

元気な高齢者への情報提供モデル事業におけるアンケート調査結果(概要版)

I 調査の概要

1 調査目的

元気な高齢者に効果的で確実な情報提供を行うために、アンケート調査を実施したうえでモデル事業を実施するもの。併せてメールによる情報提供の効果を検証する。

2 調査対象

- ・調査地域 富山県全域
- ・調査対象 元気な高齢者
- ・配布数 1,600枚

3 調査期間

平成27年5月12日(火)～平成27年8月20日(木)

4 調査方法

県消費生活推進リーダーやくらしのアドバイザーなどによる消費生活出前講座や、県警察の防犯教室・安全教室の開催時において調査票を配布。その場でご記入いただき回収。

5 回収結果

配布数	1,600
有効回収数	1,388
回収率	86.8%

II 回答者の基本情報

- ①性別：「男性」28.3%、「女性」66.4%と女性の割合が高くなっている。
- ②年齢：「74～70歳」が25.2%で最も高く、次いで「79～75歳」が22.0%、「80歳以上」が21.0%となっている。(およそ7割が70歳以上)
- ③同居の家族：同居している家族は、「配偶者」が56.5%と最も高く、次いで「子」が42.6%、「孫」が21.0%となっている。

III ふだんの暮らしについて (よく出かける場所)

よく出かける場所は、「大型ショッピングセンター」が39.3%と最も高く、次いで「田・畑」が37.5%、「病院・医院・はりきゅう」が32.6%となっている。

IV 消費者トラブルについて (消費者トラブルの被害に遭うと思うか)

消費者トラブルの被害に遭うと思うかについて、「遭うはずはない」が7.6%、「遭わないと思う」が47.5%となっており、あわせて5割を超える人が消費者トラブルの被害に遭わないと思っている。一方、「遭うかもしれない」が17.7%、「わからない」が17.9%となっている。

V 各情報源の記憶への残りやすさ (どの情報源からの情報が記憶に残りやすいか※)

- ・人からの情報で記憶に残りやすいのは、「子供・孫」が67.8%と最も高く、次いで「配偶者」が67.5%、「友人や近所の人」が65.6%となっている。
- ・情報媒体からの情報で記憶に残りやすいのは、「新聞」が66.3%と最も高く、次いで「テレビ」が66.2%、「回覧板」が53.0%となっている。
- ・一方、情報機器からの情報は、「インターネット・スマホ」が14.9%、「電子メール」が13.2%となっており、記憶に残りにくい。また、全体の4割を超える人が、「インターネット・スマホ」及び「電子メール」を使用していない。

※上記の割合は、「かなり覚えている」及び「普通に覚えている」をあわせたもの。