

報道関係各位

2023年4月20日
株式会社クロス・マーケティング

不審な電話を受けた経験は、全体で36%、70代は半数 4人に1人は、防犯意識が1年前より高まる

－ 防犯に関する調査（2023年）意識・実態編－

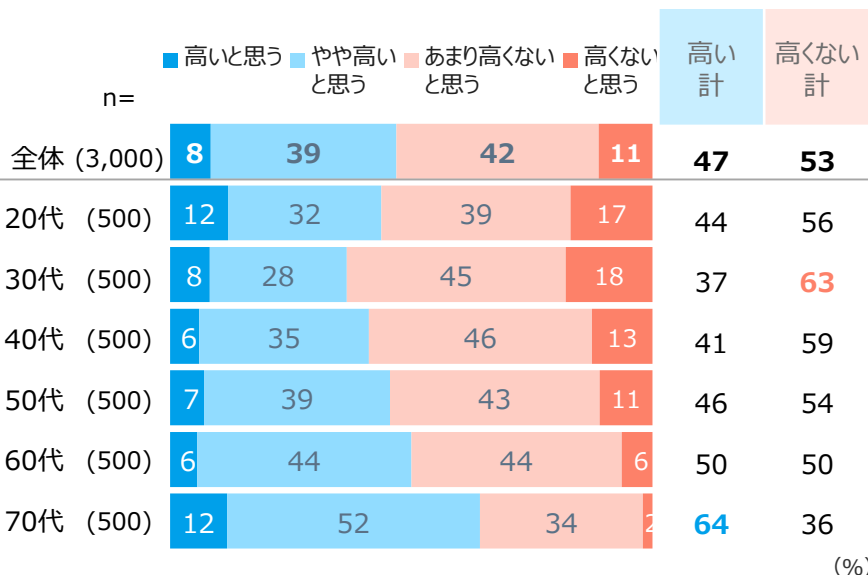
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2023年4月、持ち家一戸建てに住む全国20～79歳の男女3,000名を対象に「防犯に関する調査（2023年）」を行い、防犯意識、不審者の訪問や不審な電話を受けた経験、住まいへの防犯対策などを聴取しました。今回は、防犯意識、不審な電話を受けた経験、出入りに鍵をかけるケースなどに着目し分析をしました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【防犯意識】** ご自身の防犯意識の高さを聴取した結果、「やや+高いと思う」は、47%、「あまり+高くないと思う」は53%と拮抗。狙われやすい70代の「やや+高いと思う」割合は64%と多い。最も低いのは30代の37%。＜図1＞ 1年前と比較した防犯意識の変化は、「変わらない」が多くを占めるものの、23%の人は「高まっている」と回答。防犯意識が高まっている人の理由は、「高齢者を狙う詐欺事件や強盗事件の多発」「日本全国で強盗などの事件」などから、身近に起こりうることとして、とらえられている様子が見えたと。＜図2＞
- ✓ **【不審な電話】** 全体で36%の人は自宅で不審な電話を受けた経験がある。特に70代は51%と半数が不審な電話を受けていた。具体的には、「オレオレ詐欺／還付金詐欺／振り込み詐欺」と思われる電話を受けた。「住所、家族構成や財産、近所や知人を探る」電話がかかってきたという声が多く聞かれた。不審な電話を受けた際に、断ったり、相手に情報を教えないなど被害防止に努めているケースも見られた。＜図3＞
- ✓ **【鍵をかけるシーン】** 自宅の玄関や勝手口に鍵をかけるシーンは、「就寝時」「1時間以上の外出」「1時間程度内の外出」「近くのコンビニやスーパーへ行くとき」で7～8割が施錠していた。「ご近所へ訪問する」は5～6割の施錠率である。敷地内の行動や立ち話など、家の様子がわかる範囲の行動での玄関の施錠率は、10～20%台と低くなる。また、勝手口のある家庭の半数近くは、家の様子がわかる範囲の行動でも勝手口に施錠をしていた。＜図4＞

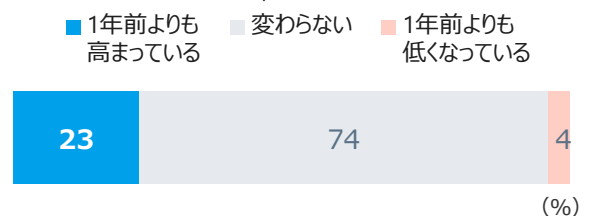
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20230420security/>

＜図1＞ 防犯意識の高さ（単一回答）



＜図2＞ 1年前と比較した防犯意識の変化

(単一回答：n=3,000)

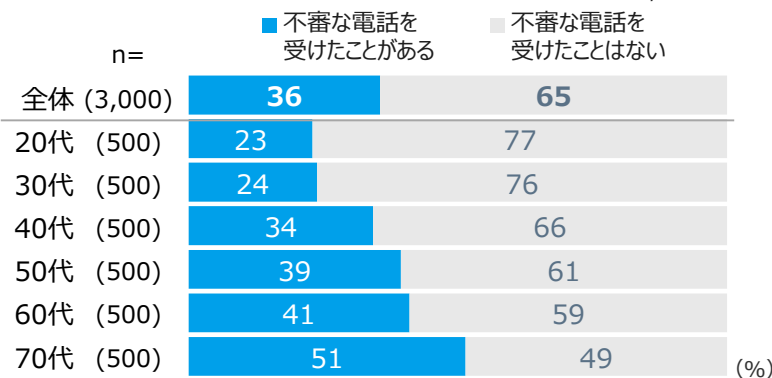


防犯意識が高まっている理由（自由回答抜粋）

※ベース：1年前よりも高まっている人（n=680）

- 強盗、詐欺など犯罪が多い／ニュースで耳にする空巣巣より強盗が増えた
最近強盗のニュースがあからさまに増えてる
- 高齢になり、防犯へ高まり／親が心配
高齢者を狙う詐欺事件や強盗事件の多発
- 地方や田舎でも危機意識を持つ
日本全国で強盗などの事件が多発している

＜図3＞ 自宅で不審な電話を受けた経験（単一回答：n=3,000）

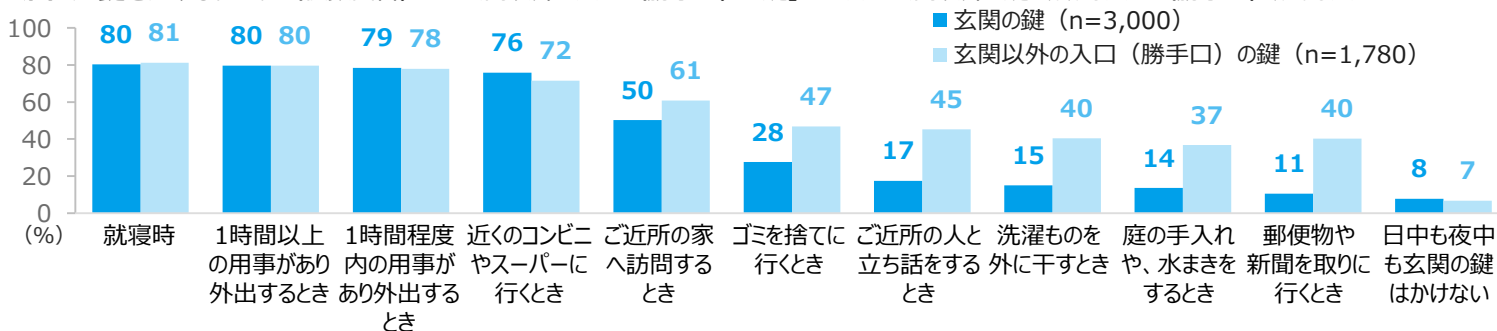


不審な電話の内容（自由回答抜粋）

※ベース：不審な電話を自分や身近で受けた（n=1,257）

- ・ オレオレ詐欺／還付金詐欺／振り込め詐欺
クレジットで決済されてないお金がある。今日中に手続きを亡くなった父が事故を起こして警察署にいる、という詐欺電話
- ・ 住所、家族構成や財産、近所や知人を探る電話
偽警察署から郵便局を使ったか聞かれた
宅配業者を装って住所などを聞く
ご近所の一人暮らしの高齢者の数の確認

＜図4＞ 鍵をかけるシーン（複数回答）※「玄関以外の入口（勝手口）の鍵」ベース：玄関以外に鍵のかかる入口（勝手口）がある人



■レポート項目一覧

属性設問（性別/年代/未既婚/居住地/子ども有無/同居家族/職業/世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター判別結果/自宅の階数/庭の有無/外から庭への入りやすさ/塀の有無/玄関以外に鍵のかかる入口の有無/犬の飼育有無）

調査結果サマリー

▼調査結果詳細

- 防犯意識の高さ
- 1年前と比較した防犯意識の変化/理由（自由回答抜粋）
- 自宅の防犯/自宅周辺地域の治安の不安定
- 自宅を5日以上留守にする際の対策
- 自宅への見知らぬ訪問者への対応方法
- 自宅に不審な人が来た経験
- 近所・家族などから不審な人が来た話を聞いた経験

- 不審者の様子（自由回答抜粋）
- 自宅で不審な電話を受けた経験
- 近所・家族などから不審な電話を受けた話を聞いた経験
- 不審な電話の内容（自由回答抜粋）
- 自宅や自宅近辺に不審者や不審物を見つけた場合の行動
- 玄関の鍵/玄関以外の入口（勝手口）/窓の鍵をかける時

▼参考資料

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/life/20230420security/>

■調査概要

調査手法：インターネットリサーチ
調査期間：20～69歳：2023年4月3日（月）～4月4日（火）
70～79歳：2023年4月10日（月）～4月11日（火）
調査地域：全国47都道府県
調査対象：20～79歳の男女、持ち家一戸建て居住者
有効回答数：本調査3,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立：2003年4月1日
代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容：マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275
E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」