

消費生活に関する認知度調査について

1 調査目的

令和5年9月に策定した「愛媛県消費者基本計画」に定める評価指標に対する現状を把握し、同計画に掲げる消費者施策の実施状況を検証することで、更なる効果的な施策の展開を図るため。
(県政課題調査で消費生活に関する認知度調査を実施するのは今回が初めてである。)

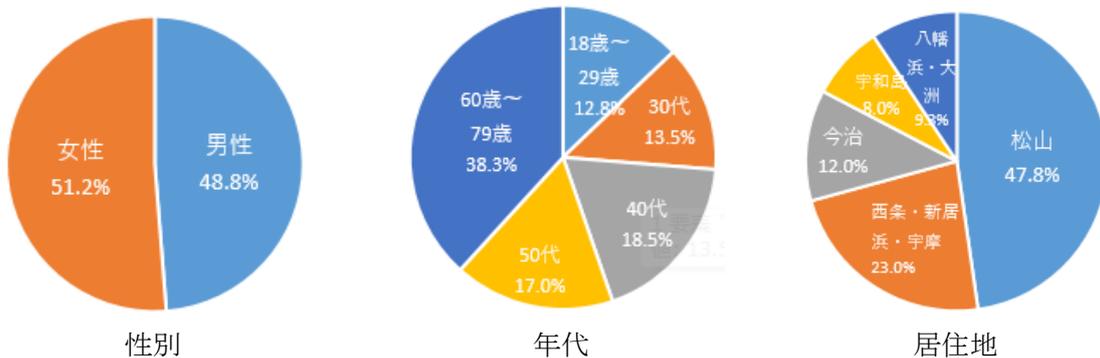
2 アンケート方法等

<Web式：回答数 400>

- ・実施期間：令和6年2月14日（水）～2月21日（水）
- ・実施場所：Web上（愛媛県政課題調査）インターネットを利用したアンケート調査

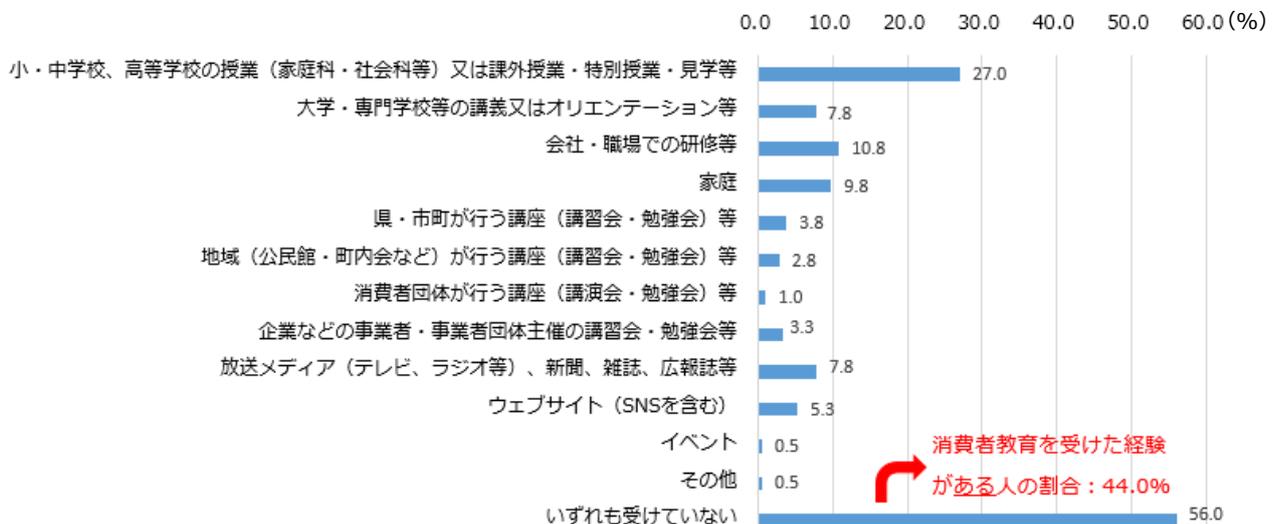
3 アンケート結果の概要

(1) 回答者の属性



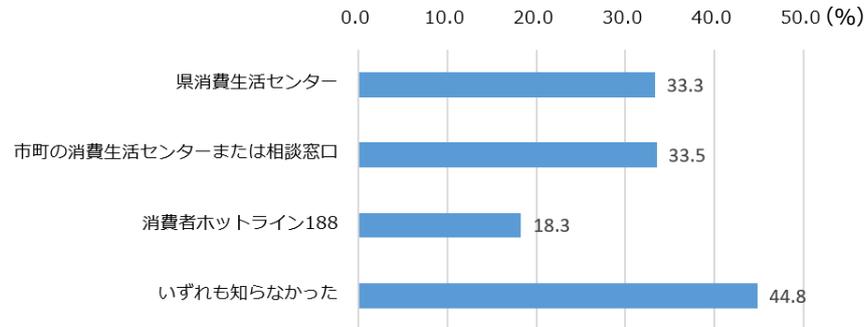
(2) 消費者教育を受けた機会（場所）

消費者教育を受けた経験がある人の割合は全体の約4割で、学校の授業等が最も多く、これに比して職場や地域で消費者教育を受けた人は少数という結果となった。



(3) 消費生活センター及び消費者ホットラインの認知度

消費生活相談窓口の存在を「知らなかった」という回答は 44.8%で、55.2%は何らかの相談窓口を知っているという結果となった。



(4) おもいやり消費の認知度

おもいやり消費の認知度（おもいやり消費について「知っていた」、「言葉は聞いたことがあるが、具体的な内容は知らなかった」の合計）は全体の約2割にとどまった。

