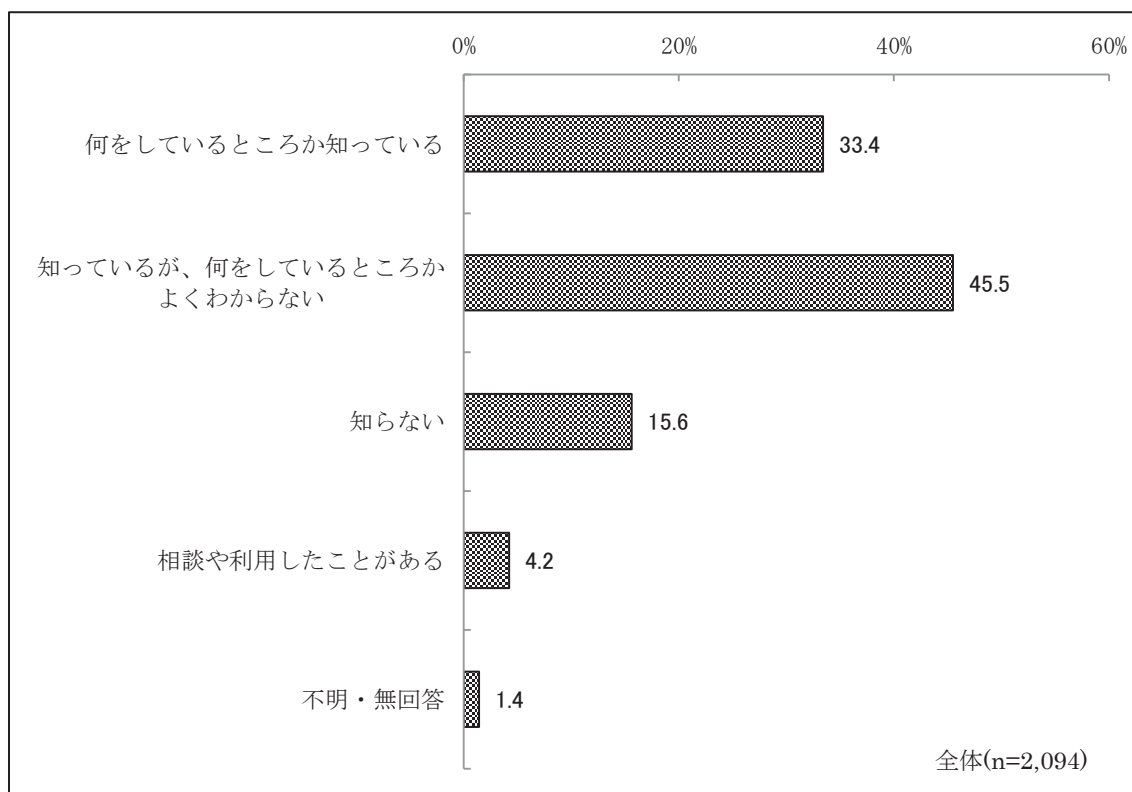


## 2. 消費生活について

### (1) 消費生活センターの認知度

問18 あなたは、消費生活センターを知っていますか。  
(○は1つだけ)



### 消費生活センターの知名度は8割以上

#### 【全体結果】

消費生活センターについては、「何をしているところか知っている」(33.4%)、「知っているが、何をしているところかよくわからない」(45.5%)、「相談や利用したことがある」(4.2%)を合わせると、知名度は8割を超える。「知らない」は15.6%にとどまっている。

#### 【属性別結果】(図2-1参照)

##### ①地区別

「何をしているところか知っている」の割合が最も高いのは中央区(36.7%)で、次いで西区(35.9%)、秋葉区(33.5%)となっている。「知らない」は、南区(21.4%)、江南区(20.1%)で2割を超えている。

## ②性別

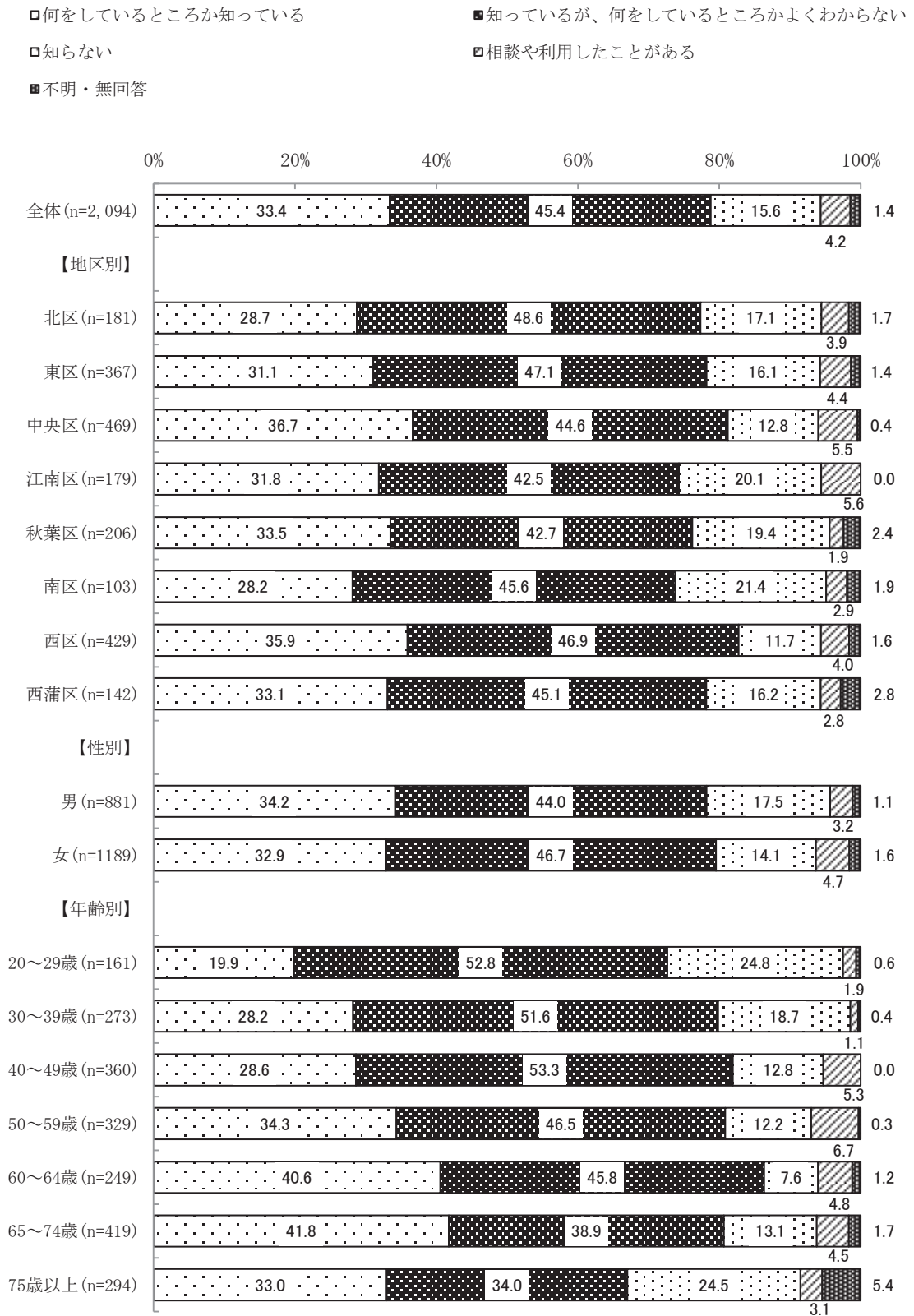
「何をしているところか知っている」については、男性（34.2%）が女性（32.9%）上回っているが、「知らない」の割合でも、男性17.5%に対して女性は14.1%となっている。

## ③年齢別

「何をしているところか知っている」の割合は、65～74歳（41.8%）が最も高く、60～64歳（40.6%）が続き、いずれも4割を超えている。一方、20～29歳では19.9%にとどまっている。

「知らない」では、20～29歳（24.8%）、75歳以上（24.5%）が高い割合となっている。

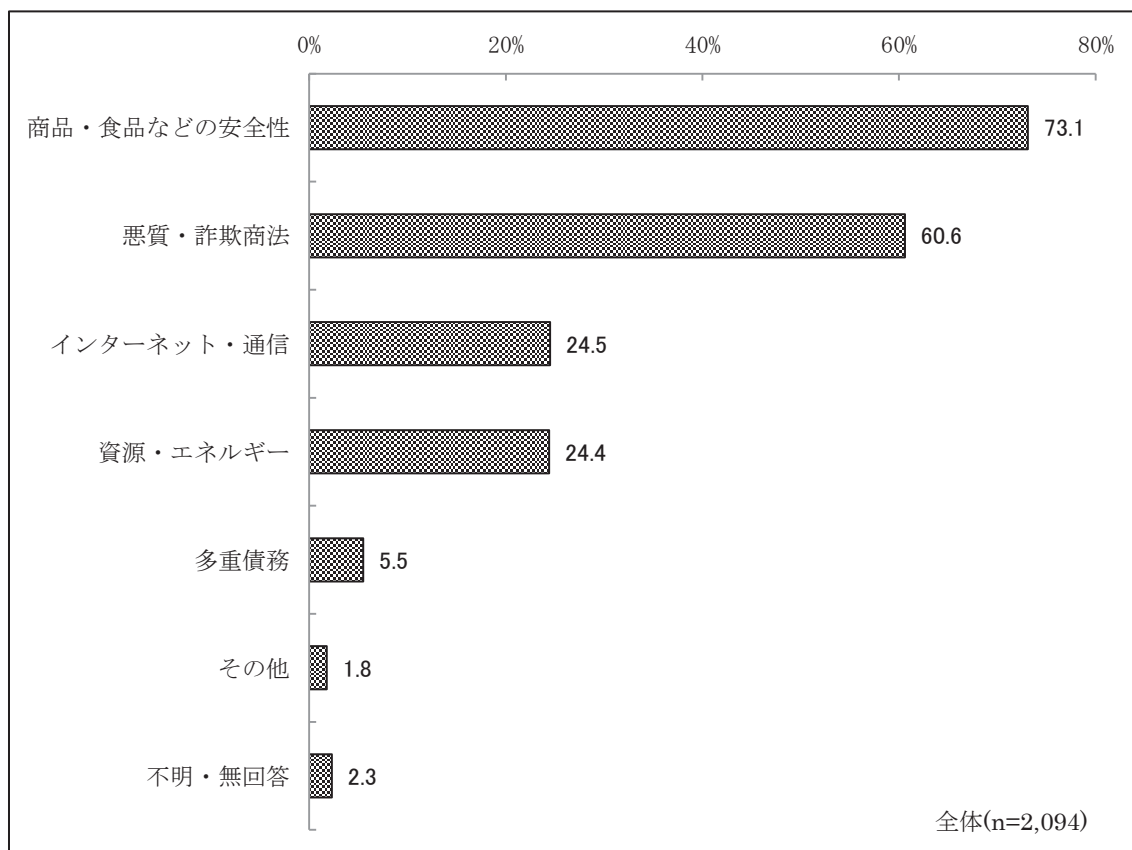
図 2-1 消費生活センターの認知度（地区別／性別／年齢別）



## (2) どのような消費者問題に関心があるか

問19 あなたは、どのような消費者問題に関心がありますか。

(○はいくつでも)



—— 「商品・食品などの安全性」、「悪質・詐欺商法」への関心が高い ——

### 【全体結果】

「商品・食品などの安全性」(73.1%)、「悪質・詐欺商法」(60.6%)への関心が突出して高くなっている。

### 【属性別結果】(図 2-2 参照)

#### ①地区別

「商品・食品などの安全性」に関しては、江南区(79.9%)で最も割合が高く、次いで中央区(76.8%)となっている。「悪質・詐欺商法」については、秋葉区(66.0%)、東区(65.7%)で高い割合となっている。

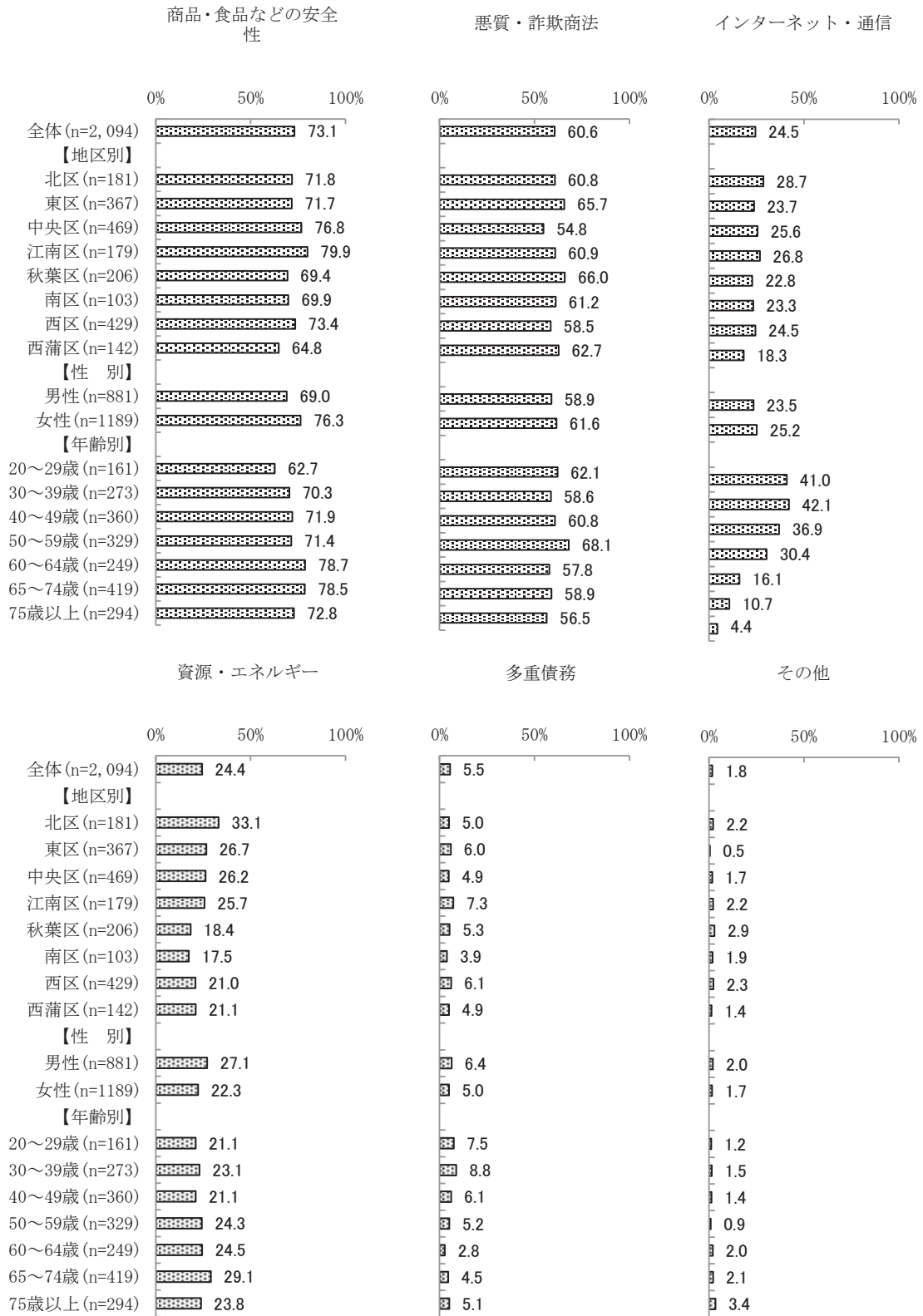
## ②性別

「商品・食品などの安全性」では、女性（76.3%）の割合が男性（69.0%）よりも高くなっている。「資源・エネルギー」については、男性 27.1%に対して女性 22.3%で、男性の割合が高い。

## ③年齢別

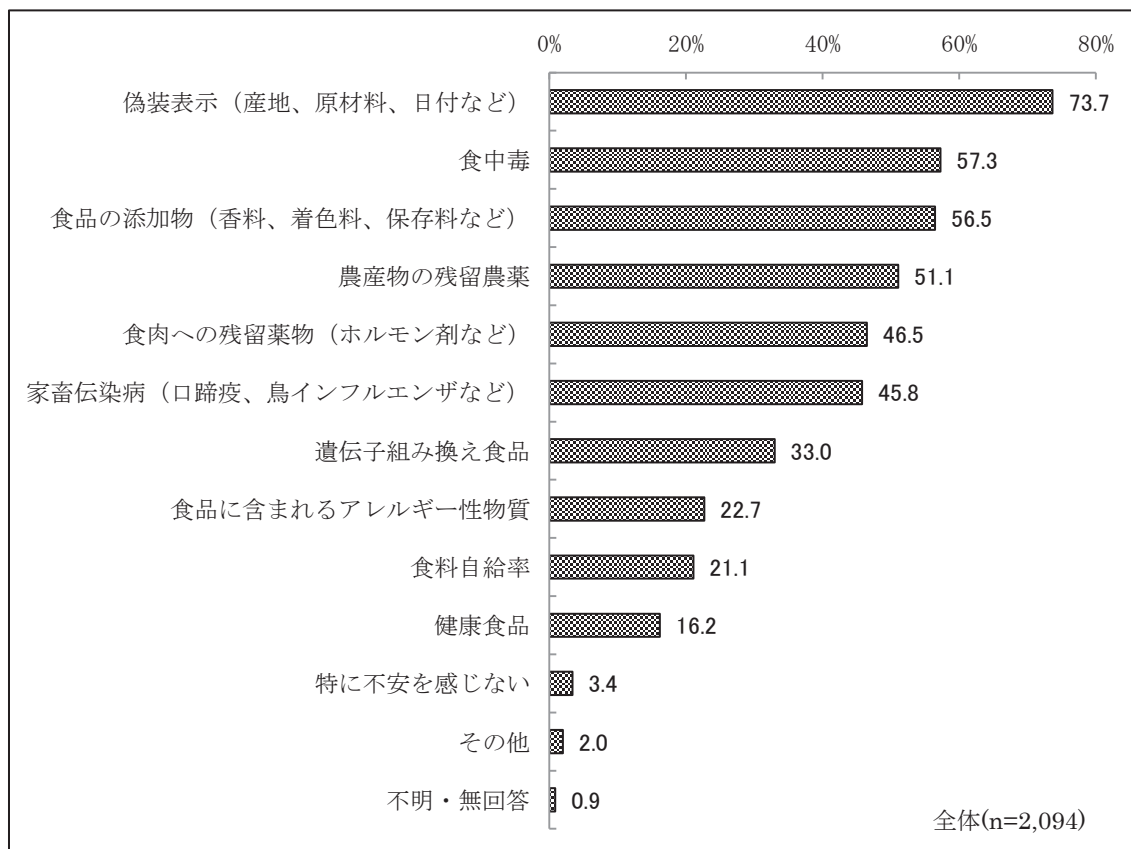
「商品・食品などの安全性」に関しては、60～64 歳（78.7%）、65～74 歳（78.5%）が高い割合となっている。「インターネット・通信」では、20～29 歳（41.0%）、30～39 歳（42.1%）といった若い世代で割合が高い。

図 2-2 どのような消費者問題に関心があるか（地区別/性別/年齢別）



### (3) 食品の安全性についての不安

問20 あなたは食品の安全性について、どんなことに不安を感じますか。  
(○はいくつでも)



#### 「偽装表示 (産地、原材料、日付など)」への不安が大きい

##### 【全体結果】

食品の安全性について最も不安が大きいのは、「偽装表示 (産地、原材料、日付など)」(73.7%) となっている。「食中毒」(57.3%)、「食品添加物 (香料、着色料、保存料など)」(56.5%)、「農産物の残留農薬」(51.1%)も5割を超えている。

##### 【属性別結果】(図2-3参照)

###### ①地区別

「偽装表示 (産地、原材料、日付など)」については、地区によってそれほど大きな差はないが、江南区 (77.1%) で最も割合が高くなっている。

「食品添加物 (香料、着色料、保存料など)」でも江南区での割合が 63.1%で最も高く、「食中毒」では南区 (64.1%) の割合が高い。

## ②性別

性別差が大きいのは「食品添加物（香料、着色料、保存料など）」で、男性 48.6%に対して、女性は 62.7%となっている。

## ③年齢別

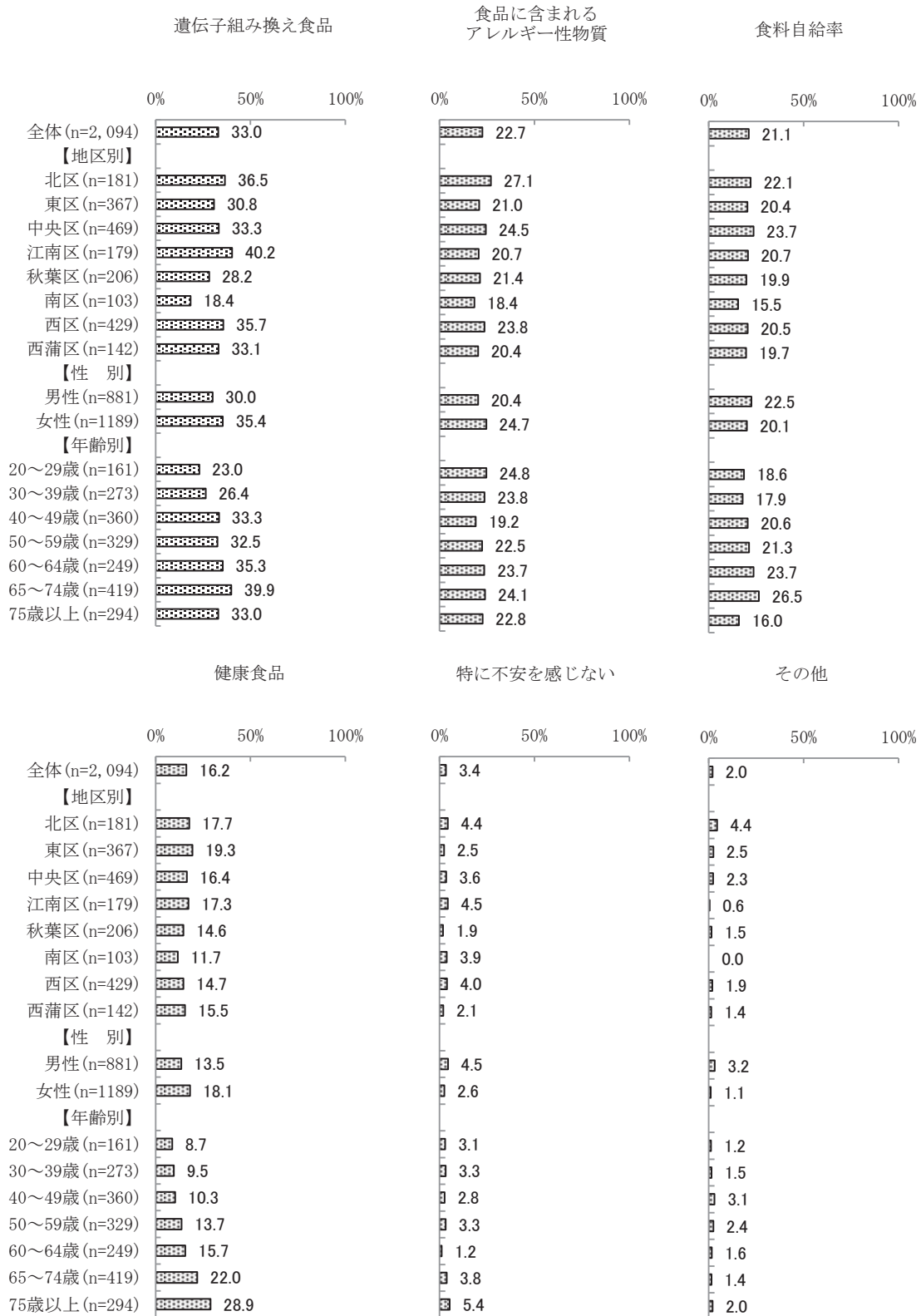
全体結果で最も割合の高かった「偽装表示（産地、原材料、日付など）」では、50～59歳（80.2%）の割合が最も高く、20～29歳（64.0%）で最も低くなっている。

「食中毒」では、75歳以上（64.3%）、20～29歳（64.0%）で、割合が高くなっている。





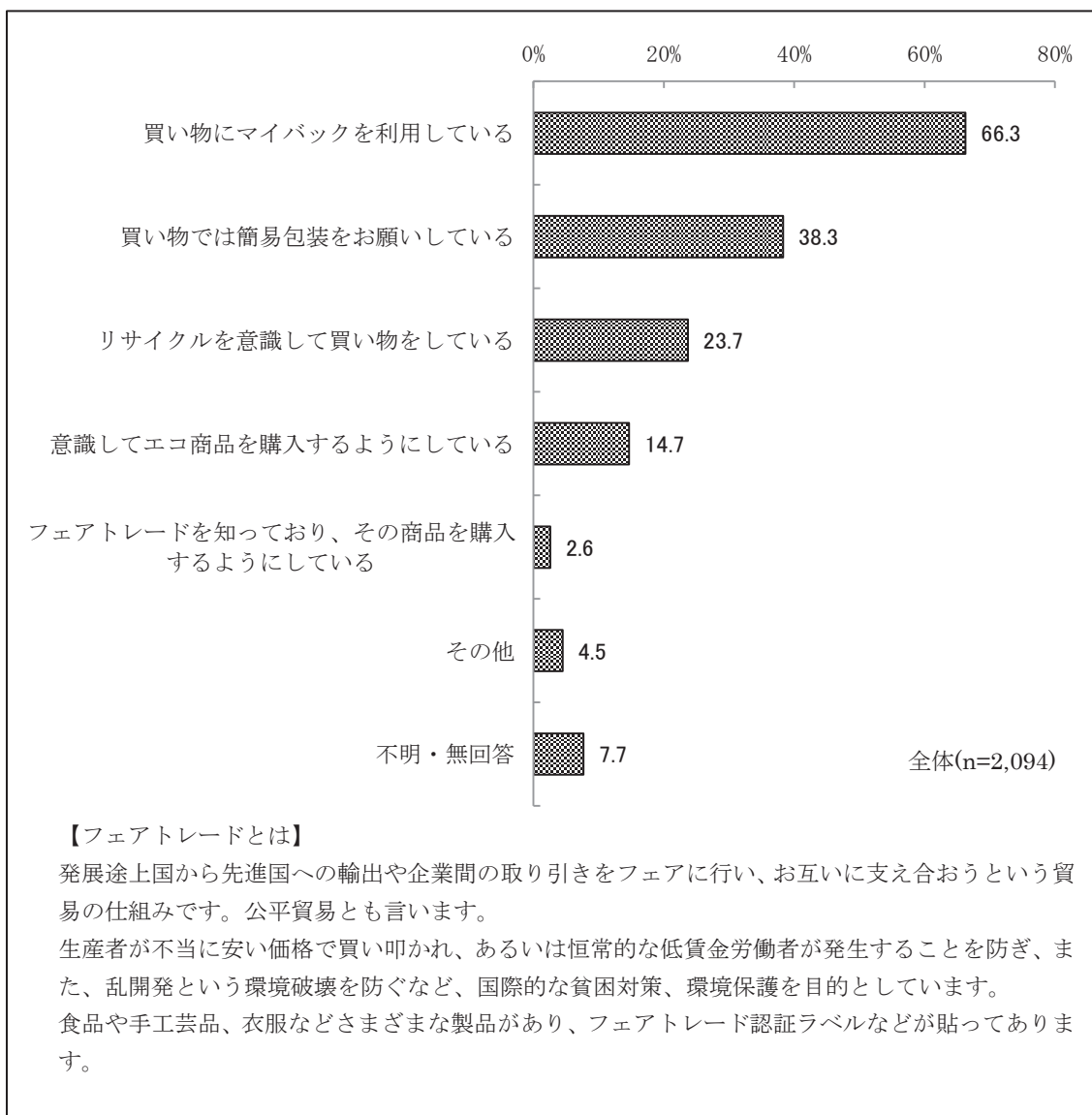
図 2-3 食品の安全性についての不安（地区別/性別/年齢別） 2/2



#### (4) 環境にやさしい買い物をしているか

問21 あなたは環境にやさしい買い物をしていますか。

(○はいくつでも)



「買い物にマイバッグを利用している」が6割以上

#### 【全体結果】

「買い物にマイバッグを利用している」(66.3%)が、最も割合が高く、6割を超える。次いで、「買い物では簡易包装をお願いしている」(38.3%)で、4割弱となっている。

一方、「フェアトレードを知っており、その商品を購入するようにしている」は2.6%と低くなっている。

## 【属性別結果】（図 2-4 参照）

### ①地区別

「買い物にマイバッグを利用している」は、中央区（72.5%）で最も高くなっており、江南区（69.8%）、西区（69.0%）が続いている。最も低いのは秋葉区（54.9%）となっている。

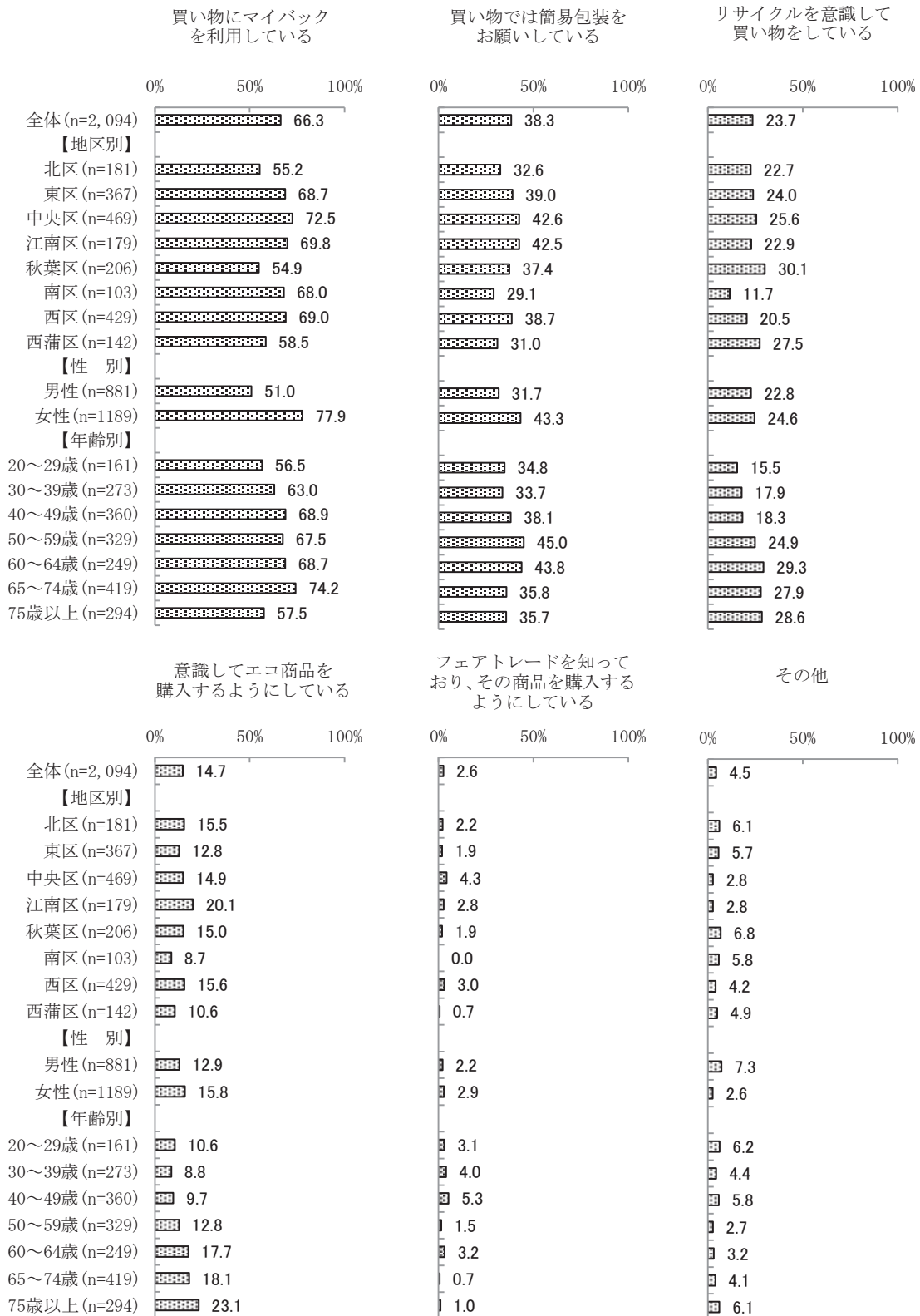
### ②性別

ほぼ全ての項目で女性の割合が高くなっている。特に「買い物にマイバッグを利用している」では、男性 51.0%に対し、女性は 77.9%となっている。

### ③年齢

「買い物にマイバッグを利用している」では 65～74 歳（74.2%）の割合が最も高く、「買い物では簡易包装をお願いしている」では 50～59 歳（45.0%）が最も高くなっている。

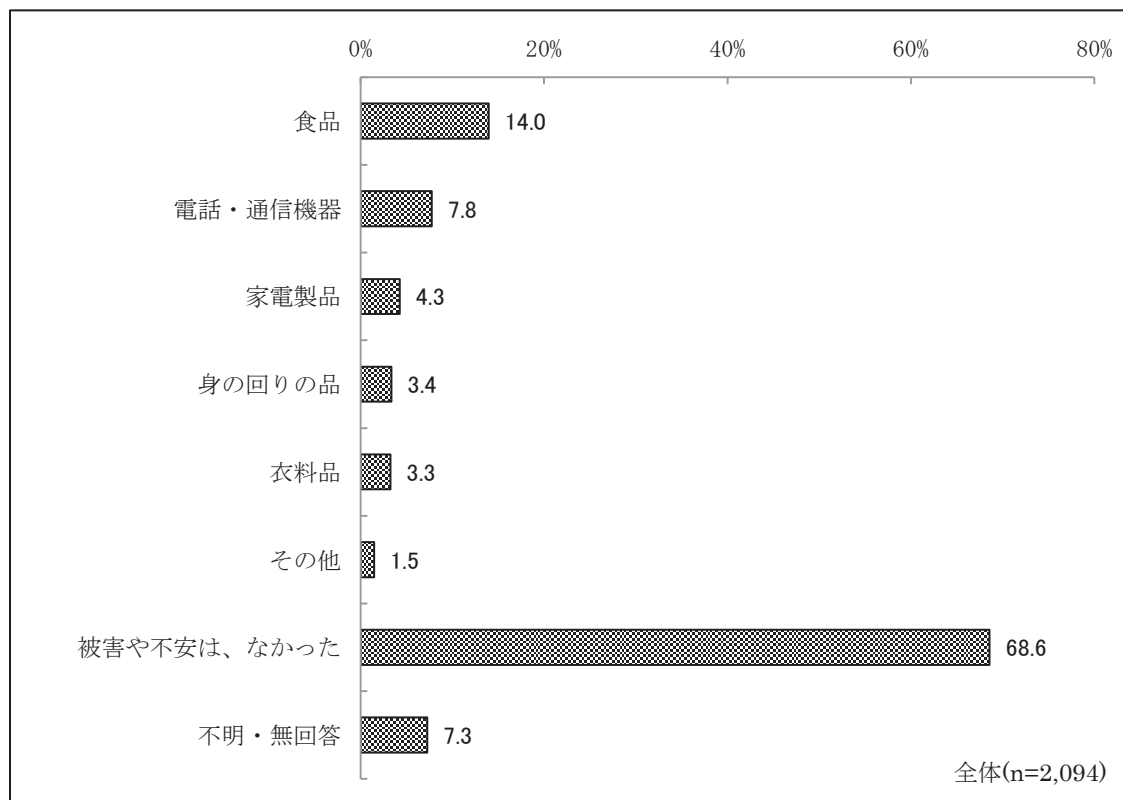
図 2-4 環境にやさしい買い物をしているか（地区別/性別/年齢別）



## (5) 購入した商品・サービスからの被害や不安

問22 あなたが最近1年間に購入した商品や利用したサービスについて、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がありますか。  
「商品」と「サービス」別に教えてください。  
(〇はいくつでも)

### A. 商品



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」(68.6%)が7割弱で、最も割合が高くなっている。被害や不安を感じたことでは、「食品」(14.0%)で1割を超え、次いで「電話・通信機器」(7.8%)となっている。

#### 【属性別結果】(図2-5-1参照)

##### ①地区別

「食品」については、西区(16.8%)で割合が最も高く、次いで西蒲区(15.5%)、中央区(14.9%)と続く。南区(7.8%)で割合が最も低い。「電話・通信機器」では、西蒲区(12.0%)で割合が最も高く、南区(2.9%)で割合が最も低い。

②性別

性別による大きな差は見られない。

③年齢別

30～39歳で、「食品」(18.3%)と答えた割合が、他の年代と比べて高くなっている。

図 2-5-1 購入した商品からの被害や不安 (地区別/性別/年齢別) 1/2

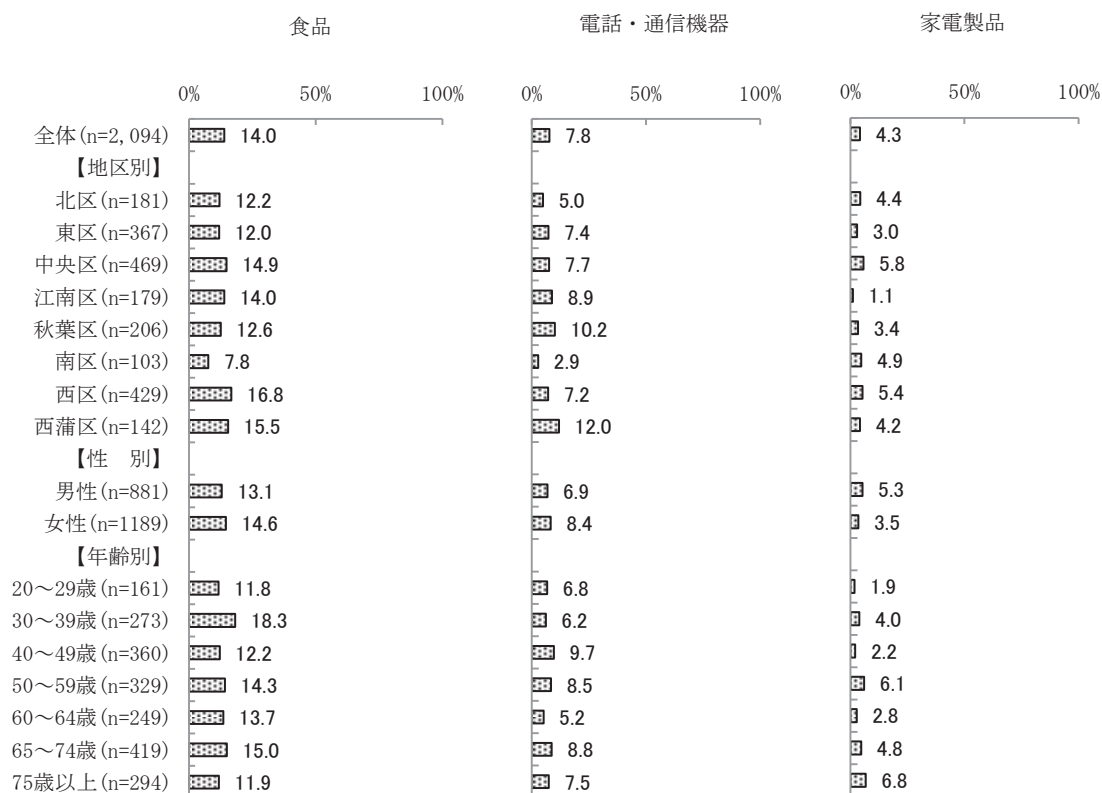
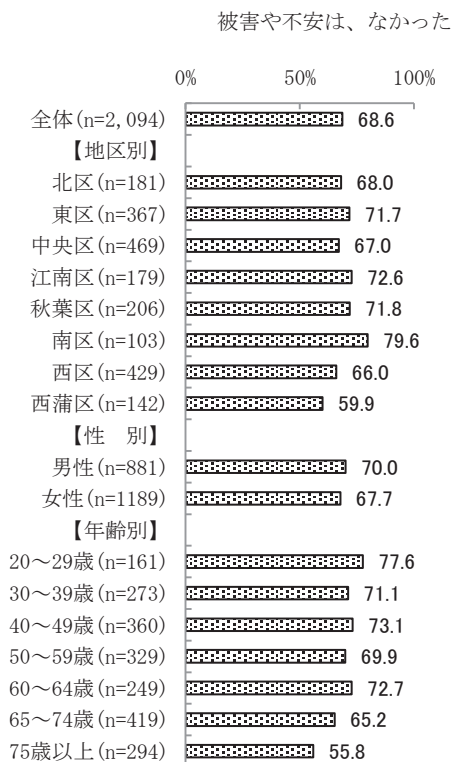
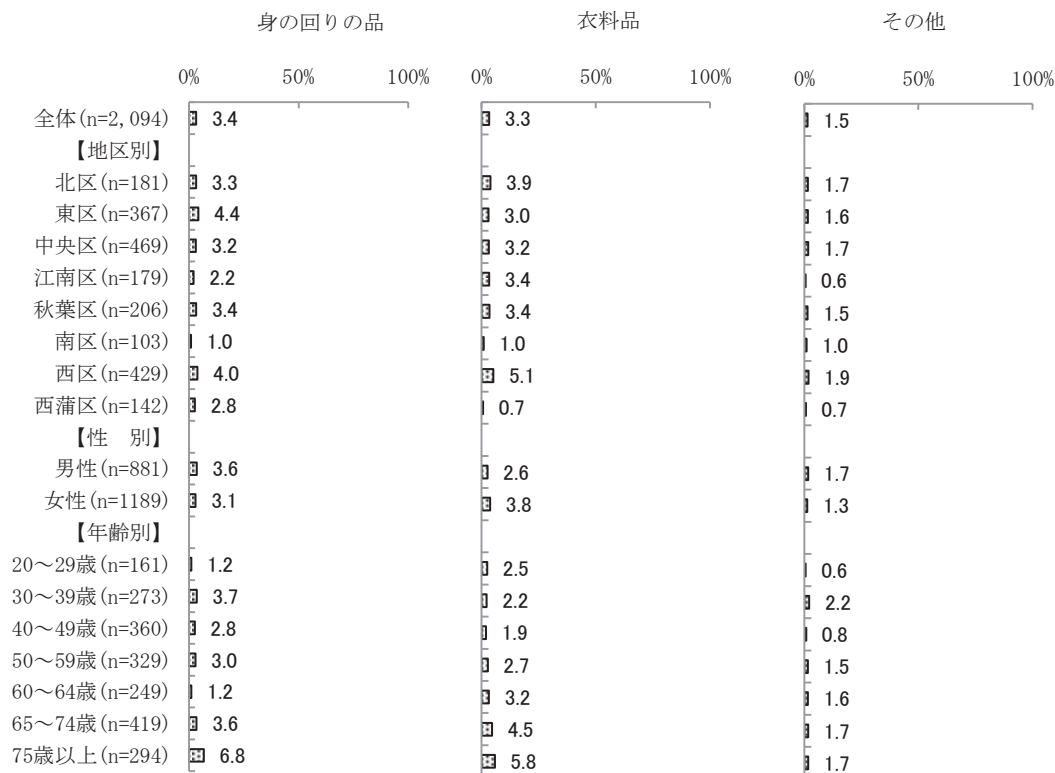
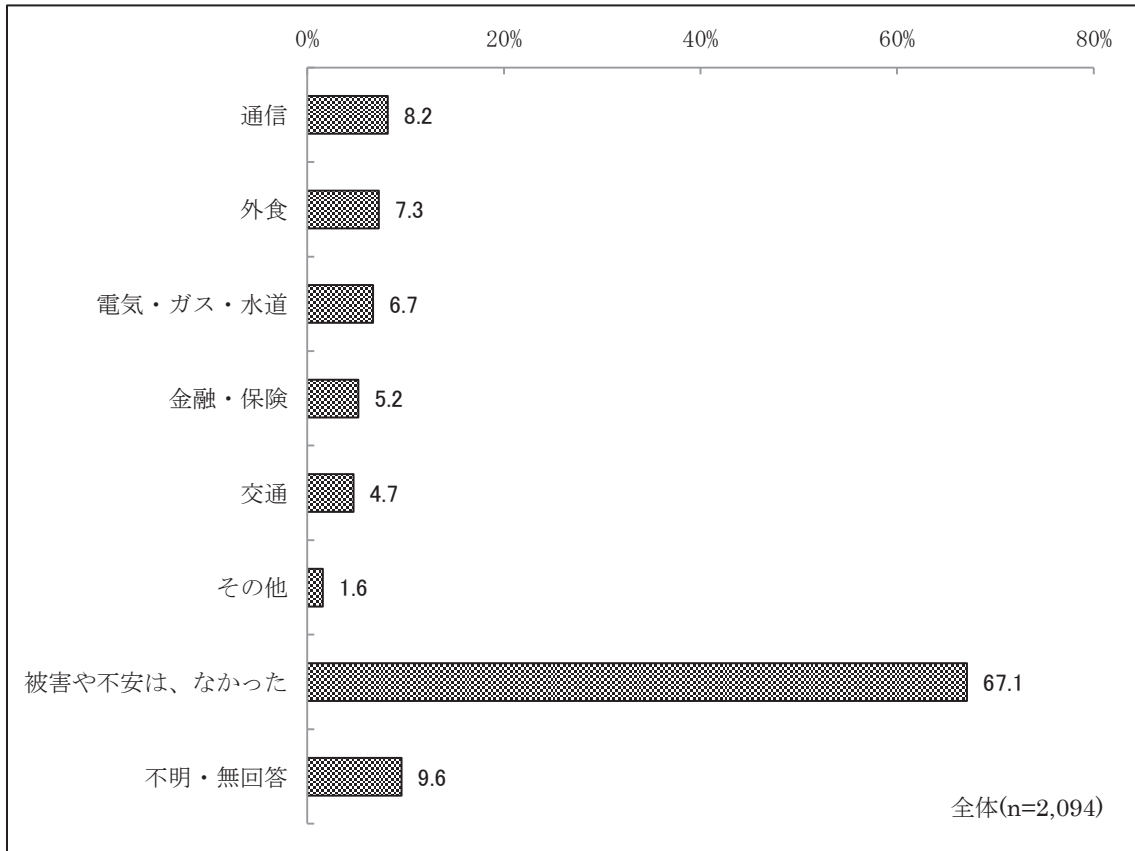


図 2-5-1 購入した商品からの被害や不安（地区別/性別/年齢別） 2/2





## B. 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」(67.1%)が7割弱で、最も割合が高い。被害や不安を感じたことでは、「通信」で8.2%、次いで「外食」(7.3%)、「電気・ガス・水道」(6.7%)と続いている。

### 【属性別結果】(図 2-5-2 参照)

#### ①地区別

「通信」では、北区、中央区がともに9.4%で最も高い割合となっており、江南区(5.0%)が最も低い。「外食」では、西区(11.0%)が唯一1割を超えている。

#### ②性別

性別による差はほとんど見られない。

#### ③年齢別

「通信」では、40～49歳(12.2%)、50～59歳(10.9%)でそれぞれ1割を超えた。

図 2-5-2 購入したサービスからの被害や不安（地区別/性別/年齢別） 1/2

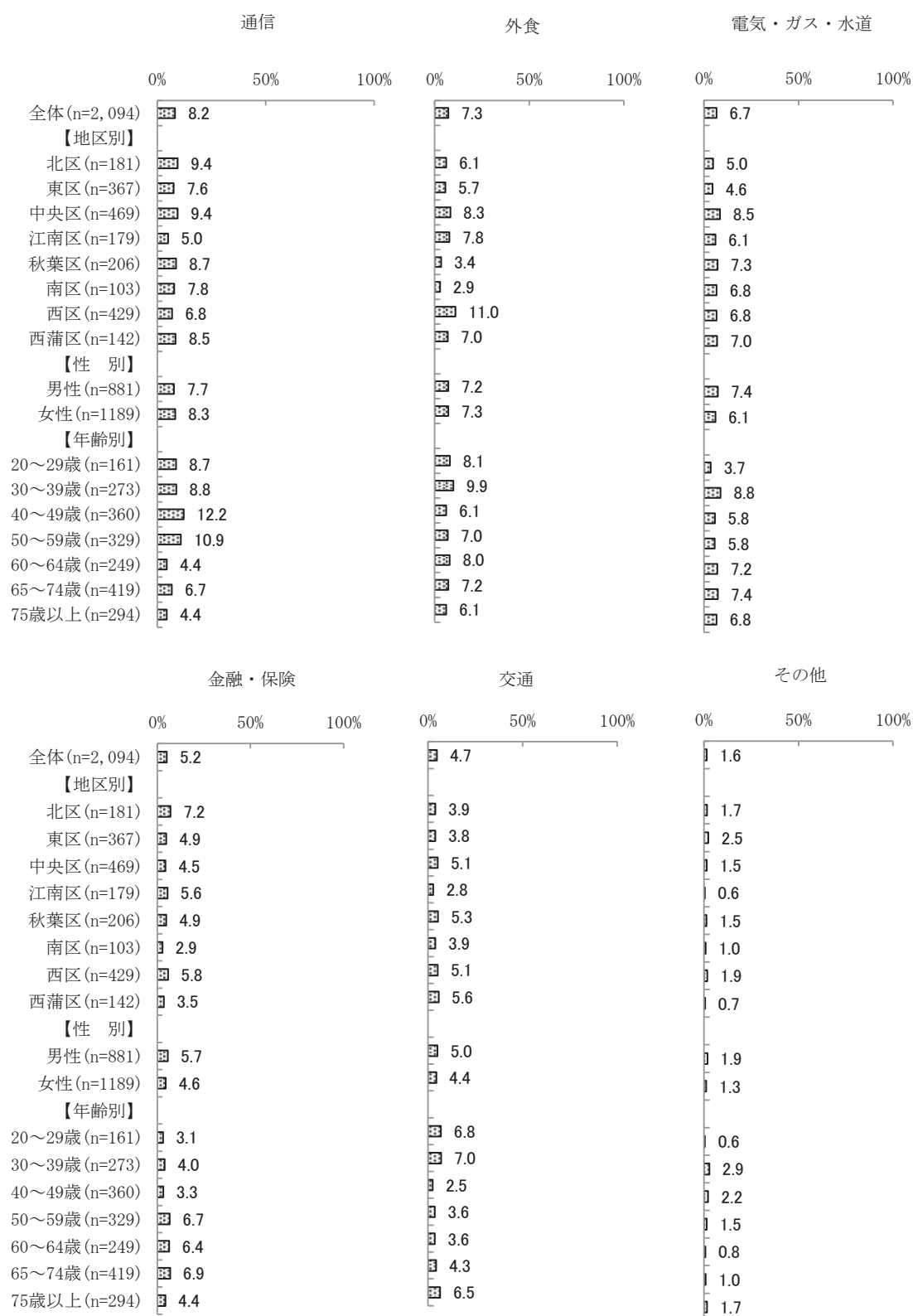
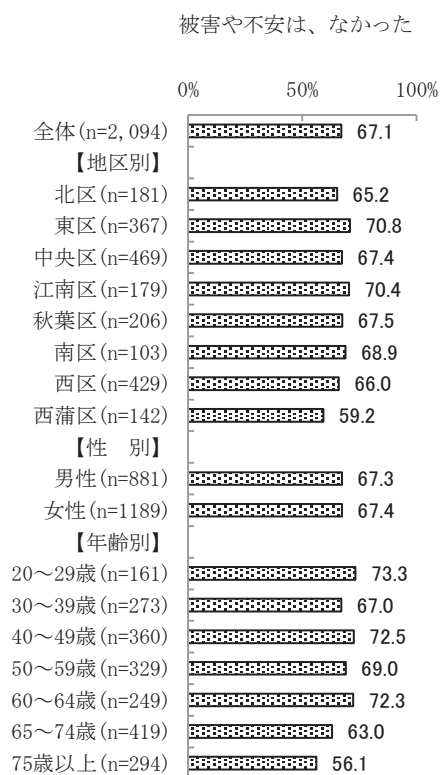


図 2-5-2 購入したサービスからの被害や不安（地区別/性別/年齢別） 2/2



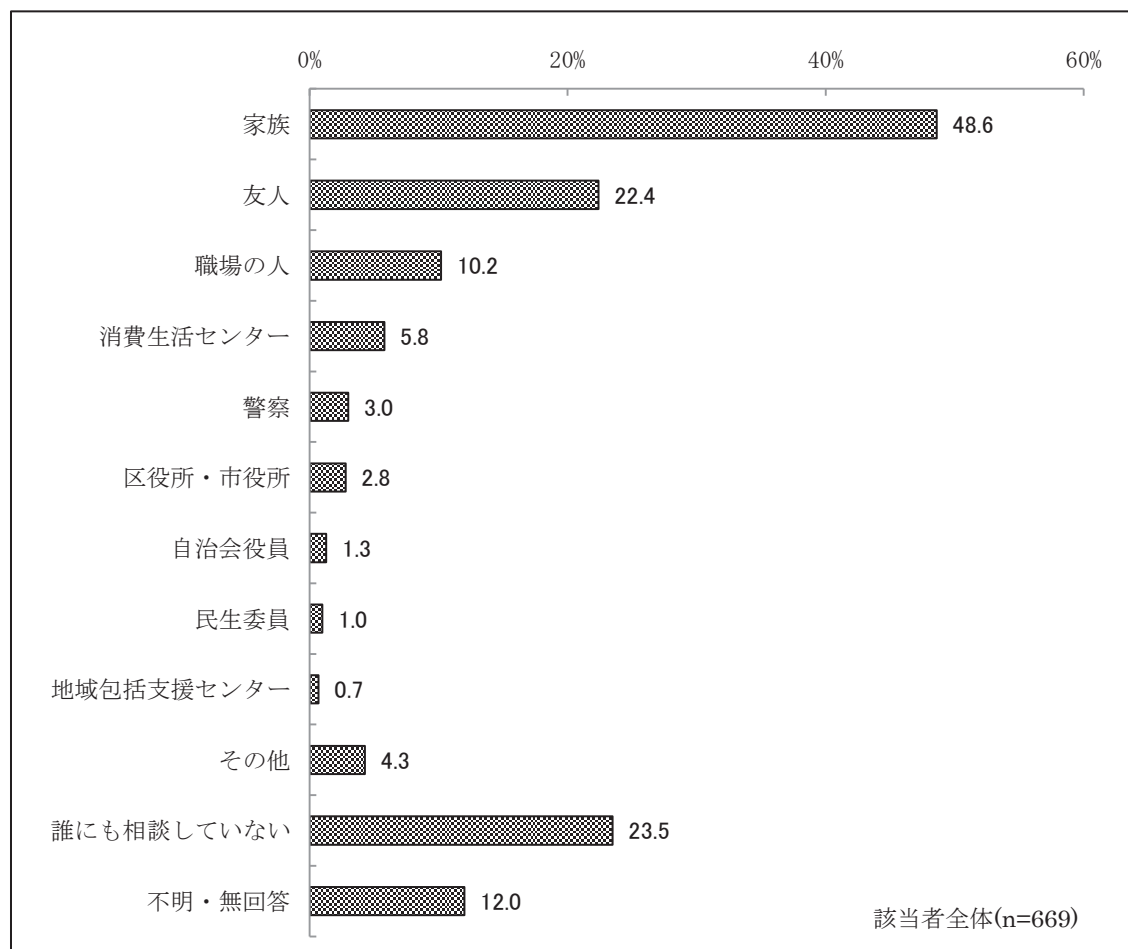
## (6) 購入した商品・サービスからの被害や不安をだれに相談したか

(問22で「被害や不安があった」と答えた方への該当質問)

問23 商品や利用したサービスについて、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があると答えた方にお聞きします。

商品やサービスで被害を受けたり、不安を感じたとき、だれに相談しましたか。

(○はいくつでも)



相談相手は「家族」が最多

### 【全体結果】

購入した商品・サービスからの被害や不安の相談相手は、「家族」(48.6%)の割合が最も高く、次いで「友人」(22.4%)、職場の人(10.2%)となっている。

「誰にも相談していない」(23.5%)の割合も高い。

## 【属性別結果】（図 2-6 参照）

### ①地区別

「家族」については、西蒲区（60.9%）の割合が最も高く、江南区（58.3%）が続く。「友人」は江南区で 33.3%と最多になっている。西蒲区（21.7%）と北区（19.6%）では「職場の人」に相談する割合が高い。

「誰にも相談していない」では、南区（44.8%）で割合が最も高い。

### ②性別

「家族」、「友人」は男性（各 36.9%、17.5%）と比べて、女性（各 57.1%、26.1%）で割合が高い。

「誰にも相談していない」は、女性の 17.3%に比べて男性は 32.8%と高くなっている。

### ③年齢別

「家族」では、65～74 歳（33.1%）で、他の年齢と比べて、割合が低くなっている。「誰にも相談していない」は、50～59 歳（32.4%）で、他の年齢と比べて、割合が高い。

図 2-6 購入した商品・サービスからの被害や不安をだれに相談したか  
 (地区別/性別/年齢別) 1/2

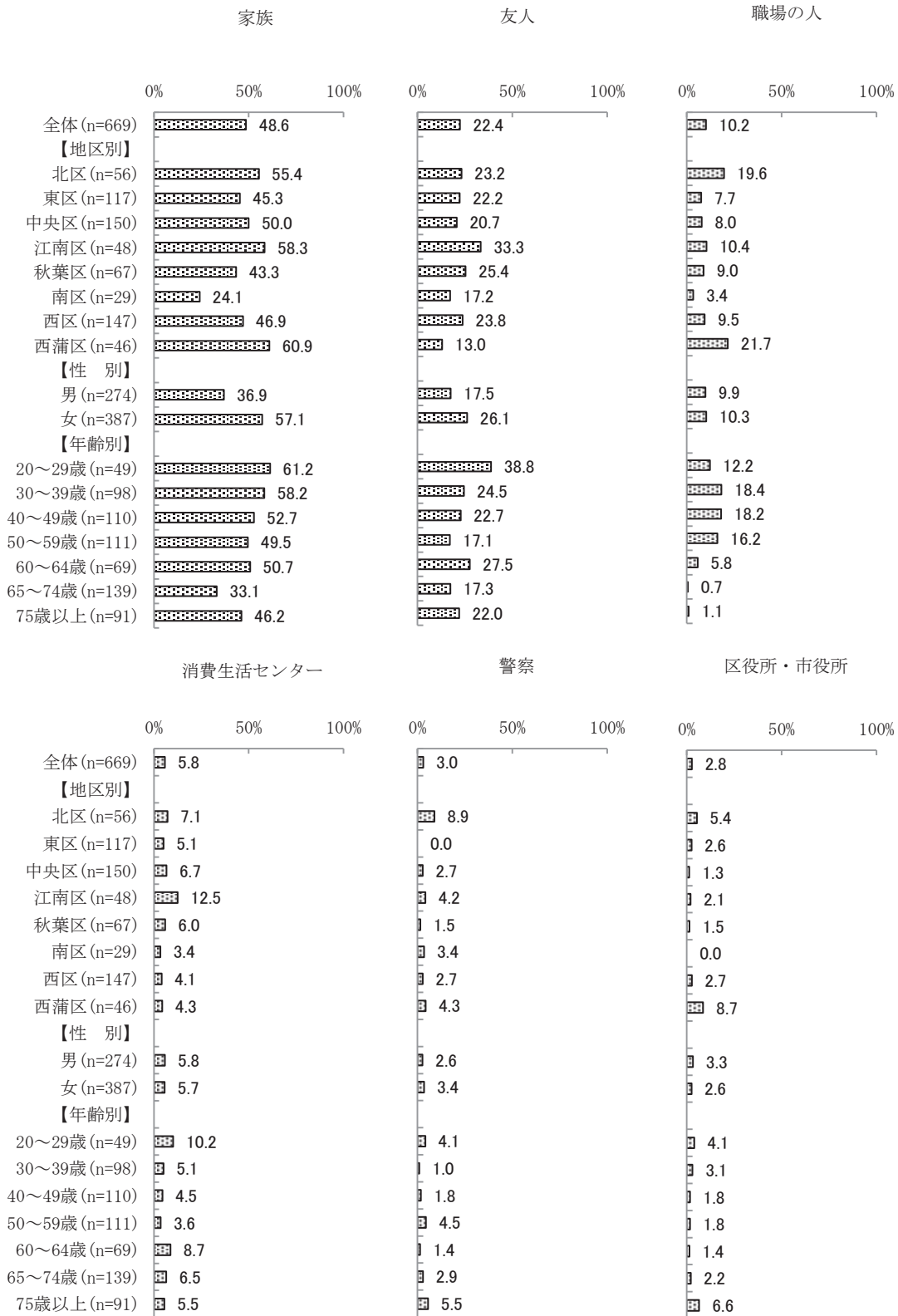
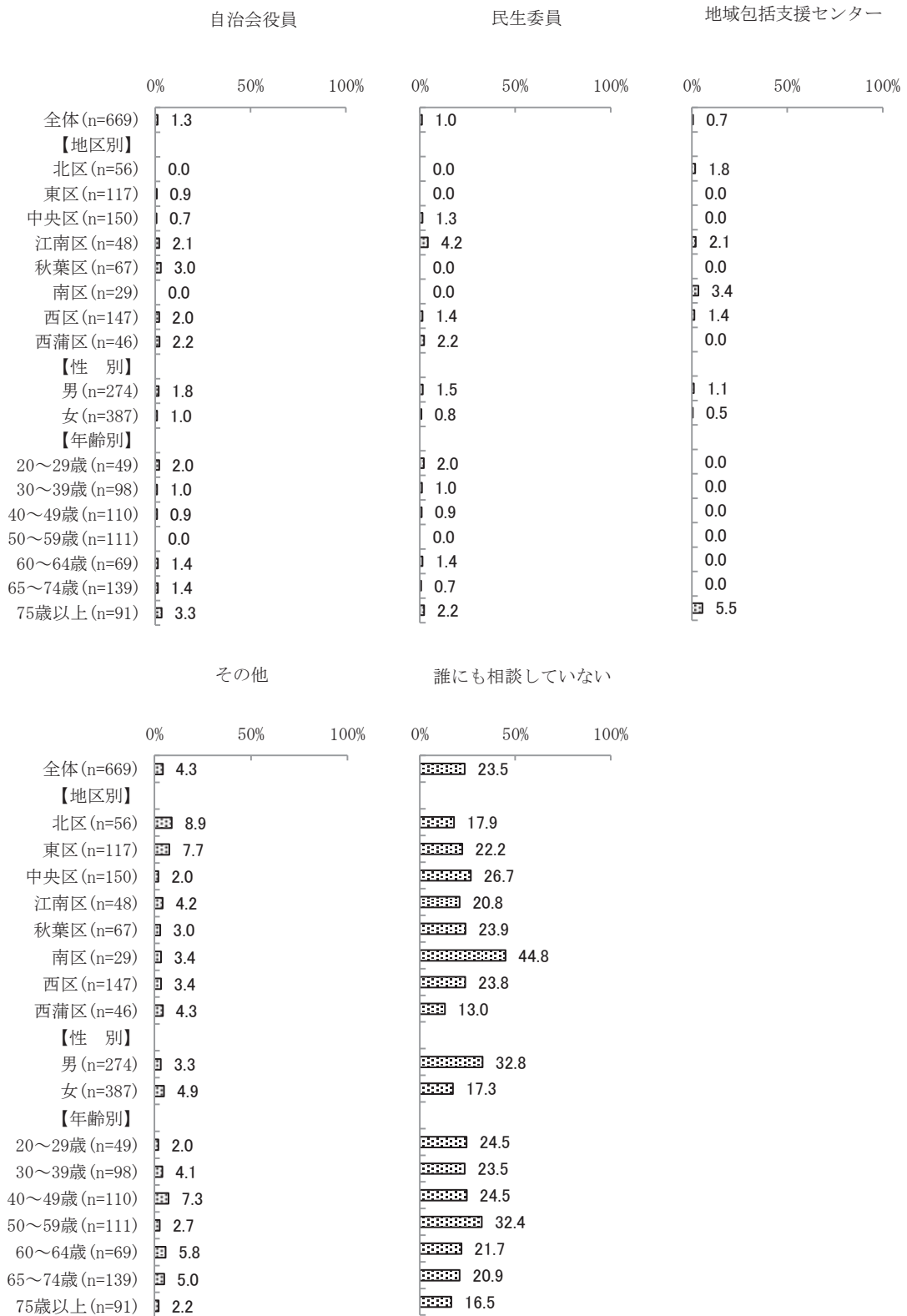


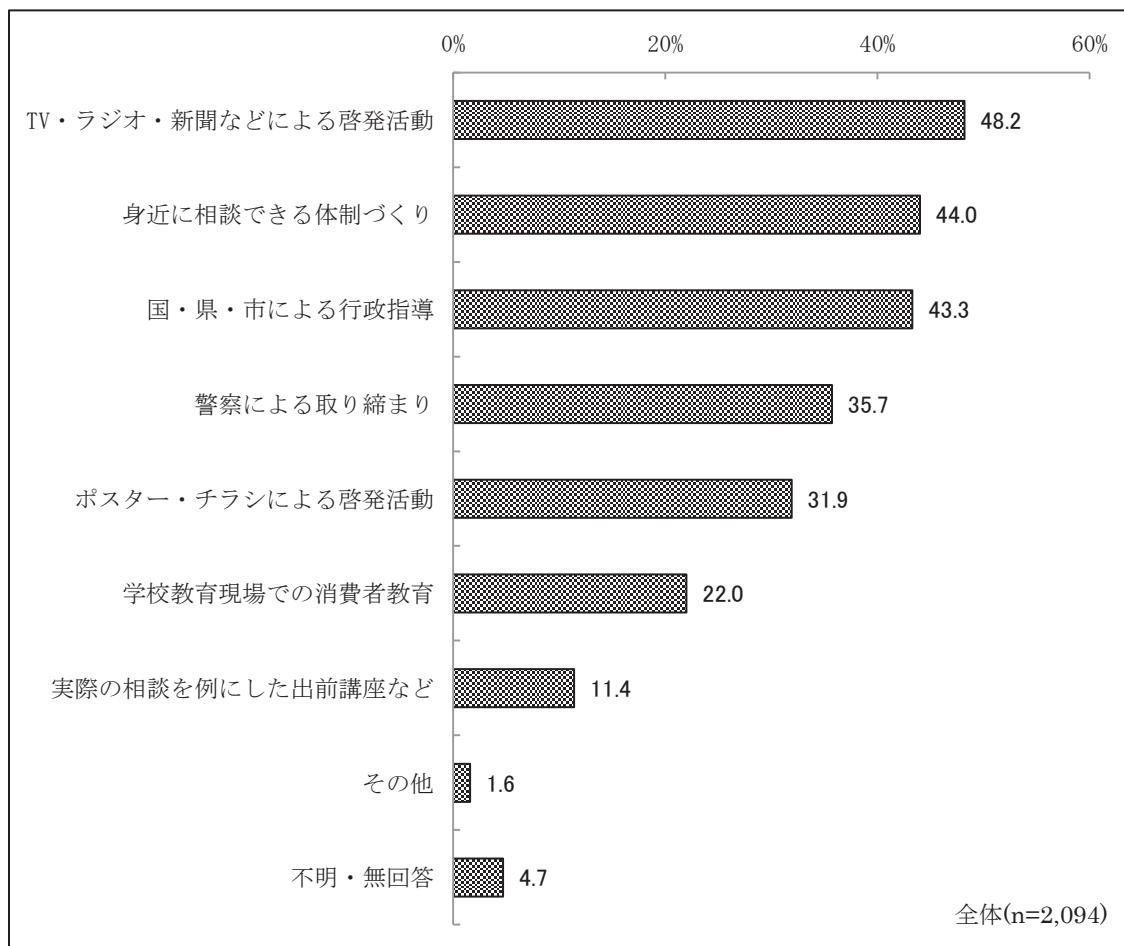
図 2-6 購入した商品・サービスからの被害や不安をだれに相談したか  
(地区別/性別/年齢別) 2/2



## (7) 消費生活の不安・被害解消のためにどのような対策が必要か

問24 あなたは、消費生活の不安や被害解消のために、どのような対策が必要だと思いますか。

(○はいくつでも)



「TV・ラジオ・新聞などによる啓発活動」が約5割

### 【全体結果】

消費生活の不安・被害解消のための対策としては、「TV・ラジオ・新聞などによる啓発活動」(48.2%)、「身近に相談できる体制づくり」(44.0%)、「国・県・市による行政指導」(43.3%)がいずれも4割を超え、高い割合となっている。

### 【属性別結果】(図2-7参照)

#### ①地区別

「TV・ラジオ・新聞などによる啓発活動」は東区(52.3%)で最も割合が高く、次いで江南区(52.0%)となっている。「身近に相談できる体制づくり」については、北区で48.6%、



西区で48.0%と高くなっており、南区では35.0%にとどまっている。

## ②性別

「TV・ラジオ・新聞などによる啓発活動」は男女差はほとんどない。「身近に相談できる体制づくり」では、男性（39.5%）より女性（47.2%）で割合が高い。「国・県・市による行政指導」では、女性（38.8%）より男性（49.1%）で割合が高い。

## ③年齢別

「TV・ラジオ・新聞などによる啓発活動」は、65～74歳（52.3%）、60～64歳（51.0%）、40～49歳（50.6%）で5割を超えている。30～39歳は38.1%と他の年齢と比べ、割合が低くなっている。

「身近に相談できる体制づくり」では、年齢が高いほど、割合が低い傾向がある。

図 2-7 消費生活の不安・被害解消のためにどのような対策が必要か  
 (地区別/性別/年齢別) 1/2

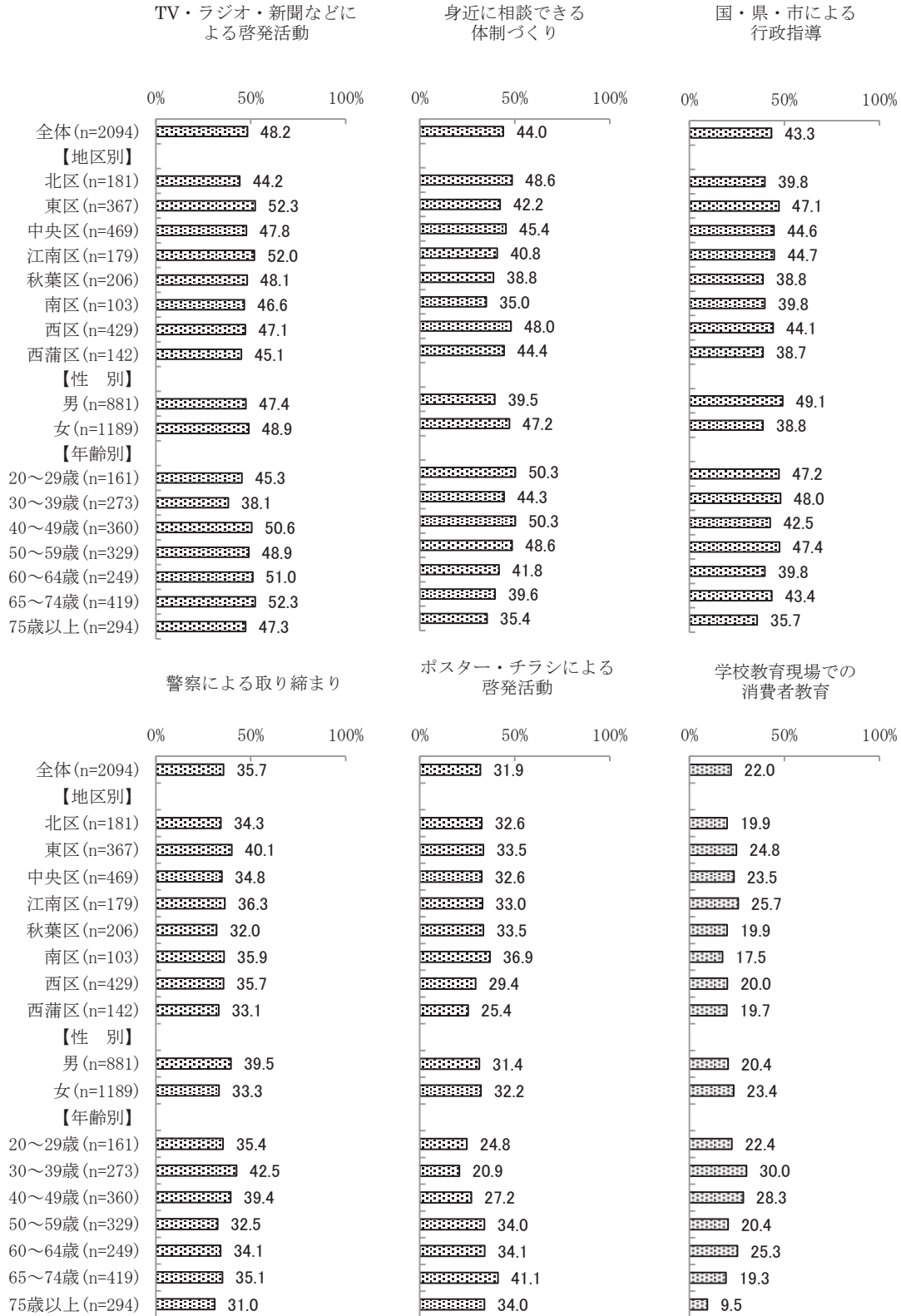
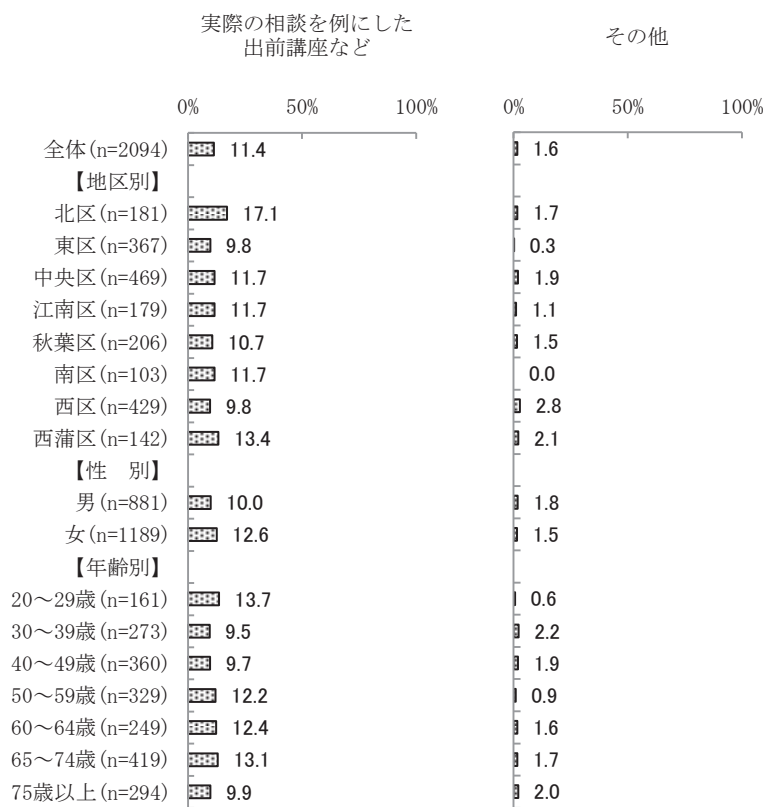


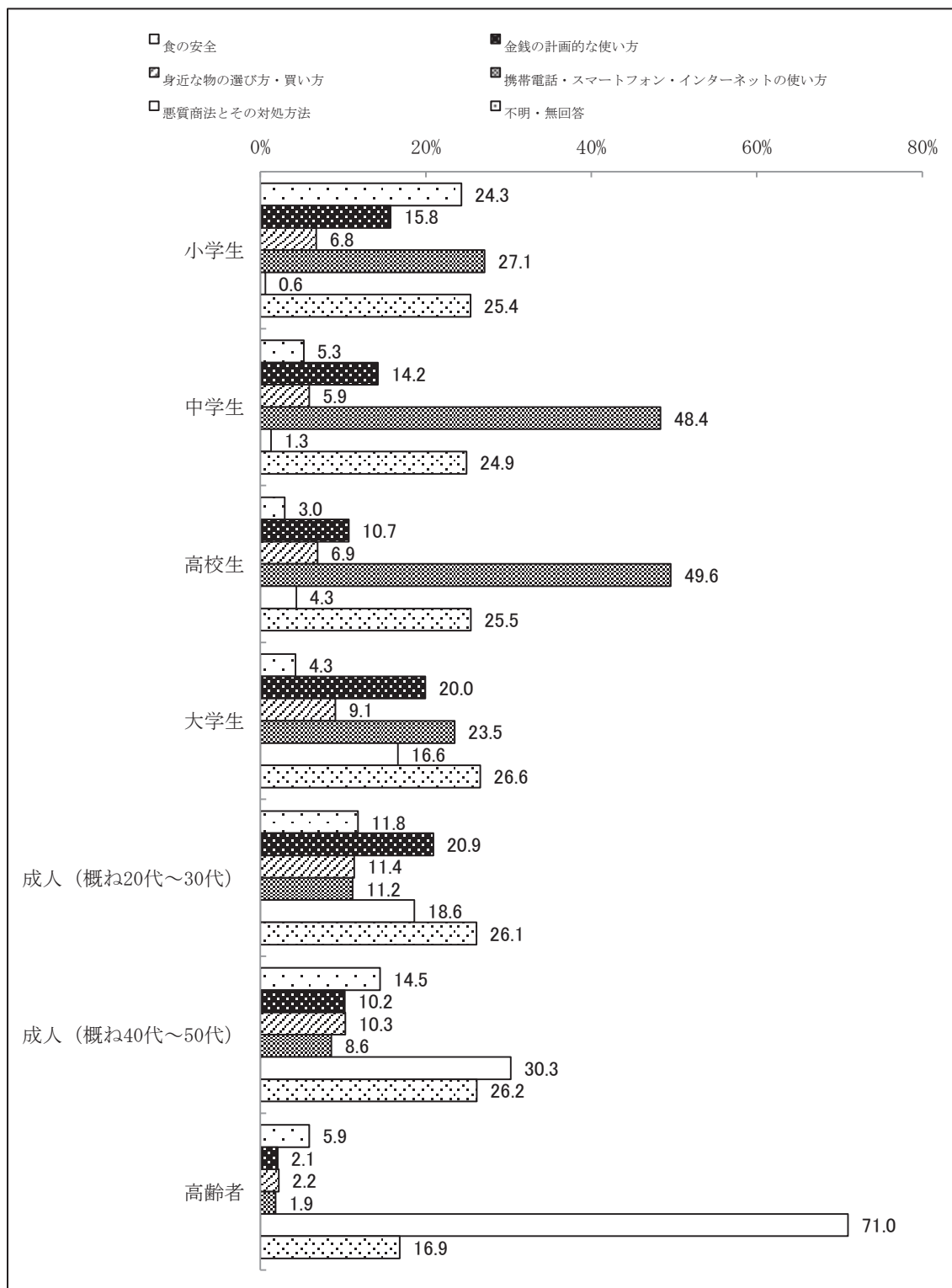
図 2-7 消費生活の不安・被害解消のためにどのような対策が必要か  
 (地区別/性別/年齢別) 2/2



(8) 消費生活の不安・被害解消のためにどのような啓発活動が必要か

問25 あなたは、消費生活の不安や被害解消のために、年代別にどのような啓発活動が必要だと思いますか。

(○はそれぞれ1つずつ)



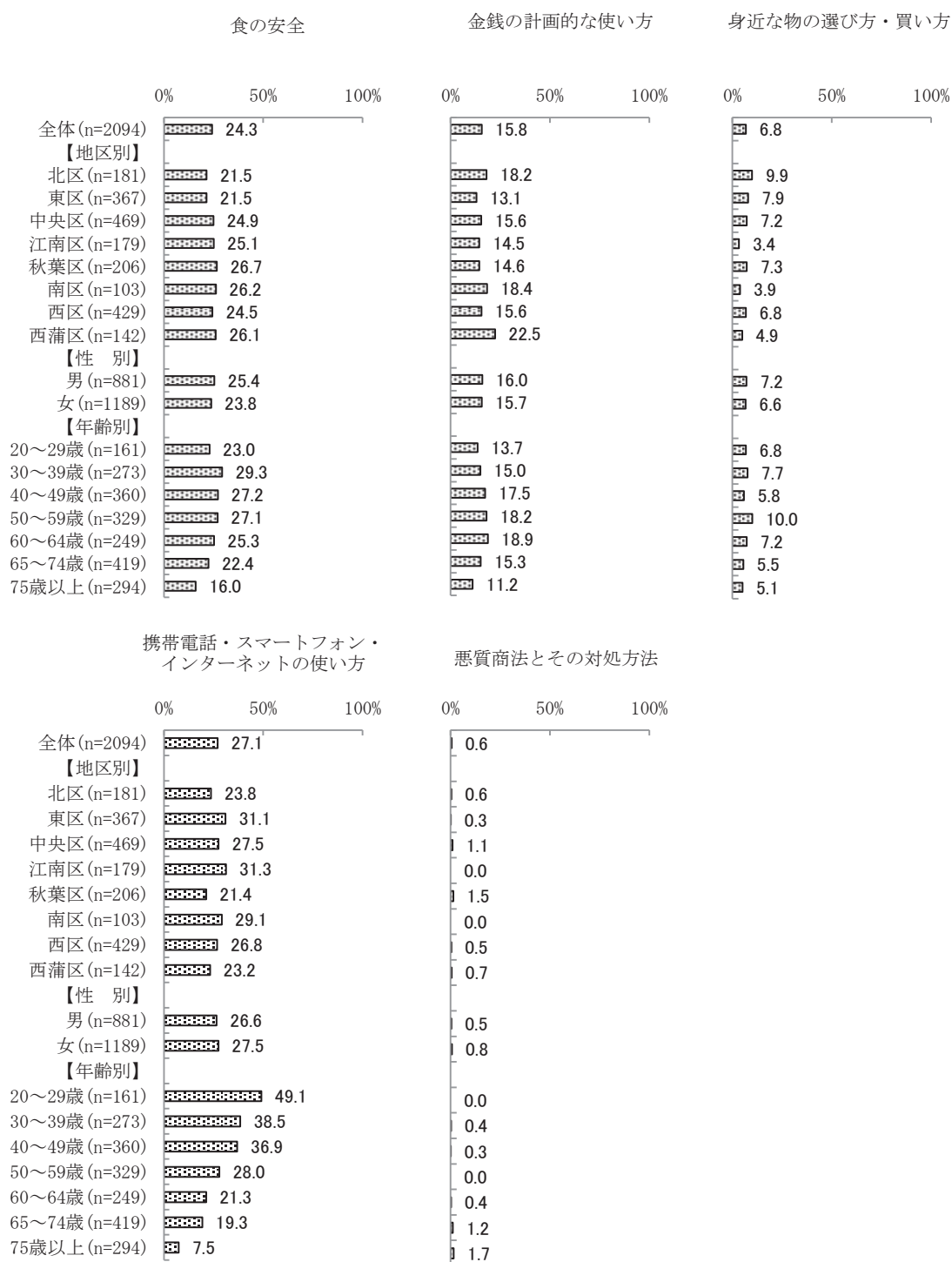
**【全体結果】**

消費生活の不安・被害解消のための啓発活動として、中学生、高校生への「携帯電話・スマートフォン・インターネットの使い方」（それぞれ 48.4%、49.6%）、及び高齢者への「悪質商法とその対処方法」（71.0%）の割合が高くなっている。

**【属性別結果】**

次ページ以降に、図 2-8 とともに、消費生活の不安・被害解消のための啓発活動に関して、地区別・性別・年齢別の集計結果をまとめた。

図 2-8 消費生活の不安・被害解消のためにどのような啓発活動が必要か ①小学生



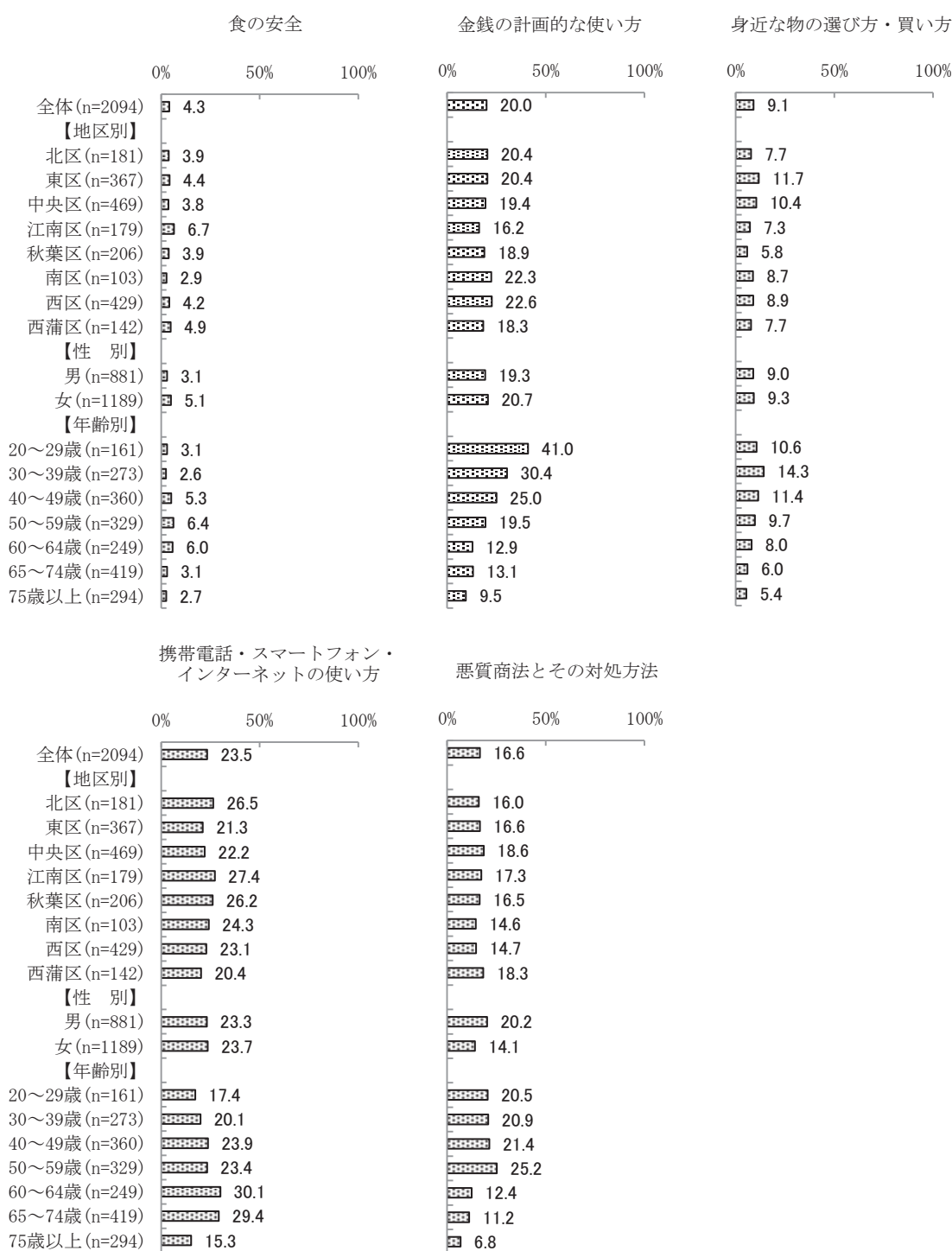
「食の安全」(24.3%)と「携帯電話・スマートフォン・インターネットの使い方」(27.1%)が比較的高い割合となっている。年齢別では、その両者に関して、年齢が高くなるほど割合が低くなる傾向がある。地区別、性別では大きな差異はない。







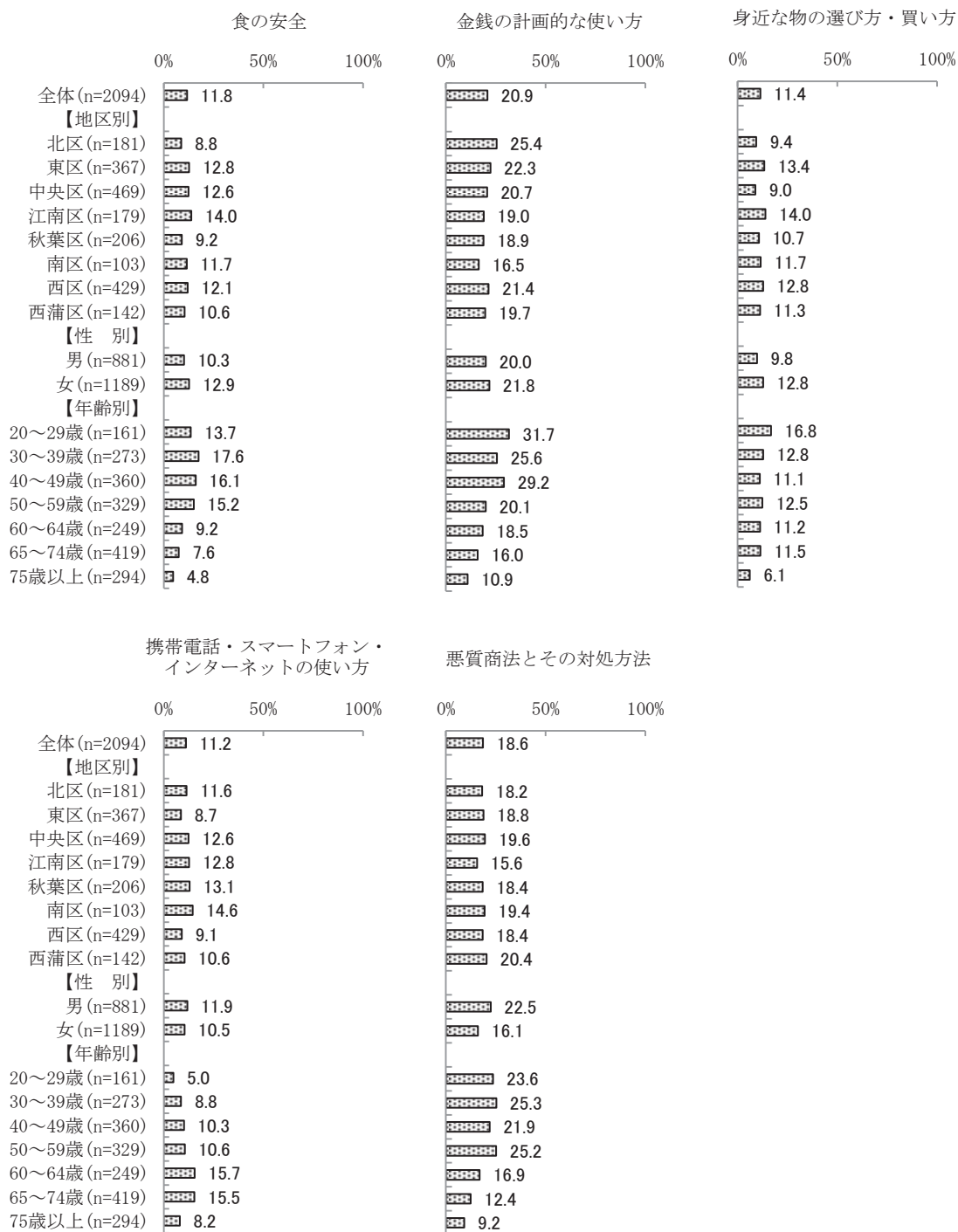
図 2-8 消費生活の不安・被害解消のためにどのような啓発活動が必要か ④大学生



全体では、「携帯電話・スマートフォン・インターネットの使い方」(23.5%)が最も高い割合となっている。次いで「金銭の計画的な使い方」(20.0%)が続く。「金銭の計画的な使い方」を年齢別で見ると、年齢が高いほど割合が低い傾向があり、20～29歳では41.0%で最も割合が高く、75歳以上では9.5%で最も割合が低くなっている。

図 2-8 消費生活の不安・被害解消のためにどのような啓発活動が必要か

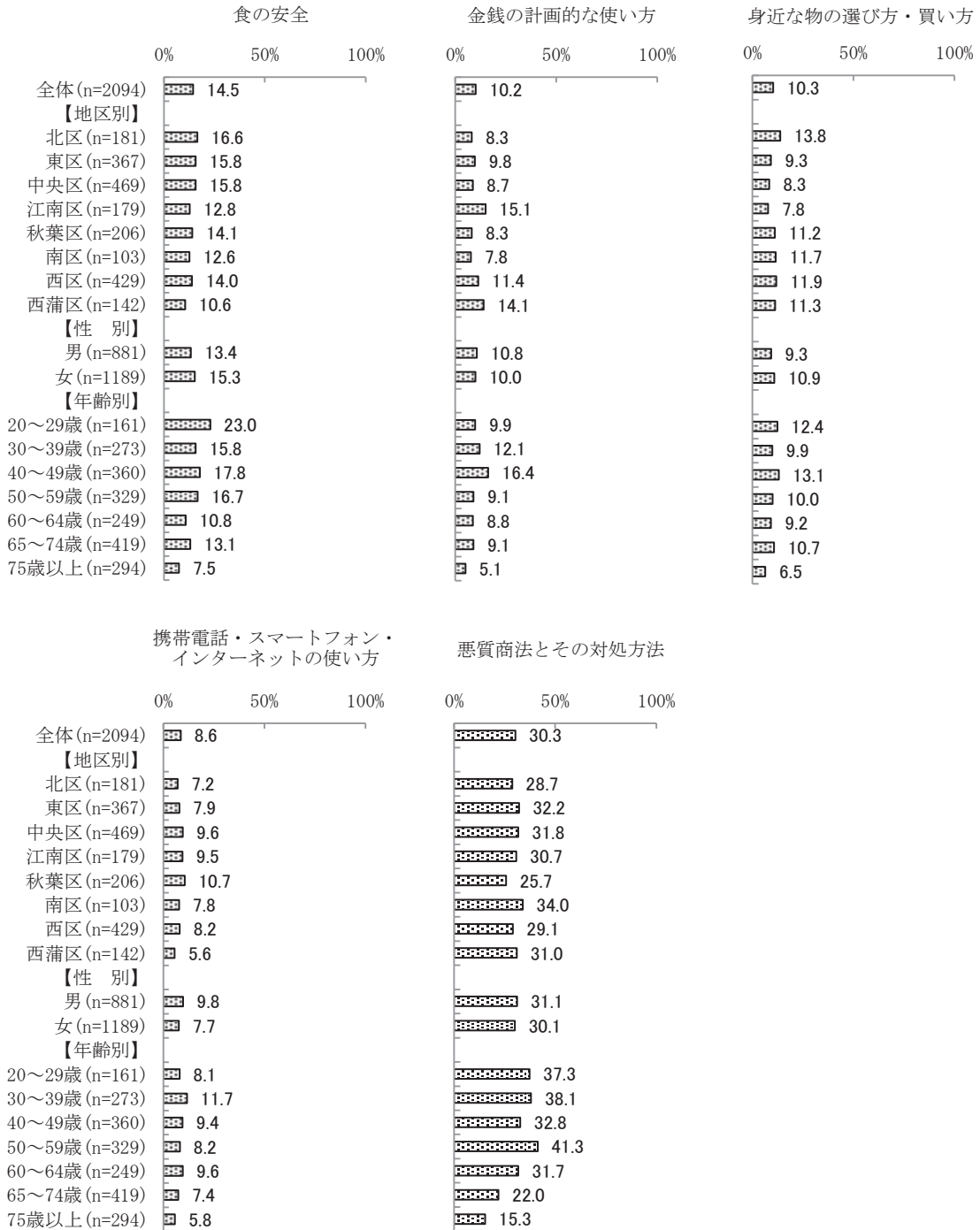
(⑤成人(概ね20代~30代))



「金銭の計画的な使い方」(20.9%)と「悪質商法とその対処方法」(18.6%)が高い割合となっている。「金銭の計画的な使い方」では、20~29歳が31.7%であるのに対し、75歳以上で10.9%にとどまっている。

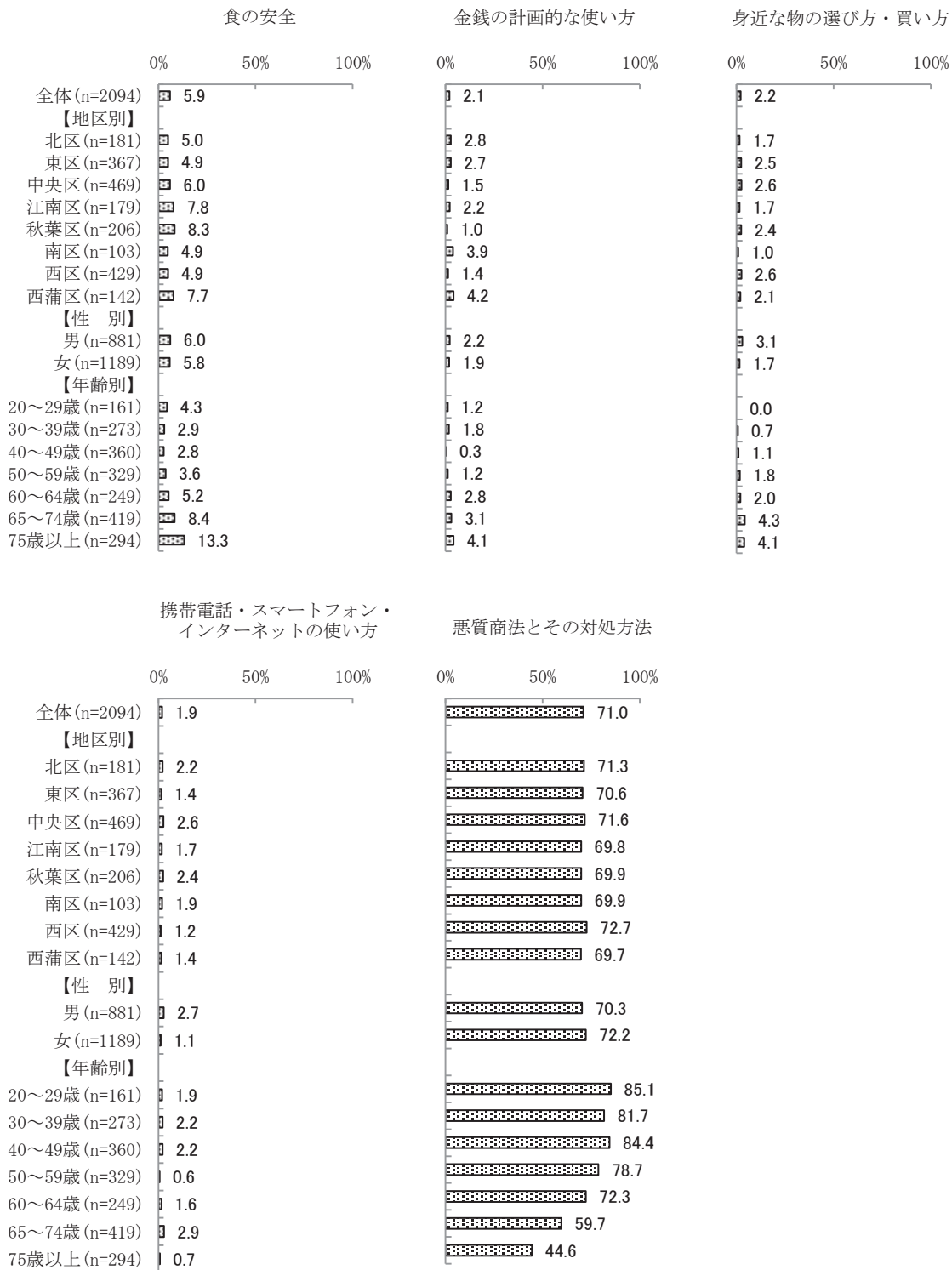
図 2-8 消費生活の不安・被害解消のためにどのような啓発活動が必要か

⑥成人（概ね 40 代～50 代）



「悪質商法とその対処方法」(30.3%)が高い割合となっている。年齢別で見ると、50～59歳(41.3%)で最も割合が高く、75歳以上(15.3%)で最も割合が低い。「食の安全」(14.5%)を年齢別で見ると、20～29歳(23.0%)で、他の年齢と比べて、割合が高い。

図 2-8 消費生活の不安・被害解消のためにどのような啓発活動が必要か ⑦高齢者

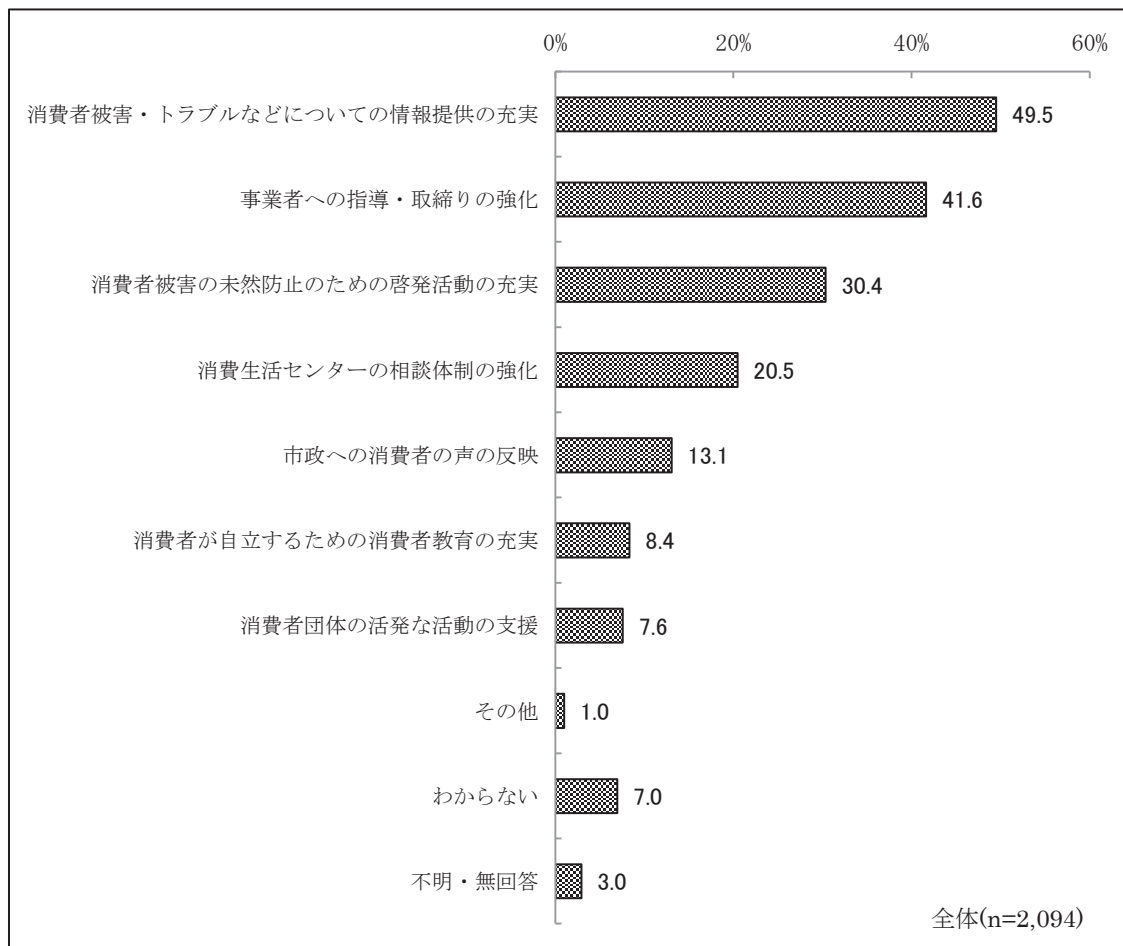


「悪質商法とその対処方法」(71.0%)が圧倒的に高い割合となっている。年齢別で見ると、年齢が高いほど割合が低い傾向がある。20～29歳(85.1%)で最も割合が高く、75歳以上(44.6%)で、最も割合が低くなっている。

(9) 消費生活の安定・向上のために市にどのような取り組みを期待するか

問26 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。

(○は2つまで)



—— 「消費者被害・トラブルなどについての情報提供の充実」への期待が高い ——

【全体結果】

消費生活の安定・向上のための取り組みについては、「消費者被害・トラブルなどについての情報提供の充実」(49.5%)が最も高い割合となっている。次いで「事業者への指導・取締りの強化」(41.6%)、「消費者被害の未然防止のための啓発活動の充実」(30.4%)と続いている。

【属性別結果】(図2-9参照)

①地区別

「消費者被害・トラブルなどについての情報提供の充実」については、中央区(52.7%)、

東区（51.0%）、江南区（50.8%）で5割を超えている。西蒲区は38.7%で最も低くなっている。

## ②性別

「事業者への指導・取締りの強化」では、女性（39.4%）と比べて、男性（45.2%）で割合が高い。

## ③年齢別

「消費者被害・トラブルなどについての情報提供の充実」では、40～49歳（55.6%）で割合が最も高く、次いで50～59歳（55.0%）、30～39歳（54.6%）と続き、いずれも5割を超えている。75歳以上では38.8%で最も割合が低くなっている。

図 2-9 消費生活の安定・向上のために市にどのような取り組みを期待するか  
(地区別/性別/年齢別) 1/2

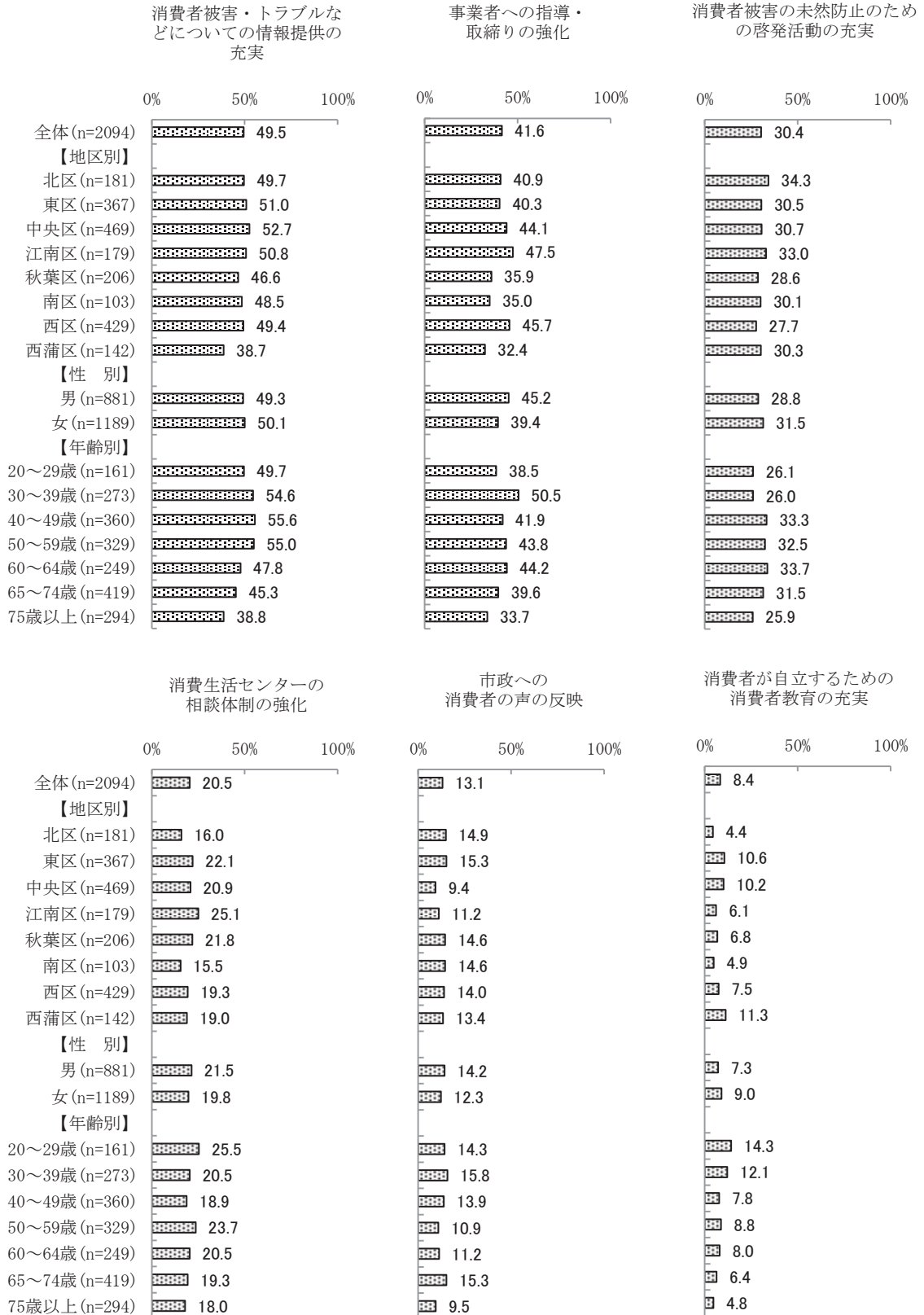
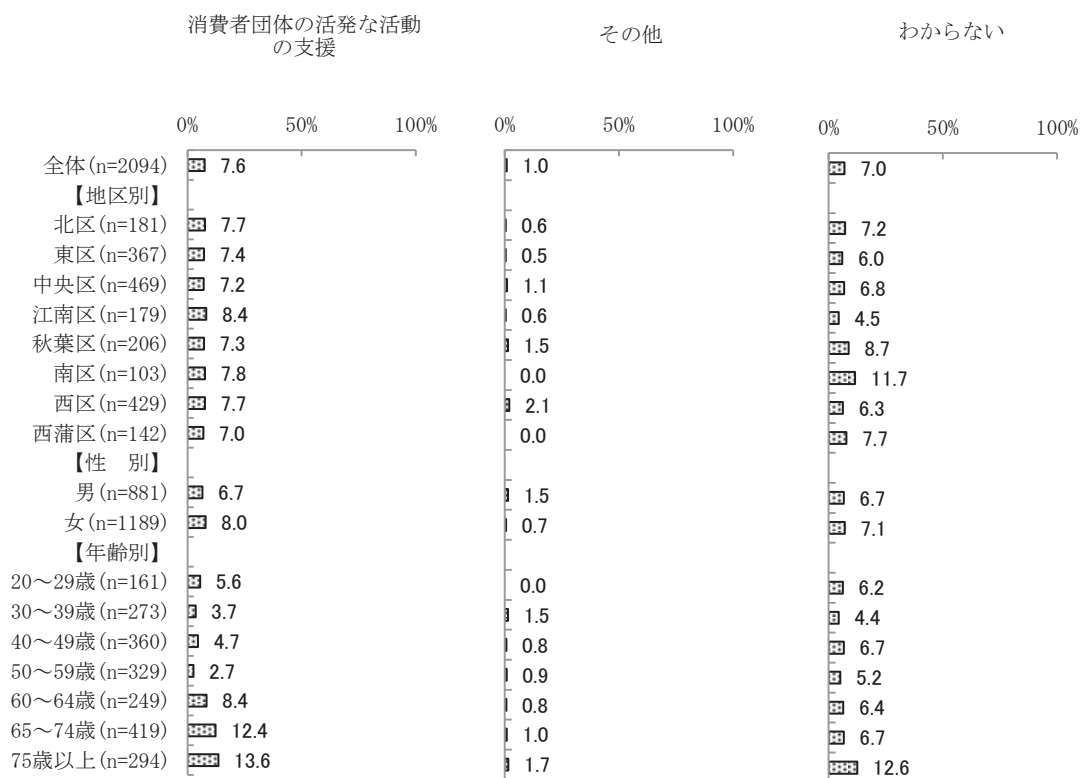


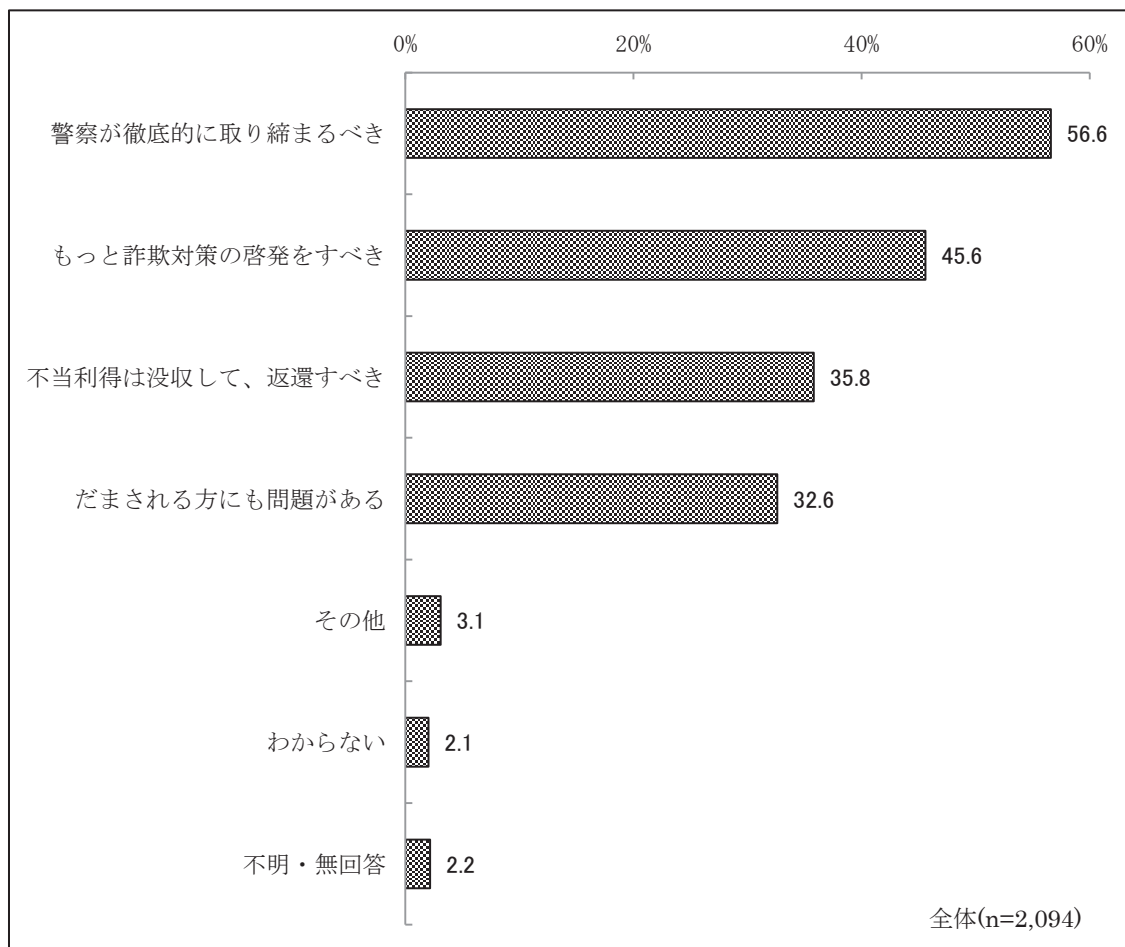
図 2-9 消費生活の安定・向上のために市にどのような取り組みを期待するか  
 (地区別/性別/年齢別) 2/2





## (10) 特殊詐欺への対応

問27 全国的に「特殊詐欺」と言われている問題が起きています。  
なかでも、オレオレ詐欺や投資詐欺、不当請求・架空請求など悪質な詐欺の相談が多く寄せられています。あなたは、こうした悪質な詐欺について、どのよう  
に感じますか、あるいはどのような対応が必要だと思いますか。  
(〇は2つまで)



——— 特殊詐欺への対応は「警察が徹底的に取り締まるべき」が最多 ———

### 【全体結果】

「警察が徹底的に取り締まるべき」(56.6%)が5割を超え、最も高い割合となっている。次いで、「もっと詐欺対策の啓発をすべき」(45.6%)と続く。

### 【属性別結果】(図2-10参照)

#### ①地区別

「警察が徹底的に取り締まるべき」については、江南区(61.5%)が最も高い割合で、

次いで北区（60.8%）となっており、いずれも6割を超えている。南区は41.7%で、他の地区と比べて、割合が低い。また、「だまされる方にも問題がある」（32.6%）では、南区（42.7%）で、他の地区と比べて、割合が高い。

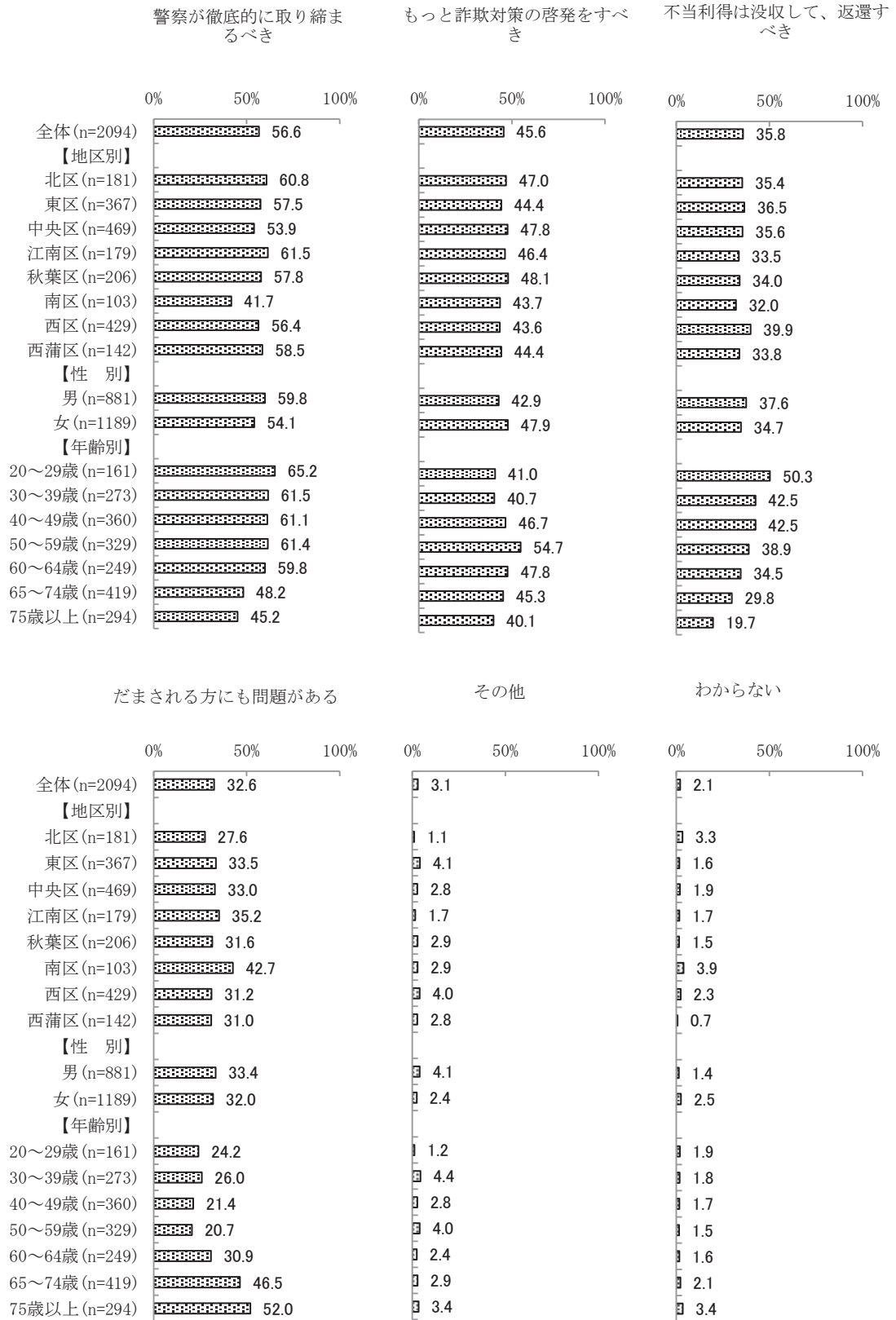
## ②性別

「警察が徹底的に取り締まるべき」、「不当利得は没収して、返還すべき」、「だまされる方にも問題がある」の割合は男性の方が高く、「もっと詐欺対策の啓発をすべき」では女性の方が高くなっている。

## ③年齢別

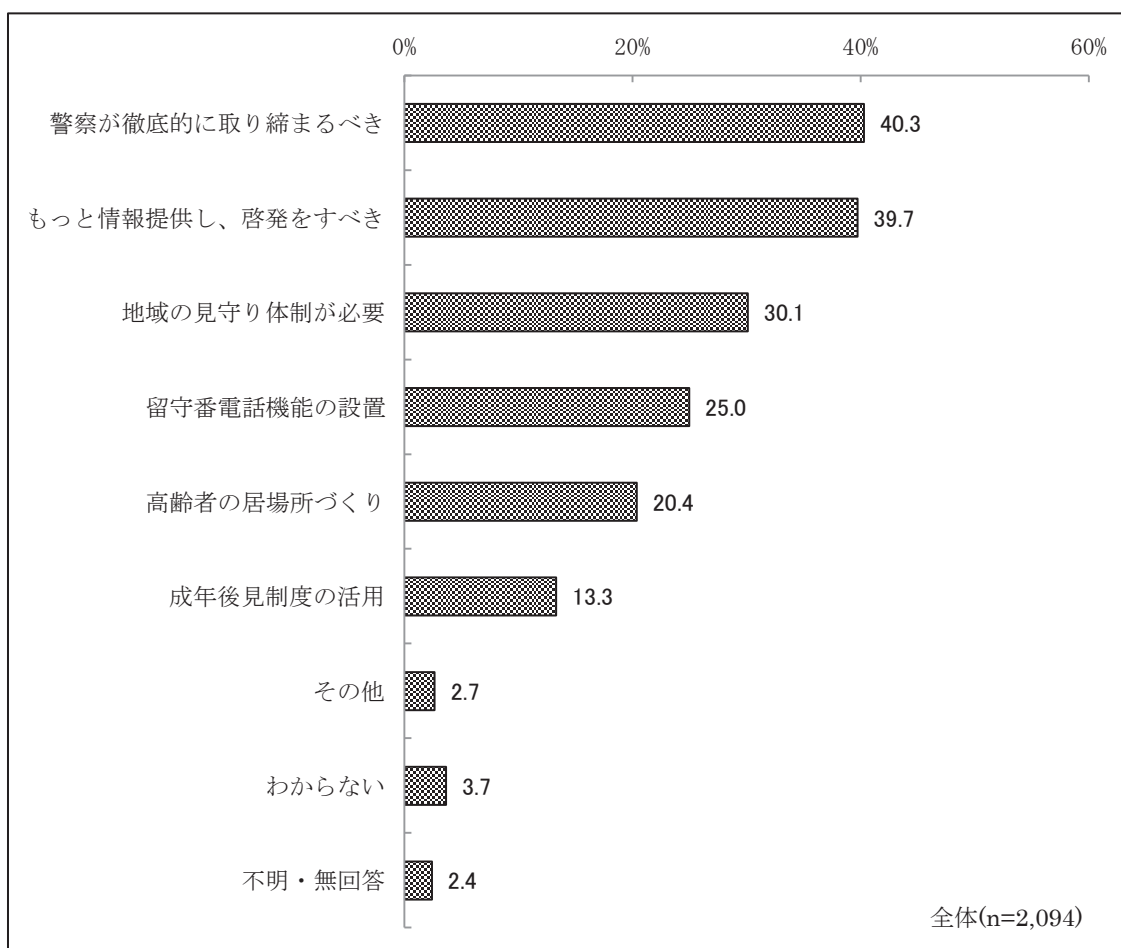
「警察が徹底的に取り締まるべき」、「不当利得は没収して、返還すべき」では、年齢が高いほど、割合が低い傾向がある。逆に「だまされる方にも問題がある」では、年齢が高いほど、割合が高い傾向がある。「もっと詐欺対策の啓発をすべき」では、50～59歳（54.7%）で、他の年齢と比べて、割合が高い。

図 2-10 特殊詐欺への対応（地区別/性別/年齢別）



### (11) 高齢者の消費者被害への対応

問28 全国的に高齢者が消費者被害に遭うことが多くなっています。  
あなたは、高齢者の被害について、どのように感じますか、あるいはどのような対応が必要だと思いますか。  
(○は2つまで)



—— 「警察による取り締まり」「情報提供での啓発活動」が約4割 ——

#### 【全体結果】

高齢者の消費者被害への対応としては、「警察が徹底的に取り締まるべき」(40.3%)が最も高い割合となっている。「もっと情報提供し、啓発をすべき」(39.7%)、「地域の見守り体制が必要」(30.1%)が3割を超えている。

#### 【属性別結果】(図2-11参照)

##### ①地区別

「警察が徹底的に取り締まるべき」については、北区(45.9%)で最も割合が高い。

南区では 28.2%で、他の地域と比べ、割合が低くなっている。

## ②性別

「警察が徹底的に取り締まるべき」では、女性（34.6%）より男性（48.2%）で割合が高い。

## ③年齢別

「地域の見守り体制が必要」では、20代～40代で3割を超えるが、50代以上で3割に満たない。「高齢者の居場所づくり」（20.4%）では、20～29歳（32.9%）が高い割合である一方、75歳以上（16.3%）は最も割合が低くなっている。

図 2-11 高齢者の消費者被害への対応（地区別/性別/年齢別） 1/2

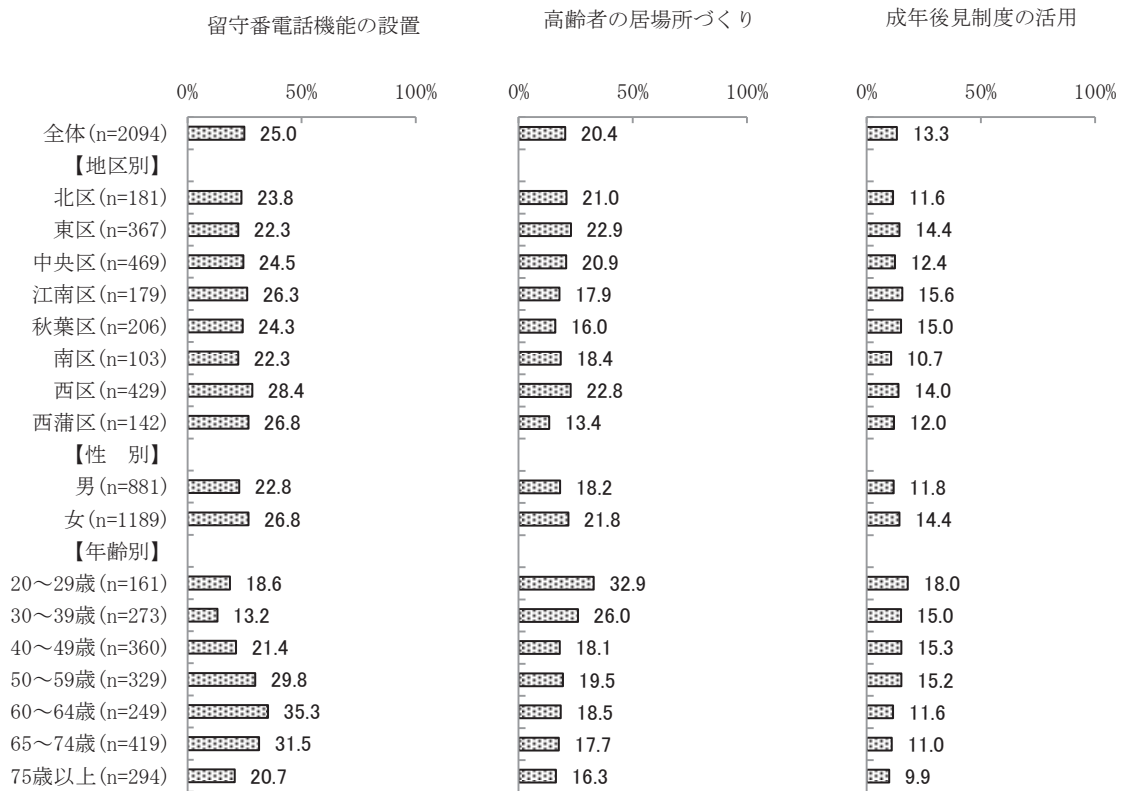
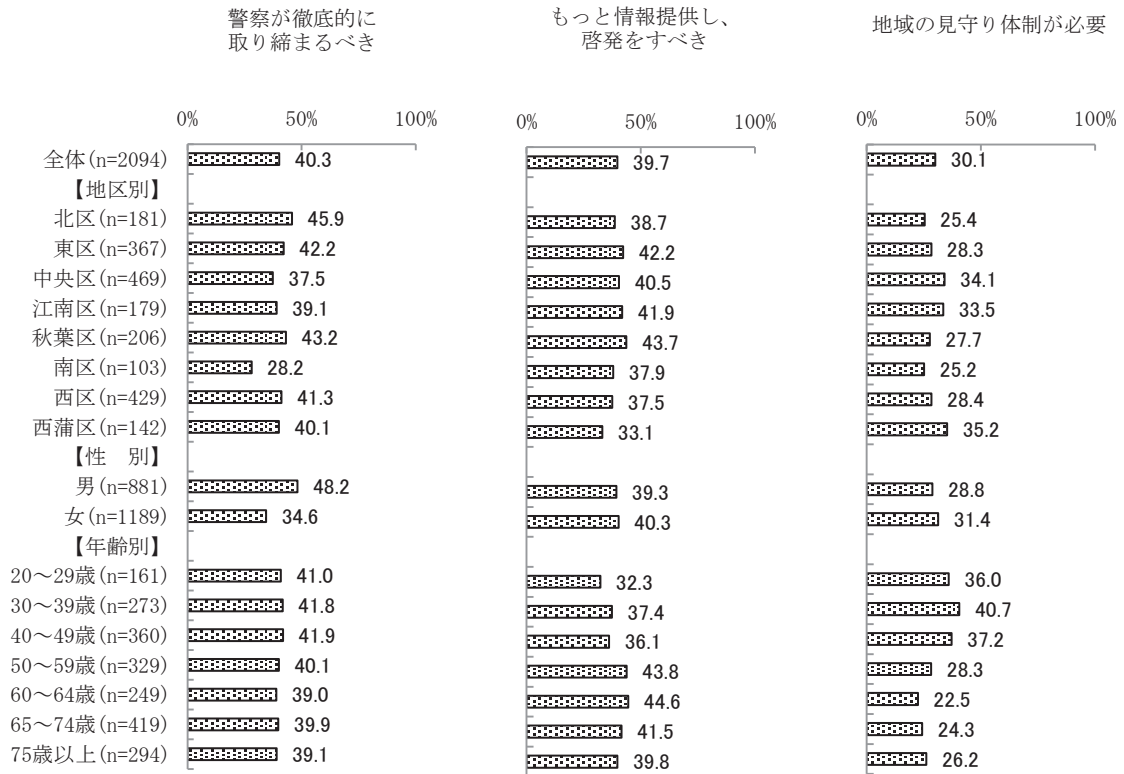


図 2-11 高齢者の消費者被害への対応（地区別/性別/年齢別） 2/2

