

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

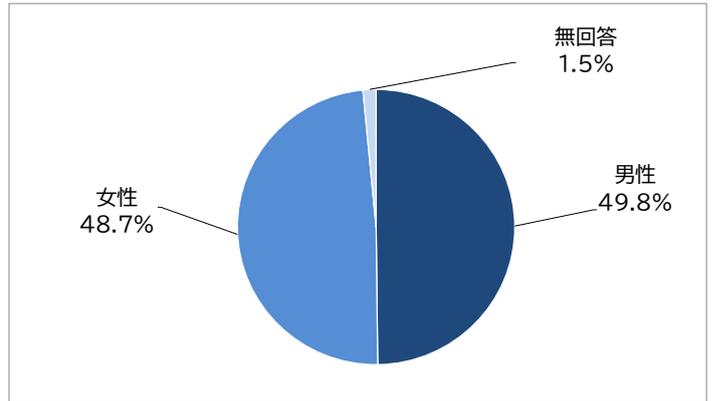
滋賀県消費生活条例の規定に基づき、県民の消費生活の安定と向上を図るため策定しており、県の消費者行政推進の指針となるものです。「みんなで学び、つくる滋賀の消費者安全・安心社会」を目指して、「安全・安心な消費生活の確保」、「自ら考え行動する』消費者になるための支援」、「消費者被害の防止と救済」を基本方針として、施策に取り組んでいます。

- ★調査時期 : 令和6年7月
 - ★対象者 : 県政モニター 300人
 - ★回答数 : 265人(回収率 88.3%)
 - ★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】

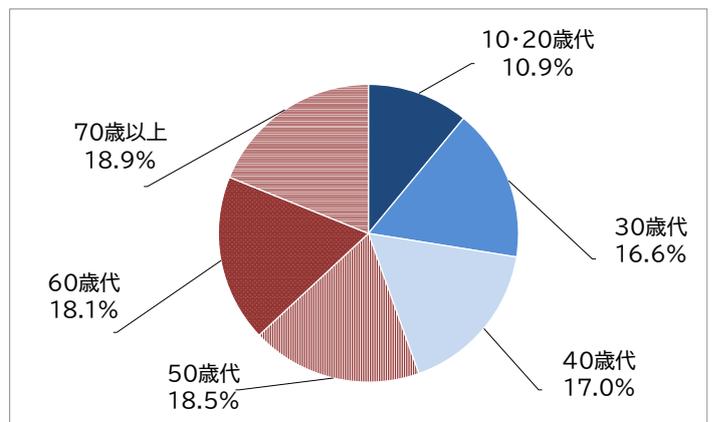
◆性別

項目	人数(人)	割合(%)
男性	132	49.8
女性	129	48.7
無回答	4	1.5
合計	265	100.0



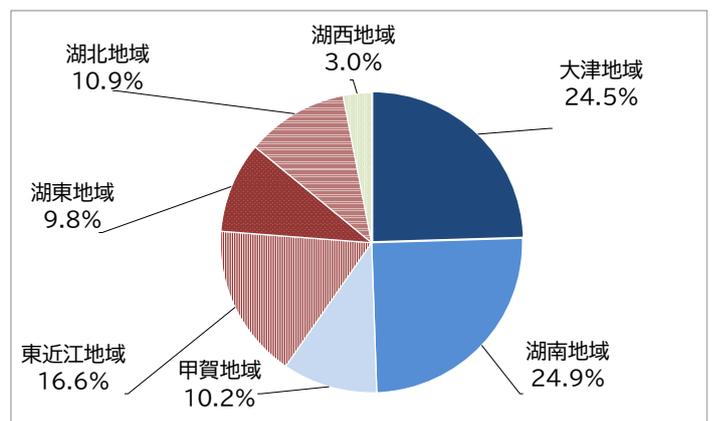
◆年代

項目	人数(人)	割合(%)
10・20歳代	29	10.9
30歳代	44	16.6
40歳代	45	17.0
50歳代	49	18.5
60歳代	48	18.1
70歳以上	50	18.9
合計	265	100.0



◆地域

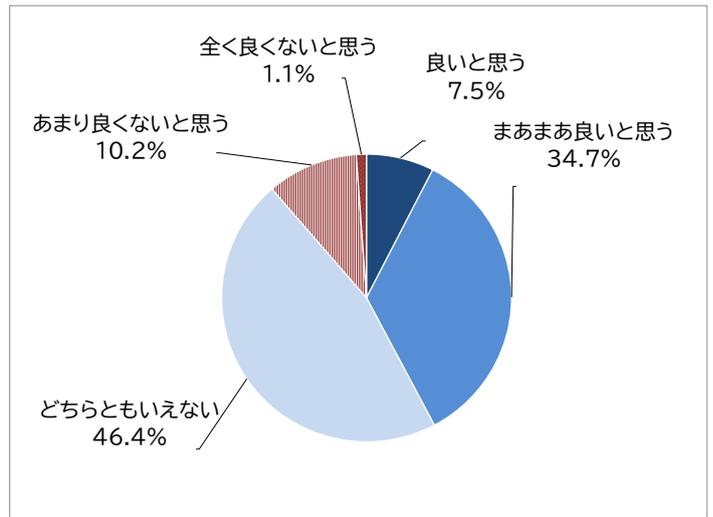
項目	人数(人)	割合(%)
大津地域	65	24.5
湖南地域	66	24.9
甲賀地域	27	10.2
東近江地域	44	16.6
湖東地域	26	9.8
湖北地域	29	10.9
湖西地域	8	3.0
合計	265	100.0



【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。最も当てはまるものを選択してください。
(n=265)

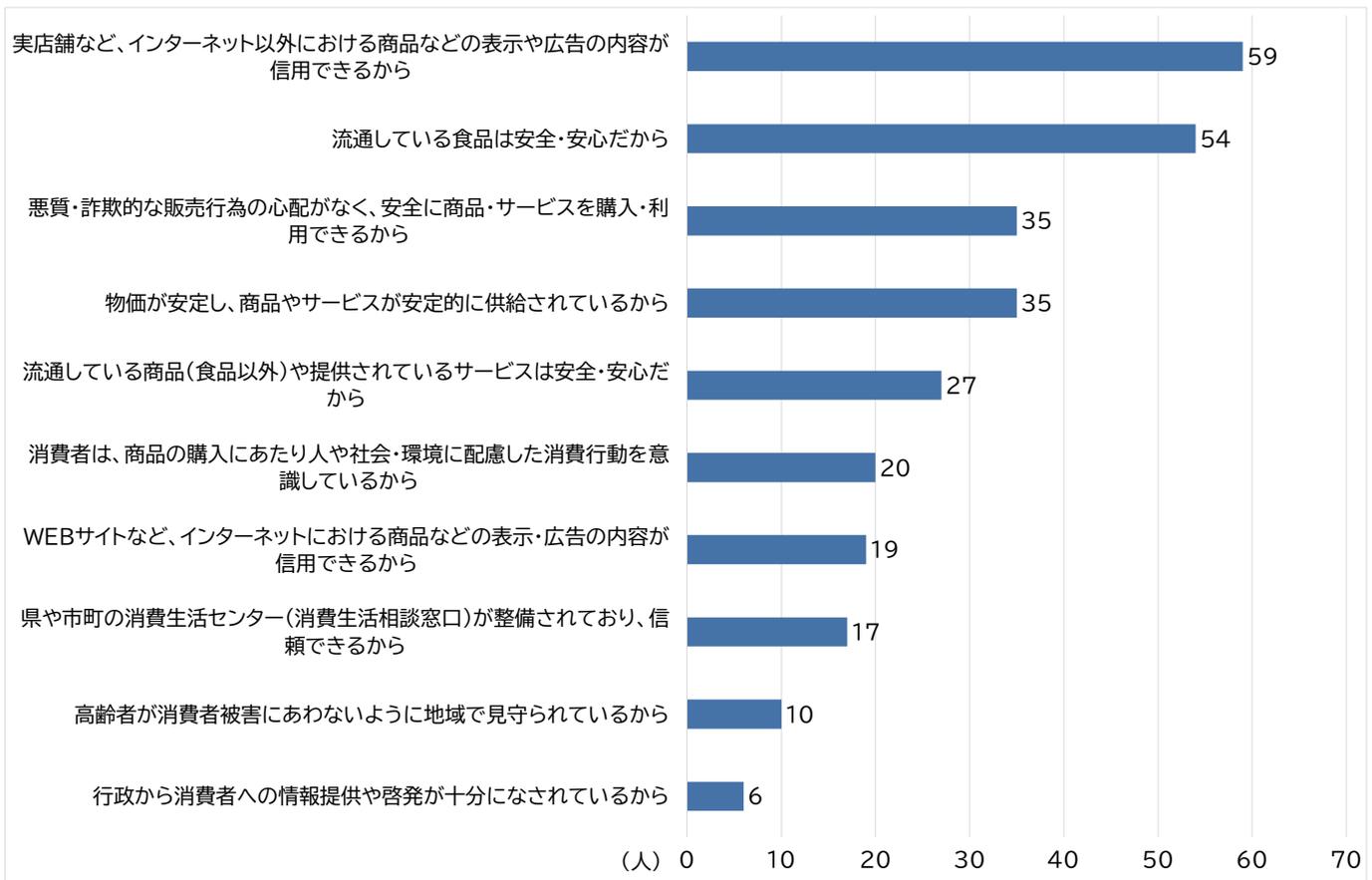
項目	人数(人)	割合(%)
良いと思う	20	7.5
まあまあ良いと思う	92	34.7
どちらともいえない	123	46.4
あまり良くないと思う	27	10.2
全く良くないと思う	3	1.1
合計	265	100.0



【問1-2】

問1-1で「良いと思う」「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=112)

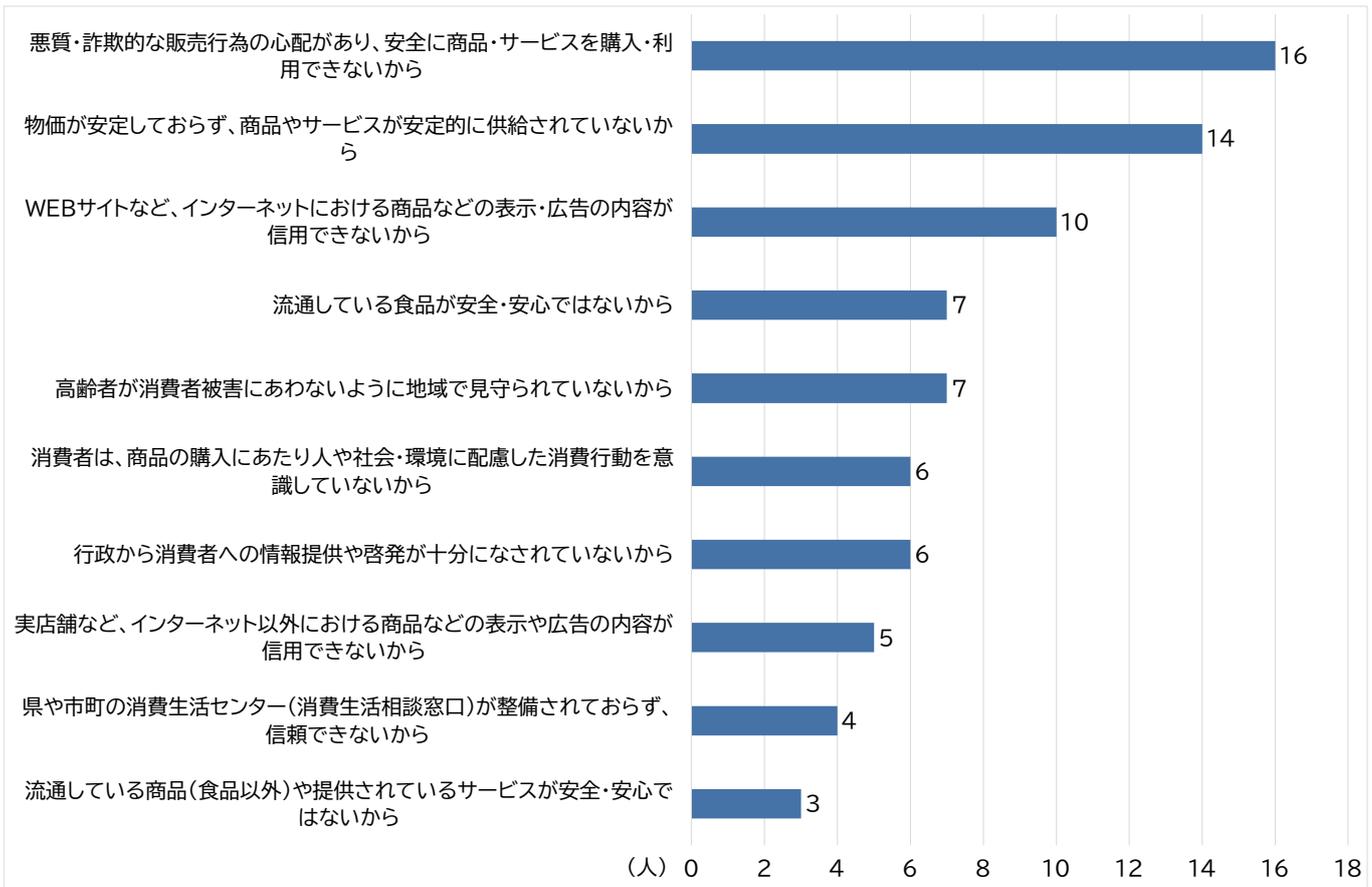
項目	人数(人)	割合(%)
実店舗など、インターネット以外における商品などの表示や広告の内容が信用できるから	59	52.7
流通している食品は安全・安心だから	54	48.2
悪質・詐欺的な販売行為の心配がなく、安全に商品・サービスを購入・利用できるから	35	31.3
物価が安定し、商品やサービスが安定的に供給されているから	35	31.3
流通している商品(食品以外)や提供されているサービスは安全・安心だから	27	24.1
消費者は、商品の購入にあたり人や社会・環境に配慮した消費行動を意識しているから	20	17.9
WEBサイトなど、インターネットにおける商品などの表示・広告の内容が信用できるから	19	17.0
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	17	15.2
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	10	8.9
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	6	5.4



【問1-3】

問1-1で「あまり良くないと思う」「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)

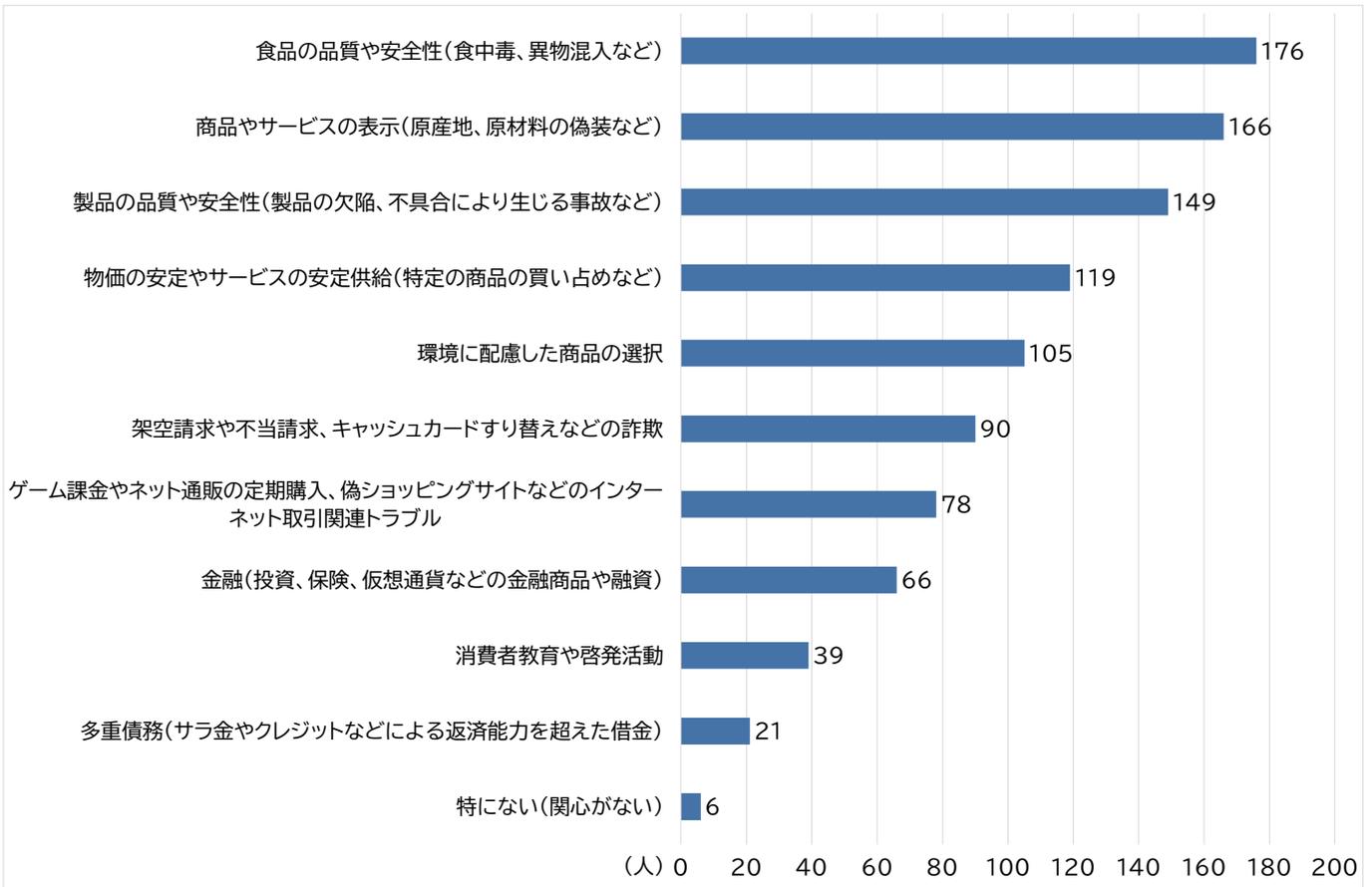
項目	人数(人)	割合(%)
悪質・詐欺的な販売行為の心配があり、安全に商品・サービスを購入・利用できないから	16	53.3
物価が安定しておらず、商品やサービスが安定的に供給されていないから	14	46.7
WEBサイトなど、インターネットにおける商品などの表示・広告の内容が信用できないから	10	33.3
流通している食品が安全・安心ではないから	7	23.3
高齢者が消費者被害にあわないように地域で見守られていないから	7	23.3
消費者は、商品の購入にあたり人や社会・環境に配慮した消費行動を意識していないから	6	20.0
行政から消費者への情報提供や啓発が十分になされていないから	6	20.0
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	5	16.7
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	4	13.3
流通している商品(食品以外)や提供されているサービスが安全・安心ではないから	3	10.0



【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。（「特にない(関心がない)」を選択した場合を除き、回答チェックはいくつでも。n=265）

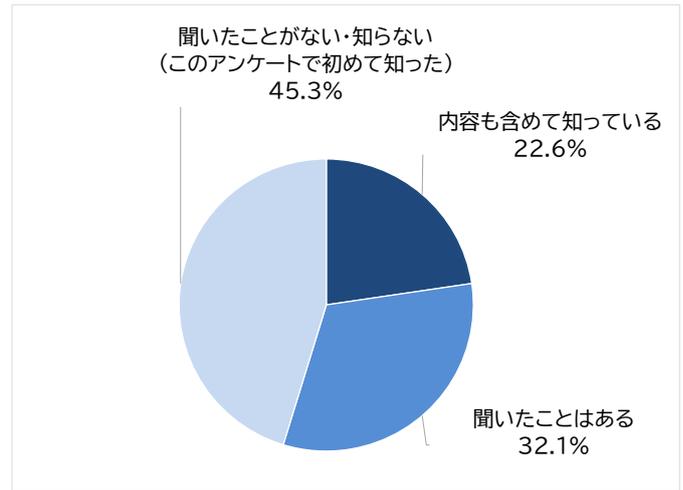
項目	人数(人)	割合(%)
食品の品質や安全性(食中毒、異物混入など)	176	66.4
商品やサービスの表示(原産地、原材料の偽装など)	166	62.6
製品の品質や安全性(製品の欠陥、不具合により生じる事故など)	149	56.2
物価の安定やサービスの安定供給(特定の商品の買い占めなど)	119	44.9
環境に配慮した商品の選択	105	39.6
架空請求や不当請求、キャッシュカードすり替えなどの詐欺	90	34.0
ゲーム課金やネット通販の定期購入、偽ショッピングサイトなどのインターネット取引関連トラブル	78	29.4
金融(投資、保険、仮想通貨などの金融商品や融資)	66	24.9
消費者教育や啓発活動	39	14.7
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)	21	7.9
特にない(関心がない)	6	2.3



【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すか。(n=265)
 ※「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)

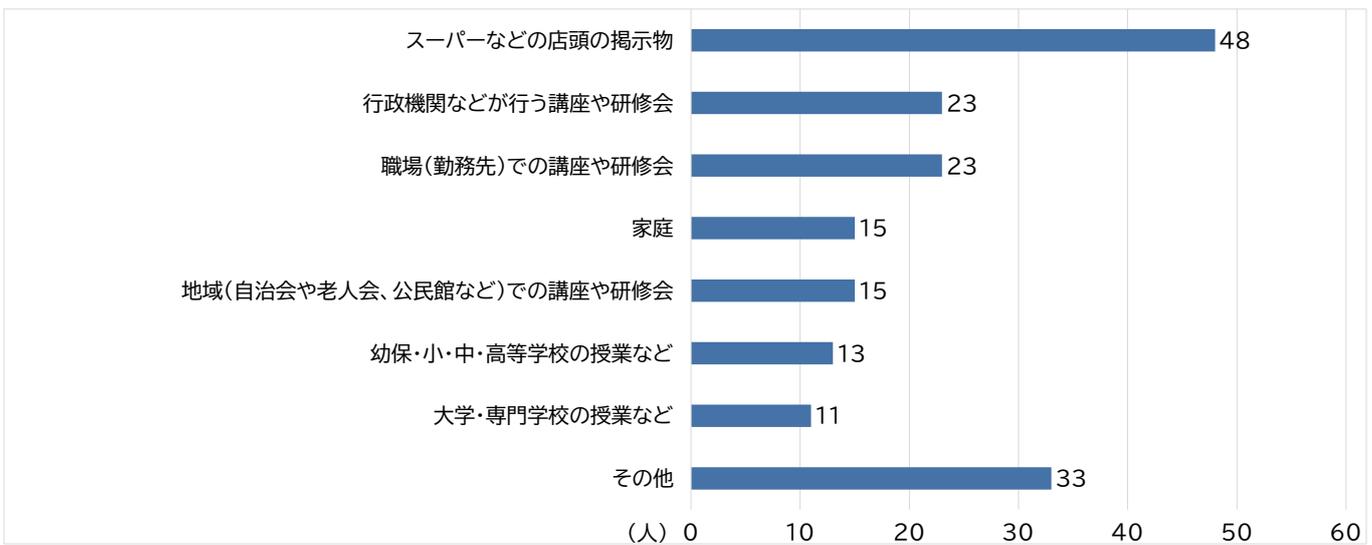
項目	人数(人)	割合(%)
内容も含めて知っている	60	22.6
聞いたことはある	85	32.1
聞いたことがない・知らない (このアンケートで初めて知った)	120	45.3
合計	265	100.0



【問4】

問3で「内容も含めて知っている」または「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=145)

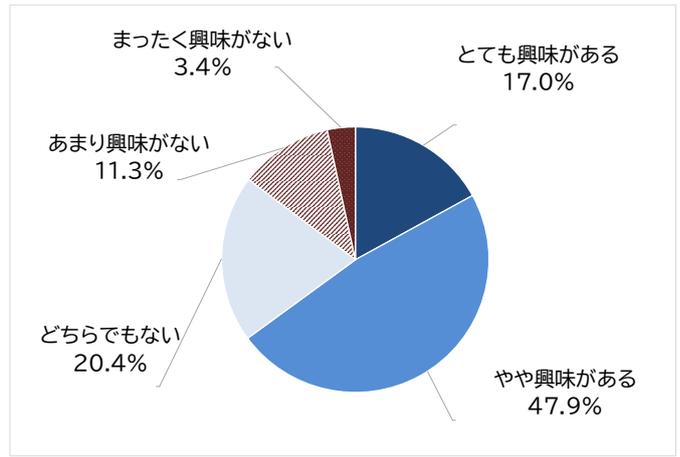
項目	人数(人)	割合(%)
スーパーなどの店頭の掲示物	48	33.1
行政機関などが行う講座や研修会	23	15.9
職場(勤務先)での講座や研修会	23	15.9
家庭	15	10.3
地域(自治会や老人会、公民館など)での講座 や研修会	15	10.3
幼保・小・中・高等学校の授業など	13	9.0
大学・専門学校の授業など	11	7.6
その他	33	22.8



【問5】

あなたはエシカル消費に興味がありますか。(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
とても興味がある	45	17.0
やや興味がある	127	47.9
どちらでもない	54	20.4
あまり興味がない	30	11.3
まったく興味がない	9	3.4
合計	265	100.0

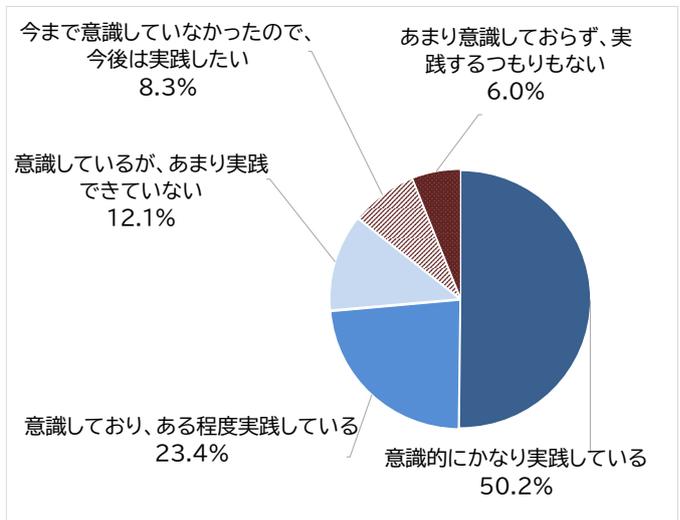


【問6】

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。

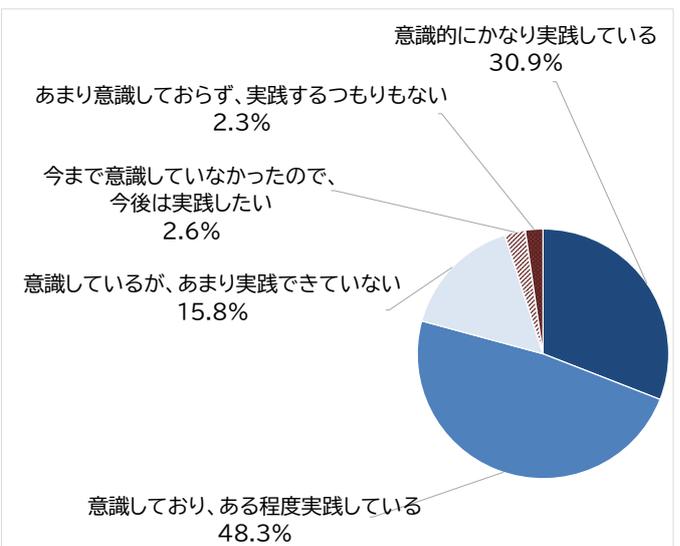
(1) マイバッグを持参して買い物をする(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	133	50.2
意識しており、ある程度実践している	62	23.4
意識しているが、あまり実践できていない	32	12.1
今まで意識していなかったのですが、 今後は実践したい	22	8.3
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	16	6.0
合計	265	100.0



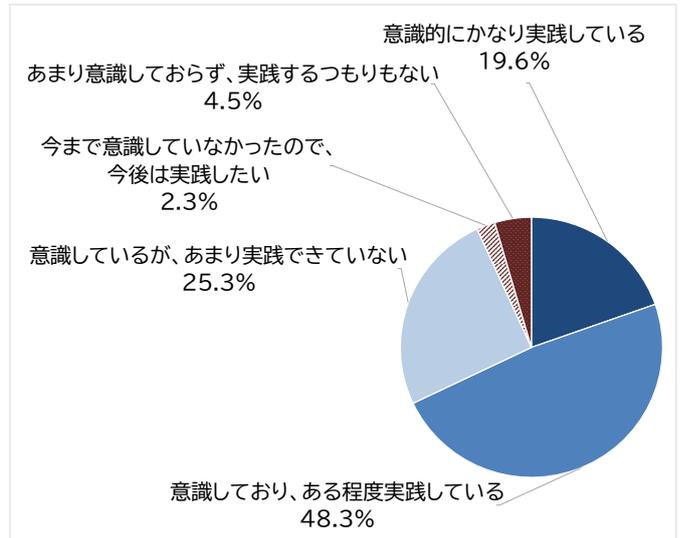
(2) 必要なものを、必要な量だけ購入する(余分な物を買わない)(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	82	30.9
意識しており、ある程度実践している	128	48.3
意識しているが、あまり実践できていない	42	15.8
今まで意識していなかったのですが、 今後は実践したい	7	2.6
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	6	2.3
合計	265	100.0



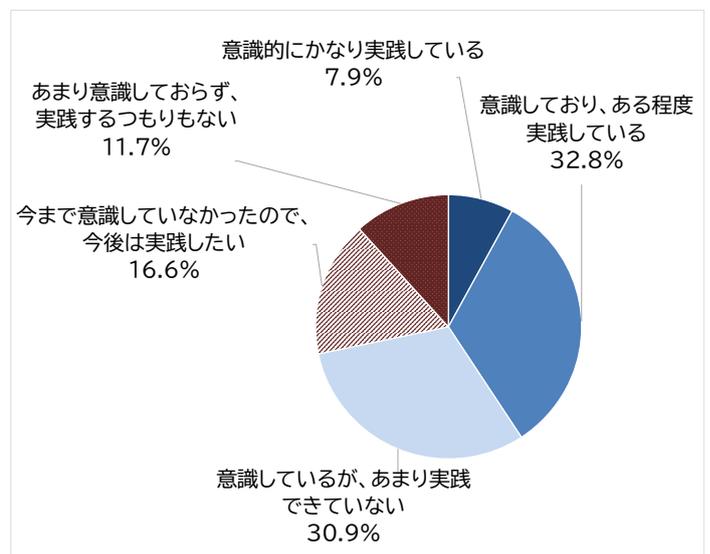
(3)使い捨てるものより、長く使えるものを購入する(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	52	19.6
意識しており、ある程度実践している	128	48.3
意識しているが、あまり実践できていない	67	25.3
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	6	2.3
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	12	4.5
合計	265	100.0



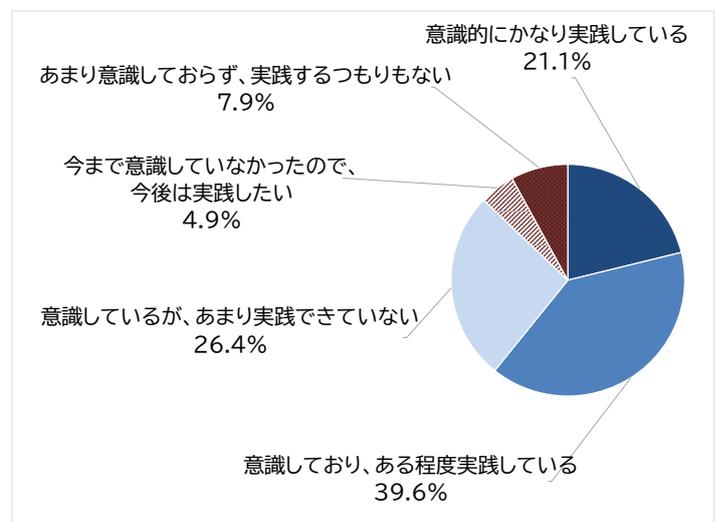
(4)環境に配慮した製品(エコマークが付いた商品など)を選ぶ(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	21	7.9
意識しており、ある程度実践している	87	32.8
意識しているが、あまり実践できていない	82	30.9
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	44	16.6
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	31	11.7
合計	265	100.0



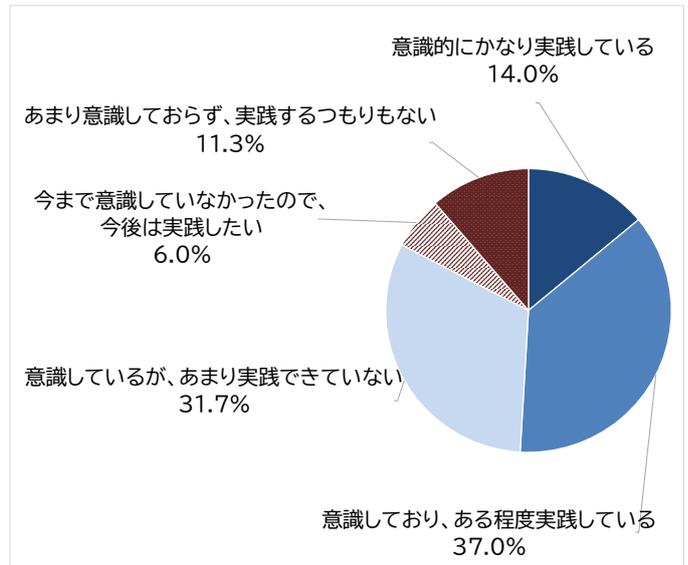
(5)地産地消を心掛ける(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	56	21.1
意識しており、ある程度実践している	105	39.6
意識しているが、あまり実践できていない	70	26.4
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	13	4.9
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	21	7.9
合計	265	100.0



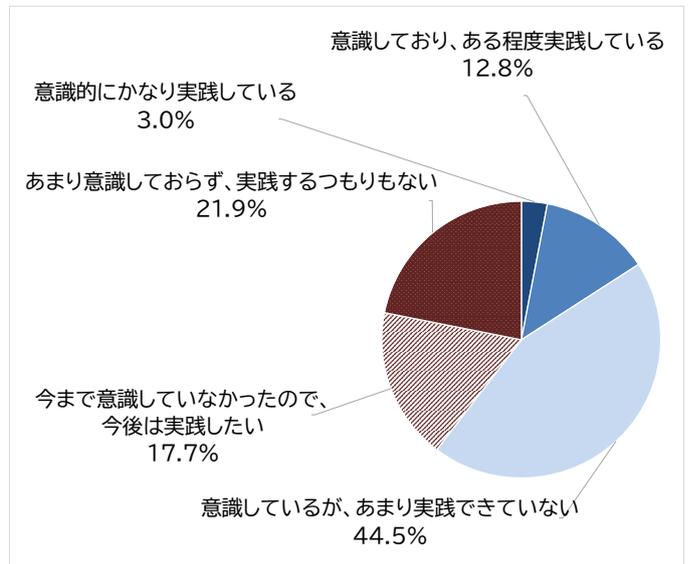
(6)地元のお店や商店街で買うようにしている(地域の活性化)(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	37	14.0
意識しており、ある程度実践している	98	37.0
意識しているが、あまり実践できていない	84	31.7
今まで意識していなかったので、 今後は実践したい	16	6.0
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	30	11.3
合計	265	100.0



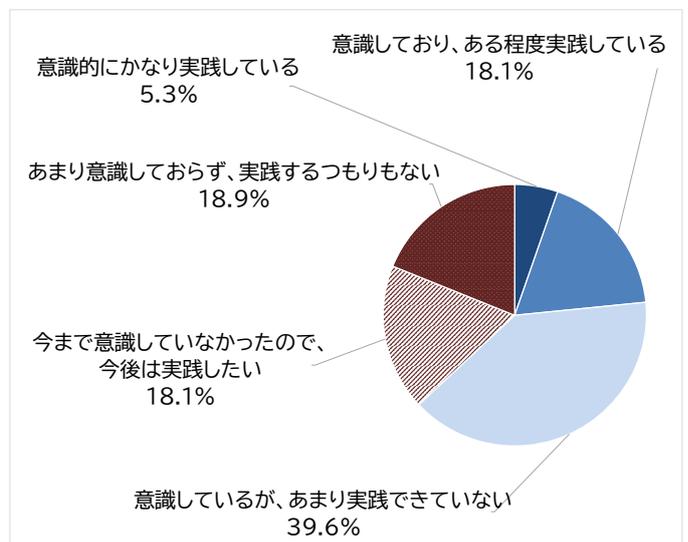
(7)地元の伝統工芸品などを購入する(伝統技術の継承)(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	8	3.0
意識しており、ある程度実践している	34	12.8
意識しているが、あまり実践できていない	118	44.5
今まで意識していなかったので、 今後は実践したい	47	17.7
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	58	21.9
合計	265	100.0



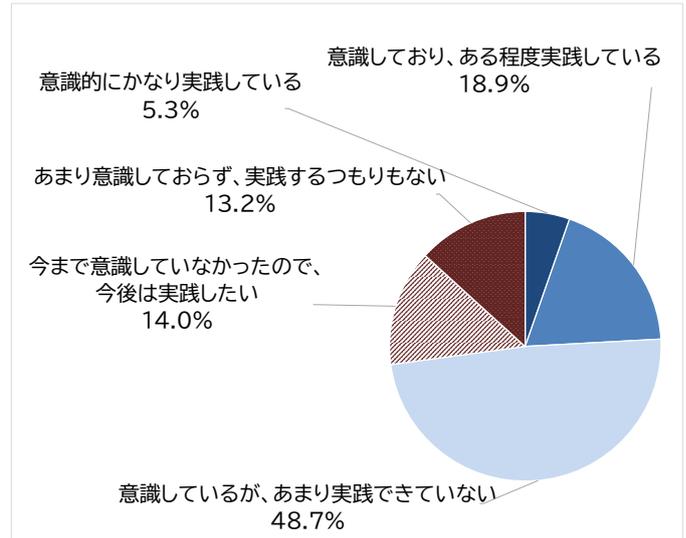
(8)福祉作業所(授産施設)などで作られた製品を購入する(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	14	5.3
意識しており、ある程度実践している	48	18.1
意識しているが、あまり実践できていない	105	39.6
今まで意識していなかったので、 今後は実践したい	48	18.1
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	50	18.9
合計	265	100.0



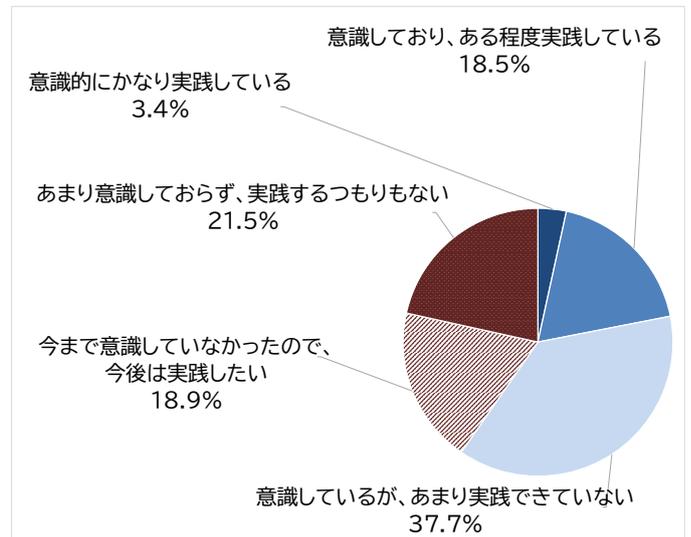
(9)被災地の特産品を購入したり旅行に行ったりする(応援消費)(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	14	5.3
意識しており、ある程度実践している	50	18.9
意識しているが、あまり実践できていない	129	48.7
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	37	14.0
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	35	13.2
合計	265	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(n=265)

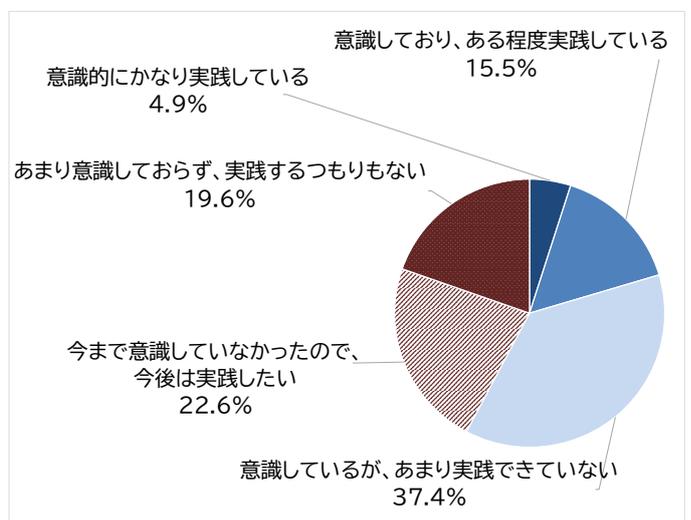
項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	9	3.4
意識しており、ある程度実践している	49	18.5
意識しているが、あまり実践できていない	100	37.7
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	50	18.9
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	57	21.5
合計	265	100.0



(11)フェアトレード(※)製品を購入する(n=265)

※「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。

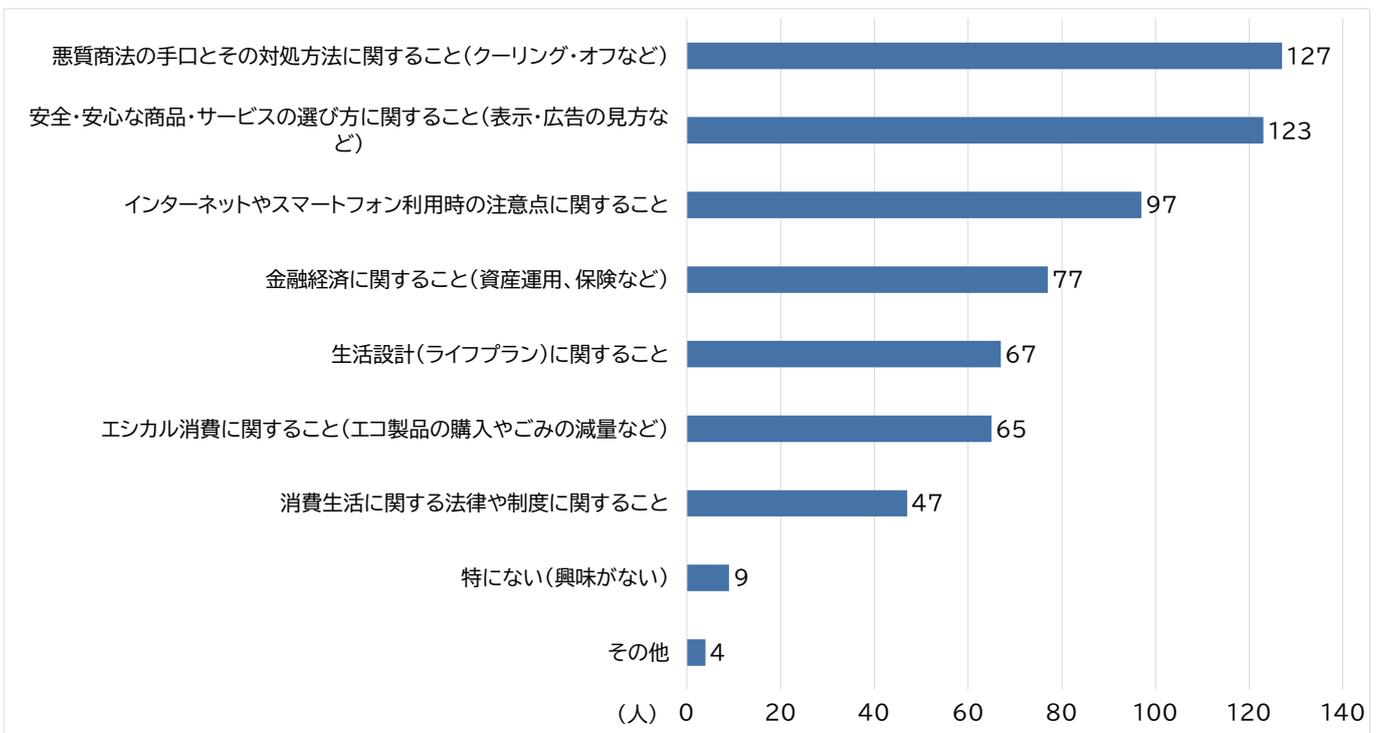
項目	人数(人)	割合(%)
意識的にかなり実践している	13	4.9
意識しており、ある程度実践している	41	15.5
意識しているが、あまり実践できていない	99	37.4
今まで意識していなかったのに、 今後は実践したい	60	22.6
あまり意識しておらず、実践するつもりもない	52	19.6
合計	265	100.0



【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。(「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=265)

項目	人数(人)	割合(%)
悪質商法の手口とその対処方法に関すること(クーリング・オフなど)	127	47.9
安全・安心な商品・サービスの選び方に関すること(表示・広告の見方など)	123	46.4
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こと	97	36.6
金融経済に関すること(資産運用、保険など)	77	29.1
生活設計(ライフプラン)に関すること	67	25.3
エシカル消費に関すること(エコ製品の購入やごみの減量など)	65	24.5
消費生活に関する法律や制度に関すること	47	17.7
特にない(興味がない)	9	3.4
その他	4	1.5

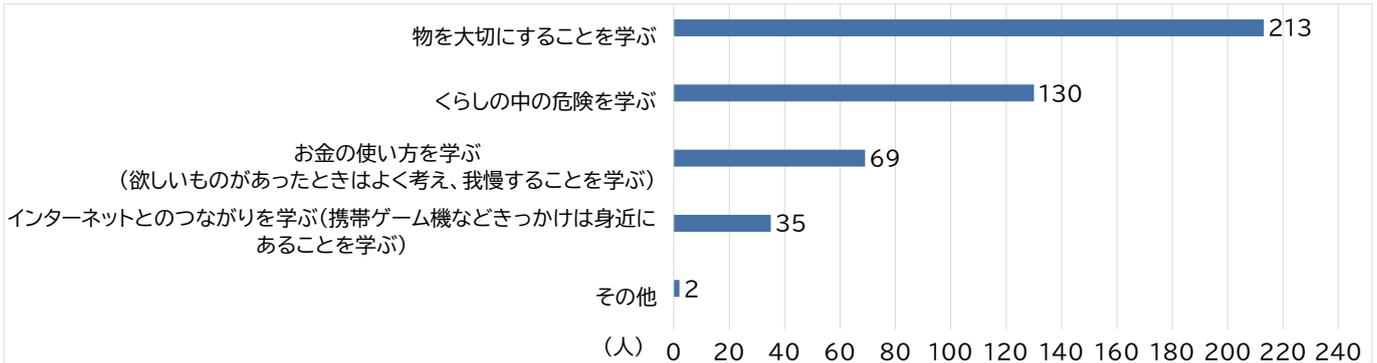


【問8】

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。

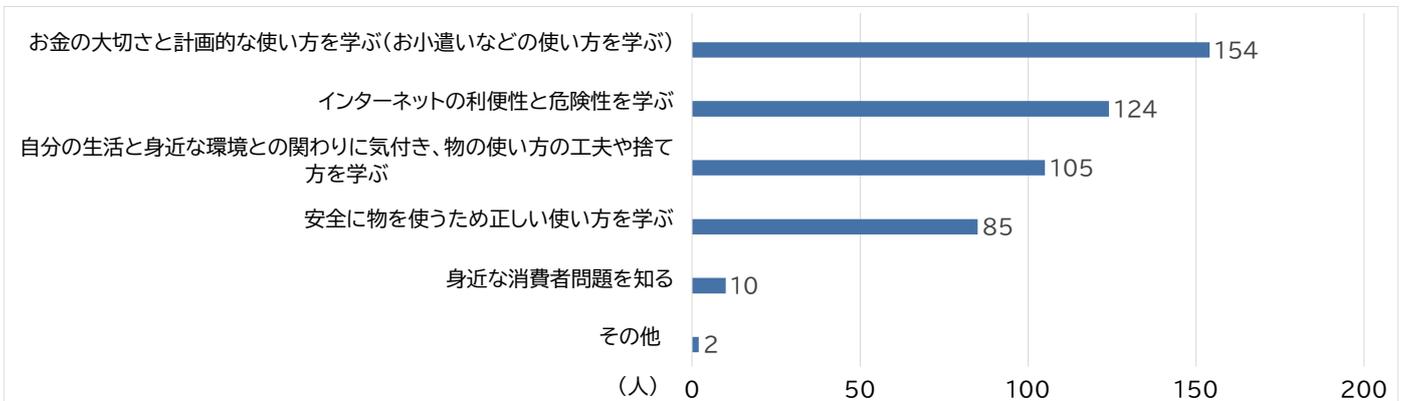
(1) 幼児期(就学前)(回答チェックは2つまで。n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
物を大切にすることを学ぶ	213	80.4
くらしの中の危険を学ぶ	130	49.1
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)	69	26.0
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)	35	13.2
その他	2	0.8



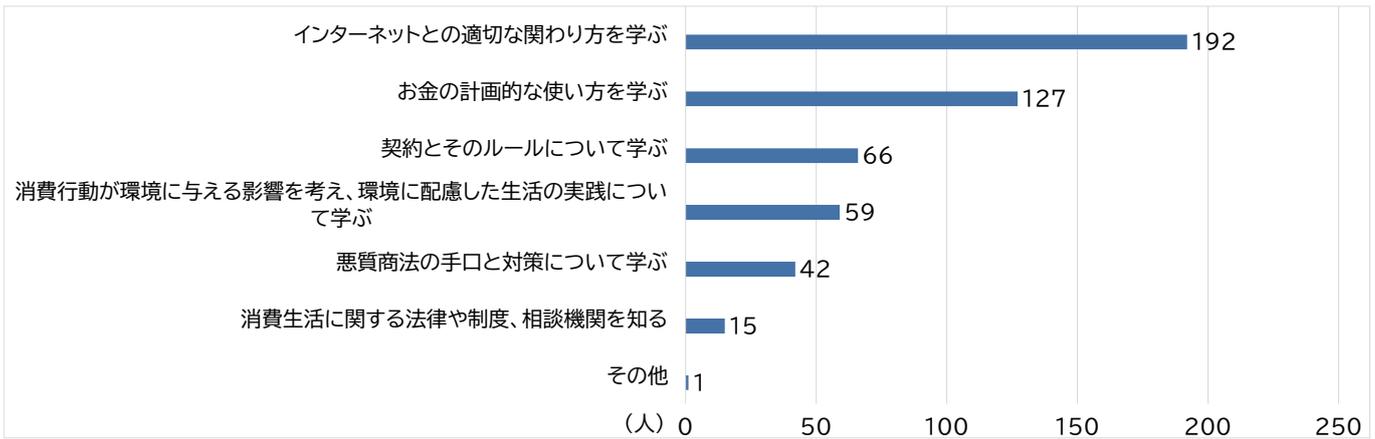
(2) 小学生期(回答チェックは2つまで。n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
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)	154	58.1
インターネットの利便性と危険性を学ぶ	124	46.8
自分の生活と身近な環境との関わりに気づき、物の使い方の工夫や捨て方を学ぶ	105	39.6
安全に物を使うため正しい使い方を学ぶ	85	32.1
身近な消費者問題を知る	10	3.8
その他	2	0.8



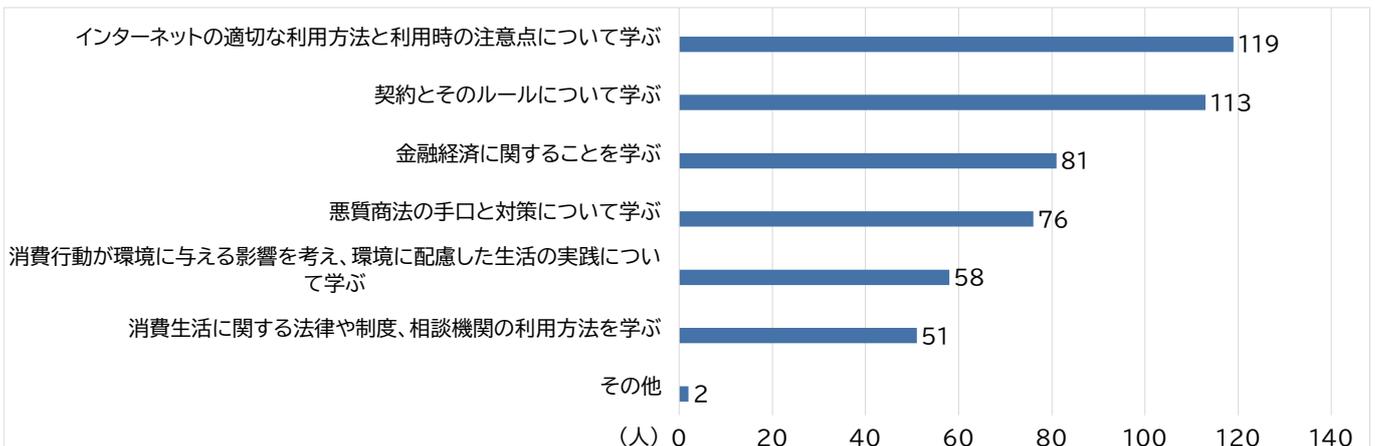
(3)中学生期(回答チェックは2つまで。n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
インターネットとの適切な関わり方を学ぶ	192	72.5
お金の計画的な使い方を学ぶ	127	47.9
契約とそのルールについて学ぶ	66	24.9
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	59	22.3
悪質商法の手口と対策について学ぶ	42	15.8
消費生活に関する法律や制度、相談機関を知る	15	5.7
その他	1	0.4



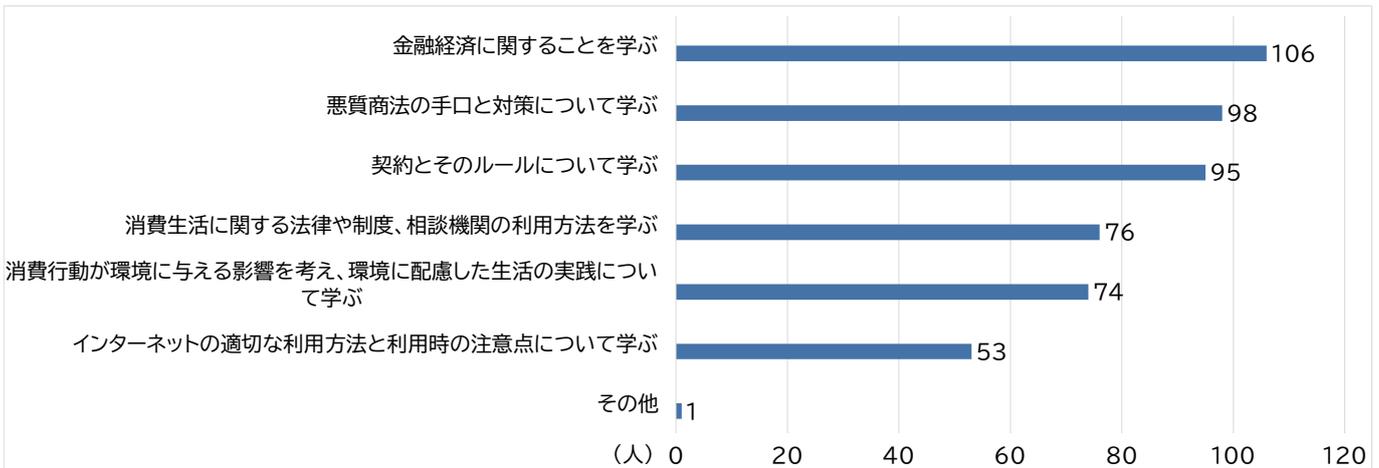
(4)高校生期(回答チェックは2つまで。n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
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	119	44.9
契約とそのルールについて学ぶ	113	42.6
金融経済に関することを学ぶ	81	30.6
悪質商法の手口と対策について学ぶ	76	28.7
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	21.9
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	51	19.2
その他	2	0.8



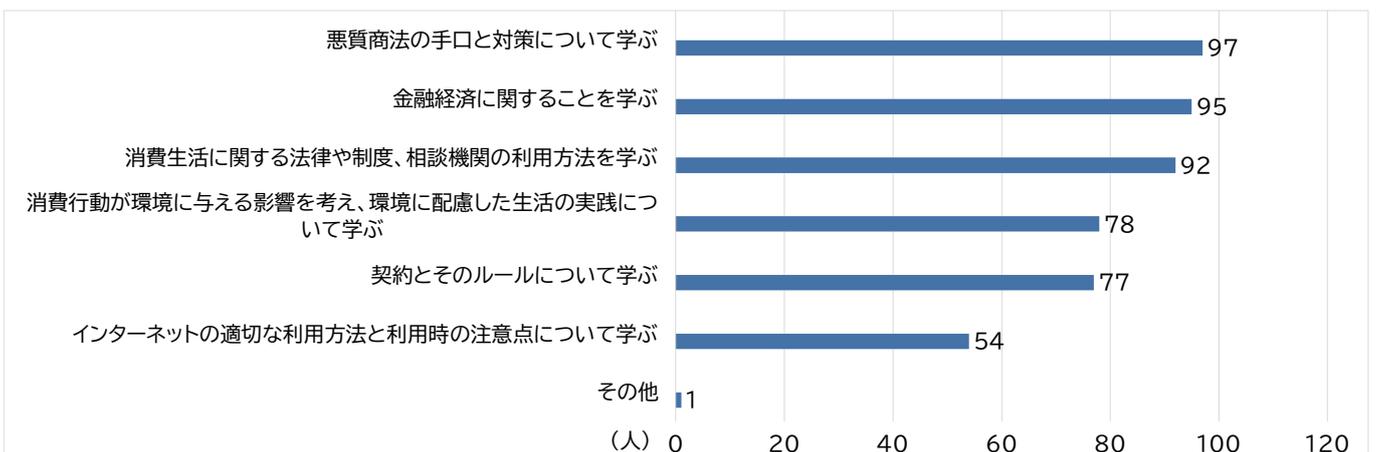
(5)成人期(若者:18歳~29歳)(回答チェックは2つまで。n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
金融経済に関することを学ぶ	106	40.0
悪質商法の手口と対策について学ぶ	98	37.0
契約とそのルールについて学ぶ	95	35.8
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	76	28.7
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	74	27.9
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	53	20.0
その他	1	0.4



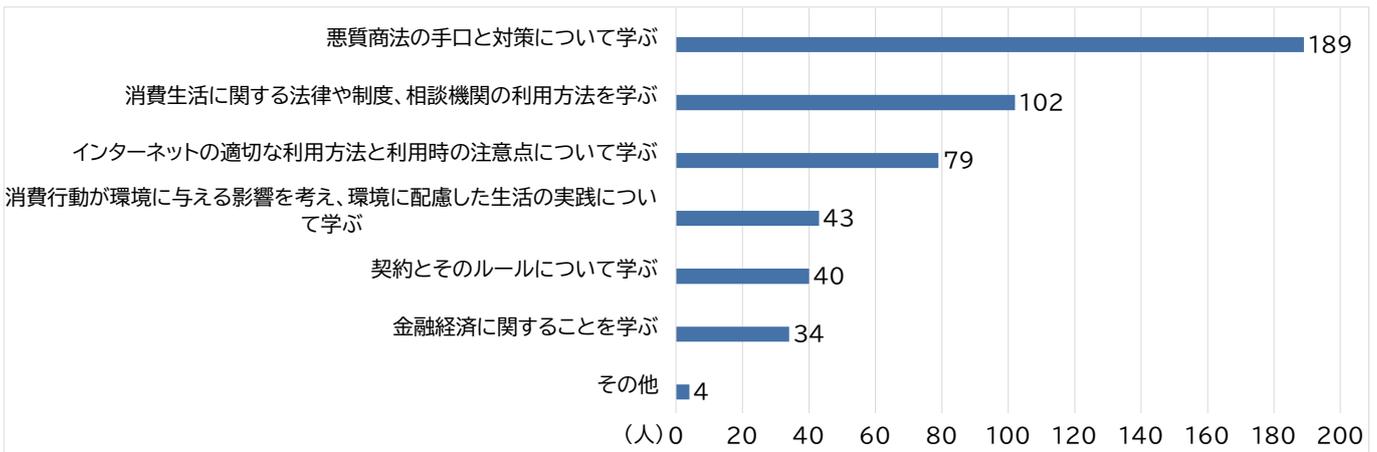
(6)成人期(若者:18~29歳、高齢者:65歳以上 以外)(回答チェックは2つまで。n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
悪質商法の手口と対策について学ぶ	97	36.6
金融経済に関することを学ぶ	95	35.8
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	92	34.7
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	78	29.4
契約とそのルールについて学ぶ	77	29.1
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	54	20.4
その他	1	0.4



(7)成人期(高齢者:65歳以上)(回答チェックは2つまで。n=265)

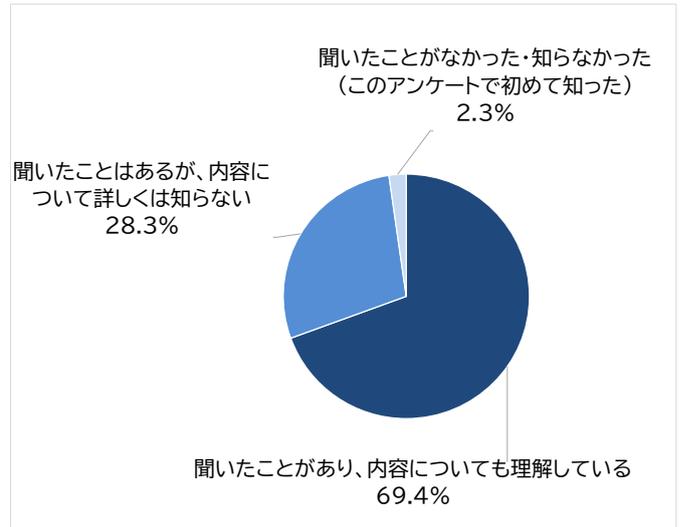
項目	人数(人)	割合(%)
悪質商法の手口と対策について学ぶ	189	71.3
消費生活に関する法律や制度、相談機関の利用方法を学ぶ	102	38.5
インターネットの適切な利用方法と利用時の注意点について学ぶ	79	29.8
消費行動が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活の実践について学ぶ	43	16.2
契約とそのルールについて学ぶ	40	15.1
金融経済に関することを学ぶ	34	12.8
その他	4	1.5



【問9】

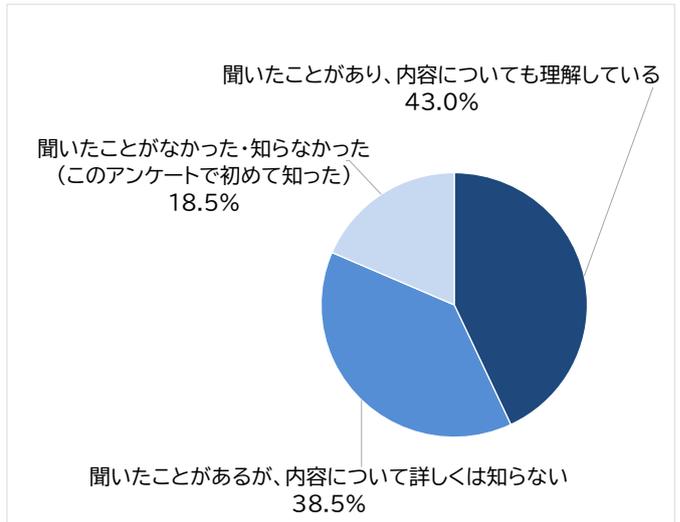
(1)令和4年(2022年)4月1日から、成年年齢が18歳に引き下げられました。あなたは成年年齢の引下げを知っていますか。(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
聞いたことがあり、内容についても理解している	184	69.4
聞いたことはあるが、内容について詳しくは知らない	75	28.3
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)	6	2.3
合計	265	100.0



(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。(n=265)

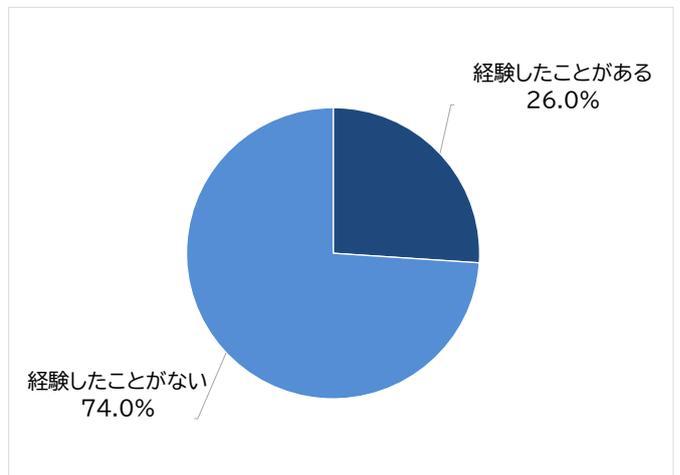
項目	人数(人)	割合(%)
聞いたことがあり、内容についても理解している	114	43.0
聞いたことがあるが、内容について詳しくは知らない	102	38.5
聞いたことがなかった・知らなかった (このアンケートで初めて知った)	49	18.5
合計	265	100.0



【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。(n=265)

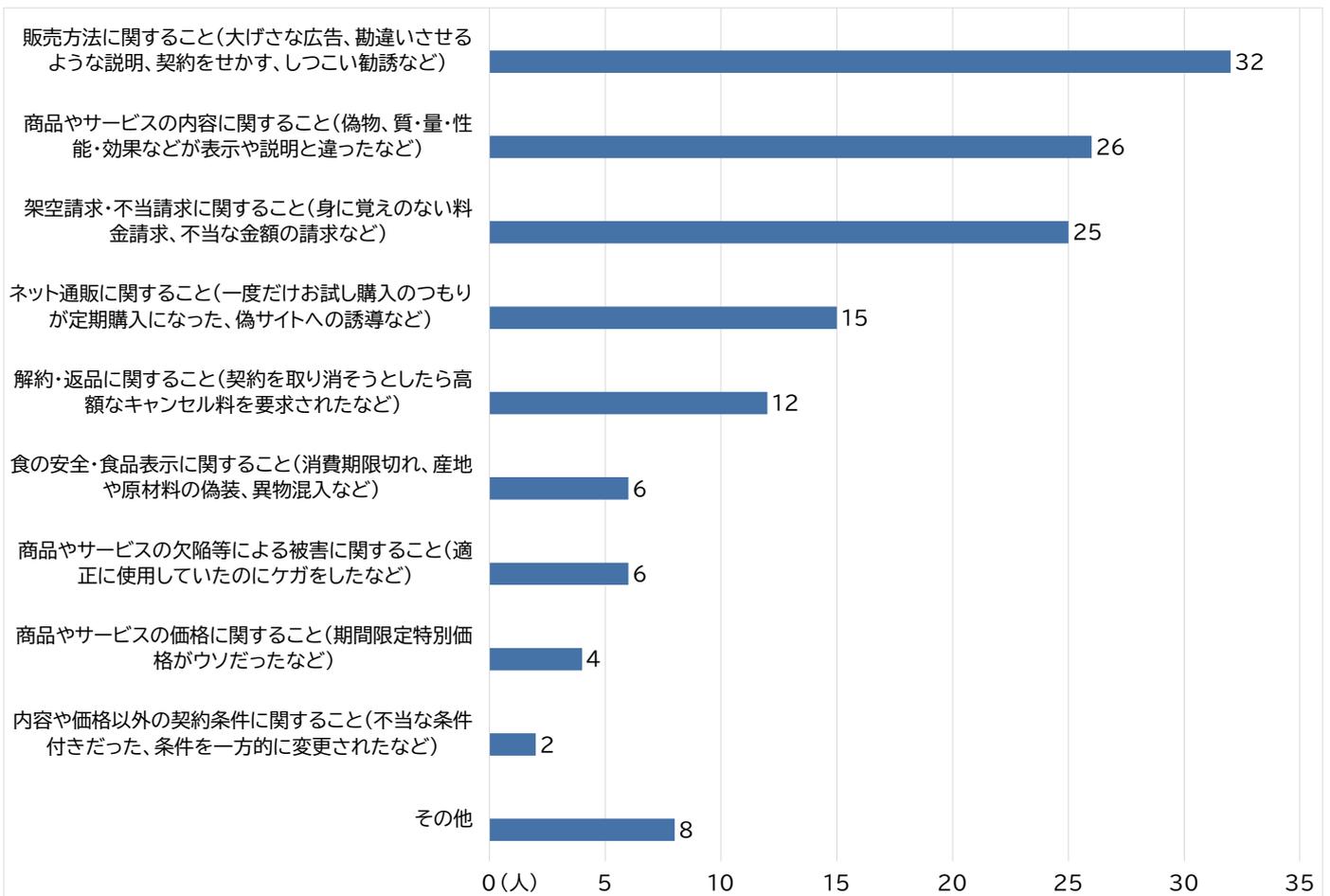
項目	人数(人)	割合(%)
経験したことがある	69	26.0
経験したことがない	196	74.0
合計	265	100.0



【問10-2】

問10-1で「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=69)

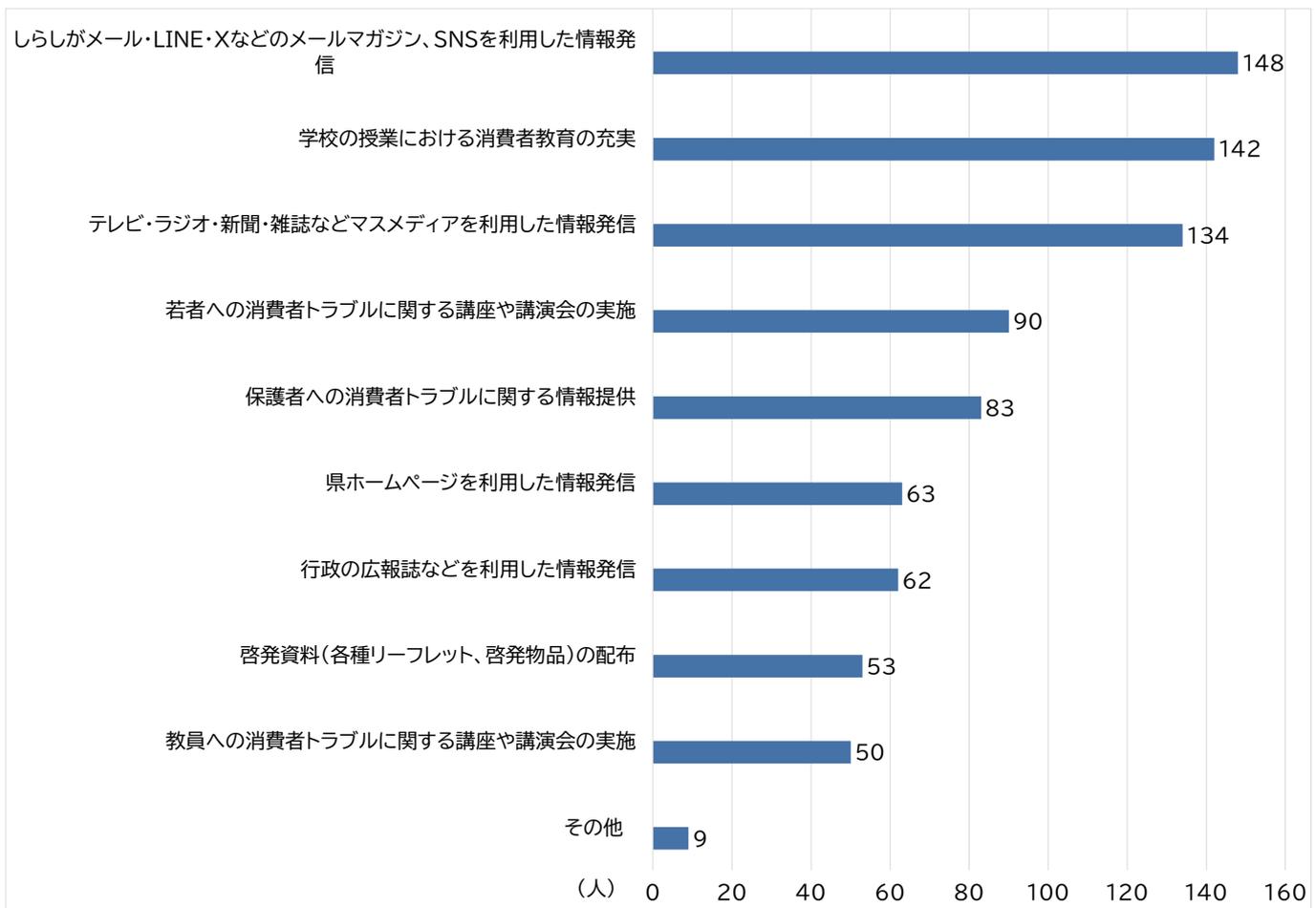
項目	人数(人)	割合(%)
販売方法に関すること(大げさな広告、勘違いさせるような説明、契約をせかす、しつこい勧誘など)	32	46.4
商品やサービスの内容に関すること(偽物、質・量・性能・効果などが表示や説明と違ったなど)	26	37.7
架空請求・不当請求に関すること(身に覚えのない料金請求、不当な金額の請求など)	25	36.2
ネット通販に関すること(一度だけお試し購入のつもりが定期購入になった、偽サイトへの誘導など)	15	21.7
解約・返品に関すること(契約を取り消そうとしたら高額なキャンセル料を要求されたなど)	12	17.4
食の安全・食品表示に関すること(消費期限切れ、産地や原材料の偽装、異物混入など)	6	8.7
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)	6	8.7
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)	4	5.8
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)	2	2.9
その他	8	11.6



【問11】

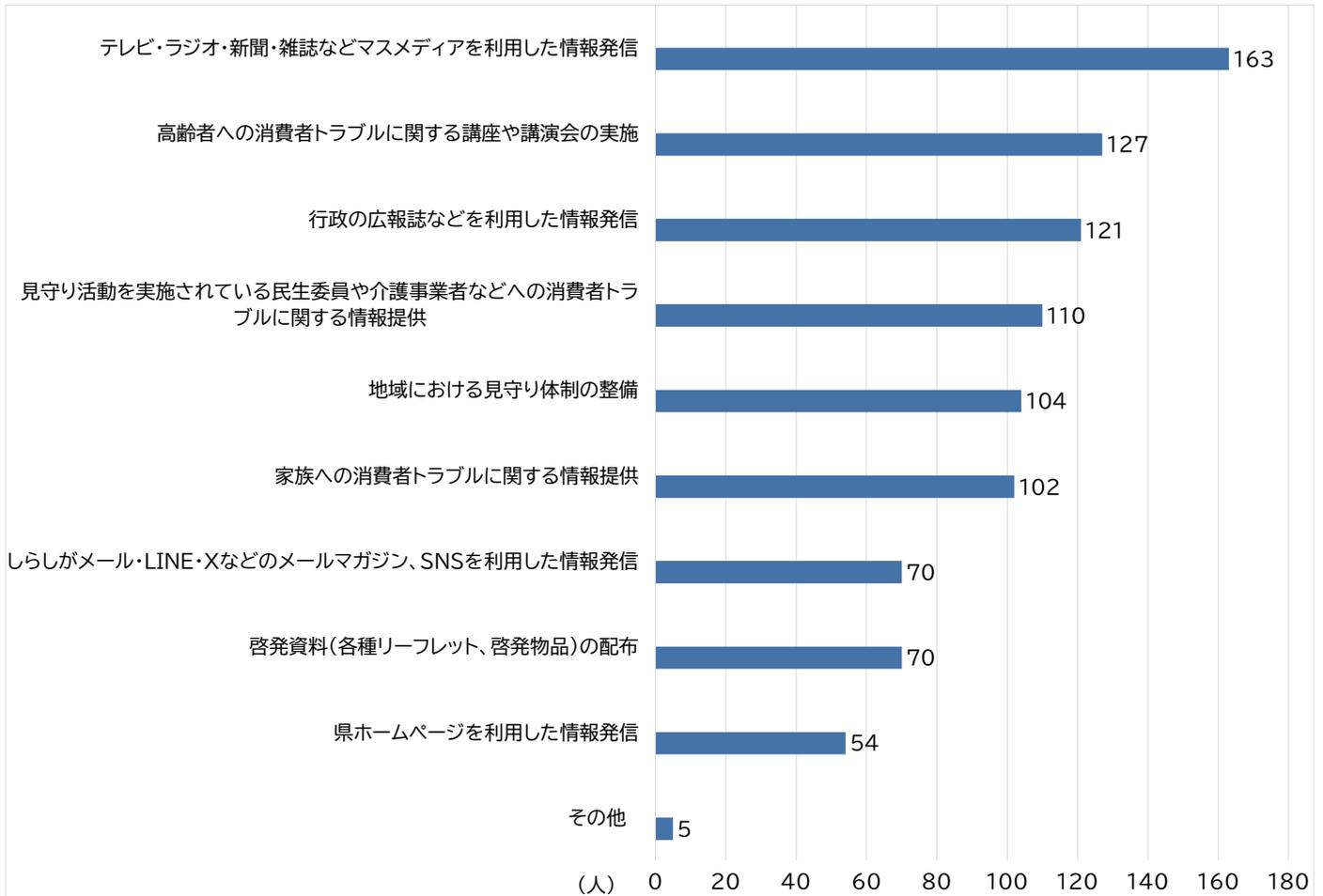
(1)若者(18歳~29歳)の消費者トラブルなどの被害を防止するために、あなたが重要だと思うことを次の中から選択してください。
(回答チェックはいくつでも。n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
しらがメール・LINE・Xなどのメールマガジン、SNSを利用した情報発信	148	55.8
学校の授業における消費者教育の充実	142	53.6
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	134	50.6
若者への消費者トラブルに関する講座や講演会の実施	90	34.0
保護者への消費者トラブルに関する情報提供	83	31.3
県ホームページを利用した情報発信	63	23.8
行政の広報誌などを利用した情報発信	62	23.4
啓発資料(各種リーフレット、啓発物品)の配布	53	20.0
教員への消費者トラブルに関する講座や講演会の実施	50	18.9
その他	9	3.4



(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=265)

項目	人数(人)	割合(%)
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	163	61.5
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	127	47.9
行政の広報誌などを利用した情報発信	121	45.7
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	110	41.5
地域における見守り体制の整備	104	39.2
家族への消費者トラブルに関する情報提供	102	38.5
しらがメール・LINE・Xなどのメールマガジン、SNSを利用した情報発信	70	26.4
啓発資料(各種リーフレット、啓発物品)の配布	70	26.4
県ホームページを利用した情報発信	54	20.4
その他	5	1.9

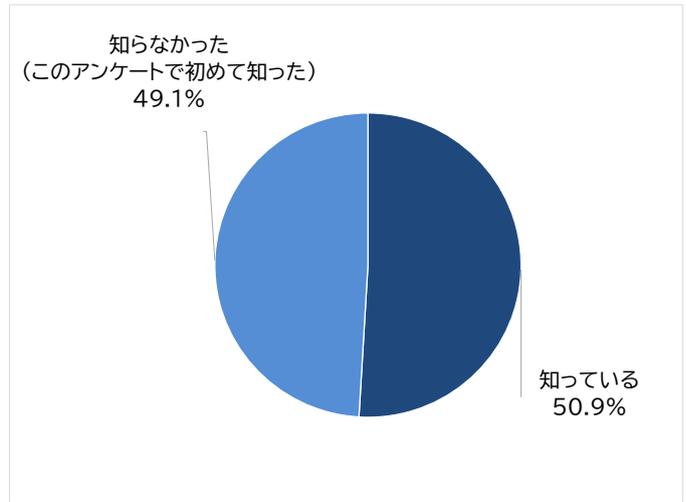


【問12】

「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。

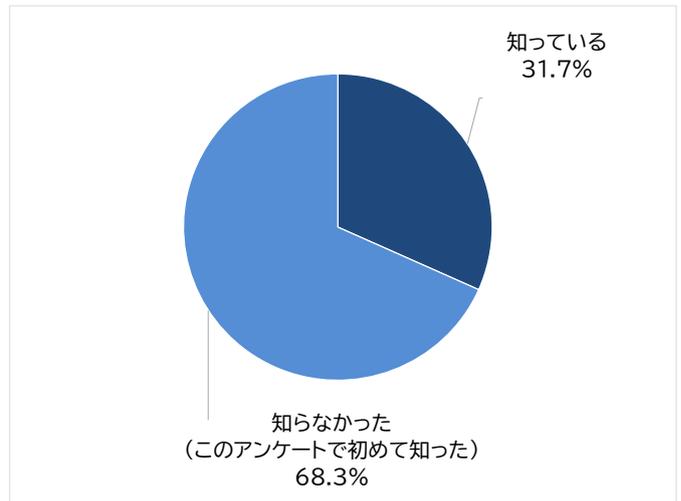
(1)「消費者ホットライン」という名前を知っていますか。(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
知っている	135	50.9
知らなかった (このアンケートで初めて知った)	130	49.1
合計	265	100.0



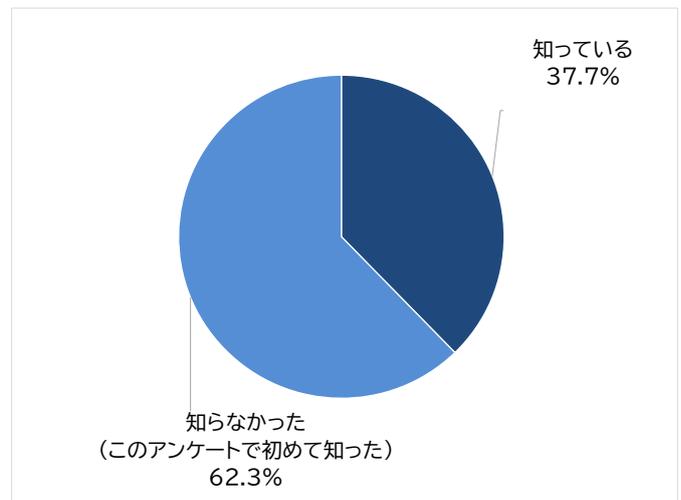
(2)消費者ホットラインの番号「188」を知っていますか。(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
知っている	84	31.7
知らなかった (このアンケートで初めて知った)	181	68.3
合計	265	100.0



(3)消費者ホットラインの内容を知っていますか。(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
知っている	100	37.7
知らなかった (このアンケートで初めて知った)	165	62.3
合計	265	100.0

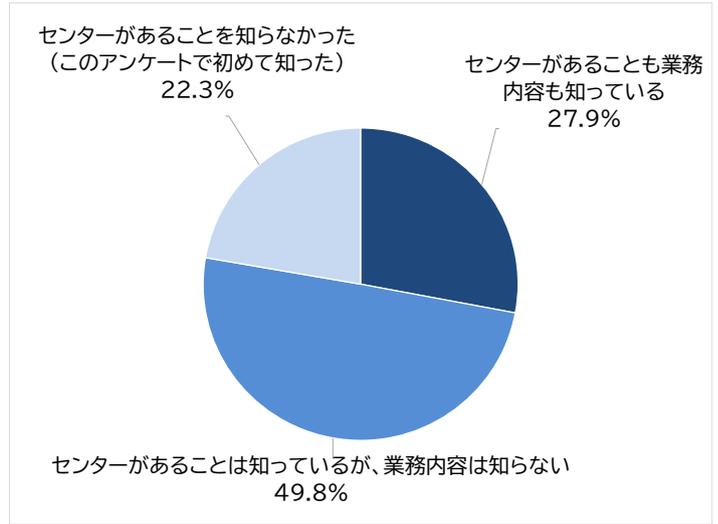


【問13】

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しています。

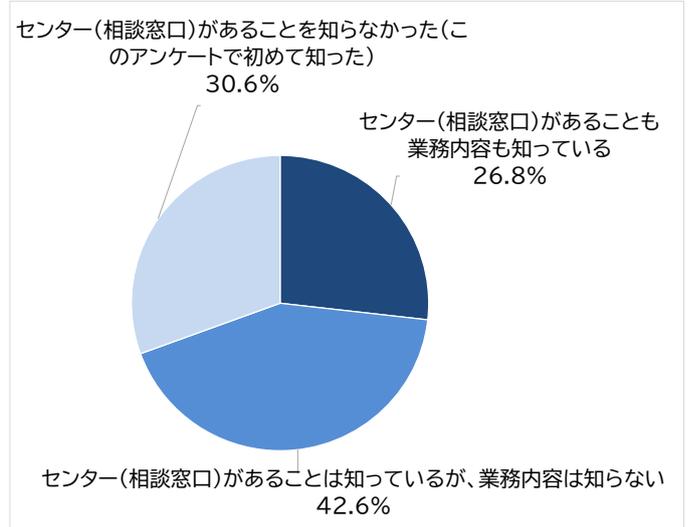
(1)滋賀県消費生活センターを知っていますか。(n=265)

項目	人数(人)	割合(%)
センターがあることも業務内容も知っている	74	27.9
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	132	49.8
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)	59	22.3
合計	265	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。(n=265)

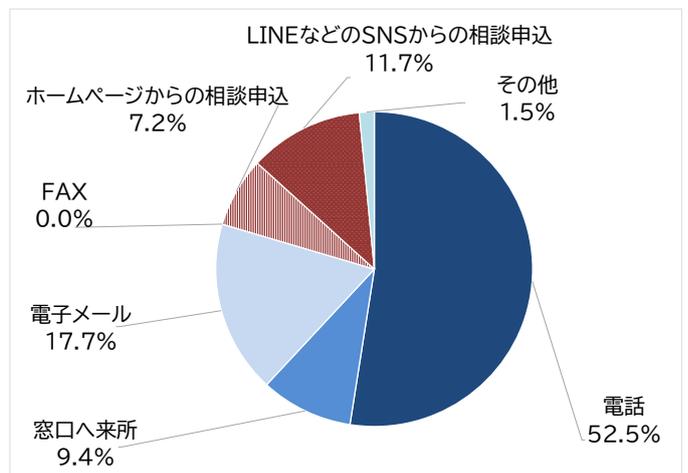
項目	人数(人)	割合(%)
センター(相談窓口)があることも業務内容も知っている	71	26.8
センター(相談窓口)があることは知っているが、業務内容は知らない	113	42.6
センター(相談窓口)があることを知らなかった(このアンケートで初めて知った)	81	30.6
合計	265	100.0



【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、あなたが最も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=265)

項目	人数(人)	割合(%)
電話	139	52.5
窓口へ来所	25	9.4
電子メール	47	17.7
FAX	0	0.0
ホームページからの相談申込	19	7.2
LINEなどのSNSからの相談申込	31	11.7
その他	4	1.5
合計	265	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、ご意見がありましたらお聞かせください。(抜粋)

・県内でも投資詐欺で何千万円も取られたというニュースがしばしばあり、またか！と思わされます。注意が必要だと世間的に考えられている若者や高齢者だけでなく、資産があり被害額が大きくなる成人期にも悪質商法や金融詐欺などへの注意喚起が必要ではないかと考えます。

・地産地消やエシカル消費を促すために、県としても購入意欲を沸かせるために購入者がメリットを感じる施策があると、より地産地消、エシカルへの意識が広まるのでは。

・最近の情報世界は目覚ましく変化しており、行政も含めて経済界も影響を受けています。それだけに情報発信もこまめな活動が必要と感じます。高齢者は特に交流機会が少なく現状のあり方ではついていけないのが全てだと思われれます。もっと情報の受信できる方法を多岐にわたり考慮する必要があると思われれます。

・消費者教育については、家庭や学校、地域で幼いころから行うことが必要であるが、成人後や学齢期を過ぎると学ぶ機会が減少する。そのため、その点について啓発活動等による学ぶ機会の確保が重要であると思う。単身世帯の増加により、相談する相手が少なく、困惑している人もいると思う。そのため、単身者の活動範囲に相談できる場所を確保すること、また、高齢者、障害者だけの世帯については、高齢者や障害者の居場所での相談の機会を設ける必要がある。消費者トラブルは誰もが遭遇する可能性があり、気軽に相談できる仕組み作りが必要であると思う。

・消費者の消費トラブルについては、今回このアンケートをやってみて、消費者センターの存在や内容等がわかりました。いままで自分が消費トラブルにあった事が無いので、実際にどんなやり取りが行われたのかテレビやネットの情報でしか知りませんでした。例を見ることが出来て身近な問題である事を理解できました。また、もっと情報を広げて年代にかかわらず知識として県民が知ることができたらと思いました。ホームページについては情報が多岐にわたっているので、統計や分析などと、急を要するトラブルに対する対処方法などを分けた方がはっきりするのではないかと思います。

エシカル消費については、今回知ったし内容についても理解したが、エシカルを気にしなくても実際には、購入や消費について商品のラベル等を見て選んでいると思います。ただどうしてもやすい物に目が行くのは致し方ないところがあると思います。

・近時の消費生活を取り巻く環境は、SNSを始めとするインターネット環境が社会の隅々まで浸透し、また物流環境も毛細血管のごとく発達しています。このため私たちは、自宅に在るだけで欲しいものが何でも簡単に手元に届くようになってきています。エシカル商品であれなんでもあれ、例外はありません。マッチングアプリでは人生の伴侶となる人までもスマホで繋がれます。投資や借金でもスマホの画面からいとも簡単に出来てしまいます。便利な世の中になったものです。ところがこの便利さを逆手にとってあくどいことを考える輩が必ず現れてきます。マルチ商法やフェイク投資勧誘など特殊詐欺は、我々の考えることの数段上の手口で、静かに我々に襲い掛かってきています。我々はしっかりと知識と考えをもって、日々の生活をする必要があります。そのための一つの手段として小中高の学校教育の場で、しっかりと消費教育に取り組むことが肝要かと考えます。

・商品のごまかし、詐欺的行為について、商品を取り扱う企業への規制強化とともに、消費者もそれらに対抗する知識を身に付ける必要があります。また、地産地消を進める事が、環境にもやさしく、意義ある事だと思えます。高品質のものから、低価格商品まで、消費者がいろいろと選択できる商品の供給を、県としても支援し、生産者、消費者ともにメリットのあるものが、県内にあふれる様にしたい。尚、このような事の県の取り組みを私が知る方法としては、冊子「県プラスワン」、回覧板、新聞の折り込み、スマホになると思えます。この中で、スマホについては、こちらから検索するのではなく、自然と私のスマホに情報が届く様に、情報の発信を工夫して欲しい。

・エシカル消費の認知度はまだ低く、フェアトレードやエコマーク、寄附金付きなどのエシカル商品の扱いが店舗で少ないと感じる。たまに見つけても価格が高くて購入を見合わせることもある。県で啓発チラシやポスターを作成されているようだが見たことがないのもっと活用してはどうか。悪質商法や消費者トラブルに関しては、被害に遭わないように若年のうちから教育することが大切だと思う。

・賢い消費者は金融リテラシーが大切、必要だと思えます。

・消費のトラブルは色んなことが考えられる、いざ、自分が当事者になった場合、先ず、どこに連絡すればいいかが分からないので、それを広報する事が重要だと思う。