

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

I	調査の概要	1
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
II	調査結果	2
	(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.....	24
	自由回答	42

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、調査を実施したものの。

2 調査対象

芦屋市在住の18歳以上の方を無作為抽出

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

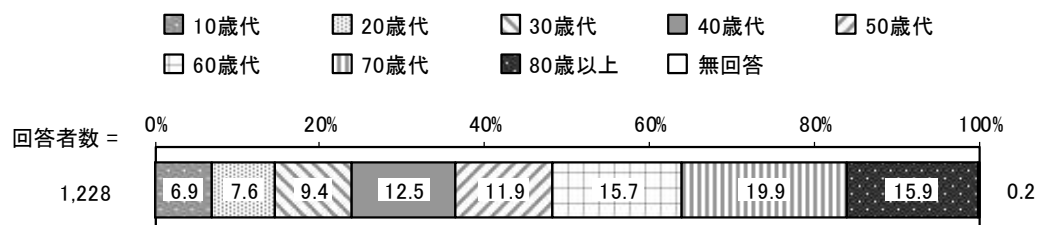
- ・回答は各質問の回答者数（N）を基数とした百分率（%）で示してあります。また、小数点以下第2位を四捨五入しているため、内訳の合計が100.0%にならない場合があります。
- ・複数回答が可能な設問の場合、回答者が全体に対してどのくらいの比率であるかという見方になるため、回答比率の合計が100.0%を超える場合があります。
- ・クロス集計の場合、無回答を排除しているため、クロス集計の有効回答数の合計と単純集計（全体）の有効回答数が合致しないことがあります。なお、クロス集計とは、複数項目の組み合わせで分類した集計のことで、複数の質問項目を交差して並べ、表やグラフを作成することにより、その相互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

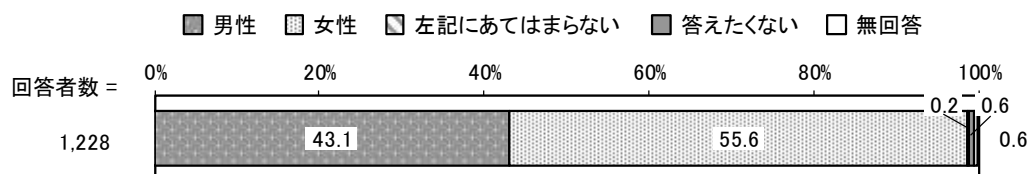
問1 あなたの年齢は (○は1つ)

「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。



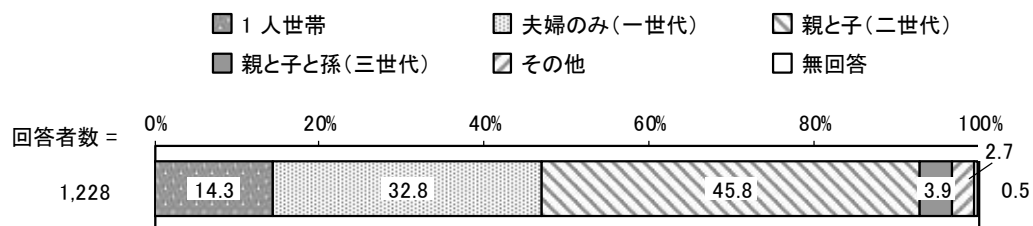
問2 あなたの性別は (○は1つ)

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



【その他の主な意見】

- ・姉妹
- ・主人と娘の3人。
- ・妹
- ・息子が単身赴任中
- ・夫婦と妻の母 など

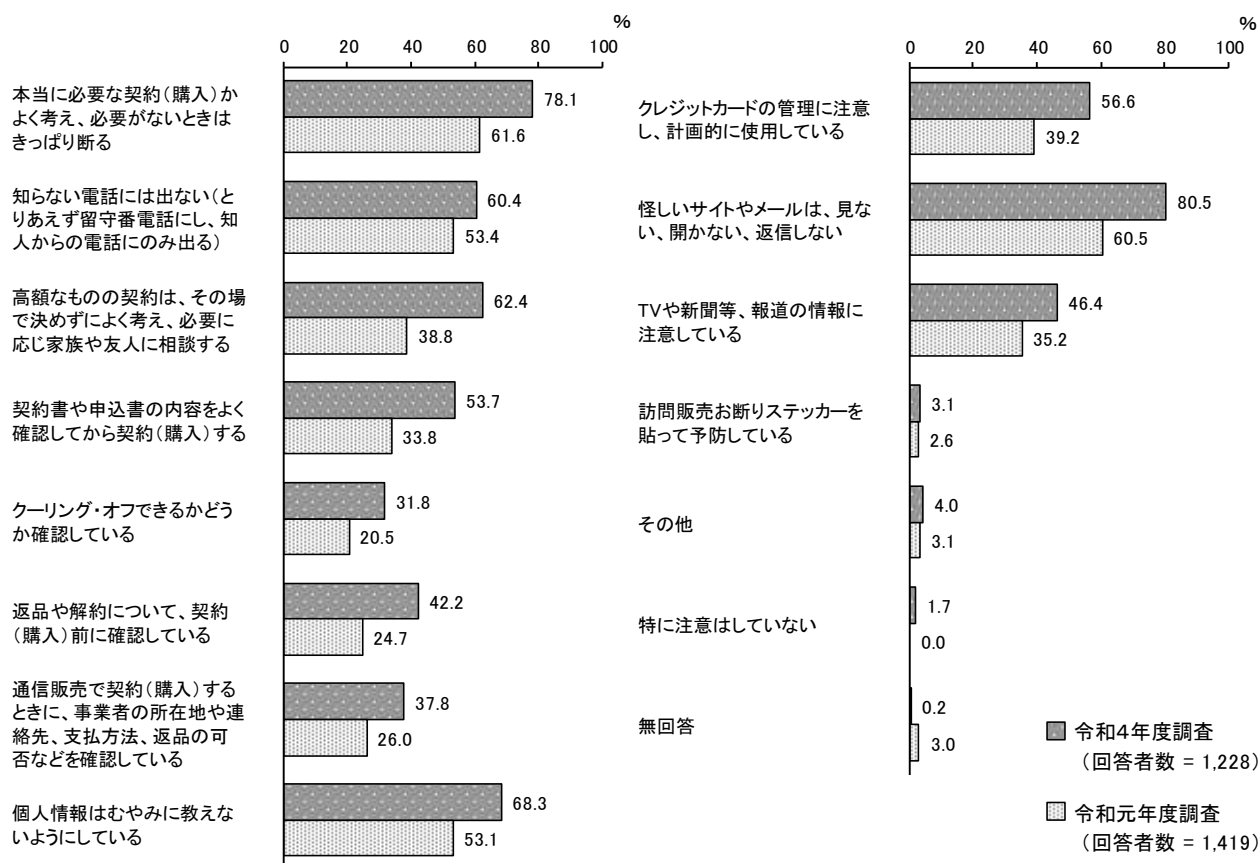
(2) 消費生活トラブルについて

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、返品の可否などを確認している」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、支払方法などを確認している」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。

【その他の主な意見】

- ・自分で物を購入しない。
- ・特に公的な機関名（警察、消防、役所、ガス会社、電気会社など）を名乗る電話は信用しないようにしている。その他の営業の電話は出てもすぐに切るようにしている。
- ・子供に相談している
- ・怪しいサイトがそもそも分かん！
- ・訪問販売お断りステッカー等どこで購入出来るか知りたい。 など

【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っぱり断る	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）	高額なものとの契約は、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、返品可否などを確認している	個人情報や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	TV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、

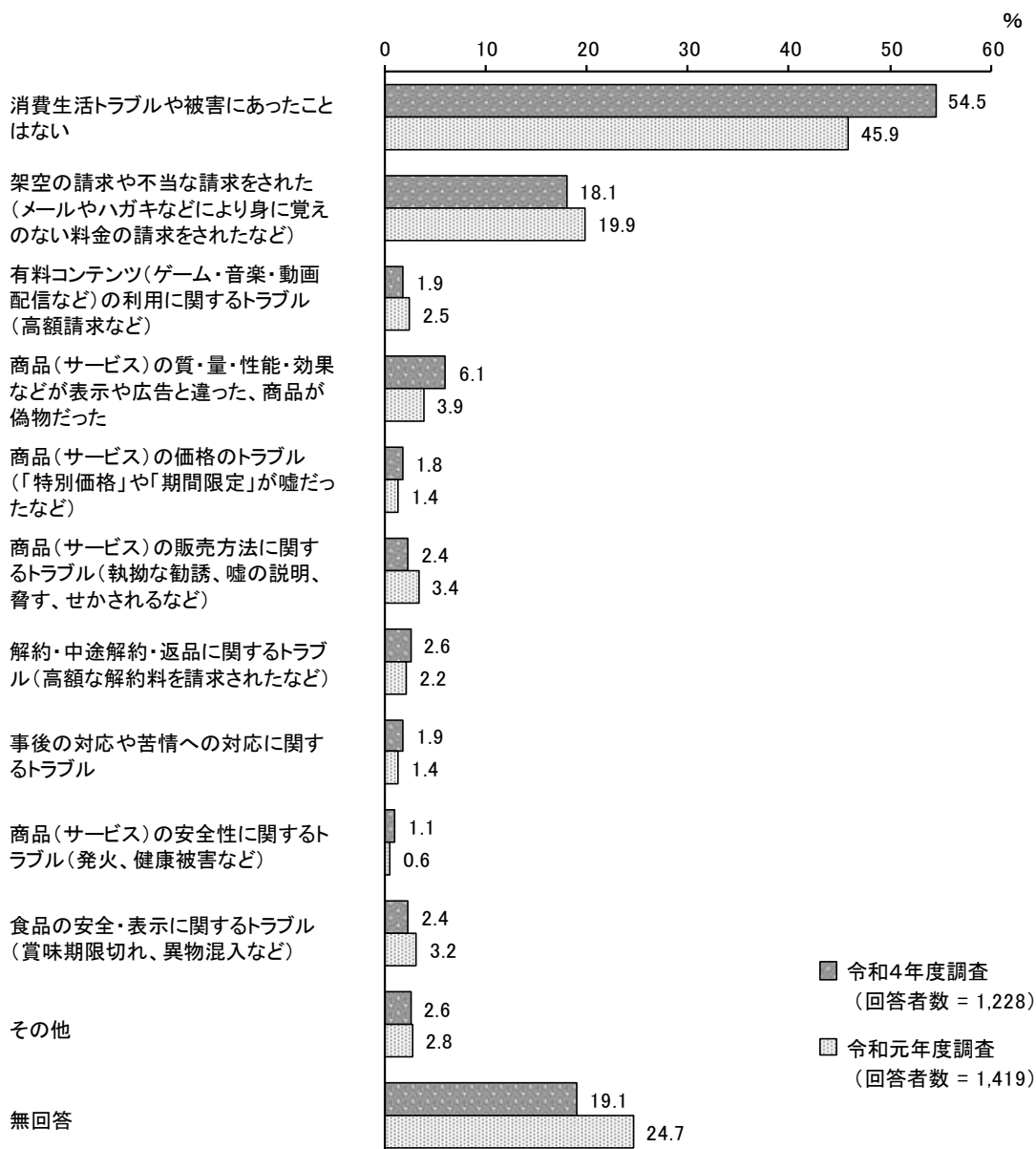
「商品（サービス）の質・量・性能・効果などが表示や広告と違った、商品が偽物だった」

「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。

【その他の主な意見】

- ・パソコンがウイルス感染しているとの事で、除去ソフトウェアの会社に電話連絡すると、日本語が不確かな外人対応で、有効と思われないソフト購入させられ、実効が判らない。
- ・通販サイトで買った財布が届かなかった。偽の通販サイトで、支払いも郵便振り込みのみで先払いだった。
- ・P.Cに、変な請求が来た時にはP.C、のサービスに連絡対処している。
- ・マッチングアプリで変なサイトに登録してほしいと以来があり、登録前に調べると多額に請求されるので、マッチングアプリも危険を感じる。
- ・下水の掃除（敷地内）の業者が断っても勧誘が執拗です。 など

【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）	商品（サービス）の中途解約・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

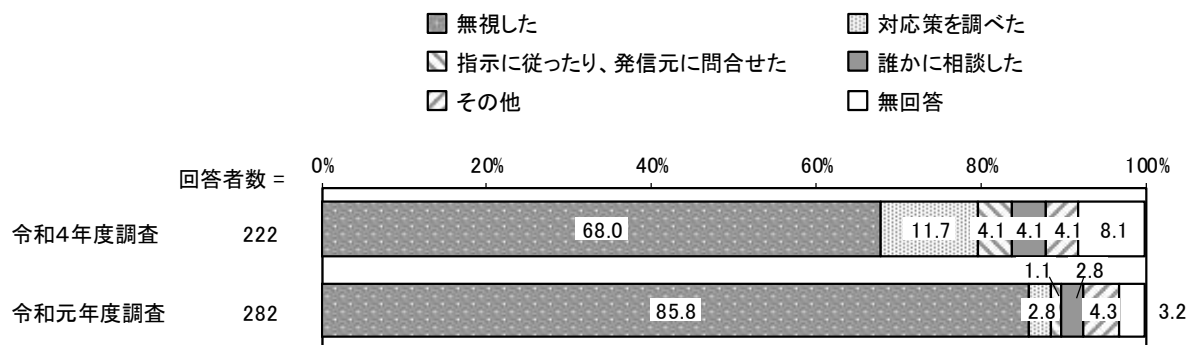
問5 (2) そのトラブル・被害のきっかけや購入方法は何ですか (〇は1つ)

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。

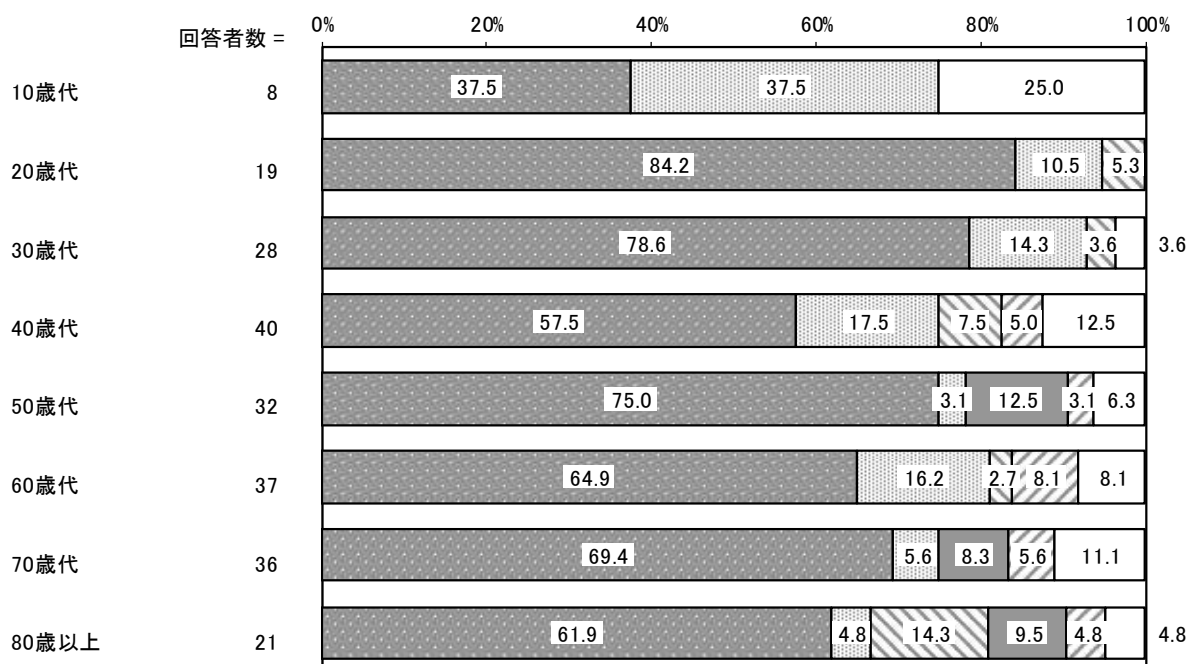


【その他の主な意見】

- ・クレジットカード会社より不正請求との連絡があり、取り消してくれた。
- ・カード会社にすぐに連絡
- ・相手の業者様に電話をしました。
- ・本当に発信元は本物か調べた。
- ・警察及び消費者センターに電話した。 など

【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。

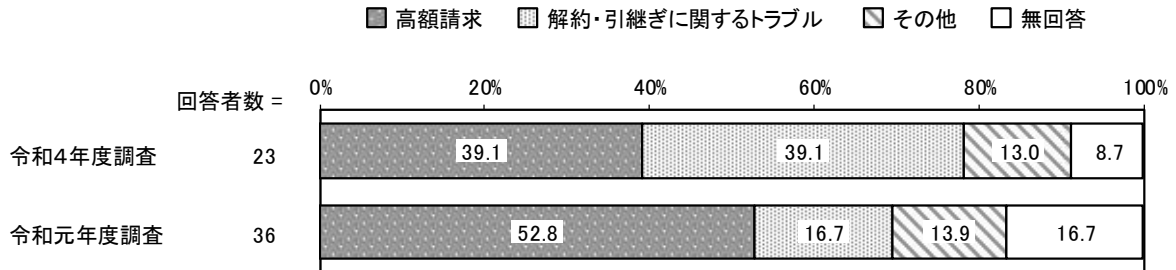


3. 有料コンテンツ（ゲーム・音楽・動画配信など）の利用に関するトラブル【トラブルの種類】

「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。



【その他の主な意見】

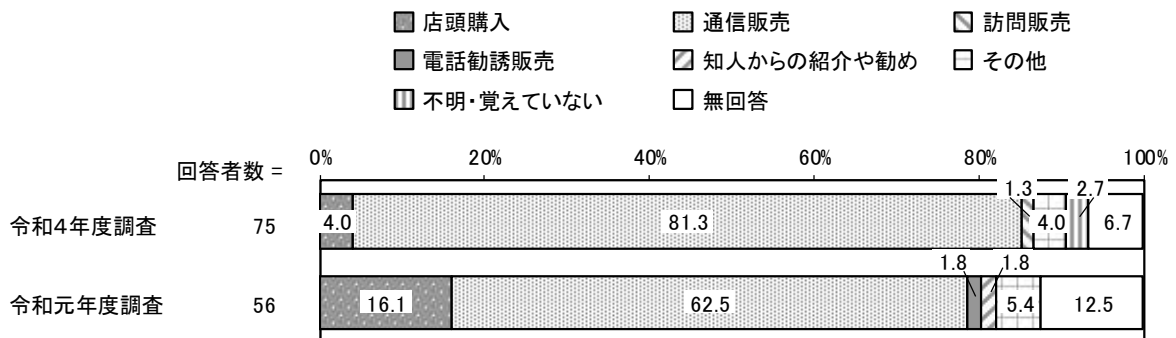
- ・PCの画面に、汚染されたとの表示
- ・スマホPCに飛び込んでくる。
- ・有料を無料とかんちがいた、させられた。 など

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。



【その他の主な意見】

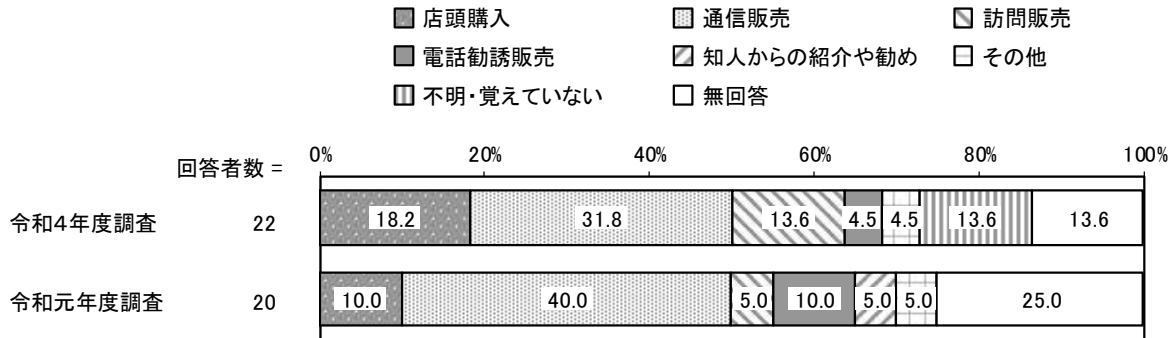
- ・ラジオ
- ・新聞にはさまれた広告

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。

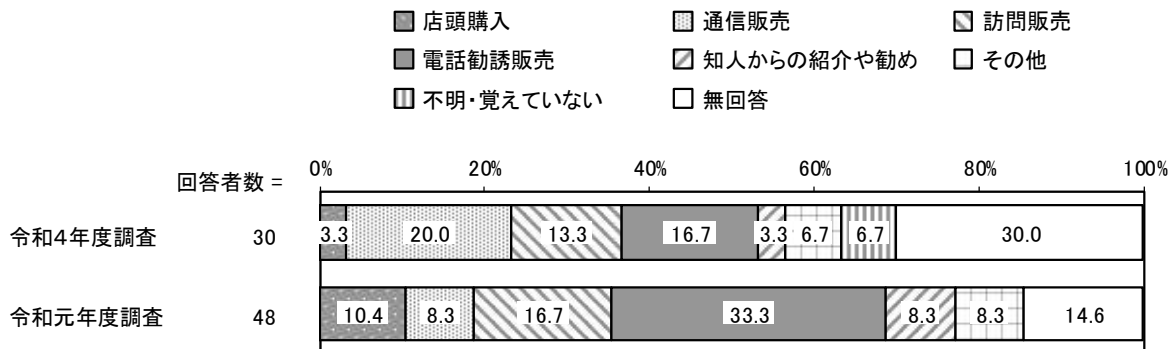


6. 商品（サービス）の販売方法に関するトラブル

「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。



【その他の主な意見】

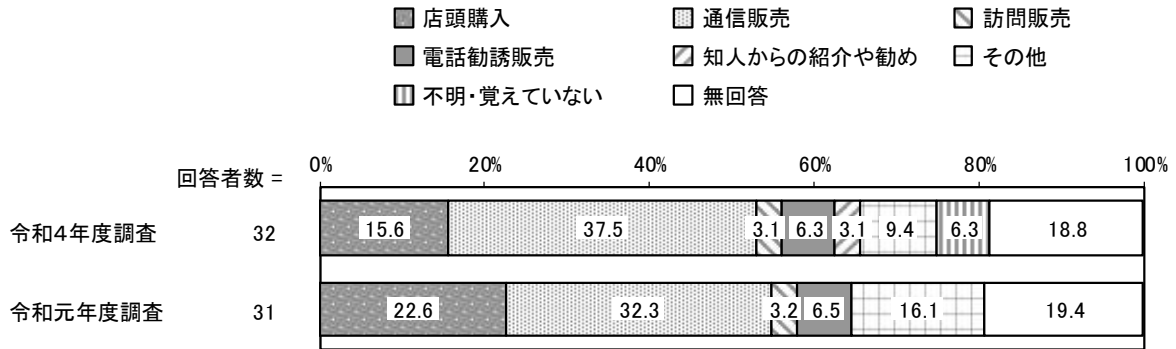
- ・ ネット
- ・ 辞めた職場の方がバス停待っていた。
- ・ キャッチ
- ・ 兄が利用したことがあるので知っている。

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。



【その他の主な意見】

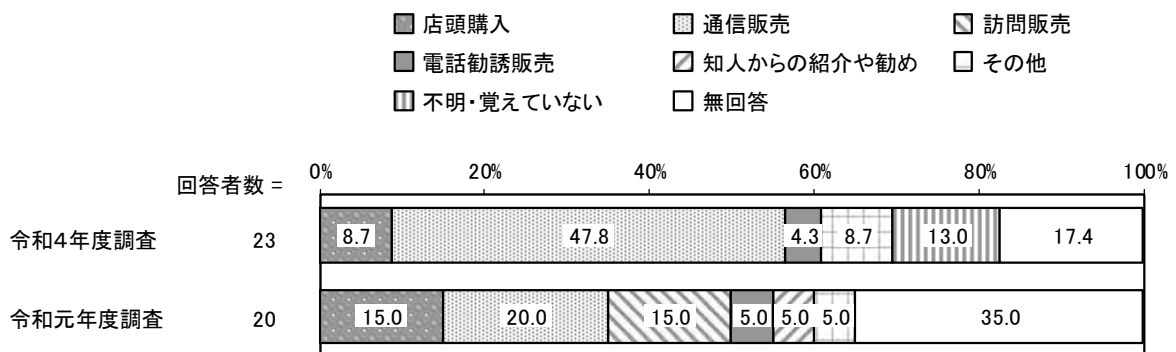
- ・ Y t u b e 広告
- ・ 家族の契約
- ・ 賃貸住宅の解約時に、〇〇から、立ち会って確認していない事項について、不当に高い修繕費を請求された。

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。



【その他の主な意見】

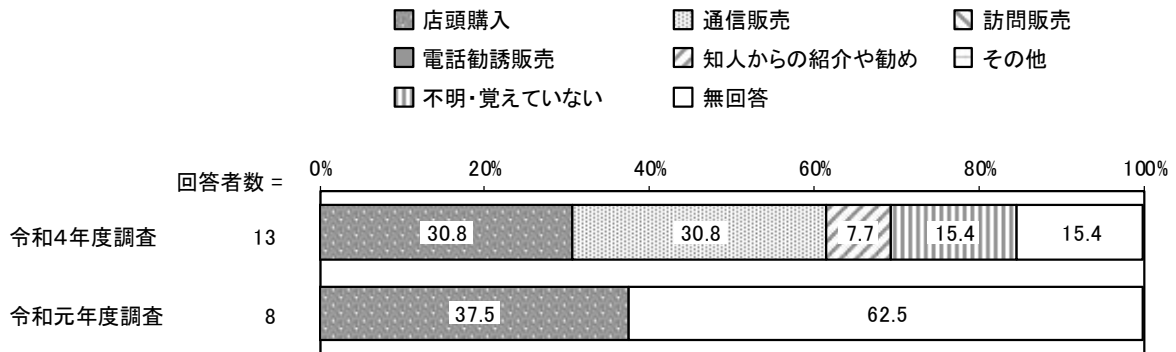
- ・ 家族の契約
- ・ 職場を辞めた方の強引な販売

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）

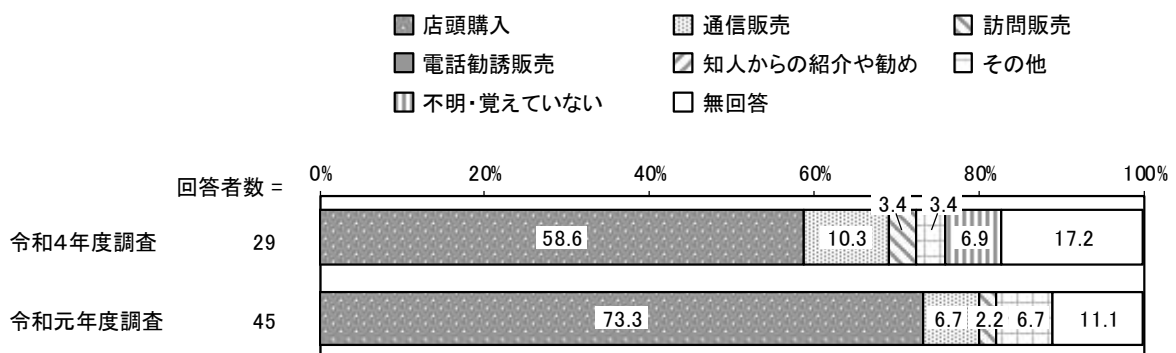


10. 食品の安全・表示に関するトラブル

「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。



【その他の主な意見】

- ・「PCでこんな事がありました」と OOに言っても「無傷ならOKです。良くあることです」とメモもしない。
- ・スーパー

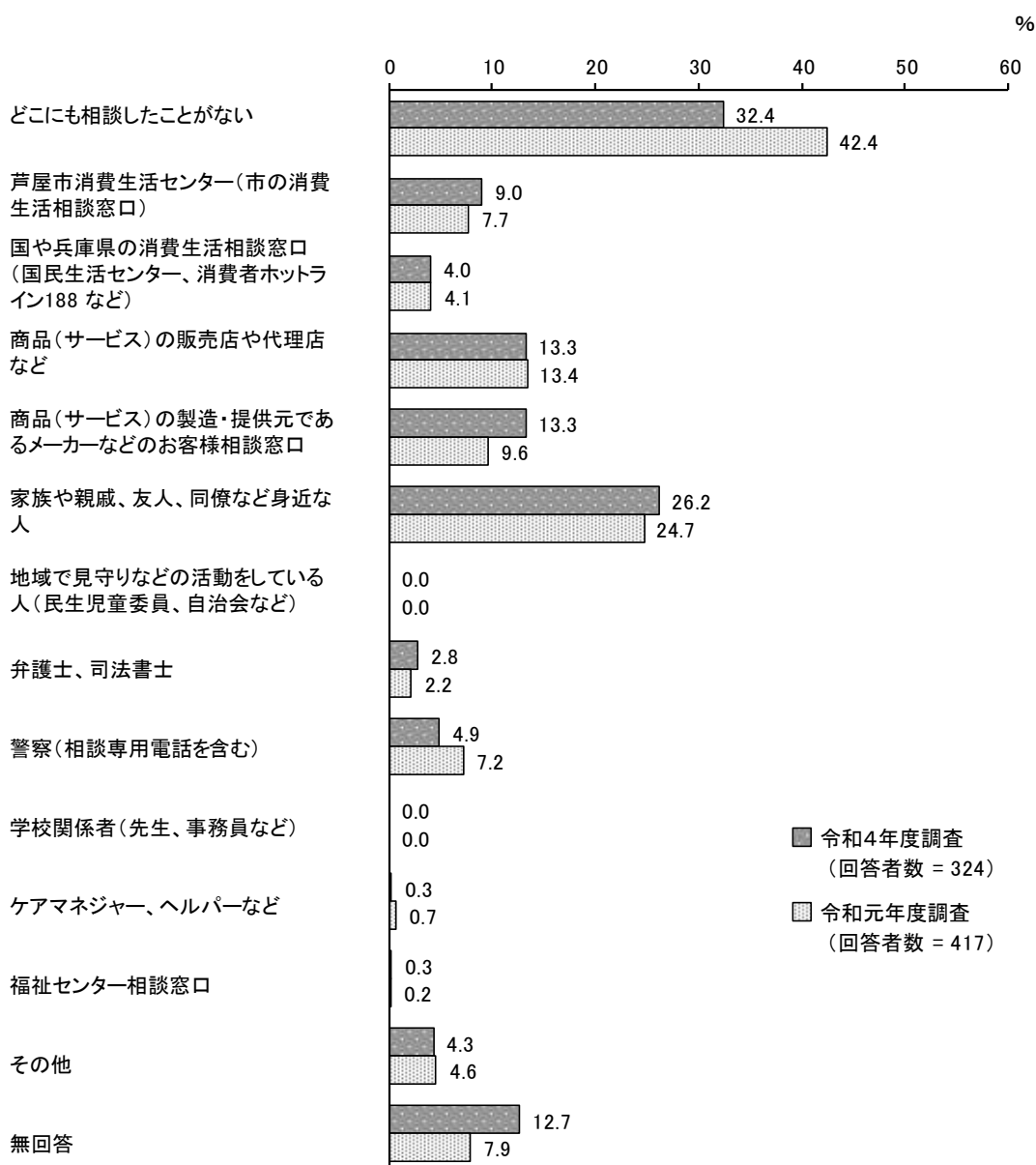
【問5で消費トラブルや被害にあったことがあると答えた方へお伺いします。】

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。



【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	カーなどのお客様相談窓口	商品（サービス）の製造・提供元であるメーカー	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	0.6	2.5	11.5

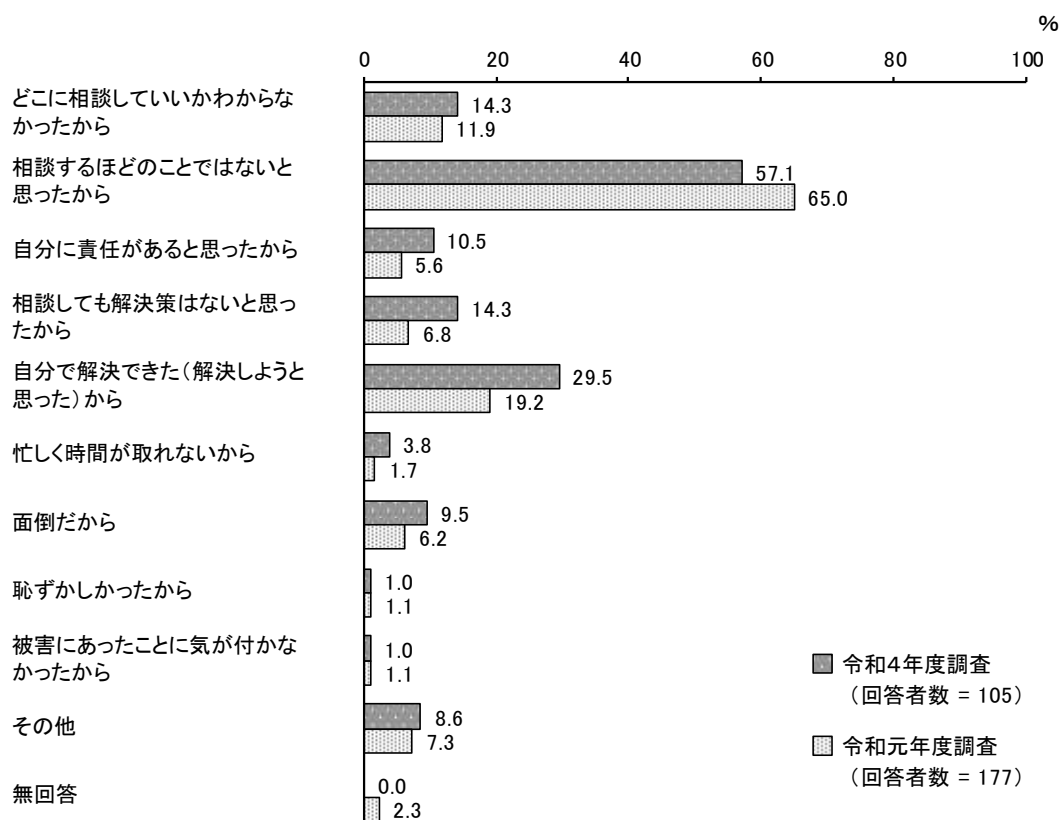
【問6(1)で「1. どこにも相談したことがない」と回答した方にお伺いします】

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%、「どこに相談していか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。



【その他の主な意見】

- ・今のところ、トラブル・被害にあっていない。
- ・カード情報を抜かれた原因が、ウイルス駆除ソフトを設定する前の freewifi 利用であることが明白だった為
- ・今消防設備の点検終えたが設備記録を管理士にお願いする費用が高すぎてこれまでは年5~6万以上の費用出して書いてもらうことなかったの、点検して、改善しても書いてもらうのに、費用がかかり、その費用も一律でなく不透明です。
- ・ネットで調べた。
- ・常々娘と相談するから など

【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：％

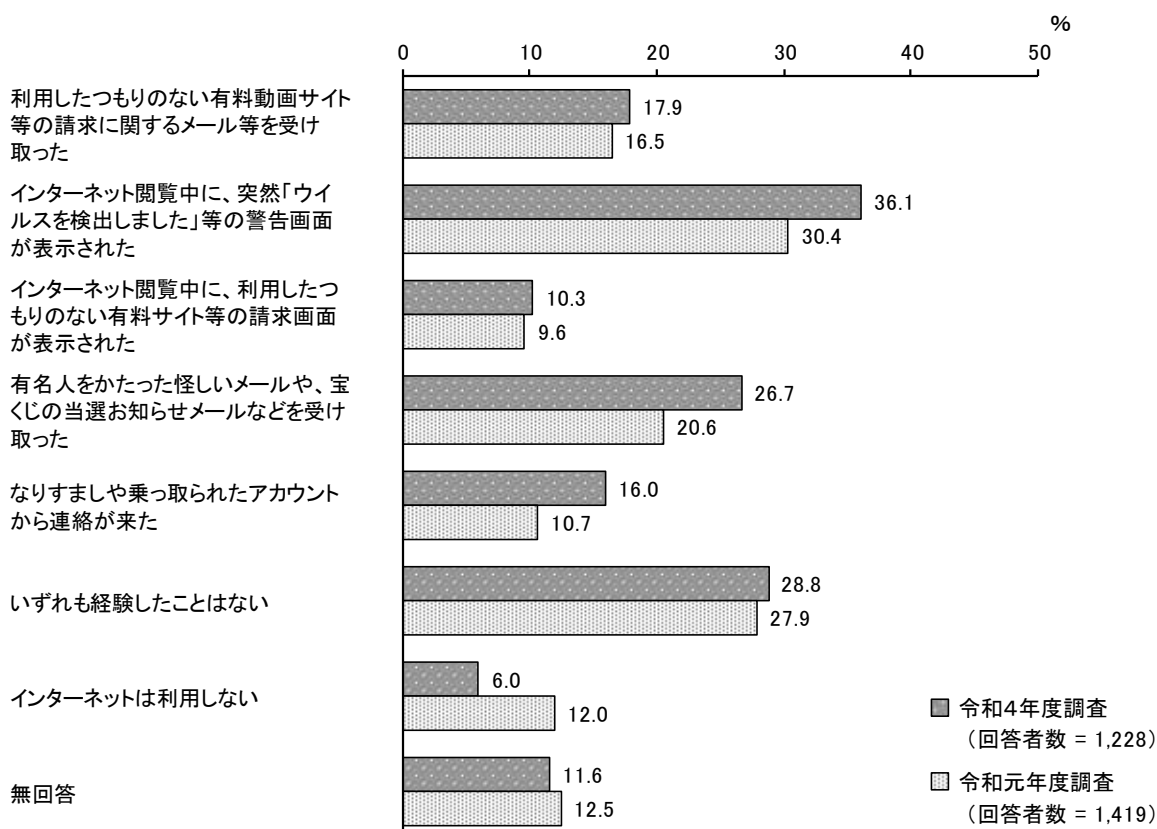
区分	回答者数（件）	どこに相談していいかわからなかったから	相談するほどのことではないと思ったから	自分に責任があると思ったから	相談しても解決策はないと思ったから	自分で解決できた（解決しようと思った）から	忙しく時間が取れないから	面倒だから	恥ずかしかったから	被害にあったことに気が付かなかったから	その他	無回答
10歳代	8	12.5	50.0	12.5	—	50.0	12.5	—	—	—	12.5	—
20歳代	8	12.5	62.5	—	12.5	50.0	—	12.5	—	—	12.5	—
30歳代	22	13.6	68.2	9.1	18.2	31.8	4.5	13.6	—	—	—	—
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	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	

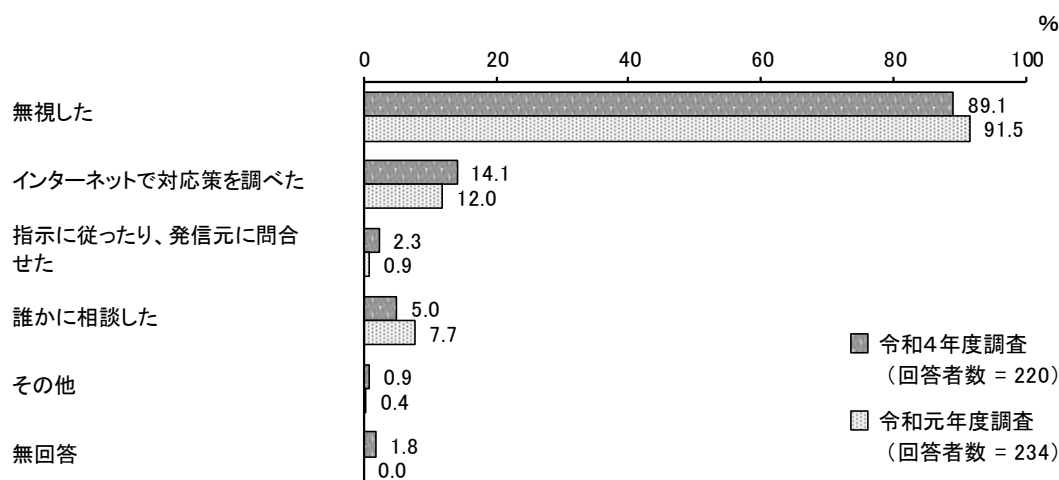
問 7 (2) その時、どのような対応をしましたか (それぞれ当てはまるものに○)

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：%

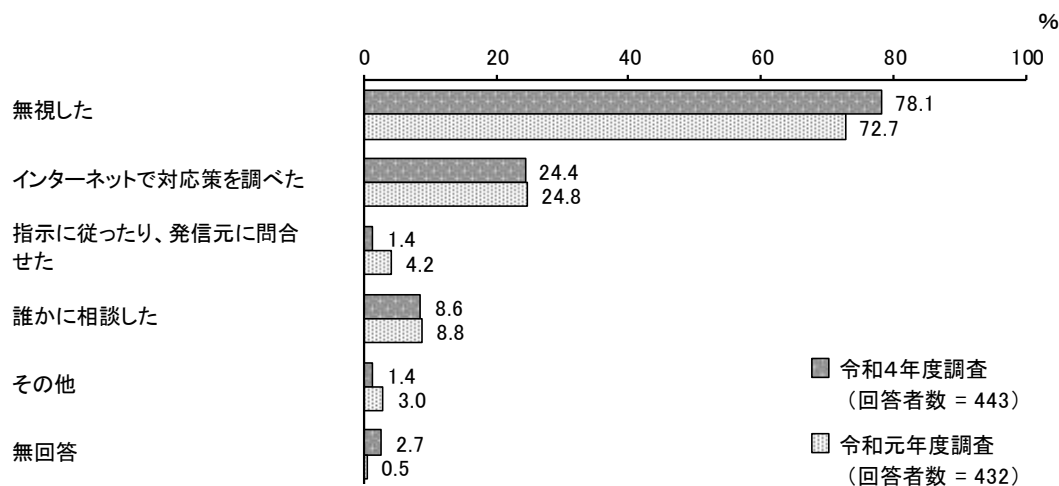
区分	回答者数 (件)	無視した	インターネットで対応策を調べた	指示に従ったり、発信元に問合せた	誰かに相談した	その他	無回答
10歳代	11	81.8	—	9.1	—	—	9.1
20歳代	23	95.7	8.7	—	4.3	—	—
30歳代	38	89.5	15.8	—	5.3	—	2.6
40歳代	43	90.7	20.9	2.3	—	—	—
50歳代	36	86.1	27.8	2.8	8.3	—	—
60歳代	31	83.9	6.5	—	12.9	—	6.5
70歳代	26	92.3	—	3.8	—	7.7	—
80歳以上	11	90.9	9.1	9.1	9.1	—	—

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：%

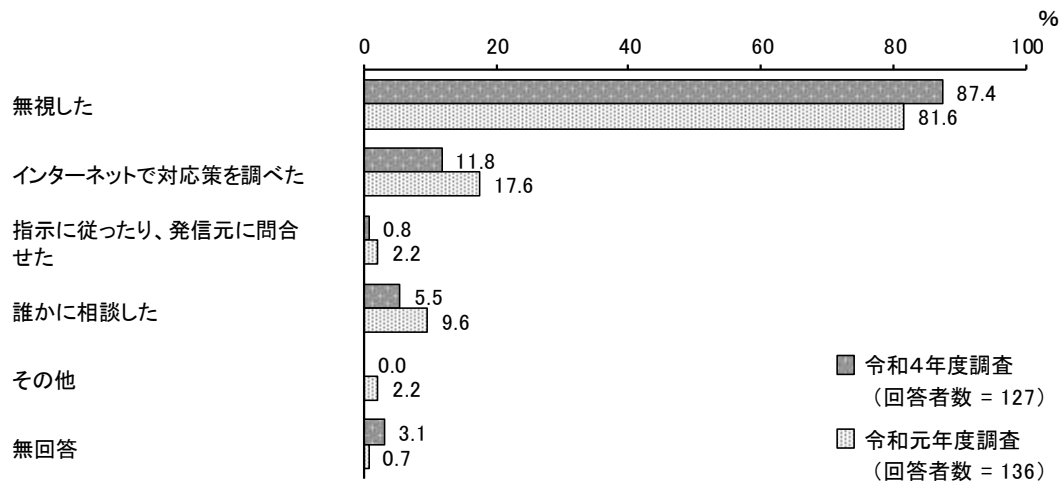
区分	回答者数 (件)	無視した	インターネットで対応策を調べた	指示に従ったり、発信元に問合せた	誰かに相談した	その他	無回答
10歳代	43	81.4	23.3	—	9.3	—	2.3
20歳代	54	90.7	13.0	—	5.6	1.9	1.9
30歳代	66	83.3	25.8	—	3.0	—	3.0
40歳代	77	76.6	39.0	1.3	2.6	2.6	1.3
50歳代	62	72.6	29.0	1.6	14.5	1.6	—
60歳代	55	70.9	30.9	—	7.3	—	5.5
70歳代	65	67.7	12.3	6.2	20.0	3.1	6.2
80歳以上	20	95.0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

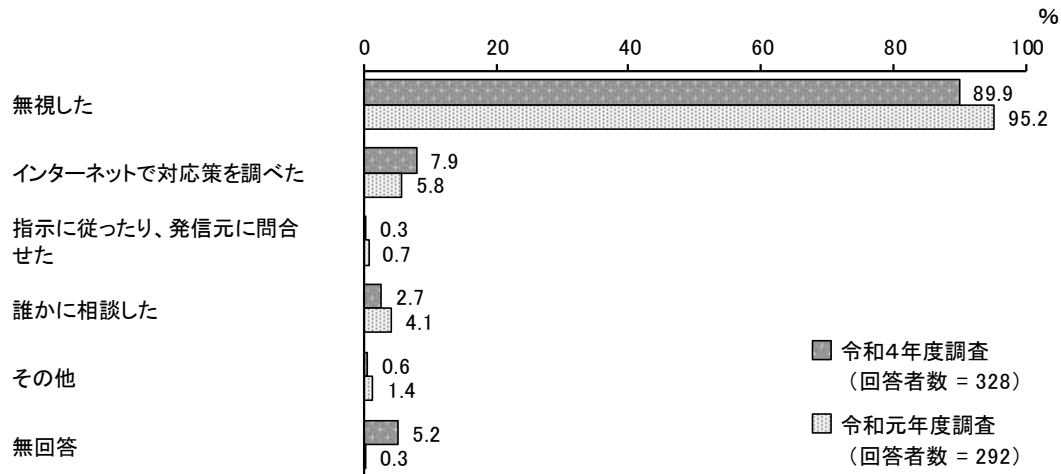
単位：%

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：%

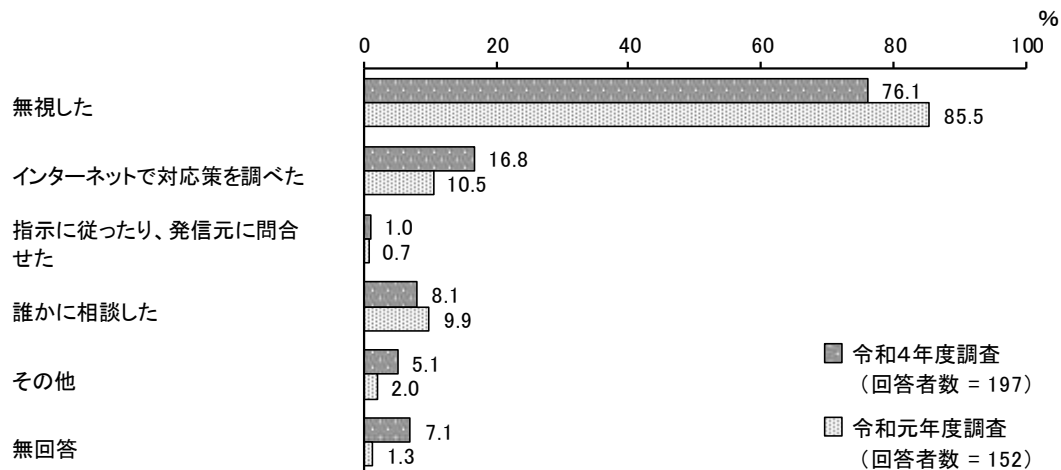
区分	回答者数 (件)	無視した	インターネットで対応策を調べた	指示に従ったり、発信元に問合せた	誰かに相談した	その他	無回答
10歳代	30	90.0	10.0	—	—	—	3.3
20歳代	42	90.5	7.1	—	2.4	—	9.5
30歳代	56	83.9	8.9	—	—	1.8	8.9
40歳代	68	92.6	5.9	—	2.9	1.5	4.4
50歳代	51	90.2	17.6	2.0	2.0	—	2.0
60歳代	38	94.7	2.6	—	2.6	—	5.3
70歳代	30	90.0	3.3	—	6.7	—	3.3
80歳以上	13	84.6	—	—	15.4	—	—

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

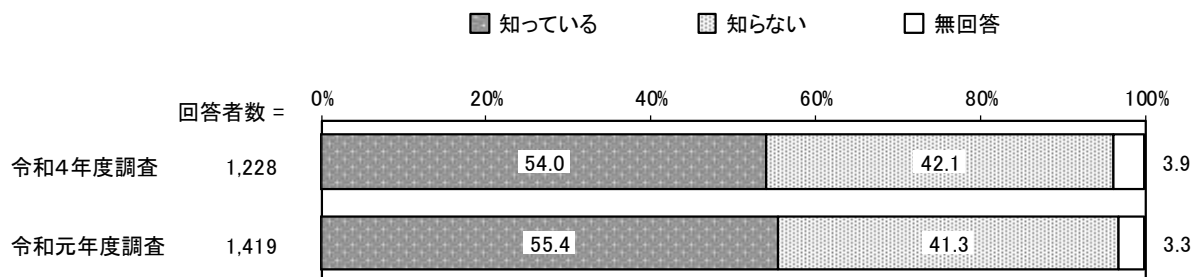
問8 あなたは「芦屋市消費生活センター」のことや業務内容、消費者ホットライン188を知っていますか、また利用したことはありますか（それぞれ〇は1つ）

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。

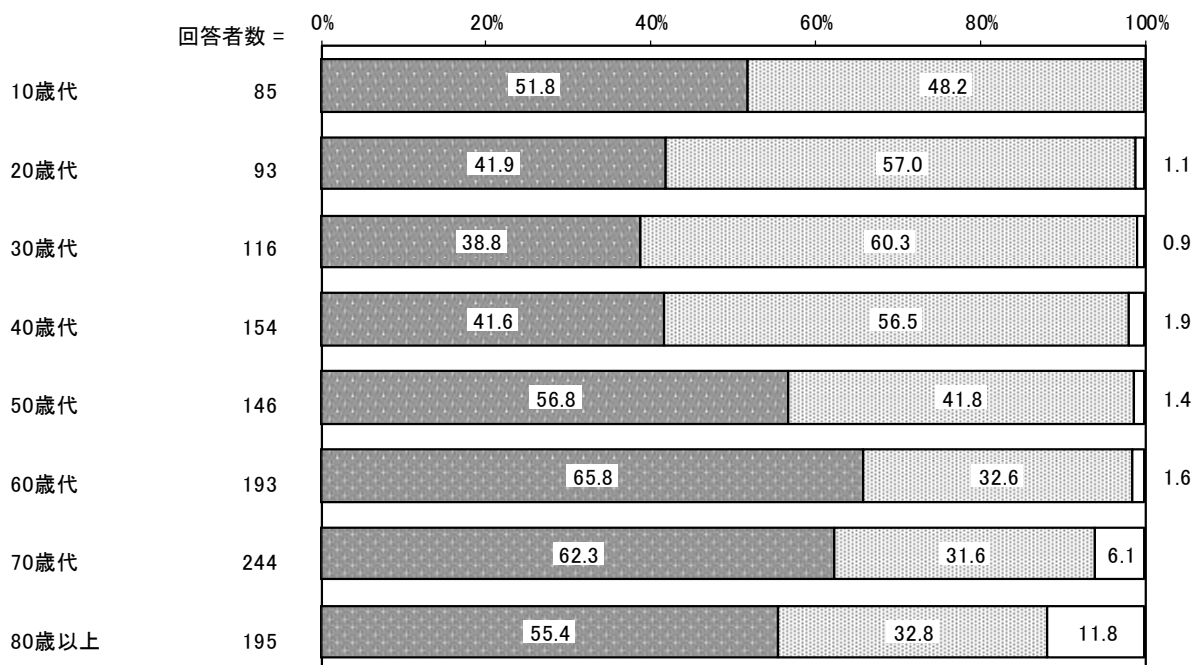
【経年比較】

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。

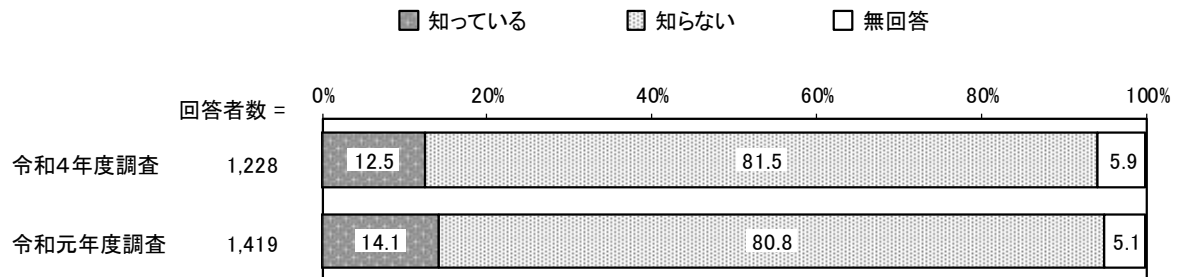


消費生活センターの場所

「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。

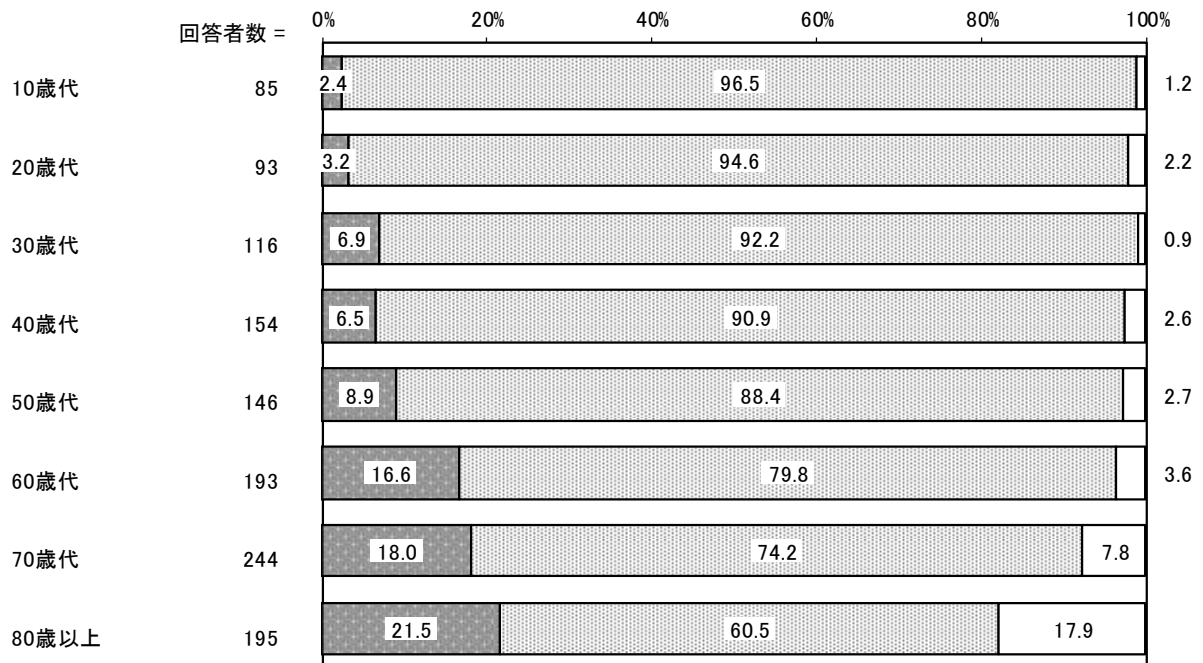
【経年比較】

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。

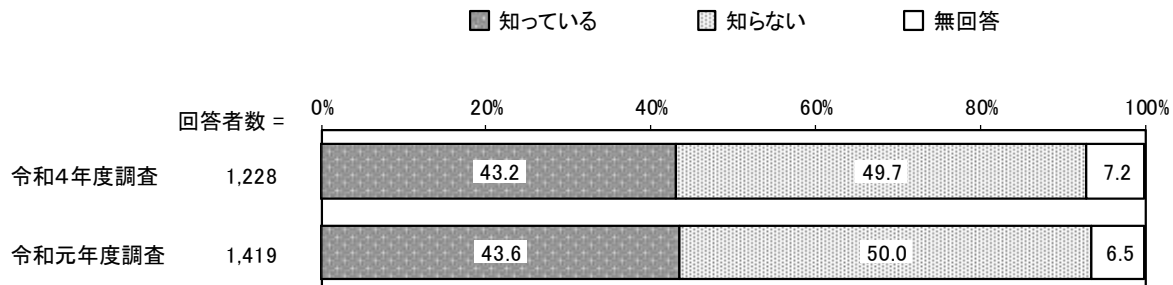


契約トラブルなどの相談業務をしていること

「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。

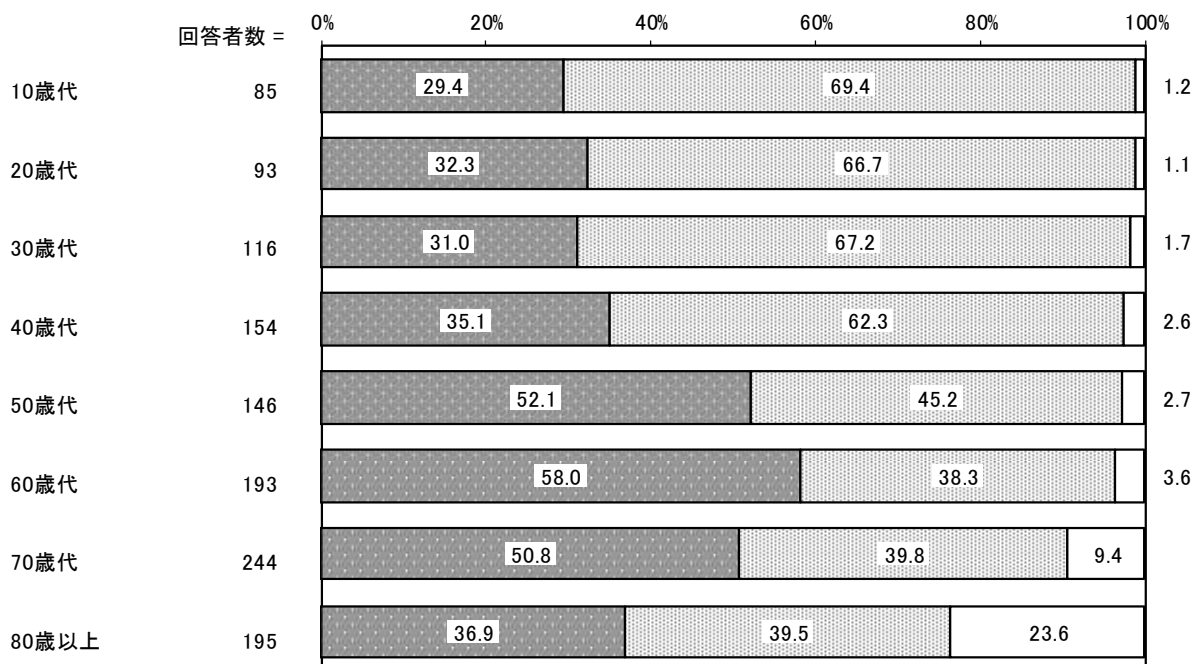
【経年比較】

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。

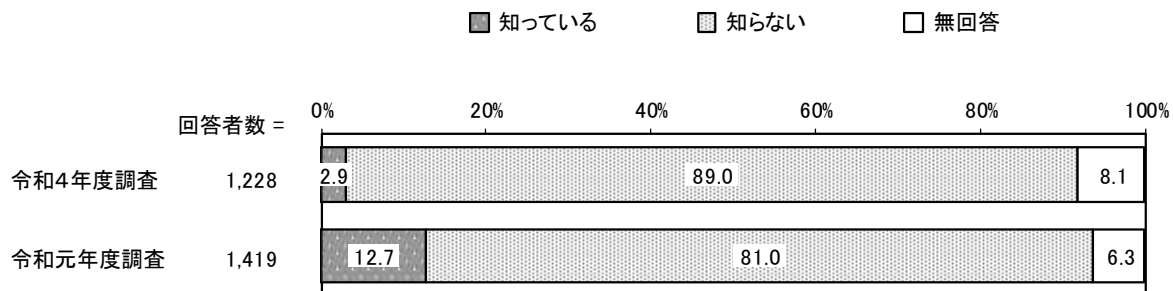


消費生活に関する図書の貸出しをしていること

「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。

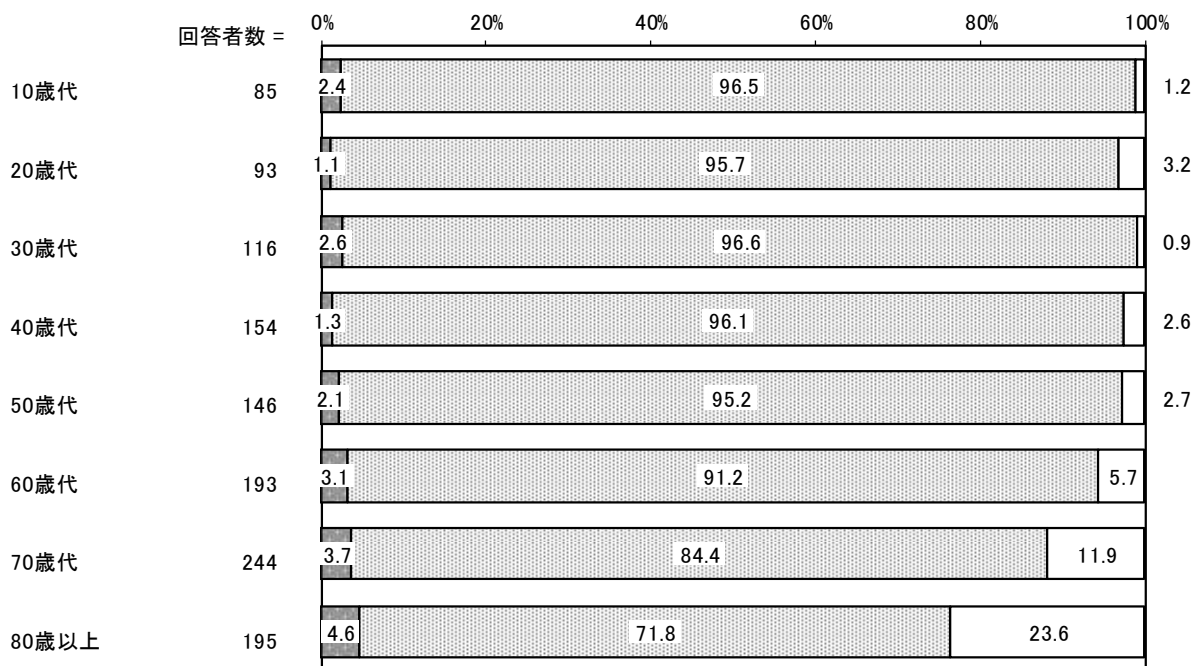
【経年比較】

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。

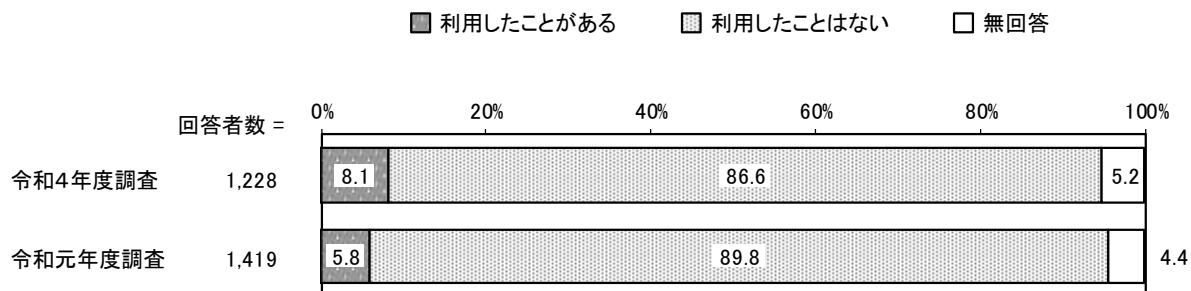


消費生活センター利用の有無

「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。

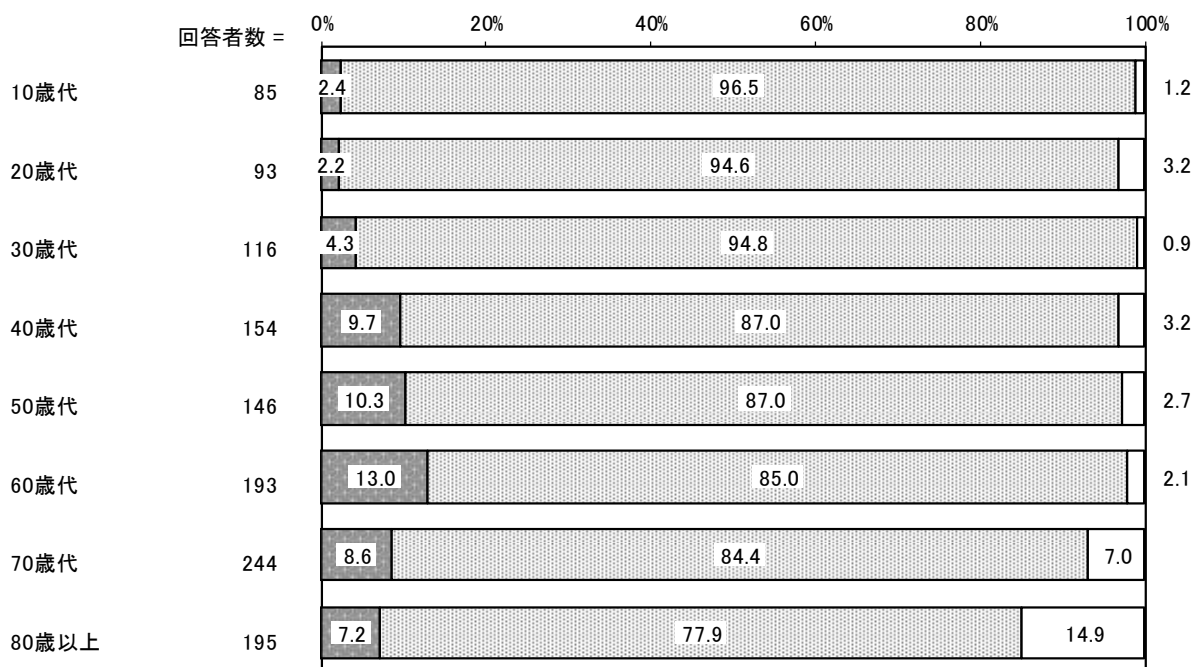
【経年比較】

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。



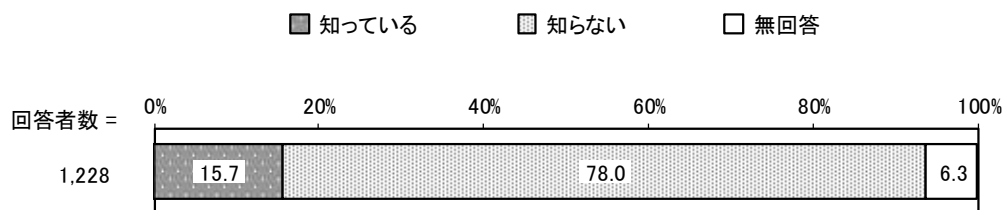
【年齢別】

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。



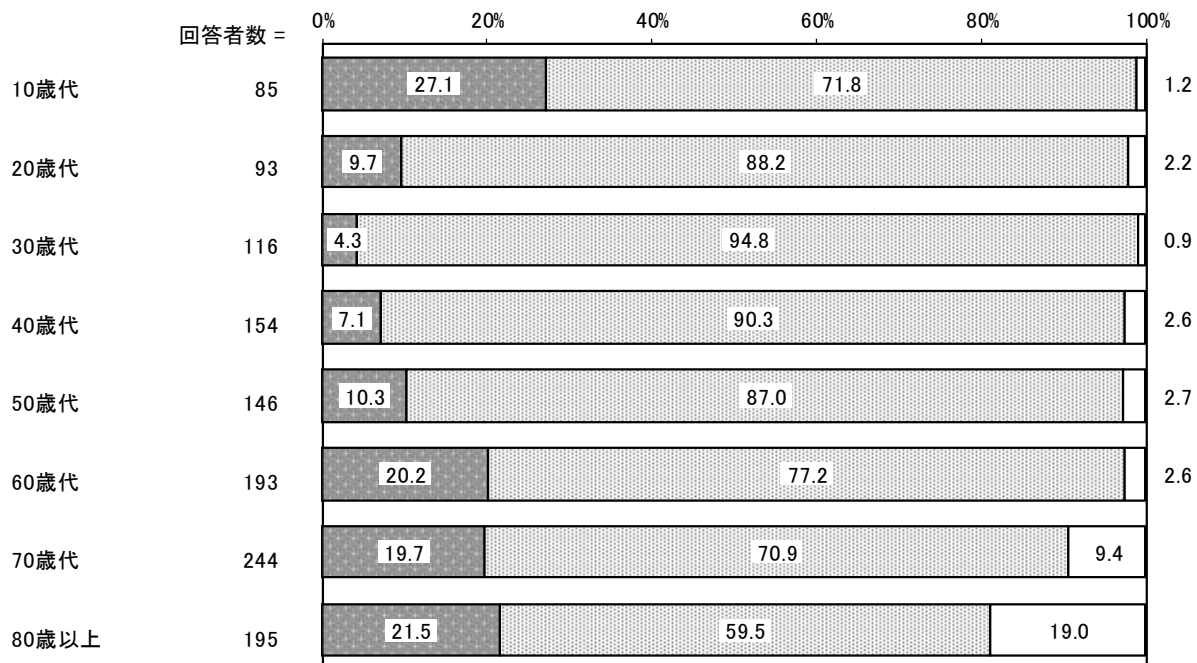
消費者ホットライン 188

「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】

年齢別で見ると、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。

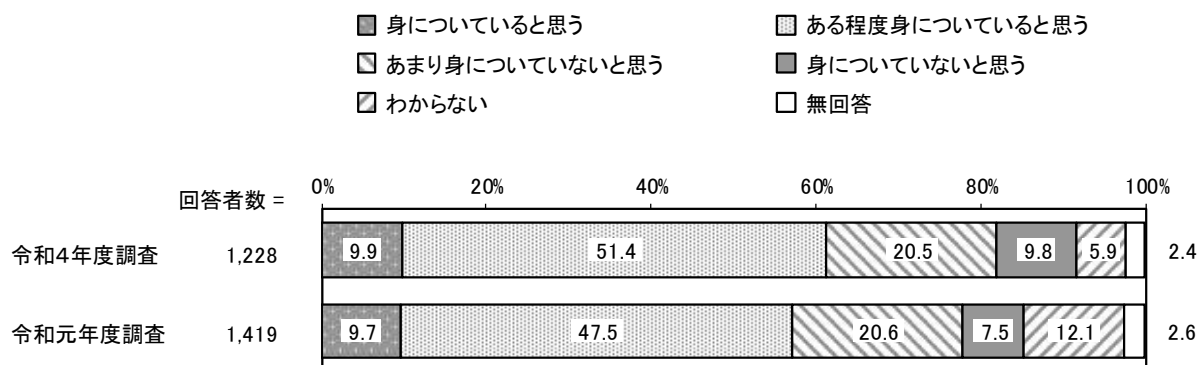


問9 あなたは、消費生活トラブルや被害にあわないために必要な知識や、トラブルにあったときの対処法が身についていると思いますか（悪質業者の手口、困ったときの相談窓口、クーリング・オフの方法など）（○は1つ）

「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。

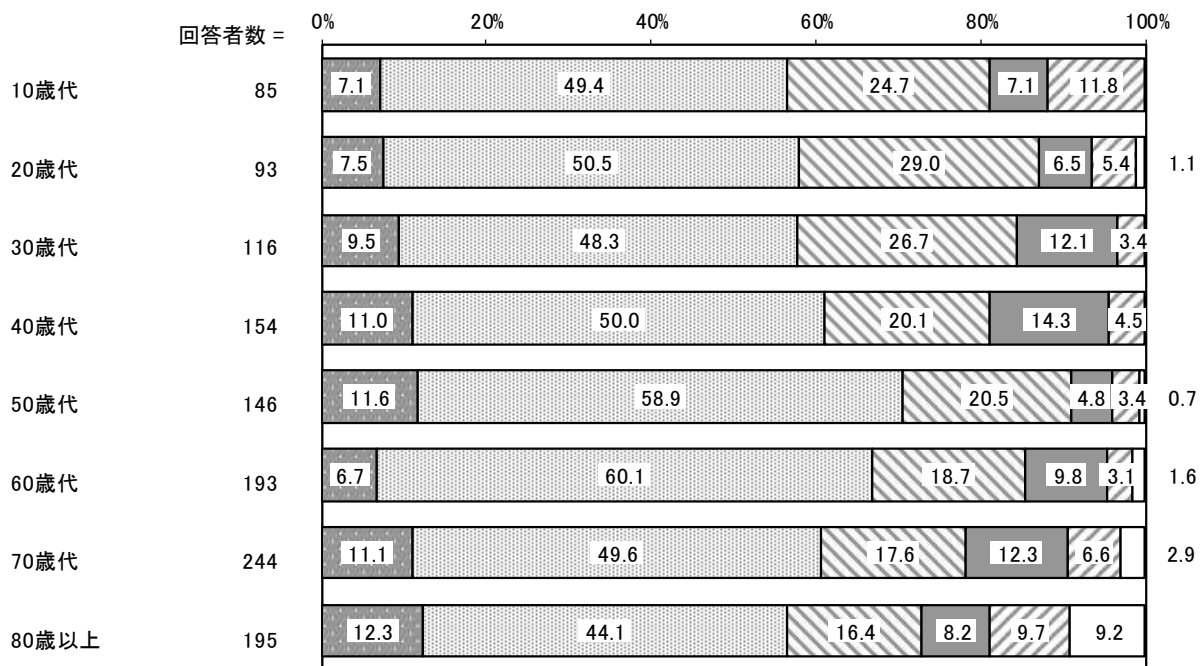
【経年比較】

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。



【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：%

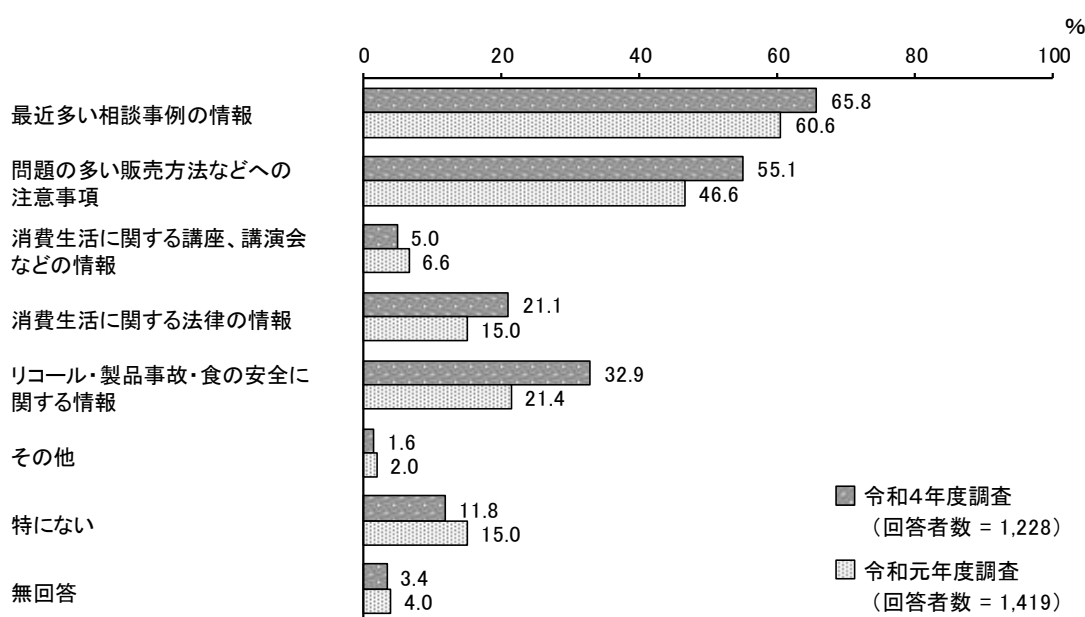
区分	回答者数(件)	特に何もしていない	困っていたり、悩んでいたら声を掛ける	消費生活センターや警察など相談窓口を案内する	自分の知っている消費生活トラブル情報や体験などを、家族や周りの人に情報提供する	自分の知っている消費生活トラブル情報や体験などを、消費生活センターなどの行政機関に情報提供する	その他	無回答
10歳代	85	57.6	28.2	4.7	14.1	2.4	—	1.2
20歳代	93	35.5	47.3	17.2	28.0	2.2	2.2	1.1
30歳代	116	41.4	40.5	11.2	20.7	—	—	—
40歳代	154	39.6	34.4	16.2	26.0	1.3	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。



【その他の主な意見】

- ・ 役所からの情報提供より不審メールの提供など実施業者の情報を提供先の周知と摘発の実施
- ・ 新手の手口は何回も広告すべき
- ・ インターネットでのまとまった情報取得が検索しやすいこと
- ・ インターネットによるウイルス対策、対応策
- ・ 問題のある業者名、電話番号、手口など具体的情報 など

【年齢別】

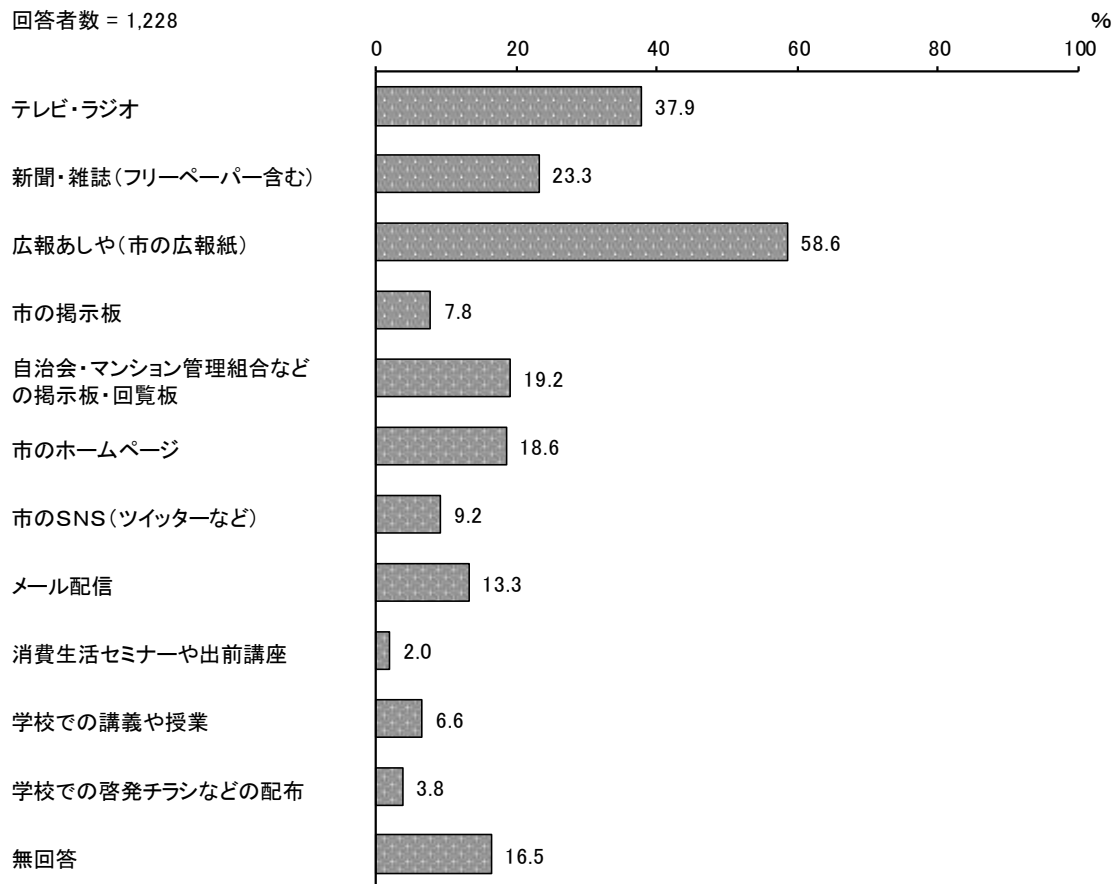
年齢別で見ると、他に比べ、50歳代で「最近多い相談事例の情報」の割合が、60歳代で「問題の多い販売方法などへの注意事項」の割合が高くなっています。また、20歳代で「消費生活に関する法律の情報」の割合が、40歳代、50歳代で「リコール・製品事故・食の安全に関する情報」の割合が高くなっています。

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：％

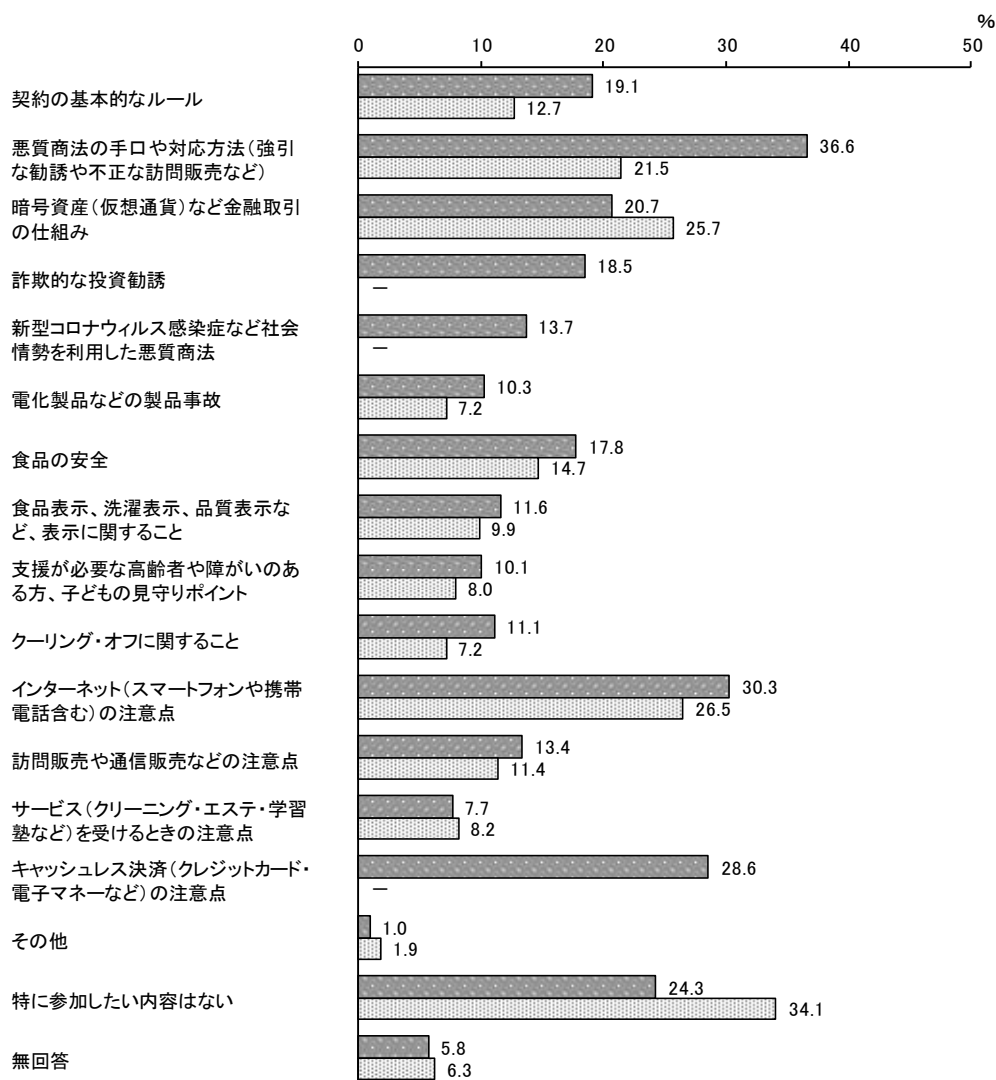
区分	回答者数（件）	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌（フリーペーパー含む）	広報あしや（市の広報紙）	市の掲示板	自治会・マンション管理組合などの掲示板・回覧板	市のホームページ	市のSNS（ツイッターなど）	メール配信	消費生活セミナーや出前講座	学校での講義や授業	学校での啓発チラシなどの配布	無回答
10歳代	85	40.0	18.8	18.8	4.7	4.7	18.8	22.4	17.6	1.2	27.1	14.1	10.6
20歳代	93	39.8	11.8	30.1	7.5	6.5	21.5	29.0	16.1	—	18.3	6.5	15.1
30歳代	116	33.6	18.1	55.2	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。

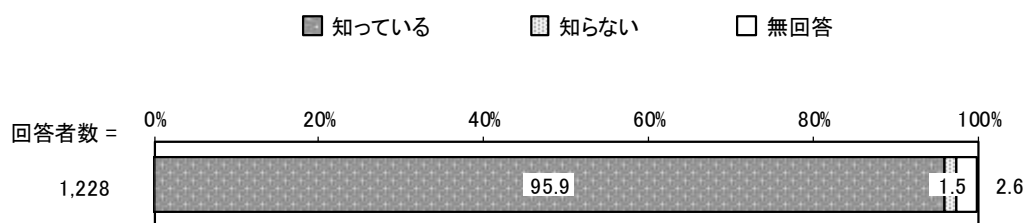
単位：%

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

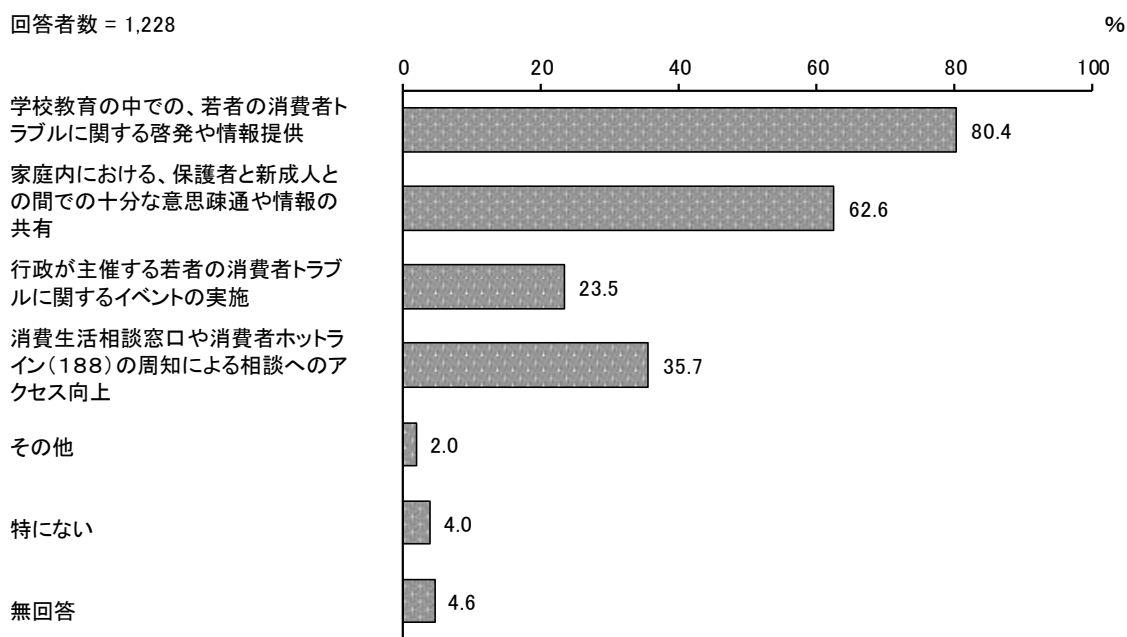
問 13 (1) 2022 年 4 月、法改正により成年年齢が 20 歳から 18 歳へ引き下げられたことを知っていましたか。

「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。



【その他の主な意見】

- ・ SNS での情報発信
- ・ 成人年齢の引き上げ
- ・ ネットによる注意喚起
- ・ ネットで気軽にできる契約や購入、SNS などの口コミで広がるサービスや物の定期購入など
- ・ 成人式で言って欲しい。人生にすぐ役に立つ内容を伝えて欲しい。 など

【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

自由回答

問 14 消費生活生活トラブルや被害を防止するために、行政に積極的に取り組んでほしいことや、その他消費生活に関して、お気づきの点やご意見がございましたら、ご記入ください。

消費生活センターへの要望、意見
cashless 決済の危険性や、トラブルに会った場合の相談窓口。
消費生活センターの現状がよくわからない。もし、何か、あった時は速やかに対応できる様 にお願いしたい。
若者にはスマホで、高齢者にはTVCMでまずトラブルや被害にあわない。あった時の対処 法（相談窓口の案内）を流してほしい。
市の消費生活センターの電話相談は、無料電話（0120 等）にしてほしい。相談は、適格な解 答（一般的な知識を教えるのではなく、その特定の問題が解決できる方法、明快に教える）を してほしい。プロフェッショナルな対応をしてほしい。
188 も 24 時間対応がのぞましい。
4 ページにある消費生活センターの存在、している内容をもっと一般に広めてほしい。そう いう所があるだろうなどは思っていました。市内にあることを知らなかったし、まして場所 や消費者ホットライン 188 など知りませんでした。（同意見 3 件）
母が悪質商法にひっかかった時消費生活センターに相談しました。ありがとうございました。
トラブルや被害があれば小さい事でも素早く対応して欲しいです。
相談する窓口は沢山ある様ですが、どうやって連絡するのですか？それぞれの相談窓口の電 話番号がわかりません。
トラブル事例の情報（会社名、商品名）の具体的な開示を公報などで発信してほしい。
老人に対する悪質商法だけでなく、普通の会社でも判断が出来ない様子高齢者に契約を取り 請求するのも問題と思います。対策を考えてほしい。
個人情報保護やスマートフォン 1 人 1 台の時代になり消費情報も個人情報の対象のようにな り、自己責任であったり他者に助けてもらえる機会が減ったように感じております。そのよう な中で貴センターのことを本件で知り、「業者との交渉の仲立ちを行う」とされていること、 まさに必要な支援なのではないかと思い、大変心強い次第です。
以前大家さんとのトラブルでお世話になりました。（10 年以上前です）法律的な見地からや 過去の事例などからの情報を大家さんにも説明してくれたお陰で、入居時にはもう壊れていた ものの請求をされて敷金を返却してもらえなかったのが返却してもらえました。ありがとうござ いました。これからもよろしくお願ひします。
芦屋市消費生活センターの存在自体を知らなかった。市民にもっと広く知れ渡るようにアピ ールした方が良いと思う。自分はまだ被害にあった事はないが、何かあれば相談してみたいと 思う。
ホットライン（188）の周知が最も大切だと思います。防ぐ事はとても難しいので、何かが起こ った時にすぐ相談できるとありがたいです。

消費生活センターへの要望、意見（続き）
消費生活センターが市民にとってもっと身近な場所になれば、より相談しやすくなるのでは（イベント等をするなど）
消費生活センターで、消費生活トラブル例やセミナーやイベントの開催、活動等の内容が良く分からない。広報の案内も知らない。インターネットの利用で物品等の購入は全くやらない。必要時には家族（長男長女）に相談した上で行っている。
過去にTelで怖い思いをし、警察に相談した事があります。それ以来、友人、知人のTel番号は登録し、在宅でも留守電にしています。必要なら相手方が喋ると思いますが殆ど喋りません。時々不安な思いに落ち入りますが、警察に指導された事を守っています。ネットでの物品の購入に関しての講座があれば安心できるかなあとと思います。今は、ネットで見えてお店に行つて相談して購入するようにしています。
洗濯機のじゃ口から水もれがあり、訪問修理をしてもらった際、部品をとりかえただけで10万近く請求された事があります。安心して依頼できる水道トラブル対応業者リスト等市のホームページがあればよかったですと思います。修理業者一覧など市のべんり帳やホームページがあれば助かります。
消費生活センターの取り組みが消極的。例えば水道トラブルでは市の水道組合のHPに誘導するのではなく市の指定業者はここと、こことここだと明確に市のホームページに記載すべきだ。電話で聞いても歯切れが悪く、消費生活センターはいったいどこを向いて仕事をしているのかと思う。（こんなアンケートよりもっと踏み込んだ姿勢が欲しい）又、悪質業者への対応も市より警察の方がまだマシだった。マイナカードの申し込みが再び始まっているが尼崎市の事件を考えると信用できない気がする（USB紛失）
（トラブルの）わかりやすい対応の仕方がイラストでわかりやすく表現して良いと思う。
困った時にすぐに連絡ができるところ、対応をしてほしい対応を手伝ってほしい。
2～3回ほどですが、消費生活センターに相談したことがあります。正直なところ、あまり参考になるアドバイスや対応ではなかった。それ以降は利用していませんし、特に期待もしていません。
かなり以前に消費生活センターに相談したが通り一辺倒なマニュアル会話で全く参考にならなかった。とにかく相談者によりそうことが大切
スマホでゲームとかしていたら健康食費のコマーシャルが 流れ1,980円！と出て来て安いので購入しようと住所氏名クレジット番号入力最後にタップする前にもう一度確認したら次回より8,900円って！やっぱりと辞めましたけどこんな広告無しにならんですかねよろしくをお願いします。

消費生活行政、その他行政への要望、意見
<p>スマホ、インターネット等年をとると覚えにくいのもっと市の方で講座等を開いてほしい。アンケート誤送付の件、もっと再確認をしてから発送を。給付金の問題もPCでチェックするもボタンひとつでなんでも出来るが、何度も確認を！</p>
<p>最近、健康検診のように、歯科検診も行っては…というようなことが言われています。歯周病等が、さまざまな病気につながるようなので、対策が具体化されるといいなと思っています。</p>
<p>「広報あしや」でトラブル被害状況を知らせてほしい。（同意見4）</p>
<p>消費生活と直接関係は無いかもしれませんが日常生活の中で気付く点を申し上げます。芦屋川河畔での犬の散歩が極めて多くなっており、リードを放している方、糞の始末をされない方などルールを守らない状況も多く見られ、環境、安全面から大きな問題だと感じております。対策として監視員の巡回、ドッグランの設置、など検討を是非ともお願い致します。</p>
<p>6ページにも書いたように、日常生活のちょっとした困り事など、（電球交換、インターネット関連、家具移動など）を、依頼できる業者さんを行政から具体的に名前をあげて（連絡先など）教えてもらいたい。</p>
<p>認知機能が衰えている高齢者との契約は、契約を取り消すことができるような制度があれば良いと思います。特に、1人暮らしの高齢者宅で、ことばたくみに配水管の洗浄などの作業を高額で押し売りするというのを聞いたことがあります。また、古着買いとりとして、家に入って、ごく普通の古着（ブランド品ではない）を5,000円程度で買いとり、実は、引き出しに入っていた金、プラチナのアクセサリを知らない間にいくつか、取られていたという話もききました。</p>
<p>高齢者は、デジタル化にうといがコロナ禍で急速にデジタル化が進んだ。プラス面を優先させて、マイナス面を伝える事はおざなりになっているように感じられる。高齢者に学べる場を作してほしい。</p>
<p>説明の仕方でまったく伝わらない事がある。現場の状況を把握した指導を。</p>
<p>より良い芦屋を…イエイ。</p>
<p>父が健康食品を申し込んだら、（一回目サンプル無料）二回がかってに送られてきたと言うトラブルがありました。おそらくチラシの小さい説明文を読んでなかったからと思いますが「警察に行く」と言ったら解約できたみたいですが、そのことを相談できる窓口を知らませんでした。</p>
<p>自分を含め、子や親など、知識が浅いとトラブルに巻き込まれやすくなると思うので、正しい情報を覚えやすい、見やすい形で、行政に取り組んでほしいし、市民が自ら学び、トラブルにあわない。撃退する方向に持っていくように協力しあう事が大切ですね。</p>
<p>今度のアンケートの内容とは違いますが、生ゴミ収集日には必ずカラスに依るトラブルが発生しています。マナーを守らない人もいますが何かいい方法はないでしょうか、すみません。</p>
<p>値上げラッシュが続いて困惑している。</p>

消費生活行政、その他行政への要望、意見（続き）
事業者側に契約しても時後問題にならないかどうかを予測した上の判断が必要である事の重大さを知らしめる事。以後は事業者側の責任も認める事とする。
市民の生の声に傾聴し被害が起きないように行政がもっと行動してもらいたい。市民の為に行動を！
人手が足りないなら公務員を増やしてほしい。民間から法務に携わる人を引き抜くべき。無数の「めいわく」「ひっかけ」メールが入ってきます。無事に暮す為、市よりの文書として対応策相談窓口を「公式文書」で知らせて頂きたい。
行政に望む事は、トラブル、被害情報や、問題の多い販売方法などへの注意を喚起する事も必要ですが、その根源となる悪質商法、業者等の根絶に取り組んでほしい。
市の保証マーク（安心マーク）、市HPから商品を購入ができる仕組みづくりアナログ的な方法、デジタル的な方法をうまく作って、先進的な市になってください。事例がないからできないは、ただの逃げだと思います。積極的な行動を期待しています。
インチクくさい医療保険の通販の規制、取締り。
こちらに申し上げることではないかもしれませんが水道は民営化にならないように市民生活を守るためにお願いしたいです。
大変遅くなり申し訳ございません。消費生活トラブルと関係ございませんが年金生活者として生活に困っております。長年に渡って年金を掛けていました。勤ム先に社会保健制度がない時は国民年金を掛け、頂ける期間を確保しました。しかし、現在頂いている年金は生活保護より安いのは困ったものです。
雇用の安定。普通に生活できる収入があれば他人をだましたり悪事を働いて金品を取ろうとは思わないのでは。年長者が信用される人間であること。何か困った時にすぐ手を打てるから相談しやすい。
デジタル庁の更なる有効化。
市職員は真剣に取り組む事（自分の仕事の範囲で適當が多い）
高齢者でも必需品となった携帯電話、通信会社の乗り換え、機器の買い換え等で、大手会社でも結構いい加減な客対応をやっています。高齢者は知識が無いので販売員の言いなりになりがちです。悪質商法とまでは言い難いですが本件も注意喚起の一つに挙げていただきたいと考えます。
市営住宅敷地内にある放置自転車やバイクなどを撤去してほしい。
悪徳業者か判断できない場合に、「行政からの聞き取り」という形で業者側への事実確認を行ってもらえれば泣き寝入りするケースが減ると思うので、弁護士などの専門家へ相談する前に気軽に相談ができ、実際に動いてもらえる機関があればありがたいです。
事業者の登録制一行政がいわゆるお墨つきを与え消費者に安心を与える。消費者は契約の相手がガラスばりになり安心できるように。トラブルが発生すればそのことを公表する。以上のようなことができればと思いますがいかがでしょうか？
ポスティングはお控えください。

消費生活行政、その他行政への要望、意見（続き）
<p>市民に遠方だから「あきらめなさい」「取りかえしできない」と言わないで損害の取りかえしに積極的に対処対応してほしい。以前2件トラブル（サギ行為）に会い相談したが対応が悪かった。係員がめんどろと思ったのでしょうか。キッチリと仕事（給与の対象）をするように、共に5年以上前の話。要はシステムを作ってもそれを実行する人材の不全。やる気なし。</p>
<p>市の職員の対応は悪すぎる。電話ではいつもたらいまわし責任のがれの対応。</p>
<p>年金生活者で所得も少ないし高齢でほしいものだのもあまりない。ただ一人暮らしをするための借家をもっとらくにかりられるといい。</p>
<p>シンプルな継続的な注意を毎月でも、芦屋市広報の（TVでも）目立つところに表示してほしい（東京の6時代NHKで45分頃に毎日さぎにあわないためにと紹介しています。事例をNHKにやってほしい。役に立つ）</p>
<p>市議員の方々の方が街中に出て色々情報収集などをしてその対策を教えて欲しい。</p>
<p>介入できるのであれば防止など行政には積極的に介入して欲しい。法律などで決められることは決めて欲しい。そしてテレビニュースSNSでも宣伝して行って欲しい。</p>
<p>行政のイベントなどに出かけるのは時間的におっくうなので、ユーチューブなどを利用して啓発してほしい。単独市町村でいろいろ難しいことがあれば、阪神間なりまとまってやってはどうか？</p>
<p>マイナンバーを始め国のデジタル化に大変不安を感じています。自己責任ではあまりにも不安が大きすぎるように思います。デジタル化実現まで行政がもっと積極的にサポートして消費生活トラブル防止のため活躍してほしいと願います。性善説の時代も遠くってしまうのでしょうか。デジタル化と共に生活が不安で毎日を暮すのか、行政にがんばってもらいたいです。</p>
<p>個人情報保護、SNSメールアドレスが漏えいしないようにしてほしい。情報（個人のメールアドレスなど）が漏れていると感じた時の対処の仕方や相談先はどこなのかを知りたい。</p>
<p>必要なのは情報だが、役所は頼りない印象が強い。信頼されていないという自覚が役所にあるか？信頼がなければ、まずは相談とはならない。情報発信は大事だが、役所が身近で信頼できる存在にならなければならないと思う。芦屋の市役所は、現場の人は真面目で親切だけど、頻繁に行くわけではないが、いつも、人が変わっている気がする。そして、知識が浅い気がする。</p>
<p>定期購入をする場合は安くし、契約解除ができないことが多い。また、クレームの問い合わせをしても企業がまともに対応しない企業もあるので、それは行政が入り適切な処置を行うべきだと思います。特にベンチャー企業や急激に売上を上げている会社は多いように思います。</p>

消費生活行政、その他行政への要望、意見（続き）

セミナーなどに足を運ぶのはかなり労力があるので、ネットで検索したときに適切な情報と対応策を記載してあるページが、市という信頼できる場所から発信していると、安心して活用できる。

去年トラブルにあった時に、芦屋市の消費生活センターや、消費者ホットラインに電話しようとしたが、芦屋市の方は受付時間が日中の仕事の時間と被り電話できず、また休みの日にかけた消費者ホットラインは電話が繋がらず、結局相談できなかった。より消費者の立場に立った受付体制を取っていただきたいと思いました。

表示などに関すること

国民の健康のために、食品添加物についての見直しを望んでいます。昔にくらべ随分すすんできたとは思いますが、安心できない状況です。友人が、腎臓を患い加工食品の添加物に注意が向くようになりました。腎臓病の大きな原因としてリンの接種過多があると知りました。現在の表示では素人には添加の有無はほとんどわかりません。リンだけでなくブドウ糖液糖なども要注意物質。国民の健康を守る法律の改訂を切望しています。

食品表示ラベルに原材料や含まれている添加物について詳細表示いただきたいです。

地域の見守りに関すること

時々、インターホンが鳴らされ、果物などを売りに来る人がいるので怖い。〇〇製のヒーターを7年使用していたが、コードの根元から出火するボヤがあった。メーカーはその後、何も連絡なし（床に少しこげがついた程度ですぐ消した）ご近所の方が、ガレージでバーベキューや宴会をしている。3時間ぐらい18:00~20:00過ぎまで、大きな声で4、5人しゃべっていて、うるさくて窓を開けられない。隣家と近いエリアなので、うるさくて困っているが、ご近所なので注意できない。自治会や市の掲示で注意喚起してほしい（受験生がいるので何とかしてほしい。小さい子もいるので寝るのも早い）

経験や実感から

消費生活では、いりようなものだけ買う様にすれば良い。

成人18才で契約可能となって便利な点よりも、こわさが大きい。今まででよかったのと思います。なにも不便はなかったです。

請求書は、その紙面の電話番号を信じて連絡しない。連絡は元の契約した番号にする事。

悪質商法に一切、関係しない事。

お金持ちはケチなので、ひっかからない。貧乏人は欲を出すので、すべてにひっかかる。お金のない人はあるふりをし、ある方は、ないふりをする。これで通す。人生欲張らない。

娘が近くに居て何でも聞きます。有りがとう存じ上げました。

経験や実感から（続き）
<p>多分、どのようにも、空まわりしてしまいそうです。ここを頑張れば又悪質な人はその上をいく。という事は、個人、個人はしっかりした対応をする事しかないのでは？もし困ったら、すみやかに行政に通知し、対処のしかたを教えてもらう方法を取るしかないと思う。ただ、一人では、困った事をかかえこまない事！すぐに相談することです。</p>
<p>どうしても今経済の状況悪いので、マルチ商法が日常に広がっている。個人情報が何処からか広がっており夫の年齢、自分の年齢。これまで知人に利害関係あって売られた苦い経験数多あります。値段の大きな勧誘：知った者が、不動産屋もそうですが、シニアマンションの宣伝や家を買わないかと何回も誘われました。そのためには大抵自分の所有の財産を売って誰も頼らなくて老後幸福に暮らせると勧誘されます。不動産屋の大手のところも私のような普通のサラリーマンの退職した家の者が簡単に勧誘に引っぱられると思っています。昔から引き継いだ家や建物を維持するのは家族皆の力があって協力せねばなりません、シニアの豪華マンションは資産価値上ると言われるものの、土地が県からの借地とはパンフレットには記されず、建物は年月と共に資産価値下り、修理費用、一人ぐらしなら成年後見人制度など含まれぬ大規模なシニアのマンションなら死後債権膨みます。県民の税金使われます。忙しくしてしまして、乱筆乱文失礼します。</p>
<p>心身共に健康であれば他人につけ込まれる事はないと思う。新しい友人を作る時は慎重にしたい。</p>
<p>最近インターネットでのトラブル情報を多く耳にするが、私個人は、物品に関しては、自分の目、触覚で判断しなければ、信用できないタイプなので、購入する事はほとんど無い。ネット上の甘誘文言は真から信用できないので契約はしない。</p>
<p>消費生活トラブル等に関してはあまり関心がない。</p>
<p>御苦労様です。勉強になりました。今後一層身を引き締めて、生活していきたいと思えます。これからもよろしくお願い致します。拝。</p>
<p>契約書や利用規約などが、長かったり言葉が難しかったりと、読みにくいものが多いように感じるので、要点の分かりやすいシンプルなものになってくれたら嬉しいです。</p>
<p>昔の人のことわざ（人を見たら泥棒と思え）人を信用しないと云う淋しいことですが、いつの世にも悪人がいますので1歩立ちどまる、すぐに行動しないで考えることが大切だと思います。</p>
<p>電話による高齢者への詐欺（たくみに口座番号などを聞き取る）は、市内で多発しているのではないかと？知人が2人だまされてあわてて口座番号を変更手続きしたものがいる。被害事例の収集をどう行いそれを広報するかが課題。やはり個々人の出来事で終らせてはいけない。</p>
<p>わからない事にはかかわらない。</p>
<p>芦屋市ファイト。</p>
<p>ネットで購入する場合は必ず子供に聞いてからするので今のところトラブルはありません。</p>

経験や実感から（続き）

私のパソコンに、「あなたのお買い物かどうかを確認したいので確認ボタンを」や「安全性の確保のためにパスワードの変更を」や「あなたのカードは5日以内に確認ボタンでご連絡に頂かないと失効します」などのメールが頻繁に届きます。パスワードの設定をしていない企業からのメールは無視し、企業のマークが貼り付けられていた場合は無視し、分かり難い場合は本来の企業に確認しますが、ほとんどは悪質。悪質なメールは全て「迷惑メールの受信拒否ボックス」に移行しています。PCに届いた辞令は、極めて丁寧な、こちらのことを心配し、「悪質な被害に遭われないように」とまで添えられた文面の為、かなりの人は言われるままに対応してしまうのではないかと思い、水平展開をと愚考し、色々な事例を具体的な企業名（ほぼ全部一流の企業名です）と内容を書面に記して警察の所轄窓口に通話に行きました。すると、私自身が被害に遭っていないければ、「被害に遭わなくて良かったですね。そのような事例は沢山あります。」と、わざわざ書いたものを受けとることもなく、私の名前を聞くこともなく帰されました。今後はこのような行動は無駄なので止めます。芦屋市の消費生活センターがどこにあるのかはしりませんが、こちらが被害に遭った場合以外は、対応に多少の違いはあってもほぼ同じなのでしょうね。具体的に被害に遭われた方々の相談窓口なのでしょうから。

学校で子どもの頃から教育して欲しいです。ウソの情報を説明されて35年ローンで家を購入後何も和解もなく連絡がなくなりました。悪質な業者を訴えるにも弁護士費用がかかります。費用も時間もかかるためあきらめるしか方法がありませんでした。更に執行役員にはおびえてしまうほどの声でおどされて本当にこわかったです。

人の善意を踏みにじる悪質行為、生活弱者を狙う業者は地獄行きです。誇大広告も一種の詐欺であると認識します。

70代のとしですので、出来るだけ注文する時はカードや携帯払いをしません。パソコン上の取り引きもカード払いは絶対にしないで現金をコンビニ払いか直接渡します。PCやスマホの決済はいっさい信用しません。現金払いを直接しない商品（会社）は注文しません。

やめます。昔し風ですが、それが一番安全だと思っております。固定電話もメッセージを残してもらい絶対に出ません。

1回化粧品をスマホで購入して解約出来なくてこまったことがあります。それからスマホで電話番号がはっきりしない物は注文するのはこわいです。

口頭での同意で（契約書をかわしてなくても）契約が成り立つということを、知らないまま、税理士に相談しているつもりが契約を交わしていたことになっていたことがある。法外な請求をされそうになったので弁護士に入ってもらった経験があります。若い人ならなおさらだと思いますので、知っていただきたいと思っています。

数年前ですが、自治会からもお報せの手紙が入っていたと思うのですがと、背の高い50歳位の男性が来ました。水の浄水器のご案内とか言っていました。丁度出掛ける時だったので又自治会からのお報せ見ておきますと帰ってもらいました。自治会からのお報等なかったようです。大分経ってから自治会の役員さんに言いました。

経験や実感から（続き）
若い世代はSNSで情報を得ている人が多いため、その活用が重要だと思う。影響が大きいのはTwitterとTikTok。
訪問販売で牛乳や乳酸飲料を買わなくても良いので試しに飲んでほしいと戸口まで呼び出し、いらないと言っても手渡して（サンプル）数日後、感想を聞かせてとって長時間一方的に売り込みのトークを話し出し、いいですと言っても手書きの手紙のようなものをポストに入れていく情にうたてるような手口はやめてもらいたい（有名なメーカーの商品）
SNSメールを使って不明な請求をしてくる。開かなければそれ以上のことはないけど子どもの携帯にくるものが困る。何か対策はないのでしょうか。
ある化粧品の広告がスマホゲーム内で表示され購入しましたが、その商品を販売している会社に問い合わせるとゲーム内で「効果がある」と紹介されていた効果はない。そのような広告を見て購入される方は多いですと言われました。この商品は、1回目は安かったですが、その後3回購入する必要がある、求めている効果のないものにお金を使うことになりました。勝手に広告するのも、そのことを知りながら対応していない会社にも腹が立ちました。
自治会から注意する様にと書き物で連絡頂いてとても助かっています。
実際に自治体内で発生している被害について即時に住民に知らせる体制づくりに取り組んでいただきたい。
普段の生活において積極的に被害防止の情報を得たり、注意する時間や余裕がないためあまり身につかないです。
不穏な日々用心をしています。
個人的には特別大きな買物等することはないですが、最近よく不動産関係のダイレクトメールが届き不愉快になります。相手も少しでも早く情報が欲しい気持はわかりますが、マナーとしてはどうかと思います。
以前、娘が高額な契約に引っ掛かり、相談にのって頂き、弁護士に連絡頂いて何とか対応出来ました。お世話になりました。もっと多くの方に知って欲しいと思います。

自己責任の意識
だまされる人も悪いと思います。だまされる人がいるから、だます人がいなくなるという事です。迷惑です。
何をやって頂いても最後判断は本人が決める事と思います。
修理を依頼した時に、基本料金の知識が無い為、請求額に理解出来ない事が有る。事前に確認すれば良いのですが。
今まで色々な事について概ね親や年長者まかせで深く考える機会が少なかったが自分一人の考えも、りっぱな意見としてとらえられるので少し怖い部分がある。自分の考えを押しすすめるのではなく、今までの様に両親、兄弟に相談することを心がけたい。深く考えなかった返答も立派な回答として扱えられるのだから。心すべきと考える。

自己責任の意識（続き）
<p>新成人になり、晴れやかな式典が開催されていますが、その際には主催者側からも、積極的なお話の中での種々の報告をされるべきだと思っています。勿論保護者が一番伝えるべきだと思いますが。</p>
<p>自分だけは大丈夫とう意識があるので（特に若者や高齢者）正しい情報がより多くの人に届くようにして欲しい。</p>
<p>「自分の事は自分で守る」が原則。心頼できる相手かどうかが大事だと思います。老化と共に判断力が低下するのが不安です。</p>
<p>行政に何かして欲しいというより、消費者自身が賢くなるべき。認知機能低下がある高齢者を除き、悪者の仕業に騙される方が、そもそも考えが甘い・安易なのは？ お金が絡む物事に、消費者だけに都合の良いおいしい甘い話など無いと理解していれば、詐欺や悪徳商法に引っかかるはずはない、と個人的に思う。</p>
<p>自分や家族を守るには、自分達で守るしかないと考えています。</p>

周知、啓発の内容や手法に関するアイデア、意見
<p>新成人に向けての契約等の注意事項の説明の場を設けては？（同意見 2）</p>
<p>広報あしやで行政で事例を挙げて、被害防止に取り組んでやればトラブルは少なくなると思いますが。</p>
<p>多いのは、高齢者などインターネット知識が乏しい人が知らずに契約してしまうことです。特にスマートフォンの操作でうっかりしてしまうことが多い。注意を呼びかけるだけでなく、どうしたら確認できるか等具体的な事例と契約解除法をわかりやすい感じにまとめたプリントなどがあると有難いです。</p>
<p>掲示板等利用して注意を喚起する。</p>
<p>子供が学んだことを高齢者に伝える仕組みがあれば頑固なお年寄りも聞いてくれる気がします。</p>
<p>ゲーム（スマホ等）無料でポイントを得る為の広告が、7割程、ウソくさいサブリ、化粧品など内容や、ブランドロゴを使いつつ販売者が別名だったりします。このゲーム、ネット広告は、取締りが難しい程大量なのか、法の目が届いていないのかという観点を交えた情報発信や、セミナー等あれば、知識を得たいと思います。</p>
<p>危険な業者名のお知らせなどを積極的に知らせてほしい。トラブルの事案をこうひょうしてほしい。（同意見 17）</p>
<p>特に思いつきません。4ページの下部、相談関係の記述は案内状等にかかないとそのまま送付してしまうとわからなくなると思うのですが。</p>
<p>各集会所で消費生活トラブルや被害を防止するセミナーを毎月開き 12 回参加した市民に Q U O カードを渡すなどしたらどうでしょう。とにかく文章で読むより見聞きが高齢者にはありがたいです。</p>

周知、啓発の内容や手法に関するアイデア、意見（続き）
<p>インターネット上や郵便などで、トラブルにつながるものかそうでない本当に必要な案内か、わかりにくいケースが増えてきたと感じるため、スマートフォンなどの情報機器で、その内容を調べたら対応策が出てくる安全なサイト（サイト自体もあやしいものがあるため）があると嬉しいです。調査、ありがとうございます。（同意見5）</p>
<p>迷惑メールの仕組みの理解と対応策。セキュリティのことを理解していく。これらは、仕事をする上でも必要な知識だと思います。仕事をする上で必用なこととして学べる機会が、何かあればと思います。企業にコールセンターはあるが、わかりにくかったりする。消費者と企業とのコンタクトが少なくなっている。</p>
<p>楽をして得する話はない。危ない話に関わらない様に特に若い人に注意してほしい。目先の損得を考える人が多いから。デジタル、ネット社会は犯罪の栄えと思う。自分としては出来るだけ使わない。ネットとかは情報がもれるものと思うので若い人や子供達のスマホとか、特に注意が必要では？</p>
<p>何かにつけて後手、後手にまわっている。色々な相談は事が起きてからの対応であり、解決するかは疑問である。起こった事を事例として早く住民に知らせる方法を講じるべきである。何かあってからの対応は事の解決を遅らせる。法律や警察との協力も必要。これだけの被害を未然に防ぐ手立てを考えるべきである。相談する前にトラブルにならない様な方法、教育、啓蒙を行政がすばやく対応する事が重要と考える。先手必勝の言葉の通り、おきる前の行動が重要ではないか。</p>
<p>未だに高齢者が振り込み「サギ」にあっているニュースをみます。自前に防止されたニュースもみますが市役所の方が高齢者の自宅に訪問して説明してこまった時の「ステッカー電話番号」を配布してはどうですか？ちょっとまで、電話番号、インパクトのあることば、どうでしょうか？</p>
<p>掲示板や市のHPを定期的に見る若者はほとんどいないと思うし、SNSのアカウントを作っても、それをフォローすることで、住んでいる場所が特定されるリスクが高いので得策ではないと思う。セミナーの存在もしらなかった。広報、周知の仕方をもっと工夫していくべきではないかと思う。</p>
<p>高齢者は、娘や家族に積極的に相談して、説明してもらうようにすいしょうする。</p>
<p>消費生活相談窓口やホットラインを周知等の向上。（同意見1）</p>
<p>こういう消費者問題って、日頃軽視されがちで、当事者でないと切迫感が感じにくいと思います。注意喚起情報を適時に、流す様にさせていただきたく思います。</p>
<p>高齢者に関係した消費者トラブルの情報提供は定期的に発信して欲しい。（同意見4）</p>
<p>広報紙に消費生活トラブルについて記載される事は時々見受けるが、広報啓発活動等、動きのある啓発は見た事がない。</p>
<p>成人年齢の引き下げが行われたため、学校で消費生活トラブルについて学ぶ機会をしっかりと設けた方が良いと思います。授業内でも、特別な講座でも、どちらでも良いと思います。</p>

周知、啓発の内容や手法に関するアイデア、意見（続き）
学校で、希望者のみのセミナーではなく全員参加の講習をしてほしい（同意見 15）
軽微なトラブルは誰も対応しようとしない。面倒だから。ただ、身近に具体的な対応例を見聞きすることができれば、きちんと対応する人も増えると思う。キレイな、解決しやすい事例ではなく、皆がよく体験する例。多くの人は忙しい。少額のトラブルにかまっていられない。『面倒』でないような対応方法が重要。
以前芦屋市では無いが迷惑メールに関する事で、相談したが、何の知識も無かった様で「それはこちらではそういう案件は分からないので別の所（忘れましたが）に電話してください」と言われた。結局どこも「あ〜」という感じで、たらい回しの扱いだった。年輩の方が引っかからない様、啓発して欲しいと思っただけだったので、私の気持ちとして、消費者センターは信頼できる場所になって頂きたい。
過去に被害に会った例を情報として教えて欲しい。
私はまだ学生ですが授業等で消費生活トラブルに関しての話をしてもらいたいです。私の学校は1度か2度、講義がありましたもう少し詳しく教えてもらいたかったです。
若い人はまずネットで調べることが多いのでホームページの見やすさ、該当ページの見つけやすさが良くなれば良いと思う。
未成年者取消権について、18歳19歳をモラトリアム期とする法改正か、拡大解釈を訴えてほしい。最近押し買いの電話がやたらかかってくる。古物商に登録のある名前で無く、お店の名前と個人名を名乗る。「要らない靴」または「編み機、ミシン」など電話口にする年齢層によって誘い文句は変えているが、だいたい60以上の女性の声。これは騙される人居るんじゃないかと心配している。県を跨いで営業勧誘して良いのかを含め分からない事だらけ。大々的に注意喚起してほしい。
芦屋チャンネル等々で悪徳商法やなりすましの電話やmailの怖さをテレビやスマホで見ながら説明してもらったり解決方法を読んで理解するより身について理解しやすい様に思います。
トラブルの事例を細やかに伝えて欲しい。悪徳な手口の事例を伝えて欲しい。トラブルの対処法を知りたい。
振り込め詐欺対策で、銀行や郵便局前で、啓発のためのチラシやティッシュを配布しているのをみかけますが、若者にも若者に伝わりやすい方法で定期的に啓発していくことが必要かなと思います。英語学習を小学生からやっているように、中学生くらいから道徳や社会の時間等に18を迎えるまでに時間をかけて意識に落とし込んでいくぐらいでいいように思います。
手口をどんどん公開していくこと、市内で実際に何件起きているのかなど、身近に起きていることとして啓発をしてほしいです。
学校では資料の配布だけではなく、授業の一環として、子供達に啓発して欲しい。
詐欺などの被害に遭わない様に若い子達に情報を出してほしい。
新しい手口や注意情報をこまめに提供して欲しいです。

周知、啓発の内容や手法に関するアイデア、意見（続き）
被害があった事例をメール等で知らせて欲しい
昨今ニュースを賑わせている コロナ事業支援金 不正受給など、意外に、身近な人に誘われて・・・というトラブルが多いと思う。高齢の親や、学生の息子が被害に合わないよう、学校やフリーペーパーでの啓発を増やして欲しい。また、私達夫婦に関しては ネット購入品による被害が多いので 悪質な業者は、警察に介入してもらって撲滅して欲しい。
具体的な事例などを市のホームページや会報誌等を通じて、知る機会を出来るだけ増やしていただきたいと思っています。
このようなトラブルは、外部からの具体的な情報が、色々な角度から分かっていると減るのではないかと思います。具体的に「こんな電話に注意」「こんな申し出に注意」等 ただ、その情報は、自らが取りに行くのは難しいと思います。ラジオ、テレビ、新聞等のメディアも、タイミングが合わないと、「知る事すらできない」状態です。⇒できれば、市区町村の広報誌等で、定期的な注意喚起をして頂けるといいかもしれません。読み手が「またか」とスルーしてしまわないように、毎回目先を少し変えて工夫して頂くのも一案かもしれません。

このアンケート調査について
時間的余裕のある世帯しか、このアンケートに回答しようとならないと思いました。回答項目もその中身も内容多すぎ、これで十分な結果得られますか？偏りです。人件費ムダでは？頑張らなくても結果がついてくるのではなく、正しい目標に向かって相応の努力をすれば、結果がついてくる、はず…この内容量のアンケートを作る工数、結果をチェックする工数…読むのが大変な量なので、何となくとかてきとーに選んでいる人多いと思います。今後の活動に期待します。あ、後、アンケート結果の開示も希望します。
アンケートの求めている内容が理解しにくいので、回答もしにくい。目的がわかりにくい。
広報あしや、きれいな写真、きれいな紙、中身のない内容、だんだん見る気がうせませす。他市の広報を見たことがありますか？西宮市の物を見ましたか？本当にあしやを良くしたいと思っているとは全々感じられません。市が何にとり組んでいっているのか見えません。何の熱さも感じません。がっかりです。
私も今年成人したため契約には注意しようと思っていたところ、この調査が来たのでより一層気を引きしめようと思いました。このような調査やアンケートを定期的に行なうことで、調査だけでなく解答者の意識を高めることもできると思いました。
なぜ死んだ人あてにこのようなアンケートがとどくの？芦屋市は何をやっているの？
今回のアンケートは家人宛でしたが本人の希望で家族（妻）が代筆致しました。

警察への要望、意見
<p>そもそも被害が出ないようにへんな業者の方を取りしまるみたいなのができるといいなと思います！</p>
<p>インターネットなどを利用する際に出てくる広告は怪しいものが多く、クリックしたつもりはないのにアクセスしてしまうことがある。なんらかの規制はかけてほしい。</p>
<p>不法行為にて、利を得ようと為す者には、法の改正にても、厳罰に処すべきです。</p>
<p>ぬけ道をなくし絶対つかまることを知らしめて欲しい。</p>
<p>インターネットに対する取締り強化。</p>
<p>消費生活で金銭に関わるトラブルは普段、会話の中では出てくることはあまりないので、相談事例の公開をもっと増やしてほしいです。特に芦屋市は富裕層が多いということで勧誘や巧妙な誘いかけなど多いと聞きますのでそういった内容を掲載することで読者の定着（広報誌面で）も増えると思います。他市の広報誌に比べてカラー写真やイメージ画像が多いわりに内容が薄く感じます。安全で安心なコンパクトシティ化を是非進めて下さい。ある程度の内容はネットで調べ個人的に対策はうてますので相談員に相談するというより事前に対処できるよう地域の空巢被害や事件、トラブルなどの情報を知らせて下さい。</p>
<p>積極的な検挙</p>
<p>悪質業者に対する法規制の強化</p>