

令和 7 年度第 2 回岐阜市市政モニター
「ぎふ C I T Y ウォッチャーズ」
調査結果

テーマ

- ・消費生活に関する意識調査について

目次

- 1 調査目的
- 2 調査期間
- 3 調査項目
- 4 回答者属性
- 5 結果の概要
- 6 項目別の結果
- 7 今後に向けて

お問い合わせ先

市民協働生活部 市民相談・消費生活課

TEL : 058-214-2680 / MAIL : soudan-shouhi@city.gifu.gifu.jp

1 調査目的

- ① 普段の消費生活や消費者教育に関する意識や実態について調査を実施。
- ② ①の結果を今後の本市における「豊かで安全な消費市民社会の実現」に向けてさまざまな施策の参考とする。

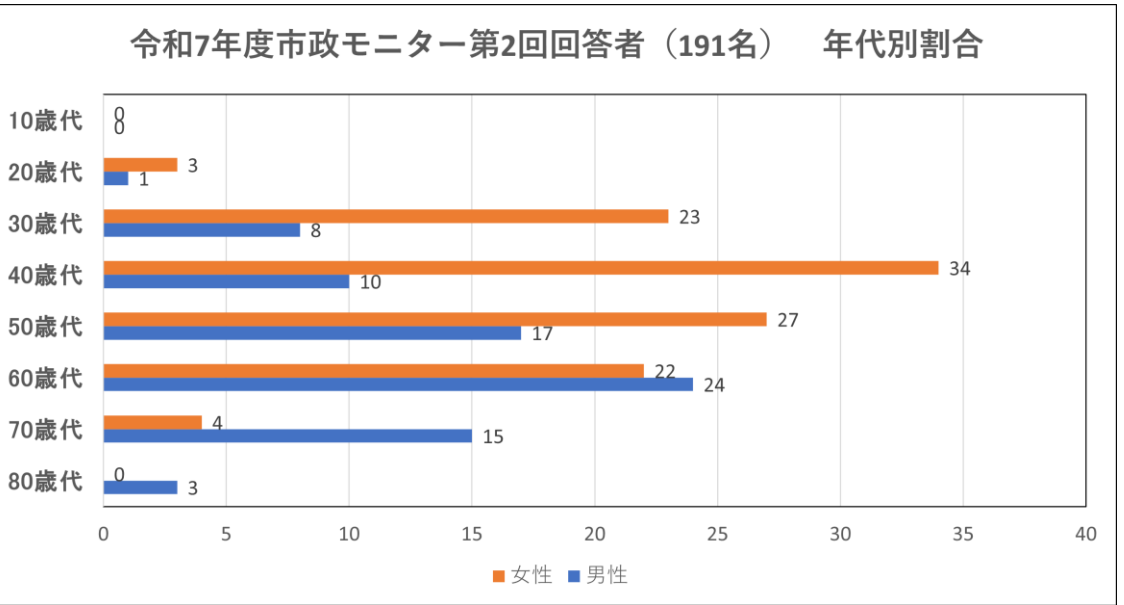
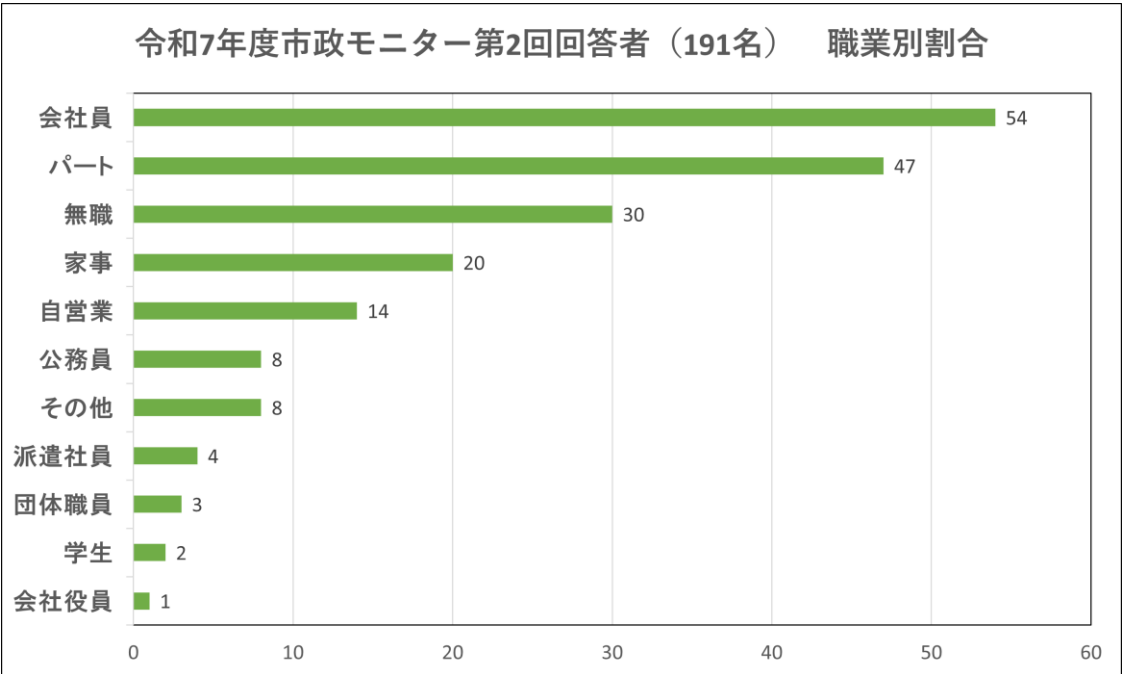
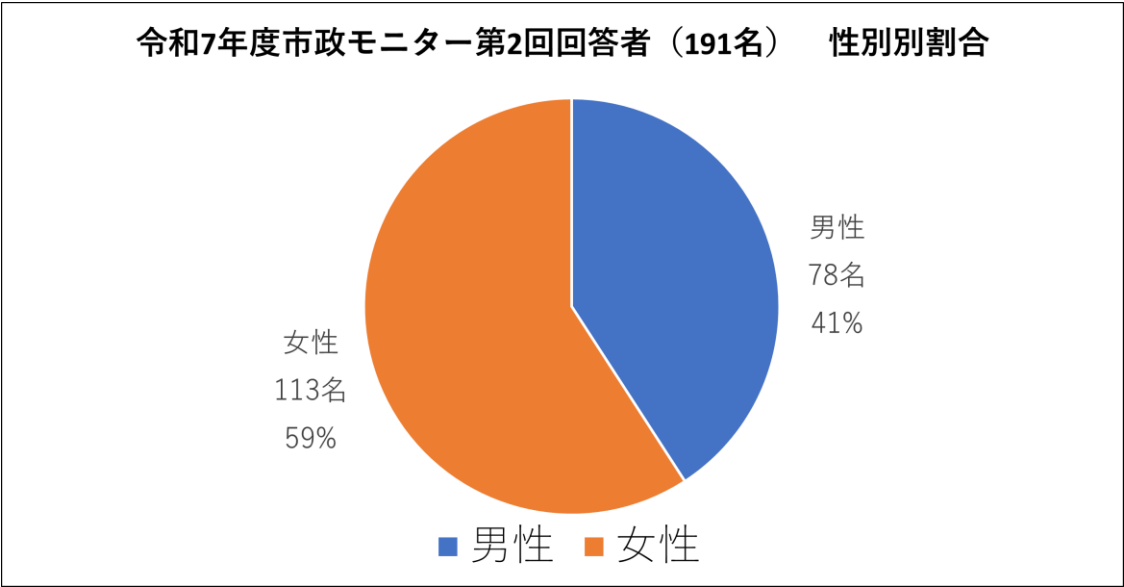
2 調査期間

令和7年8月12日(火)～8月26日(火)

3 調査項目

消費生活に関する意識調査について（問1～問11）

4 回答者属性



5 結果の概要

消費生活に関する意識調査について（問 1～問 11）

多くのご回答をいただき、ありがとうございました。

まず「質問 1～5」では、消費生活トラブル（被害）に関する経験や日常生活においての意識の持ち方などの実態を把握するための質問項目を設定しました。

「質問 1. 過去に経験した消費生活トラブル（被害）を教えてください。＜複数回答可＞」の問に対し、「経験したことはない」と回答した人は、全体の 52%という結果となったことから、約半数（48%）の方が何らかの消費生活トラブル（被害）にあっていることがわかりました。消費生活トラブル（被害）内容は、「架空の請求や不当な請求をされた」と回答した人は 23%と最も多く、続いて「商品（サービス）の内容が表示や広告と大きく違っていた」18%、「問題のある販売方法（執拗な勧誘、嘘の説明、せかされるなど）」12%、といった特殊詐欺や悪意のある事業者によるものが上位に入りました。消費生活トラブル（被害）にあった人のうち 41%の人が「どこ（誰）にも相談しなかった」との回答で、そのうち 22%の人が「どこ（誰）に相談していいかわからなかったから」と回答。

「質問 2. 消費生活に関する相談窓口として知っているものはどこですか。＜複数回答可＞」の問に対し、「すべて知らない」と 17%の人が答えているため、市消費生活センターをはじめとする、行政相談窓口の周知をさらにに行い、この数字を 0%に近づけることが課題となります。

「質問 4. 消費生活トラブル（被害）にあわないように注意していることはありますか。＜複数回答可＞」の問に対し、「特に注意していない」と回答した人は 0%で、すべての人が消費生活トラブル（被害）を意識しているという結果となりました。裏を返せば、消費生活トラブル（被害）が日常において常態化しているということが言えます。

「質問 5. 消費生活に関する情報はどこから得ていますか。＜複数回答可＞」の問に対し、「行政（国、県、市）の Web サイト」が 16%と相対的に低く、行政相談窓口がより身近な存在として認知されるような施策が必要です。

「質問 6～9」では、消費者教育に関する質問項目を設定しました。

「質問 6. 消費者教育として興味がある内容がありますか。＜複数回答可＞」の問に対し、「悪徳商法や詐欺被害に関するもの」が 60%と最も高く、続いて「デジタルサービス（仕組み、リスクなど）に関するもの」、「金融経済教育に関するもの（家計管理、生活設計、投資、資産形成など）」といった身近なものが上位に入りました。

「質問 7. 消費者教育を受けたことがありますか。＜複数回答可＞」の問に対し、「受けたことがない」と回答した人は 70%と非常に高い割合となっています。一方で「質問 9. 消費者教育はいつ（何歳）から始めるべきと思いますか。」の問に対して、「小学生から」が 52%、「中学生から」が 29%、「高校生から」が 14%と、合計 95%の人が「高校生までには始めるべき」と回答しており、教育の機会を増やすための施策を立てることが急務となります。

「質問１０～１１」では、消費生活センターの役割に関する質問項目を設定しました。

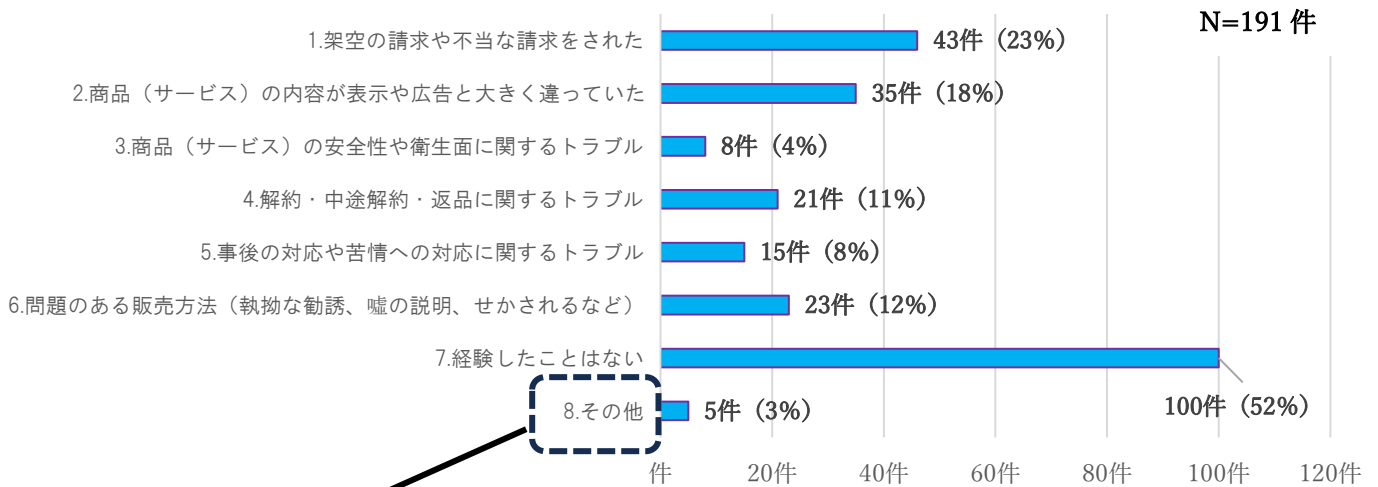
「質問１０. 消費生活センターに求める役割はありますか。＜複数回答可＞」の問に対し、「相談しやすい窓口（雰囲気など）」と回答した人は67%と最も多く、センターは市民から身近に感じられ、相談しやすい存在であることが求められていることがわかりました。また、「消費生活センターの認知度アップ」と回答した人は57%と２番目に多く、消費生活センターがどのような窓口であるかを市民に伝わるよう、啓発活動をさらに強化することが必要であるということがわかりました。

「質問１１. 消費者に対してどのようなサポートが必要であると感じますか。＜複数回答可＞」の問に対し、「SNSを活用した迅速な情報提供」と回答した人は63%と最も多く、電子媒体を中心とした迅速な最新情報の発信が求められていることがわかりました。また、「情報弱者（高齢者など）に対するフォロー」と回答した人は58%と２番目に多く、支援が必要な人に対して、それぞれの支援者と連携し、消費者教育を推進することが必要であるということがわかりました。

6 項目別の結果

消費生活に関する意識調査について（問 1～問 11）

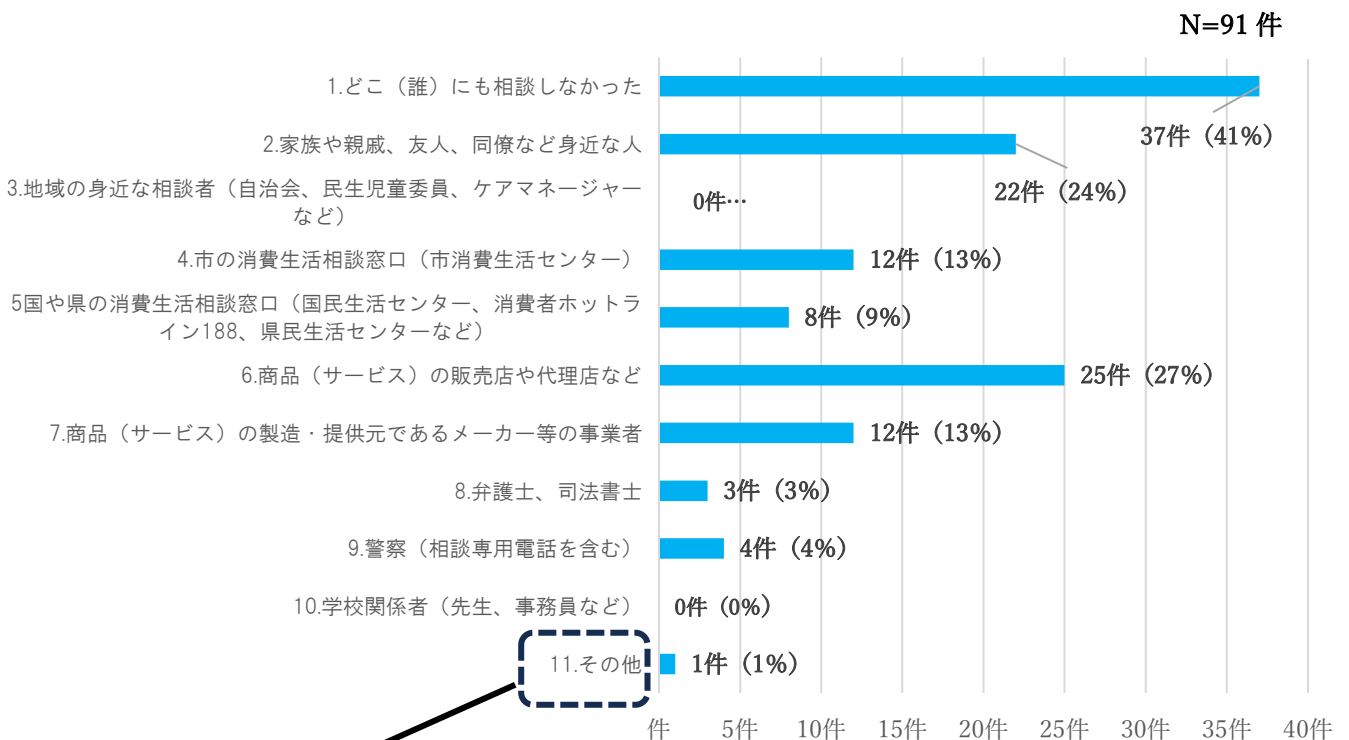
質問 1. 過去に経験した消費生活トラブル（被害）を教えてください。＜複数回答可＞



■その他（抜粋）

- ・返金詐欺メールが届いた
- ・個人情報を盗みとる商品サイトを利用してしまった
- ・商品が送られてこなかった

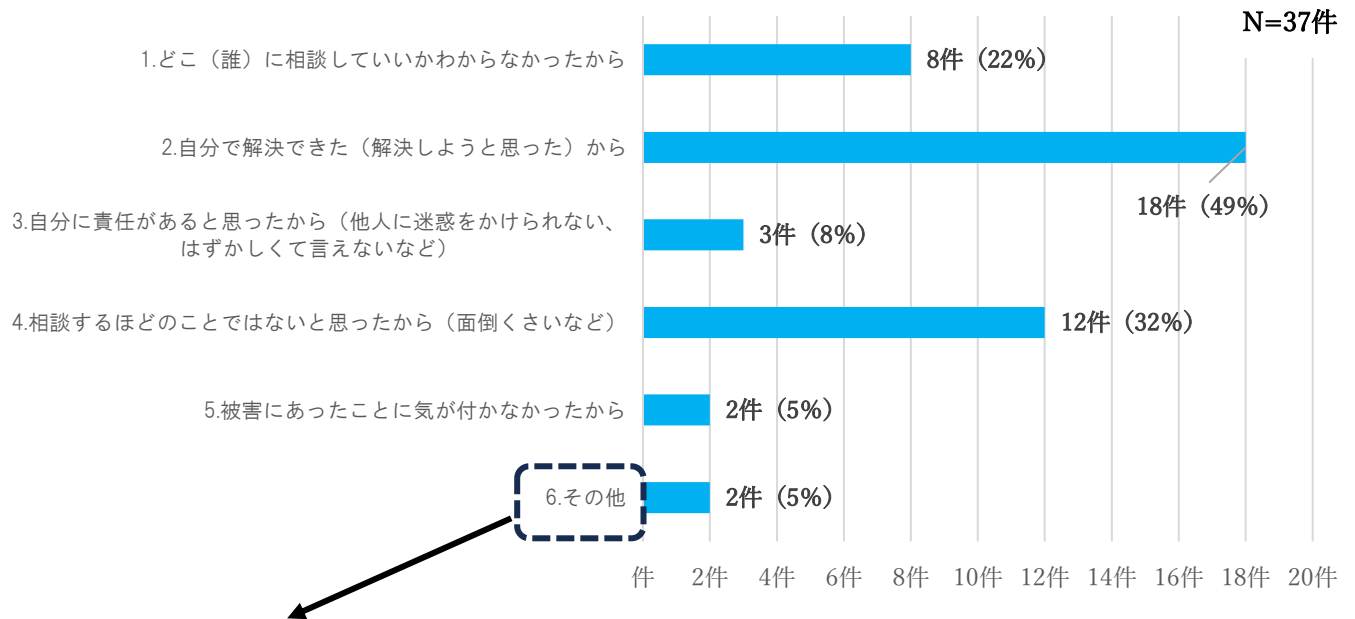
質問 1-2. 消費生活トラブル（被害）にあったときは、どこ（誰）に相談しましたか。＜複数回答可＞



■その他

- ・クレジットカード会社に連絡してカード利用を止めてもらった

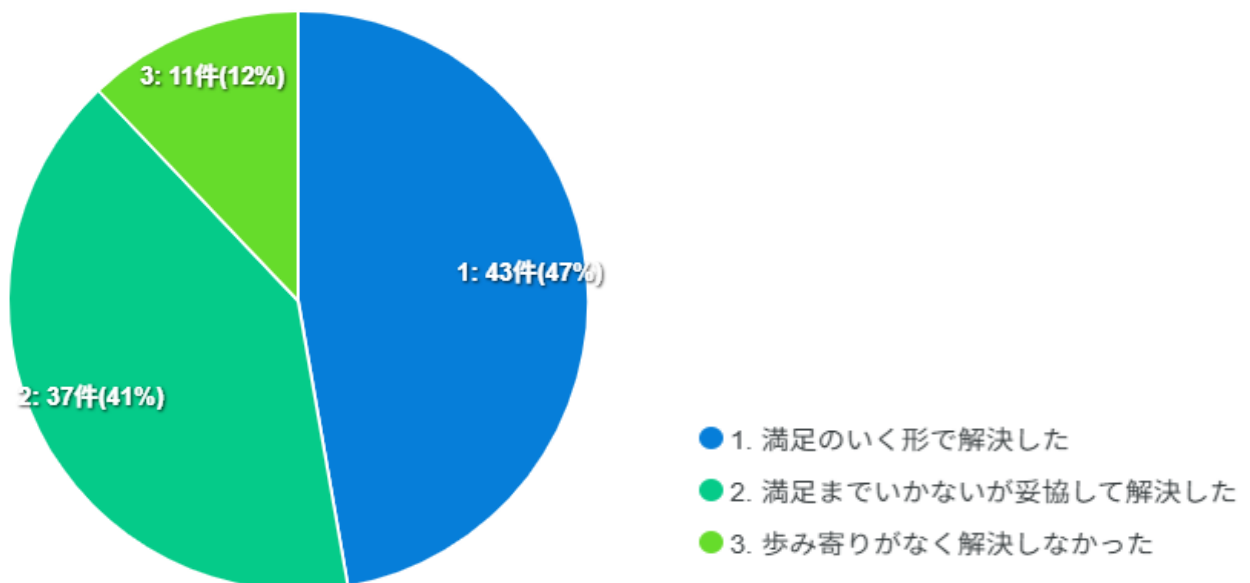
質問 1-3. 相談しなかった理由はなんですか。＜複数回答可＞



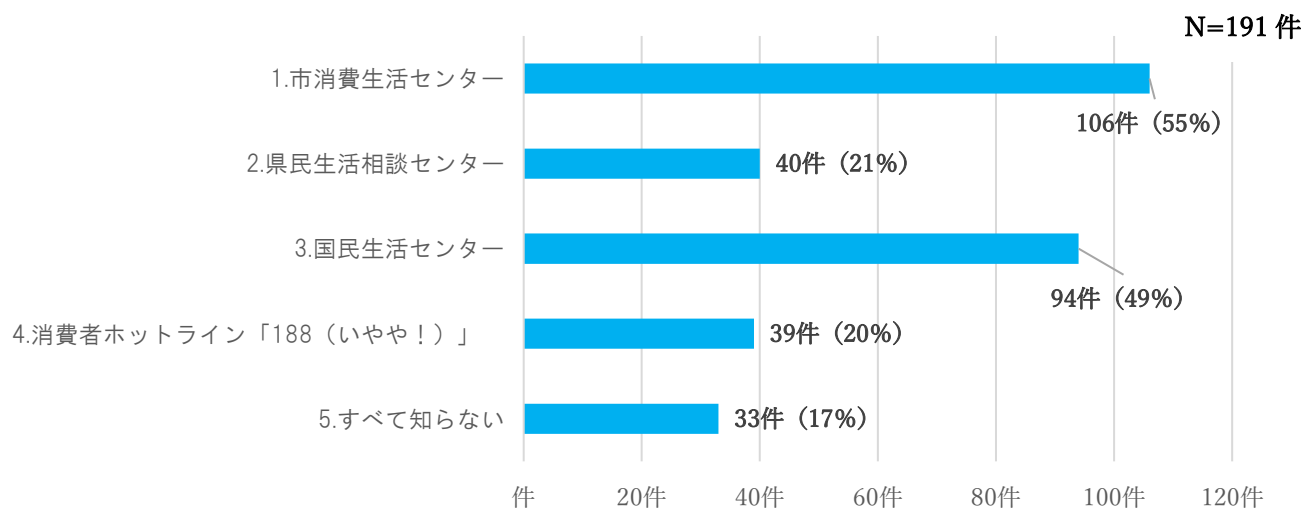
■その他（抜粋）

- ・購入先と連絡が取れなかった
- ・業者からの連絡が商品消費後であり、健康被害も生じなかった

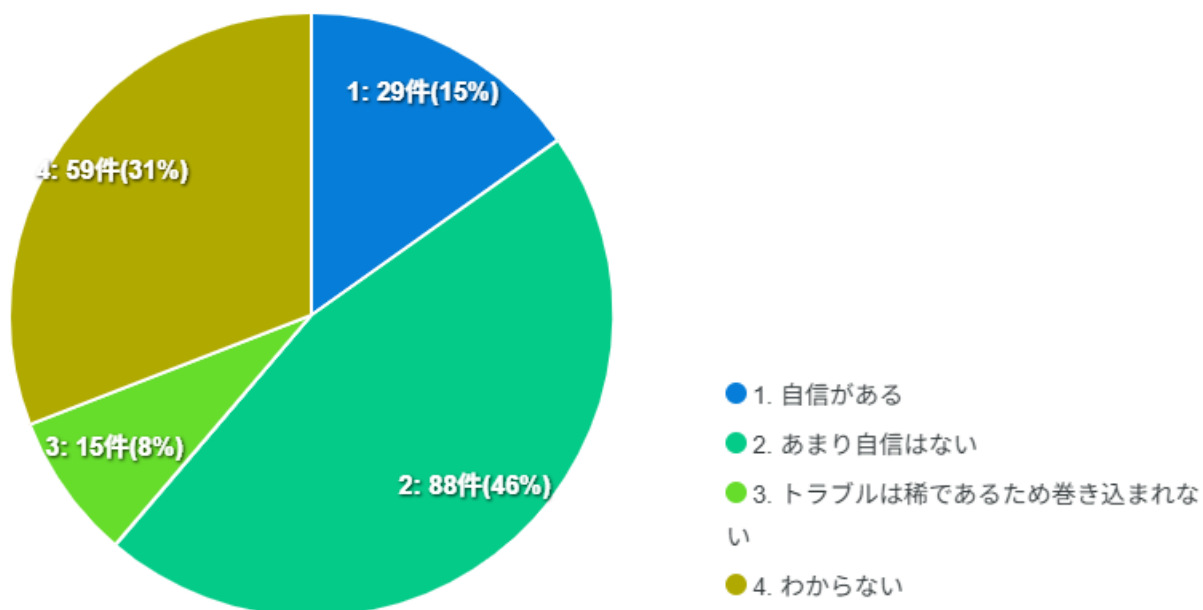
質問 1-4. 発生した消費生活トラブル（被害）は解決しましたか。



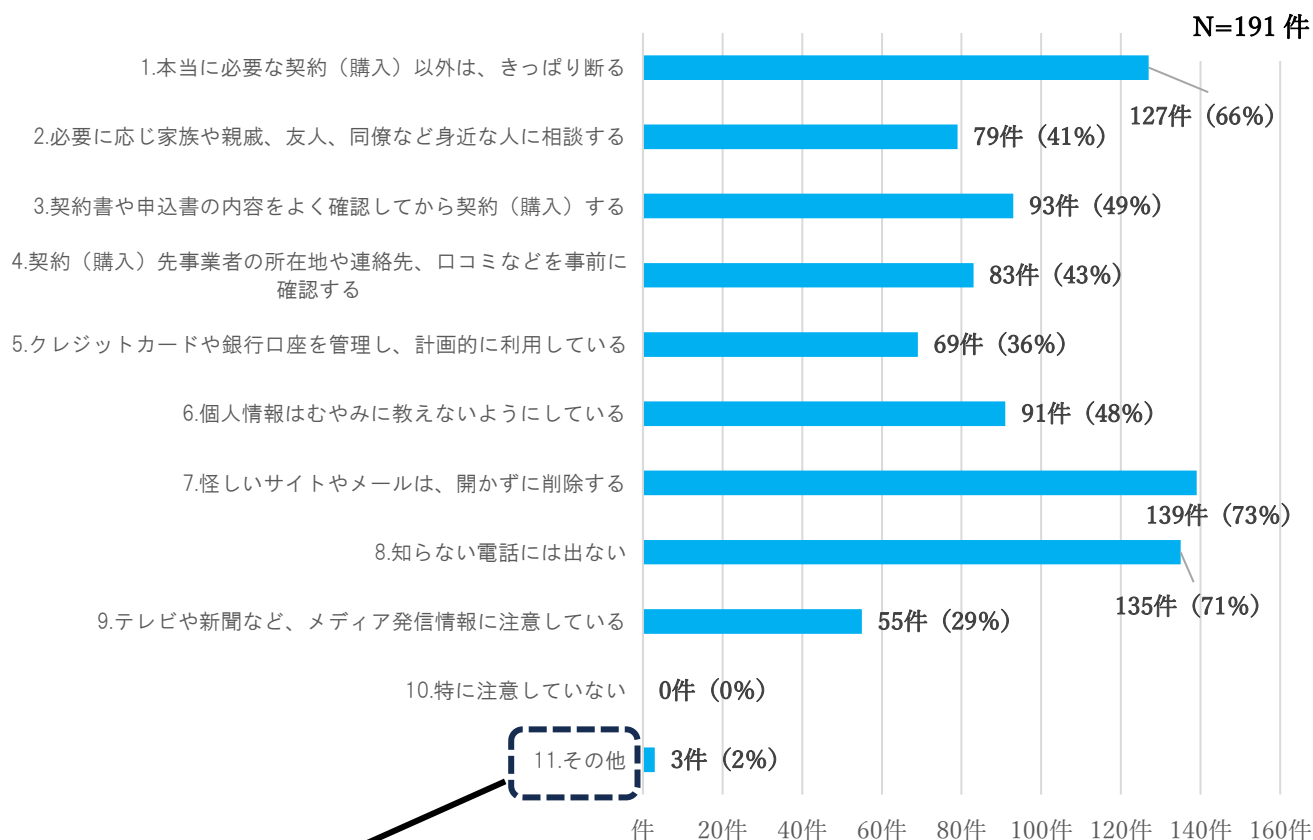
質問2. 消費生活に関する相談窓口として知っているものはどこですか。＜複数回答可＞



質問3. 消費生活トラブル（被害）にあわない自信はありますか。



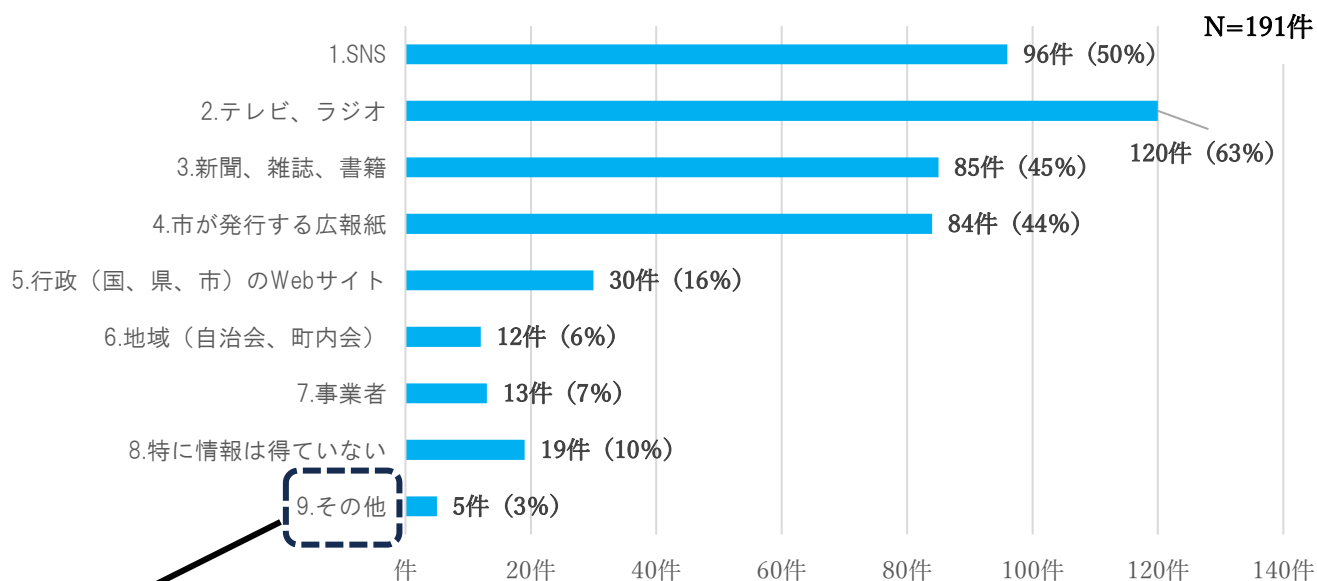
質問 4. 消費生活トラブル（被害）にあわないように注意していることはありますか。＜複数回答可＞



■その他（抜粋）

- ・名刺もらい本人確認をする
- ・即決しない
- ・市の補助金を利用し、防犯機能付き電話機を購入した

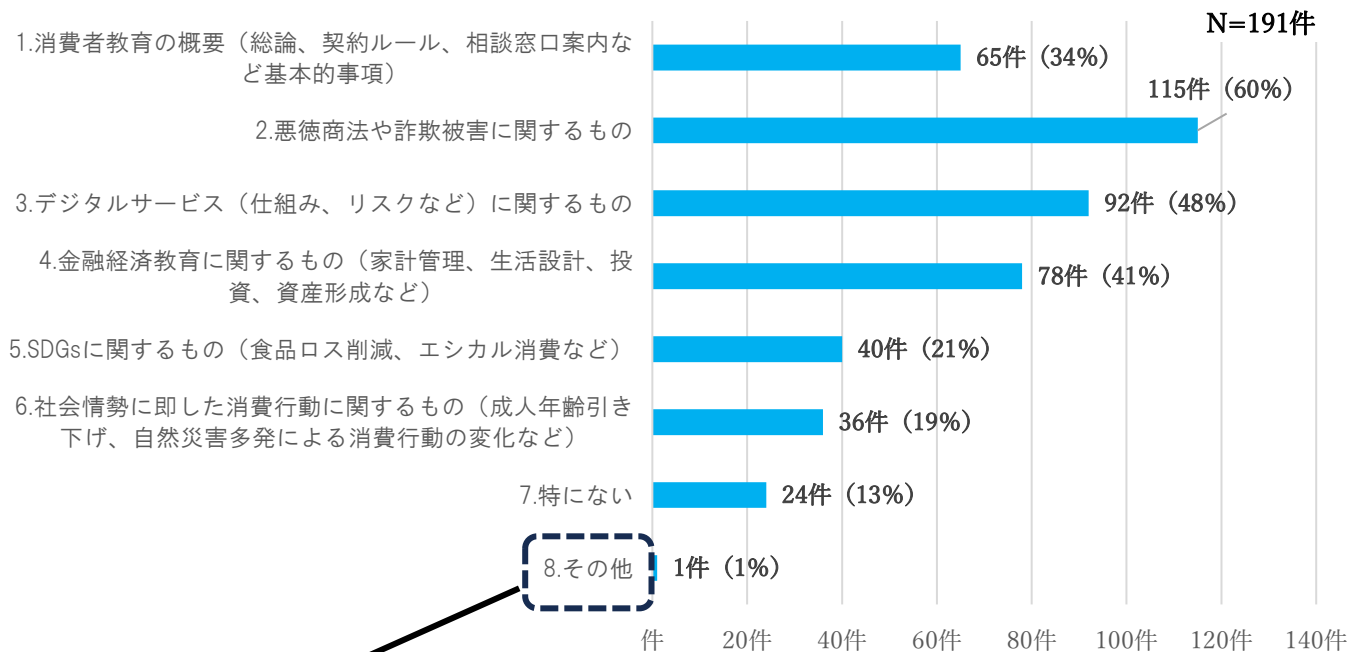
質問 5. 消費生活に関する情報はどこから得ていますか。＜複数回答可＞



■その他（抜粋）

- ・行政以外の Web サイト
- ・Web 検索エンジンの利用

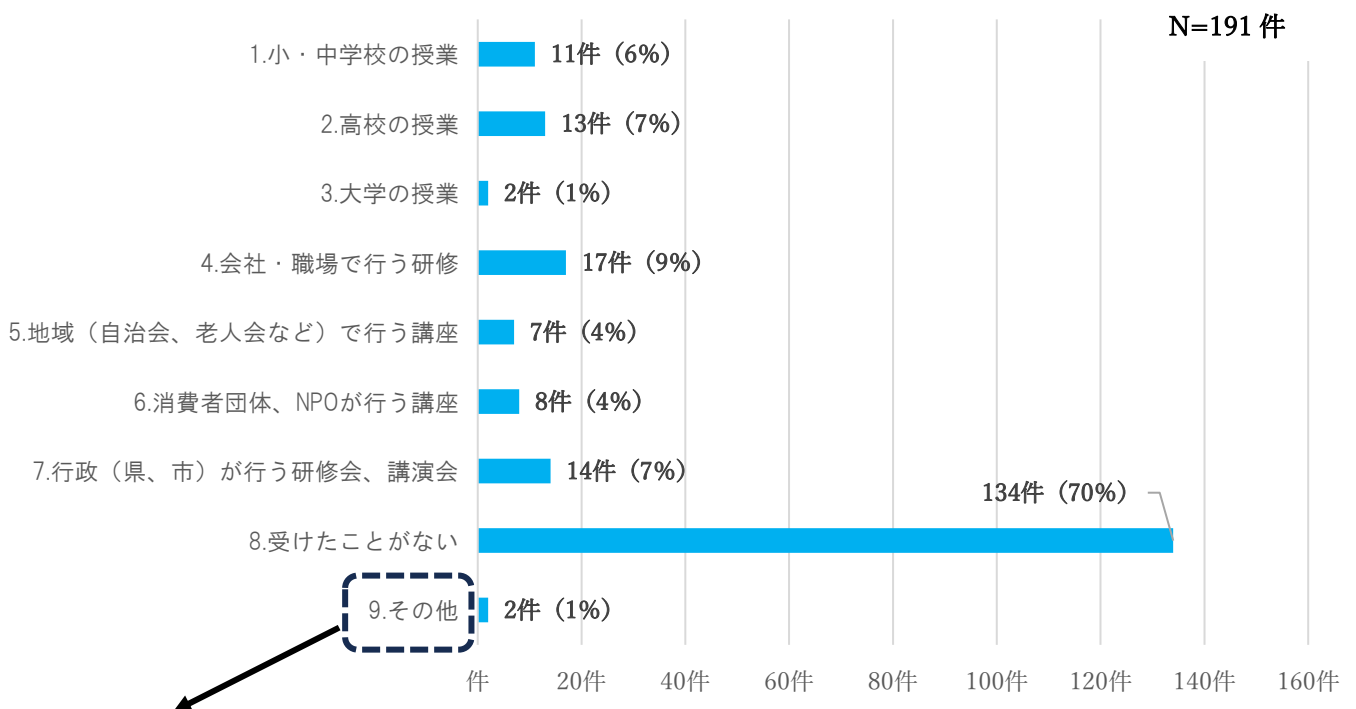
質問6. 消費者教育として興味がある内容がありますか。＜複数回答可＞



■その他

- ・食の安全性に関すること

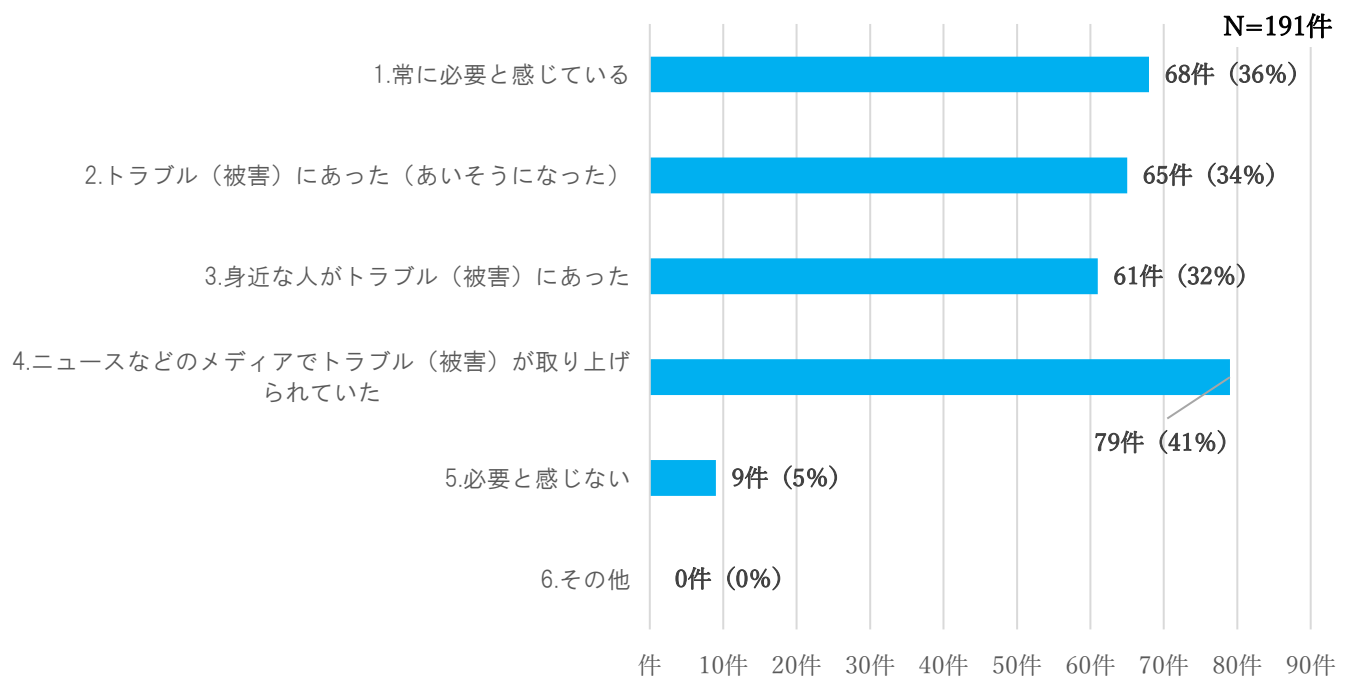
質問7. 消費者教育を受けたことがありますか。＜複数回答可＞



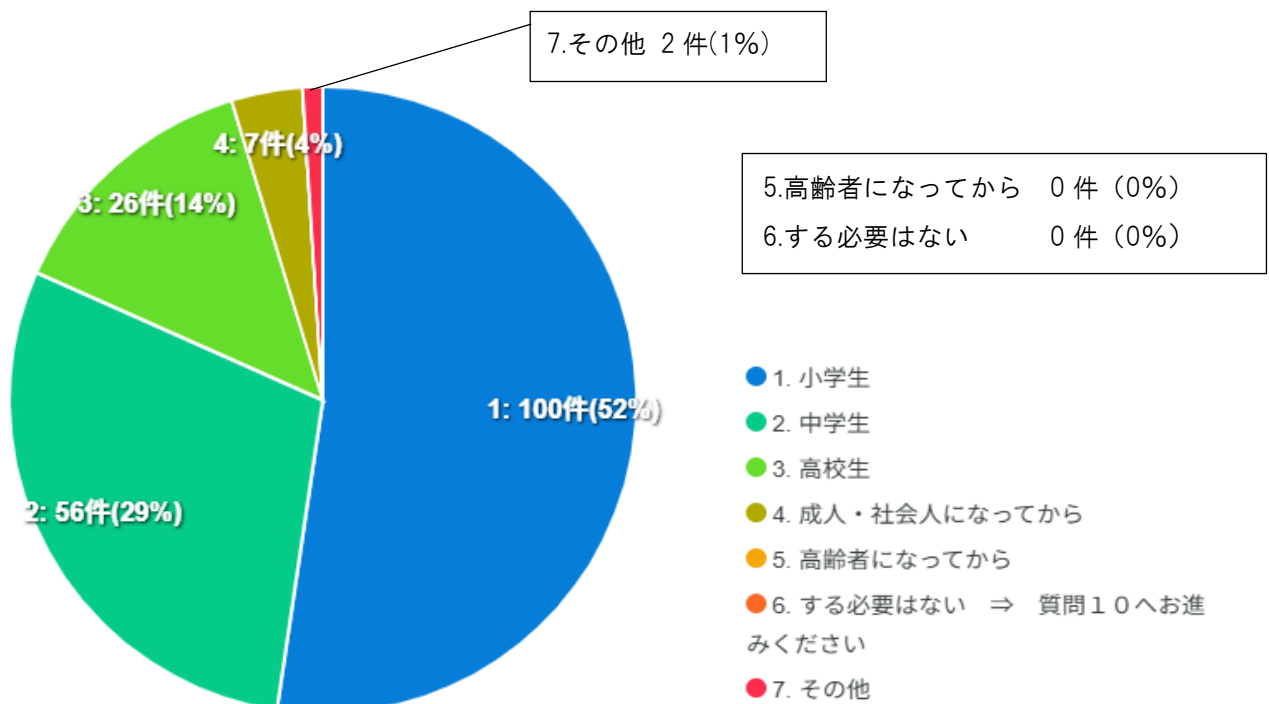
■その他（抜粋）

- ・消費生活モニターに対する研修会への参加

質問 8. どのようなときに消費者教育を必要と感じますか。＜複数回答可＞



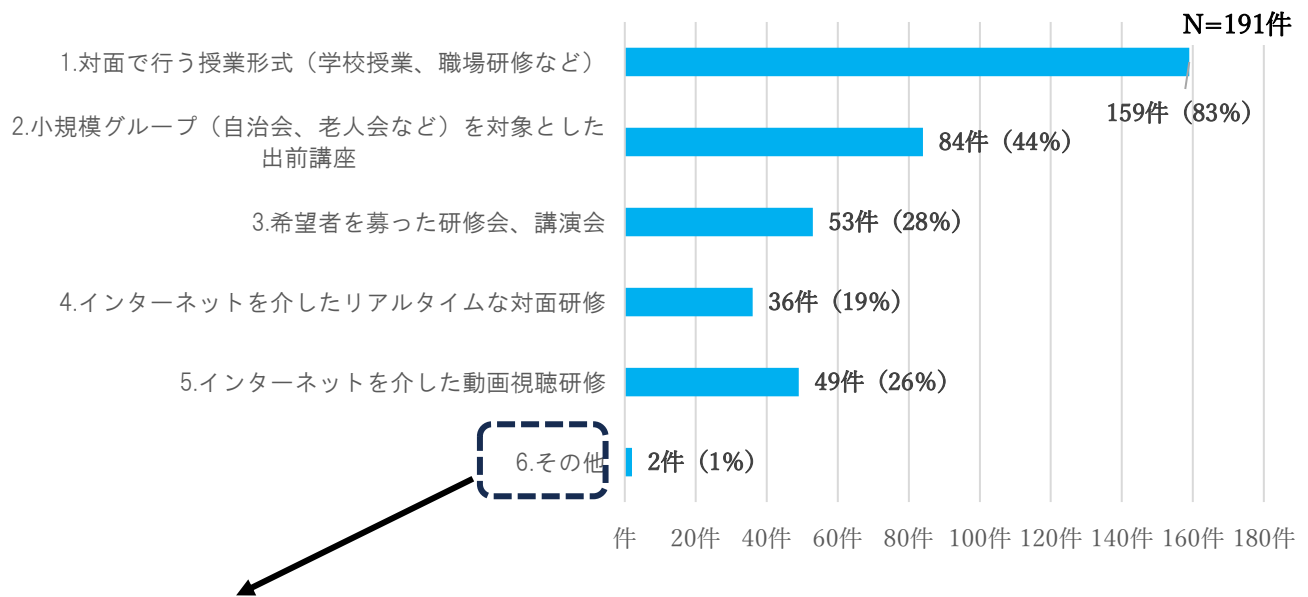
質問 9. 消費者教育はいつ（何歳）から始めるべきと思いますか。



■その他（抜粋）

- ・ 多種多様で情報量が多いため、新たな問題が発生する度に実施
- ・ SNS を使った詐欺が増えているため、スマホを持ち始める年代から実施

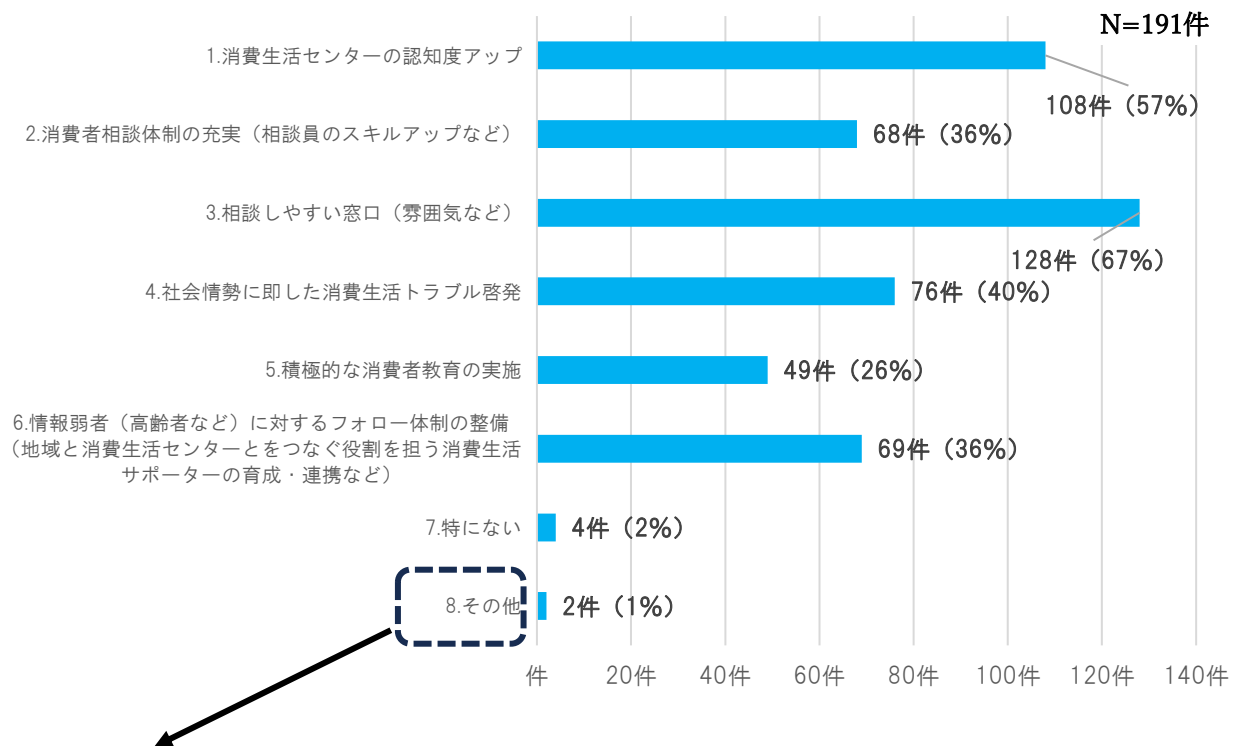
質問 9-2. 消費者教育をどのような方法で実施すると良いと思いますか。＜複数回答可＞



■その他（抜粋）

- ・消費生活モニター（現サポーター）に対する特別な教育
- ・被害事例やその経過について広報紙に掲載する

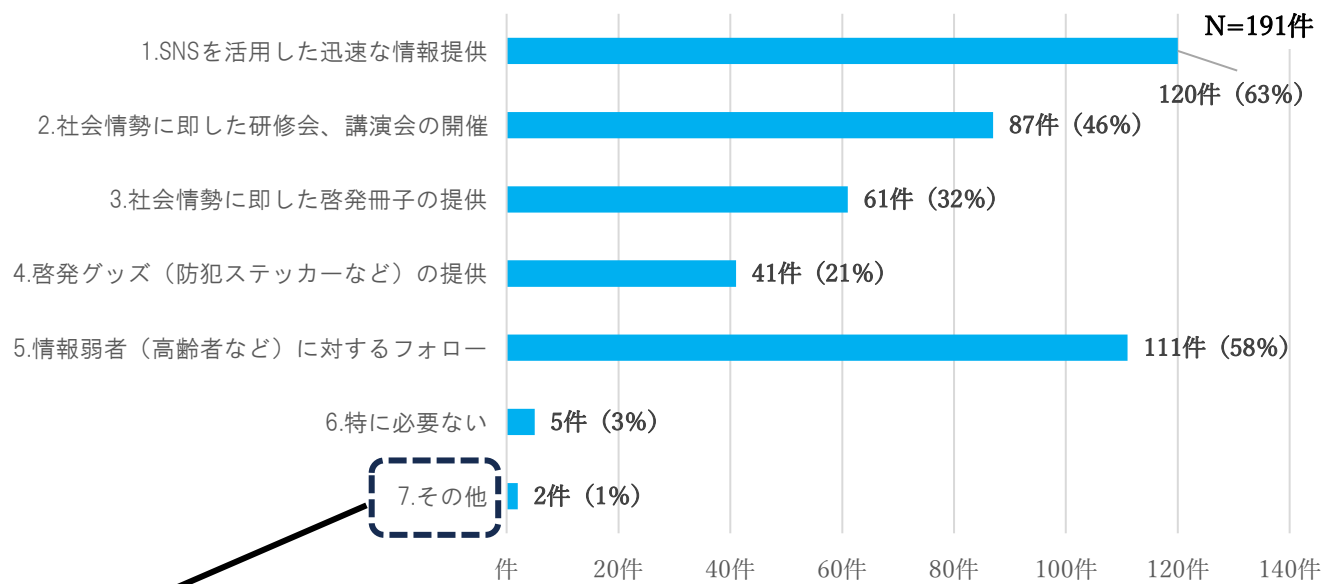
質問 10. 消費生活センターに求める役割はありますか。＜複数回答可＞



■その他（抜粋）

- ・相談内容や件数についての情報開示（見える化）
- ・駅構内施設など交通利便性の高い場所での窓口設置

質問 1 1. 消費者に対してどのようなサポートが必要であると感じますか。＜複数回答可＞



■その他（抜粋）

- ・ 行政の各種封書に同封して注意喚起し、目に付く機会を増やす
- ・ SNS 以外でのインターネットを利用した情報提供

7 今後に向けて

消費生活に関する意識調査について（問 1～問 11）

市民相談・消費生活課では、第2次岐阜市消費者教育推進計画に基づき、消費者自らが合理的な意思決定を行い、消費者被害に対して適切な行動をとることができる人材（かしこい消費者）育成、消費者市民社会の一員として、社会の発展に積極的に関与できる人材育成のため、幼児期から高齢期までのライフステージに応じた教育などの取り組みを推進してきました。

しかしながら、今回の調査において「消費者教育の必要性を認識している人（質問 8）」は 95%である一方で、「消費者教育を受けたことがある人（質問 7）」は 30%と、消費者教育における需要・供給のミスマッチが発生しており、消費者教育を受ける機会をいかに創出するかが課題であることがわかります。

市民にとって、「最も身近な消費生活に関する相談窓口であるべき「市消費生活センター」（質問 2）」の認知度は 55%と決して高い数値とは言えず、周知が行き届いていないことも課題となっていることがわかりました。

また、消費生活トラブル（被害）にあった際の相談先として、「地域の身近な相談者（自治会、民生児童委員、ケアマネージャーなど）（質問 1-2）」と回答した人は 0%と、消費生活についてのトラブルは地域の人には相談しづらいことが推察されます。独居高齢者をはじめとして誰一人取り残されない消費者市民社会の実現に向けて相談しやすい環境の整備が必要であると考えています。

このような中、市消費生活センターは、消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進に向けた多様な教育の担い手との調整機能、多様化する消費生活トラブルに対する迅速な相談対応や未然防止のための効果的な情報発信を行う機能、地域と消費生活センターをつなげる役割を担う消費生活サポーターの育成といった役割を整理し、引き続き機能強化を図ることにより、効果的な施策を講じられるよう努めます。

今回の調査結果を踏まえ、「自ら考え、選択し、行動する消費者力向上を支援し、「豊かで安全な消費者市民社会の実現」を目指し、消費生活行政を推進します。

お問い合わせ先

市民協働生活部 市民相談・消費生活課

TEL：058-214-2680／MAIL：soudan-shouhi@city.gifu.gifu.jp