

令和7年度第1回市政モニターアンケート結果

テーマ 「消費生活に関する市民意識について」

- (1) 目的 消費生活総合センターでは、消費者である皆様が、日々の暮らしの中で起こる契約トラブル等の相談について、専門の相談員が解決に向けた助言やあっせんを行うほか、多発する悪質商法などの周知啓発を行っています。
- 市民の消費生活に対する意識、意見、要望等を統計的手法により把握し、相模原市消費生活基本計画を推進するために実施しました。
- (2) 回答者数 176人
- (3) 調査期間 令和7年6月23日(月)から令和7年7月14日(月)まで
- (4) 結果要約 消費生活総合センターでは、消費者トラブルの事例や助言を含めた注意喚起等について、メールマガジンや消費生活情報紙すばいすのほか、出前講座などの様々な方法により、若者や高齢者などのライフステージに合わせて行っていますが、消費生活総合センターが発信している啓発媒体や開催しているイベントの認知度が低く、注意喚起などの啓発情報を消費者へ届けることが不十分であるという結果となりました。
- 【問7-1】では、【問7】で消費者トラブルにあったときに、相談できるところが「ある」と回答した人への、それはどこかという問いに対し、「購入店舗、利用店舗、勧誘員、営業担当者など」と回答した人が64.1%と最も多く、次いで「市内の消費生活センター」と回答した人が57.3%とそれぞれ約6割いた一方で、【問8】では、「市内に消費生活センターがあることを知らない」と回答した人が29.0%と約3割でした。
- 【問10】では、クーリング・オフ制度について、全く知らない人はいませんでしたが、「名前は知っているが、適用条件を知らない」と回答した人は46.0%と約半数でした。
- 【問13】では、消費者教育や学習の機会の提供について「提供されていない」又は「あまり提供されていない」と感じている人が42.7%と約4割でした。
- 【問17】では、消費生活総合センターの認知度向上に関することや、契約トラブルの未然防止に関すること、消費者問題の普及啓発に関することなど多くの貴重なご意見をいただくことができました。

※表、グラフ内の数字は回答者数を基数とした百分率で表わし、小数点第2位を四捨五入しているため、百分率の合計が100%にならない場合があります。

※問18～問20の「ユニバーサルデザインについて」は別途掲載します。

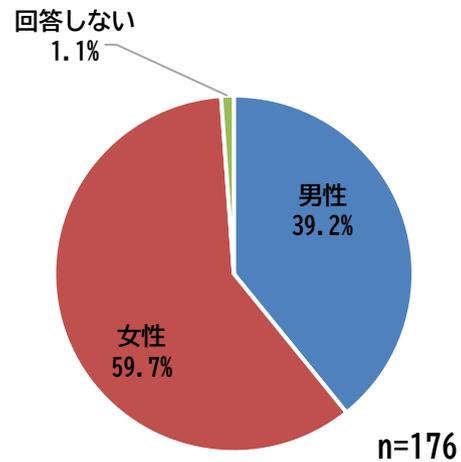
調査結果

【基本的項目について】

【問1】あなたの性別をお伺いします。（回答は1つ）

1 男性	2 女性	3 回答しない
------	------	---------

選択肢	回答数	回答分布
男性	69	39.2%
女性	105	59.7%
回答しない	2	1.1%
計	176	100.0%

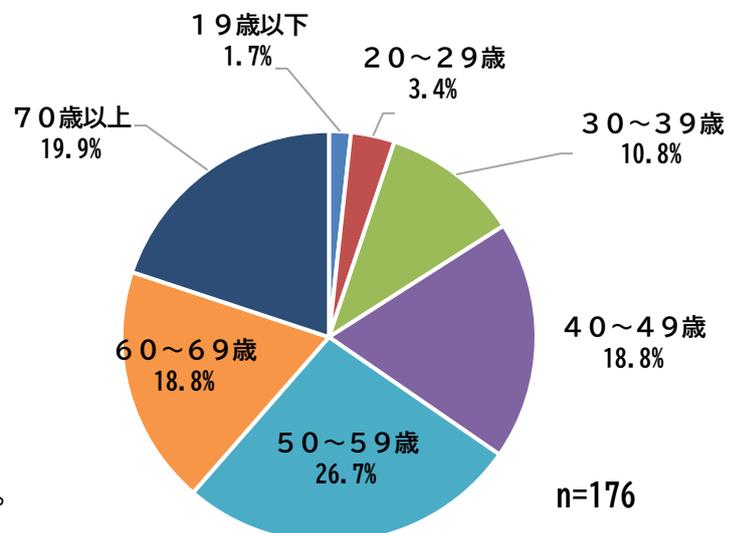


☆ 回答された方の性別は以上のとおりです。

【問2】あなたの年齢をお伺いします。（回答は1つ）

1 19歳以下	4 40～49歳	7 70歳以上
2 20～29歳	5 50～59歳	
3 30～39歳	6 60～69歳	

選択肢	回答数	回答分布
19歳以下	3	1.7%
20～29歳	6	3.4%
30～39歳	19	10.8%
40～49歳	33	18.8%
50～59歳	47	26.7%
60～69歳	33	18.8%
70歳以上	35	19.9%
計	176	100.0%

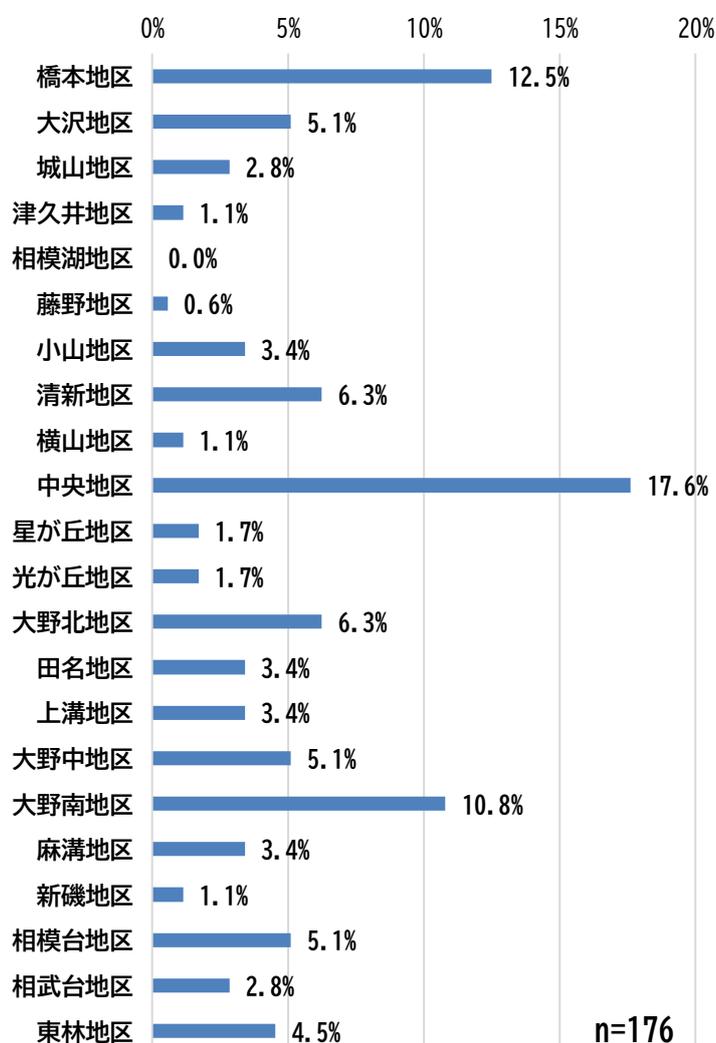


☆ 回答された方の年齢層は以上のとおりです。

【問3】あなたのお住まいの地区をお伺いします。（回答は1つ）

緑区	中央区	南区
1 橋本地区	7 小山地区	16 大野中地区
2 大沢地区	8 清新地区	17 大野南地区
3 城山地区	9 横山地区	18 麻溝地区
4 津久井地区	10 中央地区	19 新磯地区
5 相模湖地区	11 星が丘地区	20 相模台地区
6 藤野地区	12 光が丘地区	21 相武台地区
	13 大野北地区	22 東林地区
	14 田名地区	
	15 上溝地区	

選択肢	回答数	回答分布
橋本地区	22	12.5%
大沢地区	9	5.1%
城山地区	5	2.8%
津久井地区	2	1.1%
相模湖地区	0	0.0%
藤野地区	1	0.6%
小山地区	6	3.4%
清新地区	11	6.3%
横山地区	2	1.1%
中央地区	31	17.6%
星が丘地区	3	1.7%
光が丘地区	3	1.7%
大野北地区	11	6.3%
田名地区	6	3.4%
上溝地区	6	3.4%
大野中地区	9	5.1%
大野南地区	19	10.8%
麻溝地区	6	3.4%
新磯地区	2	1.1%
相模台地区	9	5.1%
相武台地区	5	2.8%
東林地区	8	4.5%
計	176	100.0%

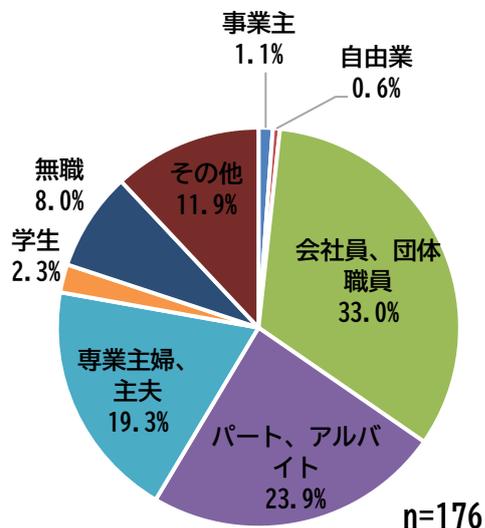


☆ 回答された方のお住まいの地区は以上のとおりです。

【問4】 あなたの職業をお伺いします。(回答は1つ)

1 事業主	5 専業主婦、主夫
2 自由業	6 学生
3 会社員、団体職員	7 無職
4 パート、アルバイト	8 その他(具体的に：)

選択肢	回答数	回答分布
事業主	2	1.1%
自由業	1	0.6%
会社員、団体職員	58	33.0%
パート、アルバイト	42	23.9%
専業主婦、主夫	34	19.3%
学生	4	2.3%
無職	14	8.0%
その他	21	11.9%
計	176	100.0%

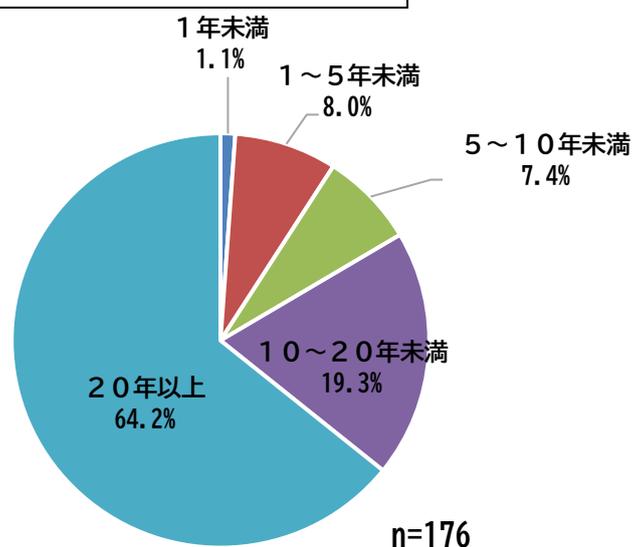


☆ 回答された方の職業は以上のとおりです。

【問5】 あなたは相模原市に住んで何年になりますか。(回答は1つ)

1 1年未満	4 10～20年未満
2 1～5年未満	5 20年以上
3 5～10年未満	

選択肢	回答数	回答分布
1年未満	2	1.1%
1～5年未満	14	8.0%
5～10年未満	13	7.4%
10～20年未満	34	19.3%
20年以上	113	64.2%
計	176	100.0%



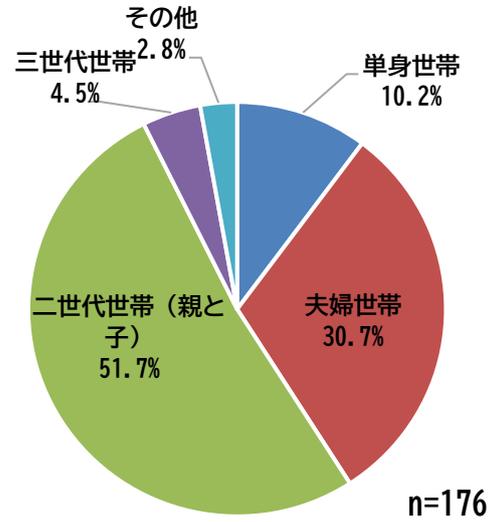
☆ 回答された方の居住年数は以上のとおりです。

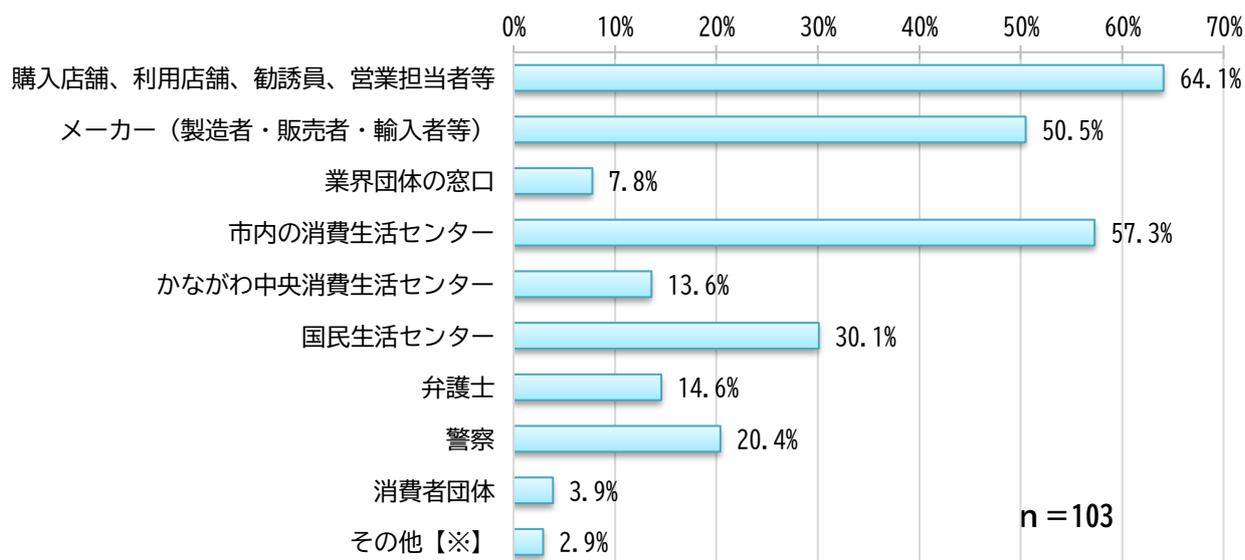
【問6】 あなたの家族構成をお伺いします。(回答は1つ)

1 単身世帯	4 三世代世帯
2 夫婦世帯	5 その他
3 二世世代世帯（親と子）	

選択肢	回答数	回答分布
単身世帯	18	10.2%
夫婦世帯	54	30.7%
二世世代世帯（親と子）	91	51.7%
三世代世帯	8	4.5%
その他	5	2.8%
計	176	100.0%

☆ 回答された方の家族構成は以上のとおりです。

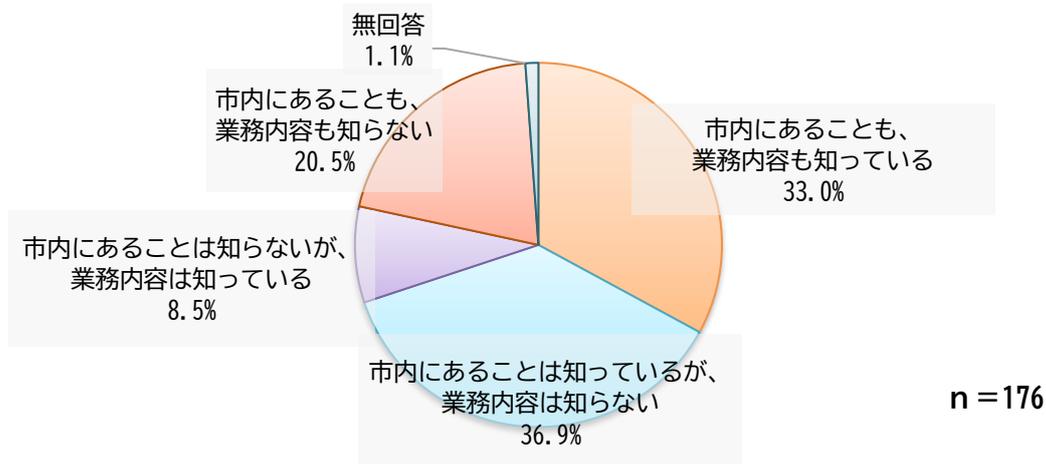




【問8】あなたは、消費者被害の未然防止及び早期解決のための相談先として、市内に「消費生活センター」があることを知っていますか。（回答は1つ）

- 1 市内にあることも、業務内容も知っている
- 2 市内にあることは知っているが、業務内容は知らない
- 3 市内にあることは知らないが、業務内容は知っている
- 4 市内にあることも、業務内容も知らない（⇒問8-1へ）

選択肢	回答数	回答分布
市内にあることも、業務内容も知っている	58	33.0%
市内にあることは知っているが、業務内容は知らない	65	36.9%
市内にあることは知らないが、業務内容は知っている	15	8.5%
市内にあることも、業務内容も知らない	36	20.5%
無回答	2	1.1%
計	176	100.0%



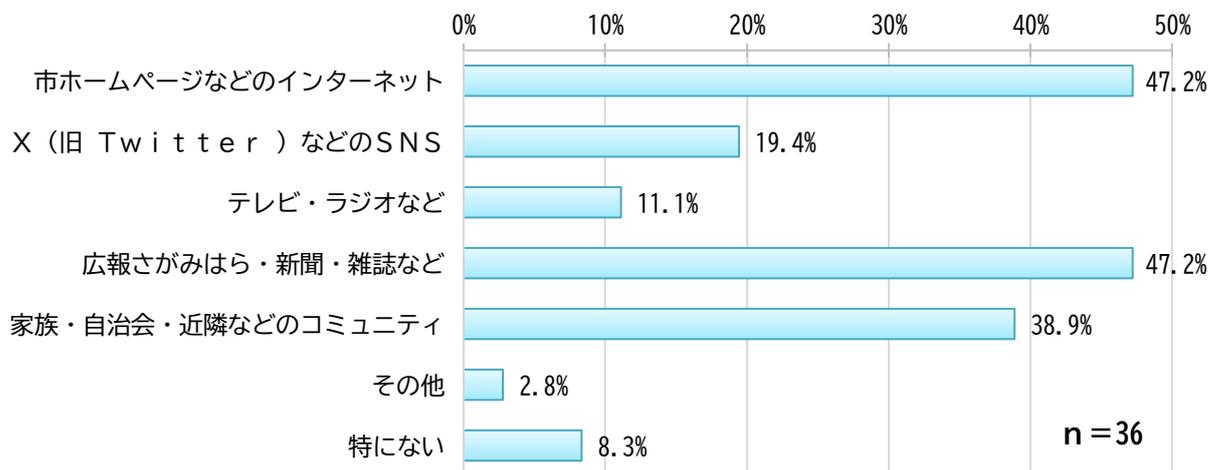
☆ 消費生活センターが「市内にあることを知っている」と回答した人が 69.9%だった一方で、「市内にあることも、業務内容も知らない」と回答した人が 20.5%という結果となりました。

《問8で「4 市内にあることも、業務内容も知らない」とお答えの人へ》

【問8-1】 普段、行政に関する情報（消費生活以外のことも含む）を調べるときは、どこで収集していますか。（回答はいくつでも）

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1 市ホームページなどのインターネット | 5 家族・自治会・近隣などのコミュニティ |
| 2 X（旧 Twitter）などのSNS | 6 その他（具体的に： ） |
| 3 テレビ・ラジオなど | 7 特にな |
| 4 広報さがみはら・新聞・雑誌など | |

選択肢	回答数	回答分布
市ホームページなどのインターネット	17	47.2%
X（旧 Twitter）などのSNS	7	19.4%
テレビ・ラジオなど	4	11.1%
広報さがみはら・新聞・雑誌など	17	47.2%
家族・自治会・近隣などのコミュニティ	14	38.9%
その他	1	2.8%
特にな	3	8.3%



☆ 問8で「4 市内にあることも、業務内容も知らない」と回答した 36 人のうち、47.2%の人は、市ホームページなどのインターネットによる検索や広報さがみはらや新聞紙、雑誌などから情報を収集しており、次いで 38.9%の人は、家族・自治会・近隣などの各自が所属するコミュニティにより情報を収集しているという結果となりました。

【問9】 次のような場合、あなたはどのように解決策を検索しますか。

あなたがネット通販で買い物をした際に、届いた商品が思っていたものと違っていました。購入した業者に返品を申し出たところ、「返品はできない」と断られてしまったため、インターネットで解決策を調べることにしました。

あなたは、どのようなキーワードで検索しますか。(自由記述)

主な回答

「購入した業者の相談窓口に関すること」

「業者名 電話受付 電話番号」「購入商品の本社問い合わせ電話番号」「業者名 商品名 返品不可」
「〇〇(業者名) 返品対応」「ネット販売業者のHPを検索し、そこに断られた理由が合致するか」
「〇〇(業者名)から注文したものと違う商品が届いた 対処方法」「商品の種類 返品 業者名」
「〇〇(購入サイト名) 返品 規約」「品物名 返品できない 問い合わせ」

「返品方法に関すること」

「ネット通販での返品方法」「〇〇商品返品可能か、返品解決策」「通販 返品できない 解決方法」
「ネット通販 返品方法 クーリング・オフ」「クーリング・オフ ネット購入返品したい」
「通販 店都合 返品方法」「ネット通販 返品 手続き」「商品名 通販サイト名 返品」

「購入業者以外の相談窓口に関すること」

「市のHP 消費者センター 問い合わせ」「消費生活総合センター、クーリング・オフ」
「クーリング・オフ 消費生活センター 返品対応」「ネット通販 返品 相談窓口」
「ネット通販トラブル 相模原」「ネット通販 返品できない 無料相談」「国民生活センター」
「販売店のクチコミ ネット通販運営会社 消費者センター」

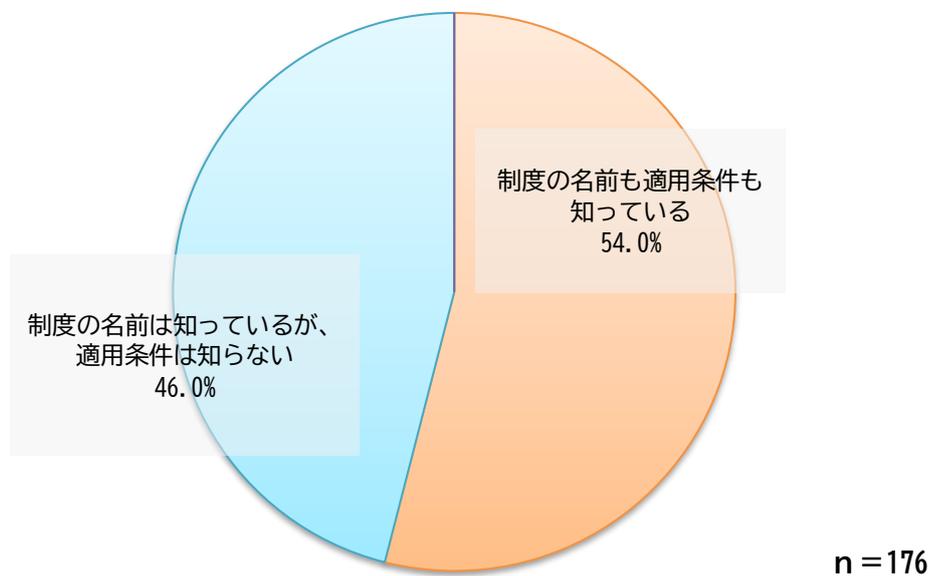
「同様事例の解決方法に関すること」

「ネット通販 返品トラブル」「通販 返品 断られた」「ネット通販 返品できない」
「ネット通販 返品拒否」「ネット通販買い物 届いた商品違う」「商品返品できないといわれた時」
「ネット通販、売買契約、返品できない、商品が違う」「ネット通販 返品できない どうしたらいい」
「通販 トラブル 違う商品 返品 不可 返品拒否」「ネット通販 商品相違 返品拒否」
「返品 出来ないケース 出来るケース」「ネット購入品の返品拒否の対策」
「通販 返品 方法 トラブル」「特定商取引法 ネット通販 返品 消費者庁 ネット通販 トラブル」
「相談 返品対応 法律 ネットショップ 商品が説明と違う場合 返品できるか」

【問 10】「クーリング・オフ制度」について知っていましたか。(回答 は1つ)

- 1 制度の名前も適用条件も知っている
- 2 制度の名前は知っているが、適用条件は知らない
- 3 まったく知らない

選択肢	回答数	回答分布
制度の名前も適用条件も知っている	95	54.0%
制度の名前は知っているが、適用条件は知らない	81	46.0%
まったく知らない	0	0.0%
計	176	100.0%



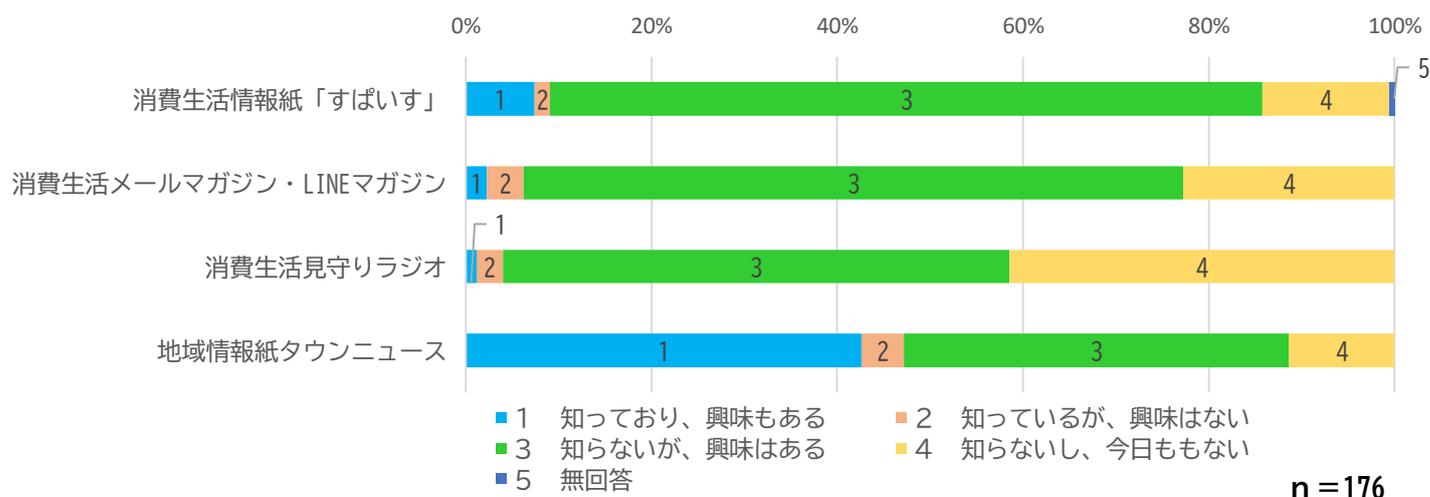
☆ まったく知らない人はいませんでしたが、46.0%の人が適用条件を知らないという結果となりました。

【問 11】消費生活総合センターが発信している次の啓発媒体について教えてください。

※回答は啓発媒体毎に1つ

	1 興味も あり、 知って おり、	2 興味は ないが、 知って いるが、	3 知らない が、 興味は ある	4 知らないし、 興味も ないし、
消費生活情報紙「すばいす」 発行：年4回（4月、7月、10月、1月）	1	2	3	4
消費生活メールマガジン・LINE マガジン 配信：毎週金曜日正午（※一部例外あり）	1	2	3	4
消費生活見守りラジオ 放送：FM HOT 83.9MHz（5月から1月の月～金曜日1日2回（朝・夕））	1	2	3	4
地域情報紙タウンニュース 掲載：5月から2月の毎月第1週発行号	1	2	3	4

啓発媒体名	1	2	3	4	無回答	合計
消費生活情報紙「すばいす」	13 (7.4%)	3(1.7%)	135(76.7%)	24(13.7%)	1(0.6%)	176(100%)
消費生活メールマガジン・LINE マガジン	4 (2.3%)	7(4.0%)	125(71.0%)	40(22.7%)	0	176(100%)
消費生活見守りラジオ	2 (1.1%)	5(2.8%)	96(54.5%)	73(41.5%)	0	176(100%)
地域情報紙タウンニュース	75(42.6%)	8(4.5%)	73(41.5%)	20(11.4%)	0	176(100%)



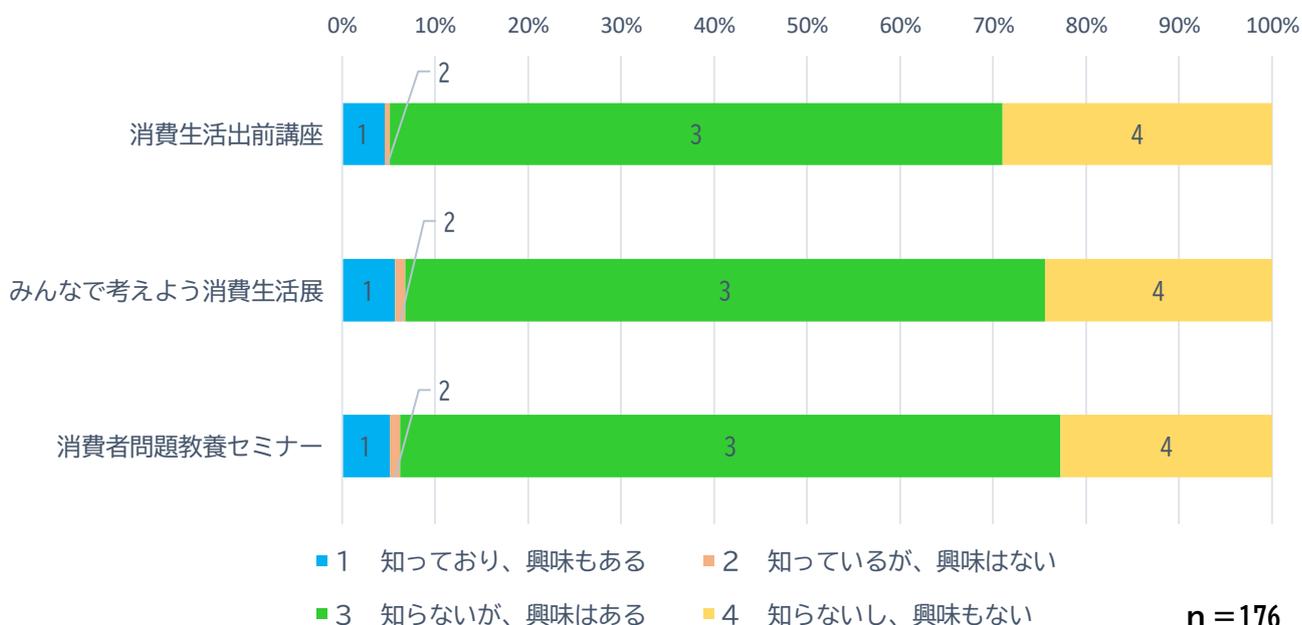
☆ 地域情報紙タウンニュースを知っている人は47.1%で、そのほかの啓発媒体を知っている人はそれぞれおよそ4%から10%でした。一方で、啓発媒体を知らないが興味はある人はそれぞれおよそ40%から80%でした。

【問 12】消費生活総合センターが開催している次の事業について教えてください。

※回答は事業毎に1つ

	1 興味も あり、 知って おり、	2 興味は ないが、 知って いるが、	3 知らない が、 興味は ある	4 知らない し、 興味も ないし、
消費生活出前講座 参考：令和6年度は45回開催（自治会・学校等）	1	2	3	4
みんなで考えよう消費生活展 参考：令和6年度（10/19開催）ミウヰ橋本5階インナーガーデン	1	2	3	4
消費者問題教養セミナー 参考：令和6年度は全3回開催（3/1、3/8、3/15） 「個人投資を始める前に知っておくべきこと」ほか	1	2	3	4

選択肢	1	2	3	4	合計
消費生活出前講座	8(4.5%)	1(0.6%)	116(65.9%)	51(29.0%)	176(100%)
みんなで考えよう消費生活展	10(5.7%)	2(1.1%)	121(68.8%)	43(24.4%)	176(100%)
消費者問題教養セミナー	9(5.1%)	2(1.1%)	125(71.0%)	40(22.7%)	176(100%)

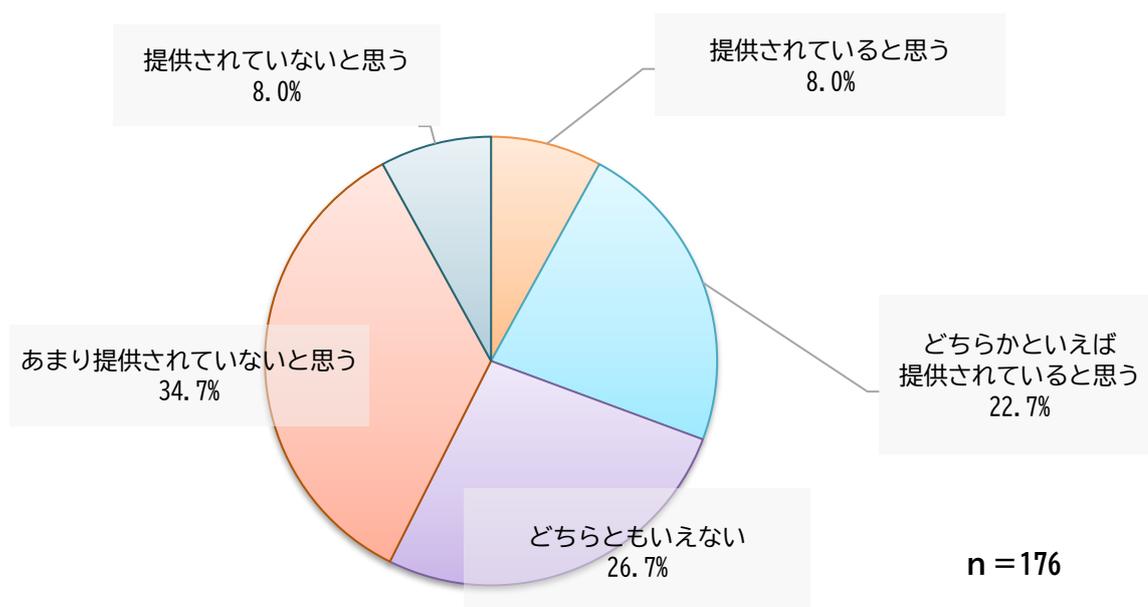


☆ 消費生活出前講座などの啓発事業を知っている人はそれぞれおよそ5%から7%でしたが、約70%の人がそれぞれの啓発事業について「知らないが、興味はある」という結果となりました。

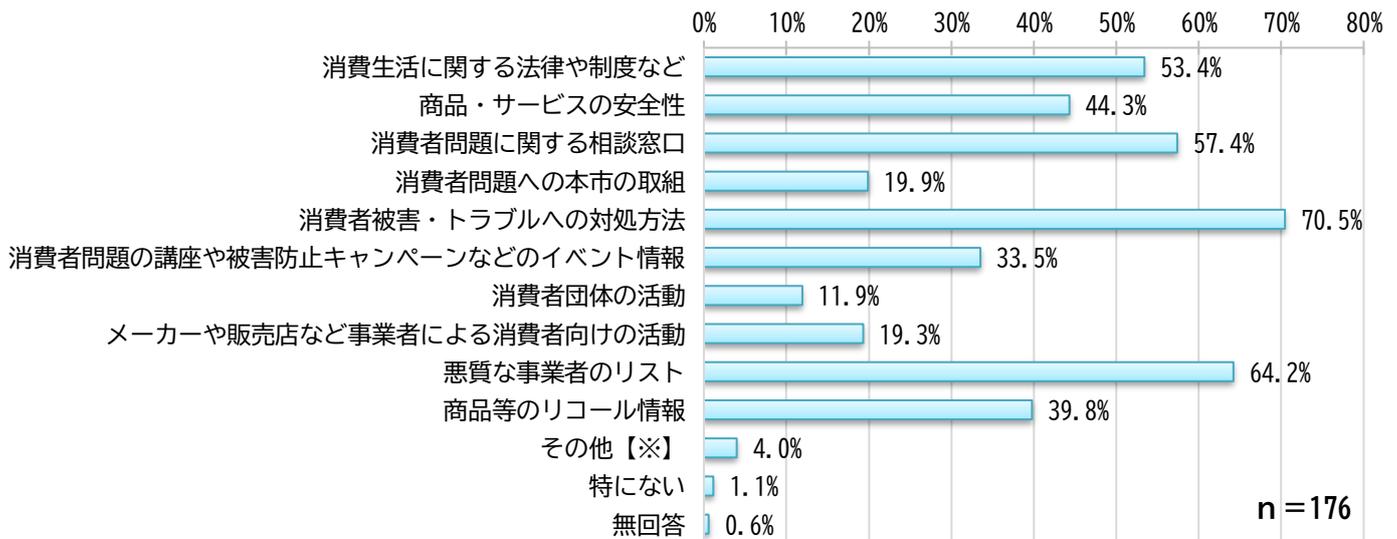
【問 13】 消費者教育や学習の機会が提供されていると思いますか。(回答は1つ)

- | | |
|---|--------------------|
| 1 | 提供されていると思う |
| 2 | どちらかといえば提供されていると思う |
| 3 | どちらともいえない |
| 4 | あまり提供されていないと思う |
| 5 | 提供されていないと思う |

選択肢	回答数	回答分布
提供されていると思う	14	8.0%
どちらかといえば提供されていると思う	40	22.7%
どちらともいえない	47	26.7%
あまり提供されていないと思う	61	34.7%
提供されていないと思う	14	8.0%
計	176	100%



☆ 消費者教育や学習の機会が「提供されている」「どちらかといえば提供されている」と思う人が 30.7%、「あまり提供されていない」「提供されていない」と思う人が 42.7%という結果となりました。

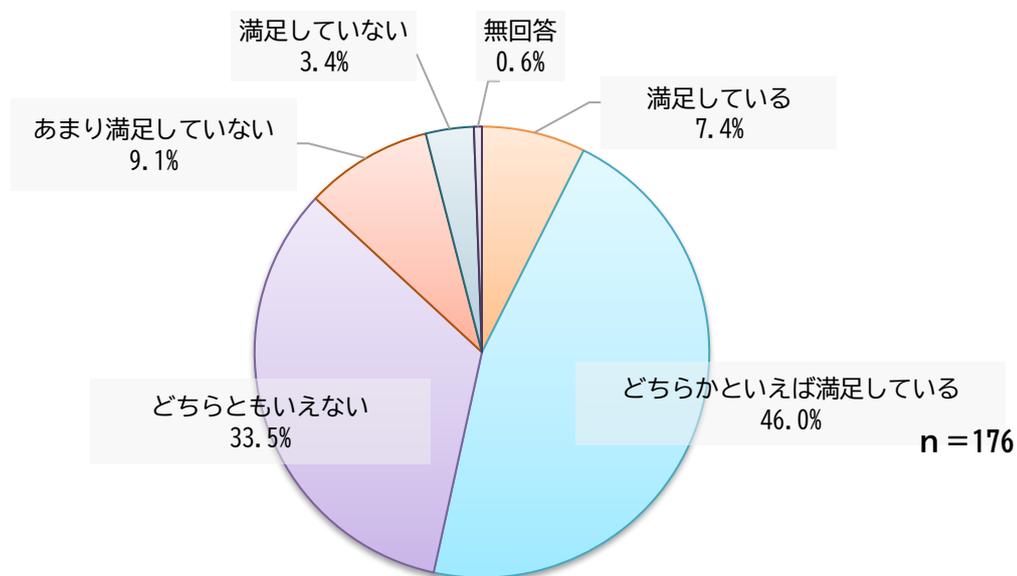


☆ 上位から「消費者被害・トラブルへの対処方法」が70.5%、「悪質な事業者のリスト」が64.2%、「消費者問題に関する相談窓口」が57.4%、「消費生活に関する法律や制度など」が53.4%と続く結果となりました。

【問15】あなたは、ご自身の消費生活全般に満足していますか。（回答は1つ）

- | |
|------------------|
| 1 満足している |
| 2 どちらかといえば満足している |
| 3 どちらともいえない |
| 4 あまり満足していない |
| 5 満足していない |

選択肢	回答数	回答分布
満足している	13	7.4%
どちらかといえば満足している	81	46.0%
どちらともいえない	59	33.5%
あまり満足していない	16	9.1%
満足していない	6	3.4%
無回答	1	0.6%
計	176	100.0%



☆ 「満足している」「どちらかといえば満足している」が53.4%で5割を超える結果となりました。

【問16】市民の消費生活の安定や向上のために、市の取組として、どのようなことを期待しますか。

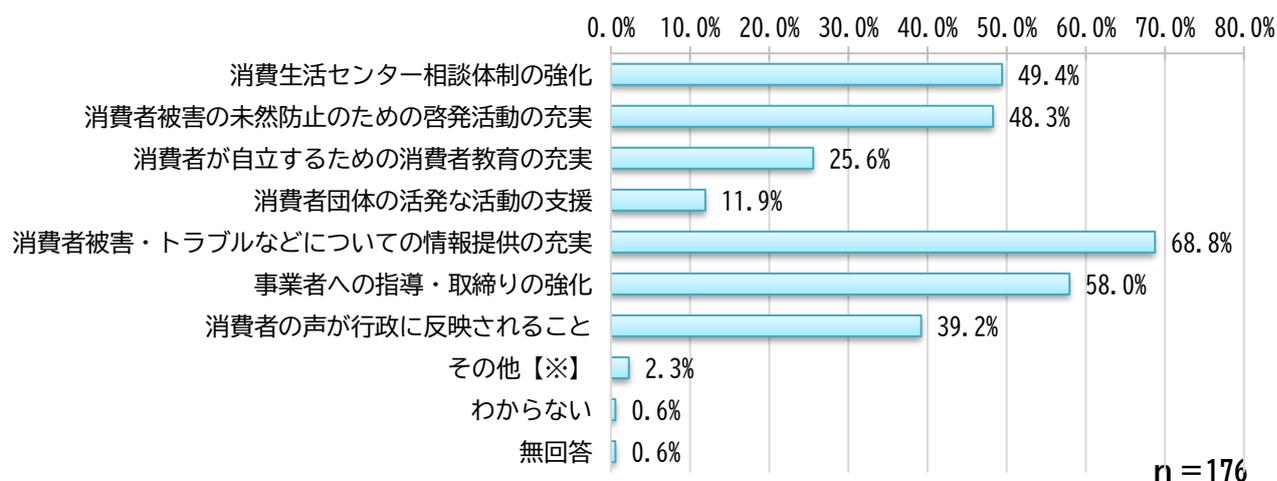
(回答はいくつでも)

- | | |
|---|--------------------------|
| 1 | 消費生活センター相談体制の強化 |
| 2 | 消費者被害の未然防止のための啓発活動の充実 |
| 3 | 消費者が自立するための消費者教育の充実 |
| 4 | 消費者団体の活発な活動の支援 |
| 5 | 消費者被害・トラブルなどについての情報提供の充実 |
| 6 | 事業者への指導・取締りの強化 |
| 7 | 消費者の声が行政に反映されること |
| 8 | その他(具体的に：) |
| 9 | わからない |

選択肢	回答数	回答分布
消費生活センター相談体制の強化	87	49.4%
消費者被害の未然防止のための啓発活動の充実	85	48.3%
消費者が自立するための消費者教育の充実	45	25.6%
消費者団体の活発な活動の支援	21	11.9%
消費者被害・トラブルなどについての情報提供の充実	121	68.8%
事業者への指導・取締りの強化	102	58.0%
消費者の声が行政に反映されること	69	39.2%
その他【※】	4	2.3%
わからない	1	0.6%
無回答	1	0.6%

【※】「その他」の記入内容について

親身になった相談、消費生活センターの周知、悪質業者の排除など



☆ 「消費者被害・トラブルなどについての情報提供の充実」が68.8%と最も高く、次いで、「事業者への指導・取締りの強化」が58.0%、「消費生活センターの相談体制の強化」が49.4%、「消費者被害の未然防止のための啓発活動の充実」が48.3%と続く結果となりました。

【問 17】最後に消費生活に関してご意見などがございましたら、ご自由にご記入ください。

(多数いただいたご意見から抜粋して掲載しています。)

≪消費生活総合センターの認知度向上に関すること≫

- ・消費生活センターという言葉は初めて耳にしました。今まで消費生活に関して何ら問題がなかったの
でお世話になる事がなかったので単に知らずに済んでいたのですが、これからはいつお世話になるか
分かりませんので、できましたら一度広報の紙面に詳しい紹介記事を載せて頂けると啓発の意味で市
民にとってとても助かるのではないのでしょうか。
- ・国民生活センターは知っていたが、市にも相談窓口があることをこのアンケートで初めて知った。
もっとアピールしてもよいのではと思う。
- ・いざ「消費生活トラブル」に巻き込まれた時に、初めて真剣に対処方法等を調べるのが現実ではない
かと思われる。日頃からの啓発・教育等が大切なことはわかっているが…何事にもなかなかそうはい
かないのが実情ではないのでしょうか！？
- ・万一、消費トラブルに巻き込まれたときに相談できる窓口がすぐに思い出せるように、連絡体制を周
知してもらいたいです。特に高齢者の方が泣き寝入り、諦めてしまいそうです。
- ・行政のシステムにはどのようなものがあるのかなかなか知る機会がない、興味を持っていない点もあ
るがどのようにして市民に知ってもらうか、どのように浸透させるのか、方法を模索して欲しい。
- ・消費生活センターの存在は、市民にあまり知れ渡っていないのではないのでしょうか？ 市の広報
紙に月間で取り扱った相談件数や相談内容などを定例的に広報するなどもっと身近な存在であっ
て欲しいものです。

- ・消費生活について、常日頃から意識しているわけではないので、必要な時に必要な情報が得られる・トラブルに巻き込まれた時に相談しやすい環境が整っていると良いと思いました。
- ・高齢者にもわかりやすい情報やシステムを希望します。

《消費生活総合センターの運営に関すること》

- ・インターネットでのトラブルは、緊急を要することが多いと思います。それに対応できる24時間体制の窓口を作ってほしいと思います。
- ・相談に行った事があるが、よい回答が得られなかったので、センターにあまり期待していない。信頼できるセンターであって欲しい。
- ・まずは消費者トラブルにならないように事業者への指導を強化してほしい。
- ・市の消費生活センターを何回か利用したが、話を聞き置くだけで何の解決にもならなかった。センターが相談を受けたことを業者に伝えるだけでも悪質業者に対するけん制になるので、そのぐらいの対応は行ってほしい。
- ・問題のある業者等の情報を市民に公開してほしい。
- ・ネット通販の悪質業者を事前に対応するのは、市では困難だと思うが事件後の相談・対応は、しっかりやってほしい。市としては、地域性のある訪問販売での悪質業者のしめ出し、対策強化をお願いしたい。

《契約トラブル未然防止に関すること》

- ・現在、18才以上になるとローンが利用出来る世の中になり心配しています。なぜなら以前20才になりたての人がローンを利用して、支払えなくなり、どうにかしようとして消費者センターに相談をしたことがありましたが、助けてあげる事が出来ませんでした。知識がないことが、どれだけ不幸につながるかを知ることが出来ました。小学生時代から頭に入っていれば少なくとも、ローンを利用することがどれだけこわいことかを知ることが出来るのではないかと考えます。学校の道德の時間などを活用して子供に学ばせていただければと思います。
- ・中学生の授業で若者向けの課金サービス等の注意点等を教える。
- ・通信販売のクーリング・オフについて知識がありませんでした。勉強したいと思いました。
- ・自分自身、買い物をして失敗した、と思われる場面が数多くあった。食料品や安い雑貨なら反省して終わりにするが、昔は高額な契約をしても、破棄にできることや、クーリング・オフについての知識がまったく無かったのと大事になって家族に知られるということが恥ずかしかったことが公にできなかった理由だと思う。今後も消費生活で失敗をしてしまう可能性はやはりあることとは思うが、わかりやすい冊子等で、「こんなケースがあった。こういう時はどうしたらいいか」のように情報を発信して下されると助かると思う。
- ・電子マネーの普及やキャッシュレス化など、消費生活を取り巻く環境も変化して私たちの生活をより豊かにする一方で、トラブルや環境問題など様々あり、より良い消費生活を送るために、私たち一人ひとりが意識を高めていくことが大切だと思います。
- ・消費者トラブルについての具体例と解決策を詳細に知りたい。

《消費者問題の普及啓発に関すること》

- ・相模原市の消費生活に関連するポスターの掲示場所を増やしてほしいです。

- ・自分たちもそうだが、小学生でもスマホを持っている子も多いので、学校でも分かりやすく楽しく教えてくれる機会があるといいなと思います。
- ・高齢者を中心に知識を高めてほしい。
- ・小さい子供向けにお金の貸し借りが招く危険性や、学生向けにクレジットカードのリボ払いの危険性とかを発信してほしい。
- ・消費生活は自己責任の部分が多いとは思いますが、学校や地域で学ぶ機会があれば良いと思います。
- ・高校生向けの出前講座、啓発をして欲しい。子供が18歳成人になり、親世代ではなかったような消費生活トラブルに巻き込まれないか心配である。
- ・SNSや外に出歩かない方々の消費生活トラブルを未然に防ぐために、個人宅への投げ込みや地域の回覧板等で情報提供することが重要だとだと思います。
- ・市発行の”広報さがみはら”のように消費生活センターや国民生活センターも広報紙を定期的に発行出来ないものでしょうか。各家庭に配られれば必ず役立つことと思います。自治会宛でも公民館や図書館でももっと広くPR誌を設置すべきです。

≪消費生活に係る社会問題に関すること≫

- ・高齢者にも障がい者にもやさしい消費生活が出来るようにして欲しい（交通や通路）。物価対策にも手を打って欲しいが消費者も便乗値上げなどに目配り出来るように勉強しなければならないし又資料の提供も欲しい。
- ・悪質な事案がニュースで報道されていても、被害は減っていないように思う。
- ・食の安全について行政は消費者目線で活動して欲しい。輸入肉については残留抗生物質・ホルモン剤等については検査結果を公表して欲しい。輸入穀物についても残留農薬（国は添加物と呼んでいるが）の検査結果を公表して欲しい。遺伝子組み換え食品について国の基準が厳密になって、ほとんど表示できない状況になっているので、消費者として安心して購入することができない。
- ・身近な生活で、ネットやWEB、SNSを通じた商品販売の機会が増えており、商品と価格、性能などの情報が適切に評価比較できなかつたり、注文した後に安心して対応できるような情報や消費者を保護するような仕組み作りをもっと強化してほしい。世の中には、健常者だけでなく、高齢者や身障者が多数おり、さらに保護するような仕組み作りにも力点を置いてほしい。

今後の活用

今回のアンケートの結果により、消費生活総合センターからの情報発信に課題であることが分かりました。今後はこのデータを活用し、消費生活総合センターの認知度向上を図るとともに、消費者トラブル防止について、より一層周知・啓発に取り組んでまいります。

このアンケートに関するお問合せは、こちらへお願いいたします。

相模原市 市民局 消費生活総合センター

電話 042-775-1779 (直通)

〒252-0143 相模原市緑区橋本 6-2-1 シティ・プラザはしもと内