



WEBアンケートの実施概要

資料4

WEBアンケートとは

市ホームページをとおして、市内在住・在勤・在学の方々を対象にアンケート調査を実施することにより、短期間で市民意見等を把握し、施策等の検討に役立てる制度です。

実施時期

令和4年2月1日午前9時 ～ 2月10日午後5時（10日間）

テーマ

「消費生活」

市民の消費生活における現状をお聞かせいただき、第4次消費生活基本計画の策定の参考とさせていただきます。

質問数

7問（質問最大数）※重点課題（予定）に関する質問です。

基本的方向2-課題5「相談体制の強化」

基本的方向3-課題7「消費者被害防止のための教育」

基本的方向3-課題8「自立した消費者になるための教育」

基本的方向3-課題10「担い手の育成・支援」

実施結果

現在、分析中です。 回答者数は、977名でした。



WEBアンケートの質問内容

質問 1

インターネットショッピングで購入した商品は、※クーリング・オフできないことを知っていましたか。

※一度申し込みや契約の締結をした場合でも、冷静に考え直す期間を与え、一定の期間内であれば無条件で申し込みの撤回や、契約の解除ができる制度です。ただし、取引形態など、適用には条件があります。

選択肢（1つ選ぶ）

- ① 知っていた（ネットショッピングを利用したことがある）
- ② 知っていた（ネットショッピングを利用したことがない）
- ③ 知らなかった（ネットショッピングを利用したことがある）
- ④ 知らなかった（ネットショッピングを利用したことがない）

質問の意図

基本的方向3-課題7「消費者被害防止のための教育」【重点課題】
現状の消費者の認識を把握し、消費者教育に関する講座を行う際の参考にします。



WEBアンケートの質問内容

質問 2

食品を購入する時に重視するものは何ですか。

選択肢（3つ選ぶ）

- ①地産地消や被災地産品などの地域に配慮された商品であるかどうか
- ②フェアトレードなどの社会に配慮された商品であるかどうか
- ③オーガニックなどの環境に配慮された商品であるかどうか
- ④商品の品質
- ⑤口コミや評判
- ⑥家族・友人・知人のおすすめ
- ⑦ブランド（商品名）
- ⑧メーカー（会社名）
- ⑨テレビCMや動画などの広告
- ⑩価格
- ⑪その他（ ）

質問の意図

基本的方向3-課題8「自立した消費者になるための教育」【重点課題】
消費者がエシカル消費にどれだけ関心又は、意識して行動しているかの現状を把握して、消費者教育に反映させていきます。今回は、購入機会の多い食品をテーマに設定しました。



WEBアンケートの質問内容

質問 3

地域・社会・環境等に配慮された商品を購入することは、消費者の立場から社会的課題に貢献できる行動です。この行動に関連する講座・イベント等があったら参加したいですか。

選択肢（1つ選ぶ）

参加したい（会場などでの対面）

参加したい（オンラインなどの非接触対面※Zoomなど）

参加したくないが、資料提供はしてほしい（ホームページなど）

参加したくない（興味がない）

参加したくない（参加せずとも、既に社会的課題に貢献できる行動を実践している）

質問の意図

基本的方向3-課題8「自立した消費者になるための教育」【重点課題】

現状、エシカル消費に基づく行動をしていない人でも、今後、講座・イベント等や情報誌があったら関心を持ってもらえるかどうかを把握し、その結果を踏まえた講座・イベント等の開催や情報誌の作成をしていきます。関心がない人に対し、いかに関心を持たせるか又は学んでもらうかが次の5年間は重要であると考えています。



WEBアンケートの質問内容

質問 4

商品・サービスに関するトラブルが発生したり、被害を受けたことはありますか。「ある」場合は、トラブル内容を簡単にご記入ください。

選択肢（1つ選ぶ）

- ①ある（ ） ※200字以内
- ②ない

質問の意図

基本的方向3-課題7「消費者被害防止のための教育」【重点課題】
消費生活相談を活用していない消費者がどのような被害等にあっているかを把握し、消費者教育に反映させていきます。



WEBアンケートの質問内容

質問 5

購入した商品・サービスについて、トラブルが発生した場合にだれ（どこ）に相談しますか。

選択肢（いくつでも）

- ①家族
- ②友人・知人
- ③販売店舗
- ④商品メーカーのお客様相談室
- ⑤市町村相談窓口や消費生活センター等の行政機関
- ⑥警察
- ⑦弁護士や司法書士など
- ⑧学校の先生
- ⑨民生委員や地域包括ケア支援センター（あんしんケアセンター）
- ⑩インターネット上で相談（知恵袋やSNSに投稿）
- ⑪わからない、いない

質問の意図

基本的方向 2-課題 5 「相談体制の強化」 【重点課題】

基本的方向 3-課題 10 「担い手の育成・支援」 【重点課題】

消費生活相談を活用している消費者が現状どれくらいの割合でいるのか、又どこに相談しているのかを把握し、どのような内容の周知や担い手の育成等が必要とされているのか分析し、今後の事業に反映させていきます。



WEBアンケートの質問内容

質問 6

購入した商品・サービスについてトラブルが発生し、消費生活センターに相談する場合に、相談しやすいと思う相談方法はどれですか。

選択肢（3つ選ぶ）

- ①電話
- ②対面
- ③FAX
- ④電子メール
- ⑤オンラインなどの非接触対面（Zoomなど）
- ⑥チャット相談（インターネット上で相談員が対応するもの）
- ⑦チャットボット（インターネット上でロボットが自動対応するもの）

質問の意図

基本的方向2-課題5「相談体制の強化」【重点課題】
相談体制の強化の際に、どの相談方法を優先的に強化していくかの参考にしていきます。



WEBアンケートの質問内容

質問 7

悪質商法に巻き込まれやすい時期の一つとして、成人に達した時が挙げられます。成人に達すると、親の同意を得なくても、自分の意志で様々な契約ができるようになります。そのため、安易に契約を交わすとトラブルに巻き込まれる可能性があります。民法の一部改正により、令和4年4月1日から、成人となる年齢が20歳から18歳に引き下げられることを知っていましたか。

選択肢（1つ選ぶ）

- ①知っているし、施行開始時期も知っていた
- ②知っていたが、施行開始時期は知らなかった
- ③知らなかった

質問の意図

基本的方向3-課題7「消費者被害防止のための教育」【重点課題】

基本的方向3-課題10「担い手の育成・支援」【重点課題】

成人年齢の引き下げについて、消費者の現状の認知度を把握し、消費者教育や担い手の育成等に反映させていきます。