

(2)消費生活に関するトラブル・消費者教育などについて

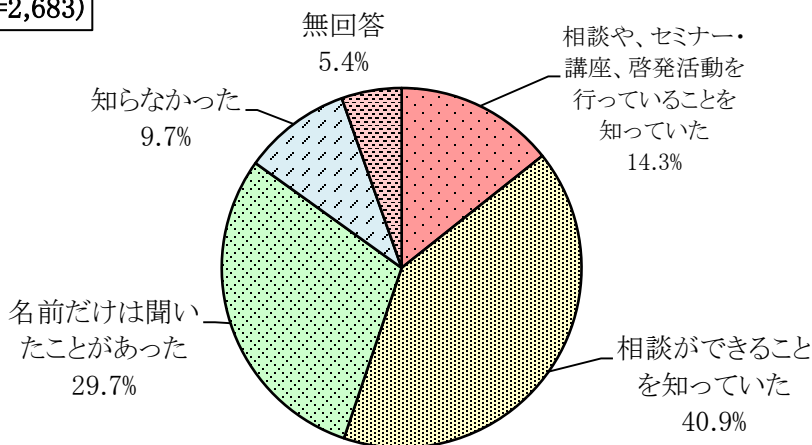
札幌市消費者センターの認知度

【問1】 あなたは、「札幌市消費者センター」について知っていましたか。

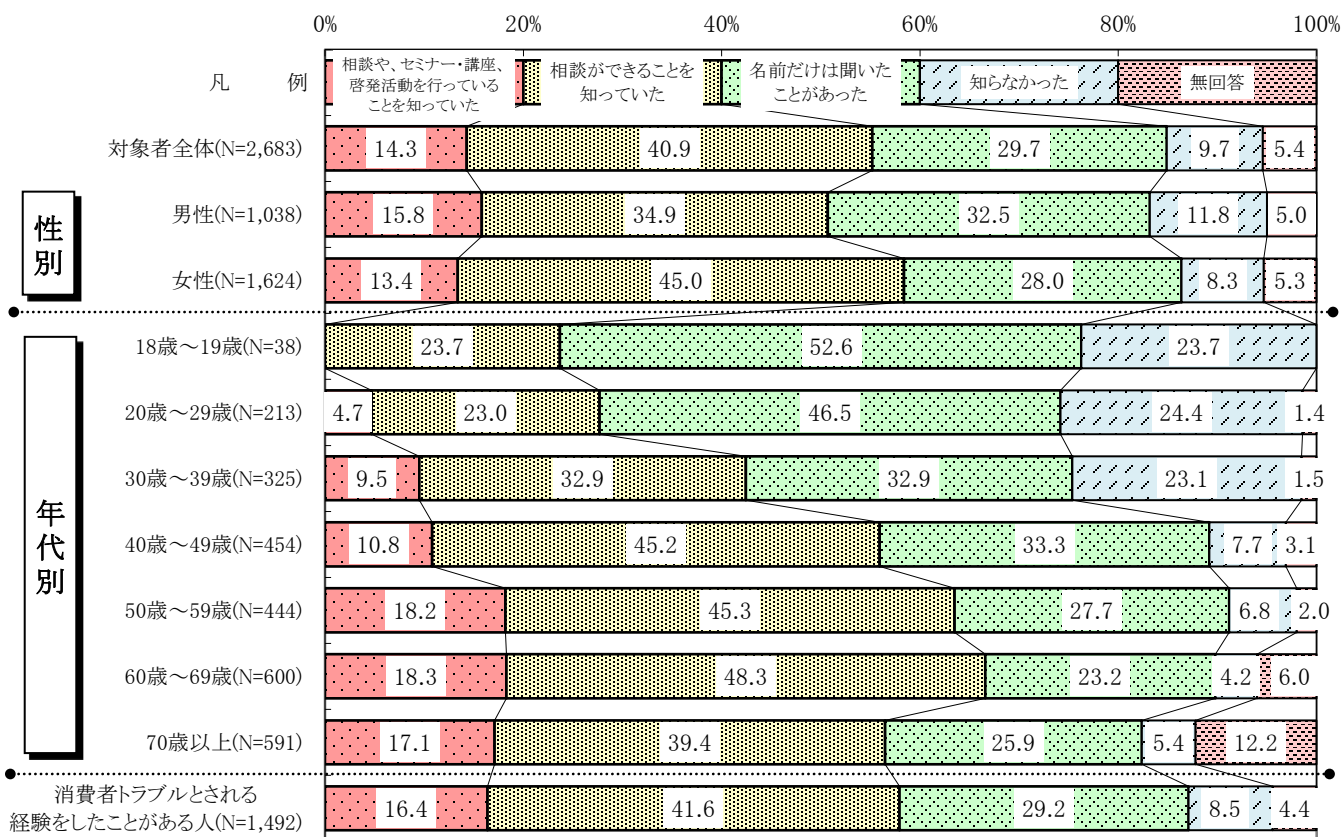
札幌市消費者センターを“知っていた”人は8割半ば

※“知っていた”(「相談や、セミナー・講座、啓発活動を行っていることを知っていた」+「相談ができることを知っていた」+「名前だけは聞いたことがあった」)

対象者全体(N=2,683)



【対象者全体】 札幌市消費者センターの認知度について、「相談や、セミナー・講座、啓発活動を行っていることを知っていた」が 14.3%、「相談ができることを知っていた」が 40.9%、「名前だけは聞いたことがあった」が 29.7%となっている。一方で、「知らなかった」は 9.7%となっている。



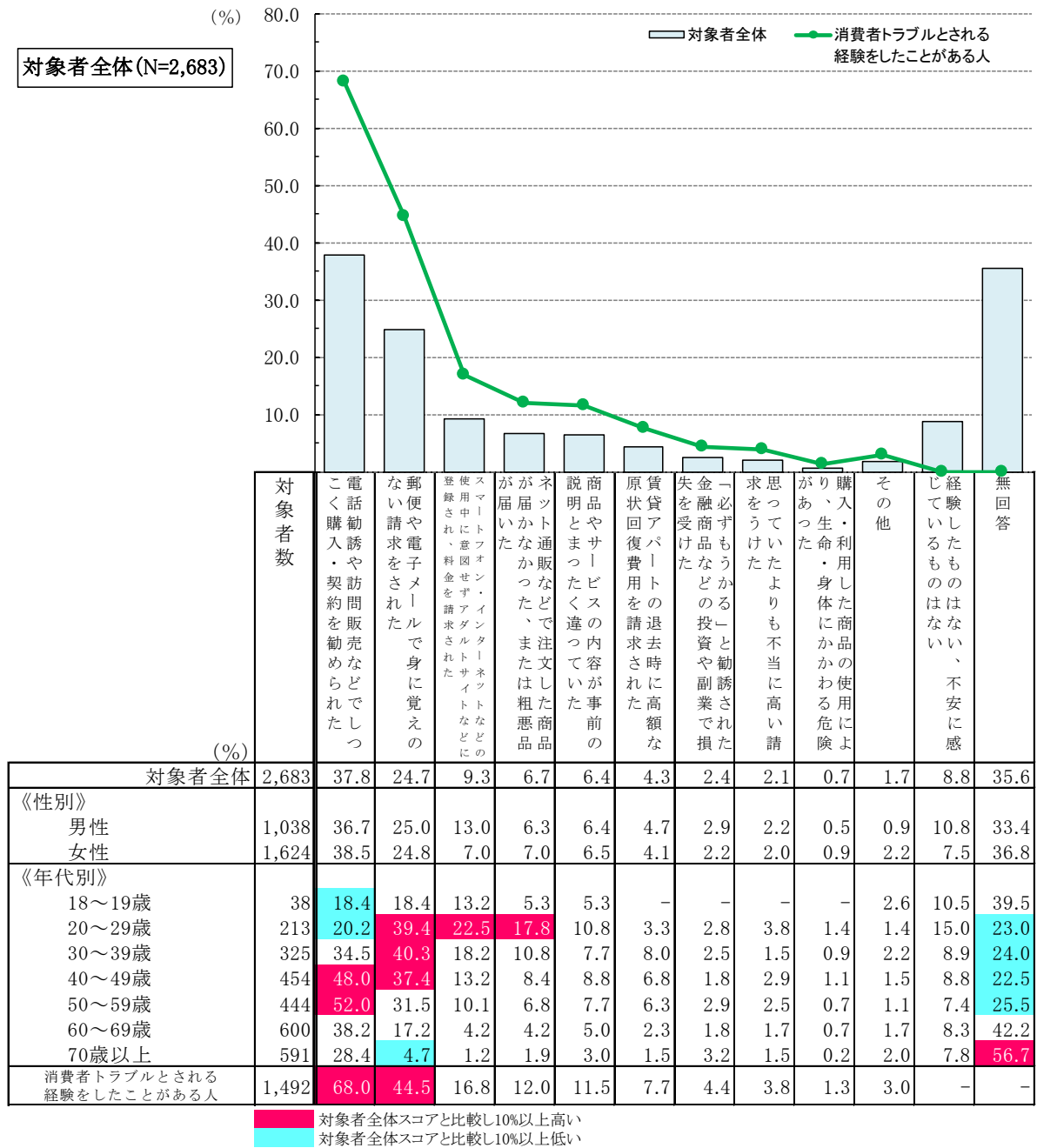
【性別】 「相談ができることを知っていた」は女性が 45.0%と、男性の 34.9%より 10.1 ポイント高くなっている。

【年代別】 “知っていた”は 50 歳代が 91.2%、次いで 60 歳代が 89.8%、40 歳代が 89.3%の順となっている。

経験したことがある消費生活トラブル

【問2】 あなたは、商品を購入したりサービスを受けたりしたとき、以下のような経験をしたことがありますか。また、以下のような生活のなかで自分の身に起こることについて不安を感じていますか。それぞれあてはまるところに○をつけてください。

4割弱の人が「電話勧誘や訪問販売などでしつこく購入・契約を勧められた」経験がある



【対象者全体】 経験したことがある消費生活トラブルについて、「電話勧誘や訪問販売などでしつこく購入・契約を勧められた」が37.8%で最も高く、次いで「郵便や電子メールで身に覚えのない請求をされた」が24.7%、「スマートフォン・インターネットなどの使用中に意図せずアダルトサイトなどに登録され、料金を請求された」が9.3%となっている。

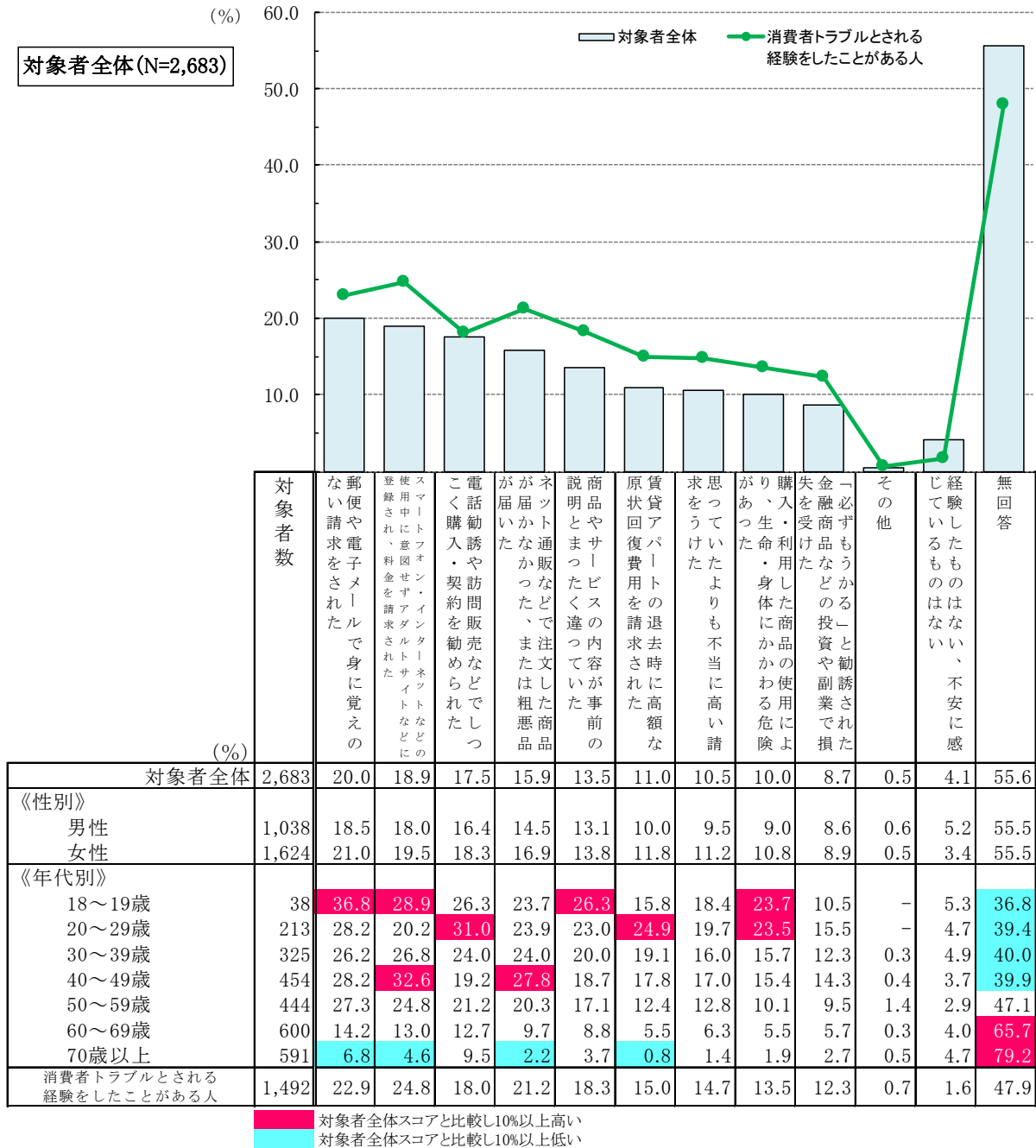
【性別】 「スマートフォン・インターネットなどの使用中に意図せずアダルトサイトなどに登録され、料金を請求された」は男性が13.0%と、女性の7.0%より6.0ポイント高くなっている。

【年代別】 「電話勧誘や訪問販売などでしつこく購入・契約を勧められた」は40～50歳代で全体よりも高くなっているが、20歳代以下では全体よりも低くなっている。

不安に感じている消費生活トラブル

【問2】 あなたは、商品を購入したりサービスを受けたりしたとき、以下のような経験をしたことがありますか。また、以下のような生活のなかで自分の身に起こることについて不安に感じていますか。それぞれあてはまるところに○をつけてください。

身に覚えのない郵便やメールでの請求や、スマートフォン・インターネットなどの使用中に意図しないサイトへの登録で料金を請求されることを約2割の人が不安に感じている



【対象者全体】 不安に感じている消費生活トラブルは、「郵便や電子メールで身に覚えのない請求をされた」が20.0%、次いで「スマートフォン・インターネットなどの使用中に意図せずアダルトサイトなどに登録され、料金を請求された」が18.9%、「電話勧誘や訪問販売などでしつこく購入・契約を勧められた」が17.5%となっている。

【性別】 男女で大きな差は見られない。

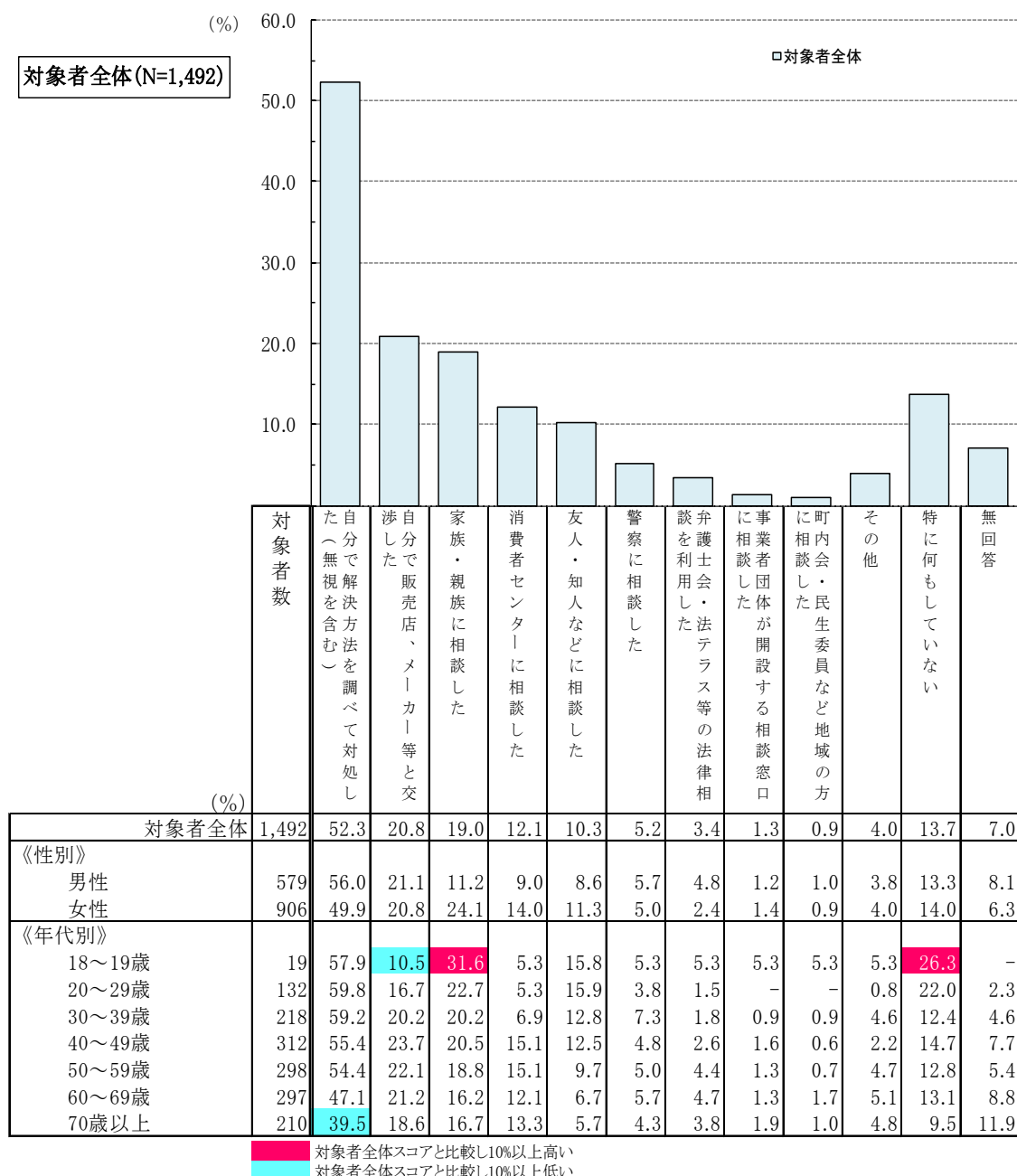
【年代別】 20歳代では「電話勧誘や訪問販売などでしつこく購入・契約を勧められた」が最も高くなっている。

消費生活トラブルに対して取った行動

《問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きします。》

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するためにどのような行動を取りましたか。あてはまるものに○をつけてください。

消費生活トラブルに対して自分で解決方法を調べて対処した人が5割強



【対象者全体】 消費生活トラブルに対して取った行動は、「自分で解決方法を調べて対処した(無視を含む)」が 52.3%と最も高く、次いで「自分で販売店、メーカーと交渉した」が 20.8%、「家族・親族に相談した」が 19.0%となっている。

【性別】 「家族・親族に相談した」は女性が 24.1%と、男性の 11.2%より 12.9 ポイント高くなっている。

【年代別】 「自分で解決方法を調べて対処した(無視を含む)」は 20 歳代(59.8%)で最も高く、年代が上がるにつれて割合は低くなっている。

取った行動によるトラブルの解決率 <ア 自分で販売店、メーカー等と交渉した>

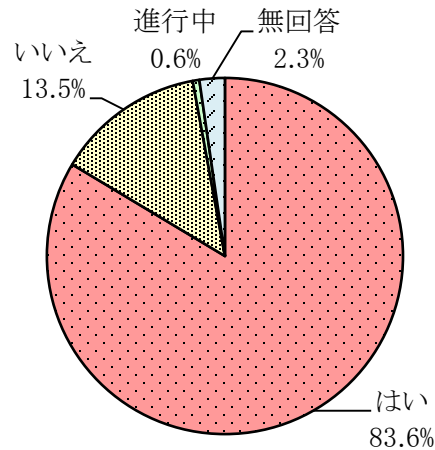
《問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きます。》

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

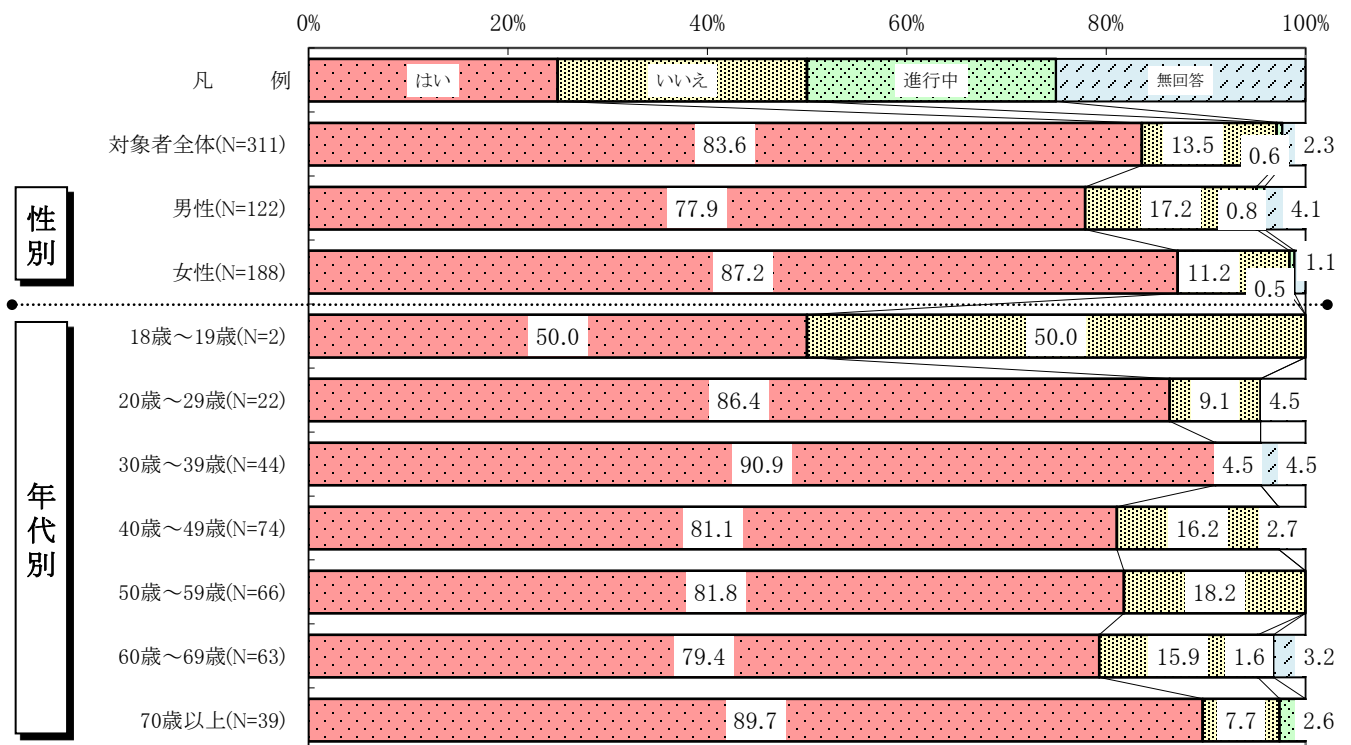
自分で販売店やメーカーと交渉した人のうち、トラブルが解決した人は8割強

※“解決した”(「はい」の回答)

対象者全体(N=311)



【対象者全体】 自分で販売店、メーカー等と交渉したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が 83.6%で、「いいえ」が 13.5%となっている。なお、「進行中」との回答が 0.6%となっている。



【性別】 「はい」は女性で 87.2%と、男性の 77.9%より 9.3 ポイント高くなっている。

【年代別】 「はい」は 30 歳代が 90.9%、次いで 70 歳代が 89.7%、20 歳代が 86.4%となっている。

取った行動によるトラブルの解決率<イ 自分で解決方法を調べて対処した(無視を含む)>

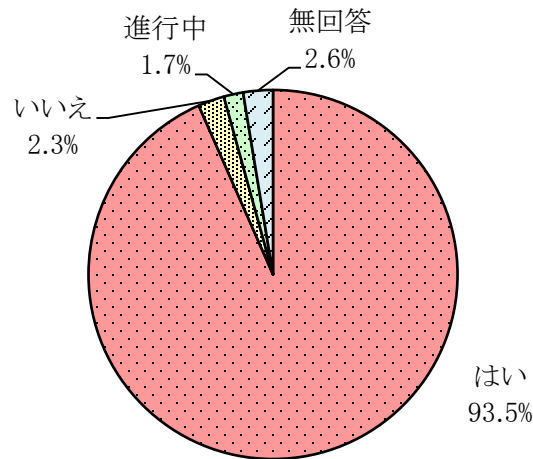
≪問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きます。≫

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

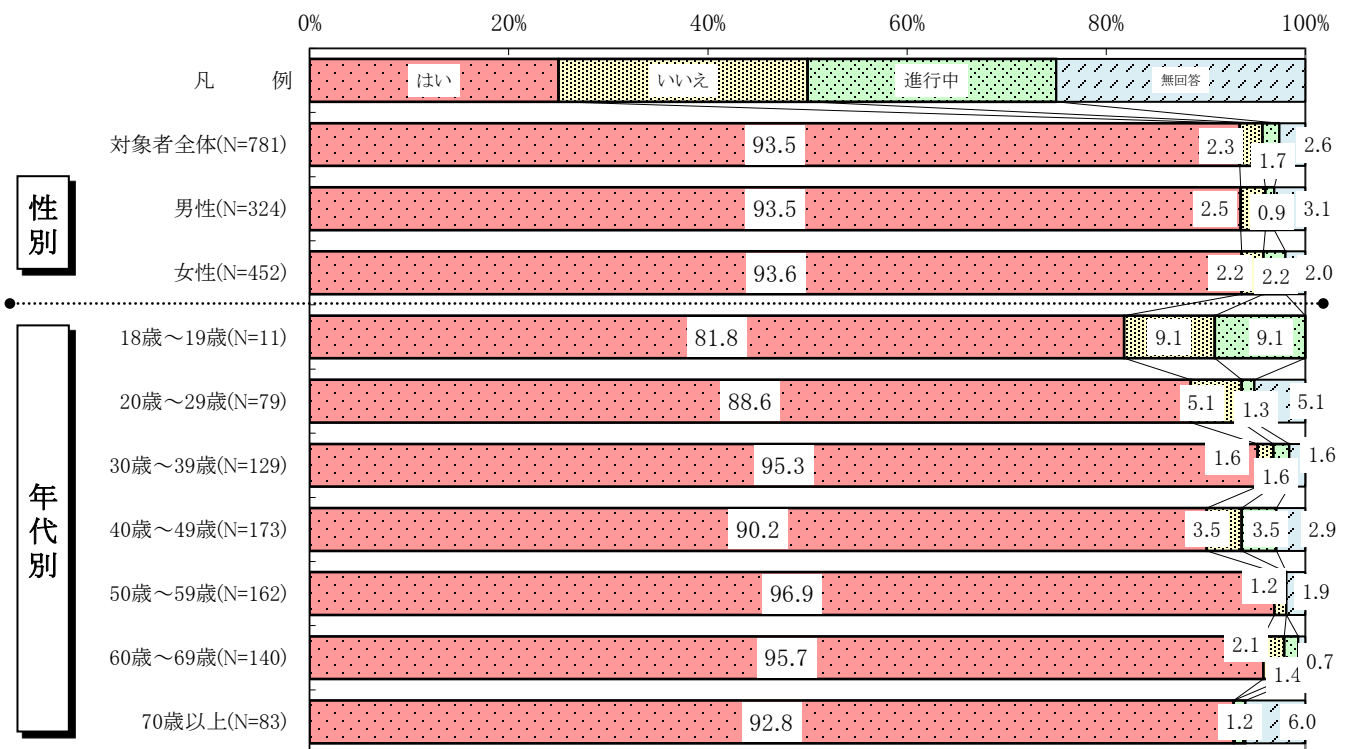
自分で解決方法を調べて対処した人のうち、トラブルが解決した人が9割強

※“解決した”(「はい」の回答)

対象者全体(N=781)



【対象者全体】 自分で解決方法を調べて対処した(無視を含む)ことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が93.5%で、「いいえ」が2.3%となっている。なお、「進行中」との回答は1.7%であった。



【性別】 男女で大きな差は見られない。

【年代別】 「はい」は50歳代が96.9%、次いで60歳代が95.7%、30歳代が95.3%の順となっている。

取った行動によるトラブルの解決率<ウ 家族・親族に相談した>

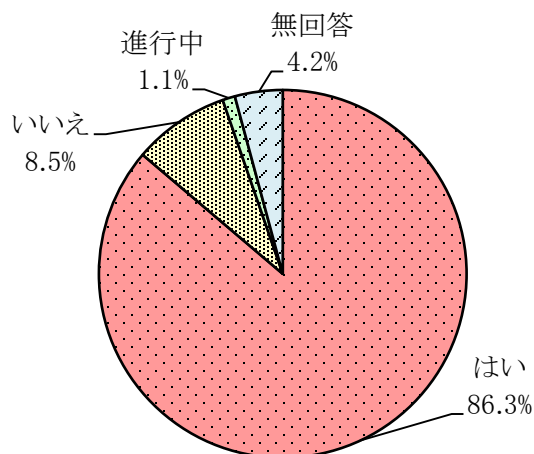
《問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きます。》

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

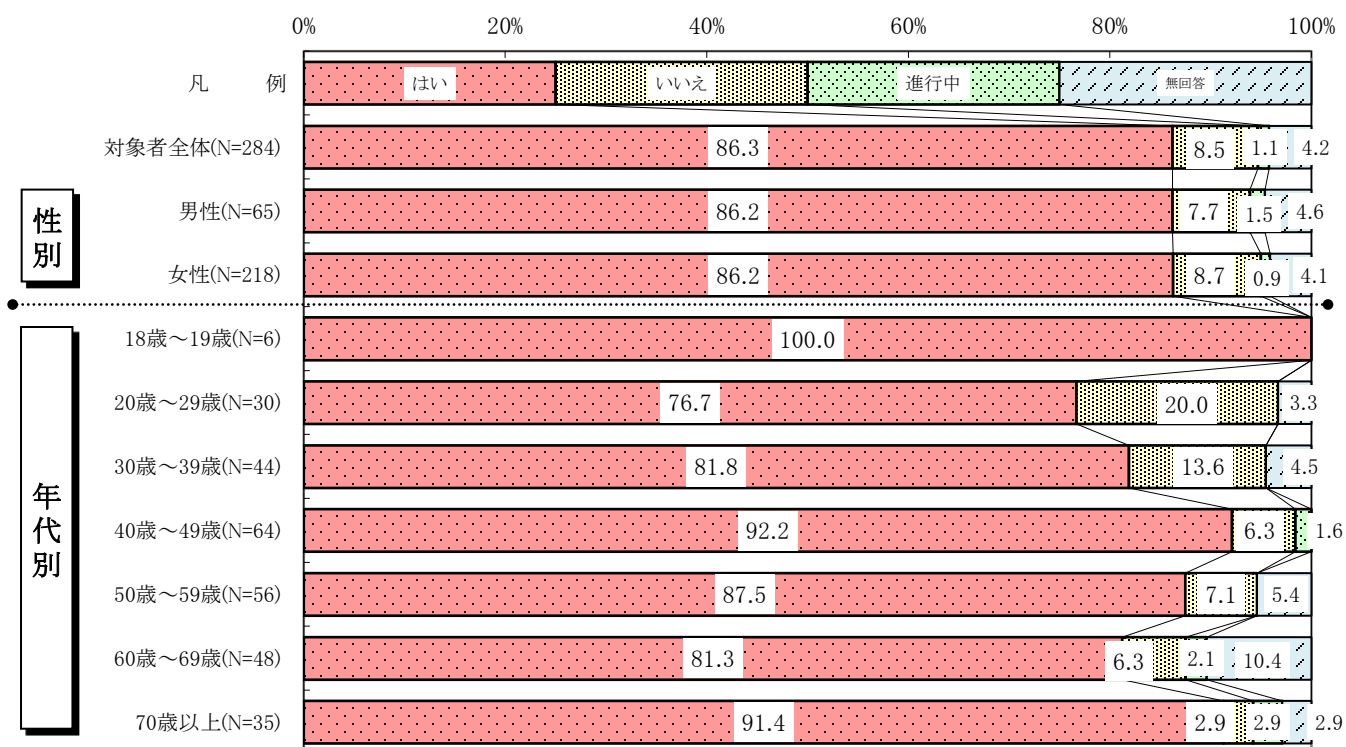
家族・親族に相談した人のうち、トラブルが解決した人が8割半ば

※“解決した”(「はい」の回答)

対象者全体(N=284)



【対象者全体】 家族・親に相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が 86.3%で、「いいえ」が 8.5%となっている。なお、「進行中」との回答が 1.1%となっている。



【性別】 男女で大きな差は見られない。

【年代別】 「はい」は 20 歳代が 76.7%と、全体よりもやや低くなっている。

取った行動によるトラブルの解決率<エ 友人・知人などに相談した>

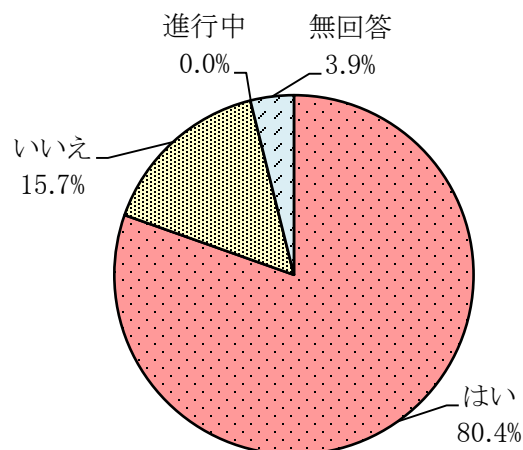
《問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きます。》

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

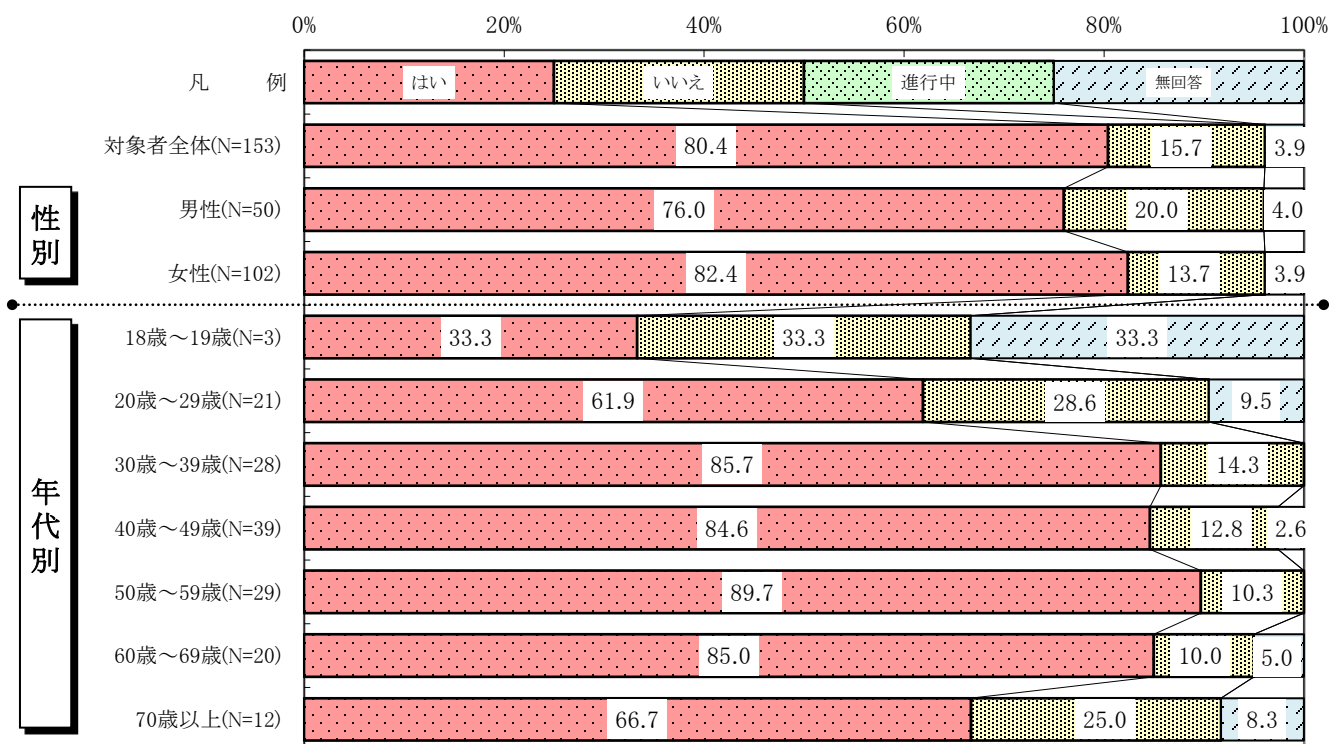
友人・知人などに相談した人のうち、トラブルが解決した人が約8割

※“解決した”(「はい」の回答)

対象者全体(N=153)



【対象者全体】 友人・知人などに相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が 80.4%となっている。なお、「いいえ」が 15.7%、「進行中」は 0.0%となっている。



【性別】 「はい」は女性が 82.4%と、男性の 76.0%より 6.4 ポイント高くなっている。

【年代別】 「はい」は 50 歳代(89.7%)で最も高く、次いで 30 歳代(85.7%)、60 歳代(85.0%)の順となっている。

取った行動によるトラブルの解決率<オ 消費者センターに相談した>

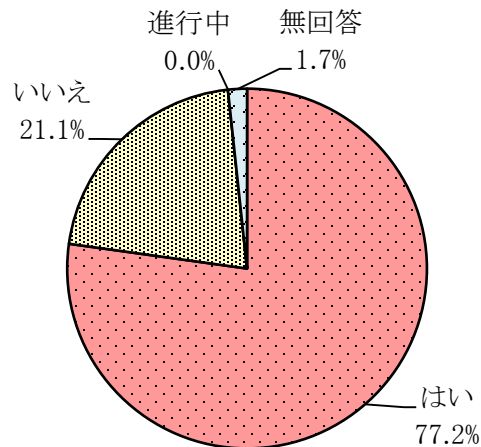
《問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きます。》

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

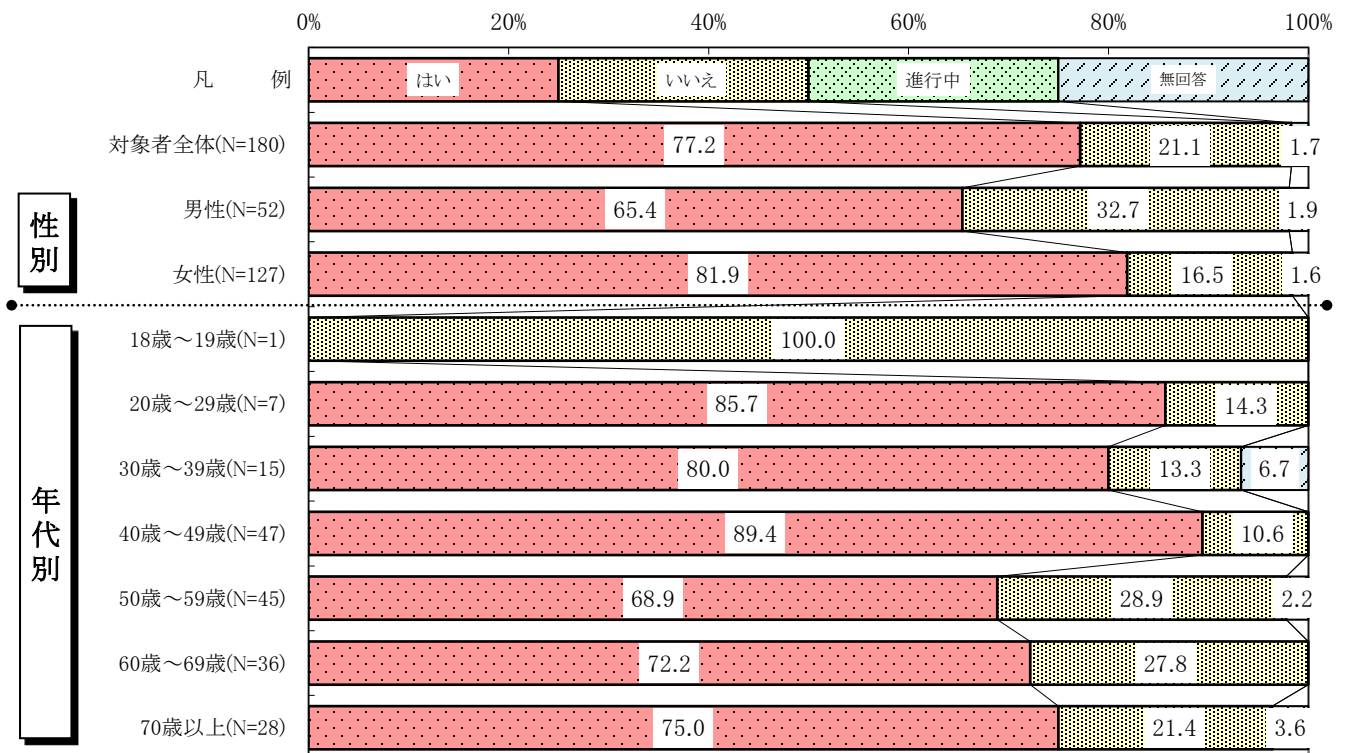
消費者センターに相談した人のうち、トラブルが解決した人が 8 割弱

※“解決した”(「はい」の回答)

対象者全体(N=180)



【対象者全体】 消費者センターに相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が 77.2%となっている。なお、「いいえ」が 21.1%、「進行中」は 0.0%となっている。



【性別】 「はい」は女性が 81.9%と、男性の 65.4%より 16.5 ポイント高くなっている。

【年代別】 「はい」は 40 歳代(89.4%)で最も高く、最も低い 50 歳代(68.9%)と 20.5 ポイントの差であった。

取った行動によるトラブルの解決率<カ 弁護士会・法テラス等の法律相談を利用した>

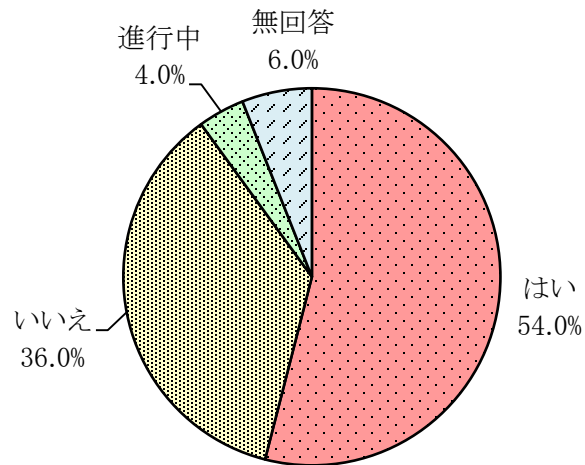
◀問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きします。▶

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

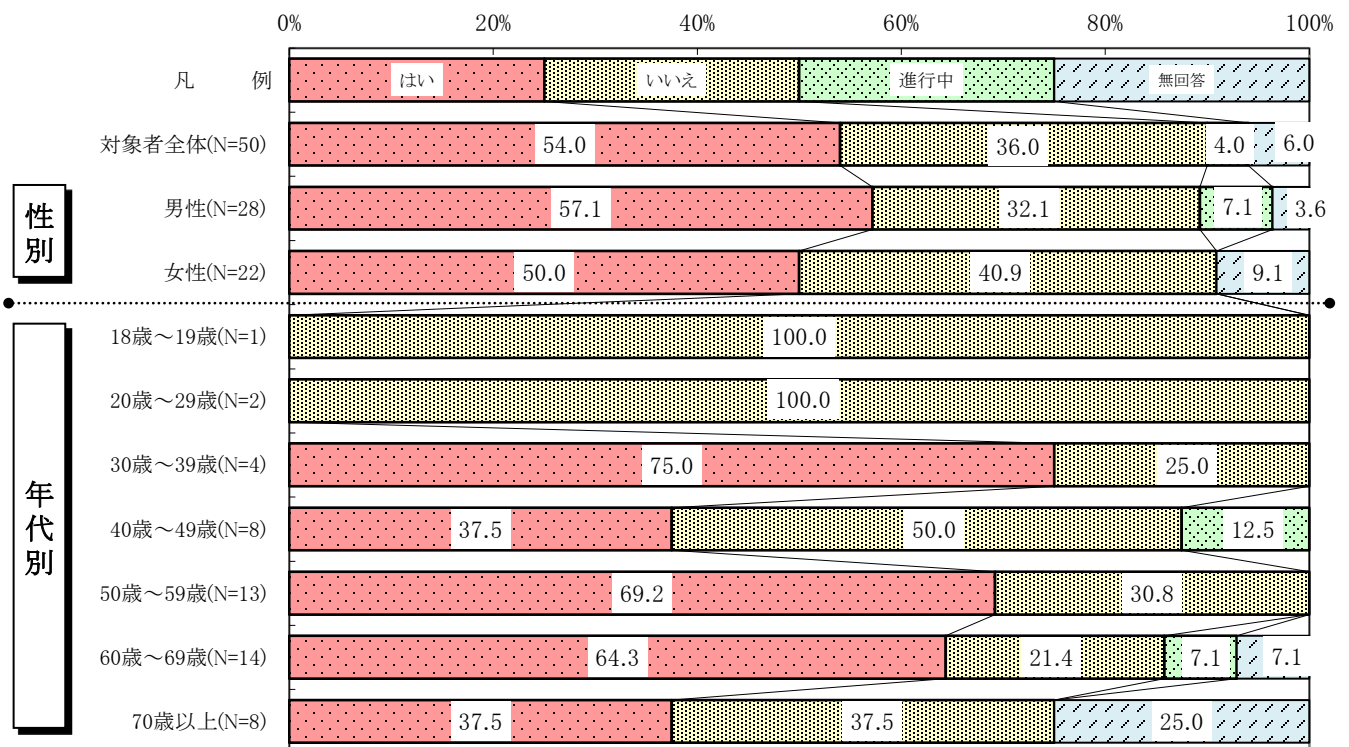
法律相談を利用した人のうち、トラブルが解決した人が5割半ば

※“解決した”(「はい」の回答)

対象者全体(N=50)



【対象者全体】 弁護士会・法テラス等の法律相談を利用したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が54.0%となっている。なお、「いいえ」が36.0%、「進行中」は4.0%となっている。



※対象者数(N)が少ないため分析は行わない。

取った行動によるトラブルの解決率<キ 警察に相談した>

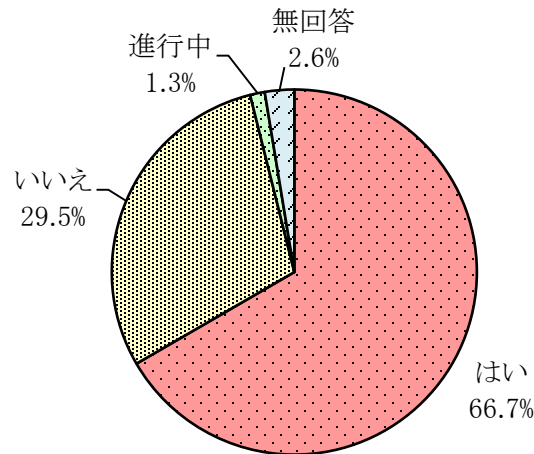
◀問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きします。▶

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

警察に相談した人のうち、トラブルが解決した人が7割弱

※“解決した”(「はい」の回答)

対象者全体(N=78)



【対象者全体】 警察に相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が 66.7%、一方で、「いいえ」が 29.5%となっている。なお「進行中」は 1.3%となっている。



※対象者数(N)が少ないため分析は行わない。

取った行動によるトラブルの解決率<ク 事業者団体が開設する相談窓口相談した>

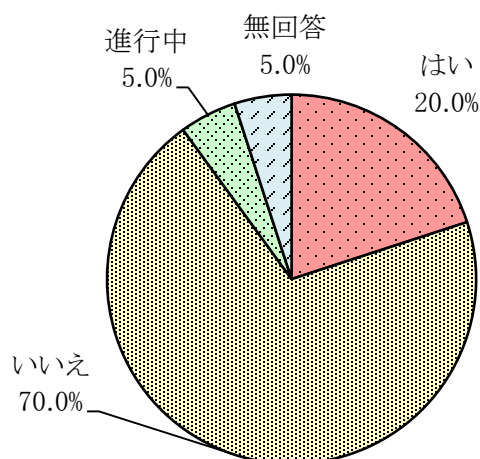
◀問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きします。▶

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

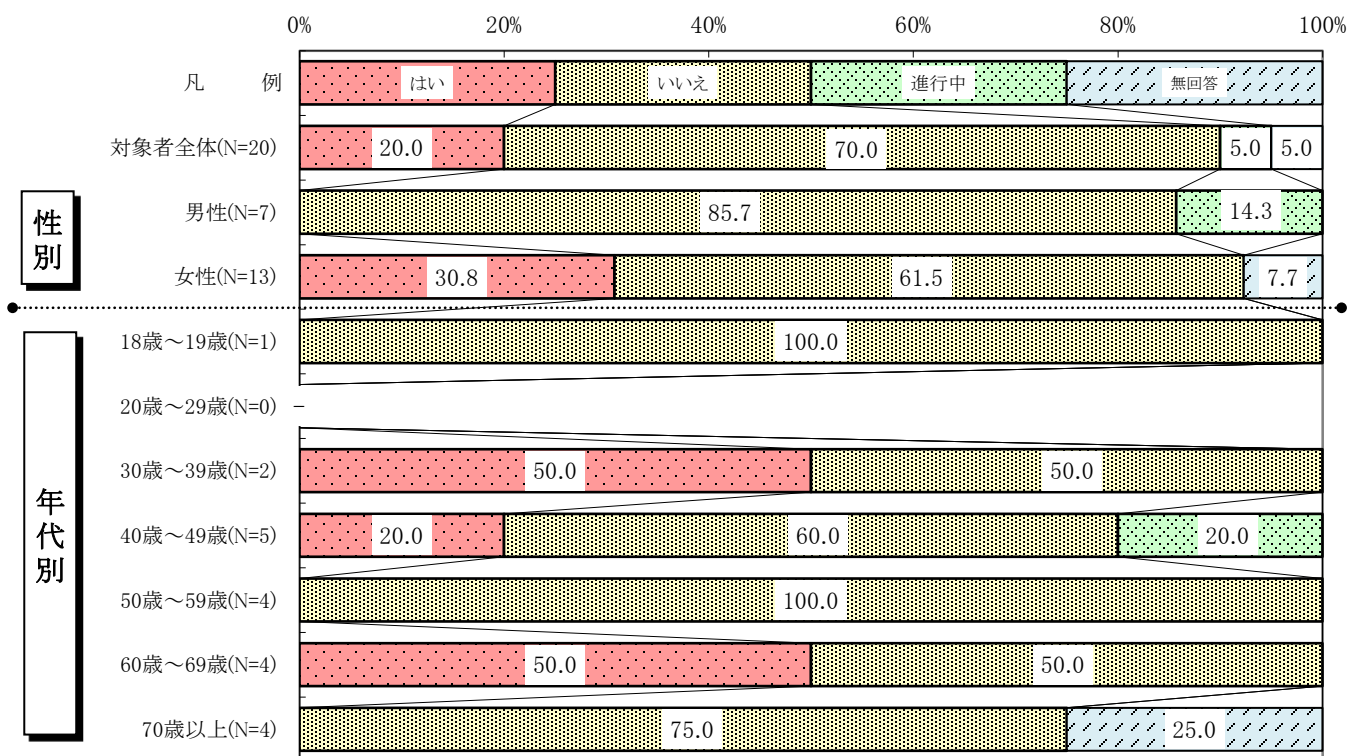
事業者団体が開設する相談窓口相談した人のうち、トラブルが解決した人が2割

※“解決した”(「はい」)の回答)

対象者全体(N=20)



【対象者全体】 事業者団体が開設する相談窓口相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が20.0%、一方で、「いいえ」が70.0%となっている。なお、「進行中」は5.0%となっている。



※対象者数(N)が少ないため分析は行わない。

取った行動によるトラブルの解決率<ケ 町内会・民生委員など地域の方に相談した>

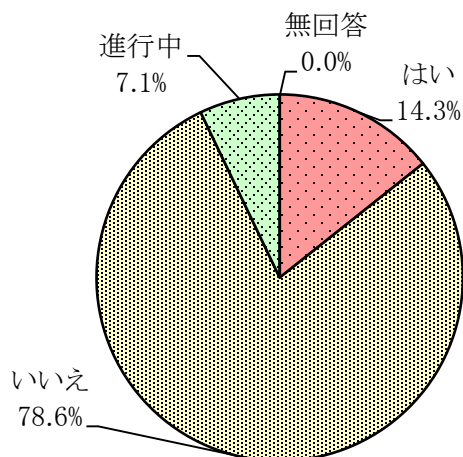
≪問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きします。≫

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

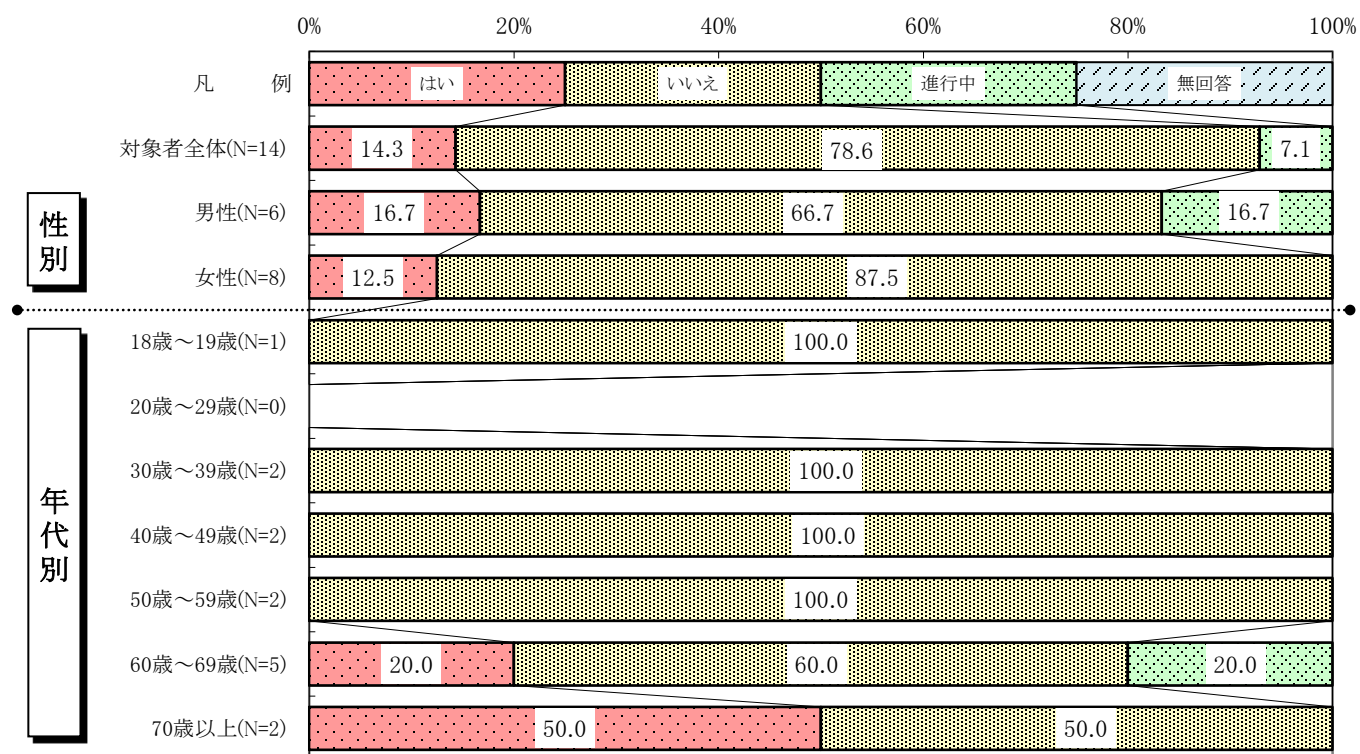
町内会・民生委員など地域の方に相談した人のうち、トラブルが解決した人は1割半ば

※“解決した”(「はい」の回答)

対象者全体(N=14)



【対象者全体】 町内会・民生委員など地域の方に相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が14.3%、「いいえ」が78.6%となっている。なお、「進行中」は7.1%となっている。



※対象者数(N)が少ないため分析は行わない。

取った行動によるトラブルの解決率<コ その他>

「問2」の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きます。」

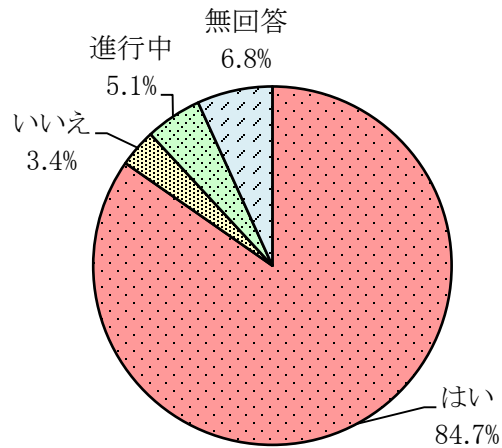
【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

<コ その他>

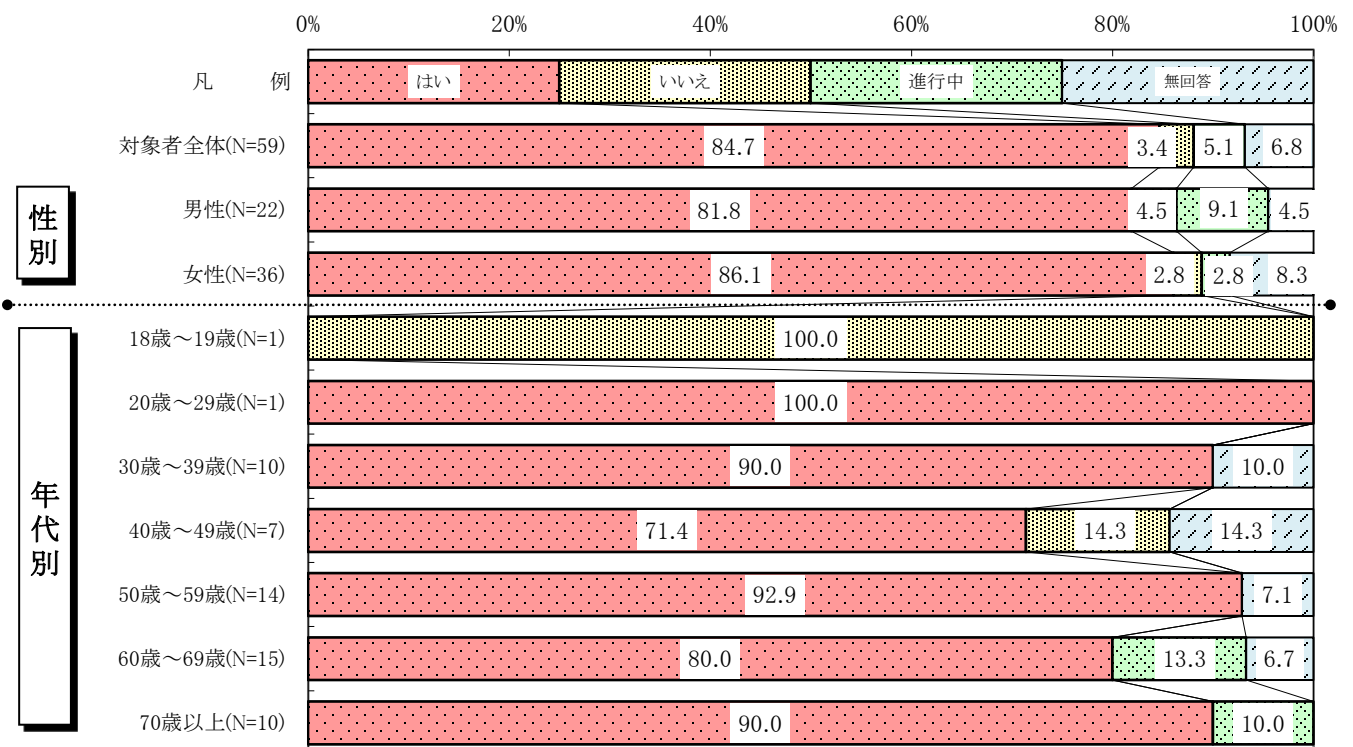
その他の行動をとった人のうち、トラブルが解決した人が8割半ば

※“解決した”(「はい」の回答)

対象者全体(N=59)



【対象者全体】 その他の方法による消費生活トラブルの解決率は、「はい」が84.7%となっている。一方で、「いいえ」が3.4%となっている。なお、「進行中」は5.1%となっている。



※対象者数(N)が少ないため分析は行わない。

取った行動によるトラブルの解決率<サ 特に何もしていない>

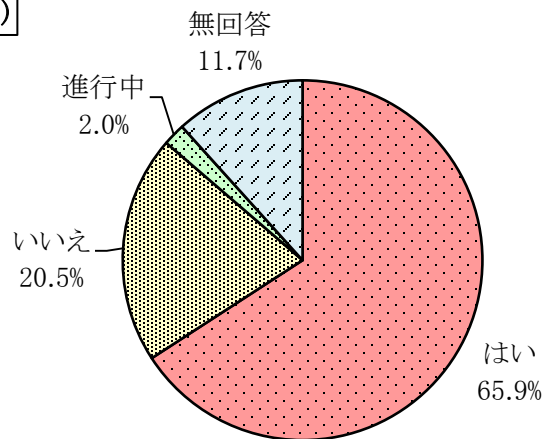
◀問2の項目のうち、1つでも経験したことがあると回答した方にお聞きます。▶

【問 2-1】 あなたが消費生活の中で問2のような経験をしたとき、解決するために取った行動で、問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

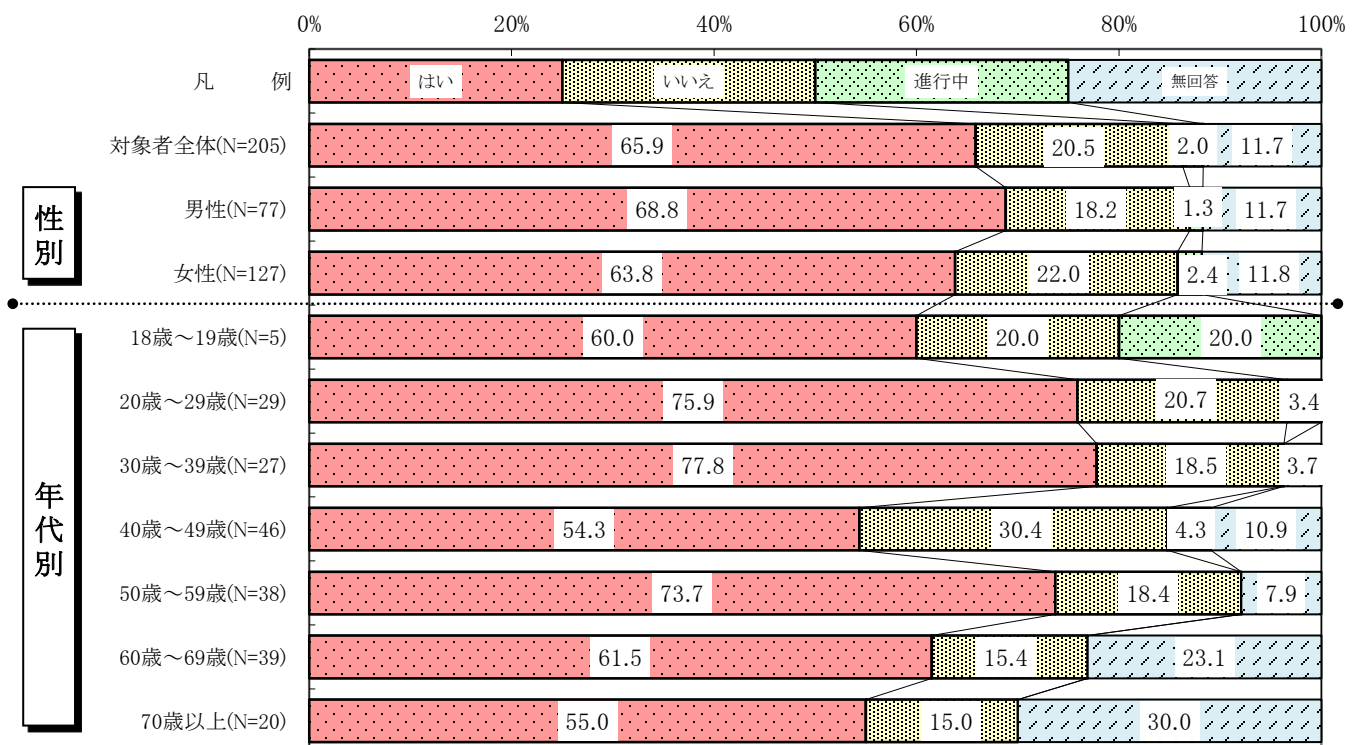
特に何もしなかった人のうち、トラブルが解決した人は6割半ば

※“解決した”(「はい」の回答)

対象者全体(N=205)



【対象者全体】 特に何もしていない場合の消費生活トラブルの解決率は、「はい」が 65.9%となっている。一方で、「いいえ」が 20.5%、「進行中」は 2.0%となっている。



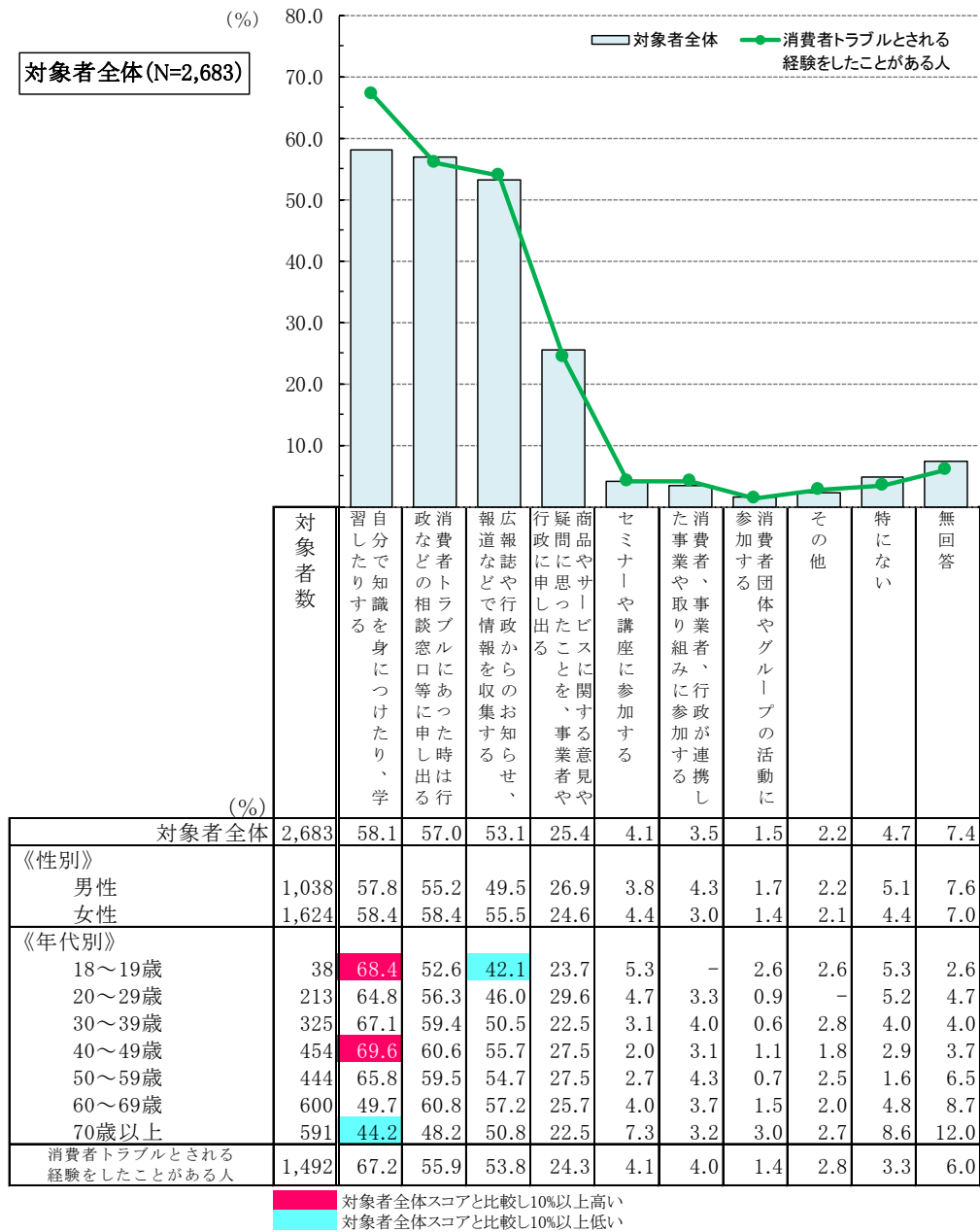
【性別】 男女で大きな差は見られない。

【年代別】 「はい」は 30 歳代が 77.8%、次いで 20 歳代が 75.9%、50 歳代が 73.7%となっている。

消費者個人としての対応で重要なこと

【問3】 あなたは、消費者個人としてどのような対応を取ることが重要だと思いますか。あてはまるものに3つまで○をつけてください。

6割弱が、消費者として重要なことは「自分で知識を身につけたり、学習したりする」、「消費者トラブルにあった時は行政などの相談窓口等に申し出る」と回答



【対象者全体】 消費者個人としての対応で重要なことについて、「自分で知識を身につけたり、学習したりする」が58.1%、次いで「消費者トラブルにあった時は行政などの相談窓口等に申し出る」が57.0%、「広報誌や行政からののお知らせ、報道などで情報を収集する」が53.1%となっている。

【性別】 「広報誌や行政からののお知らせ、報道などで情報を収集する」は女性が55.5%と、男性の49.5%より6.0ポイント高くなっている。

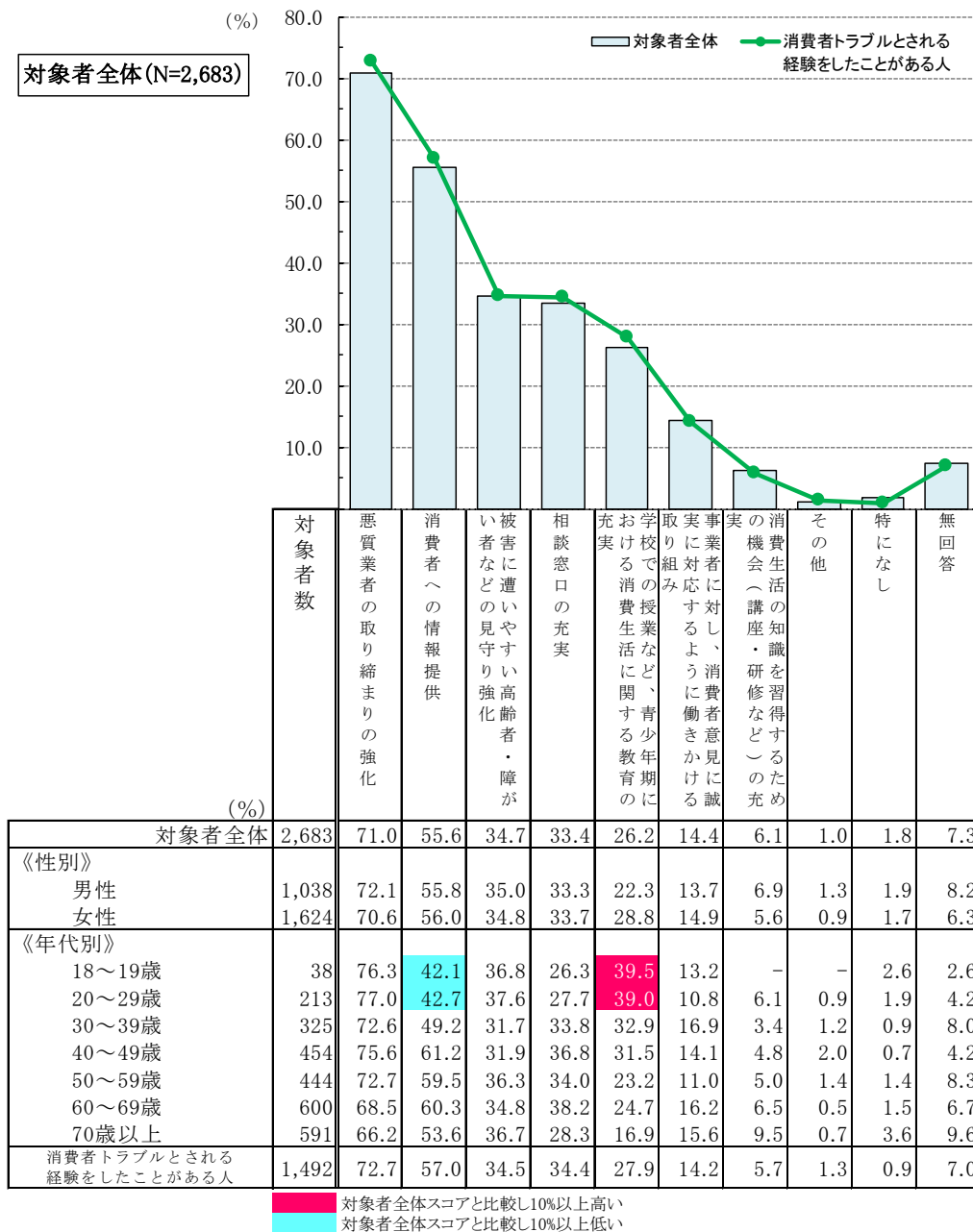
【年代別】 「自分で知識を身につけたり、学習したりする」は50歳代以下で全体よりも高くなっており、60歳代以上では年代が上がるにつれて低くなっている。

【消費者トラブルとされる経験をしたことがある人】 「自分で知識を身につけたり、学習したりする」は67.2%と、全体よりもやや高くなっている。

消費者がトラブルによる被害に遭わないために札幌市に力を入れてほしいこと

【問4】 消費者がトラブルによる被害に遭わないために、あなたが札幌市に力を入れてほしいことは何ですか。あてはまるものに3つまで○をつけてください。

7割を超える人が「悪質業者の取り締まりの強化」に札幌市が力を入れてほしいと回答



【対象者全体】 消費者がトラブルによる被害に遭わないために、札幌市に力を入れてほしいことについて、「悪質業者の取り締まりの強化」が71.0%と最も高く、次いで「消費者への情報提供」が55.6%、「被害に遭いやすい高齢者・障がい者などの見守り強化」が34.7%となっている。

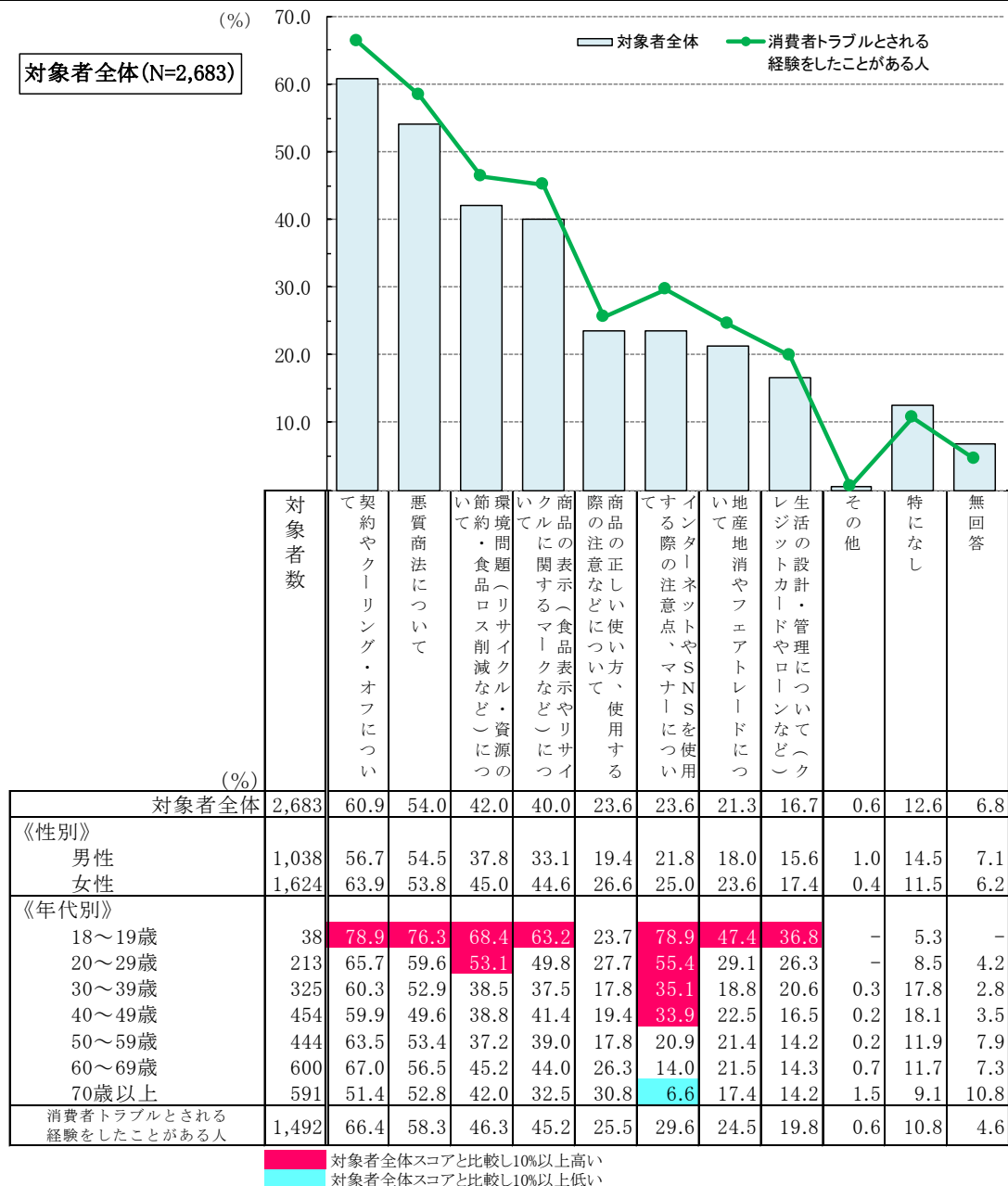
【性別】 「学校での授業など、青少年期における消費生活に関する教育の充実」は女性が28.8%と、男性の22.3%より6.5ポイント高くなっている。

【年代別】 20歳代以下では、「学校での授業など、青少年期における消費生活に関する教育の充実」が全体よりも高くなっているが、一方で「消費者への情報提供」は全体よりも低くなっている。

習ったり・見たりしたことがある消費者教育

【問5】 この中であなたが、学校や市民講座で習ったり、ポスターやパンフレットで見たりしたことがあるものがありますか。あてはまるものにいくつでも○をつけてください。

約6割が「契約やクーリング・オフについて」習ったり見たことがある



【対象者全体】 習ったり、見たりしたことがある消費者教育について、「契約やクーリング・オフについて」が60.9%と最も高く、次いで「悪質商法について」が54.0%、「環境問題（リサイクル・資源の節約・食品ロス削減など）について」が42.0%となっている。

【性別】 「商品の表示（食品表示やリサイクルに関するマークなど）について」は女性が44.6%と、男性の33.1%より11.5ポイント高くなっている。

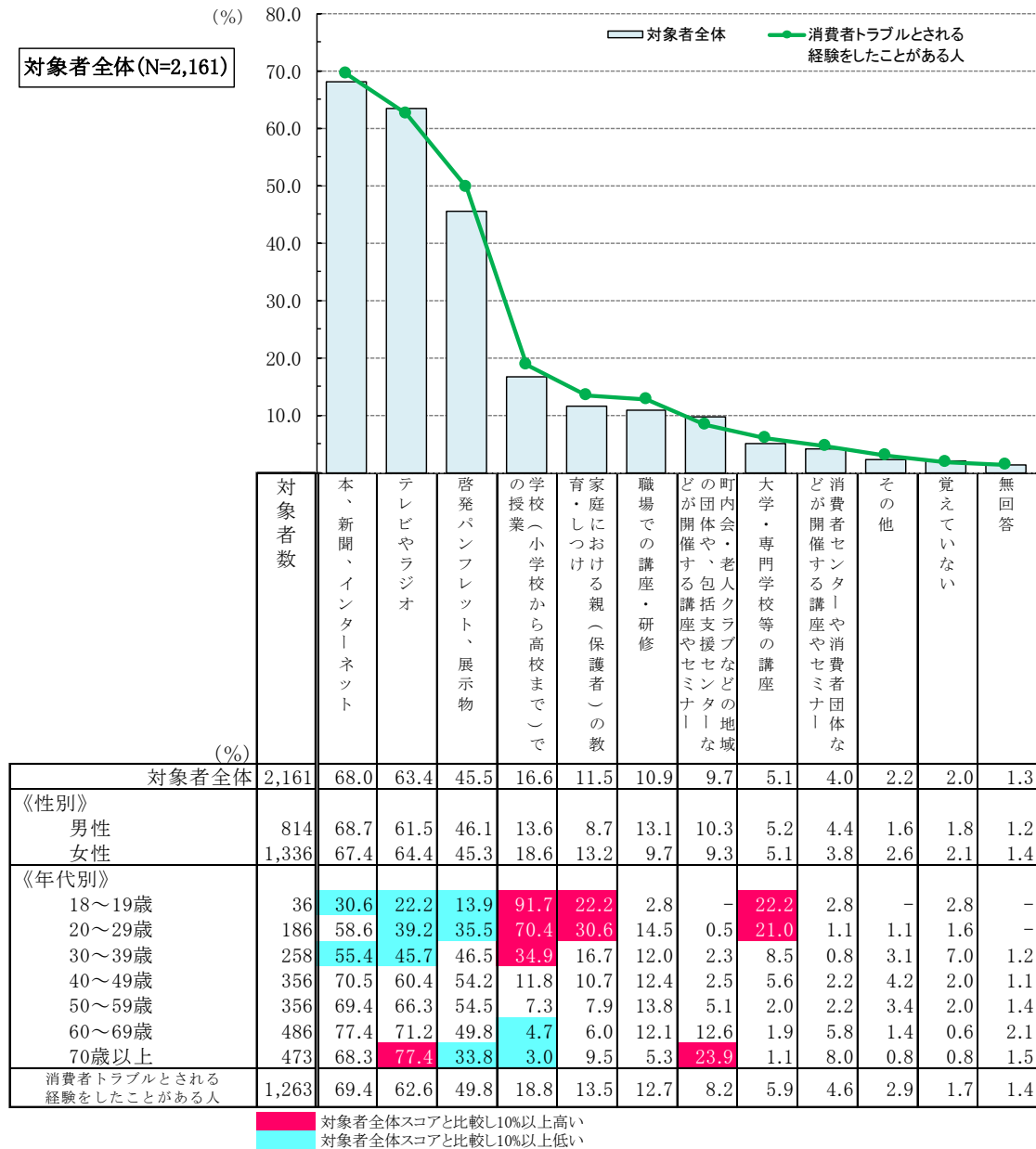
【年代別】 「インターネットやSNSを使用する際の注意点、マナーについて」は40歳代以下で全体よりも高くなっており、年代が上がるにつれて低くなっている。

消費者教育の認知経路

《問5で1つでも○をつけた方にお聞きします。》

【問 5-1】 あなたは、問5の内容をどのような方法で知りましたか。あてはまるものにいくつでも○をつけてください。

契約やクーリング・オフ、悪質商法などの消費者教育について、「本、新聞、インターネット」で知った人が7割弱



【対象者全体】 消費者教育の認知経路は、「本、新聞、インターネット」が68.0%と最も高く、次いで「テレビやラジオ」が63.4%、「啓発パンフレット、展示物」が45.5%となっている。

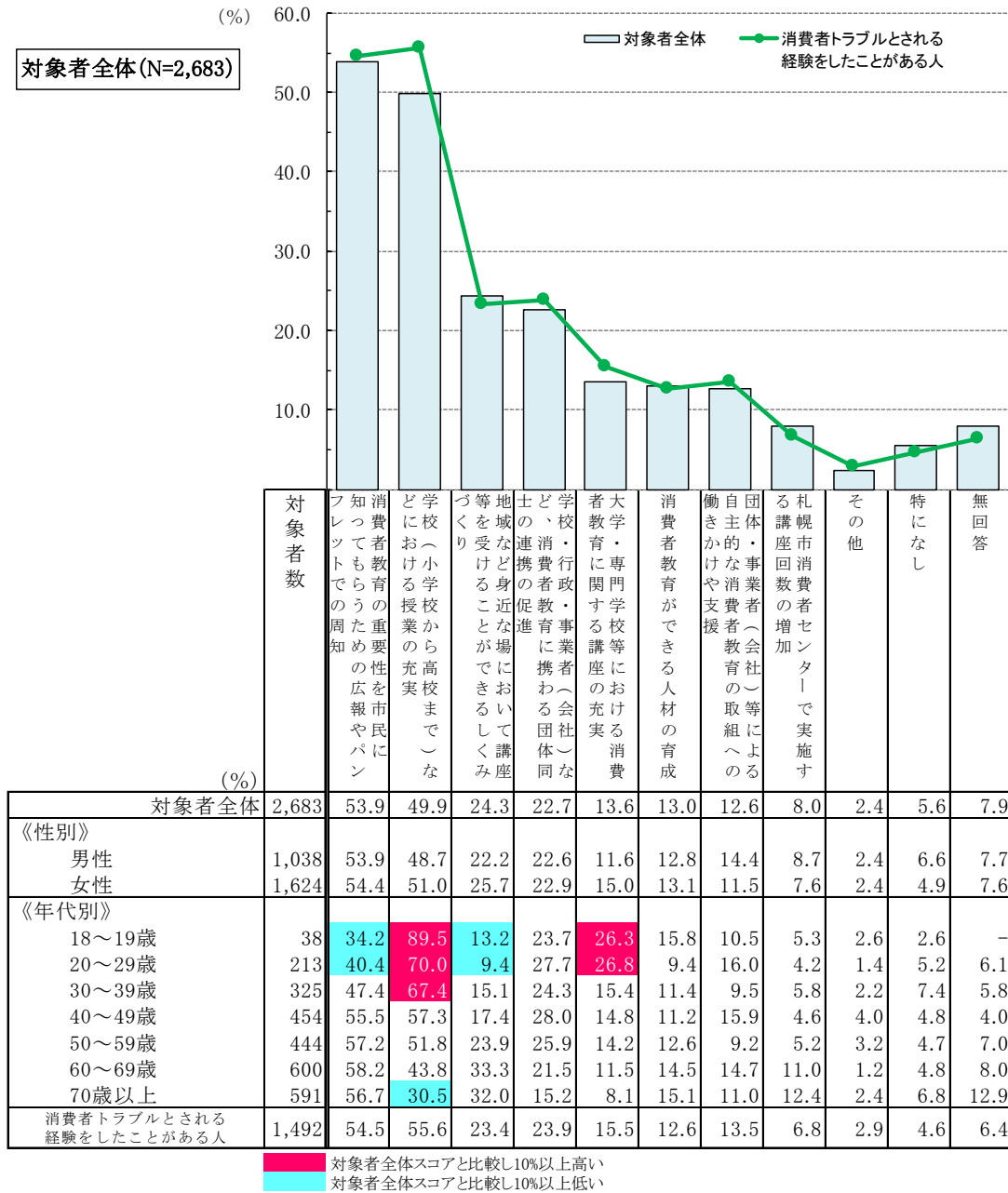
【性別】 男女で大きな差は見られない。

【年代別】 「テレビやラジオ」は70歳以上で77.4%と最も高く、年代が下がるにつれて低くなっている。また、「学校(小学校から高校まで)での授業」は30歳代以下で全体よりも高くなっており、年代が高くなるほど比率は低くなっている。

消費者教育推進のために重要なこと

【問6】 あなたは、市内における消費者教育の推進のために、何が重要だと思いますか。あてはまるものに3つまで○をつけてください。

5割強が、消費者教育推進のために「消費者教育の重要性を市民に知ってもらうための広報やパンフレットでの周知」が重要と回答



【対象者全体】 消費者教育推進のために重要なことは、「消費者教育の重要性を市民に知ってもらうための広報やパンフレットでの周知」が53.9%と最も高く、次いで「学校(小学校から高校まで)などにおける授業の充実」が49.9%、「地域など身近な場において講座等を受けることができるしくみづくり」が24.3%の順となっている。

【性別】 男女で大きな差は見られない。

【年代別】 「学校(小学校から高校まで)などにおける授業の充実」は30歳代以下で全体よりも高くなっており、年代が高くなるほど比率は低くなっている。