

「地方消費者行政に関する特別世論調査」の概要

平成 22 年 11 月 25 日
内閣府政府広報室

調査概要	調査対象	全国 20 歳以上の者 3,000 人
	有効回収数(率)	1,981 人 (66.0%)
	調査期間	平成 22 年 10 月 14 日～10 月 24 日
	調査方法	調査員による個別面接聴取
調査目的	地方消費者行政に関する国民の意識を調査し、 今後の施策の参考とする。	
調査項目	1 消費者問題に関する啓発資料の認知度 2 消費生活相談窓口の認知度 3 消費生活相談窓口の利用の有無 4 消費生活相談窓口の満足度 5 満足していないこと 6 消費生活相談窓口を利用したことがない理由 7 消費者問題に対する地方公共団体の施策に望むこと	
調査実績	総合法律支援に関する世論調査（平成 21 年 1 月） 消費者行政の推進に関する世論調査（平成 20 年 10 月） 消費者問題に関する世論調査（平成 10 年 1 月， 平成 6 年 12 月，昭和 63 年 12 月）	

<お願い>

本資料の内容を引用された場合、その掲載部分の写しを
下記宛にご送付ください。

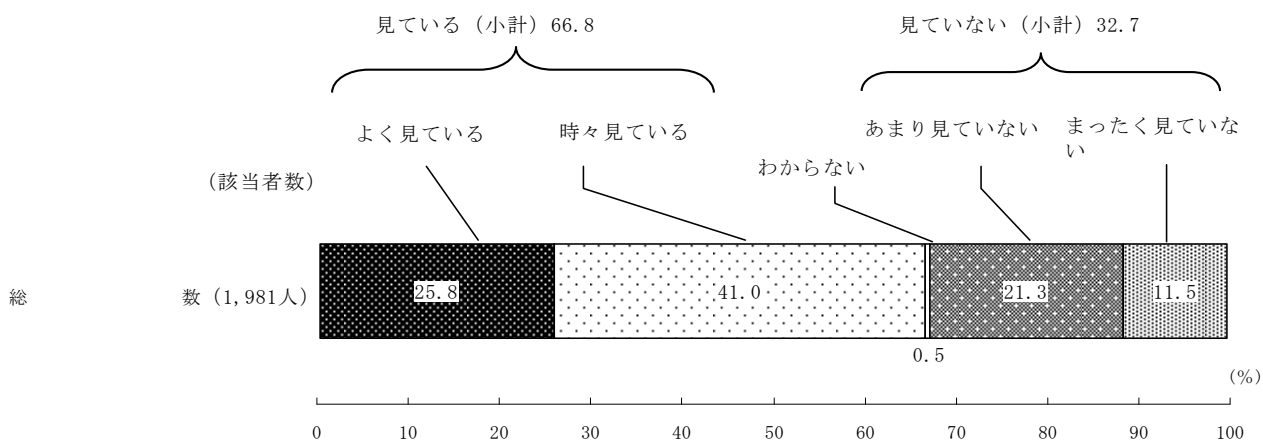
内閣府大臣官房政府広報室
世論調査担当

〒100-8914 東京都千代田区永田町 1-6-1
電話 03(3581)0070
FAX 03(3580)1186

1 消費者問題に関する啓発資料の認知度

平成 22 年 10 月

- ・ 見ている (小計) 66.8%
- ・ よく見ている 25.8%
- ・ 時々見ている 41.0%
- ・ 見ていない (小計) 32.7%
- ・ あまり見ていない 21.3%
- ・ まったく見ていない 11.5%



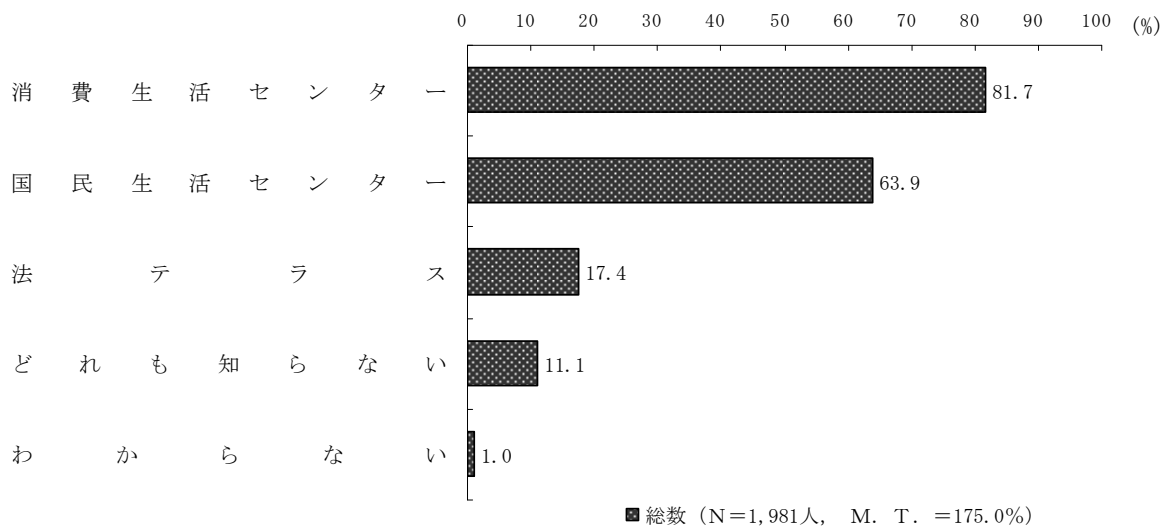
2 消費生活相談窓口の認知度

(複数回答, 上位 2 項目)

平成 22 年 10 月

- ・ 消費生活センター 81.7%
- ・ 国民生活センター 63.9%
- ・ どれも知らない 11.1%

(複数回答)



[参考1] 国民生活センターの認知度

	該 当 者 数	も 名 前 も 知 つ て い る	ら 動 内 容 は あ る ま で は 知 ら な い	と 名 前 は あ ら う な い	も 名 前 も 知 ら な い	わ か ら な い
平成20年10月調査	人 1,853	% 15.3	% 49.2	% 32.5	% 3.0	

(注) 「あなたは、国民生活センターを知っていますか。この中から1つだけお答えください。」と聞いている。

[参考2] 消費生活センターの認知度

	該 当 者 数	も 名 前 も 知 つ て い る	ら 動 内 容 は あ る ま で は 知 ら な い	と 名 前 は あ ら う な い	も 名 前 も 知 ら な い	わ か ら な い
平成20年10月調査	人 1,853	% 22.0	% 48.8	% 26.1	% 3.1	

(注) 「あなたは、消費生活センターを知っていますか。この中から1つだけお答えください。」と聞いている。

[参考3] 法テラスの認知度

	該 当 者 数	知 つ て い る (小計)	内 容 も 知 つ て い る 業 務	が 実 際 に 利 用 し た こ と	務 は 実 際 に 利 用 し た こ と	な い 業 務 内 容 は 知 ら な い	ら 名 前 も 業 務 内 容 も 知 ら な い	わ か ら な い
平成21年1月調査	人 1,684	% 28.1	% 1.4	% 8.1	% 18.6	% 67.5	% 4.5	

(注) 「あなたは、法テラスを知っていますか。この中から1つだけお答えください。」と聞いている。

[参考4] 国民生活センター、消費生活センターの認知度

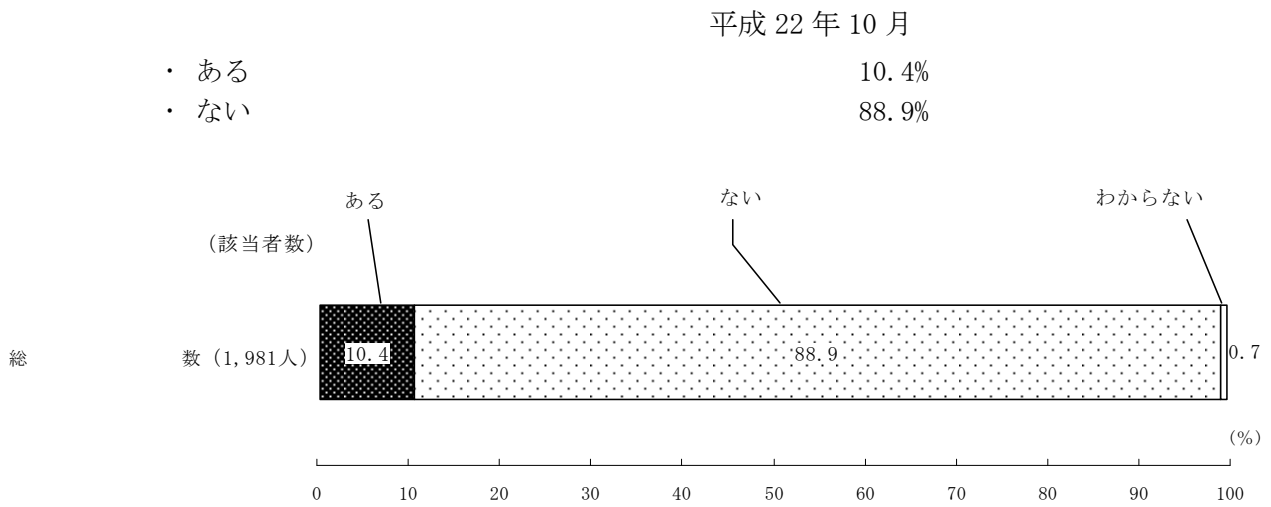
	該 当 者 数	知 つ て い る (小計)	知 国 民 生 活 セ ン タ ー を	知 消 費 生 活 セ ン タ ー を	も 消 費 生 活 セ ン タ ー と	知 ら な い	わ か ら な い
平成10年1月調査(注1)	人 2,149	% 72.3	% 4.0	% 18.2	% 50.1	% 26.8	% 0.9
平成6年12月調査(注2)	人 2,188	% 76.9	% 4.3	% 22.0	% 50.6	% 21.9	% 1.2
昭和63年12月調査(注2)	人 2,290	% 79.7	% 2.5	% 21.7	% 55.5	% 18.8	% 1.5

(注1) 平成10年1月調査では、「あなたは、消費者の苦情相談を受けたり、消費者に必要な情報を提供している国民生活センターや消費生活センターを知っていますか。」と聞いている。

(注2) 平成6年12月調査までは、「あなたは、国民生活センターや消費生活センターがあることを知っていますか。」と聞いている。

3 消費生活相談窓口の利用の有無

(1) 消費生活相談窓口の利用の有無



[参考] 国民生活センター，消費生活センターについて－利用経験－
(国民生活センターや消費生活センターを知っていると答えた者に)

	該 当 者 数	利 用 し た こ と が あ る	利 用 し た こ と が な い	わ か ら な い
	人	%	%	%
平成 6 年 12 月 調査	1,682	4.2	95.7	0.2
昭和 63 年 12 月 調査	1,826	6.9	93.1	※

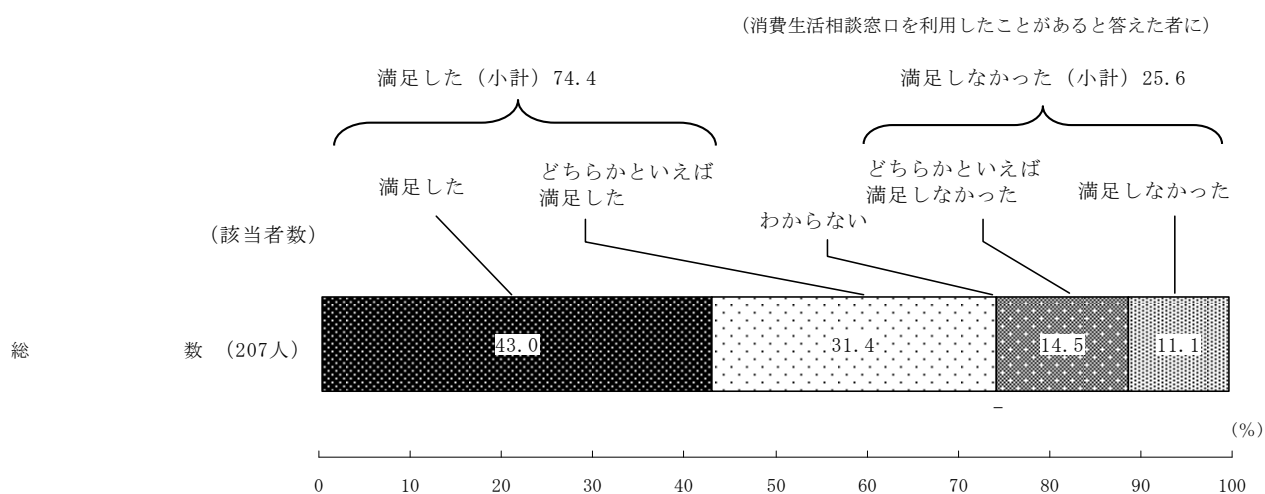
(注) 「では，国民生活センターや消費生活センターを利用したことがありますか，ありませんか。」と聞いている。

(消費生活相談窓口を利用したことがあると答えた者 (207 人) に)

(2) 消費生活相談窓口の満足度

平成 22 年 10 月

・ 満足した (小計)	74.4%
・ 満足した	43.0%
・ どちらかといえば満足した	31.4%
・ 満足しなかった (小計)	25.6%
・ どちらかといえば満足しなかった	14.5%
・ 満足しなかった	11.1%



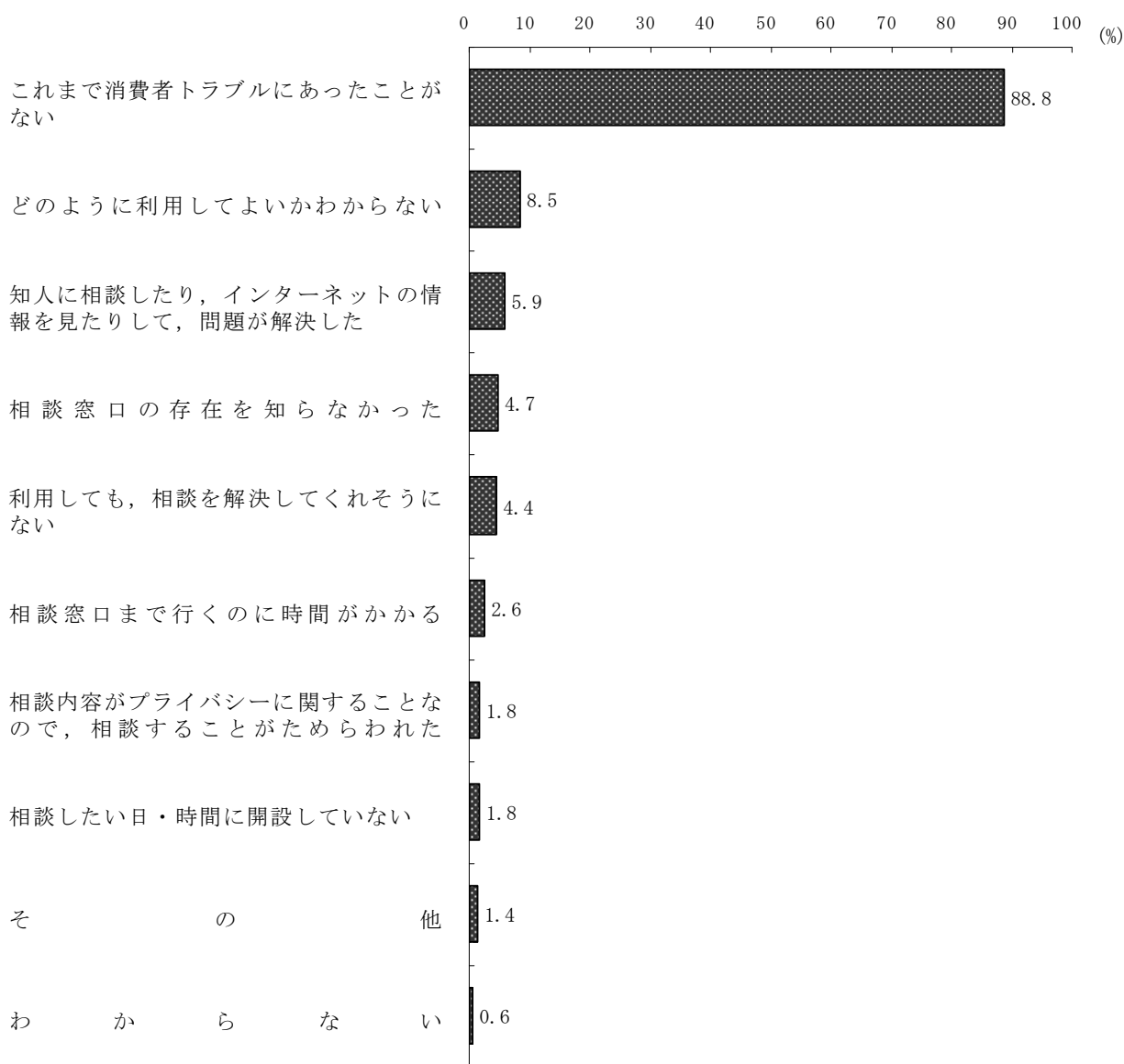
(消費生活相談窓口を利用したことがないと答えた者 (1,761 人) に)

(4) 消費生活相談窓口を利用したことがない理由 (複数回答)

平成 22 年 10 月

・ これまで消費者トラブルにあったことがない	88.8%
・ どのように利用してよいかわからない	8.5%
・ 知人に相談したり，インターネットの情報を見たりして，問題が解決した	5.9%
・ 相談窓口の存在を知らなかった	4.7%
・ 利用しても，相談を解決してくれそうにない	4.4%
・ 相談窓口まで行くのに時間がかかる	2.6%
・ 相談内容がプライバシーに関する事なので，相談することがためらわれた	1.8%
・ 相談したい日・時間に開設していない	1.8%

(消費生活相談窓口を利用したことがないと答えた者に，複数回答)

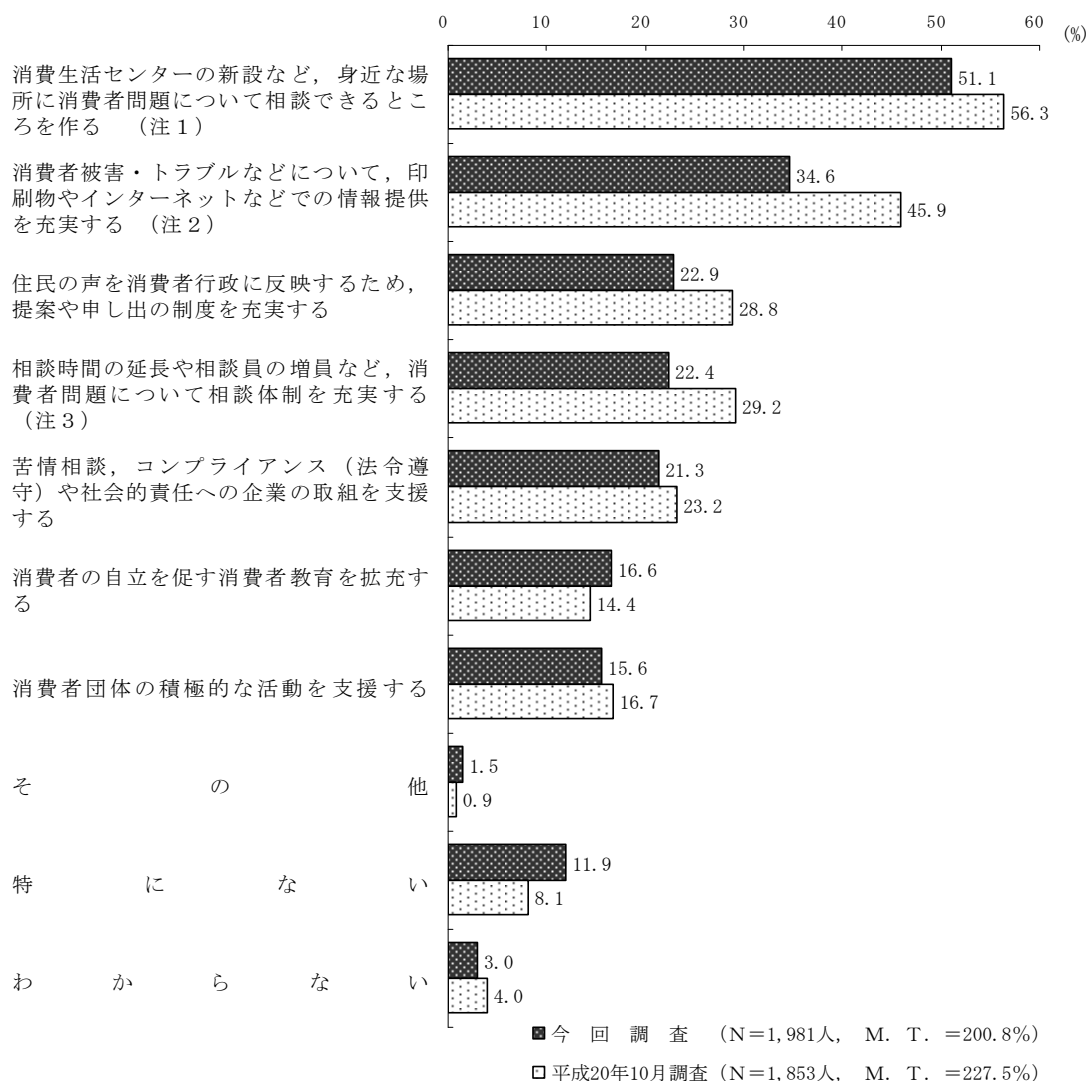


■ 総数 (N=1,761人, M. T. =120.3%)

4 消費者問題に対する地方公共団体の施策に望むこと (複数回答, 上位5項目)

	平成20年10月		平成22年10月	
・ 消費生活センターの新設など, 身近な場所に消費者問題について相談できるところを作る	56.3%	→	51.1%	(減)
・ 消費者被害・トラブルなどについて, 印刷物やインターネットなどでの情報提供を充実する	45.9%	→	34.6%	(減)
・ 住民の声を消費者行政に反映するため, 提案や申し出の制度を充実する	28.8%	→	22.9%	(減)
・ 相談時間の延長や相談員の増員など, 消費者問題について相談体制を充実する	29.2%	→	22.4%	(減)
・ 苦情相談, コンプライアンス (法令遵守) や社会的責任への企業の取組を支援する	23.2%	→	21.3%	
・ 特にない	8.1%	→	11.9%	(増)

(複数回答)



(注1) 平成20年10月調査では, 「身近な場所に消費者問題について相談できるところ (消費生活センターの新設等) を作る」となっている。

(注2) 平成20年10月調査では, 「消費者被害・トラブルなどについての情報提供を充実する」となっている。

(注3) 平成20年10月調査では, 「消費者問題について相談体制を充実する (相談時間の延長, 相談員の増員等)」となっている。

地方消費者行政に関する特別世論調査

調査時期：平成22年10月14日～10月24日
調査対象：全国20歳以上の者3,000人
有効回収数（率）：1,981人（66.0%）

話は変わりますが、次に時事問題として、「地方消費者行政」についてお伺いします。

（調査員注：資料1を提示して、対象者によく読んでもらってから質問する。）

〔資料1〕

近年、高齢者を狙った振り込め詐欺や悪質商法、インターネットによる取引トラブル、食品の産地偽装、こんにやく入りゼリーによる窒息事故など、消費者の安全・安心を脅かす事件・事故が増えています。

「消費者問題」とは、そのような、商品（不動産を含む）やサービスの安全上の問題、偽装表示、不正な販売方法などのことをいいます。

Q1〔回答票1〕あなたは、地方公共団体が配付している消費者問題に関する啓発資料をどの程度見たことがありますか。例えば、広報誌、パンフレット、チラシ、市や区で出しているお知らせ、インターネットに掲載されている情報などです。この中から1つだけお答えください。

- (25.8) (ア) よく見ている
- (41.0) (イ) 時々見ている
- (21.3) (ウ) あまり見ていない
- (11.5) (エ) まったく見ていない
- (0.5) (オ) わからない

（調査員注：資料2を提示して、対象者によく読んでもらってから質問する。）

〔資料2〕

消費者が購入した商品やサービスにより、被害や事故にあった場合に、苦情相談を受け付け、消費者に必要な情報を提供している主な窓口として、以下があります。

「国民生活センター」とは、消費生活に関する情報の収集・提供、苦情相談、商品テスト、調査研究、消費者啓発などを行う独立行政法人です。

「消費生活センター」とは、消費生活全般に関する情報提供、苦情相談などを行っている、地方公共団体が設置している行政機関です。なお、地域によって呼び名が異なります。

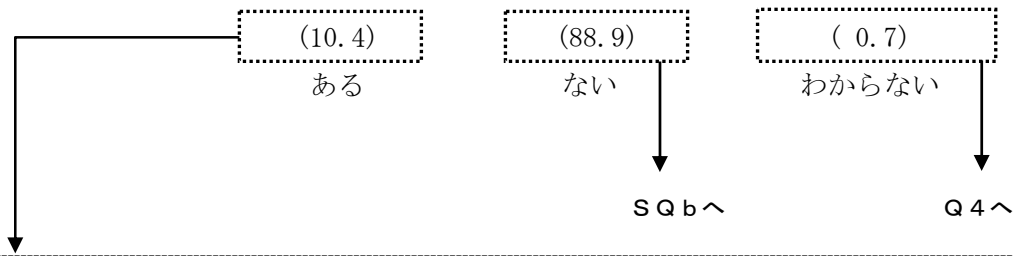
「法テラス」とは、相談の内容に応じた法制度紹介や専門的にご相談できる関係機関の案内を行う法人です。

Q2〔回答票2〕あなたは、これらの窓口を知っていましたか。この中から知っていたものをいくつかあげてください。(M. A.)

- (63.9) (ア) 国民生活センター
- (81.7) (イ) 消費生活センター
- (17.4) (ウ) 法テラス
- (11.1) (エ) どれも知らない
- (1.0) (オ) わからない

(M. T. = 175.0)

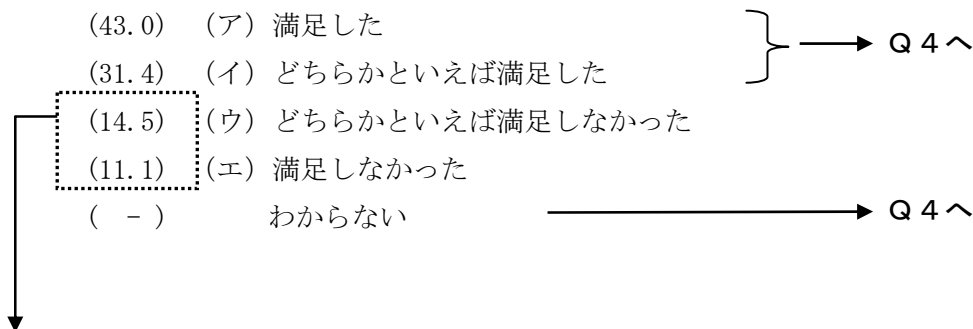
Q 3 あなたは、これまで、地方公共団体や消費生活センターが開いている消費生活相談窓口を利用したことがありますか。



【Q3で「ある」と答えた者に】

SQa【回答票3】相談窓口を利用して、あなたは、満足しましたか。この中から1つだけお答えください。

(N=207)



【SQaで「(ウ) どちらかといえば満足しなかった」, 「(エ) 満足しなかった」と答えた者に】

SSQ【回答票4】それでは、満足していないことはどのようなことですか。この中からいくつでもあげてください。(M. A.)

(N=53)

- (52.8) (ア) 相談の受付から助言にとどまり、あっせん、紛争解決まで責任を持って対応していない
- (22.6) (イ) 相談時間が短いなど、一人一人がじっくり相談にのってもらえない
- (20.8) (ウ) 電話がかかりにくいなど、対応に時間がかかる
- (49.1) (エ) 対応に専門性がないなど、十分な対応をしてもらえない
- (18.9) (オ) 対応せず、たらい回しにされる
- (11.3) その他 ()
- (-) わからない

(M. T. = 175.5)

【Q3で「ない」と答えた者に】

S Q b 【回答票5】 相談窓口を利用したことがない理由は何ですか。この中からいくつでもあげてください。(M. A.)

(N=1,761)

- (88.8) (ア) これまで消費者トラブルにあったことがない
- (1.8) (イ) 相談内容がプライバシーに関する事なので、相談することがためらわれた
- (4.7) (ウ) 相談窓口の存在を知らなかった
- (8.5) (エ) どのように利用してよいかわからない
- (1.8) (オ) 相談したい日・時間に開設していない
- (2.6) (カ) 相談窓口まで行くのに時間がかかる
- (4.4) (キ) 利用しても、相談を解決してくれそうにない
- (5.9) (ク) 知人に相談したり、インターネットの情報を見たりして、問題が解決した
- (1.4) その他 ()
- (0.6) わからない

(M. T. = 120.3)

【全員に】

Q 4 【回答票6】 あなたは、消費者問題に対する地方公共団体の施策に何を望みますか。この中からいくつでもあげてください。(M. A.)

- (51.1) (ア) 消費生活センターの新設など、身近な場所に消費者問題について相談できる場所を作る
- (22.4) (イ) 相談時間の延長や相談員の増員など、消費者問題について相談体制を充実する
- (16.6) (ウ) 消費者の自立を促す消費者教育を拡充する
- (21.3) (エ) 苦情相談、コンプライアンス（法令遵守）や社会的責任への企業の取組を支援する
- (15.6) (オ) 消費者団体の積極的な活動を支援する
- (34.6) (カ) 消費者被害・トラブルなどについて、印刷物やインターネットなどでの情報提供を充実する
- (22.9) (キ) 住民の声を消費者行政に反映するため、提案や申し出の制度を充実する
- (1.5) その他 ()
- (11.9) 特にない
- (3.0) わからない

(M. T. = 200.8)