

令和7年度

消費生活に関する意識アンケート
集計結果

船橋市経済部消費生活センター

船橋市本町1丁目3番1号 フェイスビル5階

TEL 047-423-2852

FAX 047-423-3040

1 調査趣旨

市民の消費生活に関する意識を調査し、今後の市の事業組み立てや啓発活動に活用する。

2 調査方法

消費生活センターが実施する各講座等の参加者へアンケート配布並びに回収。

※令和7年度から一部の設問を削除・追加しております。

3 調査事項

I.消費生活行政について

II.「食」について

III.船橋の農水産物について

IV.ふるさと納税について

V.キャッシュレス決済について

4 回答者数

579人

5 調査時期

令和7年4月～令和8年2月

6 回答者プロフィール

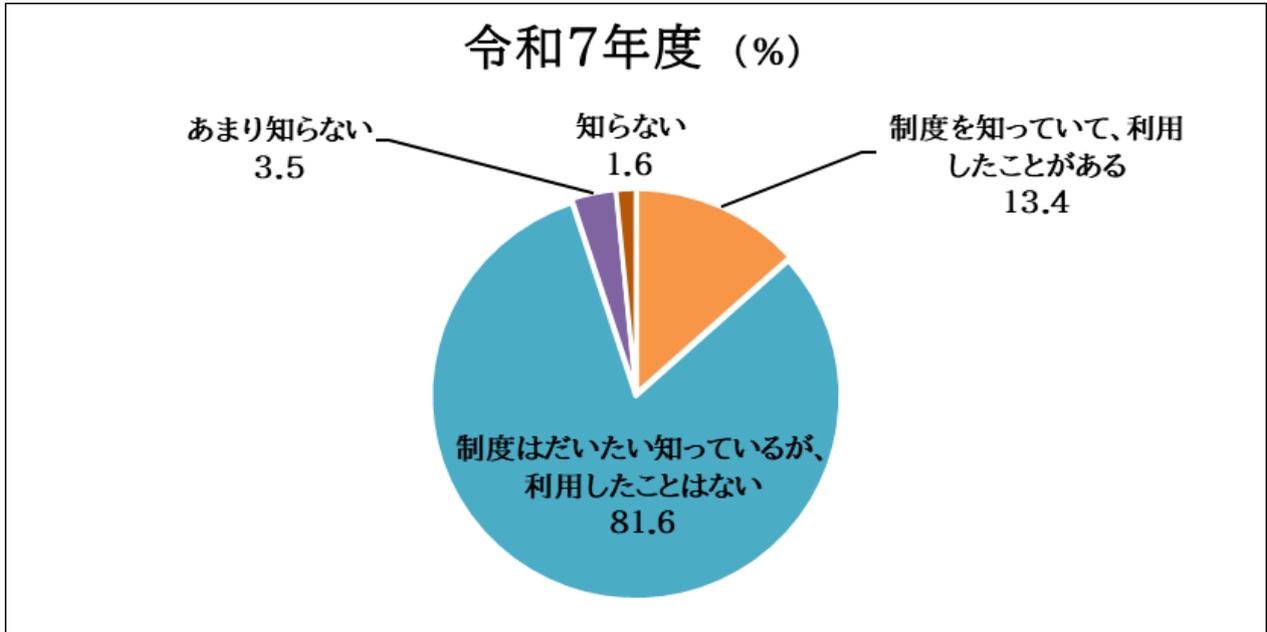
| 性別 | |
|-------|--------------|
| 男性 | 180人 (31.1%) |
| 女性 | 387人 (66.8%) |
| 未回答 | 12人 (2.1%) |
| 年代別 | |
| 10代 | 2人 (0.3%) |
| 20代 | 4人 (0.7%) |
| 30代 | 24人 (4.1%) |
| 40代 | 49人 (8.5%) |
| 50代 | 81人 (14.0%) |
| 60代 | 189人 (32.6%) |
| 70代以上 | 209人 (36.1%) |
| 未回答 | 21人 (3.6%) |
| 地域別 | |
| 南部地域 | 127人 (21.9%) |
| 西部地域 | 137人 (23.7%) |
| 中部地域 | 80人 (13.8%) |
| 東部地域 | 129人 (22.3%) |
| 北部地域 | 72人 (12.4%) |
| 未回答 | 34人 (5.9%) |

※ 集計の都合上、四捨五入しているため、数値の和が100%にならない場合があります。

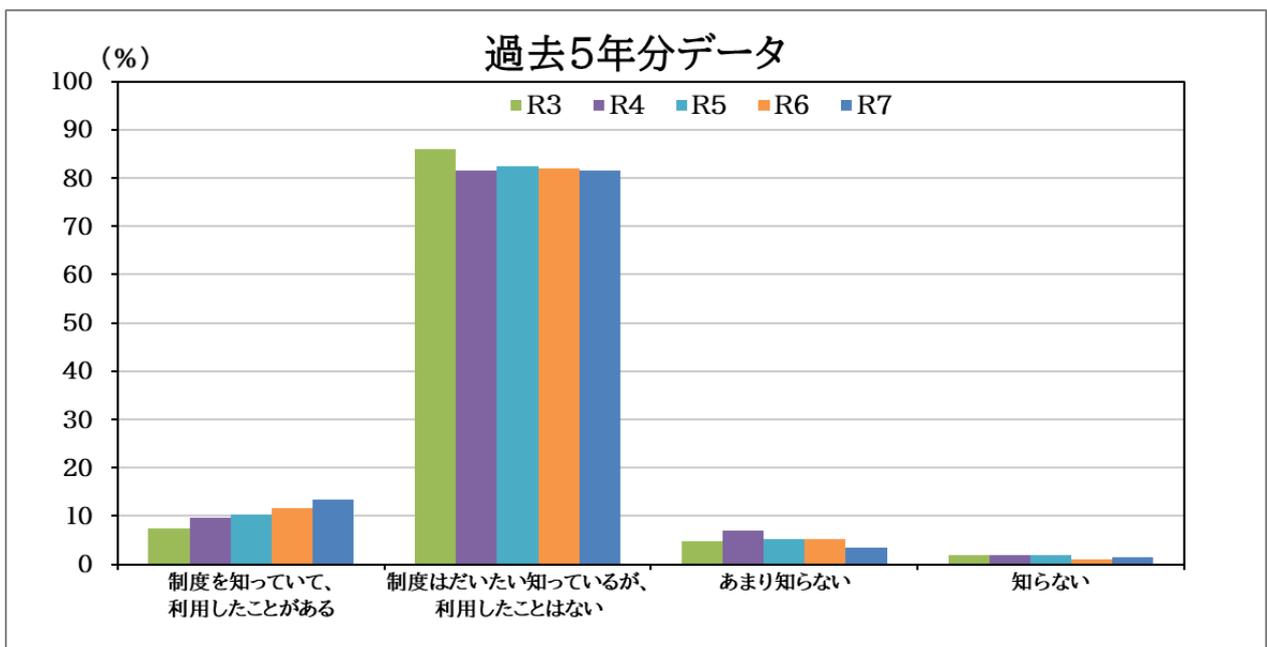
I 消費生活行政について

問1 クーリング・オフ

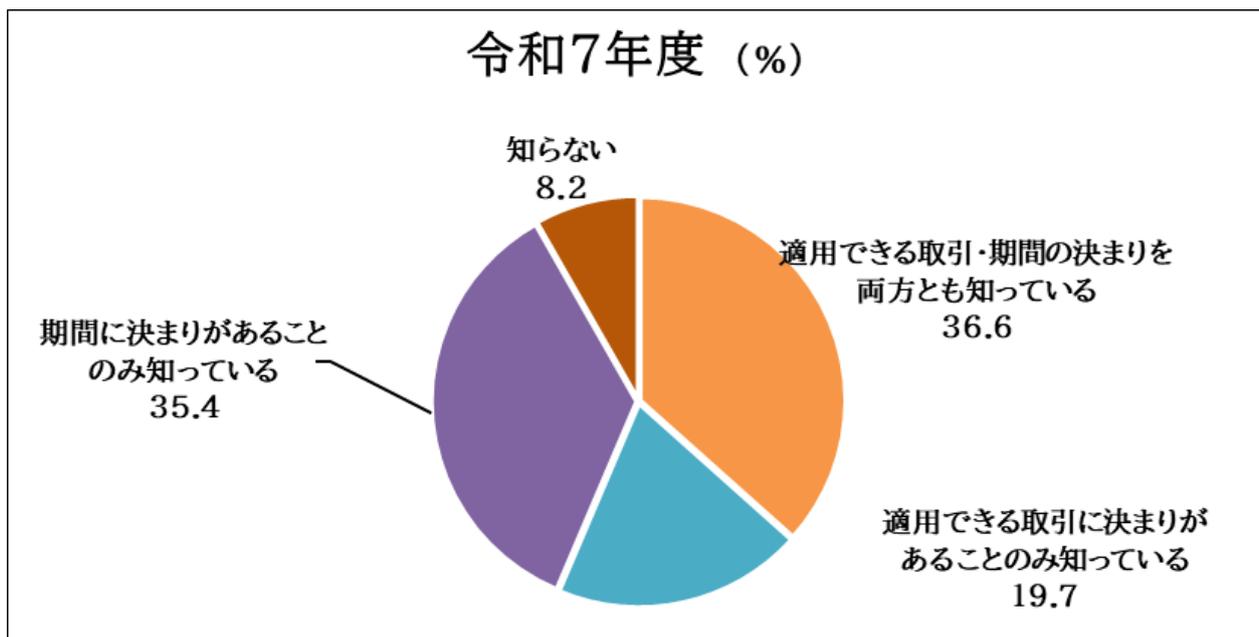
1-1 クーリング・オフ制度とは、訪問販売など特定の契約において、消費者が契約した後で冷静に考え直す時間を与え、一定期間内であれば無条件で契約を解除できる制度であることを知っていますか？(回答数 575)



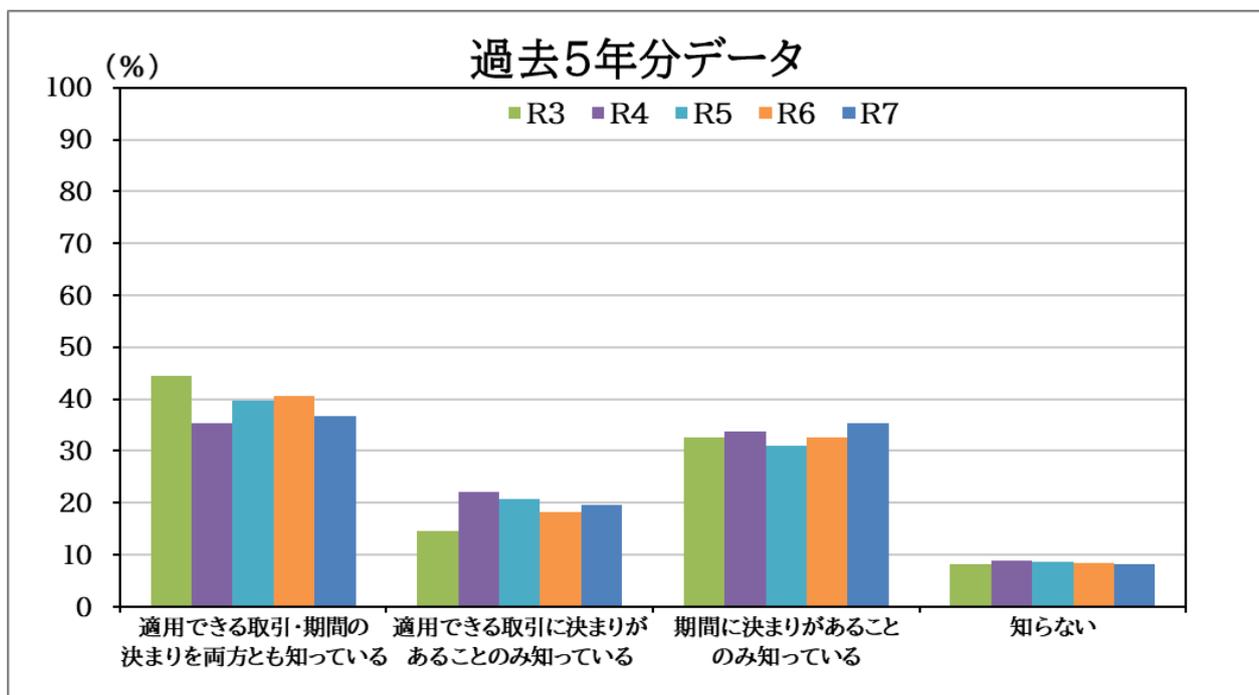
| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|-------------------------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 制度を知っていて、利用したことがある | 7.4 | 9.6 | 10.3 | 11.7 | 13.4 |
| 制度はだいたい知っているが、利用したことはない | 85.9 | 81.5 | 82.4 | 82.1 | 81.6 |
| あまり知らない | 4.8 | 7.0 | 5.3 | 5.3 | 3.5 |
| 知らない | 1.8 | 1.9 | 2.0 | 1.0 | 1.6 |



1-2 クーリング・オフ制度は適用できる取引や期間に決まりがあることを知っていますか？
 (回答数 573)



| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|--------------------------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 適用できる取引・期間の決まりを両方とも知っている | 44.4 | 35.3 | 39.7 | 40.6 | 36.6 |
| 適用できる取引に決まりがあることのみ知っている | 14.7 | 22.1 | 20.7 | 18.2 | 19.7 |
| 期間に決まりがあることのみ知っている | 32.7 | 33.8 | 31.0 | 32.6 | 35.4 |
| 知らない | 8.2 | 8.9 | 8.7 | 8.5 | 8.2 |

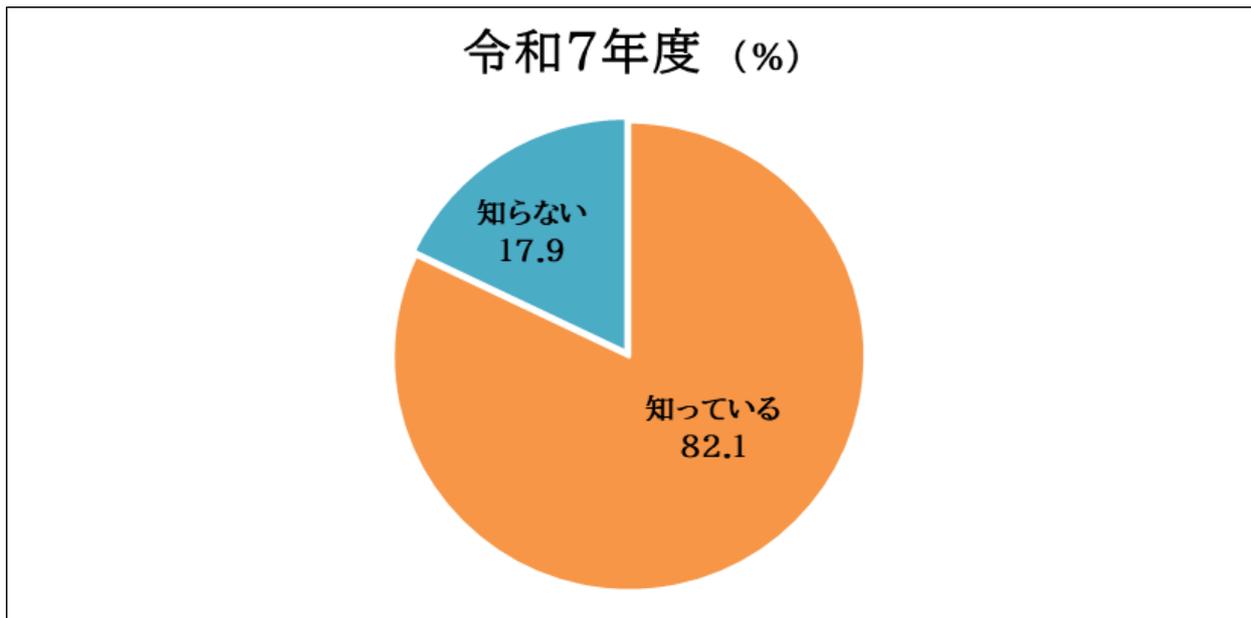


◆ クーリング・オフ制度の認知度は高い

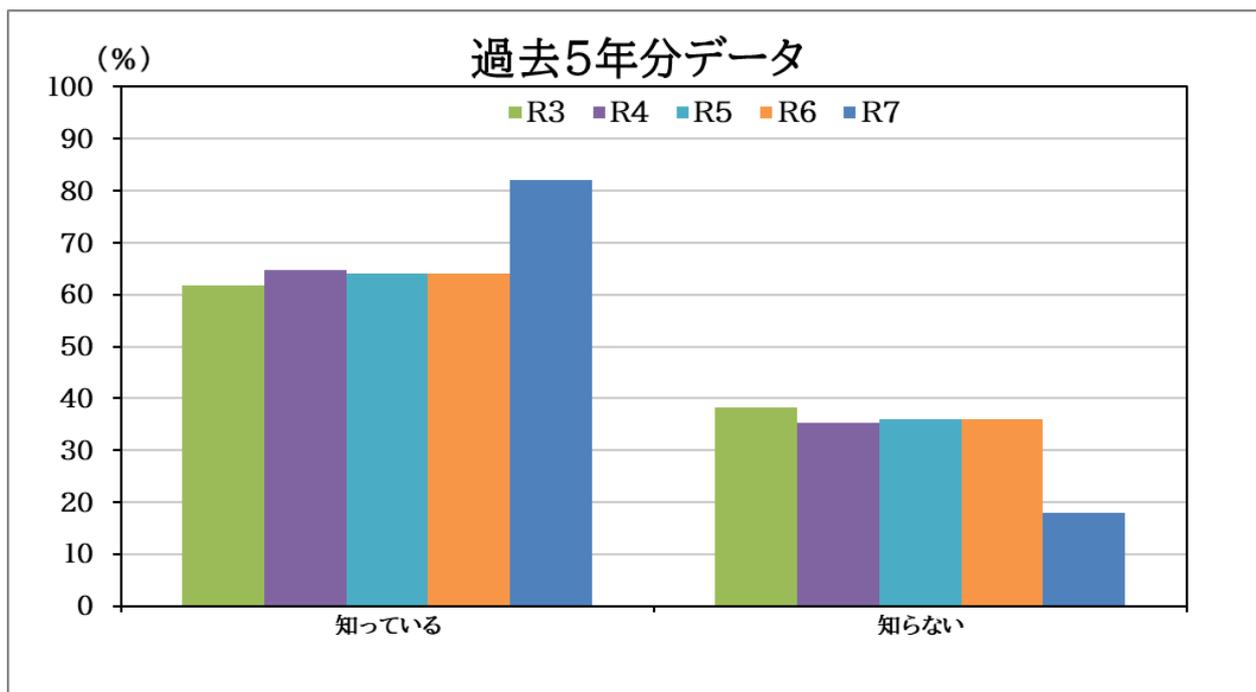
クーリング・オフ制度自体の認知度は9割を超え非常に高いが、適用できる取引や期間に決まりがあるなどの詳細な内容について知っている人の認知度は低い状態が続いています。クーリング・オフ制度の詳細な内容の認知度を上昇させるために、引き続き講座などを通じて周知・啓発を行っていきます。

問2消費生活センター

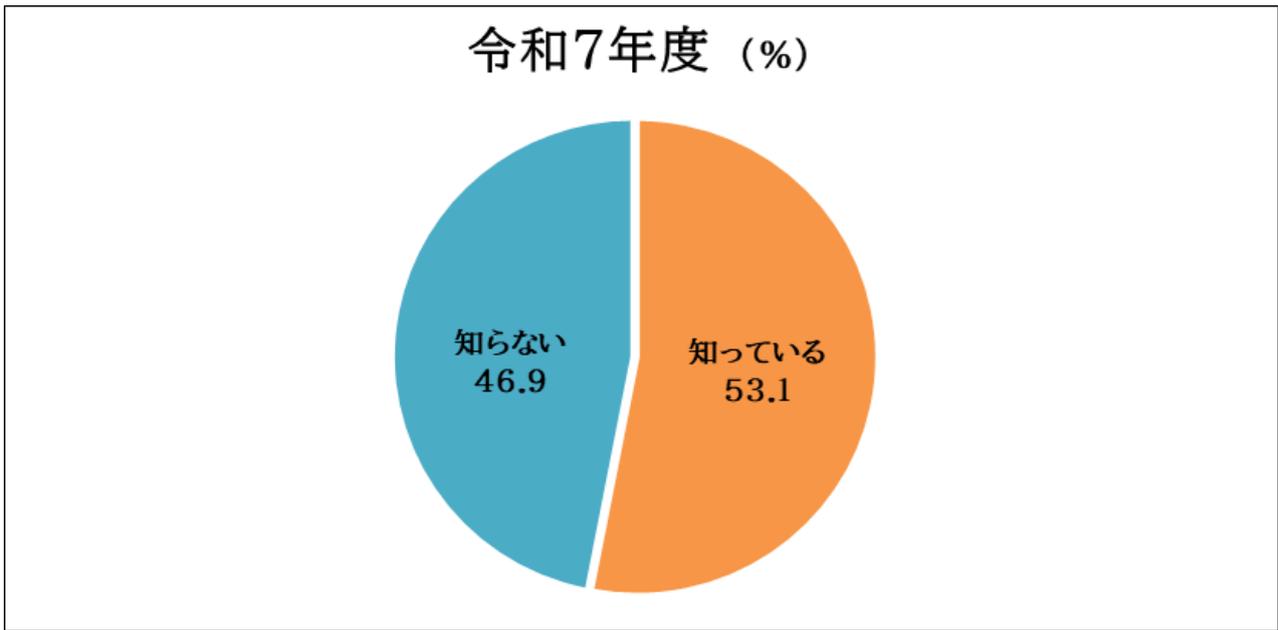
2-1 船橋市に消費生活センターが設置されていることを知っていますか？(回答数 575)



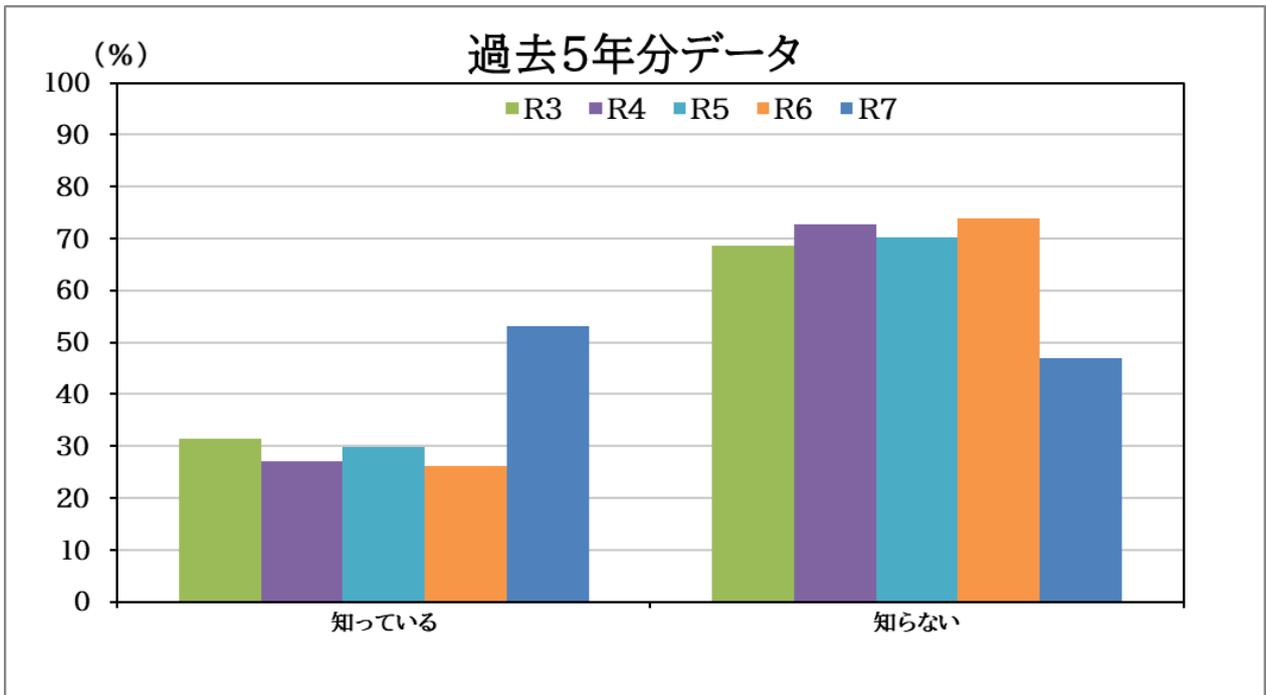
| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|-------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 知っている | 61.8 | 64.7 | 64.0 | 64.0 | 82.1 |
| 知らない | 38.2 | 35.3 | 36.0 | 36.0 | 17.9 |



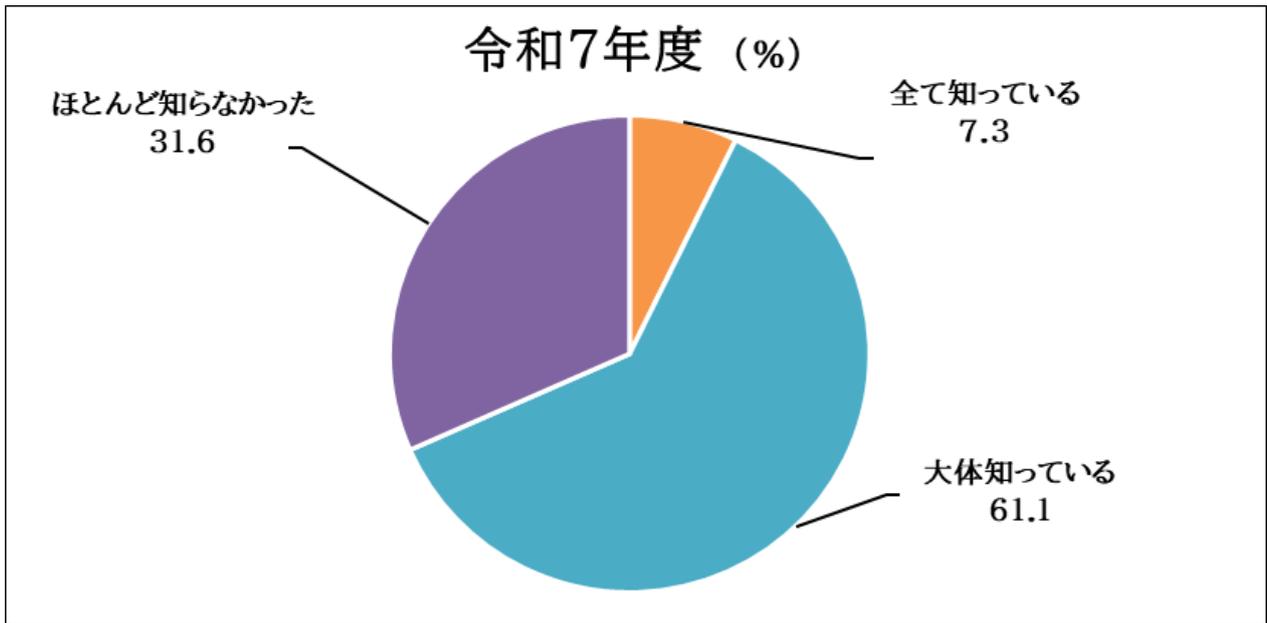
2-2 消費生活センターは船橋フェイスビル(JR 船橋駅南口から徒歩 1 分)の 5 階にあります
が、知っていますか？(回答数 573)



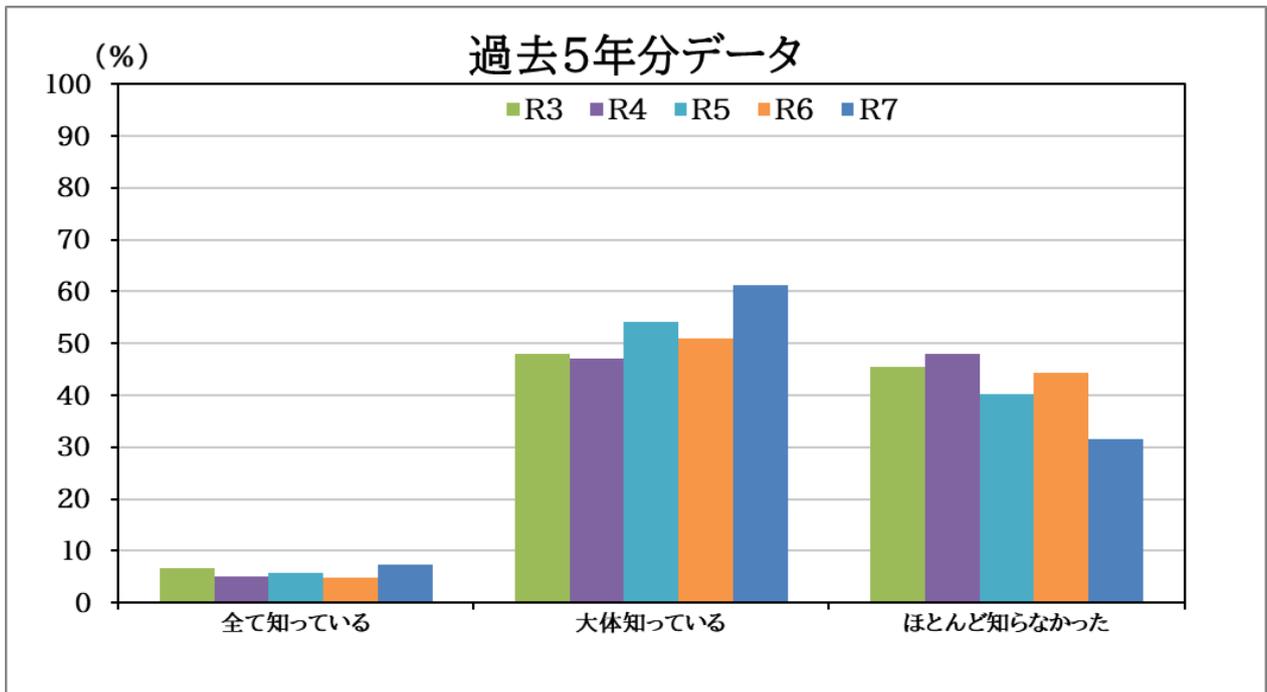
| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|-------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 知っている | 31.3 | 27.2 | 29.8 | 26.2 | 53.1 |
| 知らない | 68.7 | 72.8 | 70.2 | 73.8 | 46.9 |



2-3 消費生活センターでは、商品・サービス・契約トラブル等について、市民の皆様の相談を受け付け、解決のための助言を行うとともに、事案によっては解決に向けて業者との交渉を行うこともあります。このような、消費生活センターの業務について知っていますか？(回答数 576)



| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|------------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 全て知っている | 6.6 | 5.1 | 5.7 | 4.8 | 7.3 |
| 大体知っている | 48.0 | 47.0 | 54.1 | 50.9 | 61.1 |
| ほとんど知らなかった | 45.4 | 47.9 | 40.2 | 44.3 | 31.6 |



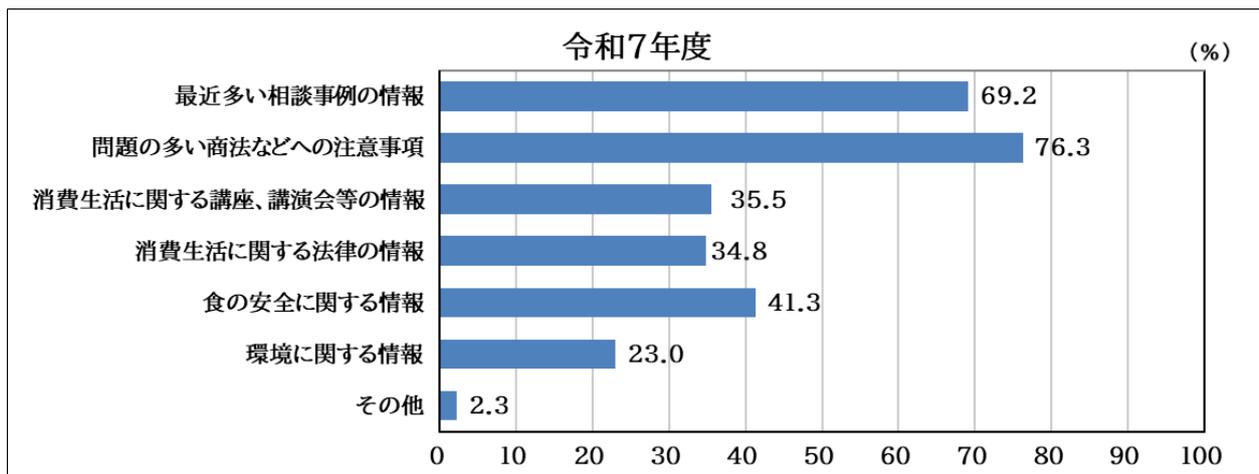
◆ 消費生活センターの存在の認知度は約 8 割

消費生活センターの存在を知っている人は 8 割を超え、昨年から大幅に増加していることがわかりました。消費者トラブルにあった際に気軽に相談できるようにするため、今後も、消費生活センターの存在及び業務内容の周知を継続していきます。

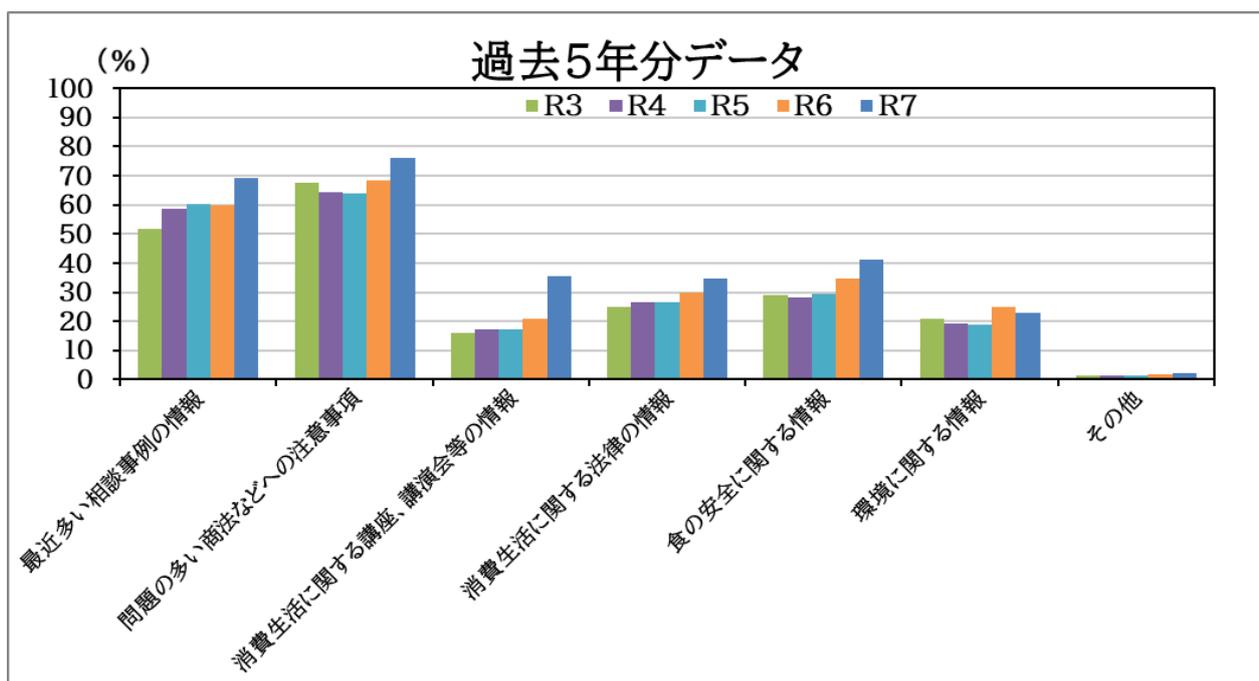
問3

日頃、消費生活に関するどのような情報が必要だと感じますか？

(複数回答可(回答数 1,621))



| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|--------------------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 最近多い相談事例の情報 | 51.9 | 58.8 | 60.4 | 60.0 | 69.2 |
| 問題の多い商法などへの注意事項 | 67.5 | 64.2 | 63.8 | 68.2 | 76.3 |
| 消費生活に関する講座、講演会等の情報 | 16.0 | 17.0 | 17.1 | 21.0 | 35.5 |
| 消費生活に関する法律の情報 | 24.8 | 26.6 | 26.7 | 29.6 | 34.8 |
| 食の安全に関する情報 | 28.9 | 28.2 | 29.4 | 34.6 | 41.3 |
| 環境に関する情報 | 20.8 | 19.1 | 18.9 | 25.1 | 23.0 |
| その他 | 1.4 | 1.4 | 1.2 | 1.6 | 2.3 |

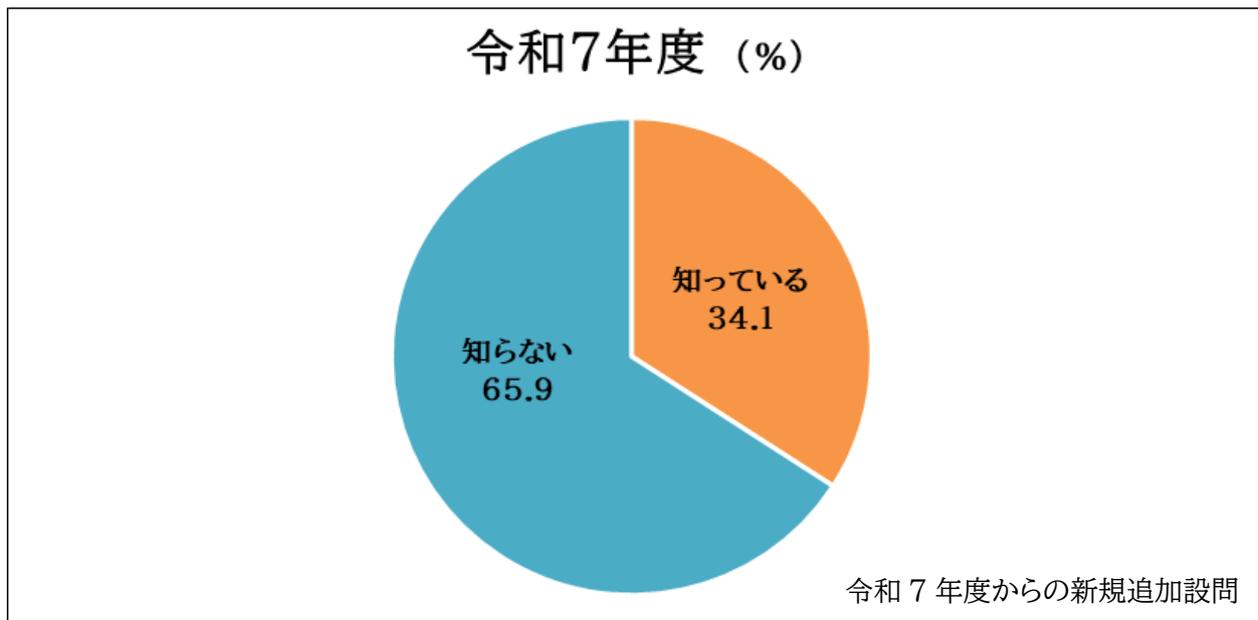


◆ 求められている情報は「問題の多い商法などへの注意事項」

消費生活に関する情報として求められているのは、「問題の多い商法などへの注意事項」が 8 年連続で第 1 位でした。「問題の多い商法などへの注意事項」については、次々と新しい手口が使われているため、その都度、情報の提供を引き続き行っていきます。

問 4

船橋市が配信しているふなばし情報メールでは、被害の多い消費者トラブルの情報や、消費生活に係る講座等の情報を配信していますが、知っていますか？(回答数 577)



◆ ふなばし情報メールの認知度はまだまだ低い……

船橋市では、市内の様々な情報をメール及び LINE で配信する「ふなばし情報メール」というサービスを提供しています。このサービスに登録いただくことで、消費者被害等に関する情報をタイムリーに受け取ることができるため、被害防止の助けになると考えられます。より多くの市民の皆様に登録いただけるよう、今後も啓発を継続していきます。

【ふなばし情報メール】配信する内容と登録の方法について

URL:<https://www.city.funabashi.lg.jp/shisei/kouhou/006/p009042.html>

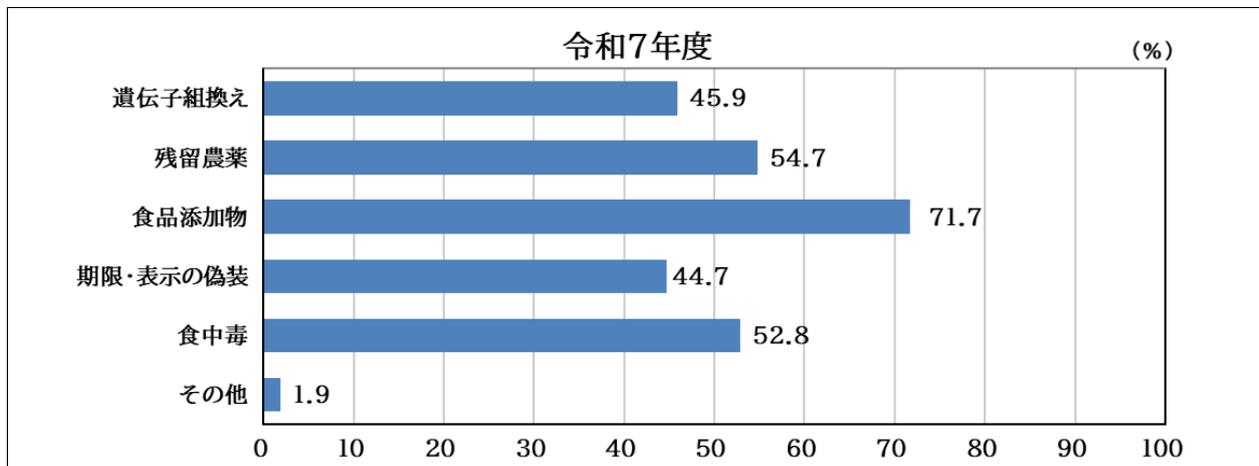


II 「食」について

問1

食品の安全性に関して、どのようなことに不安を感じますか？

(複数回答可(回答数 1,574))

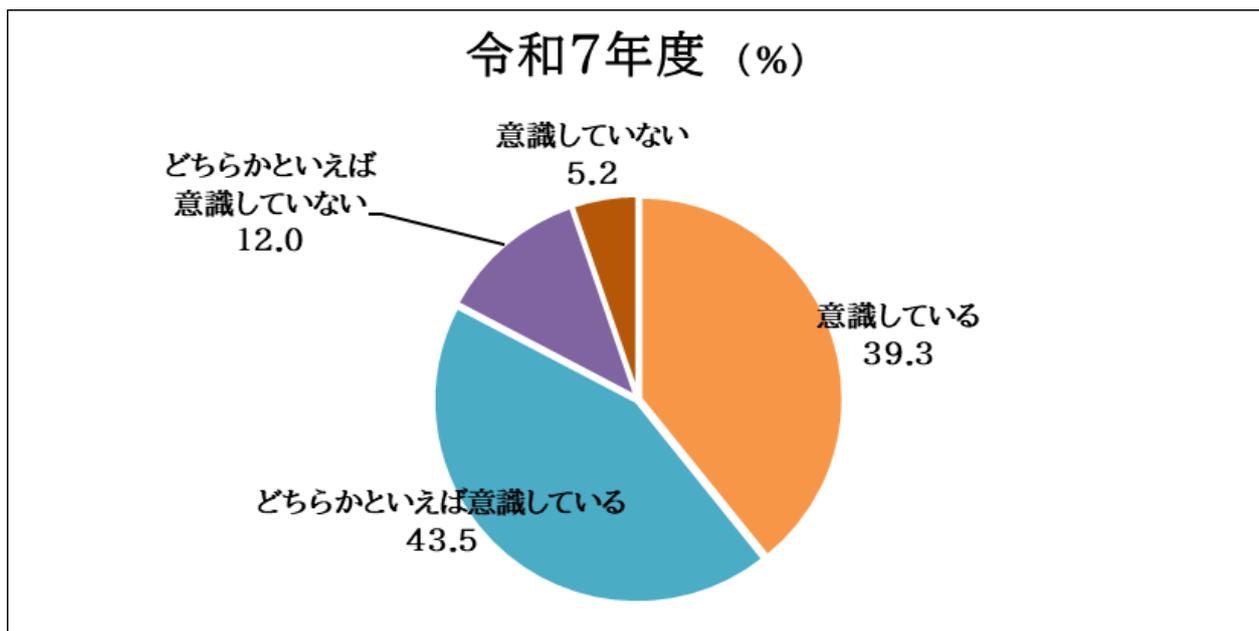


◆ 食品の安全性についての不安の第1位は「食品添加物」

多くの方が「食品添加物」について不安を感じていることがわかりました。食品の安全性については、講師を招き消費者講座を開催しています。少しでも皆様の不安を軽減できるように、今後も引き続き消費者講座を企画していきます。

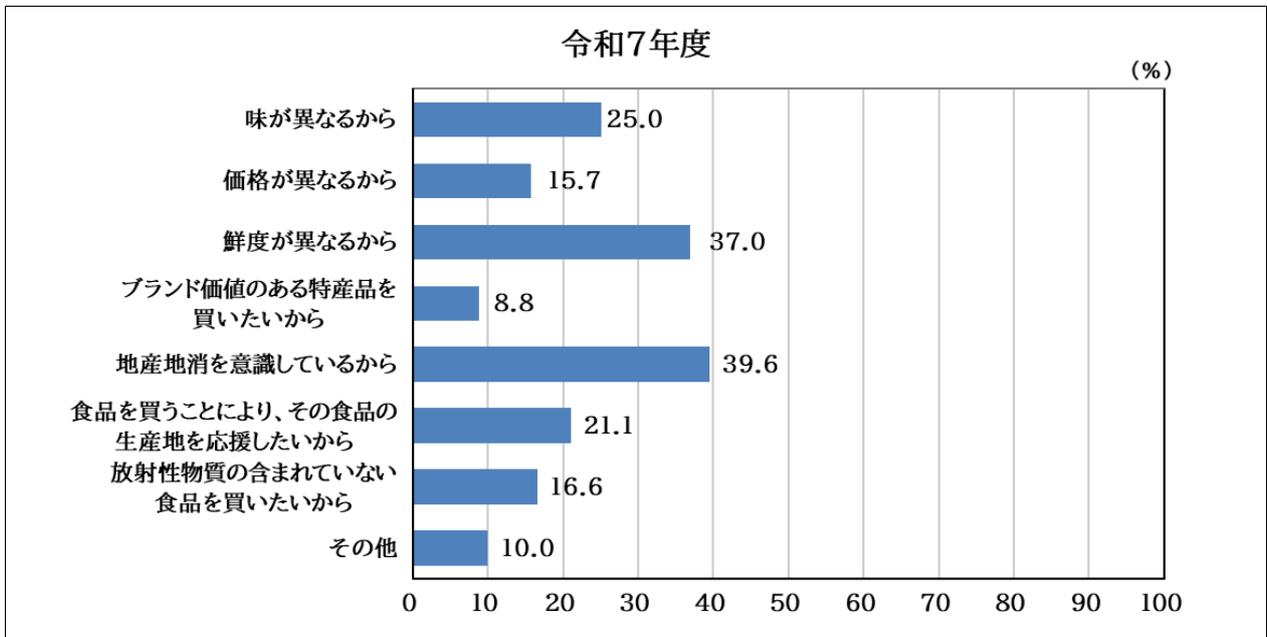
問2 食品の購入

2-1 農水産物を購入する際に、産地を意識して購入していますか？(回答数 573)



| | 年代別 (%) | | | | | | |
|-----------------|---------|------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| 意識している | 0.0 | 25.0 | 25.0 | 38.8 | 49.4 | 37.8 | 38.2 |
| どちらかといえば意識している | 0.0 | 50.0 | 50.0 | 44.9 | 33.3 | 46.8 | 44.0 |
| どちらかといえば意識していない | 50.0 | 25.0 | 25.0 | 8.2 | 13.6 | 11.7 | 11.1 |
| 意識していない | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 8.2 | 3.7 | 3.7 | 6.8 |

2-2 2-1 で「意識している」「どちらかといえば意識している」と答えた方にお聞きします。産地を意識している理由は何ですか？(複数回答可(回答数 1,006))



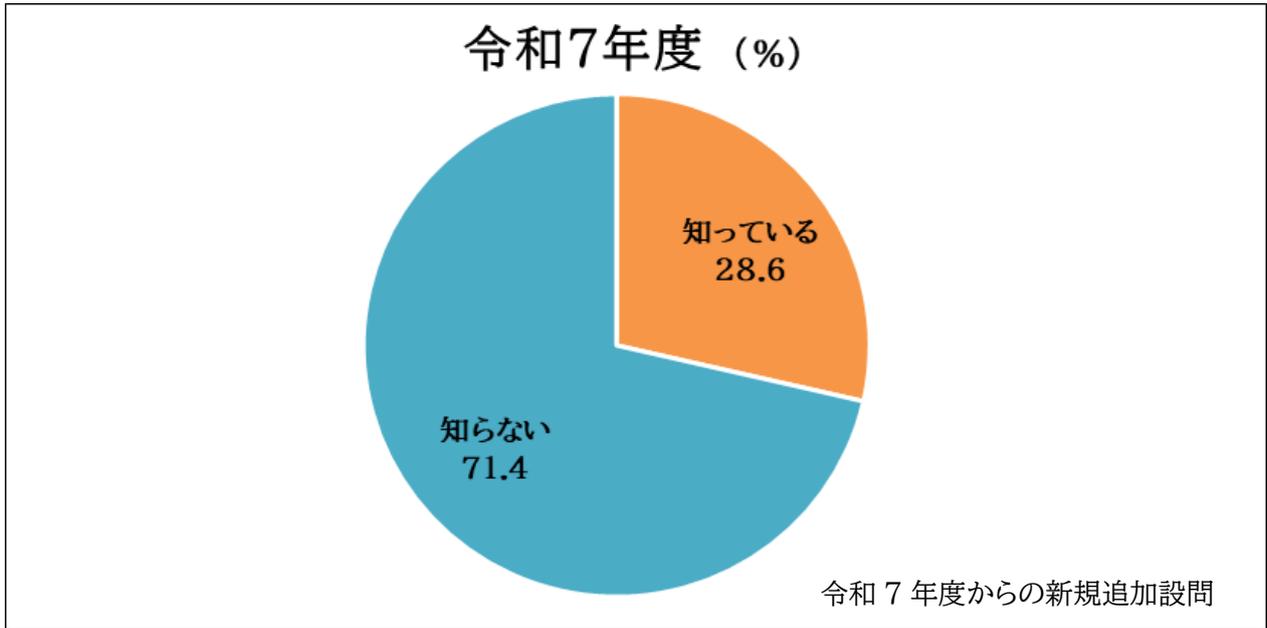
| | 年代別 (%) | | | | | | |
|---------------------------------|---------|------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| 味が異なるから | 0.0 | 33.3 | 55.6 | 39.0 | 26.9 | 30.2 | 27.6 |
| 価格が異なるから | 0.0 | 0.0 | 27.8 | 24.4 | 9.0 | 21.4 | 17.6 |
| 鮮度が異なるから | 0.0 | 0.0 | 33.3 | 51.2 | 46.3 | 45.3 | 44.1 |
| ブランド価値のある特産品を買いたいから | 0.0 | 33.3 | 11.1 | 7.3 | 10.4 | 13.2 | 10.0 |
| 地産地消を意識しているから | 0.0 | 33.3 | 22.2 | 51.2 | 59.7 | 47.2 | 47.1 |
| 食品を買うことにより、その食品の生産地を 応援したいから | 0.0 | 0.0 | 33.3 | 34.1 | 35.8 | 23.9 | 21.2 |
| 放射性物質の含まれていない食品を買いたいから | 0.0 | 0.0 | 11.1 | 9.8 | 19.4 | 21.4 | 22.9 |
| その他 | 0.0 | 66.7 | 0.0 | 7.3 | 11.9 | 11.9 | 15.3 |

◆ 産地を意識して購入する人の割合が約 8 割

農水産物を購入する際に、約 8 割の方が産地を意識して購入していることがわかりました。船橋市内でも地産地消に取り組む企業が増えてきています。なお、年代別にみると 20代以上は地産地消を意識している割合が高いことがわかりました。

問3

消費生活センターでは、食品ロスの削減を目的に、消費者講座やパネル展示を行っています、知っていますか？(回答数 567)



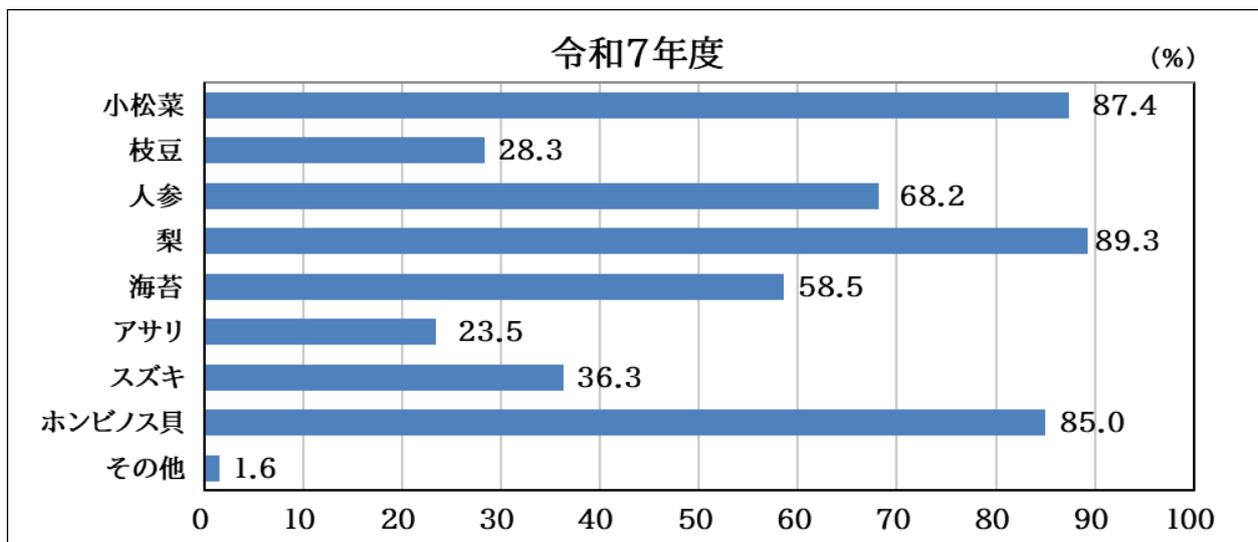
◆ 食品ロスについての啓発強化

消費生活センターでは、食品ロスに係る消費者講座やパネル展示を行っております。食品ロスの削減を促進するためにも、引き続き消費者講座などを通じて啓発をしていきます。

Ⅲ 船橋の農水産物について

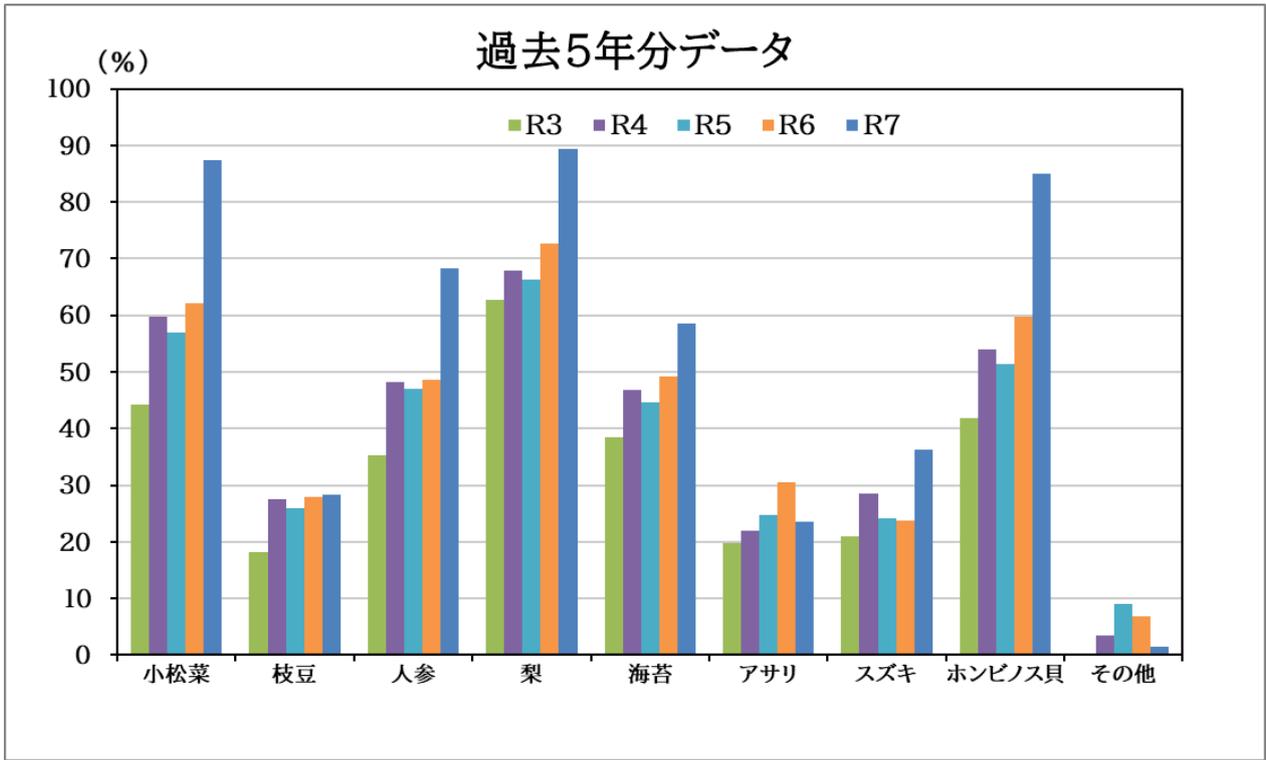
問1

船橋の特産品について知っているものはどれですか？(複数回答可(回答数2,768))



| | 年代別 (%) | | | | | | |
|--------|---------|-------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| 小松菜 | 50.0 | 100.0 | 87.5 | 87.8 | 90.1 | 87.3 | 87.6 |
| 枝豆 | 50.0 | 25.0 | 4.2 | 32.7 | 29.6 | 27.5 | 30.1 |
| 人参 | 100.0 | 50.0 | 33.3 | 65.3 | 66.7 | 66.7 | 74.6 |
| 梨 | 50.0 | 100.0 | 83.3 | 89.8 | 87.7 | 92.1 | 88.5 |
| 海苔 | 50.0 | 50.0 | 33.3 | 67.3 | 63.0 | 62.4 | 53.6 |
| アサリ | 50.0 | 25.0 | 25.0 | 24.5 | 29.6 | 24.3 | 18.2 |
| スズキ | 0.0 | 50.0 | 16.7 | 55.1 | 33.3 | 34.4 | 37.8 |
| ホンビノス貝 | 100.0 | 75.0 | 62.5 | 85.7 | 92.6 | 86.2 | 82.8 |
| その他 | 0.0 | 0.0 | 4.2 | 4.1 | 1.2 | 2.1 | 0.0 |

| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|--------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 小松菜 | 44.3 | 59.7 | 56.9 | 62.1 | 87.4 |
| 枝豆 | 18.2 | 27.5 | 25.9 | 28.0 | 28.3 |
| 人参 | 35.3 | 48.2 | 47.1 | 48.6 | 68.2 |
| 梨 | 62.7 | 67.9 | 66.3 | 72.6 | 89.3 |
| 海苔 | 38.5 | 46.9 | 44.6 | 49.3 | 58.5 |
| アサリ | 19.8 | 21.9 | 24.7 | 30.6 | 23.5 |
| スズキ | 21.0 | 28.5 | 24.2 | 23.8 | 36.3 |
| ホンビノス貝 | 41.9 | 54.0 | 51.4 | 59.7 | 85.0 |
| その他 | 0.0 | 3.4 | 9.1 | 6.9 | 1.6 |

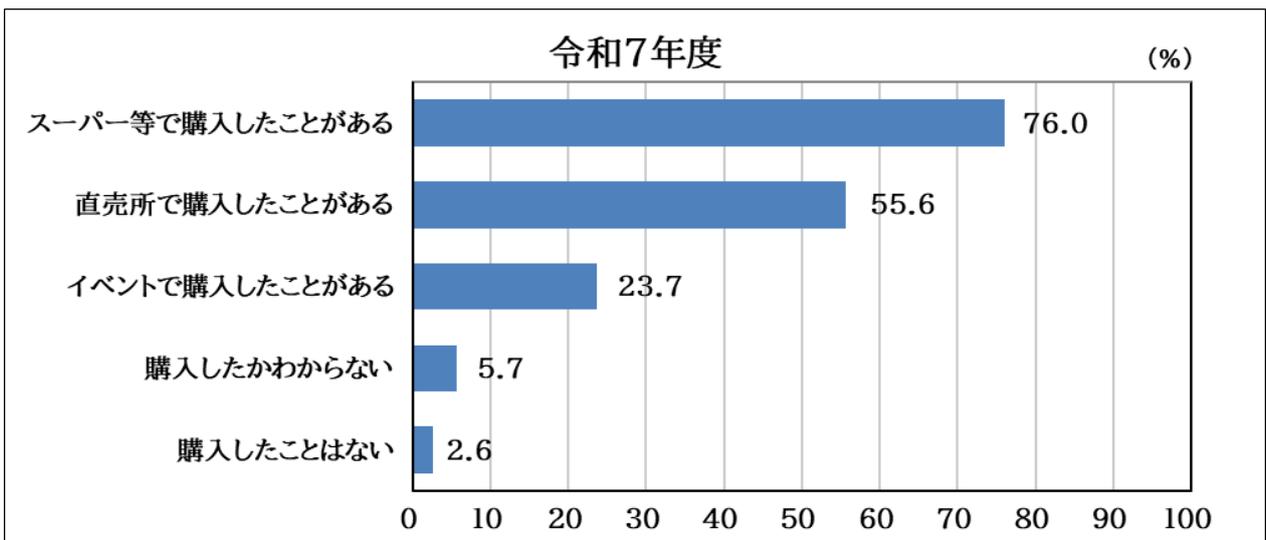


◆ 「梨」の認知度が第1位

「梨」の認知度が高く、続いて「小松菜」、「ホンビノス貝」という結果でした。一方で、「枝豆」、「アサリ」、「スズキ」の認知度は低いことがわかりました。

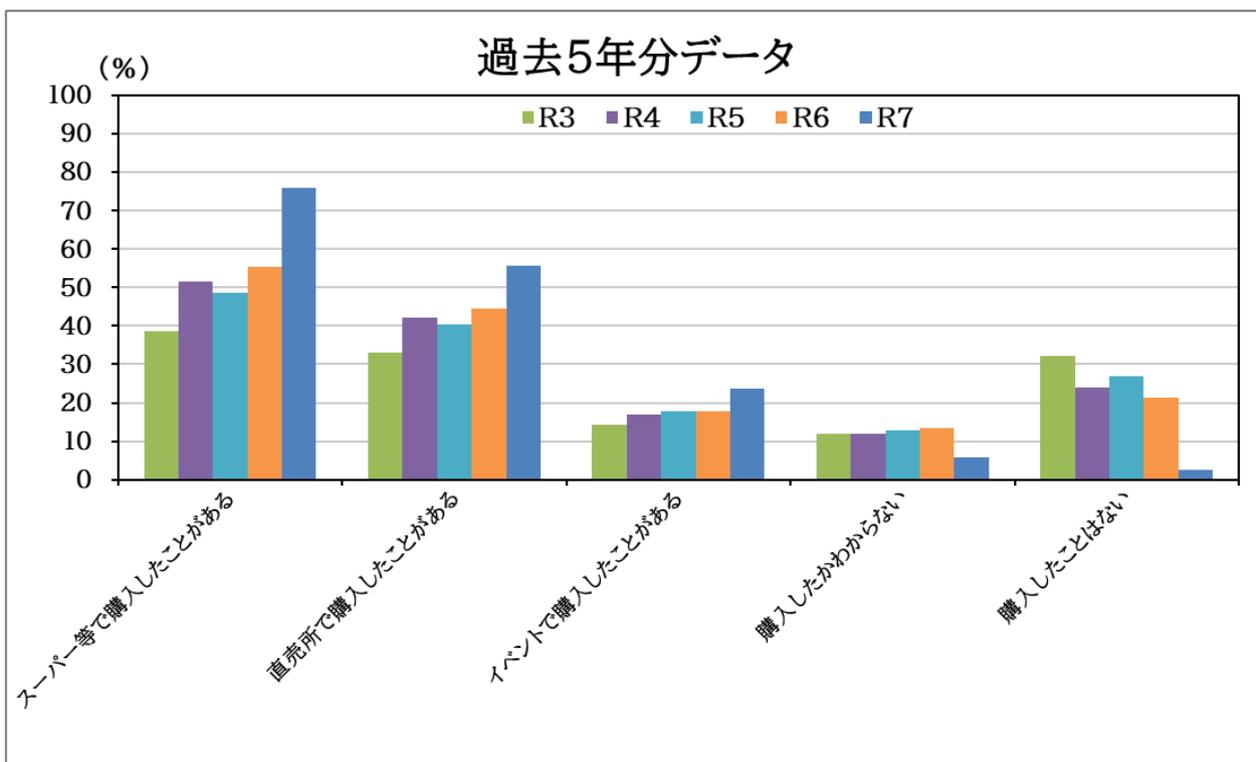
問2

船橋の特産品を購入したことがありますか？(複数回答可(回答数947))



| | 年代別 (%) | | | | | | |
|-----------------|---------|------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| スーパー等で購入したことがある | 50.0 | 75.0 | 70.8 | 73.5 | 81.5 | 82.0 | 68.9 |
| 直売所で購入したことがある | 0.0 | 25.0 | 41.7 | 67.3 | 61.7 | 55.6 | 55.0 |
| イベントで購入したことがある | 0.0 | 0.0 | 25.0 | 32.7 | 34.6 | 21.2 | 20.6 |
| 購入したかわからない | 0.0 | 25.0 | 8.3 | 6.1 | 4.9 | 5.3 | 5.7 |
| 購入したことはない | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 6.1 | 2.5 | 2.1 | 2.4 |

| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|-----------------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| スーパー等で購入したことがある | 38.5 | 51.6 | 48.6 | 55.2 | 76.0 |
| 直売所で購入したことがある | 32.9 | 42.1 | 40.3 | 44.5 | 55.6 |
| イベントで購入したことがある | 14.2 | 17.0 | 17.7 | 17.8 | 23.7 |
| 購入したかわからない | 12.0 | 12.1 | 12.9 | 13.4 | 5.7 |
| 購入したことはない | 32.1 | 23.9 | 26.9 | 21.4 | 2.6 |

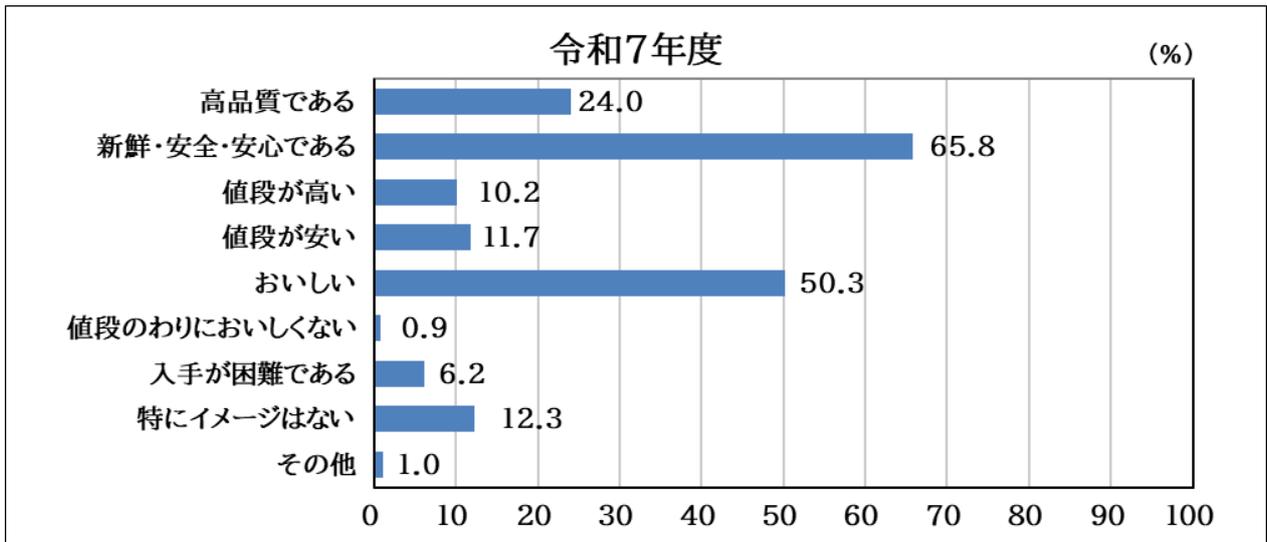


◆ 第1位「スーパー等で購入したことがある」

第1位は、「スーパー等で購入したことがある」、第2位は、「直売所で購入したことがある」でした。「スーパー等で購入したことがある」が1位であることから船橋の特産品を身近に感じられる環境にあるようです。

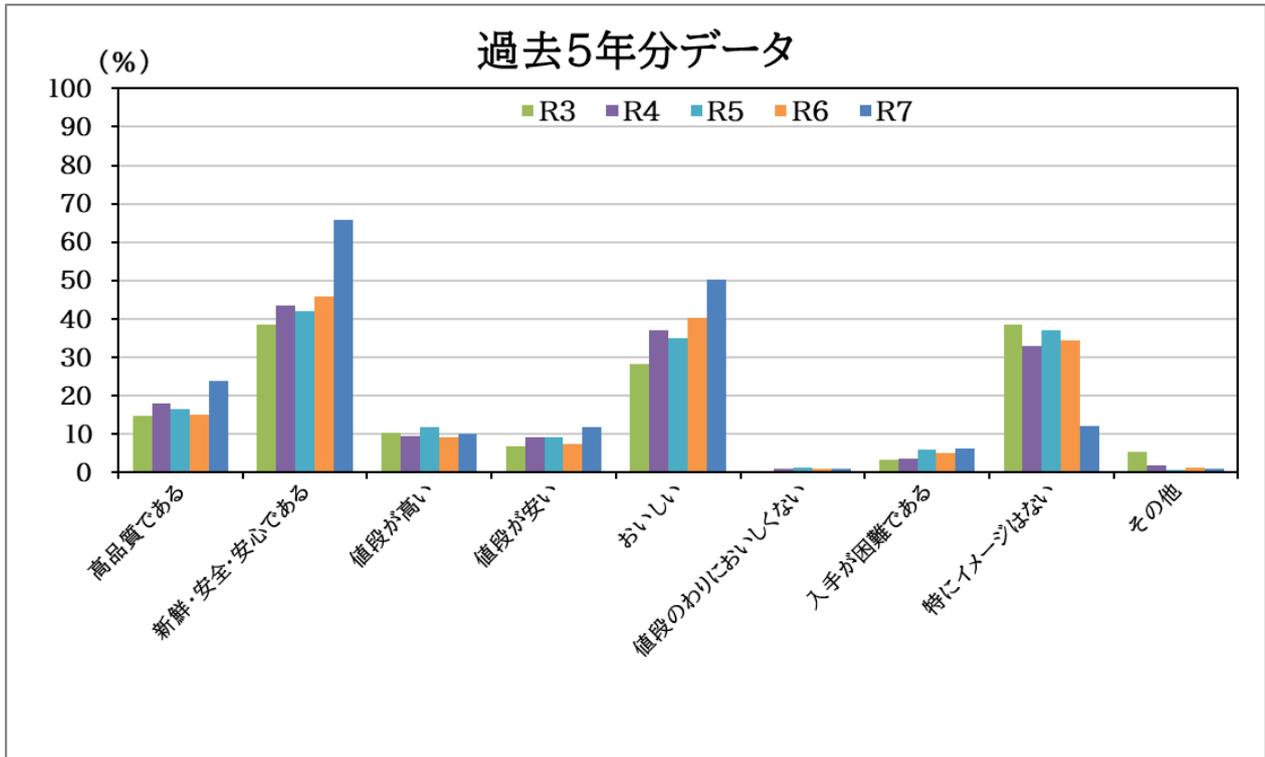
問3

船橋の特産品のイメージについてあてはまるものはどれですか？(複数回答可(回答数1,056))



| | 年代別 (%) | | | | | | |
|--------------|---------|------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| 高品質である | 0.0 | 0.0 | 12.5 | 24.5 | 22.2 | 25.9 | 25.4 |
| 新鮮・安全・安心である | 50.0 | 25.0 | 50.0 | 59.2 | 71.6 | 65.1 | 69.4 |
| 値段が高い | 0.0 | 0.0 | 12.5 | 10.2 | 8.6 | 11.6 | 9.6 |
| 値段が安い | 0.0 | 25.0 | 8.3 | 12.2 | 18.5 | 6.9 | 13.4 |
| おいしい | 50.0 | 50.0 | 50.0 | 59.2 | 54.3 | 54.0 | 41.6 |
| 値段のわりにおいしくない | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2.5 | 0.0 | 1.4 |
| 入手が困難である | 0.0 | 0.0 | 4.2 | 4.1 | 2.5 | 5.3 | 10.0 |
| 特にイメージはない | 0.0 | 50.0 | 16.7 | 12.2 | 11.1 | 13.2 | 11.0 |
| その他 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2.0 | 1.2 | 1.6 | 0.5 |

| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|--------------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 高品質である | 14.8 | 17.9 | 16.4 | 15.2 | 24.0 |
| 新鮮・安全・安心である | 38.5 | 43.6 | 42.0 | 45.8 | 65.8 |
| 値段が高い | 10.4 | 9.6 | 11.8 | 9.3 | 10.2 |
| 値段が安い | 6.8 | 9.3 | 9.1 | 7.4 | 11.7 |
| おいしい | 28.1 | 37.2 | 35.0 | 40.2 | 50.3 |
| 値段のわりにおいしくない | 0.4 | 1.0 | 1.3 | 1.0 | 0.9 |
| 入手が困難である | 3.2 | 3.6 | 6.0 | 5.1 | 6.2 |
| 特にイメージはない | 38.5 | 32.8 | 37.0 | 34.4 | 12.3 |
| その他 | 5.4 | 1.9 | 0.8 | 1.4 | 1.0 |



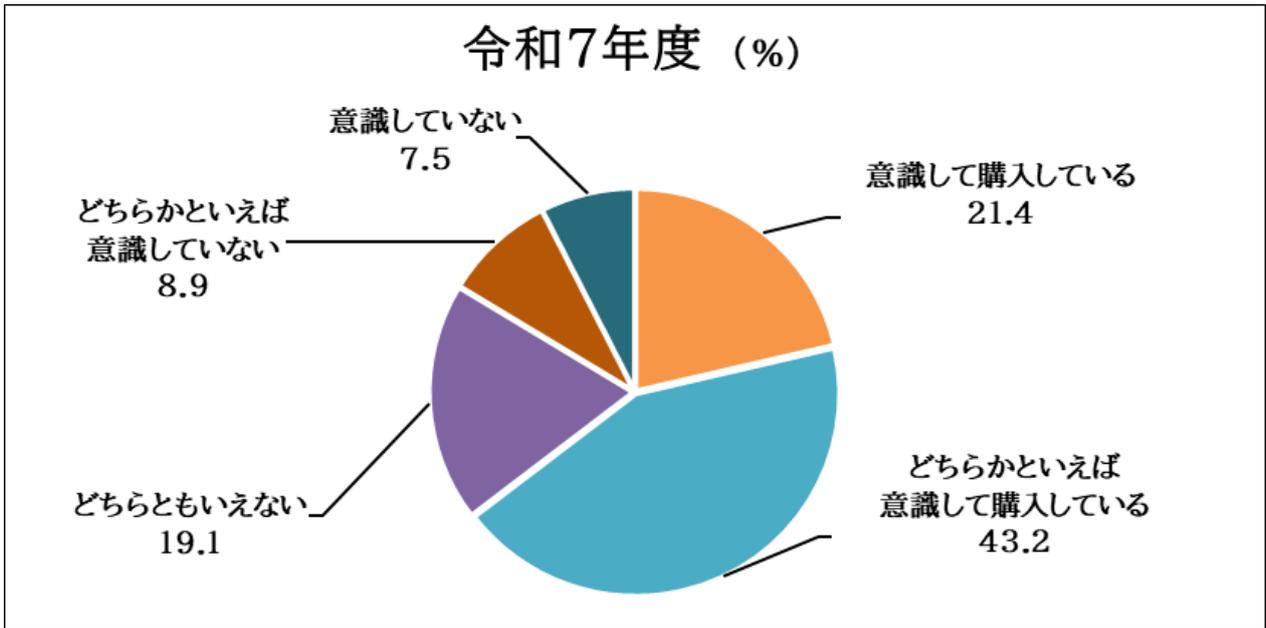
◆ 特産品のイメージ 第1位「新鮮・安全・安心である」

第1位は、「新鮮・安全・安心である」、第2位は、「おいしい」という結果でした。入手が困難であると回答している人の割合は少ないため、多くの人が船橋特産品を手に入れられる環境にあるようです。

問4

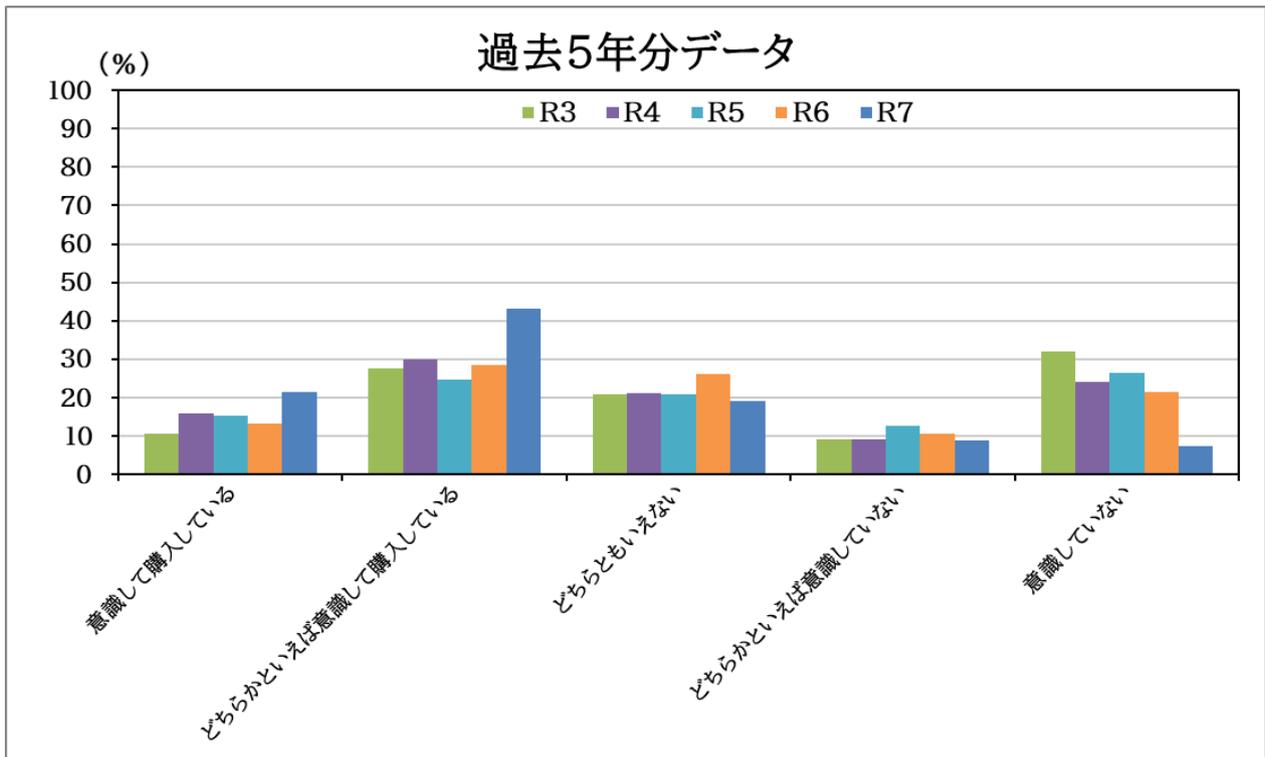
地場食材を意識して購入していますか？(回答数 576)

注：地場食材とは、主に県内産とします。



| | 年代別 (%) | | | | | | |
|--------------------|---------|------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| 意識して購入している | 0.0 | 0.0 | 12.5 | 30.6 | 17.3 | 19.0 | 23.7 |
| どちらかといえば意識して購入している | 0.0 | 25.0 | 50.0 | 34.7 | 54.3 | 45.5 | 37.7 |
| どちらともいえない | 0.0 | 0.0 | 20.8 | 14.3 | 14.8 | 20.1 | 22.7 |
| どちらかといえば意識していない | 0.0 | 25.0 | 8.3 | 12.2 | 8.6 | 6.9 | 10.1 |
| 意識していない | 100.0 | 50.0 | 8.3 | 8.2 | 4.9 | 8.5 | 5.8 |

| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|--------------------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 意識して購入している | 10.5 | 15.9 | 15.3 | 13.2 | 21.4 |
| どちらかといえば意識して購入している | 27.5 | 29.9 | 24.6 | 28.5 | 43.2 |
| どちらともいえない | 20.8 | 21.1 | 20.9 | 26.2 | 19.1 |
| どちらかといえば意識していない | 9.2 | 9.0 | 12.8 | 10.6 | 8.9 |
| 意識していない | 32.0 | 24.1 | 26.4 | 21.5 | 7.5 |

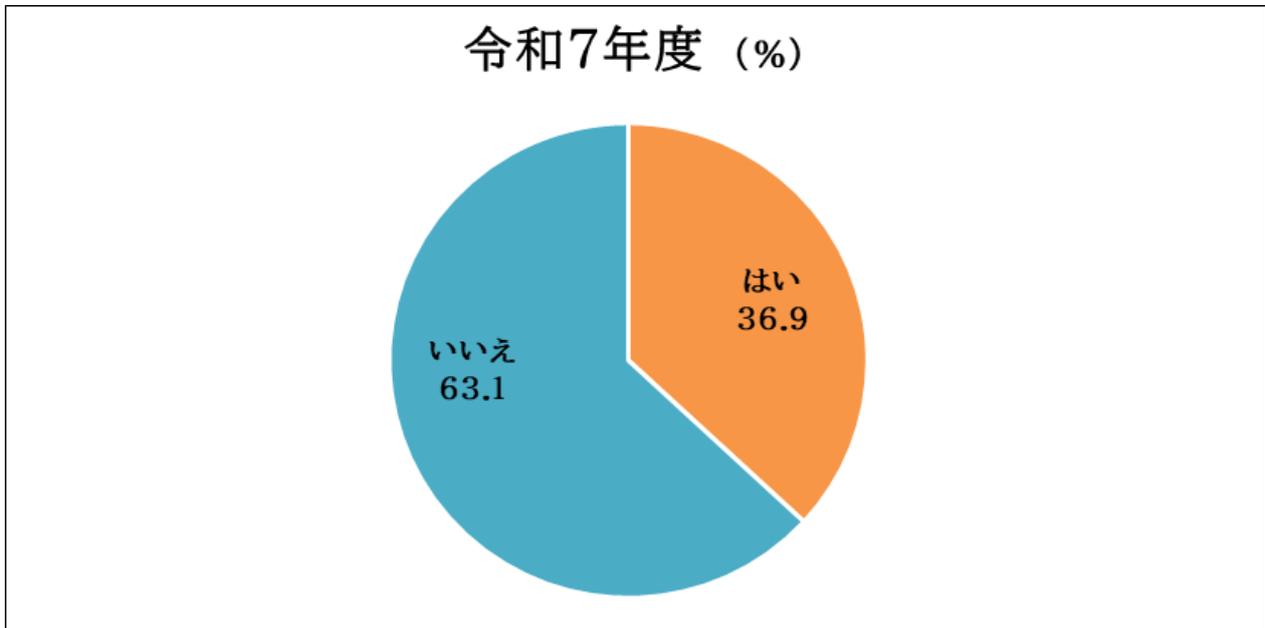


◆ 地場食材を「どちらかといえば意識して購入している」
 地場食材を「意識して購入している」「どちらかといえば意識して購入している」を選択した人の合計が6割を超える結果となりました。年代別で見ると、30代以上は意識して購入しているが多いことがわかりました。

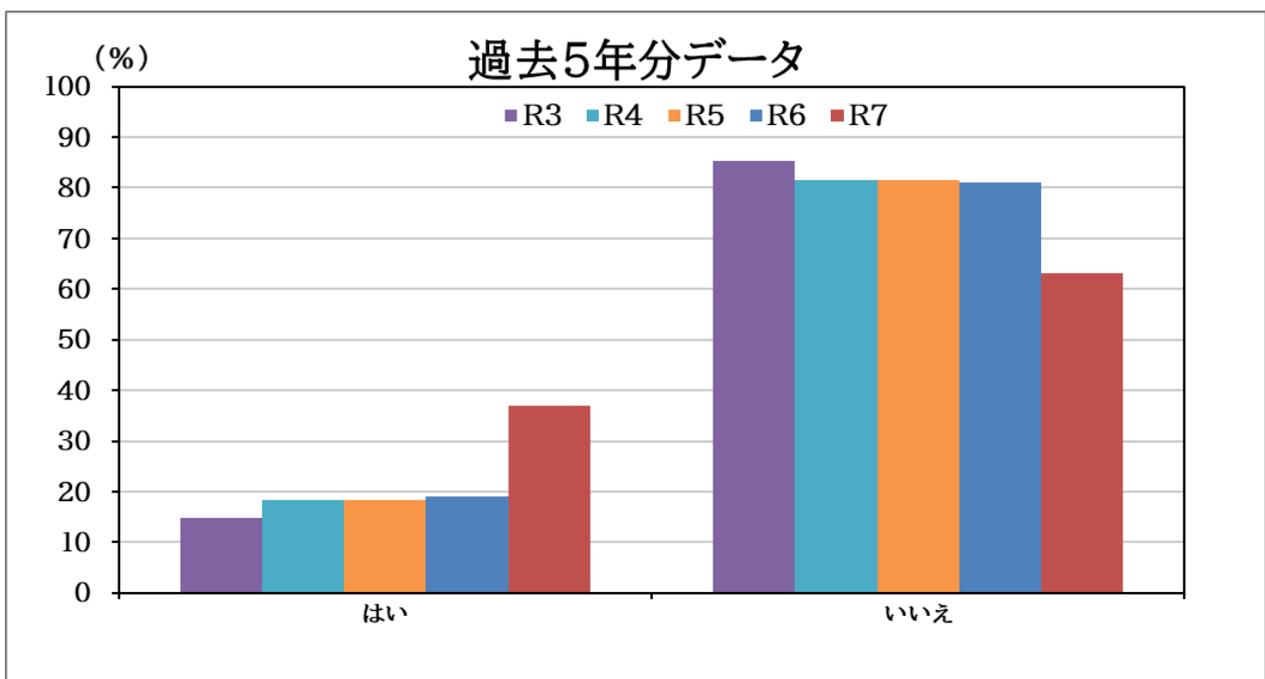
IV ふるさと納税について

問1

ふるさと納税をしたことがありますか？(回答数 572)

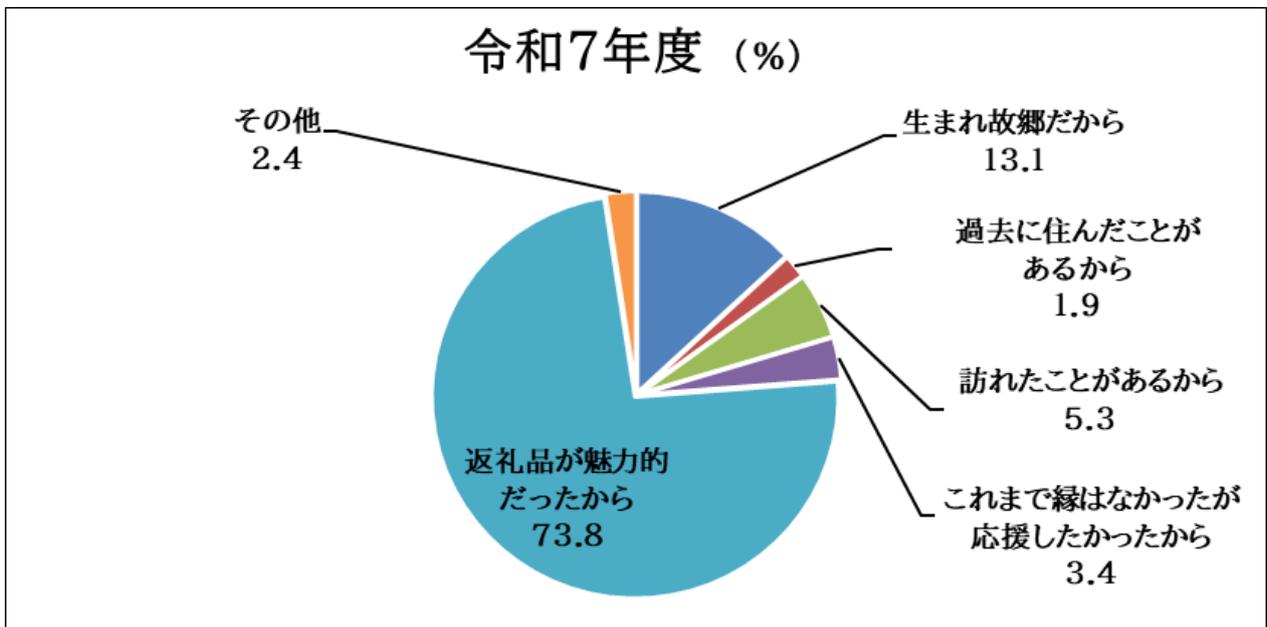


| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|-----|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| はい | 14.8 | 18.4 | 18.4 | 19.0 | 36.9 |
| いいえ | 85.2 | 81.6 | 81.6 | 81.0 | 63.1 |

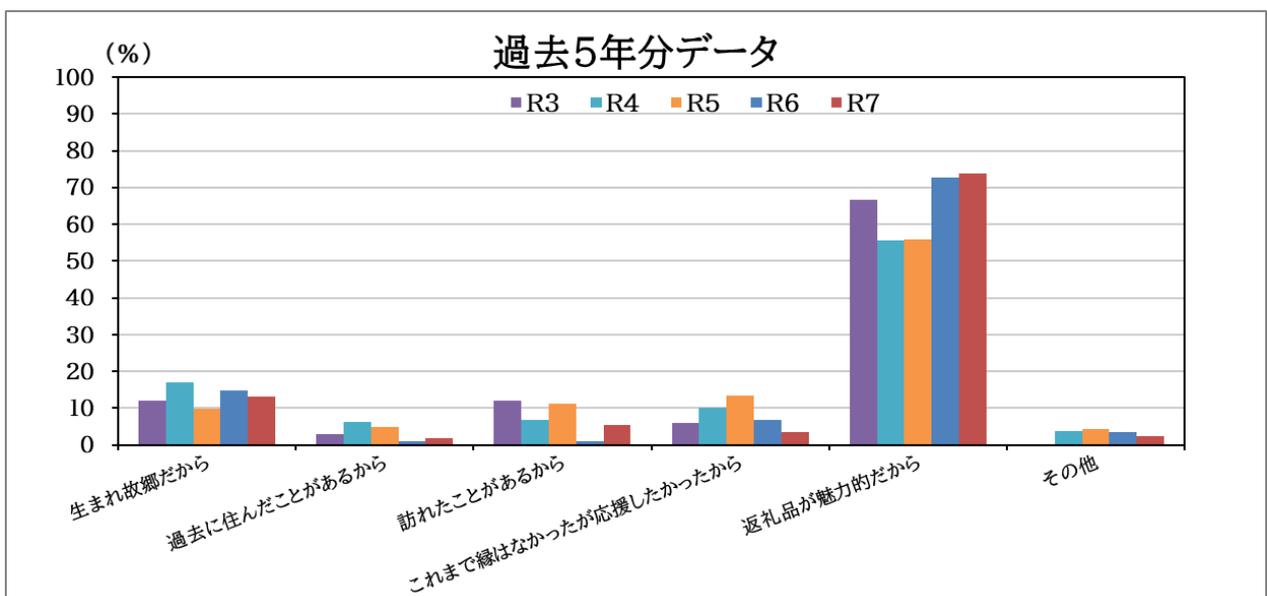


問2 問1で「はい」と答えた方にお聞きします。

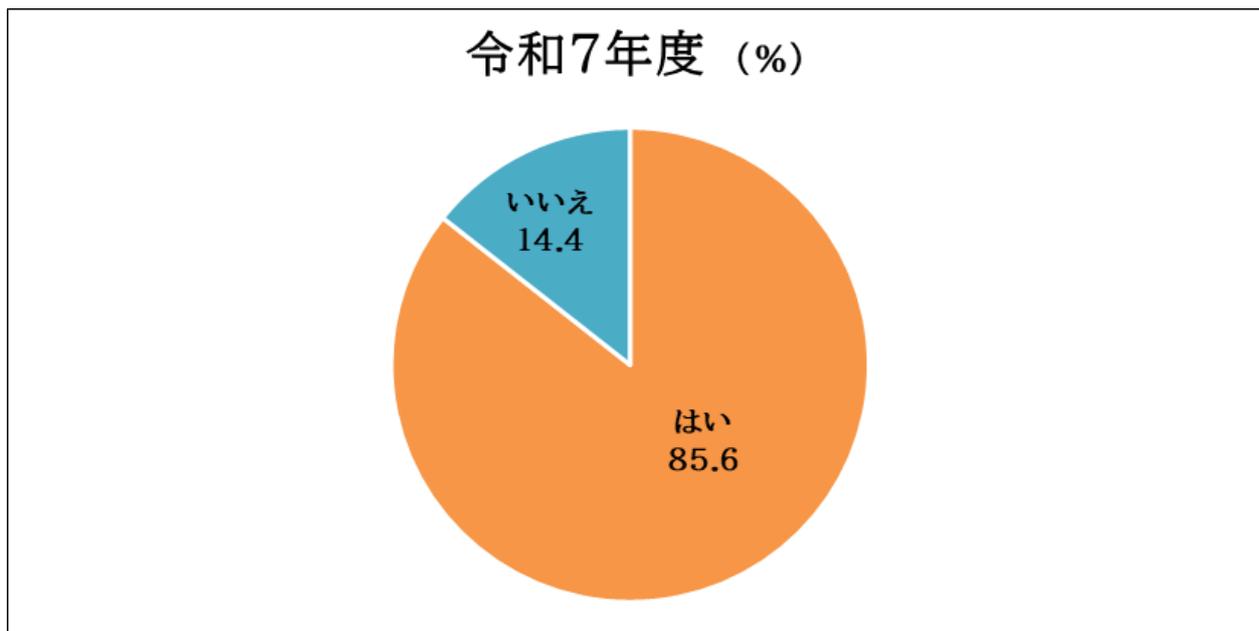
2-1 ふるさと納税をする際、その自治体を選んだ最もあてはまる理由はなんですか？（回答数206）



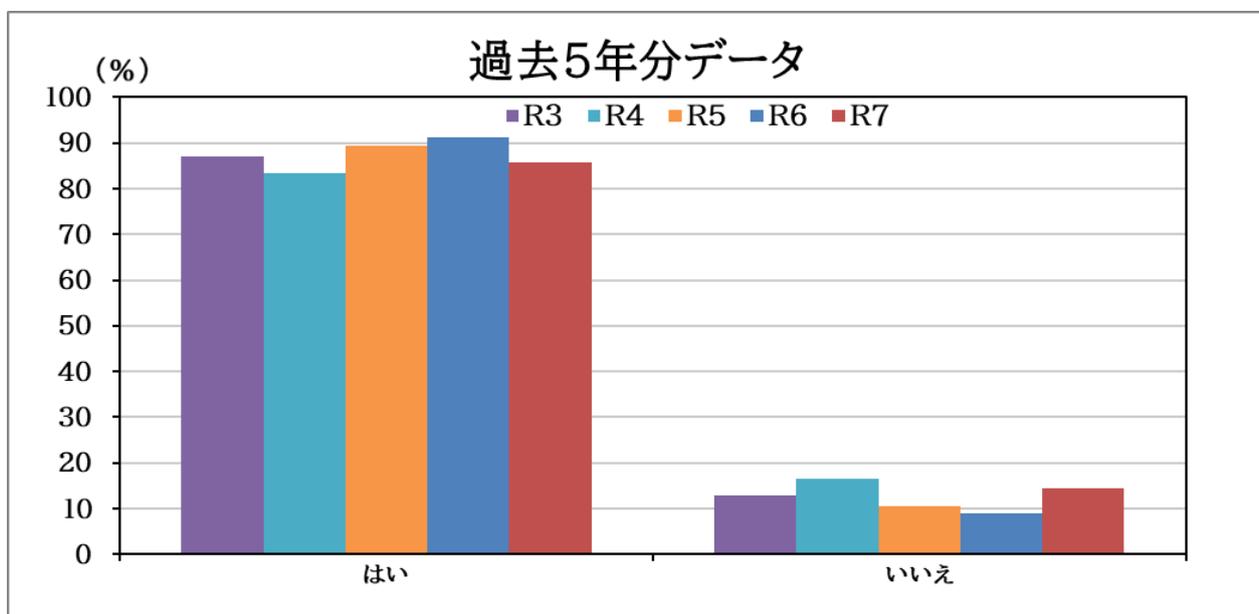
| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|----------------------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 生まれ故郷だから | 12.1 | 17.1 | 9.9 | 14.8 | 13.1 |
| 過去に住んだことがあるから | 3.0 | 6.3 | 5.0 | 1.1 | 1.9 |
| 訪れたことがあるから | 12.1 | 7.0 | 11.3 | 1.1 | 5.3 |
| これまで縁はなかったが応援したかったから | 6.1 | 10.1 | 13.5 | 6.8 | 3.4 |
| 返礼品が魅力的だったから | 66.7 | 55.7 | 56.0 | 72.7 | 73.8 |
| その他 | 0.0 | 3.8 | 4.3 | 3.4 | 2.4 |



2-2 今後もふるさと納税をしたいと思いますか？(回答数 202)



| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|-----|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| はい | 87.1 | 83.3 | 89.4 | 91.1 | 85.6 |
| いいえ | 12.9 | 16.7 | 10.6 | 8.9 | 14.4 |

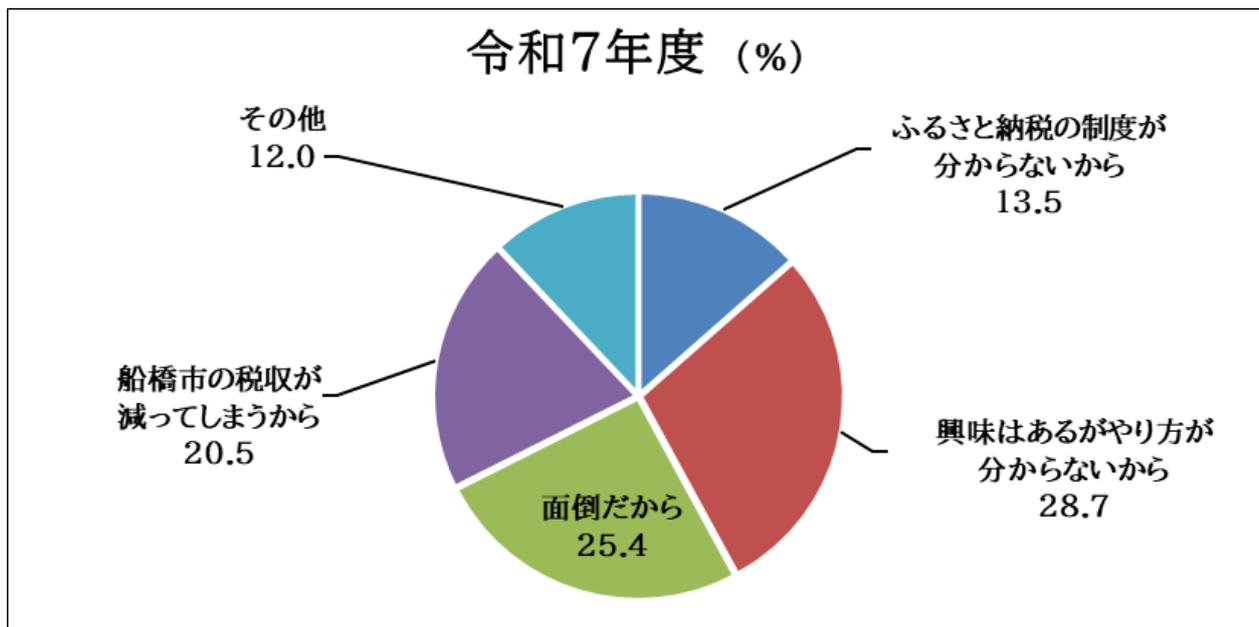


◆ ふるさと納税をしている人はまだ少ない

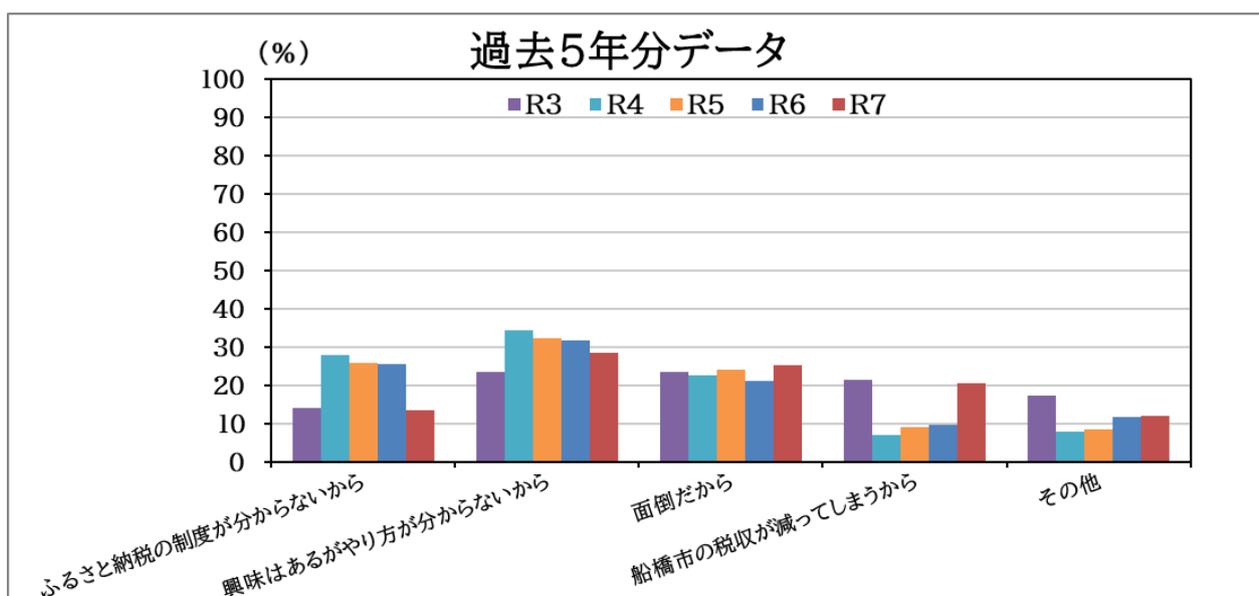
ふるさと納税をしている人の割合は、昨年から増加していることがわかりました。なお、ふるさと納税をしている人の理由としては、「返礼品が魅力的だったから」が最も多いことがわかりました。

問3 問1で「いいえ」と答えた方にお聞きします。

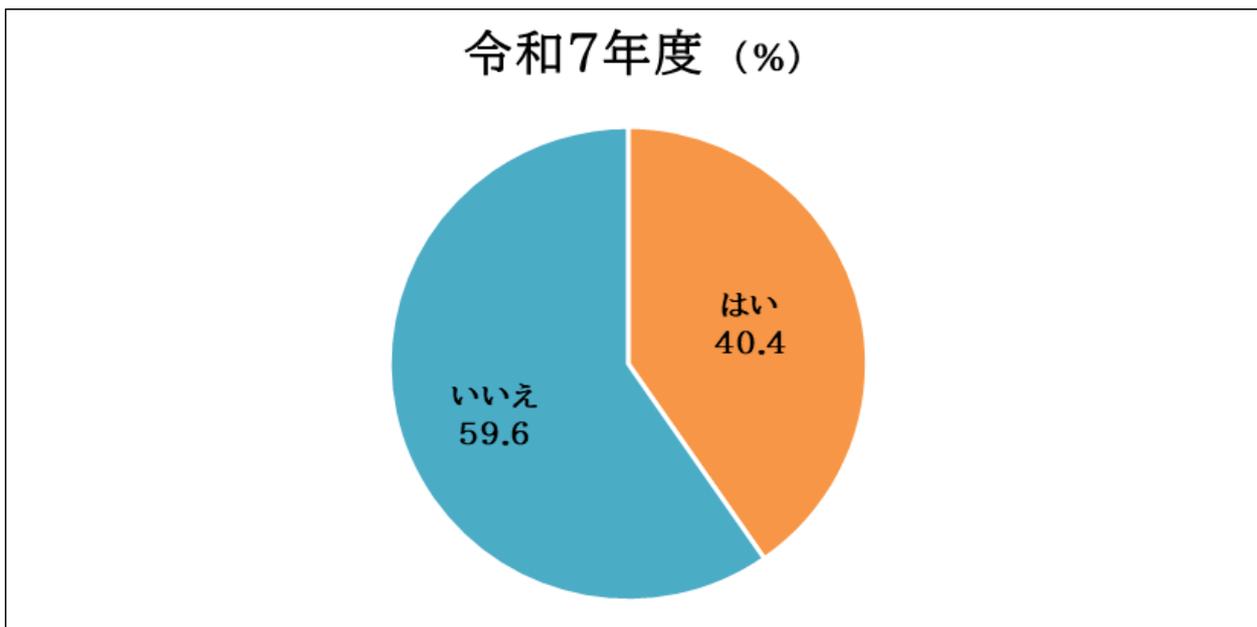
3-1 ふるさと納税をしない最もあてはまる理由はなんですか？(回答数 342)



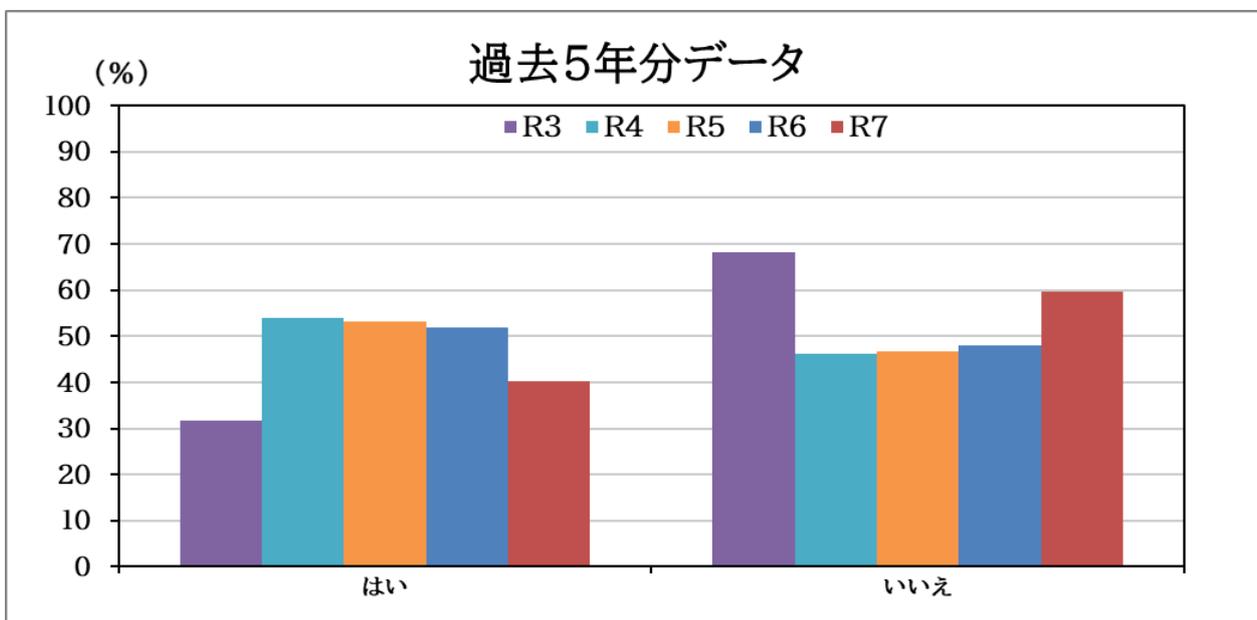
| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|-------------------|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| ふるさと納税の制度が分からないから | 14.0 | 28.1 | 25.9 | 25.6 | 13.5 |
| 興味はあるがやり方が分からないから | 23.7 | 34.3 | 32.5 | 31.8 | 28.7 |
| 面倒だから | 23.7 | 22.6 | 24.1 | 21.2 | 25.4 |
| 船橋市の税収が減ってしまうから | 21.5 | 7.0 | 9.0 | 9.6 | 20.5 |
| その他 | 17.2 | 8.0 | 8.5 | 11.9 | 12.0 |



3-2 今後、ふるさと納税をしてみたいですか？(回答数 342)



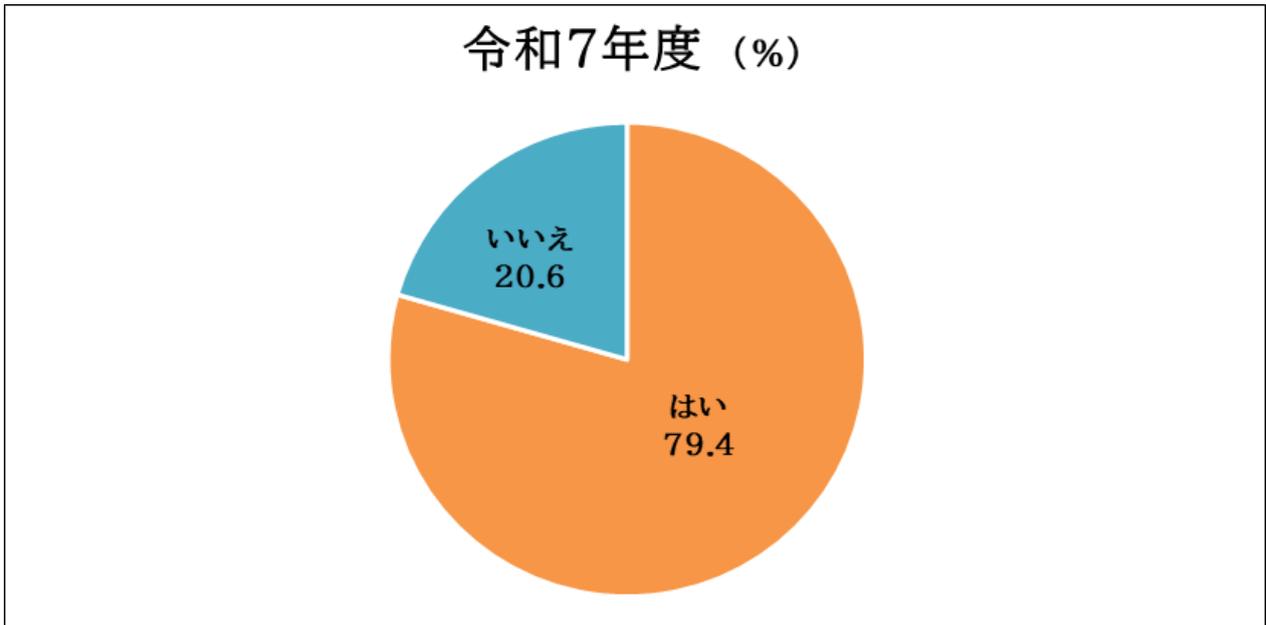
| | 過去5年分データ (%) | | | | |
|-----|--------------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| はい | 31.7 | 53.9 | 53.2 | 52.0 | 40.4 |
| いいえ | 68.3 | 46.1 | 46.8 | 48.0 | 59.6 |



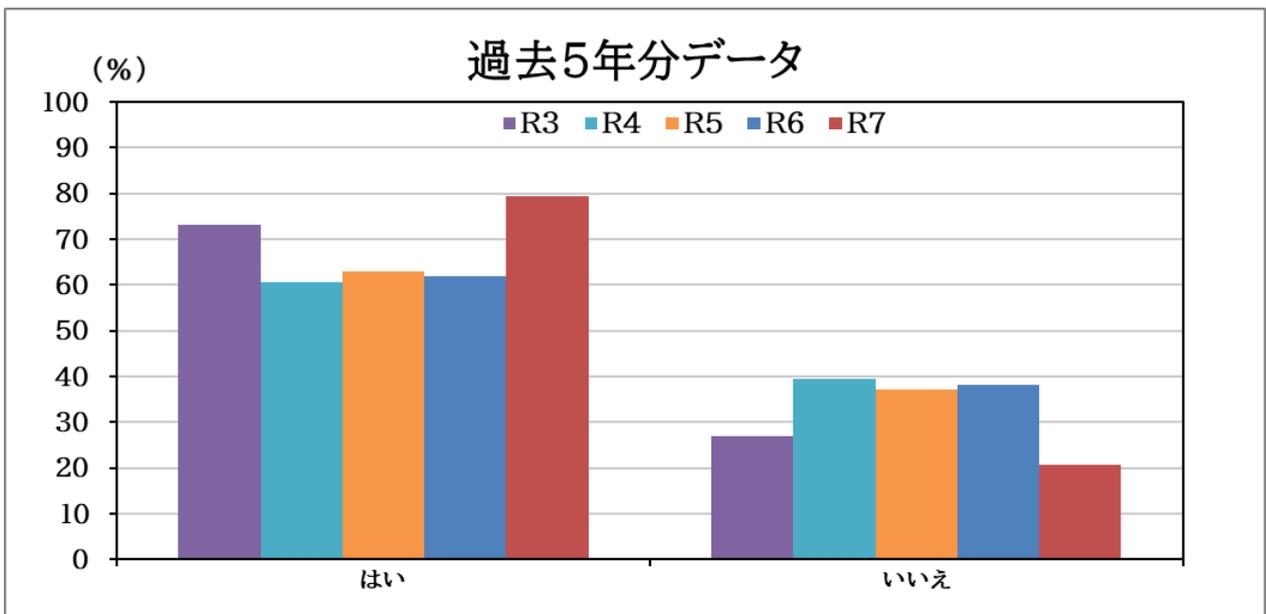
◆ 約4割の人がふるさと納税をしてみたい
 ふるさと納税をしない理由として、「興味はあるがやり方が分からないから」が第1位、「面倒だから」が第2位となりました。

問 4

ふるさと納税をすることで寄附者は税控除を受けられますが、お住まいの自治体の住民税がその分減少することをご存じですか？(回答数549)



| | 過去5年分データ | | | | |
|-----|----------|------|------|------|------|
| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| はい | 73.1 | 60.6 | 62.9 | 61.9 | 79.4 |
| いいえ | 26.9 | 39.4 | 37.1 | 38.1 | 20.6 |

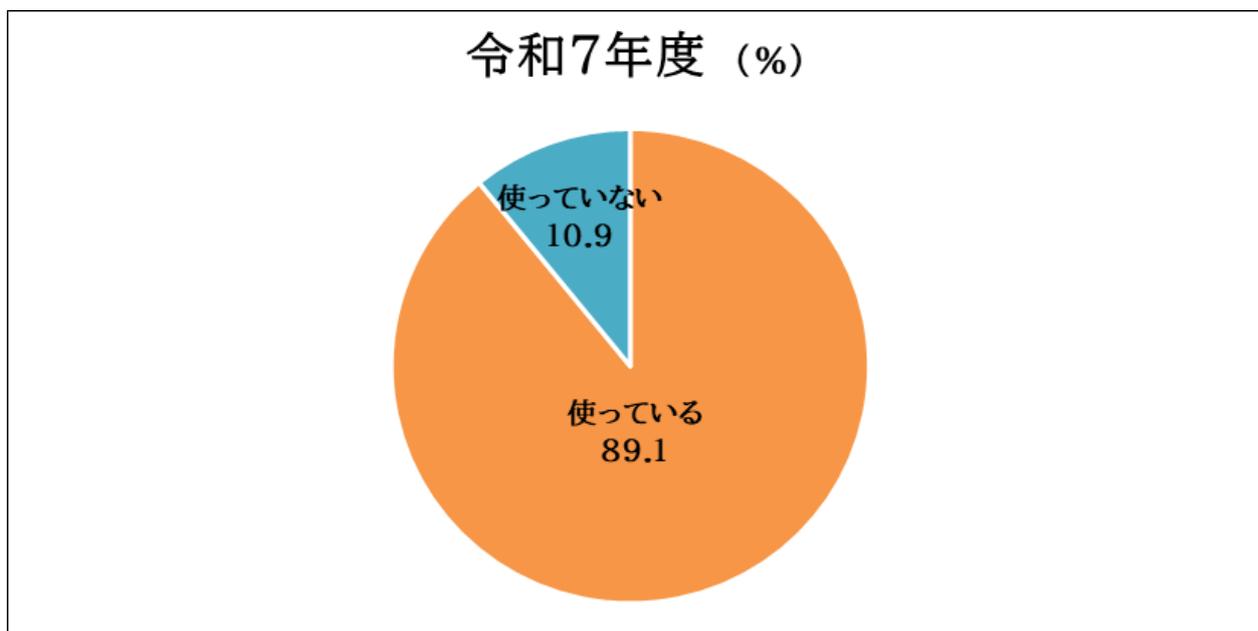


◆ 約 8 割が知っていると回答
 約 8 割の人が、ふるさと納税をすることによって自分の住んでいる自治体の税収入が減ることを知っている結果となりました。

V キャッシュレス決済について

問1

普段の買い物でキャッシュレス決済を使っていますか？(回答数 568)



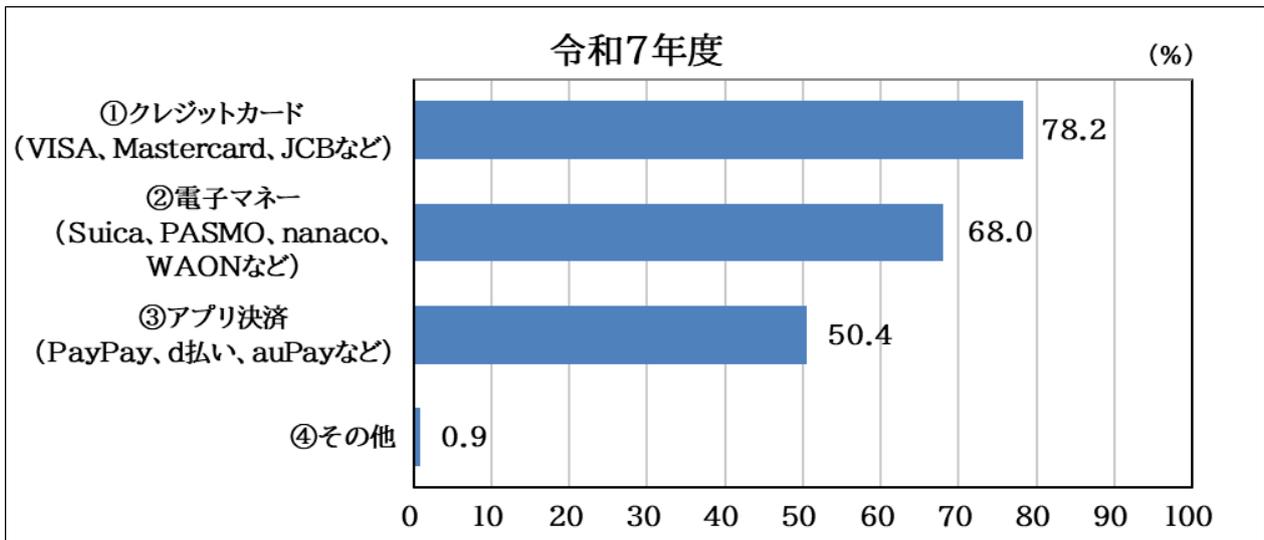
| | 年代別 (%) | | | | | | |
|--------|---------|-------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| 使っている | 100.0 | 100.0 | 95.8 | 98.0 | 90.1 | 96.8 | 79.2 |
| 使っていない | 0.0 | 0.0 | 4.2 | 2.0 | 9.9 | 3.2 | 20.8 |

◆ 約 9 割の人がキャッシュレス決済を使っている

約 9 割の人がキャッシュレス決済を使っていることがわかりました。キャッシュレス決済が生活に浸透していることがわかります。

問2問1で「使っている」と答えた方にお聞きします。

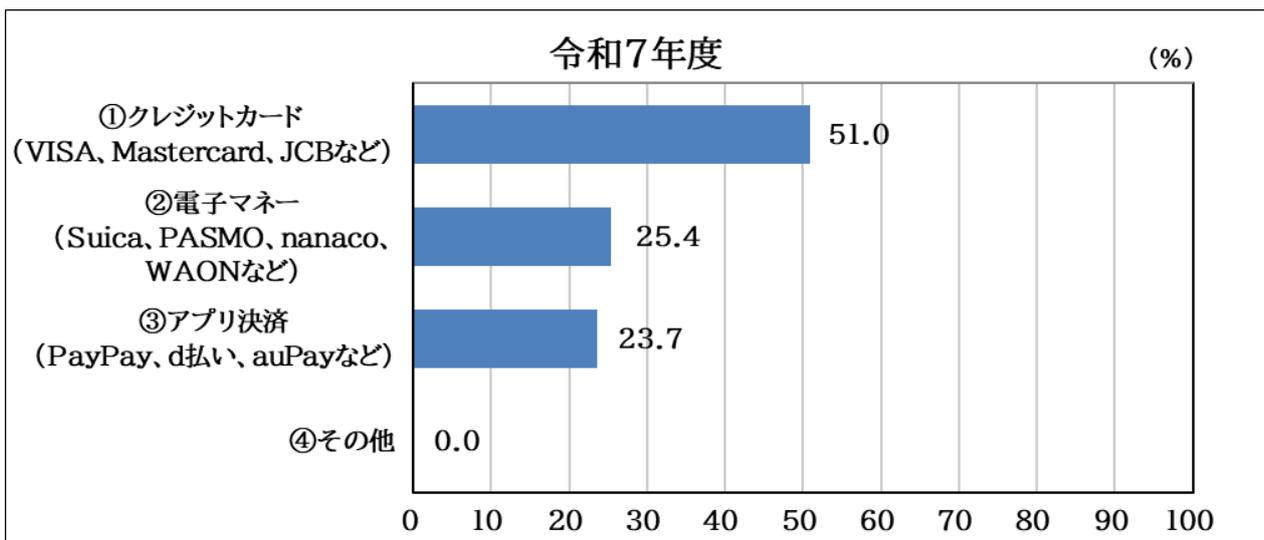
2-1 普段使っているキャッシュレス決済方法はどれですか？(複数回答可(回答数 1,144))



| | 年代別 (%) | | | | | | |
|-------------------------------------|---------|-------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| クレジットカード(VISA, Mastercard, JCBなど) | 50.0 | 100.0 | 73.9 | 95.8 | 94.5 | 89.5 | 86.9 |
| 電子マネー(Suica, PASMO, nanaco, WAONなど) | 100.0 | 75.0 | 73.9 | 79.2 | 76.7 | 84.5 | 72.5 |
| アプリ決済(PayPay, d払い, auPayなど) | 0.0 | 75.0 | 82.6 | 75.0 | 72.6 | 56.4 | 45.6 |
| その他 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2.1 | 2.7 | 0.6 | 0.0 |

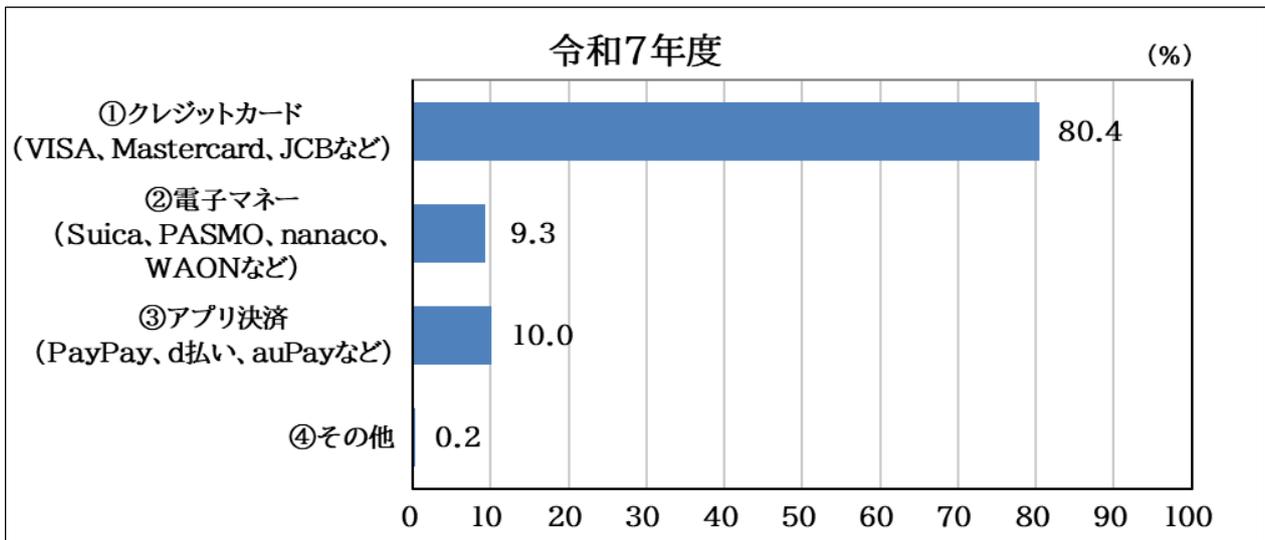
2-2 2-1のキャッシュレス決済方法(①~④)のうち、一番よく使うものはどれですか？

(一番回数が多いもの(回答数 469))



| | 年代別 (%) | | | | | | |
|-------------------------------------|---------|------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| クレジットカード(VISA, Mastercard, JCBなど) | 50.0 | 25.0 | 50.0 | 58.7 | 48.6 | 46.5 | 55.0 |
| 電子マネー(Suica, PASMO, nanaco, WAONなど) | 50.0 | 0.0 | 22.7 | 19.6 | 18.1 | 33.1 | 22.9 |
| アプリ決済(PayPay, d払い, auPayなど) | 0.0 | 75.0 | 27.3 | 21.7 | 33.3 | 20.3 | 22.1 |
| その他 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

(一番金額が多いもの(回答数409))



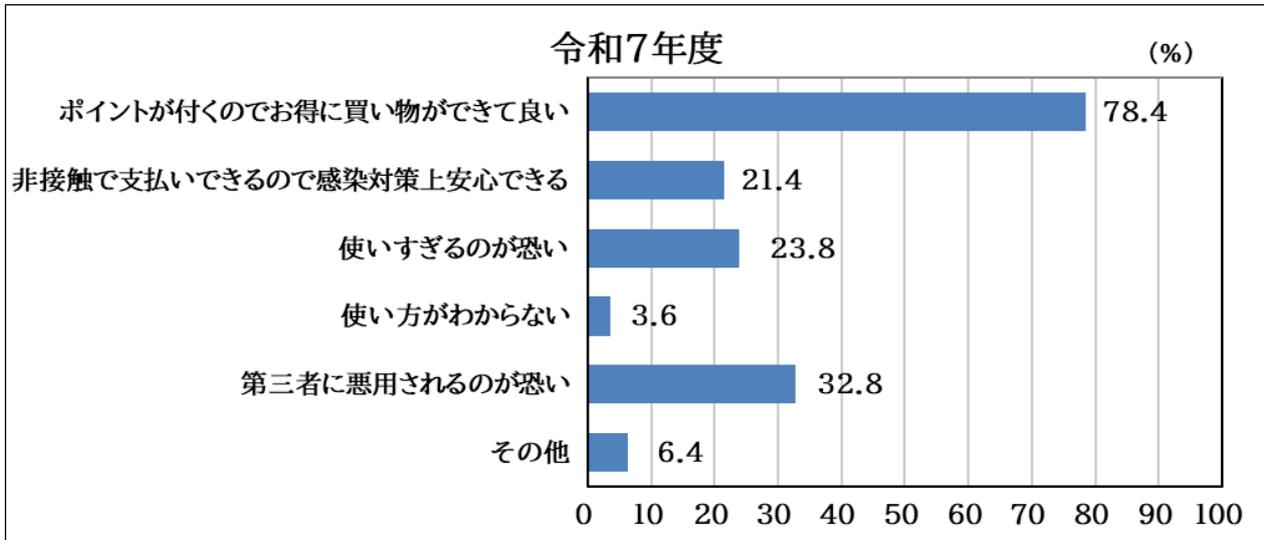
| | 年代別 (%) | | | | | | |
|-------------------------------------|---------|------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| クレジットカード(VISA, Mastercard, JCBなど) | 50.0 | 33.3 | 75.0 | 70.7 | 82.4 | 81.5 | 83.9 |
| 電子マネー(Suica, PASMO, nanaco, WAONなど) | 50.0 | 0.0 | 6.3 | 14.6 | 5.9 | 11.5 | 7.1 |
| アプリ決済(PayPay, d払い, auPayなど) | 0.0 | 66.7 | 18.8 | 14.6 | 11.8 | 7.0 | 8.9 |
| その他 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

◆ 主なキャッシュレス決済は、「クレジットカード」と「電子マネー」
 普段使っているキャッシュレス決済で多いものは、「クレジットカード」と「電子マネー」であることがわかりました。また、キャッシュレス決済で回数が多いもの、金額が多いものはどちらも「クレジットカード」であることがわかりました。

問3

キャッシュレス決済についてあてはまると感じるものはどれですか？

(複数回答可(回答数 964))



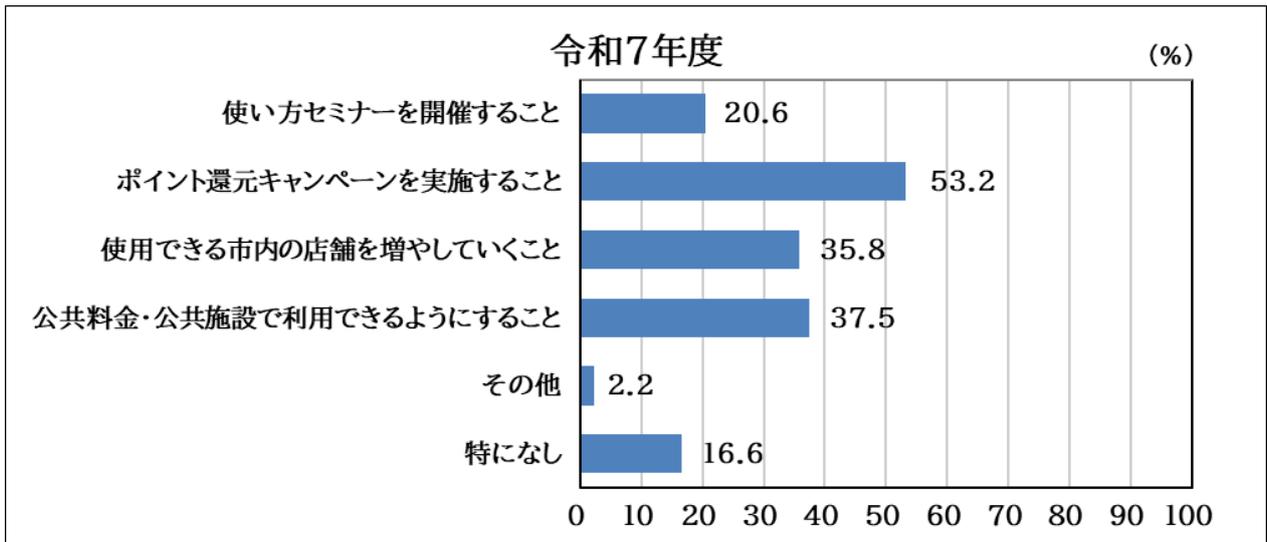
| | 年代別 (%) | | | | | | |
|------------------------|---------|------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| ポイントが付くのでお得に買い物ができる良い | 0.0 | 75.0 | 87.5 | 87.8 | 90.1 | 85.2 | 31.6 |
| 非接触で支払いできるので感染対策上安心できる | 0.0 | 25.0 | 16.7 | 22.4 | 24.7 | 22.2 | 35.4 |
| 使いすぎるのが怖い | 50.0 | 50.0 | 37.5 | 22.4 | 28.4 | 20.1 | 28.2 |
| 使い方がわからない | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 2.0 | 1.2 | 2.1 | 27.8 |
| 第三者に悪用されるのが怖い | 0.0 | 0.0 | 20.8 | 34.7 | 39.5 | 34.9 | 1.9 |
| その他 | 0.0 | 50.0 | 0.0 | 8.2 | 7.4 | 5.8 | 20.1 |

◆ 「ポイントが付くのでお得に買い物ができる良い」

キャッシュレス決済について、8割近くの人が「ポイントが付くのでお得に買い物ができる良い」と回答されました。一方で「第三者に悪用されるのが怖い」と回答される人もいました。

問4

キャッシュレス決済に関し、市に求めるものはどれですか？(複数回答可(回答数 960))



| | 年代別 (%) | | | | | | |
|------------------------|---------|------|------|------|------|------|-------|
| | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| 使い方セミナーを開催すること | 0.0 | 25.0 | 8.3 | 4.1 | 11.1 | 20.1 | 31.6 |
| ポイント還元キャンペーンを実施すること | 50.0 | 75.0 | 75.0 | 65.3 | 70.4 | 57.1 | 35.4 |
| 使用できる市内の店舗を増やしていくこと | 50.0 | 50.0 | 50.0 | 42.9 | 32.1 | 42.3 | 28.2 |
| 公共料金・公共施設で利用できるようにすること | 0.0 | 25.0 | 37.5 | 53.1 | 48.1 | 41.8 | 27.8 |
| その他 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 6.1 | 2.5 | 2.1 | 1.9 |
| 特になし | 0.0 | 25.0 | 4.2 | 8.2 | 13.6 | 18.0 | 20.1 |

◆ キャッシュレス決済で市に求めるものは、「ポイント還元キャンペーンを実施すること」
 キャッシュレス決済で市に求めるもの第1位は「ポイント還元キャンペーンを実施すること」、第2位は「公共料金・公共施設で利用できるようにすること」でした。

ご協力ありがとうございました。