

報道関係各位

2023年4月27日
株式会社クロス・マーケティング

自宅の防犯対策が「できている」家庭は54% 防犯対策が進まないのは「お金がかかる」「何をすればいいかわからない」から

－ 防犯に関する調査（2023年） 備え編 －

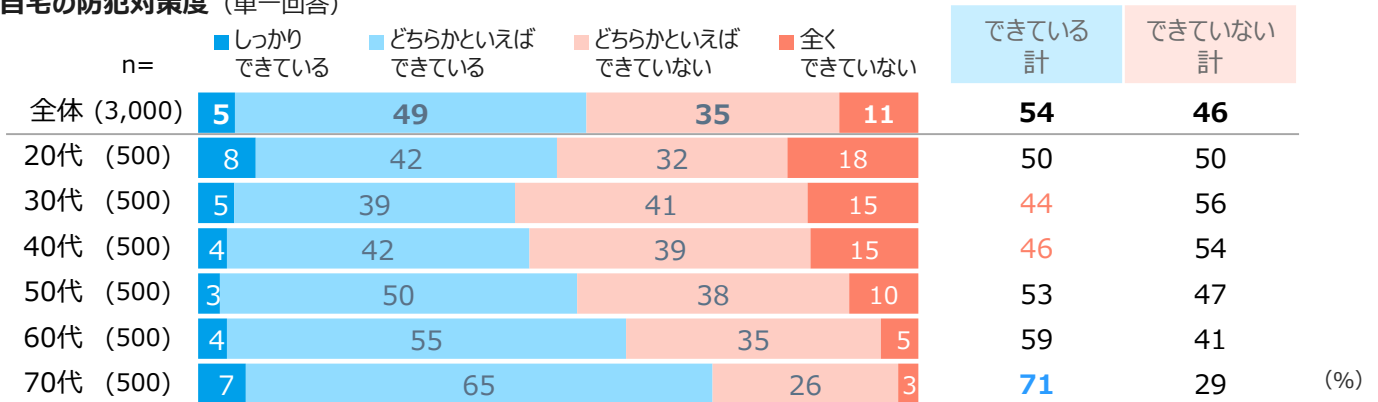
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2023年4月、持ち家一戸建てに住む全国20～79歳の男女3,000名を対象に「防犯に関する調査（2023年）」を行い、防犯意識、不審者の訪問や不審な電話を受けた経験、住まいへの防犯対策などを聴取しました。今回は、自宅の防犯対策の度合い、対策をしていない理由、行っている防犯対策、1年間にかけられる防犯費用の金額、早期に行いたい対策などをピックアップし分析をしました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

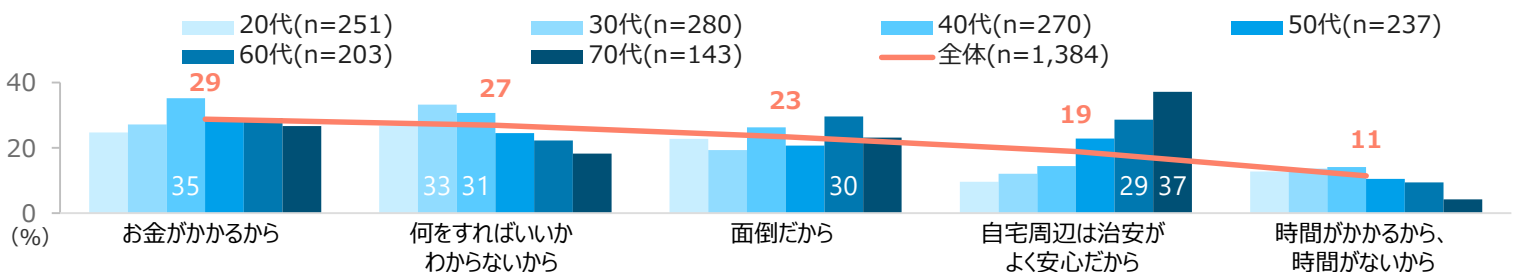
- ✓ **【防犯対策度】** 自宅の防犯対策ができているかを確認したところ、「しっかり+どちらかといえばできている」が54%、「全く+どちらかといえばできていない」が46%と「できている」家庭の方が若干多い。70代は「できている」割合が71%と高く、30～40代は40%台にとどまる。＜図1＞ 自宅の防犯対策ができている理由として、「お金がかかる」は40代で、「何をすればいいかわからない」は、30～40代、「面倒」は60代が多い。「自宅周辺は治安がよく安心」は年代が上がるほど高まり、70代では37%に達する。＜図2＞
- ✓ **【行っている防犯対策】** 自宅で行っている防犯対策は、「モニター付きインターフォンの設置」が49%、「玄関の鍵はツーロック」42%が主流。次いで「屋外の防犯センサーライトの設置」と「庭に、音が出る砂利を敷く」が20%台であった。＜図3＞
- ✓ **【防犯対策にかけられる金額と行いたいこと】** 今後1年間で防犯対策にかけられる金額を聴取した。全体の平均は14,142円であり、金額の高い60～70代は18,000円に近く、低い20～30代は11,000円に届かない額であった。＜図4＞ 早期に行いたい防犯対策は、「カメラ付きインターフォンの設置」「屋外の防犯カメラの設置・増設」「センサーライトの設置・増設」「窓ガラスに防犯フィルムを貼る／割りにくい強化ガラスに替える」「ホームセキュリティ会社との契約」などの声が目立った。＜図5＞

◆ 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/20230427security/>

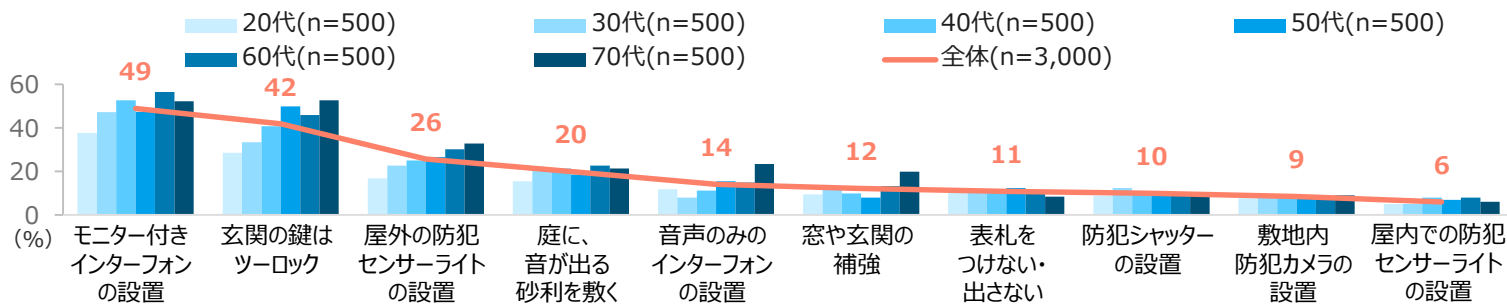
＜図1＞ 自宅の防犯対策度（単一回答）



＜図2＞ 自宅の防犯対策ができている理由（複数回答） ※ベース：自宅の防犯対策ができていない人



＜図3＞ 自宅で行っている防犯対策（複数回答：n=3,000）※上位10項目を抜粋



＜図4＞ 今後1年間に自宅の防犯対策にかけられる金額

（単一回答の加重平均）

※ベース：自宅の防犯対策にかけている金額がわからない人を除く

	n=	平均金額 (円)
全体	(1,939)	14,142
20代	(301)	10,671
30代	(336)	10,872
40代	(339)	14,808
50代	(313)	12,478
60代	(336)	17,796
70代	(314)	17,998

＜図5＞ 早期に行いたいと思う防犯対策（自由回答抜粋）

- ・カメラ付きインターフォンの設置
- ・屋外の防犯カメラの設置・増設
- ・センサーライトの設置・増設
- ・音の出る砂利を敷く
- ・鍵の変更・強化／ツーロックに変更
- ・窓ガラスに防犯フィルムを貼る／割りにくい強化ガラスに替える
- ・ホームセキュリティ会社との契約
- ・地域との連携／近所の人とのコミュニケーション強化

■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/防犯意識の高さ/自宅の防犯への不安度）
- 調査結果サマリー
- ▼調査結果詳細
 - 自宅の防犯対策度
 - 自宅の防犯対策ができていない理由
 - 家族で防犯に関して話し合った経験
 - 自宅でしている防犯対策
 - 自宅で今後（今後も）行いたい防犯対策
 - 今後1年間に自宅の防犯対策にかけられる金額
 - 近所とのコミュニケーション状況
 - 自宅周辺の防犯灯の有無
 - 住んでいる地域の見守りボランティアの有無
 - 防犯関連情報の入手経路
 - 早期に行いたいと思う防犯対策（自由回答抜粋）
- ▼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/20230427security/>

■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ーション

◆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・・・」