

## 第3回県民モニターアンケート「消費生活と特殊詐欺に関する意識調査」の調査結果

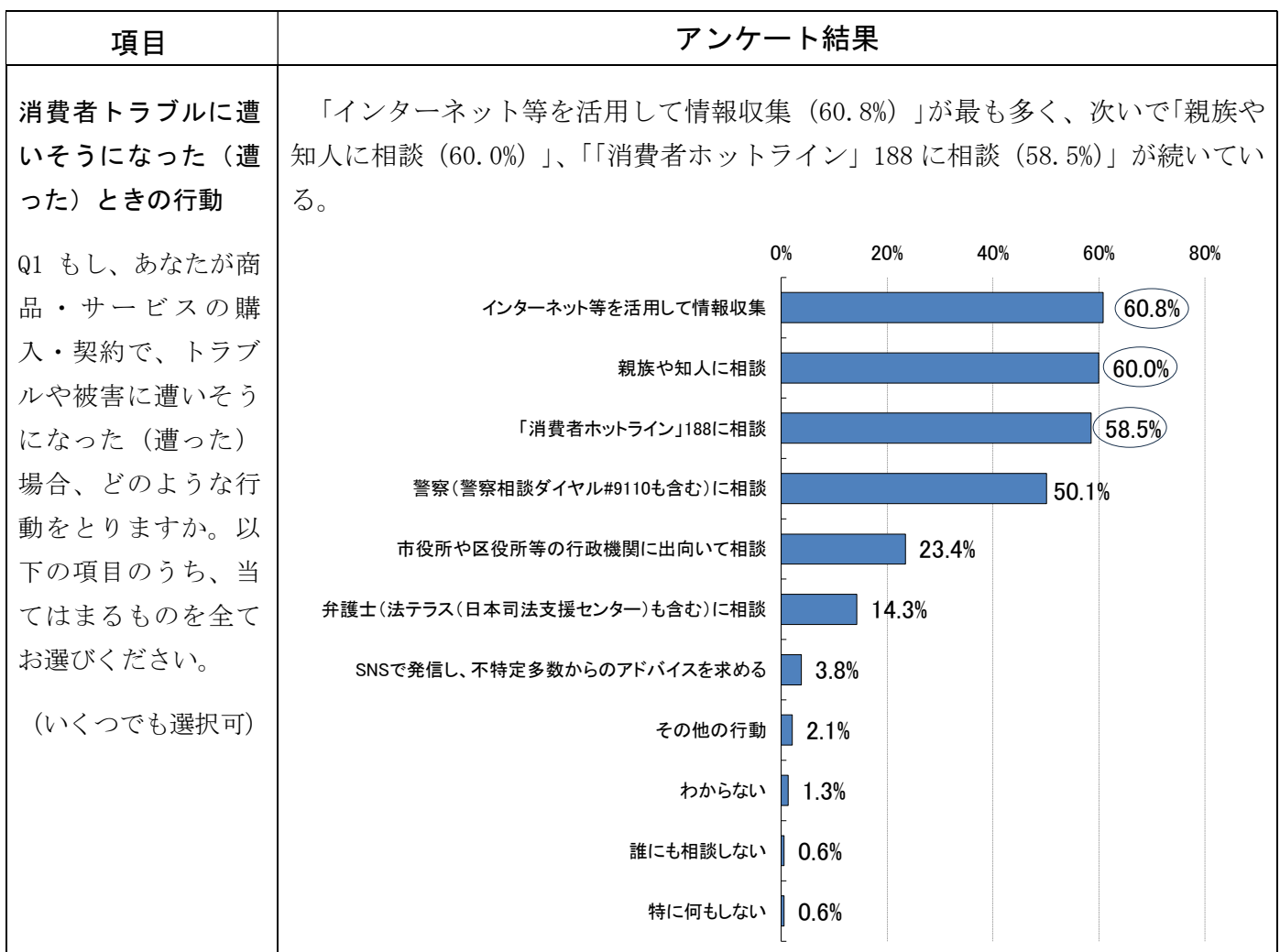
第3回県民モニターアンケート調査の調査結果をとりまとめました。アンケート結果は、「ひょうご消費生活プラン」の改定および特殊詐欺対策普及啓発に活用します。

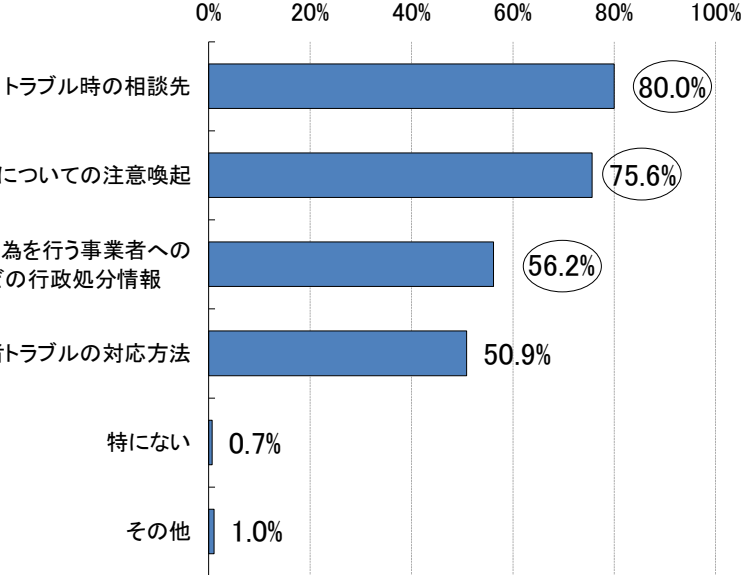
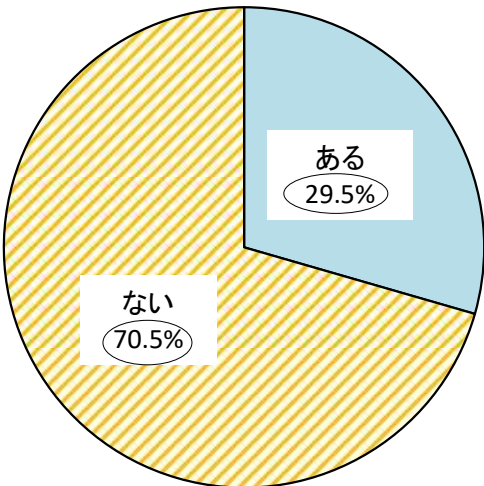
### 1 調査概要

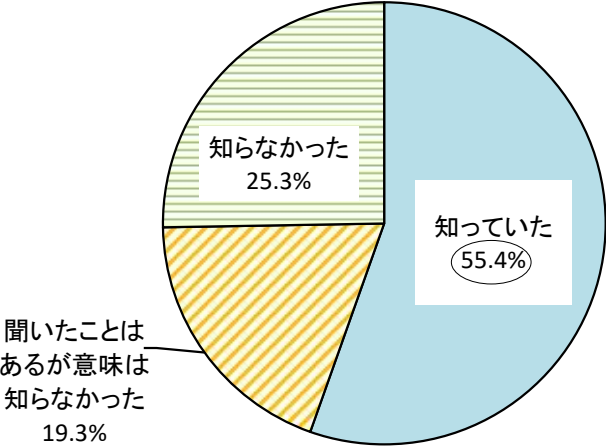
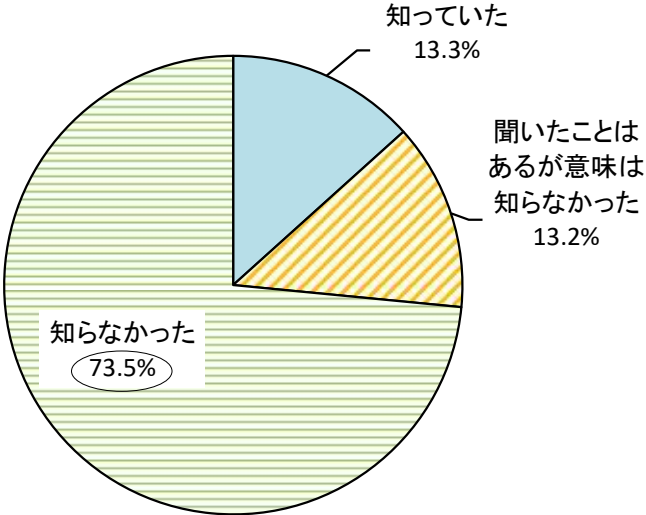
- (1) 調査テーマ：消費生活と特殊詐欺に関する意識調査
- (2) 調査対象者：県民モニター2,247人
- (3) 調査期間：令和7年10月3日（金）  
～10月13日（月・祝）[11日間]
- (4) 調査方法：web上のアンケートフォーム  
に入力
- (5) 回答者数：1,659人（回答率73.8%）

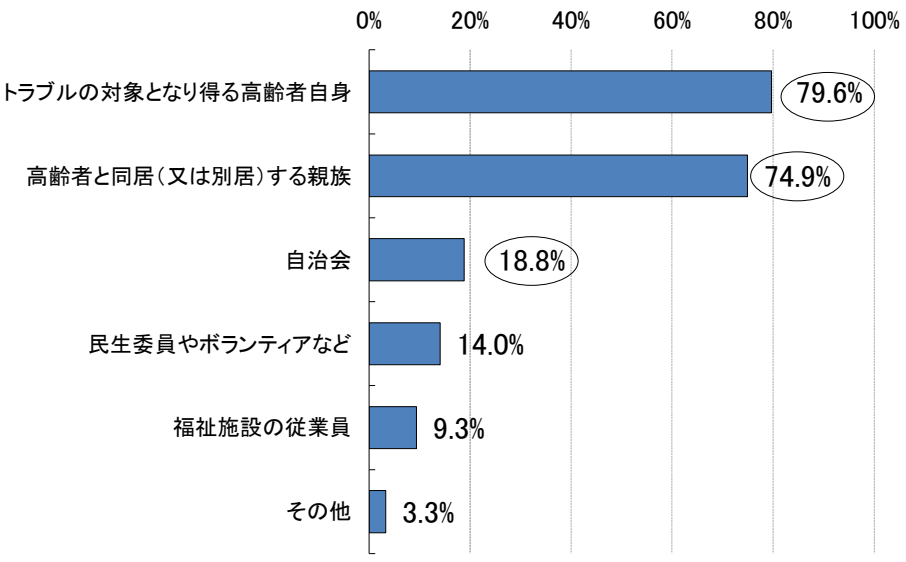
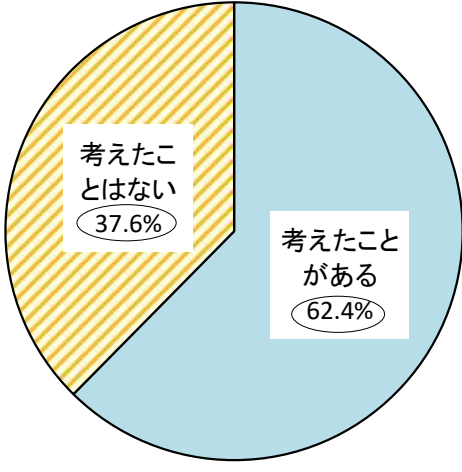
		対象者	回答者	回答率
総 数		2,247	1,659	73.8%
性別	男 性	990	757	76.5%
	女 性	1,250	896	71.7%
	不 明	7	6	85.7%
年代別	10～20代	79	38	48.1%
	30代	169	99	58.6%
	40代	349	230	65.9%
	50代	535	400	74.8%
	60代	531	428	80.6%
	70代以上	584	464	79.5%

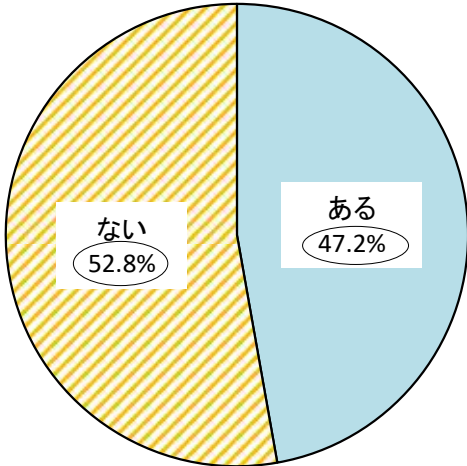
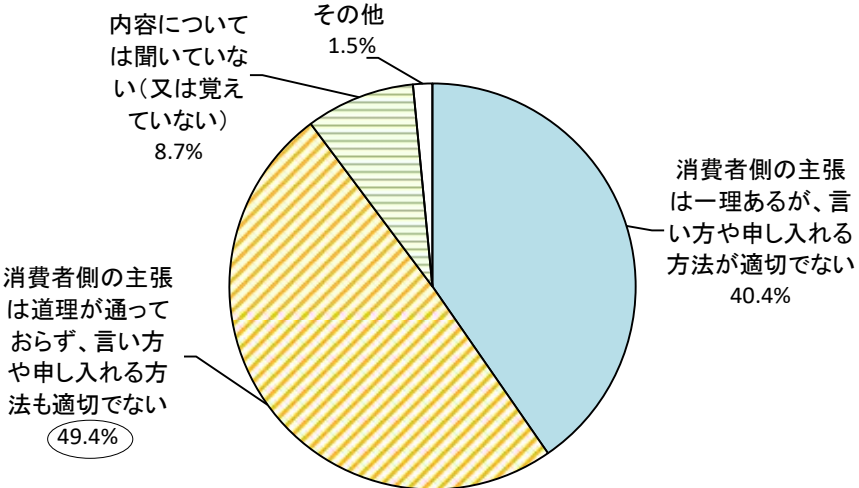
### 2 調査結果の概要



項目	アンケート結果														
<p><b>行政に発信してほしい消費生活情報</b></p> <p>Q2 消費者トラブルの防止に向けて、行政からどのような情報を発信してほしいですか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。</p> <p>(いくつでも選択可)</p>	<p>「トラブル時の相談先（80.0%）」が最も多く、次いで「よくある消費者トラブルについての注意喚起（75.6%）」、「不当な表示や取引行為を行う事業者への業務停止命令などの行政処分情報（56.2%）」が続いている。</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>トラブル時の相談先</td> <td>80.0%</td> </tr> <tr> <td>よくある消費者トラブルについての注意喚起</td> <td>75.6%</td> </tr> <tr> <td>不当な表示や取引行為を行う事業者への業務停止命令などの行政処分情報</td> <td>56.2%</td> </tr> <tr> <td>個別の消費者トラブルの対応方法</td> <td>50.9%</td> </tr> <tr> <td>特になし</td> <td>0.7%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>1.0%</td> </tr> </tbody> </table>	項目	割合	トラブル時の相談先	80.0%	よくある消費者トラブルについての注意喚起	75.6%	不当な表示や取引行為を行う事業者への業務停止命令などの行政処分情報	56.2%	個別の消費者トラブルの対応方法	50.9%	特になし	0.7%	その他	1.0%
項目	割合														
トラブル時の相談先	80.0%														
よくある消費者トラブルについての注意喚起	75.6%														
不当な表示や取引行為を行う事業者への業務停止命令などの行政処分情報	56.2%														
個別の消費者トラブルの対応方法	50.9%														
特になし	0.7%														
その他	1.0%														
<p><b>インターネット通販の利用経験の有無</b></p> <p>Q3 あなたは、これまでに、SNS (X, Instagram, TikTok など) や動画共有プラットフォーム (YouTube など) で配信された広告動画で見た商品を、インターネット通販を利用して購入したことはありますか。</p> <p>(1 つ選択)</p>	<p>SNS (X, Instagram, TikTok など) や動画共有プラットフォーム (YouTube など) で配信された広告動画で見た商品を、インターネット通販を利用して購入したことが「ある」と答えた人が 29.5%であった。一方、「ない」と答えた人は 70.5%と大半を占めている。</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>回答</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ある</td> <td>29.5%</td> </tr> <tr> <td>ない</td> <td>70.5%</td> </tr> </tbody> </table>	回答	割合	ある	29.5%	ない	70.5%								
回答	割合														
ある	29.5%														
ない	70.5%														

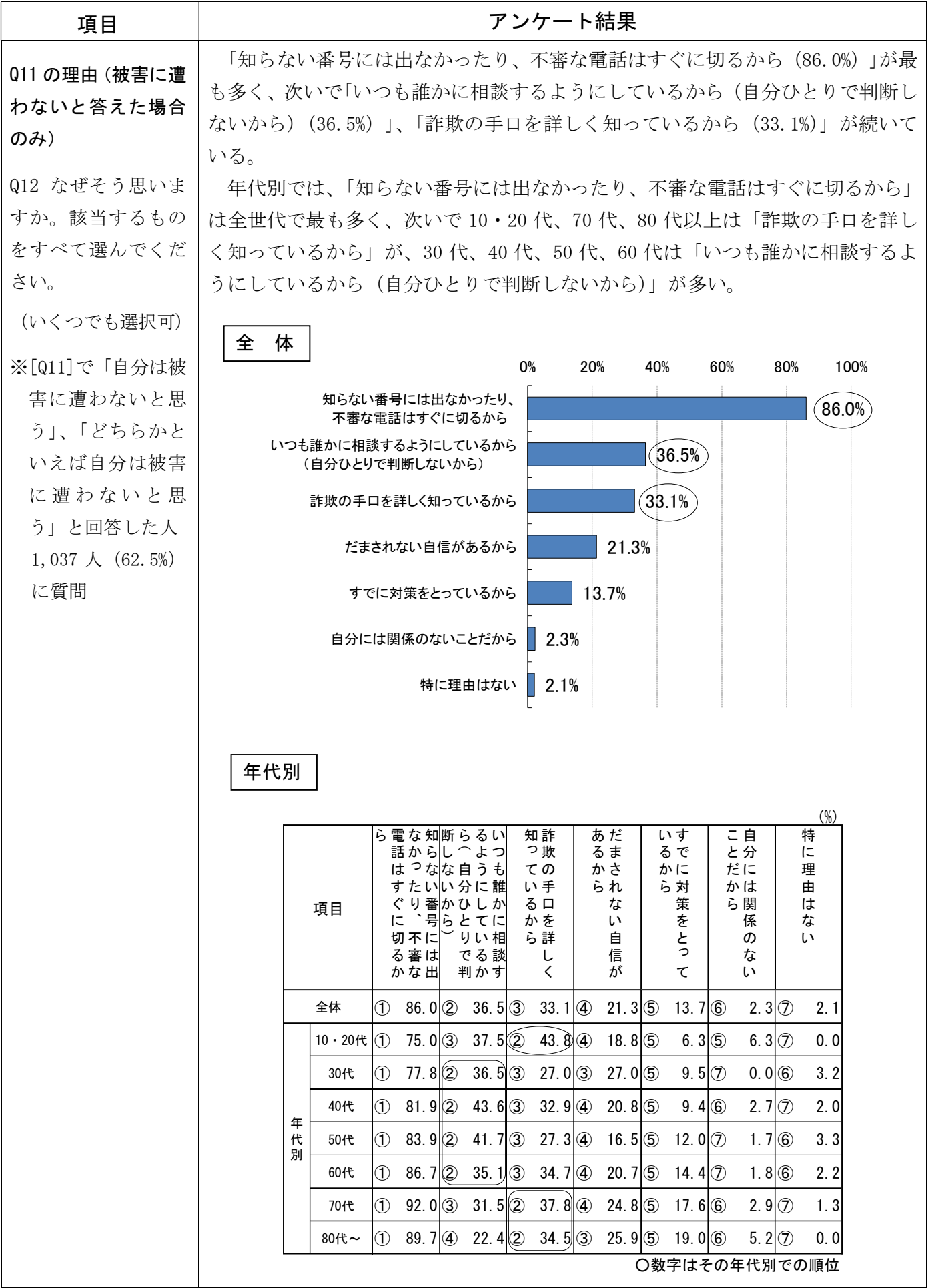
項目	アンケート結果								
<p><b>ダークパターンの認知度</b></p> <p>Q4 消費者を特定の意思決定に誘導するウェブサイトの表示やデザイン（例：「今キャンペーン中です。」「あと〇〇分で終了です。」など）である、「ダークパターン」という言葉や手法を知っていましたか。</p> <p>（1つ選択）</p>	<p>消費者を特定の意思決定に誘導するウェブサイトの表示やデザイン（例：「今キャンペーン中です。」「あと〇〇分で終了です。」など）である、「ダークパターン」という言葉や手法を「知っていた」と答えた人が最も多く、55.4%と半数を占めている。</p>  <table border="1"> <caption>ダークパターンの認知度</caption> <thead> <tr> <th>認知度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>知っていた</td> <td>55.4%</td> </tr> <tr> <td>知らなかった</td> <td>25.3%</td> </tr> <tr> <td>聞いたことはあるが意味は知らなかった</td> <td>19.3%</td> </tr> </tbody> </table>	認知度	割合	知っていた	55.4%	知らなかった	25.3%	聞いたことはあるが意味は知らなかった	19.3%
認知度	割合								
知っていた	55.4%								
知らなかった	25.3%								
聞いたことはあるが意味は知らなかった	19.3%								
<p><b>越境消費者センターの認知度</b></p> <p>Q5 海外事業者との間でトラブルに遭った消費者のための相談窓口である「国民生活センター越境消費者センター」の名称や業務内容を知っていましたか。</p> <p>（1つ選択）</p>	<p>海外事業者との間でトラブルに遭った消費者のための相談窓口である「国民生活センター越境消費者センター」の名称や業務内容を「知らなかった」と答えた人が最も多く、73.5%と大半を占めている。</p>  <table border="1"> <caption>越境消費者センターの認知度</caption> <thead> <tr> <th>認知度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>知らなかった</td> <td>73.5%</td> </tr> <tr> <td>知っていた</td> <td>13.3%</td> </tr> <tr> <td>聞いたことはあるが意味は知らなかった</td> <td>13.2%</td> </tr> </tbody> </table>	認知度	割合	知らなかった	73.5%	知っていた	13.3%	聞いたことはあるが意味は知らなかった	13.2%
認知度	割合								
知らなかった	73.5%								
知っていた	13.3%								
聞いたことはあるが意味は知らなかった	13.2%								

項目	アンケート結果														
<p><b>高齢者の消費者トラブル未然防止に向けた啓発先</b></p> <p>Q6 高齢者の消費者トラブルが増加しています。トラブルを減らすには、どのような人（団体）を対象にした啓発活動が効果的だと思いますか。効果的と思うものを2つ選んでください。</p> <p>（2つ選択）</p>	<p>「トラブルの対象となり得る高齢者自身（79.6%）」が最も多く、次いで「高齢者と同居（又は別居）する親族（74.9%）」、「自治会（18.8%）」が続いている。</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>対象となる人（団体）</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>トラブルの対象となり得る高齢者自身</td> <td>79.6%</td> </tr> <tr> <td>高齢者と同居（又は別居）する親族</td> <td>74.9%</td> </tr> <tr> <td>自治会</td> <td>18.8%</td> </tr> <tr> <td>民生委員やボランティアなど</td> <td>14.0%</td> </tr> <tr> <td>福祉施設の従業員</td> <td>9.3%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>3.3%</td> </tr> </tbody> </table>	対象となる人（団体）	割合	トラブルの対象となり得る高齢者自身	79.6%	高齢者と同居（又は別居）する親族	74.9%	自治会	18.8%	民生委員やボランティアなど	14.0%	福祉施設の従業員	9.3%	その他	3.3%
対象となる人（団体）	割合														
トラブルの対象となり得る高齢者自身	79.6%														
高齢者と同居（又は別居）する親族	74.9%														
自治会	18.8%														
民生委員やボランティアなど	14.0%														
福祉施設の従業員	9.3%														
その他	3.3%														
<p><b>消費行動がより良い市場の形成やより良い社会の発展につながるということを考えたことがあるか</b></p> <p>Q7 あなたは、日々の消費行動（商品やサービスの選択）が、より良い市場の形成やより良い社会の発展につながるということを考えたことがありますか。</p> <p>（1つ選択）</p>	<p>日々の消費行動（商品やサービスの選択）が、より良い市場の形成やより良い社会の発展につながるということを「考えたことがある」と答えた人が62.4%と大半を占めている。一方、「考えたことはない」と答えた人は37.6%であった。</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>回答内容</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>考えたことがある</td> <td>62.4%</td> </tr> <tr> <td>考えたことはない</td> <td>37.6%</td> </tr> </tbody> </table>	回答内容	割合	考えたことがある	62.4%	考えたことはない	37.6%								
回答内容	割合														
考えたことがある	62.4%														
考えたことはない	37.6%														

項目	アンケート結果										
<p>カスタマーハラスメントを見聞き、もしくは当事者として受けた経験</p> <p>Q8 いわゆる「カスタマーハラスメント」（以下「カスハラ」という。）について、実際に見聞きしたり、自身がカスハラを受けたりしたことはありますか。</p> <p>（1つ選択）</p>	<p>カスタマーハラスメントを見聞き、もしくは当事者として受けた経験が「ある」と答えた人が 47.2%であった。一方、「ない」と答えた人は 52.8%と半数を超えている。</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>回答</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ある</td> <td>47.2%</td> </tr> <tr> <td>ない</td> <td>52.8%</td> </tr> </tbody> </table>	回答	割合	ある	47.2%	ない	52.8%				
回答	割合										
ある	47.2%										
ない	52.8%										
<p>カスタマーハラスメントを見聞き、もしくは当事者として受けた際の印象</p> <p>Q9 その内容についての印象はいかがでしたか。最も印象に残った一例について回答してください。</p> <p>（1つ選択）</p> <p>※[Q8]で「ある」と回答した人 783 人（47.2%）に質問</p>	<p>カスタマーハラスメントを見聞き、もしくは当事者として受けた際、最も印象に残っている一例について「消費者側の主張は道理が通っておらず、言い方や申し入れる方法も適切でない」と答えた人が最も多く、49.4%と半数を占めている。</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>印象</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>消費者側の主張は道理があるが、言い方や申し入れる方法が適切でない</td> <td>40.4%</td> </tr> <tr> <td>消費者側の主張は道理が通っておらず、言い方や申し入れる方法も適切でない</td> <td>49.4%</td> </tr> <tr> <td>内容については聞いていない(又は覚えていない)</td> <td>8.7%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>1.5%</td> </tr> </tbody> </table>	印象	割合	消費者側の主張は道理があるが、言い方や申し入れる方法が適切でない	40.4%	消費者側の主張は道理が通っておらず、言い方や申し入れる方法も適切でない	49.4%	内容については聞いていない(又は覚えていない)	8.7%	その他	1.5%
印象	割合										
消費者側の主張は道理があるが、言い方や申し入れる方法が適切でない	40.4%										
消費者側の主張は道理が通っておらず、言い方や申し入れる方法も適切でない	49.4%										
内容については聞いていない(又は覚えていない)	8.7%										
その他	1.5%										

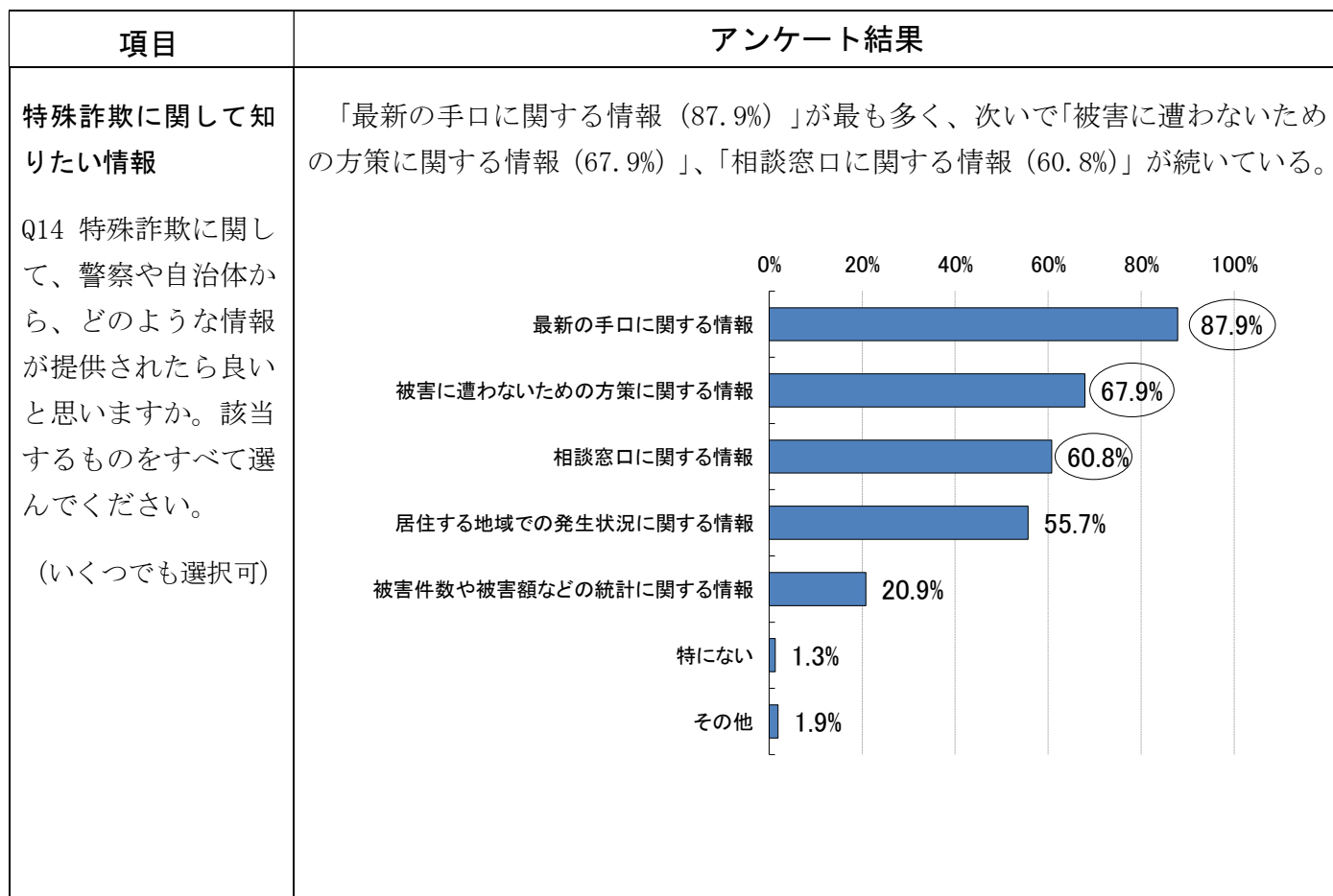
項目	アンケート結果														
<p><b>特殊詐欺の手口</b></p> <p>Q10 現在、さまざまな手口の特殊詐欺があります。特殊詐欺の手口としてどのようなものを知っていますか。該当するものをすべて選んでください。</p> <p>(いくつでも選択可)</p> <p>※「特殊詐欺」とは、被害者に電話をかけるなどして対面することなく信用させ、指定した預貯金口座への振り込み、その他の方法により、不特定多数の者から現金等を騙し取る犯罪の総称をいいます。</p>	<p>「オレオレ詐欺（98.1%）」が最も多く、次いで「還付金詐欺（95.6%）」、「架空料金請求詐欺（89.3%）」が続いている。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>手口</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>オレオレ詐欺</td> <td>98.1%</td> </tr> <tr> <td>還付金詐欺</td> <td>95.6%</td> </tr> <tr> <td>架空料金請求詐欺</td> <td>89.3%</td> </tr> <tr> <td>預貯金詐欺</td> <td>33.3%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>5.1%</td> </tr> <tr> <td>手口は知らない</td> <td>0.4%</td> </tr> </tbody> </table>	手口	割合	オレオレ詐欺	98.1%	還付金詐欺	95.6%	架空料金請求詐欺	89.3%	預貯金詐欺	33.3%	その他	5.1%	手口は知らない	0.4%
手口	割合														
オレオレ詐欺	98.1%														
還付金詐欺	95.6%														
架空料金請求詐欺	89.3%														
預貯金詐欺	33.3%														
その他	5.1%														
手口は知らない	0.4%														
<p><b>特殊詐欺に対する認識</b></p> <p>Q11 特殊詐欺に対するあなたの意識について、最も近いものはどれですか。</p> <p>(1つ選択)</p>	<p>『自分は被害に遭わないと思う』（「自分は被害に遭わないと思う」＋「どちらかと言えば自分は被害に遭わないと思う」）と答えた人が62.5%と大半を占めている。一方、『自分は被害に遭うかもしれないと思う』（「どちらかと言えば自分は被害に遭うかもしれないと思う」＋「自分は被害に遭うかもしれないと思う」）と答えた人は28.5%であった。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>認識</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>自分は被害に遭わないと思う</td> <td>12.3%</td> </tr> <tr> <td>どちらかと言えば自分は被害に遭わないと思う</td> <td>50.2%</td> </tr> <tr> <td>どちらかと言えば自分は被害に遭うかもしれないと思う</td> <td>17.5%</td> </tr> <tr> <td>自分は被害に遭うかもしれないと思う</td> <td>11.0%</td> </tr> <tr> <td>わからない</td> <td>9.0%</td> </tr> <tr> <td>合計 (どちらかと言えば自分...)</td> <td>28.5%</td> </tr> </tbody> </table>	認識	割合	自分は被害に遭わないと思う	12.3%	どちらかと言えば自分は被害に遭わないと思う	50.2%	どちらかと言えば自分は被害に遭うかもしれないと思う	17.5%	自分は被害に遭うかもしれないと思う	11.0%	わからない	9.0%	合計 (どちらかと言えば自分...)	28.5%
認識	割合														
自分は被害に遭わないと思う	12.3%														
どちらかと言えば自分は被害に遭わないと思う	50.2%														
どちらかと言えば自分は被害に遭うかもしれないと思う	17.5%														
自分は被害に遭うかもしれないと思う	11.0%														
わからない	9.0%														
合計 (どちらかと言えば自分...)	28.5%														





項目	アンケート結果																																																																																																						
特殊詐欺被害防止対策の実施状況	<p>「新聞やテレビなどから最新の詐欺の手口に関する情報を意識して見ている（52.6%）」が最も多く、次いで「ナンバーディスプレイ（電話番号表示）機能を使っている（43.9%）」、「在宅時でも留守番電話に設定している（41.3%）」が続いている。</p> <p>年代別では、10・20代は「在宅時でも留守番電話に設定している」が、30代は「固定電話の利用をやめた（契約しない）」が、40代は「ナンバーディスプレイ（電話番号表示）機能を使っている」が、50代、60代、70代、80代以上は「新聞やテレビなどから最新の詐欺の手口に関する情報を意識して見ている」が多くなっている。</p>																																																																																																						
Q13 特殊詐欺防止で行っていることはありますか。該当するものをすべて選んでください。																																																																																																							
(いくつでも選択可)																																																																																																							
全体	<table><thead><tr><th>対策</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>新聞やテレビなどから最新の詐欺の手口に関する情報を意識して見ている</td><td>52.6%</td></tr><tr><td>ナンバーディスプレイ(電話番号表示)機能を使っている</td><td>43.9%</td></tr><tr><td>在宅時でも留守番電話に設定している</td><td>41.3%</td></tr><tr><td>非通知電話拒否に設定している</td><td>38.9%</td></tr><tr><td>家族間で詐欺対策について話し合う(合言葉を決めておくなど)</td><td>19.0%</td></tr><tr><td>固定電話の利用をやめた(契約しない)</td><td>16.9%</td></tr><tr><td>事前警告・自動録音機能が備わった自動録音電話機に取り換えた</td><td>15.3%</td></tr><tr><td>いずれもない</td><td>7.1%</td></tr><tr><td>防犯講習会などに積極的に参加している</td><td>4.2%</td></tr></tbody></table>										対策	割合	新聞やテレビなどから最新の詐欺の手口に関する情報を意識して見ている	52.6%	ナンバーディスプレイ(電話番号表示)機能を使っている	43.9%	在宅時でも留守番電話に設定している	41.3%	非通知電話拒否に設定している	38.9%	家族間で詐欺対策について話し合う(合言葉を決めておくなど)	19.0%	固定電話の利用をやめた(契約しない)	16.9%	事前警告・自動録音機能が備わった自動録音電話機に取り換えた	15.3%	いずれもない	7.1%	防犯講習会などに積極的に参加している	4.2%																																																																									
対策	割合																																																																																																						
新聞やテレビなどから最新の詐欺の手口に関する情報を意識して見ている	52.6%																																																																																																						
ナンバーディスプレイ(電話番号表示)機能を使っている	43.9%																																																																																																						
在宅時でも留守番電話に設定している	41.3%																																																																																																						
非通知電話拒否に設定している	38.9%																																																																																																						
家族間で詐欺対策について話し合う(合言葉を決めておくなど)	19.0%																																																																																																						
固定電話の利用をやめた(契約しない)	16.9%																																																																																																						
事前警告・自動録音機能が備わった自動録音電話機に取り換えた	15.3%																																																																																																						
いずれもない	7.1%																																																																																																						
防犯講習会などに積極的に参加している	4.2%																																																																																																						
年代別	<table><thead><tr><th></th><th>① 新聞やテレビなどから最新の詐欺の手口に関する情報を意識して見ている</th><th>② ナンバーディスプレイ機能を使っている</th><th>③ 在宅時でも留守番電話に設定している</th><th>④ 非通知電話拒否に設定している</th><th>⑤ 家族間で詐欺対策について話し合う(合言葉を決めておくなど)</th><th>⑥ 固定電話の利用をやめた(契約しない)</th><th>⑦ ナンバーディスプレイ機能を使っている</th><th>⑧ 事前警告・自動録音機能が備わった自動録音電話機に取り換えた</th><th>⑨ いずれもない</th><th>⑩ 防犯講習会などに積極的に参加している</th></tr></thead><tbody><tr><td>全体</td><td>① 52.6</td><td>② 43.9</td><td>③ 41.3</td><td>④ 38.9</td><td>⑤ 19.0</td><td>⑥ 16.9</td><td>⑦ 15.3</td><td>⑧ 7.1</td><td>⑨ 4.2</td><td></td></tr><tr><td rowspan="7">年代別</td><td>10・20代</td><td>③ 28.9</td><td>② 31.6</td><td>① 34.2</td><td>④ 26.3</td><td>⑥ 21.1</td><td>⑦ 15.8</td><td>⑧ 2.6</td><td>⑤ 23.7</td><td>⑩ 2.6</td></tr><tr><td>30代</td><td>④ 27.3</td><td>③ 30.3</td><td>⑤ 17.2</td><td>② 35.4</td><td>⑦ 7.1</td><td>① 43.4</td><td>⑧ 5.1</td><td>⑤ 17.2</td><td>⑩ 2.0</td></tr><tr><td>40代</td><td>③ 33.5</td><td>① 40.4</td><td>⑤ 26.5</td><td>② 38.7</td><td>⑥ 15.2</td><td>④ 27.0</td><td>⑦ 9.6</td><td>⑧ 9.1</td><td>⑩ 0.9</td></tr><tr><td>50代</td><td>① 56.5</td><td>④ 41.0</td><td>② 43.0</td><td>② 43.0</td><td>⑤ 23.8</td><td>⑥ 19.5</td><td>⑦ 10.3</td><td>⑧ 5.8</td><td>⑩ 3.5</td></tr><tr><td>60代</td><td>① 54.2</td><td>② 47.9</td><td>③ 45.3</td><td>④ 39.3</td><td>⑥ 15.7</td><td>⑦ 13.8</td><td>⑤ 16.8</td><td>⑧ 7.5</td><td>⑩ 4.4</td></tr><tr><td>70代</td><td>① 62.8</td><td>③ 47.1</td><td>② 49.6</td><td>④ 36.4</td><td>⑥ 19.8</td><td>⑦ 8.3</td><td>⑤ 24.0</td><td>⑨ 4.1</td><td>⑩ 6.3</td></tr><tr><td>80代～</td><td>① 71.3</td><td>② 52.5</td><td>③ 47.5</td><td>④ 39.6</td><td>⑤ 31.7</td><td>⑧ 2.0</td><td>⑥ 24.8</td><td>⑨ 1.0</td><td>⑦ 7.9</td></tr></tbody></table> <p>○数字はその年代別での順位</p>											① 新聞やテレビなどから最新の詐欺の手口に関する情報を意識して見ている	② ナンバーディスプレイ機能を使っている	③ 在宅時でも留守番電話に設定している	④ 非通知電話拒否に設定している	⑤ 家族間で詐欺対策について話し合う(合言葉を決めておくなど)	⑥ 固定電話の利用をやめた(契約しない)	⑦ ナンバーディスプレイ機能を使っている	⑧ 事前警告・自動録音機能が備わった自動録音電話機に取り換えた	⑨ いずれもない	⑩ 防犯講習会などに積極的に参加している	全体	① 52.6	② 43.9	③ 41.3	④ 38.9	⑤ 19.0	⑥ 16.9	⑦ 15.3	⑧ 7.1	⑨ 4.2		年代別	10・20代	③ 28.9	② 31.6	① 34.2	④ 26.3	⑥ 21.1	⑦ 15.8	⑧ 2.6	⑤ 23.7	⑩ 2.6	30代	④ 27.3	③ 30.3	⑤ 17.2	② 35.4	⑦ 7.1	① 43.4	⑧ 5.1	⑤ 17.2	⑩ 2.0	40代	③ 33.5	① 40.4	⑤ 26.5	② 38.7	⑥ 15.2	④ 27.0	⑦ 9.6	⑧ 9.1	⑩ 0.9	50代	① 56.5	④ 41.0	② 43.0	② 43.0	⑤ 23.8	⑥ 19.5	⑦ 10.3	⑧ 5.8	⑩ 3.5	60代	① 54.2	② 47.9	③ 45.3	④ 39.3	⑥ 15.7	⑦ 13.8	⑤ 16.8	⑧ 7.5	⑩ 4.4	70代	① 62.8	③ 47.1	② 49.6	④ 36.4	⑥ 19.8	⑦ 8.3	⑤ 24.0	⑨ 4.1	⑩ 6.3	80代～	① 71.3	② 52.5	③ 47.5	④ 39.6	⑤ 31.7	⑧ 2.0	⑥ 24.8	⑨ 1.0	⑦ 7.9
	① 新聞やテレビなどから最新の詐欺の手口に関する情報を意識して見ている	② ナンバーディスプレイ機能を使っている	③ 在宅時でも留守番電話に設定している	④ 非通知電話拒否に設定している	⑤ 家族間で詐欺対策について話し合う(合言葉を決めておくなど)	⑥ 固定電話の利用をやめた(契約しない)	⑦ ナンバーディスプレイ機能を使っている	⑧ 事前警告・自動録音機能が備わった自動録音電話機に取り換えた	⑨ いずれもない	⑩ 防犯講習会などに積極的に参加している																																																																																													
全体	① 52.6	② 43.9	③ 41.3	④ 38.9	⑤ 19.0	⑥ 16.9	⑦ 15.3	⑧ 7.1	⑨ 4.2																																																																																														
年代別	10・20代	③ 28.9	② 31.6	① 34.2	④ 26.3	⑥ 21.1	⑦ 15.8	⑧ 2.6	⑤ 23.7	⑩ 2.6																																																																																													
	30代	④ 27.3	③ 30.3	⑤ 17.2	② 35.4	⑦ 7.1	① 43.4	⑧ 5.1	⑤ 17.2	⑩ 2.0																																																																																													
	40代	③ 33.5	① 40.4	⑤ 26.5	② 38.7	⑥ 15.2	④ 27.0	⑦ 9.6	⑧ 9.1	⑩ 0.9																																																																																													
	50代	① 56.5	④ 41.0	② 43.0	② 43.0	⑤ 23.8	⑥ 19.5	⑦ 10.3	⑧ 5.8	⑩ 3.5																																																																																													
	60代	① 54.2	② 47.9	③ 45.3	④ 39.3	⑥ 15.7	⑦ 13.8	⑤ 16.8	⑧ 7.5	⑩ 4.4																																																																																													
	70代	① 62.8	③ 47.1	② 49.6	④ 36.4	⑥ 19.8	⑦ 8.3	⑤ 24.0	⑨ 4.1	⑩ 6.3																																																																																													
	80代～	① 71.3	② 52.5	③ 47.5	④ 39.6	⑤ 31.7	⑧ 2.0	⑥ 24.8	⑨ 1.0	⑦ 7.9																																																																																													





※ 報告書中の数字は、四捨五入による端数を調整していないため、内訳と計は必ずしも一致しない。

【 問い合わせ先 】 総務部広報広聴課 (TEL078-362-3022)