

目 次

消費者意識基本調査

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 「消費生活における意識や行動」について	7
(1) 商品やサービスを選ぶときに意識すること (問 1)	7
(2) 日常生活における意識や行動について (問 2)	10
(3) 消費者として心掛けている行動 (問 3)	12
(4) 販売形態の利用 (問 4)	14
(5) 訪問販売の利用理由 (問 4 付問 1)	15
(6) 電話勧誘による販売の利用理由 (問 4 付問 2)	16
(7) カタログ通販の利用理由 (問 4 付問 3)	17
(8) インターネット通販の利用理由 (問 4 付問 4)	18
(9) テレビショッピングの利用理由 (問 4 付問 5)	19
2 「消費者事故・トラブル」について	20
(1) 購入商品や利用サービスでの消費者被害の経験 (問 5)	20
(2) 被害事例数 (問 6)	22
(3) 被害を受けた商品・サービス (問 6 ①)	23
(4) 被害を受けた商品・サービスの販売・購入形態 (問 6 ③)	26
(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 6 ④)	27
(6) 被害を受けた商品・サービスの金額 (問 6 ⑥)	28
(7) 被害を受けた商品・サービスの既支払額 (問 6 ⑦)	29
(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 6 ⑧)	30
(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 6 ⑨)	31
(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 6 ⑩)	32
(11) 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 6 ⑪)	33
(12) 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 6 ⑫)	34
(13) 被害を受けた商品・サービスについての相談の有無 (問 6 ⑬)	35
(14) 被害を受けた商品・サービスについての相談相手 (問 6 ⑭)	36
(15) 被害を受けた商品・サービスのうち最も深刻な事例 (問 7)	37
(16) 最も深刻な事例を相談した理由 (問 7 付問 1)	38
(17) 最も深刻な事例を相談した結果 (問 7 付問 2)	39
(18) 最も深刻な事例を相談した結果の満足度 (問 7 付問 3)	40
(19) 最も深刻な事例を相談しなかった理由 (問 7 付問 4)	41
(20) 「押し買い」訪問の有無 (問 8)	42
(21) 「押し買い」で事業者に買い取られた品物 (問 8 付問 1)	43

(22) 「押し買い」で事業者から受け取った金額（問 8 付問 2）	44
(23) 「押し買い」で事業者に買い取られた品物の時価総額（問 8 付問 3）	45
3 「消費者政策への評価」について	46
(1) 消費者を取り巻く状況について（問 9）	46
(2) 消費生活センターの認知度（問 10）	48
(3) 消費生活センターを知ったきっかけ（問 10 付問 1）	49
(4) 消費生活センターに相談する消費者被害金額（問 10 付問 2）	50
(5) 消費者庁の取組で知っていること（問 11）	51
4 「消費者教育」について	53
(1) 消費者教育・啓発の受講経験の有無（問 12）	53
(2) 受講した消費者教育・啓発の内容（問 12 付問 1）	54
(3) 消費者教育・啓発の受講機会（問 12 付問 2）	55
(4) 食品ロス問題の認知度（問 13）	56
(5) 「3 分の 1 ルール」を見直す取組の認知度（問 14）	57
(6) 食品ロス軽減のために取り組んでいること（問 15）	58
5 「個人情報」について	60
(1) 自分の個人情報が他人に知られてしまうこと（問 16）	60
(2) 自分の個人情報を事業者に提供すること（問 17）	62
Ⅲ 調査票（単純集計結果付き）	63
（参考資料）調査票・別紙＜問 6 の記入例＞	83
Ⅳ 集計表	87
Ⅴ 標本抽出方法	309