

---

令和元年度  
消費生活実態調査  
報告書

---

## 目次

<b>調査概要</b> .....	1
1 調査の目的 .....	1
2 調査概要 .....	1
3 有効回答件数・回収率 .....	1
4 調査実施機関 .....	1
5 調査報告書の読み方及び注意事項 .....	1
<b>I 県内在住者</b> .....	2
あなたのことについて .....	2
1 消費者問題への関心・商品等を選択するときの意識について .....	7
2 消費生活上のトラブル・被害状況について .....	16
3 消費生活に関する情報について .....	39
4 消費者教育について .....	42
5 消費者問題に対する行政の取り組みについて .....	47
<b>II 教育機関</b> .....	53
全学校対象 .....	53
幼稚園対象 .....	60
小・中・高等・特別支援学校対象 .....	62
大学・専修学校等対象 .....	67
全学校対象 .....	73
<b>III 事業所</b> .....	79
職員に対する消費者教育について .....	80
事業所利用者の消費者トラブルについて .....	87
事業所利用者に対する消費者教育について .....	91

# 調査概要

## 1 調査の目的

消費生活に関する県民の関心や県内消費生活の現状等を把握し、消費者施策推進指針（令和2～令和6年度）の策定や今後の消費者施策の推進に向け、効果的な方策を検討するための基礎資料を得ることを目的に実施した。

## 2 調査概要

調査地域	岐阜県内全域		
調査対象	県内在住者(満18歳以上の男女)	教育機関(※1)	事業所(※2)
抽出方法	層化二段無作為抽出法	各種施設から県にて選定	
調査方法	郵送による配布・回収		
調査期間	自 令和元年8月20日 ～ 至 令和元年9月10日 (教育機関向けのみ 自 令和元年8月20日 ～ 至 令和元年9月13日)		

※1 幼稚園、小学校、中学校、高等学校・高等専門学校、特別支援学校、短期大学・大学

※2 地域包括支援センター、障害者就業・生活支援センター、国際交流協会

## 3 有効回答件数・回収率

	県内在住者	教育機関	事業所
調査対象件数	3,000 件	260 件	40 件
有効回答件数	1,207 件	201 件	32 件
回収率	40.2%	77.3%	80.0%

## 4 調査実施機関

株式会社東京商工リサーチ 岐阜支店及び本社市場調査部

## 5 調査報告書の読み方及び注意事項

○集計表の上段は回答件数、下段は構成比率である。

○図表中の構成比率は、小数点第2位以下を四捨五入している。そのため、個別の値の総和が全体合計値と一致しないこともある。

○複数回答の設問は、回答が2つ以上ありうるため、合計は100%を超えることもある。

○図表中の「N」は回答件数の総数であり、100%が何件の回答に相当するかを示す比率算出の基数である。

# I 県内在住者

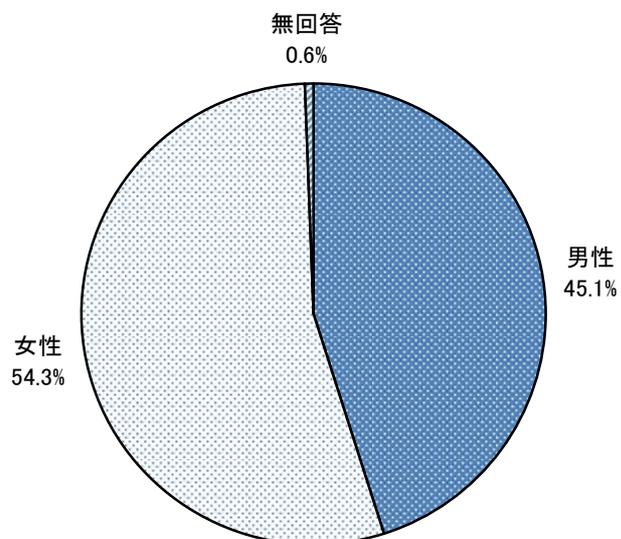
---

## あなたのことについて

問1 性別

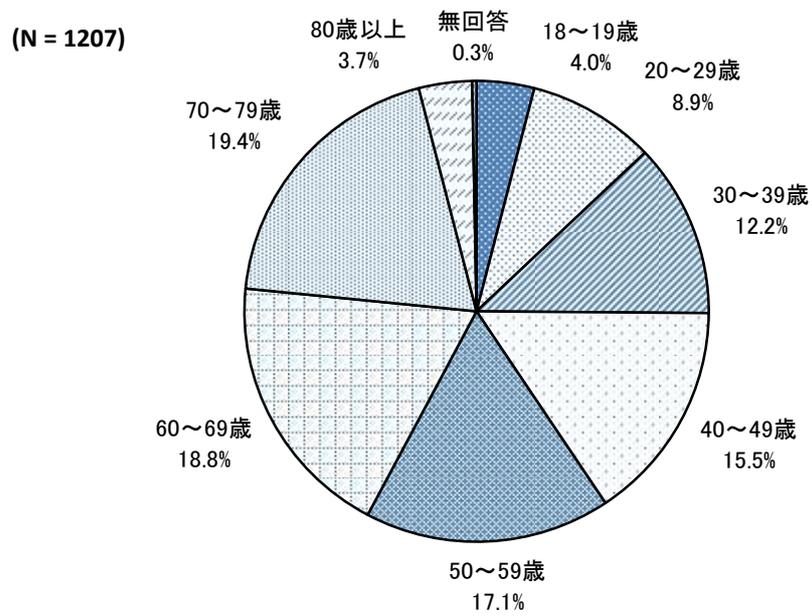
性別は、「女性」が 54.3%、「男性」が 45.1%となっている。

(N = 1207)



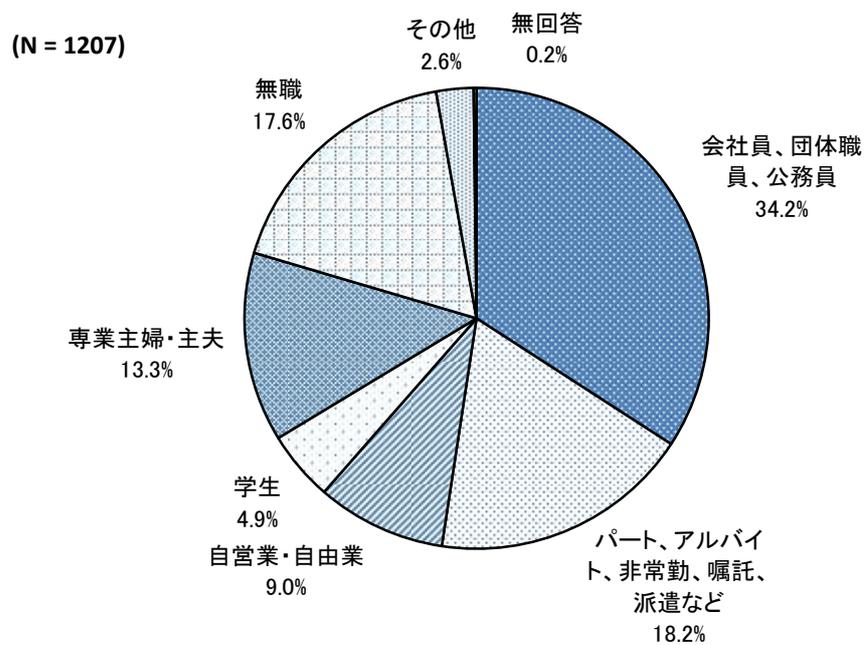
問2 現在の年齢

現在の年齢は、「70～79歳」が19.4%と最も高く、次いで「60～69歳」が18.8%、「50～59歳」が17.1%となっている。



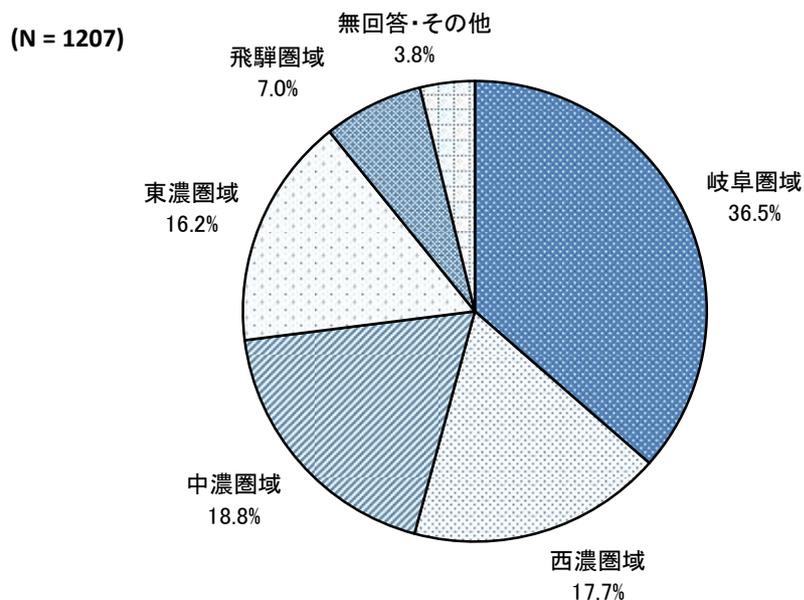
問3 職業

職業は、「会社員、団体職員、公務員」が 34.2%と最も高く、次いで「パート、アルバイト、非常勤、嘱託、派遣など」が 18.2%、「無職」が 17.6%となっている。



問4 あなたのお住まいの市町村をご記入ください。

居住地※は、「岐阜圏域」が 36.5%と最も高く、次いで「中濃圏域」が 18.8%、「西濃圏域」が 17.7%となっている。

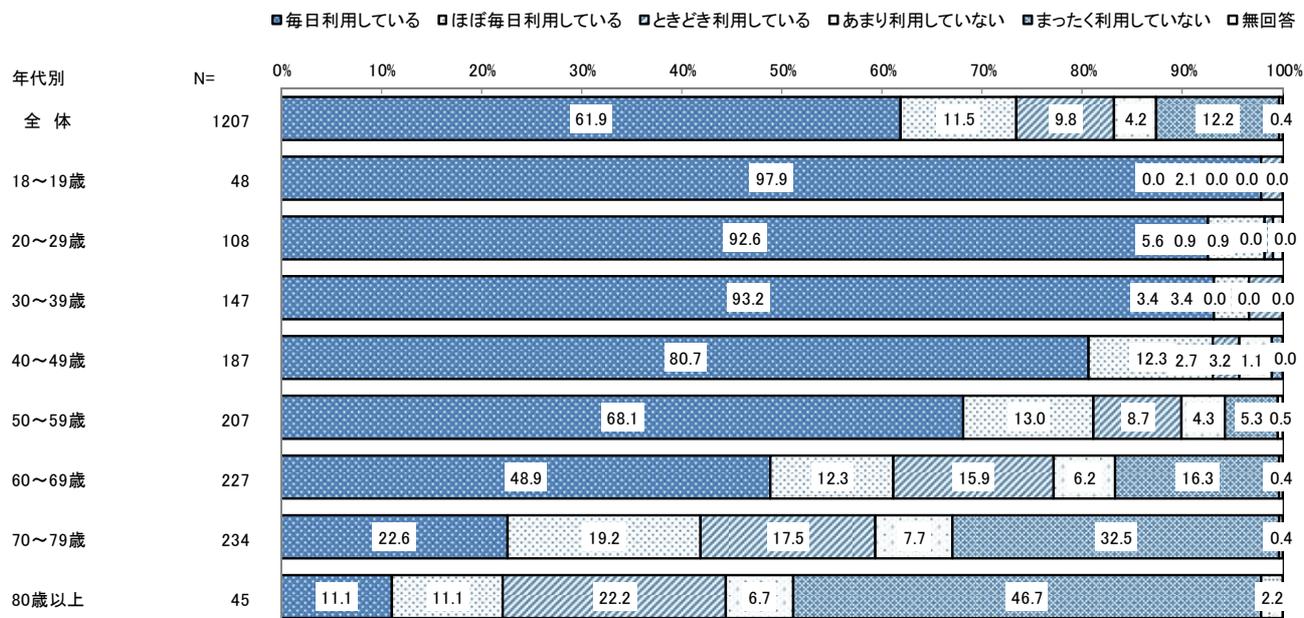
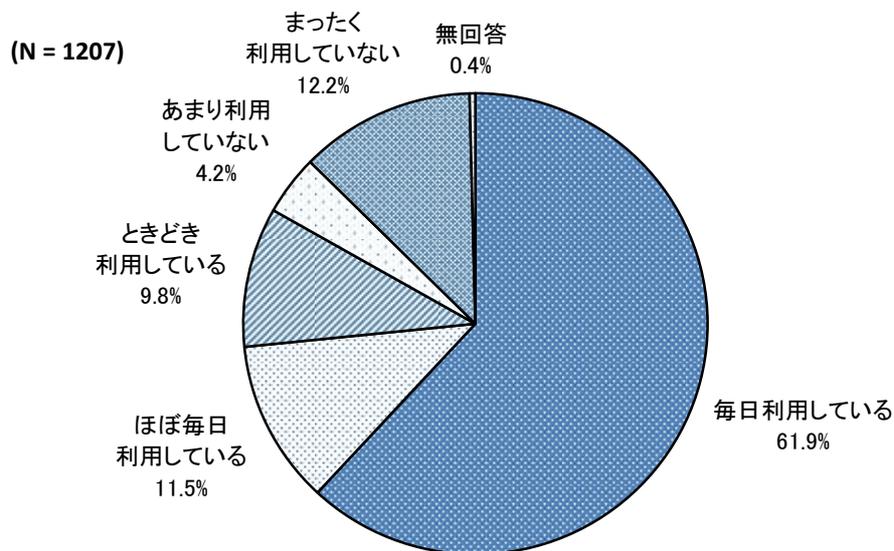


※居住地の分類は下表のとおり。

岐阜圏域	岐阜市・羽島市・各務原市・山県市・瑞穂市・本巣市・岐南町・笠松町・北方町
西濃圏域	大垣市・海津市・養老町・垂井町・関ヶ原町・神戸町・輪之内町・安八町・揖斐川町・大野町・池田町
中濃圏域	関市・美濃市・美濃加茂市・可児市・郡上市・坂祝町・富加町・川辺町・七宗町・八百津町・白川町・東白川村・御嵩町
東濃圏域	多治見市・中津川市・瑞浪市・恵那市・土岐市
飛騨圏域	高山市・飛騨市・下呂市・白川村

問5 あなたはインターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)を利用していますか(仕事での利用を除く)。  
該当する番号1つに○をつけてください。

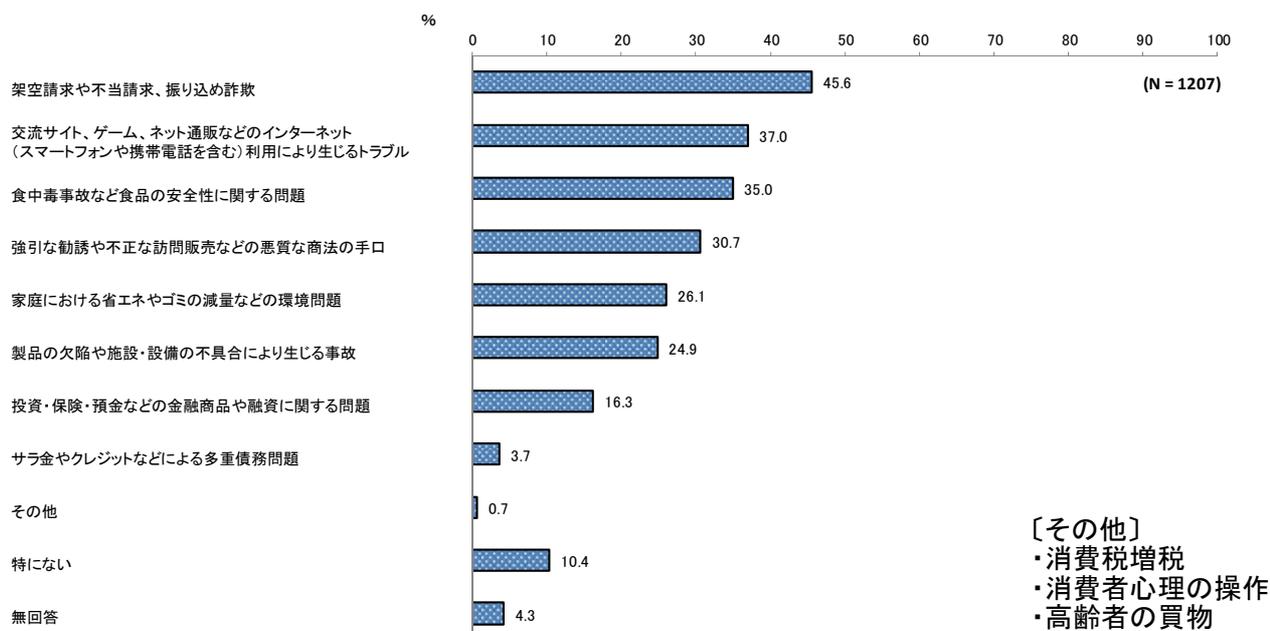
インターネットの利用については、「毎日利用している」が 61.9%と最も高く、次いで「まったく利用していない」が 12.2%、「ほぼ毎日利用している」が 11.5%となっている。



1 消費者問題への関心・商品等を選択するときの意識について

問6 あなたの関心がある消費者問題はありますか。  
 次の選択肢から特に関心があるものを3つまで選んで○をつけてください。

関心がある消費者問題については、「架空請求や不当請求、振り込み詐欺」が 45.6%と最も高く、次いで「交流サイト、ゲーム、ネット通販などのインターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)利用により生じるトラブル」が 37.0%、「食中毒事故など食品の安全性に関する問題」が 35.0%となっている。



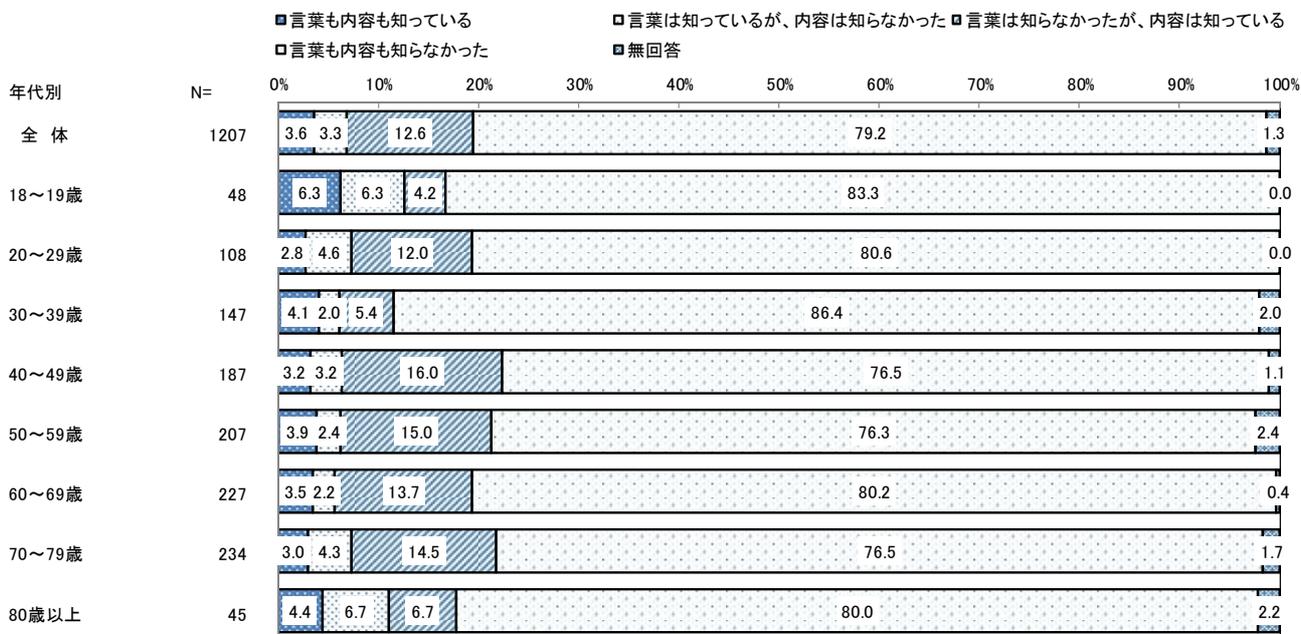
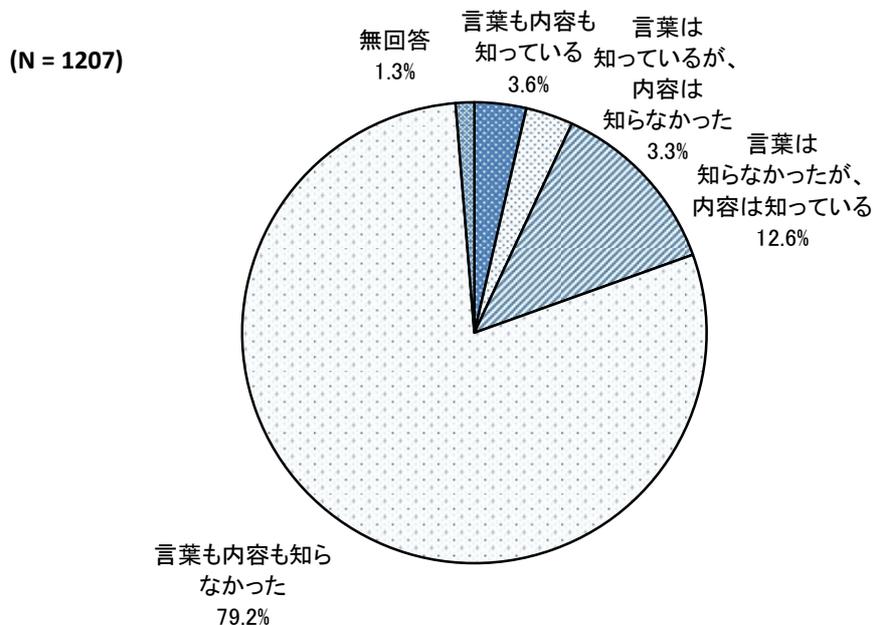
	上段: 件数 下段: %	全 体	食中毒事故など 食品の安全性 に関する問題	製品の欠陥や 施設・設備の不 具合により生じ る事故	交流サイト、 ゲーム、ネット通 販などのイン ターネット(ス マートフォンや 携帯電話を含 む)利用により 生じるトラブル	強引な勧誘や不正な訪問販売な どの悪質な商法 の手口	架空請求や不当請求、振り込 め詐欺
年 代 別	18～19歳	48	11 22.9	9 18.8	20 41.7	14 29.2	18 37.5
	20～29歳	108	43 39.8	34 31.5	56 51.9	19 17.6	43 39.8
	30～39歳	147	53 36.1	48 32.7	66 44.9	30 20.4	54 36.7
	40～49歳	187	67 35.8	41 21.9	97 51.9	44 23.5	92 49.2
	50～59歳	207	56 27.1	59 28.5	93 44.9	78 37.7	129 62.3
	60～69歳	227	70 30.8	58 25.6	71 31.3	90 39.6	109 48.0
	70～79歳	234	107 45.7	48 20.5	37 15.8	77 32.9	86 36.8
	80歳以上	45	14 31.1	3 6.7	5 11.1	18 40.0	17 37.8

	上段: 件数 下段: %	全 体	投資・保険・預 金などの金融商 品や融資に関す る問題	サラ金やクレ ジットなどによる 多重債務問題	家庭における省 エネやゴミの減 量などの環境問 題	その他	特にない	無回答
年 代 別	18～19歳	48	1 2.1	4 8.3	6 12.5	0 0.0	13 27.1	2 4.2
	20～29歳	108	18 16.7	9 8.3	22 20.4	1 0.9	13 12.0	0 0.0
	30～39歳	147	25 17.0	4 2.7	20 13.6	2 1.4	18 12.2	10 6.8
	40～49歳	187	28 15.0	9 4.8	42 22.5	1 0.5	16 8.6	6 3.2
	50～59歳	207	31 15.0	11 5.3	46 22.2	1 0.5	10 4.8	12 5.8
	60～69歳	227	43 18.9	3 1.3	80 35.2	1 0.4	20 8.8	6 2.6
	70～79歳	234	45 19.2	5 2.1	82 35.0	2 0.9	26 11.1	12 5.1
	80歳以上	45	5 11.1	0 0.0	17 37.8	0 0.0	8 17.8	4 8.9

問7 あなたは、「エシカル消費(倫理的消費)」という言葉を知っていますか。

該当する番号1つに○をつけてください。

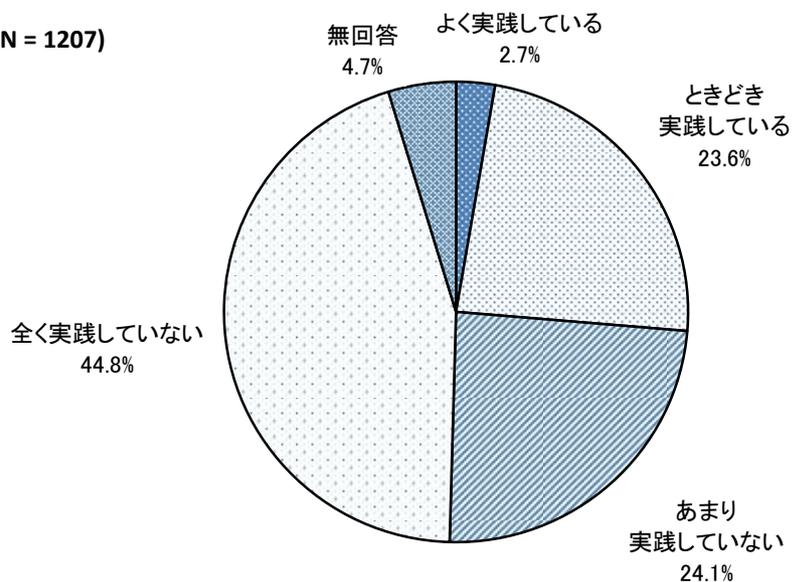
「エシカル消費(倫理的消費)」の認知については、「言葉も内容も知らなかった」が 79.2%と最も高く、次いで「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 12.6%、「言葉も内容も知っている」が 3.6%となっている。



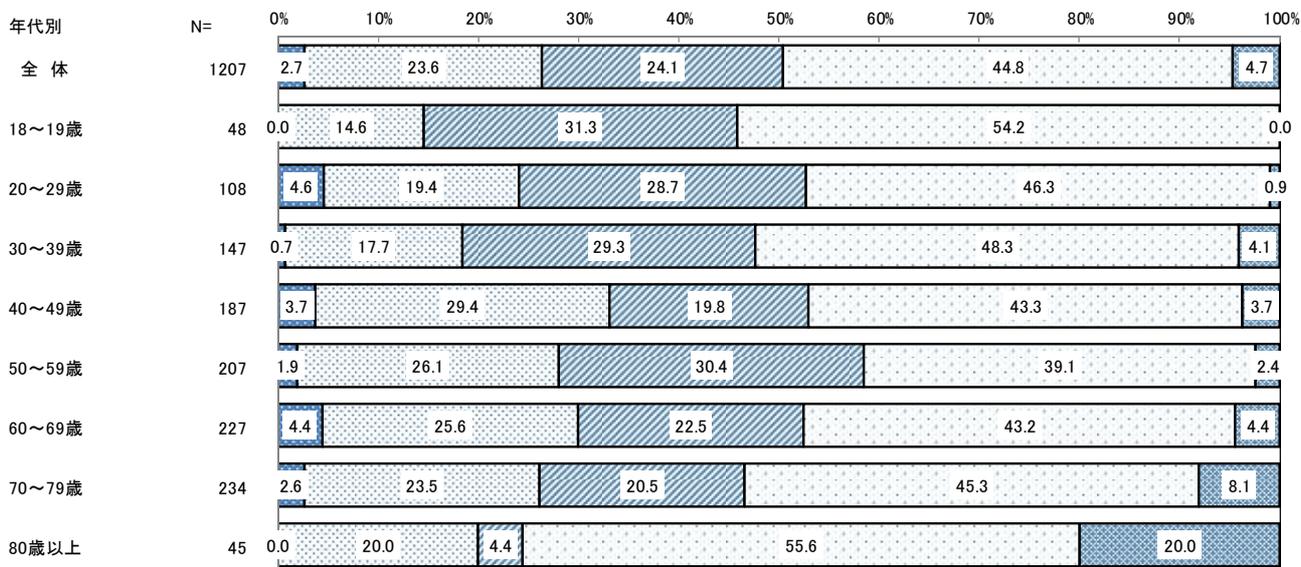
問8 あなたは、「エシカル消費(倫理的消費)」をどの程度実践していますか。  
 該当する番号1つに○をつけてください。

「エシカル消費(倫理的消費)」の実践度合については、「全く実践していない」が 44.8%と最も高く、次いで「あまり実践していない」が 24.1%、「ときどき実践している」が 23.6%となっている。

(N = 1207)



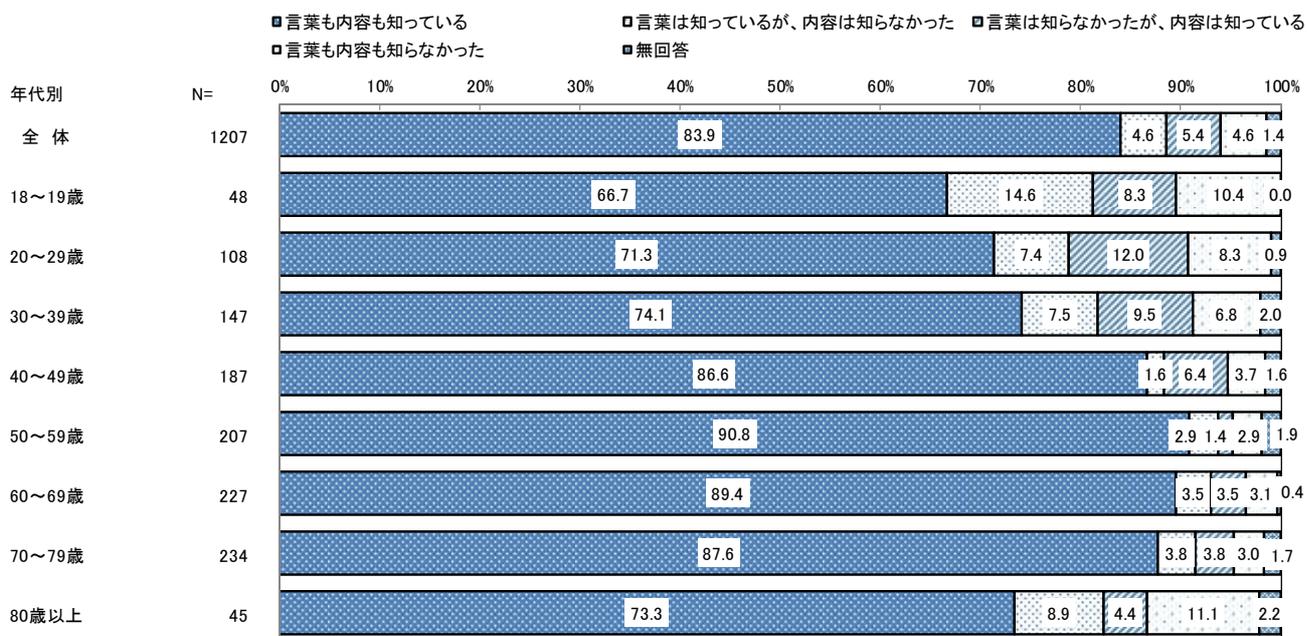
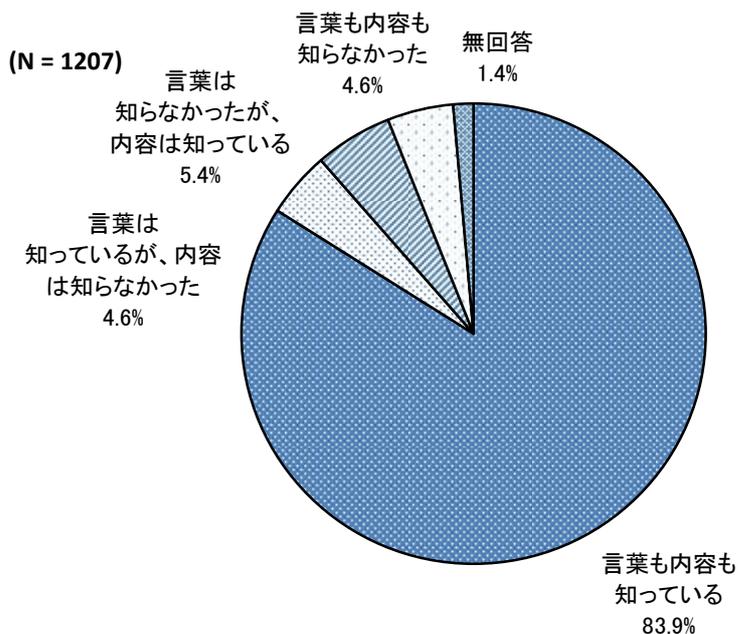
■よく実践している □ときどき実践している ■あまり実践していない □全く実践していない ■無回答



問9 あなたは、「食品ロス」という言葉を知っていますか。

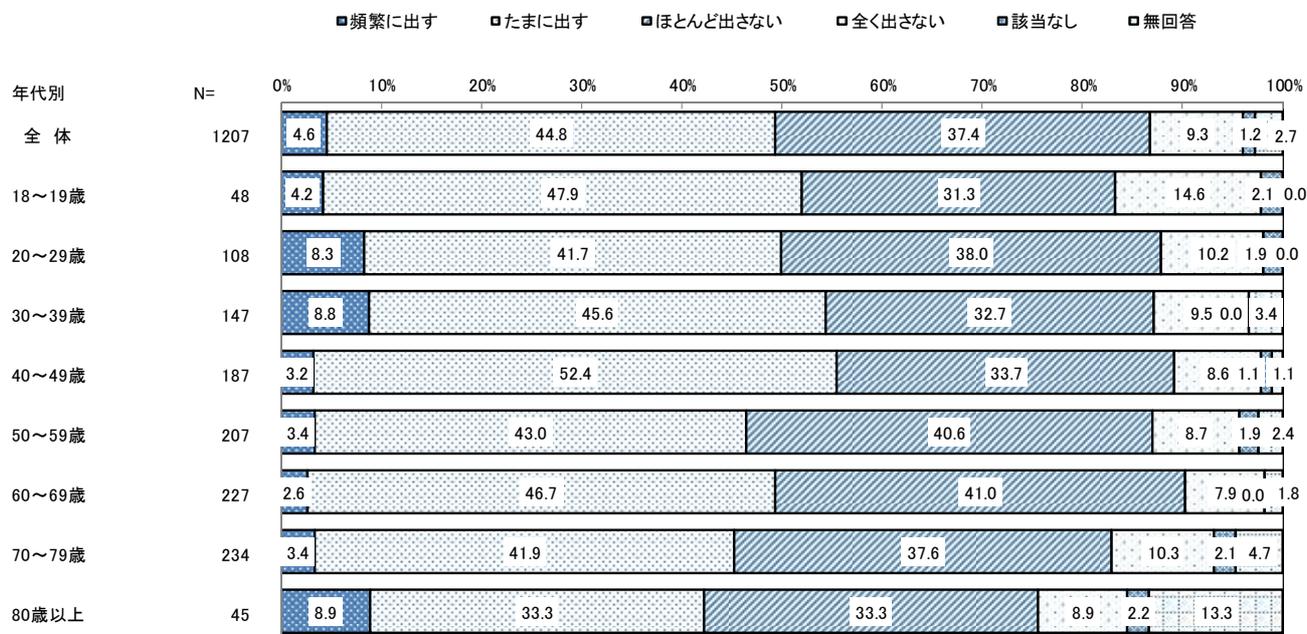
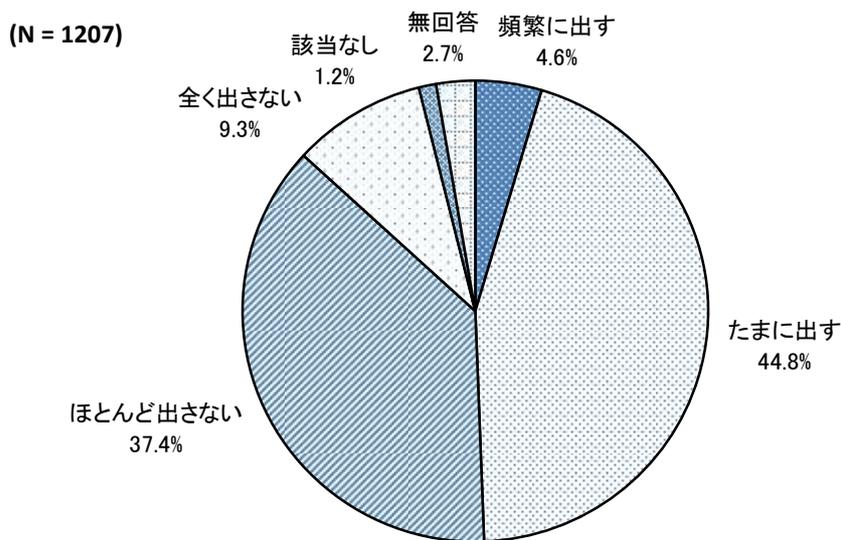
該当する番号1つに○をつけてください。

「食品ロス」の認知については、「言葉も内容も知っている」が 83.9%と最も高く、次いで「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 5.4%、「言葉は知っているが、内容は知らなかった」及び「言葉も内容も知らなかった」が 4.6%となっている。



問10 あなたは、「食品ロス」を家庭や外食の場でどのくらいの頻度で出しますか。【家庭】

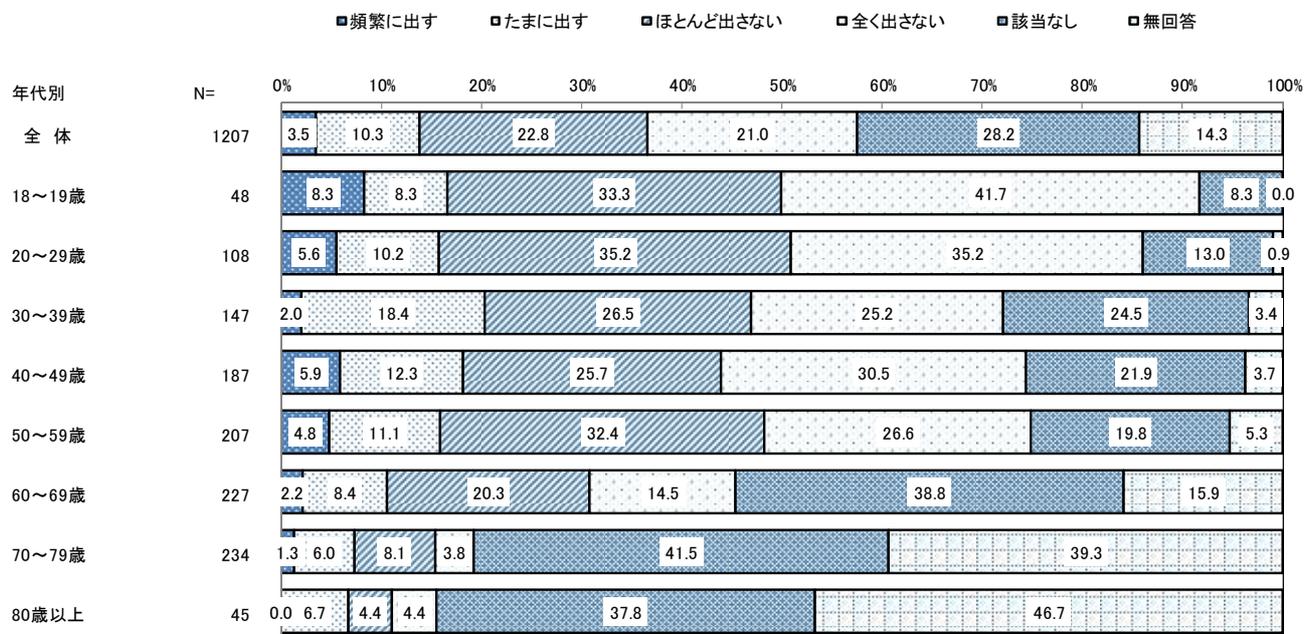
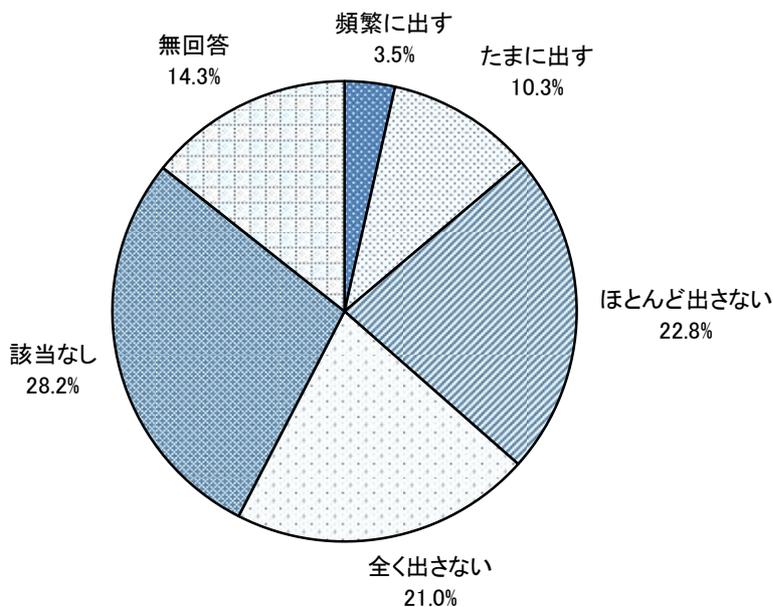
家庭において、「食品ロス」を出す頻度については、「たまに出す」が44.8%と最も高く、次いで「ほとんど出さない」が37.4%、「全く出さない」が9.3%となっている。



問10 あなたは、「食品ロス」を家庭や外食の場でどのくらいの頻度で出しますか。【学校又は職場】

学校又は職場においては、「該当なし」が 28.2%と最も高く、次いで「ほとんど出さない」が 22.8%、「全く出さない」が 21.0%となっている。

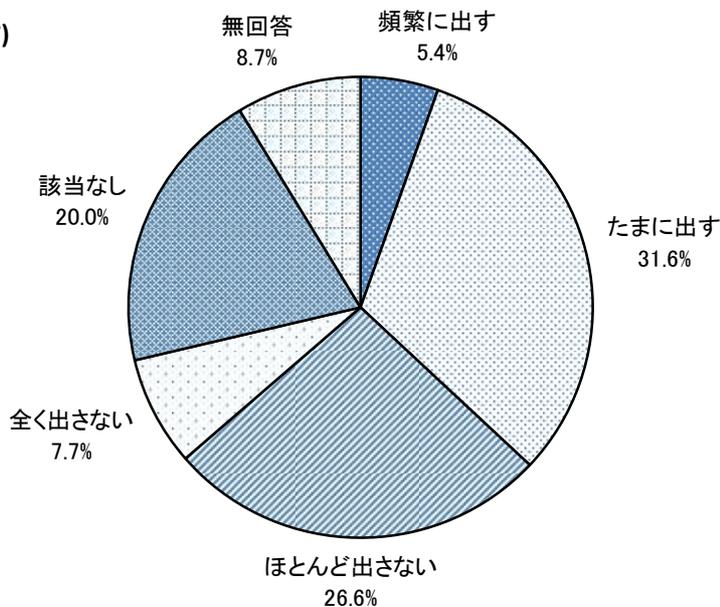
(N = 1207)



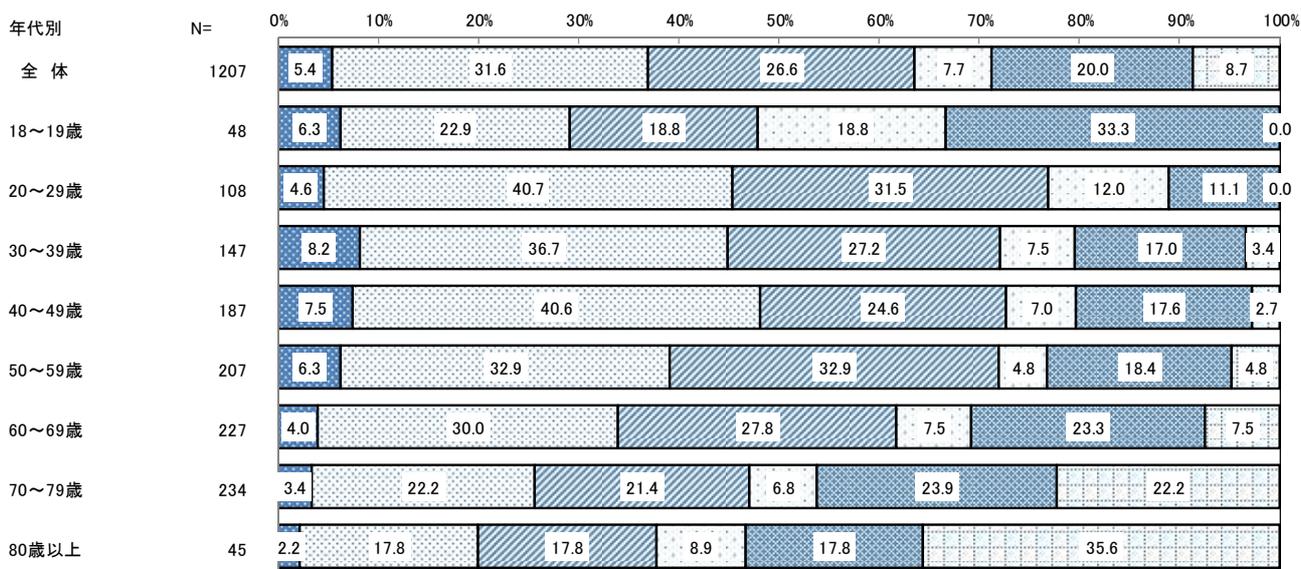
問10 あなたは、「食品ロス」を家庭や外食の場でどのくらいの頻度で出しますか。【外食(レストランなど)】

外食(レストランなど)においては、「たまに出す」が 31.6%と最も高く、次いで「ほとんど出さない」が 26.6%、「該当なし」が 20.0%となっている。

(N = 1207)

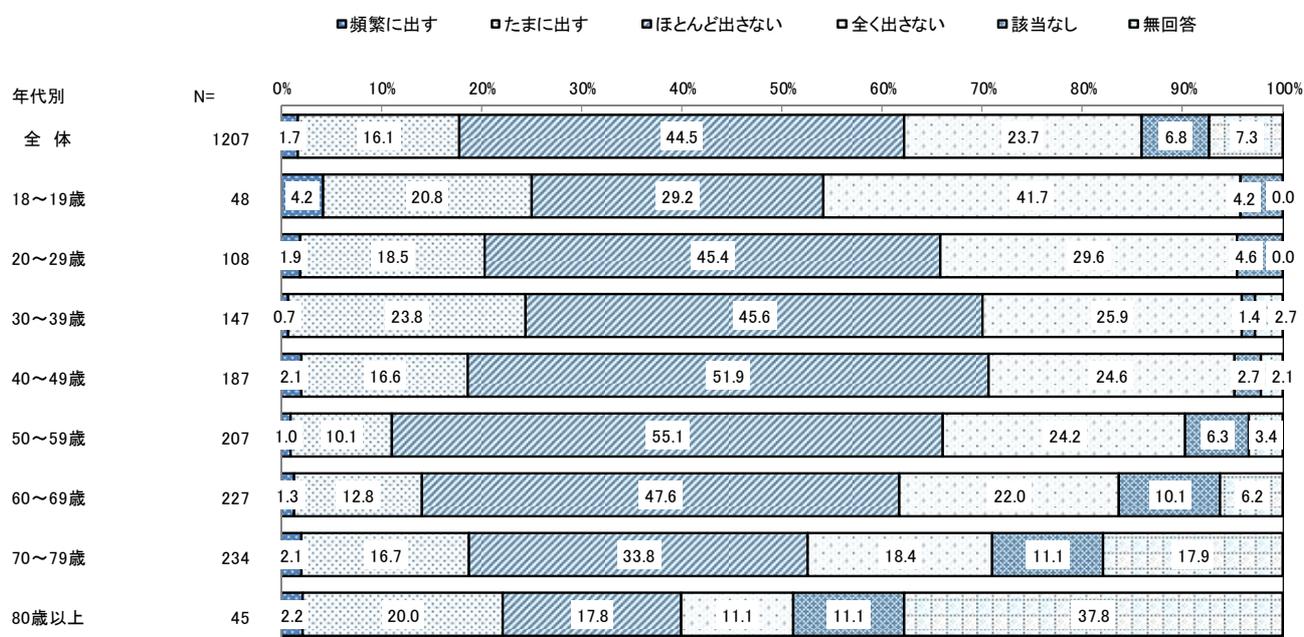
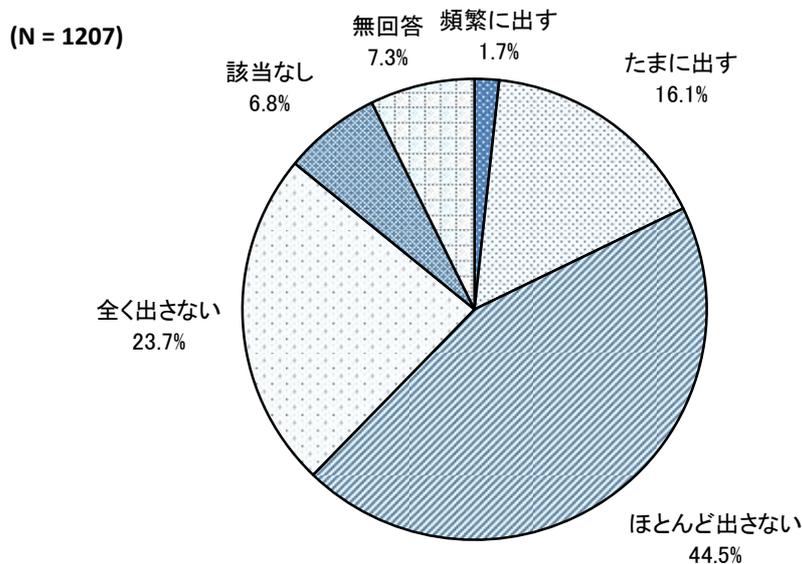


■頻繁に出す ■たまに出す ■ほとんど出さない ■全く出さない ■該当なし ■無回答



問10 あなたは、「食品ロス」を家庭や外食の場でどのくらいの頻度で出しますか。【宴会やパーティー】

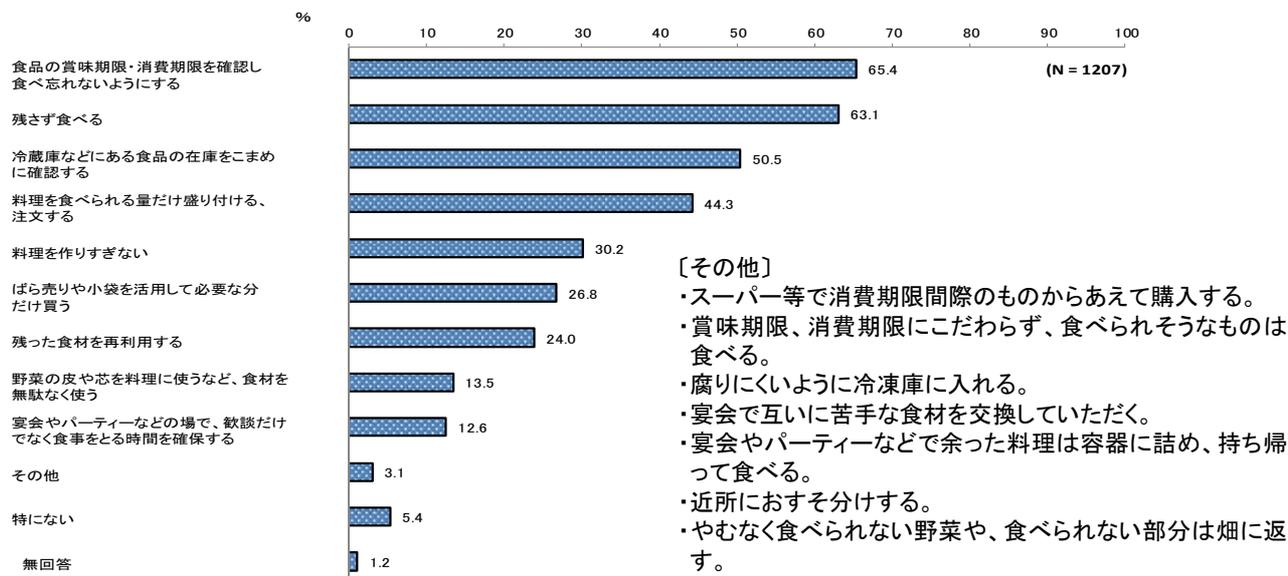
宴会やパーティーにおいては、「ほとんど出さない」が 44.5%と最も高く、次いで「全く出さない」が 23.7%、「たまに出す」が 16.1%となっている。



問11 あなたは、「食品ロス」を減らすために、取り組んでいることはありますか。

該当する番号すべてに○をつけてください。

「食品ロス」を減らすために、取り組んでいることについては、「食品の賞味期限・消費期限を確認し食べ忘れないようにする」が 65.4%と最も高く、次いで「残さず食べる」が 63.1%、「冷蔵庫などにある食品の在庫をこまめに確認する」が 50.5%となっている。

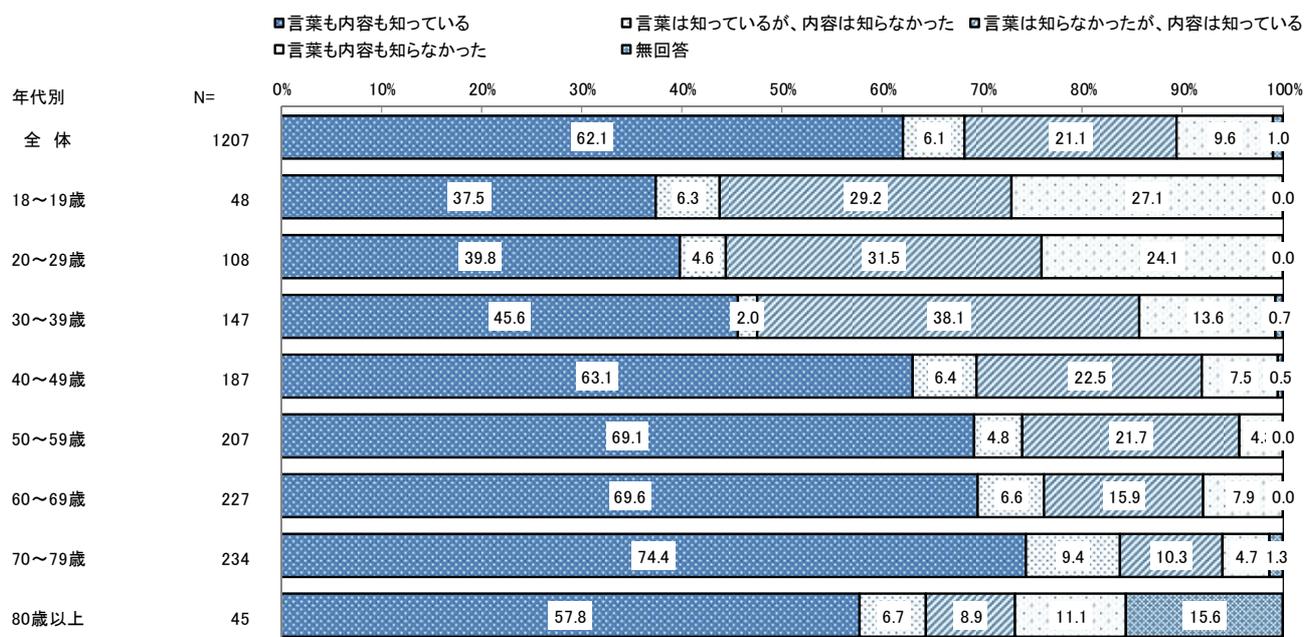
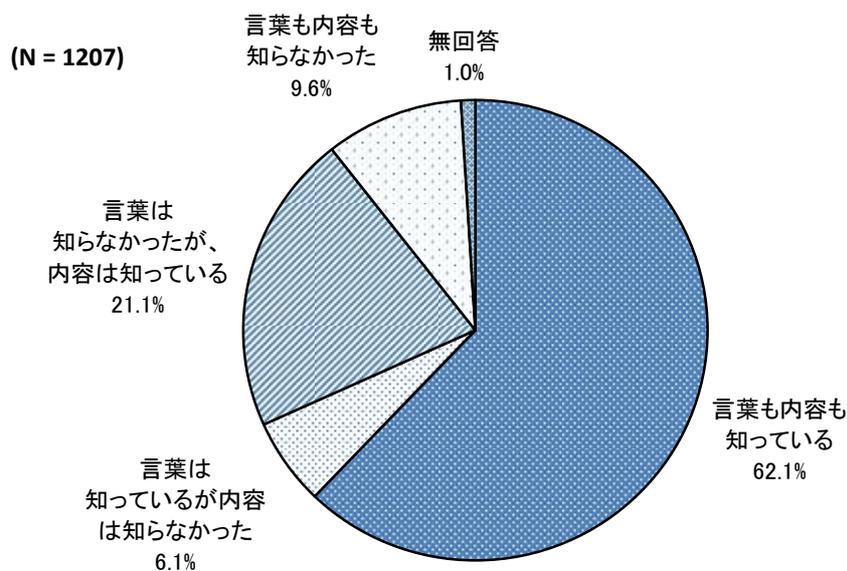


	上段: 件数 下段: %	全体	冷蔵庫などにある食品の在庫をこまめに確認する	食品の賞味期限・消費期限を確認し食べ忘れないようにする	ばら売りや小袋を活用して必要な分だけ買う	野菜の皮や芯を料理に使うなど、食材を無駄なく使う	料理を作りすぎない	料理を食べられる量だけ盛り付ける、注文する
			残さず食べる	残った食材を再利用する	宴会やパーティーなどの場で、歓談だけでなく食事をする時間を確保する	その他	特にない	無回答
全体	1207	609 50.5	789 65.4	324 26.8	163 13.5	364 30.2	535 44.3	
年代別	18～19歳	48	7 14.6	20 41.7	4 8.3	2 4.2	2 4.2	17 35.4
	20～29歳	108	41 38.0	67 62.0	34 31.5	12 11.1	26 24.1	55 50.9
	30～39歳	147	74 50.3	87 59.2	33 22.4	20 13.6	39 26.5	74 50.3
	40～49歳	187	92 49.2	105 56.1	50 26.7	23 12.3	48 25.7	87 46.5
	50～59歳	207	114 55.1	151 72.9	62 30.0	33 15.9	62 30.0	103 49.8
	60～69歳	227	128 56.4	165 72.7	53 23.3	32 14.1	78 34.4	95 41.9
	70～79歳	234	125 53.4	159 67.9	70 29.9	35 15.0	91 38.9	91 38.9
	80歳以上	45	24 53.3	32 71.1	16 35.6	6 13.3	17 37.8	13 28.9
全体	1207	762 63.1	290 24.0	152 12.6	37 3.1	65 5.4	14 1.2	
年代別	18～19歳	48	33 68.8	1 2.1	2 4.2	1 2.1	7 14.6	0 0.0
	20～29歳	108	76 70.4	14 13.0	21 19.4	3 2.8	9 8.3	0 0.0
	30～39歳	147	108 73.5	30 20.4	18 12.2	1 0.7	6 4.1	3 2.0
	40～49歳	187	131 70.1	45 24.1	23 12.3	10 5.3	10 5.3	2 1.1
	50～59歳	207	137 66.2	47 22.7	26 12.6	1 0.5	7 3.4	4 1.9
	60～69歳	227	133 58.6	66 29.1	30 13.2	9 4.0	10 4.4	0 0.0
	70～79歳	234	118 50.4	73 31.2	27 11.5	11 4.7	12 5.1	4 1.7
	80歳以上	45	24 53.3	14 31.1	5 11.1	1 2.2	4 8.9	1 2.2

2 消費生活上のトラブル・被害状況について

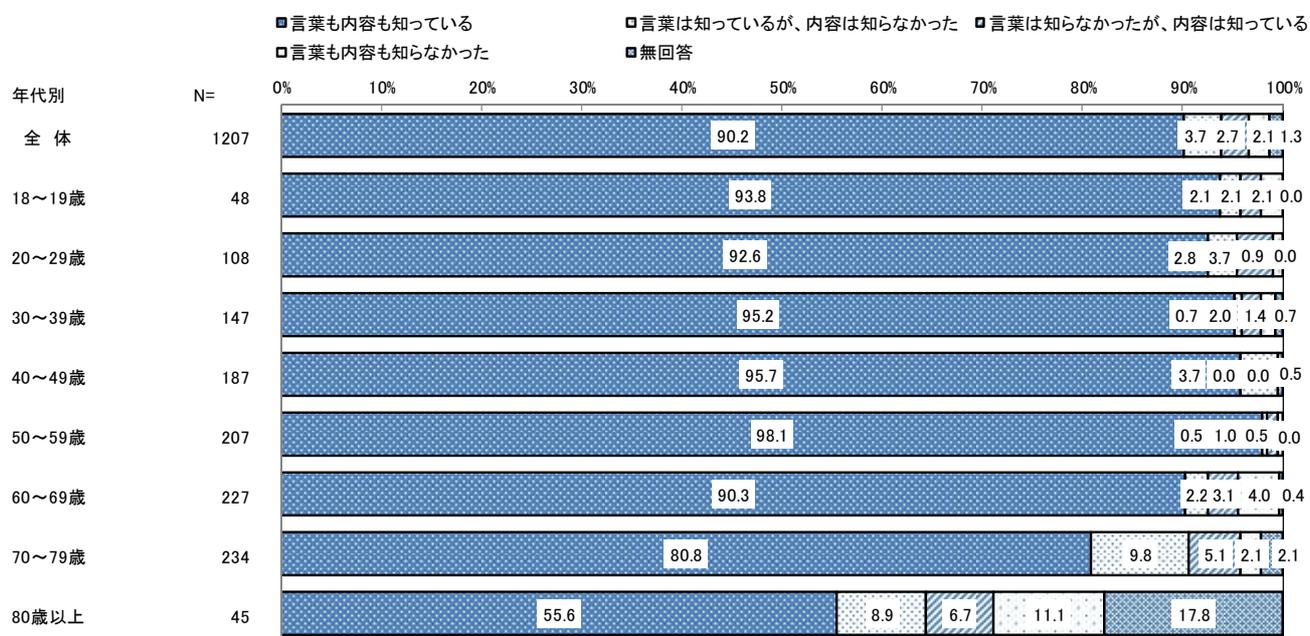
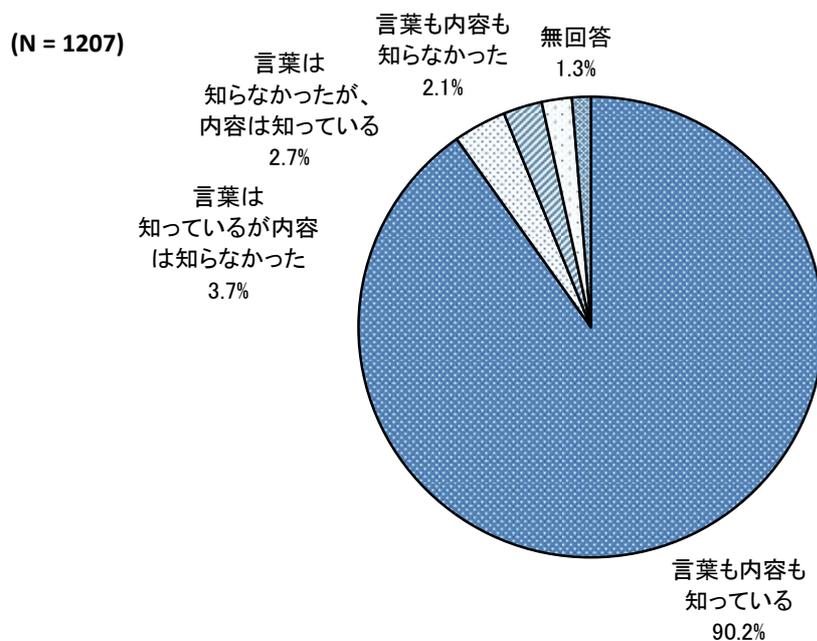
問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。【点検商法】の知識

【点検商法】の知識については、「言葉も内容も知っている」が 62.1%と最も高く、次いで「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 21.1%、「言葉も内容も知らなかった」が 9.6%となっている。



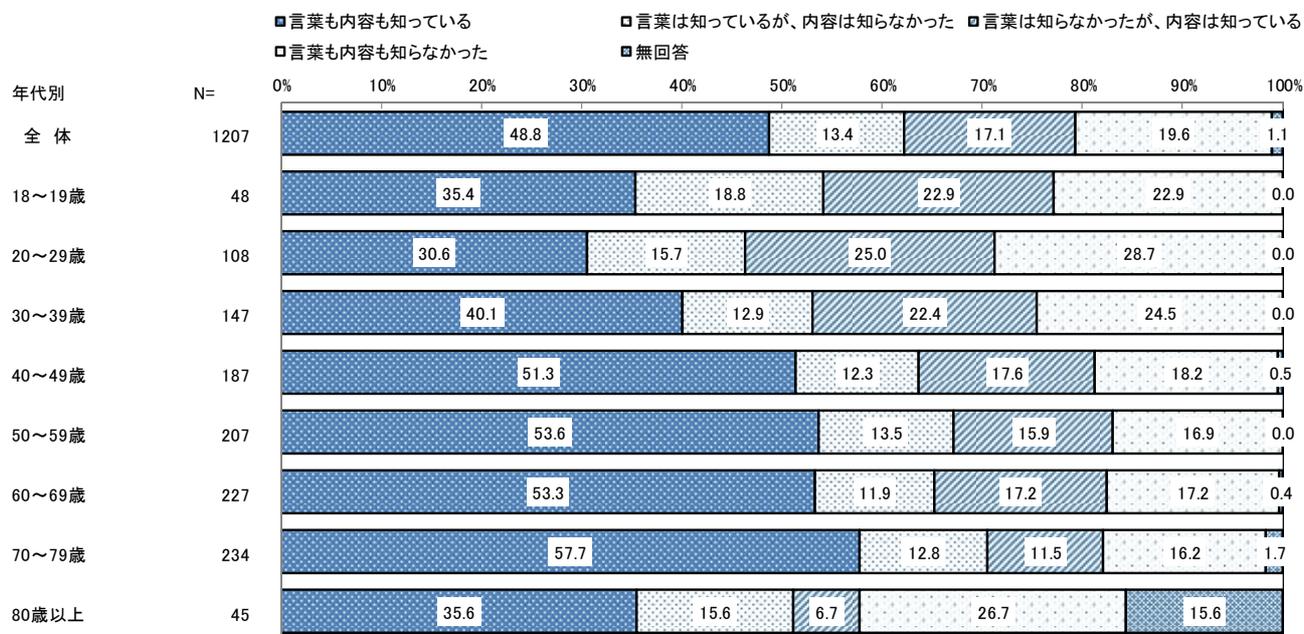
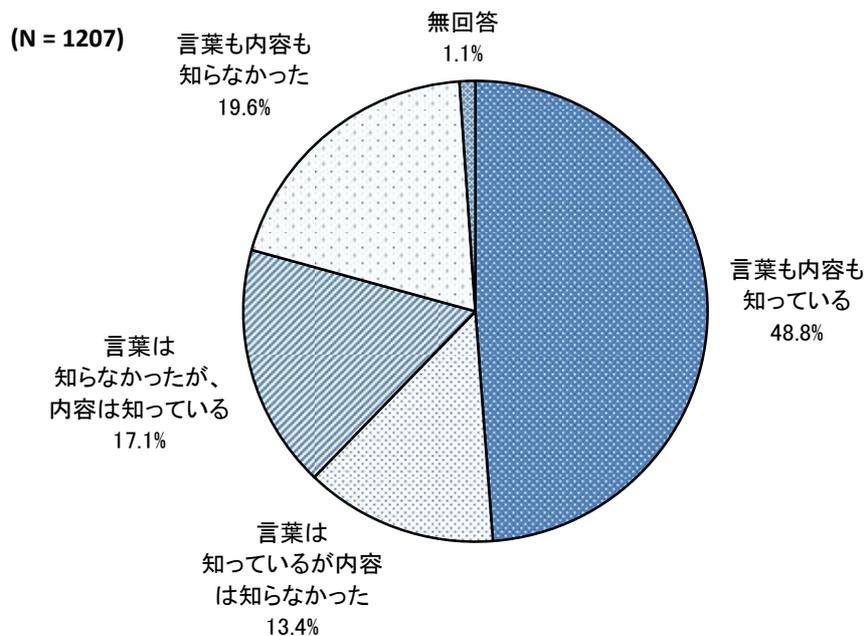
問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。【架空請求】の知識

【架空請求】の知識については、「言葉も内容も知っている」が 90.2%と最も高く、次いで「言葉は知っているが、内容は知らなかった」が 3.7%、「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 2.7%となっている。



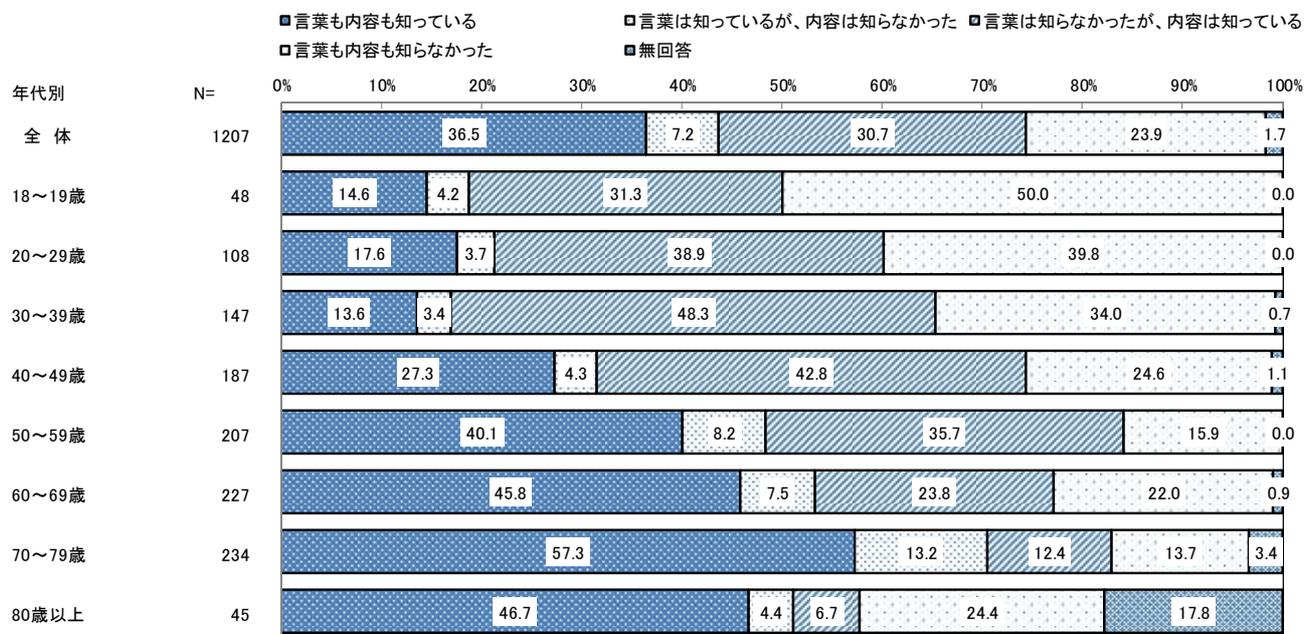
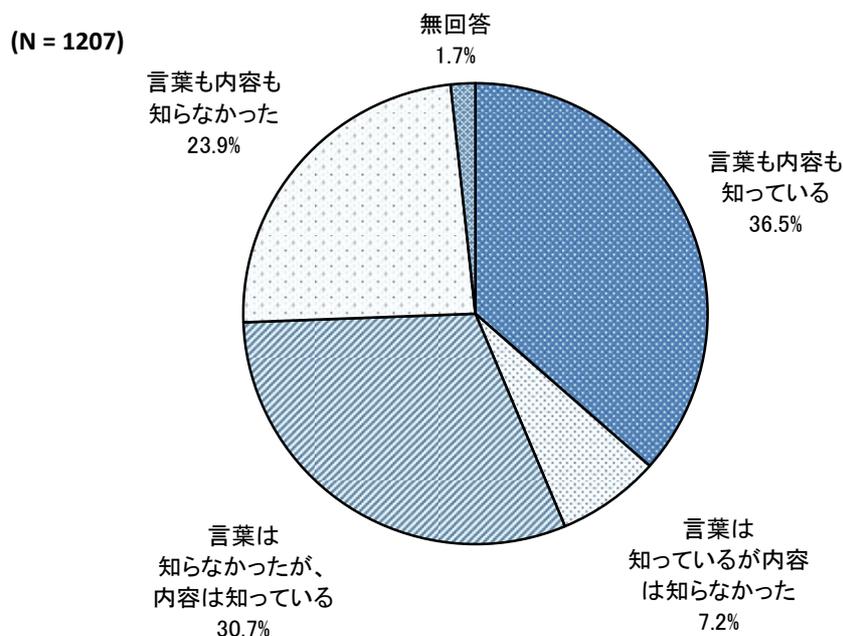
問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。【二次被害】の知識

【二次被害】の知識については、「言葉も内容も知っている」が 48.8%と最も高く、次いで「言葉も内容も知らなかった」が 19.6%、「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 17.1%となっている。



問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。【利殖商法】の知識

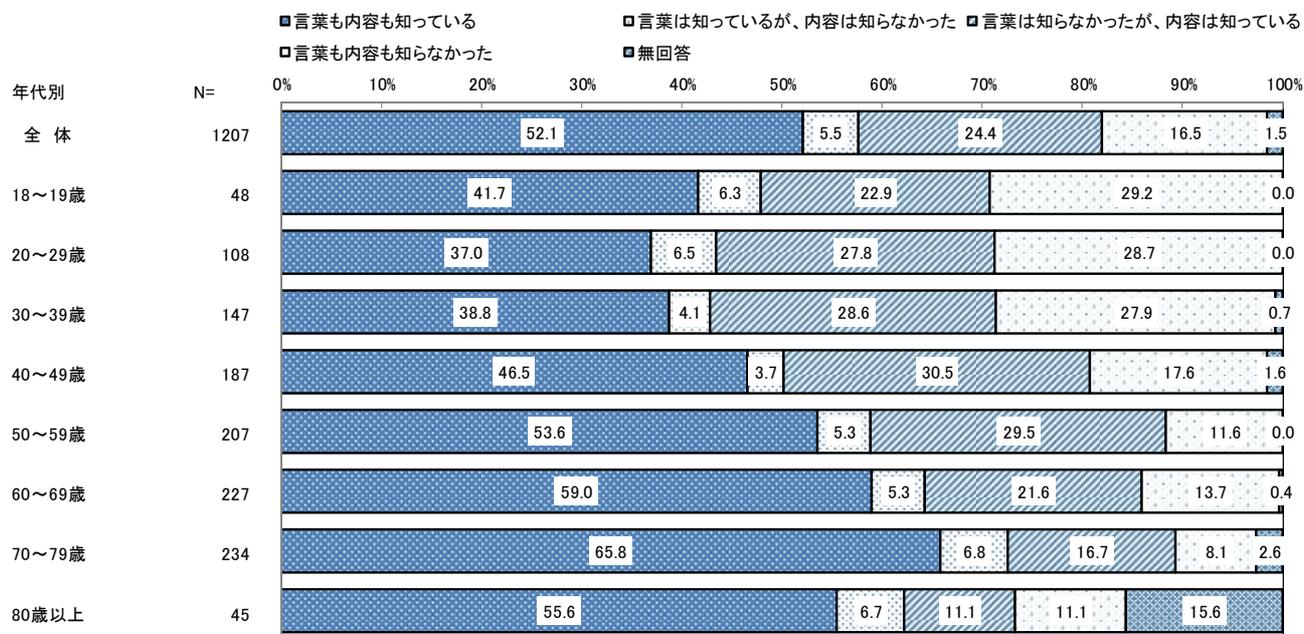
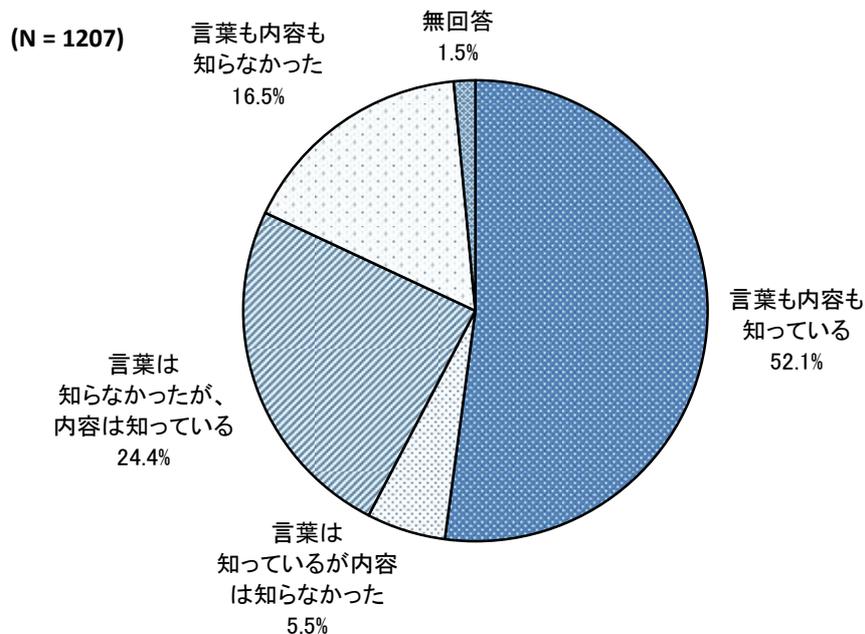
【利殖商法】の知識については、「言葉も内容も知っている」が 36.5%と最も高く、次いで「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 30.7%、「言葉も内容も知らなかった」が 23.9%となっている。



問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。

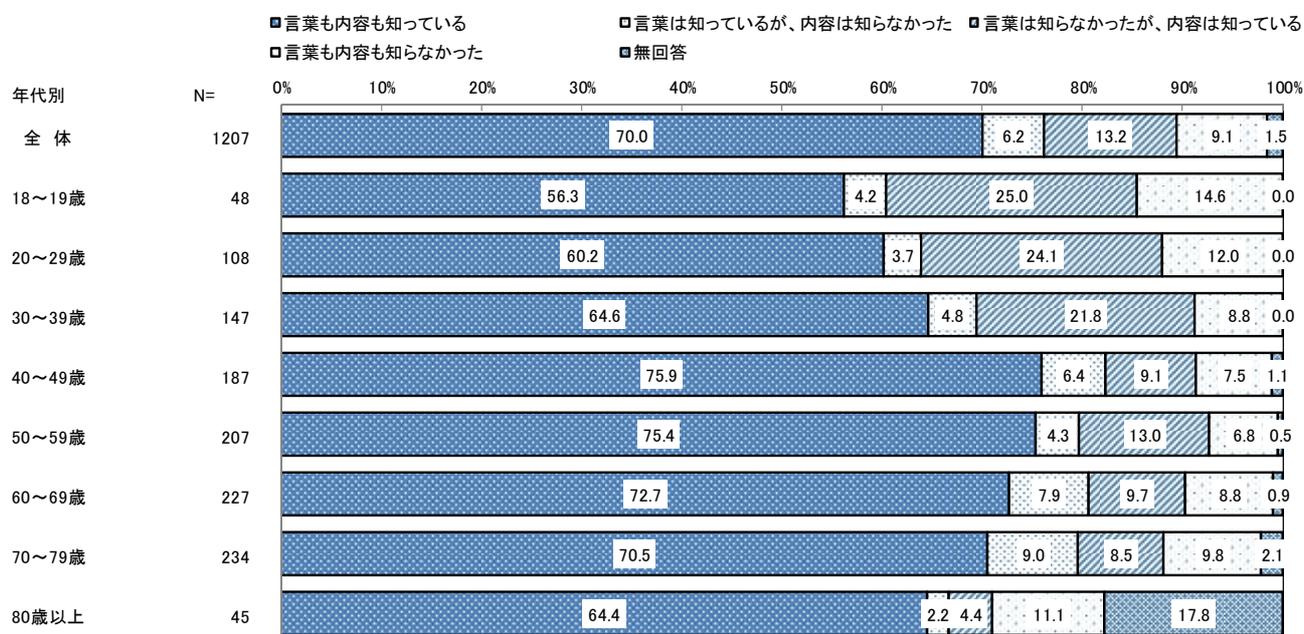
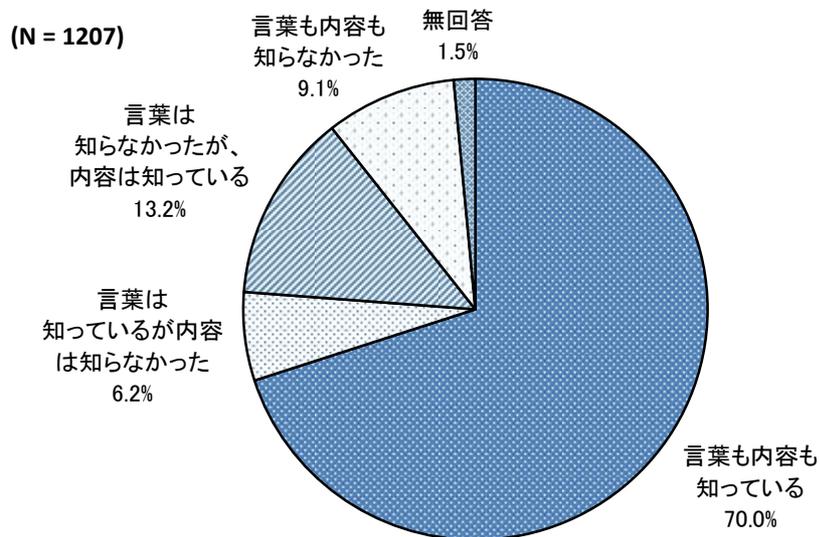
【押し買い(強引な訪問購入)】の知識

【押し買い(強引な訪問購入)】の知識については、「言葉も内容も知っている」が 52.1%と最も高く、次いで「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 24.4%、「言葉も内容も知らなかった」が 16.5%となっている。



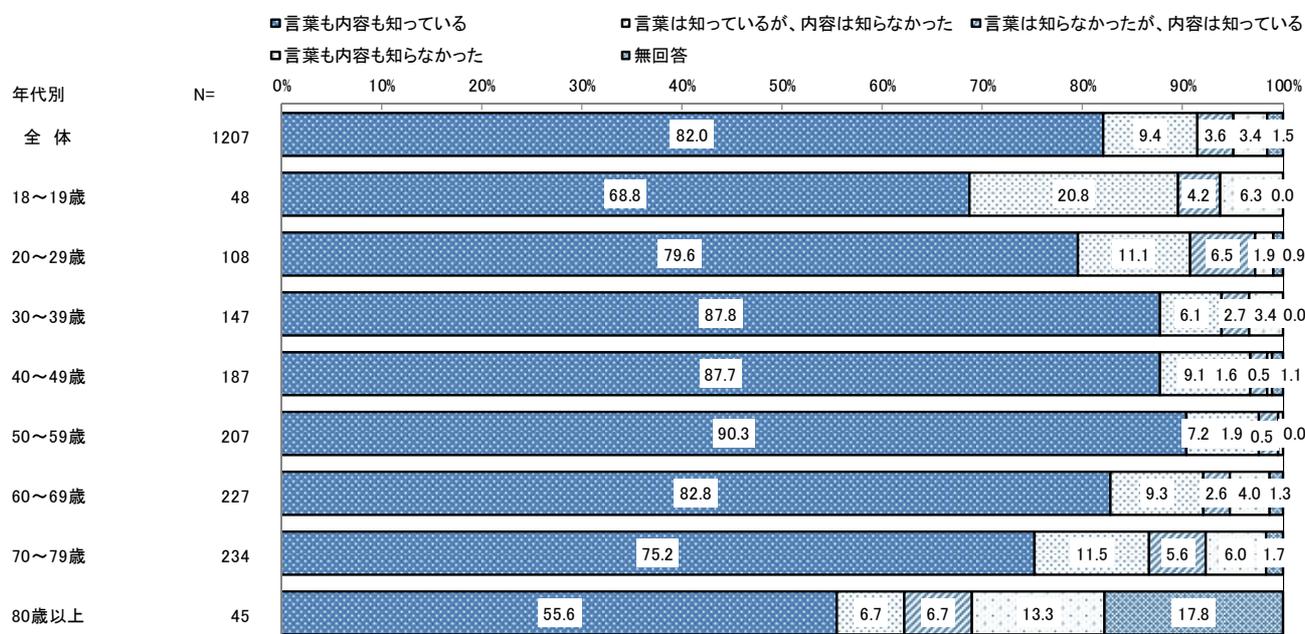
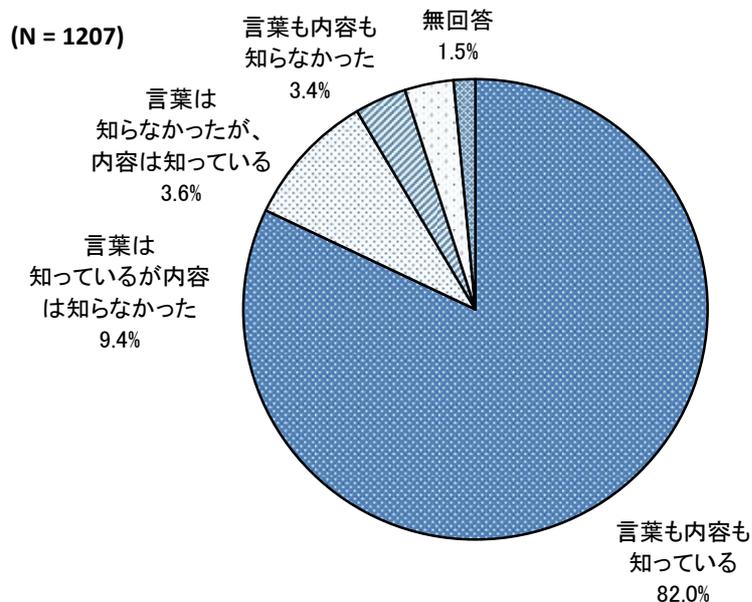
問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。【送りつけ商法】の知識

【送りつけ商法】の知識については、「言葉も内容も知っている」が70.0%と最も高く、次いで「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が13.2%、「言葉も内容も知らなかった」が9.1%となっている。



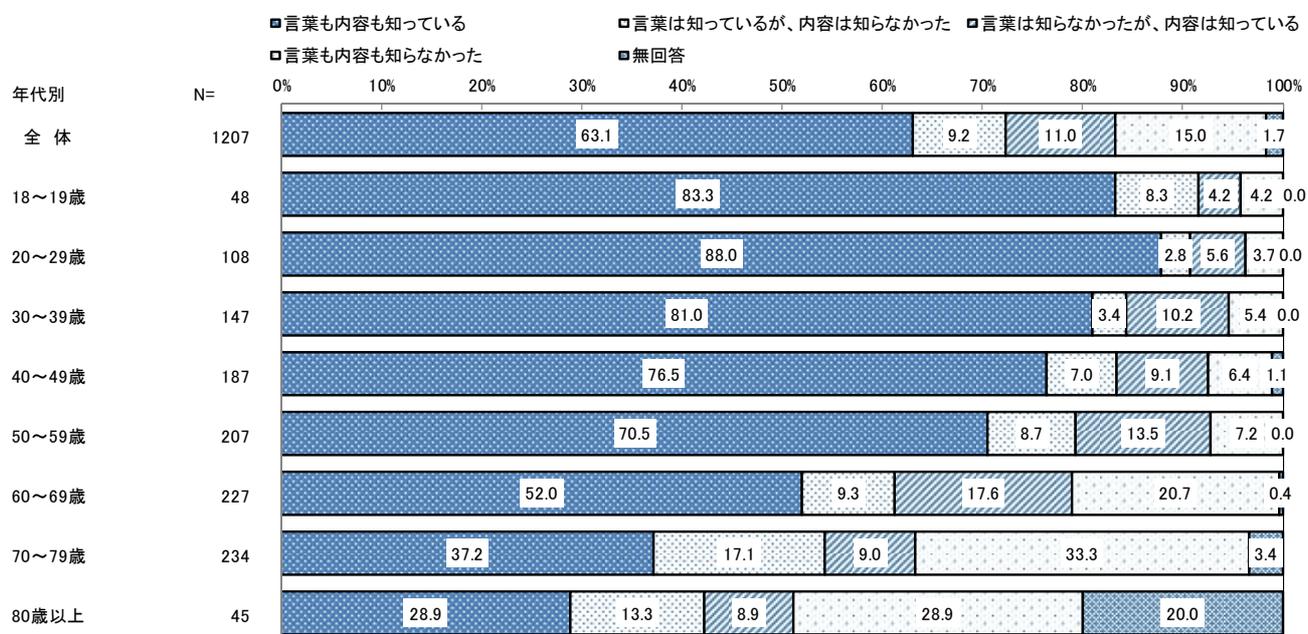
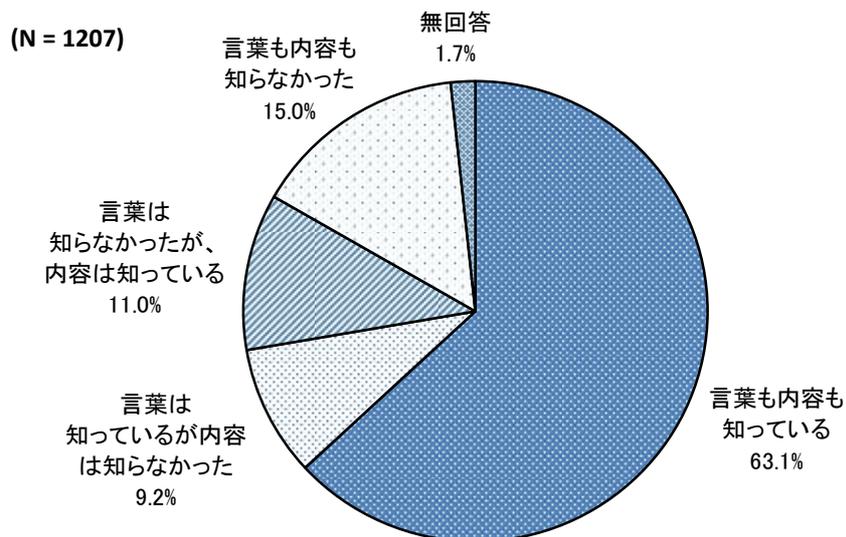
問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。【マルチ商法】の知識

【マルチ商法】の知識については、「言葉も内容も知っている」が 82.0%と最も高く、次いで「言葉は知っているが、内容は知らなかった」が 9.4%、「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 3.6%となっている。



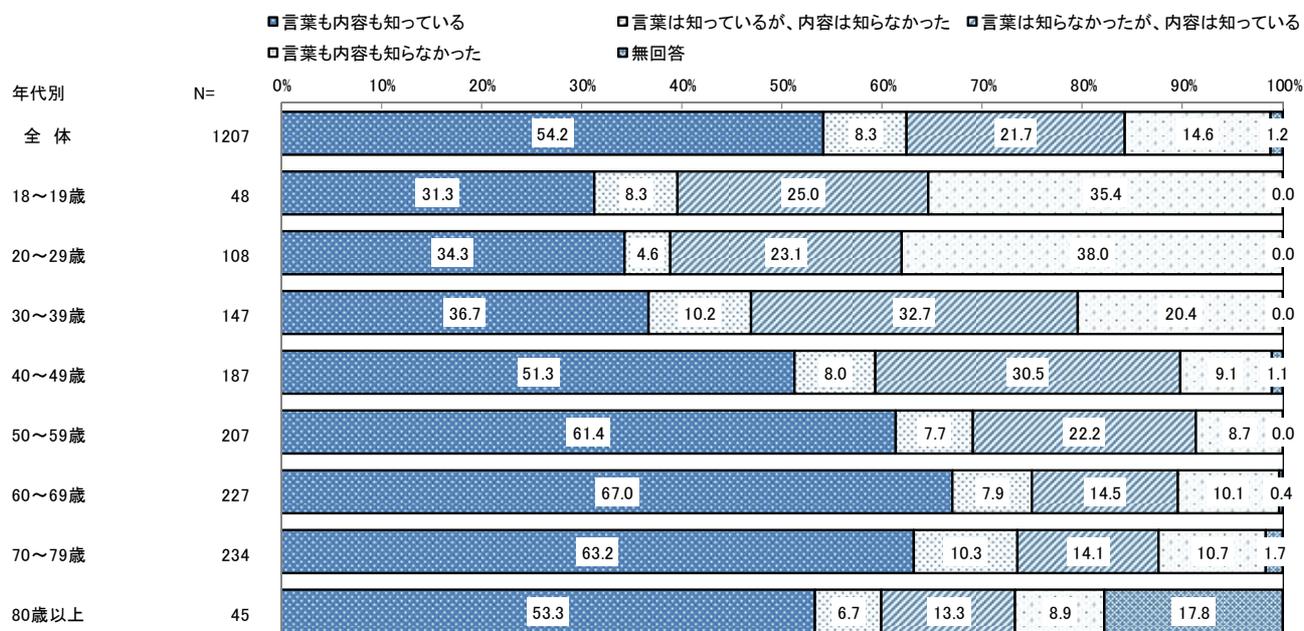
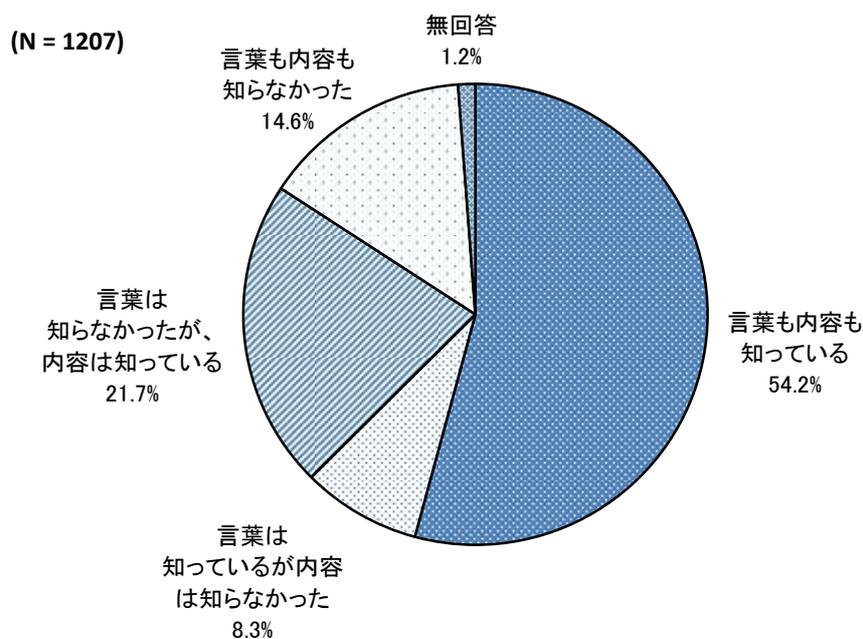
問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。【ワンクリック請求】の知識

【ワンクリック請求】の知識については、「言葉も内容も知っている」が 63.1%と最も高く、次いで「言葉も内容も知らなかった」が 15.0%、「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 11.0%となっている。



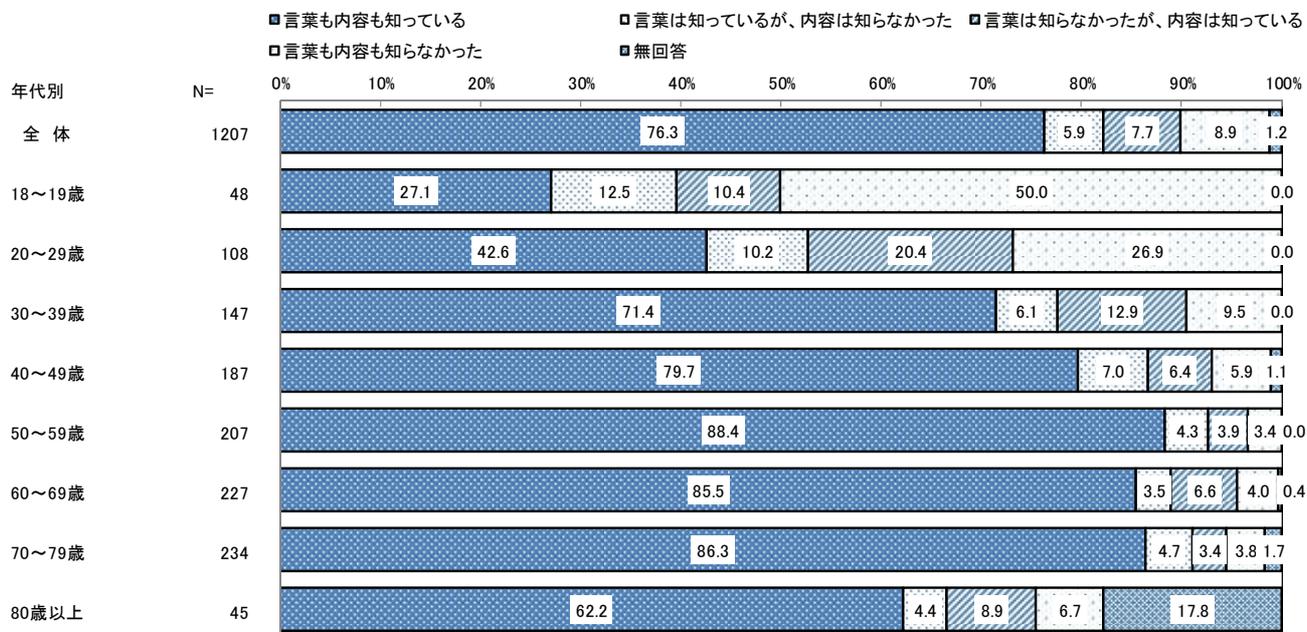
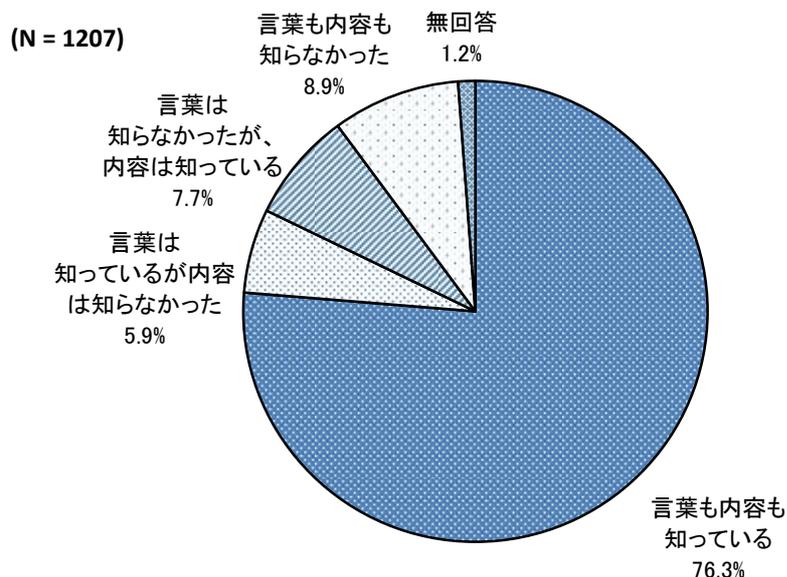
問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。【催眠(SF)商法】の知識

【催眠(SF)商法】の知識については、「言葉も内容も知っている」が54.2%と最も高く、次いで「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が21.7%、「言葉も内容も知らなかった」が14.6%となっている。



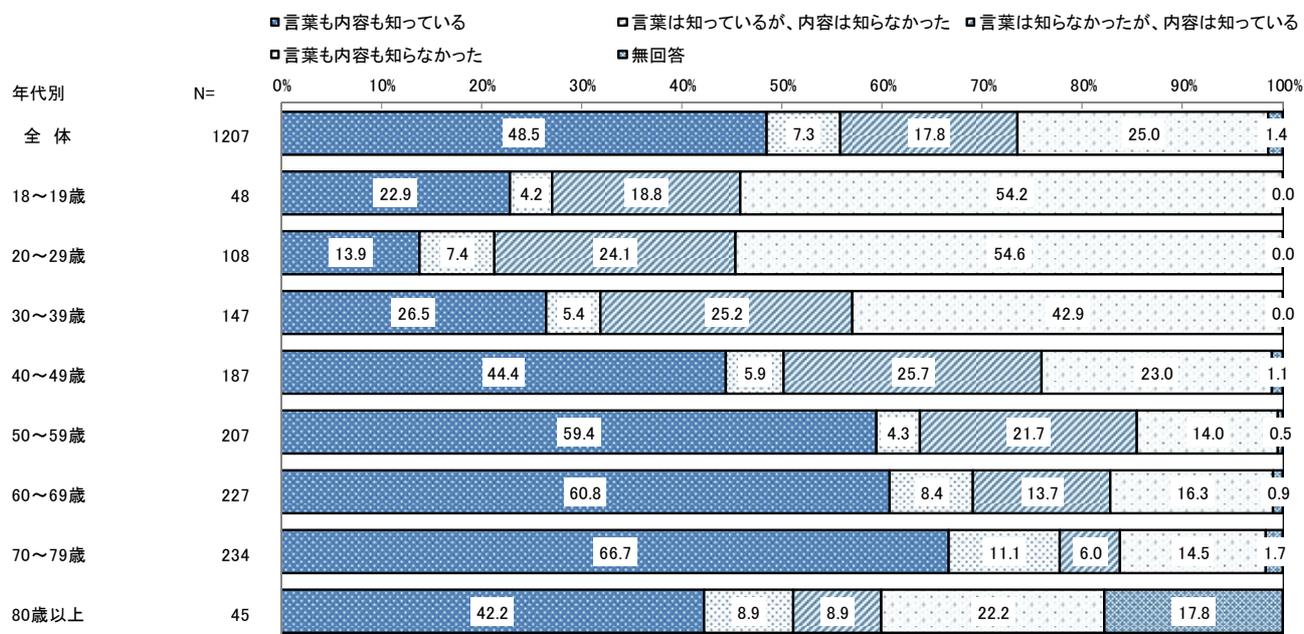
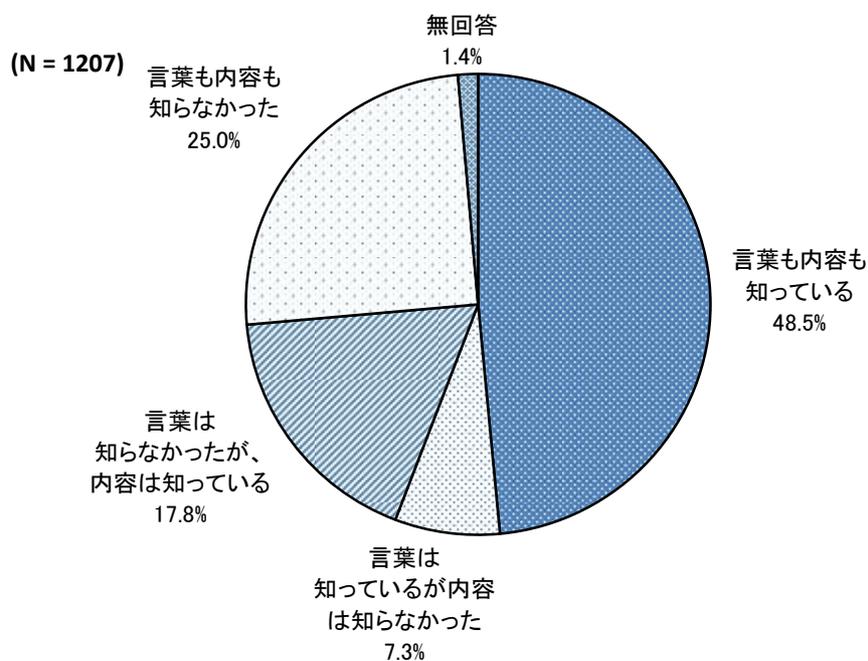
問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。【還付金詐欺】の知識

【還付金詐欺】の知識については、「言葉も内容も知っている」が 76.3%と最も高く、次いで「言葉も内容も知らなかった」が 8.9%、「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 7.7%となっている。



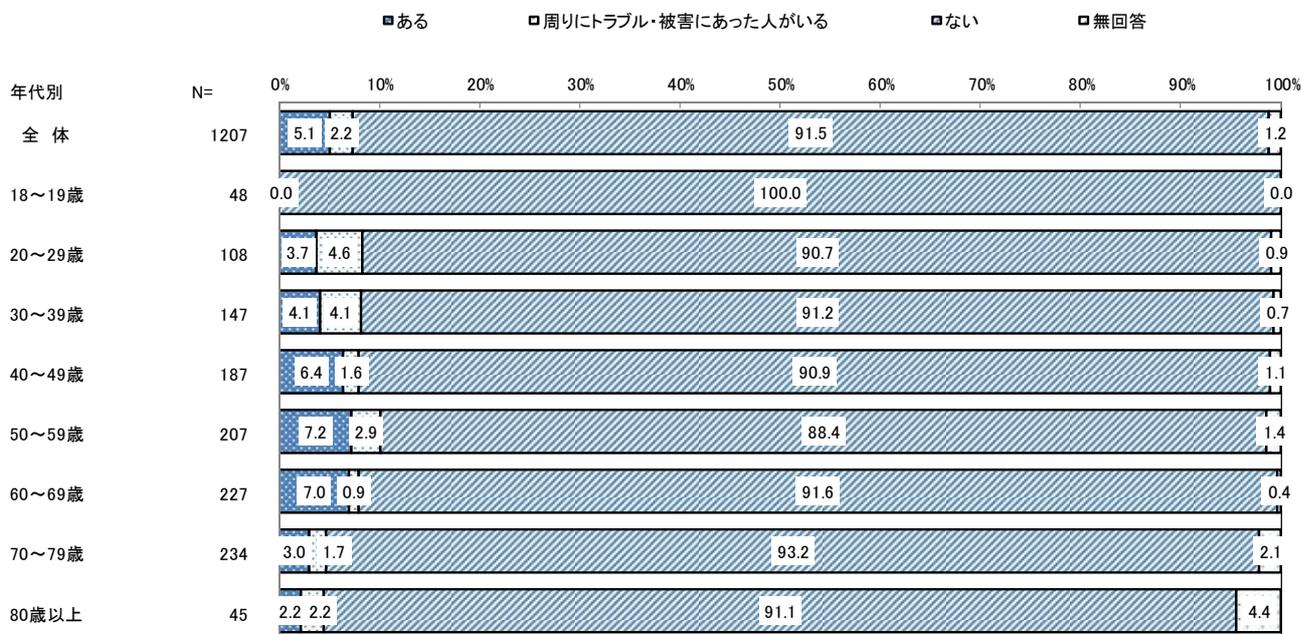
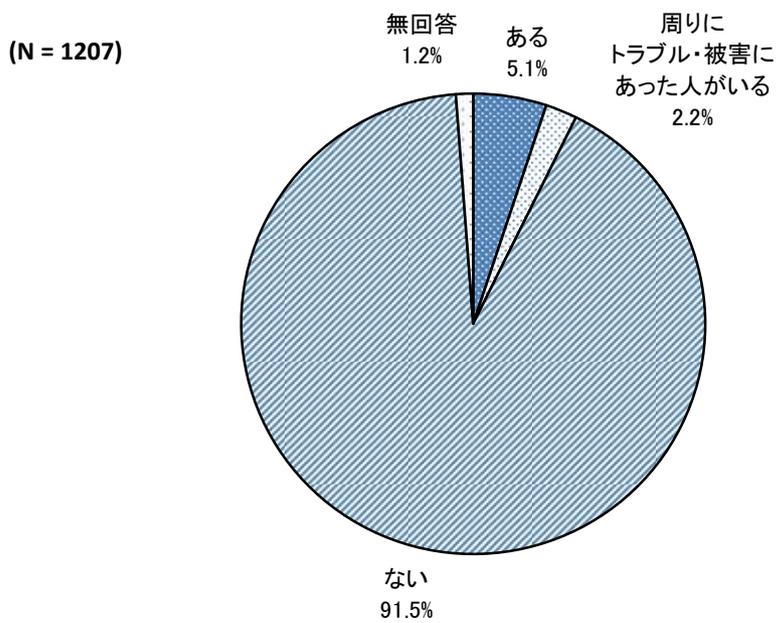
問12 あなたは、次のような手口の悪質な商法や詐欺があることを知っていますか。【内職商法】の知識

【内職商法】の知識については、「言葉も内容も知っている」が 48.5%と最も高く、次いで「言葉も内容も知らなかった」が 25.0%、「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 17.8%となっている。



問13 あなたは、この1年間に購入した商品や利用したサービスについて、トラブルになったり被害を受けたりしたことはありますか。該当する番号1つに○をつけてください。

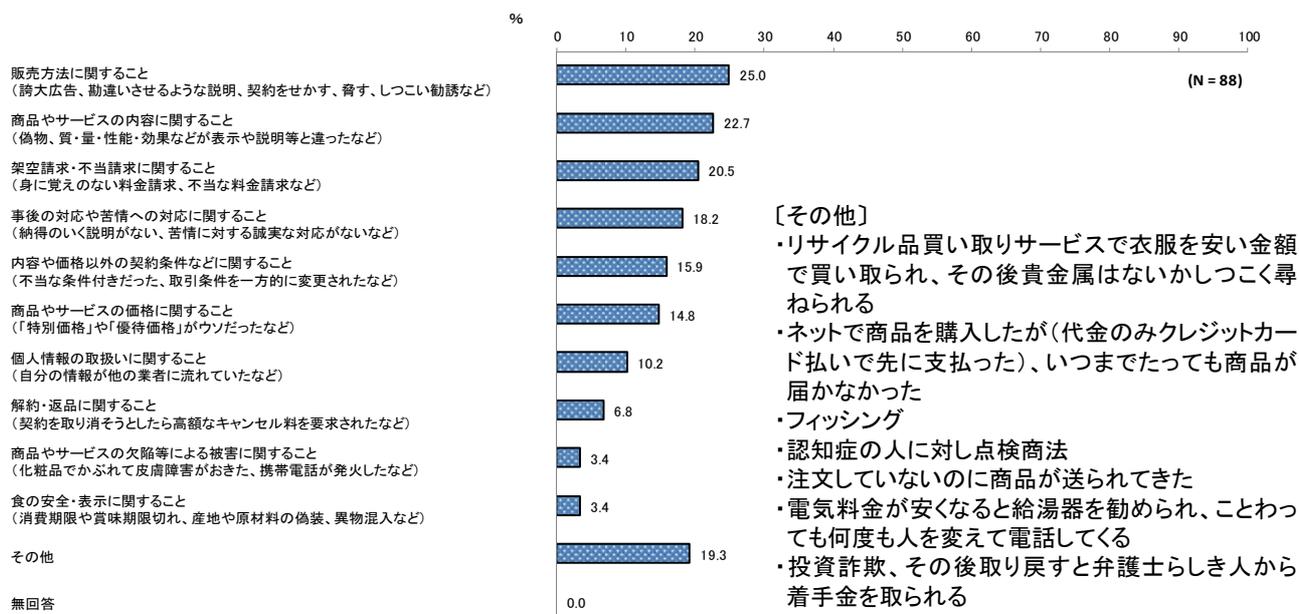
トラブルや被害を受けたことがあるかについては、「ない」が91.5%と最も高く、次いで「ある」が5.1%、「周りにトラブル・被害にあった人がある」が2.2%となっている。



＜問13で「1.ある」または「2.周りにトラブル・被害にあった人がいる」とお答えになった方にお聞きします。＞

問13-1 それはどのような内容でしたか。該当する番号すべてに○をつけてください。

トラブルや被害の内容については、「販売方法に関すること(誇大広告、勘違いさせるような説明、契約をせかす、脅す、しつこい勧誘など)」が 25.0%と最も高く、次いで「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等と違ったなど)」が 22.7%、「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、不当な料金請求など)」が 20.5%となっている。



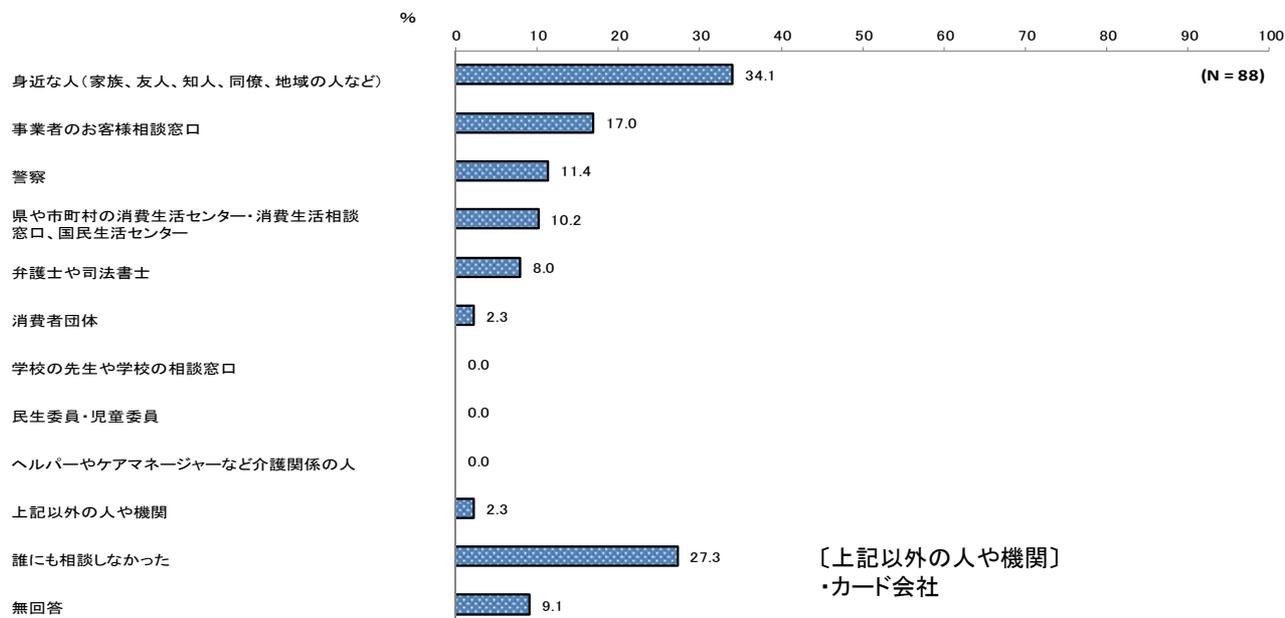
	上段:件数 下段:%	全体	商品やサービスの 内容に関する こと	商品やサービスの 価格に関する こと	内容や価格以 外の契約条件な どに関する こと	解約・返品に 関すること	販売方法に 関すること	事後の対応 や苦情への 対応に 関すること
全体		88	20	13	14	6	22	16
18～19歳	0	0	0	0	0	0	0	0
20～29歳	9	4	1	1	1	1	0	1
30～39歳	12	4	2	2	2	2	4	2
40～49歳	15	1	2	4	0	2	0	0
50～59歳	21	2	3	3	2	2	7	5
60～69歳	18	4	2	2	1	6	5	5
70～79歳	11	3	2	2	0	2	2	2
80歳以上	2	2	1	0	0	1	1	1
全体		88	22.7	14.8	15.9	6.8	25.0	18.2

	上段:件数 下段:%	全体	個人情報の取 扱いに 関すること	架空請求・不 当請求に 関すること	商品やサービスの 欠陥等による 被害に 関すること	食の安全・表示 に 関すること	その他	無回答
全体		88	9	18	3	3	17	0
18～19歳	0	0	0	0	0	0	0	0
20～29歳	9	2	2	2	0	1	2	0
30～39歳	12	0	3	1	0	0	2	0
40～49歳	15	1	4	0	2	5	0	0
50～59歳	21	5	7	1	0	3	0	0
60～69歳	18	1	2	1	0	1	0	0
70～79歳	11	0	0	0	0	4	0	0
80歳以上	2	0	0	0	0	0	0	0
全体		88	10.2	20.5	3.4	3.4	19.3	0.0

＜問13で「1.ある」または「2.周りにトラブル・被害にあった人がいる」とお答えになった方にお聞きします。＞

問13-2 その際にどこかへ(誰かに)相談しましたか。該当する番号すべてに○をつけてください。

どこかへ(誰かに)相談したかについては、「身近な人(家族、友人、知人、同僚、地域の人など)」が34.1%と最も高く、次いで「事業者のお客様相談窓口」が17.0%となっている。一方で、「誰にも相談しなかった」は27.3%となっている。



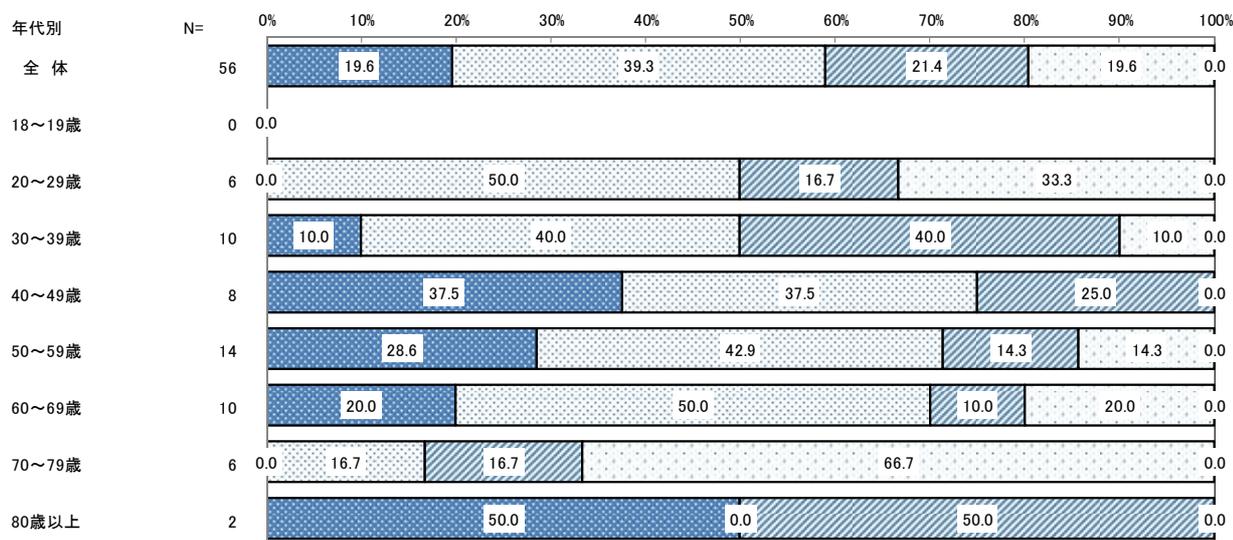
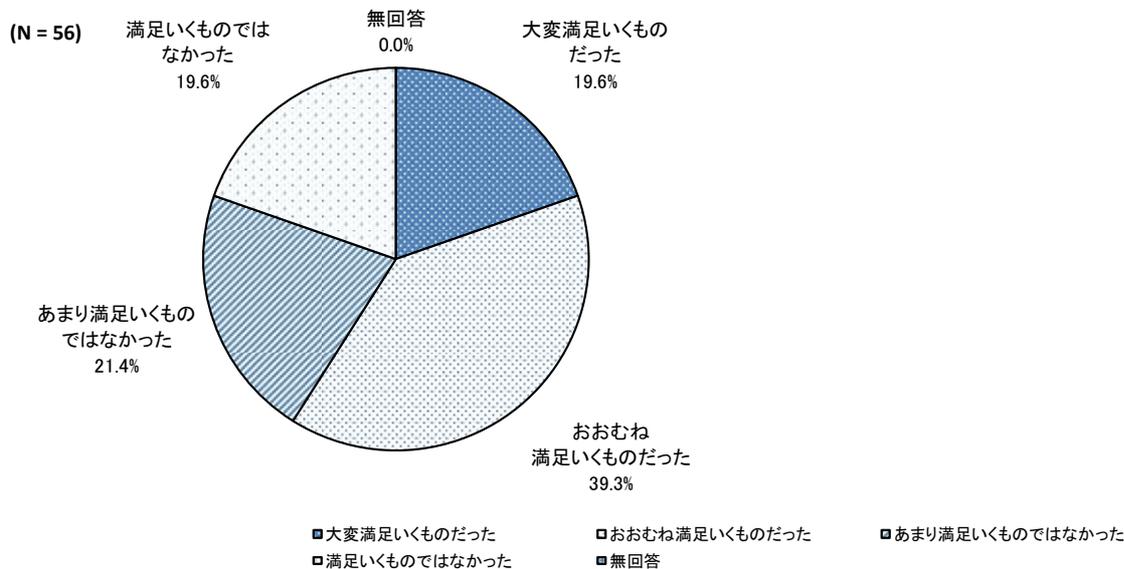
上段: 件数 下段: %		全 体	身近な人(家族、友人、知人、同僚、地域の人など)	県や市町村の消費生活センター・消費生活相談窓口、国民生活センター	事業者のお客様相談窓口	弁護士や司法書士	消費者団体	警察
全 体	88	30	9	15	7	2	10	
		34.1	10.2	17.0	8.0	2.3	11.4	
年 代 別	18～19歳	0	0	0	0	0	0	
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	20～29歳	9	6	1	0	1	0	
			66.7	11.1	0.0	11.1	0.0	
	30～39歳	12	5	2	2	2	1	
			41.7	16.7	16.7	16.7	8.3	
	40～49歳	15	6	1	1	1	0	
			40.0	6.7	6.7	6.7	0.0	
50～59歳	21	4	3	7	1	0		
		19.0	14.3	33.3	4.8	0.0		
60～69歳	18	4	0	5	0	0		
		22.2	0.0	27.8	0.0	0.0		
70～79歳	11	3	2	0	2	1		
		27.3	18.2	0.0	18.2	9.1		
80歳以上	2	2	0	0	0	0		
		100.0	0.0	0.0	0.0	0.0		

上段: 件数 下段: %		全 体	学校の先生や学校の相談窓口	民生委員・児童委員	ヘルパーやケアマネージャーなど介護関係の人	上記以外の人や機関	誰にも相談しなかった	無回答
全 体	88	0	0	0	2	24	8	
		0.0	0.0	0.0	2.3	27.3	9.1	
年 代 別	18～19歳	0	0	0	0	0	0	
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	20～29歳	9	0	0	0	0	3	
			0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	
	30～39歳	12	0	0	0	1	2	
			0.0	0.0	0.0	8.3	16.7	
	40～49歳	15	0	0	0	1	4	
			0.0	0.0	0.0	6.7	26.7	
50～59歳	21	0	0	0	0	5		
		0.0	0.0	0.0	0.0	23.8		
60～69歳	18	0	0	0	0	7		
		0.0	0.0	0.0	0.0	38.9		
70～79歳	11	0	0	0	0	3		
		0.0	0.0	0.0	0.0	27.3		
80歳以上	2	0	0	0	0	0		
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		

<問13-2で1~10を選んだ方にお聞きします。>

問13-3 相談をした結果は、満足いくものだったか。該当する番号1つに○をつけてください。

相談をした結果は、満足いくものだったかについては、「おおむね満足いくものだった」が39.3%と最も高く、次いで「あまり満足いくものではなかった」が21.4%、「大変満足いくものだった」及び「満足いくものではなかった」が同率19.6%となっている。



<相談先別の満足度>

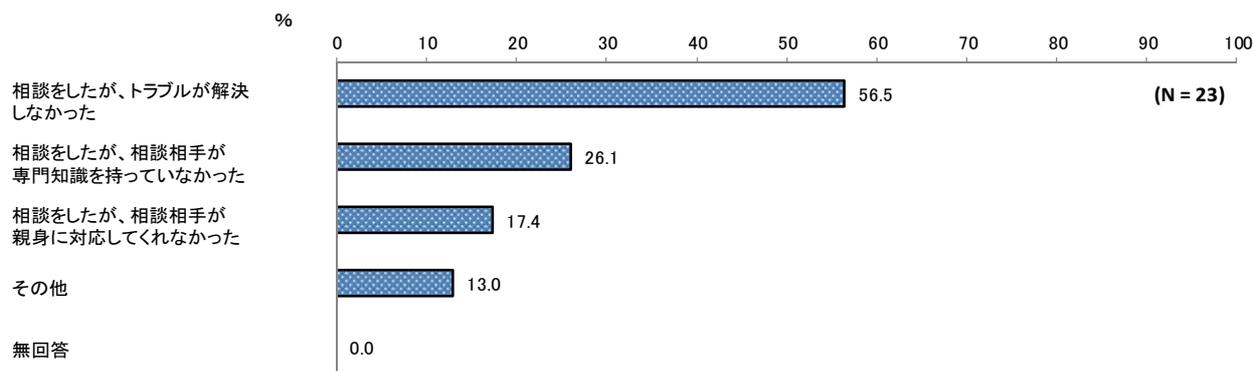
相談先	満足度	相談先別の満足度										
		全体	身近な人(家族、友人、知人、同僚、地域の人など)	県や市町村の消費生活センター・消費生活相談窓口、国民生活センター	事業者のお客様相談窓口	弁護士や司法書士	消費者団体	警察	学校の先生や学校の相談窓口	民生委員・児童委員	ヘルパーやケアマネジャーなど介護関係の人	上記1~9以外の人や機関
全体		56	30	9	15	7	2	10	0	0	0	2
			53.6	16.1	26.8	12.5	3.6	17.9	0.0	0.0	0.0	3.6
相談した結果の満足度	大変満足いくものだった	11	5	2	3	1	0	2	0	0	0	1
	おおむね満足いくものだった	22	12	2	6	1	2	3	0	0	0	0
	あまり満足いくものではなかった	12	9	3	3	3	0	1	0	0	0	1
	満足いくものではなかった	11	4	2	3	2	0	4	0	0	0	0
			36.4	18.2	27.3	18.2	0.0	36.4	0.0	0.0	0.0	0.0

問13-3で「3.あまり満足いくものではなかった」または「4.満足いくものではなかった」を選んだ方にお聞きます。>

問13-4 相談をした結果、満足のいかなかった理由を教えてください。

該当する番号すべてに○をつけてください。

満足のいかなかった理由については、「相談をしたが、トラブルが解決しなかった」が 56.5%と最も高く、次いで「相談をしたが、相談相手が専門知識を持っていなかった」が26.1%、「相談をしたが、相談相手が親身に対応してくれなかった」が17.4%となっている。



[その他]

- ・詐欺目的だったので未回収
- ・誠意がなかった
- ・騙させる方が悪いと言われた

	上段:件数 下段:%	全体	相談をしたが、 トラブルが解決し なかった	相談をしたが、 相談相手が親 身に対応してく れなかった	相談をしたが、 相談相手が専 門知識を持って いなかった	その他	無回答
全体		23	13 56.5	4 17.4	6 26.1	3 13.0	0 0.0
年代別	18~19歳	0	0	0	0	0	0
	20~29歳	3	1 33.3	1 33.3	2 66.7	0 0.0	0 0.0
	30~39歳	5	3 60.0	0	2 40.0	0 0.0	0 0.0
	40~49歳	2	2 100.0	0	1 50.0	0 0.0	0 0.0
	50~59歳	4	3 75.0	0	0	1 25.0	0 0.0
	60~69歳	3	1 33.3	1 33.3	0	1 33.3	0 0.0
	70~79歳	5	3 60.0	1 20.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0
	80歳以上	1	0	1 100.0	0	0	0 0.0

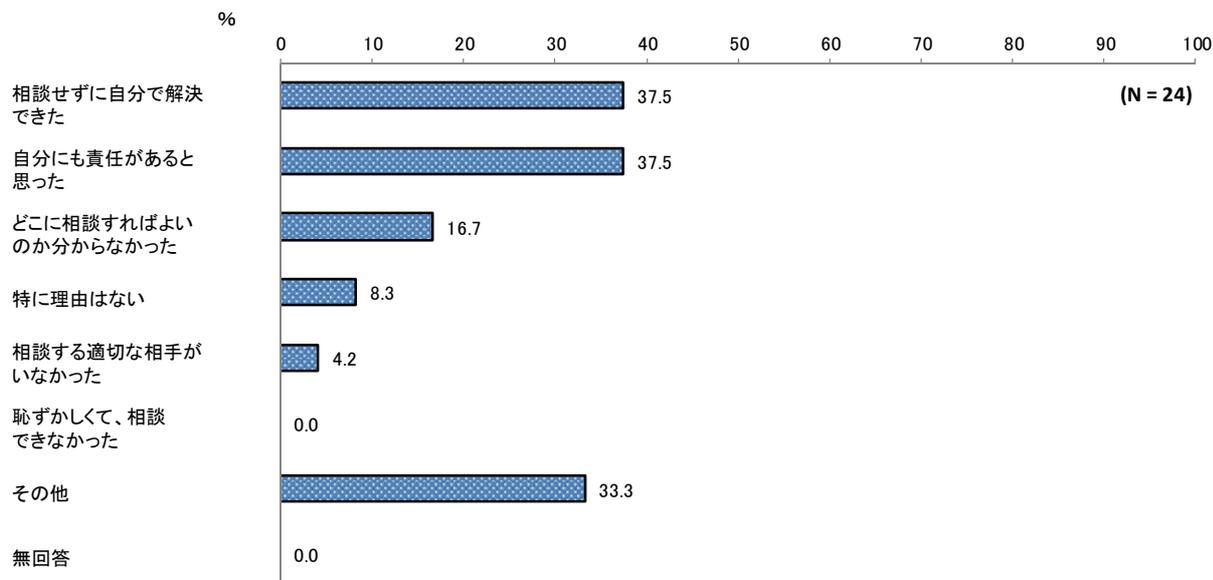
<理由別の相談先>

	上段:件数 下段:%	全体	身近な人(家 族、友人、知 人、同僚、地 域の人など)	県や市町村 の消費生活 センター・消 費生活相談 窓口、国民 生活センター	事業者のお 客様相談窓 口	弁護士や司 法書士	消費者団体	警察	学校の先生 や学校の相 談窓口	民生委員・児 童委員	ヘルパーや ケアマネー ジャーなど介 護関係の人	上記1~9以 外の人や機 関
全体		23	13 56.5	5 21.7	6 26.1	5 21.7	0 0.0	5 21.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 4.3
い か な か つ た 理 由	相談をしたが、トラブルが解決しなかった	13	7 53.8	3 23.1	5 38.5	2 15.4	0 0.0	2 15.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	相談をしたが、相談相手が親身に対応してくれなかった	4	4 100.0	1 25.0	0 0.0	2 50.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	相談をしたが、相談相手が専門知識を持っていなかった	6	5 83.3	1 16.7	0 0.0	2 33.3	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 16.7
	その他	3	0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	0 0.0	2 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
				0	0	0	0	0	0	0	0	0

＜問13-2で「11. 誰にも相談しなかった」を選んだ方にお聞きします。＞

問13-5 誰にも相談しなかった理由を教えてください。該当する番号すべてに○をつけてください。

誰にも相談しなかった理由については、具体的な項目のうち、「相談せずに自分で解決できた」及び「自分にも責任があると思った」が同率 37.5%と最も高く、次いで「どこに相談すればよいのか分からなかった」が 16.7%となっている。



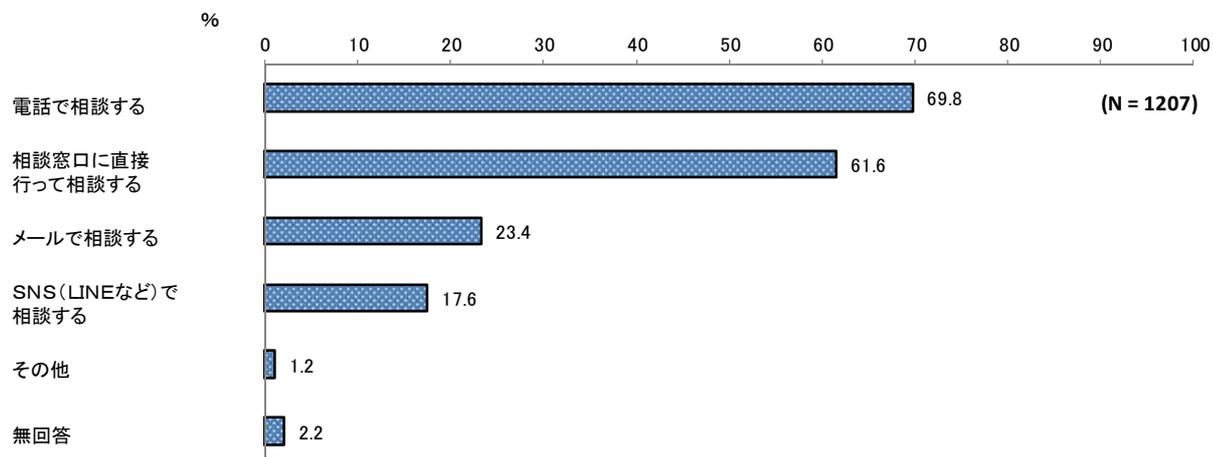
〔その他〕

- ・被害額が安いのであきらめた
- ・人に言われるまで問題に気づいていなかった
- ・家族に迷惑をかけたくなかった

	上段:件数 下段:%	全 体	相談せずに自分で解決できた	どこに相談すればよいのか分からなかった	恥ずかしくて、相談できなかった	相談する適切な相手がなかった	自分にも責任があると思った	特に理由はない	その他	無回答
全 体	24	9 37.5	4 16.7	0 0.0	1 4.2	9 37.5	2 8.3	8 33.3	0 0.0	
年 代 別	18～19歳	0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	20～29歳	3	3 100.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0	2 66.7	0 0.0
	30～39歳	2	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0
	40～49歳	4	1 25.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0
	50～59歳	5	3 60.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 20.0	0 0.0	2 40.0	0 0.0
	60～69歳	7	2 28.6	1 14.3	0 0.0	0 0.0	4 57.1	1 14.3	1 14.3	0 0.0
	70～79歳	3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	0 0.0
	80歳以上	0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

問14 あなたが、県や市町村の消費生活相談窓口にご相談する場合、どのような手段が便利だと思いますか。  
該当する番号すべてに○をつけてください。

消費生活相談窓口にご相談する場合に便利だと思う手段については、「電話で相談する」が 69.8%と最も高く、次いで「相談窓口に行き行って相談する」が 61.6%、「メールで相談する」が 23.4%となっている。



〔その他〕

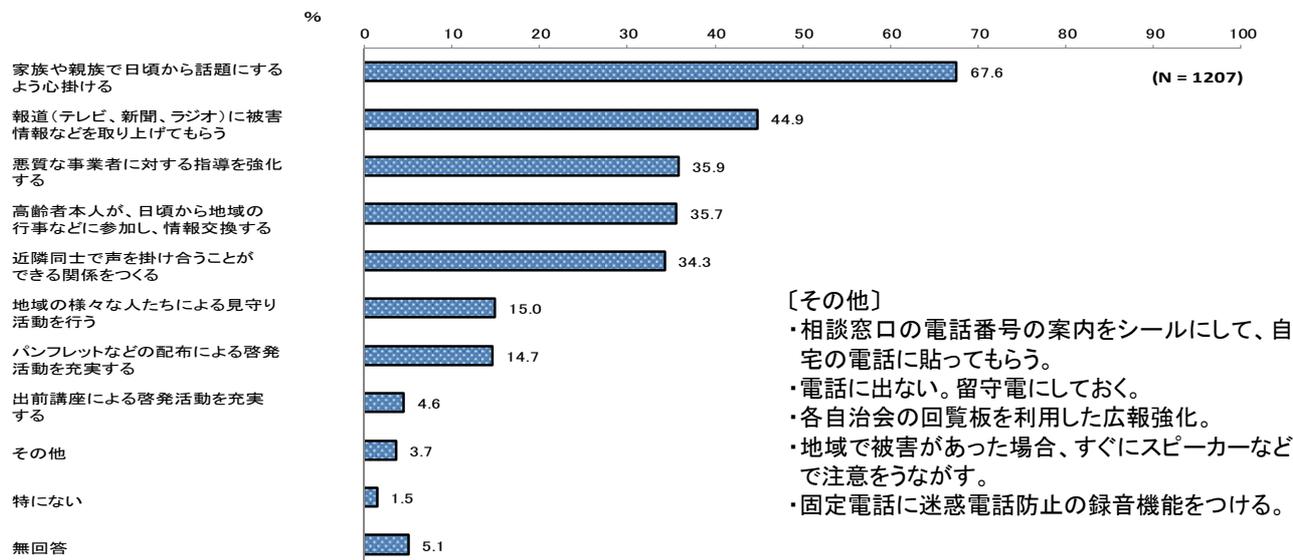
- ・買物サイトにあるようなチャットで相談できると話が早い
- ・休日に窓口を設ける
- ・書面に書いて郵送し相談する
- ・遠隔地・過疎地・高齢者向けに相談窓口担当者の定期的な巡回があると良い(便利)だと思います

		上段: 件数 下段: %	全体	相談窓口に行き行って相談する	電話で相談する	メールで相談する	SNS (LINEなど) で相談する	その他	無回答
全体			1207	744 61.6	842 69.8	283 23.4	212 17.6	14 1.2	26 2.2
年代別	18～19歳		48	15 31.3	31 64.6	14 29.2	21 43.8	2 4.2	0 0.0
	20～29歳		108	62 57.4	74 68.5	46 42.6	47 43.5	0 0.0	0 0.0
	30～39歳		147	93 63.3	109 74.1	45 30.6	40 27.2	2 1.4	0 0.0
	40～49歳		187	115 61.5	131 70.1	63 33.7	44 23.5	5 2.7	4 2.1
	50～59歳		207	119 57.5	170 82.1	57 27.5	40 19.3	2 1.0	0 0.0
	60～69歳		227	155 68.3	161 70.9	42 18.5	14 6.2	1 0.4	5 2.2
	70～79歳		234	158 67.5	144 61.5	13 5.6	5 2.1	1 0.4	10 4.3
	80歳以上		45	25 55.6	20 44.4	2 4.4	0 0.0	1 2.2	7 15.6

問15 高齢者が悪質商法の被害にあわないためには、どのような対策が有効だと思いますか。

次の選択肢から特に有効だと思うものを3つまで選んで○をつけてください。

高齢者が悪質商法の被害にあわないための対策については、「家族や親族で日頃から話題にするよう心掛ける」が67.6%と最も高く、次いで「報道(テレビ、新聞、ラジオ)に被害情報などを取り上げてもらう」が44.9%、「悪質な事業者に対する指導を強化する」が35.9%となっている。



〔その他〕

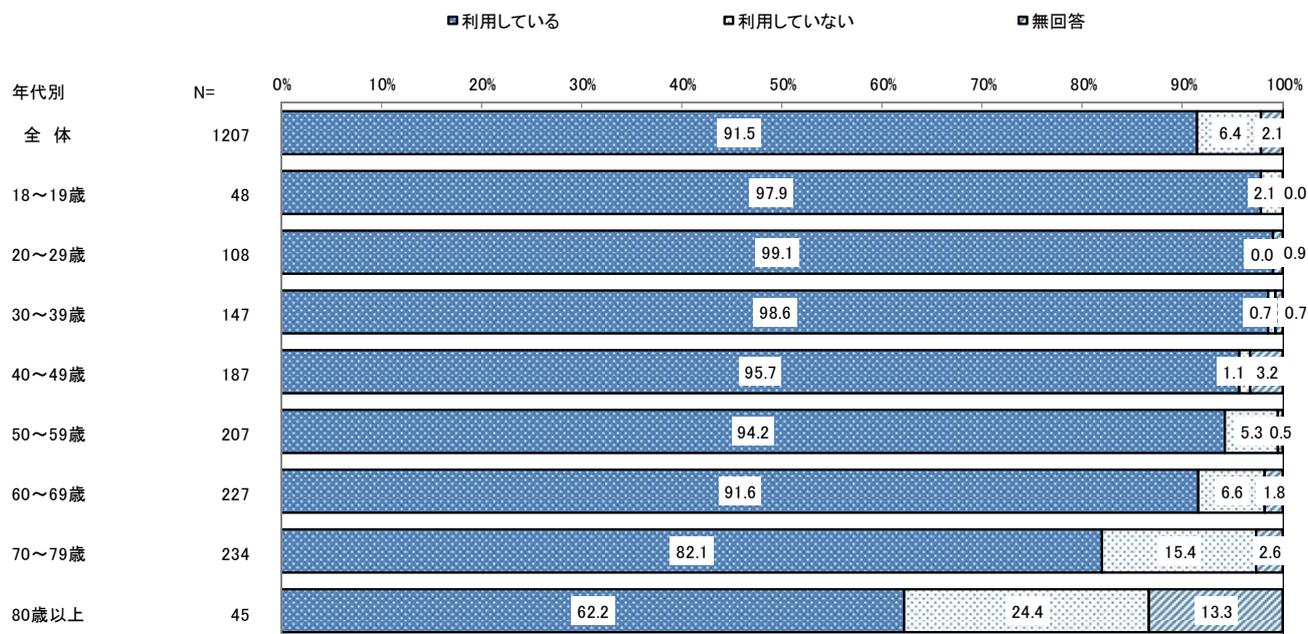
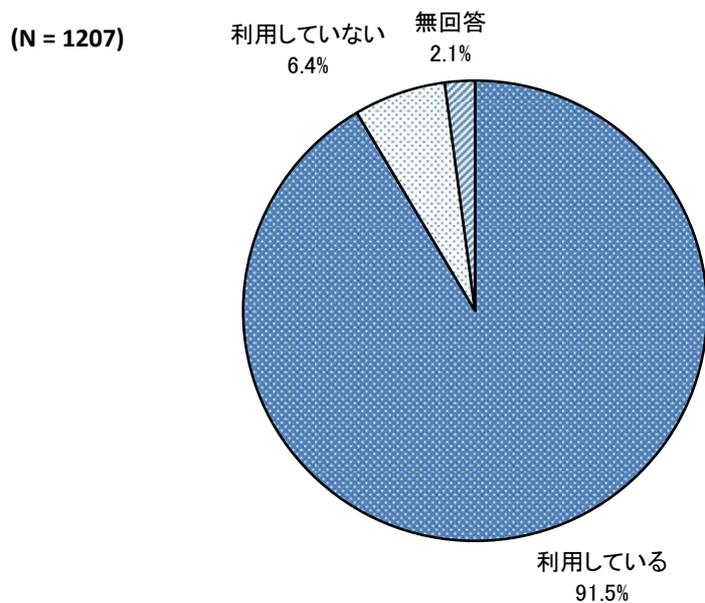
- ・相談窓口の電話番号の案内をシールにして、自宅の電話に貼ってもらう。
- ・電話に出ない。留守電にしておく。
- ・各自治会の回覧板を利用した広報強化。
- ・地域で被害があった場合、すぐにスピーカーなどで注意をうながす。
- ・固定電話に迷惑電話防止の録音機能をつける。

上段:件数 下段:%		全体	高齢者本人が、日頃から地域の行事などに参加し、情報交換する	家族や親族で日頃から話題にするよう心掛ける	近隣同士で声を掛け合うことができる関係をつくる	地域の様々な人々たちによる見守り活動を行う	報道(テレビ、新聞、ラジオ)に被害情報などを取り上げてもらう
全体	1207	431 35.7	816 67.6	414 34.3	181 15.0	542 44.9	
年代別	18～19歳	48	14 29.2	31 64.6	19 39.6	11 22.9	17 35.4
	20～29歳	108	42 38.9	70 64.8	45 41.7	16 14.8	49 45.4
	30～39歳	147	49 33.3	112 76.2	52 35.4	25 17.0	55 37.4
	40～49歳	187	52 27.8	129 69.0	57 30.5	40 21.4	69 36.9
	50～59歳	207	64 30.9	142 68.6	74 35.7	41 19.8	90 43.5
	60～69歳	227	84 37.0	141 62.1	64 28.2	30 13.2	125 55.1
	70～79歳	234	105 44.9	160 68.4	87 37.2	18 7.7	111 47.4
	80歳以上	45	19 42.2	27 60.0	15 33.3	0 0.0	24 53.3

上段:件数 下段:%		全体	出前講座による啓発活動を充実する	パンフレットなどの配布による啓発活動を充実する	悪質な事業者に対する指導を強化する	その他	特にない	無回答
全体	1207	55 4.6	177 14.7	433 35.9	45 3.7	18 1.5	62 5.1	
年代別	18～19歳	48	4 8.3	8 16.7	11 22.9	1 2.1	2 4.2	
	20～29歳	108	6 5.6	20 18.5	34 31.5	2 1.9	5 4.6	
	30～39歳	147	8 5.4	17 11.6	56 38.1	5 3.4	8 5.4	
	40～49歳	187	14 7.5	17 9.1	70 37.4	13 7.0	14 7.5	
	50～59歳	207	10 4.8	20 9.7	97 46.9	9 4.3	8 3.9	
	60～69歳	227	7 3.1	43 18.9	88 38.8	9 4.0	9 4.0	
	70～79歳	234	6 2.6	44 18.8	61 26.1	6 2.6	13 5.6	
	80歳以上	45	0 0.0	7 15.6	15 33.3	0 0.0	3 6.7	

問16 あなたは、携帯電話(スマートフォン含む)を利用していますか。  
該当する番号1つに○をつけてください。

携帯電話(スマートフォン含む)の利用については、「利用している」が91.5%、「利用していない」が6.4%となっている。

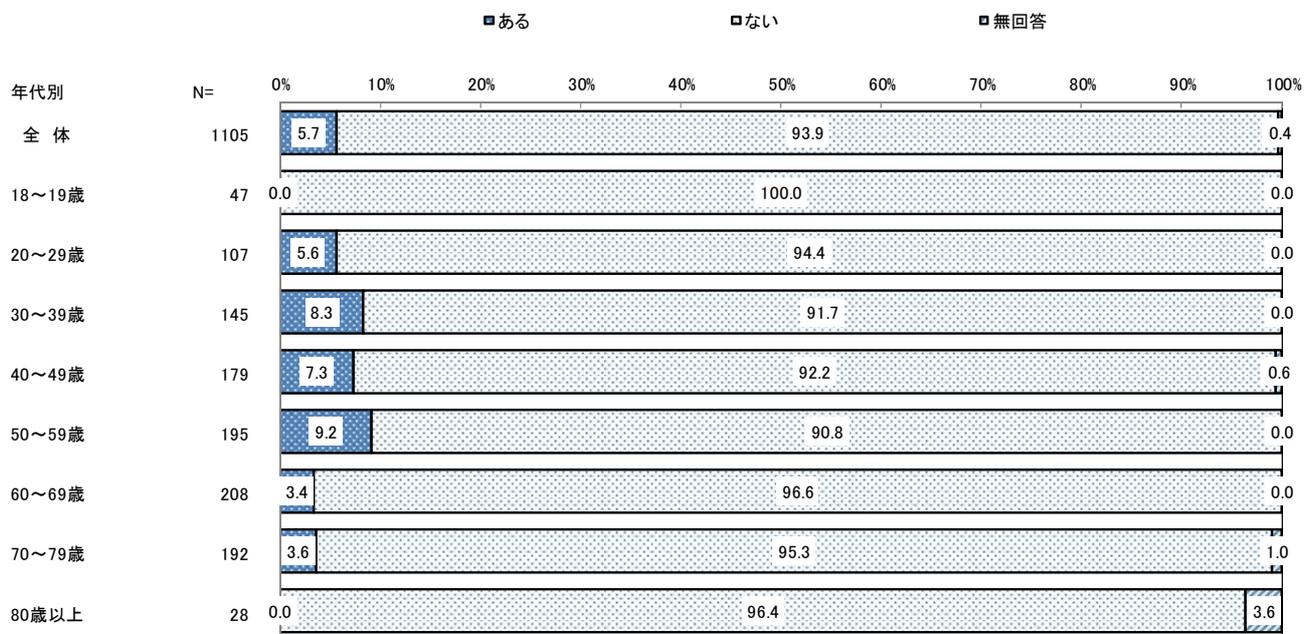
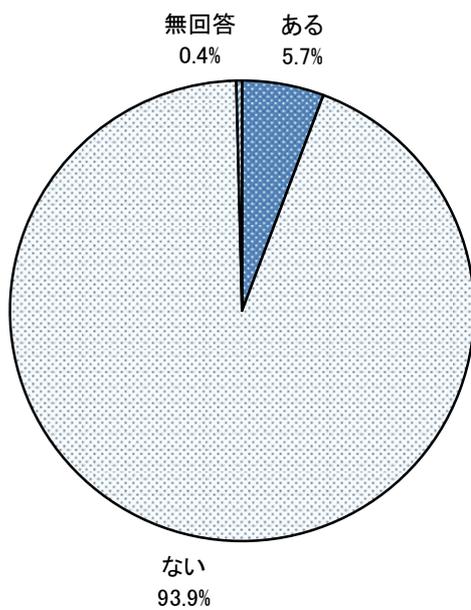


<問16で「1.利用している」とお答えになった方にお聞きます。>

問16-1 あなたは、携帯電話(スマートフォン含む)を利用して消費者トラブルにあったことはありますか。  
該当する番号1つに○をつけてください。

携帯電話の消費者トラブルについては、「ない」が93.9%、「ある」が5.7%となっている。

(N = 1105)



＜問16-1で「1.ある」とお答えになった方にお聞きします。＞

問16-2 さしつかえのない範囲で、携帯電話（スマートフォン含む）の消費者トラブルの内容と対処した方法を教えてください。

消費者トラブルの内容について記述をもとに分類すると、「架空請求」が 43.9%と最も高く、次いで「ワンクリック請求」及び「不審なメール」が同率 14.0%となっている。

また、対処した方法について記述をもとに分類すると、「無視」が 50.9%と最も高く、次いで「相談・通報」が 29.8%となっている。

**消費者トラブルの内容**

＜架空請求＞

- ・サイトの未納料金があるので連絡するようにとSMSが届き、相手に連絡すると高額な請求をされた。
- ・SMSで請求が来て、支払いが出来ていないので裁判するとの事。連絡を入れてみたら、身に覚えのないサイトを利用したことになっていた。

＜ワンクリック請求＞

- ・あるサイトをクリックすると、成人ですかと出てきてYesを押すと、高額な金額の請求が出てきた。
- ・スマホでインターネットを閲覧していると、登録が完了したと表示され、お金を請求された。

＜不審なメール＞

- ・運送会社を装って不在通知のメールが届いた。
- ・身に覚えのない注文商品の注文受付案内が届き、2 日後に商品到着メールが届き、店舗へ取りに来る様にとのSMSが届いた。

＜携帯電話契約・違約金＞

- ・説明もなくオプションを付けられそうになった。
- ・解約時に高額な違約金等を請求された。

＜不正利用＞

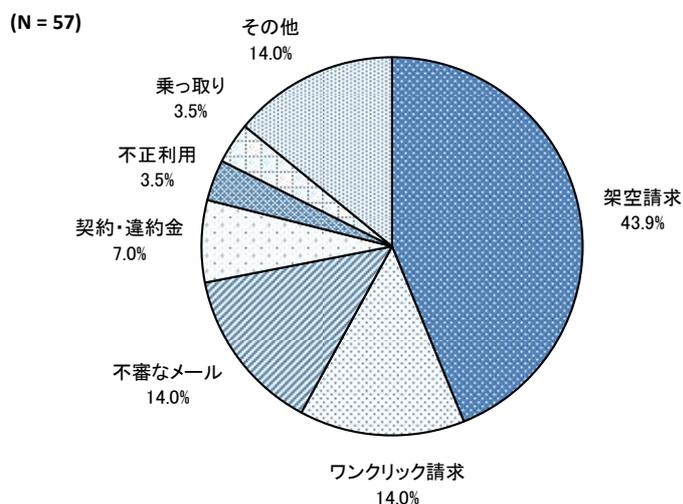
- ・第3者から不正利用(10万円弱)された。

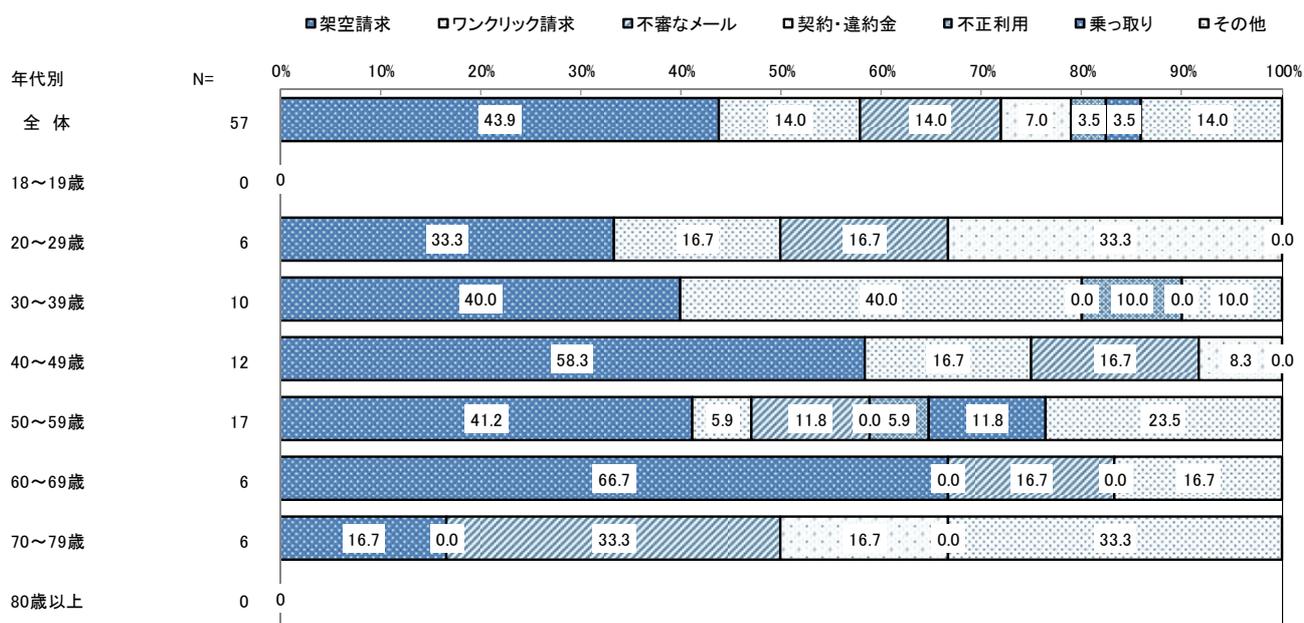
＜乗っ取り＞

- ・アカウントを乗っ取られた

＜その他＞

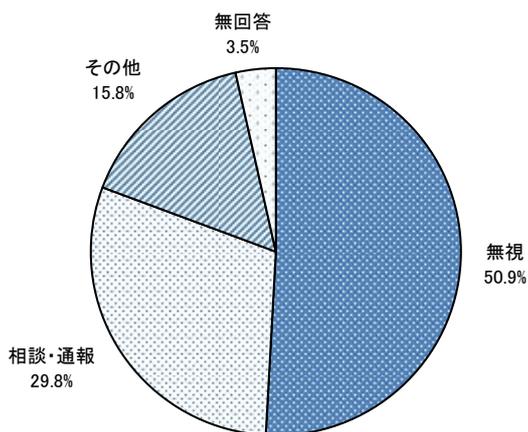
- ・ネットで通常の値段より安い商品を注文し、代金を振り込んだが、商品が届かなかった。
- ・ネットで「残り〇人」と書かれた足のマッサージ療法を購入・ダウンロードしたが、その後も「残り〇人」と書かれたままだった。





対処した方法

(N = 57)



〔その他〕

< 架空請求 >

・全く身に覚えがなかったため、相手に連絡し、強く断った。

< 不審なメール >

・家族から相手に連絡してもらった。

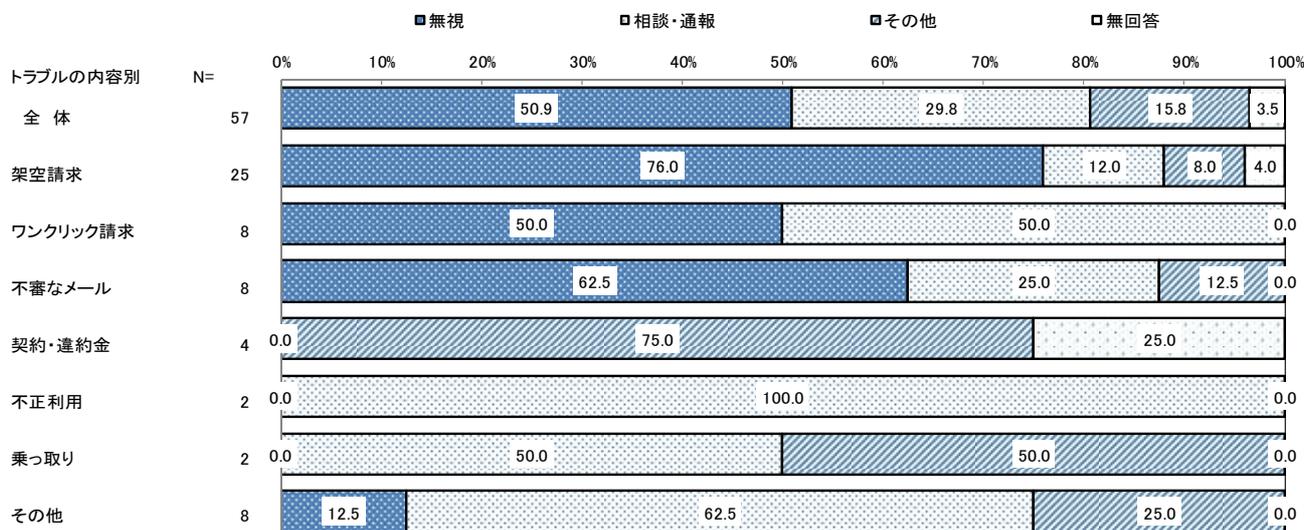
< 契約・違約金 >

・言ってもしょうがないという思いから店舗等に何も訴えていない。

< 乗っ取り >

・アカウントを変更し、パスワードを複雑なものにした。

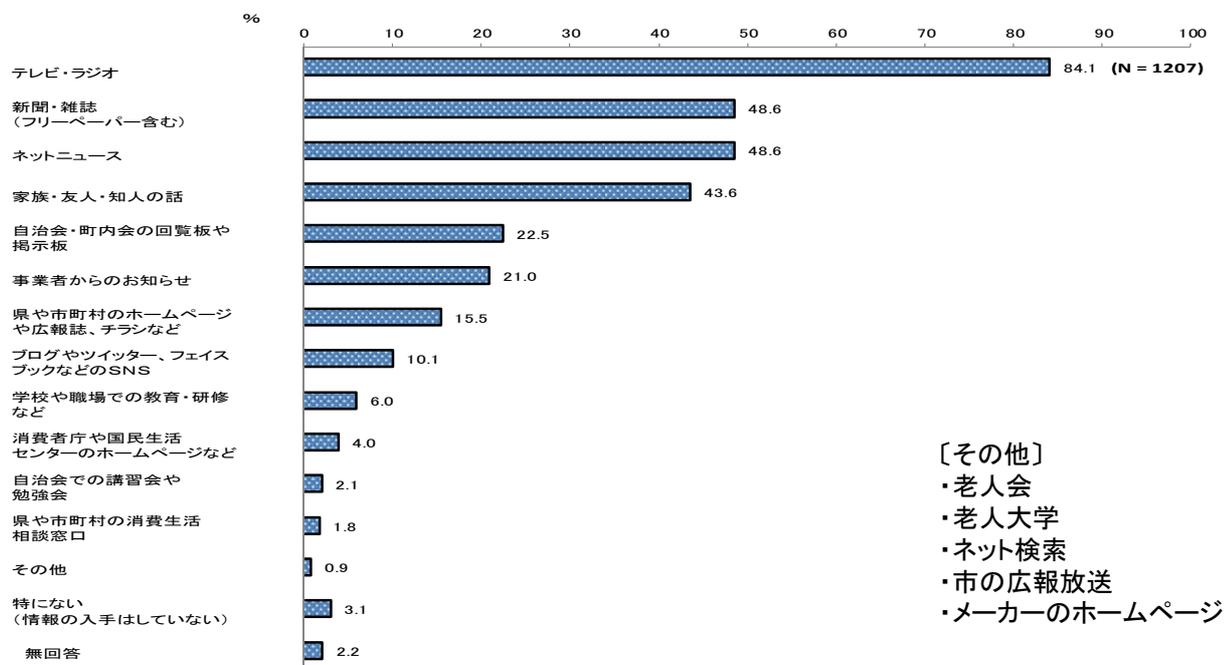
<トラブルの内容別>



### 3 消費生活に関する情報について

問17 あなたは、悪質な商法の手口や商品のリコールなど消費生活に関する情報を、どのような方法で入手していますか。該当する番号すべてに○をつけてください。

情報の入手方法については、「テレビ・ラジオ」が 84.1%と最も高く、次いで「新聞・雑誌(フリーペーパー含む)」及び「ネットニュース」が同率 48.6%となっている。



- 〔その他〕
- ・老人会
  - ・老人大学
  - ・ネット検索
  - ・市の広報放送
  - ・メーカーのホームページ

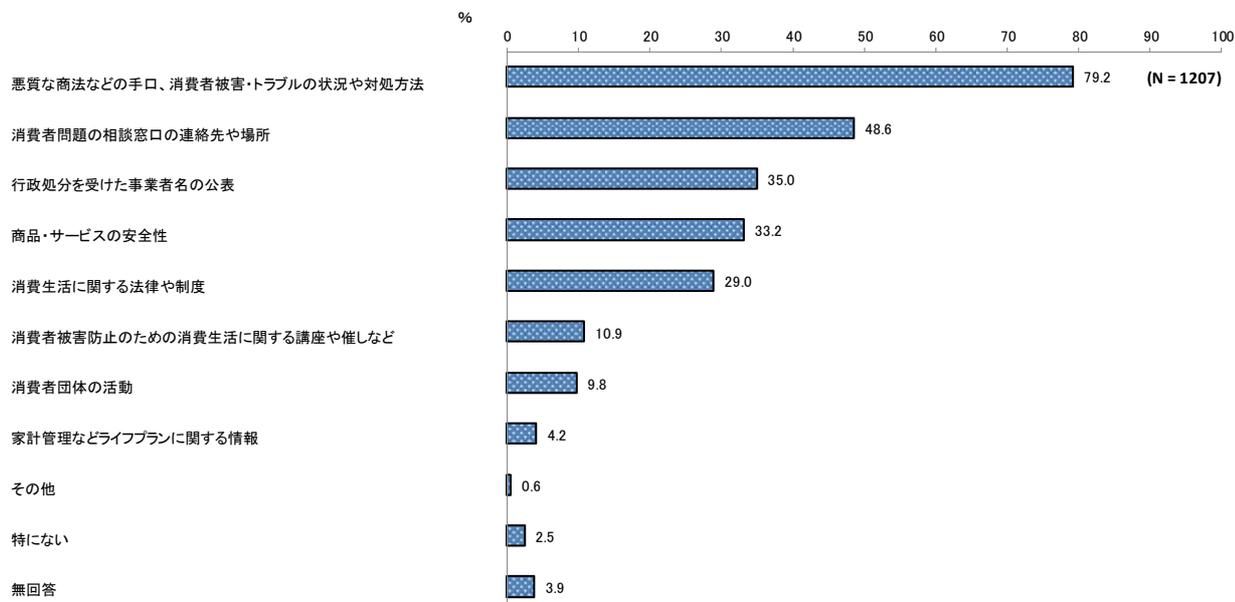
上段:件数 下段:%		全体	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌(フリーペーパー含む)	ネットニュース	家族・友人・知人の話	事業者からのお知らせ	消費者庁や国民生活センターのホームページなど	県や市町村のホームページや広報誌、チラシなど
全体	1207	1015	587	586	526	254	48	187	
18～19歳	48	84.1	34	5	17	3	1	2	
20～29歳	108	70.8	22	32	50	6.3	2.1	4.2	
30～39歳	147	83	22	82	50	21	2	6	
40～49歳	187	76.9	43	116	58	36	5	14	
50～59歳	207	79.6	29.3	78.9	39.5	24.5	3.4	9.5	
60～69歳	227	117	82	124	72	59	10	23	
70～79歳	234	76.5	43.9	66.3	38.5	31.6	5.3	12.3	
80歳以上	45	180	115	126	89	57	14	34	
		87.0	55.6	60.9	43.0	27.5	6.8	16.4	
		206	142	74	104	46	8	38	
		90.7	62.6	32.6	45.8	20.3	3.5	16.7	
		213	150	28	112	28	6	55	
		91.0	64.1	12.0	47.9	12.0	2.6	23.5	
		37	27	3	24	4	2	14	
		82.2	60.0	6.7	53.3	8.9	4.4	31.1	

上段:件数 下段:%		全体	県や市町村の消費生活相談窓口	ブログやツイッター、フェイスブックなどのSNS	学校や職場での教育・研修など	自治会・町内会の回覧板や掲示板	自治会での講習会や勉強会	その他	特にない(情報の入手はしていない)	無回答
全体	1207	22	122	73	272	25	11	37	26	
18～19歳	48	1.8	10.1	6.0	22.5	2.1	0.9	3.1	2.2	
20～29歳	108	0	16	9	0	0	0	4	0	
30～39歳	147	0.0	33.3	18.8	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	
40～49歳	187	1	45	23	6	0	0	3	1	
50～59歳	207	0.9	41.7	21.3	5.6	0.0	0.0	2.8	0.9	
60～69歳	227	1	19	13	17	1	2	5	0	
70～79歳	234	0.7	12.9	8.8	11.6	0.7	1.4	3.4	0.0	
80歳以上	45	3	21	7	28	1	5	4	4	
		1.6	11.2	3.7	15.0	0.5	2.7	2.1	2.1	
		5	10	14	39	2	0	6	2	
		2.4	4.8	6.8	18.8	1.0	0.0	2.9	1.0	
		4	7	5	66	4	0	8	5	
		1.8	3.1	2.2	29.1	1.8	0.0	3.5	2.2	
		6	4	2	97	14	3	5	8	
		2.6	1.7	0.9	41.5	6.0	1.3	2.1	3.4	
		2	0	0	18	3	1	1	6	
		4.4	0.0	0.0	40.0	6.7	2.2	2.2	13.3	

問18 消費生活に関する情報のうち、あなたが重要と考えるものはどれですか。

特に重要だと思うものを3つまで選んで○をつけてください。

重要と考える情報については、「悪質な商法などの手口、消費者被害・トラブルの状況や対処方法」が 79.2%と最も高く、次いで「消費者問題の相談窓口の連絡先や場所」が 48.6%、「行政処分を受けた事業者名の公表」が 35.0%となっている。

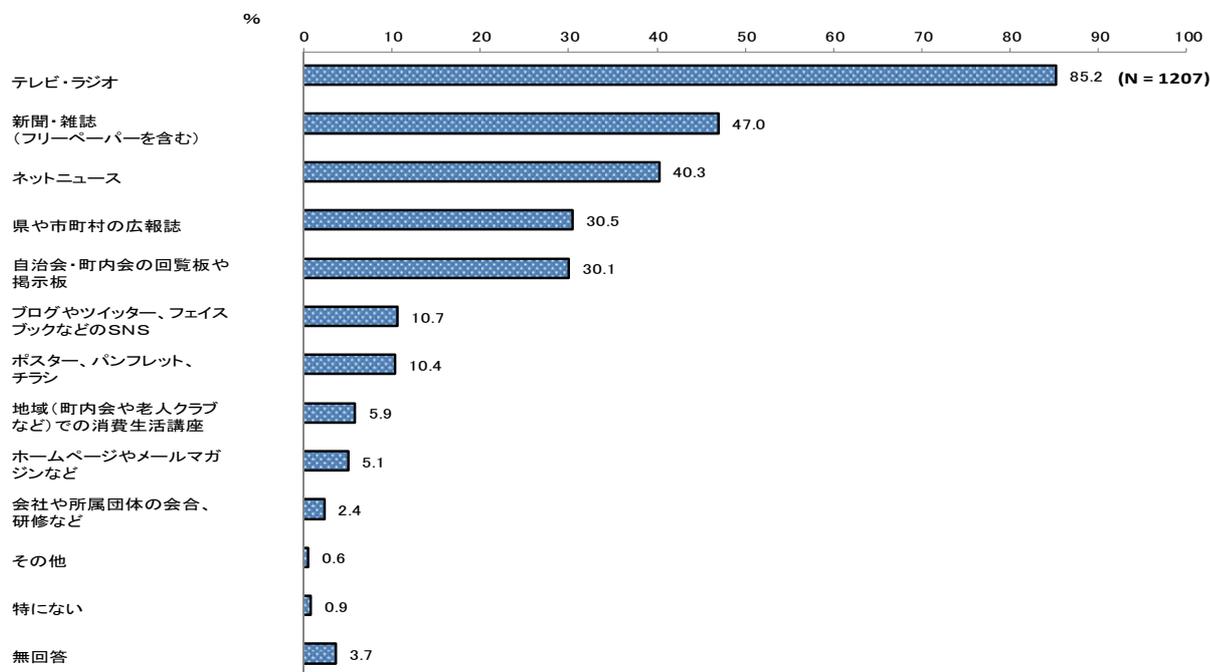


上段:件数 下段:%		全体	悪質な商法などの手口、消費者被害・トラブルの状況や対処方法	消費者問題の相談窓口の連絡先や場所	消費者被害防止のための消費生活に関する講座や催しなど	商品・サービスの安全性	消費生活に関する法律や制度
全体	1207	1207	956	586	132	401	350
年代別	18～19歳	48	34	18	6	18	12
	20～29歳	108	70.8	37.5	12.5	37.5	25.0
	30～39歳	147	84	41	10	60	38
	40～49歳	187	77.8	38.0	9.3	55.6	35.2
	50～59歳	207	122	77	10	60	44
	60～69歳	227	83.0	52.4	6.8	40.8	29.9
	70～79歳	234	146	92	18	61	59
	80歳以上	45	78.1	49.2	9.6	32.6	31.6
全体	1207	172	104	18	59	67	
年代別	18～19歳	207	83.1	50.2	8.7	28.5	32.4
20～29歳	227	189	113	29	73	70	
30～39歳	234	83.3	49.8	12.8	32.2	30.8	
40～49歳	234	181	119	35	60	50	
50～59歳	234	77.4	50.9	15.0	25.6	21.4	
60～69歳	45	25	18	6	9	10	
70～79歳	45	55.6	40.0	13.3	20.0	22.2	

上段:件数 下段:%		全体	消費者団体の活動	行政処分を受けた事業者名の公表	家計管理などライフプランに関する情報	その他	特にない	無回答
全体	1207	1207	118	423	51	7	30	47
年代別	18～19歳	48	9.8	35.0	4.2	0.6	2.5	3.9
	20～29歳	108	7	5	1	0	3	1
	30～39歳	147	14.6	10.4	2.1	0.0	6.3	2.1
	40～49歳	187	8	25	9	0	3	0
	50～59歳	207	7.4	23.1	8.3	0.0	2.8	0.0
	60～69歳	227	5	48	6	1	3	4
	70～79歳	234	3.4	32.7	4.1	0.7	2.0	2.7
	80歳以上	45	19	74	7	1	3	6
全体	1207	10.2	39.6	3.7	0.5	1.6	3.2	
年代別	18～19歳	207	26	80	13	2	8	
20～29歳	227	12.6	38.6	6.3	0.5	1.0	3.9	
30～39歳	234	17	79	10	1	4	6	
40～49歳	234	7.5	34.8	4.4	0.4	1.8	2.6	
50～59歳	234	29	95	4	3	9	13	
60～69歳	45	12.4	40.6	1.7	1.3	3.8	5.6	
70～79歳	45	6	14	1	0	3	9	
80歳以上	45	13.3	31.1	2.2	0.0	6.7	20.0	

問19 あなたは、消費者向けの情報提供手段として、なにが有効(利用しやすい)だと思いますか。  
特に有効(利用しやすい)と思うものを3つまで選んでください。

有効な情報提供手段については、「テレビ・ラジオ」が85.2%と最も高く、次いで「新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)」が47.0%、「ネットニュース」が40.3%となっている。



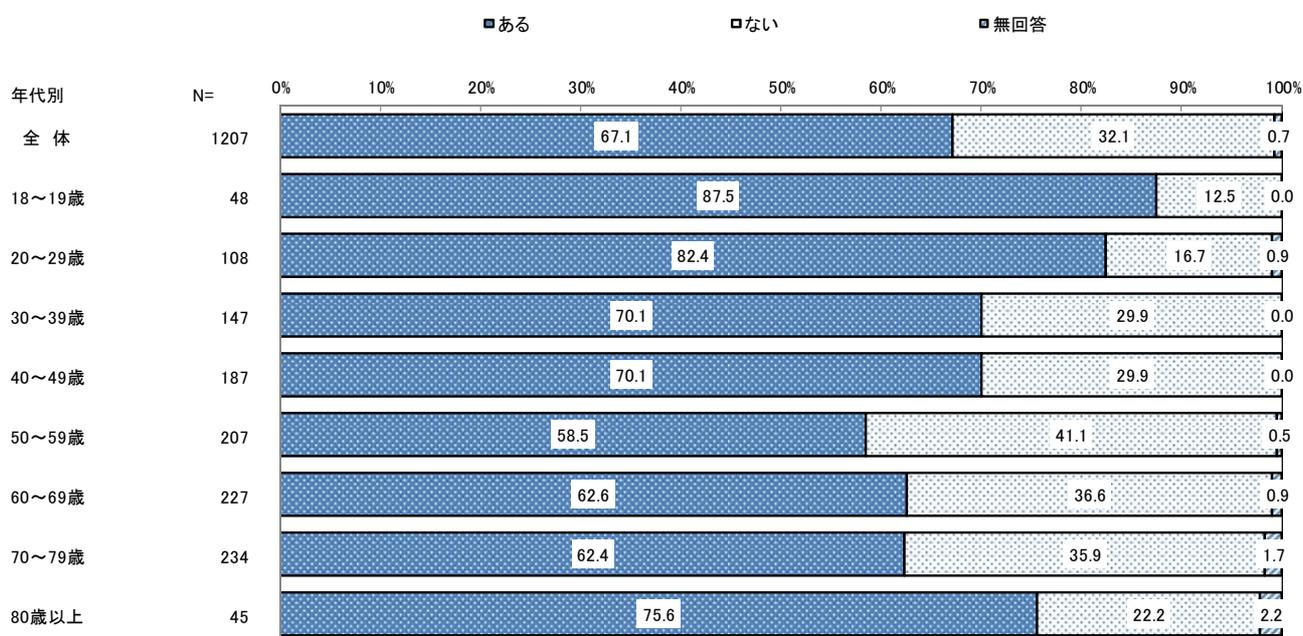
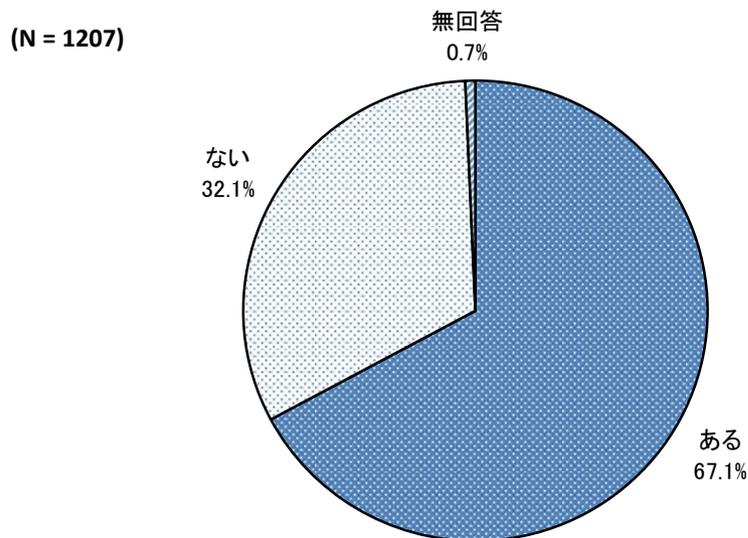
上段: 件数 下段: %		全体	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)	ネットニュース	県や市町村の広報誌	ホームページやメールマガジンなど	ブログやツイッター、フェイスブックなどのSNS
全体	1207	1207	1028	567	486	368	62	129
18~19歳	48	48	44	15	35	1	2	18
20~29歳	108	108	91.7	31.3	72.9	2.1	4.2	37.5
30~39歳	147	147	85	29	68	12	9	50
40~49歳	187	187	78.7	26.9	63.0	11.1	8.3	46.3
50~59歳	207	207	131	46	107	24	14	27
60~69歳	227	227	89.1	31.3	72.8	16.3	9.5	18.4
70~79歳	234	234	151	82	104	53	16	18
80歳以上	45	45	80.7	43.9	55.6	28.3	8.6	9.6
			185	106	90	57	11	8
			89.4	51.2	43.5	27.5	5.3	3.9
			205	132	58	89	4	6
			90.3	58.1	25.6	39.2	1.8	2.6
			189	131	22	107	5	2
			80.8	56.0	9.4	45.7	2.1	0.9
			36	24	1	23	0	0
			80.0	53.3	2.2	51.1	0.0	0.0

上段: 件数 下段: %	全体	ポスター、パンフレット、チラシ	自治会・町内会の回覧板や掲示板	地域(町内会や老人クラブなど)での消費生活講座	会社や所属団体の会合、研修など	その他	特にない	無回答
全体	1207	125	363	71	29	7	11	45
18~19歳	48	48	10.4	30.1	5.9	2.4	0.6	3.7
20~29歳	108	108	6.3	10.4	2.1	0.0	2.1	2.1
30~39歳	147	147	14	16	5	9	1	0
40~49歳	187	187	13.0	14.8	4.6	8.3	0.9	0.9
50~59歳	207	207	17	27	6	5	0	1
60~69歳	227	227	11.6	18.4	4.1	3.4	0.0	0.7
70~79歳	234	234	17	45	9	3	3	8
80歳以上	45	45	9.1	24.1	4.8	1.6	1.6	4.3
			18	64	16	6	1	8
			8.7	30.9	7.7	2.9	0.5	3.9
			24	83	11	3	1	6
			10.6	36.6	4.8	1.3	0.4	2.6
			29	104	18	2	1	14
			12.4	44.4	7.7	0.9	0.4	6.0
			2	17	4	1	0	4
			4.4	37.8	8.9	2.2	0.0	8.9

4 消費者教育について

問20 あなたは、過去(小学生の頃から現在まで)に消費者教育・啓発を受けたことがありますか。  
 該当する番号1つに○をつけてください。

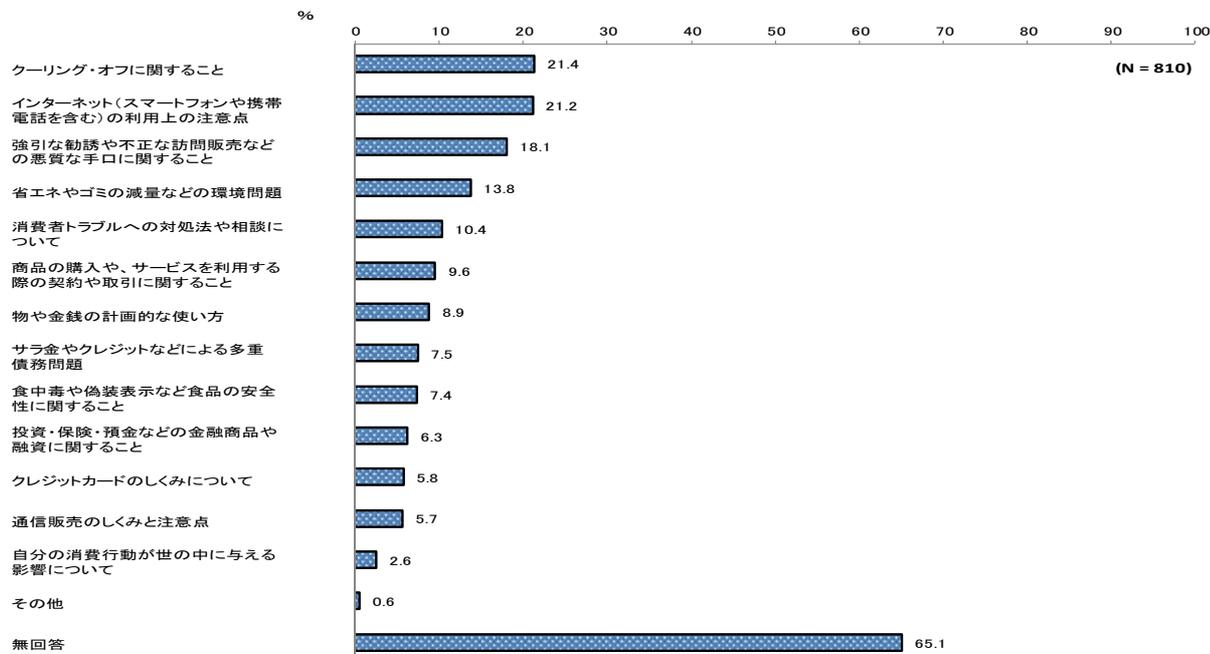
消費者教育・啓発を受けたことがあるかについては、「ある」が 67.1%、「ない」が 32.1%となっている。



＜問20で「1.ある」とお答えになった方にお聞きします。＞

問20-1 それはどのような内容でしたか。該当する番号すべてに○をつけてください。

消費者教育・啓発の内容については、「無回答」を除き、「クーリング・オフに関すること」が 21.4%で最も高く、次いで「インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の利用上の注意点」が 21.2%、「強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること」が 18.1%となっている。



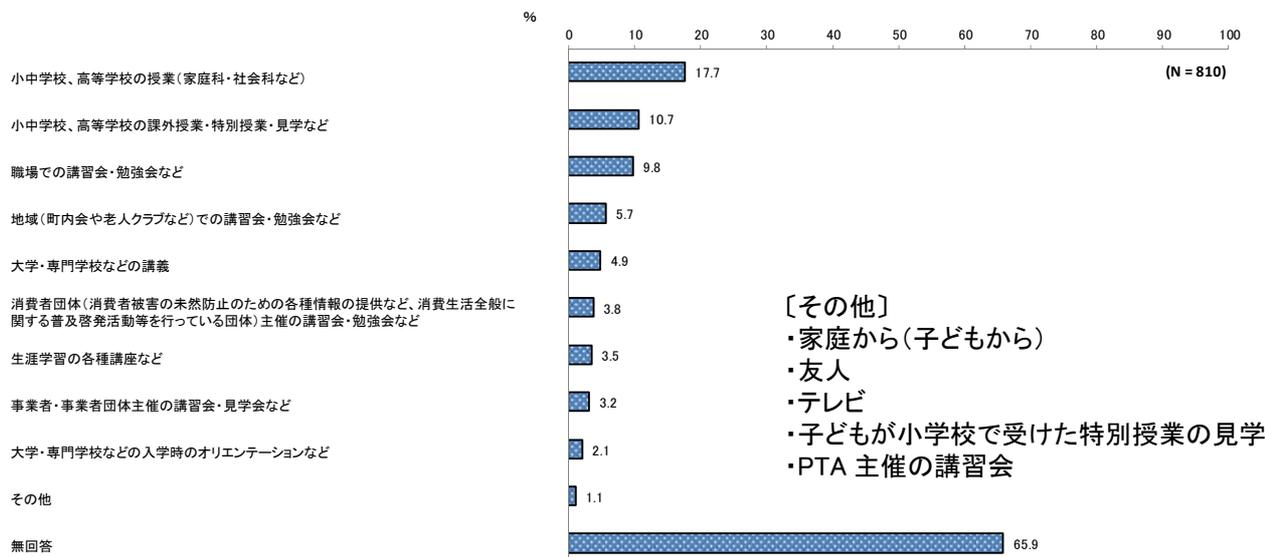
	上段:件数 下段:%	全 体	物や金銭の計画的な使い方	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の利用上の注意点	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること	サラ金やクレジットなどによる多重債務問題	商品の購入や、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	クレジットカードのしくみについて
全 体		810	72	172	147	51	61	78	47
18～19歳	42	11	28	16	4	5	10	9	
20～29歳	89	18	55	39	8	13	25	15	
30～39歳	103	7	25	19	3	10	10	5	
40～49歳	131	11	25	16	4	10	6	5	
50～59歳	121	11	17	13	10	9	5	8	
60～69歳	142	7	12	19	7	7	9	3	
70～79歳	146	4	8	19	10	5	11	1	
80歳以上	34	3	2	6	5	2	2	1	

	上段:件数 下段:%	全 体	通信販売のしくみと注意点	クーリング・オフに関すること	消費者トラブルへの対処法や相談について	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	省エネやゴミの減量などの環境問題	自分の消費行動が世の中に与える影響について	その他	無回答
全 体		810	46	173	84	60	112	21	5	527
18～19歳	42	8	18	13	7	16	2	1	11	
20～29歳	89	11	50	22	17	29	3	1	24	
30～39歳	103	3	34	6	12	15	5	1	59	
40～49歳	131	3	18	9	8	11	3	0	91	
50～59歳	121	6	13	12	4	13	2	1	90	
60～69歳	142	4	20	12	4	12	2	0	108	
70～79歳	146	8	15	9	6	12	2	1	117	
80歳以上	34	1	5	1	2	4	2	0	25	

<問20で「1.ある」とお答えになった方にお聞きします。>

問20-2 それはどのような機会に受けましたか。該当する番号すべてに○をつけてください。

消費者教育・啓発を受けた機会については、「無回答」を除き、「小中学校、高等学校の授業（家庭科・社会科など）」が 17.7%で最も高く、次いで「小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など」が 10.7%、「職場での講習会・勉強会など」が 9.8%となっている。



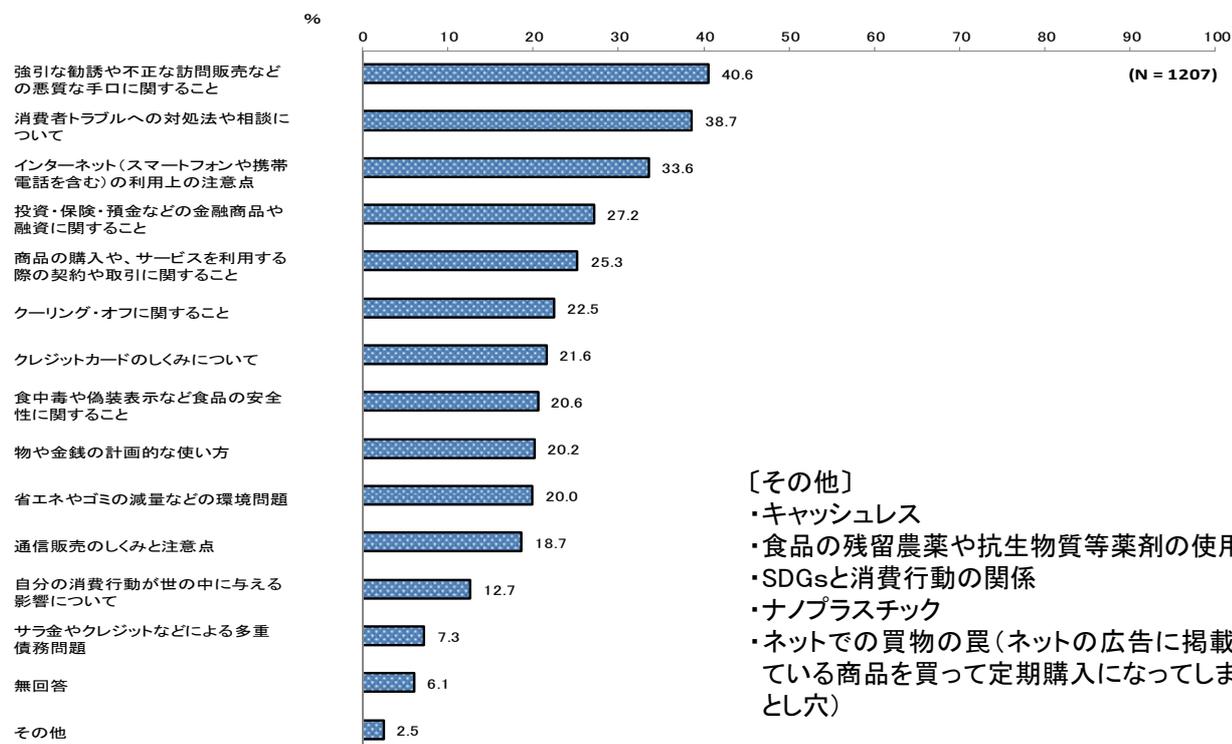
上段：件数 下段：%		全 体	小中学校、高等学校の授業（家庭科・社会科など）	小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など	大学・専門学校などの講義	大学・専門学校などの入学時のオリエンテーションなど	地域（町内会や老人クラブなど）での講習会・勉強会など
全 体	810	143	87	40	17	46	
18～19歳	42	17.7	10.7	4.9	2.1	5.7	
20～29歳	89	25	18	4	4	0	
30～39歳	103	59.5	42.9	9.5	9.5	0.0	
40～49歳	131	57	32	17	4	0	
50～59歳	121	64.0	36.0	19.1	4.5	0.0	
60～69歳	142	33	16	7	1	1	
70～79歳	146	32.0	15.5	6.8	1.0	1.0	
80歳以上	34	17	14	8	5	3	
		13.0	10.7	6.1	3.8	2.3	
		5	4	2	2	11	
		4.1	3.3	1.7	1.7	9.1	
		5	3	1	0	8	
		3.5	2.1	0.7	0.0	5.6	
		1	0	1	1	17	
		0.7	0.0	0.7	0.7	11.6	
		0	0	0	0	6	
		0.0	0.0	0.0	0.0	17.6	

上段：件数 下段：%		全 体	職場での講習会・勉強会など	消費者団体主催の講習会・勉強会など	事業者・事業者団体主催の講習会・見学会など	生涯学習の各種講座など	その他	無回答
全 体	810	79	31	26	28	9	534	
18～19歳	42	9.8	3.8	3.2	3.5	1.1	65.9	
20～29歳	89	0	0	0	0	0	10	
30～39歳	103	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	23.8	
40～49歳	131	10	0	0	2	0	24	
50～59歳	121	11.2	0.0	0.0	2.2	0.0	27.0	
60～69歳	142	17	2	3	1	1	60	
70～79歳	146	16.5	1.9	2.9	1.0	1.0	58.3	
80歳以上	34	11	5	4	2	4	90	
		8.4	3.8	3.1	1.5	3.1	68.7	
		17	3	3	6	1	90	
		14.0	2.5	2.5	5.0	0.8	74.4	
		16	11	10	6	1	111	
		11.3	7.7	7.0	4.2	0.7	78.2	
		6	9	4	8	2	120	
		4.1	6.2	2.7	5.5	1.4	82.2	
		2	1	2	3	0	27	
		5.9	2.9	5.9	8.8	0.0	79.4	

問21 あなたは、どのような内容の消費者教育を受けてみたいと思いますか。

該当する番号すべてに○をつけてください。

受けてみたい消費者教育については、「強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること」が40.6%と最も高く、次いで「消費者トラブルへの対処法や相談について」が38.7%、「インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の利用上の注意点」が33.6%となっている。



- 【その他】
- ・キャッシュレス
  - ・食品の残留農薬や抗生物質等薬剤の使用量
  - ・SDGsと消費行動の関係
  - ・ナノプラスチック
  - ・ネットでの買物の罠(ネットの広告に掲載されている商品を買って定期購入になってしまう落とし穴)

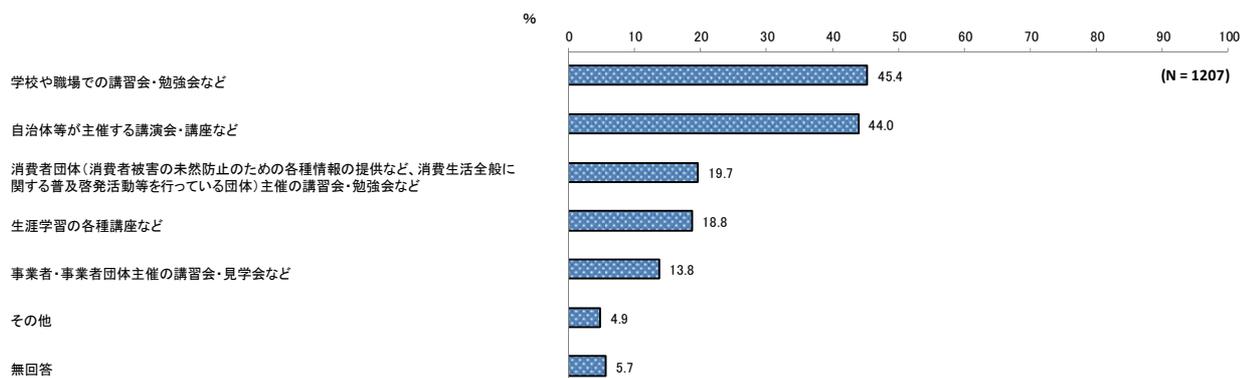
	上段:件数 下段:%	全体	物や金銭の計画的な使い方	インターネット(スマートフォンや携帯電話を含む)の利用上の注意点	強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること	投資・保険・預金などの金融商品や融資に関すること	サラ金やクレジットなどによる多重債務問題	商品の購入や、サービスを利用する際の契約や取引に関すること	クレジットカードのしくみについて
全体	1207	244	406	490	328	88	305	261	
		20.2	33.6	40.6	27.2	7.3	25.3	21.6	
18～19歳	48	12	20	14	9	7	7	22	
		25.0	41.7	29.2	18.8	14.6	14.6	45.8	
20～29歳	108	34	39	30	38	18	22	48	
		31.5	36.1	27.8	35.2	16.7	20.4	44.4	
30～39歳	147	41	44	45	53	15	24	36	
		27.9	29.9	30.6	36.1	10.2	16.3	24.5	
40～49歳	187	34	65	77	60	11	48	37	
		18.2	34.8	41.2	32.1	5.9	25.7	19.8	
50～59歳	207	43	78	97	58	13	50	49	
		20.8	37.7	46.9	28.0	6.3	24.2	23.7	
60～69歳	227	36	84	99	50	10	72	33	
		15.9	37.0	43.6	22.0	4.4	31.7	14.5	
70～79歳	234	35	63	107	53	11	65	30	
		15.0	26.9	45.7	22.6	4.7	27.8	12.8	
80歳以上	45	9	11	20	7	3	16	6	
		20.0	24.4	44.4	15.6	6.7	35.6	13.3	

	上段:件数 下段:%	全体	通信販売のしくみと注意点	クーリング・オフに関すること	消費者トラブルへの対処法や相談について	食中毒や偽装表示など食品の安全性に関すること	省エネやゴミの減量などの環境問題	自分の消費行動が世の中に与える影響について	その他	無回答
全体	1207	226	272	467	249	241	153	30	74	
		18.7	22.5	38.7	20.6	20.0	12.7	2.5	6.1	
18～19歳	48	9	8	11	7	4	4	2	1	
		18.8	16.7	22.9	14.6	8.3	8.3	4.2	2.1	
20～29歳	108	24	27	35	22	25	19	1	1	
		22.2	25.0	32.4	20.4	23.1	17.6	0.9	0.9	
30～39歳	147	17	39	49	32	26	27	4	5	
		11.6	26.5	33.3	21.8	17.7	18.4	2.7	3.4	
40～49歳	187	30	42	81	35	28	30	6	7	
		16.0	22.5	43.3	18.7	15.0	16.0	3.2	3.7	
50～59歳	207	38	51	107	38	47	36	4	9	
		18.4	24.6	51.7	18.4	22.7	17.4	1.9	4.3	
60～69歳	227	51	51	91	44	52	19	2	13	
		22.5	22.5	40.1	19.4	22.9	8.4	0.9	5.7	
70～79歳	234	43	47	79	62	49	15	10	27	
		18.4	20.1	33.8	26.5	20.9	6.4	4.3	11.5	
80歳以上	45	14	6	11	8	10	3	1	11	
		31.1	13.3	24.4	17.8	22.2	6.7	2.2	24.4	

問22 あなたは、どのような機会であれば消費者教育を受けやすいと思いますか。

該当する番号すべてに○をつけてください。

受けやすい消費者教育の機会については、「学校や職場での講習会・勉強会など」が 45.4%と最も高く、次いで「自治体等が主催する講演会・講座など」が44.0%、「消費者団体(消費者被害の未然防止のための各種情報の提供など、消費生活全般に関する普及啓発活動を行っている団体)主催の講習会・勉強会など」が 19.7%となっている。



〔その他〕

- ・普段よく利用する店(スーパー、薬局、病院等)に行政が出向いて啓発活動を行ってほしい。
- ・高齢者向け講座、勉強会
- ・You tube など映像で好きな時に見られること。提供元がしっかりしていることを示してほしい。
- ・直接足を運ばなくてもいいもの、リーフレットや動画サイトのCM
- ・多くの年代の目にふれやすいように、SNS等の発信を広めてほしい。
- ・子どもが小さいので児童館で開催してくれると参加できそうです。
- ・学校に子どもがいるので、参観日の後の講習会は行きやすいです。

		全 体	自治体等 が主催す る講演会・ 講座など	生涯学習 の各種講 座など	学校や職 場での講 習会・勉強 会など	消費者団 体主催の 講習会・勉 強会など	事業者・事 業者団体 主催の講 習会・見学 会など	その他	無回答
上段:件数 下段:%									
全 体		1207	531 44.0	227 18.8	548 45.4	238 19.7	166 13.8	59 4.9	69 5.7
年 代 別	18～19歳	48	6 12.5	1 2.1	42 87.5	0 0.0	4 8.3	2 4.2	1 2.1
	20～29歳	108	12 11.1	10 9.3	95 88.0	6 5.6	10 9.3	6 5.6	2 1.9
	30～39歳	147	38 25.9	24 16.3	101 68.7	17 11.6	20 13.6	9 6.1	2 1.4
	40～49歳	187	61 32.6	22 11.8	120 64.2	22 11.8	28 15.0	12 6.4	9 4.8
	50～59歳	207	101 48.8	41 19.8	105 50.7	41 19.8	39 18.8	8 3.9	8 3.9
	60～69歳	227	128 56.4	56 24.7	56 24.7	71 31.3	34 15.0	7 3.1	9 4.0
	70～79歳	234	156 66.7	63 26.9	24 10.3	71 30.3	25 10.7	11 4.7	27 11.5
	80歳以上	45	27 60.0	10 22.2	3 6.7	9 20.0	6 13.3	4 8.9	11 24.4

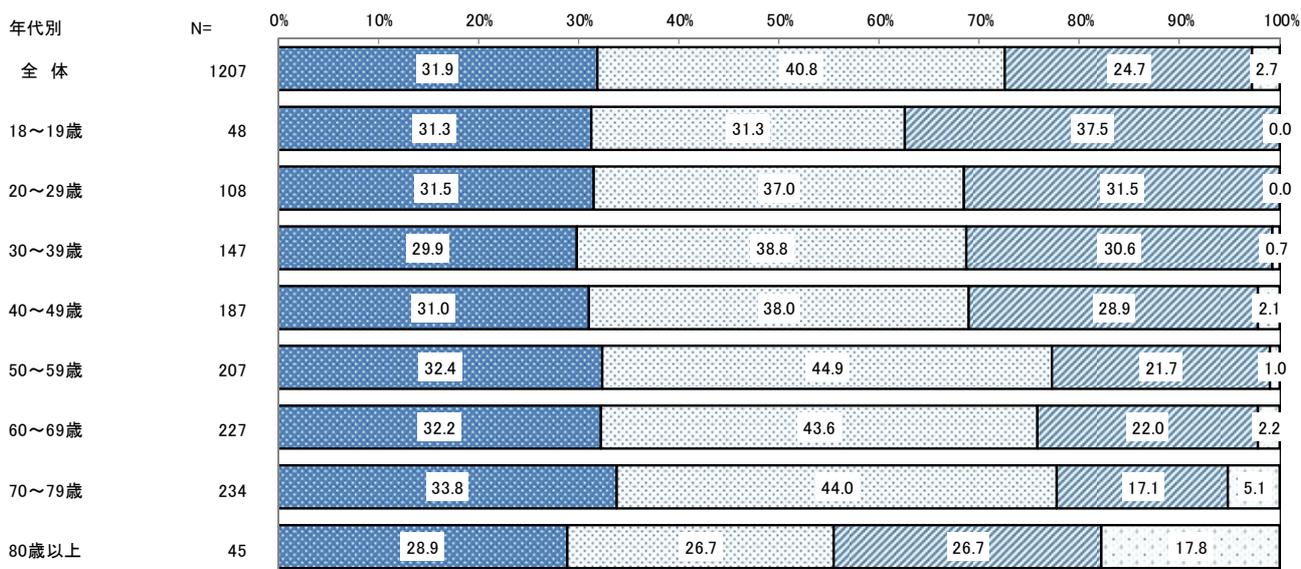
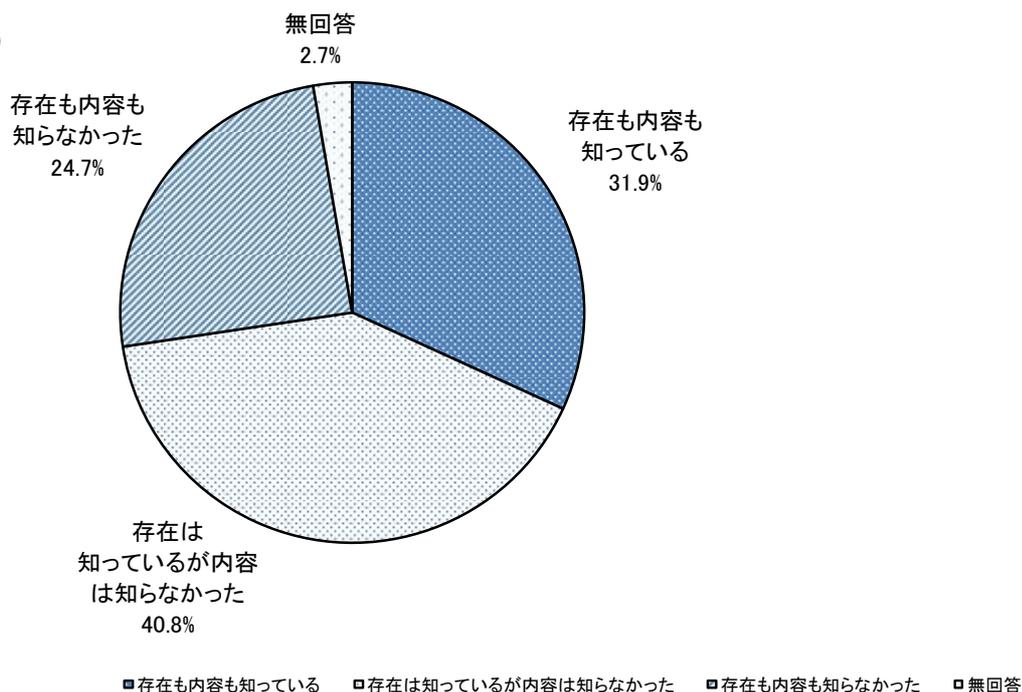
5 消費者問題に対する行政の取り組みについて

問23 あなたは、次の機関や相談窓口を知っていますか。

【市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の知識】

市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の知識については、「存在は知っているが内容は知らなかった」が40.8%と最も高く、次いで「存在も内容も知っている」が31.9%、「存在も内容も知らなかった」が24.7%となっている。

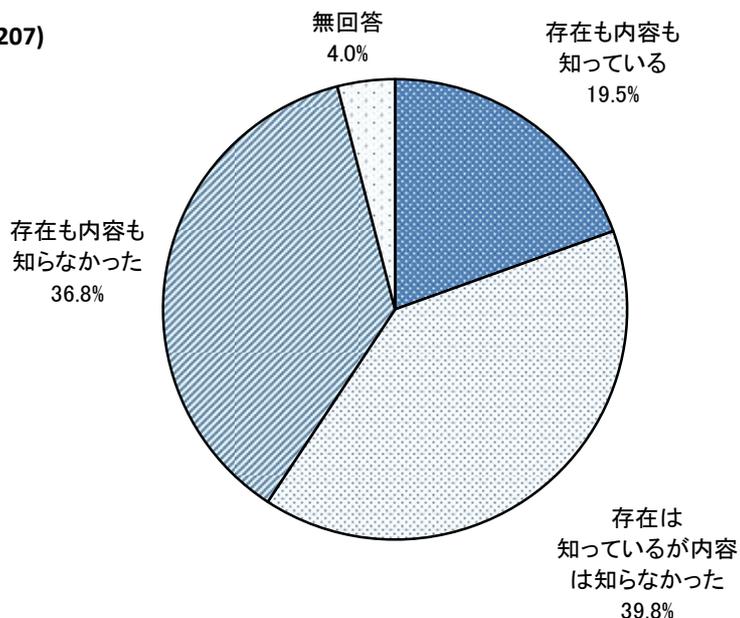
(N = 1207)



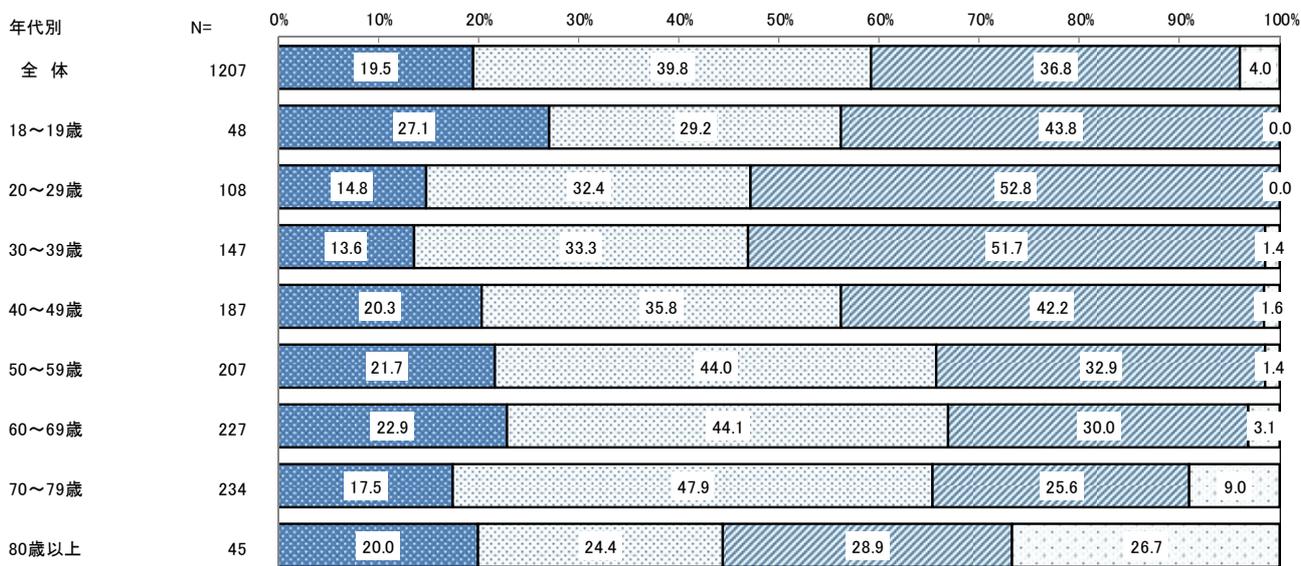
問23 あなたは、次の機関や相談窓口を知っていますか。【岐阜県県民生活相談センターの知識】

岐阜県県民生活相談センターの知識については、「存在は知っているが内容は知らなかった」が39.8%と最も高く、次いで「存在も内容も知らなかった」が36.8%、「存在も内容も知っている」が19.5%となっている。

(N = 1207)



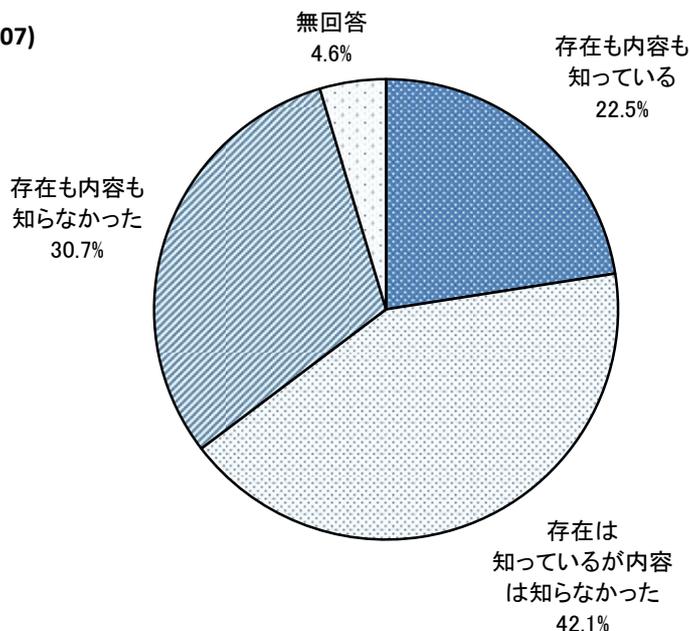
■存在も内容も知っている □存在は知っているが内容は知らなかった ■存在も内容も知らなかった □無回答



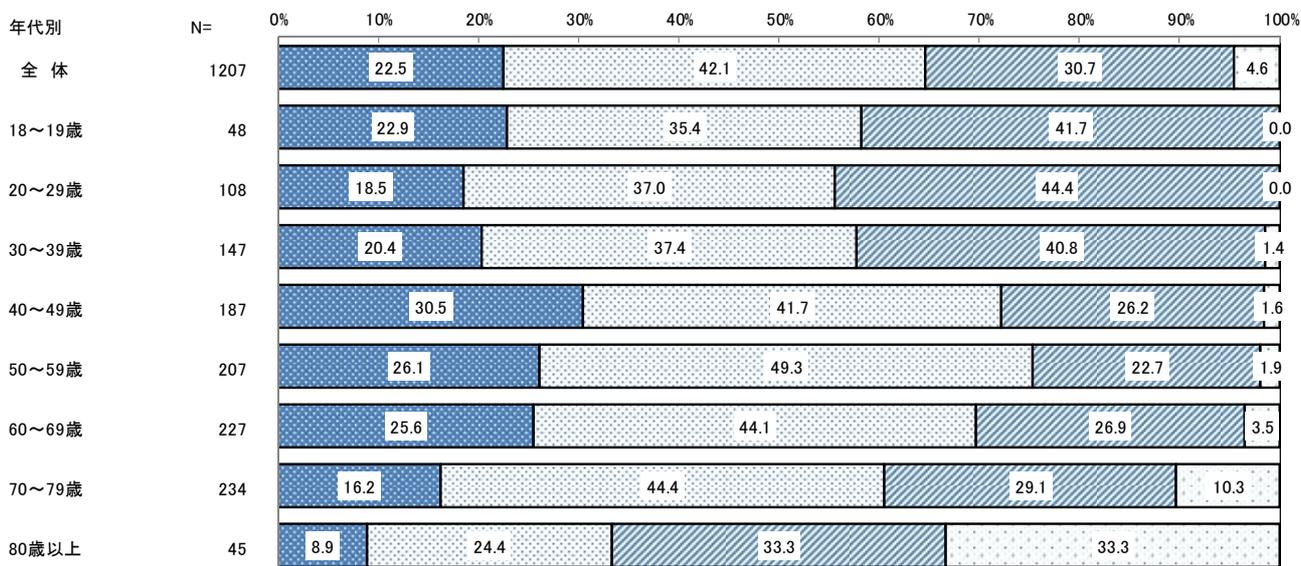
問23 あなたは、次の機関や相談窓口を知っていますか。【国民生活センターの知識】

国民生活センターの知識については、「存在は知っているが内容は知らなかった」が42.1%と最も高く、次いで「存在も内容も知らなかった」が30.7%、「存在も内容も知っている」が22.5%となっている。

(N = 1207)

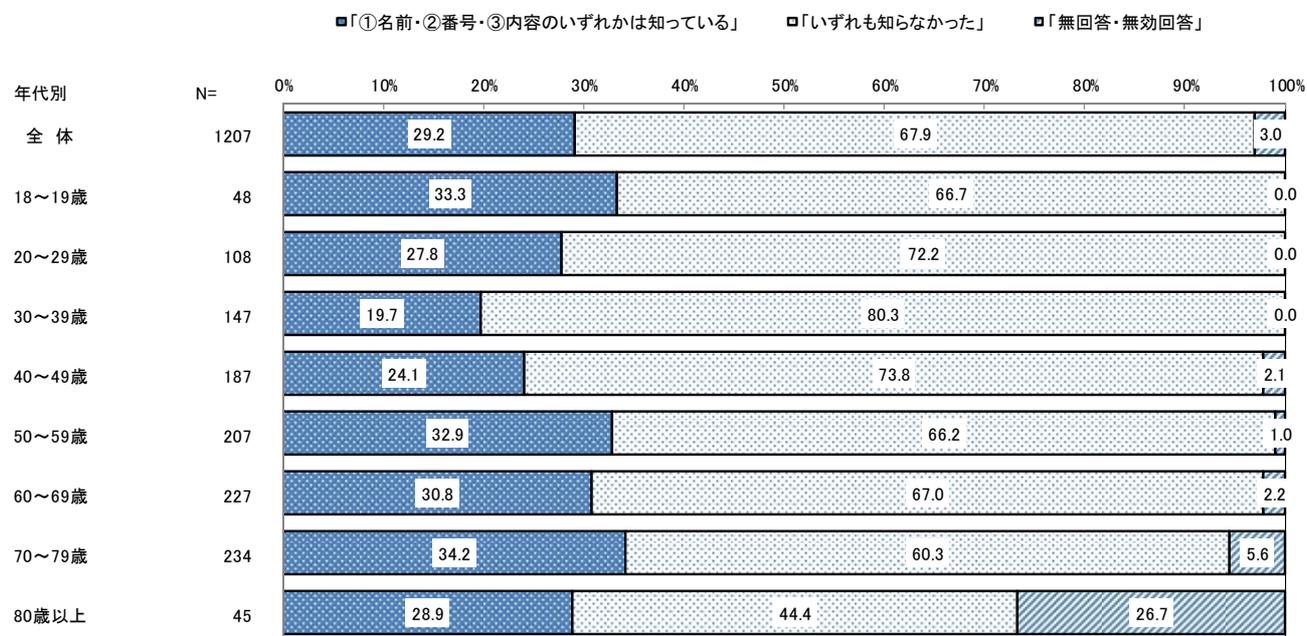
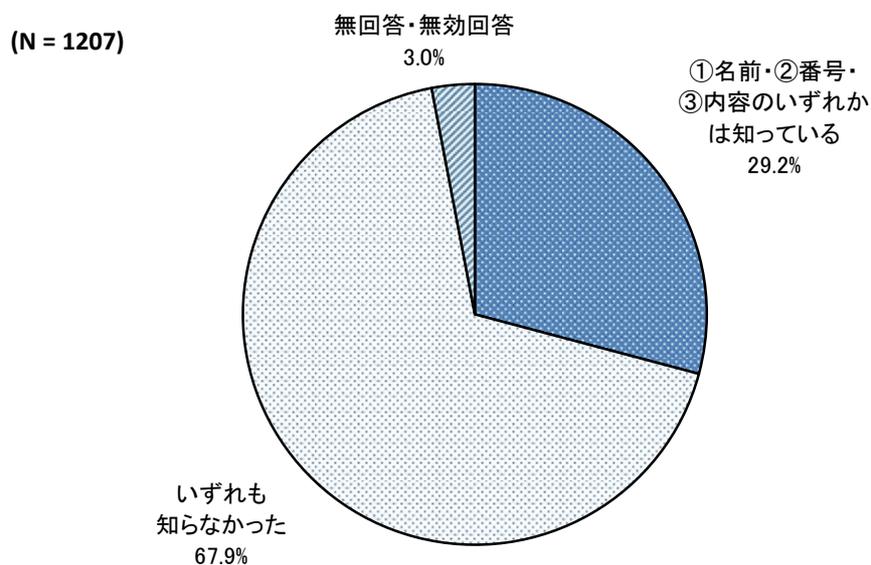


■存在も内容も知っている □存在は知っているが内容は知らなかった ■存在も内容も知らなかった □無回答



問24 あなたは、消費者ホットライン「188(いやや!)」を知っていますか。

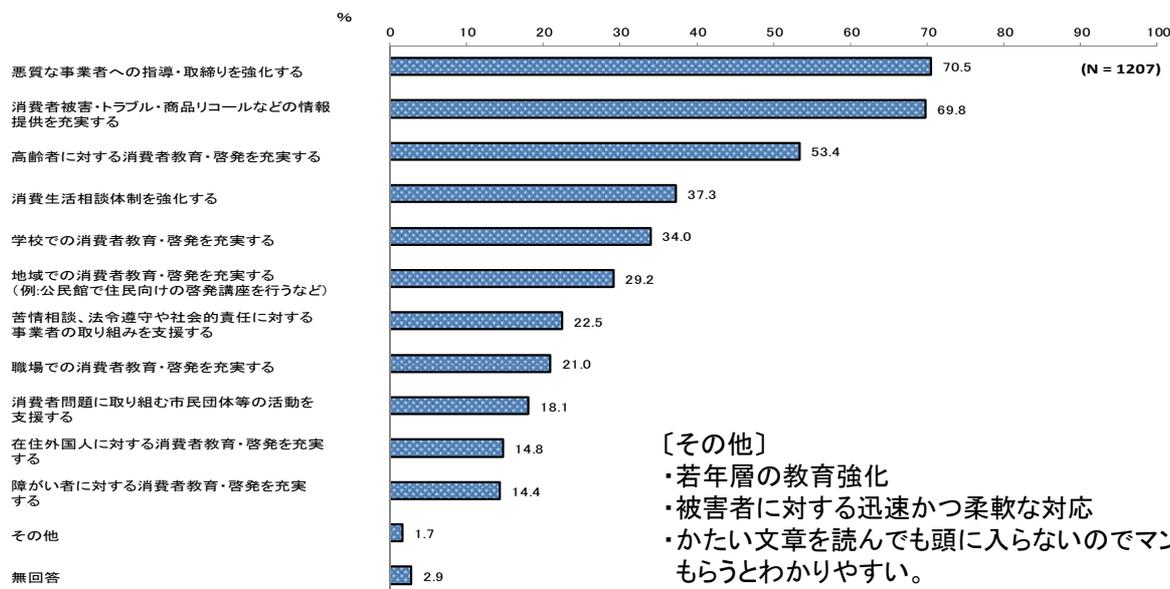
消費者ホットライン「188(いやや!)」の認知度については、「①名前・②番号・③内容のいずれも知らなかった」が67.9%、「①名前・②番号・③内容のいずれかは知っている」が29.2%となっている。



問25 消費者問題に対する取り組みとして行政に望むことは、どのようなことですか。

該当する番号すべてに○をつけてください。

行政に望むことについては、「悪質な事業者への指導・取締りを強化する」が 70.5%と最も高く、次いで「消費者被害・トラブル・商品リコールなどの情報提供を充実する」が 69.8%、「高齢者に対する消費者教育・啓発を充実する」が 53.4%となっている。



上段:件数 下段:%	全体	消費者被害・トラブル・商品リコールなどの情報提供を充実する	消費生活相談体制を強化する	学校での消費者教育・啓発を充実する	職場での消費者教育・啓発を充実する	地域での消費者教育・啓発を充実する(例:公民館で住民向けの啓発講座を行うなど)	高齢者に対する消費者教育・啓発を充実する
		全体	1207	842 69.8	450 37.3	410 34.0	253 21.0
18～19歳	48	24 50.0	16 33.3	28 58.3	12 25.0	8 16.7	22 45.8
20～29歳	108	77 71.3	22 20.4	62 57.4	41 38.0	23 21.3	57 52.8
30～39歳	147	96 65.3	53 36.1	80 54.4	50 34.0	44 29.9	79 53.7
40～49歳	187	130 69.5	64 34.2	82 43.9	49 26.2	50 26.7	96 51.3
50～59歳	207	153 73.9	97 46.9	65 31.4	51 24.6	70 33.8	113 54.6
60～69歳	227	166 73.1	93 41.0	43 18.9	29 12.8	67 29.5	119 52.4
70～79歳	234	165 70.5	85 36.3	44 18.8	17 7.3	78 33.3	135 57.7
80歳以上	45	28 62.2	18 40.0	5 11.1	3 6.7	12 26.7	22 48.9

上段:件数 下段:%	全体	在住外国人に対する消費者教育・啓発を充実する	障がい者に対する消費者教育・啓発を充実する	苦情相談、法令遵守や社会的責任に対する事業者の取り組みを支援する	悪質な事業者への指導・取締りを強化する	消費者問題に取り組む市民団体等の活動を支援する	その他	無回答
		全体	1207	179 14.8	174 14.4	271 22.5	851 70.5	219 18.1
18～19歳	48	6 12.5	8 16.7	5 10.4	22 45.8	7 14.6	1 2.1	0 0.0
20～29歳	108	22 20.4	25 23.1	29 26.9	72 66.7	13 12.0	1 0.9	2 1.9
30～39歳	147	33 22.4	30 20.4	36 24.5	94 63.9	26 17.7	4 2.7	1 0.7
40～49歳	187	36 19.3	22 11.8	44 23.5	138 73.8	28 15.0	7 3.7	3 1.6
50～59歳	207	38 18.4	35 16.9	61 29.5	167 80.7	40 19.3	0 0.0	3 1.4
60～69歳	227	26 11.5	22 9.7	52 22.9	166 73.1	50 22.0	2 0.9	3 1.3
70～79歳	234	15 6.4	26 11.1	39 16.7	162 69.2	51 21.8	5 2.1	16 6.8
80歳以上	45	3 6.7	6 13.3	5 11.1	27 60.0	4 8.9	1 2.2	7 15.6

問26 消費生活に関して、お気づきの点やご意見がございましたら、ご自由にお書きください。

<消費者教育について>

- ・子どもの頃から、金銭感覚やクレジットカードの仕組み、サラ金等、社会に出てからの消費生活を学校で学ぶ機会があれば良いと思います。
- ・言葉は聞いた事があっても自分には関係ないと思っていましたが、今の世の中で起きている事を考えると子どもの頃から学習しておいた方が良いのかとも思いました。
- ・「自分に本当に必要なものはなにか」を考えるくせをつける教育を小、中学校でぜひして下さい。
- ・これまでに消費者教育を受ける環境設定は少なく、たまたま観たメディアからの情報、たまたま聞いたママ友や職場での情報で知りえたことが案外多いなあと感じました。先日、子供と小学校の親子学習でインターネットとの付き合い方について学ぶ機会があり、社会生活を送る上で、教育場面でこういった消費生活について考える機会に恵まれたらとてもいいなあと感じます。

<啓発について>

- ・消費者が被害に遭わない為にその都度周知して頂き、新聞テレビなどで教えて頂きたいと思います。
- ・高齢化が進む中、消費生活問題に関する啓発媒体をインターネットに移行させすぎること疑問を感じます。むしろ既存の地域広報誌や集会での発信を強化すべきと感じます。
- ・どんな事でも相談できるコールセンターの番号を記してあるステッカーを配布して家に貼れるようにしてほしいです。

<消費者ホットライン188について>

- ・消費生活実態調査に参加して知らない事が有りました。いろいろ参考にできて良かったです。消費者ホットライン188の事など。トラブルに遭遇した時には相談窓口にすぐ連絡します。
- ・消費生活と言われてもピンとこない。もっと具体的に分かりやすい言葉で伝えてほしい。実際、架空請求がくると本当に無視していいのかとても不安です。何かあったら、ここへという消費者ホットライン 188 を宣伝して下さい。

<取締りについて>

- ・悪質業者に対しては業者の公表と徹底した取締りをしてほしい。

<相談体制について>

- ・安心に暮らす為のサービス・情報が、どんな立場の人であっても平等に、当たり前を受けられる環境を整備してほしいです。
- ・各地区で消費生活センターの活動や方向が違い、こちらの要望に応えられない事がある。市や国、県によって事情が違うと思いますが、平均化してほしい。

<在住外国人について>

- ・現在、外国人の方も県内に住む様になって来ています。今後は多言語対応のシステムも大切になって来ると思われます。トラブルに遭わない為、トラブルの元にもならない様、更に行政の取り組みや力を県民全てが理解し、住み良い岐阜県になるよう願っています。

<キャッシュレスについて>

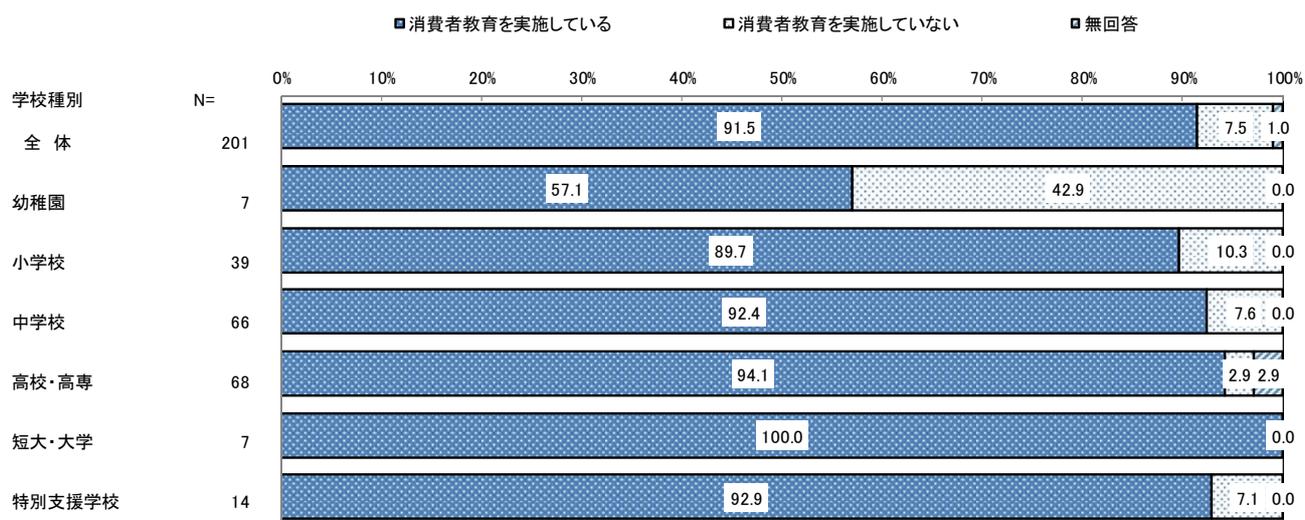
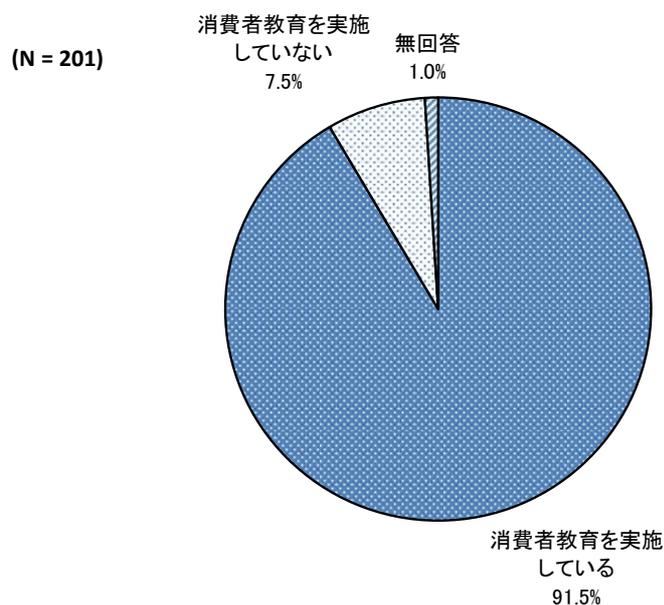
- ・最近キャッシュレスが広がっているが、高齢者世代は仕組みが使いこなせるのか、また、情報が正しく管理されるのか、不信感があります。
- ・現在、スマートフォンでの決済が増加してきていますが、その安全性に不安を感じています。

## Ⅱ 教育機関

### 全学校対象

問1 貴校では、消費者教育を実施していますか。該当する番号1つに○をつけてください。

消費者教育の実施については、「消費者教育を実施している」が 91.5%、「消費者教育を実施していない」が 7.5%となっている。

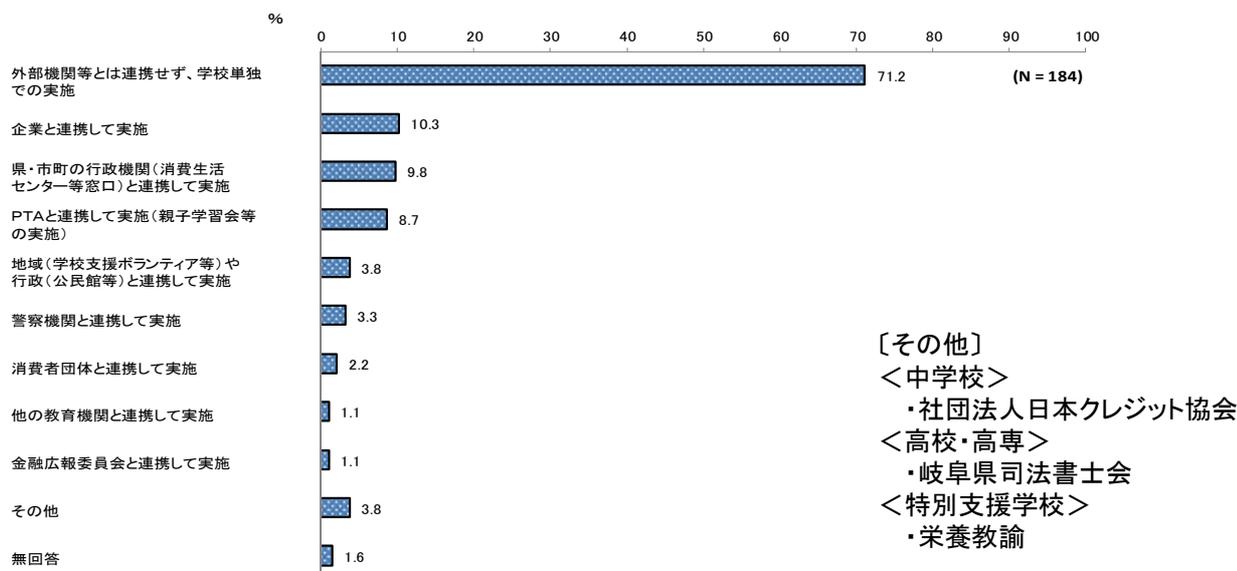


＜問1において「1. 消費者教育を実施している」と回答した学校にお聞きします。＞

問1-1 貴校では、外部機関等と連携して消費者教育を実施していますか。

該当する番号すべてに○をつけてください。

外部機関等との連携については、「外部機関等とは連携せず、学校単独での実施」が71.2%と最も高く、次いで「企業と連携して実施」が10.3%、「県・市町の行政機関（消費生活センター等窓口）と連携して実施」が9.8%となっている。



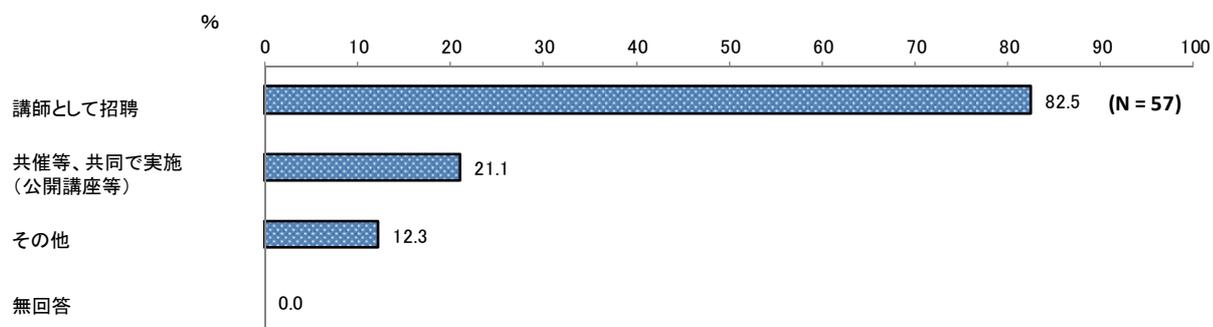
	上段: 件数 下段: %	全 体					
		外部機関等とは連携せず、学校単独での実施	PTAと連携して実施（親子学習会等の実施）	地域（学校支援ボランティア等）や行政（公民館等）と連携して実施	県・市町の行政機関（消費生活センター等窓口）と連携して実施	他の教育機関と連携して実施	
全 体	184	131	16	7	18	2	
		71.2	8.7	3.8	9.8	1.1	
学校種別	幼稚園	4	2	1	0	1	0
			50.0	25.0	0.0	25.0	0.0
	小学校	35	23	6	4	2	0
			65.7	17.1	11.4	5.7	0.0
	中学校	61	49	8	3	5	2
			80.3	13.1	4.9	8.2	3.3
	高校・高専	64	47	1	0	5	0
		73.4	1.6	0.0	7.8	0.0	
短大・大学	7	2	0	0	3	0	
		28.6	0.0	0.0	42.9	0.0	
特別支援学校	13	8	0	0	2	0	
		61.5	0.0	0.0	15.4	0.0	

	上段: 件数 下段: %	全 体						
		警察機関と連携して実施	消費者団体と連携して実施	金融広報委員会と連携して実施	企業と連携して実施	その他	無回答	
全 体	184	6	4	2	19	7	3	
		3.3	2.2	1.1	10.3	3.8	1.6	
学校種別	幼稚園	4	0	0	1	0	0	
			0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	
	小学校	35	1	0	0	7	0	
			2.9	0.0	0.0	20.0	0.0	
	中学校	61	1	2	1	5	1	
			1.6	3.3	1.6	8.2	1.6	
	高校・高専	64	1	2	1	4	4	
		1.6	3.1	1.6	6.3	6.3		
短大・大学	7	2	0	0	0	2		
		28.6	0.0	0.0	0.0	28.6		
特別支援学校	13	1	0	0	2	0		
		7.7	0.0	0.0	15.4	0.0		

＜問1-1において、2～10を選択した学校にお聞きします。＞

問1-2 具体的な連携方法を教えてください。該当する番号すべてに○をつけてください。

具体的な連携方法については、「講師として招聘」が82.5%と最も高く、次いで「共催等、共同で実施（公開講座等）」が21.1%となっている。



〔その他〕

＜幼稚園＞

- ・買い物体験

＜小学校＞

- ・店見学、買い物体験
- ・町たんけんて地域のお店で話を聞くなど

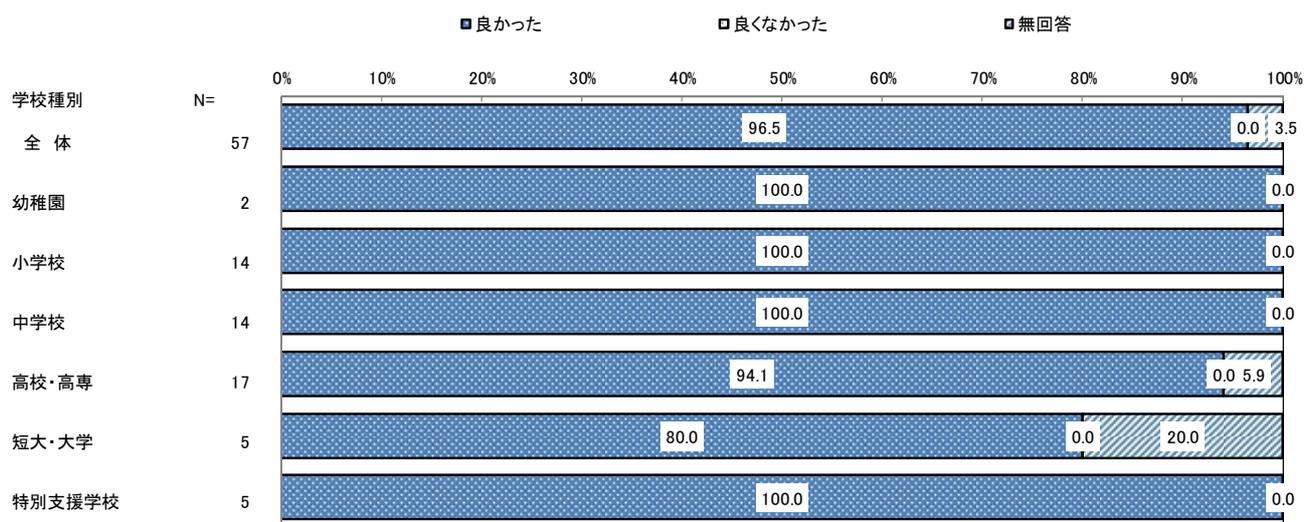
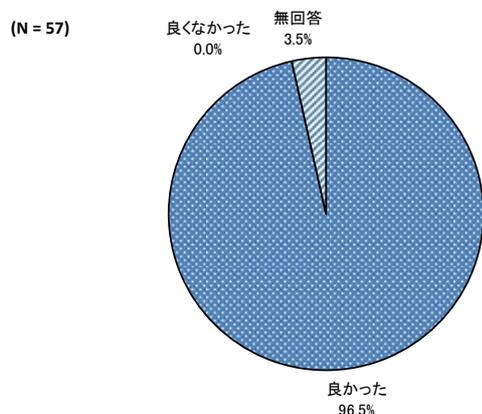
＜中学校＞

- ・教材を送付してもらった
- ・PTAとも連携し、「ネットの安全・安心利用」講習会を実施

		上段:件数 下段:%	全 体	共催等、共同で実施 (公開講座等)	講師として 招聘	その他	無回答
全 体			57	12 21.1	47 82.5	7 12.3	0 0.0
学 校 種 別	幼稚園		2	0 0.0	0 0.0	2 100.0	0 0.0
	小学校		14	7 50.0	11 78.6	3 21.4	0 0.0
	中学校		14	4 28.6	10 71.4	2 14.3	0 0.0
	高校・高専		17	1 5.9	16 94.1	0 0.0	0 0.0
	短大・大学		5	0 0.0	5 100.0	0 0.0	0 0.0
	特別支援学校		5	0 0.0	5 100.0	0 0.0	0 0.0

問1-3 外部機関等と連携して消費者教育を行って良かったと思いますか。  
 該当する番号1つに○をつけ、回答欄にその理由を記入してください。

外部機関等と連携して消費者教育を行って良かったかについては、「良かった」が 96.5%となり、「良くなかった」と回答した教育機関はなかった。



〔良かった理由〕

＜幼稚園＞

- ・生活に即した、実際に買い物をする経験ができてよかった。

＜小学校＞

- ・児童だけでなく保護者の意識(スマホ等の使い方による危機管理等)が高まった。共通の話題について理解を深められた。

＜中学校＞

- ・具体物、例を挙げて知識を教授してもらえるから

＜高校・高専＞

- ・教諭とは視点が異なり、専門的な分野での話を聞くことができた。

＜特別支援学校＞

- ・専門の方から最新の情報をうかがえた。生徒にとっても、外部の人の方が新鮮な印象がある。

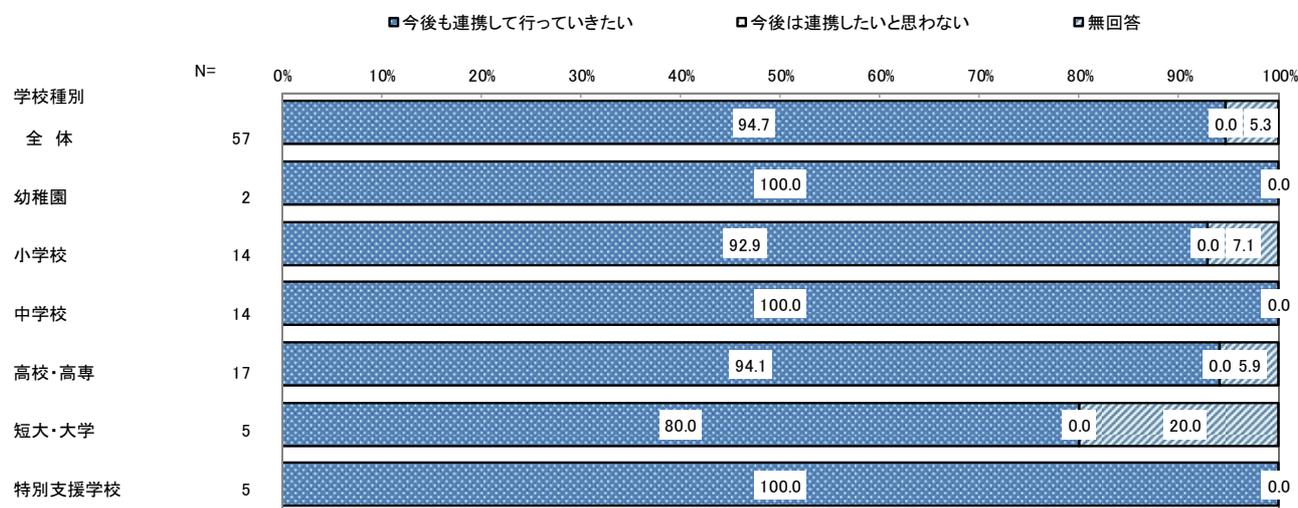
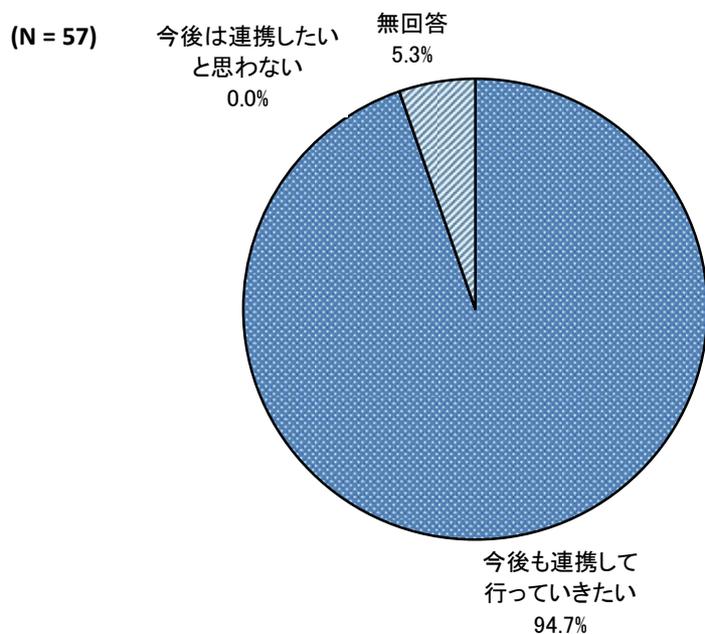
＜大学＞

- ・多種多様な悪質商法について、事例を交えて具体的に学ぶことができた。被害に遭った後の対処法も学べ、被害に遭ってしまっても、泣き寝入りせず毅然と対応できる社会人になってくれると思う。
- ・できるだけ時事的な問題を取り上げることで、理解の手がかりとする。成人前後の方に必要な契約に関する知識、若い人を取り巻く消費取引のトラブルを知り対処方法を知る。

問1-4 今後も外部機関と連携して消費者教育を行っていきたいと考えますか。

該当する番号1つに○をつけ、回答欄にその理由を記入してください。

今後も外部機関と連携して消費者教育を行っていきたいかについては、「今後も連携して行っていきたい」が94.7%となり、「今後は連携したいと思わない」と回答した教育機関はなかった。



〔行っていきたい理由〕

＜幼稚園＞

- ・買い物に対して関心を持たせることができよかったですと実感があるので、行っていきたい。

＜小学校＞

- ・親・子・教師ともに学ぶ点が多い。
- ・外部の力をお借りして、より内容の濃い充実した教育を行ってきたいから。

＜中学校＞

- ・情報機器関係は進歩が著しく、新しい情報を得るには、外部の専門性の高い機関に教えてもらうことが必然かと思うからです。
- ・親子と共に自分事として捉え、考えて欲しいから。

＜高校・高専＞

- ・時代の流れに即した内容を一早く取り入れられるため、大切であると考えます。
- ・実際に自分や家族が困った事例に遭遇した際に、泣き寝入りすることなく、解決に向けての行動を起こすきっかけになる経験ができる。(しかし、先方とこちらの授業のタイミングが合わなかったり、やや行政用語の多い語り口であると生徒にとって逆に遠い話に感じるおそれもあるので、事前の綿密な打ち合わせが必要)

＜特別支援学校＞

- ・専門としての話、外部の方の話だと真剣にきくことができる。
- ・地域の企業に学校のことを知って頂き、地域とつながってきたいから。

＜大学＞

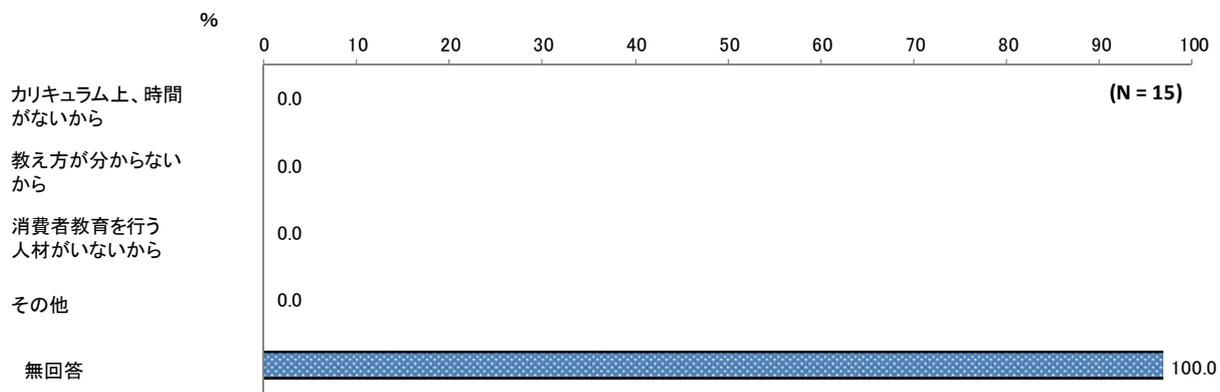
- ・大学に入学したばかりで消費者トラブルに巻き込まれるリスクについて知らない学生に対して易しい表現で分かりやすく解説していただけた。
- ・新しい悪質商法の手口など、具体的な事例を学べ、自分たちの身近にも危険があるということで、学生が興味を持って学べるため。

＜問1において「2. 消費者教育を実施していない」と回答した学校にお聞きします。＞

問1-5 消費者教育を実施していない理由を教えてください。

該当する番号すべてに○をつけてください。

消費者教育を実施していない教育機関による、実施していない理由の回答はなかった。



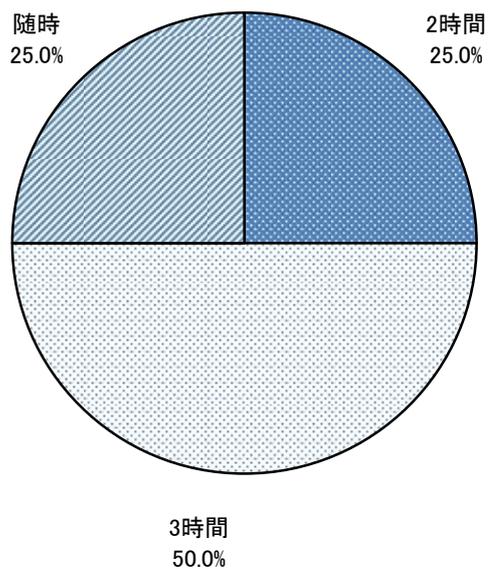
## 幼稚園対象

<問1において「1. 消費者教育を実施している」と回答した幼稚園にお聞きします。>

問2 貴園では消費者教育を年間何時間程度実施していますか。

幼稚園における消費者教育の年間実施時間については、「3時間」が50.0%と最も高く、次いで「2時間」と「随時」が同率25.0%となっている。

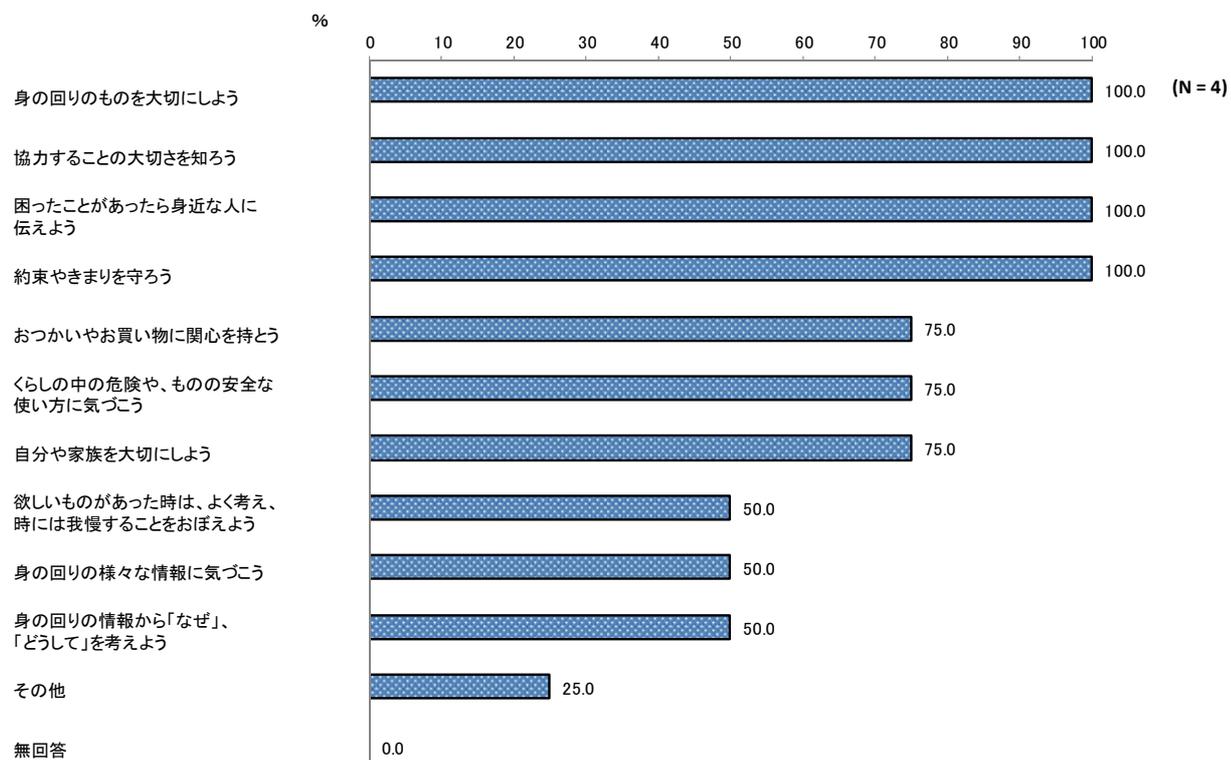
(N = 4)



問2-1 貴園で実施している消費者教育の内容を教えてください。

該当する番号すべてに○をつけてください。

幼稚園で実施している消費者教育の内容については、「身の回りのものを大切にしよう」、「協力することの大切さを知ろう」、「困ったことがあったら身近な人に伝えよう」、「約束やきまりを守ろう」は100.0%と、回答のあった全ての幼稚園で回答が見られた。



## 小・中・高等・特別支援学校対象

＜問1において「1. 消費者教育を実施している」と回答した学校にお聞きします。平成30年度の授業の状況について回答してください。＞

問3 消費者教育を実施している学年及び教科、年間の授業時間を教えてください。

各教育機関における学年及び教科、年間の授業時間の回答結果は下表のとおりであった。

## ＜小学校＞

## 消費者教育の実施学年と教科

学年	生活科	総合的な学習の時間	社会科	学活	家庭科	特別活動	道徳科	その他・無回答
1	1	1	0	0	0	0	0	1
2	2	1	0	0	0	0	0	0
3	0	2	7	0	0	0	0	1
4	0	5	5	1	0	0	1	0
5	0	3	4	3	25	1	1	0
6	0	3	7	2	13	1	1	0

## 消費者教育の実施学年と年間の授業時間

学年	1時間	2～5時間	6～10時間	11～15時間	16～20時間	20時間～	その他・無回答
1	1	2	0	0	0	0	0
2	1	1	1	0	0	0	0
3	3	6	0	0	0	1	0
4	3	3	1	3	0	0	0
5	3	6	18	0	0	1	0
6	6	7	5	1	0	0	0

## ＜中学校＞

## 消費者教育の実施学年と教科

学年	技術・家庭科	社会科	総合的な学習の時間	学活
1	22	1	1	1
2	28	1	1	1
3	12	40	1	1

## 消費者教育の実施学年と年間の授業時間

学年	1時間	2～5時間	6～10時間	11～15時間	16～20時間	20時間～	その他・無回答
1	3	7	10	2	1	0	1
2	4	3	18	2	1	0	1
3	1	26	7	7	0	1	0

## ＜高校＞

## 消費者教育の実施学年と教科

学年	技術・家庭科	社会科	総合的な学習の時間	学活
1	22	1	1	1
2	28	1	1	1
3	12	40	1	1

## 消費者教育の実施学年と年間の授業時間

学年	1時間	2～5時間	6～10時間	11～15時間	16～20時間	20時間～	その他・無回答
1	3	14	22	3	2	2	1
2	0	6	4	3	1	2	1
3	4	8	6	1	2	0	2

<特別支援学校>

消費者教育の実施学年と教科

学年	算数・数学	社会	家庭基礎・家庭総合	生活単元学習	特別活動	その他
小	1	1	0	0	1	0
	2	1	0	0	1	0
	3	1	0	0	1	0
	4	1	0	0	2	0
	5	1	0	0	2	0
	6	1	0	0	2	0
中	1	2	0	0	1	0
	2	2	0	0	1	0
	3	0	0	0	1	0
高	1	2	1	1	3	1
	2	1	1	2	4	1
	3	1	0	1	5	1

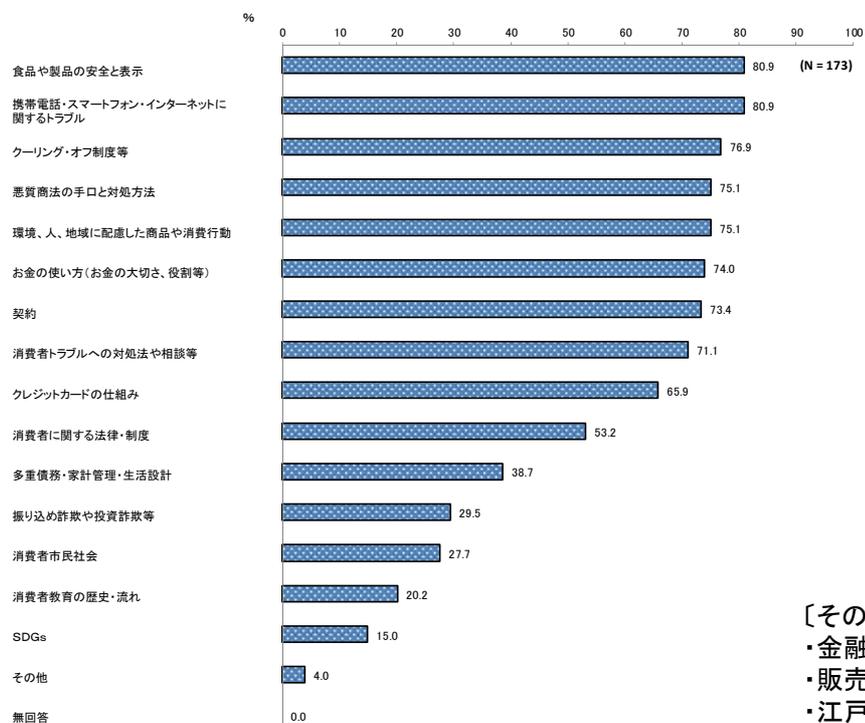
消費者教育の実施学年と年間の授業時間

学年	1時間	2～5時間	6～10時間	11～15時間	16～20時間	21時間～	その他・無回答
小	1	0	0	0	0	0	1
	2	0	0	0	0	0	1
	3	0	0	0	0	0	1
	4	0	0	1	0	0	1
	5	0	0	1	0	0	1
	6	0	0	1	0	0	1
中	1	0	0	0	1	0	1
	2	0	0	0	1	0	1
	3	0	0	0	0	0	1
高	1	0	1	3	1	0	1
	2	0	2	3	0	0	1
	3	0	1	2	1	0	3

問3-1 貴校で実施している消費者教育の内容を教えてください。

該当する番号すべてに○をつけてください。

実施している消費者教育の内容については、「食品や製品の安全と表示」及び「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が80.9%と最も高く、次いで「クーリング・オフ制度等」が76.9%となっている。



〔その他〕  
 ・金融機関の役割  
 ・販売方法と支払方法  
 ・江戸時代の循環型社会について学ぶ

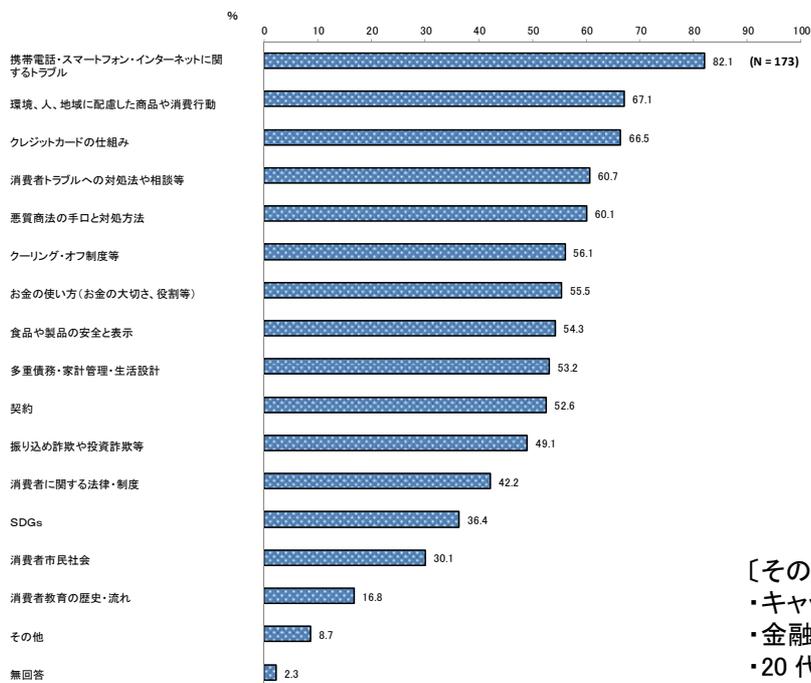
		全体	食品や製品の安全と表示	お金の使い方(お金の大切さ、役割等)	携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル	クーリング・オフ制度等	悪質商法の手口と対処方法	契約	クレジットカードの仕組み	消費者トラブルへの対処法や相談等
全体	上段: 件数 下段: %	173	140 80.9	128 74.0	140 80.9	133 76.9	130 75.1	127 73.4	114 65.9	123 71.1
学校種別	小学校	35	32 91.4	31 88.6	27 77.1	6 17.1	5 14.3	8 22.9	5 14.3	5 14.3
	中学校	61	51 83.6	46 75.4	53 86.9	59 96.7	57 93.4	52 85.2	46 75.4	53 86.9
	高校・高専	64	51 79.7	40 62.5	48 75.0	61 95.3	60 93.8	60 93.8	57 89.1	57 89.1
	特別支援学校	13	6 46.2	11 84.6	12 92.3	7 53.8	8 61.5	7 53.8	6 46.2	8 61.5

		全体	振り込み詐欺や投資詐欺等	多重債務・家計管理・生活設計	環境、人、地域に配慮した商品や消費行動	消費者市民社会	消費者教育の歴史・流れ	消費者に関する法律・制度	SDGs	その他	無回答
全体	上段: 件数 下段: %	173	51 29.5	67 38.7	130 75.1	48 27.7	35 20.2	92 53.2	26 15.0	7 4.0	0 0.0
学校種別	小学校	35	1 2.9	1 2.9	27 77.1	2 5.7	0 0.0	2 5.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	中学校	61	19 31.1	13 21.3	46 75.4	11 18.0	15 24.6	41 67.2	5 8.2	3 4.9	0 0.0
	高校・高専	64	29 45.3	49 76.6	53 82.8	31 48.4	18 28.1	46 71.9	21 32.8	3 4.7	0 0.0
	特別支援学校	13	2 15.4	4 30.8	4 30.8	4 30.8	4 30.8	2 15.4	3 23.1	0 0.0	1 7.7

問3-2 今後、必要になるとと思われる消費者教育の内容を教えてください。

該当する番号すべてに○をつけてください。

今後、必要になるとと思われる消費者教育の内容については、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が82.1%と最も高く、次いで「環境、人、地域に配慮した商品や消費行動」が67.1%、「クレジットカードの仕組み」が66.5%となっている。



【その他】  
 ・キャッシュレスの仕組み・使い方  
 ・金融教育との融合  
 ・20代の契約トラブルが多い理由・対策

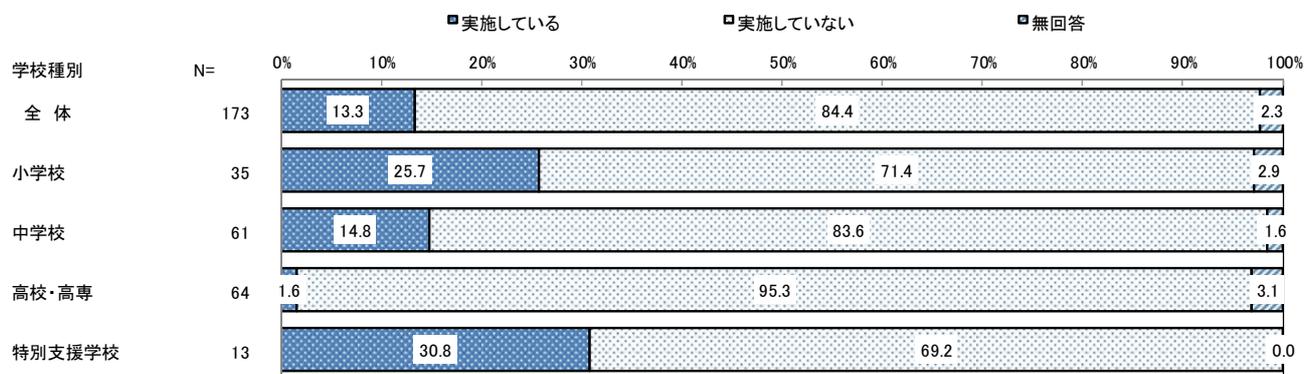
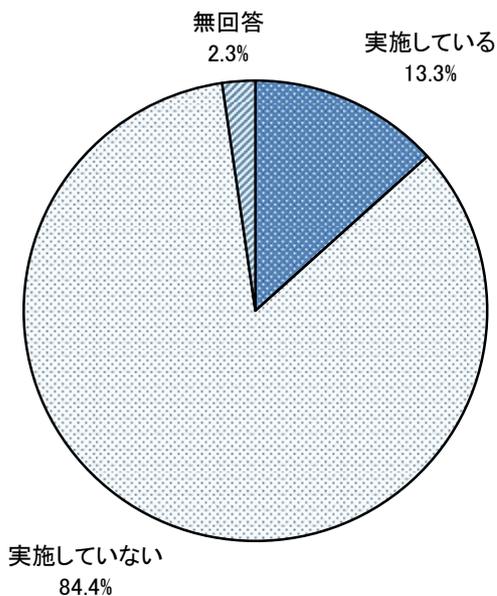
上段: 件数 下段: %		全体	食品や製品の安全と表示	お金の使い方(お金の大切さ、役割等)	携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル	クーリング・オフ制度等	悪質商法の手口と対処方法	契約	クレジットカードの仕組み	消費者トラブルへの対処法や相談等
全体	173	94	96	142	97	104	91	115	105	
学校種別										
小学校	35	24	24	30	15	16	12	19	15	
中学校	61	30	27	46	35	39	29	40	37	
高校・高専	64	34	36	55	39	41	44	49	45	
特別支援学校	13	6	9	11	8	8	6	7	8	
		46.2	69.2	84.6	61.5	61.5	46.2	53.8	61.5	

上段: 件数 下段: %		全体	振り込み詐欺や投資詐欺等	多重債務・家計管理・生活設計	環境、人、地域に配慮した商品や消費行動	消費者市民社会	消費者教育の歴史・流れ	消費者に関する法律・制度	SDGs	その他	無回答
全体	173	85	92	116	52	29	73	63	15	4	
学校種別											
小学校	35	10	4	26	3	1	5	4	1	1	
中学校	61	28.6	11.4	74.3	8.6	2.9	14.3	11.4	2.9	2.9	
高校・高専	64	37	38	37	19	15	29	23	10	2	
特別支援学校	13	33	43	47	28	12	36	34	4	0	
		51.6	67.2	73.4	43.8	18.8	56.3	53.1	6.3	0.0	
		38.5	53.8	46.2	15.4	7.7	23.1	15.4	0.0	7.7	

問3-3 貴校では、教職員向けに消費者教育に関する研修等を実施していますか。  
 該当する番号1つに○をつけてください。

教職員向けの消費者教育に関する研修等の実施については、「実施していない」が 84.4%、「実施している」が 13.3%となっている。

(N = 173)



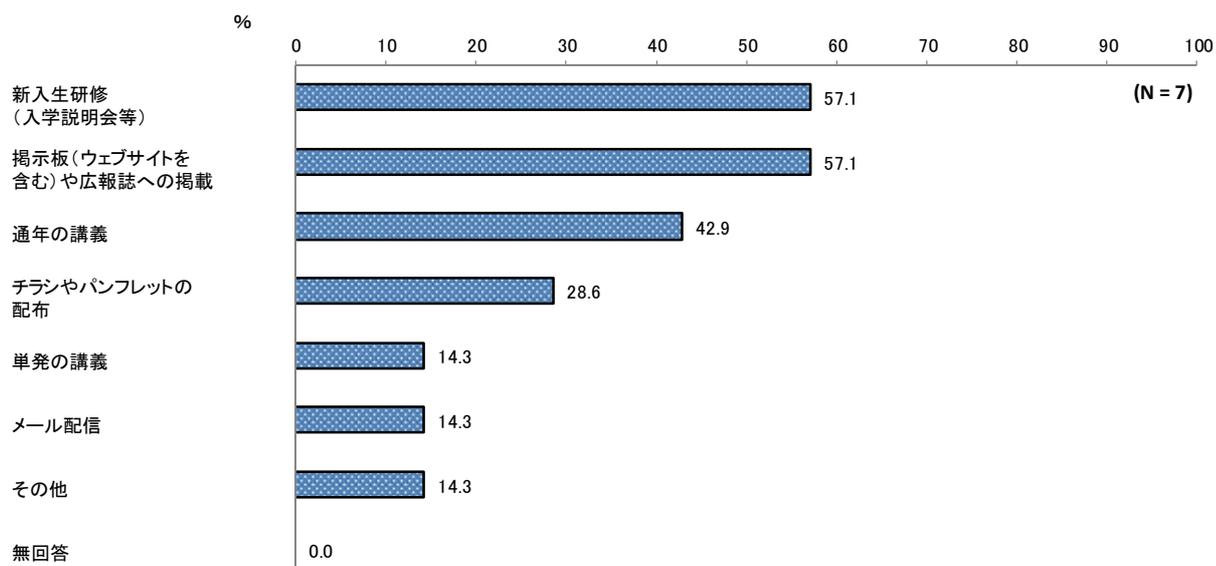
大学・専修学校等対象

<問1において「1. 消費者教育を実施している」と回答した学校にお聞きします。>

問4 貴校で実施している消費者教育(啓発)の方法を教えてください。

該当する番号すべてに○をしてください。

実施している消費者教育(啓発)の方法については、「新入生研修(入学説明会等)」及び「掲示板(ウェブサイトを含む)や広報誌への掲載」が57.1%と最も高く、次いで「通年の講義」が42.9%となっている。



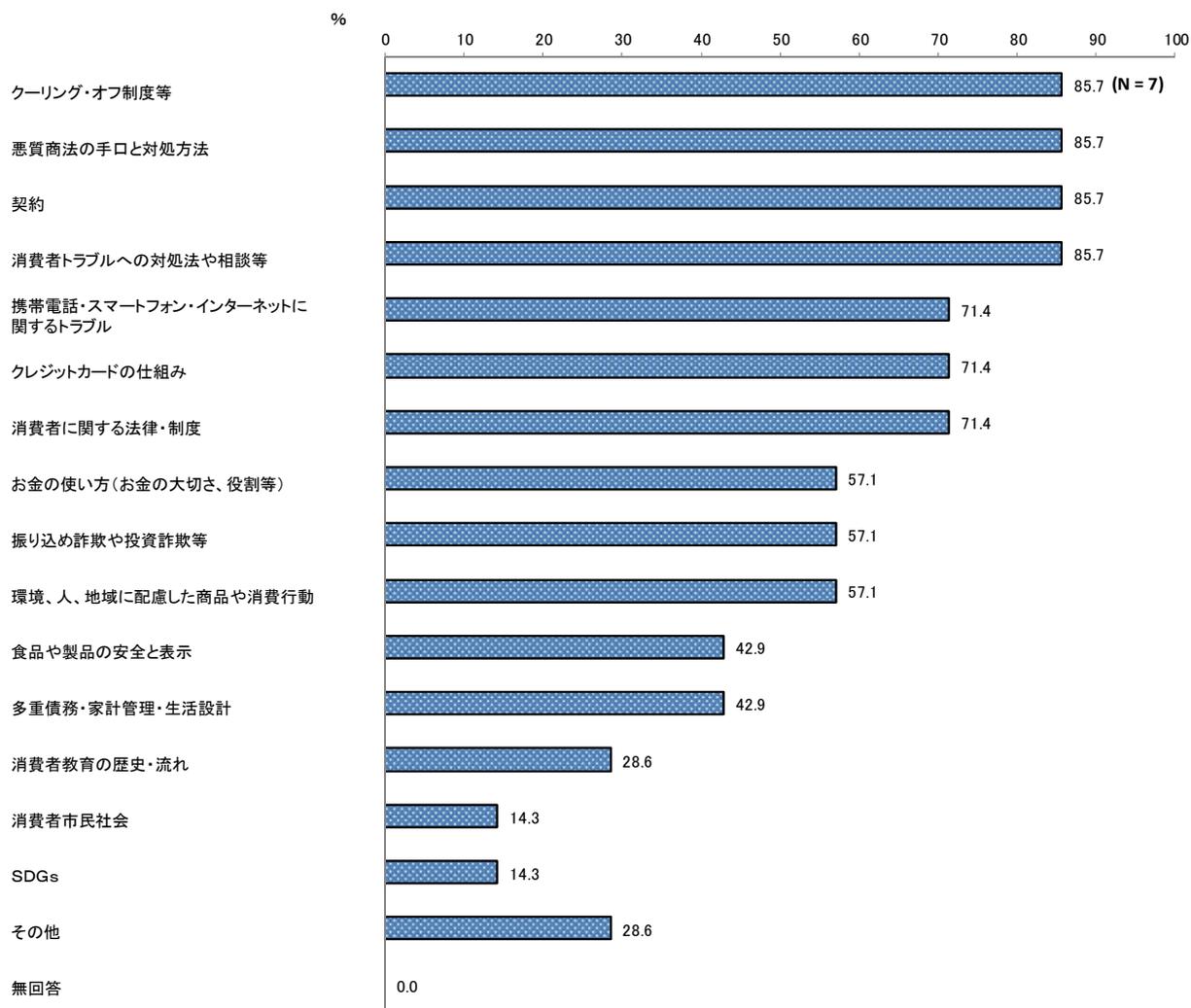
[その他]

毎年度学生向け講演会を実施して悪質商法等、学生が巻き込まれないためにと題して教育を行っている

問4-1 貴校で実施している消費者教育の内容を教えてください。

該当する番号すべてに○をつけてください。

実施している消費者教育の内容については、「クーリング・オフ制度等」、「悪質商法の手口と対処方法」、「契約」、「消費者トラブルへの対処法や相談等」が同率 85.7%で最も高くなっている。



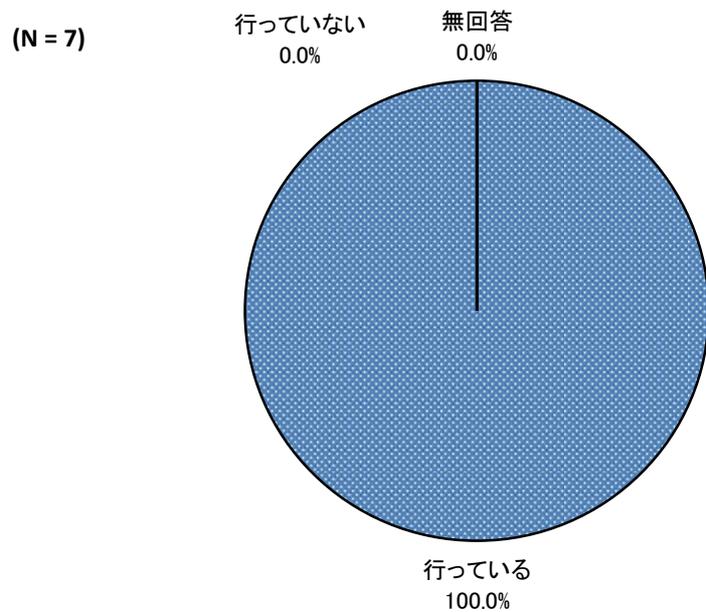
〔その他〕

ネット犯罪の被害防止

問4-2 貴校では、学生相談の窓口等で消費生活に関する相談を行っていますか。

該当する番号1つに○をつけてください。

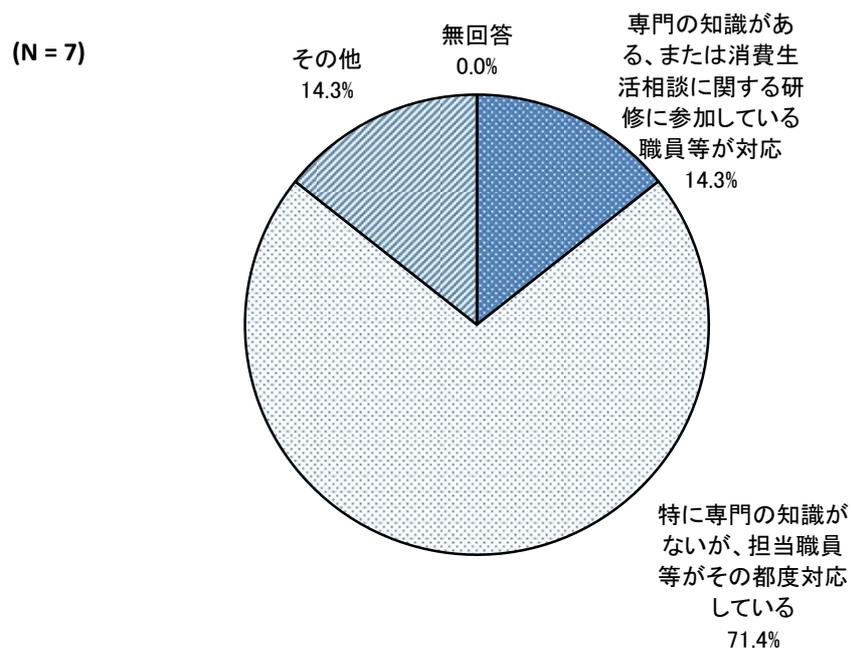
学生相談窓口等での消費生活に関する相談の有無については、「行っている」が100.0%となり、「行っていない」と回答した大学・専修学校等は見られなかった。



<問4-2において「1. 行っている」と回答した学校にお聞きします。>

問4-3 相談窓口の体制について教えてください。該当する番号1つに○をつけてください。

相談窓口の体制については、「特に専門の知識がないが、担当職員等がその都度対応している」が71.4%で最も高く、次いで「専門の知識がある、または消費生活相談に関する研修に参加している職員等が対応」が14.3%となっている。

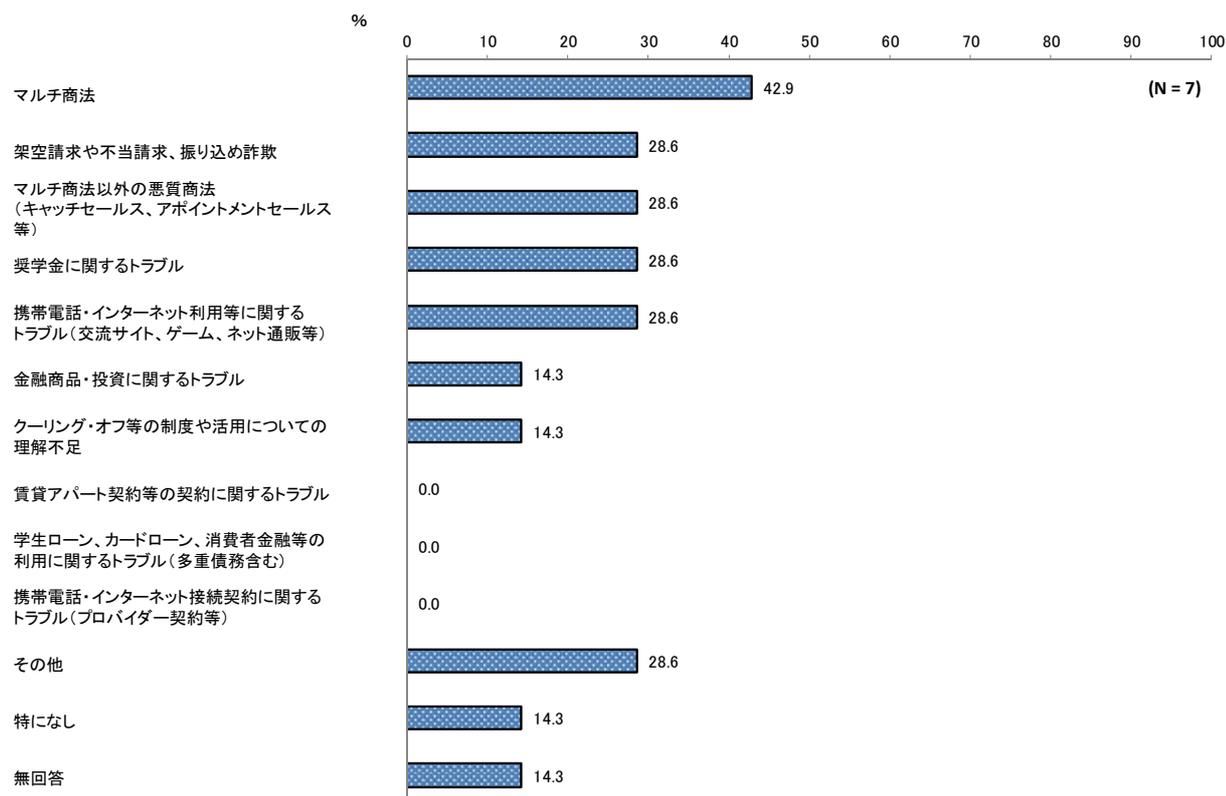


〔その他〕

消費者教育の授業をおこなっている教員へまわってくる。

問4-4 学生から受けたことのある相談内容について、該当する番号すべてに○をつけてください。

学生から受けたことのある相談内容については、「マルチ商法」が42.9%で最も高く、次いで「架空請求や不当請求、振り込め詐欺」、「マルチ商法以外の悪質商法(キャッチセールス、アポイントメントセールス等)」、「奨学金に関するトラブル」、「携帯電話・インターネット利用等に関するトラブル(交流サイト、ゲーム、ネット通販等)」が同率 28.6%となっている。



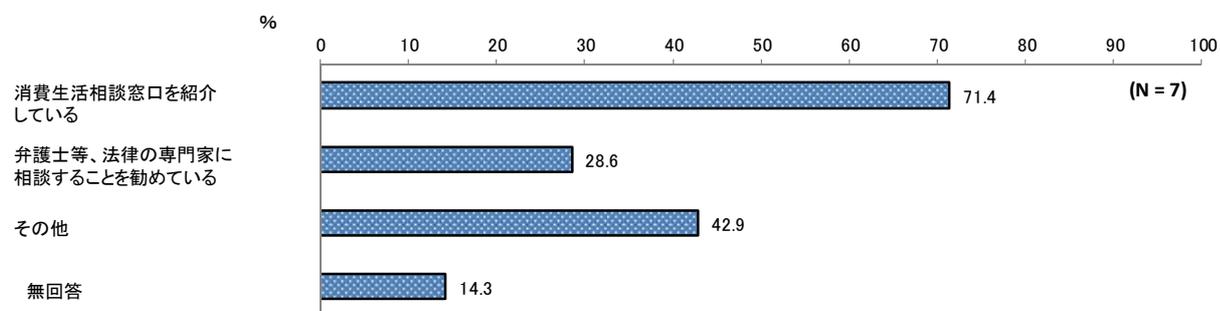
#### 〔その他〕

- ・SNSをきっかけにスクールに入った。1月会費を払ってやめようとしたがやめられなかった。
- ・ネット詐欺(物を購入したが送られてこない)。

問4-5 学生から相談を受けて、解決できない場合はどのように対応していますか。

該当する番号すべてに○をつけてください。

解決できない場合の対応については、「消費生活相談窓口を紹介している」が 71.4%で最も高く、次いで「弁護士等、法律の専門家に相談することを勧めている」が 28.6%となっている。



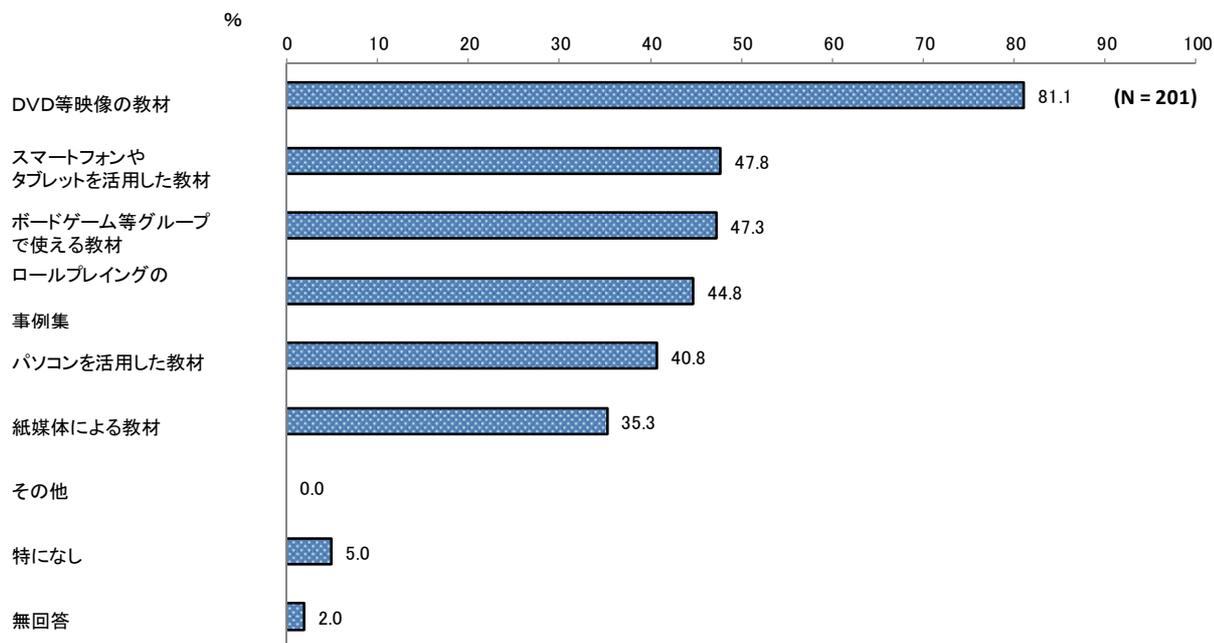
〔その他〕

- ・警察に行くよう助言している
- ・その都度該当の窓口を紹介している

全学校対象

問5 消費者教育を推進するにあたって、活用したい教材又は効果があると思われる教材を、次の中から選び、該当する番号すべてに○をつけてください。

活用したい教材又は効果があると思われる教材については、「DVD等映像の教材」が81.1%と最も高く、次いで「スマートフォンやタブレットを活用した教材」が47.8%、「ボードゲーム等グループで使える教材」が47.3%となっている。



	全 体	DVD等映像の教材	紙媒体による教材	パソコンを活用した教材	ボードゲーム等グループで使える教材	ロールプレイングの事例集	スマートフォンやタブレットを活用した教材	その他	特になし	無回答	
											上段: 件数
全 体	201	163	71	82	95	90	96	0	10	4	
		81.1	35.3	40.8	47.3	44.8	47.8	0.0	5.0	2.0	
学 校 種 別	幼稚園	7	3	2	0	1	1	0	0	3	0
			42.9	28.6	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	42.9	0.0
	小学校	39	32	14	24	22	13	17	0	0	1
			82.1	35.9	61.5	56.4	33.3	43.6	0.0	0.0	2.6
	中学校	66	53	19	20	31	32	35	0	2	2
			80.3	28.8	30.3	47.0	48.5	53.0	0.0	3.0	3.0
	高校・高専	68	58	23	30	34	37	31	0	4	1
		85.3	33.8	44.1	50.0	54.4	45.6	0.0	5.9	1.5	
短大・大学	7	5	5	1	0	0	3	0	1	0	
		71.4	71.4	14.3	0.0	0.0	42.9	0.0	14.3	0.0	
特別支援学校	14	12	8	7	7	7	10	0	0	0	
		85.7	57.1	50.0	50.0	50.0	71.4	0.0	0.0	0.0	

<問5において、1～7を選択した学校にお聞きします。>

問5-1 教材の内容や仕様について具体的な要望があれば教えてください。

#### <幼稚園>

- ・紙芝居やDVDのように見てわかりやすい(視覚的に訴える)教材が良いかと思えます。

#### <小学校>

- ・具体的な事例などDVD映像やクイズのような内容だと子どもたちが興味をもって学べる。
- ・学校で学んだことを家庭に帰って親子で会話ができるように紙媒体のものがあるといい。
- ・ネット上での支払い決済やゲームでの課金によるトラブルについての内容を高学年向けだけではなく、低学年でも分かる映像教材があるといいなと思えます。(低学年でもゲームやインターネットに多くふれているので)。
- ・現在あるいわゆる“人生ゲーム(消費生活版の)”は専門用語が多く、小学生向きではない。小学生にも分かるボードゲームであると、“お金と進路”的な感覚で学べる。
- ・必要なデータを入力すれば、人生に必要な金額や現在の生活状況の豊かさを分かるアプリを全タブレットに導入できるとよい。

#### <中学校>

- ・自分で選択、決定し購入する経験が少ない生徒が多いため、インターネットによる売買など実際に体験できるものがあるとよい。また、キャッシュレス化にともなう現金が(物が)ない支払いに関しても実際に体験できるものがあるとよい。
- ・学習展開例と資料がセットになったものがあると授業がし易いと思われる。
- ・ライフプランを立てることができるようなキャリア教育とも関連する教材があるとよいです
- ・少人数班を使った学習を進めているので、全体指導用(黒板に提示できるもの)と生徒用(班で1セット)の教材があると使用し易い。
- ・教科や生徒に応じて指導内容が変えられる資料がよいので、データで資料を配布して頂きたい。

#### <高校・高専>

- ・キャッシュレス決済の仕組や種類、課題についてまとめた教材があるとありがたいです。
- ・家計管理・人生設計におけるシミュレーションソフト。
- ・スマートフォンで電子決済などが疑似体験できるアプリ(危険性も含む)。
- ・自分の消費行動を客観的に分析できるQ&A式のプロフローチャートのような教材があれば活用してみたいです。
- ・ICT化が推進されているので、電子黒板を活用して行える教材があればよい。グループ活動に使える教材。

#### <短大・大学>

- ・紙媒体も必要だと思うが、映像の方がよりリアルに感じられるので映像の教材があるとよい。そして1つのフレーズが短い方が使いやすい。また、学生が自ら体験できるものも現実的で理解しやすいと思う。
- ・図や表など分かりやすいレイアウトでできた紙媒体の教材やスマホやタブレットで簡単にアクセスできるアプリ等があれば学生が空き時間に「賢い消費者」となる努力ができると思えます。
- ・簡潔で分かりやすく、情報量が適当なもの。

#### <特別支援学校>

- ・イラストで多くの字を読まなくてもよいとわかりやすい。
- ・分かりやすい(情報が多すぎない)ことや、ゲーム感覚で学習できると興味をひく。
- ・見やすいように、文字は大きいとよい。
- ・肢体不自由の生徒も扱いやすいよう、教材教具は大きく持ちやすい物がよい。
- ・困った時の連絡先が一覧になっているとよい。
- ・キャッシュレス決済への対応、具体的な注意事項、トラブルの事例
- ・生徒本人への指導がむずかしい場合もあるので、保護者向けへの紙媒体のパンフなどがあるとよい。

問6 児童、生徒及び学生が興味を持って学べる効果的な消費者教育の手法や消費生活相談等に関してご意見がありましたら、ご記入ください。

#### <幼稚園>

- ・指導相手が幼いため、必要な時何か起きた時個人的に話をしていくことが多い。物を大切にすることに関して、食物や衣服・物等、事例集のようなものがあると参考になる。

#### <小学校>

- ・体験型の学習が効果的であると思う
- ・講義式の一方的なものではなく、参加型の個々が楽しめるものがよいです。

#### <中学校>

- ・スマートフォンやタブレットを持つ生徒も多いので、そういったものを介した学習があるとよいと思う。スマホ 1 つで選択も購入もお金の管理もできる時代のため、そういった環境でトラブルにあわない知識をつけるためにも必要だと思う。
- ・バーチャルな消費体験ができる教材が充実するとよい。
- ・教諭だけでなく、そのプロフェッショナルの方々と授業が行えると、生徒の生活にもっと返すことができると思います。
- ・急速に進むキャッシュレス社会ですが、私たち教員もその流れになかなか追いつけない現状です。今の時代を生きる生徒らに必要な知識や技能を、体験的な学習を通して身に付けることができるようにしていきたいと考えています
- ・自分たちの消費行動が未来や環境に影響を与えていることを実感させられるとよい。
- ・SDGsの取り組みが企業で行われているが、企業側だけでなく、消費者と連携した取り組みを一緒に考えていけるような機会があるのも社会の一員としての実感も高められて効果的ではないかと思います。

#### <高校・高専>

- ・生活体験が乏しい一方で、スマートフォンの利用に関しては危険がわからないまま使いこなしてしまうので、利用の仕方というよりは、怖さも疑似体験できる教材の提案をしていただけたらと思います。
- ・DVDは時代(時)に合った内容や映像であると生徒が興味をもって観ることができる。一度製作されると、次の製作まで、時間ができ、タイムリーな内容でなくなることがある。
- ・実際に、高校卒業後に一人暮らしをするための費用を計算させると、理想と現実のギャップに気づくと思います。
- ・クーリング・オフは誰もが知っているが、例外についての認識が低い。クーリング・オフ制度を利用しなくてすむよう、考えて行動する意思決定能力の育成が必要。

#### <短大・大学>

- ・民法改正で契約年齢が 18 歳になることから中学生、高校生に対して徹底した教育が急務を感じる。当大学の学生は消費者問題に関して意識がないと感じる

#### <特別支援学校>

- ・講義と合わせた実践(ロールプレイング)
- ・パソコンやタブレットは興味を持って学べるため、導入には有効だと思います。ただ、定着のためにはロールプレイングやソーシャルスキルトレーニングの方が有効だと思います。

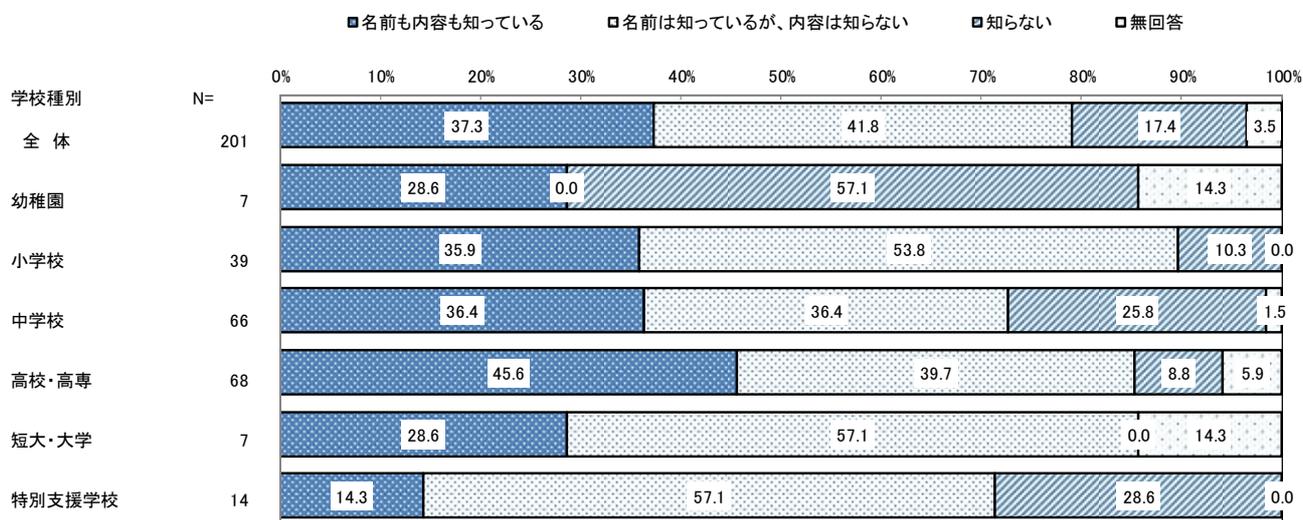
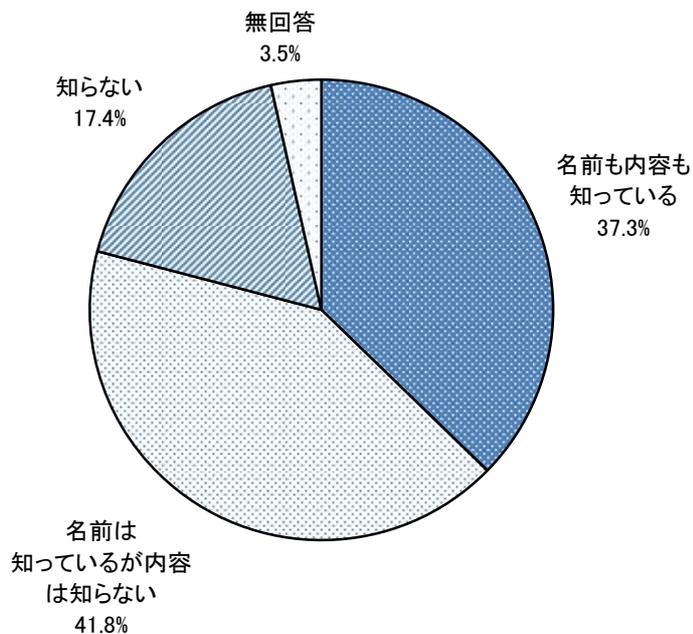
<回答者の方にお伺いします。>

問7 「消費者教育の推進に関する法律」を知っていますか。

該当する番号1つに○をつけてください。

「消費者教育の推進に関する法律」の知識については、「名前は知っているが、内容は知らない」が 41.8%で最も高く、次いで「名前も内容も知っている」が 37.3%、「知らない」が 17.4%となっている。

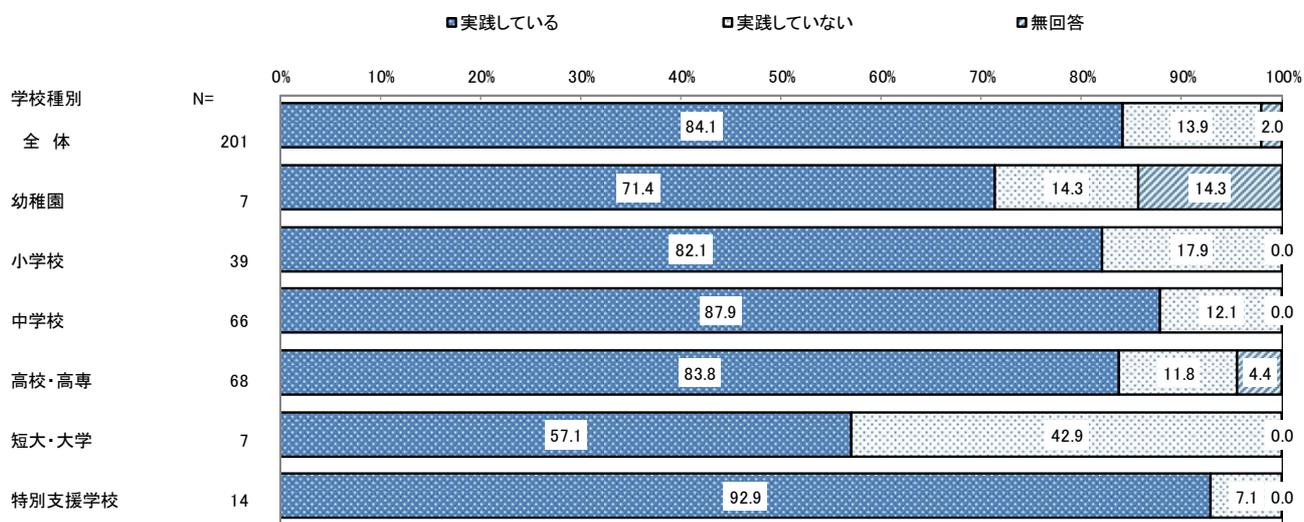
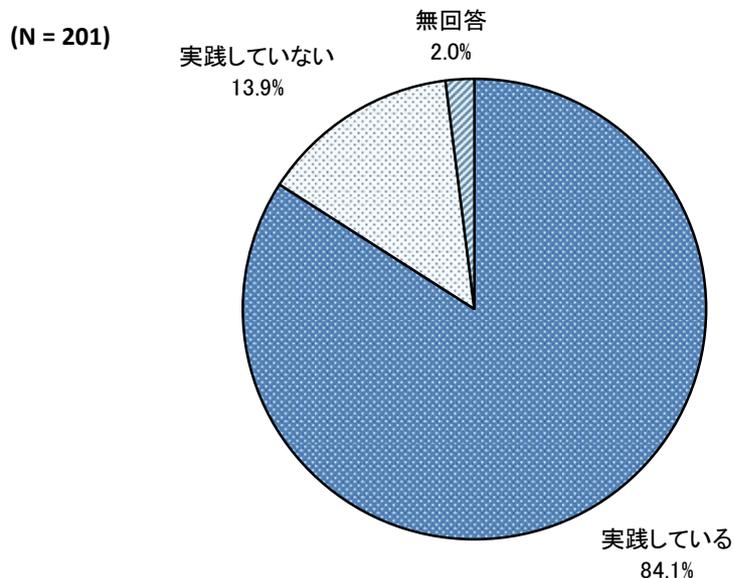
(N = 201)



問8 あなたは、消費者教育を実践していますか。

該当する番号1つに○をつけてください。

消費者教育の実践状況については、「実践している」が84.1%、「実践していない」が13.9%となっている。



問9 あなたは、消費者教育とはどのようなものだと考えますか。

#### <幼稚園>

- ・生きていく上には、大切です。幼稚園では、根っこの部分を育てていくことが大切だと思うので、机上で学ぶのではなく、体験を通じて学ぶことが必要だと思います。
- ・本園でも、遠足の前日に家から本物の10円玉を5つもらってきて、おやつ買いをしたり、お祭りの出店を紙のお金で回ったりしている。合宿の食材を買いに近くのスーパーに行ったりもする。消費者教育という観点で、今後カリキュラムに入れて考えていこうと思いました。

#### <小学校>

- ・衣食住の学習と同様に児童・生徒にとって社会で生活する上で、とても重要だと考えています。
- ・インターネット社会でますます新たなトラブルが起こっているため、携帯電話やインターネットに関する学習も重要だと思います。
- ・家庭や本人に任されているものであり、学校や他人が踏みにくいものである、と考えていました。このアンケートに取り組む中で、法律の内容を学び、学校教育や職場でも、積極的に話題にし、取り入れたいと思います。

#### <中学校>

- ・消費者として、契約する際に責任と自覚のある行動が取れるようにする教育
- ・多種多様な商品やサービスをいかに上手に選択し活用していけるのかを知識や実践によって(体験的な活動)身に付けさせることで、よりよい生活に繋げる一つの方法だと考えています。
- ・生徒にとって成人する前に消費者教育を行うことは妥当だと考える。被害に合う前に、自分や家族など大切な人を守り、今後賢く生き抜いていく生徒を育てていきたい。そのために、学校教育でも機会をみつけて指導していく。キャッシュレス社会にも対応できるように、消費者としての義務と権利を理解させていきたい。
- ・物やサービスを選択する毎日の中、豊かな消費生活を実現する上で大切な教育だと考える。お金の大切さを知ったり、支払いの方法を知ることで、物やサービスの選択の仕方が変わってくる。今後、多様な支払方法やサービスが増えることが予想されるので、消費者を守る法律を知り、毎日の選択に責任が持てる消費者が必要となってくる。

#### <高校・高専>

- ・生きていく上で欠かせない教育であると考えます。日々の金銭管理もありますが、だまされて損をしないというレベルではなく、自分の消費が社会や環境に影響を与えることを自覚し、消費の仕方により世界を変えていく生徒を育てたいと思います。
- ・児童、生徒のみでなく教職員向けの取組を含む、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育であり、多数科に関わる総合的な学びを行う教育であると考えています。
- ・消費生活を営む上で必要な知識を得ることで、より安心、安全な生活を送ることができるようになると思う。消費者問題について学ぶことでトラブルを未然に防ぐことができ、もしもトラブルに合ってしまった場合も相談する場所を知っていれば対処もできることから、とても重要であると考えます。又、年代によって消費者問題の内容が変わってくるため、どの年代に対しても継続的な教育が必要。
- ・今後成年年齢が引き下げられていくので、特に消費者被害が心配されるため、自立した消費者を育てること。(対処法、被害にあった時どう行動すればよいか等)

#### <短大・大学>

- ・すべての消費者(どの年代においても)が、新しい情報を入手し、安全・安心な生活を営むことができるための教育。
- ・消費者としての義務、権利を自覚させ、消費者としての自覚を促すこと。また、消費者被害を防ぐための情報を提供教育すること。

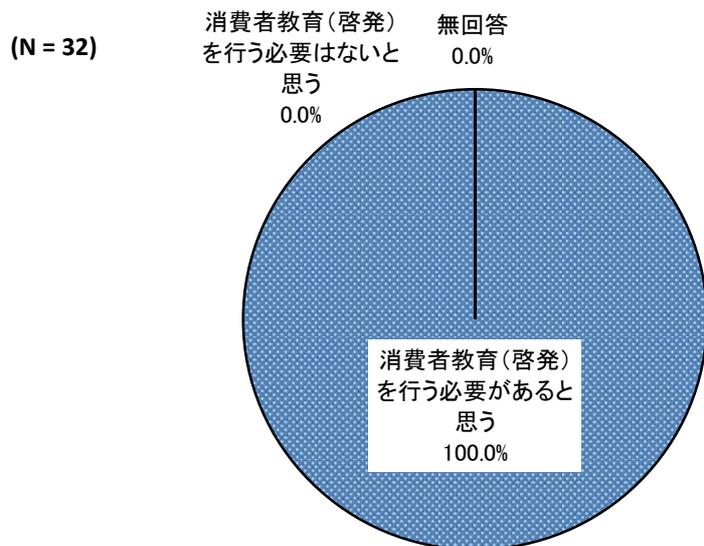
#### <特別支援学校>

- ・障がいのある生徒が、今後消費者としてトラブル等に直面した時に、信頼できる人や公的な機関に相談する力を付けることが求められるため、必要な教育であると考えます。
- ・多くの情報の中から、自分に必要なもの、こと、サービスを正しく選択できる力を身に付けること。トラブルに巻き込まれた時に、相談できるようにすること

### Ⅲ 事業所

問1 貴事業所では、「職員や事業所利用者に対して消費者教育(啓発)を行うことは必要だ」と思いますか。  
該当する番号1つに○をつけてください。

職員や事業所利用者に対する消費者教育(啓発)の必要性については、「消費者教育(啓発)を行う必要があると思う」が100.0%となり、「消費者教育(啓発)を行う必要はないと思う」と回答した事業所は見られなかった。



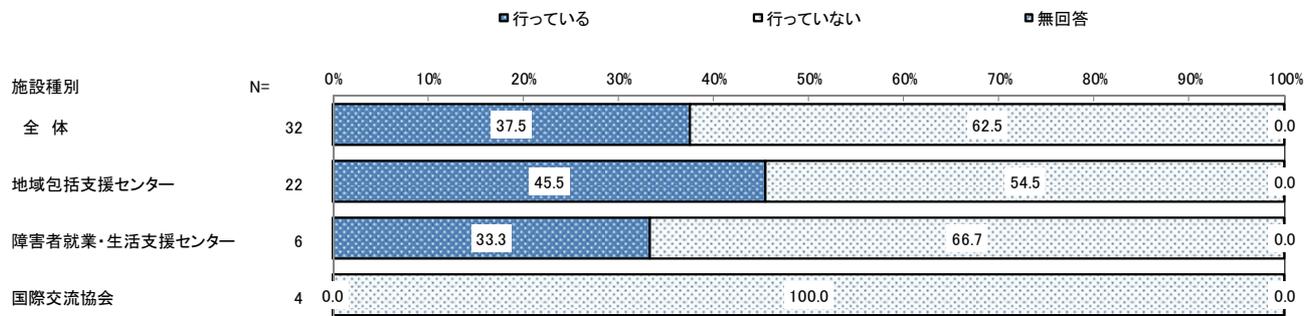
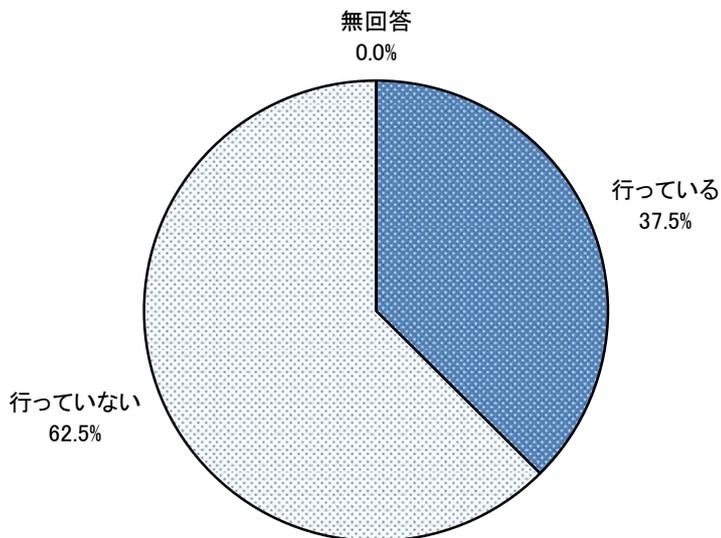
### 職員に対する消費者教育について

問2 貴事業所では、職員に対して消費者教育(啓発)を行っていますか。

該当する番号1つに○をつけてください。

職員に対する消費者教育(啓発)の実施については、「行っている」が 37.5%、「行っていない」が 62.5%となっている。

(N = 32)

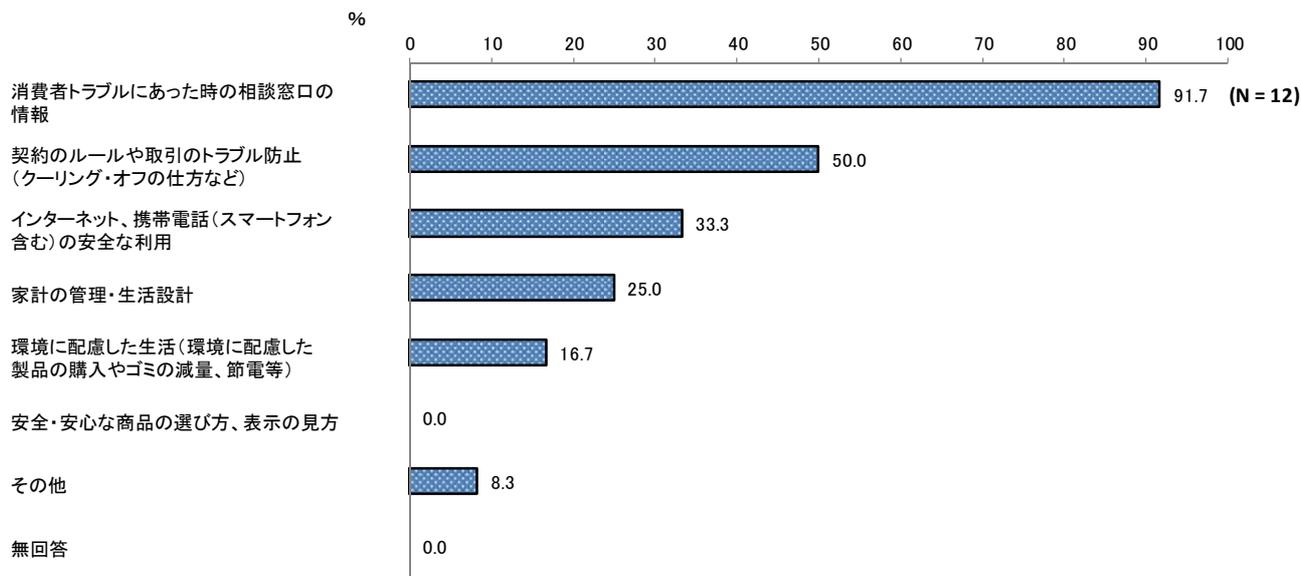


＜問2において「1. 行っている」と回答された事業所にお聞きします。＞

問2-1 貴事業所が職員に対して行っている消費者教育(啓発)の内容を教えてください。

該当する番号すべてに○をつけてください。

消費者教育(啓発)の内容については、「消費者トラブルにあった時の相談窓口の情報」が91.7%と最も高く、次いで「契約のルールや取引のトラブル防止(クーリング・オフの仕方など)」が50.0%、「インターネット、携帯電話(スマートフォン含む)の安全な利用」が33.3%となっている。



〔その他〕

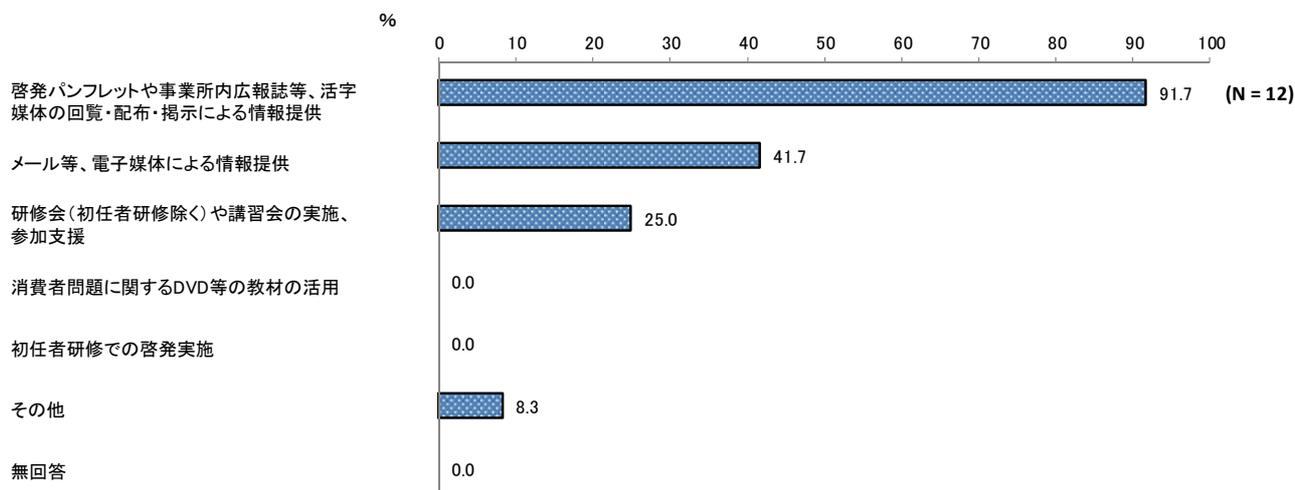
情報の共有

上段:件数 下段:%		全 体	安全・安心な商品の選び方、表示の見方	契約のルールや取引のトラブル防止(クーリング・オフの仕方など)	家計の管理・生活設計	環境に配慮した生活(環境に配慮した製品の購入やゴミの減量、節電等)	インターネット、携帯電話(スマートフォン含む)の安全な利用	消費者トラブルにあった時の相談窓口の情報	その他	無回答
全 体	12	0	6	3	2	4	11	1	0	
		0.0	50.0	25.0	16.7	33.3	91.7	8.3	0.0	
施設種別	地域包括支援センター	10	0	4	2	1	2	9	1	0
	障害者就業・生活支援センター	2	0	2	1	1	2	2	0	0
	国際交流協会	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

問2-2 貴事業所が職員に対して行っている消費者教育(啓発)の方法を教えてください。

該当する番号すべてに○をつけてください。

消費者教育(啓発)の方法については、「啓発パンフレットや事業所内広報誌等、活字媒体の回覧・配布・掲示による情報提供」が91.7%と最も高く、次いで「メール等、電子媒体による情報提供」が41.7%、「研修会(初任者研修除く)や講習会の実施、参加支援」が25.0%となっている。



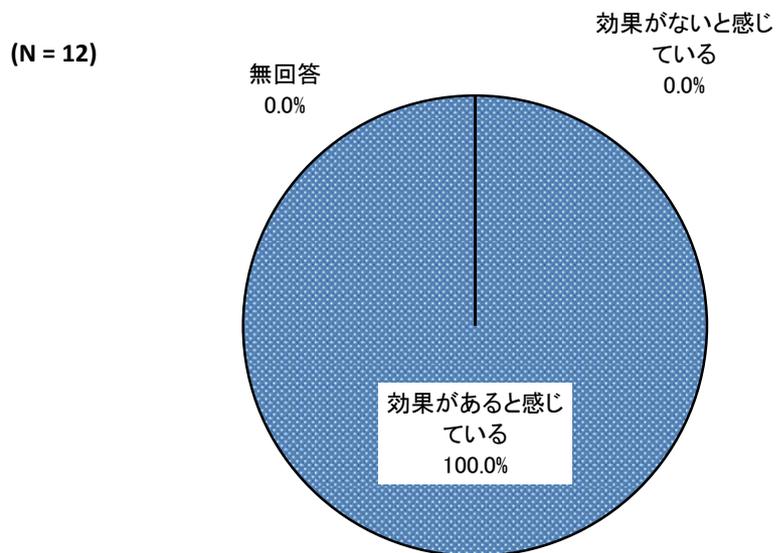
〔その他〕

定期的を開催している職員ミーティングで具体的な相談ケースを通じ情報共有し、対応方法などを確認し合っている

施設種別	上段: 件数 下段: %	全体	啓発パンフレット や事業所内広報誌等、活字媒体の回覧・配布・掲示による 情報提供	メール等、電子 媒体による情報 提供	消費者問題に 関するDVD等 の教材の活用	初任者研修での 啓発実施	研修会(初任者 研修除く)や講 習会の実施、参 加支援	その他	無回答
		全体	12	11 91.7	5 41.7	0 0.0	0 0.0	3 25.0	1 8.3
施設種別	地域包括支援センター	10	10 100.0	4 40.0	0 0.0	0 0.0	2 20.0	0 0.0	0 0.0
	障害者就業・生活支援センター	2	1 50.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	1 50.0	0 0.0
	国際交流協会	0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

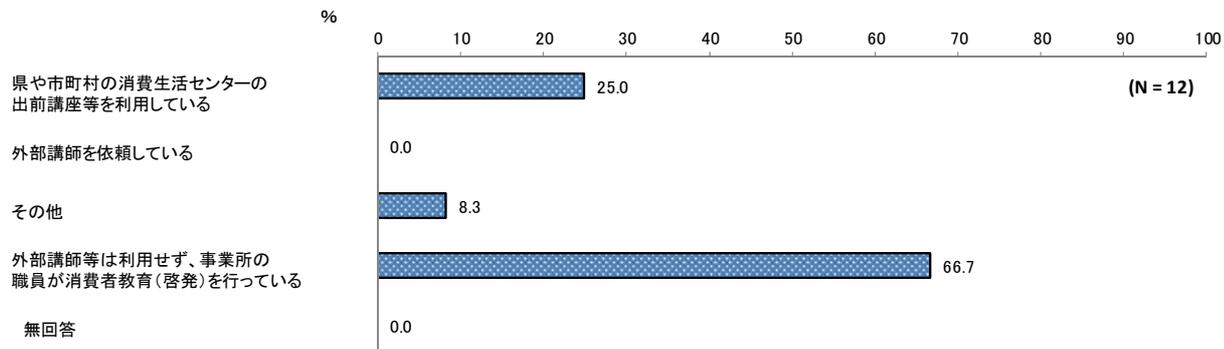
問2-3 貴事業所では、職員に消費者教育(啓発)を行っていて効果があると感じていますか。  
該当する番号1つに○をつけてください。

消費者教育(啓発)の効果については、「効果があると感じている」が100.0%となり、「効果がないと感じている」と回答した事業所は見られなかった。



問2-4 貴事業所では、職員に消費者教育(啓発)を行うにあたり、外部人材を活用していますか。  
該当する番号すべてに○をつけてください。

外部人材の活用については、「外部講師等は利用せず、事業所の職員が消費者教育(啓発)を行っている」が66.7%と最も高く、次いで「県や市町村の消費生活センターの出前講座等を利用している」が25.0%となっている。



〔その他〕

市役所担当部署(消費生活相談室)よりチラシの配布

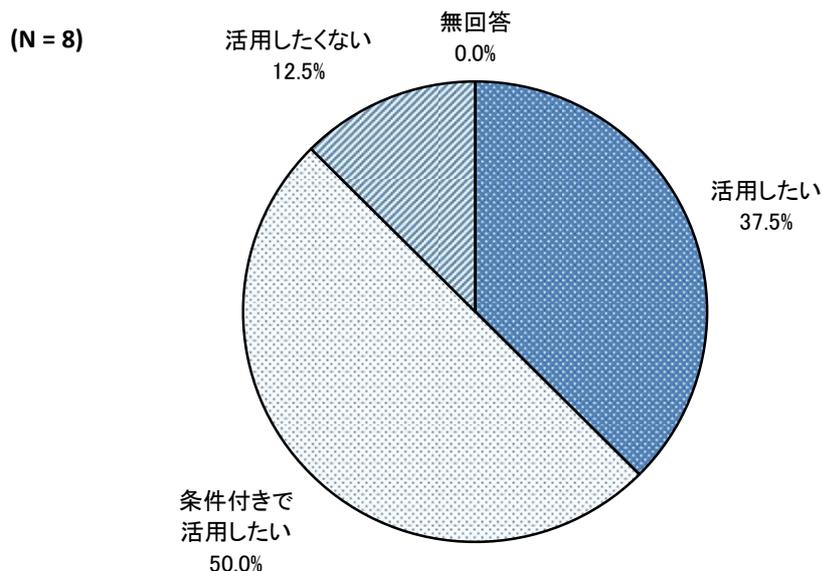
上段: 件数 下段: %		全 体	県や市町村の消費生活センターの出前講座等を利用している	外部講師を依頼している	その他	外部講師等は利用せず、事業所の職員が消費者教育(啓発)を行っている	無回答
全 体		12	3 25.0	0 0.0	1 8.3	8 66.7	0 0.0
施設種別	地域包括支援センター	10	3 30.0	0 0.0	1 10.0	6 60.0	0 0.0
	障害者就業・生活支援センター	2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 100.0	0 0.0
	国際交流協会	0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

＜「4. 外部講師等は利用せず、事業所の職員が消費者教育(啓発)を行っている」と回答された事業所にお聞きします。＞

問2-5 消費者教育を行うにあたり外部人材を活用したいと思いますか。

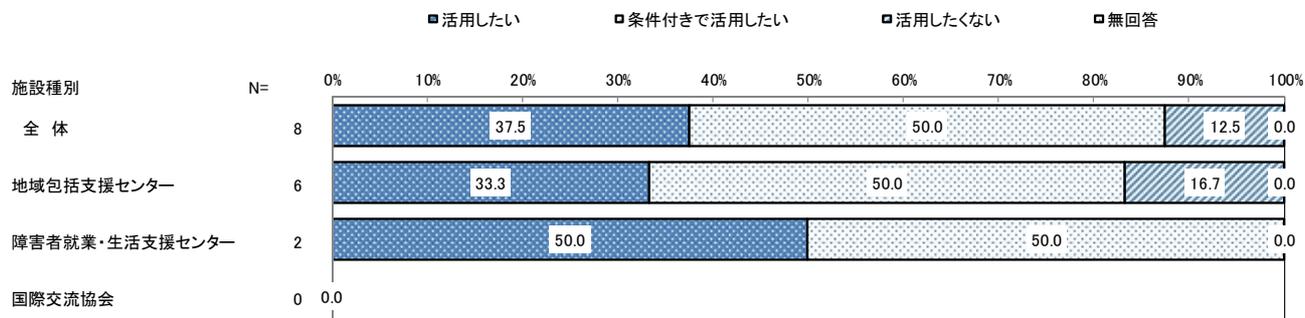
該当する番号1つに○をつけてください。

外部人材の活用意向については、「条件付きで活用したい」が50.0%と最も高く、次いで「活用したい」が37.5%、「活用したくない」が12.5%となっている。



〔条件付きで利用したい場合の条件〕

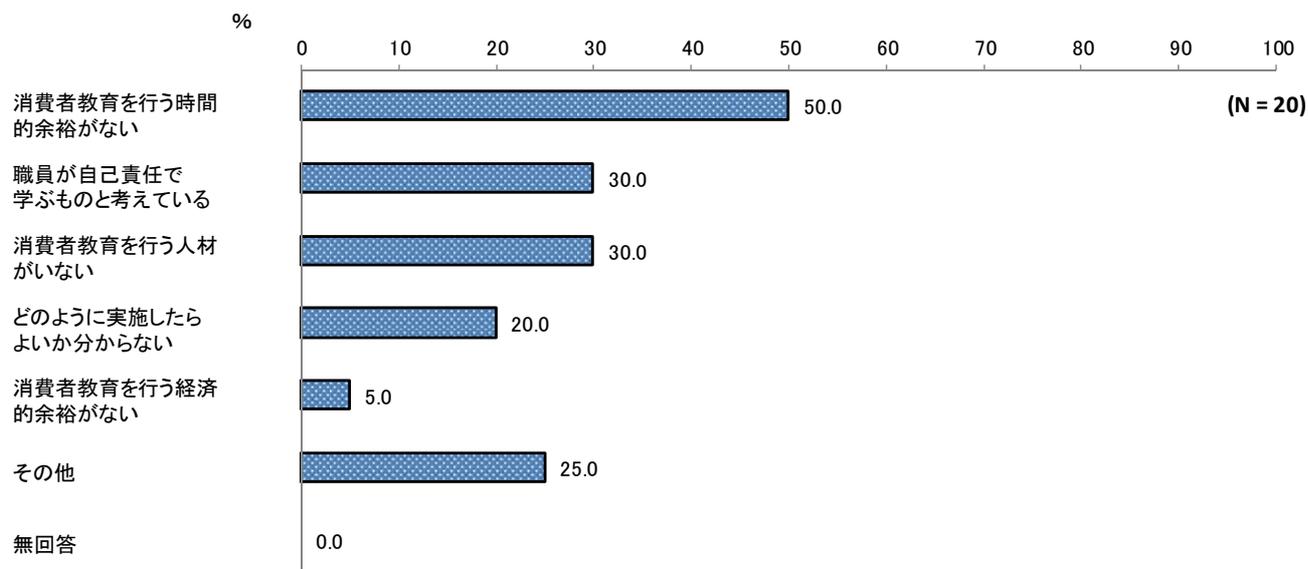
- ・当所を利用している当事者の人を含めた研修会
- ・無料であれば
- ・法人で活用してほしい。事務所では少人数すぎるので。
- ・規模、日時、場所の柔軟調整。



＜問2において「2. 行っていない」と回答された事業所にお聞きします。＞

問2-6 行っていない理由を教えてください。該当する番号すべてに○をつけてください。

職員に対する消費者教育(啓発)を行っていない理由については、「消費者教育を行う時間的余裕がない」が50.0%と最も高く、次いで「職員が自己責任で学ぶものと考えている」と「消費者教育を行う人材がない」が同率30.0%となっている。



〔その他〕

- ・役場としてセキュリティ等の研修を受けているのみ
- ・地域の会合で出前講座を受ける機会があり職員内で伝達し合っている。職員研修としての機会は設けることができていない。
- ・消費者被害の相談があった際、ミーティング等で共有している。
- ・高齢者へ権利擁護を教える立場である。

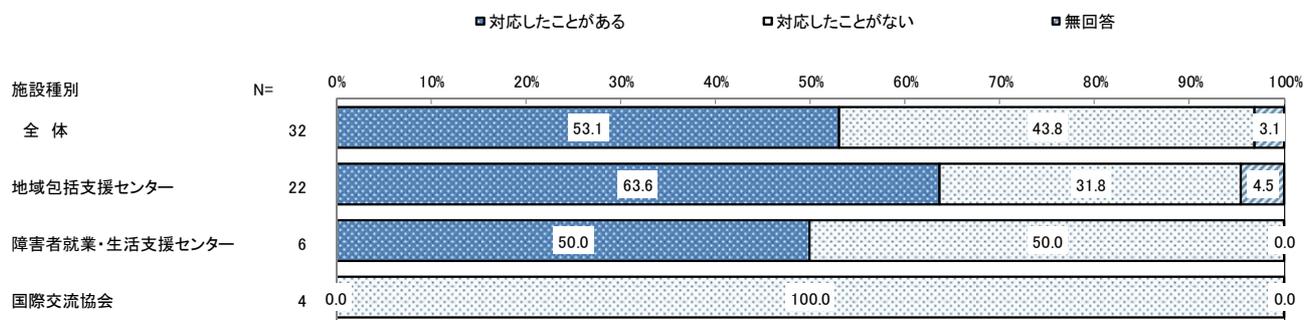
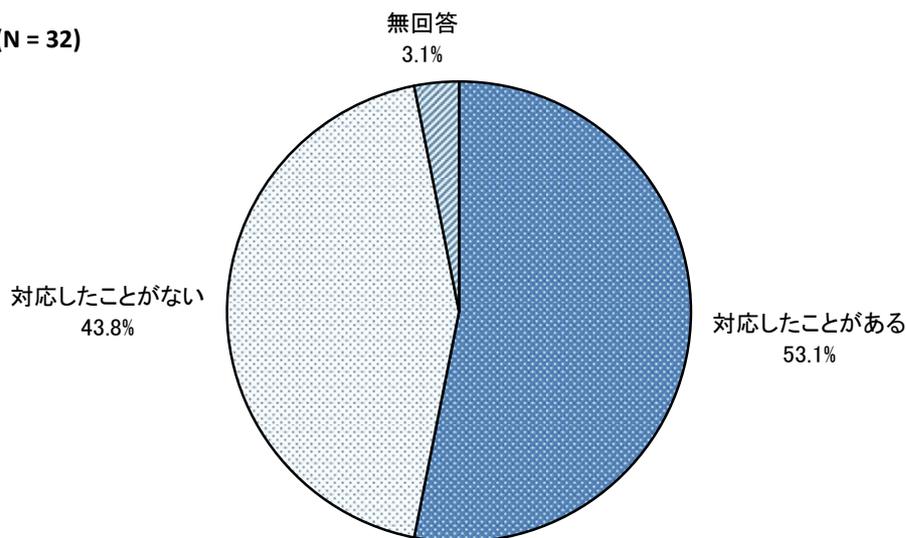
### 事業所利用者の消費者トラブルについて

問3 貴事業所では、事業所利用者の消費者トラブルに対応したことはありますか。

該当する番号1つに○をつけてください。

消費者トラブルへの対応については、「対応したことがある」が 53.1%、「対応したことがない」が 43.8%となっている。

(N = 32)



＜問3において「1. 対応したことがある」と答えた事業所にお聞きします。＞

問3-1 消費者トラブルの内容はどのようなものでしたか。差し支えない範囲でご記入ください。

#### 地域包括支援センター

##### ＜送りつけ商法＞

- ・70代独居の女性宅へ代金引換で「カニ2杯、粉サンマ、昆布」が届く。本人は意味が分からないまま、宅配業者にお金を支払ってしまった。消費生活センターと親族に連絡を取り対応をした。
- ・送りつけ商法をきっかけに、高額の商品を注文している人がいると、宅配業者より包括支援センターへ情報提供あり。調査の結果被害にあっていることがわかった。

##### ＜架空請求＞

- ・利用していないサービスなどの架空請求の相談。
- ・民事訴訟管理センター等からのハガキの相談。
- ・利用者や相談者宅に葉書が届いたと連絡あり、訪問して確認。市へ報告し、無視するように指示があり、そのように利用者に伝えた。

##### ＜訪問販売＞

- ・訪問販売が次々とくる。
- ・自宅に電化製品を置いていき、利用したら売りつける。

##### ＜その他＞

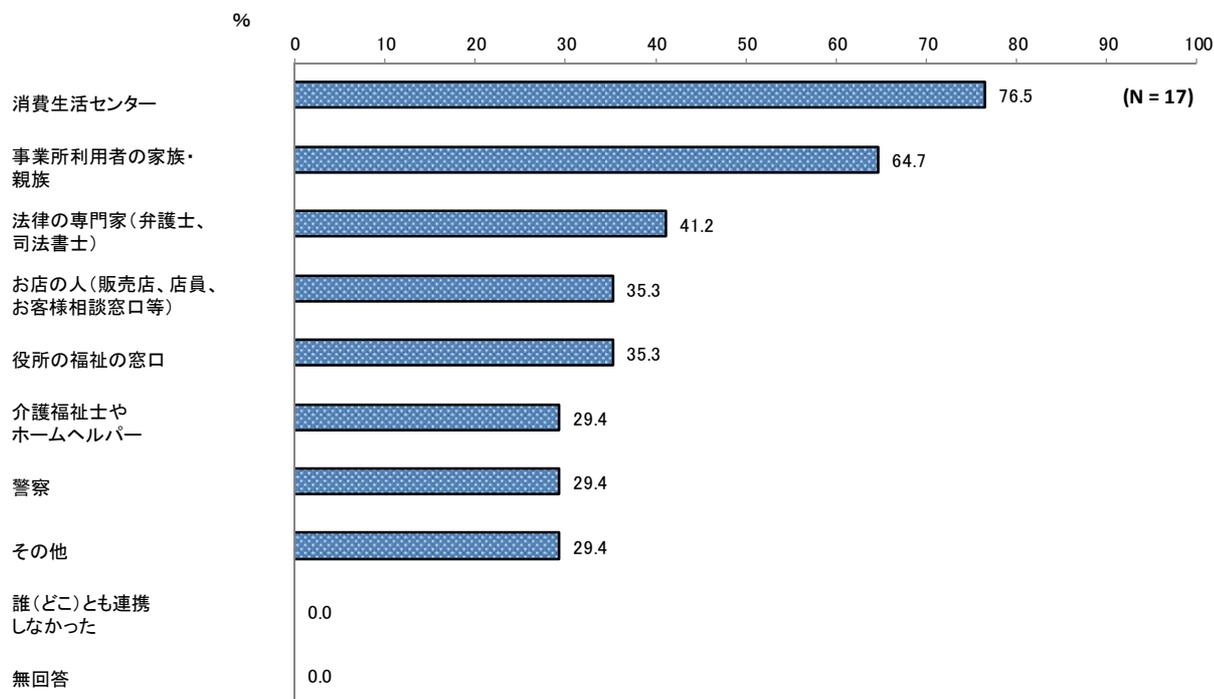
- ・「施設入所の順番がきた、1口 3,000万円」や「500～2,000万円で施設入居権が得られる」というような電話があり、市の担当課へ報告、ケアマネジャーの事務所にも情報提供を行った。
- ・住宅の改築に関するものなど
- ・新聞の強引な勧誘。
- ・高額なシャンプーの売りつけ。
- ・庭の剪定の高額請求。
- ・雨どいの交換を約70万円で契約したが、全額支払えず、相談を受ける。近隣に住む家族の介入により、残金を払わないことで話がついた。
- ・サプリメントをネットで注文していたが、解約しようと思い、業者の電話番号にかけたがつながらず、解約できない。
- ・固定電話の回線付属品（通話料圧縮をうたう）のキャンセル相談。
- ・認知症のある利用者（独居）がサプリメントを大量に購入しているとヘルパーからケアマネジャーに連絡がはいった。消費生活相談室、家族と連携してクーリング・オフの手続を行った。

#### 障害者就業・生活支援センター

- ・携帯での課金トラブル。
- ・携帯電話を複数契約し、使用料金が莫大な金額になってしまった。
- ・複数のカードを利用して買い物をして、莫大な借金となってしまった。
- ・自動車販売店の勧めるままに車を複数購入し、莫大な借金を抱えてしまった。
- ・部屋に入りきらないほど物を購入し、「ゴミ屋敷」状態となってしまった。
- ・独居の方のお宅に覚えのない商品が届いている。
- ・時々会合へ行くようだが、その会の人がお宅へ商品を売りに来る。
- ・デート商法。

問3-2 消費者トラブルに対応した際、連携した人・機関について、該当する番号すべてに○をつけてください。

連携した人・機関については、「消費生活センター」が76.5%と最も高く、次いで「事業所利用者の家族・親族」が64.7%、「法律の専門家(弁護士、司法書士)」が41.2%となっている。



〔その他〕

郵便局(配送会社)、別居の家族

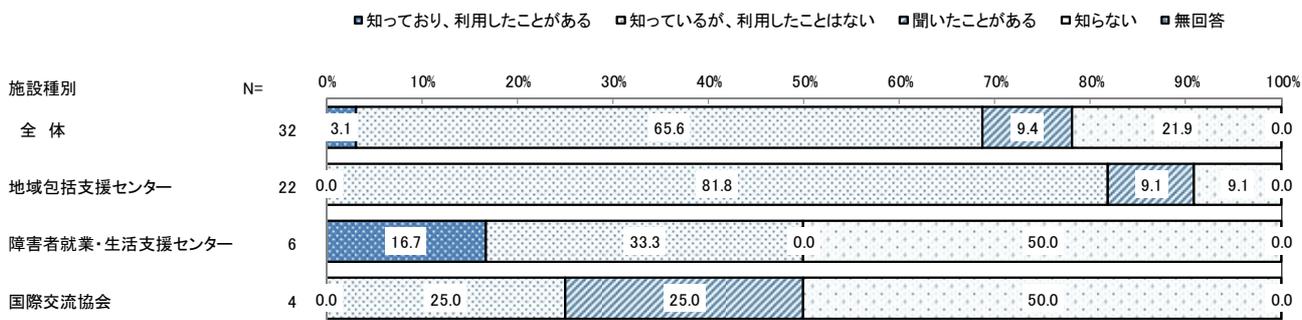
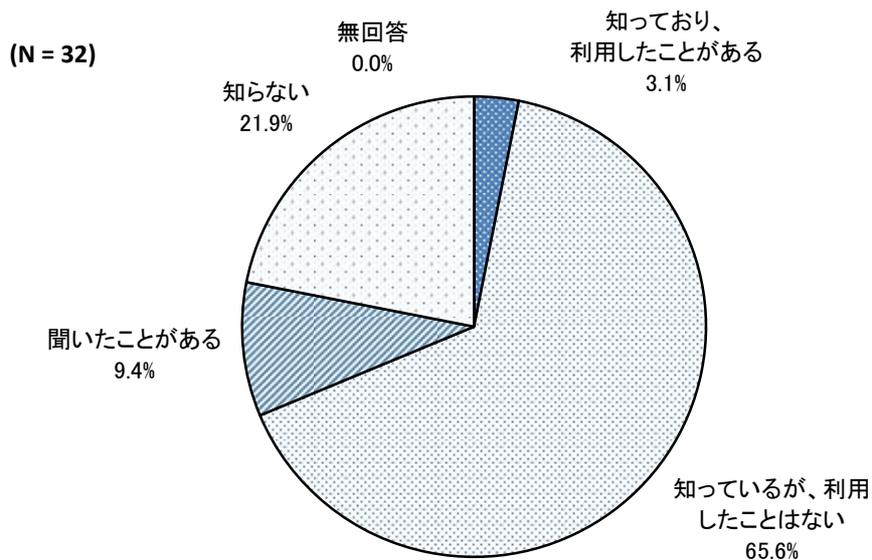
上段: 件数 下段: %		全体	お店の人(販売店、店員、お客様相談窓口等)	事業所利用者の家族・親族	介護福祉士やホームヘルパー	役所の福祉の窓口	法律の専門家(弁護士、司法書士)
全体	17	6	11	5	6	7	
		35.3	64.7	29.4	35.3	41.2	
施設種別	地域包括支援センター	14	5	9	4	4	5
			35.7	64.3	28.6	28.6	35.7
	障害者就業・生活支援センター	3	1	2	1	2	2
			33.3	66.7	33.3	66.7	66.7
国際交流協会	0	0	0	0	0	0	
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

上段: 件数 下段: %		全体	警察	消費生活センター	その他	誰(どこ)とも連携しなかった	無回答
全体	17	5	13	5	0	0	
		29.4	76.5	29.4	0.0	0.0	
施設種別	地域包括支援センター	14	3	11	5	0	0
			21.4	78.6	35.7	0.0	0.0
	障害者就業・生活支援センター	3	2	2	0	0	0
			66.7	66.7	0.0	0.0	0.0
国際交流協会	0	0	0	0	0	0	
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

問4 消費者ホットライン「188(いやや!）」を知っていますか。

該当する番号1つに○をつけてください。

消費者ホットラインの認知については、「知っているが、利用したことはない」が65.6%と最も高く、次いで「知らない」が21.9%、「聞いたことがある」が9.4%となっている。



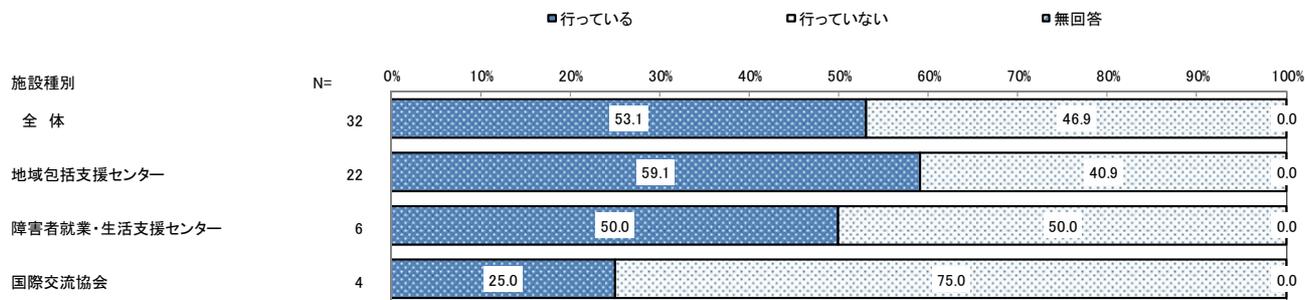
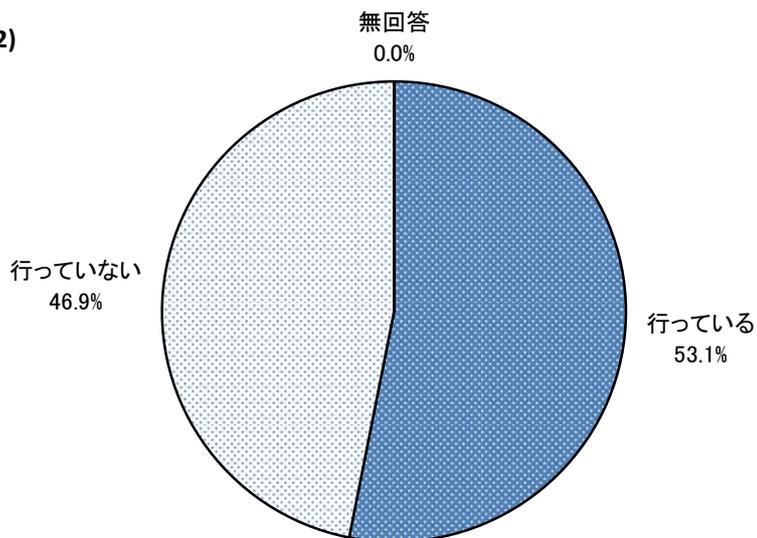
### 事業所利用者に対する消費者教育について

問5 貴事業所では事業所利用者に対して消費者教育(啓発)を行っていますか。

該当する番号1つに○をつけてください。

事業所利用者に対する消費者教育(啓発)の実施については、「行っている」が53.1%、「行っていない」が46.9%となっている。

(N = 32)

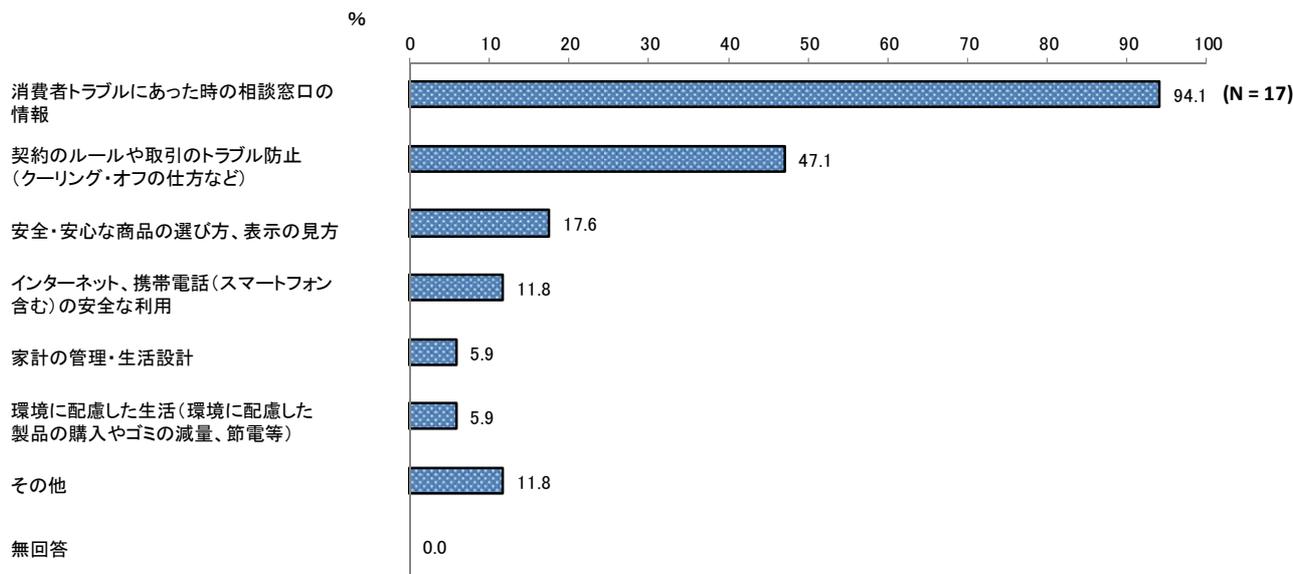


＜問5において「1. 行っている」と回答された事業所にお聞きします。＞

問5-1 貴事業所が事業所利用者に対して行っている消費者教育（啓発）の内容を教えてください。

該当する番号すべてに○をつけてください。

事業所利用者に対して行っている消費者教育（啓発）の内容については、「消費者トラブルにあった時の相談窓口の情報」が94.1%と最も高く、次いで「契約のルールや取引のトラブル防止（クーリング・オフの仕方など）」が47.1%、「安全・安心な商品の選び方、表示の見方」が17.6%となっている。



〔その他〕

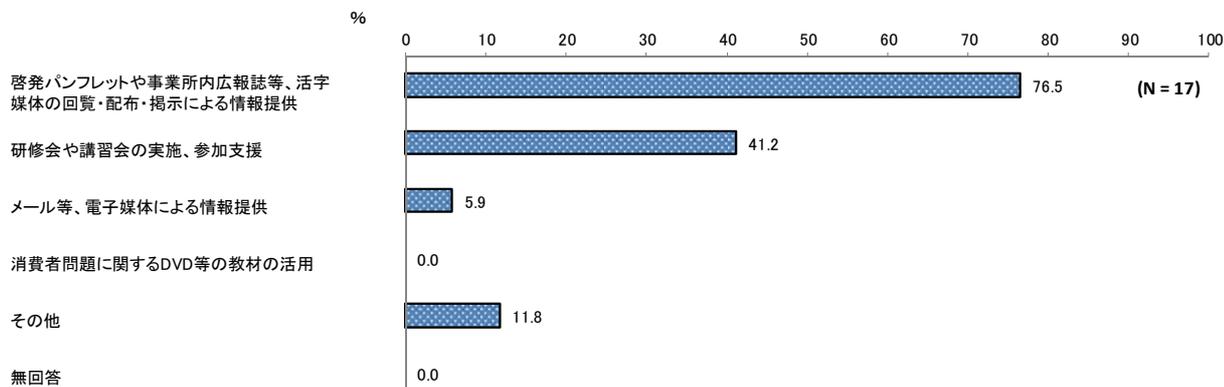
過去のトラブル事例、寸劇

上段: 件数 下段: %		全 体	安全・安心な商品の選び方、表示の見方	契約のルールや取引のトラブル防止 (クーリング・オフの仕方など)	家計の管理・生活設計	環境に配慮した生活 (環境に配慮した製品の購入やゴミの減量、節電等)	インターネット、携帯電話 (スマートフォン含む) の安全な利用	消費者トラブルにあった時の相談窓口の情報	その他	無回答
全 体	17	3	8	1	1	2	16	2	0	
		17.6	47.1	5.9	5.9	11.8	94.1	11.8	0.0	
施設種別	地域包括支援センター	13	2	5	0	0	0	12	2	0
	障害者就業・生活支援センター	3	1	3	1	1	2	3	0	0
	国際交流協会	1	0	0	0	0	0	1	0	0
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	

問5-2 貴事業所が事業所利用者に対して行っている消費者教育(啓発)の方法を教えてください。

該当する番号すべてに○をつけてください。

事業所利用者に対して行っている消費者教育(啓発)の方法については、具体的な項目のうち「啓発パンフレットや事業所内広報誌等、活字媒体の回覧・配布・掲示による情報提供」が76.5%と最も高く、次いで「研修会や講習会の実施、参加支援」が41.2%、「メール等、電子媒体による情報提供」が5.9%となっている。



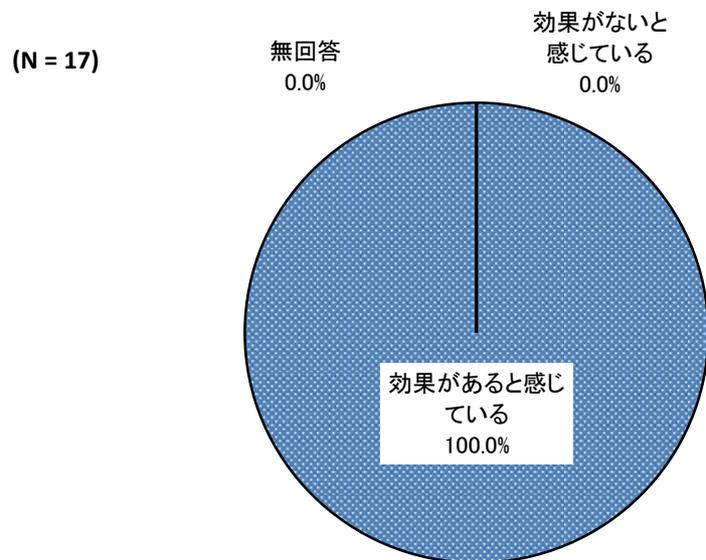
〔その他〕

個別相談で対応、出前講座による啓発

		全体	啓発パンフレットや事業所内広報誌等、活字媒体の回覧・配布・掲示による情報提供	メール等、電子媒体による情報提供	消費者問題に関するDVD等の教材の活用	研修会や講習会の実施、参加支援	その他	無回答
全体	上段: 件数 下段: %	17	13 76.5	1 5.9	0 0.0	7 41.2	2 11.8	0 0.0
施設種別	地域包括支援センター	13	11 84.6	1 7.7	0 0.0	5 38.5	0 0.0	0 0.0
	障害者就業・生活支援センター	3	1 33.3	0 0.0	0 0.0	2 66.7	2 66.7	0 0.0
	国際交流協会	1	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

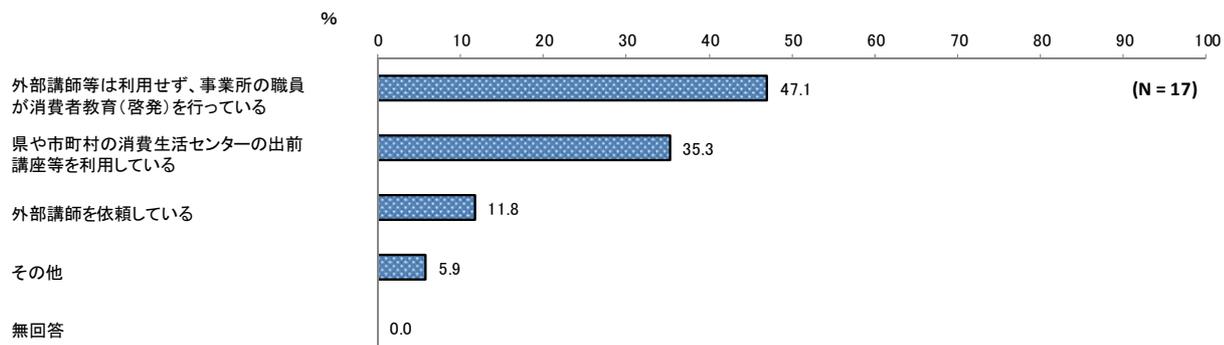
問5-3 貴事業所では事業所利用者に消費者教育(啓発)を行って効果があると感じていますか。  
該当する番号1つに○をつけてください。

事業所利用者に対する消費者教育(啓発)の実施の効果については、「効果があると感じている」が100.0%となり、「効果がないと感じている」と回答した事業所は見られなかった。



問5-4 貴事業所では事業所利用者に消費者教育(啓発)を行うにあたり、外部人材を活用していますか。  
該当する番号すべてに○をつけてください。

外部人材の活用については、「外部講師等は利用せず、事業所の職員が消費者教育(啓発)を行っている」が47.1%と最も高く、次いで「県や市町村の消費生活センターの出前講座等を利用している」が35.3%、「外部講師を依頼している」が11.8%となっている。



〔その他〕

市役所消費生活相談室職員によりチラシ説明

上段: 件数 下段: %		全 体	県や市町村の消費生活センターの出前講座等を利用している	外部講師を依頼している	その他	外部講師等は利用せず、事業所の職員が消費者教育(啓発)を行っている	無回答
全 体		17	6	2	1	8	0
			35.3	11.8	5.9	47.1	0.0
施設種別	地域包括支援センター	13	5	1	1	6	0
			38.5	7.7	7.7	46.2	0.0
	障害者就業・生活支援センター	3	1	1	0	1	0
			33.3	33.3	0.0	33.3	0.0
	国際交流協会	1	0	0	0	1	0
			0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

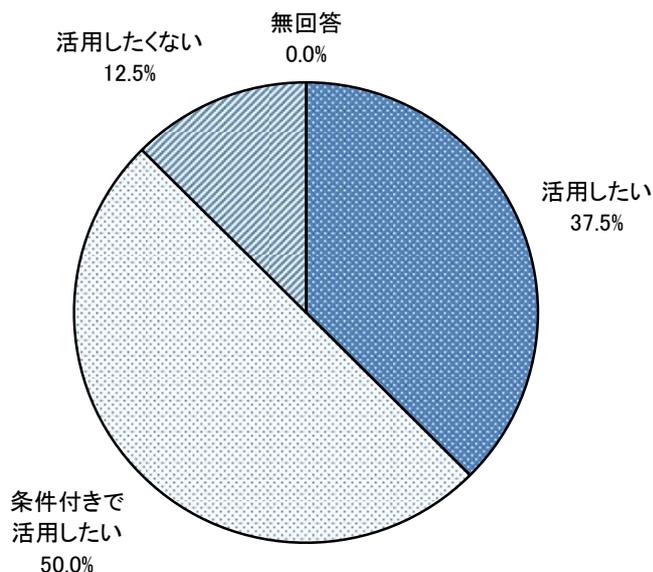
＜問5-4において「4. 外部講師等は利用せず、事業所の職員が消費者教育(啓発)を行っている」と回答された事業所にお聞きします。＞

問5-5 消費者教育を行うにあたり外部人材を活用したいと思いますか。

該当する番号1つに○をつけてください。

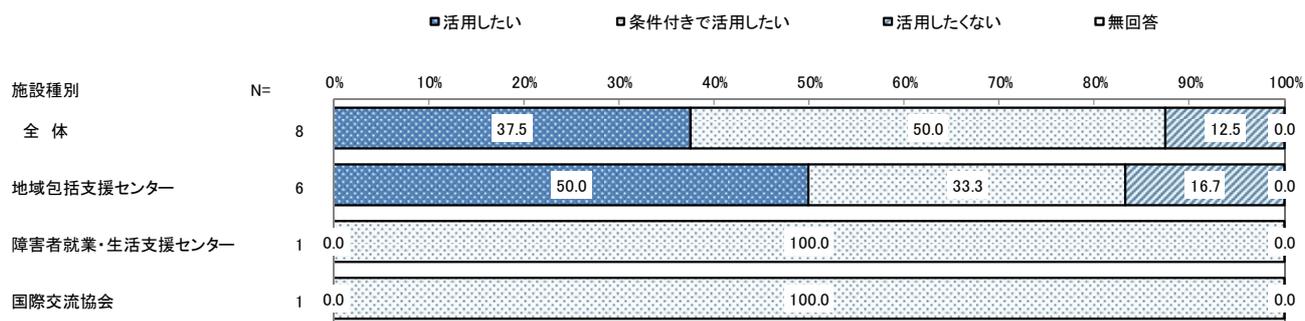
外部人材の活用意向については、「条件付きで活用したい」が50.0%と最も高く、次いで「活用したい」が37.5%、「活用したくない」が12.5%となっている。

(N = 8)



〔条件付きで活用したい場合の条件〕

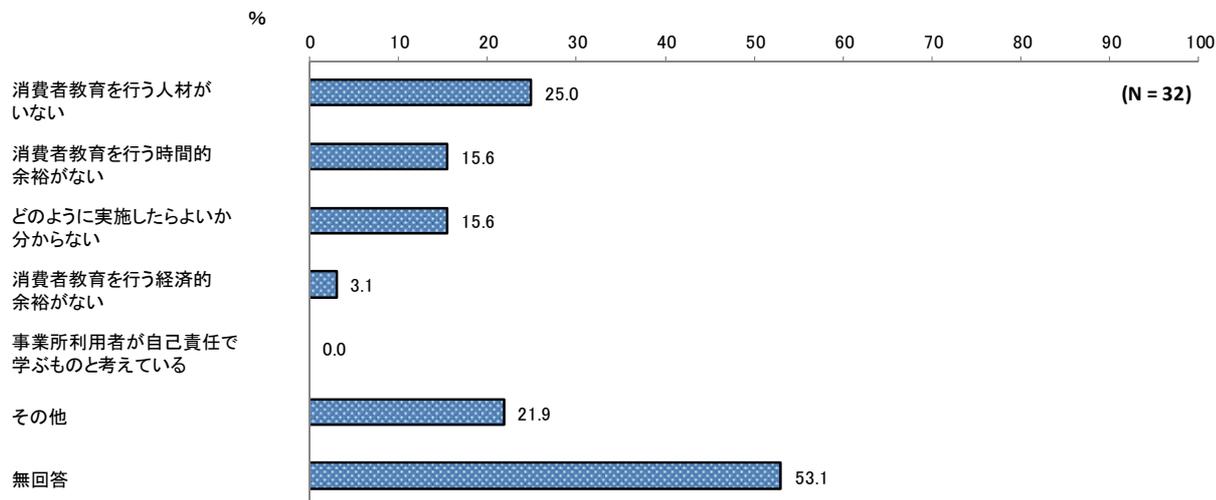
無料であれば利用したい



＜問5において「2. 行っていない」と回答された事業所にお聞きします。＞

問5-6 行っていない理由を教えてください。該当する番号すべてに○をつけてください。

事業所利用者に対する消費者教育(啓発)を行っていない理由については、具体的な項目のうち「消費者教育を行う人材がない」が25.0%で最も高く、次いで「消費者教育を行う時間的余裕がない」と「どのように実施したらよいか分からない」が同率15.6%となっている。



〔その他〕

- ・消費者教育・相談の担当課があるため。
- ・サロン等で警察による注意喚起を実施されているため。
- ・訪問時、何かあれば対応していく。
- ・個々でアドバイス等を行っている。
- ・現在まで消費者教育を行うような事例はない。
- ・事務所が単独で行うのではなく利用者に対しては、消費生活センターとタイアップして実施すべきと考える。

	上段:件数 下段:%	全体	事業所利用者が自己責任で学ぶものと考えている	消費者教育を行う人材がない	消費者教育を行う時間的余裕がない	消費者教育を行う経済的余裕がない	どのように実施したらよいか分からない	その他	無回答
全体	32	0	8	5	1	5	7	17	
		0.0	25.0	15.6	3.1	15.6	21.9	53.1	
施設種別	地域包括支援センター	22	0	4	3	1	2	4	13
			0.0	18.2	13.6	4.5	9.1	18.2	59.1
	障害者就業・生活支援センター	6	0	2	1	0	1	1	3
			0.0	33.3	16.7	0.0	16.7	16.7	50.0
国際交流協会	4	0	2	1	0	2	2	1	
		0.0	50.0	25.0	0.0	50.0	50.0	25.0	

問6 消費生活相談や消費者教育に関して、ご意見がありましたら、自由に記入してください。

#### 地域包括支援センター

- ・相談窓口として受付する件数は少ないですが、高齢者の大切なお金に関わることで、引き続き啓蒙に努めたいと思います。職員教育にも出前講座を利用していきたいです。
- ・消費生活出前講座の案内を拝見しました。寸劇を活用した講座に興味を持ちました。今後、ぜひ活用させて頂きたいと思います。職員のスキルアップのためにも学ばせて頂きたいです。
- ・無料で来ていただける講師がいらっしゃれば教えて欲しい。
- ・啓発のわかりやすいDVDがあればいただきたい。
- ・地域住民への啓蒙として認知症カフェで警察の方にお話を頂くことができました。回数としては少ないとも思いますので、他の機会にも実施することが望ましいと考えています。
- ・消費生活相談の「質と量」の確保による、地方公共団体における消費生活相談体制の強化。消費者が安心して相談できるような知識を身につけられれば良いと思います。(専門的な知識なので容易ではない)。

#### 障害者就業・生活支援センター

- ・当所を利用している障がい者の方で一般就労している人が年数回集まり「在職者交流会」を開催し研修などを行っている。この「在職者交流会」で「消費生活生前講座」を開催していただけるとありがたいです。
- ・障がい者の方に勉強会という形では行ったことはなかったため、機会があれば利用したいと思う。
- ・時代と共に新しい商法がでてきて、その中で必ず悪徳の手法が出てくる。できるだけ早く芽を摘むために、今後も色々な場面(TV・ネット上・官公庁・デパート・病院…)で啓発がなされると良いと思います。