

## 第2章 アンケート調査回答結果

---

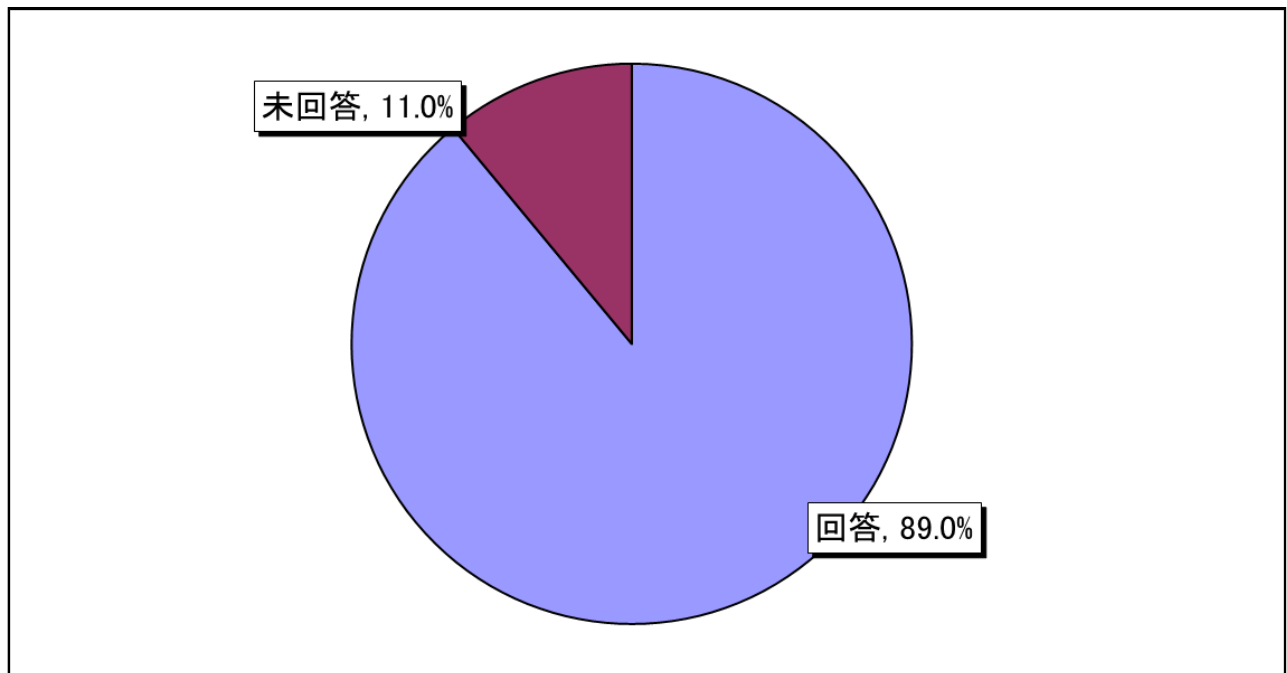
### 1. 県民

県政モニター590名を対象にアンケート調査を実施したところ、525名から回答を得られた。

(回答率：89.0%)

#### ◆調査結果内訳

| 結果  | 件数    | 構成比率   |
|-----|-------|--------|
| 回答  | 525 件 | 89.0%  |
| 未回答 | 65 件  | 11.0%  |
| 合計  | 590 件 | 100.0% |



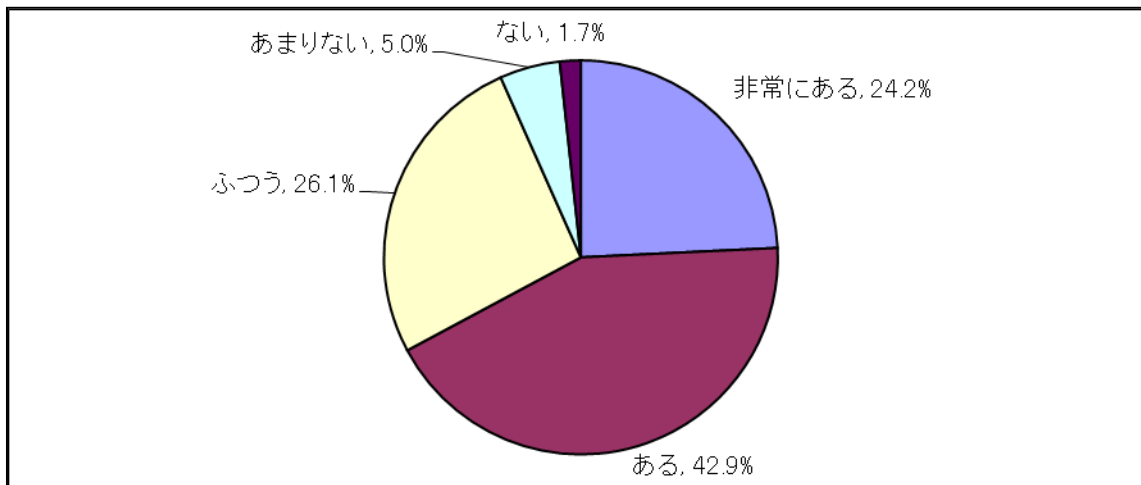
# 1 消費者問題への関心等について

問1 消費者問題について関心がありますか。

消費者問題への関心については、「ある」が42.9% (225件) で最も多く、ついで「ふつう」26.1% (137件)、「非常にある」24.2% (127件) と続いている。

(N= 524)

| 結果      | 件数   | 構成比率   |
|---------|------|--------|
| A 非常にある | 127件 | 24.2%  |
| B ある    | 225件 | 42.9%  |
| C ふつう   | 137件 | 26.1%  |
| D あまりない | 26件  | 5.0%   |
| E ない    | 9件   | 1.7%   |
| 合計      | 524件 | 100.0% |
| 無回答     | 1件   | -      |

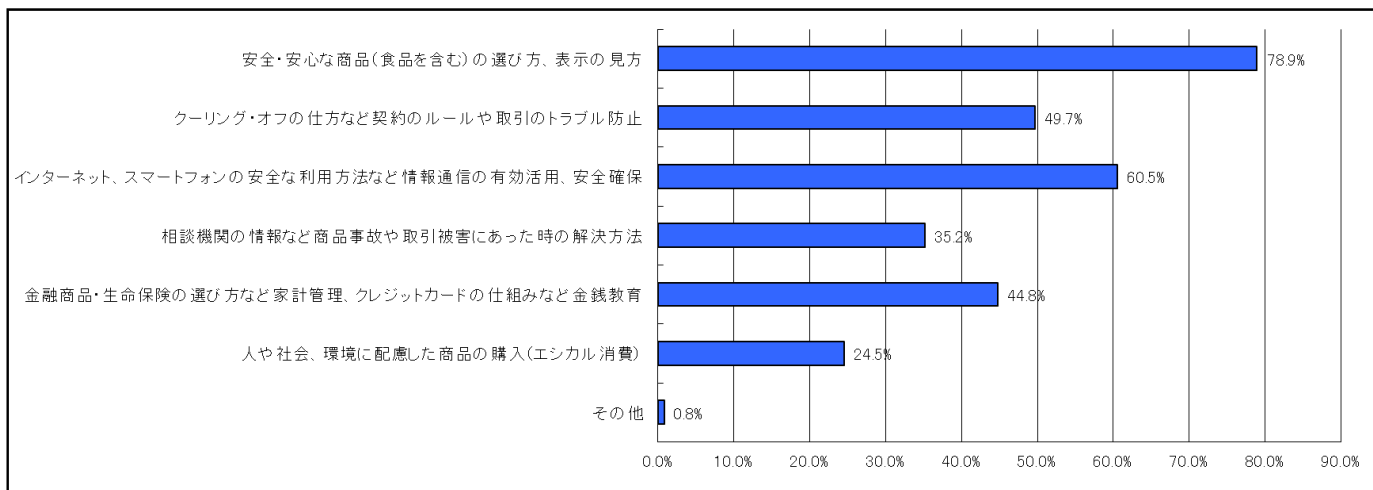


問2 (問1でA、B、Cと回答した方のみ) どの分野の消費者問題に対して関心がありますか。

消費者問題の関心分野については、「安全・安心な商品(食品を含む)の選び方、表示の見方」が78.9%(386件)で最も多く、ついで「インターネット、スマートフォンの安全な利用方法など情報通信の有効活用、安全確保」60.5%(296件)、「クーリング・オフの仕方など契約のルールや取引のトラブル防止」49.7%(243件)と続いている。

(N= 489)

| 結果  | 件数     | 構成比率  |
|---|--------|-------|
| A 安全・安心な商品(食品を含む)の選び方、表示の見方               | 386件   | 78.9% |
| B クーリング・オフの仕方など契約のルールや取引のトラブル防止           | 243件   | 49.7% |
| C インターネット、スマートフォンの安全な利用方法など情報通信の有効活用、安全確保 | 296件   | 60.5% |
| D 相談機関の情報など商品事故や取引被害にあった時の解決方法            | 172件   | 35.2% |
| E 金融商品・生命保険の選び方など家計管理、クレジットカードの仕組みなど金銭教育  | 219件   | 44.8% |
| F 人や社会、環境に配慮した商品の購入(エシカル消費)               | 120件   | 24.5% |
| G その他                                     | 4件     | 0.8%  |
| 合計  | 1,440件 | -     |
| 無回答                                       | 0件     | -     |



・複数回答のため、構成比の合計は100%になっていない。

《その他の回答》

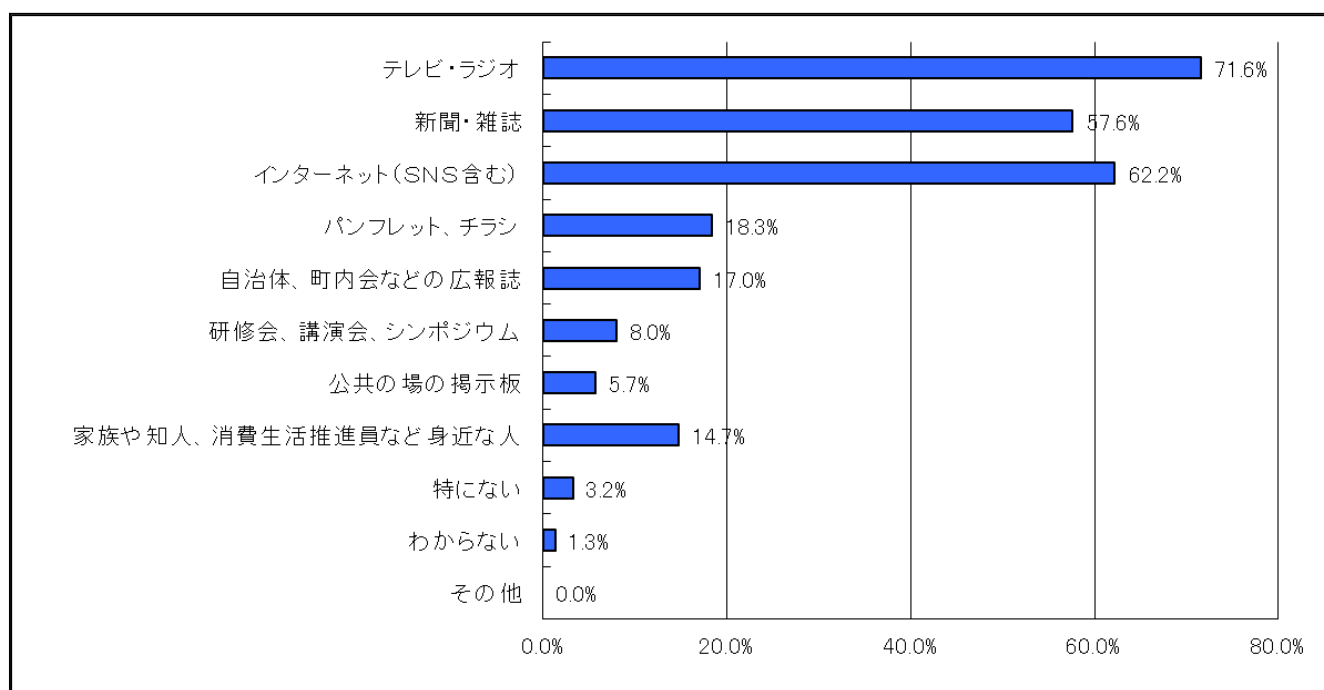
- ・ポイント付与の得点があると言うが、高齢者には理解できない
- ・報道による情報操作(特に中央からの発信で地産地消の言葉が消えている点、県内産の生鮮食料品が震災以降主に関東圏のものに置き換わっている事を報道しない点)
- ・効果の怪しい商品の見分け方

問3 消費者問題に関する情報を、主にどのようなところから入手していますか。

消費者問題の情報入手先については、「テレビ・ラジオ」が71.6%（375件）で最も多く、ついで「インターネット（SNS含む）」62.2%（326件）、「新聞・雑誌」57.6%（302件）と続いている。

(N= 524)

| 結果                    | 件数     | 構成比率  |
|-----------------------|--------|-------|
| A テレビ・ラジオ             | 375件   | 71.6% |
| B 新聞・雑誌               | 302件   | 57.6% |
| C インターネット(SNS含む)      | 326件   | 62.2% |
| D パンフレット、チラシ          | 96件    | 18.3% |
| E 自治体、町内会などの広報誌       | 89件    | 17.0% |
| F 研修会、講演会、シンポジウム      | 42件    | 8.0%  |
| G 公共の場の掲示板            | 30件    | 5.7%  |
| H 家族や知人、消費生活推進員など身近な人 | 77件    | 14.7% |
| I 特にない                | 17件    | 3.2%  |
| J わからない               | 7件     | 1.3%  |
| K その他                 | 0件     | 0.0%  |
| 合計                    | 1,361件 | -     |
| 無回答                   | 1件     | -     |



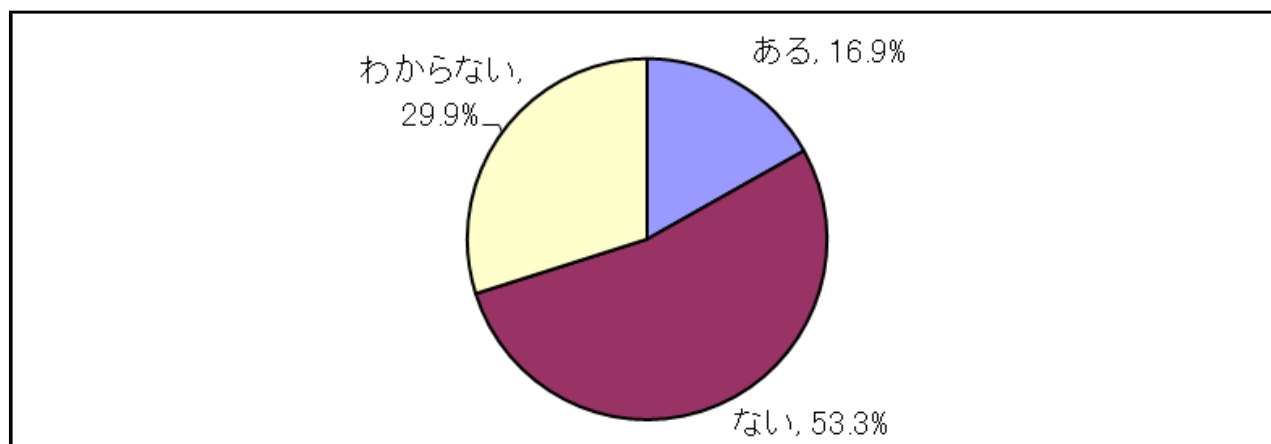
・複数回答のため、構成比の合計は100%になっていない。

問4 県が発信する消費者問題に関するお知らせを、入手したことがありますか。

県が発信する消費者問題に関するお知らせについては、「ない」が53.3% (278件)、「わからない」が29.9% (156件)、「ある」が16.9% (88件)となっている。

(N= 522)

| 結果      | 件数   | 構成比率   |
|---------|------|--------|
| A ある    | 88件  | 16.9%  |
| B ない    | 278件 | 53.3%  |
| C わからない | 156件 | 29.9%  |
| 合計      | 522件 | 100.0% |
| 無回答     | 3件   | -      |

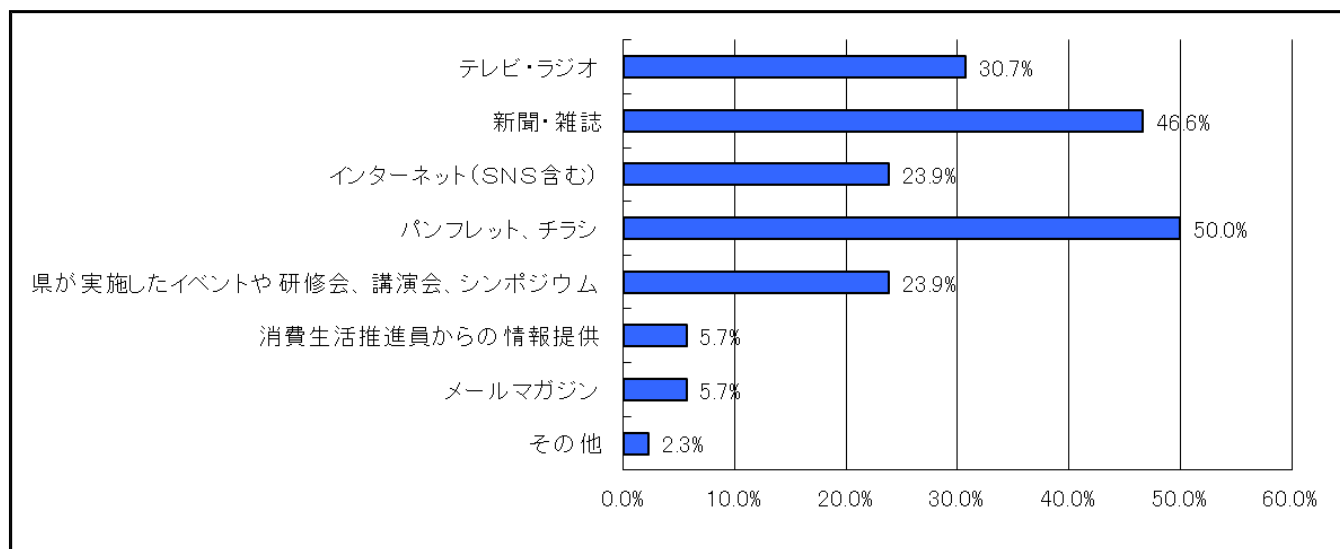


問5 (問4でAと回答した方のみ) どのような方法で入手しましたか。

県が発信する消費者問題に関するお知らせの入手方法については、「パンフレット、チラシ」が50.0% (44件) で最も多く、ついで「新聞・雑誌」46.6% (41件)、「テレビ・ラジオ」30.7% (27件) と続いている。

(N= 88)

| 結果                          | 件数   | 構成比率  |
|-----------------------------|------|-------|
| A テレビ・ラジオ                   | 27件  | 30.7% |
| B 新聞・雑誌                     | 41件  | 46.6% |
| C インターネット(SNS含む)            | 21件  | 23.9% |
| D パンフレット、チラシ                | 44件  | 50.0% |
| E 県が実施したイベントや研修会、講演会、シンポジウム | 21件  | 23.9% |
| F 消費生活推進員からの情報提供            | 5件   | 5.7%  |
| G メールマガジン                   | 5件   | 5.7%  |
| H その他                       | 2件   | 2.3%  |
| 合計                          | 164件 | -     |
| 無回答                         | 0件   | -     |



・複数回答のため、構成比の合計は100%になっていない。

《その他の回答》

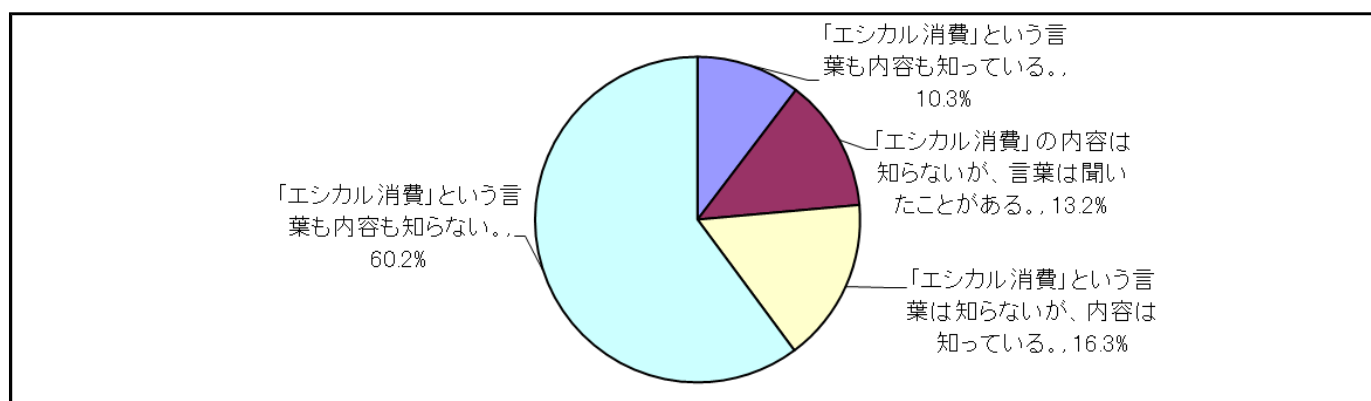
- ・商工会議所等の配布物
- ・来庁時に

問6 近年、「エシカル消費（倫理的消費）」が重要だとされています。エシカル消費とは、よりよい社会に向けて、リサイクル製品やフェアトレード商品を選んで購入するなど、地域や環境、社会や人々に配慮した商品・サービスを選ぶ消費行動のことで、1人1人の消費行動が社会的課題の解決につながると言われています。あなたは「エシカル消費」について、知っていますか。

「エシカル消費」の認知度については、「言葉も内容も知らない。」が60.2%(314件)、「言葉は知らないが、内容は知っている。」が16.3%(85件)となっている。

(N= 522)

| 結果                               | 件数   | 構成比率   |
|----------------------------------|------|--------|
| A 「エシカル消費」という言葉も内容も知っている。        | 54件  | 10.3%  |
| B 「エシカル消費」の内容は知らないが、言葉は聞いたことがある。 | 69件  | 13.2%  |
| C 「エシカル消費」という言葉は知らないが、内容は知っている。  | 85件  | 16.3%  |
| D 「エシカル消費」という言葉も内容も知らない。         | 314件 | 60.2%  |
| 合計                               | 522件 | 100.0% |
| 無回答                              | 3件   | -      |

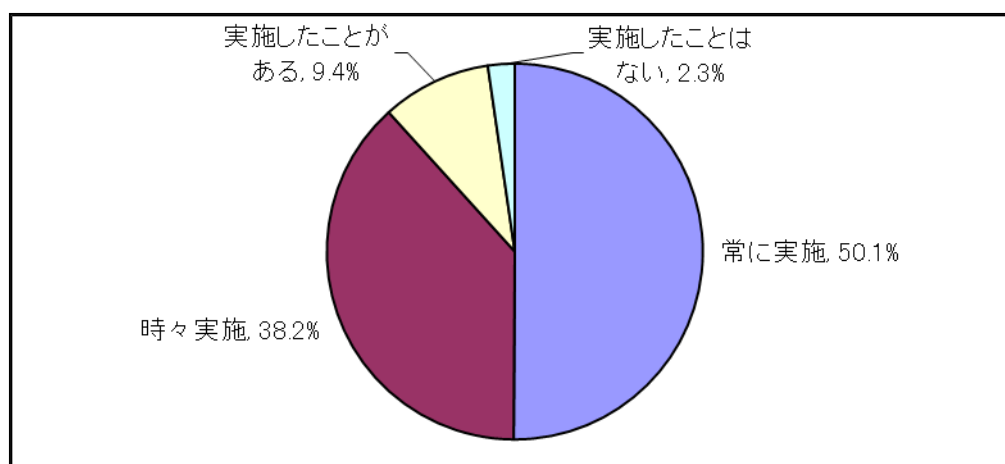


問7 下記は、エシカル消費の具体的な行動事例です。事例ごとに、あてはまるものを○で  
囲んでください。

A マイバック、マイ箸などの利用

(N= 521)

| 結果          | 件数    | 構成比率   |
|-------------|-------|--------|
| A 常に実施      | 261 件 | 50.1%  |
| B 時々実施      | 199 件 | 38.2%  |
| C 実施したことがある | 49 件  | 9.4%   |
| D 実施したことはない | 12 件  | 2.3%   |
| 合計          | 521 件 | 100.0% |
| 無回答         | 4 件   | -      |

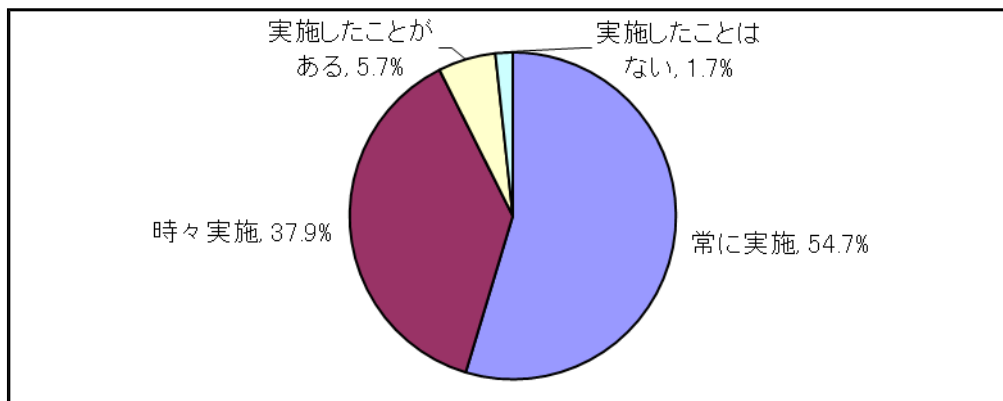




B 電気をこまめに消すなどの省エネ

(N= 525)

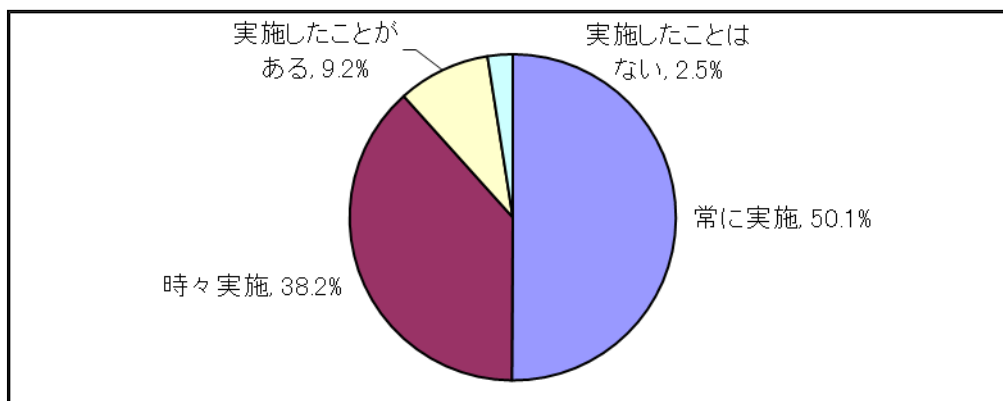
| 結果          | 件数    | 構成比率   |
|-------------|-------|--------|
| A 常に実施      | 287 件 | 54.7%  |
| B 時々実施      | 199 件 | 37.9%  |
| C 実施したことがある | 30 件  | 5.7%   |
| D 実施したことはない | 9 件   | 1.7%   |
| 合計          | 525 件 | 100.0% |
| 無回答         | 0 件   | -      |



C リサイクル商品の購入・資源ごみなどをリサイクルに出す

(N= 523)

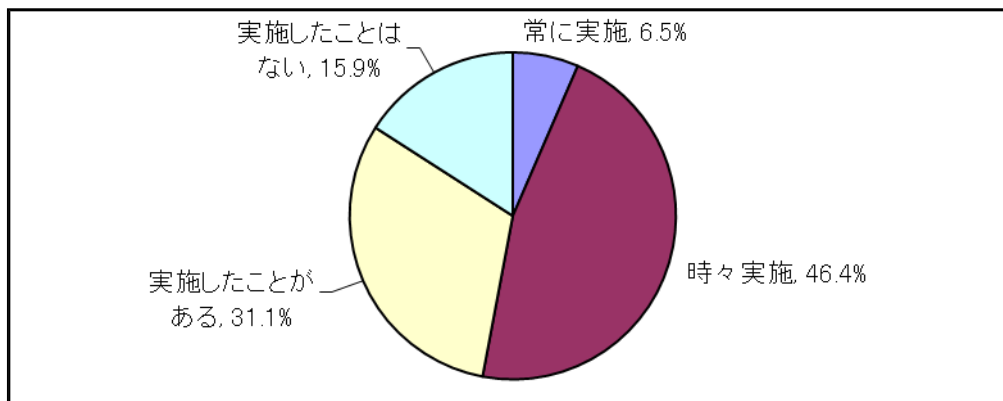
| 結果          | 件数    | 構成比率   |
|-------------|-------|--------|
| A 常に実施      | 262 件 | 50.1%  |
| B 時々実施      | 200 件 | 38.2%  |
| C 実施したことがある | 48 件  | 9.2%   |
| D 実施したことはない | 13 件  | 2.5%   |
| 合計          | 523 件 | 100.0% |
| 無回答         | 2 件   | -      |



D 環境に配慮した商品（エコラベルなど）の購入

(N= 521)

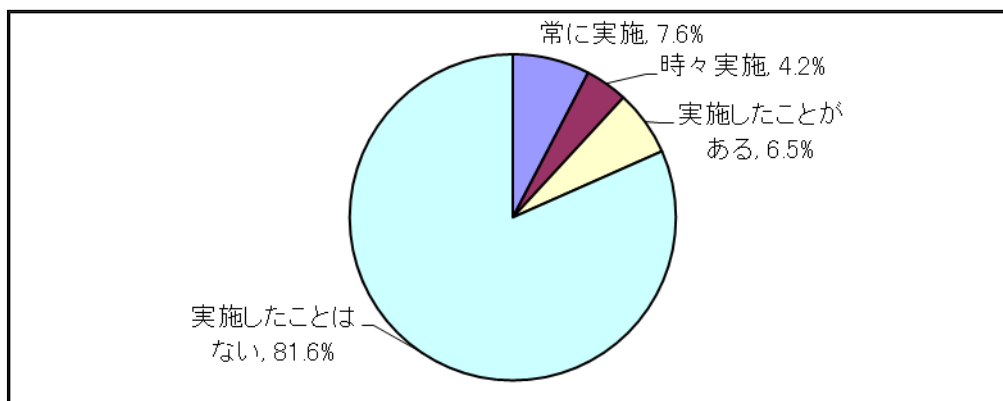
| 結果          | 件数    | 構成比率   |
|-------------|-------|--------|
| A 常に実施      | 34 件  | 6.5%   |
| B 時々実施      | 242 件 | 46.4%  |
| C 実施したことがある | 162 件 | 31.1%  |
| D 実施したことはない | 83 件  | 15.9%  |
| 合計          | 521 件 | 100.0% |
| 無回答         | 4 件   | -      |



E 太陽光・風力発電など再生可能なエネルギーの利用や購入

(N= 523)

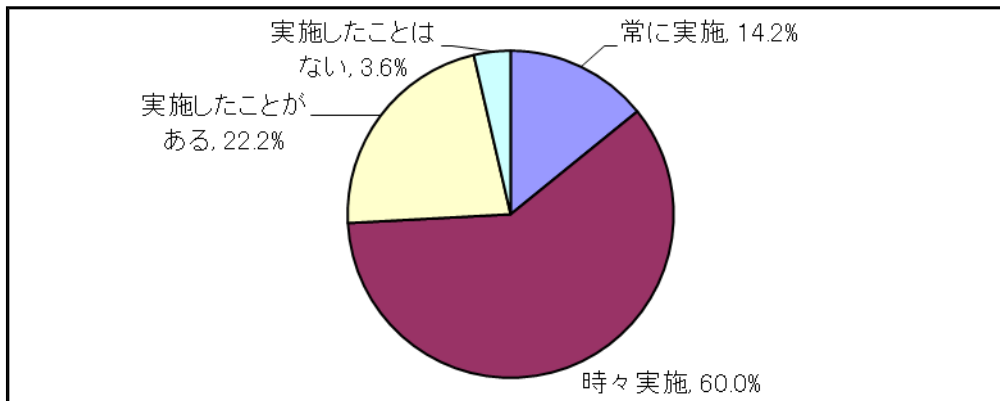
| 結果          | 件数    | 構成比率   |
|-------------|-------|--------|
| A 常に実施      | 40 件  | 7.6%   |
| B 時々実施      | 22 件  | 4.2%   |
| C 実施したことがある | 34 件  | 6.5%   |
| D 実施したことはない | 427 件 | 81.6%  |
| 合計          | 523 件 | 100.0% |
| 無回答         | 2 件   | -      |



F 地産地消

(N= 522)

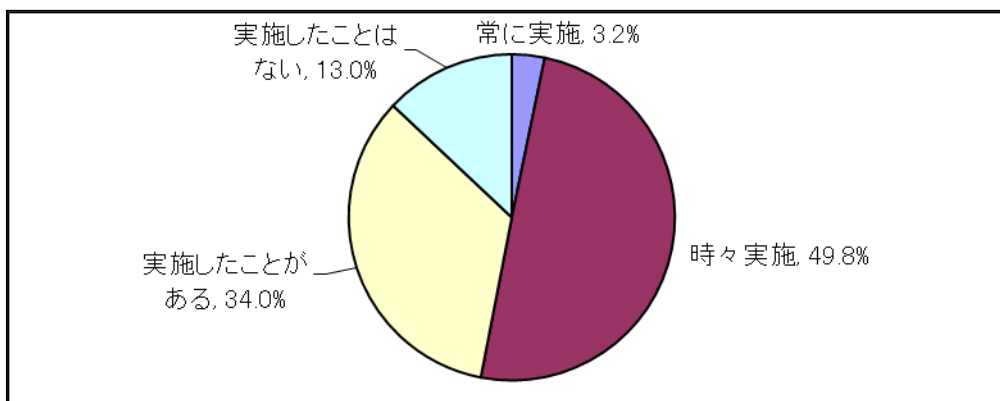
| 結果          | 件数    | 構成比率   |
|-------------|-------|--------|
| A 常に実施      | 74 件  | 14.2%  |
| B 時々実施      | 313 件 | 60.0%  |
| C 実施したことがある | 116 件 | 22.2%  |
| D 実施したことはない | 19 件  | 3.6%   |
| 合計          | 522 件 | 100.0% |
| 無回答         | 3 件   | -      |



G 有機食品・製品の購入

(N= 524)

| 結果          | 件数    | 構成比率   |
|-------------|-------|--------|
| A 常に実施      | 17 件  | 3.2%   |
| B 時々実施      | 261 件 | 49.8%  |
| C 実施したことがある | 178 件 | 34.0%  |
| D 実施したことはない | 68 件  | 13.0%  |
| 合計          | 524 件 | 100.0% |
| 無回答         | 1 件   | -      |

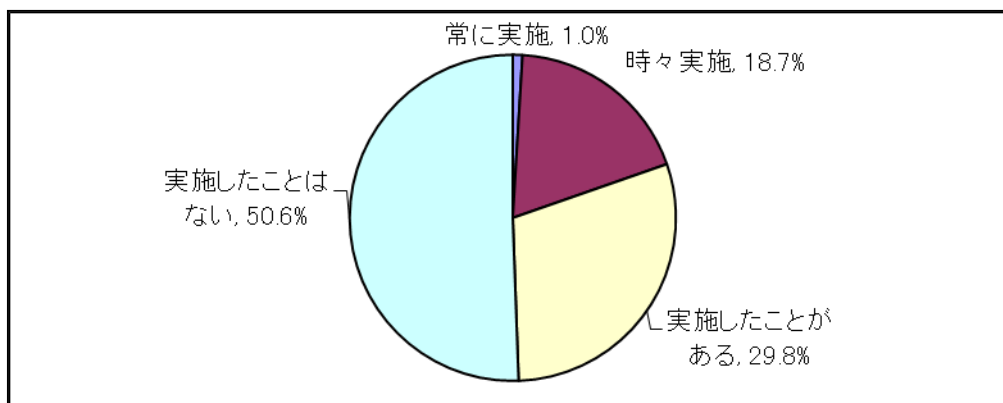


## H フェアトレード※商品の購入

(N= 524)

| 結果          | 件数    | 構成比率   |
|-------------|-------|--------|
| A 常に実施      | 5 件   | 1.0%   |
| B 時々実施      | 98 件  | 18.7%  |
| C 実施したことがある | 156 件 | 29.8%  |
| D 実施したことはない | 265 件 | 50.6%  |
| 合計          | 524 件 | 100.0% |
| 無回答         | 1 件   | -      |

※開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指すため、  
開発途上国の原料や製品を適正な価格で取引された商品

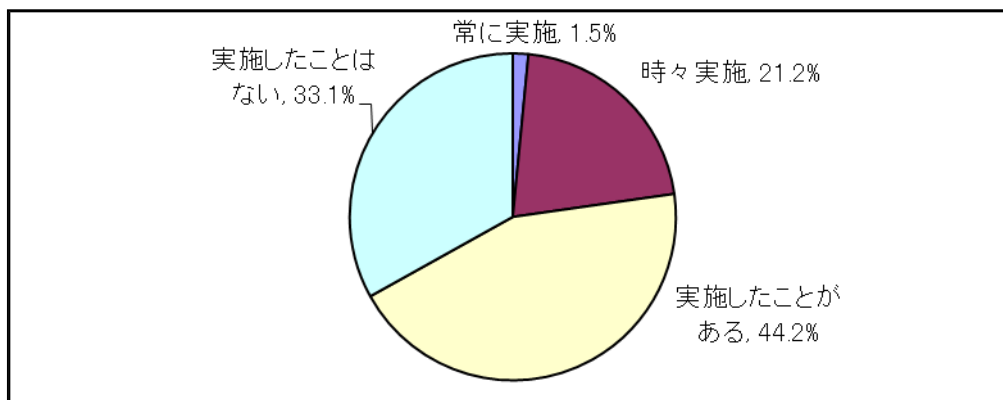


## I 災害復興や途上国支援などの寄付付き商品※の購入

(N= 523)

| 結果          | 件数    | 構成比率   |
|-------------|-------|--------|
| A 常に実施      | 8 件   | 1.5%   |
| B 時々実施      | 111 件 | 21.2%  |
| C 実施したことがある | 231 件 | 44.2%  |
| D 実施したことはない | 173 件 | 33.1%  |
| 合計          | 523 件 | 100.0% |
| 無回答         | 2 件   | -      |

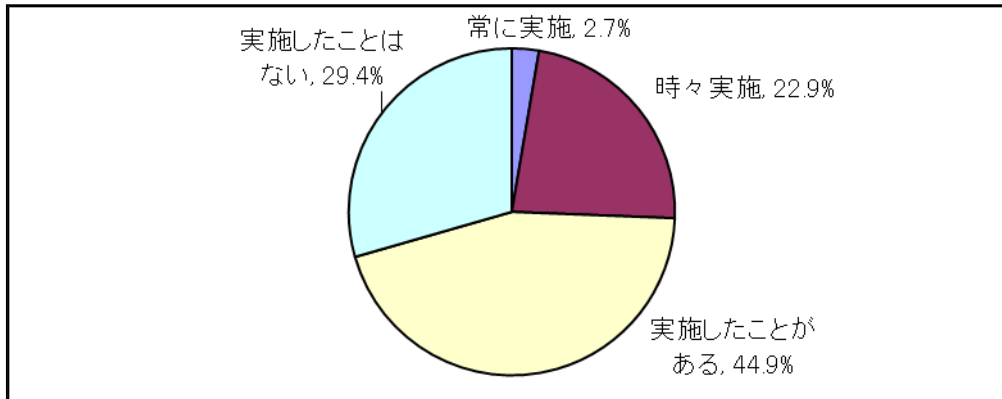
※「商品の代金のうち10円が〇〇に寄付されます」といった商品



J 被災地へのお金の寄付や物資提供

(N= 523)

| 結果          | 件数    | 構成比率   |
|-------------|-------|--------|
| A 常に実施      | 14 件  | 2.7%   |
| B 時々実施      | 120 件 | 22.9%  |
| C 実施したことがある | 235 件 | 44.9%  |
| D 実施したことはない | 154 件 | 29.4%  |
| 合計          | 523 件 | 100.0% |
| 無回答         | 2 件   | -      |

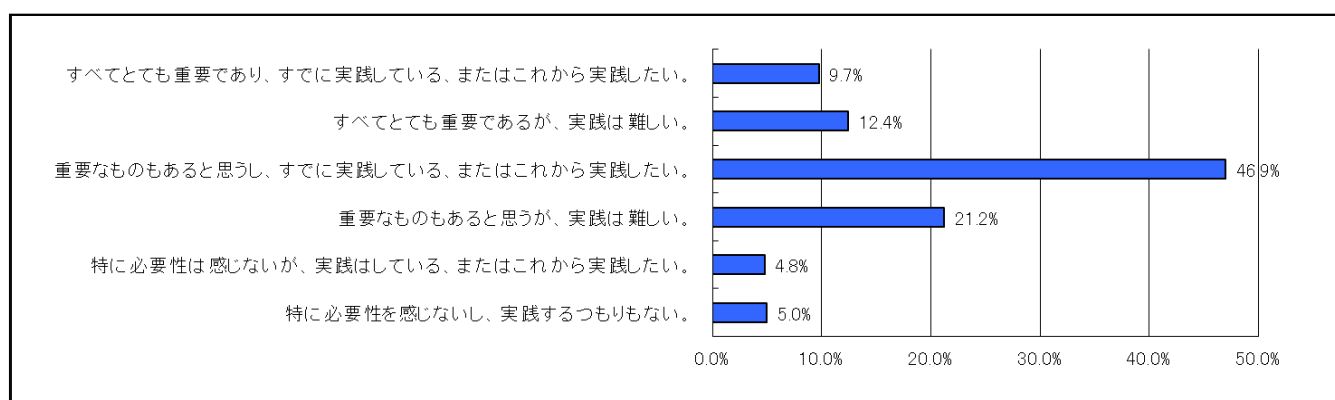


問8 エシカル消費について、あなたの意見に最も近いものを選んでください。

エシカル消費への意見については、「重要なものもあると思うし、すでに実践している、またはこれから実践したい。」が46.9%(246件)、続いて「重要なものもあると思うが、実践は難しい。」21.2%(111件)、「すべてとても重要であるが、実践は難しい。」12.4%(65件)となっている。

(N= 524)

| 結果                                     | 件数   | 構成比率   |
|--|------|--------|
| A すべてとても重要であり、すでに実践している、またはこれから実践したい。  | 51件  | 9.7%   |
| B すべてとても重要であるが、実践は難しい。                 | 65件  | 12.4%  |
| C 重要なものもあると思うし、すでに実践している、またはこれから実践したい。 | 246件 | 46.9%  |
| D 重要なものもあると思うが、実践は難しい。                 | 111件 | 21.2%  |
| E 特に必要性を感じないが、実践はしている、またはこれから実践したい。    | 25件  | 4.8%   |
| F 特に必要性を感じないし、実践するつもりもない。              | 26件  | 5.0%   |
| 合計                                     | 524件 | 100.0% |
| 無回答                                    | 1件   | -      |

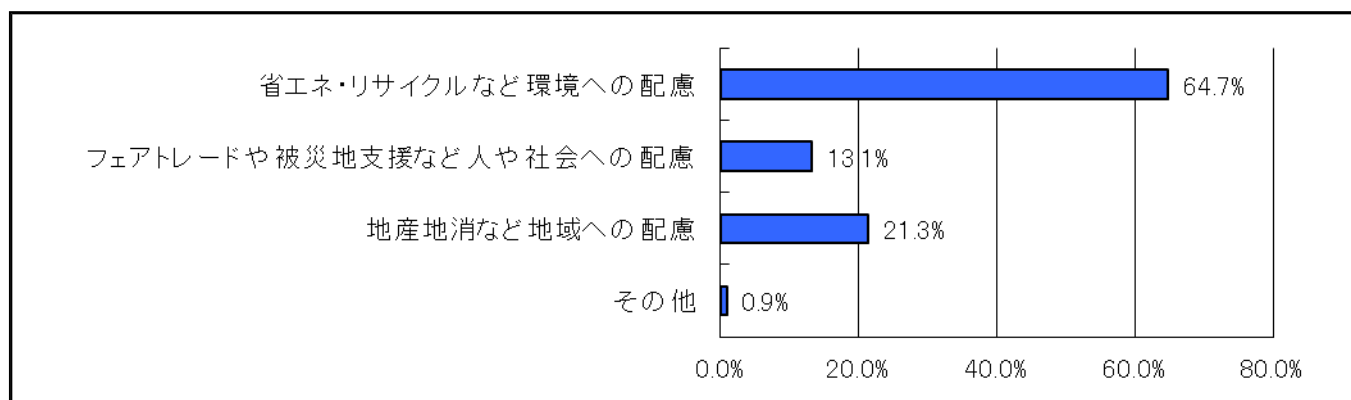


問8-1 問8でC、Dと回答した方にお聞きします。エシカル消費の中で、貴方が重要だ  
 と思うものはどれですか。

エシカル消費の中で重要だと思う項目については、「省エネ・リサイクルなど環境への配慮」が  
 64.7%(222件)、「地産地消など地域への配慮」が21.3%(73件)となっている。

(N= 343)

| 結果                        | 件数    | 構成比率   |
|---------------------------|-------|--------|
| A 省エネ・リサイクルなど環境への配慮       | 222 件 | 64.7%  |
| B フェアトレードや被災地支援など人や社会への配慮 | 45 件  | 13.1%  |
| C 地産地消など地域への配慮            | 73 件  | 21.3%  |
| D その他                     | 3 件   | 0.9%   |
| 合計                        | 343 件 | 100.0% |
| 無回答                       | 14 件  | -      |



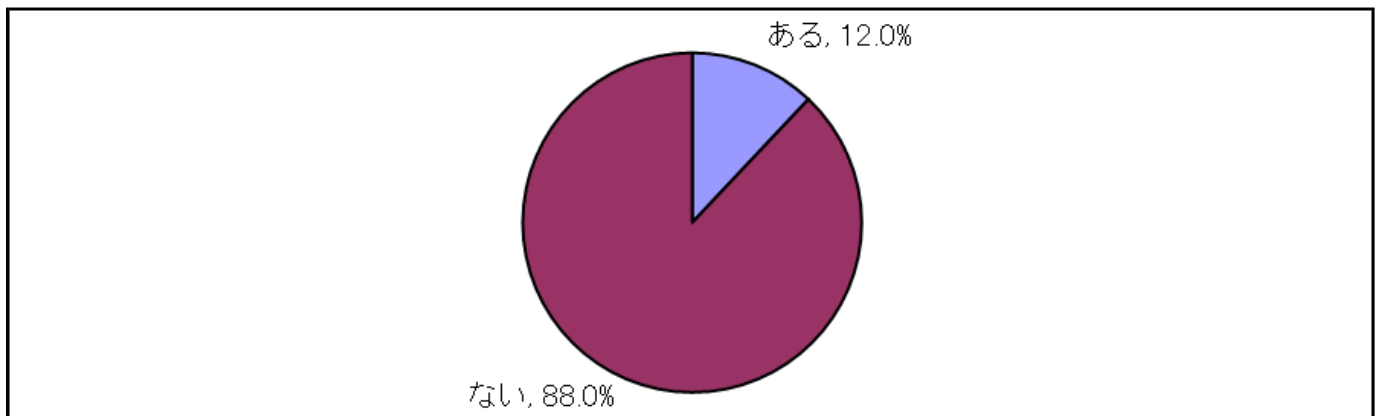
## 2 消費者問題に関するトラブルについて

問9 過去1年間に、自分や家族等が商品を購入したり、サービスを利用した際に、被害やトラブルにあったことはありますか。

商品購入やサービス利用の際の被害やトラブルについては、「ない」が88.0%（460件）、「ある」が12.0%（63件）となっている。

(N= 523)

| 結果   | 件数   | 構成比率   |
|------|------|--------|
| A ある | 63件  | 12.0%  |
| B ない | 460件 | 88.0%  |
| 合計   | 523件 | 100.0% |
| 無回答  | 2件   | -      |



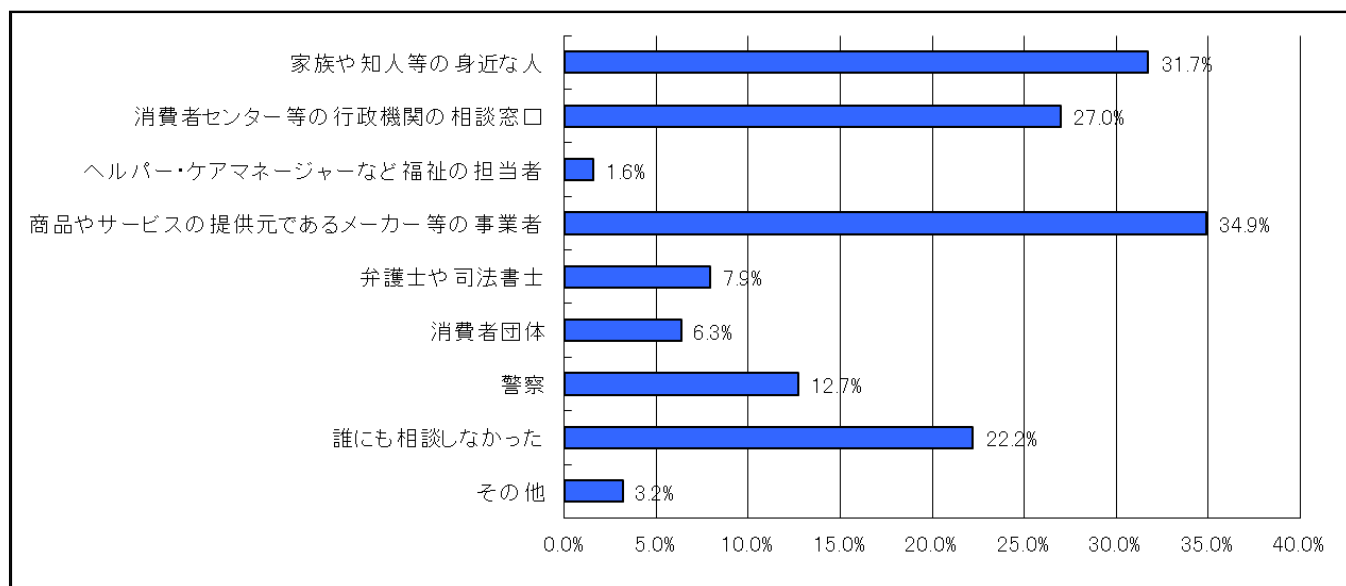


問 10 (問9でAと回答した方のみ) その被害やトラブルについて、どこかに相談したり、伝えたりしましたか。相談したり、伝えたりした相手を全てお答えください。

商品購入やサービス利用の際の被害やトラブル時に相談した相手については、「商品やサービスの提供元であるメーカー等の事業者」が 34.9% (22 件) で最も多く、ついで「家族や知人等の身近な人」 31.7% (20 件)、「消費者センター等の行政機関の相談窓口」 27.0% (17 件) と続いている。

(N= 63)

| 結果                        | 件数   | 構成比率  |
|---------------------------|------|-------|
| A 家族や知人等の身近な人             | 20 件 | 31.7% |
| B 消費者センター等の行政機関の相談窓口      | 17 件 | 27.0% |
| C ヘルパー・ケアマネージャーなど福祉の担当者   | 1 件  | 1.6%  |
| D 商品やサービスの提供元であるメーカー等の事業者 | 22 件 | 34.9% |
| E 弁護士や司法書士                | 5 件  | 7.9%  |
| F 消費者団体                   | 4 件  | 6.3%  |
| G 警察                      | 8 件  | 12.7% |
| H 誰にも相談しなかった              | 14 件 | 22.2% |
| I その他                     | 2 件  | 3.2%  |
| 合計                        | 93 件 | -     |
| 無回答                       | 0 件  | -     |



・複数回答のため、構成比の合計は 100% になっていない。

《その他の回答》

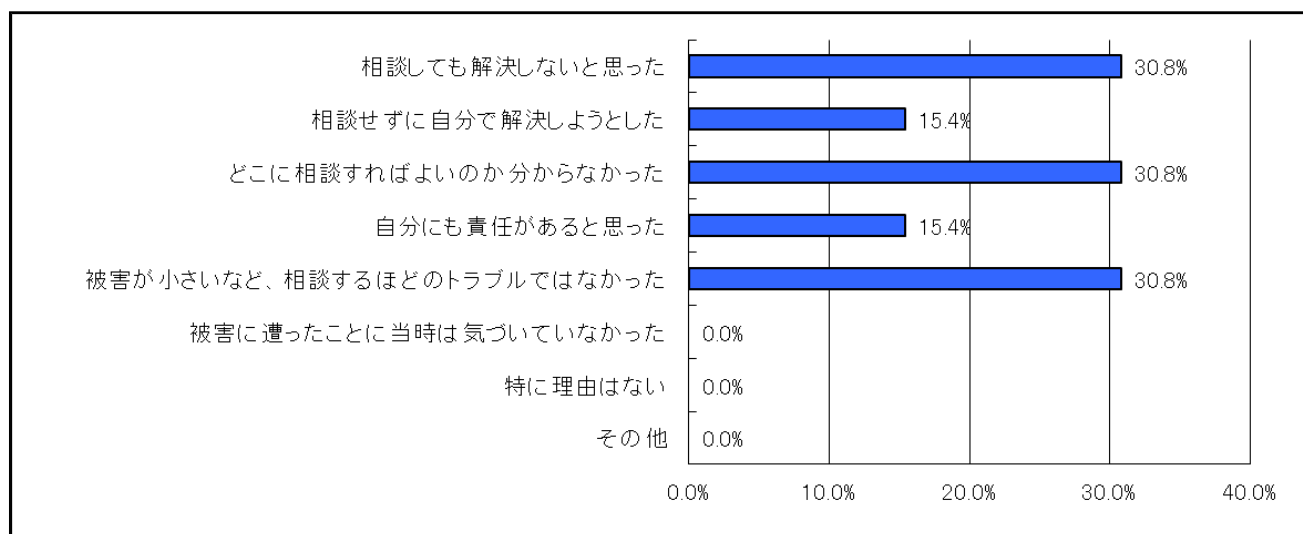
・その他回答の具体的内容はなし

問 11 (問 10 でHと回答した方のみ) 誰にも相談したり、伝えたりしなかった理由として、  
 どれが当てはまりますか。

商品購入やサービス利用の際の被害やトラブル時に誰にも相談しなかった理由については、「相談しても解決しないと思った」「どこに相談すればよいのか分からなかった」「被害が小さいなど、相談するほどのトラブルではなかった」が30.8% (4件) で最も多くなっている。

(N= 13)

| 結果                           | 件数  | 構成比率  |
|------------------------------|-----|-------|
| A 相談しても解決しないと思った             | 4件  | 30.8% |
| B 相談せずに自分で解決しようとした           | 2件  | 15.4% |
| C どこに相談すればよいのか分からなかった        | 4件  | 30.8% |
| D 自分にも責任があると思った              | 2件  | 15.4% |
| E 被害が小さいなど、相談するほどのトラブルではなかった | 4件  | 30.8% |
| F 被害に遭ったことに当時は気づいていなかった      | 0件  | 0.0%  |
| G 特に理由はない                    | 0件  | 0.0%  |
| H その他                        | 0件  | 0.0%  |
| 合計                           | 16件 | -     |
| 無回答                          | 1件  | -     |



・複数回答のため、構成比の合計は100%になっていない。

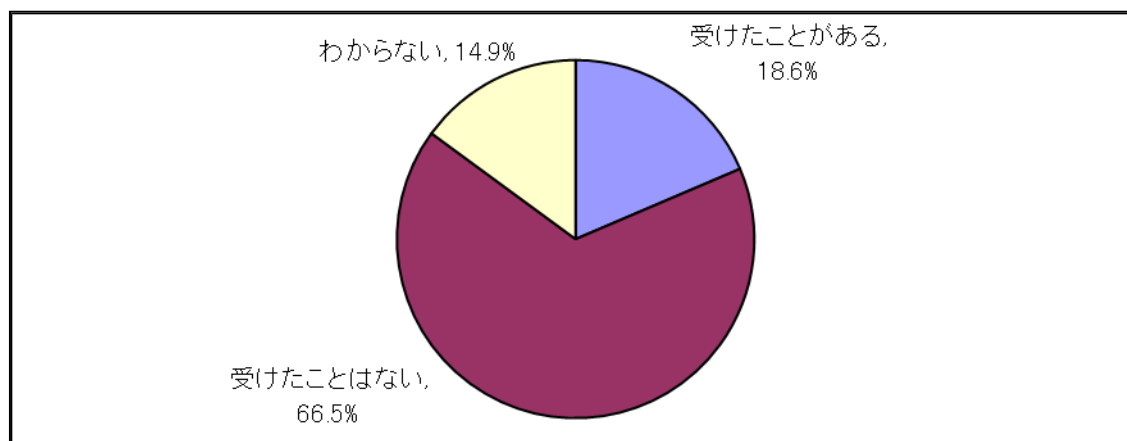
### 3 消費者教育について

問 12 消費者問題に関する学習の機会が、学校、地域、職場等の様々な場で提供されています。こうした消費者問題に関する啓発（消費者教育）を、受けたことはありますか。

消費者問題に関する学習の機会については、「受けたことはない」が 66.5%（347 件）、「受けたことがある」が 18.6%（97 件）となっている。

(N= 522)

| 結果         | 件数    | 構成比率   |
|------------|-------|--------|
| A 受けたことがある | 97 件  | 18.6%  |
| B 受けたことはない | 347 件 | 66.5%  |
| C わからない    | 78 件  | 14.9%  |
| 合計         | 522 件 | 100.0% |
| 無回答        | 3 件   | -      |

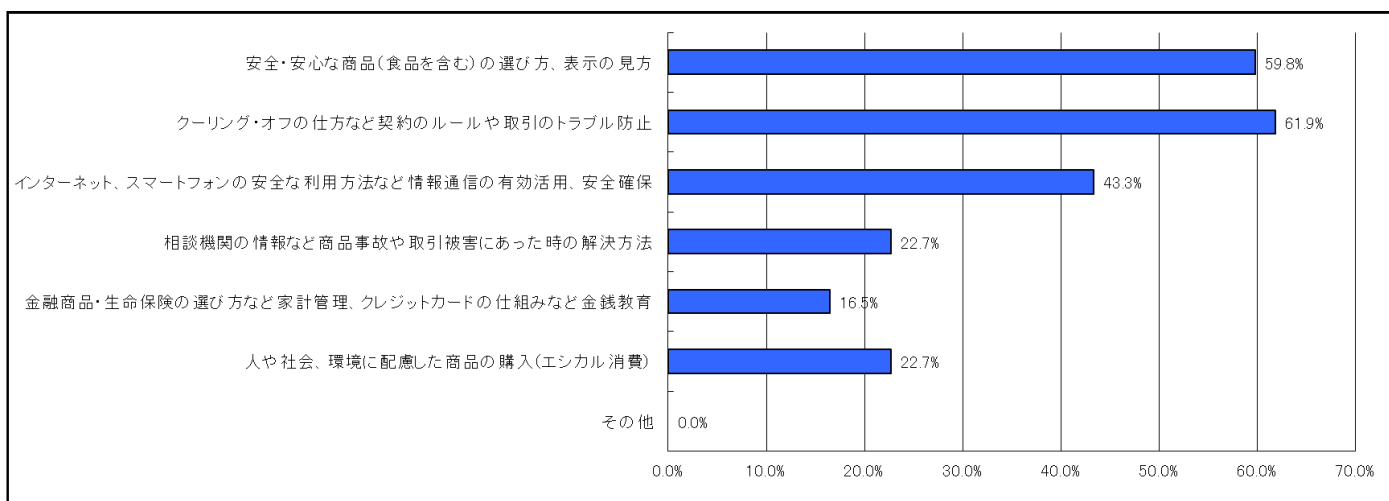


問 13 （問 12 で A と回答した方のみ）それは、どのような内容のものでしたか。

消費者問題に関する学習の内容については、「クーリング・オフの仕方など契約のルールや取引のトラブル防止」が 61.9%（60 件）で最も多く、ついで「安全・安心な商品（食品を含む）の選び方、表示の見方」59.8%（58 件）、「インターネット、スマートフォンの安全な利用方法など情報通信の有効活用、安全確保」43.3%（42 件）と続いている。

(N= 97)

| 結果  | 件数    | 構成比率  |
|---|-------|-------|
| A 安全・安心な商品（食品を含む）の選び方、表示の見方               | 58 件  | 59.8% |
| B クーリング・オフの仕方など契約のルールや取引のトラブル防止           | 60 件  | 61.9% |
| C インターネット、スマートフォンの安全な利用方法など情報通信の有効活用、安全確保 | 42 件  | 43.3% |
| D 相談機関の情報など商品事故や取引被害にあった時の解決方法            | 22 件  | 22.7% |
| E 金融商品・生命保険の選び方など家計管理、クレジットカードの仕組みなど金銭教育  | 16 件  | 16.5% |
| F 人や社会、環境に配慮した商品の購入(エシカル消費)               | 22 件  | 22.7% |
| G その他                                     | 0 件   | 0.0%  |
| 合計  | 220 件 | -     |
| 無回答                                       | 0 件   | -     |



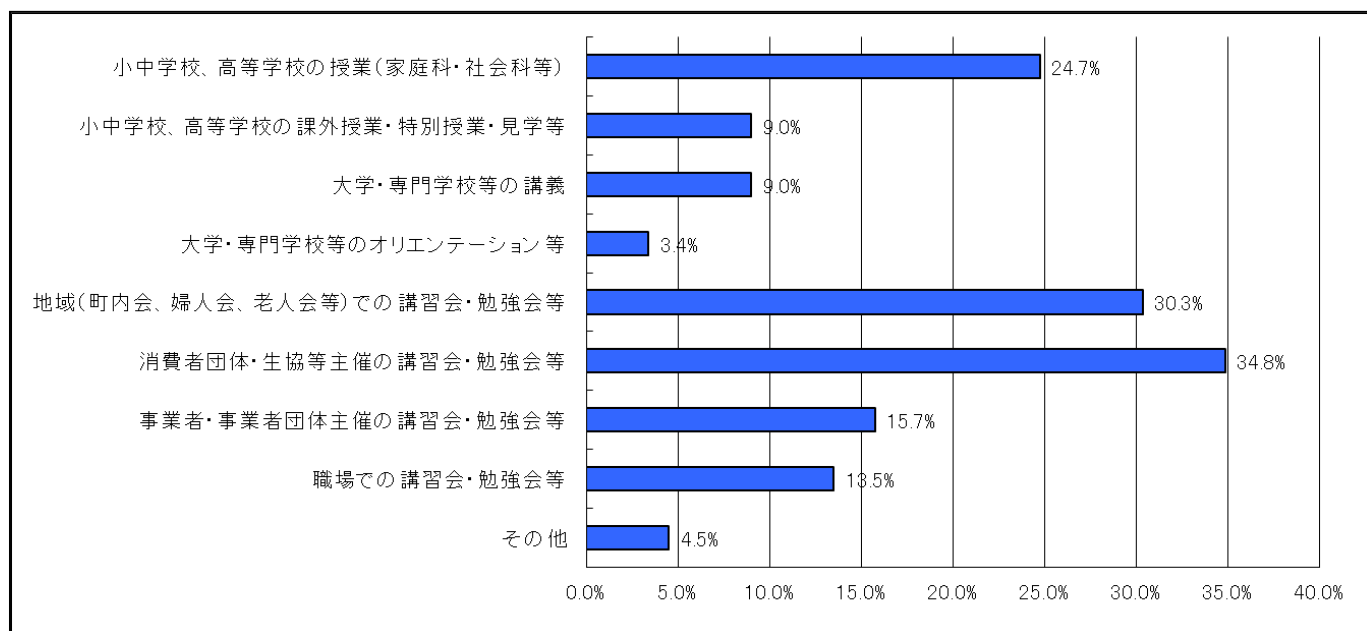
・複数回答のため、構成比の合計は 100%になっていない。

問 14 (問 12 で A と回答した方のみ) それは、どのような機会で見ましたか。

消費者問題に関する学習の具体的な機会については、「消費者団体・生協等主催の講習会・勉強会等」が 34.8% (31 件) で最も多く、ついで「地域(町内会、婦人会、老人会等)での講習会・勉強会等」が 30.3% (27 件)、「小中学校、高等学校の授業(家庭科・社会科等)」24.7% (22 件) と続いている。

(N= 89)

| 結果                           | 件数    | 構成比率  |
|------------------------------|-------|-------|
| A 小中学校、高等学校の授業(家庭科・社会科等)     | 22 件  | 24.7% |
| B 小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学等    | 8 件   | 9.0%  |
| C 大学・専門学校等の講義                | 8 件   | 9.0%  |
| D 大学・専門学校等のオリエンテーション等        | 3 件   | 3.4%  |
| E 地域(町内会、婦人会、老人会等)での講習会・勉強会等 | 27 件  | 30.3% |
| F 消費者団体・生協等主催の講習会・勉強会等       | 31 件  | 34.8% |
| G 事業者・事業者団体主催の講習会・勉強会等       | 14 件  | 15.7% |
| H 職場での講習会・勉強会等               | 12 件  | 13.5% |
| I その他                        | 4 件   | 4.5%  |
| 合計                           | 129 件 | -     |
| 無回答                          | 8 件   | -     |



・複数回答のため、構成比の合計は 100% になっていない。

《その他の回答》

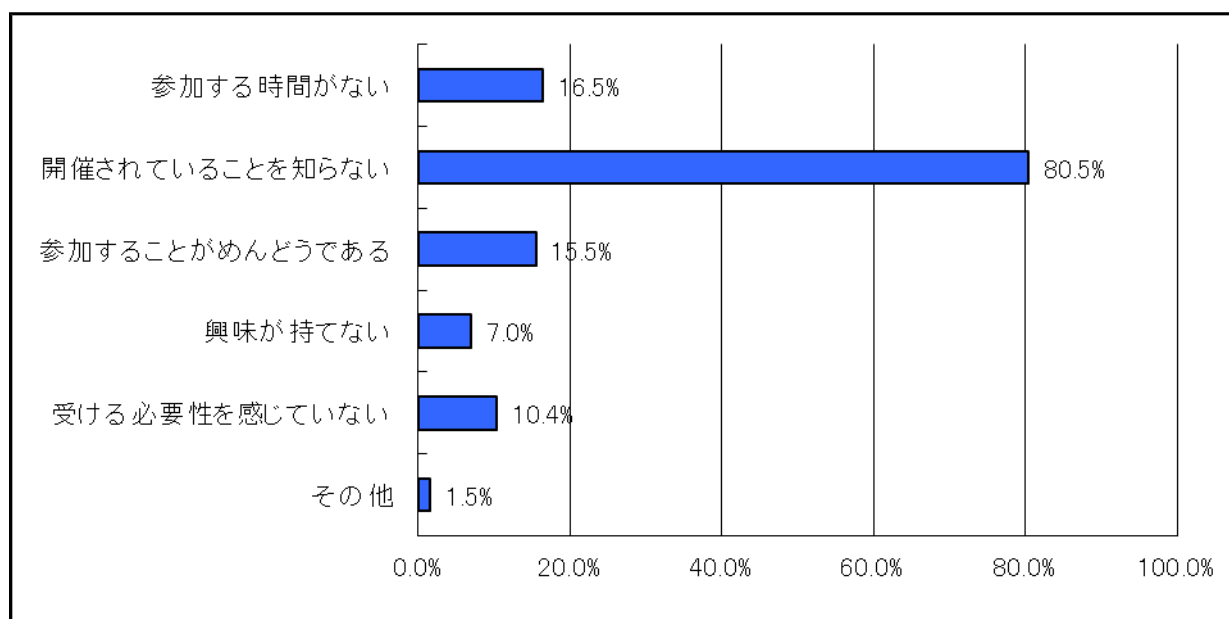
- ・金沢市の通信講座
- ・東京で習ったローフードに関する講習にて
- ・PTA
- ・県主催の説明会・食品表示

問 15 (問 12 で B と回答した方のみ) 消費者教育を受けたことがない理由として、どれが当てはまりますか。

消費者教育を受けたことがない理由については、「開催されていることを知らない」が 80.5% (264 件) で最も多く、ついで「参加する時間がない」が 16.5% (54 件)、「参加することがめんどろである」 15.5% (51 件) と続いている。

(N= 328 )

| 結果               | 件数    | 構成比率  |
|------------------|-------|-------|
| A 参加する時間がない      | 54 件  | 16.5% |
| B 開催されていることを知らない | 264 件 | 80.5% |
| C 参加することがめんどろである | 51 件  | 15.5% |
| D 興味が持てない        | 23 件  | 7.0%  |
| E 受ける必要性を感じていない  | 34 件  | 10.4% |
| F その他            | 5 件   | 1.5%  |
| 合計               | 431 件 | -     |
| 無回答              | 19 件  | -     |



・複数回答のため、構成比の合計は 100% になっていない。

《その他の回答》

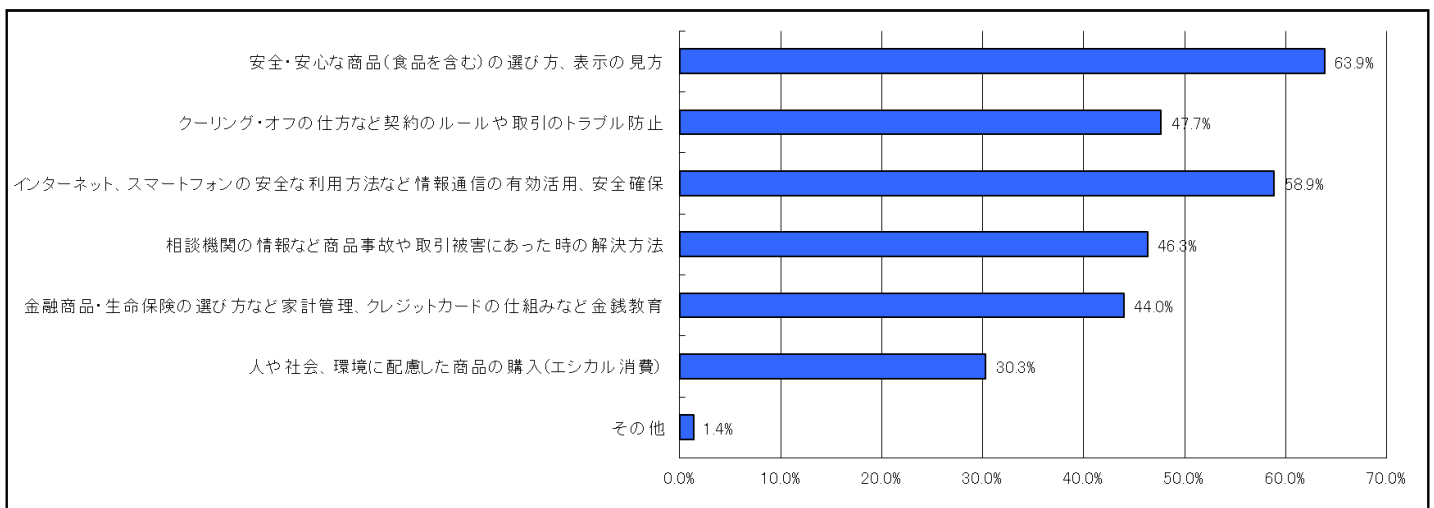
- ・小さい子どもがいるので参加しにくい
- ・子育てしていたら、時間の余裕がない。
- ・場所や日程など無理してまで動けない…
- ・人の集まりに参加する機会が日常で無いので

問 16 消費者教育について、取り上げてほしいと思う内容はどれですか。

消費者教育で取り上げてほしい内容については、「安全・安心な商品（食品を含む）の選び方、表示の見方」が 63.9%（331 件）で最も多く、ついで「インターネット、スマートフォンの安全な利用方法など情報通信の有効活用、安全確保」が 58.9%（305 件）、「クーリング・オフの仕方など契約のルールや取引のトラブル防止」47.7%（247 件）と続いている。

(N= 518)

| 結果  | 件数      | 構成比率  |
|---|---------|-------|
| A 安全・安心な商品(食品を含む)の選び方、表示の見方               | 331 件   | 63.9% |
| B クーリング・オフの仕方など契約のルールや取引のトラブル防止           | 247 件   | 47.7% |
| C インターネット、スマートフォンの安全な利用方法など情報通信の有効活用、安全確保 | 305 件   | 58.9% |
| D 相談機関の情報など商品事故や取引被害にあった時の解決方法            | 240 件   | 46.3% |
| E 金融商品・生命保険の選び方など家計管理、クレジットカードの仕組みなど金銭教育  | 228 件   | 44.0% |
| F 人や社会、環境に配慮した商品の購入(エシカル消費)               | 157 件   | 30.3% |
| G その他                                     | 7 件     | 1.4%  |
| 合計  | 1,515 件 | -     |
| 無回答                                       | 7 件     | -     |



・複数回答のため、構成比の合計は 100%になっていない。

《その他の回答》

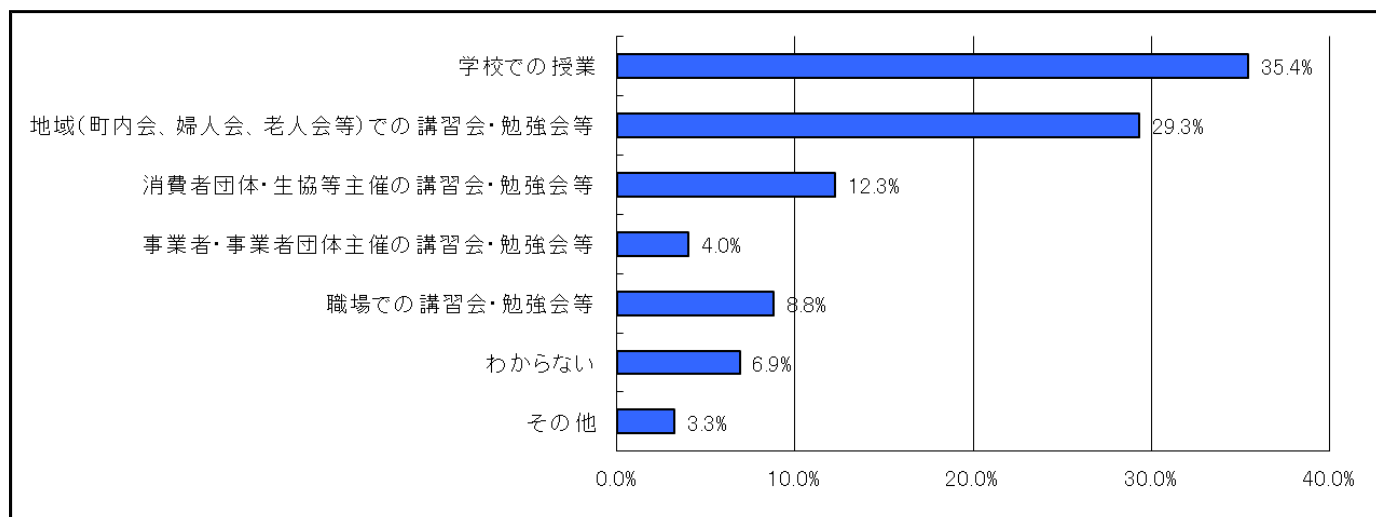
- ・携帯電話の料金について
- ・単一の商品でなく、集会などの後半に多くの分野を少しずつ話して欲しい
- ・1. 3Rの具体的な実践方法。
- 2. 見た目が悪い野菜の活用法。
- 3. 生産現場の理解と感謝の気持ちの育成
- 4. 食料自給率についての正しい理解
- ・科学的効果を装った怪しい商品の見分け方
- ・地産地消のための、オススメレシピをたくさんみたい。

## 問 17 消費者教育を行う場として、最も重要だと思う場はどこですか。

消費者教育を行う最も重要な場については、「学校での授業」35.4%（185件）で最も多く、ついで「地域（町内会、婦人会、老人会等）での講習会・勉強会等」29.3%（153件）、「消費者団体・生協等主催の講習会・勉強会等」12.3%（64件）と続いている。

(N= 522)

| 結果                           | 件数   | 構成比率   |
|------------------------------|------|--------|
| A 学校での授業                     | 185件 | 35.4%  |
| B 地域(町内会、婦人会、老人会等)での講習会・勉強会等 | 153件 | 29.3%  |
| C 消費者団体・生協等主催の講習会・勉強会等       | 64件  | 12.3%  |
| D 事業者・事業者団体主催の講習会・勉強会等       | 21件  | 4.0%   |
| E 職場での講習会・勉強会等               | 46件  | 8.8%   |
| F わからない                      | 36件  | 6.9%   |
| G その他                        | 17件  | 3.3%   |
| 合計                           | 522件 | 100.0% |
| 無回答                          | 3件   | -      |



・一部複数回答があったため、構成比の合計は100%になっていない。



## 4 消費者行政について

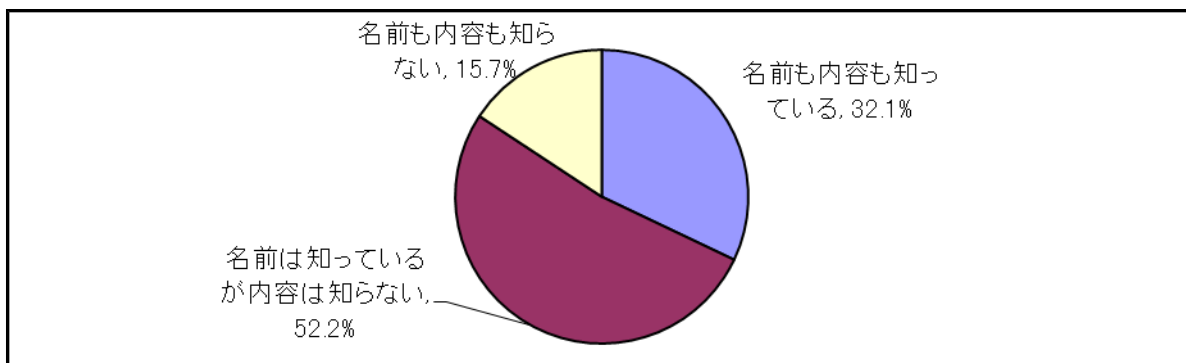
問 18 次の機関や相談窓口を知っていますか。

5 つの機関、相談窓口の中で、「名前も内容も知っている」が一番多いのは【石川県消費生活支援センター】、「名前も内容も知らない」で一番多いのは【警察相談専用電話 #9110】となった。

### A 独立行政法人 国民生活センター

(N= 521)

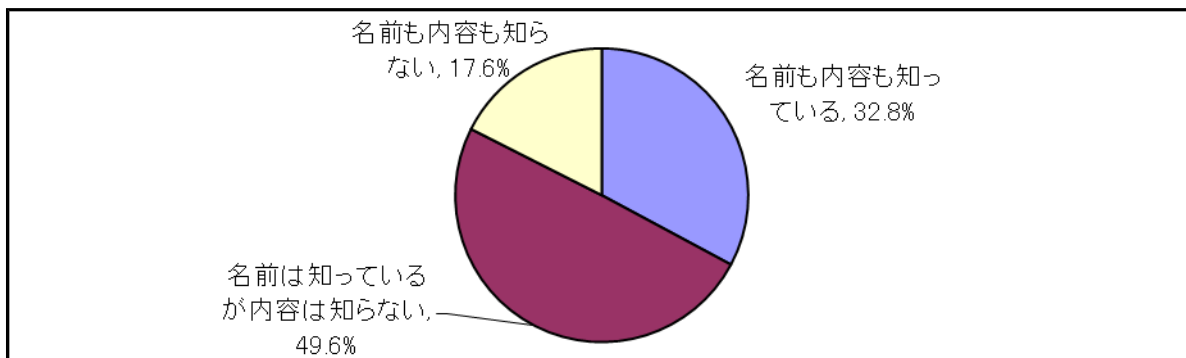
| 結果                 | 件数    | 構成比率   |
|--------------------|-------|--------|
| A 名前も内容も知っている      | 167 件 | 32.1%  |
| B 名前は知っているが内容は知らない | 272 件 | 52.2%  |
| C 名前も内容も知らない       | 82 件  | 15.7%  |
| 合計                 | 521 件 | 100.0% |
| 無回答                | 4 件   | -      |



### B 石川県消費生活支援センター

(N= 524)

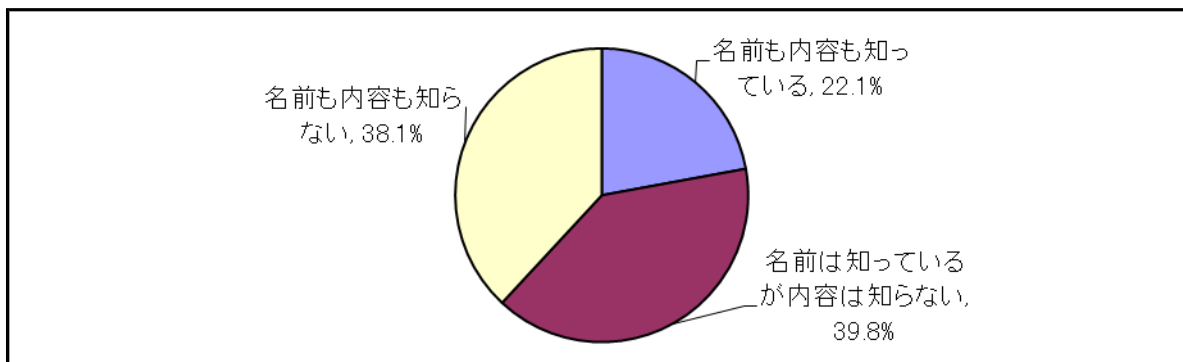
| 結果                 | 件数    | 構成比率   |
|--------------------|-------|--------|
| A 名前も内容も知っている      | 172 件 | 32.8%  |
| B 名前は知っているが内容は知らない | 260 件 | 49.6%  |
| C 名前も内容も知らない       | 92 件  | 17.6%  |
| 合計                 | 524 件 | 100.0% |
| 無回答                | 1 件   | -      |



C 住んでいる市、町の消費生活相談窓口

(N= 520)

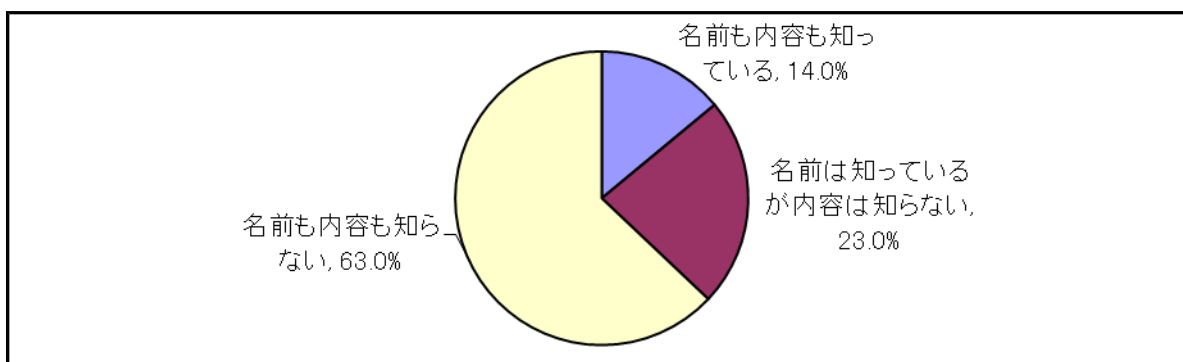
| 結果                 | 件数    | 構成比率   |
|--------------------|-------|--------|
| A 名前も内容も知っている      | 115 件 | 22.1%  |
| B 名前は知っているが内容は知らない | 207 件 | 39.8%  |
| C 名前も内容も知らない       | 198 件 | 38.1%  |
| 合計                 | 520 件 | 100.0% |
| 無回答                | 5 件   | -      |



D 消費者ホットライン「188（いやや）」

(N= 521)

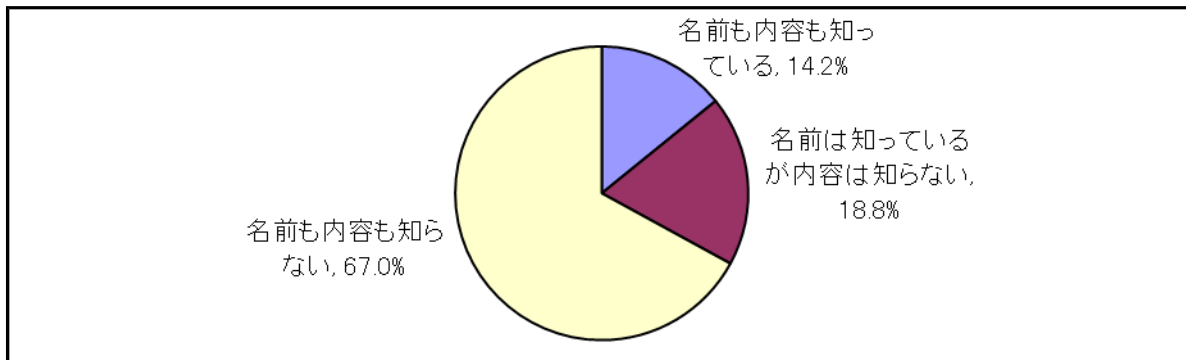
| 結果                 | 件数    | 構成比率   |
|--------------------|-------|--------|
| A 名前も内容も知っている      | 73 件  | 14.0%  |
| B 名前は知っているが内容は知らない | 120 件 | 23.0%  |
| C 名前も内容も知らない       | 328 件 | 63.0%  |
| 合計                 | 521 件 | 100.0% |
| 無回答                | 4 件   | -      |



E 警察相談専用電話 #9110

(N= 522)

| 結果                 | 件数    | 構成比率   |
|--------------------|-------|--------|
| A 名前も内容も知っている      | 74 件  | 14.2%  |
| B 名前は知っているが内容は知らない | 98 件  | 18.8%  |
| C 名前も内容も知らない       | 350 件 | 67.0%  |
| 合計                 | 522 件 | 100.0% |
| 無回答                | 3 件   | -      |

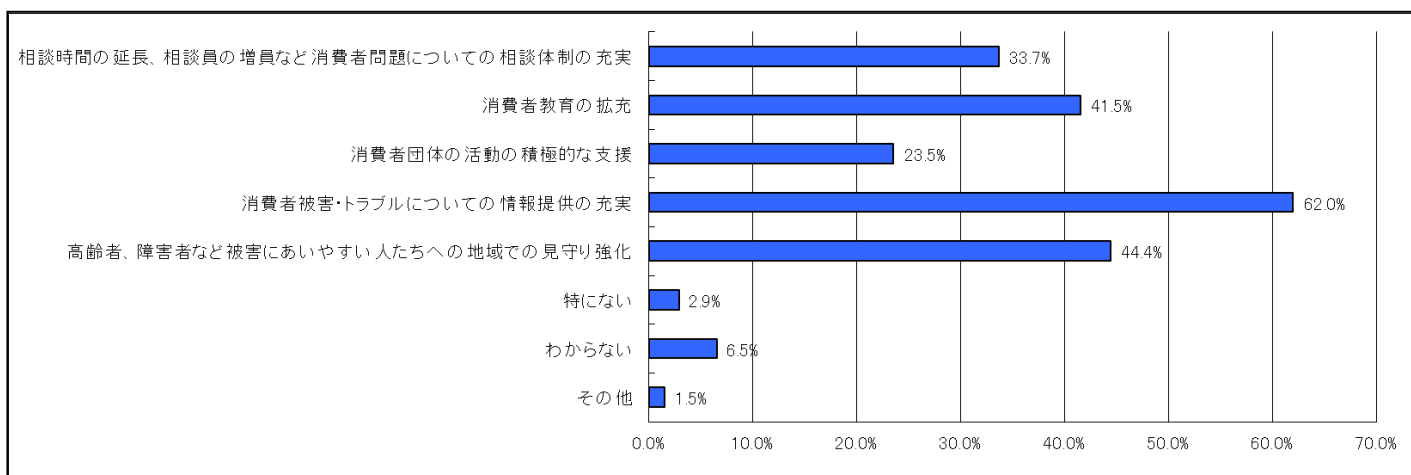


問 19 消費者問題に対する県及び市町の施策として望むことはどのようなことですか。

消費者問題に対する施策として望むことについては、「消費者被害・トラブルについての情報提供の充実」が 62.0% (324 件) で最も多く、ついで「高齢者、障害者など被害にあいやすい人たちへの地域での見守り強化」が 44.4% (232 件)、「消費者教育の拡充」41.5% (217 件) と続いている。

(N= 523)

| 結果                                  | 件数      | 構成比率  |
|-------------------------------------|---------|-------|
| A 相談時間の延長、相談員の増員など消費者問題についての相談体制の充実 | 176 件   | 33.7% |
| B 消費者教育の拡充                          | 217 件   | 41.5% |
| C 消費者団体の活動の積極的な支援                   | 123 件   | 23.5% |
| D 消費者被害・トラブルについての情報提供の充実            | 324 件   | 62.0% |
| E 高齢者、障害者など被害にあいやすい人たちへの地域での見守り強化   | 232 件   | 44.4% |
| F 特にない                              | 15 件    | 2.9%  |
| G わからない                             | 34 件    | 6.5%  |
| H その他                               | 8 件     | 1.5%  |
| 合計                                  | 1,129 件 | -     |
| 無回答                                 | 2 件     | -     |



・複数回答のため、構成比の合計は 100%になっていない。

《その他の回答》

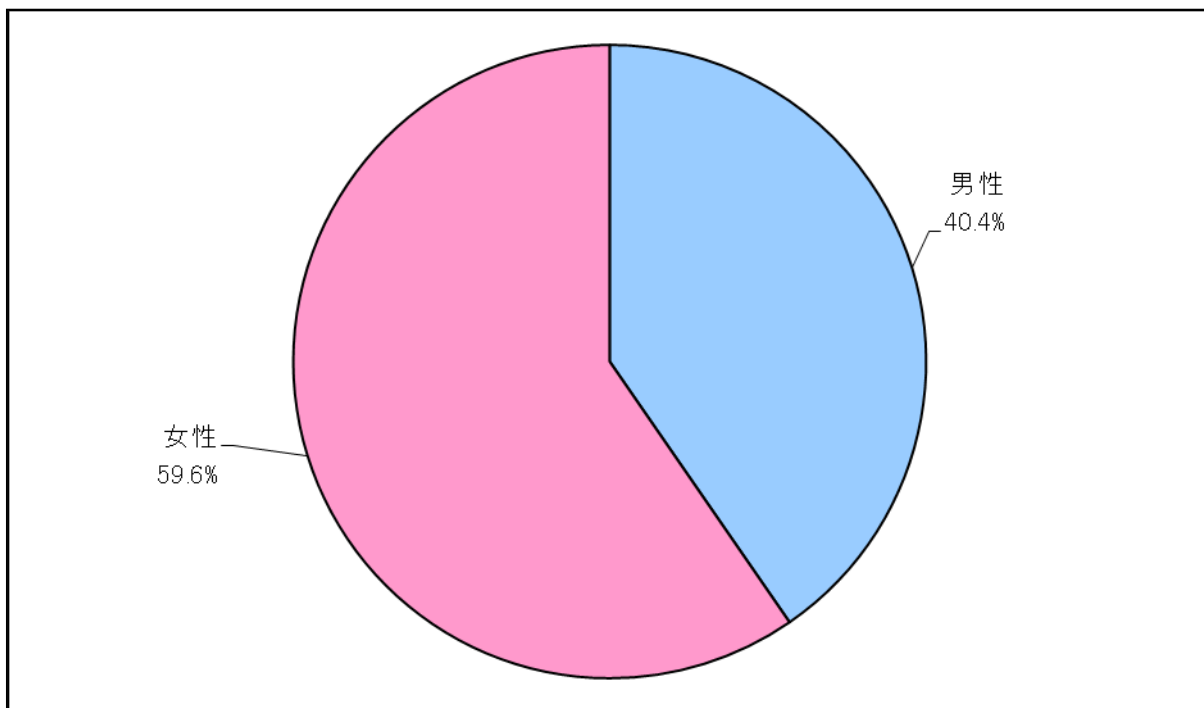
- ・相談窓口がいくつもあるよう。効率化のためにも一本化するべき
- ・地域の集会で世間話として聞きたい
- ・報道機関の積極的な活用(CM利用ではない)
- ・相談員の質の向上
- ・相談先明確化(現状どこに何を相談すれば良いのかよく分からない)
- ・#9110に連絡したことがあります。しかし自分のかけ方が間違っているのか、かかりませんでした。
- ・匿名での電話相談。(深夜や日曜日祝日も)

## 5 あなたご自身についてお尋ねします

問 20 性別をお尋ねします。

(N= 525 )

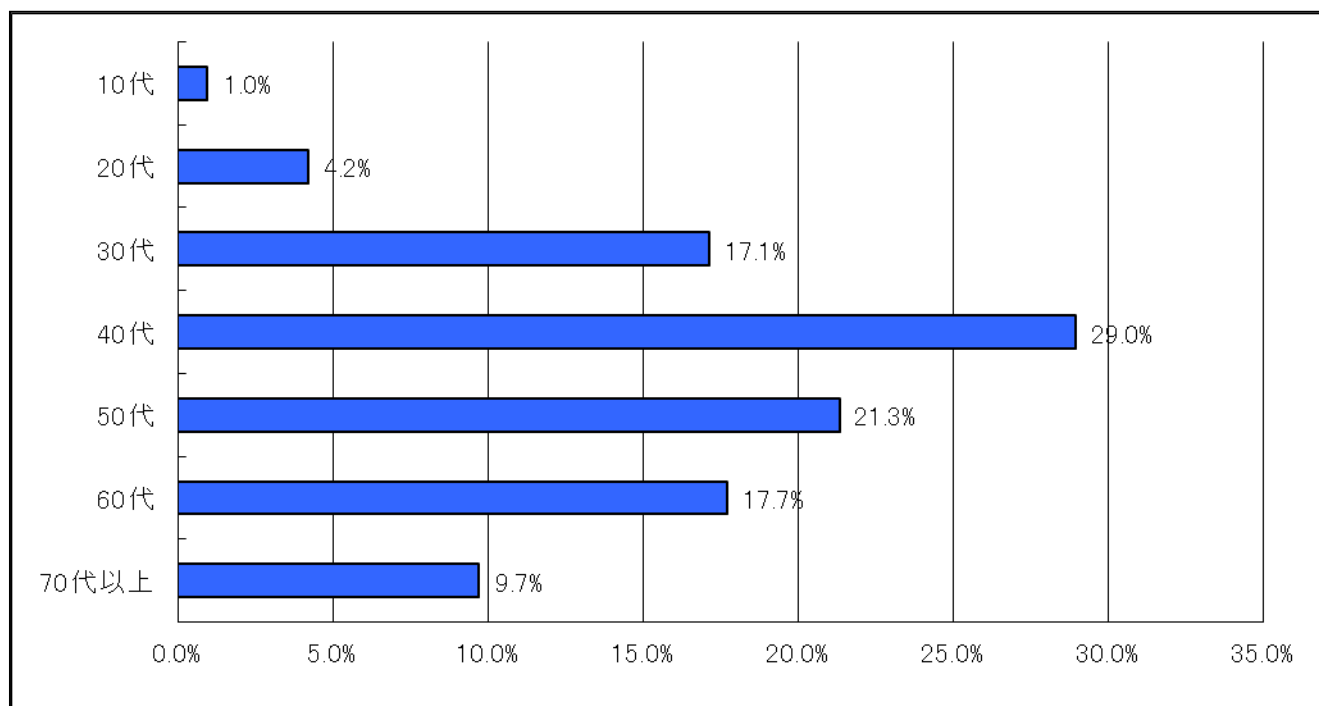
| 結果   | 件数    | 構成比率   |
|------|-------|--------|
| A 男性 | 212 件 | 40.4%  |
| B 女性 | 313 件 | 59.6%  |
| 合計   | 525 件 | 100.0% |
| 無回答  | 0 件   | -      |



問 21 年代をお尋ねします。

(N= 525 )

| 結果      | 件数    | 構成比率   |
|---------|-------|--------|
| A 10代   | 5 件   | 1.0%   |
| B 20代   | 22 件  | 4.2%   |
| C 30代   | 90 件  | 17.1%  |
| D 40代   | 152 件 | 29.0%  |
| E 50代   | 112 件 | 21.3%  |
| F 60代   | 93 件  | 17.7%  |
| G 70代以上 | 51 件  | 9.7%   |
| 合計      | 525 件 | 100.0% |
| 無回答     | 0 件   | -      |



問 22 お住まいの市町名をお尋ねします。

(N= 525 )

| 結果       | 件数    | 構成比率   |
|----------|-------|--------|
| 1 金沢市    | 269 件 | 51.2%  |
| 2 七尾市    | 16 件  | 3.0%   |
| 3 小松市    | 33 件  | 6.3%   |
| 4 輪島市    | 5 件   | 1.0%   |
| 5 珠洲市    | 6 件   | 1.1%   |
| 6 加賀市    | 17 件  | 3.2%   |
| 7 羽咋市    | 6 件   | 1.1%   |
| 8 かほく市   | 13 件  | 2.5%   |
| 9 白山市    | 50 件  | 9.5%   |
| 10 能美市   | 19 件  | 3.6%   |
| 11 野々市市  | 28 件  | 5.3%   |
| 12 川北町   | 3 件   | 0.6%   |
| 13 内灘町   | 12 件  | 2.3%   |
| 14 津幡町   | 15 件  | 2.9%   |
| 15 志賀町   | 6 件   | 1.1%   |
| 16 宝達志水町 | 9 件   | 1.7%   |
| 17 中能登町  | 9 件   | 1.7%   |
| 18 穴水町   | 4 件   | 0.8%   |
| 19 能登町   | 5 件   | 1.0%   |
| 合計       | 525 件 | 100.0% |
| 無回答      | 0 件   | -      |

