

姫路市消費者教育推進計画に係る市民アンケート調査  
調査結果報告書

令和8年1月

姫路市消費生活センター



# 目 次

I. 調査概要	1
1. 調査の目的	1
2. 調査の設計	1
3. 回収状況	1
4. 報告書を見る際の注意事項	1
I. 調査概要	2
1. 回答者の属性	2
(1) 年齢	2
(2) 性別	2
(3) 職業	2
(4) 世帯	2
2. 消費生活や消費者教育について	3
(1) 消費者問題への関心	3
(2) 関心のある消費者問題 ※(1)で「関心がある」・「少し関心がある」と答えた方のみ	4
(3) 「姫路市消費生活センター」の認知度	6
(4) 「消費者ホットライン局番なし188(いやや)」の認知度	8
(5) 商品購入時やサービスを受けたときにトラブルにあった経験	9
(6) トラブルの内容 ※(5)で「ある」と答えた方のみ	11
(7) トラブル解決のための相談について ※(5)で「ある」と答えた方のみ	13
(8) トラブル解決のための相談先 ※(7)で「相談した」と答えた方のみ	13
(9) 相談した結果、トラブルは解決したか ※(7)で「相談した」と答えた方のみ	14
(10) 相談しなかった理由 ※(7)で「相談しなかった」と答えた方のみ	14
(11) 消費生活に関する学習や啓発を受けた経験	15
(12) 消費者教育を受けた場 ※(11)で「受けたことがある」と答えた方のみ	17
(13) 消費者教育を受けたことがない理由 ※(11)で「受けたことがない」と答えた方のみ	18
(14) トラブルや被害にあわないために必要な知識・対処法が身についているか	19
(15) 消費者教育を受ける場として重要だと思う場	21
(16) 消費者問題に対して、市に期待する取り組み	23
(17) 令和4年に成年年齢が18歳に引き下げられたことについての認知度	26
(18) 18歳到達時点で得ておくべき消費生活に関する知識	27
(19) 「エシカル消費」の認知度	29
(20) 「SDGs」の認知度	31
(21) 今後心がけたい消費行動	34
(22) 行政に取り組んでほしいことや消費生活に関する意見	36
III. 調査票	37



## I. 調査概要

### 1. 調査の目的

姫路市消費者教育推進計画の改定にあたり、市民の消費生活や消費者教育についての経験や意見を把握し、計画策定の基礎資料とするため実施した。

### 2. 調査の設計

調査対象	調査期間	調査方法
18歳以上の市民3,000人を住民基本台帳登録者の中から無作為抽出	令和7年7月11日～ 令和7年7月25日	郵送配布・郵送またはWEB回収

### 3. 回収状況

配布数	有効回収数	有効回収率
3,000件	1,131件	37.7%

※令和7年9月末までの回収票を反映

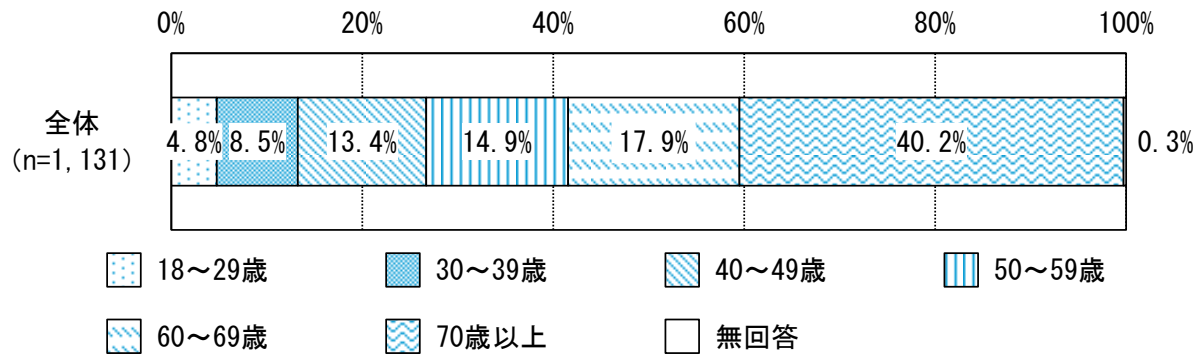
### 4. 報告書を見る際の注意事項

- 回答は各質問の回答者数（n）を基数とした百分率（%）で示してある。
- 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る。
- 1つの質問に2つ以上回答できる複数回答可能な場合は、回答比率の合計が100.0%にならない場合がある。
- 調査結果を図表にて表示している。表については、最も高い割合の欄を■+太字で、2番目に高い割合を■で網かけをしている。（その他・無回答を除く）
- サンプル数が少ないものについては、コメントを割愛している。
- 本文中の設問の選択肢は、簡略化している場合がある。
- 前回調査とは、令和2年に本市で実施した「姫路市消費者教育推進計画策定に係る市民アンケート調査」のことである。

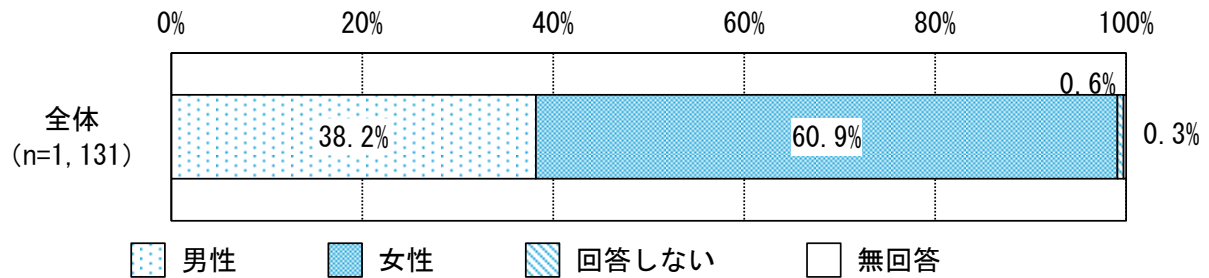
# I. 調査概要

## 1. 回答者の属性

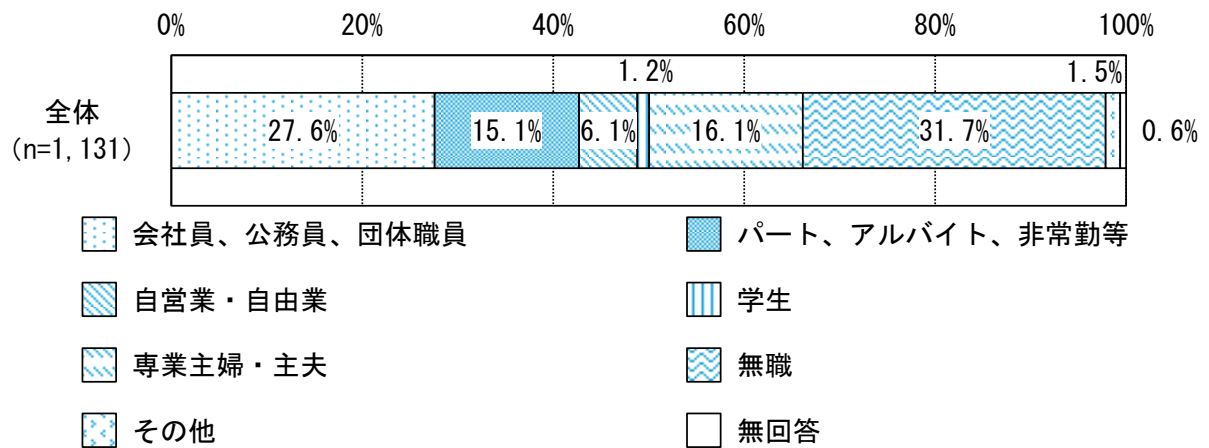
### (1) 年齢



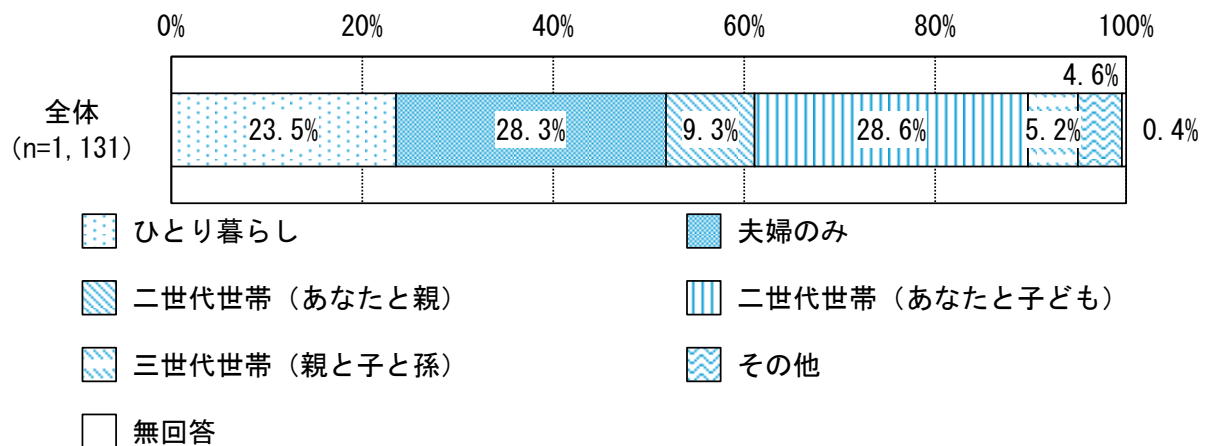
### (2) 性別



### (3) 職業



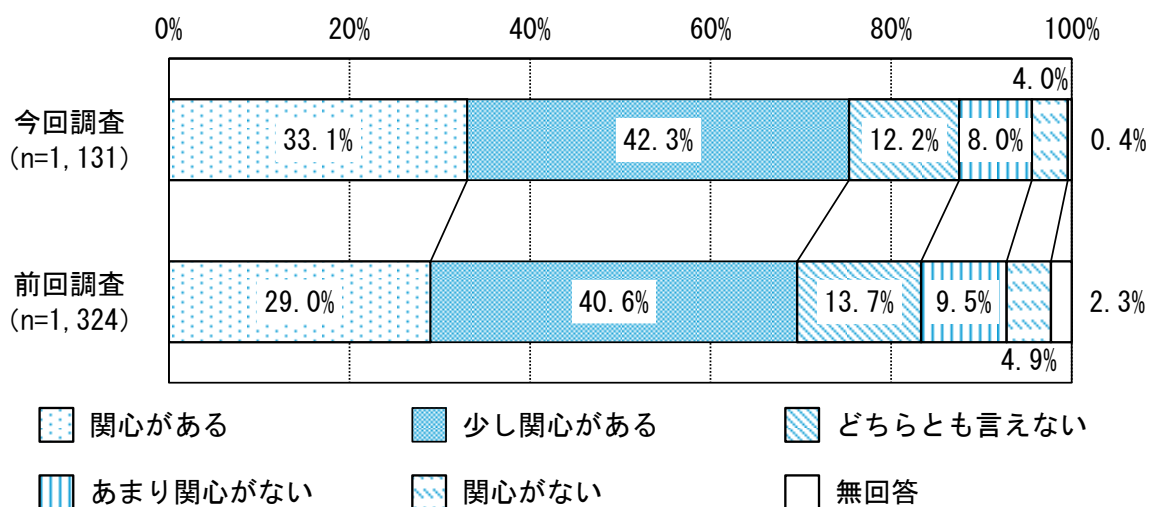
### (4) 世帯



## 2. 消費生活や消費者教育について

### (1) 消費者問題への関心

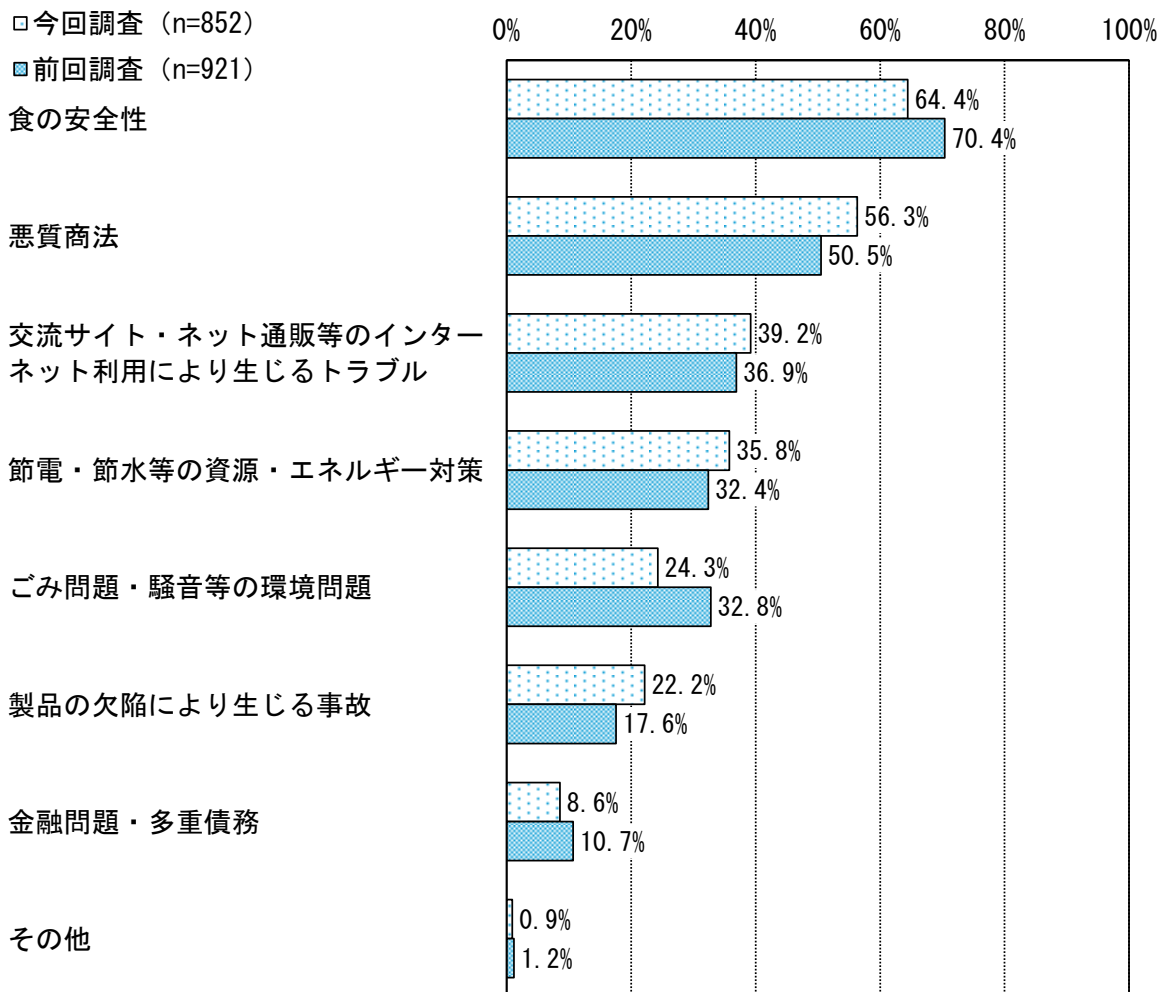
- ・消費者問題の関心については、「少し関心がある」が42.3%と4割以上を占め最も高く、「関心がある」(33.1%)と合わせた『関心がある』割合は75.4%と7割以上となっている。
- ・前回調査と比較すると、『関心がある』割合は前回調査(69.6%)より5.8ポイント高くなっている。
- ・年代別にみると、各年代とも「少し関心がある」が最も高くなっている。30歳以上の年代では「関心がある」がやや高くなっているが、18～29歳では「どちらとも言えない」がやや高くなっている。



	回答者数(人)	関心がある	少し関心がある	どちらとも言えない	あまり関心がない	関心がない	無回答	
全体	1,131	33.1%	42.3%	12.2%	8.0%	4.0%	0.4%	
年代	18～29歳	54	11.1%	38.9%	18.5%	16.7%	14.8%	0.0%
	30～39歳	96	27.1%	38.5%	16.7%	14.6%	3.1%	0.0%
	40～49歳	152	31.6%	44.1%	13.8%	7.9%	2.6%	0.0%
	50～59歳	168	35.7%	47.6%	8.9%	5.4%	2.4%	0.0%
	60～69歳	203	34.0%	43.3%	13.3%	6.9%	2.0%	0.5%
	70歳以上	455	36.0%	40.7%	10.8%	7.3%	4.8%	0.4%

(2) 関心のある消費者問題 ※(1)で「関心がある」・「少し関心がある」と答えた方のみ

- ・関心のある消費者問題については、「食の安全性」が64.4%と6割以上を占め最も高く、次いで「悪質商法」(56.3%)、「交流サイト・ネット通販等のインターネット利用により生じるトラブル」(39.2%)となっている。
- ・前回調査と比較すると、「食の安全性」は6.0ポイント低下したが、「悪質商法」は5.8ポイント、「交流サイト・ネット通販等のインターネット利用により生じるトラブル」は2.3ポイント高くなっている。



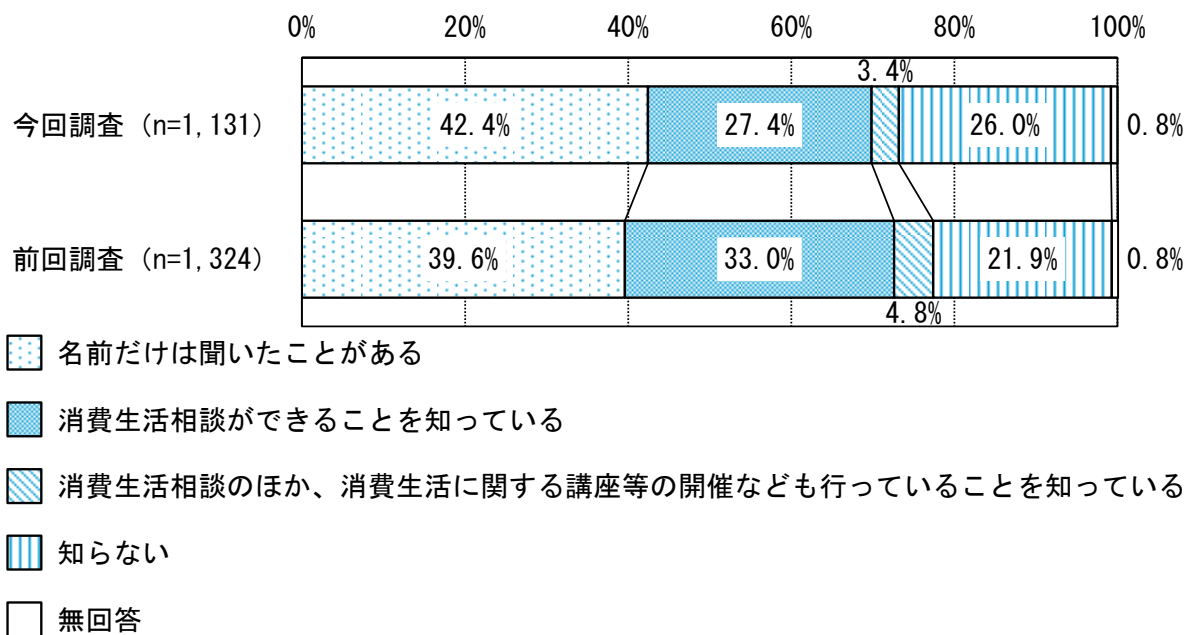
・年代別にみると、40～49歳・50～59歳で「交流サイト・ネット通販等のインターネット利用により生じるトラブル」がやや高くなっている。

		回答者数（人）	食の安全性	悪質商法	製品の欠陥により生じる事故	ごみ問題・騒音等の環境問題	節電・節水等の資源・エネルギー対策	金融問題・多重債務
	全体	852	64.4%	56.3%	22.2%	24.3%	35.8%	8.6%
年代	18～29歳	27	48.1%	55.6%	33.3%	33.3%	29.6%	14.8%
	30～39歳	63	63.5%	49.2%	23.8%	20.6%	38.1%	17.5%
	40～49歳	115	63.5%	46.1%	16.5%	20.0%	42.6%	13.0%
	50～59歳	140	54.3%	56.4%	25.7%	25.0%	32.1%	8.6%
	60～69歳	157	66.9%	50.3%	21.7%	28.0%	37.6%	7.6%
	70歳以上	349	69.1%	63.9%	21.8%	23.8%	34.4%	5.4%

		回答者数（人）	インターネットトラブル利用による生じるトラブル	その他	無回答
	全体	852	39.2%	0.9%	0.2%
年代	18～29歳	27	44.4%	0.0%	0.0%
	30～39歳	63	42.9%	0.0%	0.0%
	40～49歳	115	53.9%	3.5%	0.0%
	50～59歳	140	59.3%	0.7%	0.0%
	60～69歳	157	41.4%	0.6%	0.0%
	70歳以上	349	24.4%	0.6%	0.6%

(3) 「姫路市消費生活センター」の認知度

- ・「姫路市消費生活センター」の認知度については、「名前だけは聞いたことがある」が42.4%と4割以上を占め最も高く、次いで「消費生活相談ができることを知っている」(27.4%)となっている。「知らない」は26.0%であり、前回調査より4.1ポイント高くなっている。
- ・年代別にみると、40歳代を除く年代で「名前だけは聞いたことがある」が最も高くなっている。次いで、60歳以上の年代では「消費生活相談ができることを知っている」がやや高くなっているが、60歳未満の年代では「知らない」がやや高くなっている。



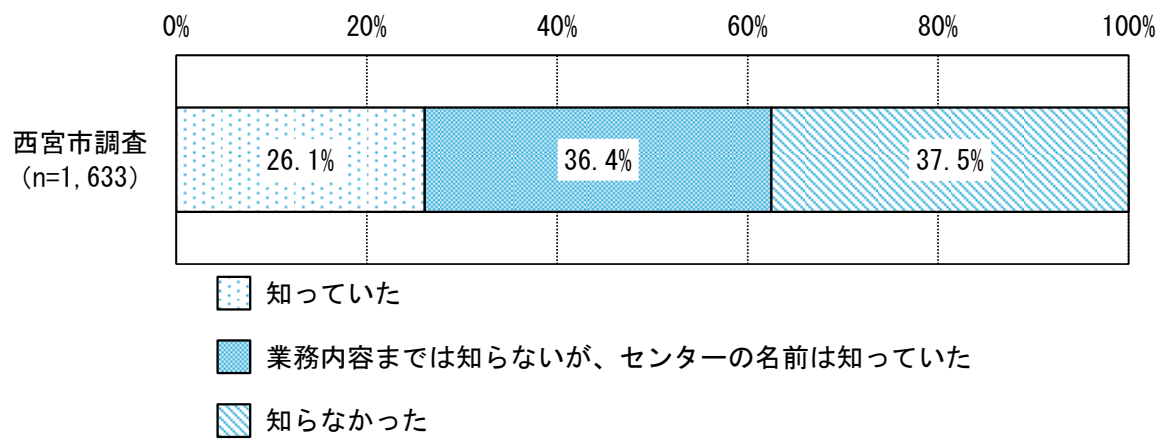
	回答者数(人)	名前だけは聞いたことがある	消費生活相談ができることを知っている	消費生活相談のほか、消費生活に関する講座等の開催なども行っていることを知っている	知らない	無回答	
全体	1,131	42.4%	27.4%	3.4%	26.0%	0.8%	
年代	18～29歳	54	44.4%	11.1%	1.9%	42.6%	0.0%
	30～39歳	96	47.9%	14.6%	1.0%	35.4%	1.0%
	40～49歳	152	35.5%	22.4%	0.7%	41.4%	0.0%
	50～59歳	168	41.7%	25.6%	2.4%	30.4%	0.0%
	60～69歳	203	38.4%	30.5%	4.9%	25.1%	1.0%
	70歳以上	455	45.7%	33.2%	4.6%	15.6%	0.9%

【参考：西宮市「令和6年度 西宮市民意識調査」(令和6年9月実施)】

※本調査とは選択肢に違いがあるため、比較は行っていない。

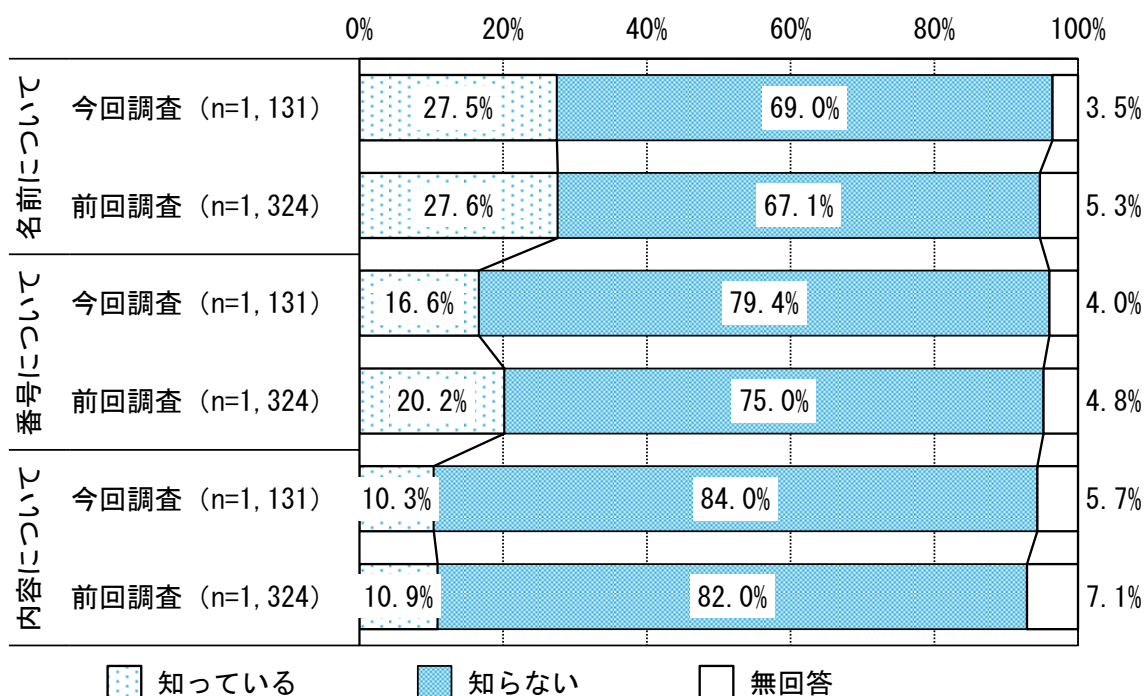
＜西宮市消費生活センターの業務内容を知っていましたか。(1つ選んで○)＞

- ・西宮市調査では「知っていた」が26.1%と2割台となっている。



(4) 「消費者ホットライン局番なし188（いやや）」の認知度

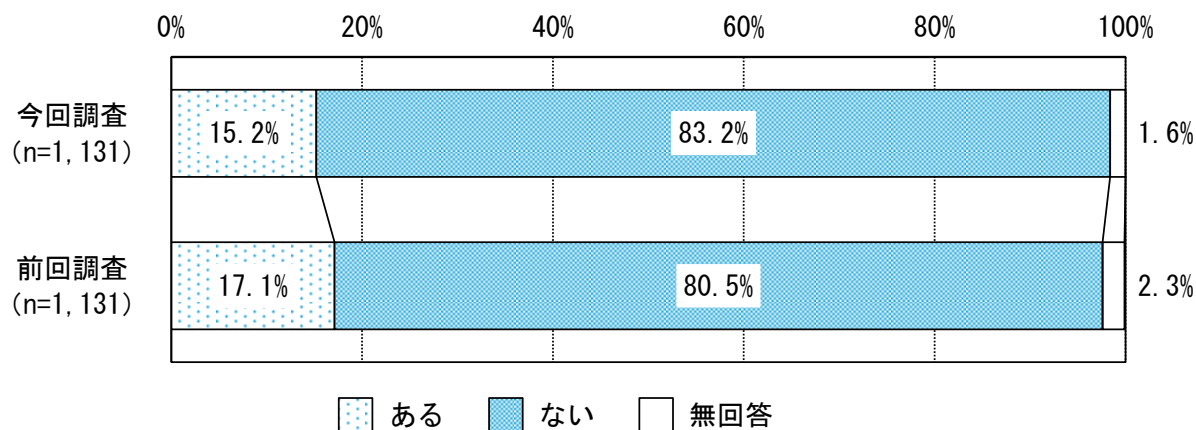
- ・「消費者ホットライン局番なし188（いやや）」の認知度については、名前を「知っている」割合は27.5%、番号を「知っている」割合は16.6%、内容を「知っている」割合は10.3%となっている。
- ・前回調査と比較すると、名前と内容については大きな差はみられないものの、番号は「知っている」割合が3.6ポイント低くなっている。
- ・年代別にみると、名前と番号は30歳代～50歳代が他の年代よりも高くなっている。



		回答者数 (人)	名前			番号			内容		
			知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答
	全体	1,131	27.5%	69.0%	3.5%	16.6%	79.4%	4.0%	10.3%	84.0%	5.7%
年代	18～29歳	54	31.5%	68.5%	0.0%	20.4%	79.6%	0.0%	5.6%	94.4%	0.0%
	30～39歳	96	28.1%	71.9%	0.0%	8.3%	91.7%	0.0%	5.2%	94.8%	0.0%
	40～49歳	152	25.0%	73.7%	1.3%	13.2%	84.9%	2.0%	10.5%	87.5%	2.0%
	50～59歳	168	18.5%	81.0%	0.6%	7.1%	91.7%	1.2%	5.4%	92.3%	2.4%
	60～69歳	203	29.6%	67.5%	3.0%	21.2%	75.9%	3.0%	11.8%	84.2%	3.9%
	70歳以上	455	30.3%	63.3%	6.4%	20.7%	72.5%	6.8%	13.2%	76.7%	10.1%

(5) 商品購入時やサービスを受けたときにトラブルにあった経験

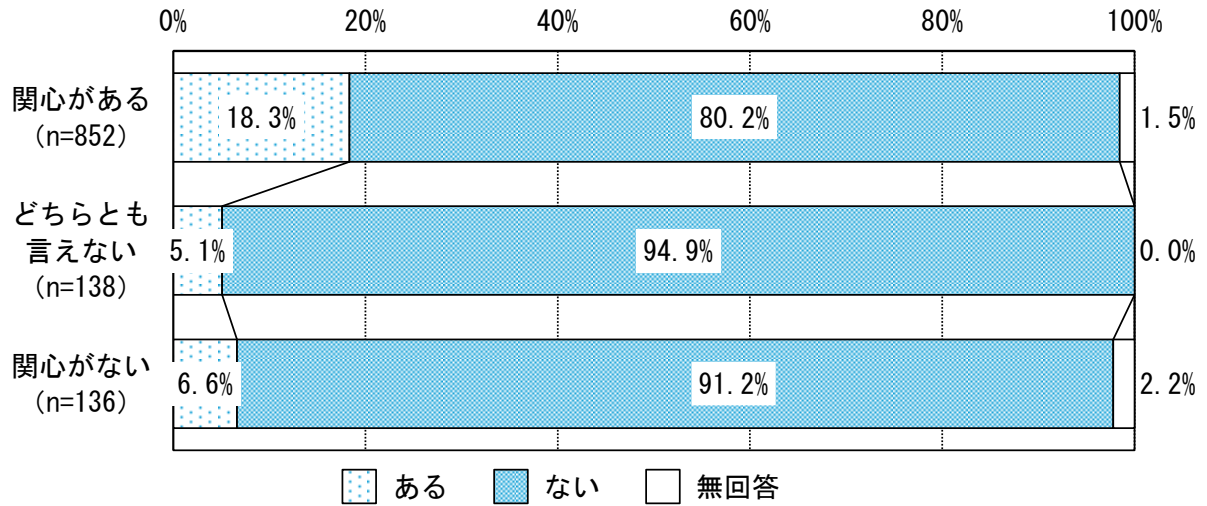
- ・商品購入時やサービスを受けたときにトラブルにあった経験については、「ある」が15.2%と1割以上となっている。
- ・前回調査と比較すると、「ある」が1.9ポイント低下している。
- ・年代別にみると、50～59歳で「ある」が20.2%であり、他の年代より、やや高くなっている。



		回答者数 (人)	調査結果		
			ある	ない	無回答
	全体	1,131	15.2%	83.2%	1.6%
年代	18～29歳	54	14.8%	83.3%	1.9%
	30～39歳	96	10.4%	89.6%	0.0%
	40～49歳	152	17.1%	80.9%	2.0%
	50～59歳	168	20.2%	79.8%	0.0%
	60～69歳	203	18.7%	80.8%	0.5%
	70歳以上	455	12.3%	85.1%	2.6%

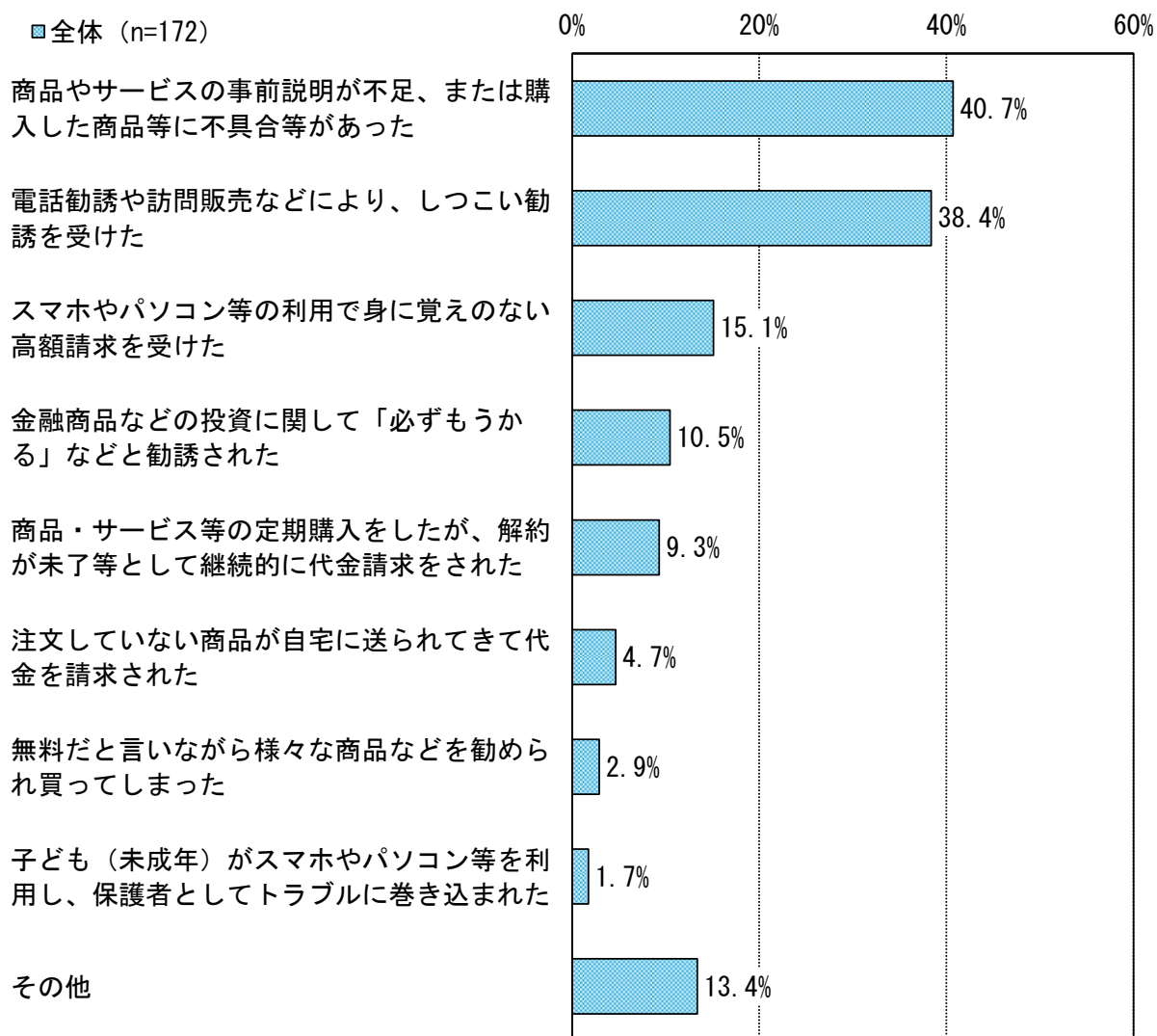
【(1) 消費者問題への関心とのクロス集計】

・消費者問題への関心との関係を見ると、消費者問題への『関心がある』（「関心がある」＋「少し関心がある」）人で、トラブル経験が「ある」割合が18.3%と2割近くなっている一方で、「どちらとも言えない」、『関心がない』（「あまり関心がない」＋「関心がない」）では1割未満となっている。



(6) トラブルの内容 ※(5)で「ある」と答えた方のみ

- ・トラブルの内容については、「商品やサービスの事前説明が不足、または購入した商品等に不具合等があった」が40.7%と4割以上を占め最も高く、次いで「電話勧誘や訪問販売などにより、しつこい勧誘を受けた」(38.4%)、「スマホやパソコン等の利用で身に覚えのない高額請求を受けた」(15.1%)となっている。

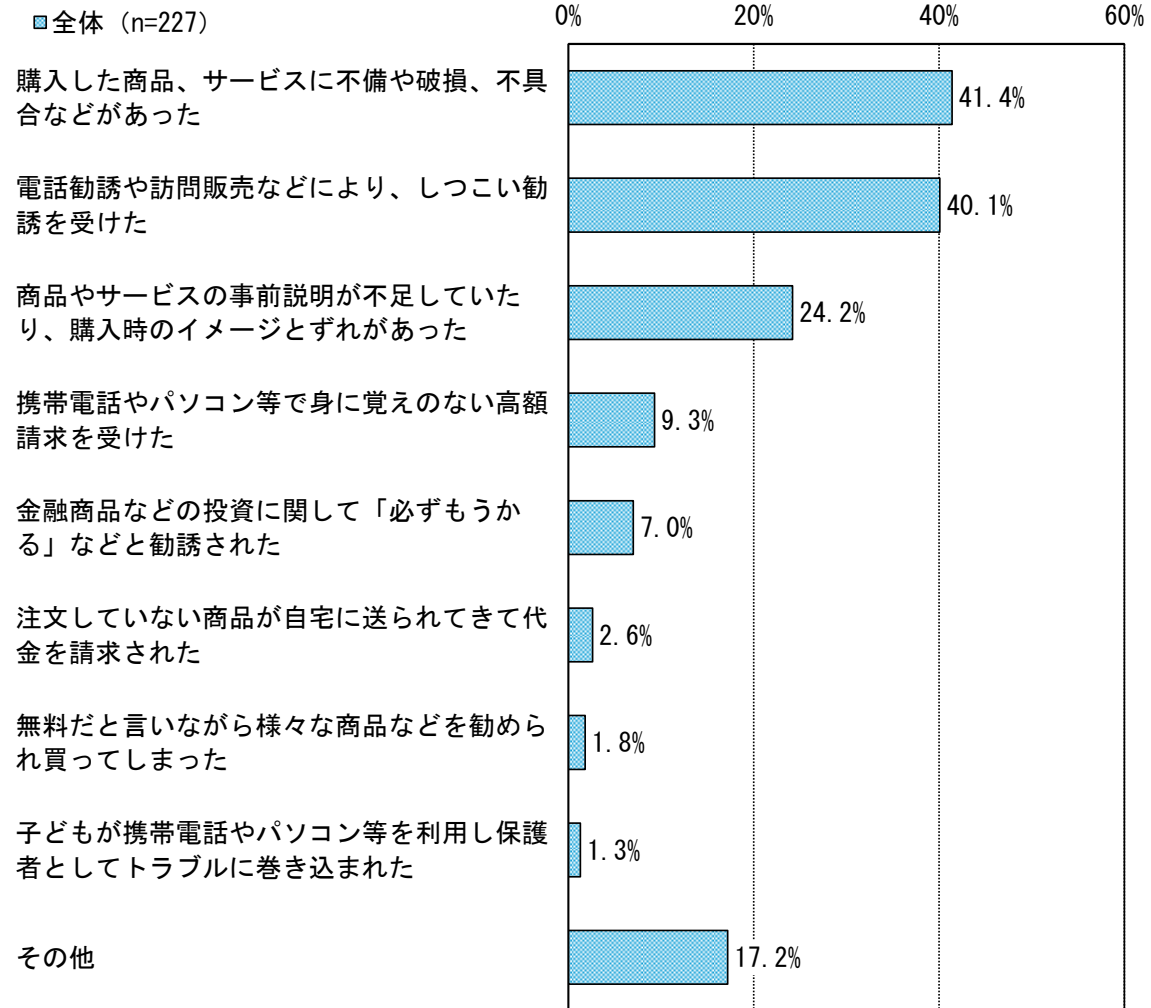


主な「その他」の意見

- ・クレジットカードを不正に使われ、停止された(再発行)。
- ・エステで料金を支払ったのに、倒産してサービスを受けられなかった。 等

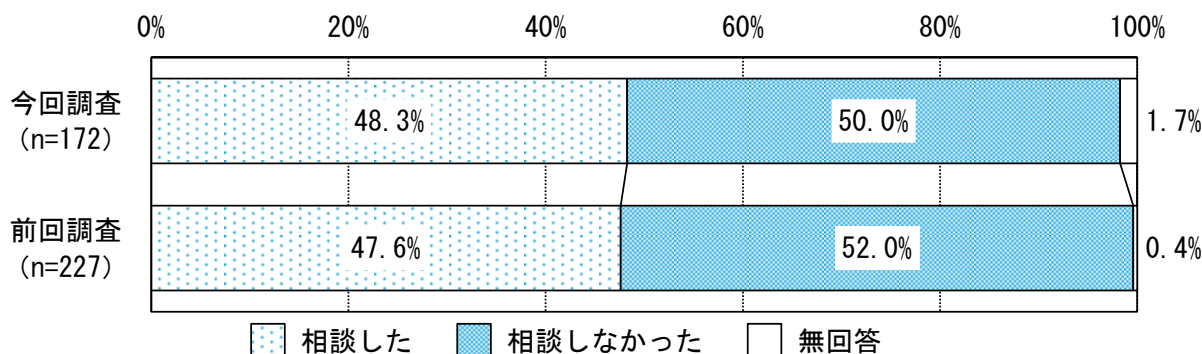
【参考：前回調査】※今回調査とは選択肢に違いがあるため、経年比較は行っていない。

- ・前回調査では、「購入した商品、サービスに不備や破損、不具合などがあった」が41.4%と4割以上を占め最も高くなっており、次いで「電話勧誘や訪問販売などにより、しつこい勧誘を受けた」(40.1%)、「商品やサービスの事前説明が不足していたり、購入時のイメージとずれがあった」(24.2%)となっている。



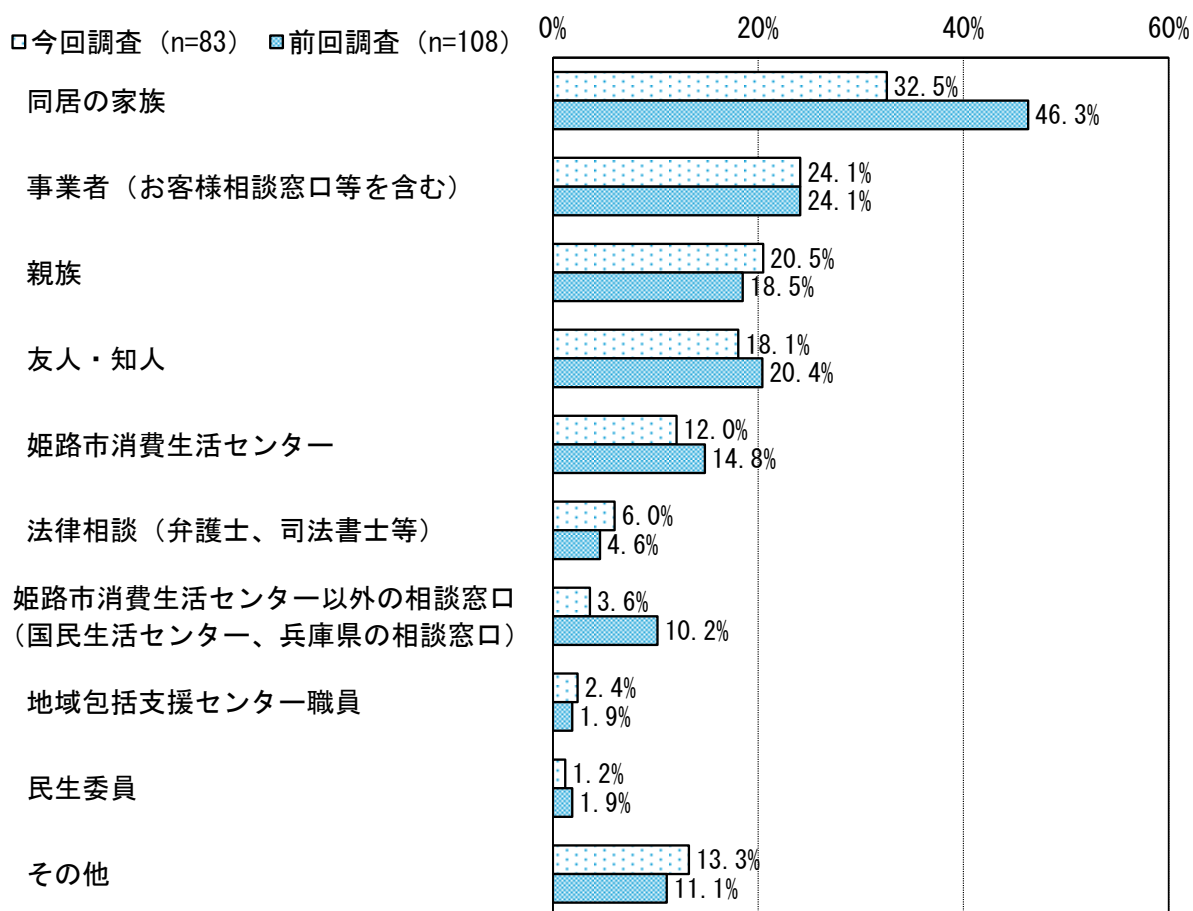
(7) トラブル解決のための相談について ※(5)で「ある」と答えた方のみ

- ・トラブル解決のための相談については、「相談しなかった」が50.0%と半数となっている。
- ・前回調査と大きな差はみられない。



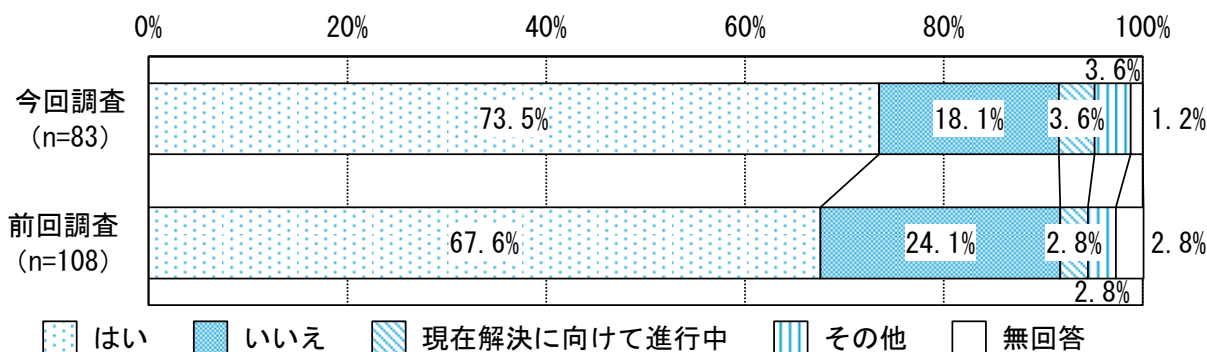
(8) トラブル解決のための相談先 ※(7)で「相談した」と答えた方のみ

- ・トラブル解決のための相談先については、「同居の家族」が32.5%と最も高く、次いで「事業者（お客様相談窓口等を含む）」(24.1%)、「親族」(20.5%)、「友人・知人」(18.1%)となっている。
- ・前回調査と比較すると、「同居の家族」が前回調査より10ポイント以上低くなっている。



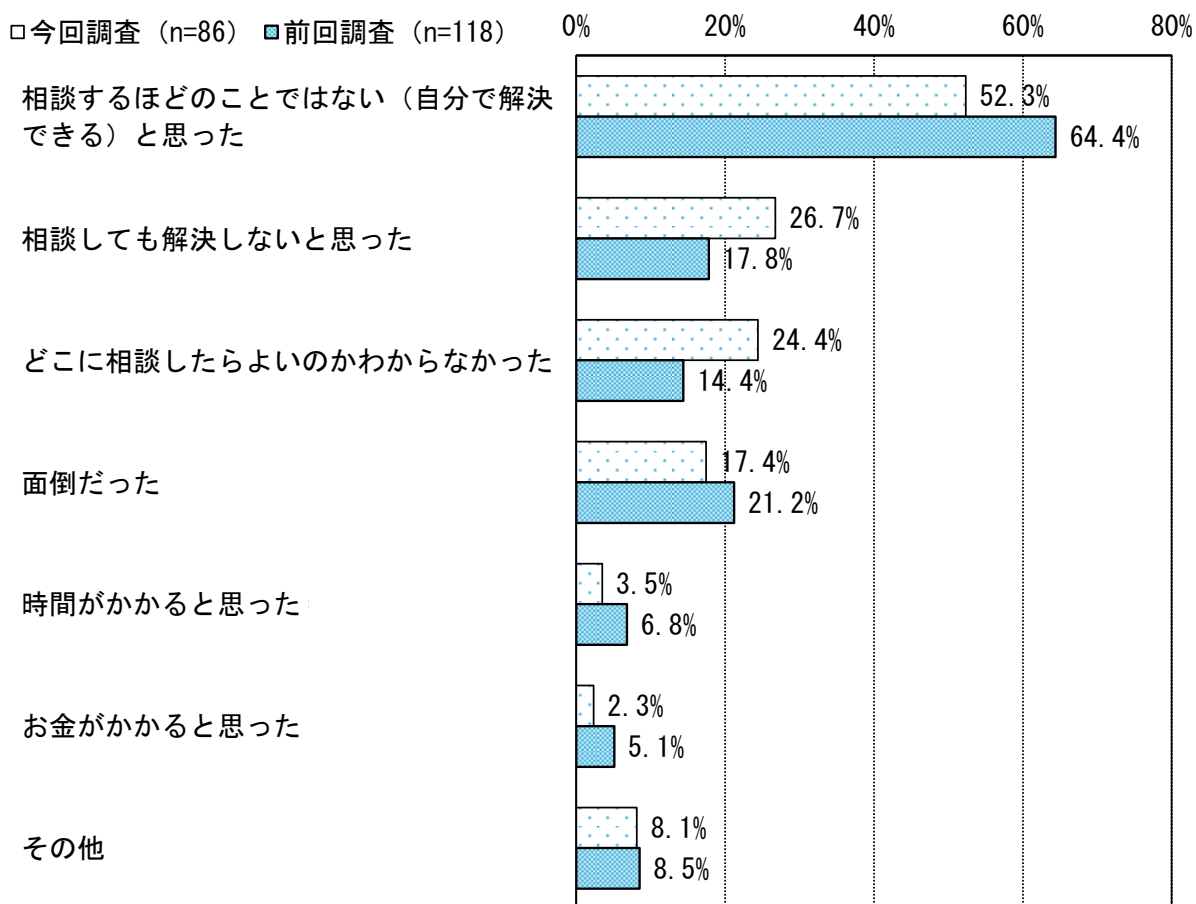
(9) 相談した結果、トラブルは解決したか ※ (7) で「相談した」と答えた方のみ

- ・相談した結果、トラブルは解決したかについては、「はい」が73.5%、「いいえ」が18.1%となっている。
- ・前回調査と比較して「はい」は5.9ポイント増加し、「いいえ」は6.0ポイント低下している。



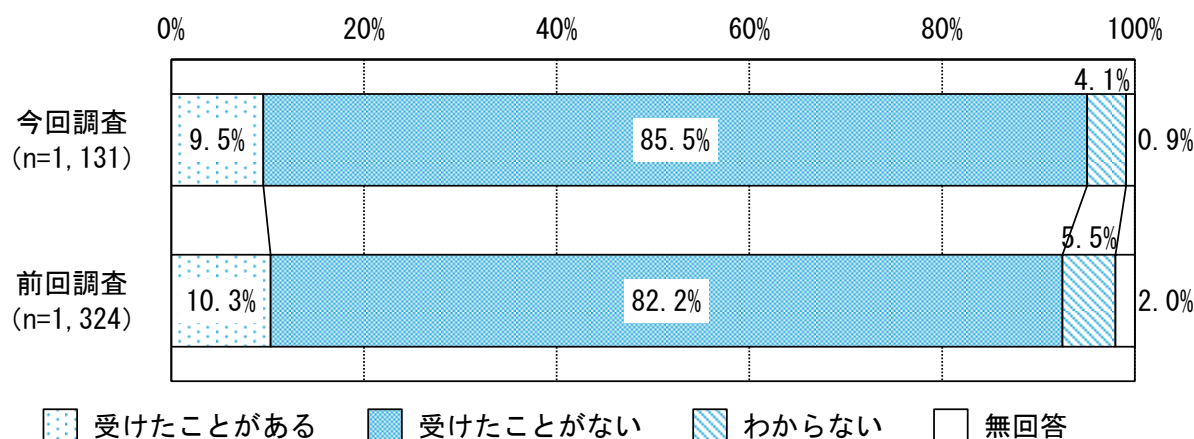
(10) 相談しなかった理由 ※ (7) で「相談しなかった」と答えた方のみ

- ・相談しなかった理由については、「相談するほどのことではない（自分で解決できる）と思った」が52.3%と5割以上を占め最も高く、次いで「相談しても解決しないと思った」(26.7%)、「どこに相談してよいのかわからなかった」(24.4%)となっている。
- ・前回調査と比較すると、「どこに相談してよいのかわからなかった」が10.0ポイント高くなっている。



(11) 消費生活に関する学習や啓発を受けた経験

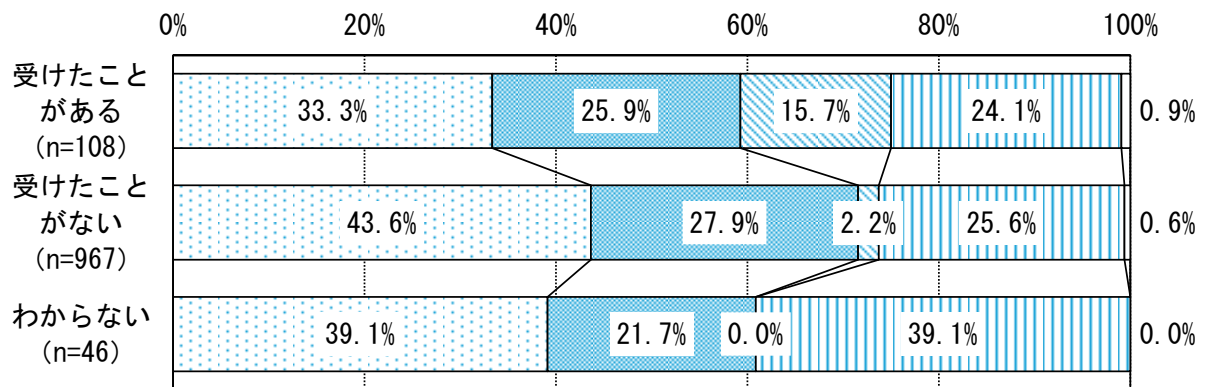
- ・消費生活に関する学習や啓発を受けた経験については、「受けたことがない」が85.5%と8割以上となっており、前回調査から3.3ポイント増加している。一方、「受けたことがある」は9.5%と1割未満であり、前回調査から0.8ポイント低下している。
- ・前回調査と大きな差はみられない。
- ・年代別にみると、18～29歳では「受けたことがある」が44.4%と4割以上となっており、全体より34.9ポイント高くなっている。また、概ね年代が下がるにつれ、「受けたことがある」が高くなっている。



		回答者数 (人)	受けたことがある	受けたことがない	わからない	無回答
	全体	1,131	9.5%	85.5%	4.1%	0.9%
年代	18～29歳	54	44.4%	46.3%	9.3%	0.0%
	30～39歳	96	15.6%	70.8%	13.5%	0.0%
	40～49歳	152	12.5%	78.3%	9.2%	0.0%
	50～59歳	168	4.2%	92.3%	3.6%	0.0%
	60～69歳	203	6.9%	91.6%	1.0%	0.5%
	70歳以上	455	6.4%	90.5%	1.3%	1.8%

【(3)「姫路市消費生活センター」の認知度とのクロス集計】

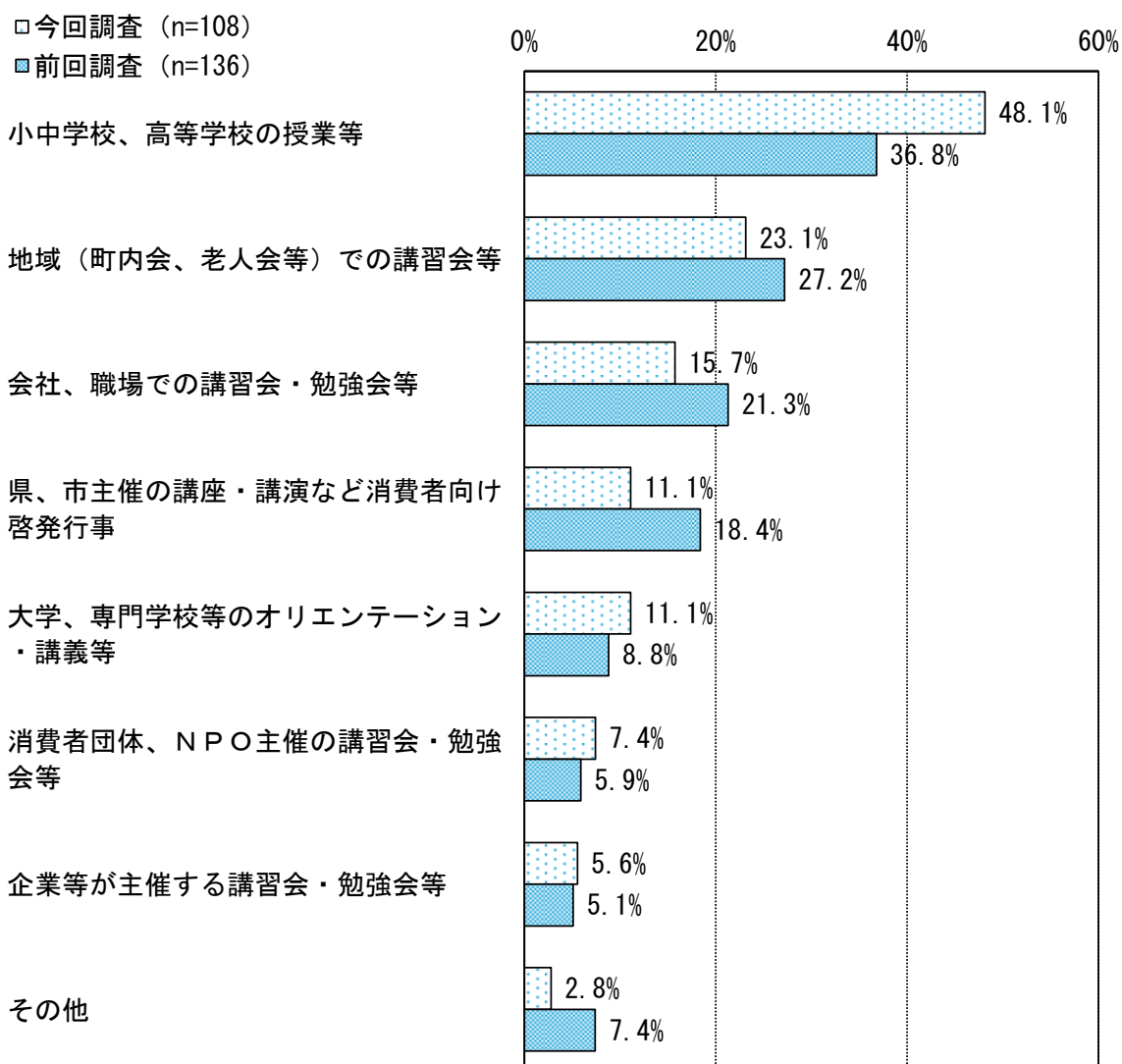
- ・「姫路市消費生活センター」の認知度との関係を見ると、姫路市消費生活センターを「知らない」は、学習・啓発を「受けたことがある」人が24.1%、「受けたことがない」人が25.6%であり、ともに2割以上となっている。
- ・また、「消費生活相談ができることを知っている」は学習・啓発を「受けたことがある」人が25.9%、「受けたことがない」人が27.9%であり、ともに2割台である。
- ・「消費生活相談だけでなく、消費生活に関する講座等の開催なども行っていることを知っている」は、学習・啓発を「受けたことがある」人が15.7%、「受けたことがない」人が2.2%であり、13.5ポイントの差がみられる。



- 名前だけは聞いたことがある
- 消費生活相談ができることを知っている
- 消費生活相談のほか、消費生活に関する講座等の開催なども行っていることを知っている
- 知らない
- 無回答

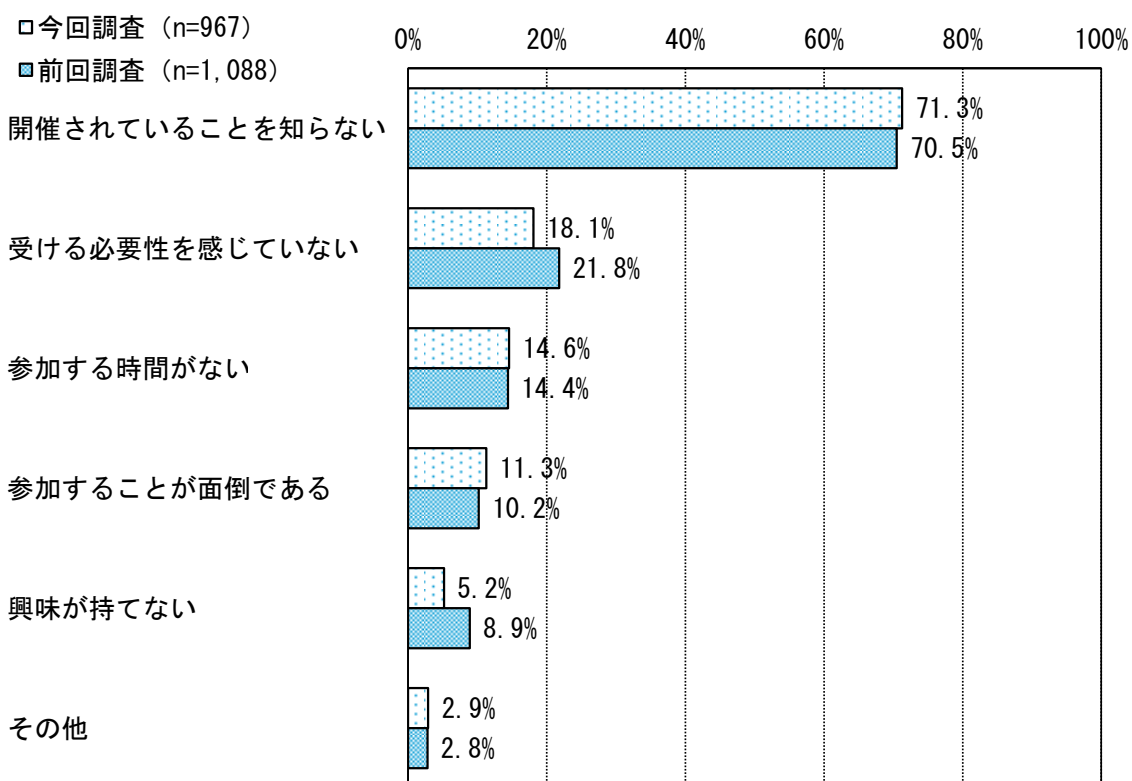
(12) 消費者教育を受けた場 ※ (11) で「受けたことがある」と答えた方のみ

- ・消費者教育を受けた場については、「小中学校、高等学校の授業等」が48.1%と5割近くを占め最も高く、次いで「地域（町内会、老人会等）での講習会等」（23.1%）、「会社、職場での講習会・勉強会等」（15.7%）となっている。
- ・前回調査と比較すると、「小中学校、高等学校の授業等」は11.3ポイント高くなっているが、「地域（町内会、老人会等）での講習会等」は4.1ポイント、「会社、職場での講習会・勉強会等」は5.6ポイント低くなっている。



(13) 消費者教育を受けたことがない理由 ※ (11) で「受けたことがない」と答えた方のみ

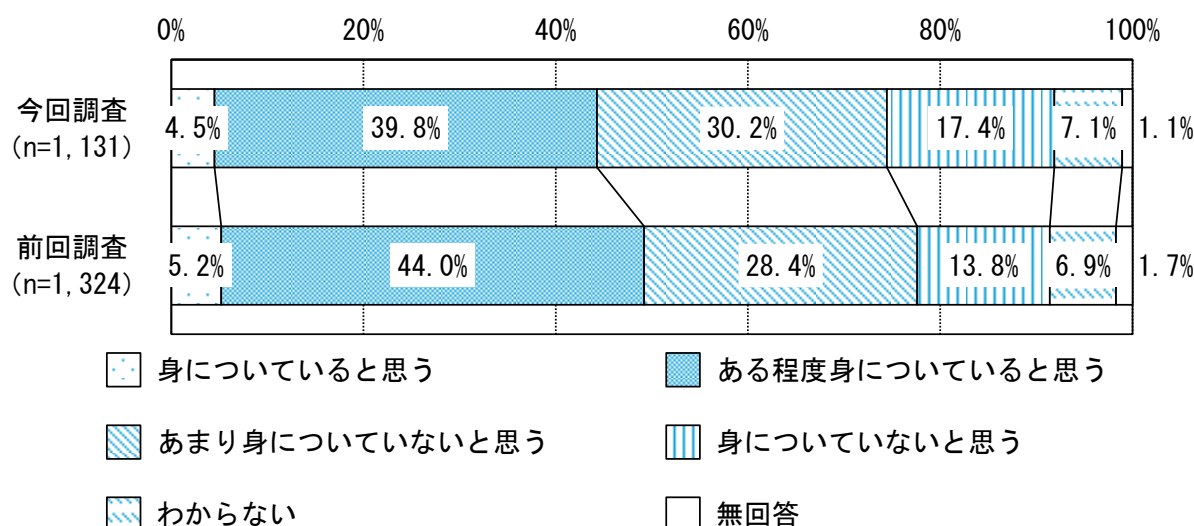
- ・消費者教育を受けたことがない理由については、「開催されていることを知らない」が71.3%と7割以上を占め最も高く、次いで「受ける必要性を感じていない」(18.1%)、「参加する時間がない」(14.6%)となっている。
- ・前回調査と比較すると、「開催されていることを知らない」が0.8ポイント高くなっているが、「受ける必要性を感じていない」は3.7ポイント低くなっている。
- ・年代別にみると、「開催されていることを知らない」は年齢層が高いほど割合が高く、「参加する時間がない」は年齢層が低いほど割合が高くなっている。



		回答者数(人)	開催されていることを知らない	参加する時間がない	参加することが面倒である	受ける必要性を感じていない	興味が持てない	その他	無回答
			割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合
	全体	967	71.3%	14.6%	11.3%	18.1%	5.2%	2.9%	4.6%
年代	18～29歳	25	52.0%	32.0%	8.0%	20.0%	12.0%	4.0%	4.0%
	30～39歳	68	61.8%	26.5%	5.9%	20.6%	10.3%	2.9%	7.4%
	40～49歳	119	63.0%	22.7%	14.3%	11.8%	7.6%	0.0%	12.6%
	50～59歳	155	75.5%	20.6%	12.9%	16.1%	2.6%	1.9%	3.2%
	60～69歳	186	72.6%	18.3%	9.7%	15.1%	3.8%	1.6%	4.8%
	70歳以上	412	74.3%	5.3%	11.7%	21.4%	4.9%	4.6%	2.2%

(14) トラブルや被害にあわないために必要な知識・対処法が身についているか

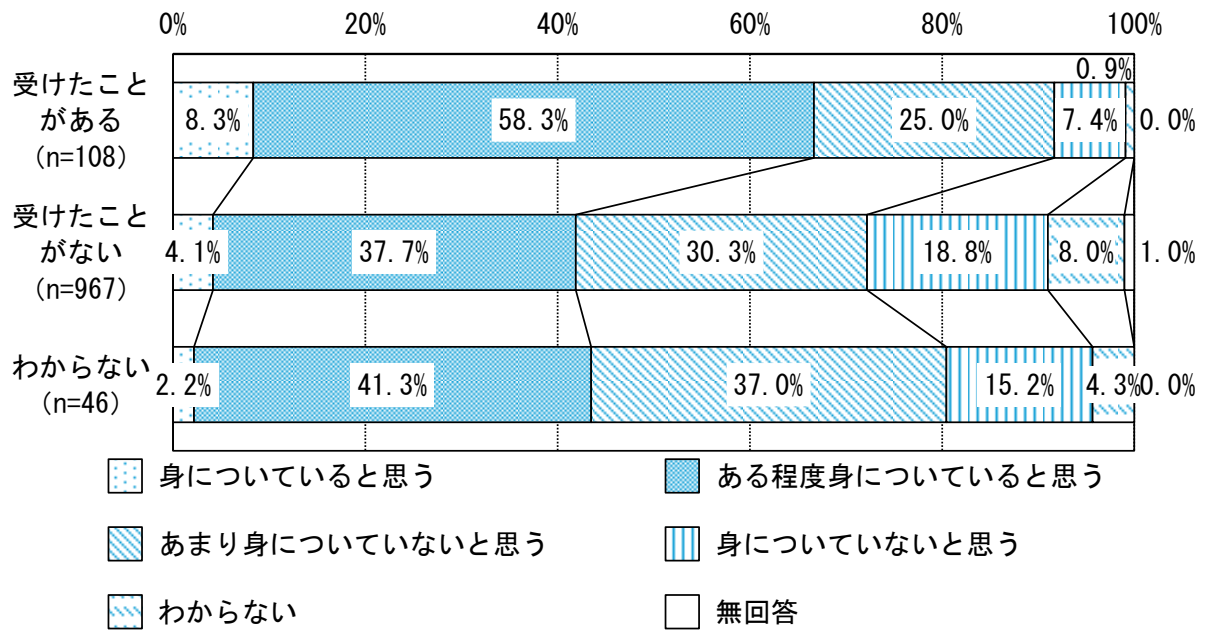
- ・トラブルや被害にあわないために必要な知識・対処法が身についているかについては、「ある程度身についていると思う」が39.8%と4割近くを占め最も高いが、前回調査より4.2ポイント低くなっている。
- ・「身についていると思う」と合わせた『身についていると思う』割合は44.3%である。
- ・年代別にみると、各年代とも『身についていないと思う』（「あまり身についていないと思う」+「身についていないと思う」）が半数近くを占めている。



	回答者数 (人)	身についていると思う	ある程度身についていると思う	あまり身についていないと思う	身についていないと思う	わからない	無回答	
全体	1,131	4.5%	39.8%	30.2%	17.4%	7.1%	1.1%	
年代	18～29歳	54	1.9%	42.6%	33.3%	14.8%	7.4%	0.0%
	30～39歳	96	5.2%	42.7%	27.1%	21.9%	3.1%	0.0%
	40～49歳	152	3.3%	40.8%	42.1%	9.9%	3.3%	0.7%
	50～59歳	168	3.6%	41.1%	34.5%	14.3%	6.5%	0.0%
	60～69歳	203	3.4%	40.9%	31.0%	16.7%	6.9%	1.0%
	70歳以上	455	5.7%	37.6%	24.6%	20.9%	9.5%	1.8%

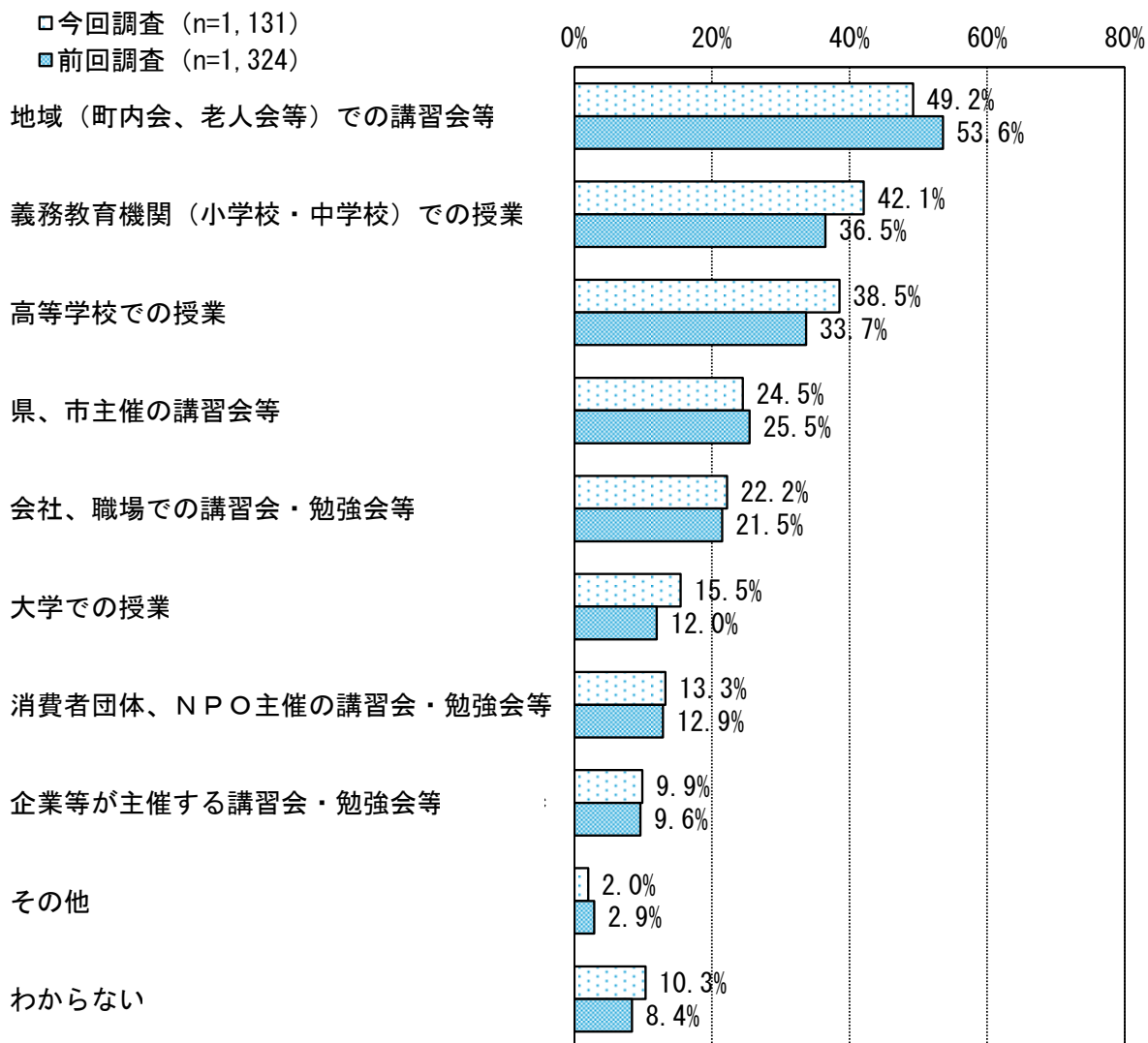
【(11) 消費生活に関する学習・啓発経験とのクロス集計】

- ・消費生活に関する学習・啓発経験との関係を見ると、消費生活に関する学習・啓発を「受けたことがある」人では、トラブルや被害にあわないために必要な知識・対処法が「ある程度身についていると思う」が 58.3%と6割近く、「身についていると思う」と合わせた『身についていると思う』割合は66.6%となっている。
- ・一方、学習・啓発を「受けたことがない」人は「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』は49.1%と半数近くとなっている。



(15) 消費者教育を受ける場として重要だと思う場

- ・消費者教育を受ける場として重要だと思う場については、「地域（町内会、老人会等）での講習会等」が49.2%と半数近くを占め最も高く、次いで「義務教育機関（小学校・中学校）での授業」（42.1%）、「高等学校での授業」（38.5%）となっている。
- ・前回調査と比較すると、「地域（町内会、老人会等）での講習会等」は4.4ポイント低くなっているが、「義務教育機関（小学校・中学校）での授業」は5.6ポイント、「高等学校での授業」は4.8ポイント高くなっている。



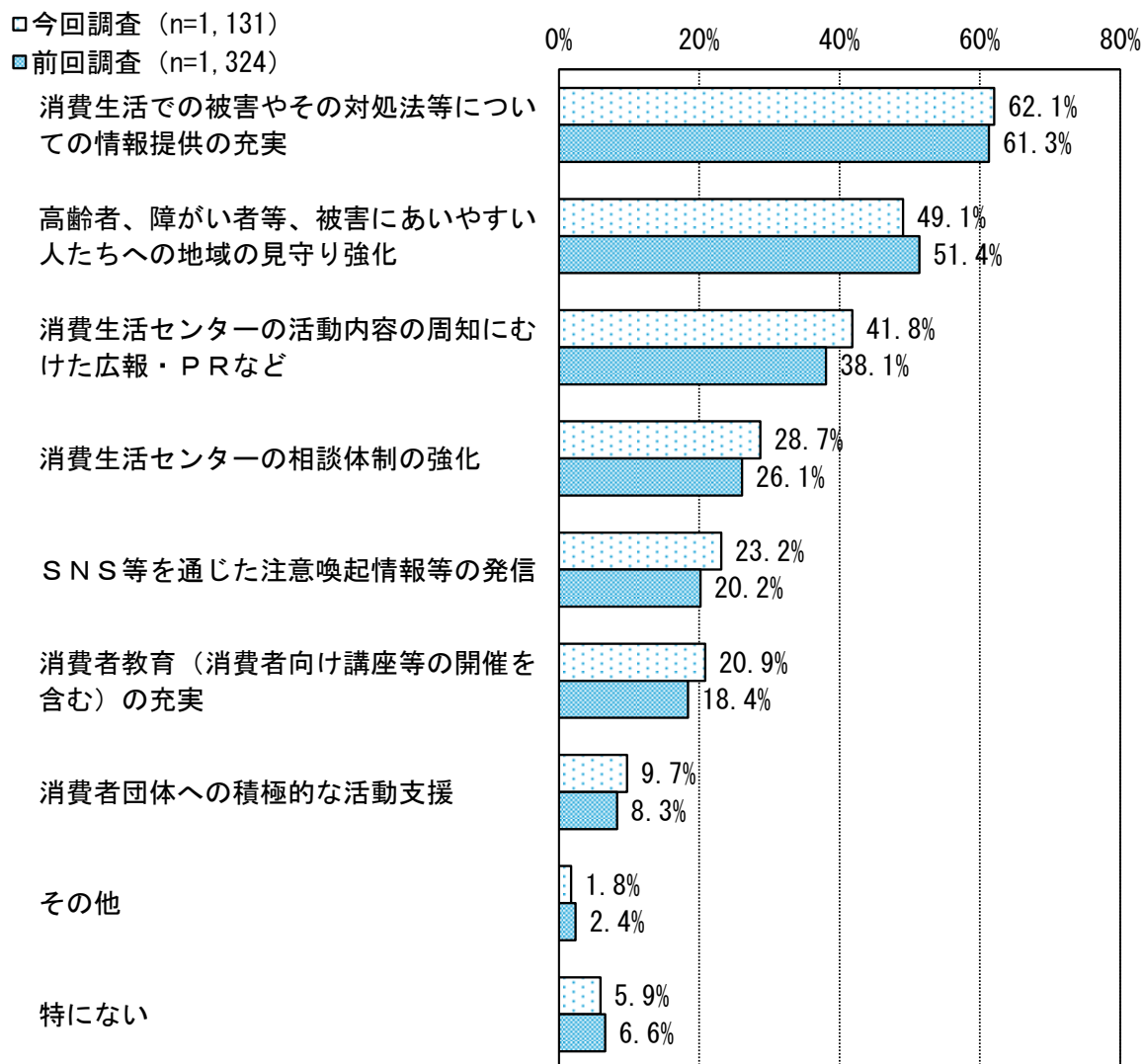
- ・年代別にみると、18～59歳では「義務教育機関（小学校・中学校）での授業」「高等学校での授業」、の割合が高くなっているが、60歳以上では「地域（町内会、老人会等）での講習会等」が最も高くなっている。

		回答者数（人）	地域（町内会、老人会等）での講習会等	県、市主催の講習会等	企業等が主催する講習会・勉強会等	消費者団体、NPO主催の講習会・勉強会等	義務教育機関（小学校・中学校）での授業	高等学校での授業
	全体	1,131	49.2%	24.5%	9.9%	13.3%	42.1%	38.5%
年代	18～29歳	54	16.7%	7.4%	16.7%	7.4%	64.8%	74.1%
	30～39歳	96	35.4%	18.8%	10.4%	5.2%	64.6%	62.5%
	40～49歳	152	38.2%	29.6%	18.4%	9.2%	60.5%	55.3%
	50～59歳	168	37.5%	24.4%	17.3%	16.1%	52.4%	47.0%
	60～69歳	203	49.8%	28.1%	9.9%	15.3%	40.9%	36.5%
	70歳以上	455	63.7%	24.6%	3.5%	15.2%	25.5%	21.8%

		回答者数（人）	大学での授業	会社、職場での講習会・勉強会等	その他	わからない	無回答
	全体	1,131	15.5%	22.2%	2.0%	10.3%	1.5%
年代	18～29歳	54	38.9%	44.4%	0.0%	5.6%	0.0%
	30～39歳	96	26.0%	37.5%	2.1%	8.3%	0.0%
	40～49歳	152	30.9%	36.2%	5.3%	7.2%	0.7%
	50～59歳	168	20.2%	34.5%	1.2%	9.5%	0.0%
	60～69歳	203	9.9%	17.2%	3.0%	13.8%	0.5%
	70歳以上	455	6.2%	9.5%	1.1%	11.2%	3.1%

(16) 消費者問題に対して、市に期待する取り組み

・消費者問題に対して、市に期待する取り組みについては、「消費生活での被害やその対処法等についての情報提供の充実」が62.1%と6割以上を占め最も高く、次いで「高齢者、障がい者等、被害にあいやすい人たちへの地域の見守り強化」(49.1%)、「消費生活センターの活動内容の周知に向けた広報・PRなど」(41.8%)となっている。



- ・年代別にみると、各年代とも「消費生活での被害やその対処法等についての情報提供の充実」が最も高いが、18～39歳では「SNS等を通じた注意喚起情報等の発信」が他の年代よりやや高くなっている。

		回答者数（人）	消費生活での被害やその対処法等についての情報提供の充実	高齢者、障がい者等、被害にやむを得ない見守り強化	消費者教育（消費者向け講座等の開催を含む）の充実	消費生活センターの相談体制の強化	消費者団体への積極的な活動支援	SNS等を通じた注意喚起情報等の発信
	全体	1,131	62.1%	49.1%	20.9%	28.7%	9.7%	23.2%
年代	18～29歳	54	63.0%	38.9%	24.1%	14.8%	16.7%	63.0%
	30～39歳	96	59.4%	38.5%	24.0%	26.0%	12.5%	41.7%
	40～49歳	152	63.8%	49.3%	26.3%	35.5%	9.9%	38.8%
	50～59歳	168	72.6%	45.2%	20.8%	37.5%	13.7%	30.4%
	60～69歳	203	67.0%	49.3%	25.6%	30.5%	9.4%	20.7%
	70歳以上	455	56.0%	53.8%	16.0%	24.6%	7.0%	7.9%

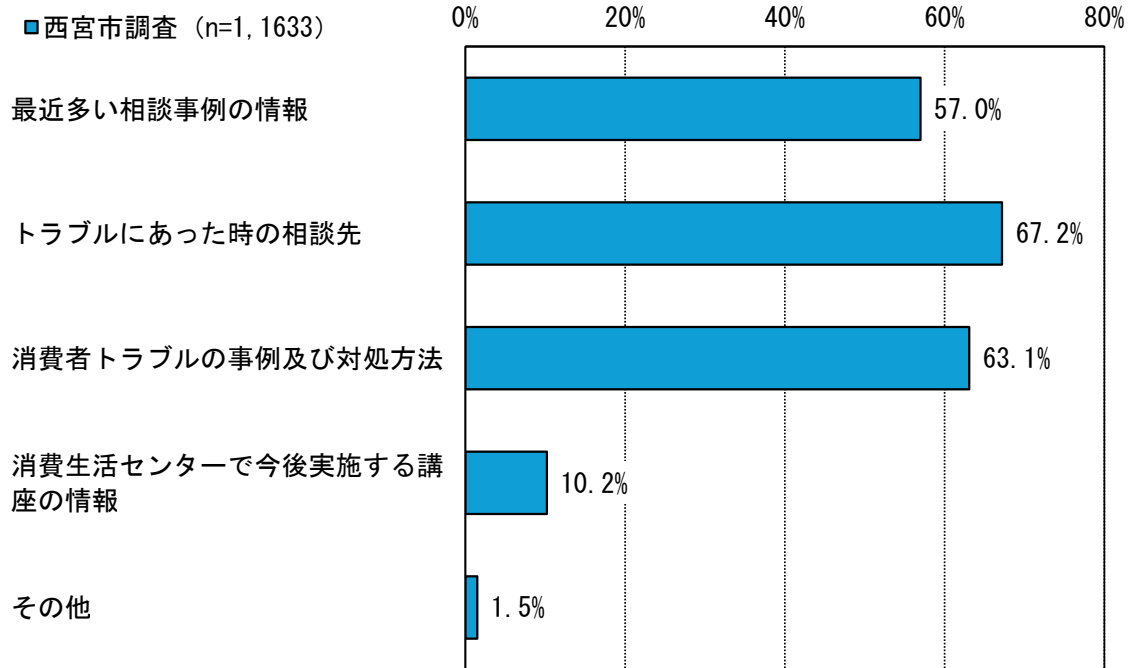
		回答者数（人）	消費生活センターの活動内容の周知など	その他	特になし	無回答
	全体	1,131	41.8%	1.8%	5.9%	2.4%
年代	18～29歳	54	25.9%	1.9%	7.4%	0.0%
	30～39歳	96	34.4%	0.0%	8.3%	0.0%
	40～49歳	152	38.8%	4.6%	2.0%	0.7%
	50～59歳	168	41.7%	1.8%	4.2%	1.2%
	60～69歳	203	49.3%	1.5%	5.4%	1.0%
	70歳以上	455	43.1%	1.3%	7.5%	4.6%

【参考：西宮市「令和6年度 西宮市民意識調査」(令和6年9月実施)】

※本調査とは選択肢に違いがあるため、比較は行っていない。

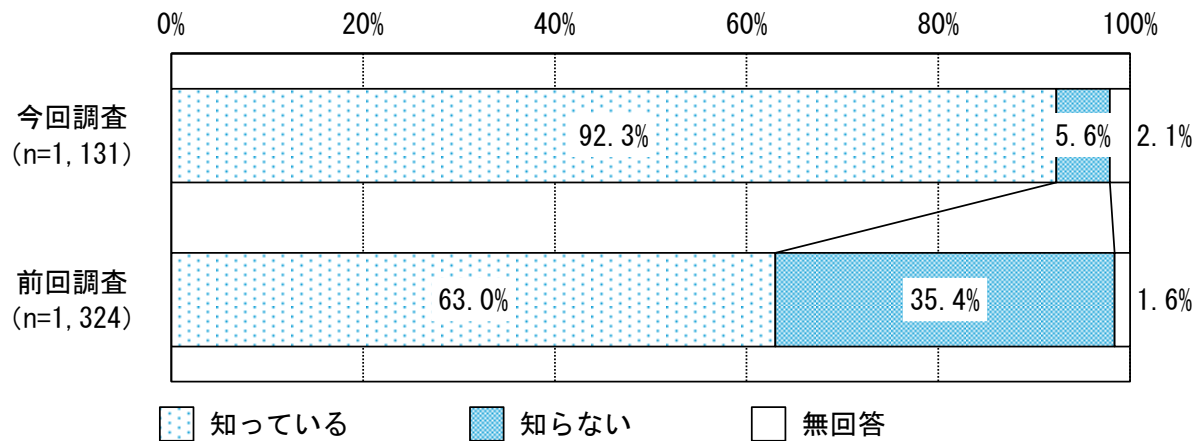
＜消費生活センターに発信して欲しい情報はどれですか。(あてはまるものをすべて選んで○)＞

- ・西宮市調査では「トラブルにあった時の相談先」が67.2%と7割近くを占め、最も高くなっている。



(17) 令和4年に成年年齢が18歳に引き下げられたことについての認知度

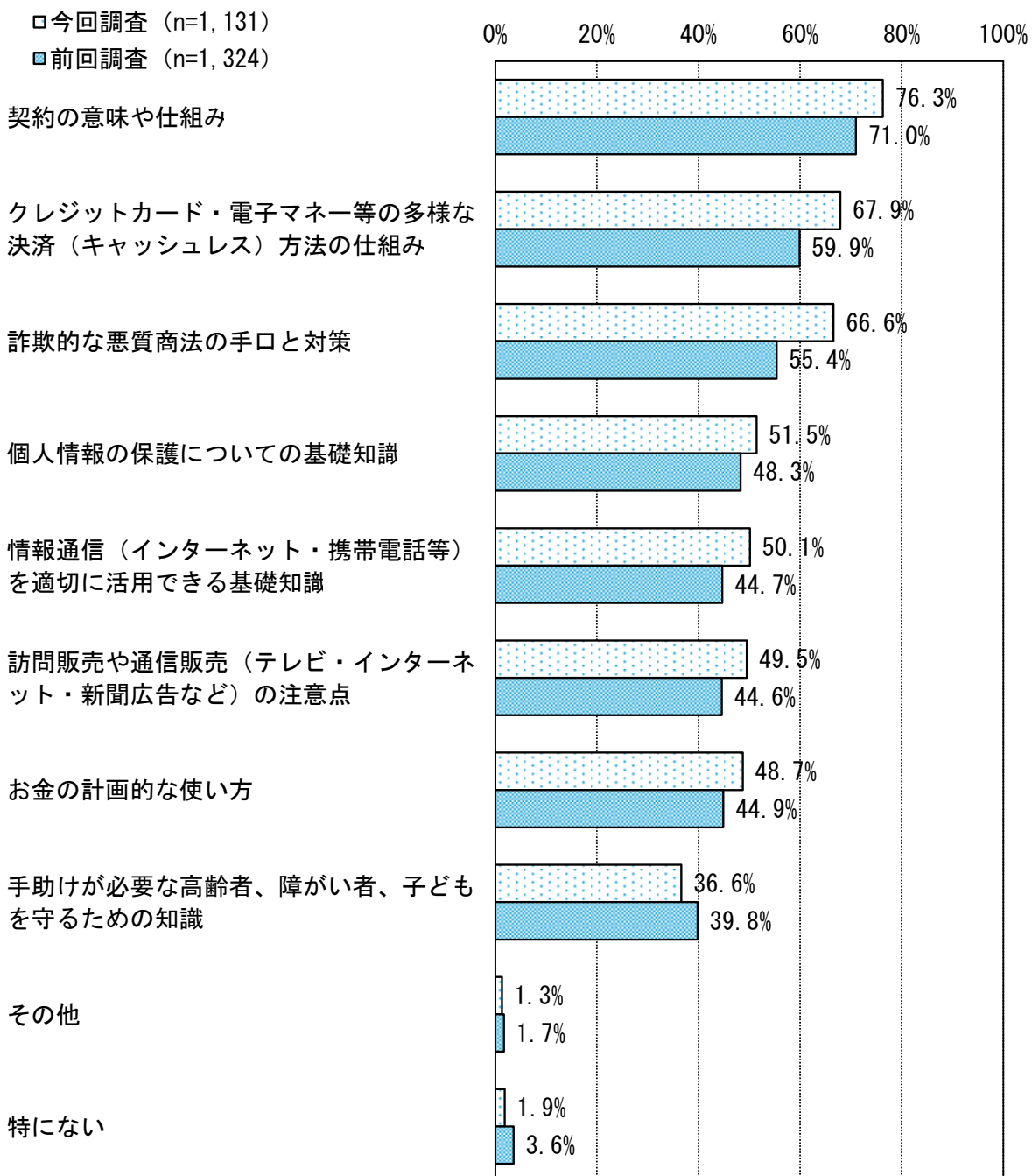
- ・ 令和4年に成年年齢が18歳に引き下げられたことについての認知度については、「知っている」が92.3%と9割以上を占めている。前回調査と比較すると、29.3ポイント高くなっている。
- ・ 年代別にみると、各年齢層とも「知っている」が9割以上を占めている。



		回答者数 (人)	知っている	知らない	無回答
	全体	1,131	92.3%	5.6%	2.1%
年代	18～29歳	54	92.6%	7.4%	0.0%
	30～39歳	96	93.8%	4.2%	2.1%
	40～49歳	152	94.1%	4.6%	1.3%
	50～59歳	168	93.5%	6.0%	0.6%
	60～69歳	203	92.6%	4.9%	2.5%
	70歳以上	455	91.0%	6.2%	2.9%

(18) 18歳到達時点で得ておくべき消費生活に関する知識

- ・18歳到達時点で得ておくべき消費生活に関する知識については、「契約の意味や仕組み」が76.3%と最も高く、次いで「クレジットカード・電子マネー等の多様な決済方法の仕組み」(67.9%)、「詐欺的な悪質商法の手口や対策」(66.6%)となっている。
- ・「手助けが必要な高齢者、障がい者、子どもを守るための知識」以外の項目で前回調査を上回っており、18歳到達時点で得ておくべき消費生活に関する知識に対する関心は高いことがうかがえる。



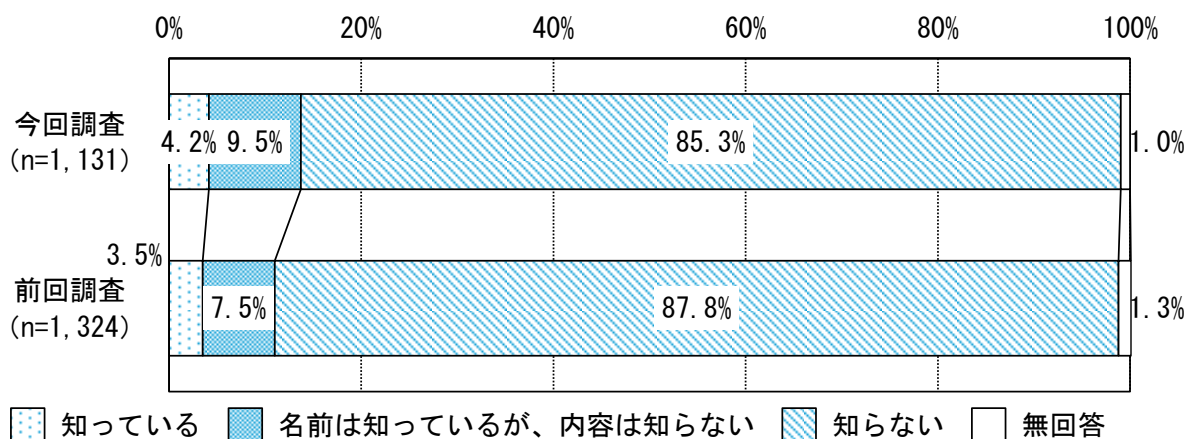
・年代別にみると、各年代とも「契約の意味や仕組み」「クレジットカード・電子マネー等の多様な決済（キャッシュレス）方法の仕組み」の割合が高くなっている。また、40～49歳、50～59歳では「詐欺的な悪質商法の手口と対策」が他の年代より、やや高くなっている。

		回答者数（人）	契約の意味や仕組み	お金の計画的な使い方	クレジットカード・電子マネー等の多様な決済（キャッシュレス）方法の仕組み	情報通信（インターネット・携帯電話等）を適切に活用できる基礎知識	個人情報保護についての基礎知識	訪問販売や通信販売（テレビ・インターネット・新聞広告など）の注意点
	全体	1,131	76.3%	48.7%	67.9%	50.1%	51.5%	49.5%
年代	18～29歳	54	81.5%	48.1%	72.2%	53.7%	64.8%	38.9%
	30～39歳	96	78.1%	69.8%	80.2%	64.6%	70.8%	50.0%
	40～49歳	152	80.9%	57.9%	73.7%	55.9%	61.2%	59.9%
	50～59歳	168	79.2%	41.7%	67.9%	47.6%	51.8%	53.0%
	60～69歳	203	80.8%	49.8%	70.9%	53.7%	53.7%	50.2%
	70歳以上	455	71.2%	43.5%	61.8%	44.2%	41.8%	45.9%

		回答者数（人）	詐欺的な悪質商法の手口と対策	手助けが必要が高齢者、障がい者、子どもを守るための知識	その他	特にない	無回答
	全体	1,131	66.6%	36.6%	1.3%	1.9%	1.4%
年代	18～29歳	54	64.8%	37.0%	1.9%	3.7%	0.0%
	30～39歳	96	64.6%	38.5%	2.1%	1.0%	0.0%
	40～49歳	152	75.0%	38.2%	2.0%	0.7%	0.7%
	50～59歳	168	75.6%	32.7%	0.6%	3.0%	0.6%
	60～69歳	203	67.5%	40.9%	0.5%	2.0%	0.0%
	70歳以上	455	60.7%	35.2%	1.5%	1.8%	2.9%

(19) 「エシカル消費」の認知度

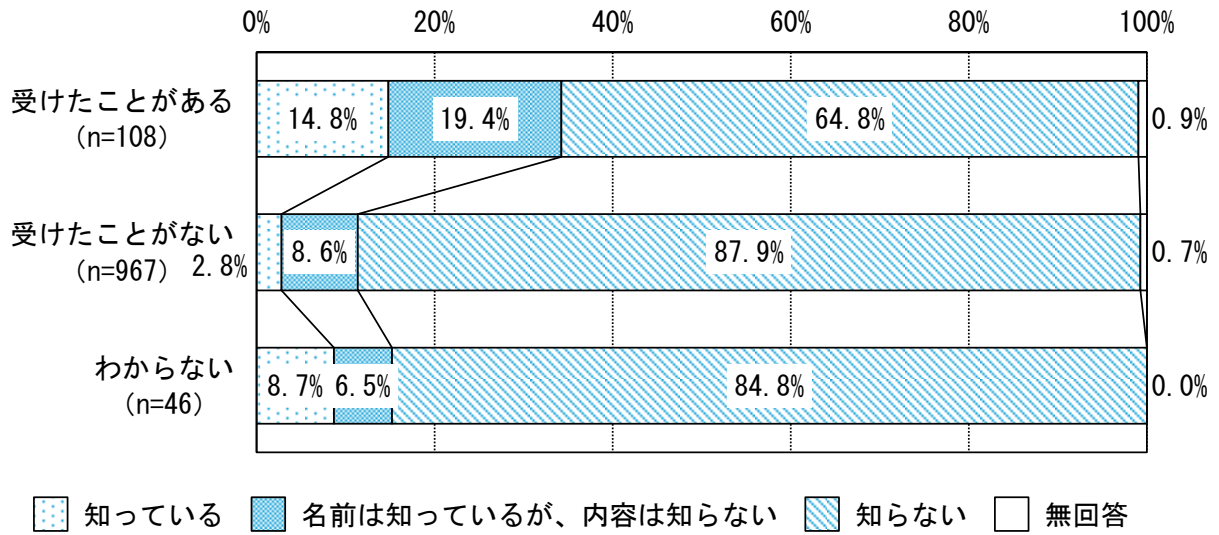
- ・「エシカル消費」の認知度については、「知らない」が85.3%と8割以上となっており、「知っている」と「名前は知っているが、内容は知らない」を合わせた『名前は知っている』割合は13.7%と1割程度となっている。
- ・年代別で大きな差はみられない。



	回答者数 (人)	知っている	名前は知っているが、内容は知らない	知らない	無回答	
全体	1,131	4.2%	9.5%	85.3%	1.0%	
年代	18～29歳	54	5.6%	14.8%	79.6%	0.0%
	30～39歳	96	6.3%	7.3%	86.5%	0.0%
	40～49歳	152	8.6%	13.2%	78.3%	0.0%
	50～59歳	168	3.6%	9.5%	86.3%	0.6%
	60～69歳	203	5.4%	8.4%	86.2%	0.0%
	70歳以上	455	1.8%	8.8%	87.5%	2.0%

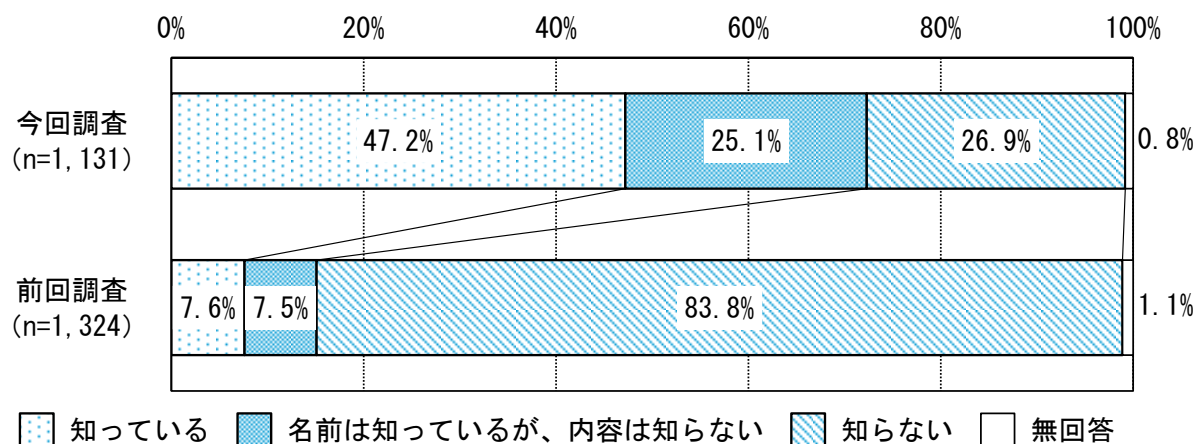
【(11) 消費生活に関する学習・啓発経験とのクロス集計】

・消費生活に関する学習・啓発経験との関係を見ると、消費生活に関する学習・啓発を「受けたことがある」人では、「知っている」・「名前は知っているが、内容は知らない」を合わせた『名前は知っている』割合は34.2%と3割以上となっている一方で、「受けたことがない」人では、11.4%と1割程度となっている。



(20) 「SDGs」の認知度

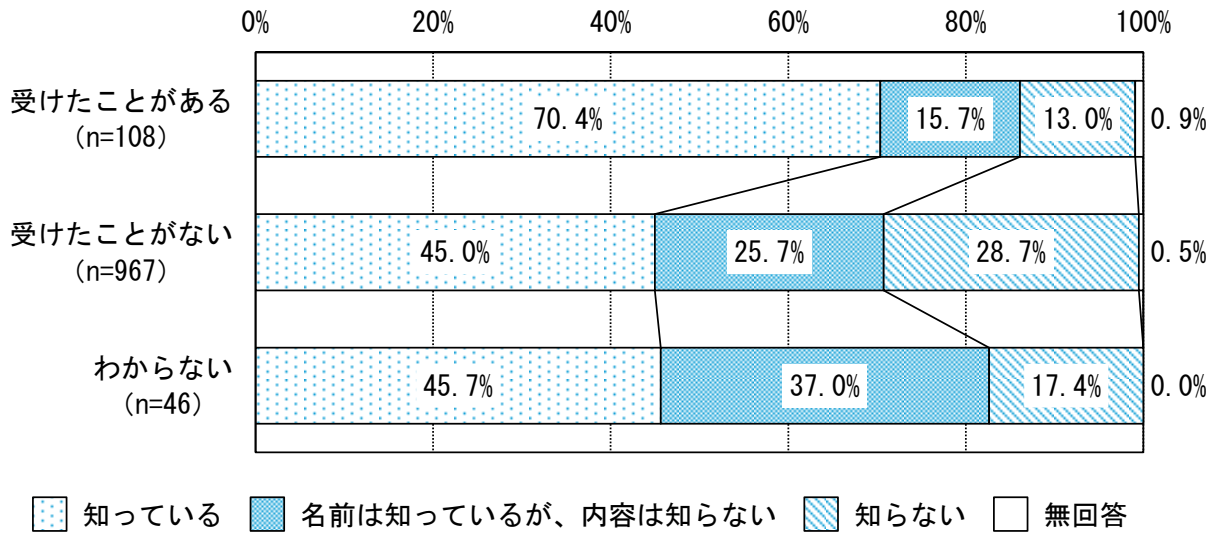
- ・「SDGs」の認知度については、「知っている」が47.2%と最も高く、次いで、「知らない」(26.9%)、「名前は知っているが、内容は知らない」(25.1%)の順である。「知っている」と「名前は知っているが、内容は知らない」を合わせた『名前は知っている』割合は72.3%となっている。
- ・「知っている」は前回調査より39.6ポイント高くなっている。これは学校教育等により、若い世代の認知度が高くなっていることによるものと推察される。



		回答者数 (人)	知っている	名前は知っているが、内容は知らない	知らない	無回答
	全体	1,131	47.2%	25.1%	26.9%	0.8%
年代	18～29歳	54	66.7%	24.1%	9.3%	0.0%
	30～39歳	96	76.0%	17.7%	6.3%	0.0%
	40～49歳	152	69.7%	22.4%	7.9%	0.0%
	50～59歳	168	61.3%	25.0%	13.7%	0.0%
	60～69歳	203	46.8%	27.6%	25.6%	0.0%
	70歳以上	455	26.6%	26.8%	44.8%	1.8%

【(11) 消費生活に関する学習・啓発経験とのクロス集計】

・消費生活に関する学習・啓発経験との関係を見ると、消費生活に関する学習・啓発を「受けたことがある」人では、「知っている」と「名前は知っているが、内容は知らない」を合わせた『名前は知っている』割合は86.1%と8割以上となっている。「受けたことがない」人でも70.7%と7割を超えている。

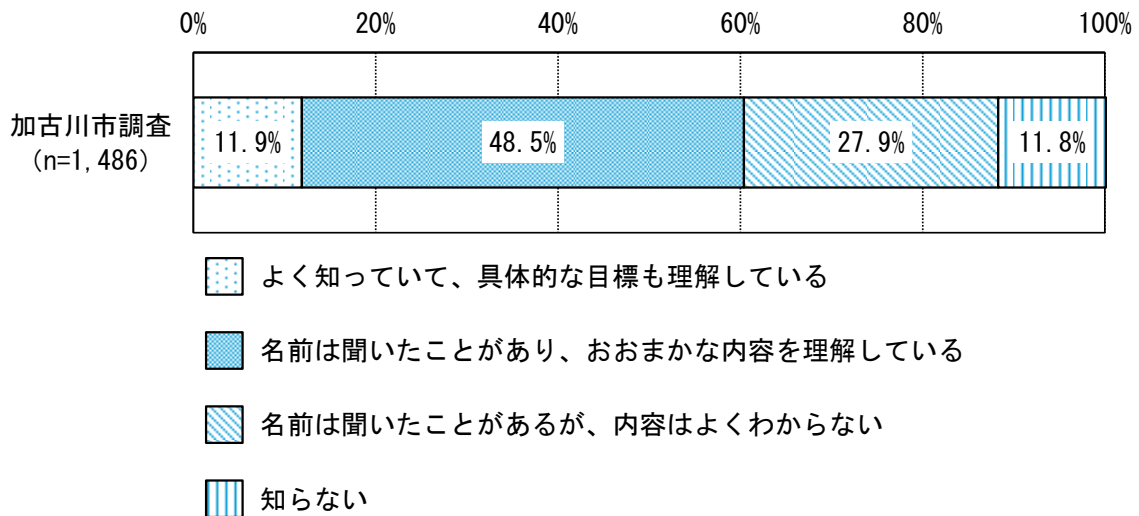


【参考：加古川市「令和6年度 市民意識調査」(令和6年11月実施)】

※本調査とは選択肢に違いがあるため、比較は行っていない。

＜持続可能な社会を目指す国際的な目標(SDGs)について、あなたはどの程度知っていますか。(〇は1つ)＞

・加古川市調査では「名前は聞いたことがあり、おおまかな内容を理解している」が48.5%と5割近くを占め、最も高くなっている。

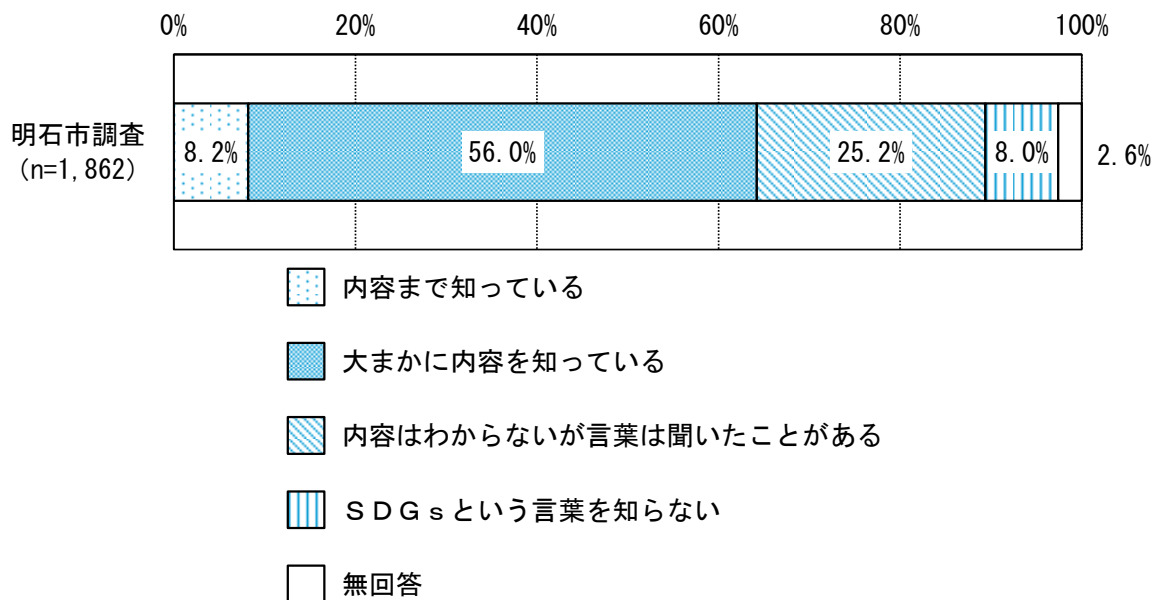


【参考：明石市「まちづくり市民意識調査（令和6年12月実施）】

※本調査とは選択肢に違いがあるため、比較は行っていない。

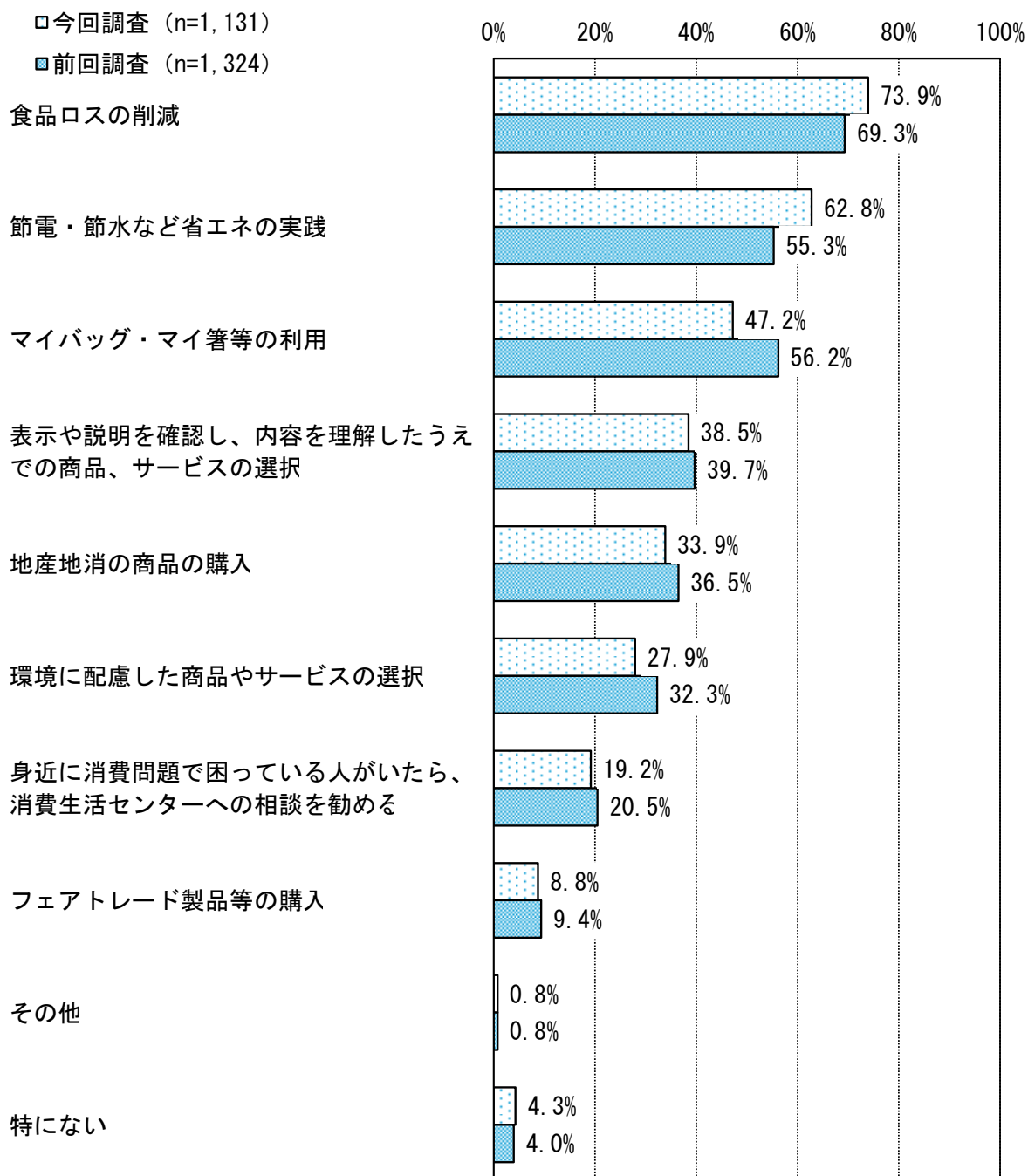
＜SDGs（持続可能な開発目標）についてどのくらい知っていますか？＞

・明石市調査では「おおまかに内容を知っている」が56.0%と5割を超え、最も高くなっている。



(21) 今後心がけたい消費行動

- ・今後心がけたい消費行動については、「食品ロスの削減」が73.9%と7割を超え最も高く、次いで「節電・節水など省エネの実践」(62.8%)、「マイバッグ・マイ箸等の利用」(47.2%)となっている。



- ・年代別にみると、各年代とも「食品ロスの削減」「節電・節水など省エネの実践」の順となっている。
- ・18～29歳では「地産地消の商品の購入」「節電・節水など省エネの実践」が他の年代よりも低くなっている。

		回答者数（人）	食品ロスの削減	地産地消の商品の購入	節電・節水など省エネの実践	マイバッグ・マイ箸等の利用	環境に配慮した商品やサービスの選択	フェアトレード製品等の購入
	全体	1,131	73.9%	33.9%	62.8%	47.2%	27.9%	8.8%
年代	18～29歳	54	74.1%	11.1%	50.0%	50.0%	22.2%	14.8%
	30～39歳	96	69.8%	32.3%	63.5%	45.8%	24.0%	9.4%
	40～49歳	152	71.1%	34.9%	56.6%	40.1%	27.6%	13.2%
	50～59歳	168	68.5%	32.7%	58.3%	44.6%	26.8%	10.7%
	60～69歳	203	81.8%	35.0%	61.6%	48.3%	34.0%	9.4%
	70歳以上	455	74.5%	36.5%	68.6%	50.1%	27.3%	5.5%

		回答者数（人）	表示や説明を確かめ、内容を理解したうえで商品の選択	身近に消費問題で困っている人がいたら、消費生活センターへの相談を勧める	その他	特になし	無回答
	全体	1,131	38.5%	19.2%	0.8%	4.3%	1.0%
年代	18～29歳	54	38.9%	11.1%	0.0%	9.3%	0.0%
	30～39歳	96	33.3%	21.9%	1.0%	2.1%	0.0%
	40～49歳	152	43.4%	23.7%	3.3%	4.6%	0.7%
	50～59歳	168	33.3%	20.8%	0.6%	4.8%	0.6%
	60～69歳	203	38.4%	14.8%	0.5%	3.4%	0.0%
	70歳以上	455	40.0%	19.6%	0.2%	4.2%	1.8%

(22) 行政に取り組んでほしいことや消費生活に関する意見

- ・消費生活トラブルや被害を防止するために、行政に取り組んでほしいことや、その他、消費生活に関して意見については、次のような意見があった(主な意見を要約して掲載している)。

要望等
<ul style="list-style-type: none"><li>◎消費者教育は義務教育期間からある程度の年齢まで定期的に勉強した方が良いと思う。</li><li>◎消費生活のトラブルの事例を各戸配布し、市民に分かるようにする。</li><li>◎消費生活センターや「188」の電話番号を、もう少し目立つように広報へ掲載して欲しい。</li><li>◎消費生活トラブルの事例を、文字だけでなくマンガ等で紹介してほしい。</li><li>◎高齢者や障害者に対しては、コストはかかっても紙ベースが良いと思う。</li><li>◎高齢者、特に1人世帯の方に定期的な見守りサービスがあれば良いと思う。</li><li>◎若い世代に対しては、24H電話対応、メール相談などの相談方法も必要と思われる。</li><li>◎高齢者向けに電話での相談時には最初から人につながる窓口（機械音声による選択ではなく）を残しておく必要がある。</li><li>◎土日祝日も受け付けていただきたい。困難であれば、平日の受付時間を少し伸ばしてほしい。</li><li>◎電話相談に加えて、ネットでのやり取りができるようになると、もっと相談しやすくなる。</li><li>◎消費生活トラブルを発生させている業者への取り締まり強化。悪質業者は実名を公表する。</li><li>◎食品ロスが多い。</li><li>◎横文字が多くなり、意味がわからない。</li><li>◎買ったモノを捨てるどころまで啓発してほしい。例えば、リチウムイオン電池の取扱い、処分方法などのルールは急務でお願いしたい。消費生活は買った最後の廃棄まで各々住民の責任であることを、行政はもっと啓発してほしい。</li><li>◎インターネット上の迷惑広告や、InstagramやFacebookの迷惑広告に対して、消費者への周知・啓発が必要。</li></ul>
感想等
<ul style="list-style-type: none"><li>◎自分を含め、お金やサービスの理解が足りないと思う。</li><li>◎説明書の保証期間、返品日月などを細かく確認することが大事。</li><li>◎姫路市からのLINEが届くので便利に活用している。</li><li>◎食品の賞味期限と消費期限の違いがわからない。また、字が小さすぎる。</li><li>◎消費生活センターの存在を知らない人が多いと感じる。</li><li>◎以前、消費生活センターに相談に乗って頂き、助かった。</li><li>◎消費生活センターには、過去に2回程、相談した。丁寧な対応だった。</li><li>◎「消費生活センターに相談して助かった」と知人が言っていたので、私自身も教訓にしたい。トラブルが起きて解決できない時は相談させて頂きたい。</li><li>◎消費生活センターに相談したことがあるが、納得のいく対応がなかった。</li><li>◎消費生活センターは敷居が高いように感じられる。</li><li>◎普段、生活していて消費生活センターの情報があまり入って来ないように感じる。</li><li>◎エンカル、SDGs等が簡単にわかるようなパンフレットが必要と感じる。</li><li>◎消費は生活の基本。このアンケートが活かされることを期待する。</li><li>◎本アンケート調査で認識が高まった。毎日の消費生活の中で問題が発生した際、相談に出向きたいと思う。</li><li>◎若い人に、もっと消費生活に関心を持ってほしいと思う。</li><li>◎高齢ゆえ、トラブルにあわず、消費生活センターのお世話にならないようにしたいと願っている。</li><li>◎このアンケート調査で、若い人への情報周知が大事であると思った。</li></ul>

## 姫路市消費者教育推進計画に係る市民アンケート調査 ～ご協力のお願～

日頃から、姫路市の消費者行政の推進にご理解とご協力を賜り厚くお礼申し上げます。

本市では、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するために、令和3年に策定した「姫路市消費者教育推進計画」を改定する準備を進めております。

このアンケートは、計画改定にあたっての基礎資料とするため、皆様の消費生活や消費者教育についてご経験やご意見をお聞きするもので、アンケートの実施にあたっては、18歳以上の市民から無作為で3,000人を選ばせていただきました。

このアンケートは無記名でご回答いただくもので、回答結果は統計的に（自由記述については要約・キーワード化して）処理しますので、皆様にご迷惑をおかけすることは一切ありません。

お忙しいところお手数をおかけしますが、アンケートの趣旨をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

令和7年（2025年）7月 姫路市

### 【ご記入にあたってのお願い】

1. 回答は必ず封筒あて名のご本人にお願いします。（代筆は可）
2. 回答は、あてはまる番号に○印を、また（ ）内には具体的にご記入ください。
3. アンケート用紙は両面印刷（8ページ）です。
4. ご記入が終わりましたら、お手数ですが令和7年7月25日（金）までに同封の返信用封筒（切手は不要です）に入れてご投函ください。
5. オンラインフォームからも回答いただけます。

下記URLを入力するか、QRコードを読み込み、ID、パスワードを入力してログインしてください。

<https://form.qooker.jp/Q/auto/ja/himeji2025/enquete2/>

ID :

PW :



6. 記入にあたってご不明な点がございましたら、下記までお問い合わせください。

### 【問い合わせ先】

姫路市 市民総合相談室 消費生活センター

〒670-8501 姫路市安田四丁目1番地

TEL : 079-221-2519 FAX : 079-221-2108

E-MAIL : syohiseikatu@city.himeji.lg.jp



【姫路市消費生活センター啓発キャラクター】

いややっ娘

**I あなたご自身のことについて**（※ご回答いただく時点での状況をお答えください）

問1 あなたの年齢を教えてください。（○は1つ）

- |           |           |           |           |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1. 18～29歳 | 2. 30～39歳 | 3. 40～49歳 | 4. 50～59歳 |
| 5. 60～69歳 | 6. 70歳以上  |           |           |

問2 あなたの性別を教えてください。（○は1つ）

- |       |       |          |
|-------|-------|----------|
| 1. 男性 | 2. 女性 | 3. 回答しない |
|-------|-------|----------|

問3 あなたの職業を教えてください。（○は1つ）

- |                        |                   |
|------------------------|-------------------|
| 1. 会社員、公務員、団体職員（役員等含む） | 2. パート、アルバイト、非常勤等 |
| 3. 自営業・自由業             | 4. 学生             |
| 5. 専業主婦・主夫             | 6. 無職             |
| 7. その他（                | ）                 |

問4 あなたの（同居している）家族構成を教えてください。（○は1つ）

- |                 |                   |
|-----------------|-------------------|
| 1. ひとり暮らし       | 2. 夫婦のみ           |
| 3. 二世帯世帯（あなたと親） | 4. 二世帯世帯（あなたと子ども） |
| 5. 三世帯世帯（親と子と孫） |                   |
| 6. その他（         | ）                 |

## II 消費生活や消費者教育について

問5 あなたは契約トラブルや商品・サービスの安全性、環境問題などの消費者問題に関心がありますか。(○は1つ)

- |             |            |              |
|-------------|------------|--------------|
| 1. 関心がある    | 2. 少し関心がある | 3. どちらとも言えない |
| 4. あまり関心がない | 5. 関心がない   |              |

問5で「1. 関心がある」「2. 少し関心がある」と答えた方におたずねします。

問6 関心がある消費者問題は何ですか。(○は3つまで)

- |                                     |                  |
|-------------------------------------|------------------|
| 1. 食の安全性                            | 2. 悪質商法          |
| 3. 製品の欠陥により生じる事故                    | 4. ごみ問題・騒音等の環境問題 |
| 5. 節電・節水等の資源・エネルギー対策                | 6. 金融問題・多重債務     |
| 7. 交流サイト・ネット通販等のインターネット利用により生じるトラブル |                  |
| 8. その他 ( )                          |                  |

再び、全ての方に

問7 あなたは「姫路市消費生活センター」を知っていますか。(○は1つ)

- |   |
|---|
| 1. 名前だけは聞いたことがある                            |
| 2. 消費生活相談ができることを知っている                       |
| 3. 消費生活相談のほか、消費生活に関する講座等の開催なども行っていることを知っている |
| 4. 知らない                                     |

問8 あなたは「消費者ホットライン局番なし188（いやや）」を知っていますか。

ア～ウそれぞれについてお答えください。(○は1つ)

	知 る い て っ	知 ら な い
ア. 名前（「消費者ホットライン」）について	1	2
イ. 番号（「188」）について	1	2
ウ. 内容について	1	2



問 11 で「2. 相談しなかった」と答えた方におたずねします。

問 14 なぜ相談しなかったのですか。(○は2つまで)

1. 相談するほどのことではない(自分で解決できる)と思った
2. 面倒だった
3. 時間がかかると思った
4. お金がかかると思った
5. 相談しても解決しないと思った
6. どこに相談したらよいかわからなかった
7. その他 ( )

再び、全ての方に

問 15 あなたは消費生活に関する学習や啓発(消費者教育)を受けたことがありますか。(○は1つ)

1. 受けたことがある
2. 受けたことがない ⇒ 問 17 へ
3. わからない ⇒ 問 18 へ

問 15 で「1. 受けたことがある」と答えた方におたずねします

問 16 消費者教育を受けた場はどこですか。(○はいくつでも)

1. 地域(町内会、老人会等)での講習会等
2. 県、市主催の講座・講演など消費者向け啓発行事
3. 企業等が主催する講習会・勉強会等
4. 消費者団体、NPO 主催の講習会・勉強会等
5. 小中学校、高等学校の授業等
6. 大学、専門学校等のオリエンテーション・講義等
7. 会社、職場での講習会・勉強会等
8. その他 ( )

問 15 で「2. 受けたことがない」と答えた方におたずねします。

問 17 消費者教育を受けたことのない理由は何ですか。(○は2つまで)

1. 開催されていることを知らない
2. 参加する時間がない
3. 参加することが面倒である
4. 受ける必要性を感じていない
5. 興味が持てない
6. その他 ( )

再び、全ての方に

問 18 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、トラブルにあった時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、困った時の相談窓口、クーリング・オフの方法など) (○は1つ)

- |                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 1. 身についていると思う     | 2. ある程度身についていると思う |
| 3. あまり身につけていないと思う | 4. 身につけていないと思う    |
| 5. わからない          |                   |

問 19 あなたは消費者教育を受ける場として、重要だと思う場はどこですか。(○はいくつでも)

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| 1. 地域(町内会、老人会等)での講習会等  | 2. 県、市主催の講習会等            |
| 3. 企業等が主催する講習会・勉強会等    | 4. 消費者団体、NPO 主催の講習会・勉強会等 |
| 5. 義務教育機関(小学校・中学校)での授業 | 6. 高等学校での授業              |
| 7. 大学での授業              | 8. 会社、職場での講習会・勉強会等       |
| 9. その他( )              |                          |
| 10. わからない              |                          |

問 20 消費者問題に対して、市(行政)にどのような取り組みを期待していますか。(○はいくつでも)

- |                                    |
|------------------------------------|
| 1. 消費生活での被害やその対処法等についての情報提供の充実     |
| 2. 高齢者、障がい者等、被害にあいやすい人たちへの地域の見守り強化 |
| 3. 消費者教育(消費者向け講座等の開催を含む)の充実        |
| 4. 消費生活センターの相談体制の強化                |
| 5. 消費者団体への積極的な活動支援                 |
| 6. SNS等を通じた注意喚起情報等の発信              |
| 7. 消費生活センターの活動内容の周知にむけた広報・PR など    |
| 8. その他( )                          |
| 9. 特にない                            |

問 21 あなたは、成年年齢が令和4年(2022年)4月から18歳に引き下げられたことを知っていますか。(○は1つ)

- |          |         |
|----------|---------|
| 1. 知っている | 2. 知らない |
|----------|---------|



