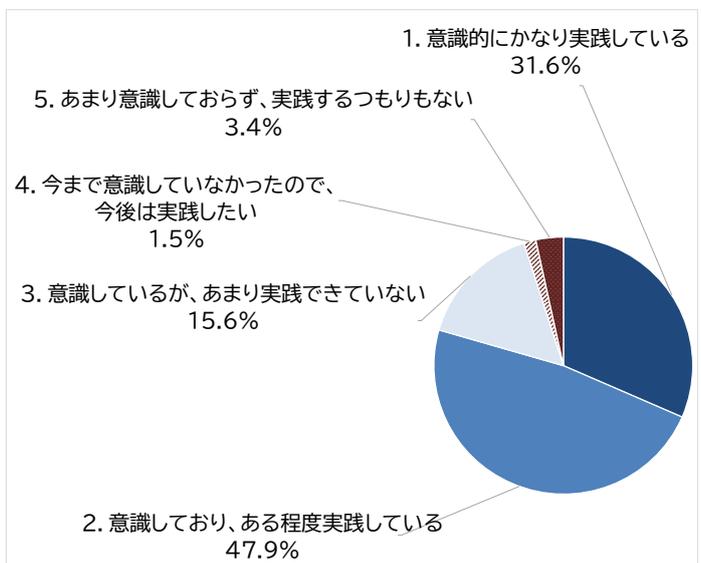
(1) マイバッグを持参して買い物をする(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	136	51.7
2. 意識しており、ある程度実践している	67	25.5
3. 意識しているが、あまり実践できていない	32	12.2
4. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	16	6.1
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	12	4.6
合計	263	100.1



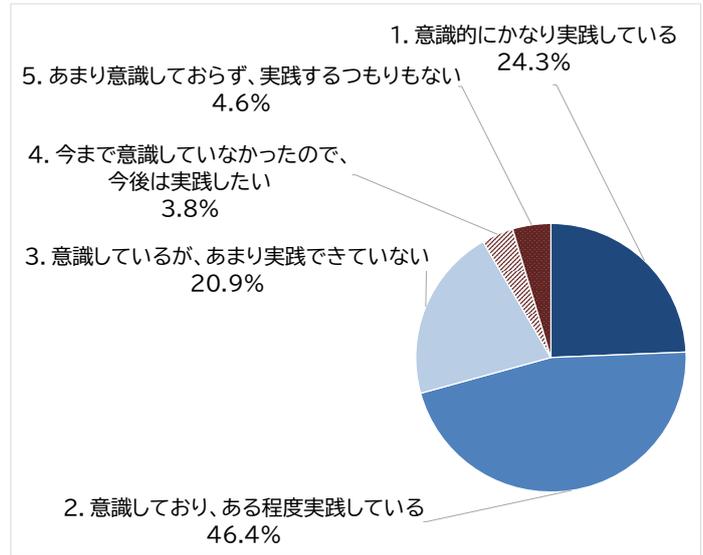
(2) 必要なものを、必要な量だけ購入する(余分な物を買わない)(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	83	31.6
2. 意識しており、ある程度実践している	126	47.9
3. 意識しているが、あまり実践できていない	41	15.6
4. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	4	1.5
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	9	3.4
合計	263	100.0



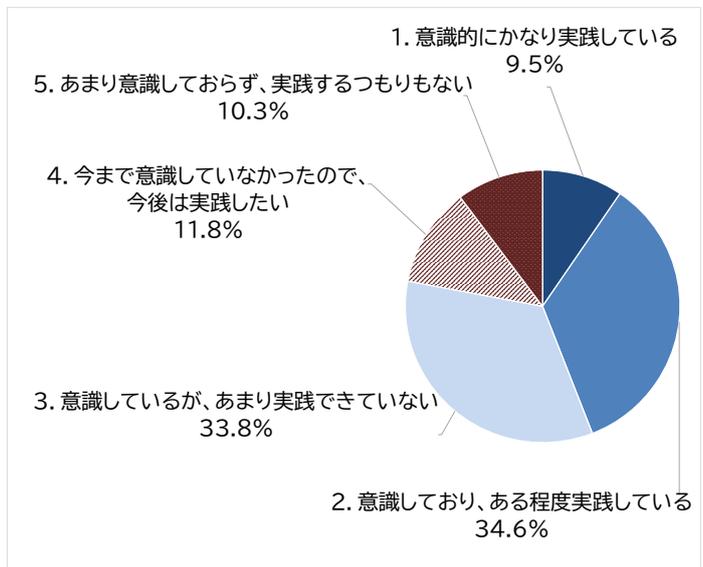
(3)使い捨てのものより、長く使えるものを購入する(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	64	24.3
2. 意識しており、ある程度実践している	122	46.4
3. 意識しているが、あまり実践できていない	55	20.9
4. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	10	3.8
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	12	4.6
合計	263	100.0



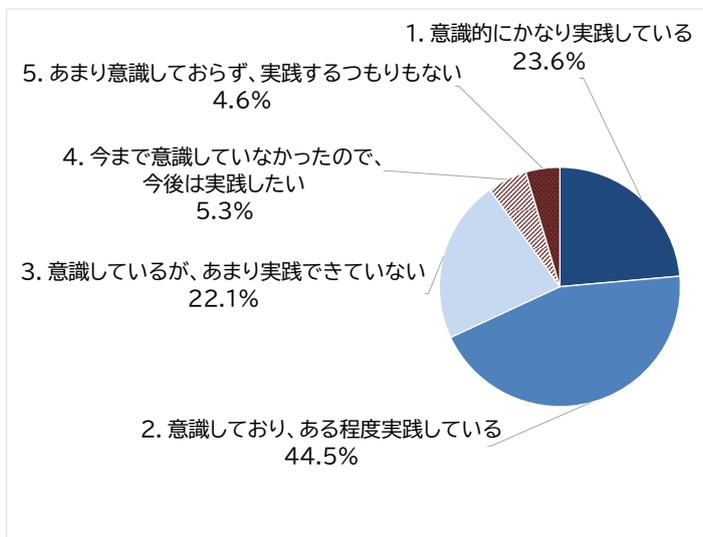
(4)環境に配慮した製品(エコマークが付いた商品など)を選ぶ(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	25	9.5
2. 意識しており、ある程度実践している	91	34.6
3. 意識しているが、あまり実践できていない	89	33.8
4. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	31	11.8
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	27	10.3
合計	263	100.0



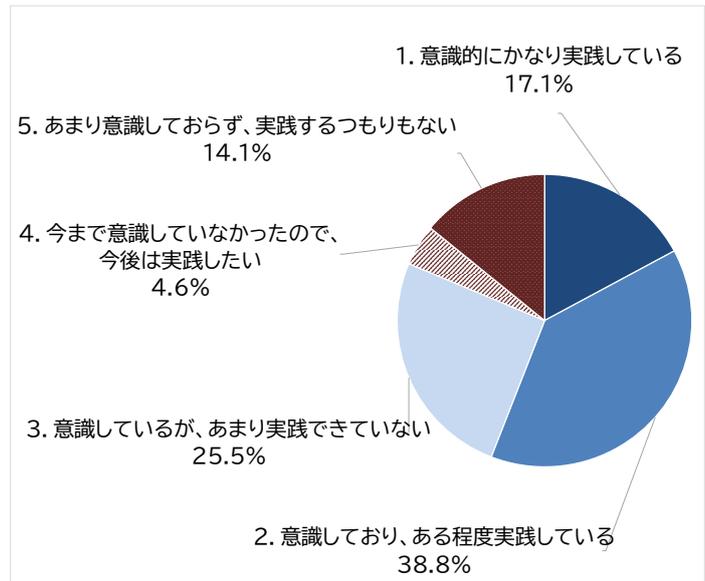
(5)地産地消を心掛ける(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	62	23.6
2. 意識しており、ある程度実践している	117	44.5
3. 意識しているが、あまり実践できていない	58	22.1
4. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	14	5.3
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	12	4.6
合計	263	100.1



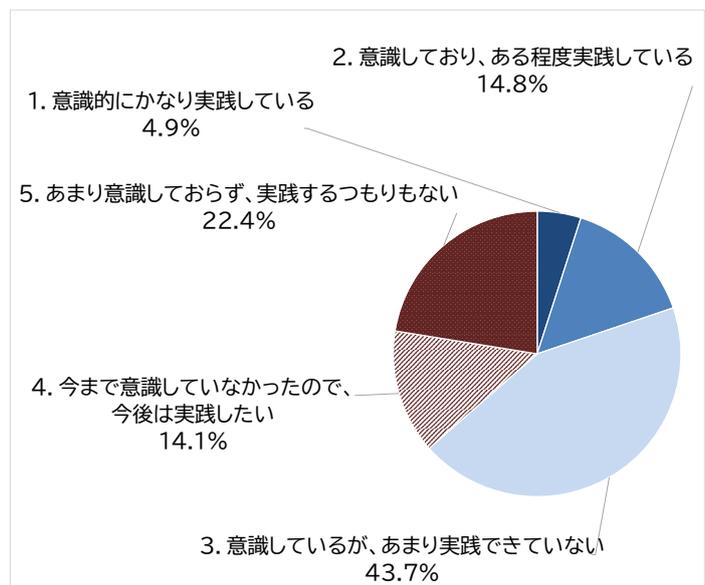
(6)地元のお店や商店街で買うようにしている(地域の活性化)(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	45	17.1
2. 意識しており、ある程度実践している	102	38.8
3. 意識しているが、あまり実践できていない	67	25.5
4. 今まで意識していなかったのに、今後は実践したい	12	4.6
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	37	14.1
合計	263	100.1



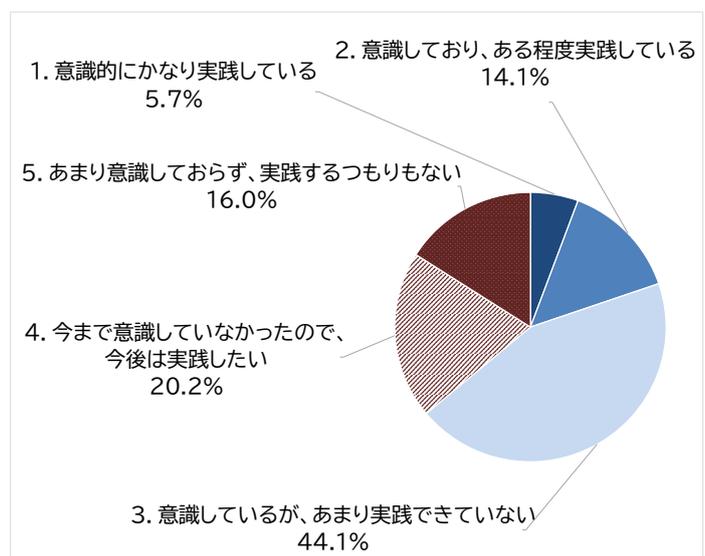
(7)地元の伝統工芸品などを購入する(伝統技術の継承)(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	13	4.9
2. 意識しており、ある程度実践している	39	14.8
3. 意識しているが、あまり実践できていない	115	43.7
4. 今まで意識していなかったのに、今後は実践したい	37	14.1
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	59	22.4
合計	263	99.9



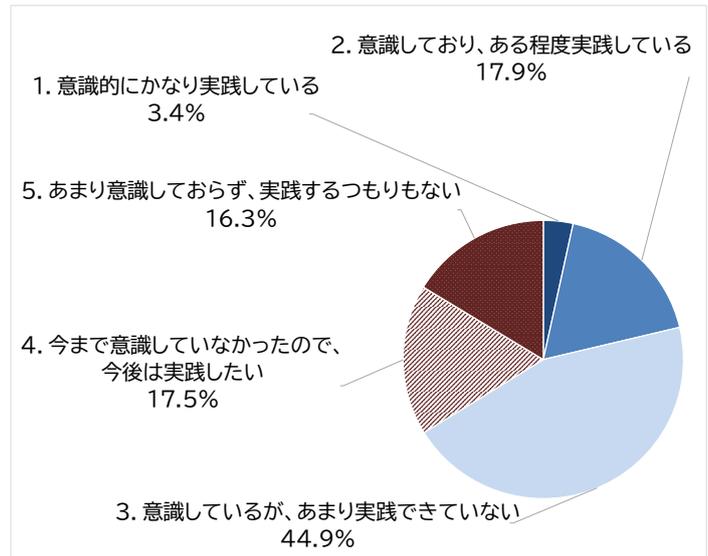
(8)福祉作業所(授産施設)などで作られた製品を購入する(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	15	5.7
2. 意識しており、ある程度実践している	37	14.1
3. 意識しているが、あまり実践できていない	116	44.1
4. 今まで意識していなかったのに、今後は実践したい	53	20.2
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	42	16.0
合計	263	100.1



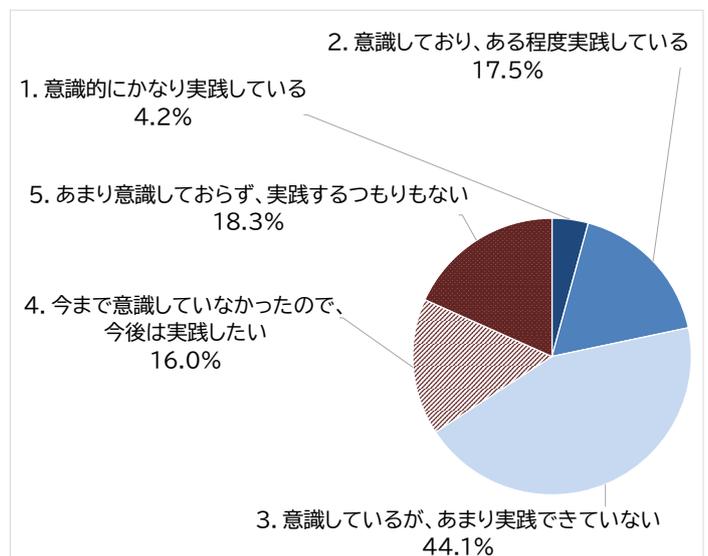
(9)被災地の特産品を購入したり旅行に行ったりする(応援消費)(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	9	3.4
2. 意識しており、ある程度実践している	47	17.9
3. 意識しているが、あまり実践できていない	118	44.9
4. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	46	17.5
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	43	16.3
合計	263	100.0



(10)寄附付き商品(商品の売上げの一部が環境保護や社会貢献活動などの寄附に充てられる商品)を購入する(回答チェックは1つだけ。n=263)

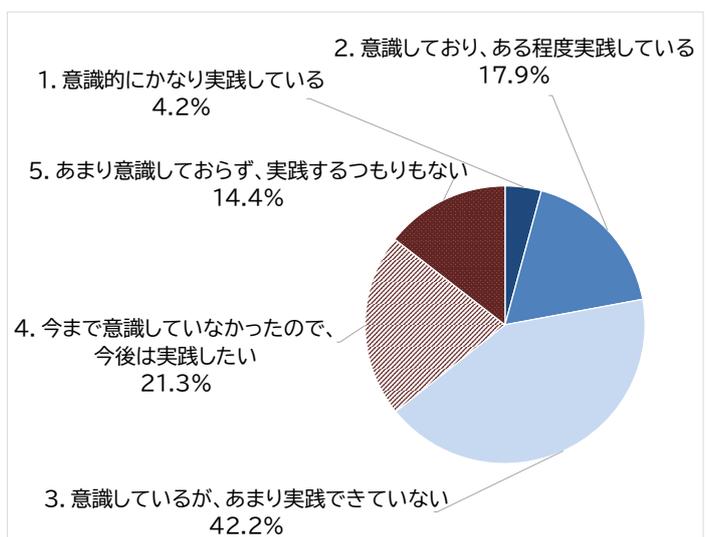
項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	11	4.2
2. 意識しており、ある程度実践している	46	17.5
3. 意識しているが、あまり実践できていない	116	44.1
4. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	42	16.0
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	48	18.3
合計	263	100.1



(11)フェアトレード(※)製品を購入する(回答チェックは1つだけ。n=263)

※「フェアトレード」とは、開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立をめざす貿易の仕組み。

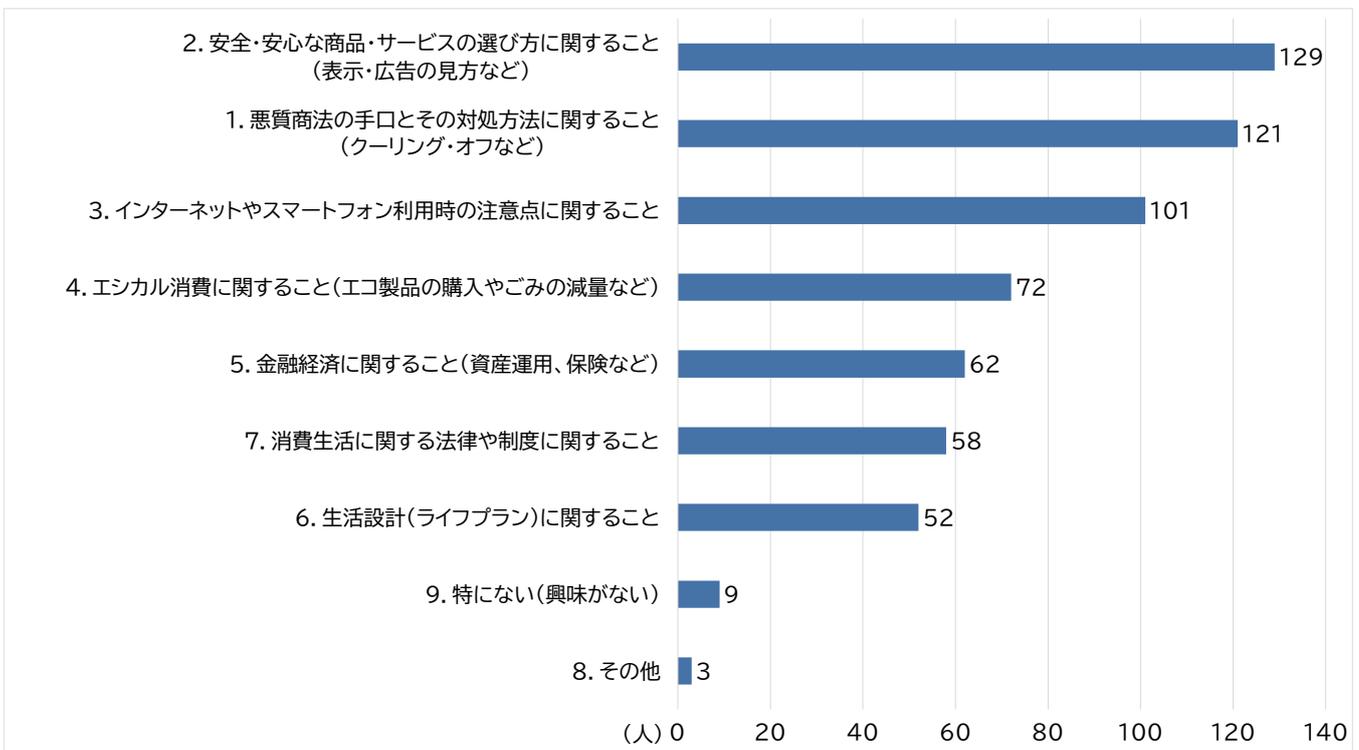
項目	人数(人)	割合(%)
1. 意識的にかなり実践している	11	4.2
2. 意識しており、ある程度実践している	47	17.9
3. 意識しているが、あまり実践できていない	111	42.2
4. 今まで意識していなかったのですが、今後は実践したい	56	21.3
5. あまり意識しておらず、実践するつもりもない	38	14.4
合計	263	100.0



【問7】

消費者教育について、あなたが今後、特に知りたい分野はどれですか。(「9. 特にない(興味がない)」を選択した場合を除き、回答チェックは3つまで。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
2. 安全・安心な商品・サービスの選び方に関する事(表示・広告の見方など)	129	49.0
1. 悪質商法の手口とその対処方法に関する事(クーリング・オフなど)	121	46.0
3. インターネットやスマートフォン利用時の注意点に関する事	101	38.4
4. エシカル消費に関する事(エコ製品の購入やごみの減量など)	72	27.4
5. 金融経済に関する事(資産運用、保険など)	62	23.6
7. 消費生活に関する法律や制度に関する事	58	22.1
6. 生活設計(ライフプラン)に関する事	52	19.8
9. 特にない(興味がない)	9	3.4
8. その他	3	1.1

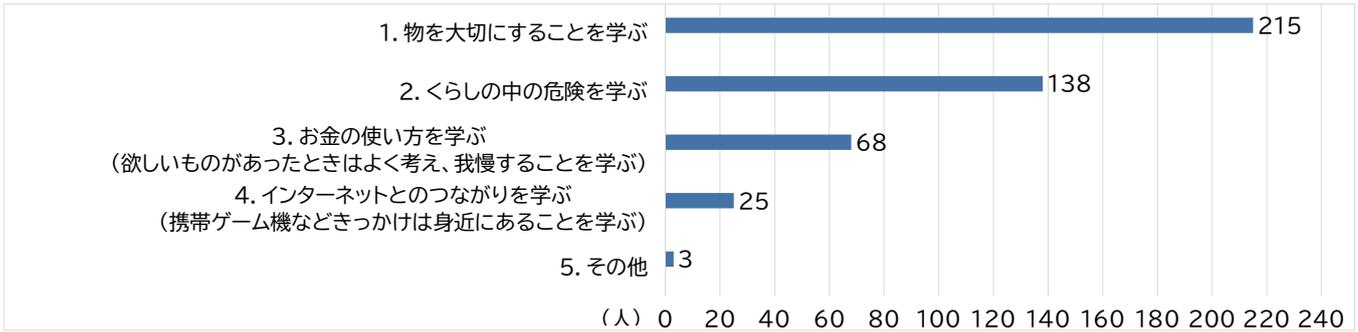


【問8】

各発達段階においてどのような消費者教育が重要だと思いますか。

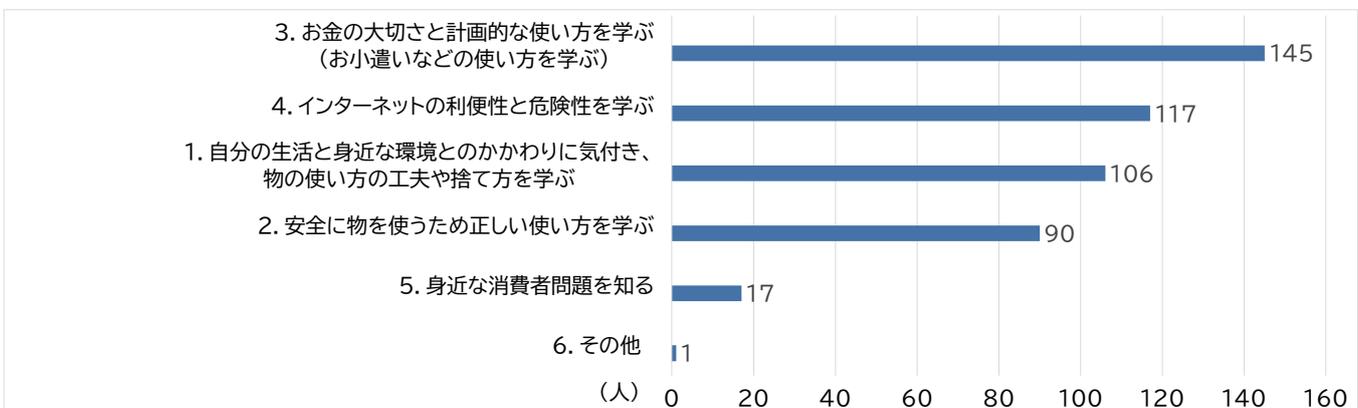
(1) 幼児期(就学前)(回答チェックは2つまで、n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1.物を大切にすることを学ぶ	215	81.7
2.くらしの中の危険を学ぶ	138	52.5
3.お金の使い方を学ぶ (欲しいものがあつたときはよく考え、我慢することを学ぶ)	68	25.9
4.インターネットとのつながりを学ぶ(携帯ゲーム機などきっかけは身近にあることを学ぶ)	25	9.5
5.その他	3	1.1



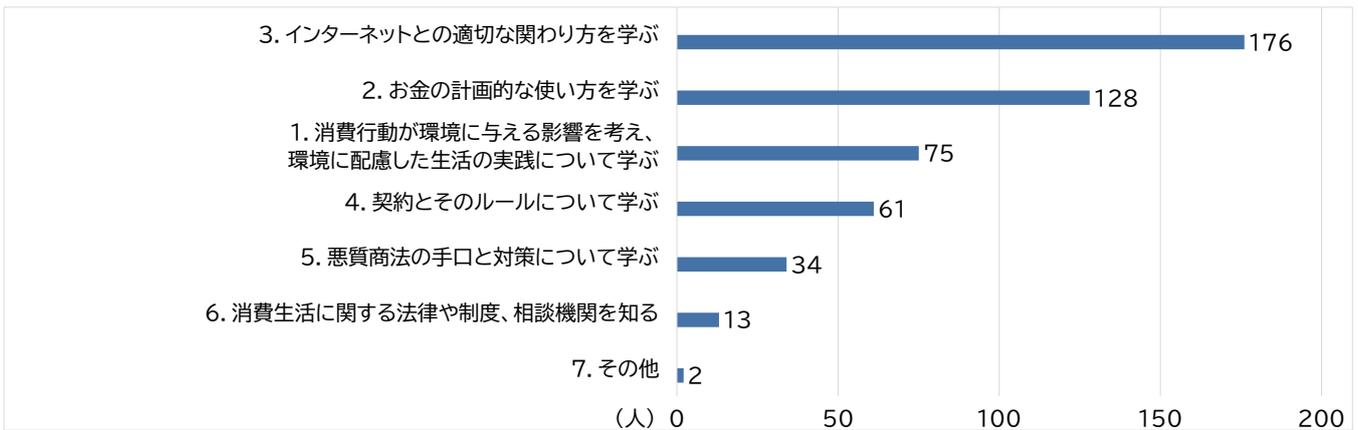
(2) 小学生期(回答チェックは2つまで、n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
3.お金の大切さと計画的な使い方を学ぶ(お小遣いなどの使い方を学ぶ)	145	55.1
4.インターネットの利便性と危険性を学ぶ	117	44.5
1.自分の生活と身近な環境とのかかわりに気付き、物の使い方の工夫や捨て方を学ぶ	106	40.3
2.安全に物を使うため正しい使い方を学ぶ	90	34.2
5.身近な消費者問題を知る	17	6.5
6.その他	1	0.4



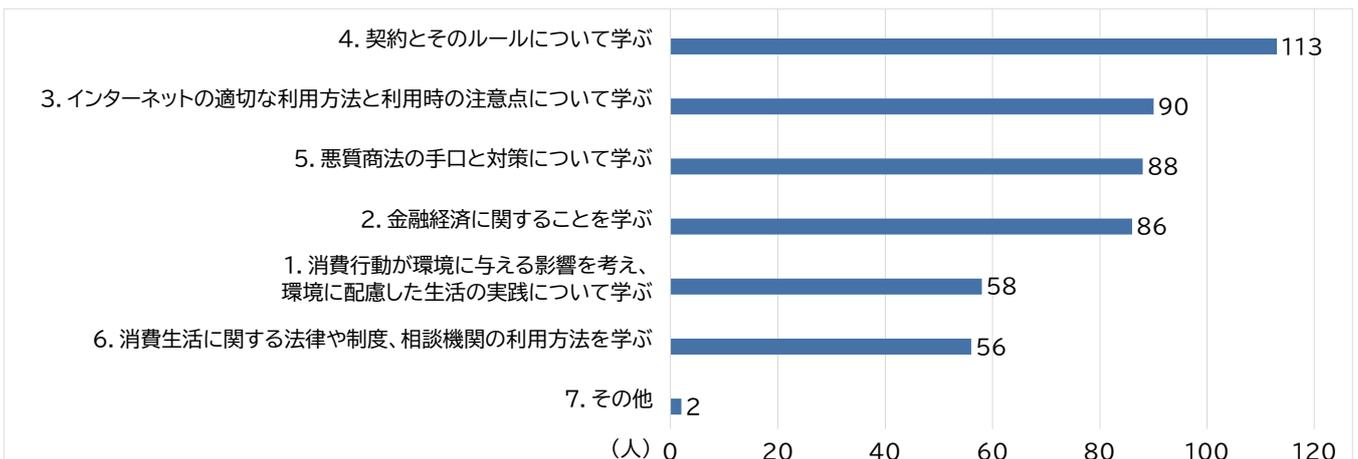
(3)中学生期(回答チェックは2つまで。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
3. インターネットとの適切な関わり方を学ぶ	176	66.9
2. お金の計画的な使い方を学ぶ	128	48.7
1. 消費行動が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活の実践について学ぶ	75	28.5
4. 契約とそのルールについて学ぶ	61	23.2
5. 悪質商法の手口と対策について学ぶ	34	12.9
6. 消費生活に関する法律や制度、相談機関を知る	13	4.9
7. その他	2	0.8



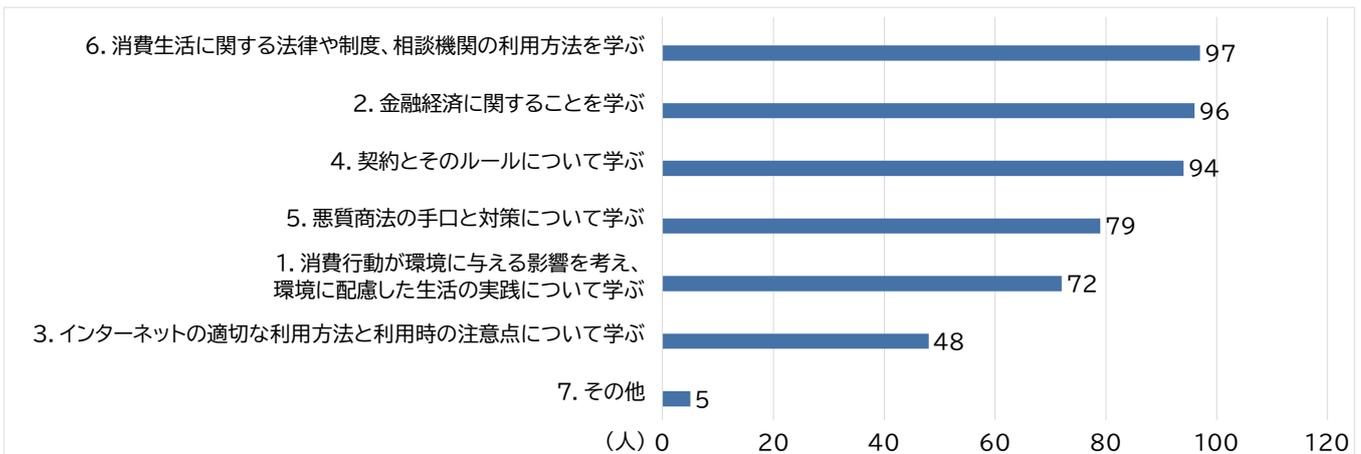
(4)高校生期(回答チェックは2つまで。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
4. 契約とそのルールについて学ぶ	113	43.0
3. インターネットの適切な利用方法と利用時の注意点について学ぶ	90	34.2
5. 悪質商法の手口と対策について学ぶ	88	33.5
2. 金融経済に関することを学ぶ	86	32.7
1. 消費行動が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活の実践について学ぶ	58	22.1
6. 消費生活に関する法律や制度、相談機関の利用方法を学ぶ	56	21.3
7. その他	2	0.8



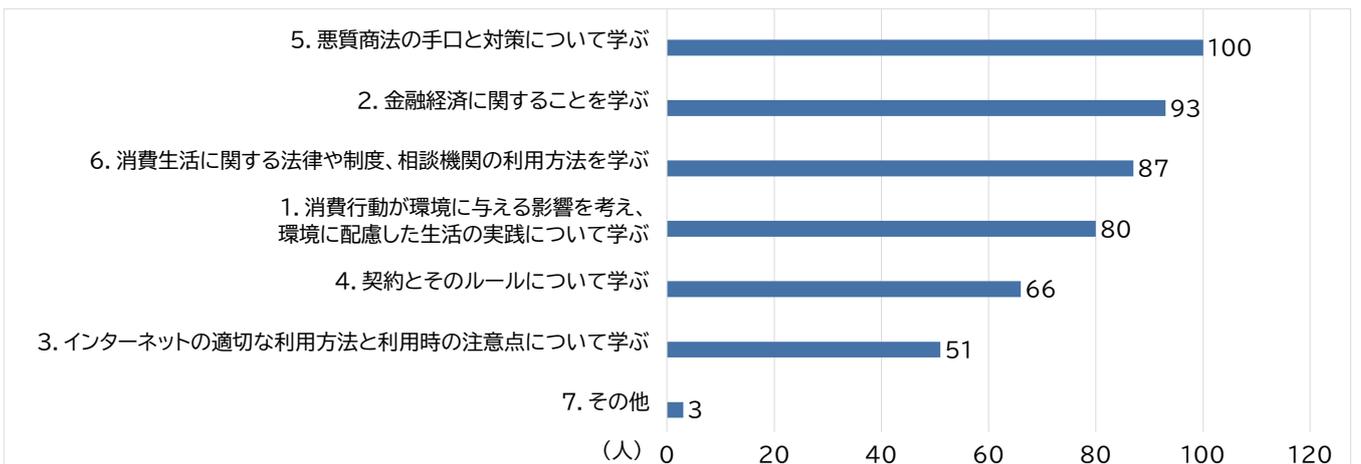
(5)成人期(若者:18歳~29歳)(回答チェックは2つまで。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
6. 消費生活に関する法律や制度、相談機関の利用方法を学ぶ	97	36.9
2. 金融経済に関することを学ぶ	96	36.5
4. 契約とそのルールについて学ぶ	94	35.7
5. 悪質商法の手口と対策について学ぶ	79	30.0
1. 消費行動が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活の実践について学ぶ	72	27.4
3. インターネットの適切な利用方法と利用時の注意点について学ぶ	48	18.3
7. その他	5	1.9



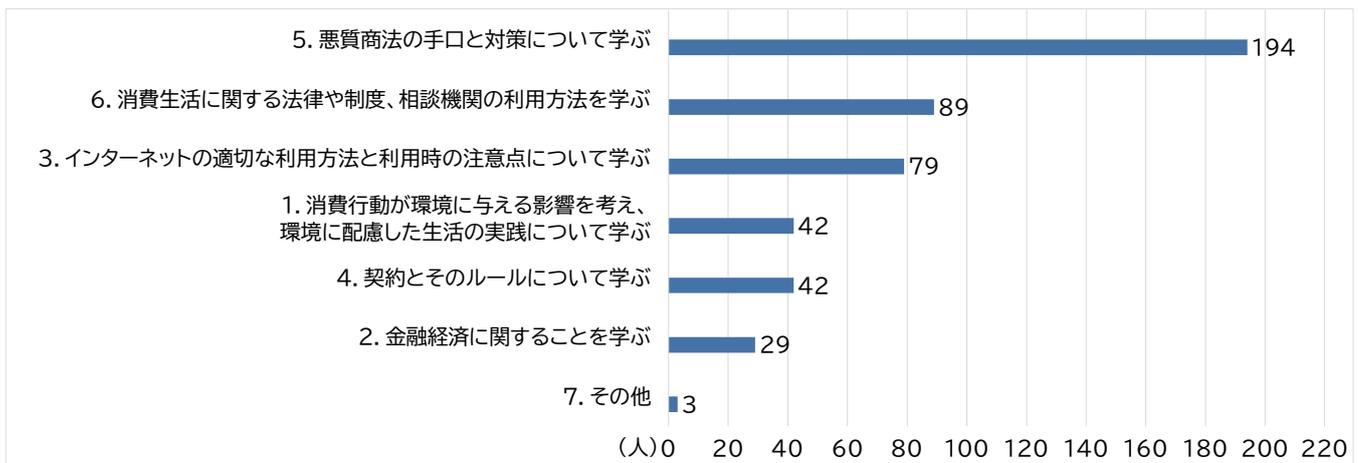
(6)成人期(若者、高齢者以外)(回答チェックは2つまで。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
5. 悪質商法の手口と対策について学ぶ	100	38.0
2. 金融経済に関することを学ぶ	93	35.4
6. 消費生活に関する法律や制度、相談機関の利用方法を学ぶ	87	33.1
1. 消費行動が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活の実践について学ぶ	80	30.4
4. 契約とそのルールについて学ぶ	66	25.1
3. インターネットの適切な利用方法と利用時の注意点について学ぶ	51	19.4
7. その他	3	1.1



(7)成人期(高齢者:65歳以上)(回答チェックは2つまで。n=263)

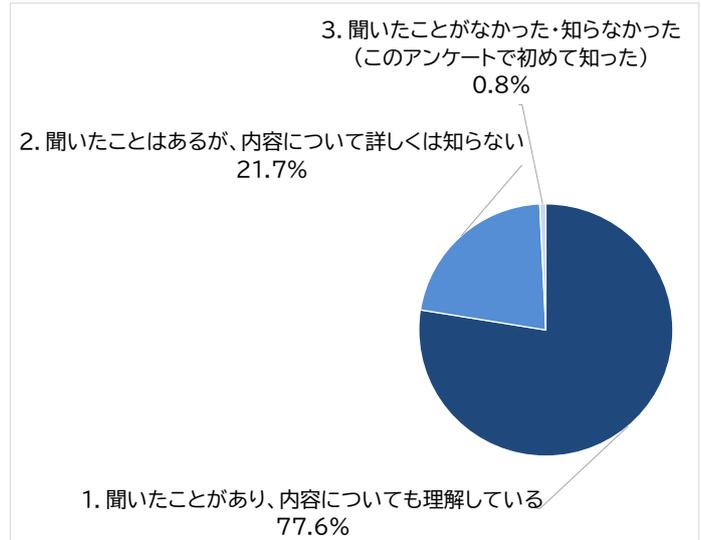
項目	人数(人)	割合(%)
5. 悪質商法の手口と対策について学ぶ	194	73.8
6. 消費生活に関する法律や制度、相談機関の利用方法を学ぶ	89	33.8
3. インターネットの適切な利用方法と利用時の注意点について学ぶ	79	30.0
1. 消費行動が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活の実践について学ぶ	42	16.0
4. 契約とそのルールについて学ぶ	42	16.0
2. 金融経済に関することを学ぶ	29	11.0
7. その他	3	1.1



【問9】

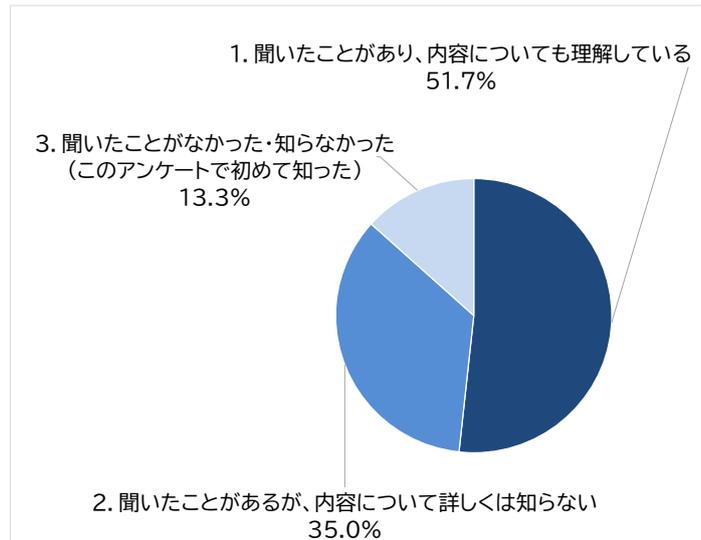
(1)令和4年(2022年)4月1日から、成年年齢が18歳に引き下げられました。あなたは成年年齢の引下げを知っていますか。  
(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 聞いたことがあり、内容についても理解している	204	77.6
2. 聞いたことはあるが、内容について詳しくは知らない	57	21.7
3. 聞いたことがなかった・知らなかった (このアンケートで初めて知った)	2	0.8
合計	263	100.1



(2)未成年者には「未成年者取消権」が認められており、親の同意を得ずに契約した場合は契約を取り消すことができますが、18歳、19歳の若者は未成年を理由とした契約の取消ができなくなりました。あなたは未成年者取消権を知っていますか。(回答チェックは1つだけ。n=263)

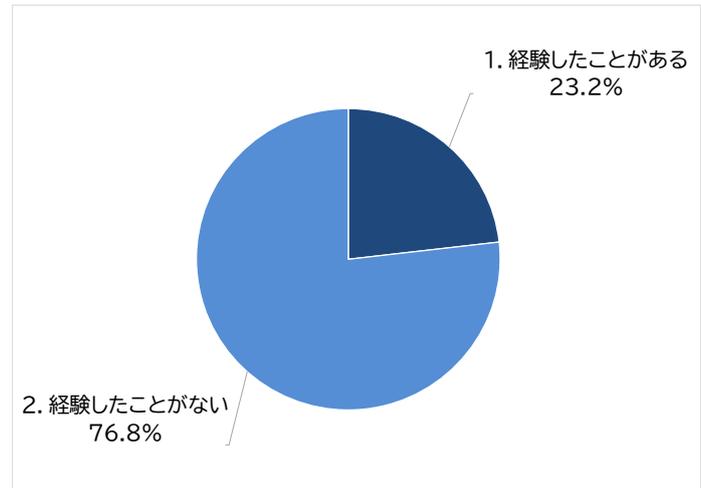
項目	人数(人)	割合(%)
1. 聞いたことがあり、内容についても理解している	136	51.7
2. 聞いたことがあるが、内容について詳しくは知らない	92	35.0
3. 聞いたことがなかった・知らなかった (このアンケートで初めて知った)	35	13.3
合計	263	100.0



【問10-1】

あなたは、消費者トラブルを経験したことがありますか。(回答チェックは1つだけ。n=263)

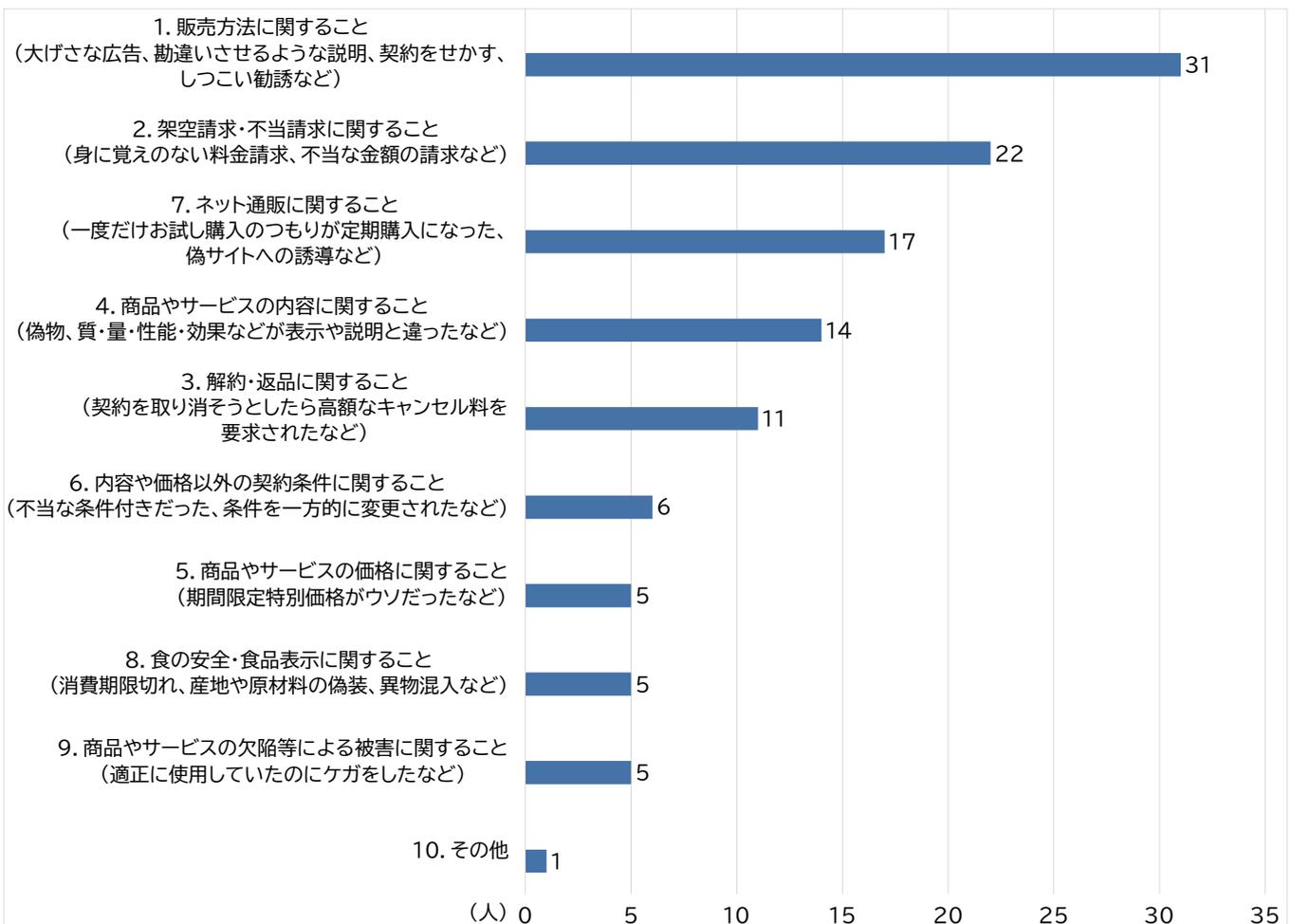
項目	人数(人)	割合(%)
1. 経験したことがある	61	23.2
2. 経験したことがない	202	76.8
合計	263	100.0



【問10-2】

問10-1で「1. 経験したことがある」を選択された方におたずねします。経験された消費者トラブルを、次の中から選択してください。(回答チェックはいくつでも。n=61)

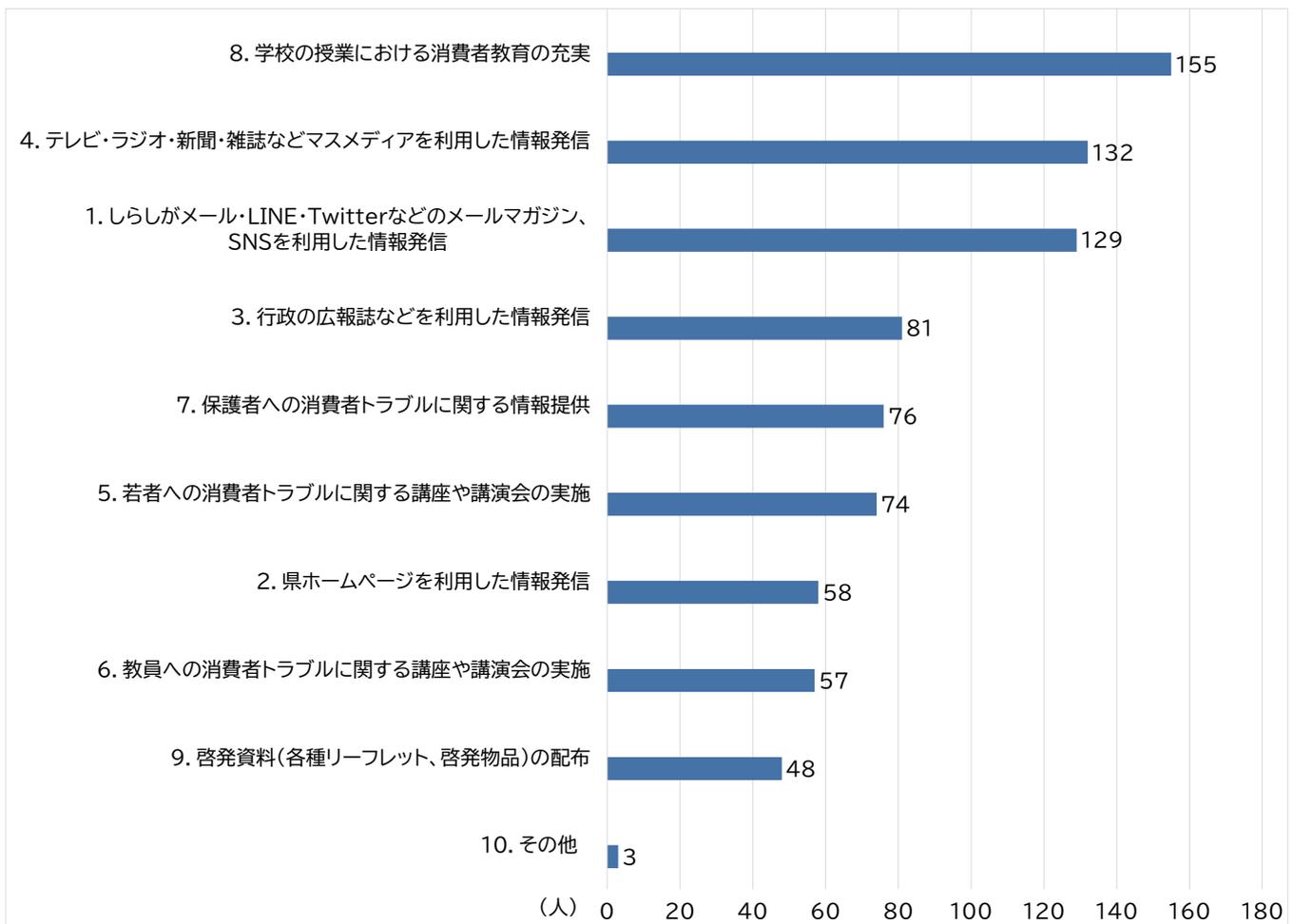
項目	人数(人)	割合(%)
1. 販売方法に関すること(大げさな広告、勘違いさせるような説明、契約をせかさず、しつこい勧誘など)	31	50.8
2. 架空請求・不当請求に関すること(身に覚えのない料金請求、不当な金額の請求など)	22	36.1
7. ネット通販に関すること(一度だけお試し購入のつもりが定期購入になった、偽サイトへの誘導など)	17	27.9
4. 商品やサービスの内容に関すること(偽物、質・量・性能・効果などが表示や説明と違ったなど)	14	23.0
3. 解約・返品に関すること(契約を取り消そうとしたら高額なキャンセル料を要求されたなど)	11	18.0
6. 内容や価格以外の契約条件に関すること(不当な条件付きだった、条件を一方的に変更されたなど)	6	9.8
5. 商品やサービスの価格に関すること(期間限定特別価格がウソだったなど)	5	8.2
8. 食の安全・食品表示に関すること(消費期限切れ、産地や原材料の偽装、異物混入など)	5	8.2
9. 商品やサービスの欠陥等による被害に関すること(適正に使用していたのにケガをしたなど)	5	8.2
10. その他	1	1.6



【問11】

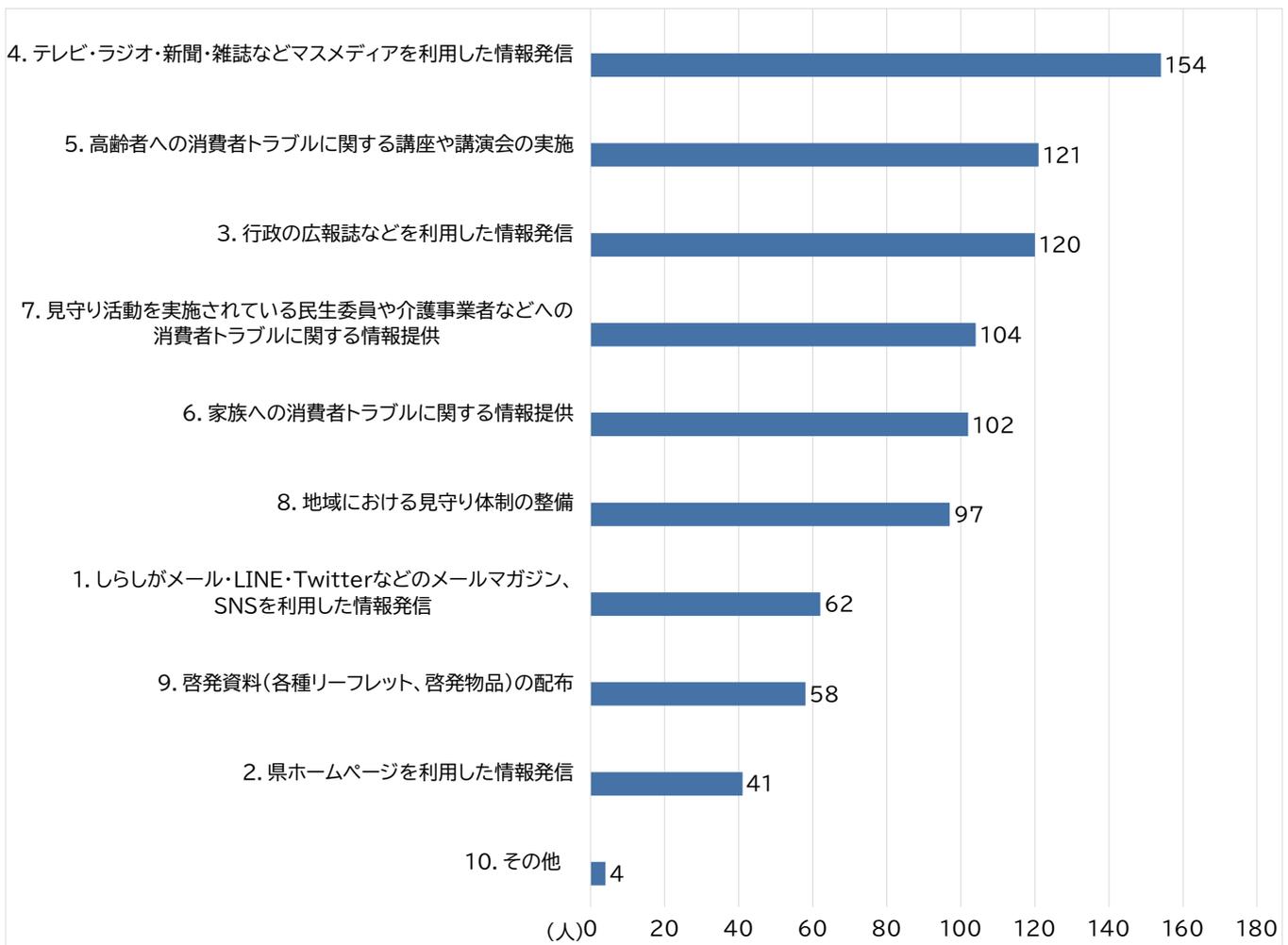
(1)若者(18歳~29歳)の消費者トラブルなどの被害を防止するために、あなたが特に重要だと思うことを次の中から選択してください。  
(回答チェックはいくつでも。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
8. 学校の授業における消費者教育の充実	155	58.9
4. テレビ・ラジオ・新聞・雑誌などマスメディアを利用した情報発信	132	50.2
1. しらしがメール・LINE・Twitterなどのメールマガジン、SNSを利用した情報発信	129	49.0
3. 行政の広報誌などを利用した情報発信	81	30.8
7. 保護者への消費者トラブルに関する情報提供	76	28.9
5. 若者への消費者トラブルに関する講座や講演会の実施	74	28.1
2. 県ホームページを利用した情報発信	58	22.1
6. 教員への消費者トラブルに関する講座や講演会の実施	57	21.7
9. 啓発資料(各種リーフレット、啓発物品)の配布	48	18.3
10. その他	3	1.1



(2)高齢者(65歳以上)の消費者トラブルなどの被害を防止するために、あなたが特に重要だと思うことを次の中から選択してください。  
(回答チェックはいくつでも。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
4. テレビ・ラジオ・新聞・雑誌などマスメディアを利用した情報発信	154	58.6
5. 高齢者への消費者トラブルに関する講座や講演会の実施	121	46.0
3. 行政の広報誌などを利用した情報発信	120	45.6
7. 見守り活動を実施されている民生委員や介護事業者などへの消費者トラブルに関する情報提供	104	39.5
6. 家族への消費者トラブルに関する情報提供	102	38.8
8. 地域における見守り体制の整備	97	36.9
1. しらしがメール・LINE・Twitterなどのメールマガジン、SNSを利用した情報発信	62	23.6
9. 啓発資料(各種リーフレット、啓発物品)の配布	58	22.1
2. 県ホームページを利用した情報発信	41	15.6
10. その他	4	1.5

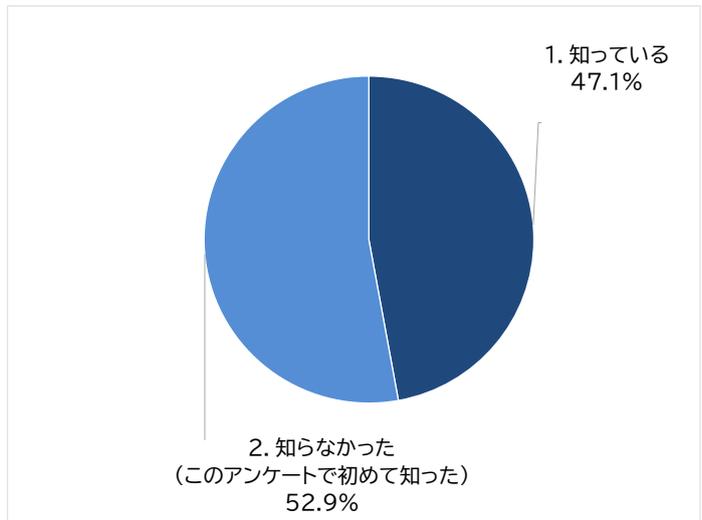


【問12】

「消費者ホットライン」は、電話で3桁の「188」番にかけると、お近くの消費生活センター(または消費生活相談窓口)につながり、消費生活相談の最初の一歩をお手伝いするものです。

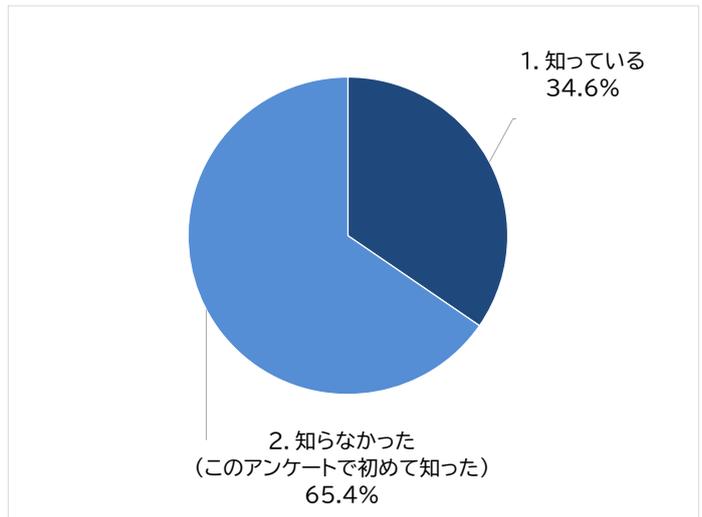
(1)「消費者ホットライン」という名前を知っていますか。(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 知っている	124	47.1
2. 知らなかった (このアンケートで初めて知った)	139	52.9
合計	263	100.0



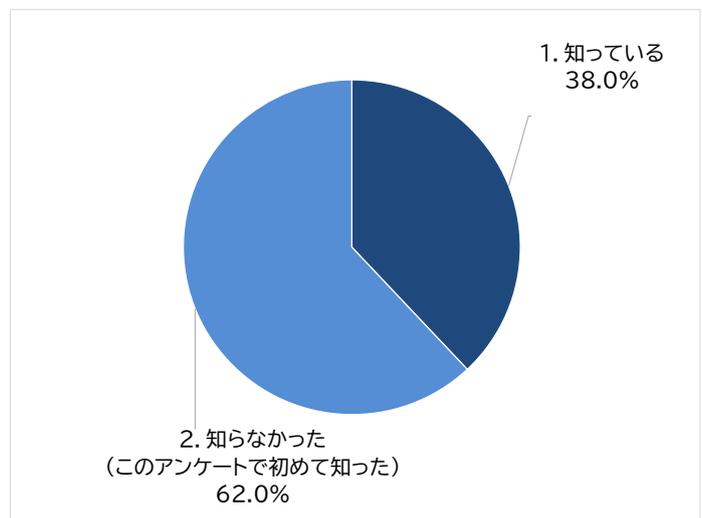
(2)消費者ホットラインの番号「188」を知っていますか。(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 知っている	91	34.6
2. 知らなかった (このアンケートで初めて知った)	172	65.4
合計	263	100.0



(3)消費者ホットラインの内容を知っていますか。(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 知っている	100	38.0
2. 知らなかった (このアンケートで初めて知った)	163	62.0
合計	263	100.0

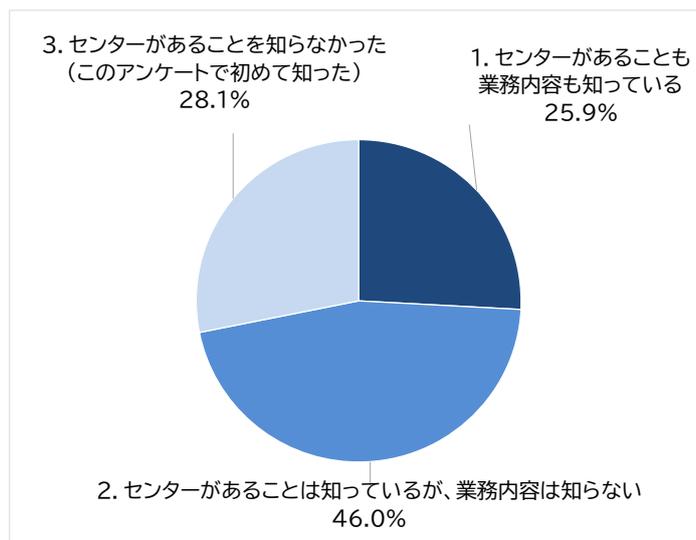


【問13】

滋賀県消費生活センターでは、消費生活に関する相談を受け付け、助言・あっせんを行っています。また、出前講座や教材貸出など様々な学習機会の提供も行っています。

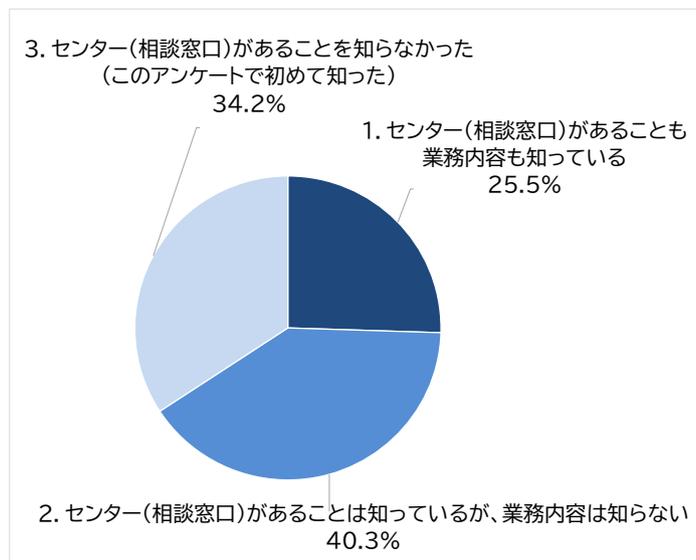
(1) 滋賀県消費生活センターを知っていますか。(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. センターがあることも業務内容も知っている	68	25.9
2. センターがあることは知っているが、業務内容は知らない	121	46.0
3. センターがあることを知らなかった(このアンケートで初めて知った)	74	28.1
合計	263	100.0



(2) 県下すべての市町に、消費生活センター(または消費生活相談窓口)があります。お住まいの市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)を知っていますか。(回答チェックは1つだけ。n=263)

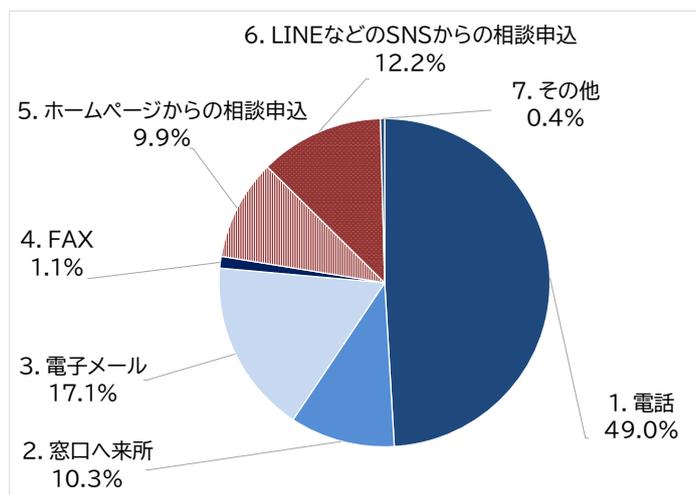
項目	人数(人)	割合(%)
1. センター(相談窓口)があることも業務内容も知っている	67	25.5
2. センター(相談窓口)があることは知っているが、業務内容は知らない	106	40.3
3. センター(相談窓口)があることを知らなかった(このアンケートで初めて知った)	90	34.2
合計	263	100.0



【問14】

消費生活センター(または消費生活相談窓口)に相談する際の最初の連絡手段として、あなたが利用したいと思うものを次の中から選択してください。(回答チェックは1つだけ。n=263)

項目	人数(人)	割合(%)
1. 電話	129	49.0
2. 窓口へ来所	27	10.3
3. 電子メール	45	17.1
4. FAX	3	1.1
5. ホームページからの相談申込	26	9.9
6. LINEなどのSNSからの相談申込	32	12.2
7. その他	1	0.4
合計	263	100.0



【問15】

その他、消費生活や消費者教育(エシカル消費など)について、御意見がありましたらお聞かせください。(抜粋)

- ・今まで相談したことはないが、どのようなことを相談できるのか、参考事例を知りたい。
- ・自分自身、あまり消費者に関するトラブルにあったことも聞いたこともないので滋賀県は安心なものと思っていた。このアンケートでいろいろと啓蒙活動を行政がされていることを知って今後、自身や家族が被害にあったり加害者になる可能性も無きにしもあらずと改めて気が引き締まる思いである。
- ・地産地消を心がけ、国産品を買い、自給率を上げることを消費者が意識したい。
- ・就学前から少しづつ教育・体験をしていく必要があると思う。出来れば中学卒業までに、金融の大まかなルールも教育する必要があると考える。金融がわかれば色々な事を知らないと困る事がわかるし、世界情勢ともつながっていることがわかれば良いと思う。
- ・消費生活でのトラブルは多々あると思うが、当事者は右往左往で具体的に何をすれば良いのかわからない状況にあると思うので、それがわかるよう相談窓口の存在を周知する事が必要で、窓口も限りなく広く、身近なところに在るのが望ましいと思う。
- ・成長に合わせて段階的な教育が必要と思う。多方面からのアプローチが有用だと考える。
- ・最近メールで特殊詐欺などの注意喚起の内容が送られてきたが、自分は無縁だと思い自発的に調べたりしませんが、こうして入ってくるメールを目にすると、気が引き締まり、自分への注意喚起ができるようになっていいと思う。
- ・高齢になると時代の通信手段に振り回されることが多く、携帯電話、パソコンでメールを閲覧等を行う時間も1日1.5時間程度であるので、各種情報に接するのに制約がある。
- ・消費に関しての消費者側が受けるトラブル、売り手側の詐欺行為など増加している。消費者側を保護する立場で行政の強力な援助を実施してもらいたい。
- ・今までに「消費生活センター」に相談するようなトラブルに巻き込まれた事は無いが、両親が後期高齢者であり、自分も将来後期高齢者になった時に、そして各種手続きがスマホやパソコンでの手続きで済まされる時代に、どのような悪質商法や詐欺の手口が生まれてくるのか。そして、たとえ自分が認知症になっていなくても、自分や家族がそれに騙されないかということが大きな心配事の一つ。県政の業務の効率化も進めないといけないが、スマホやパソコン活用時の消費者トラブル防止も平行して検討してほしい。
- ・地域、人、環境等、地域の活性化や人材雇用につながる消費をすることでその地域の雇用安定にも繋がるし、買い物をとおしてできる事の一つだと思う。出来る限りであるが、無駄をなくし使い切る、捨てない、無駄買いをしない生活をしている。何でもある時代で仕事を持つ者には楽イコールお金さえ出せばなんでも暮らしているのを少しの手間でたくさん無駄が減少できると思うことが多い。
- ・消費者に対する啓蒙活動が大事だと思う。物の値段が高いのには、それなりの理由があるし、環境に配慮しているものには、きちんとした対価を払う必要がある。買うことによって、生産者、商品に関わるすべての人を応援したい。
- ・滋賀県消費生活センターで、消費生活に関する相談、助言・あっせんをされていることは知っていたが、出前講座や教材貸出があることは知らなかった。
- ・不審な電話や振り込み詐欺などに注意し家族と必ず相談することが大事だと思う。
- ・年齢や居住地域、また性別によって消費に関する関心度や悪質商法などの被害状況は千差万別であると思う。家庭や地域、学校や職場などでの情報共有は、その他の情報源よりも一次的なインパクトがはるかに大きいと思う。大事な場面で間違った情報に接したりバイアスにより思い違いをすると、その後の消費者としての行動に少なからず悪影響が及び、ひいてはネット等の詐欺にあう確率が高くなるのは否めない。したがって、継続的な消費者啓蒙活動は即効性がなくともやはり必要で、本人が自ら助けを求める際の確かな道しるべになると確信している。
- ・消費者トラブルは、もちろん悪いのは加害者側であるが、被害にあった人の行動にも問題(無知すぎるなど)がある場合が結構多いと思う。みんなが「自分は被害にあわないだろう」と思いがちなトピックであり、一度痛い目に合わないとセミナーに参加したり自発的に学ぶ内容でもないと思うので、ニュースで多く取り上げたり、身近な人に情報共有するなど日常の何気ないところで対策を広めていくべき。
- ・若年層については中学・高校のうちに学校で教育に十分な内容と時間をかけるのが最も効果的と考える。成人してからの講習会などはわざわざ興味を持つ人しか参加しないので効果は薄そうだ。
- ・生きていく中で、消費生活は必ず必要になってくるが、どの年代にも危険が含まれている。わかりやすく、年代に合った発信をしないとせっかく発信しても全く届かない事になると思うので、若者向けにインターネット経由の発信、高齢者向けに紙媒体での発信は必要だと思う。トラブルにあうまでは他人事と捉えがちなので、実際に会った消費者トラブルエピソードを募集とかしても話題になり、いろんなエピソードを周知できるのでいいと思った。
- ・成人年齢の引き下げにより、契約について自分事として考える必要があるが、家庭でじっくりと教育する余裕はないので、小学校から契約について学べる出前講座を用意してほしい。
- ・消費と一言で言っても環境や契約、法律などさまざまな側面があるのだなとこのアンケートを通して感じた。