

令和7年度 第4回市政モニターアンケート
消費生活に関するアンケート調査報告書

令和8年3月

市民局生活安全安心部消費生活センター

< 調査概要 >

1 調査目的

消費生活基本計画に係る消費者の意識を確認するため、消費生活センターの認知度、消費者被害に遭わないための取り組み、消費者市民社会の形成に寄与する取り組みなどについて調査を行いました。

2 調査対象

令和7年度市政モニター 398名

- ・ 郵送モニター 123名
- ・ インターネットモニター 275名

3 調査時期

令和8年1月22日から令和8年2月8日まで

4 調査実施方法

郵送配布・回収及びインターネットによる無記名式調査

5 回収結果

有効回答票 345名（回収率 86.7%）

- ・ 郵送モニター 114名
- ・ インターネットモニター 231名

6 集計結果の留意事項

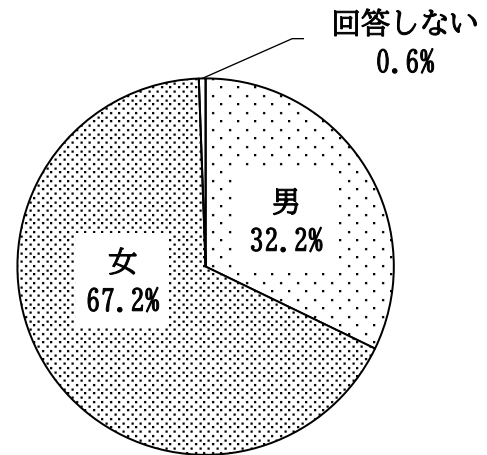
- ・ 回答割合については、小数点以下第2位で四捨五入しているため、回答割合の合計が100%とならない場合があります。
- ・ 複数の選択肢を選択する問いの回答割合は、設問項目毎の回答数を有効回答者数(n)で除したものととしています。

7 調査結果

〈回答者の属性〉

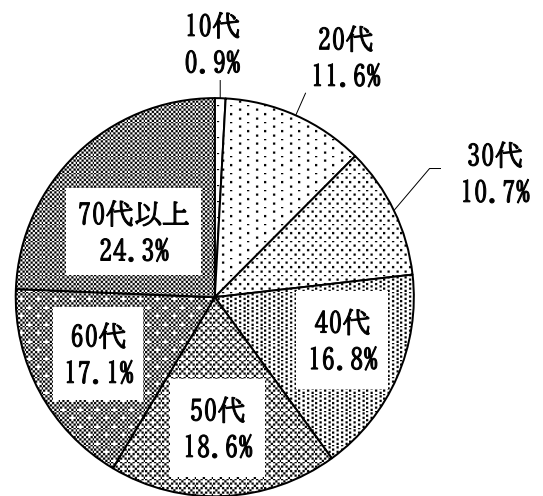
問1 あなたの性別を教えてください。(n=345)

選択肢	回答数	割合
1 男	111	32.2%
2 女	232	67.2%
3 回答しない	2	0.6%
合計	345	100.0%



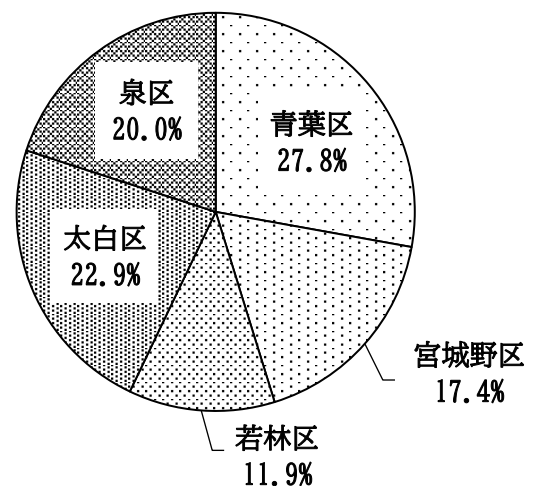
問2 あなたの年齢を教えてください。(n=345)

選択肢	回答数	割合
1 10代	3	0.9%
2 20代	40	11.6%
3 30代	37	10.7%
4 40代	58	16.8%
5 50代	64	18.6%
6 60代	59	17.1%
7 70代以上	84	24.3%
合計	345	100.0%



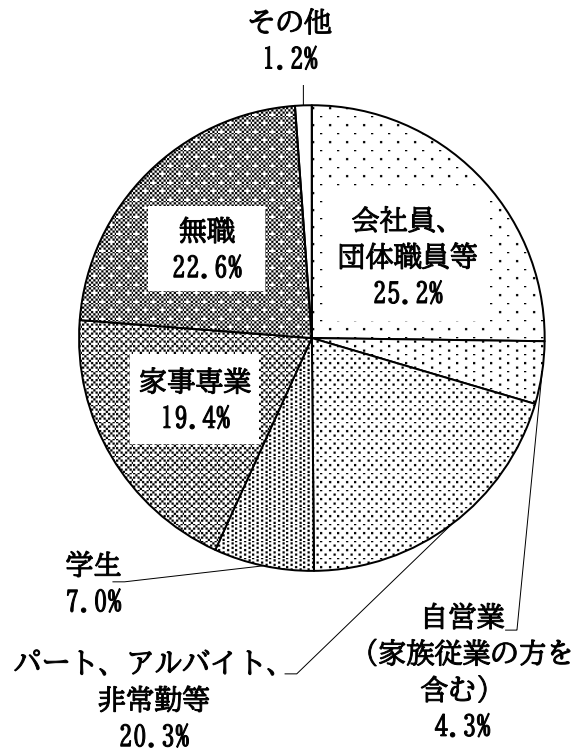
問3 あなたの居住区を教えてください。(n=345)

選択肢	回答数	割合
1 青葉区	96	27.8%
2 宮城野区	60	17.4%
3 若林区	41	11.9%
4 太白区	79	22.9%
5 泉区	69	20.0%
合計	345	100.0%



問4 あなたの職業等を教えてください。(n=345)

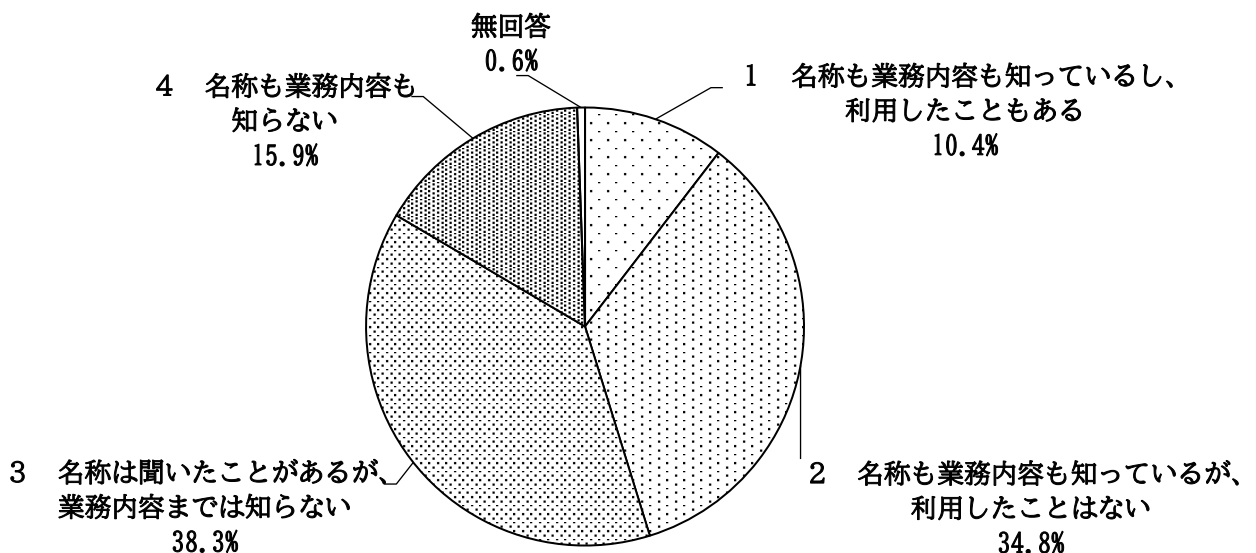
選択肢	回答数	割合
1 会社員、団体職員等	87	25.2%
2 自営業（家族従業の方を含む）	15	4.3%
3 パート、アルバイト、非常勤等	70	20.3%
4 学生	24	7.0%
5 家事専業	67	19.4%
6 無職	78	22.6%
7 その他	4	1.2%
合計	345	100.0%



〈設問回答〉消費生活について

問5 あなたは、「仙台市消費生活センター」を知っていますか。また、利用したことがありますか。あてはまる番号を1つ選択してください。(n=345)

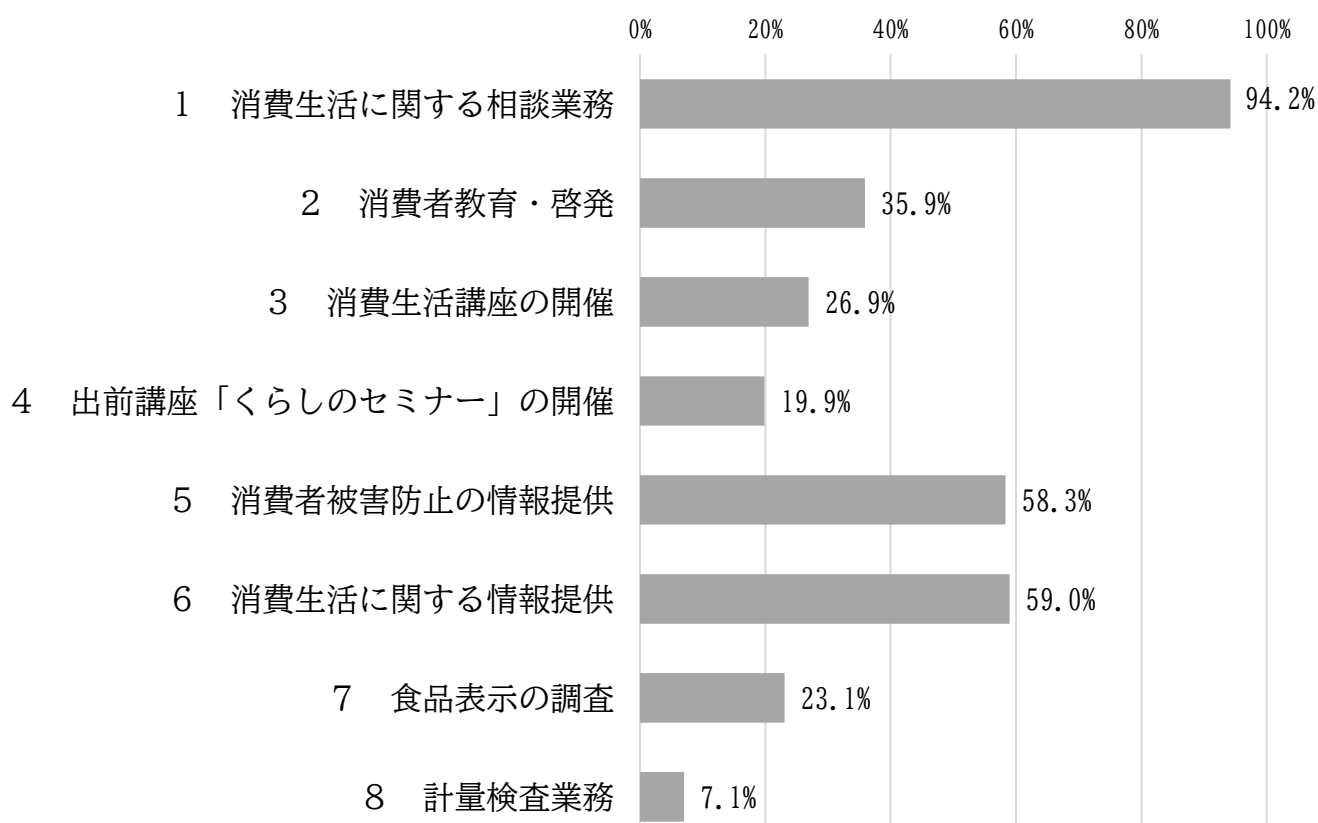
選択肢	回答数	割合
1 名前も業務内容も知っているし、利用したこともある ⇒ 問6へ	36	10.4%
2 名前も業務内容も知っているが、利用したことはない ⇒ 問6へ	120	34.8%
3 名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない ⇒ 問7へ	132	38.3%
4 名前も業務内容も知らない ⇒ 問8へ	55	15.9%
無回答	2	0.6%
合計	345	100.0%



【問5で、1～2と答えた方にお聞きします。】

問6 知っている業務内容について、あてはまる番号すべてを選択してください。(n=156)

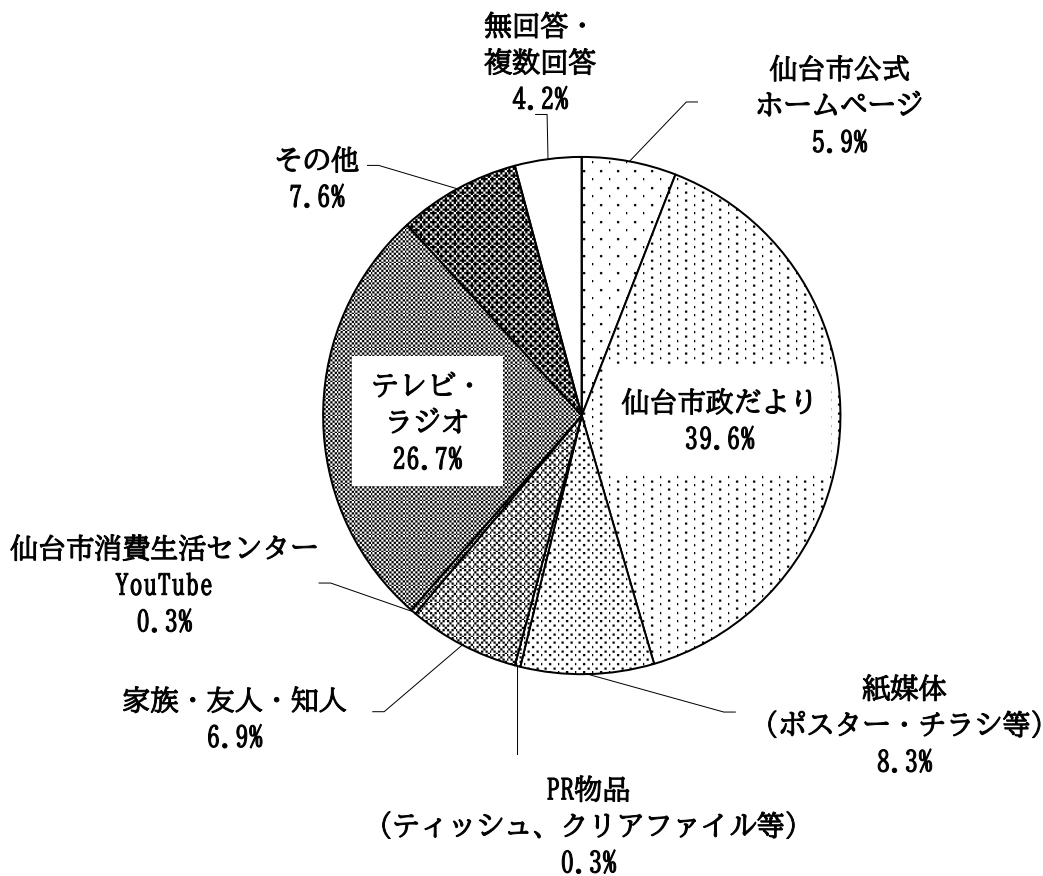
選択肢	回答数	割合
1 消費生活に関する相談業務	147	94.2%
2 消費者教育・啓発	56	35.9%
3 消費生活講座の開催	42	26.9%
4 出前講座「くらしのセミナー」の開催	31	19.9%
5 消費者被害防止の情報提供	91	58.3%
6 消費生活に関する情報提供	92	59.0%
7 食品表示の調査	36	23.1%
8 計量検査業務	11	7.1%



【問5で、1～3と答えた方にお聞きします。】

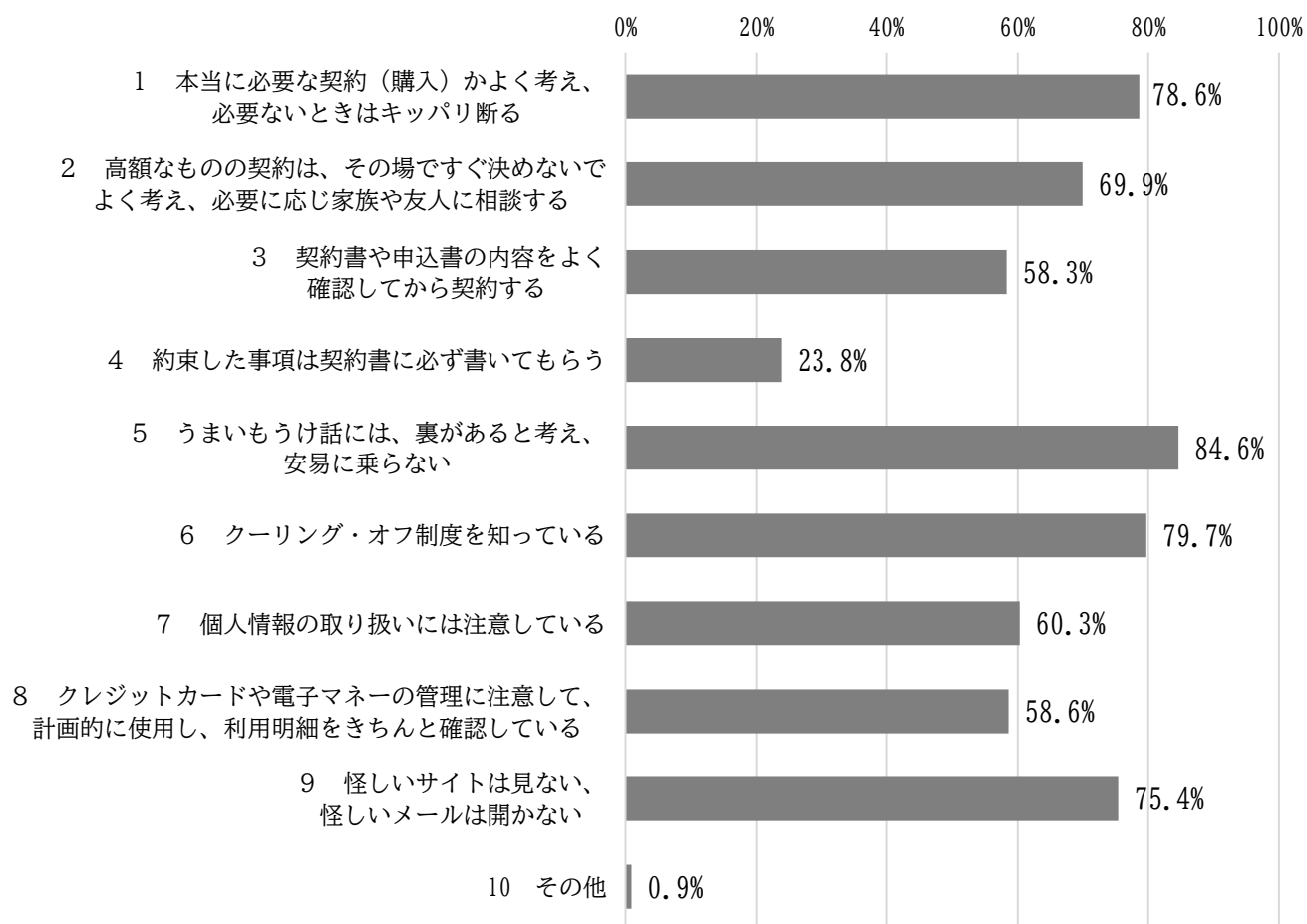
問7 「仙台市消費生活センター」を何で（どのような媒体で）お知りになりましたか。
あてはまる番号を1つ選択してください。(n=288)

選択肢	回答数	割合
1 仙台市公式ホームページ	17	5.9%
2 仙台市政だより	114	39.6%
3 紙媒体（ポスター・チラシ等）	24	8.3%
4 PR物品（ティッシュ、クリアファイル等）	1	0.3%
5 家族・友人・知人	20	6.9%
6 仙台市消費生活センターYouTube	1	0.3%
7 テレビ・ラジオ	77	26.7%
8 その他	22	7.6%
無回答・複数回答	12	4.2%
合計	288	100.0%



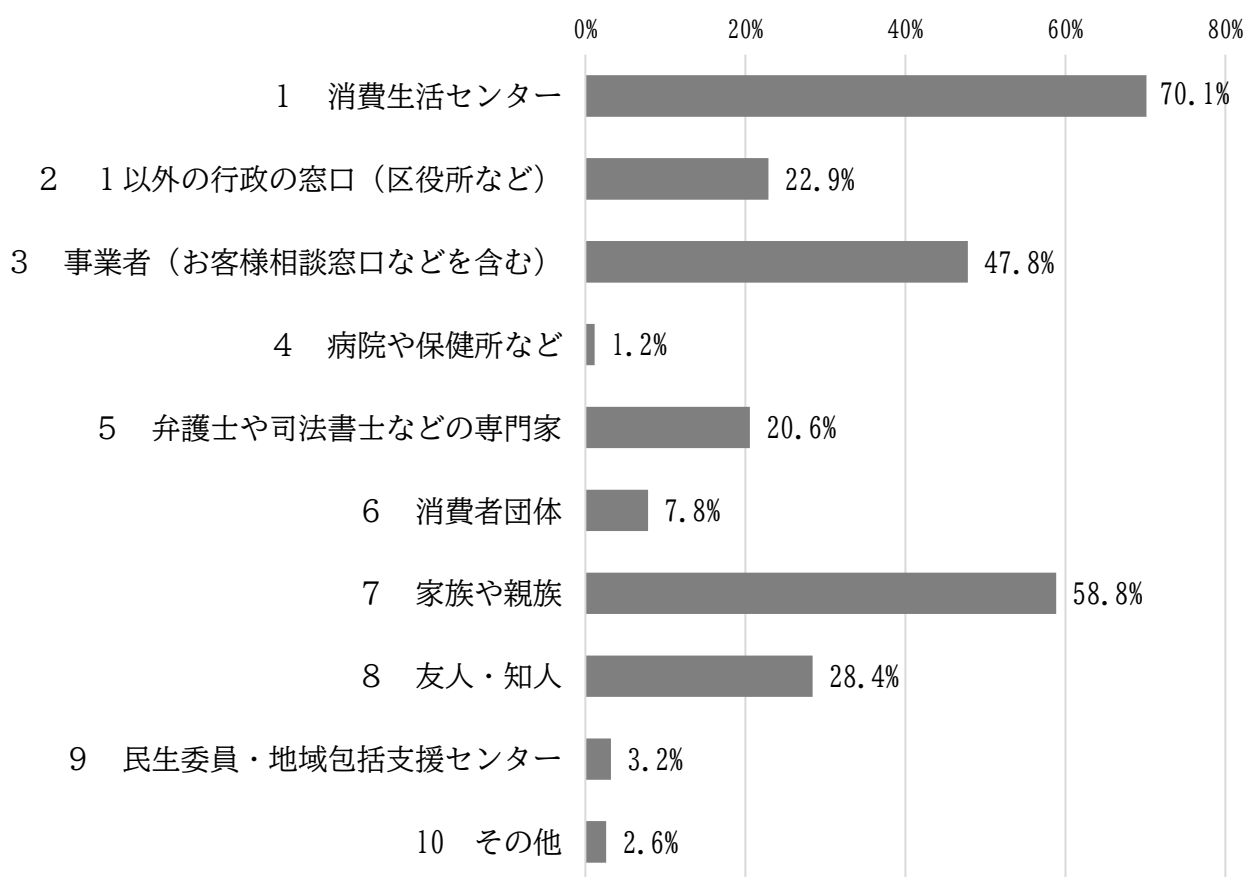
問8 あなたご自身が消費者被害に遭わないために日頃気をつけていることはありますか。あてはまる番号すべてを選択してください。(n=345)

選択肢	回答数	割合
1 本当に必要な契約（購入）かよく考え、必要ないときはキッパリ断る	271	78.6%
2 高額なものの契約は、その場ですぐ決めないでよく考え、必要に応じ家族や友人に相談する	241	69.9%
3 契約書や申込書の内容をよく確認してから契約する	201	58.3%
4 約束した事項は契約書に必ず書いてもらう	82	23.8%
5 うまいもうけ話には、裏があると考え、安易に乗らない	292	84.6%
6 クーリング・オフ制度を知っている	275	79.7%
7 個人情報の取り扱いには注意している	208	60.3%
8 クレジットカードや電子マネーの管理に注意して、計画的に使用し、利用明細をきちんと確認している	202	58.6%
9 怪しいサイトは見ない、怪しいメールは開かない	260	75.4%
10 その他	3	0.9%



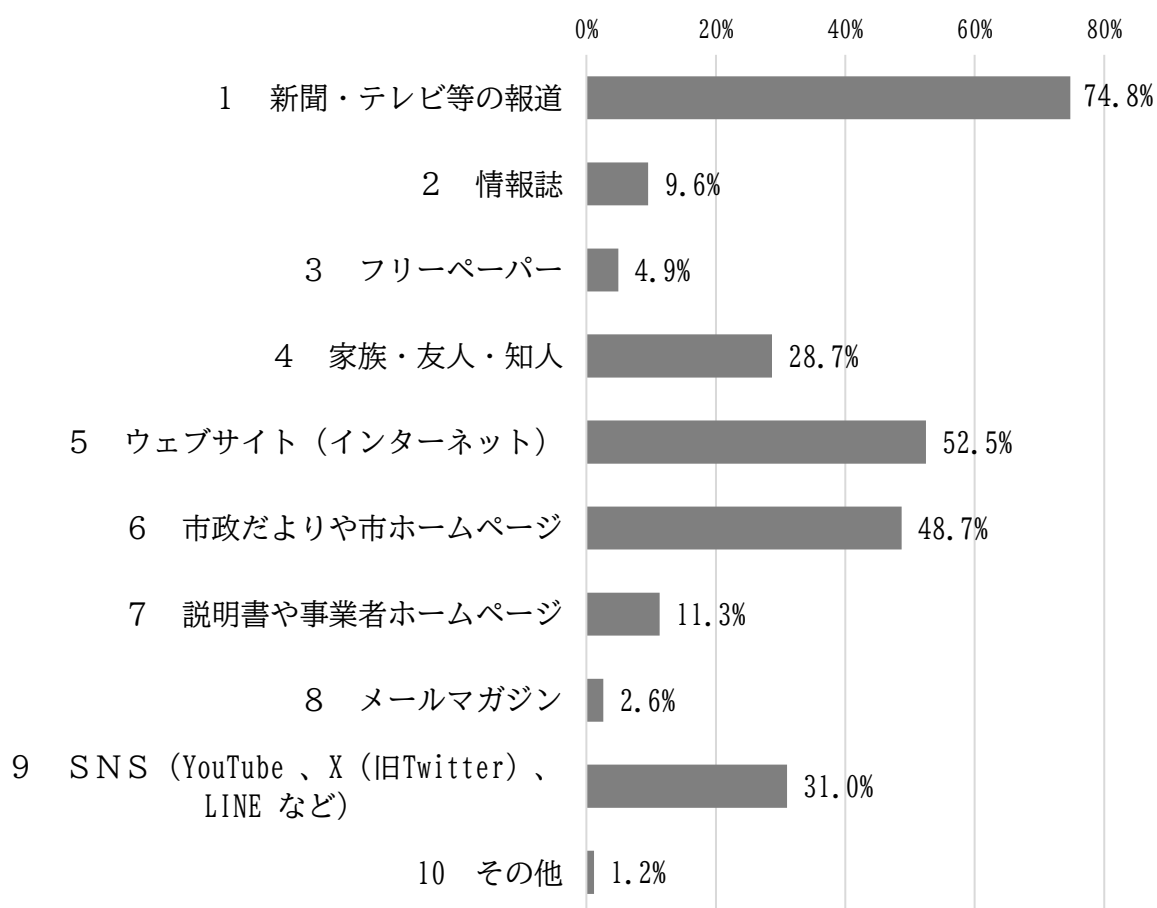
問9 あなたは、消費者被害に遭った場合、どこに相談しますか。あてはまる番号すべてを選択してください。(n=345)

選択肢	回答数	割合
1 消費生活センター	242	70.1%
2 1以外の行政の窓口（区役所など）	79	22.9%
3 事業者（お客様相談窓口などを含む）	165	47.8%
4 病院や保健所など	4	1.2%
5 弁護士や司法書士などの専門家	71	20.6%
6 消費者団体	27	7.8%
7 家族や親族	203	58.8%
8 友人・知人	98	28.4%
9 民生委員・地域包括支援センター	11	3.2%
10 その他	9	2.6%



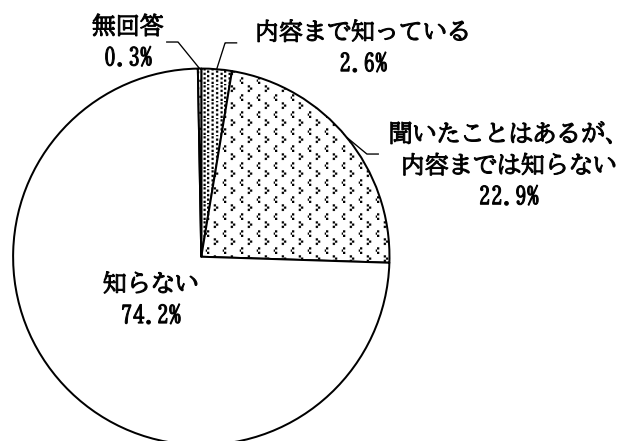
問10 消費者被害やリコール情報等の、注意喚起情報を得やすい情報媒体についてお聞きします。次の情報媒体からあなたが情報を得やすいものについて、あてはまる番号を3つ選んでください。(n=345)

選択肢	回答数	割合
1 新聞・テレビ等の報道	258	74.8%
2 情報誌	33	9.6%
3 フリーペーパー	17	4.9%
4 家族・友人・知人	99	28.7%
5 ウェブサイト（インターネット）	181	52.5%
6 市政だよりや市ホームページ	168	48.7%
7 説明書や事業者ホームページ	39	11.3%
8 メールマガジン	9	2.6%
9 SNS（YouTube、X（旧Twitter）、LINE など）	107	31.0%
10 その他	4	1.2%



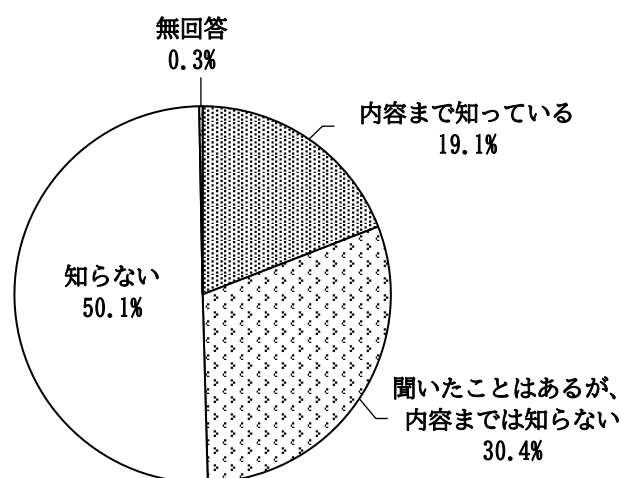
問 11 あなたは、「消費者市民社会¹」についてどのくらい知っていますか。あてはまる番号を1つ選択してください。(n=345)

選択肢	回答数	割合
1 内容まで知っている	9	2.6%
2 聞いたことはあるが、内容までは知らない	79	22.9%
3 知らない	256	74.2%
無回答	1	0.3%
合計	345	100.0%



問 12 あなたは、「エシカル消費²」についてどのくらい知っていますか。あてはまる番号を1つ選択してください。(n=345)

選択肢	回答数	割合
1 内容まで知っている	66	19.1%
2 聞いたことはあるが、内容までは知らない	105	30.4%
3 知らない	173	50.1%
無回答	1	0.3%
合計	345	100.0%



¹ 「消費者市民社会」とは、消費者一人ひとりが、消費生活が、地球環境や経済社会の形成にも影響を与えていることを自覚し、周りの人や、将来生まれてくる世代のことまで考慮して商品やサービスを選択し、社会の一員としてより良い市場とより良い社会の発展のために積極的に参画する社会。

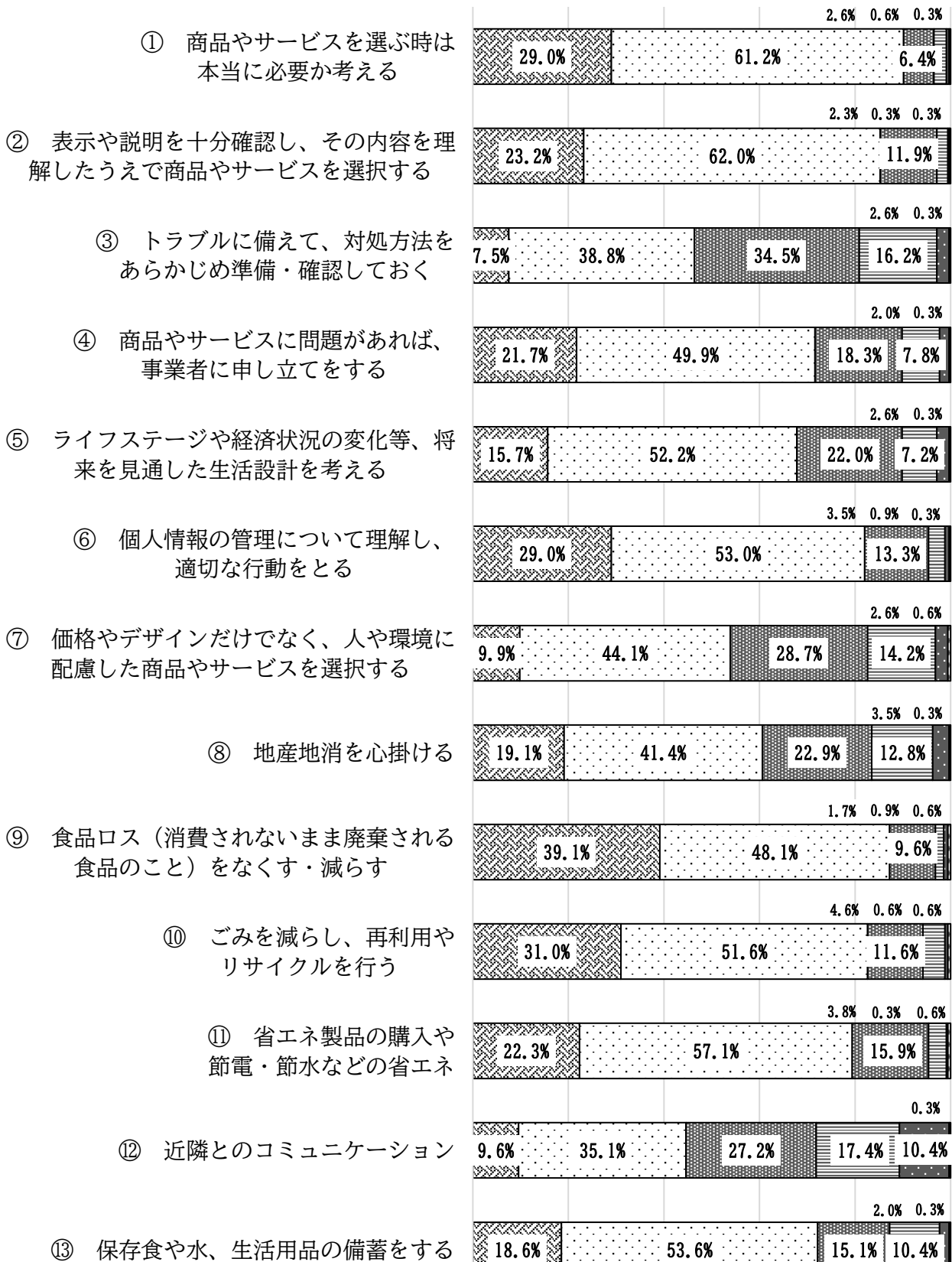
² 「エシカル消費」とは、エコ商品や認証ラベルのある商品を選ぶ、地産地消を心掛けるなど、人や社会、地球環境に配慮した製品やサービスを選んで消費すること。

問13 あなたは、普段の生活で下欄①～⑬の項目をどの程度心掛けていますか。それぞれ、あてはまる番号を1つ選択してください。(n=345)

※ 割合が最も高い選択肢を網かけ表示

	1 かなり心 掛けている	2 ある程度 心掛けて いる	3 どちらと もいえな い	4 あまり心 掛けてい ない	5 ほとん ど・全く 心掛けて いない	無回答
① 商品やサービスを選ぶ時は 本当に必要か考える	100	211	22	9	2	1
	29.0%	61.2%	6.4%	2.6%	0.6%	0.3%
② 表示や説明を十分確認し、そ の内容を理解したうえで商品 やサービスを選択する	80	214	41	8	1	1
	23.2%	62.0%	11.9%	2.3%	0.3%	0.3%
③ トラブルに備えて、対処方法 をあらかじめ準備・確認して おく	26	134	119	56	9	1
	7.5%	38.8%	34.5%	16.2%	2.6%	0.3%
④ 商品やサービスに問題があれば、 事業者申し立てをする	75	172	63	27	7	1
	21.7%	49.9%	18.3%	7.8%	2.0%	0.3%
⑤ ライフステージや経済状況の 変化等、将来を見通した生活 設計を考える	54	180	76	25	9	1
	15.7%	52.2%	22.0%	7.2%	2.6%	0.3%
⑥ 個人情報の管理について理解 し、適切な行動をとる	100	183	46	12	3	1
	29.0%	53.0%	13.3%	3.5%	0.9%	0.3%
⑦ 価格やデザインだけでなく、 人や環境に配慮した商品や サービスを選択する	34	152	99	49	9	2
	9.9%	44.1%	28.7%	14.2%	2.6%	0.6%
⑧ 地産地消を心掛ける	66	143	79	44	12	1
	19.1%	41.4%	22.9%	12.8%	3.5%	0.3%
⑨ 食品ロス（消費されないまま 廃棄される食品のこと）をな くす・減らす	135	166	33	6	3	2
	39.1%	48.1%	9.6%	1.7%	0.9%	0.6%
⑩ ごみを減らし、再利用やリサ イクルを行う	107	178	40	16	2	2
	31.0%	51.6%	11.6%	4.6%	0.6%	0.6%
⑪ 省エネ製品の購入や節電・節 水などの省エネ	77	197	55	13	1	2
	22.3%	57.1%	15.9%	3.8%	0.3%	0.6%
⑫ 近隣とのコミュニケーション	33	121	94	60	36	1
	9.6%	35.1%	27.2%	17.4%	10.4%	0.3%
⑬ 保存食や水、生活用品の備蓄 をする	64	185	52	36	7	1
	18.6%	53.6%	15.1%	10.4%	2.0%	0.3%

0% 20% 40% 60% 80% 100%

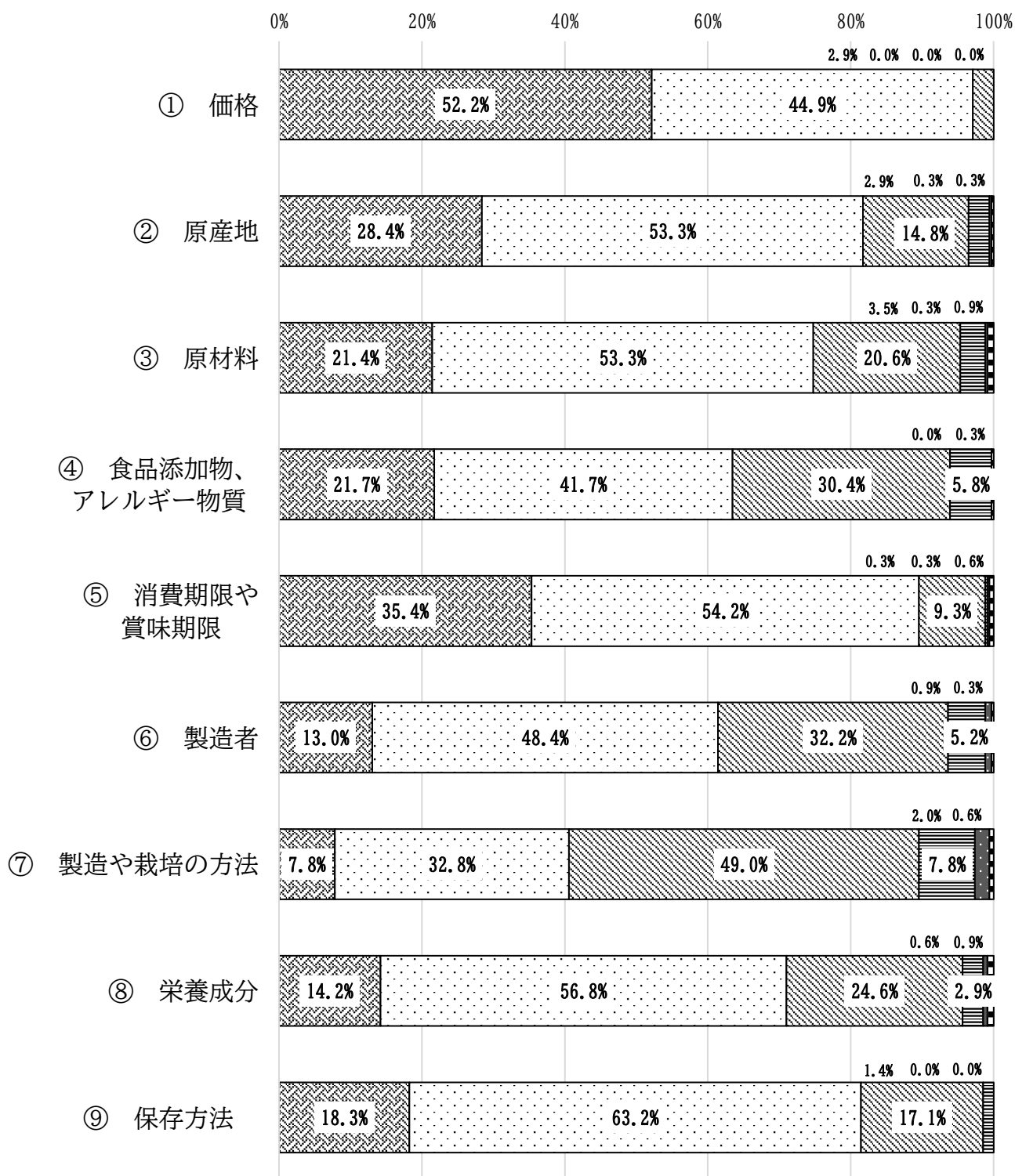


- 1 かなり心掛けている
- 2 ある程度心掛けている
- 3 どちらともいえない
- 4 あまり心掛けていない
- 5 ほとんど・全く心掛けていない
- 無回答

問 14 あなたは、食品を購入する際に下欄①～⑨の項目をどの程度考慮しますか。それぞれ、あてはまる番号を1つ選択してください。(n=345)

※ 割合が最も高い選択肢を網かけ表示

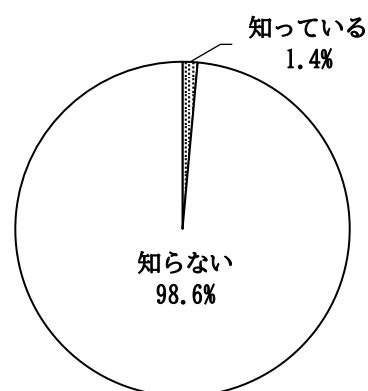
	1 非常に考 慮する	2 考慮する	3 あまり考 慮しない	4 全く考慮 しない	5 わからな い	無回答
① 価格	180	155	10	0	0	0
	52.2%	44.9%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%
② 原産地	98	184	51	10	1	1
	28.4%	53.3%	14.8%	2.9%	0.3%	0.3%
③ 原材料	74	184	71	12	1	3
	21.4%	53.3%	20.6%	3.5%	0.3%	0.9%
④ 食品添加物、 アレルギー物質	75	144	105	20	0	1
	21.7%	41.7%	30.4%	5.8%	0.0%	0.3%
⑤ 消費期限や賞味期限	122	187	32	1	1	2
	35.4%	54.2%	9.3%	0.3%	0.3%	0.6%
⑥ 製造者	45	167	111	18	3	1
	13.0%	48.4%	32.2%	5.2%	0.9%	0.3%
⑦ 製造や栽培の方法	27	113	169	27	7	2
	7.8%	32.8%	49.0%	7.8%	2.0%	0.6%
⑧ 栄養成分	49	196	85	10	2	3
	14.2%	56.8%	24.6%	2.9%	0.6%	0.9%
⑨ 保存方法	63	218	59	5	0	0
	18.3%	63.2%	17.1%	1.4%	0.0%	0.0%



- 1 非常に考慮する
- 2 考慮する
- 3 あまり考慮しない
- 4 全く考慮しない
- 5 わからない
- 無回答

問 15 消費者教育ウェブ教材「伊達学園」を知っていますか。あてはまる番号を1つ選択してください。(n=345)

選択肢	回答数	割合
1 知っている ⇒ 問16へ	5	1.4%
2 知らない	340	98.6%
合計	345	100.0%



【問 15 で、1 と答えた方にお聞きします。】

問 16 どのようなきっかけで「伊達学園」を知りましたか。あてはまる番号すべてに○をつけてください。(n=5)

選択肢	回答数	割合
1 家族・知人	1	20.0%
2 学校・職場	2	40.0%
3 講座・イベント (消費生活講座など)	0	0.0%
4 消費生活情報誌「ゆたかな暮らし」	1	20.0%
5 その他	0	0.0%
無回答	1	20.0%

