

芦屋市  
消費生活トラブルに関する  
アンケート調査  
調査結果報告書

令和4年9月

芦 屋 市



# 目次

<b>I</b>	<b>調査の概要</b> .....	<b>1</b>
1	調査の目的 .....	1
2	調査対象 .....	1
3	調査期間 .....	1
4	調査方法 .....	1
5	回収状況 .....	1
6	調査結果の表示方法 .....	1
<b>II</b>	<b>調査結果</b> .....	<b>2</b>
(1)	回答者属性.....	2
(2)	消費生活トラブルについて.....	3
(3)	消費生活の知識と情報について.....	23



# I 調査の概要

## 1 調査の目的

「第3次芦屋市消費者教育推進計画」策定の基礎資料として、調査を実施するものです。

## 2 調査対象

芦屋市在住の18歳以上を無作為抽出

## 3 調査期間

令和4年6月6日から令和4年6月30日

## 4 調査方法

- ・郵送による配布・回収
- ・インターネットで回答

## 5 回収状況

配布数	有効回答数	有効回答率
3,000件	1,228件 (郵送回答：992件) (インターネット回答：236件)	40.9%

## 6 調査結果の表示方法

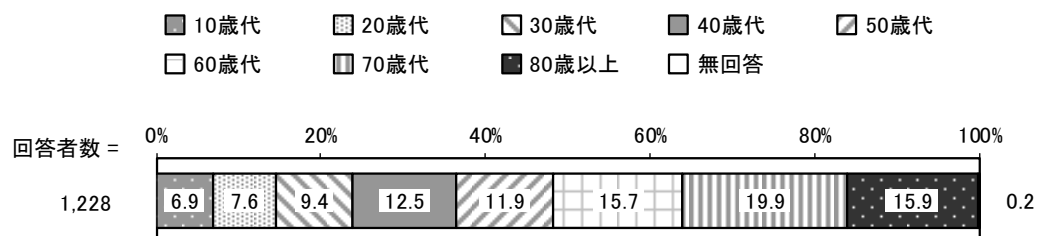
- ・回答は各質問の回答者数（N）を基数とした百分率（%）で示してあります。また、小数点以下第2位を四捨五入しているため、内訳の合計が100.0%にならない場合があります。
- ・複数回答が可能な設問の場合、回答者が全体に対してどのくらいの比率であるかという見方になるため、回答比率の合計が100.0%を超える場合があります。
- ・クロス集計の場合、無回答を排除しているため、クロス集計の有効回答数の合計と単純集計（全体）の有効回答数が合致しないことがあります。なお、クロス集計とは、複数項目の組み合わせで分類した集計のことで、複数の質問項目を交差して並べ、表やグラフを作成することにより、その相互の関係を明らかにするための集計方法です。
- ・調査結果を図表にて表示していますが、グラフ以外の表は、最も高い割合のものを■で網かけをしています。（無回答を除く）

## II 調査結果

### (1) 回答者属性

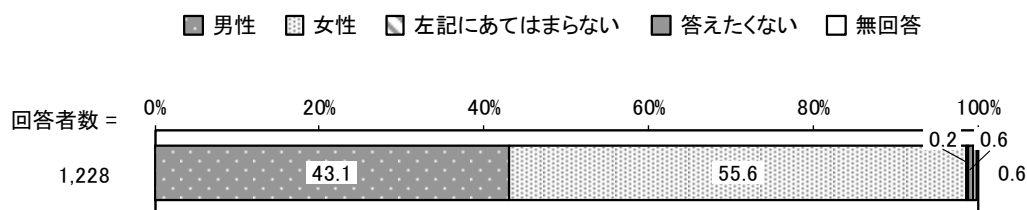
#### 問1 あなたの年齢は (○は1つ)

「70歳代」の割合が19.9%と最も高く、次いで「80歳以上」の割合が15.9%、「60歳代」の割合が15.7%となっています。



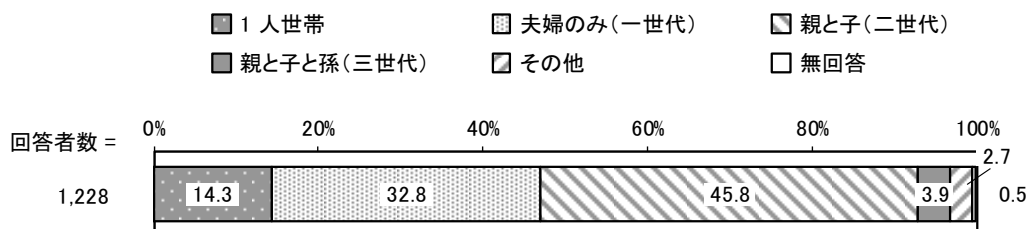
#### 問2 あなたの性別は (○は1つ)

「女性」の割合が55.6%と最も高く、次いで「男性」の割合が43.1%となっています。



#### 問3 あなたと同居しているご家族の構成は (○は1つ)

「親と子(二世代)」の割合が45.8%と最も高く、次いで「夫婦のみ(一世代)」の割合が32.8%、「1人世帯」の割合が14.3%となっています。



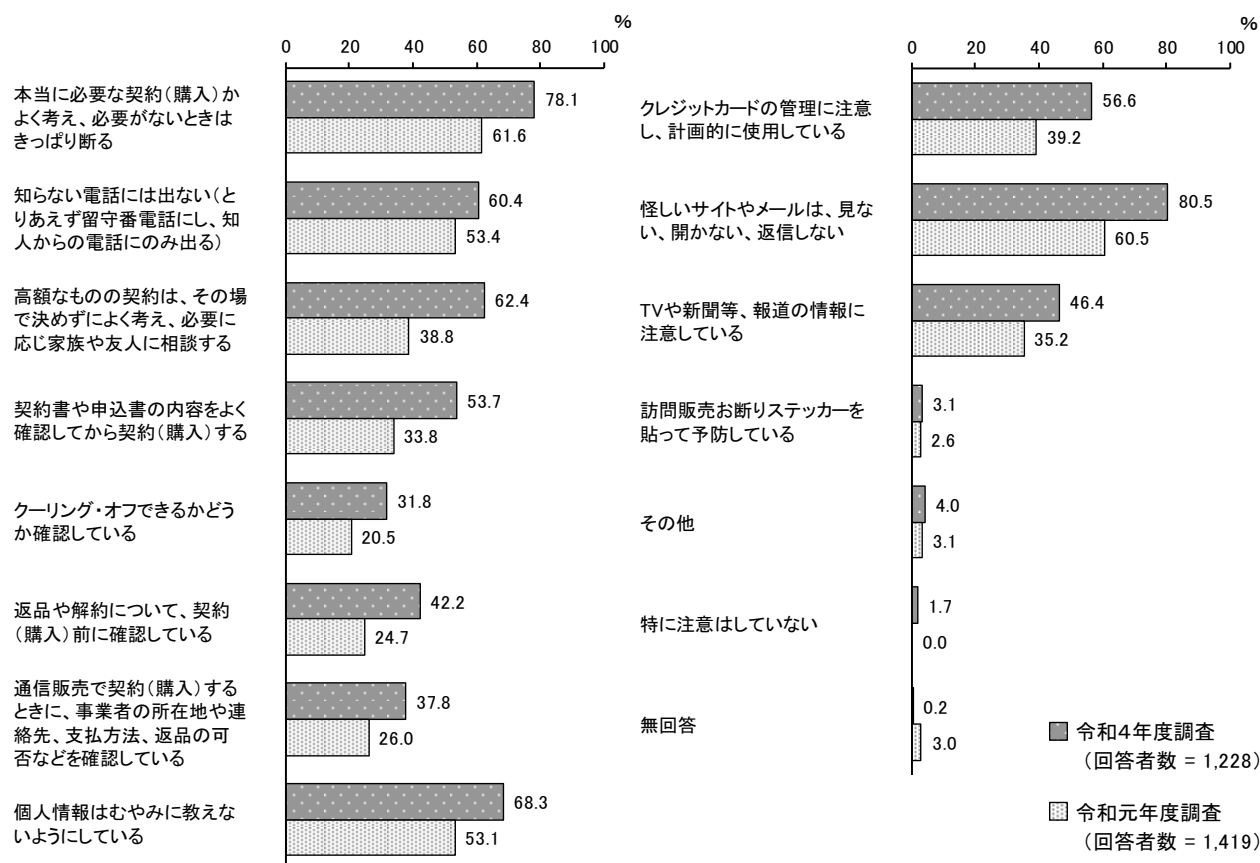
## (2) 消費生活トラブルについて

問4 あなたは、消費生活トラブルや被害にあわないために、日頃注意していることはありますか（当てはまるもの全てに○）

「怪しいサイトやメールは、見ない、開かない、返信しない」の割合が80.5%と最も高く、次いで「本当に必要な契約（購入）かよく考え、必要がないときはきっぱり断る」の割合が78.1%、「個人情報 はむやみに教えないようにしている」の割合が68.3%となっています。

### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、全体的に増加傾向にあり、特に「返品や解約について、契約（購入）前に確認している」「高額なものの契約は、その場で決めずによく考え、必要に応じ家族や友人に相談する」「契約書や申込書の内容をよく確認してから契約（購入）する」の増加割合が高くなっています。



※令和元年度調査では「通信販売で契約（購入）するときに、事業者の所在地や連絡先、支払方法、返品可否を確認している」の選択肢は「通信販売（インターネットなど）で契約（購入）するときに、事業者の所在地や連絡先、支払方法を確認している」となっていました。また、令和元年度調査では「特に注意はしていない」の選択肢はありませんでした。

【年齢別】

年齢別でみると、年齢が高くなるにつれて「クーリング・オフできるかどうか確認している」「TVや新聞等、報道の情報に注意している」の割合が高くなる傾向がみられます。

単位：%

区分	回答者数(件)	本 当 に 必 要 な 契 約 ( 購 入 ) か よ く 考 え 、 必 要 が な い と き は き つ ぱ り 断 る	知 ら な い 電 話 に は 出 な い ( と り あ え ず 留 守 番 電 話 に し 、 知 人 か ら の 電 話 に の み 出 る)	高 額 な も の の 契 約 は 、 そ の 場 で 決 め ず に よ く 考 え 、 必 要 に 応 じ 家 族 や 友 人 に 相 談 す る	契 約 書 や 申 込 書 の 内 容 を よ く 確 認 し て か ら 契 約 ( 購 入 ) す る	ク ー リ ン グ ・ オ フ で き る か ど う か 確 認 し て い る	返 品 や 解 約 に つ い て 、 契 約 ( 購 入 ) 前 に 確 認 し て い る	通 信 販 売 で 契 約 ( 購 入 ) す る と き に 、 事 業 者 の 所 在 地 や 連 絡 先 、 支 払 方 法 、 返 品 の 可 否 な ど を 確 認 し て い る	個 人 情 報 は む や み に 教 え な い よ う に し て い る	ク レ ジ ット カ ー ド の 管 理 に 注 意 し 、 計 画 的 に 使 用 し て い る	怪 し い サ イ ト や メ ー ル は 、 見 な い 、 開 か な い 、 返 信 し な い	T V や 新 聞 等 、 報 道 の 情 報 に 注 意 し て い る	訪 問 販 売 お 断 り ス テ ッ カ ー を 貼 っ て 予 防 し て い る	そ の 他	特 に 注 意 は し て い な い	無 回 答
10歳代	85	68.2	63.5	61.2	56.5	21.2	37.6	34.1	70.6	40.0	75.3	34.1	4.7	—	3.5	—
20歳代	93	77.4	64.5	63.4	55.9	29.0	45.2	24.7	69.9	62.4	75.3	34.4	3.2	2.2	1.1	—
30歳代	116	74.1	63.8	69.0	50.9	24.1	34.5	27.6	61.2	47.4	73.3	24.1	0.9	—	1.7	—
40歳代	154	81.2	60.4	63.6	50.6	29.2	44.2	34.4	61.7	51.3	81.2	33.1	—	2.6	1.9	—
50歳代	146	80.1	63.7	62.3	54.8	31.5	47.9	43.2	71.2	58.9	84.2	43.8	1.4	2.1	0.7	—
60歳代	193	79.3	58.0	65.8	51.8	34.2	40.9	43.5	67.9	62.7	88.6	50.3	2.6	4.1	1.0	—
70歳代	244	78.7	61.1	59.4	53.7	35.2	43.4	41.4	75.0	63.5	84.0	62.3	3.3	4.5	1.6	—
80歳以上	195	80.0	54.4	58.5	57.4	38.5	41.5	40.5	66.2	54.9	74.9	60.0	7.7	10.3	2.6	1.0



**問5（1） あなたは、過去3年間に、次のような消費生活トラブルや被害にあったことがありますか（当てはまるもの全てに○）**

「消費生活トラブルや被害にあったことはない」の割合が54.5%と最も高く、次いで「架空の請求や不当な請求をされた（メールやハガキなどにより身に覚えのない料金の請求をされたなど）」の割合が18.1%となっています。

**【経年比較】**

令和元年度調査と比較すると、「消費生活トラブルや被害にあったことはない」の割合が増加しています。『被害にあったことがある』と回答したもののうち、

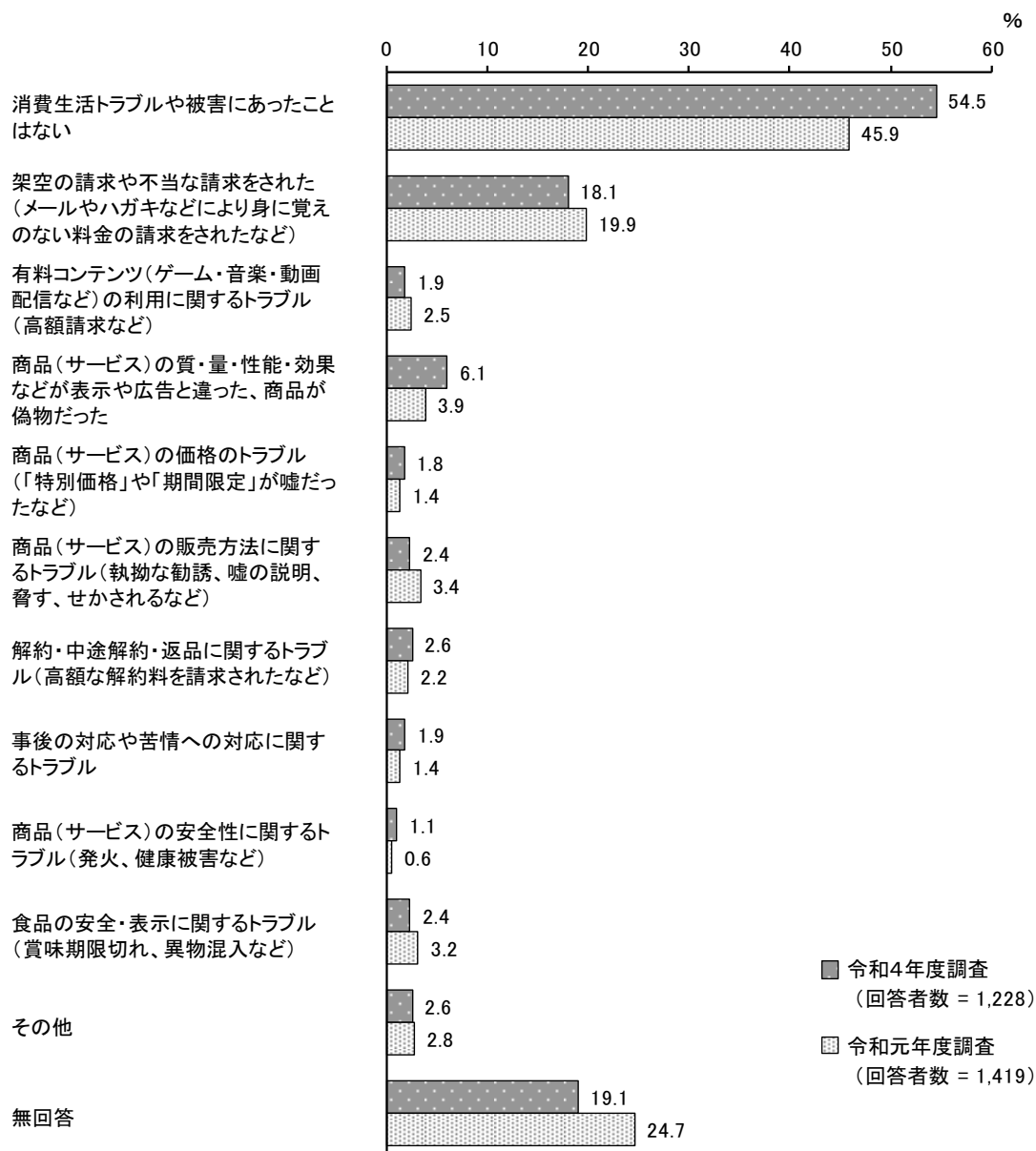
「商品（サービス）の質・量・性能・効果などが表示や広告と違った、商品が偽物だった」

「商品（サービス）の価格のトラブル（「特別価格」や「期間限定」が嘘だったなど）」

「解約・中途解約・返品に関するトラブル（高額な解約料を請求されたなど）」

「事後の対応や苦情への対応に関するトラブル」

「商品（サービス）の安全性に関するトラブル（発火、健康被害など）」の割合が増加しています。



※令和元年度調査では「消費生活トラブルや被害にあったことはない」の選択肢は「消費生活トラブルや被害にあったことはない（覚えていない）」となっていました。

【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、10歳代で「消費生活トラブルや被害にあったことはない」の割合が、40歳代で「架空の請求や不当な請求をされた（メールやハガキなどにより身に覚えのない料金の請求をされたなど）」の割合が高くなっています。

単位：%

区分	回答者数（件）	消費生活トラブルや被害にあったことはない	架空の請求や不当な請求をされた（メールやハガキなどにより身に覚えのない料金の請求をされたなど）	有料コンテンツ（ゲーム・音楽・動画配信など）の利用に関するトラブル（高額請求など）	商品（サービス）の質・量・性能・効果などが表示や広告と違った、商品が偽物だった	商品（サービス）の価格のトラブル（「特別価格」や「期間限定」が嘘だったなど）	商品（サービス）の販売方法に関するトラブル（執拗な勧誘、嘘の説明、脅す、せかされるなど）	解約・中途解約・返品に関するトラブル（高額な解約料を請求されたなど）	事後の対応や苦情への対応に関するトラブル	商品（サービス）の安全性に関するトラブル（発火、健康被害など）	食品の安全・表示に関するトラブル（賞味期限切れ、異物混入など）	その他	無回答
10歳代	85	70.6	9.4	1.2	8.2	—	—	1.2	—	—	—	—	12.9
20歳代	93	59.1	20.4	1.1	5.4	2.2	1.1	6.5	2.2	2.2	1.1	2.2	11.8
30歳代	116	54.3	24.1	1.7	7.8	1.7	1.7	1.7	2.6	0.9	0.9	1.7	13.8
40歳代	154	54.5	26.0	3.2	7.8	0.6	3.9	2.6	3.2	0.6	2.6	1.3	12.3
50歳代	146	54.8	21.9	2.1	8.2	2.1	2.7	2.7	3.4	0.7	4.8	4.1	13.7
60歳代	193	55.4	19.2	2.1	8.3	2.1	2.6	3.1	0.5	0.5	2.1	0.5	17.1
70歳代	244	49.6	14.8	2.5	4.5	2.5	2.0	1.6	0.8	1.6	2.0	3.7	27.0
80歳以上	195	50.8	10.8	—	1.5	2.1	3.6	2.1	2.6	1.0	3.1	5.1	29.7

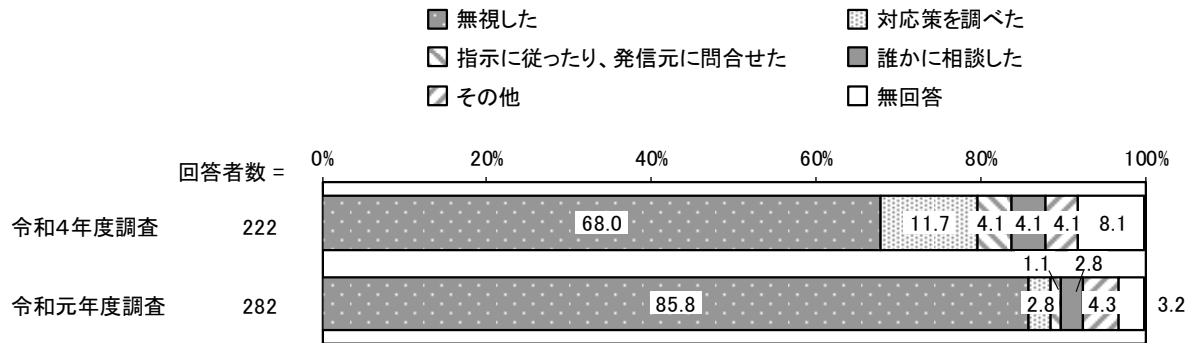
問5 (2) そのトラブル・被害のきっかけや購入方法は何ですか (〇は1つ)

2. 架空の請求や不当な請求をされた【その時の対応】

「無視した」の割合が68.0%と最も高く、次いで「対応策を調べた」の割合が11.7%となっています。

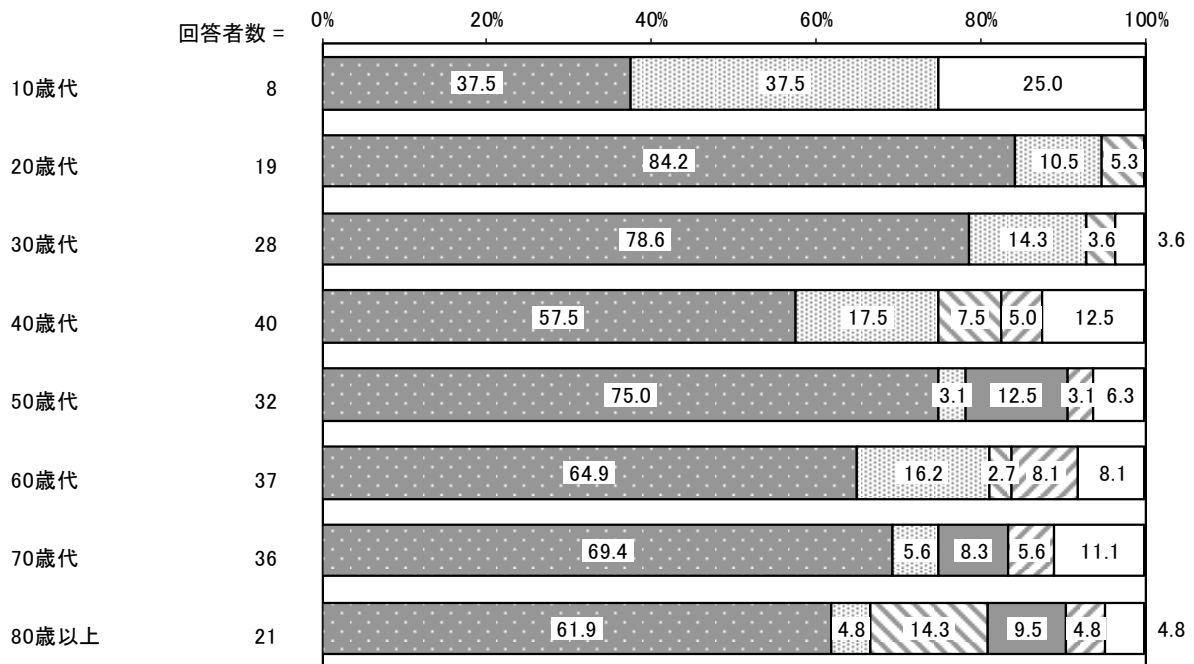
【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「対応策を調べた」の割合が増加しています。一方、「無視した」の割合が減少しています。



【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、20歳代で「無視した」の割合が、40歳代で「対応策を調べた」の割合が高くなっています。また、50歳代で「誰かに相談した」の割合が高くなっています。

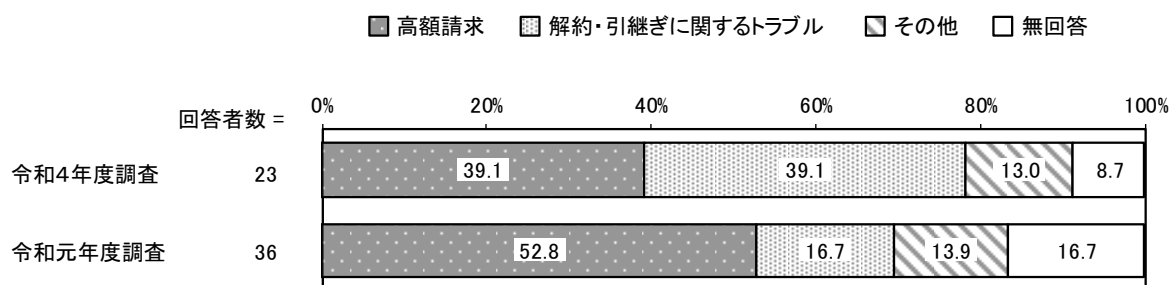


### 3. 有料コンテンツ（ゲーム・音楽・動画配信など）の利用に関するトラブル【トラブルの種類】

「高額請求」の割合が39.1%、「解約・引継ぎに関するトラブル」の割合が39.1%となっています。

#### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「解約・引継ぎに関するトラブル」の割合が増加しています。一方、「高額請求」の割合が減少しています。

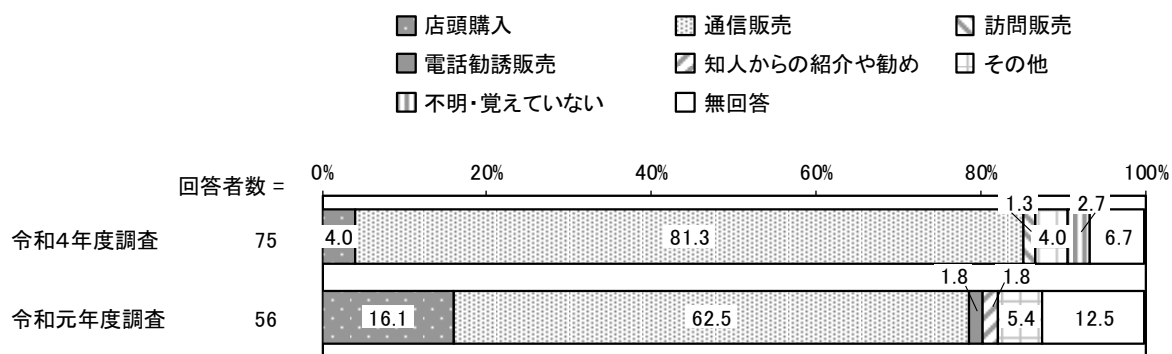


### 4. 商品（サービス）の質・量・性能・効果などが表示や広告と違った、商品が偽物だった

「通信販売」の割合が81.3%と最も高くなっています。

#### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「通信販売」の割合が増加しています。一方、「店頭購入」の割合が減少しています。

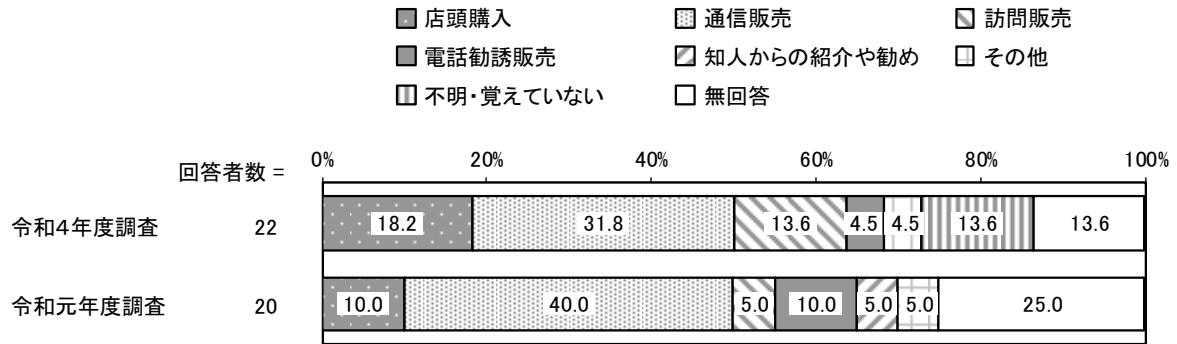


## 5. 商品（サービス）の価格のトラブル

「通信販売」の割合が31.8%と最も高く、次いで「店頭購入」の割合が18.2%、「訪問販売」、「不明・覚えていない」の割合が13.6%となっています。

### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「店頭購入」「訪問販売」「不明・覚えていない」の割合が増加しています。一方、「通信販売」「電話勧誘販売」の割合が減少しています。

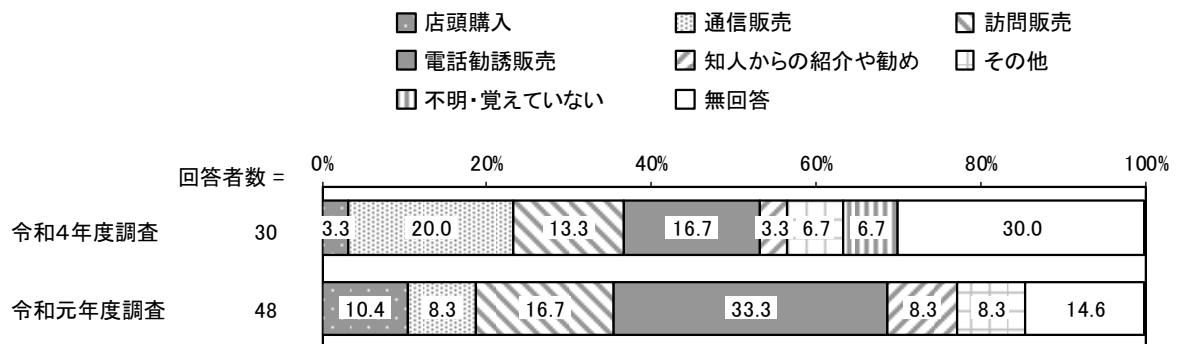


## 6. 商品（サービス）の販売方法に関するトラブル

「通信販売」の割合が20.0%と最も高く、次いで「電話勧誘販売」の割合が16.7%、「訪問販売」の割合が13.3%となっています。

### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「通信販売」「不明・覚えていない」の割合が増加しています。一方、「店頭購入」「電話勧誘販売」「知人からの紹介や勧め」の割合が減少しています。

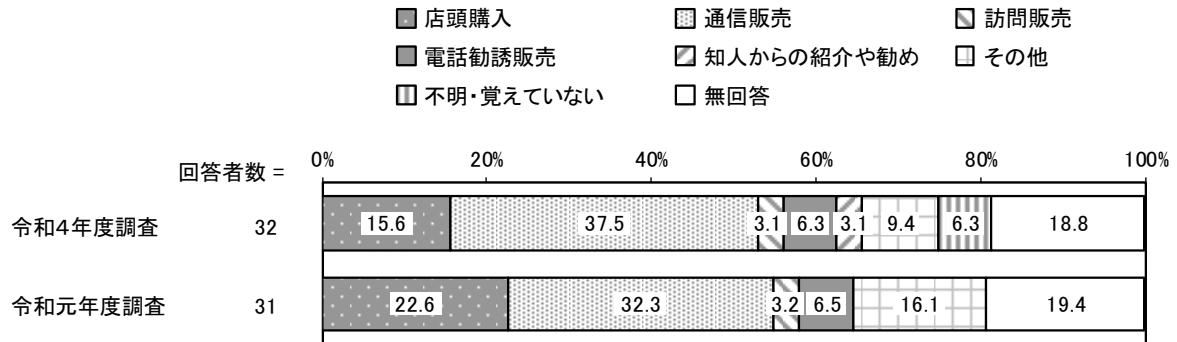


## 7. 解約・中途解約・返品に関するトラブル

「通信販売」の割合が 37.5%と最も高く、次いで「店頭購入」の割合が 15.6%となっています。

### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「通信販売」「不明・覚えていない」の割合が増加しています。一方、「店頭購入」の割合が減少しています。

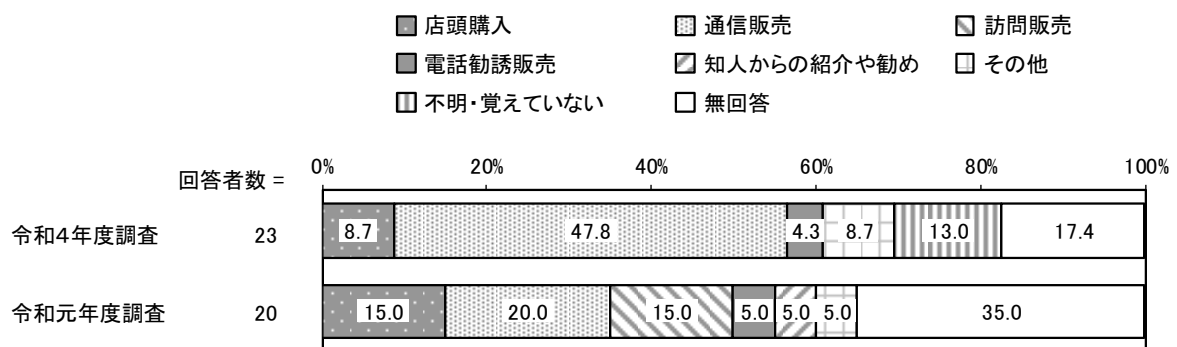


## 8. 事後の対応や苦情への対応に関するトラブル

「通信販売」の割合が 47.8%と最も高く、次いで「不明・覚えていない」の割合が 13.0%となっています。

### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「通信販売」「不明・覚えていない」の割合が増加しています。一方、「店頭購入」「訪問販売」の割合が減少しています。

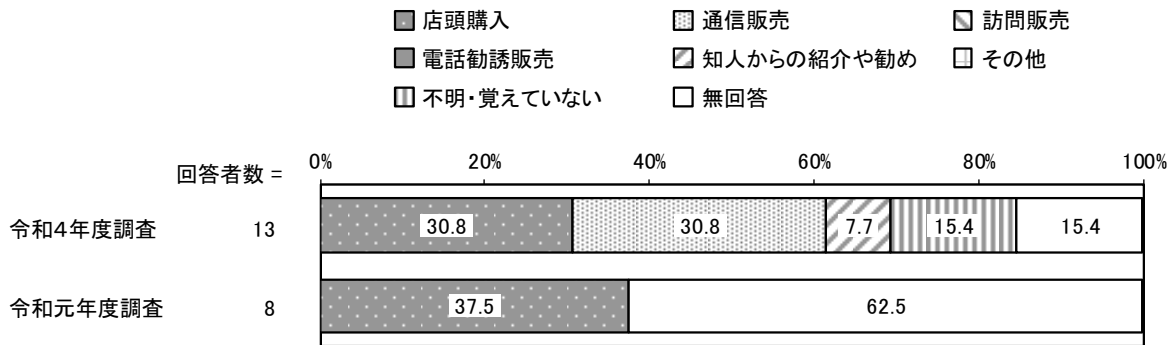


### 9. 商品（サービス）の安全性に関するトラブル

「店頭購入」、「通信販売」の割合が 30.8%と最も高く、次いで「不明・覚えていない」の割合が 15.4%となっています。

#### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「通信販売」「知人からの紹介や勧め」「不明・覚えていない」の割合が増加しています。一方、「店頭購入」の割合が減少しています。（令和元年度調査では、「店頭購入」が 3 件）

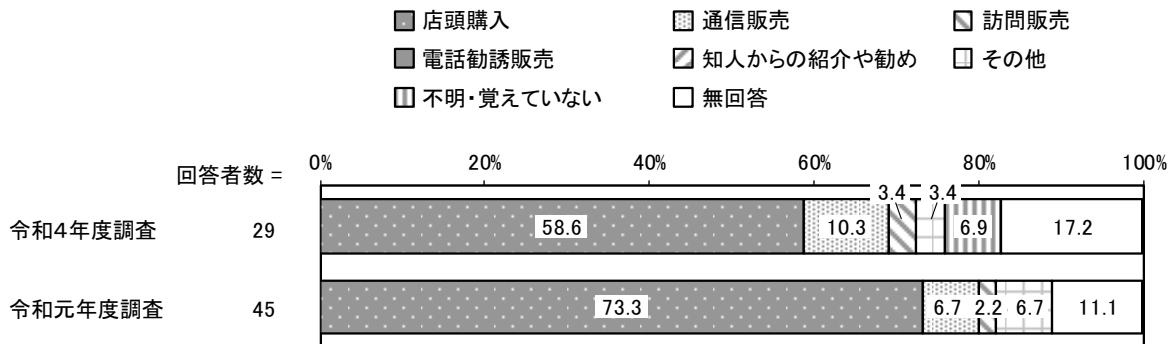


### 10. 食品の安全・表示に関するトラブル

「店頭購入」の割合が 58.6%と最も高く、次いで「通信販売」の割合が 10.3%となっています。

#### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「不明・覚えていない」の割合が増加しています。一方、「店頭購入」の割合が減少しています。



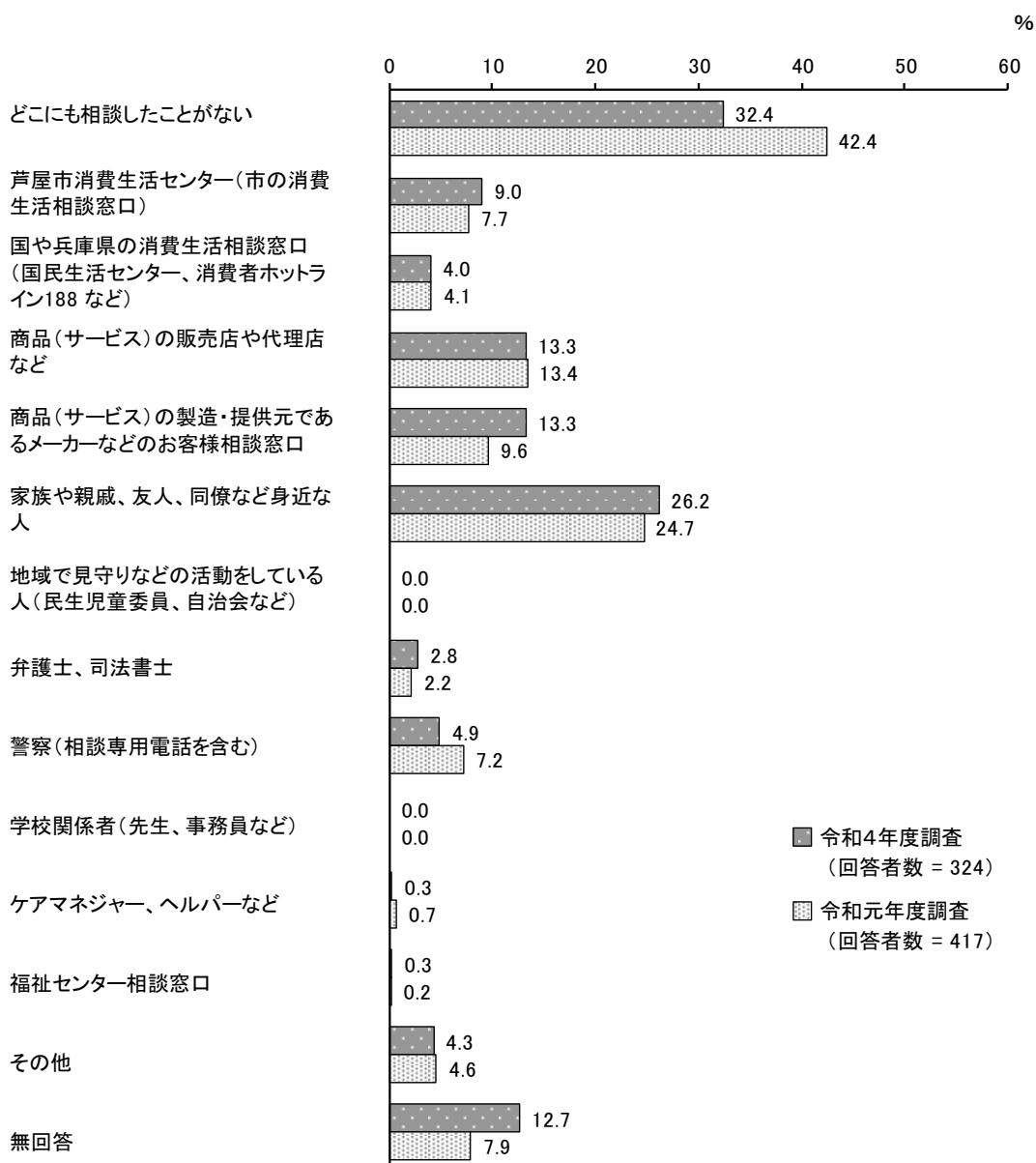
【問5で消費トラブルや被害にあったことがあると答えた方へお伺いします。】

問6 (1) 消費生活トラブル・被害にあったときに、どこか(誰か)に相談したことがありますか(当てはまるもの全てに○)

「どこにも相談したことがない」の割合が32.4%と最も高く、次いで「家族や親戚、友人、同僚など身近な人」の割合が26.2%、「商品(サービス)の販売店や代理店など」、「商品(サービス)の製造・提供元であるメーカーなどのお客様相談窓口」の割合が13.3%となっています。

【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「どこにも相談したことがない」の割合が減少しています。





【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、20歳代で「家族や親戚、友人、同僚など身近な人」の割合が、30歳代で「どこにも相談したことがない」の割合が、60歳代で「芦屋市消費生活センター（市の消費生活相談窓口）」の割合が高くなっています。また、40歳代で「商品（サービス）の販売店や代理店など」の割合が、60歳代、70歳代で「商品（サービス）の製造・提供元であるメーカーなどのお客様相談窓口」の割合が高くなっています。

【消費生活センターの認知度別】

消費生活センターの認知度別でみると、消費生活センターで相談業務をしていることを知らない人で「どこにも相談したことがない」の割合が高くなっています。一方、消費生活センターで相談業務をしていることを知っている人で「家族や親戚、友人、同僚など身近な人」に次いで「芦屋市消費生活センター（市の消費生活相談窓口）」の割合が高くなっています。

単位：％

区分	回答者数（件）	どこにも相談したことがない	芦屋市消費生活センター（市の消費生活相談窓口）	国や兵庫県の消費生活相談窓口（国民生活センター、消費者ホットライン188など）	商品（サービス）の販売店や代理店など	商品（サービス）の製造・提供元であるメーカーなどのお客様相談窓口	家族や親戚、友人、同僚など身近な人	地域で見守りなどの活動をしている人（民生児童委員、自治会など）	弁護士、司法書士	警察（相談専用電話を含む）	学校関係者（先生、事務員など）	ケアマネジャー、ヘルパーなど	福祉センター相談窓口	その他	無回答
10歳代	14	57.1	14.3	—	7.1	—	21.4	—	—	—	—	—	—	—	7.1
20歳代	27	29.6	7.4	7.4	11.1	14.8	48.1	—	3.7	7.4	—	—	—	—	7.4
30歳代	37	59.5	—	2.7	10.8	5.4	18.9	—	8.1	—	—	—	—	2.7	2.7
40歳代	51	41.2	2.0	7.8	23.5	13.7	27.5	—	3.9	—	—	—	—	3.9	3.9
50歳代	46	30.4	8.7	2.2	13.0	15.2	30.4	—	—	8.7	—	—	—	2.2	8.7
60歳代	53	22.6	15.1	3.8	11.3	17.0	22.6	—	1.9	5.7	—	—	—	11.3	13.2
70歳代	57	22.8	12.3	5.3	14.0	17.5	21.1	—	3.5	5.3	—	—	—	1.8	24.6
80歳以上	38	18.4	10.5	—	7.9	10.5	26.3	—	—	7.9	—	2.6	2.6	7.9	26.3
消費生活センターで相談業務をしていることを知っている	156	26.3	16.7	6.4	10.3	14.1	28.2	—	2.6	5.8	—	—	—	5.1	12.2
消費生活センターで相談業務をしていることを知らない	157	39.5	1.9	1.9	17.2	13.4	24.8	—	3.2	3.2	—	0.6	0.6	2.5	11.5

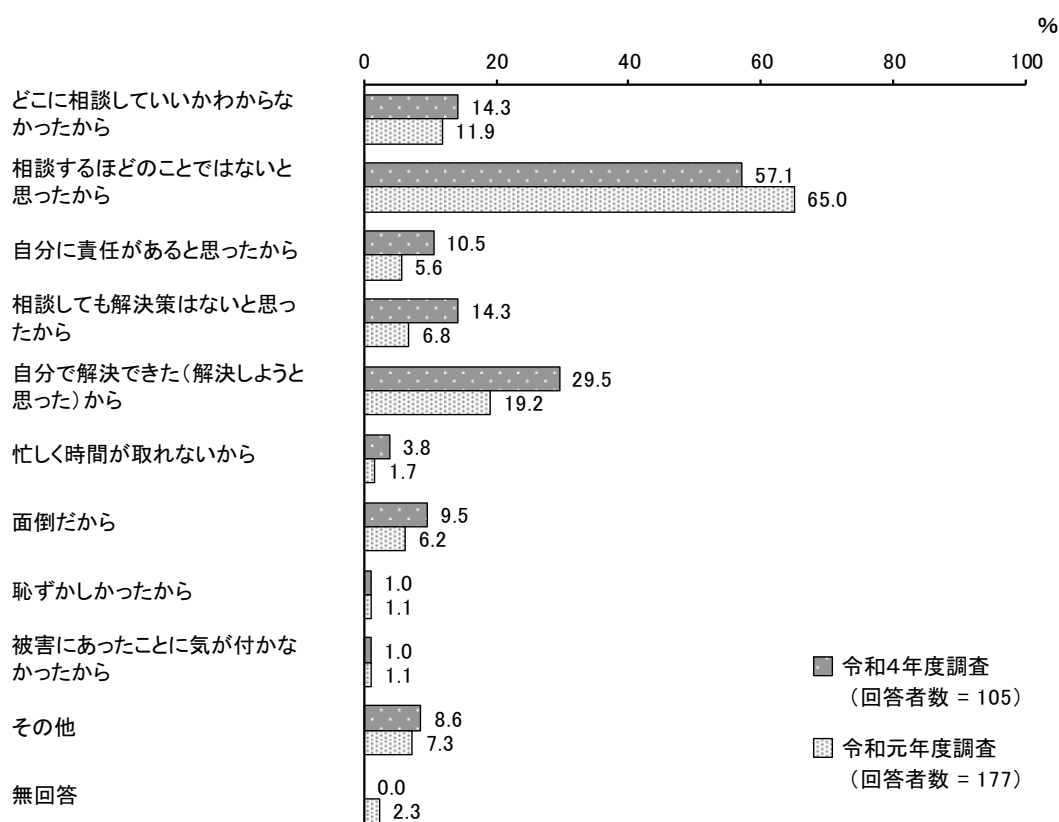
【問6（1）で「1. どこにも相談したことがない」と回答した方にお伺いします】

問6（2） どこにも相談しなかった理由は何ですか（当てはまるもの全てに○）

「相談するほどのことではないと思ったから」の割合が57.1%と最も高く、次いで「自分で解決できた（解決しようと思った）から」の割合が29.5%、「どこに相談していいかわからなかったから」、「相談しても解決策はないと思ったから」の割合が14.3%となっています。

【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「相談しても解決策はないと思ったから」「自分で解決できた（解決しようと思った）から」の割合が増加しています。一方、「相談するほどのことではないと思ったから」の割合が減少しています。



## 【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、40歳代で「どこに相談していいかわからなかったから」「面倒だから」の割合が、30歳代で「相談するほどのことではないと思ったから」の割合が高くなっています。また、70歳代で「自分に責任があると思ったから」の割合が、50歳代で「相談しても解決策はないと思ったから」の割合が、60歳代で「自分で解決できた（解決しようと思った）から」の割合が高くなっています。

## 【消費生活センターの認知度別】

消費生活センターの認知度別でみると、消費生活センターで相談業務をしていることを知らない人で「どこに相談していいかわからなかったから」「面倒だから」の割合が高くなっています。一方、消費生活センターで相談業務をしていることを知っている人で「自分で解決できた（解決しようと思った）から」の割合が高くなっています。

単位：％

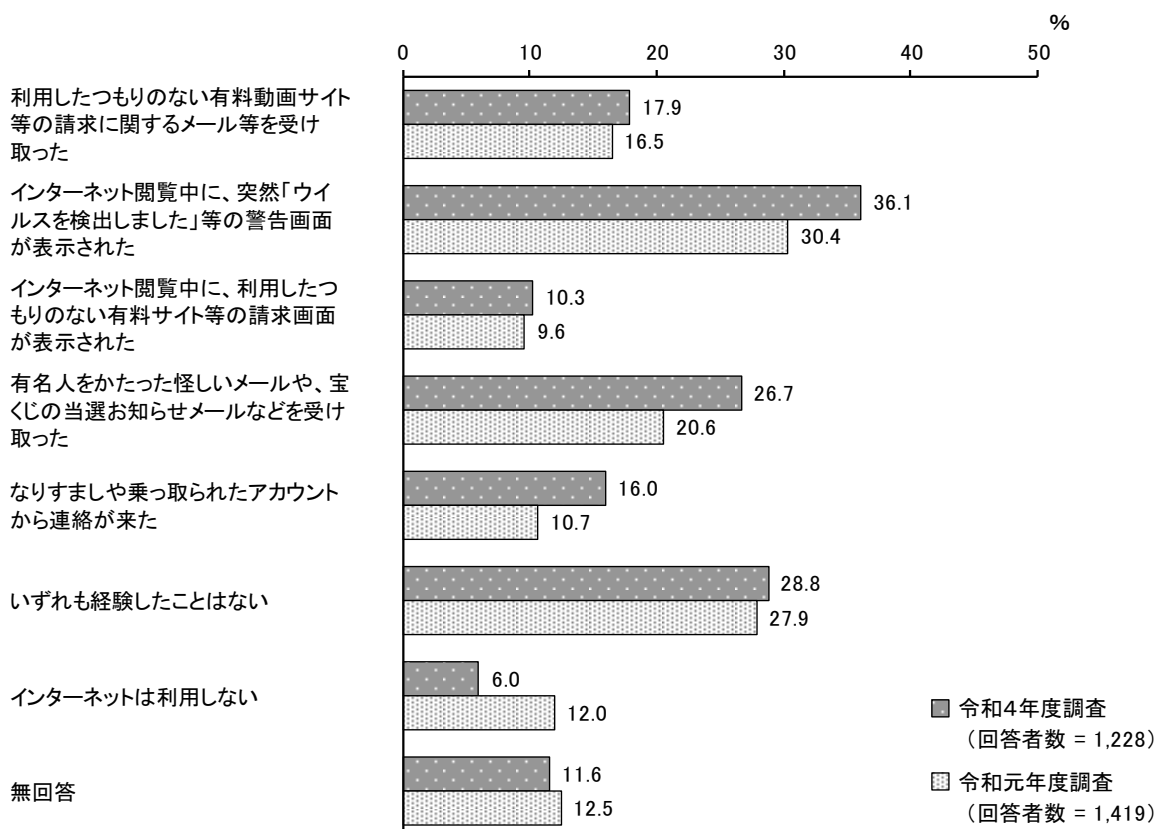
区分	回答者数（件）	どこに相談していいかわからなかったから	相談するほどのことではないと思ったから	自分に責任があると思ったから	相談しても解決策はないと思ったから	自分で解決できた（解決しようと思った）から	忙しく時間が取れないから	面倒だから	恥ずかしかったから	被害にあったことに気が付かなかったから	その他	無回答
10歳代	8	12.5	50.0	12.5	—	50.0	12.5	—	—	—	12.5	—
20歳代	8	12.5	62.5	—	12.5	50.0	—	12.5	—	—	12.5	—
30歳代	22	13.6	68.2	9.1	18.2	31.8	4.5	13.6	—	—	—	—
40歳代	21	23.8	52.4	9.5	14.3	23.8	9.5	19.0	4.8	—	9.5	—
50歳代	14	14.3	64.3	14.3	21.4	28.6	—	—	—	—	7.1	—
60歳代	12	—	66.7	8.3	8.3	33.3	—	8.3	—	—	—	—
70歳代	13	7.7	46.2	23.1	15.4	23.1	—	—	—	—	15.4	—
80歳以上	7	28.6	28.6	—	14.3	—	—	14.3	—	14.3	28.6	—
消費生活センターで相談業務をしていることを知っている	41	2.4	56.1	9.8	12.2	36.6	2.4	2.4	—	2.4	12.2	—
消費生活センターで相談業務をしていることを知らない	62	21.0	58.1	11.3	16.1	25.8	4.8	14.5	1.6	—	6.5	—

問7 (1) あなたは、インターネットを利用して次の経験をしたことがありますか (当てはまるもの全てに○)

「インターネット閲覧中に、突然「ウイルスを検出しました」等の警告画面が表示された」の割合が36.1%と最も高く、次いで「いずれも経験したことはない」の割合が28.8%、「有名人をかたった怪しいメールや、宝くじの当選お知らせメールなどを受け取った」の割合が26.7%となっています。

【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「インターネット閲覧中に、突然「ウイルスを検出しました」等の警告画面が表示された」「有名人をかたった怪しいメールや、宝くじの当選お知らせメールなどを受け取った」「なりすましや乗っ取られたアカウントから連絡が来た」の割合が増加しています。一方、「インターネットは利用しない」の割合が減少しています。



## 【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、30歳代で「利用したつもりのない有料動画サイト等の請求に関するメール等を受け取った」の割合が、60歳代で「いずれも経験したことはない」の割合が、80歳代で「インターネットは利用しない」の割合が高くなっています。また、年齢が低くなるほどいずれかを経験したことがある方の割合が高くなる傾向がみられます。

単位：％

区分	回答者数(件)	利用したつもりのない有料動画サイト等の請求に関するメール等を受け取った	インターネット閲覧中に、突然「ウイルスを検出しました」等の警告画面が表示された	インターネット閲覧中に、利用したつもりのない有料サイト等の請求画面が表示された	有名人をかたった怪しいメールや、宝くじの当選お知らせメールなどを受け取った	なりすましや乗っ取られたアカウントから連絡が来た	いずれも経験したことはない	インターネットは利用しない	無回答
10歳代	85	12.9	50.6	10.6	35.3	28.2	34.1	—	1.2
20歳代	93	24.7	58.1	20.4	45.2	31.2	17.2	—	2.2
30歳代	116	32.8	56.9	16.4	48.3	22.4	19.0	0.9	3.4
40歳代	154	27.9	50.0	15.6	44.2	26.0	20.1	0.6	3.2
50歳代	146	24.7	42.5	11.6	34.9	24.7	28.8	—	4.1
60歳代	193	16.1	28.5	7.8	19.7	8.8	39.4	2.6	8.8
70歳代	244	10.7	26.6	6.6	12.3	6.1	35.2	12.7	15.6
80歳以上	195	5.6	10.3	4.1	6.7	5.1	26.7	18.5	35.4

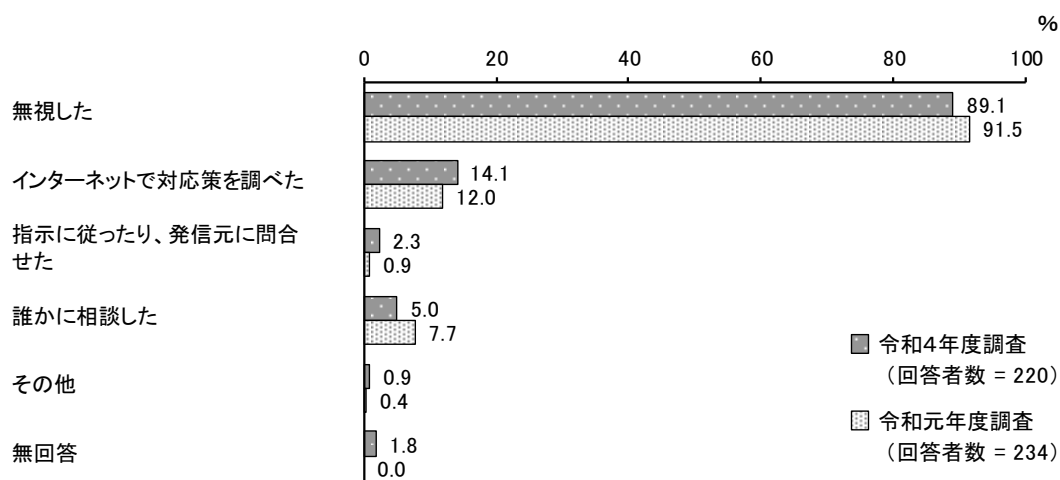
## 問7（2） その時、どのような対応をしましたか（それぞれ当てはまるものに○）

### 1. 利用したつもりのない有料動画サイト等の請求に関するメール等を受け取った

「無視した」の割合が89.1%と最も高く、次いで「インターネットで対応策を調べた」の割合が14.1%となっています。

#### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、大きな変化はみられません。



#### 【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、20歳代で「無視した」の割合が、50歳代で「インターネットで対応策を調べた」の割合が高くなっています。また、60歳代で「誰かに相談した」の割合が高くなっています。

単位：%

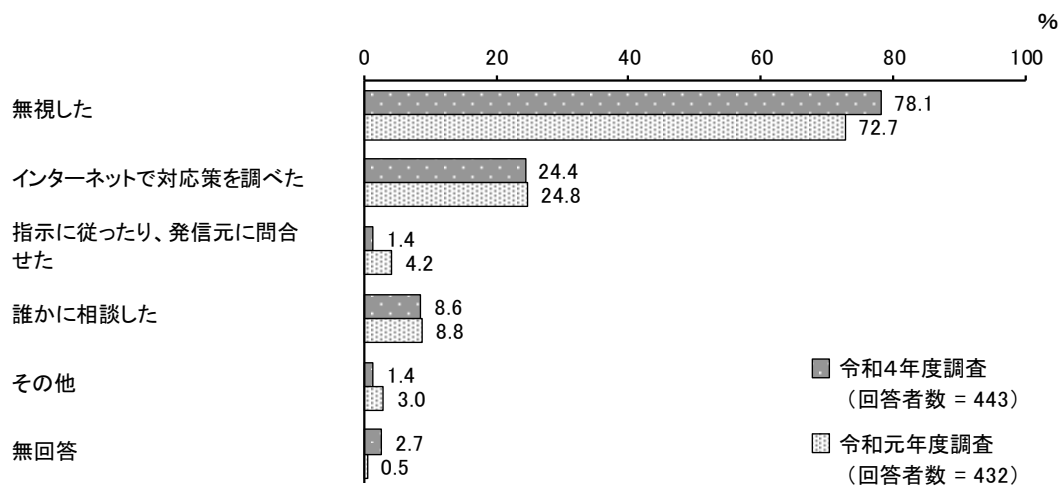
区分	回答者数 (件)	無視した	インターネットで対応策を調べた	指示に従ったり、発信元に問合せた	誰かに相談した	その他	無回答
10歳代	11	81.8	—	9.1	—	—	9.1
20歳代	23	95.7	8.7	—	4.3	—	—
30歳代	38	89.5	15.8	—	5.3	—	2.6
40歳代	43	90.7	20.9	2.3	—	—	—
50歳代	36	86.1	27.8	2.8	8.3	—	—
60歳代	31	83.9	6.5	—	12.9	—	6.5
70歳代	26	92.3	—	3.8	—	7.7	—
80歳以上	11	90.9	9.1	9.1	9.1	—	—

## 2. インターネット閲覧中に、突然「ウイルスを検出しました」等の警告画面が表示された

「無視した」の割合が78.1%と最も高く、次いで「インターネットで対応策を調べた」の割合が24.4%となっています。

### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「無視した」の割合が増加しています。



### 【年齢別】

年齢別で見ると、他に比べ、20歳代で「無視した」の割合が、40歳代で「インターネットで対応策を調べた」の割合が高くなっています。また、70歳代で「誰かに相談した」の割合が高くなっています。

単位：%

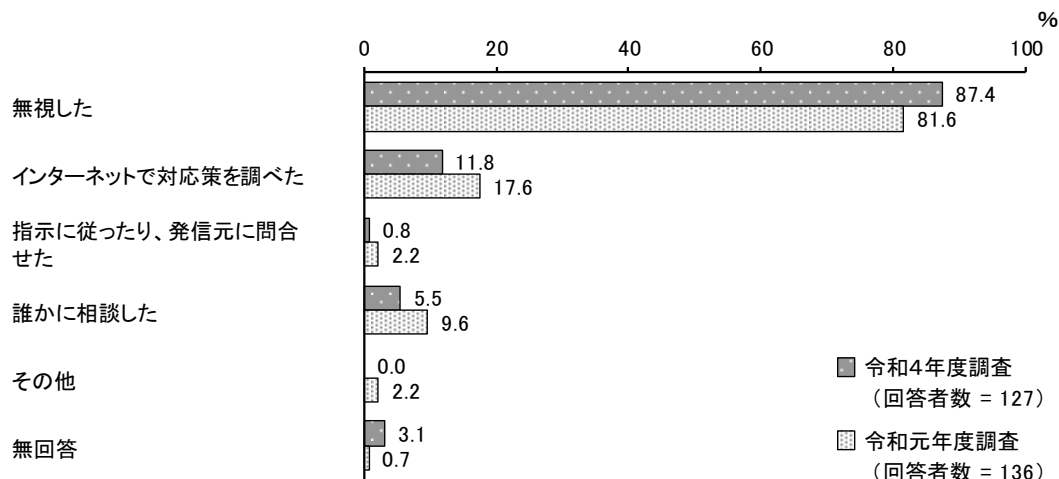
区分	回答者数 (件)	無視した	インターネットで対応策を調べた	指示に従ったり、発信元に問合せた	誰かに相談した	その他	無回答
10歳代	43	81.4	23.3	—	9.3	—	2.3
20歳代	54	90.7	13.0	—	5.6	1.9	1.9
30歳代	66	83.3	25.8	—	3.0	—	3.0
40歳代	77	76.6	39.0	1.3	2.6	2.6	1.3
50歳代	62	72.6	29.0	1.6	14.5	1.6	—
60歳代	55	70.9	30.9	—	7.3	—	5.5
70歳代	65	67.7	12.3	6.2	20.0	3.1	6.2
80歳以上	20	95.0	5.0	—	5.0	—	—

### 3. インターネット閲覧中に、利用したつもりのない有料サイト等の請求画面が表示された

「無視した」の割合が87.4%と最も高く、次いで「インターネットで対応策を調べた」の割合が11.8%となっています。

#### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「無視した」の割合が増加しています。一方、「インターネットで対応策を調べた」の割合が減少しています。



#### 【年齢別】

年齢別で見ると、他に比べ、20歳代で「無視した」の割合が、40歳代で「インターネットで対応策を調べた」の割合が高くなっています。また、60歳代で「誰かに相談した」の割合が高くなっています。

単位：%

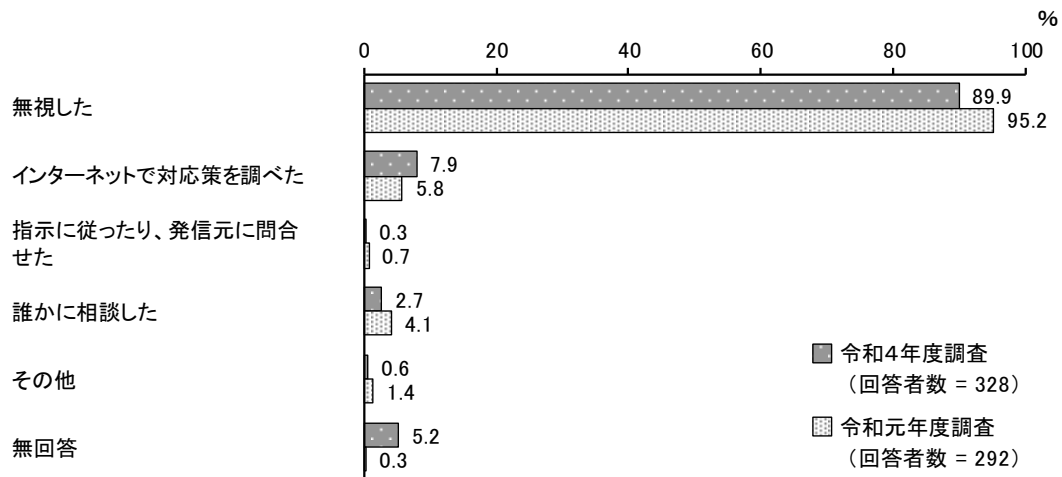
区分	回答者数 (件)	無視した	インターネットで対応策を調べた	指示に従ったり、発信元に問合せた	誰かに相談した	その他	無回答
10歳代	9	88.9	11.1	—	—	—	—
20歳代	19	100.0	5.3	—	—	—	—
30歳代	19	84.2	15.8	—	—	—	10.5
40歳代	24	83.3	20.8	—	—	—	—
50歳代	17	94.1	11.8	—	11.8	—	—
60歳代	15	86.7	13.3	—	13.3	—	—
70歳代	16	93.8	6.3	—	6.3	—	—
80歳以上	8	50.0	—	12.5	25.0	—	25.0



4. 有名人をかたった怪しいメールや、宝くじの当選お知らせメールなどを受け取った「無視した」の割合が89.9%と最も高くなっています。

**【経年比較】**

令和元年度調査と比較すると、「無視した」の割合が減少しています。



**【年齢別】**

年齢別でみると、他に比べ、60歳代で「無視した」の割合が、50歳代で「インターネットで対応策を調べた」の割合が高くなっています。また、80歳以上で「誰かに相談した」の割合が高くなっています。

単位：%

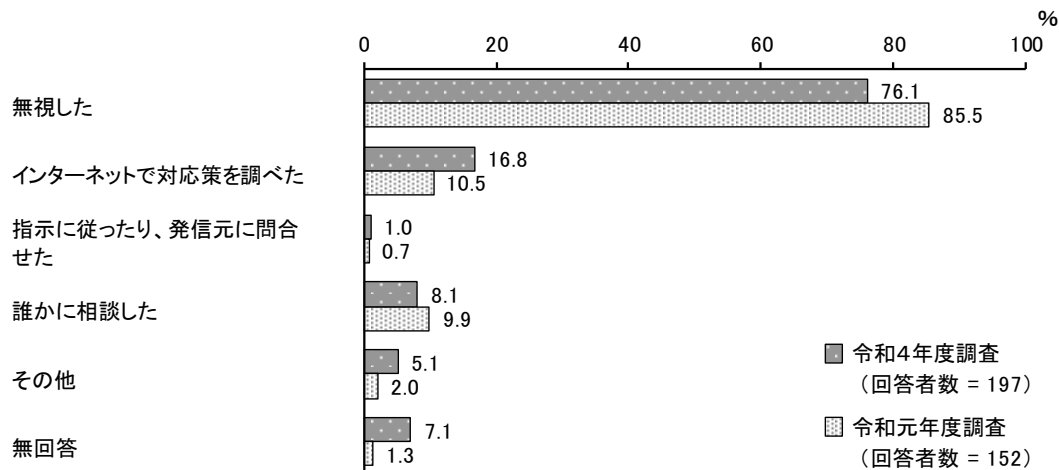
区分	回答者数 (件)	無視した	インターネットで対応策を調べた	指示に従ったり、発信元に問合せた	誰かに相談した	その他	無回答
10歳代	30	90.0	10.0	—	—	—	3.3
20歳代	42	90.5	7.1	—	2.4	—	9.5
30歳代	56	83.9	8.9	—	—	1.8	8.9
40歳代	68	92.6	5.9	—	2.9	1.5	4.4
50歳代	51	90.2	17.6	2.0	2.0	—	2.0
60歳代	38	94.7	2.6	—	2.6	—	5.3
70歳代	30	90.0	3.3	—	6.7	—	3.3
80歳以上	13	84.6	—	—	15.4	—	—

## 5. なりすましや乗っ取られたアカウントから連絡が来た

「無視した」の割合が76.1%と最も高く、次いで「インターネットで対応策を調べた」の割合が16.8%となっています。

### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「インターネットで対応策を調べた」の割合が増加しています。一方、「無視した」の割合が減少しています。



### 【年齢別】

年齢別で見ると、他に比べ、60歳代で「無視した」の割合が、50歳代で「インターネットで対応策を調べた」の割合が高くなっています。また、80歳以上で「誰かに相談した」の割合が高くなっています。

単位：%

区分	回答者数 (件)	無視した	インターネットで対応策を調べた	指示に従ったり、発信元に問合せた	誰かに相談した	その他	無回答
10歳代	24	75.0	12.5	—	—	8.3	16.7
20歳代	29	82.8	17.2	—	—	6.9	3.4
30歳代	26	80.8	11.5	—	3.8	7.7	3.8
40歳代	40	75.0	25.0	2.5	7.5	2.5	2.5
50歳代	36	75.0	27.8	—	13.9	5.6	8.3
60歳代	17	88.2	5.9	—	5.9	—	5.9
70歳代	15	73.3	6.7	—	13.3	6.7	6.7
80歳以上	10	40.0	—	10.0	40.0	—	20.0

### (3) 消費生活の知識と情報について

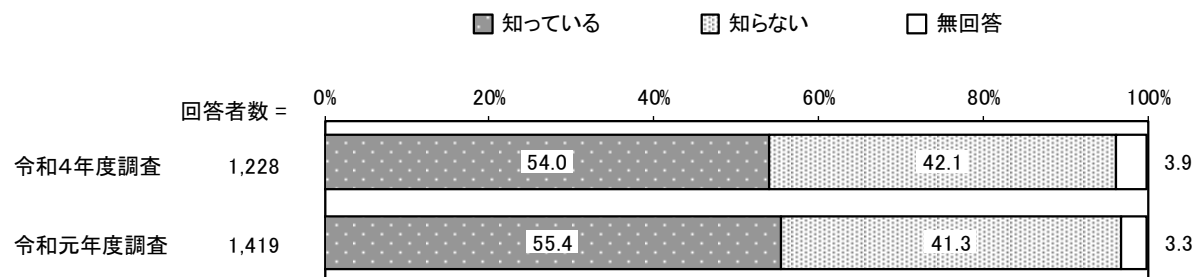
問8 あなたは「芦屋市消費生活センター」のことや業務内容、消費者ホットライン188を知っていますか、また利用したことはありますか（それぞれ〇は1つ）

#### 消費生活センターの名称

「知っている」の割合が54.0%、「知らない」の割合が42.1%となっています。

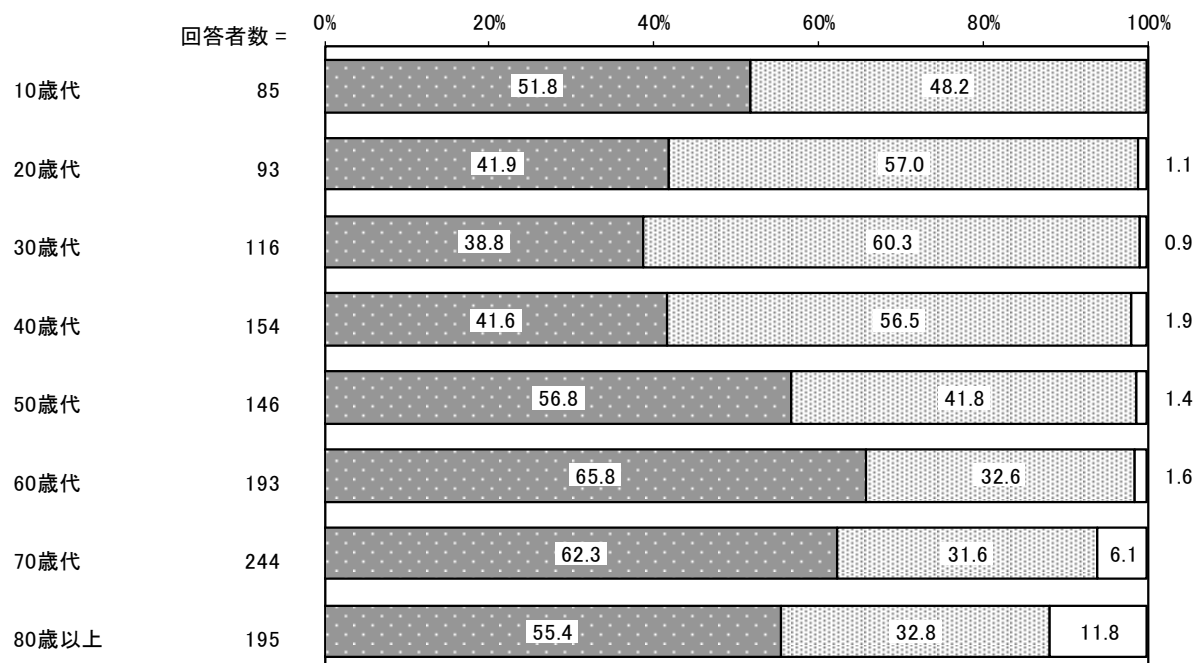
#### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、大きな変化はみられません。



#### 【年齢別】

年齢別で見ると、他に比べ、60歳代で「知っている」の割合が、30歳代で「知らない」の割合が高くなっています。

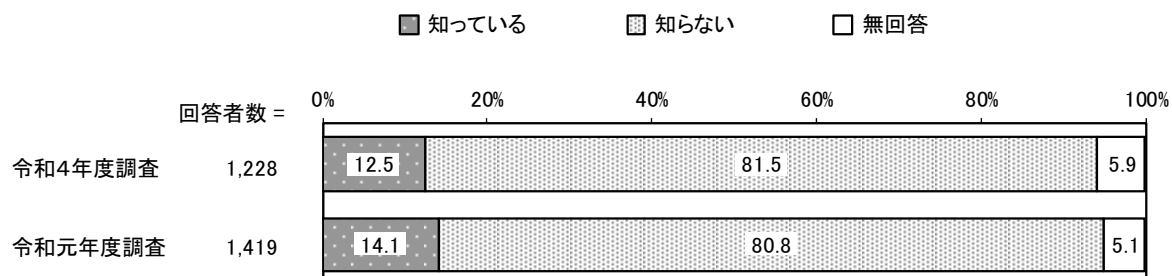


## 消費生活センターの場所

「知っている」の割合が12.5%、「知らない」の割合が81.5%となっています。

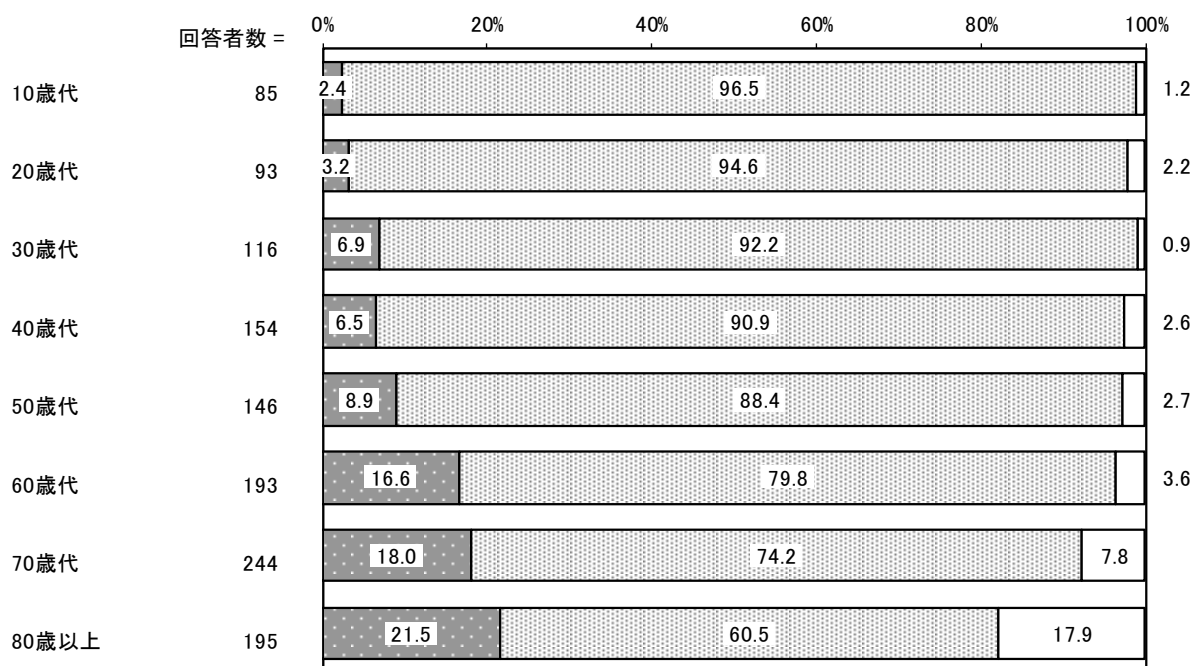
### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、大きな変化はみられません。



### 【年齢別】

年齢別で見ると、年齢が高くなるにつれて「知っている」の割合が高くなる傾向がみられます。一方、年齢が低くなるほど「知らない」の割合が高くなる傾向がみられます。

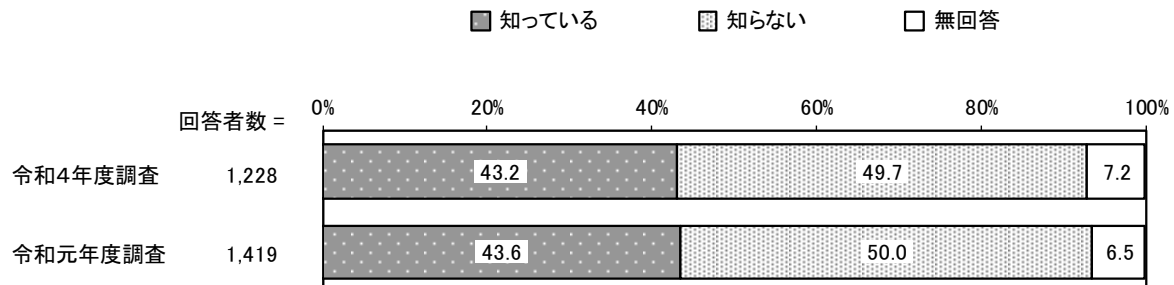


## 契約トラブルなどの相談業務をしていること

「知っている」の割合が43.2%、「知らない」の割合が49.7%となっています。

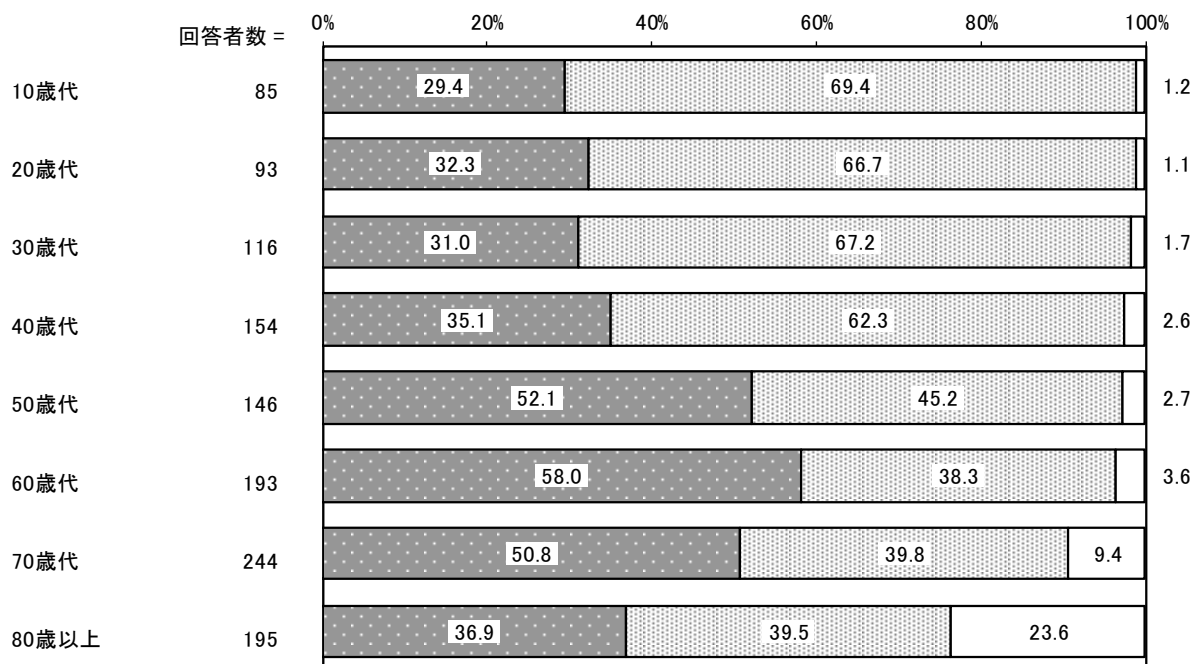
### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、大きな変化はみられません。



### 【年齢別】

年齢別で見ると、他に比べ、60歳代で「知っている」の割合が高くなっています。また、年齢が低くなるほど「知らない」の割合が高くなる傾向がみられます。

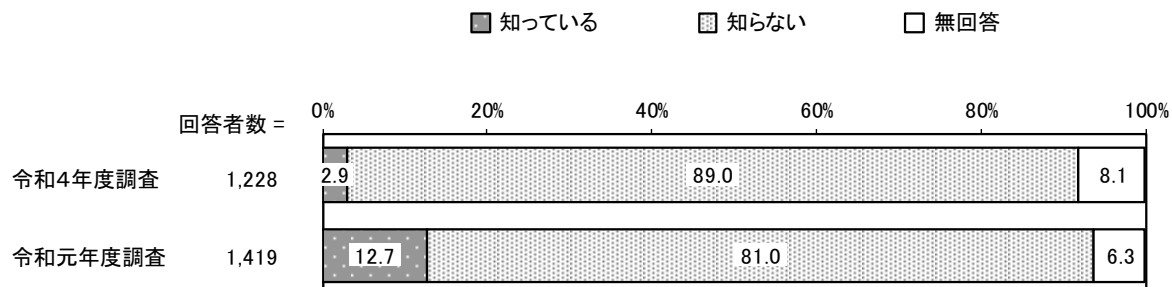


## 消費生活に関する図書の貸出しをしていること

「知っている」の割合が2.9%、「知らない」の割合が89.0%となっています。

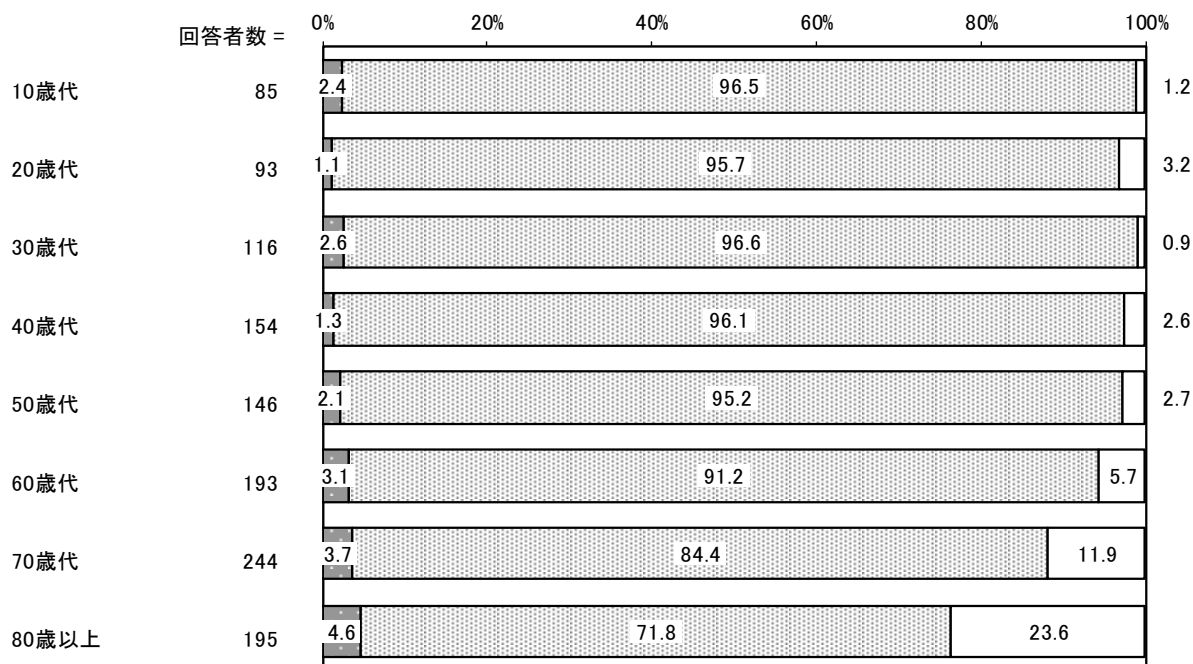
### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「知らない」の割合が増加しています。一方、「知っている」の割合が減少しています。



### 【年齢別】

年齢別でみると、年齢が低くなるほど「知らない」の割合が高くなる傾向がみられます。

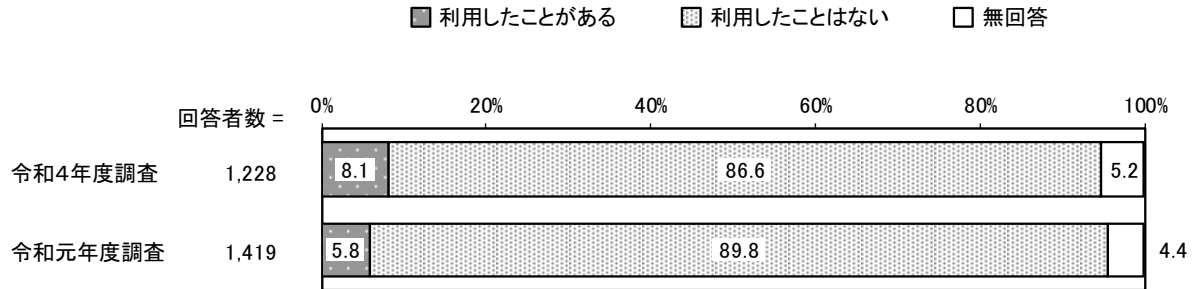


## 消費生活センター利用の有無

「利用したことがある」の割合が 8.1%、「利用したことはない」の割合が 86.6%となっています。

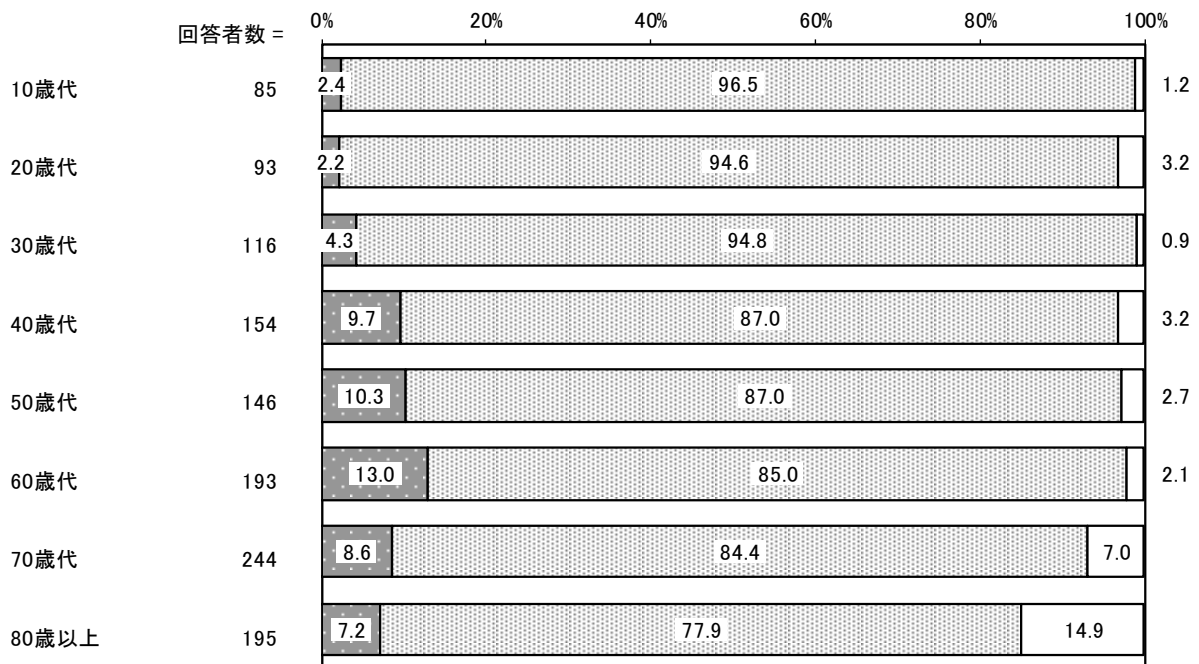
### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、大きな変化はみられません。



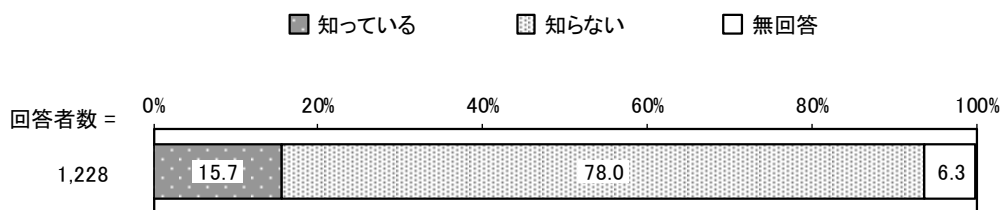
### 【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、60歳代で「利用したことがある」の割合が高くなっています。また、年齢が低くなるほど「利用したことはない」の割合が高くなる傾向がみられます。



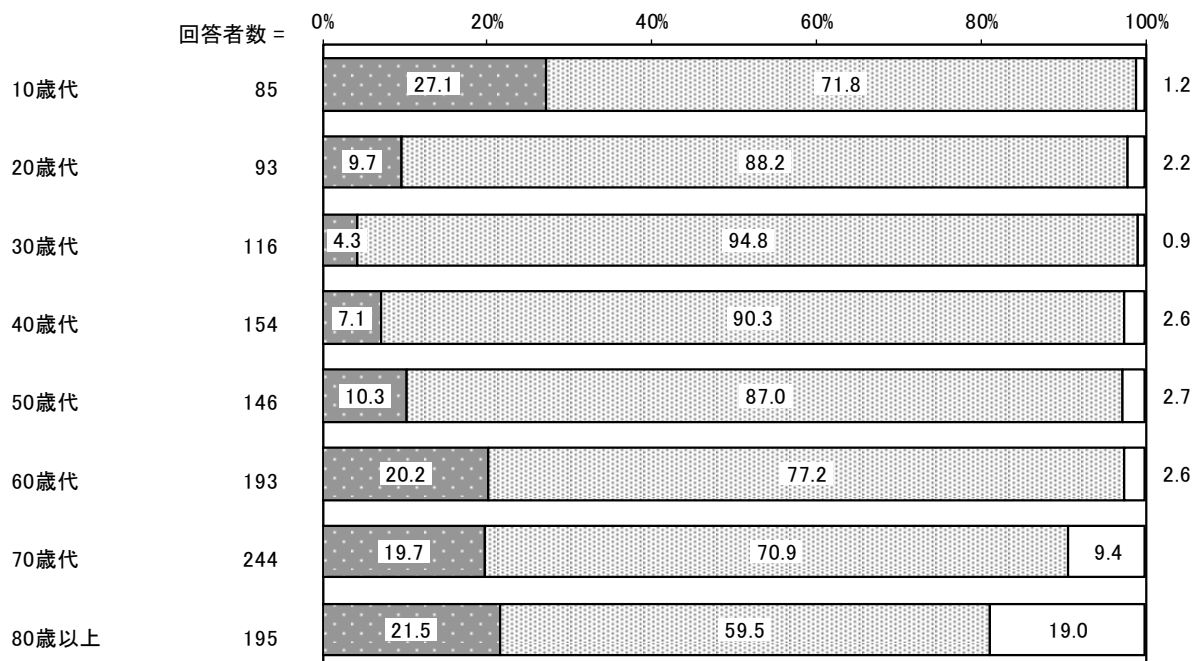
消費者ホットライン 188

「知っている」の割合が 15.7%、「知らない」の割合が 78.0%となっています。



【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、10歳代で「知っている」の割合が、30歳代で「知らない」の割合が高くなっています。



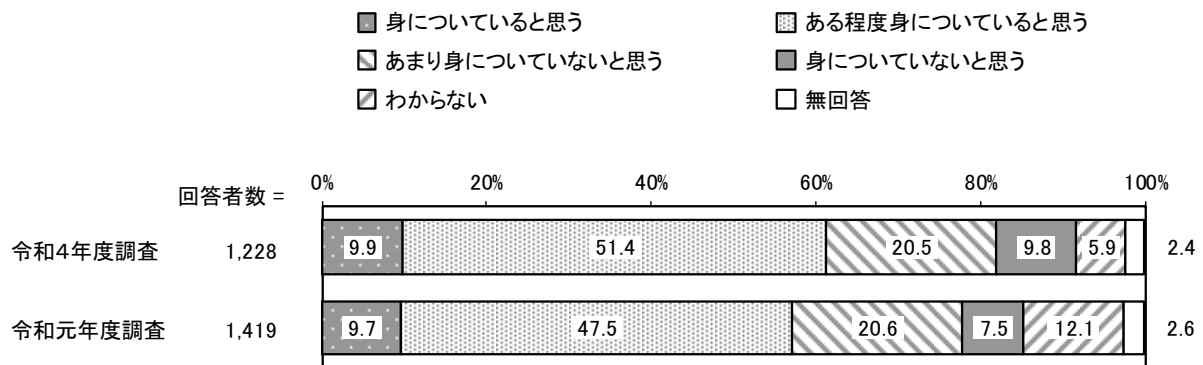


問9 あなたは、消費生活トラブルや被害にあわないために必要な知識や、トラブルにあったときの対処法が身についていると思いますか（悪質業者の手口、困ったときの相談窓口、クーリング・オフの方法など）（○は1つ）

「身についていると思う」と「ある程度身についていると思う」を合わせた“身についていると思う”の割合が61.3%、「あまり身につけていないと思う」と「身につけていないと思う」を合わせた“身につけていないと思う”の割合が30.3%となっています。

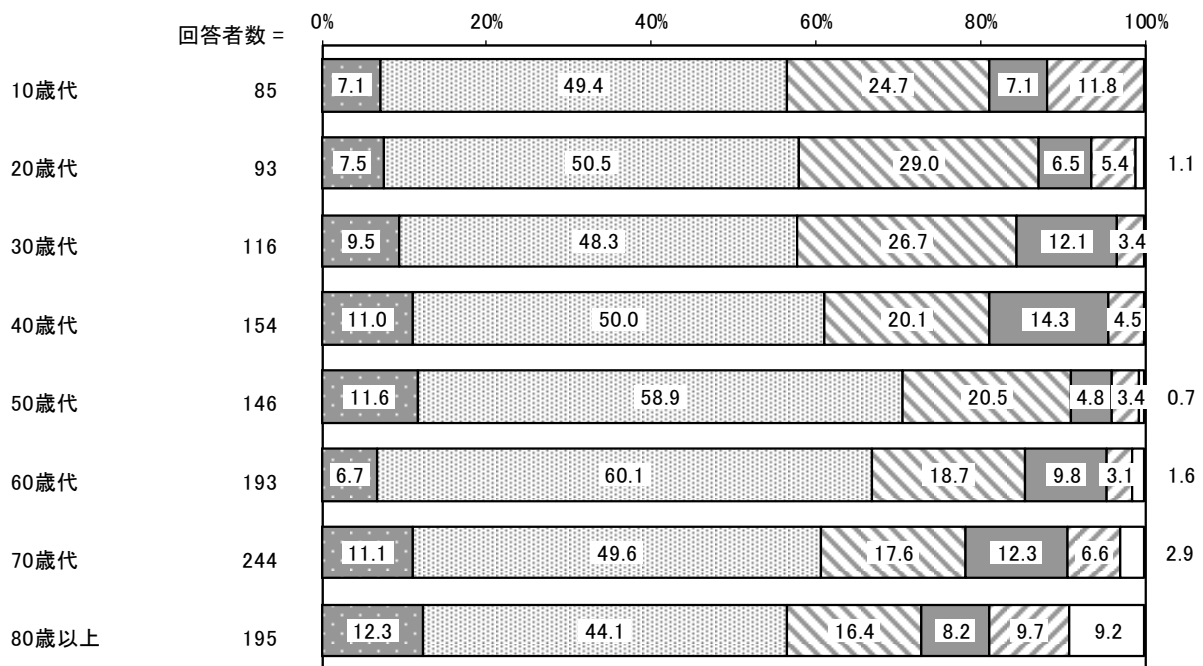
【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「わからない」の割合が減少しています。



【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、50歳代で“身についていると思う”の割合が高くなっています。一方、30歳代で“身につけていないと思う”の割合が高くなっています。

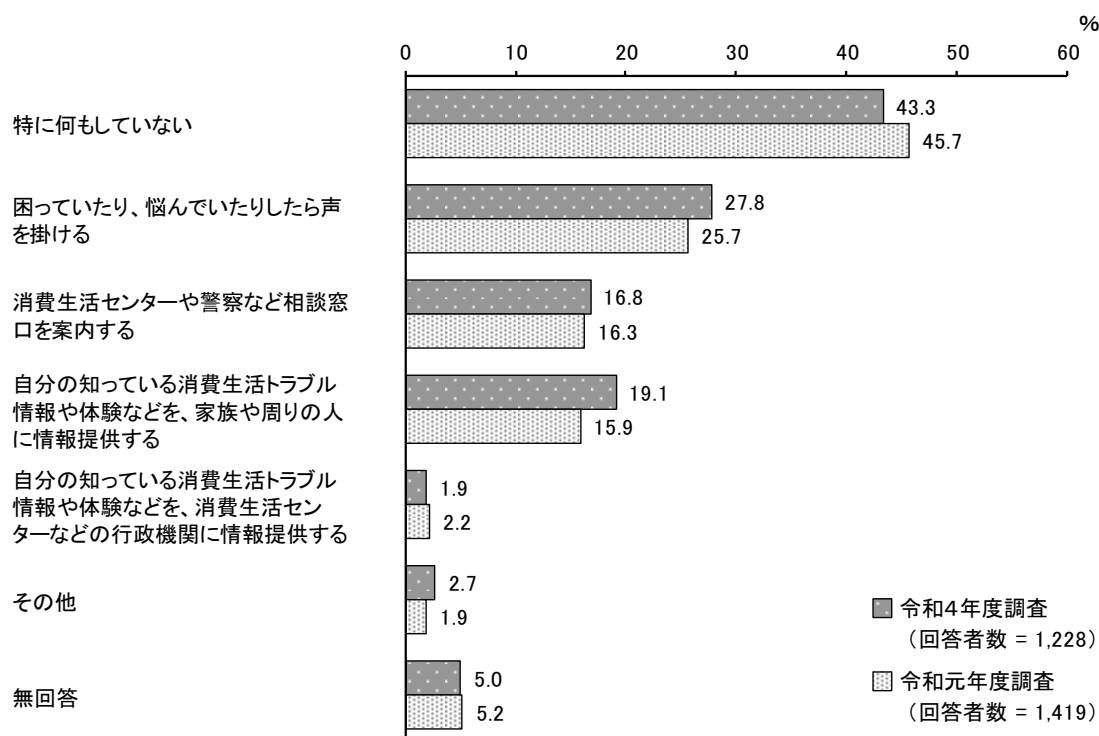


問 10 あなたは、周りの人が消費生活トラブルや被害にあわないために、また被害にあっているかもしれないときに、何か行っていることはありますか  
(当てはまるもの全てに○)

「特に何もしていない」の割合が 43.3%と最も高く、次いで「困っていたり、悩んでいたたりしたら声を掛ける」の割合が 27.8%、「自分の知っている消費生活トラブル情報や体験などを、家族や周りの人に情報提供する」の割合が 19.1%となっています。

### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、大きな変化はみられません。



## 【年齢別】

年齢別で見ると、他に比べ、10歳代で「特に何もしていない」の割合が、20歳代で「困っていたり、悩んでいたら声を掛ける」「自分の知っている消費生活トラブル情報や体験などを、家族や周りの人に情報提供する」の割合が高くなっています。また、50歳代で「消費生活センターや警察など相談窓口を案内する」の割合が高くなっています。

単位：%

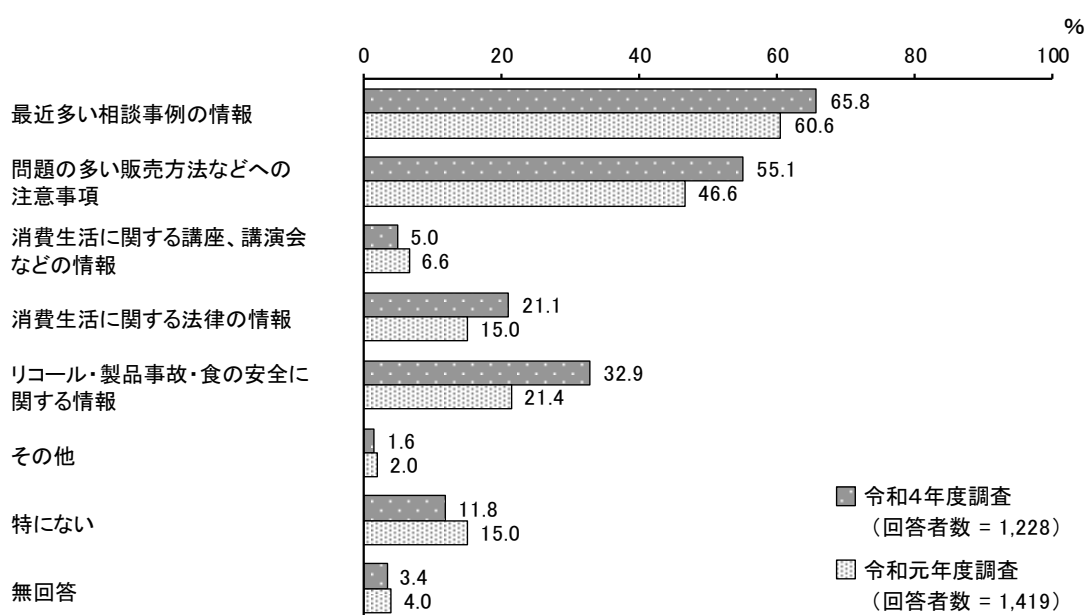
区分	回答者数（件）	特に何もしていない	困っていたり、悩んでいたら声を掛ける	消費生活センターや警察など相談窓口を案内する	自分の知っている消費生活トラブル情報や体験などを、家族や周りの人に情報提供する	自分の知っている消費生活トラブル情報や体験などを、消費生活センターなどの行政機関に情報提供する	その他	無回答
10歳代	85	57.6	28.2	4.7	14.1	2.4	—	1.2
20歳代	93	35.5	47.3	17.2	28.0	2.2	2.2	1.1
30歳代	116	41.4	40.5	11.2	20.7	—	—	—
40歳代	154	39.6	34.4	16.2	26.0	1.3	1.3	0.6
50歳代	146	34.2	34.2	26.7	26.7	2.7	3.4	1.4
60歳代	193	36.8	28.0	21.8	26.9	3.6	1.6	3.6
70歳代	244	47.5	18.9	18.9	11.9	0.8	3.3	7.8
80歳以上	195	53.3	11.8	10.8	6.7	2.1	6.2	15.4

問 11 (1) あなたは、自分自身や周りの人が、消費生活トラブルや被害にあわないために、普段、どのような情報を受け取りたいですか  
(当てはまるもの全てに○)

「最近多い相談事例の情報」の割合が 65.8%と最も高く、次いで「問題の多い販売方法などへの注意事項」の割合が 55.1%、「リコール・製品事故・食の安全に関する情報」の割合が 32.9%となっています。

### 【経年比較】

令和元年度調査と比較すると、「最近多い相談事例の情報」「問題の多い販売方法などへの注意事項」「消費生活に関する法律の情報」「リコール・製品事故・食の安全に関する情報」の割合が増加しています。



## 【年齢別】

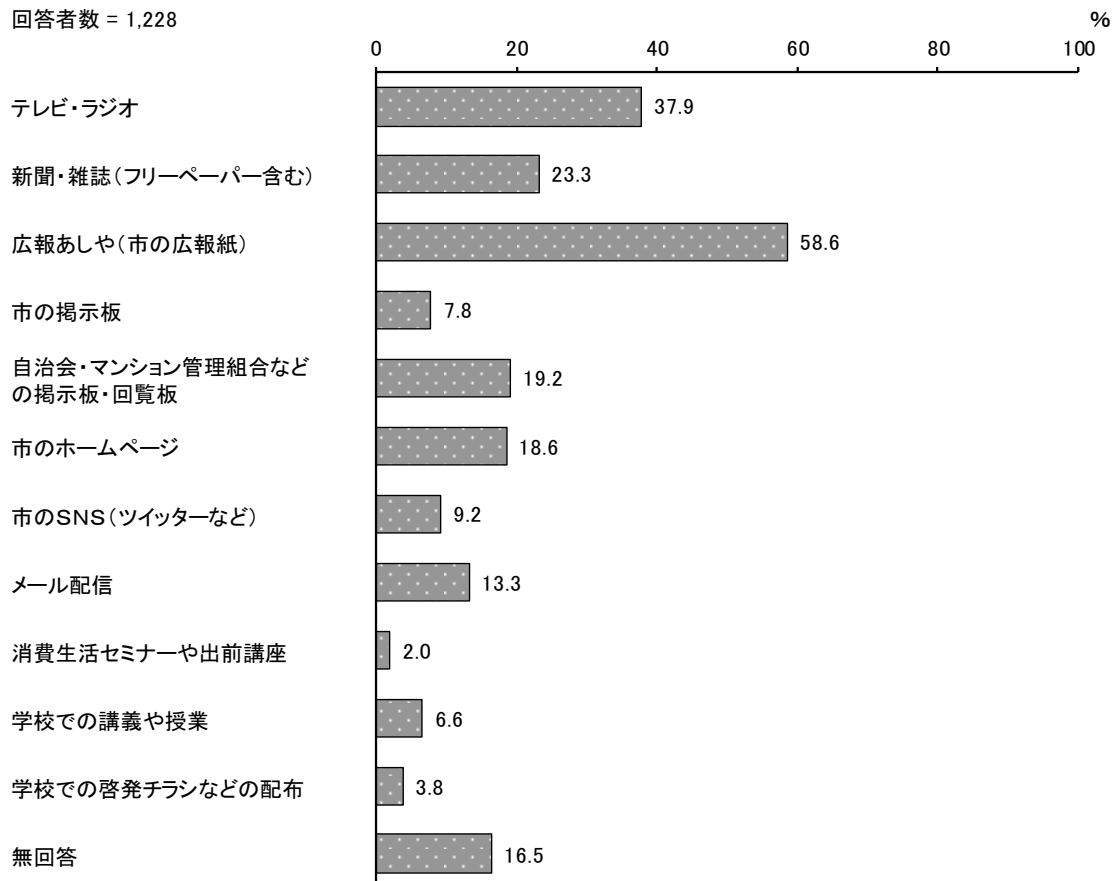
年齢別でみると、他に比べ、50歳代で「最近多い相談事例の情報」の割合が、60歳代で「問題の多い販売方法などへの注意事項」の割合が高くなっています。また、20歳代で「消費生活に関する法律の情報」の割合が、40歳代、50歳代で「リコール・製品事故・食の安全に関する情報」の割合が高くなっています。

単位：％

区分	回答者数(件)	最近多い相談事例の情報	問題の多い販売方法などへの注意事項	消費生活に関する講座、講演会などの情報	消費生活に関する法律の情報	リコール・製品事故・食の安全に関する情報	その他	特になし	無回答
10歳代	85	51.8	47.1	5.9	28.2	32.9	1.2	16.5	—
20歳代	93	69.9	54.8	4.3	30.1	34.4	—	9.7	1.1
30歳代	116	66.4	58.6	3.4	21.6	25.0	0.9	8.6	—
40歳代	154	65.6	55.8	6.5	22.1	37.7	1.3	10.4	1.3
50歳代	146	75.3	61.0	5.5	24.7	37.7	0.7	5.5	1.4
60歳代	193	72.5	63.2	4.7	18.7	36.8	2.6	9.3	2.1
70歳代	244	66.8	59.0	5.3	20.9	36.5	2.0	13.9	3.3
80歳以上	195	55.4	39.5	4.6	12.8	21.5	1.5	18.5	12.8

問 11 (2) それは、どのような方法で受け取りたいですか。受け取りたい方法を3つ選んで○をしてください。

「広報あしや（市の広報紙）」の割合が 58.6%と最も高く、次いで「テレビ・ラジオ」の割合が 37.9%、「新聞・雑誌（フリーペーパー含む）」の割合が 23.3%となっています。



## 【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、60歳代で「テレビ・ラジオ」「新聞・雑誌（フリーペーパー含む）」の割合が、70歳代で「広報あしや（市の広報紙）」「自治会・マンション管理組合などの掲示板・回覧板」の割合が高くなっています。また、50歳代で「市のホームページ」の割合が、20歳代で「市のSNS（ツイッターなど）」の割合が、10歳代で「メール配信」「学校での講義や授業」「学校での啓発チラシなどの配布」の割合が高くなっています。

単位：％

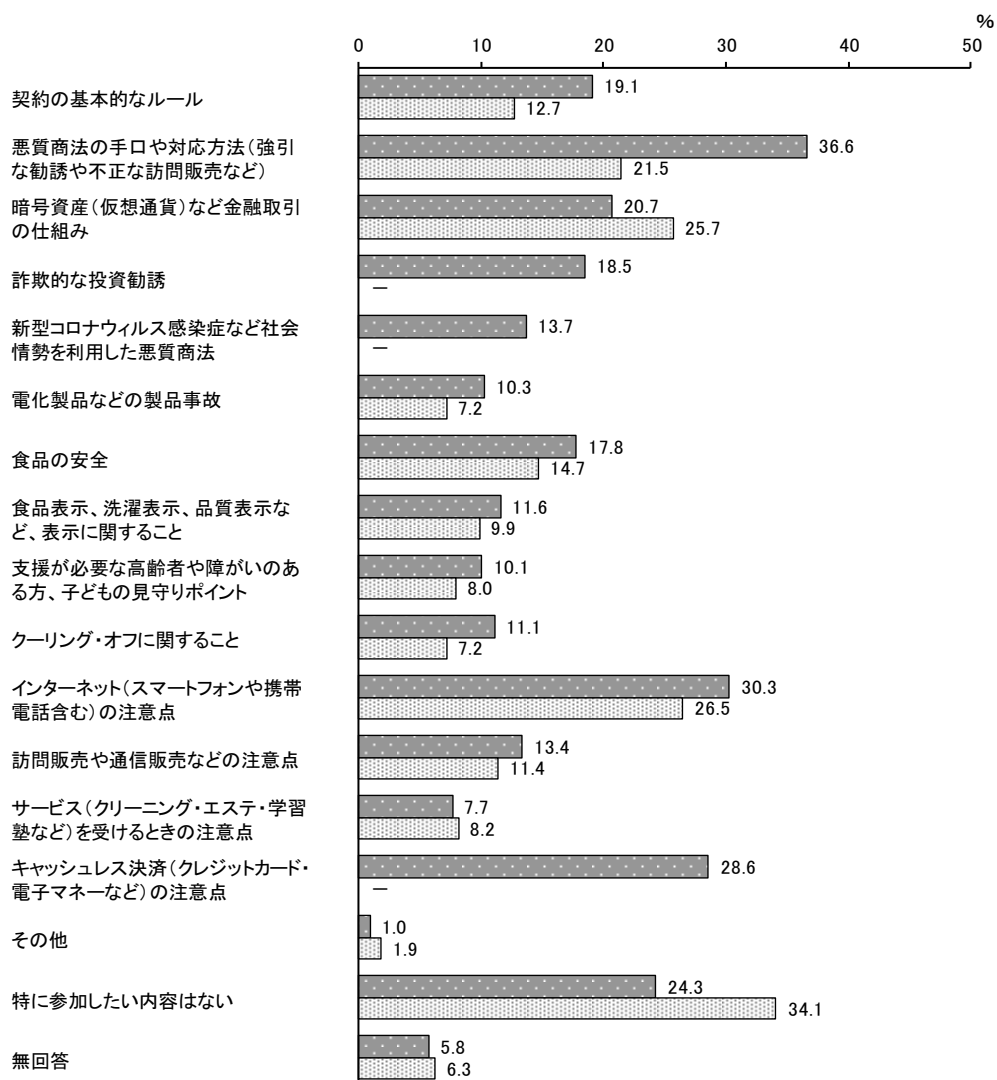
区分	回答者数（件）	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌（フリーペーパー含む）	広報あしや（市の広報紙）	市の掲示板	自治会・マンション管理組合などの掲示板・回覧板	市のホームページ	市のSNS（ツイッターなど）	メール配信	消費生活セミナーや出前講座	学校での講義や授業	学校での啓発チラシなどの配布	無回答
10歳代	85	40.0	18.8	18.8	4.7	4.7	18.8	22.4	17.6	1.2	27.1	14.1	10.6
20歳代	93	39.8	11.8	30.1	7.5	6.5	21.5	29.0	16.1	—	18.3	6.5	15.1
30歳代	116	33.6	18.1	55.2	7.8	16.4	23.3	18.1	16.4	0.9	9.5	7.8	10.3
40歳代	154	26.6	14.3	55.8	5.8	14.3	17.5	16.2	16.9	1.3	11.0	8.4	21.4
50歳代	146	36.3	21.2	61.6	6.8	16.4	27.4	7.5	14.4	—	2.7	3.4	15.1
60歳代	193	43.5	30.1	73.1	10.4	15.5	22.3	4.7	15.0	3.6	3.1	0.5	13.0
70歳代	244	39.8	29.5	74.2	7.8	31.6	16.4	0.4	11.5	4.5	0.8	0.4	15.2
80歳以上	195	41.0	28.2	57.9	9.2	27.7	7.7	—	5.1	1.0	0.5	—	25.6

**問 12 消費生活センターでは、消費生活トラブルや被害を防ぐためにセミナーやイベントなどを開催していますが、どのような内容であれば参加したいですか  
(当てはまるもの全てに○)**

「悪質商法の手口や対応方法（強引な勧誘や不正な訪問販売など）」の割合が 36.6%と最も高く、次いで「インターネット（スマートフォンや携帯電話含む）の注意点」の割合が 30.3%、「キャッシュレス決済（クレジットカード・電子マネーなど）の注意点」の割合が 28.6%となっています。

**【経年比較】**

令和元年度調査と比較すると、「契約の基本的なルール」「悪質商法の手口や対応方法（強引な勧誘や不正な訪問販売など）」「クーリング・オフに関すること」「インターネット（スマートフォンや携帯電話含む）の注意点」の割合が増加しています。一方、「特に参加したい内容はない」の割合が減少しています。



※令和元年度調査では「暗号資産（仮想通貨）など金融取引の仕組み」の選択肢は「キャッシュレス決済（クレジットカード・電子マネーなど）・仮想通貨など金融の仕組み」となっていました。また、令和元年度調査では、「詐欺的な投資勧誘」「新型コロナウイルス感染症など社会情勢を利用した悪質商法」「インターネット（スマートフォンや携帯電話含む）の注意点」の選択肢はありませんでした。



## 【年齢別】

年齢別でみると、他に比べ、10歳代で「契約の基本的なルール」の割合が、50歳代で「悪質商法の手口や対応方法（強引な勧誘や不正な訪問販売など）」の割合が高くなっています。また、30歳代で「暗号資産（仮想通貨）など金融取引の仕組み」の割合が、60歳代で「詐欺的な投資勧誘」「食品の安全」「インターネット（スマートフォンや携帯電話含む）の注意点」「キャッシュレス決済（クレジットカード・電子マネーなど）の注意点」の割合が、70歳代で「食品表示、洗濯表示、品質表示など、表示に関する事」の割合が、20歳代で「クーリング・オフに関する事」「新型コロナウイルス感染症など社会情勢を利用した悪質商法」の割合が、高くなっています。

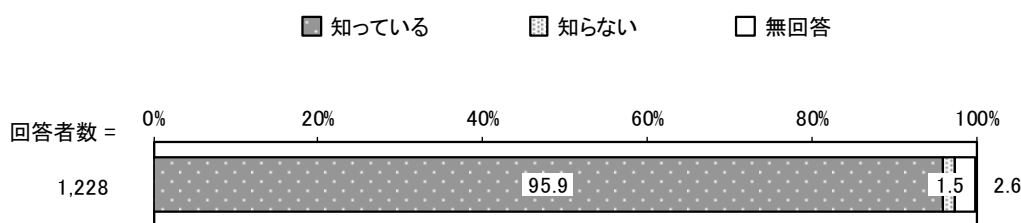
単位：％

区分	回答者数（件）	契約の基本的なルール	悪質商法の手口や対応方法（強引な勧誘や不正な訪問販売など）	暗号資産（仮想通貨）など金融取引の仕組み	詐欺的な投資勧誘	新型コロナウイルス感染症など社会情勢を利用した悪質商法	電化製品などの製品事故	食品の安全	食品表示、洗濯表示、品質表示など、表示に関する事
10歳代	85	32.9	36.5	27.1	22.4	18.8	9.4	14.1	10.6
20歳代	93	20.4	40.9	19.4	20.4	22.6	11.8	9.7	12.9
30歳代	116	16.4	25.9	31.0	22.4	20.7	4.3	13.8	12.1
40歳代	154	20.1	32.5	21.4	17.5	13.0	10.4	15.6	8.4
50歳代	146	16.4	48.6	23.3	21.9	11.6	8.2	19.2	12.3
60歳代	193	19.2	44.0	24.4	25.4	11.4	13.5	22.8	12.4
70歳代	244	17.2	37.3	14.8	12.3	11.1	11.1	22.5	13.9
80歳以上	195	17.4	26.7	13.3	12.3	10.3	10.8	14.9	8.7

区分	支援が必要な高齢者や障がいのある方、子どもの見守りポイント	クーリング・オフに関する事	インターネット（スマートフォンや携帯電話含む）の注意点	訪問販売や通信販売などの注意点	サービス（クーリング・オフ・ステ・学習塾など）を受けるときの注意点	キャッシュレス決済（クレジットカード・電子マネーなど）の注意点	その他	特に参加したい内容はない	無回答
10歳代	10.6	23.5	31.8	14.1	12.9	31.8	—	20.0	—
20歳代	15.1	25.8	28.0	9.7	14.0	33.3	—	21.5	1.1
30歳代	19.0	13.8	23.3	11.2	13.8	19.8	—	26.7	2.6
40歳代	11.0	12.3	29.2	12.3	12.3	29.9	0.6	21.4	5.2
50歳代	10.3	11.0	32.2	14.4	8.9	33.6	2.7	23.3	2.7
60歳代	9.3	7.3	38.9	16.6	5.7	36.3	0.5	22.8	2.1
70歳代	7.0	8.2	34.8	14.8	3.3	31.6	0.4	25.8	7.0
80歳以上	6.2	3.1	20.0	11.3	1.0	13.8	2.1	28.7	17.4

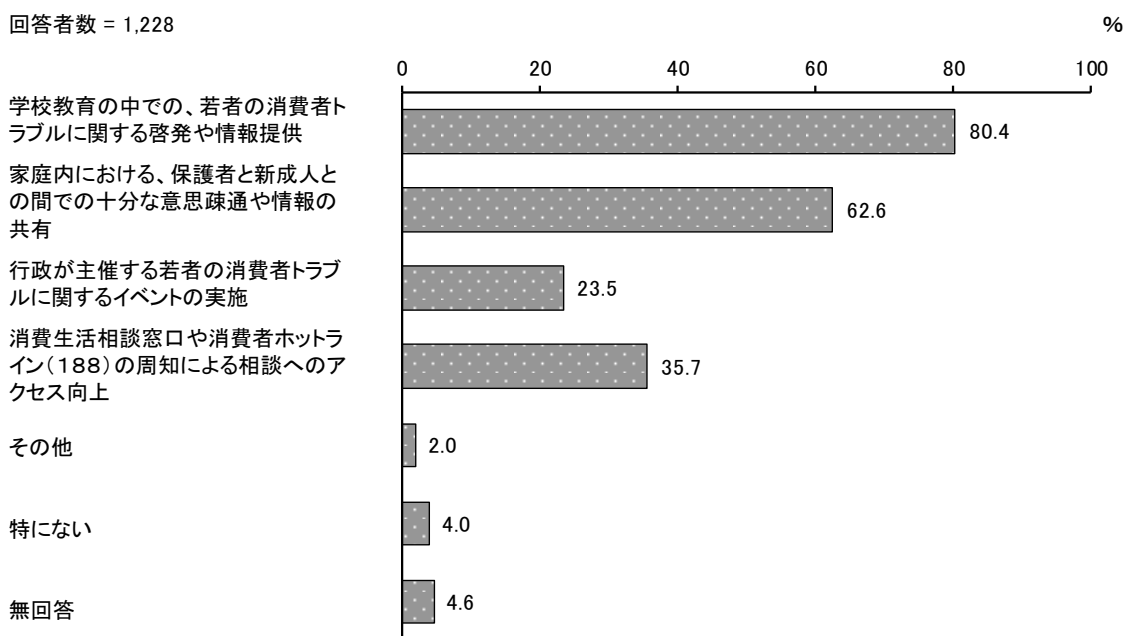
問 13 (1) 2022 年 4 月、法改正により成年年齢が 20 歳から 18 歳へ引き下げられたことを知っていましたか。

「知っている」の割合が 95.9%、「知らない」の割合が 1.5%となっています。



問 13 (2) 新成人への消費者トラブルの防止対策として何が必要と考えますか。下記の中から選択してください。(当てはまるもの全てに○)

「学校教育の中での、若者の消費者トラブルに関する啓発や情報提供」の割合が 80.4%と最も高く、次いで「家庭内における、保護者と新成人との間での十分な意思疎通や情報の共有」の割合が 62.6%、「消費生活相談窓口や消費者ホットライン(188)の周知による相談へのアクセス向上」の割合が 35.7%となっています。



【年齢別】

年齢別で見ると、他に比べ、30歳代で「学校教育の中での、若者の消費者トラブルに関する啓発や情報提供」の割合が、50歳代で「家庭内における、保護者と新成人との間での十分な意思疎通や情報の共有」「行政が主催する若者の消費者トラブルに関するイベントの実施」の割合が高くなっています。また、60歳代で「消費生活相談窓口や消費者ホットライン（188）の周知による相談へのアクセス向上」の割合が高くなっています。

単位：%

区分	回答者数（件）	学校教育の中での、若者の消費者トラブルに関する啓発や情報提供	家庭内における、保護者と新成人との間での十分な意思疎通や情報の共有	行政が主催する若者の消費者トラブルに関するイベントの実施	消費生活相談窓口や消費者ホットライン（188）の周知による相談へのアクセス向上	その他	特にない	無回答
10歳代	85	71.8	49.4	22.4	24.7	4.7	8.2	—
20歳代	93	86.0	64.5	20.4	36.6	3.2	3.2	2.2
30歳代	116	87.9	68.1	22.4	37.1	—	2.6	0.9
40歳代	154	85.7	64.3	18.2	32.5	—	3.2	1.3
50歳代	146	84.2	69.2	28.1	41.8	4.1	4.1	2.1
60歳代	193	85.5	67.9	26.4	44.0	2.1	1.6	4.1
70歳代	244	79.5	62.7	24.2	38.5	0.4	2.5	6.6
80歳以上	195	66.2	53.3	22.6	26.2	3.1	8.2	11.8