

令和元年度 第3回市政モニターアンケート 「消費者教育」の集計結果について

(1) アンケート実施の理由

現在、消費者が巻き込まれるトラブルが多様化・深刻化しており、子どもから高齢者まで、全ての世代で誰もが被害に遭う恐れがあります。市では、富士宮市消費者教育推進計画を策定し、市民の皆さんが消費生活に関する正しい知識や的確な判断力を身に付け、適切な行動に結び付けるために出前講座やイベントなどで消費者教育を行っています。

今回、富士宮市消費者教育推進計画の数値目標の途中経過を把握し、目標達成に向けた今後の方向性を考えるとともに、消費者トラブルの経験や消費者としての意識を知るためにこのアンケートを実施しました。

(2) アンケートからの考察

商品やサービスを購入して被害に遭ったり、不満を持ったりしたことがある人は多い！

ほとんどの人が、自分や家族が商品・サービスを購入して被害に遭ったり、不満を持ったりした経験がありました。その内容の多くが、商品・サービスの内容に関するものでした。

被害や不満があったとき、大部分の人が身近な人に相談したり事業者・販売店に直接伝えたりしていましたが、誰にも相談したり伝えたりしていない人が一定数いることがわかりました。主な理由としては、相談しても仕方ない、自分にも責任があると思ったというもので、行動せずに諦め、泣き寝入りをしている人が相談先を知っていれば違う行動や結果になったのではないかと感じました。

消費者教育への関心は、少しずつ定着しつつあるが、まだまだ低い！

消費者教育の講座や催しに参加したことがある人は、主に小中学校や高校の授業で受講していました。一度も参加したことがない人は、日程や場所が合わない、忙しくて時間がない、講座や催しの開催を知らないという理由を挙げていました。

また、消費者教育の機会が市民に提供されていると回答した人が少なかったことから、現在のニーズに合わせて消費者教育の開催方法や内容を改善していく必要があることがわかりました。

消費者教育への関心を高めるためには、自分事として危機感を持つことが重要

消費者教育への関心がない人は、自分の身近でもトラブルが起こっている実感がないため、他人事として感じてしまうという意見が多くありました。

身近で発生している問題や実際に被害に遭った市内の事例などを紹介することで、自分の身にも起こり得るということを認識する人を増やすことが大切であると感じました。

市民の皆さんに消費生活に関する正しい知識や的確な判断力を身に付け、消費者被害に遭わないようにするためには、法律や制度、身近なトラブルの事例や対処法などを伝える現在の消費者教育を継続して行いながら、ニーズに合わせてアプローチ方法を見直していくことが必要であることがわかりました。

また、被害に遭う可能性が高い高齢者には、特に実際に被害に遭ってしまったときにも、諦めず富士宮市消費生活センターなどに相談するなど適切な行動に結びつけられるよう、解決に結びついた事例を交えながら周知していくことが必要であると感じました。