

高齢者の消費者被害に関する調査
(老人クラブ調査)
調査報告書

2014年3月

東京都生活文化局

目次

◆ 調査概要	1
I 老人クラブ会員調査の集計結果	
1. 回答者の属性	3
(1) 回答者の属性	3
①性別	3
②年齢	3
③家族構成	4
④情報端末機の所有状況	4
⑤消費生活センターもしくは消費生活相談窓口の認知度	7
2. 悪質商法の被害経験等	8
(1) 悪質商法の認知	9
(2) 悪質商法の被害経験	15
(3) 5つの悪質商法で、いずれかの被害にあった経験	22
(4) 悪質商法の被害金額	25
(5) 悪質商法の被害後の行動	27
(6) 被害後に消費生活センター等に相談しなかった理由	29
(7) 被害後に「何もしなかった」理由	31
(8) 請求や勧誘をされたにもかかわらず、被害に至らなかった理由	33
3. 消費生活情報の入手方法等	35
(1) 新聞の購読状況	35
(2) 新聞（紙面）広告への接触状況	37
(3) 悪質商法の手口などの消費生活情報が入手しやすい広告媒体	39
(4) 高齢者が悪質商法の被害にあわないために必要な対策	41
(5) 東京都の高齢者被害防止キャンペーンの広告物の認知	42
(6) 東京都の高齢者被害防止キャンペーンの広告物の認知経路	44
(7) 消費生活講座等の参加経験	46
(8) 消費生活講座等に参加したことがない理由	48
(9) 知りたい消費生活情報	50
(10) 消費生活情報の学習方法の意向	52
(11) 消費生活情報を知るために利用したいもの	54

Ⅱ	老人クラブ連合会事務局調査の集計結果	
1.	消費者教育（啓発）事業の実施状況	57
(1)	消費者教育（啓発）事業の実施状況	57
(2)	消費者教育（啓発）事業の実施方法	58
(3)	東京都の「出前講座」、「出前寄席」の認知状況	59
(4)	東京都の「出前講座」、「出前寄席」の今後の利用意向	60
(5)	消費者教育（啓発）事業で取り上げたいテーマ	61
(6)	消費者教育（啓発）事業で東京都に期待すること	62
(7)	消費者教育（啓発）事業で東京都に期待することがない理由	63
Ⅲ	参考資料	
1.	調査票	65
	<老人クラブ会員>	65
	<老人クラブ連合会事務局>	73
2.	単純集計	77
	<老人クラブ会員>	77
	<老人クラブ連合会事務局>	84

◆ 調査概要

(1) 調査目的

近年、消費生活センターに寄せられる悪質な勧誘などによる高齢者の相談件数が増加傾向にあり、その防止は急務とされている。

しかしながら高齢者の生活は様々で、その実態が把握されていない状況にあることから、その被害防止策を検討するにあたり調査を実施し、今後の施策展開及び情報発信のあり方を検討するための基礎資料とする。

(2) 調査対象

①老人クラブ会員調査

都内の各区市町村老人クラブ連合会の70歳以上の会員 5,300人

(1区区市町村老人クラブ連合会あたり100名×53区市町村)

②老人クラブ連合会事務局調査

都内の各区市町村老人クラブ連合会事務局 53カ所

(3) 調査期間

平成25年10月15日(月)～11月25日(金)

(4) 調査方法

53区市町村老人クラブ連合会事務局による協力型郵送調査

(5) 回収状況

	発送数	有効回収数	回収率
老人クラブ会員	5,300	3,297	62.2%
老人クラブ連合会事務局	53	53	100.0%

※注意事項

○調査結果の比率は、その設問の回答者数を基数として、小数点以下第2位を四捨五入して算出しており、合計が100%にならない場合がある。

○複数回答形式の場合、回答比率の合計は100%を超える場合がある。

○図表中の「n」とは、その設問への回答者数等を表す。

○選択肢の語句は、省略した表現を用いる場合がある。