

消費生活に関するアンケート調査（消費者・事業者）
と消費者教育に関するアンケート調査（学校）
結果報告書

令和4年（2022年）2月

広島市

目 次

第1章 アンケート調査の概要	1
1. 調査の目的	1
2. 使用した調査票	1
3. 調査方法	1
4. 調査結果	1
5. 調査結果の見方	2
第2章 消費生活に関するアンケート（消費者）の調査結果	3
1. 属性別の回収状況	3
2. 調査結果の概要	8
Ⅰ. 消費生活の安全・安心の確保について	8
Ⅱ. 消費者の被害について	22
Ⅲ. 消費者教育・啓発について	36
第3章 消費生活に関するアンケート（事業者）の調査結果	44
1. 属性別の回収状況	44
2. 調査結果の概要	48
Ⅰ. 消費者問題の取組状況について	48
Ⅱ. 消費者からの苦情の処理について	53
Ⅲ. 消費者問題に関する意識について	62
Ⅳ. 行政との関係について	68
第4章 消費者教育に関するアンケート（学校）の調査結果	73
1. 属性別の回収状況	73
2. 調査結果の概要	74
Ⅰ. 授業について	74
Ⅱ. 消費者トラブルについて	85
Ⅲ. 消費者教育の推進について	91
付属資料（調査票）	103
1 消費生活に関するアンケート調査票（消費者）	103
2 消費生活に関するアンケート調査票（事業者）	117
3 消費者教育に関するアンケート調査票（学校）	128

第1章 アンケート調査の概要

1. 調査の目的

「第3次広島市消費生活基本計画」策定の基礎資料とするため、広島市の消費者・事業者・学校の意識と行動に関する実態調査を行う。

2. 使用した調査票

調査に使用した調査票を、本報告書の付属資料として添付した。

3. 調査方法

(1) 消費生活に関するアンケート(消費者)

- ア. 調査地域 広島市全域
- イ. 調査対象 令和3年(2021年)10月31日現在の広島市住民基本台帳から、15歳以上の男女を無作為に抽出
- ウ. 調査数 3,000人
- エ. 実施方法 郵送による配布、回収(インターネット回答と併用)
- オ. 調査期間 令和3年(2021年)11月25日～令和3年12月25日

(2) 消費生活に関するアンケート(事業者)

- ア. 調査地域 広島市全域
- イ. 調査対象 統計法第27条第1項に基づき整備された事業所母集団データベースから無作為に抽出
- ウ. 調査数 1,500社
- エ. 実施方法 郵送による配布、回収(インターネット回答と併用)
- オ. 調査期間 令和3年(2021年)11月25日～令和3年12月25日

(3) 消費者教育に関するアンケート(学校)

- ア. 調査地域 広島市全域
- イ. 調査対象 市立小学校141校、市立中学校63校、市立高等学校7校、中等教育学校1校、特別支援学校1校
- ウ. 調査数 213校
- エ. 実施方法 広島市役所を巡回するメール便による配布、回収(インターネット回答と併用)
- オ. 調査期間 令和3年(2021年)11月18日～令和3年12月18日

4. 調査結果

(1) 消費生活に関するアンケート(消費者)

回収数 1,089件(有効回収率36.3%)

(2) 消費生活に関するアンケート(事業者)

回収数 424件(有効回収率 28.3%)

(3) 消費者教育に関するアンケート(学校)

回収数 125件(有効回収率 58.7%)

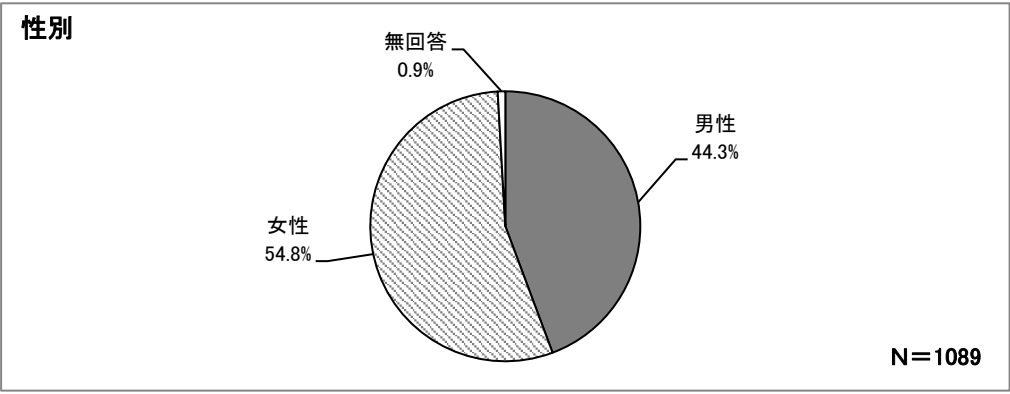
5. 調査結果の見方

- (1) 集計は小数点第2位を四捨五入している。したがって、回答比率の合計は必ずしも100%にならない場合がある。
- (2) 2つ以上の回答（複数回答）を可としている場合、その回答比率の合計は100%を超える場合がある。
- (3) 数表、図表、文中に示すNは、比率算出上の基数（標本数）である。全標本ベースの示す「全体」を「N」、該当するベースを「n」で表記している。
- (4) 選択肢が「1つだけ」「3つまで」等となっている設問に、指定された数以上の○をしている場合は、無効な回答（無回答）としている。
- (5) 条件付きの設問（「(問6で「1～4」と回答された方)」など）では、条件に当てはまらない回答は、集計対象から除外している。
- (6) 「その他」の選択肢に○がなく、括弧内に記述があった場合、「その他」として集計している。
- (7) 誤字脱字等については、適宜修正している。
- (8) 自由記述のところでプライバシーに関する情報が記載されている場合、自由記述欄に記載していない。
- (9) 自由記述や「その他」の意見については、主なものを記載している。
- (10) このほか、個別に参照事項がある場合は、本報告書の該当箇所に適宜記載している。

第2章 消費生活に関するアンケート(消費者)の調査結果

1. 属性別の回収状況

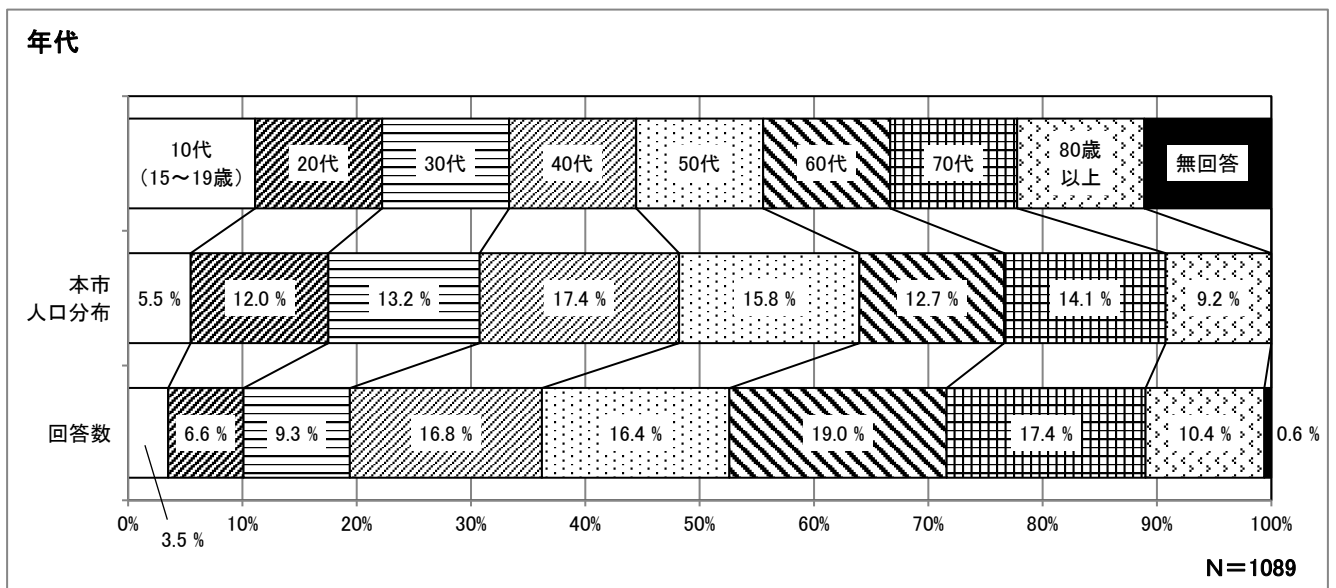
(1) 男女別



	回答数	比率(A)	本市人口 分布(B)	A/B
男性	482	44.3 %	48.0 %	0.92
女性	597	54.8 %	52.0 %	1.05
無回答	10	0.9 %		
合計	1089	100.0 %	100.0 %	

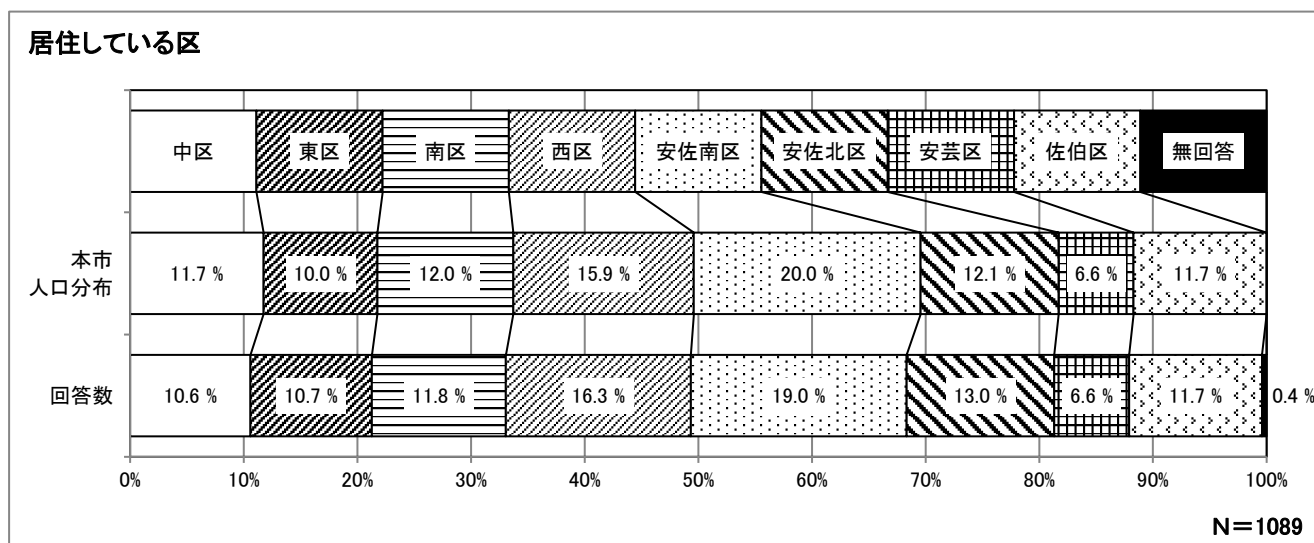
※本市人口分布は、令和3年（2021年）10月31日現在15歳以上の方の割合。以下同じ。

(2) 年齢別



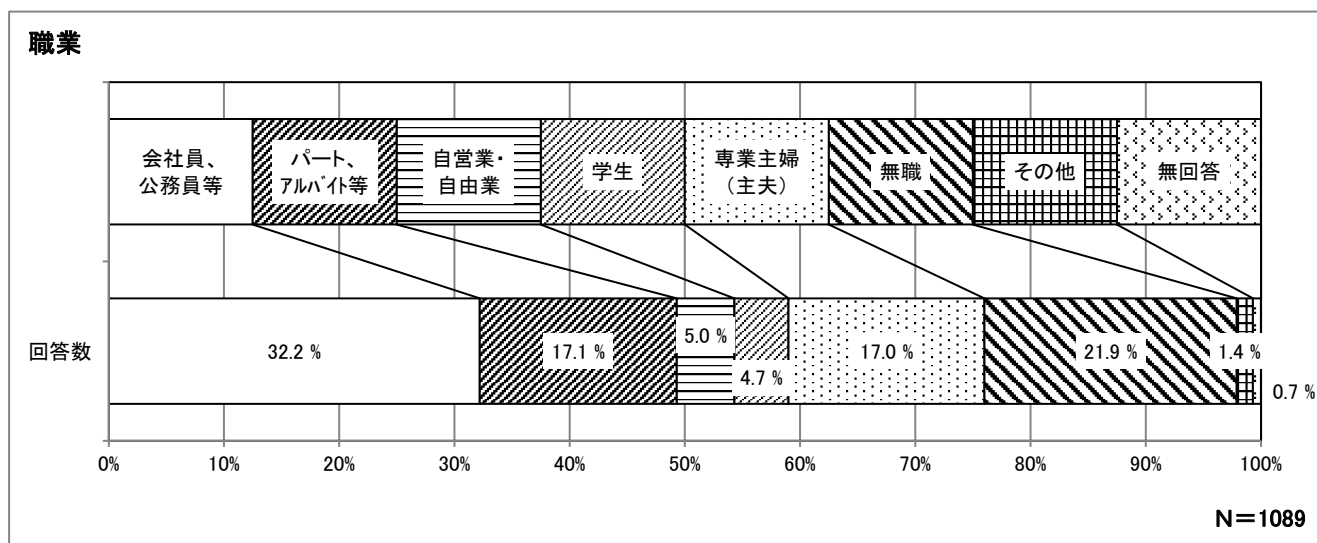
	回答数	比率(A)	本市人口 分布(B)	A/B
10代(15~19歳)	38	3.5 %	5.5 %	0.64
20代	72	6.6 %	12.0 %	0.55
30代	101	9.3 %	13.2 %	0.70
40代	183	16.8 %	17.4 %	0.97
50代	179	16.4 %	15.8 %	1.04
60代	207	19.0 %	12.7 %	1.50
70代	190	17.4 %	14.1 %	1.23
80歳以上	113	10.4 %	9.2 %	1.13
無回答	6	0.6 %		
合計	1089	100.0 %	100.0 %	

(3) 居住区別



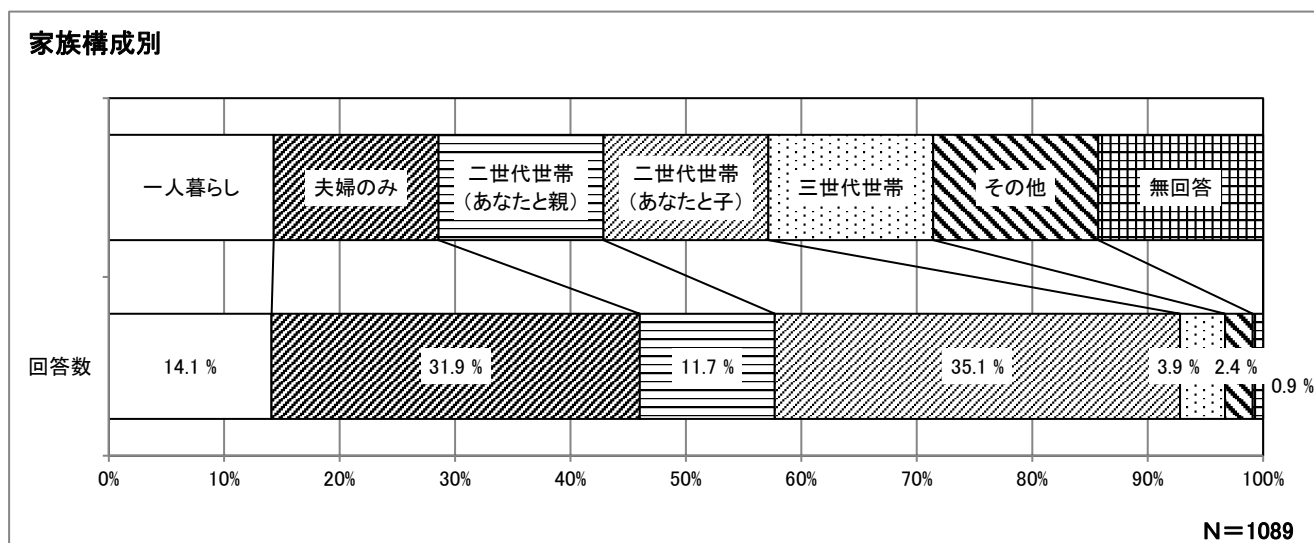
	回答数	比率(A)	本市人口 分布(B)	A/B
中区	115	10.6 %	11.7 %	0.91
東区	116	10.7 %	10.0 %	1.07
南区	128	11.8 %	12.0 %	0.98
西区	178	16.3 %	15.9 %	1.03
安佐南区	207	19.0 %	20.0 %	0.95
安佐北区	142	13.0 %	12.1 %	1.07
安芸区	72	6.6 %	6.6 %	1.00
佐伯区	127	11.7 %	11.7 %	1.00
無回答	4	0.4 %		
合計	1089	100.0 %	100.0 %	

(4) 職業別



	回答数	比率
会社員、公務員、団体職員(役員等を含む。)	351	32.2 %
パート、アルバイト、非常勤、嘱託、派遣等	186	17.1 %
自営業・自由業	54	5.0 %
学生	51	4.7 %
専業主婦(主夫)	185	17.0 %
無職	239	21.9 %
その他	15	1.4 %
無回答	8	0.7 %
合計	1089	100.0 %

(5) 家族構成別



	回答数	比率
一人暮らし	154	14.1 %
夫婦のみ	347	31.9 %
二世代会帯(あなたの世代と親)	127	11.7 %
二世代会帯(あなたの世代と子ども)	382	35.1 %
三世代会帯	43	3.9 %
その他	26	2.4 %
無回答	10	0.9 %
合計	1089	100.0 %

なお、年代別の家族構成は次の表の通りである。

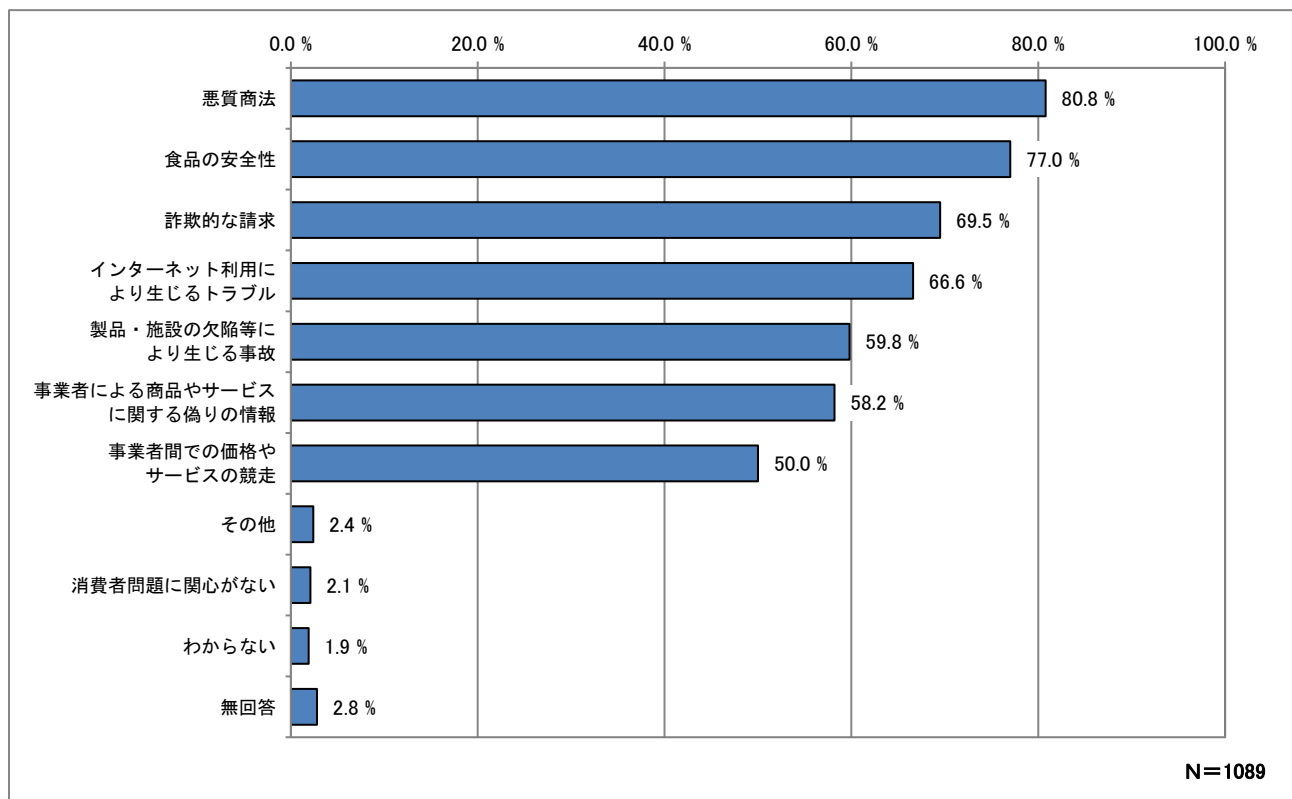
	全体	年代								無回答
		10代 (15～19歳)	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳 以上	
全体(件数)	1089	38	72	101	183	179	207	190	113	6
一人暮らし	14.1	7.9	25.0	10.9	7.1	14.5	15.0	13.2	23.9	0.0
夫婦のみ	31.9	0.0	9.7	12.9	10.9	27.4	47.8	55.3	46.9	16.7
二世代会帯(あなたの世代と親)	11.7	71.1	43.1	14.9	11.5	10.1	4.8	2.1	0.9	0.0
二世代会帯(あなたの世代と子ども)	35.1	2.6	13.9	54.5	65.6	40.8	26.6	23.2	21.2	0.0
三世代会帯	3.9	7.9	5.6	2.0	3.8	4.5	4.3	3.2	3.5	0.0
その他	2.4	10.5	1.4	5.0	0.5	2.8	1.4	2.6	1.8	0.0
無回答	0.9	0.0	1.4	0.0	0.5	0.0	0.0	0.5	1.8	83.3

2. 調査結果の概要

I. 消費生活の安全・安心の確保について

(消費者問題の関心について)

問1. あなたが、見聞きしたことのある消費者問題は何ですか。



	回答数	比率
悪質商法について	880	80.8 %
食品の安全性について	838	77.0 %
詐欺的な請求について	757	69.5 %
インターネット(SNS・電子メール等を含む)利用により生じるトラブルについて	725	66.6 %
製品・施設の欠陥等により生じる事故について	651	59.8 %
事業者による商品やサービスに関する偽りの情報について	634	58.2 %
事業者間での価格やサービスの競走について	545	50.0 %
その他	26	2.4 %
消費者問題に関心がない	23	2.1 %
わからない	21	1.9 %
無回答	31	2.8 %

《その他》

・ 転売ヤー 【男性・20代】

・ 不動産取引でのトラブル(敷金を大家が返還しない) 【男性・50代】

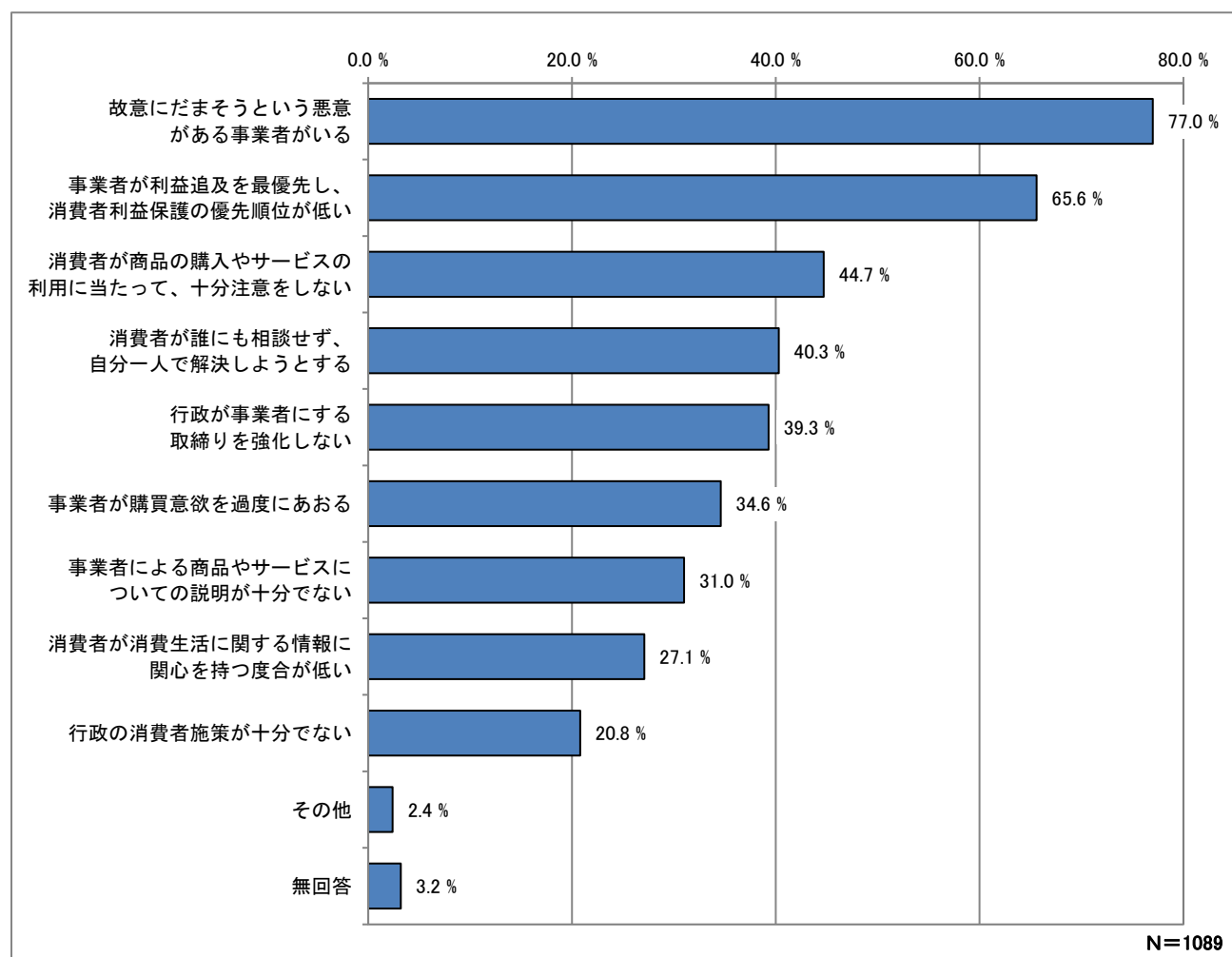
・ トイレ詰りによりネット経由で依頼。ホームページでは現地で見積作成後、作業しますと謳っておきながらいきなり作業をし始め逃れられないよう仕向け、高額請求支払となった。 【男性・60代】

・ 投資を目的としたマルチ商法、太陽光発電、複利などの金融商品の勧誘 【女性・40代】

・ カタログショッピングでカード決済した時、他人購入分が引落されていた。 【女性・60代】

(消費者問題の発生原因について)

問2. あなたは、なぜ、消費者問題が発生すると思いますか。



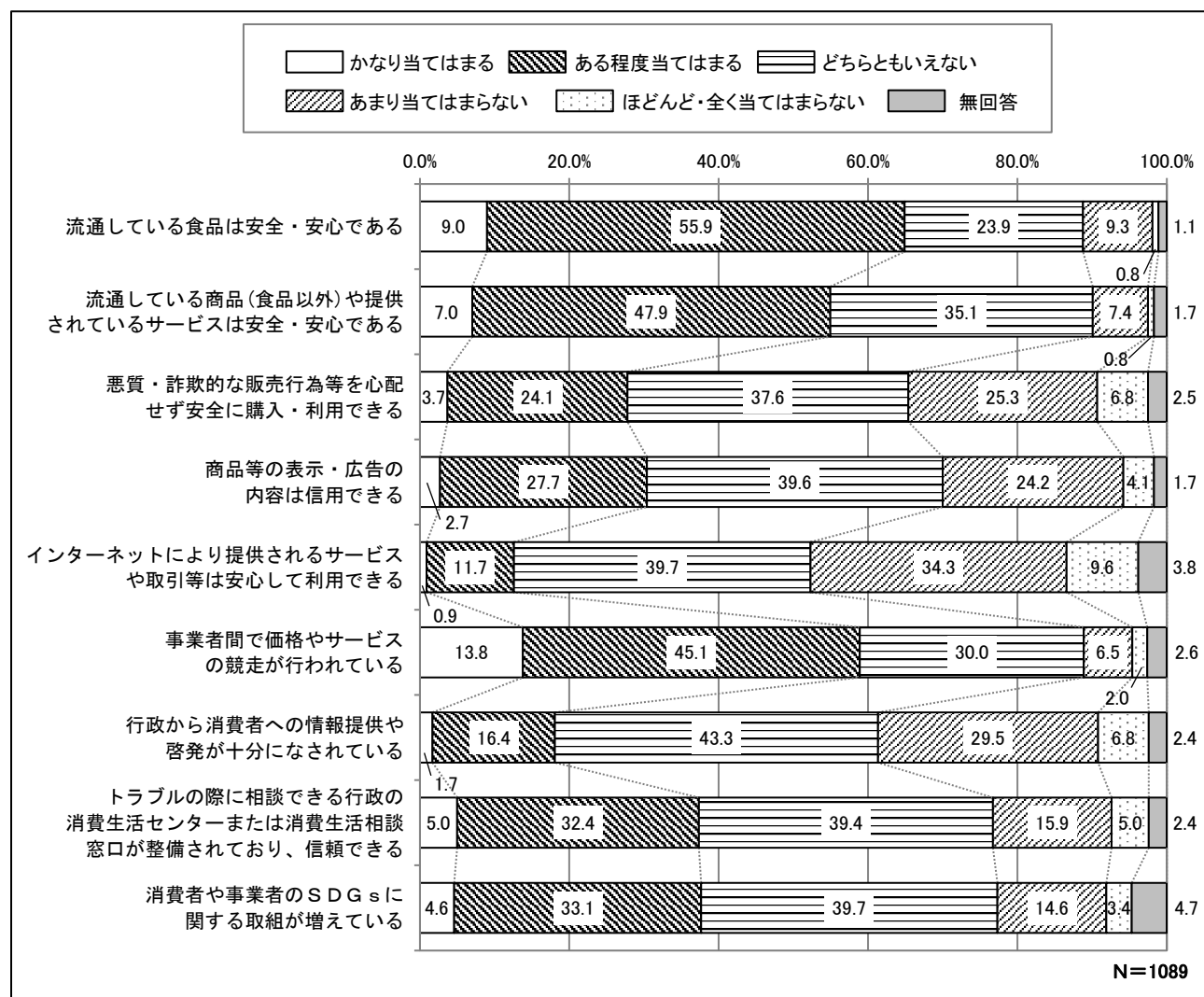
	回答数	比率
故意にだまそうという悪意がある事業者がいるから	839	77.0 %
事業者が利益追及を最優先し、消費者利益保護の優先順位が低いから	714	65.6 %
消費者が商品の購入やサービスの利用に当たって、十分注意をしないから	487	44.7 %
消費者が誰にも相談せず、自分一人で解決しようとするから	439	40.3 %
行政が事業者にする取締りを強化しないから	428	39.3 %
事業者が購買意欲を過度にあおるから	377	34.6 %
事業者による商品やサービスについての説明が十分でないから	338	31.0 %
消費者が消費生活に関する情報に関心を持つ度合いが低いから	295	27.1 %
行政の消費者施策が十分でないから	227	20.8 %
その他	26	2.4 %
無回答	35	3.2 %

《その他》

- ・ 認知症のお年寄りなど社会的弱者をフォローしきれていないから。【男性・30代】
 - ・ 得られる利益より、処罰が軽いから。【男性・40代】
 - ・ どの様な対策を講じた所でいちごっこ。新手の手法は続々生み出されるでしょう。結局消費者が知識を得、世の中の動きに目を配り自分の事として対応出来ない場合は他人に相談出来る仕組み作りを全ての人に知ってもらう必要があると思う。【男性・50代】
 - ・ 消費者と生産者は同じ立場で考え行動しないと消費者問題(生産者問題)は必ず発生する。なぜ消費だけの一方的な問題意識を考えるのか両方向から考えないと社会は良くならない。【男性・60代】
 - ・ 法的整備がなされてない。【女性・50代】
 - ・ 消費者がいろんな話を聞いて賢くならないと心のすき間をついて売りつけてくるように思える。【女性・70代】
-

(消費者を取り巻く状況について)

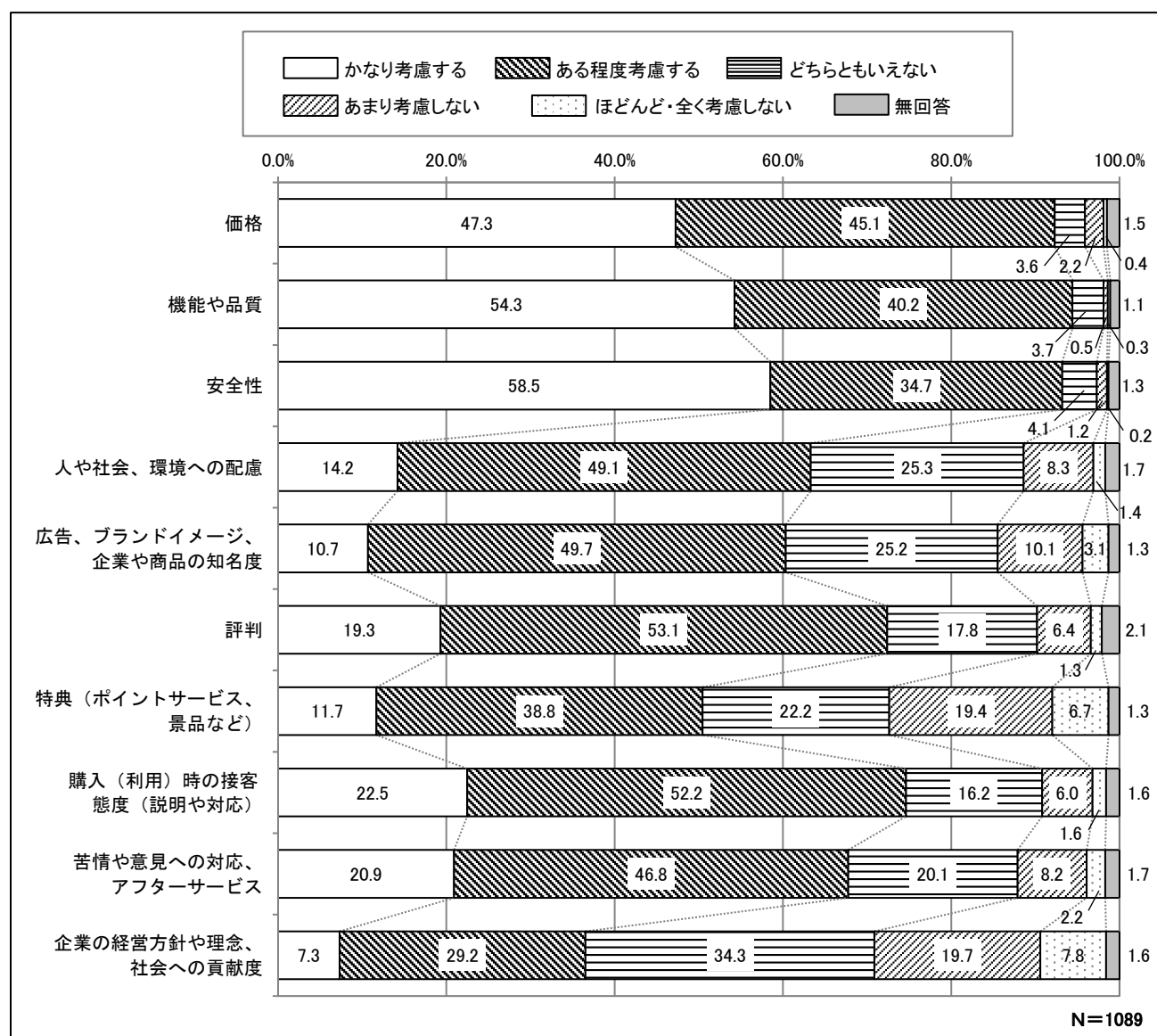
問3. あなたは、消費者を取り巻く状況について、以下の項目がどの程度当てはまると思いますか。



回答数	かなり 当てはまる	ある程度 当てはまる	どちらとも いえない	あまり 当てはまら ない	ほとんど・ 全く当て はまらない	無回答
流通している食品は安全・安心である	98	609	260	101	9	12
流通している商品（食品以外）や提供されているサービスは安全・安心である	76	522	382	81	9	19
悪質・詐欺的な販売行為等を心配せず安全に購入・利用できる	40	262	410	276	74	27
商品等の表示・広告の内容は信用できる	29	302	431	264	45	18
インターネットにより提供されるサービスや取引等は安心して利用できる	10	127	432	374	105	41
事業者間で価格やサービスの競走が行われている	150	491	327	71	22	28
行政から消費者への情報提供や啓発が十分になされている	18	179	471	321	74	26
トラブルの際に相談できる行政の消費生活センターまたは消費生活相談窓口が整備されており、信頼できる	54	353	429	173	54	26
消費者や事業者のSDGsに関する取組が増えている	50	360	432	159	37	51

(商品・サービスの選択の際の意識について)

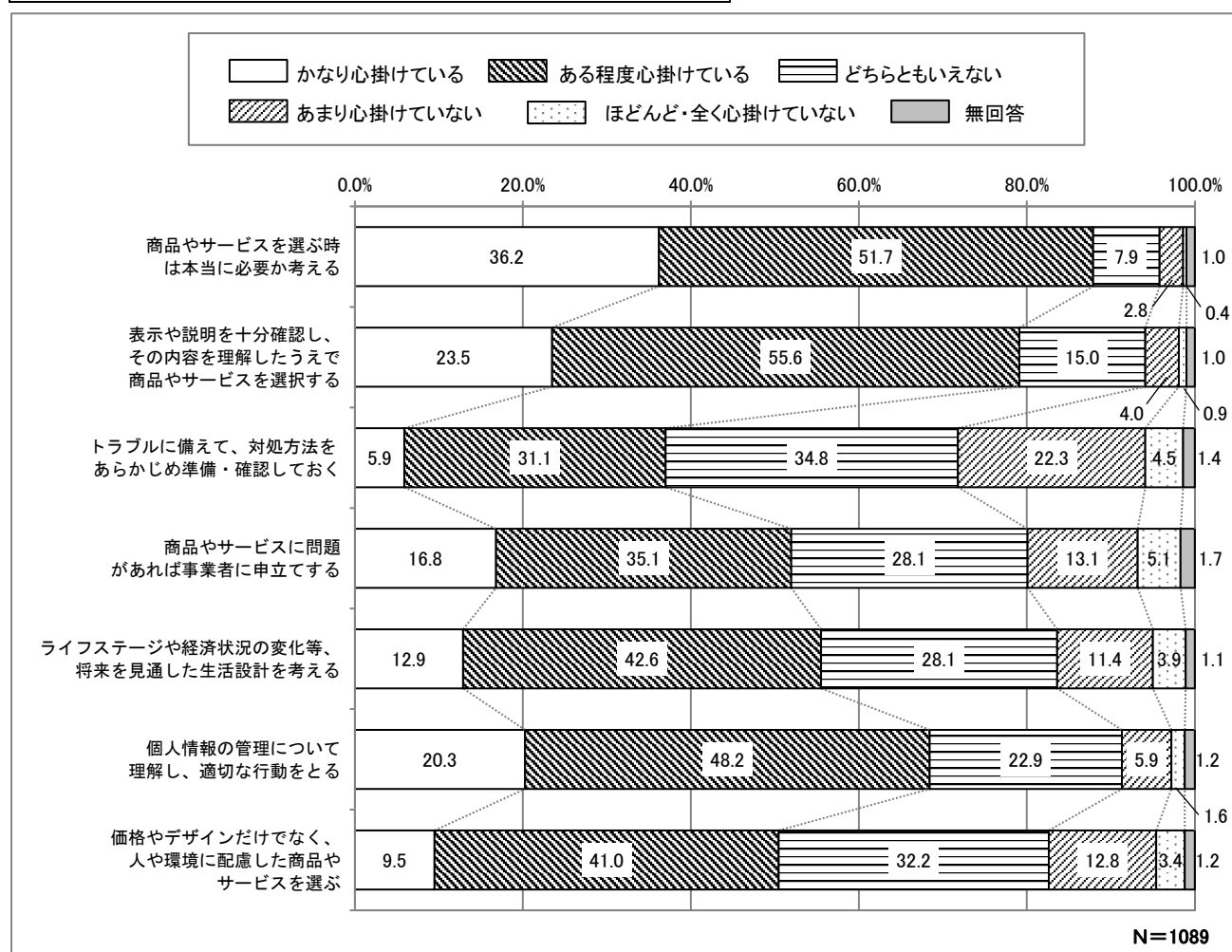
問4. あなたは、商品やサービスを選ぶときに、以下の項目をどの程度考慮しますか。



回答数	かなり 考慮する	ある程度 考慮する	どちらとも いえない	あまり 考慮しない	ほとんど・ 全く 考慮しない	無回答
価格	515	491	39	24	4	16
機能や品質	591	438	40	5	3	12
安全性	637	378	45	13	2	14
人や社会、環境への配慮	155	535	275	90	15	19
広告、ブランドイメージ、企業や商品の知名度	116	541	274	110	34	14
評判	210	578	194	70	14	23
特典（ポイントサービス、景品など）	127	422	242	211	73	14
購入（利用）時の接客態度（説明や対応）	245	569	176	65	17	17
苦情や意見への対応、アフターサービス	228	510	219	89	24	19
企業の経営方針や理念、社会への貢献度	80	318	374	215	85	17

(消費者行動について)

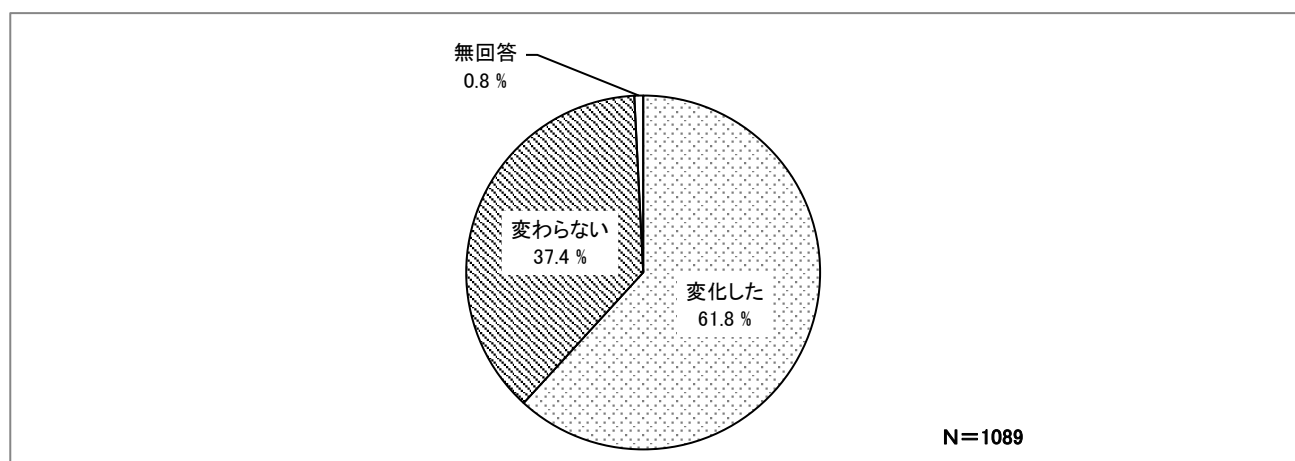
問5. あなたは、消費者として、以下の行動をどの程度心掛けていますか。



回答数	かなり心掛けています	ある程度心掛けています	どちらともいえない	あまり心掛けていない	ほとんど・全く心掛けていない	無回答
商品やサービスを選ぶ時は本当に必要か考える	394	563	86	31	4	11
表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択する	256	605	163	44	10	11
トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく	64	339	379	243	49	15
商品やサービスに問題があれば、事業者に申立てする	183	382	306	143	56	19
ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える	141	464	306	124	42	12
個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる	221	525	249	64	17	13
価格やデザインだけでなく、人や環境に配慮した商品やサービスを選ぶ	103	446	351	139	37	13

(コロナ禍での消費行動について)

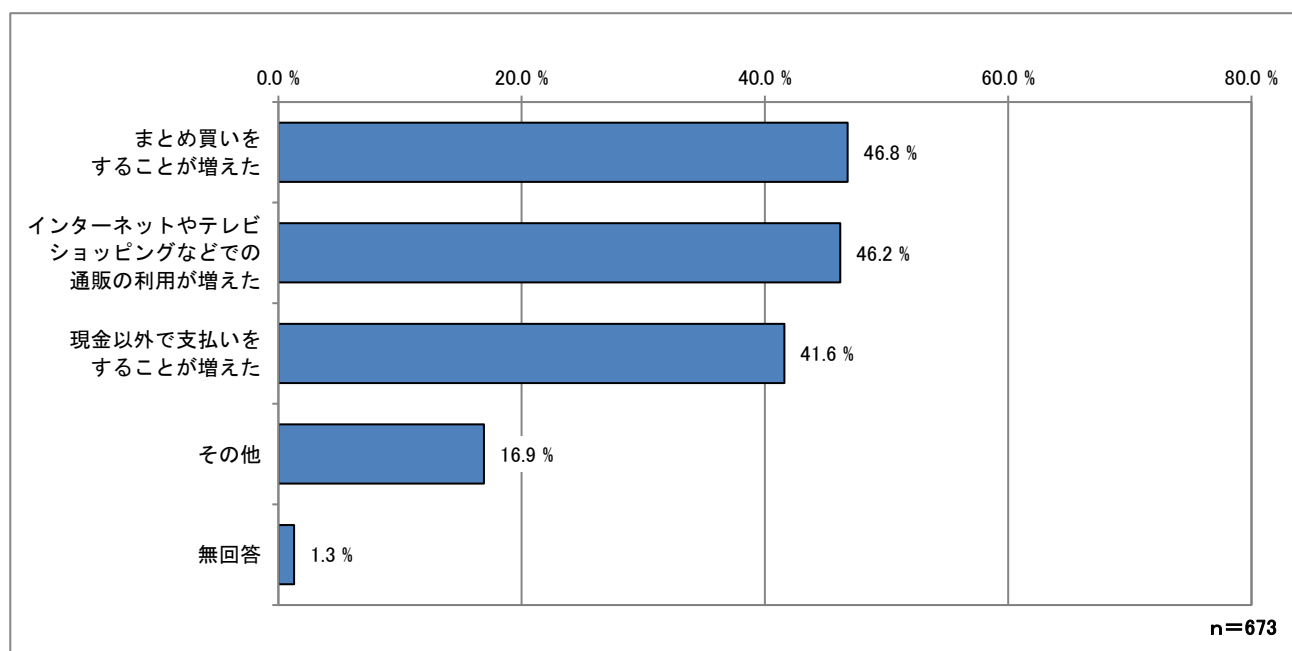
問6. あなたは、コロナ禍によって自分自身の消費行動が変化したと思いますか。



	回答数	比率
変化した	673	61.8 %
変わらない	407	37.4 %
無回答	9	0.8 %
合計	1089	100.0 %

(コロナ禍での消費行動について)

問7. (問6で「変化した」と回答された方)あなたは、コロナ禍によってどのように自分自身の消費行動が変化しましたか。



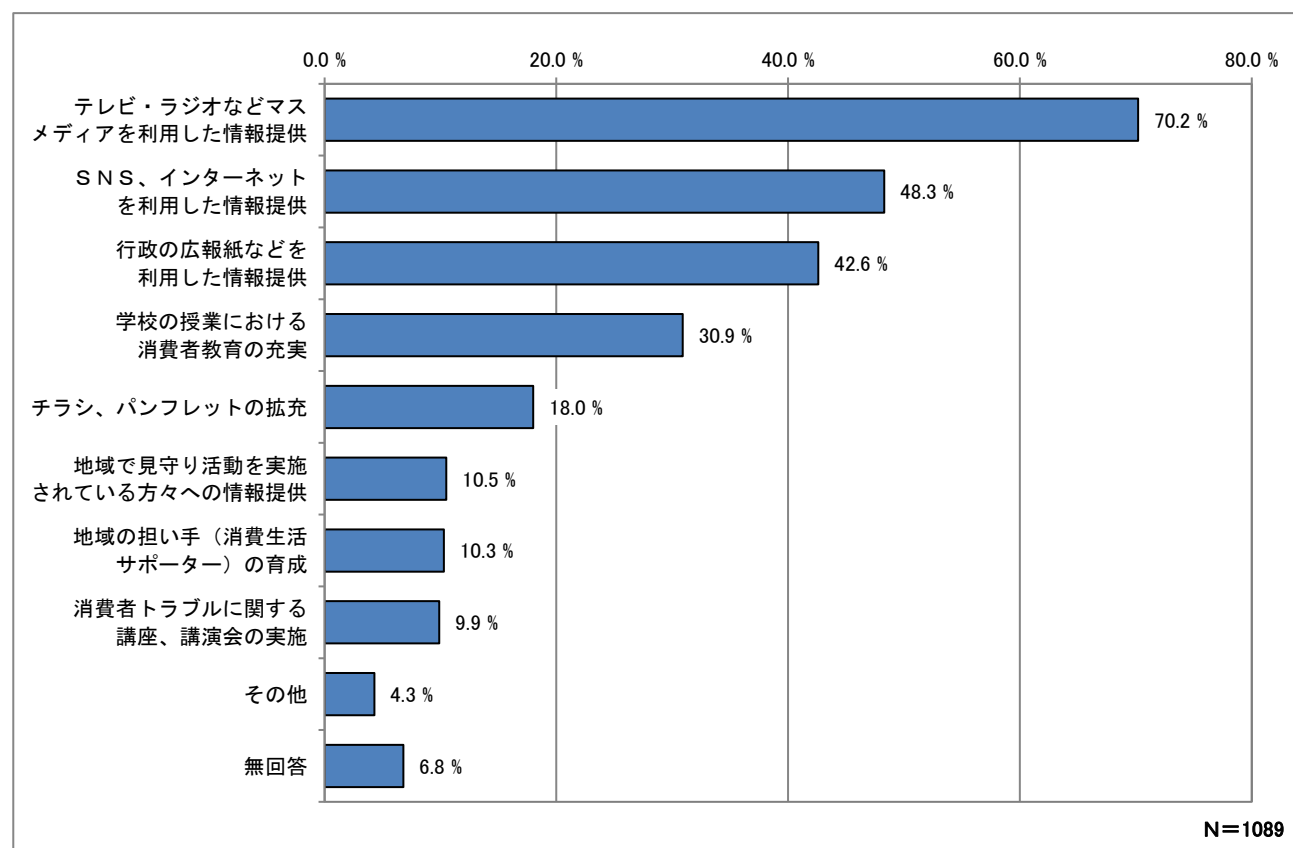
	回答数	比率
まとめ買いをすることが増えた	315	46.8 %
インターネットやテレビショッピングなどでの通販の利用が増えた	311	46.2 %
現金以外で支払いをすることが増えた	280	41.6 %
その他	114	16.9 %
無回答	9	1.3 %

《その他》

- ・ 服や靴など実際に身に付けて選ぶ物は買わなくなった。【男性・40代】
- ・ 外出しなくなった。【男性・80歳以上】
- ・ テイクアウトが増えた。【性別・年代不明】

(消費者の被害防止について)

問8. あなたは、自分自身が消費者トラブルなどの被害に遭わないためには、何が重要だと思いますか。



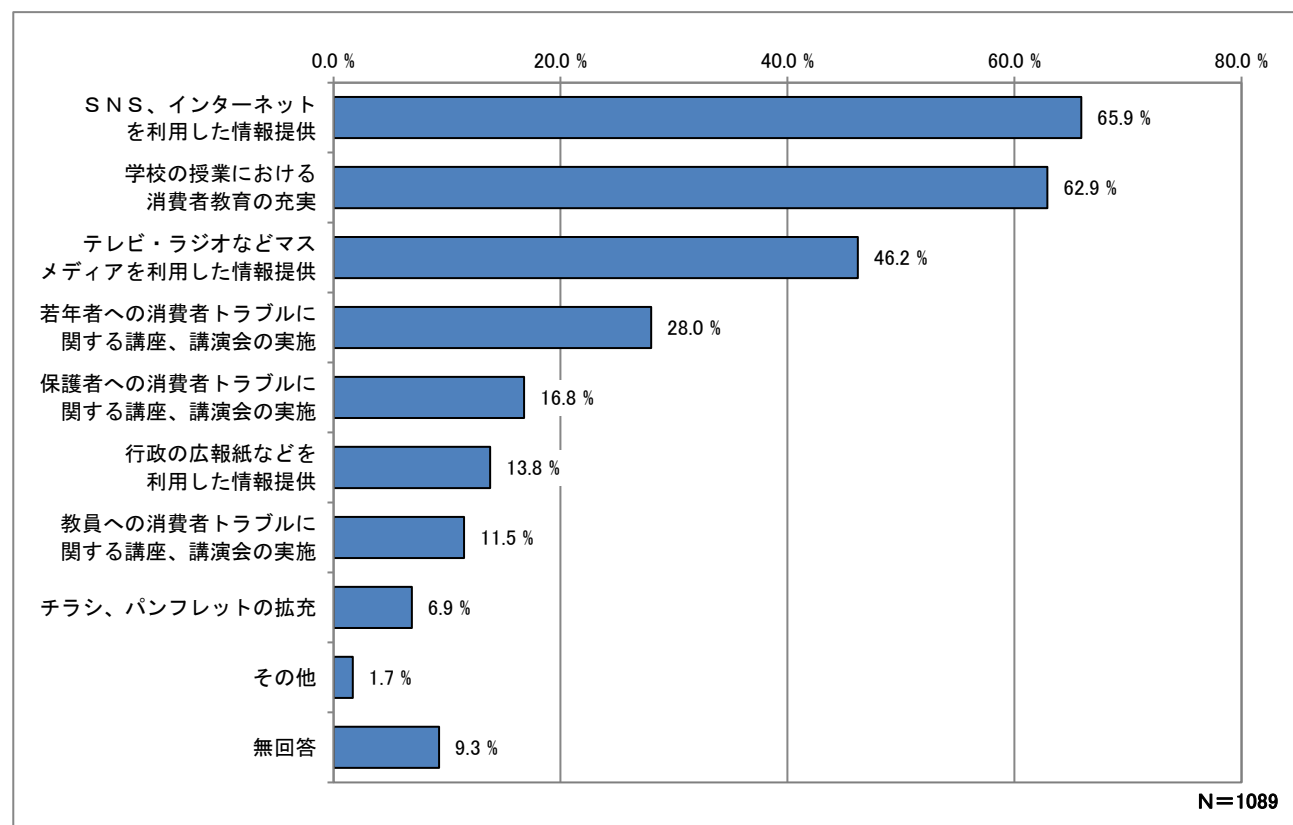
	回答数	比率
テレビ・ラジオなどマスメディアを利用した情報提供	764	70.2 %
SNS、インターネットを利用した情報提供	526	48.3 %
行政の広報紙などを利用した情報提供	464	42.6 %
学校の授業における消費者教育の充実	336	30.9 %
チラシ、パンフレットの拡充	196	18.0 %
地域で見守り活動を実施されている方々への情報提供	114	10.5 %
地域の担い手(消費生活サポーター)の育成	112	10.3 %
消費者トラブルに関する講座、講演会の実施	108	9.9 %
その他	47	4.3 %
無回答	74	6.8 %

《その他》

- ・ 法律の知識 【男性・40代】
- ・ 個人で被害に遭わない様に常日頃から気をつける。 【男性・50代】
- ・ 自身による情報収集 【男性・50代】
- ・ ほとんどネット情報に頼っているので、ネット情報に関する何か監査する権限のある組織が必要かと思います。 【男性・50代】
- ・ トラブル事例の広報活動 【男性・60代】
- ・ 友人、知人からの情報 【男性・60代】
- ・ 契約前の情報収集 【女性・30代】
- ・ 悪質な業者への罰則強化 【女性・50代】
- ・ 家族に相談する。 【女性・70代】

(若年者の被害防止について)

問9. あなたは、消費者としての経験が浅く、まだ十分な判断能力を持っていない若年者の消費者トラブルなどの被害を防止するためには、何が重要だと思いますか。



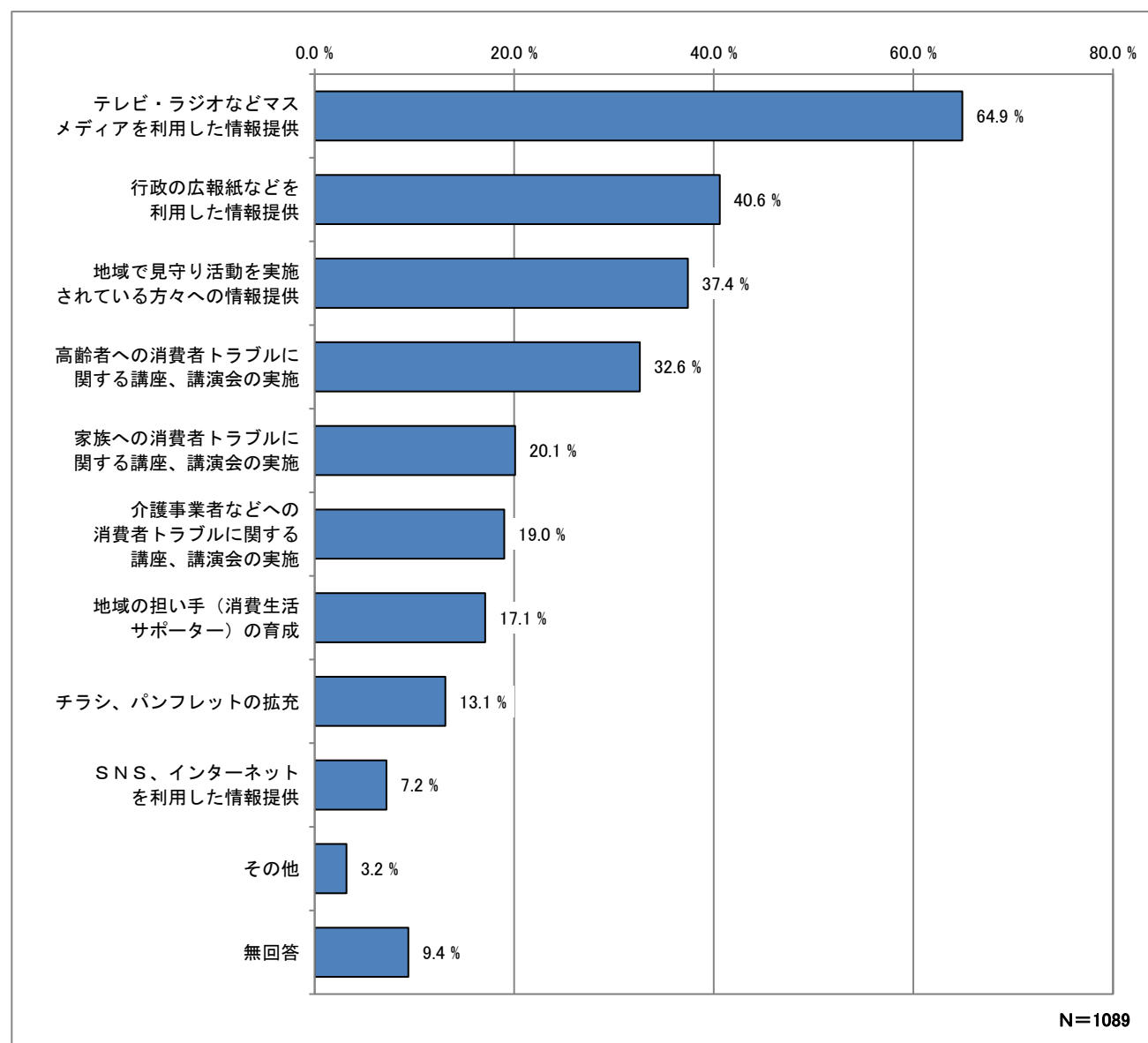
	回答数	比率
SNS、インターネットを利用した情報提供	718	65.9 %
学校の授業における消費者教育の充実	685	62.9 %
テレビ・ラジオなどマスメディアを利用した情報提供	503	46.2 %
若年者への消費者トラブルに関する講座、講演会の実施	305	28.0 %
保護者への消費者トラブルに関する講座、講演会の実施	183	16.8 %
行政の広報紙などを利用した情報提供	150	13.8 %
教員への消費者トラブルに関する講座、講演会の実施	125	11.5 %
チラシ、パンフレットの拡充	75	6.9 %
その他	18	1.7 %
無回答	101	9.3 %

《その他》

- ・ 勉強 【男性・50代】
- ・ 大人とのコミュニケーションを取る機会を増やしてあげること 【男性・50代】
- ・ 高額な商品販売時に消費者の年齢確認、未成年の場合、親の同意を必須とする。確認ができない時は販売不可にする。 【女性・30代】
- ・ 若者へ販売する方への明確な規制 【女性・40代】
- ・ 利用制限機能などを充実させる。 【女性・40代】
- ・ 親からの情報提供、教育 【女性・40代】
- ・ 悪質な業者への罰則強化 【女性・50代】
- ・ 若年者が集まるイベントでの情報提供 【女性・50代】

(高齢者の被害防止について)

問10. あなたは、高齢者の消費者トラブルなどの被害を防止するために、何が重要だと思いますか。



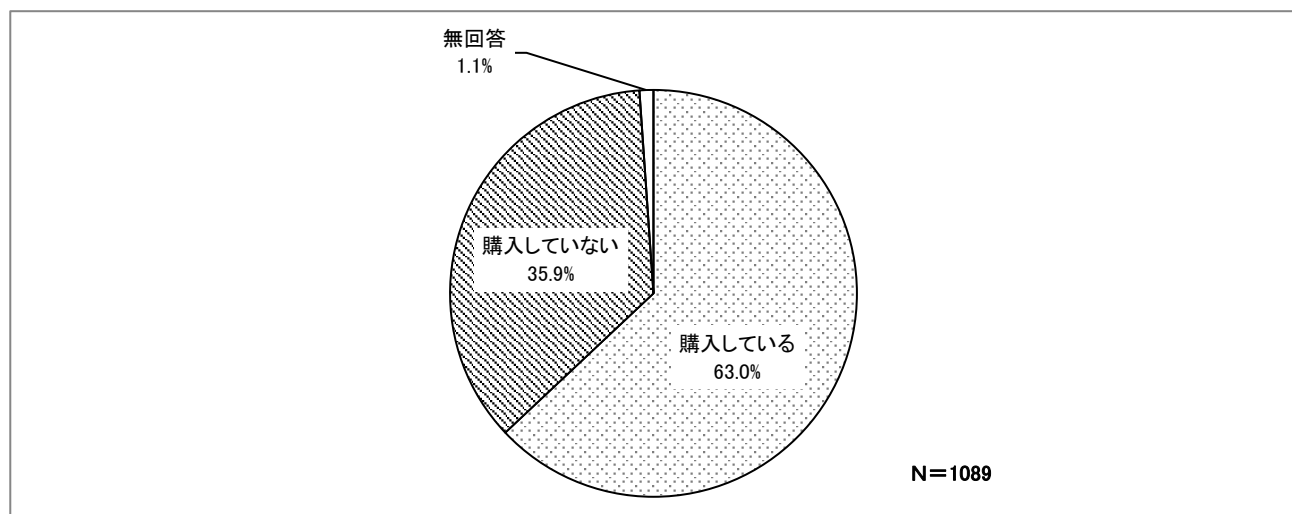
	回答数	比率
テレビ・ラジオなどマスメディアを利用した情報提供	707	64.9 %
行政の広報紙などを利用した情報提供	442	40.6 %
地域で見守り活動を実施されている方々への情報提供	407	37.4 %
高齢者への消費者トラブルに関する講座、講演会の実施	355	32.6 %
家族への消費者トラブルに関する講座、講演会の実施	219	20.1 %
介護事業者などへの消費者トラブルに関する講座、講演会の実施	207	19.0 %
地域の担い手(消費生活サポーター)の育成	186	17.1 %
チラシ、パンフレットの拡充	143	13.1 %
SNS、インターネットを利用した情報提供	78	7.2 %
その他	35	3.2 %
無回答	102	9.4 %

《その他》

- ・ 老人サロン等において講演を行う。【男性・30代】
 - ・ 消費生活センターの電話番号を書いたマグネットシートを、ポスト投函広告で配布する。【男性・50代】
 - ・ 「法」の強化 【男性・60代】
 - ・ 契約時に本人以外に家族、後見人等の同意を必要にする。【女性・30代】
 - ・ 振り込み時に銀行員が声をかけて、被害を防止する。【女性・40代】
 - ・ 家族と本人の関わり 【女性・40代】
 - ・ 悪質な業者への罰則強化 【女性・50代】
 - ・ 相談できる人または話し相手 【女性・50代】
-

(インターネットでの商品・サービスの購入について)

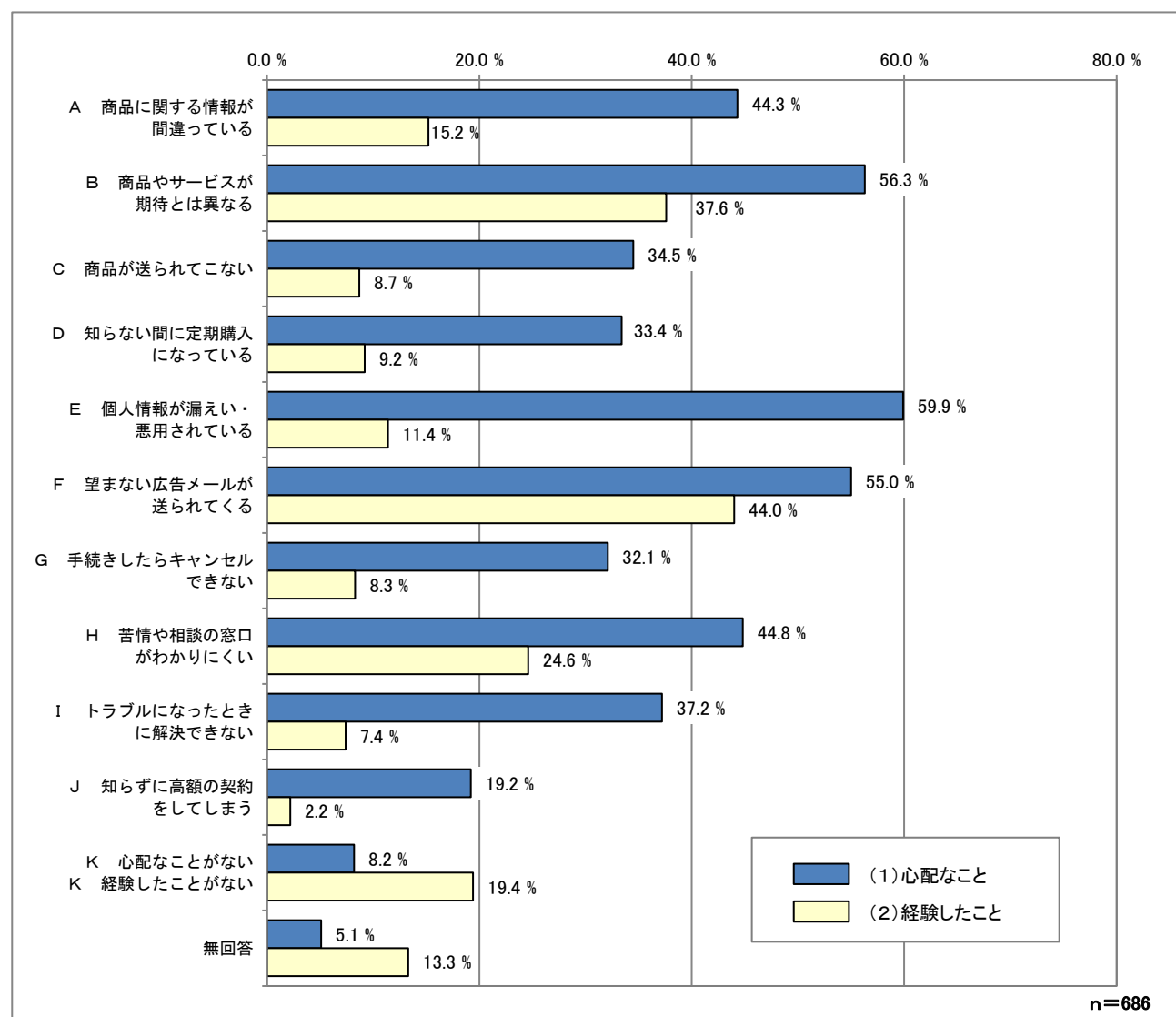
問11. あなたは、普段、インターネットで商品・サービスを購入していますか。



	回答数	比率
購入している	686	63.0 %
購入していない	391	35.9 %
無回答	12	1.1 %
合計	1089	100.0 %

(インターネットでの商品・サービスの購入について)

問12. (問11で「購入している」と回答された方)あなたは、インターネットでの商品・サービスの購入について、
 (1) A～Jの項目について、心配なこと全てに○をつけてください。心配なことがない方はKの項目に○をつけてください。
 (2) A～Jの項目について、実際に経験したこと全てに○をつけてください。経験したことがない方はKの項目に○をつけてください。

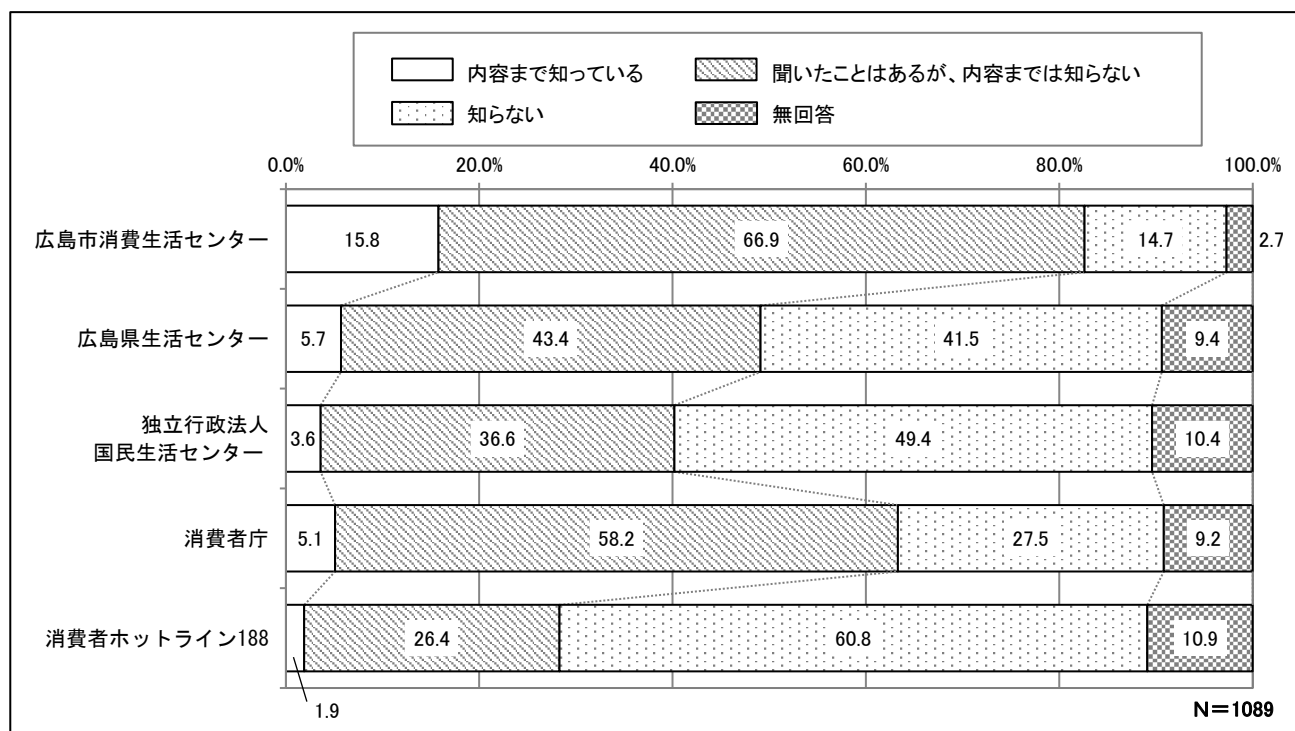


	(1) 心配なこと		(2) 経験したこと	
	回答数	比率	回答数	比率
A 商品に関する情報が間違っている	304	44.3 %	104	15.2 %
B 商品やサービスが期待とは異なる	386	56.3 %	258	37.6 %
C 商品が送られてこない	237	34.5 %	60	8.7 %
D 知らない間に定期購入になっている	229	33.4 %	63	9.2 %
E 個人情報が漏えい・悪用されている	411	59.9 %	78	11.4 %
F 望まない広告メールが送られてくる	377	55.0 %	302	44.0 %
G 手続きしたらキャンセルできない	220	32.1 %	57	8.3 %
H 苦情や相談の窓口がわかりにくい	307	44.8 %	169	24.6 %
I トラブルになったときに解決できない	255	37.2 %	51	7.4 %
J 知らずに高額な契約をしてしまう	132	19.2 %	15	2.2 %
K (1)心配なことがない、(2)経験したことがない	56	8.2 %	133	19.4 %
無回答	35	5.1 %	91	13.3 %

Ⅱ. 消費者の被害について

(消費者相談窓口等の認知について)

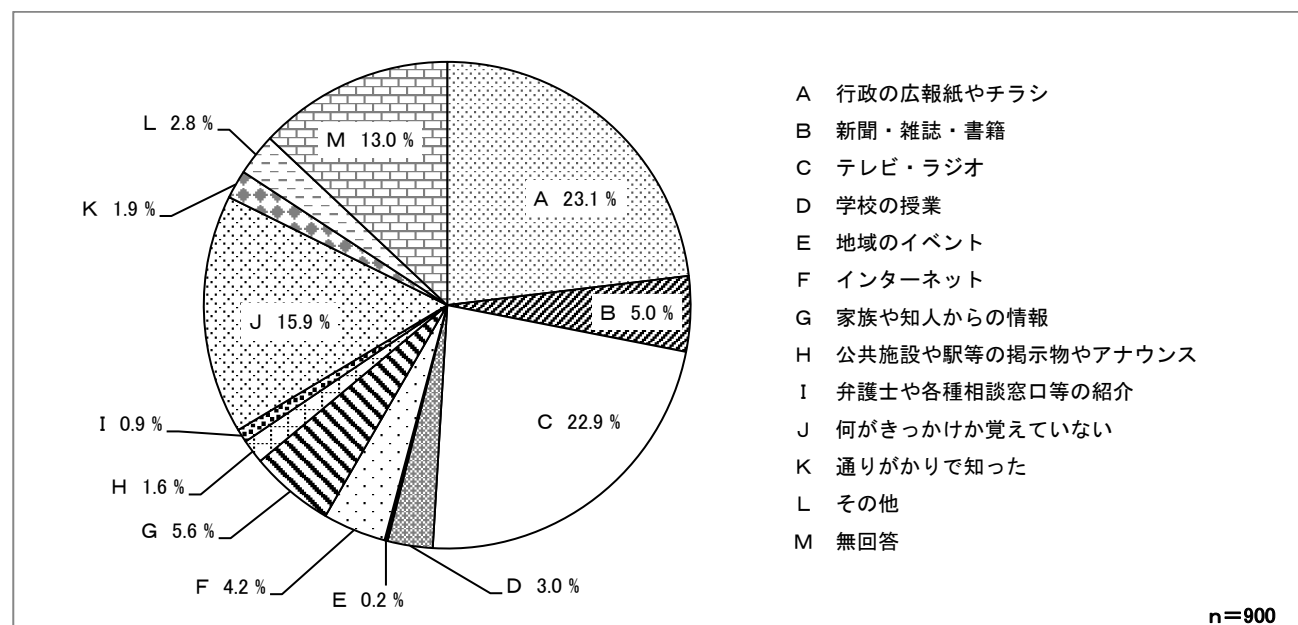
問13. あなたは、次の消費者相談窓口・機関等を知っていますか。



回答数	内容まで知っている	聞いたことはあるが、内容までは知らない	知らない	無回答
広島市消費生活センター	172	728	160	29
広島県生活センター	62	473	452	102
独立行政法人 国民生活センター	39	399	538	113
消費者庁	55	634	300	100
消費者ホットライン188	21	287	662	119

(広島市消費生活センターを知ったきっかけについて)

問14. (問13で「広島市消費生活センター」について「内容まで知っている」または「聞いたことはあるが、内容までは知らない」と回答された方)あなたは、何をきっかけに「広島市消費生活センター」を知りましたか。



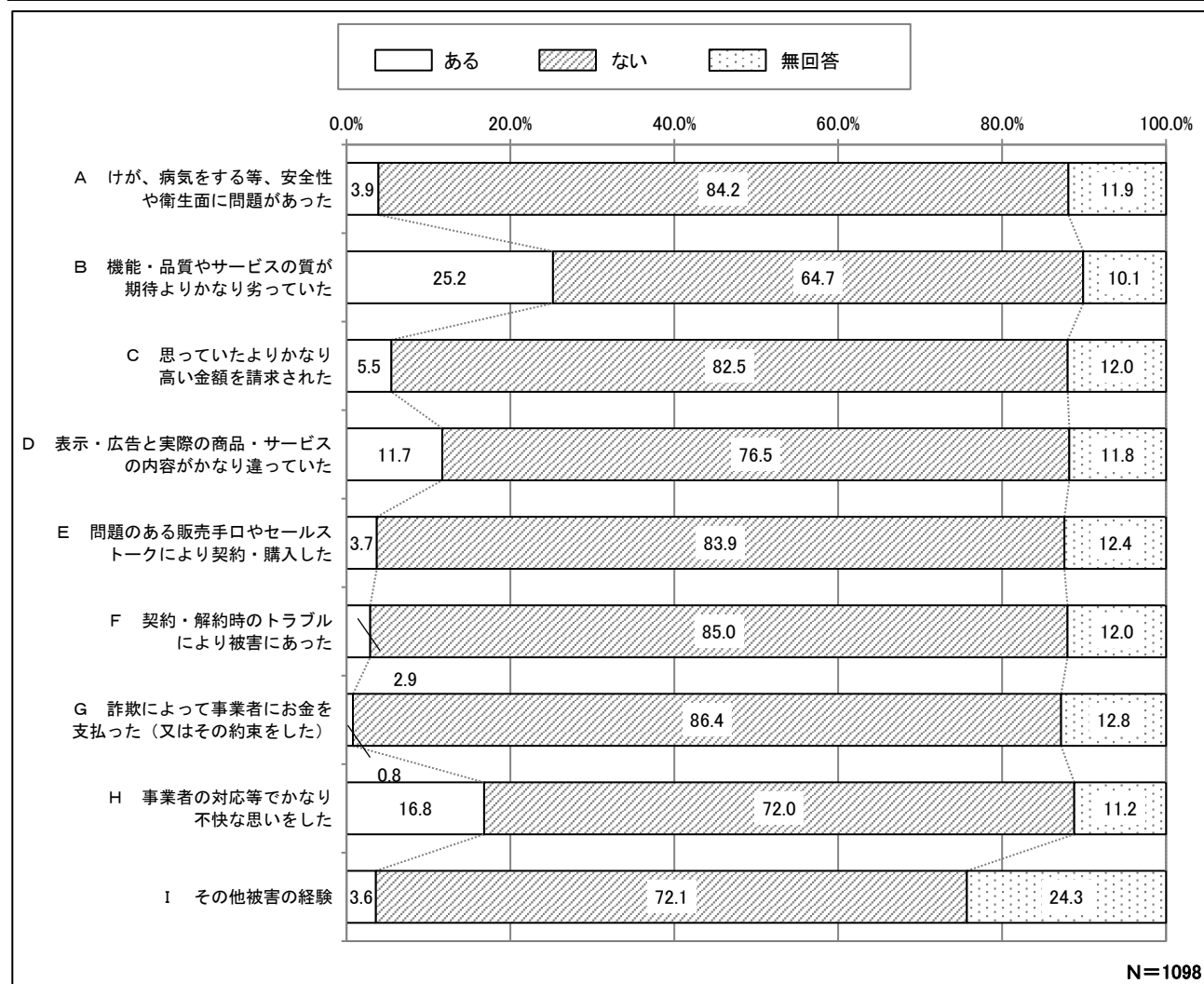
	回答数	比率
A 行政の広報紙やチラシ	208	23.1 %
B 新聞・雑誌・書籍	45	5.0 %
C テレビ・ラジオ	206	22.9 %
D 学校の授業	27	3.0 %
E 地域のイベント	2	0.2 %
F インターネット	38	4.2 %
G 家族や知人からの情報	50	5.6 %
H 公共施設や駅等の掲示物やアナウンス	14	1.6 %
I 弁護士や各種相談窓口等の紹介	8	0.9 %
J 何がきっかけか覚えていない	143	15.9 %
K 通りがかりで知った	17	1.9 %
L その他	25	2.8 %
M 無回答	117	13.0 %
合計	900	100.0 %

《その他》

・ 公共機関からの書類 【女性・40代】

(商品・サービスに関する不満や被害などについて)

問15. 商品・サービスに関する不満や被害などについて、あなたが、この1年間に以下の項目に当てはまる経験をしたことはありますか。



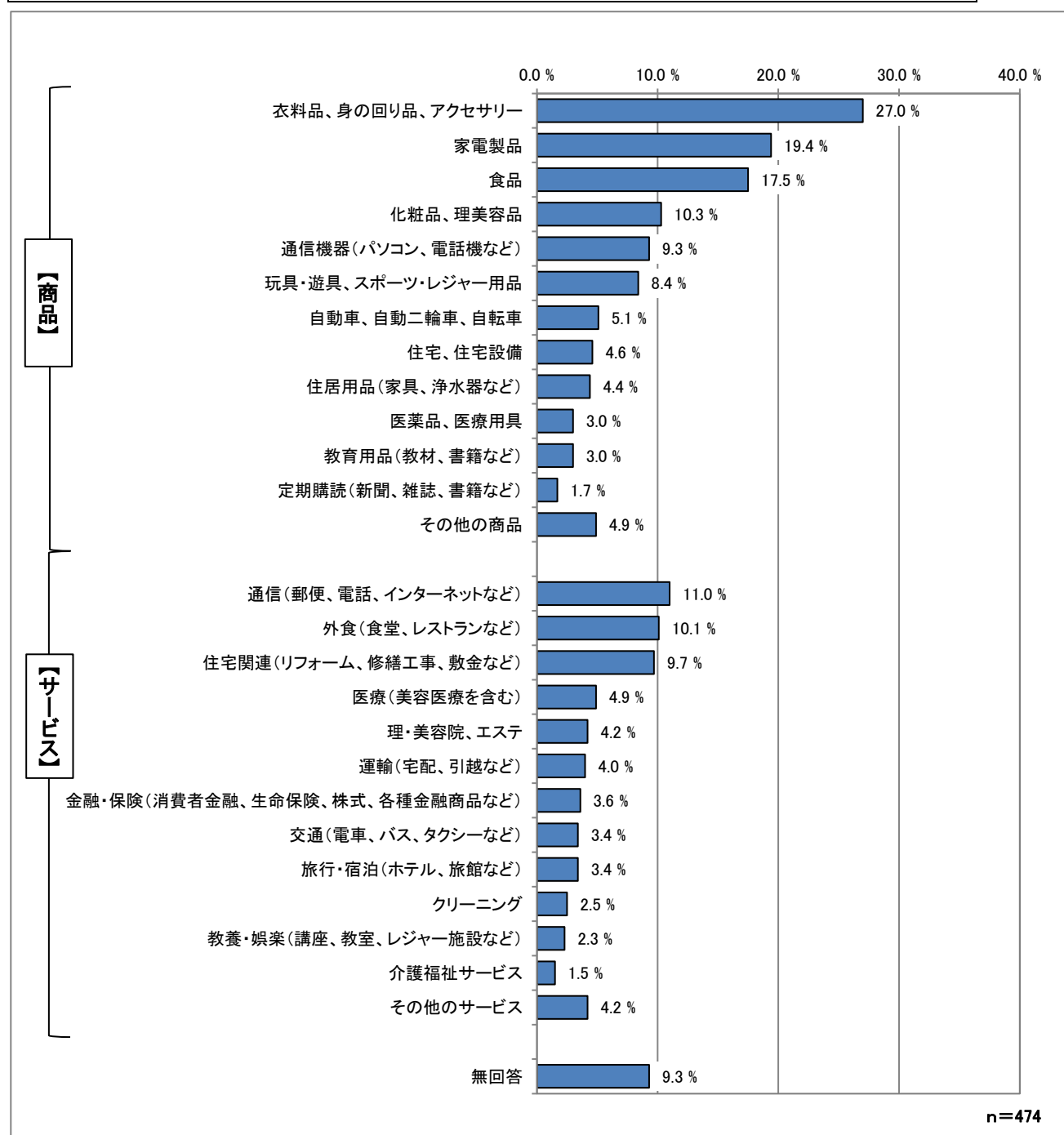
回答数	ある	ない	無回答
A けが、病気をする等、安全性や衛生面に問題があった	42	917	130
B 機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた	274	705	110
C 思っていたよりかなり高い金額を請求された	60	898	131
D 表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた	127	833	129
E 問題のある販売手口やセールストークにより契約・購入した	40	914	135
F 契約・解約時のトラブルにより被害にあった	32	926	131
G 詐欺によって事業者にお金を支払った(又はその約束をした)	9	941	139
H 事業者の対応等でかなり不快な思いをした	183	784	122
I その他被害の経験	39	785	265

《その他の経験》

- ・販売側が詳しく説明できない。【男性・40代】
- ・コンサートチケットを高額で買い中々チケットが送られてこないで問い合わせたら、「あと1週間ほど待って下さい。」と言われその後1週間以上経っても送られてこないで再度 TEL したら、「こちらの手違いで買えませんでした。」と言われ不快な思いをしました。【男性・60代】
- ・不動産契約に関し、賃貸契約解除の際に敷金が返還されない。【女性・50代】

(商品・サービスに関する不満や被害などについて)

問16. (問15でA～Iの項目のうち、どれか1つでも「ある」を回答された方)それはどのような商品やサービスでしたか。



	回答数	比率
衣料品、身の回り品、アクセサリ	128	27.0 %
家電製品	92	19.4 %
食品	83	17.5 %
化粧品、理美容品	49	10.3 %
通信機器(パソコン、電話機など)	44	9.3 %
玩具・遊具、スポーツ・レジャー用品	40	8.4 %
自動車、自動二輪車、自転車	24	5.1 %
住宅、住宅設備	22	4.6 %
住居用品(家具、浄水器など)	21	4.4 %
医薬品、医療用具	14	3.0 %
教育用品(教材、書籍など)	14	3.0 %
定期購読(新聞、雑誌、書籍など)	8	1.7 %
その他の商品	23	4.9 %
通信(郵便、電話、インターネットなど)	52	11.0 %
外食(食堂、レストランなど)	48	10.1 %
住宅関連(リフォーム、修繕工事、敷金など)	46	9.7 %
医療(美容医療を含む)	23	4.9 %
理・美容院、エステ	20	4.2 %
運輸(宅配、引越など)	19	4.0 %
金融・保険(消費者金融、生命保険、株式、各種金融商品など)	17	3.6 %
交通(電車、バス、タクシーなど)	16	3.4 %
旅行・宿泊(ホテル、旅館など)	16	3.4 %
クリーニング	12	2.5 %
教養・娯楽(講座、教室、レジャー施設など)	11	2.3 %
介護福祉サービス	7	1.5 %
その他のサービス	20	4.2 %
無回答	44	9.3 %

《その他の商品》

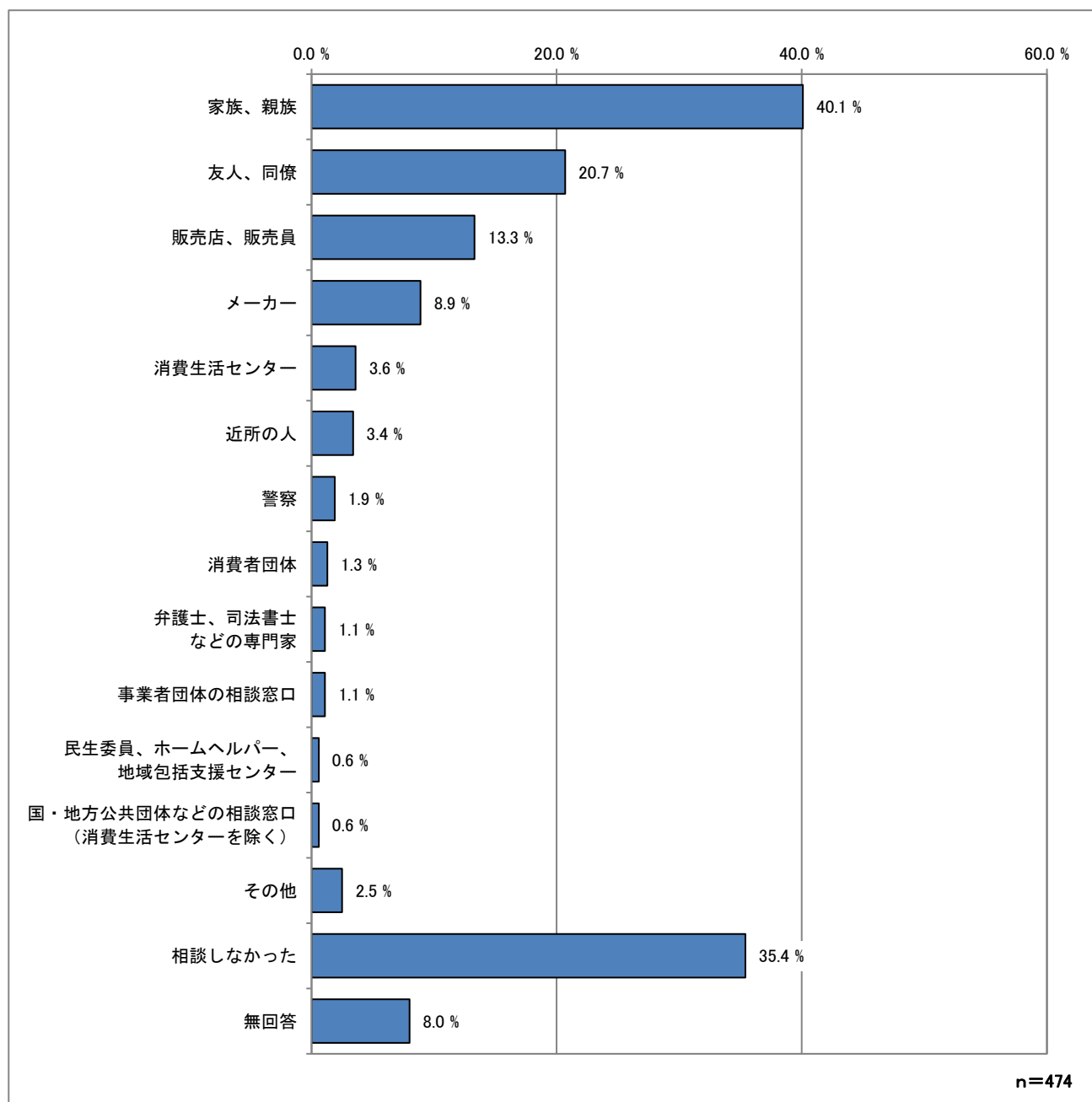
- ・ 果樹苗木 【男性・80歳以上】
- ・ 保温機能付き弁当箱 【女性・50代】
- ・ 切手 【女性・60代】

《その他のサービス》

- ・ ハチの駆除 【女性・50代】
- ・ 貴金属買い取り 【女性・60代】
- ・ 葬祭関連 【女性・70代】
- ・ 車検 【性別・年代不明】

(相談先について)

問17. (問15でA～Iの項目のうち、どれか1つでも「ある」を回答された方)その不満や被害などについて、誰に相談しましたか。



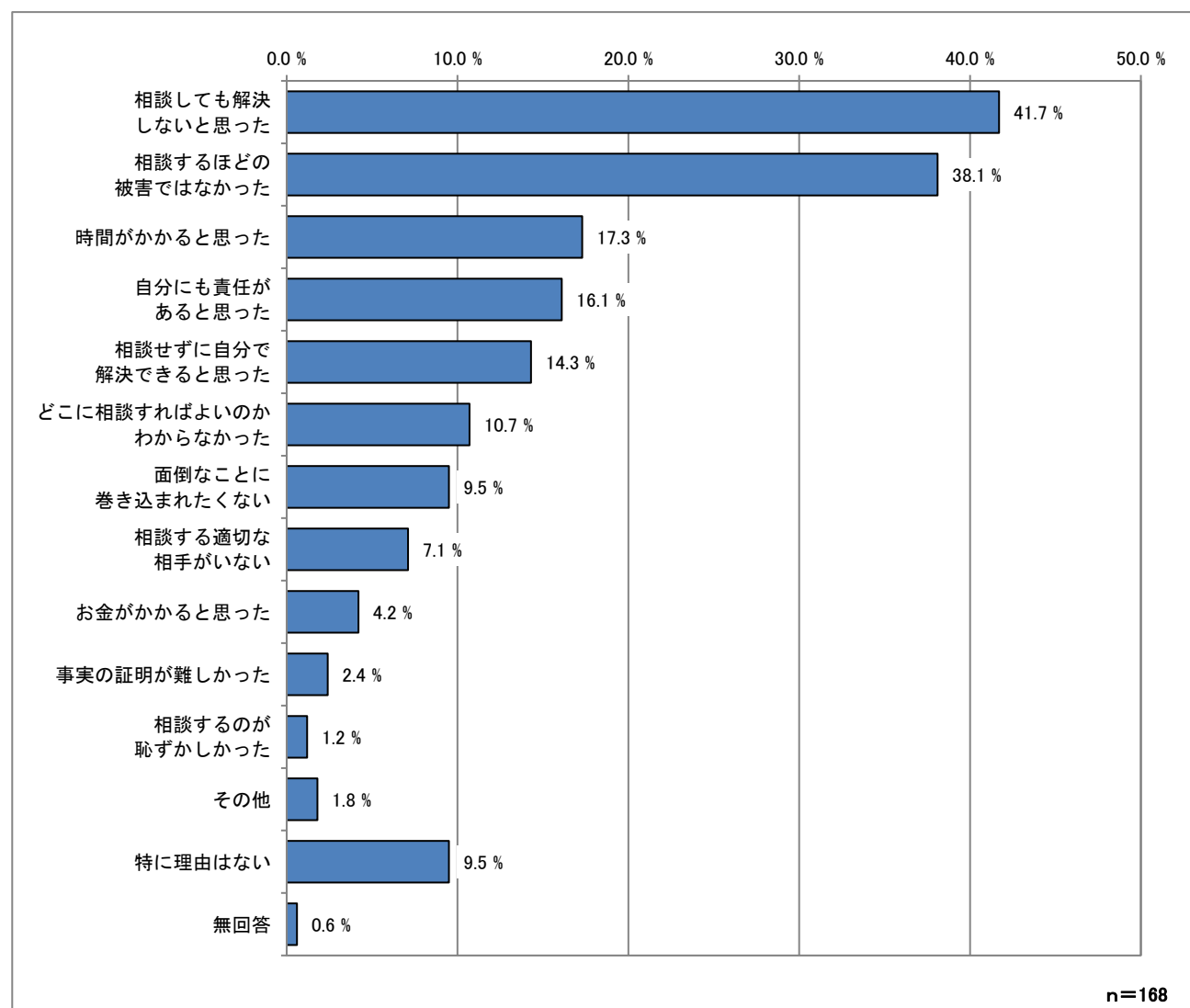
	回答数	比率
家族、親族	190	40.1 %
友人、同僚	98	20.7 %
販売店、販売員	63	13.3 %
メーカー	42	8.9 %
消費生活センター	17	3.6 %
近所の人	16	3.4 %
警察	9	1.9 %
消費者団体	6	1.3 %
弁護士、司法書士などの専門家	5	1.1 %
事業者団体の相談窓口	5	1.1 %
民生委員、ホームヘルパー、地域包括支援センター	3	0.6 %
国・地方公共団体などの相談窓口（消費生活センターを除く）	3	0.6 %
その他	12	2.5 %
相談しなかった	168	35.4 %
無回答	38	8.0 %

《その他》

- ・ 弁護士や司法書士に相談するつもり 【男性・40代】
- ・ 自分で勉強 【男性・50代】
- ・ 引越業者本人 【女性・50代】

(相談しない理由について)

問18. (問17で「相談しなかった」を回答された方)その不満や被害などについて、どこにも相談しなかった理由は何ですか。



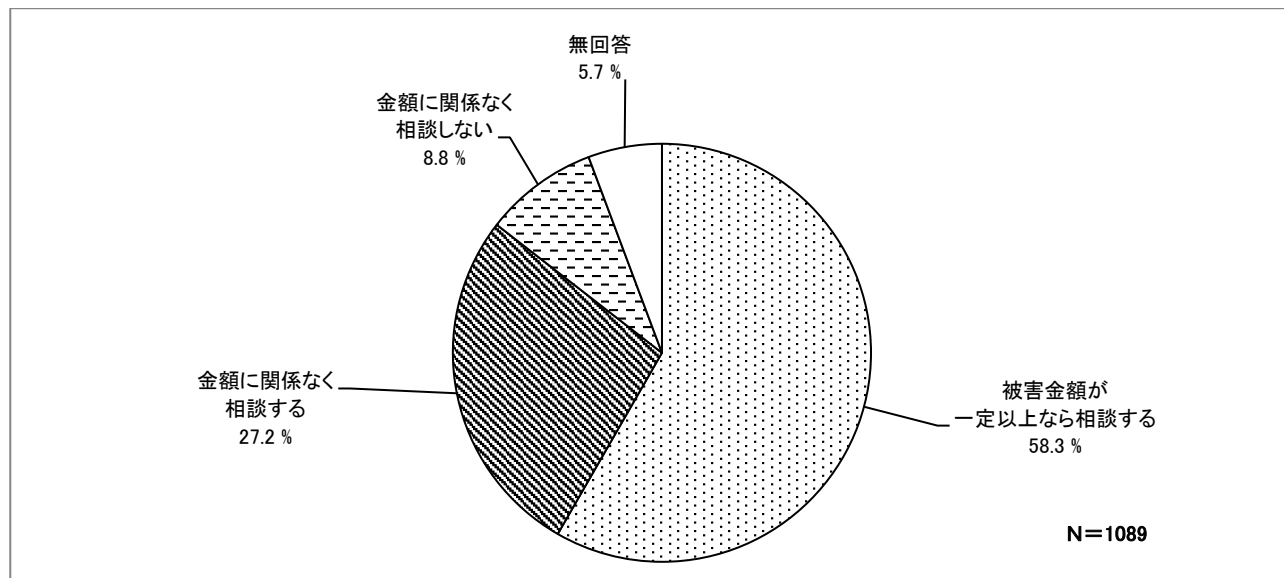
	回答数	比率
相談しても解決しなかったから	70	41.7 %
相談するほどの被害ではなかったから	64	38.1 %
時間がかかると思ったから	29	17.3 %
自分にも責任があると思ったから	27	16.1 %
相談せずに自分で解決できると思ったから	24	14.3 %
どこに相談すればよいのかわからなかったから	18	10.7 %
面倒なことに巻き込まれたくないから	16	9.5 %
相談する適切な相手がいないから	12	7.1 %
お金がかかると思ったから	7	4.2 %
事実の証明が難しかったから	4	2.4 %
相談するのが恥ずかしかったから	2	1.2 %
その他	3	1.8 %
特に理由はない	16	9.5 %
無回答	1	0.6 %

《その他》

- ・ 後で納得した。【男性・60代】
 - ・ 使えないことはないから。【女性・40代】
 - ・ 相手が怖かった。お金を取られると思ったから。【女性・80代】
-

(消費生活センターへの相談基準について)

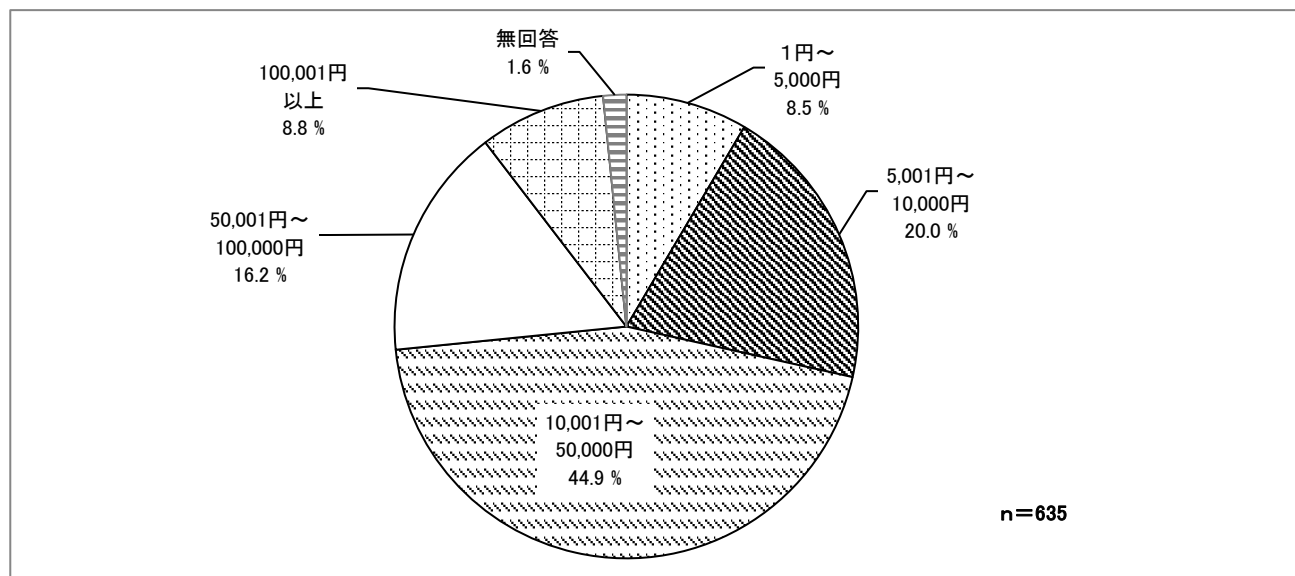
問19. あなたは、購入した商品、利用したサービスにより経済的被害に遭った場合には、消費生活センターまたは消費生活相談窓口にご相談しようと思いますか。



	回答数	比率
被害金額が一定以上なら相談する	635	58.3 %
金額に関係なく相談する	296	27.2 %
金額に関係なく相談しない	96	8.8 %
無回答	62	5.7 %
合計	1089	100.0 %

(消費生活センターへの相談基準(金額)について)

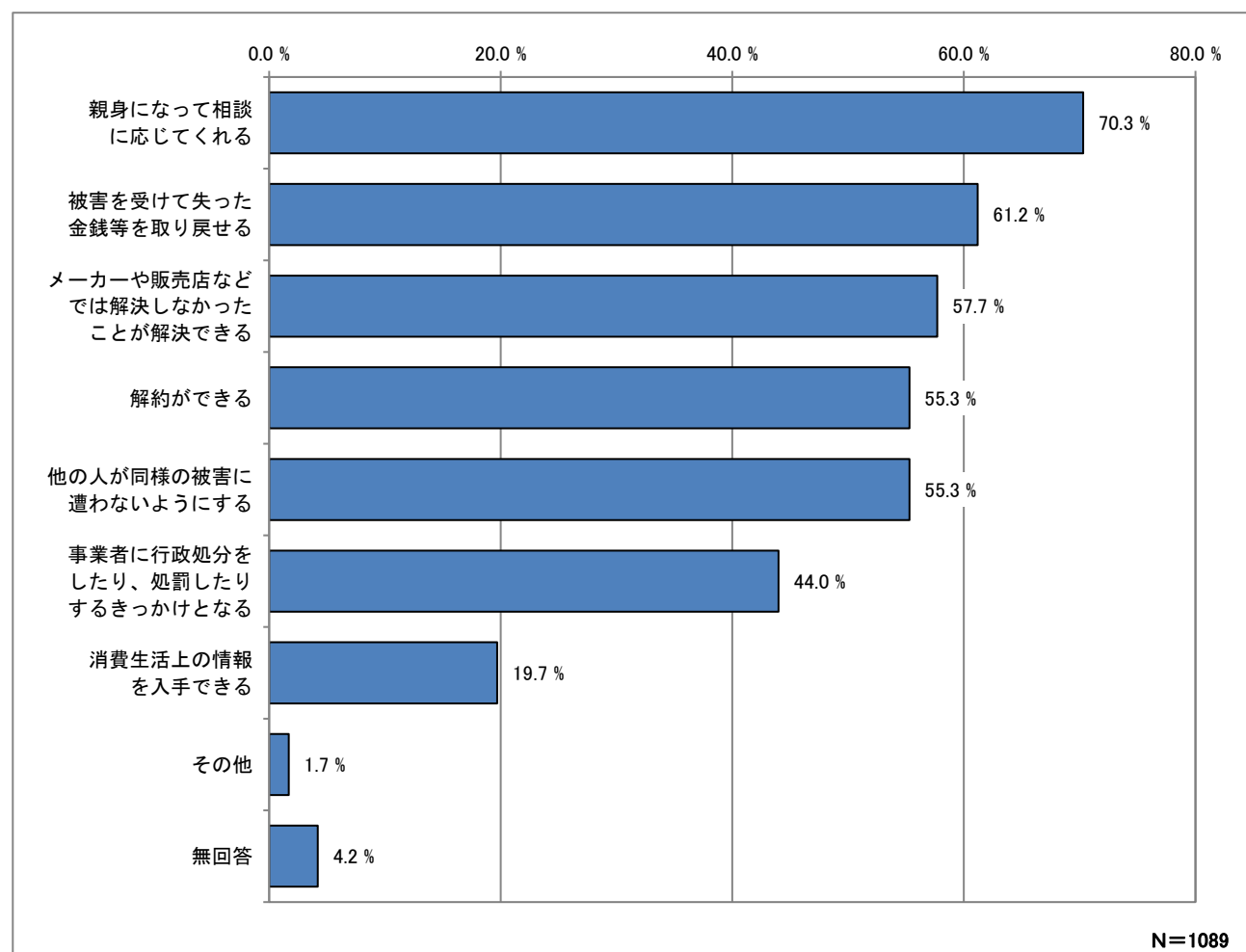
問20. (問19で「被害金額が一定以上なら相談する」を回答された方)あなたは、どれくらいの被害金額であれば相談しようと思いますか。



	回答数	比率
1円～5,000円	54	8.5 %
5,001円～10,000円	127	20.0 %
10,001円～50,000円	285	44.9 %
50,001円～100,000円	103	16.2 %
100,001円以上	56	8.8 %
無回答	10	1.6 %
合計	635	100.0 %

(消費生活センターに対する期待について)

問21. あなたが消費生活センターまたは消費生活相談窓口に相談する場合、期待することは何ですか。



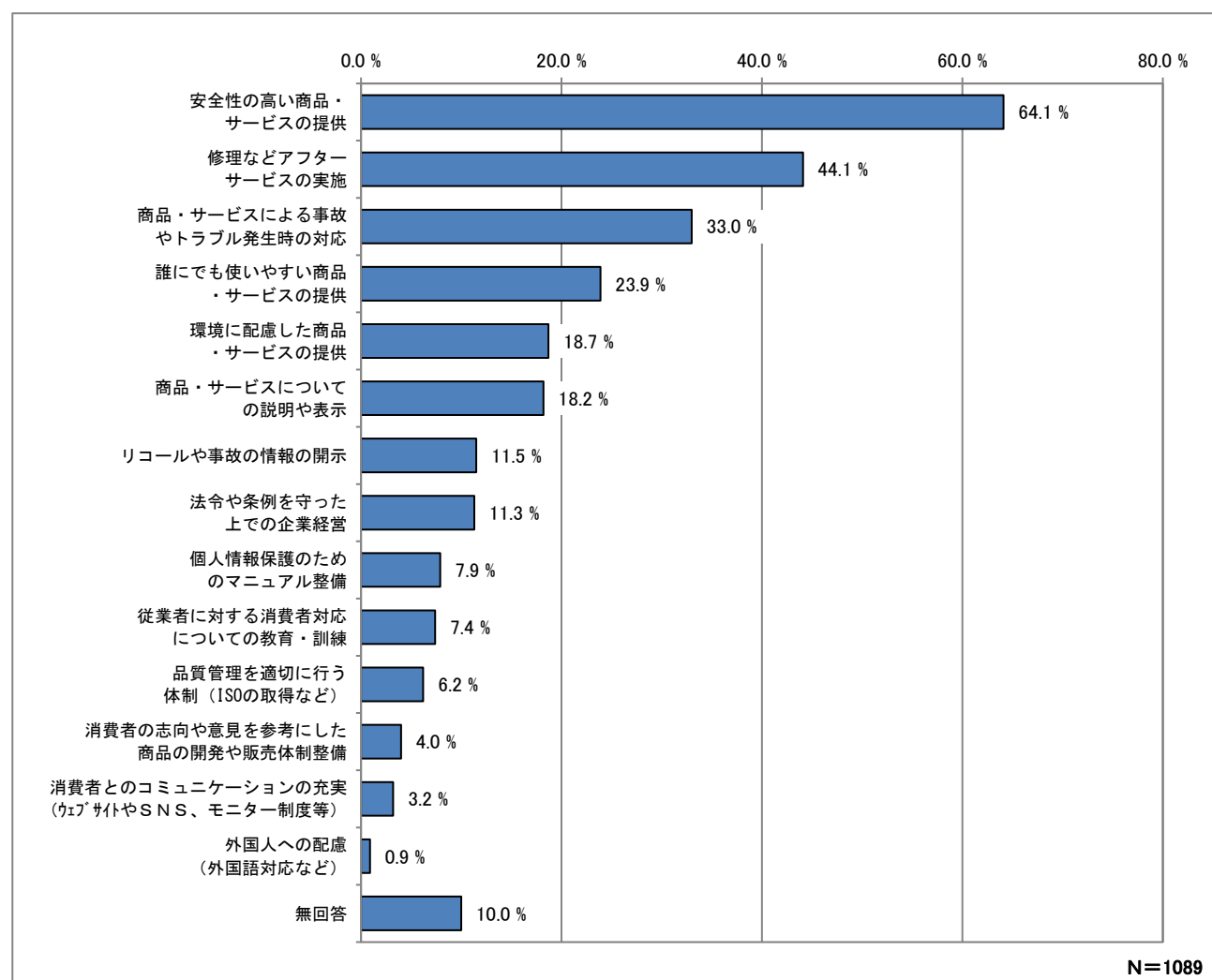
	回答数	比率
親身になって相談に応じてくれる	766	70.3 %
被害を受けて失った金銭等を取り戻せる	666	61.2 %
メーカーや販売店などでは解決しなかったことが解決できる	628	57.7 %
解約ができる	602	55.3 %
他の人が同様の被害に遭わないようにする	602	55.3 %
事業者に行行政処分をしたり、処罰したりするきっかけとなる	479	44.0 %
消費生活上の情報を入手できる	215	19.7 %
その他	19	1.7 %
無回答	46	4.2 %

《その他》

- ・ 窓口で解決出来ない場合、次の相談先を紹介してもらえる。【男性・40代】
- ・ 悪徳業者名をネット上に公表する。【男性・50代】
- ・ トラブルに対して何をどのようにしたらよいか等、具体的な行動を教えてもらえる。【女性・50代】
- ・ 納得いく解決ができる。【女性・50代】
- ・ 消費者にわかりやすい表示を業者側に促す。【女性・70代】

(事業者積極的に取り組んでほしいことについて)

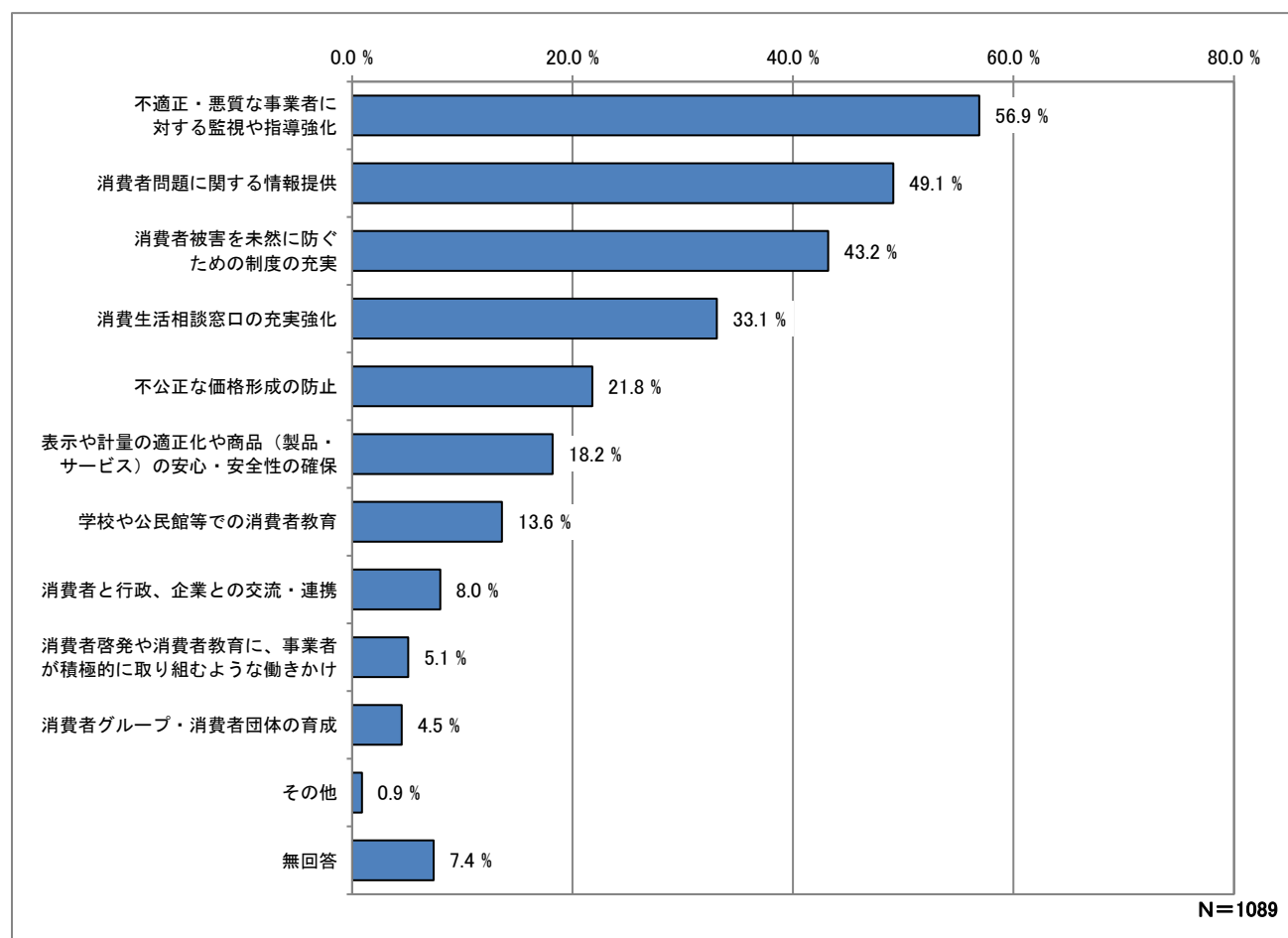
問22. 事業者(企業)の消費者に対する以下の取組のうち、事業者積極的に取り組んでほしいと、あなたが思うものはどれですか。



	回答数	比率
安全性の高い商品・サービスの提供	698	64.1 %
修理などアフターサービスの実施	480	44.1 %
商品・サービスによる事故やトラブル発生時の対応	359	33.0 %
誰にでも使いやすい商品・サービスの提供	260	23.9 %
環境に配慮した商品・サービスの提供	204	18.7 %
商品・サービスについての説明や表示	198	18.2 %
リコールや事故の情報の開示	125	11.5 %
法令や条例を守った上での企業経営	123	11.3 %
個人情報保護のためのマニュアル整備	86	7.9 %
従業員に対する消費者対応についての教育・訓練	81	7.4 %
品質管理を適切に行う体制 (ISOの取得など)	68	6.2 %
消費者の志向や意見を参考にした商品の開発や販売体制整備	44	4.0 %
消費者とのコミュニケーションの充実 (ウェブサイトやSNS、モニター制度等)	35	3.2 %
外国人への配慮 (外国語対応など)	10	0.9 %
無回答	109	10.0 %

(行政が充実すべき分野について)

問23. あなたは、消費者の利益を守るため、行政はどの分野を充実させていく必要があると考えますか。



	回答数	比率
不適正・悪質な事業者に対する監視や指導強化	620	56.9 %
消費者問題に関する情報提供	535	49.1 %
消費者被害を未然に防ぐための制度の充実	470	43.2 %
消費生活相談窓口の充実強化	361	33.1 %
不公正な価格形成の防止	237	21.8 %
表示や計量の適正化や商品(製品・サービス)の安心・安全性の確保	198	18.2 %
学校や公民館等での消費者教育	148	13.6 %
消費者と行政、企業との交流・連携	87	8.0 %
消費者啓発や消費者教育に、事業者が積極的に取り組むような働きかけ	56	5.1 %
消費者グループ・消費者団体の育成	49	4.5 %
その他	10	0.9 %
無回答	81	7.4 %

《その他》

- ・ 名前を替えて何回もくり返している人の公表 【男性・40代】
- ・ 即、行政処分する取組 【男性・50代】
- ・ 悪質な事業者に対して、消費者が刑事告訴できるように法律を改正すべきだと思う。 【男性・50代】

Ⅲ. 消費者教育・啓発について

(SDGsについて)

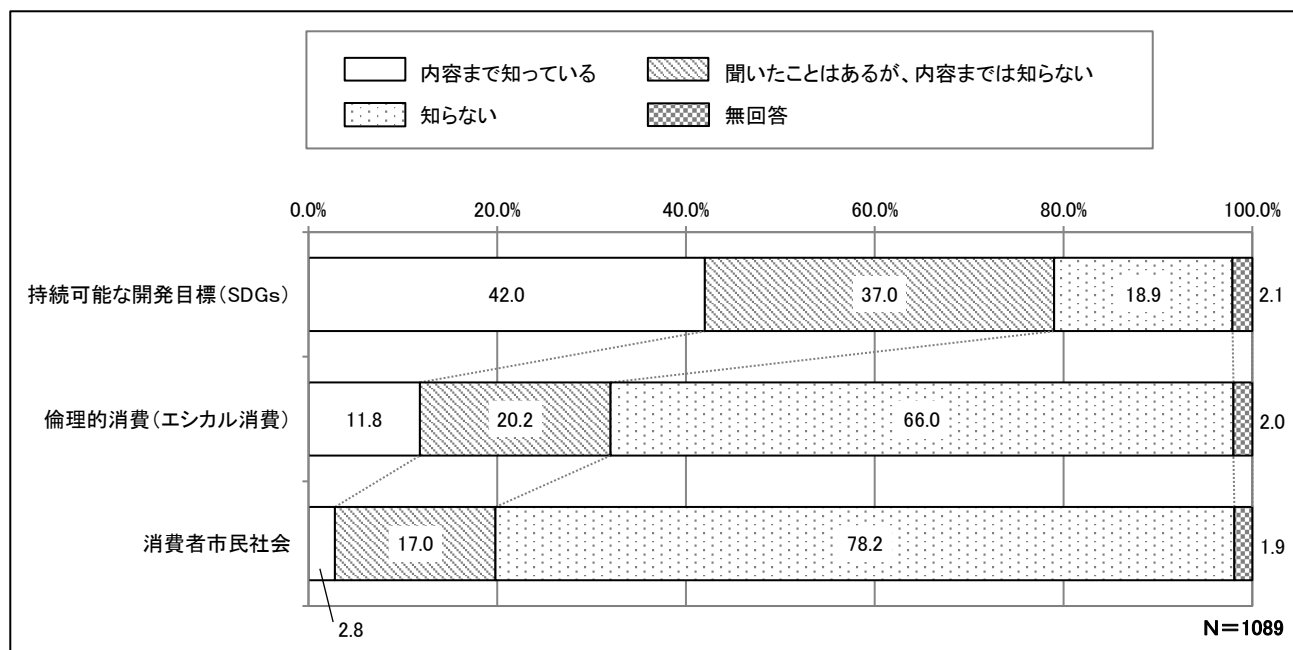
問24. あなたは、「持続可能な開発目標(SDGs)」の内容を知っていますか。

(倫理的消費(エシカル消費)について)

問25. あなたは、「倫理的消費(エシカル消費)」の内容を知っていますか。

(消費者市民社会について)

問26. あなたは、「消費者市民社会」の内容を知っていますか。

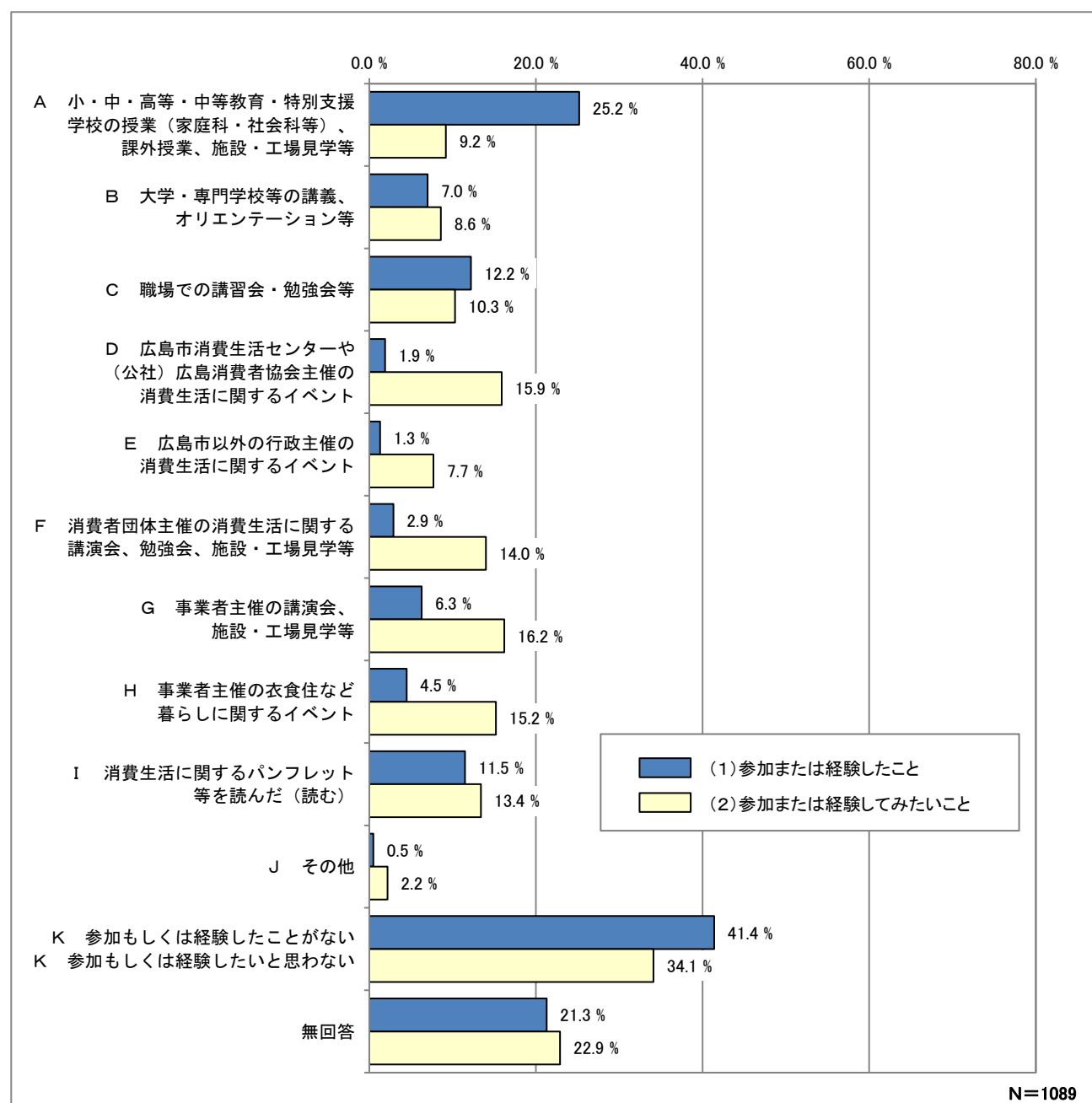


回答数	内容まで知っている	聞いたことはあるが、内容までは知らない	知らない	無回答
持続可能な開発目標(SDGs)	457	403	206	23
倫理的消費(エシカル消費)	128	220	719	22
消費者市民社会	31	185	852	21

(消費者教育・啓発の機会について)

問27. あなたは、消費者教育や啓発の機会について

- (1) A～Jの項目それぞれについて、参加または経験したこと全てに○をつけてください。参加もしくは経験したことがない方はKの項目に○をつけてください。
- (2) A～Jの項目それぞれについて、参加または経験してみたいこと全てに○をつけてください。参加もしくは経験したいと思わない方はKの項目に○をつけてください。



	(1) 参加または 経験したこと		(2) 参加または 経験してみたいこと	
	回答数	比率	回答数	比率
A 小・中・高等・中等教育・特別支援学校の授業（家庭科・社会科等）、課外授業、施設・工場見学等	274	25.2 %	100	9.2 %
B 大学・専門学校等の講義、オリエンテーション等	76	7.0 %	94	8.6 %
C 職場での講習会・勉強会等	133	12.2 %	112	10.3 %
D 広島市消費生活センターや（公社）広島消費者協会主催の消費生活に関するイベント	21	1.9 %	173	15.9 %
E 広島市以外の行政主催の消費生活に関するイベント	14	1.3 %	84	7.7 %
F 消費者団体主催の消費生活に関する講演会、勉強会、施設・工場見学等	32	2.9 %	153	14.0 %
G 事業者主催の講演会、施設・工場見学等	69	6.3 %	176	16.2 %
H 事業者主催の衣食住など暮らしに関するイベント	49	4.5 %	165	15.2 %
I 消費生活に関するパンフレット等を読んだ（読む）	125	11.5 %	146	13.4 %
J その他	5	0.5 %	24	2.2 %
K (1) 参加もしくは経験したことがない (2) 参加もしくは経験したいと思わない	451	41.4 %	371	34.1 %
無回答	232	21.3 %	249	22.9 %

《その他》

（１）参加または経験したこと

- ・ 教員として、授業を行った。【女性・20代】
- ・ 仕事で消費者被害に関する研修を主催している。【女性・30代】
- ・ 地域の女性会 【女性・60代】

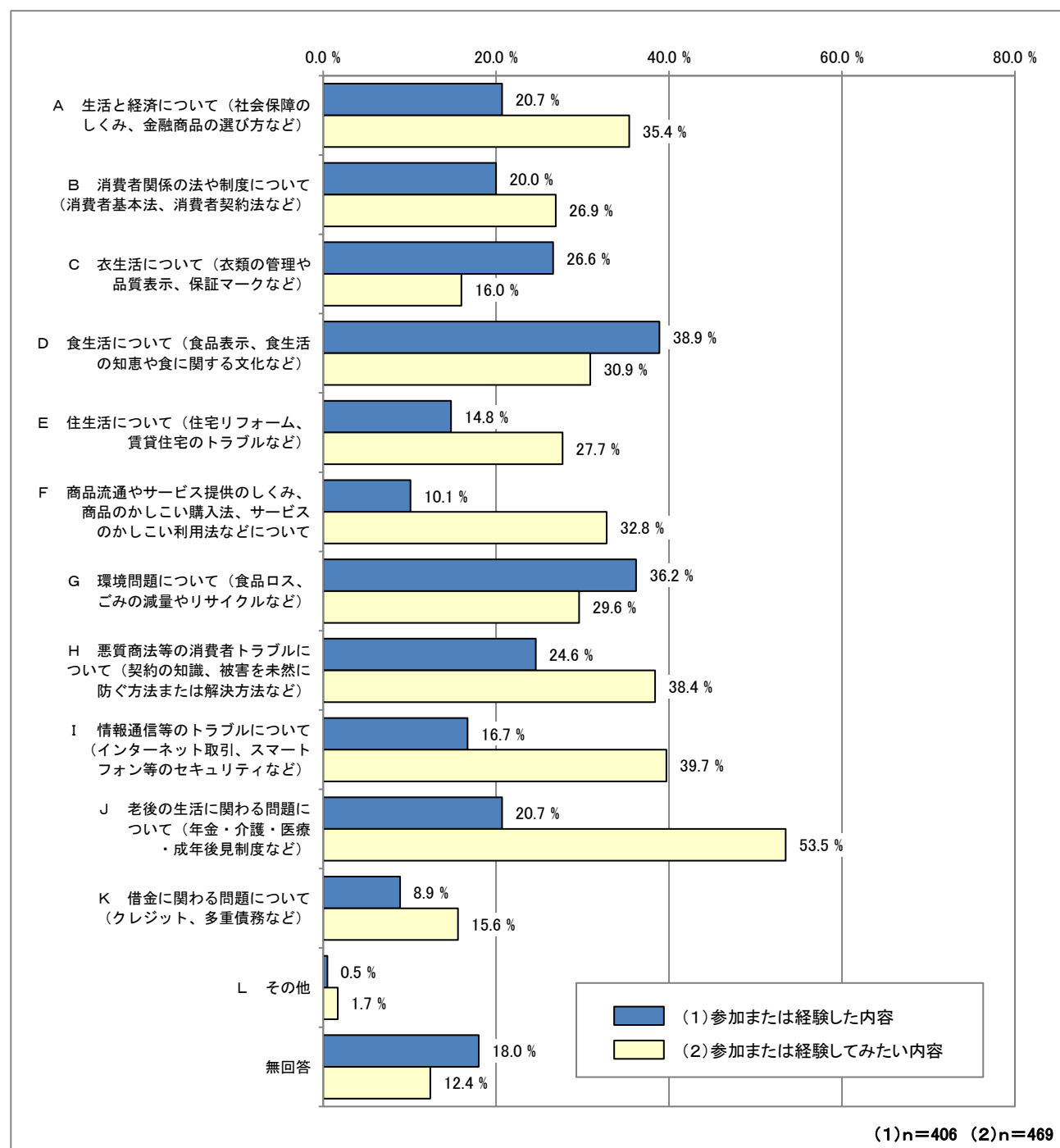
（２）参加または経験してみたいこと

- ・ テレビ等での放送 【男性・50代】
- ・ 消費者による事業者への法的対応に関する書籍があれば読んでみたい。【男性・50代】
- ・ インターネットのウェブサイトでの記事閲覧 【男性・50代】
- ・ 特殊詐欺等各種犯罪対策 【男性・60代】
- ・ 販売時にトラブル発生時の案内 【女性・30代】

(消費者教育・啓発の内容について)

問28. 消費者教育や啓発の内容について、

- (1) (問27(1)でA～Jの項目に○をつけた方)あなたが参加または経験した「消費者教育・啓発」の内容はどのようなものですか。A～Lの項目それぞれについて、当てはまるもの全てに○をつけてください。
- (2) (問27(2)でA～Jの項目に○をつけた方)あなたが参加または経験してみたい「消費者教育・啓発」の内容はどのようなものですか。A～Lの項目それぞれについて、当てはまるもの全てに○をつけてください。



	(1) 参加または 経験した内容		(2) 参加または 経験してみたい内容	
	回答数	比率	回答数	比率
A 生活と経済について (社会保障のしくみ、金融商品の選び方など)	84	20.7 %	166	35.4 %
B 消費者関係の法や制度について (消費者基本法、消費者契約法など)	81	20.0 %	126	26.9 %
C 衣生活について (衣類の管理や品質表示、保証マークなど)	108	26.6 %	75	16.0 %
D 食生活について (食品表示、食生活の知恵や食に関する文化など)	158	38.9 %	145	30.9 %
E 住生活について (住宅リフォーム、賃貸住宅のトラブルなど)	60	14.8 %	130	27.7 %
F 商品流通やサービス提供のしくみ、商品のかしこい購入法、 サービスのかしこい利用法などについて	41	10.1 %	154	32.8 %
G 環境問題について (食品ロス、ごみの減量やリサイクルなど)	147	36.2 %	139	29.6 %
H 悪質商法等の消費者トラブルについて (契約の知識、被害を未然に防ぐ方法または解決方法など)	100	24.6 %	180	38.4 %
I 情報通信等のトラブルについて (インターネット取引、 スマートフォン等のセキュリティなど)	68	16.7 %	186	39.7 %
J 老後の生活に関わる問題について (年金・介護・医療・成年後見制度など)	84	20.7 %	251	53.5 %
K 借金に関わる問題について (クレジット、多重債務など)	36	8.9 %	73	15.6 %
L その他	2	0.5 %	8	1.7 %
無回答	73	18.0 %	58	12.4 %

<<その他>>

(1) 参加または経験した内容

- ・ 製造過程を見た程度 【男性・50代】
- ・ 自動車製造工場見学 【女性・50代】

(2) 参加または経験してみたい内容

- ・ パンフレット等の事例から大きく逸脱したトラブルへの対応方法について 【男性・50代】
- ・ 特殊詐欺等各種犯罪対策 【男性・60代】
- ・ 現在進行形の悪質業者の手口、名前の公表 【女性・70代】
- ・ 部分的な勉強ではなく、自分達の消費生活が社会の経済や海外への影響、環境への影響とどう繋がっているか。 【女性・70代】

(その他)

問29. 広島市の消費者行政についてのご意見・ご要望等がありましたら、ご自由にお書きください。

1 消費生活の安全・安心について

- ・ 善良なる市民が安心して生活出来る住環境の実現に向けて、我々事業者も努力して参ります。行政に携わる皆様も、日々精進してより良き社会実現の為前進される事を祈っています。【男性・50代】
- ・ 日本ももっと海外の様に農薬や、添加物の基準を高くしてほしい。安くても、身体に悪い商品ばかりが並ぶスーパーが増えすぎ。広島にもオーガニックや無農薬の物を扱う店を増やしてほしい。(大手スーパーにもその様なコーナーを増やしてほしい。)【女性・30代】
- ・ 安心、安全、楽しく豊かに生活できる様になれば良いなあ〜と常に願っています。誇大広告もまだまだ多いし、落とし穴も多い。【女性・60代】
- ・ 年金生活者に対し安心と安定した生活が送れる様な社会を作って頂きたい。年金は下がり、物価は上がりとても苦しい生活です。【女性・70代】
- ・ 食品に関係ある農薬添加物についてどの様なものが使われ健康との関係について知りたいけど手段が分かりません。【女性・80代】

2 消費生活相談・消費者の被害について

- ・ 水回りの修理での高額請求や、高額な布団の訪問販売など、昔から問題になっているのに何の対策も打てない現状に問題を感じます。【男性・30代】
- ・ プリマアプリなどで出される偽物の金券等の法律強化をしてほしいです。そういうのをすることで買う方の被害も防げますし、企業側の被害も防げるかと思います。【男性・30代】
- ・ インターネットによる商品やサービスの購入については最近特に身近になり自身も本当によく利用しているが、基本的に店頭で購入するよりコストが安くなるので、トラブルがあっても自己責任とを感じる。そもそもトラブルがなさそうな販売者から購入するように気をつけている。行政にしてほしいことは、個人への教育よりも不適正・悪質な事業者に対する監視や指導の強化、厳罰化に限ると考える。【男性・30代】
- ・ SMS やメールで、偽サイトをクリックさせるメールがバンバン入ってくるので、ちゃんと取り締まってほしい。【男性・40代】
- ・ 民間のアフターサービス事業部の方と意見交換して最前線の実態把握やコラボレーションを図って欲しい。【男性・50代】
- ・ 不審な郵便物や金銭トラブルなど相談の都度、丁寧な指示を受け助けられている消費生活センターに感謝している。【男性・80代】
- ・ 詐欺メール等による被害やネットの個人アカウントを不正に利用した被害が一向になくならないのは何故なのかと思います。不正を働く人にとってリスクが全くないんだと思います。【女性・40代】
- ・ 広島市に限らずですが、悪徳業者や転売ヤーなど悪人が得をするようなことがなくなるように規制を強化して欲しい。【女性・40代】
- ・ 名前を聞いた事があるような気がするが、何をしている所なのか全く知らないです。本当に困った時、インターネットで相談窓口を検索して、相談に伺うと思います。私が心配しているのは、自分の両親を含め高齢者です。問題がある訳ではないが、スーパーなどで高齢者の方々が椅子に座らされていると、何か買われるのではないかと心配になります。相談に行くことも知らず、泣き寝入りをしている方も沢山いると思います。相談に伺った際には、親身になって対応して頂きたいです。よろしく願いいたします。【女性・40代】
- ・ 相手の業者が悪質と判断しても、強制力が無いため、和解案を出され、お金が半分戻った。そもそも働いた事による賃金を相手の言い分を考慮し、半額返金された事には納得いかない部分もあったが、消費生活センターが対応して頂いて半分戻ったのでそれ以上はいえなかった。【女性・50代】
- ・ 具体的な消費トラブルやどの様な相談があったか知りたいです。【女性・50代】
- ・ 簡単に気軽に相談できる窓口を作してほしい。対応してくれるが、どこか親身になってくれない。【女性・60代】
- ・ 今までになかったマルチ商法がでてきているので対策や対応をしっかり検討して実行してください。【女性・60代】
- ・ 相談しようと思っても行ってまでとかこんな事だと思う。定期的にスーパーとか公民館のように近くに来る事が出来ないものか。【女性・60代】

3 消費者教育・啓発について

- ・ 特に今後学校教育として、金融教育を取り入れていくと思いますが、それを今まで教育を受けていない学校の教員がするのはなく外部講師等呼んで金融教育をして、金融商品の正しい選び方を学ばせてあげたら良いのではないかと思います。もちろん、学校側だけではなく親への金融教育、金融商品の選び方を教育をして子供達へ教えることも大事だと思います。金融商品の悪質商法が多いためです。【男性・20代】
- ・ ウェビナーの積極的な導入を希望 【男性・30代】

- ・行政サービスとして消費者相談窓口の広報については、浸透していないと思います。しかし、消費者問題や詐欺については連日ニュースやワイドショーで取り上げられている中で消費に関するトラブルが絶えないのは、消費者の意識が低いことが一番の理由だと思います。窓口はトラブルに遭った後の対策として必要ですが、トラブルを未然に防止するため、啓発活動の推進が必要だと思います。【男性・30代】
- ・情報発信が少ない。興味がなくても興味を持てるようにしてほしい。【男性・40代】
- ・「法律の豆知識」のようなリーフレットがあると、より消費者トラブルを身近に感じられるのではないかと。【男性・40代】
- ・もっと市民にサービスをすべき！まずは客対応から！小学生レベルからの教育が必要！消費者行政にはもっとまじめに取り組んでほしい。【男性・50代】
- ・具体的な介入事例の紹介【男性・50代】
- ・消費情報については、マスコミ、週刊誌、経済誌等で、前向きと言うよりは受動的に様々な知識、情報を得ていた様な気がしております。昨今 CO2やプラスチックごみ、食品の大量廃棄等、環境問題と消費動向は表裏一体の問題になっております。市が「消費」について関心を持っている事が分かりました。今後は色々な機会を通じて、消費の問題点についての気を付ける点について発信して頂ければと思っています。【男性・70代】
- ・広島市が消費者保護等に感心を持っておられることは知らなかった。それぞれの問題はどこに相談すればよいのか消費者全員が知る様広報活動をしっかりお願いしたい。【男性・80代】
- ・今回初めて消費生活センターからのアンケートがあり活動内容が良く理解できました。このアンケートが机上の論にならない様、切にお願いします。私は86才の老人ですが、是非力を頂きたいのは独居老人の医療、介護についてのトラブル解決方法の冊子の提出があれば幸いです。衣、食等のトラブルの解決も重要ですが独居老人の今後の問題点を洗い出し高齢者に明るい希望をお願いします。【男性・80代】
- ・賢い消費者になる為に高齢者でも気軽に参加出来る講習会や座談会のような催しがあれば参加したい。【男性・80代】
- ・消費生活センターは平素馴染が薄く場所も良く分からない。市民が訪問し易くするためにイベント等を行ってはどうか。【男性・80代】
- ・詐欺の手口が大抵な場合巧妙で分かりにくいので、被害があったときに分かりやすい説明があったらいいと思います。SNSで一般の方の注意喚起の投稿はたまに見かけてそこで詐欺などの被害を知ることがよくあるのですが、行政から発信されたものの方が信頼できると思うので、そこに力を入れてほしいです。【女性・20代】
- ・いくら行政が情報を発信しても消費者自身が関心を持たないと全く届かないと思います。消費者個人個人が、悪質商法や色々なトラブルは他人事ではなく身近な問題なんだと気付けば、自ら情報を求めるようになると思います。「自分は大丈夫」と思っている人はどトラブルに見舞われると聞くので、「気を付ける」ばかりではなく「あなたは常に色んな者から狙われている」という事を気付かせてもらいたいです。【女性・40代】
- ・消費者トラブルにあった場合に行政に相談することは少し敷居が高い気がしてそのままにするケースも多いと思う。消費者への教育・支援も拡充してほしいが、まずは企業側に働きかけを十分に行ってほしい。【女性・40代】
- ・今回アンケートが届いて、初めて広島市ホームページの「消費者行政」を開いてみました。自分がトラブルに見舞われることがなくても、知っておくべきことがいろいろあると思いました。しかし自分から情報を探すことはなかなかしないと思います。消費者行政の範囲も広く多様と感じます。生活に密着したことなので、月替わりくらいで、一つの項目でわかりやすく興味深い啓発ニュースが配信されると良いと思いました。合わせて相談窓口が紹介されたり、行政ならではのニュースもあると良いと思います。物の生産や流通も、地球規模で影響のあることなので広く知っていききたいと思います。ありがとうございました。【女性・50代】
- ・悪意ある事業者から自分を守ることができるよう小学生～大学生まで継続した学びが必要だと思う。【女性・50代】
- ・外国に比べてありがたい環境で過ごせていると思います。よりよい品を適正な価格で購入し、より良い生活が送れるのもこうした努力あってのことだと思います。悪徳業者がなくなることはないと思いますが、法整備の充実や私達自身の教育によってトラブルにならないよう気を付けていきたいと思っています。今後とも宜しくお願いします。何かあった時には頼りにしています。【女性・50代】
- ・こういったアンケートを記入することで改めて大事なことだと思いました。もっと勉強してトラブルにあわないように、またあった時に対処できるようにしておきたいと思いました。たくさんの人に身近な問題だと感じてもらえるような取り組みがあればいいと思います。【女性・50代】
- ・ローカルテレビ番組で、最近多いトラブル対処法など日々の生活に基いた情報を積極的に発信して欲しいです。【女性・60代】
- ・いろいろな消費者の方がいらっしゃるので大変な事だと思いますが、もう少し消費者行政についてアピールされたいと思います！！【女性・60代】
- ・消費者教育・啓発というジャンルの教育を小・中・高・大学生に学ばせる事で社会に出たときの対応が違ってくると思う。家庭など小さなコミュニティの中で「問題」として情報共有したり考えていくことが注意喚起につながっていくと思われる。【性別・年代不明】

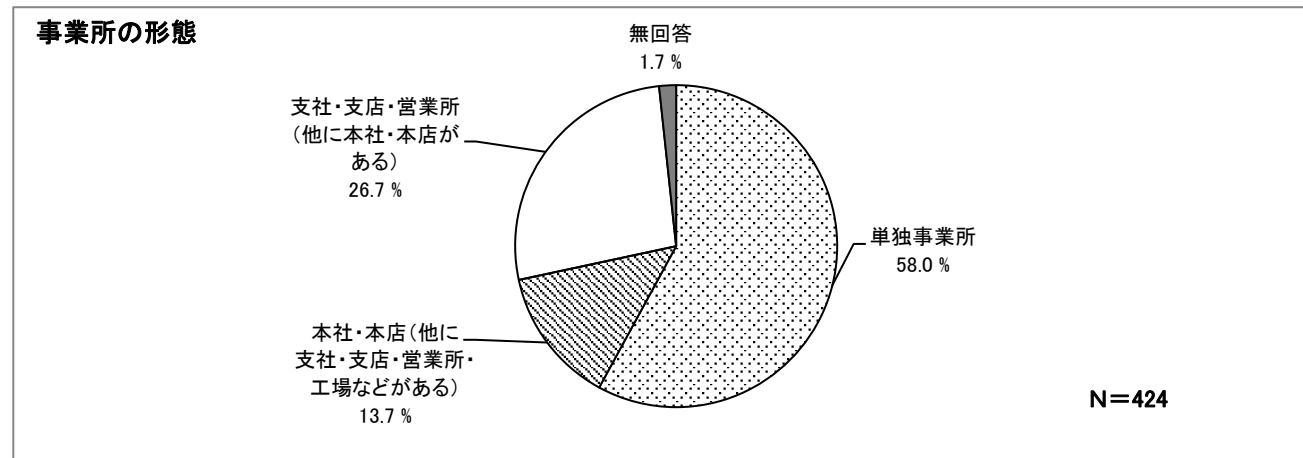
4 行政全般について

- ・ 民生委員をしていましたので高齢者の消費者問題でいろいろな事例を経験しました。ポイントは消費者側の意識・知識が事態を大きく左右すると思います。貴庁はじめ行政も努力していることも承知していますので引き続きよろしくお願いします。
【男性・70代】
 - ・ 市民の為、良い行政をして下さい。【男性・70代】
 - ・ お年寄りや障害者、生活弱者が笑顔で暮らせるまちづくりを目指してほしい。【女性・40代】
 - ・ 行政サービスや受けられる手続きなど知らないと受けられないものが多いと思います。知っている者勝ちな気がするもの、いろいろ受けられるサービスのアナウンスをもっと拡充してほしいです。あとは義務教育等でもっと知る機会を増やしてほしいです。
【女性・40代】
 - ・ 普段SNSやパソコンをあまり使っていない者には新聞やそれに入っている行政の折り込みチラシがいちばんの情報源です。引き続きよろしくお願いします。【女性・50代】
 - ・ 「市民と市政」に時々、市民参加の意見を聞くなどのものがありますが、もっと積極的に取り組んでいただければいいなあと思います。ご存じのとおり、高齢者を狙った詐欺は数多くあり、止められないのなら、自ら身を守るしかありません。(家族も私も何件もありました。)これからの高齢化社会のため、今のうちに知識を得、相続できるところを身近なものにしたいと思っています。アンケート送付ありがとうございました。【女性・60代】
 - ・ これ以上ゴミを増やさないと生活したいと念じております。売れ残り商品の大量廃棄にはもう耐えられません。【女性・60代】
 - ・ 広島市消費生活センターの相談窓口の場所等の周知、駐車場があるのか、又各区役所でも相談できるのかの情報があるのか、又実際の相談例(被害事例)の公表等の広報活動が少ない。行政として力を入れておられるなら、情報を多く出される必要がある。【女性・70代】
 - ・ 県や市が情報を発信して下さっていますが、なぜか私達の生活上に身近に伝わって来ないように感じる。ゴミの分別、エコバック等は生活に身近な事なので考え行うことができますが、とても大事なことであるのに、私などは2015年に発信されたSDGsも最近になって知りました。消費生活センターに寄せられたトラブルの内容や、講演会・勉強会などは自治会の回覧版(お金を掛けない方法で)などの方でも情報を伝えた方が高齢者には伝わるように思います。これからは益々消費者がしっかりと考え、世界の流れで生産・流通・消費を考えていかなければいけない時代になってきます。【女性・70代】
-

第3章 消費生活に関するアンケート(事業者)の調査結果

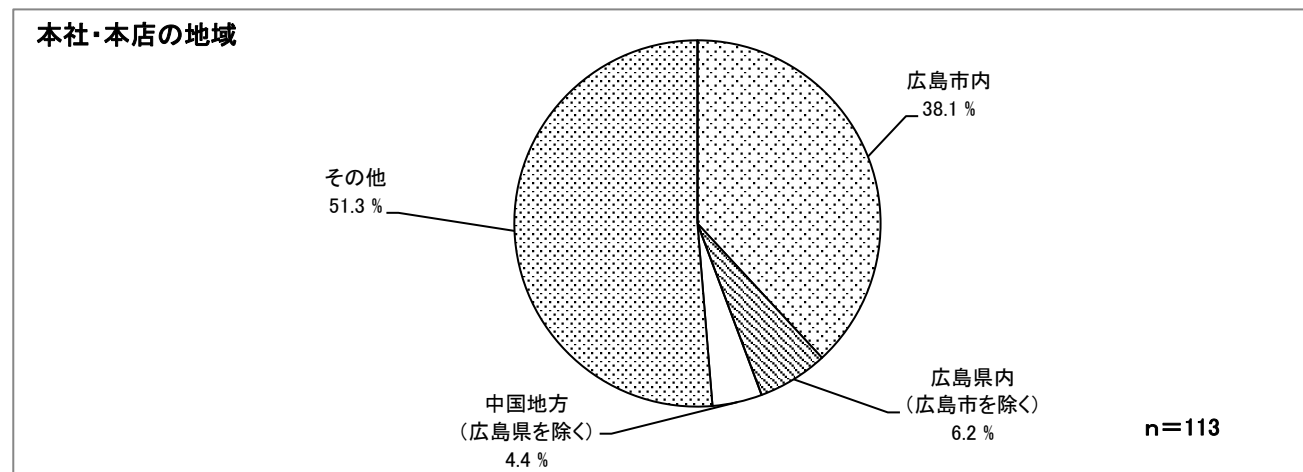
1. 属性別の回収状況

(1) 事業所の形態別



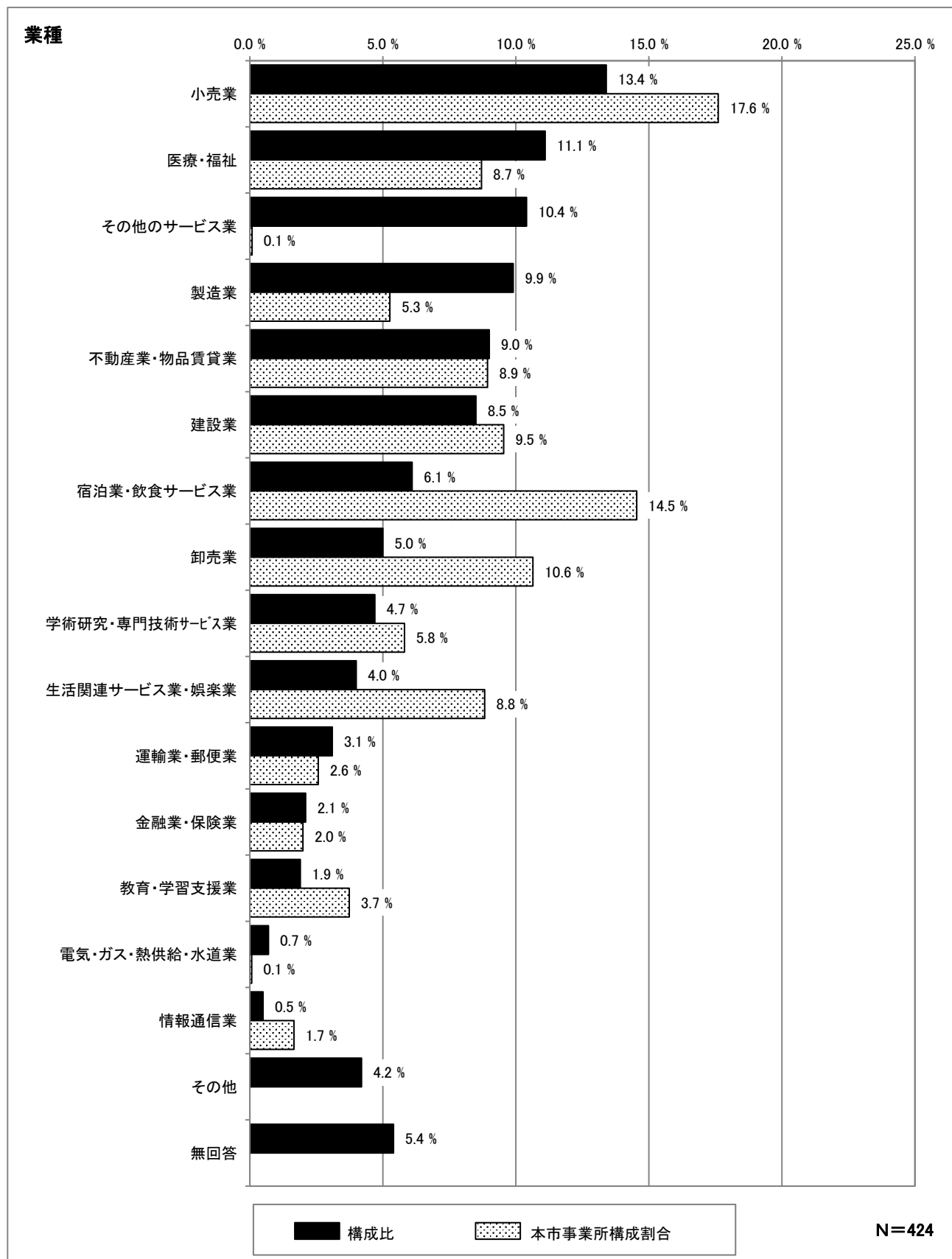
	回答数	構成比
単独事業所	246	58.0 %
本社・本店 (他に支社・支店・営業所・工場などがある)	58	13.7 %
支社・支店・営業所 (他に本社・本店がある)	113	26.7 %
無回答	7	1.7 %
合計	424	100.0 %

(2) 本社・本店の地域別



	回答数	構成比
広島市内	43	38.1 %
広島県内 (広島市を除く)	7	6.2 %
中国地方 (広島県を除く)	5	4.4 %
その他	58	51.3 %
無回答	0	0.0 %
合計	113	100.0 %

(3) 業種別

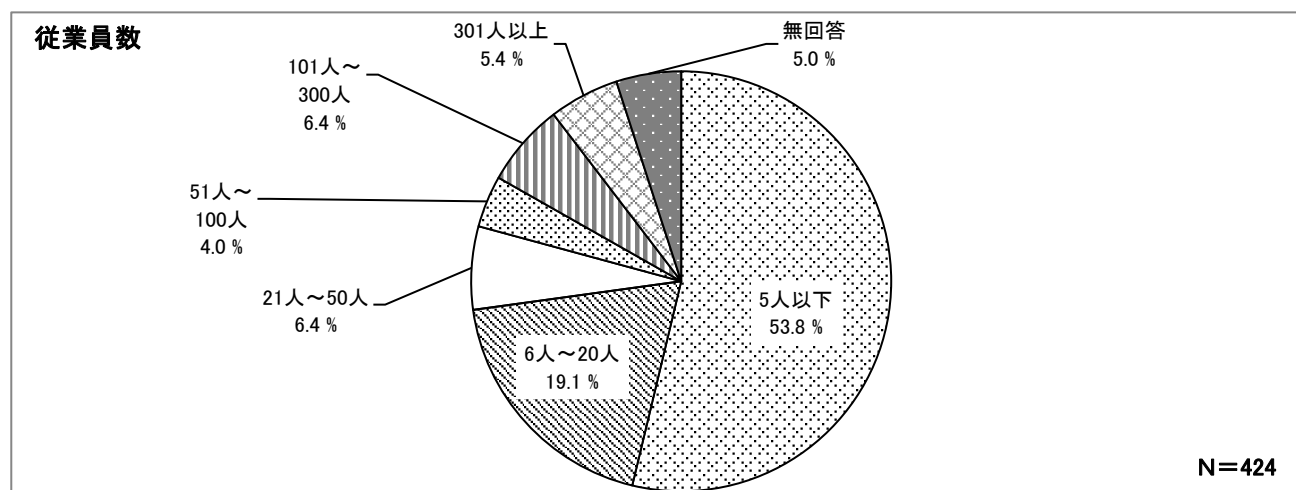


※「本市事業所構成割合」は、平成28年6月1日現在のもの。

※「その他のサービス業」…「学術研究・専門技術サービス業」「宿泊業・飲食サービス業」「生活関連サービス業・娯楽業」「教育・学習支援業」「医療・福祉」以外のサービス業

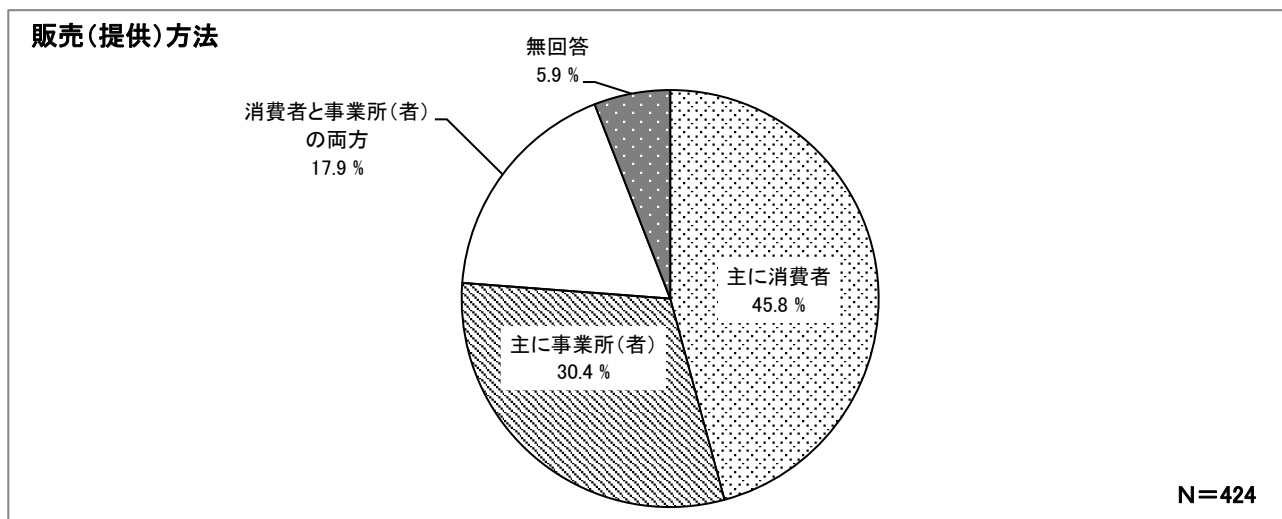
	回答数	構成比
小売業	57	13.4 %
医療・福祉	47	11.1 %
その他のサービス業	44	10.4 %
製造業	42	9.9 %
不動産業・物品賃貸業	38	9.0 %
建設業	36	8.5 %
宿泊業・飲食サービス業	26	6.1 %
卸売業	21	5.0 %
学術研究・専門技術サービス業	20	4.7 %
生活関連サービス業・娯楽業	17	4.0 %
運輸業・郵便業	13	3.1 %
金融業・保険業	9	2.1 %
教育・学習支援業	8	1.9 %
電気・ガス・熱供給・水道業	3	0.7 %
情報通信業	2	0.5 %
その他	18	4.2 %
無回答	23	5.4 %
合計	424	100.0 %

(4) 従業員数別



	回答数	比率
5人以下	228	53.8 %
6人～20人	81	19.1 %
21人～50人	27	6.4 %
51人～100人	17	4.0 %
101人～300人	27	6.4 %
301人以上	23	5.4 %
無回答	21	5.0 %
合計	424	100.0 %

(5) 販売（提供）先別



	回答数	比率
主に消費者	194	45.8 %
主に事業所(者)	129	30.4 %
消費者と事業所(者)の両方	76	17.9 %
無回答	25	5.9 %
合計	424	100.0 %

2. 調査結果の概要

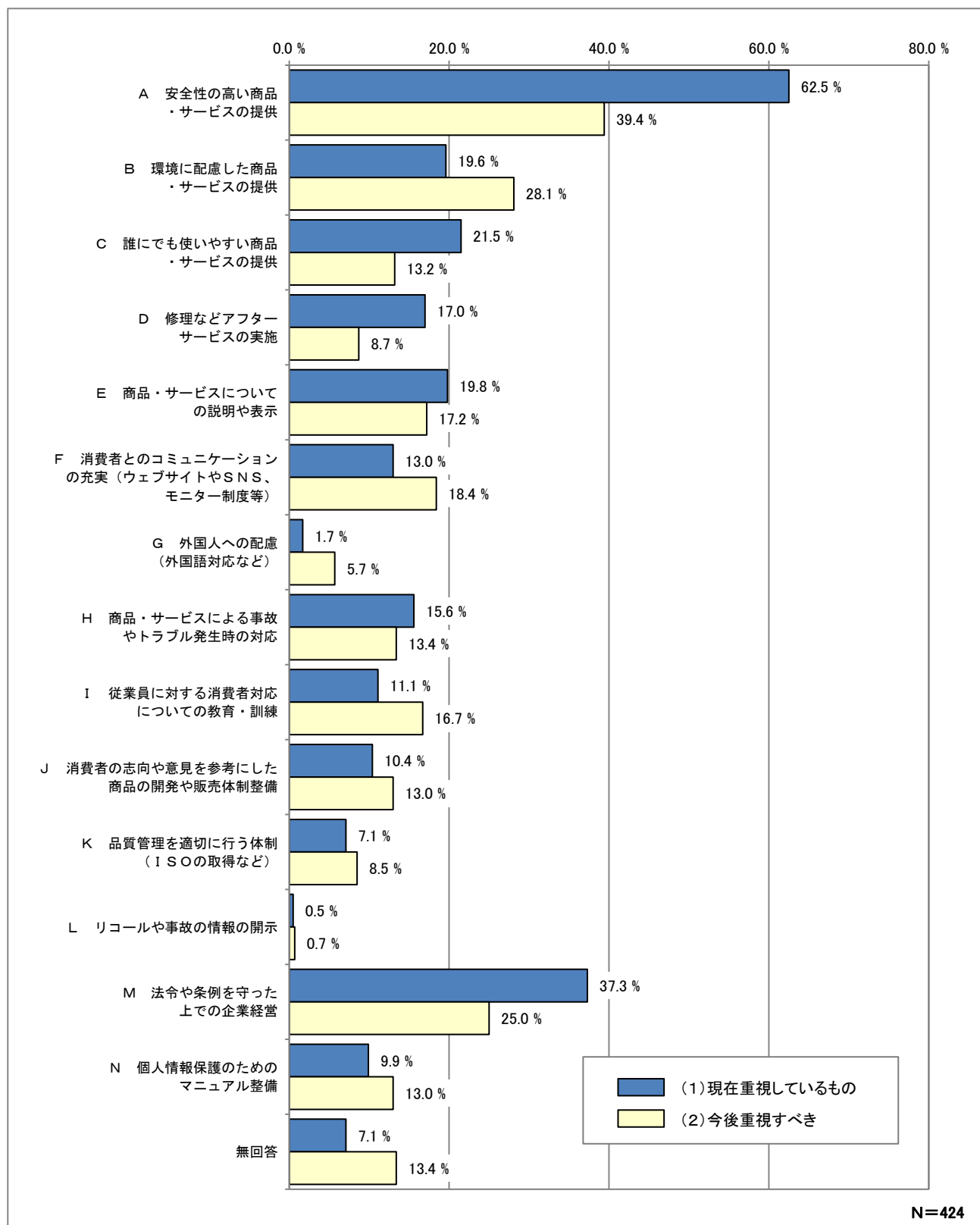
I. 消費者問題の取組状況について

(重視している取組について)

問1. 貴社(事業所)において、

(1) A～Nの項目のうち、現在、重視して取り組んでいるもの3つまで選んで○をつけてください。

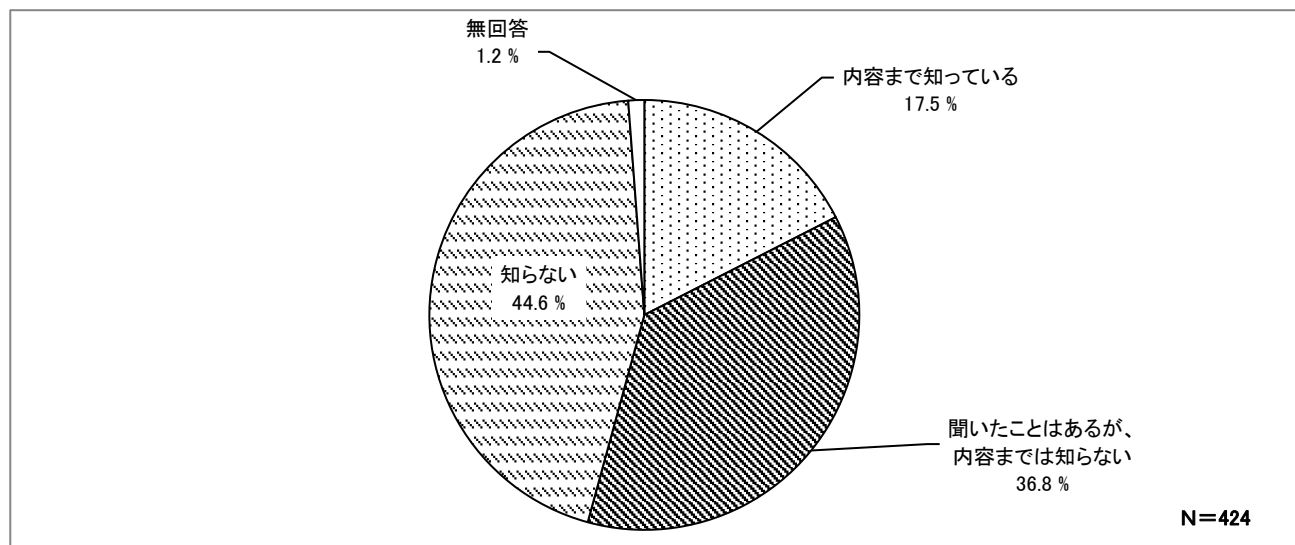
(2) A～Nの項目のうち、今後、重視すべきと考えるもの3つまで選んで○をつけてください。



	(1) 現在重視しているもの		(2) 今後重視すべきもの	
	回答数	比率	回答数	比率
A 安全性の高い商品・サービスの提供	265	62.5 %	167	39.4 %
B 環境に配慮した商品・サービスの提供	83	19.6 %	119	28.1 %
C 誰にでも使いやすい商品・サービスの提供	91	21.5 %	56	13.2 %
D 修理などアフターサービスの実施	72	17.0 %	37	8.7 %
E 商品・サービスについての説明や表示	84	19.8 %	73	17.2 %
F 消費者とのコミュニケーションの充実（ウェブサイトやSNS、モニター制度等）	55	13.0 %	78	18.4 %
G 外国人への配慮（外国語対応など）	7	1.7 %	24	5.7 %
H 商品・サービスによる事故やトラブル発生時の対応	66	15.6 %	57	13.4 %
I 従業員に対する消費者対応についての教育・訓練	47	11.1 %	71	16.7 %
J 消費者の志向や意見を参考にした商品の開発や販売体制整備	44	10.4 %	55	13.0 %
K 品質管理を適切に行う体制（ISOの取得など）	30	7.1 %	36	8.5 %
L リコールや事故の情報の開示	2	0.5 %	3	0.7 %
M 法令や条例を守った上での企業経営	158	37.3 %	106	25.0 %
N 個人情報保護のためのマニュアル整備	42	9.9 %	55	13.0 %
無回答	30	7.1 %	57	13.4 %

(「公益通報者保護制度」の認知について)

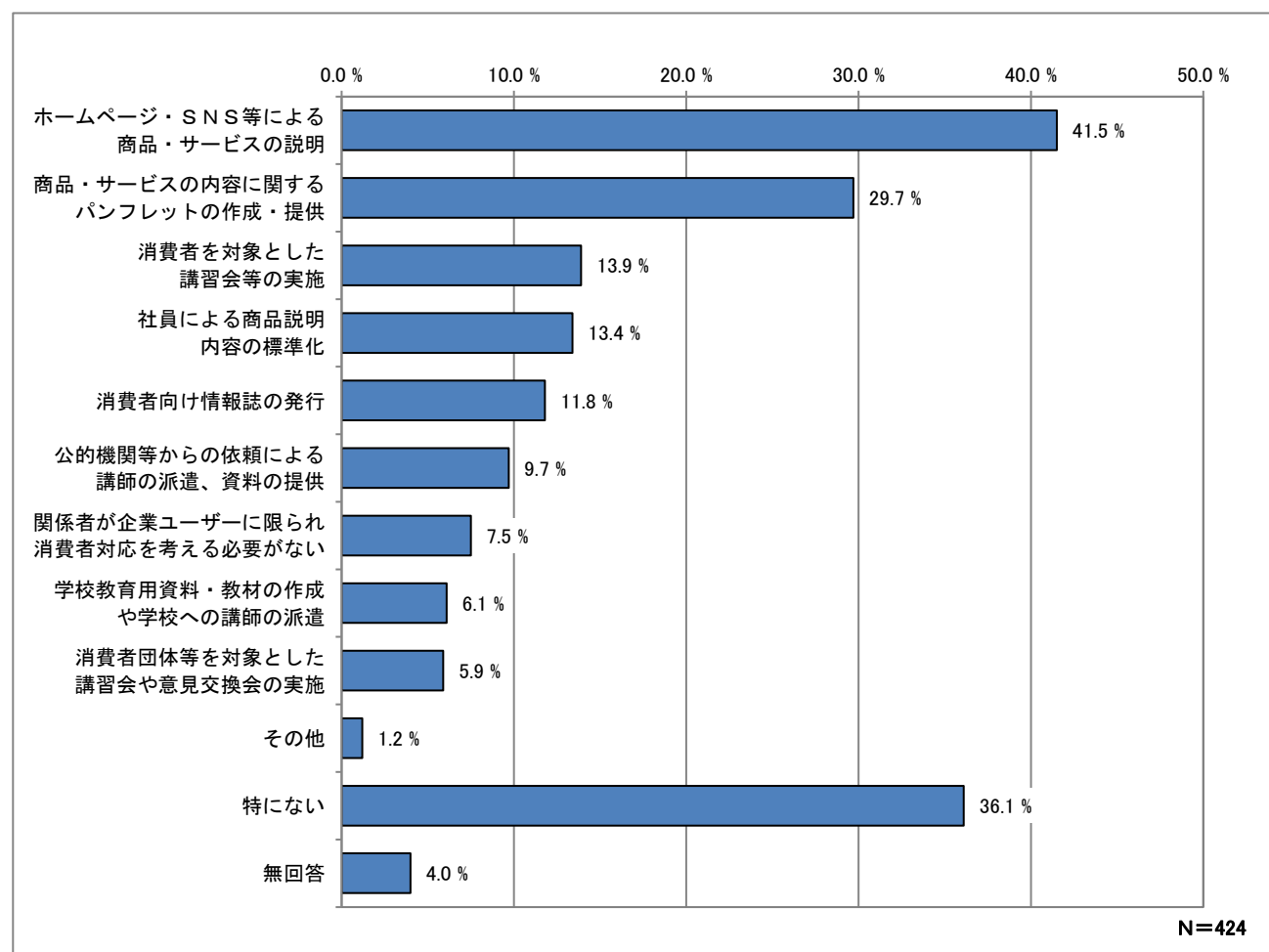
問2.「公益通報者保護制度」を知っていますか。



	回答数	比率
内容まで知っている	74	17.5 %
聞いたことはあるが、内容までは知らない	156	36.8 %
知らない	189	44.6 %
無回答	5	1.2 %
合計	424	100.0 %

(消費者啓発の取組状況について)

問3. 貴社(事業所)や貴社(事業所)が属する業界団体では、次に掲げる消費者啓発、消費者を対象とした情報提供を行っていますか。



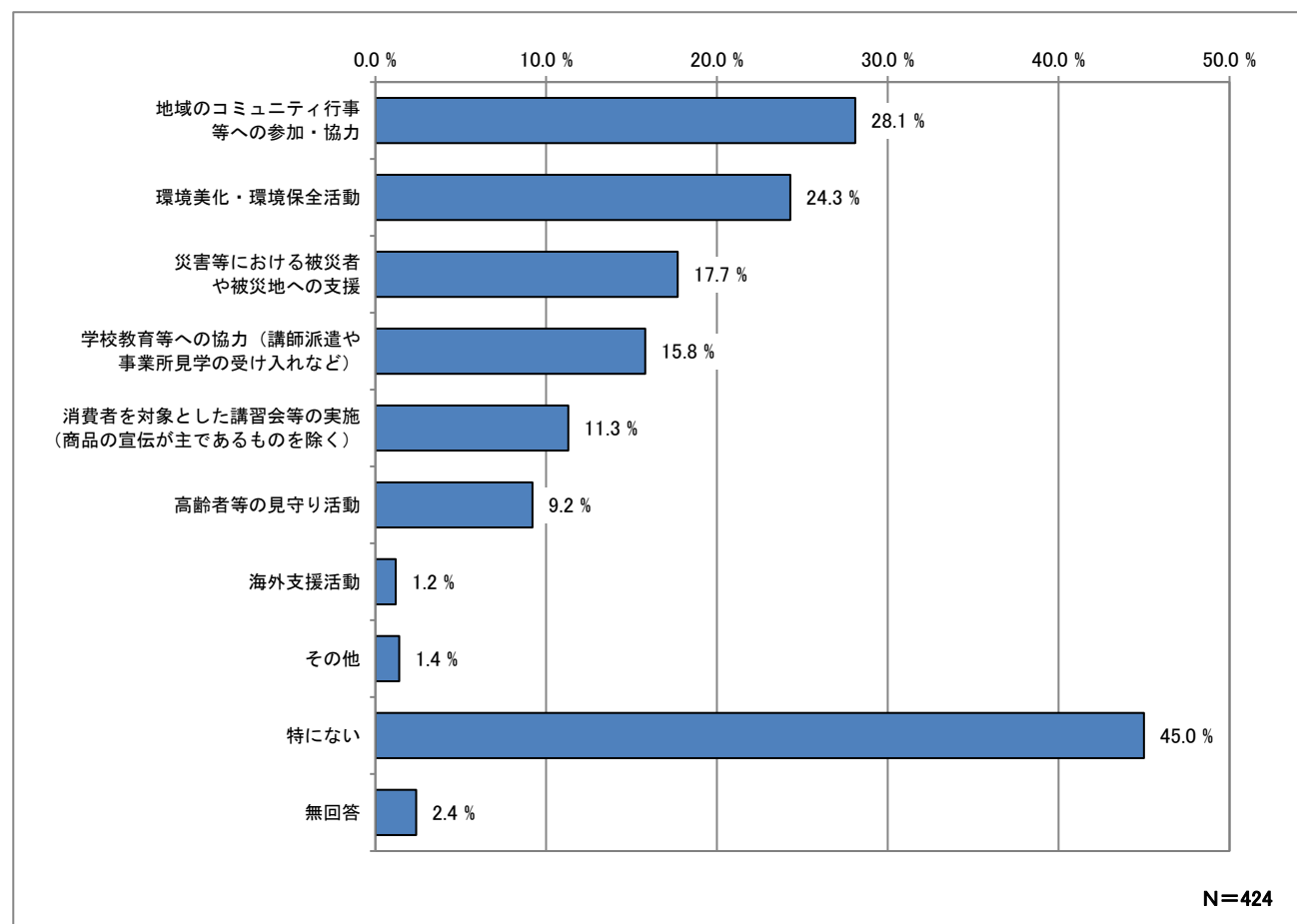
	回答数	比率
ホームページ・SNS 等による商品・サービスの説明	176	41.5 %
商品・サービスの内容に関するパンフレットの作成・提供	126	29.7 %
消費者を対象とした講習会等の実施	59	13.9 %
社員による商品説明内容の標準化	57	13.4 %
消費者向け情報誌の発行	50	11.8 %
公的機関等からの依頼による講師の派遣、資料の提供	41	9.7 %
関係者が企業ユーザーに限られ消費者対応を考える必要がない	32	7.5 %
学校教育用資料・教材の作成や学校への講師の派遣	26	6.1 %
消費者団体等を対象とした講習会や意見交換会の実施	25	5.9 %
その他	5	1.2 %
特にない	153	36.1 %
無回答	17	4.0 %

《その他》

- ・ 消費者に事前打ち合わせ、途中経過についての確認 【建設業】
- ・ 食品事業者へ食品衛生に係る、情報、技術等の啓発、指導など 【その他のサービス業】

(社会・地域活動について)

問4. 貴社(事業所)で取り組んでいる、社会や地域のための活動はありますか。



	回答数	比率
地域のコミュニティ行事等への参加・協力	119	28.1 %
環境美化・環境保全活動	103	24.3 %
災害等における被災者や被災地への支援	75	17.7 %
学校教育等への協力 (講師派遣や事業所見学の受け入れなど)	67	15.8 %
消費者を対象とした講習会等の実施 (商品の宣伝が主であるものを除く)	48	11.3 %
高齢者等の見守り活動	39	9.2 %
海外支援活動	5	1.2 %
その他	6	1.4 %
特にない	191	45.0 %
無回答	10	2.4 %

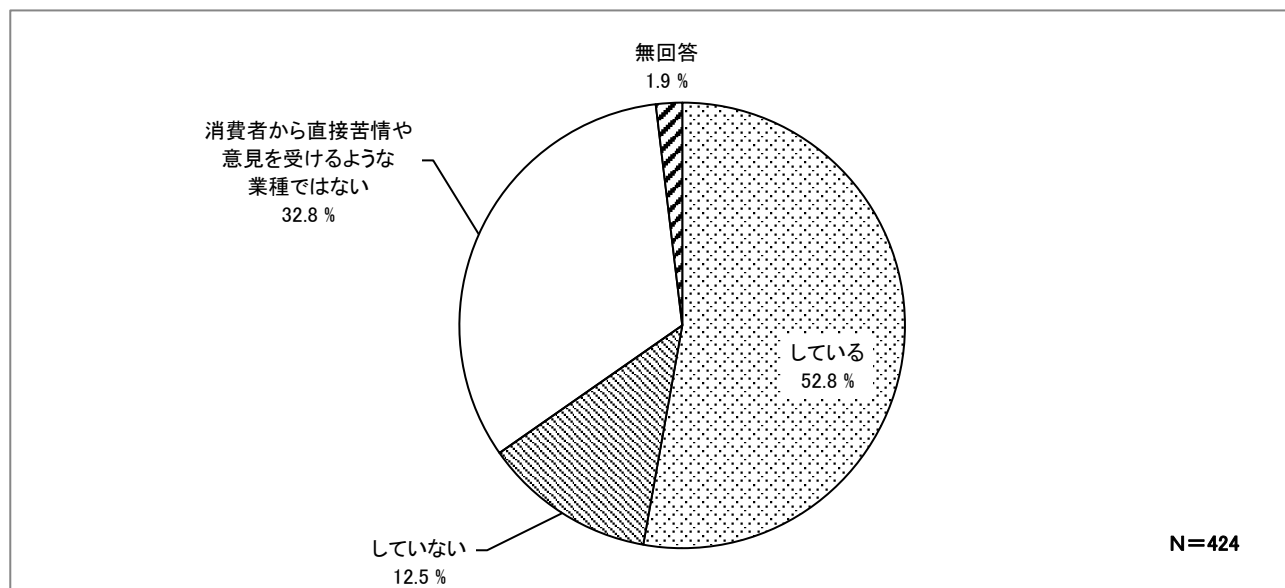
《その他》

- ・ 安全啓発 【運輸業・郵便業】
- ・ ボランティア活動 【医療・福祉】
- ・ 防災設備の保全 【その他のサービス業】
- ・ こども110番 【その他のサービス業】

Ⅱ. 消費者からの苦情の処理について

(苦情等問い合わせ先の表示について)

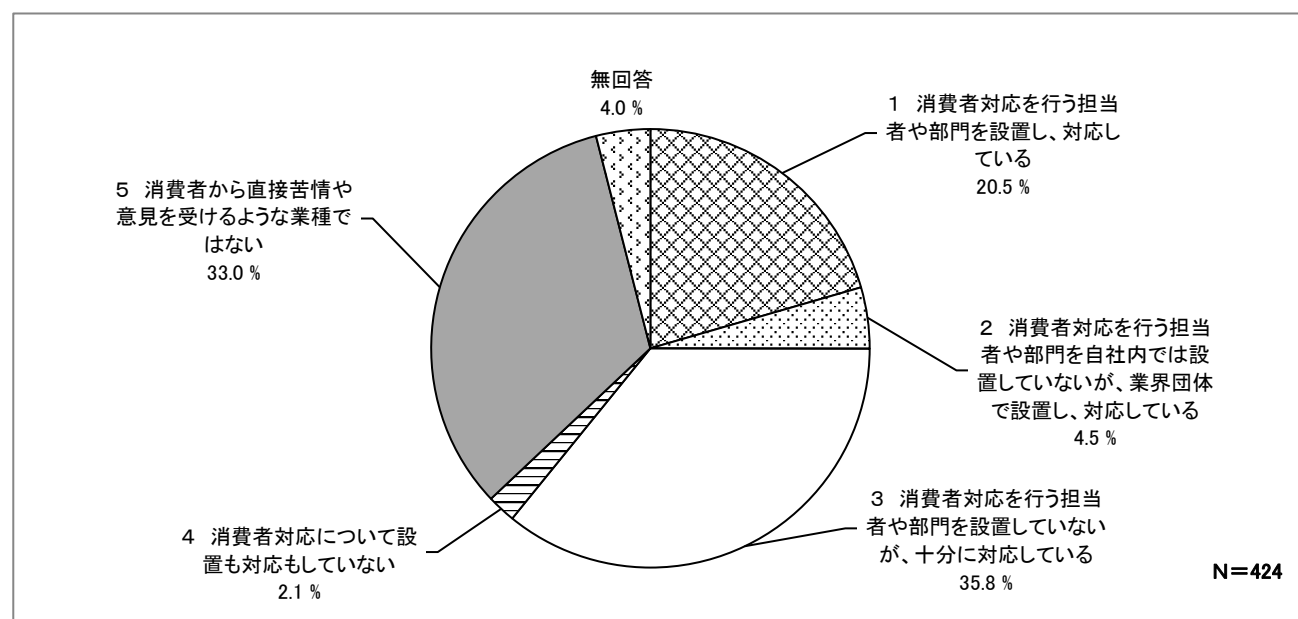
問5. 製品またはサービスの説明書等に、その製品・サービスに関する苦情や意見等についての問い合わせ先がわかる表示をしていますか。



	回答数	比率
している	224	52.8 %
していない	53	12.5 %
消費者から直接苦情や意見を受けるような業者ではない	139	32.8 %
無回答	8	1.9 %
合計	424	100.0 %

(消費者対応の体制について)

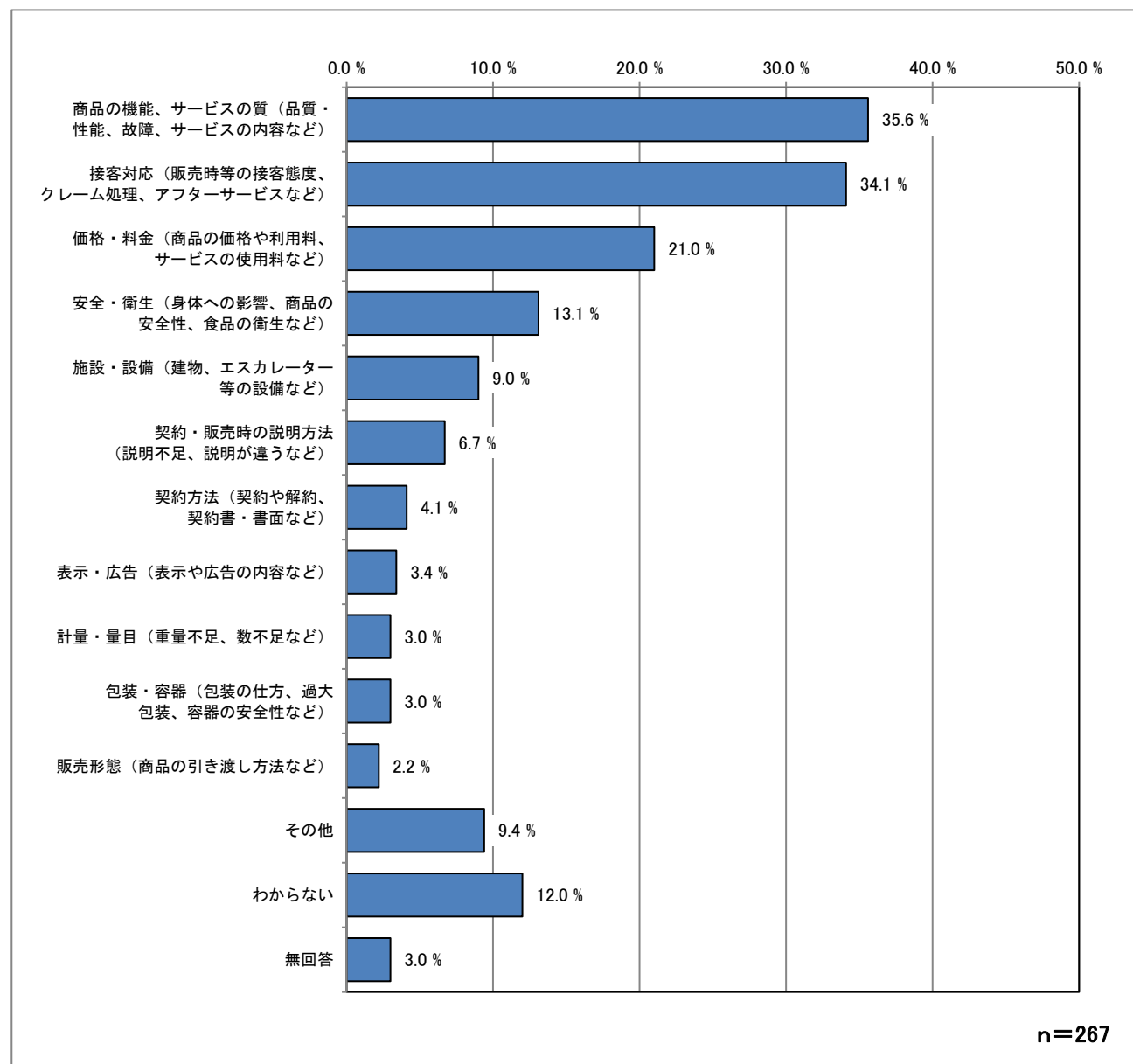
問6. 貴社(事業所)において消費者からの「商品(製品・サービス)に関する苦情や意見、問い合わせ等の情報」を受け付け、処理するなど、消費者対応を行う体制(お客様相談センター等)を整え、対応していますか。



	回答数	比率
1 消費者対応を行う担当者や部門を設置し、対応している	87	20.5 %
2 消費者対応を行う担当者や部門を自社内では設置していないが、業界団体で設置し、対応している	19	4.5 %
3 消費者対応を行う担当者や部門を設置していないが、十分に対応している	152	35.8 %
4 消費者対応について設置も対応もしていない	9	2.1 %
5 消費者から直接苦情や意見を受けるような業種ではない	140	33.0 %
無回答	17	4.0 %
合計	424	100.0 %

(苦情等の内容について)

問7. (問6で「1～4」と回答された方)ここ2～3年、貴社(事業所)に寄せられる消費者・顧客からの意見や苦情、問い合わせはどのようなものが多いですか。



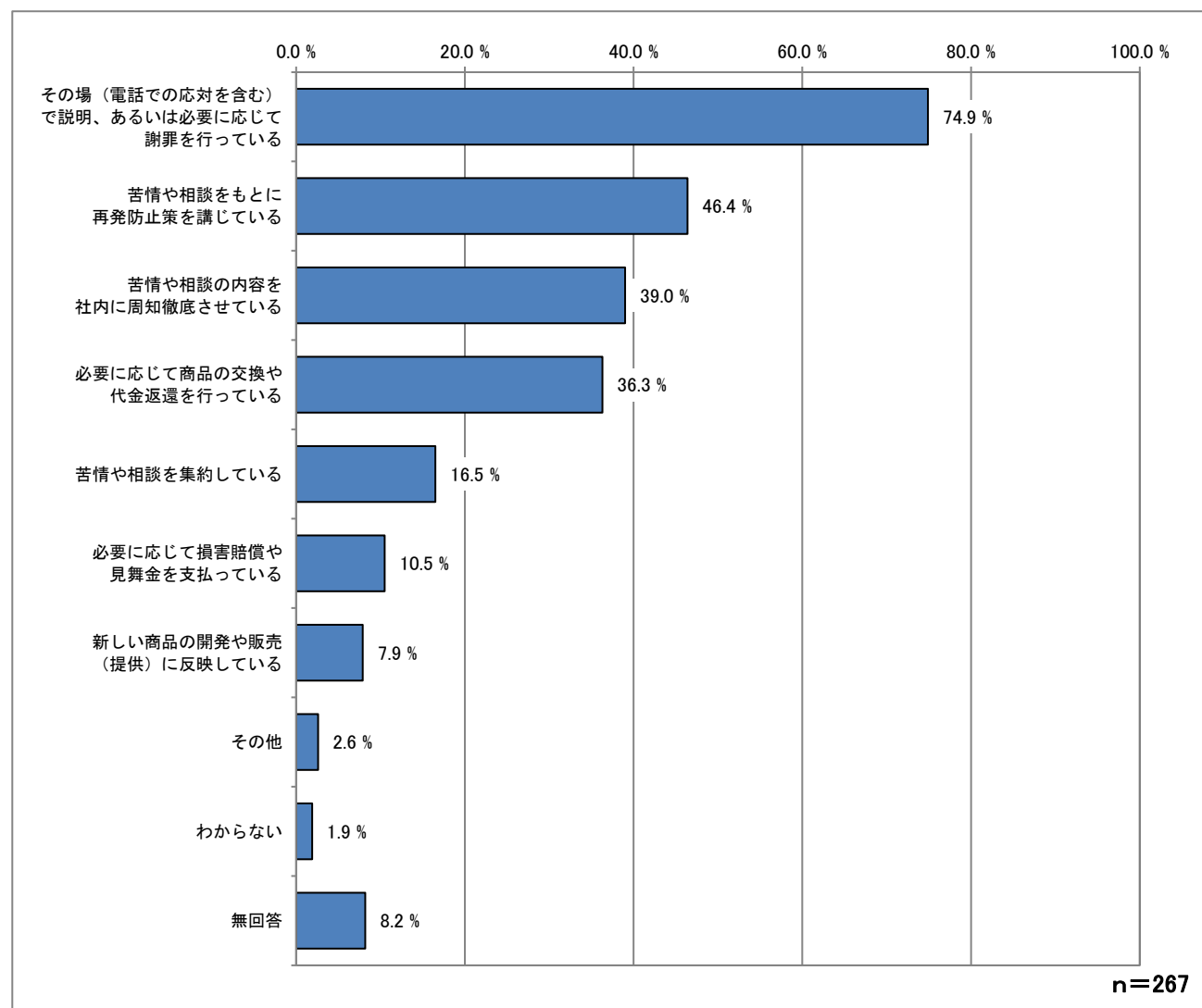
	回答数	比率
商品の機能、サービスの質(品質・性能、故障、サービスの内容など)	95	35.6 %
接客対応(販売時等の接客態度、クレーム処理、アフターサービスなど)	91	34.1 %
価格・料金(商品の価格や利用料、サービスの使用料など)	56	21.0 %
安全・衛生(身体への影響、商品の安全性、食品の衛生など)	35	13.1 %
施設・設備(建物、エスカレーター等の設備など)	24	9.0 %
契約・販売時の説明方法(説明不足、説明が違うなど)	18	6.7 %
契約方法(契約や解約、契約書・書面など)	11	4.1 %
表示・広告(表示や広告の内容など)	9	3.4 %
計量・量目(重量不足、数不足など)	8	3.0 %
包装・容器(包装の仕方、過大包装、容器の安全性など)	8	3.0 %
販売形態(商品の引き渡し方法など)	6	2.2 %
その他	25	9.4 %
わからない	32	12.0 %
無回答	8	3.0 %

《その他》

- ・ 騒音、粉塵 【建設業】
- ・ 使用方法、メンテナンス、使用効果 【製造業】
- ・ 異物混入(虫、ぬかのかたまり) 【小売業】
- ・ 購入後の返品希望 【小売業】
- ・ 電子マネー等の決済手段について 【小売業】
- ・ 営業時間の問い合わせ 【宿泊業・飲食サービス業】
- ・ 味の違い等 【業種不明】

(苦情等の処理方法について)

問8. (問6で「1～4」と回答された方) 貴社(事業所)では、消費者・顧客から寄せられる意見や苦情、問い合わせをどのように処理していますか。



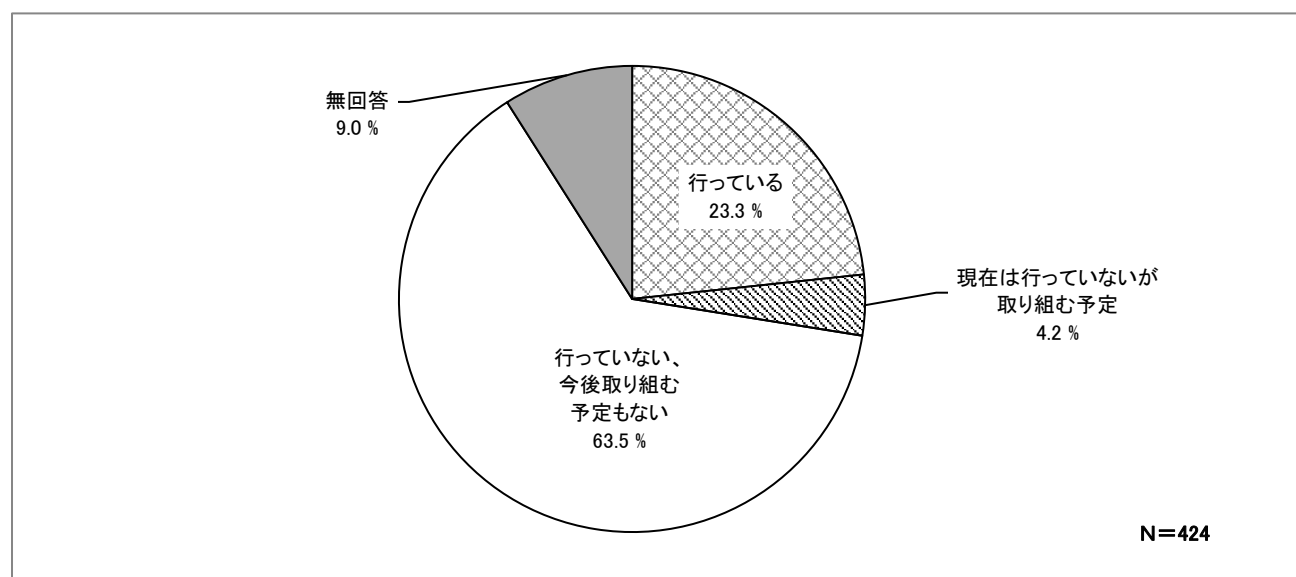
	回答数	比率
その場(電話での対応を含む)で説明、あるいは必要に応じて謝罪を行っている	200	74.9 %
苦情や相談をもとに再発防止策を講じている	124	46.4 %
苦情や相談の内容を社内に周知徹底させている	104	39.0 %
必要に応じて商品の交換や代金返還を行っている	97	36.3 %
苦情や相談を集約している	44	16.5 %
必要に応じて損害賠償や見舞金を支払っている	28	10.5 %
新しい商品の開発や販売(提供)に反映している	21	7.9 %
その他	7	2.6 %
わからない	5	1.9 %
無回答	22	8.2 %

《その他》

- ・意見や苦情等は来っていないが、適切に対応する。【建設業】
- ・メーカーに上げて対処する事もある。【小売業】

(若年者に配慮した取組について)

問9. 貴社(事業所)が取り扱う商品(製品・サービス)などに関して、消費者としての経験が浅く、まだ十分な判断能力を持っていない若年者に配慮した取組を行っていますか。



	回答数	比率
行っている	99	23.3 %
現在行っていないが取り組む予定	18	4.2 %
行っていない、今後取り組む予定もない	269	63.4 %
無回答	38	9.0 %
合計	424	100.0 %

≪「行っている」具体的な内容≫

1 説明・講演会等

- ・ 納得して頂けるまで、しっかりと説明をしている。商品は全て分かりやすく、カタログに内容を記して説明(豊富な写真、施工例など)【建設業】
- ・ 動画サービス等での商品説明【小売業】
- ・ サービスを提供する前に内容の説明をし、理解を頂いている。【生活関連サービス業・娯楽業】
- ・ 育児相談や専門家によるセミナー・講演会などを開催している。【医療・福祉】
- ・ 年齢層に応じた分かりやすい具体例を挙げ、口頭だけでなく資料など配布して実施している。【医療・福祉】

2 教育・研修

- ・ 研修【金融業・保険業】
- ・ 社内教育【その他のサービス業】
- ・ 先輩社員のマンツーマン制度、技術講習(本社・事業所)【その他のサービス業】

3 保護者の同伴・同意

- ・ 若年者本人だけでなく、保護者同伴で判断をしてもらう。【教育・学習支援業】
- ・ 未成年者には親の同意がないと販売しない。【業種不明】

4 販売制限

- ・ 購入意思のない方には売らないように指導しています。【生活関連サービス業・娯楽業】
- ・ 必ず対面販売を行い、不適切と判断した場合には販売しない。【医療・福祉】

5 相談・報告

- ・ 社内に報告させる。【製造業】
- ・ 相談に乗っている。又、1人で対応するようにしていない。【業種不明】

6 その他

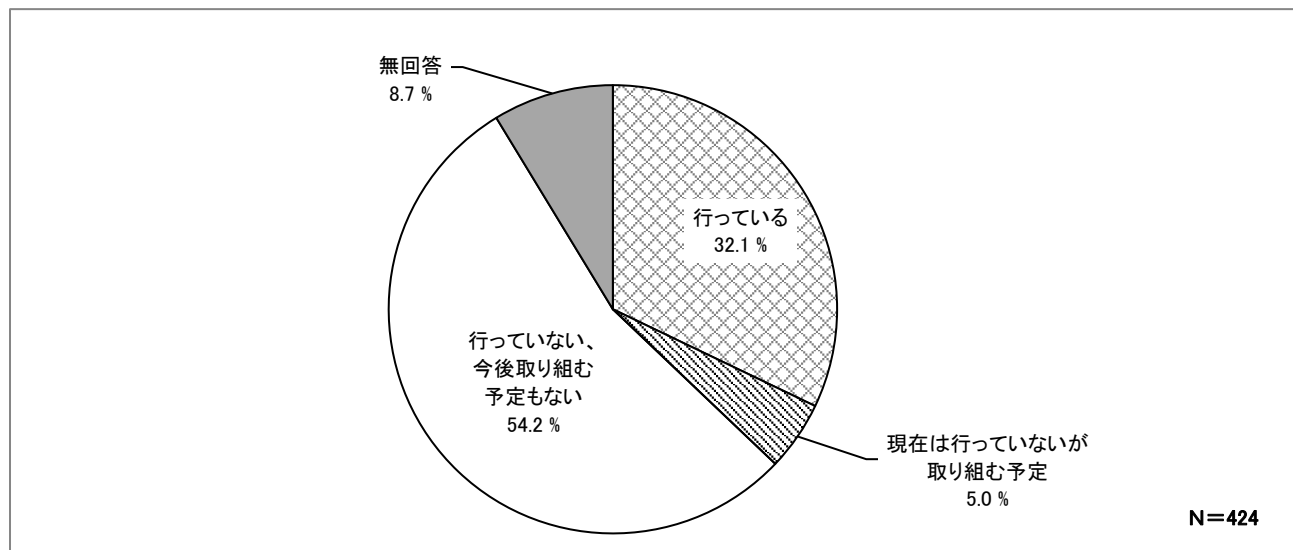
- ・ イベント等での製造、体験コーナーの実施 【製造業】
- ・ その行った事例についてその場で話し合いをしている。【小売業】
- ・ 会社のオフィシャルホームページでの基本的な商品内容や商品のしくみに関する情報を発信
学校へ出張授業による若年層への啓発活動 【金融業・保険業】
- ・ 文面を交付して記名押印をしてもらっている。【生活関連サービス業・娯楽業】
- ・ 家庭教育、子育て、世代間交流に係る事業を実施 【教育・学習支援業】
- ・ 全ての方に同様のサービスを提供している。【医療・福祉】
- ・ 思春期外来、カウンセリング 【医療・福祉】
- ・ 子供向けメニューの提供(体験、スタンプラリー等) 【その他のサービス業】
- ・ 修理内容を写真に撮っている。【その他】
- ・ HACCP に関する説明・設計意図の解説 【業種不明】

《「現在は行っていないが取り組む予定」具体的な内容》

- ・ 熟練者とペアを組み作業を行う。【建設業】
 - ・ 問題が予見、発生した場合は早急に対応する。【製造業】
 - ・ ローン等の支払方法(高額商品等) 【小売業】
 - ・ ルールやマナー、エチケットの理解 【生活関連サービス業・娯楽業】
 - ・ 研修 【医療・福祉】
-

(高齢者等に配慮した取組について)

問10. 貴社(事業所)が取り扱う商品(製品・サービス)、あるいは貴社(事業所)の施設や設備などに関して、高齢者や障害者など、消費生活上不利な立場に置かれやすい消費者に配慮した取組を行っていますか。



	回答数	比率
行っている	136	32.1 %
現在は行っていないが取り組む予定	21	5.0 %
行っていない、今後取り組む予定もない	230	54.2 %
無回答	37	8.7 %
合計	424	100.0 %

≪「行っている」具体的な内容≫

1 バリアフリー

- ・ 点字ブロック、メガネの設置 【運輸業・郵便業】
- ・ 障害者専用駐車スペースの整備、店舗入口へ繋がるスロープの設置、店舗トイレの車椅子利用対応化 【小売業】
- ・ 手押し車で入店出来る。 【小売業】
- ・ バリアフリートイレ、エレベーター、エスカレーター設置、介助呼び出し、65歳以上の方5%オフの日、車いすの常設、移動販売、ネットスーパー、送迎サービス(実証実験予定)等 【小売業】
- ・ 車いすの貸出し、宅配サービス、買物商品の車両への積み込み 【小売業】
- ・ 階段に手すりを設置 【不動産業・物品賃貸業】
- ・ 施設の改良、機器の配置など 【宿泊業・飲食サービス業】
- ・ 入口から店内全てバリアフリーにしている。車いすOKで通路を広くしている。 【宿泊業・飲食サービス業】
- ・ エレベーターの設置 【教育・学習支援業】
- ・ 文字は大きく表示。言葉はゆっくり、はっきりと、行動は相手のペースに合わせて、急ぐ事のない様に安全第一で。 【医療・福祉】
- ・ 休憩場の設備 【その他のサービス業】
- ・ ユニバーサルデザインの導入 【業種不明】

2 個別対応・柔軟な対応

- ・ その人に応じて、電話対応だけではなく、訪問したり、取り付けを手伝ったりしている。 【建設業】
- ・ 給油が難しい方にはお手伝いをしている 【小売業】
- ・ 高齢者専用のコールセンターの受付ダイヤル番号を設置し、高齢者対応の専門訓練を受けたオペレーターに直接繋がるしくみを作っている。聴覚障害者用の手話通訳を介してのビデオ通話窓口を設置。 【金融業・保険業】

- ・出来るだけ無理をせずに座れるお席を用意できる様にしています。【宿泊業・飲食サービス業】
- ・参観日等をライブ配信で行い、遠方の方でも子どもの様子を見られるようにしている。【医療・福祉】
- ・丁寧な対応(1対1)【医療・福祉】
- ・商品返品・交換等は、常識の範囲ですべて受付している。【業種不明】
- ・商品の残りを持って帰りたいと言われたら、パックに入れて渡している。【業種不明】
- ・ネットで買えない高齢者様には直接商品をお届けしている。【業種不明】

3 説明

- ・価格など商品に対しても説明等、十分に行い適切に行っている。【建設業】
- ・使用方法、対処方法の説明【製造業】
- ・常に製品設置後は担当による説明をしている。【製造業】
- ・大きな声で分かりやすく説明【金融業・保険業】
- ・サービスを提供する前に内容の説明をし、理解を頂いている。【生活関連サービス業・娯楽業】
- ・書面に基づき、丁寧な説明を行う。【医療・福祉】
- ・会の目的、ビジョン、事業内容などを説明し、ご賛同いただいた上で入会していただいている。【その他のサービス業】

4 家族の同伴・同意

- ・親族同席の元に販売をしている。【金融業・保険業】
- ・保護者への説明、同意【不動産業・物品賃貸業】
- ・提供する医療について、診断内容、期待される効果、考えられる副作用など、ご家族を含め丁寧に説明した上で同意するかを確認している。【医療・福祉】
- ・判断力がない(認知症)方に対しては、家族に説明し、契約を頂いています。【医療・福祉】

5 研修・セミナー

- ・購入意思がないまたは判断力が確かでない方には売らないよう指導しています。【生活関連サービス業・娯楽業】
- ・必ず対面販売を行い、不適切と判断した場合には販売しない。【医療・福祉】

6 その他

- ・カロリー、塩分、糖質オフ、ノンアレルギーなどより多くの人に食を楽しんでいただける商品づくりを行っています。【製造業】
- ・不必要な食品添加物を使用しない商品の提供【製造業】
- ・作業の代行等【卸売業】
- ・行政と連携【不動産業・物品賃貸業】
- ・丁寧な案内や必要であればサポートを行うなど、出来る限りの人員配置を行っている。【宿泊業・飲食サービス業】
- ・要望に合わせてサービスを行う。【医療・福祉】
- ・家族、関係者へ定期的に報告【医療・福祉】
- ・介護老人保健施設でのサービス提供【医療・福祉】
- ・商品を納品前に必ずご自宅にてサンプルを試して頂いた後に納品を行う。【医療・福祉】
- ・料金の減免(障害者)【その他のサービス業】

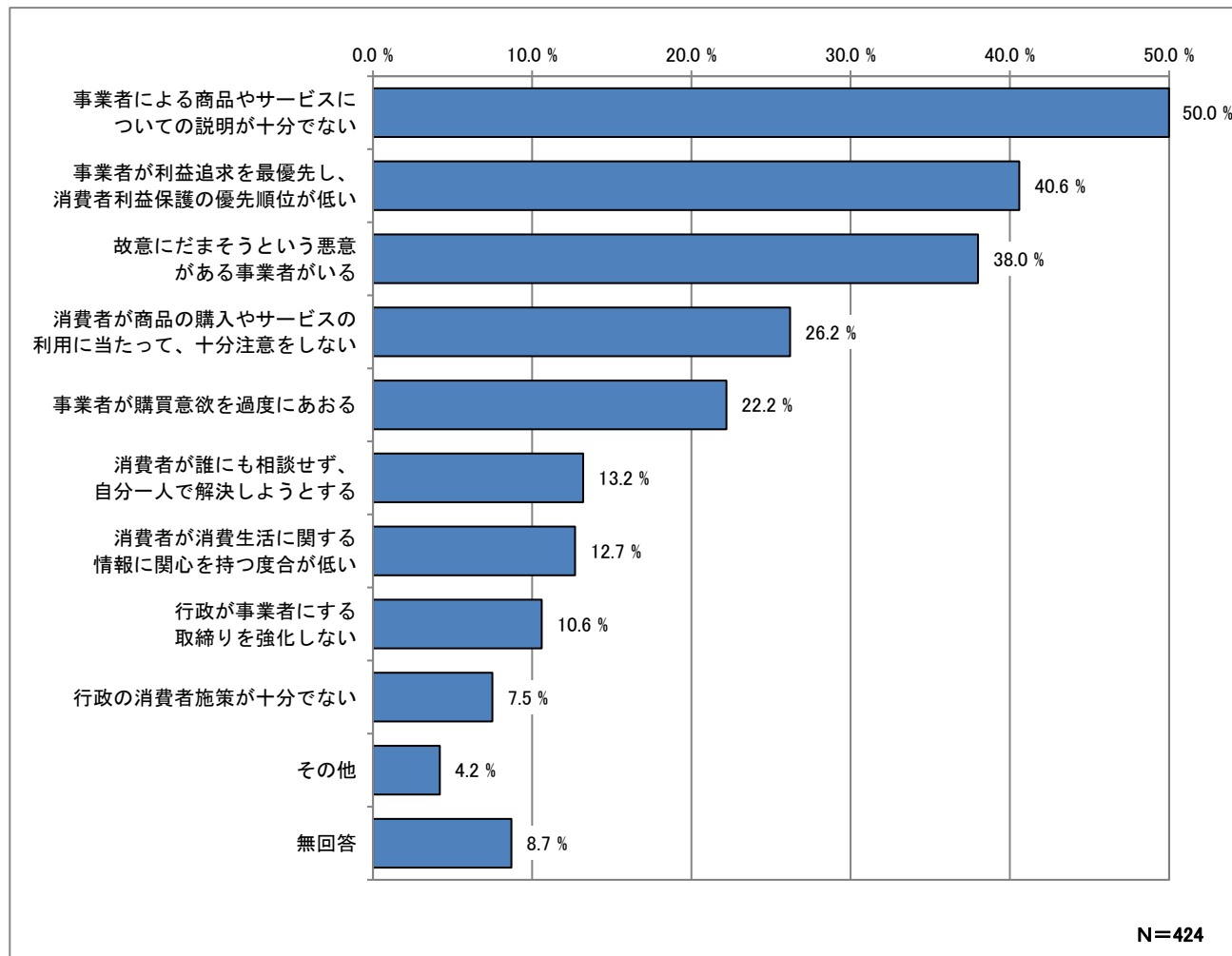
《「現在は行っていないが取り組む予定」具体的な内容》

- ・スロープを設ける。【宿泊業・飲食サービス業】
- ・通路幅の確保【小売業】
- ・十分な説明を徹底する。【製造業】
- ・全ての消費者に使用・取り扱いが容易な包装・パッケージに改良していく。【製造業】
- ・ごみ出し支援における協力【その他のサービス業】

Ⅲ. 消費者問題に関する意識について

(消費者問題の発生原因について)

問11. 消費者問題はなぜ発生すると思いますか。



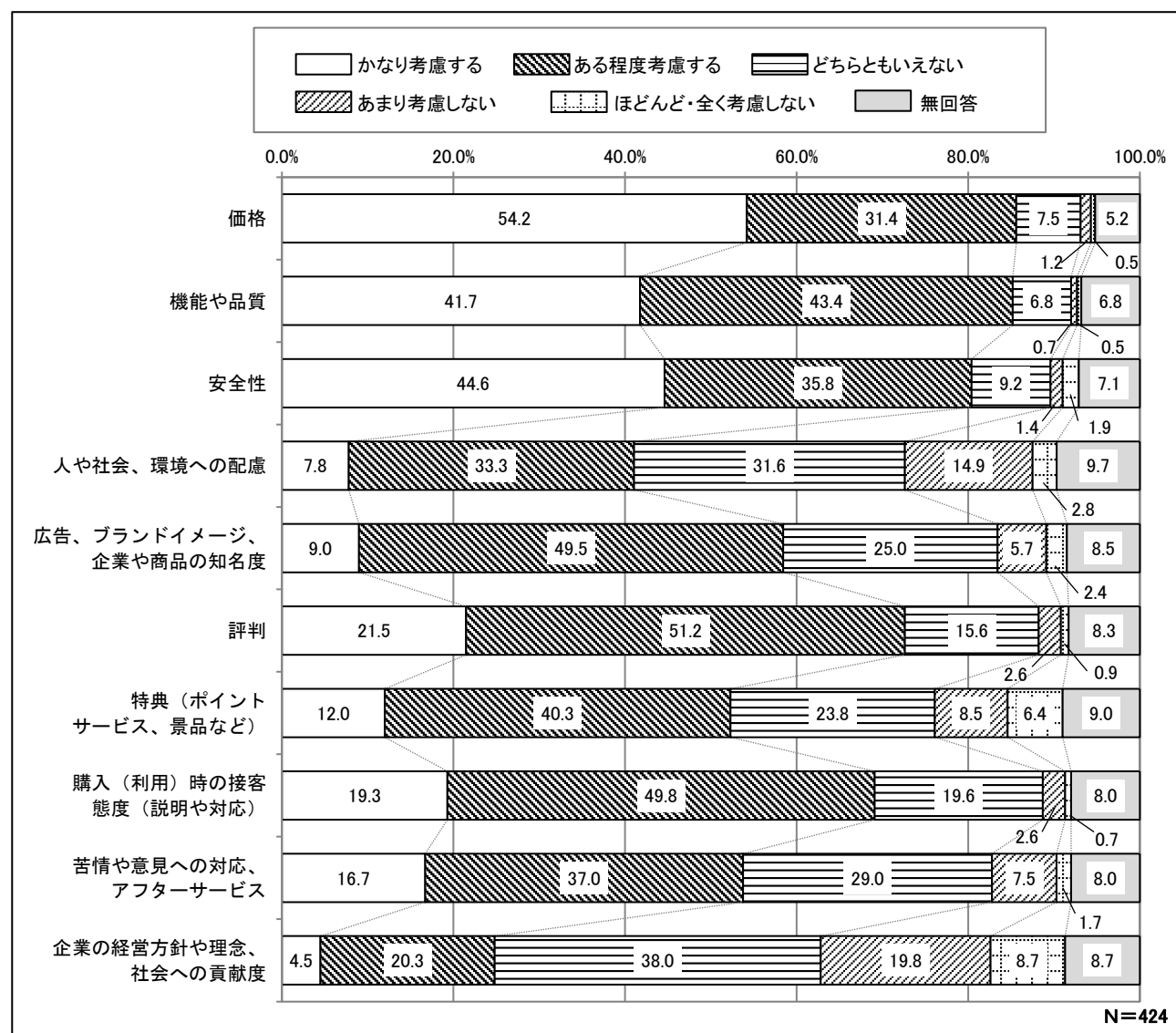
	回答数	比率
事業者による商品やサービスについての説明が十分でないから	212	50.0 %
事業者が利益追求を最優先し、消費者利益保護の優先順位が低いから	172	40.6 %
故意にだまそうという悪意がある事業者がいるから	161	38.0 %
消費者が商品の購入やサービスの利用に当たって、十分注意をしないから	111	26.2 %
事業者が購買意欲を過度にあおるから	94	22.2 %
消費者が誰にも相談せず、自分一人で解決しようとするから	56	13.2 %
消費者が消費生活に関する情報に関心を持つ度合いが低いから	54	12.7 %
行政が事業者にする取締りを強化しないから	45	10.6 %
行政の消費者施策が十分でないから	32	7.5 %
その他	18	4.2 %
無回答	37	8.7 %

《その他》

- ・ 従業員の知識不足 【運輸業・郵便業】
 - ・ 販売員と顧客とのコミュニケーション不足 【小売業】
 - ・ 消費者の絶対的優越意識が以前より高まっているから。【小売業】
 - ・ 行政の過保護が一般消費者の危機管理能力を奪っている。【学術研究・専門技術サービス業】
 - ・ 消費者の自己責任意識の低下 【生活関連サービス業・娯楽業】
 - ・ 事業者及び消費者の知識や理解の浅さなど 【医療・福祉】
-

(消費者の商品・サービスの選択基準について)

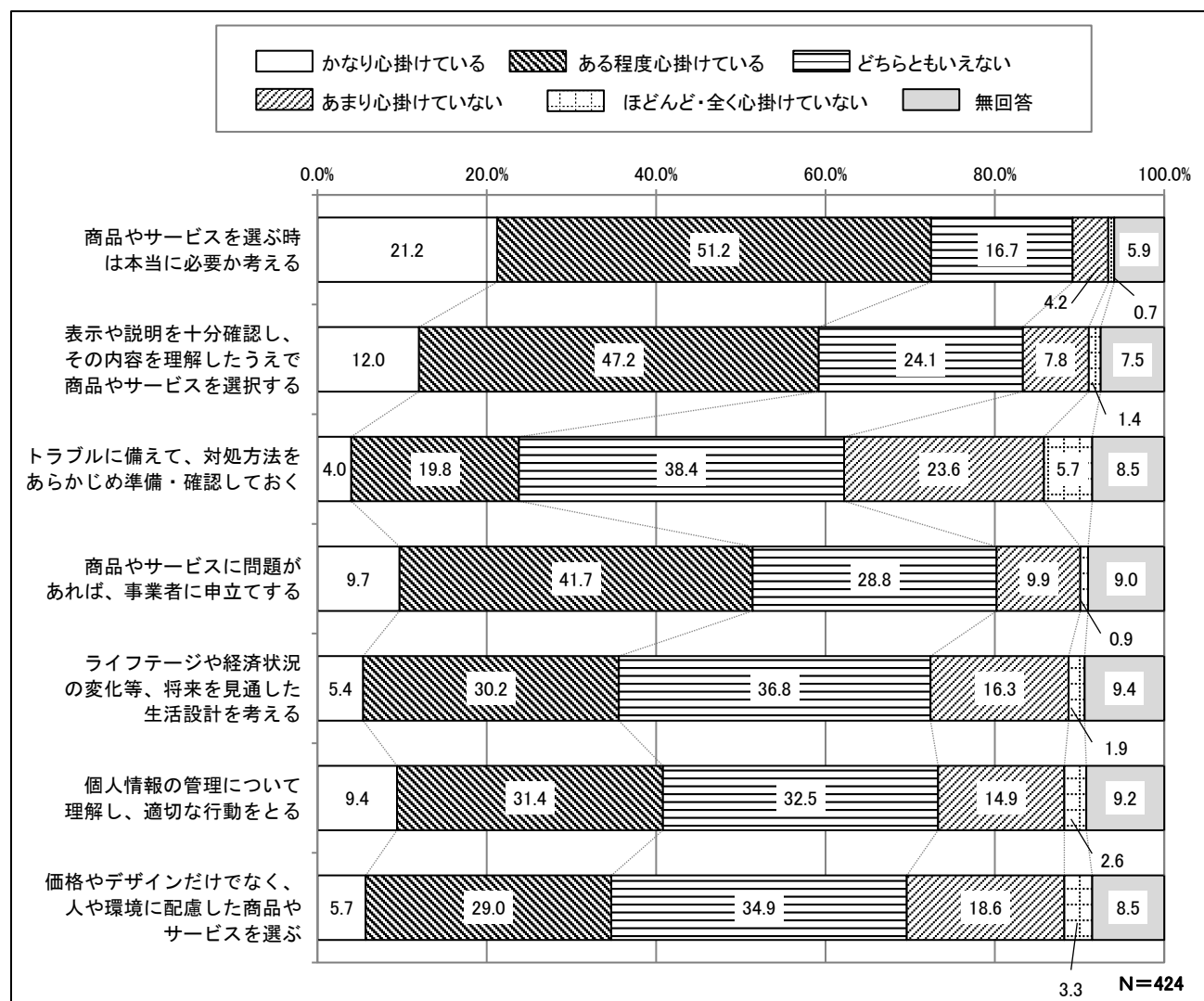
問12. 消費者が商品・サービスを購入(利用)する際、以下の項目について、消費者はどの程度考慮していると考えますか。



回答数	かなり考慮する	ある程度考慮する	どちらともいえない	あまり考慮しない	ほとんど・全く考慮しない	無回答
価格	230	133	32	5	2	22
機能や品質	177	184	29	3	2	29
安全性	189	152	39	6	8	30
人や社会、環境への配慮	33	141	134	63	12	41
広告、ブランドイメージ、企業や商品の知名度	38	210	106	24	10	36
評判	91	217	66	11	4	35
特典（ポイントサービス、景品など）	51	171	101	36	27	38
購入（利用）時の接客態度（説明や対応）	82	211	83	11	3	34
苦情や意見への対応、アフターサービス	71	157	123	32	7	34
企業の経営方針や理念、社会への貢献度	19	86	161	84	37	37

(消費者行動について)

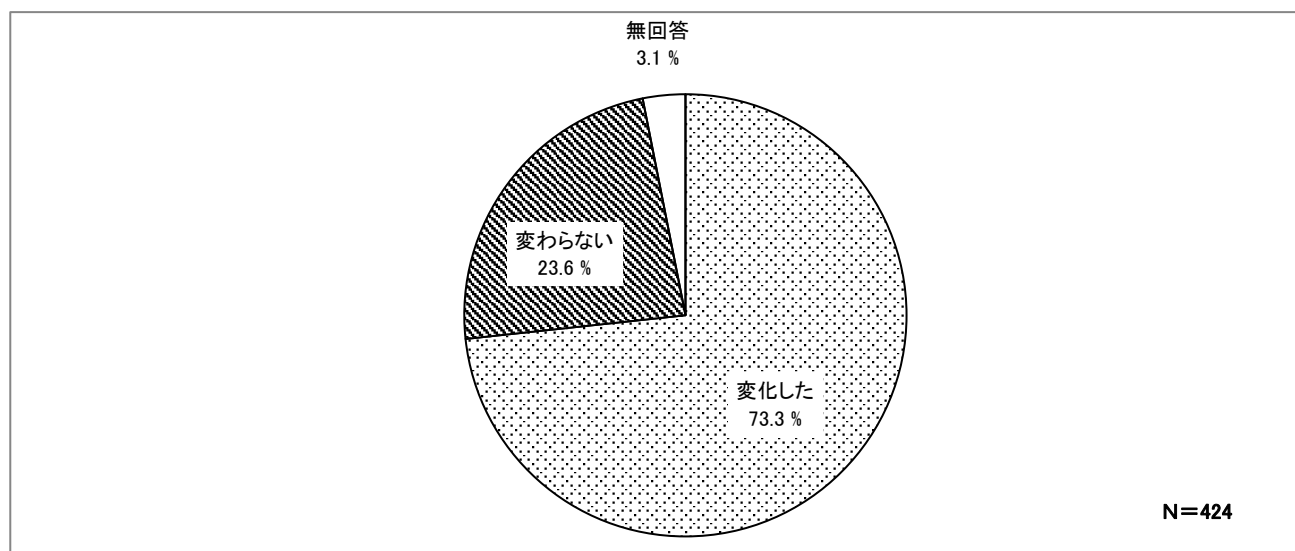
問13. 消費者は、以下の項目について、どの程度心掛けていますか。



回答数	かなり心掛けています	ある程度心掛けています	どちらともいえない	あまり心掛けていない	ほとんど・全く心掛けていない	無回答
商品やサービスを選ぶ時は本当に必要か考える	90	217	71	18	3	25
表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択する	51	200	102	33	6	32
トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく	17	84	163	100	24	36
商品やサービスに問題があれば、事業者へ申立てする	41	177	122	42	4	38
ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える	23	128	156	69	8	40
個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる	40	133	138	63	11	39
価格やデザインだけでなく、人や環境に配慮した商品やサービスを選ぶ	24	123	148	79	14	36

(コロナ禍による変容について)

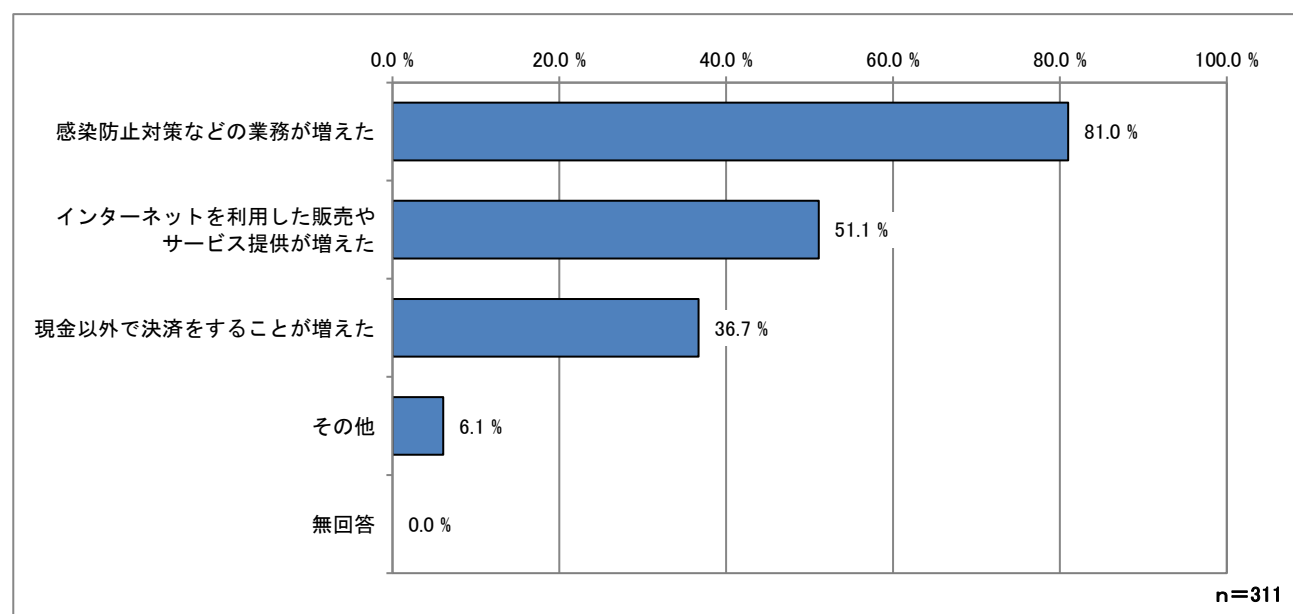
問14. コロナ禍によって、消費者への商品の販売やサービスの提供が変化したと思いますか。



	回答数	比率
変化した	311	73.3 %
変わらない	100	23.6 %
無回答	13	3.1 %
合計	424	100.0 %

(コロナ禍による変容について)

問15. (問14で「変化した」と回答された方)コロナ禍によって、消費者への商品の販売やサービスの提供がどのように変化したと思いますか。



	回答数	比率
感染防止対策などの業務が増えた	252	81.0 %
インターネットを利用した販売やサービス提供が増えた	159	51.1 %
現金以外で決済をすることが増えた	114	36.7 %
その他	19	6.1 %
無回答	0	0.0 %

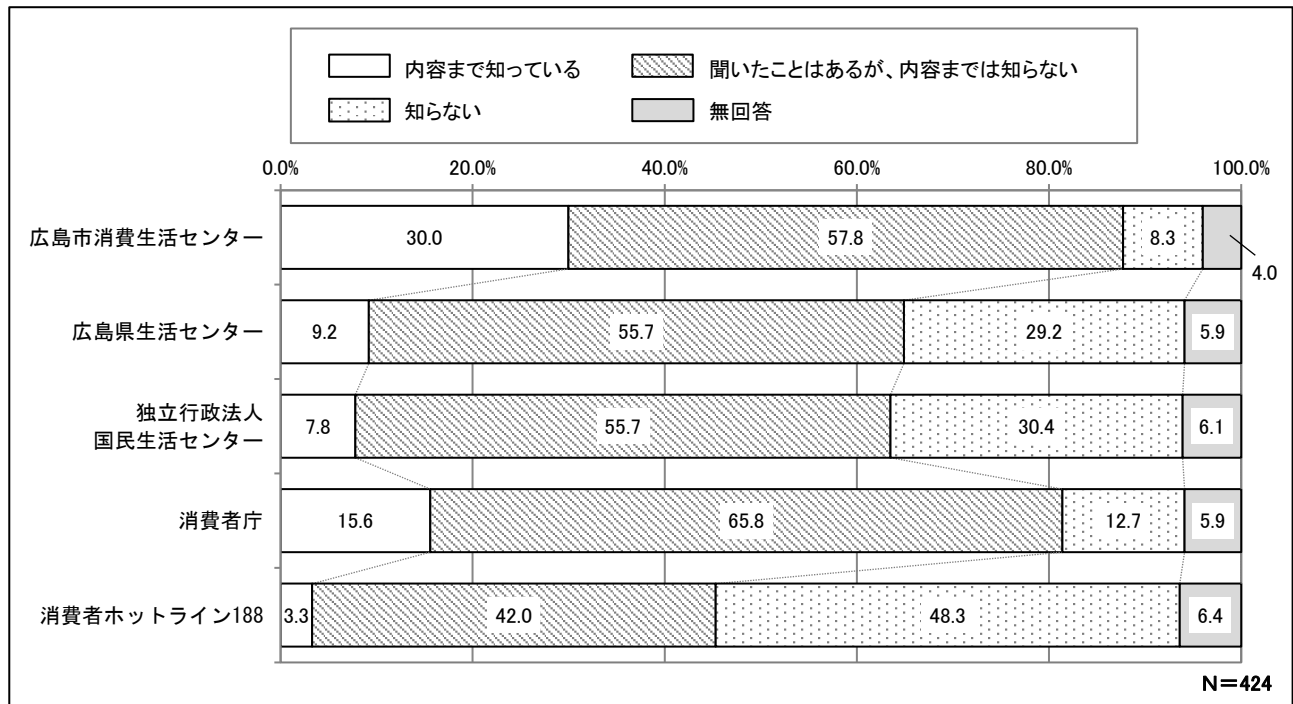
《その他》

- ・ 非対面でのお手続き、接客を希望されるお客様が増えた。【金融業・保険業】
- ・ 飲食店をしている。休業中にテイクアウトを初めてやることにした。【宿泊業・飲食サービス業】
- ・ 大人数のコンパやミーティングが減少した。【生活関連サービス業・娯楽業】
- ・ 予防の為、自ら利用を控える方が増えている。【医療・福祉】
- ・ 感染予防対策、面会制限 【医療・福祉】
- ・ 自動釣り銭機を導入 【医療・福祉】
- ・ 事業計画の内容変更、減少 【その他のサービス業】
- ・ 仕事が少なくなった。【その他】

IV. 行政との関係について

(消費者相談窓口等の認知について)

問16. 次の消費者相談窓口・機関等を知っていますか。



回答数	内容まで知っている	聞いたことはあるが、内容までは知らない	知らない	無回答
広島市消費生活センター	127	245	35	17
広島県生活センター	39	236	124	25
独立行政法人 国民生活センター	33	236	129	26
消費者庁	66	279	54	25
消費者ホットライン188	14	178	205	27

(SDGsについて)

問17.「持続可能な開発目標(SDGs)」の内容を知っていますか。

(倫理的消費(エシカル消費)について)

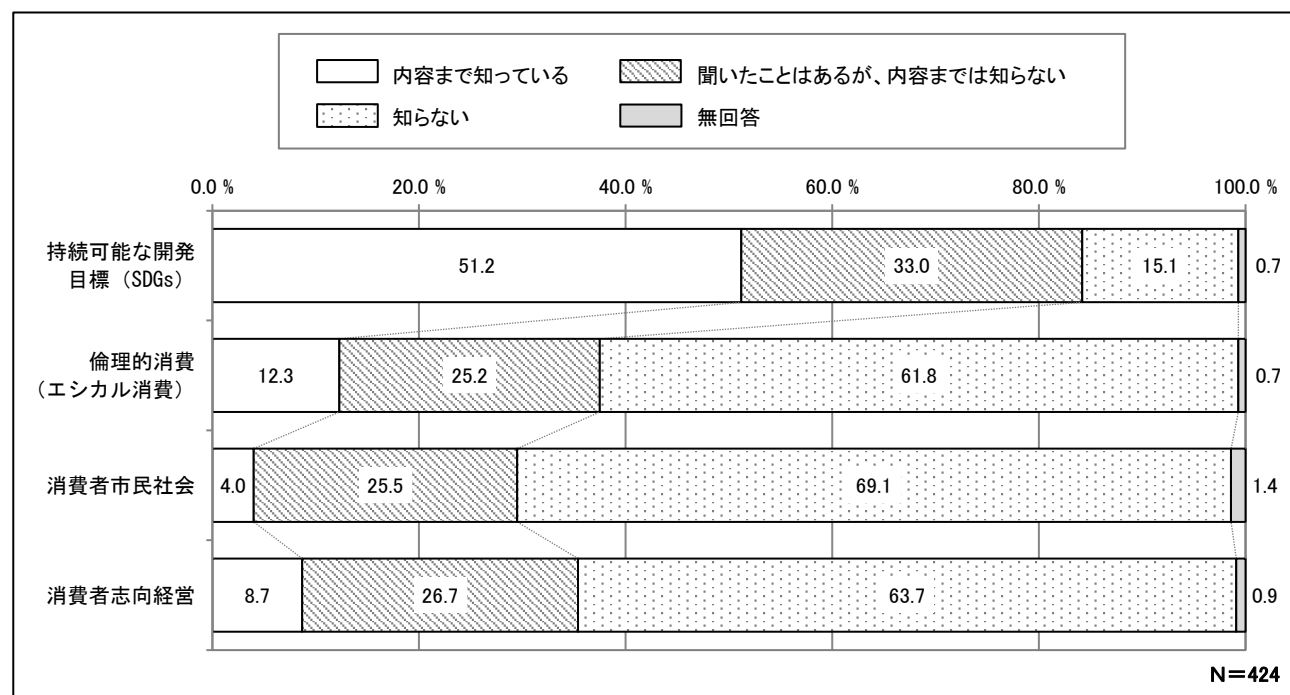
問18.「倫理的消費(エシカル消費)」の内容を知っていますか。

(消費者市民社会について)

問19.「消費者市民社会」の内容を知っていますか。

(消費者志向経営について)

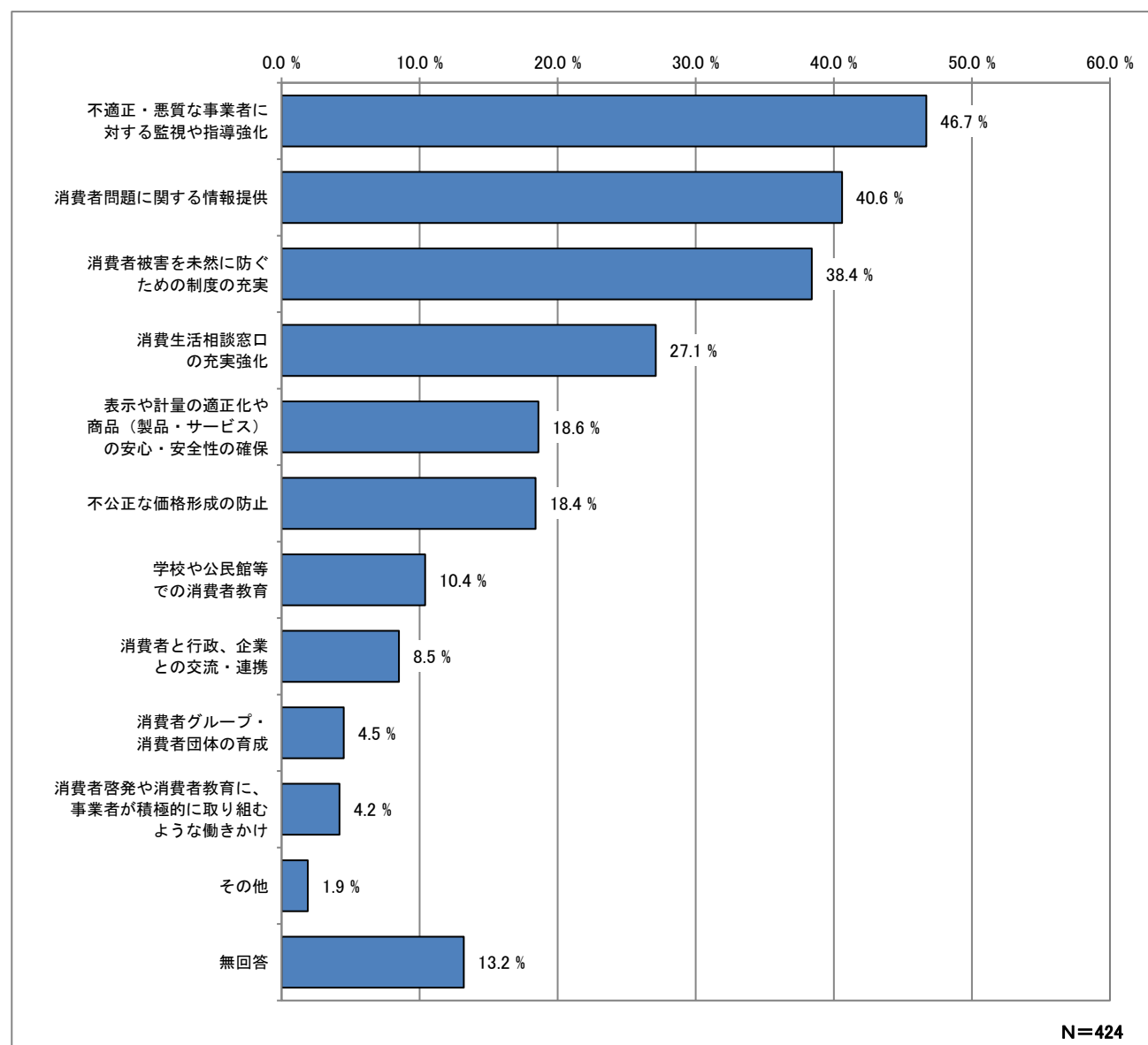
問20.「消費者志向経営」の内容を知っていますか。



回答数	内容まで知っている	聞いたことはあるが、内容までは知らない	知らない	無回答
持続可能な開発目標(SDGs)	217	140	64	3
倫理的消費(エシカル消費)	52	107	262	3
消費者市民社会	17	108	293	6
消費者志向経営	37	113	270	4

(消費者行政に対する期待について)

問21. 消費者行政が重点的に行うべきと考えるのはどれですか。



	回答数	比率
不適正・悪質な事業者に対する監視や指導強化	198	46.7 %
消費者問題に関する情報提供	172	40.6 %
消費者被害を未然に防ぐための制度の充実	163	38.4 %
消費生活相談窓口の充実強化	115	27.1 %
表示や計量の適正化や商品(製品・サービス)の安心・安全性の確保	79	18.6 %
不公正な価格形成の防止	78	18.4 %
学校や公民館等での消費者教育	44	10.4 %
消費者と行政、企業との交流・連携	36	8.5 %
消費者グループ・消費者団体の育成	19	4.5 %
消費者啓発や消費者教育に、事業者が積極的に取り組むような働きかけ	18	4.2 %
その他	8	1.9 %
無回答	56	13.2 %

《その他》

- ・ AIを駆使してネット販売など、悪質業者を排除する方法を強化すること 【小売業】
 - ・ 消費者啓発や消費者教育に消費者自らが積極的に取り組むような働きかけをマスコミ、SNSを通じて分かりやすく行う。
【小売業】
 - ・ 消費者側に立った見方が多いが、それぞれの事案に過去の経緯や歴史等を知り、公平なものを見方をしてほしい。
【不動産業・物品賃貸業】
 - ・ 消費者への自己責任教育 【生活関連サービス業・娯楽業】
-

(その他)

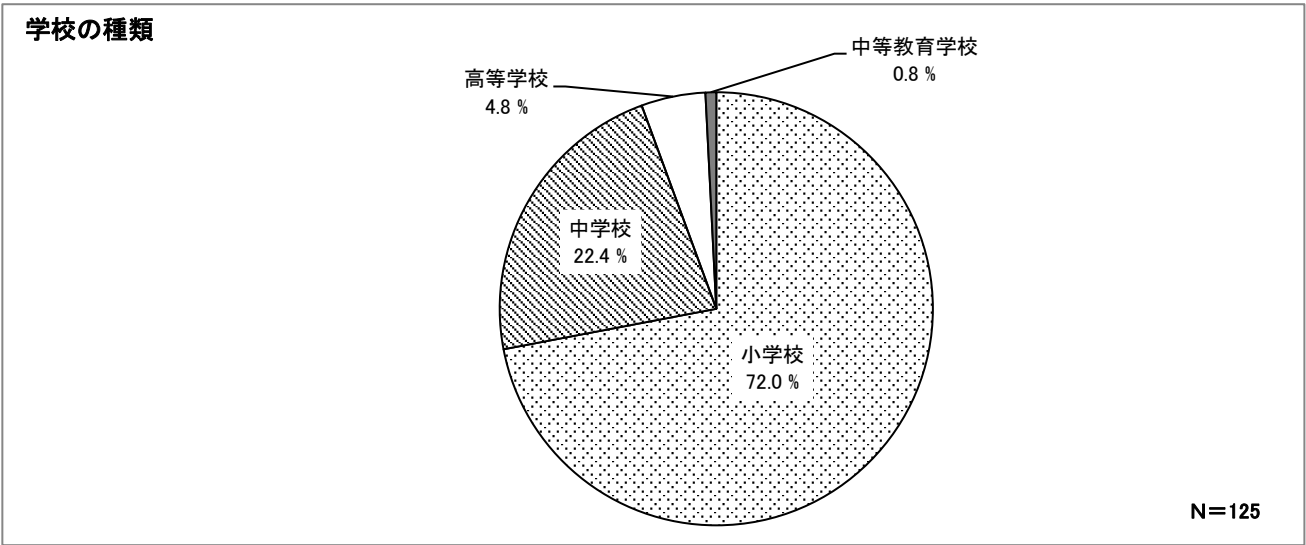
問22. 広島市の消費者行政についてのご意見・ご要望等がありましたら、ご自由にお書きください。

- ・あまり知られていないので、存在自体の認知度を上げて消費者のためにますますがんばっていただきたい。【建設業】
- ・自由診療となるインプラント治療をもっと厳格化して欲しい。ぼったくり治療費の請求に対して個人だけでは、対応出来ない。もっと市として指導をして欲しい。自由診療が野放し状態になっている。多額の請求に困っています。【建設業】
- ・近年、価格競争で大きいスーパーにお客が集まり、小さな路面店は成りたたなく閉店が多くなり、高齢老人など買物が不便になっています。【小売業】
- ・このアンケートの設問は高度すぎて解答が難しかった。【小売業】
- ・コロナ禍において行政の対応はすべて不平等であり、全く相談しても何もならない。現実問題、現状の把握が出来ていない事が全ての取り組み、制度作りが曖昧であり不平等の仕組みの根源であると感じています。日本は先進国ではなく発展途上の段階であると思ってしまう。【生活関連サービス業・娯楽業】
- ・消費者がもっと勉強する環境を増やすべきである。日本では誰かが守ってくれると言う甘えがある。外国では騙される方が悪い、自分で防衛策を講じていないものは騙されて当たり前と言う考え方が一般的だ。お客様は神様という考え方はもう通用しない、いろんな輩が消費産業に参入している。真面目に取り組む業者を見抜く目を消費者が持つ事が大切である。
【医療・福祉】
- ・消費者センターに何度か相談した事があったがあまり親身とはいえない対応で、相談を止めた。違う専門職の人に相談したら解決した。他人事と思わずに、真剣に取り組んで欲しい。【その他のサービス業】
- ・ネット、ソーシャルメディア、あるいはテレビ、新聞で、消費者行政が普段どういった取組をしているかを知らせてほしい。何をしているか、何のためになるのか、知らない人も多いのでは？若い人など啓蒙活動を含め、積極的にもっとやってほしい。期待しています。【その他のサービス業】
- ・洋服の品質表示・取扱表示が容易にドライ表示されている。もっと的確な表示方法をしてほしい。【その他のサービス業】

第4章 消費者教育に関するアンケート(学校)の調査結果

1. 属性別の回収状況

(1) 学校の種類



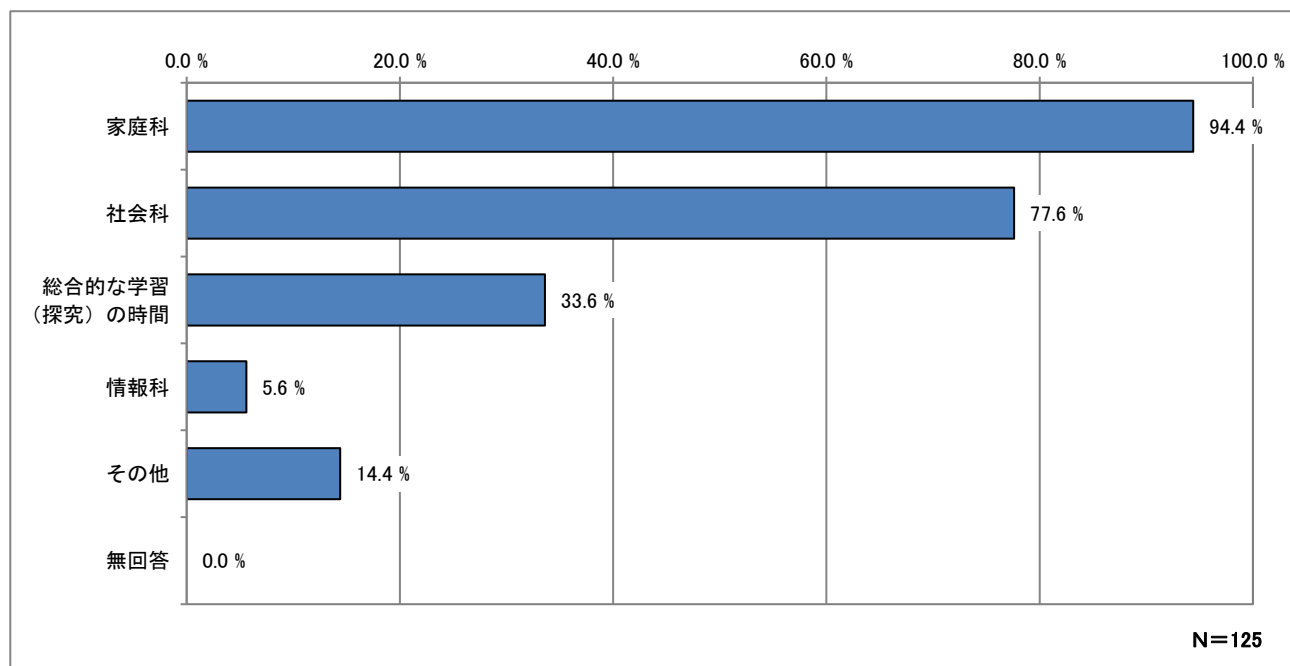
	回答数 (A)	構成比	学校総数 (B)	A/B
小学校	90	72.0 %	141	63.8 %
中学校	28	22.4 %	63	44.4 %
高等学校	6	4.8 %	7	85.7 %
中等教育学校	1	0.8 %	1	100.0 %
特別支援学校	0	0.0 %	1	0.0 %
合計	125	100.0 %	213	

2. 調査結果の概要

I. 授業について

(消費者教育の実施科目について)

問1. 貴校で実施している消費者教育はどの教科等で実施していますか。



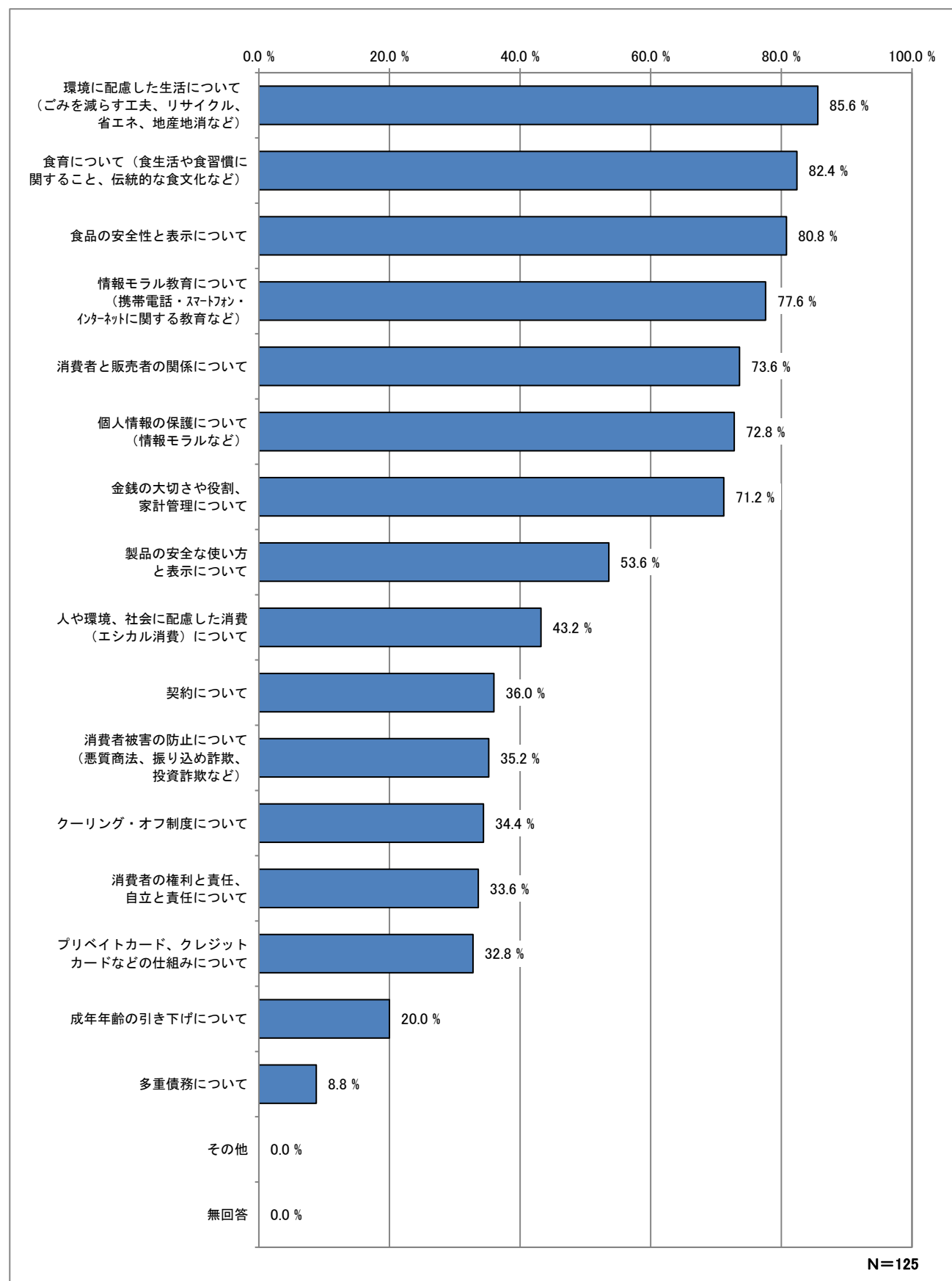
	回答数	比率
家庭科	118	94.4 %
社会科	97	77.6 %
総合的な学習(探究)の時間	42	33.6 %
情報科	7	5.6 %
その他	18	14.4 %
無回答	0	0.0 %

《その他》

- ・ 給食指導、学活 【小学校】
- ・ 宿泊を伴う学校行事等 【小学校】
- ・ 栄養士による食育指導、担任及び情報教育担当による学活での情報モラル教育 【小学校】
- ・ 道徳 【小学校】
- ・ 特別活動 【小学校】
- ・ 学級活動、給食の時間 【小学校】
- ・ 理科において栄養教諭による授業を行った。 【中学校】
- ・ 生徒指導 【中学校】
- ・ 技術科 【中学校】
- ・ ロングホームルーム(LHR)での特設講義 【高等学校】
- ・ スマホ安全教室を全校生徒対象に行っている。 【中等教育学校】

(授業の内容について)

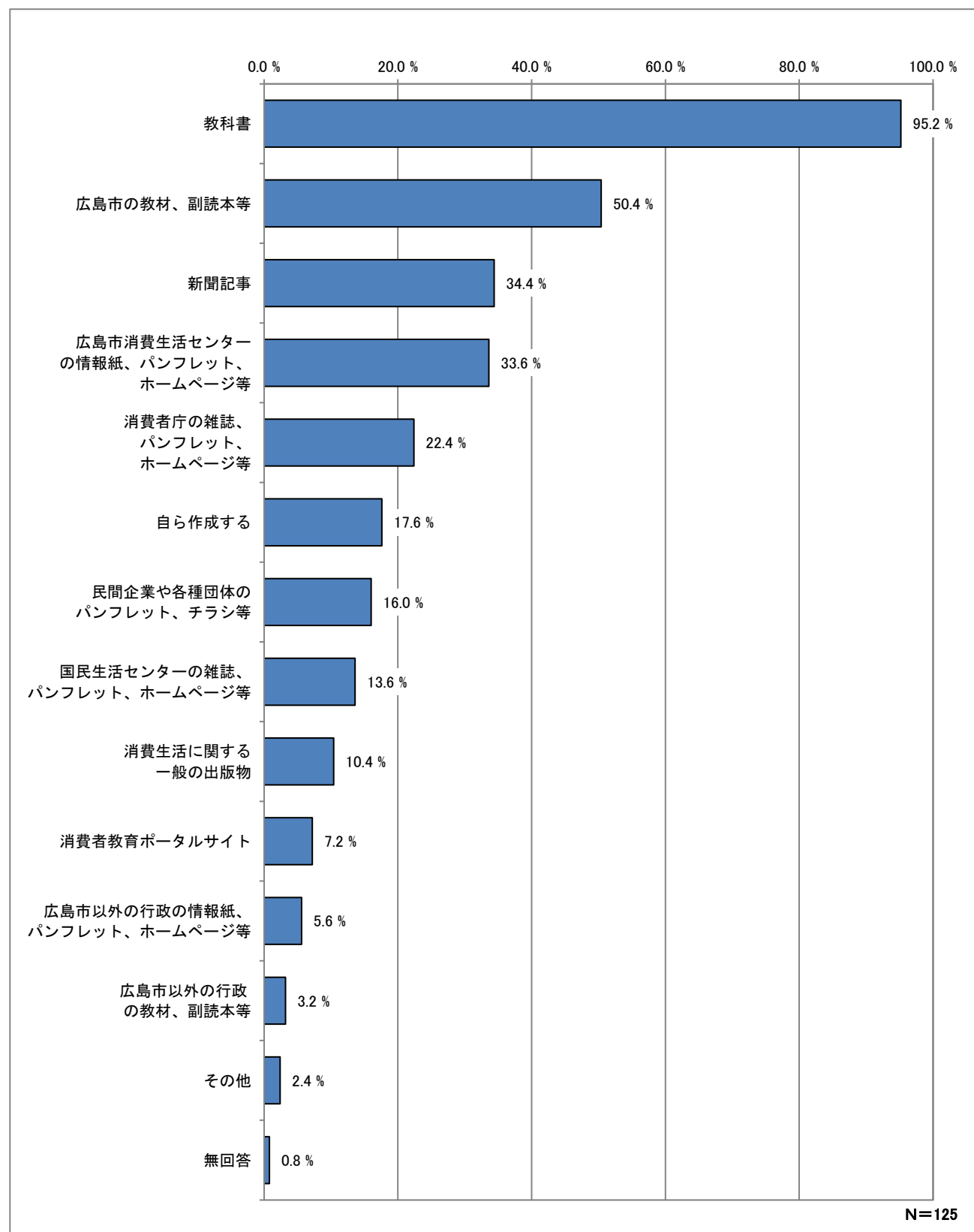
問2. 貴校で実施している消費者教育に関する授業の内容について、当てはまるもの全てに○をつけてください。



	回答数	比率
環境に配慮した生活について(ごみを減らす工夫、リサイクル、省エネ、地産地消など)	107	85.6 %
食育について(食生活や食習慣に関すること、伝統的な食文化など)	103	82.4 %
食品の安全性と表示について	101	80.8 %
情報モラル教育について(携帯電話・スマートフォン・インターネットに関する教育など)	97	77.6 %
消費者と販売者の関係について	92	73.6 %
個人情報の保護について(情報モラルなど)	91	72.8 %
金銭の大切さや役割、家計管理について	89	71.2 %
製品の安全な使い方と表示について	67	53.6 %
人や環境、社会に配慮した消費(エシカル消費)について	54	43.2 %
契約について	45	36.0 %
消費者被害の防止について(悪質商法、振り込め詐欺、投資詐欺など)	44	35.2 %
クーリング・オフ制度について	43	34.4 %
消費者の権利と責任、自立と責任について	42	33.6 %
プリペイドカード、クレジットカードなどの仕組みについて	41	32.8 %
成年年齢の引き下げについて	25	20.0 %
多重債務について	11	8.8 %
その他	0	0.0 %
無回答	0	0.0 %

(授業の教材について)

問3. 消費者教育に関する授業のための教材をどのように入手していますか。



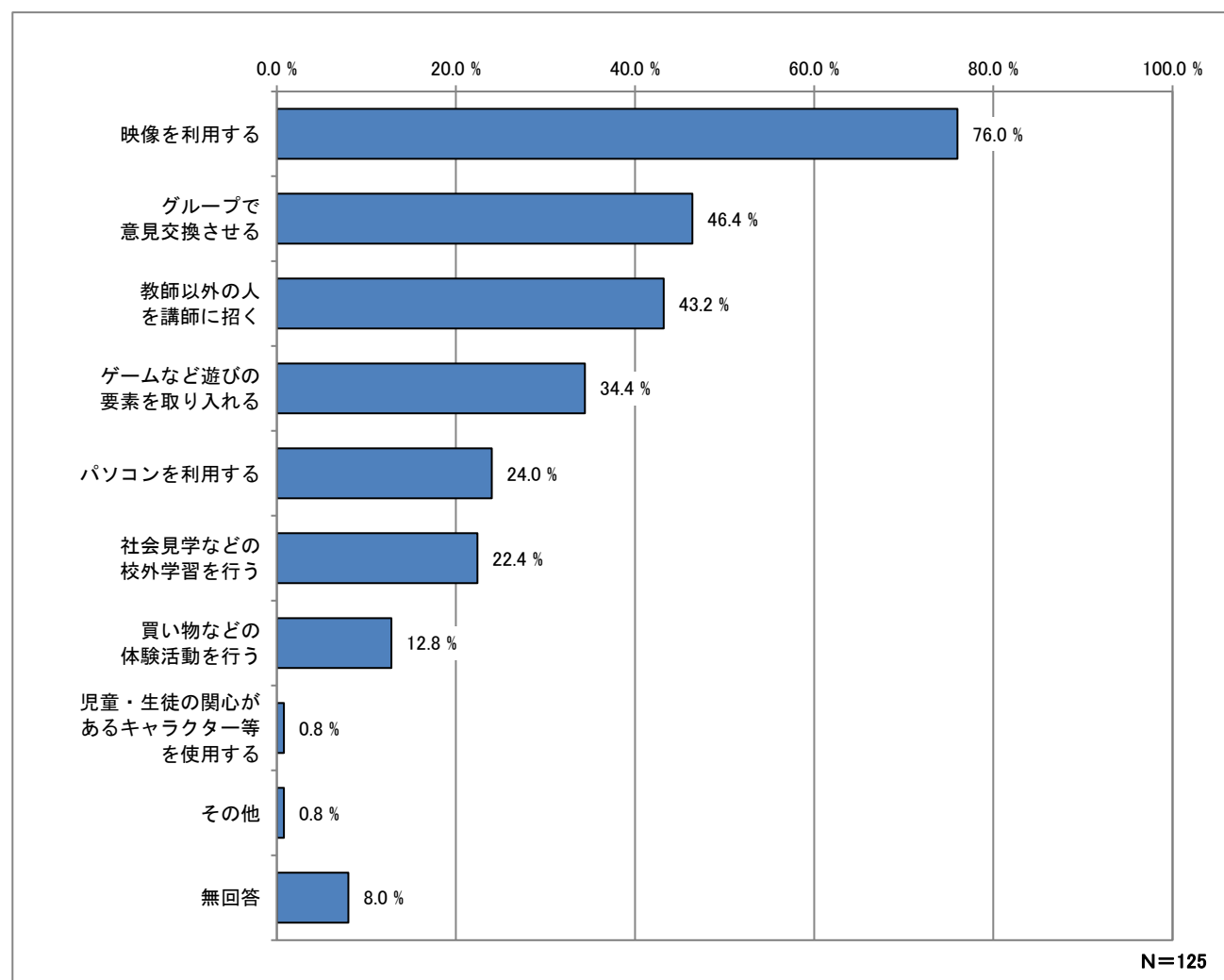
	回答数	比率
教科書	119	95.2 %
広島市の教材、副読本等	63	50.4 %
新聞記事	43	34.4 %
広島市消費生活センターの情報紙、パンフレット、ホームページ等	42	33.6 %
消費者庁の雑誌、パンフレット、ホームページ等	28	22.4 %
自ら作成する	22	17.6 %
民間企業や各種団体のパンフレット、チラシ等	20	16.0 %
国民生活センターの雑誌、パンフレット、ホームページ等	17	13.6 %
消費生活に関する一般の出版物	13	10.4 %
消費者教育ポータルサイト	9	7.2 %
広島市以外の行政の情報紙、パンフレット、ホームページ等	7	5.6 %
広島市以外の行政の教材、副読本等	4	3.2 %
その他	3	2.4 %
無回答	1	0.8 %

《その他》

- ・ NHKforschool 【小学校】
- ・ 家庭科部会で頂いた消費生活センターの資料 【小学校】

(授業の手法について)

問4. 消費者教育に児童・生徒が興味を持つ授業を行うためには、どのような手法を取り入れるとよいと思いますか。



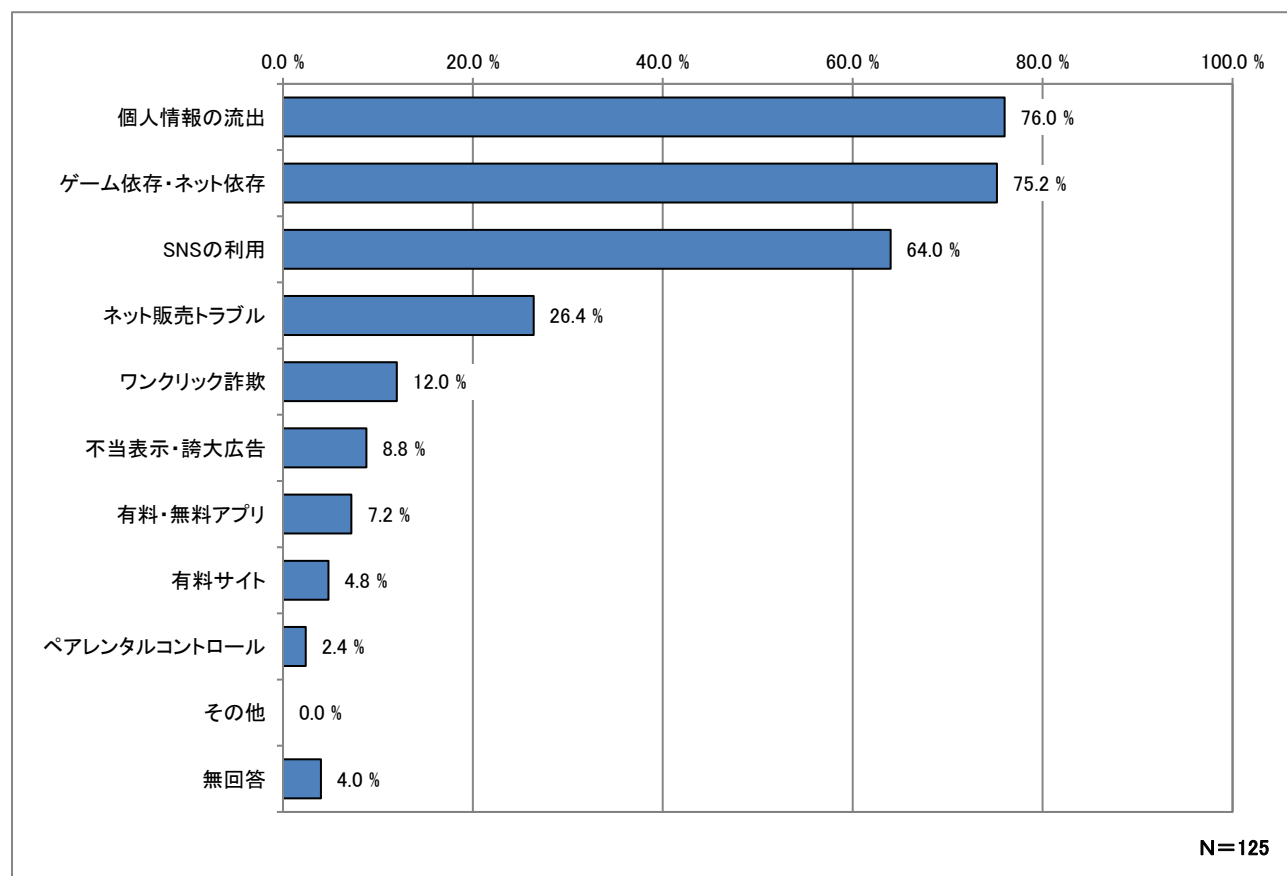
	回答数	比率
映像を利用する	95	76.0 %
グループで意見交換させる	58	46.4 %
教師以外の人を講師に招く	54	43.2 %
ゲームなど遊びの要素を取り入れる	43	34.4 %
パソコンを利用する	30	24.0 %
社会見学などの校外学習を行う	28	22.4 %
買い物などの体験活動を行う	16	12.8 %
児童・生徒の関心があるキャラクター等を使用する	1	0.8 %
その他	1	0.8 %
無回答	10	8.0 %

《その他》

- ・教科書を使つての授業【小学校】

(電子メディアと消費生活について)

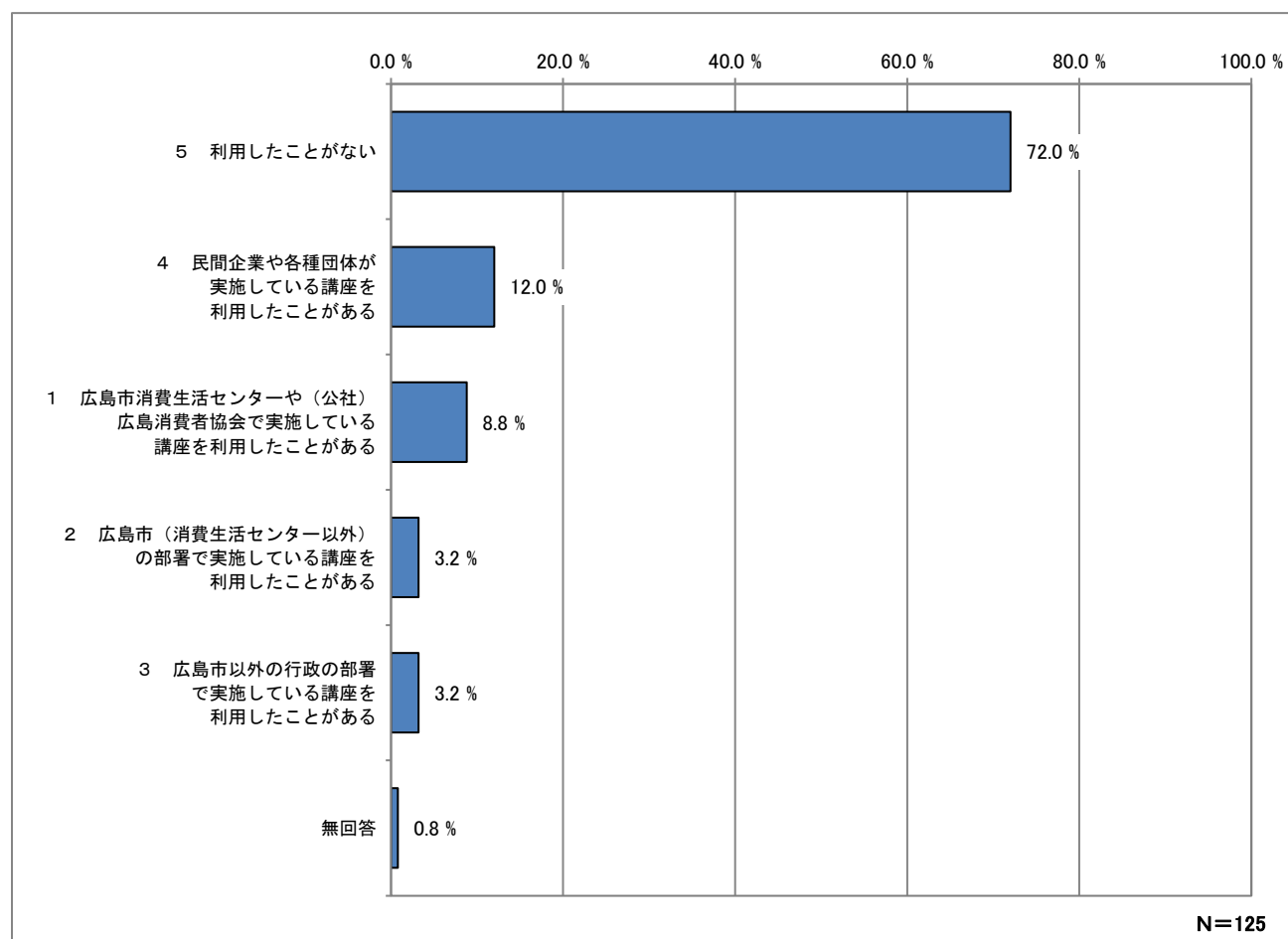
問5. 電子メディアと消費生活について授業の中でどのような内容を取り扱えばよいと思いますか。



	回答数	比率
個人情報の流出	95	76.0 %
ゲーム依存・ネット依存	94	75.2 %
SNS の利用	80	64.0 %
ネット販売トラブル	33	26.4 %
ワンクリック詐欺	15	12.0 %
不当表示・誇大広告	11	8.8 %
有料・無料アプリ	9	7.2 %
有料サイト	6	4.8 %
ペアレンタルコントロール	3	2.4 %
その他	0	0.0 %
無回答	5	4.0 %

(出前授業等の利用について)

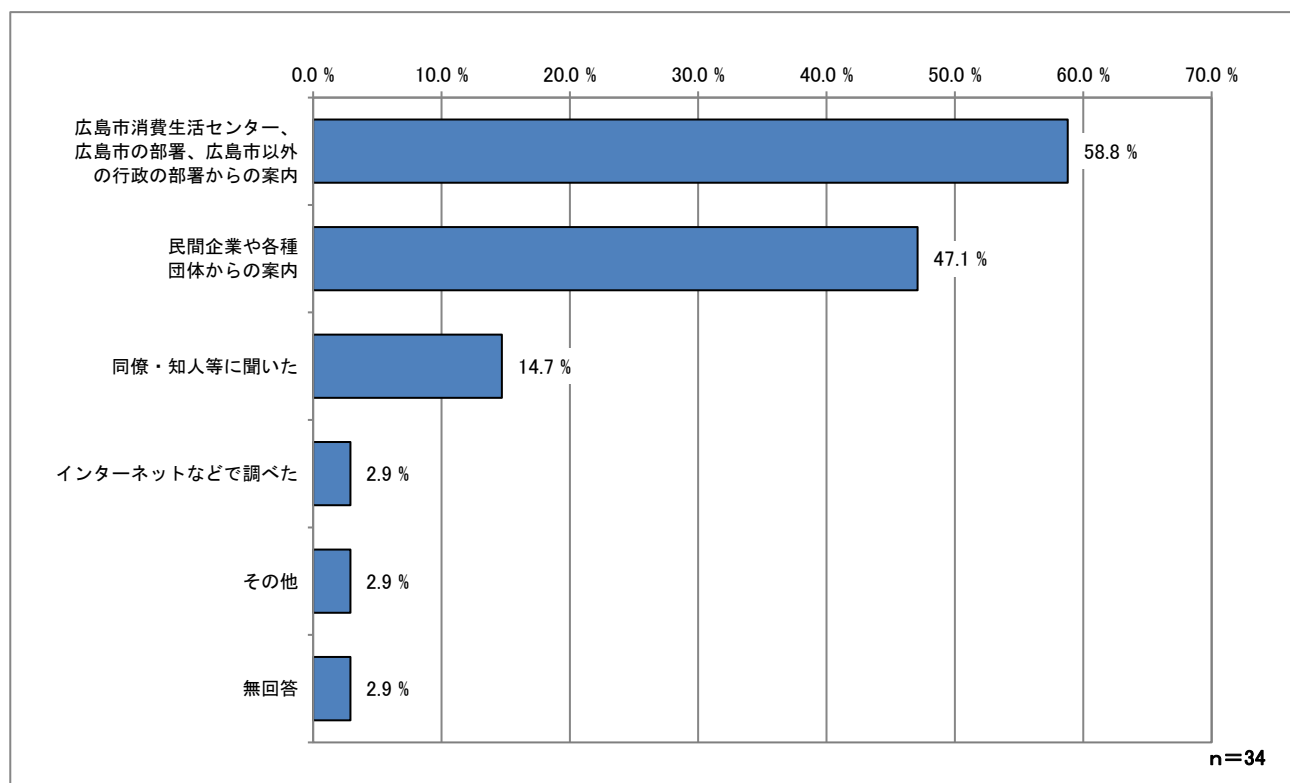
問6. 消費者教育を行うに当たって、広島市、各種団体、企業等で行っている出前授業等を利用していますか。



	回答数	比率
5 利用したことがない	90	72.0 %
4 民間企業や各種団体が実施している講座を利用したことがある	15	12.0 %
1 広島市消費生活センターや（公社）広島消費者協会が実施している講座を利用したことがある	11	8.8 %
2 広島市（消費生活センター以外）の部署で実施している講座を利用したことがある	4	3.2 %
3 広島市以外の行政の部署で実施している講座を利用したことがある	4	3.2 %
無回答	1	0.8 %

(出前授業等の主体や内容について)

問7. (問6で「1～4」を回答された方)出前授業等の主体や内容をどのように知りましたか。



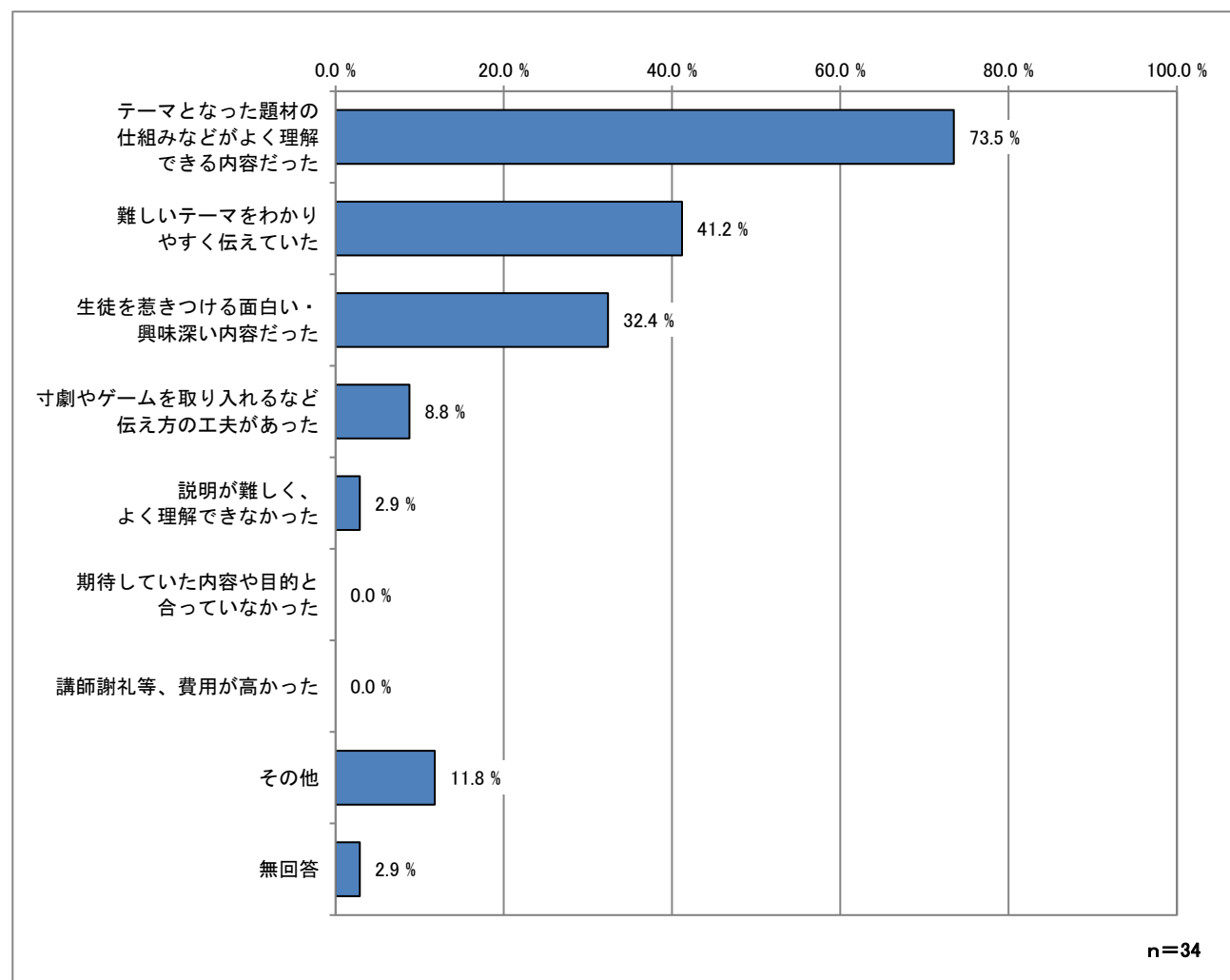
	回答数	比率
広島市消費生活センター、広島市の部署、広島市以外の行政の部署からの案内	20	58.8 %
民間企業や各種団体からの案内	16	47.1 %
同僚・知人等に聞いた	5	14.7 %
インターネットなどで調べた	1	2.9 %
その他	1	2.9 %
無回答	1	2.9 %

《その他》

- ・ 広島市小学校家庭科部会 【小学校】

(実施した出前授業等の内容について)

問8. (問6で「1～4」を回答された方)実施した出前授業等の内容についてどのように感じましたか。



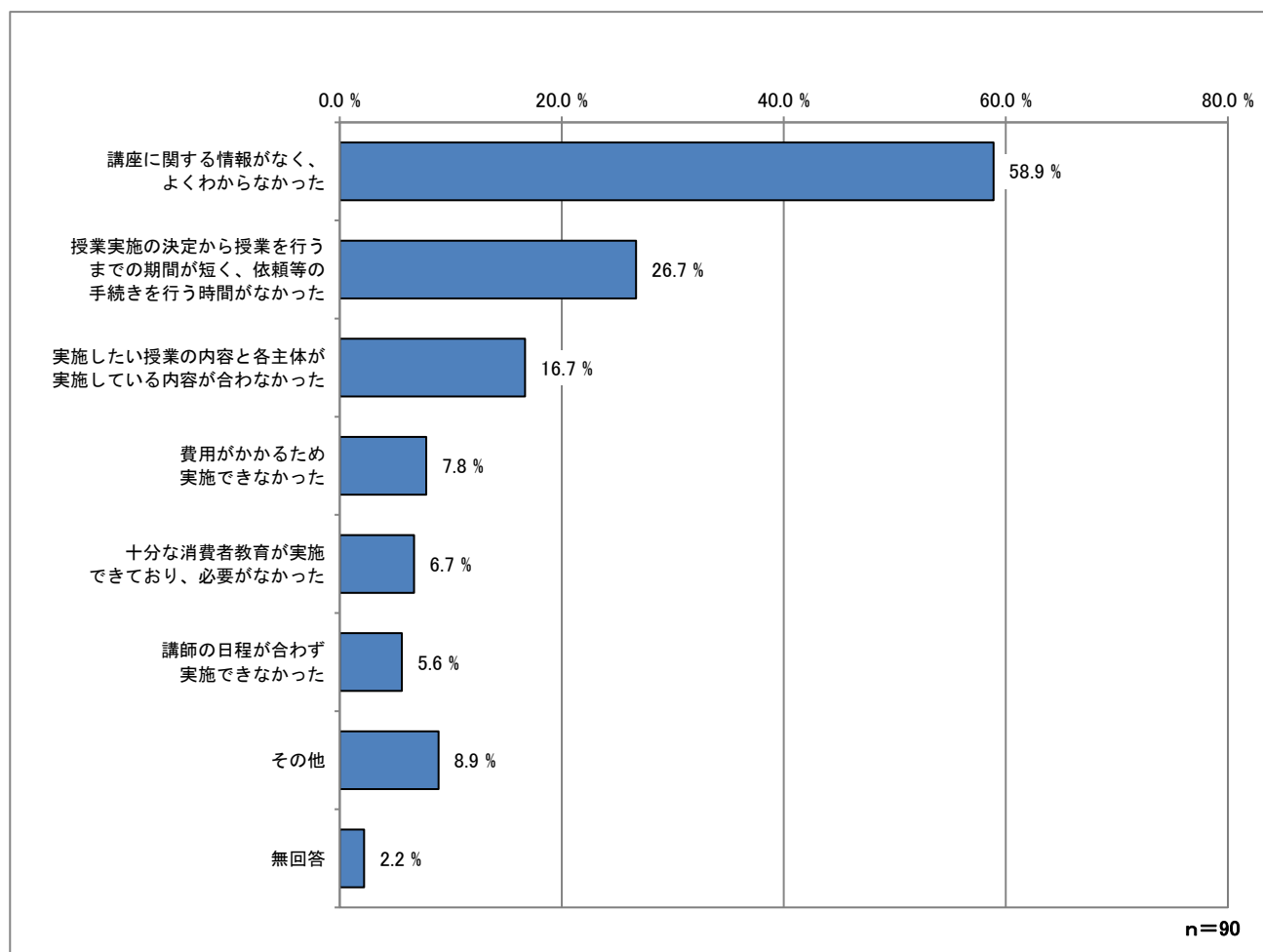
	回答数	比率
テーマとなった題材の仕組みなどがよく理解できる内容だった	25	73.5 %
難しいテーマをわかりやすく伝えていた	14	41.2 %
生徒を惹きつける面白い・興味深い内容だった	11	32.4 %
寸劇やゲームを取り入れるなど伝え方の工夫があった	3	8.8 %
説明が難しく、よく理解できなかった	1	2.9 %
期待していた内容や目的と合っていなかった	0	0.0 %
講師謝礼等、費用が高かった	0	0.0 %
その他	4	11.8 %
無回答	1	2.9 %

《その他》

- ・理解はできているが、あまりおもしろくなかった。ひたすら話を聞くだけで飽きてしまう。大人数で聞いたので後ろの子は画像が見えなかったり、講師の先生と距離があって集中力が切れたりしやすかった。【小学校】
- ・複数の講師に来校していただいたが、生徒の実態に合わない進め方の方もいた。【中等教育学校】

(出前授業等を利用しなかった理由について)

問9. 問6で「5 利用したことがない」を回答された方)出前授業等を利用しなかった理由は何ですか。



	回答数	比率
講座に関する情報がなく、よくわからなかった	53	58.9 %
授業実施の決定から授業を行うまでの期間が短く、依頼等の手続きを行う時間がなかった	24	26.7 %
実施したい授業の内容と各主体が実施している内容が合わなかった	15	16.7 %
費用がかかるため実施できなかった	7	7.8 %
十分な消費者教育が実施できており、必要がなかった	6	6.7 %
講師の日程が合わず実施できなかった	5	5.6 %
その他	8	8.9 %
無回答	2	2.2 %

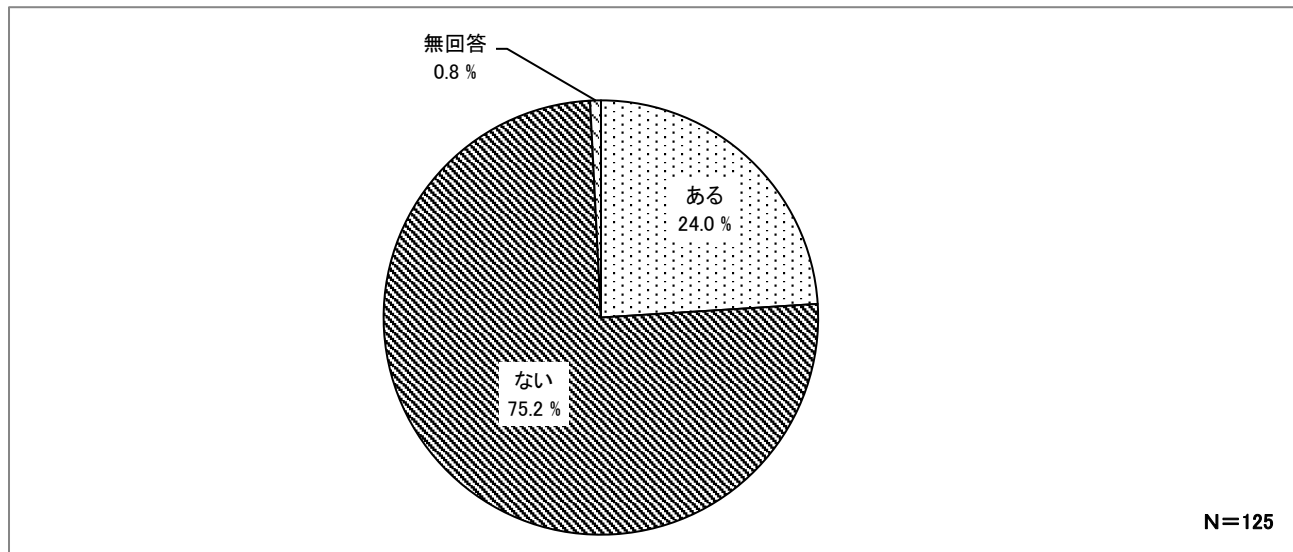
《その他》

- ・ 本校の実態に合うものがない。【小学校】
- ・ 実施時期が合わない。【小学校】
- ・ 必要を感じていなかった。【小学校】
- ・ 時間的な余裕がない。【小学校】
- ・ コロナ禍のため 【中学校】

Ⅱ. 消費者トラブルについて

(消費者トラブルの遭遇について)

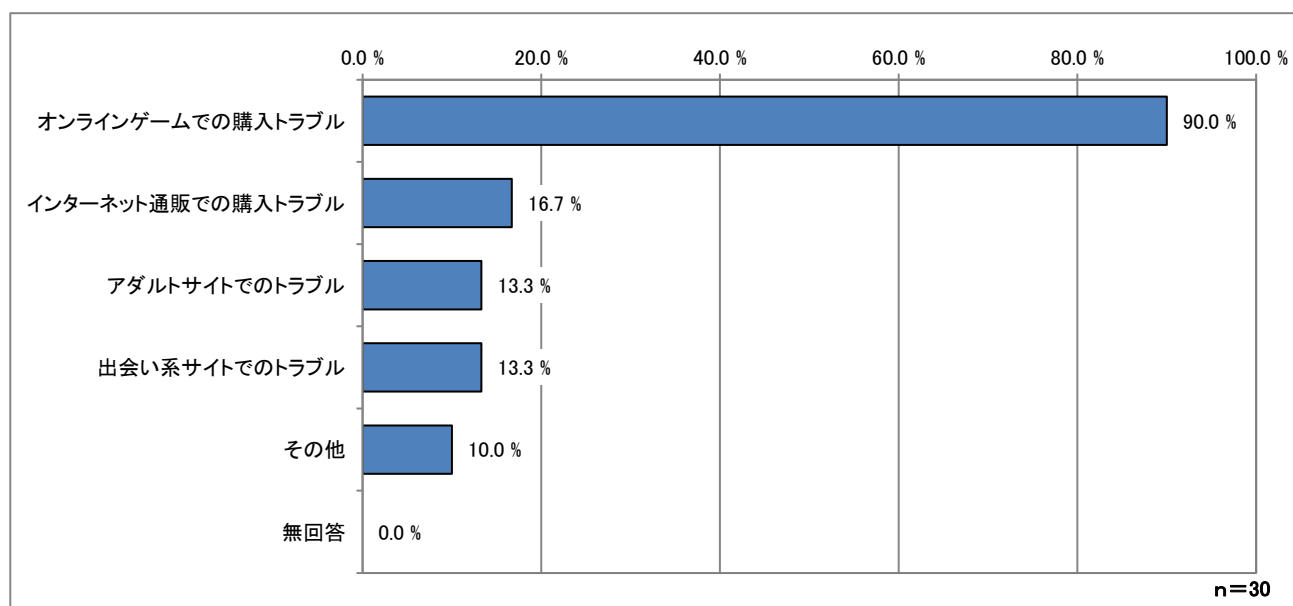
問10. 貴校の児童・生徒が消費者トラブルに遭遇した事例を見聞きしたことはありますか。



	回答数	比率
ある	30	24.0 %
ない	94	75.2 %
無回答	1	0.8 %
合計	125	100.0 %

(消費者トラブルの内容について)

問11. (問10で「ある」を回答された方)児童・生徒の消費者トラブルはどのような内容でしたか。



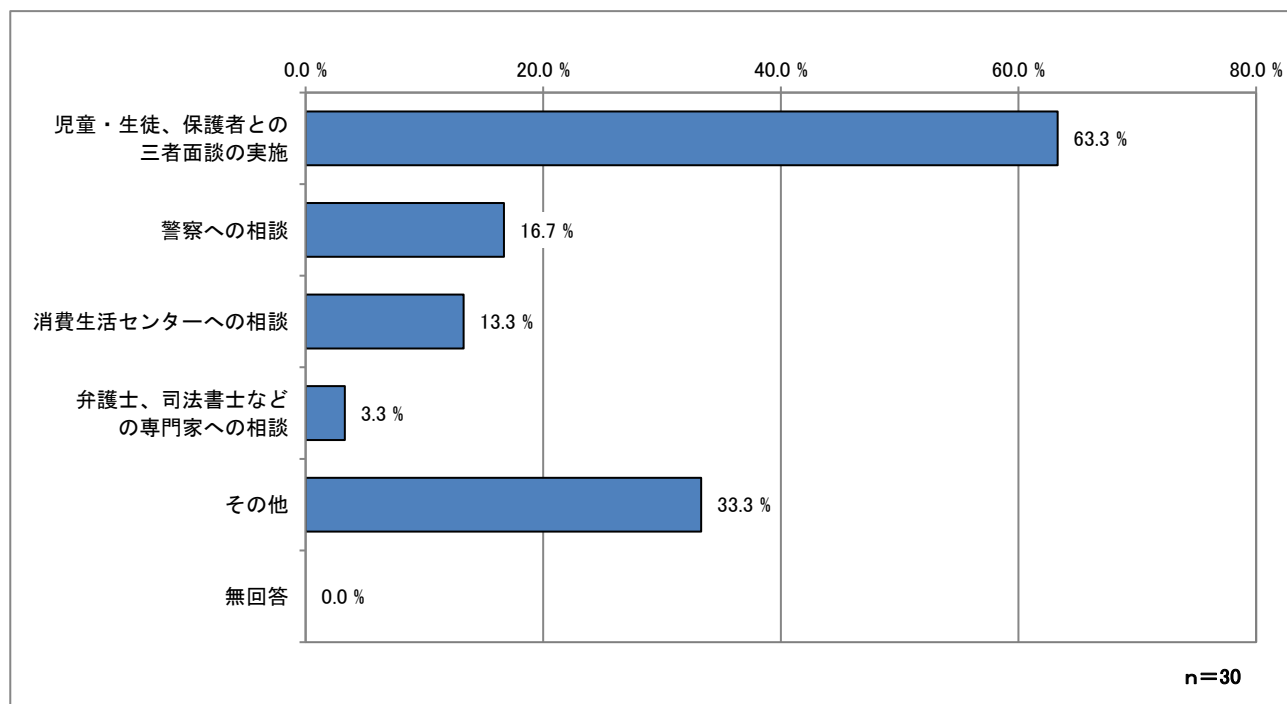
	回答数	比率
オンラインゲームでの購入トラブル	27	90.0 %
インターネット通販での購入トラブル	5	16.7 %
アダルトサイトでのトラブル	4	13.3 %
出会い系サイトでのトラブル	4	13.3 %
その他	3	10.0 %
無回答	0	0.0 %

《その他》

- ・ オンラインゲーム上で出会ったフレンドと喧嘩 【小学校】
- ・ SNS での中傷・悪口によるいじめ 【小学校】
- ・ 友人へのギフトのやりとりでのトラブル 【小学校】

(消費者トラブルへの対応について)

問12. (問10で「ある」を回答された方) 児童・生徒の消費者トラブルにどのような対応をしましたか。



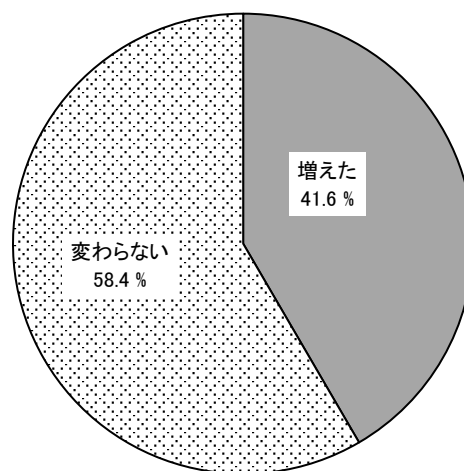
	回答数	比率
児童・生徒、保護者との三者面談の実施	19	63.3 %
警察への相談	5	16.7 %
消費生活センターへの相談	4	13.3 %
弁護士、司法書士などの専門家への相談	1	3.3 %
その他	10	33.3 %
無回答	0	0.0 %

《その他》

- ・ 児童相談所、スクールソーシャルワーカーとの連携 【小学校】
- ・ 保護者への連絡、当事者児童への指導、学年・学級での全体指導 【小学校】
- ・ 保護者が対応したが、学校も詳細には聞いていない。 【中学校】
- ・ 過去の事例のため、対応はしていない。 【高等学校】

(コロナ禍での懸念について)

問13. コロナ禍によって、児童・生徒の消費生活に関する懸念は増えましたか。

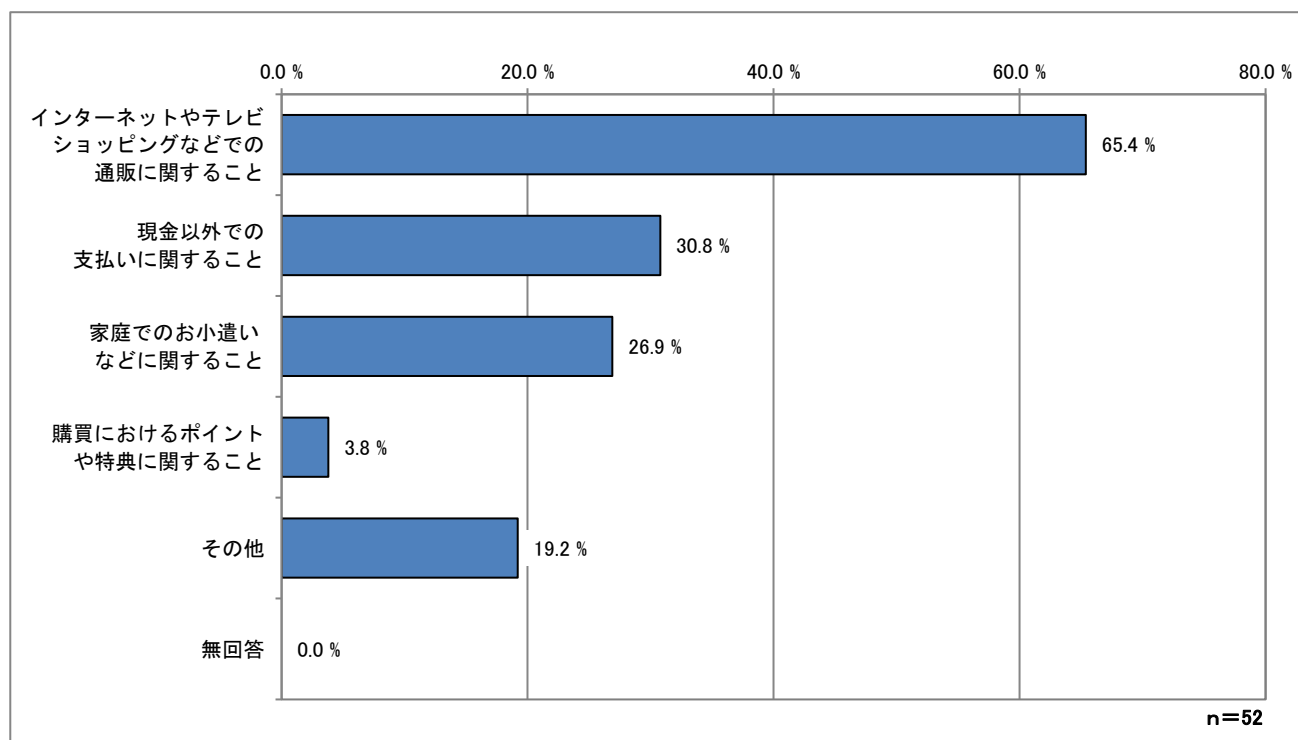


N=125

	回答数	比率
増えた	52	41.6 %
変わらない	73	58.4 %
減った	0	0.0 %
無回答	0	0.0 %
合計	125	100.0 %

(コロナ禍での懸念事項について)

問14. (問13で「増えた」を回答された方) 児童・生徒の消費生活に関する懸念はどのような内容ですか。



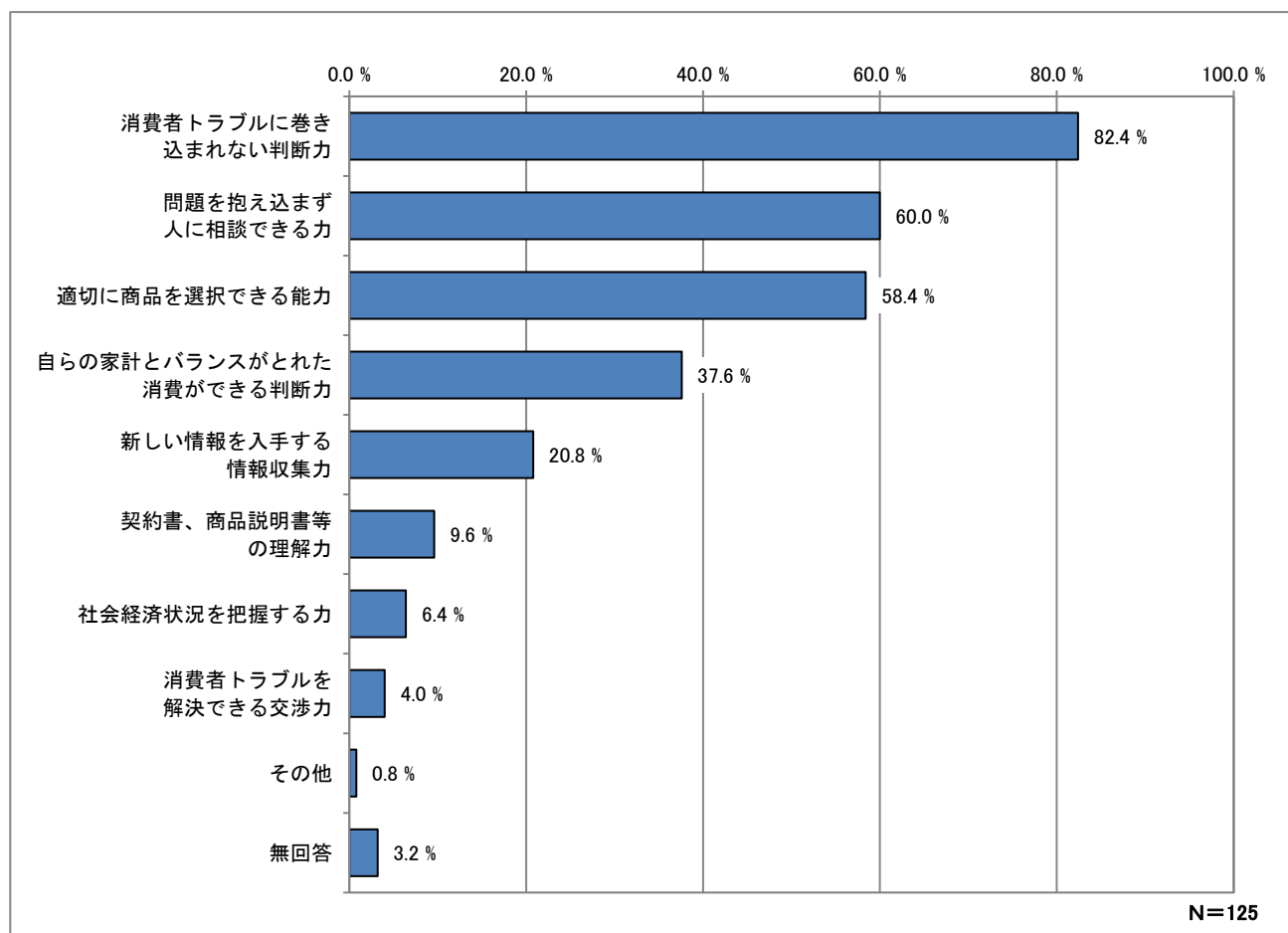
	回答数	比率
インターネットやテレビショッピングなどでの通販に関すること	34	65.4 %
現金以外での支払いに関すること	16	30.8 %
家庭でのお小遣いなどに関すること	14	26.9 %
購買におけるポイントや特典に関すること	2	3.8 %
その他	10	19.2 %
無回答	0	0.0 %

《その他》

- ・ オンラインゲームでの課金に関すること、SNS で顔も知らない誰かと繋がること 【小学校】
- ・ インターネット等に依存する児童が増えた。【小学校】
- ・ オンラインゲームに依存し、「課金」の問題や、「見知らぬ大人に勧誘される」等 【小学校】
- ・ ゲーム課金 【中学校】

(児童・生徒に身に付けさせたい能力について)

問15. 児童・生徒に消費者教育の中でどのような能力を身につけさせたいですか。



	回答数	比率
消費者トラブルに巻き込まれない判断力	103	82.4 %
問題を抱え込まず人に相談できる力	75	60.0 %
適切に商品を選択できる能力	73	58.4 %
自らの家計とバランスのとれた消費ができる判断力	47	37.6 %
新しい情報を入手する情報収集力	26	20.8 %
契約書、商品説明書等の理解力	12	9.6 %
社会経済状況を把握する力	8	6.4 %
消費者トラブルを解決できる交渉力	5	4.0 %
その他	1	0.8 %
無回答	4	3.2 %

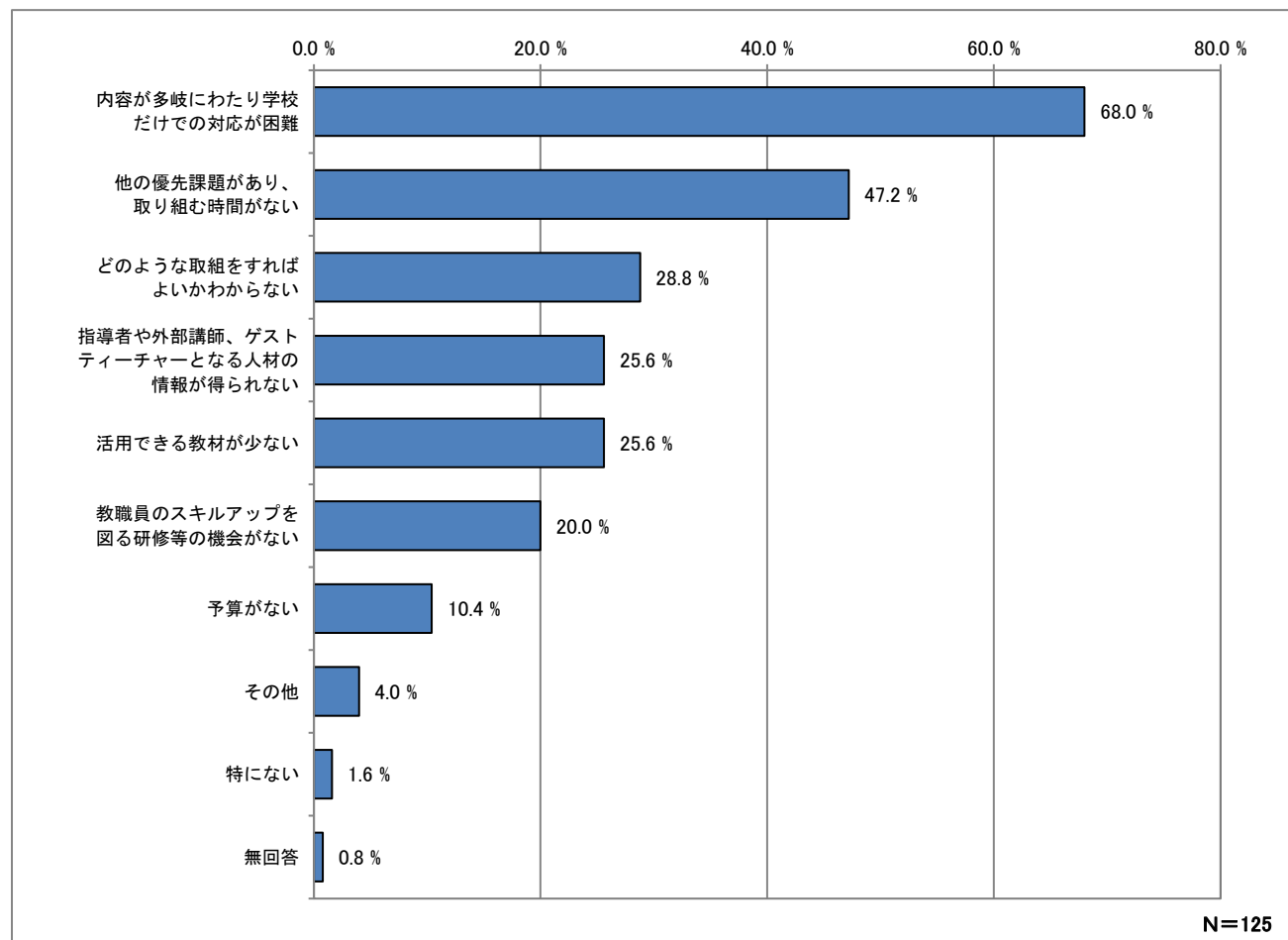
《その他》

- ・ 情報モラル(いじめ防止) 【小学校】

Ⅲ. 消費者教育の推進について

(消費者教育の推進への課題について)

問16. 消費者教育を推進するにあたって、課題となっていることは何ですか。



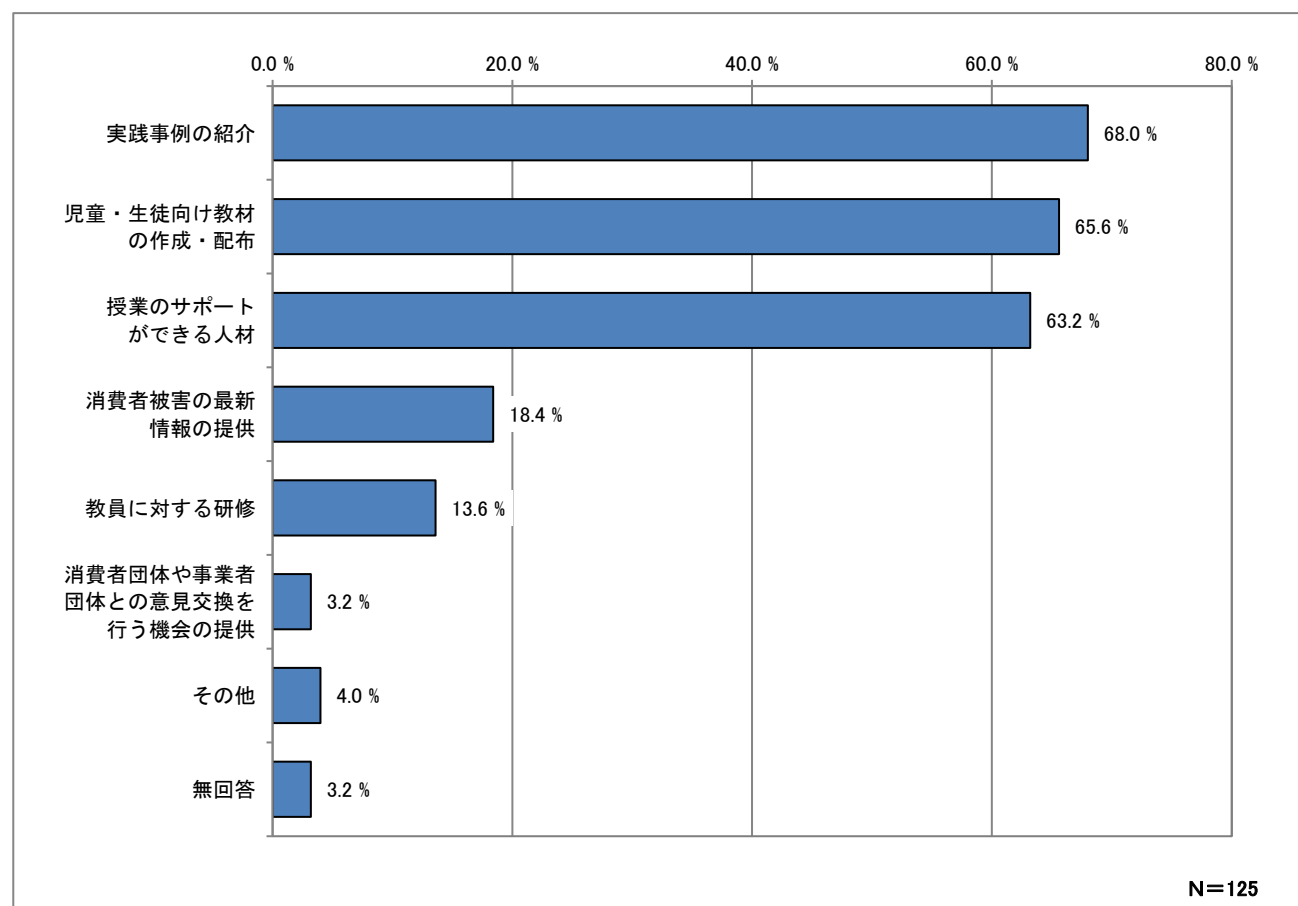
	回答数	比率
内容が多岐にわたり学校だけでの対応が困難	85	68.0 %
他の優先課題があり、取り組む時間がない	59	47.2 %
どのような取組をすればよいかわからない	36	28.8 %
指導者や外部講師、ゲストティーチャーとなる人材の情報が得られない	32	25.6 %
活用できる教材が少ない	32	25.6 %
教職員のスキルアップを図る研修等の機会がない	25	20.0 %
予算がない	13	10.4 %
その他	5	4.0 %
特にない	2	1.6 %
無回答	1	0.8 %

《その他》

- ・ ご家庭と共通理解を図ることの困難さ 【小学校】
- ・ 時間的な余裕がない。講師との打ち合わせ等 【中学校】
- ・ 消費者教育に係る授業時数の不足 【中学校】
- ・ 次々、新しい事例が増えていること 【高等学校】

(課題解決への支援について)

問17. 問16の課題を解決するためにどのような支援があるとよいと思いますか。



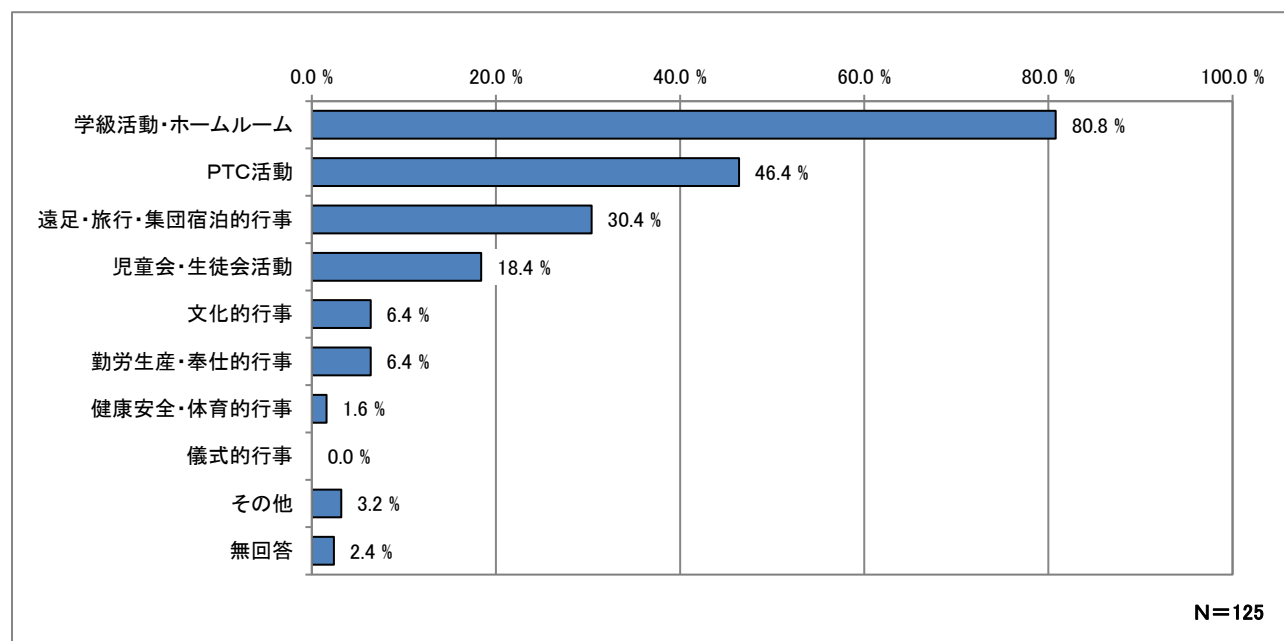
	回答数	比率
実践事例の紹介	85	68.0 %
児童・生徒向け教材の作成・配布	82	65.6 %
授業のサポートができる人材	79	63.2 %
消費者被害の最新情報の提供	23	18.4 %
教員に対する研修	17	13.6 %
消費者団体や事業者団体との意見交換を行う機会の提供	4	3.2 %
その他	5	4.0 %
無回答	4	3.2 %

《その他》

- ・ 授業のための時間の確保 【小学校】
- ・ 取り組むための予算をつける。 【中学校】

(消費者教育の機会について)

問18. 授業以外で、学校内で消費者教育を取り入れる機会としてどのような場合が考えられますか。



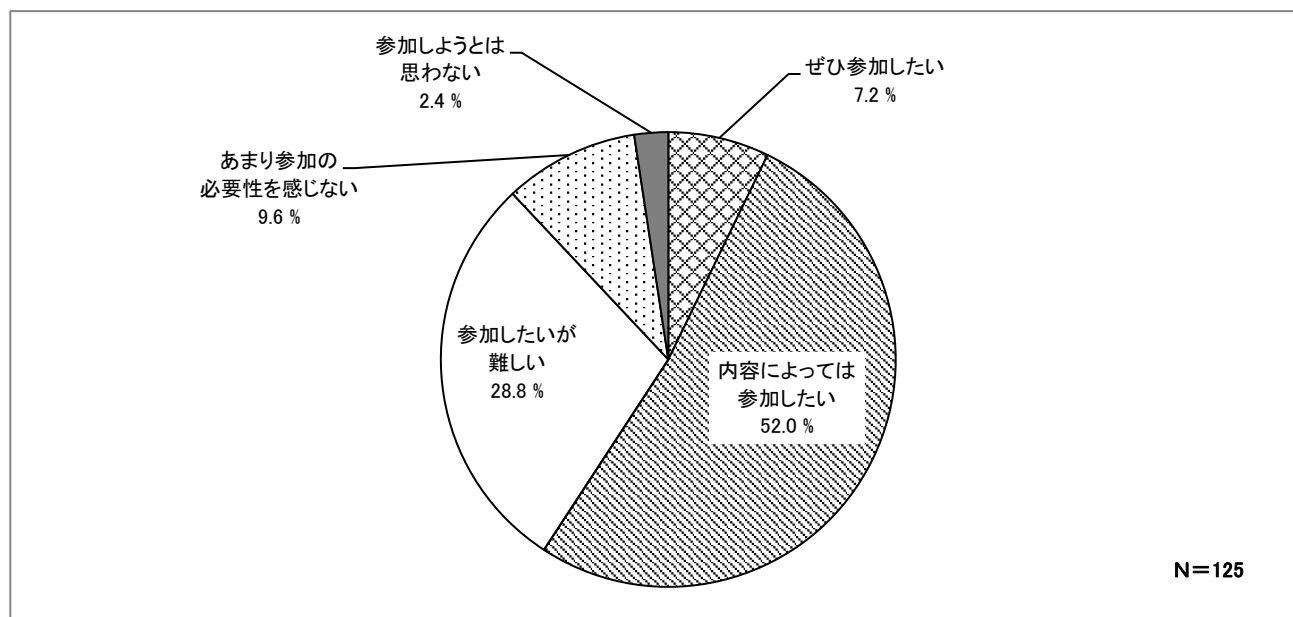
	回答数	比率
学級活動・ホームルーム	101	80.8 %
PTC活動	58	46.4 %
遠足・旅行・集団宿泊的行事	38	30.4 %
児童会・生徒会活動	23	18.4 %
文化的行事	8	6.4 %
勤労生産・奉仕的行事	8	6.4 %
健康安全・体育的行事	2	1.6 %
儀式的行事	0	0.0 %
その他	4	3.2 %
無回答	3	2.4 %

《その他》

- ・ PTA 講演会でも可 【小学校】
- ・ 家庭科の五年生の単元 【小学校】
- ・ 総合的な探究の時間またはロングホームルーム (LHR) 【高等学校】

(学習機会への参加について)

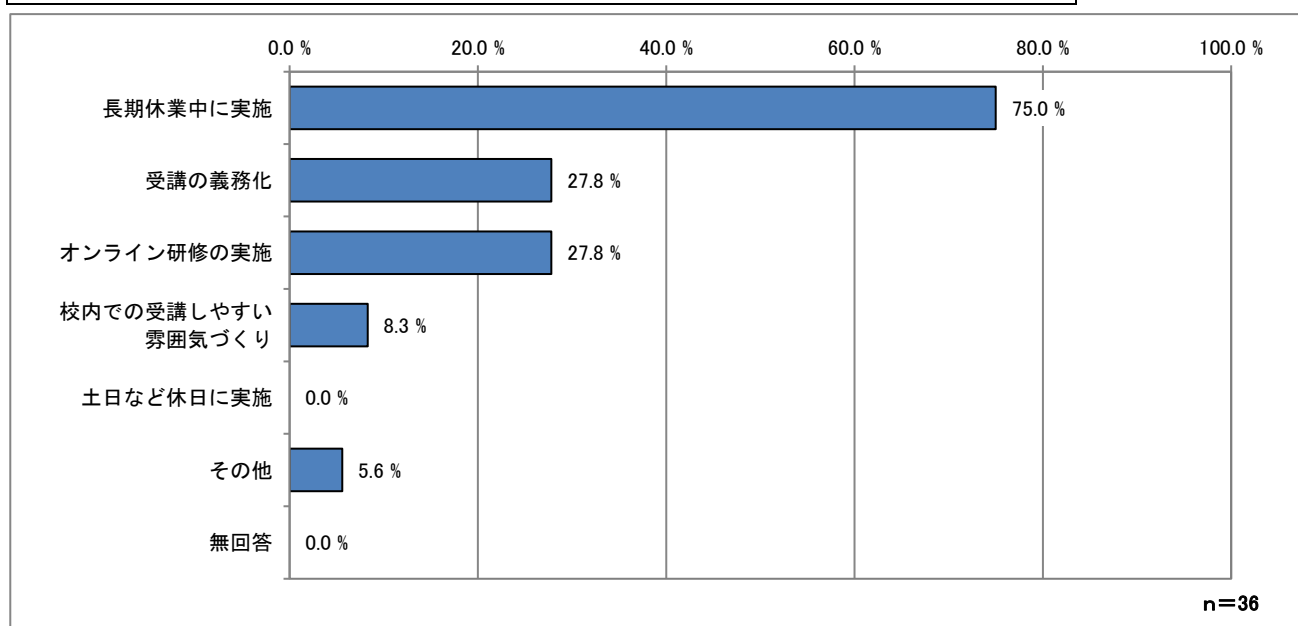
問19. 消費者教育について、教員の学習機会があれば参加したいですか。



	回答数	比率
ぜひ参加したい	9	7.2 %
内容によっては参加したい	65	52.0 %
参加したいが難しい	36	28.8 %
あまり参加の必要性を感じない	12	9.6 %
参加しようとは思わない	3	2.4 %
無回答	0	0.0 %
合計	125	100.0 %

(参加への工夫について)

問20. 問19で「参加したいが難しい」を回答された方)どのような工夫があると参加しやすいと思いますか。



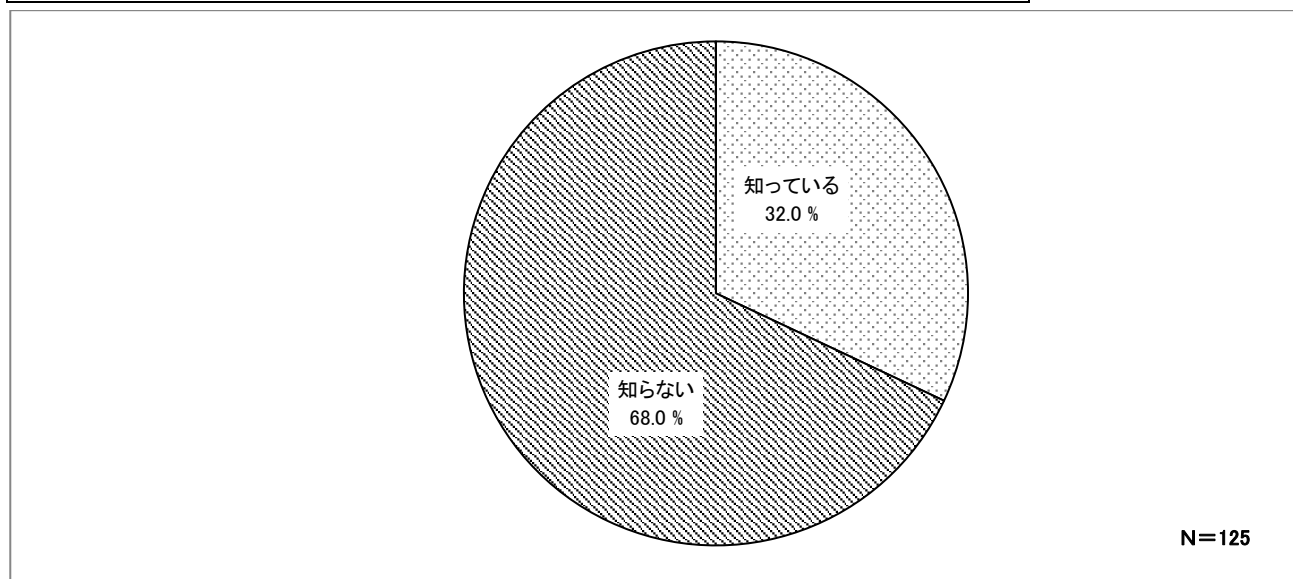
	回答数	比率
長期休業中に実施	27	75.0 %
受講の義務化	10	27.8 %
オンライン研修の実施	10	27.8 %
校内での受講しやすい雰囲気づくり	3	8.3 %
土日など休日に実施	0	0.0 %
その他	2	5.6 %
無回答	0	0.0 %

《その他》

- ・ 参加時間の確保 【小学校】
- ・ 他の優先課題の解決 【中学校】

(「消費者教育情報」について)

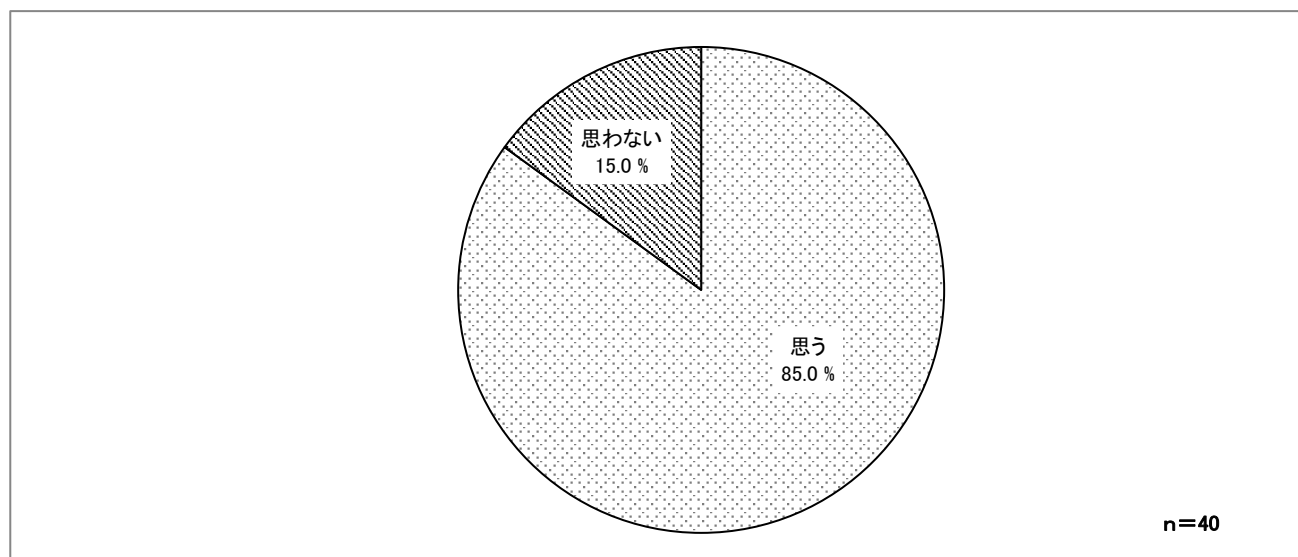
問21. 広島市消費生活センターでは、「消費者教育情報」をメール配信していますが、ご存知ですか。



	回答数	比率
知っている	40	32.0 %
知らない	85	68.0 %
無回答	0	0.0 %
合計	125	100.0 %

(「消費者教育情報」の効果について)

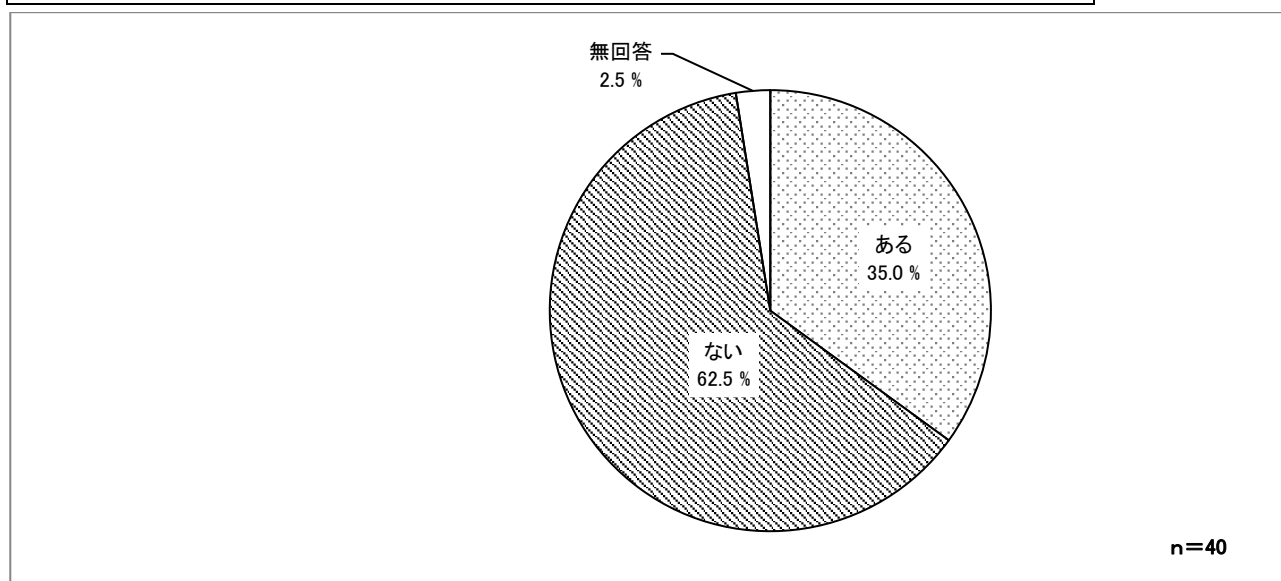
問22. (問21で「知っている」を回答された方)この「消費者教育情報」は授業教材に役立つと思いますか。



	回答数	比率
思う	34	85.0 %
思わない	6	15.0 %
無回答	0	0.0 %
合計	40	100.0 %

(「消費者教育情報」の活用について)

問23. (問21で「知っている」を回答された方)授業の中で、「消費者教育情報」を活用したことはありますか。



	回答数	比率
ある	14	35.0 %
ない	25	62.5 %
無回答	1	2.5 %
合計	40	100.0 %

（「消費者教育情報」の内容について）

問24. 今後、消費者教育をより推進していくためには、「消費者教育情報」でどのような内容を取り扱えばよいと思いますか。具体的にお書きください。

1 小学校

- ・ 効果のあった取組の紹介
- ・ 最新のトラブル事例
- ・ 児童が理解し、実践できる内容
- ・ 児童が近い将来、陥りそうな危険な事例とそうならないための賢い消費者術
- ・ 授業で取り扱う内容で短時間でできるものをいくつか組み合わせたもの、ワークシートやチェックシートのようなもの、子どもがトラブルに巻き込まれた事例
- ・ 小学生が特に注意すべきこと(事例)、小学生も興味を持って取り組める教具、学習展開作り
- ・ 生活の中の消費にまつわる危険な事例(小学生が巻き込まれそうなもの)、広告や宣伝の正しいとらえ方
- ・ トラブルの事例をあげて、相談窓口の紹介
- ・ 法令や条例の変更点、特に児童生徒に関わる情報で新しく出来るようになることや禁止になることなど、また消費トラブルの事例、勘違いから思い込みなどによる事例の紹介など
- ・ SNS やオンラインゲーム、トラブルの具体的事例や対処方法、契約の基礎知識やクーリング・オフの方法
- ・ オンラインゲームが児童の間で大変流行っています。小学1年生が「課金がクリスマスプレゼント」などを児童が親にせがんでいることも、保護者からお聞きしました。課金についてだけではなく、オンラインゲームで見知らぬ人と交流するにあたって教員として危機感を感じています。これらについての内容を盛り込んで頂けるとありがたいです。
- ・ 子どもたちを取り巻くインターネット環境の変化、そこに潜むトラブルの事例紹介や対応の仕方など、オンラインゲーム(不規則な時間にゲームをする為、登校に支障が出る寝不足)(仲間外れ)(おうちの人の了承のない重課金)、環境問題に配慮した消費生活(賞味期限が切れそうな物から買うこと、過重包装などプラスチック資源に関すること)
- ・ 各教科、領域との関連を具体的に示すこと(どの単元で、教科書のどの部分で等)
- ・ 内容がトラブルに合わないようにするものが目立っているが、実際に小中学生向けの知っておいた方が良い情報も合わせて掲載してほしい。
- ・ 年齢(学年)に応じた教育内容の系統性とそれに準じた視聴覚教材(見せることは学級の都合で決めやすい)や人材(講師)(行事、日時打ち合わせとの調整が難しい)の派遣、時代やその頃に応じた情報提供
- ・ 小学生の消費者被害の具体例、指導事例
- ・ 消費者教育に係る教材(映像資料等)の提供
- ・ 新たな内容よりも教科の単元の内容としっかりリンクさせて実践事例や教材を作り提供していただけると教科の学習の中で取り入れやすくなり活用しやすくなります。
- ・ 内容というより、学校に届けていただけますと目にする機会が増えるので、消費者教育をより強く意識すると思います。また、教材(映像やパンフレット)やすごろくのようなゲームができると楽しんで取り組みそうです。
- ・ お金の使い方やお金の稼ぎ方などの具体的な内容
- ・ 電子決済(特にスマートフォン決済)について
- ・ どのようなお金の使い方をするか(計画的に、人におごらない等)を考えること。どうやってお金をかせぎ、貯蓄し、将来に備えておくか、保険の仕組みについてなど、小学生の頃からお金の話をして身近に考えられるようにしたい。
- ・ 今、手にしているお金は、親のお金であるということ
- ・ 情報モラルやそれに伴うトラブル、金銭教育(自己管理、購入計画、判断力)
- ・ グローバルな視点で生産から消費まで、SDGs の点からもすべての相関を網羅しながら伝えていく必要があると思います。
- ・ 地球温暖化とカーボンニュートラルの関係、SDGs を推進していくために、より今の世の中の動きに連動させたような授業をしてほしい。これらを実践していくためには消費者意識そのものを変えていく必要があると思う。
- ・ 環境問題
- ・ 消費税の役割と大切さ、賞味期限と消費期限、食料廃棄
- ・ 消費者トラブルに巻き込まれないための現実的な方法
- ・ NHKforShcool
- ・ お店でもインターネットでも適切に商品を選択し購入する能力や、トラブルなどに巻き込まれないための判断力を児童が身に付けられるような内容だと良いと思う。体験的に学習できるとわかりやすく、記憶にも残りやすくなると思う。
- ・ これまでの内容で十分だと思うが、小学校で「消費者教育情報」を扱って消費者教育を推進していくのは難しい。教科や他の教育活動が多くあり、優先順位を考えると取り扱う時間がない。家庭教育の中で行うのが妥当である。

- ・詐欺や悪徳商法等の情報も必要ですが、消費者として適切な判断をしていけるような内容を充実するとよいと思います。(ムダ使い、環境に配慮等)
- ・消費者という言葉が小学生には難しいので別の名称があればいいかなと思います。
- ・内容より読んでもらえる工夫
- ・家庭科や社会科の授業で重点的に教育の場を設ける。
- ・今まで通りで良いと思うが、子供が読みやすいように、ルビを振ってほしい。
- ・情報モラル等のメディアリテラシー教育について

2 中学校

- ・授業での実践例などが詳しく載っていれば参考となってありがたいです。
- ・実際に起こったトラブル
- ・SNS、オンラインゲームに関わるトラブルがどのように起き、どのように対処、解決したかの具体例を示すもの
- ・SNS の扱い方、個人情報の流出
- ・インターネット販売において中古品販売等や転売に関するトラブルについては啓発が必要
- ・ネットでの取引について
- ・分かりやすいビデオの制作、オンライン、SNS などの利用について
- ・講師の先生をお招きして、お話を頂くこと、講師の先生の消費者教育についての講座を開いて頂くなど
- ・キャッシュレス時代になっているので、電子マネーに関わるトラブルと対策について取り扱うべきだと思う。
- ・SDGs との関係、支払方法の多様化のメリットデメリット
- ・1枚1テーマで A4、1枚にまとめたプリントをメールに添付し配布できるようにする。
- ・現状のもので良いと思います。
- ・教員が自ら学ぶ意識がなければ難しいと思う。現代では、情報を収集する点においてさほど困ることはないと思う。研修がないなどではなく教員自体が時代の流れを把握して、自ら学ぶ姿勢を取れば良い。
- ・継続した取組
- ・消費者の権利と責任、自立と責任について

3 高等学校・中等教育学校

- ・若者が巻き込まれやすい消費者トラブルの実例をできるだけ早く掲載して欲しい。
- ・被害の実例と対応策について
- ・SNS やインターネットなどでのフィッシング詐欺などの対処法など
- ・小中高タブレットが導入されたので、クイズやゲームなどの形で生徒が学べる教材を提供してもらえると助かります。
- ・資産形成に関わるトラブル、SDGsに関するもの(エシカル消費になど)
- ・ICT を活用した実践など
- ・消費者トラブルの最新の情報とその対応策について、各学校での取り組み実践例など

(成年年齢の引き下げについて)

問25. 令和4年(2022年)4月に成年年齢が18歳に引下げられますが、在学中に児童・生徒が学んでおくべきことや身につけておかなければならないことなど、どういったことが必要だと思いませんか。具合的にお書きください。

1 小学校

- ・あらゆる情報から必要な情報を見つけ、判断する力を身につける。与えられた情報を鵜呑みにせず、自分で調べる姿勢
- ・オンラインゲームやその他 SNS など、情報モラルの面でのマナーやトラブルからの回避の為の知識と判断力、お金の管理、購買計画などの意識を養い、自律できる力をつける。
- ・さまざまな情報の中から、自分に必要な情報を判断し、取捨選択でき、また読み取った情報を適切に利用でき、相手の気持ちを考えることができる力
- ・自分のおろかな行動一つで人生が大きく変わることがあるので自分の行動に責任を持つこと、自分の行動一つで大切な人を傷つけてしまうこと、それが取り返しのつかないことに繋がることなどです。
- ・市役所、区役所等から送付される文書(膨大な量がある)を読み解き、自分で申請や問い合わせができる力
- ・消費者の権利と責任、自立と責任について

-
- ・ 成人とは、どういうことか。具体的な17歳と18歳以上の違い。責任とは、どういうことか。日々の係活動で責任を果たす。友達とのケンカなどで責任を果たすなど。反対に自由とはどういうことか。

-
- ・ 成年としての自覚、義務と責任

-
- ・ 何事にも立ち向かえる粘り強さ、善悪の判断力、素直さ、コミュニケーション能力、協調性、先を見通して考え、行動に移す力

-
- ・ 本当の意味での「自己責任」の重さを実感させること

-
- ・ 自らより良い選択をすることができる判断力、成年として社会に適応する資質、能力

-
- ・ 世の中の動きに関心を持ち、新しい情報を知ろうとする姿勢が必要。それさえあれば、成年年齢が引き下げられたことにより自分に降りかかってくる責任が見えてくると思う。

-
- ・ 自分が今何を必要としているのか、それは本当に必要なものなのか、予算内で買えるものなのかといった適切に商品を選択できる力、消費者トラブルに巻き込まれない判断力、判断力を身につけるには、表示されている内容を細かく見て理解できる力や表示された内容を疑いを持って読んだり周りの人に相談したりする力も必要になると思う。

-
- ・ 18歳に年齢が引き下げられたこと。教えることは今までと変わらない。

-
- ・ 18歳から成人であることを十分に理解させ、大人としての行動を考えることが必要だと思う。

-
- ・ 引き下げによって変わる事、変わらないこと

-
- ・ お金の使い方、買い物の仕組み(ネットでの買い物)、契約内容などを理解する読解力をつける。

-
- ・ 金銭感覚(クレジットカードが作れるという点において、見えないお金の流れを知ることは大切だと思う)、消費者金融の怖さ(金利が知らず知らずのうちに膨らむことの怖さ)、簡単にお金が入ってしまうことに対する危機感(感覚になる危機感)、責任問題の発生

-
- ・ 自分も消費社会を支える一人であるという自覚、お金の流れ

-
- ・ 社会生活を送る上でのお金の使い方

-
- ・ 税金、保険、投資

-
- ・ 適切な金銭感覚を持たせること。オンライン上での金銭のやり取りに関わる新規情報や、トラブルへの対処法を身に付ける。

-
- ・ 納税について、勤労について学ぶことで、消費者としての考えや価値観も身に付けていくと思う。

-
- ・ 親の同意がなくても、自分の意思で様々な契約ができるようになるため、消費者トラブルに巻き込まれないようにするための契約に関する知識や様々なルールを知ったり、その契約が必要かを判断する力を身につけておく必要がある。

-
- ・ 消費者としての責任ある行動と知識が求められるため、「契約」に対する知識をしっかりと身につけておくことが大切だと思う。小学校では、約束することの意味と大切さ、またクーリング・オフの制度があることも教えるべきだと思う。

-
- ・ 成年年齢の引き下げにより、以前よりも消費トラブルにあう可能性が高まるというニュースを見ました。これらの危険性を伝えておくことが大切だと思います。また、保護者にも児童生徒と同じ情報を伝えることが大切だと思います。

-
- ・ ネットを利用した誤情報や犯罪等の危険性など

-
- ・ 小学生段階で、情報モラル(SNS等で被害者・加害者にならないようにするために)や被害に遭ったときの対応の仕方など

-
- ・ 責任、選挙権

-
- ・ 自律心、自身を取り巻く法律

-
- ・ トラブルに遭いそうな場面の知識や回避のスキル、あったときに被害を最小限にするための相談の知恵。

-
- ・ 知識を持っていないと、自分や周りの人を守ることが出来ません。現代で問題になっていることは、広く知っておく必要があると思います。

-
- ・ 児童にも社会的な存在であることを、小さな社会人としての責任を権利と義務両面から、伝えていかなければいけないと思う。

-
- ・ 働いて収入を得ること、納税をすることは国民の義務であること。これらが世の中を動かし、自らの生活のベースとなっていることをしっかり理解させた上で、消費者としてどう行動していくのかを考えさせなければならない。

-
- ・ まわりには、自分を陥れようとする人たちがいることを理解し、自分の身を守るための行動を知っておくことが必要だと思います。そのために、これまでの事例を学んだり、これから予想されることを考えたりして、当事者としての危機意識を高める必要があると思います。

-
- ・ 社会に参画する力

-
- ・ 他者と協議する場合のルールを守れる強さ

2 中学校

-
- ・ 飲酒、喫煙に関すること、責任に関すること

-
- ・ 多くの情報から正しく判断できる力や活用できる力

-
- ・ 成年になったことで義務付けられること、責任を負わなければならないことをしっかりと理解すること

-
- ・ リスクや責任について理解を深める必要があると思います。

-
- ・ 自分の一票の価値や重みを理解し、自分で判断する力を身につけておく必要がある。
-

- ・ 社会的モラル、成人としての権利や義務、責任
- ・ 責任感
- ・ 18歳に引き下げられたが、お酒やタバコ、ギャンブルは禁止であることや、クレジットカードの作成や株式や証券は購入できることなど、そういった細かなことを知っておくこと
- ・ 20歳で契約する場合との違い
- ・ 成年年齢が18歳になったことで、何がどのように変わるのか、逆に変わらないことは何なのかということを、きちんと知らせることが必要だと思います。
- ・ 何が変わる、出来るようになるのかが一目でわかる一覧を利用し、責任が伴うことを理解させること
- ・ 家計についての取り組み
- ・ クレジットカード等の利用について(収入と支出のバランスを考えた利用、リボ払いのデメリット等)
- ・ 成年年齢に達したこと＝経済的自立に近づいたということをしっかりと理解させ、インターネットを通じて安易な消費行動を取らないようにする意識を育てることが喫緊の課題だと思います。
- ・ 選挙に参加すること、犯罪等のトラブルに巻き込まれないようにする危機意識
- ・ 生徒たちの自覚、正しい知識
- ・ 困ったとき、どこへ相談すればよいのか(卒業時に分かりやすいパンフレットやリーフレットにして配布、配信等しておくことも1つの手立て)、法的な支援
- ・ 選挙違反に関すること、年金や健康保険などに関すること、喫煙や飲酒について誤解させず、正しく理解させる。
- ・ 消費者教育でなく主権者教育にも力を入れる必要があると考えます。
- ・ 情報モラルについて

3 高等学校・中等教育学校

- ・ 例え経済的自立を果たしていなくても、消費者として行った自分の判断、行為の責任を果たす義務を負うという成人としての心構え、姿勢を身に付けさせる必要がある。
- ・ 成年となったことで、保護者に守られていた時と何が変わるのかを理解し、外部からの誘いに対する対処の仕方についてしっかりと身に付けさせたい。
- ・ 契約について(消費者トラブルについて教材は具体的なものがよい)、トラブルに巻き込まれないための力、トラブルに巻き込まれた時の対処方法
- ・ 契約関係、今後財産を自分で管理する上で保険や様々な金銭的な運営方法についてつい分かりやすく教えられる教材
- ・ 選挙公約、人物の確認

(その他)

問26. 広島市の消費者行政についてのご意見・ご要望等がありましたら、ご自由にお書きください。

- ・ 市のパンフレットなど毎年送っていただき、ありがとうございます。子どもに分かりやすく伝えられるようなビデオをリニューアルして作っていただけると嬉しいです。(今、学校にあるビデオは少し内容が古い為・・・)【小学校】
- ・ 上手く消費していくコツを専門家にもっと教えてもらいたい。小学校の研究会などに来ていただきたい。【小学校】
- ・ 教員で教えられることには、やはり限界があり、それを補う上で、専門的な知識をもった方による出前授業をもっと増やしてもらえるとありがたいです。【小学校】
- ・ パンフレット等大変立派なものでうまく活用できたらいいと思います。ただ学校はやらなければいけないことも多くあるので、教科の学習とリンクしていれば副教材として取扱いやすくなります。【小学校】
- ・ 消費者に偏った教育や指導にならないよう、企業や会社等の生産者にもしっかりとした教育や指導を責任を持って行うべき。【小学校】
- ・ 消費者教育という言葉が分かりにくい。くらしを考えようも、幅が広すぎる。もっと子どもにもよく分かるような言葉にした方がよい。【小学校】
- ・ もっと様々な情報を知らせてほしい(広報やメール等)【中学校】

消費生活に関するアンケート調査

ご協力をお願い

日頃から市政について、ご理解とご協力をいただき、誠にありがとうございます。

広島市では、市民の消費生活の安定と向上を図るため、「広島市消費生活基本計画」を策定し、様々な施策に取り組んでいます。こうした中、この基本計画が令和4年度に満了することから、新たな計画を策定することとしています。

このたび、新たに策定する基本計画に、市民の皆様のご意見を反映させることを目的として、アンケート調査を実施することとしました。

ご多忙のところ、誠に恐縮ではありますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力いただきますようお願い申し上げます。

なお、この調査は、令和3年(2021年)10月31日現在市内にお住まいの15歳以上の方の中から3,000人を無作為に抽出させていただき、回答をお願いするものです。調査には無記名でお答えいただき、回答結果は統計的に処理いたします。また、この調査票に記載された事項については、調査以外の目的には使用いたしません。

なお、調査結果については、まとめ次第、広島市ホームページで公表いたします。

令和3年(2021年)11月

広島市 市民局 消費生活センター

回答方法

次のどちらか一つの方法で回答してください。(詳細は2ページをご参考ください。)

- 調査票(この冊子)による回答
- インターネットによる回答

回答にあたってのお願い

- ・ 調査票には、あて名のご本人がお答えください。もし、ご本人に記入いただけない場合は、身近な方が、ご本人の意見を聞きながら記入していただきますようお願いいたします。

なお、この調査は、回答者を無作為で抽出しているため、あて名のご本人の様子がわかりません。もし、ご病気などでお答えいただけない場合は、回答の必要はございません。

- ・ 回答は、令和3年(2021年)10月31日を基準としてご記入ください。
- ・ 令和3年(2021年)12月25日(土)までに回答(調査票を投函)してください。

【お問い合わせ先】広島市 市民局 消費生活センター 担当：森田、草加

電話 082-225-3329

回答方法

次のどちらか一つの方法で回答してください。

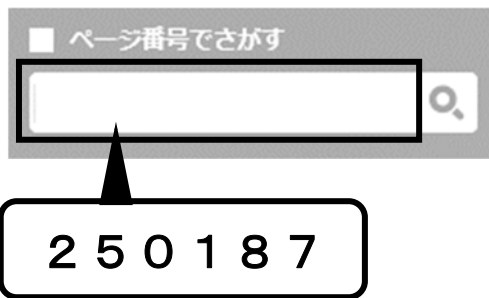
調査票（この冊子）による回答

- ・ 問いの指示に従って調査票に直接ご記入ください。
- ・ ご記入は、鉛筆、ボールペン、万年筆のいずれでも結構です。
- ・ 記入の終わった調査票は、同封の返信用封筒（切手は不要です。）に入れ、郵便ポストへご投函ください。
- ・ 調査票で回答された場合、インターネットでの回答は必要ありません。

インターネットによる回答

- 1 スマートフォン、タブレット又はパソコンでアクセスしてください。

広島市公式ホームページで
ページ番号を入力してアクセス



QRコードからアクセス



- 2 表示されたページで、「インターネット回答入口」をクリックしてください。

インターネット回答入口



- 3 案内に従って回答を入力してください。
 - ※ 入力時間の制限を設けているため、60分以内にすべての回答を完了してください。
 - ※ インターネット回答は1回限りです。回答を送信されるとその後の修正はできません。
 - ※ インターネットで回答された場合、この調査票への記入及び返送は必要ありません。

消費生活に関するアンケート調査票

あなたご自身について

Q 1 あなたの性別は（どちらかに○をしてください）

- 1 男性 2 女性

Q 2 あなたの年齢は（いずれか1つに○をしてください）

- 1 10代 2 20代 3 30代 4 40代
5 50代 6 60代 7 70代 8 80歳以上

Q 3 あなたのお住まいの区は（いずれか1つに○をしてください）

- 1 中区 2 東区 3 南区 4 西区
5 安佐南区 6 安佐北区 7 安芸区 8 佐伯区

Q 4 あなたのご職業は（いずれか1つに○をしてください）

- 1 会社員、公務員、団体職員（役員等を含む。） 2 パート、アルバイト、非常勤、嘱託、派遣等
3 自営業・自由業 4 学生 5 専業主婦（主夫） 6 無職 7 その他

Q 5 あなたのご家族（同居）の構成は（いずれか1つに○をしてください）

- 1 一人暮らし 2 夫婦のみ 3 二世帯世帯（あなたの世代と親）
4 二世帯世帯（あなたの世代と子ども） 5 三世帯世帯 6 その他

I 消費生活の安全・安心の確保について

(消費者問題の関心について)

問1 あなたが、見聞きしたことのある消費者問題は何ですか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 食品の安全性について
(例：輸入・原産地問題、食中毒事故、異物混入、食品アレルギー物質の表示など)
- 2 製品・施設の欠陥等により生じる事故について
(例：家電製品からの発火事故、化粧品類による炎症、屋内での転倒・転落事故など)
- 3 悪質商法について
(例：電話勧誘販売、訪問販売、点検商法、送りつけ商法など)
- 4 事業者による商品やサービスに関する偽りの情報について
(例：産地偽装、消費・賞味期限偽装、誇大広告など)
- 5 インターネット（SNS・電子メール等を含む）利用により生じるトラブルについて
(例：フリマサイト、オンラインゲーム、ネット通販など)
- 6 事業者間での価格やサービスの競争について
(例：電力の小売全面自由化、入札談合、携帯電話の価格競争など)
- 7 詐欺的な請求について
(例：はがきや電子メールなどによる架空請求、ウイルス感染の偽警告など)
- 8 その他（具体的に： _____)
- 9 わからない
- 10 消費者問題に関心がない

(消費者問題の発生原因について)

問2 あなたは、なぜ、消費者問題が発生すると思いますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 事業者が利益追求を最優先し、消費者利益保護の優先順位が低いから
- 2 事業者による商品やサービスについての説明が十分でないから
- 3 故意にだまそうという悪意がある事業者がいるから
- 4 事業者が購買意欲を過度にあおるから
- 5 消費者が消費生活に関する情報に関心を持つ度合いが低いから
- 6 消費者が誰にも相談せず、自分一人で解決しようとするから
- 7 消費者が商品の購入やサービスの利用に当たって、十分注意をしないから
- 8 行政が事業者にする取締りを強化しないから
- 9 行政の消費者施策が十分でないから
- 10 その他（具体的に： _____)

(消費者を取り巻く状況について)

問3 あなたは、消費者を取り巻く状況について、以下の項目がどの程度当てはまると思いますか。

当てはまるもの1つに○をつけてください。(○はA～I それぞれ1つずつ)

	かなり 当てはまる	ある程度 当てはまる	どちらとも いえない	あまり 当てはまらない	ほとんど・全く 当てはまらない
A 流通している食品は安全・安心である	1	2	3	4	5
B 流通している商品(食品以外)や提供されているサービスは安全・安心である	1	2	3	4	5
C 悪質・詐欺的な販売行為等を心配せず安全に購入・利用できる	1	2	3	4	5
D 商品等の表示・広告の内容は信用できる	1	2	3	4	5
E インターネットにより提供されるサービスや取引等は安心して利用できる	1	2	3	4	5
F 事業者間で価格やサービスの競争が行われている	1	2	3	4	5
G 行政から消費者への情報提供や啓発が十分になされている	1	2	3	4	5
H トラブルの際に相談できる行政の消費生活センターまたは消費生活相談窓口が整備されており、信頼できる	1	2	3	4	5
I 消費者や事業者のSDGs(※)に関する取組が増えている	1	2	3	4	5

※ 2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2016年から2030年までの国際目標

(商品・サービスの選択の際の意識について)

問4 あなたは、商品やサービスを選ぶときに、以下の項目をどの程度考慮しますか。当てはまるもの

の1つに○をつけてください。(○はA～J それぞれ1つずつ)

	かなり 考慮する	ある程度 考慮する	どちらとも いえない	あまり 考慮しない	ほとんど・全く 考慮しない
A 価格	1	2	3	4	5
B 機能や品質	1	2	3	4	5
C 安全性	1	2	3	4	5
D 人や社会、環境への配慮	1	2	3	4	5
E 広告、ブランドイメージ、企業や商品の知名度	1	2	3	4	5
F 評判	1	2	3	4	5
G 特典(ポイントサービス、景品など)	1	2	3	4	5
H 購入(利用)時の接客態度(説明や対応)	1	2	3	4	5
I 苦情や意見への対応、アフターサービス	1	2	3	4	5
J 企業の経営方針や理念、社会への貢献度	1	2	3	4	5

(消費者行動について)

問5 あなたは、消費者として、以下の行動をどの程度心掛けていますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。(○はA～G それぞれ1つずつ)

	かなり 心掛けている	ある程度 心掛けている	どちらとも いえない	あまり 心掛けていない	ほとんど・全く 心掛けていない
A 商品やサービスを選ぶ時は本当に必要か考える	1	2	3	4	5
B 表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択する	1	2	3	4	5
C トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく	1	2	3	4	5
D 商品やサービスに問題があれば、事業者に申立てする	1	2	3	4	5
E ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える	1	2	3	4	5
F 個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる	1	2	3	4	5
G 価格やデザインだけでなく、人や環境に配慮した商品やサービスを選ぶ	1	2	3	4	5

(コロナ禍での消費行動について)

問6 あなたは、コロナ禍によって自分自身の消費行動が変化したと思いますか。どちらかに○をつけてください。

- 1 変化した 2 変わらない

(コロナ禍での消費行動について)

問7 (問6で「1 変化した」と回答された方) あなたは、コロナ禍によってどのように自分自身の消費行動が変化しましたか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 インターネットやテレビショッピングなどでの通販の利用が増えた
 2 まとめ買いをすることが増えた
 3 現金以外で支払いをすることが増えた
 4 その他(具体的に:)

(消費者の被害防止について)

問8 あなたは、自分自身が消費者トラブルなどの被害に遭わないためには、何が重要だと思いますか。当てはまるものを3つまで選んで○をつけてください。

- 1 SNS、インターネットを利用した情報提供
 2 テレビ・ラジオなどマスメディアを利用した情報提供
 3 行政の広報紙などを利用した情報提供
 4 地域で見守り活動を実施されている方々への情報提供
 5 消費者トラブルに関する講座、講演会の実施
 6 学校の授業における消費者教育の充実
 7 地域の担い手(消費生活サポーター)の育成
 8 チラシ、パンフレットの拡充
 9 その他(具体的に:)

(若年者の被害防止について)

問 9 あなたは、消費者としての経験が浅く、まだ十分な判断能力を持っていない若年者の消費者トラブルなどの被害を防止するためには、何が重要だと思いますか。当てはまるものを3つまで選んで○をつけてください。

- 1 SNS、インターネットを利用した情報提供
- 2 テレビ・ラジオなどマスメディアを利用した情報提供
- 3 行政の広報紙などを利用した情報提供
- 4 若年者への消費者トラブルに関する講座、講演会の実施
- 5 保護者への消費者トラブルに関する講座、講演会の実施
- 6 教員への消費者トラブルに関する講座、講演会の実施
- 7 学校の授業における消費者教育の充実
- 8 チラシ、パンフレットの拡充
- 9 その他（具体的に： _____）

(高齢者の被害防止について)

問 10 あなたは、高齢者の消費者トラブルなどの被害を防止するために、何が重要だと思いますか。当てはまるものを3つまで選んで○をつけてください。

- 1 SNS、インターネットを利用した情報提供
- 2 テレビ・ラジオなどマスメディアを利用した情報提供
- 3 行政の広報紙などを利用した情報提供
- 4 地域で見守り活動を実施されている方々への情報提供
- 5 高齢者への消費者トラブルに関する講座、講演会の実施
- 6 家族への消費者トラブルに関する講座、講演会の実施
- 7 介護事業者などへの消費者トラブルに関する講座、講演会の実施
- 8 地域の担い手（消費生活サポーター）の育成
- 9 チラシ、パンフレットの拡充
- 10 その他（具体的に： _____）

(インターネットでの商品・サービスの購入について)

問 11 あなたは、普段、インターネットで商品・サービスを購入していますか。どちらかに○をつけてください。

- 1 購入している
- 2 購入していない

(インターネットでの商品・サービスの購入について)

問 12 (問 11 で「1 購入している」と回答された方)

あなたは、インターネットでの商品・サービスの購入について、

- (1) A～Jの項目について、心配なこと全てに○をつけてください。心配なことがない方はKの項目に○をつけてください。
- (2) A～Jの項目について、実際に経験したこと全てに○をつけてください。経験したことがない方はKの項目に○をつけてください。

	(1) 心配なこと ○はいくつでも	(2) 経験したこと ○はいくつでも
A 商品に関する情報が間違っている	1	2
B 商品やサービスが期待とは異なる	1	2
C 商品が送られてこない	1	2
D 知らない間に定期購入になっている	1	2
E 個人情報漏えい・悪用されている	1	2
F 望まない広告メールが送られてくる	1	2
G 手続きしたらキャンセルできない	1	2
H 苦情や相談の窓口がわかりにくい	1	2
I トラブルになったときに解決できない	1	2
J 知らずに高額な契約をしてしまう	1	2
K (1)心配なことがない方、 (2)経験したことがない方は、それぞれ右に○を付けてください	1	2

Ⅱ 消費者の被害について

(消費者相談窓口等の認知について)

問 13 あなたは、次の消費者相談窓口・機関等を知っていますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。(○はA～E それぞれ1つずつ)

	内容まで知っている	聞いたことはあるが、 内容までは知らない	知らない
A 広島市消費生活センター	1	2	3
B 広島県生活センター	1	2	3
C 独立行政法人 国民生活センター	1	2	3
D 消費者庁	1	2	3
E 消費者ホットライン188	1	2	3

(広島市消費生活センターを知ったきっかけについて)

問 14 (問 13 で「A 広島市消費生活センター」について「1 または 2」と回答された方) あなたは、何をきっかけに「広島市消費生活センター」を知りましたか。当てはまるもの 1 つに○ をつけてください。

- 1 行政の広報紙やチラシ
- 2 新聞・雑誌・書籍
- 3 テレビ・ラジオ
- 4 学校の授業
- 5 地域のイベント
- 6 インターネット
- 7 家族や知人からの情報
- 8 公共施設や駅等の掲示物やアナウンス
- 9 弁護士や各種相談窓口等の紹介
- 10 何がきっかけか覚えていない
- 11 通りがかりで知った
- 12 その他(具体的に: _____)

(商品・サービスに関する不満や被害などについて)

問 15 商品・サービスに関する不満や被害などについて、あなたが、この 1 年間に以下の項目に当てはまる経験をしたことはありますか。当てはまるもの 1 つに○ をつけてください。

(○は A～I それぞれ 1 つずつ)

	ある	ない
A けが、病気をする等、安全性や衛生面に問題があった	1	2
B 機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた	1	2
C 思っていたよりかなり高い金額を請求された	1	2
D 表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた	1	2
E 問題のある販売手口やセールストークにより契約・購入した	1	2
F 契約・解約時のトラブルにより被害にあった	1	2
G 詐欺によって事業者にお金を支払った(又はその約束をした)	1	2
H 事業者の対応等でかなり不快な思いをした	1	2
I その他被害の経験(具体的に: _____)	1	2

（商品・サービスに関する不満や被害などについて）

問 16 （問 15 で A～I の項目のうち、どれか 1 つでも「1. ある」を回答された方）それはどのような商品やサービスでしたか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

【商品】	1	食品
	2	衣料品、身の回り品、アクセサリ
	3	化粧品、理美容品
	4	住居用品（家具、浄水器など）
	5	家電製品
	6	住宅、住宅設備
	7	自動車、自動二輪車、自転車
	8	医薬品、医療用具
	9	玩具・遊具、スポーツ・レジャー用品
	10	教育用品（教材、書籍など）
	11	定期購読（新聞、雑誌、書籍など）
	12	通信機器（パソコン、電話機など）
	13	その他の商品（具体的に： ）
【サービス】	14	クリーニング
	15	理・美容院、エステ
	16	外食（食堂、レストランなど）
	17	交通（電車、バス、タクシーなど）
	18	旅行・宿泊（ホテル、旅館など）
	19	運輸（宅配、引越など）
	20	通信（郵便、電話、インターネットなど）
	21	医療（美容医療を含む）
	22	介護福祉サービス
	23	金融・保険（消費者金融、生命保険、株式、各種金融商品など）
	24	教養・娯楽（講座、教室、レジャー施設など）
	25	住宅関連（リフォーム、修繕工事、敷金など）
	26	その他のサービス（具体的に： ）

（相談先について）

問 17 （問 15 で A～I の項目のうち、どれか 1 つでも「1. ある」を回答された方）その不満や被害などについて、誰に相談しましたか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- | | |
|---------------------------------|----------------------------|
| 1 家族、親族 | 2 友人、同僚 |
| 3 近所の人 | 4 販売店、販売員 |
| 5 メーカー | 6 事業者団体の相談窓口 |
| 7 消費者団体 | 8 警察 |
| 9 弁護士、司法書士などの専門家 | 10 民生委員、ホームヘルパー、地域包括支援センター |
| 11 消費生活センター | |
| 12 国・地方公共団体などの相談窓口（消費生活センターを除く） | |
| 13 その他（具体的に： ） | |
| 14 相談しなかった | |

(相談しない理由について)

問 18 (問 17 で「14 相談しなかった」を回答された方) その不満や被害などについて、どこにも相談しなかった理由は何ですか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 面倒なことに巻き込まれたくないから
- 2 相談しても解決しないと思ったから
- 3 相談せずに自分で解決できると思ったから
- 4 どこに相談すればよいのかわからなかったから
- 5 相談するのが恥ずかしかったから
- 6 相談する適切な相手がいないから
- 7 相談するほどの被害ではなかったから
- 8 自分にも責任があると思ったから
- 9 事実の証明が難しかったから
- 10 時間がかかると思ったから
- 11 お金がかかると思ったから
- 12 その他(具体的に: _____)
- 13 特に理由はない

(消費生活センターへの相談基準について)

問 19 あなたは、購入した商品、利用したサービスにより経済的被害に遭った場合には、消費生活センターまたは消費生活相談窓口にご相談しようと思いますか。当てはまるもの 1 つに○ をつけてください。

- 1 被害金額が一定以上なら相談する
- 2 金額に関係なく相談する
- 3 金額に関係なく相談しない

(消費生活センターへの相談基準(金額)について)

問 20 (問 19 で「1 被害金額が一定以上なら相談する」を回答された方) あなたは、どれくらいの被害金額であれば相談しようと思いますか。当てはまるもの 1 つに○ をつけてください。

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1 1 円～5,000 円 | 2 5,001 円～10,000 円 |
| 3 10,001 円～50,000 円 | 4 50,001 円～100,000 円 |
| 5 100,001 円以上 | |

(消費生活センターに対する期待について)

問 21 あなたが消費生活センターまたは消費生活相談窓口にご相談する場合、期待することとして、当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 親身になって相談に応じてくれる
- 2 解約ができる
- 3 メーカーや販売店などでは解決しなかったことが解決できる
- 4 被害を受けて失った金銭等を取り戻せる
- 5 事業者に行行政処分をしたり、処罰したりするきっかけとなる
- 6 他の人が同様の被害に遭わないようにする
- 7 消費生活上の情報を入手できる
- 8 その他(具体的に: _____)

(事業者に積極的に取り組んでほしいことについて)

問 22 事業者(企業)の消費者に対する以下の取組のうち、事業者に積極的に取り組んでほしいと、あなたが思うものはどれですか。当てはまるものを3つまで選んで○をつけてください。

- 1 安全性の高い商品・サービスの提供
- 2 環境に配慮した商品・サービスの提供
- 3 誰にでも使いやすい商品・サービスの提供
- 4 修理などアフターサービスの実施
- 5 商品・サービスについての説明や表示
- 6 消費者とのコミュニケーションの充実(ウェブサイトやSNS、モニター制度等)
- 7 外国人への配慮(外国語対応など)
- 8 商品・サービスによる事故やトラブル発生時の対応
- 9 従業者に対する消費者対応についての教育・訓練
- 10 消費者の志向や意見を参考にした商品の開発や販売体制整備
- 11 品質管理を適切に行う体制(ISOの取得など)
- 12 リコールや事故の情報の開示
- 13 法令や条例を守った上での企業経営
- 14 個人情報保護のためのマニュアル整備

(行政が充実すべき分野について)

問 23 あなたは、消費者の利益を守るため、行政はどの分野を充実させていく必要があると考えますか。当てはまるものを3つまで選んで○をつけてください。

- 1 消費者問題に関する情報提供
- 2 学校や公民館等での消費者教育
- 3 消費者グループ・消費者団体の育成
- 4 消費生活相談窓口の充実強化
- 5 消費者被害を未然に防ぐための制度の充実
- 6 消費者と行政、企業との交流・連携
- 7 表示や計量の適正化や商品(製品・サービス)の安心・安全性の確保
- 8 不公正な価格形成の防止
- 9 不適正・悪質な事業者に対する監視や指導強化
- 10 消費者啓発や消費者教育に、事業者が積極的に取り組むような働きかけ
- 11 その他(具体的に:)

Ⅲ 消費者教育・啓発について

(SDGs(※)について)

問 24 あなたは、「持続可能な開発目標(SDGs)」の内容を知っていますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

- 1 内容まで知っている
- 2 聞いたことはあるが、内容までは知らない
- 3 知らない

※ 2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2016年から2030年までの国際目標

問 25 あなたは、「倫理的消費（エシカル消費）」の内容を知っていますか。当てはまるもの 1 つに〇をつけてください。

- ※ 消費者が、人や社会、環境、地域に配慮した商品やサービスを選んで消費すること
(例：地域で生産したものをその地域で消費する地産地消、マイボトル・マイバックの持参、食品ロスの削減など)

問 26 あなたは、「消費者市民社会」の内容を知っていますか。当てはまるもの 1つに○ をつけてください。

- ※ 消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会

問 27 あなたは、消費者教育や啓発の機会について、

- | | (1)
参加または
経験したこと
<u>○はいくつでも</u> | (2)
参加または
経験してみたいこと
<u>○はいくつでも</u> |
|---|--|---|
| A 小・中・高等・中等教育・特別支援学校の授業（家庭科・社会科等）、
課外授業、施設・工場見学等 | 1 | 2 |
| B 大学・専門学校等の講義、オリエンテーション等 | 1 | 2 |
| C 職場での講習会・勉強会等 | 1 | 2 |
| D 広島市消費生活センターや（公社）広島消費者協会主催の消費生活に関
するイベント | 1 | 2 |
| E 広島市以外の行政主催の消費生活に関するイベント | 1 | 2 |
| F 消費者団体主催の消費生活に関する講演会、勉強会、施設・工場見学等 | 1 | 2 |
| G 事業者主催の講演会、施設・工場見学等 | 1 | 2 |
| H 事業者主催の衣食住など暮らしに関するイベント | 1 | 2 |
| I 消費生活に関するパンフレット等を読んだ（読む） | 1 | 2 |
| J その他（具体的に： ） | 1 | 2 |
| K (1)参加もしくは経験したことがない方、
(2)参加もしくは経験したいと思わない方は、
それぞれ右に○を付けてください | 1 | 2 |

(消費者教育・啓発の内容について)

問 28 消費者教育や啓発の内容について、

- (1) 《問 27(1)でA～Jの項目に○をつけた方》あなたが参加または経験した「消費者教育・啓発」の内容はどのようなものですか。A～Lの項目それぞれについて、当てはまるもの全てに○をつけてください。
- (2) 《問 27(2)でA～Jの項目に○をつけた方》あなたが参加または経験してみたい「消費者教育・啓発」の内容はどのようなものですか。A～Lの項目それぞれについて、当てはまるもの全てに○をつけてください。

	(1) 参加または 経験した内容 ○はいくつでも	(2) 参加または 経験してみたい内容 ○はいくつでも
A 生活と経済について (社会保障のしくみ、金融商品の選び方など)	1	2
B 消費者関係の法や制度について (消費者基本法、消費者契約法など)	1	2
C 衣生活について (衣類の管理や品質表示、保証マークなど)	1	2
D 食生活について (食品表示、食生活の知恵や食に関する文化など)	1	2
E 住生活について (住宅リフォーム、賃貸住宅のトラブルなど)	1	2
F 商品流通やサービス提供のしくみ、商品のかしい購入法、サービスの かしい利用法などについて	1	2
G 環境問題について (食品ロス、ごみの減量やリサイクルなど)	1	2
H 悪質商法等の消費者トラブルについて (契約の知識、被害を未然に防ぐ方法または解決方法など)	1	2
I 情報通信等のトラブルについて (インターネット取引、スマートフォン等のセキュリティなど)	1	2
J 老後の生活に関わる問題について (年金・介護・医療・成年後見制度など)	1	2
K 借金に関わる問題について (クレジット、多重債務など)	1	2
L その他(具体的に:)	1	2

(その他)

問 29 広島市の消費者行政についてのご意見・ご要望等がありましたら、ご自由にお書きください。

消費生活に関するアンケート調査

ご協力をお願い

日頃から市政について、ご理解とご協力をいただき、誠にありがとうございます。

広島市では、市民の消費生活の安定と向上を図るため、「広島市消費生活基本計画」を策定し、様々な施策に取り組んでいます。こうした中、この基本計画が令和4年度に満了することから、新たな計画を策定することとしています。

このたび、新たに策定する基本計画の基礎資料とするため、アンケート調査を実施することとしました。このアンケート調査は、今後の広島市の消費者施策の進め方を検討するために、事業者の皆様の意識や実態などを伺うこととしています。

ご多忙のところ、誠に恐縮ではありますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力いただきますようお願い申し上げます。

なお、この調査は、統計法第27条第1項に基づき整備された事業所母集団データベースから広島市全域の事業所を無作為に抽出させていただき、回答をお願いするものです。調査には無記名でお答えいただき、回答結果は統計的に処理いたします。また、調査結果については、まとめ次第、広島市ホームページで公表いたします。

令和3年(2021年)11月

広島市 市民局 消費生活センター

回答方法

次のどちらか一つの方法で回答してください。(詳細は2ページをご参考ください。)

- 調査票(この冊子)による回答
- インターネットによる回答

回答にあたってのお願い

- ・ 調査票には、貴事業所の代表者または責任者がお答えください。
- ・ 回答は、令和3年(2021年)10月31日を基準としてご記入ください。
- ・ 令和3年(2021年)12月25日(土)までに回答(調査票を投函)してください。

【お問い合わせ先】広島市 市民局 消費生活センター 担当：森田、草加

電話 082-225-3329

回答方法

次のどちらか一つの方法で回答してください。

調査票（この冊子）による回答

- ・ 問いの指示に従って調査票に直接ご記入ください。
- ・ ご記入は、鉛筆、ボールペン、万年筆のいずれでも結構です。
- ・ 記入の終わった調査票は、同封の返信用封筒（切手は不要です。）に入れ、郵便ポストへご投函ください。
- ・ 調査票で回答された場合、インターネットでの回答は必要ありません。

インターネットによる回答

- 1 スマートフォン、タブレット又はパソコンでアクセスしてください。

広島市公式ホームページで
ページ番号を入力してアクセス



QRコードからアクセス



- 2 表示されたページで、「インターネット回答入口」をクリックしてください。

インターネット回答入口



- 3 案内に従って回答を入力してください。
 - ※ 入力時間の制限を設けているため、60分以内にすべての回答を完了してください。
 - ※ インターネット回答は1回限りです。回答を送信されるとその後の修正はできません。
 - ※ インターネットで回答された場合、この調査票への記入及び返送は必要ありません。

消費生活に関するアンケート調査票

回答は、貴事業者の代表者または責任者にお伺いします。

Q 1で「3」と回答された事業所は、問 1～問 10 については、会社全体の体制、取組、方針等についてお答えください。

貴社（事業所）全体の概要について

Q 1 貴社（事業所）の形態は、次のどれですか。いずれか 1 つに○をつけてください。

- 1 単独事業所
- 2 本社・本店（他に支社・支店・営業所・工場などがある）
- 3 支社・支店・営業所（他に本社・本店がある） ⇒ Q 2 へ

※「3」を選ばれた事業所は、Q 2～Q 5 については、会社全体の体制、取組、方針等についてお答えください。

Q 2 （Q 1で「3 支社・支店・営業所（他に本社・本店がある）」を回答された方）

本社・本店は次のどの地域にありますか。いずれか 1 つに○をつけてください。

- 1 広島市内
- 2 広島県内（広島市を除く）
- 3 中国地方（広島県を除く）
- 4 その他

Q 3 貴社（事業所）の主たる業種はどれですか。いずれか 1 つに○をつけてください。

- | | | |
|-------------------|----------------|-------------------|
| 1 建設業 | 2 製造業 | 3 電気・ガス・熱供給・水道業 |
| 4 情報通信業 | 5 運輸業・郵便業 | 6 卸売業 |
| 7 小売業 | 8 金融業・保険業 | 9 不動産業・物品賃貸業 |
| 10 学術研究・専門技術サービス業 | 11 宿泊業・飲食サービス業 | 12 生活関連サービス業・娯楽業 |
| 13 教育・学習支援業 | 14 医療・福祉 | 15 10～14 以外のサービス業 |
| 16 その他 | | |

Q 4 貴社（事業所）の常時雇用する（パート・アルバイトは除く）従業員数は何人ですか。いずれか 1 つに○をつけてください。

- | | | |
|--------------|---------------|-------------|
| 1 5 人以下 | 2 6 人～20 人 | 3 21 人～50 人 |
| 4 51 人～100 人 | 5 101 人～300 人 | 6 301 人以上 |

Q 5 貴社（事業所）が扱う（製造、販売又は提供する）商品（製品・サービス）の販売（提供）先はどちらですか。いずれか 1 つに○をつけてください。

- | | | |
|---------|------------|-----------------|
| 1 主に消費者 | 2 主に事業所（者） | 3 消費者と事業所（者）の両方 |
|---------|------------|-----------------|

I 消費者問題の取組状況について

(重視している取組について)

問1 貴社(事業所)において、

(1) A～Nの項目のうち、現在、重視して取り組んでいるもの3つまで選んで○をつけてください。

(2) A～Nの項目のうち、今後、重視すべきと考えるもの3つまで選んで○をつけてください。

	(1) 現在 重視しているもの ○は3つまで	(2) 今後 重視すべきもの ○は3つまで
A 安全性の高い商品・サービスの提供	1	2
B 環境に配慮した商品・サービスの提供	1	2
C 誰にでも使いやすい商品・サービスの提供	1	2
D 修理などアフターサービスの実施	1	2
E 商品・サービスについての説明や表示	1	2
F 消費者とのコミュニケーションの充実(ウェブサイトやSNS、モニター制度等)	1	2
G 外国人への配慮(外国語対応など)	1	2
H 商品・サービスによる事故やトラブル発生時の対応	1	2
I 従業員に対する消費者対応についての教育・訓練	1	2
J 消費者の志向や意見を参考にした商品の開発や販売体制整備	1	2
K 品質管理を適切に行う体制(ISOの取得など)	1	2
L リコールや事故の情報の開示	1	2
M 法令や条例を守った上での企業経営	1	2
N 個人情報保護のためのマニュアル整備	1	2

(「公益通報者保護制度」(※)の認知について)

問2 「公益通報者保護制度」を知っていますか。どちらかに○をつけてください。

- 1 内容まで知っている
- 2 聞いたことはあるが、内容までは知らない
- 3 知らない

※ 国民生活の安心や安全を損なうような企業不祥事などの通報(いわゆる内部告発)を、事業者内部の労働者が行った場合、当該労働者を解雇する等の不利益な取扱いから保護し、事業者のコンプライアンス(法令順守)経営を強化する制度

(消費者啓発の取組状況について)

問3 貴社(事業所)や貴社(事業所)が属する業界団体では、次に掲げる消費者啓発、消費者を対象とした情報提供を行っていますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 消費者向け情報誌の発行
- 2 商品・サービスの内容に関するパンフレットの作成・提供
- 3 ホームページ・SNS等による商品・サービスの説明
- 4 学校教育用資料・教材の作成や学校への講師の派遣
- 5 消費者を対象とした講習会等の実施
- 6 消費者団体等を対象とした講習会や意見交換会の実施
- 7 公的機関等からの依頼による講師の派遣、資料の提供
- 8 社員による商品説明内容の標準化
- 9 関係者が企業ユーザーに限られ消費者対応を考える必要がない
- 10 その他(具体的に:)
- 11 特にない

(社会・地域活動について)

問4 貴社(事業所)で取り組んでいる、社会や地域のための活動はありますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 消費者を対象とした講習会等の実施(商品の宣伝が主であるものを除く)
- 2 環境美化・環境保全活動
- 3 地域のコミュニティ行事等への参加・協力
- 4 学校教育等への協力(講師派遣や事業所見学の受け入れなど)
- 5 災害等における被災者や被災地への支援
- 6 海外支援活動
- 7 高齢者等の見守り活動
- 8 その他(具体的に:)
- 9 特にない

Ⅱ 消費者からの苦情の処理について

(苦情等問い合わせ先の表示について)

問5 製品またはサービスの説明書等に、その製品・サービスに関する苦情や意見等についての問い合わせ先がわかる表示をしていますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

- 1 している
- 2 していない
- 3 消費者から直接苦情や意見を受けるような業種ではない

(消費者対応の体制について)

問6 貴社（事業所）において消費者からの「商品（製品・サービス）に関する苦情や意見、問い合わせ等の情報」を受け付け、処理するなど、消費者対応を行う体制（お客様相談センター等）を整え、対応していますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

- 1 消費者対応を行う担当者や部門を設置し、対応している
- 2 消費者対応を行う担当者や部門を自社内では設置していないが、業界団体で設置し、対応している
- 3 消費者対応を行う担当者や部門を設置していないが、十分に対応している
- 4 消費者対応について設置も対応もしていない
- 5 消費者から直接苦情や意見を受けるような業種ではない

(苦情等の内容について)

問7 （問6で「1～4」と回答された方）ここ2～3年、貴社（事業所）に寄せられる消費者・顧客からの意見や苦情、問い合わせはどのようなものが多いですか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 価格・料金
（商品の価格や利用料、サービスの使用料など）
- 2 表示・広告
（表示や広告の内容など）
- 3 計量・量目
（重量不足、数不足など）
- 4 商品の機能、サービスの質
（品質・性能、故障、サービスの内容など）
- 5 安全・衛生
（身体への影響、商品の安全性、食品の衛生など）
- 6 接客対応
（販売時等の接客態度、クレーム処理、アフターサービスなど）
- 7 包装・容器
（包装の仕方、過大包装、容器の安全性など）
- 8 施設・設備
（建物、エスカレーター等の設備など）
- 9 契約方法
（契約や解約、契約書・書面など）
- 10 契約・販売時の説明方法
（説明不足、説明が違うなど）
- 11 販売形態
（商品の引き渡し方法など）
- 12 その他（具体的に：)
- 13 わからない

(苦情等の処理方法について)

問 8 (問 6 で「1～4」と回答された方) 貴社(事業所)では、消費者・顧客から寄せられる意見や苦情、問い合わせをどのように処理していますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 その場(電話での対応を含む)で説明、あるいは必要に応じて謝罪を行っている
- 2 必要に応じて商品の交換や代金返還を行っている
- 3 必要に応じて損害賠償や見舞金を支払っている
- 4 苦情や相談の内容を社内に周知徹底させている
- 5 苦情や相談をもとに再発防止策を講じている
- 6 苦情や相談を集約している
- 7 新しい商品の開発や販売(提供)に反映している
- 8 その他(具体的に:)
- 9 わからない

(若年者に配慮した取組について)

問 9 貴社(事業所)が取り扱う商品(製品・サービス)などに関して、消費者としての経験が浅く、まだ十分な判断能力を持っていない若年者に配慮した取組を行っていますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。また、「1または2」と回答される方は、具体的な内容をご記入ください。

- 1 行っている
＜具体的な内容＞
()
- 2 現在は行っていないが取り組む予定
＜具体的な内容＞
()
- 3 行っていない、今後取り組む予定もない

(高齢者等に配慮した取組について)

問 10 貴社(事業所)が取り扱う商品(製品・サービス)、あるいは貴社(事業所)の施設や設備などに関して、高齢者や障害者など、消費生活上不利な立場に置かれやすい消費者に配慮した取組を行っていますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。また、「1または2」と回答される方は、具体的な内容をご記入ください。

- 1 行っている
＜具体的な内容＞
()
- 2 現在は行っていないが取り組む予定
＜具体的な内容＞
()
- 3 行っていない、今後取り組む予定もない

Ⅲ 消費者問題に関する意識について

(消費者問題の発生原因について)

問 11 消費者問題はなぜ発生すると思いますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 事業者が利益追求を最優先し、消費者利益保護の優先順位が低いから
- 2 事業者による商品やサービスについての説明が十分でないから
- 3 故意にだまそうという悪意がある事業者がいるから
- 4 事業者が購買意欲を過度にあおるから
- 5 消費者が消費生活に関する情報に関心を持つ度合いが低いから
- 6 消費者が誰にも相談せず、自分一人で解決しようとするから
- 7 消費者が商品の購入やサービスの利用に当たって、十分注意をしないから
- 8 行政が事業者にする取締りを強化しないから
- 9 行政の消費者施策が十分でないから
- 10 その他（具体的に： _____）

(消費者の商品・サービスの選択基準について)

問 12 消費者が商品・サービスを購入（利用）する際、以下の項目について、消費者はどの程度考慮していると考えますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。（○はA～J それぞれ1つずつ）

	かなり 考慮する	ある程度 考慮する	どちらとも いえない	あまり 考慮しない	ほとんど・全く 考慮しない
A 価格	1	2	3	4	5
B 機能や品質	1	2	3	4	5
C 安全性	1	2	3	4	5
D 人や社会、環境への配慮	1	2	3	4	5
E 広告、ブランドイメージ、企業や商品の 知名度	1	2	3	4	5
F 評判	1	2	3	4	5
G 特典（ポイントサービス、景品など）	1	2	3	4	5
H 購入（利用）時の接客態度（説明や対応）	1	2	3	4	5
I 苦情や意見への対応、アフターサービス	1	2	3	4	5
J 企業の経営方針や理念、社会への貢献度	1	2	3	4	5

(消費者行動について)

問 13 消費者は、以下の項目について、どの程度心掛けていると考えますか。当てはまるもの 1 つに ○をつけてください。(○は A～G それぞれ 1 つずつ)

	かなり 心掛けています	ある程度 心掛けています	どちらとも いえません	あまり 心掛けていない	ほとんど・全く 心掛けていない
A 商品やサービスを選ぶ時は本当に必要か考える	1	2	3	4	5
B 表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択する	1	2	3	4	5
C トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく	1	2	3	4	5
D 商品やサービスに問題があれば、事業者 に申立てする	1	2	3	4	5
E ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える	1	2	3	4	5
F 個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる	1	2	3	4	5
G 価格やデザインだけでなく、人や環境に配慮した商品やサービスを選ぶ	1	2	3	4	5

(コロナ禍による変容について)

問 14 コロナ禍によって、消費者への商品の販売やサービスの提供が変化したと思いますか。 どちらかに○をつけてください。

- 1 変化した 2 変わらない

(コロナ禍による変容について)

問 15 (問 14 で「1 変化した」と回答された方) コロナ禍によって、消費者への商品の販売やサービスの提供がどのように変化したと思いますか。当てはまるもの 全てに○をつけてください。

- 1 感染防止対策などの業務が増えた
 2 インターネットを利用した販売やサービス提供が増えた
 3 現金以外で決済をすることが増えた
 4 その他(具体的に:)

IV 行政との関係について

(消費者相談窓口等の認知について)

問 16 次の消費者相談窓口・機関等を知っていますか。当てはまるもの 1 つに ○をつけてください。(○は A～E それぞれ 1 つずつ)

	内容まで知っている	聞いたことはあるが、 内容までは知らない	知らない
A 広島市消費生活センター	1	2	3
B 広島県生活センター	1	2	3
C 独立行政法人 国民生活センター	1	2	3
D 消費者庁	1	2	3
E 消費者ホットライン 188	1	2	3

(SDGs (※) について)

問 17 「持続可能な開発目標 (SDGs)」の内容を知っていますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

- 1 内容まで知っている
- 2 聞いたことはあるが、内容までは知らない
- 3 知らない

※ 2015 年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」にて記載された 2016 年から 2030 年までの国際目標

(倫理的消費 (エシカル消費) (※) について)

問 18 「倫理的消費 (エシカル消費)」の内容を知っていますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

- 1 内容まで知っている
- 2 聞いたことはあるが、内容までは知らない
- 3 知らない

※ 消費者が、人や社会、環境、地域に配慮した商品やサービスを選んで消費すること
(例：地域で生産したものをその地域で消費する地産地消、マイボトル・マイバックの持参、食品ロスの削減など)

(消費者市民社会 (※) について)

問 19 「消費者市民社会」の内容を知っていますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

- 1 内容まで知っている
- 2 聞いたことはあるが、内容までは知らない
- 3 知らない

※ 消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会

(消費者志向経営 (※) について)

問 20 「消費者志向経営」の内容を知っていますか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

- 1 内容まで知っている
- 2 聞いたことはあるが、内容までは知らない
- 3 知らない

※ 事業者が、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行うこと

(消費者行政に対する期待について)

問 21 消費者行政が重点的に行うべきと考えるのはどれですか。当てはまるものを3つまで選んで○をつけてください。

- 1 消費者問題に関する情報提供
- 2 学校や公民館等での消費者教育
- 3 消費者グループ・消費者団体の育成
- 4 消費生活相談窓口の充実強化
- 5 消費者被害を未然に防ぐための制度の充実
- 6 消費者と行政、企業との交流・連携
- 7 表示や計量の適正化や商品（製品・サービス）の安心・安全性の確保
- 8 不公正な価格形成の防止
- 9 不適正・悪質な事業者に対する監視や指導強化
- 10 消費者啓発や消費者教育に、事業者が積極的に取り組むような働きかけ
- 11 その他（具体的に： _____）

(その他)

問 22 広島市の消費者行政についてのご意見・ご要望等がありましたら、ご自由にお書きください。



消費者教育に関するアンケート調査

ご協力をお願い

日頃から市政について、ご理解とご協力をいただき、誠にありがとうございます。

このアンケート調査は、今後の広島市の消費者施策の進め方を検討するために、消費者教育に関する意識や実態などを伺うものです。ご回答いただいた内容は、広島市の消費者施策に関する総合的な計画である「広島市消費生活基本計画」の改定作業に活用させていただきます。

ご多忙のところ、誠に恐縮ではありますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力いただきますようお願い申し上げます。

なお、この調査は、広島市全域の市立小学校141校、市立中学校63校、市立高等学校7校、中等教育学校1校、特別支援学校1校を対象とし、**各学校で1回答**をお願いするものです。調査には無記名でお答えいただき、回答結果は統計的に処理いたします。また、調査結果については、まとめ次第、広島市ホームページで公表いたします。

令和3年(2021年)11月

広島市 市民局 消費生活センター

回答方法

次のどちらか一つの方法で回答してください。(詳細は2ページをご参考ください。)

- 調査票（この冊子）による回答
- インターネットによる回答

回答にあたってのお願い

- ・ この調査は、貴校の代表者または消費者教育の責任者がお答えください。
- ・ 回答は、令和3年（2021年）10月31日を基準としてご記入ください。
- ・ 令和3年（2021年）12月18日(土)までに回答（調査票を投函）してください。

【お問い合わせ先】 広島市 市民局 消費生活センター 担当：森田、草加
電話 082-225-3329

回答方法

次のどちらか一つの方法で回答してください。

調査票（この冊子）による回答

- ・ 問いの指示に従って調査票に直接ご記入ください。
- ・ ご記入は、鉛筆、ボールペン、万年筆のいずれでも結構です。
- ・ 記入の終わった調査票は、広島市役所を巡回するメール便にてご返送ください。
- ・ 調査票で回答された場合、インターネットでの回答は必要ありません。

インターネットによる回答

- 1 スマートフォン、タブレット又はパソコンでアクセスしてください。

広島市公式ホームページで
ページ番号を入力してアクセス



■ ページ番号でさがす

2 5 0 2 1 6

QRコードからアクセス



- 2 表示されたページで、「インターネット回答入口」をクリックしてください。

インターネット回答入口



- 3 案内に従って回答を入力してください。
 - ※ 入力時間の制限を設けているため、60分以内にすべての回答を完了してください。
 - ※ インターネット回答は1回限りです。回答を送信されるとその後の修正はできません。
 - ※ インターネットで回答された場合、この調査票への記入及び返送は必要ありません。

消費者教育に関するアンケート調査票

Q 1 学校の種類は、次のうちどれですか。

- 1 小学校 2 中学校 3 高等学校 4 中等教育学校 5 特別支援学校

I 授業について

(消費者教育の実施科目について)

問 1 貴校で実施している消費者教育はどの教科等で実施していますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 社会科
2 家庭科
3 情報科
4 総合的な学習（探究）の時間
5 その他（具体的に： _____）

(授業の内容について)

問 2 貴校で実施している消費者教育に関する授業の内容について、当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 金銭の大切さや役割、家計管理について
2 消費者と販売者の関係について
3 情報モラル教育について（携帯電話・スマートフォン・インターネットに関する教育など）
4 製品の安全な使い方と表示について
5 食品の安全性と表示について
6 消費者被害の防止について（悪質商法、振り込め詐欺、投資詐欺など）
7 プリペイドカード、クレジットカードなどの仕組みについて
8 契約について
9 クーリング・オフ制度について
10 環境に配慮した生活について（ごみを減らす工夫、リサイクル、省エネ、地産地消など）
11 人や環境、社会に配慮した消費（エシカル消費）について
12 食育について（食生活や食習慣に関すること、伝統的な食文化など）
13 消費者の権利と責任、自立と責任について
14 個人情報の保護について（情報モラルなど）
15 多重債務について
16 成年年齢の引き下げについて
17 その他（具体的に： _____）

(授業の教材について)

問3 消費者教育に関する授業のための教材をどのように入手していますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 消費者庁の雑誌、パンフレット、ホームページ等
- 2 国民生活センターの雑誌、パンフレット、ホームページ等
- 3 民間企業や各種団体のパンフレット、チラシ等
- 4 消費生活に関する一般の出版物
- 5 広島市消費生活センターの情報紙、パンフレット、ホームページ等
- 6 広島市以外の行政の情報紙、パンフレット、ホームページ等
- 7 広島市の教材、副読本等
- 8 広島市以外の行政の教材、副読本等
- 9 消費者教育ポータルサイト（※）
- 10 教科書
- 11 新聞記事
- 12 自ら作成する
- 13 その他（具体的に： _____）

※ 消費者庁が運営する、消費者教育に関する様々な情報を提供するサイト

(<https://www.kportal.caa.go.jp/index.php>)

(授業の手法について)

問4 消費者教育に児童・生徒が興味を持つ授業を行うためには、どのような手法を取り入れるとよいと思いますか。当てはまるものを3つまで選んで○をつけてください。

- 1 映像を利用する
- 2 児童・生徒の関心があるキャラクター等を使用する
- 3 グループで意見交換をさせる
- 4 ゲームなど遊びの要素を取り入れる
- 5 社会見学などの校外学習を行う
- 6 教師以外の人を講師に招く
- 7 パソコンを利用する
- 8 買い物などの体験活動を行う
- 9 その他（具体的に： _____）

(電子メディアと消費生活について)

問5 電子メディアと消費生活について授業の中でどのような内容を取り扱えばよいと思いますか。

当てはまるものを3つまで選んで○をつけてください。

- 1 ゲーム依存・ネット依存
- 2 個人情報の流出
- 3 ネット販売トラブル
- 4 ワンクリック詐欺
- 5 有料サイト
- 6 不当表示・誇大広告
- 7 有料・無料アプリ
- 8 SNSの利用
- 9ペアレンタルコントロール (※)
- 10 その他 (具体的に:)

※ 子どもによる通信機器等の操作内容を親が管理する手段で、端末の操作等に年齢確認や暗証番号、パスワードを設定し、子どもの利用に制限をかけること

(出前授業等の利用について)

問6 消費者教育を行うに当たって、広島市、各種団体、企業等で行っている出前授業等を利用していますか。当てはまるものを全てに○をつけてください。

- 1 広島市消費生活センターや(公社)広島消費者協会で実施している講座を利用したことがある
- 2 広島市(消費生活センター以外)の部署で実施している講座を利用したことがある
- 3 広島市以外の行政の部署で実施している講座を利用したことがある
- 4 民間企業や各種団体が実施している講座を利用したことがある
- 5 利用したことがない

(出前授業等の主体や内容について)

問7 (問6で「1~4」を回答された方) 出前授業等の主体や内容をどのように知りましたか。当てはまるものを全てに○をつけてください。

- 1 広島市消費生活センター、広島市の部署、広島市以外の行政の部署からの案内
- 2 民間企業や各種団体からの案内
- 3 インターネットなどで調べた
- 4 同僚・知人等に聞いた
- 5 その他 (具体的に:)

(実施した出前授業等の内容について)

問 8 (問 6 で「1～4」を回答された方) 実施した出前授業等の内容についてどのように感じましたか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 テーマとなった題材の仕組みなどがよく理解できる内容だった
- 2 難しいテーマをわかりやすく伝えていた
- 3 生徒を惹きつける面白い・興味深い内容だった
- 4 寸劇やゲームを取り入れるなど伝え方の工夫があった
- 5 説明が難しく、よく理解できなかった
- 6 期待していた内容や目的と合っていなかった
- 7 講師謝礼等、費用が高かった
- 8 その他(具体的に:)

(出前授業等を利用しなかった理由について)

問 9 (問 6 で「5 利用したことがない」を回答された方) 出前授業等を利用しなかった理由は何ですか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 講座に関する情報がなく、よくわからなかった
- 2 授業実施の決定から授業を行うまでの期間が短く、依頼等の手続きを行う時間がなかった
- 3 実施したい授業の内容と各主体が実施している内容が合わなかった
- 4 講師の日程が合わず実施できなかった
- 5 費用がかかるため実施できなかった
- 6 十分な消費者教育が実施できており、必要がなかった
- 7 その他(具体的に:)

Ⅱ 消費者トラブルについて

(消費者トラブルの遭遇について)

問 10 貴校の児童・生徒が消費者トラブルに遭遇した事例を見聞きしたことはありますか。どちらかに○をつけてください。

- 1 ある
- 2 ない

(消費者トラブルの内容について)

問 11 (問 10 で「1 ある」を回答された方) 児童・生徒の消費者トラブルはどのような内容でしたか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 オンラインゲームでの購入トラブル
- 2 インターネット通販での購入トラブル
- 3 アダルトサイトでのトラブル
- 4 出会い系サイトでのトラブル
- 5 その他(具体的に:)

(消費者トラブルへの対応について)

問 12 (問 10 で「1 ある」を回答された方) 児童・生徒の消費者トラブルにどのような対応をしましたか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 児童・生徒、保護者との三者面談の実施
- 2 警察への相談
- 3 消費生活センターへの相談
- 4 弁護士、司法書士などの専門家への相談
- 5 その他(具体的に:)

(コロナ禍での懸念について)

問 13 コロナ禍によって、児童・生徒の消費生活に関する懸念は増えましたか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

- 1 増えた
- 2 変わらない
- 3 減った

(コロナ禍での懸念事項について)

問 14 (問 13 で「1 増えた」を回答された方)。児童・生徒の消費生活に関する懸念はどのような内容ですか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 インターネットやテレビショッピングなどでの通販に関すること
- 2 購買におけるポイントや特典に関すること
- 3 現金以外での支払いに関すること
- 4 家庭でのお小遣いなどに関すること
- 5 その他(具体的に:)

(児童・生徒に身に付けさせたい能力について)

問 15 児童・生徒に消費者教育の中でどのような能力を身につけさせたいですか。当てはまるものを3つまで選んで○をつけてください。

- 1 適切に商品を選択できる能力
- 2 自らの家計とバランスがとれた消費ができる判断力
- 3 消費者トラブルに巻き込まれない判断力
- 4 消費者トラブルを解決できる交渉力
- 5 契約書、商品説明書等の理解力
- 6 社会経済状況を把握する力
- 7 問題を抱え込まず人に相談できる力
- 8 新しい情報を入手する情報収集力
- 9 その他(具体的に:)

Ⅲ 消費者教育の推進について

(消費者教育の推進への課題について)

問 16 消費者教育を推進するにあたって、課題となっていることは何ですか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 内容が多岐にわたり学校だけでの対応が困難
- 2 どのような取組をすればよいかわからない
- 3 指導者や外部講師、ゲストティーチャーとなる人材の情報が得られない
- 4 活用できる教材が少ない
- 5 予算がない
- 6 教職員のスキルアップを図る研修等の機会がない
- 7 他の優先課題があり、取り組む時間がない
- 8 その他（具体的に： _____）
- 9 特にない

(課題解決への支援について)

問 17 問 16 の課題を解決するためにどのような支援があるとよいと思いますか。当てはまるものを3つまで選んで○をつけてください。

- 1 実践事例の紹介
- 2 児童・生徒向け教材の作成・配布
- 3 授業のサポートができる人材
- 4 教員に対する研修
- 5 消費者団体や事業者団体との意見交換を行う機会の提供
- 6 消費者被害の最新情報の提供
- 7 その他（具体的に： _____）

(消費者教育の機会について)

問 18 授業以外で、学校内で消費者教育を取り入れる機会としてどのような場合が考えられますか。
当てはまるもの全てに○をつけてください。

- 1 学級活動・ホームルーム
- 2 児童会・生徒会活動
- 3 儀式的行事
- 4 文化的行事
- 5 健康安全・体育的行事
- 6 遠足・旅行・集団宿泊的行事
- 7 勤労生産・奉仕的行事
- 8 P T C 活動
- 9 その他（具体的に： _____）

(学習機会への参加について)

問 19 消費者教育について、教員の学習機会があれば参加したいですか。当てはまるもの 1 つに○ をつけてください。

- 1 ぜひ参加したい
- 2 内容によっては参加したい
- 3 参加したいが難しい
- 4 あまり参加の必要性を感じない
- 5 参加しようとは思わない

(参加への工夫について)

問 20 (問 19 で「3 参加したいが難しい」を回答された方) どのような工夫があると参加しやすいと思いますか。当てはまるもの 全てに○ をつけてください。

- 1 土日など休日に実施
- 2 長期休業中に実施
- 3 校内での受講しやすい雰囲気づくり
- 4 受講の義務化
- 5 オンライン研修の実施
- 6 その他(具体的に: _____)

(「消費者教育情報」について)

問 21 広島市消費生活センターでは、「消費者教育情報」をメール配信していますが、ご存知ですか。
どちらかに○ をつけてください。

- 1 知っている
- 2 知らない

(「消費者教育情報」の効果について)

問 22 (問 21 で「1 知っている」を回答された方) この「消費者教育情報」は授業教材に役立つかと思いますか。どちらかに○ をつけてください。

- 1 思う
- 2 思わない

(「消費者教育情報」の活用について)

問 23 (問 21 で「1 知っている」を回答された方) 授業の中で、「消費者教育情報」を活用したことはありますか。どちらかに○ をつけてください。

- 1 ある
- 2 ない

（「消費者教育情報」の内容について）

問 24 今後、消費者教育をより推進していくためには、「消費者教育情報」でどのような内容を取り扱えばよいと思いますか。具体的にお書きください。

（成年年齢の引き下げについて）

問 25 令和 4 年（2022 年）4 月に成年年齢が 18 歳に引下げられますが、在学中に児童・生徒が学んでおくべきことや身につけておかなければならないことなど、どういったことが必要だと思いますか。具体的にお書きください。

（その他）

問 26 広島市の消費者行政についてのご意見・ご要望等がありましたら、ご自由にお書きください。