

消費者トラブルアンケート 2010 まとめ

2010年1月

宮城県生活協同組合連合会

はじめに

現在、地方消費者行政の充実が叫ばれる中、市町村の消費生活相談窓口の設置もすすみつつあります。前回のアンケート実施から4年目を向かえ、トラブルの実態や相談方法、消費者教育について再度調査し、組合員への啓発と地方消費者行政への充実に役立てます。

アンケート調査の概要

1. 調査目的

- (1) 宮城県生活協同組合連合会加盟生協の消費者トラブルの意識調査
- (2) 消費者行政の充実強化をすすめる懇談会みやぎ(消費者懇)、新しい消費者行政を創るネットワーク宮城(消費者ネット宮城)での要請活動の資料として活用
- (3) 行政との懇談資料への活用
- (4) 組合員の消費者問題への関心を深めるツール作成の資料として活用

2. 調査対象 (各生協の組合員)

みやぎ生活協同組合・生活協同組合あいコープみやぎ・宮城県高齢者生活協同組合・東北大学生活協同組合・東北学院大学生生活協同組合

3. 調査期間 2010年10月1日～11月2日

4. 調査方法 調査対象者にアンケート用紙を配布・職員ルートによる回収 (意識調査のため、実際の被害件数とは一致しません)

5. 回収の状況 回収合計 2714名

みやぎ生活協同組合(2594名)・生活協同組合あいコープみやぎ(20名)・宮城県高齢者生活協同組合(56名)・東北大学生活協同組合(11名)・東北学院大学生生活協同組合(33名)

6. 回答者の属性

	仙台市	仙台市以外	無記入	計(名)	構成比
男性	70	14	—	84	3%
女性	1494	1126	—	2620	97%
無記入	—	—	10	10	(0%)
計(名)	1564	1140	10	2714	100%
構成比(%)	58%	42%	(0%)	100%	

年代	人数(名)	構成比
20代未満	10	0%
20代	52	2%
30代	533	20%
40代	770	28%
50代	648	24%
60代	514	19%
70代以上	160	6%
無記入	25	1%
計(名)	2714	100%

アンケート結果

1. 訪問販売や電話による「迷惑な勧誘」を受けたことはありますか？

☆ 回答者の約7割の人が迷惑な勧誘を受けたと感じています。（前回の調査では54%でした）

	仙台市	仙台市以外	計(名)	構成比
ある	1017	793	1810	68.1%
ない	503	346	849	31.9%
計(名)	1520	1139	2659	100.0%

(無回答 55 名)

2. あなたや家族が、ここ3年くらいで悪質商法トラブルと思われることにあったことがありますか。

☆10 人の内 1 人以上の人が自身または家族の誰かがトラブルにあったことがあると答えています。

	仙台市	仙台市以外	計(名)	構成比
ある	192	123	315	11.6%
ない	1372	1018	2390	88.4%
計(名)	1564	1141	2705	100.0%

(無回答 9 名)

(1) トラブルはどのような内容でしたか？また、その時どうしましたか？

☆ 多くの人(勧誘を受けた件数のうち約7割)は「無視をした」ために被害にあっていません。

☆ 消費生活センターや消費生活相談窓口などに相談した件数は約 6%と少ない現状がわかります。

☆ 前回の調査では「架空請求(893 件)」がトップでしたが、今回は「電話勧誘」が 672 件でトップになっています。消費者側も留守番電話などの対策が必要というコメントがありました。

	電話勧誘	架空請求	訪問販売	点検商法	その他	計(件)	構成比
センターなどに相談した	24	49	31	7	14	125	5.9%
家族・知人に相談した	42	45	56	20	16	179	8.5%
センターに情報提供した	8	24	12	11	3	58	0.3%
無視をした	530	396	277	138	101	1442	68.9%
クーリング・オフした	18	3	30	16	11	78	3.7%
その他	50	35	70	31	25	211	10.0%
計	672	552	476	223	170	2093	100.0%

※構成比の分母はトラブルの件数

(2) トラブルにあった時、またはあいさうになった時どのように感じましたか？(抜粋)

- ①全く身におぼえがなかったけど、不安になり動揺した。無視していればいいと思ってそうしたが、数日は気になってドキドキした。
- ②トラブルにあっている本人はだまされていると認めたくないの、周囲で常に子どもやお年寄りの相談にのってあげなくてはいけないと思いました。
- ③怖い感じでした。2次3次と被害が広がらないか心配でした。

3. あなたの市町村の消費生活相談窓口の場所を知っていますか？

- ☆ 仙台市以外の市町村の窓口認知度が、仙台市に比べ約 10 ポイント高くなっています。
- ☆ 仙台市、仙台市以外とも、半分以上の人は窓口を知らないことになります。被害防止・速やかな救済には、相談窓口の認知度を上げる必要があります。

	仙台市	構成比	仙台市以外	構成比	計(名)	構成比
知っている	542	35.6%	499	45.2%	1041	38.8%
知らない	980	64.4%	605	54.8%	1585	58.5%
計(名)	1522	100.0%	1104	100.0%	2626	100.0%

(無回答 88 名)

4. 消費者ホットラインを知っていますか？

- ☆ 知っている人は全体の 2 割程度しかいません。お知らせしていく必要があります。

※消費者ホットラインは身近な相談窓口につながるナビダイヤルです。0570-064-370(まもろうよ・みんなを)

	仙台市	構成比	仙台市以外	構成比	計(名)	構成比
知っている	334	21.4%	271	24.1%	605	22.5%
知らない	1224	78.6%	855	75.9%	2079	77.5%
計(名)	1558	100.0%	1126	100.0%	2684	100.0%

(無回答 30 名)

5. あなたの市町村で開催された消費生活講座を受けたことはありますか？

- ☆ 消費生活講座を受けたことがある人は、1 割以下でした。消費者力向上のためにも、講座などの学習機会を増やす取組みが必要です。
- ☆ テーマでは「悪質商法」と「食生活」で約 8 割を占めています。インターネット等の被害も増えていきますので指導者や教材の充実も必要です。

(複数回答)

参加経験	仙台市	仙台市以外	計(名)	構成比
ある	107	123	230	8.5%
ない	1450	1014	2464	91.5%
計(名)	1557	1137	2694	100.0%

(無回答 20 名)

(複数回答)

テーマ	仙台市	仙台市以外	計(名)	構成比
悪質商法	90	106	196	62.2%
食生活	21	31	52	16.6%
保険・遺言	12	12	24	7.6%
住生活	10	7	17	5.4%
葬儀	10	3	13	4.1%
携帯電話	2	7	9	2.9%
その他	1	3	4	1.3%
計	146	169	315	100.0%

お知らせは？	計(名)	構成比
広報誌	99	40.2%
HP	5	2.0%
案内ハガキ	16	6.5%
新聞	17	6.9%
その他	109	44.3%
計	246	100.0%

- ☆ 講座を知る手段は広報誌が多く、ホームページ(HP)は低いことがわかりました。その他では「友人等からの情報」等のコメントがありました。

6. 消費者被害に関する情報はどこから得る事が多いですか？

- ☆ 「テレビ・ラジオ」が約 7 割と最も多く、次いで「新聞」とメディアからが 5 割を超えています。
- ☆ 組合員へのアンケートでしたが、「生協」からは 25.9%と少ないことが分かりました。組合員への情報提供の強化と工夫をはかる必要があります。
- ☆ 順位は前回の調査とほとんど変わっていません。行政のホームページ等も充実してきていますので、消費者も積極的に情報を入手していくことが重要です。(複数回答)

項目	計(名)	構成比	項目	計(名)	構成比
①テレビ・ラジオ	1870	68.9%	⑥インターネット	220	8.1%
②新聞	1410	51.9%	⑦消費生活センターから	120	4.4%
③市町村から(広報誌など)	812	29.9%	⑧研修会	71	2.6%
④生協	703	25.9%	⑨その他	50	1.8%
⑤PTA・サークル・町内会など	305	11.2%	⑩消費者団体	43	1.6%

※構成比の分母は回答者数

7. 被害に合わないためにどんなことが必要だと思いますか？

- ☆ 「十分な情報」や「家族とのコミュニケーション」が必要と考える人が 5 割を超えています。外部からの情報だけでなく、家族内で話し合える状態を日ごろから作ることが重要といえます。
- ☆ 前回に比べ「近隣の協力」をあげる人が増えており、高齢者・障がい者への配慮を含めた地域内での見守り活動の必要性が認識されてきています。(複数回答)

項目	計(名)	構成比	項目	計(名)	構成比
①十分な情報	2032	74.9%	⑤近隣の協力	589	21.7%
②家族とのコミュニケーション	1438	53.0%	⑥子どもへの金銭教育	345	12.7%
③法律による取り締まり	903	33.3%	⑦その他	48	1.8%
④相談窓口の充実	701	25.8%			

※構成比の分母は回答者数

8. アンケートから見えること

- (1)「電話勧誘」や「訪問販売」など、自分から望んだ覚えのない勧誘(不招請勧誘)によるトラブルが増えています。これらの商法には「必要のないことはきっぱり断る」ことが被害防止のためには必要であることがアンケートからも明らかになりました。
- (2)しかし、昨年は「カニの電話勧誘販売」による高齢者の被害が全国的に増加するなど、悪徳商法や被害の情報が消費者に行き届いていないことや、「届いてしまったものは返せない」「自分が頼んだから返せない」などの思い込み、「相談窓口」や「消費者ホットライン」の認知度が低いことも原因の一部であると考えられます。
- (3)被害にあうのは高齢者ばかりではなく、若者を狙った商法や高度情報化社会でのインターネットによる取引被害も増えています。これらの「情報・知識」を「多様な広報・学習方法」で消費者が身につけていくことで、被害防止につながります。しかし、行政による講座を受けたことがあるのは 1 割もありません。参加しやすい日程・会場・テーマを、住民として行政に伝えていくことも、生協での取組みを強めることも課題です。