

目 次

本報告書を読む際の注意	1
I 調査の概要	3
II 調査結果の概要	7
1 「新しい生活様式」下の意識や行動について	7
(1) 日常生活における「新しい生活様式」の実践頻度について(問1)	7
(2) 1年前と比べた各行動の増減について(問2)	8
(3) インターネット利用の有無(問3)	9
(4) インターネット上で利用しているサービス(問4(1))	10
(5) 1年前と比べたインターネット上で利用しているサービスの利用頻度の変化(問4(2))	11
(6) インターネットでの商品・サービスの購入の有無(問5)	12
(7) 1年前と比べた店頭での買物の利用頻度の変化(問6(a))	13
(8) 1年前と比べたインターネットでの買物の利用頻度の変化(問6(b))	14
(9) インターネットでの商品・サービスの購入に対する安心度(問7)	15
(10) インターネットでの商品・サービスの購入で心配なこと(問8(1))	16
(11) インターネットでの商品・サービスの購入で経験したこと(問8(2))	17
(12) デジタルプラットフォームでの購入経験について(問9)	18
(13) デジタルプラットフォームでの購入時の優先項目について(問10)	19
(14) キャッシュレス決済の利用経験(問11(1))	20
(15) キャッシュレス決済に対する考え(問11(2))	21
(16) 1年前と比べた外出時の飲食店選びにおいて重視することの変化(問12)	22
(17) 1年前と比べた外出時に新たに行うようになった行動(問13)	23
(18) 商品やサービスの購入時に重視するもの(問14(1))	24
(19) 商品やサービスの購入時に最も重視するもの(問14(2))	25
(20) 1年前と比べた商品やサービスの購入時の重視度の変化(問15)	26
(21) 「新しい生活様式」の満足度(問16)	27
(22) 日常的な買い置きに関する考え(問17)	28
(23) 日用品や食料等が品薄のときの考え(問18)	29
(24) 新型コロナウイルス感染急拡大時(令和2年3月～5月)の考えや行動について①(問19)	30
(25) 新型コロナウイルス感染急拡大時(令和2年3月～5月)の考えや行動について②(問19)	31
(26) 調査時(令和2年11月)の考えや行動について①(問20)	32
(27) 調査時(令和2年11月)の考えや行動について②(問20)	33
2 「消費者事故・トラブル」について	34
(1) 購入商品や利用サービスでの消費者被害の経験(問21)	34
(2) 被害事例数(問22)	37
(3) 被害を受けた商品・サービス(問22①)	38
(4) 被害を受けた商品・サービスの販売・購入形態(問22③)	41

(5) 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 22④)	43
(6) 被害を受けた商品・サービスの金額 (問 22⑥)	44
(7) 被害を受けた商品・サービスの既支払額 (問 22⑦)	45
(8) 被害を受けた商品・サービスの既支払額のうち被害に当たると思う金額 (問 22⑧) ..	46
(9) 被害を受けた商品・サービスによる身体的被害の程度と治療費 (問 22⑨)	47
(10) 被害を受けた商品・サービスの代金以外の物的・経済的被害 (問 22⑩)	48
(11) 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 22⑪)	49
(12) 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 22⑫) ..	50
(13) 被害を受けた商品・サービスの被害の回復 (問 22⑬)	51
(14) 被害を受けた商品・サービスでの問題対応や被害回復のための費用 (問 22⑭)	52
(15) 被害を受けた商品・サービスでの問題対応や被害回復のための時間 (問 22⑮)	53
3 日頃の生活における行動や意識について	54
(1) 現在の生活における経済的な豊かさについて (問 23)	54
(2) 現在の生活における満足度 (問 24)	55
(3) 日頃の意識や消費行動について (問 25)	56
(4) 日頃の買物で意識していること (問 26)	57
4 「消費者政策への評価」について	58
(1) 消費者ホットライン188 (いやや!) についての認知度 (問 27)	58
(2) 消費者庁の取組で知っていること (問 28(1))	61
(3) 消費者庁の取組への期待 (問 28(2))	62
Ⅲ 調査票 (単純集計結果付き)	63
(参考資料) 調査票・別紙<問 22 の記入例>	83
Ⅳ 集計表	87
Ⅴ 標本抽出方法	321