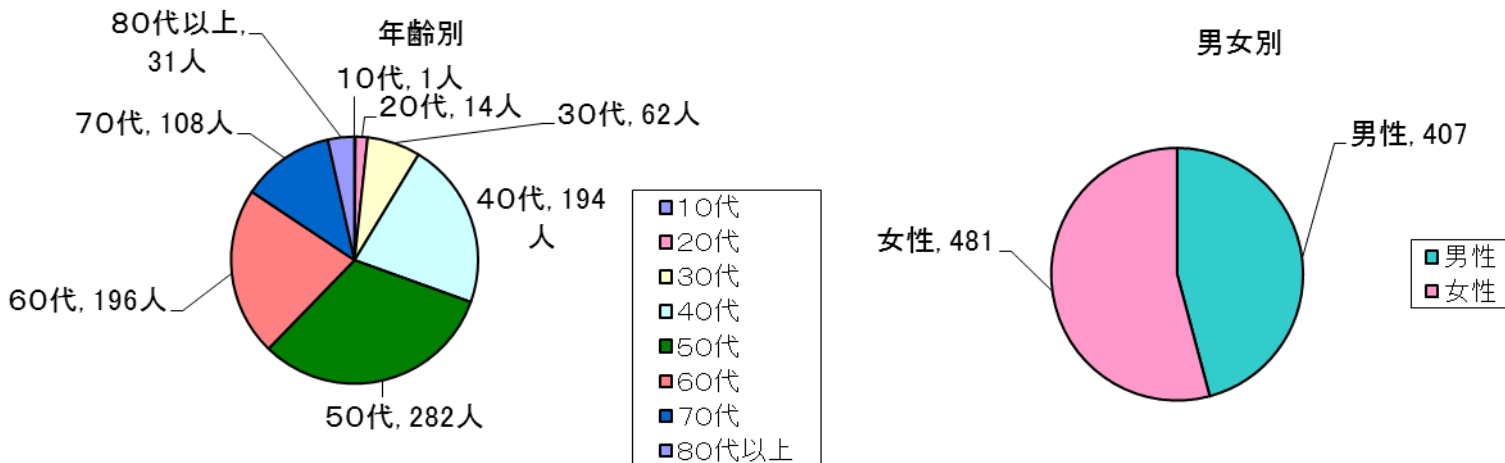


Uモニ アンケート集計結果

第 146 回のテーマは、【消費生活センターに関するアンケート】でした。

- ◎ 登録者数 1,500 人
- ◎ 実施期間 令和 5 年 2 月 15 日(水)～2 月 21 日(火)
- ◎ 回答者数(回答率) 888 人(59.2%)



問 1. 昨年実施したUモニアンケートの結果から、下記のとおり啓発活動に取り組んできたところです。ご存じの取り組みを教えてください。【複数回答可】

設問	回答内容	件数	合計	比率	グラフ
問 1. 昨年実施したUモニアンケートの結果から、下記のとおり啓発活動に取り組んできたところです。ご存じの取り組みを教えてください。【複数回答可】	1.Googleで浦安市消費生活センターを検索した際、最新情報などが表示されるよう、ナレッジパネル*を活用	19	888	2%	
	2.市行政情報番組(こちら浦安情報局)で、消費生活センターの業務の内容や消費生活相談の事例などを紹介	93		10%	
	3.市役所庁舎市民ホールや青少年館、マーレ3階カルチャープラザ、文化会館、総合体育館で、成年年齢引き下げに関するパネル展を実施	57		6%	
	4.市内3駅に設置しているデジタルサイネージ(電子案内看板)で、消費者教育講座の開催を案内	37		4%	
	5.『消費生活だより』を自治会や公民館などで配布	163		18%	
	6.全て知らない	611		69%	

「全て知らない」と回答したモニターが 69%と最も多く、以下、「『消費生活だより』を自治会や公民館などで配布」が 18%、「市行政情報番組(こちら浦安情報局)で、消費生活センターの業務の内容や消費生活相談の事例などを紹介」が 10%であり、啓発活動についてあまり知られていないことがわかりました。

問 2. 「浦安市消費生活センター」を周知するための最も効果的な方法または媒体は、何だと思えますか。

設問	回答内容	件数	合計	比率	グラフ
問 2. 「浦安市消費生活センター」を周知するための最も効果的な方法または媒体は、何だと思えますか。	1.広報紙(広報うらやす)	519	888	58%	
	2.浦安市公式サイト	127		14%	
	3.市行政情報番組(こちら浦安情報局)	11		1%	
	4.浦安市民便利帳	19		2%	
	5.消費生活センター主催の講座やイベント	19		2%	
	6.消費生活センター発行の啓発冊子やリーフレット	7		1%	
	7.公民館まつり	12		1%	
	8.ミニコミ紙(フリーペーパーやコミュニティペーパーなど)	55		6%	
	9.市内3駅前に設置しているデジタルサイネージ(電子案内看板)	32		4%	
	10.インターネット検索結果画面	56		6%	
	11.その他	31		3%	

「広報紙(広報うらやす)」と回答したモニターが 58%と最も多く、次に「浦安市公式サイト」が 14%、「ミニコミ紙」と「インターネット検索結果画面」がそれぞれ 6%という結果となりました。

問3. 最近、契約や購入した「商品」や「サービス」で、被害を受けたり、不満を感じたりしたことがありますか。

設問	回答内容	件数	合計	比率	グラフ
問3. 最近、契約や購入した「商品」や「サービス」で、被害を受けたり、不満を感じたりしたことがありますか。	1.ある	172	888	19%	
	2.ない	716		81%	

「ない」と回答したモニターは81%であり、被害を受けたり、不満を感じたりしたことがないモニターが多いことがわかりました。

問4. その被害や不満をどこかに相談しましたか。

設問	回答内容	件数	合計	比率	グラフ
問4. その被害や不満をどこかに相談しましたか。	1.消費生活センター	25	172	15%	
	2.家族・親族	24		14%	
	3.友人	5		3%	
	4.警察	3		2%	
	5.弁護士・司法書士などの専門家	1		1%	
	6.どこにも相談しなかった	91		53%	
	7.その他	23		13%	

「消費生活センター」へ相談したと回答したモニターは15%、「家族・親族」と回答したモニターは14%だったのに対し、「どこにも相談しなかった」と回答したモニターは53%となり、半数以上のモニターが被害や不満を持ちながら、どこへも相談していないことがわかりました。

また、「その他」と回答したモニターのほとんどが販売店やメーカーに相談したと回答しており、直接、自身で解決に向けての交渉を行っていることがわかりました。

問5. その結果、どのようになりましたか。

設問	回答内容	件数	合計	比率	グラフ
問5. その結果、どのようになりましたか。	1.解決した	36	149	24%	
	2.解決しなかった	101		68%	
	3.その他	12		8%	

「解決した」と回答したモニターは24%、「解決しなかった」と回答したモニターは68%でした。

また、「その他」と回答したモニターからは、「諦めた」、「交換返品手続きに要する時間と気力が無い」とのご意見がありました。

問6. 消費生活センターへ相談しなかった理由を教えてください。【複数回答可】

設問	回答内容	件数	合計	比率	グラフ
問6. 消費生活センターへ相談しなかった理由を教えてください。【複数回答可】	1.どこに相談すればよいかわからなかったから	37	124	30%	
	2.被害額が少額だったから	34		27%	
	3.面倒だから	56		45%	
	4.相談時間内に連絡できないから	11		9%	
	5.消費生活センターを知らなかったから	16		13%	
	6.その他	19		15%	

「面倒だから」と回答したモニターが45%と最も多く、次に「どこに相談すればよいかわからなかったから」が30%、「被害額が少額だったから」が27%という結果となりました。

また、「その他」では、「契約解除や解決できた」、「諦めた」とのご意見がありました。

問7. 今後、もし消費生活でトラブルなどがあった場合、消費生活センターに相談したいと思いますか。

設問	回答内容	件数	合計	比率	グラフ
問7. 今後、もし消費生活でトラブルなどがあった場合、消費生活センターに相談したいと思いますか。	1.相談したい	605	888	68%	
	2.わからない	270		30%	
	3.相談したくない 理由:	13		1%	

「相談したい」と回答したモニターが68%でした。一方で、「相談したくない」と回答したモニターは30%で、その理由として、「解決に至らない」、「時間がかかりそう」などのご意見がありました。

問8. 講演会や講座で受講してみたいテーマがあれば教えてください。【複数回答可】

設問	回答内容	件数	合計	比率	グラフ
問8. 講演会や講座で受講してみたいテーマがあれば教えてください。【複数回答可】	1.食品の安全・安心な選び方、表示方法など	232	888	26%	
	2.契約のルールや取り引きのトラブルへの対応(クーリング・オフなど)	359		40%	
	3.家計の管理・生活設計(お金の管理、金融、保険など)	230		26%	
	4.環境に配慮した生活(製品の購入、ごみの減量など)	150		17%	
	5.情報通信の有効利用(インターネット、携帯電話の安全な利用など)	256		29%	
	6.製品事故と取り引き被害に遭った時の解決手段	273		31%	
	7.悪質商法・不当請求の未然防止、対処法	350		39%	
	8.特になし	132		15%	
	9.その他	19		2%	

「契約のルールや取り引きのトラブルへの対応」が40%と最も多く、次に「悪質商法・不当請求の未然防止、対処法」が39%、以降、「製品事故と取引被害に遭った時の解決手段」が31%、「情報通信の有効利用」が29%、「食品の安全・安心な選び方、表示方法など」と、「家計の管理・生活設計」がそれぞれ26%となりました。特に契約のルールや悪質商法などのトラブルを未然に防ぐための講座を開催してほしいというご意見が多いことがわかりました。

問9. 成年年齢が18歳に引き下げられたことで、18歳から、本人の意思のみで契約が成立するようになったことをご存じですか。

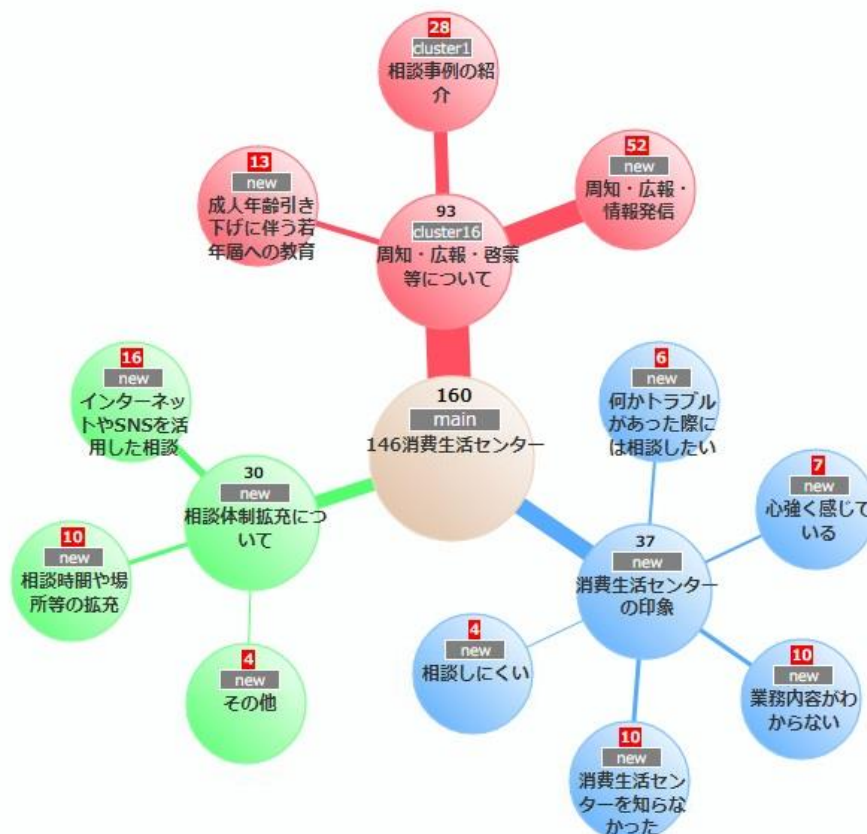
設問	回答内容	件数	合計	比率	グラフ
問9. 成年年齢が18歳に引き下げられたことで、18歳から、本人の意思のみで契約が成立するようになったことをご存じですか。	1.知っている	786	888	89%	
	2.知らない	102		11%	

成年年齢が18歳に引き下げられたことで、18歳から、本人の意思のみで契約が成立するようになったことを「知っている」と回答したモニターは89%であり、多くのモニターに知られていることがわかりました。

問10. 消費生活センターへのご要望や、活用しやすい相談体制などに関するご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。

設問	回答内容	件数	合計	比率	グラフ
問10. 消費生活センターへのご要望や、活用しやすい相談体制などに関するご意見などがありましたら、ご自由にお書きください。	回答あり	266	266	30%	

消費生活センターに関するご要望・ご意見は888人中266人(30%)のモニターからいただきました。



自由意見からは、「消費者トラブルの相談事例や解決方法などを、広報うらやすやホームページを通じて情報提供してほしい」、「メール、ラインなど SNS を活用した新たな相談対応が必要」というご意見が散見されました。

また、「成人年齢引き下げに伴って、若年層に契約行為などについての教育をすべき」、「消費生活センターの業務内容がわかりづらい」などのご意見も見られました。

まとめ

今回のアンケート結果では、消費生活センターの啓発活動について多くの方に知られていないこと、また、被害や不満について、どこにも相談しなかった方が多くいることがわかり、広報うらやすやホームページ、各種イベントを通して更なる消費生活センターの役割についての周知を図っていく必要性を感じました。

いただいたご意見を参考に今後もより丁寧な相談対応を目指し、消費生活センターの役割をはじめ、契約トラブルの事例と解決策、被害の未然防止のための情報提供方法について、更なる方策を検討してまいります。