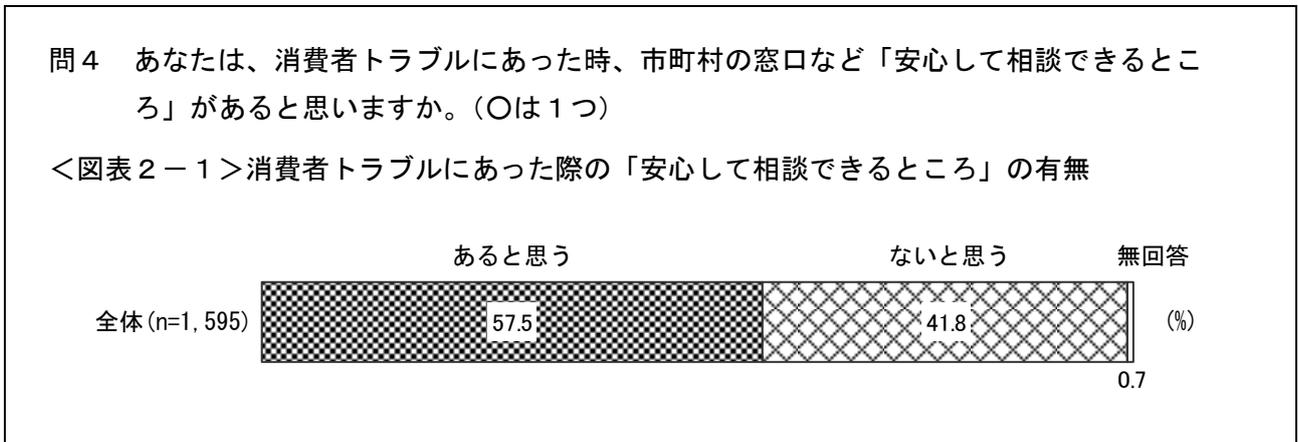


2 消費生活について

(1) 消費者トラブルにあった際の「安心して相談できるところ」の有無

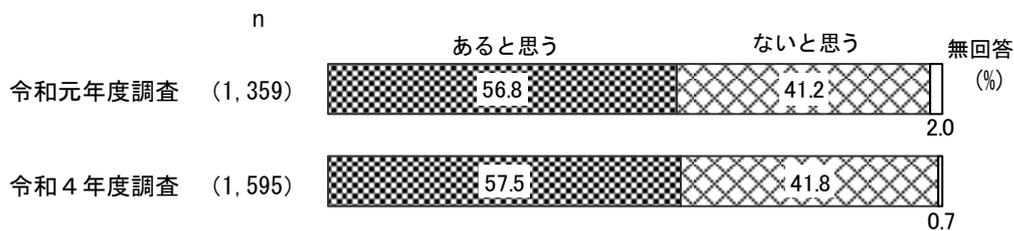
◇「あると思う」が約6割



消費者トラブルにあった時、市町村の窓口など「安心して相談できるところ」があると思うか聞いたところ、「あると思う」（57.5%）が約6割となっている。

一方、「ないと思う」（41.8%）は4割を超えている。（図表2-1）

〔参考〕令和元年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：%）



【地域別】

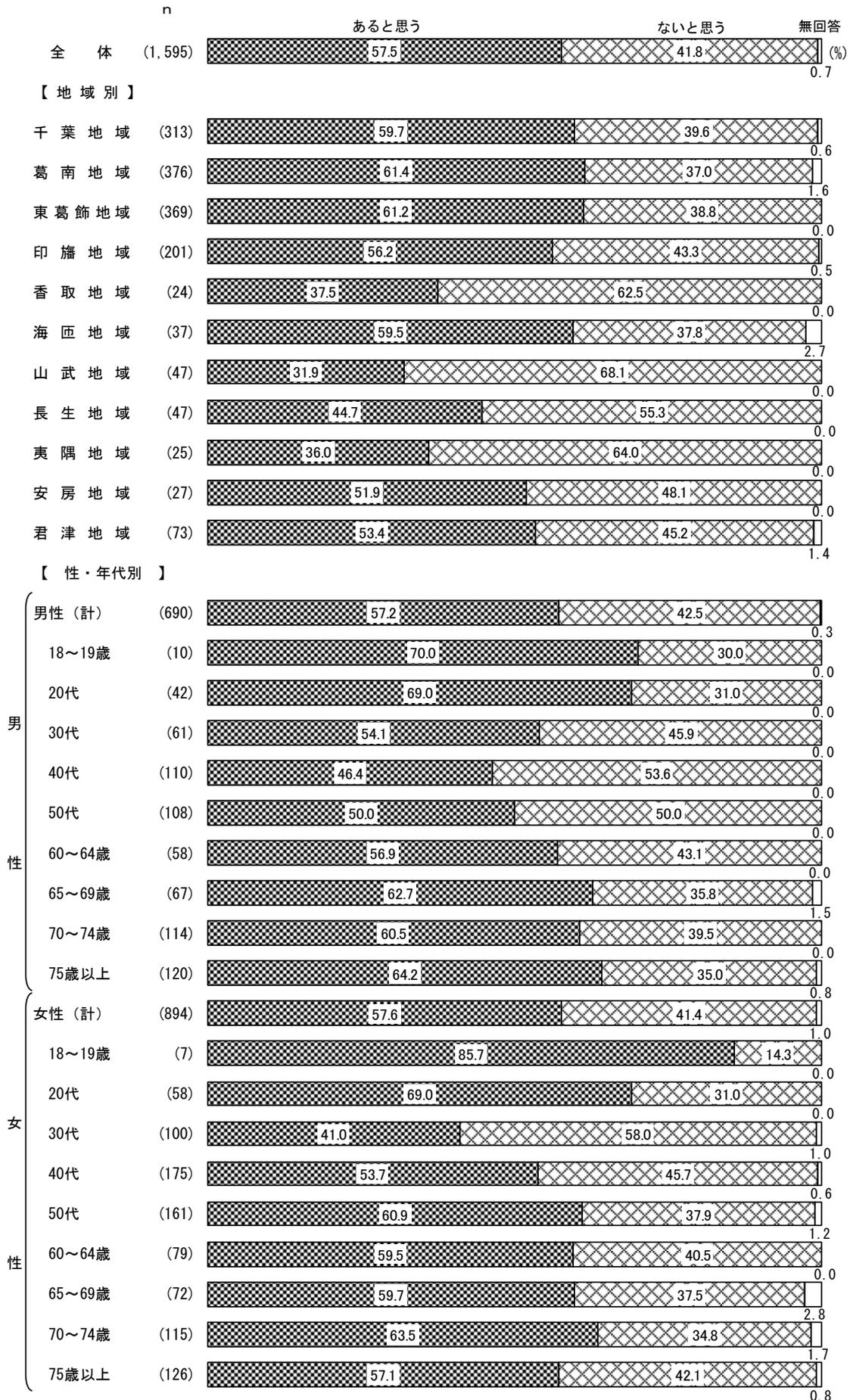
地域別にみると、「ないと思う」は“山武地域”（68.1%）が約7割で高くなっている。

（図表2-2）

【性・年代別】

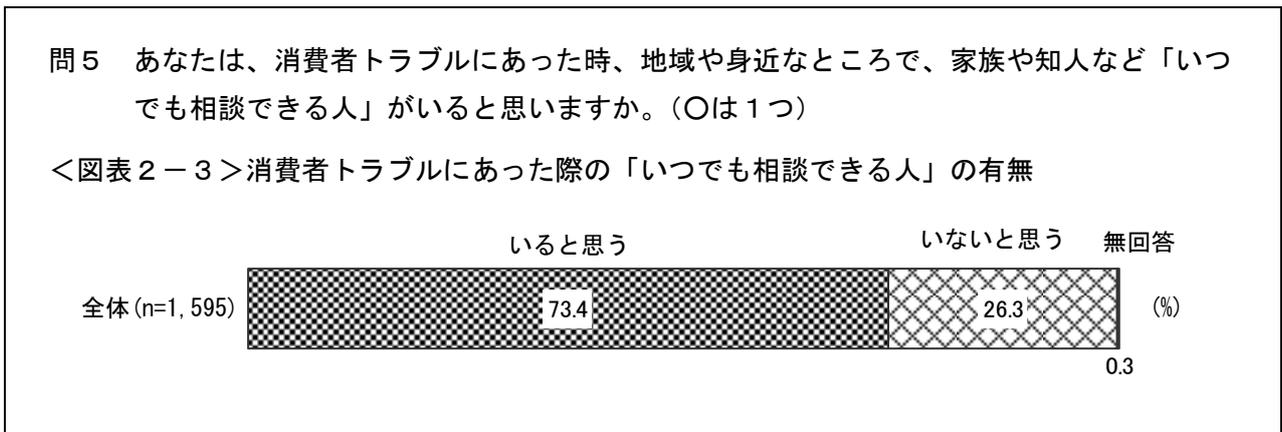
性・年代別にみると、「ないと思う」は女性の30代（58.0%）が約6割、男性の40代（53.6%）が5割台半ばと高くなっている。（図表2-2）

<図表2-2>消費者トラブルにあった際の「安心して相談できるところ」の有無／地域別、性・年代別



（2）消費者トラブルにあった際の「いつでも相談できる人」の有無

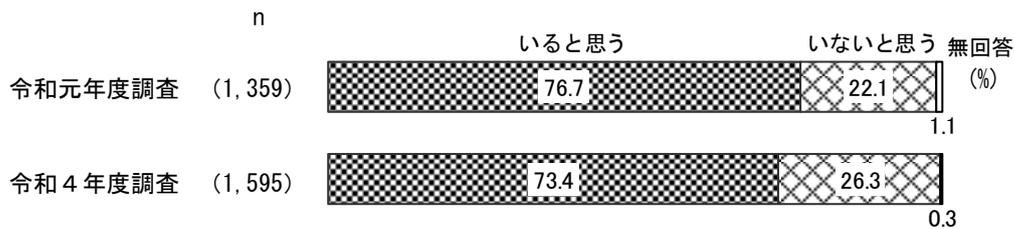
◇「いると思う」が7割を超える



消費者トラブルにあった時に、地域や身近なところで、家族や知人など「いつでも相談できる人」がいると思うか聞いたところ、「いると思う」（73.4%）が7割を超えている。

一方、「いないと思う」（26.3%）は2割台半ばとなっている。（図表2-3）

〔参考〕令和元年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：%）



【地域別】

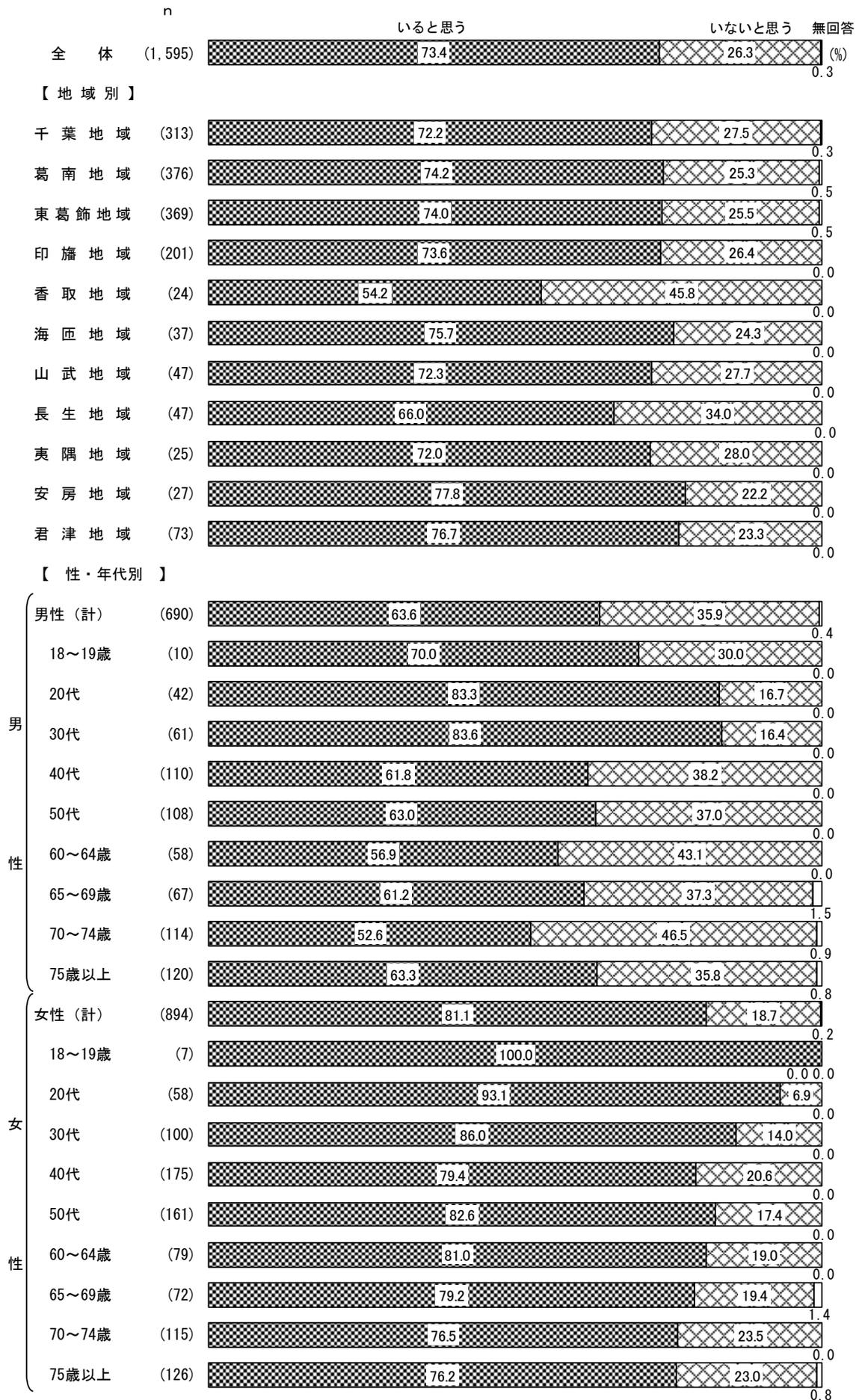
地域別にみると、大きな傾向の違いはみられない。（図表2-4）

【性・年代別】

性・年代別にみると、「いると思う」は女性の20代（93.1%）が9割を超え、女性の30代（86.0%）が8割台半ば、女性の50代（82.6%）が8割を超えて高くなっている。

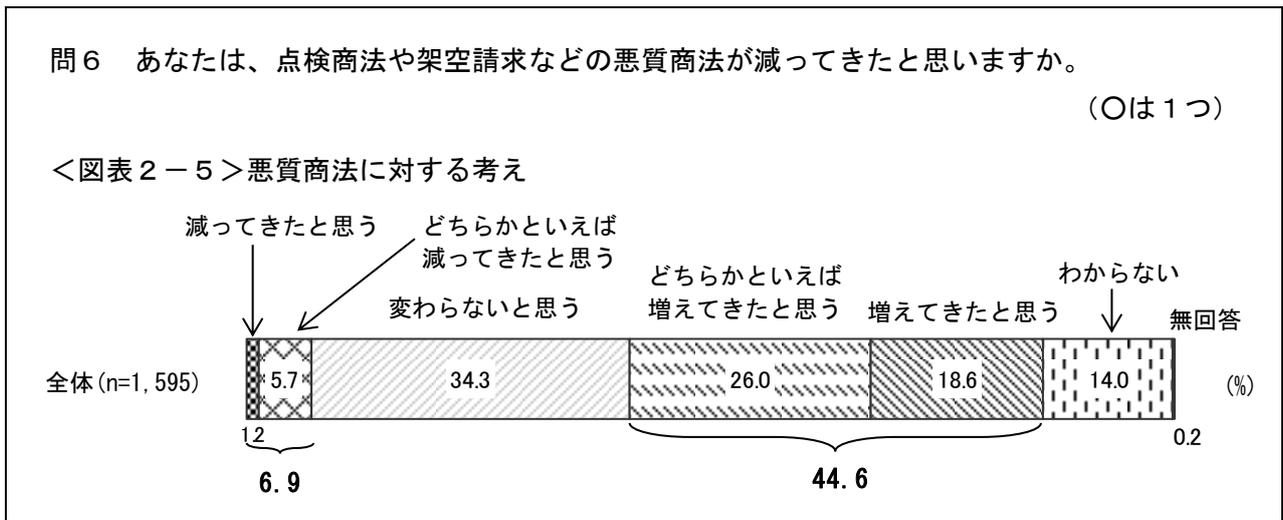
一方、「いないと思う」は男性の70～74歳（46.5%）が4割台半ば、男性の60～64歳（43.1%）が4割を超え、男性の40代（38.2%）と男性の65～69歳（37.3%）と男性の50代（37.0%）が約4割、男性の75歳以上（35.8%）が3割台半ばで高くなっている。（図表2-4）

<図表2-4>消費者トラブルにあった際の「いつでも相談できる人」の有無／地域別、性・年代別



（3）悪質商法に対する考え

◇『増えてきた（計）』が4割台半ば



点検商法や架空請求などの悪質商法が減ってきたと思うか聞いたところ、「どちらかといえば増えてきたと思う」(26.0%)と「増えてきたと思う」(18.6%)を合わせた『増えてきた（計）』(44.6%)が4割台半ばとなっている。

一方、「減ってきたと思う」(1.2%)と「どちらかといえば減ってきたと思う」(5.7%)を合わせた『減ってきた（計）』(6.9%)は1割未満となっている。また、「変わらないと思う」(34.3%)は3割台半ばとなっている。(図表2-5)

〔参考〕令和元年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：%）



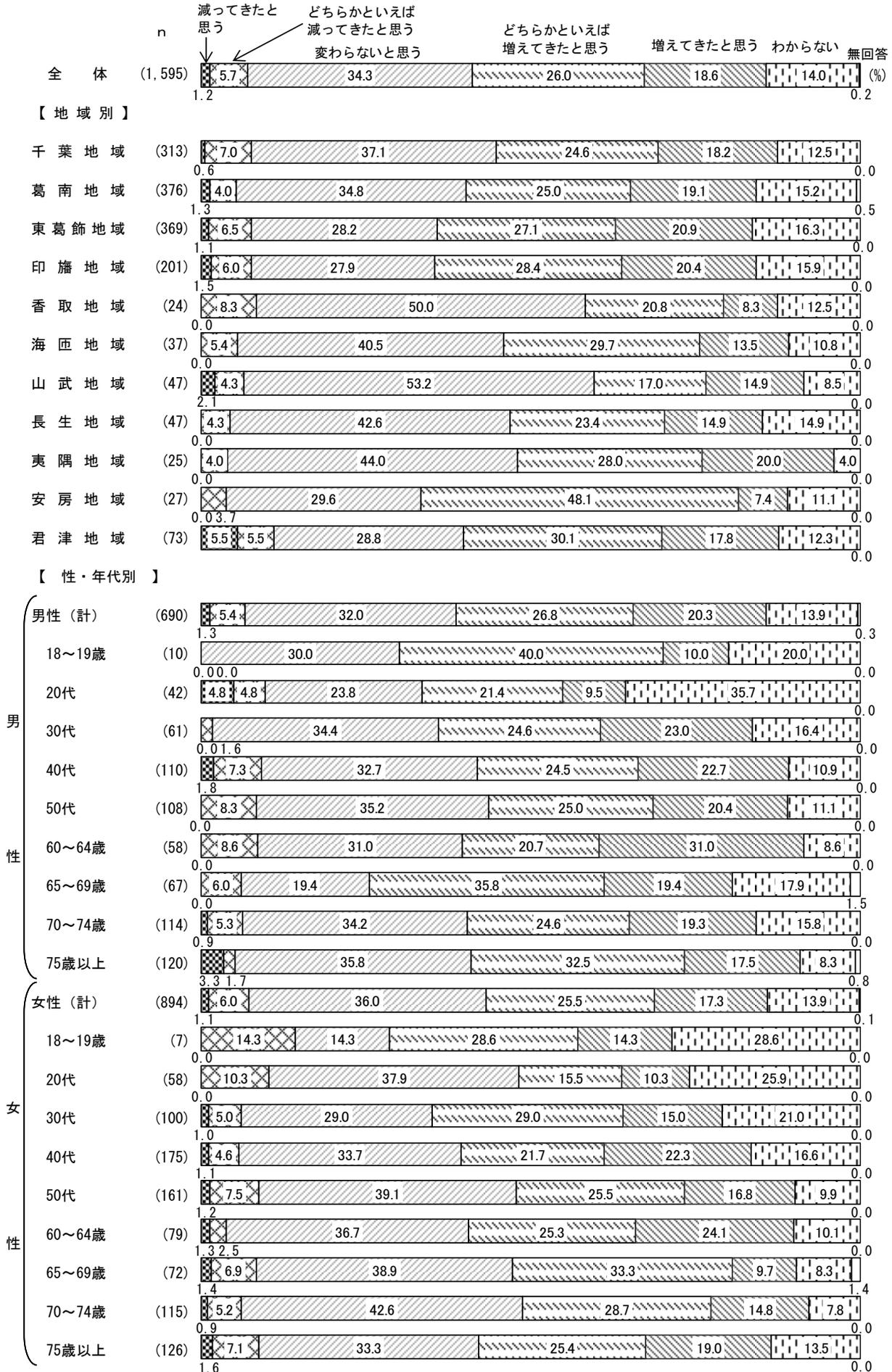
【地域別】

地域別にみると、「変わらないと思う」は“山武地域”(53.2%)が5割を超えて高くなっている。(図表2-6)

【性・年代別】

性・年代別にみると、「増えてきたと思う」は男性の60～64歳(31.0%)が3割を超えて高くなっている。(図表2-6)

<図表2-6>悪質商法に対する考え／地域別、性・年代別

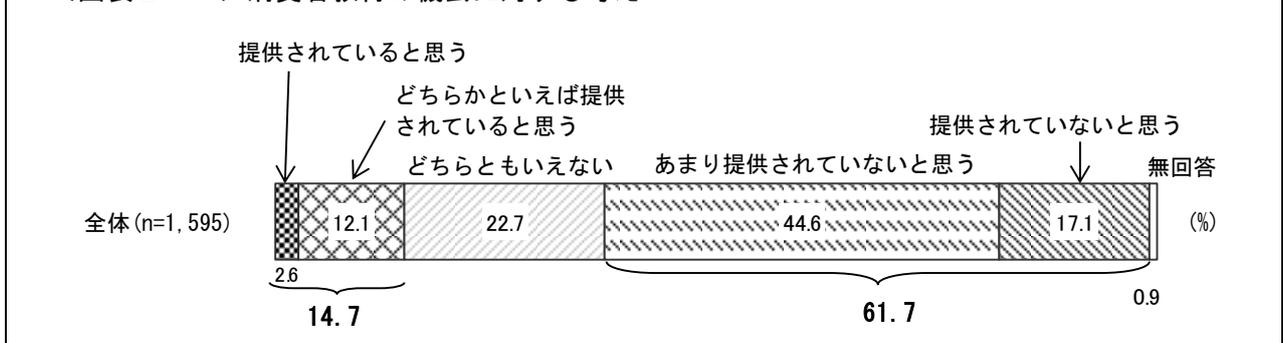


（４）消費者教育の機会に対する考え

◇『提供されている（計）』が1割台半ば

問7 あなたは、学校や地域、職場などにおいて、消費者トラブルを回避したり、トラブル発生時に適切な判断や行動ができる能力を育む教育（消費者教育）の機会が提供されていると思いますか。（○は1つ）

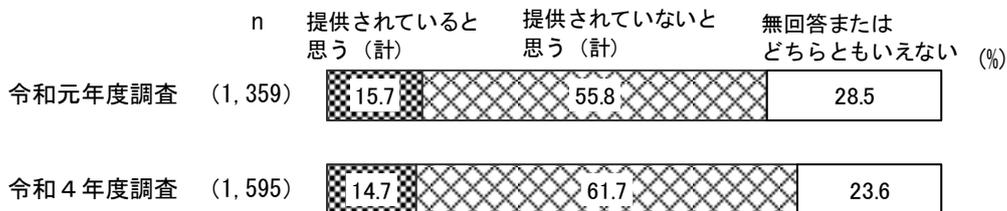
＜図表2-7＞消費者教育の機会に対する考え



学校や地域、職場などで消費者教育の機会が提供されていると思うか聞いたところ、「提供されていると思う」（2.6%）と「どちらかといえば提供されていると思う」（12.1%）を合わせた『提供されている（計）』（14.7%）が1割台半ばとなっている。

一方、「あまり提供されていないと思う」（44.6%）と「提供されていないと思う」（17.1%）を合わせた『提供されていない（計）』（61.7%）が6割を超えている。（図表2-7）

〔参考〕令和元年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：%）



【地域別】

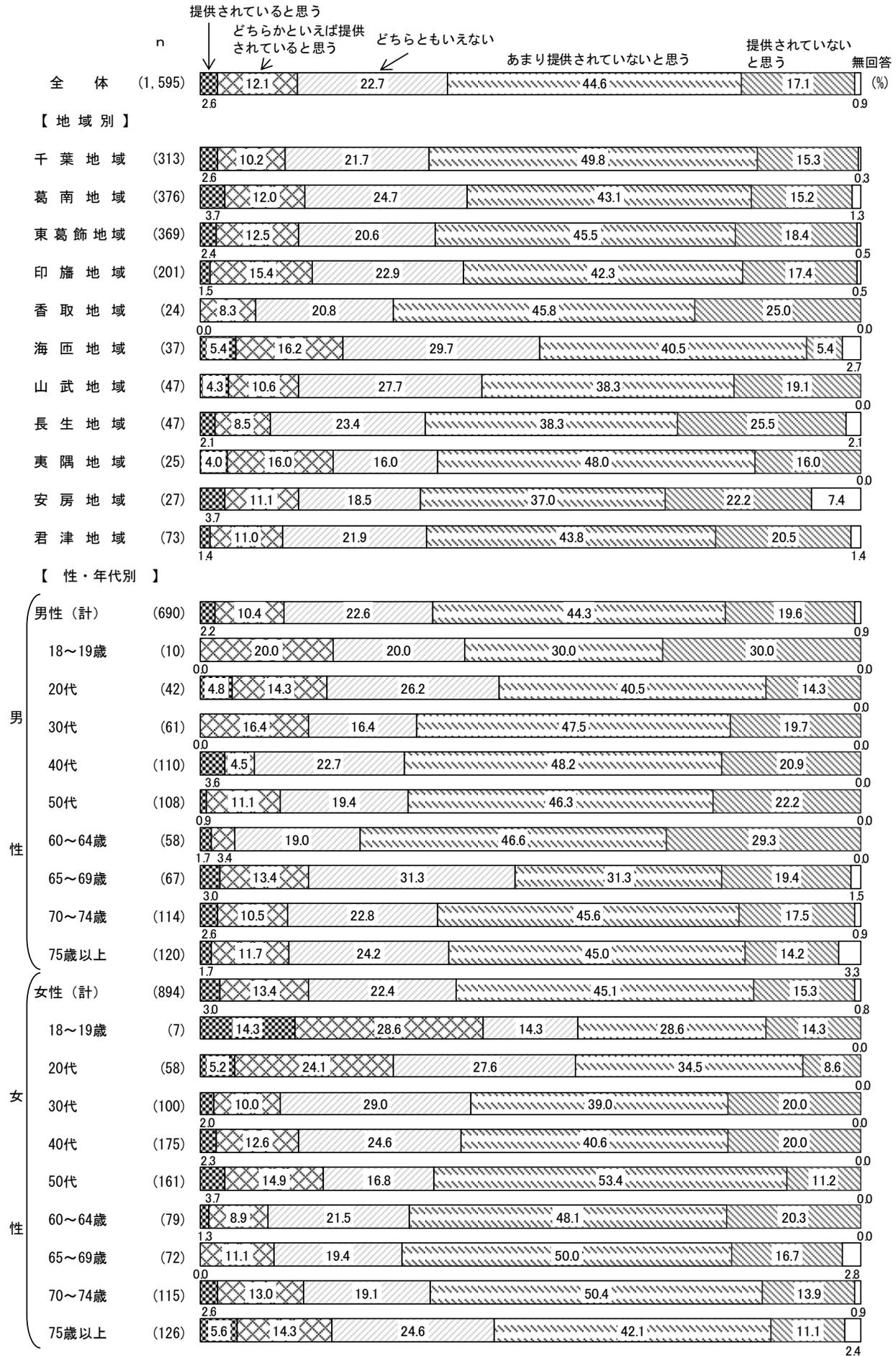
地域別にみると、大きな傾向の違いは見られない。（図表2-8）

【性・年代別】

性・年代別にみると、『提供されている（計）』は女性の20代（29.3%）が約3割で高くなっている。

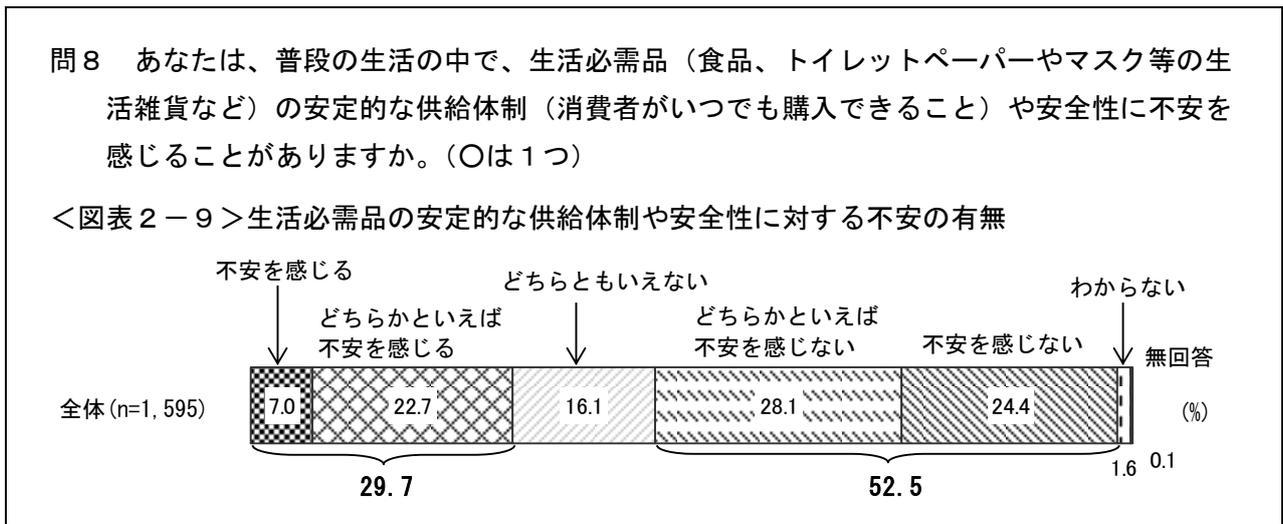
一方、『提供されていない（計）』は男性の60～64歳（75.9%）が7割台半ばで高くなっている。（図表2-8）

＜図表2－8＞消費者教育の機会に対する考え／地域別、性・年代別



（5）生活必需品の安定的な供給体制や安全性に対する不安の有無

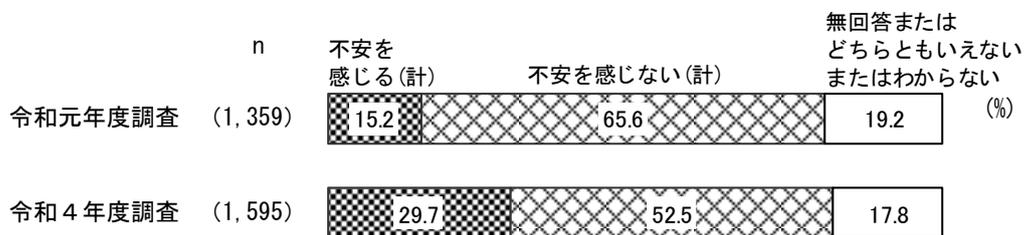
◇『不安を感じる（計）』が約3割



普段の生活の中で、生活必需品の安定的な供給体制や安全性に不安を感じることがあるか聞いたところ、「不安を感じる」（7.0％）と「どちらかといえば不安を感じる」（22.7％）を合わせた『不安を感じる（計）』（29.7％）は約3割となっている。

一方、「どちらかといえば不安を感じない」（28.1％）と「不安を感じない」（24.4％）を合わせた『不安を感じない（計）』（52.5％）が5割を超えている。（図表2-9）

〔参考〕令和元年度の同様の項目による調査結果との比較（単位：％）



【地域別】

地域別にみると、『不安を感じる（計）』は“長生地域”（44.7％）が4割台半ば、“千葉地域”（34.5％）が3割台半ばと高くなっている。

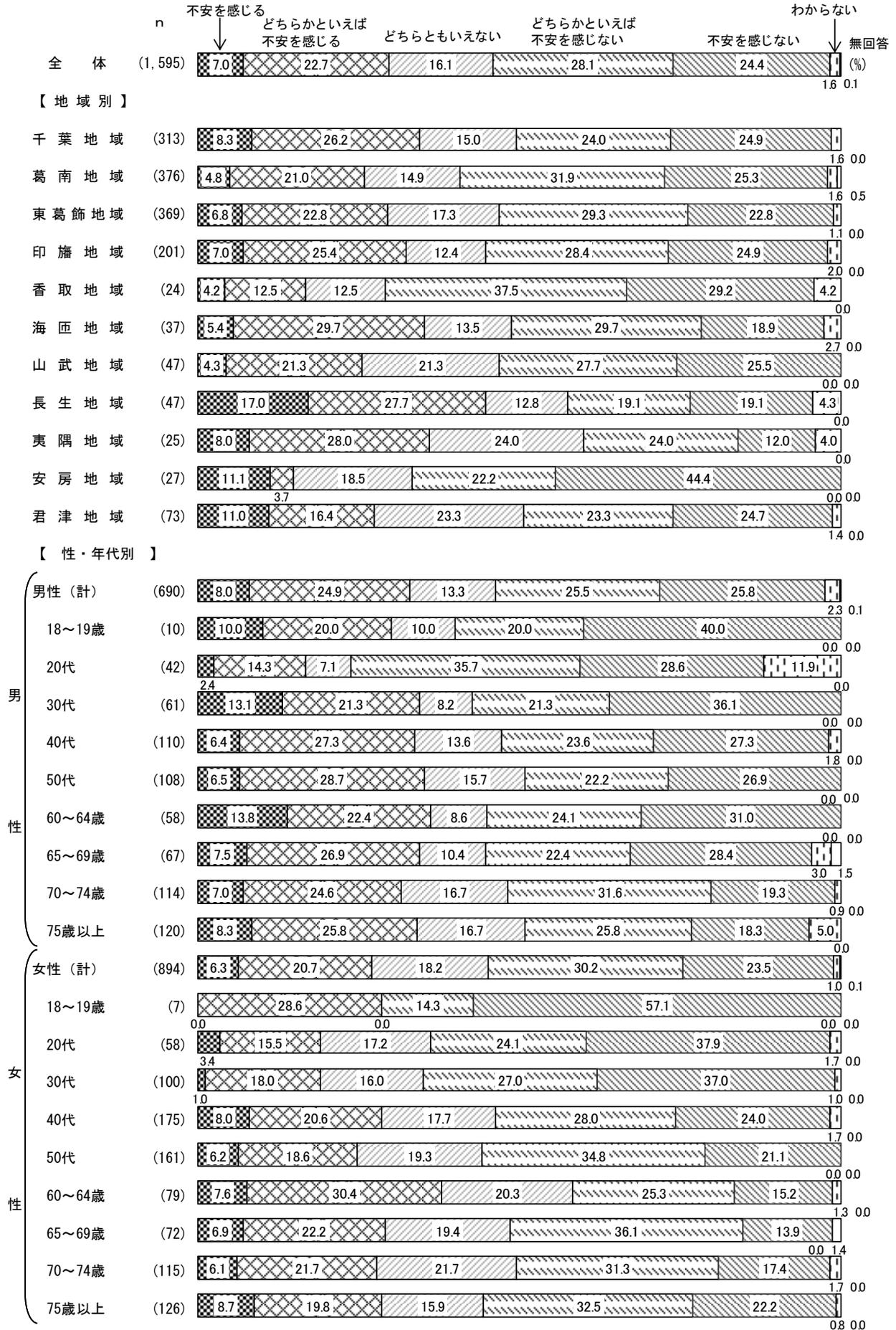
一方、『不安を感じない（計）』は、“葛南地域”（57.2％）が約6割で高くなっている。

（図表2-10）

【性・年代別】

性・年代別にみると、『不安を感じない（計）』は女性の30代（64.0％）が6割台半ばと高くなっている。（図表2-10）

＜図表2-10＞生活必需品の安定的な供給体制や安全性に対する不安の有無／地域別、性・年代別



（6）買い物をする際の「エシカル消費」の意識の有無

◇『意識している（計）』が4割台半ば

問9 あなたは、買い物をする際に、次の説明にある「エシカル消費」を意識していますか。

（○は1つ）

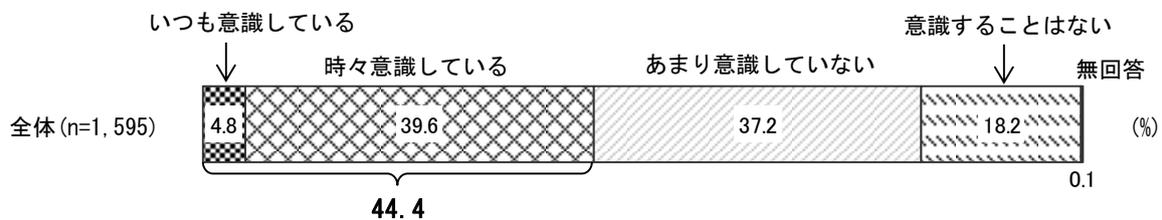
【提示した説明】

人や社会、環境、地域に配慮した商品を選んで消費することを「エシカル消費」といいます。

（「エシカル消費」の具体例）

- ・ 障害のある人の支援につながる商品を選んで買い物をする
- ・ フェアトレード商品（開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指し、適正な価格で取引された商品）を選んで買い物をする
- ・ エコ商品（一般的に環境に配慮した商品）を選んで買い物をする
- ・ 被災地産品を選んで買い物をする

＜図表2-11＞買い物をする際の「エシカル消費」の意識の有無



買い物をする際に、「エシカル消費」を意識するかを聞いたところ、「いつも意識している」（4.8%）と「時々意識している」（39.6%）を合わせた『意識している（計）』（44.4%）が4割台半ばとなっている。

一方、「あまり意識していない」（37.2%）は約4割、「意識することはない」（18.2%）は約2割となっている。（図表2-11）

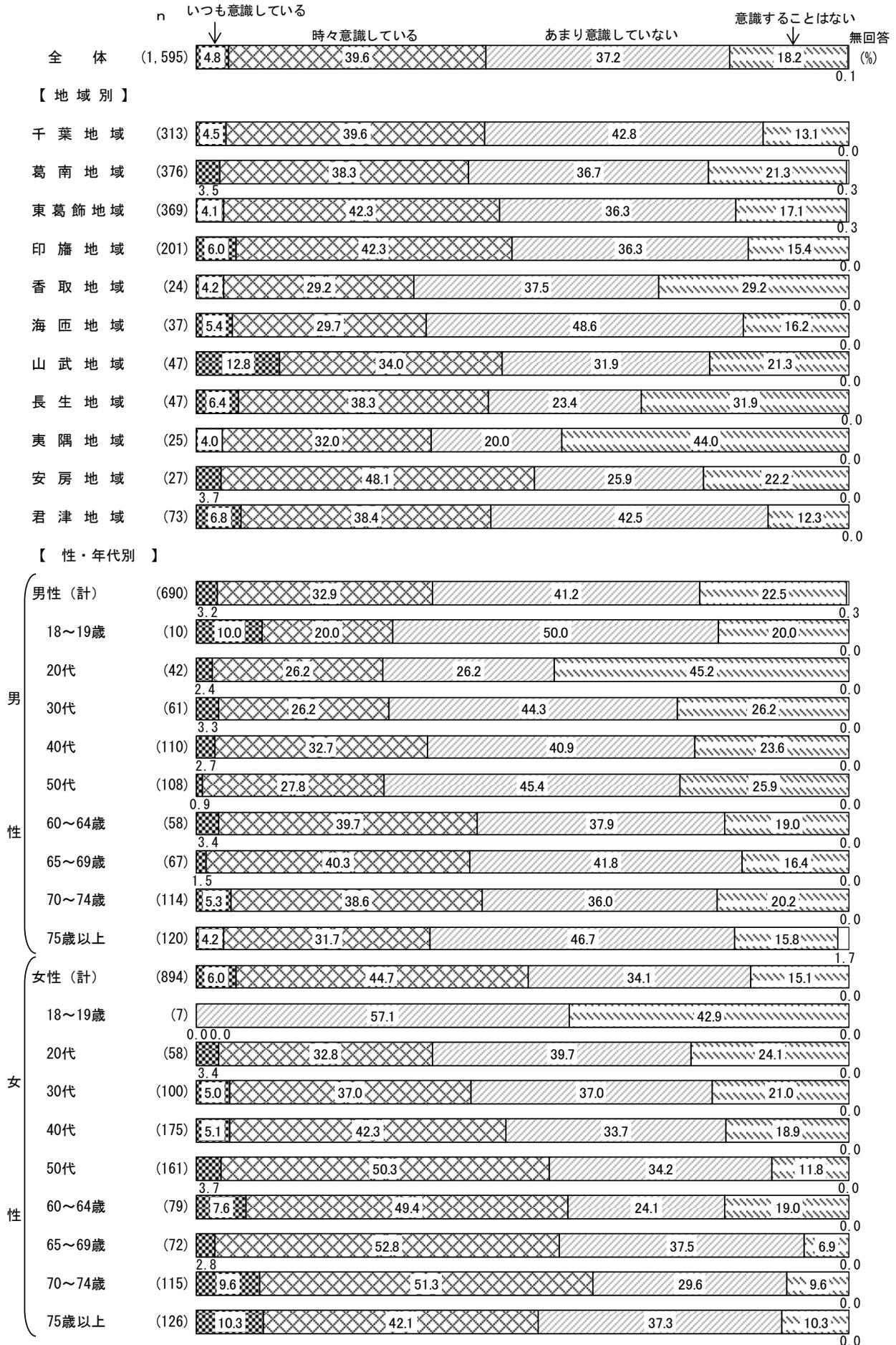
【地域別】

地域別にみると、大きな傾向の違いはみられない。（図表2-12）

【性・年代別】

性・年代別にみると、『意識している（計）』は女性の70～74歳（60.9%）が6割、女性の60～64歳（57.0%）が約6割、女性の50代（54.0%）が5割台半ばと高くなっている。（図表2-12）

<図表2-12> 買い物をする際の「エシカル消費」の意識の有無／地域別、性・年代別



このほかにも、「消費生活について」や問4～問9について、ご意見やご提案があれば自由にお書きください。

ご意見やご提案を自由に記述していただいたところ、203人から回答が寄せられた。一部抜粋してご意見を記載するものとする。

■「消費生活について」の自由回答（抜粋）

- 消費者トラブルの相談窓口が存在していることを知らなかったですし、周りで知っている人はいないと思います。消費者トラブルは年々増加傾向にあると思うのでもっと広告を打ち出すべきだと思います。（男性、20代、葛南地域）
- 私は学校で消費者保護に関する講義を受ける機会があったため、ある程度の知識はあると思いますが、そうでなければ難しかったのではないかと思います。特に点検商法は一人暮らしをはじめたときは非常に多く、社会に出る前、進学などで一人暮らしをする前の基礎知識として学ぶ必要があるのではないかと思います。（女性、40代、葛南地域）
- 屋根が壊れているから直した方がいいと玄関先に屋根工事業者らしき人が来ました。あとで確認したところ、屋根が壊れている気配は全くなく、家族に話をしたところやっとならされたと感じました。言葉巧みに嘘をつかれ近所にもそういった業者がいることを悲しく思いました。（女性、30代、葛南地域）
- 消費者トラブルにあわないための教育充実が大事。トラブルにあった時、どこの誰々直ぐに相談できるのか、したらいいのか常日頃から知っておきたい。（男性、75歳以上、東葛飾地域）
- 親世代を見ていると、詐欺商法だと思うハガキや電話に対してすごく不安を感じやすいと思います。ネットで調べればすぐに分かる事も60代以上の方にはむずかしい事も多いので、だまされないように事例を挙げて広く知られるようにしてほしいと思います。（女性、40代、葛南地域）
- コロナによって世界間の物流に変化があり、マスク不足、燃料不足、物価の高騰などの変化があり、輸入に頼っている品々は安定供給に不安を感じる。（女性、40代、君津地域）
- 生活必需品において海外で生産されている物が輸入先の都合で国内に流通できなくなる危険性を感じることもある。（男性、50代、東葛飾地域）
- エシカル消費が良いことだとは理解しているものの、実践しようとするとなかなか割高になってしまうため、所得が低い若年層にとっては難しいと感じている。（女性、20代、千葉地域）
- 「エシカル消費」という言葉を私自身初めて知りました。この言葉をもっと多くの人に浸透させるような活動が必要ではないかと思います。また、そういう商品が浸透すれば購入が増えるのではないかと思います。（女性、30代、千葉地域）
- 今までエコ商品には意識していたが、フェアトレード商品とかは知らなかったもので、気にかけたいと思いました。日常の買い物の中で、なかなかエシカル消費を考える事がないので、もっと周知されたいとも思います。（女性、60～64歳、葛南地域）