

令和3年度ネットリサーチ「消費生活」に関するアンケート結果報告書

■結果のポイント

- 「消費者ホットライン」188（いやや！）の認知状況については、「名前（消費者ホットライン）」については、「知っていた」が21.9%となっている。
- 「消費生活センター」又は「消費生活相談窓口」の認知状況については、「名前は知っていた」（45.1%）、「名前や業務の内容を知っていた」（16.8%）、「名前や業務の内容、自分の住んでいる地域（都道府県・市町村など）における所在や連絡先を知っていた」（4.5%）を合わせた【知っていた】が66.4%となっている。
- エシカル消費に関して実践していることは、「マイバッグを持参する」が81.7%で最も高く、次いで「食べ残しを減らす」が55.7%、「マイボトルを持ち歩く」が35.7%と続く。

■調査結果の概要

1 「消費者ホットライン」188（いやや！）の認知状況

◇ 名前（「消費者ホットライン」）については、「知っていた」が21.9%となっている。

まず初めに以下の内容をお読みになってからお答えください。

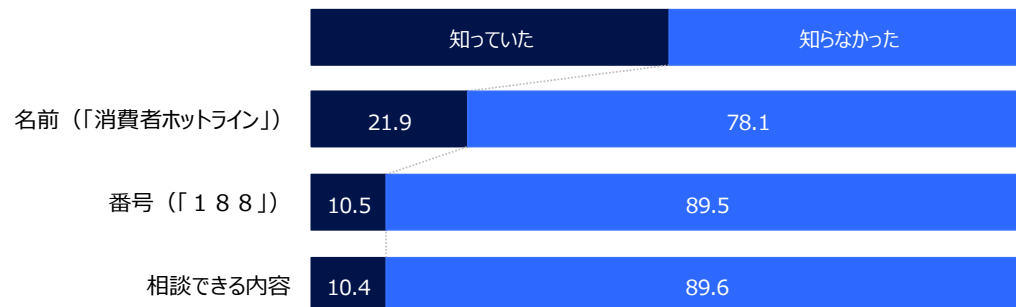
県では、県民の安全な消費生活を確保するため、さまざまな消費生活相談に対応できる相談体制の整備、消費者被害の未然防止に向けた消費者教育・啓発、消費者市民社会の形成を目指したエシカル消費の推進等を実施しています。

Q1.「消費者ホットライン」188（いやや！）は、電話で3桁の「188」番にかけると、お近くの消費生活センターや消費生活相談窓口につながり、消費生活相談の最初の一步をお手伝いするものです。

あなたは、この「消費者ホットライン」を知っていましたか。ア～ウについて、それぞれ当てはまるものを1つずつ選んでください。

SA

	% n	知っていた	知らなかった
名前（「消費者ホットライン」）	100.0 1000	21.9 219	78.1 781
番号（「188」）	100.0 1000	10.5 105	89.5 895
相談できる内容	100.0 1000	10.4 104	89.6 896



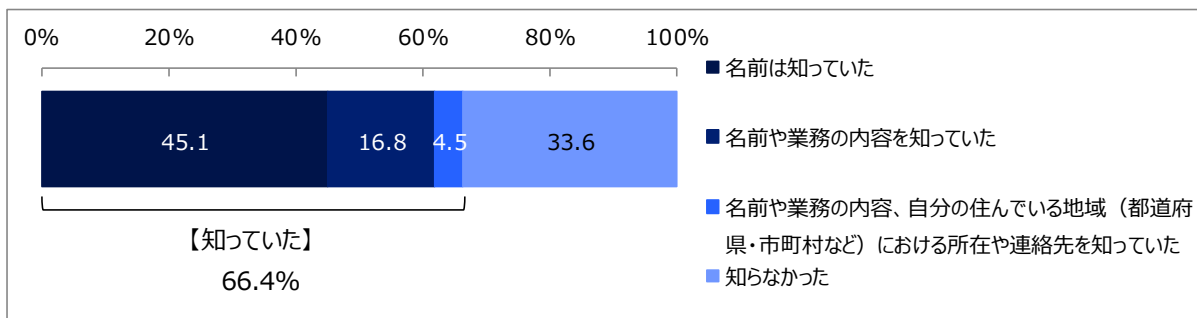
2 「消費生活センター」又は「消費生活相談窓口」の認知状況

◇ 「名前は知っていた」(45.1%)、「名前や業務の内容を知っていた」(16.8%)、「名前や業務の内容、自分の住んでいる地域(都道府県・市町村など)における所在や連絡先を知っていた」(4.5%)を合わせた【知っていた】が66.4%となっている。

Q2.あなたは、「消費生活センター」又は「消費生活相談窓口」を知っていましたか。また、知っている場合、その程度としてどれが最も当てはまりますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

SA

	%	n
全体	100.0	1000
名前は知っていた	45.1	451
名前や業務の内容を知っていた	16.8	168
名前や業務の内容、自分の住んでいる地域(都道府県・市町村など)における所在や連絡先を知っていた	4.5	45
知らなかった	33.6	336



<参考>「茨城県消費生活センター」について(茨城県「いばらき消費生活なび」ホームページ) <https://www.pref.ibaraki.jp/seikatsukankyo/syose/navi.html>

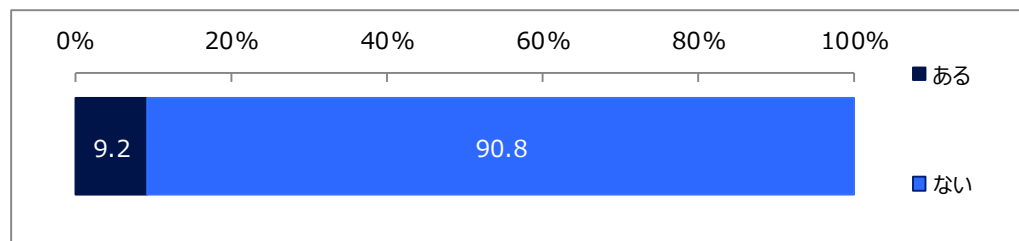
3 消費者トラブルの経験の有無

◇ 「ある」が9.2%、「ない」が90.8%となっている。

Q3.あなたは、この一年間に購入した商品、利用したサービスについて、「表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた」「契約・解約時トラブルにより被害にあった」等の経験をしたことがありますか。

SA

	%	n
全体	100.0	1000
ある	9.2	92
ない	90.8	908



4 消費者トラブルについての相談先

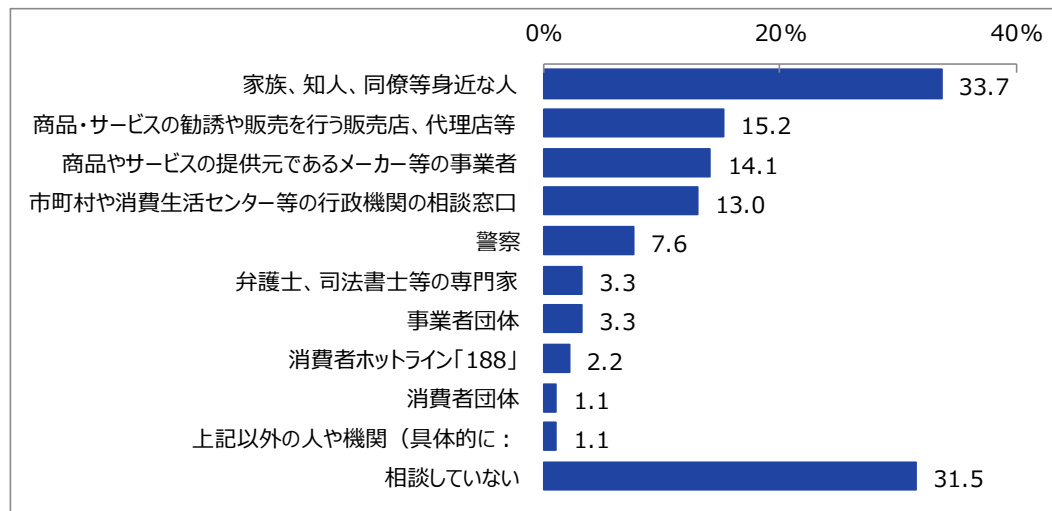
◇ 「家族、知人、同僚等身近な人」が33.7%で最も高く、次いで「商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店、代理店等」が15.2%と続く。

(Q3で「1. ある」と回答した方へ)

Q4.あなたは、その事例について、どなたに相談しましたか。あてはまるものを全て選んでください。

MA

	%	n
全体	100.0	92
家族、知人、同僚等身近な人	33.7	31
商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店、代理店等	15.2	14
商品やサービスの提供元であるメーカー等の事業者	14.1	13
市町村や消費生活センター等の行政機関の相談窓口	13.0	12
警察	7.6	7
弁護士、司法書士等の専門家	3.3	3
事業者団体	3.3	3
消費者ホットライン「188」	2.2	2
消費者団体	1.1	1
上記以外の人や機関（具体的に：	1.1	1
相談していない	31.5	29



5 情報を入手しやすい媒体

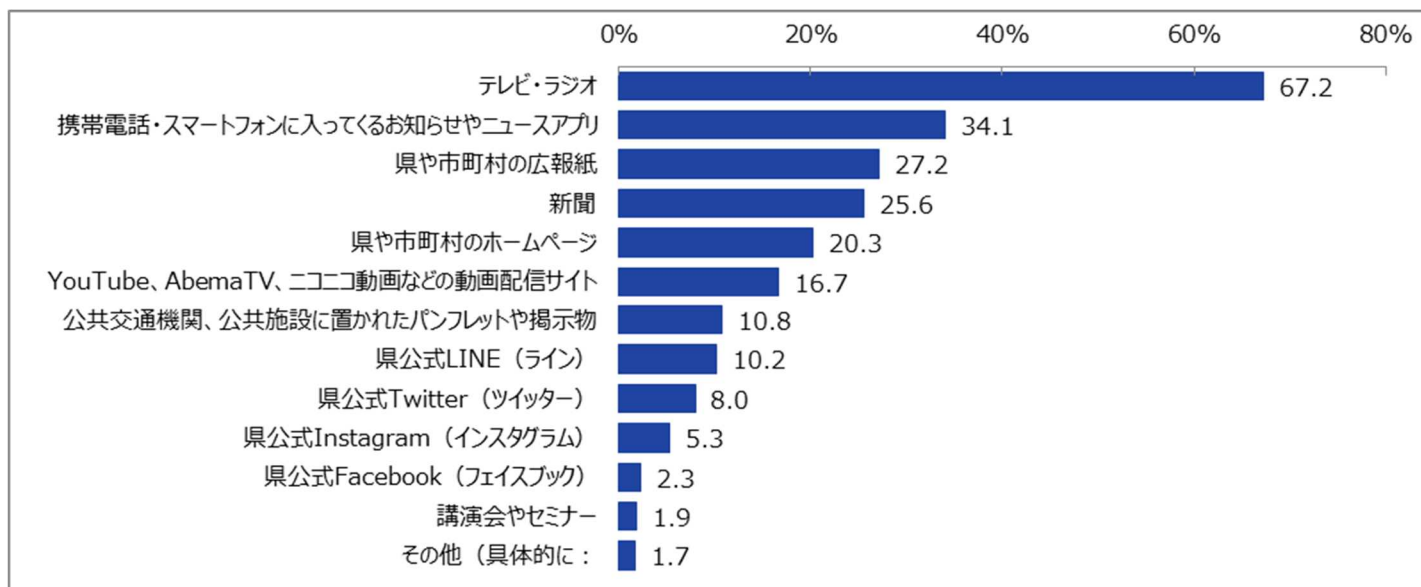
◇ 「テレビ・ラジオ」が67.2%で最も高く、次いで「携帯電話・スマートフォンに入ってくるお知らせやニュースアプリ」が34.1%と続く。

Q5.あなたが暮らしの中で注意すべき情報（悪質商法や詐欺、製品の安全性に関するものなど）を入手する際、どのような媒体からであれば入手しやすいですか。

あてはまるものを全て選んでください。

MA

	%	n
全体	100.0	1000
テレビ・ラジオ	67.2	672
携帯電話・スマートフォンに入ってくるお知らせやニュースアプリ	34.1	341
県や市町村の広報紙	27.2	272
新聞	25.6	256
県や市町村のホームページ	20.3	203
YouTube、AbemaTV、ニコニコ動画などの動画配信サイト	16.7	167
公共交通機関、公共施設に置かれたパンフレットや掲示物	10.8	108
県公式LINE（ライン）	10.2	102
県公式Twitter（ツイッター）	8.0	80
県公式Instagram（インスタグラム）	5.3	53
県公式Facebook（フェイスブック）	2.3	23
講演会やセミナー	1.9	19
その他（具体的に：	1.7	17



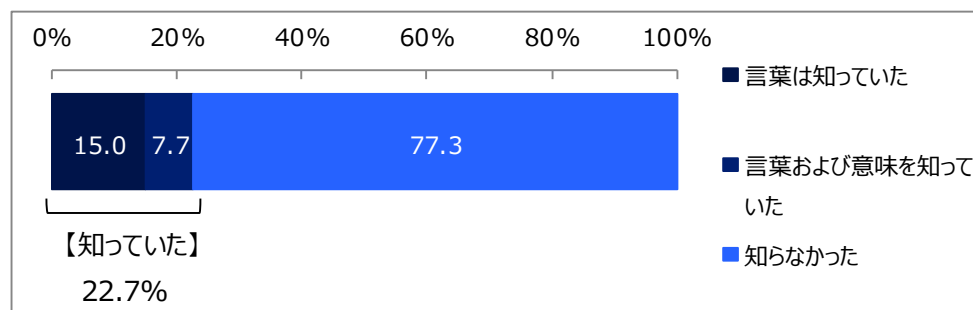
6 エシカル消費の認知状況

◇ 「言葉は知っていた」(15.0%)、「言葉および意味を知っていた」(7.7%)を合わせた【知っていた】が22.7%となっている。

Q6.「エシカル消費」とは、「フェアトレード認証商品を選択する」「障がい者支援につながる商品を選択する」「食品ロスを減らす」など、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のことです。あなたは、この「エシカル消費」という言葉を知っていましたか。また、知っていた場合、その程度としてどれが最も当てはまりますか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

SA

	%	n
全体	100.0	1000
言葉は知っていた	15.0	150
言葉および意味を知っていた	7.7	77
知らなかった	77.3	773



7 エシカル消費を知ったきっかけ

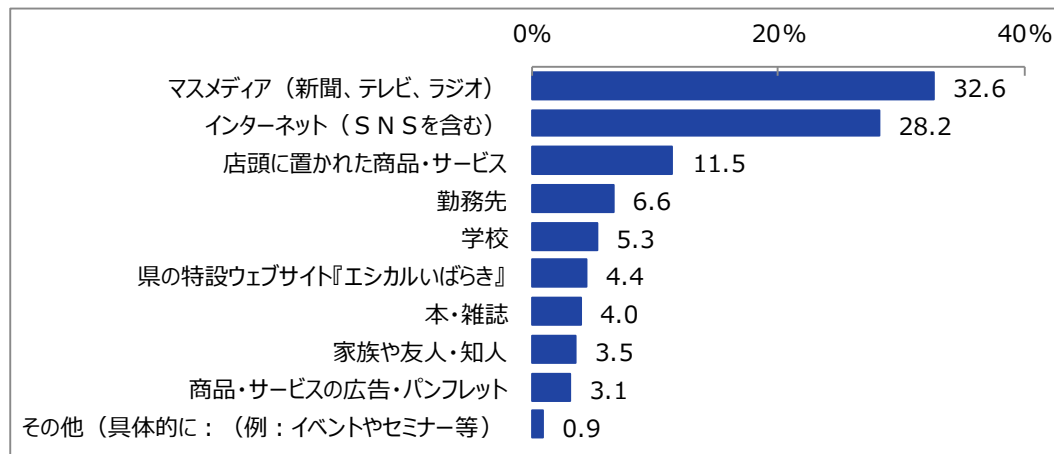
◇ 「マスメディア（新聞、テレビ、ラジオ）」が32.6%で最も高く、次いで「インターネット（SNSを含む）」が28.2%と続く。

（Q6で「1. 言葉は知っていた」「2. 言葉および意味を知っていた」と回答した方へ）

Q7.あなたがエシカル消費を知ったきっかけは何ですか。あてはまるものを1つだけ選んでください。

SA

	%	n
全体	100.0	227
マスメディア（新聞、テレビ、ラジオ）	32.6	74
インターネット（SNSを含む）	28.2	64
店頭に置かれた商品・サービス	11.5	26
勤務先	6.6	15
学校	5.3	12
県の特設ウェブサイト『エシカルいばらき』	4.4	10
本・雑誌	4.0	9
家族や友人・知人	3.5	8
商品・サービスの広告・パンフレット	3.1	7
その他（具体的に：（例：イベントやセミナー等）	0.9	2



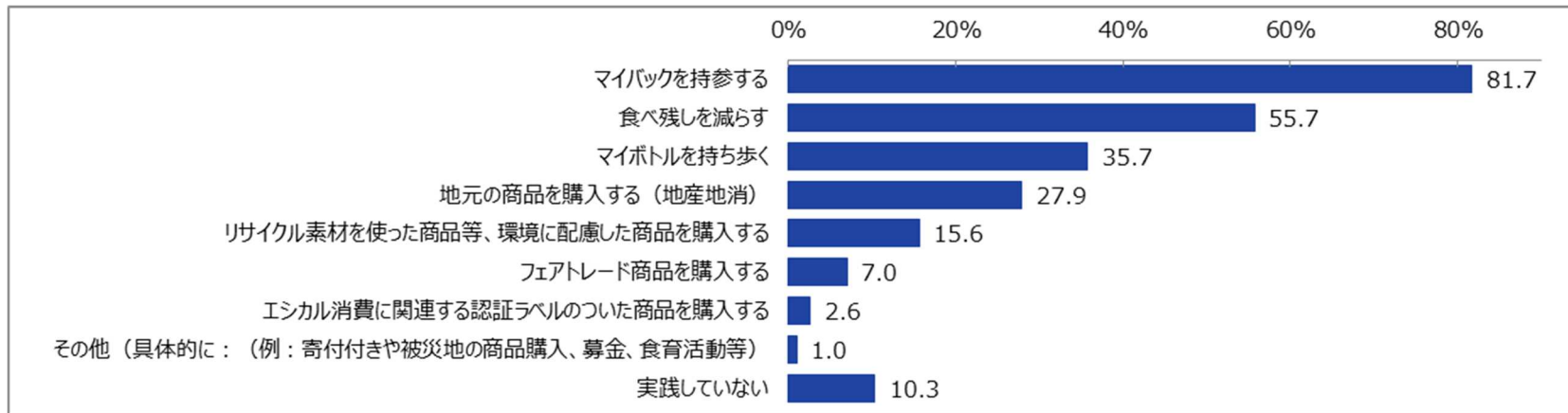
8 エシカル消費に関して実践していること

◇ 「マイバッグを持参する」が81.7%で最も高く、次いで「食べ残しを減らす」が55.7%、「マイボトルを持ち歩く」が35.7%と続く。

Q8.あなたは、普段の生活において、次に掲げるようなエシカル消費につながる行動を実践していますか。あてはまるものを全て選んでください。

MA

	%	n
全体	100.0	1000
マイバッグを持参する	81.7	817
食べ残しを減らす	55.7	557
マイボトルを持ち歩く	35.7	357
地元の商品を購入する（地産地消）	27.9	279
リサイクル素材を使った商品等、環境に配慮した商品を購入する	15.6	156
フェアトレード商品を購入する	7.0	70
エシカル消費に関連する認証ラベルのついた商品を購入する	2.6	26
その他（具体的に：（例：寄付付きや被災地の商品購入、募金、食育活動等）	1.0	10
実践していない	10.3	103



9 エシカル消費を実践しない理由

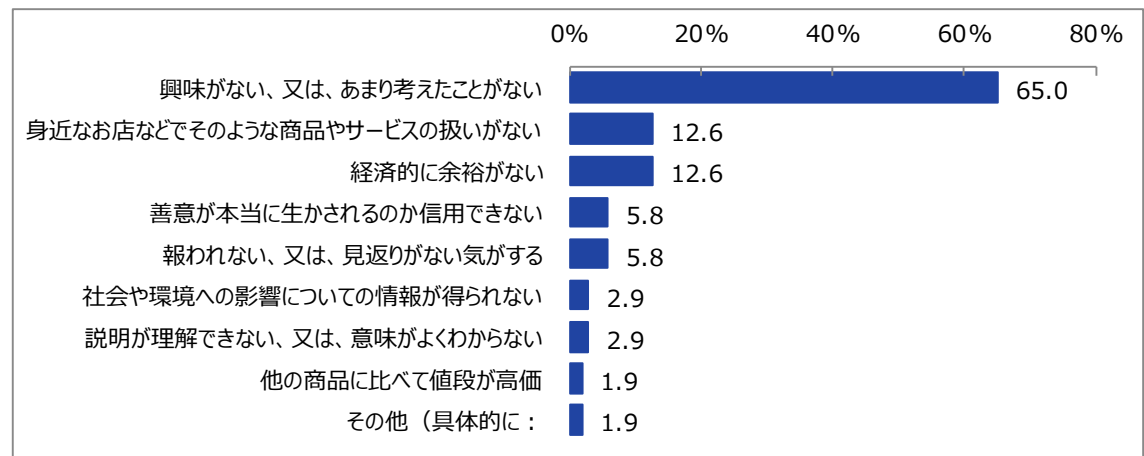
◇ 「興味がない、又は、あまり考えたことがない」が65.0%で最も高く、次いで「身近なお店などでそのような商品やサービスの扱いがいい」が12.6%と続く。

（Q8で「9. 実践していない」と回答した方へ）

Q9.あなたがエシカル消費につながる行動を実践していない理由について、あてはまるものを全て選んでください。

MA

	%	n
全体	100.0	103
興味がない、又は、あまり考えたことがない	65.0	67
身近なお店などでそのような商品やサービスの扱いがいい	12.6	13
経済的に余裕がない	12.6	13
善意が本当に生かされるのか信用できない	5.8	6
報われない、又は、見返りがいい気がする	5.8	6
社会や環境への影響についての情報が得られない	2.9	3
説明が理解できない、又は、意味がよくわからない	2.9	3
他の商品に比べて値段が高価	1.9	2
その他（具体的に：	1.9	2



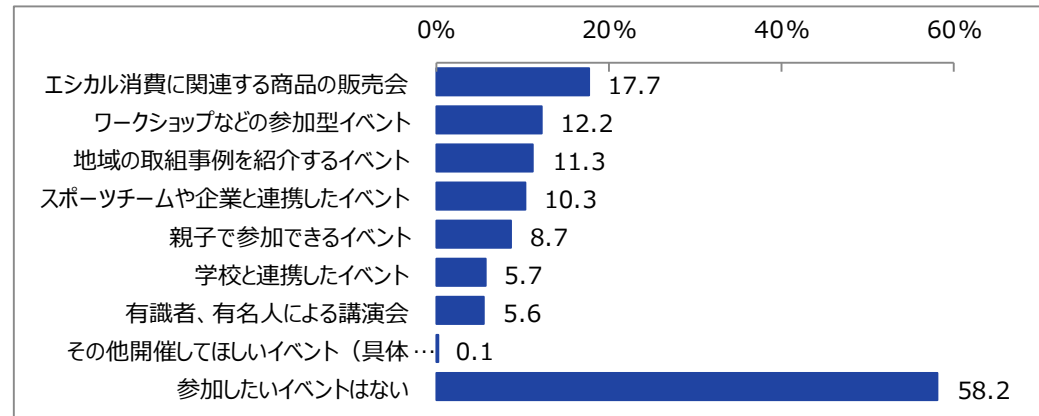
10 参加してみたいエシカル消費のイベント

- ◇ 「エシカル消費に関連する商品の販売会」が17.7%、次いで「ワークショップなどの参加型イベント」が12.2%と続く。
- ◇ 一方で、「参加したいイベントはない」が58.2%となっている。

Q10. 次のうち、あなたが今後参加してみたい「エシカル消費」のイベントはありますか。あてはまるものを全て選んでください。

MA

	%	n
全体	100.0	1000
エシカル消費に関連する商品の販売会	17.7	177
ワークショップなどの参加型イベント	12.2	122
地域の取組事例を紹介するイベント	11.3	113
スポーツチームや企業と連携したイベント	10.3	103
親子で参加できるイベント	8.7	87
学校と連携したイベント	5.7	57
有識者、有名人による講演会	5.6	56
その他開催してほしいイベント（具体的に：	0.1	1
参加したいイベントはない	58.2	582



■調査の目的

県では、県民の安全な消費生活を確保するため、さまざまな消費生活相談に対応できる相談体制の整備、消費者被害の未然防止に向けた消費者教育・啓発、消費者市民社会の形成を目指したエシカル消費の推進等を実施している。今回、消費者ホットラインや「倫理的消費（エシカル消費）」について、県民の認知度を把握し、今後の周知・啓発活動における参考資料とするため調査を行う。

■実施概要

- ・実施期間 令和3年11月19日～11月26日
- ・サンプル数 茨城県常住人口調査（令和3年4月1日現在）に基づく性別・年代・居住地（5地域）の割合で割り付けた18歳以上の県民1,000サンプル
回答者数（人）

		県北	県央	鹿行	県南	県西	計
全体		116	246	96	353	189	1,000
性別	男性	60	125	51	181	99	516
	女性	56	121	45	172	90	484
年代別	18～29歳	18	42	17	66	33	176
	30歳代	17	43	17	62	31	170
	40歳代	24	57	21	83	42	227
	50歳代	27	53	19	72	39	210
	60歳代	30	51	22	70	44	217

県北：日立市、常陸太田市、高萩市、北茨城市、常陸大宮市、久慈郡

県央：水戸市、笠間市、ひたちなか市、那珂市、小美玉市、東茨城郡、那珂郡

鹿行：鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、銚田市

県南：土浦市、石岡市、龍ヶ崎市、取手市、牛久市、つくば市、守谷市、稲敷市、かすみがうら市、つくばみらい市、稲敷郡、北相馬郡

県西：古河市、結城市、下妻市、常総市、筑西市、坂東市、桜川市、結城郡、猿島郡

(注)

1. 「ネットリサーチ」の回答者は、民間調査会社のインターネットリサーチモニターであり、無作為抽出された調査対象者ではない。
2. 割合を百分率で表示する場合は、小数点第2位を四捨五入した。四捨五入の結果、個々の比率の合計と全体を示す数値とが一致しないことがある。
3. 図表中の表記の語句は、短縮・簡略化している場合がある。