

### 3 市民意識調査の結果

本市では毎年、市民の市政に対する要望や関心度について把握し、これらを市政に反映させるために市民意識調査を実施しています。令和2年度に実施した第47回市民意識調査において、消費生活に関する質問を行いました。

#### 【市民意識調査の概要】

- ①調査対象 沼津市内在住の18歳以上の市民2,150人
- ②抽出方法 住民基本台帳データより等間隔無作為抽出
- ③調査期間 令和2年7月23日（木）～8月11日（火）
- ④有効回収率 50.7%
- ⑤質問内容

#### 【消費生活センター認知度】

- ・消費生活センターの業務内容について知っていますか

#### 【消費者として心がけていること】

- ・商品やサービスに関する表示や説明をよく理解した上で、選択する
- ・商品やサービスについて問題があれば、事業者に申し立てを行う
- ・ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える
- ・個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる
- ・環境に配慮した商品やサービスを選択する
- ・消費者団体や市民団体等の活動に積極的に参加する

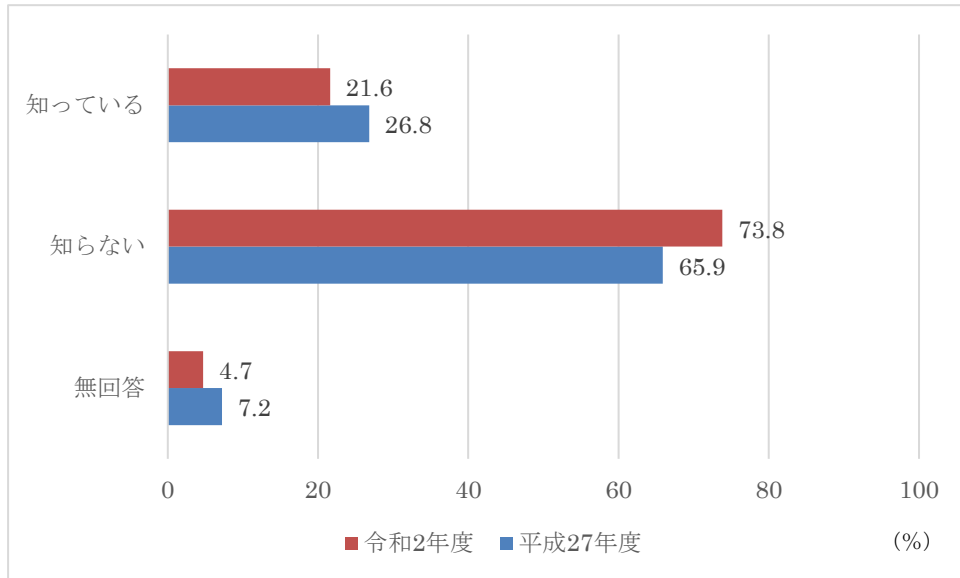
#### 【消費者としての知識】（正誤形式）

- ・契約成立には印鑑が必要である
- ・通信販売やインターネットで買物した商品は、クーリング・オフの対象である
- ・賞味期限とは、「おいしく食べることが出来る期限」である
- ・フェアトレードとは、途上国の人々との対等な関係や環境保護を目指し、適正価格で取引することをいう
- ・消費生活センターに相談した内容は、国がデータを管理し、事業者指導や法改正等に活用される

調査の結果は次のとおりです。

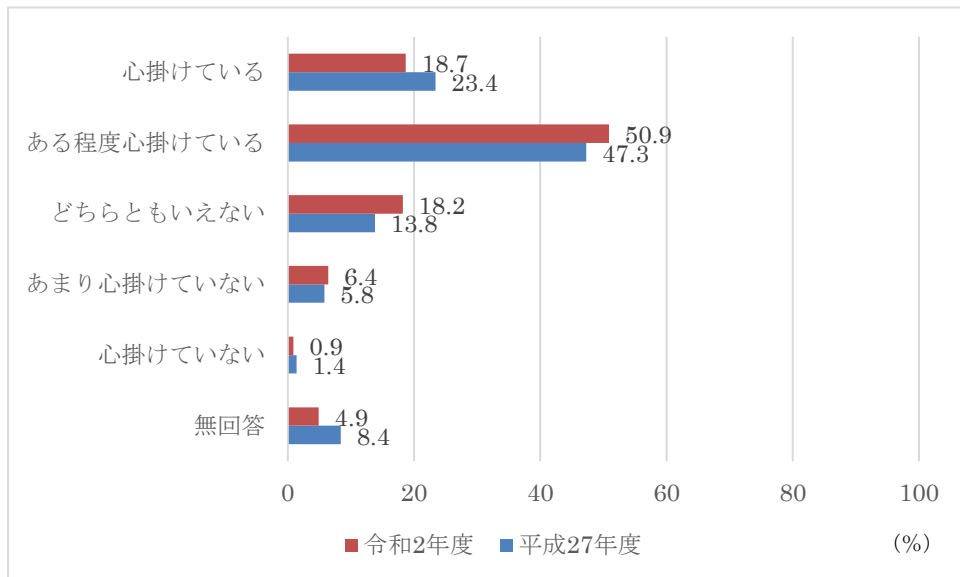
### 【消費生活センター認知度】

Q. 消費生活センターの業務内容について知っていますか

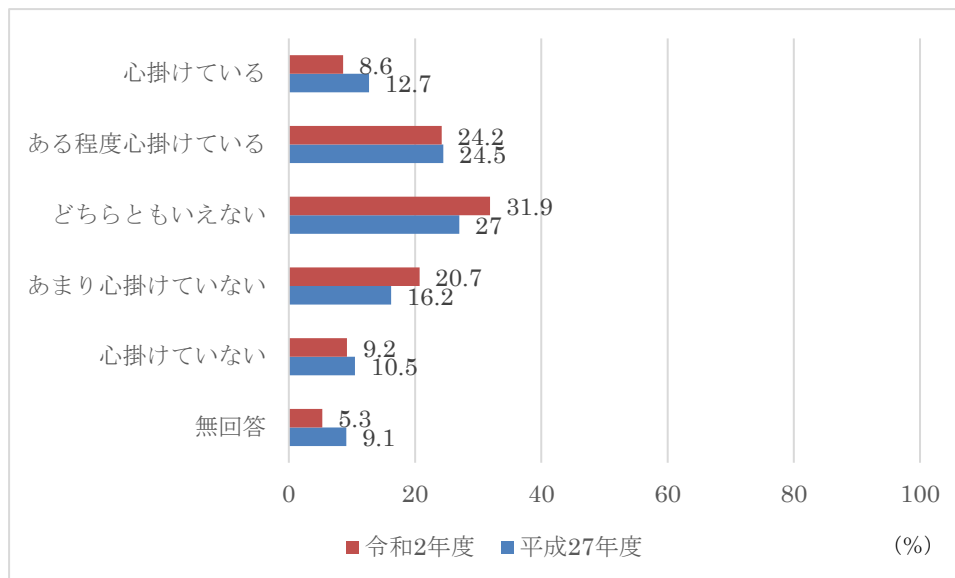


### 【消費者として心がけていること】

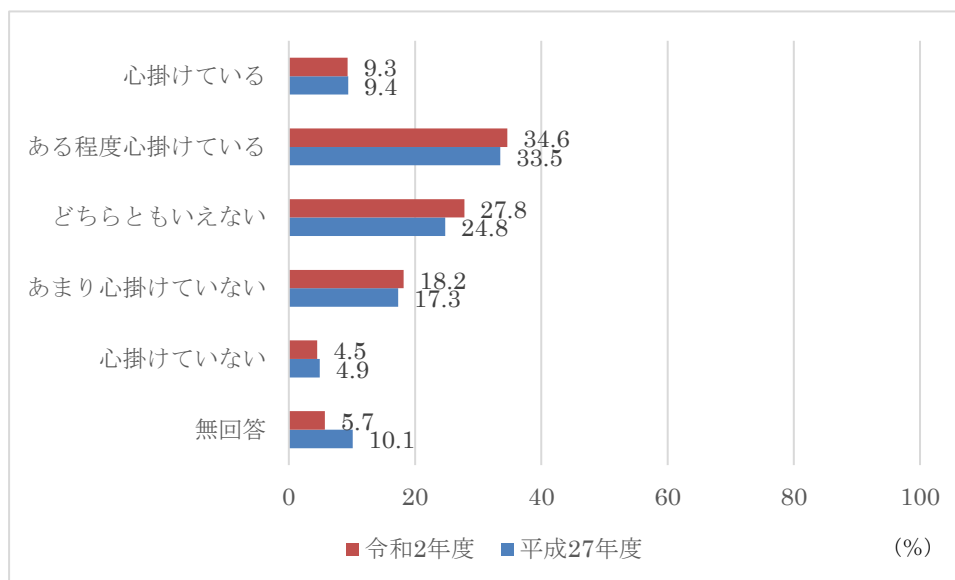
Q. 商品やサービスに関する表示や説明をよく理解した上で、選択する



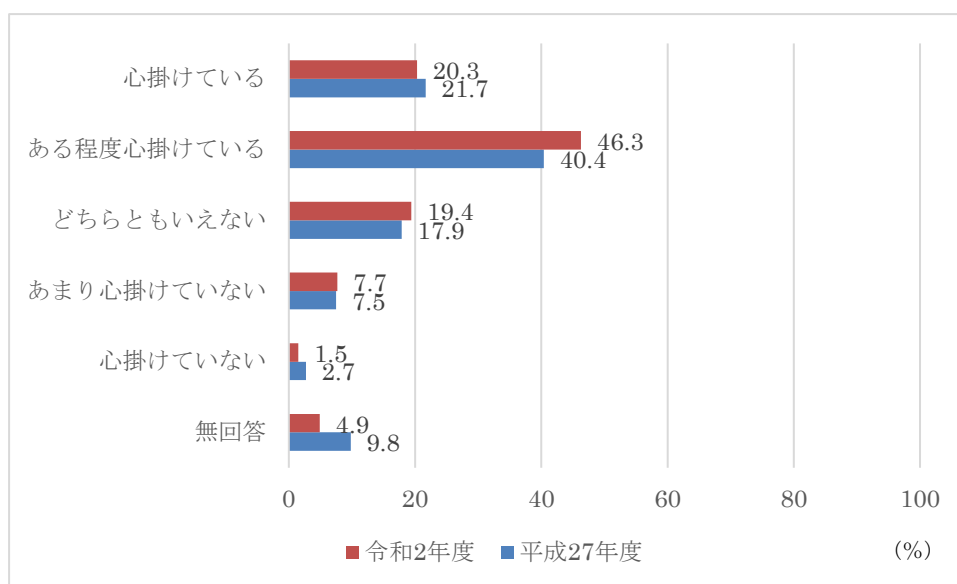
Q. 商品やサービスについて問題があれば、事業者申し立てを行う



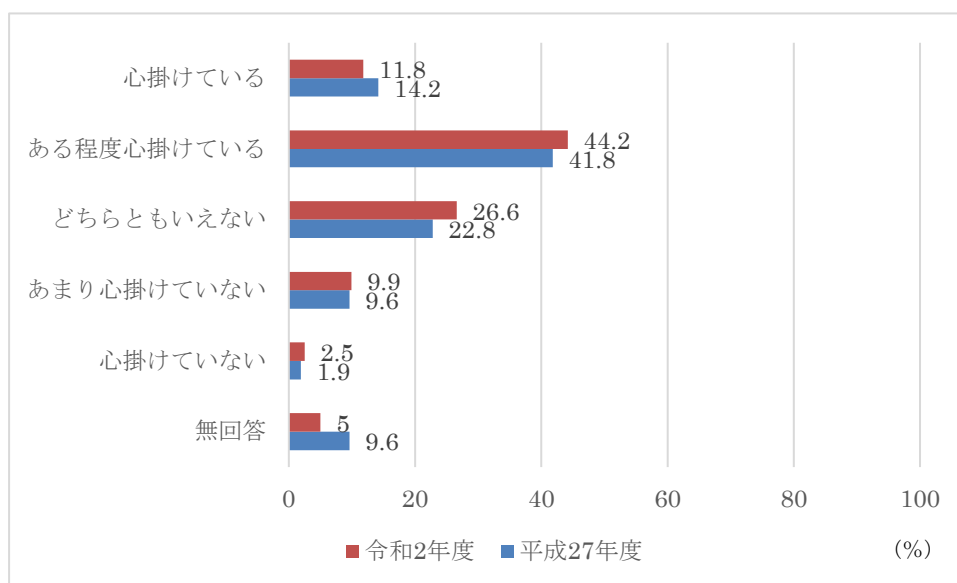
Q. ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考える



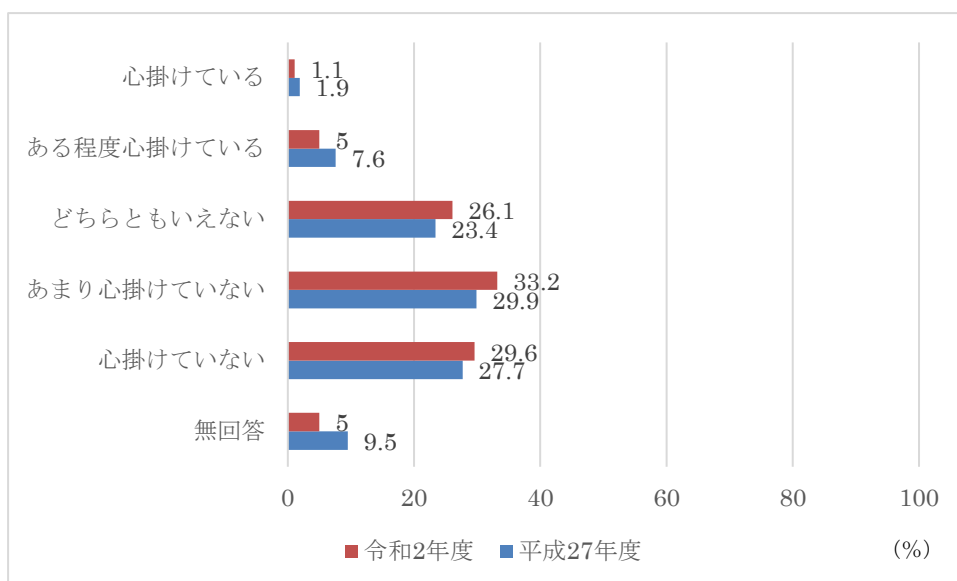
Q. 個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる



Q. 環境に配慮した商品やサービスを選択する

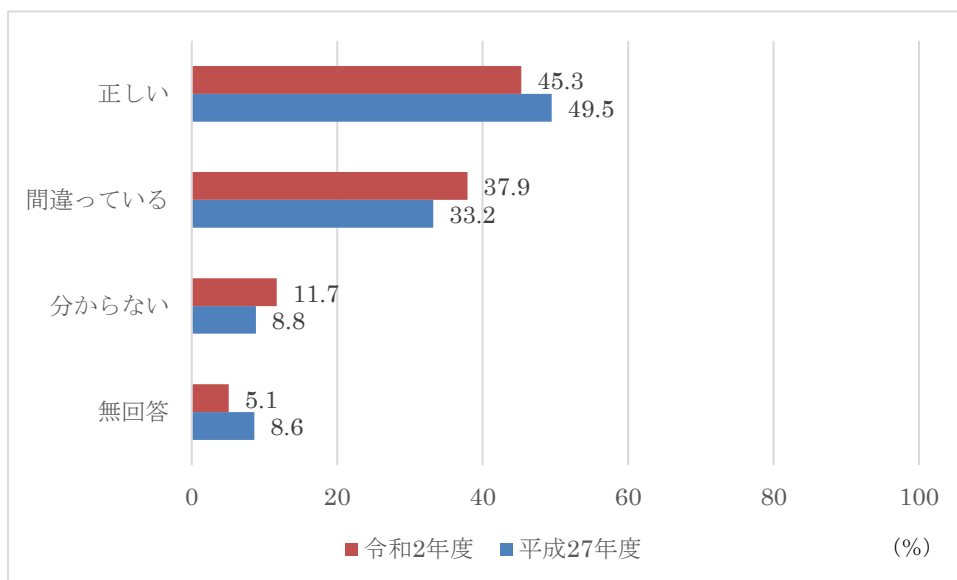


Q 消費者団体や市民団体等の活動に積極的に参加する



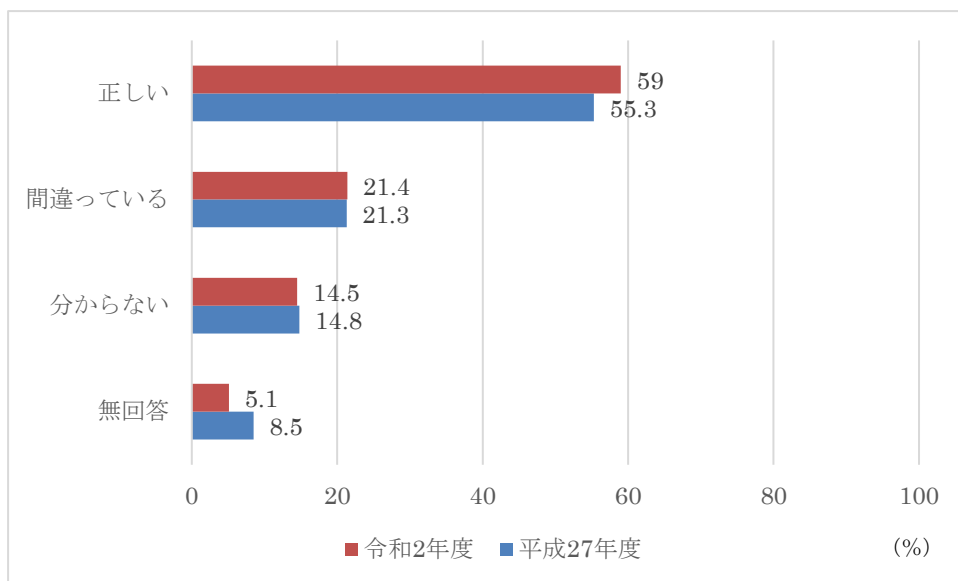
【消費者としての知識】

Q 契約成立には印鑑が必要である



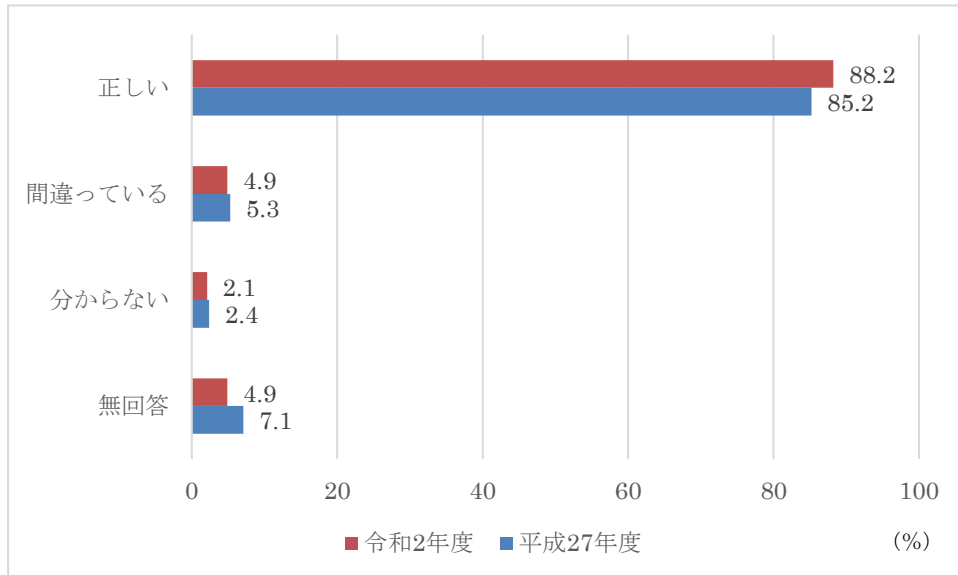
正解：間違っている  
正答率：37.9%（前回 33.2%）

Q 通信販売やインターネットで買物した商品は、クーリング・オフの対象である



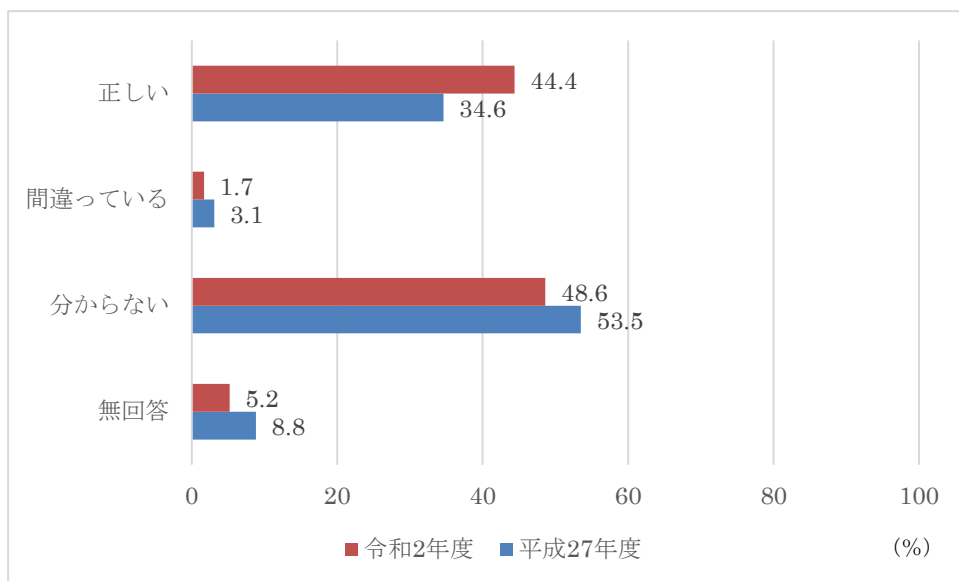
正解：間違っている  
正答率：21.4% (前回 21.3%)

Q 賞味期限とは、「おいしく食べることが出来る期限」である



正解：正しい  
正答率：88.2% (前回 85.2%)

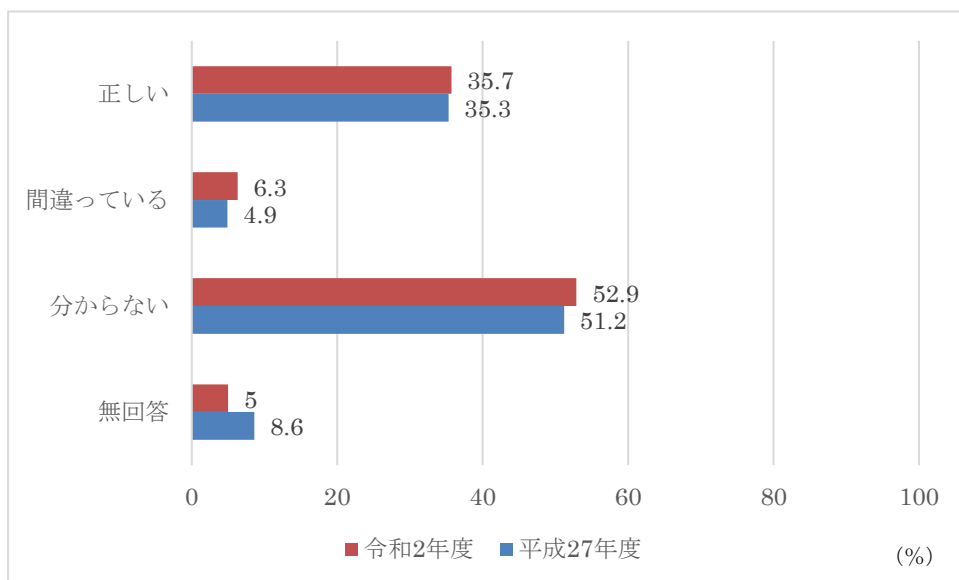
Q フェアトレードとは、途上国の人々との対等な関係や環境保護を目指し、適正価格で取引することをいう



正解：正しい

正答率：44.4% (前回 34.6%)

Q 消費生活センターに相談した内容は、国がデータを管理し、事業者指導や法改正等に活用される



正解：正しい

正答率：35.7% (前回 35.3%)

#### 消費生活センターの認知度の向上

消費生活センターの業務の認知度が低下していることが調査結果からわかります。啓発活動や紙媒体、SNSなどを活用し、センターの積極的な周知が必要になります。

#### 消費者としての意識の向上

全ての市民は消費者です。より良い生活を送る上で消費者としての心掛けは高ければ高いほど良いと考えられます。様々な機会を通じて、より効果的な啓発をしていく必要があります。

#### 消費者としての知識の向上

今回の調査での平均正答率は45.5%と前回から3.6%上昇しました。消費生活を送る上で、正しい知識を有していることが、トラブルの未然防止にも繋がると考えられます。そのため、より一層の啓発が必要であると考えられます。