

消費者行政に関する県民意識調査

報 告 書

平成25年3月
沖縄県環境生活部

目次

Chapter I. 調査の概要	1
1. 調査目的	1
2. 調査対象	1
3. 調査対象の抽出方法	1
4. 調査方法	2
5. 調査期間	2
6. 回収数	2
7. 調査委託先	2
8. 集計・分析上の注意事項	2
9. 用語の説明	2
10. 回答者の属性	3
(1) 性別	3
(2) 年齢	3
(3) 同居家族	4
(4) 職業	5
(5) インターネットの利用状況	6
(6) テレビ・雑誌、インターネット等通信販売の利用状況	7
(7) 居住地域	8
Chapter II. 調査結果	9
1. 消費者問題に対する関心度	9
(1) 消費者問題全般に対する関心度	9
(2) 様々な消費者問題に対する関心度	11
2. 商品・サービスに関する消費者トラブルの状況	26
(1) 各種商法に対する認知度	26
(2) 商品購入・サービス利用時における事業者とのトラブルの有無	53
(3) トラブルの内容	55
(4) トラブルにあった際の相談状況	56
(5) トラブルの相談による問題の解決状況	57
(6) トラブルにあった際に相談しなかった理由	57
(7) 消費生活上でのトラブル防止のために重要なこと	58
3. 消費者問題に関する情報や消費者教育の実施状況	60
(1) 悪質商法の手口などの情報入手源	60
(2) 入手している悪質商法の手口などの情報に対する不満点	62
(3) 必要だと思う消費生活に関する情報の種類	64
(4) 高齢者を狙った悪質商法等に対する有効な対策	66
(5) 自治体が開催する消費者問題に関する講座や催しの参加経験	68
(6) 消費者問題に関する講座や催しの認知と参加を決めたきっかけ	70
(7) 消費者問題に関する講座や催しに参加したことがない理由	71
(8) 参加したいと思う講座や催しの内容	73
(9) 消費者問題に関する各種情報入手に利用しやすい媒体	75
(10) 消費生活に関する授業の学習経験	77
(11) 消費生活に関する授業の学習時期とその内容	79
(12) 学校教育における消費生活に関する学習機会の必要性	80
4. 消費生活の安定・向上に向けた取り組み	82
(1) 消費者行政に関する各種制度等の認知度	82
(2) 消費生活の安定・向上のために推進が必要な取り組み	105
(3) 消費者相談窓口に対する期待	107
(4) 自由意見	109
参考資料：調査に使用した調査票	121

Chapter I. 調査の概要

1. 調査目的

沖縄県では、「沖縄県消費生活条例」に基づき、複雑化・多様化する消費者トラブルに対応し、県民からの相談や事業者への指導等を強化し、消費生活の安定及び向上のための各種施策を推進している。

こうした中、県民の消費者行政に係る意識や実態把握を行い、県民ニーズや地域の実情に応じた効果的な施策を推進し、また、今後の施策立案の参考とすることを目的として、「消費者行政に関する県民意識調査」を実施した。

2. 調査対象

沖縄県内の各市町村（離島を含む）に在住の18歳以上の男女個人3,700人を調査対象とした。

3. 調査対象の抽出方法

層化無作為抽出法

沖縄県内各市町村を第1層とし、市町村別の18歳以上人口構成比を算出、当該構成比に調査対象者数3,700人を乗じて各市町村における調査対象者数とした。ただし、人口構成比による調査対象者数が20人を下回る町村については、一律20人と設定した。

各市町村の18歳以上人口を下表の調査対象者数で除した数値を抽出間隔として、住民基本台帳から調査対象者を無作為に抽出した。

図表1 市町村別調査対象者数

市区町村名	調査対象者数	市区町村名	調査対象者数
那覇市	780	嘉手納町	30
宜野湾市	230	北谷町	70
石垣市	110	北中城村	40
浦添市	270	中城村	40
名護市	150	西原町	90
糸満市	150	与那原町	40
沖縄市	330	南風原町	90
豊見城市	140	渡嘉敷村	20
うるま市	300	座間味村	20
宮古島市	130	粟国村	20
南城市	100	渡名喜村	20
国頭村	20	南大東村	20
大宜味村	20	北大東村	20
東村	20	伊平屋村	20
今帰仁村	20	伊是名村	20
本部町	30	久米島町	20
恩納村	20	八重瀬町	70
宜野座村	20	多良間村	20
金武町	30	竹富町	20
伊江村	20	与那国町	20
読谷村	100	合計	3,700

4. 調査方法

郵送による調査票の配布・回収。

5. 調査期間

平成24年10月 9日（火）～平成24年11月9日（金）

平成24年10月26日（金）にお礼状兼調査協力依頼ハガキを送付し、調査期間を平成24年11月9日（金）に延期した。

6. 回収数

回収数：1,294人（回収率：35.6%）

有効回収数：1,286人（有効回収率：35.4%）

上記回収率、有効回収率の算出母数は、調査票発送後、あて先不明等で調査票が返送された66人を除いた3,634人とした。

7. 調査委託先

株式会社宣伝・株式会社日本統計センター共同企業体

8. 集計・分析上の注意事項

サンプル数は「N」で標記している。

集計値は、原則として回答数の合計を100とした場合の構成比で、小数点第2位以下を四捨五入した値で示している。このため、内訳の合計が100%にならない場合がある。なお、複数回答（2つ以上の選択肢を回答）は原則として100%を超える。

性別、年代別等でクロス集計した場合、性別や年代の回答が不明のサンプルがあるため、各項目のサンプル数の内訳の合計が全体のサンプル数と合致しない場合がある。

年代別の集計値において、18歳～19歳のサンプル数が14人と少ないため、この年代の集計値や集計値の傾向を分析するには十分注意する必要がある。

9. 用語の説明

消費者問題に対する関心度（P9～P25）の文章中に表記した『関心度』とは、「関心がある」と回答した割合と「どちらかといえば関心がある」と回答した割合を合計した数値のことを言う。また、『無関心度』とは、「あまり関心がない」と回答した割合と「関心がない」と回答した割合を合計した数値のことを言う。

各種商法に対する認知度（P26～P52）及び消費者行政に関する各種制度等の認知度（P82～P104）の文章中に表記した『認知度』とは、「言葉も内容も知っている」と回答した割合と「言葉だけ知っている」と回答した割合を合計した数値のことを言う。また、『熟知度』とは「言葉も内容も知っている」と回答した割合のことを言う。