

令和5年度第5回消費生活意識調査

調査概要

1. 調査方法

インターネットを利用したアンケート調査

2. サンプル数等

5,000 サンプル(人口構成比に応じた割付)

性年代

7段階の男女(15～19 歳、20～29 歳、30～39 歳、40～49 歳、50～59 歳、
60～69 歳、70 歳以上)

地域 地域区分は、次の単位とする。

北海道・東北:北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県

関東:茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、東京都、千葉県、神奈川県

甲信越:新潟県、山梨県、長野県

北陸:富山県、石川県、福井県

東海:岐阜県、静岡県、愛知県、三重県

近畿:滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

中国:鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県

四国:徳島県、香川県、愛媛県、高知県

九州・沖縄:福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、
鹿児島県、沖縄県

3. 調査実施期間

令和6年2月8日(木)～2月11日(日)

(備考)合計数値は、四捨五入の関係で、図表中の数値の合計と一致しない場合がある。

「消費生活相談の窓口」についてお聞きします。

問1. 地方公共団体では、商品の購入やサービスの提供に伴う契約等でトラブルや被害に遭った場合に相談できる窓口を設置しています。

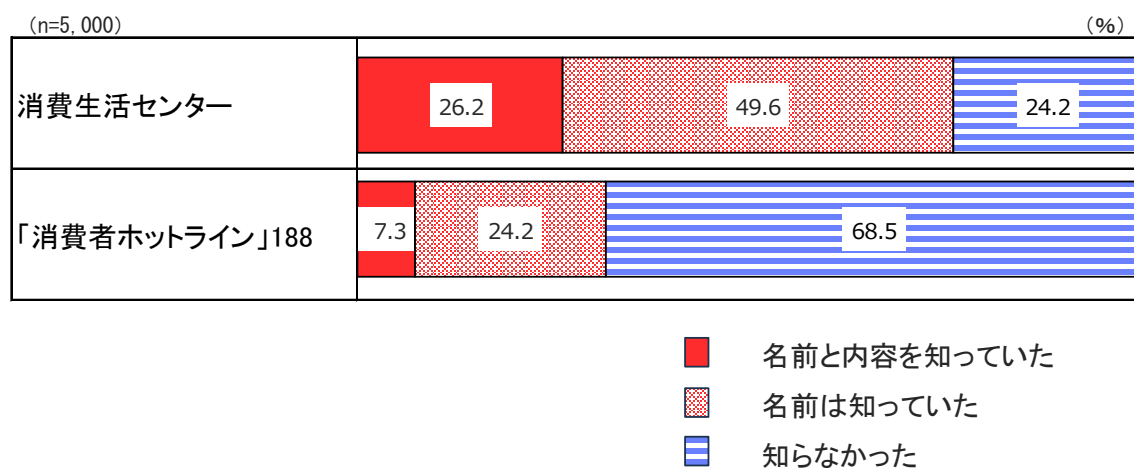
あなたは、このような「消費生活相談」に関する組織やサービスを知っていましたか。それぞれについて、当てはまるものを一つずつお選びください。

(単一回答)

※「消費生活センター」は地方公共団体に設置され、商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問合せなど、消費者からの相談を専門の相談員が受け付け、公正な立場で処理にあたる機関です。なお、「消費生活センター」は法令上も規定されている一般的な名称ですが、地域によっては「消費者センター」、「県民生活センター」など呼称が異なる場合があります、それらも含みます。

※「消費者ホットライン」188 は、電話で3桁の「188」番にかけると、お近くの地方公共団体の消費生活相談窓口につながり、消費生活相談の最初の一步をお手伝いするものです。

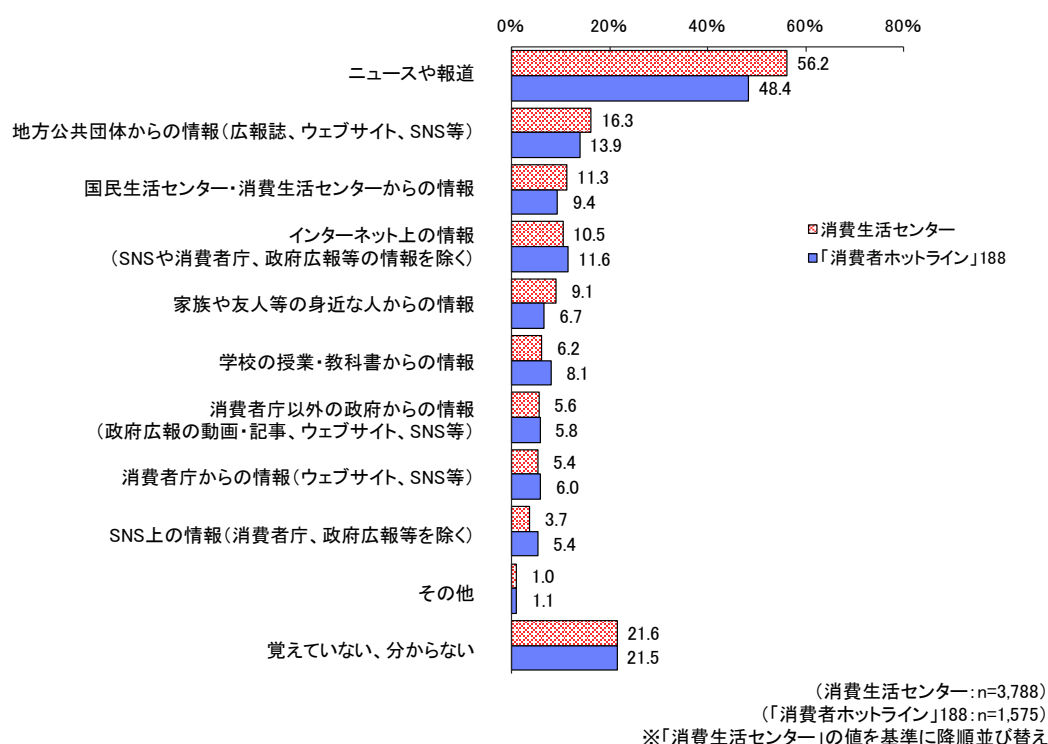
「消費生活相談」に関する組織やサービスについて、「名前と内容を知っていた」又は「名前は知っていた」と回答した人の割合は、「消費生活センター(75.8%)」が7割以上であった一方、「『消費者ホットライン』188(31.5%)」は約3割となっている。



問2. あなたは、「消費生活センター」、「『消費者ホットライン』188」をどこからの情報で知りましたか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。

(複数回答)

「消費生活センター」、「『消費者ホットライン』188」を知った情報源として、いずれも、「ニュースや報道(56.2%、48.4%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「地方公共団体からの情報(広報誌、ウェブサイト、SNS等)(16.3%、13.9%)」となっている。

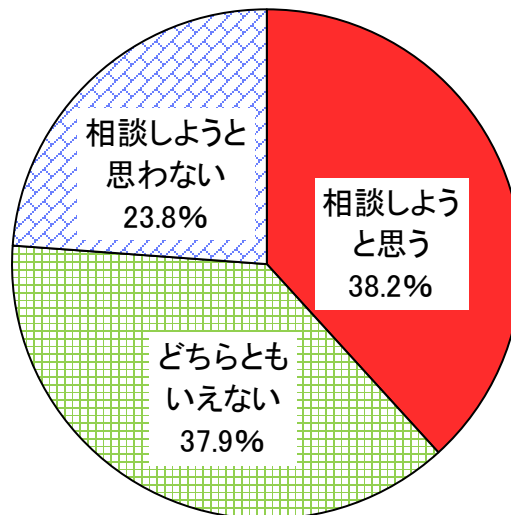


(備考) 問1で「名前と内容を知っていた」又は「名前は知っていた」と回答した人に質問。

問3. 商品の購入やサービスの提供に伴う契約等で、実際にトラブルや被害に遭った場合、あなたは、行政が運営する消費生活相談の窓口（消費生活センター等）へ相談しようと思いますか。当てはまるものを一つお選びください。

（単一回答）

実際にトラブルや被害に遭った場合に、行政が運営する消費生活相談の窓口相談しようと思うかについて聞いたところ、「相談しようと思う（38.2%）」と回答した人の割合は約4割となっている。

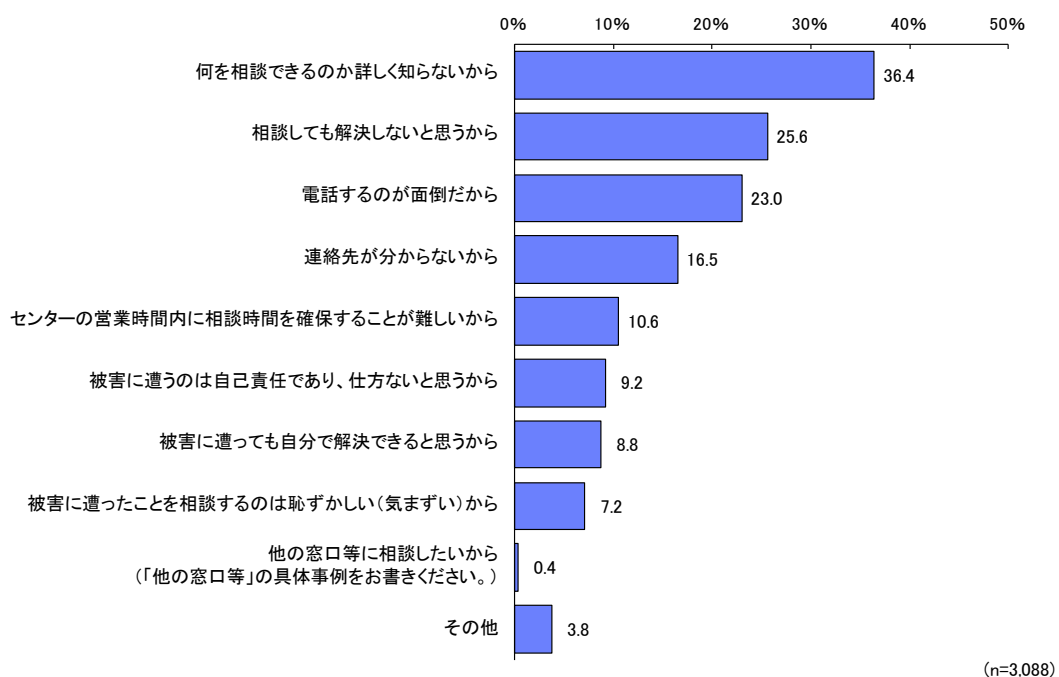


（n=5,000）

問4.「相談しようと思わない」又は「どちらともいえない」と思った理由は何ですか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。

(複数回答)

「相談しようと思わない」又は「どちらともいえない」と思った理由として、「何を相談できるのか詳しく知らないから(36.4%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「相談しても解決しないと思うから(25.6%)」、「電話するのが面倒だから(23.0%)」となっている。

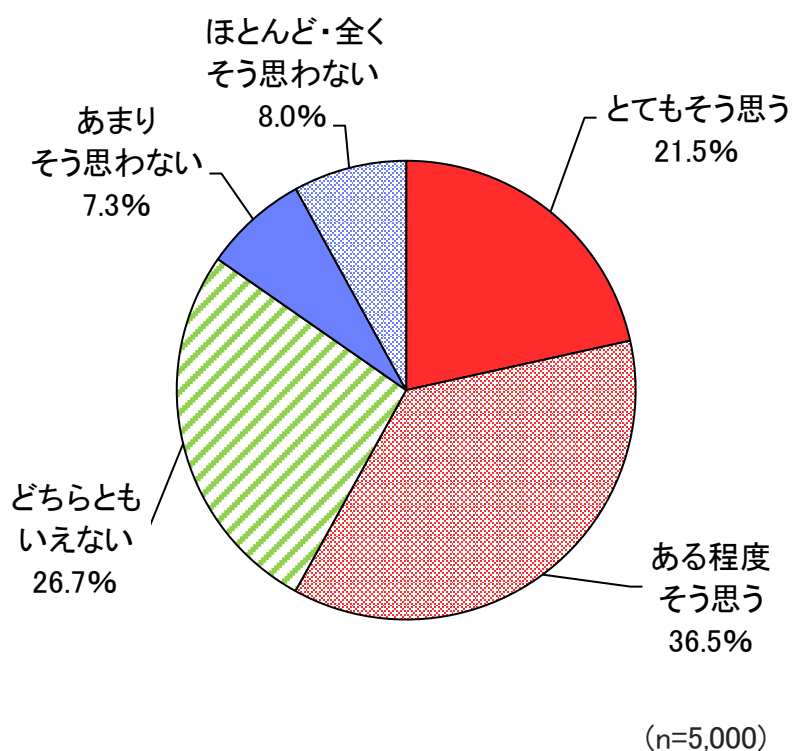


(備考) 問3で「相談しようと思わない」又は「どちらともいえない」と回答した人に質問。

問5. 消費生活相談の多くは電話で受付を行っていますが、メールなど電話以外の方法による相談も受け付けてほしいと思いますか。当てはまるものを一つお選びください。

(単一回答)

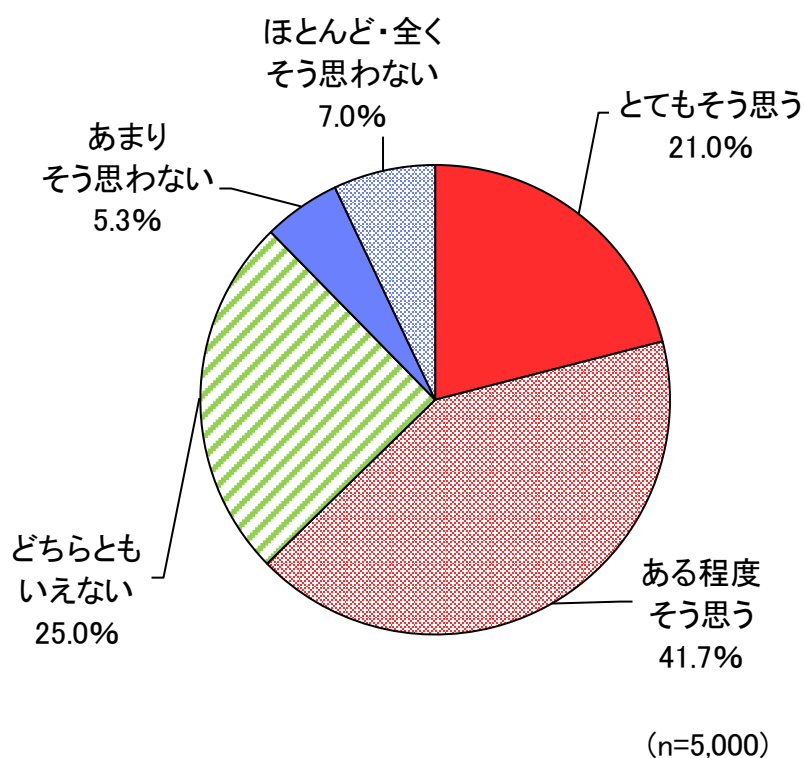
消費生活相談を電話以外の方法でも受け付けてほしいと思うかについて聞いたところ、「とてもそう思う(21.5%)」又は「ある程度そう思う(36.5%)」と回答した人の割合が、合計で約6割を占めている。



問6. 消費者トラブルを自分で解決することに役立つ情報や相談窓口についてまとめたウェブサイトがあれば、消費生活センター等に相談する前に利用したいと思いますか。当てはまるものを一つお選びください。

(単一回答)

消費者トラブルを自分で解決することに役立つウェブサイトがあれば利用したいと思うかを聞いたところ、「とてもそう思う(21.0%)」又は「ある程度そう思う(41.7%)」と回答した人の割合が、合計で6割以上を占めている。



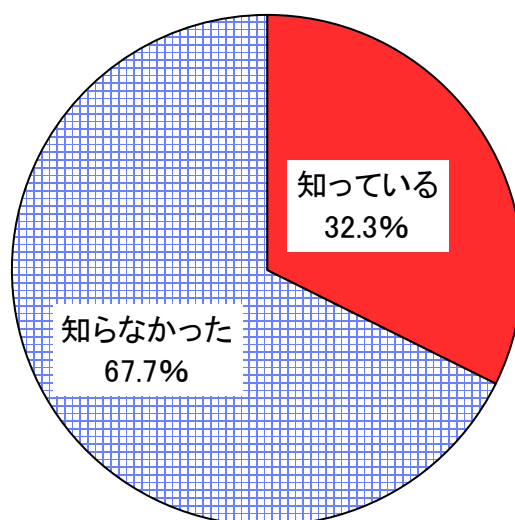
ここからは、「消費者契約（※）」についてお聞きします。

（※「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約のことです。）

問7. 消費者を守るためのルールとして、「消費者契約法」があります。あなたは、この法律を知っていますか。当てはまるものを一つお選びください。

（単一回答）

消費者契約法について、「知っている（32.3%）」と回答した割合は約3割となっている。

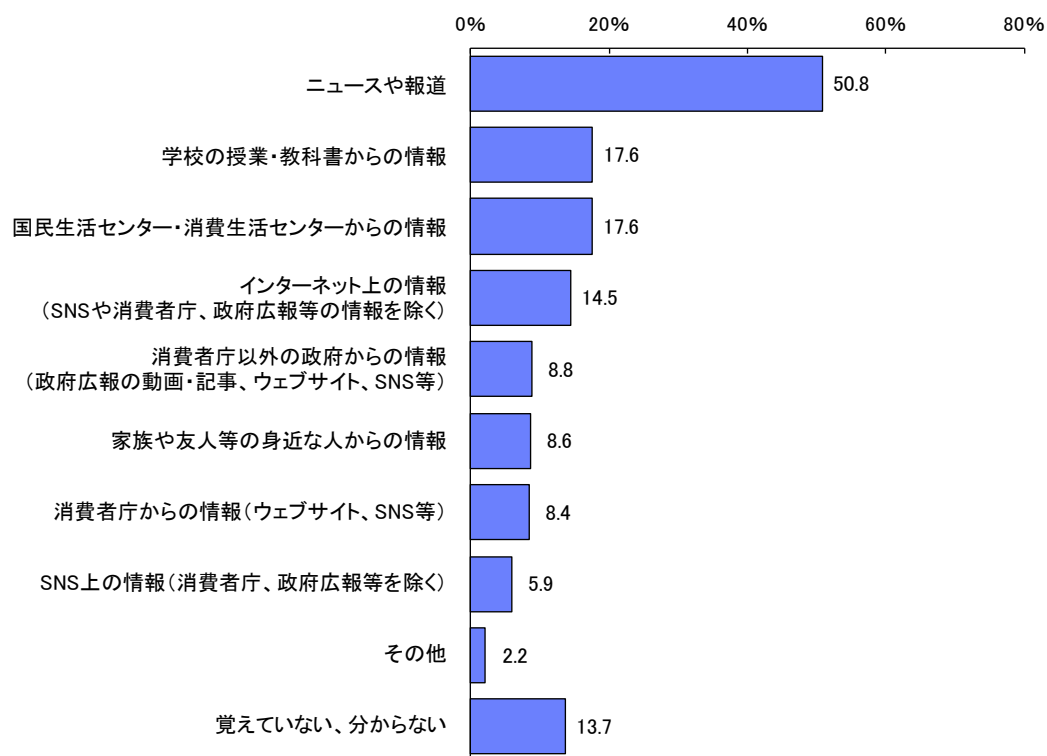


(n=5,000)

問8. あなたは、「消費者契約法」をどこからの情報で知りましたか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。

(複数回答)

消費者契約法を知った情報源として、「ニュースや報道(50.8%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「学校の授業・教科書からの情報(17.6%)」、「国民生活センター・消費生活センターからの情報(17.6%)」となっている。



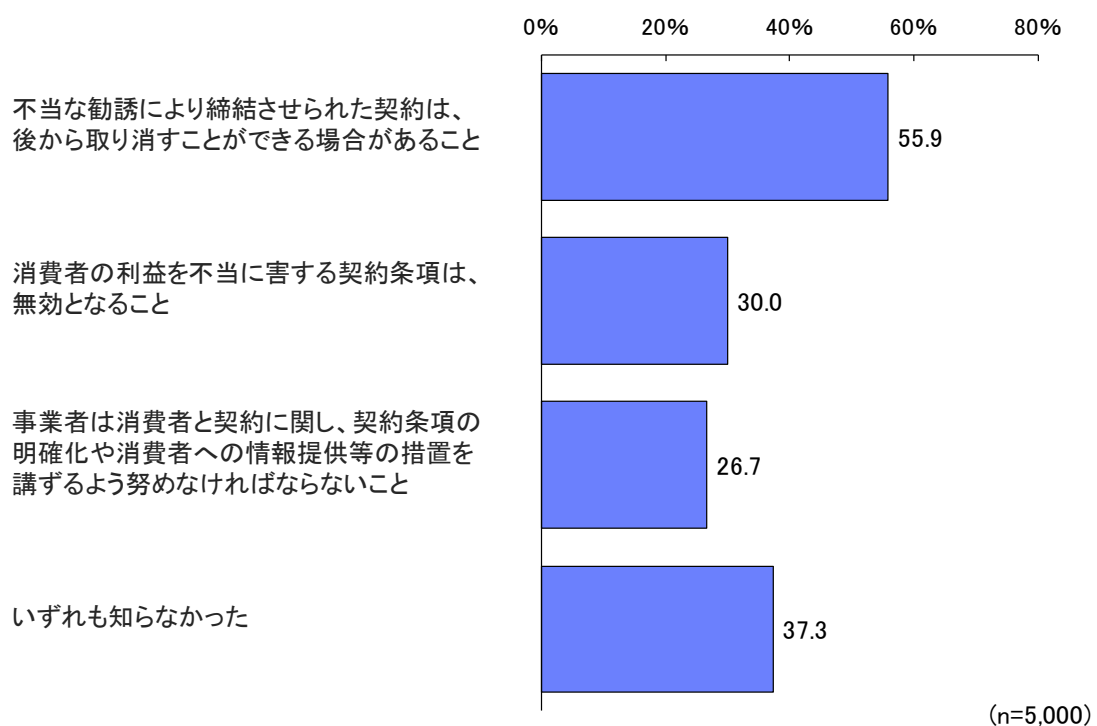
(n=1,617)

(備考) 問7で「知っている」と回答した人に質問。

問9. あなたは、消費者を守るためのルールとして、以下の項目について知っていますか。当てはまるものを全てお選びください。

(複数回答)

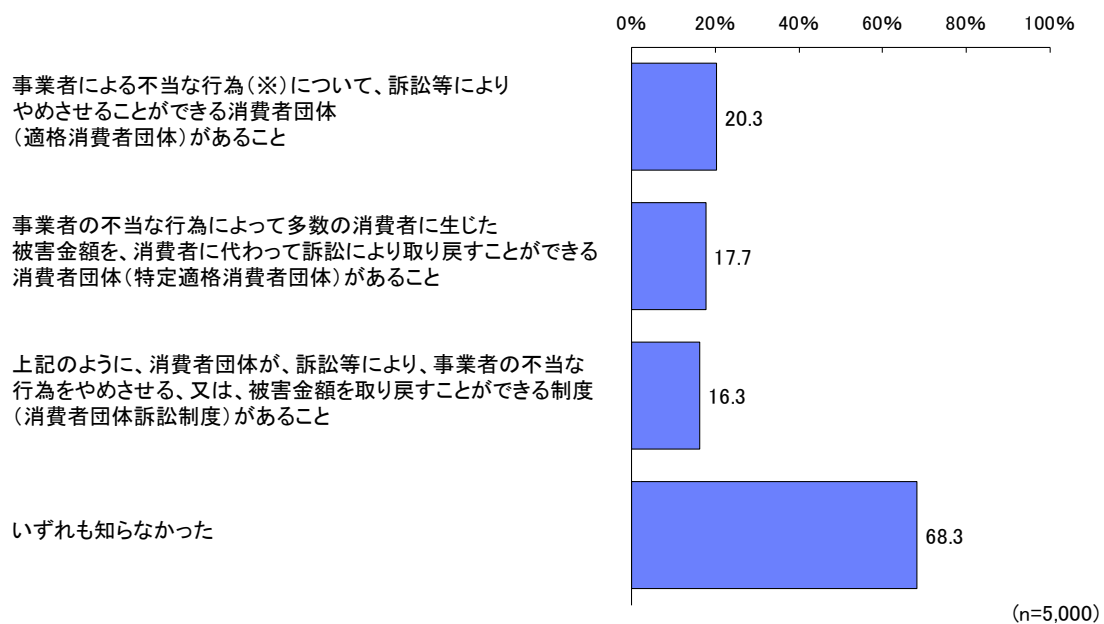
知っているルールとして、「不当な勧誘により締結させられた契約は、後から取り消すことができる場合があること(55.9%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「消費者の利益を不当に害する契約条項は、無効となること(30.0%)」となっている。



問 10. あなたは、消費者被害の予防や救済のための制度として、以下の項目について知っていますか。当てはまるものを全てお選びください。

(複数回答)

知っている制度として、「事業者による不当な行為(※)について、訴訟等によりやめさせることができる消費者団体(適格消費者団体)があること(20.3%)」、「事業者の不当な行為によって多数の消費者に生じた被害金額を、消費者に代わって訴訟により取り戻すことができる消費者団体(特定適格消費者団体)があること(17.7%)」及び「上記のように、消費者団体が、訴訟等により、事業者の不当な行為をやめさせる、又は、被害金額を取り戻すことができる制度(消費者団体訴訟制度)があること(16.3%)」と回答した人の割合は、いずれも2割前後となっている。



(※) 事業者による不当な行為とは、消費者に対する不当な勧誘や、著しく優良な商品であるという誤認を招くような広告等のことをいいます。

ここからは、「取引デジタルプラットフォーム」についてお聞きます。

※「取引デジタルプラットフォーム」とは、インターネット上の取引の「場」であるデジタルプラットフォームにおいて、消費者と販売業者・役務提供事業者（以下「販売業者等」といいます。）の間に、インターネット通販の契約を締結することができるものです。具体的には、以下のものがあります。

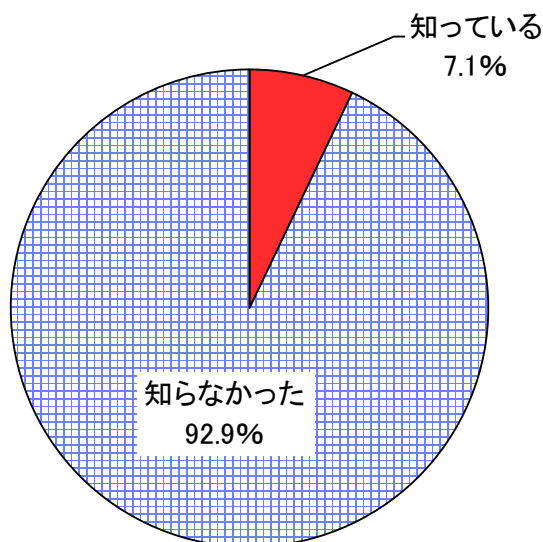
- ・ショッピング（オンラインモール等）
- ・オークション・フリマ等
- ・予約サービス（フードデリバリー、旅行予約等）
- ・クラウドファンディング など

問 11. あなたは、「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律（※）」を知っていますか。当てはまるものを一つお選びください。

（単一回答）

※「取引デジタルプラットフォーム消費者保護法」、「取引 DPF 消費者保護法」、「取引 DPF 法」などといった法の略称も含みます。

「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」について、「知っている（7.1%）」と回答した人の割合は、1割弱となっている。

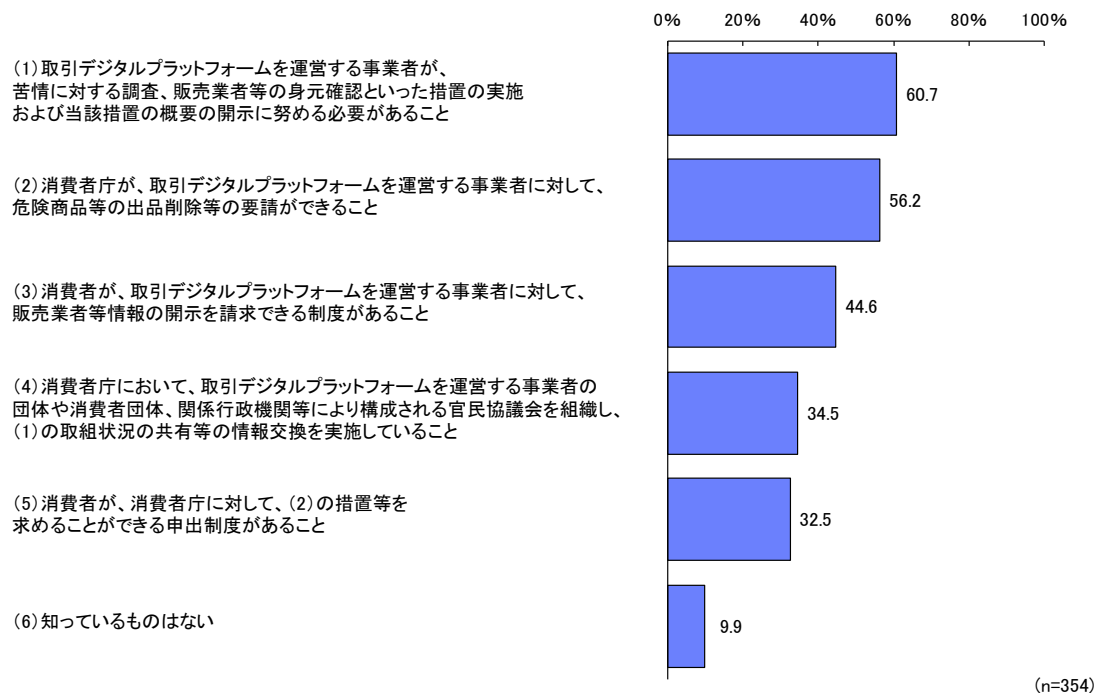


（n=5,000）

問 12. あなたは、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の保護のため、法律に基づき以下のような制度・仕組みがあることを知っていますか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。

(複数回答)

知っている制度・仕組みとして、「(1)取引デジタルプラットフォームを運営する事業者が、苦情に対する調査、販売業者等の身元確認といった措置の実施および当該措置の概要の開示に努める必要があること(60.7%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「(2)消費者庁が、取引デジタルプラットフォームを運営する事業者に対して、危険商品等の出品削除等の要請ができること(56.2%)」となっている。



(備考) 問 11 で「知っている」と回答した人に質問。

ここからは、消費者の生命・身体に係る事故等に関する情報発信についてお聞きます。

消費者庁・国民生活センターでは、2023 年9月 21 日に「棺（ひつぎ）内のドライアイスによる事故（※）」に関して注意喚起を行いました。

この注意喚起は、テレビやインターネットでのニュース、SNS 等において発信、拡散されました。

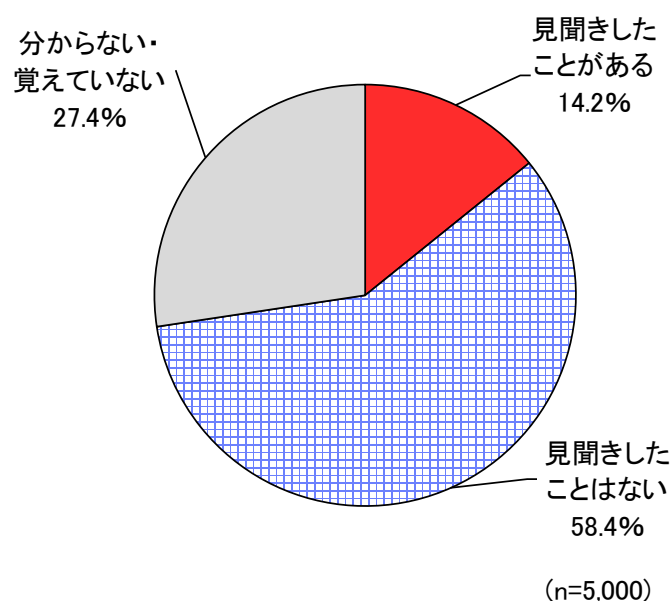
※「棺（ひつぎ）内のドライアイスによる事故」とは、葬儀の際、遺体の保冷目的で棺（ひつぎ）内に置かれていたドライアイスが原因で発生する、二酸化炭素中毒が疑われる死亡事故のことです。

問 13. あなたは、これまでに「棺（ひつぎ）内のドライアイスによる事故」に関して、消費者庁と国民生活センターからの注意喚起を見聞きしたことはありますか。当てはまるものを一つお選びください。

※消費者庁と国民生活センターからの注意喚起を起点として発信・拡散された、テレビやインターネットでのニュース、SNS 等も含めてお考えください。

（単一回答）

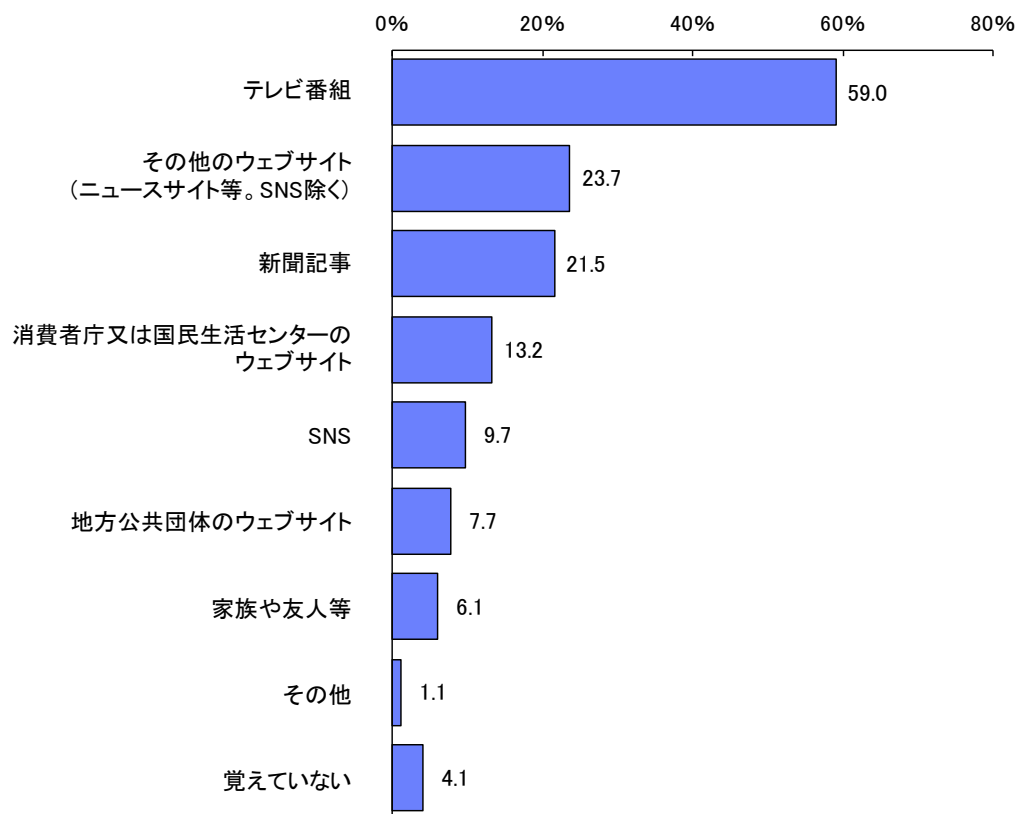
消費者庁と国民生活センターからの注意喚起について、「見聞きしたことがある（14.2%）」と回答した人の割合は1割強、「見聞きしたことはない（58.4%）」と回答した人の割合は約6割となっている。



問 14. あなたは、「棺内のドライアイスによる事故」に関する消費者庁と国民生活センターからの注意喚起をどのようなところで見聞きしましたか。当てはまるものを全てお選びください。

(複数回答)

消費者庁と国民生活センターからの注意喚起を知った情報源として、「テレビ番組(59.0%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「その他のウェブサイト(ニュースサイト等。SNS 除く)(23.7%)」、「新聞記事(21.5%)」となっている。



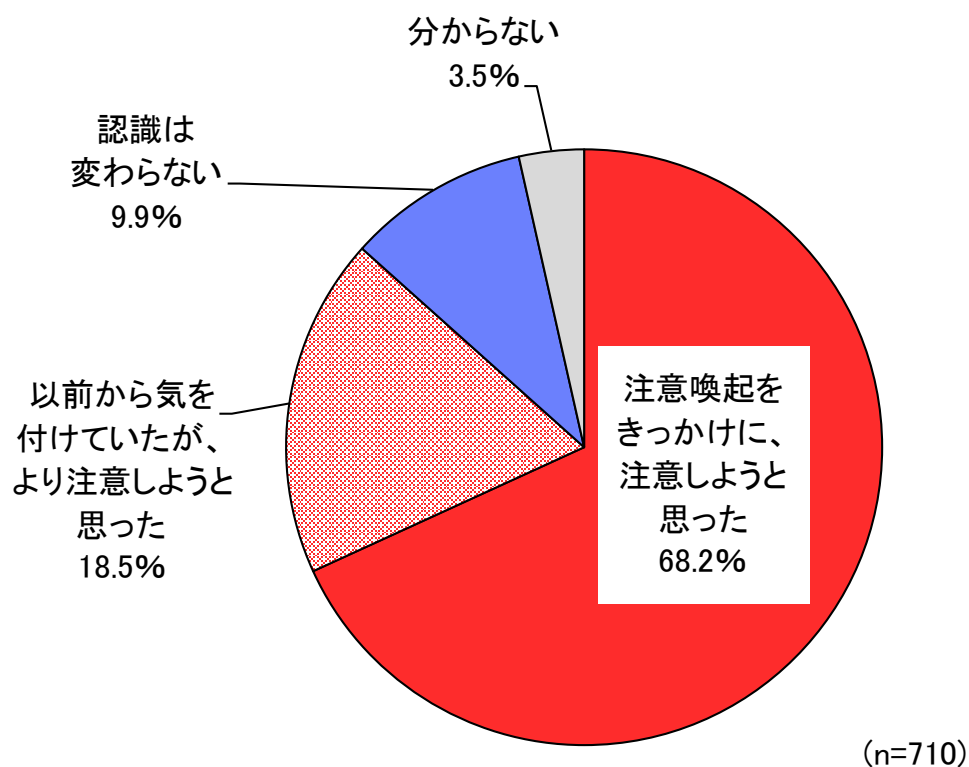
(n=710)

(備考) 問 13 で「見聞きしたことがある」と回答した人に質問。

問 15. 「棺内のドライアイスによる事故」に関する消費者庁と国民生活センターからの注意喚起によって、棺内のドライアイスの危険性または閉鎖空間におけるドライアイスの取扱い方に対するあなたの認識は変わりましたか。当てはまるものを一つお選びください。

(単一回答)

消費者庁と国民生活センターからの注意喚起を見聞きした後の意識の変化について、「注意喚起をきっかけに、注意しようと思った(68.2%)」又は「以前から気を付けていたが、より注意しようと思った(18.5%)」と回答した人の割合が、合計で8割以上を占めている。



(備考) 問 13 で「見聞きしたことがある」と回答した人に質問。

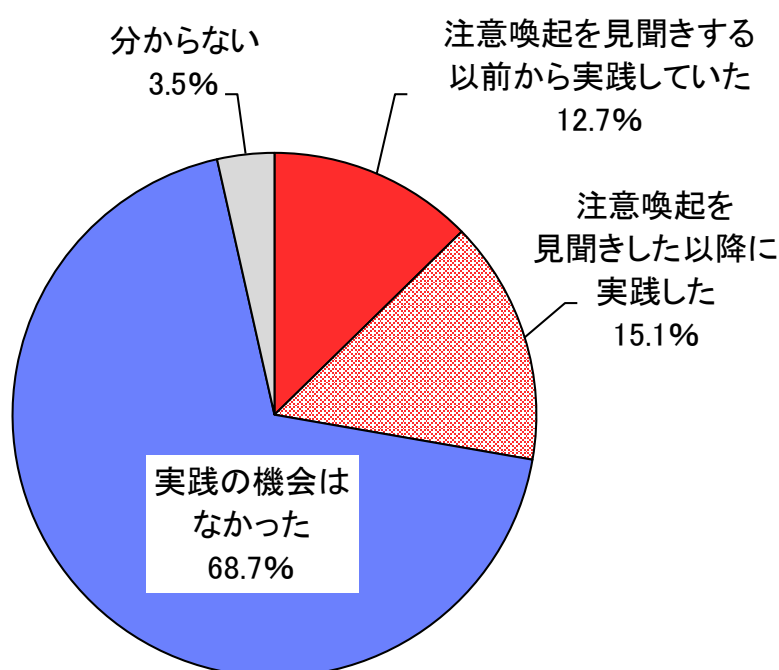
問 16. あなたは、「棺内のドライアイスによる事故」に関する消費者庁と国民生活センターからの注意喚起で紹介された対策について、一つでも実践しましたか。当てはまるものを一つお選びください。

なお、注意喚起では以下の対策を紹介しています。

- ・ 棺の中に顔を入れないこと
- ・ 室内の換気を十分に行うこと
- ・ 線香番（一般的には、通夜の後にご遺族等がご遺体を夜通し見守ることをいいます。）などで一人にならないこと
- ・ 気分が悪くなったらすぐに棺から離れ、異常があれば直ちに 119 番通報する
- ・ ドライアイスの特性を認識し、取扱いには十分注意する

（単一回答）

注意喚起を見聞きした後の行動の変化について、「注意喚起を見聞きした以降に実践した（15.1%）」と回答した人の割合は1割強となっている。



(n=710)

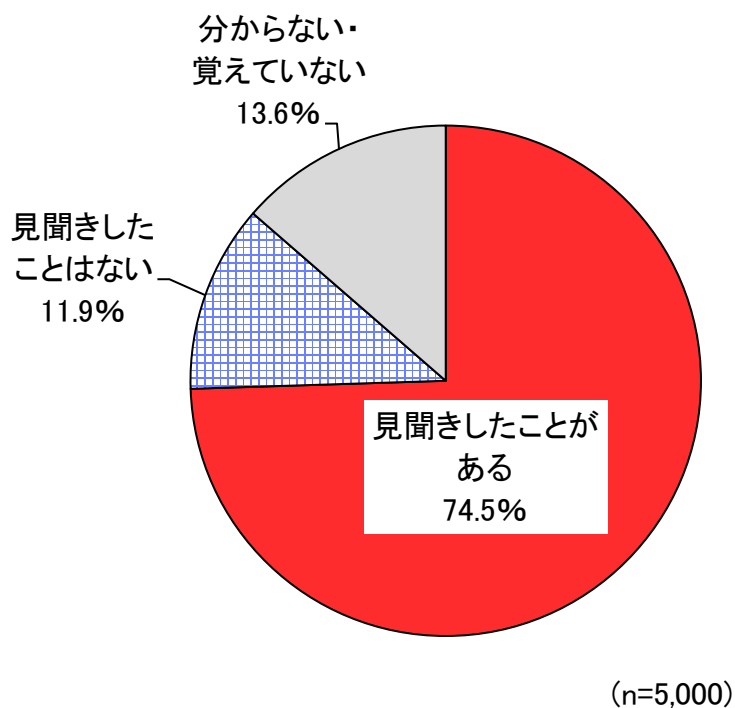
（備考）問 13 で「見聞きしたことがある」と回答した人に質問。

ここからは、通信販売等でよく見かける「送料無料」表示についてお聞きします。
「送料無料」は、消費者が、送料として商品価格以外の追加負担を求められることなく、商品を購入できることをここでは意味しています。

問 17. あなたは、通信販売等で「送料無料」のような表示を見聞きしたことがありますか。当てはまるものを一つお選びください。

(単一回答)

「送料無料」の表示について「見聞きしたことがある(74.5%)」と回答した人の割合が7割以上を占めている。

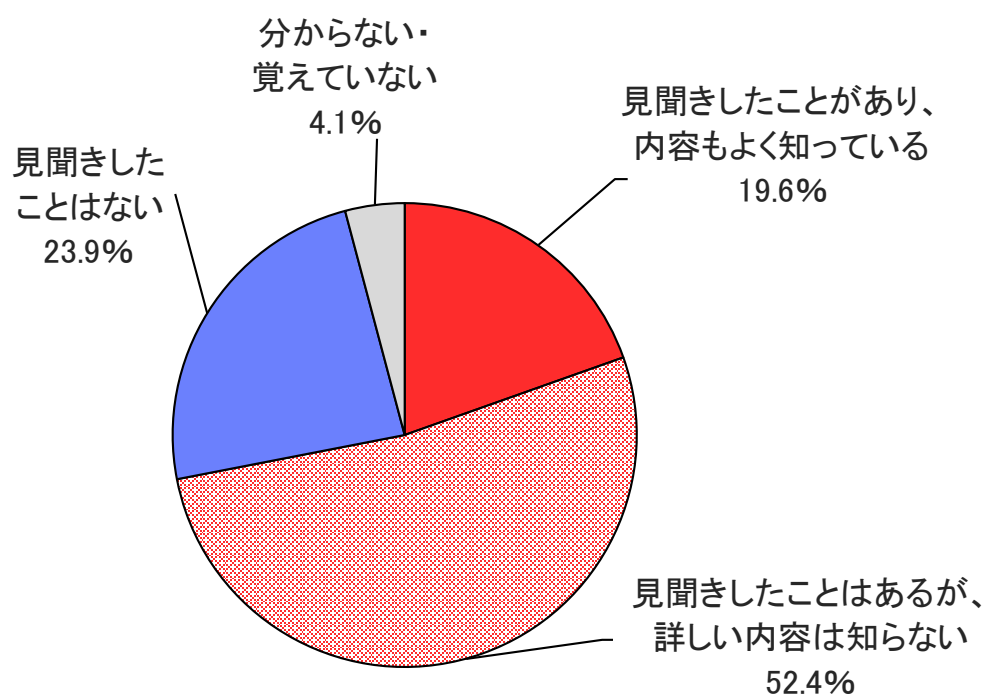


問 18. あなたは、これまでに物流の「2024 年問題(※)」に関して、「送料無料」表示の見直しの議論があることを見聞きしたことがありますか。当てはまるものを一つお選びください。

※「2024 年問題」とは、トラックドライバーを含む自動車の運転業務の時間外労働について、2024 年4月より、年 960 時間の上限規制が適用されること等により、何も対策を講じなければ、2024 年度には 14%、2030 年度には 34%の輸送力不足の可能性があるとされていることを意味しています。

(単一回答)

「送料無料」表示の見直しに関する議論について、「見聞きしたことがあり、内容もよく知っている(19.6%)」と回答した人の割合が2割弱となり、「見聞きしたことはあるが、詳しい内容は知らない(52.4%)」と回答した人の割合が約5割となっている。



(n=3,725)

(備考) 問 17 で「見聞きしたことがある」と回答した人に質問。

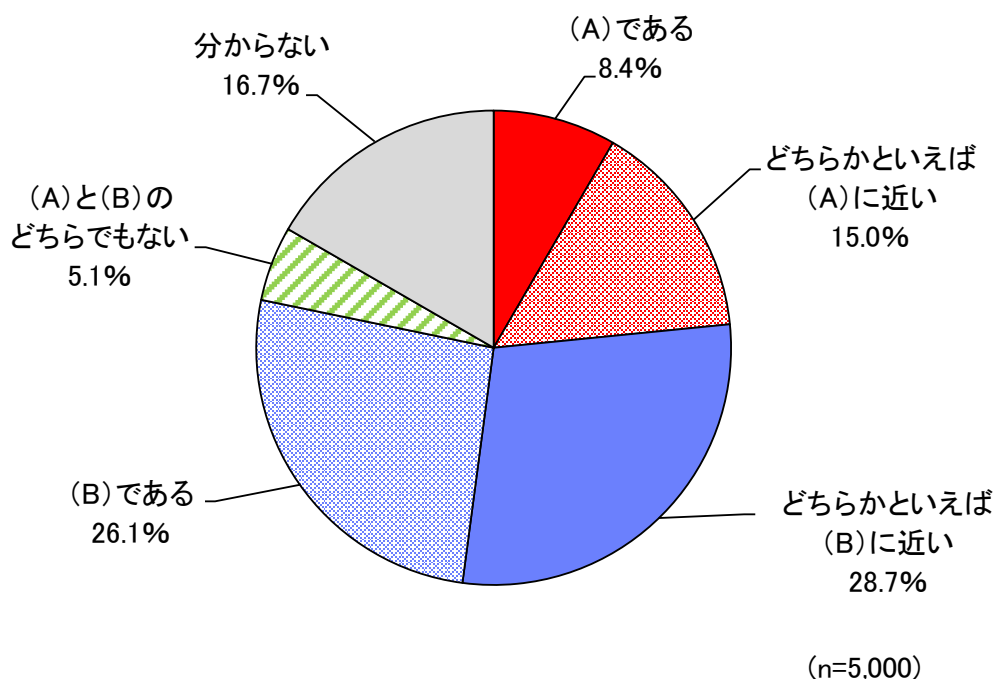
問 19.「送料無料」表示について、あなたの考えは(A)と(B)のどちらですか。当てはまるものを一つお選びください。

(A) 配送事業者の運賃は無料ではないので、「無料」と表示するのはやめるべきだと思う。

(B) 「送料無料」は消費者にとって魅力的な表示であり、配送事業者に運賃は払われているのだから、問題はないと思う。

(単一回答)

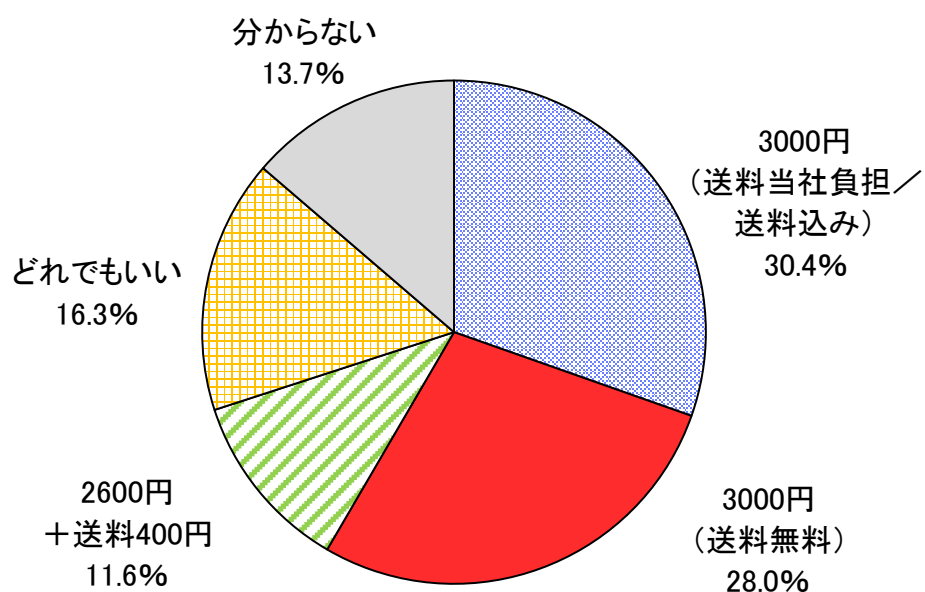
「送料無料」表示に関する考えについて、「(A)である(8.4%)」又は「どちらかといえば(A)に近い(15.0%)」と回答した人の割合が、合計で約2割を占める一方、「(B)である(26.1%)」又は「どちらかといえば(B)に近い(28.7%)」と回答した人の割合は、合計で5割強となっている。



問 20. 商品を購入する際、総額は同じであるとして、どの表示の商品を選択しますか。

(単一回答)

商品の金額表示について、総額が同じ場合にどの表示を選択するか聞いたところ、「3000 円(送料当社負担／送料込み) (30.4%)」と回答した人の割合が最も高く、次いで「3000 円(送料無料) (28.8%)」、「2600 円+送料 400 円(11.6%)」となっている。



(n=5,000)