

令和6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22.9%となっている。
- 「名前は知っていた」の項目について、「国民生活センター」は49.9%、「茨城県消費生活センター」は29.9%、「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）」は23.9%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80.0%で最も高く、「食べ残しを減らす」が54.8%、「マイボトルを持ち歩く」が40.3%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22.9%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	22.9 229	77.1 771
番号（「188」）	100.0 1000	12.1 121	87.9 879
相談できる内容	100.0 1000	12.9 129	87.1 871



(※)

「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」の項目について、「国民生活センター」は 49.9%、「茨城県消費生活センター」は 29.9%、「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）」は 23.9%となっている。

	名前は知っていた	名前や業務の内容を知っていた	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	知らなかった
国民生活センター	49.9	16.0	4.3	29.8
茨城県消費生活センター	29.9	10.7	3.7	55.7
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）	23.9	9.3	5.7	61.1

	n	名前は知っていた	名前や業務の内容を知っていた	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	知らなかった
国民生活センター	100.0 1000	49.9 499	16.0 160	4.3 43	29.8 298
茨城県消費生活センター	100.0 1000	29.9 299	10.7 107	3.7 37	55.7 557
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）	100.0 1000	23.9 239	9.3 93	5.7 57	61.1 611

(※)

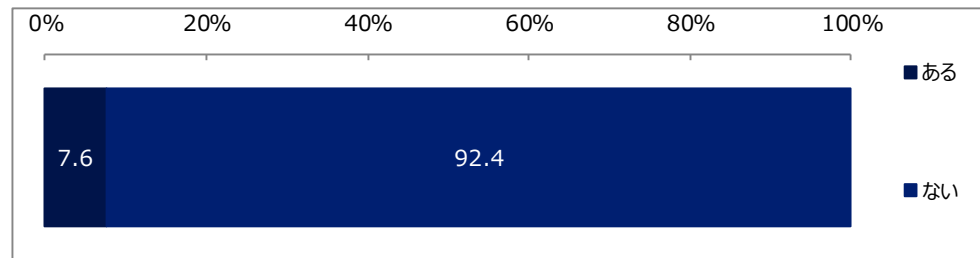
- ・「国民生活センター」については、詳しくは国民生活センターホームページをご覧ください。
国民生活センターHP：<https://www.kokusen.go.jp/hello/index.html>
- ・「茨城県消費生活センター」について、詳しくは茨城県ホームページ（いばらき消費生活なび）をご覧ください。
茨城県HP：<https://www.pref.ibaraki.jp/seikatsukankyo/syose/navi.html>
- ・各市町村の消費生活センターについては、茨城県ホームページに一覧を掲載しておりますのでご覧ください。
茨城県 HP：<https://www.pref.ibaraki.jp/seikatsukankyo/syose/navi/admin/link/municipalities.html>

3 消費者トラブルの経験の有無

☆ 「ある」が7.6%、「ない」が92.4%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	7.6	76
ない	92.4	924



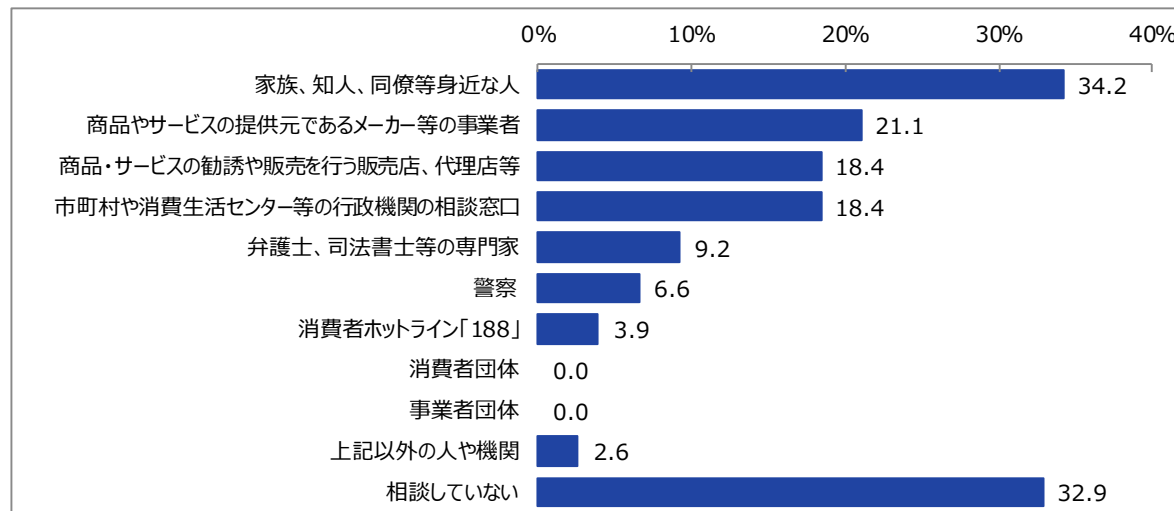
4 消費者トラブルについての相談先

◇ 「家族、知人、同僚等身近な人」が34.2%で最も高く、「商品やサービスの提供元であるメーカー等の事業者」が21.1%と続く。

(Q3で「ある」と回答された方へ)

Q4.あなたは、そのことについて、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	76
家族、知人、同僚等身近な人	34.2	26
商品やサービスの提供元であるメーカー等の事業者	21.1	16
商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店、代理店等	18.4	14
市町村や消費生活センター等の行政機関の相談窓口	18.4	14
弁護士、司法書士等の専門家	9.2	7
警察	6.6	5
消費者ホットライン「188」	3.9	3
消費者団体	0.0	0
事業者団体	0.0	0
上記以外の人や機関	2.6	2
相談していない	32.9	25

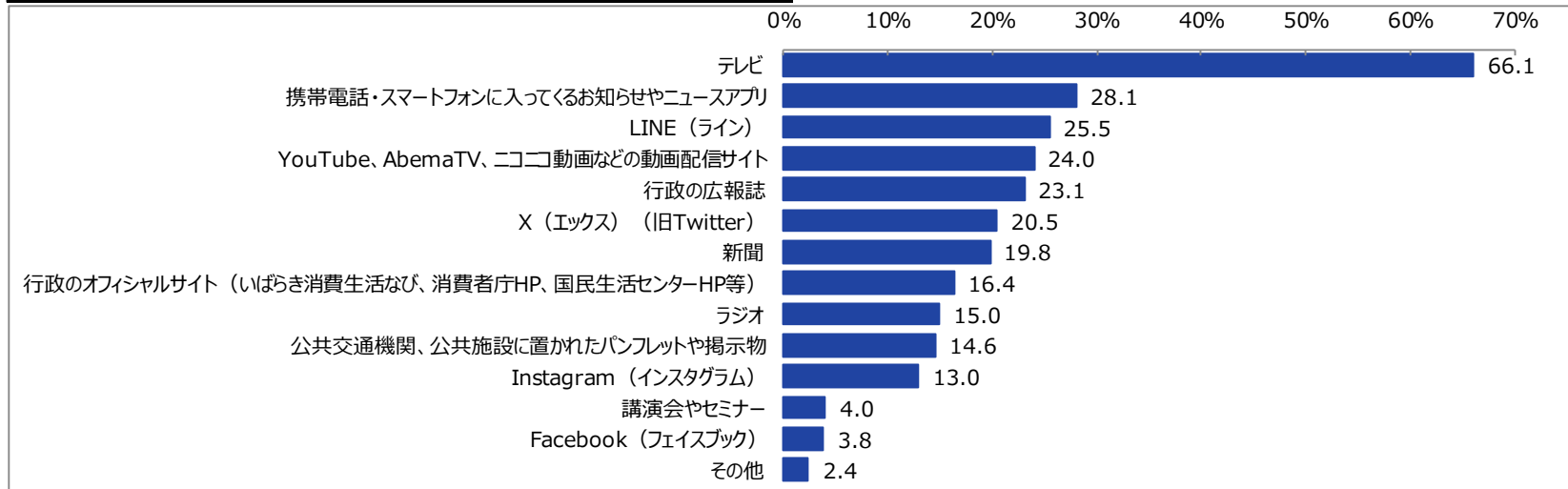


5 情報を入手しやすい媒体

◇ 「テレビ」が66.1%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28.1%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	66.1	661
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	28.1	281
LINE（ライン）	25.5	255
YouTube、AbemaTV、ニコニコ動画などの動画配信サイト	24.0	240
行政の広報誌	23.1	231
X（エックス）（旧Twitter）	20.5	205
新聞	19.8	198
行政のオフィシャルサイト（いばらき消費生活なび、消費者庁HP、国民生活センターHP等）	16.4	164
ラジオ	15.0	150
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	14.6	146
Instagram（インスタグラム）	13.0	130
講演会やセミナー	4.0	40
Facebook（フェイスブック）	3.8	38
その他	2.4	24

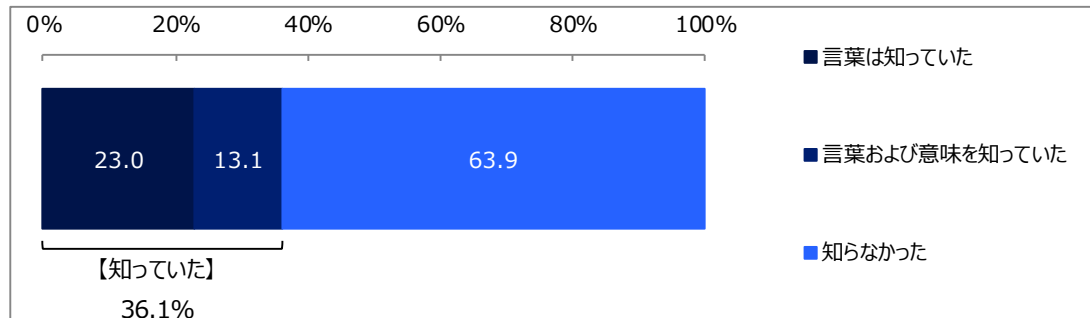


6 エシカル消費の認知状況

◇ 「言葉は知っていた」(23.0%)、「言葉および意味を知っていた」(13.1%)を合わせた【知っていた】が36.1%となっている。

Q6.「エシカル消費」とは、「マイバッグやマイボトルを持参する」「食品ロスを減らす」「地元の商品を選択する」など、地域の活性化や雇用などを含み、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	23.0	230
言葉および意味を知っていた	13.1	131
知らなかった	63.9	639



(※)

「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.pref.ibaraki.jp>

※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。

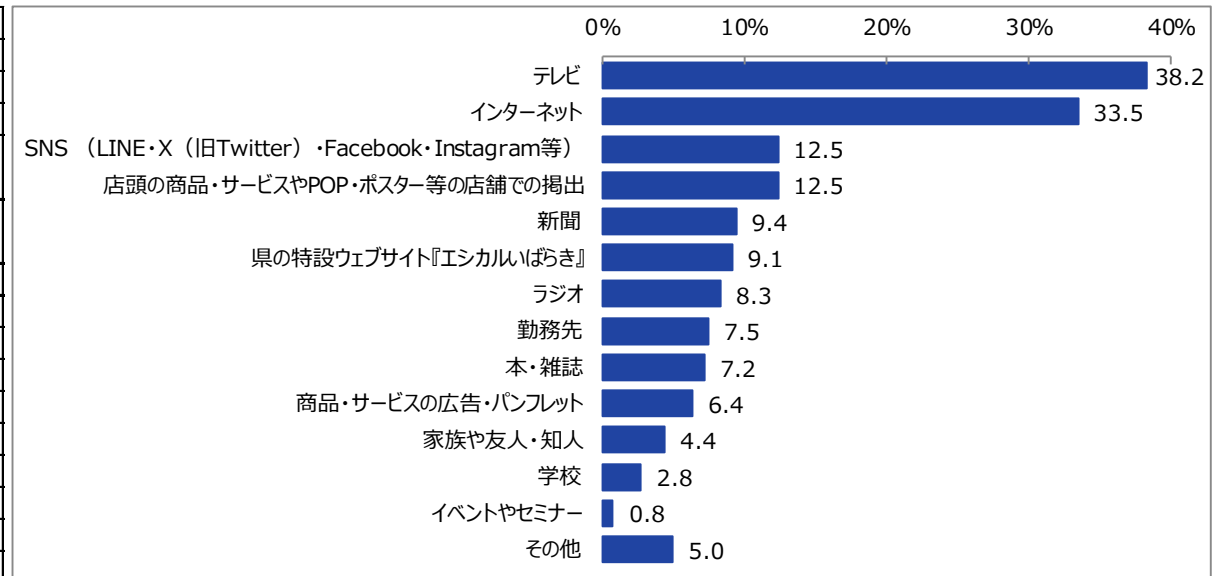
7 エシカル消費を知ったきっかけ

☆ 「テレビ」が38.2%で最も高く、「インターネット」が33.5%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。

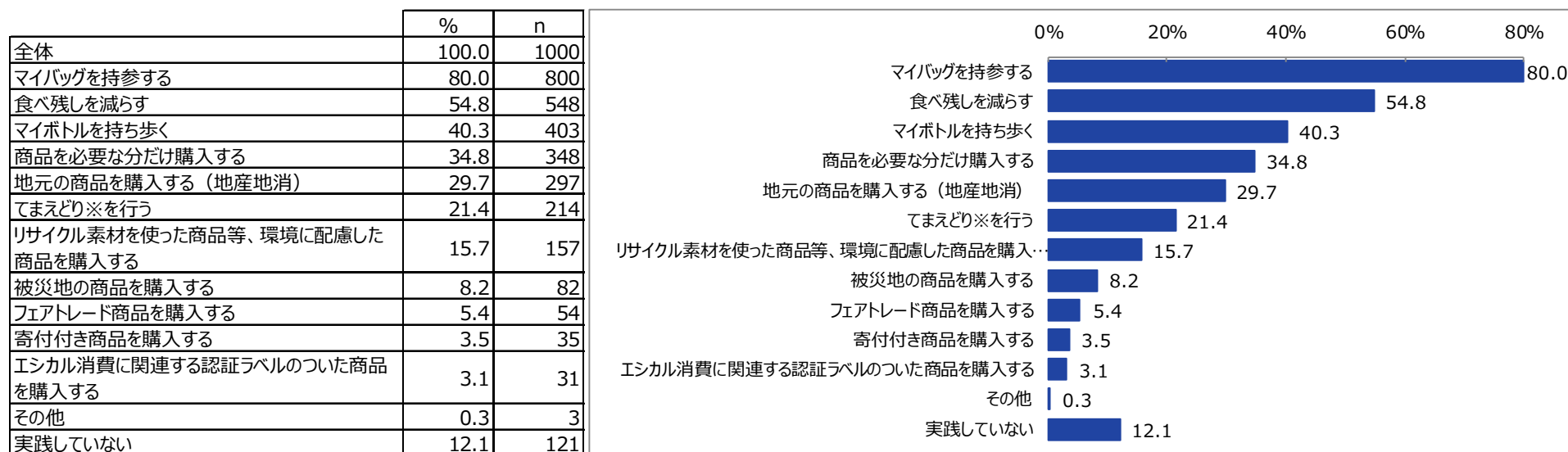
	%	n
全体	100.0	361
テレビ	38.2	138
インターネット	33.5	121
SNS (LINE・X (旧Twitter)・Facebook・Instagram等)	12.5	45
店頭の商品・サービスやPOP・ポスター等の店舗での掲出	12.5	45
新聞	9.4	34
県の特設ウェブサイト『エシカルいばらき』	9.1	33
ラジオ	8.3	30
勤務先	7.5	27
本・雑誌	7.2	26
商品・サービスの広告・パンフレット	6.4	23
家族や友人・知人	4.4	16
学校	2.8	10
イベントやセミナー	0.8	3
その他	5.0	18



8 エシカル消費に関して実践していること

◇ 「マイバッグを持参する」が80.0%で最も高く、「食べ残しを減らす」が54.8%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。

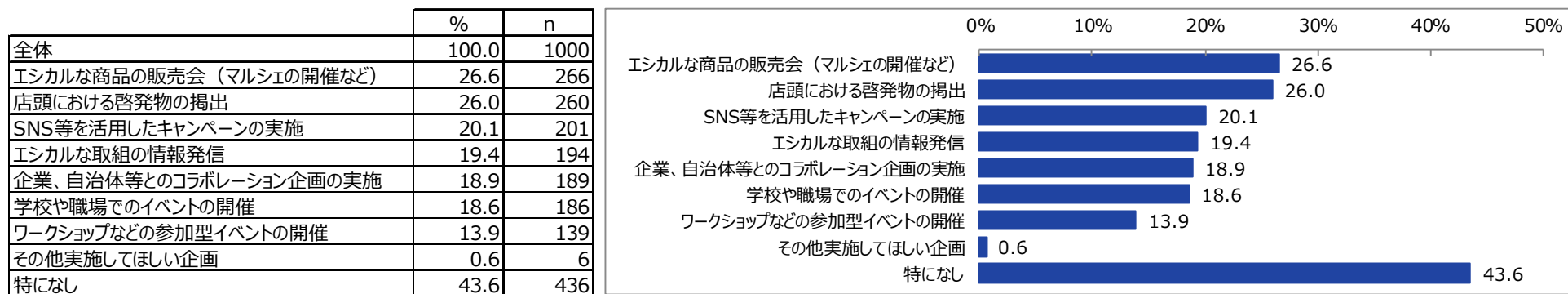


(※) てまえどり：商品棚の商品を、賞味期限や消費期限が近い手前からとること

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26.6%で最も高く、「店頭における啓発物の掲出」が26.0%と続く。

Q9.あなたは、エシカル消費につながる行動を実践するための企画として、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。

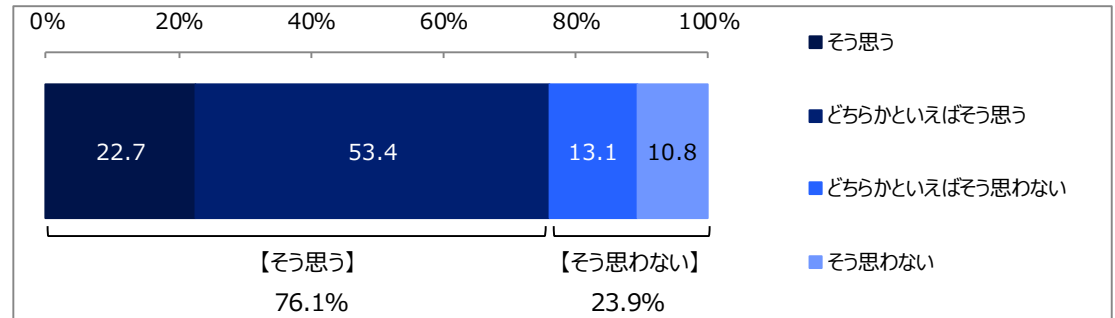


10 エシカル消費に関する企業イメージ

- ◇ 「そう思う」(22.7%)、「どちらかといえばそう思う」(53.4%)を合わせた【そう思う】が76.1%となっている。
- ◇ 「どちらかといえばそう思わない」(13.1%)、「そう思わない」(10.8%)を合わせた【そう思わない】が23.9%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	22.7	227
どちらかといえばそう思う	53.4	534
どちらかといえばそう思わない	13.1	131
そう思わない	10.8	108



■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6年10月4日～10月15日

・サンプル数：茨城県常住人口調査（令和6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		110	246	93	362	189	1,000
性別	男性	57	126	50	187	99	518
	女性	53	120	43	175	90	482
年代別	18～29歳	17	41	16	70	33	177
	30歳代	16	42	16	61	30	165
	40歳代	21	54	20	81	41	217
	50歳代	28	59	21	83	44	235
	60歳代	28	50	20	67	41	206

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、「県北」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「県北」3サンプル及び「県央」2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。