

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) 消費者として心掛けている行動 (問 2)	10
2 「消費者事故・トラブル」について	12
(1) 購入商品や利用サービスでの消費者被害の経験 (問 3)	12
(2) 被害事例数 (問 4)	15
(3) 被害を受けた商品・サービス (問 4 ①)	16
(4) 被害を受けた商品・サービスの販売・購入形態 (問 4 ③)	19
(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 4 ④)	20
(6) 被害を受けた商品・サービスの金額 (問 4 ⑥)	21
(7) 被害を受けた商品・サービスの既支払額 (問 4 ⑦)	22
(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する金額 (問 4 ⑧)	23
(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 4 ⑨)	24
(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 4 ⑩)	25
(11) 被害を受けた商品・サービスについての相談又は申し出の有無 (問 4 ⑪)	26
(12) 被害を受けた商品・サービスについての相談又は申し出をした相手 (問 4 ⑫)	27
(13) 被害を受けた商品・サービスの被害の回復 (問 4 ⑬)	28
(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 4 ⑭)	29
(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 4 ⑮)	30
3 「消費者政策への評価」について	31
(1) 消費者を取り巻く状況について (問 5)	31
(2) 消費者庁の取組で知っていること (問 6)	33
(3) 相談機関・窓口についての信頼度、認知度 (問 7)	35
(4) 消費生活センターの認知度 (問 8)	38
(5) 消費生活センターを知ったきっかけ (問 8 付問 1)	39
(6) 消費生活相談員の認知度 (問 8 付問 2)	40
(7) 消費生活センター等に相談する判断基準 (問 9)	41
(8) 消費生活センター等に相談する場合期待すること (問 9 付問 1)	42
(9) 消費生活センター等に相談する際の場所 (問 9 付問 2)	43
(10) 消費生活センター等に相談する際の最初の連絡手段 (問 9 付問 3)	44
(11) 消費生活センター等で利用したいもの (問 10)	45
(12) 消費生活センター等が全ての地方公共団体にあることの認知度 (問 11)	46

4	「宅配の受取」について	47
	(1) 再配達を削減するための取組として協力できること (問 12)	47
	(2) 最速のタイミングと追加料金との選択 (問 13)	48
5	「食生活における意識や取組」について	49
	(1) 食品ロス問題の認知度 (問 14)	49
	(2) 食品ロス軽減のために取り組んでいること (問 15)	50
	(3) 栄養成分表示を見た経験の有無 (問 16)	51
	(4) 栄養成分表示の参考の有無 (問 16 付問 1)	52
	(5) 栄養成分表示の参考度 (問 16 付問 2)	53
	(6) 保健機能食品の認知度 (問 17)	54
	(7) 最近半年間の保健機能食品の摂取の有無 (問 17 付問 1)	55
III	調査票 (単純集計結果付き)	57
	(参考資料) 調査票・別紙<問 4 の記入例>	75
IV	集計表	79
V	標本抽出方法	299