

II 調査結果の概要

1 「生活全般や消費生活における意識や行動」について

(1) 現在の生活における満足度

問1 あなたは、現在の生活にどの程度満足していますか。
当てはまるものを1つお選びください。

現在の生活への満足度を聞いたところ、「満足（『満足している』＋『どちらかといえば満足している』）」の割合は61.0%となっている。一方、「不満（『どちらかといえば不満である』＋『不満である』）」の割合は36.6%となっている。

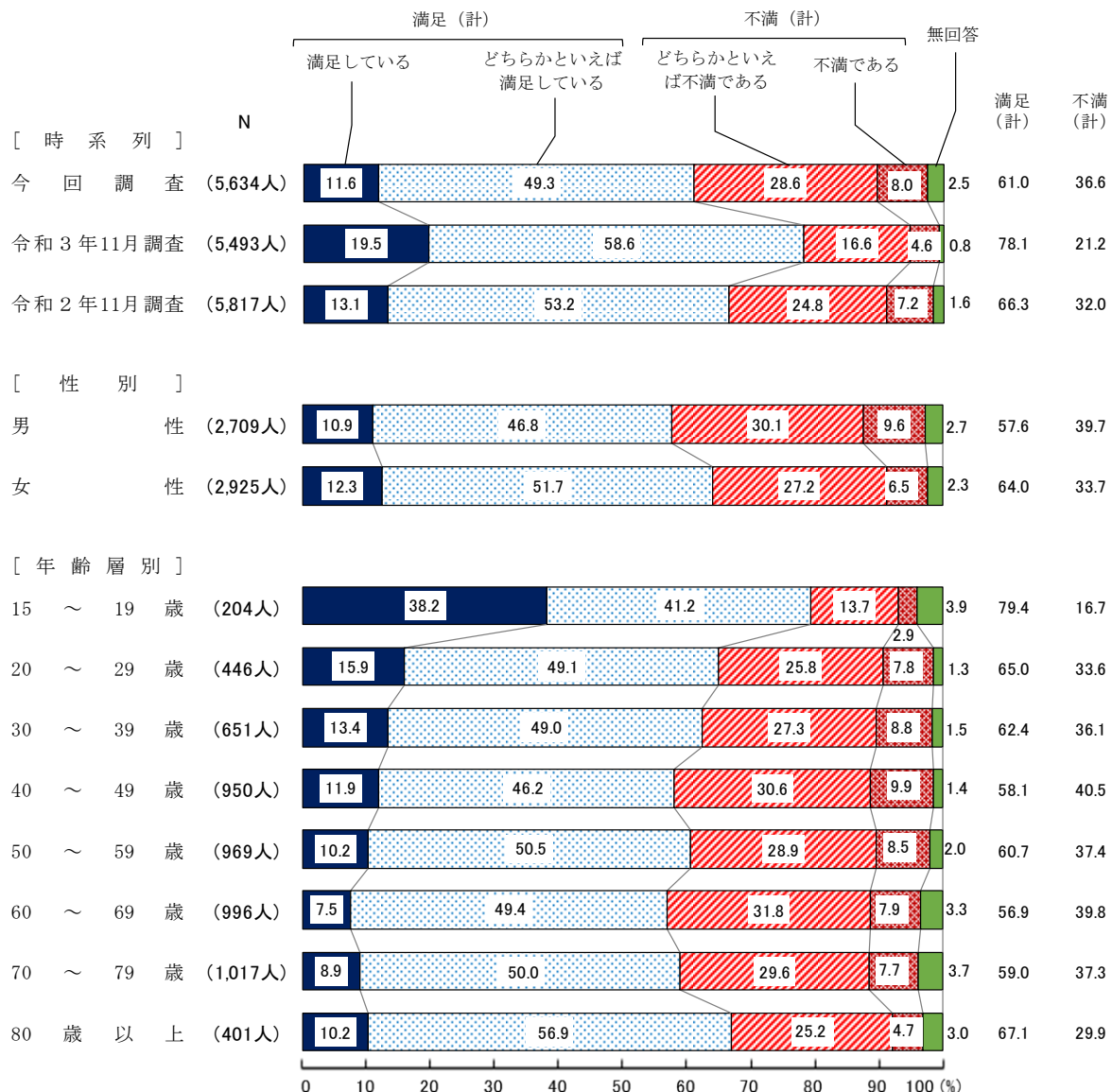
過去の調査結果と比較すると、以下の図のような結果になった。

前回の調査結果と比較して、「不満」（21.2%→36.6%）が15.4ポイント増加している。

性別にみると、「満足」の割合は「男性」（57.6%）より「女性」（64.0%）の方が高くなっている。

年齢層別にみると、「満足」の割合は「15～19歳」（79.4%）が最も高く、次いで「80歳以上」（67.1%）、
「20～29歳」（65.0%）の順となっている。（図1-1）

図1-1 現在の生活における満足度



(2) 現在の生活の程度

問2 あなたの現在の生活の程度は、世間一般から見て、どうですか。
当てはまるものを1つお選びください。

現在の生活の程度を聞いたところ、「上」の割合が1.2%、「中の上」が14.8%、「中の中」が48.1%、「中の下」が26.8%、「下」が6.6%となっている。

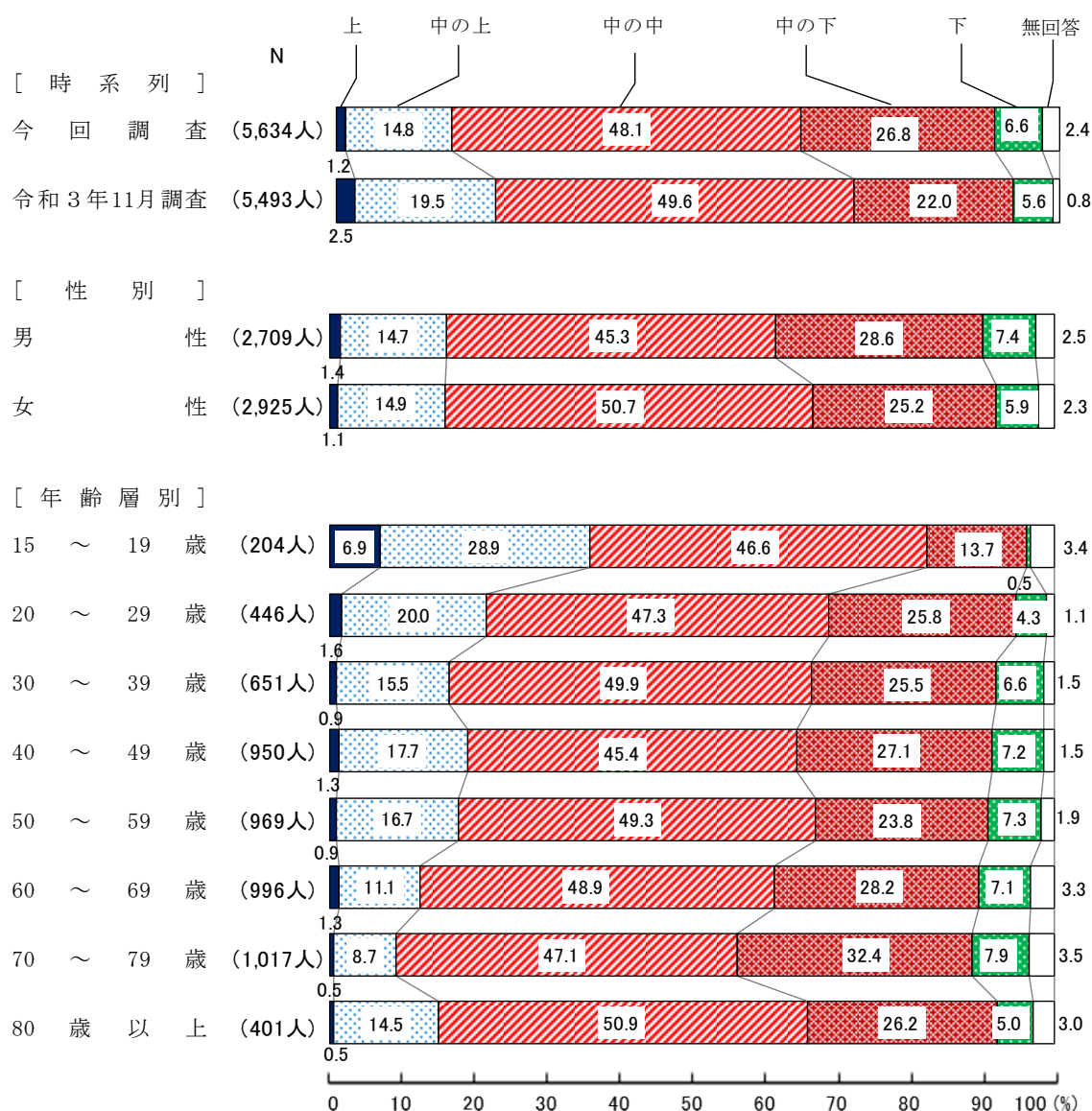
過去の調査結果と比較すると、以下の図のような結果になった。

前回の調査結果と比較して、「中の上」(19.5%→14.8%)が4.7ポイント減少し、「中の下」(22.0%→26.8%)が4.8ポイント増加している。

性別にみると、「中の下」(男性28.6%、女性25.2%)、「下」(男性7.4%、女性5.9%)は女性より男性の方が高く、「中の中」(男性45.3%、女性50.7%)は男性より女性の方が高くなっている。

年齢層別にみると、「上」の割合は「15～19歳」(6.9%)が最も高く、「中の上」の割合は「15～19歳」(28.9%)、「中の中」の割合は「80歳以上」(50.9%)、「中の下」の割合は「70～79歳」(32.4%)、「下」の割合は「70～79歳」(7.9%)がそれぞれ最も高くなっている。(図1-2)

図1-2 現在の生活の程度



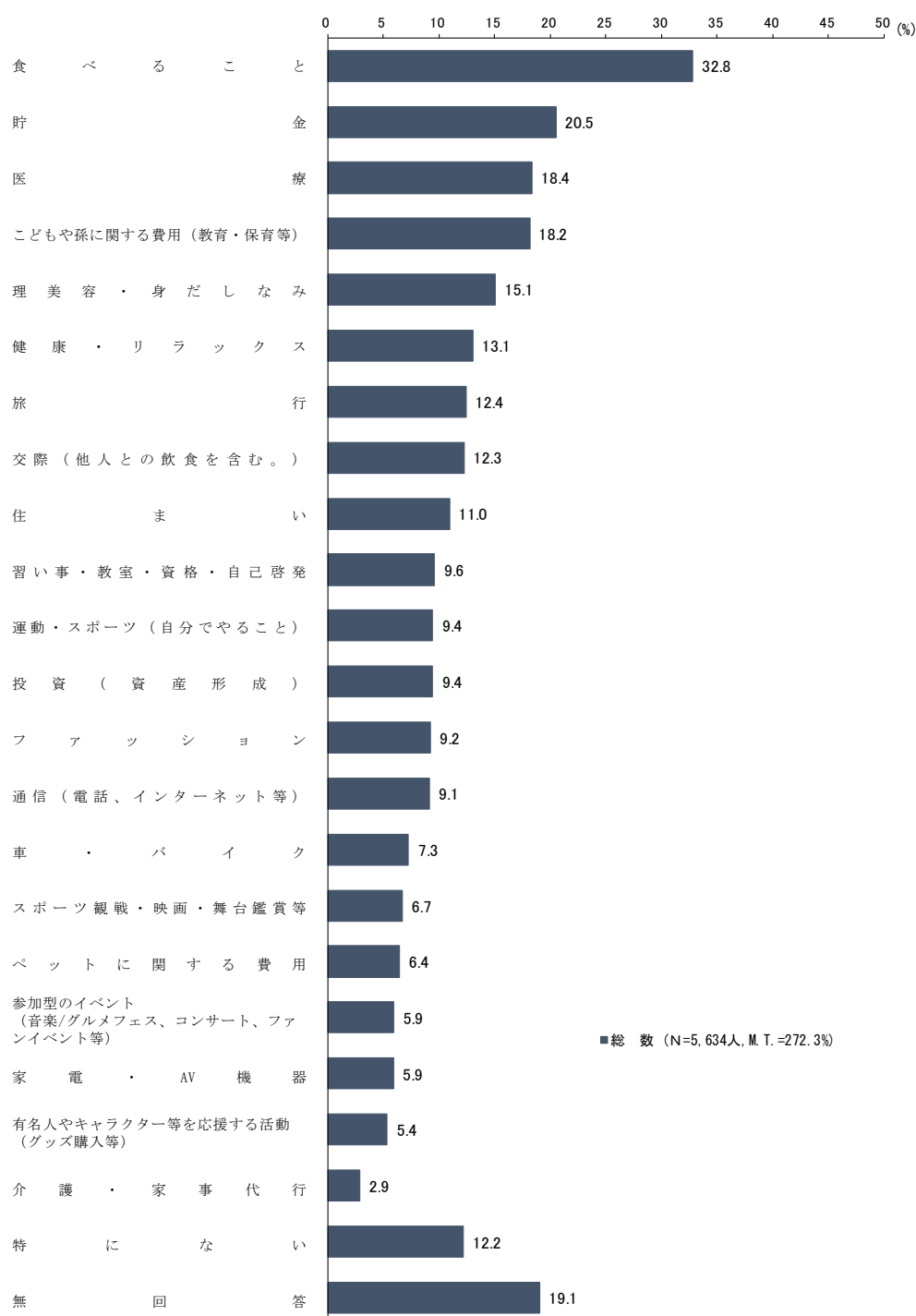
(3) 現在意識的にお金をかけているもの

問3 あなたの「お金のかけ方」について、以下の(1)～(3)それぞれについて、(ア)～(ニ)のうち当てはまるものを全てお選びください。

- (1) 現在意識的にお金をかけているもの
- (2) 今後(も)お金をかけたいと思っているもの
- (3) 今後(も)節約していきたいと思っているもの

現在意識的にお金をかけているものについて聞いたところ、「食べること」の割合が32.8%と最も高く、次いで「貯金」(20.5%)、「医療」(18.4%)の順となっている。(複数回答、図1-3①)

図1-3① 現在意識的にお金をかけているもの



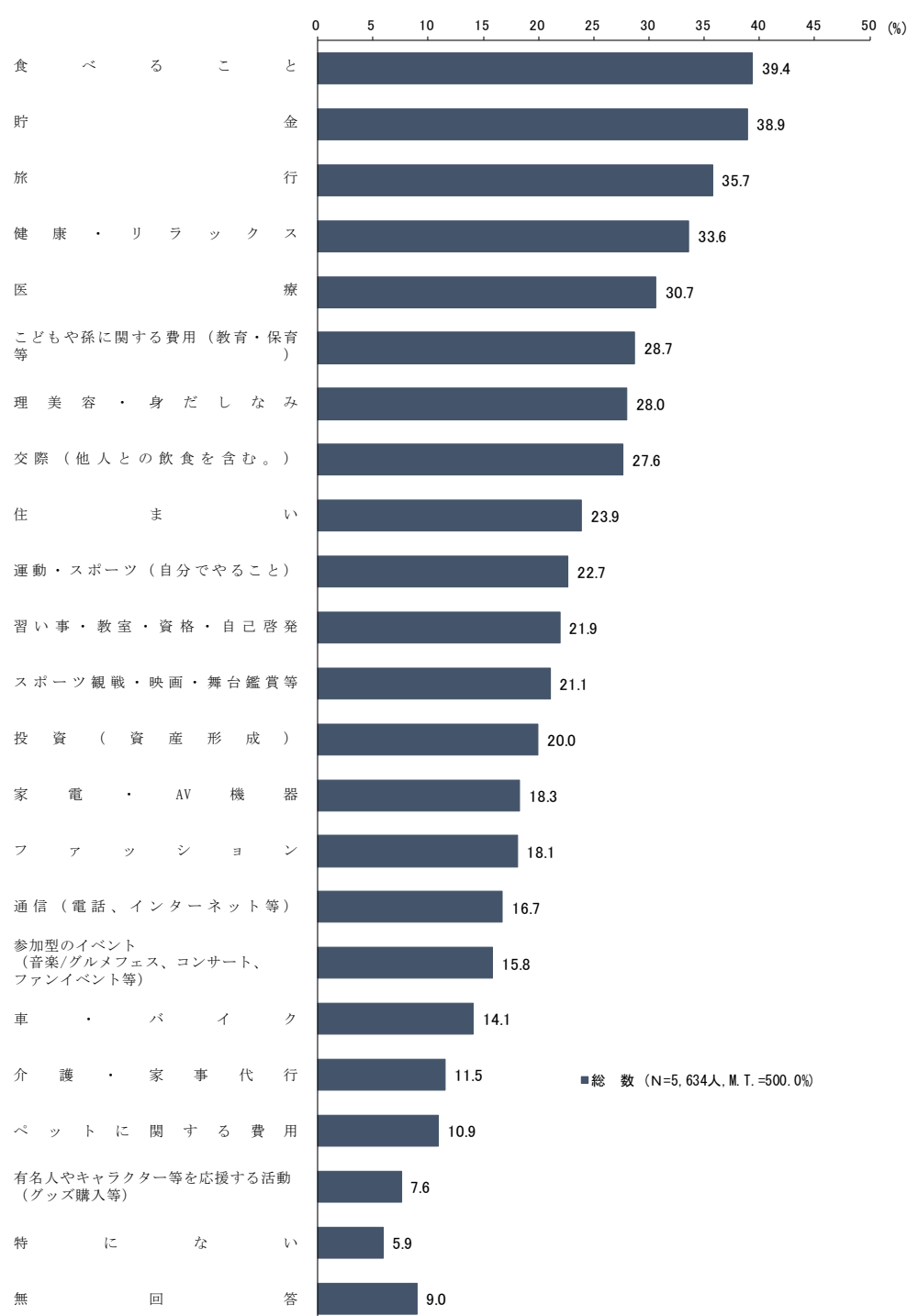
(4) 今後（も）お金をかけたいと思っているもの

問3 あなたの「お金のかけ方」について、以下の(1)～(3)それぞれについて、(ア)～(ニ)のうち当てはまるものを全てお選びください。

- (1) 現在意識的にお金をかけているもの
- (2) 今後(も)お金をかけたいと思っているもの
- (3) 今後(も)節約していきたいと思っているもの

今後（も）お金をかけたいと思っているものについて聞いたところ、「食べること」の割合が39.4%と最も高く、次いで「貯金」(38.9%)、「旅行」(35.7%)の順となっている。(複数回答、図1-3②)

図1-3② 今後（も）お金をかけたいと思っているもの



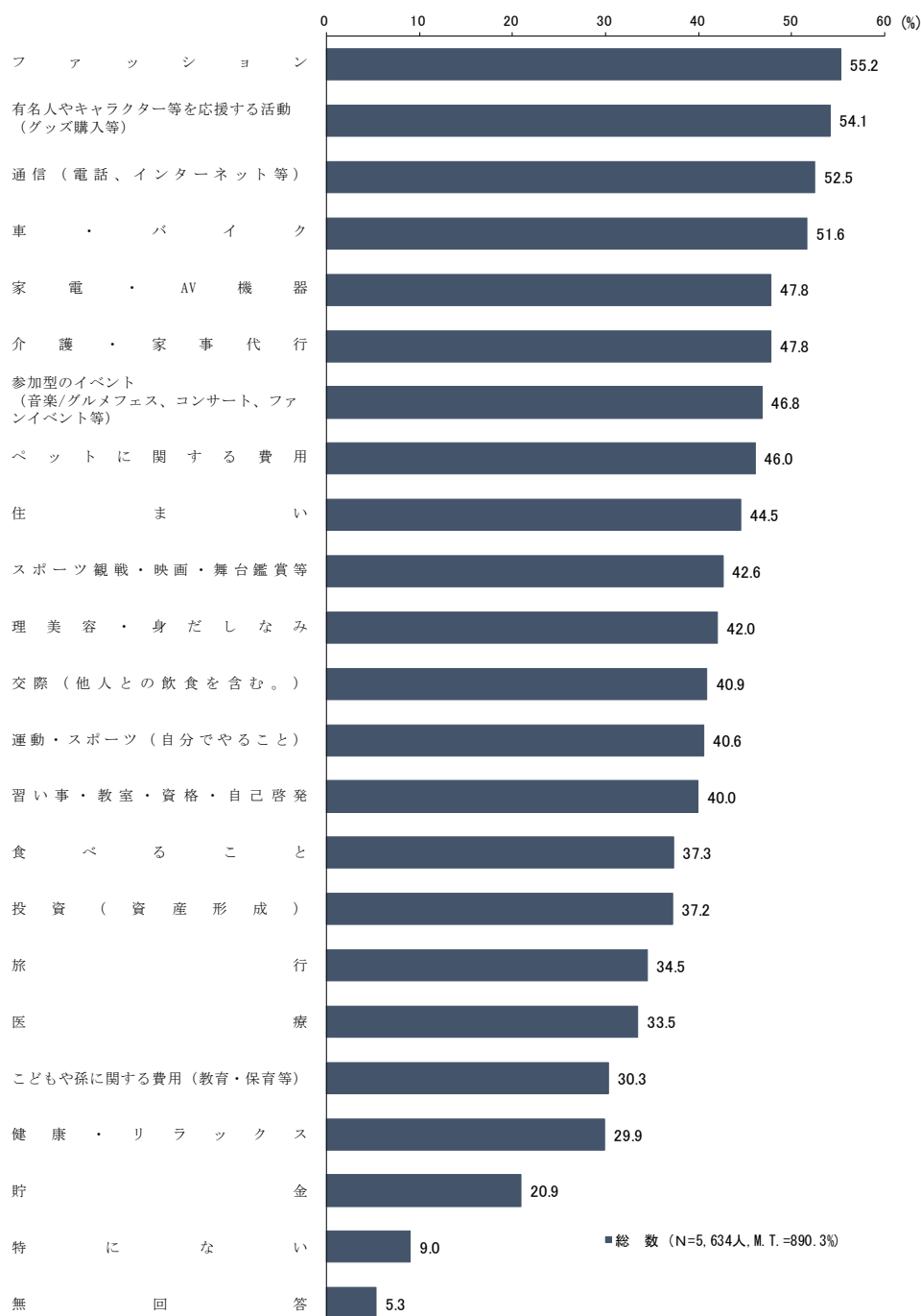
(5) 今後（も）節約していきたいと思っているもの

問3 あなたの「お金のかけ方」について、以下の(1)～(3)それぞれについて、(ア)～(ニ)のうち当てはまるものを全てお選びください。

- (1) 現在意識的にお金をかけているもの
- (2) 今後(も)お金をかけたいと思っているもの
- (3) 今後(も)節約していきたいと思っているもの

今後（も）節約していきたいと思っているものについて聞いたところ、「ファッション」の割合が55.2%と最も高く、次いで「有名人やキャラクター等を応援する活動（グッズ購入等）」（54.1%）、「通信（電話、インターネット等）」（52.5%）の順となっている。（複数回答、図1-3③）

図1-3③ 今後（も）節約していきたいと思っているもの



(6) 消費意識や行動について

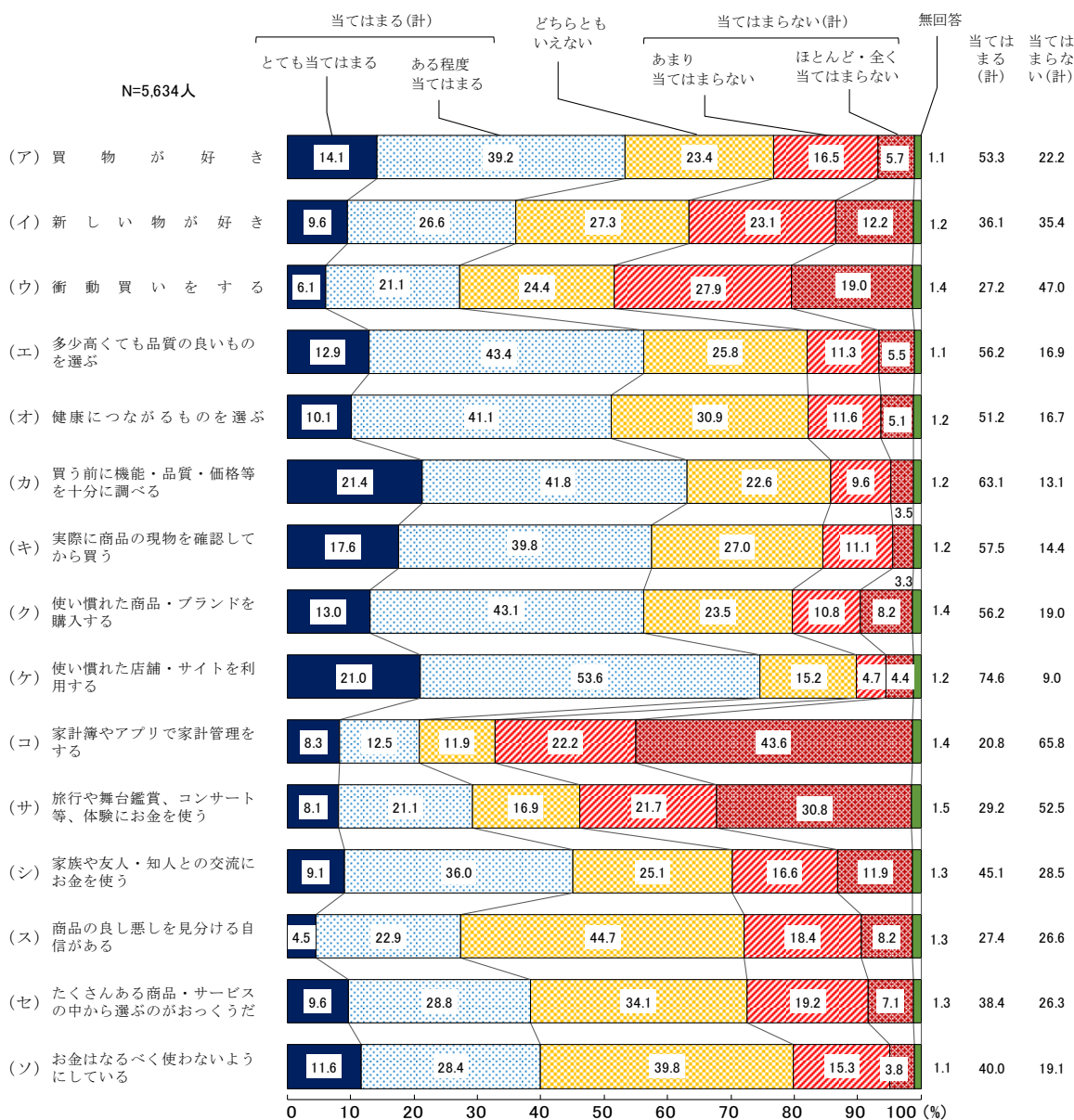
問4 あなた自身の消費意識や行動について、以下の項目がどの程度当てはまると思われますか。
 (ア)～(ツ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

消費意識や行動について聞いたところ、以下の図のような結果になった。

(ア)～(ツ)の15項目で、「当てはまる(『とても当てはまる』+『ある程度当てはまる』)」の割合が高い順にみると、「使い慣れた店舗・サイトを利用する」が74.6%と最も高く、次いで「買う前に機能・品質・価格等を十分に調べる」(63.1%)、「実際に商品の現物を確認してから買う」(57.5%)の順となっている。

一方、「当てはまらない(『あまり当てはまらない』+『ほとんど・全く当てはまらない』)」の割合が高い順にみると、「家計簿やアプリで家計管理をする」が65.8%と最も高く、次いで「旅行や舞台鑑賞、コンサート等、体験にお金を使う」(52.5%)、「衝動買いをする」(47.0%)の順となっている。(図1-4)

図1-4 消費意識や行動について



(7) 価値観について

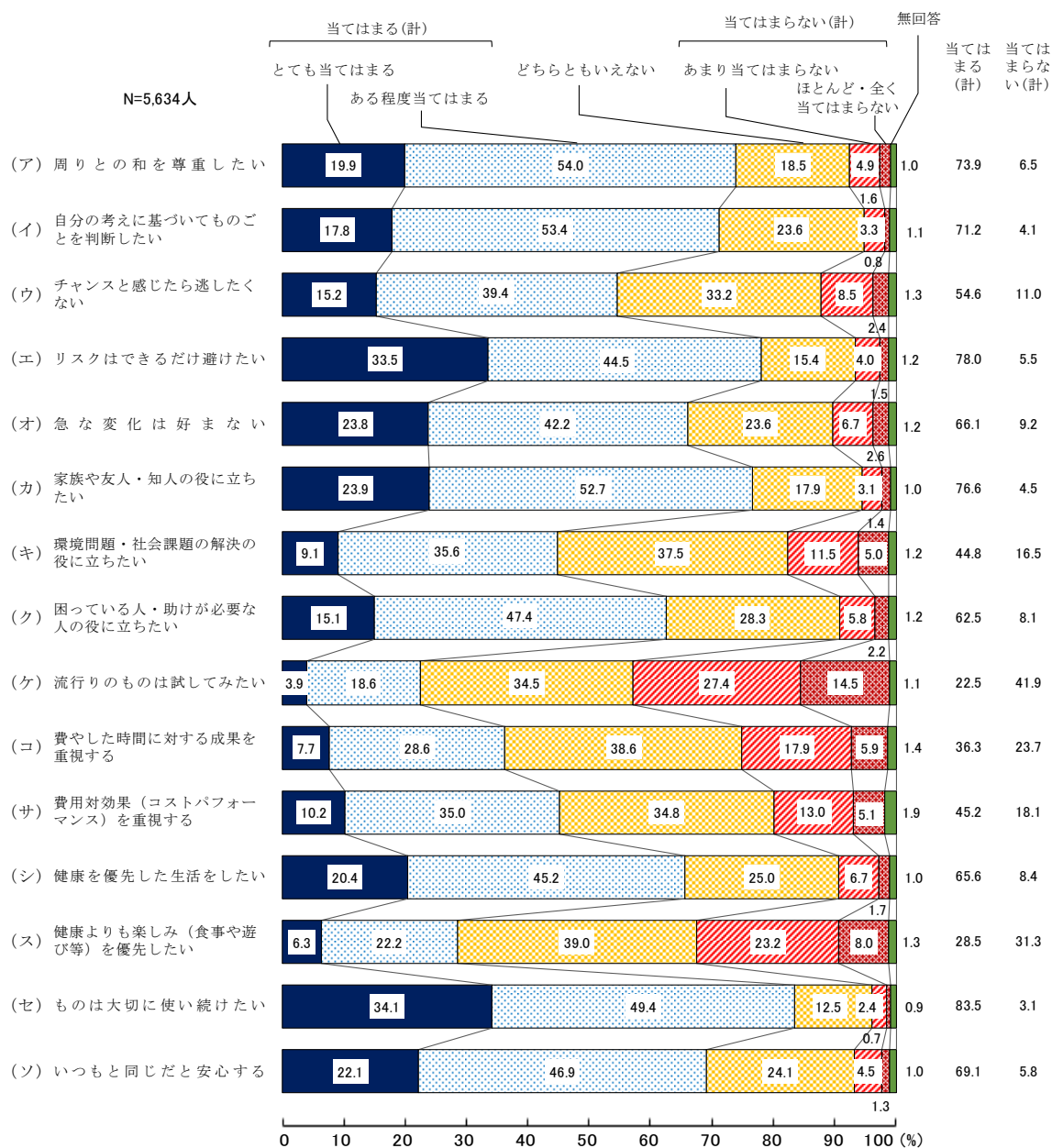
問5 あなたの価値観について、以下の項目がどの程度当てはまるとお考えですか。
 (ア)～(ソ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

価値観について聞いたところ、以下の図のような結果になった。

(ア)～(ソ)の15項目で、「当てはまる(『とても当てはまる』+『ある程度当てはまる』)」の割合が高い順にみると、「ものは大切に使い続けたい」が83.5%と最も高く、次いで「リスクはできるだけ避けたい」(78.0%)、「家族や友人・知人の役に立ちたい」(76.6%)の順となっている。

一方、「当てはまらない(『あまり当てはまらない』+『ほとんど・全く当てはまらない』)」の割合が高い順にみると、「流行りのものは試してみたい」が41.9%と最も高く、次いで「健康よりも楽しみ(食事や遊び等)を優先したい」(31.3%)、「費やした時間に対する成果を重視する」(23.7%)の順となっている。(図1-5)

図1-5 価値観について



(8) 現在と将来について不安や心配の程度

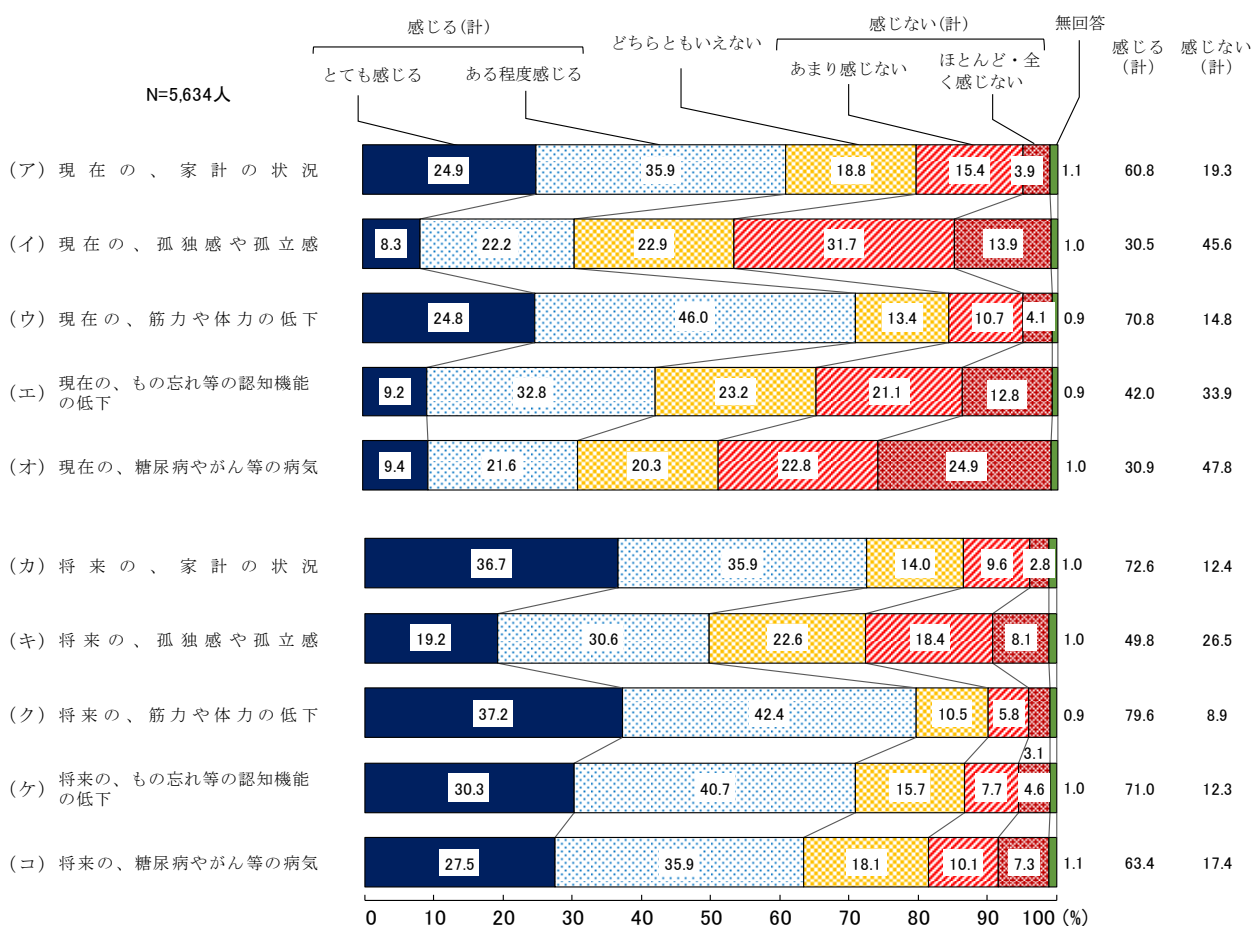
問6 あなたは、あなた自身の現在や将来について、どのくらい不安や心配を感じていますか。
 (ア)～(コ)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

あなた自身の現在や将来について、どのくらい不安や心配を感じているか聞いたところ、以下の図のような結果になった。

(ア)～(コ)の10項目で、「感じる(『とても感じる』+『ある程度感じる』)」の割合が高い順にみると、「将来の、筋力や体力の低下」が79.6%と最も高く、次いで「将来の、家計の状況」(72.6%)、「将来の、もの忘れ等の認知機能の低下」(71.0%)の順となっている。

一方、「感じない(『あまり感じない』+『ほとんど・全く感じない』)」の割合が高い順にみると、「現在の、糖尿病やがん等の病気」が47.8%と最も高く、次いで「現在の、孤独感や孤立感」(45.6%)、「現在の、もの忘れ等の認知機能の低下」(33.9%)の順となっている。(図1-6)

図1-6 現在と将来について不安や心配の程度



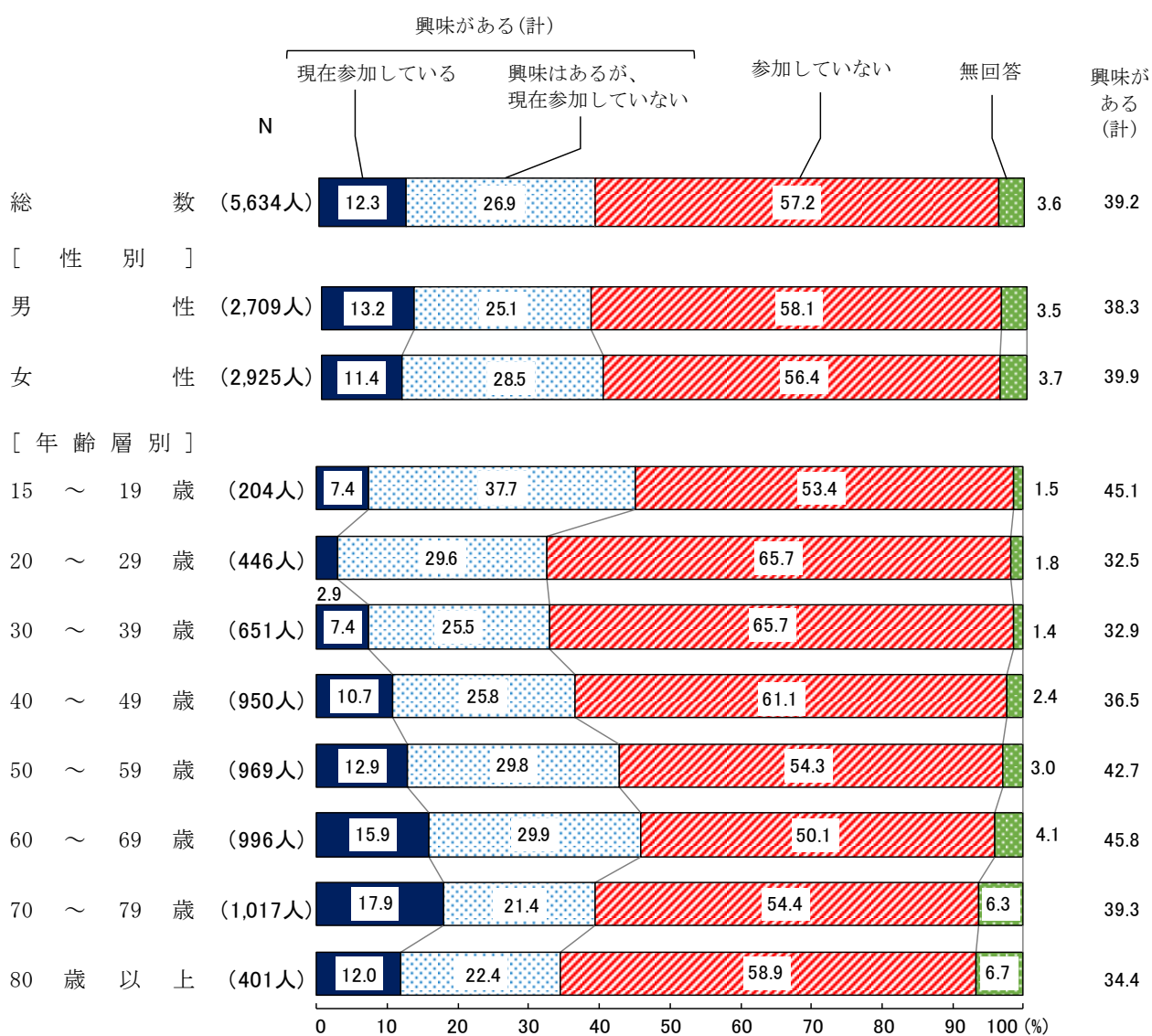
(9) ボランティア活動や社会貢献活動への参加状況

問7(1) あなたの、ボランティア活動や社会貢献活動への参加状況について、当てはまるものを1つお選びください。

ボランティア活動や社会貢献活動への参加状況について聞いたところ、「興味がある（『現在参加している』＋『興味はあるが、現在参加していない』）」の割合は39.2%となっている。一方、「参加していない」の割合は57.2%となっている。

年齢層別にみると、「興味がある」の割合は「60～69歳」（45.8%）が最も高く、次いで「15～19歳」（45.1%）、「50～59歳」（42.7%）の順となっている。（図1-7①）

図1-7① ボランティア活動や社会貢献活動への参加状況



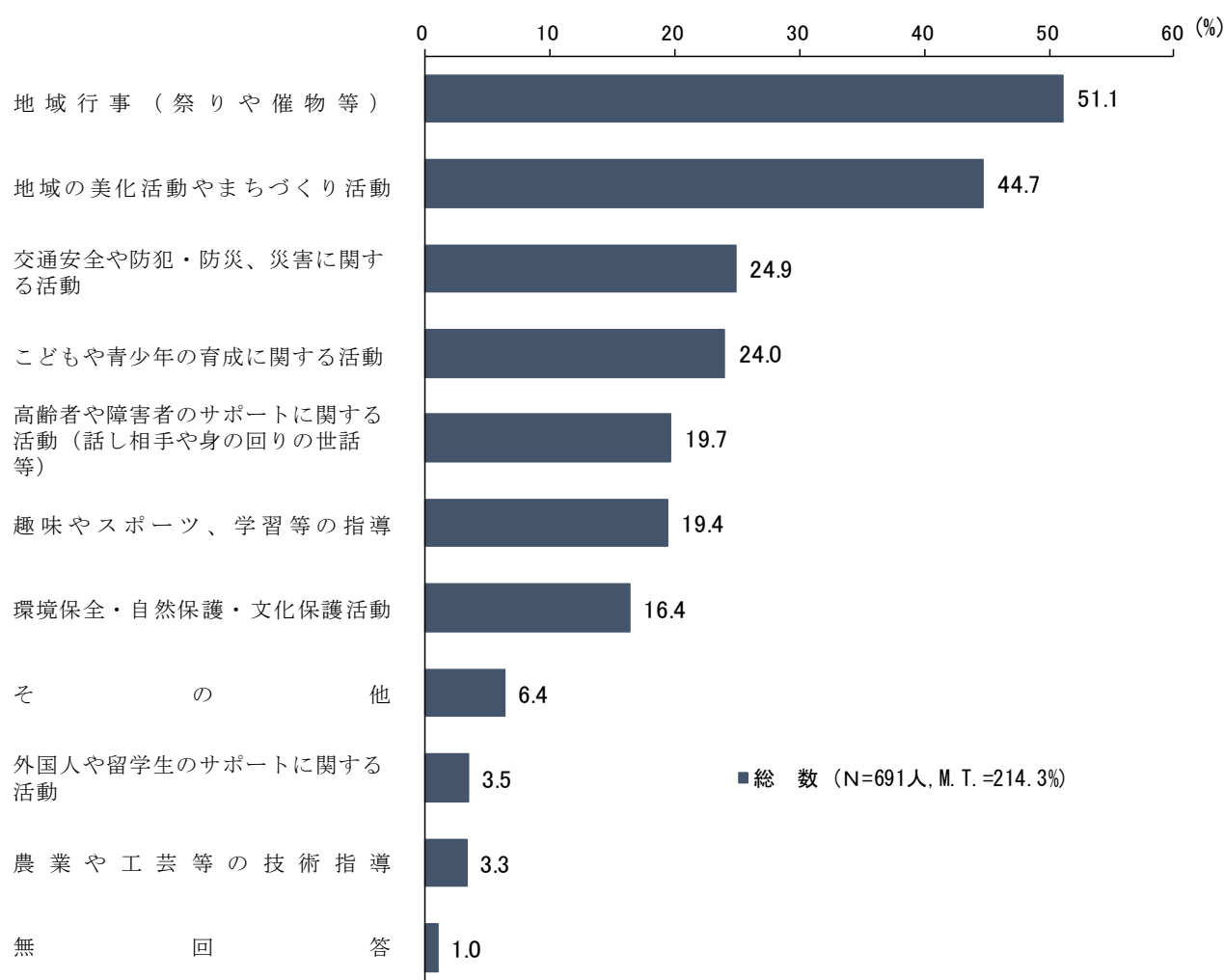
(10) 現在参加しているボランティア活動や社会貢献活動

【問7(1)で「1」と回答された方にお聞きします。】

問7(2) あなたが、現在参加しているボランティア活動や社会貢献活動について、当てはまるものを全てお選びください。

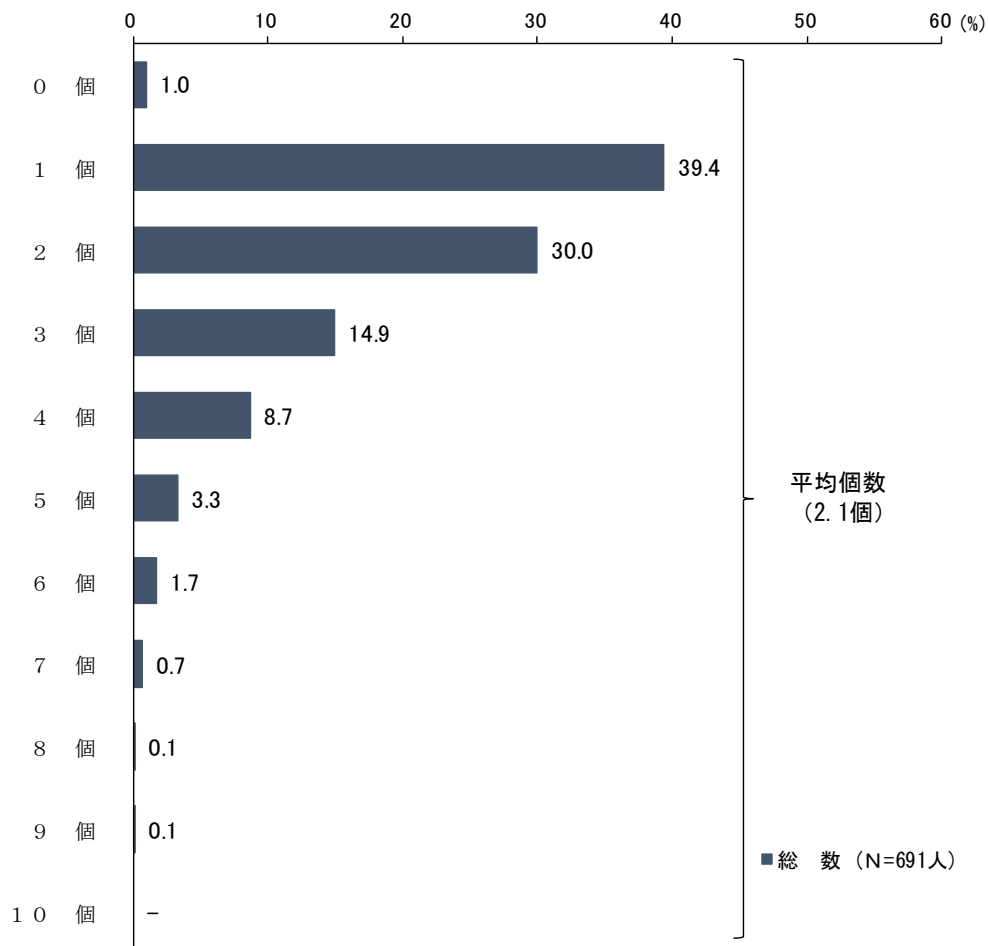
問7(1)で「現在参加している」と回答した人(691人)に、現在参加しているボランティア活動や社会貢献活動について聞いたところ、「地域行事(祭りや催物等)」の割合が51.1%と最も高く、次いで「地域の美化活動やまちづくり活動」(44.7%)、「交通安全や防犯・防災、災害に関する活動」(24.9%)の順となっている。(複数回答、図1-7②)

図1-7② 現在参加しているボランティア活動や社会貢献活動



問7(1)で「現在参加している」と回答した人(691人)に、現在参加しているボランティア活動や社会貢献活動について、一人当たりの回答した個数をみると、「1個」の割合が39.4%と最も高く、平均個数は2.1個となっている。(図1-7③)

図1-7③ 現在参加しているボランティア活動や社会貢献活動(個数)



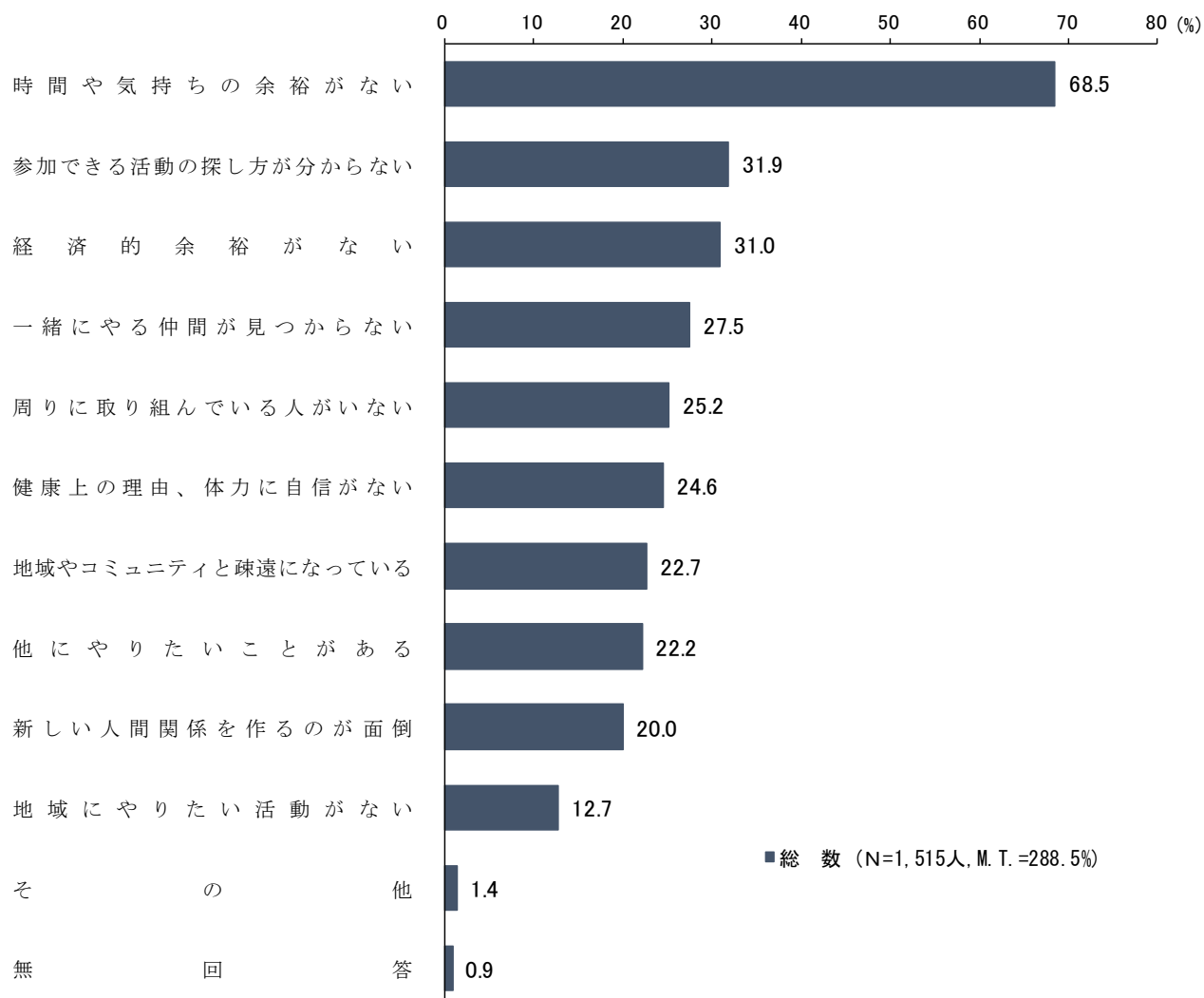
(11) ボランティア活動や社会貢献活動に「興味はあるが、現在参加していない」理由

【問7(1)で「2」と回答された方にお聞きします。】

問7(3) 興味はあるが、現在参加していない理由として、当てはまるものを全てお選びください。

問7(1)で「興味はあるが、現在参加していない」と回答した人(1,515人)に、興味はあるが、現在参加していない理由について聞いたところ、「時間や気持ちの余裕がない」の割合が68.5%と最も高く、次いで「参加できる活動の探し方が分からない」(31.9%)、「経済的余裕がない」(31.0%)の順となっている。(複数回答、図1-7④)

図1-7④ ボランティア活動や社会貢献活動に「興味はあるが、現在参加していない」理由



2 「インターネットやSNSの利用」について

(1) インターネットの利用状況

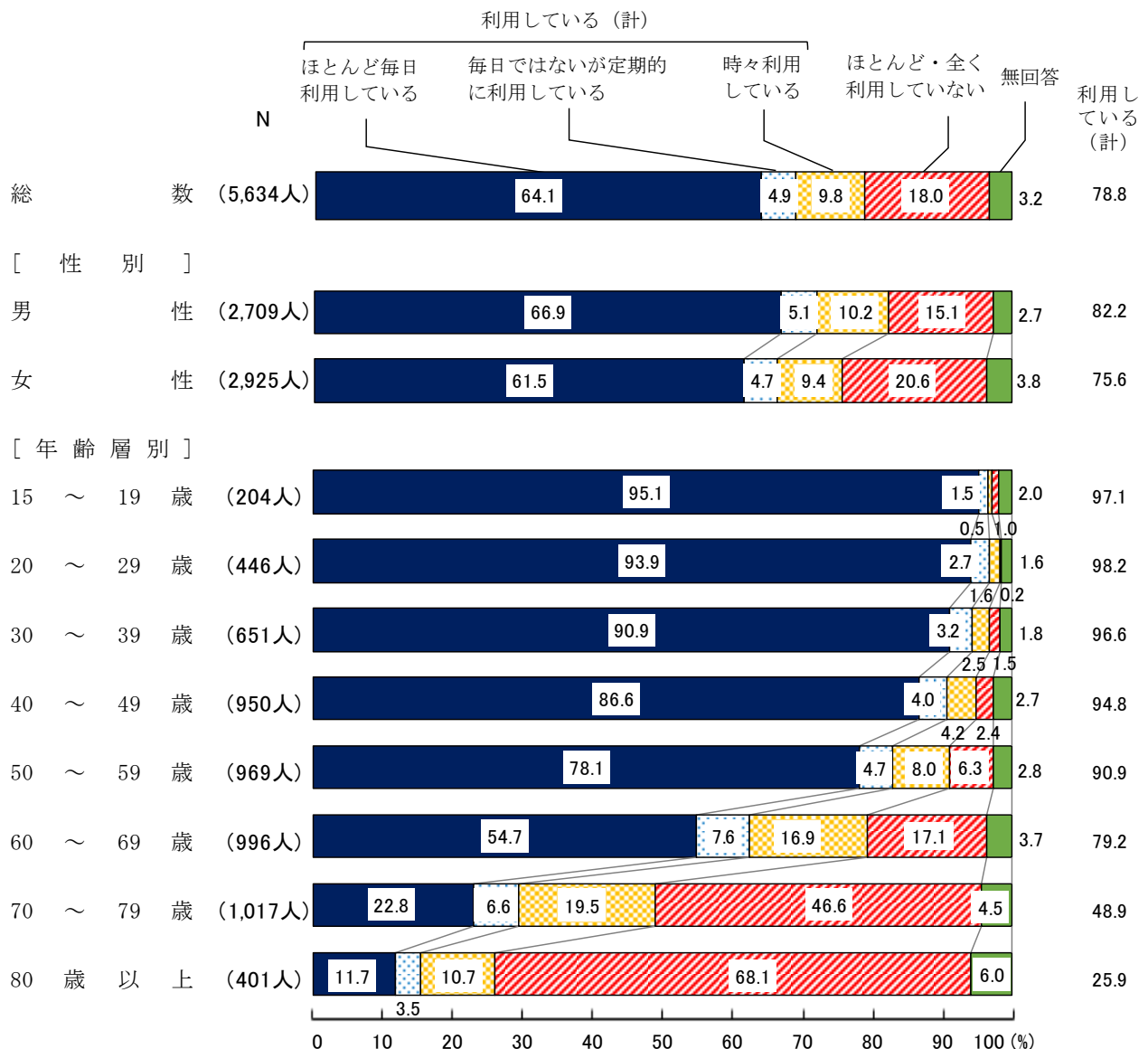
問8 あなたは、普段、パソコンやスマートフォン等でインターネットをどの程度利用していますか。
当てはまるものを1つお選びください。

普段、パソコンやスマートフォン等でインターネットをどの程度利用しているか聞いたところ、「利用している（『ほとんど毎日利用している』+『毎日ではないが定期的に利用している』+『時々利用している』）」の割合は78.8%となっている。一方、「ほとんど・全く利用していない」の割合は18.0%となっている。

性別にみると、「利用している」の割合は「女性」（75.6%）より「男性」（82.2%）の方が高くなっている。

年齢層別にみると、「利用している」の割合は「20～29歳」（98.2%）が最も高く、次いで「15～19歳」（97.1%）が高くなっている。一方、「80歳以上」（25.9%）が最も低くなっている。（図2-1）

図2-1 インターネットの利用状況



(2) インターネットを利用していない理由

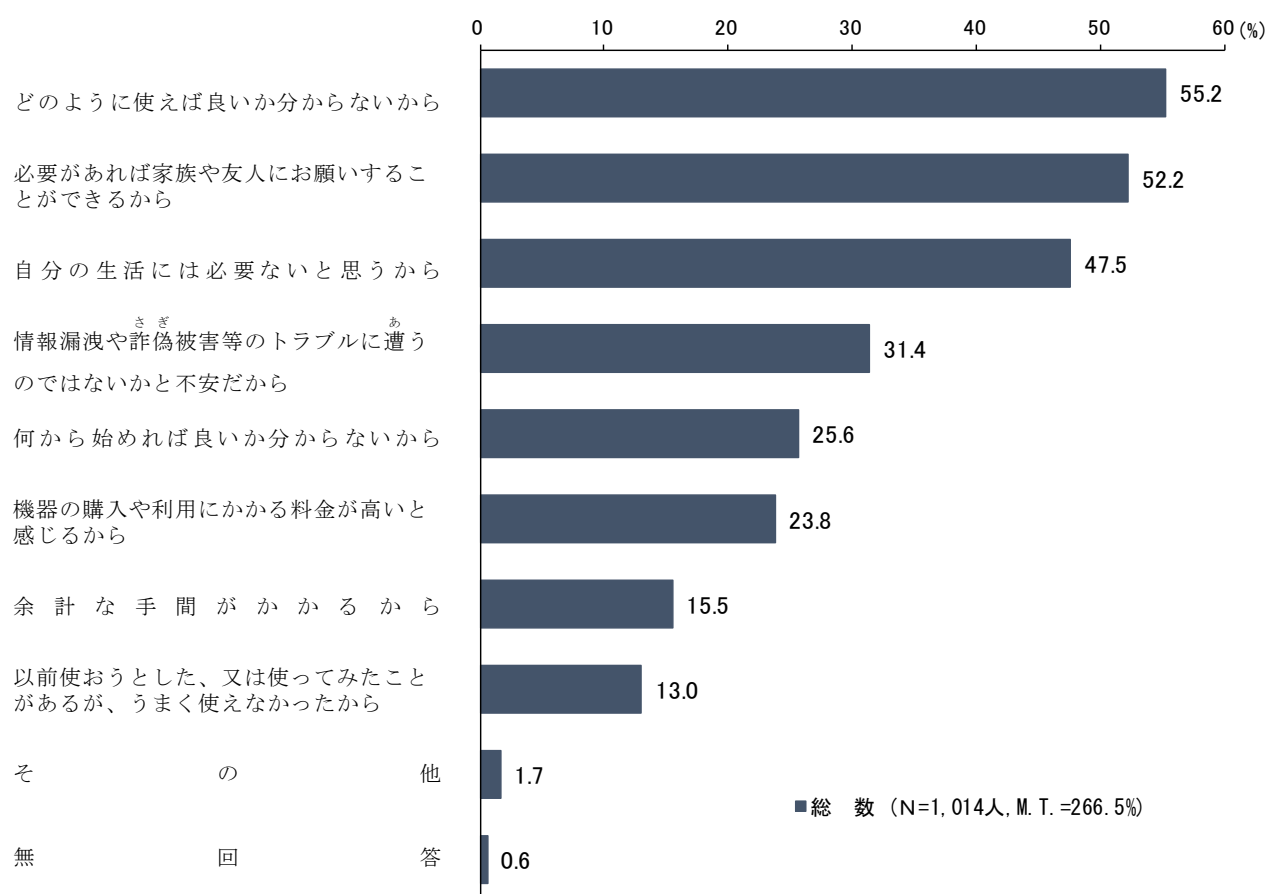
【問8で「4」と回答された方にお聞きします。】

問9 あなたが、パソコンやスマートフォン等でインターネットを利用していない理由は何ですか。

当てはまるものを全てお選びください。

問8で「ほとんど・全く利用していない」と回答した人(1,014人)に、パソコンやスマートフォン等でインターネットを利用していない理由について聞いたところ、「どのように使えば良いか分からないから」の割合が55.2%と最も高く、次いで「必要があれば家族や友人にお願いすることができるから」(52.2%)、「自分の生活には必要ないと思うから」(47.5%)の順となっている。(複数回答、図2-2)

図2-2 インターネットを利用していない理由



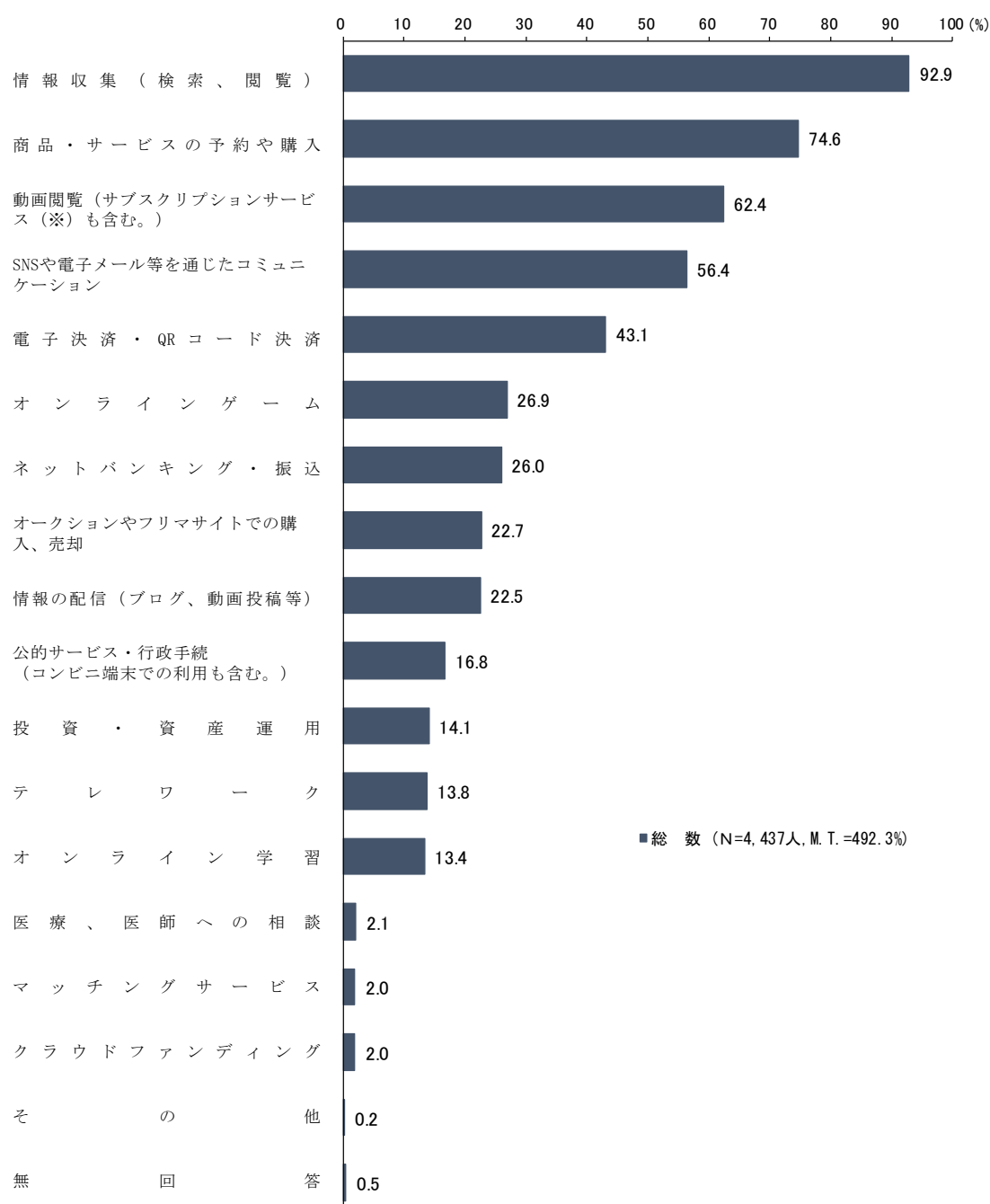
(3) インターネット上で利用しているもの

【問8で「1」から「3」と回答された方にお聞きします。】

問10(1) インターネット上で利用しているものを全てお選びください。

問8で「利用している」と回答した人(4,437人)に、インターネット上で利用しているものについて聞いたところ、「情報収集(検索、閲覧)」の割合が92.9%と最も高く、次いで「商品・サービスの予約や購入」(74.6%)、「動画閲覧(サブスクリプションサービス(※)も含む。)」(62.4%)の順となっている。(複数回答、図2-3①)

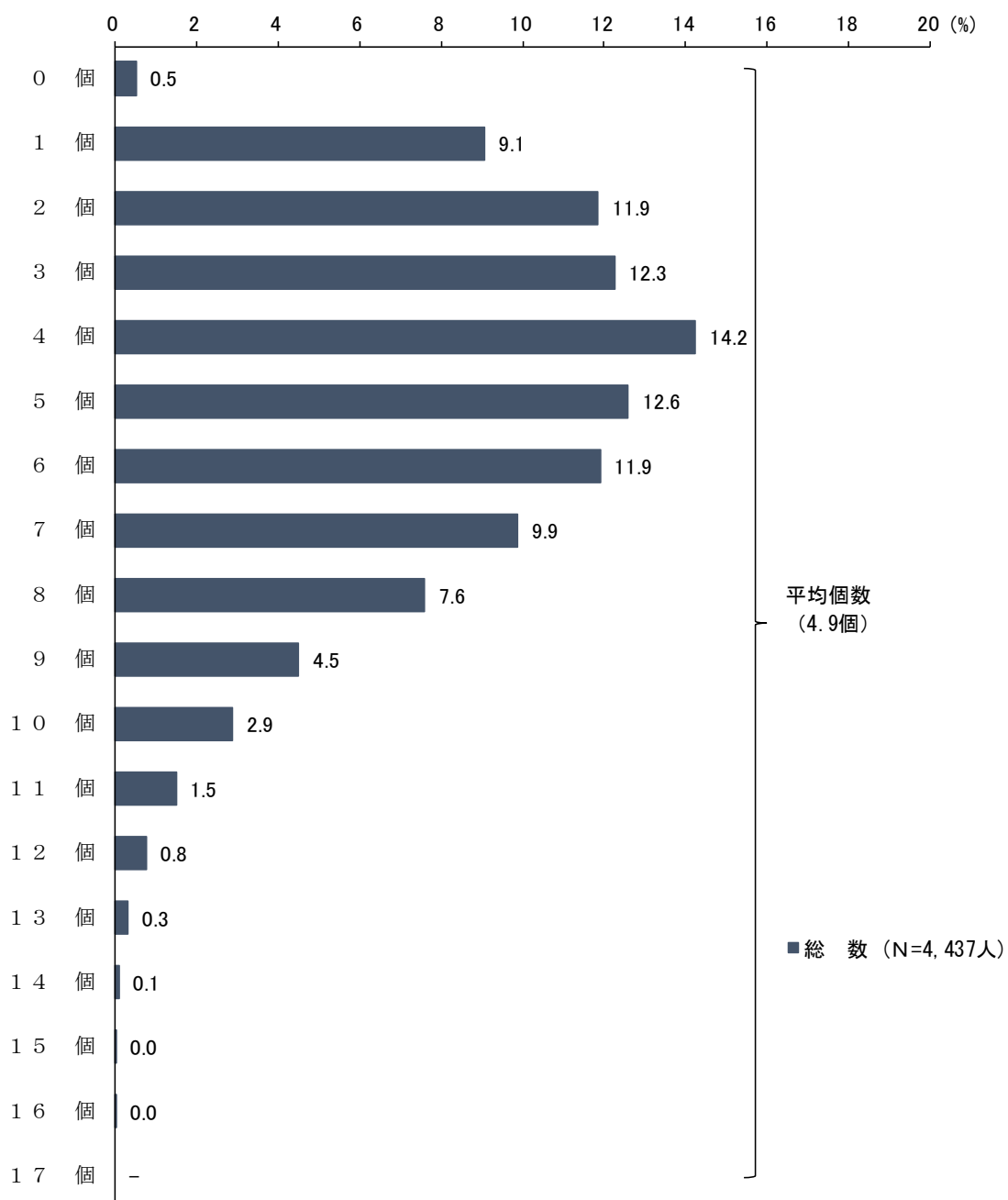
図2-3① インターネット上で利用しているもの



※サブスクリプションサービスとは、月額料金等の定額を支払うことにより、契約期間中、商品やサービスの利用が可能となるもの。

問8で「利用している」と回答した人(4,437人)に、インターネット上で利用しているものについて、一人当たりの回答した個数をみると、「4個」が14.2%と最も高く、平均個数は4.9個となっている。(図2-3②)

図2-3② インターネット上で利用しているもの(個数)



(4) インターネットでの予約や購入の頻度

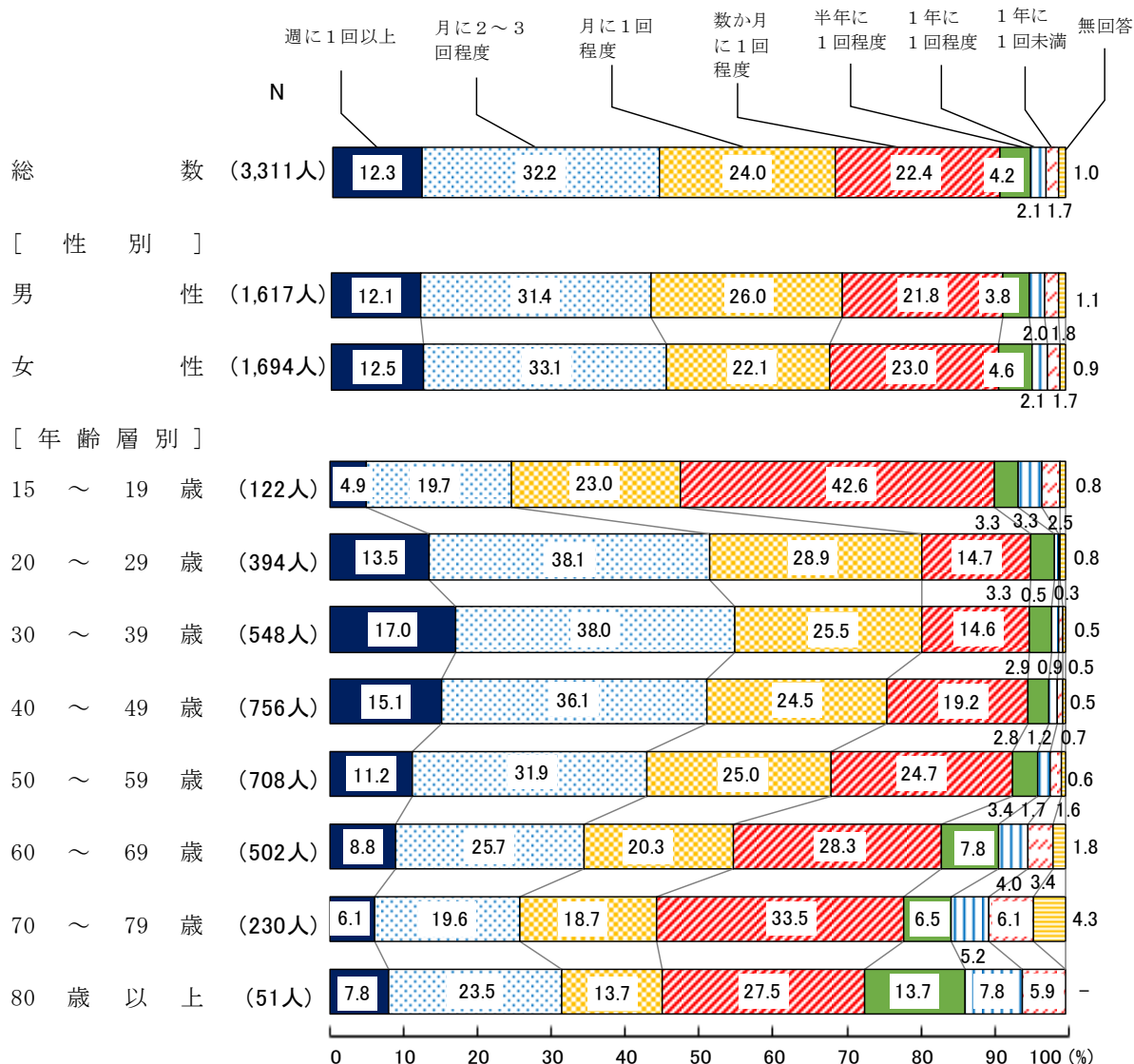
【問 10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」をしていると回答した方にお聞きます。】

問 10(2) あなたは、インターネットでの商品・サービスの予約や購入をどの程度していますか。当てはまるものを 1つお選びください。

問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人(3,311人)に、インターネットでの商品・サービスの予約や購入をどの程度しているか聞いたところ、「週に1回以上」の割合が12.3%、「月に2～3回程度」が32.2%、「月に1回程度」が24.0%、「数か月に1回程度」が22.4%、「半年に1回程度」が4.2%、「1年に1回程度」が2.1%、「1年に1回未満」が1.7%となっている。

年齢層別にみると、「週に1回程度」の割合は「30～39歳」(17.0%)が最も高く、次いで「40～49歳」(15.1%)が高くなっている。一方、「15～19歳」(4.9%)が最も低くなっている。(図2-3③)

図2-3③ インターネットでの予約や購入の頻度



(5) インターネットでの予約や購入で心配なこと

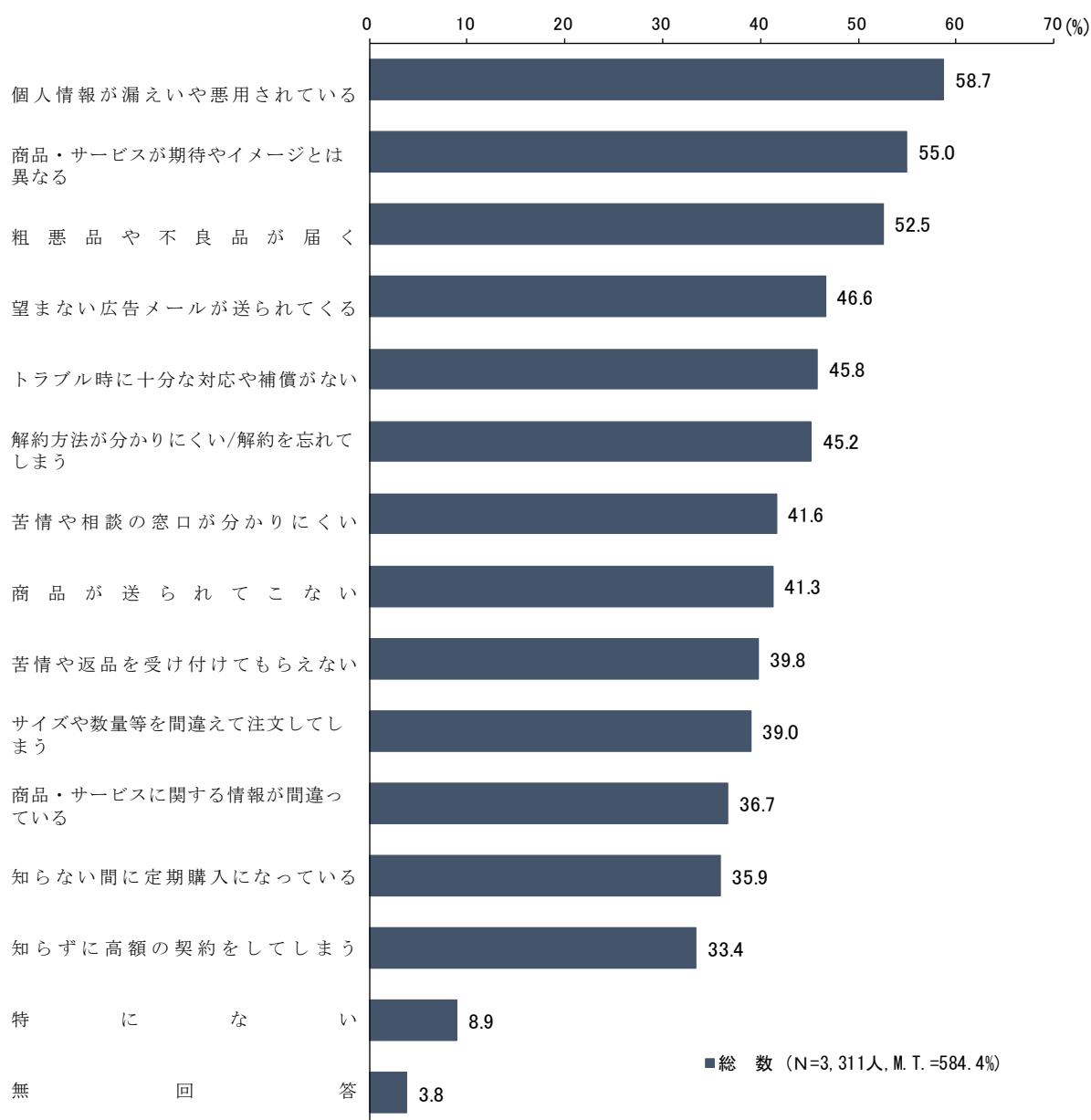
【問 10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」をしていると回答した方にお聞きします。】

問 11 インターネットでの商品・サービスの予約や購入について、以下の (1) (2) のそれぞれについて、(ア) ~ (セ) のうち当てはまるものを全てお選びください。

- (1) 心配なこと
- (2) 実際に経験したこと

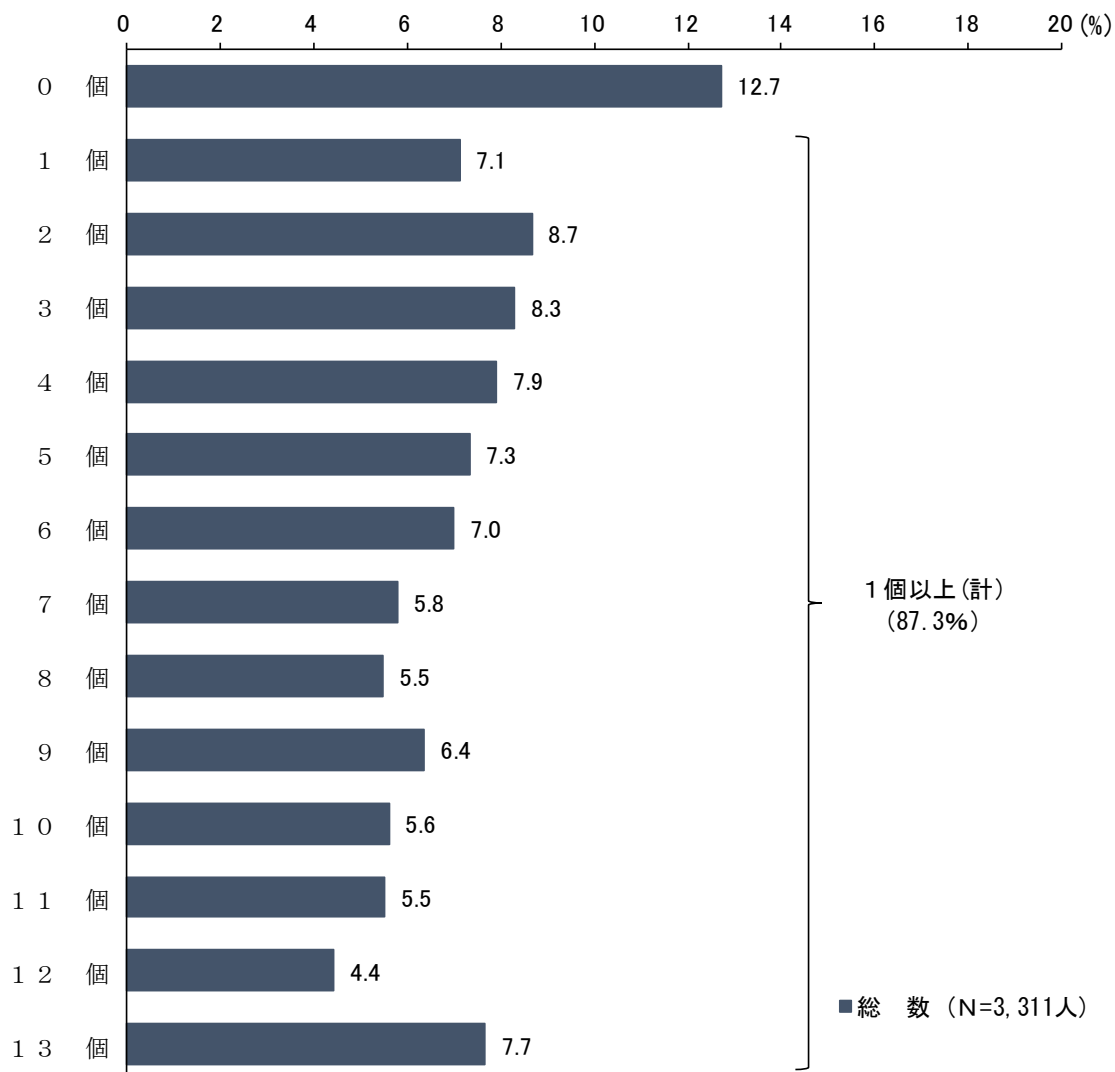
問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人 (3,311人) に、インターネットでの商品・サービスの予約や購入について、心配なことを聞いたところ、「個人情報漏えいや悪用されている」の割合が58.7%と最も高く、次いで「商品・サービスが期待やイメージとは異なる」(55.0%)、「粗悪品や不良品が届く」(52.5%)の順となっている。(複数回答、図2-4①)

図2-4① インターネットでの予約や購入で心配なこと



問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人(3,311人)に、インターネットでの商品・サービスの予約や購入で心配なことについて聞いたところ、「特にない」以外を選択した人のうち、一人当たりの回答した個数をみると、「0個」の割合が12.7%、「1個以上」は87.3%となっている。(図2-4②)

図2-4② インターネットでの予約や購入で心配なこと (個数)



(6) インターネットでの予約や購入で実際に経験したこと

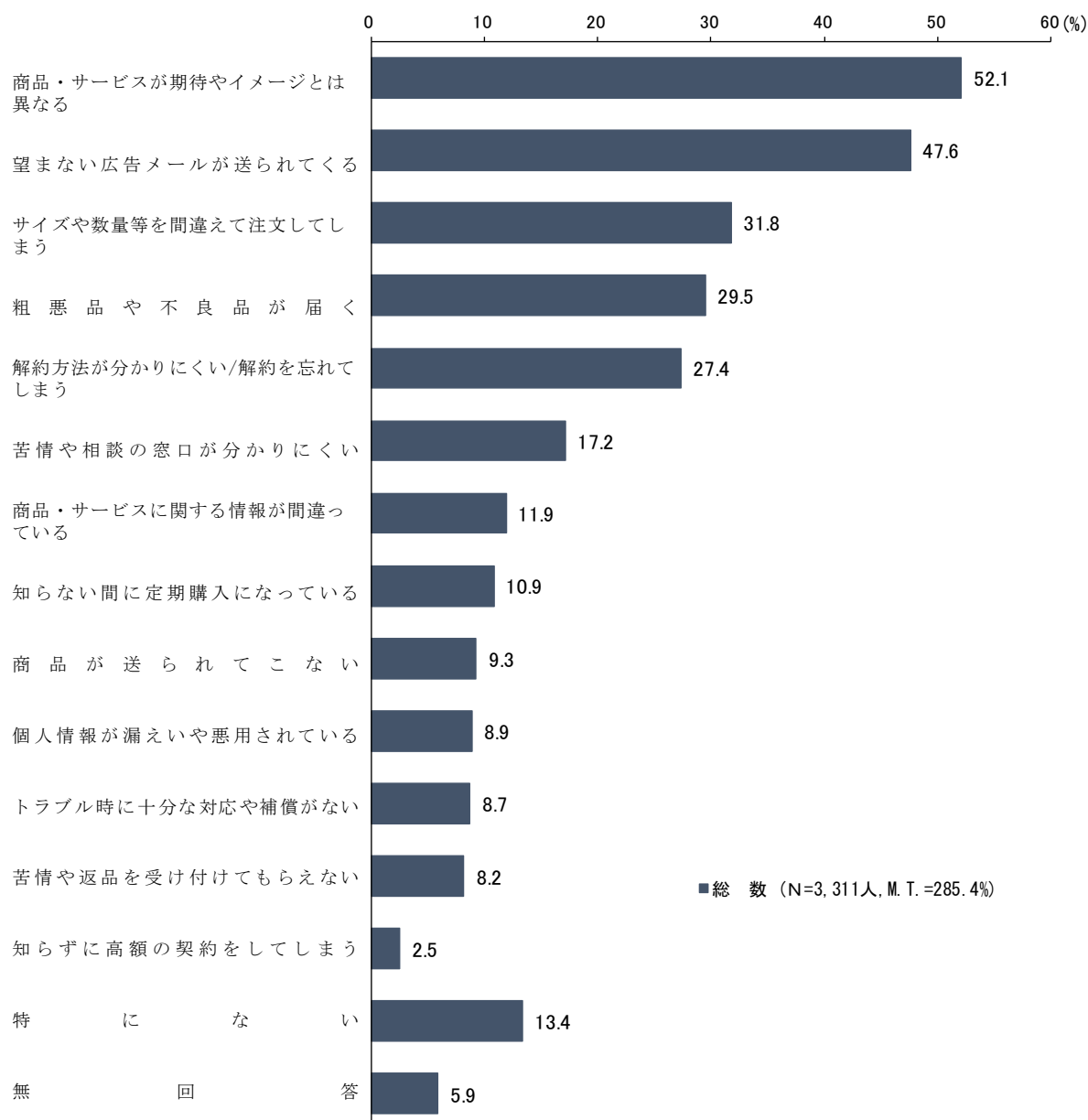
【問 10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」をしていると回答した方にお聞きします。】

問 11 インターネットでの商品・サービスの予約や購入について、以下の (1) (2) のそれぞれについて、(ア) ~ (セ) のうち当てはまるものを全てお選びください。

- (1) 心配なこと
- (2) 実際に経験したこと

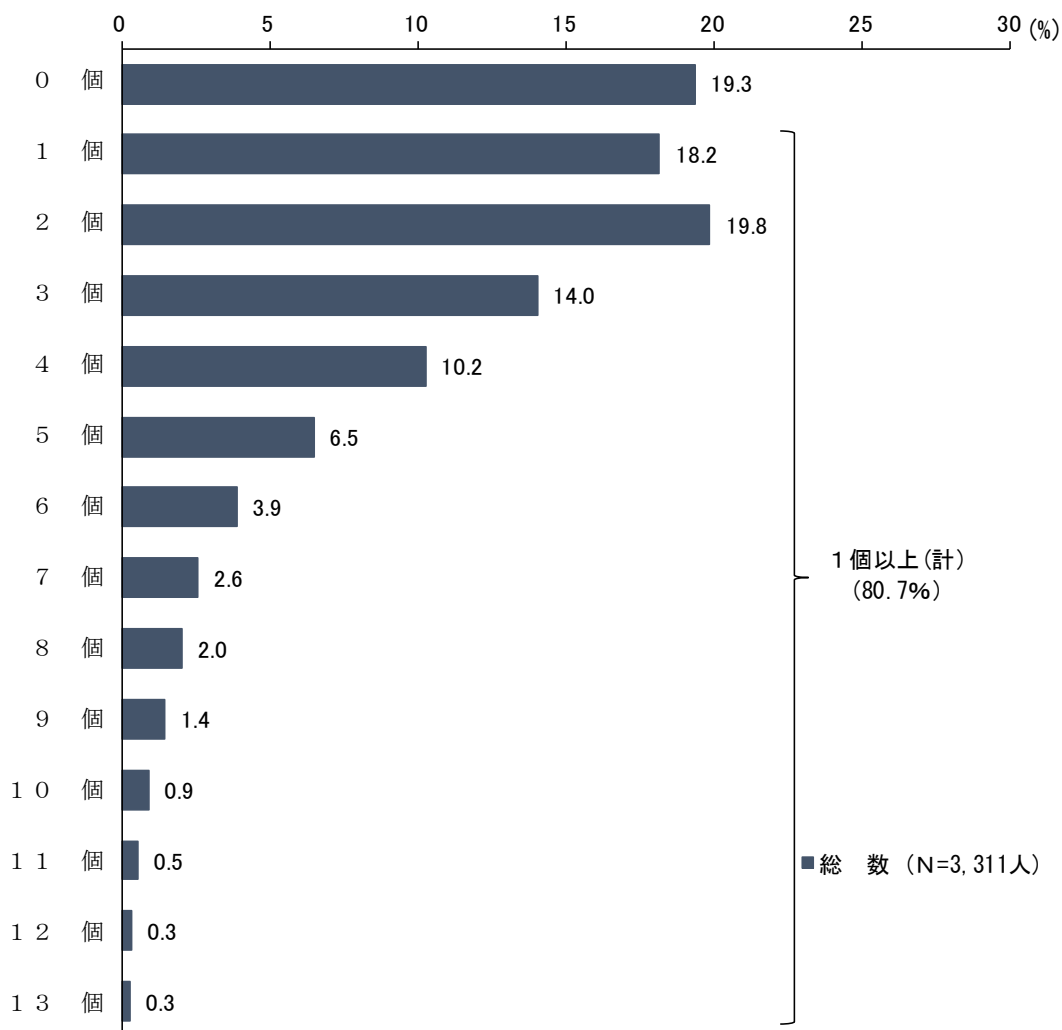
問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人 (3,311人) に、インターネットでの商品・サービスの予約や購入について、実際に経験したことを聞いたところ、「商品・サービスが期待やイメージとは異なる」の割合が52.1%と最も高く、次いで「望まない広告メールが送られてくる」(47.6%)、「サイズや数量等を間違えて注文してしまう」(31.8%)の順となっている。(複数回答、図2-4③)

図2-4③ インターネットでの予約や購入で実際に経験したこと



問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人(3,311人)に、インターネットでの商品・サービスの予約や購入で実際に経験したところについて聞いたところ、「特になし」以外を選択した人のうち、一人当たりの回答した個数をみると、「0個」の割合が19.3%で、「1個以上」は80.7%となっている。(図2-4④)

図2-4④ インターネットでの予約や購入で実際に経験したこと(個数)



(7) インターネットでの予約や購入で気を付けていること

【問 10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」をしていると回答した方にお聞きします。】

問 12 あなたは、インターネットでの商品・サービスの予約や購入で、気を付けていることはありますか。

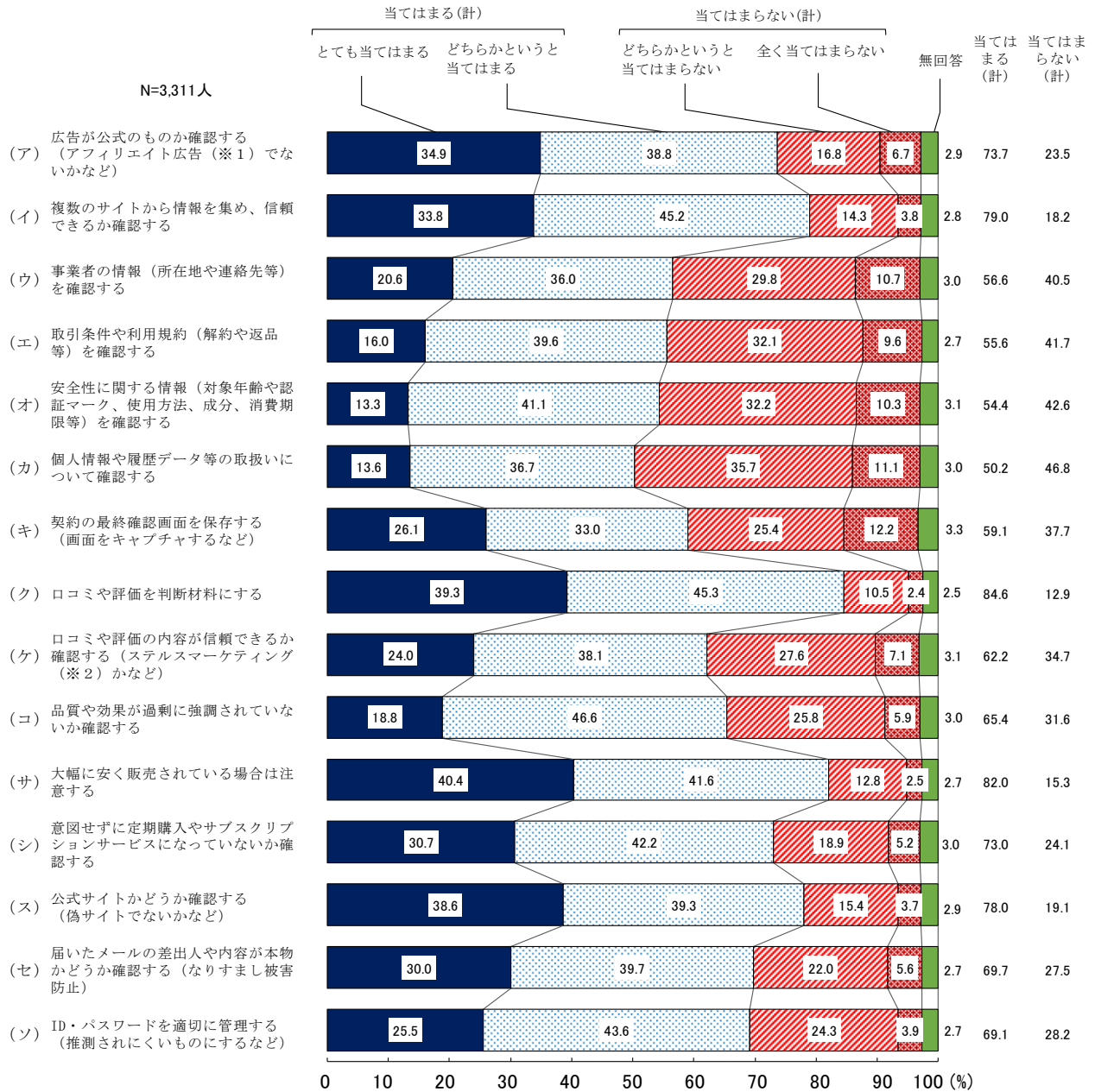
(ア) ～ (ソ) のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人(3,311人)に、インターネットでの商品・サービスの予約や購入で、気を付けていることについて聞いたところ、以下の図のような結果になった。

(ア) ～ (ソ) の15項目で、「当てはまる (『とても当てはまる』+『どちらかという当てはまる』)」の割合が高い順にみると、「口コミや評価を判断材料にする」が84.6%と最も高く、次いで「大幅に安く販売されている場合は注意する」(82.0%)、「複数のサイトから情報を集め、信頼できるか確認する」(79.0%)の順となっている。

一方、「当てはまらない (『どちらかという当てはまらない』+『全く当てはまらない』)」の割合が高い順にみると、「個人情報や履歴データ等の取扱いについて確認する」が46.8%と最も高く、次いで「安全性に関する情報(対象年齢や認証マーク、使用方法、成分、消費期限等)を確認する」(42.6%)、「取引条件や利用規約(解約や返品等)を確認する」(41.7%)の順となっている。(図2-5)

図2-5 インターネットでの予約や購入で気を付けていること



※1 アフィリエイト広告とは、アフィリエイトプログラムを利用した成果報酬型の広告のこと。サイト運営者(アフィリエイト)のウェブサイトに掲載されたバナー広告等を、サイト閲覧者がクリックしたり、広告主のサイトにアクセスして商品を購入したりすると、広告主からアフィリエイトに成功報酬が支払われる。

※2 ステルスマーケティングとは、広告主が自らの広告であることを隠したまま広告や宣伝をすること。

(8) インターネットの広告や仕組みで便利だと感じるもの

【問 10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」をしていると回答した方にお聞きします。】

問 13 インターネットでの商品・サービスの予約や購入に際して、次のような広告や仕組み、マーケティング手法等について、以下の(1)(2)のそれぞれについて、(ア)～(サ)のうち当てはまるものを全てお選びください。

(1) あなた自身にとって、便利だと感じるもの

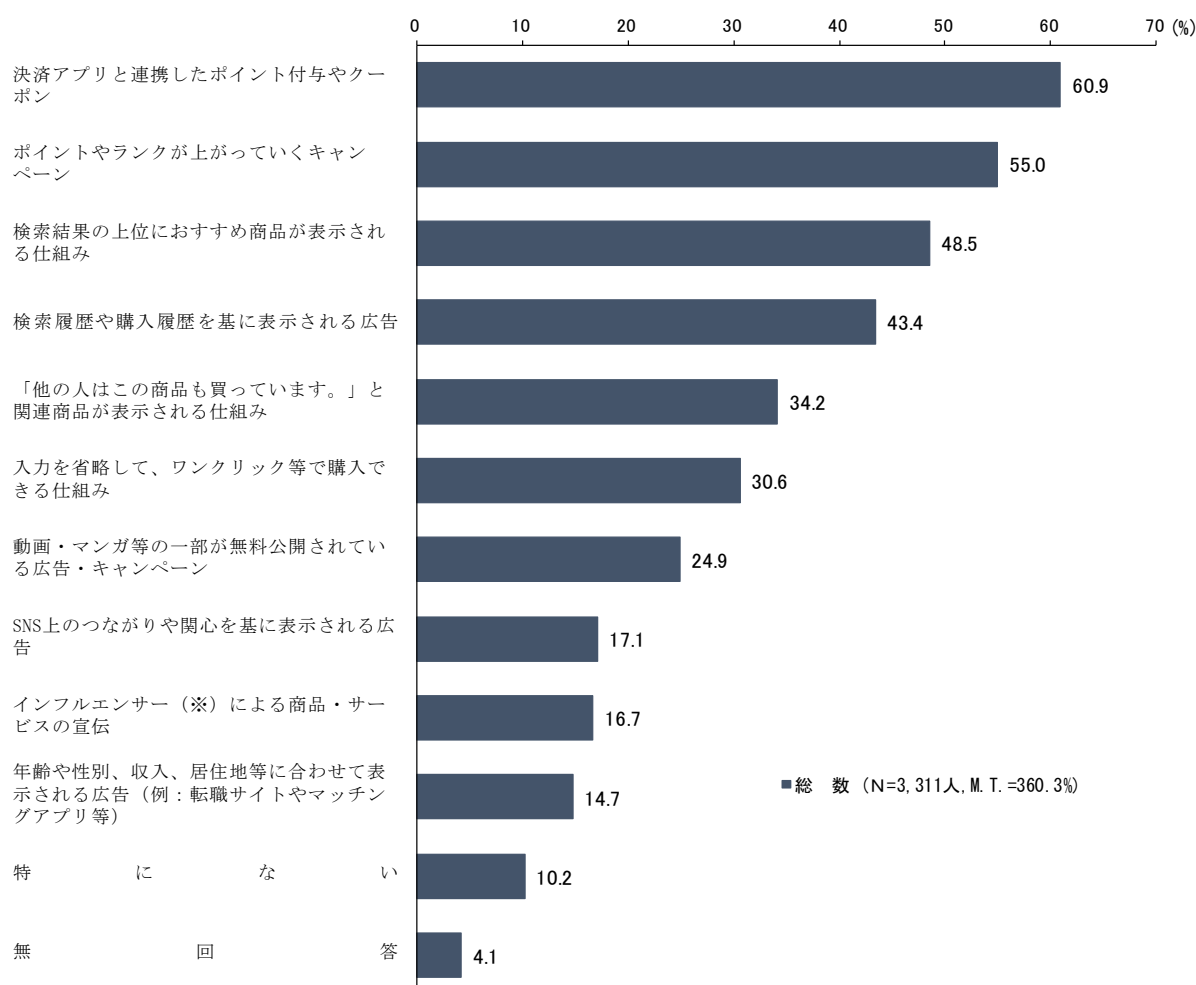
※例:欲しいものを見つけやすい、簡単に買物ができるなど

(2) あなた自身にとって、不利益が生じるおそれがあると感じるもの

※例:購買意欲があおられたり、衝動買いをしてしまったりする、
比較検討や、契約条件の確認が不十分になる、
個人情報やデータが利用されるなど

問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人(3,311人)に、インターネットの広告や仕組みで便利だと感じるものについて聞いたところ、「決済アプリと連携したポイント付与やクーポン」の割合が60.9%と最も高く、次いで「ポイントやランクが上がっていくキャンペーン」(55.0%)、「検索結果の上位におすすめ商品が表示される仕組み」(48.5%)の順となっている。(複数回答、図2-6①)

図2-6① インターネットの広告や仕組みで便利だと感じるもの



※ インフルエンサーとは、SNSでフォロワーを多数抱えているなど、主にSNSでの情報発信によって世間に対して大きな影響を与える人物の総称のこと。

(9) インターネットの広告や仕組みで不利益が生じるおそれがあると感じるもの

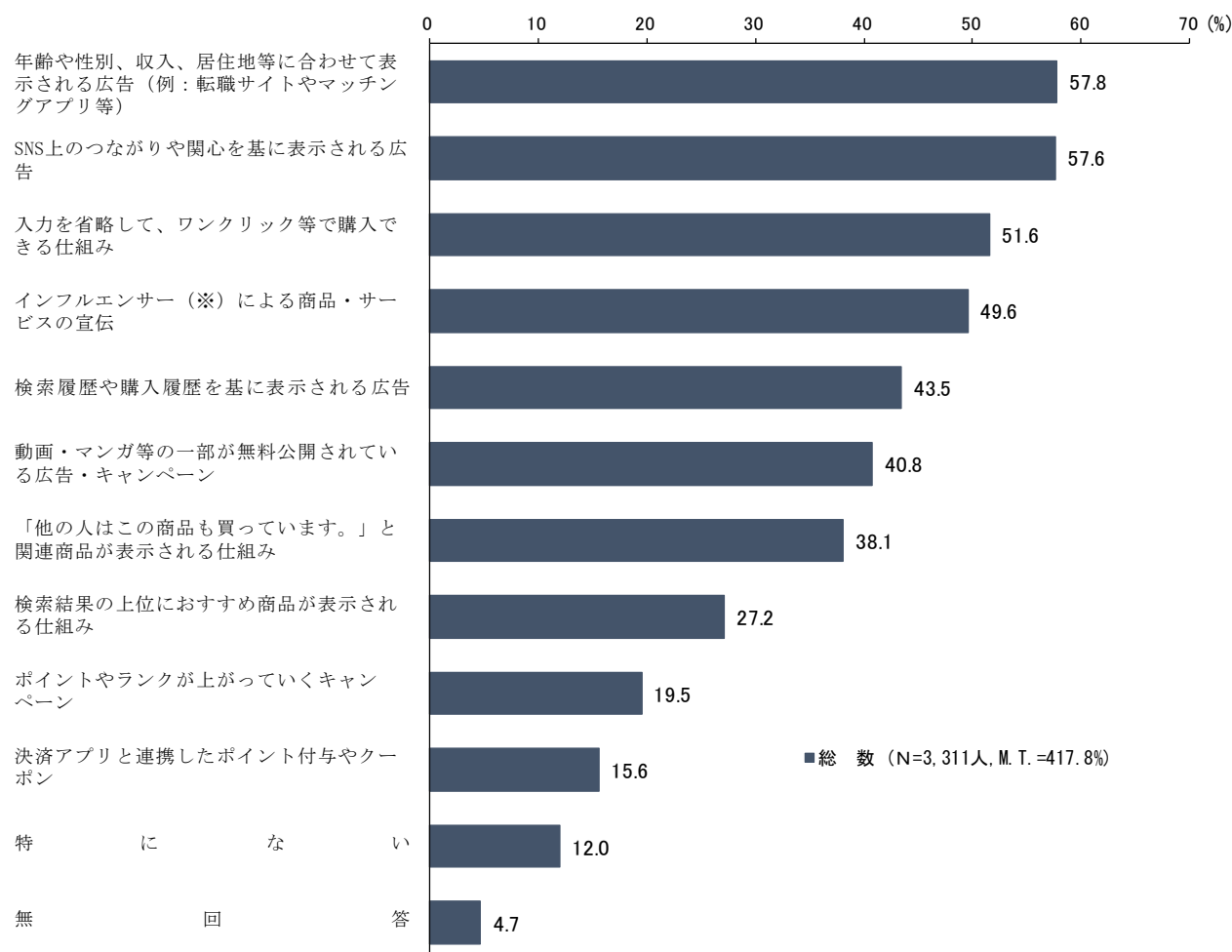
【問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」をしていると回答した方にお聞きします。】

問13 インターネットでの商品・サービスの予約や購入に際して、次のような広告や仕組み、マーケティング手法等について、以下の(1)(2)のそれぞれについて、(ア)～(サ)のうち当てはまるものを全てお選びください。

- (1) あなた自身にとって、便利だと感じるもの
 ※例:欲しいものを見つけやすい、簡単に買物ができるなど
- (2) あなた自身にとって、不利益が生じるおそれがあると感じるもの
 ※例:購買意欲がおおられたり、衝動買いをしてしまったりする、
 比較検討や、契約条件の確認が不十分になる、
 個人情報やデータが利用されるなど

問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人(3,311人)に、インターネットの広告や仕組みで不利益が生じるおそれがあると感じるものについて聞いたところ、「年齢や性別、収入、居住地等に合わせて表示される広告(例:転職サイトやマッチングアプリ等)」の割合が57.8%と最も高く、次いで「SNS上のつながりや関心を基に表示される広告」(57.6%)、「入力を省略して、ワンクリック等で購入できる仕組み」(51.6%)の順となっている。(複数回答、図2-6②)

図2-6② インターネットの広告や仕組みで不利益が生じるおそれがあると感じるもの



※ インフルエンサーとは、SNSでフォロワーを多数抱えているなど、主にSNSでの情報発信によって世間に対して大きな影響を与える人物の総称のこと。

(10) インターネットでの予約や購入で実際に目にしたり経験したもの

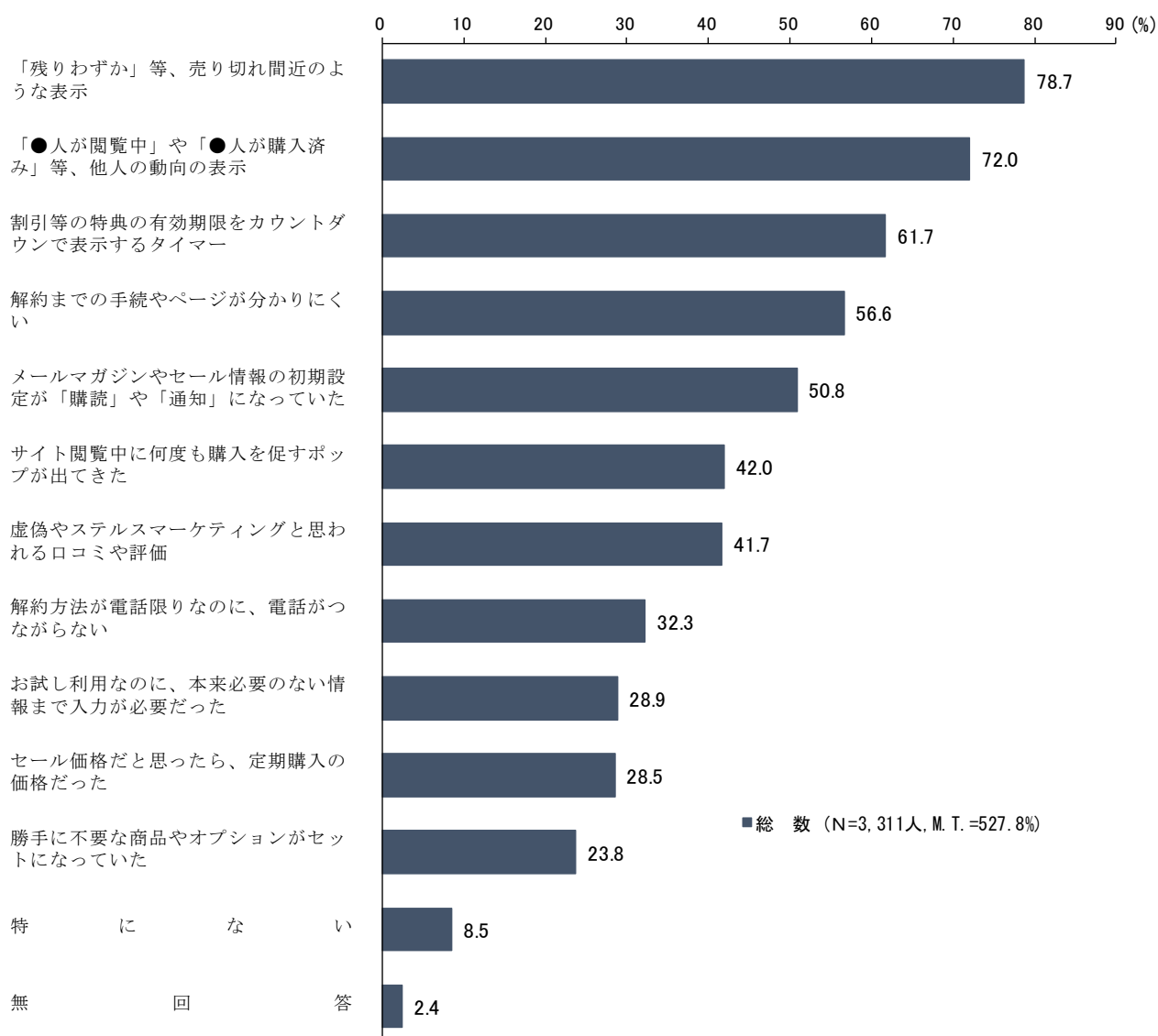
【問 10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」をしていると回答した方にお聞きします。】

問 14 以下の (1) (2) のそれぞれについて、(ア)～(シ)のうち当てはまるものを全てお選びください。

- (1) あなたが、インターネットでの商品・サービスの予約や購入において、
これまでに実際に目にしたり、経験したりしたもの
- (2) (1)で選んだもののうち、実際に商品・サービスの予約や購入、
会員登録等につながったり、困ったりしたもの

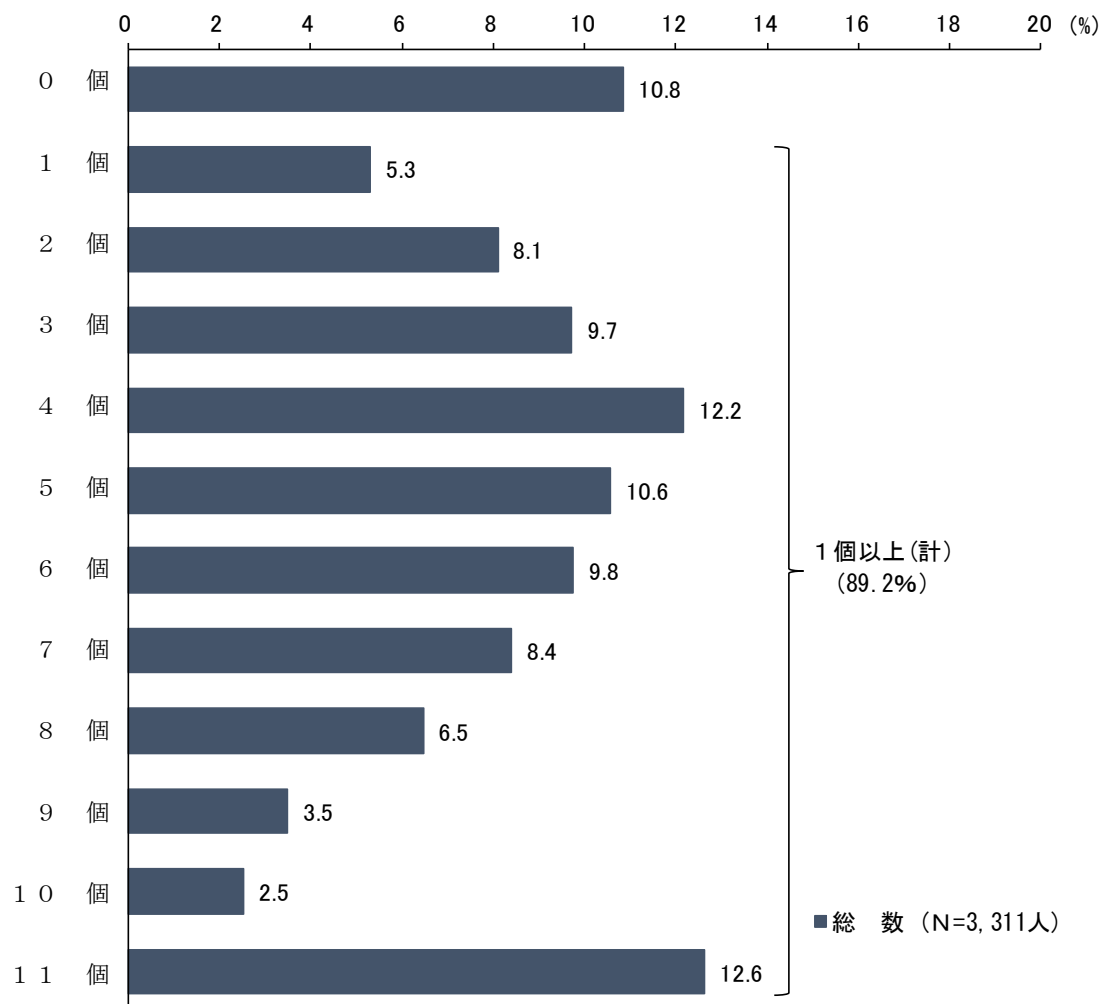
問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人 (3,311人) に、インターネットでの商品・サービスの予約や購入において、これまでに実際に目にしたり、経験したりしたものを聞いたところ、「『残りわずか』等、売り切れ間近のような表示」の割合が78.7%と最も高く、次いで「『●人が閲覧中』や『●人が購入済み』等、他人の動向の表示」(72.0%)、「割引等の特典の有効期限をカウントダウンで表示するタイマー」(61.7%)の順となっている。(複数回答、図2-7①)

図2-7① インターネットでの予約や購入で実際に目にしたり経験したもの



問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人(3,311人)に、インターネットでの商品・サービスの予約や購入において、これまでに実際に目にしたり、経験したりしたものについて聞いたところ、「特になし」以外を選択した人のうち、一人当たりの回答した個数をみると、「11個」が12.6%で、「1個以上」は89.2%となっている。(図2-7②)

図2-7② インターネットでの予約や購入で実際に目にしたり経験したもの(個数)



(11) インターネットで予約や購入等につながったり、困ったりしたもの

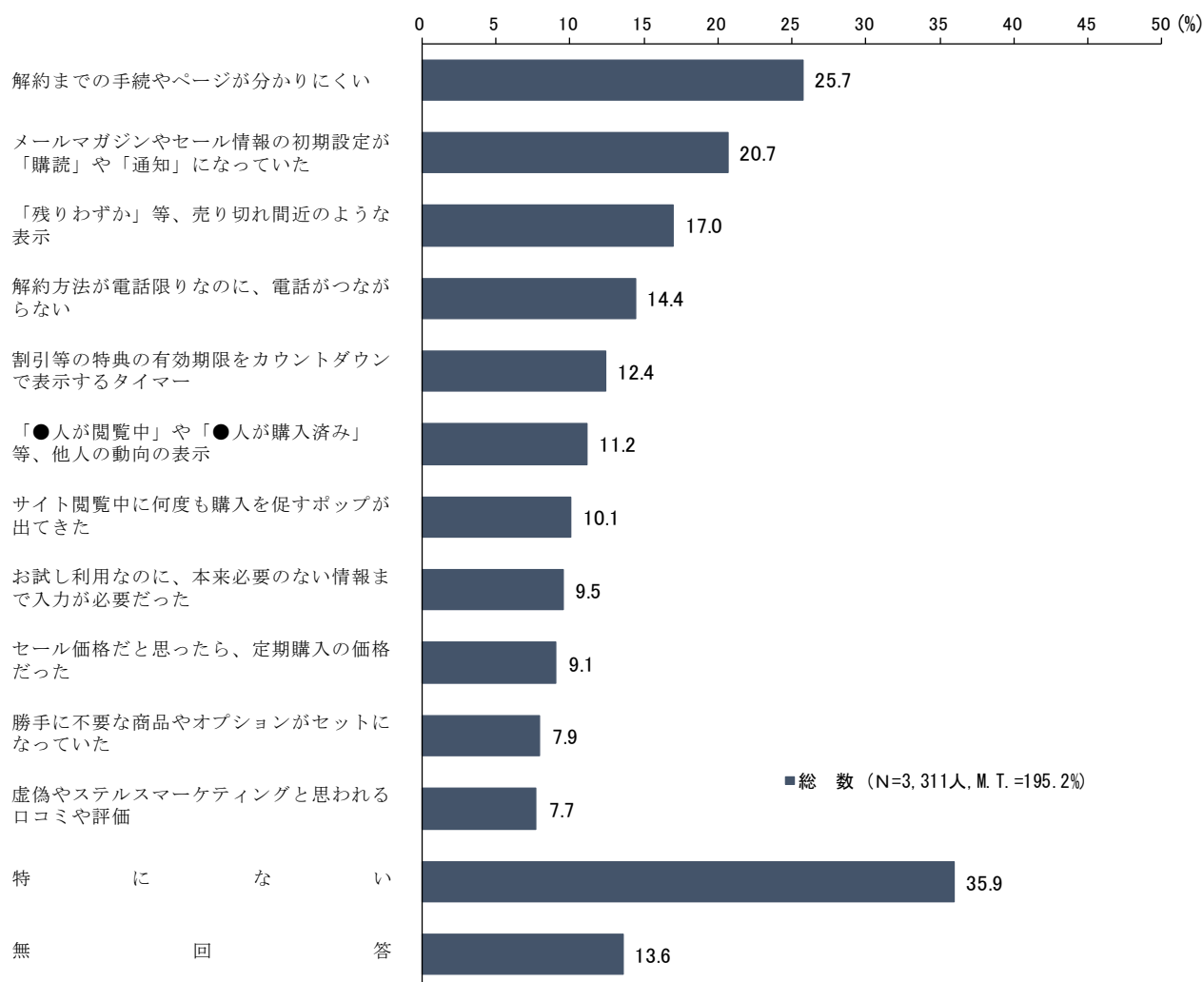
【問 10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」をしていると回答した方にお聞きします。】

問 14 以下の (1) (2) のそれぞれについて、(ア)～(シ)のうち当てはまるものを全てお選びください。

- (1) あなたが、インターネットでの商品・サービスの予約や購入において、
これまでに実際に目にしたり、経験したりしたもの
- (2) (1)で選んだもののうち、実際に商品・サービスの予約や購入、
会員登録等につながったり、困ったりしたもの

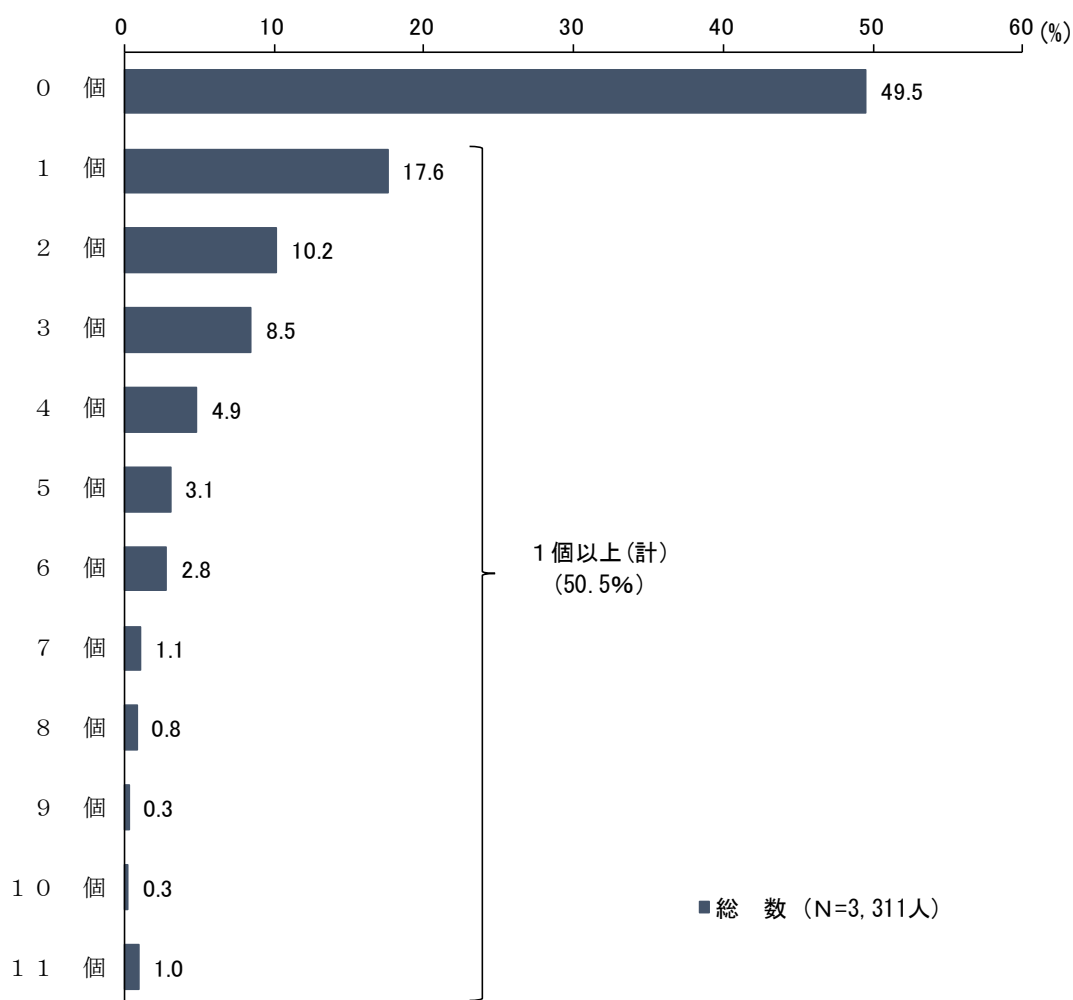
問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人 (3,311人) に、インターネットでの商品・サービスの予約や購入において、実際に商品・サービスの予約や購入、会員登録等につながったり、困ったりしたものを聞いたところ、「特にない」(35.9%)を除くと、「解約までの手続やページが分かりにくい」の割合が25.7%と最も高く、次いで「メールマガジンやセール情報の初期設定が『購読』や『通知』になっていた」(20.7%)、「『残りわずか』等、売り切れ間近のような表示」(17.0%)の順となっている。(複数回答、図2-7③)

図2-7③ インターネットで予約や購入等につながったり、困ったりしたもの



問10(1)で「1. 商品・サービスの予約や購入」と回答した人(3,311人)に、インターネットでの商品・サービスの予約や購入において、実際に商品・サービスの予約や購入、会員登録等につながったり、困ったりしたものについて聞いたところ、「特にない」以外を選択した人のうち、一人当たりの回答した個数をみると、「0個」の割合が49.5%で、「1個」が17.6%、「1個以上」は50.5%となっている。(図2-7④)

図2-7④ インターネットで予約や購入等につながったり、困ったりしたもの(個数)



3 「消費者事故・トラブル」について

(1) トラブルや被害に^あ遭う不安の程度

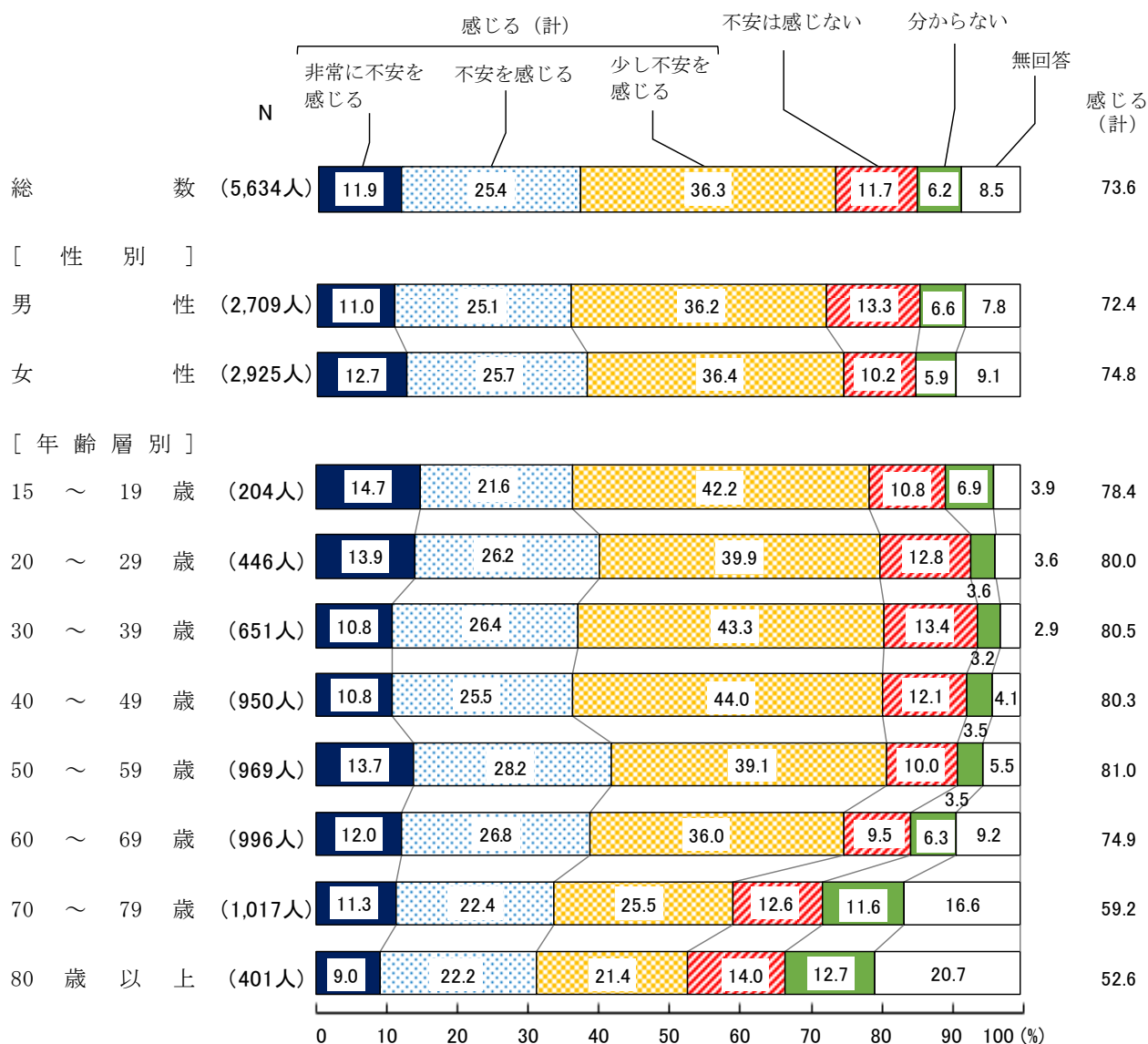
問 15(1) あなたは、商品の購入やサービスの提供に伴う契約で、トラブルや被害に^あ遭うおそれについて、どの程度不安を感じていますか。
 当てはまるものを1つお選びください。

トラブルや被害に^あ遭う不安の程度について聞いたところ、「不安を感じる（『非常に不安を感じる』+『不安を感じる』+『少し不安を感じる』）の割合は73.6%となっている。一方、「不安は感じない」の割合は11.7%となっている。

性別にみると、「不安を感じる」の割合は「男性」（72.4%）と「女性」（74.8%）で大きな差異はみられない。

年齢層別にみると、「不安を感じる」の割合は「50～59歳」（81.0%）が最も高く、次いで「30～39歳」（80.5%）が高くなっている。一方、「80歳以上」（52.6%）が最も低くなっている。（図3-1①）

図3-1① トラブルや被害に^あ遭う不安の程度



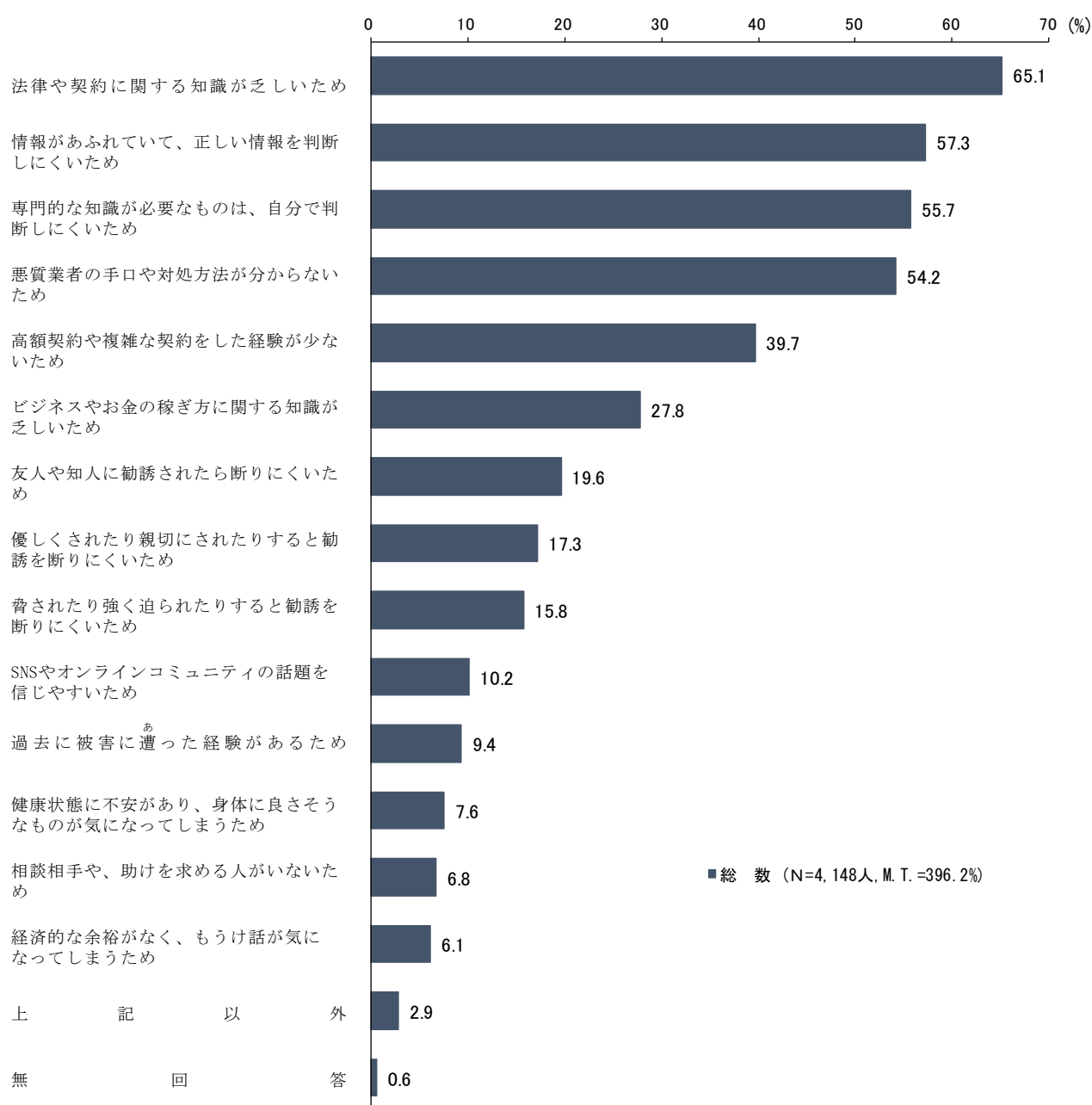
(2) トラブルや被害に^あ遭う不安を感じる理由

【問 15(1)で「1」～「3」と回答された方にお聞きします。】

問 15(2) あなたが不安を感じる理由は何ですか。当てはまるものを全てお選びください。

問15(1)で「不安を感じる（『非常に不安を感じる』+『不安を感じる』+『少し不安を感じる』）と回答した人（4,148人）に、トラブルや被害に^あ遭う不安を感じる理由について聞いたところ、「法律や契約に関する知識が乏しいため」の割合が65.1%と最も高く、次いで「情報があふれていて、正しい情報を判断しにくいため」（57.3%）、「専門的な知識が必要なものは、自分で判断しにくいため」（55.7%）の順となっている。（複数回答、図3-1②）

図3-1② トラブルや被害に^あ遭う不安を感じる理由



(3) トラブルの対処法

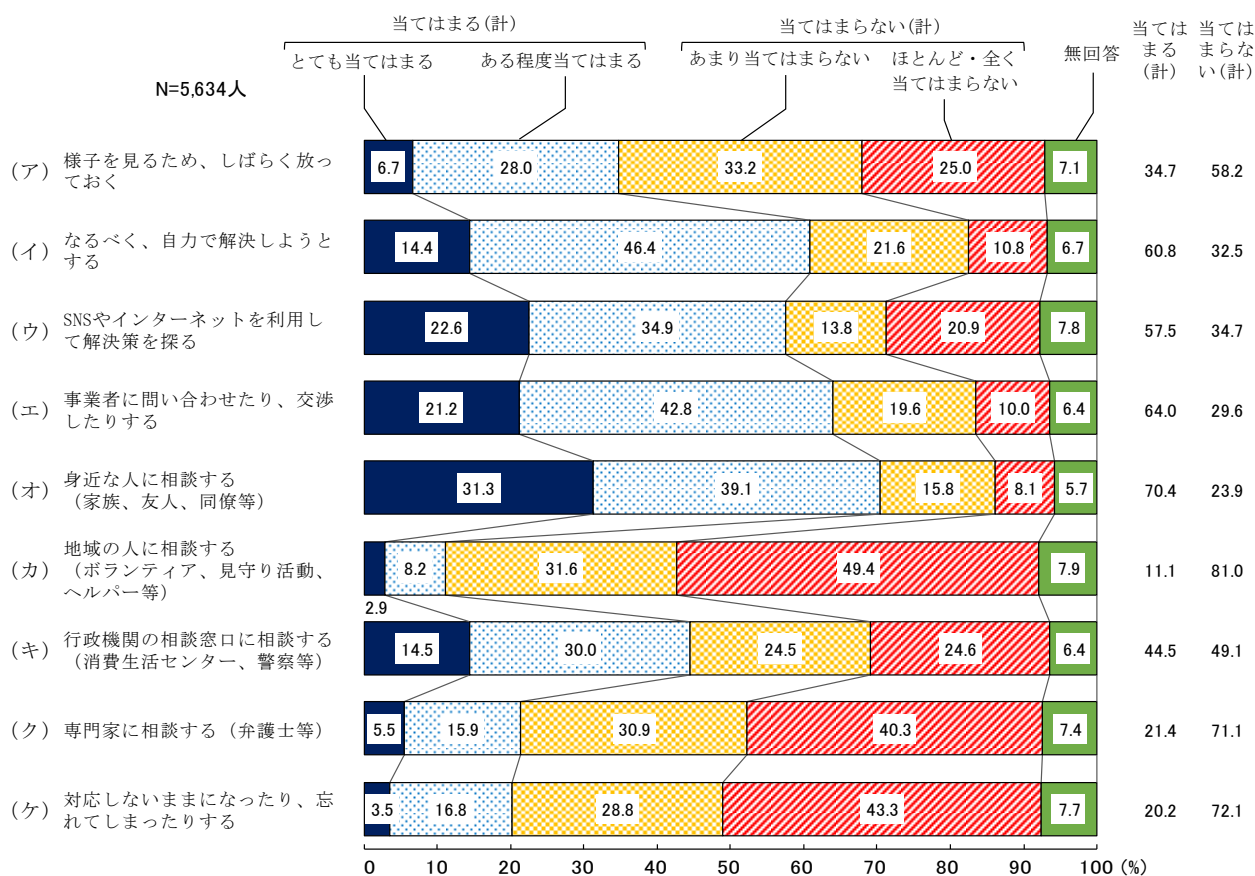
問 16 あなたは、商品・サービスの購入に関して、困ったことや、トラブルにあった際に、どのように対処しますか。
 (ア) ~ (ケ) のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

インターネットでの商品・サービスの購入で、困ったことや、トラブルにあった際に、どのように対処するか聞いたところ、以下の図のような結果になった。

(ア) ~ (ケ) の9項目で、「当てはまる (『とても当てはまる』 + 『ある程度当てはまる』)」の割合が高い順にみると、「身近な人に相談する (家族、友人、同僚等)」が70.4%と最も高く、次いで「事業者にお問い合わせたり、交渉したりする」(64.0%)、「なるべく、自力で解決しようとする」(60.8%)の順となっている。

一方、「当てはまらない (『あまり当てはまらない』 + 『ほとんど・全く当てはまらない』)」の割合が高い順にみると、「地域の人に相談する (ボランティア、見守り活動、ヘルパー等)」が81.0%と最も高く、次いで「対応しないままになったり、忘れてしまったりする」(72.1%)、「専門家に相談する (弁護士等)」(71.1%)の順となっている。(図3-2)

図3-2 トラブルの対処法



(4) 悪質商法や詐欺に関する情報源

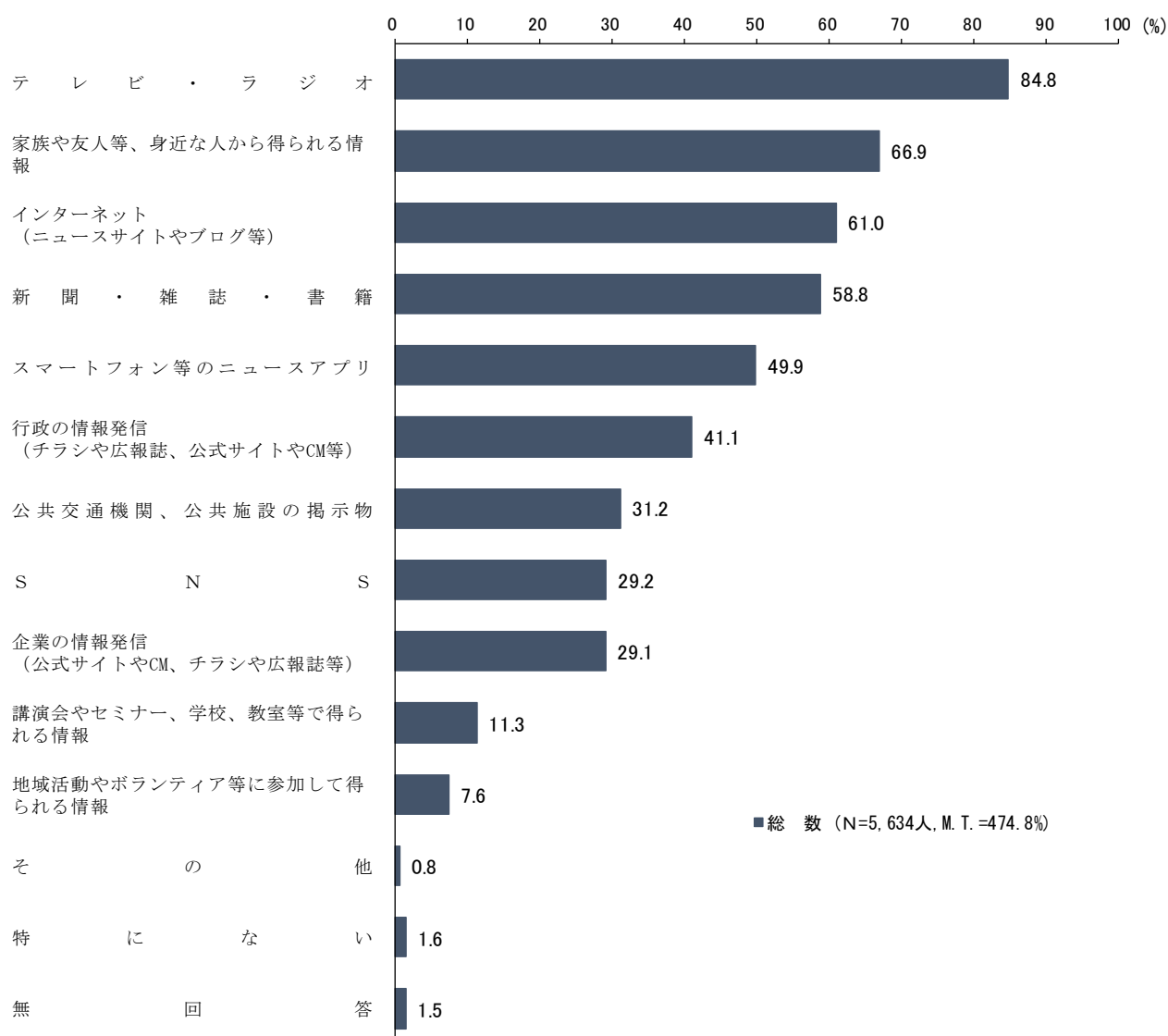
問 17 あなたは、商品の安全や事故防止、悪質商法や詐欺に関する情報を、どこから（何から）入手又は見聞きしていますか。
 以下の(1)(2)のそれぞれについて、(ア)～(ス)のうち当てはまるものをお選びください。

(1) 情報を入手又は見聞きするものとして、当てはまるものを全てお選びください。
 (2) (1)で選んだもののうち、最も信頼しているものを1つだけお選びください。

※例えば、最も信頼しているものが「SNS で入手している行政の情報発信」の場合、信頼している理由が SNS で入手していることであれば「(カ) SNS」を、行政の情報発信であることであれば「(コ) 行政の情報発信」を、お選びください。

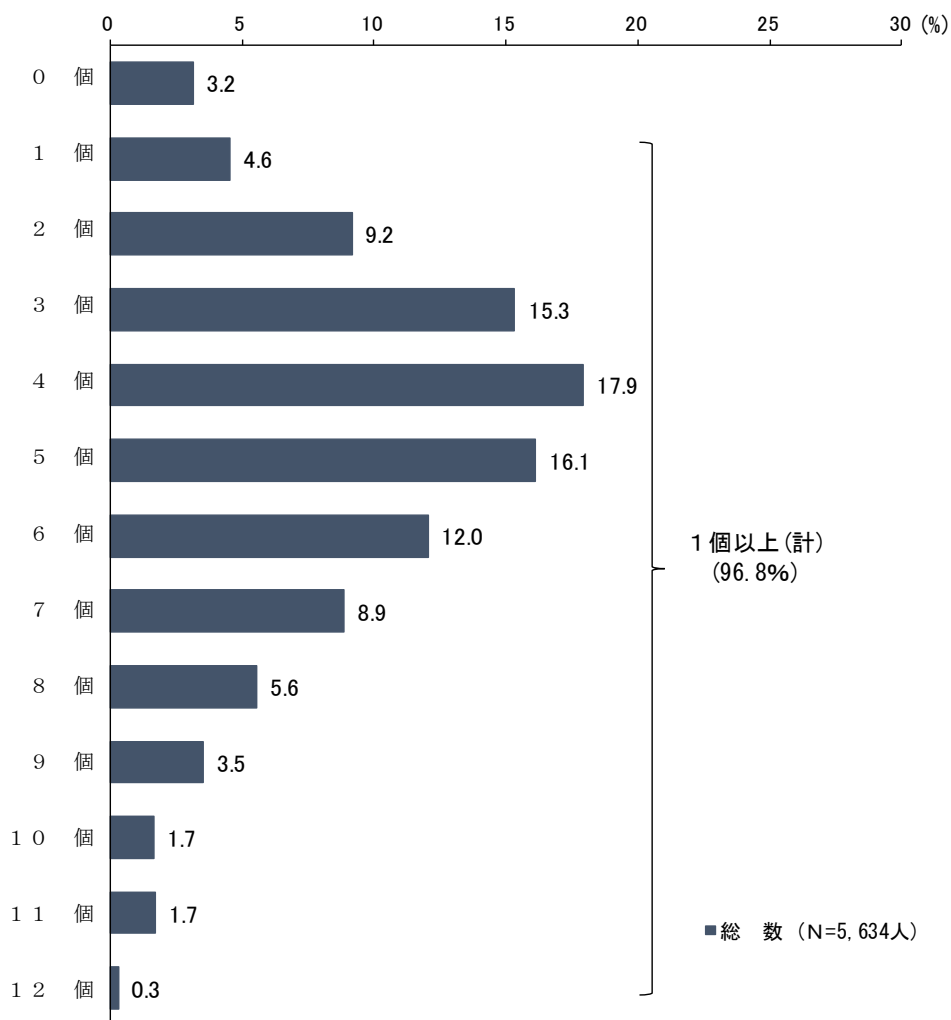
商品の安全や事故防止、悪質商法や詐欺に関する情報を、どこから（何から）入手又は見聞きしているかを聞いたところ、「テレビ・ラジオ」の割合が84.8%と最も高く、次いで「家族や友人等、身近な人から得られる情報」(66.9%)、「インターネット（ニュースサイトやブログ等）」(61.0%)の順となっている。(複数回答、図3-3①)

図3-3① 悪質商法や詐欺に関する情報源



商品の安全や事故防止、悪質商法や詐欺に関する情報を、どこから（何から）入手又は見聞きしているかについて、「特にない」以外を選択した人のうち、一人当たりの回答した個数をみると、「4個」が17.9%と最も高く、「1個以上」は96.8%となっている。（図3-3②）

図3-3② 悪質商法や詐欺に関する情報源（個数）



(5) 悪質商法や詐欺に関する最も信頼している情報源

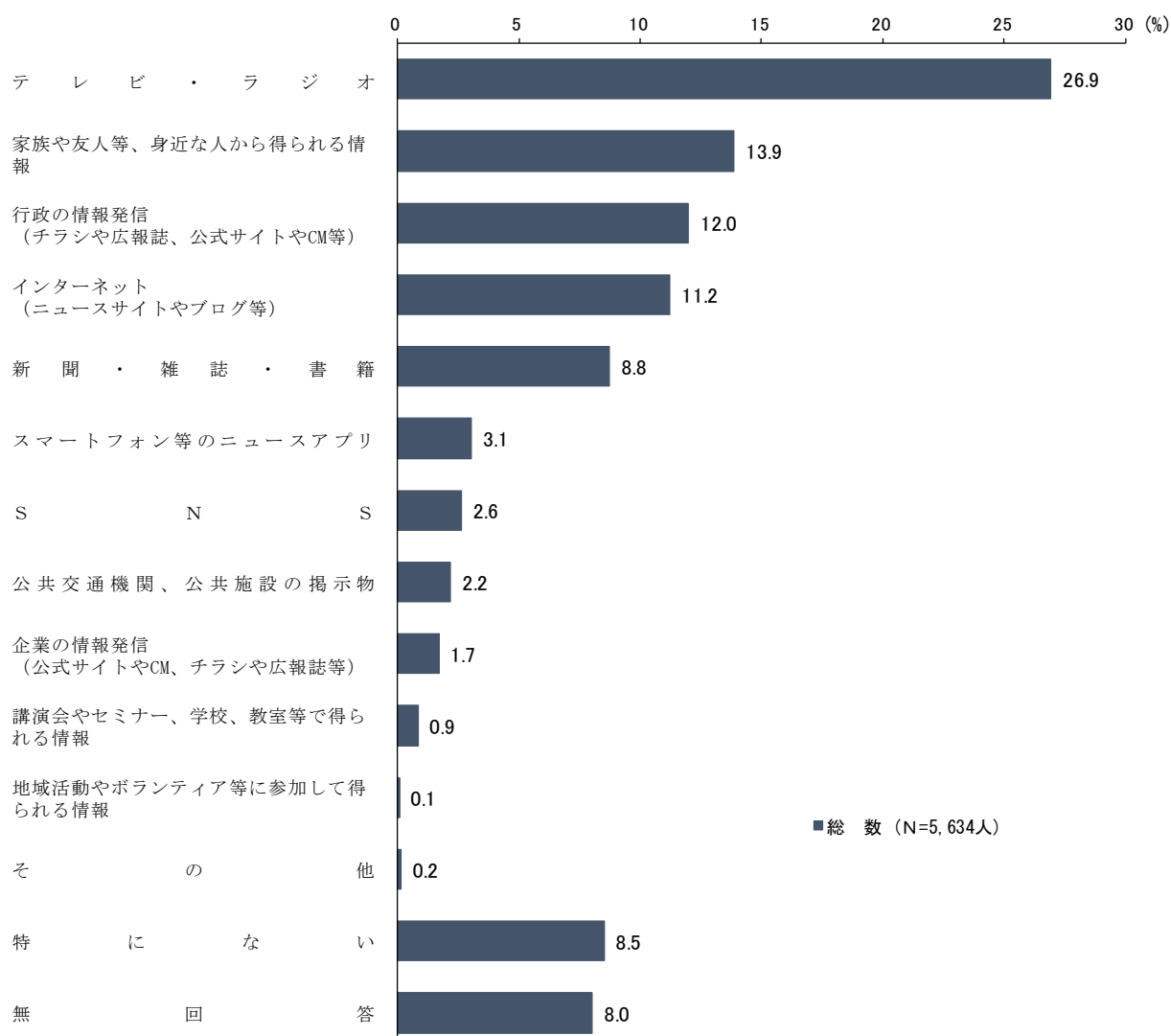
問 17 あなたは、商品の安全や事故防止、悪質商法や詐欺に関する情報を、どこから（何から）入手又は見聞きしていますか。
 以下の(1)(2)のそれぞれについて、(ア)～(ス)のうち当てはまるものをお選びください。

(1) 情報入手又は見聞きするものとして、当てはまるものを全てお選びください。
 (2) (1)で選んだもののうち、最も信頼しているものを1つだけお選びください。

※例えば、最も信頼しているものが「SNS で入手している行政の情報発信」の場合、信頼している理由が SNS で入手していることであれば「(カ) SNS」を、行政の情報発信であることであれば「(コ) 行政の情報発信」を、お選びください。

商品の安全や事故防止、悪質商法や詐欺に関する情報を入手又は見聞きしているもののうち、最も信頼しているものを聞いたところ、「テレビ・ラジオ」の割合が26.9%と最も高く、次いで「家族や友人等、身近な人から得られる情報」(13.9%)、「行政の情報発信(チラシや広報誌、公式サイトやCM等)」(12.0%)の順となっている。(図3-3③)

図3-3③ 悪質商法や詐欺に関する最も信頼している情報源



(6) 購入商品や利用サービスでの消費者被害の経験

問 18 あなたがこの1年間に購入した商品、利用したサービスについて、以下に当てはまる経験をしたことはありますか。

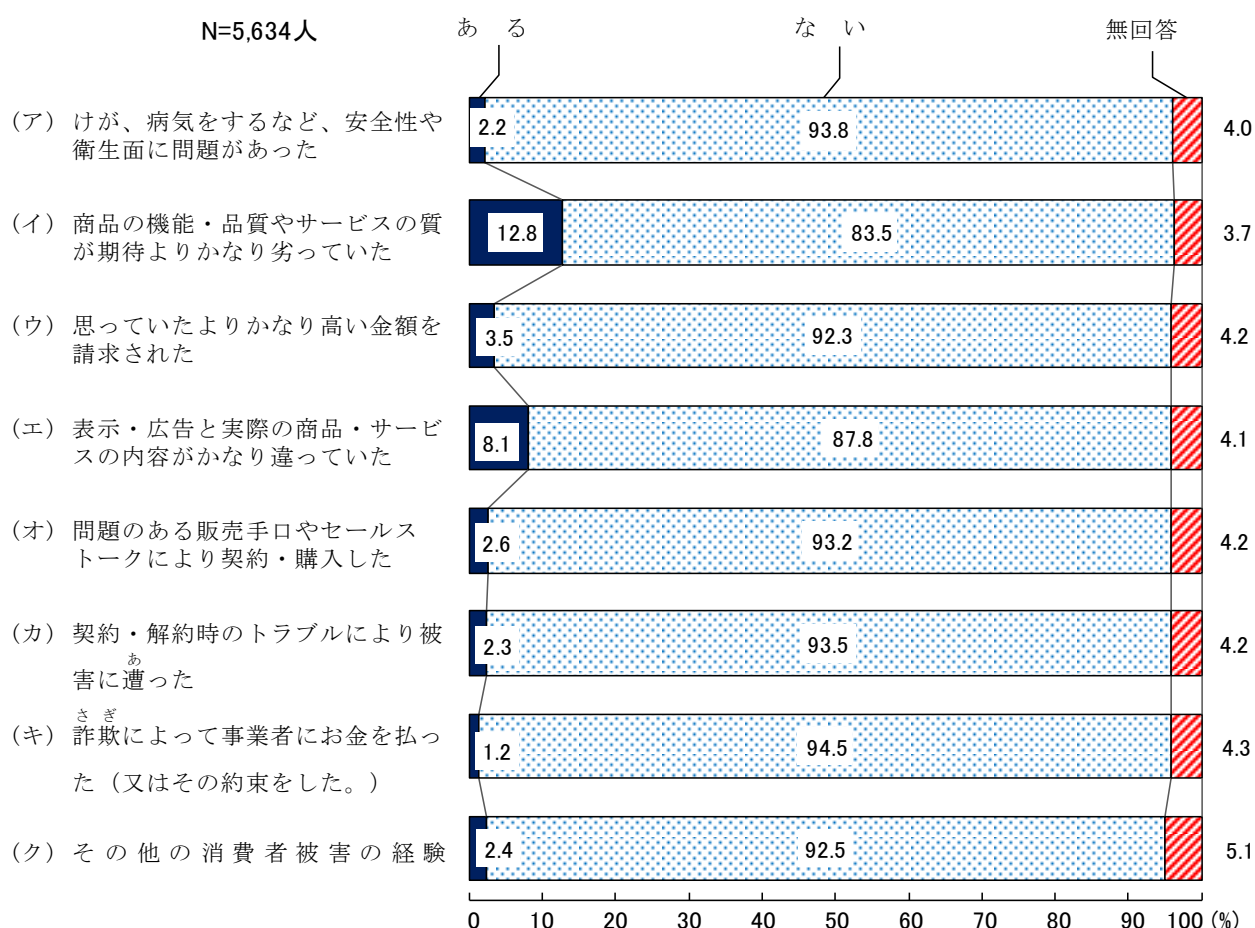
(ア)～(ク)のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

※ あなたが購入した商品、利用したサービスが原因で、家族・知人等が被害を受けた場合を含みます。

この1年間に、自分自身が購入した商品、利用したサービスについて、(ア)～(ク)の8項目の消費者被害に当たる経験をしたことがあるか聞いたところ、以下の図のような結果になった。

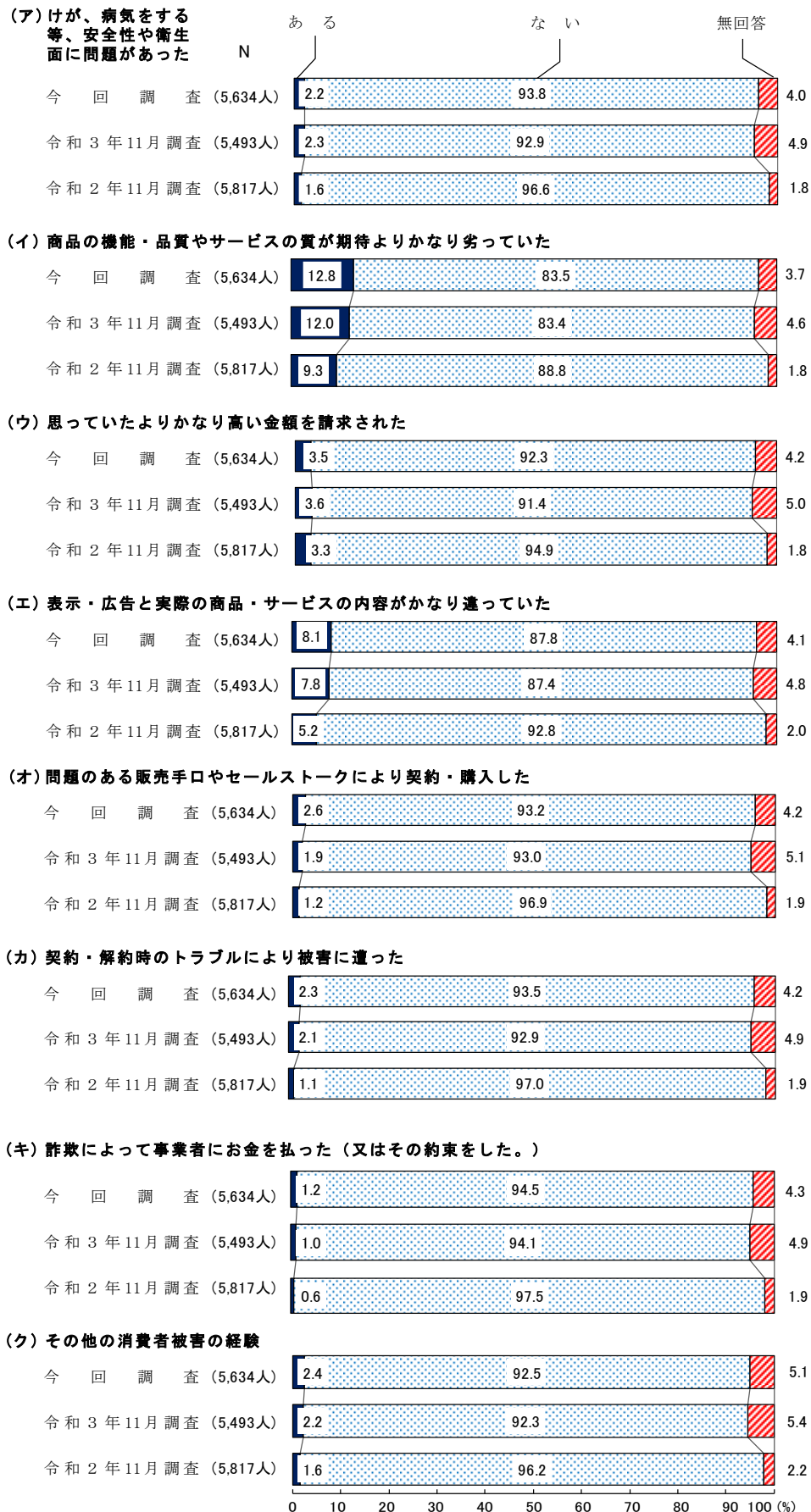
(ア)～(ク)の8項目で、「ある」の割合が高い順にみると、「商品の機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた」が12.8%と最も高く、次いで「表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた」(8.1%)、「思っていたよりかなり高い金額を請求された」(3.5%)の順となっている。他の5項目はいずれも3%未満となっている。(図3-5①)

図3-5① 購入商品や利用サービスでの消費者被害の経験



前回の調査結果と比較して、「ある」の割合は「商品の機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた」（12.0%→12.8%）が0.8ポイント増加している。（図3-5②）

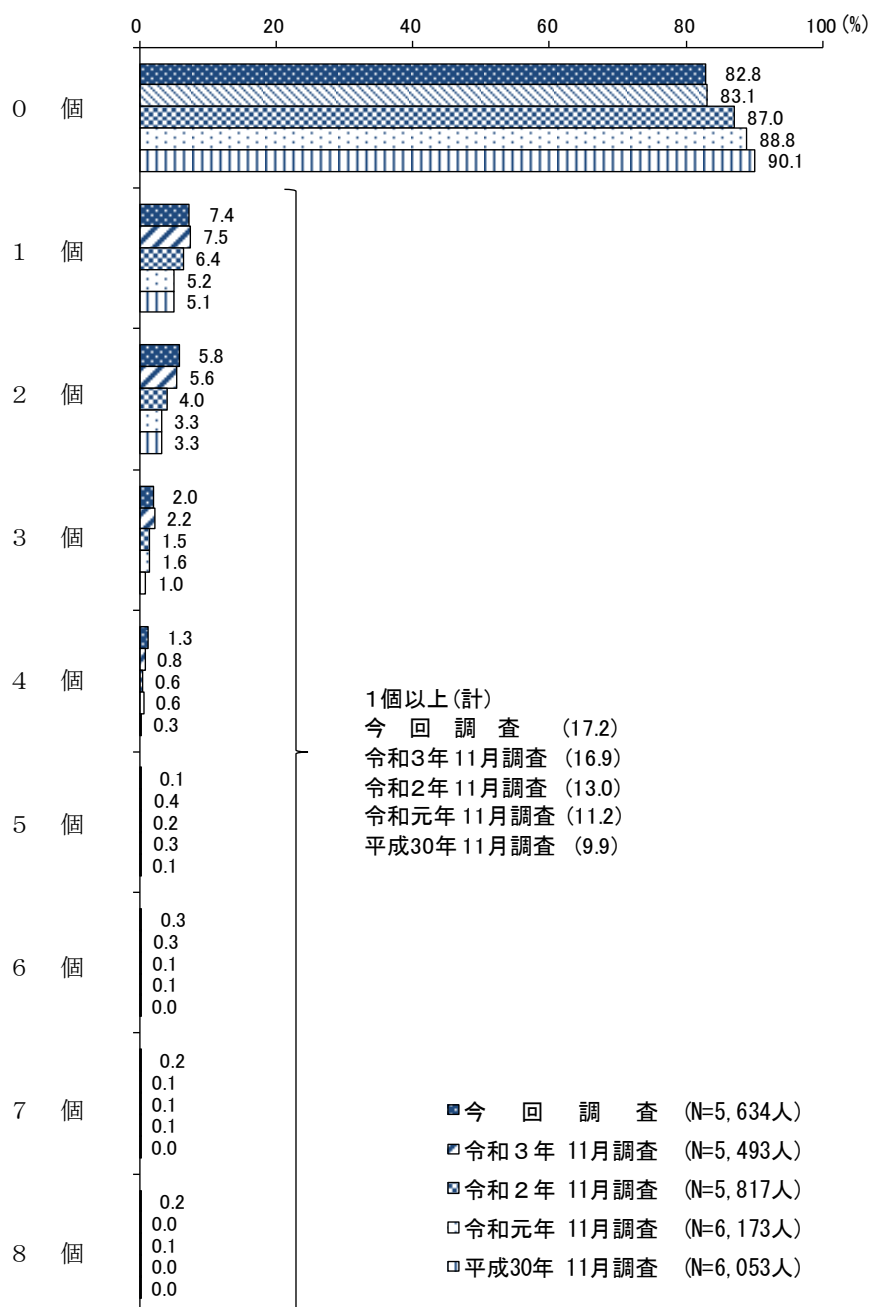
図3-5② 購入商品や利用サービスでの消費者被害の経験（時系列）



この1年間に、自分自身が購入した商品、利用したサービスについて、(ア)～(ク)の8項目の消費者被害に当たる経験をしたことがあるかという質問に対して、一人当たりの「ある」と回答した個数をみると、「0個」の割合が82.8%、「1個」が7.4%、「2個」が5.8%で、「1個以上」は17.2%となっている。

前回の調査結果と比較して、「1個以上」の割合は0.3ポイント増加している。(図3-5③)

図3-5③ 購入商品や利用サービスでの消費者被害の経験(個数)



(7) 被害事例数

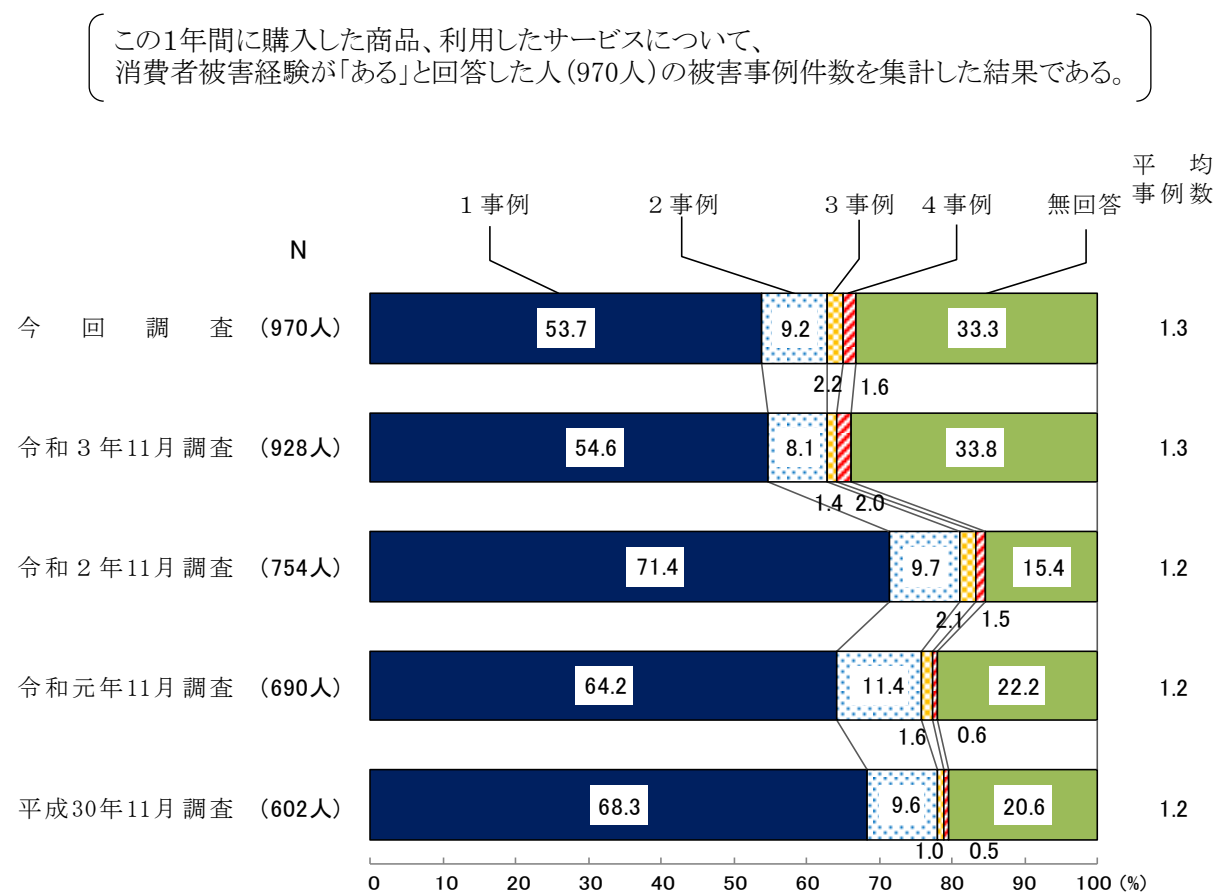
問 19 問 18 で「1. ある」とお答えいただいたこの1年間での経験について、以下の記入欄に御回答ください。

記入欄は A～Dの4つ用意していますので、最大4事例について御記入いただけます(事例がない場合は空欄としてください。)。【別紙】の記入例を参考に御記入ください。

この1年間に、自分自身が購入した商品、利用したサービスについて、消費者被害に当たる経験をしたことがあると回答した人(970人)に、その被害事例数を聞いたところ、1事例の割合が53.7%、2事例の割合が9.2%、3事例の割合が2.2%、4事例の割合が1.6%で、平均事例数は1.3事例となっている。

過去の調査結果と比較すると、以下の図のような結果になった。(図3-6)

図3-6 被害事例数



(8) 被害を受けた商品・サービス

問 19 問 18 で「1. ある」とお答えいただいた経験についてお聞きます。

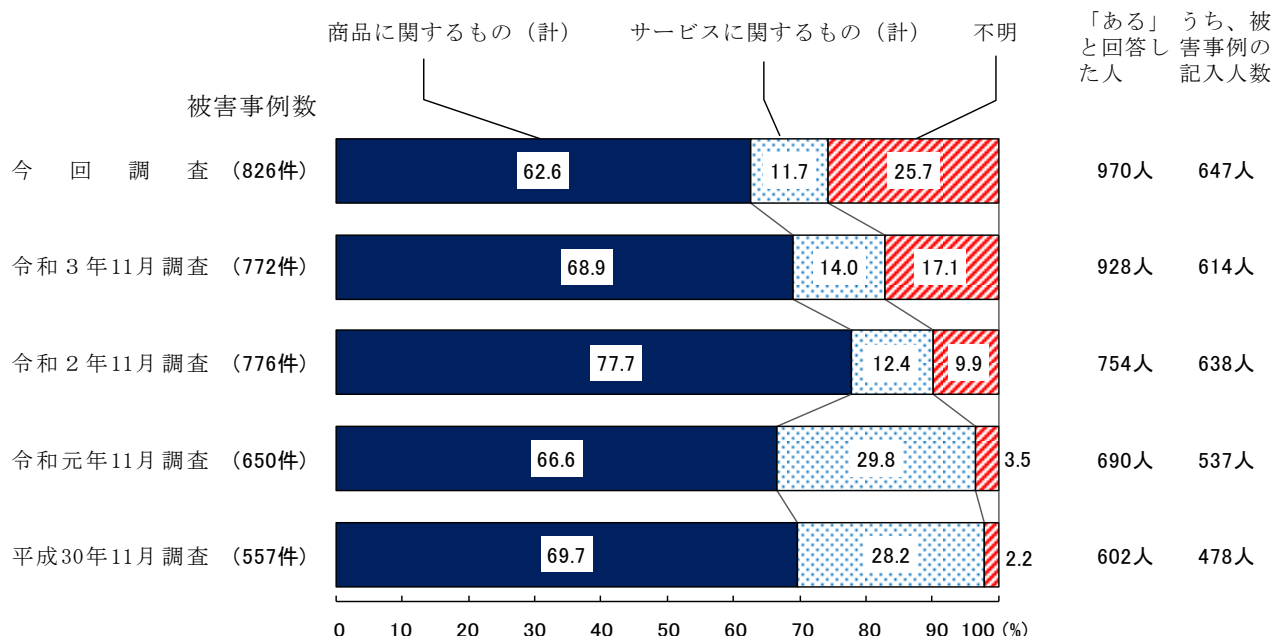
① 商品・サービスの名称

消費者被害に当たる経験をしたことがあると回答した人(970人)に、その被害事例を聞いたところ、回答者数は647人、被害事例数は826件であった。その件を商品・サービス別に分けたところ、「商品に関するもの」の割合が62.6%、「サービスに関するもの」の割合が11.7%となっている。

前回の調査結果と比較して、「商品に関するもの」(68.9%→62.6%)が6.3ポイント減少している。(図3-7①)

図3-7① 被害を受けた商品・サービス (商品・サービス別)

この1年間に購入した商品、利用したサービスについて、消費者被害経験が「ある」と回答した人(970人)のうち、647人が記入した826件の被害事例件数を集計した結果である。

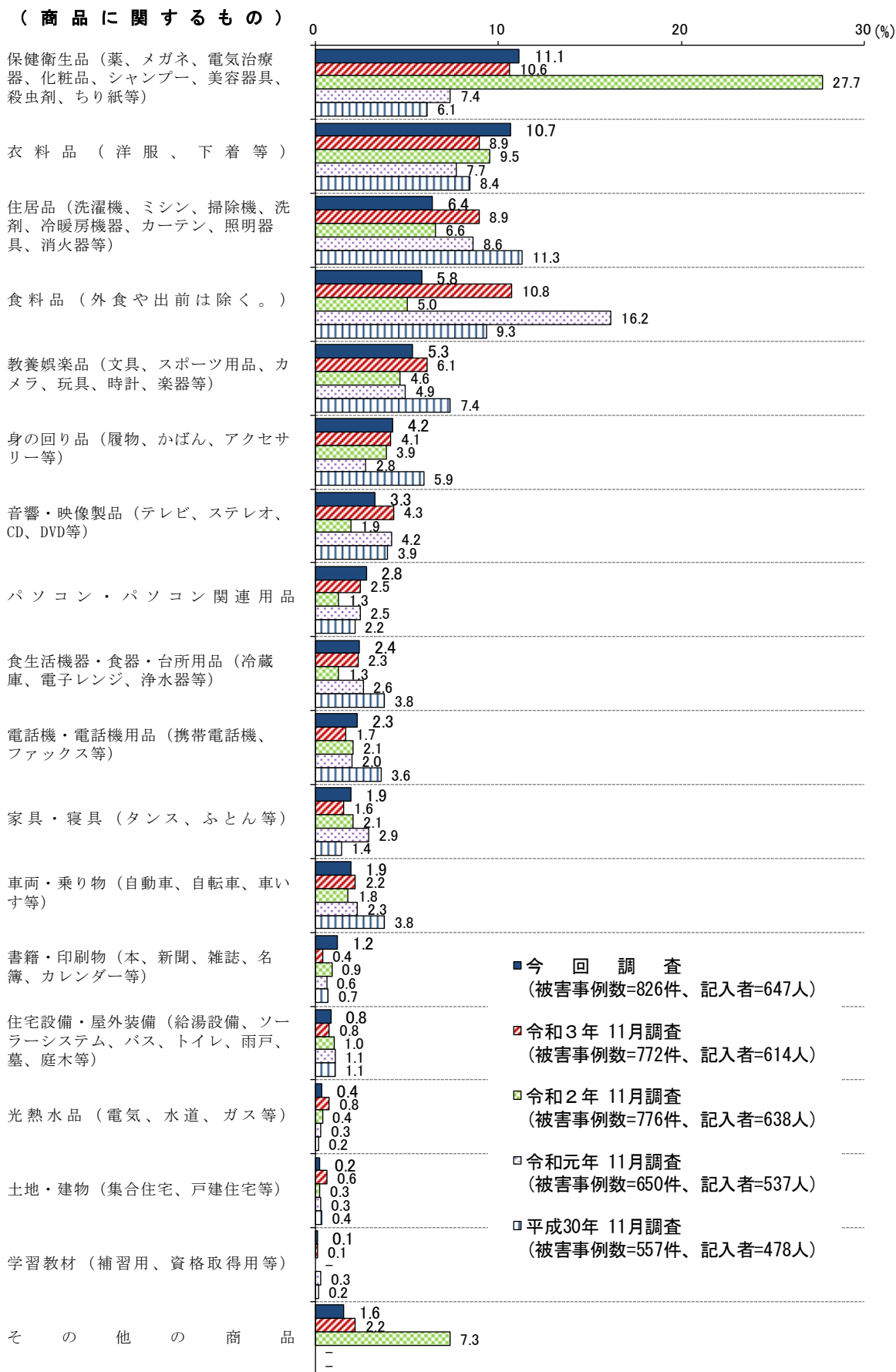


被害事例数826件のうち「商品に関するもの」の品目を割合が高い順にみると、「保健衛生品(薬、メガネ、電気治療器、化粧品、シャンプー、美容器具、殺虫剤、ちり紙等)」が11.1%と最も高く、次いで「衣料品(洋服、下着等)」(10.7%)、「住居品(洗濯機、ミシン、掃除機、洗剤、冷暖房機器、カーテン、照明器具、消火器等)」(6.4%)の順となっている。

前回の調査結果と比較して、「食料品(外食や出前は除く。)」(10.8%→5.8%)が5ポイント減少している。(図3-7②)

図3-7② 被害を受けた商品・サービス（商品に関するもの・品目別）

この1年間に購入した商品、利用したサービスについて、消費者被害経験が「ある」と回答した人(970人)のうち、647人が記入した826件の被害事例件数を集計した結果である。

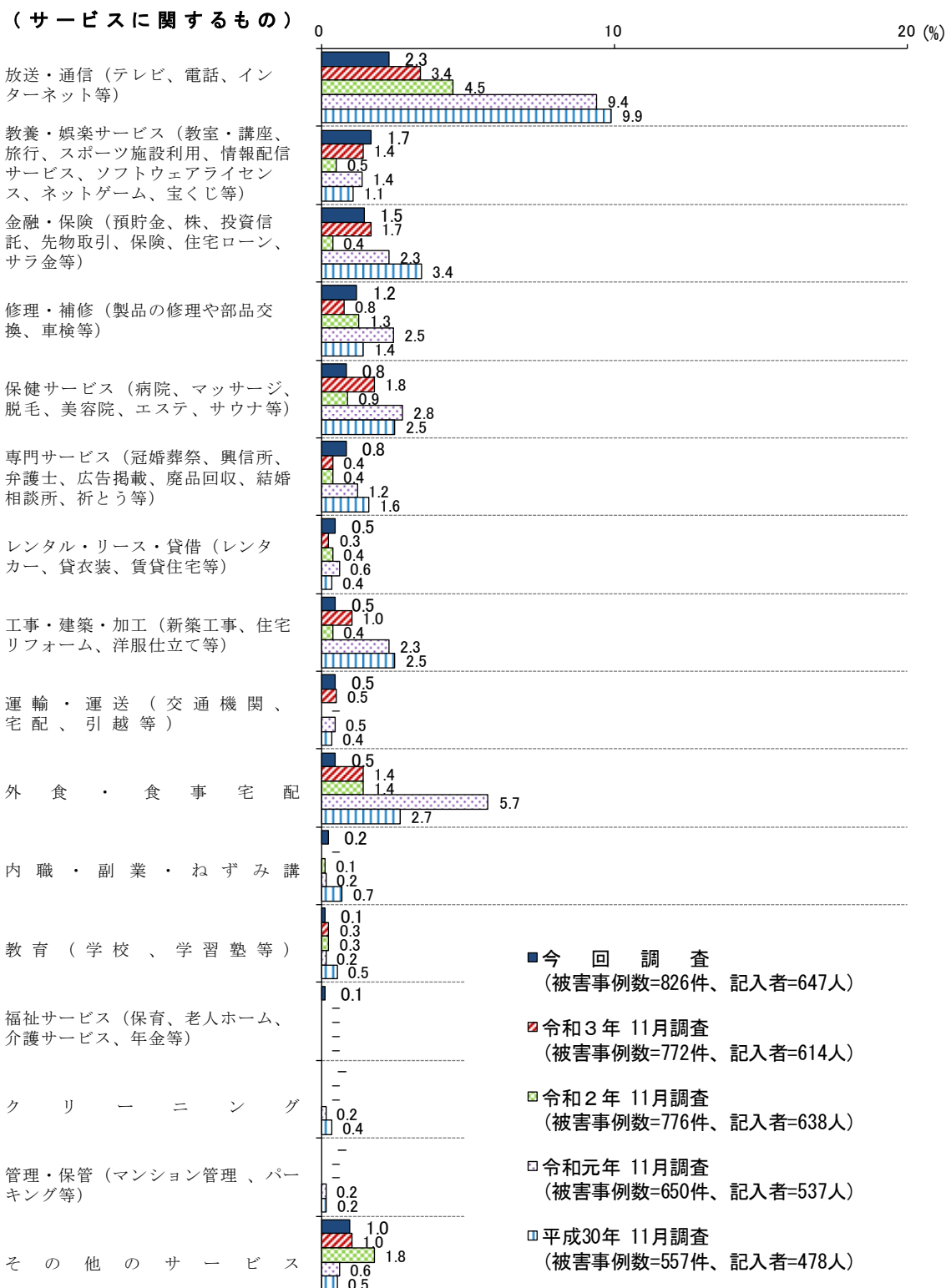


被害事例数826件のうち「サービスに関するもの」の品目の割合は、「放送・通信（テレビ、電話、インターネット等）」が2.3%と最も高くなっている。

前回の調査結果と比較して、「放送・通信（テレビ、電話、インターネット等）」（3.4%→2.3%）が1.1ポイント減少している。（図3-7③）

図3-7③ 被害を受けた商品・サービス（サービスに関するもの・品目別）

この1年間に購入した商品、利用したサービスについて、消費者被害経験が「ある」と回答した人（970人）のうち、647人が記入した826件の被害事例件数を集計した結果である。



(9) 被害を受けた商品・サービスの販売・購入形態

問 19 問 18 で「1. ある」とお答えいただいた経験についてお聞きます。

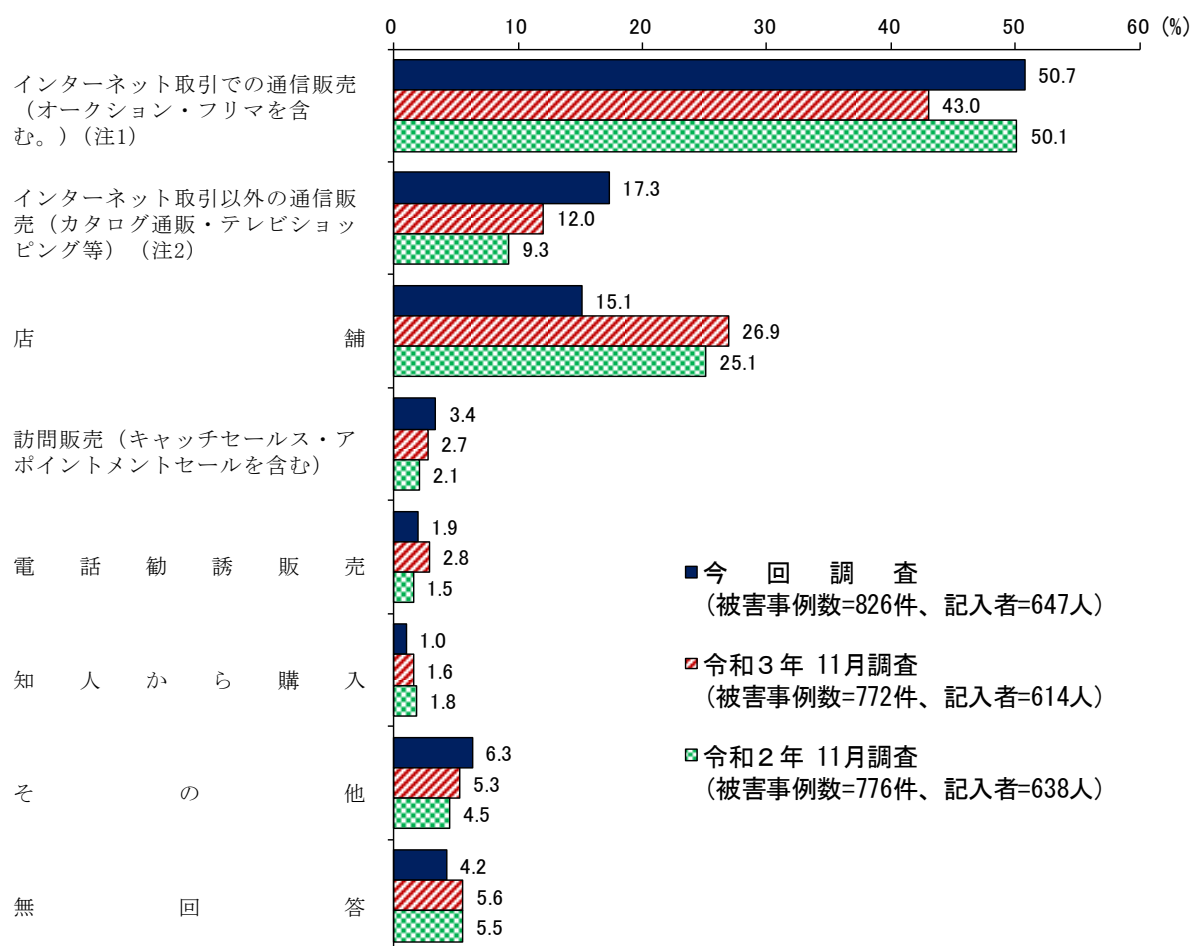
③販売・購入形態

被害事例数826件を販売・購入形態別に分けたところ、「インターネット取引での通信販売（オークション・フリマを含む。）」の割合が50.7%と最も高く、次いで「インターネット取引以外の通信販売（カタログ通販・テレビショッピング等）」（17.3%）となっている。

前回の調査結果と比較して、「店舗」（26.9%→15.1%）が11.8ポイント減少している。（図3-8）

図3-8 被害を受けた商品・サービスの販売・購入形態

この1年間に購入した商品、利用したサービスについて、消費者被害経験が「ある」と回答した人(970人)のうち、647人が記入した826件の被害事例件数を集計した結果である。

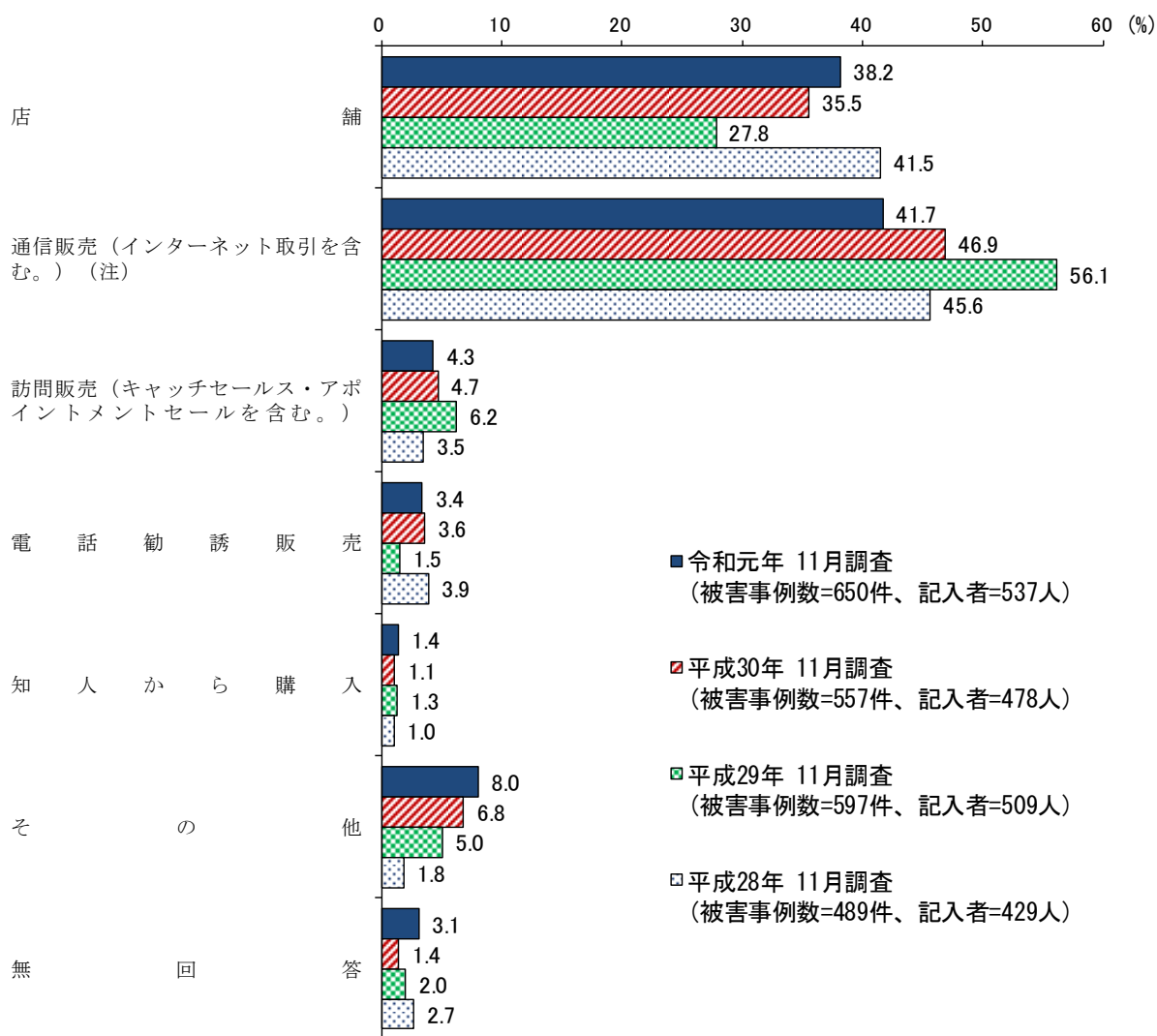


(注1) 令和3年度11月調査では、「通信販売（インターネット取引（オークション含む。）」）、令和2年度11月調査では、「通信販売（インターネット取引）」

(注2) 令和3年度11月調査では、「通信販売（インターネット取引を除く）」

本項目の過去の調査結果は、以下の図のとおりである。

[参考] 被害を受けた商品・サービスの販売・購入形態（平成28年～令和元年）



(注) 令和2年度調査から「通信販売（インターネットを含む。）」を次の2点に分けた。

- ・「通信販売（インターネット取引）」
- ・「通信販売（インターネット取引を除く）」

(10) 被害を受けた商品・サービスのクレジットカード決済の有無

問 19 問 18 で「1. ある」とお答えいただいた経験についてお聞きします。

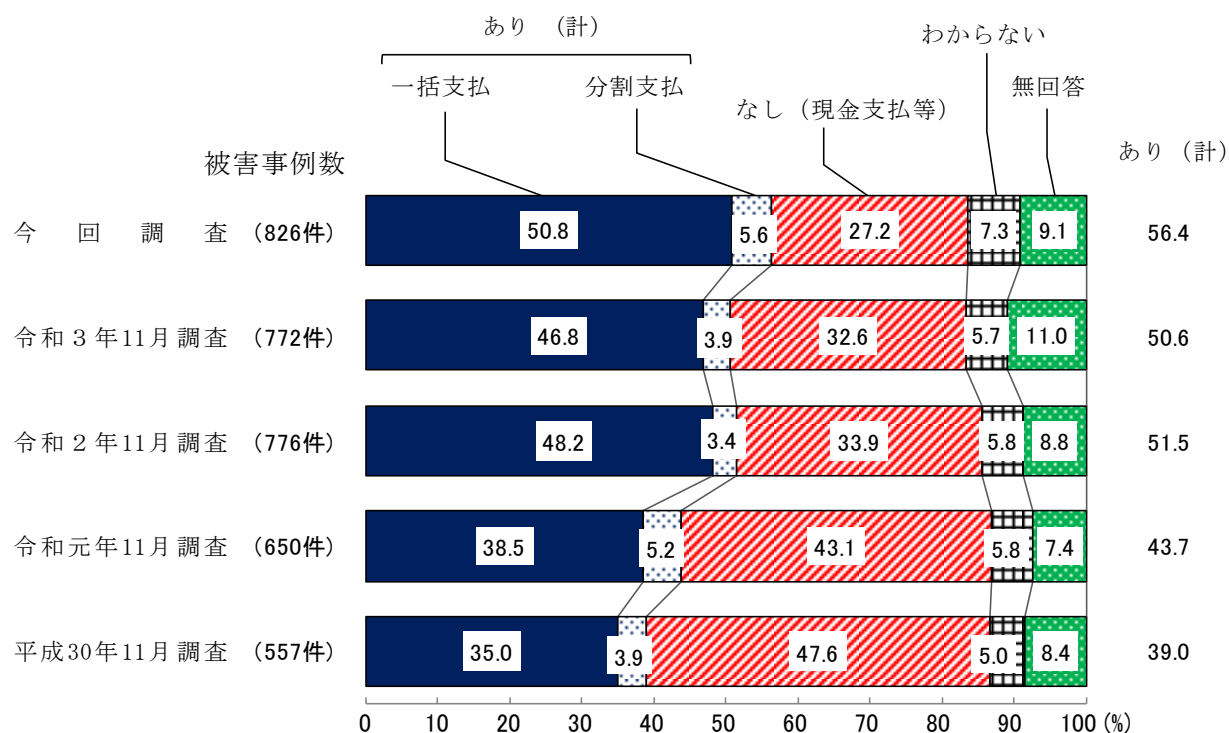
④クレジットカード決済の有無

被害事例数826件をクレジットカード決済の有無で分けたところ、「なし（現金支払等）」の割合は27.2%となっている。「あり（一括支払）」（50.8%）と「あり（分割支払）」（5.6%）を合わせた「（クレジットカード決済）あり」の割合は56.4%となっている。

前回の調査結果と比較して、「なし（現金支払等）」（32.6%→27.2%）が5.4ポイント減少している。（図3-9）

図3-9 被害を受けた商品・サービスのクレジットカード決済の有無

この1年間に購入した商品、利用したサービスについて、消費者被害経験が「ある」と回答した人(970人)のうち、647人が記入した826件の被害事例件数を集計した結果である。



(11) 被害を受けた商品・サービスの金額

問 19 問 18 で「1. ある」とお答えいただいた経験についてお聞きます。

⑥商品・サービスの金額

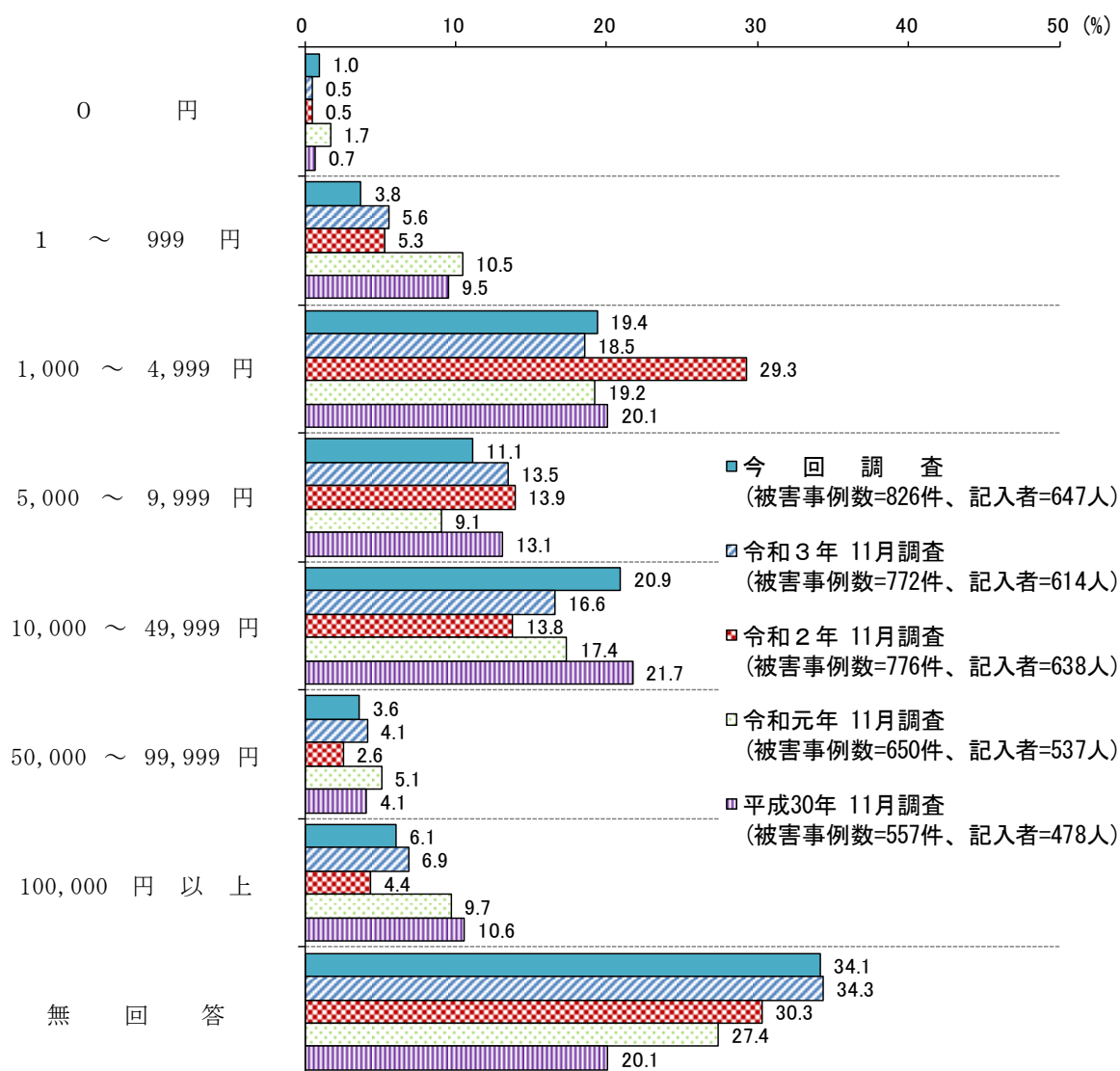
被害事例数を商品・サービスの金額別に分けたところ、「10,000円～49,999円」の割合が20.9%と最も高く、次いで、「1,000～4,999円」(19.4%)、「5,000～9,999円」(11.1%)の順となっている。

なお、平均金額は66,854円となっている。

前回の調査結果と比較して、平均金額(99,546円→66,854円)は約33,000円減少している。(図3-10)

図3-10 被害を受けた商品・サービスの金額

この1年間に購入した商品、利用したサービスについて、消費者被害経験が「ある」と回答した人(970人)のうち、647人が記入した826件の被害事例件数を集計した結果である。



平均金額：

今回調査 =66,854円

令和3年11月調査 =99,546円

令和2年11月調査 =207,213円

令和元年11月調査 =151,332円

平成30年11月調査 =282,163円

(12) 被害を受けた商品・サービスの既支払額

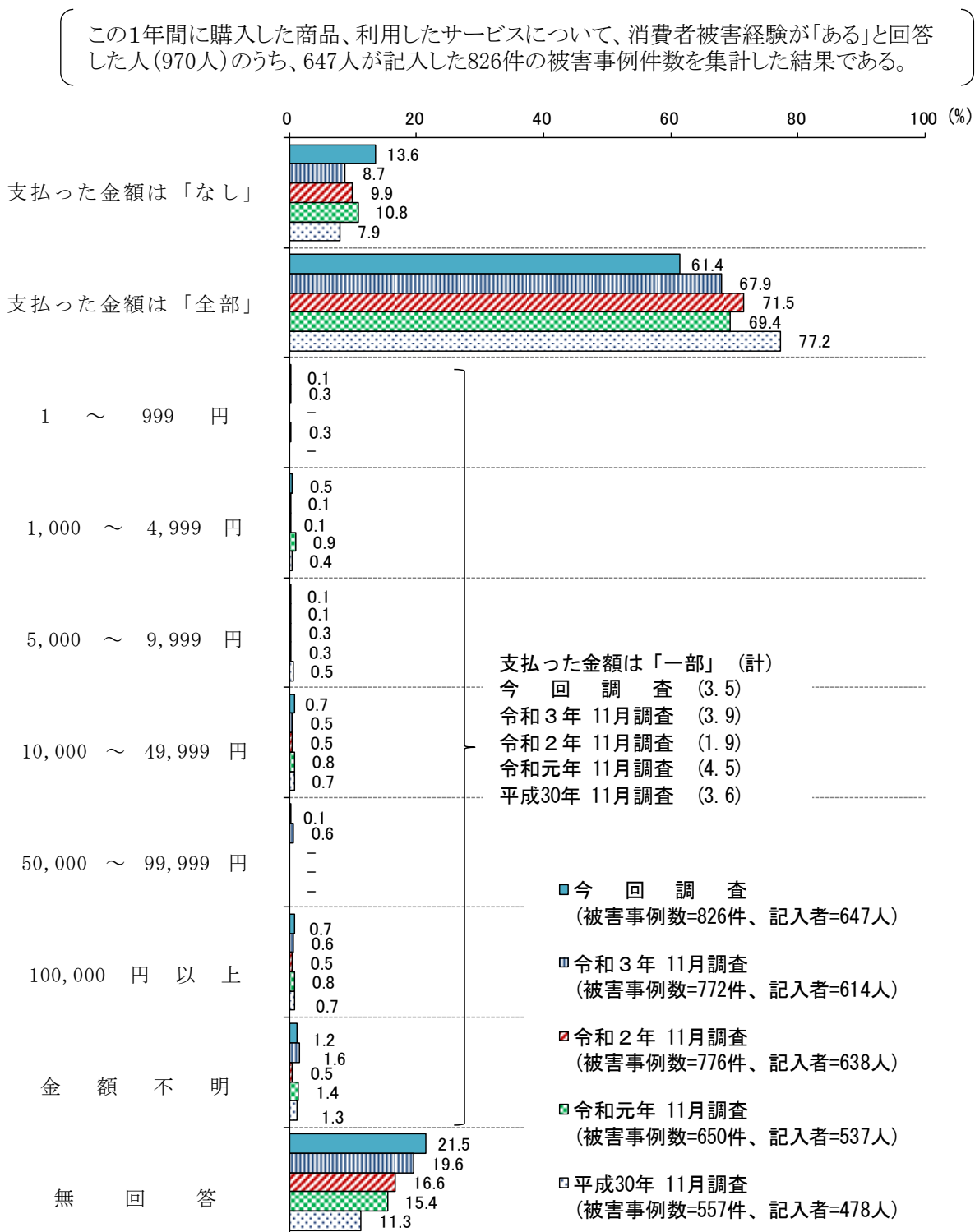
問 19 問 18 で「1. ある」とお答えいただいた経験についてお聞きます。

⑦ ⑥のうち既に支払った金額

被害事例数826件を商品・サービスの既支払額別に分けたところ、支払った金額は「なし」の割合が13.6%、「全部」が61.4%、「一部」が3.5%となっている。

前回の調査結果と比較して、「なし」(8.7%→13.6%)が4.9ポイント増加している。(図3-11)

図3-11 被害を受けた商品・サービスの既支払額



(13) 被害を受けた商品・サービスについての相談又は申出の有無

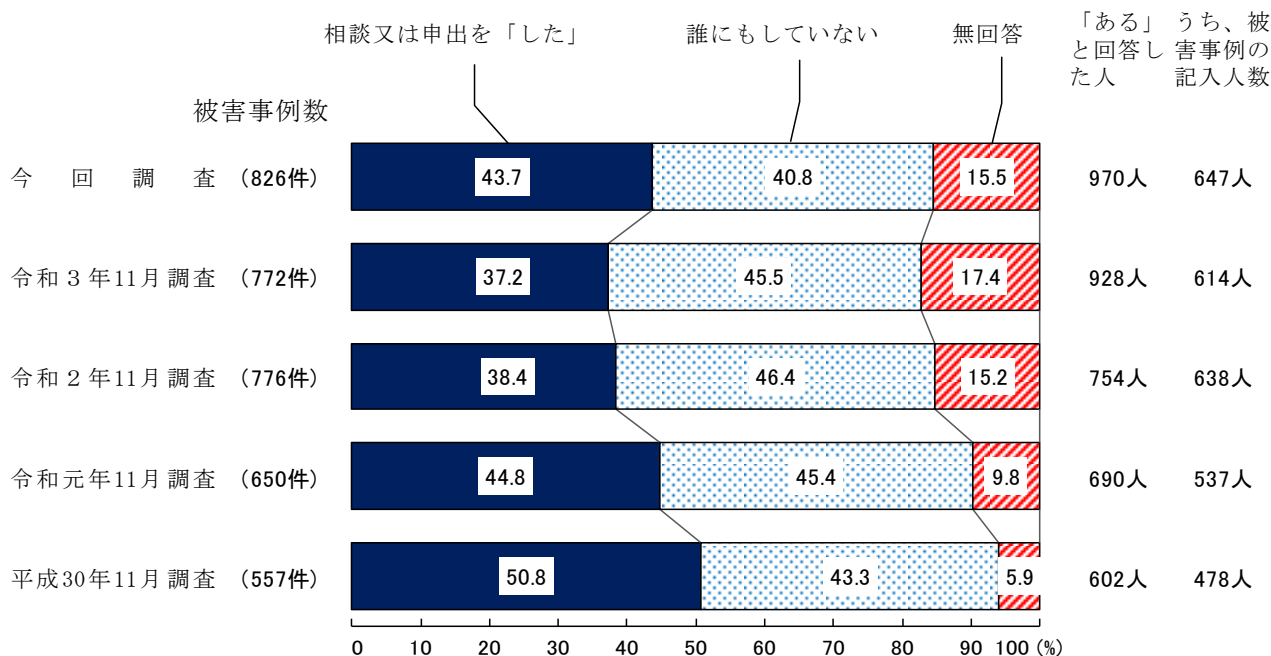
問 19 問 18 で「1. ある」とお答えいただいた経験についてお聞きします。
 ⑧相談又は申出の有無

被害事例数826件を相談又は申出の有無で分けたところ、相談又は申出を「した」の割合が43.7%、「誰にもしていない」が40.8%となっている。

前回の調査結果と比較して、「した」(37.2%→43.7%)が6.5ポイント増加している。(図3-12)

図3-12 被害を受けた商品・サービスについての相談又は申出の有無

この1年間に購入した商品、利用したサービスについて、消費者被害経験が「ある」と回答した人(970人)のうち、647人が記入した826件の被害事例件数を集計した結果である。



(14) 被害を受けた商品・サービスについての相談又は申出をした相手

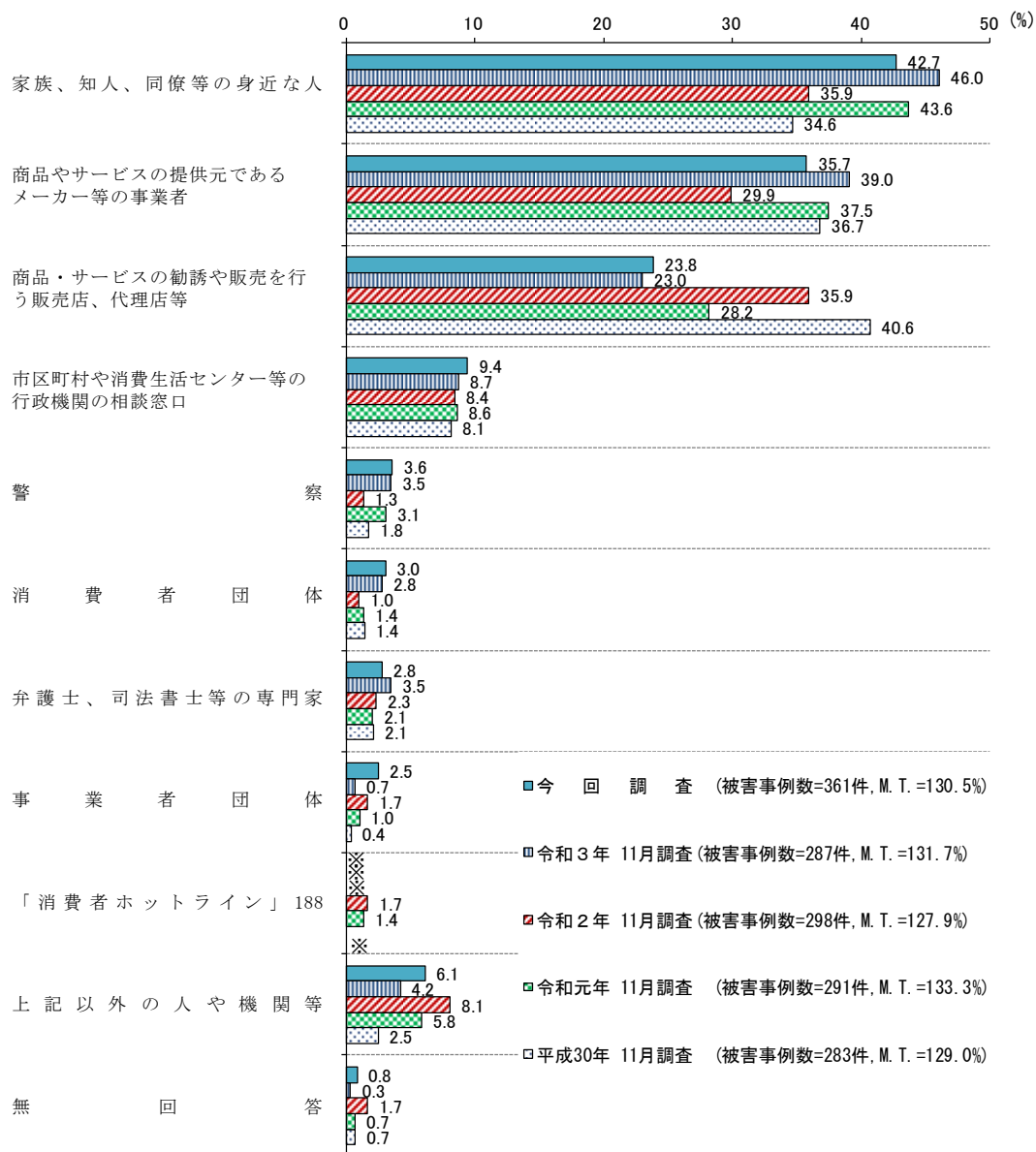
問 19 問 18 で「1. ある」とお答えいただいた経験についてお聞きします。
 ⑨相談又は申出をした相手

相談又は申出をした被害事例（361件）について、相談又は申出をした相手は「家族、知人、同僚等の身近な人」が42.7%と最も高く、次いで「商品やサービスの提供元であるメーカー等の事業者」（35.7%）、「商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店、代理店等」（23.8%）の順となっている。

前回の調査結果と比較して、「家族、知人、同僚等の身近な人」（46.0%→42.7%）が3.3ポイント、「商品やサービスの提供元であるメーカー等の事業者」（39.0%→35.7%）が3.3ポイントそれぞれ減少しており、「商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店、代理店等」（23.0%→23.8%）が0.8ポイント増加している。（複数回答、図3-13）

図3-13 被害を受けた商品・サービスについての相談又は申出をした相手

〔647人が記入した826件の被害事例数のうち、相談又は申出をした361件を集計した結果である。〕



※：調査をしていない項目