

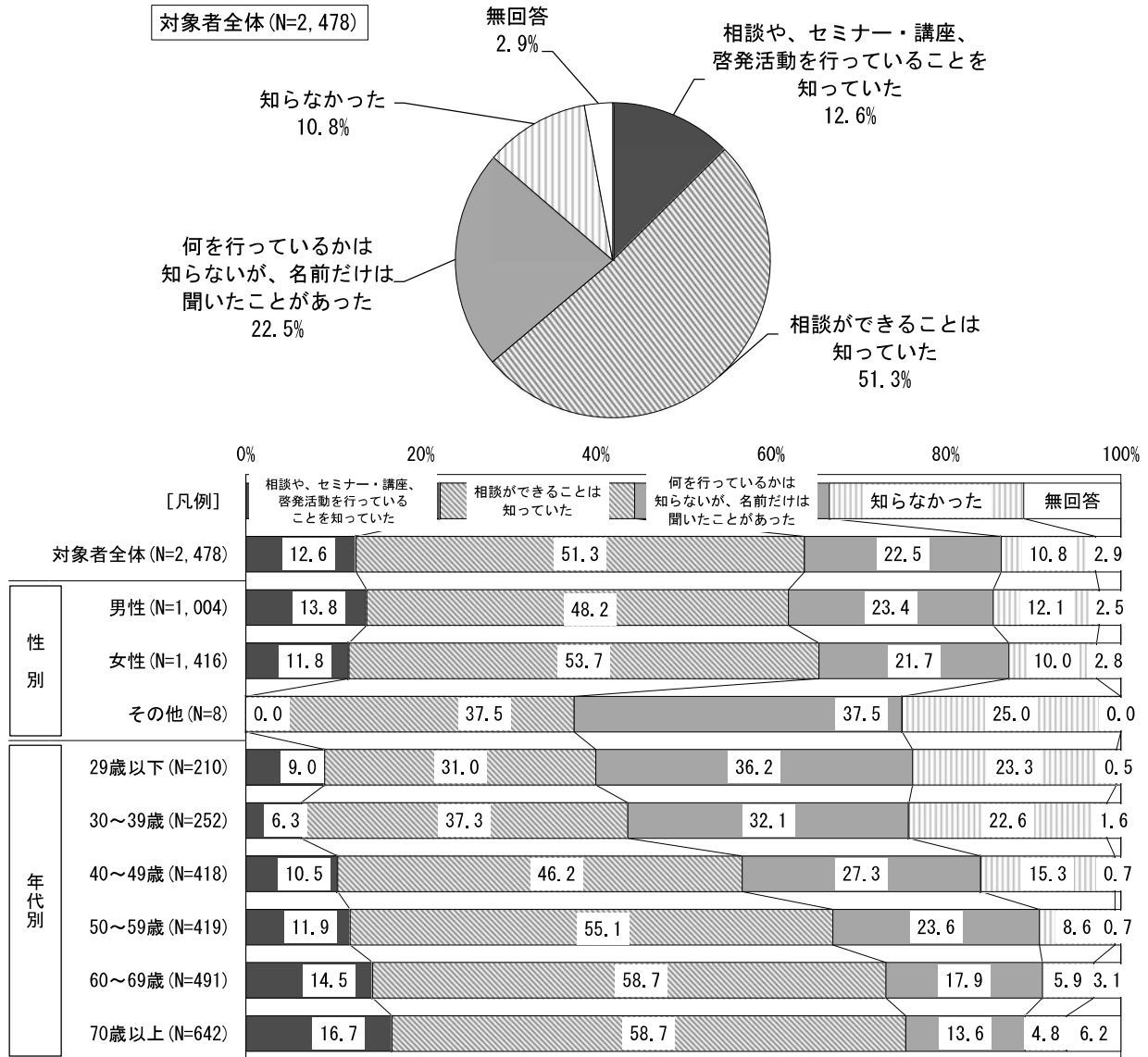
(3)消費生活に関するトラブル・消費者教育などについて

◇「札幌市消費者センター」の認知度

問9 あなたは、「札幌市消費者センター」について知っていましたか。あてはまるものに1つだけ○をつけてください。

「札幌市消費者センター」を“知っていた”と回答した人は86.4%

※ “知っていた”（「相談や、セミナー・講座、啓発活動を行っていることを知っていた」＋「相談ができることは知っていた」＋「何をを行っているかは知らないが、名前だけは聞いたことがあった」）



【全体】「札幌市消費者センター」の認知度は、「相談や、セミナー・講座、啓発活動を行っていることを知っていた」が12.6%、「相談ができることは知っていた」が51.3%、「何をを行っているかは知らないが、名前だけは聞いたことがあった」が22.5%、合わせると86.4%となっている。一方、「知らなかった」が10.8%となっている。

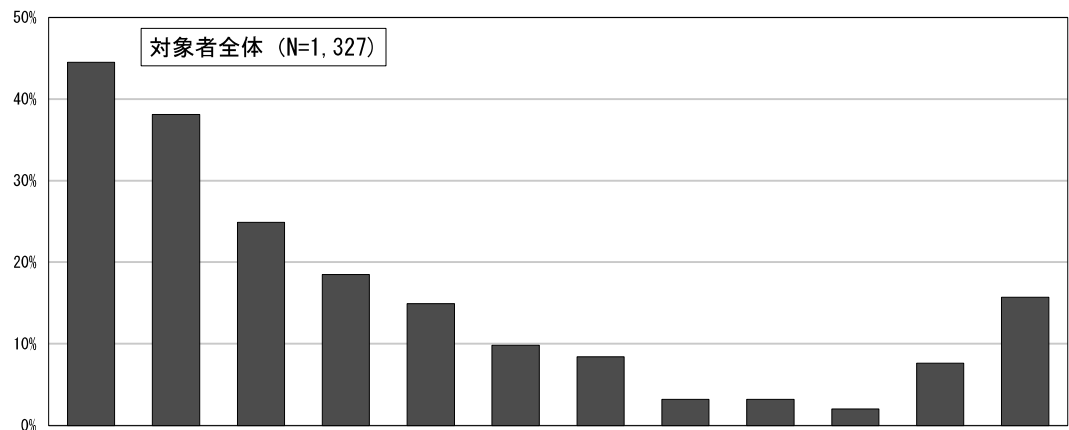
【性別】「相談ができることは知っていた」は女性が53.7%と、男性の48.2%より5.5ポイント高くなっている。

【年代別】「相談ができることは知っていた」は年代が上がるにつれて割合が高くなっている。

◇消費者トラブルに遭ったとき、解決するための行動

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するためにどのような行動を取りましたか。あてはまるものにもいくつか○をつけてください。

消費者トラブルに遭ったとき、解決するための行動は「自分で販売店、メーカー等と交渉した」と回答した人が44.5%



	対象者数	自分で販売店、メーカー等と交渉した	自分で解決方法を調べて対処した(無視を含む)	家族・親族に相談した	消費者センターに相談した	友人・知人などに相談した	警察に相談した	弁護士・法律事務所を利用した	事業者団体が開設した相談窓口を利用した	町内会・民生委員など地域の方々に相談した	その他	特に何もしていない	無回答
対象者全体	1,327	44.5	38.1	24.9	18.5	14.9	9.8	8.4	3.2	3.2	2.0	7.6	15.7
性別													
男性	573	50.1	38.2	18.5	15.2	14.7	9.8	10.1	3.0	2.6	1.9	8.0	13.8
女性	727	40.0	38.1	30.1	21.5	15.0	9.9	6.9	3.0	3.4	1.9	7.3	16.6
その他	5	40.0	60.0	20.0	20.0	-	-	-	20.0	-	-	-	-
年代別													
29歳以下	65	36.9	61.5	38.5	13.8	20.0	4.6	3.1	1.5	1.5	1.5	7.7	12.3
30~39歳	127	43.3	49.6	34.6	11.0	18.9	9.4	4.7	3.1	3.1	2.4	11.8	11.0
40~49歳	236	51.3	55.1	27.5	16.1	17.4	11.4	8.5	4.2	1.7	1.7	7.6	8.9
50~59歳	243	51.4	46.9	31.7	19.8	16.9	9.5	8.6	3.7	2.9	2.9	6.6	8.6
60~69歳	289	47.4	28.4	20.1	23.2	13.5	12.5	10.0	2.4	2.8	1.7	8.7	12.1
70歳以上	347	33.7	19.9	16.1	19.6	9.8	7.5	8.6	2.6	4.6	1.4	5.8	30.0

■ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上高い
 □ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上低い

【全体】消費者トラブルに遭ったとき、解決するための行動は、「自分で販売店、メーカー等と交渉した」が44.5%、「自分で解決方法を調べて対処（無視を含む）した」が38.1%、「家族・親族に相談した」が24.9%となっている。

【性別】「自分で販売店、メーカー等と交渉した」は男性が50.1%と、女性の40.0%より10.1ポイント高くなっている。また、「家族・親族に相談した」、「消費者センターに相談した」は女性が男性より6.3ポイント以上高くなっている。

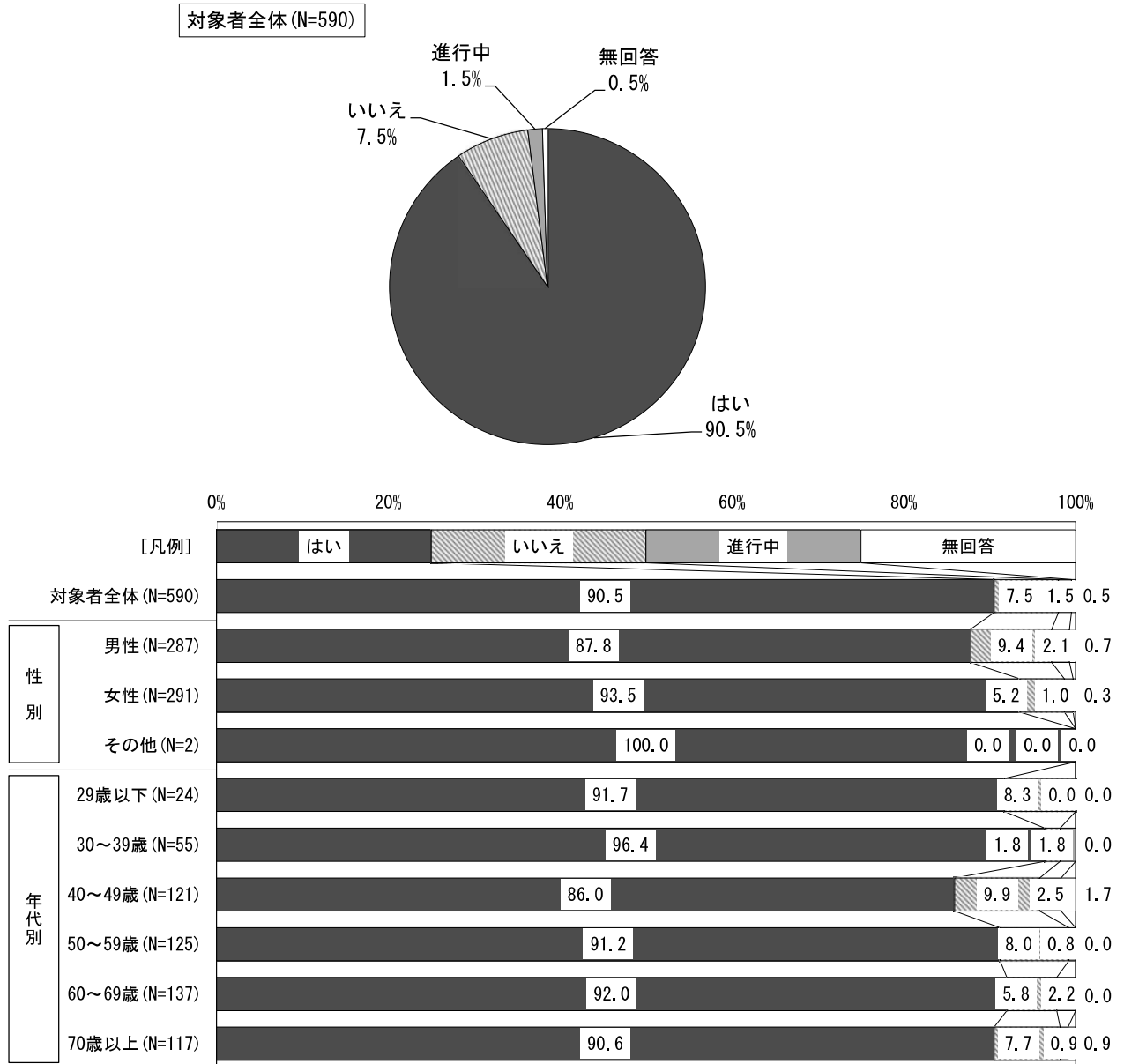
【年代別】「自分で解決方法を調べて対処（無視を含む）した」が29歳以下（61.5%）で最も高く、最も低い70歳以上（19.9%）と比べると41.6ポイント差となっている。

◇解決するための行動によるトラブルの解決率<ア 自分で販売店、メーカー等と交渉した>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

自分で販売店、メーカー等と交渉した人のうち、トラブルが“解決した”人が90.5%

※ “解決した”（「はい」）の回答



【全体】自分で販売店、メーカー等と交渉したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が90.5%、「いいえ」が7.5%、「進行中」が1.5%となっている。

【性別】「はい」は女性が93.5%と、男性の87.8%より5.7ポイント高くなっている。

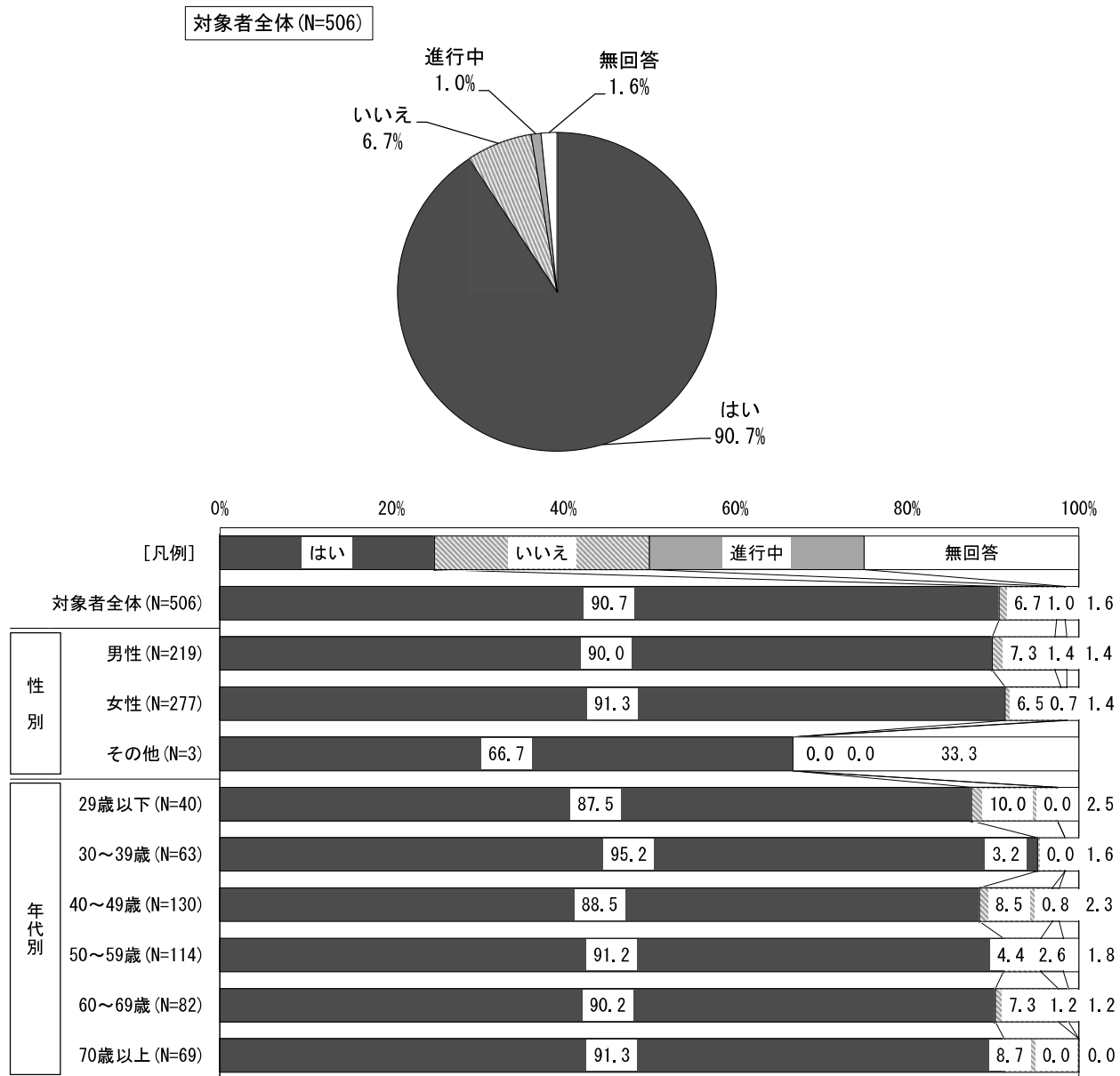
【年代別】「はい」が30歳代(96.4%)で最も高く、次いで60歳代(92.0%)、29歳以下(91.7%)となっている。

◇解決するための行動によるトラブルの解決率<イ 自分で解決方法を調べて対処(無視を含む)した>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

自分で解決方法を調べて対処(無視を含む)した人のうち、トラブルが“解決した”人が90.7%

※ “解決した”(「はい」)の回答



【全体】自分で解決方法を調べて対処(無視を含む)したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が90.7%、「いいえ」が6.7%、「進行中」が1.0%となっている。

【性別】大きな差は見られない。

【年代別】「はい」が30歳代(95.2%)で最も高く、次いで70歳以上(91.3%)、50歳代(91.2%)となっている。

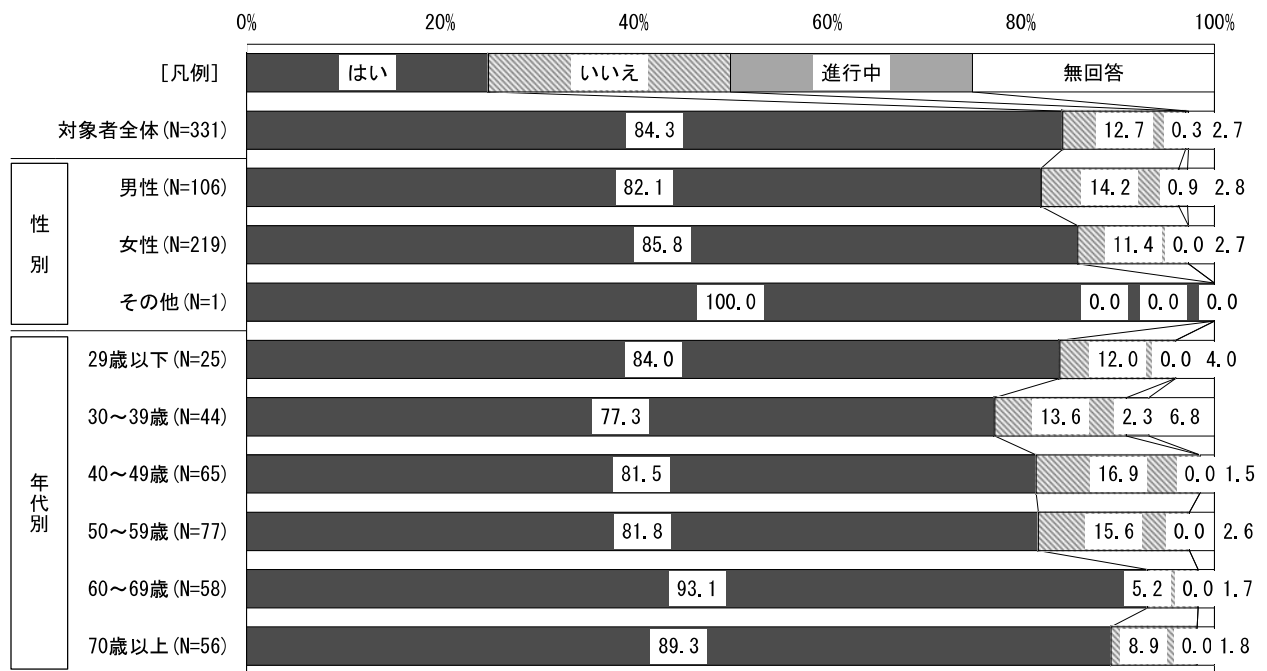
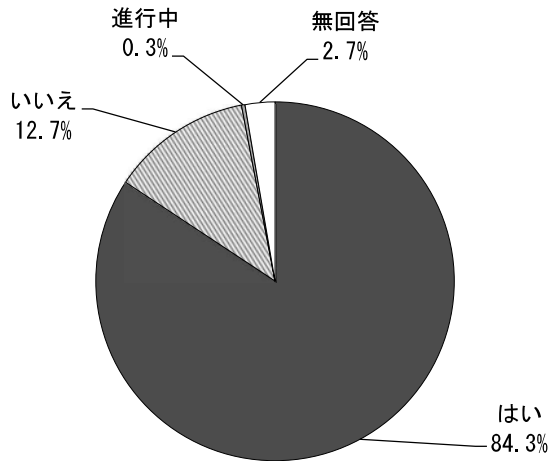
◇解決するための行動によるトラブルの解決率<ウ 家族・親族に相談した>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

家族・親族に相談した人のうち、トラブルが“解決した”人が84.3%

※ “解決した”（「はい」の回答）

対象者全体 (N=331)



【全体】 家族・親族に相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が84.3%、「いいえ」が12.7%、「進行中」が0.3%となっている。

【性別】 大きな差は見られない。

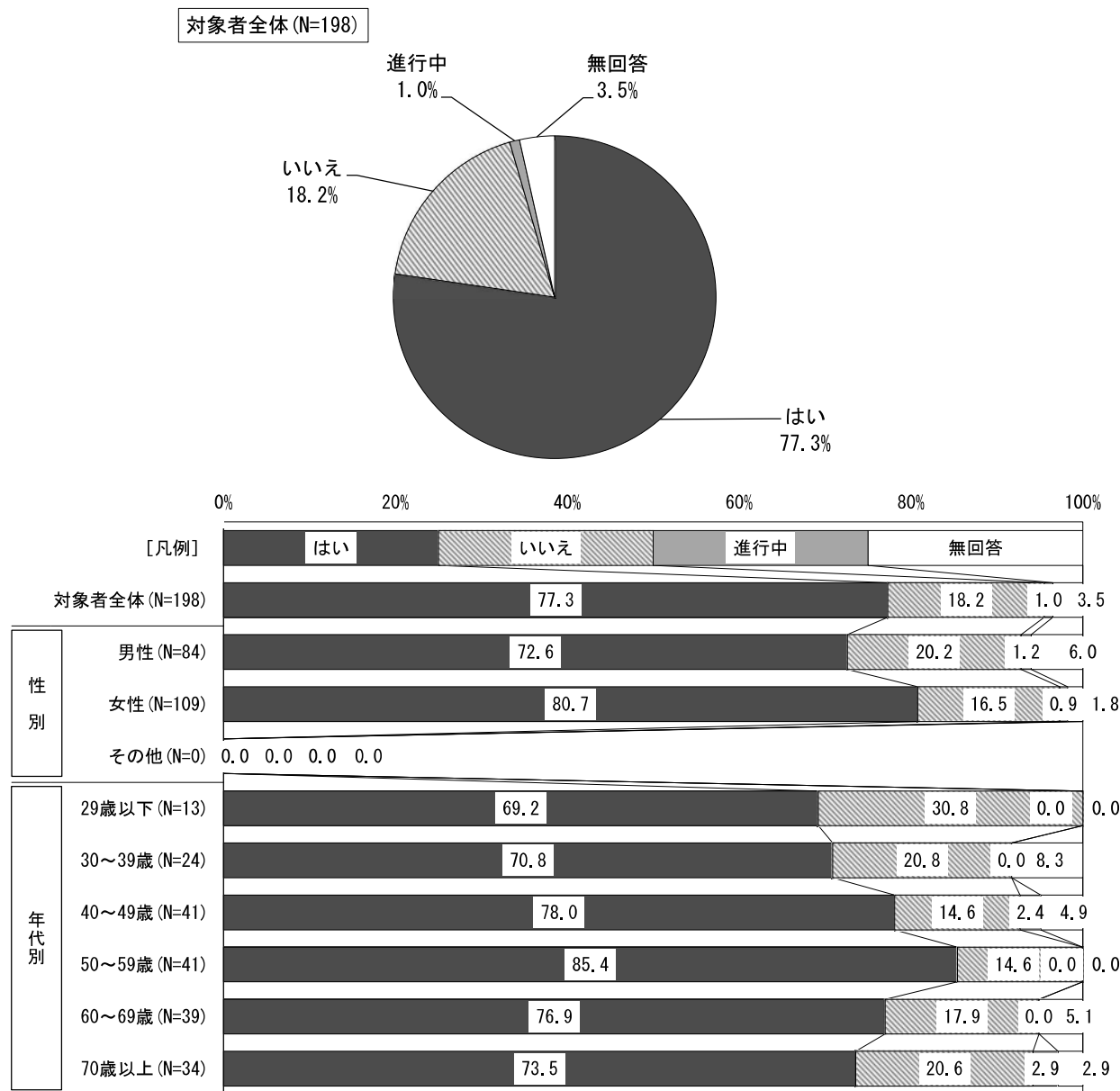
【年代別】 「はい」が60歳代（93.1%）で最も高く、次いで70歳以上（89.3%）、29歳以下（84.0%）となっている。

◇解決するための行動によるトラブルの解決率<エ 友人・知人などに相談した>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

友人・知人などに相談した人のうち、トラブルが“解決した”人が77.3%

※ “解決した”（「はい」の回答）



【全体】友人・知人などに相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が77.3%、「いいえ」が18.2%、「進行中」が1.0%となっている。

【性別】「はい」は女性が80.7%と、男性の72.6%より8.1ポイント高くなっている。

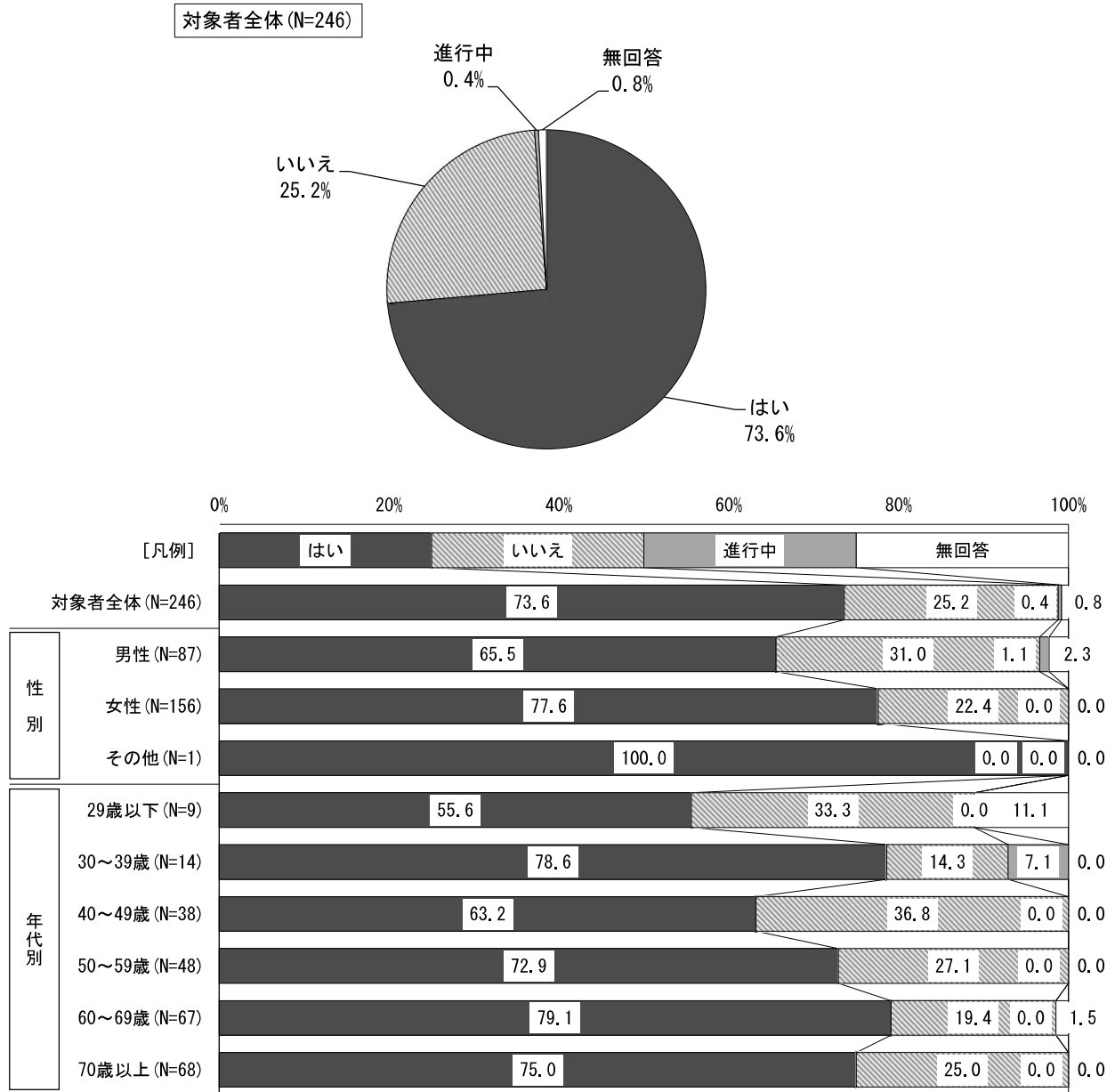
【年代別】「はい」が50歳代（85.4%）で最も高く、次いで40歳代（78.0%）、60歳代（76.9%）となっている。

◇解決するための行動によるトラブルの解決率<オ 消費者センターに相談した>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

消費者センターに相談した人のうち、トラブルが“解決した”人が73.6%

※ “解決した”（「はい」）の回答



【全体】消費者センターに相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が73.6%、「いいえ」が25.2%、「進行中」が0.4%となっている。

【性別】「はい」は女性が77.6%と、男性の65.5%より12.1ポイント高くなっている。また、「いいえ」は男性が31.0%と、女性の22.4%より8.6ポイント高くなっている。

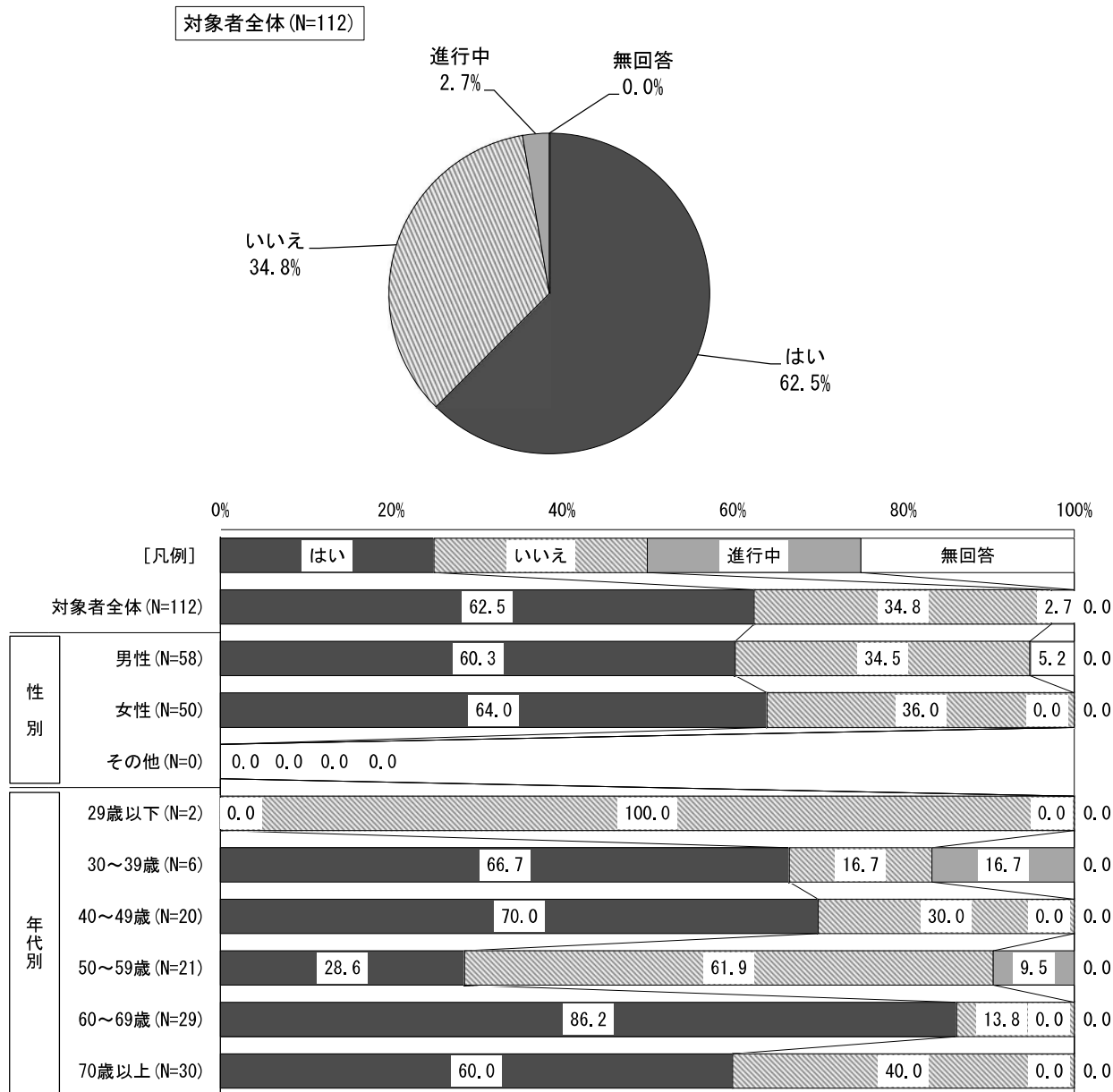
【年代別】「はい」が60歳代(79.1%)で最も高く、次いで30歳代(78.6%)、70歳以上(75.0%)となっている。

◇解決するための行動によるトラブルの解決率<カ 弁護士会・法テラス等の法律相談を利用した>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

弁護士会・法テラス等の法律相談を利用した人のうち、トラブルが“解決した”人が62.5%

※ “解決した”（「はい」の回答）



【全体】 弁護士会・法テラス等の法律相談を利用したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が62.5%、「いいえ」が34.8%、「進行中」が2.7%となっている。

【性別】 大きな差は見られない。

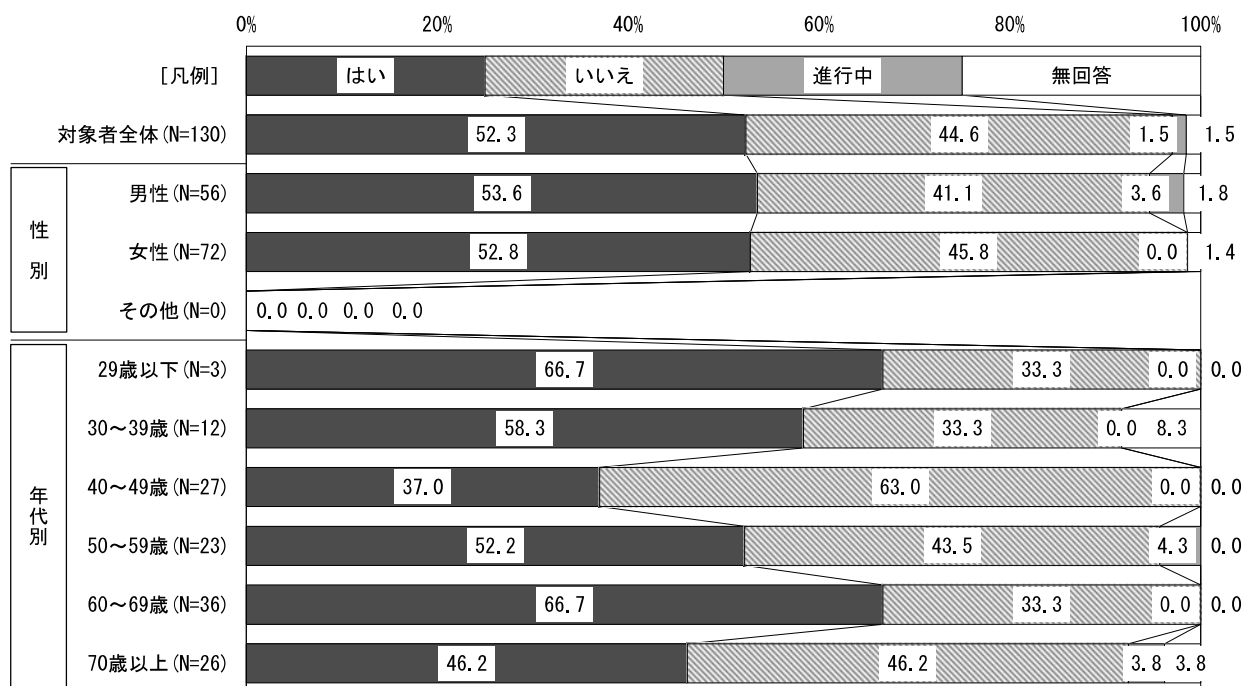
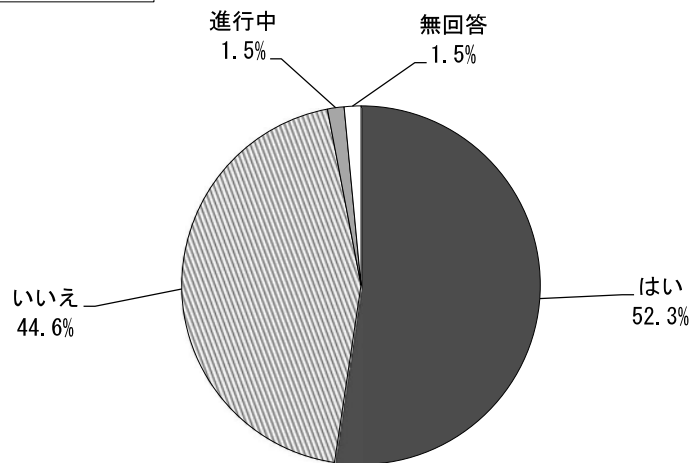
◇解決するための行動によるトラブルの解決率<キ 警察に相談した>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

警察に相談した人のうち、トラブルが“解決した”人が52.3%

※ “解決した”（「はい」の回答）

対象者全体 (N=130)



【全体】 警察に相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が52.3%、「いいえ」が44.6%、「進行中」が1.5%となっている。

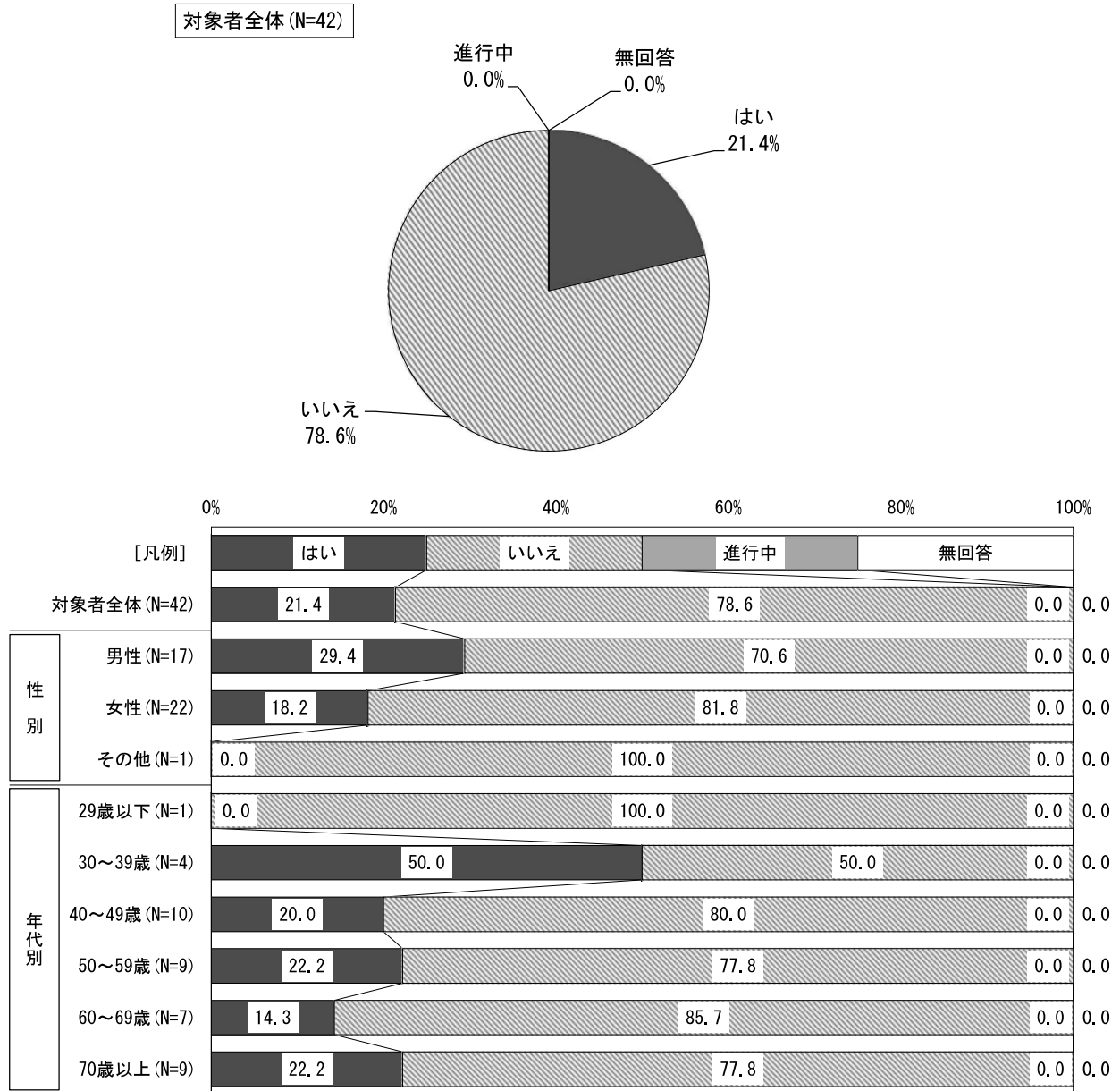
【性別】 大きな差は見られない。

◇解決するための行動によるトラブルの解決率<ク 事業者団体が開設する相談窓口にご相談した>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

事業者団体が開設する相談窓口にご相談した人のうち、トラブルが“解決した”人が21.4%

※ “解決した”（「はい」）の回答



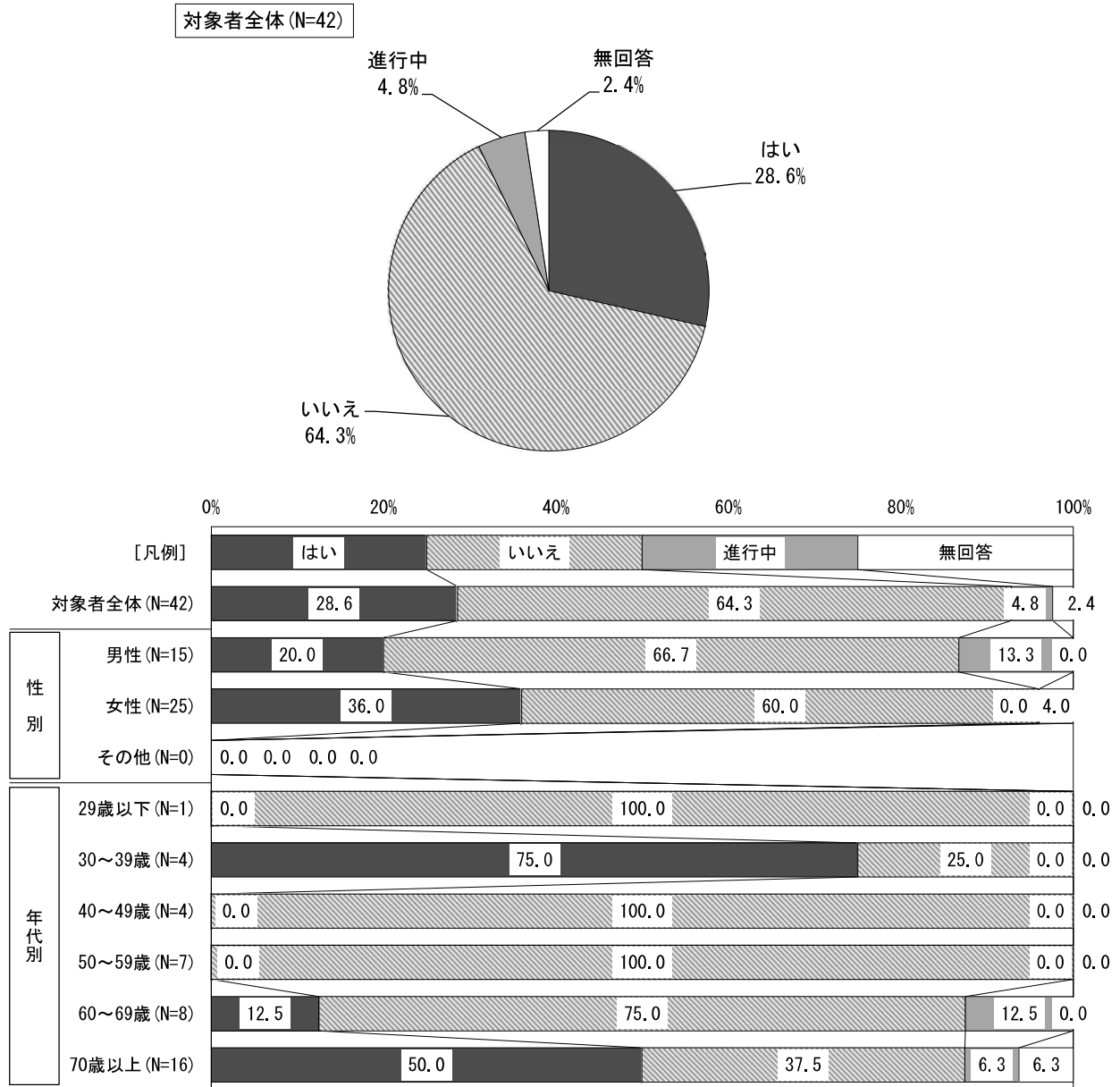
【全体】事業者団体が開設する相談窓口にご相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が21.4%、「いいえ」が78.6%となっている。

◇解決するための行動によるトラブルの解決率<ケ 町内会・民生委員など地域の方に相談した>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

町内会・民生委員など地域の方に相談した人のうち、トラブルが“解決した”人が28.6%

※ “解決した”（「はい」）の回答



【全体】町内会・民生委員など地域の方に相談したことによる消費生活トラブルの解決率は、「はい」が28.6%、「いいえ」が64.3%、「進行中」が4.8%となっている。

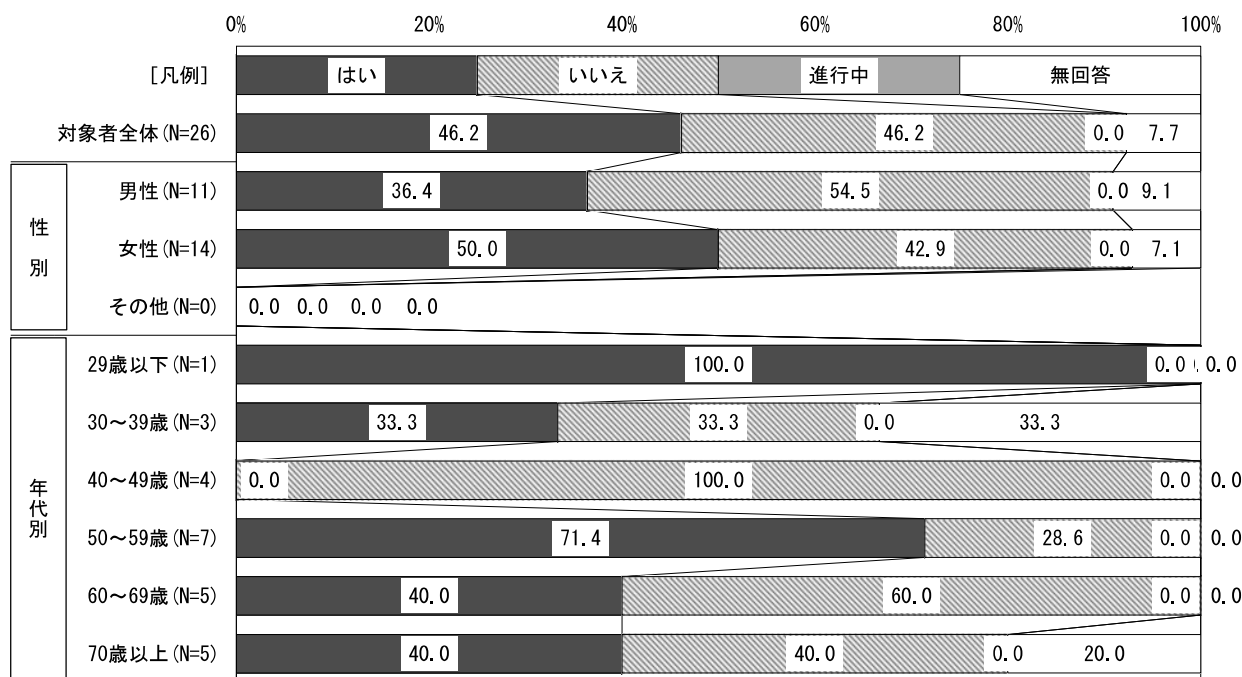
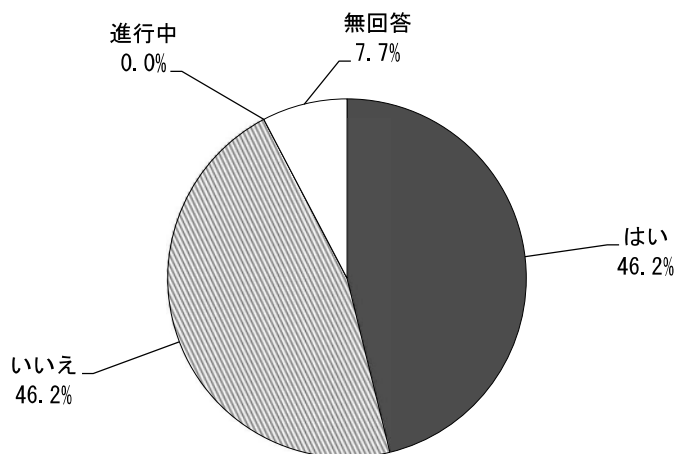
◇解決するための行動によるトラブルの解決率<コ その他>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

その他の行動をした人のうち、トラブルが“解決した”人が46.2%

※ “解決した”（「はい」の回答）

対象者全体 (N=26)



【全体】その他の方法による消費生活トラブルの解決率は、「はい」が46.2%、「いいえ」が46.2%の同率となっている。

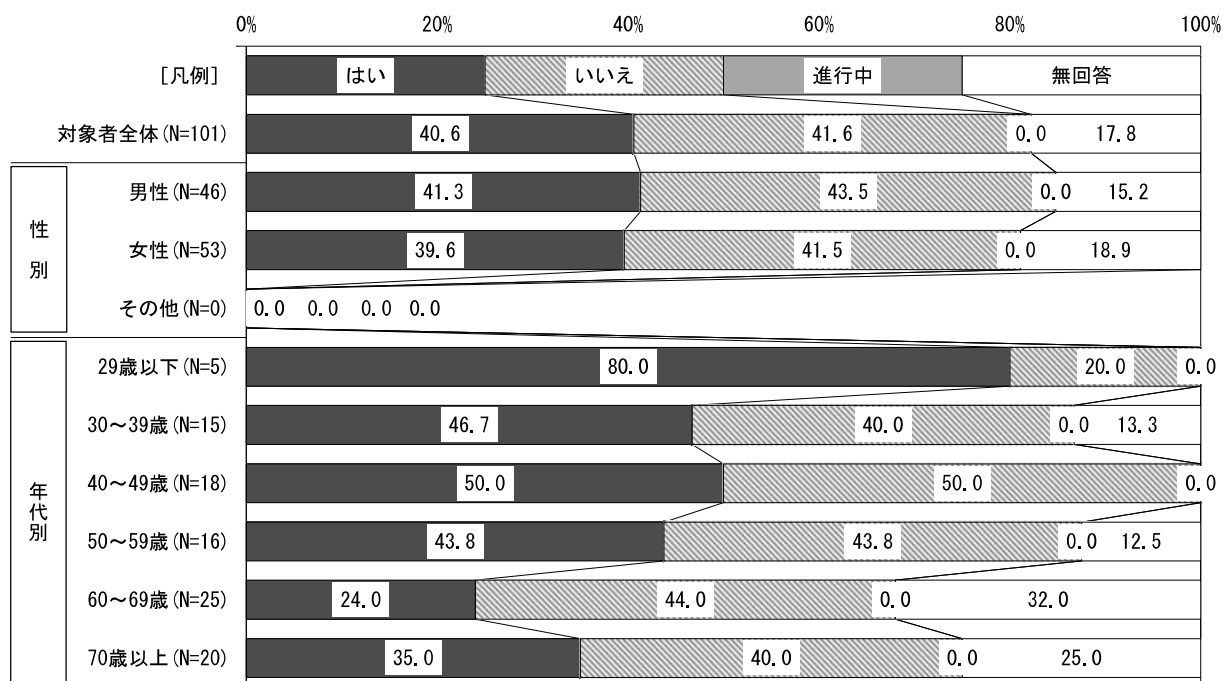
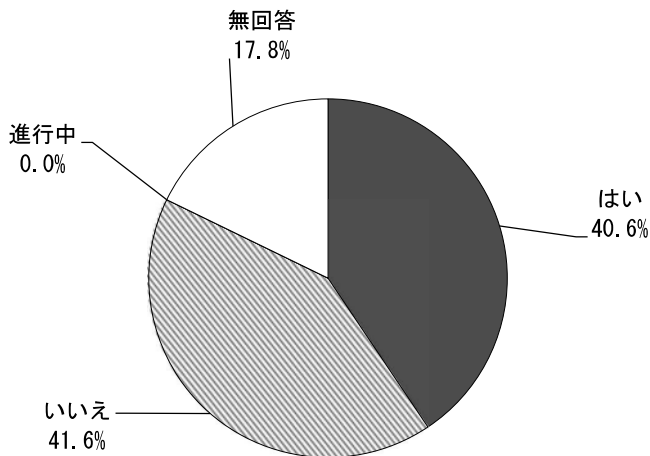
◇解決するための行動によるトラブルの解決率<サ 特に何もしていない>

問10 あなたがこれまで消費者トラブルに遭ったとき、解決するために取った行動で問題は解決しましたか。あてはまるものに○をつけてください。

特に何もしていない人のうち、トラブルが“解決した”人が40.6%

※ “解決した”（「はい」）の回答

対象者全体 (N=101)



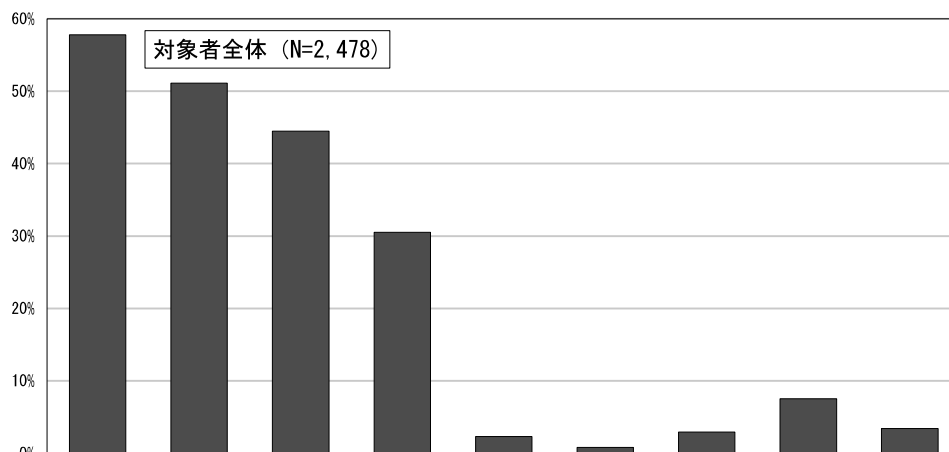
【全体】 特に何もしていない場合の消費生活トラブルの解決率は、「はい」が40.6%、「いいえ」が41.6%となっている。

【性別】 大きな差は見られない。

◇トラブルによる被害に遭わないための重要な対応

問 1 1 あなたは、消費者個人としてトラブルによる被害に遭わないために、どのような対応を取ることが重要だと思いますか。あてはまるものに3つまで○をつけてください。

トラブルによる被害に遭わないための重要な対応は「自分で知識を身につけたり、学習したりする」と回答した人が 57.8%



		対象者数	自分で知識を身につけたり、学習したりする (%)	広報誌や行政からののお知らせ、報道等で情報を収集する (%)	消費者トラブルにあった時は行政等の相談窓口等を利用する (%)	商品やサービスに関する意見や疑問に思ったことを、事業者や行政に問い合わせる (%)	セミナーや講座に参加する (%)	消費者団体やグループの活動に参加する (%)	その他 (%)	特になし (%)	無回答 (%)
対象者全体		2,478	57.8	51.1	44.5	30.5	2.3	0.8	2.9	7.5	3.4
性別	男性	1,004	62.8	46.1	40.3	31.7	2.8	1.0	2.5	8.9	3.2
	女性	1,416	54.8	54.7	48.2	29.9	2.1	0.6	3.2	6.4	3.2
	その他	8	25.0	75.0	37.5	25.0	-	-	-	25.0	-
年代別	29歳以下	210	74.3	38.6	47.1	32.9	1.9	0.5	2.9	8.1	1.9
	30～39歳	252	71.8	47.2	51.2	30.6	2.0	0.4	2.4	5.6	0.4
	40～49歳	418	65.1	49.5	42.1	30.1	3.1	0.2	5.5	6.5	2.4
	50～59歳	419	61.6	53.9	40.3	31.7	1.4	0.7	3.6	7.2	1.2
	60～69歳	491	52.1	54.4	54.2	32.4	1.8	0.8	1.4	7.7	2.4
	70歳以上	642	44.4	53.9	39.1	28.0	3.3	1.2	2.0	8.7	7.5

■ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上高い
 □ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上低い

【全体】トラブルによる被害に遭わないための重要な対応は、「自分で知識を身につけたり、学習したりする」が 57.8%、「広報誌や行政からののお知らせ、報道等で情報を収集する」が 51.1%、「消費者トラブルにあった時は行政等の相談窓口等を利用する」が 44.5%となっている。

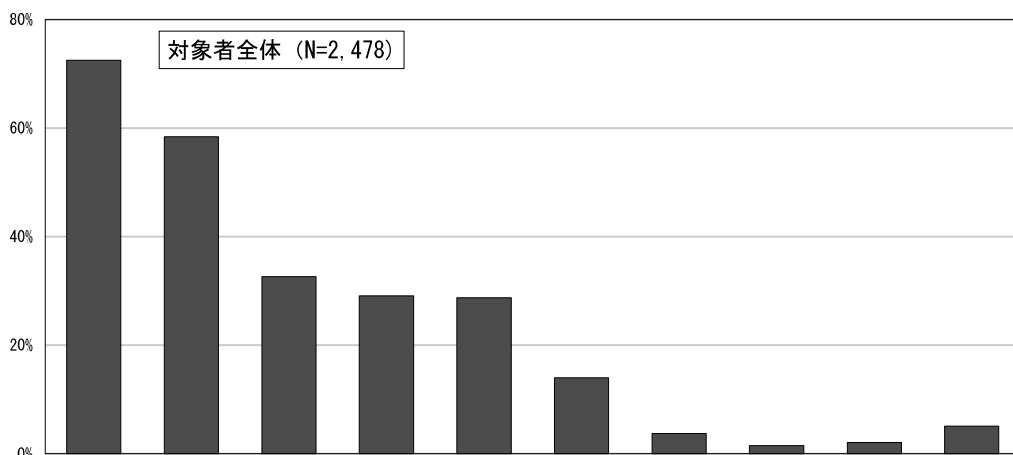
【性別】「自分で知識を身につけたり、学習したりする」は男性が 62.8%と、女性の 54.8%より 8.0ポイント高くなっている。また、「広報誌や行政からののお知らせ、報道等で情報を収集する」、「消費者トラブルにあった時は行政等の相談窓口等を利用する」は女性が男性より 7.9ポイント以上高くなっている。

【年代別】「自分で知識を身につけたり、学習したりする」は年代が下がるにつれて割合が高くなっている。

◇トラブルによる被害に遭わないために札幌市に力を入れてほしいこと

問 1 2 消費者がトラブルによる被害に遭わないために、あなたが札幌市に力を入れてほしいことは何ですか。あてはまるものに3つまで○をつけてください。

トラブルによる被害に遭わないために札幌市に力を入れてほしいことは「悪質業者の取り締まりの強化」と回答した人が 72.5%



対象者数 (%)		悪質業者の取り締まりの強化	消費者への情報提供	被害に遭いやすい高齢者・障がい者などの見守り強化	相談窓口の充実や利便性の向上	学校での授業など、青少年期における消費生活に関する教育の充実	消費者生活の知識を習得するための講座（座・研修など）の充実	その他	特になし	無回答		
対象者全体		2,478	72.5	58.4	32.6	29.1	28.7	14.0	3.7	1.5	2.1	5.1
性別	男性	1,004	75.9	56.8	31.2	28.3	26.7	15.8	4.4	1.6	2.5	3.8
	女性	1,416	70.9	59.3	33.6	30.0	30.6	12.9	3.0	1.5	1.8	5.7
	その他	8	37.5	62.5	12.5	12.5	-	25.0	-	-	25.0	12.5
年代別	29歳以下	210	72.9	50.5	32.4	27.6	40.5	17.1	3.3	1.0	2.9	2.9
	30～39歳	252	75.0	58.3	24.2	36.1	39.7	13.9	3.6	1.2	1.2	4.4
	40～49歳	418	75.6	53.3	31.1	24.2	37.8	12.2	3.1	3.1	2.6	4.5
	50～59歳	419	79.0	61.6	32.9	31.5	24.1	14.8	1.9	1.7	0.7	5.0
	60～69歳	491	70.1	66.0	31.8	35.0	25.7	12.4	4.3	1.0	2.0	4.5
	70歳以上	642	68.1	55.9	37.2	24.3	20.4	15.6	4.5	1.1	3.1	6.5

■ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上高い
 ■ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上低い

【全体】トラブルによる被害に遭わないために札幌市に力を入れてほしいことは、「悪質業者の取り締まりの強化」が72.5%、「消費者への情報提供」が58.4%、「被害に遭いやすい高齢者・障がい者などの見守り強化」が32.6%となっている。

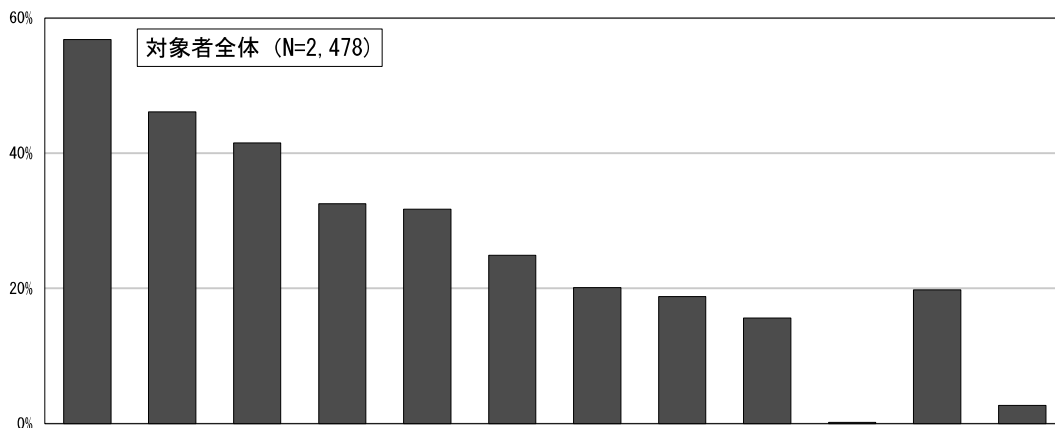
【性別】「悪質業者の取り締まりの強化」は男性が75.9%と、女性の70.9%より5.0ポイント高くなっている。

【年代別】「学校での授業など、青少年期における消費生活に関する教育の充実」は年代が下がるにつれて割合が高くなっている。

◇学校や市民講座で習ったり、見たりしたことがある消費者教育

問13 この中であなたが、学校や市民講座で習ったり、ポスターやパンフレットで見たりしたことがあるものはありますか。あてはまるものにいくつでも○をつけてください。

学校や市民講座で習ったり、見たりしたことがある消費者教育は「契約やクーリング・オフについて」と回答した人が56.8%



対象者数		契約やクーリング・オフについて	悪質商法について	環境問題（リサイクル・資源の節約・食品ロス削減など）について	消費者トラブルに先づいたことについて	商品の表示（食品表示やリサイクル）に関するマークなどについて	インターネットやSNSを使用する際の注意点、マナーについて	商品の正しい使い方、使用の際の注意などについて	不動産消費（※1）やフェアトレード（※2）について	生活の設計・管理について（クレジットカードやローンなど）	その他	特になし	無回答
対象者全体 (N=2,478)		56.8	46.1	41.5	32.5	31.7	24.9	20.1	18.8	15.6	0.2	19.8	2.7
性別	男性 (N=1,004)	53.8	48.6	34.8	31.3	27.5	22.8	17.9	15.1	14.8	0.2	22.4	2.1
	女性 (N=1,416)	59.9	44.9	46.7	33.6	35.0	26.8	21.6	21.5	16.5	0.1	17.7	2.9
	その他 (N=8)	37.5	25.0	37.5	12.5	50.0	12.5	25.0	37.5	-	-	37.5	-
年代別	29歳以下 (N=210)	60.5	52.9	42.9	29.5	39.5	53.8	19.5	32.9	25.2	-	25.7	-
	30～39歳 (N=252)	65.1	50.8	54.0	34.5	39.7	45.2	18.7	24.2	26.2	0.4	16.3	-
	40～49歳 (N=418)	53.3	36.1	41.1	23.7	28.0	34.9	15.3	19.4	13.6	-	27.0	0.2
	50～59歳 (N=419)	56.1	42.5	40.3	27.9	33.2	22.9	18.9	16.7	14.6	-	23.4	1.0
	60～69歳 (N=491)	62.1	48.7	38.5	33.6	31.4	16.1	18.3	18.5	12.2	0.4	18.3	1.8
	70歳以上 (N=642)	52.3	49.8	40.2	40.7	28.2	9.7	26.0	13.6	13.2	0.2	13.1	7.6

■ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上高い
 ■ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上低い

【全体】学校や市民講座で習ったり、見たりしたことがある消費者教育は、「契約やクーリング・オフについて」が56.8%、「悪質商法について」が46.1%、「環境問題について」が41.5%となっている。

【性別】「契約やクーリング・オフについて」、「環境問題について」、「商品の表示について」、「不動産消費やフェアトレードについて」は女性が男性より6.1ポイント以上高くなっている。

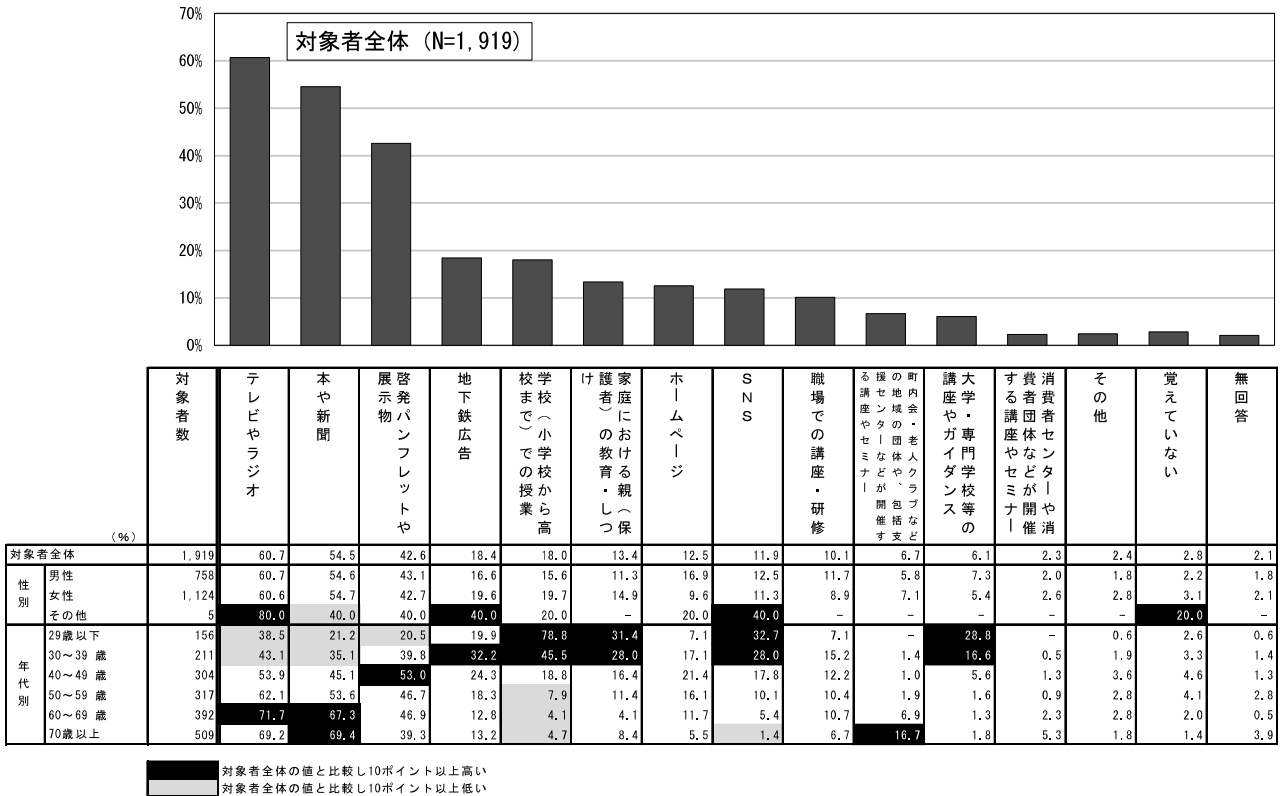
【年代別】「インターネットやSNSを使用する際の注意点、マナーについて」は年代が下がるにつれて割合が高くなっている。

◇学校や市民講座で習ったり、見たりした消費者教育を認知した方法

《問13で「1」から「10」のうち、一つでも習ったり、見たりしたことがあると答えた方にお聞きします。》

問13-1 あなたは、問13の内容をどのような方法で知りましたか。あてはまるものにいくつでも○をつけてください。

学校や市民講座で習ったり、見たりした消費者教育を認知した方法は「テレビやラジオ」と回答した人が60.7%



【全体】学校や市民講座で習ったり、見たりした消費者教育を認知した方法は、「テレビやラジオ」が60.7%と最も高く、次いで「本や新聞」が54.5%、「啓発パンフレットや展示物」が42.6%となっている。

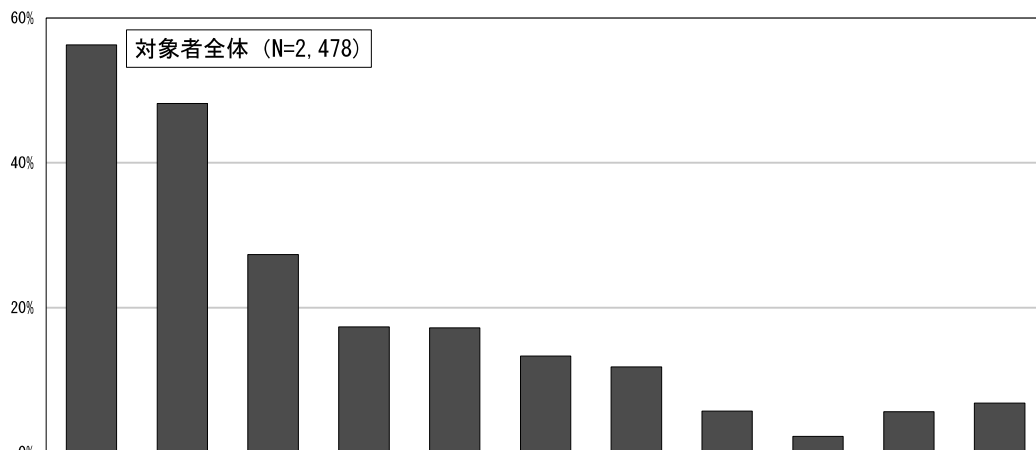
【性別】「ホームページ」は男性が16.9%と、女性の9.6%より7.3ポイント高くなっている。

【年代別】「本や新聞」は年代が上がるにつれて割合が高くなっている。また、「学校（小学校から高校まで）での授業」、「家庭における親（保護者）の教育・しつけ」、「SNS」は年代が下がるにつれて割合が高くなっている。

◇消費者教育の推進のために重要なこと

問 1 4 あなたは、消費者教育の推進のために、何が重要だと思いますか。あてはまるものに3つまで○をつけてください。

消費者教育の推進のために重要なことは「学校（小学校から高校まで）における授業の充実」と回答した人が 56.3%



対象者数 (%)		学校（小学校から高校まで）における授業の充実	消費者教育の重要性を市民に知ってもらうための広報やパンフレットでの周知	SNSなどのインターネットを活用した情報提供やオンライン講座の充実	大学・専門学校等における消費者教育に関する講座の充実	地域など身近な場において講座等を受けられることができるしくみづくり	消費者教育ができる人材の育成	団体・事業者（会社）等による自主的な消費者教育の取り組みへの働きかけや支援	札幌市消費者センターで実施する講座回数の増加	その他	特になし	無回答
対象者全体	2,478	56.3	48.2	27.3	17.3	17.2	13.3	11.8	5.7	2.2	5.6	6.8
性別	男性	52.8	47.6	29.1	14.5	15.1	14.2	13.0	6.3	2.6	6.4	6.9
	女性	59.0	48.9	26.1	19.6	18.6	12.6	11.0	5.3	1.8	4.9	6.6
	その他	8	50.0	37.5	12.5	-	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5	37.5
年代別	29歳以下	71.0	27.6	47.6	27.6	5.2	11.4	10.5	2.4	1.9	4.3	5.2
	30～39歳	69.4	36.9	49.2	25.8	10.3	14.3	11.5	2.8	3.2	3.2	4.8
	40～49歳	65.6	41.4	38.8	19.6	13.4	12.4	13.4	2.4	1.9	5.5	5.0
	50～59歳	57.3	51.3	33.7	19.1	13.1	12.6	15.8	3.6	3.8	3.3	4.8
	60～69歳	55.4	56.6	19.3	16.7	20.4	12.4	11.8	6.1	1.0	6.1	5.7
	70歳以上	40.7	55.5	6.2	8.9	26.3	15.0	8.9	11.2	1.7	8.1	11.4

■ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上高い
 □ 対象者全体の値と比較し10ポイント以上低い

【全体】消費者教育の推進のために重要なことは、「学校における授業の充実」が 56.3%、「消費者教育の重要性を市民に知ってもらうための広報やパンフレットでの周知」が 48.2%、「SNSなどのインターネットを活用した情報提供やオンライン講座の充実」が 27.3%となっている。

【性別】「学校における授業の充実」、「大学・専門学校等における消費者教育に関する講座の充実」は女性が男性より 5.1 ポイント以上高くなっている。

【年代別】「学校における授業の充実」、「大学・専門学校等における消費者教育に関する講座の充実」は年代が下がるにつれて割合が高くなっている。また、「学校における授業の充実」が 29 歳以下 (71.0%) で最も高く、最も低い 70 歳以上 (40.7%) と比べると 30.3 ポイントの差となっている。