

## 消費生活に関する意識について

### 【消費生活についておたずねします】

Q1. 身に覚えのない請求が来たり、インターネットで商品を頼んだが届かなかったり、突然の訪問や電話で勧誘されて不必要な工事や購入の契約をしてしまったなどの、消費者トラブルが発生しています。**(消費者トラブル事例は下記リンク参照)**

あなたは過去に、消費者トラブルにあったことがありますか。

(外部リンク) <https://www.city.osaka.lg.jp/lnet/page/0000433739.html>

1. あったことがある 2. あったことがない (⇒Q5へ進んでください)

Q2. Q1で「あったことがある」と回答された方におたずねします。

その被害について、どこかに相談しましたか。

1. 相談した 2. どこにも相談しなかった (⇒Q4へ進んでください)

Q3. Q2で「相談した」と回答された方におたずねします。

その被害について、どこに相談しましたか。**(いくつでも)**

1. 家族や知人、同僚等の身近な人に相談した (⇒Q5へ進んでください)
2. 市区町村や消費者センター等、行政機関の消費者窓口に相談した (⇒Q5へ進んでください)
3. 商品やサービスの提供元である、メーカー等事業者に直接相談した (⇒Q5へ進んでください)
4. 商品及びサービスの勧誘や販売を行う、セールスマンや販売店、代理店等に相談した  
(⇒Q5へ進んでください)
5. 弁護士や司法書士等の専門家に相談した (⇒Q5へ進んでください)
6. 消費者団体等に相談した (⇒Q5へ進んでください)
7. 警察に相談した (⇒Q5へ進んでください)
8. その他 ( ) (⇒Q5へ進んでください)

Q4. Q2で「どこにも相談しなかった」と回答された方におたずねします。

どこにも相談しなかった理由は何ですか。**(3つまで)**

1. 相談しても仕方ないと思った
2. 相談せず自分で解決しようとした
3. どこに相談すればよいのか分からなかった
4. 恥ずかしいので誰にも言えなかった
5. 相談する適切な相手がいなかった
6. 相談するほどの被害ではなかった
7. 自分にも責任があると思った
8. その他 ( )
9. 特に理由はない

## 【大阪市消費者センターについておたずねします】

Q5. 本市では消費者センターにおいて、消費者と事業者間の契約などに関する消費生活上の問題についての相談を受け付けており、気軽に安心して相談いただける身近な窓口として、消費者センターを知っていただくための取組をより一層進めることが重要であると考えています。

あなたは、大阪市消費者センターをご存知ですか。

1. 知っている
2. 知らない (⇒Q8 へ進んでください)

Q6. Q5で「知っている」と回答された方におたずねします。

大阪市消費者センターについてご存知のものは何ですか。(いくつでも)

1. 日曜日・祝日・年末年始を除いて相談を受け付けている
2. 市役所市民相談室や天王寺サービスカウンター等でも予約相談を行っている
3. クーリング・オフの方法等、トラブル解決に必要な助言やあっせんを行っている
4. 講座などで消費者トラブルに関する注意喚起や消費者センターの周知を行っている
5. 地域の団体や学校等からの要請により、無料で講師を派遣して、よくある消費者トラブルの事例紹介や対処法について解説する講座を行っている
6. その他 ( )
7. 名前を知っている程度

Q7. Q5で「知っている」と回答された方におたずねします。

何をきっかけに大阪市消費者センターを知りましたか。(3つまで)

1. 区の広報紙
2. 生活情報誌「くらしすと」
3. チラシやポスターなど
4. 大阪市のホームページ (大阪市消費者センターのホームページも含む)
5. 大阪市のLINE・X (旧 Twitter)
6. 大阪市市民局の Facebook・公式 YouTube チャンネル
7. 上記以外の大阪市各所属の SNS (Instagram 等)
8. 大阪市消費者センター主催の各種講座
9. 市役所・区役所設置のモニター
10. プロ野球・Jリーグの試合会場での大型ビジョン
11. 家族や知人からの情報
12. 弁護士や各種相談窓口からの紹介
13. 警察からの紹介
14. その他 ( )
15. 何がきっかけか覚えていない



困気で健康の話などをしながら、通ってくる高齢者に優しく声をかけ、次々と過量な健康食品や高額な健康器具を買わせる手口のこと。催眠商法とも呼ばれます。)

## 2. マルチ商法

(商品を買って会員になり、次は知人や友人を会員にして商品を販売すればリベートがもらえるという商法のこと。利益を得るために強引な勧誘をした結果、人間関係にひびが入ったり、思うように勧誘できず多くの商品や借金を抱えてしまったりということが多い商法)

## 3. 点検商法

(屋根や床下などを無料又は低価格で点検するといって家庭を訪問し、「このままでは大事な家が壊れてしまう」などと不安をあおって、工事の内容の割に高額で、ときには必要のない工事の契約を結ばせる手口のこと)

## 4. 展示会商法

(例えば、知人から「着物の展示会に行かないか。小物のプレゼントがある」「着物を見るだけでいい」と誘われ、会場に入ると2~3人に囲まれて長時間にわたり強引に勧められるなど、契約するまで帰れない状況に追い込まれ、断り切れずに契約させられる手口のこと)

## 5. アポイントメント商法

(「プレゼントが当たりました」「選ばれたあなただけに」などと、販売目的を隠したり、有利な条件を強調したりして、電話などで喫茶店や営業所に呼び出し、長時間にわたる勧誘でアクセサリーやエステティックの会員などの契約をさせる手口のこと)

## 6. 悪質な定期購入商法

(ホームページ等で「1回目90%OFF」「初回実質0円(送料のみ)」など通常価格より低価格で購入できることを強調しながら、実際は定期購入が条件であることを分かりやすく表示することなく、消費者を誤認させるもの)

## 7. 高額な料金を請求する「暮らしのレスキューサービス」など悪質な訪問販売

(水回りの修理や鍵の開錠等暮らしのトラブルが発生したときに、「980円～」と書かれたインターネットのサイトやポスティングされたマグネット式の広告などを見て電話をかけて来てもらったところ、高額な料金を請求されるもの)

## 8. 情報商材による高額請求

(インターネットの通信販売等で、副業や投資、ギャンブル等で簡単に高額収入を得るためのノウハウなどと称して販売される情報のこと)

## 9. 過量販売

(日常生活において通常必要とされる分量・回数・期間を著しく超える商品の販売やサービスの提供のこと)

## 10. 知っているものはない

### 【消費者教育についておたずねします】

**Q12. 消費者教育とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動のことをいいます。**

**今後とも大阪市では、市民のみなさんが安心して消費生活を送るために、必要な知識、情報の提供等を通じた教育・啓発活動を行ってまいります。**

**教育・啓発活動は、どのような場所で行うことが重要であると思いますか。(3つまで)**



**【ネットショッピングについておたずねします】**

**Q15. あなたが令和6年（2024年）中にネットショッピングで支出をした月額平均について教えてください。（おおよその金額で構いません）**

※ネットショッピング：インターネット上のお店で買い物をすること

1. ネットショッピングはしなかった
2. 1万円未満
3. 1万～3万円未満
4. 3万円～5万円未満
5. 5万円以上