

令和5年度ネットリサーチ「消費生活」に関する調査結果報告書

■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19.1%となっている。
- 「国民生活センター」、「茨城消費生活センター」又はお住いの市町村の「消費生活センター（消費生活相談窓口含む）」の認知状況については、「名前は知っていた」（36.3%）、「名前や業務の内容を知っていた」（15.8%）、「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」（3.4%）を合わせた【知っていた】が55.5%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、「マイバックを持参する」が78.0%で最も高く、「食べ残しを減らす」が53.1%、「マイボトルを持ち歩く」が37.2%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19.1%となっている。

初めに、「消費生活」についてお伺いします。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。それぞれの項目についてあてはまるものを選んでください。

	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	19.1 191	80.9 809
番号（「188」）	100.0 1000	11.2 112	88.8 888
相談できる内容	100.0 1000	10.9 109	89.1 891



(※)

「消費者ホットライン『188 (いやや)』」について、詳しくは消費者庁ホームページをご覧ください。

消費者庁 HP :

https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/hotline/



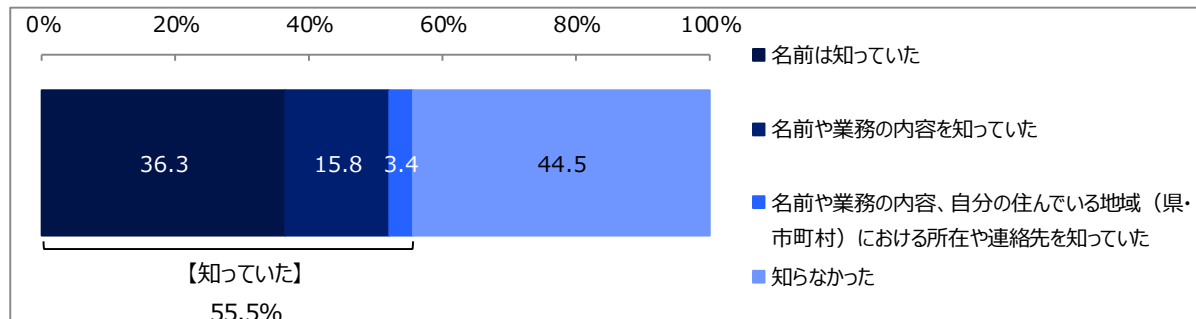
2 「国民生活センター」、「茨城県消費生活センター」又はお住いの市町村の「消費生活センター（消費生活相談窓口含む）」の認知状況

◇ 「名前は知っていた」(36.3%)、「名前や業務の内容を知っていた」(15.8%)、「名前や業務の内容、自分の住んでいる地域（県・市町村）における所在や連絡先を知っていた」(3.4%)を合わせた【知っていた】が55.5%となっている。

Q2.あなたは、「国民生活センター」、「茨城県消費生活センター」又はお住いの市町村の「消費生活センター（消費生活相談窓口含む）」のいずれかを知っていましたか。

次の中からあてはまるものを1つ選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
名前は知っていた	36.3	363
名前や業務の内容を知っていた	15.8	158
名前や業務の内容、自分の住んでいる地域（県・市町村）における所在や連絡先を知っていた	3.4	34
知らなかった	44.5	445



(※)

・「国民生活センター」については、詳しくは国民生活センターホームページをご覧ください。

国民生活センターHP：<https://www.kokusen.go.jp/hello/index.html>

・「茨城県消費生活センター」について、詳しくは茨城県ホームページ（いばらき消費生活なび）をご覧ください。

茨城県HP：<https://www.pref.ibaraki.jp/seikatsukankyo/syose/navi.html>

・各市町村の消費生活センターについては、茨城県ホームページに一覧を掲載しておりますのでご覧ください。

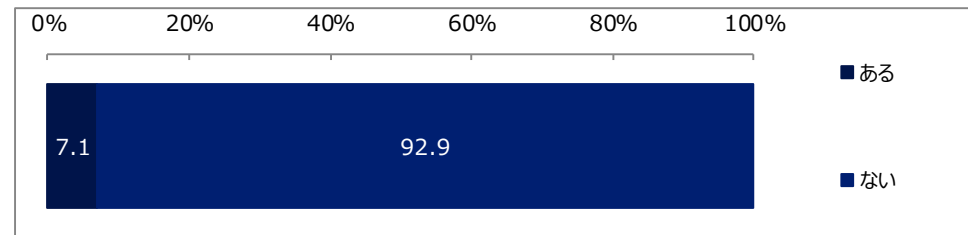
茨城県 HP：<https://www.pref.ibaraki.jp/seikatsukankyo/syose/navi/admin/link/municipalities.html>

3 消費者トラブルの経験の有無

◇ 「ある」が7.1%、「ない」が92.9%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。次の中からあてはまるものを1つ選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
ある	7.1	71
ない	92.9	929



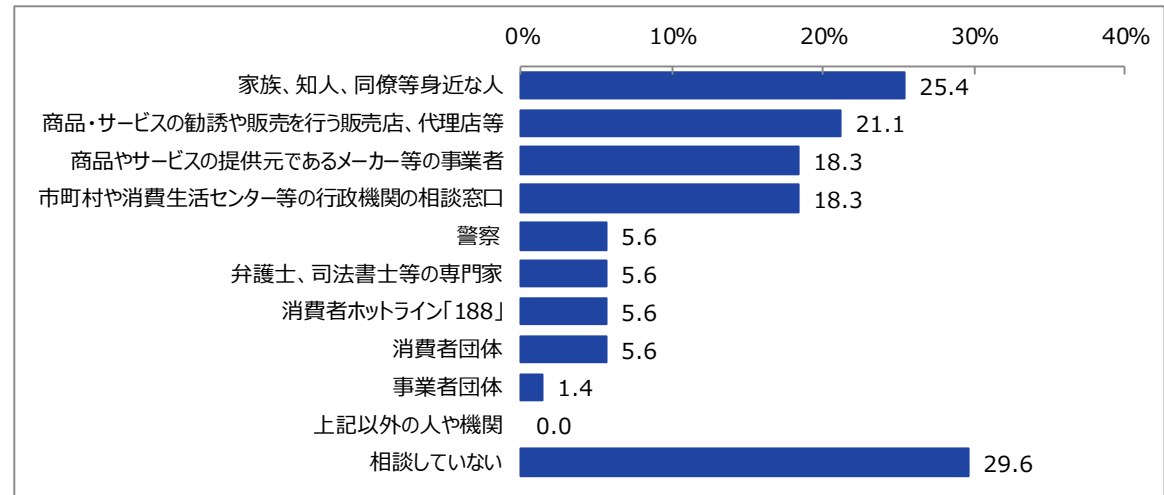
4 消費者トラブルについての相談先

◇ 「家族、知人、同僚等身近な人」が25.4%で最も高く、「商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店、代理店等」が21.1%と続く。

(Q3で「ある」と回答された方へ)

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

	%	n
全体	100.0	71
家族、知人、同僚等身近な人	25.4	18
商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店、代理店等	21.1	15
商品やサービスの提供元であるメーカー等の事業者	18.3	13
市町村や消費生活センター等の行政機関の相談窓口	18.3	13
警察	5.6	4
弁護士、司法書士等の専門家	5.6	4
消費者ホットライン「188」	5.6	4
消費者団体	5.6	4
事業者団体	1.4	1
上記以外の人や機関	0.0	0
相談していない	29.6	21

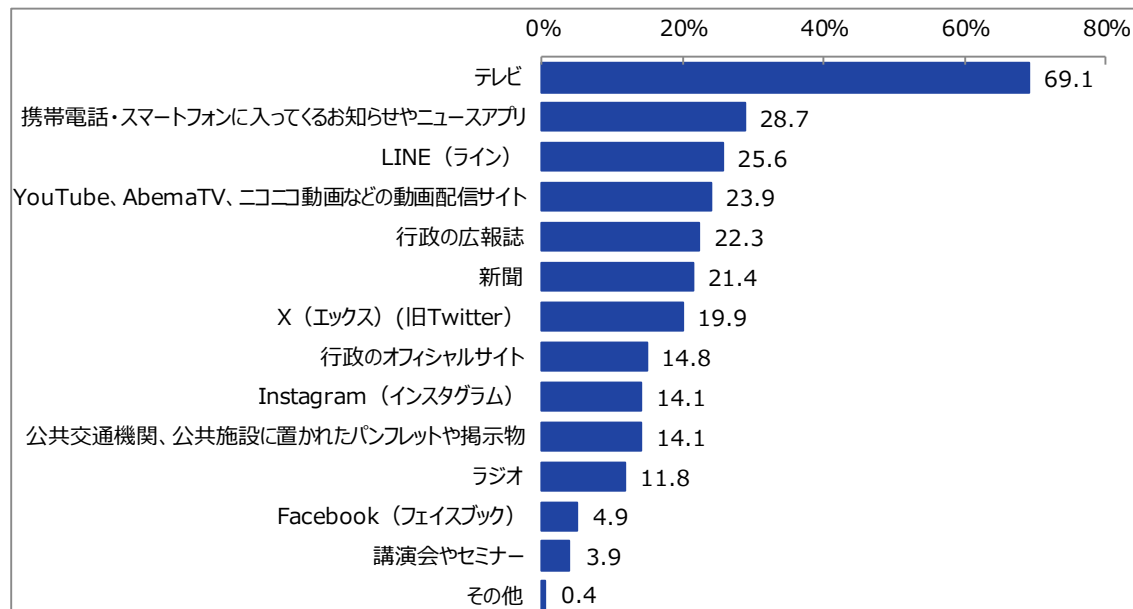


5 情報を入手しやすい媒体

☆ 「テレビ」が69.1%で最も高く、「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28.7%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。次の中からあてはまるものを全て選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
テレビ	69.1	691
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	28.7	287
LINE（ライン）	25.6	256
YouTube、AbemaTV、ニコニコ動画などの動画配信サイト	23.9	239
行政の広報誌	22.3	223
新聞	21.4	214
X（エックス）（旧Twitter）	19.9	199
行政のオフィシャルサイト	14.8	148
Instagram（インスタグラム）	14.1	141
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	14.1	141
ラジオ	11.8	118
Facebook（フェイスブック）	4.9	49
講演会やセミナー	3.9	39
その他	0.4	4

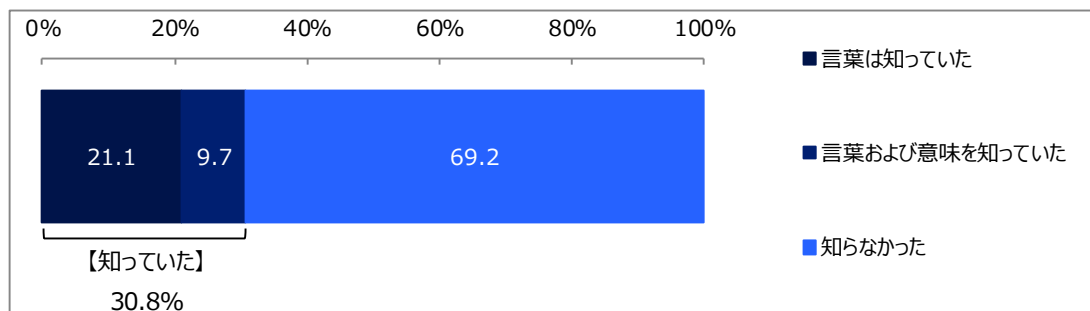


6 エシカル消費の認知状況

☆ 「言葉は知っていた」（21.1%）、「言葉および意味を知っていた」（9.7%）を合わせた【知っていた】が30.8%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、「エシカル消費」という言葉を知っていますか。次の中からあてはまるものを1つ選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
言葉は知っていた	21.1	211
言葉および意味を知っていた	9.7	97
知らなかった	69.2	692



(※)

「エシカル消費」について、詳しくは、茨城県ホームページ（「エシカルいばらき」）をご覧ください。

茨城県 HP : <https://ethical-ibaraki.com/> ※画面上部の MENU タブから「エシカル消費とは？」をご選択ください。

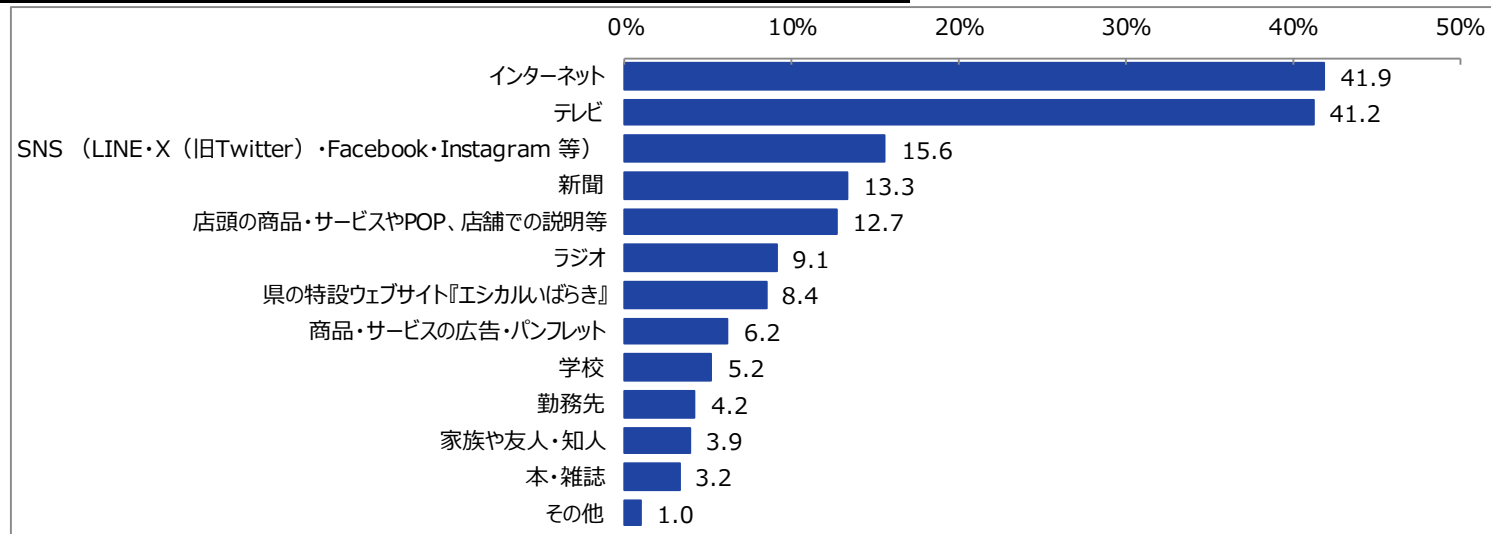
7 エシカル消費を知ったきっかけ

◇ 「インターネット」が41.9%で最も高く、「テレビ」が41.2%と続く。

Q6で「言葉は知っていた」「言葉および意味を知っていた」と回答された方へ)

Q7.あなたが「エシカル消費」を知ったきっかけは何ですか。次の中からあてはまるものを全て選んでください。

	%	n
全体	100.0	308
インターネット	41.9	129
テレビ	41.2	127
SNS（LINE・X（旧Twitter）・Facebook・Instagram 等）	15.6	48
新聞	13.3	41
店頭の商品・サービスやPOP、店舗での説明等	12.7	39
ラジオ	9.1	28
県の特設ウェブサイト『エシカルいばらき』	8.4	26
商品・サービスの広告・パンフレット	6.2	19
学校	5.2	16
勤務先	4.2	13
家族や友人・知人	3.9	12
本・雑誌	3.2	10
その他	1.0	3

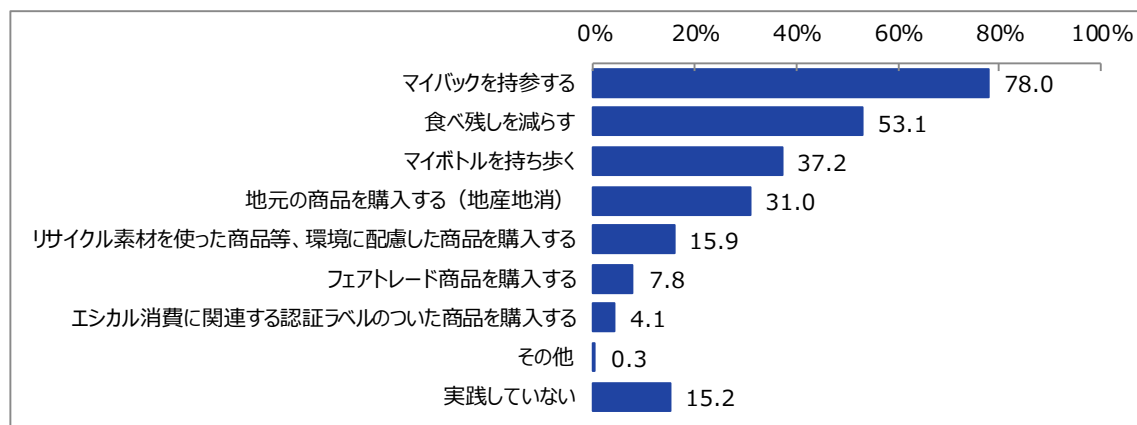


8 エシカル消費に関して実践していること

◇ 「マイバックを持参する」が78.0%で最も高く、「食べ残しを減らす」が53.1%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。次の中からあてはまるものを全て選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
マイバックを持参する	78.0	780
食べ残しを減らす	53.1	531
マイボトルを持ち歩く	37.2	372
地元の商品を購入する（地産地消）	31.0	310
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	15.9	159
フェアトレード商品を購入する	7.8	78
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	4.1	41
その他	0.3	3
実践していない	15.2	152

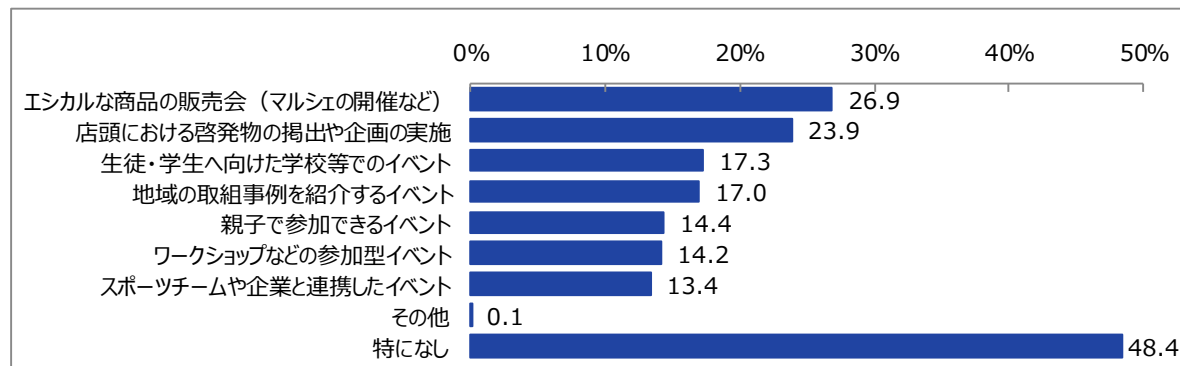


9 参加してみたいエシカル消費のイベント

◇ 「エシカルな商品の販売会（マルシェの開催など）」が26.9%で最も高く、「店頭における啓発物の掲出や企画の実施」が23.9%と続く。

Q9.あなたは、「エシカル消費」について知識や理解を得るための機会として、良いと思うものはありますか。次の中からあてはまるものを全て選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
エシカルな商品の販売会（マルシェの開催など）	26.9	269
店頭における啓発物の掲出や企画の実施	23.9	239
生徒・学生へ向けた学校等でのイベント	17.3	173
地域の取組事例を紹介するイベント	17.0	170
親子で参加できるイベント	14.4	144
ワークショップなどの参加型イベント	14.2	142
スポーツチームや企業と連携したイベント	13.4	134
その他	0.1	1
特になし	48.4	484

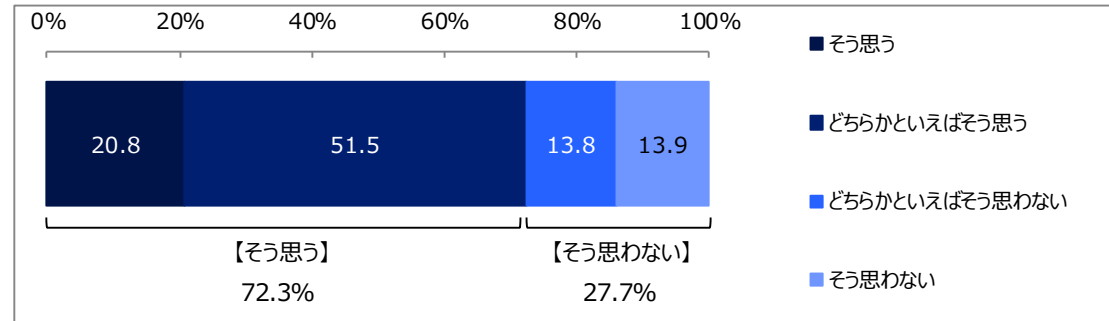


10 エシカル消費に関する企業イメージ

- ◇ 「そう思う」(20.8%)、「どちらかといえばそう思う」(51.5%)を合わせた【そう思う】が72.3%となっている。
- ◇ 「どちらかといえばそう思わない」(13.8%)、「そう思わない」(13.9%)を合わせた【そう思わない】が27.7%となっている。

Q10.あなたは、エシカル消費に関連する商品・サービスの提供が企業のイメージ向上につながると感じますか。次の中からあてはまるものを1つ選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
そう思う	20.8	208
どちらかといえばそう思う	51.5	515
どちらかといえばそう思わない	13.8	138
そう思わない	13.9	139



■調査の目的

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5年10月6日～10月16日

・サンプル数：茨城県常住人口調査（令和5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		114	245	94	359	188	1,000
性別	男性	59	125	50	185	99	518
	女性	55	120	44	174	89	482
年代別	18～29歳	18	41	16	68	33	176
	30歳代	17	42	16	62	30	167
	40歳代	23	55	21	83	41	223
	50歳代	28	57	21	79	42	227
	60歳代	28	50	20	67	42	207

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、鉾田市

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。
4. 男性18～29歳の回収件数は、「県西」及び「県央」の地域で目標値（上記の件数）を下回ったため、男性30歳代で「県西」2サンプル及び「県央」1サンプルを超過回収し、地域×性年代の人口分布に極力近づくように調整した。