

# 消費生活に関する県民意識調査結果の概要について

## 1 調査の目的

近年の消費者を取り巻く環境は、デジタル化の進展や高齢化の進行、成年年齢の引下げ等により大きく変化している。同時に、消費者トラブルは複雑化・巧妙化しており、本県内でも消費者被害は後を絶たない状況にある。

このような中で、消費生活に関する県民の意識や現状を把握し、宮崎県消費者基本計画の策定や、今後の消費者施策を効果的に推進する上での基礎資料とするため、調査を実施した。

## 2 調査の方法等

### (1) 調査対象者

宮崎県内の住民基本台帳に記載されている 18 歳以上の男女 3,000 人(無作為抽出)

### (2) 調査票の配布、回収方法

調査票の配布は郵送方式、回収は郵送方式または WEB

### (3) 期間

令和 6 年 11 月 5 日～11 月 26 日

### (4) 回収率

42.7% (配布:3,000 人 回収: 1,283 人)

## 3 調査結果の見方

(1) 本文及び図表中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示している。これらの数値は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、回答比率の合計が 100.0%とならない場合がある。

(2) 複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が 100.0%を超える場合がある。

(3) クロス集計において、母数(n)が少数となる場合は、数値を参考扱いとし、結果の利用には注意が必要である。

## 4 結果の概要

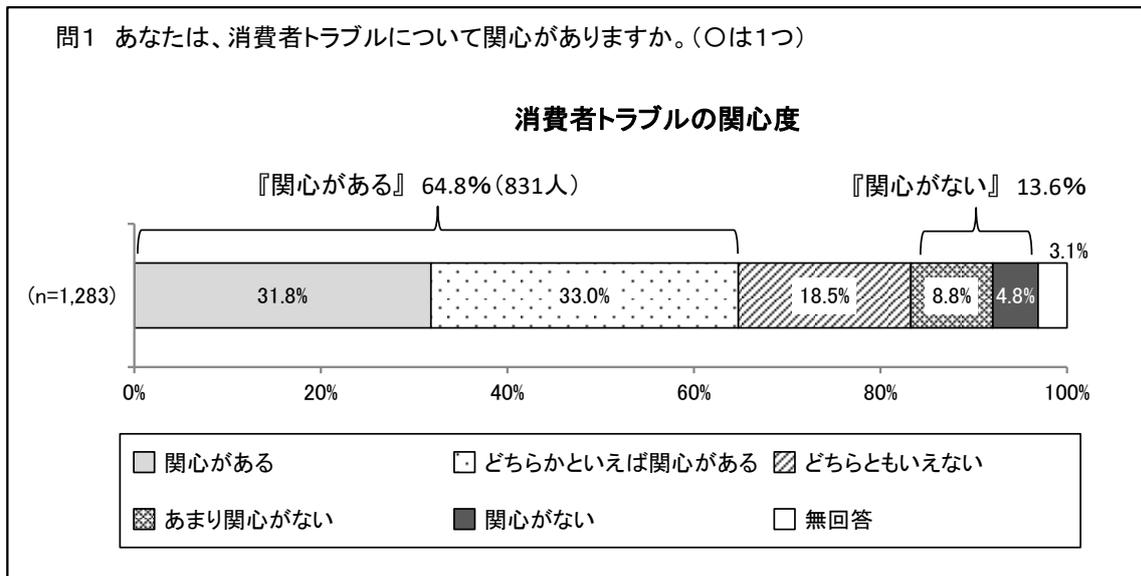
### (1)消費者トラブルへの関心度について

#### ア 消費者トラブルの関心度

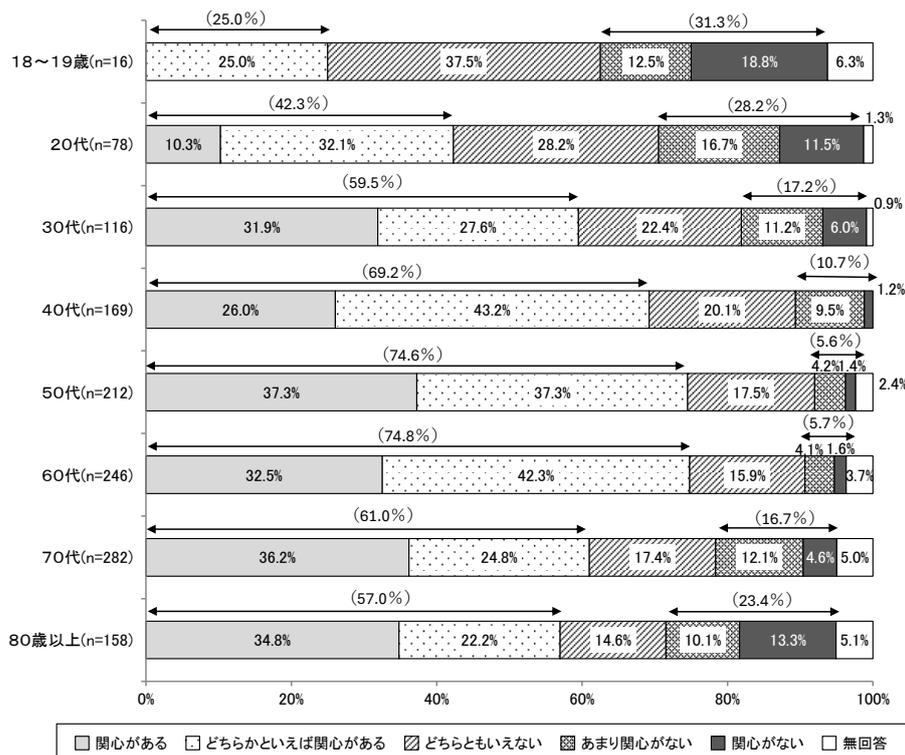
消費者トラブルへの関心は、『関心がある』（「関心がある:31.8%」と「どちらかといえば関心がある:33.0%」の計）の割合が64.8%で、『関心がない』（「あまり関心がない:8.8%」と「関心がない:4.8%」の計）（13.6%）より51.2%高くなっている。

年代別では、『関心がある』の割合は、40代～60代が7割前後で、他の年代より高くなっている。一方、『関心がない』の割合は、20代以下が他の年代より高くなっている。

#### <全体>



#### <年代別>



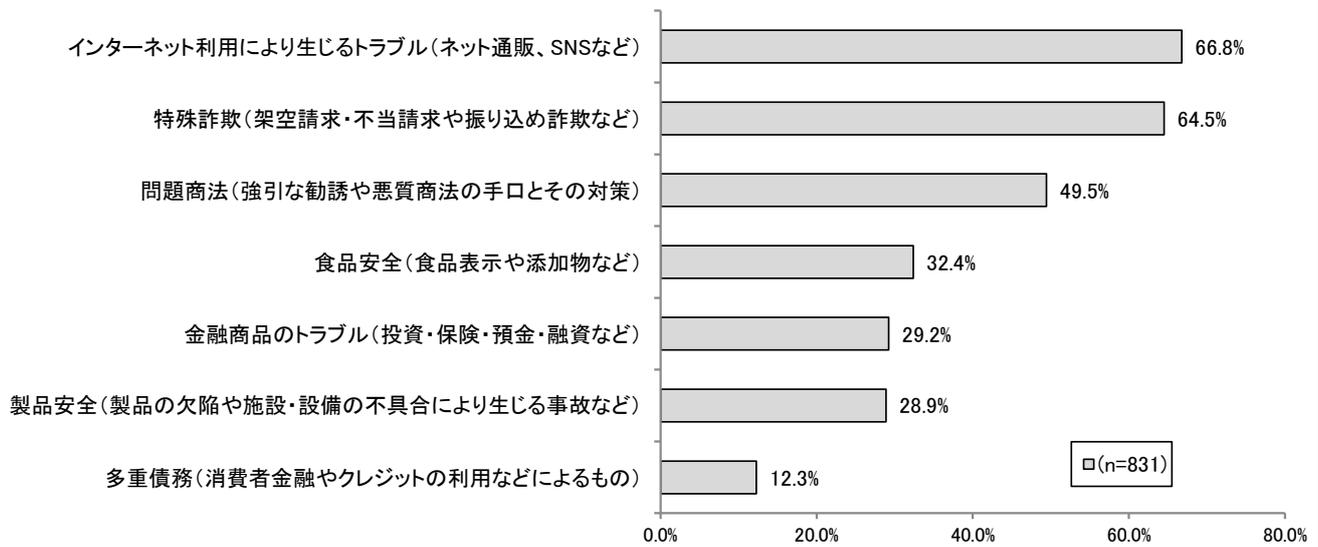
## イ 消費者トラブルで関心がある内容

消費者トラブルに関心があると回答した人(831人)の中で、関心がある消費者トラブルは、「インターネット利用により生じるトラブル(ネット通販、SNSなど)」の割合が66.8%で最も高く、次いで「特殊詐欺(架空請求・不当請求や振り込め詐欺など)」(64.5%)、「問題商法(強引な勧誘や悪質商法の手口とその対策)」(49.5%)などが続いている。

### <全体>

(問1で「関心がある」・「どちらかといえば関心がある」と回答された方にお尋ねします)  
問2 次のうち、特に関心があるものはどれですか。(当てはまるものすべてに○)

消費者トラブルで関心がある内容

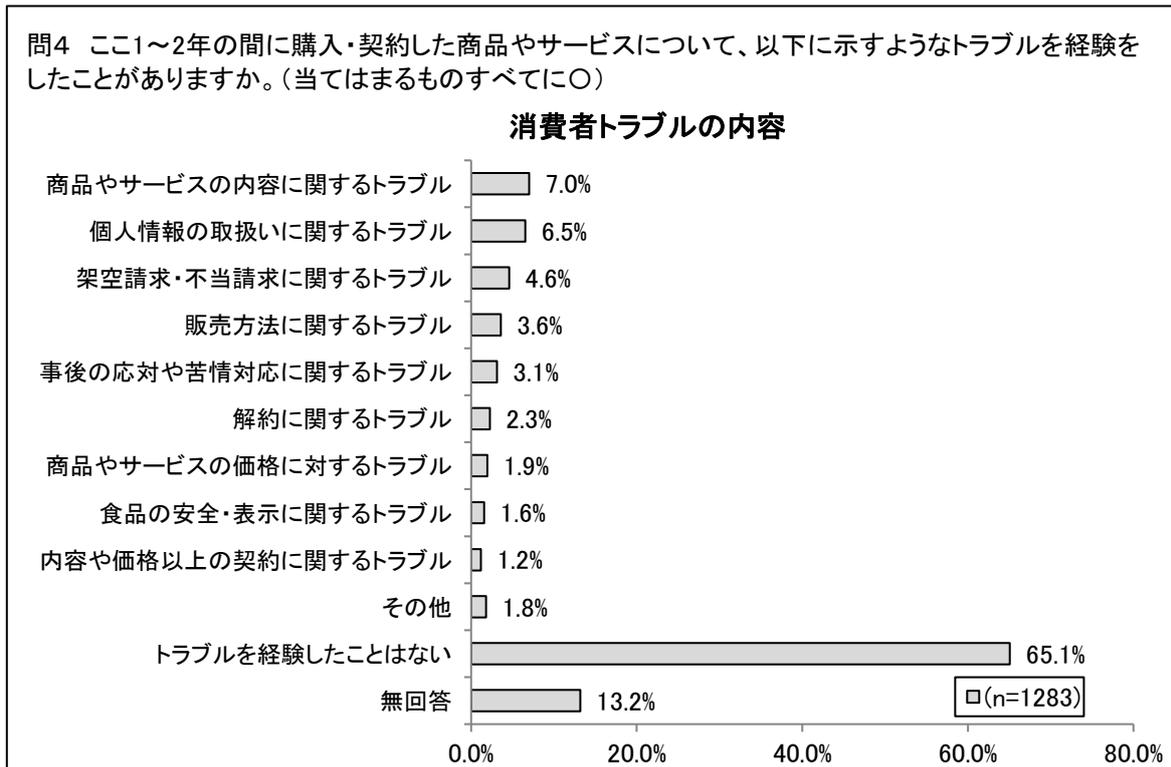


## (2)消費者被害の実態について

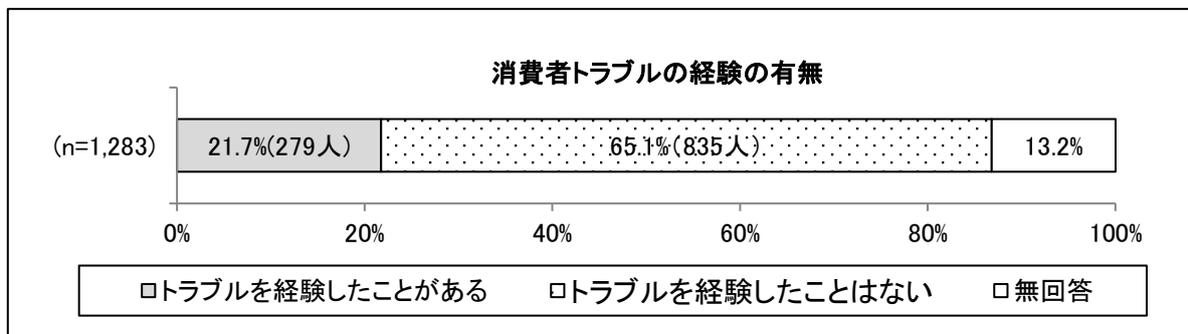
### ア 消費者トラブルの経験の有無とその内容

ここ1～2年の間で消費者トラブルの経験がある人のトラブルの内容は、「商品やサービスの内容に関するトラブル」の割合が 7.0%で最も高く、次いで「個人情報の取扱いに関するトラブル」(6.5%)、「架空請求・不当請求に関するトラブル」(4.6%)などが続いている。

<全体>



消費者トラブルの経験が「ある」人の割合は 21.7% (279 人) で、「ない」人 (65.1%) より 43.4% 低くなっている



## イ 消費者トラブルの原因となったきっかけ

消費者トラブルの原因となったきっかけは、「インターネット通販(オークションやフリマを含む)」の割合(39.8%)が最も高く、他を大きく上回っている。

年代別では、「インターネット通販(オークションやフリマを含む)」は、年代が低くなるほど割合が上昇する傾向となっている。「インターネット通販以外の通信販売」は、年代が高くなるほど割合が上昇する傾向となっている。

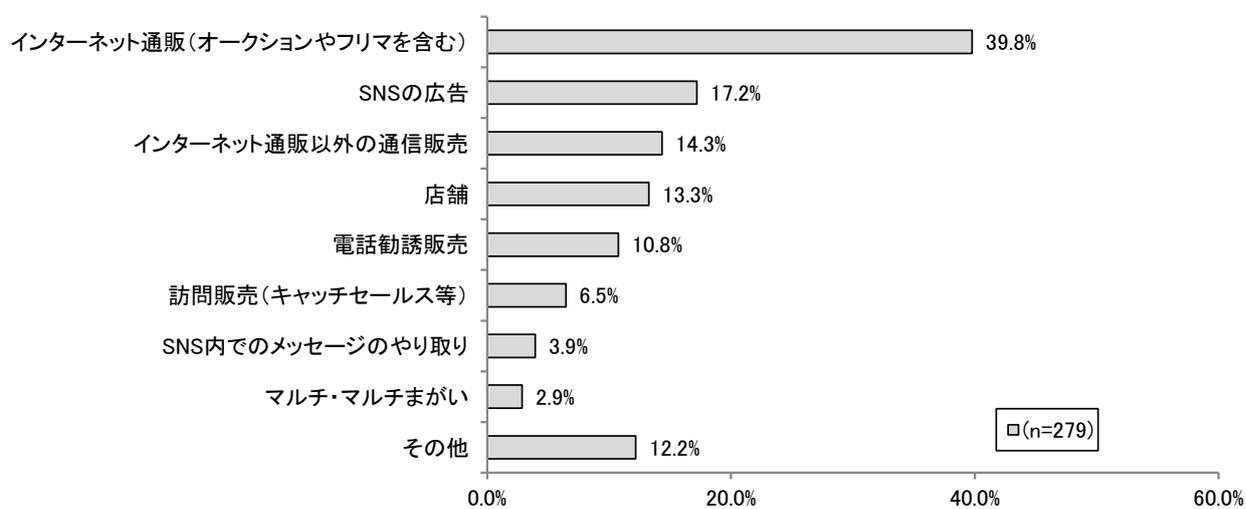
### <全体>

(問4で「トラブルを経験したことがある」に○をつけた方にお尋ねします。)

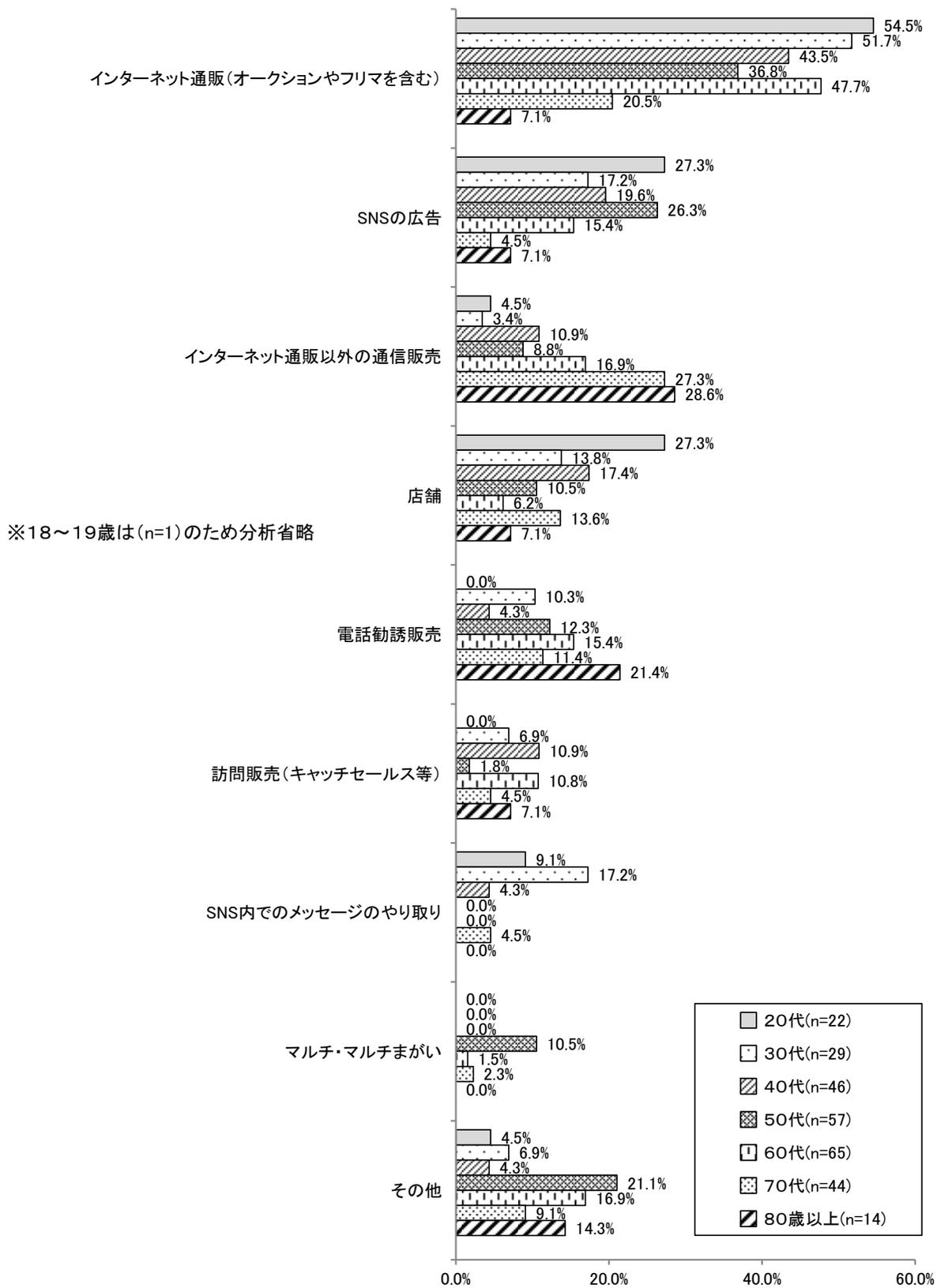
問5 そのトラブルの原因となった商品やサービスは、どこで(何をきっかけに)購入・契約したものですか。

(当てはまるものすべてに○)

消費者トラブルの原因となったきっかけ



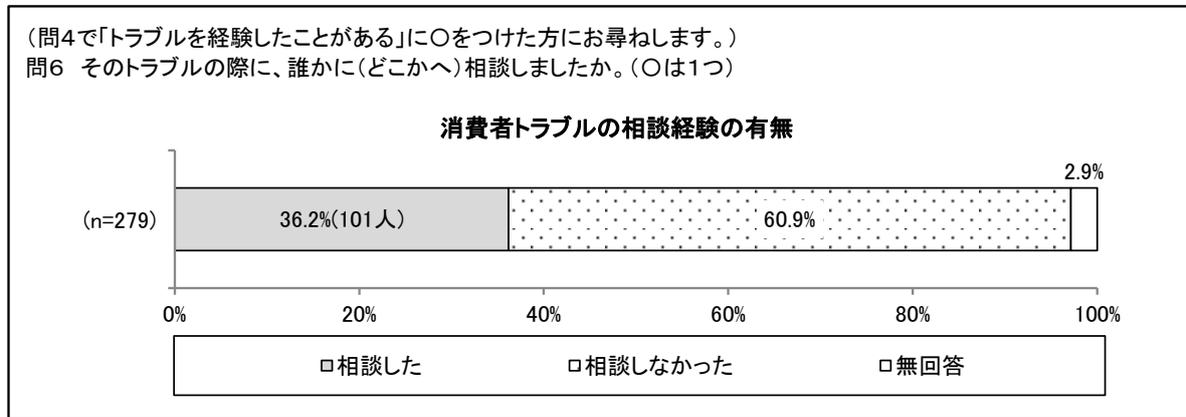
<年代別>



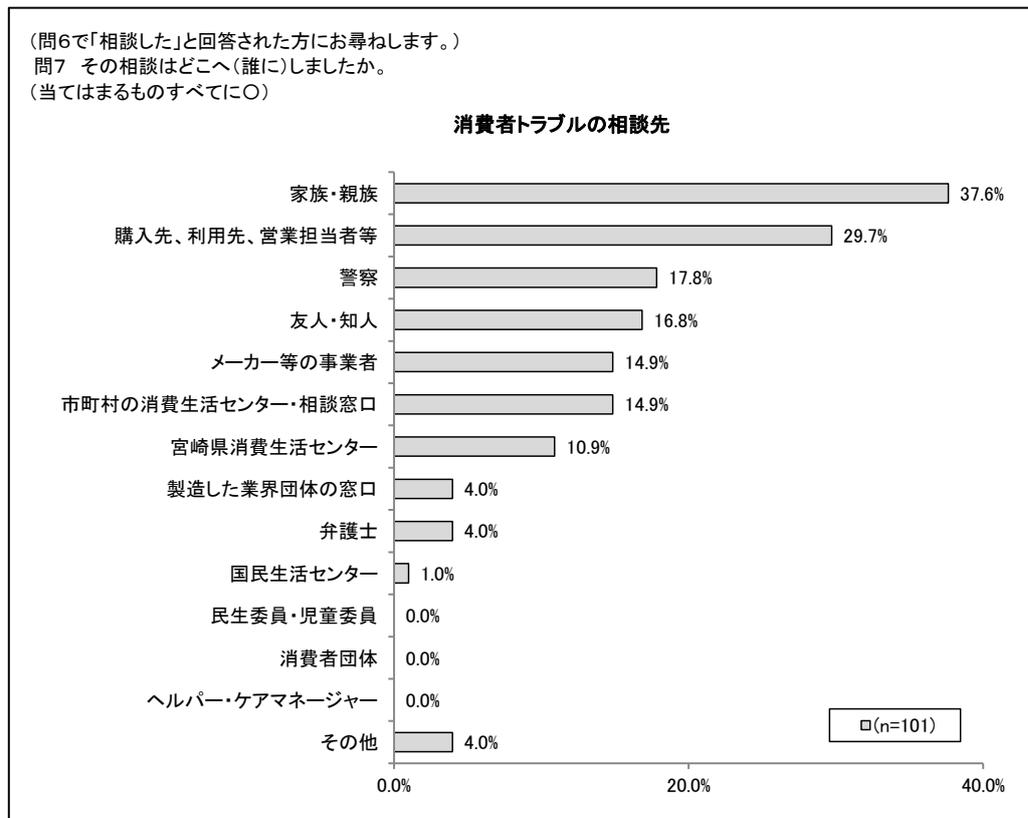
## ウ 消費者トラブルの相談経験の有無と相談先

消費者トラブルの経験がある人(279人)の中で、「相談した」の割合が36.2%(101人)で、「相談しなかった」(60.9%)より24.7%低くなっている。

<全体>



消費者トラブルの相談先は、「家族・親族」の割合が37.6%で最も高く、次いで「購入先、利用先、営業担当者等」(29.7%)などが続いている。

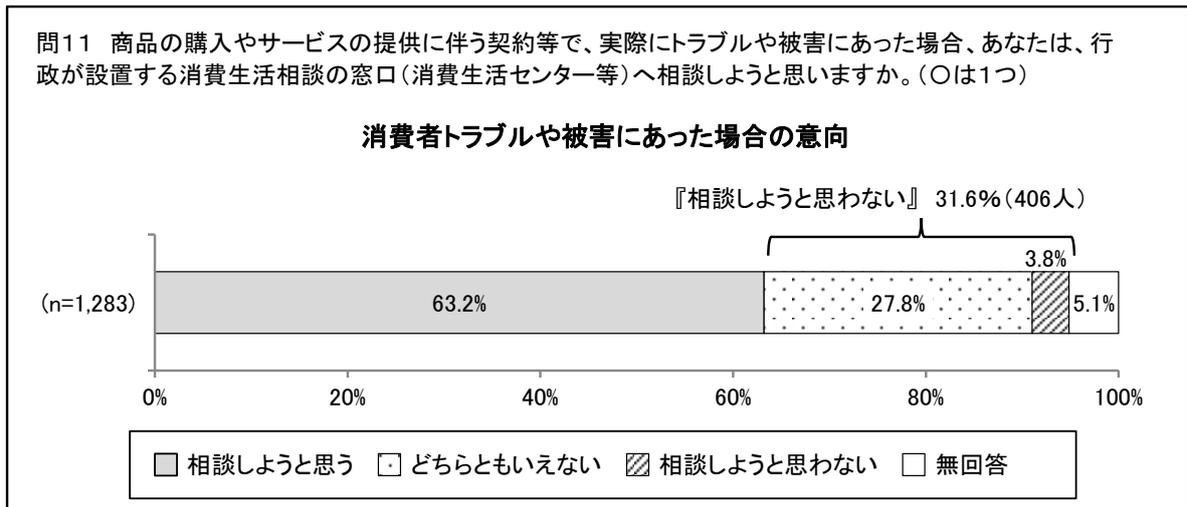


### (3)消費生活相談窓口について

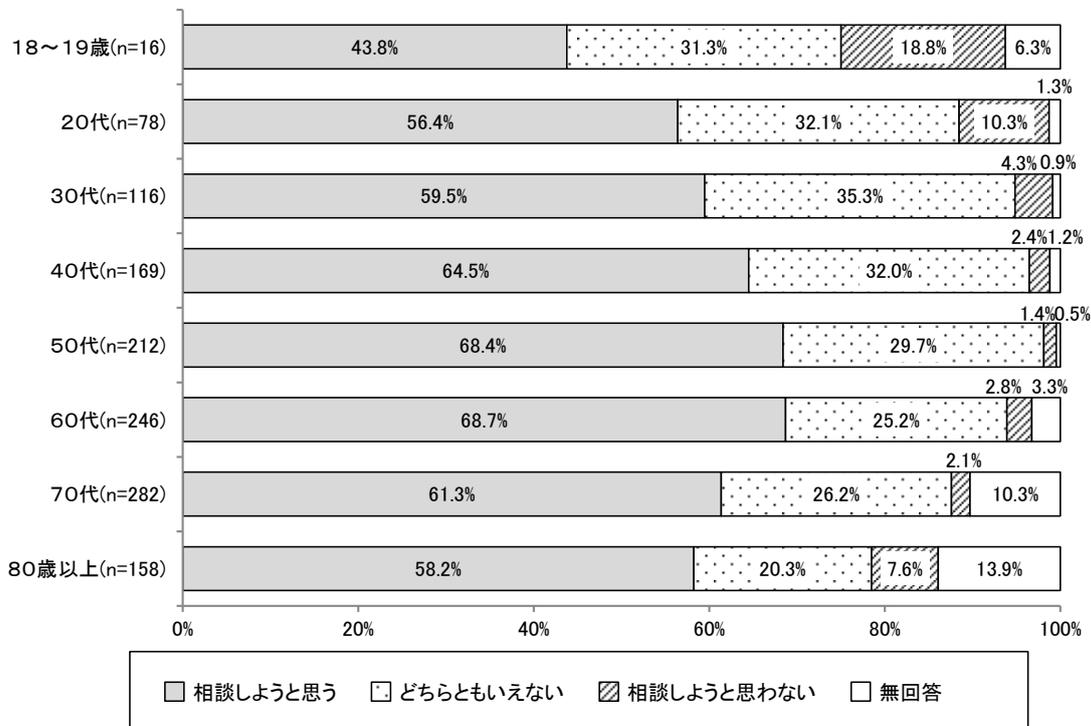
#### ア 消費者トラブルや被害にあった場合の意向

消費者トラブルや被害にあった場合の意向は、「相談しようと思う」の割合が63.2%で、『相談しようと思わない』（「どちらともいえない:27.8%」と「相談しようと思わない:3.8%」の計）(31.6%)の2倍となっている。

#### <全体>



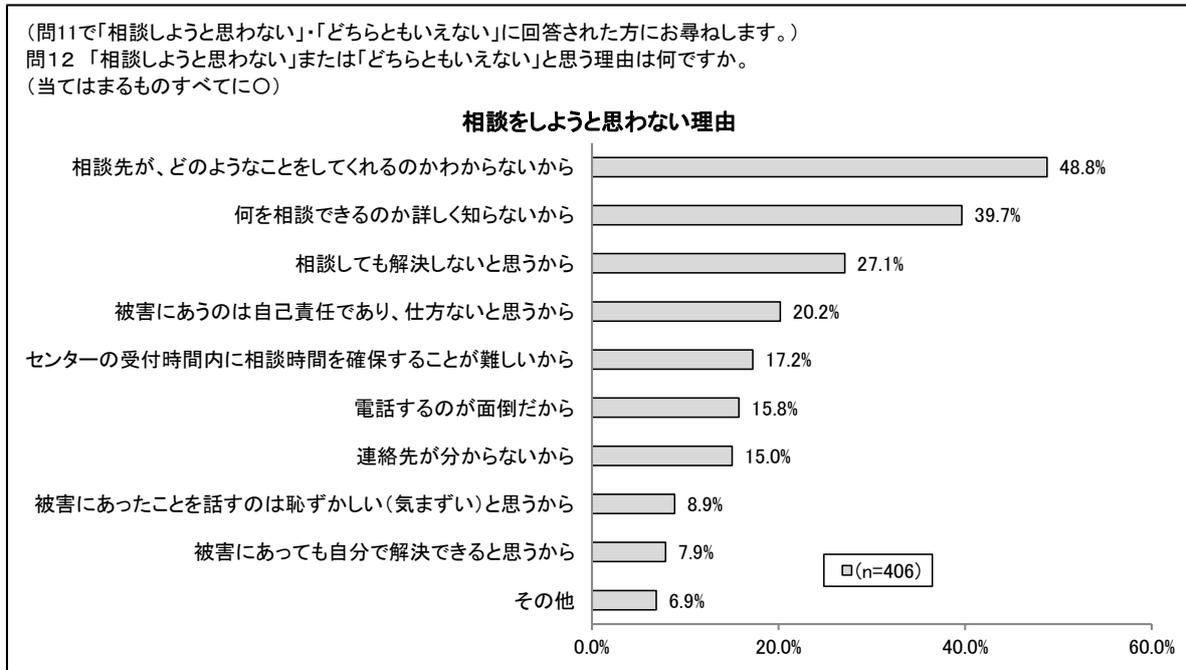
#### <年代別>



## イ 相談をしない理由

『相談をしようと思わない』人(406人)の中で、相談をしない理由は、「相談先が、どのようなことをしてくれるのかわからないから」の割合が48.8%で最も高く、次いで「何を相談できるのか詳しく知らないから」(39.7%)、「相談しても解決しないと思うから」(27.1%)などが続いている。

### <全体>

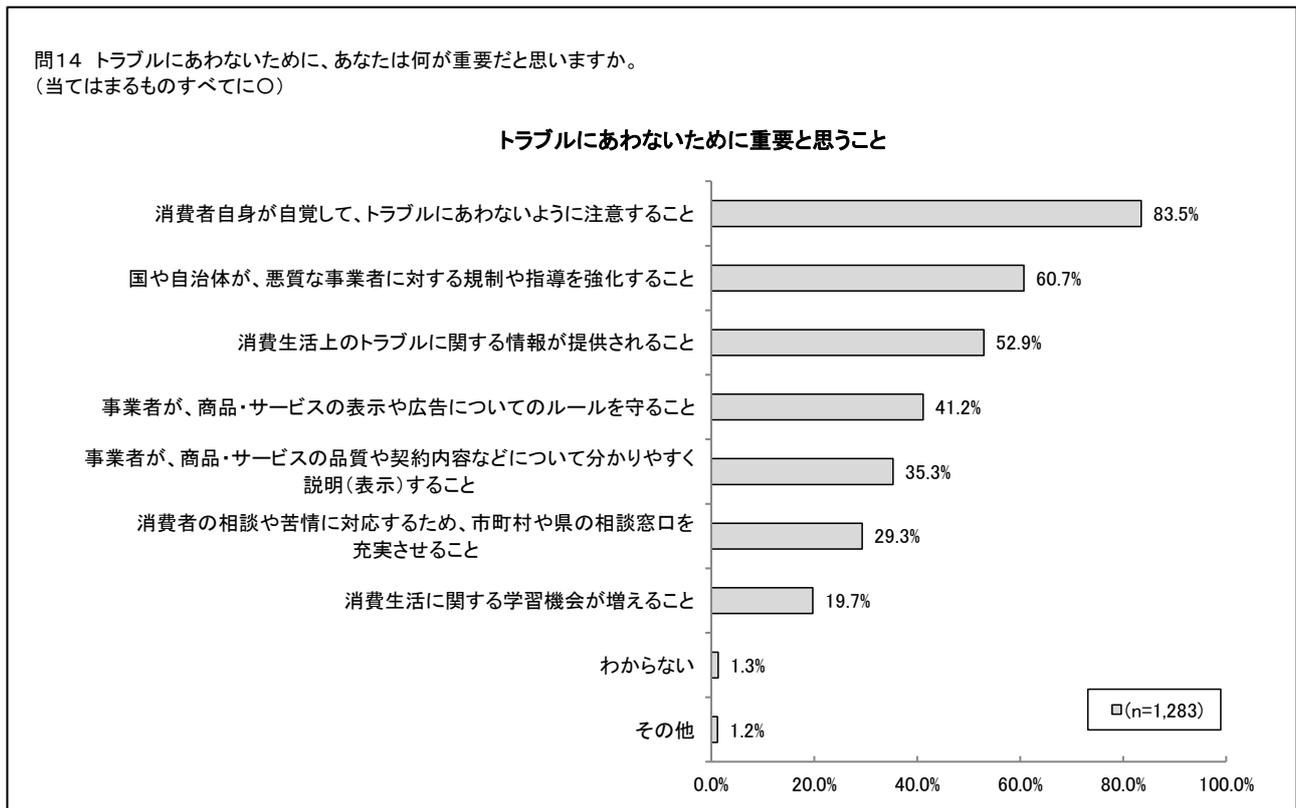


#### (4)消費者トラブルの未然防止について

##### ア トラブルにあわないために、重要と思うこと

トラブルにあわないために重要なことは、「消費者自身が自覚して、トラブルにあわないように注意すること」の割合が83.5%で最も高く、次いで「国や自治体が、悪質な事業者に対する規制や指導を強化すること」(60.7%)、「消費生活上のトラブルに関する情報が提供されること」(52.9%)などが続いている。

##### <全体>



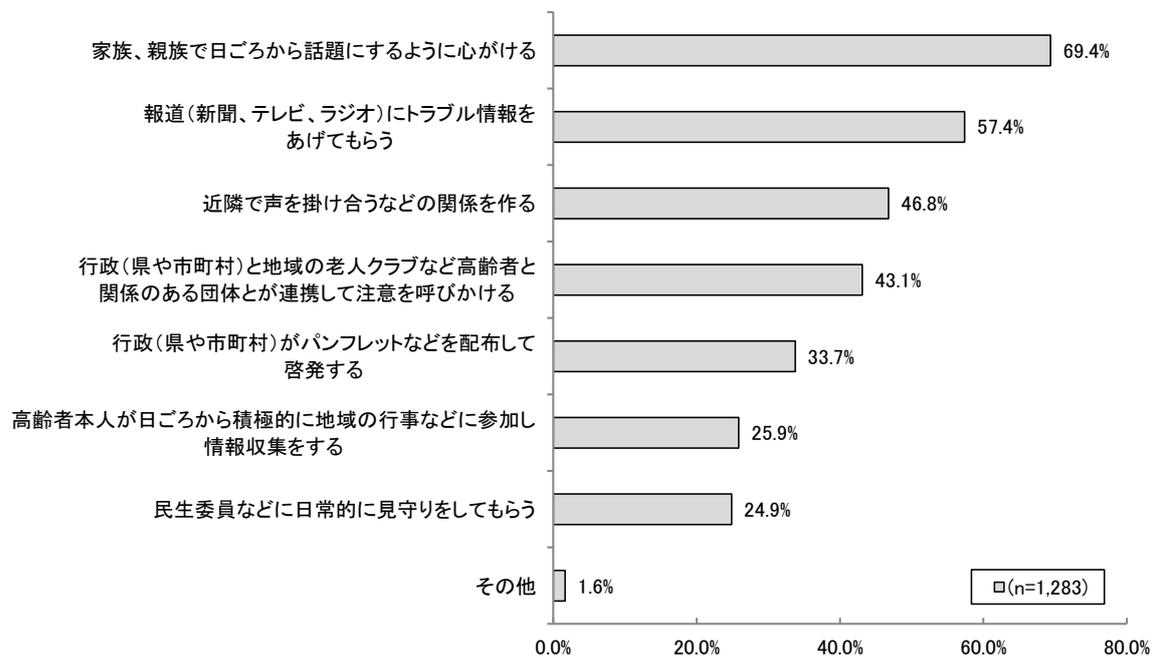
## イ 高齢者がトラブルにあわないために有効な対策

高齢者がトラブルにあわないために有効な対策は、「家族、親族で日ごろから話題にするように心がける」の割合が69.4%で最も高く、次いで「報道(新聞、テレビ、ラジオ)にトラブル情報をあげてもら」(57.4%)、「近隣で声を掛け合うなどの関係を作る(46.8%)」などが続いている。

### <全体>

問15 最近、高齢者の財産を狙った悪質商法によるトラブルが多発しています。高齢者がトラブルにあわないためには、どのような対策が有効だと思いますか。(当てはまるものすべてに○)

高齢者がトラブルにあわないために有効な対策

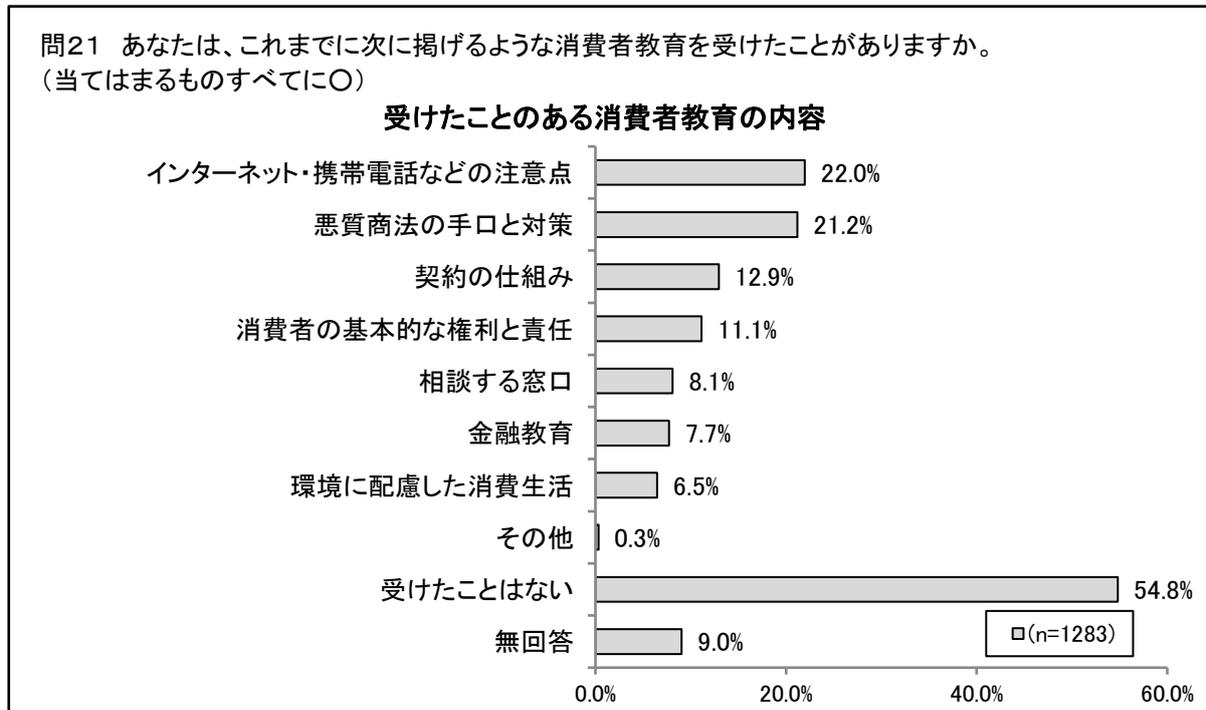


## (5)消費者教育について

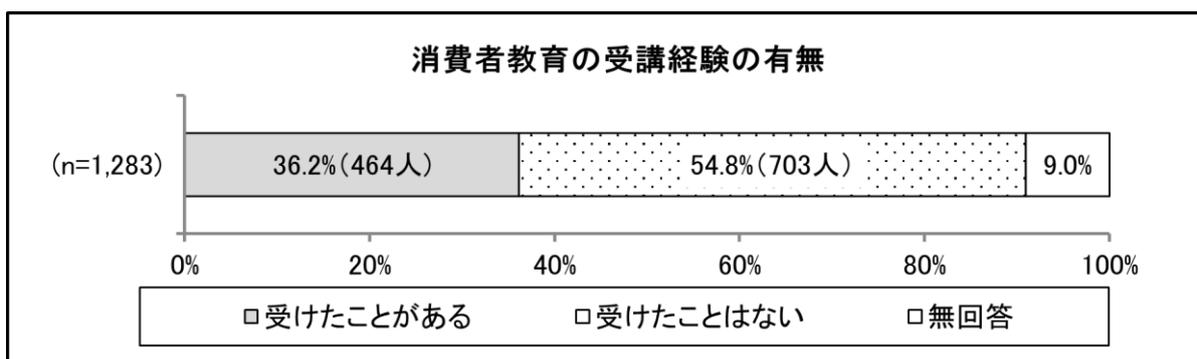
### ア 消費者教育の受講経験の有無とその内容

これまでに受けたことのある消費者教育については、「インターネット・携帯電話などの注意点」の割合が22.0%で最も高く、次が「悪質商法の手口と対策」(21.2%)となっている。

<全体>



消費者教育の受講経験の有無について、「受けたことがある」の割合は36.2%(464人)で、「受けたことはない」(54.8%)より18.6%低くなっている。

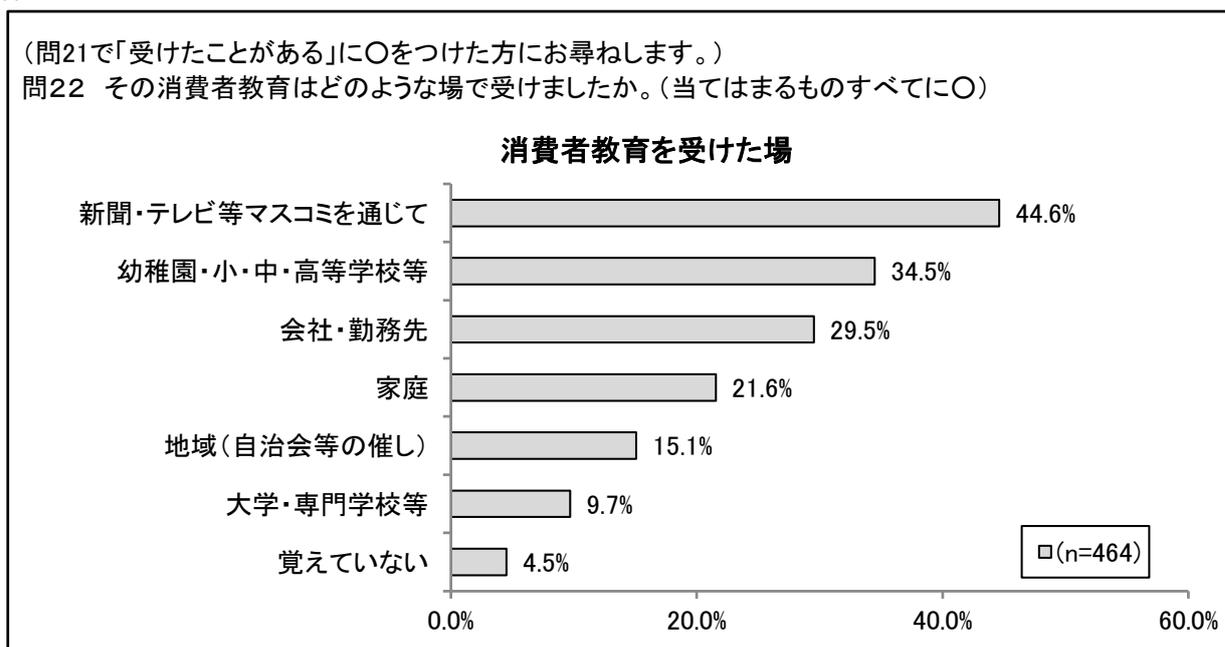


## イ 消費者教育を受けた場

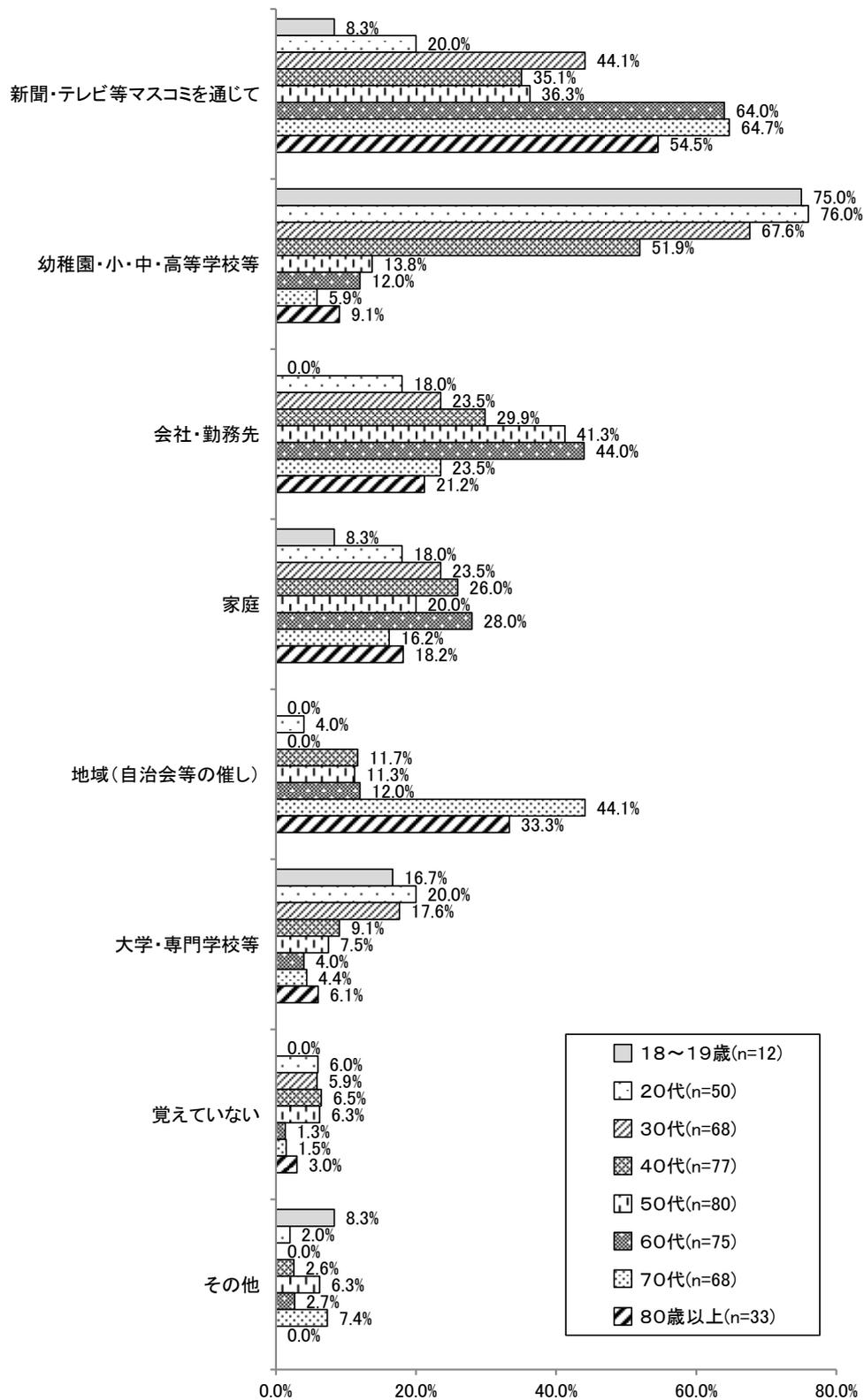
消費者教育の受講経験があると回答した人(464人)の中で、その受講した場は、「新聞・テレビ・マスコミを通じて」の割合が44.6%で最も高く、次いで「幼稚園・小・中・高等学校等」(34.5%)、「会社、勤務先」(29.5%)などが続いている。

年代別では、「新聞・テレビ等マスコミを通じて」の割合は、「60代」「70代」「80歳以上」で高く(50%以上)なっている。また、「幼稚園・小・中・高等学校等」の割合は、「18～19歳」「20代」「30代」の年代で高く60%を超えている。

<全体>



<年代別>



## (6)消費生活に関する講座やイベントについて

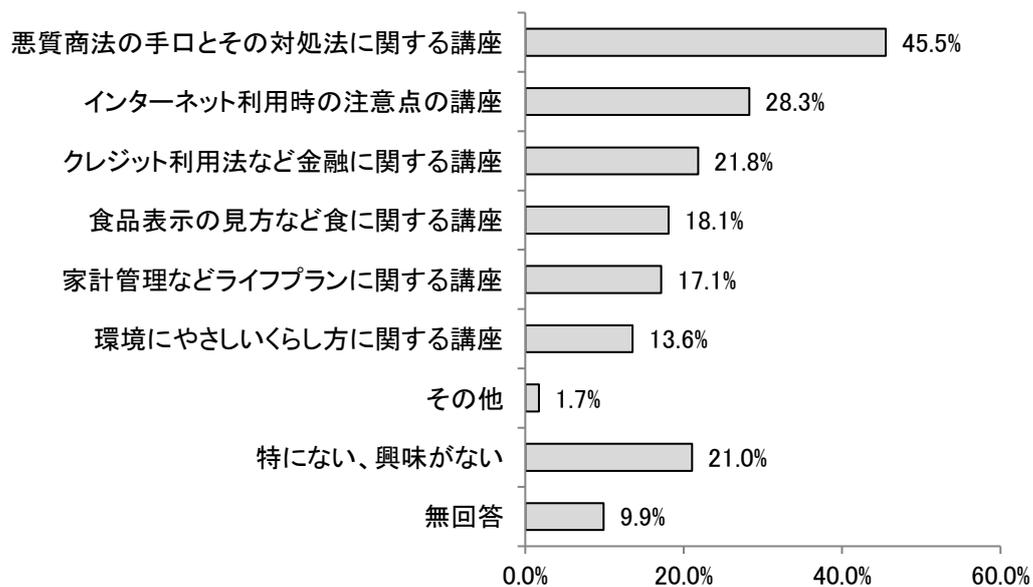
### ア 参加したい消費生活に関する講座

参加したい消費生活に関する講座は、「悪質商法の手口とその対処法に関する講座」の割合が45.5%で最も高く、次が「インターネット利用時の注意点の講座」(28.3%)となっている。

<全体>

問25 消費生活に関するどのような講座なら参加したいと思いますか。  
(当てはまるものすべてに○)

#### 参加したい消費生活に関する講座



## (7) 消費者トラブルに対する取組みとして行政に望むことについて

### ア 消費者トラブルに対する取組みとして行政に望むこと

消費者トラブルに対する取組みとして行政に望むことは、「消費者トラブルの実態や対処方法、相談窓口の連絡先など情報提供を充実する」(53.7%)、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」(50.6%)の割合がそれぞれ約5割となっている。

<全体>

