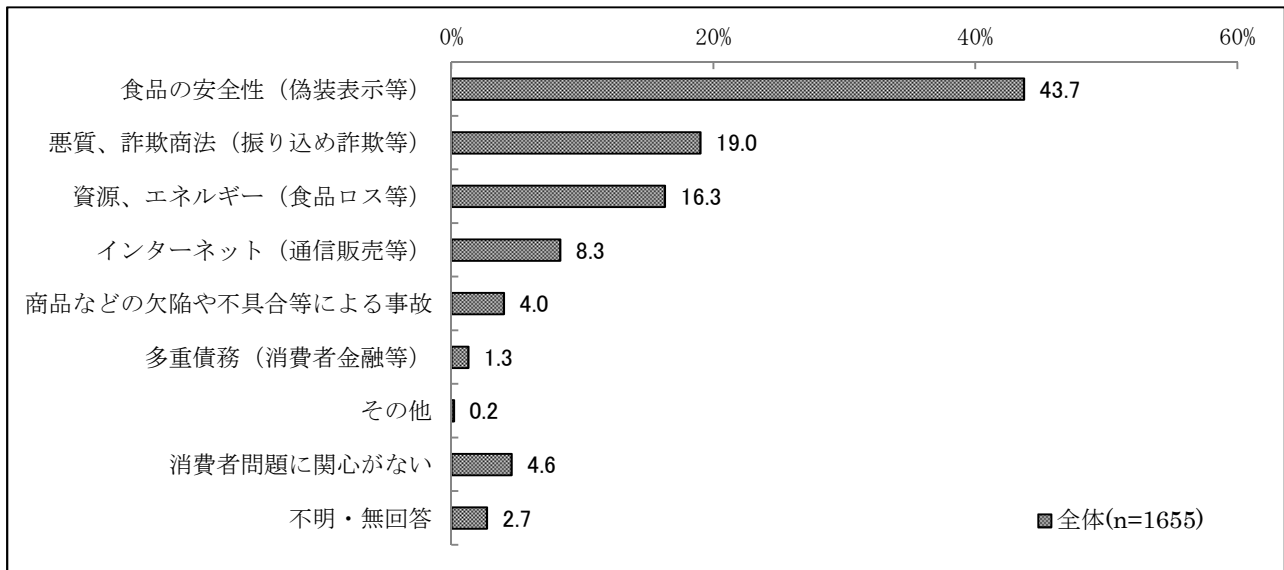


## 2. 消費生活について

### (1) 消費者問題への関心

問3 あなたは、どのような消費者問題に関心がありますか。次のうちから選んでください。  
(○は1つだけ)



### — 「食品の安全性」への関心が4割以上 —

#### 【全体結果】

「食品の安全性」(43.7%)が4割を超え、割合が最も高い。次に続く「悪質、詐欺商法」(19.0%)の倍以上の割合で、突出している。「資源、エネルギー」(16.3%)が1割半ばを超えた。

「消費者問題に関心がない」(4.6%)は5%未満にとどまった。

#### 【属性別結果】(図2-1参照)

##### ①地区別

「食品の安全性」は、全ての地区で割合が最も高く、北区(51.8%)、西蒲区(51.7%)では5割を超えた。「悪質、詐欺商法」は、中央区(20.5%)、江南区(21.9%)、南区(23.1%)で割合が高い。秋葉区、西区では、「食の安全性」に次いで、「資源、エネルギー」(各19.1%、16.5%)の割合が高い。

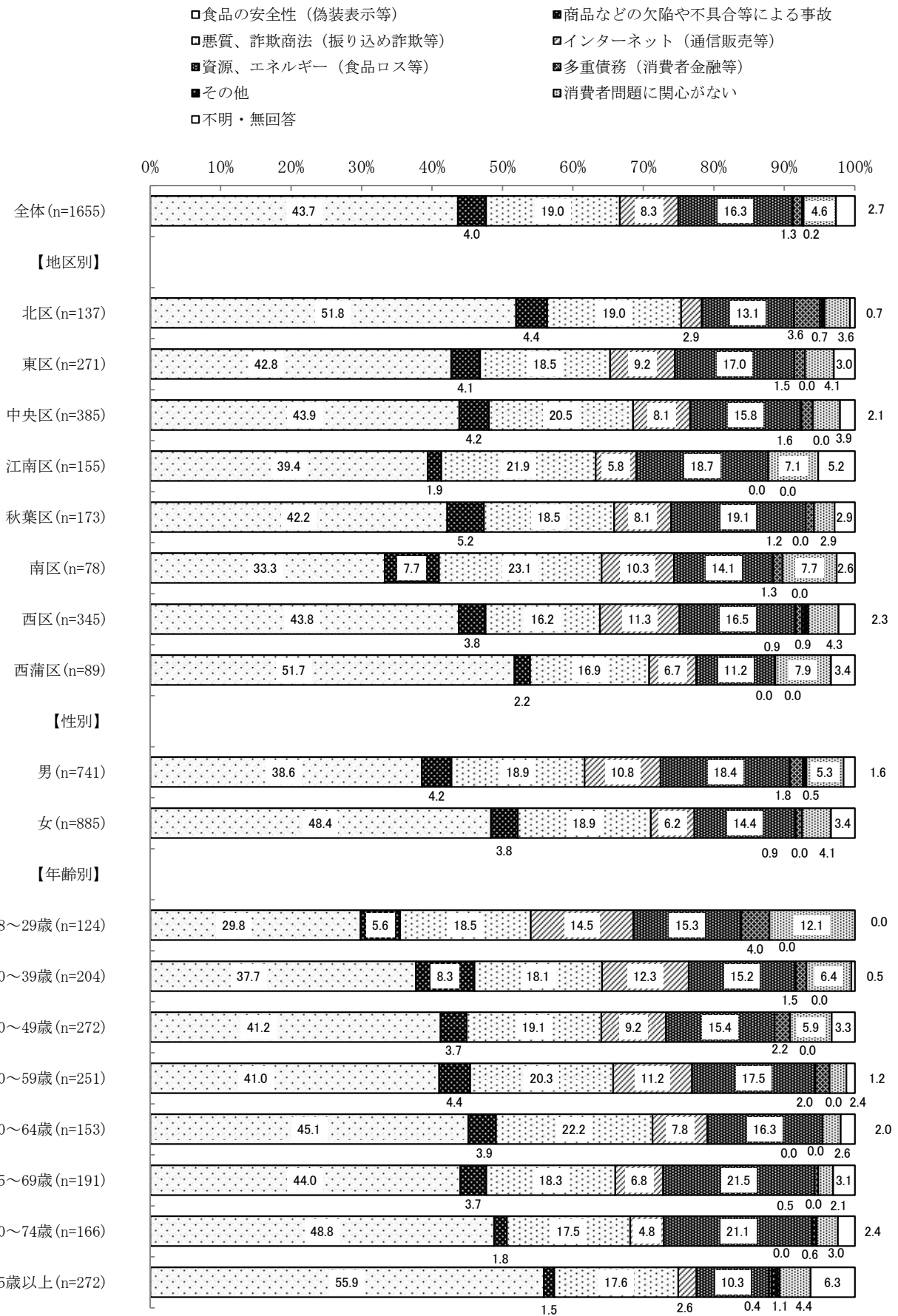
##### ②性別

「食品の安全性」について、男性(38.6%)と比べて女性(48.4%)で割合が高い。「資源、エネルギー」については、女性(14.4%)より男性(18.4%)で割合がやや高い。

##### ③年齢別

概ね高齢層ほど「食品の安全性」と答えた割合が高い傾向がみられ、75歳以上で5割を超える。65～69歳、70～74歳は「悪質、詐欺商法」(各18.3%、17.5%)より「資源、エネルギー」(各21.5%、21.1%)と回答した割合が高い。

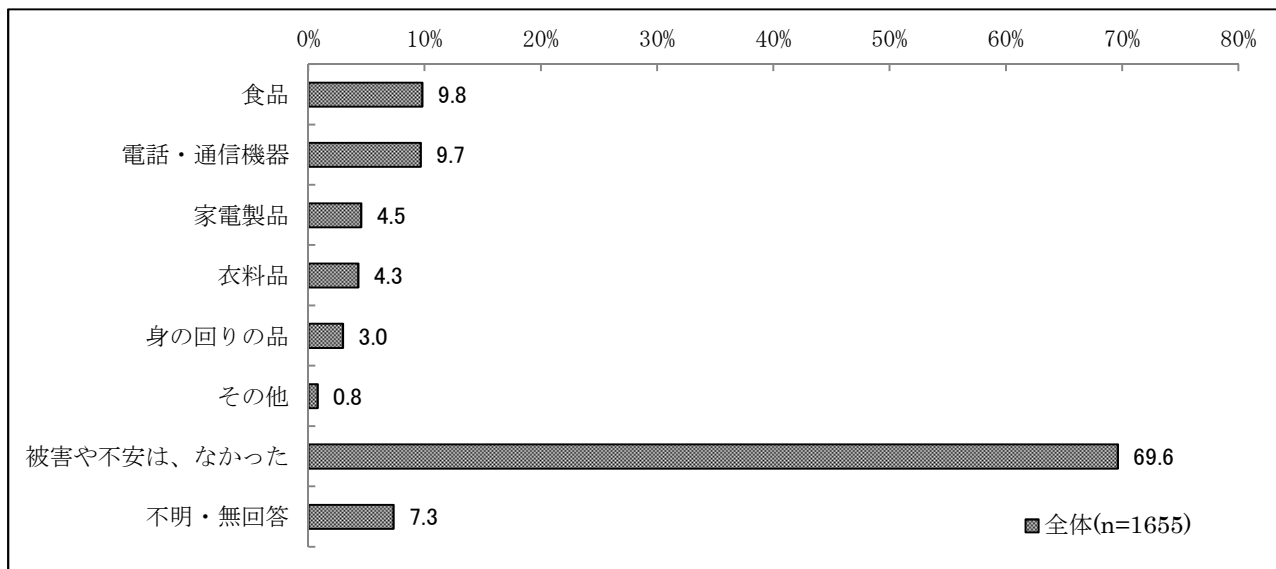
図 2-1 消費者問題への関心度（地区別/性別/年齢別）



## (2) 消費生活での不安【商品について】

問 4 あなたは、購入した商品や利用したサービスから経済的または身体的な被害を受けたことや、何らかの不安を感じたことはありますか。最近1年間（平成29年1月～平成29年12月）に購入した「商品」と利用した「サービス」別に教えてください。（〇はいくつでも）

### 【商品】



— 約7割が「被害や不安は、なかった」と回答 —

### 【全体結果】

「被害や不安は、なかった」（69.6%）が約7割で最も割合が高い。被害や不安については、「食品」（9.8%）、「電話・通信機器」（9.7%）で約1割という結果となった。

### 【属性別結果】（図2-2参照）

#### ①地区別

「食品」は、中央区（12.2%）、西区（10.4%）で他の地区と比べてやや高い。西蒲区（3.4%）ではごくわずか。「電話・通信機器」は秋葉区（6.9%）、西蒲区（7.9%）でやや低いものの、ほとんどの地区で約1割という結果となった。

#### ②性別

男女差はあまりみられない。

#### ③年齢別

「被害や不安は、なかった」は、若年層ほど割合が高い傾向がみられる。被害や不安について、「食品」「家電製品」「身の回りの品」は、概ね高齢層ほど割合が高い。

図 2-2 消費生活での不安【商品】(地区別/性別/年齢別) 1/2

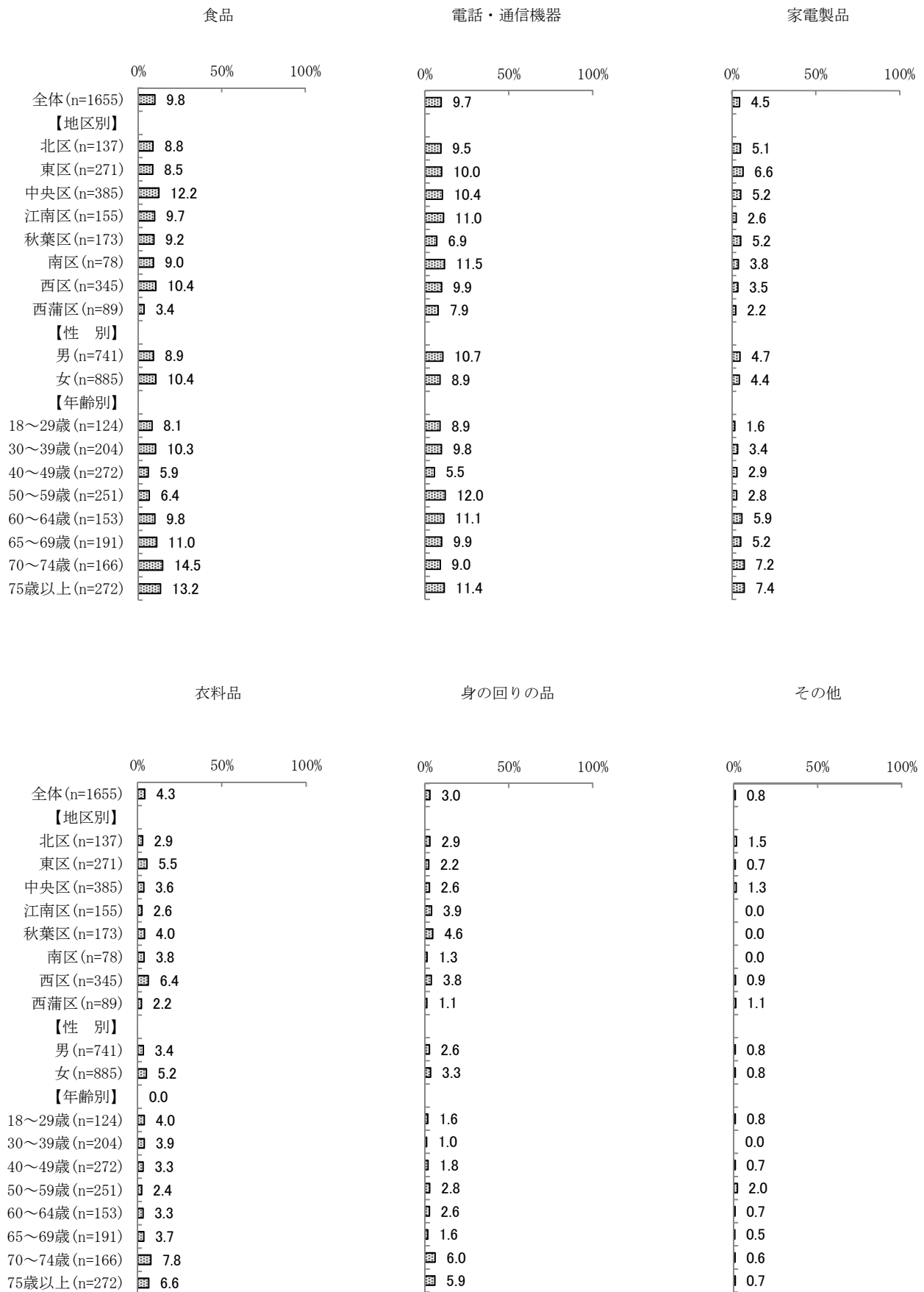
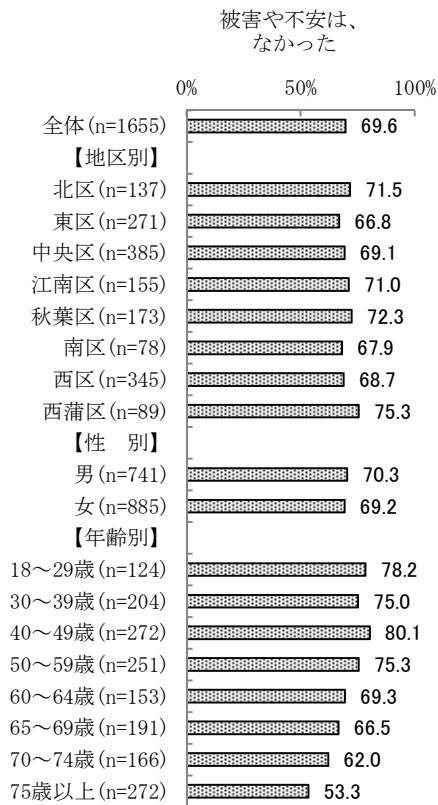


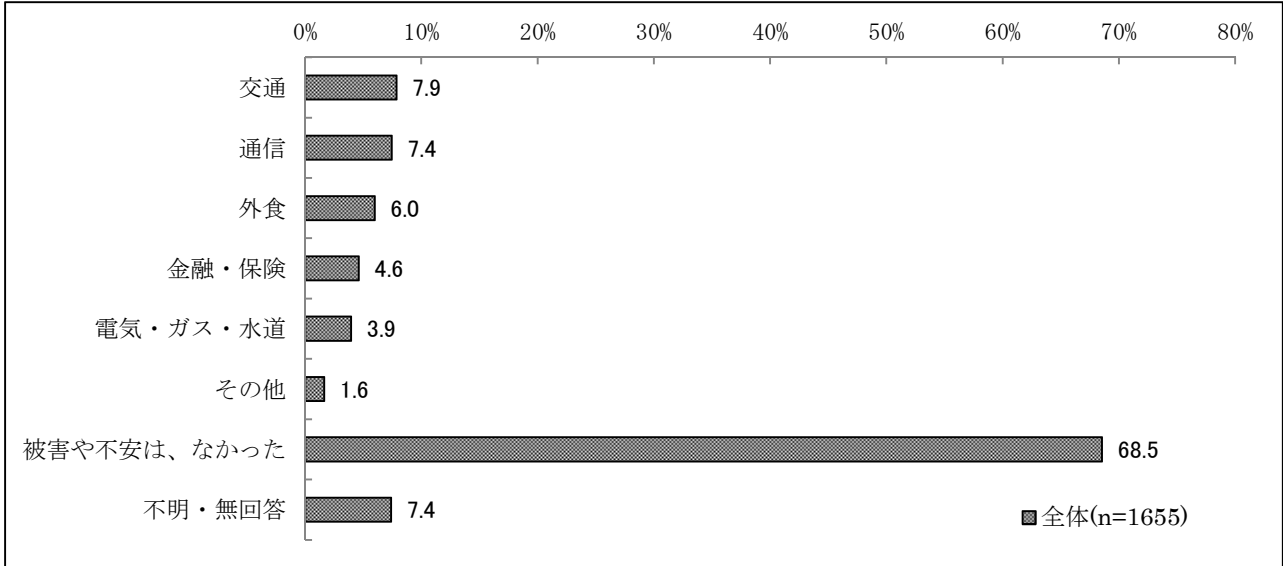
図 2-2 消費生活での不安【商品】(地区別/性別/年齢別) 2/2



### (3) 消費生活での不安【サービスについて】

問 4 あなたは、購入した商品や利用したサービスから経済的または身体的な被害を受けたことや、何らかの不安を感じたことはありますか。最近1年間（平成29年1月～平成29年12月）に購入した「商品」と利用した「サービス」別に教えてください。（〇はいくつでも）

【サービス】



— 7割弱が「被害や不安は、なかった」と回答 —

#### 【全体結果】

「被害や不安は、なかった」(68.5%)が7割弱で、最も割合が高い。被害や不安については、「交通」(7.9%)、「通信」(7.4%)、「外食」(6.0%)で5%を超え、以下順に続く。

#### 【属性別結果】(図2-3参照)

##### ①地区別

西蒲区(73.0%)、江南区(70.3%)で、「被害や不安は、なかった」が7割を超えた。被害や不安について、「交通」は西蒲区(11.2%)で1割を超えた。北区、中央区、西区は、「通信」(各8.0%、9.9%、8.4%)と答えた割合が高く、江南区は「外食」(8.4%)と答えた割合が高い。

##### ②性別

男女差はほとんどない。

##### ③年齢別

「被害や不安は、なかった」の割合は、40～49歳(78.3%)で最も高く、75歳以上(54.4%)で最も低い。概ね若年層ほど割合が高い傾向がみられる。被害や不安について、「交通」は70歳以上で割合が高く、1割を超えた。「通信」は60～64歳で割合が高く、「外食」は18～39歳で割合が高い。

図 2-3 消費生活での不安【サービス】(地区別/性別/年齢別) 1/2

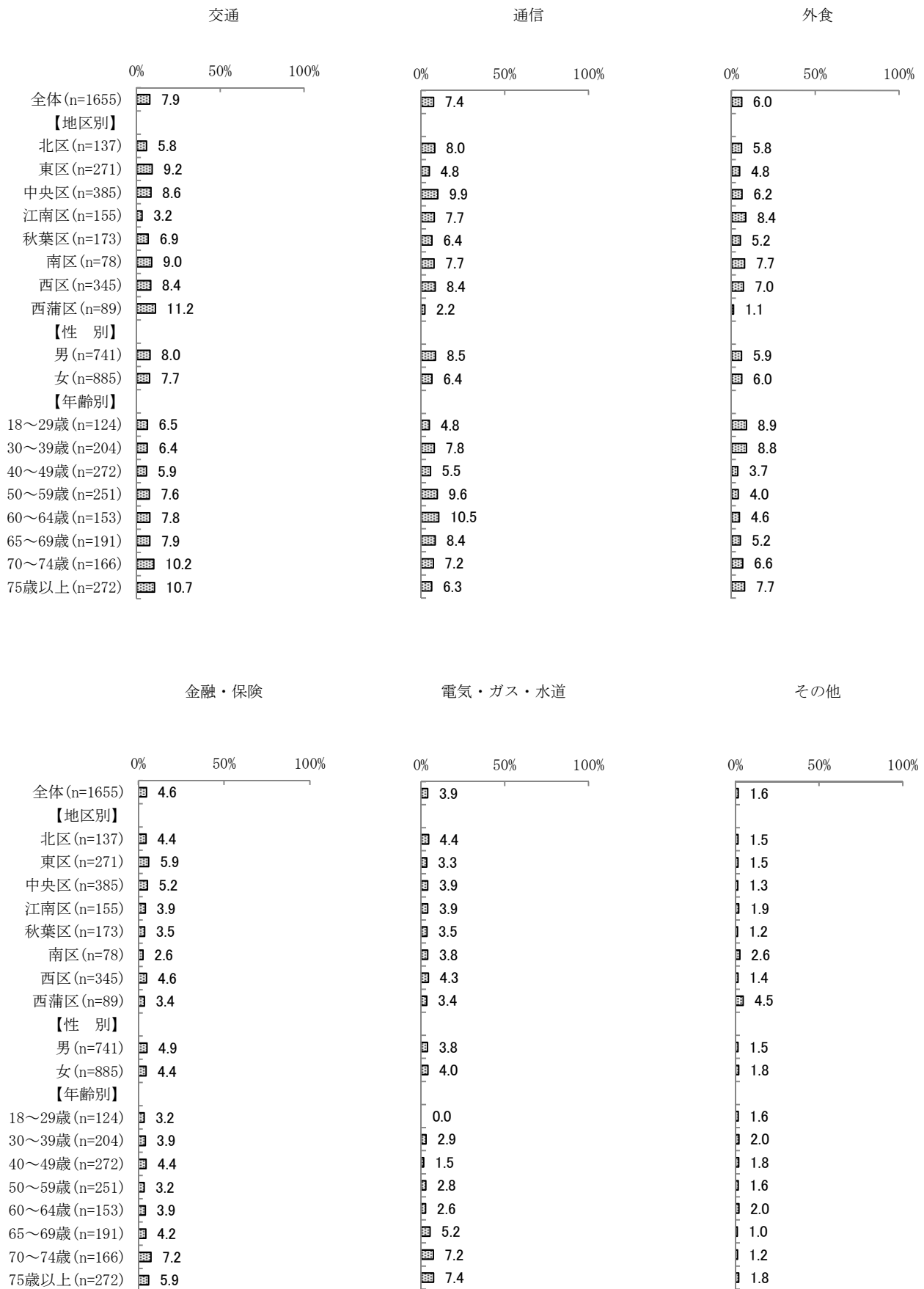
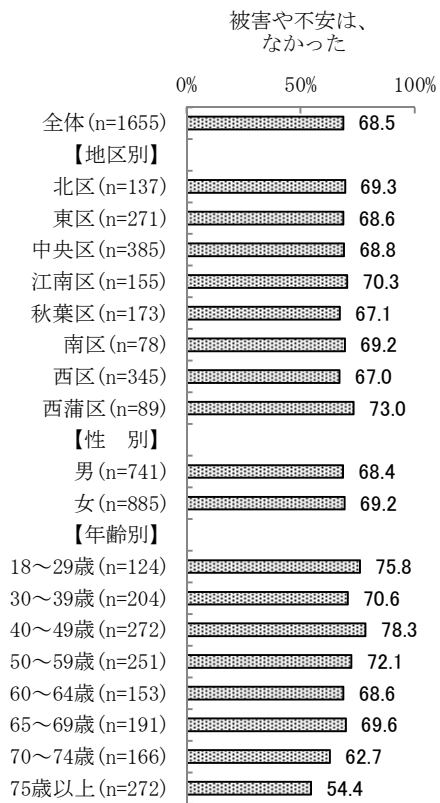


図 2-3 消費生活での不安【サービス】(地区別/性別/年齢別) 2/2

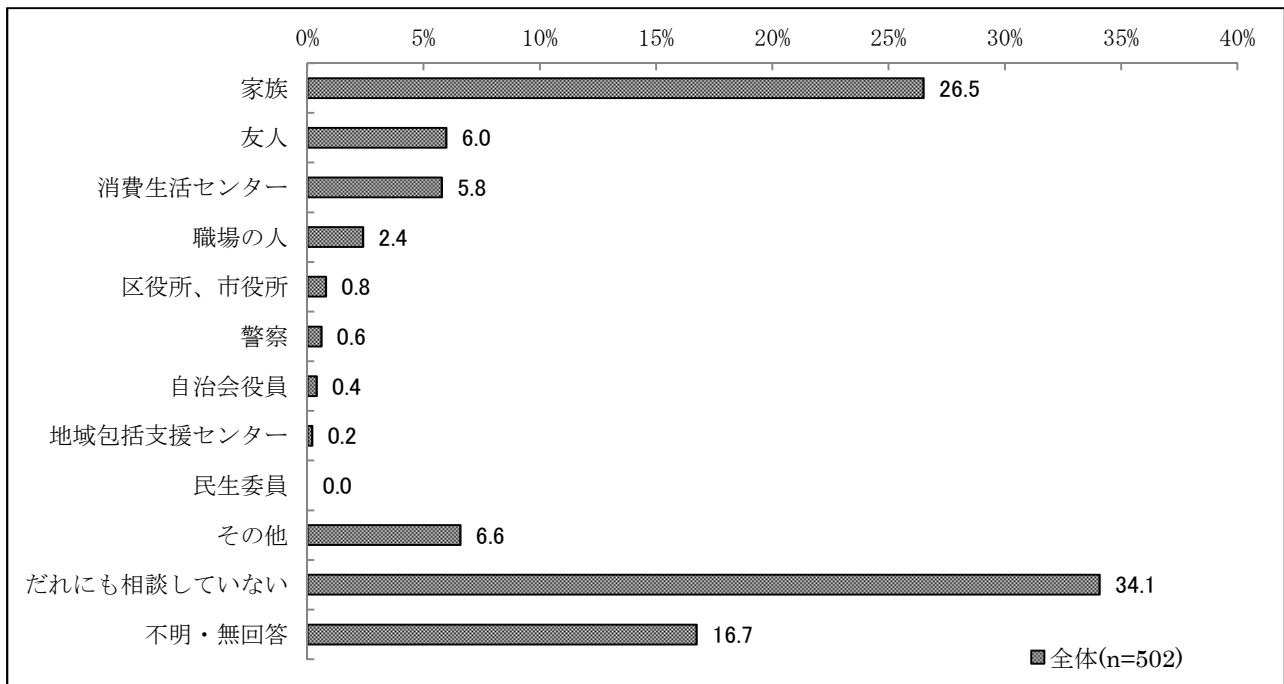




#### (4) 被害や不安の相談先

◀問4で「1~6」(被害や不安があった)と答えた方▶

問5 あなたは、購入した商品・サービスからの被害や不安を誰に相談しましたか。(○は1つだけ)



— 「だれにも相談していない」が3割以上 —

#### 【全体結果】

「だれにも相談していない」(34.1%)と答えた割合が最も高く、3割を超えた。相談先では、「家族」(26.5%)が最も割合が高く、約4人に1人の割合という結果となった。次いで「友人」(6.0%)、「消費生活センター」(5.8%)の順に続く。

#### 【属性別結果】(図2-4参照)

##### ①地区別

北区、南区を除いた地区で「だれにも相談していない」と答えた割合が最も高い。北区、南区では、「家族」(各36.4%、41.7%)と答えた割合が最も高い。

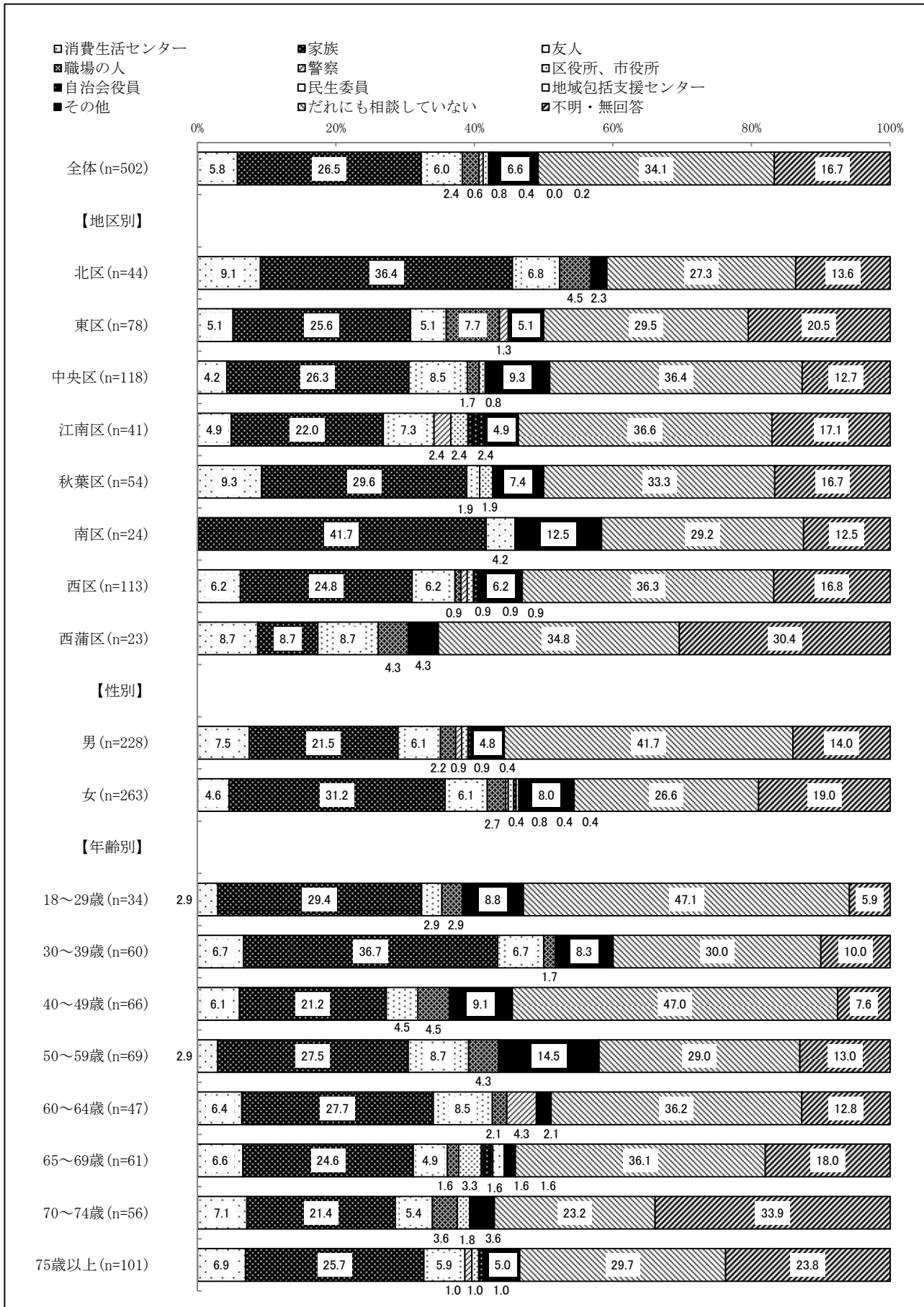
##### ②性別

「だれにも相談していない」は、女性(26.6%)より男性(41.7%)で割合が高い。女性は「家族」(31.2%)と答えた割合が最も高い。

##### ③年齢別

30~39歳を除く年齢で「だれにも相談していない」と答えた割合が最も高い。30~39歳は、「家族」(36.7%)と答えた割合が最も高い。

図 2-4 被害や不安の相談先（地区別/性別/年齢別）

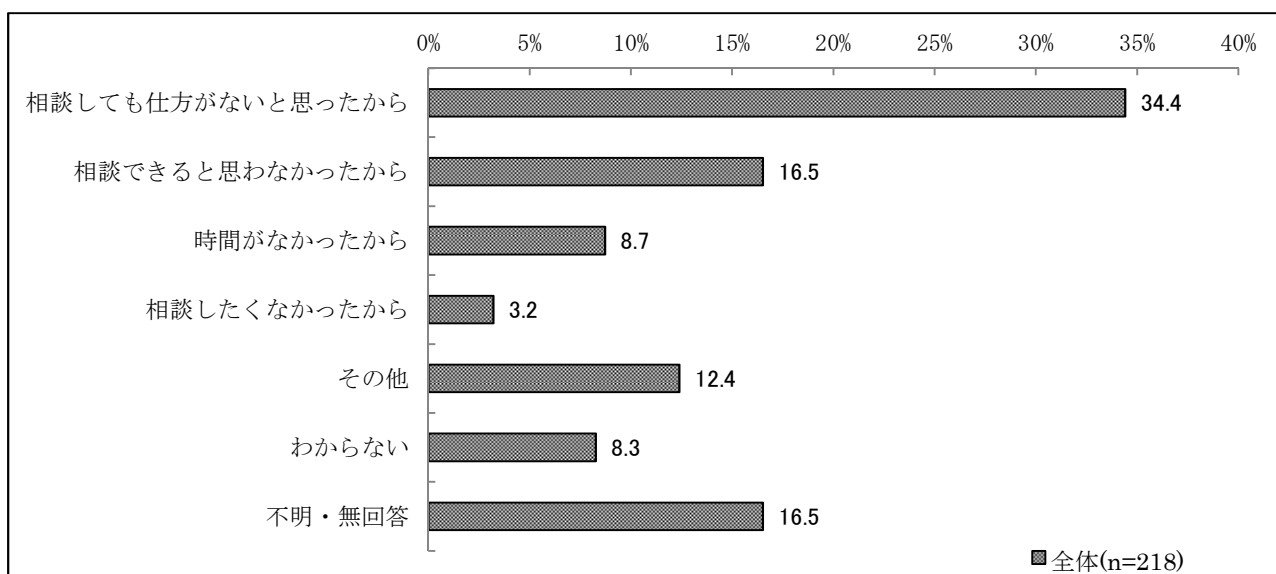


## (5) 相談しなかった理由

《問5で「2～10」（消費生活センター以外に相談した）と答えた方》

問6 あなたが消費生活センターに相談しなかった理由を教えてください。

(○は1つだけ)



— 約3割が「相談しても仕方がないと思ったから」と回答 —

### 【全体結果】

全体では、「相談しても仕方がないと思ったから」(34.4%)と答えた割合が約3割で、最も高い。次いで「相談できると思わなかったから」(16.5%)、「時間がなかったから」(8.7%)の順に続く。

### 【属性別結果】(図2-5参照)

#### ①地区別

東区を除く地区で、「相談しても仕方がないと思ったから」と回答した割合が最も高い。特に、江南区(58.8%)では約6割を占めた。東区は「相談できると思わなかったから」(31.4%)が最も割合が高い。秋葉区では、「相談しても仕方がないと思ったから」と「相談できると思わなかったから」(共に27.3%)が同じ割合となった。西蒲区では、「相談しなくなかったから」(16.7%)が他の地区と比べて突出している。

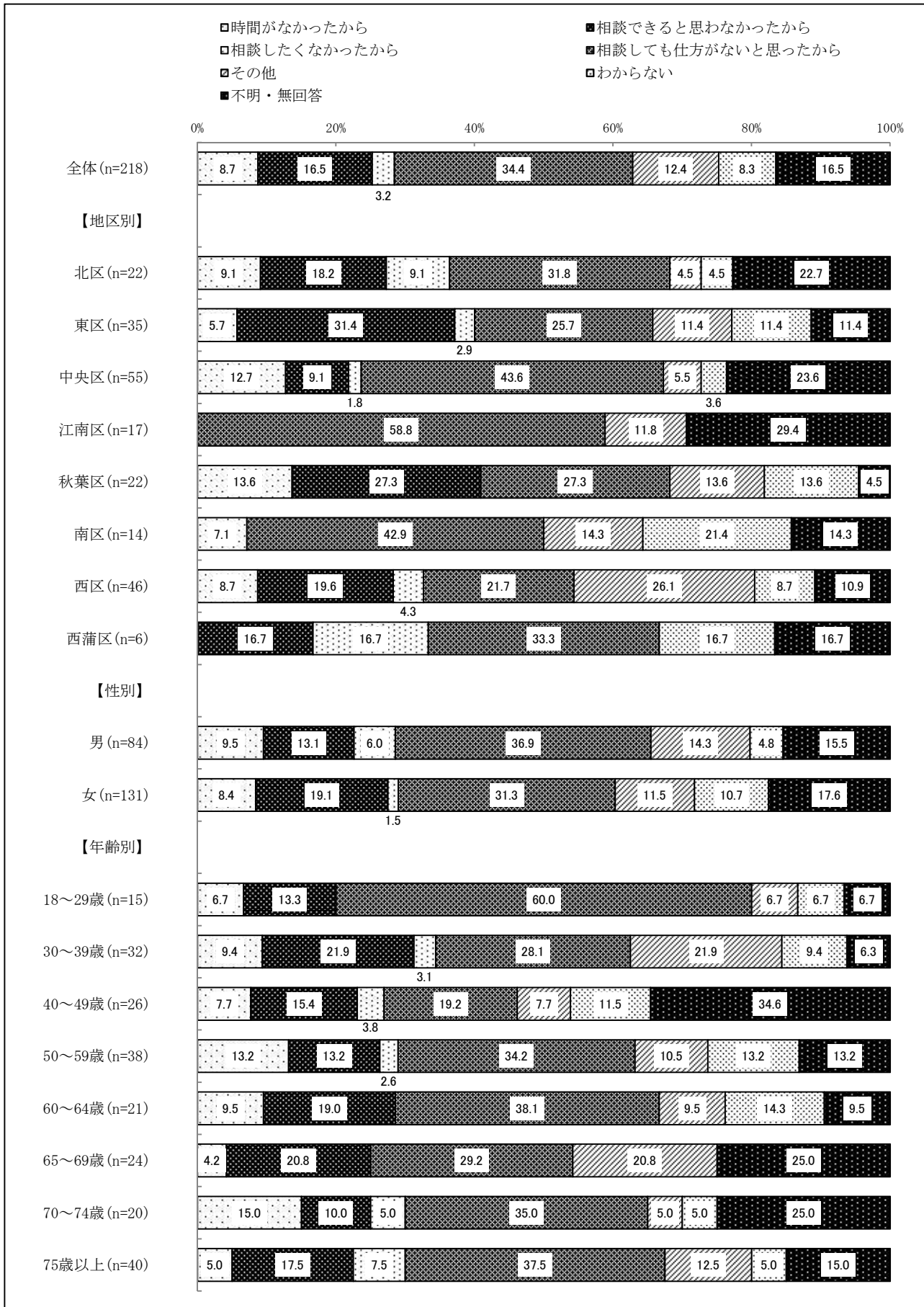
#### ②性別

「相談しても仕方がないと思ったから」は、女性(31.3%)より男性(36.9%)で割合がやや高い。一方、「相談できると思わなかったから」は女性(19.1%)で割合が高い。

#### ③年齢別

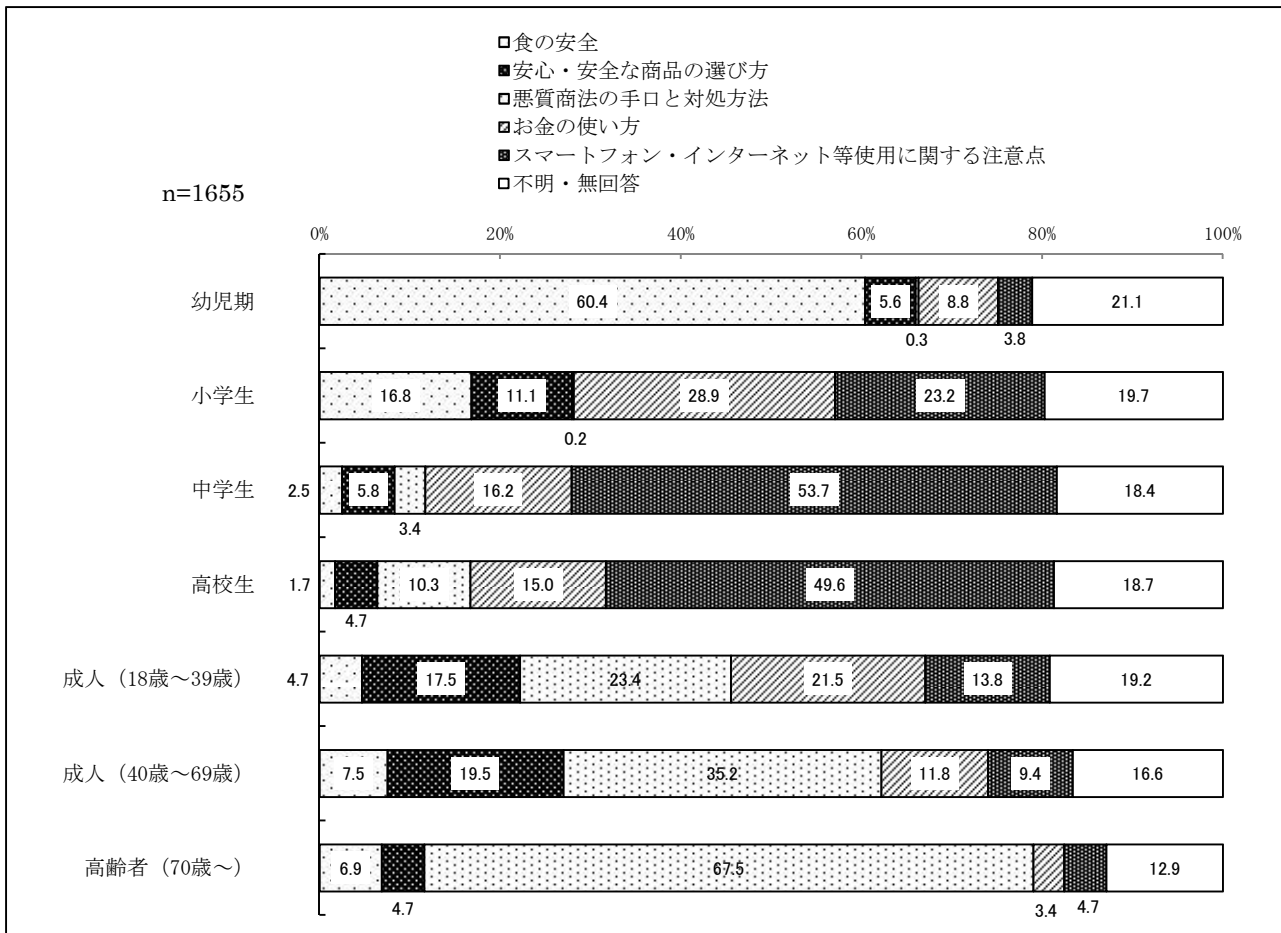
どの年齢でも「相談しても仕方がないと思ったから」と答えた割合が最も高い。特に18～29歳(60.0%)で6割を占めた。「相談できると思わなかったから」は、30～39歳(21.9%)、65～69歳(20.8%)で2割を超えた。「時間がなかったから」は50～59歳(13.2%)、70～74歳(15.0%)で割合が高い。

図 2-5 相談しなかった理由（地区別/性別/年齢別）



## (6) 消費教育活動についての考え

問7 あなたは、消費生活の被害や不安解消のために、年代別にどのような「消費者教育」活動がもっとも必要だと思いますか。(各年代それぞれに○は1つだけ)



— 幼児期の食の安全、中高生の IT 教育、高齢者の悪質商法対策の割合が高い —

### 【全体結果】

幼児期では、「食の安全」(60.4%)と答えた割合が最も高く、約6割を占めた。他の年代と比べても突出している。

小学生では、「お金の使い方」(28.9%)の割合が最も高く、「スマートフォン・インターネット等使用に関する注意点」(23.2%)と共に2割台となった。

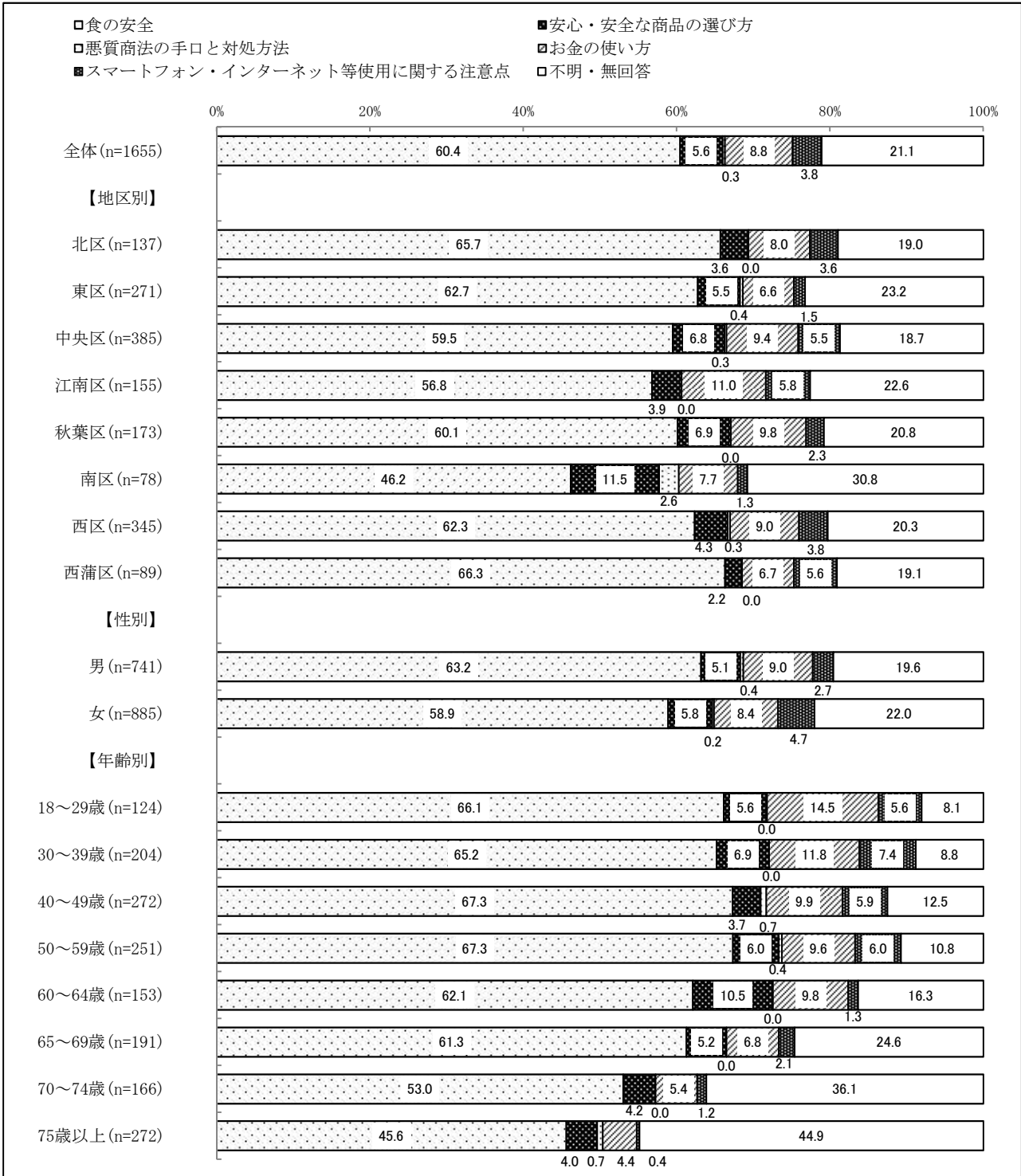
中学生、高校生では、「スマートフォン・インターネット等使用に関する注意点」(各53.7%、49.6%)の割合が最も高く、約半数を占めた。

成人(18歳～39歳)、成人(40歳～69歳)、高齢者(70歳～)では、「悪質商法の手口と対処方法」の割合が最も高い。特に高齢者(70歳～)(67.5%)では、約7割を占めた。成人(18歳～39歳)では、「お金の使い方」(21.5%)の割合が、成人(40歳～69歳)では、「安心・安全な商品の選び方」の割合が、次いで高く、共に約2割を占めた。

### 【属性別結果】

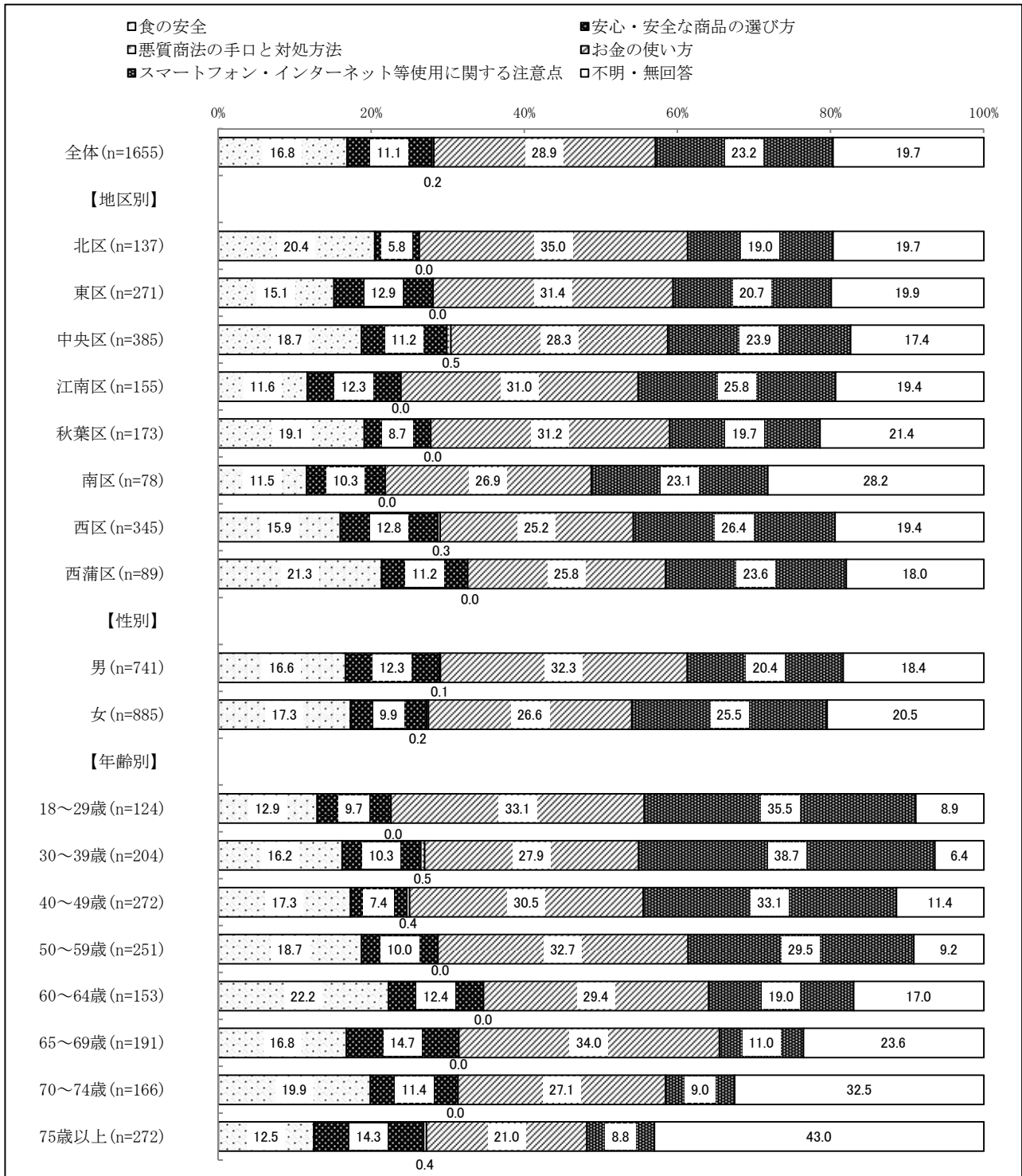
次ページ以降に項目ごとの地区別・性別・年齢別の集計結果をまとめた。

①幼児期



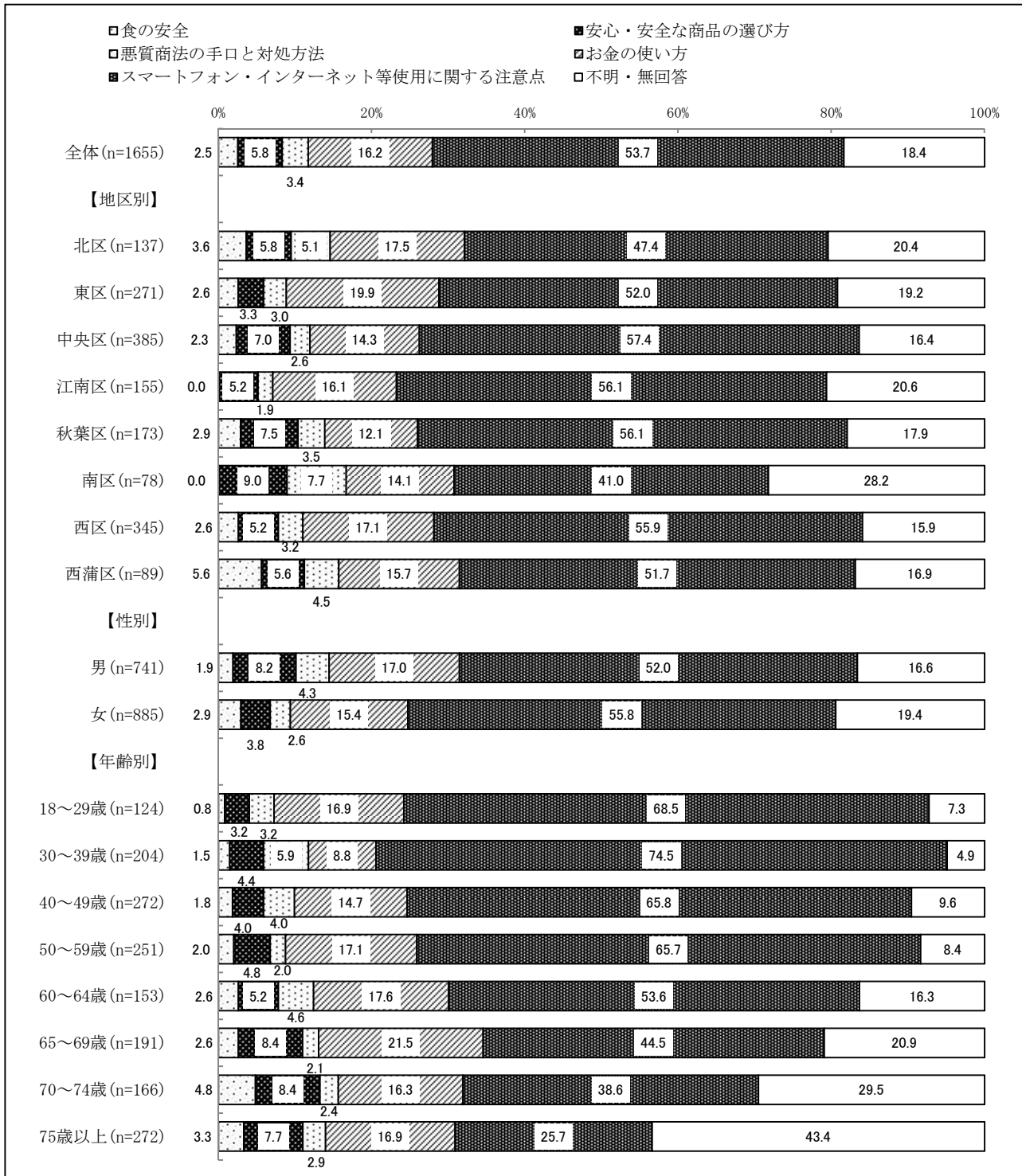
「食の安全」は、地区別では北区（65.7%）、西蒲区（66.3%）でやや割合が高い。性別では、女性（58.9%）と比べて男性（63.2%）で割合が高い。年齢別では、40代、50代（共に67.3%）で最も高い。

## ②小学生



地区別では、北区、西区を除く地区で、「お金の使い方」「スマートフォン・インターネット等使用に関する注意点」の順に割合が高い。北区では、「お金の使い方」(35.0%)に次いで「食の安全」(20.4%)の割合が高く、西区では、「スマートフォン・インターネット等使用に関する注意点」(26.4%)の割合が最も高い結果となった。性別では、男女とも「お金の使い方」(各 32.3%、26.6%)の割合が最も高く、特に女性と比べて男性で割合が高い。年齢別では、18～49歳は「スマートフォン・インターネット等使用に関する注意点」の割合が最も高く、50歳以上は「お金の使い方」の割合が最も高い結果となった。

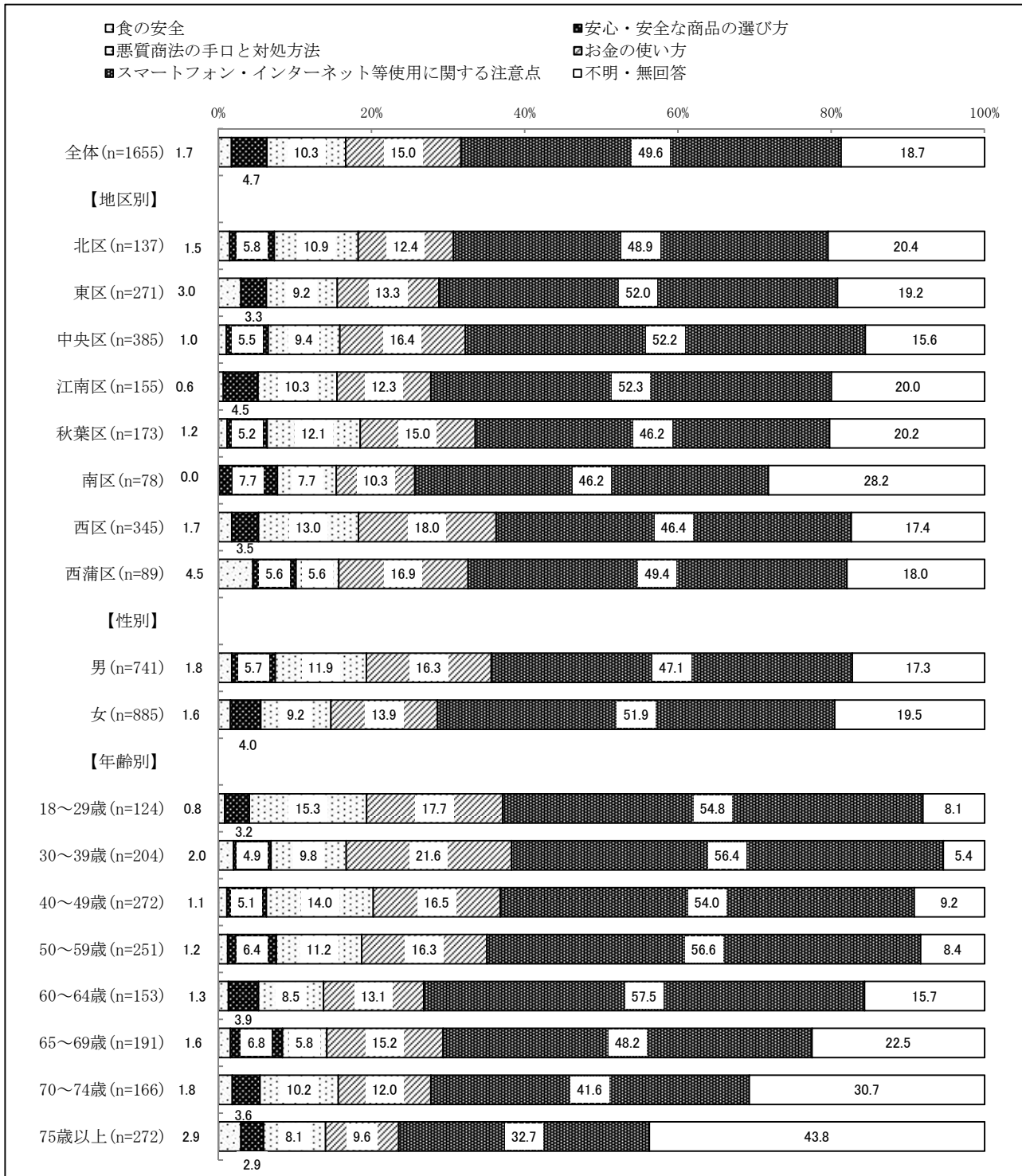
### ③中学生



全ての項目で「スマートフォン・インターネット等使用に関する注意点」の割合が最も高い。地区別では、最も割合が高い地区は中央区（57.4%）で6割弱、最も低い地区は南区（41.0%）で4割強という結果となった。性別では、男性（52.0%）と比べて女性（55.8%）で割合が高い。年齢別では、最も割合が高い年齢は30～39歳（74.5%）で約7割半ば、最も低い年齢は75歳以上（25.7%）という結果となった。

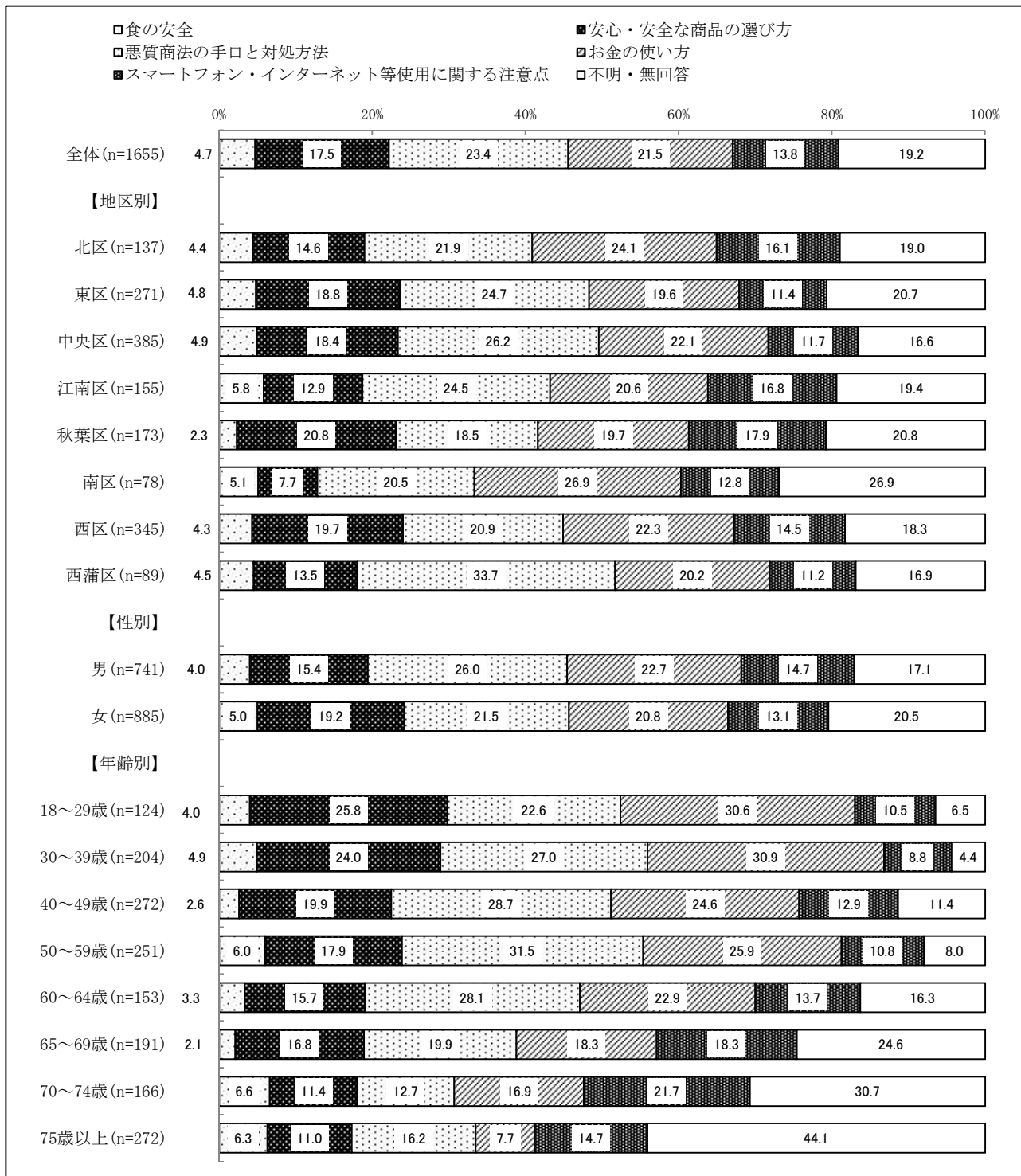


#### ④高校生



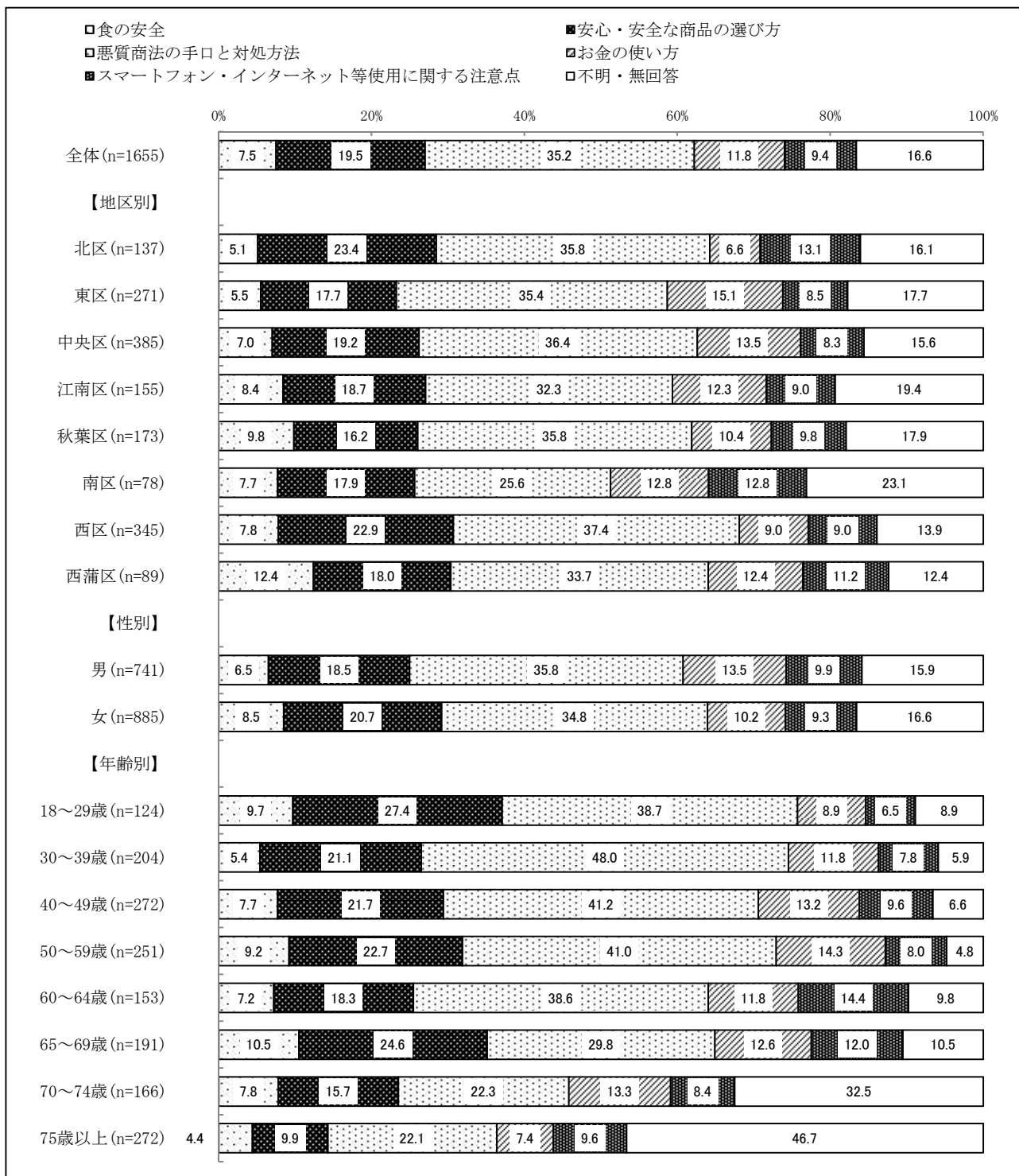
全ての項目で「スマートフォン・インターネット等使用に関する注意点」の割合が最も高い。地区別では、最も割合が高い地区は江南区（52.3%）で、最も低い地区は秋葉区、南区（共に46.2%）で、地区による差はそれほど大きくない結果となった。性別では、男性（47.1%）と比べて女性（51.9%）で割合が高い。年齢別では、60～64歳（57.5%）で最も高く、64歳以下で5割を超えた。30歳～39歳では、「お金の使い方」（21.6%）が2割を超えた。

⑤成人（18歳～39歳）



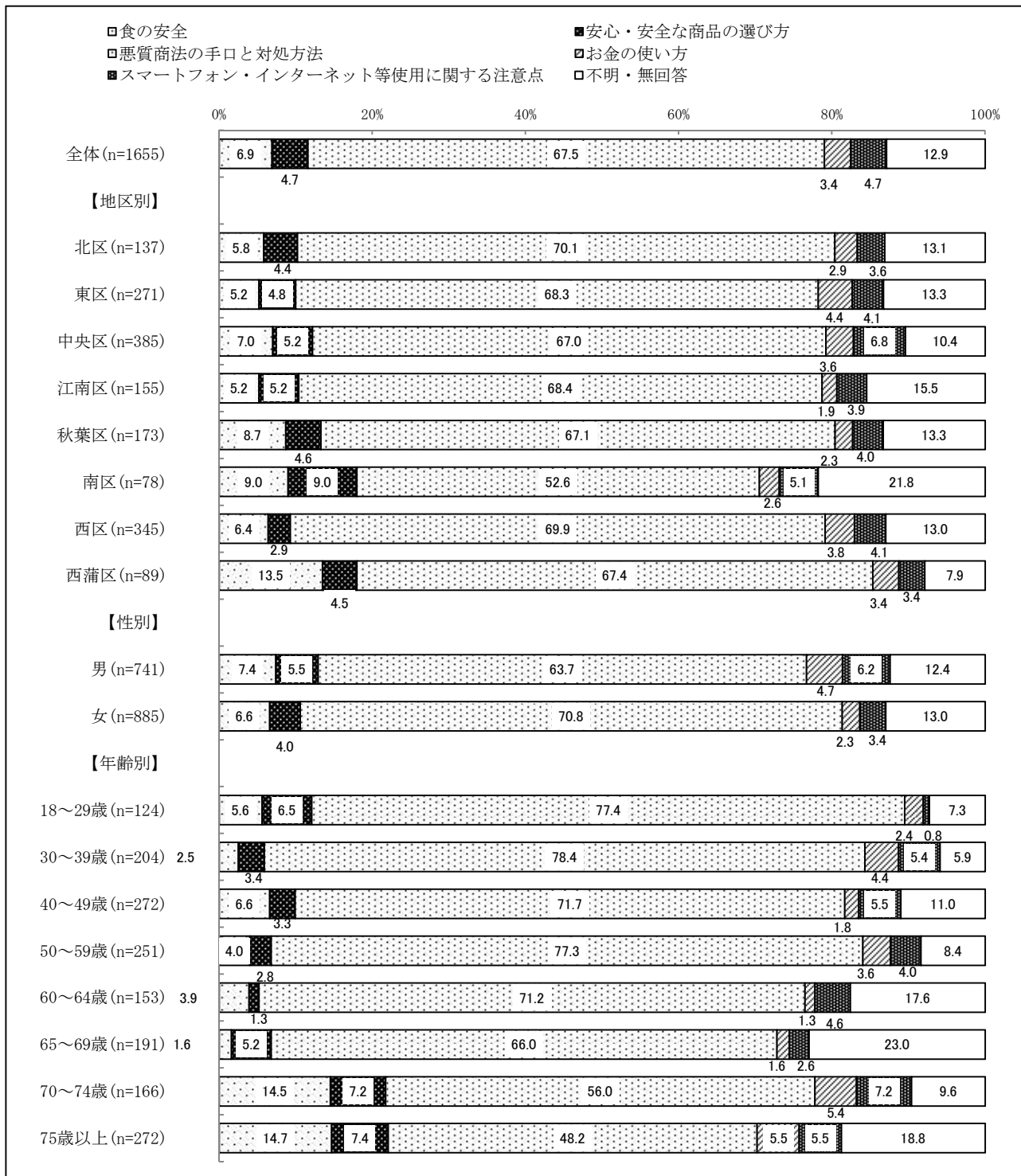
多くの項目で「悪質商法の手口と対処方法」の割合が最も高い。地区別では、特に西蒲区で「悪質商法の手口と対処方法」(33.7%)の割合が高く、3割を超えた。北区、南区、西区は、「お金の使い方」(各24.1%、26.9%、22.3%)の割合が最も高い。性別では、「悪質商法の手口と対処方法」の割合が、女性(21.5%)と比べて男性(26.0%)で高い。年齢別では、40～69歳、75歳以上で、「悪質商法の手口と対処方法」の割合が最も高く、18～39歳では「お金の使い方」、70～74歳では「スマートフォン・インターネット等使用に関する注意点」の割合が最も高い。若年層ほど、「安心・安全な商品の選び方」の割合が高い傾向がみられる。

⑥成人（40歳～69歳）



全ての項目で「悪質商法の手口と対処方法」と答えた割合が最も高い。地区別では、「悪質商法の手口と対処方法」の割合が西区（37.4%）で最も高く、南区（25.6%）を除く地区で3割を超えた。性別では、あまり差がない。年齢別では、「悪質商法の手口と対処方法」の割合が30～39歳（48.0%）で最も高く、75歳以上（22.1%）で最も低い。18～59歳、65～69歳で、「安心・安全な商品の選び方」の割合が2割を超えた。

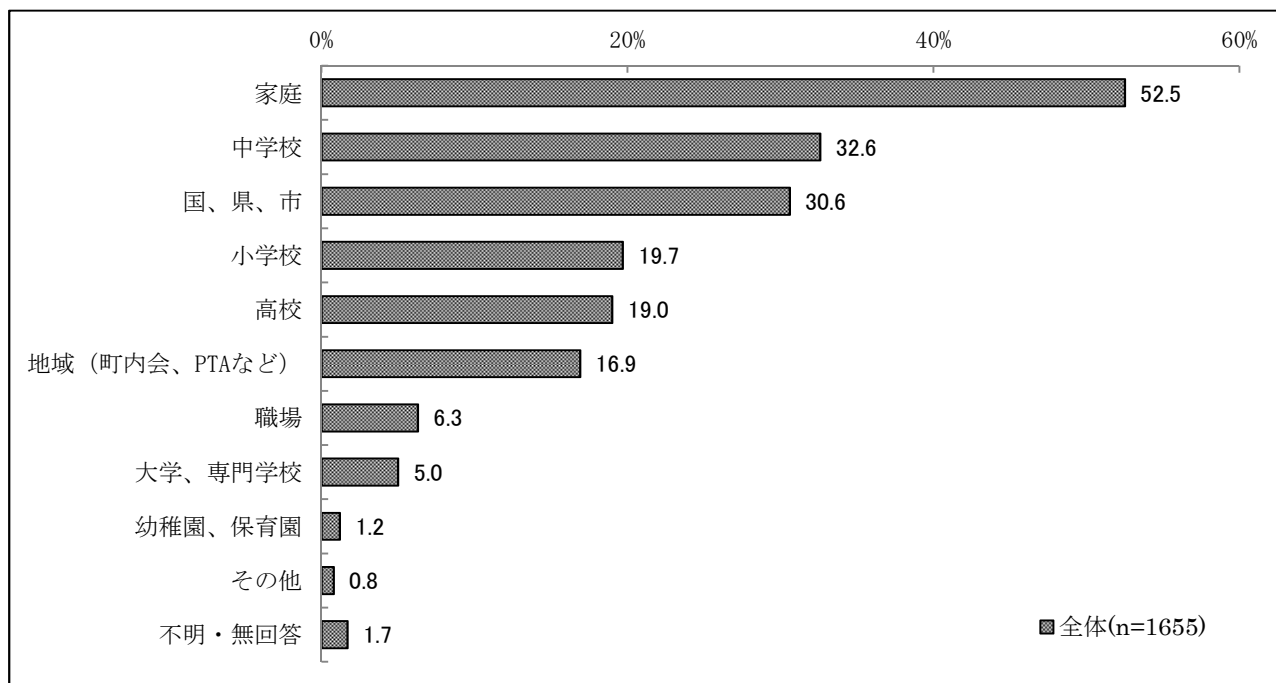
⑦高齢者（70歳～）



すべての項目で「悪質商法の手口と対処方法」の割合が最も高く、ほとんどの項目で半数以上を占めた。地区別では、「悪質商法の手口と対処方法」の割合が北区（70.1%）で最も高く、南区（52.6%）を除く地区で6割を超えた。西蒲区では「食の安全」（13.5%）が1割を超え、他の地区と比べて、割合がやや高い。性別では、「悪質商法の手口と対処方法」の割合が男性（63.7%）と比べて女性（70.8%）で高い。年齢別では、「悪質商法の手口と対処方法」の割合が30～39歳（78.4%）で最も高く、64歳以下の年齢で7割を超えた。70～74歳、75歳以上では「食の安全」（各14.5%、14.7%）が、他の年齢と比べて割合が高い。

## (7) 消費者教育の場

問8 あなたが消費者教育を行う場として重要だと思うものはどれですか。  
(○は2つまで)



— 「家庭」が半数以上 —

### 【全体結果】

「家庭」(52.5%)の割合が5割を超え、最も割合が高い。以降、「中学校」(32.6%)、「国、県、市」(30.6%)で3割強、「小学校」(19.7%)、「高校」(19.0%)が2割弱で、以下順に続く。

### 【属性別結果】(図2-6参照)

#### ①地区別

「家庭」の割合は西区(56.5%)で最も高く、東区(48.3%)、江南区(49.0%)を除く地区で5割を超えた。次いで「中学校」の割合が、北区、中央区、西蒲区を除く地区で高い。北区、南区、西蒲区は、「家庭」に次いで、「国、県、市」(各40.9%、37.2%、32.6%)と回答した割合が高い。

#### ②性別

男女差はほとんどない。

#### ③年齢別

「家庭」「国、県、市」は、概ね高齢層ほど割合が高い傾向がみられる。一方、「中学校」「小学校」「高校」は、概ね若年層ほど割合が高い傾向がみられる。30～39歳では、「中学校」(46.6%)と答えた割合が最も高く、18～29歳では、「家庭」(44.4%)と共に「中学校」(44.4%)と答えた割合が最も高い。

図 2-6 消費者教育の場（地区別/性別/年齢別） 1/2

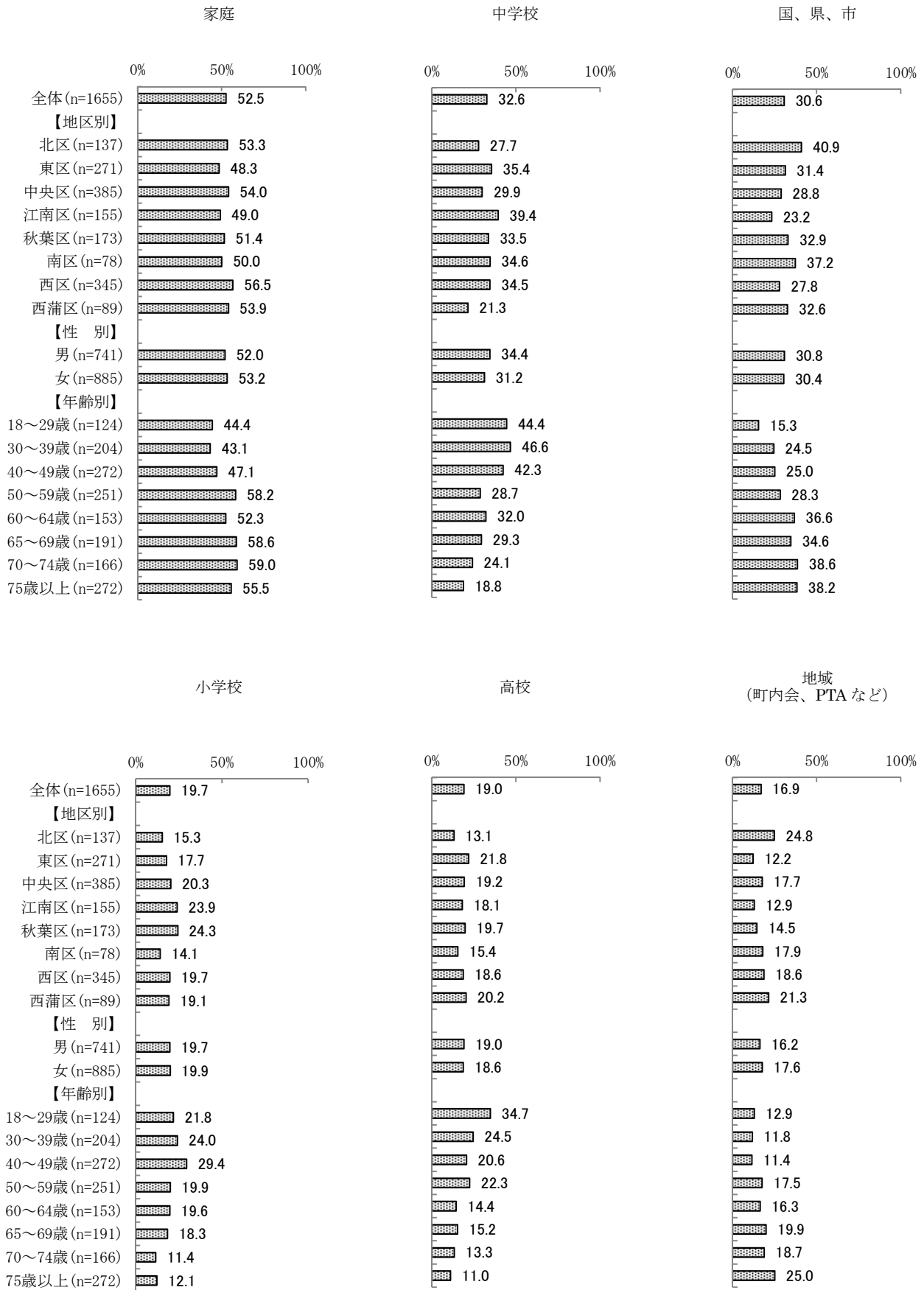
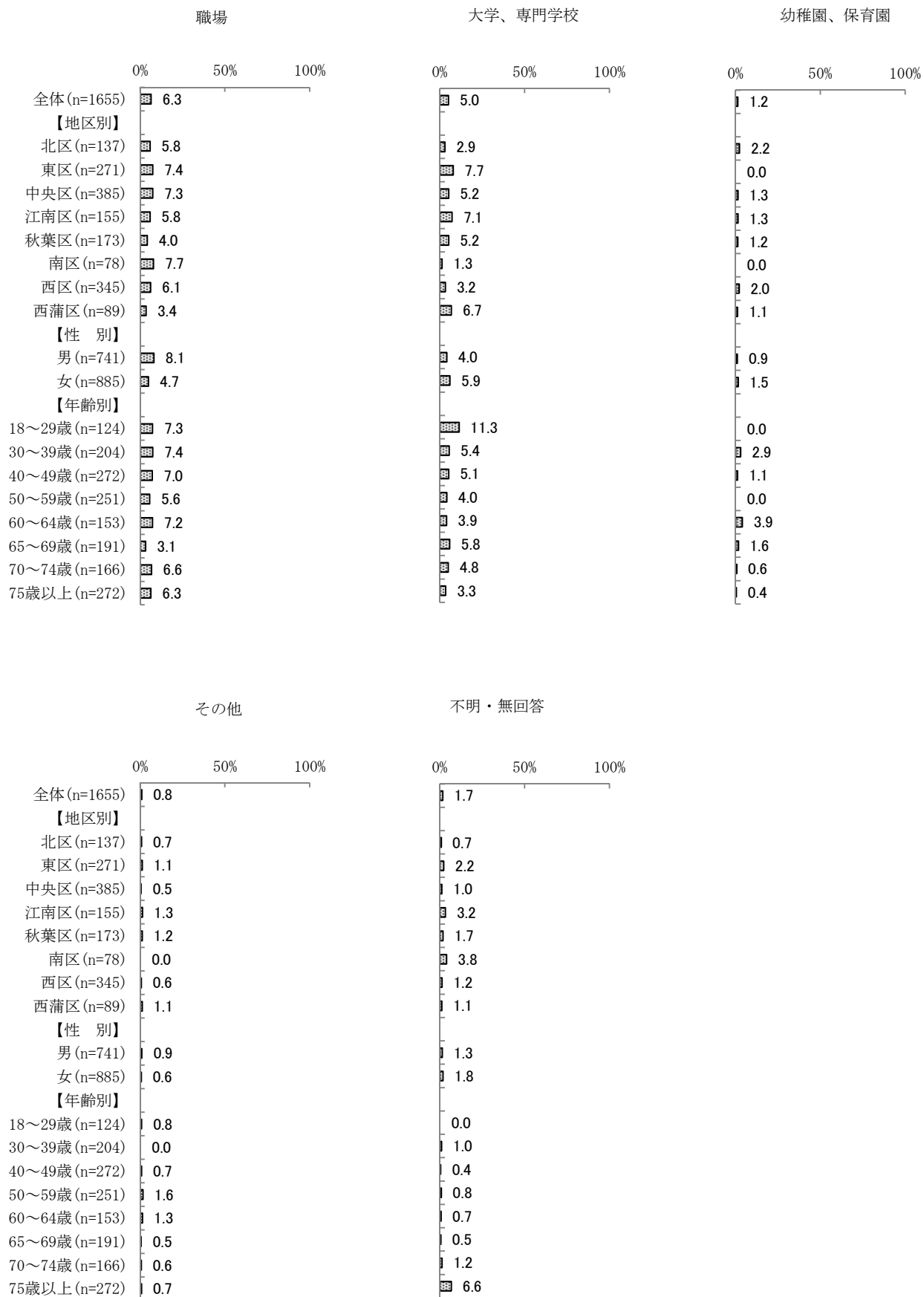


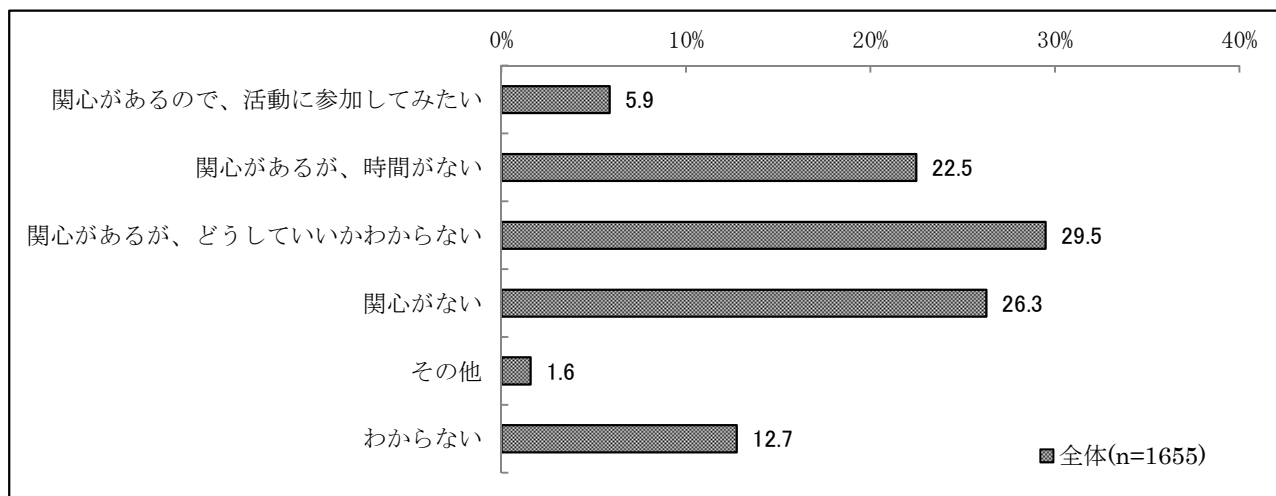
図 2-6 消費者教育の場（地区別/性別/年齢別） 2/2



## (8) 消費教育活動への関心

問9 あなたは、地域等における消費者教育活動に関心がありますか。

(○は1つだけ)



— 6割弱が「関心がある」と回答 —

### 【全体結果】

「関心があるので、活動に参加してみたい」が5.9%、「関心があるが、時間がない」が22.5%、「関心があるが、どうしていいかわからない」が29.5%という結果となり、合わせた『関心がある（以下同様）』（57.8%）の割合は、6割弱となった。

一方、「関心がない」は26.3%で、約4人に1人の割合となった。

### 【属性別結果】（図2-7参照）

#### ①地区別

すべての地区で、『関心がある』は半数を超え、北区（62.8%）、中央区（60.0%）、南区（60.3%）、西蒲区（62.9%）で6割を超えた。秋葉区、南区では、「関心があるので、活動に参加してみたい」（各9.2%、9.0%）の割合が、他の地区と比べてやや高い。西蒲区では「関心があるが、どうしていいかわからない」（40.4%）が4割を超えた。

#### ②性別

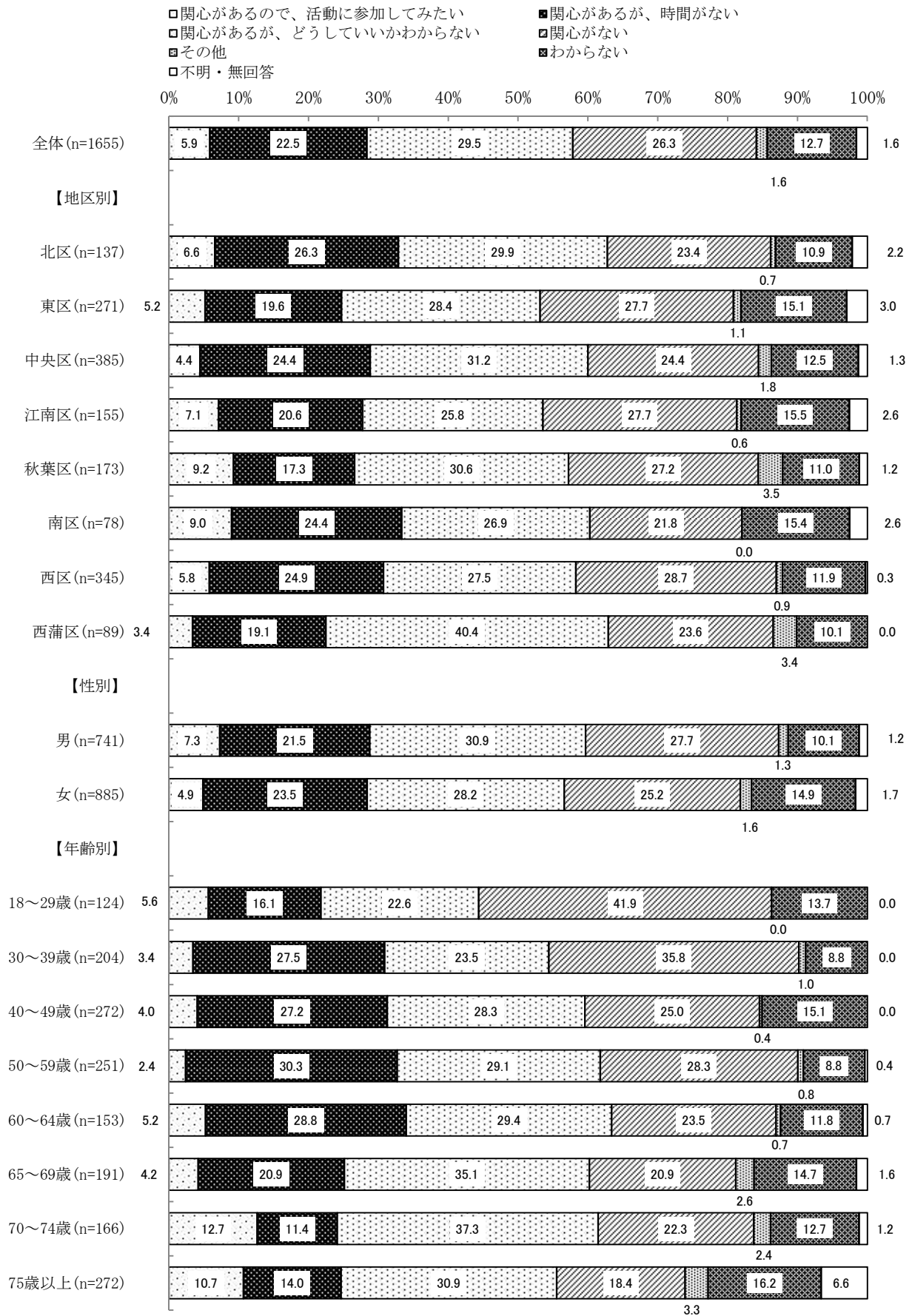
「関心があるので、活動に参加してみたい」の割合は、女性（4.9%）と比べて男性（7.3%）でやや高い。一方、男性は「関心がない」（27.7%）も女性（25.2%）と比べてやや高い。

#### ③年齢別

『関心がある』の割合は、50～74歳で6割を超えた。「関心があるので、活動に参加してみたい」は70～74歳（12.7%）、75歳以上（10.7%）で1割を超え、他の年齢と比べて割合が高い。概ね、「関心があるが、どうしていいかわからない」は高齢層ほど割合が高く、「関心がない」は若年層ほど割合が高い傾向がみられる。

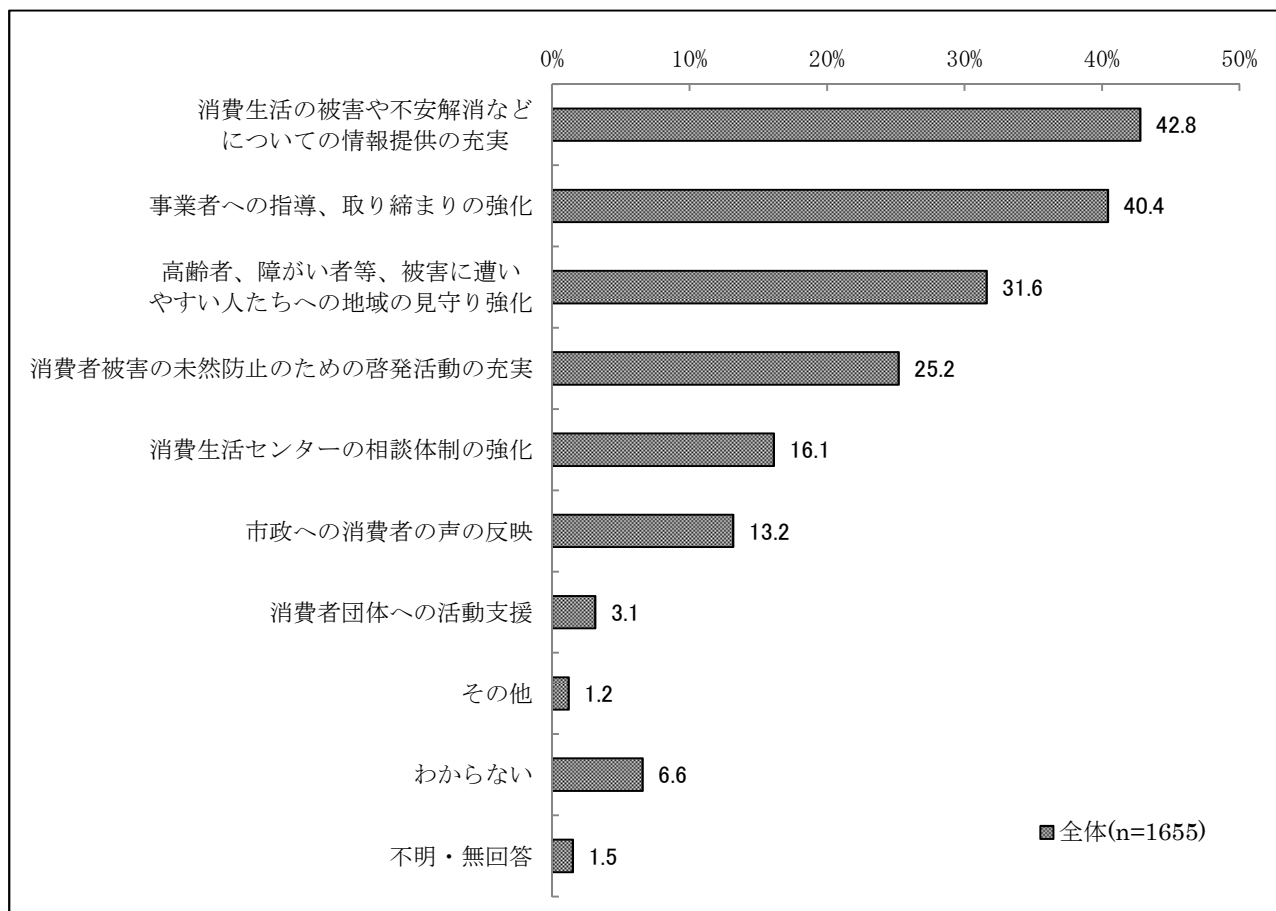


図 2-7 消費教育活動への関心（地区別/性別/年齢別）



## (9) 消費生活での市への期待

問10 あなたは、消費生活の安定や向上のために、市にどのような取り組みを期待していますか。  
(〇は2つまで)



— 「消費生活の被害や不安解消などについての情報提供の充実」が4割強でトップ —

### 【全体結果】

「消費生活の被害や不安解消などについての情報提供の充実」(42.8%)の割合が最も高い。次いで「事業者への指導、取り締まりの強化」(40.4%)が約4割、「高齢者、障がい者等、被害に遭いやすい人たちへの地域の見守り強化」(31.6%)が約3割、「消費者被害の未然防止のための啓発活動の充実」(25.2%)が2割半ばで、以下順に続く。

## 【属性別結果】（図 2-8 参照）

### ①地区別

北区、南区、西区を除き、「消費生活の被害や不安解消などについての情報提供の充実」の割合が最も高い。北区、西区は、「事業者への指導、取り締まりの強化」（各 43.8%、42.9%）の割合が最も高く、南区は、「高齢者、障がい者等、被害に遭いやすい人たちへの地域の見守り強化」（42.3%）の割合が最も高い。

### ②性別

男女とも、「消費生活の被害や不安解消などについての情報提供の充実」（共に 43.2%）、「事業者への指導、取り締まりの強化」（各 42.0%、39.1%）の割合が高く、約 4 割を占める。男性は「消費生活センターの相談体制の強化」（19.3%）の割合が女性（13.7%）より高い。一方、女性は「高齢者、障がい者等、被害に遭いやすい人たちへの地域の見守り強化」（34.9%）と回答した割合が男性（27.0%）より高い。

### ③年齢別

40 歳以上で、「消費生活の被害や不安解消などについての情報提供の充実」と答えた割合が最も高い。18～29 歳、30～39 歳では「事業者への指導、取り締まりの強化」（各 47.6%、52.5%）の割合が最も高い。40～49 歳は「消費生活の被害や不安解消などについての情報提供の充実」（44.9%）と「事業者への指導、取り締まりの強化」（44.9%）の割合が共に最も高い結果となった。「高齢者、障がい者等、被害に遭いやすい人たちへの地域の見守り強化」は 75 歳以上（37.5%）で、他の年代と比べて割合が高い。

図 2-8 消費生活での市への期待（地区別/性別/年齢別） 1/2

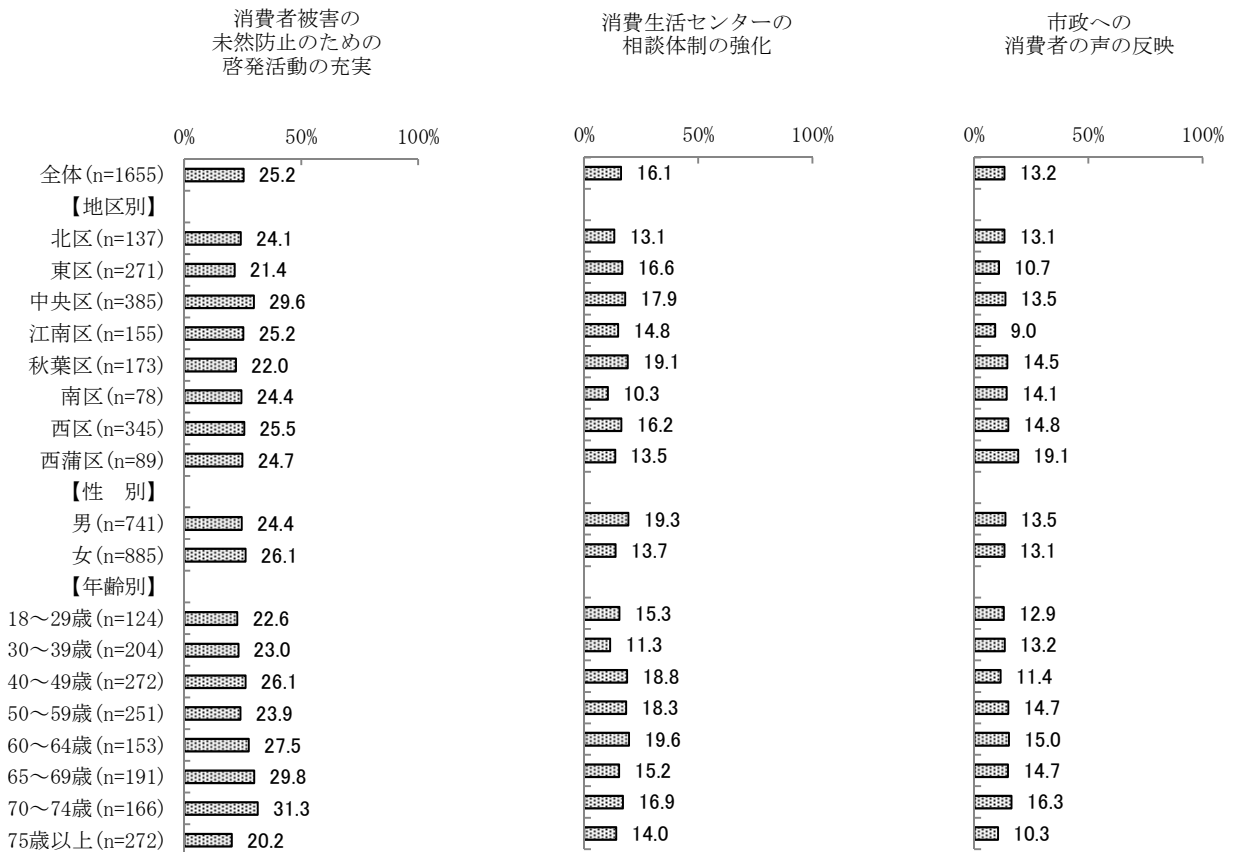
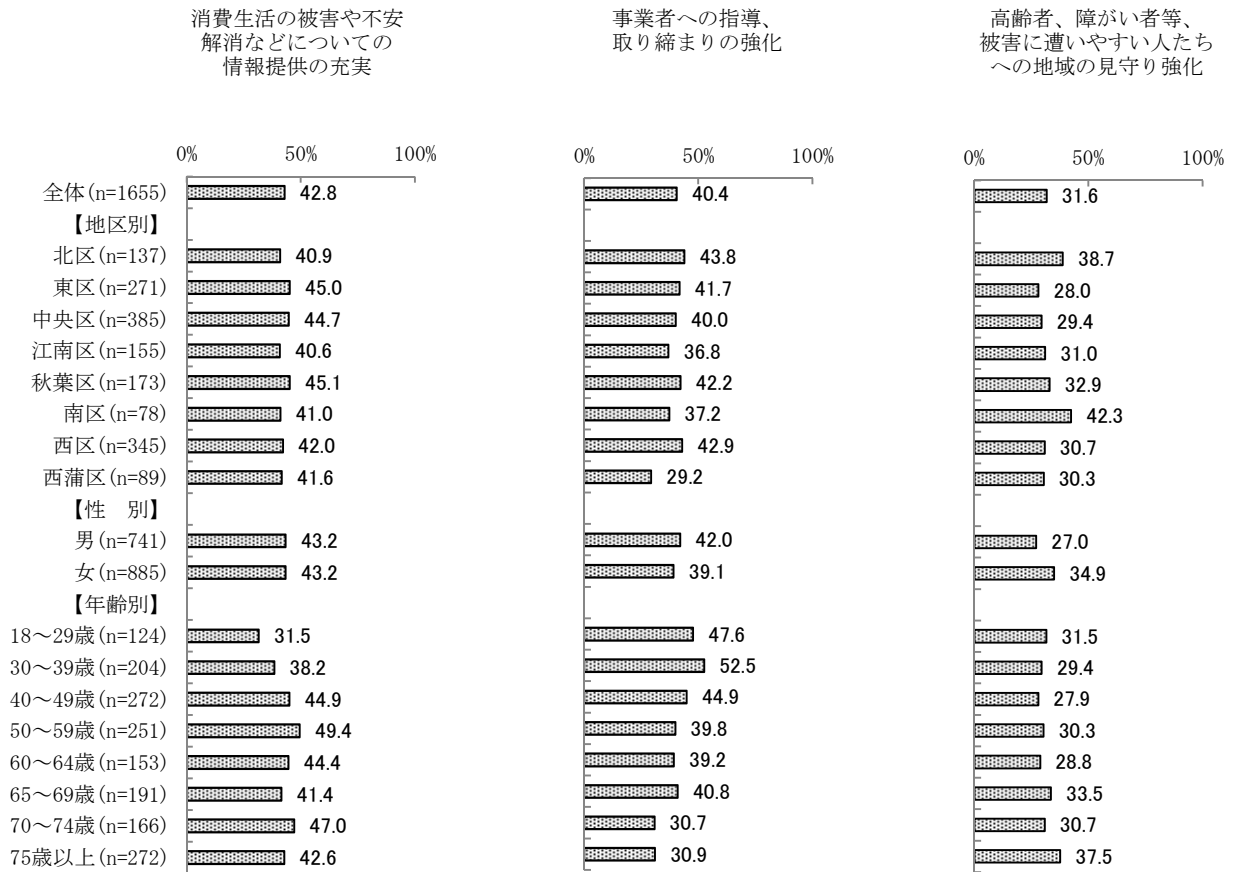
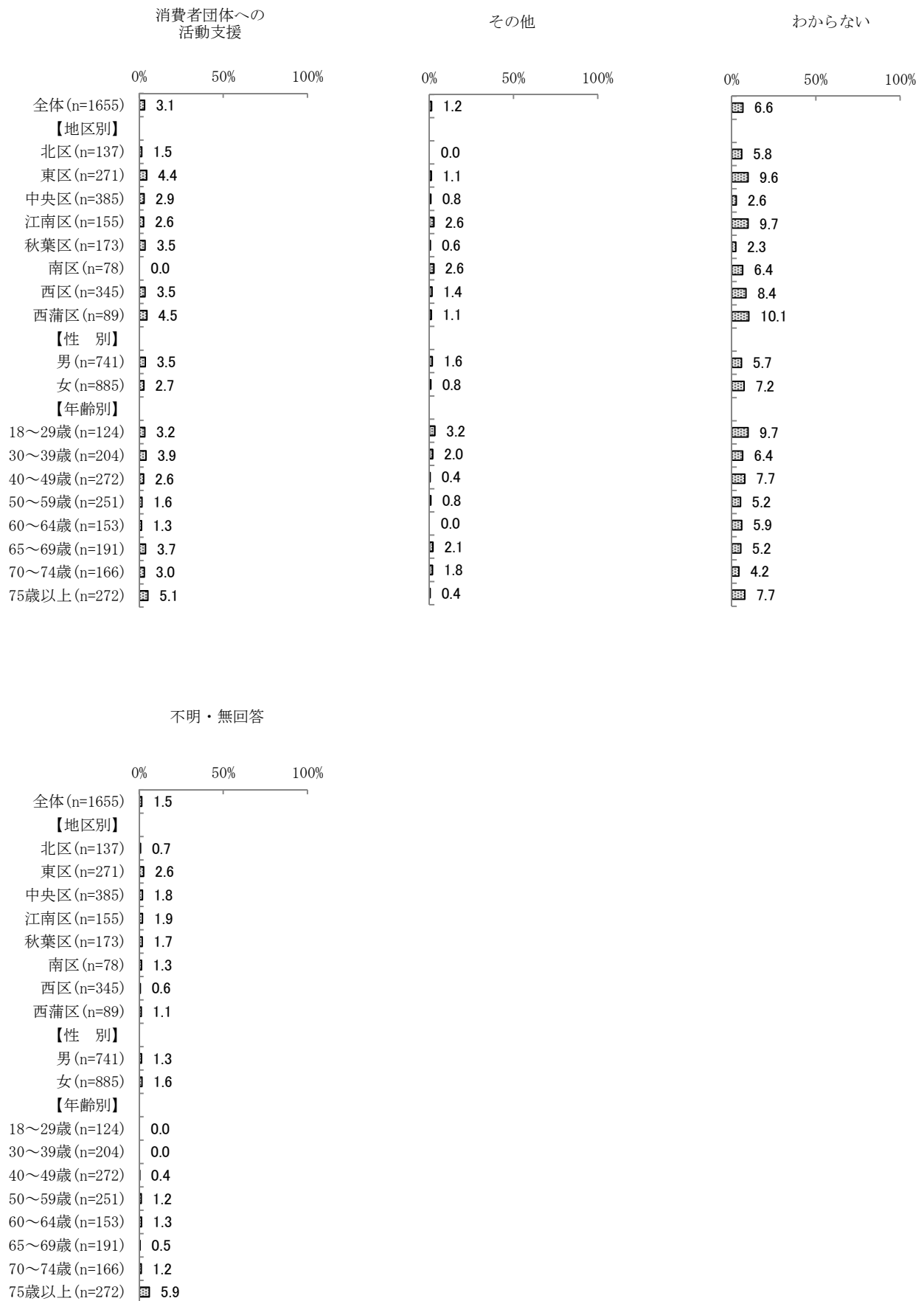
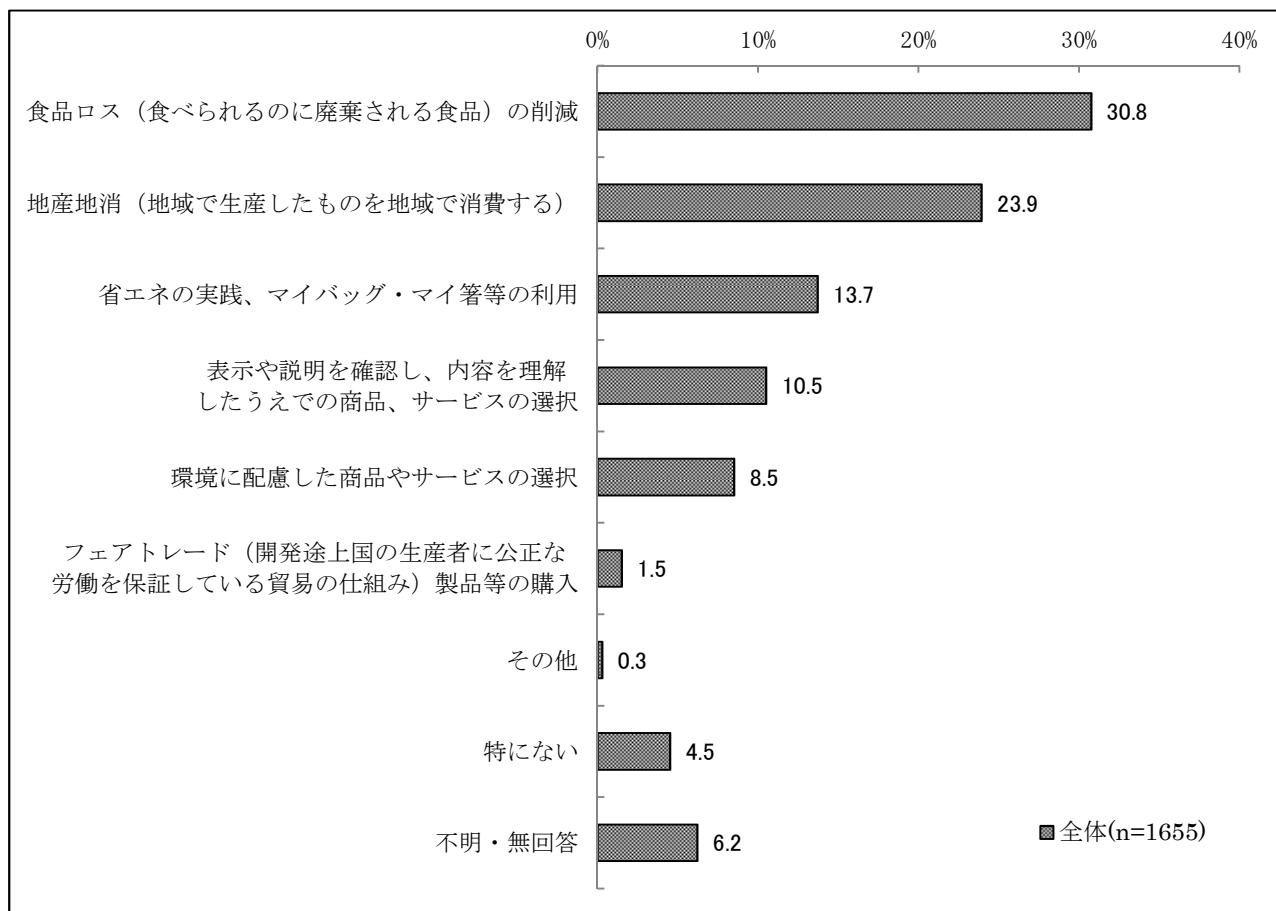


図 2-8 消費生活での市への期待（地区別/性別/年齢別） 2/2



## (10) 消費行動への心がけ

問 11 あなたが、今後心がけたいと思う消費行動はありますか。  
(○は1つだけ)



— 「食品ロスの削減」が約3割でトップ。食に関する上位2項目が半数以上を占める —

### 【全体結果】

「食品ロスの削減」(30.8%)の割合が最も高く約3割、次いで「地産地消」(23.9%)が2割強、「省エネの実践、マイバッグ・マイ箸等の利用」(13.7%)、「表示や説明を確認し、内容を理解したうえでの商品、サービスの選択」(10.5%)が1割台で、以下順に続く。食に関する2項目が5割以上を占めた。一方、「特にない」は5%未満にとどまった。

## 【属性別結果】（図 2-9 参照）

### ①地区別

西蒲区を除く地区で「食品ロスの削減」の割合が最も高く、特に秋葉区（38.2%）では約4割を占め、他の地区と比べて、割合が高い。西蒲区では「地産地消」（32.6%）の割合が最も高く3割を超えた。また、西蒲区は「表示や説明を確認し、内容を理解したうえでの商品、サービスの選択」（16.9%）が他の地区と比べて割合が高い。

### ②性別

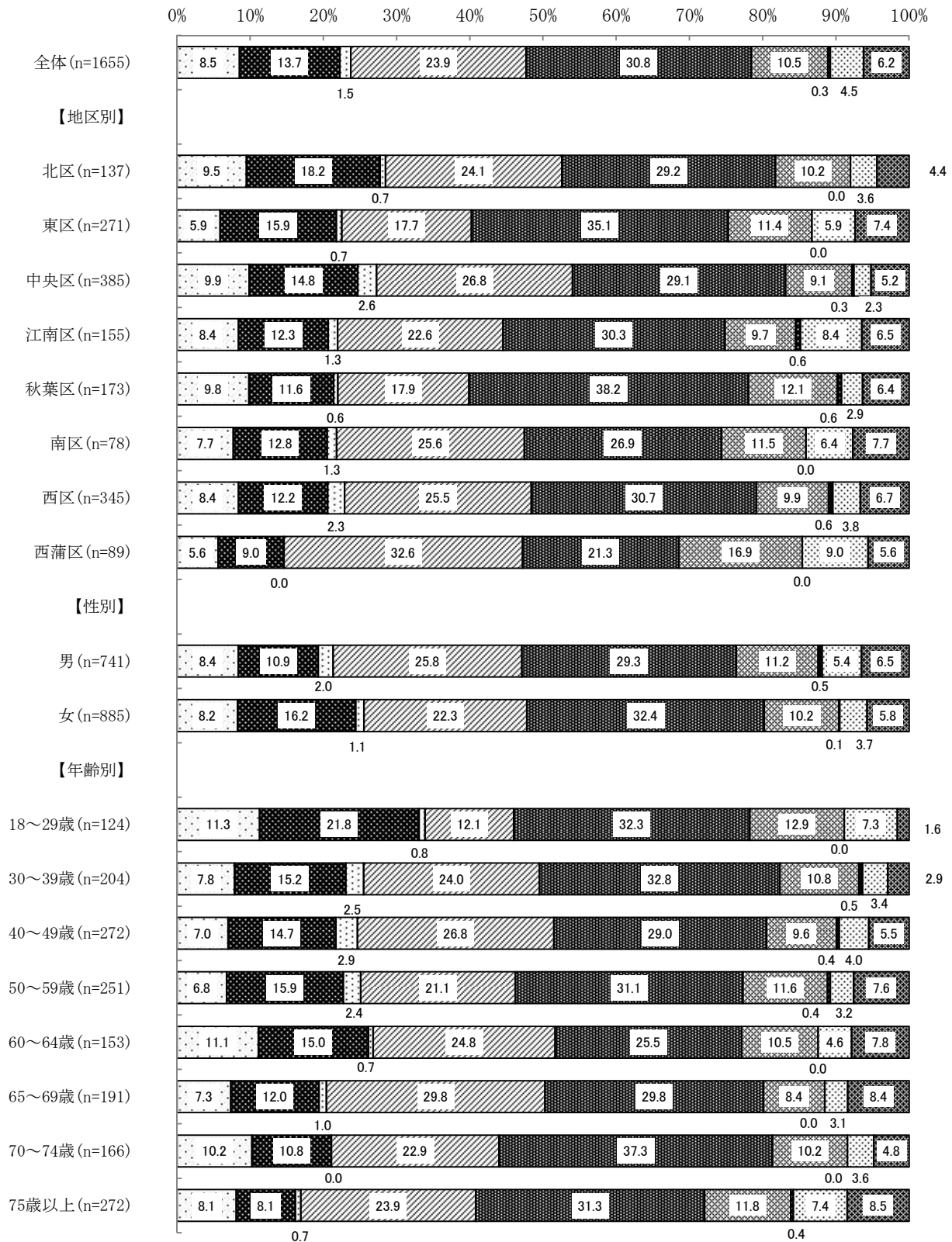
「食品ロスの削減」の割合は、男性（29.3%）より女性（32.4%）でやや高く、「地産地消」の割合は、女性（22.3%）より男性（25.8%）でやや高い。女性は、「省エネの実践、マイバッグ・マイ箸等の利用」（16.2%）の割合が、男性（10.9%）と比べて高い。

### ③年齢別

どの年齢も「食品ロスの削減」と答えた割合が最も高い。特に70～74歳（37.3%）では4割弱で、他の年齢と比べて割合が高い。65～69歳では、「地産地消」（29.8%）の割合が「食品ロスの削減」（29.8%）と共に、最も高い結果となった。18～29歳では、「省エネの実践、マイバッグ・マイ箸等の利用」（21.8%）の割合が2割を超え、他の年齢と比べて割合が高い。

図 2-9 消費行動への心がけ（地区別/性別/年齢別）

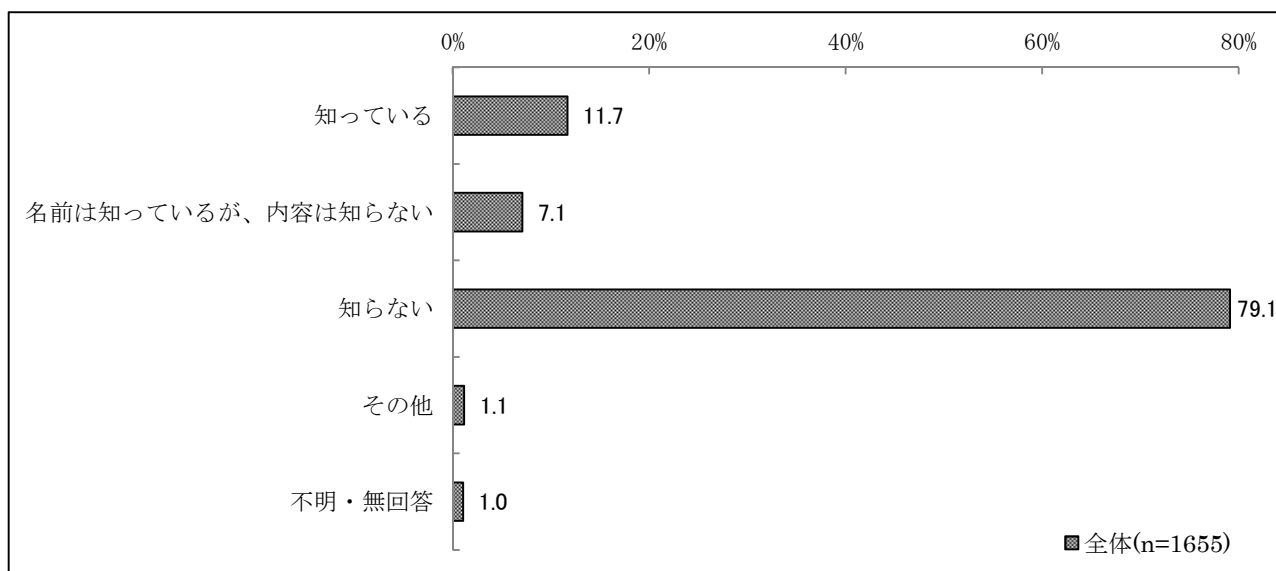
- 環境に配慮した商品やサービスの選択
- 省エネの実践、マイバッグ・マイ箸等の利用
- フェアトレード（開発途上国の生産者に公正な労働を保証している貿易の仕組み）製品等の購入
- 地産地消（地域で生産したものを地域で消費する）
- 食品ロス（食べられるのに廃棄される食品）の削減
- 表示や説明を確認し、内容を理解したうえでの商品、サービスの選択
- その他
- 特になし
- 不明・無回答





## (11) エシカル消費の認知度

問12 あなたは「エシカル消費」を知っていますか。  
(○は1つだけ)



— 約8割が「知らない」と回答 —

### 【全体結果】

「知っている」(11.7%)が1割強、「名前は知っているが、内容は知らない」(7.1%)が1割弱で、合わせた『知っている(以下同様)』(18.7%)の割合は約2割という結果となった。「知らない」(79.1%)と答えた割合が最も高く、約8割を占めた。

### 【属性別結果】(図2-10参照)

#### ①地区別

『知っている』は秋葉区(28.3%)で最も高く、約3割を占める。北区(20.4%)、東区(21.8%)、南区(23.1%)で2割を超えた。「知らない」は中央区(82.3%)、西区(82.0%)、西蒲区(84.3%)で8割を超えた。

#### ②性別

男女差は、ほぼない。

#### ③年齢別

『知っている』と答えた割合は、70~74歳(32.5%)で最も高く、3割を超えた。60~64歳(20.9%)、65~69歳(24.1%)、75歳以上(23.2%)で2割を超えた。「知らない」と答えた割合は、18~29歳(86.3%)で最も高く、概ね若年層ほど割合が高い傾向がみられる。

図 2-10 エシカル消費の認知度（地区別/性別/年齢別）

