

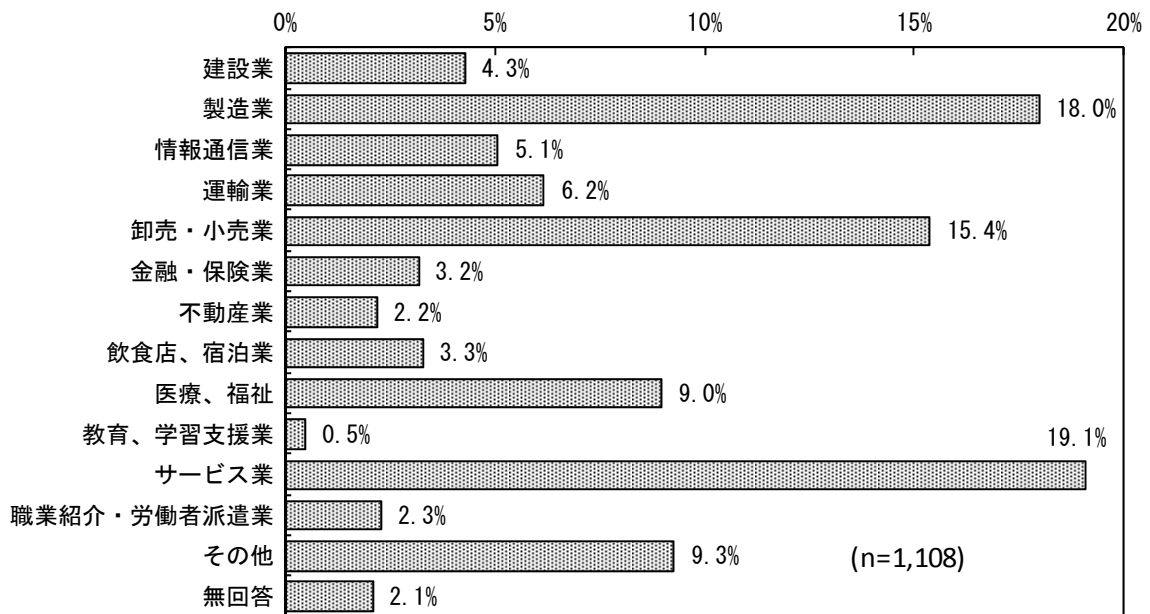
Ⅱ 調査結果のまとめ

Ⅱ - 1 調査結果のまとめ<企業>

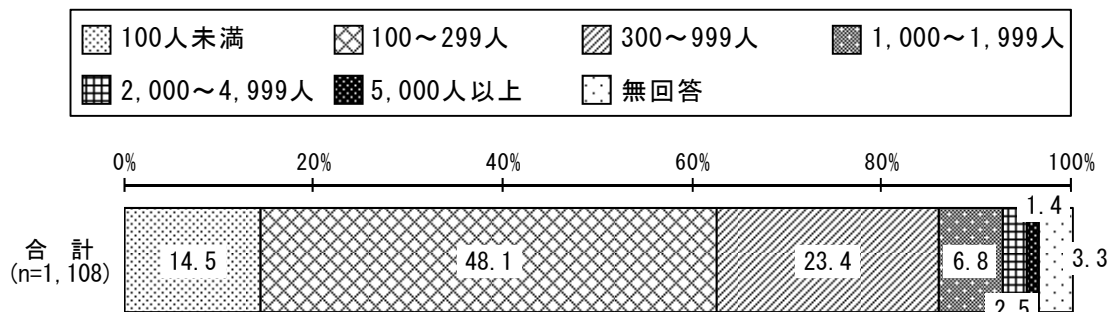
1. 回答企業の属性

- 回答企業の業種は、「サービス業」(19.1%)、「製造業」(18.0%)が多くなっている。(図表1-1)
- 従業員数では、「100~299人」(48.1%)の企業が約半数を占めている。(図表1-2)

図表1-1 業種

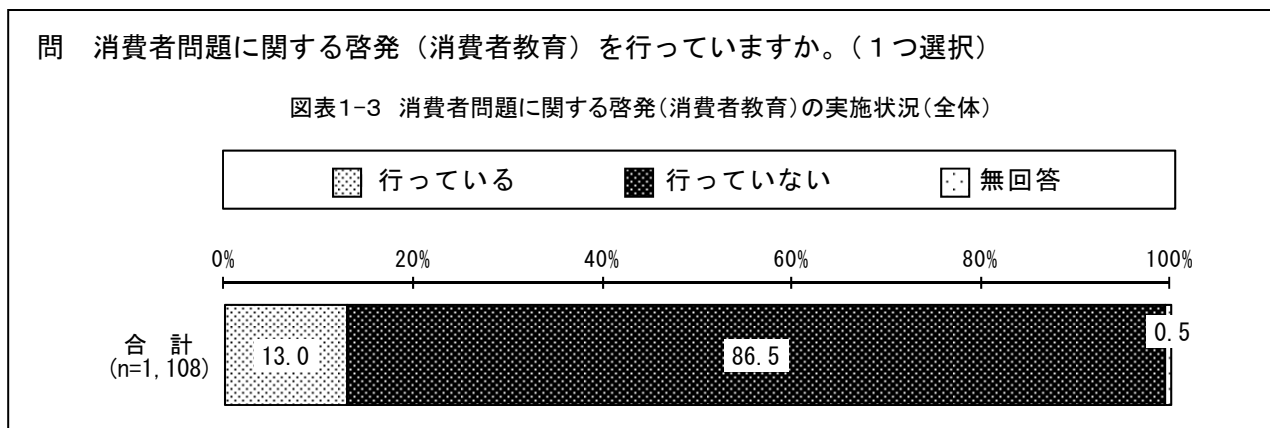


図表1-2 従業員数



2. 従業員に対する消費者教育の実施状況等

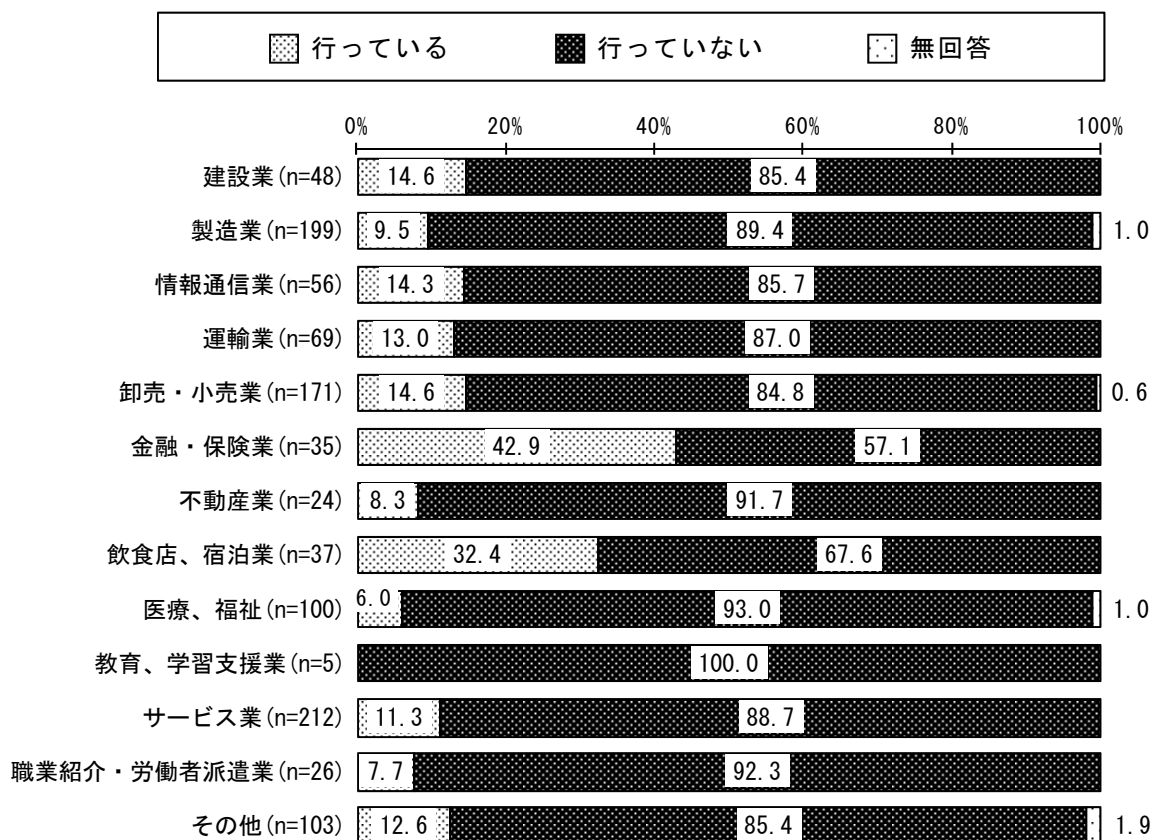
2-1. 消費者問題に関する啓発（消費者教育）の実施状況



従業員に対する消費者教育の実施状況について尋ねたところ、「行っている」（13.0%）、「行っていない」（86.5%）となっている。（図表1-3）

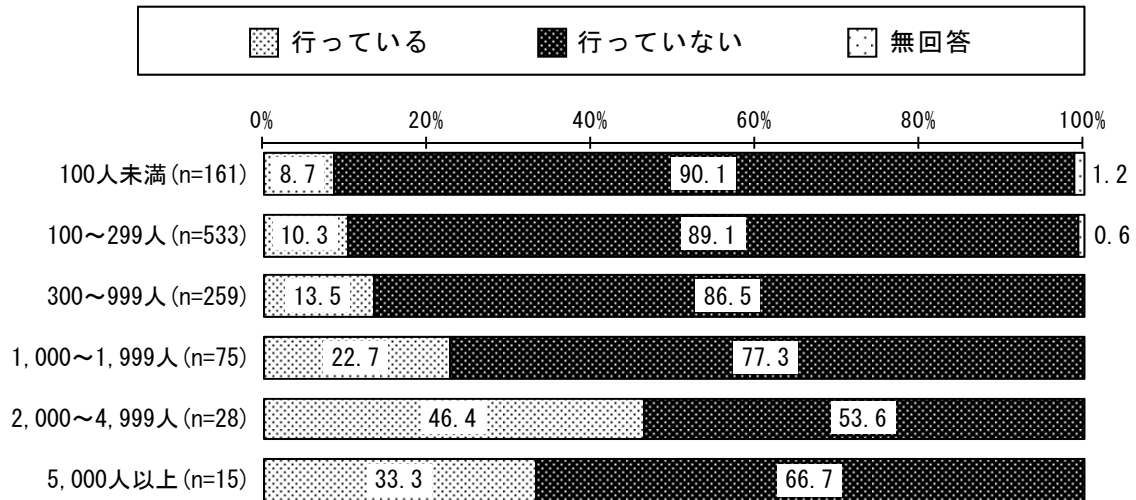
業種別にみると、「行っている」割合は、金融・保険業（42.9%）、飲食店、宿泊業（32.4%）が高くなっている。（図表1-4）

図表1-4 消費者問題に関する啓発（消費者教育）の実施状況（業種別）



従業員規模別にみると、従業員規模が大きいほど、「行っている」割合が高い傾向がある。(図表1-5)

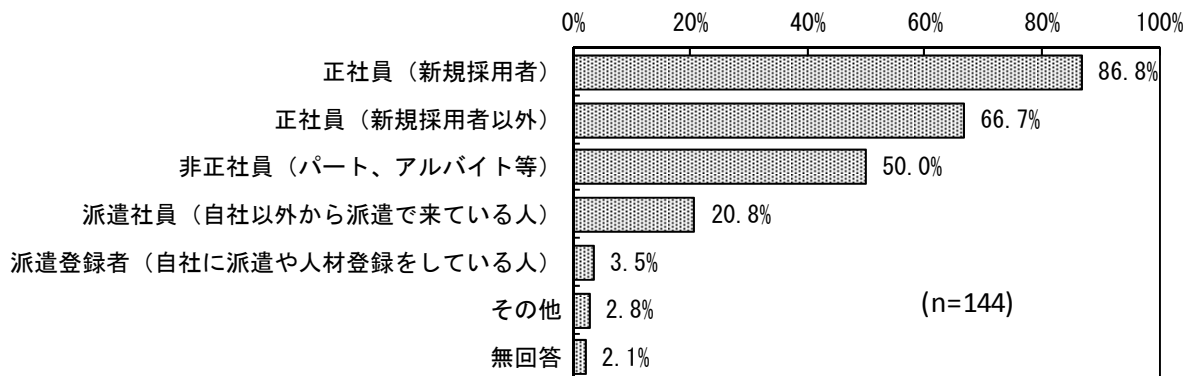
図表1-5 消費者問題に関する啓発(消費者教育)の実施状況(従業員規模別)



2-2. 消費者教育の対象者(従業員に消費者教育を実施している企業に質問)

問 啓発(消費者教育)の対象者すべてを選んでください。(複数回答可)

図表1-6 消費者教育の対象者(全体)



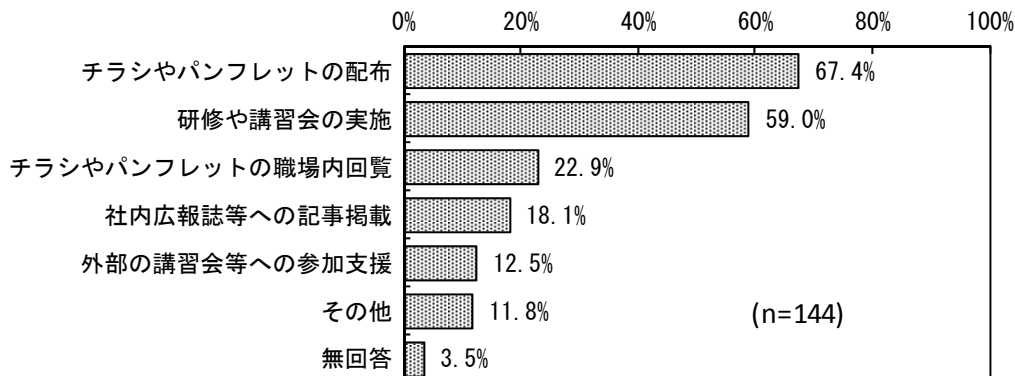
従業員に消費者教育を実施している企業に消費者教育の対象を尋ねたところ、「正社員(新規採用者)」(86.8%)を対象に行っている企業が最も多く、以下「正社員(新規採用者以外)」(66.7%)、「非正社員(パート、アルバイト等)」(50.0%)と続いており、正社員を対象に行っている企業が多くなっている。(図表1-6)

Ⅱ-1 調査結果のまとめ<企業>

2-3. 消費者教育の方法（従業員に消費者教育を実施している企業に質問）

問 啓発（消費者教育）の方法を選んでください。（複数回答可）

図表1-7 消費者教育の方法(全体)



従業員に消費者教育を実施している企業に消費者教育の方法を尋ねたところ、「ちらしやパンフレットの配布」（67.4%）が最も多く、以下「研修や講習会の実施」（59.0%）と続いている。（図表1-7）

「研修や講習会の実施」を行っているとは回答した企業に、内容を自由回答形式で尋ねたところ、新規採用者を対象に悪質商法・多重債務等又は、本来業務に関するテーマで、社員（人事担当者やコンプライアンス担当者）が担当している割合が高くなっている。

従業員規模別にみると、「ちらしやパンフレットの配布」、「研修や講習会の実施」は従業員規模が大きいほど、実施している割合が高い傾向がある。（図表1-8）

図表1-8 消費者教育の方法(業種別・従業員規模別)

	合計	複数回答 / (%)						
		布フチ レラ ツシ トや のバ 配 ン	の研 実 修 や 講 習 会	場フチ 内レラ 回ツシ 覧トや のバ 職 ン	へ社 の内 記 事 報 告 載 等	援等外 部の の 講 習 会 支 会	そ の 他	無 回 答
合計	144	67.4	59.0	22.9	18.1	12.5	11.8	3.5
業種別								
建設業	7	71.4	57.1	42.9	14.3	14.3	-	-
製造業	19	89.5	84.2	15.8	10.5	15.8	10.5	-
情報通信業	8	75.0	62.5	25.0	12.5	-	25.0	-
運輸業	9	77.8	55.6	22.2	22.2	-	11.1	-
卸売・小売業	25	56.0	44.0	16.0	24.0	24.0	8.0	8.0
金融・保険業	15	73.3	66.7	26.7	13.3	-	20.0	-
不動産業	2	100.0	50.0	-	50.0	-	-	-
飲食店、宿泊業	12	50.0	66.7	16.7	8.3	16.7	8.3	8.3
医療、福祉	6	66.7	33.3	66.7	-	16.7	-	-
教育、学習支援業	-	-	-	-	-	-	-	-
サービス業	24	58.3	54.2	16.7	29.2	12.5	16.7	4.2
職業紹介・労働者派遣業	2	100.0	100.0	-	50.0	-	-	-
その他	13	61.5	46.2	38.5	15.4	15.4	7.7	7.7
従業員規模別								
100人未満	14	57.1	50.0	7.1	21.4	28.6	7.1	-
100～299人	55	63.6	50.9	32.7	16.4	14.5	10.9	1.8
300～999人	35	62.9	51.4	22.9	20.0	5.7	17.1	8.6
1,000～1,999人	17	70.6	70.6	17.6	23.5	5.9	11.8	5.9
2,000～4,999人	13	92.3	84.6	7.7	7.7	15.4	7.7	-
5,000人以上	5	100.0	80.0	20.0	20.0	-	-	-

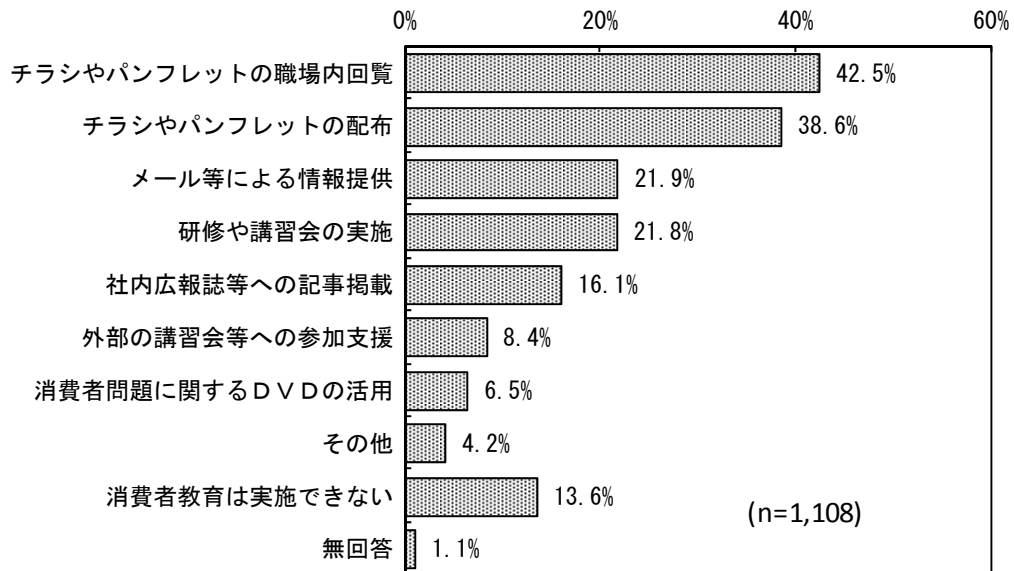
は最も割合が高い項目

3. 従業員に対する今後の消費者教育

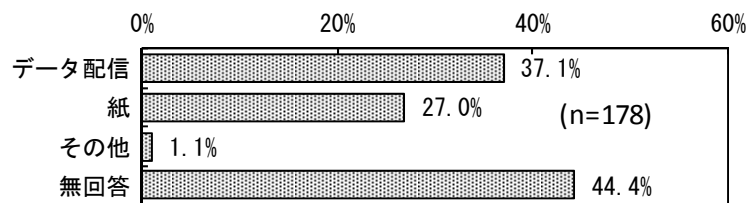
3-1. 今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法

問 今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法を選択してください。(複数選択可)

図表1-9 今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法(全体)



図表1-10 社内広報誌等の媒体(全体)



今後、従業員に対する消費者教育を行う場合に、取り組むことが可能な方法について尋ねたところ、「チラシやパンフレットの職場内回覧」(42.5%)が最も多く、以下「チラシやパンフレットの配布」(38.6%)、「メール等による情報提供」(21.9%)、「研修や講習会の実施」(21.8%)、「社内広報誌等への記事掲載」(16.1%)、「消費者教育は実施できない」(13.6%)と続いている。(図表1-9)

「社内広報誌等への記事掲載」と回答した企業に、社内広報誌等の媒体について尋ねたところ、「データ配信」(37.1%)、「紙」(27.0%)となっている。(図表1-10)

Ⅱ-1 調査結果のまとめ<企業>

業種別にみると、多くの業種では「チラシやパンフレットの職場内回覧、配布」の取組が可能と回答した企業が多くなっているが、飲食店、宿泊業では「研修や講習会の実施」が最も多くなっている。(図表1-11)

従業員規模別にみると、1,000人以上の規模の企業では「研修や講習会の実施」の割合が3割以上と高くなっている。(図表1-11)

図表1-11 今後、取り組むことが可能な消費者教育の手法(業種別・従業員規模別)

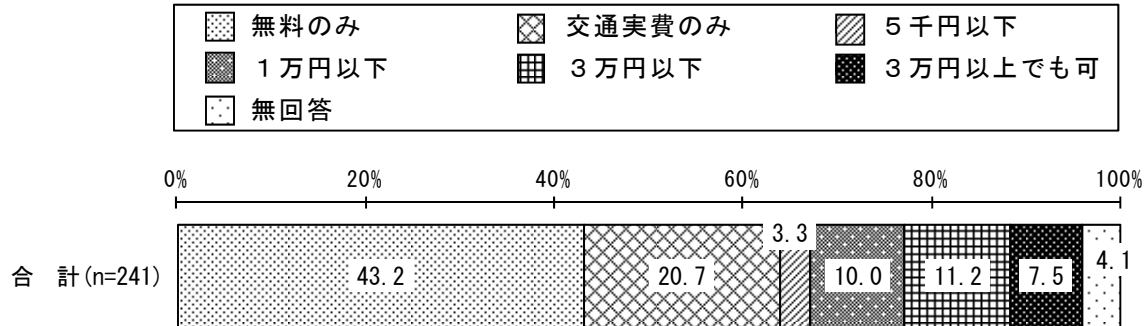
		複数回答 / (%)											
	合計	内 回覧	チ ラシ や パ ン フ レ ッ ト の 職 場	チ ラシ や パ ン フ レ ッ ト の 配 布	メ ー ル 等 に よ る 情 報 提 供	研 修 や 講 習 会 の 実 施	社 内 広 報 誌 等 へ の 記 事 掲 載	外 部 の 講 習 会 等 へ の 参 加 支 援	活 用	消 費 者 問 題 に 関 す る D V D の	そ の 他	消 費 者 教 育 は 実 施 で き な い	無 回 答
合計	1,108		42.5	38.6	21.9	21.8	16.1	8.4	6.5	4.2	13.6	1.1	
業 種 別	建設業	48	37.5	37.5	16.7	14.6	16.7	6.3	12.5	2.1	18.8	-	
	製造業	199	37.7	38.2	18.6	21.1	13.6	9.0	8.0	4.0	18.1	2.0	
	情報通信業	56	41.1	35.7	32.1	21.4	23.2	3.6	5.4	7.1	3.6	3.6	
	運輸業	69	47.8	34.8	15.9	15.9	10.1	2.9	4.3	5.8	11.6	-	
	卸売・小売業	171	43.3	36.8	33.3	24.6	18.7	7.6	5.8	4.1	12.3	0.6	
	金融・保険業	35	57.1	42.9	11.4	34.3	28.6	11.4	11.4	2.9	5.7	2.9	
	不動産業	24	45.8	54.2	12.5	16.7	12.5	12.5	4.2	4.2	20.8	-	
	飲食店、宿泊業	37	21.6	18.9	21.6	35.1	18.9	8.1	5.4	-	24.3	-	
	医療、福祉	100	51.0	54.0	12.0	22.0	8.0	15.0	8.0	1.0	13.0	2.0	
	教育、学習支援業	5	40.0	40.0	40.0	20.0	-	20.0	-	-	20.0	-	
	サービス業	212	41.5	38.2	22.6	20.8	18.9	9.9	3.3	5.7	10.4	-	
	職業紹介・労働者派遣業	26	38.5	30.8	23.1	15.4	23.1	-	-	3.8	7.7	-	
その他	103	46.6	36.9	26.2	21.4	14.6	5.8	8.7	3.9	17.5	1.0		
従 業 員 規 模 別	100人未満	161	44.7	38.5	19.3	12.4	7.5	9.9	4.3	3.7	21.7	1.2	
	100～299人	533	42.6	39.2	23.3	19.7	14.6	6.8	5.3	3.0	12.9	0.9	
	300～999人	259	44.8	40.2	22.8	23.9	22.0	9.3	7.7	5.4	10.4	0.8	
	1,000～1,999人	75	36.0	32.0	22.7	38.7	17.3	13.3	10.7	6.7	13.3	-	
	2,000～4,999人	28	39.3	28.6	10.7	35.7	32.1	7.1	10.7	3.6	10.7	3.6	
	5,000人以上	15	33.3	46.7	33.3	46.7	40.0	6.7	13.3	-	6.7	6.7	

は最も割合が高い項目

3-2. 外部講師に支払うことが可能な講師料（研修や講習会の実施が可能な企業に質問）

問 研修や講習会を外部講師によって行う場合に、支払うことができる講師料を選択してください。（1つ選択）

図表1-12 外部講師に支払うことが可能な講師料(全体)

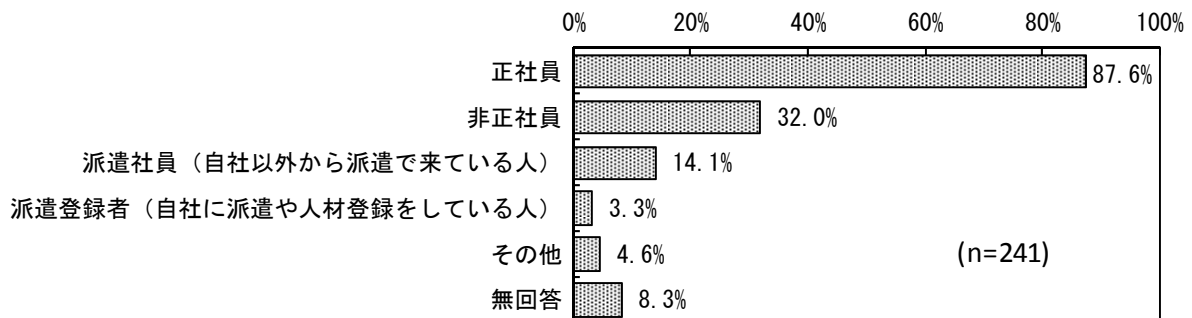


今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法として、研修や講習会の実施を挙げた企業に外部講師に講師料を支払う場合の金額を尋ねたところ、「無料のみ」(43.2%)が最も多くなっている。支払うことが可能な講師料は、「交通実費のみ」(20.7%)が最も多くなっている。(図表1-12)

3-3. 研修等の対象者（研修や講習会の実施が可能な企業に質問）

問 研修等の対象者を選択してください。（複数選択可）

図表1-13 研修等の対象者(全体)



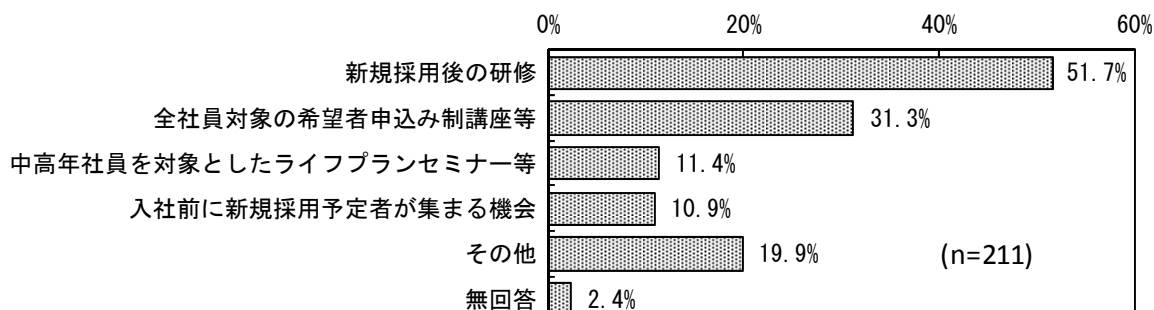
今後、取り組むことが可能な消費者教育の方法として、研修や講習会の実施を挙げた企業に研修等の対象者を尋ねたところ、「正社員」(87.6%)が最も多く、以下「非正社員」(32.0%)と続いている。「その他」(4.6%)の回答には、「全員対象」(6件)が含まれている。(図表1-13)

Ⅱ-1 調査結果のまとめ<企業>

3-4. 研修等の対象社員及び時期（正社員を対象に研修や講習会の実施が可能な企業に質問）

問 研修等の対象社員及び時期について選択してください。（複数選択可）

図表1-14 研修等の対象社員及び時期(全体)

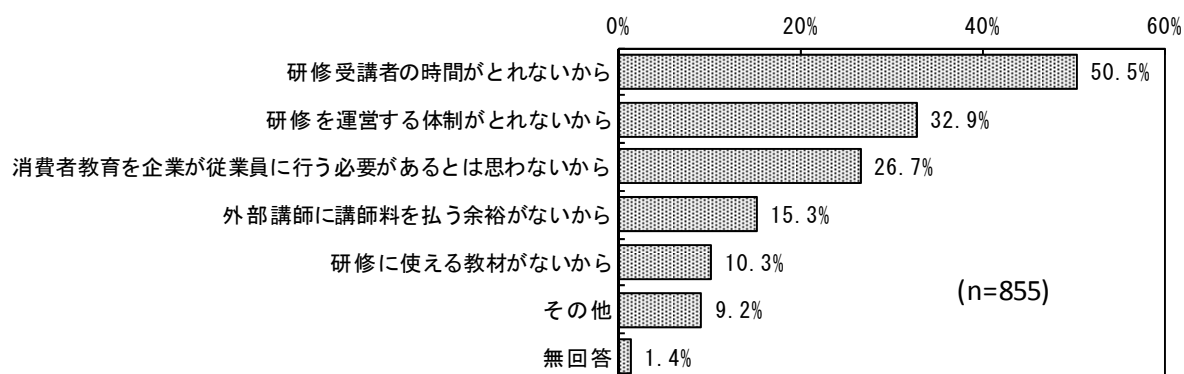


正社員を対象に研修や講習会の実施が可能と回答した企業に対象社員及び時期を尋ねたところ、「新規採用後の研修」（51.7%）が最も多く、以下「全社員対象の希望者申込み制講座等」（31.3%）と続いている。（図表 1-14）

3-5. 研修や講習会を実施できない理由（研修や講習会の実施できない企業に質問）

問 研修を行えない主な理由を選択してください。（2つまで選択可）

図表1-15 研修や講習会を実施できない理由(全体)

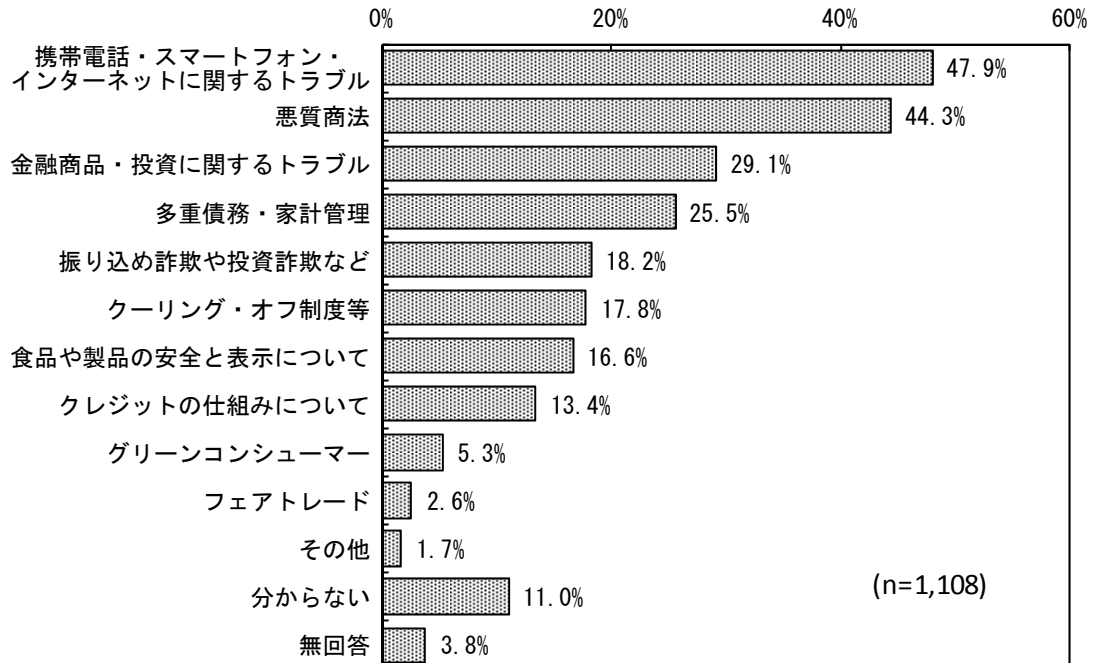


研修や講習会の実施ができない企業にその理由を尋ねたところ、「研修受講者の時間がとれないから」（50.5%）が最も多く、以下「研修を運営する体制がとれないから」（32.9%）、「消費者教育を企業が従業員に行う必要があるとは思わないから」（26.7%）と続いている。（図表 1-15）

3-6. 消費者教育を行う場合に取り上げたいテーマ

問 消費者教育を行う場合に、取り上げたいテーマを選択してください。(3つまで選択可)

図表1-16 消費者教育を行う場合に取り上げたいテーマ(全体)



消費者教育を行う場合に取り上げたいテーマについて尋ねたところ、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」(47.9%)が最も多く、以下「悪質商法」(44.3%)、「金融商品・投資に関するトラブル」(29.1%)、「多重債務・家計管理」(25.5%)と続いている。(図表1-16)

II-1 調査結果のまとめ<企業>

業種別にみると、多くの業種では「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」または「悪質商法」が多くなっているが、金融・保険業では「金融商品・投資に関するトラブル」(60.0%)、飲食店、宿泊業では「食品や製品の安全と表示について」(45.9%)が最も多くなっている。(図表1-17)

図表1-17 消費者教育を行う場合に上げたいテーマ(業種別・従業員規模別)

		複数回答 / (%)										
		合計	携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル	悪質商法	金融商品・投資に関するトラブル	多重債務・家計管理	振り込み詐欺や投資詐欺など	クーリング・オフ制度等	食品や製品の安全と表示について	クレジットの仕組みについて	ショッピング・オンライン	フェアトレード
合計		1,108	47.9	44.3	29.1	25.5	18.2	17.8	16.6	13.4	5.3	2.6
業種別	建設業	48	54.2	56.3	20.8	25.0	12.5	20.8	2.1	14.6	4.2	-
	製造業	199	44.7	45.2	33.2	27.1	16.6	13.1	18.1	10.6	5.0	3.5
	情報通信業	56	60.7	42.9	25.0	14.3	12.5	17.9	5.4	19.6	3.6	-
	運輸業	69	33.3	47.8	17.4	44.9	17.4	13.0	8.7	15.9	10.1	1.4
	卸売・小売業	171	53.8	41.5	29.2	15.8	15.8	25.1	31.6	15.2	7.6	5.8
	金融・保険業	35	20.0	31.4	60.0	51.4	34.3	11.4	-	11.4	-	-
	不動産業	24	54.2	20.8	37.5	12.5	12.5	29.2	8.3	-	-	8.3
	飲食店、宿泊業	37	37.8	32.4	8.1	27.0	13.5	8.1	45.9	16.2	2.7	2.7
	医療、福祉	100	51.0	53.0	28.0	24.0	29.0	25.0	23.0	14.0	7.0	1.0
	教育、学習支援業	5	20.0	-	-	-	-	20.0	20.0	40.0	-	-
	サービス業	212	46.7	43.9	32.1	30.2	18.9	17.9	9.9	14.2	3.8	-
	職業紹介・労働者派遣業	26	61.5	46.2	42.3	34.6	7.7	26.9	3.8	19.2	7.7	3.8
その他	103	55.3	45.6	23.3	19.4	21.4	9.7	16.5	6.8	5.8	4.9	
従業員規模別	100人未満	161	42.9	37.9	27.3	22.4	17.4	18.0	22.4	9.9	6.8	3.7
	100～299人	533	52.3	45.4	27.4	24.6	19.1	17.4	15.0	15.6	5.3	3.0
	300～999人	259	46.3	45.9	31.7	28.6	17.4	22.0	15.4	12.4	3.5	0.8
	1,000～1,999人	75	38.7	44.0	38.7	33.3	16.0	17.3	20.0	9.3	5.3	2.7
	2,000～4,999人	28	35.7	42.9	28.6	39.3	25.0	-	21.4	17.9	10.7	3.6
	5,000人以上	15	46.7	46.7	26.7	13.3	13.3	6.7	20.0	6.7	6.7	6.7

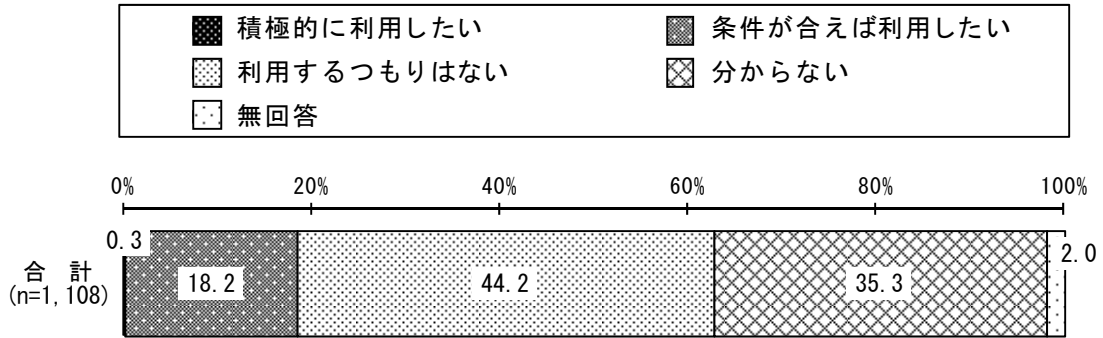
		合計	その他	分からない	無回答
合計		1,108	1.7	11.0	3.8
業種別	建設業	48	2.1	14.6	2.1
	製造業	199	1.5	17.6	2.5
	情報通信業	56	1.8	10.7	3.6
	運輸業	69	1.4	10.1	5.8
	卸売・小売業	171	1.8	4.1	2.3
	金融・保険業	35	5.7	8.6	2.9
	不動産業	24	-	16.7	12.5
	飲食店、宿泊業	37	-	8.1	5.4
	医療、福祉	100	2.0	5.0	5.0
	教育、学習支援業	5	-	40.0	20.0
	サービス業	212	1.9	12.3	3.3
	職業紹介・労働者派遣業	26	3.8	-	3.8
その他	103	1.0	14.6	1.9	
従業員規模別	100人未満	161	3.1	10.6	6.2
	100～299人	533	1.5	10.1	3.2
	300～999人	259	1.5	12.7	3.1
	1,000～1,999人	75	1.3	13.3	2.7
	2,000～4,999人	28	3.6	7.1	3.6
	5,000人以上	15	-	6.7	6.7

は最も割合が高い項目

3-7. 東京都消費生活総合センターの講師派遣制度の利用

問 東京都消費生活総合センターでは、有料で講師派遣を行っています。
今後の利用について選択してください。(1つ選択)

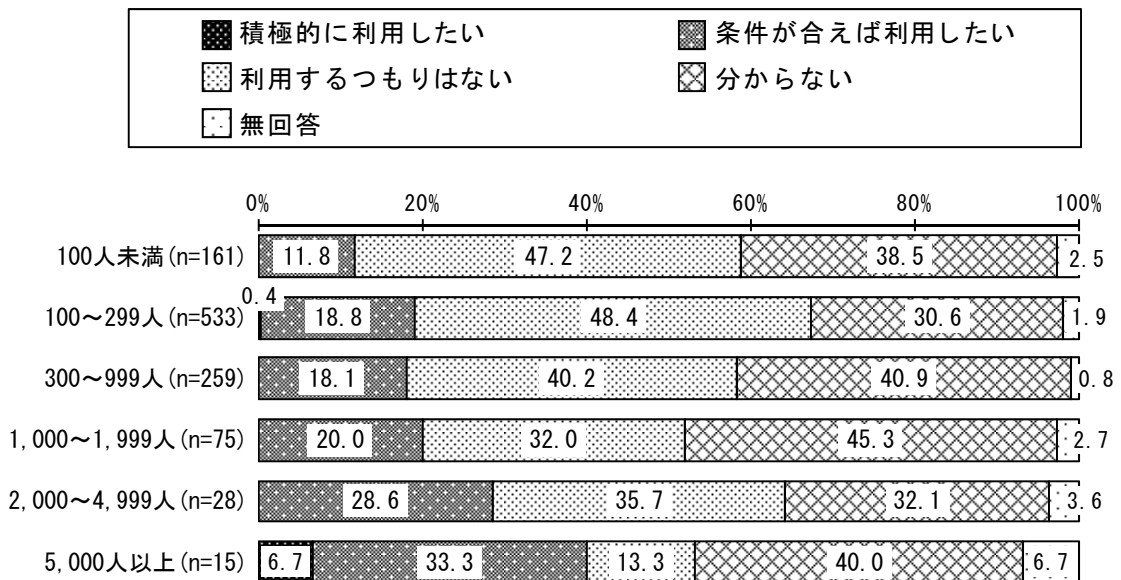
図表1-18 東京都消費生活総合センターの講師派遣制度の利用(全体)



今後の東京都消費生活総合センターの講師派遣制度の利用について尋ねたところ、「積極的に利用したい」(0.3%)、「条件が合えば利用したい」(18.2%)、「利用するつもりはない」(44.2%)、「分からない」(35.3%)となっている。(図表1-18)

従業員規模別にみると、従業員規模が大きいほど、「条件が合えば利用したい」割合が高い傾向がある。(図表1-19)

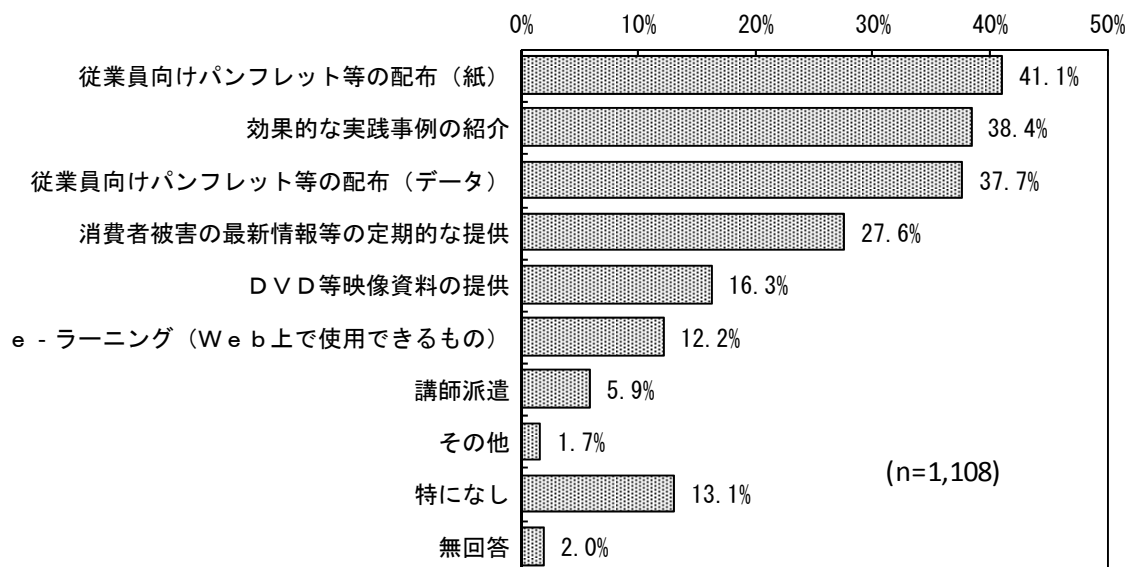
図表1-19 東京都消費生活総合センターの講師派遣制度の利用(従業員規模別)



3-8. 従業員に対する消費者教育に取り組む際に東京都に期待すること

問 従業員に対する消費者教育に取り組む際に、東京都に期待することを選択してください。
(3つまで選択可)

図表1-20 従業員に対する消費者教育に取り組む際に東京都に期待すること(全体)



従業員に対する消費者教育に取り組む際に、東京都に期待することを尋ねたところ、「従業員向けパンフレット等の配布(紙)」(41.1%)が最も多く、以下「効果的な実践事例の紹介」(38.4%)、「従業員向けパンフレット等の配布(データ)」(37.7%)と続いている。(図表1-20)

従業員規模別にみると、従業員規模が大きいほど、東京都に期待する内容を挙げている割合が高い傾向がある。(図表1-21)

図表1-21 従業員に対する消費者教育に取り組む際に東京都に期待すること(業種別・従業員規模別)

	合計	複数回答 / (%)									
		従業員向けパンフレット(紙)	効果的な実践事例の紹介	従業員向けパンフレット(データ)	消費者被害の最新情報	DVD等映像資料の提供	Web上で利用できるもの	講師派遣	その他	特になし	無回答
合計	1,108	41.1	38.4	37.7	27.6	16.3	12.2	5.9	1.7	13.1	2.0
業種別											
建設業	48	37.5	39.6	37.5	25.0	22.9	25.0	6.3	2.1	10.4	2.1
製造業	199	43.7	32.2	37.2	25.1	15.1	11.1	7.0	1.5	19.1	0.5
情報通信業	56	23.2	26.8	60.7	23.2	8.9	21.4	1.8	1.8	12.5	1.8
運輸業	69	52.2	36.2	23.2	27.5	20.3	4.3	4.3	5.8	11.6	2.9
卸売・小売業	171	42.1	39.8	45.0	30.4	14.6	13.5	3.5	1.8	10.5	1.2
金融・保険業	35	40.0	31.4	28.6	22.9	22.9	5.7	2.9	5.7	17.1	2.9
不動産業	24	16.7	29.2	45.8	29.2	25.0	12.5	4.2	-	16.7	4.2
飲食店、宿泊業	37	54.1	37.8	18.9	51.4	2.7	13.5	8.1	2.7	8.1	-
医療、福祉	100	55.0	48.0	28.0	38.0	23.0	5.0	12.0	-	7.0	2.0
教育、学習支援業	5	20.0	40.0	60.0	20.0	-	-	-	-	40.0	-
サービス業	212	37.7	41.0	40.6	22.2	15.6	14.6	6.6	1.4	10.4	3.3
職業紹介・労働者派遣業	26	46.2	42.3	42.3	38.5	7.7	15.4	3.8	-	7.7	3.8
その他	103	35.0	44.7	34.0	27.2	17.5	12.6	4.9	1.0	15.5	-
従業員規模別											
100人未満	161	47.8	33.5	31.7	29.2	12.4	10.6	5.0	1.2	13.0	3.7
100～299人	533	42.6	38.1	35.5	28.3	15.0	11.8	5.3	1.1	13.5	1.3
300～999人	259	36.7	42.9	44.4	30.1	18.5	12.4	4.6	2.7	12.7	0.4
1,000～1,999人	75	37.3	38.7	44.0	17.3	26.7	13.3	8.0	2.7	10.7	4.0
2,000～4,999人	28	35.7	35.7	39.3	28.6	14.3	17.9	14.3	3.6	7.1	3.6
5,000人以上	15	46.7	46.7	60.0	33.3	26.7	26.7	20.0	-	-	6.7

は最も割合が高い項目

3-9. 従業員への消費者教育(啓発事業)に対する意見・提案

問 従業員への消費者教育(啓発事業)に対する具体的なご意見やご提案がありましたら、ご記入ください。

図表1-22 従業員への消費者教育(啓発事業)に対する意見・提案(回答件数5件以上)

意見・提案	件数
参考になるパンフレット・DVD等がほしい	18件
今後とも消費者教育を実施していきたい	6件
自己責任で対応すべき問題である	5件
学校教育に盛り込んでいくべきである	5件

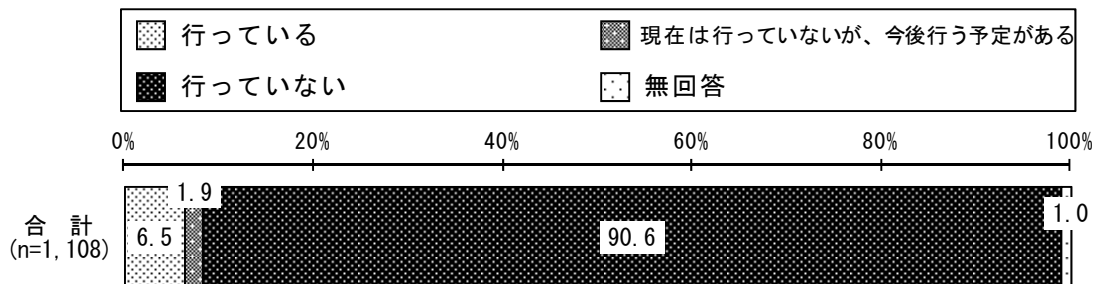
従業員への消費者教育(啓発事業)に対する意見・提案について自由回答形式で尋ねたところ、「参考になるパンフレット・DVD等がほしい」(18件)が最も多くなっている。(図表1-22)

4. 消費者に対する消費者教育活動

4-1. 現在の消費者教育に関する活動状況

問 現在、消費者教育に関する活動（学校への協力を含む）を、企業として行っていますか。
（1つ選択）

図表1-23 現在の消費者教育に関する活動状況(全体)



現在の消費者教育に関する活動状況（学校への協力を含む）を尋ねたところ、「行っている」（6.5%）、「現在に行っていないが、今後行う予定がある」（1.9%）、「行っていない」（90.6%）となっている。（図表1-23）

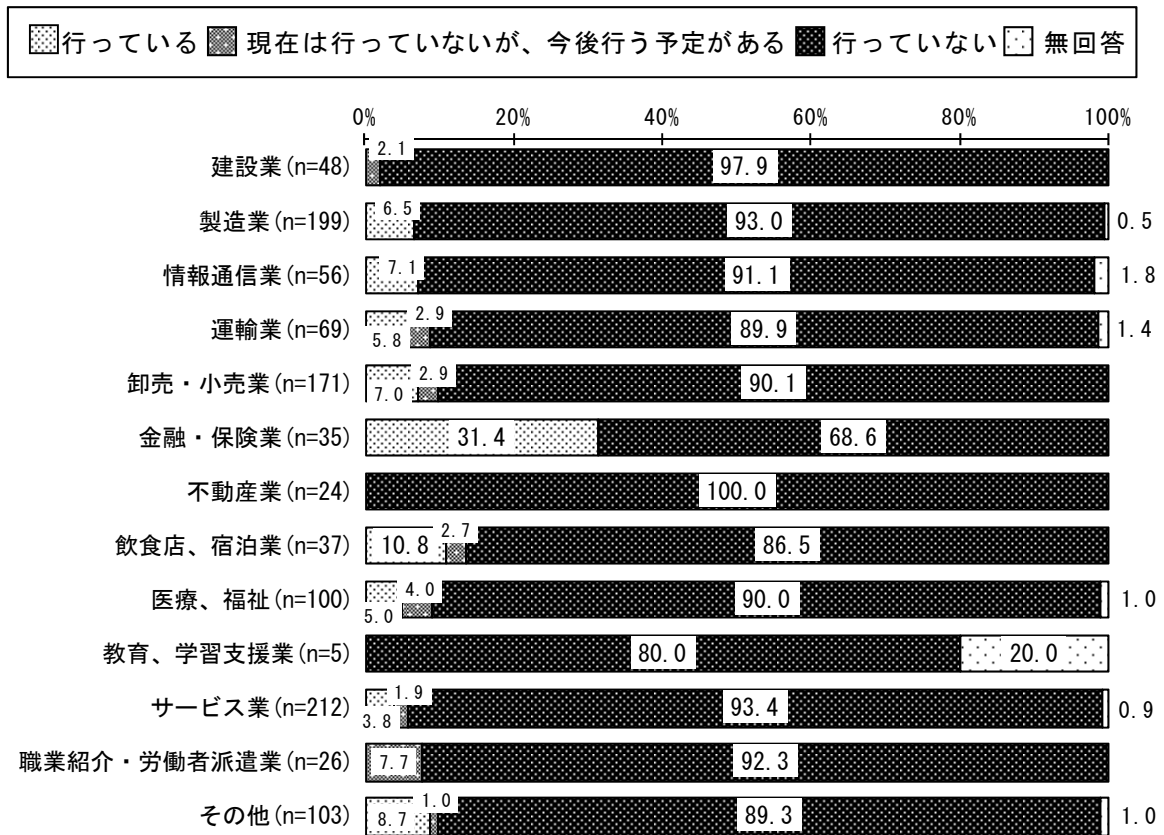
現在、消費者教育に関する活動を「行っている」企業に活動内容を自由回答形式で尋ねたところ、「小中高の学校への体験授業」（13件）、「振り込め詐欺」（5件）、「悪質商法」、「環境活動」（各々3件）等の内容が挙げられている。

「現在に行っていないが、今後行う予定がある」企業に行う予定である活動内容を自由回答形式で尋ねたところ、「資料の配布」（9件）が多く挙げられている。

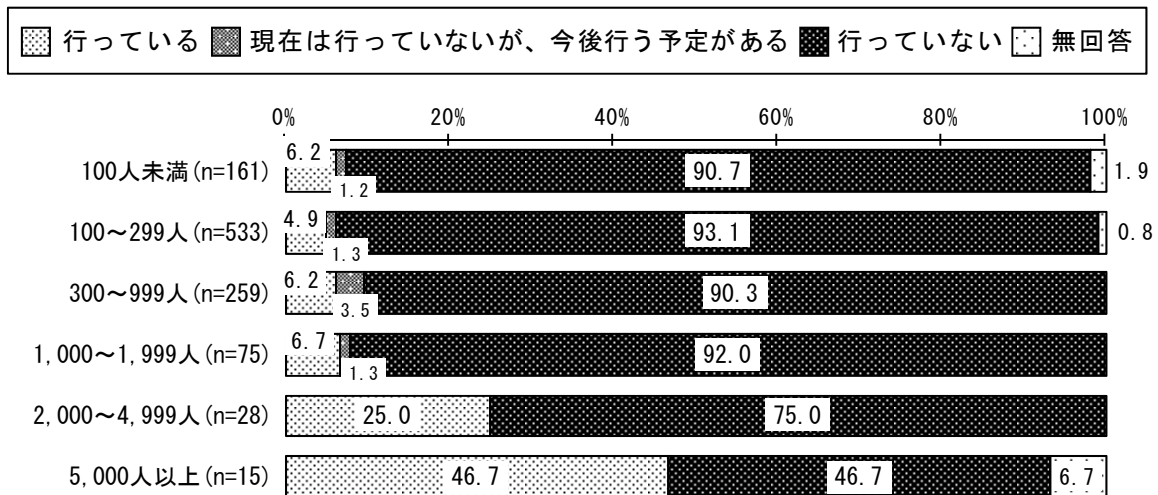
業種別にみると、「行っている」割合は、金融・保険業（31.4%）が最も高くなっている。（図表1-24）

従業員規模別にみると、従業員規模が大きいほど、「行っている」割合も高い傾向がある。（図表1-25）

図表1-24 現在の消費者教育に関する活動状況（業種別）

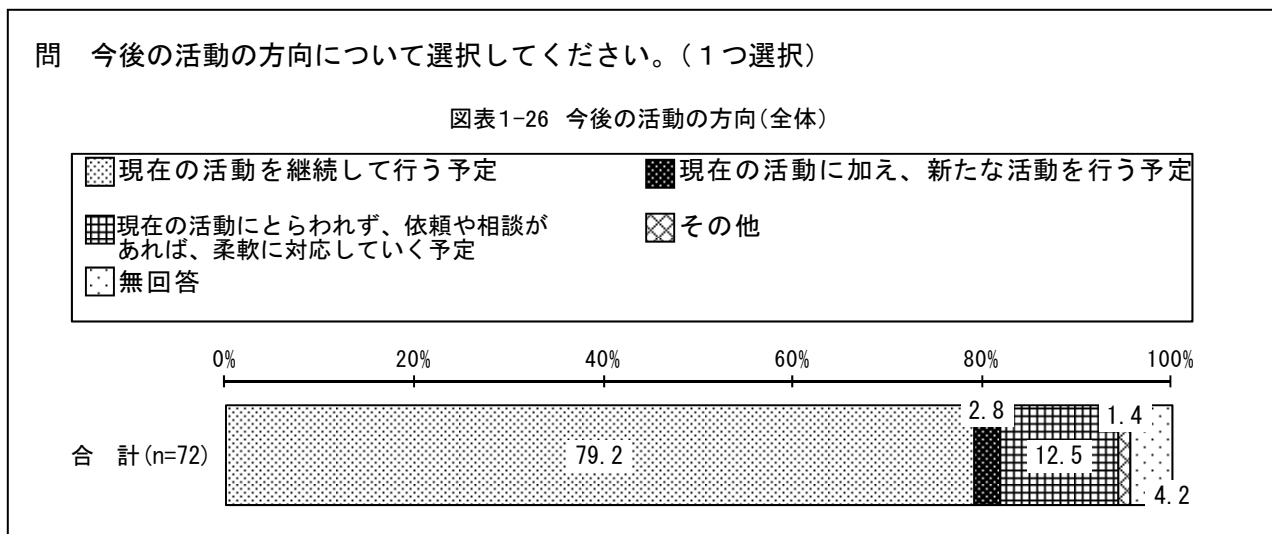


図表1-25 現在の消費者教育に関する活動状況（従業員規模別）



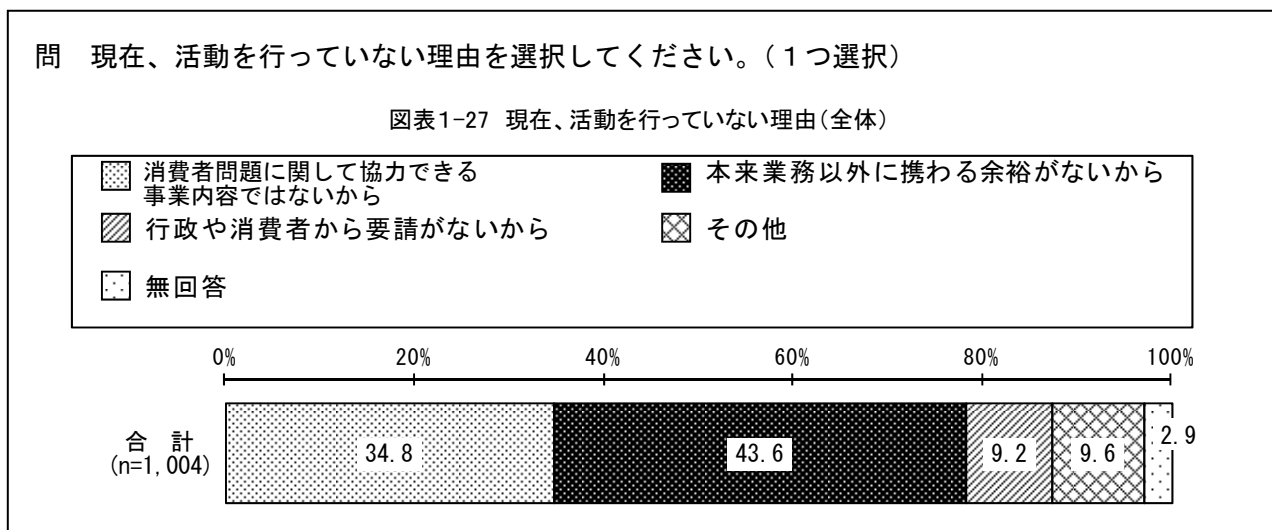
Ⅱ-1 調査結果のまとめ<企業>

4-2. 今後の活動の方向（消費者教育に関する活動を行っている企業に質問）



現在、消費者教育に関する活動（学校への協力を含む）を行っている企業に今後の活動の方向について尋ねたところ、「現在の活動を継続して行う予定」（79.2%）が最も多くなっている。（図表1-26）

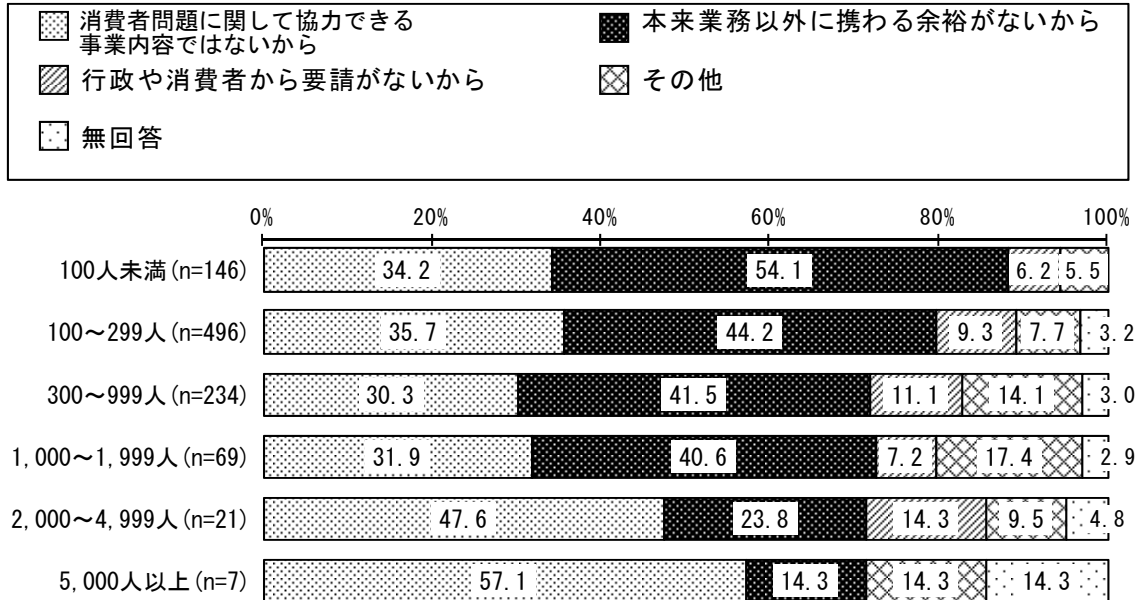
4-3. 現在、活動を行っていない理由（消費者教育に関する活動を行っていない企業に質問）



現在、消費者教育に関する活動を行っていない企業にその理由を尋ねたところ、「本来業務以外に携わる余裕がないから」（43.6%）が最も多く、以下「消費者問題に関して協力できる事業内容ではないから」（34.8%）と続いている。（図表1-27）

従業員規模別にみると、2,000人未満の企業では「本業務以外に携わる余裕がないから」、2,000人以上の企業では「消費者問題に関して協力できる事業内容ではないから」が最も多くなっている。
(図表1-28)

図表1-28 現在、活動を行っていない理由(従業員規模別)



4-4. 今後、行政・事業者・学校・消費者団体等が連携、協力していく上での意見・提案

問 今後、行政・事業者・学校・消費者団体等が連携、協力して消費者教育を実施していくにあたり、ご意見やご提案がありましたらご記入ください。

図表1-29 今後、行政・事業者・学校・消費者団体等が連携、協力していく上での意見・提案(回答件数16件以上)

意見・提案	件数
参考になるパンフレット・DVD等がほしい	18件
学校、家庭等で教育すべきである	16件

今後、行政・事業者・学校・消費者団体等が連携、協力していく上での意見・提案について自由回答形式で尋ねたところ、「参考になるパンフレット・DVD等がほしい」(18件)、「学校、家庭等で教育すべきである」(16件)が多くなっている。(図表1-29)