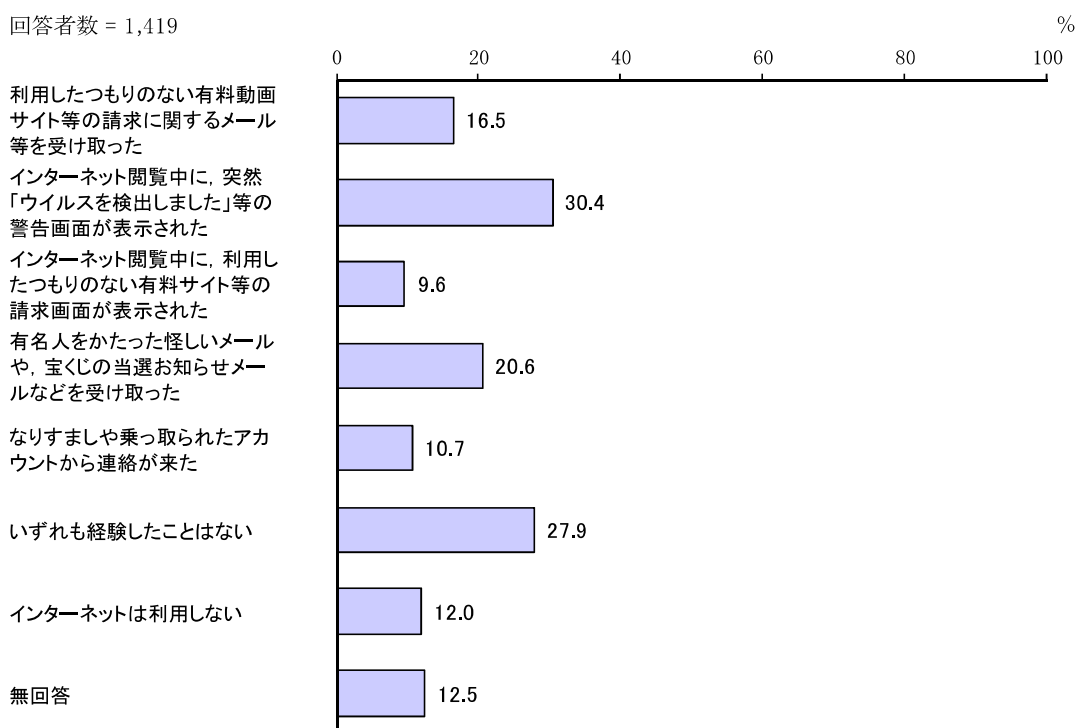


#### (4) インターネット等に対応した消費者教育

インターネットを通じたトラブルを経験したことがある人は47.6%で、10歳代から60歳代で「ウイルス等の警告画面が表示された」人の割合が3割を超えており、各年代に共通してみられる一方、20歳代から30歳代で「なりすましや乗っ取られたアカウントから連絡が来た」の割合が高く2割を超えています。インターネットの使い方により、遭遇するトラブルも年代によって異なることが想定されます。

インターネットを通じたトラブルに遭遇した経験〈複数回答〉

回答者数 = 1,419



【年齢別】インターネットを通じたトラブルに遭遇した経験〈複数回答〉

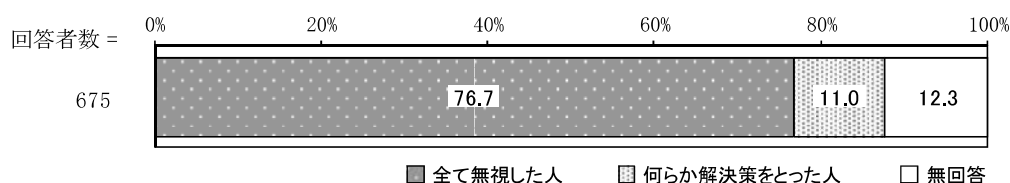
単位：％

区分	有効回答数(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	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	108	14.8	30.6	11.1	24.1	6.5	42.6	0.9	4.6	
20歳代	93	23.7	43.0	16.1	39.8	26.9	24.7	—	5.4	
30歳代	154	36.4	49.4	21.4	46.8	20.1	20.8	—	0.6	
40歳代	162	30.2	42.6	13.6	29.6	16.0	29.6	—	3.7	
50歳代	190	21.6	36.8	12.6	31.6	16.3	29.5	2.6	4.7	
60歳代	223	11.7	35.9	8.1	14.8	9.4	31.4	8.1	9.4	
70歳代	266	7.5	17.3	3.4	4.9	2.3	29.3	21.1	23.7	
80歳以上	218	1.8	8.3	1.4	1.4	2.3	18.8	40.8	30.3	

インターネットトラブル全体では、トラブルへの対応として無視をした人が76.7%で、インターネットで対応を調べたり、誰かに相談したり、何らかの対応をした人が11.0%となっています。また、年代別でみると、50歳代以下ではインターネットで対応を調べているのに対し、60歳代以上では誰かに相談をしている傾向がみられ、年代によってトラブルの解決方法が異なることがわかりました。

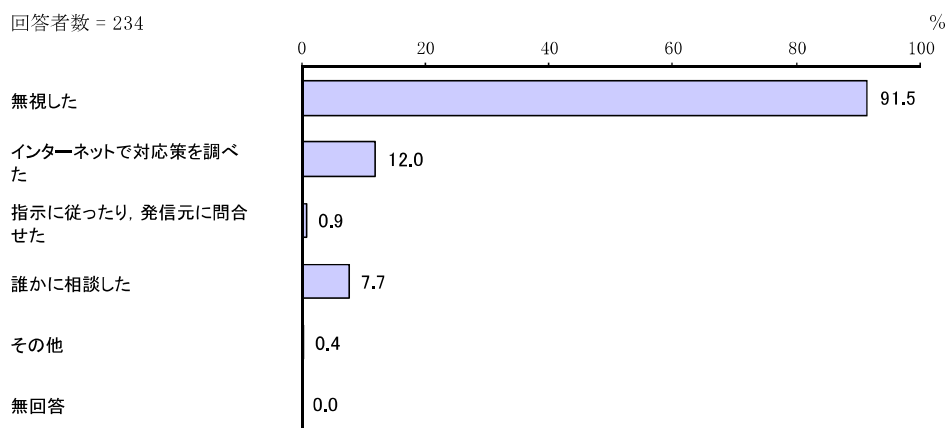
インターネットは今やどの年代も利用するようになっており、全世代共通の問題となっています。特にトラブルにあったときの対応として、「指示に従ったり、発信元に問合せた」と回答している人もいることから、実際に被害にあっている可能性もあります。消費生活センターで実施するセミナーなどの内容の希望について、インターネットやキャッシュレス決済などの関心も高くなっていると同時に、トラブルも身近になっているため、高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育を推進することが必要です。

### インターネットトラブルの対応（全体）



※各設問においてインターネットトラブルにあったと回答した人のうち、トラブルの対応方法について、すべての項目で「無視した」と回答された方を「全て無視した人」としています。

### 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ときの対応〈複数回答〉



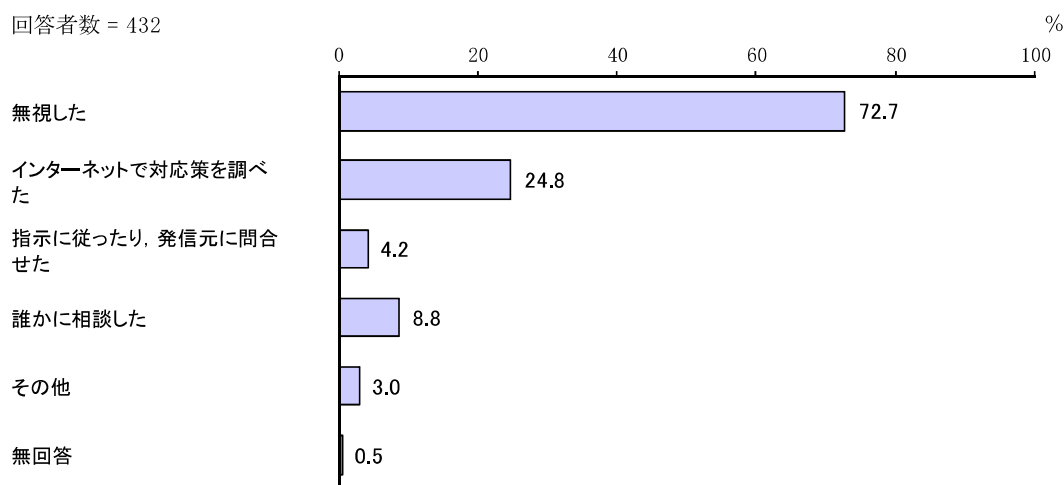
### 【年齢別】利用したつもりのない有料動画サイト等の請求に関するメール等を受け取ったときの対応〈複数回答〉

単位：%

区分	有効回答数 (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	16	87.5	12.5	—	12.5	—	—
20歳代	22	90.9	9.1	—	—	—	—
30歳代	56	98.2	8.9	—	5.4	—	—
40歳代	49	89.8	16.3	2.0	4.1	—	—
50歳代	41	87.8	12.2	2.4	7.3	—	—
60歳代	26	92.3	19.2	—	19.2	—	—
70歳代	20	85.0	5.0	—	10.0	5.0	—
80歳以上	4	100.0	—	—	25.0	—	—

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ときの対応〈複数回答〉

回答者数 = 432



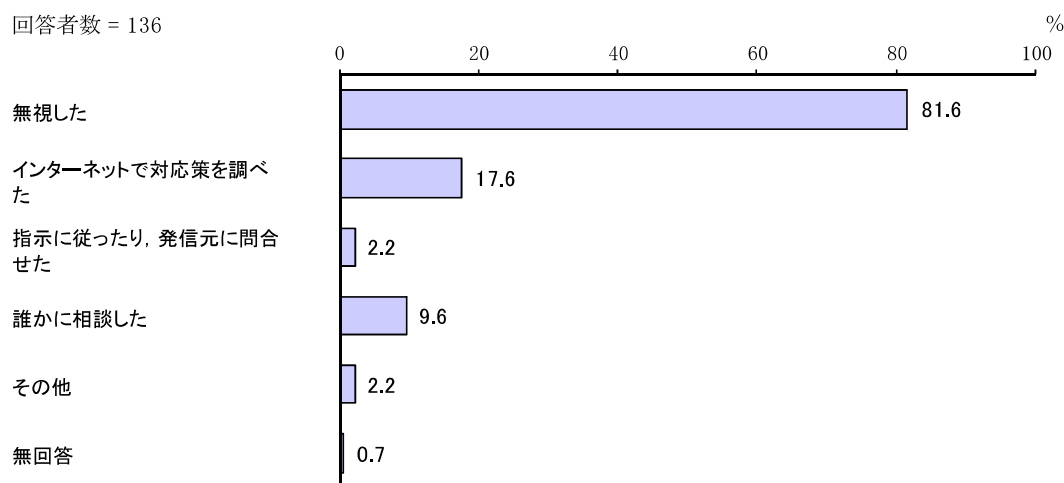
【年齢別】インターネット閲覧中に、突然「ウイルスを検出しました」等の警告画面が表示されたときの対応〈複数回答〉

単位：%

区分	有効回答数 (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	33	78.8	15.2	—	6.1	3.0	—
20歳代	40	67.5	35.0	—	2.5	—	—
30歳代	76	78.9	26.3	2.6	3.9	1.3	—
40歳代	69	69.6	34.8	1.4	2.9	—	1.4
50歳代	70	70.0	22.9	5.7	11.4	4.3	1.4
60歳代	80	73.8	20.0	8.8	17.5	3.8	—
70歳代	46	71.7	15.2	6.5	13.0	8.7	—
80歳以上	18	66.7	27.8	5.6	11.1	5.6	—

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ときの対応〈複数回答〉

回答者数 = 136



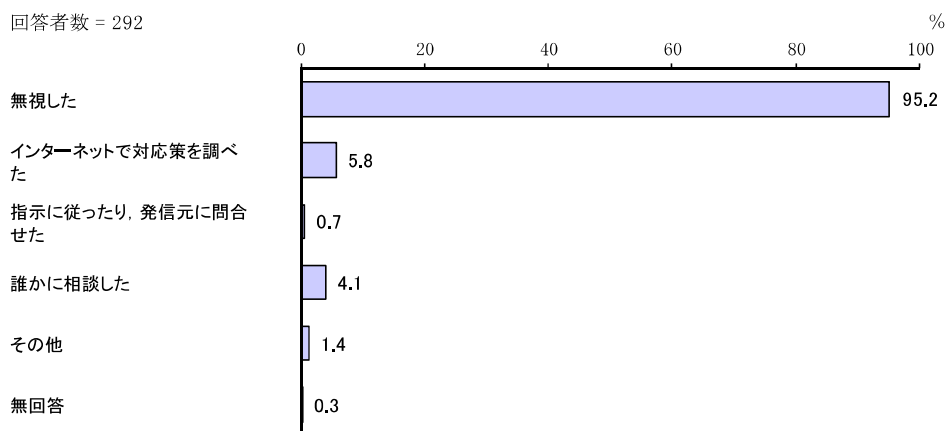
【年齢別】インターネット閲覧中に、利用したつもりのない有料サイト等の  
請求画面が表示されたときの対応〈複数回答〉

単位：%

区分	有効回答数 (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	12	75.0	33.3	—	25.0	8.3	—
20歳代	15	86.7	6.7	6.7	—	—	—
30歳代	33	84.8	21.2	—	6.1	—	—
40歳代	22	90.9	18.2	—	—	—	4.5
50歳代	24	75.0	20.8	4.2	16.7	4.2	—
60歳代	18	72.2	11.1	—	22.2	5.6	—
70歳代	9	88.9	11.1	—	—	—	—
80歳以上	3	66.7	—	33.3	—	—	—

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  
受け取ったときの対応〈複数回答〉

回答者数 = 292



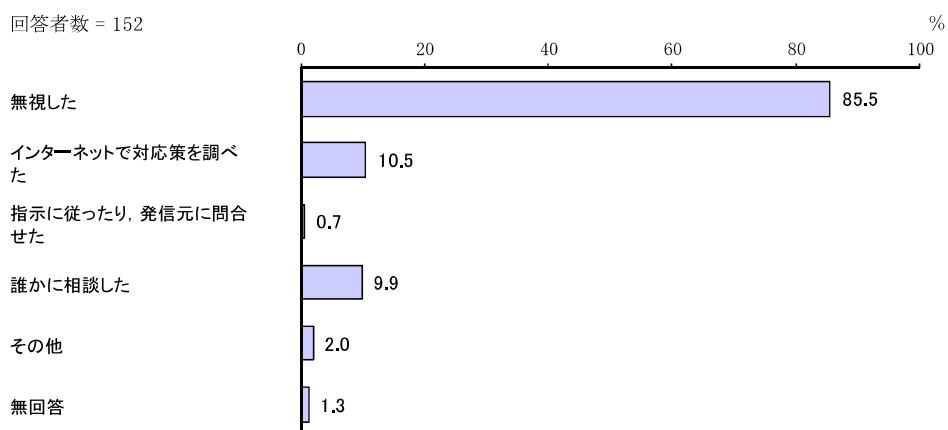
【年齢別】有名人をかたった怪しいメールや、宝くじの当選お知らせメールなどを  
受け取ったときの対応〈複数回答〉

単位：%

区分	有効回答数 (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	26	96.2	7.7	—	3.8	—	—
20歳代	37	94.6	2.7	—	—	5.4	—
30歳代	72	95.8	8.3	1.4	1.4	—	—
40歳代	48	100.0	4.2	2.1	2.1	2.1	—
50歳代	60	90.0	10.0	—	10.0	—	1.7
60歳代	33	93.9	—	—	9.1	3.0	—
70歳代	13	100.0	—	—	—	—	—
80歳以上	3	100.0	—	—	—	—	—

なりすましや乗っ取られたアカウントから連絡が来たときの対応〈複数回答〉

回答者数 = 152



【年齢別】なりすましや乗っ取られたアカウントから連絡が来たときの対応〈複数回答〉

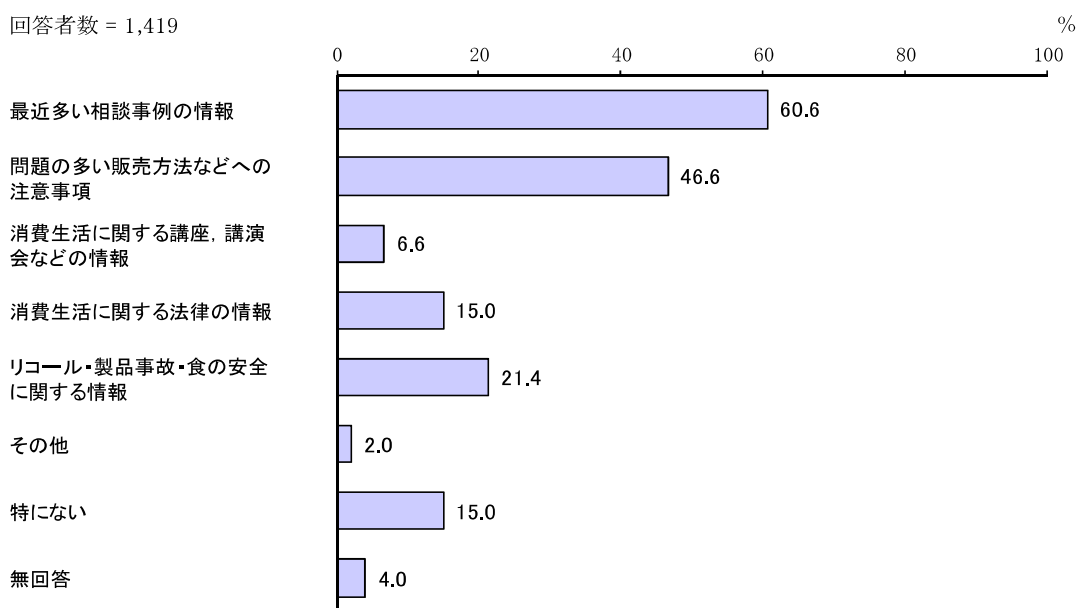
単位：%

区分	有効回答数 (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	7	85.7	—	—	14.3	—	—
20 歳代	25	92.0	4.0	—	—	—	4.0
30 歳代	31	96.8	9.7	—	3.2	—	—
40 歳代	26	80.8	15.4	—	15.4	3.8	—
50 歳代	31	77.4	22.6	3.2	12.9	—	3.2
60 歳代	21	81.0	4.8	—	14.3	9.5	—
70 歳代	6	83.3	—	—	16.7	—	—
80 歳以上	5	80.0	—	—	20.0	—	—

## (5) ライフステージに応じた効果的な情報発信

アンケート調査では、消費生活トラブルや被害にあわないために、普段受け取りたい消費生活情報として、「最近多い相談事例の情報」と回答した人が60.6%と最も多く、次いで「問題の多い販売方法などへの注意事項」と回答した人が46.6%でした。

消費生活トラブルや被害にあわないために普段受け取りたい消費生活情報〈複数回答〉



【年齢別】消費生活トラブルや被害にあわないために普段受け取りたい消費生活情報〈複数回答〉

単位：%

区分	有効回答数(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	108	48.1	38.9	2.8	15.7	19.4	1.9	20.4	—
20歳代	93	58.1	34.4	3.2	16.1	12.9	1.1	20.4	1.1
30歳代	154	69.5	48.7	2.6	14.9	26.6	1.3	13.6	0.6
40歳代	162	72.2	52.5	7.4	14.2	18.5	1.2	9.3	1.9
50歳代	190	69.5	56.3	9.5	16.3	24.2	2.1	12.1	0.5
60歳代	223	69.1	54.3	8.1	21.1	28.3	2.7	10.3	2.2
70歳代	266	55.6	42.9	5.3	11.3	20.3	2.6	16.9	8.3
80歳以上	218	43.1	38.1	9.6	11.0	16.1	2.3	20.6	11.0



必要としている消費生活情報はどの年代においても共通していますが、子ども向け、成人・社会人向け、高齢者向けの情報を、それぞれどのように入手したいか尋ねたところ、対象や年代ごとで希望が異なる結果となったことから、それぞれの特徴を踏まえた効果的な情報発信が必要であることがわかります。

希望する入手手段として、比較的割合が高かったのが「広報あしや」で、成人・社会人向け、高齢者向けの情報では5割を超え、子ども向けの情報でも約3割となっており、情報発信手段としては、一定の効果があると考えられます。

## コラム

## ライフステージに応じた啓発資料

### ■子ども向けの情報



発行元：▲消費者庁 ▲国民生活センター\*

### ■成人・社会人向けの情報



発行元：▲芦屋市消費生活センター ▲国民生活センター

### ■高齢者向けの情報

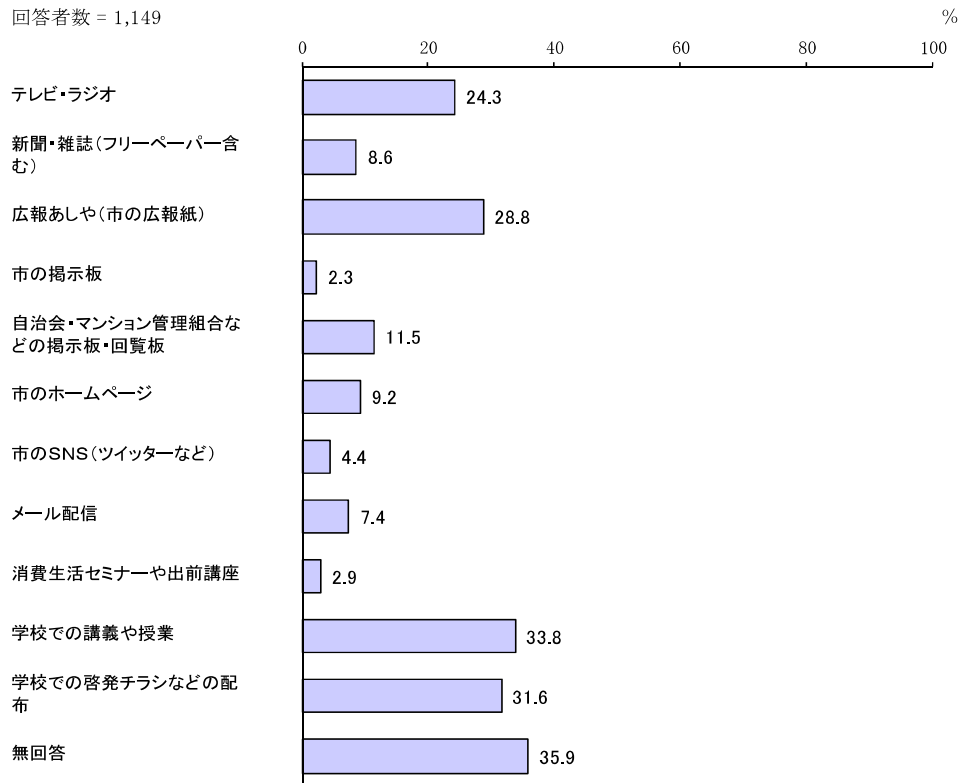


発行元：▲国民生活センター

▲芦屋市消費生活センター

子ども向けの情報は、学校で受け取りたいといった回答が多く、当事者である 10 歳代、20 歳代は「学校での講義や授業」で、親世代である 20 歳代から 40 歳代では「学校での啓発チラシの配布」で受け取りたいという回答が4割を超えています。

消費生活の情報入手先（子ども向けの情報）〈複数回答〉



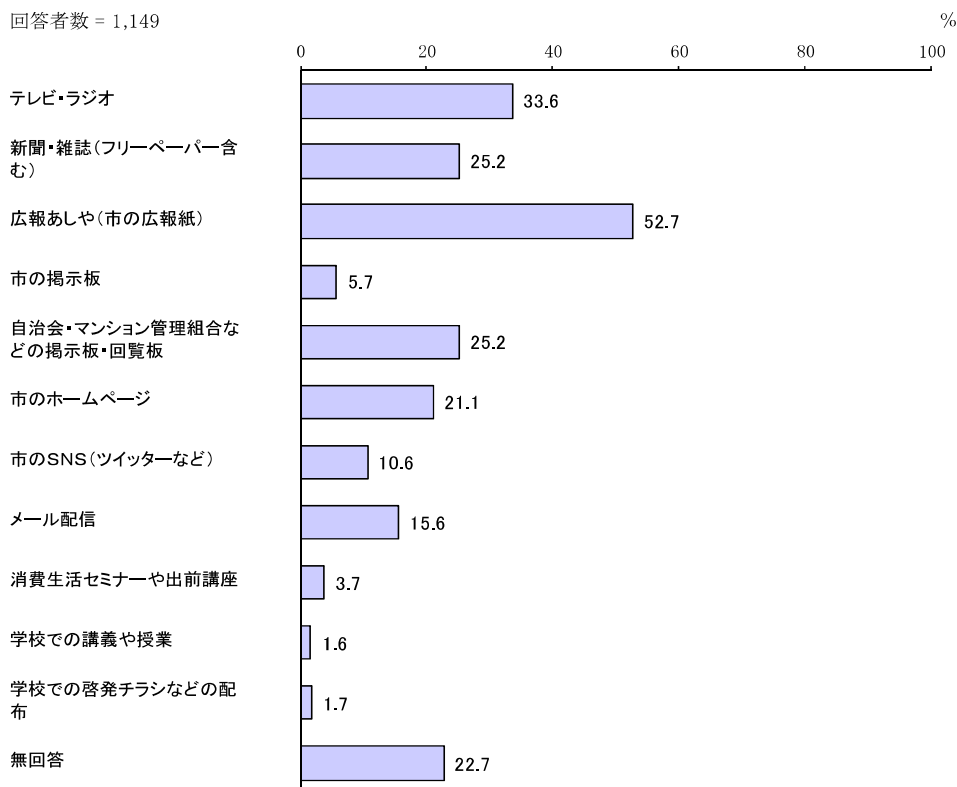
【年齢別】消費生活の情報入手先（子ども向けの情報）〈複数回答〉

単位：%

区分	有効回答数(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	86	34.9	14.0	23.3	—	8.1	10.5	10.5	7.0	1.2	46.5	38.4	19.8
20歳代	73	26.0	11.0	19.2	2.7	11.0	9.6	17.8	8.2	5.5	50.7	47.9	19.2
30歳代	132	28.0	10.6	46.2	5.3	11.4	9.1	6.1	13.6	2.3	43.2	40.9	16.7
40歳代	144	23.6	8.3	45.1	2.8	14.6	14.6	5.6	16.7	3.5	40.3	45.1	13.2
50歳代	166	27.7	12.0	38.6	3.6	14.5	17.5	4.2	7.2	3.6	33.7	30.1	22.9
60歳代	195	28.2	8.2	29.2	2.1	14.4	8.7	2.6	6.7	2.6	36.4	31.3	35.4
70歳代	199	18.6	5.5	17.1	1.0	9.5	5.0	0.5	2.0	4.0	22.1	21.1	58.3
80歳以上	149	12.8	4.0	10.7	0.7	6.7	0.7	—	1.3	0.7	15.4	14.8	76.5

成人・社会人向けの情報では、年代別でみると20歳代では、「市のSNS」の割合が4割を超えるものの、30歳代以上では1割程度で、「広報あしや」や「テレビ・ラジオ」などの割合が高くなっています。

消費生活の情報の入手先（成人・社会人向けの情報）〈複数回答〉



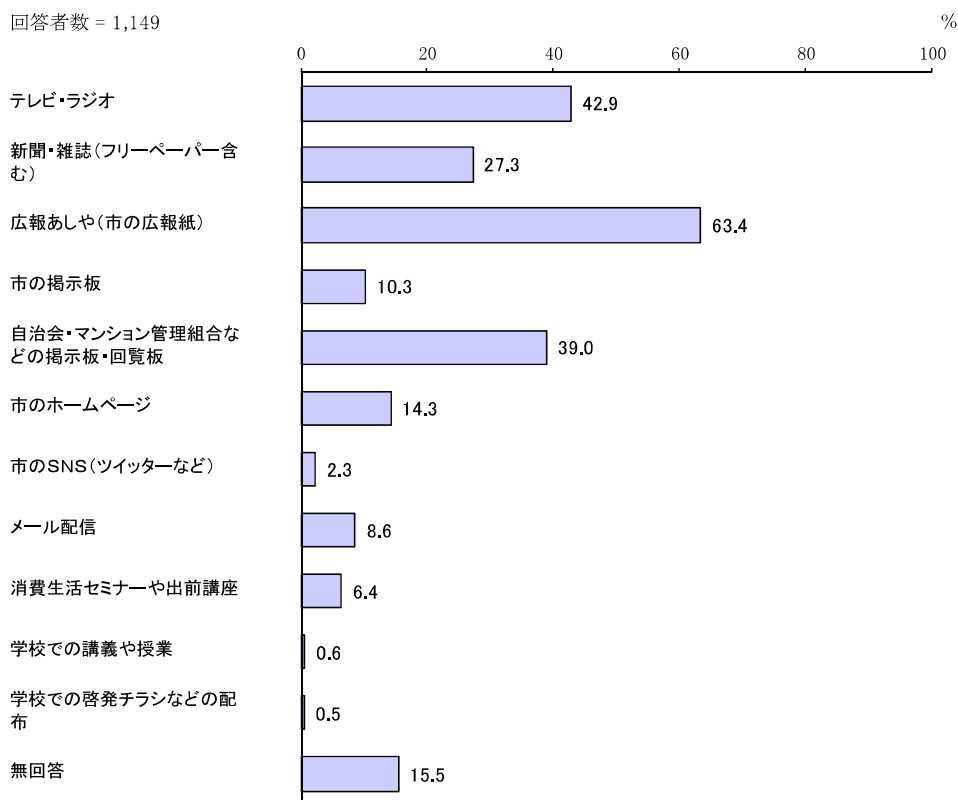
【年齢別】消費生活の情報の入手先（成人・社会人向けの情報）〈複数回答〉

単位：%

区分	有効回答数(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	86	46.5	32.6	30.2	5.8	19.8	17.4	27.9	23.3	—	9.3	7.0	8.1
20歳代	73	37.0	26.0	52.1	5.5	23.3	27.4	45.2	30.1	2.7	1.4	1.4	4.1
30歳代	132	34.1	21.2	74.2	9.1	25.0	26.5	13.6	22.0	1.5	0.8	3.0	9.1
40歳代	144	31.9	25.7	70.1	7.6	27.8	34.7	7.6	22.2	3.5	2.1	3.5	4.9
50歳代	166	35.5	27.1	68.7	7.2	34.9	24.7	5.4	16.3	4.8	2.4	—	8.4
60歳代	195	39.5	30.8	62.6	4.6	30.8	25.1	5.6	12.8	5.6	—	0.5	16.4
70歳代	199	29.6	22.6	35.7	4.0	23.6	12.6	5.0	7.0	3.0	0.5	1.0	44.2
80歳以上	149	20.8	17.4	23.5	2.7	10.7	5.4	4.0	6.0	5.4	—	0.7	63.8

高齢者向けの情報では、「広報あしや」のほかに、「自治会・マンション管理組合などの掲示板・回覧板」や「テレビ・ラジオ」などの割合が高くなっています。

消費生活の情報の入手先（高齢者向けの情報）〈複数回答〉



【年齢別】消費生活の情報の入手先（高齢者向けの情報）〈複数回答〉

単位：%

区分	有効回答数(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	座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	86	44.2	47.7	47.7	8.1	29.1	5.8	4.7	8.1	7.0	4.7	1.2	15.1
20歳代	73	45.2	28.8	39.7	16.4	49.3	12.3	9.6	5.5	9.6	—	—	19.2
30歳代	132	31.1	25.0	57.6	11.4	28.8	15.2	3.0	9.8	6.8	—	1.5	25.0
40歳代	144	31.3	22.2	63.9	16.0	36.1	15.3	0.7	14.6	4.2	0.7	0.7	17.4
50歳代	166	34.9	22.3	67.5	9.6	38.0	16.9	1.8	8.4	6.0	1.2	—	16.9
60歳代	195	47.2	22.1	68.7	6.2	42.6	18.5	2.6	7.2	7.2	—	0.5	12.8
70歳代	199	53.8	33.7	64.8	8.5	47.7	11.6	0.5	8.5	5.5	—	0.5	10.1
80歳以上	149	51.0	26.2	75.8	10.1	36.9	13.4	1.3	5.4	7.4	—	—	12.8

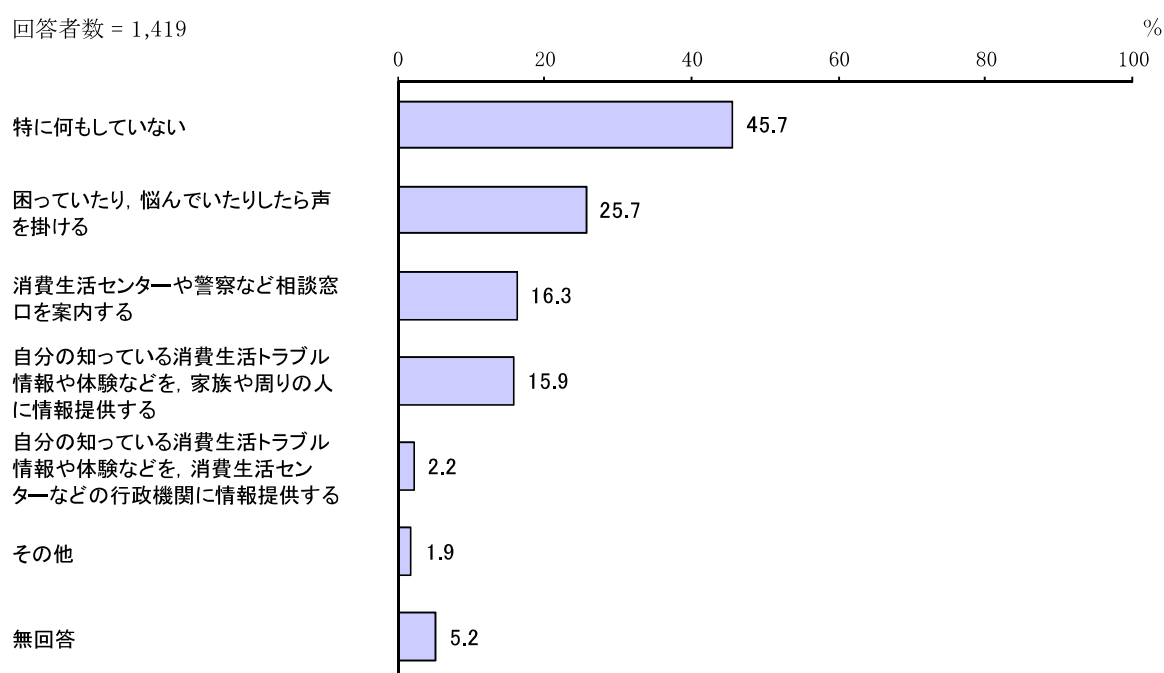
## (6) 地域と連携・協働した消費者教育の推進

「周りの人が消費生活トラブルにあわないために、またトラブルにあっているかもしれないときに行っていること」を尋ねたところ、「声を掛ける」が25.7%、「相談窓口を案内する」が16.3%、「自分の知っているトラブルを情報提供する」が15.9%と、それぞれができる範囲で地域の見守りを行っていることがわかります。一方で「特に何もしていない」と回答している人も45.7%います。

現在実施している消費生活サポーター講座やセミナー、出前講座などにより、地域の安全・安心な消費生活を支える活動を行う人材育成を支援するとともに、地域活動団体や事業者との協働のもと、消費者教育を推進していくことが必要であると考えられます。

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行っていること〈複数回答〉

回答者数 = 1,419



【年齢別】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行っていること〈複数回答〉

単位：％

区分	有効回答数 (件)	特に何もしていない	困っていたり、悩んでいた 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	108	56.5	29.6	7.4	11.1	—	0.9	—
20歳代	93	53.8	29.0	11.8	10.8	—	1.1	—
30歳代	154	47.4	36.4	16.2	16.2	—	0.6	—
40歳代	162	40.7	31.5	16.0	18.5	1.9	1.2	1.9
50歳代	190	33.7	35.8	24.7	23.2	3.2	1.1	1.6
60歳代	223	40.4	23.3	24.2	21.1	4.0	0.4	2.7
70歳代	266	52.3	15.0	13.5	13.2	2.6	4.5	9.4
80歳以上	218	47.2	17.4	10.6	10.6	2.8	3.2	17.0

## コラム

### 地域における見守りで、消費生活トラブルを防ごう

#### ■高齢者が抱える3つの不安（3K）

健康

「病気や認知症になったら…」

→健康食品・健康器具等の契約

お金

「この先、生活費は足りるかしら…」

→投資や金融商品の契約

孤独

「誰かと話したいな…」

→親切にされると断れず、勧められるまま次々と契約

#### ■見守りのポイント

気づき

見慣れない人が出入り

宅配便が頻繁に届く

急に外出が増えた 等

声かけ

さりげなく心配事がないか聞く

相談につなぐ

相談の意思を聞いて、

消費生活センターや

高齢者生活支援センターへつなぐ

#### ■あやしい話の共通点

- ・ 特別、めったにない、地域限定
- ・ 即時即決を迫る → 相談させない
- ・ 関係ないのに親切 → なぜか考えてみる
- ・ 得する、あなただけ → 他に話をさせない
- ・ わからない話をする → 鵜呑みにしてしまう

- ・ 長時間説明して断りにくくする
- ・ 流行で誘う → 有名タレント、IT 投資家  
「みんなやっている!」「誰でもできる!」

#### そもそも必要? 適正価格?

一呼吸して考えることが大切です。