

関市
消費者教育に関するアンケート調査
調査結果報告書

平成 28 年 2 月

関 市

目 次

I	調査の概要.....	1
1	調査の目的.....	1
2	調査対象.....	1
3	調査期間.....	1
4	調査方法.....	1
5	回収状況.....	1
6	調査結果の表示方法.....	1
II	調査結果.....	2

I 調査の概要

1 調査の目的

平成 24 年 12 月に「消費者教育の推進に関する法律」が施行されたことにより、学校、地域、家庭、職域（職場）などにおいて消費者教育の重要性が高まり、消費者自ら消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践力を育むことがこれまで以上に必要になっています。

市といたしましても、この法律の趣旨を踏まえ、消費者、消費者団体、事業所などと連携して消費者教育をより一層推進するために、現状や求められる政策ニーズを把握することを目的に調査を実施するものです。

2 調査対象

関市内の事業所

3 調査期間

平成 28 年 1 月 8 日から平成 28 年 1 月 22 日（書面上の締切）

※締め切り後、回収されたものはできる限り集計

4 調査方法

郵送による配布・回収（一部メールを使用して回収）

5 回収状況

配布数	有効回答数	有効回答率
800 通	380 通	47.5%

6 調査結果の表示方法

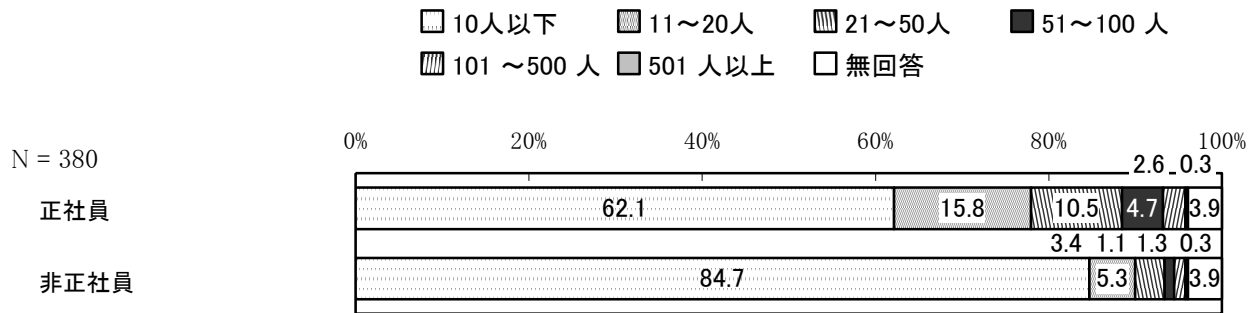
- ・回答は各質問の回答者数（N）を基数とした百分率（%）で示してあります。また、小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、内訳の合計が 100.0%にならない場合があります。
- ・複数回答が可能な設問の場合、回答者が全体に対してどのくらいの比率であるかという見方になるため、回答比率の合計が 100.0%を超える場合があります。

II 調査結果

従業員数

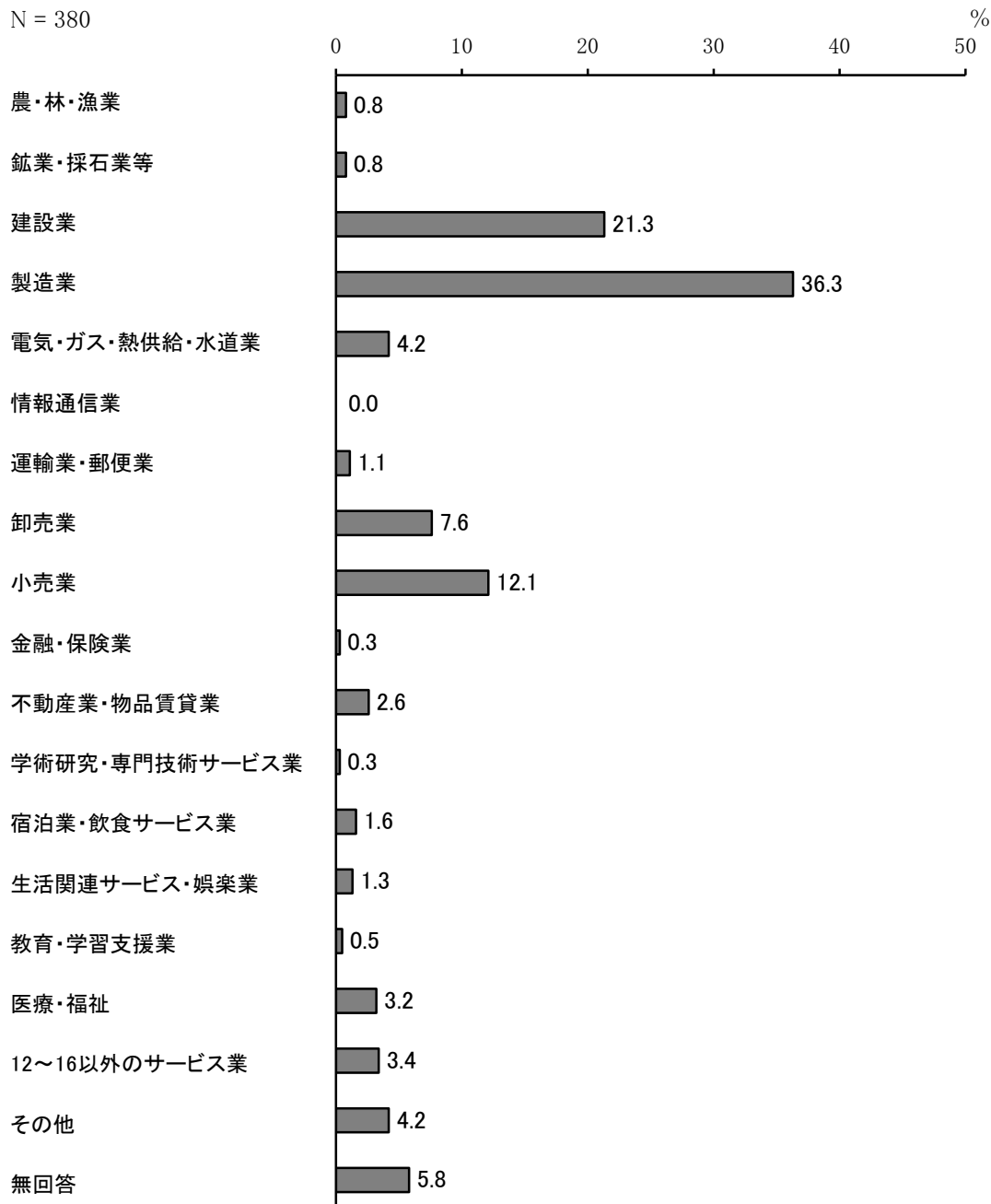
正社員については、「10人以下」の割合が62.1%と最も高く、次いで「11～20人」の割合が15.8%、「21～50人」の割合が10.5%となっています。

非正社員については、「10人以下」の割合が84.7%と最も高くなっています。



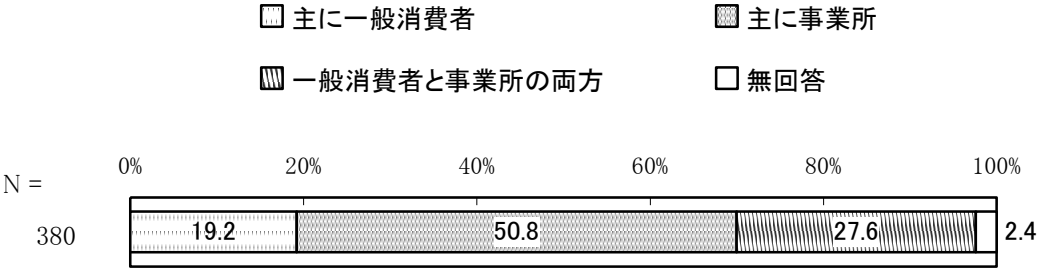
業種（該当する番号に○）

「製造業」の割合が36.3%と最も高く、次いで「建設業」の割合が21.3%、「小売業」の割合が12.1%となっています。



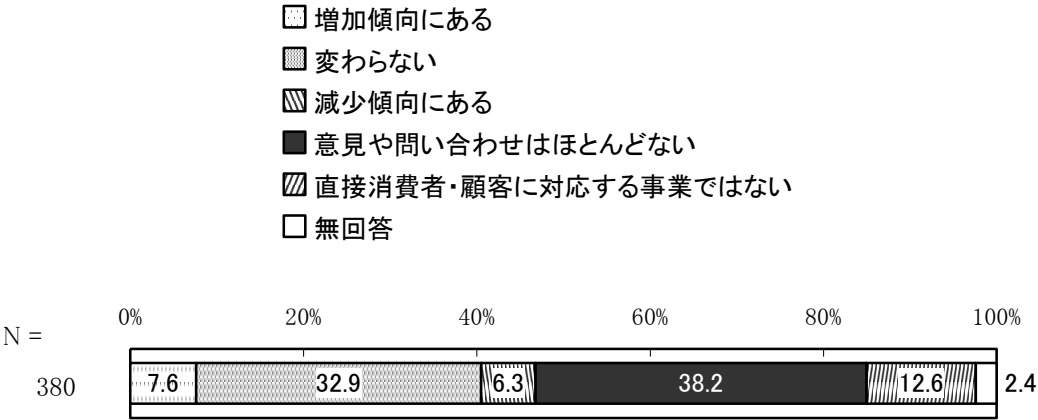
問1 貴社の商品（製品・サービス）の主な販売（提供）先はどちらですか。（〇は一つだけ）

「主に事業所」の割合が 50.8%と最も高く、次いで「一般消費者と事業所の両方」の割合が 27.6%、「主に一般消費者」の割合が 19.2%となっています。



問2 貴社に寄せられる消費者・顧客（事業所を含む）からの意見や苦情、問い合わせはどのような状況ですか。（〇は一つだけ）

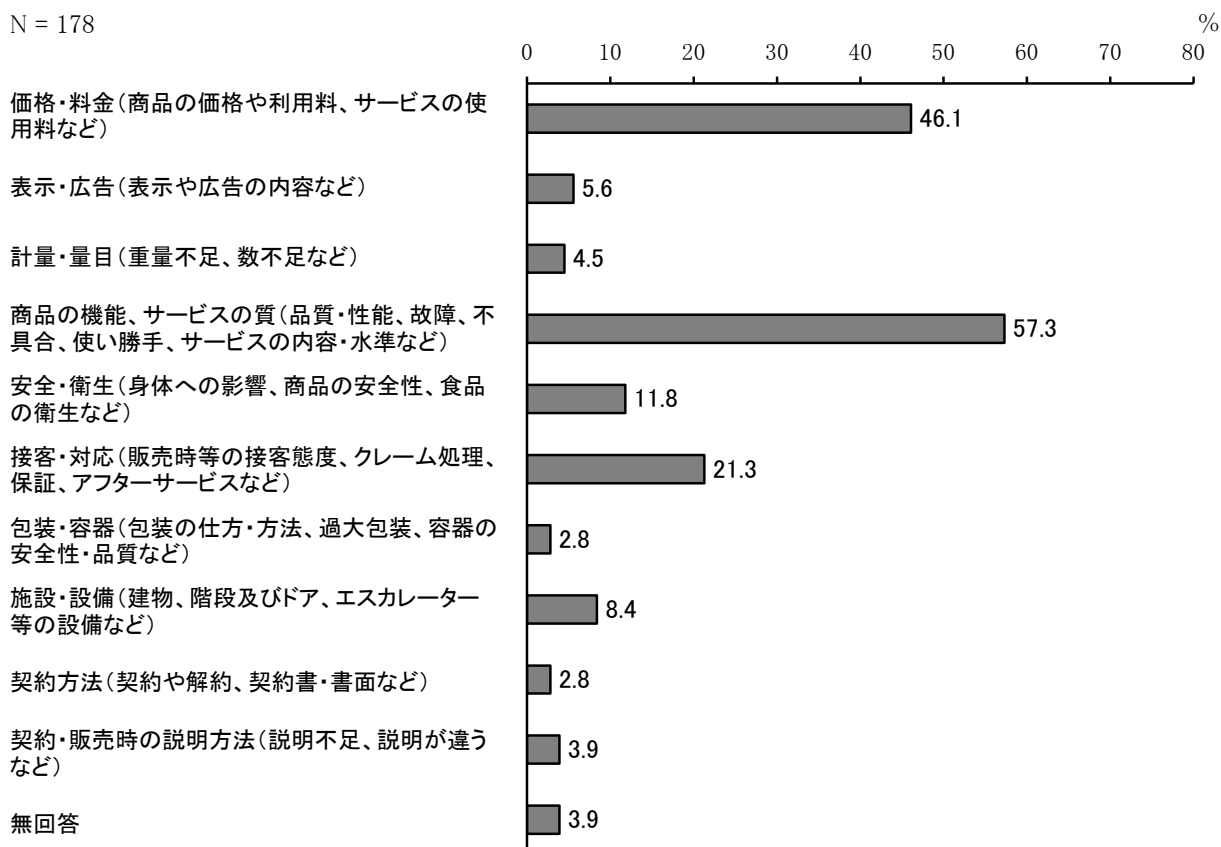
「意見や問い合わせはほとんどない」の割合が 38.2%と最も高く、次いで「変わらない」の割合が 32.9%、「直接消費者・顧客に対応する事業ではない」の割合が 12.6%となっています。



問2—1 問2で「1. 増加傾向にある」「2. 変わらない」「3. 減少傾向にある」を選択された方におたずねします。
 貴社に寄せられる消費者・顧客からの意見や苦情、問い合わせはどのようなものが多いですか。(〇はいくつでも)

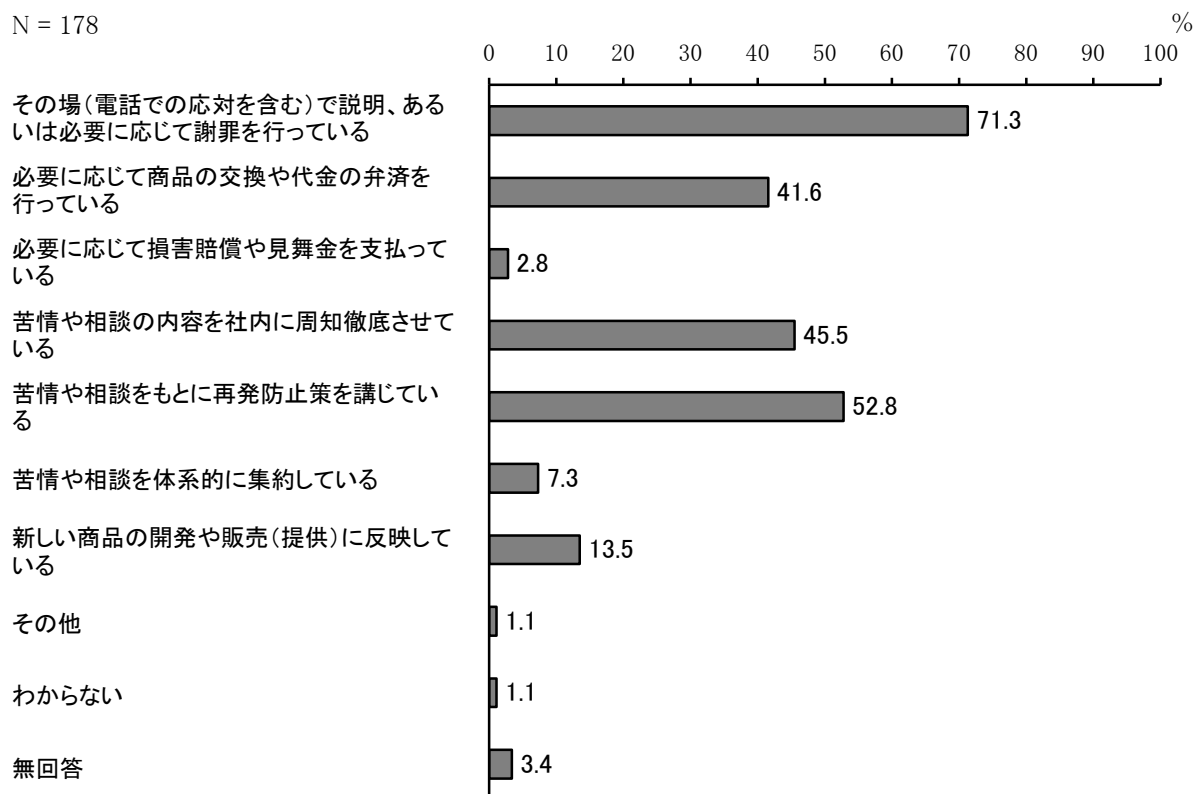
「商品の機能、サービスの質(品質・性能、故障、不具合、使い勝手、サービスの内容・水準など)」の割合が57.3%と最も高く、次いで「価格・料金(商品の価格や利用料、サービスの利用料など)」の割合が46.1%、「接客・対応(販売時等の接客態度、クレーム処理、保証、アフターサービスなど)」の割合が21.3%となっています。

N = 178



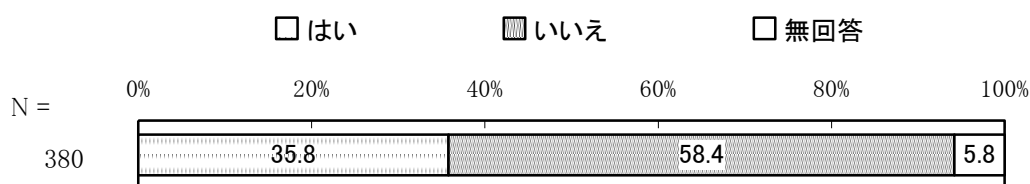
問2—2 問2で「1. 増加傾向にある」「2. 変わらない」「3. 減少傾向にある」を選択された方におたずねします。
 貴社では消費者・顧客から寄せられる意見や苦情、問い合わせをどのように処理していますか。(〇はいくつでも)

「その場(電話での対応を含む)で説明、あるいは必要に応じて謝罪を行っている」の割合が71.3%と最も高く、次いで「苦情や相談をもとに再発防止策を講じている」の割合が52.8%、「苦情や相談の内容を社内に周知徹底させている」の割合が45.5%となっています。



問3 従業員に対する消費者教育(啓発)を行っていますか。(どちらかに〇)

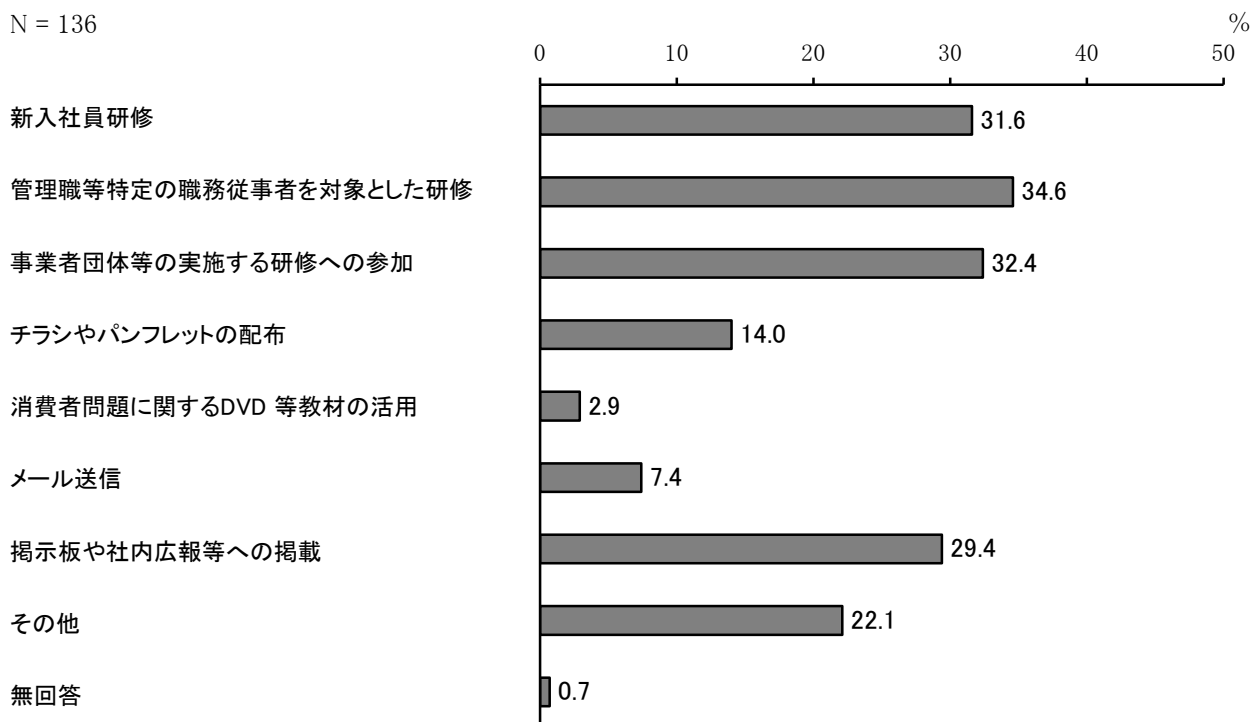
「はい」の割合が35.8%、「いいえ」の割合が58.4%となっています。



問3-1 問3で「1. はい」を選択された方におたずねします。
消費者教育（啓発）の方法を選んでください。（〇はいくつでも）

「管理職等特定の職務従事者を対象とした研修」の割合が34.6%と最も高く、次いで「事業者団体等の実施する研修への参加」の割合が32.4%、「新入社員研修」の割合が31.6%となっています。

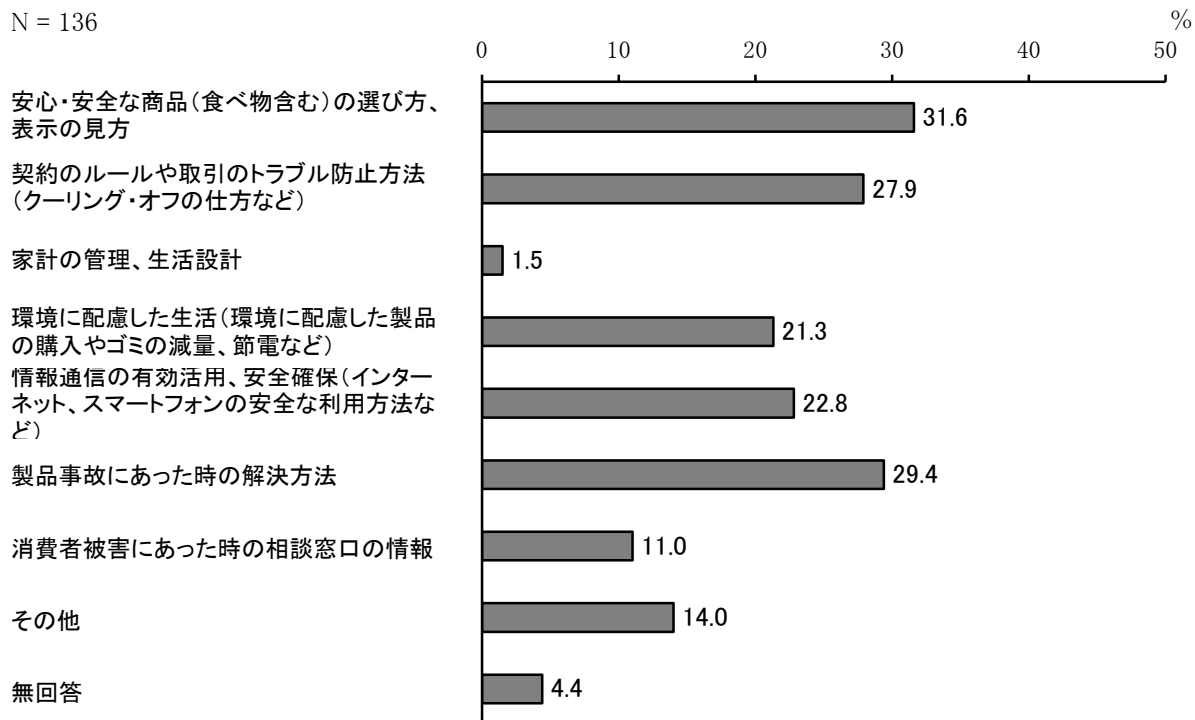
N = 136



問3-2 問3で「1. はい」を選択された方におたずねします。
消費者教育（啓発）の内容を選んでください。（〇はいくつでも）

「安心・安全な商品（食べ物含む）の選び方、表示の見方」の割合が31.6%と最も高く、次いで「製品事故にあった時の解決方法」の割合が29.4%、「契約のルールや取引のトラブル防止方法（クーリング・オフの仕方など）」の割合が27.9%となっています。

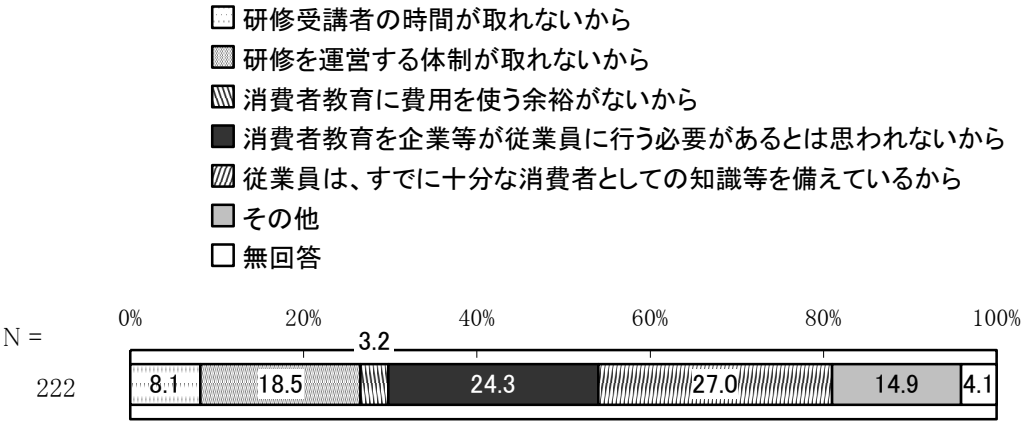
N = 136



※1 クーリング・オフ制度：一定の契約に限り、一定期間説明不要で無条件で申込みの撤回または契約を解除できること

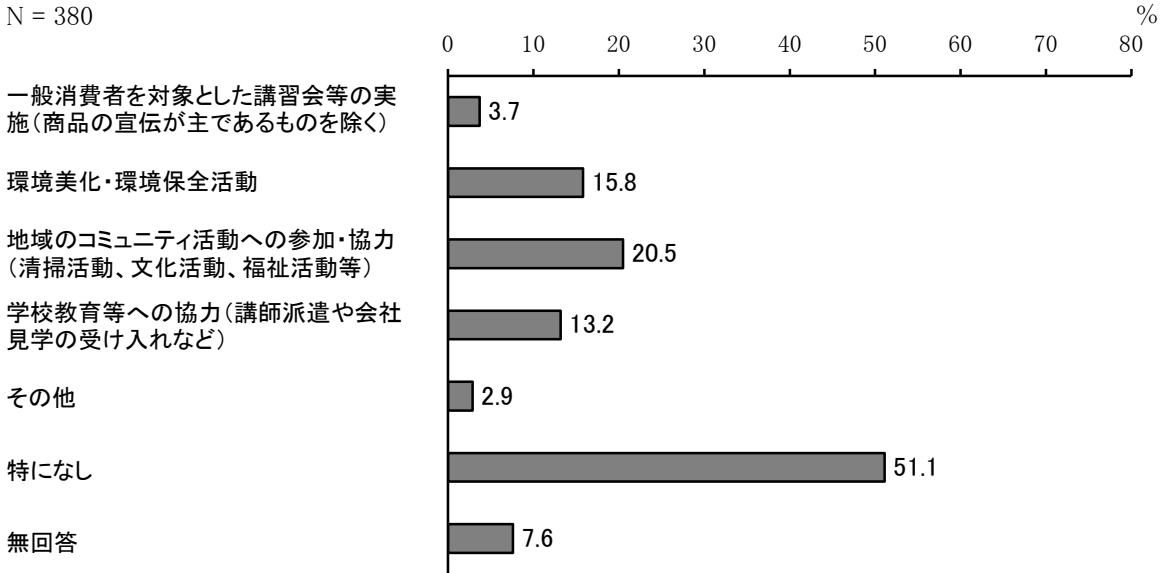
**問3-3 問3で「2. いいえ」を選択された方におたずねします。
実施していない理由は何ですか。(〇は一つだけ)**

「従業員は、すでに十分な消費者としての知識等を備えているから」の割合が27.0%と最も高く、次いで「消費者教育を企業等が従業員に行う必要があるとは思われないから」の割合が24.3%、「研修を運営する体制が取れないから」の割合が18.5%となっています。



問4 貴社で取り組んでいる消費者教育に関連した社会貢献活動はありますか。(〇はいくつでも)

「特になし」の割合が51.1%と最も高く、次いで「地域のコミュニティ活動への参加・協力(清掃活動、文化活動、福祉活動等)」の割合が20.5%、「環境美化・環境保全活動」の割合が15.8%となっています。



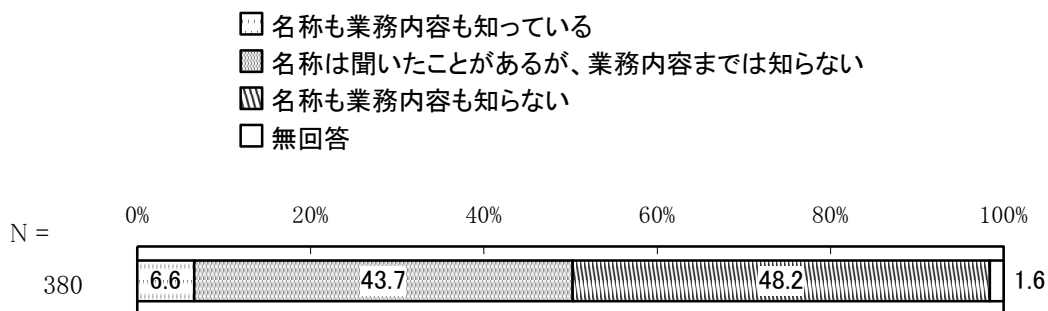
問4-1 問4で○をつけた社会貢献活動について具体的な内容を教えてください。

- 清掃活動、ゴミ拾い (43 件)
- 会社見学、工場見学 (20 件)
- 職場体験、体験学習、見学の受け入れ (15 件)
- 地域の環境美化、環境保全 (11 件)
- インターンシップの受入 (10 件)
- 草刈り (8 件)
- 学校へ講師活動、講師として派遣 (8 件)
- ボランティア活動への参加 (4 件)
- 寄付活動 (3 件)
- 花火の後のボランティア (3 件)
- フラワーロード (4 件)
- 子ども110番の家 (2 件)
- 赤い羽根募金 (2 件)
- 文化支援活動 (コンサートなどのイベント実施) (2 件)
- PTA活動 (2 件)
- 学校行事への協力 (2 件)
- 地域防犯活動への協力 (2 件)
- わが社は酒類を販売しているため、未成年者の飲酒、飲酒運転の撲滅のため国税局より配布されるポスターチラシ等店内に貼付し、未成年者かどうか確認しながら販売にあたる。商品には酒類とノンアルコールの表示を明確にするようにしている
- 祭り参加
- 健康講話など
- 消防団活動参加、商工会
- 関市の成人学校
- 近隣自治体の活動支援 (募金などの対応)
- 早退・有給処理
- 福祉活動
- フェンスのプランター (花) の設置
- 生協組合員さんに対して、料理教室の開催
- 法令講習、苦情相談
- 包丁は必ず切れ止みます、正しい砥石の使い方を常に行う
- 老人会との交流事業

- 関市工業参観日への参加
 - 児童の登下校の見守り
 - 防災訓練
 - 青年会議所、商工会議所活動、中濃法人会による租税教室など
 - 当社製品は法人対象の為、法人ユーザー対象に、訪問活動や電話・電子メールにて常時フォローをしています
 - シティマラソン、キウイマラソンに会社として参加
 - 青年会議所運動への参加
 - 納税額が多い
 - 人間教育に力を入れている学校への支援
 - 物品等はなるべくリサイクルし、交換部品等もリンク品、リビルト品を使用する
 - 地元の活動
 - 交通安全運動への参加
 - 山ゆり会＝高齢者独居の配食作り、花配達、文化祭参加
 - 関市赤十字奉仕団＝災害・防災に関する活動・研修会等
 - 関市地域女性の会連合会＝地域活動・支部活動
 - 洞戸地域委員会への参加（若い社員を中心に参加）
 - 育成協議会参加
 - 東日本震災復興支援NGO、K Iプロジェクトの中で、福島の子供たちのためのサマーキャンプスタッフとしての参加等
 - 工場内の緑化帯を毎月手入れ
 - 富野ふれあい文化祭に作品の出展
 - 富野小学校児童と施設利用者との交流
 - 福祉フェスティバルの参加
 - 日本全国1万kmクリーンキャンペーン（日本中古自動車販売商工組合連合会）
 - ビジネスプラス展への参加
 - 自社顧客への年一回の保安教育カレンダーの配布
- 等

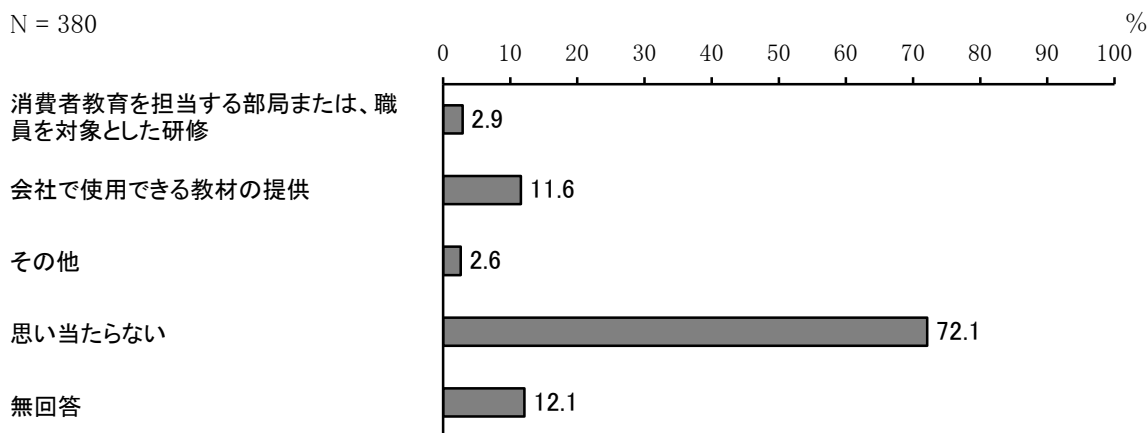
問5 「関市消費生活相談室」という名称や業務内容をご存知ですか。(〇は一つだけ)

「名称も業務内容も知らない」の割合が48.2%と最も高く、次いで「名称は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない」の割合が43.7%となっています。



問6 関市消費生活相談室では、消費生活相談、啓発パンフレットの作成、街頭啓発、消費生活出前講座等を実施し、消費者教育を支援しています。貴社で従業員向けに消費者教育を推進するにあたり、必要な支援があれば、それはどのようなことですか。また、具体的な内容があれば記載してください。(〇はいくつでも)

「思い当たらない」の割合が72.1%と最も高く、次いで「会社で使用できる教材の提供」の割合が11.6%となっています。



1. 消費者教育を担当する部局または、職員を対象とした研修

- 出前講座等を受講したい。
- 義務として、研修を行わないと難しい
- 接客やクレーム対応、トラブル解決
- 会議などでの講座

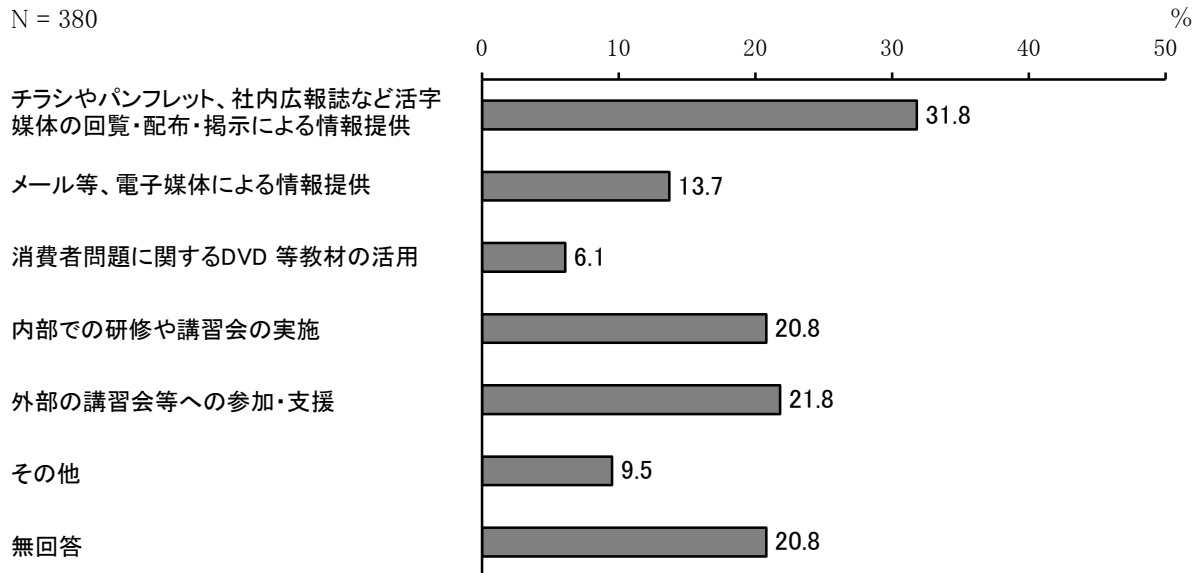
2. 会社で使用できる教材の提供

- 啓発パンフレット、チラシなどの配布（6件）
- ビデオ、DVDなど（3件）
- 悪徳商法の例の教示とその対策等について
- 接客やクレーム対応、トラブル解決
- 建設業に関するもの
- 業務上の消費者教育の重要性の認識のレベルから
- 簡素でわかりやすい
- よくわからない（2件）
- どんなことをすればよいのか教えてほしい

問7 今後取り組みたいと考えている消費者教育の方法を選択してください。
(〇はいくつでも)

「チラシやパンフレット、社内広報誌など活字媒体の回覧・配布・掲示による情報提供」の割合が31.8%と最も高く、次いで「外部の講習会等への参加・支援」の割合が21.8%、「内部での研修や講習会の実施」の割合が20.8%となっています。

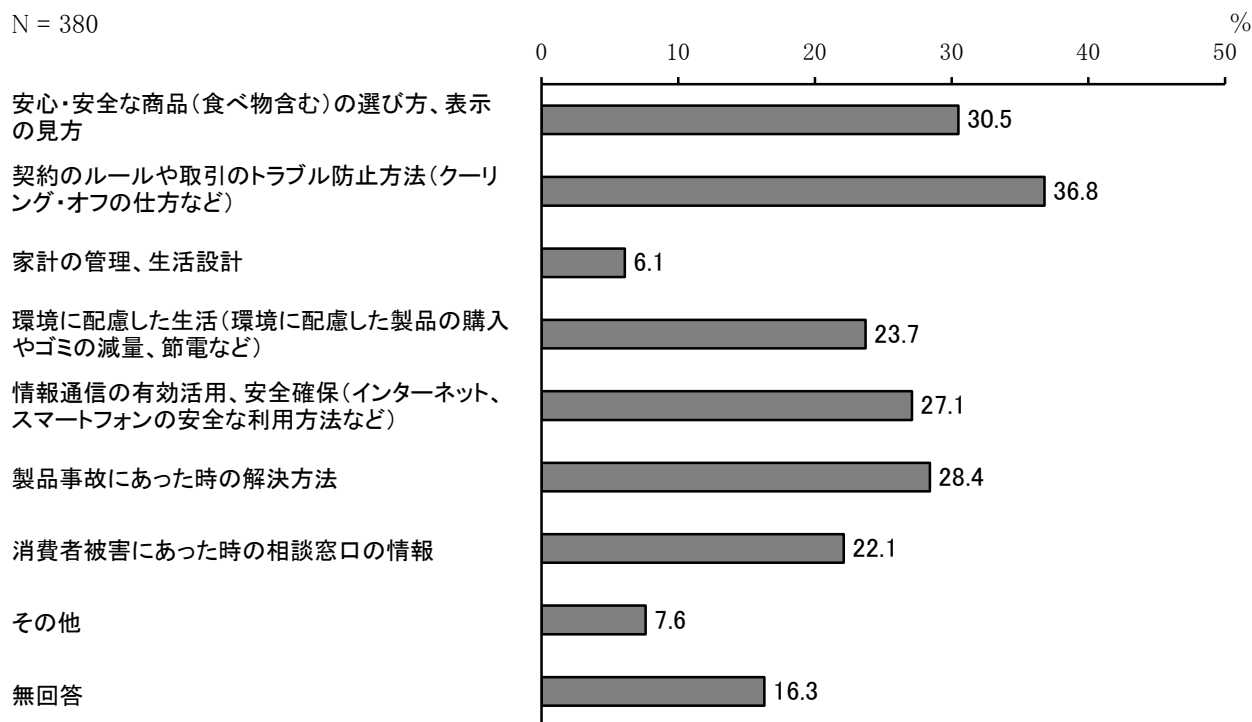
N = 380



問8 今後消費者教育を行う際に、取り上げたいと思うテーマを選択してください。
(〇は5つまで)

「契約のルールや取引のトラブル防止方法（クーリング・オフの仕方など）」の割合が 36.8%と最も高く、次いで「安心・安全な商品（食べ物含む）の選び方、表示の見方」の割合が 30.5%、「製品事故にあった時の解決方法」の割合が 28.4%となっています。

N = 380



**問9 その他、消費生活に関することで、関市の消費者行政についてのご意見・ご要望等
ありましたらご自由にお書きください。**

- 特にありません。今後の研修・研究です。
- 当社におきましては、問3-2において若い従業員が多いことに鑑み、2と5は教育いたしました
が、そもそも他の内容につきましては職場（当社）においてするものとは考えておりません。従業員
から相談があったときに教育及び解決に助力するのには否ではありませんが。
- 先述したように、小規模で営業している当社は、日々の業務だけで精いっぱいなため、自社独自に
社員研修をすることは無理です。このアンケートがなければ、「関市の消費者行政活動」そのものを
知らなかったのが現状です。仕事の電話以外にも、LEDライト購入の勧誘やNTTの子会社と称す
る会社、中部電力の下請けと称する会社等が電力ワット数や電話の裏に書いてある数字を教えてと不
信感がつる電話が多々あります。市の消費生活相談室があるということでは不安になったときには一
報させていただきたいと思いました。広報誌等にどんなケースがあるかなどお知らせしていただける
とうれしいです。
- ネット通販のトラブルの際、関市消費生活相談室の方の適切な対応により被害を免れることができ
ました。
- 消費者の権利のみが重視されすぎです。それに伴う責任もしっかりとバランスをとってほしいです。
- 多様化する消費者サービスの中で起きやすいトラブルを回避する方法や、知らず知らずのうちに事
業者として加害者とならないよう自覚をするよう教育は必要だと思います。いろいろな情報をいただ
き、敏感になるのも大事なことかと存じますので、学習していくようにします。
- 別にありません。消費生活の相談の例を教えてください。右側に書いてあるのが実際に関市におい
てあったことですか。
- 今のところ、特に問題がないのでピンときませんが、将来何か問題が起きたときには「関市消費生
活相談室」に相談できるとわかり、安心しました。何かあったときは、よろしく願います。あり
がとうございました。
- もしものときは何卒よろしくお願い致します。
- 関市消費生活相談室のことを今回初めて知りました。掲示板に貼れるチラシ等をいただけるとあり
がたいです。
- 右図にあるような困り事が起きた場合、地元の行政窓口相談しにくいケースがあるのではないで
しょうか。知り合いや友人が役所にいるから相談者として知られたくないとか。そうした方々へのフ
ォローがあるとよいのではないのでしょうか。
- 店ではあまりありません。商品に関してはメーカーさんに連絡を取ります。
- 思いあたりませんが、地産地消できるような環境づくりがあればよいと思います。観光にもっと力
を入れて、地域ぐるみでもてなすようにしたらよいと思います。
- 以前、電話でのセールスについて「消費者センター」というところへ電話したことがありますが、
その時は「岐阜県」の管轄につながらなかったと記憶しています。そのような相談を関市が市民に対
して行うということなのでしょう。それならば身近な点でありがたいと思います。ただ、「消費者
教育」ということが、いま一歩理解できませんでした。そのため、アンケート調査の回答につつま
が合わない点が多々あるかと思いますが、ご容赦ください。
- 相談室があることすら知らない人が多いので、関市広報に大きく掲載するとか周知徹底が必要だと思
う。

- 市民サービスがまだまだできていません。
- 中学生ぐらいの年齢にもっと教育してほしい。
- 事業所としてお客様（消費者）に伝えたり教えたりしなければならないことがあるならば、教えてほしい。
- 関市消費生活相談室があることを各家庭が知っていればよいと思います。困ったとき（事が起きたとき）に相談することができます。
- 家族でしていますので問題もありませんでしたし、消費者教育はあまり考えたことがありませんでした。今後のことはわかりませんが、何かありましたらよろしくお願い致します。
- 弊社は子供と2人の会社で以前（3年前）は新建材の販売を主に行っていましたが、3年前からリホーム事業を行っています。お客様は継続した得意先から仕事をさせていただいています。
- 主旨のわかりづらいアンケートです。製造業としてどのように答えてよいのか、よくわかりませんでした。業種別のアンケートにさせていただいた方が答えやすいと思います。
- 消費者教育の意味がよく理解できません。
- 消費生活の中で起きる問題の相談への対処の方法など、どのようにしたら知ることができるのでしょうか。
- 上記の問いについて（全部）消費者に対する事業所としての立場なのか、一消費者としての立場なのか理解できませんでした。わかりづらかったです。
- 小売業の事務所は、消費者に販売する立場にあり、今回のアンケートはもう一つ、ピンときません（わかりません）。事業所も別の角度から消費者の立場であるという意味なのですか。返信が遅くなり申し訳ありません。
- 消費者に直接対応することがなく、お客様からの苦情も無いので余り気にしておりませんが、今後何かと困ったような問題が起こったときにはご指導よろしく申し上げます。
- 私も今回はじめて関市役所内に相談の窓口があることを知りました。7ページに記述されているようなトラブルは、本当にたくさんあると思います。このようなトラブルにあったときに、関市消費生活相談室に行けばアドバイスがいただけるということを市民の方々がわかるまで相談室の存在をPRされることが大切であると思います。
- いつもありがとうございます。

等

