

## 6 消費生活に関する意識について

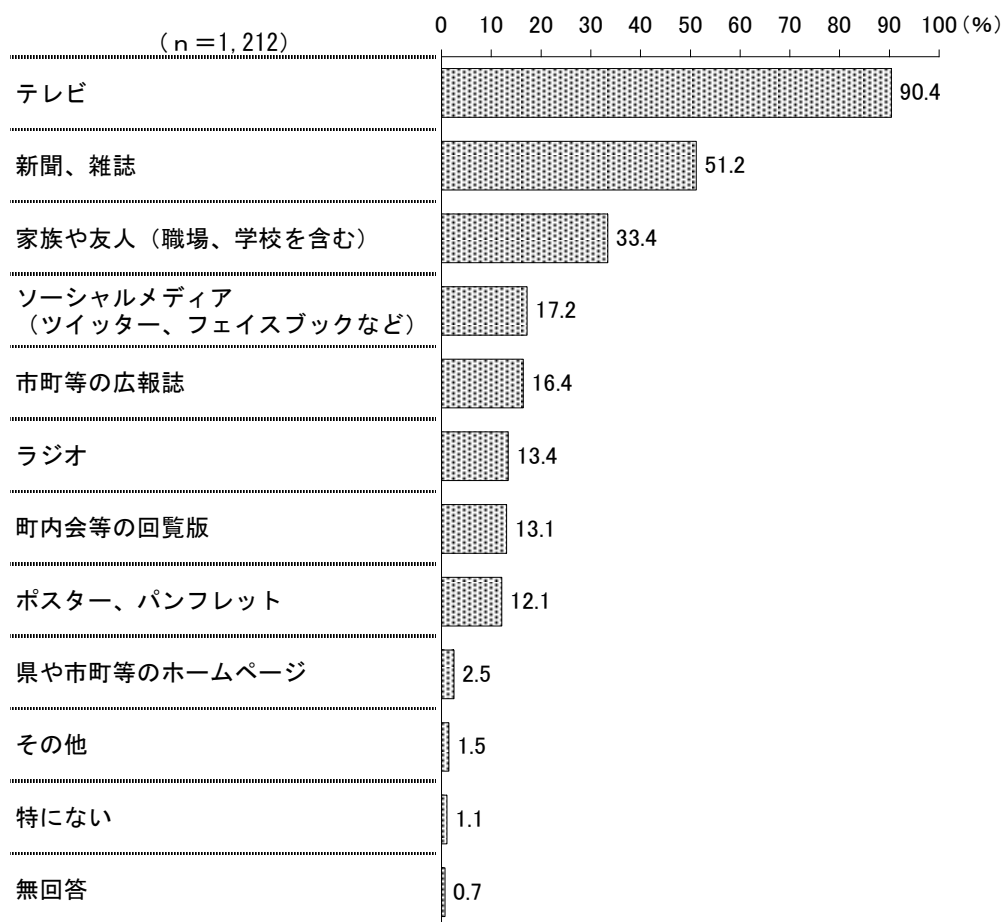
### (1) 悪質商法の手口などの情報を知る方法

問17 あなたは、悪質商法の手口などの情報を、どのような方法で知りますか。

次の中から3つまで選んでください。

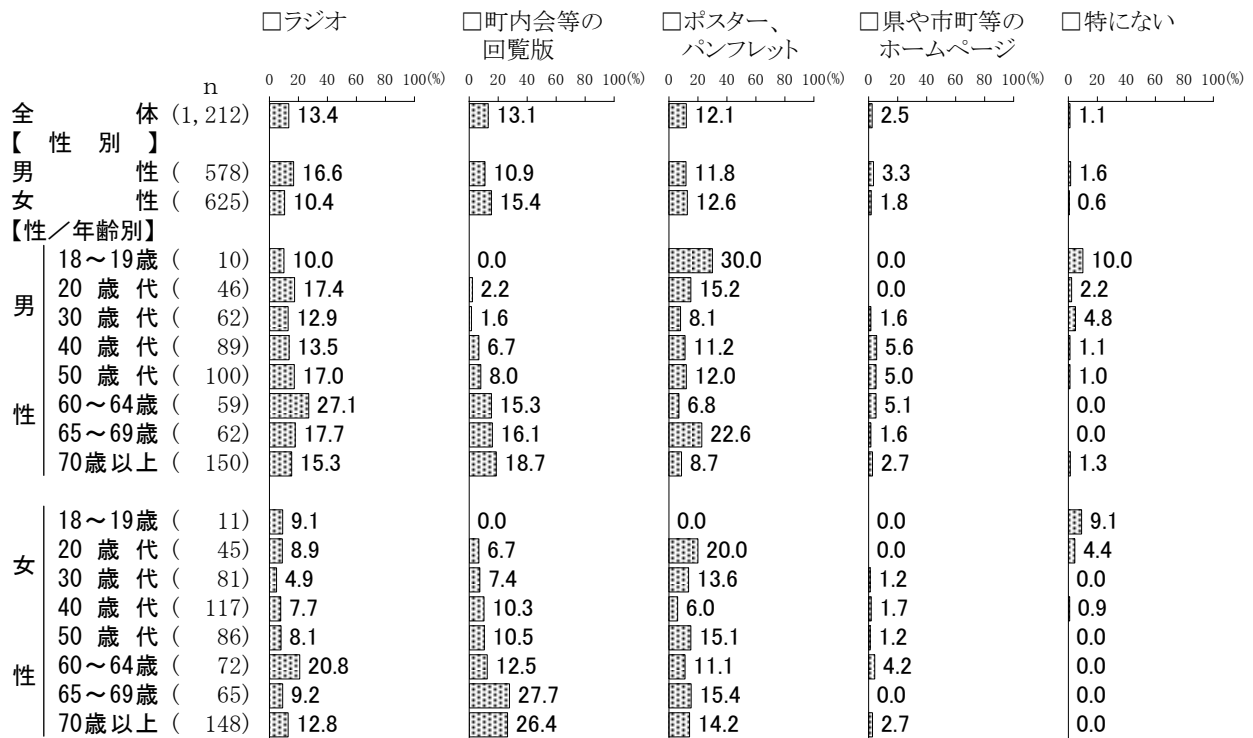
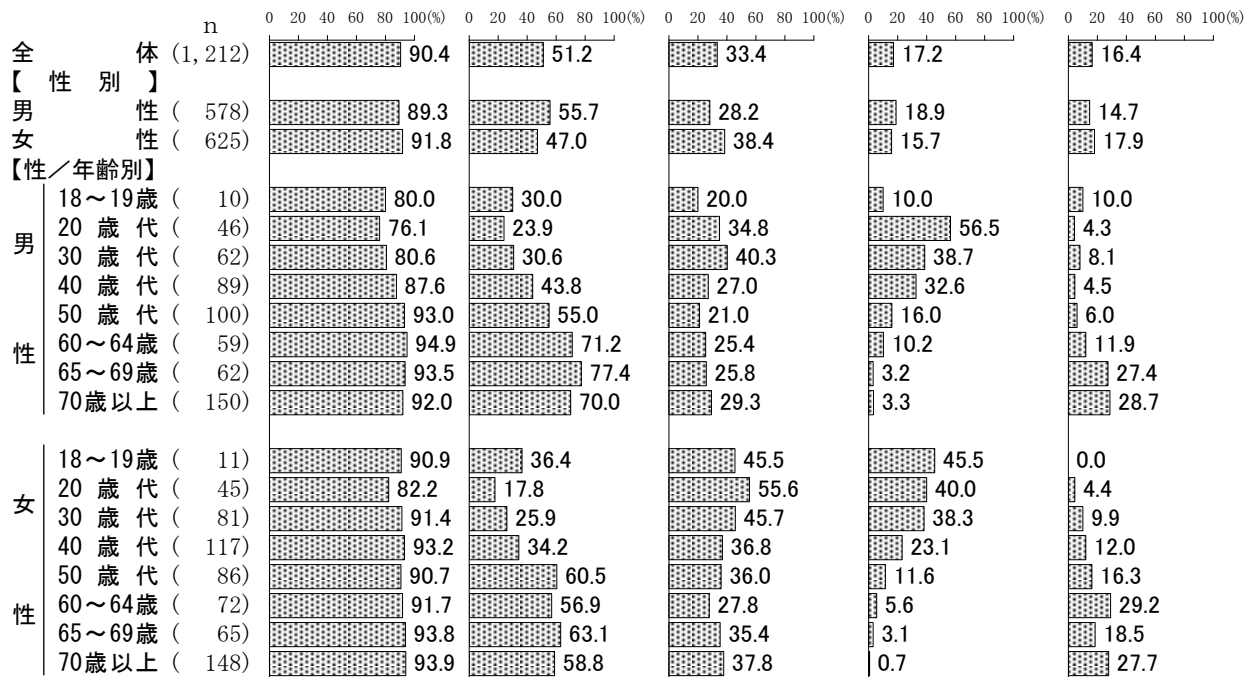
[n=1,212]

1 家族や友人（職場、学校を含む）	33.4%	7 ポスター、パンフレット	12.1%
2 新聞、雑誌	51.2	8 市町等の広報誌	16.4
3 テレビ	90.4	9 町内会等の回覧版	13.1
4 ラジオ	13.4	10 その他	1.5
5 県や市町等のホームページ	2.5	11 特にない	1.1
6 ソーシャルメディア（ツイッター、フェイスブックなど）	17.2	(無回答)	0.7



全体で見ると、「テレビ」(90.4%)が9割で最も高く、次いで「新聞、雑誌」(51.2%)、「家族や友人(職場、学校を含む)」(33.4%)、「ソーシャルメディア(ツイッター、フェイスブックなど)」(17.2%)、「市町等の広報誌」(16.4%)の順となっている。

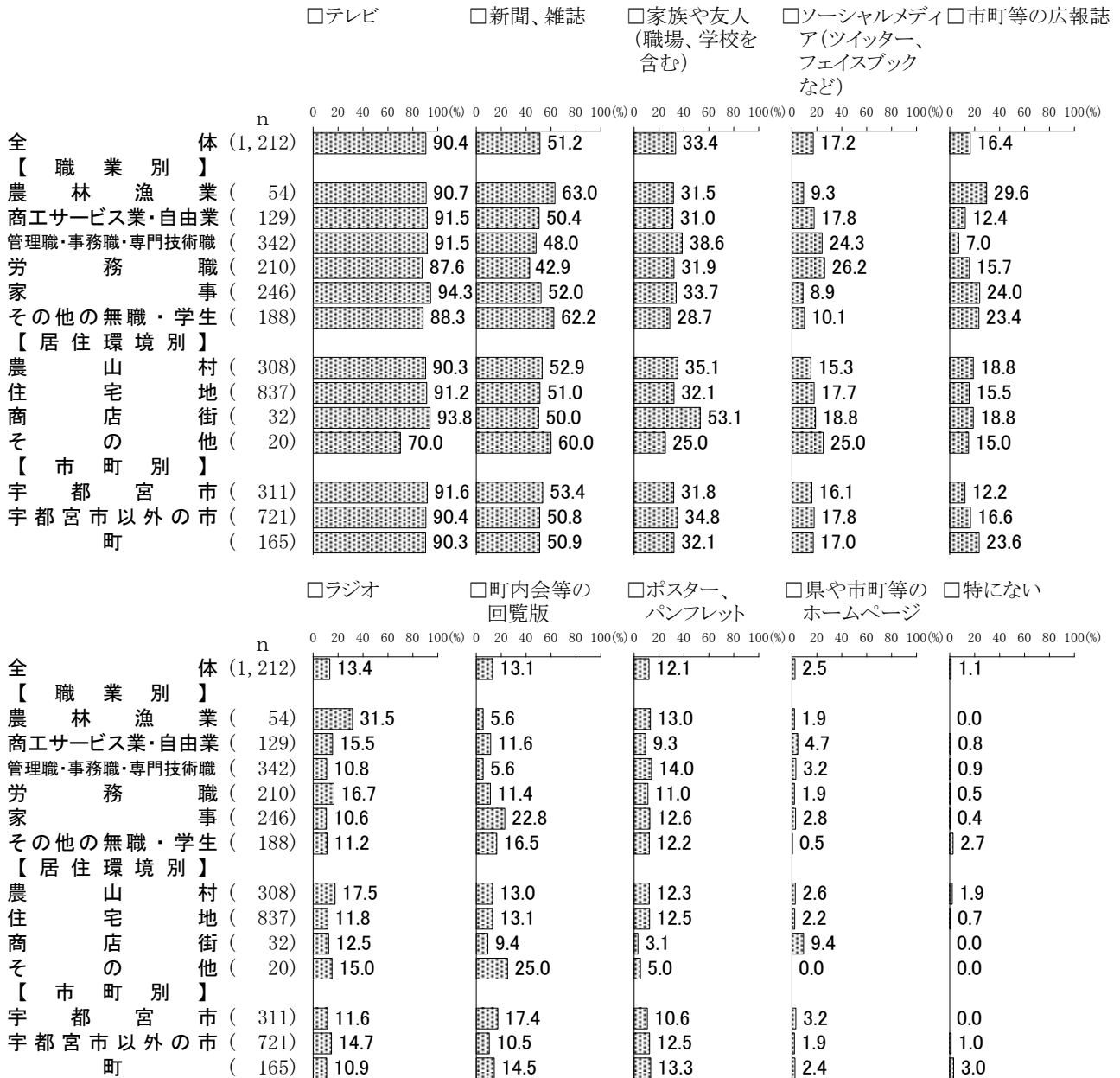
【性別・性／年齢別】 □テレビ □新聞、雑誌 □家族や友人（職場、学校を含む） □ソーシャルメディア（ツイッター、フェイスブックなど） □市町等の広報誌



性別でみると、「家族や友人（職場、学校を含む）」では〈女性〉（38.4%）が〈男性〉（28.2%）より10.2ポイント高くなっている。「新聞、雑誌」では〈男性〉（55.7%）が〈女性〉（47.0%）より8.7ポイント高くなっている。「ラジオ」では〈男性〉（16.6%）が〈女性〉（10.4%）より6.2ポイント高くなっている。

性／年齢別でみると、「新聞、雑誌」では〈男性65～69歳〉が77.4%、〈男性60～64歳〉が71.2%、〈男性70歳以上〉が70.0%と高くなっている。「家族や友人（職場、学校を含む）」では〈女性20歳代〉が55.6%、〈女性30歳代〉が45.7%と高くなっている。「ソーシャルメディア（ツイッター、フェイスブックなど）」では〈男性20歳代〉が56.5%と高くなっている。

[職業別・居住環境別・市町別]



職業別で見ると、「新聞、雑誌」では〈農林漁業〉が63.0%、〈その他の無職・学生〉が62.2%と高くなっている。「ソーシャルメディア (ツイッター、フェイスブックなど)」では〈労務職〉が26.2%、〈管理職・事務職・専門技術職〉が24.3%と高くなっている。「市町等の広報誌」では〈農林漁業〉が29.6%と高くなっている。「ラジオ」では〈農林漁業〉が31.5%と高くなっている。

居住環境別で見ると、「家族や友人 (職場、学校を含む)」では〈商店街〉が53.1%と高くなっている。

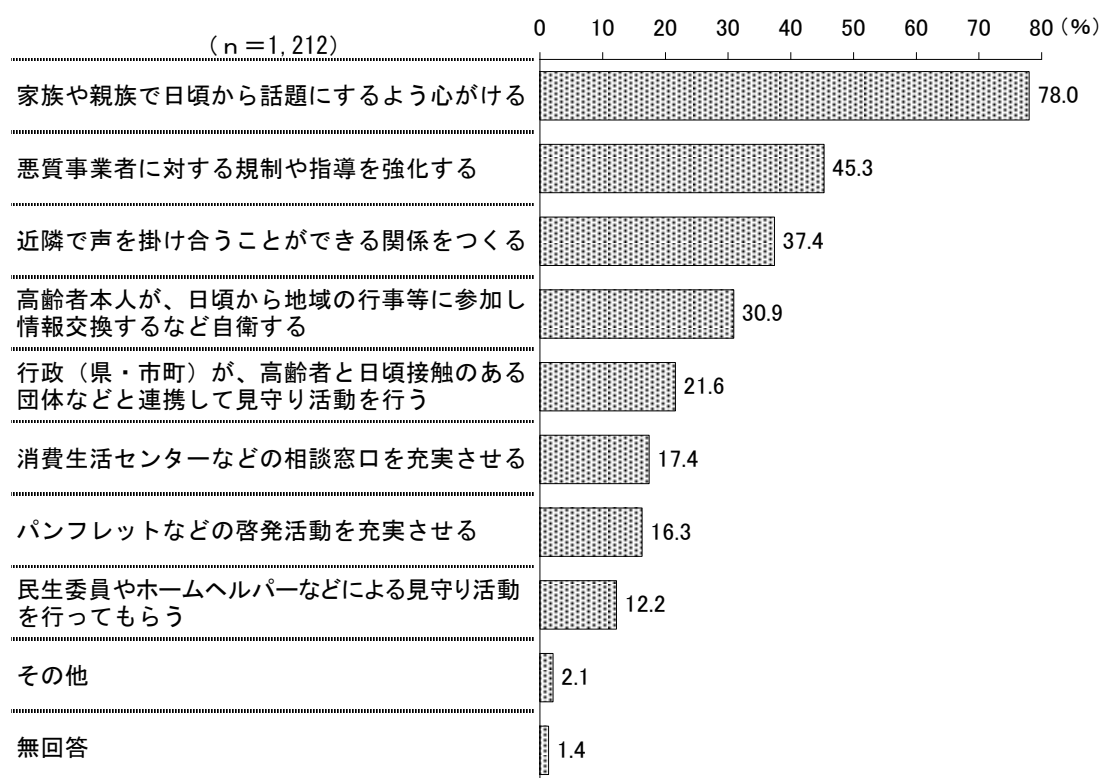
市町別で見ると、「市町等の広報誌」では〈町〉が23.6%と高くなっている。

## (2) 高齢者が悪質商法の被害に遭うことを防ぐための対策

問18 高齢者が悪質商法の被害に遭うが増えています。あなたは、それを防ぐためにはどのような対策が有効だと思いますか。次の中から3つまで選んでください。

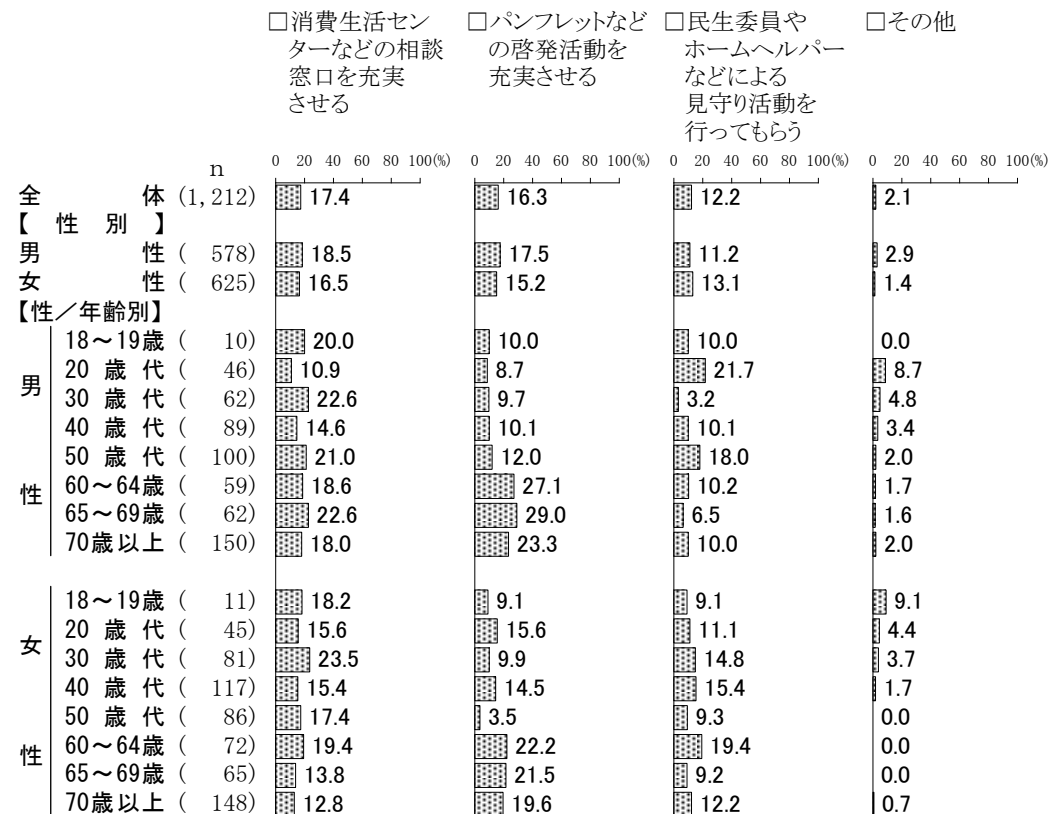
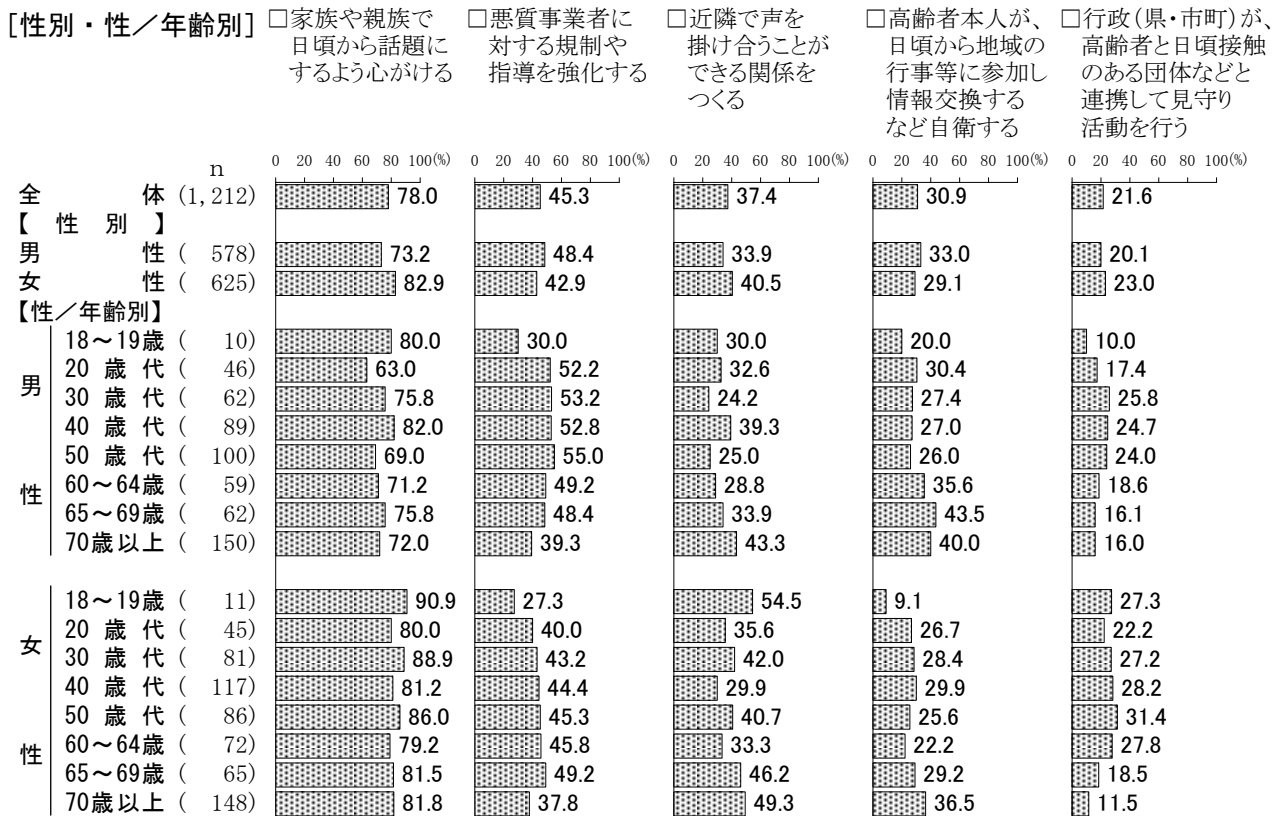
[n=1,212]

1	家族や親族で日頃から話題にするよう心がける	78.0%
2	近隣で声を掛け合うことができる関係をつくる	37.4
3	民生委員やホームヘルパーなどによる見守り活動を行ってもらう	12.2
4	高齢者本人が、日頃から地域の行事等に参加し情報交換するなど自衛する	30.9
5	パンフレットなどの啓発活動を充実させる	16.3
6	消費生活センターなどの相談窓口を充実させる	17.4
7	悪質事業者に対する規制や指導を強化する	45.3
8	行政(県・市町)が、高齢者と日頃接触のある団体などと連携して見守り活動を行う	21.6
9	その他	2.1
	(無回答)	1.4



全体で見ると、「家族や親族で日頃から話題にするよう心がける」(78.0%)が8割近くで最も高く、次いで「悪質事業者に対する規制や指導を強化する」(45.3%)、「近隣で声を掛け合うことができる関係をつくる」(37.4%)、「高齢者本人が、日頃から地域の行事等に参加し情報交換するなど自衛する」(30.9%)、「行政(県・市町)が、高齢者と日頃接触のある団体などと連携して見守り活動を行う」(21.6%)の順となっている。

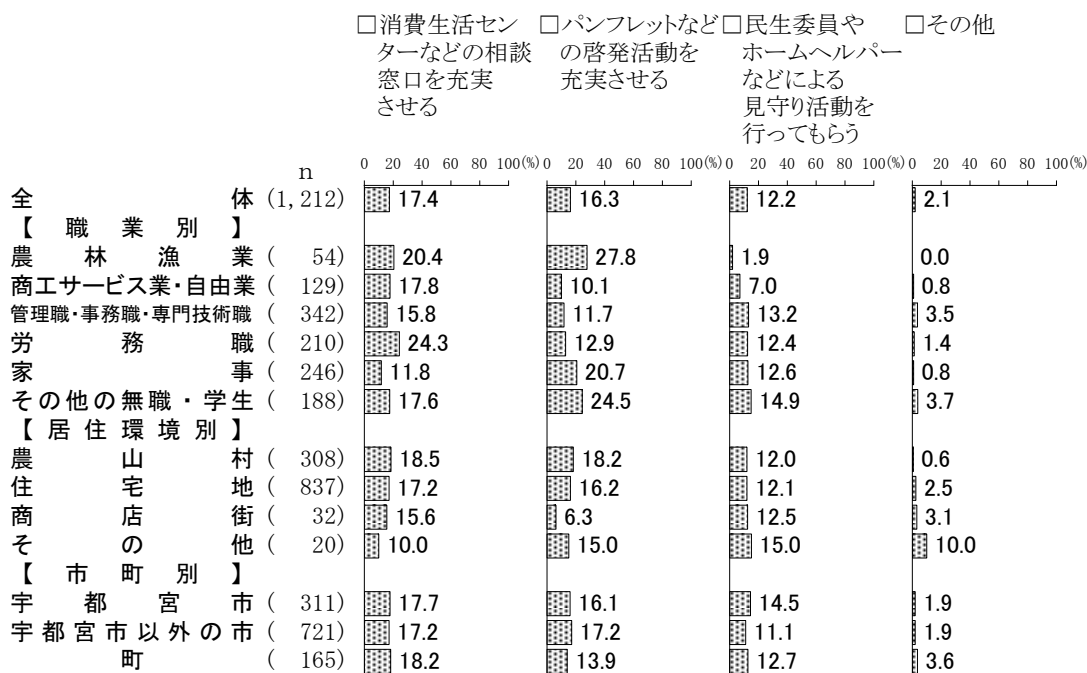
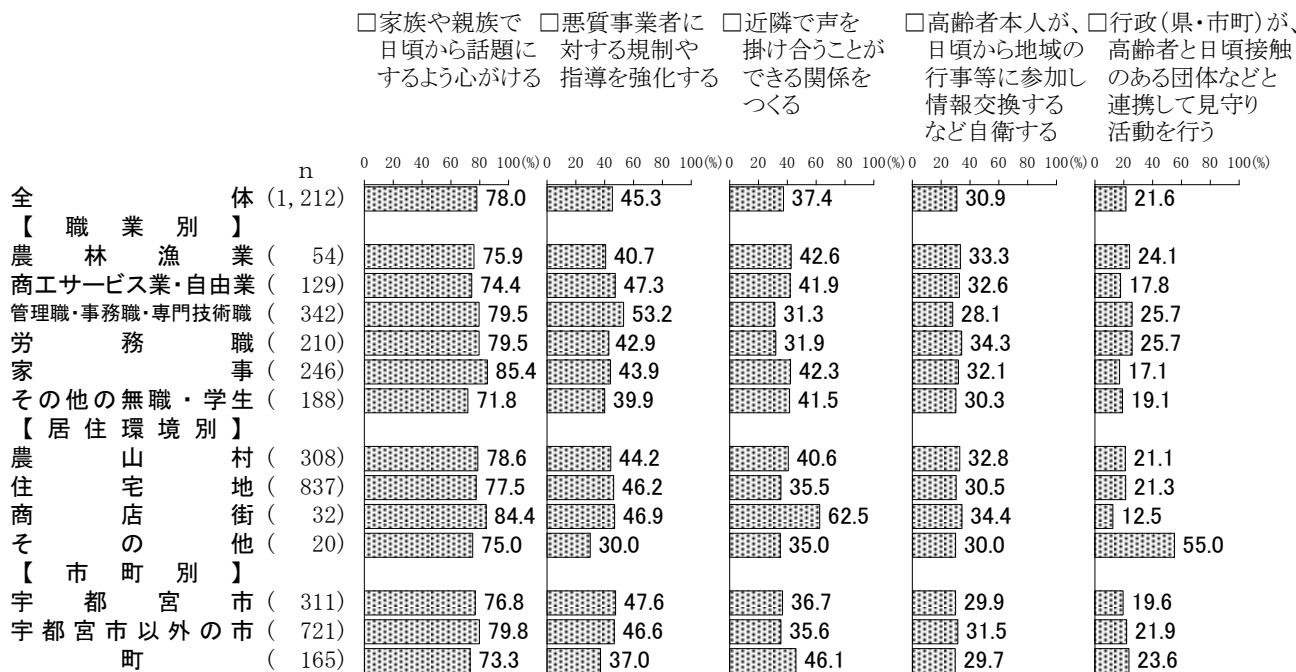
[性別・性／年齢別]



性別でみると、「家族や親族で日頃から話題にするよう心がける」では〈女性〉(82.9%)が〈男性〉(73.2%)より9.7ポイント高くなっている。「近隣で声を掛け合うことができる関係をつくる」では〈女性〉(40.5%)が〈男性〉(33.9%)より6.6ポイント高くなっている。「悪質事業者に対する規制や指導を強化する」では〈男性〉(48.4%)が〈女性〉(42.9%)より5.5ポイント高くなっている。

性／年齢別でみると、「近隣で声を掛け合うことができる関係をつくる」では〈女性70歳以上〉が49.3%と高くなっている。「高齢者本人が、日頃から地域の行事等に参加し情報交換するなど自衛する」では〈男性65～69歳〉が43.5%、〈男性70歳以上〉が40.0%と高くなっている。

[職業別・居住環境別・市町別]



職業別でみると、「家族や親族で日頃から話題にするよう心がける」では〈家事〉が85.4%と高くなっている。「悪質事業者に対する規制や指導を強化する」では〈管理職・事務職・専門技術職〉が53.2%と高くなっている。「パンフレットなどの啓発活動を充実させる」では〈農林漁業〉が27.8%と高くなっている。

居住環境別でみると、「近隣で声を掛け合うことができる関係をつくる」では〈商店街〉が62.5%と高くなっている。

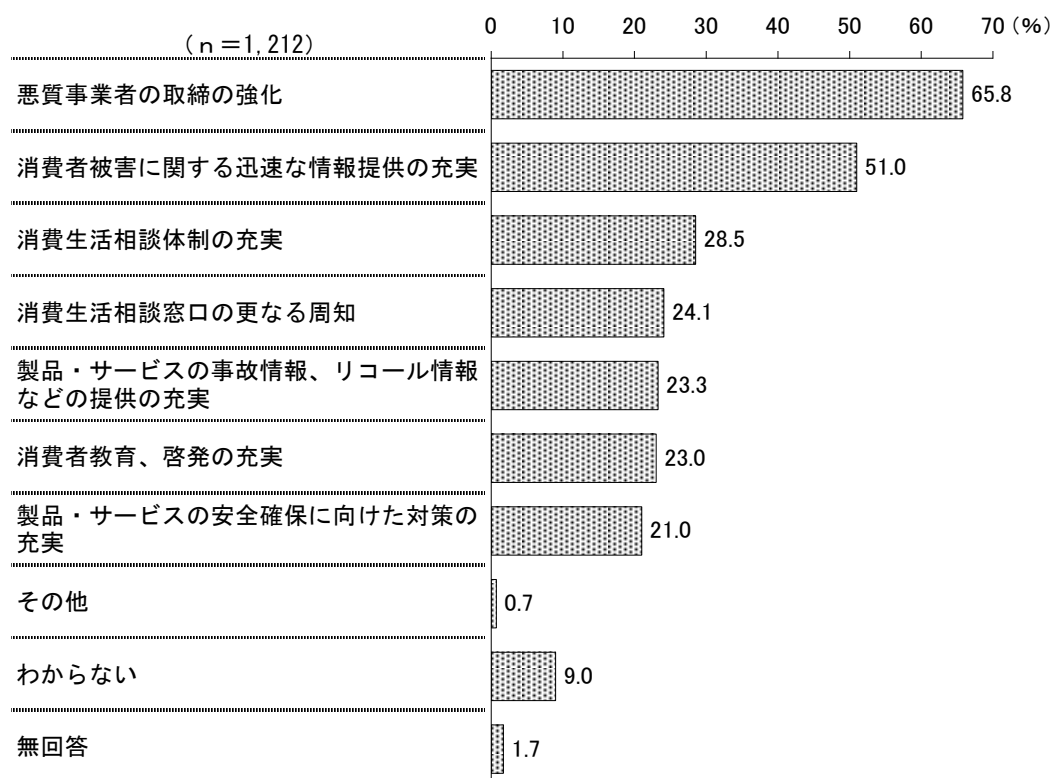
市町別でみると、「近隣で声を掛け合うことができる関係をつくる」では〈町〉が46.1%と高くなっている。

### (3) 消費生活問題に対する県の取組

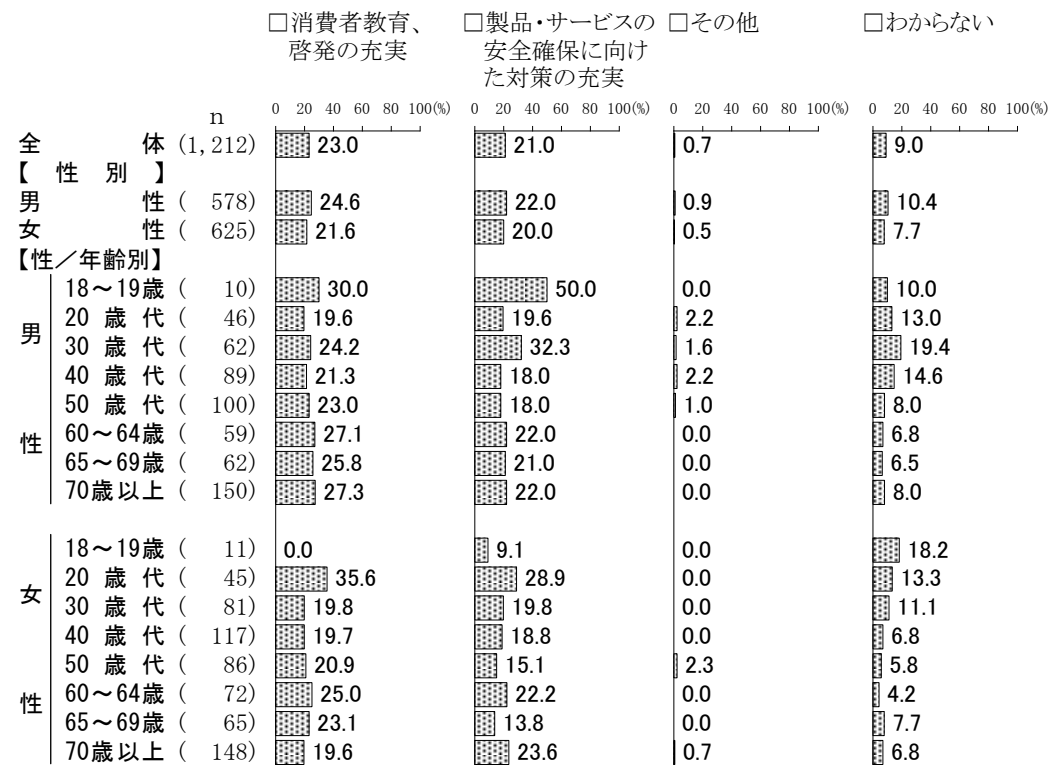
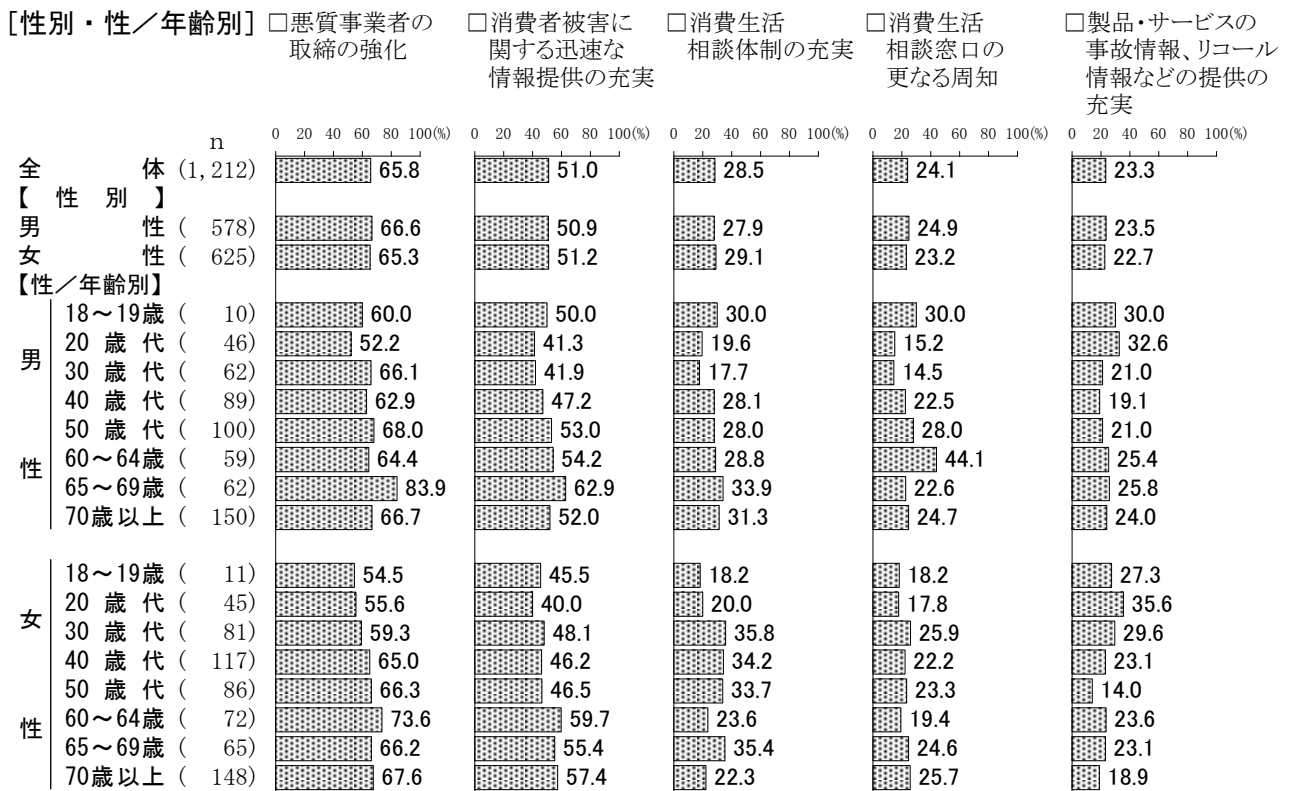
問19 あなたが、消費生活問題に対する取組として、県に力を入れてほしいものはどれですか。  
次の中からいくつでも選んでください。

[n=1,212]

1	消費者教育、啓発の充実	23.0%
2	消費者被害に関する迅速な情報提供の充実	51.0
3	消費生活相談窓口の更なる周知	24.1
4	消費生活相談体制の充実	28.5
5	悪質事業者の取締の強化	65.8
6	製品・サービスの事故情報、リコール情報などの提供の充実	23.3
7	製品・サービスの安全確保に向けた対策の充実	21.0
8	その他	0.7
9	わからない	9.0
	(無回答)	1.7



全体で見ると、「悪質事業者の取締の強化」(65.8%)が6割半ばで最も高く、次いで「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」(51.0%)、「消費生活相談体制の充実」(28.5%)、「消費生活相談窓口の更なる周知」(24.1%)、「製品・サービスの事故情報、リコール情報などの提供の充実」(23.3%)、「消費者教育、啓発の充実」(23.0%)の順となっている。

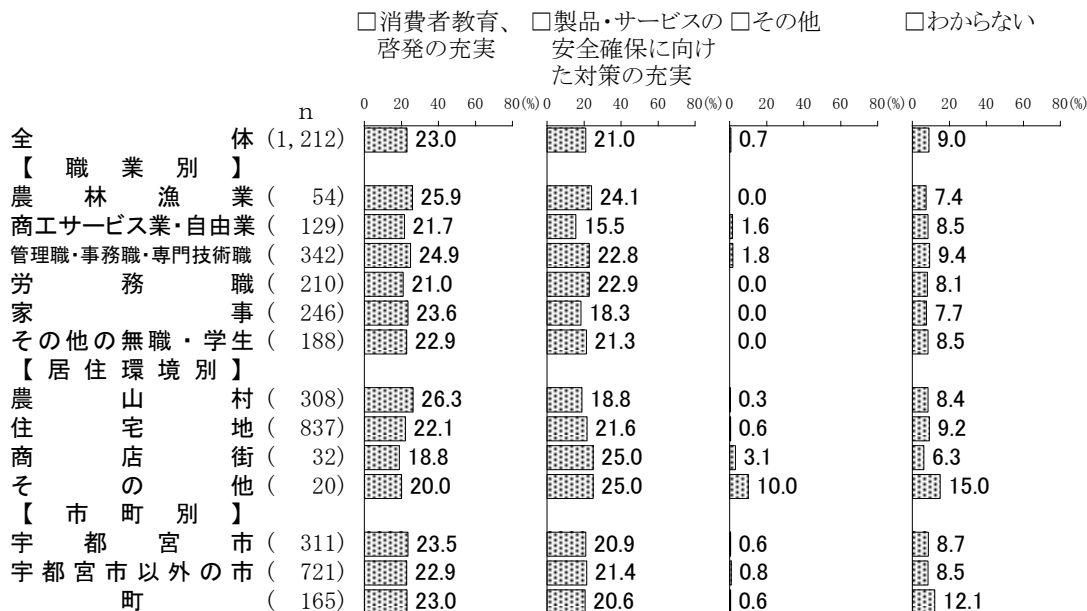
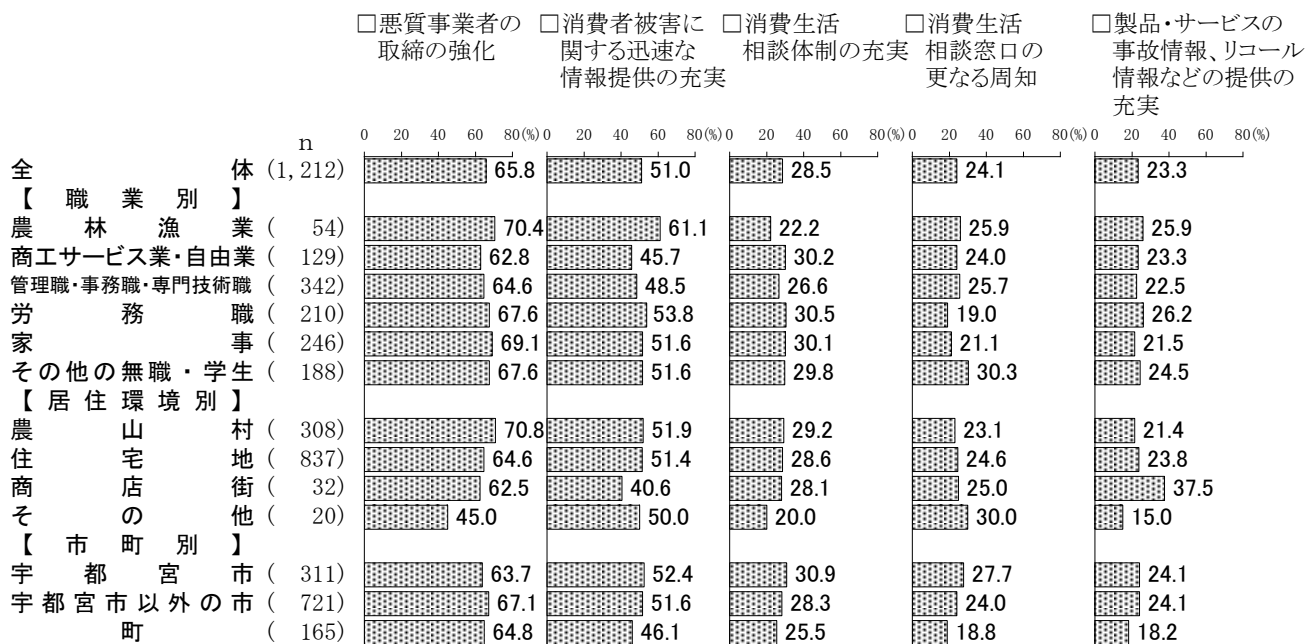


性別でみると、「消費者教育、啓発の充実」では〈男性〉(24.6%)が〈女性〉(21.6%)より3.0ポイント高くなっている。

性／年齢別でみると、「悪質事業者の取締の強化」では〈男性65～69歳〉が83.9%と高くなっている。「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」では〈男性65～69歳〉が62.9%と高くなっている。「消費生活相談窓口の更なる周知」では〈男性60～64歳〉が44.1%と高くなっている。「消費者教育、啓発の充実」では〈女性20歳代〉が35.6%と高くなっている。「製品・サービスの安全確保に向けた対策の充実」では〈男性30歳代〉が32.3%と高くなっている。



[職業別・居住環境別・市町別]



職業別でみると、「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」では〈農林漁業〉が61.1%と高くなっている。

居住環境別でみると、「悪質事業者の取締の強化」では〈農山村〉が70.8%と高くなっている。「製品・サービスの事故情報、リコール情報などの提供の充実」では〈商店街〉が37.5%と高くなっている。

市町別でみると、「消費生活相談窓口の更なる周知」では〈宇都宮市〉が27.7%と高くなっている。