**「消費者教育・啓発」に関するアンケート　リサーチプラン**

**１．調査の背景と目的**

大阪府消費生活センターでは、消費者トラブル・被害などに関する相談を受け付け、問題解決に向けての情報提供やアドバイス、あっせんを行っている。また、消費者被害の未然防止のため、府政だよりにおける高齢者向け特集の発行や消費者フェア・講座の開催などの消費者教育・啓発や事業者の指導を実施している。

このような中、「消費者市民社会（注）」の形成に向け、消費生活に対する府民の意識等を調査すると共に消費者教育・啓発の効果を検証する。

（注）「消費者市民社会」とは、・・・

消費者は単なるサービスの受け手としてだけでなく、社会・経済・環境などに与える影響を考えて商品・サービスを選ぶなど、公正で持続可能な発展に貢献するような消費行動をとることが求められています。消費者市民社会とは、「消費者が個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する社会のこと。

**２．調査（検証）項目**

【仮説１】消費者教育を受けた経験がある人は、そうでない人に比べ、消費行動に関する意識が高い。

【仮説２】消費者教育を受けた経験がある人は、そうでない人に比べ、消費者トラブルにあいにくい。

【仮説３】同居家族がいない人は、消費者被害にあいやすい。

【参考】消費者問題に関する府民の関心内容は、年代によって違う。

**３．調査対象**

国勢調査結果（平成22年）に基づいた、性・年代・居住地（4地域）の割合で割り付けた、15歳以上の大阪府民1,000サンプル

**４．質問項目**

【予備質問】　0問

【本質問】 　22問

1. 日頃、ニュースや情報を得ている主な媒体(SA)
2. 社会的な課題についての講演会やイベント等への参加経験の有無(SA)
3. Ｑ2【ある】講演会やイベント等の内容（SA）
4. Ｑ2【ある】どのような手法のイベント等(SA)に参加したか。
5. 「消費生活センター」の認知度(SA)
6. 「消費者市民社会」の認知度(SA)
7. 「消費者ホットライン(188)」の認知度(SA)
8. 消費者教育を受けた経験の有無(SA)
9. Ｑ8【ある】形式について(MA)
10. Ｑ8【ある】手法について(MA)
11. Ｑ8【ある】内容について(MA)
12. 『府政だより(10月)』の認知度(SA)
13. 11月5日の消費者フェアの認知度(SA)
14. 消費者問題への関心テーマ【分野】(SA)
15. 消費者問題への関心テーマ【販売方法】(SA)
16. 消費行動に関する意識(表組)
17. 消費者トラブル経験の有無(SA)
18. Ｑ17【あり】トラブルの内容(MA)
19. Ｑ17【あり】相談先(MA)
20. Ｑ19【相談していない】相談しなかった理由(SA)
21. 消費者トラブルに対する意識について(SA)
22. 家族構成

**５．検証手順**

[仮説１]Ｑ8×Ｑ16

[仮説２]Ｑ8×Ｑ17

[仮説３]Ｑ22×Ｑ17

[参考]

(若者層15～29歳、中年層30～59歳、高齢層60歳以上)×Ｑ14、Ｑ15