

# 高齢者の消費者被害に関する調査 報告書

令和8年1月



# 目次

I. 調査概要	1
1. 調査の目的	1
2. 調査対象者	1
3. 調査方法	1
4. 調査期間	1
5. 調査項目	1
6. 集計・分析にあたって	2
II. 調査結果	3
1. 回答者基本情報	3
2. 消費者被害の状況	10
(1) 消費者被害について（総論）	10
(2) 消費者被害の経験（インターネット通販）	23
(3) 消費者被害の経験（定期購入）	32
(4) 消費者被害の経験（架空請求・不当請求）	41
(5) 消費者被害の経験（点検商法）	50
(6) 消費者被害の経験（訪問購入）	61
(7) 被害後の行動について	76
3. 消費者被害に向けた情報発信・消費者教育について	88
(1) 東京都が行っている情報発信について	88
(2) 悪質被害防止キャンペーンの広報	97
(3) 消費者教育について	106
III. 調査票	112
IV. 単純集計表	139

# I. 調査概要

---

## 1. 調査の目的

高齢者の消費者被害の実態を把握し、消費者が必要とする情報や効果的な情報発信のあり方を検討するための基礎資料として活用する。

## 2. 調査対象者

都内に在住する 60 歳以上の男女 2,400 人

【サンプル内訳】

	60～64 歳	65～69 歳	70 歳以上	合計
男性	400	400	400	1,200
女性	400	400	400	1,200
合計	800	800	800	2,400

(単位：人)

## 3. 調査方法

インターネットアンケート

## 4. 調査期間

令和 7 年 9 月 30 日 (火) ～令和 7 年 10 月 2 日 (木)

## 5. 調査項目

- (1) 消費者被害※の状況
- (2) 東京都の消費者被害防止に関する取組について

※消費者被害

今回の調査では、以下の販売方法と商法について調査を実施した。

### ①インターネット通販

インターネットによる申し込みを行い、商品やサービスの提供を受ける取引

### ②定期購入

販売業者が定期的に継続して購入者にサービスの提供や商品の引き渡しを行い、購入者がその商品の代金を支払うこととなる契約

### ③架空請求・不当請求

身に覚えのないサイトの利用料金等について「連絡がなければ法的措置を取ります」「最終通告」などと書かれたメールやハガキが届いたり、利用した覚えはあるが、契約内容に反する高額な金銭を請求されるという手口

### ④点検商法

「点検に来た」「無料で点検する」と言って家に上がり込み、「この設備は壊れている」「屋根や壁に亀裂がある」などと消費者の不安をあおり、商品やサービスを契約させる手口

### ⑤訪問購入

事業者が消費者の自宅等へ訪問して商品を購入する（買い取る）取引

## 6. 集計・分析にあたって

- ・回答比率（％）は、小数点以下第2位を四捨五入して算出している。したがって、回答比率を合計しても、100%にならない場合がある。
- ・複数選択が可能な設問（複数回答）について、選択肢ごとの回答率（％）を算出する場合、回答者数を基数としているため、合計値が100%を上回る場合がある。
- ・グラフに表記される「n＝＊」（＊は数字）は、対象の基数を表す。
- ・グラフや表の中での選択肢の文言が長い場合は、簡略化して表現しているため、アンケート調査票の文言とは一致していない場合がある。
- ・クロス集計の図表において、回答者数が30人より少ない属性については、数が少なく参考値のためコメントを省略している場合がある。

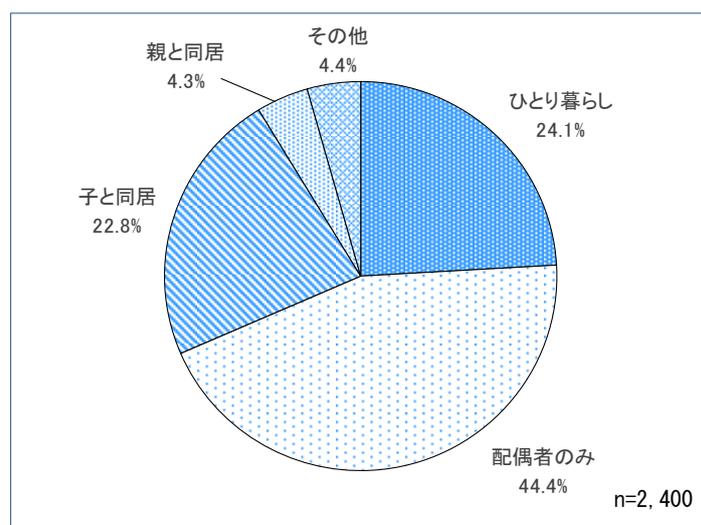
## Ⅱ. 調査結果

### 1. 回答者基本情報

#### (1) 同居している家族構成

同居している家族構成は、「ひとり暮らし」が24.1%、「配偶者のみ」が44.4%、「子と同居」が22.8%、「親と同居」が4.3%、「その他」が4.4%であった。

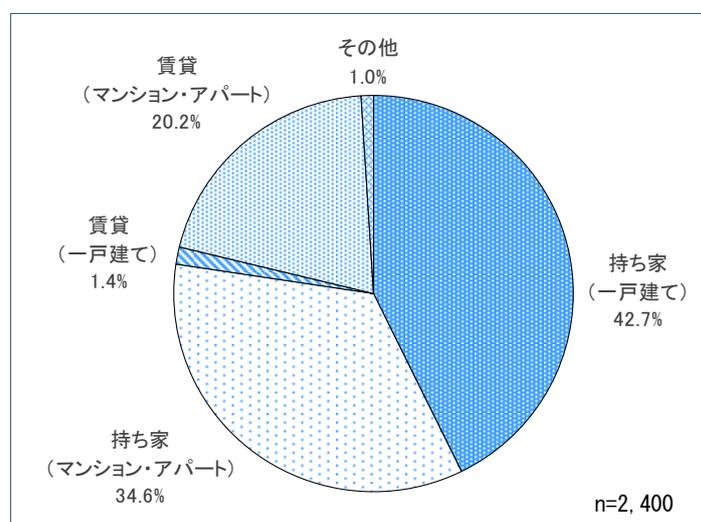
図表 1-1. 家族構成



#### (2) 住まい

住まいは、「持ち家（一戸建て）」が42.7%、「持ち家（マンション・アパート）」が34.6%、「賃貸（一戸建て）」が1.4%、「賃貸（マンション・アパート）」が20.2%、「その他」が1.0%であった。

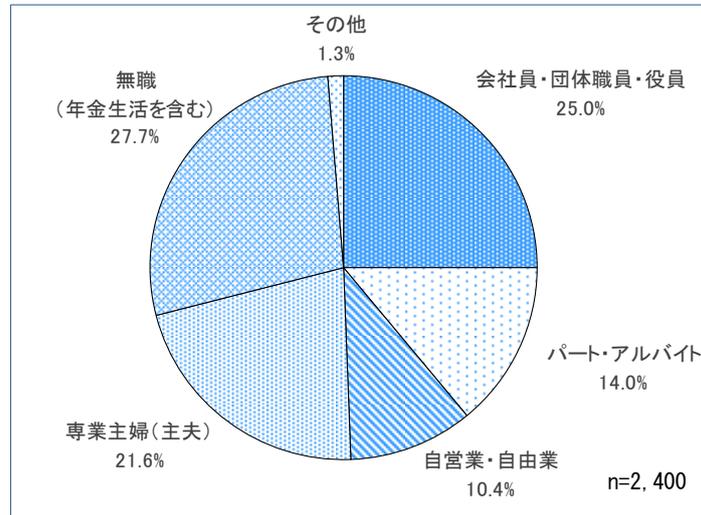
図表 1-2. 住まい



### (3) 職業

職業は、「会社員・団体職員・役員」が25.0%、「パート・アルバイト」が14.0%、「自営業・自由業」が10.4%、「専業主婦（主夫）」が21.6%、「無職（年金生活を含む）」が27.7%、「その他」が1.3%であった。

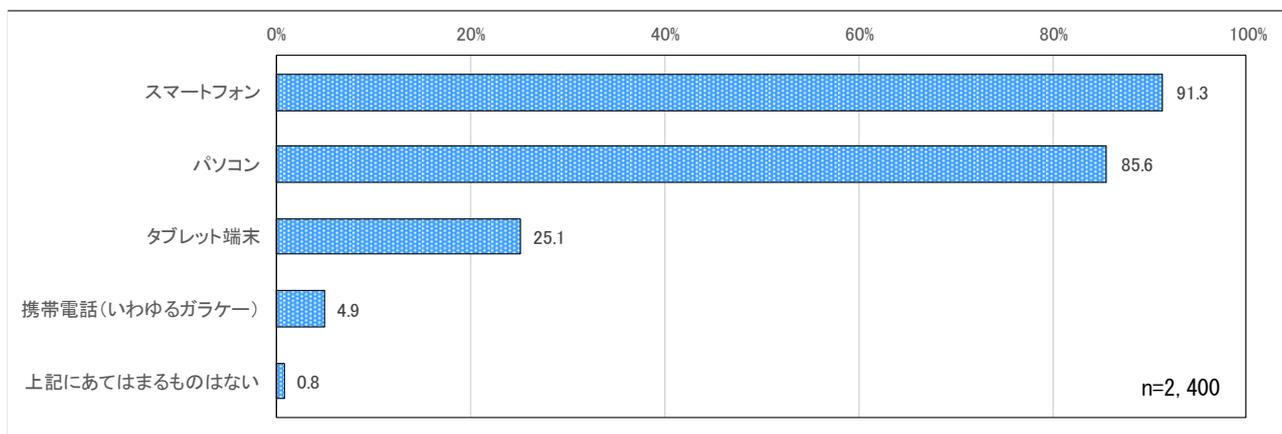
図表 1-3. 職業



#### (4) 情報端末機器の所有状況

情報端末機器の所有状況は、「スマートフォン」が91.3%、「パソコン」が85.6%、「タブレット端末」が25.1%、「携帯電話（いわゆるガラケー）」が4.9%、「上記にあてはまるものはない」が0.8%であった。

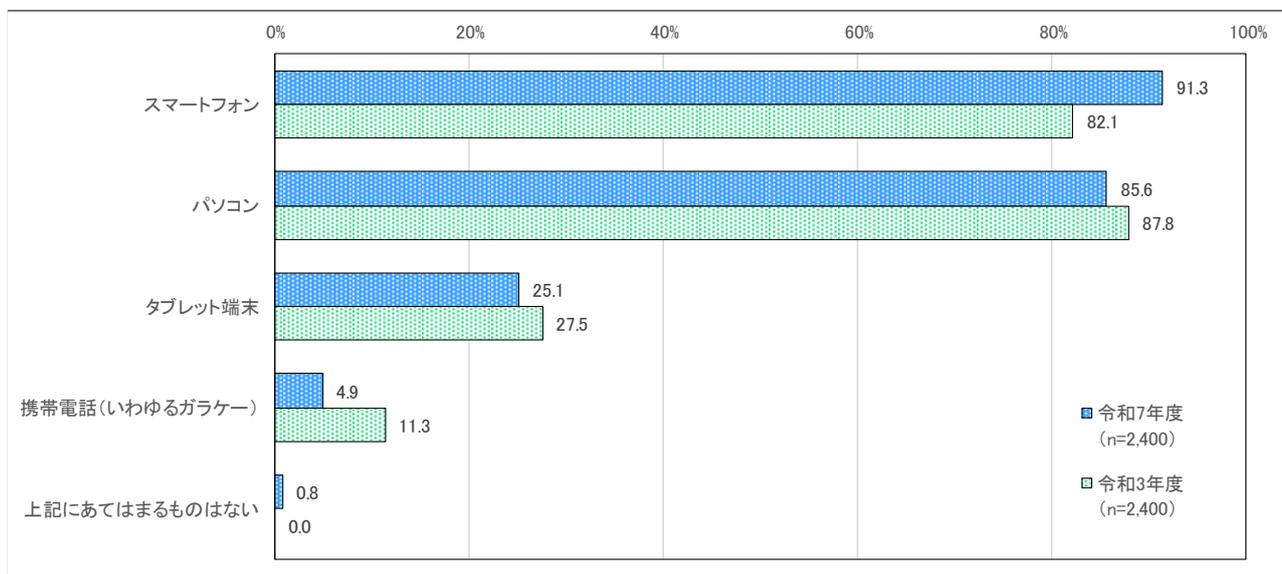
図表 1-4. 情報端末機器の所有状況（複数回答）



#### 【前回調査との比較】

「スマートフォン」は、前回調査の82.1%から91.3%と、9.2ポイントの増加であった。また、「携帯電話（いわゆるガラケー）」は11.3%から4.9%と、6.4ポイントの減少であった。

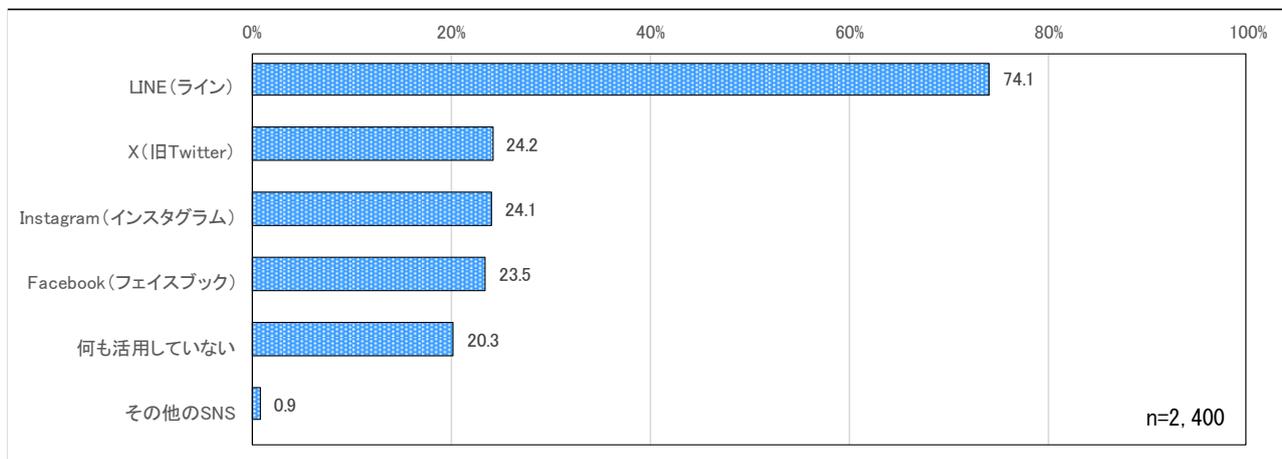
図表 1-5. 情報端末機器の所有状況（複数回答） <令和3年度調査との比較>



### (5) 日常的に活用している SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)

日常的に活用している SNS は、「LINE (ライン)」が 74.1%と最も高く、次いで「X (旧 Twitter)」が 24.2%、「Instagram (インスタグラム)」が 24.1%であった。

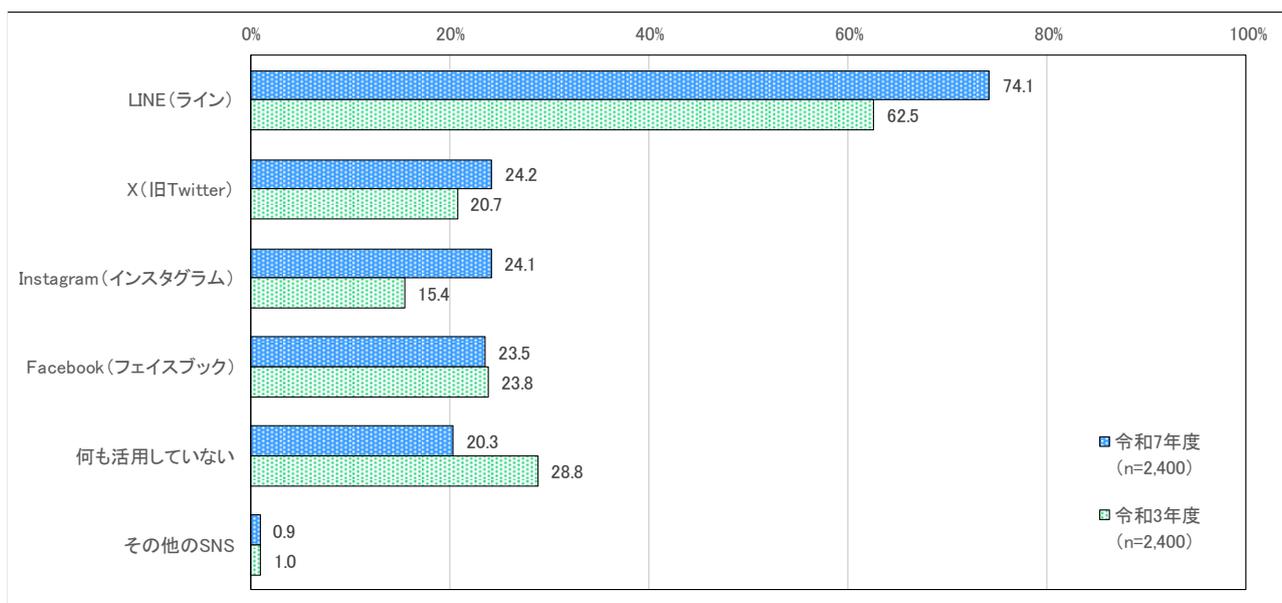
図表 1-6. 日常的に活用している SNS (複数回答)



#### 【前回調査との比較】

「LINE (ライン)」は、前回調査の 62.5%から 74.1%と、11.6 ポイントの増加であった。また、「何も活用していない」は 28.8%から 20.3%と、8.5 ポイントの減少であった。

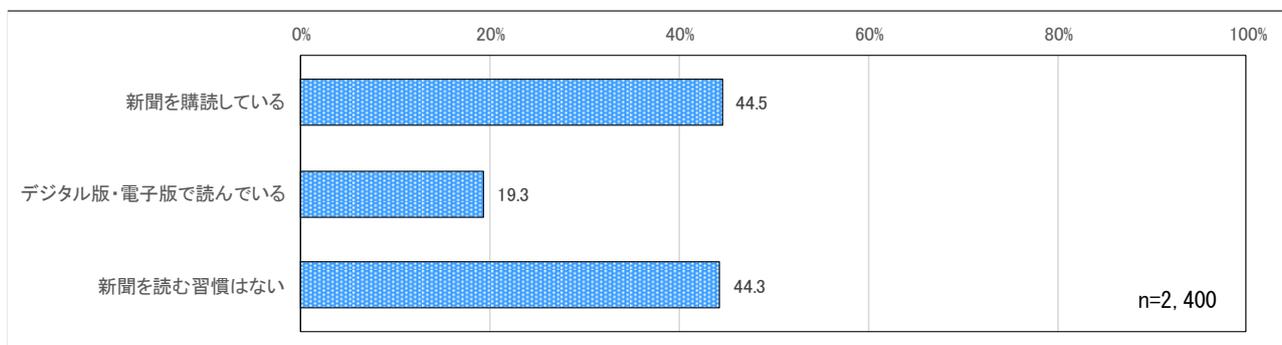
図表 1-7. 日常的に活用している SNS (複数回答) <令和3年度調査との比較>



## (6) 新聞の購読状況

新聞の購読状況は、「新聞を購読している」が44.5%、「デジタル版・電子版で読んでいる」が19.3%、「新聞を読む習慣はない」が44.3%であった。

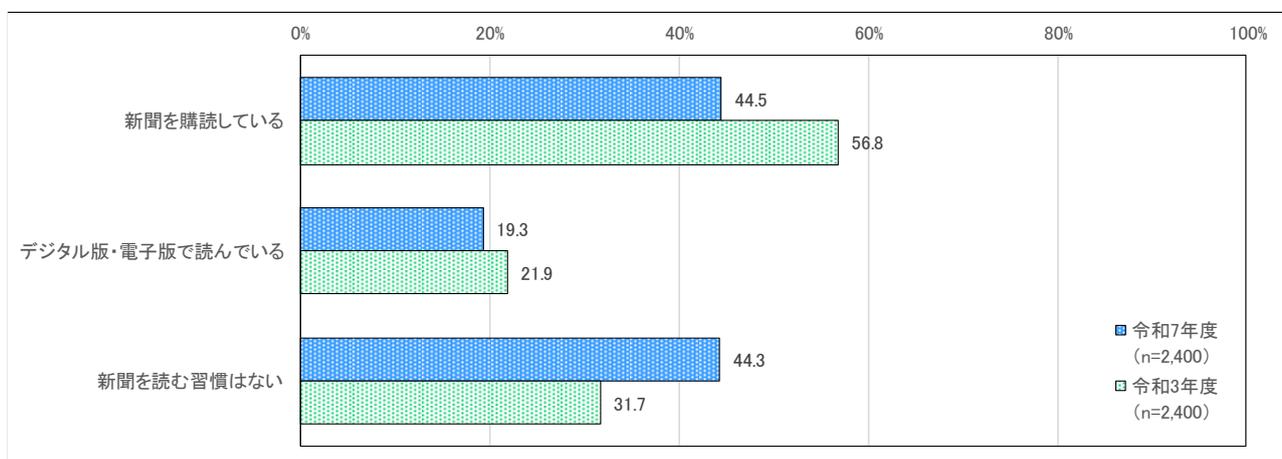
図表 1-8. 新聞の購読状況（複数回答）



### 【前回調査との比較】

「新聞を購読している」は前回調査の56.8%から44.5%と、12.3ポイントの減少であった。一方で、「デジタル版・電子版で読んでいる」は21.9%から19.3%と、2.6ポイント減少した。また、「新聞を読む習慣はない」は31.7%から44.3%と、12.6ポイント増加した。

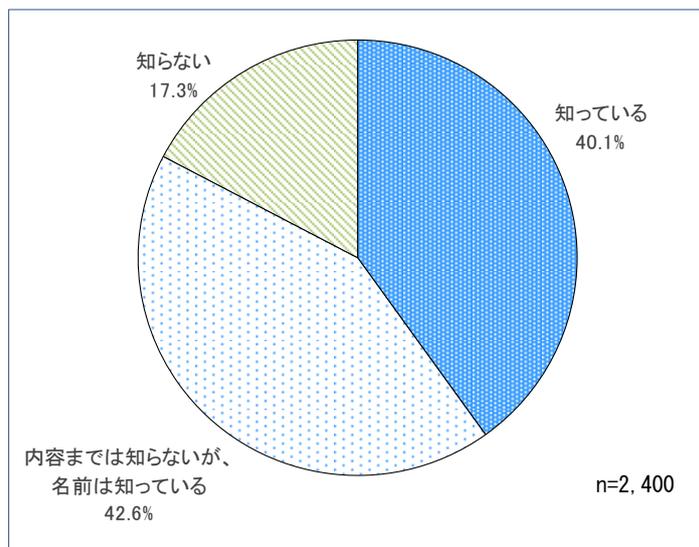
図表 1-9. 新聞の購読状況（複数回答） <令和3年度調査との比較>



## (7) 消費生活センター及び消費生活相談窓口の認知

消費生活センター及び消費生活相談窓口があることの認知は、「知っている」が40.1%、「内容までは知らないが、名前は知っている」が42.6%、「知らない」が17.3%であった。認知度（「知っている」＋「内容までは知らないが、名前は知っている」）は、約8割（82.7%）であった。

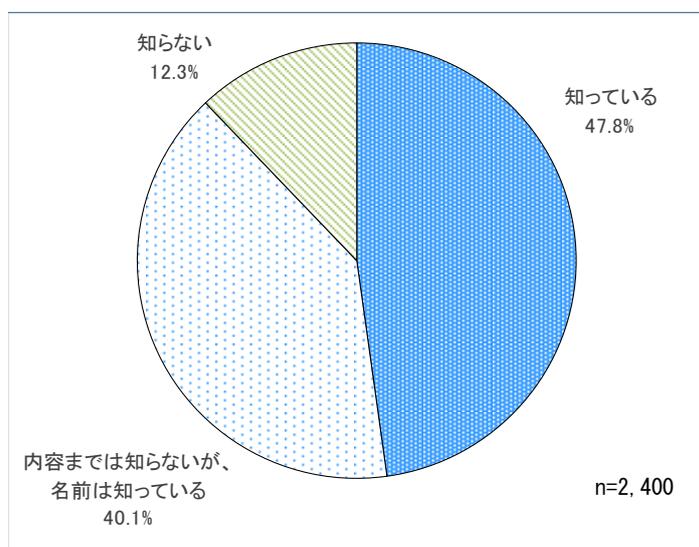
図表 1-10. 消費生活センター及び消費生活相談窓口の認知



### 【前回調査との比較】

認知度（「知っている」＋「内容までは知らないが、名前は知っている」）は、前回調査の87.9%から82.7%と、5.2ポイント減少した。

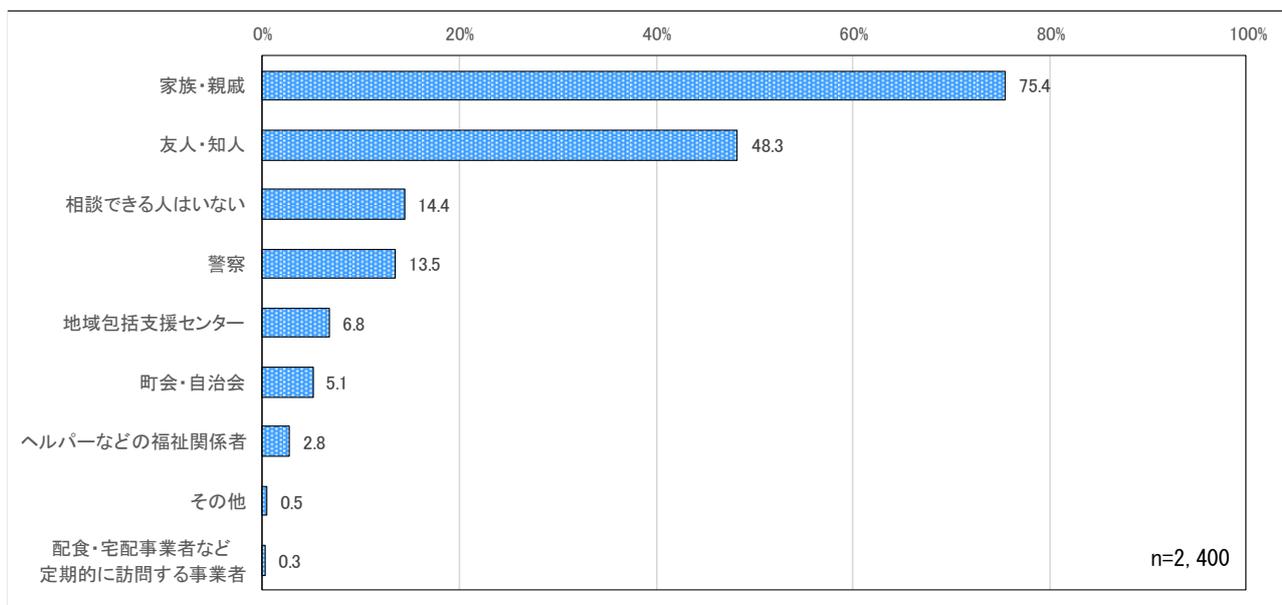
(参考) 前回調査 (令和3年度)



## (8) 困ったことがあったとき身近で相談できる人

困ったことがあったとき身近で相談できる人は、「家族・親戚」が75.4%、「友人・知人」が48.3%、「相談できる人はいない」が14.4%、「警察」が13.5%、「地域包括支援センター」が6.8%、「町会・自治会」が5.1%、「ヘルパーなどの福祉関係者」が2.8%、「その他」が0.5%、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」が0.3%であった。

図表 1-11. 困ったことがあったとき身近で相談できる人（複数回答）

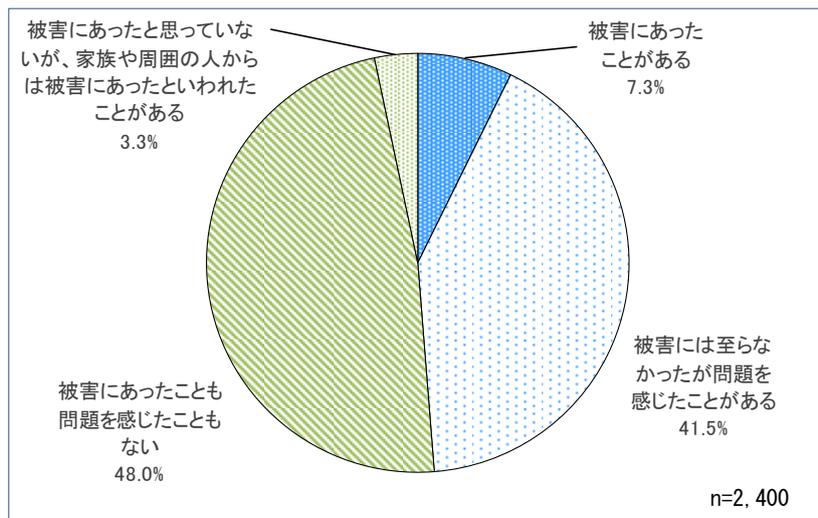


## 2. 消費者被害の状況

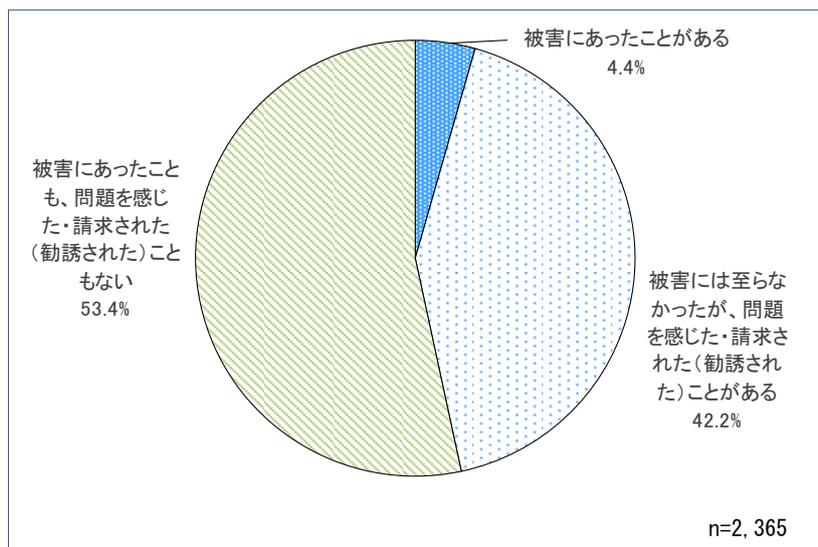
### (1) 消費者被害について（総論）

今回調査した販売方法・商法のいずれかで消費者被害の経験があったかを見ると、「被害にあったことがある」が7.3%、「被害には至らなかったが問題を感じたことがある」が41.5%、「被害にあったことも問題を感じたこともない」が48.0%、「被害にあったと思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある」が3.3%であった。

図表 2-1. 被害状況



(参考) 前回調査 (令和3年度)

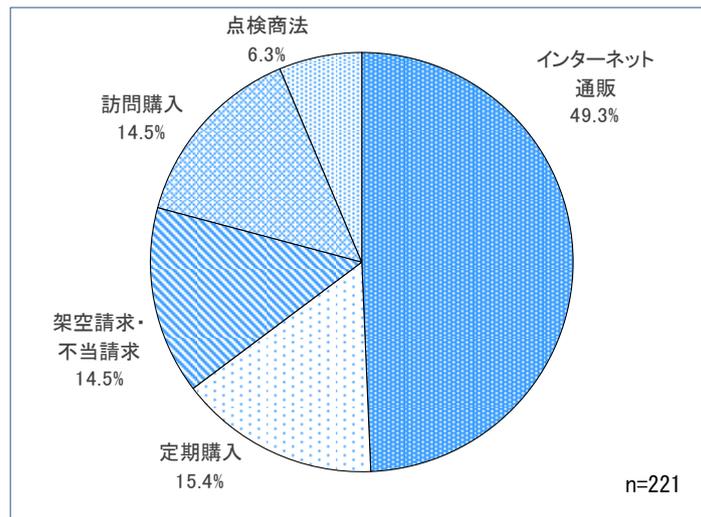


## ① 消費者被害の経験（販売方法別・商法別）

### 1) 被害にあったことがある

「被害にあったことがある」という回答を、今回調査した販売方法・商法それぞれについてみると、「インターネット通販」が49.3%、「定期購入」が15.4%、「架空請求・不当請求」が14.5%、「点検商法」が6.3%、「訪問購入」が14.5%であった。

図表 2-2. 被害にあったことがある



※n=221 は、「被害にあったことがある」と回答した人のみ

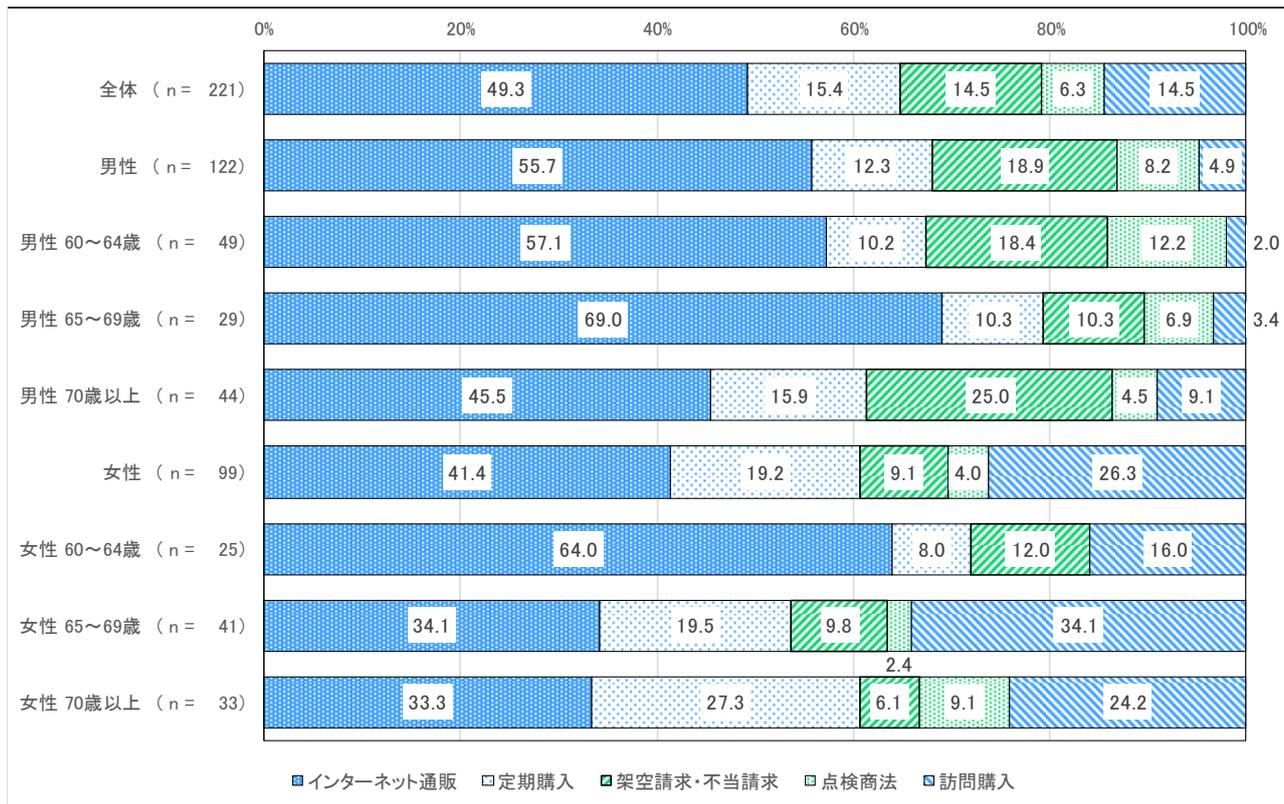
【性・年齢別】

男性は「インターネット通販」が 55.7%で最も多く、次いで「架空請求・不当請求」が 18.9%となっている。

女性は「インターネット通販」が 41.4%で最も多く、次いで「訪問購入」が 26.3%となっている。

年齢別にみると、「インターネット通販」は、「男性 65～69 歳」が 69.0%と最も高かった。「訪問購入」は、「女性 65～69 歳」が 34.1%と最も高かった。

図表 2-3. 被害にあったことがある <性・年齢別>



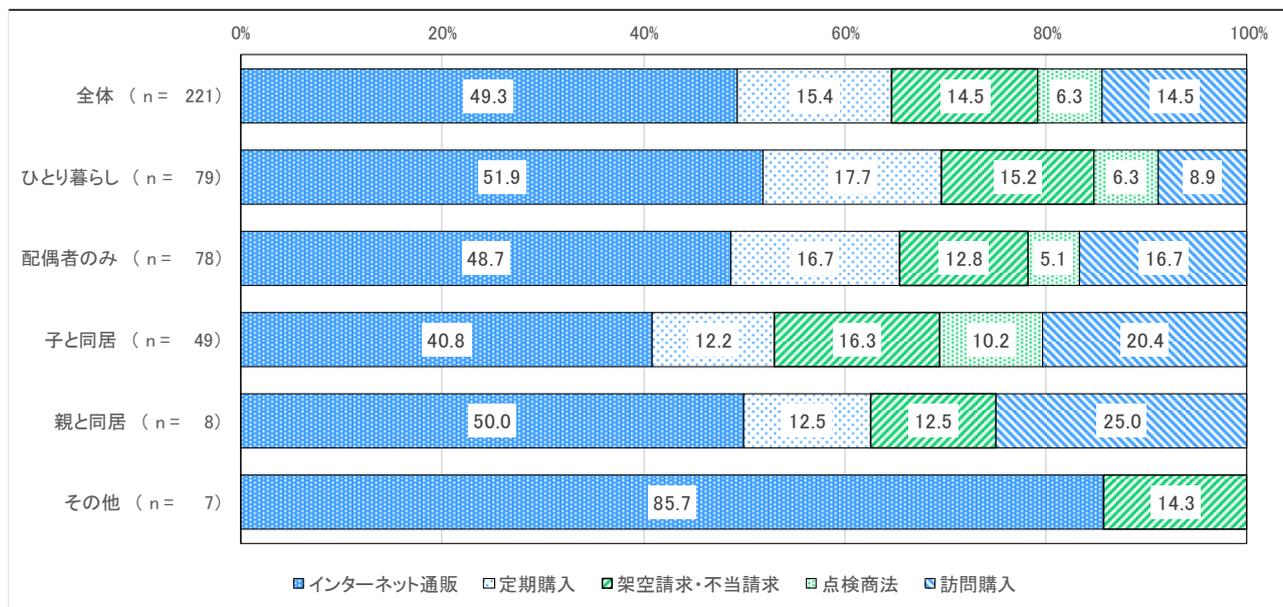
※n=221 は、「被害にあったことがある」と回答した人のみ

【家族構成別】

家族構成別にみると、「ひとり暮らし」の場合、「インターネット通販」、「定期購入」、「架空請求・不当請求」で全体よりもポイントが高く、「訪問購入」で全体よりもポイントが低かった。

また、「同居あり（配偶者のみ、子と同居、親と同居）」の場合、「ひとり暮らし」に比べ、「訪問購入」のポイントが高い傾向にあった。

図表 2-4. 被害にあったことがある <家族構成別>



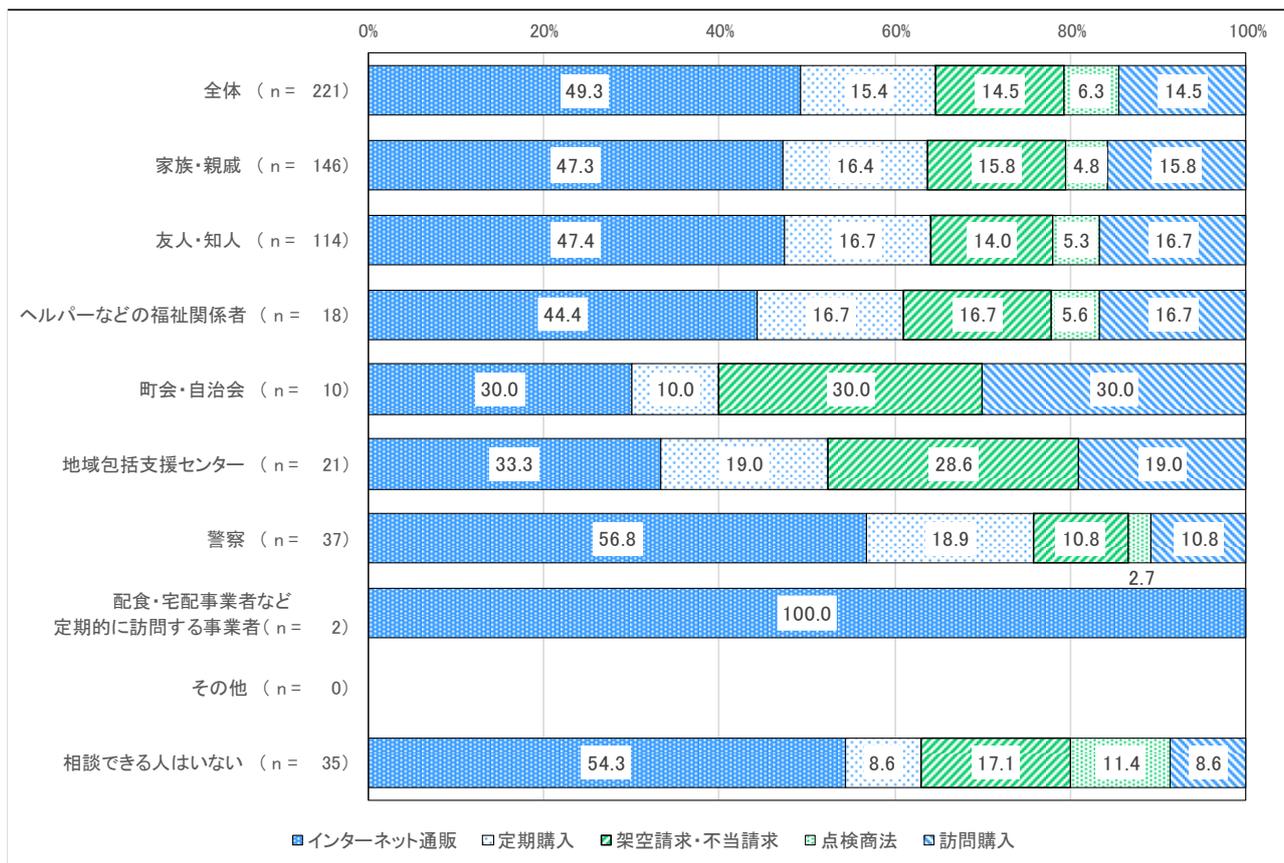
※n=221 は、「被害にあったことがある」と回答した人のみ

【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「相談できる人はいない」の場合、「インターネット通販」、「架空請求・不当請求」、「点検商法」で全体と比べポイントが高く、「定期購入」、「訪問購入」で全体と比べポイントが低かった。

「警察」では、「インターネット通販」が全体と比べポイントが高く、「町会・自治会」、「地域包括支援センター」では、「架空請求・不当請求」が全体と比べポイントが高かった。

図表 2-5. 被害にあったことがある <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

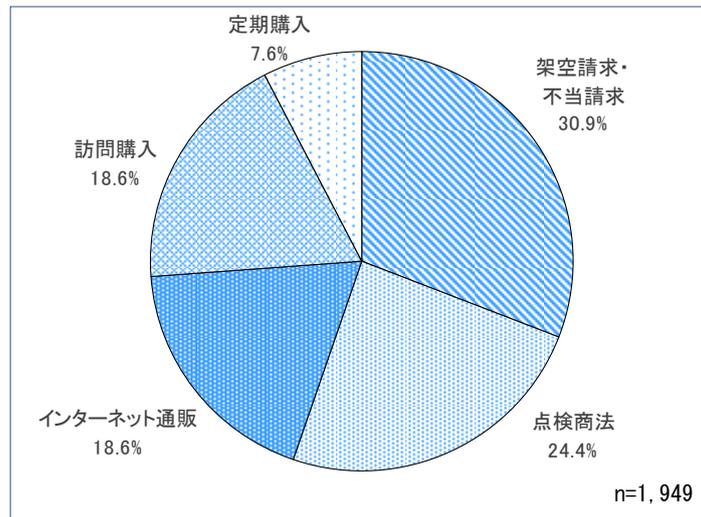


※n=221 は、「被害にあったことがある」と回答した人のみ

2) 被害には至らなかったが、問題を感じたことがある

「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」という回答を、今回調査した販売方法・商法それぞれについてみると、「架空請求・不当請求」が30.9%、「点検商法」が24.4%、「インターネット通販」が18.6%、「訪問購入」が18.6%、「定期購入」が7.6%であった。

図表 2-6. 被害には至らなかったが、問題を感じたことがある



※n=1,949 は、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」と回答した人のみ

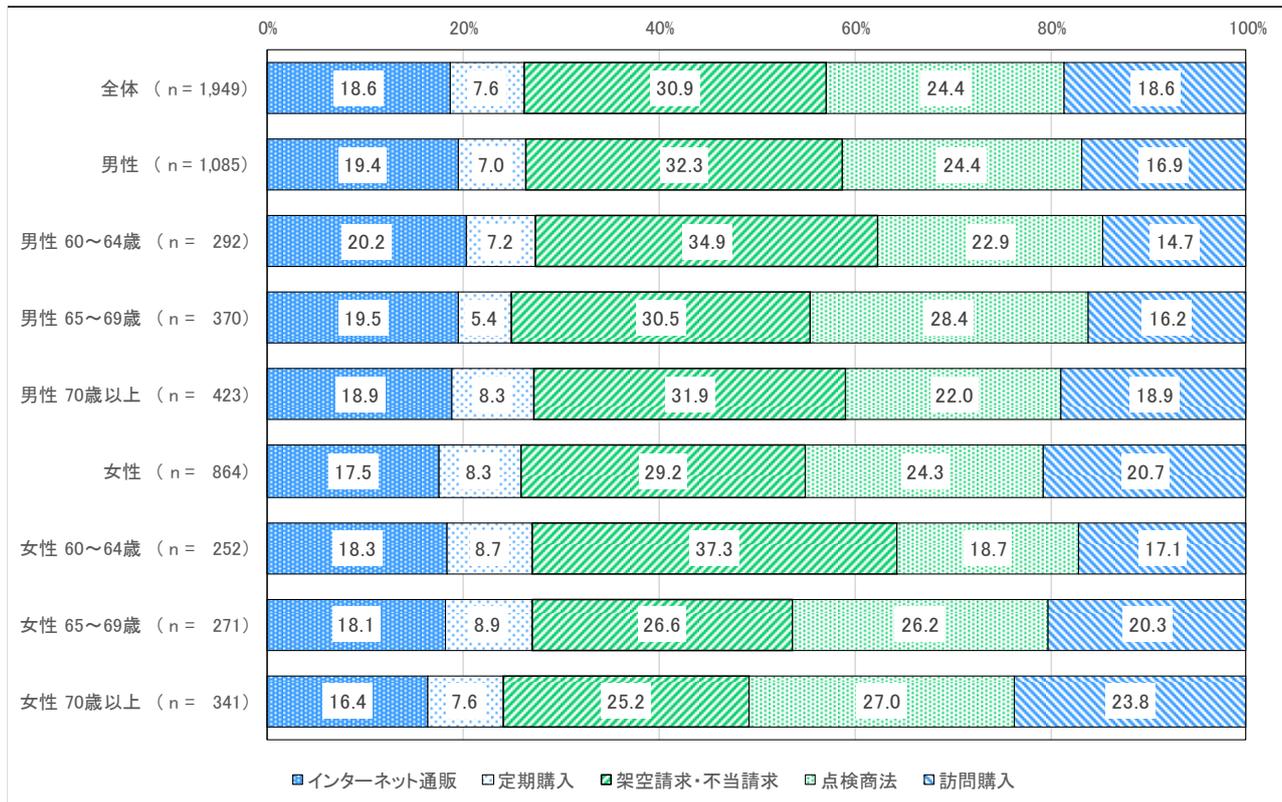
【性・年齢別】

男性は「架空請求・不当請求」32.3%で最も多く、次いで「点検商法」が24.4%となっている。

女性は「架空請求・不当請求」が29.2%で最も多く、次いで「点検商法」が24.3%となっている。

年齢別にみると、男性はすべての年代で「架空請求・不当請求」が最も高く、女性は60～64歳、65～69歳で「架空請求・不当請求」が最も高く、70歳以上では「点検商法」が最も高かった。

図表 2-7. 被害には至らなかったが、問題を感じたことがある <性・年齢別>



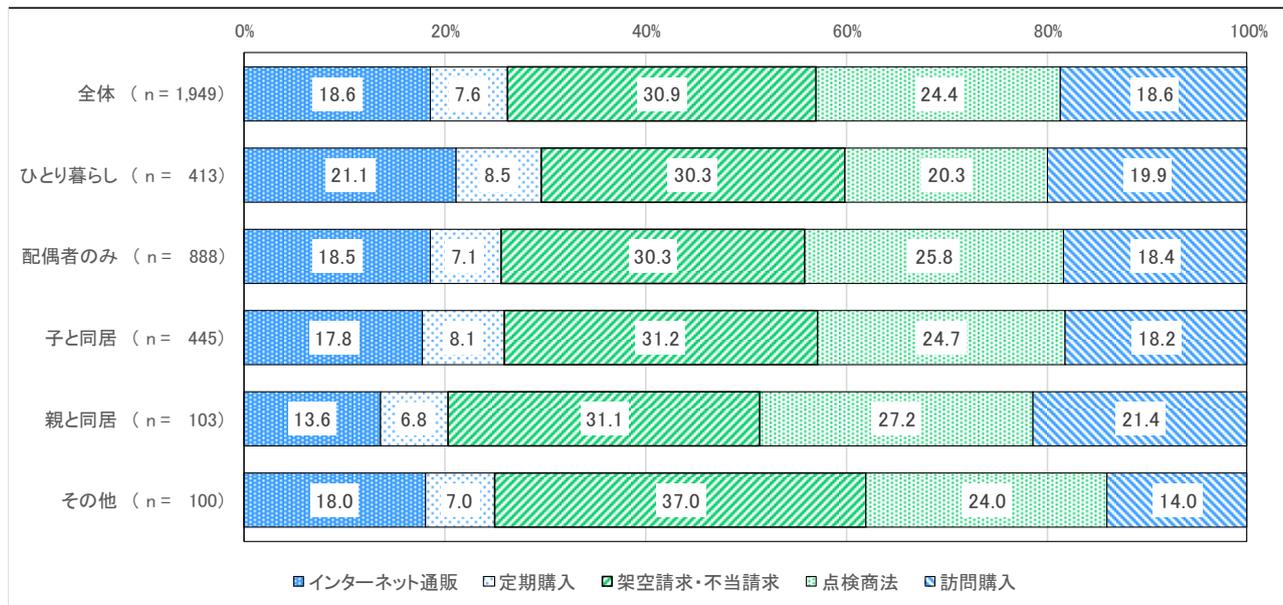
※n=1,949 は、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」と回答した人のみ

【家族構成別】

家族構成別にみると、「ひとり暮らし」の場合、「インターネット通販」、「定期購入」、「訪問購入」で全体よりもポイントが高く、「架空請求・不当請求」、「点検商法」で全体よりもポイントが低かった。

また、「同居あり（配偶者のみ、子と同居、親と同居）」の場合、「ひとり暮らし」に比べ、「点検商法」のポイントが高い傾向にあった。

図表 2-8. 被害には至らなかったが、問題を感じたことがある <家族構成別>



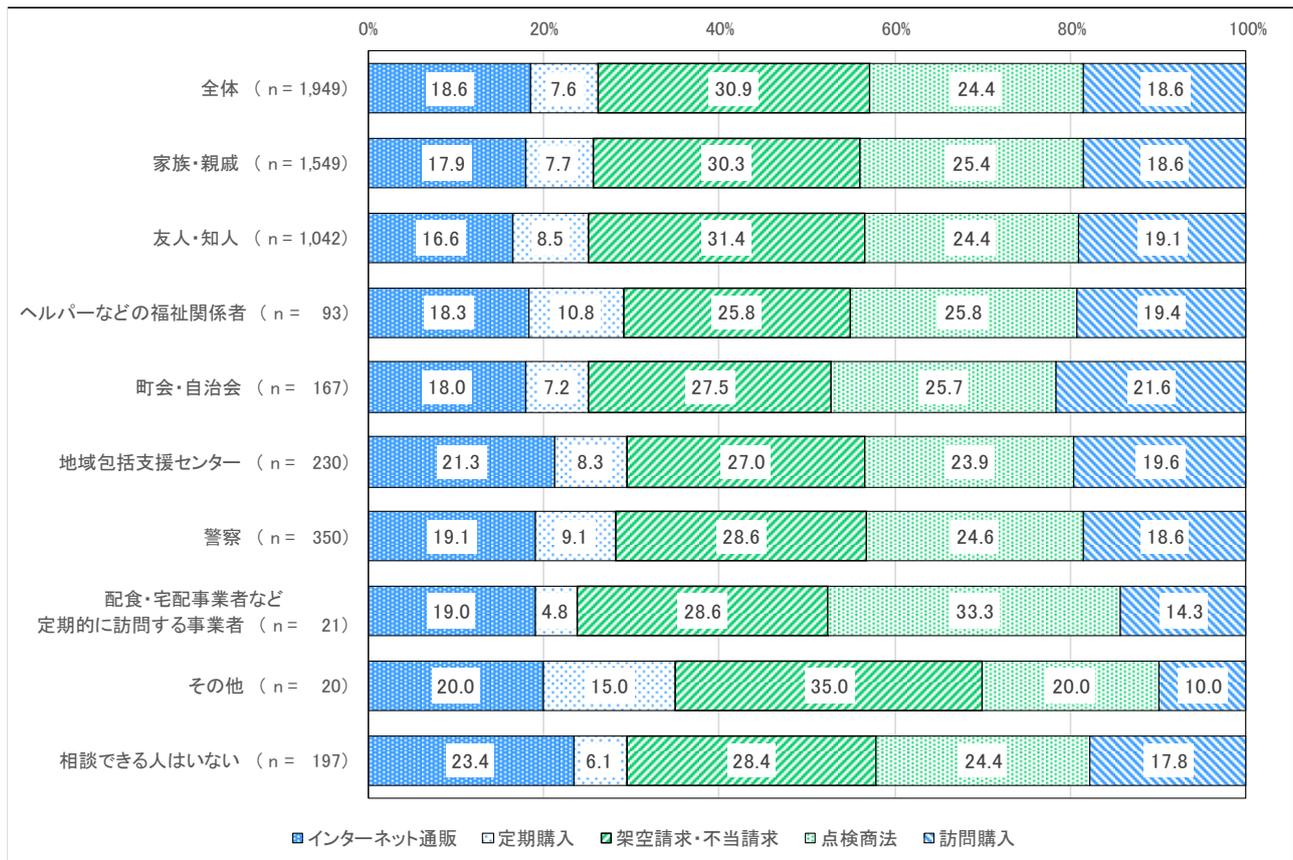
※n=1,949 は、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」と回答した人のみ

【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「相談できる人はいない」の場合、「インターネット通販」で全体と比べポイントが高く、「定期購入」、「架空請求・不当請求」、「訪問購入」で全体と比べポイントが低かった。

「地域包括支援センター」では、「インターネット通販」が全体と比べポイントが高く、「町会・自治会」では、「訪問購入」が全体と比べポイントが高かった。

図表 2-9. 被害には至らなかったが、問題を感じたことがある  
 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

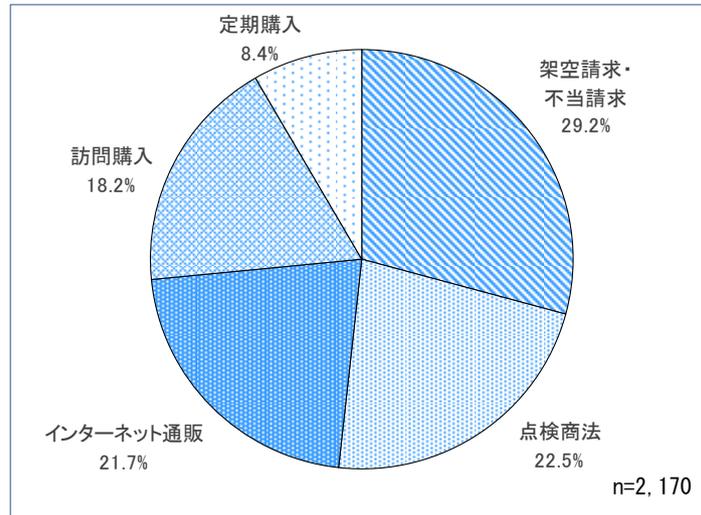


※n=1,949 は、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」と回答した人のみ

3) 被害にあったことがある・問題を感じたことがある

「被害にあったことがある」と「問題を感じたことがある」の回答を合算したものを、今回調査した販売方法・商法それぞれについてみると、「架空請求・不当請求」が29.2%、「点検商法」が22.5%、「インターネット通販」が21.7%、「訪問購入」が18.2%、「定期購入」が8.4%であった。

図表 2-10. 被害にあったことがある・問題を感じたことがある



※n=2,170 は、「被害にあったことがある・問題を感じたことがある」と回答した人のみ

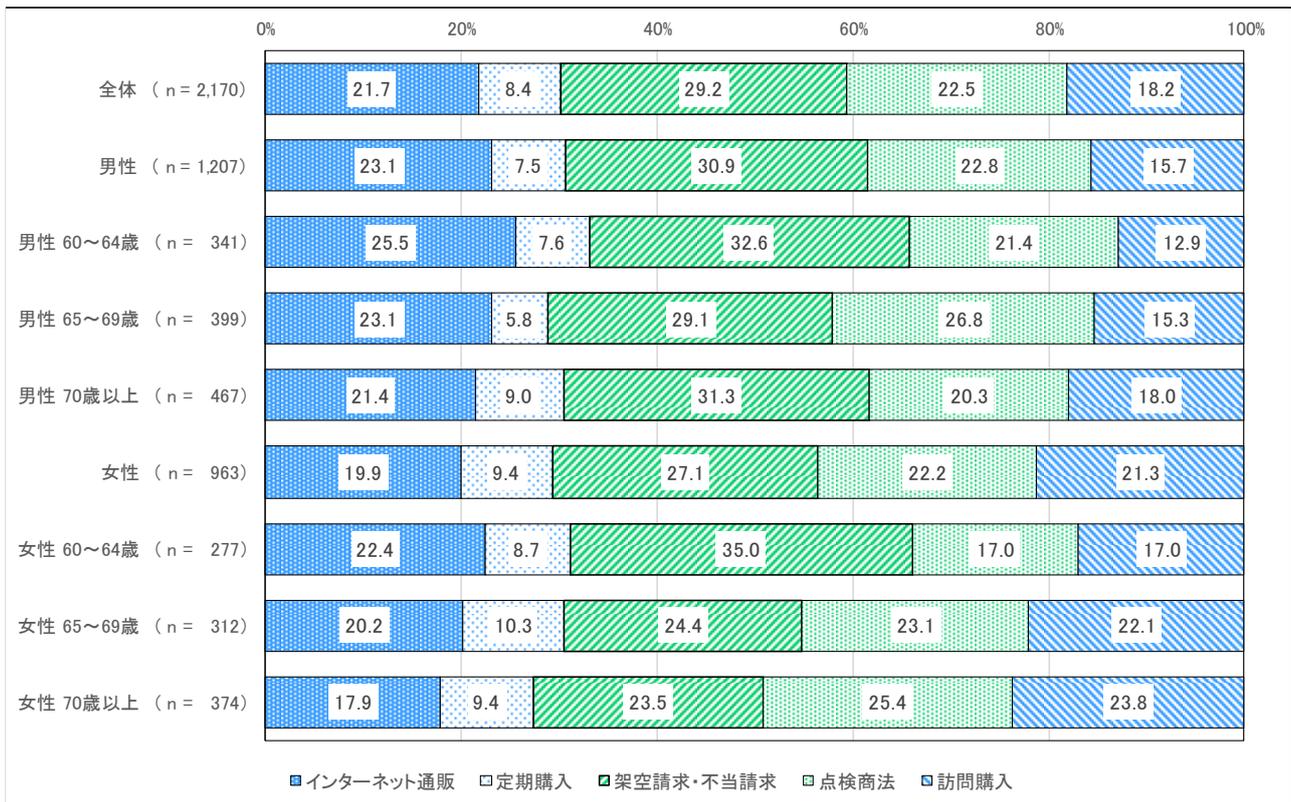
【性・年齢別】

男性は「架空請求・不当請求」30.9%で最も多く、次いで「インターネット通販」が23.1%となっている。

女性は「架空請求・不当請求」が27.1%で最も多く、次いで「点検商法」が22.2%となっている。

年齢別にみると、男性はすべての年代で「架空請求・不当請求」が最も高く、女性は60～64歳、65～69歳で「架空請求・不当請求」が最も高く、70歳以上では「点検商法」が最も高かった。

図表 2-11. 被害にあったことがある・問題を感じたことがある <性・年齢別>

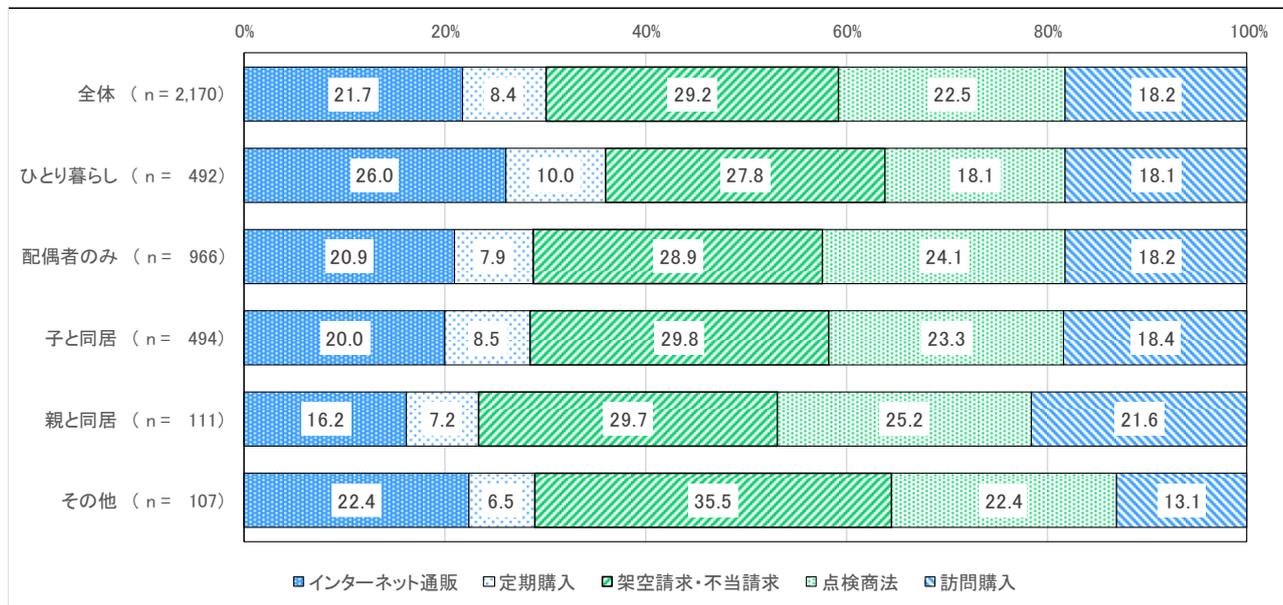


※n=2,170 は、「被害にあったことがある・問題を感じたことがある」と回答した人のみ

【家族構成別】

家族構成別にみると、「ひとり暮らし」の場合、「インターネット通販」、「定期購入」で全体よりもポイントが高く、「架空請求・不当請求」、「点検商法」、「訪問購入」で全体よりもポイントが低かった。

図表 2-12. 被害にあったことがある・問題を感じたことがある <家族構成別>



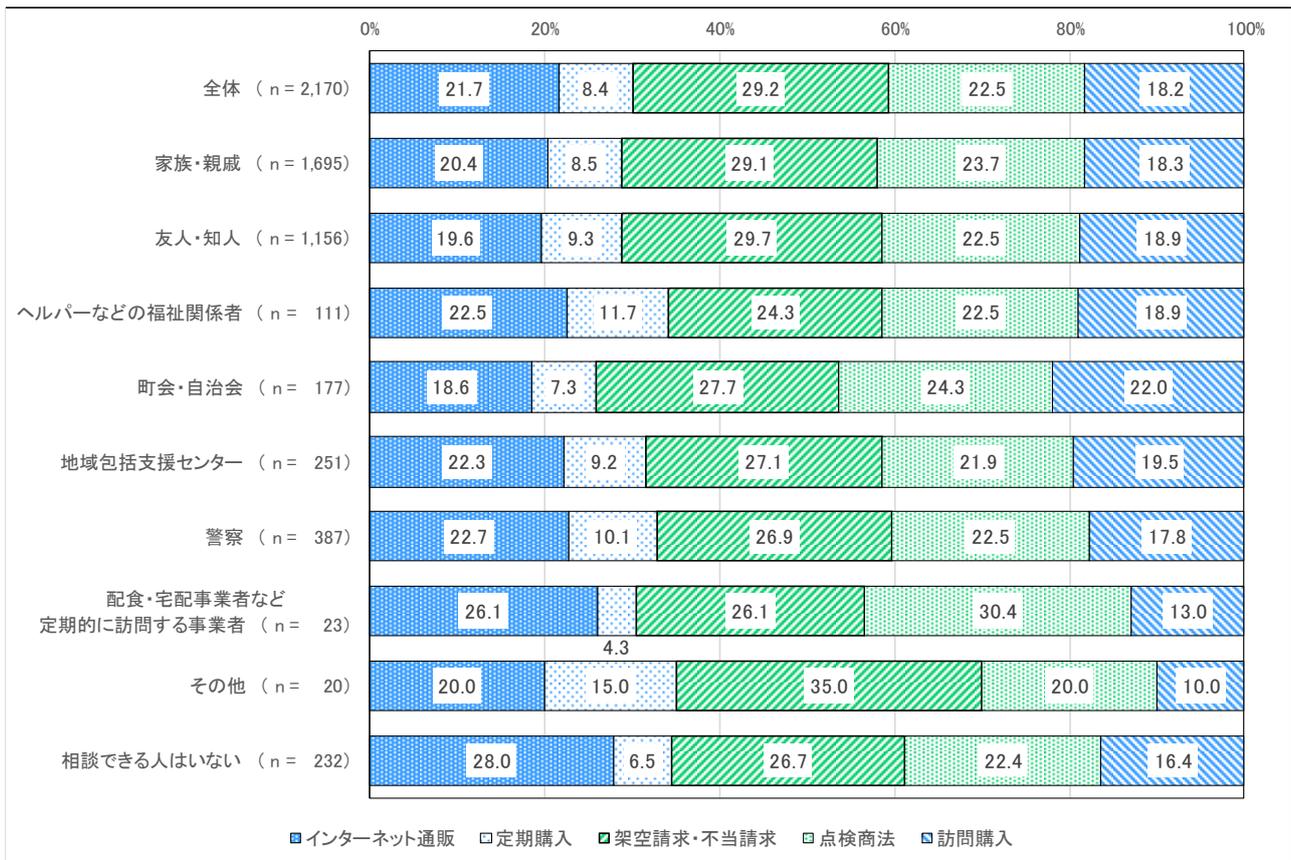
※n=2,170 は、「被害にあったことがある・問題を感じたことがある」と回答した人のみ

【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「ヘルパーなどの福祉関係者」では、「定期購入」が全体と比べポイントが高く、「町会・自治会」では、「訪問購入」が全体と比べポイントが高かった。

「相談できる人はいない」の場合、「インターネット通販」で全体と比べポイントが高く、「定期購入」、「架空請求・不当請求」、「点検商法」、「訪問購入」で全体と比べポイントが低かった。

図表 2-13. 被害にあったことがある・問題を感じたことがある  
 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>



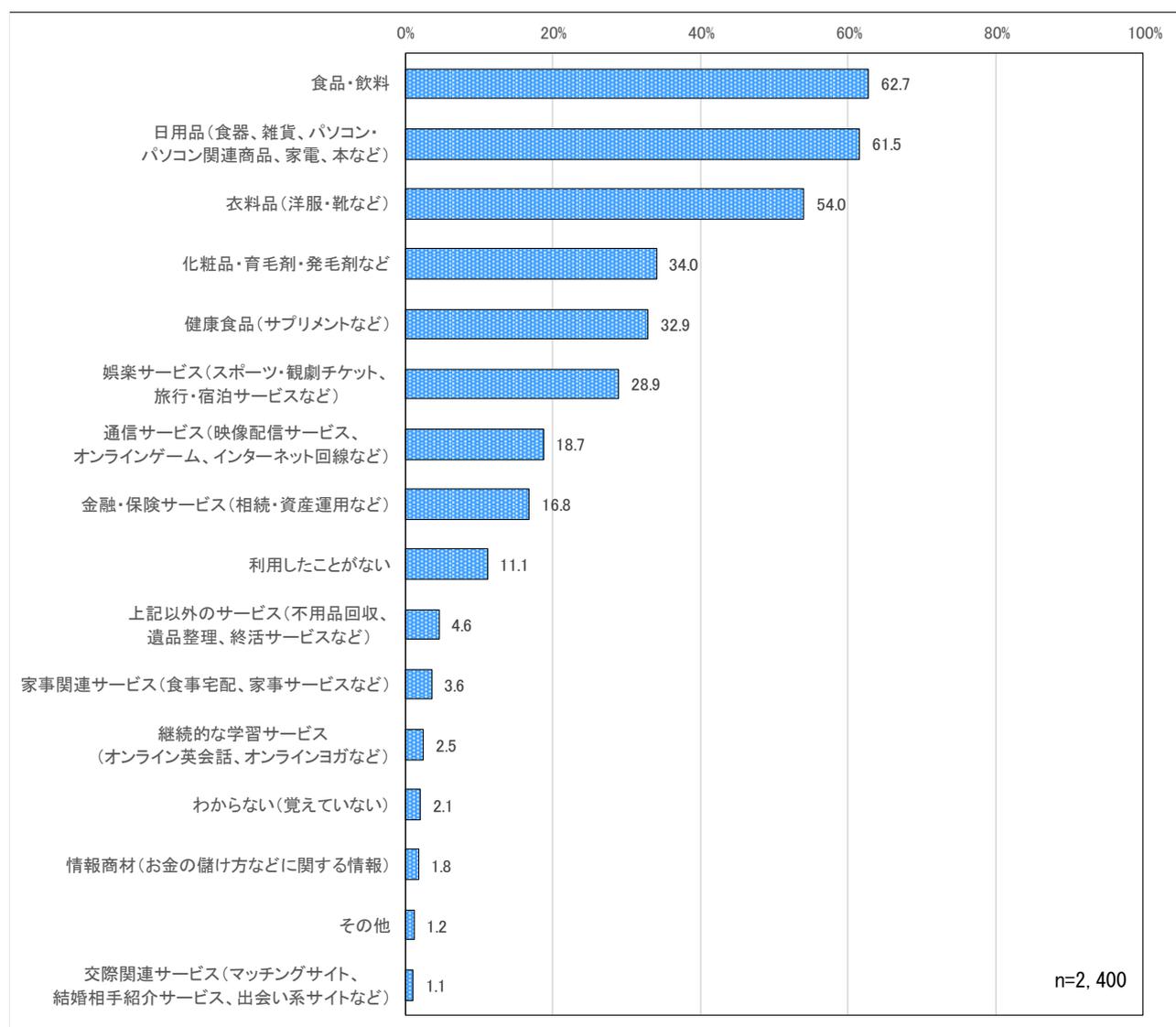
※n=2,170 は、「被害にあったことがある・問題を感じたことがある」と回答した人のみ

## (2) 消費者被害の経験（インターネット通販）

### ① インターネット通販で利用したもの

インターネット通販で利用したのは、「食品・飲料」が62.7%と最も高く、次いで「日用品（食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品、家電、本など）」が61.5%、「衣料品（洋服・靴など）」が54.0%であった。

図表 2-14. インターネット通販で利用したもの（複数回答）



【性・年齢別、家族構成別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

性別・年齢別にみると、男性は「日用品（食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品、家電、本など）」が67.0%と最も高く、「男性70歳以上」では71.0%であった。また、女性は「食品・飲料」が63.3%と最も高く、「女性65～69歳」では66.0%であった。

家族構成別にみると、「ひとり暮らし」では「食品・飲料」が多く、同居者が要る場合は「食品・飲料」や「日用品（食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品、家電、本など）」が高かった。

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「家族・親戚」は「食品・飲料」、「友人・知人」は「日用品（食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品、家電、本など）」が高かった。

図表 2-15. インターネット通販で利用したもの（複数回答）

<性・年齢別、家族構成別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

		n	食品・飲料	日用品（食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品、家電、本など）	衣料品（洋服・靴など）	化粧品・育毛剤・発毛剤など	健康食品（サプリメントなど）	行・宿泊サービス（スポーツ・観劇チケット、旅行・宿泊サービスなど）	エンターテインメント（映像配信サービス、オンラインゲーム、インターネット回線など）	金融・保険サービス（相続・資産運用など）	上記以外のサービス（不用品回収、遺品整理、終活サービスなど）	家事関連サービス（食事宅配、家事サービスなど）	継続的な学習サービス（オンライン英会話、オンラインヨガなど）	情報商材（お金の儲け方などに關する情報）	交際関連サービス（マッチングサイト、結婚相手紹介サービス、出会い系サイトなど）	その他	利用したことがない	わからない（覚えていない）
全体		2,400	62.7	61.5	54.0	34.0	32.9	28.9	18.7	16.8	4.6	3.6	2.5	1.8	1.1	1.2	11.1	2.1
性・年齢別	男性	1,200	62.1	67.0	52.4	21.2	32.8	30.5	24.0	21.8	5.6	3.3	2.3	1.9	1.9	1.5	8.4	2.0
	60～64歳	400	57.5	61.5	47.8	15.5	28.8	28.8	24.8	24.8	5.3	3.3	3.8	1.3	2.0	2.0	10.0	2.8
	65～69歳	400	62.3	68.5	49.3	23.8	32.0	28.8	22.5	21.5	6.3	2.8	1.5	2.3	2.0	1.3	7.3	2.3
	70歳以上	400	66.5	71.0	60.3	24.3	37.8	34.0	24.8	19.3	5.3	3.8	1.8	2.3	1.8	1.3	8.0	1.0
	女性	1,200	63.3	56.1	55.6	46.8	32.9	27.3	13.3	11.8	3.6	3.9	2.6	1.7	0.3	0.9	13.8	2.3
	60～64歳	400	60.0	57.3	54.5	44.0	31.0	27.5	14.0	12.3	3.3	3.8	4.3	1.8	0.3	1.8	14.3	2.0
	65～69歳	400	66.0	59.3	58.5	49.8	33.5	30.0	16.5	12.0	3.8	3.3	1.0	1.3	-	0.5	11.5	2.0
	70歳以上	400	63.8	51.8	53.8	46.8	34.3	24.3	9.5	11.0	3.8	4.8	2.5	2.0	0.5	0.5	15.8	2.8
家族構成別	ひとり暮らし	579	63.7	62.7	56.0	35.2	34.9	25.6	17.8	16.9	5.7	5.2	2.8	3.1	2.2	1.2	10.9	2.9
	配偶者のみ	1,065	65.0	61.3	53.9	35.2	33.7	32.4	19.5	18.0	4.7	2.9	2.5	1.4	0.6	1.1	10.2	1.7
	子と同居	546	56.2	59.5	51.5	31.1	30.0	27.3	18.1	13.9	3.3	3.8	2.0	1.6	0.7	0.9	13.0	2.2
	親と同居	104	68.3	64.4	51.0	31.7	29.8	22.1	12.5	17.3	2.9	2.9	1.9	-	1.9	1.0	12.5	2.9
	その他	106	61.3	65.1	60.4	32.1	31.1	26.4	23.6	17.9	5.7	0.9	2.8	0.9	0.9	3.8	10.4	0.9
身近で相談できる人	家族・親戚	1,809	64.4	62.6	56.1	36.4	33.2	30.7	19.2	16.5	4.3	3.9	2.7	1.7	0.9	1.3	10.2	1.2
	友人・知人	1,160	65.9	66.3	59.1	39.4	36.0	34.7	21.6	17.9	5.3	4.7	3.0	2.5	1.1	1.7	8.4	0.7
	ヘルパーなどの福祉関係者	66	77.3	62.1	71.2	51.5	40.9	43.9	27.3	21.2	10.6	12.1	12.1	7.6	6.1	1.5	6.1	-
	町会・自治会	122	68.0	66.4	50.0	36.9	38.5	36.1	32.8	18.0	8.2	5.7	5.7	3.3	0.8	3.3	6.6	1.6
	地域包括支援センター	164	71.3	71.3	62.8	41.5	45.1	35.4	28.7	22.6	5.5	6.7	6.7	5.5	1.8	3.0	3.7	0.6
	警察	323	66.6	67.2	58.2	42.4	38.1	33.4	25.4	22.9	6.8	5.0	4.0	3.1	2.5	1.2	5.3	0.6
	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者	8	87.5	62.5	87.5	25.0	37.5	62.5	37.5	37.5	12.5	25.0	12.5	25.0	12.5	12.5	-	-
	その他	13	76.9	84.6	53.8	61.5	53.8	61.5	38.5	38.5	-	23.1	7.7	7.7	-	-	-	-
相談できる人はいない	346	52.3	53.5	45.1	20.8	28.6	20.5	13.9	17.9	5.8	2.6	0.9	1.4	0.9	0.6	18.8	7.2	

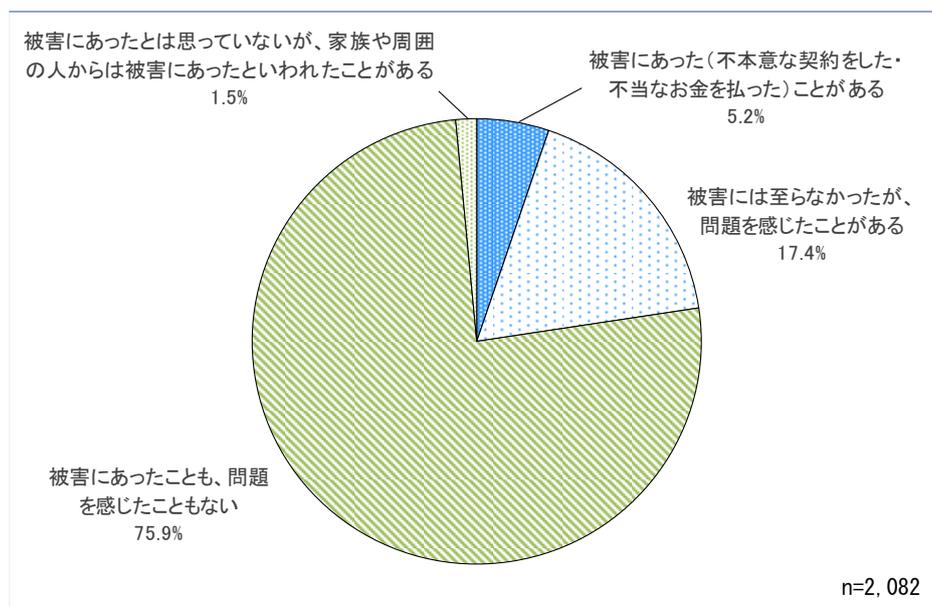
(人) (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す

## ② インターネット通販での被害経験

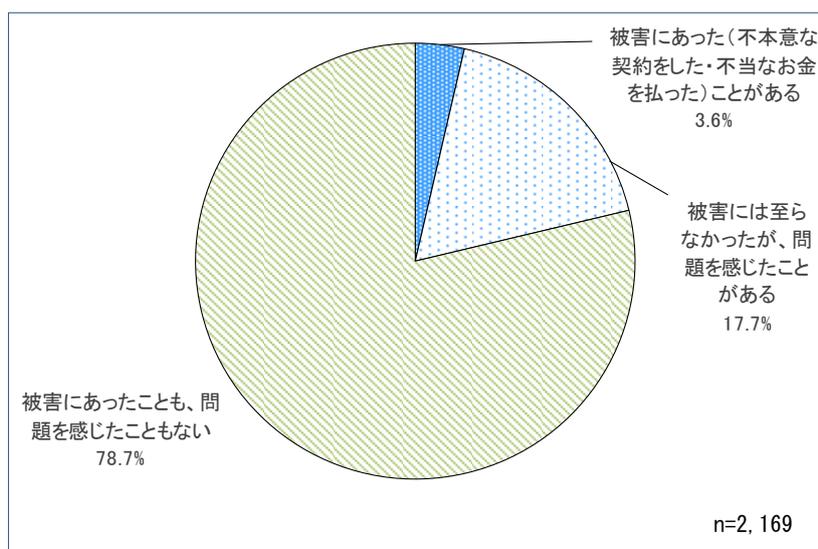
インターネット通販での被害経験は、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」が5.2%、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」が17.4%、「被害にあったことも、問題を感じたこともない」が75.9%、「被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある」が1.5%であった。

図表 2-16. インターネット通販での被害経験



※n=2,082 は、インターネット通販を「利用したことがある」と回答した人のみ

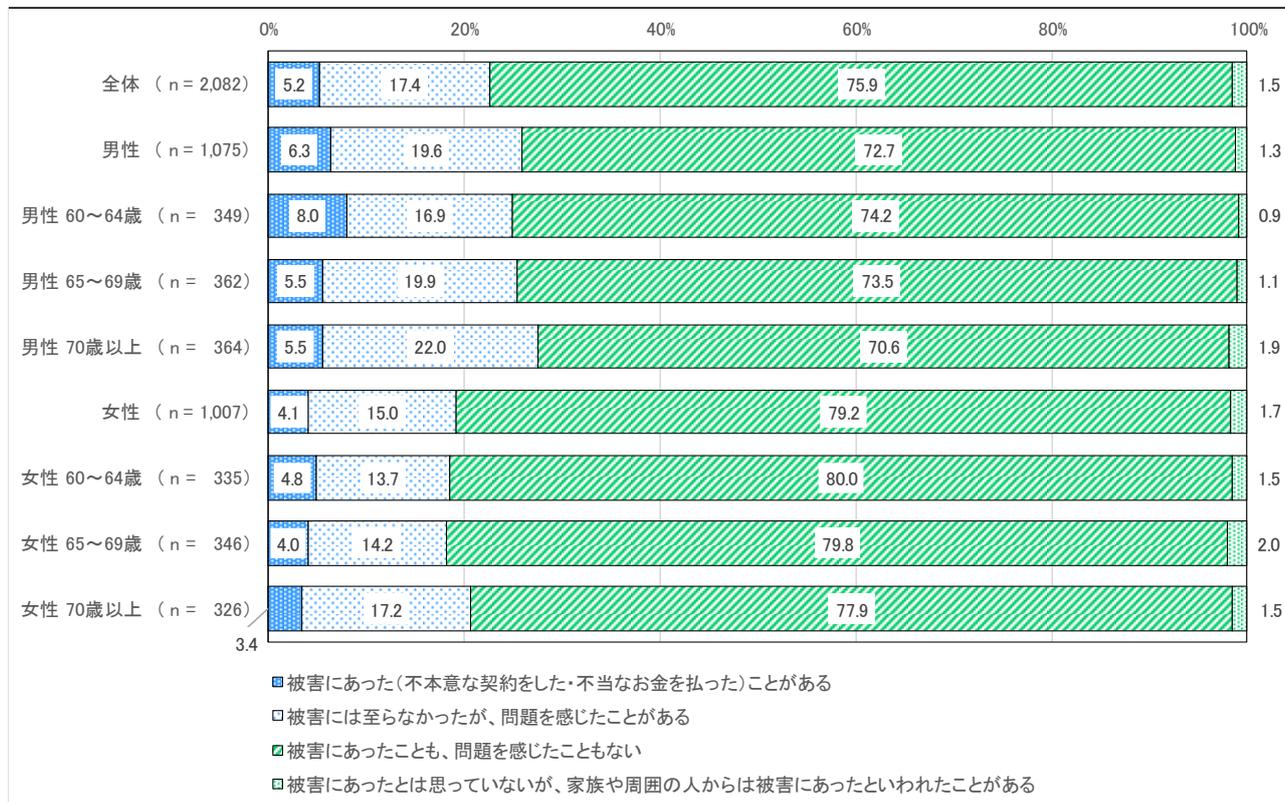
(参考) 前回調査 (令和3年度)



【性・年齢別】

男性・女性ともに、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」の合計は、2割弱から3割弱となっているが、総じて女性より男性のほうが多く、男性の中でも70歳以上が高かった。

図表 2-17. インターネット通販での被害経験 <性・年齢別>

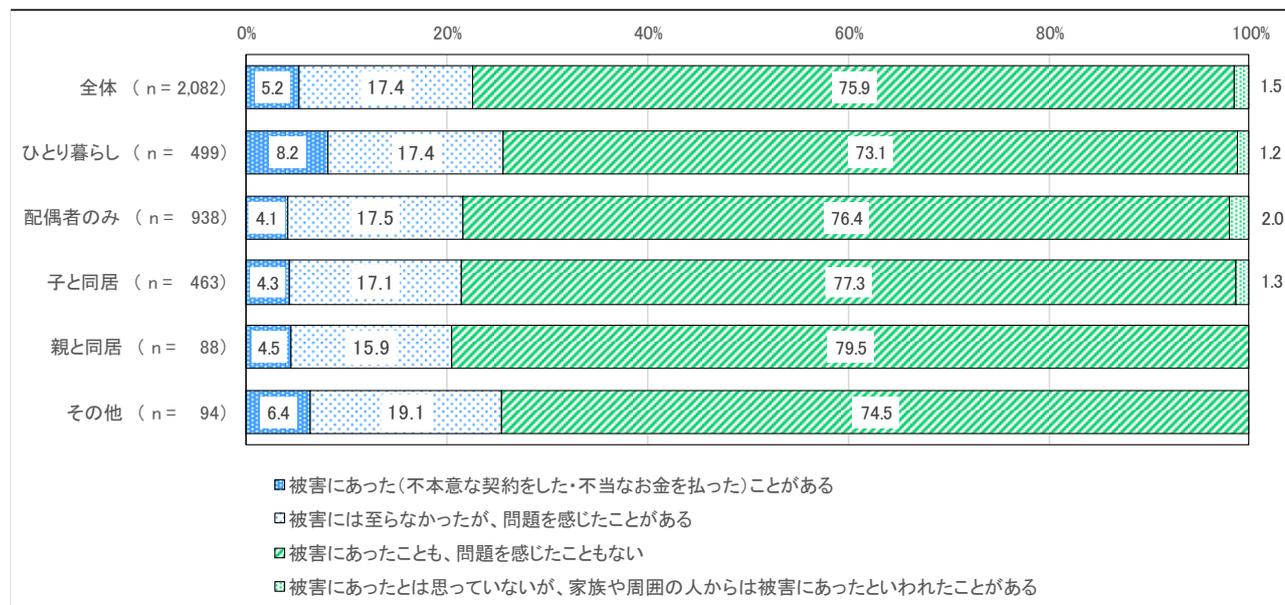


※n=2,082 は、インターネット通販を「利用したことがある」と回答した人のみ

【家族構成別】

家族構成別にみると、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」は、「その他」を除き「ひとり暮らし」が8.2%と最も高く、次いで「親と同居」が4.5%であった。「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」は、「配偶者のみ」が17.5%と最も高く、次いで「ひとり暮らし」が17.4%であった。

図表 2-18. インターネット通販での被害経験 <家族構成別>

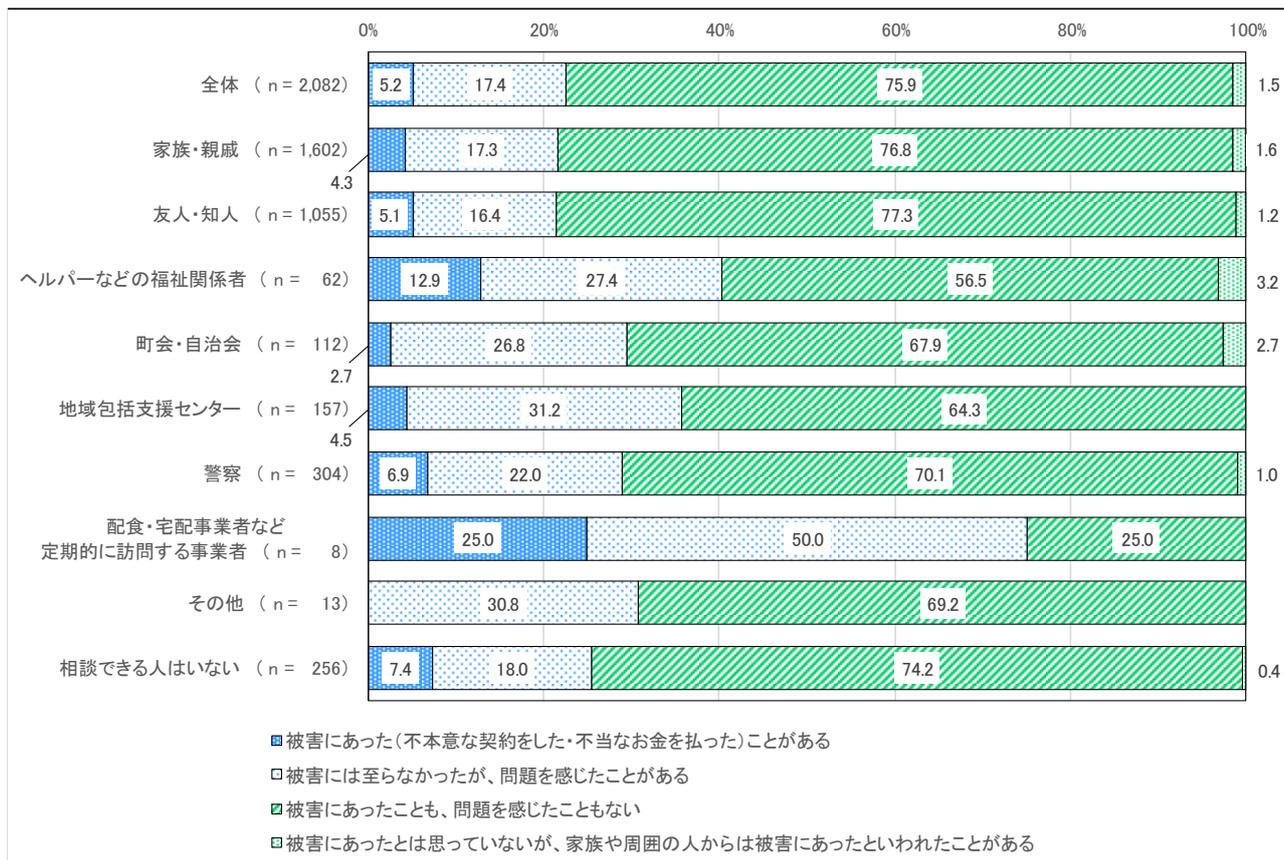


※n=2,082 は、インターネット通販を「利用したことがある」と回答した人のみ

【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「ヘルパーなどの福祉関係者」や「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」の場合、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」と回答する割合が高かった。

図表 2-19. インターネット通販での被害経験  
 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

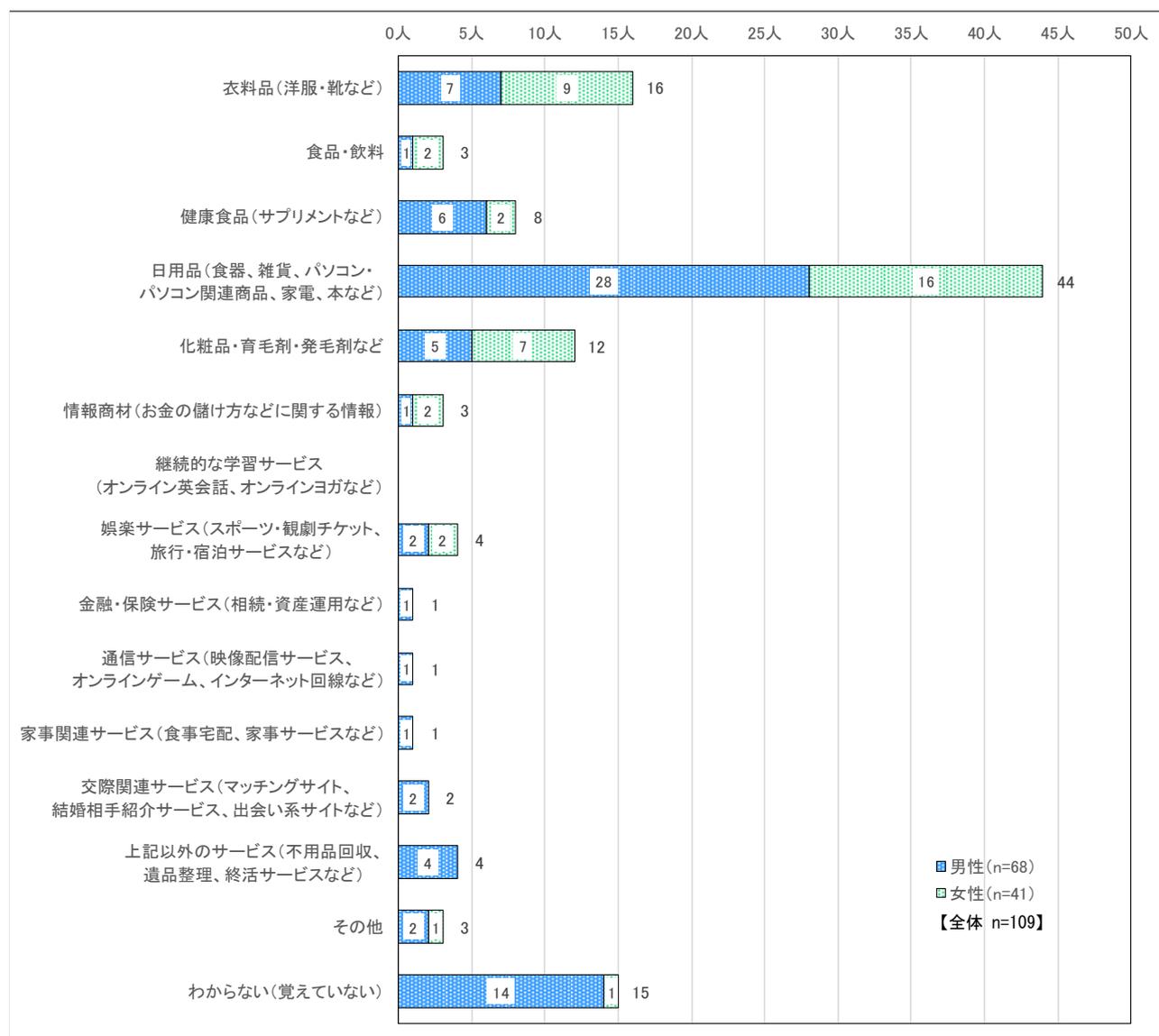


※n=2,082 は、インターネット通販を「利用したことがある」と回答した人のみ

### ③ インターネット通販で何を購入したときに被害にあったか

インターネット通販で何を購入したときに被害にあったかは、「日用品（食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品、家電、本など）」が44人（男性28人、女性16人）と最も多く、次いで「衣料品（洋服・靴など）」が16人（男性7人、女性9人）、「化粧品・育毛剤・発毛剤など」が12人（男性5人、女性7人）であった。

図表 2-20. インターネット通販で何を購入したときに被害にあったか（複数回答）  
 <男女別人数>

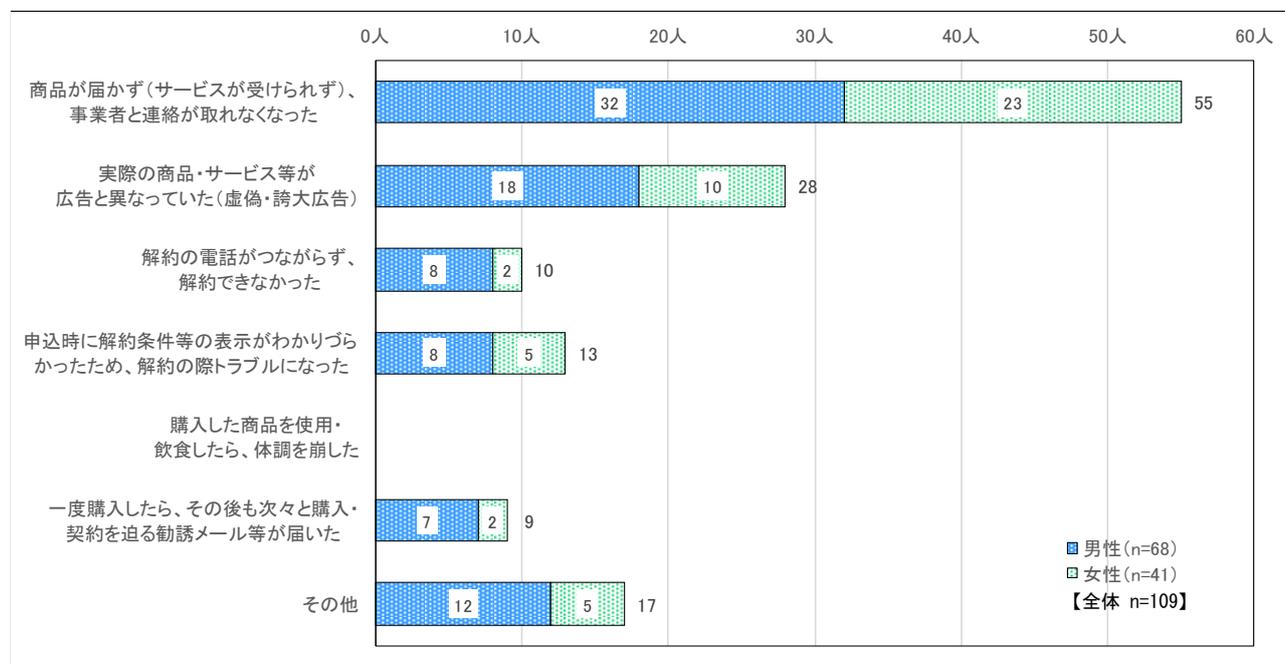


※n=109 は、インターネット通販で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

#### ④ インターネット通販での被害内容

インターネット通販での被害内容は、「商品が届かず（サービスが受けられず）、事業者と連絡が取れなくなった」が55人（男性32人、女性23人）と最も多く、次いで「実際の商品・サービス等が広告と異なっていた（虚偽・誇大広告）」が28人（男性18人、女性10人）であった。

図表 2-21. インターネット通販での被害内容（複数回答） <男女別人数>

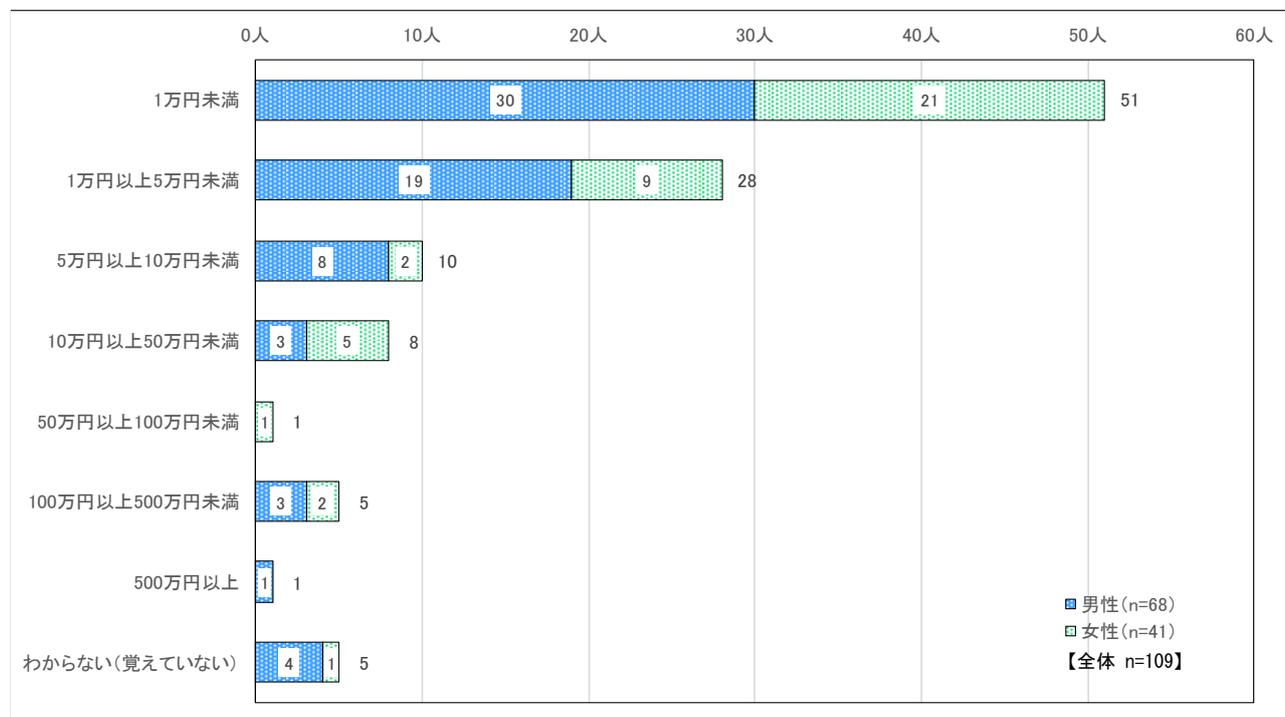


※n=109 は、インターネット通販で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

### ⑤ インターネット通販での被害金額

インターネット通販での被害経験者 109 人（男性 68 人、女性 41 人）の被害金額は、「1 万円未満」が 51 人（男性 30 人、女性 21 人）が最多であった。次いで「1 万円以上 5 万円未満」が 28 人（男性 19 人、女性 9 人）であった。

図表 2-22. インターネット通販での被害金額 <男女別人数>



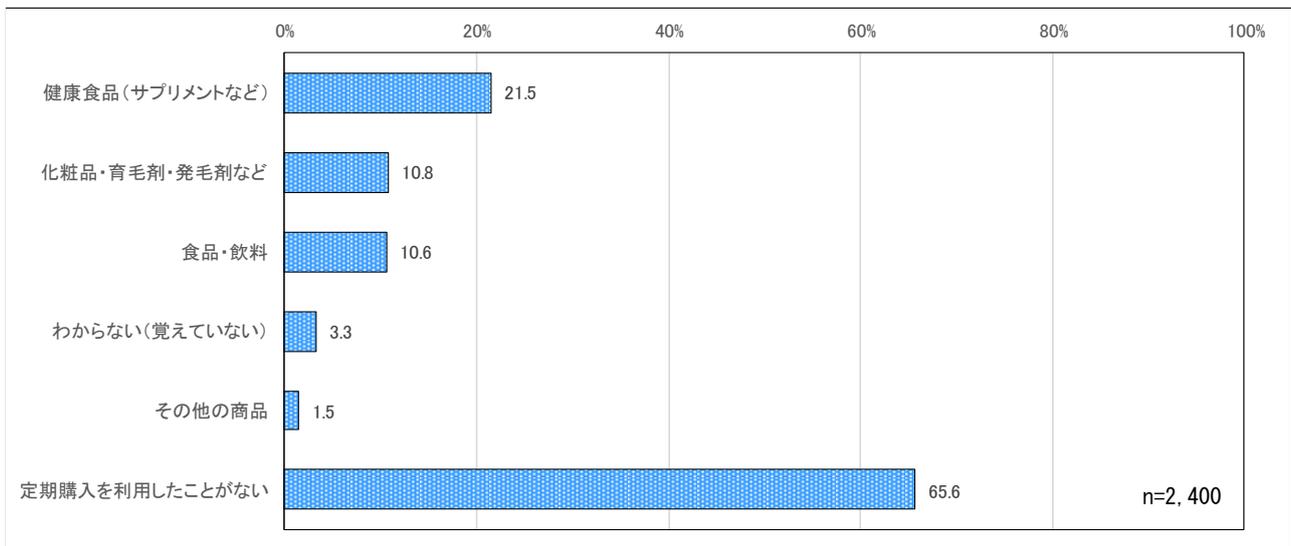
※n=109 は、インターネット通販で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

### (3) 消費者被害の経験（定期購入）

#### ① 定期購入で利用したもの

6割を超える人は「定期購入を利用したことがない」と回答した一方で、購入経験のある人が購入したものは、「健康食品（サプリメントなど）」が21.5%と最も高く、次いで「化粧品・育毛剤・発毛剤など」が10.8%、「食品・飲料」が10.6%であった。

図表 2-23. 定期購入で利用したもの（複数回答）



【性・年齢別、家族構成別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

性別・年齢別にみると、男女ともにすべての年齢で「健康食品（サプリメントなど）」が1位となり、そのうち「男性 70 歳以上」では 27.0%と最も高かった。「化粧品・育毛剤・発毛剤など」は、女性が 15.6%で、男性の 6.1%よりも 9.5ポイント高かった。

家族構成別にみると、すべて「健康食品（サプリメントなど）」が1位となった。

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」では「食品・飲料」、それ以外では「健康食品（サプリメントなど）」が1位となった。

図表 2-24. 定期購入で利用したもの（複数回答）

<性・年齢別、家族構成別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

		n	健康食品（サプリメントなど）	化粧品・育毛剤・発毛剤など	食品・飲料	その他の商品	定期購入を利用したことがない	わからない（覚えていない）
全体		2,400	21.5	10.8	10.6	1.5	65.6	3.3
性・年齢別	男性	1,200	20.6	6.1	11.4	1.8	67.6	2.9
	60～64歳	400	16.5	4.0	9.3	1.0	72.8	4.8
	65～69歳	400	18.3	7.0	10.8	2.5	69.3	3.0
	70歳以上	400	27.0	7.3	14.3	2.0	60.8	1.0
	女性	1,200	22.5	15.6	9.8	1.2	63.6	3.6
	60～64歳	400	18.5	14.8	8.3	1.8	67.0	3.0
	65～69歳	400	22.5	13.0	10.8	1.0	65.0	4.0
70歳以上	400	26.5	19.0	10.5	0.8	58.8	3.8	
家族構成別	ひとり暮らし	579	24.0	9.7	10.9	1.6	64.1	4.1
	配偶者のみ	1,065	21.3	12.3	11.8	1.6	64.2	2.9
	子と同居	546	19.8	9.9	8.4	1.5	68.9	2.6
	親と同居	104	20.2	8.7	7.7	1.0	68.3	4.8
	その他	106	20.8	9.4	11.3	0.9	67.9	3.8
身近で相談できる人	家族・親戚	1,809	22.3	12.2	11.6	1.5	64.6	2.0
	友人・知人	1,160	25.3	14.0	13.9	2.0	61.6	1.6
	ヘルパーなどの福祉関係者	66	34.8	12.1	13.6	-	60.6	1.5
	町会・自治会	122	30.3	12.3	23.0	2.5	57.4	1.6
	地域包括支援センター	164	33.5	15.2	20.7	3.7	56.1	0.6
	警察	323	23.8	12.7	16.4	3.1	62.5	1.2
	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者	8	25.0	12.5	37.5	-	62.5	-
	その他	13	38.5	23.1	-	15.4	61.5	-
相談できる人はいない	346	15.3	4.9	4.3	1.2	70.5	10.4	

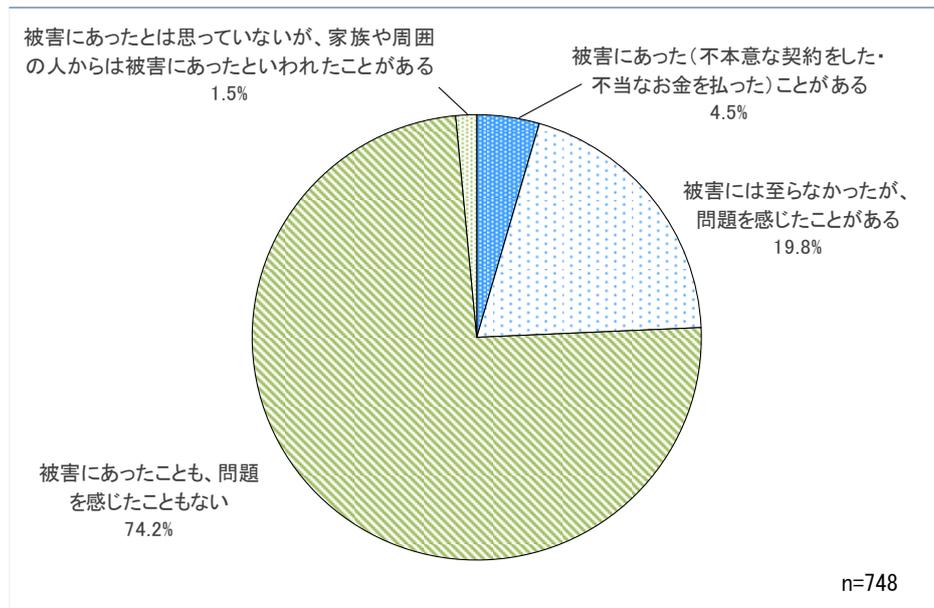
(人) (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す

## ② 定期購入での被害経験

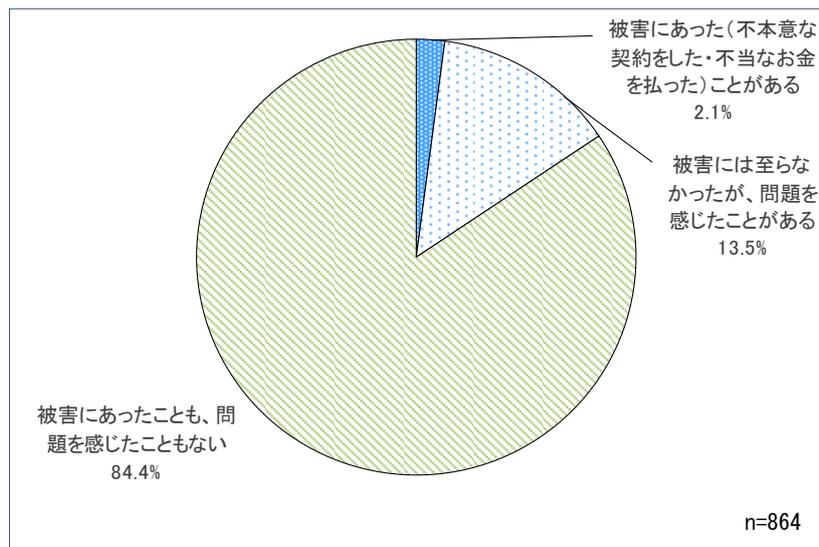
定期購入での被害経験は、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」が4.5%、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」が19.8%、「被害にあったことも、問題を感じたこともない」が74.2%、「被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある」が1.5%であった。

図表 2-25. 定期購入での被害経験



※n=748 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

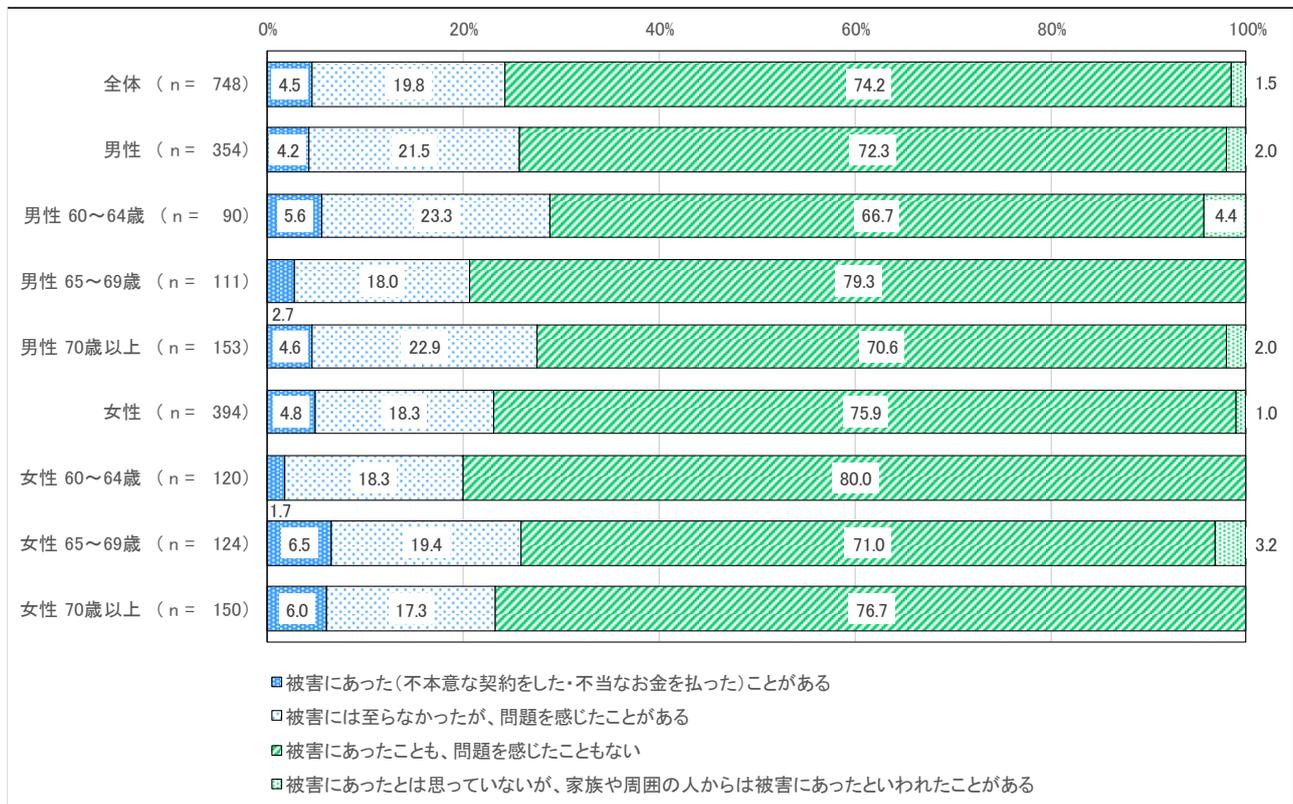
(参考) 前回調査 (令和3年度)



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」は、「女性 65～69 歳」が 6.5%と最も高く、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」は、「男性 60～64 歳」が 23.3%と最も高かった。

図表 2-26. 定期購入での被害経験 <性・年齢別>

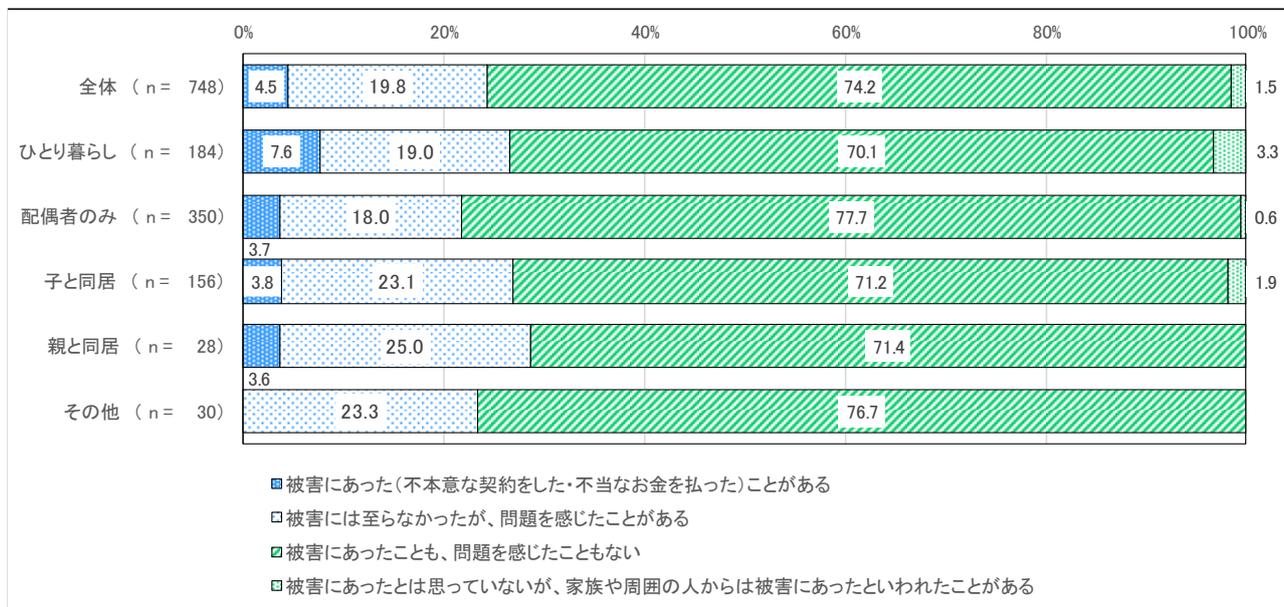


※n=748 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

【家族構成別】

家族構成別にみると、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」は、「ひとり暮らし」が7.6%と最も高かった。「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」は「親と同居」が25.0%と最も高かった。

図表 2-27. 定期購入での被害経験 <家族構成別>

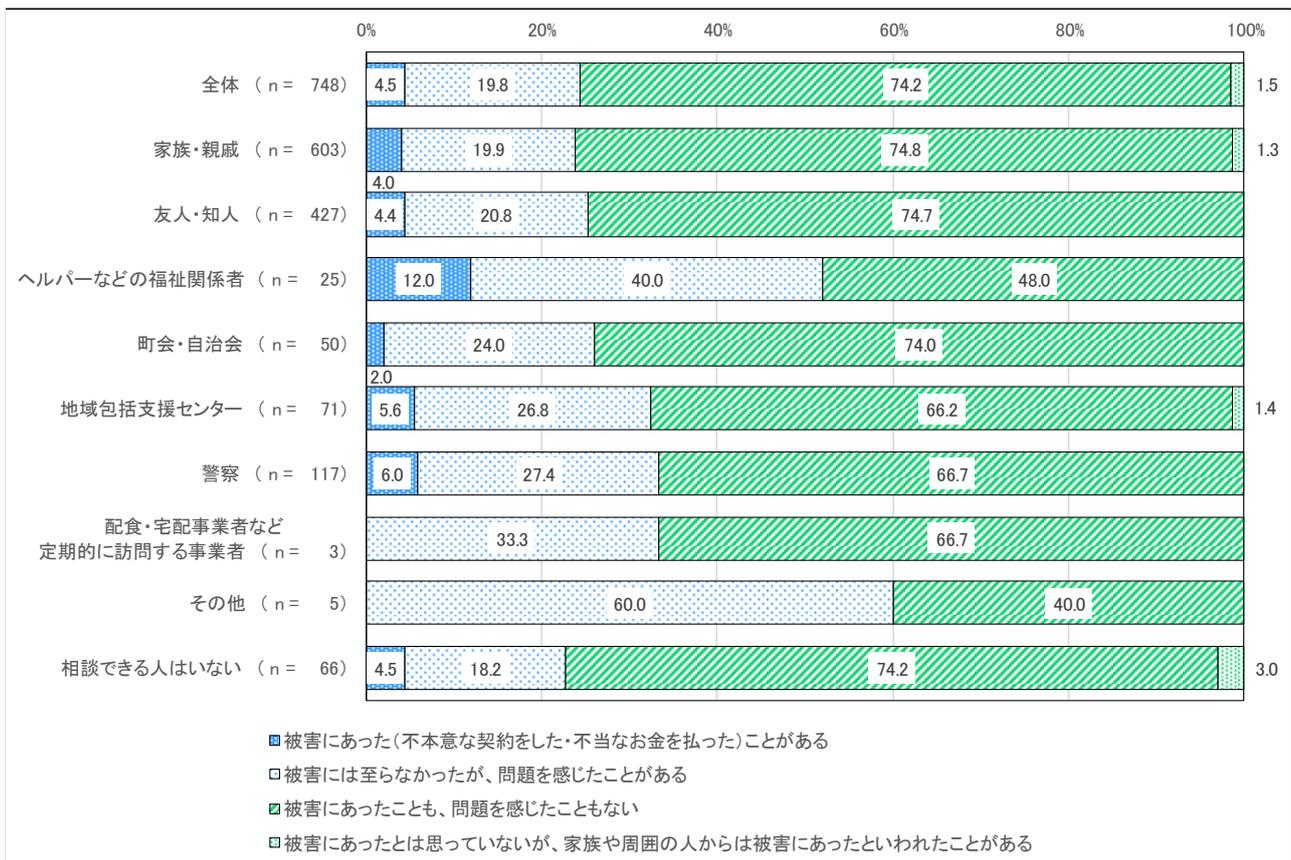


※n=748 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」は、「ヘルパーなどの福祉関係者」が12.0%と最も高かった。「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」は「その他」を除くと「ヘルパーなどの福祉関係者」が40.0%と最も高かった。

図表 2-28. 定期購入での被害経験 < 困ったことがあったとき身近で相談できる人別 >

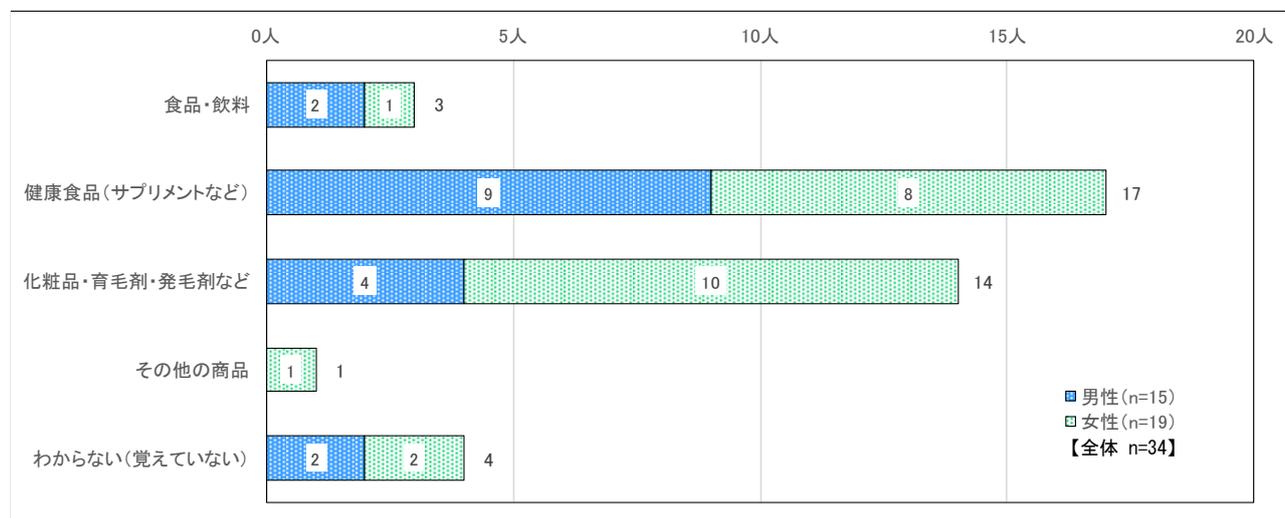


※n=748は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

### ③ 定期購入で何を購入したときに被害にあったか

定期購入で何を購入したときに被害にあったかは、「健康食品（サプリメントなど）」が17人（男性9人、女性8人）と最も多く、次いで、「化粧品・育毛剤・発毛剤など」が14人（男性4人、女性10人）、  
「食品・飲料」が3人（男性2人、女性1人）であった。

図表 2-29. 定期購入で何を購入したときに被害にあったか（複数回答） <男女別人数>

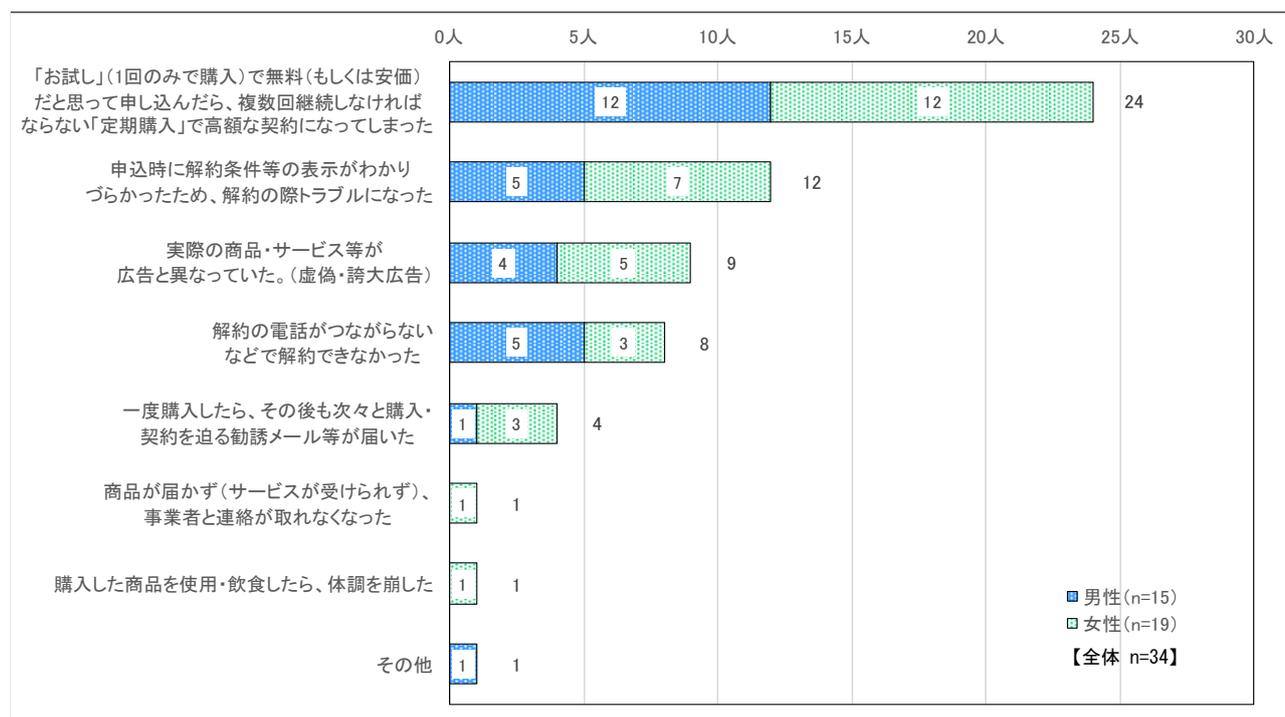


※n=34 は、定期購入で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

#### ④ 定期購入での被害内容

定期購入での被害内容は、『お試し（1回のみで購入）』で無料（もしくは安価）だと思って申し込んだら、複数回継続しなければならぬ『定期購入』で高額な契約になってしまった」が24人（男性12人、女性12人）と最も多く、次いで「申込時に解約条件等の表示がわかりづらかったため、解約の際トラブルになった」が12人（男性5人、女性7人）、「実際の商品・サービス等が広告と異なっていた。（虚偽・誇大広告）」が9人（男性4人、女性5人）であった。

図表 2-30. 定期購入での被害内容（複数回答） <男女別人数>

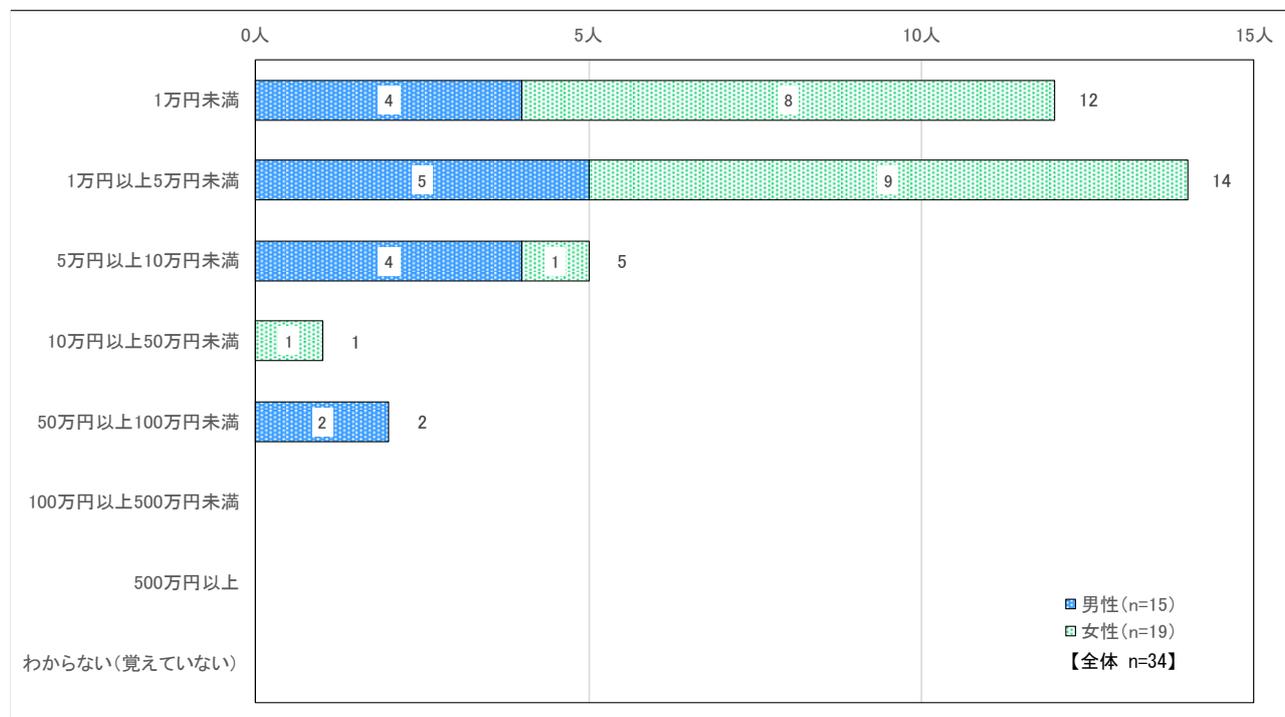


※n=34は、定期購入で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

### ⑤ 定期購入での被害金額

定期購入での被害経験者 34 人（男性 15 人、女性 19 人）の被害金額は、「1 万円以上 5 万円未満」が 14 人（男性 5 人、女性 9 人）と最も多く、次いで「1 万円未満」が 12 人（男性 4 人、女性 8 人）、「5 万円以上 10 万円未満」が 5 人（男性 4 人、女性 1 人）であった。また、100 万円以上の被害はなかった。

図表 2-31. 定期購入での被害金額 <男女別人数>



※n=34 は、定期購入で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

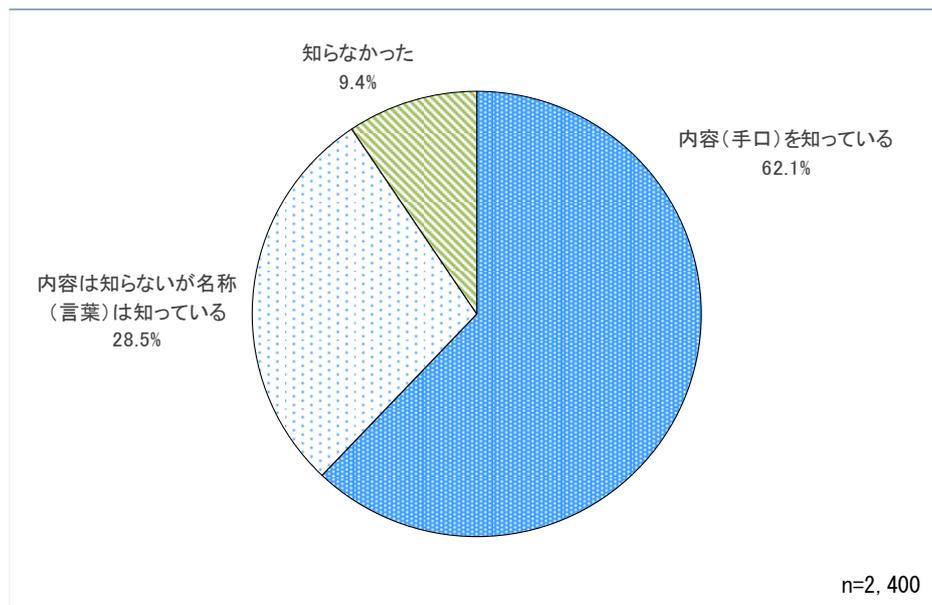
#### (4) 消費者被害の経験（架空請求・不当請求）

##### ① 架空請求・不当請求の認知

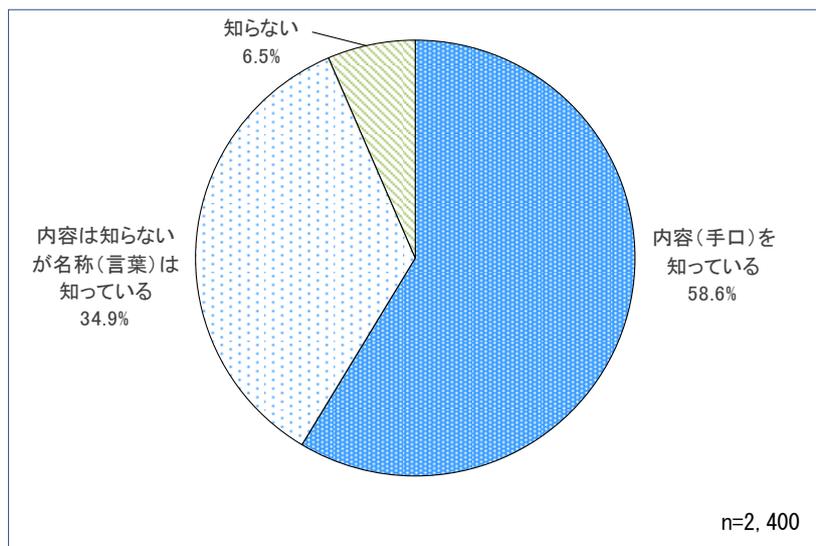
架空請求・不当請求の認知は、「内容（手口）を知っている」が62.1%、「内容は知らないが名称（言葉）は知っている」が28.5%、「知らなかった」が9.4%であった。

前回調査と比較すると、「内容（手口）を知っている」が3.5ポイント増加、「内容は知らないが名称（言葉）は知っている」が6.4ポイント減少、「知らなかった」が2.9ポイント増加した。

図表 2-32. 架空請求・不当請求の認知



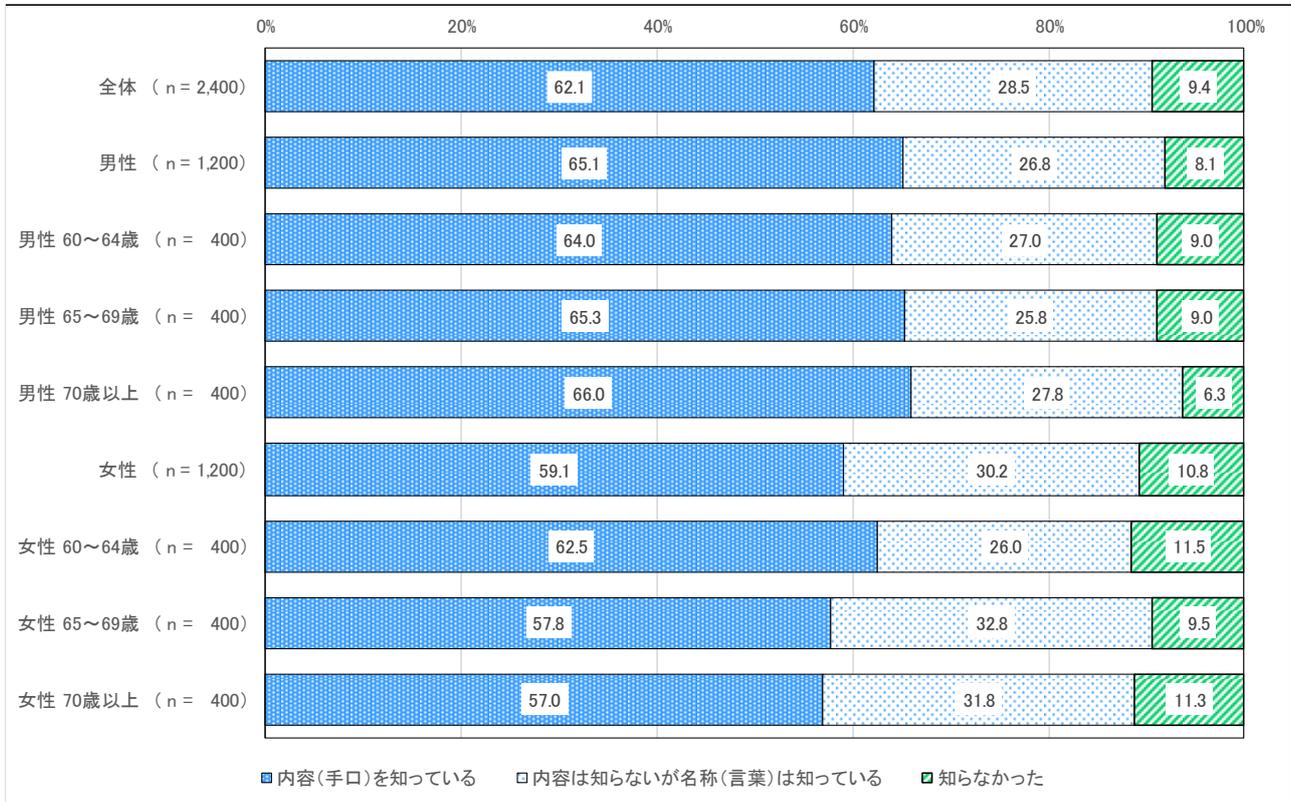
(参考) 前回調査（令和3年度）



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「内容（手口）を知っている」がいずれも5割を超え、そのうち「男性70歳以上」が66.0%と最も高かった。

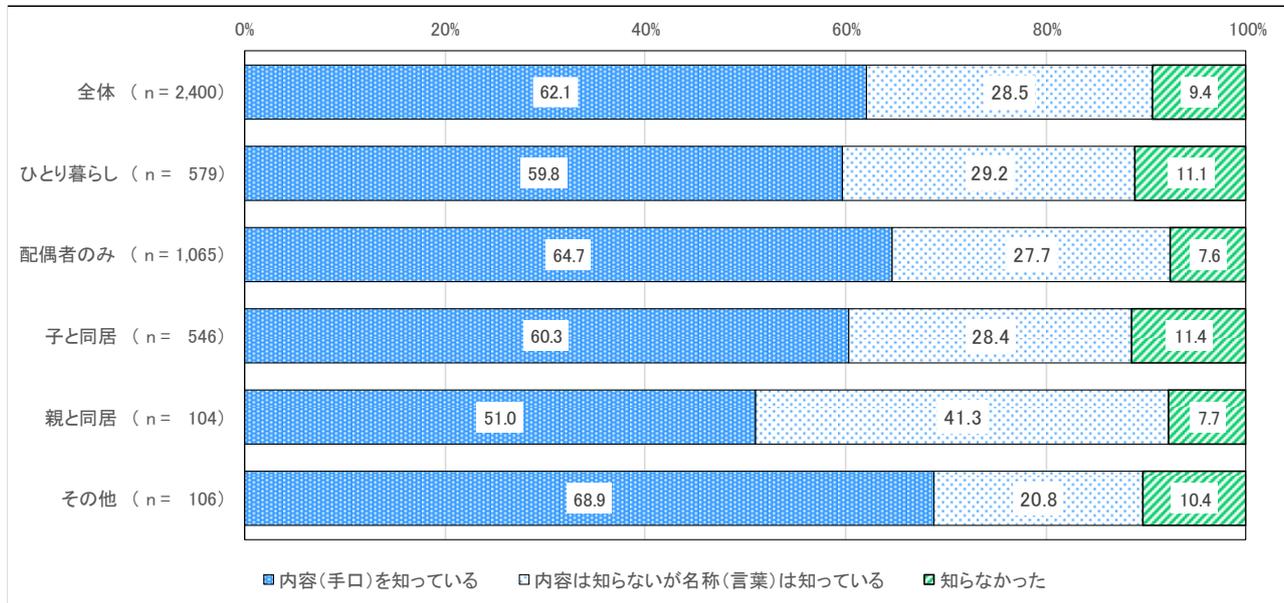
図表 2-33. 架空請求・不当請求の認知 <性・年齢別>



【家族構成別】

家族構成別にみると、「内容（手口）を知っている」と回答した人は、いずれの家族構成においても5割を超え、「その他」を除くと、「配偶者のみ」が64.7%と最も高かった。

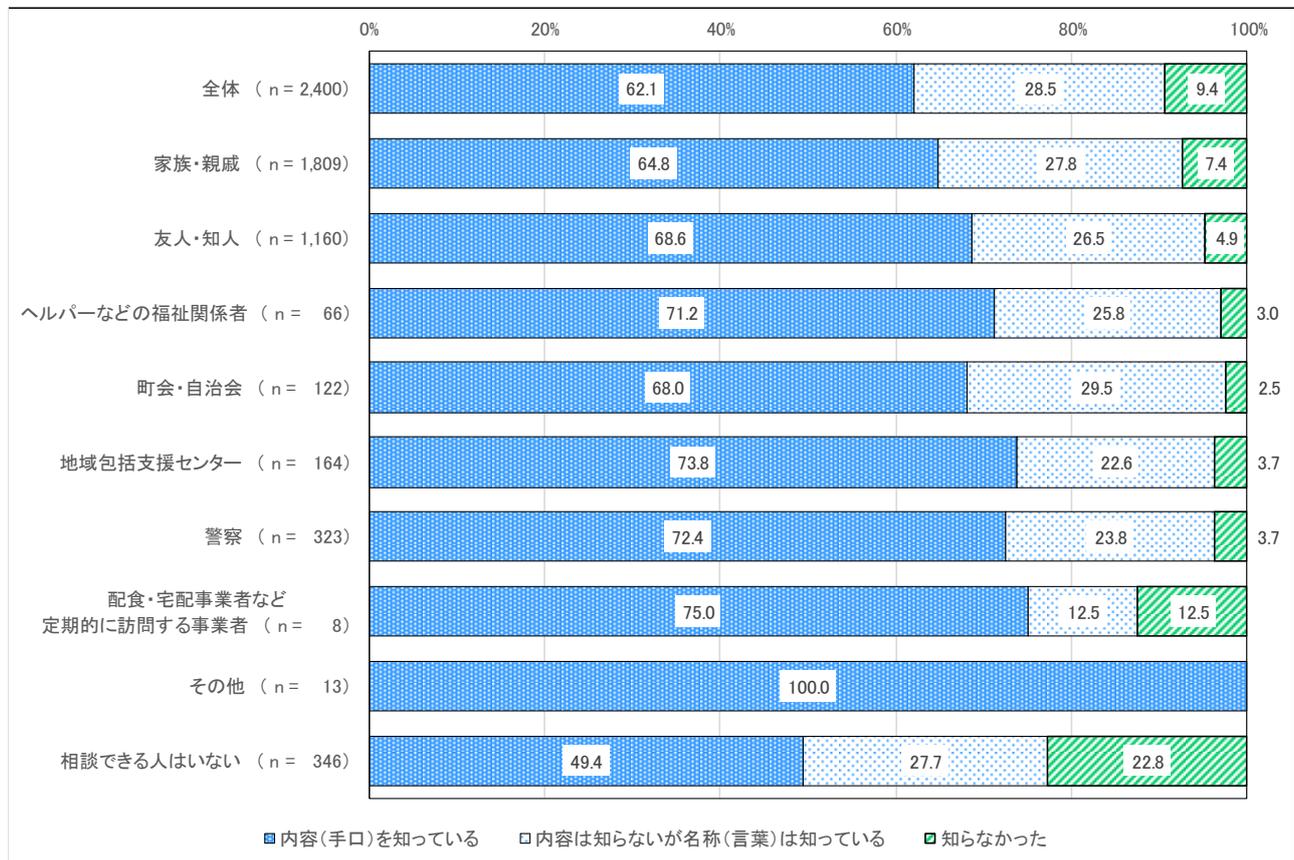
図表 2-34. 架空請求・不当請求の認知 <家族構成別>



【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「内容（手口）を知っている」と回答した人は、相談できる人がいる人の場合はいずれにおいても6割を超え、「その他」を除くと、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」が75.0%と最も高かった。

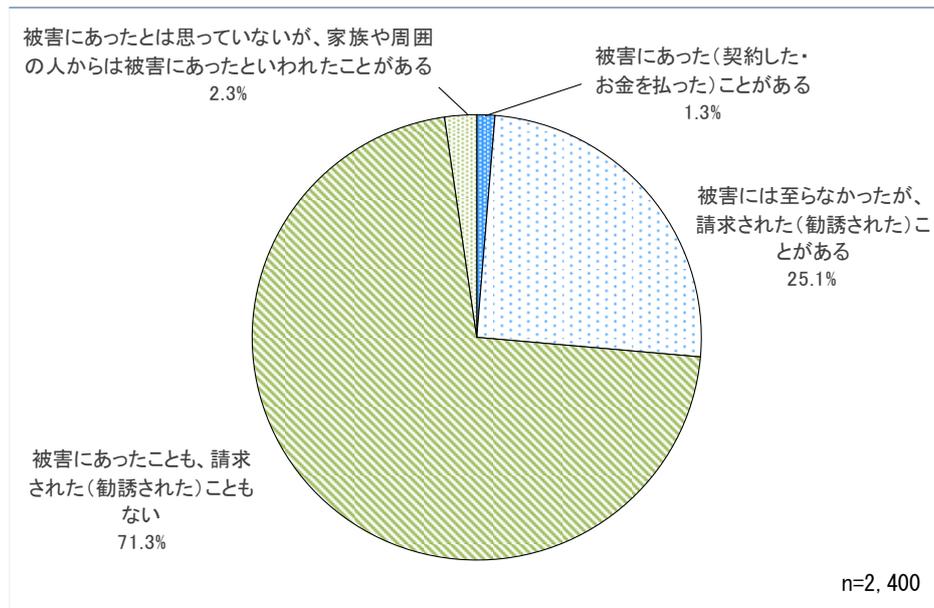
図表 2-35. 架空請求・不当請求の認知 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>



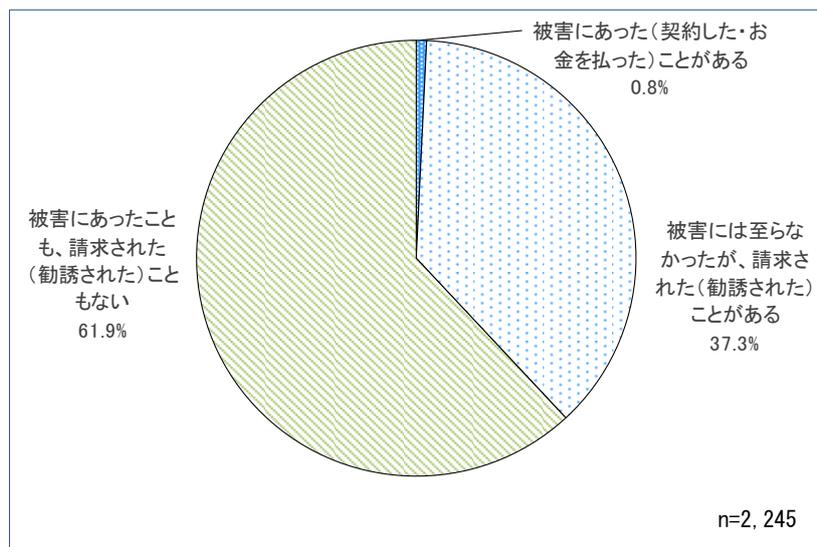
## ② 被害経験

架空請求・不当請求の被害経験は、「被害にあった（契約した・お金を払った）ことがある」が1.3%、「被害には至らなかったが、請求された（勧誘された）ことがある」が25.1%、「被害にあったことも、請求された（勧誘された）こともない」が71.3%、「被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある」が2.3%であった。

図表 2-36. 架空請求・不当請求での被害経験



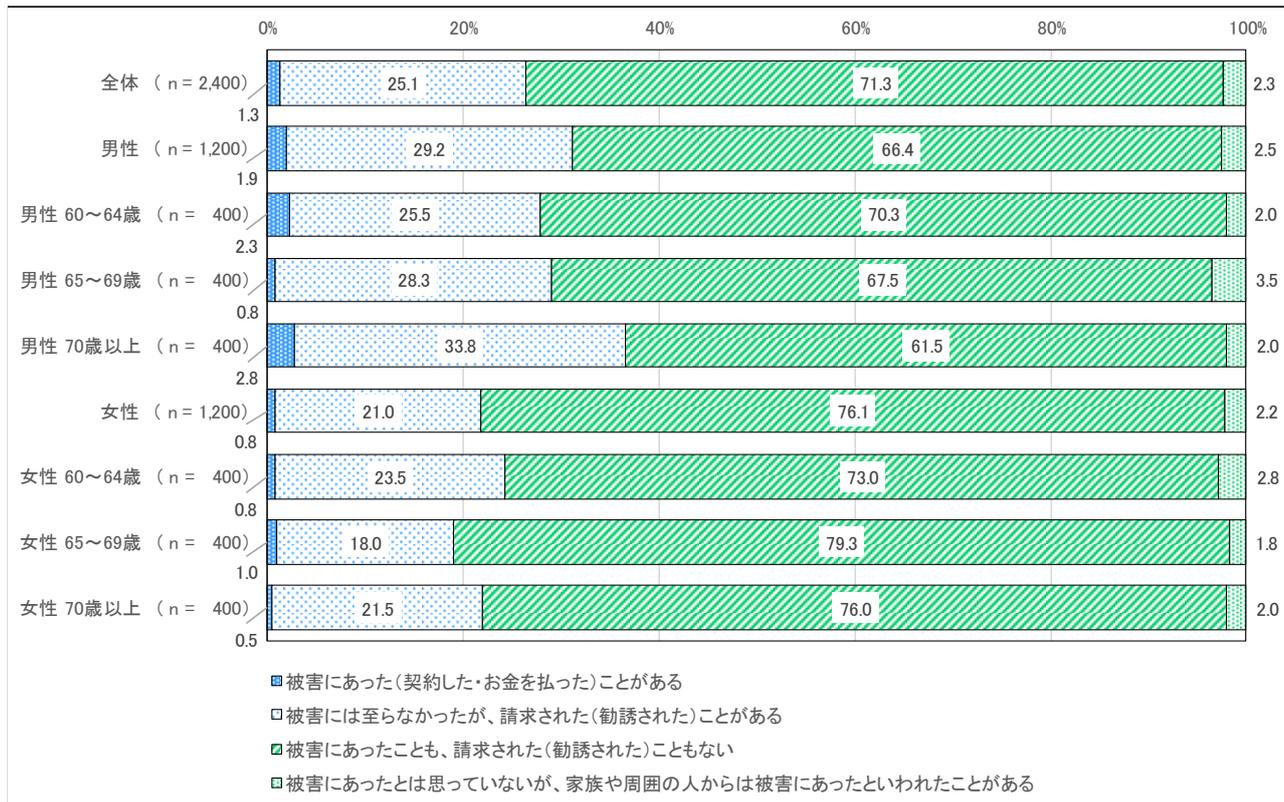
(参考) 前回調査 (令和3年度)



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「被害にあった（契約した・お金を払った）ことがある」は、男性が1.9%で女性の0.8%よりも1.1ポイント高く、「被害には至らなかったが、請求された（勧誘された）ことがある」は、「男性70歳以上」が33.8%と最も高かった。「被害には至らなかったが、請求された（勧誘された）ことがある」は、「男性70歳以上」が33.8%と最も高く、次いで「男性65～69歳」が28.3%であった。

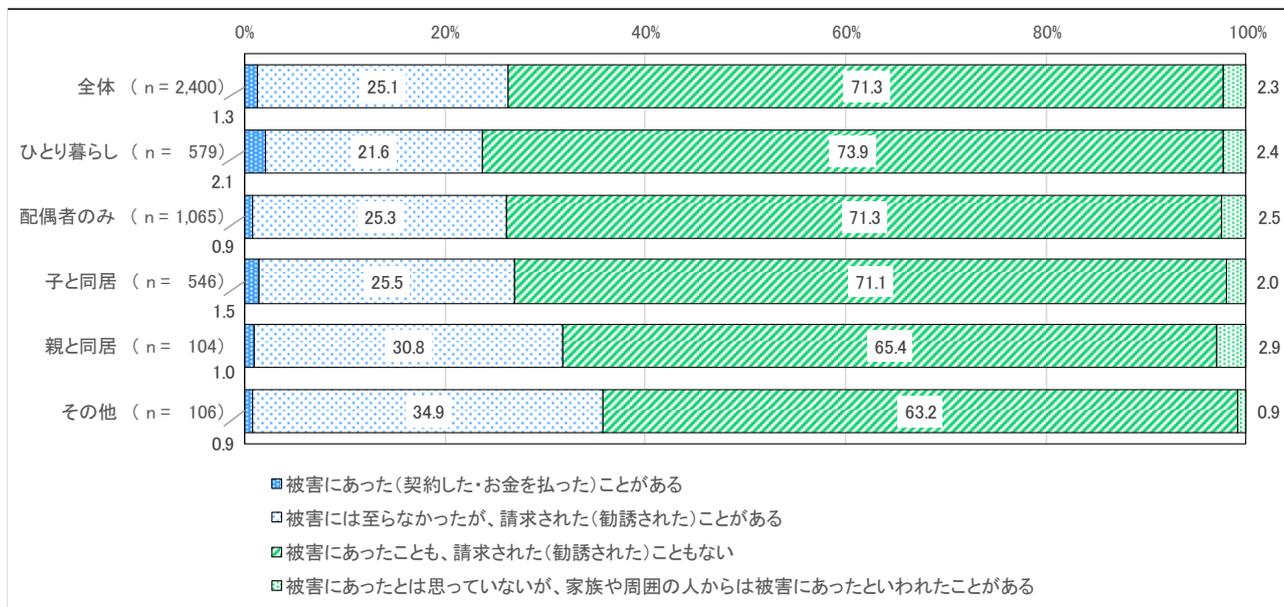
図表 2-37. 架空請求・不当請求での被害経験 <性・年齢別>



【家族構成別】

家族構成別にみると、「被害にあった（契約した・お金を払った）ことがある」は、「ひとり暮らし」が 2.1%と最も高かった。「被害には至らなかったが、請求された（勧誘された）ことがある」は、「その他」を除き「親と同居」が 30.8%と最も高く、次いで「子と同居」が 25.5%であった。

図表 2-38. 架空請求・不当請求での被害経験 <家族構成別>

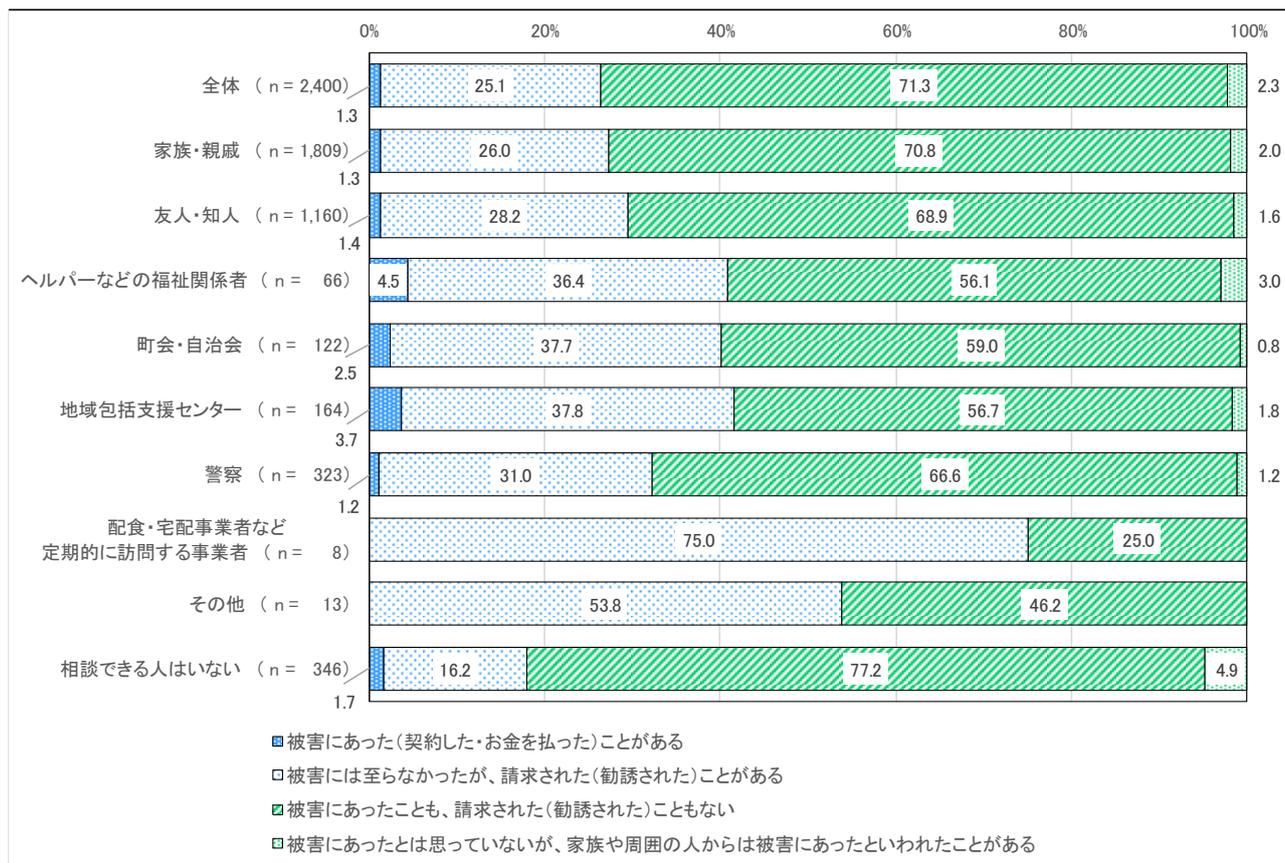


【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、被害にあった（契約した・お金を払った）ことがある」は、「ヘルパーなどの福祉関係者」が4.5%と最も高かった。

「被害には至らなかったが、請求された（勧誘された）ことがある」は、「ヘルパーなどの福祉関係者」、「町会・自治会」、「地域包括支援センター」、「警察」、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」が全体と比べポイントが高い傾向にあった。

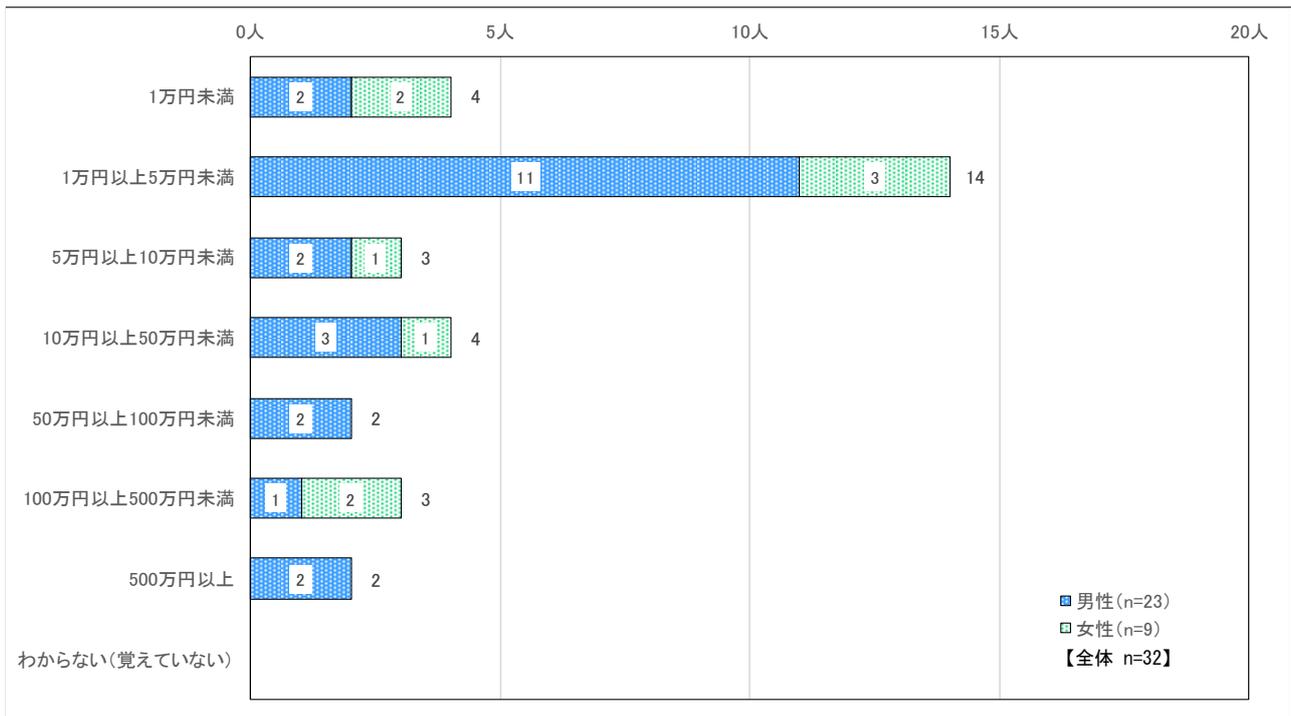
図表 2-39. 架空請求・不当請求での被害経験 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>



### ③ 架空請求・不当請求での被害金額

架空請求・不当請求の被害経験者 32 人（男性 23 人、女性 9 人）の被害金額は、「1 万円以上 5 万円未満」が 14 人（男性 11 人、女性 3 人）と最も多く、次いで「1 万円未満」が 4 人（男性 2 人、女性 2 人）、「10 万円以上 50 万円未満」が 4 人（男性 3 人、女性 1 人）、「5 万円以上 10 万円未満」が 3 人（男性 2 人、女性 1 人）、「100 万円以上 500 万円未満」が 3 人（男性 1 人、女性 2 人）、「50 万円以上 100 万円未満」と「500 万円以上」が男性 2 人であった。

図表 2-40. 架空請求・不当請求での被害金額 <男女別人数>



※n=32 は、架空請求・不当請求で「被害にあった（契約した・お金を払った）ことがある」と回答した人のみ

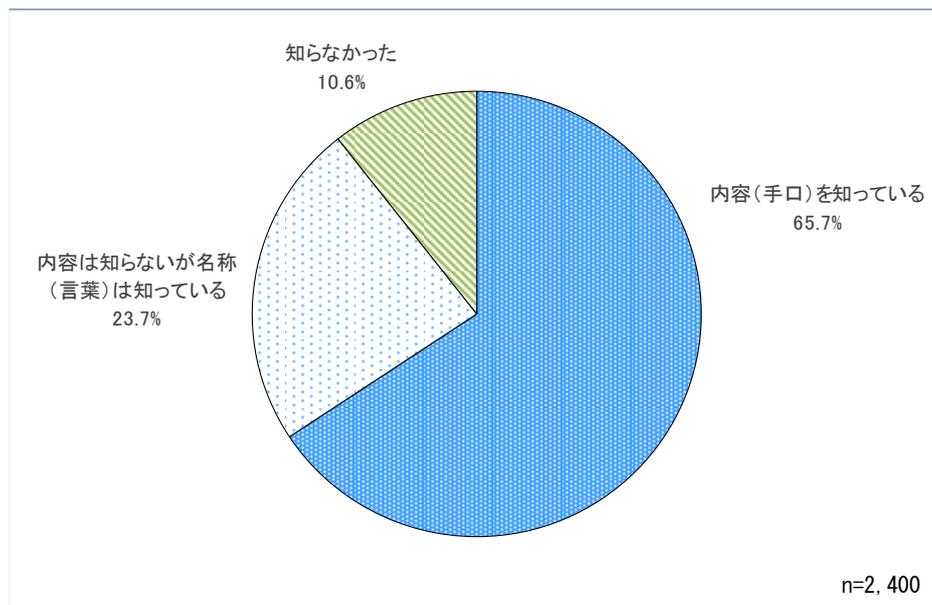
## (5) 消費者被害の経験（点検商法）

### ① 点検商法の認知

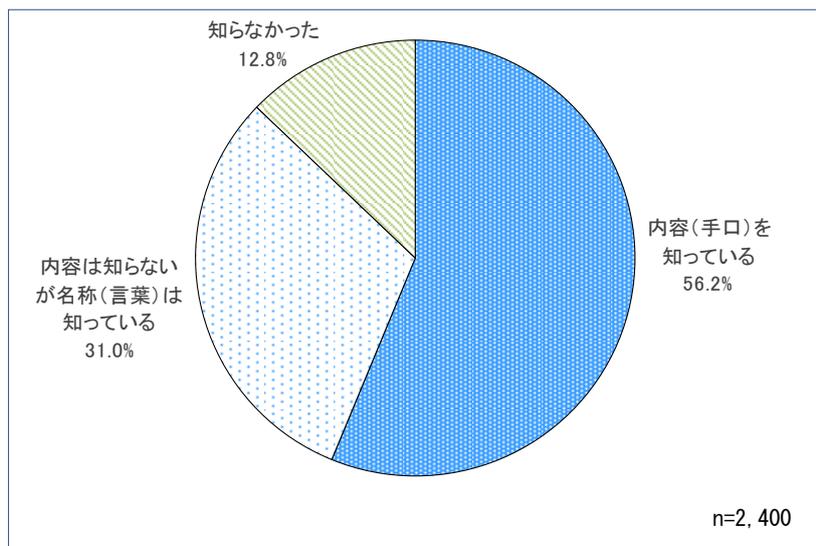
点検商法の認知は、「内容（手口）を知っている」が65.7%、「内容は知らないが名称（言葉）は知っている」が23.7%、「知らなかった」が10.6%であった。

前回調査と比較すると、「内容（手口）を知っている」が9.5ポイント増加、「内容は知らないが名称（言葉）は知っている」が7.3ポイント減少、「知らなかった」が2.2ポイント減少した。

図表 2-41. 点検商法の認知



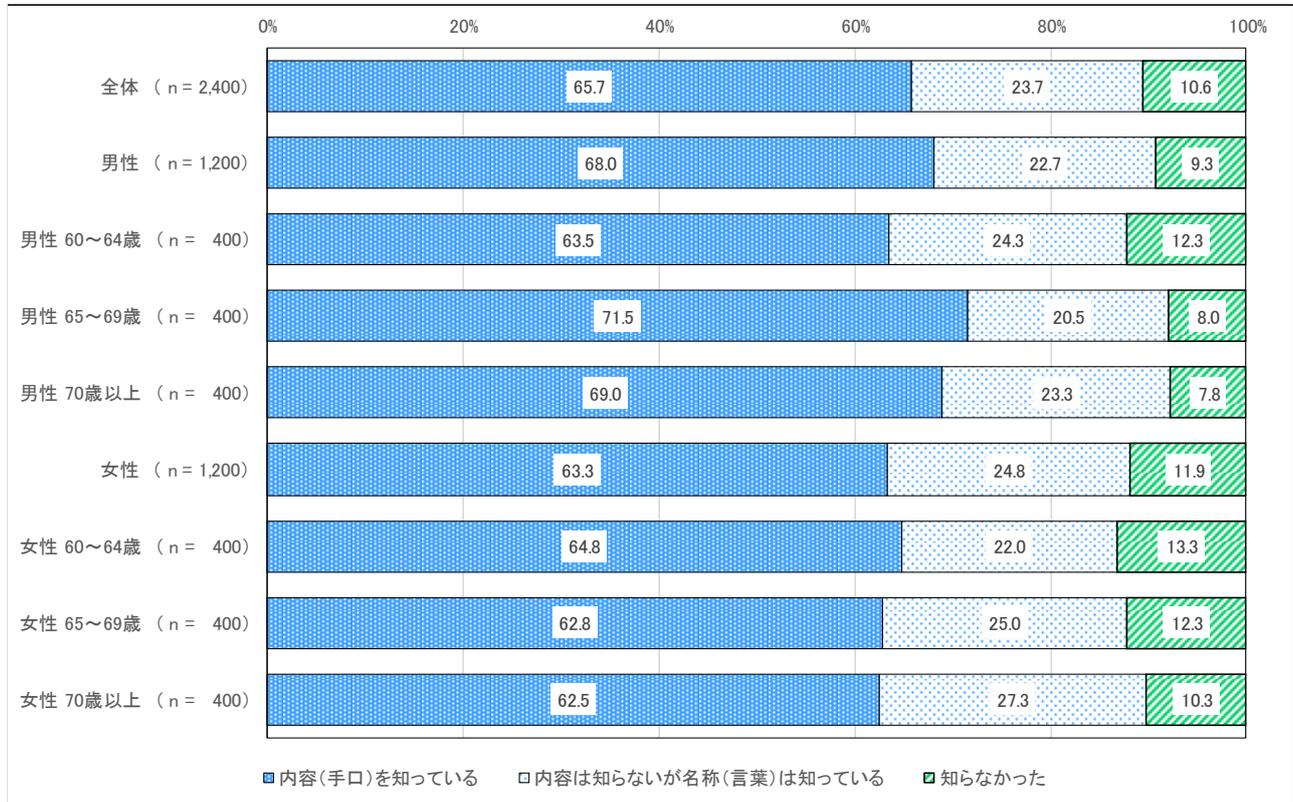
(参考) 前回調査（令和3年度）



【性・年齢別】

性別・年齢別でみると、「内容（手口）を知っている」はいずれも5割を超え、そのうち「男性65～69歳」が71.5%と最も高かった。

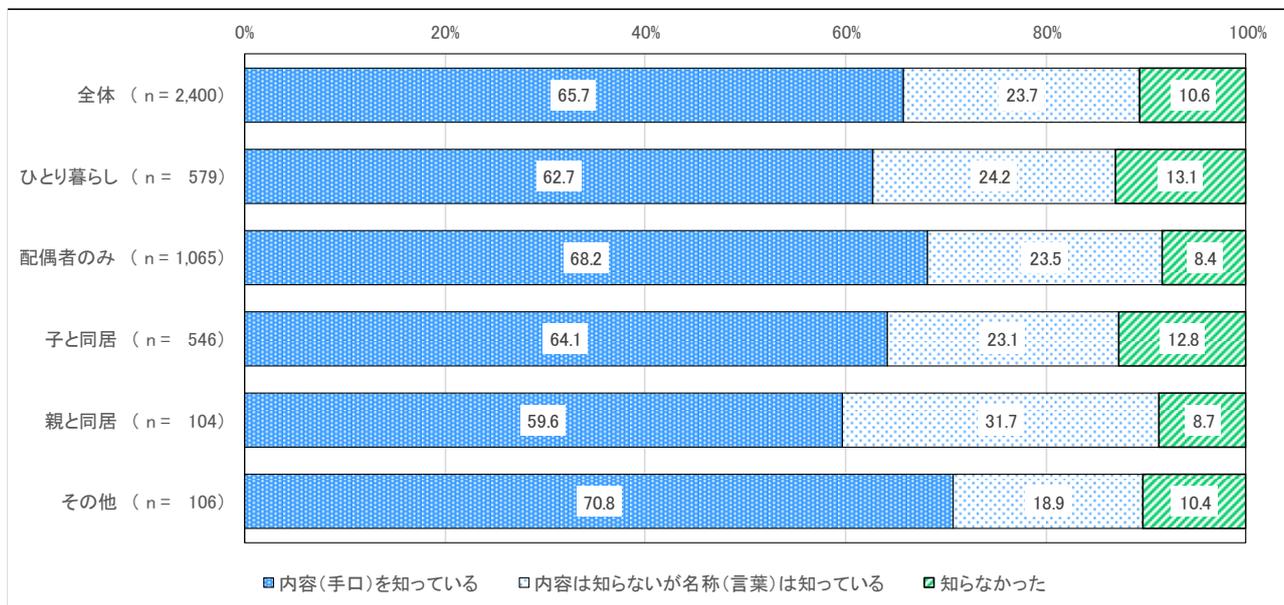
図表 2-42. 点検商法の認知 <性・年齢別>



【家族構成別】

家族構成別にみると、「内容（手口）を知っている」はいずれも5割を超え、「その他」を除き「配偶者のみ」が68.2%と最も高く、次いで「子と同居」が64.1%であった。

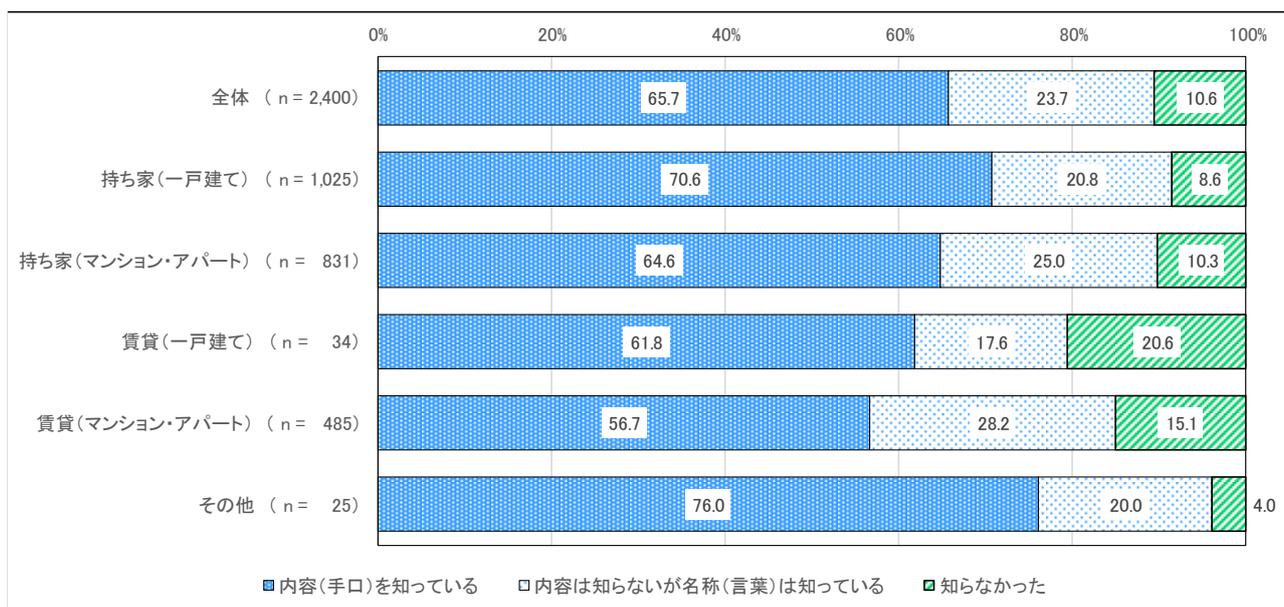
図表 2-43. 点検商法の認知 <家族構成別>



【住まいの形態別】

住まいの形態別にみると、「内容（手口）を知っている」はいずれも5割を超え、「その他」を除き「持ち家（一戸建て）」が70.6%と最も高く、次いで「持ち家（マンション・アパート）」が64.6%であった。

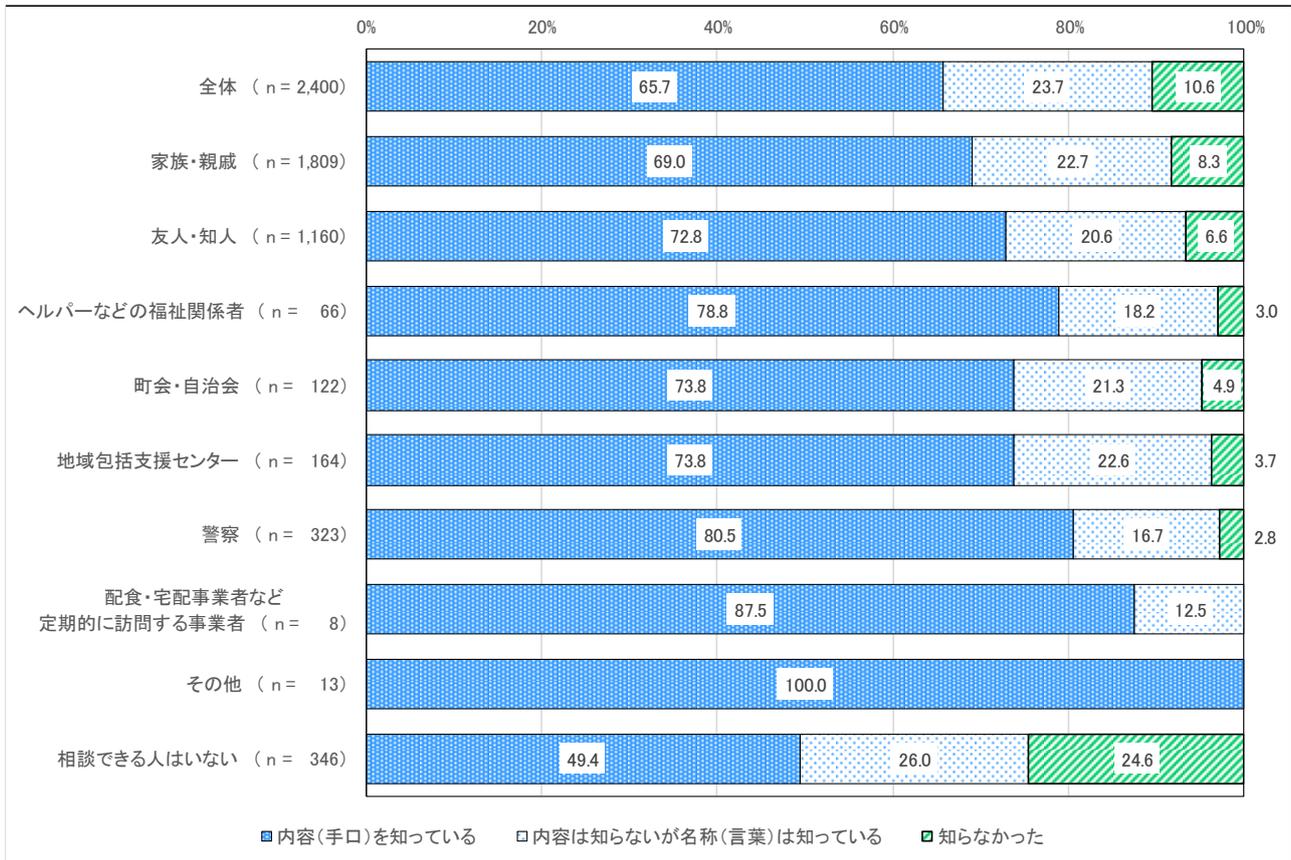
図表 2-44. 点検商法の認知 <住まいの形態別>



【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「内容（手口）を知っている」は、「相談できる人はいない」のみ49.4%と5割を切り、相談できる人がいる場合は、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」が87.5%、「警察」が80.5%、「ヘルパーなどの福祉関係者」が78.8%と比較的高かった。

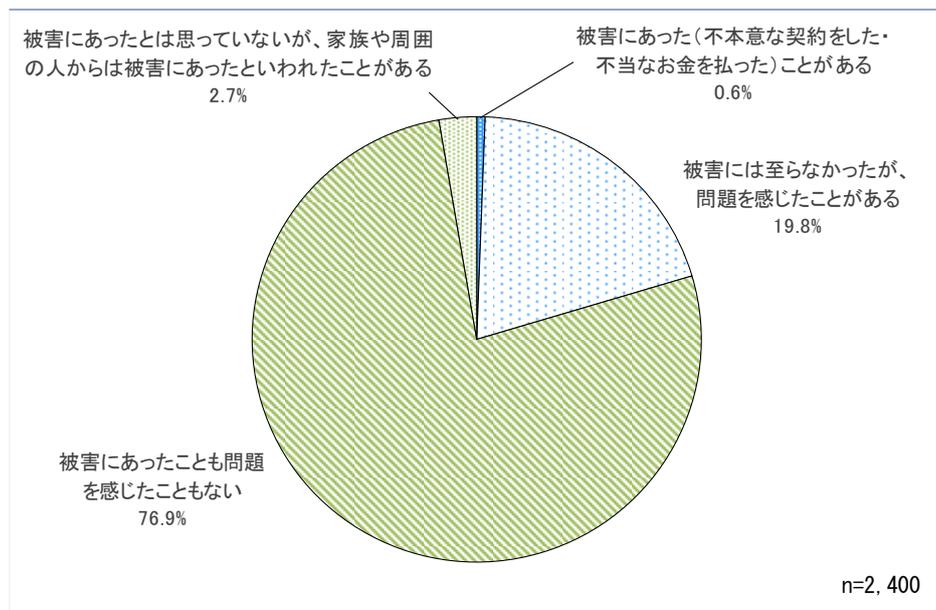
図表 2-45. 点検商法の認知 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>



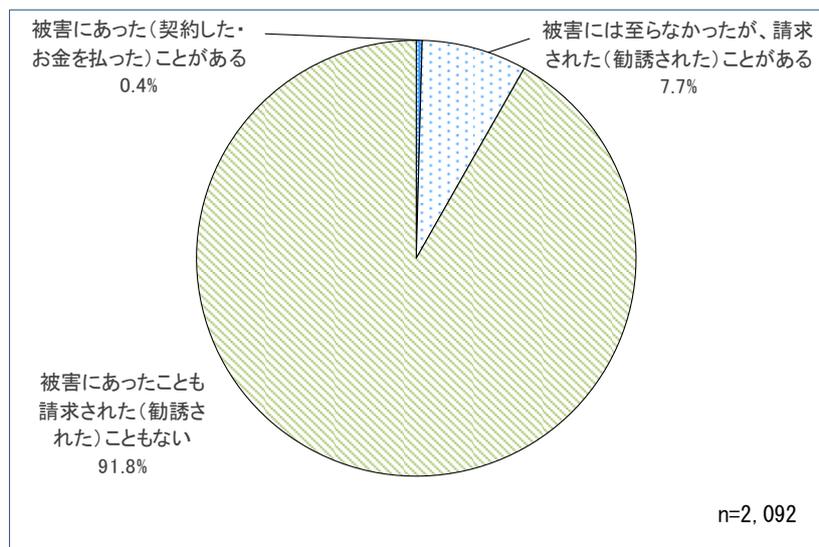
## ② 点検商法の被害経験

点検商法の被害経験は、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」が0.6%、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」が19.8%、「被害にあったことも問題を感じたこともない」が76.9%、「被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある」が2.7%であった。

図表 2-46. 点検商法での被害経験



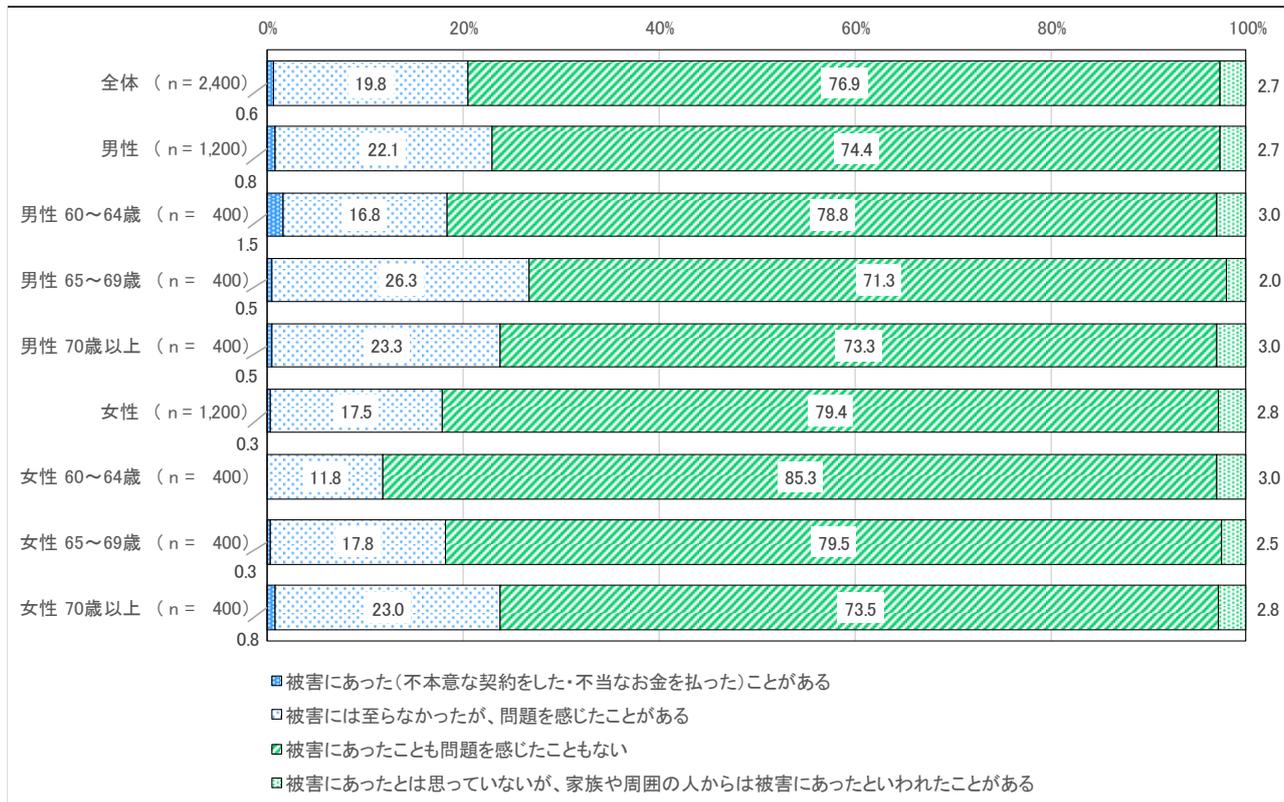
(参考) 前回調査 (令和3年度)



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」は、男性が0.8%で女性の0.3%よりも0.5ポイント高く、「男性60～64歳」が1.5%と最も高かった。「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」は、「男性65～69歳」が26.3%と最も高く、次いで「男性70歳以上」が23.3%であった。

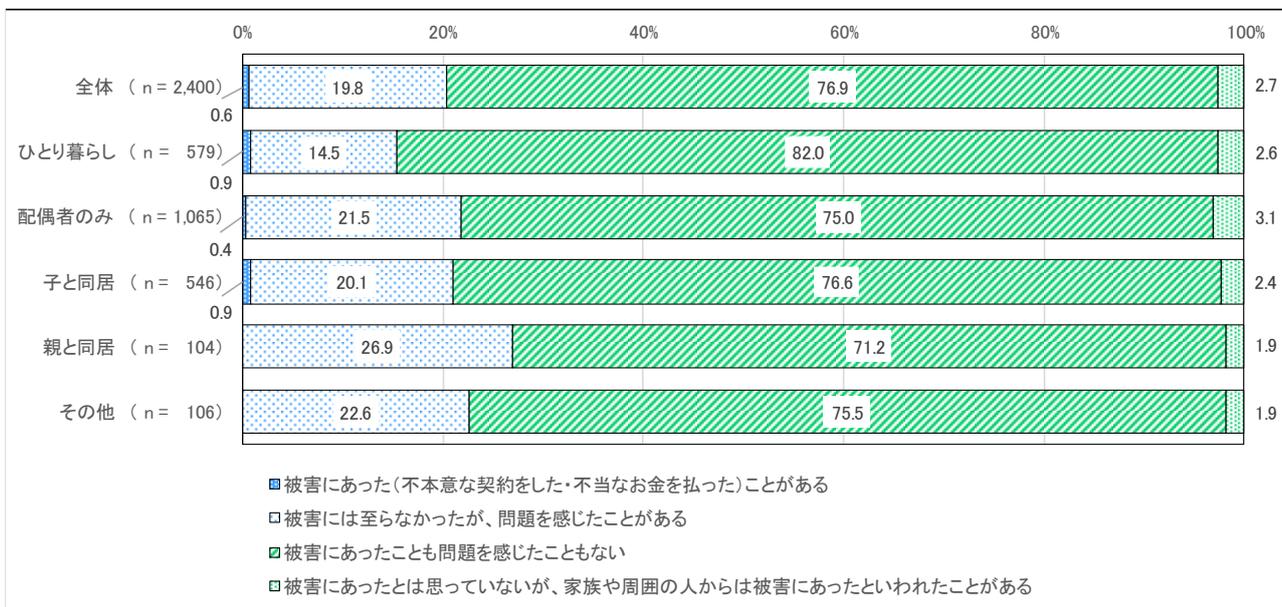
図表 2-47. 点検商法での被害経験 <性・年齢別>



### 【家族構成別】

家族構成別にみると、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」は、「ひとり暮らし」と「子と同居」が0.9%と最も高かった。「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」は、「親と同居」が26.9%と最も高かった。

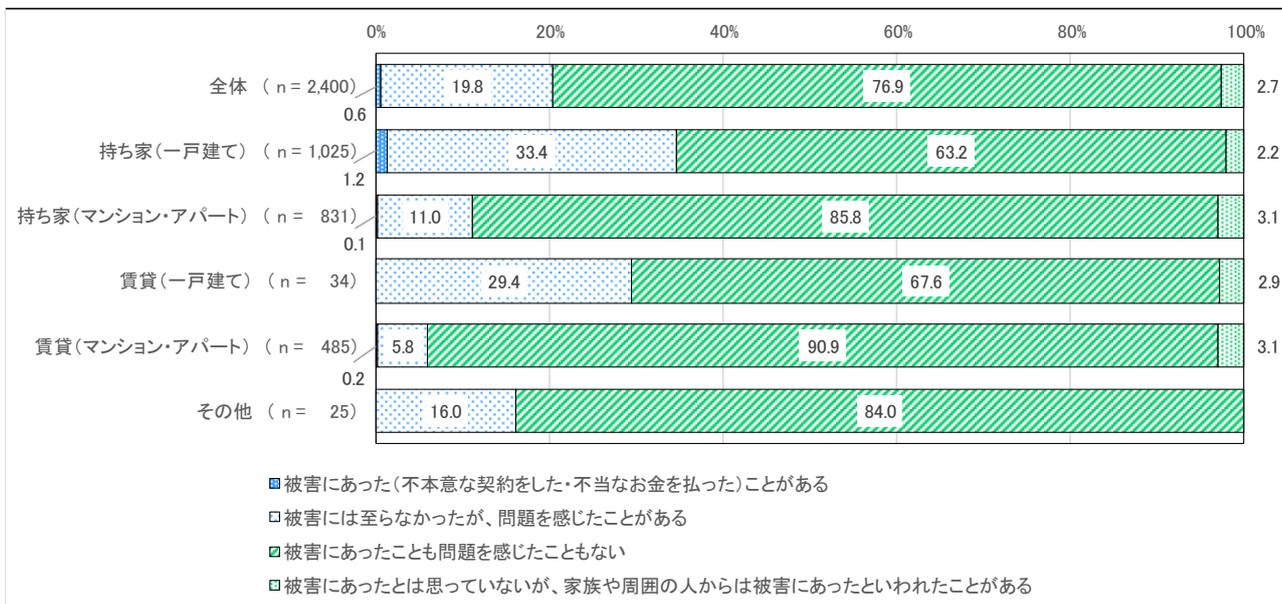
図表 2-48. 点検商法での被害経験 <家族構成別>



### 【住まいの形態別】

住まいの形態別にみると、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」は、「持ち家（一戸建て）」が1.2%と最も高かった。「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」も、「持ち家（一戸建て）」が33.4%と最も高く、次いで「賃貸（一戸建て）」が29.4%だった。

図表 2-49. 点検商法での被害経験 <住まいの形態別>

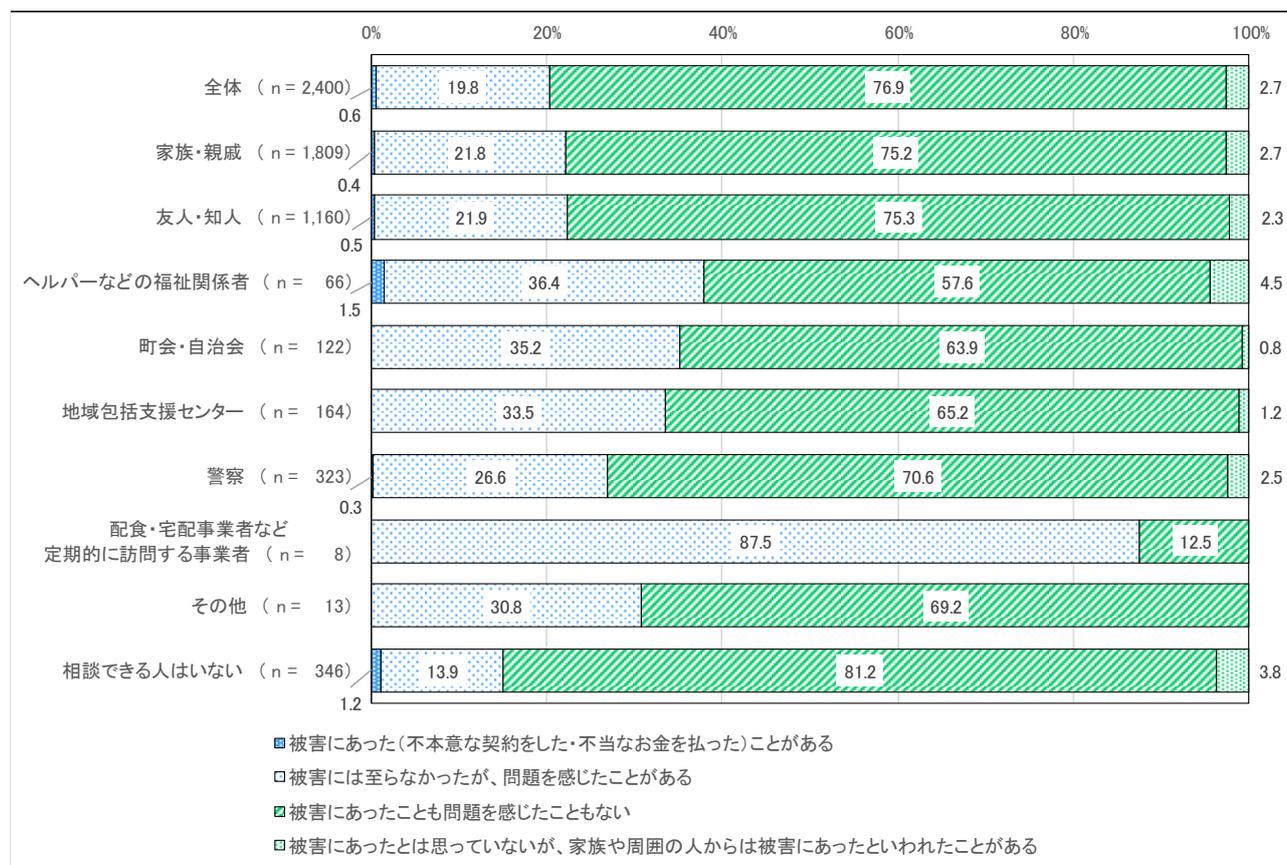


【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」では「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」と回答した人が87.5%と突出している。「ヘルパーなどの福祉関係者」、「町会・自治会」、「地域包括支援センター」、「警察」では、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」と回答した人が全体と比べポイントが高く、「被害にあったことも、問題を感じたこともない」が全体と比べポイントが低かった。

なお、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」は、「ヘルパーなどの福祉関係者」が1.5%と最も高く、次いで「相談できる人はいない」が1.2%だった。

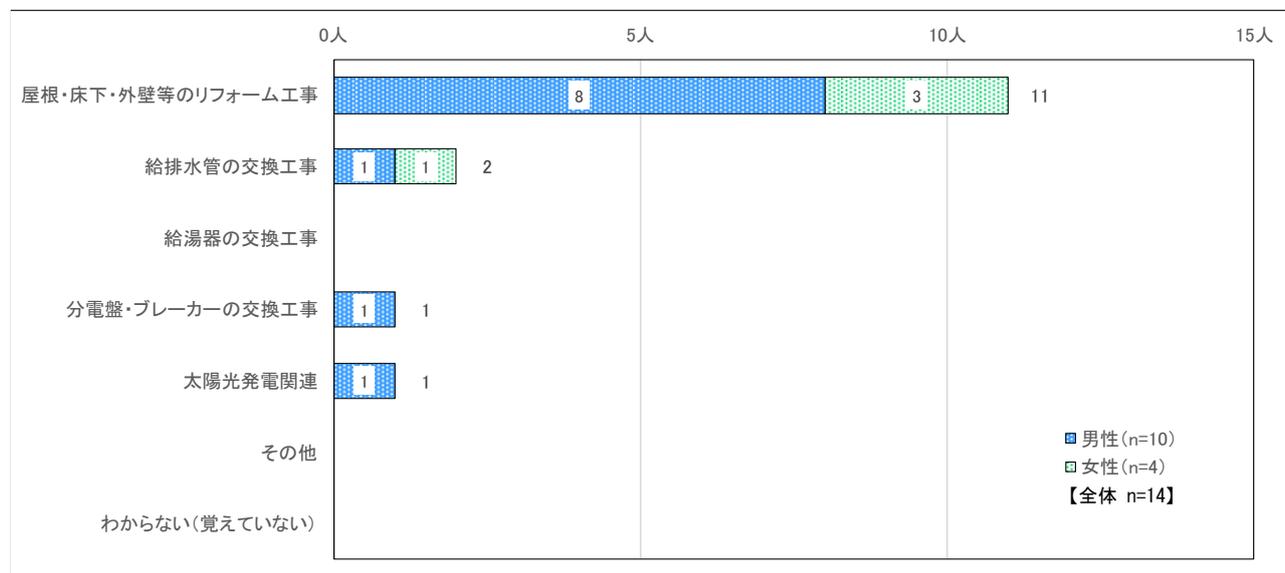
図表 2-50. 点検商法での被害経験 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>



### ③ 被害時に契約したもの

点検商法の被害時に契約したものは、「屋根・床下・外壁等のリフォーム工事」が11人（男性8人、女性3人）、「給排水管の交換工事」が2人（男性1人、女性1人）、「分電盤・ブレーカーの交換工事」と「太陽光発電関連」が男性1人であった。

図表 2-51. 点検商法で何を契約したときに被害にあったか（複数回答） <男女別人数>

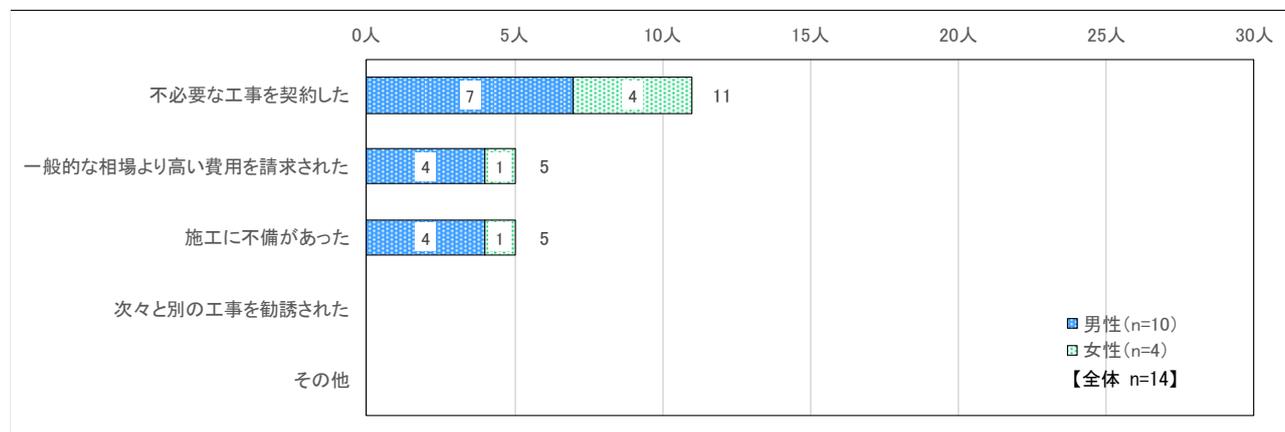


※n=14は、点検商法で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

#### ④ 被害の内容

点検商法の被害内容は、「不必要な工事を契約した」が11人（男性8人、女性3人）、「一般的な相場より高い費用を請求された」が5人（男性4人、女性1人）「施工に不備があった」が5人（男性4人、女性1人）であった。

図表 2-52. 点検商法での被害内容（複数回答） <男女別人数>

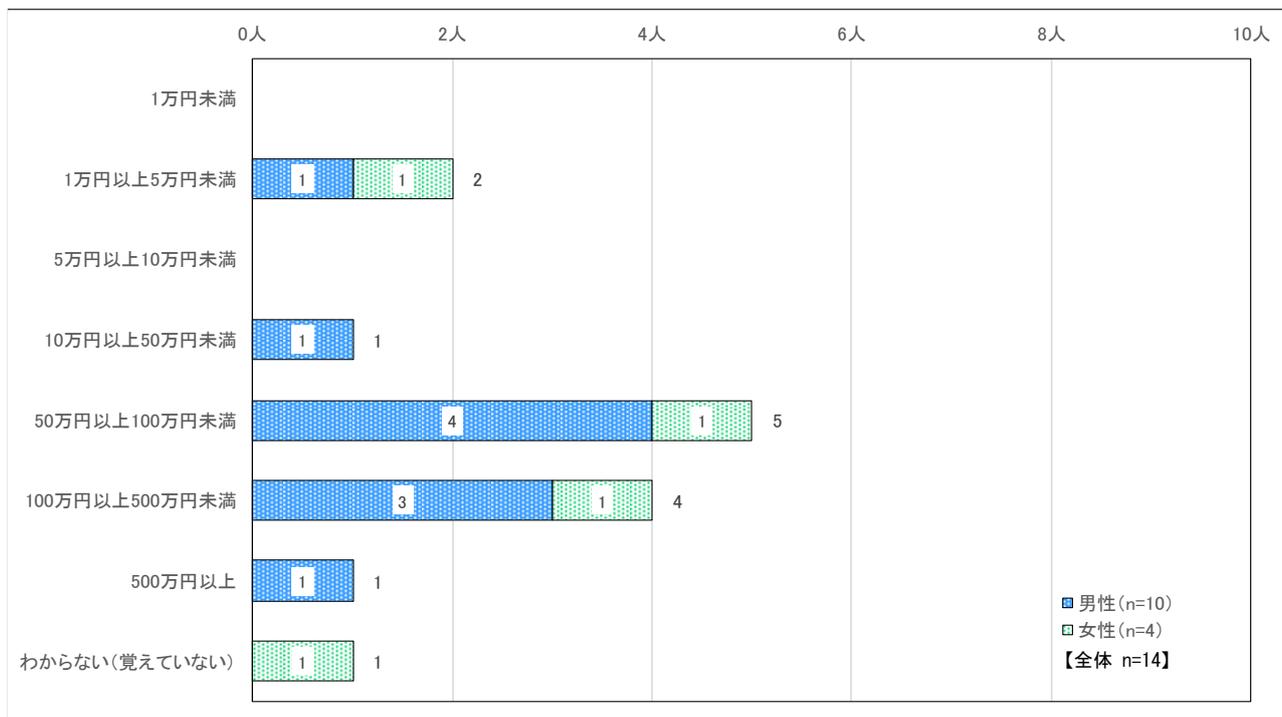


※n=14 は、点検商法で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

## ⑤ 被害の金額

点検商法の被害経験者 14 人（男性 10 人、女性 4 人）の被害金額は、「50 万円以上 100 万円未満」が 5 人（男性 4 人、女性 1 人）と最も多く、次いで「100 万円以上 500 万円未満」が 4 人（男性 3 人、女性 1 人）、「1 万円以上 5 万円未満」が 2 人（男性 1 人、女性 1 人）、「10 万円以上 50 万円未満」と「500 万円以上」が男性 1 人であった。

図表 2-53. 点検商法での被害金額 <男女別人数>



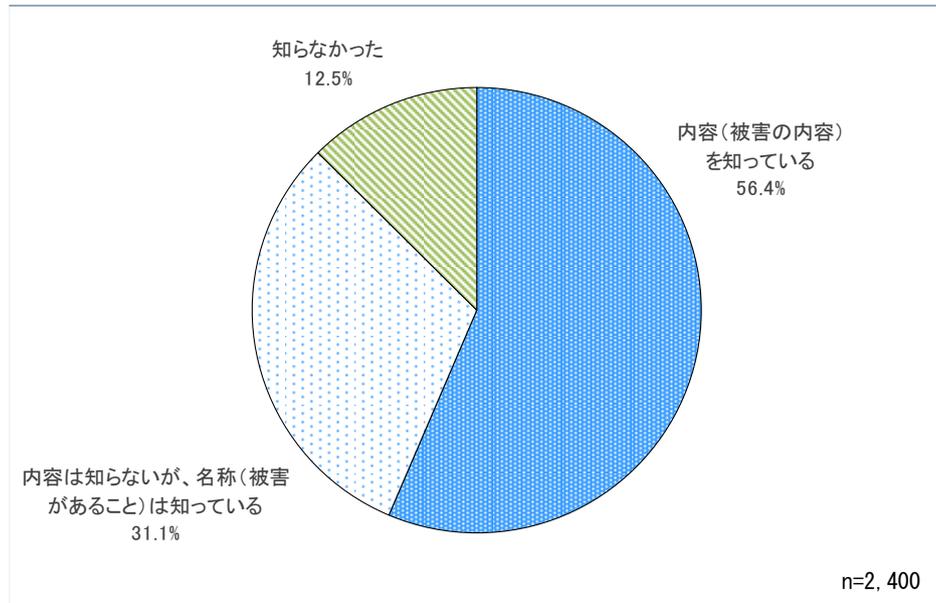
※n=14 は、点検商法で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

## (6) 消費者被害の経験（訪問購入）

### ① 訪問購入の認知

訪問購入の認知は、「内容（手口）を知っている」が56.4%、「内容は知らないが名称（言葉）は知っている」が31.1%、「知らなかった」が12.5%であった。

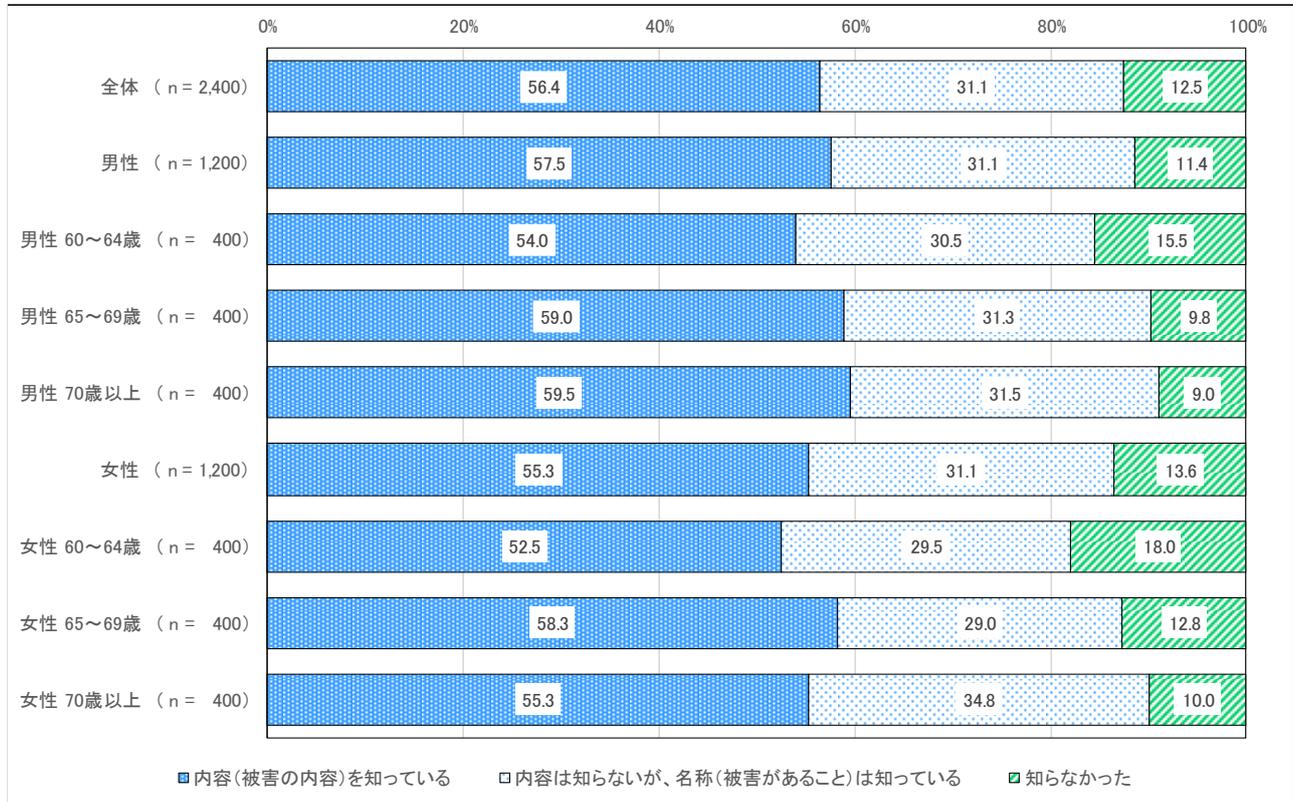
図表 2-54. 訪問購入の認知



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「内容（手口）を知っている」がいずれも5割を超え、そのうち「男性70歳以上」が59.5%と最も高かった。

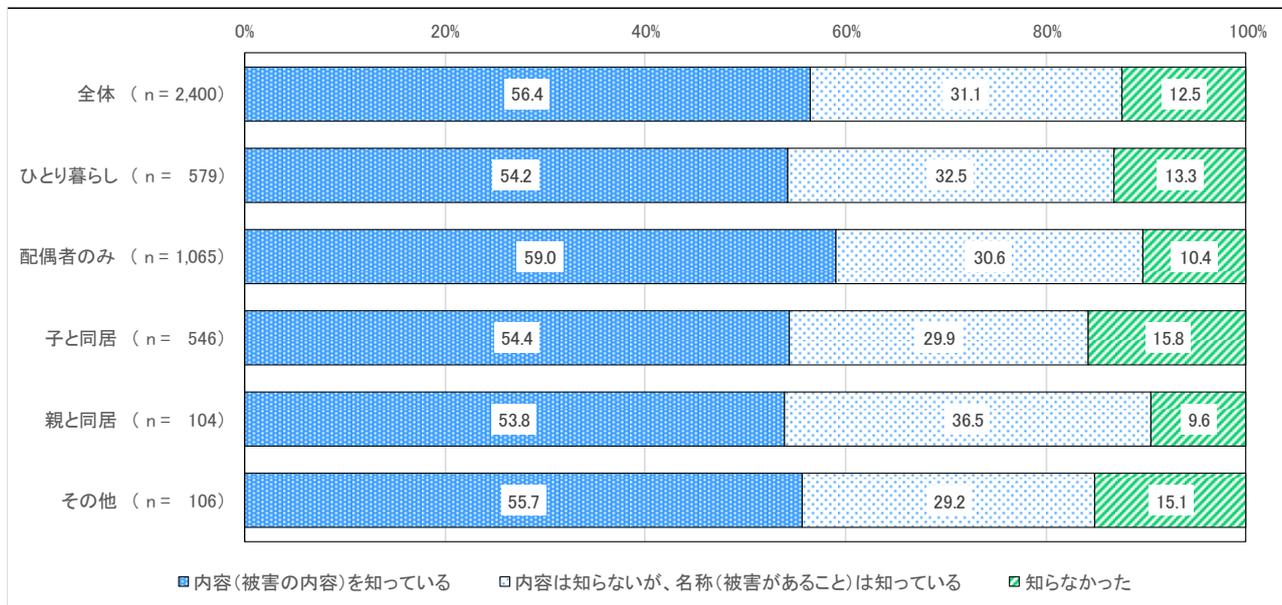
図表 2-55. 訪問購入の認知 <性・年齢別>



【家族構成別】

家族構成別にみると、「内容（手口）を知っている」がいずれも5割を超え、「配偶者のみ」が59.0%と最も高かった。

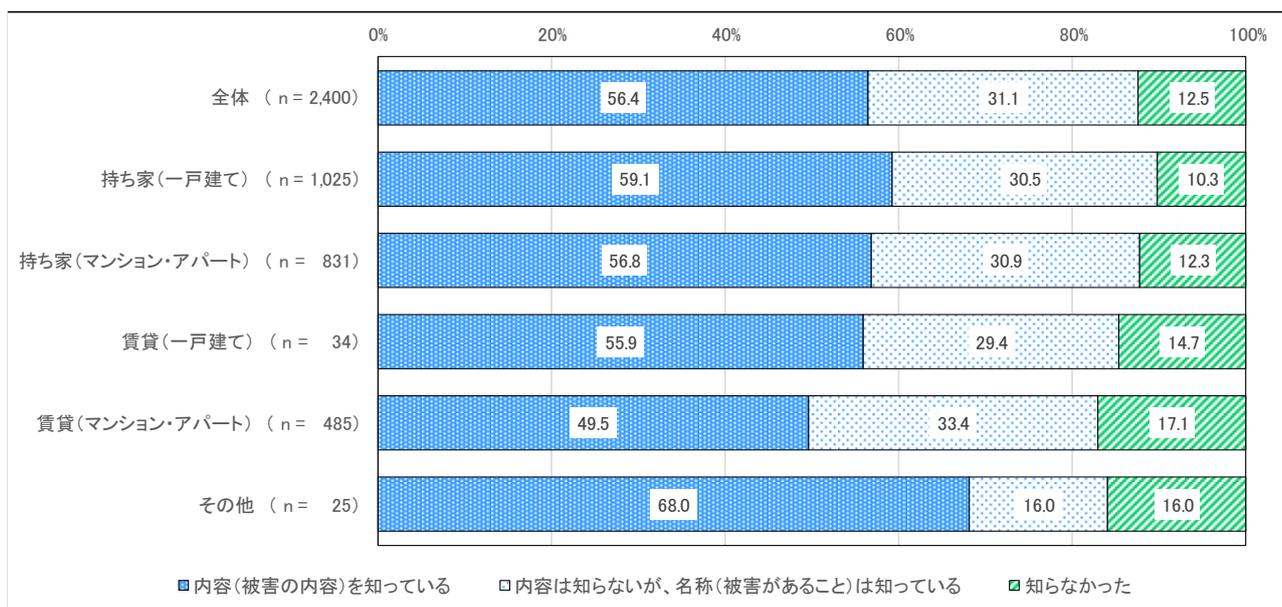
図表 2-56. 訪問購入の認知 <家族構成別>



【住まいの形態別】

住まいの形態別にみると、「賃貸（マンション・アパート）」を除き、「内容（手口）を知っている」がいずれも5割を超え、「その他」を除き、「持ち家（一戸建て）」が59.1%と最も高かった。

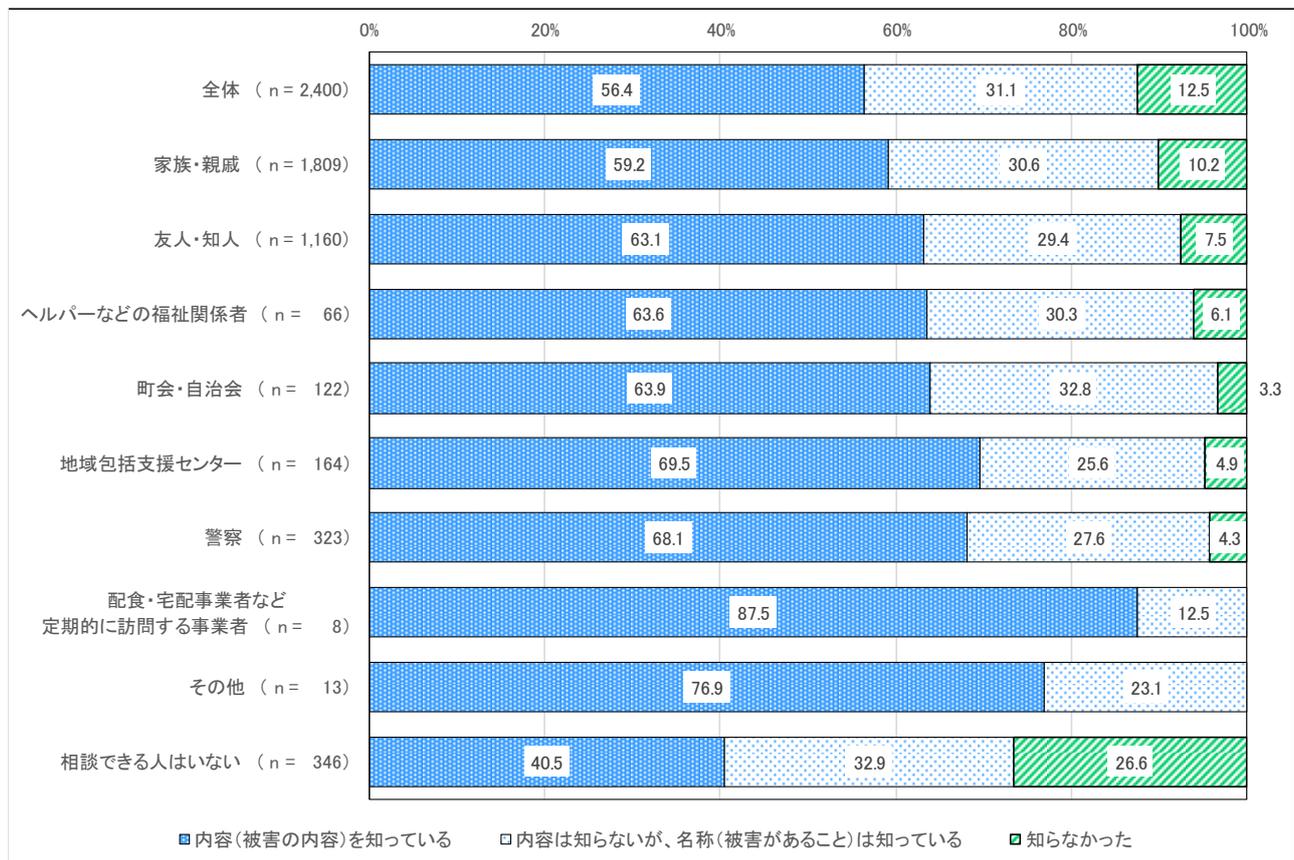
図表 2-57. 訪問購入の認知 <住まいの形態別>



【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「内容（手口）を知っている」は、「相談できる人はいない」のみ 40.5%と 5 割を切り、それ以外は全体を上回っていた。「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」が 87.5%と突出し、「その他」を除くと、「地域包括支援センター」が 69.5%、「警察」が 68.1%と比較的高かった。

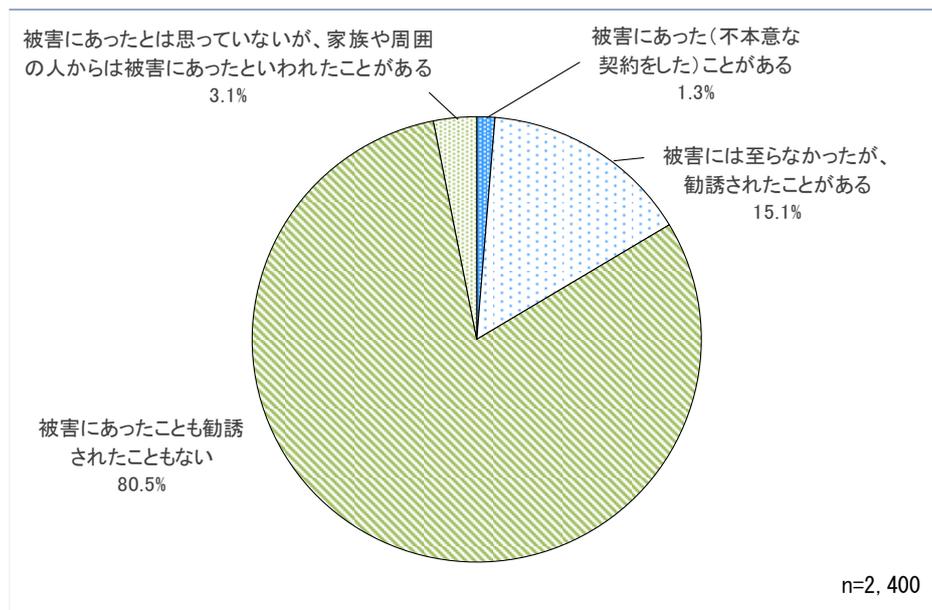
図表 2-58. 訪問購入の認知 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>



## ② 訪問購入の被害経験

訪問購入の被害経験は、「被害にあった（不本意な契約をした）ことがある」が 1.3%、「被害には至らなかったが、勧誘されたことがある」が 15.1%、「被害にあったことも勧誘されたこともない」が 80.5%、「被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある」が 3.1%であった。

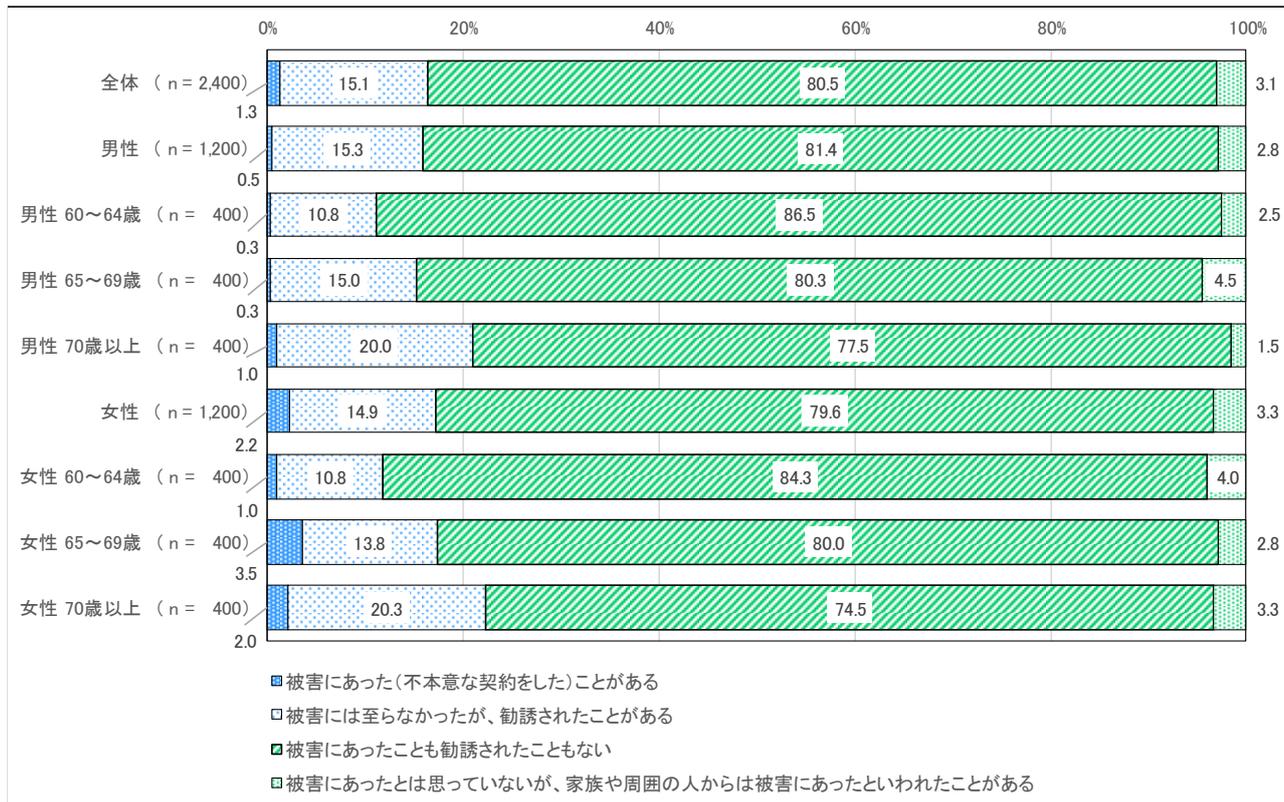
図表 2-59. 訪問購入での被害経験



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「被害にあった（不本意な契約をした）ことがある」は、女性が2.2%で男性の0.5%よりも1.7ポイント高く、「女性65～69歳」が3.5%と最も高かった。「被害には至らなかったが、勧誘されたことがある」は、「女性70歳以上」が20.3%と最も高く、次いで「男性70歳以上」が20.0%であった。

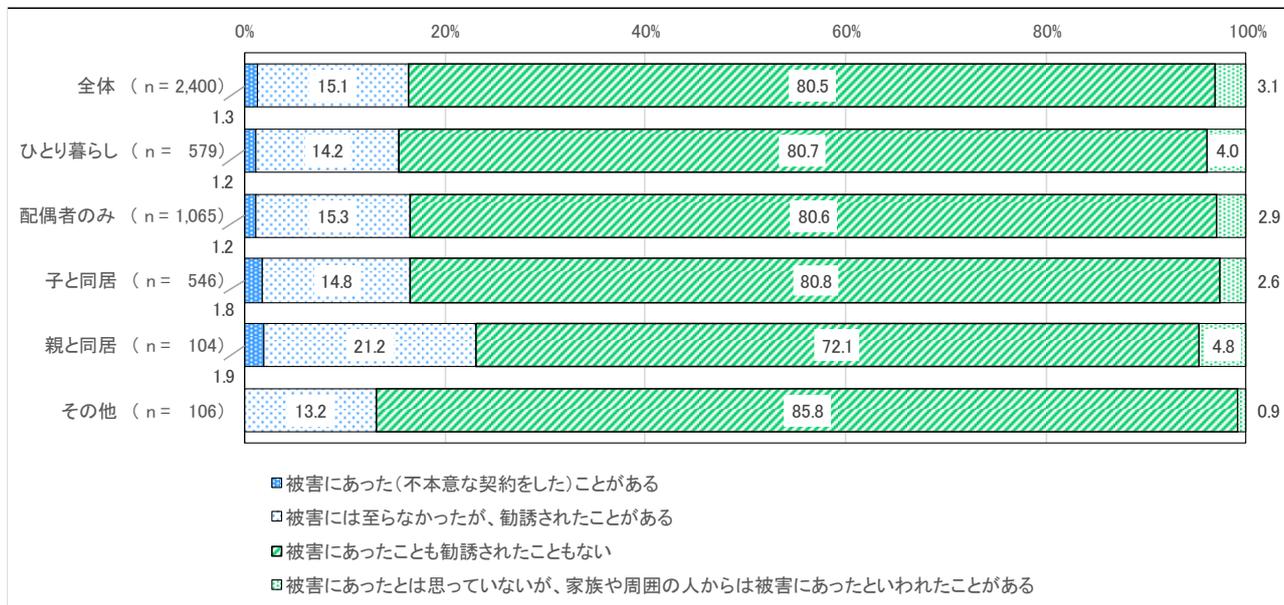
図表 2-60. 訪問購入での被害経験 <性・年齢別>



### 【家族構成別】

家族構成別にみると、「被害にあった（不本意な契約をした）ことがある」は、「親と同居」が 1.9%と最も高かった。「被害には至らなかったが、勧誘されたことがある」も、「親と同居」が 21.2%と最も高かった。

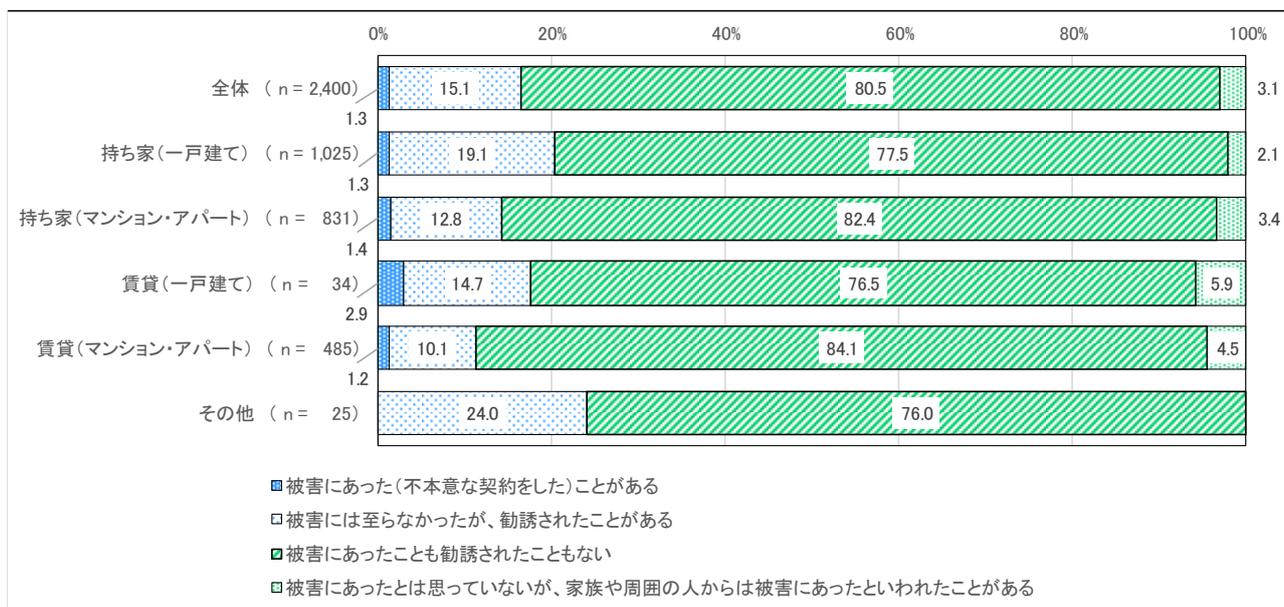
図表 2-61. 訪問購入での被害経験 <家族構成別>



### 【住まいの形態別】

住まいの形態別にみると、「被害にあった（不本意な契約をした）ことがある」は、「賃貸（一戸建て）」が 2.9%と最も高かった。「被害には至らなかったが、勧誘されたことがある」は、「その他」を除くと、「持ち家（一戸建て）」が 19.1%と最も高かった。

図表 2-62. 訪問購入での被害経験 <住まいの形態別>



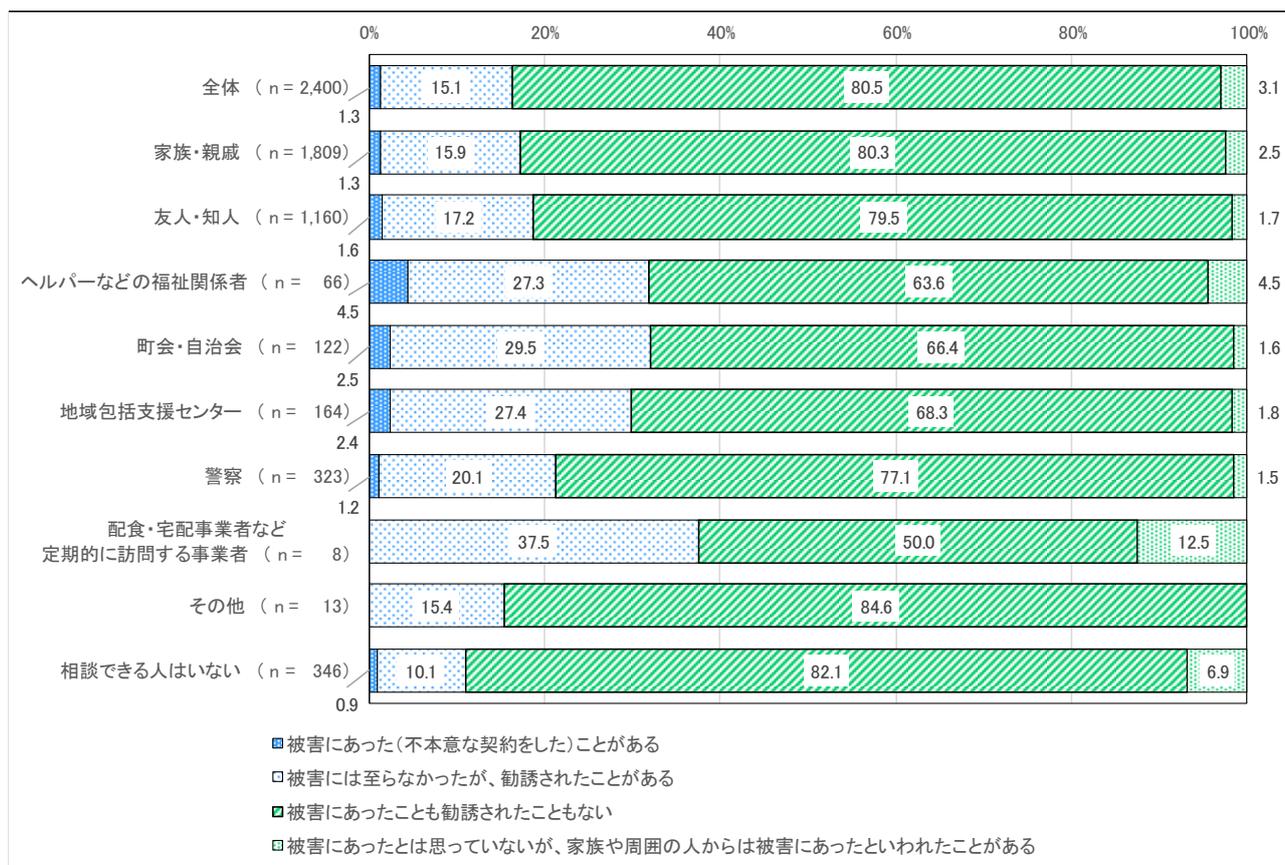
【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」では「被害には至らなかったが、勧誘されたことがある」と回答した人が37.5%と最も高い。

「ヘルパーなどの福祉関係者」、「町会・自治会」、「地域包括支援センター」、「警察」では、「被害には至らなかったが、勧誘されたことがある」と回答した人が全体と比べポイントが高く、「被害にあったことも、問題を感じたこともない」が全体と比べポイントが低かった。

なお、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」は、「ヘルパーなどの福祉関係者」が4.5%と最も高く、次いで「町会・自治会」が2.5%だった。

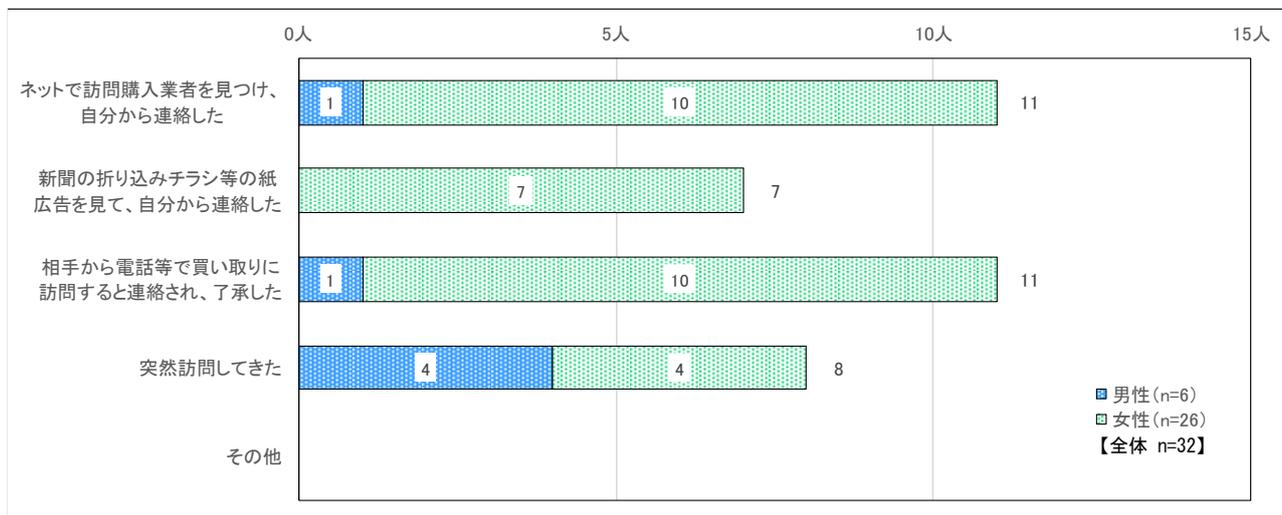
図表 2-63. 訪問購入での被害経験 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>



### ③ 被害にあった際、何がきっかけで業者が訪問してきたか

訪問購入で、業者が訪問してきたきっかけは、「ネットで訪問購入業者を見つけ、自分から連絡した」が11人（男性1人、女性10人）、「新聞の折り込みチラシ等の紙広告を見て、自分から連絡した」が男性7人、「相手から電話等で買い取りに訪問すると連絡され、了承した」が11人（男性1人、女性10人）、「突然訪問してきた」が8人（男性4人、女性4人）であった。

図表 2-64. 訪問購入で何がきっかけで業者が訪問し被害にあったか（複数回答） <男女別人数>

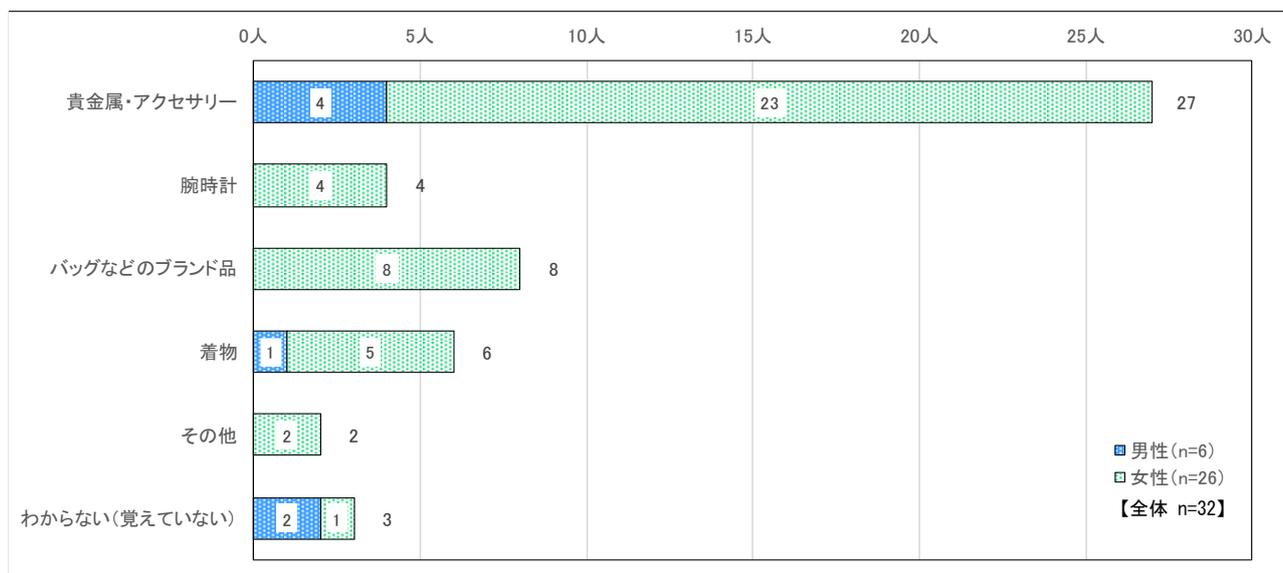


※n=32 は、訪問購入で「被害にあった（不本意な契約をした）ことがある」と回答した人のみ

#### ④ 被害にあった際に売却したもの

訪問購入で、被害にあった際に売却したものは、「貴金属・アクセサリー」が27人（男性4人、女性23人）、「腕時計」が女性4人、「バッグなどのブランド品」が女性8人、「着物」が6人（男性1人、女性5人）、「その他」が女性2人、「わからない（覚えていない）」が3人（男性2人、女性1人）であった。

図表 2-65. 訪問購入で何を売却したときに被害にあったか（複数回答） <男女別人数>

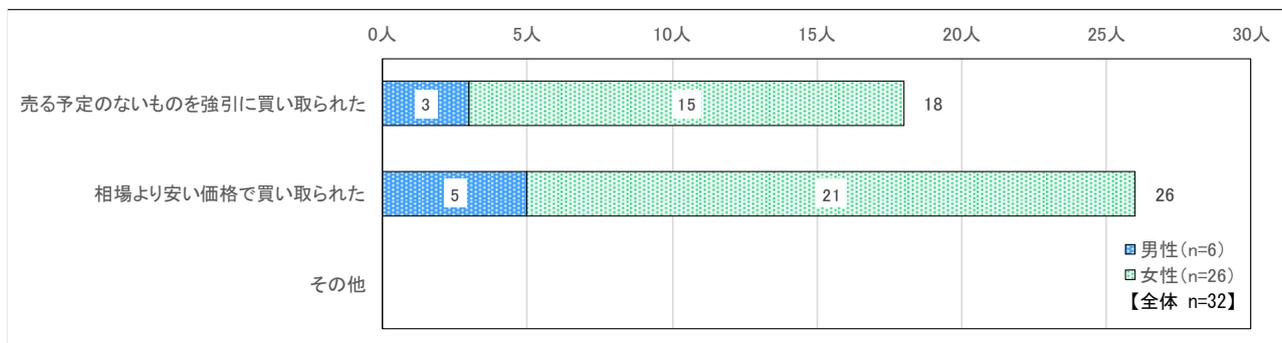


※n=32 は、訪問購入で「被害にあった（不本意な契約をした）ことがある」と回答した人のみ

### ⑤ 訪問購入での被害内容

訪問購入での被害内容は、「売る予定のないものを強引に買い取られた」が18人（男性3人、女性15人）、「相場より安い価格で買い取られた」が26人（男性5人、女性21人）であった。

図表 2-66. 訪問購入での被害内容（複数回答） <男女別人数>

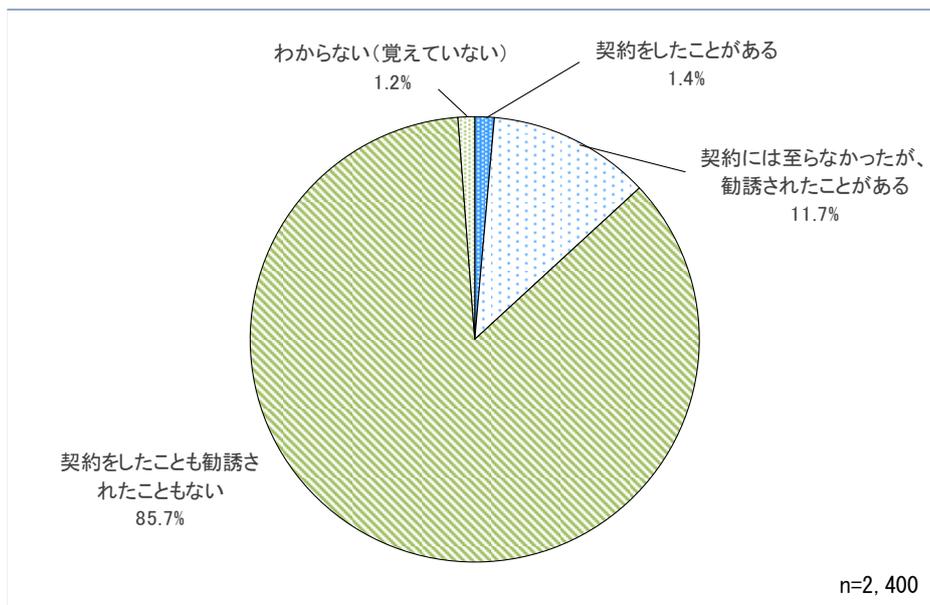


※n=32 は、訪問購入で「被害にあった（不本意な契約をした）ことがある」と回答した人のみ

## ⑥ 自宅等の買取り契約の経験

事業者が自宅を訪問して、消費者の自宅等を買取る（売却しませんか）という勧誘を受けたり、契約をした経験は、「契約をしたことがある」が 1.4%、「契約には至らなかったが、勧誘されたことがある」が 11.7%、「契約をしたことも勧誘されたこともない」が 85.7%、「わからない（覚えていない）」が 1.2%であった。

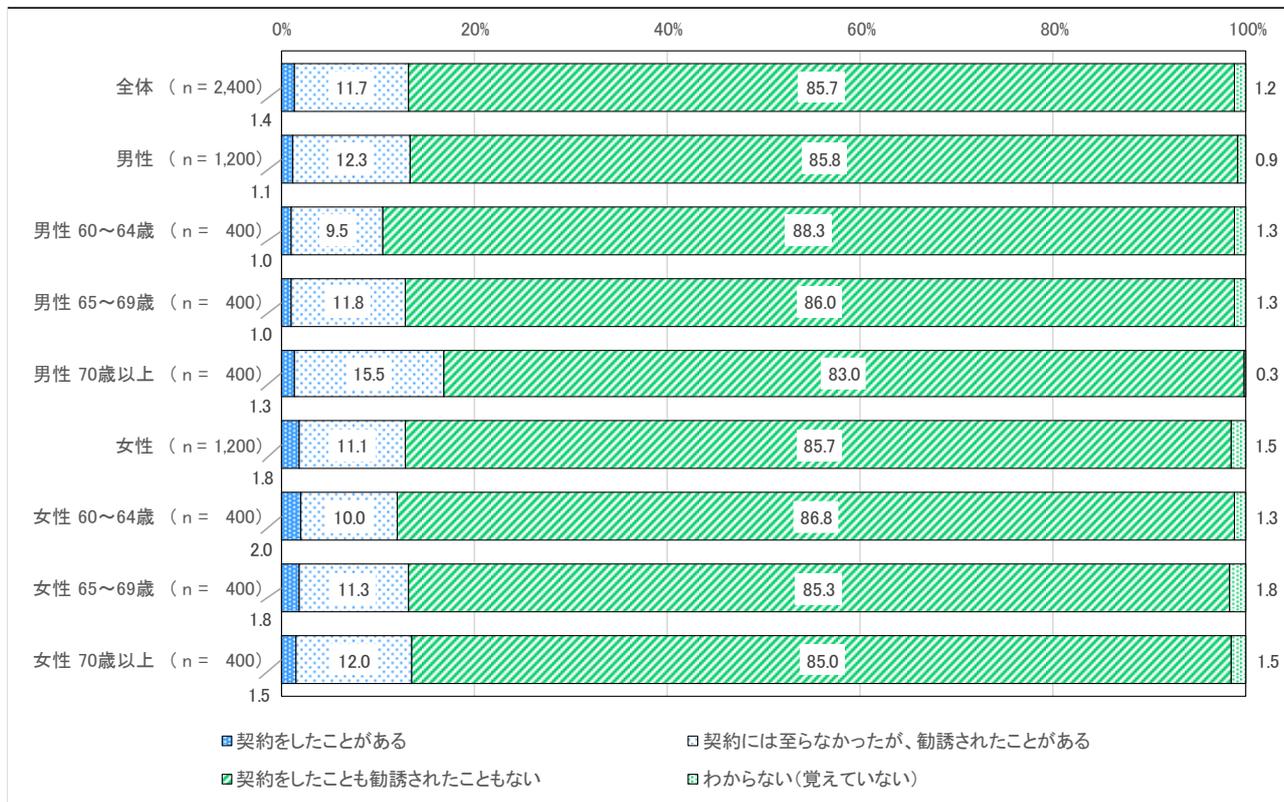
図表 2-67. 自宅等の買取り契約の経験



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「契約をしたことがある」は、女性が1.8%で男性の1.1%よりも0.7ポイント高く、「女性60～64歳」が2.0%と最も高かった。「被害には至らなかったが、勧誘されたことがある」は、「男性70歳以上」が15.5%と最も高く、次いで「女性70歳以上」が12.0%であった。

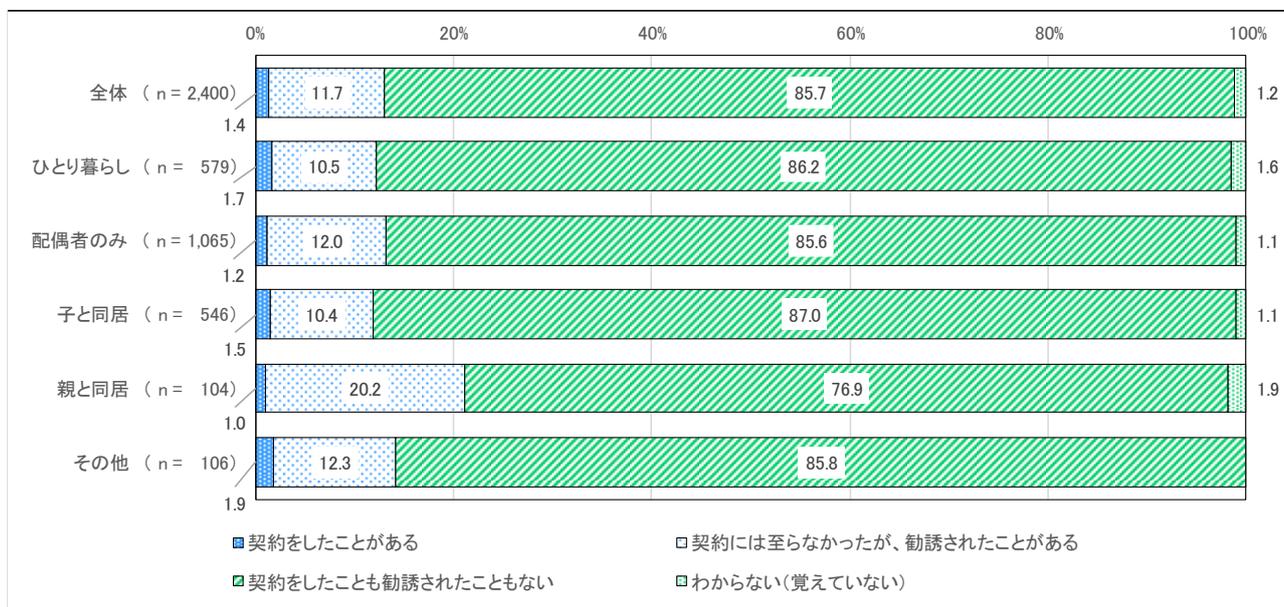
図表 2-68. 自宅等の買い取り契約の被害経験 <性・年齢別>



### 【家族構成別】

家族構成別にみると、「その他」を除くと、「契約をしたことがある」は、「ひとり暮らし」が1.7%と最も高かった。「被害には至らなかったが、勧誘されたことがある」は、「親と同居」が20.2%と最も高かった。

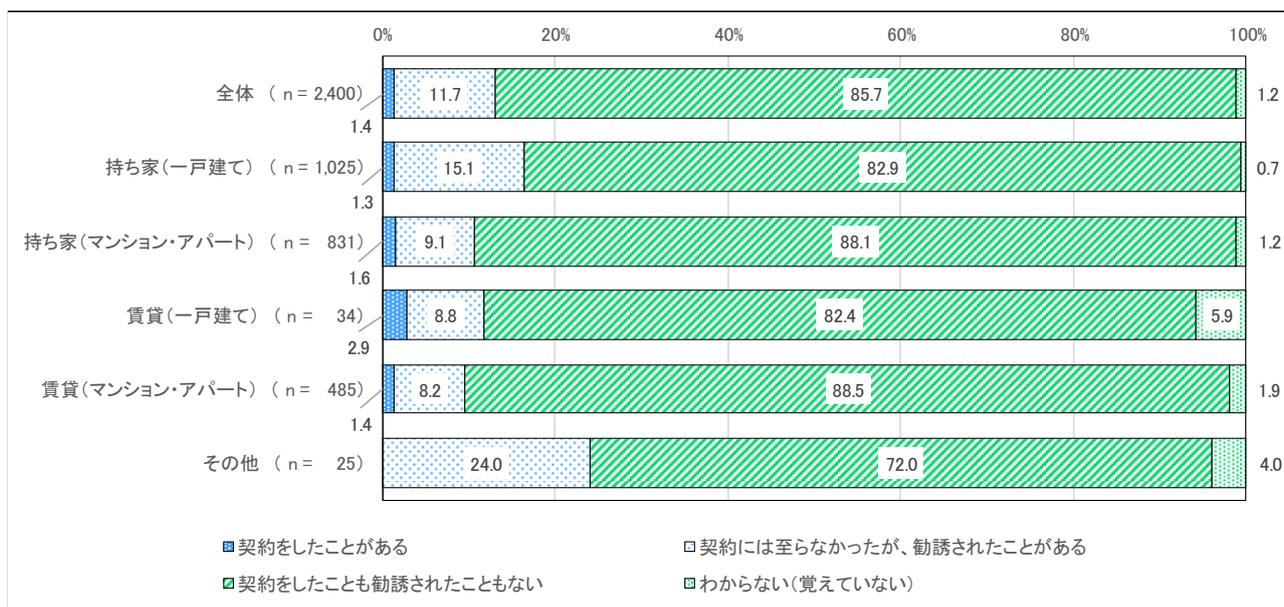
図表 2-69. 自宅等の買い取り契約の被害経験 <家族構成別>



### 【住まいの形態別】

住まいの形態別にみると、「契約をしたことがある」は、「賃貸(一戸建て)」が2.9%と最も高かった。「被害には至らなかったが、勧誘されたことがある」は、「その他」を除くと、「持ち家(一戸建て)」が15.1%と最も高かった。

図表 2-70. 自宅等の買い取り契約の被害経験 <住まいの形態別>

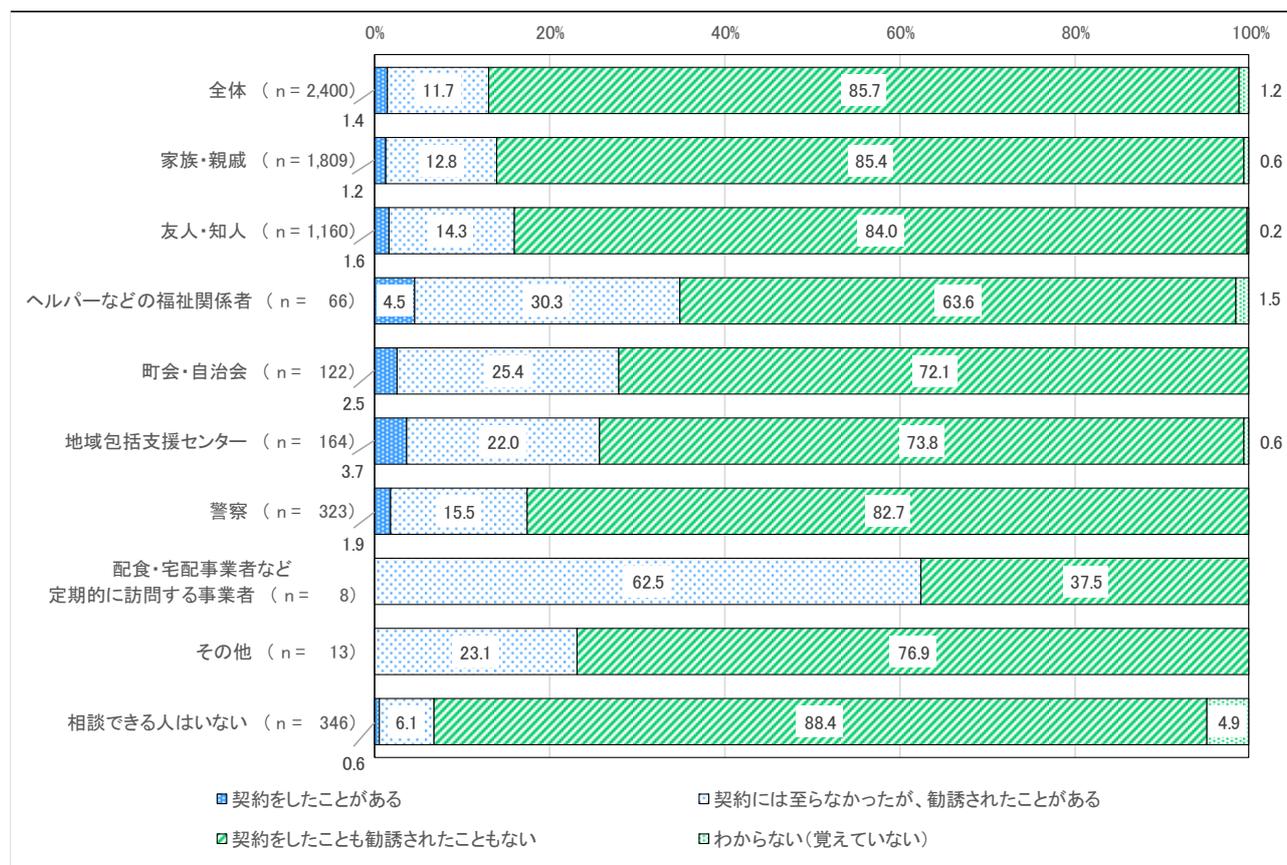


【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」では「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」と回答した人が62.5%と突出している。「ヘルパーなどの福祉関係者」、「町会・自治会」、「地域包括支援センター」、「警察」では、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」と回答した人が全体と比べポイントが高く、「被害にあったことも、問題を感じたこともない」が全体と比べポイントが低かった。

なお、「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」は、「ヘルパーなどの福祉関係者」が4.5%と最も高く、次いで「地域包括支援センター」が3.7%だった。

図表 2-71. 自宅等の買い取り契約の被害経験 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

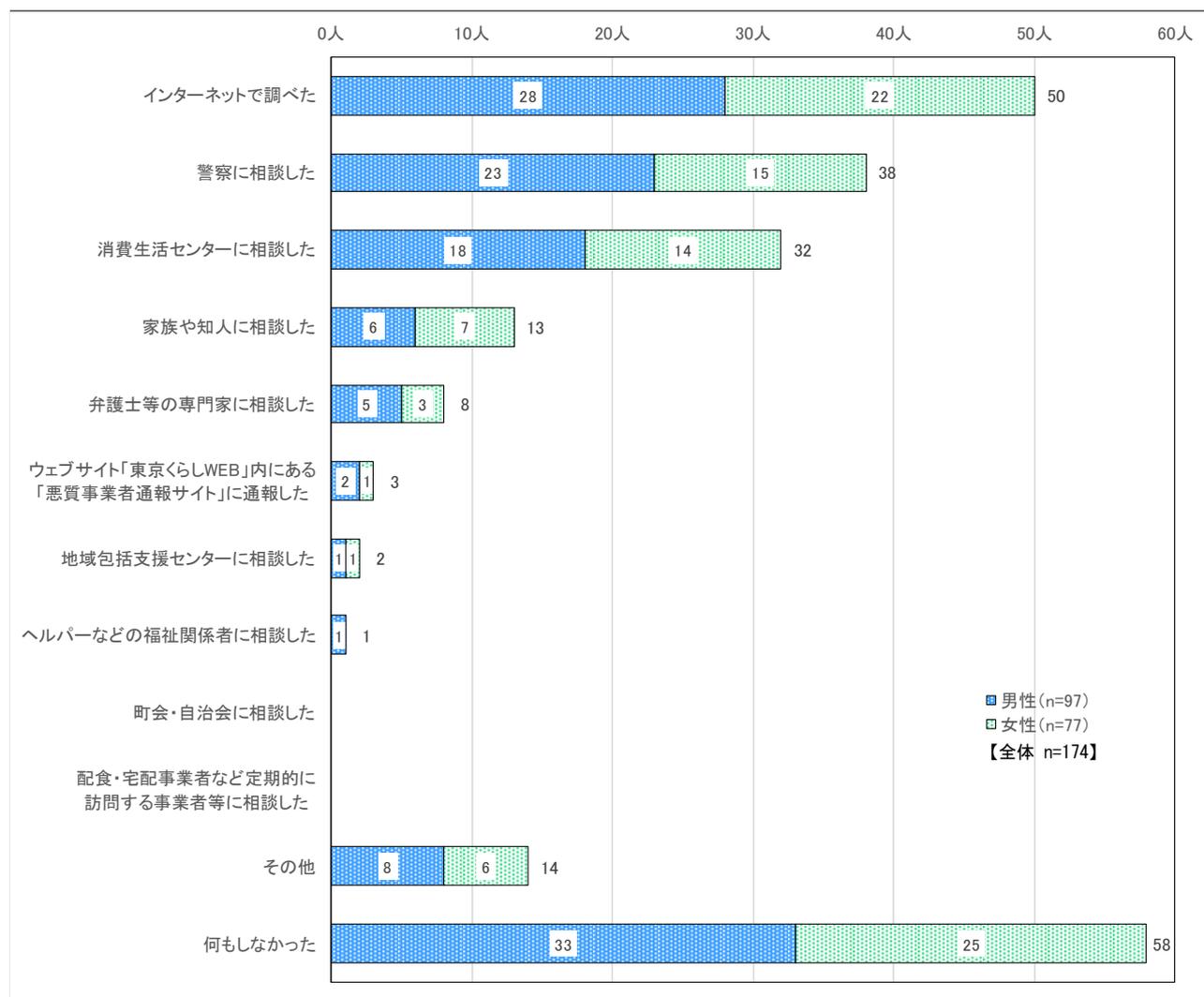


## (7) 被害後の行動について

### ① 被害後の行動

被害経験者 174 人のうち、被害後に何らかの行動を行ったのが 116 人、何もしなかったのが 58 人であった。具体的な行動としては、「インターネットで調べた」が 50 人（男性 28 人、女性 22 人）と最も多く、次いで「警察に相談した」が 38 人（男性 23 人、女性 15 人）、「消費生活センターに相談した」が 32 人（男性 18 人、女性 14 人）であった。

図表 2-72. 被害後の行動（複数回答） <男女別人数>



※n=174 は、今回調査した販売方法・商法のいずれかで「被害にあったことがある」と回答した人のみ

【性・年齢別、家族構成別、住まいの形態別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

性別・年齢別にみると、男女ともに「何もしなかった」が高い傾向にある。一方で、具体的な行動をとった人の内訳を見ると、男女ともに「インターネットで調べた」が高い傾向にある。とくに、「男性 65～69 歳」「女性 60～64 歳」「女性 65～69 歳」では、「インターネットで調べた」人が、「何もしなかった」人の割合よりも多い。また、「男性 60～64 歳」で「何もしなかった」を除き、「警察に相談した」が 29.7%と最も高かった。

家族構成別にみると、「親と同居」では「インターネットで調べた」が 66.7%と最も高かった。

住まいの形態別にみると、「何もしなかった」が高い傾向にあった。

困ったことがあったとき身近で相談できる人で「警察」と回答した人別に見ると、「警察に相談した」が 45.2%と最も高かった。

図表 2-73. 被害後の行動（複数回答）

<性・年齢別、家族構成別、住まいの形態別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

		n	インターネットで調べた	警察に相談した	消費生活センターに相談した	家族や知人に相談した	弁護士等の専門家に相談した	ウェブサイトに「東京くらしWEB」内にある「悪質事業者通報サイト」	地域包括支援センターに相談した	ヘルパーなどの福祉関係者に相談した	町会・自治会に相談した	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者等に相談した	その他	何もしなかった
全体		174	28.7	21.8	18.4	7.5	4.6	1.7	1.1	0.6	-	-	8.0	33.3
性・年齢別	男性	97	28.9	23.7	18.6	6.2	5.2	2.1	1.0	1.0	-	-	8.2	34.0
	60～64歳	37	24.3	29.7	18.9	8.1	8.1	-	-	2.7	-	-	2.7	32.4
	65～69歳	26	34.6	26.9	19.2	3.8	3.8	3.8	3.8	-	-	-	19.2	30.8
	70歳以上	34	29.4	14.7	17.6	5.9	2.9	2.9	-	-	-	-	5.9	38.2
	女性	77	28.6	19.5	18.2	9.1	3.9	1.3	1.3	-	-	-	7.8	32.5
	60～64歳	22	36.4	13.6	13.6	13.6	-	-	-	-	-	-	13.6	22.7
	65～69歳	28	35.7	25.0	28.6	7.1	10.7	3.6	-	-	-	-	3.6	28.6
70歳以上	27	14.8	18.5	11.1	7.4	-	-	3.7	-	-	-	7.4	44.4	
家族構成別	ひとり暮らし	63	25.4	30.2	20.6	3.2	3.2	-	-	-	-	-	6.3	33.3
	配偶者のみ	68	22.1	17.6	19.1	8.8	4.4	2.9	1.5	-	-	-	10.3	35.3
	子と同居	31	35.5	12.9	16.1	6.5	9.7	-	3.2	3.2	-	-	6.5	32.3
	親と同居	6	66.7	16.7	16.7	16.7	-	16.7	-	-	-	-	-	33.3
	その他	6	66.7	33.3	-	33.3	-	-	-	-	-	-	-	16.7
住まいの形態	持ち家（一戸建て）	67	32.8	19.4	13.4	4.5	4.5	3.0	3.0	-	-	-	9.0	35.8
	持ち家（マンション・アパート）	62	24.2	27.4	17.7	11.3	6.5	1.6	-	1.6	-	-	9.7	29.0
	賃貸（一戸建て）	2	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	賃貸（マンション・アパート）	41	24.4	17.1	24.4	7.3	2.4	-	-	-	-	-	4.9	39.0
	その他	2	100.0	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
身近で相談できる人	家族・親戚	118	26.3	21.2	16.9	11.0	5.1	2.5	0.8	0.8	-	-	8.5	32.2
	友人・知人	91	26.4	23.1	20.9	7.7	4.4	2.2	-	-	-	-	7.7	36.3
	ヘルパーなどの福祉関係者	12	25.0	25.0	41.7	16.7	8.3	16.7	16.7	8.3	-	-	16.7	8.3
	町会・自治会	8	37.5	37.5	37.5	12.5	12.5	-	-	12.5	-	-	12.5	25.0
	地域包括支援センター	18	16.7	33.3	27.8	22.2	-	5.6	5.6	-	-	-	5.6	22.2
	警察	31	35.5	45.2	19.4	9.7	3.2	-	-	3.2	-	-	9.7	16.1
	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者	2	50.0	-	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-	-	-	50.0	-
	その他	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	相談できる人はいない	26	34.6	15.4	23.1	-	3.8	-	-	-	-	-	11.5	38.5

(人) (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す  
 ※n=174 は、今回調査した販売方法・商法のいずれかで「被害にあったことがある」と回答した人のみ

【販売方法別、商法別】

販売方法別、商法別にみると、「インターネット通販」では「インターネットで調べた」が 35.8%と最も高かった。

「定期購入」、「点検商法」、「訪問購入」では「何もしなかった」が最も高かった。

「架空請求・不当請求」では「警察に相談した」が 43.8%と最も高かった。

図表 2-74. 被害後の行動（複数回答） <販売方法別、商法別>

	n	消費生活センターに相談した	弁護士等の専門家に相談した	家族や知人に相談した	ヘルパーなどの福祉関係者に相談した	地域包括支援センターに相談した	町会・自治会に相談した	警察に相談した	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者等に相談した	インターネットで調べた	ウエブサイト「東京くらしWEB」内にある「悪質事業者通報サイト」	その他	何もしなかった
インターネット通販	109	17.4	5.5	6.4	0.9	1.8	-	27.5	-	35.8	2.8	10.1	27.5
定期購入	34	32.4	5.9	5.9	-	-	-	26.5	-	23.5	2.9	5.9	38.2
架空請求・不当請求	32	28.1	6.3	15.6	-	-	-	43.8	-	21.9	3.1	3.1	28.1
点検商法	14	14.3	14.3	-	-	7.1	-	14.3	-	14.3	-	7.1	50.0
訪問購入	32	28.1	6.3	9.4	-	-	-	12.5	-	25.0	-	3.1	34.4

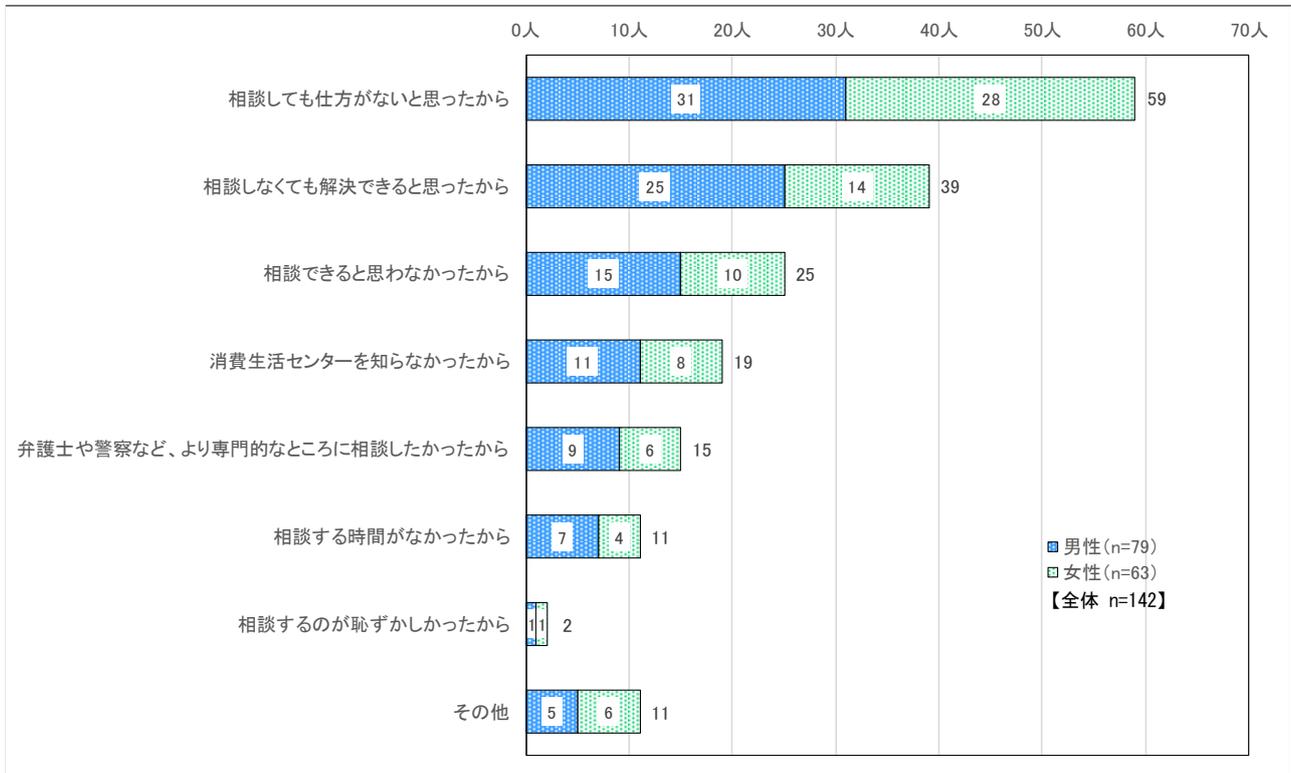
(人) (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す  
 ※各 n 数はそれぞれの販売方法・商法で被害にあったことがあると回答した人のみ

## ② 被害後に消費生活センターに相談しなかった理由

被害後に消費生活センターに相談しなかった 142 人（男性 79 人、女性 63 人）の理由は、「相談しても仕方がないと思ったから」が 59 人（男性 31 人、女性 28 人）と最も多く、次いで「相談しなくても解決できると思ったから」が 39 人（男性 25 人、女性 14 人）であった。

図表 2-75. 被害後に消費生活センターに相談しなかった理由（複数回答） <男女別人数>



※n=142 は、今回調査した販売方法・商法のいずれかで「被害にあったことがある」と回答した人のうち、「消費生活センターに相談した」と回答した人を除く

【性・年齢別、家族構成別、住まいの形態別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

性別・年齢別にみると、男女ともに「相談しても仕方がないと思ったから」が高い傾向にあるが、「男性 65～69 歳」では「相談しなくても解決できると思ったから」が 52.4%と最も高かった。

家族構成別にみると、いずれも「相談しても仕方がないと思ったから」が最も高かった。

住まいの形態別にみると、「相談しても仕方がないと思ったから」が高い傾向にあるが、「持ち家（一戸建て）」では「相談しなくても解決できると思ったから」が 37.9%と最も高かった。

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「知人・友人」では「相談しても仕方がないと思ったから」が 47.2%と最も高かった。「ヘルパーなどの福祉関係者」では「相談しなくても解決できると思ったから」が 42.9%と最も高かった。「地域包括支援センター」では「相談できると思わなかったから」が 38.5%と最も高かった。

図表 2-76. 被害後に消費生活センターに相談しなかった理由（複数回答）

<性・年齢別、家族構成別、住まいの形態別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

		n	か 相 談 し て も 仕 方 が な い と 思 っ た	思 っ た か ら も 解 決 で き る と	相 談 で き る と 思 わ な か つ た か ら	消 費 生 活 セ ン タ ー を 知 ら な か つ た	弁 護 士 や 警 察 な ど、 よ り 専 門 的 な と こ ろ に 相 談 し た か つ た か ら	相 談 す る 時 間 が な か つ た か ら	ら 相 談 す る の が 恥 ず か し か つ た か	そ の 他
全体		142	41.5	27.5	17.6	13.4	10.6	7.7	1.4	7.7
性・ 年 代 別	男性	79	39.2	31.6	19.0	13.9	11.4	8.9	1.3	6.3
	60～64歳	30	40.0	13.3	20.0	13.3	10.0	16.7	3.3	10.0
	65～69歳	21	33.3	52.4	9.5	19.0	19.0	4.8	-	4.8
	70歳以上	28	42.9	35.7	25.0	10.7	7.1	3.6	-	3.6
	女性	63	44.4	22.2	15.9	12.7	9.5	6.3	1.6	9.5
	60～64歳	19	36.8	31.6	15.8	10.5	5.3	5.3	-	5.3
	65～69歳	20	45.0	25.0	20.0	10.0	15.0	10.0	-	5.0
70歳以上	24	50.0	12.5	12.5	16.7	8.3	4.2	4.2	16.7	
家 族 構 成 別	ひとり暮らし	50	44.0	20.0	20.0	14.0	14.0	6.0	-	8.0
	配偶者のみ	55	38.2	32.7	16.4	14.5	10.9	3.6	-	9.1
	子と同居	26	38.5	34.6	19.2	11.5	7.7	11.5	7.7	3.8
	親と同居	5	60.0	-	20.0	-	-	60.0	-	-
	その他	6	50.0	33.3	-	16.7	-	-	-	16.7
住 ま い の 形 態	持ち家（一戸建て）	58	36.2	37.9	22.4	8.6	8.6	8.6	3.4	3.4
	持ち家（マンション・アパート）	51	43.1	15.7	15.7	15.7	13.7	3.9	-	13.7
	賃貸（一戸建て）	1	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	賃貸（マンション・アパート）	31	51.6	22.6	12.9	19.4	9.7	12.9	-	6.5
	その他	1	-	100.0	-	-	-	-	-	-
身 近 で 相 談 で き る 人	家族・親戚	98	41.8	30.6	14.3	12.2	12.2	5.1	1.0	8.2
	友人・知人	72	47.2	20.8	13.9	12.5	11.1	9.7	1.4	6.9
	ヘルパーなどの福祉関係者	7	14.3	42.9	14.3	-	14.3	28.6	14.3	14.3
	町会・自治会	5	20.0	40.0	-	-	40.0	40.0	-	20.0
	地域包括支援センター	13	23.1	30.8	38.5	15.4	15.4	7.7	-	7.7
	警察	25	28.0	36.0	24.0	12.0	20.0	12.0	-	8.0
	配食・宅配事業者など 定期的に訪問する事業者	1	-	-	-	-	-	-	-	100.0
	その他	0	-	-	-	-	-	-	-	-
	相談できる人はいない	20	45.0	25.0	30.0	20.0	5.0	10.0	-	10.0

(人) (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す  
 ※n=142 は、今回調査した販売方法・商法のいずれかで「被害にあったことがある」と回答した人のうち、「消費生活センターに相談した」と回答した人を除く

【販売方法別、商法別】

販売方法別、商法別にみると、「インターネット通販」、「定期購入」、「点検商法」、「訪問購入」では「相談しても仕方がないと思ったから」が最も高く、「架空請求・不当請求」では「相談しなくても解決できると思ったから」が最も高かった。

図表 2-77. 被害後に消費生活センターに相談しなかった理由（複数回答）

<販売方法別、商法別>

	n	消費生活センターを知らなかったから	弁護士や警察などに相談したかったから、より専門的なところ	相談するのが恥ずかしかったから	相談する時間がなかったから	相談できると思わなかったから	相談しなくても解決できると思ったから	相談しても仕方がないと思ったから	その他
インターネット通販	90	13.3	13.3	1.1	8.9	17.8	23.3	40.0	6.7
定期購入	23	17.4	4.3	4.3	8.7	17.4	26.1	56.5	8.7
架空請求・不当請求	23	17.4	17.4	4.3	8.7	21.7	34.8	26.1	-
点検商法	12	16.7	16.7	16.7	8.3	25.0	16.7	58.3	8.3
訪問購入	23	17.4	4.3	-	8.7	8.7	21.7	47.8	13.0

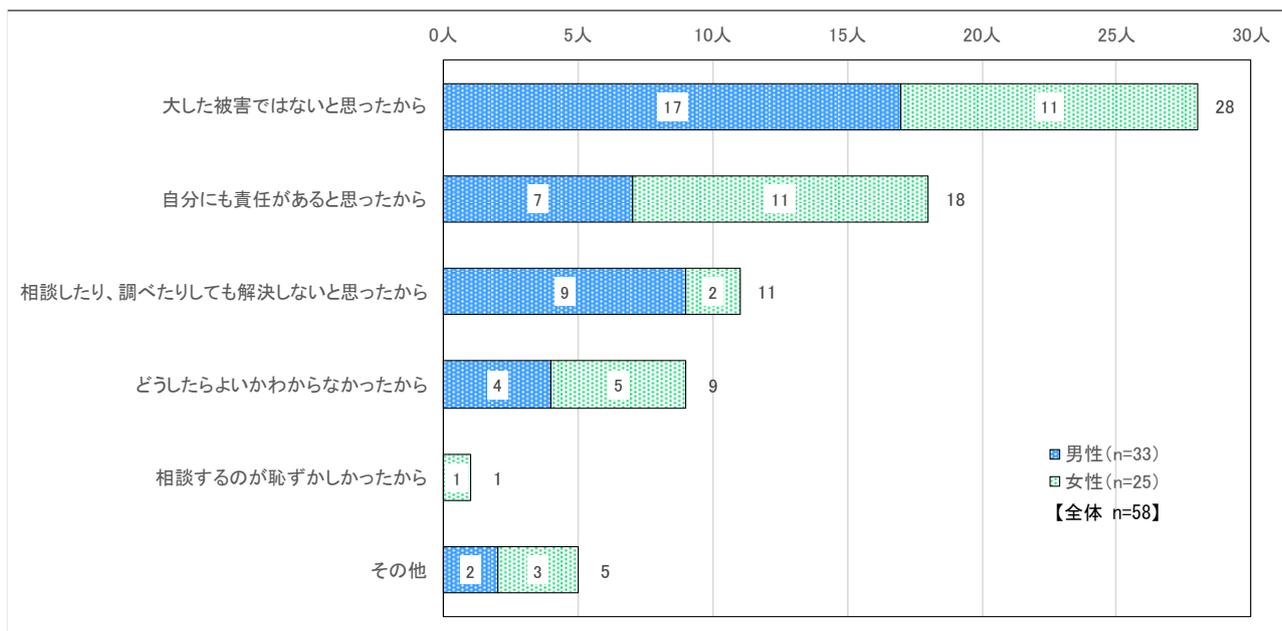
(人) (％)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す  
 ※各 n 数はそれぞれの販売方法・商法で被害にあったことがあると回答した人のうち、「消費生活センターに相談した」と回答した人を除く

### ③ 何もしなかった理由

被害後に何もしなかった58人（男性33人、女性25人）の理由は、「大した被害ではないと思ったから」が28人（男性17人、女性11人）と最も多く、次いで「自分にも責任があると思ったから」が18人（男性7人、女性11人）、「相談したり、調べたりしても解決しないと思ったから」が11人（男性9人、女性2人）であった。

図表 2-78. 被害後に何もしなかった理由（複数回答） <男女別人数>



※n=58は、今回調査した販売方法・商法のいずれかで「被害にあったことがある」と回答した人のうち、被害後に「何もしなかった」と回答した人のみ

【性・年齢別、家族構成別、住まいの形態別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

性別・年齢別にみると、男性は「大した被害ではないと思ったから」が高い傾向にあり、女性は「大した被害ではないと思ったから」に加え「自分にも責任があると思ったから」と回答した人が高かった。

家族構成別にみると、「その他」を除き「大した被害ではないと思ったから」が最も高かった。

住まいの形態別にみると、「大した被害ではないと思ったから」が高い傾向にあるが、「持ち家（一戸建て）」では「自分にも責任があると思ったから」が37.5%と最も高かった。

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、総じて「大した被害ではないと思ったから」が高い傾向にあるが、「地域包括支援センター」では「どうしたらよいかわからなかったから」が高い傾向にある。

図表 2-79. 被害後に何もしなかった理由（複数回答）

<性・年齢別、家族構成別、住まいの形態別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

		n	ら大した被害ではないと思ったか	ら自分にも責任があると思ったか	相決しなしたり、調べたりしても解	たどうしたらよいかわからなかったから	ら相談するのが恥ずかしかったか	その他
全体		58	48.3	31.0	19.0	15.5	1.7	8.6
性・年齢別	男性	33	51.5	21.2	27.3	12.1	-	6.1
	60～64歳	12	66.7	33.3	16.7	16.7	-	-
	65～69歳	8	37.5	-	37.5	12.5	-	12.5
	70歳以上	13	46.2	23.1	30.8	7.7	-	7.7
	女性	25	44.0	44.0	8.0	20.0	4.0	12.0
	60～64歳	5	40.0	20.0	20.0	-	-	20.0
	65～69歳	8	50.0	62.5	-	25.0	-	-
70歳以上	12	41.7	41.7	8.3	25.0	8.3	16.7	
家族構成別	ひとり暮らし	21	52.4	23.8	28.6	9.5	4.8	-
	配偶者のみ	24	41.7	33.3	16.7	16.7	-	16.7
	子と同居	10	50.0	30.0	-	20.0	-	10.0
	親と同居	2	100.0	100.0	-	50.0	-	-
	その他	1	-	-	100.0	-	-	-
住まいの形態	持ち家（一戸建て）	24	33.3	37.5	16.7	12.5	4.2	16.7
	持ち家（マンション・アパート）	18	66.7	27.8	16.7	22.2	-	-
	賃貸（一戸建て）	0	-	-	-	-	-	-
	賃貸（マンション・アパート）	16	50.0	25.0	25.0	12.5	-	6.3
	その他	0	-	-	-	-	-	-
身近で相談できる人	家族・親戚	38	55.3	31.6	13.2	13.2	2.6	7.9
	友人・知人	33	48.5	30.3	24.2	18.2	3.0	3.0
	ヘルパーなどの福祉関係者	1	100.0	-	-	-	-	-
	町会・自治会	2	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-
	地域包括支援センター	4	25.0	25.0	-	50.0	25.0	25.0
	警察	5	40.0	20.0	-	20.0	20.0	20.0
	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者	0	-	-	-	-	-	-
	その他	0	-	-	-	-	-	-
	相談できる人はいない	10	30.0	40.0	30.0	20.0	-	10.0

(人) (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す  
 ※n=58 は、今回調査した販売方法・商法のいずれかで「被害にあったことがある」と回答した人のうち、「消費生活センターに相談した」と回答した人を除く

【販売方法別、商法別】

販売方法別、商法別にみると、「インターネット通販」、「定期購入」、「架空請求・不当請求」、「点検商法」では「大した被害ではないと思ったから」が最も高く、「訪問購入」では「自分にも責任があったから」が最も高かった。

図表 2-80. 被害後に何もしなかった理由（複数回答） <販売方法別、商法別>

	n	どうしたらよいかわからなかったから	相談したり、調べたりしても解決しない と思ったから	相談するのが恥ずかしかったから	大した被害ではないと思ったから	自分にも責任があったと思ったから	その他
インターネット通販	30	10.0	30.0	-	46.7	20.0	10.0
定期購入	13	23.1	7.7	-	46.2	23.1	15.4
架空請求・不当請求	9	22.2	-	11.1	44.4	22.2	-
点検商法	7	28.6	14.3	-	42.9	28.6	14.3
訪問購入	11	27.3	-	-	54.5	63.6	-

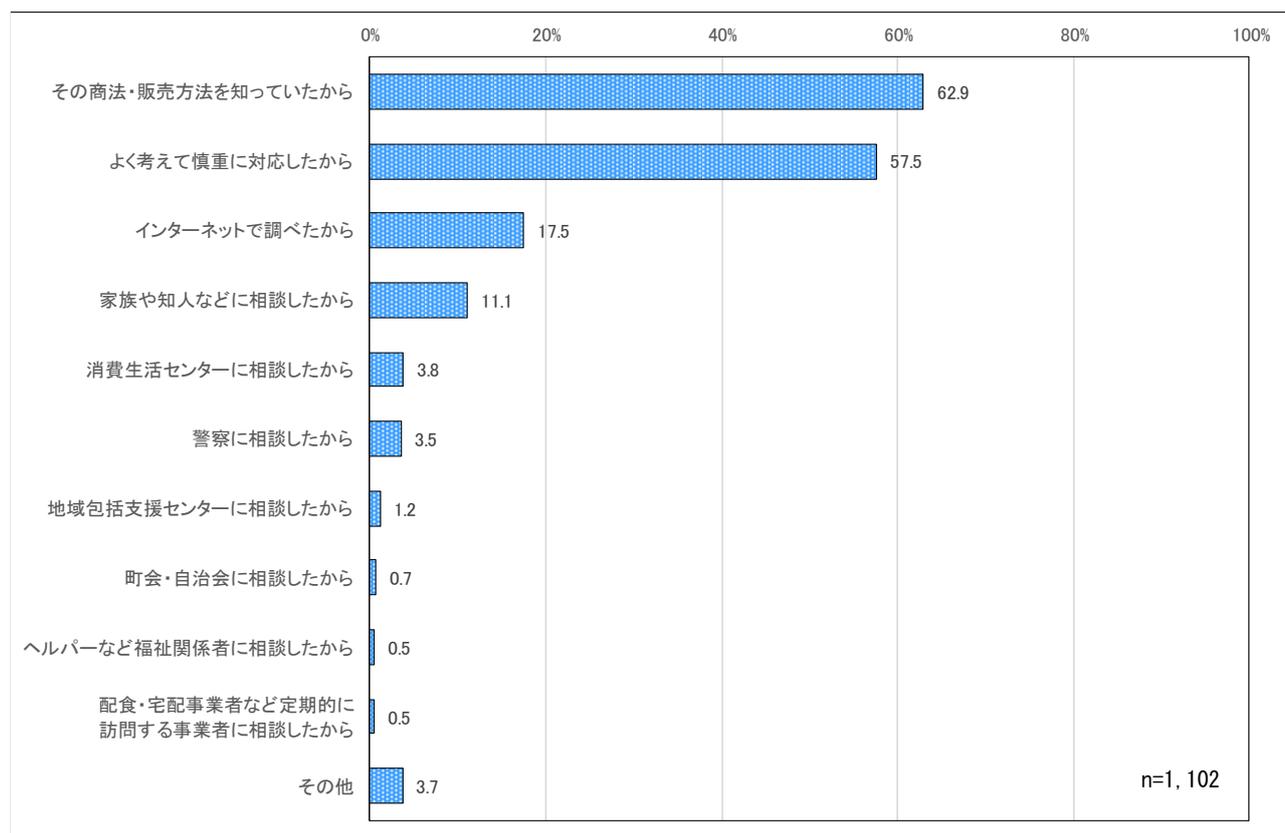
(人) (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す  
 ※各 n 数はそれぞれの販売方法・商法で被害にあったことがあると回答した人のうち、被害後に「何もしなかった」と回答した人のみ

#### ④ 問題を感じたにも関わらず、被害に至らなかった理由

今回調査した販売方法・商法のいずれかで「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」または「被害には至らなかったが、請求された（勧誘された）ことがある」と回答した1,102人の理由は、「その商法・販売方法を知っていたから」が62.9%と最も高く、次いで「よく考えて慎重に対応したから」が57.5%、「インターネットで調べたから」が17.5%、「家族や知人などに相談したから」が11.1%であった。

図表 2-81. 問題を感じたにも関わらず、被害に至らなかった理由（複数回答）



※n=1,102 は、今回調査した販売方法・商法のいずれかで「何かしら問題を感じたことがある」と回答した人のみ

【性・年齢別、家族構成別、住まいの形態別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

性別・年齢別にみると、男女ともに「その商法・販売方法を知っていたから」が高い傾向にあるが、「女性 70 歳以上」では「よく考えて慎重に対応したから」が 57.6%と最も高かった。

家族構成別にみると、「その商法・販売方法を知っていたから」が高い傾向にあった。

住まいの形態別にみると、「その商法・販売方法を知っていたから」が高い傾向にあった。

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「よく考えて慎重に対応したから」が高い傾向にあるが、「ヘルパーなどの福祉関係者」では 77.3%と最も高かった。

図表 2-82. 問題を感じたにも関わらず、被害に至らなかった理由（複数回答）

<性・年齢別、家族構成別、住まいの形態別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

		n	その商法・販売方法を知っていたから	よく考えて慎重に対応したから	インターネットで調べたから	家族や知人などに相談したから	消費生活センターに相談したから	警察に相談したから	地域包括支援センターに相談したから	町会・自治会に相談したから	ヘルパーなど福祉関係者に相談したから	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者と相談したから	その他	
全体		1,102	62.9	57.5	17.5	11.1	3.8	3.5	1.2	0.7	0.5	0.5	3.7	
性・年齢別	男性	599	67.6	59.3	18.2	7.2	3.7	3.7	1.3	0.7	0.5	0.7	3.2	
	60～64歳	166	67.5	57.2	19.9	5.4	3.6	4.2	2.4	1.2	-	0.6	2.4	
	65～69歳	205	67.8	57.6	18.5	6.8	3.4	1.5	1.5	0.5	1.0	0.5	3.9	
	70歳以上	228	67.5	62.3	16.7	8.8	3.9	5.3	0.4	0.4	0.4	0.9	3.1	
	女性	503	57.3	55.5	16.7	15.7	4.0	3.4	1.0	0.8	0.6	0.4	4.4	
	60～64歳	162	59.9	54.3	21.0	16.7	2.5	3.1	1.9	1.9	1.2	1.2	6.2	
	65～69歳	157	57.3	54.1	15.3	15.9	3.8	5.1	1.3	-	-	-	5.1	
70歳以上	184	54.9	57.6	14.1	14.7	5.4	2.2	-	0.5	0.5	-	2.2		
家族構成別	ひとり暮らし	250	62.0	56.4	20.8	4.0	5.6	4.0	0.4	-	-	0.8	2.8	
	配偶者のみ	494	63.2	57.3	16.6	13.2	2.4	3.4	0.8	0.6	0.4	0.6	3.4	
	子と同居	253	62.1	60.1	17.8	14.2	3.6	3.6	2.8	1.2	1.6	0.4	4.0	
	親と同居	51	60.8	60.8	15.7	15.7	5.9	3.9	-	2.0	-	-	3.9	
	その他	54	70.4	50.0	11.1	5.6	7.4	1.9	1.9	1.9	-	-	9.3	
住まいの形態	持ち家（一戸建て）	564	63.1	60.5	14.9	11.7	3.9	3.5	1.1	0.5	0.2	0.2	4.1	
	持ち家（マンション・アパート）	347	59.7	55.0	19.0	11.8	2.3	3.2	1.4	0.9	0.6	0.3	4.0	
	賃貸（一戸建て）	17	70.6	52.9	17.6	11.8	-	-	-	-	-	-	-	
	賃貸（マンション・アパート）	160	68.1	53.8	22.5	6.9	6.3	3.8	0.6	0.6	1.3	1.3	2.5	
	その他	14	64.3	50.0	28.6	14.3	14.3	14.3	7.1	7.1	7.1	14.3	-	
身近で相談できる人	家族・親戚	867	64.0	59.9	17.2	12.7	3.3	2.9	1.2	0.8	0.5	0.3	3.6	
	友人・知人	595	66.9	61.5	17.6	12.8	3.7	3.9	1.3	0.7	0.5	0.5	4.5	
	ヘルパーなどの福祉関係者	44	45.5	77.3	15.9	22.7	13.6	13.6	9.1	6.8	9.1	4.5	4.5	
	町会・自治会	79	63.3	72.2	11.4	21.5	11.4	7.6	5.1	5.1	-	1.3	2.5	
	地域包括支援センター	107	60.7	72.9	20.6	13.1	11.2	8.4	4.7	2.8	2.8	1.9	3.7	
	警察	185	63.2	64.3	21.1	13.5	5.4	9.2	2.7	1.6	1.1	1.1	4.9	
	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者	8	62.5	62.5	25.0	25.0	25.0	12.5	25.0	-	12.5	12.5	-	
	その他	8	87.5	75.0	12.5	-	-	-	-	-	-	-	-	37.5
	相談できる人はいない	112	58.0	48.2	21.4	3.6	3.6	2.7	0.9	0.9	0.9	1.8	3.6	

(人) (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す  
 ※n=1,102 は、今回調査した販売方法・商法のいずれかで「何かしら問題を感じたことがある」と回答した人のみ

【販売方法別、商法別】

販売方法別、商法別にみると、「インターネット通販」、「定期購入」、「点検商法」では「よく考えて慎重に対応したから」が最も高く、「架空請求・不当請求」、「訪問購入」では「その商法・販売方法を知っていたから」が最も高かった。

図表 2-83. 問題を感じたにも関わらず、被害に至らなかった理由（複数回答）

＜販売方法別、商法別＞

	n	その商法・販売方法を知っていたから	よく考えて慎重に対応したから	家族や知人などに相談したから	ヘルパーなど福祉関係者に相談したから	地域包括支援センターに相談したから	町会・自治会に相談したから	消費生活センターに相談したから	警察に相談したから	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者と相談したから	インターネットで調べたから	その他
インターネット通販	362	57.2	60.8	14.4	0.6	2.2	0.8	5.2	3.3	0.6	19.3	5.2
定期購入	148	48.6	54.7	16.2	0.7	5.4	2.0	8.1	4.7	-	16.9	5.4
架空請求・不当請求	602	67.8	55.5	12.5	0.5	1.7	0.7	4.5	3.8	0.7	18.3	4.2
点検商法	475	60.6	66.1	14.9	0.2	1.3	0.6	4.0	3.8	0.4	16.2	2.3
訪問購入	362	64.4	60.5	11.9	0.8	1.7	0.8	4.4	3.9	-	16.3	2.8

(人)      (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す  
 ※各 n 数はそれぞれの販売方法・商法で「何かしら問題を感じたことがある」と回答した人のみ

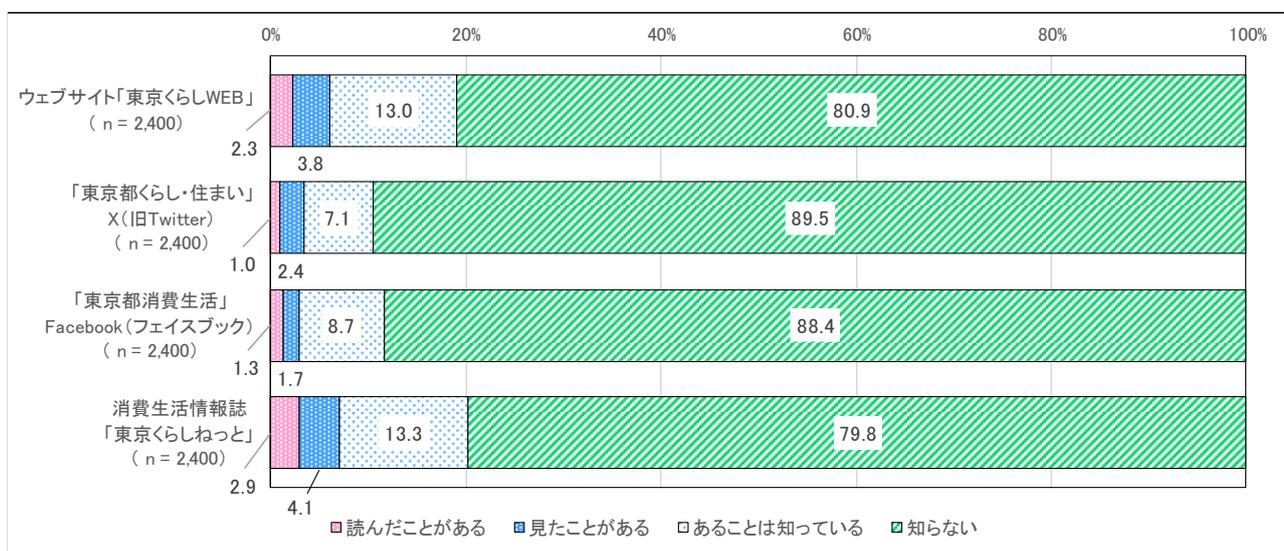
### 3. 消費者被害に向けた情報発信・消費者教育について

#### (1) 東京都が行っている情報発信について

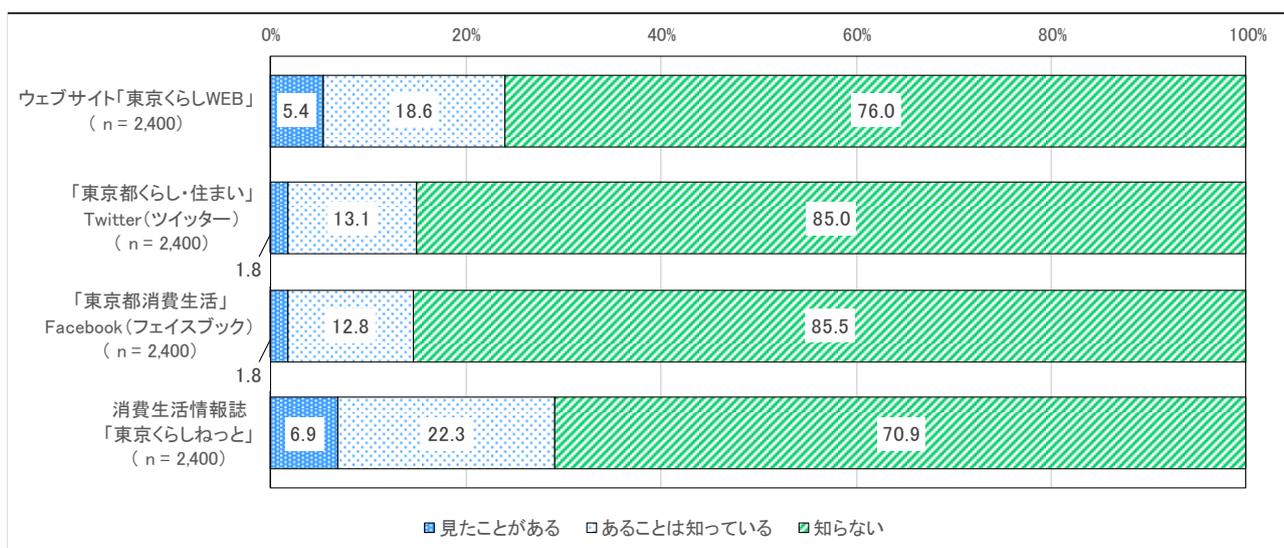
##### ① WEBサイト「東京暮らしWEB」、「東京都暮らし・住まい」X、「東京都消費生活」Facebook、「東京暮らしねっと」について

東京都が行っている消費者被害を防止するための取組（情報発信ツール）の認知度（「読んだことがある」＋「見たことがある」＋「あることは知っている」）は、「消費生活情報誌『東京暮らしねっと』」が20.3%と最も高く、次いで「ウェブサイト『東京暮らしWEB』」が19.1%、「『東京都消費生活』Facebook（フェイスブック）」が11.7%、「『東京都暮らし・住まい』X（旧Twitter）」が10.5%であった。

図表 3-1. 東京都が行っている取組の認知



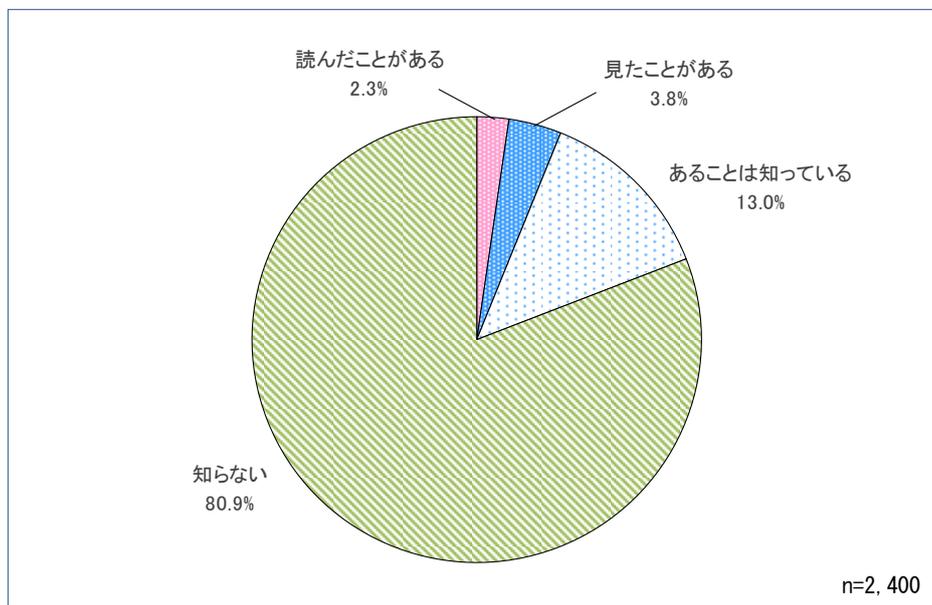
(参考) 前回調査 (令和3年度)



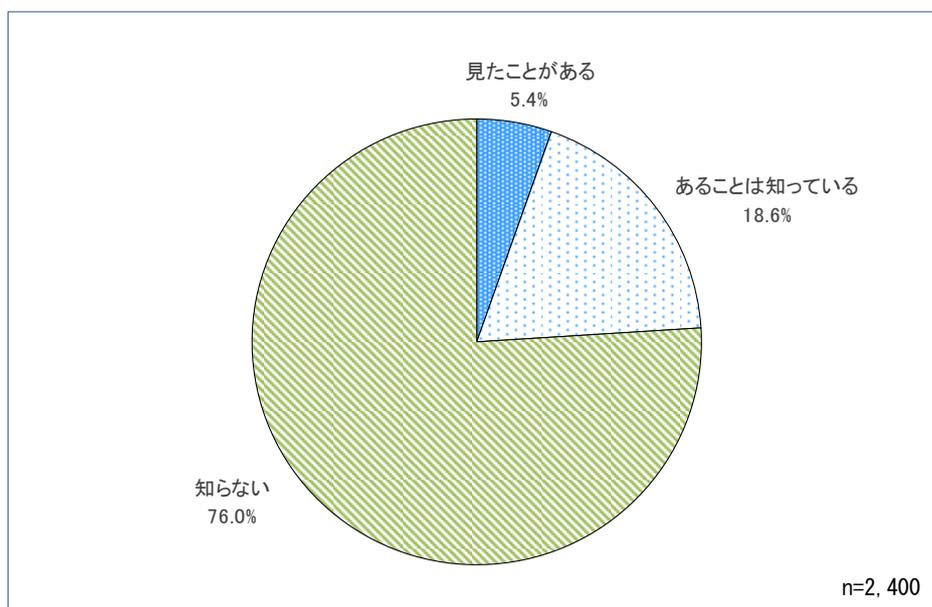
## ② WEB サイト「東京暮らしWEB」

ウェブサイト「東京暮らしWEB」の認知は、「読んだことがある」が2.3%、「見たことがある」が3.8%、「あることは知っている」が13.0%、「知らない」が80.9%であった。

図表 3-2. WEB サイト「東京暮らしWEB」の認知



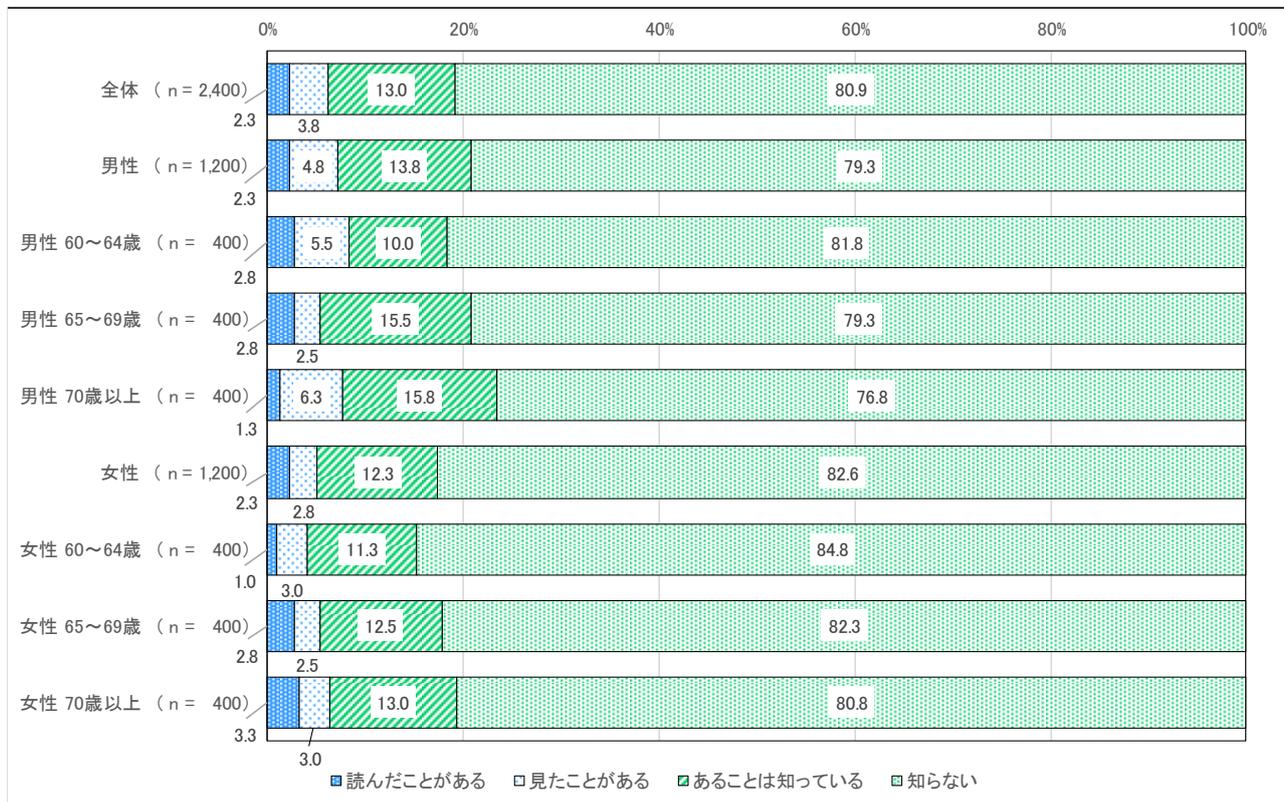
(参考) 前回調査 (令和3年度)



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、認知度（「読んだことがある」＋「見たことがある」＋「あることは知っている」）は、男性が20.9%で女性の17.4%よりも3.5ポイント高く、「男性70歳以上」が23.4%と最も高かった。次いで「女性70歳以上」が19.3%であった。

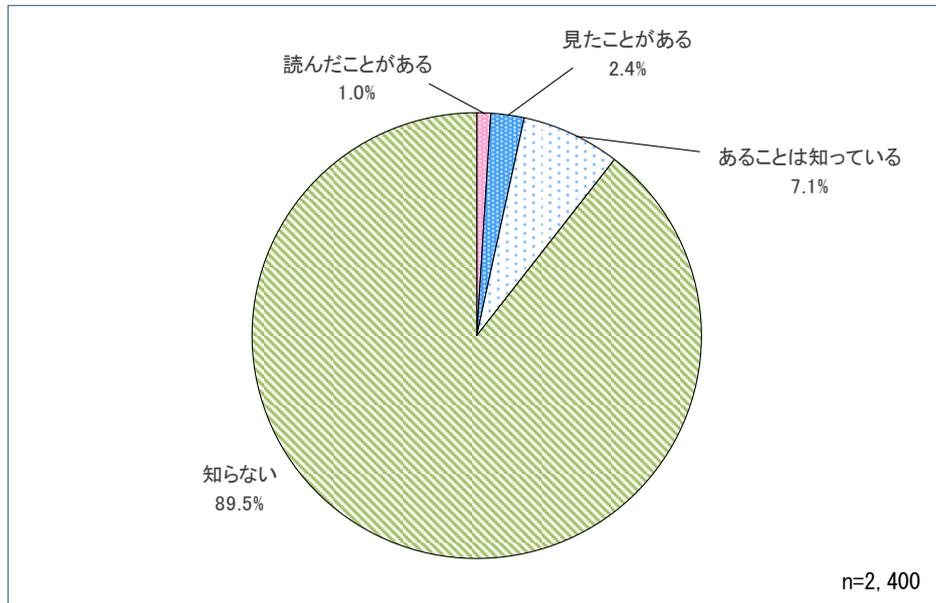
図表 3-3. WEB サイト「東京くらしWEB」の認知度 <性・年齢別>



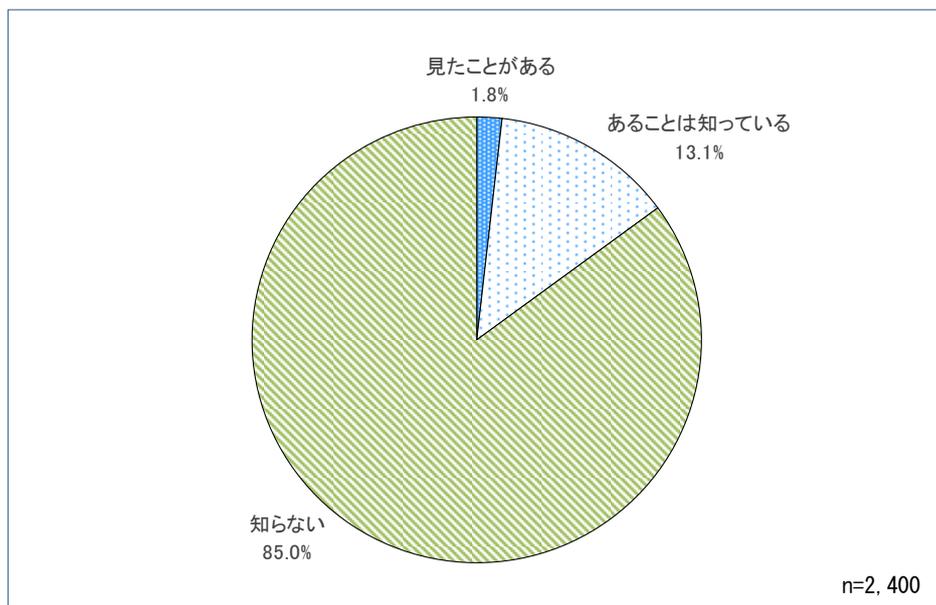
### ③ 「東京都くらし・住まい」 X

「東京都くらし・住まい」 X (旧 Twitter) の認知は、「読んだことがある」が 1.0%、「見たことがある」が 2.4%、「あることは知っている」が 7.1%、「知らない」が 89.5%であった。

図表 3-4. 「東京都くらし・住まい」 X (旧 Twitter) の認知



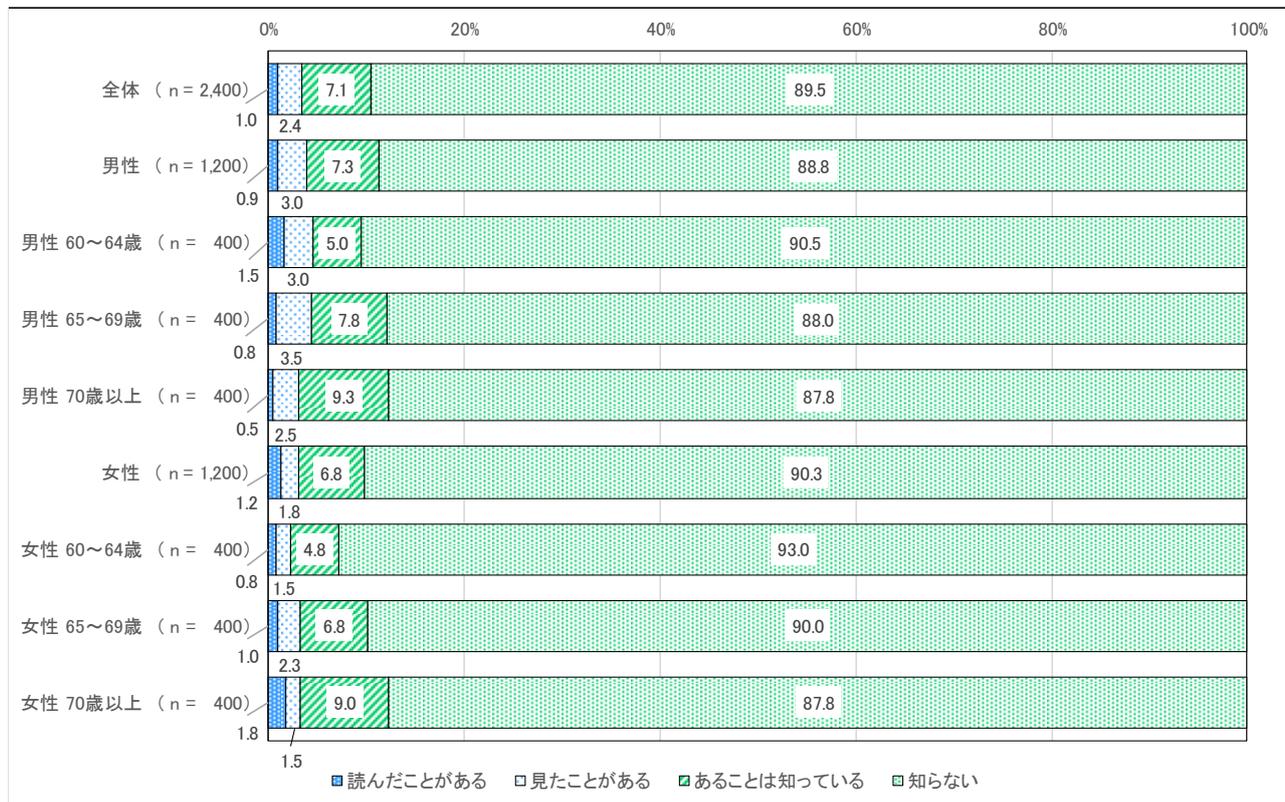
(参考) 前回調査 (令和3年度)



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、認知度（「読んだことがある」＋「見たことがある」＋「あることは知っている」）は、男性が11.2%で女性の9.8%よりも1.4ポイント高く、「男性70歳以上」と「女性70歳以上」が12.3%と最も高かった。次いで「男性65～69歳」が12.1%であった。

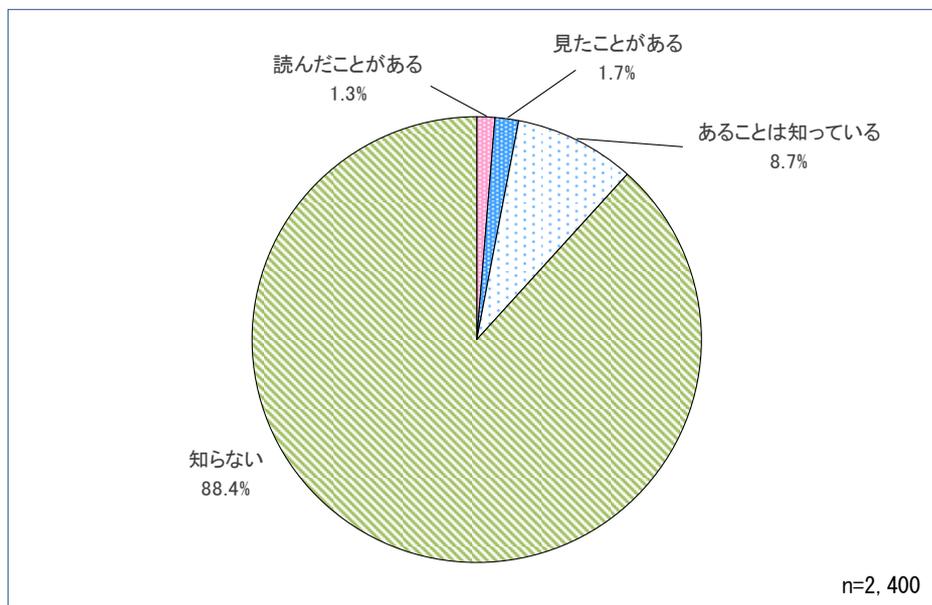
図表 3-5. 「東京都くらし・住まい」X (旧 Twitter) の認知 <性・年齢別>



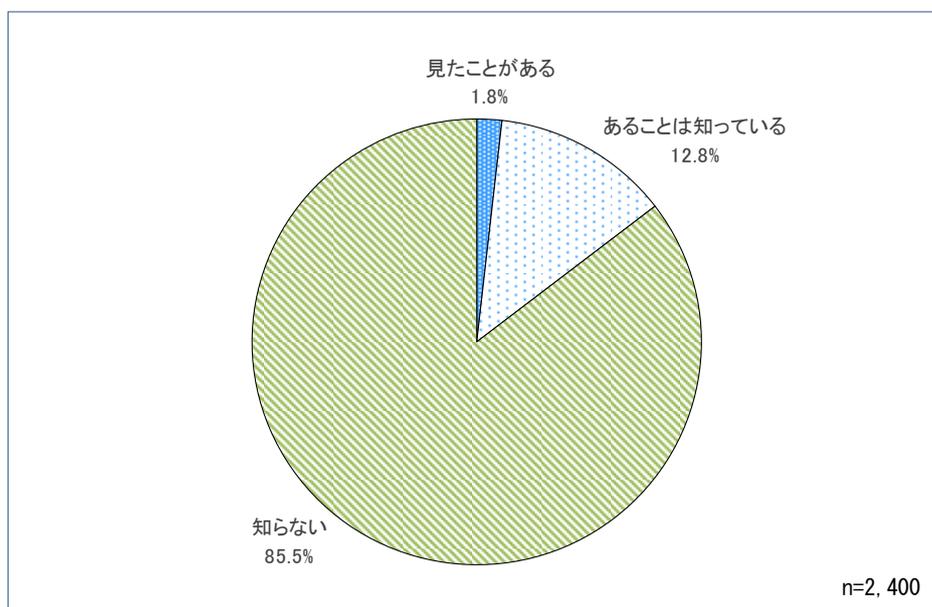
#### ④ 「東京都消費生活」 Facebook

「東京都消費生活」 Facebook の認知は、「読んだことがある」が 1.3%、「見たことがある」が 1.7%、「あることは知っている」が 8.7%、「知らない」が 88.4%であった。

図表 3-6. 「東京都消費生活」 Facebook (フェイスブック) の認知



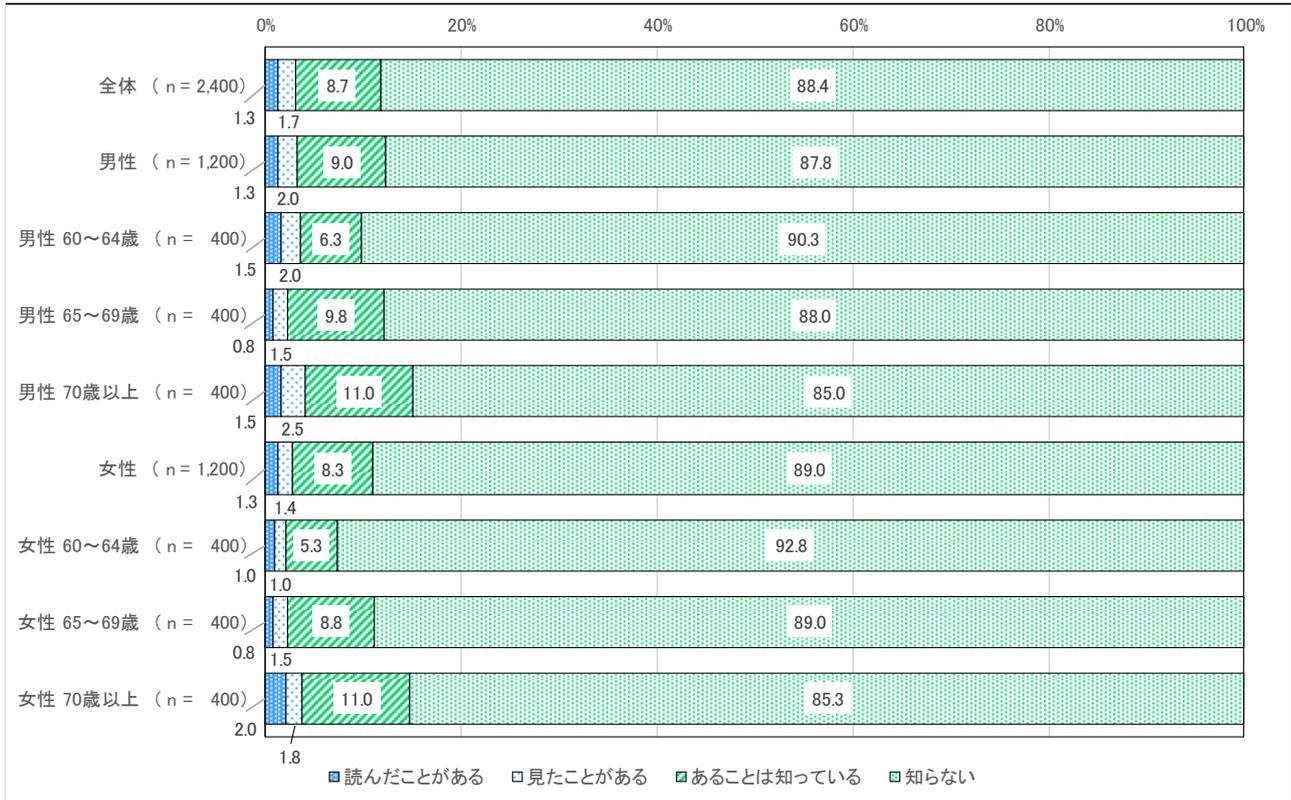
(参考) 前回調査 (令和3年度)



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、認知度（「読んだことがある」＋「見たことがある」＋「あることは知っている」）は、男性が12.3%で女性の11.0%よりも1.3ポイント高く、「男性70歳以上」が15.0%と最も高かった。次いで「女性70歳以上」が14.8%であった。

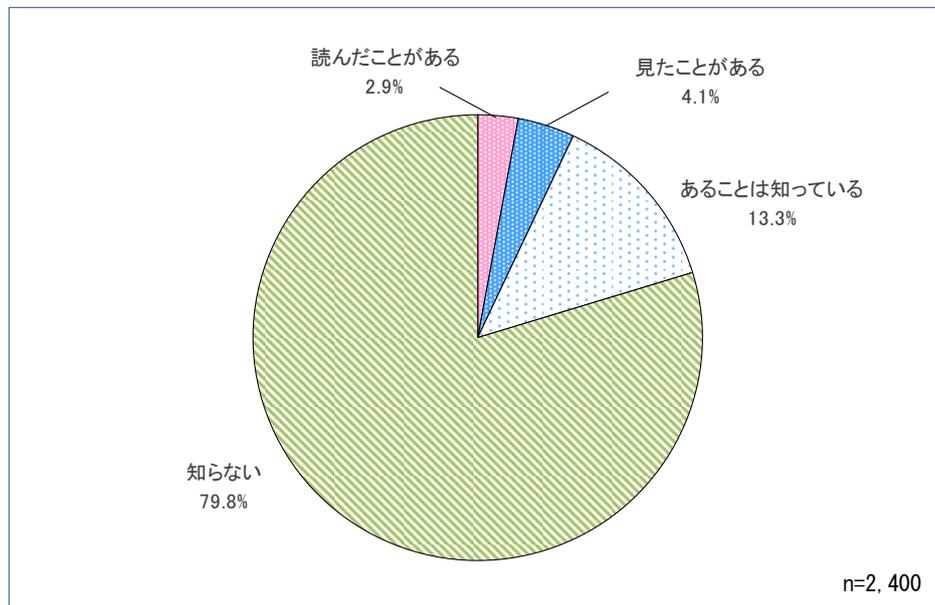
図表 3-7. 「東京都消費生活」Facebook（フェイスブック）の認知 <性・年齢別>



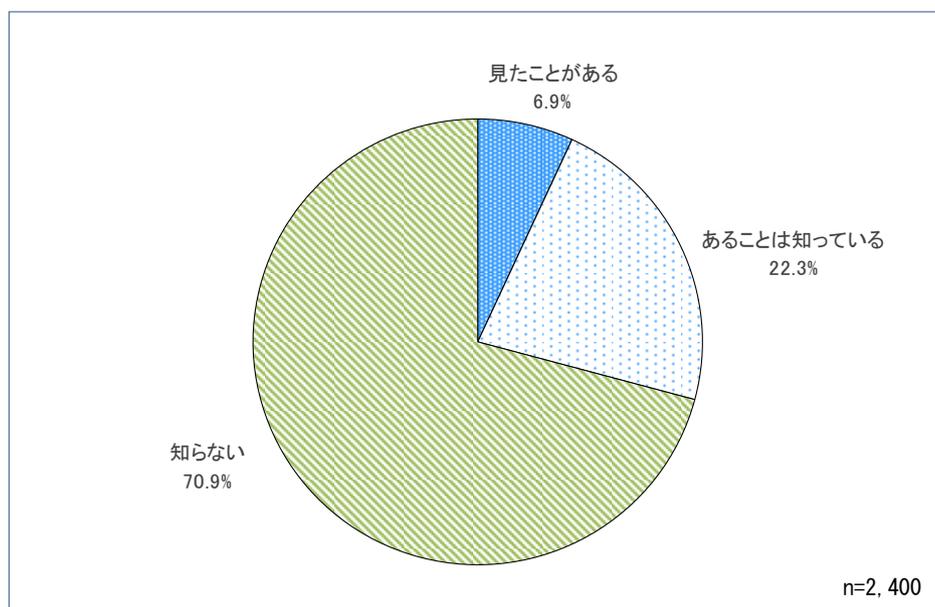
### ⑤ 「東京らしねっと」

消費生活情報誌「東京らしねっと」の認知は、「読んだことがある」が2.9%、「見たことがある」が4.1%、「あることは知っている」が13.3%、「知らない」が79.8%であった。

図表 3-8. 消費生活情報誌「東京らしねっと」の認知



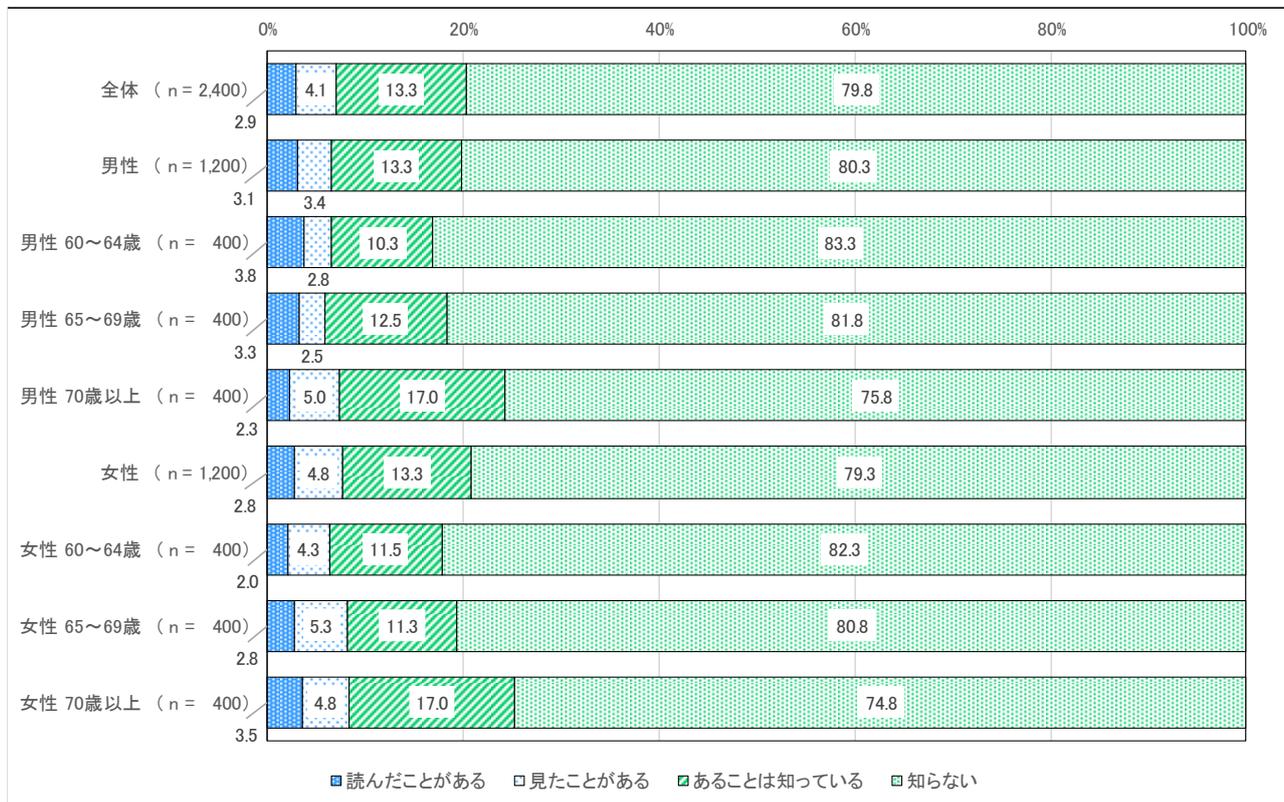
(参考) 前回調査 (令和3年度)



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、認知度（「読んだことがある」＋「見たことがある」＋「あることは知っている」）は、女性が20.9%で男性の19.8%よりも1.1ポイント高く、「女性70歳以上」が25.3%と最も高かった。次いで「男性70歳以上」が24.3%であった。

図表 3-9. 消費生活情報誌「東京くらしねっと」の認知 <性・年齢別>

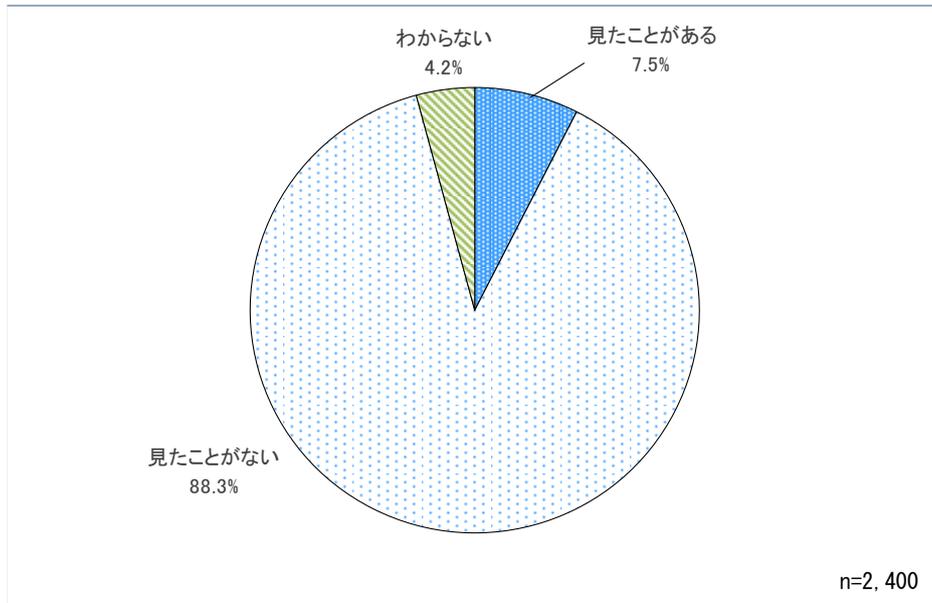


## (2) 悪質被害防止キャンペーンの広報

### ① 悪質被害防止キャンペーンの認知

悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知は、「見たことがある」が7.5%、「見たことがない」が88.3%、「わからない」が4.2%であった。

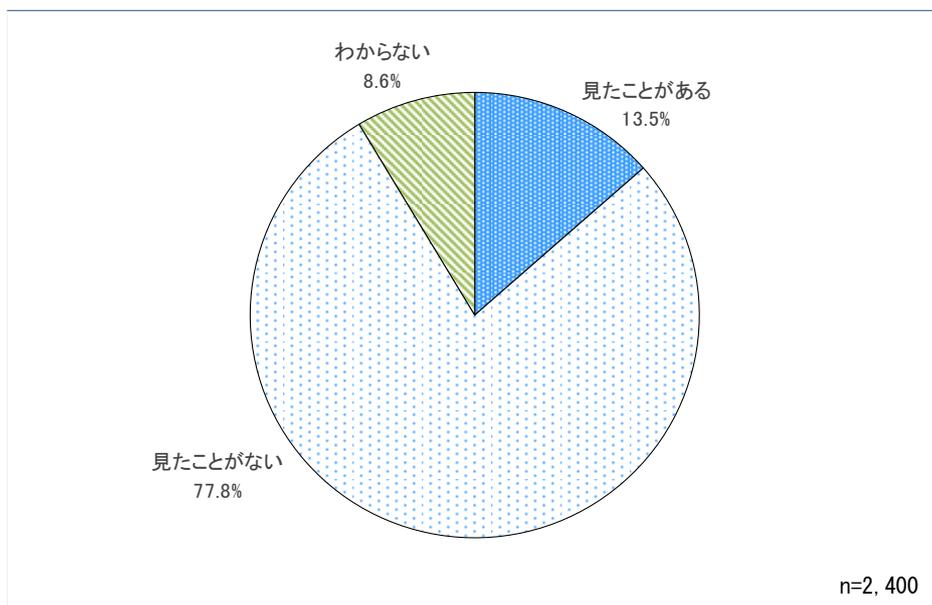
図表 3-10. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知



#### 【前回調査との比較】

「見たことがある」は、前回調査の13.5%から7.5%と、6.0ポイント減少した。

(参考) 前回調査 (令和3年度)



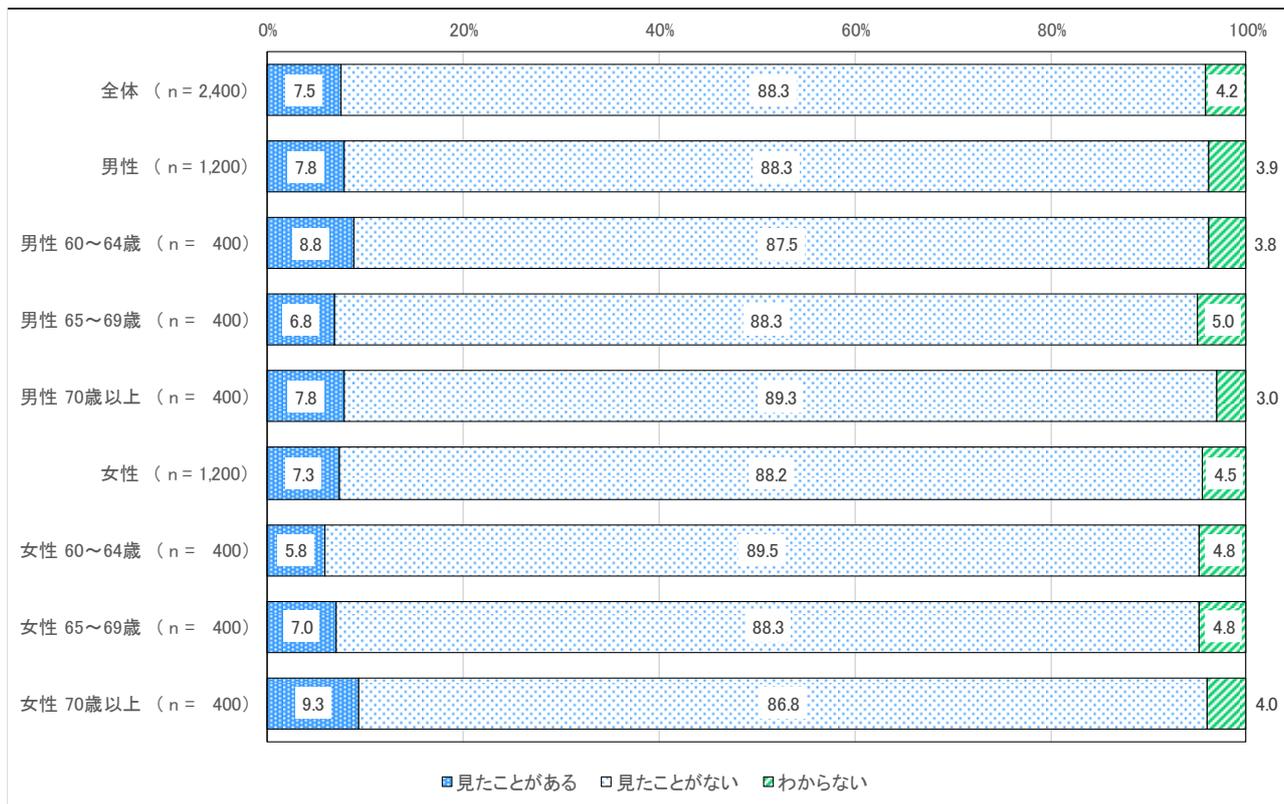
【性・年齢別】

男性は、「見たことがある」が全体よりやや多く、「わからない」が全体よりやや少なかった。

女性は、「見たことがある」が全体よりやや少なく、「わからない」が全体よりやや多かった。

性別・年齢別にみると、「見たことがある」は、「女性 70 歳以上」が 9.3% と高く、次いで「男性 60～64 歳」が 8.8% であった。女性については、年齢層が上がるにつれ、増加している。

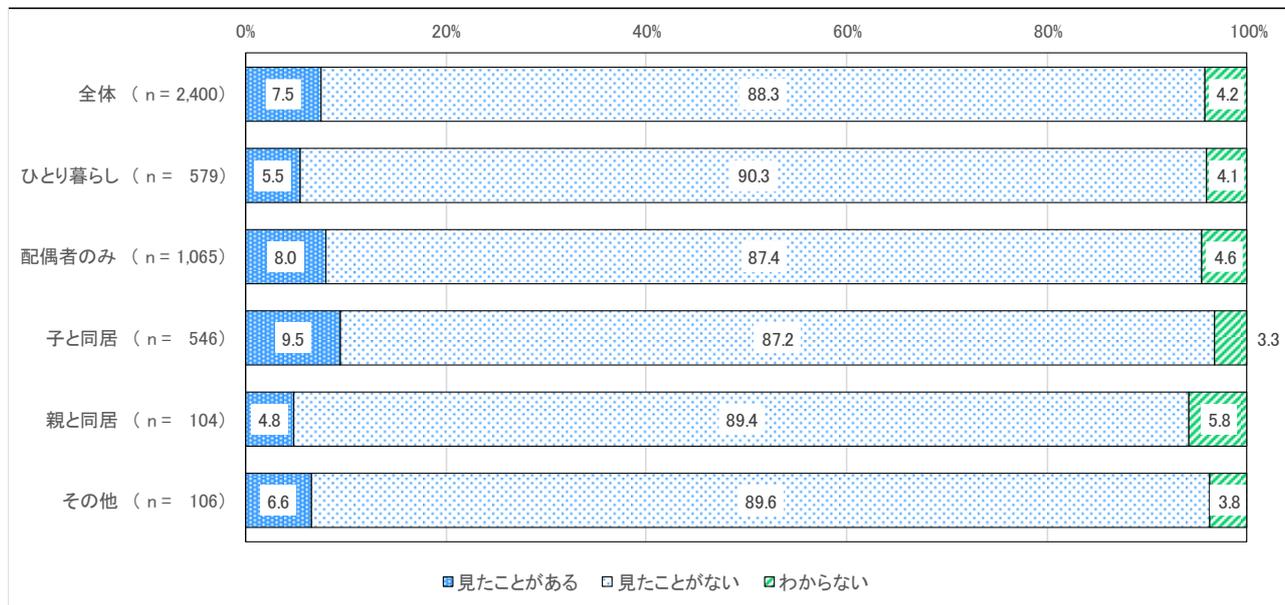
図表 3-11. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知 <性・年齢別>



【家族構成別】

家族構成別にみると、「見たことがある」は、「子と同居」が9.5%と最も高く、次いで「配偶者のみ」が8.0%であった。

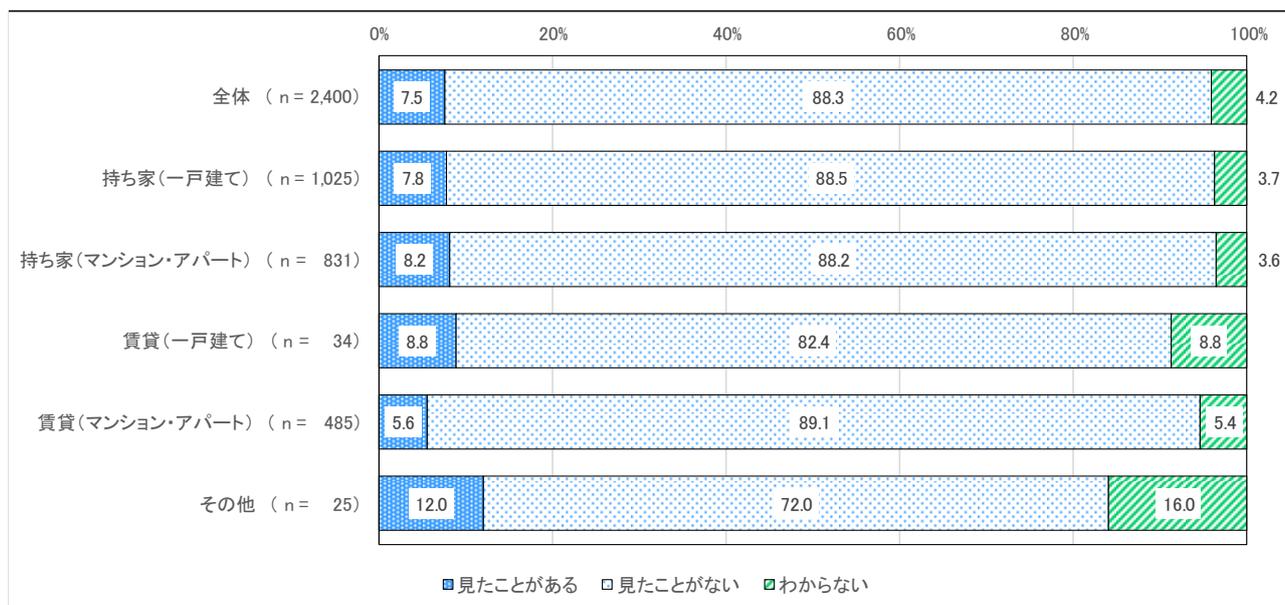
図表 3-12. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知 <家族構成別>



【住まいの形態別】

住まいの形態別にみると、「見たことがある」は、「その他」を除くと、「賃貸（一戸建て）」が8.8%と最も高く、次いで「持ち家（マンション・アパート）」が8.2%であった。

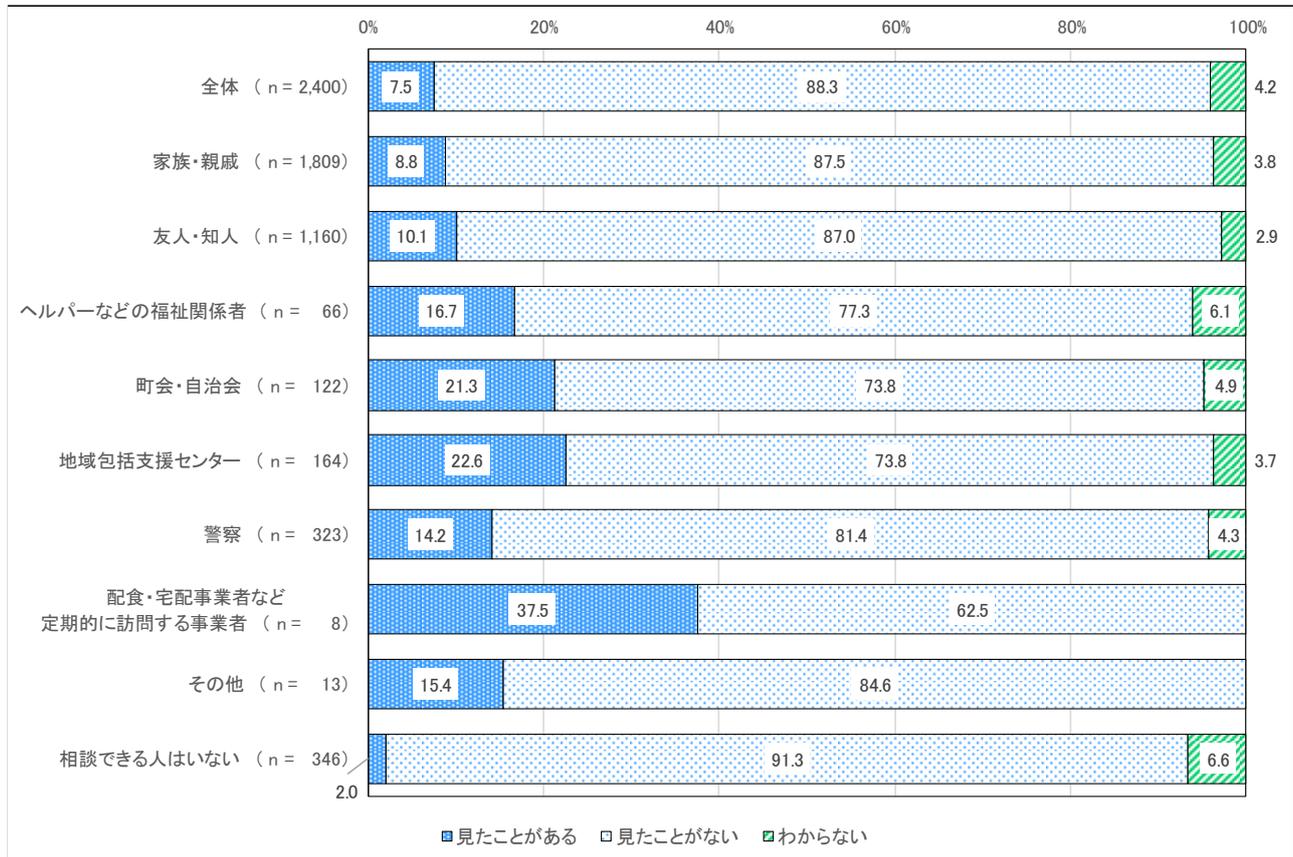
図表 3-13. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知 <住まいの形態別>



【困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「見たことがある」は、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」が37.5%と最も高く、次いで「地域包括支援センター」が22.6%であった。

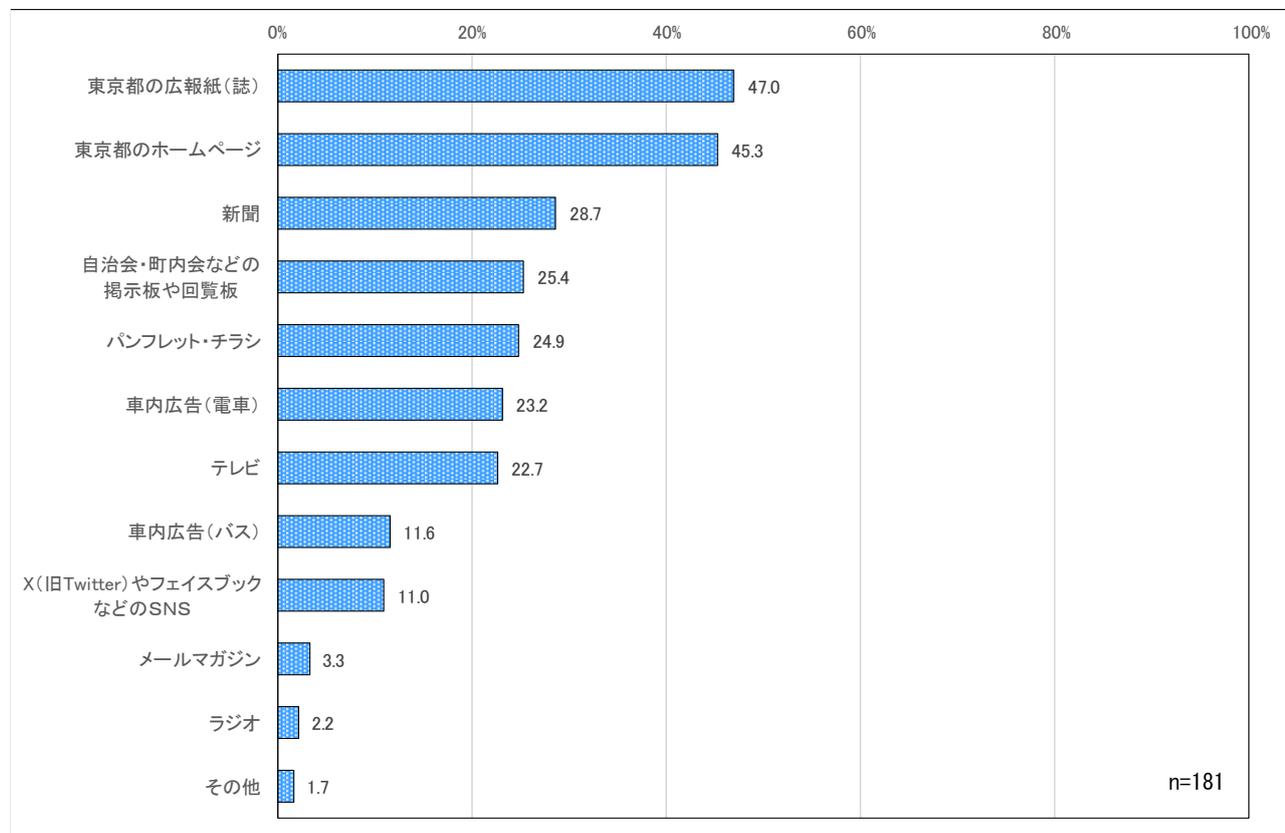
図表 3-14. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知  
 <困ったことがあったとき身近で相談できる人別>



## ② 悪質被害防止キャンペーンの認知経路

悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知経路は、「東京都の広報紙（誌）」が47.0%と最も高く、次いで「東京都のホームページ」が45.3%、「新聞」が28.7%であった。

図表 3-15. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知経路（複数回答）

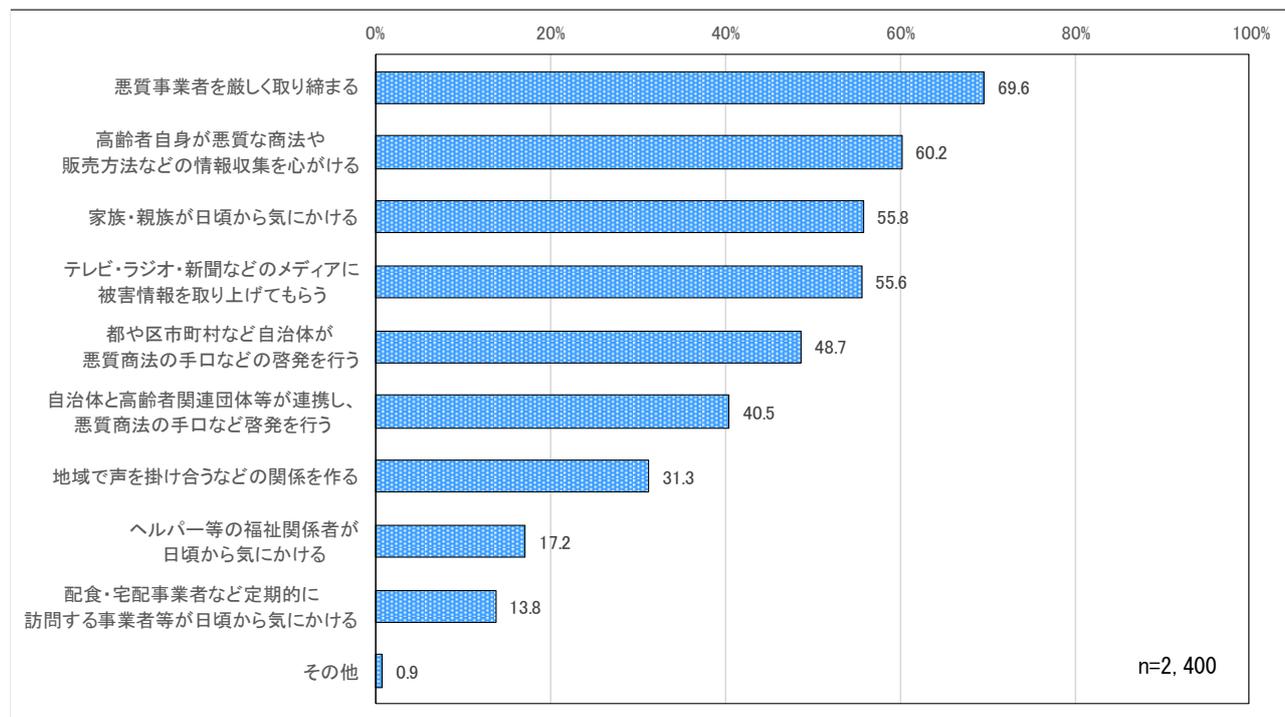


※n=181 は、悪質商法被害防止キャンペーンの広報を「見たことがある」と回答した人のみ

### ③ 消費者被害に遭わないために必要な対策

高齢者が消費者被害にあわないために必要な対策は、「悪質事業者を厳しく取り締まる」が 69.6%と最も高く、次いで「高齢者自身が悪質な商法や販売方法などの情報収集を心がける」が 60.2%、「家族・親族が日頃から気にかける」が 55.8%、「テレビ・ラジオ・新聞などのメディアに被害情報を取り上げてもらう」が 55.6%であった。

図表 3-16. 高齢者が消費者被害にあわないために必要な対策（複数回答）



【性・年齢別、家族構成別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

性別・年齢別にみると、男女ともに「悪質業者を厳しく取り締まる」が高い傾向にあるが、「女性 70歳以上」では「高齢者自身が悪質な商法や販売方法などの情報収集を心がける」が68.3%と最も高かった。

家族構成別にみると、「悪質業者を厳しく取り締まる」が高い傾向にあるが、「親と同居」では「家族・親族が日頃から気にかける」が66.3%と最も高かった。

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「家族・親戚」、「知人・友人」、「警察」、「相談できる人はいない」と回答した人は、「悪質業者を厳しく取り締まる」が高い傾向にあった。「ヘルパーなどの福祉関係者」、「町会・自治会」、「地域包括支援センター」では、「高齢者自身が悪質な商法や販売方法などの情報収集を心がける」と回答した人が多い。「ヘルパーなどの福祉関係者」では「都や区市町村など悪質商法の手口などの啓発を行う」と回答した人が比較的多かった。

図表 3-17. 高齢者が消費者被害にあわないために必要な対策（複数回答）

<性・年齢別、家族構成別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

		n	悪質事業者を厳しく取り締まる	高齢者自身の情報が悪質な商法や販売方法などを心がける	家族・親族が日頃から気にかける	テレビ・ラジオ・新聞などメディアに被害情報・新情報などを取り上げる	都や区市町村など自治体が発する悪質商法の手口などの啓発を行う	自治体と高齢者関係団体等が連携し、悪質商法の手口などを啓発を行う	地域で声を掛け合うなどの関係を作る	ヘルパー等の福祉関係者が日頃から気にかける	配食・宅配事業者などが定期的に訪問する	その他
全体		2,400	69.6	60.2	55.8	55.6	48.7	40.5	31.3	17.2	13.8	0.9
性・年齢別	男性	1,200	74.3	57.8	50.4	49.5	45.0	37.8	27.4	13.3	10.7	1.2
	60～64歳	400	72.8	54.3	48.0	46.5	39.5	35.3	27.3	14.5	10.5	1.8
	65～69歳	400	77.0	57.5	48.0	51.8	47.8	40.8	27.5	15.5	14.3	0.5
	70歳以上	400	73.3	61.5	55.3	50.3	47.8	37.5	27.5	10.0	7.3	1.3
	女性	1,200	64.9	62.6	61.1	61.7	52.3	43.1	35.2	21.0	17.0	0.7
	60～64歳	400	69.0	57.8	62.8	62.5	52.5	45.8	36.3	27.5	21.5	1.0
	65～69歳	400	65.5	61.8	63.0	61.8	51.3	44.3	35.0	21.8	16.0	0.5
70歳以上	400	60.3	68.3	57.5	60.8	53.3	39.3	34.3	13.8	13.5	0.5	
家族構成別	ひとり暮らし	579	70.1	59.6	39.4	56.0	47.8	43.4	28.7	16.4	12.6	1.2
	配偶者のみ	1,065	72.1	61.4	60.8	58.8	49.9	42.1	32.3	17.4	15.3	0.8
	子と同居	546	65.2	57.7	59.3	49.6	46.9	35.7	31.3	15.4	13.0	0.9
	親と同居	104	63.5	59.6	66.3	52.9	48.1	36.5	35.6	25.0	11.5	1.9
	その他	106	70.8	64.2	65.1	54.7	50.9	36.8	31.1	20.8	12.3	-
身近で相談できる人	家族・親戚	1,809	70.9	63.1	62.7	57.7	51.3	42.1	34.5	18.0	14.4	0.9
	友人・知人	1,160	71.7	66.7	63.5	60.6	55.2	47.4	38.5	20.3	15.9	1.1
	ヘルパーなどの福祉関係者	66	57.6	63.6	62.1	51.5	63.6	54.5	50.0	42.4	39.4	1.5
	町会・自治会	122	66.4	69.7	66.4	65.6	67.2	65.6	63.9	19.7	19.7	0.8
	地域包括支援センター	164	62.8	73.2	62.8	60.4	64.6	62.8	50.6	26.2	22.0	2.4
	警察	323	74.0	70.0	68.4	68.7	63.5	60.4	47.4	25.1	22.3	1.2
	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者	8	50.0	62.5	62.5	62.5	62.5	50.0	50.0	37.5	62.5	-
	その他	13	69.2	84.6	84.6	69.2	69.2	30.8	23.1	46.2	15.4	7.7
相談できる人はいない	346	65.6	46.5	32.1	47.7	36.4	30.1	17.9	14.5	11.8	1.2	

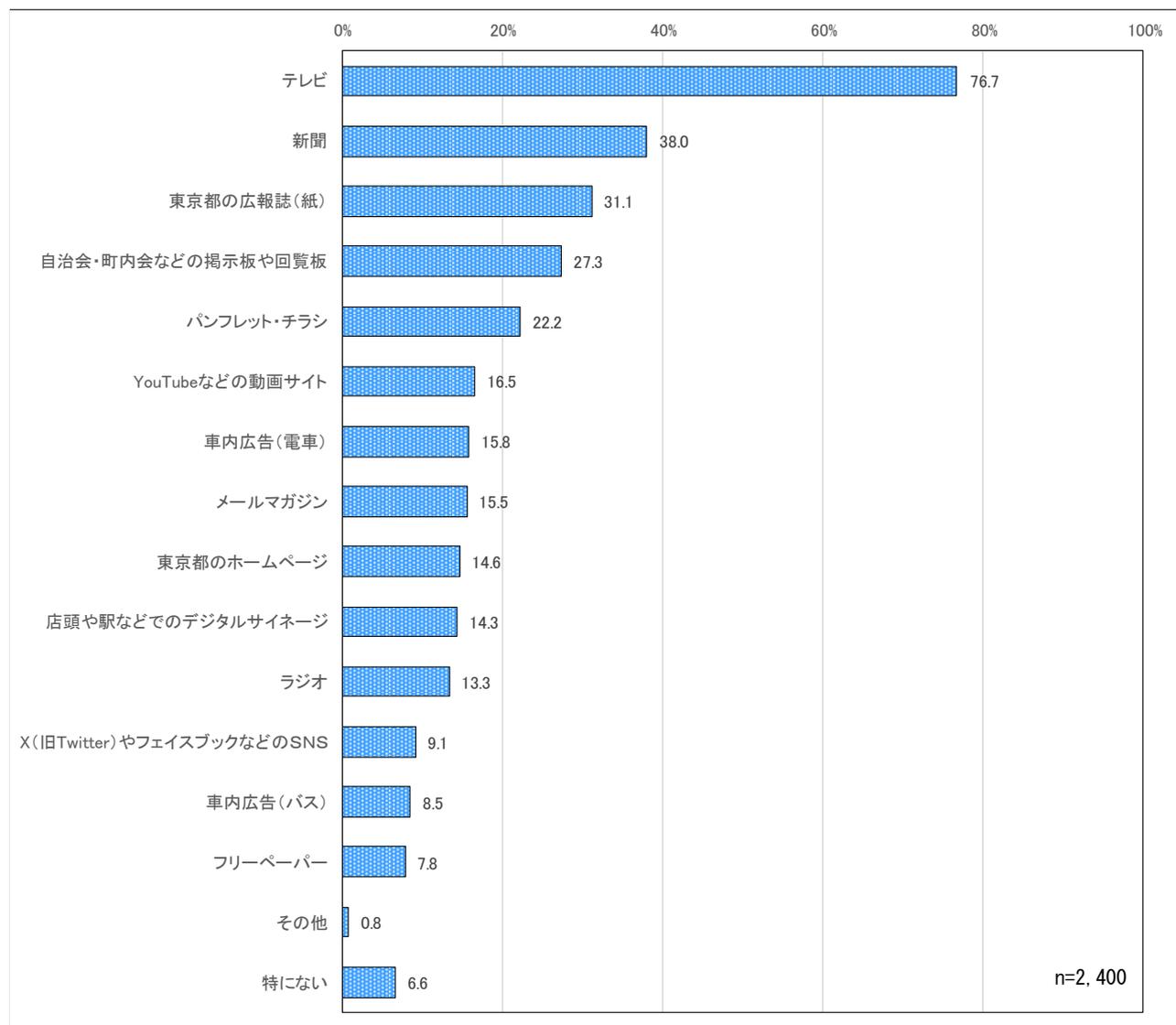
(人) (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す

#### ④ 注意喚起情報を入手しやすい媒体

消費者被害に関する注意喚起などの情報を入手しやすい広告媒体は、「テレビ」が76.7%と最も高く、次いで「新聞」が38.0%、「東京都の広報紙（誌）」が31.1%、「自治会・町内会などの掲示板や回覧板」が27.3%であった。

図表 3-18. 消費者被害に関する注意喚起などの情報を入手しやすい広告媒体（複数回答）



【性・年齢別、家族構成別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

「性別・年齢別」、「家族構成別」、「困ったことがあったときに身近に相談できる人別」のいずれにおいても、テレビが一番高いが、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」では、「パンフレット・チラシ」と回答した人も高かった。

図表 3-19. 消費者被害に関する注意喚起などの情報を入手しやすい広告媒体（複数回答）

＜性・年齢別、家族構成別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別＞

		n	テレビ	新聞	東京都の広報誌（紙）	自治会・町内会などの掲示板や回覧板	パンフレット・チラシ	YouTubeなどの動画サイト	車内広告（電車）	メールマガジン	東京都のホームページ	店頭や駅などでのデジタルサイネージ	ラジオ	X（旧Twitter）などのSNS	車内広告（バス）	フリーペーパー	その他	特にない
全体		2,400	76.7	38.0	31.1	27.3	22.2	16.5	15.8	15.5	14.6	14.3	13.3	9.1	8.5	7.8	0.8	6.6
性・年齢別	男性	1,200	77.2	41.2	28.8	25.6	20.4	19.8	15.3	17.8	15.3	11.9	15.2	9.8	7.8	5.9	0.8	6.0
	60～64歳	400	69.3	32.0	23.8	22.5	17.3	23.3	20.3	13.8	14.5	14.3	16.5	13.0	10.0	6.3	1.5	9.8
	65～69歳	400	79.5	37.5	26.0	21.5	21.3	20.8	15.0	18.8	16.3	13.8	13.8	11.0	5.8	5.3	0.3	5.3
	70歳以上	400	82.8	54.0	36.5	32.8	22.8	15.3	10.8	21.0	15.3	7.8	15.3	5.3	7.5	6.3	0.8	3.0
	女性	1,200	76.2	34.8	33.4	28.9	23.9	13.3	16.3	13.3	13.9	16.6	11.4	8.5	9.3	9.6	0.8	7.3
	60～64歳	400	73.5	27.3	31.3	24.3	22.0	16.8	22.5	14.3	11.5	21.5	9.8	10.3	11.0	10.5	1.0	9.5
	65～69歳	400	77.3	34.0	32.0	28.5	25.0	12.5	15.0	14.3	14.0	15.5	8.5	10.0	7.8	8.3	0.8	5.5
70歳以上	400	77.8	43.3	37.0	34.0	24.8	10.5	11.5	11.3	16.3	12.8	16.0	5.3	9.3	10.0	0.5	6.8	
家族構成別	ひとり暮らし	579	70.3	22.6	26.9	24.5	20.0	17.6	17.6	14.7	12.8	14.3	13.5	10.0	9.0	10.7	1.0	9.3
	配偶者のみ	1,065	79.4	46.0	34.9	28.5	23.8	15.4	14.9	17.5	16.6	15.7	13.6	8.8	8.5	7.6	0.8	5.5
	子と同居	546	76.6	36.6	28.2	26.7	19.6	16.3	15.9	14.3	13.2	12.5	11.7	8.2	7.9	5.5	0.4	7.1
	親と同居	104	79.8	46.2	30.8	26.0	26.0	15.4	15.4	10.6	18.3	10.6	13.5	10.6	8.7	3.8	1.9	3.8
	その他	106	81.1	40.6	30.2	33.0	26.4	23.6	15.1	12.3	8.5	12.3	17.0	10.4	9.4	8.5	0.9	2.8
身近で相談できる人	家族・親戚	1,809	81.4	42.2	34.5	30.4	23.7	16.3	16.7	16.5	15.9	15.3	13.4	9.1	9.5	7.8	0.7	4.5
	友人・知人	1,160	80.9	42.0	36.6	33.3	25.4	17.2	20.3	17.8	17.6	17.8	14.5	11.1	11.5	9.3	1.2	3.3
	ヘルパーなどの福祉関係者	66	68.2	43.9	51.5	37.9	45.5	30.3	21.2	25.8	33.3	15.2	19.7	13.6	15.2	21.2	-	4.5
	町会・自治会	122	78.7	53.3	48.4	70.5	36.1	19.7	23.0	27.0	23.8	18.9	18.0	11.5	17.2	15.6	2.5	2.5
	地域包括支援センター	164	78.7	50.0	56.7	48.2	38.4	24.4	27.4	29.9	32.9	21.3	18.9	14.6	18.9	21.3	1.8	1.8
	警察	323	86.1	49.5	46.7	44.0	32.8	21.7	24.8	23.8	23.5	22.3	20.4	11.8	15.5	16.7	1.2	1.9
	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者	8	75.0	62.5	25.0	12.5	75.0	62.5	25.0	37.5	50.0	25.0	12.5	50.0	12.5	37.5	-	12.5
その他	13	92.3	61.5	46.2	46.2	23.1	23.1	46.2	15.4	15.4	23.1	7.7	15.4	30.8	23.1	15.4	-	
相談できる人はいない	346	56.1	21.7	17.1	14.7	16.2	16.5	11.0	12.1	8.4	9.2	12.1	8.1	4.3	6.1	0.6	19.9	

(人) (%)

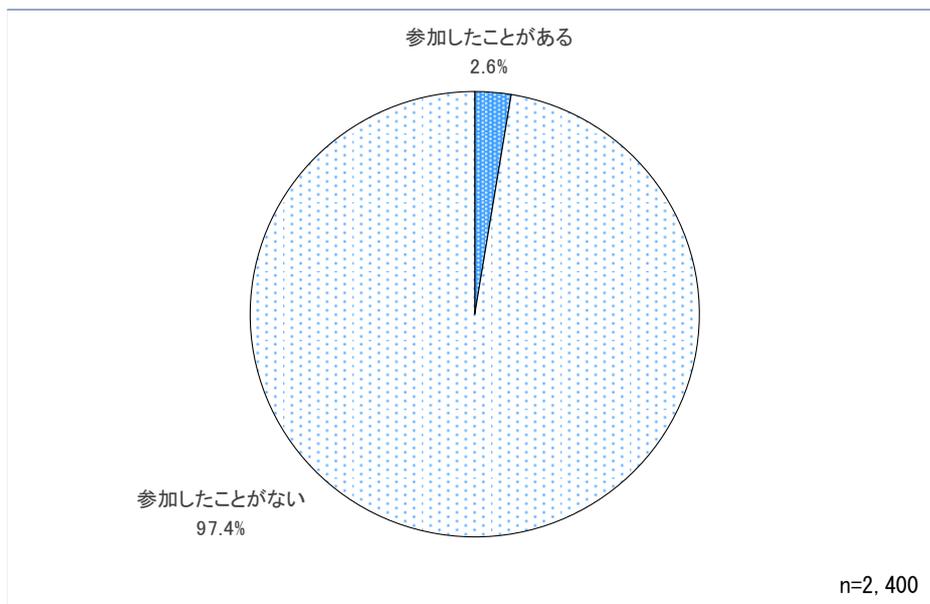
※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す

### (3) 消費者教育について

#### ① 消費生活講座等への参加経験

消費生活講座等の参加経験は、「参加したことがある」が2.6%、「参加したことがない」が97.4%であった。

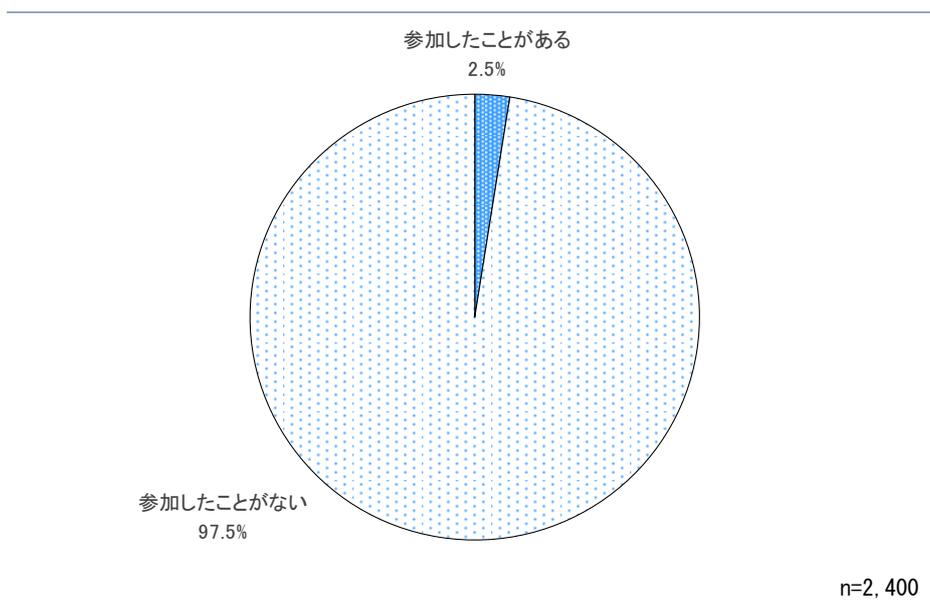
図表 3-20. 消費者生活講座等の参加経験



#### 【前回調査との比較】

「参加したことがある」は、前回調査の2.5%から2.6%と、0.1ポイント増加した。

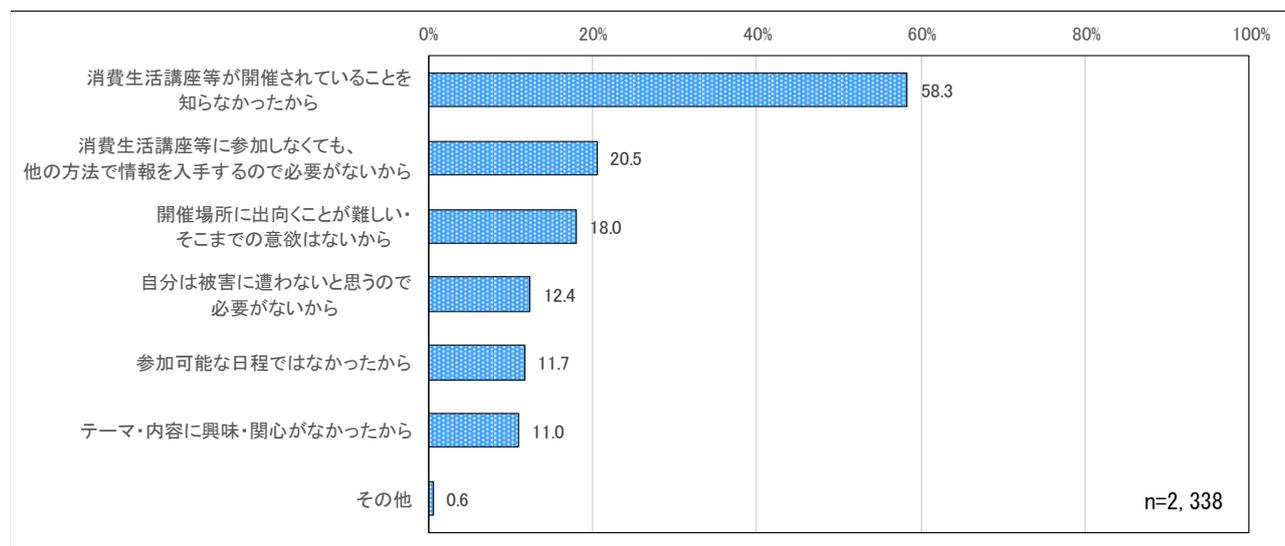
(参考) 前回調査 (令和3年度)



## ② 参加したことがない理由

消費生活講座等に参加したことがない人（2,338人）の理由は、「消費生活講座等が開催されていることを知らなかったから」が58.3%と最も高く、次いで「消費生活講座等に参加しなくても、他の方法で情報を入手するので必要がないから」が20.5%、「開催場所に出向くことが難しい・そこまでの意欲はないから」が18.0%であった。

図表 3-21. 消費生活講座等に参加したことがない理由（複数回答）

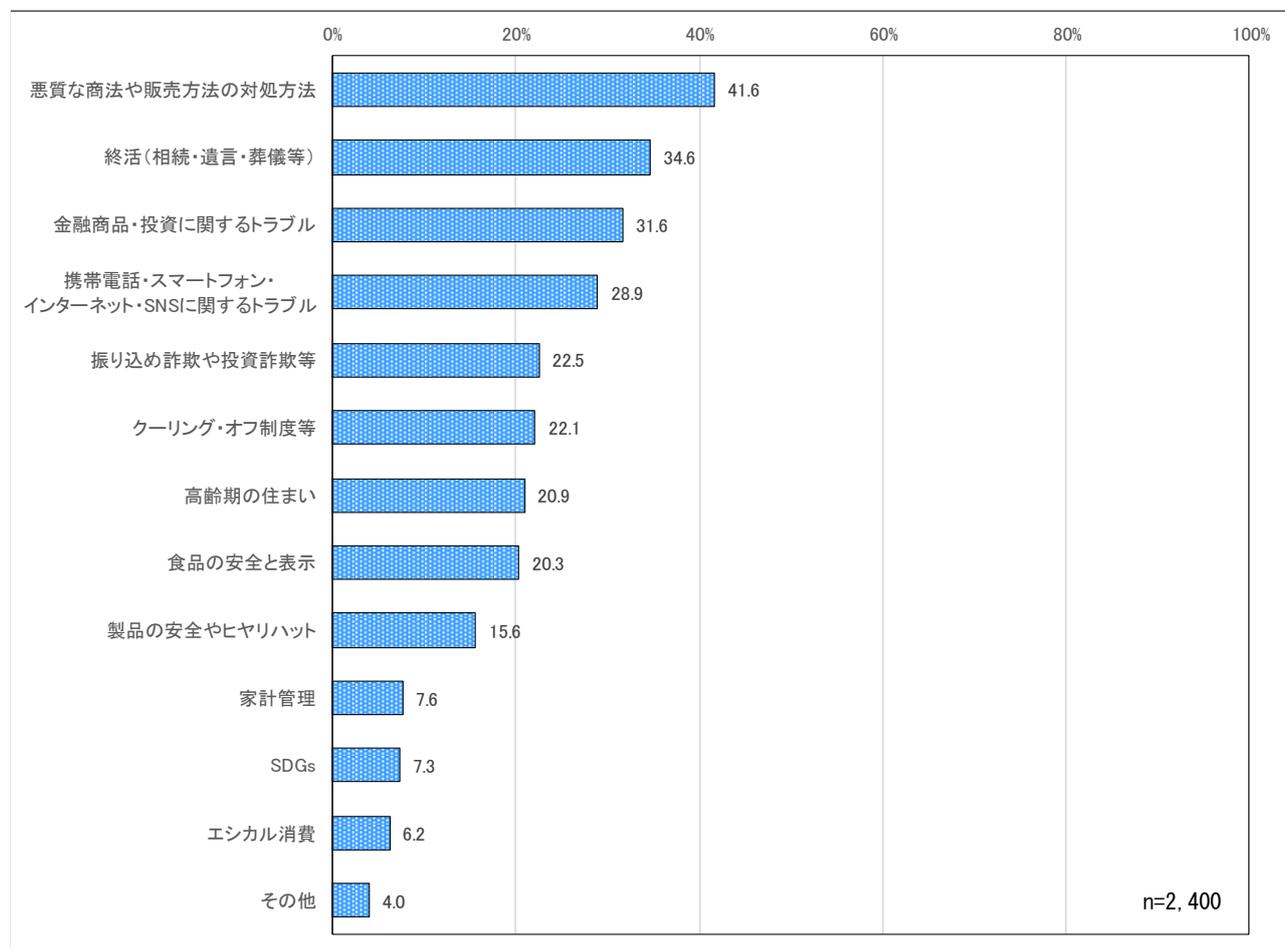


※n=2,338 は、消費生活講座等に「参加したことがない」と回答した人のみ

### ③ 学びたい消費生活情報

学びたい消費生活情報は、「悪質な商法や販売方法の対処方法」が 41.6%と最も高く、次いで「終活（相続・遺言・葬儀等）」が 34.6%、「金融商品・投資に関するトラブル」が 31.6%であった。

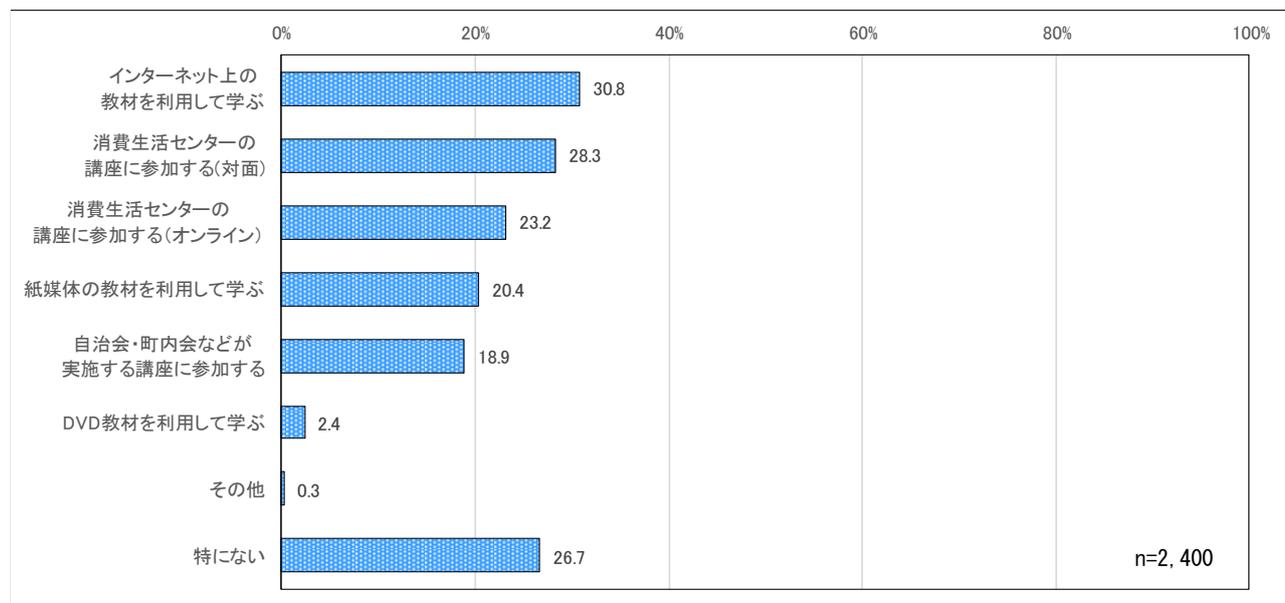
図表 3-22. 学びたい消費生活情報（複数回答）



#### ④ 消費生活情報を学ぶ場合に希望する形態

消費生活情報について学ぶ場合に希望する形態は、「インターネット上の教材を利用して学ぶ」が30.8%と最も高く、次いで「消費者生活センターの講座に参加する（対面）」が28.3%、「消費者生活センターの講座に参加する（オンライン）」が23.2%であった。一方で、「特になし」と回答した人も26.7%いた。

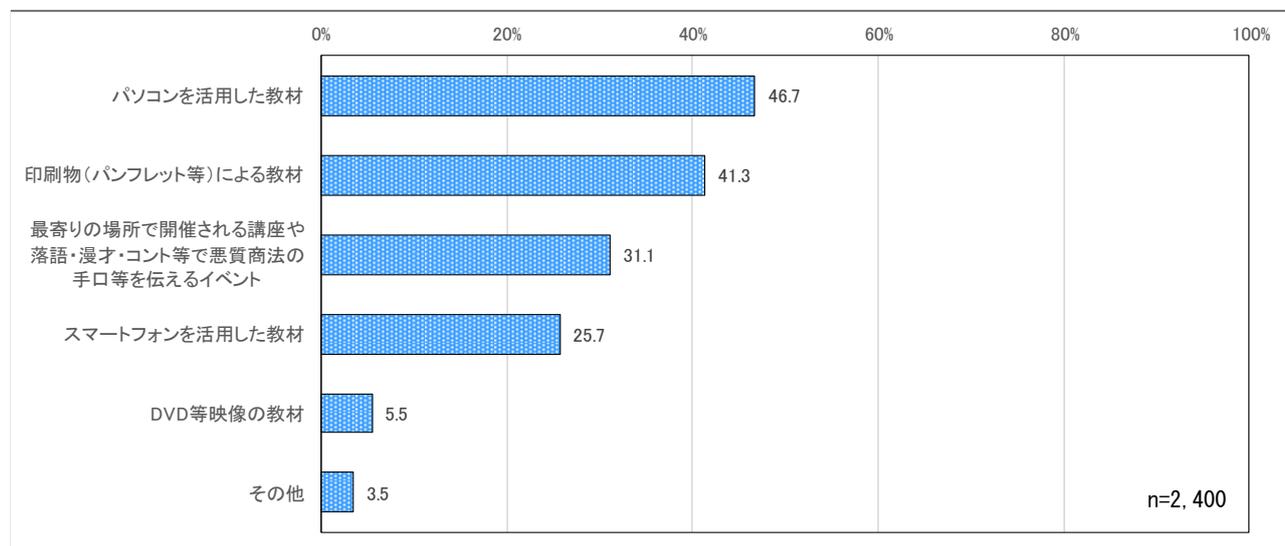
図表 3-23. 消費生活情報について学ぶ場合に希望する形態（複数回答）



### ⑤ 消費生活トラブルへの対処法を知るために利用したいと思うもの

消費生活トラブルへの対処法を知るために利用したいと思うものは、「パソコンを活用した教材」が46.7%と最も高く、次いで「印刷物（パンフレット等）による教材」が41.3%、「最寄りの場所で開催される講座や落語・漫才・コント等で悪質商法の手口等を伝えるイベント」が31.1%、「スマートフォンを活用した教材」が25.7%であった。

図表 3-24. 消費生活トラブルへの対処法を知るために利用したいと思うもの（複数回答）

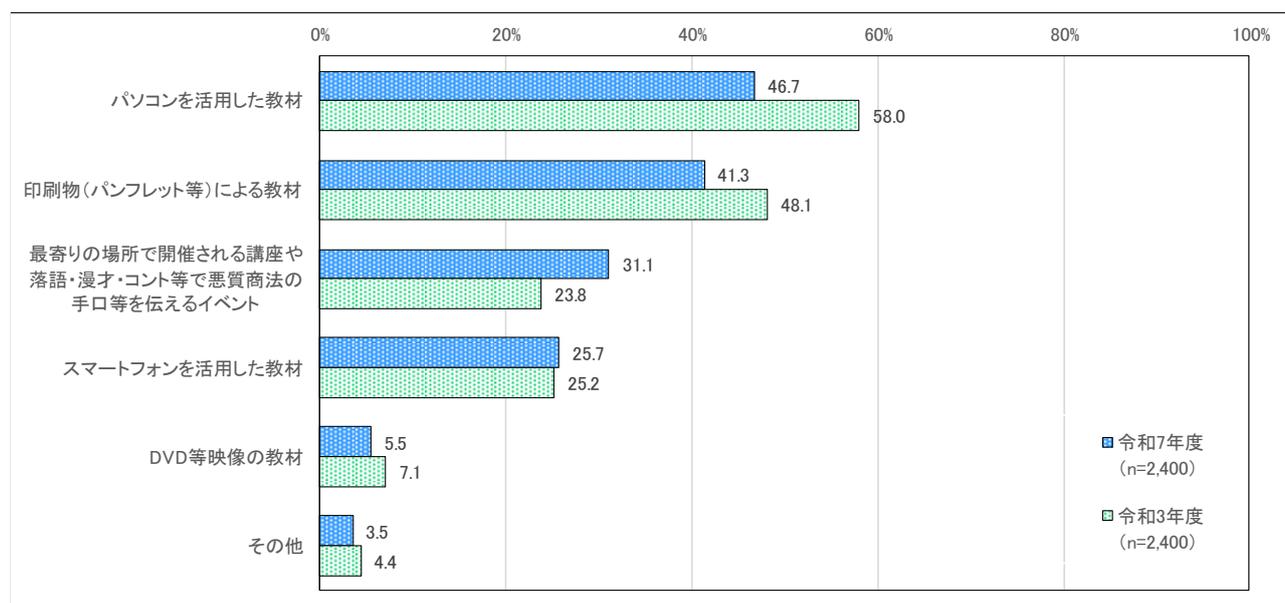


#### 【前回調査との比較】

「パソコンを活用した教材」は、前回調査の58.0%から46.7%と、11.3ポイント減少した。「最寄りの場所で開催される講座や落語・漫才・コント等で悪質商法の手口等を伝えるイベント」は前回調査の23.8%から31.1%と、7.3ポイント増加した。

図表 3-25. 消費生活トラブルへの対処法を知るために利用したいと思うもの（複数回答）

<令和3年度調査との比較>



【性・年齢別、家族構成別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別】

性別・年齢別にみると、男性はいずれの年齢でも「パソコンを活用した教材」が最も高く、女性はいずれの年齢でも「印刷物（パンフレット等）による教材」が最も高かった。

家族構成別にみると、「パソコンを活用した教材」が高い傾向にあるが、「親と同居」では「印刷物（パンフレット等）による教材」が52.9%と最も高かった。

困ったことがあったとき身近で相談できる人別にみると、「パソコンを活用した教材」が高い傾向にあるが、「地域包括支援センター」と「警察」では、「印刷物（パンフレット等）による教材」、「配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者」では「最寄りの場所で開催される講座や落語・漫才・コント等で悪質商法の手口等を伝えるイベント」が最も高かった。

図表 3-26. 消費生活トラブルへの対処法を知るために利用したいと思うもの（複数回答）  
 <性・年齢別、家族構成別、困ったことがあったとき身近で相談できる人別>

		n	パソコンを活用した教材	印刷物（パンフレット等）による教材	最寄りの場所で開催される講座や落語・漫才・コント等を伝えるイベント	スマートフォンを活用した教材	DVD等映像の教材	その他
全体		2,400	46.7	41.3	31.1	25.7	5.5	3.5
性・年齢別	男性	1,200	58.3	38.2	28.6	24.6	8.1	3.5
	60～64歳	400	53.0	30.0	34.3	27.3	8.0	4.0
	65～69歳	400	57.5	36.8	26.8	27.0	9.0	2.5
	70歳以上	400	64.3	47.8	24.8	19.5	7.3	4.0
	女性	1,200	35.1	44.4	33.7	26.8	3.0	3.6
	60～64歳	400	37.5	38.3	35.5	31.3	3.8	3.0
	65～69歳	400	31.5	45.5	35.0	26.5	2.3	3.3
	70歳以上	400	36.3	49.5	30.5	22.8	3.0	4.5
家族構成別	ひとり暮らし	579	44.9	39.6	30.6	24.4	4.3	4.0
	配偶者のみ	1,065	49.7	44.2	32.2	26.2	5.8	3.3
	子と同居	546	42.3	36.8	31.1	28.0	6.0	2.9
	親と同居	104	49.0	52.9	22.1	18.3	5.8	2.9
	その他	106	46.2	33.0	32.1	23.6	6.6	7.5
身近で相談できる人	家族・親戚	1,809	46.9	42.5	32.4	26.7	5.5	3.0
	友人・知人	1,160	47.6	43.5	34.9	28.7	6.3	2.9
	ヘルパーなどの福祉関係者	66	45.5	36.4	34.8	36.4	9.1	1.5
	町会・自治会	122	54.1	49.2	46.7	32.0	10.7	1.6
	地域包括支援センター	164	52.4	59.1	42.7	34.8	14.0	1.2
	警察	323	48.6	50.8	40.6	28.8	9.0	1.2
	配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者	8	37.5	37.5	50.0	25.0	-	-
	その他	13	69.2	53.8	46.2	15.4	7.7	7.7
相談できる人はいない	346	43.4	37.6	24.9	22.3	4.9	6.6	

(人) (%)

※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す

### Ⅲ. 調査票

#### あなたご自身に関するアンケート

#### □ ■ WEBアンケート ■ □

アンケートにご協力をお願いします。

- ◆回答時間目安： おおよそ 20分  
(ご回答の内容により変動します)
- ◆回答可能デバイス： パソコンまたはスマートフォン

※お答えいただいた内容は統計的に処理し、回答者個人が特定されるような情報について公表することはありません。

※前の質問に戻ることができないため、間違いないようにご回答ください。

※アンケート回答に必要な環境は [こちら](#) をご覧ください。

口頭	画像保存	SNS共有	転売
			

アンケートや調査は企業・団体の未発表・未公開情報を含む場合があります。口頭・SNS(X[旧Twitter]・Instagram等)などいかなる手段や方法であっても**第三者へ漏えい(再拡散含む)・保存・転載・テスト品などの転売等の全ての行為**を禁止しています。これらの行為は損害賠償請求・民事訴訟の対象となる場合がありますので十分ご注意ください。

同意して開始

## あなたご自身に関するアンケート

【あなたのことについてうかがいます】

**必須** F1.

あなたのお住まいを教えてください。(1つ選択)

▼▼▼選択して下さい▼▼▼

**必須** F2.

あなたの年齢を教えてください。(数値記入)  
※半角数字でご記入ください。

歳

**必須** F3.

あなたの性別を教えてください。(1つ選択)

- 男性  
 女性  
 回答しない

次 ^

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** F4.

同居しているご家族の構成を教えてください。(1つ選択)

- ひとり暮らし  
 配偶者のみ  
 子と同居  
 親と同居  
 その他

次 ^

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** F5.

あなたのお住まいについて教えてください。(1つ選択)

- 持ち家（一戸建て）
- 持ち家（マンション・アパート）
- 賃貸（一戸建て）
- 賃貸（マンション・アパート）
- その他

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** F6.

あなたの職業を教えてください。(1つ選択)

- 会社員・団体職員・役員
- パート・アルバイト
- 自営業・自由業
- 専業主婦（主夫）
- 無職（年金生活を含む）
- その他

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** F7.

あなたは情報端末機器をお持ちですか。以下よりあてはまるものを全てお選びください。(複数選択可)

- パソコン
- タブレット端末
- スマートフォン
- 携帯電話 (いわゆるガラケー)
- 上記にあてはまるものはない

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** F8.

あなたが日常的に活用しているSNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) を教えてください。(複数選択可)

- LINE (ライン)
- X (旧Twitter)
- Facebook (フェイスブック)
- Instagram (インスタグラム)
- その他のSNS
- 何も活用していない

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** F9.

あなたの新聞の購読状況を教えてください。(複数選択可)

- 新聞を購読している
- デジタル版・電子版で読んでいる
- 新聞を読む習慣はない

次 ^

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** F10.

あなたは、東京都又はあなたがお住まいの区市町村に消費生活センター若しくは消費生活相談窓口があることを知っていますか。(1つ選択)

- 知っている
- 内容までは知らないが、名前は知っている
- 知らない

次 ^

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** F11.

あなたの身近で困ったことがあったとき、相談できる人はいますか。(複数選択可)

- 家族・親戚
- 友人・知人
- ヘルパーなどの福祉関係者
- 町会・自治会
- 地域包括支援センター
- 警察
- 配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者
- その他
- 相談できる人はいない

次 ^

あなたご自身に関するアンケート

予備調査のご協力ありがとうございます。

これより**本調査**に移ります。

引き続きご協力お願い致します。

次へ

あなたご自身に関するアンケート

【ここからは、消費者被害の状況についてうかがいます】

高齢者の相談が多い商法・販売方法には、インターネット通販、定期購入、架空請求・不当請求、点検商法、訪問購入などがあげられます。

これからこれらの商法・販売方法についてうかがいます。

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

### ■【インターネット通販】

■インターネットによる申し込みを行い、商品やサービスの提供を受ける取引

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -1.

あなたが60歳を過ぎてからインターネット通販で利用したものは何ですか。利用したことがない場合は、「利用したことがない」を選んでください。(複数選択可)

- 衣料品（洋服・靴など）
- 食品・飲料
- 健康食品（サプリメントなど）
- 日用品（食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品、家電、本など）
- 化粧品・育毛剤・発毛剤など
- 情報商材（お金の儲け方などに関する情報）
- 継続的な学習サービス（オンライン英会話、オンラインヨガなど）
- 娯楽サービス（スポーツ・観劇チケット、旅行・宿泊サービスなど）
- 金融・保険サービス（相続・資産運用など）
- 通信サービス（映像配信サービス、オンラインゲーム、インターネット回線など）
- 家事関連サービス（食事宅配、家事サービスなど）
- 交際関連サービス（マッチングサイト、結婚相手紹介サービス、出会い系サイトなど）
- 上記以外のサービス（不用品回収、遺品整理、終活サービスなど）
- その他
- 利用したことがない
- わからない（覚えていない）

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -1で \*\*\* ANS Q11120 \*\*\* と回答した方につながります。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2.

インターネット通販で被害にあったことがありますか。(1つ選択)

- 被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある
- 被害には至らなかったが、問題を感じたことがある
- 被害にあったことも、問題を感じたこともない
- 被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2で「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -3.

何を購入したときに被害にあいましたか。(複数選択可)

- 衣料品 (洋服・靴など)
- 食品・飲料
- 健康食品 (サプリメントなど)
- 日用品 (食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品、家電、本など)
- 化粧品・育毛剤・発毛剤など
- 情報商材 (お金の儲け方などに関する情報)
- 継続的な学習サービス (オンライン英会話、オンラインヨガなど)
- 娯楽サービス (スポーツ・観劇チケット、旅行・宿泊サービスなど)
- 金融・保険サービス (相続・資産運用など)
- 通信サービス (映像配信サービス、オンラインゲーム、インターネット回線など)
- 家事関連サービス (食事宅配、家事サービスなど)
- 交際関連サービス (マッチングサイト、結婚相手紹介サービス、出会い系サイトなど)
- 上記以外のサービス (不用品回収、遺品整理、終活サービスなど)
- その他 ( \*\*\* ANS Q11110 \*\*\* )
- わからない (覚えていない)

次 ^

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2で「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -4.

その被害はどのようなものですか？（複数選択可）

- 商品が届かず（サービスが受けられず）、事業者と連絡が取れなくなった
- 実際の商品・サービス等が広告と異なっていた（虚偽・誇大広告）
- 解約の電話が繋がらず、解約できなかった
- 申込時に解約条件等の表示がわかりづらかったため、解約の際トラブルになった
- 購入した商品を使用・飲食したら、体調を崩した
- 一度購入したら、その後も次々と購入・契約を迫る勧誘メールが届いた
- その他

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2で「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -5.

被害金額は、いくらですか。複数の被害にあっている場合は、最も大きいものを選んでください。（1つ選択）

- 1万円未満
- 1万円以上5万円未満
- 5万円以上10万円未満
- 10万円以上50万円未満
- 50万円以上100万円未満
- 100万円以上500万円未満
- 500万円以上
- わからない（覚えていない）

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

### ■【定期購入】

- 販売業者が定期的に継続して購入者にサービスの提供や商品の引き渡しを行い、購入者がその商品の代金を支払うこととなる契約
- 主な商品やサービス：健康食品、化粧品など



※画像をクリックすると拡大画像がご覧いただけます。  
※画像をクリックすると、「次へ」ボタンが表示されます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -1.

あなたが60歳を過ぎてから定期購入で買ったものは何ですか。定期購入で何も買ったことがない場合は、「定期購入を利用したことがない」を選んでください。(複数選択可)

- 食品・飲料
- 健康食品（サプリメントなど）
- 化粧品・育毛剤・発毛剤など
- その他の商品
- 定期購入を利用したことがない
- わからない（覚えていない）

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -1で \*\*\* ANS Q12120 \*\*\* と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2.  
定期購入で被害にあったことがありますか。 (1つ選択)

- 被害にあった (不本意な契約をした・不当なお金を払った) ことがある
- 被害には至らなかったが、問題を感じたことがある
- 被害にあったことも、問題を感じたこともない
- 被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある

次 >

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -1で「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -3.  
何を購入したときに被害にありましたか。 (複数選択可)

- 食品・飲料
- 健康食品 (サプリメントなど)
- 化粧品・育毛剤・発毛剤など
- その他の商品 ( \*\*\* ANS Q12110 \*\*\* )
- わからない (覚えていない)

次 >

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -1で「被害にあったことがある」と回答した方にかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -4.

その被害はどのようなものですか？（複数選択可）

- 商品が届かず（サービスが受けられず）、事業者と連絡が取れなくなった
- 実際の商品・サービス等が広告と異なっていた。（虚偽・誇大広告）
- 「お試し」（1回のみで購入）で無料（もしくは安価）だと思って申し込んだら、複数回継続しなければならない「定期購入」で高額な契約になってしまった
- 解約の電話が繋がらないなどで解約できなかった
- 申込時に解約条件等の表示がわかりづらかったため、解約の際トラブルになった
- 購入した商品を使用・飲食したら、体調を崩した
- 一度購入したら、その後次々と購入・契約を迫る勧誘メール等が届いた
- その他

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -1で「被害にあったことがある」と回答した方にかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -5.

被害金額は、いくらですか。複数の被害にあっている場合は、最も大きいものを選んでください。（1つ選択）

- 1万円未満
- 1万円以上5万円未満
- 5万円以上10万円未満
- 10万円以上50万円未満
- 50万円以上100万円未満
- 100万円以上500万円未満
- 500万円以上
- わからない（覚えていない）

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

### ■【架空請求・不当請求】

- 【架空請求・不当請求とは】身に覚えのないサイトの利用料金等について「連絡がなければ法的措置を取ります」「最終通告」などと書かれたメールやハガキが届いたり、利用した覚えはあるが、契約内容に反する高額な金銭を請求されるという手口。



※画像をクリックすると拡大画像がご覧いただけます。  
※画像をクリックすると、「次へ」ボタンが表示されます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -1.

あなたはこの手口を知っていますか。(1つ選択)

- 内容(手口)を知っている
- 内容は知らないが名称(言葉)は知っている
- 知らなかった

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2.

あなたは60歳を過ぎてから架空請求・不当請求による被害にあったことがありますか。(1つ選択)

- 被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある
- 被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある
- 被害にあったことも、請求された(勧誘された)こともない
- 被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

### ■【点検商法】

- 【点検商法とは】：「点検に来た」「無料で点検する」と言って家に入り込み、「この設備は壊れている」「屋根や壁に亀裂がある」などと消費者の不安をあおり、商品やサービスを契約させる手口
- 主な商品やサービス：リフォーム工事・建物清掃サービス など



※画像をクリックすると拡大画像をご覧いただけます。  
※画像をクリックすると、「次へ」ボタンが表示されます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -1.  
点検商法を知っていますか。(1つ選択)

- 内容(手口)を知っている
- 内容は知らないが名称(言葉)は知っている
- 知らなかった

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2.  
あなたは60歳を過ぎてから点検商法の被害にあったことはありますか。(1つ選択)

- 被害にあった(不本意な契約をした・不当なお金を払った)ことがある
- 被害には至らなかったが、問題を感じたことがある
- 被害にあったことも問題を感じたこともない
- 被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2で「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -3.

あなたは以下の内、どれを契約した際に被害にありましたか。(複数選択可)

- 屋根・床下・外壁等のリフォーム工事
- 給排水管の交換工事
- 給湯器の交換工事
- 分電盤・ブレーカーの交換工事
- 太陽光発電関連
- その他
- わからない(覚えていない)

次 ^

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2で「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -4.

あなたは点検商法でどのような被害にありましたか。(複数選択可)

- 不必要な工事を契約した
- 一般的な相場より高い費用を請求された
- 施工に不備があった
- 次々と別の工事を勧誘された
- その他

次 ^

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2で「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -5.

被害金額はいくらですか。複数の被害にあっている場合は、最も大きいものを選んでください。(1つ選択)

- 1万円未満
- 1万円以上5万円未満
- 5万円以上10万円未満
- 10万円以上50万円未満
- 50万円以上100万円未満
- 100万円以上500万円未満
- 500万円以上
- わからない(覚えていない)

次 ^

## あなたご自身に関するアンケート

### ■【訪問購入】

■【訪問購入とは】：事業者が消費者の自宅等へ訪問して商品を購入する（買い取る）取引。一部の悪質な事業者により「売る予定のないものを強引に買い取られる」「相場より安い値段で買い取られる」などの被害が発生している。



※画像をクリックすると拡大画像がご覧いただけます。  
※画像をクリックすると、「次へ」ボタンが表示されます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -1.

悪質な訪問購入（訪問買取）の被害について知っていますか。（1つ選択）

- 内容（被害の内容）を知っている
- 内容は知らないが、名称（被害があること）は知っている
- 知らなかった

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2.

あなたは60歳を過ぎてから訪問購入の被害にあったことはありますか。（1つ選択）

- 被害にあった（不本意な契約をした）ことがある
- 被害には至らなかったが、勧誘されたことがある
- 被害にあったことも勧誘されたこともない
- 被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2で「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -3.

あなたは、訪問購入で被害にあった際、何がきっかけで業者が訪問しましたか。(複数選択可)

- ネットで訪問購入業者を見つけ、自分から連絡した
- 新聞の折り込みチラシ等の紙広告を見て、自分から連絡した
- 相手から電話等で買い取りに訪問すると連絡され、了承した
- 突然訪問してきた
- その他

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2で「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -4.

あなたは被害にあった際、何を売却しましたか。(複数選択可)

- 貴金属・アクセサリー
- 腕時計
- バッグなどのブランド品
- 着物
- その他
- わからない(覚えていない)

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -2で「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -5.

あなたは訪問購入でどのような被害に遭いましたか。(複数選択可)

- 売る予定のないものを強引に買い取られた
- 相場より安い価格で買い取られた
- その他

次 >

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** Q \*\*\* ANS Q11020 \*\*\* -6.

事業者が自宅を訪問し、消費者の自宅等を買取る（売却しませんか）という勧誘を受けたり、契約をしたことがありますか。(1つ選択)

- 契約をしたことがある
- 契約には至らなかったが、勧誘されたことがある
- 契約をしたことも勧誘されたこともない
- わからない(覚えていない)

次 >

## あなたご自身に関するアンケート

前問で「被害にあった（不本意な契約をした）ことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q6-1.

被害にあった後、誰かに相談したり、自分で調べるなどの行動をしましたか。（複数選択可）

- 消費生活センターに相談した
- 弁護士等の専門家に相談した
- 家族や知人に相談した
- ヘルパーなどの福祉関係者に相談した
- 地域包括支援センターに相談した
- 町会・自治会に相談した
- 警察に相談した
- 配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者等に相談した
- インターネットで調べた
- ウェブサイト「東京暮らしWEB」内にある「悪質事業者通報サイト」<sup>※</sup>に通報した  
※次のリンク先参照⇒<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/tsuho/>  
※URLをクリックするとホームページが表示されます。
- その他
- 何もしなかった

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q6-1で「消費生活センターに相談した」と回答した方以外にうかがいます。

### **必須** Q6-2.

消費生活センターに相談しなかったのはなぜですか。(複数選択可)

- 消費生活センターを知らなかったから
- 弁護士や警察など、より専門的なところに相談したかったから
- 相談するのが恥ずかしかったから
- 相談する時間がなかったから
- 相談できると思わなかったから
- 相談しなくても解決できると思ったから
- 相談しても仕方がないと思ったから
- その他

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q6-1で「何もしなかった」と回答した方にうかがいます。

### **必須** Q6-3.

何もしなかった理由は何ですか。(複数選択可)

- どうしたらよいかわからなかったから
- 相談したり、調べたりしても解決しないと思ったから
- 相談するのが恥ずかしかったから
- 大した被害ではないと思ったから
- 自分にも責任があると思ったから
- その他

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

前問で「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある/請求されたことがある/勧誘されたことがある」と回答した方にかかいます。

### 必須 Q6-4.

問題を感じたにもかかわらず、被害に至らなかった理由は何ですか。(複数選択可)

- その商法・販売方法を知っていたから
- よく考えて慎重に対応したから
- 家族や知人などに相談したから
- ヘルパーなど福祉関係者に相談したから
- 地域包括支援センターに相談したから
- 町会・自治会に相談したから
- 消費生活センターに相談したから
- 警察に相談したから
- 配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者と相談したから
- インターネットで調べたから
- その他

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

ここからは消費者被害防止の取り組みや消費者教育についてうかがいます。

### 必須 Q7.

あなたは消費者被害を防止するために東京都が行っている次の取組について、どの程度知っていますか。(それぞれ1つずつ選択)  
※全てのURLをクリックすると「次へ」ボタンが表示されます。

	読んだことがある	見たことがある	あることは知っている	知らない
ヨコへ回答→				
ウェブサイト「東京暮らしWEB」 <a href="https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/">https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
「東京都暮らし・住まい」X(旧Twitter) <a href="https://x.com/tocho_shouhi/">https://x.com/tocho_shouhi/</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
「東京都消費生活」Facebook(フェイスブック) <a href="https://www.facebook.com/tocho.shouhi">https://www.facebook.com/tocho.shouhi</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
消費生活情報誌「東京暮らしねっと」 <a href="https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/kurashi/">https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/kurashi/</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## あなたご自身に関するアンケート

高齢者に対する悪質商法被害防止キャンペーンについてうかがいます。

[https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/center/campaign/kourei\\_press.html](https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/center/campaign/kourei_press.html)

※URLと画像をクリックすると「次へ」ボタンが表示されます。

### 必須 Q8-1.

あなたは、悪質商法被害防止キャンペーンの広報を見たことがありますか。(1つ選択)



※画像をクリックすると拡大画像をご覧いただけます。

※URLと画像をクリックすると、「次へ」ボタンが表示されます。

- 見たことがある
- 見たことがない
- わからない

## あなたご自身に関するアンケート

Q8-1で「見たことがある」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q8-2.

見たり聴いたりしたことがあるものを選んでください。(複数選択可)

- 新聞
- 車内広告(電車)
- 車内広告(バス)
- テレビ
- ラジオ
- 東京都のホームページ
- X(旧Twitter)やフェイスブックなどのSNS
- メールマガジン
- 東京都の広報紙(誌)
- パンフレット・チラシ
- 自治会・町内会などの掲示板や回覧板
- その他

次 >

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** Q9.

高齢者が消費者被害にあわないためには、どのようにすればよいと思いますか。(複数選択可)

- 悪質事業者を厳しく取り締まる
- 高齢者自身が悪質な商法や販売方法などの情報収集を心がける
- 地域で声を掛け合うなどの関係を作る
- ヘルパー等の福祉関係者が日頃から気にかける
- 配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者等が日頃から気にかける
- 家族・親族が日頃から気にかける
- 都や区市町村など自治体が悪質商法の手口などの啓発を行う
- 自治体と高齢者関連団体等が連携し、悪質商法の手口など啓発を行う
- テレビ・ラジオ・新聞などのメディアに被害情報を取り上げてもらう
- その他

次 >

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** Q10.

悪質な商法や販売方法に関する注意喚起などの情報について、あなたが入手しやすい広告媒体はどれですか。(複数選択可)

- 新聞
- 車内広告(電車)
- 車内広告(バス)
- テレビ
- ラジオ
- 東京都のホームページ
- X(旧Twitter)やフェイスブックなどのSNS
- メールマガジン
- 自治会・町内会などの掲示板や回覧板
- 東京都の広報誌(紙)
- パンフレット・チラシ
- フリーペーパー
- YouTubeなどの動画サイト
- 店頭や駅などでのデジタルサイネージ
- その他
- 特にない

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** Q11-1.

あなたは都又は区市町村が開催している消費者生活講座等に参加したことがありますか。(1つ選択)

- 参加したことがある
- 参加したことがない

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

Q11-1で「参加したことがない」と回答した方にうかがいます。

**必須** Q11-2.

消費生活講座等に参加したことがないのはなぜですか。(複数選択可)

- 消費生活講座等が開催されていることを知らなかったから
- 参加可能な日程ではなかったから
- 開催場所に向くことが難しい・そこまでの意欲はないから
- テーマ・内容に興味・関心がなかったから
- 消費生活講座等に参加しなくても、他の方法で情報を入手するのだから必要がないから
- 自分は被害に遭わないと思うのだから必要がないから
- その他

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** Q12.

あなたが学びたいと思う消費生活情報はどれですか。(複数選択可)

- 悪質な商法や販売方法の対処方法
- 金融商品・投資に関するトラブル
- 家計管理
- 振り込み詐欺や投資詐欺等
- 携帯電話・スマートフォン・インターネット・SNSに関するトラブル
- クーリング・オフ制度等
- 高齢期の住まい
- 終活(相続・遺言・葬儀等)
- 食品の安全と表示
- 製品の安全やヒヤリハット
- エシカル消費
- SDGs
- その他

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** Q13.

あなたが消費生活情報について学ぶとしたら、どのような形で受けたいと思いますか。(複数選択可)

- 消費生活センターの講座に参加する(対面)
- 消費生活センターの講座に参加する(オンライン)
- 自治会・町内会などが実施する講座に参加する
- DVD教材を利用して学ぶ
- インターネット上の教材を利用して学ぶ
- 紙媒体の教材を利用して学ぶ
- その他
- 特にない

次へ

## あなたご自身に関するアンケート

**必須** Q14.

消費生活トラブルへの対処法など知るために、あなたが利用したいと思うものはどれですか。(複数選択可)

- 最寄りの場所で開催される講座や落語・漫才・コント等で悪質商法の手口等を伝えるイベント
- DVD等映像の教材
- パソコンを活用した教材
- スマートフォンを活用した教材
- 印刷物(パンフレット等)による教材
- その他

次へ

## ご回答ありがとうございました。

アンケートにご回答いただき誠にありがとうございました。

最後にこの画面を閉じてアンケートを終了してください。

今後ともよろしくお願いいたします。

## IV. 単純集計表

F 1 あなたのお住まいを教えてください。

	件数	割合 (%)
23区	1,684	70.2
多摩地域・島しょ部	716	29.8
n	2,400	100.0

F 2 あなたの年齢を教えてください。

	件数	割合 (%)
60歳～64歳	800	33.3
65歳～69歳	800	33.3
70歳以上	800	33.3
n	2,400	100.0

F 3 あなたの性別を教えてください。

	件数	割合 (%)
男性	1,200	50.0
女性	1,200	50.0
n	2,400	100.0

F 4 同居しているご家族の構成を教えてください。

	件数	割合 (%)
ひとり暮らし	579	24.1
配偶者のみ	1,065	44.4
子と同居	546	22.8
親と同居	104	4.3
その他	106	4.4
n	2,400	100.0

F 5 あなたのお住まいについて教えてください。

	件数	割合 (%)
持ち家（一戸建て）	1,025	42.7
持ち家（マンション・アパート）	831	34.6
賃貸（一戸建て）	34	1.4
賃貸（マンション・アパート）	485	20.2
その他	25	1.0
n	2,400	100.0

F 6 あなたの職業を教えてください。

	件数	割合 (%)
会社員・団体職員・役員	601	25.0
パート・アルバイト	336	14.0
自営業・自由業	250	10.4
専業主婦（主夫）	518	21.6
無職（年金生活を含む）	665	27.7
その他	30	1.3
n	2,400	100.0

F 7 あなたは情報端末機器をお持ちですか。以下よりあてはまるものを全てお選びください。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
パソコン	2,054	85.6
タブレット端末	603	25.1
スマートフォン	2,192	91.3
携帯電話（いわゆるガラケー）	118	4.9
上記にあてはまるものはない	19	0.8
n	2,400	100.0

F 8 あなたが日常的に活用している SNS（ソーシャル・ネットワークキング・サービス）を教えてください。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
LINE（ライン）	1,778	74.1
X（旧Twitter）	581	24.2
Facebook（フェイスブック）	565	23.5
Instagram（インスタグラム）	578	24.1
その他のSNS	21	0.9
何も活用していない	486	20.3
n	2,400	100.0

F 9 あなたの新聞の購読状況を教えてください。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
新聞を購読している	1,067	44.5
デジタル版・電子版で読んでいる	462	19.3
新聞を読む習慣はない	1,064	44.3
n	2,400	100.0

F 10 あなたは、東京都又はあなたがお住まいの区市町村に消費生活センター若しくは消費生活相談窓口があることを知っていますか。

	件数	割合 (%)
知っている	963	40.1
内容までは知らないが、名前は知っている	1,022	42.6
知らない	415	17.3
n	2,400	100.0

F 11 あなたの身近で困ったことがあったとき、相談できる人はいますか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
家族・親戚	1,809	75.4
友人・知人	1,160	48.3
ヘルパーなどの福祉関係者	66	2.8
町会・自治会	122	5.1
地域包括支援センター	164	6.8
警察	323	13.5
配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者	8	0.3
その他	13	0.5
相談できる人はいない	346	14.4
n	2,400	100.0

Q1-1 あなたが60歳を過ぎてからインターネット通販で利用したものは何ですか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
衣料品 (洋服・靴など)	1,296	54.0
食品・飲料	1,504	62.7
健康食品 (サプリメントなど)	789	32.9
日用品 (食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品、家電、本など)	1,477	61.5
化粧品・育毛剤・発毛剤など	816	34.0
情報商材 (お金の儲け方などに関する情報)	43	1.8
継続的な学習サービス (オンライン英会話、オンラインヨガなど)	59	2.5
娯楽サービス (スポーツ・観劇チケット、旅行・宿泊サービスなど)	693	28.9
金融・保険サービス (相続・資産運用など)	403	16.8
通信サービス (映像配信サービス、オンラインゲーム、インターネット回線など)	448	18.7
家事関連サービス (食事宅配、家事サービスなど)	86	3.6
交際関連サービス (マッチングサイト、結婚相手紹介サービス、出会い系サイトなど)	26	1.1
上記以外のサービス (不用品回収、遺品整理、終活サービスなど)	110	4.6
その他	29	1.2
利用したことがない	267	11.1
わからない (覚えていない)	51	2.1
n	2,400	100.0

Q1-2 インターネット通販で被害にあったことがありますか。

	件数	割合 (%)
被害にあった (不本意な契約をした・不当なお金を払った) ことがある	109	5.2
被害には至らなかったが、問題を感じたことがある	362	17.4
被害にあったことも、問題を感じたこともない	1,580	75.9
被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある	31	1.5
n	2,082	100.0

Q1-3 何を購入したときに被害にあいましたか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
衣料品 (洋服・靴など)	16	14.7
食品・飲料	3	2.8
健康食品 (サプリメントなど)	8	7.3
日用品 (食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品、家電、本など)	44	40.4
化粧品・育毛剤・発毛剤など	12	11.0
情報商材 (お金の儲け方などに関する情報)	3	2.8
継続的な学習サービス (オンライン英会話、オンラインヨガなど)	0	0.0
娯楽サービス (スポーツ・観劇チケット、旅行・宿泊サービスなど)	4	3.7
金融・保険サービス (相続・資産運用など)	1	0.9
通信サービス (映像配信サービス、オンラインゲーム、インターネット回線など)	1	0.9
家事関連サービス (食事宅配、家事サービスなど)	1	0.9
交際関連サービス (マッチングサイト、結婚相手紹介サービス、出会い系サイトなど)	2	1.8
上記以外のサービス (不用品回収、遺品整理、終活サービスなど)	4	3.7
その他	3	2.8
わからない (覚えていない)	15	13.8
n	109	100.0

Q1-4 その被害はどのようなものですか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
商品が届かず (サービスが受けられず)、事業者と連絡が取れなくなった	55	50.5
実際の商品・サービス等が広告と異なっていた (虚偽・誇大広告)	28	25.7
解約の電話が繋がらず、解約できなかった	10	9.2
申込時に解約条件等の表示がわかりづかったため、解約の際トラブルになった	13	11.9
購入した商品を使用・飲食したら、体調を崩した	0	0.0
一度購入したら、その後も次々と購入・契約を迫る勧誘メール等が届いた	9	8.3
その他	17	15.6
n	109	100.0

Q1-5 被害金額は、いくらですか。複数の被害にあっている場合は、最も大きいものを選んでください。

	件数	割合 (%)
1万円未満	51	46.8
1万円以上5万円未満	28	25.7
5万円以上10万円未満	10	9.2
10万円以上50万円未満	8	7.3
50万円以上100万円未満	1	0.9
100万円以上500万円未満	5	4.6
500万円以上	1	0.9
わからない (覚えていない)	5	4.6
n	109	100.0

Q2-1 あなたが60歳を過ぎてから定期購入で買ったものは何ですか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
食品・飲料	255	10.6
健康食品 (サプリメントなど)	517	21.5
化粧品・育毛剤・発毛剤など	260	10.8
その他の商品	36	1.5
定期購入を利用したことがない	1,574	65.6
わからない (覚えていない)	78	3.3
n	2,400	100.0

Q2-2 定期購入で被害にあったことがありますか。

	件数	割合 (%)
被害にあった (不本意な契約をした・不当なお金を払った) ことがある	34	4.5
被害には至らなかったが、問題を感じたことがある	148	19.8
被害にあったことも、問題を感じたこともない	555	74.2
被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある	11	1.5
n	748	100.0

Q2-3 何を購入したときに被害にあいましたか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
食品・飲料	3	8.8
健康食品 (サプリメントなど)	17	50.0
化粧品・育毛剤・発毛剤など	14	41.2
その他の商品	1	2.9
わからない (覚えていない)	4	11.8
n	34	100.0

Q 2-4 その被害はどのようなものですか？【複数選択可】

	件数	割合 (%)
商品が届かず（サービスが受けられず）、事業者と連絡が取れなくなった	1	2.9
実際の商品・サービス等が広告と異なっていた。（虚偽・誇大広告）	9	26.5
「お試し」（1回のみで購入）で無料（もしくは安価）だと思って申し込んだら、複数回継続しなければならない「定期購入」で高額な契約になってしまった	24	70.6
解約の電話が繋がらないなどで解約できなかった	8	23.5
申込時に解約条件等の表示がわかりづらかったため、解約の際トラブルになった	12	35.3
購入した商品を使用・飲食したら、体調を崩した	1	2.9
一度購入したら、その後も次々と購入・契約を迫る勧誘メール等が届いた	4	11.8
その他	1	2.9
n	34	100.0

Q 2-5 被害金額は、いくらですか。複数の被害にあっている場合は、最も大きいものを選んでください。

	件数	割合 (%)
1万円未満	12	35.3
1万円以上5万円未満	14	41.2
5万円以上10万円未満	5	14.7
10万円以上50万円未満	1	2.9
50万円以上100万円未満	2	5.9
100万円以上500万円未満	0	0.0
500万円以上	0	0.0
わからない（覚えていない）	0	0.0
n	34	100.0

Q 3-1 あなたはこの手口を知っていますか。

	件数	割合 (%)
内容（手口）を知っている	1,490	62.1
内容は知らないが名称（言葉）は知っている	684	28.5
知らなかった	226	9.4
n	2,400	100.0

Q 3-2 あなたは60歳を過ぎてから架空請求・不当請求による被害にあったことがありますか。

	件数	割合 (%)
被害にあった（契約した・お金を払った）ことがある	32	1.3
被害には至らなかったが、請求された（勧誘された）ことがある	602	25.1
被害にあったことも、請求された（勧誘された）こともない	1,710	71.3
被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある	56	2.3
n	2,400	100.0

Q 3-3 被害金額は、いくらですか。複数の被害にあっている場合は、最も大きいものを選んでください。

	件数	割合 (%)
1万円未満	4	12.5
1万円以上5万円未満	14	43.8
5万円以上10万円未満	3	9.4
10万円以上50万円未満	4	12.5
50万円以上100万円未満	2	6.3
100万円以上500万円未満	3	9.4
500万円以上	2	6.3
わからない（覚えていない）	0	0.0
n	32	100.0

Q 4-1 点検商法を知っていますか。

	件数	割合 (%)
内容（手口）を知っている	1,576	65.7
内容は知らないが名称（言葉）は知っている	569	23.7
知らなかった	255	10.6
n	2,400	100.0

Q 4-2 あなたは60歳を過ぎてから点検商法の被害にあったことはありますか。

	件数	割合 (%)
被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある	14	0.6
被害には至らなかったが、問題を感じたことがある	475	19.8
被害にあったことも問題を感じたこともない	1,846	76.9
被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある	65	2.7
n	2,400	100.0

Q 4-3 あなたは以下の内、どれを契約した際に被害にありましたか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
屋根・床下・外壁等のリフォーム工事	11	78.6
給排水管の交換工事	2	14.3
給湯器の交換工事	0	0.0
分電盤・ブレーカーの交換工事	1	7.1
太陽光発電関連	1	7.1
その他	0	0.0
わからない（覚えていない）	0	0.0
n	14	100.0

Q 4-4 あなたは点検商法でどのような被害にありましたか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
不必要な工事を契約した	11	78.6
一般的な相場より高い費用を請求された	5	35.7
施工に不備があった	5	35.7
次々と別の工事を勧誘された	0	0.0
その他	0	0.0
n	14	100.0

Q 4-5 被害金額はいくらですか。複数の被害にあっている場合は、最も大きいものを選んでください。

	件数	割合 (%)
1万円未満	0	0.0
1万円以上5万円未満	2	14.3
5万円以上10万円未満	0	0.0
10万円以上50万円未満	1	7.1
50万円以上100万円未満	5	35.7
100万円以上500万円未満	4	28.6
500万円以上	1	7.1
わからない（覚えていない）	1	7.1
n	14	100.0

Q 5-1 悪質な訪問購入（訪問買取り）の被害について知っていますか。

	件数	割合 (%)
内容（被害の内容）を知っている	1,354	56.4
内容は知らないが、名称（被害があること）は知っている	746	31.1
知らなかった	300	12.5
n	2,400	100.0

Q5-2 あなたは60歳を過ぎてから訪問購入の被害にあったことはありますか。

	件数	割合 (%)
被害にあった(不本意な契約をした)ことがある	32	1.3
被害には至らなかったが、勧誘されたことがある	362	15.1
被害にあったことも勧誘されたこともない	1,932	80.5
被害にあったとは思っていないが、家族や周囲の人からは被害にあったといわれたことがある	74	3.1
n	2,400	100.0

Q5-3 あなたは、訪問購入で被害にあった際、何がきっかけで業者が訪問しましたか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
ネットで訪問購入業者を見つけ、自分から連絡した	11	34.4
新聞の折り込みチラシ等の紙広告を見て、自分から連絡した	7	21.9
相手から電話等で買い取りに訪問すると連絡され、了承した	11	34.4
突然訪問してきた	8	25.0
その他	0	0.0
n	32	100.0

Q5-4 あなたは被害にあった際、何を売却しましたか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
貴金属・アクセサリ	27	84.4
腕時計	4	12.5
バッグなどのブランド品	8	25.0
着物	6	18.8
その他	2	6.3
わからない(覚えていない)	3	9.4
n	32	100.0

Q5-5 あなたは訪問購入でどのような被害に遭いましたか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
売る予定のないものを強引に買い取られた	18	56.3
相場より安い価格で買い取られた	26	81.3
その他	0	0.0
n	32	100.0

Q5-6 事業者が自宅を訪問し、消費者の自宅等を買取る(売却しませんか)という勧誘を受けたり、契約をしたことがありますか。

	件数	割合 (%)
契約をしたことがある	34	1.4
契約には至らなかったが、勧誘されたことがある	280	11.7
契約をしたことも勧誘されたこともない	2,057	85.7
わからない(覚えていない)	29	1.2
n	2,400	100.0

Q6-1 被害にあった後、誰かに相談したり、自分で調べるなどの行動をしましたか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
消費生活センターに相談した	32	18.4
弁護士等の専門家に相談した	8	4.6
家族や知人に相談した	13	7.5
ヘルパーなどの福祉関係者に相談した	1	0.6
地域包括支援センターに相談した	2	1.1
町会・自治会に相談した	0	0.0
警察に相談した	38	21.8
配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者等に相談した	0	0.0
インターネットで調べた	50	28.7
ウェブサイト「東京暮らしWEB」内にある「悪質事業者通報サイト」	3	1.7
その他	14	8.0
何もしなかった	58	33.3
n	174	100.0

Q6-2 消費生活センターに相談しなかったのはなぜですか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
消費生活センターを知らなかったから	19	13.4
弁護士や警察など、より専門的なところに相談したかったから	15	10.6
相談するのが恥ずかしかったから	2	1.4
相談する時間がなかったから	11	7.7
相談できると思わなかったから	25	17.6
相談しなくても解決できると思ったから	39	27.5
相談しても仕方がないと思ったから	59	41.5
その他	11	7.7
n	142	100.0

Q6-3 何もしなかった理由は何か。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
どうしたらよいかわからなかったから	9	15.5
相談したり、調べたりしても解決しないと 思ったから	11	19.0
相談するのが恥ずかしかったから	1	1.7
大した被害ではないと思ったから	28	48.3
自分にも責任があると思ったから	18	31.0
その他	5	8.6
n	58	100.0

Q6-4 問題を感じたにもかかわらず、被害に至らなかった理由は何ですか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
その商法・販売方法を知っていたから	693	62.9
よく考えて慎重に対応したから	634	57.5
家族や知人などに相談したから	122	11.1
ヘルパーなど福祉関係者に相談したから	6	0.5
地域包括支援センターに相談したから	13	1.2
町会・自治会に相談したから	8	0.7
消費生活センターに相談したから	42	3.8
警察に相談したから	39	3.5
配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者等に相談したから	6	0.5
インターネットで調べたから	193	17.5
その他	41	3.7
n	1,102	100.0

Q7 あなたは消費者被害を防止するために東京都が行っている次の取組について、どの程度知っていますか。

1. ウェブサイト「東京暮らしWEB」

	件数	割合 (%)
読んだことがある	55	2.3
見たことがある	91	3.8
あることは知っている	312	13.0
知らない	1,942	80.9
n	2,400	100.0

2. 「東京暮らし・住まい」X (旧 Twitter)

	件数	割合 (%)
読んだことがある	25	1.0
見たことがある	57	2.4
あることは知っている	170	7.1
知らない	2,148	89.5
n	2,400	100.0

3. 「東京都消費生活」Facebook (フェイスブック)

	件数	割合 (%)
読んだことがある	30	1.3
見たことがある	41	1.7
あることは知っている	208	8.7
知らない	2,121	88.4
n	2,400	100.0

4. 消費生活情報誌「東京くらしねっと」

	件数	割合 (%)
読んだことがある	70	2.9
見たことがある	98	4.1
あることは知っている	318	13.3
知らない	1,914	79.8
n	2,400	100.0

Q8-1 あなたは、悪質商法被害防止キャンペーンの広報を見たことがありますか。

	件数	割合 (%)
見たことがある	181	7.5
見たことがない	2,118	88.3
わからない	101	4.2
n	2,400	100.0

Q8-2 見たり聴いたりしたことがあるものを選んでください。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
新聞	52	28.7
車内広告 (電車)	42	23.2
車内広告 (バス)	21	11.6
テレビ	41	22.7
ラジオ	4	2.2
東京都のホームページ	82	45.3
X (旧Twitter) やフェイスブックなどのSNS	20	11.0
メールマガジン	6	3.3
東京都の広報紙 (誌)	85	47.0
パンフレット・チラシ	45	24.9
自治会・町内会などの掲示板や回覧板	46	25.4
その他	3	1.7
n	181	100.0

Q9 高齢者が消費者被害にあわないためには、どのようにすればよいと思いますか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
悪質事業者を厳しく取り締まる	1,671	69.6
高齢者自身が悪質な商法や販売方法などの情報収集を心がける	1,444	60.2
地域で声を掛け合うなどの関係を作る	751	31.3
ヘルパー等の福祉関係者が日頃から気にかける	412	17.2
配食・宅配事業者など定期的に訪問する事業者等が日頃から気にかける	332	13.8
家族・親族が日頃から気にかける	1,338	55.8
都や区市町村など自治体が悪質商法の手口などの啓発を行う	1,168	48.7
自治体と高齢者関連団体等が連携し、悪質商法の手口など啓発を行う	971	40.5
テレビ・ラジオ・新聞などのメディアに被害情報を取り上げてもらう	1,334	55.6
その他	22	0.9
n	2,400	100.0

Q10 悪質な商法や販売方法に関する注意喚起などの情報について、あなたが入手しやすい広告媒体はどれですか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
新聞	912	38.0
車内広告 (電車)	380	15.8
車内広告 (バス)	205	8.5
テレビ	1,840	76.7
ラジオ	319	13.3
東京都のホームページ	351	14.6
X (旧Twitter) やフェイスブックなどのSNS	219	9.1
メールマガジン	373	15.5
自治会・町内会などの掲示板や回覧板	654	27.3
東京都の広報紙 (紙)	746	31.1
パンフレット・チラシ	532	22.2
フリーペーパー	186	7.8
YouTubeなどの動画サイト	396	16.5
店頭や駅などでのデジタルサイネージ	342	14.3
その他	19	0.8
特になし	159	6.6
n	2,400	100.0

Q11-1 あなたは都又は区市町村が開催している消費者生活講座等に参加したことがありますか。

	件数	割合 (%)
参加したことがある	62	2.6
参加したことがない	2,338	97.4
n	2,400	100.0

Q11-2 消費生活講座等に参加したことがないのはなぜですか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
消費生活講座等が開催されていることを知らなかったから	1,362	58.3
参加可能な日程ではなかったから	273	11.7
開催場所に出向くことが難しい・そこまでの意欲はないから	421	18.0
テーマ・内容に興味・関心がなかったから	257	11.0
消費生活講座等に参加しなくても、他の方法で情報を入手するのだから	479	20.5
自分は被害に遭わないと思うのだから	290	12.4
その他	15	0.6
n	2,338	100.0

Q12 あなたが学びたいと思う消費生活情報はどれですか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
悪質な商法や販売方法の対処方法	998	41.6
金融商品・投資に関するトラブル	758	31.6
家計管理	183	7.6
振り込み詐欺や投資詐欺等	541	22.5
携帯電話・スマートフォン・インターネット・SNSに関するトラブル	693	28.9
クーリング・オフ制度等	530	22.1
高齢期の住まい	502	20.9
終活 (相続・遺言・葬儀等)	831	34.6
食品の安全と表示	486	20.3
製品の安全やヒヤリハット	375	15.6
エシカル消費	149	6.2
SDGs	174	7.3
その他	96	4.0
n	2,400	100.0

Q13 あなたが消費生活情報について学ぶとしたら、どのような形で受けたいと思いますか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
消費生活センターの講座に参加する(対面)	679	28.3
消費生活センターの講座に参加する(オンライン)	557	23.2
自治会・町内会などが実施する講座に参加する	453	18.9
DVD教材を利用して学ぶ	57	2.4
インターネット上の教材を利用して学ぶ	739	30.8
紙媒体の教材を利用して学ぶ	489	20.4
その他	6	0.3
特になし	641	26.7
n	2,400	100.0

Q14 消費生活トラブルへの対処法など知るために、あなたが利用したいと思うものはどれですか。【複数選択可】

	件数	割合 (%)
最寄りの場所で開催される講座や落語・漫才・コント等で悪質商法の手口等を伝えるイベント	747	31.1
DVD等映像の教材	133	5.5
パソコンを活用した教材	1,120	46.7
スマートフォンを活用した教材	617	25.7
印刷物(パンフレット等)による教材	991	41.3
その他	85	3.5
n	2,400	100.0

【参考】あなたは60歳を過ぎてからインターネット通販、定期購入、架空・不当請求、点検商法、訪問購入の被害にあったことはありますか。

1. 被害にあったことがある

	件数	割合 (%)
インターネット通販	109	4.5
定期購入	34	1.4
架空・不当請求	32	1.3
点検商法	14	0.6
訪問購入	32	1.3
少なくとも1つの被害にあった人	174	7.3
n	2,400	100.0

2. 被害には至らなかったが、問題を感じたことがある

	件数	割合 (%)
インターネット通販	362	15.1
定期購入	148	6.2
架空・不当請求	602	25.1
点検商法	475	19.8
訪問購入	362	15.1
何かしら問題を感じたことがある	1,102	45.9
n	2,400	100.0

(1+2) 被害にあった・問題を感じたことがある

	件数	割合 (%)
インターネット通販	471	19.6
定期購入	182	7.6
架空・不当請求	634	26.4
点検商法	489	20.4
訪問購入	394	16.4
少なくとも1つの被害にあった・何かしら問題を感じたことがある	1,170	48.8
n	2,400	100.0