

消費生活にかかる意識調査

アンケート概要

1

【 属性情報（フェイスシート） 問1～問4 】

性別・年齢・職業・区内居住年数

2～3

【 消費生活に関する関心・行動について 問5～問8 】

問5 次の消費者問題のうち、あなたが関心があるものはどれですか。（複数回答可）

4

問6 あなたが消費行動（商品の購入やサービスの利用等）を行う際に心掛けていることを教えてください。（複数回答可）

4

問7 あなたは、「エシカル消費」を知っていますか。

5

問8 あなたは、商品を購入したり、サービスを利用する際に、次の項目についてどのくらい意識しますか。

5～7

【 商品やサービスに関する消費生活トラブルについて 問9～問13 】

問9 あなたは購入した商品やサービスについてトラブルに遭ったことがありますか。

8

問10 それはどのような内容の消費生活トラブルでしたか。（複数回答可）

8

問11 消費生活トラブルの原因となった商品やサービスの販売形態はどれですか。（複数回答可）

9

問12 消費生活トラブルに遭った後、誰かに相談したり、自分で調べたりしましたか。（複数回答可）

10

問13 消費生活トラブルに遭った後、何もしなかったのは、なぜですか。（複数回答可）

10

【 消費者問題に対する行政の取り組みについて 問14～問15 】

問14 あなたは、次の相談窓口などを知っていますか。

11

問15 もしあなたが、消費生活トラブルに遭った際に、どれくらいの被害金額であれば消費者センター等相談窓口にご相談しますか。

12

問16 あなたは、令和4年（2022年）4月1日から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることを知っていますか。

13

問17 あなたは、令和4年（2022年）4月1日から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることにより、18歳・19歳の方は、親の同意を得なくても、一人で有効な契約ができることを知っていますか。

13

※ n (number of cases) は、その設問に対する回答者の総数を示しています。

質問によっては複数の回答を得たものがあります。

また、質問によっては、回答がなかった、もしくは、択一選択の質問に複数の回答があったため、総数について整合がとれていない部分があります。

1 アンケート概要

消費生活にかかる意識調査

2 調査目的

消費者センターの消費生活相談窓口には、日々、インターネットに関連する消費トラブルや、架空請求ハガキが送付されたなど詐欺的なトラブル等の相談が寄せられています。

こうしたなか、消費者センターでは皆様の消費者トラブルの経験や相談窓口の認知度など、消費生活に関する意識や実態に関するアンケートを実施します。

3 調査対象

- (1) いたばし・タウンモニター 49名
- (2) いたばし・eモニター 119名

4 調査方法

- (1) いたばし・タウンモニター 郵送
- (2) いたばし・eモニター インターネットを使ったアンケートシステム

5 調査期間

- (1) いたばし・タウンモニター
令和2年7月1日（水）から令和2年7月20日（月）まで
- (2) いたばし・eモニター
令和2年7月1日（水）から令和2年7月20日（月）23時59分まで

6 回答結果（回答率）

- (1) いたばし・タウンモニター 46名（93.9%）
- (2) いたばし・eモニター 52名（43.7%）

7 その他

紙面の関係上、同様の内容のものについては要約・省略をしているものもあります。また、ご意見・ご要望等で、アンケートに関連のない内容等については、割愛させていただきました。

回答の比率（%）は、小数点第二位を四捨五入しています。したがって、数値の合計が100%にならない場合があります。

≪「複数回答可」の質問を除き、あてはまる番号を一つだけ選択≫

【全員にお伺いします】

問1 あなたの性別は

1 男性	54人	55.1%
2 女性	44人	44.9%
3 答えたくない	0人	0.0%

n = 98

【全員にお伺いします】

問2 あなたの年齢は

1 10代	0人	0.0%
2 20代	5人	5.1%
3 30代	11人	11.2%
4 40代	18人	18.4%
5 50代	14人	14.3%
6 60代	17人	17.3%
7 70代以上	33人	33.7%

n = 98

【全員にお伺いします】

問3 あなたの職業は

1 自営業・自由業	12人	12.2%
2 会社員	36人	36.7%
3 公務員	1人	1.0%
4 主婦・主夫	14人	14.3%
5 パート・アルバイト	7人	7.1%
6 無職	25人	25.5%
7 その他	3人	3.1%

n = 98

<その他の回答>

・会社役員・年金受給者・学生

【全員にお伺いします】

問4 区内にお住いの年数は

1	1年以内	0人	0.0%
2	1から3年未満	7人	7.1%
3	3から5年未満	8人	8.2%
4	5から10年未満	10人	10.2%
5	10から20年未満	14人	14.3%
6	20から30年未満	14人	14.3%
7	30から40年未満	10人	10.2%
8	40年以上	35人	35.7%

n=98

消費生活に関する関心・行動について

【全員にお伺いします】

問5 次の消費者問題のうち、あなたが関心があるものはどれですか。(複数回答可)

(ア) 食品の安全性について	74人	23.0%
(イ) 製品の欠陥や施設・設備の不具合等による事故について	53人	16.5%
(ウ) インターネット・スマートフォン(携帯電話を含む)等通信に関するトラブルについて	42人	13.0%
(エ) 悪質商法の手口・対策について	59人	18.3%
(オ) 生活設計・家計管理について	29人	9.0%
(カ) 振り込め詐欺や架空・不当請求などの特殊詐欺について	55人	17.1%
(キ) 消費者金融やクレジット等による多重債務について	8人	2.5%
(ク) その他	1人	0.3%
(ケ) 消費生活問題に関心がない	1人	0.3%

n=322

<その他の回答>

- ・商品やサービスの広告について

【全員にお伺いします】

問6 あなたが消費行動(商品の購入やサービスの利用等)を行う際に心掛けていることを教えてください。(複数回答可)

(ア) 環境に配慮した商品やサービスの選択	60人	24.0%
(イ) フェアトレード(開発途上国の生産者に公正な労働を保証している貿易の仕組み)製品の選択	15人	6.0%
(ウ) 地産地消(地域で生産したものを地域で消費する)	37人	14.8%
(エ) 食品ロス(食べられるのに廃棄される食品)の削減	68人	27.2%
(オ) 表示や説明を十分確認し、内容を理解した上で商品やサービスを選択する	58人	23.2%
(カ) その他	7人	2.8%
(キ) 特に心掛けていることはない	5人	2.0%

n=250

<その他の回答>

- ・マイバックやエコバックなどを常に持ち歩き、レジ袋などをもらわない(使わない)。
- ・食品においては、余計な添加物やよくわからない原材料名が入っていないか。
- ・品質と価格は妥当か。国産かどうか。
- ・販売者(企業)の信頼性があるか。
- ・コマーシャルにまどわされない。

【全員にお伺いします】

問7 あなたは、「エシカル消費」を知っていますか。

※エシカル消費とは、地球環境や社会貢献といったより広い視野での効用を求める消費スタイルのことで、単に商品やサービスを手に入れるだけでなく、それらを購入することで将来にどのような影響、派生効果が出るか意識しながら商品を購入すること。

1 知っている	21人	21.9%
2 言葉は聞いたことがあるが、内容までは知らない	23人	24.0%
3 知らない	52人	54.2%

※2名未回答

n=96

【全員にお伺いします】

問8 あなたは、商品を購入したり、サービスを利用したりする際に、次の項目についてどのくらい意識しますか。

(ア) 価格

1 意識する	75人	78.1%
2 どちらかと言えば意識する	19人	19.8%
3 どちらとも言えない	1人	1.0%
4 どちらかと言えば意識しない	1人	1.0%
5 意識しない	0人	0.0%

※2名未回答

n=96

(イ) 広告

1 意識する	11人	11.5%
2 どちらかと言えば意識する	36人	37.5%
3 どちらとも言えない	22人	22.9%
4 どちらかと言えば意識しない	21人	21.9%
5 意識しない	6人	6.3%

※2名未回答

n=96

(ウ) 品質、機能

1 意識する	74 人	77.1%
2 どちらかと言えば意識する	20 人	20.8%
3 どちらとも言えない	2 人	2.1%
4 どちらかと言えば意識しない	0 人	0.0%
5 意識しない	0 人	0.0%

※2名未回答

n=96

(エ) 安全性

1 意識する	17 人	17.7%
2 どちらかと言えば意識する	43 人	44.8%
3 どちらとも言えない	23 人	24.0%
4 どちらかと言えば意識しない	8 人	8.3%
5 意識しない	5 人	5.2%

※2名未回答

n=96

(オ) 評判・口コミ

1 意識する	9 人	9.4%
2 どちらかと言えば意識する	20 人	20.8%
3 どちらとも言えない	31 人	32.3%
4 どちらかと言えば意識しない	29 人	30.2%
5 意識しない	7 人	7.3%

※2名未回答

n=96

(カ) 特典の有無

1 意識する	23 人	24.0%
2 どちらかと言えば意識する	40 人	41.7%
3 どちらとも言えない	20 人	20.8%
4 どちらかと言えば意識しない	12 人	12.5%
5 意識しない	1 人	1.0%

※2名未回答

n=96

(キ) 接客態度

1 意識する	23 人	24.0%
2 どちらかと言えば意識する	40 人	41.7%
3 どちらとも言えない	20 人	20.8%
4 どちらかと言えば意識しない	12 人	12.5%
5 意識しない	1 人	1.0%

※2名未回答

n=96

(ク) アフターサービス

1 意識する	31 人	32.3%
2 どちらかと言えば意識する	44 人	45.8%
3 どちらとも言えない	9 人	9.4%
4 どちらかと言えば意識しない	12 人	12.5%
5 意識しない	0 人	0.0%

※2名未回答

n=96

(ケ) ブランドイメージ

1 意識する	14 人	14.6%
2 どちらかと言えば意識する	35 人	36.5%
3 どちらとも言えない	27 人	28.1%
4 どちらかと言えば意識しない	11 人	11.5%
5 意識しない	9 人	9.4%

※2名未回答

n=96

(コ) 商品購入による環境への影響

1 意識する	17 人	17.7%
2 どちらかと言えば意識する	43 人	44.8%
3 どちらとも言えない	21 人	21.9%
4 どちらかと言えば意識しない	13 人	13.5%
5 意識しない	2 人	2.1%

※2名未回答

n=96

商品やサービスに関する消費生活トラブルについて

【全員にお伺いします】

問9 あなたは購入した商品やサービスについてトラブルに遭ったことがありますか。

1 ある	39人	39.8%
2 ない →問14へ	59人	60.2%

n=98

【問9で「ある」とお答えになった方にお聞きします。】

問10 それはどのような内容の消費生活トラブルでしたか。(複数回答可)

(ア) 商品やサービスの価格(「特別価格」や「期間限定」がウソだったなど)	13人	18.3%
(イ) 商品やサービスの内容(実際の商品が表示と広告と違ったなど)	21人	29.6%
(ウ) 商品やサービスの販売方法(執拗な勧誘、虚偽の説明、脅される、契約をせかされるなど)	7人	9.9%
(エ) 消費やサービスの安全性(ケガや病気になったなど)	2人	2.8%
(オ) 解約・中途解約(高額な解約料を請求されたなど)	5人	7.0%
(カ) 架空・不当請求(身に覚えのない料金請求、不当な料金請求など)	4人	5.6%
(キ) 食品の安全性(賞味期限切れ、産地・原材料の偽装、異物混入など)	13人	18.3%
(ク) その他	6人	8.5%

n=71

<その他の回答>

- ・宅配サービスが誤配で別な場所に届いていたが、荷物の所在がわからないと言われた。
- ・サブスクリプション(音楽配信サービス)の無料期間が終了していたのに気付かず解約し忘れ、払うつもりがなかったのに料金が請求されてしまった。
- ・テイクアウトした商品を自宅で開封したところ、商品が入っていなかった。
- ・代金を支払ったのに商品が届かなかった。
- ・写真と実物が違う(物販、レストラン)。容量などが少ない。
- ・現地で蟹を見て購入、直送だったためか小さい蟹を送ってきた。

【問9で「ある」とお答えになった方にお伺いします。】

問11 消費生活トラブルの原因となった商品やサービスの販売形態はどれですか。

(複数回答可)

(ア) インターネットによる通信販売(スマートフォンやパソコンを使って購入)	22人	31.4%
(イ) カタログ、テレビ等による通信販売(雑誌や番組を見て電話やハガキで購入)	11人	15.7%
(ウ) 店舗販売(実際にお店へ行って購入)	15人	21.4%
(エ) 訪問販売(自宅等に事業者が訪ねてきた)	5人	7.1%
(オ) 電話勧誘販売(自宅等に事業者から勧誘電話がかかってきた)	1人	1.4%
(カ) キャッチセールス(路上で声をかけられて、店舗等に連れて行かれた)	1人	1.4%
(キ) アポイントメントセールス(販売目的を告げられず電話等で店舗や喫茶店に呼び出された)	0人	0.0%
(ク) その他	3人	4.3%
(ケ) わからない	0人	0.0%

n=58

<その他の回答>

- ・宅配サービス
- ・使ったことのない電話サービス料を請求された

【問9で「ある」とお答えになった方にお伺いします。】

問12 消費生活トラブルに遭った後、誰かに相談したり、自分で調べたりしましたか。
(複数回答可)

(ア) 家族に相談した	12人	15.6%
(イ) 友人・知人に相談した	7人	9.1%
(ウ) 東京都や板橋区などの消費者センターに相談した	4人	5.2%
(エ) 商品・サービスの提供元であるメーカーなどの事業者相談した	10人	13.0%
(オ) 商品・サービスの購入先に相談した	22人	28.6%
(カ) 弁護士や司法書士に相談した	4人	5.2%
(キ) 警察に相談した	0人	0.0%
(ク) 民生委員など地域の人に相談した	0人	0.0%
(ケ) ヘルパーなどの福祉関係者に相談した	0人	0.0%
(コ) インターネット等で自分で調べた	12人	15.6%
(サ) その他	2人	2.6%
(シ) 何もしなかった→問13へ	4人	5.2%

n=77

<その他回答>

- ・自分で交渉した。

【問12で(シ)「なにもしなかった」とお答えになった方にお聞きします。】

問13 消費生活トラブルに遭った後、何もしなかったのは、なぜですか。(複数回答可)

(ア) どうしたらよいかわからなかったから	0人	0.0%
(イ) 相談したり、調べたりしても解決しないと思ったから	1人	14.3%
(ウ) 相談するのが恥ずかしかったから	0人	0.0%
(エ) 大した被害でないと思ったから	2人	28.6%
(オ) 自分にも責任があると思ったから	0人	0.0%
(カ) 自分で解決できると思ったから	0人	0.0%
(キ) 相談するのが面倒だったから	2人	28.6%
(ク) 忙しくて時間がなかったから	2人	28.6%
(ケ) その他	0人	0.0%

n=7

消費者問題に対する行政の取り組みについて

【全員にお伺いします】

問14 あなたは、次の相談窓口などを知っていますか。

(ア) 独立行政法人 国民生活センター

1 名前も内容も知っている	38人	39.2%
2 名前は知っているが内容は知らない	45人	46.4%
3 名前も内容も知らない	14人	14.4%

※1名未回答

n=97

(イ) 東京都消費生活総合センター

1 名前も内容も知っている	34人	35.1%
2 名前は知っているが内容は知らない	40人	41.2%
3 名前も内容も知らない	23人	23.7%

※1名未回答

n=97

(ウ) 板橋区消費者センター

1 名前も内容も知っている	28人	28.9%
2 名前は知っているが内容は知らない	30人	30.9%
3 名前も内容も知らない	40人	41.2%

n=98

(エ) 消費者ホットライン「188 (いやや)」

1 名前も内容も知っている	16人	16.5%
2 名前は知っているが内容は知らない	34人	35.1%
3 名前も内容も知らない	47人	48.5%

※1名未回答

n=97

【全員にお伺いします】

問15 もしあなたが、消費生活トラブルに遭った際に、どれくらいの被害金額であれば消費者センター等相談窓口にご相談しますか。

1 一定以上の金額（※）	36人	36.7%
2 被害金額に関係なく、消費者センター等相談窓口にご相談する	48人	49.0%
3 被害金額に関係なく、消費者センター等相談窓口には相談しない	0人	0.0%
4 わからない	14人	14.3%

n=98

※一定以上の金額の内訳

0円～5,000円	11人	30.6%
5,001円～10,000円	16人	44.4%
10,000円～50,000円	4人	11.1%
50,001円～100,000円	5人	13.9%

n=36

成人年齢の引下げについて

【全員にお伺いします】

問16 あなたは、令和4年（2022年）4月1日から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることを知っていますか。

1 知っている	75人	76.5%
2 知らない	23人	23.5%

n=98

【全員にお伺いします】

問17 あなたは、令和4年（2022年）4月1日から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることにより、18歳・19歳の方は、親の同意を得なくても、一人で有効な契約ができることを知っていますか。

1 知っている	59人	60.2%
2 知らない	39人	39.8%

n=98



いたばし・タウンモニター いたばし・eモニター 令和2年度 第1回アンケート報告書
消費生活にかかる意識調査

令和2年7月発行
板橋区政策経営部 広聴広報課 (3579)2024

刊行物番号
R02-53