

高齢者の消費者被害に関する調査 報告書

令和4年2月

東京都生活文化局

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. 回答者の基本情報	3
(1) 同居している家族構成	3
(2) 職業	3
(3) 情報端末機器の所有状況	4
(4) インターネット利用年数	6
(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)	7
(6) 新聞の購読状況	10
(7) 消費生活センター及び消費生活相談窓口の認知	11
2. 消費者被害の状況	12
(1) 消費者被害について (総論)	12
(2) 消費者被害の経験 (インターネット通販)	19
(3) 消費者被害の経験 (定期購入)	30
(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)	51
(6) 被害後の行動について	61
3. 消費者被害防止に向けた情報発信・消費者教育	69
(1) 東京都が行っている情報発信について	69
(2) 消費者教育について	87
III. 単純集計表	94
IV. 調査票	101

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	360	360	480	1,200
女性	360	360	480	1,200
合計	720	720	960	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 3 年 9 月 15 日（水）～17 日（金）

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込みを受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。

②定期購入

販売業者が定期的に継続して購入者に商品を引き渡し、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て請求するという商法。

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、「この商品は壊れている」「家屋に亀裂がある」などと不安をあおり、商品やサービスを契約させる商法。

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。
- ・本報告書内では、東京都が平成 25 年度に実施した「高齢者の消費者被害に関する調査（WEB 調査）」（以後「前回調査」という。）との経年比較を行っている部分があるが、前回調査と本調査（令和 3 年度調査）では対象者の年齢の内訳が異なるため、比較の際は本調査の集計条件を「60～69 歳」に限定して集計した数値で比較を行っている。

（参考）

平成 26 年 3 月 高齢者の消費者被害に関する調査（WEB 調査）（平成 25 年度） サンプル内訳

	60～64 歳	65～69 歳	合計
男性	579	621	1,200
女性	421	379	800
合計	1,000	1,000	2,000

（単位：人）

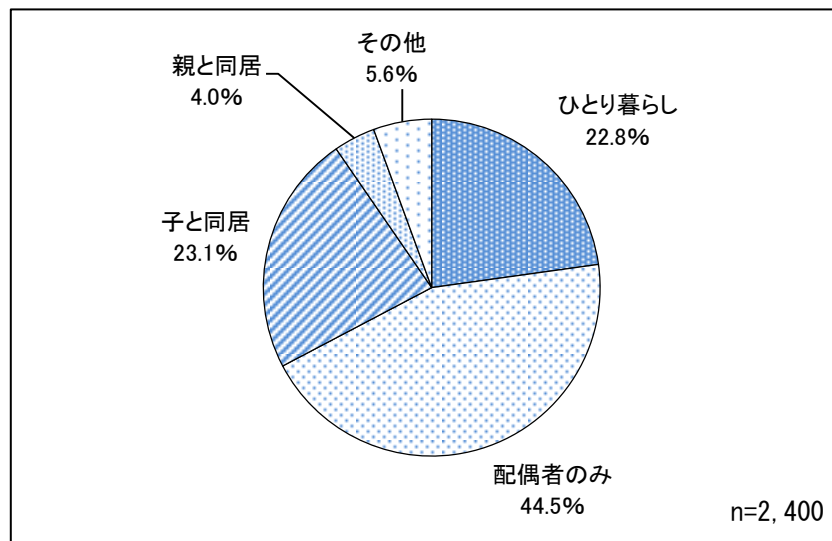
Ⅱ．調査結果

1．回答者の基本情報

(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 22.8%、「配偶者のみ」が 44.5%、「子と同居」が 23.1%、「親と同居」が 4.0%、「その他」が 5.6%であった。

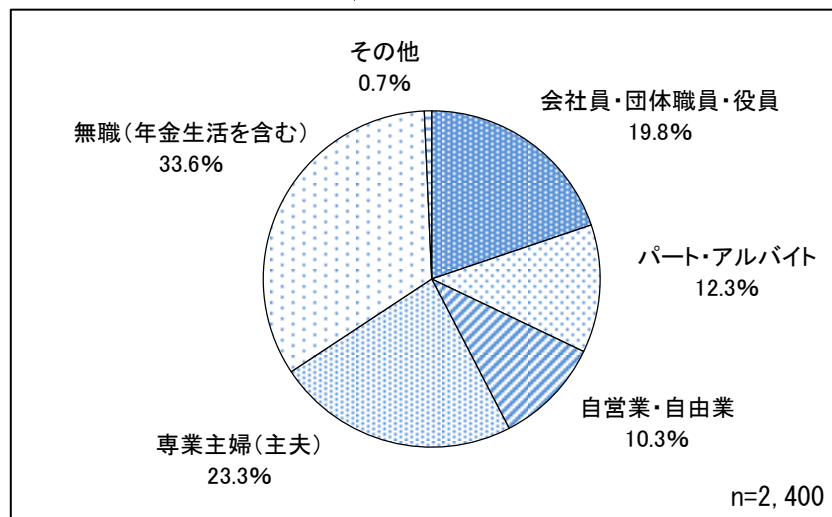
図表 1-1. 家族構成



(2) 職業

職業は、「会社員・団体職員・役員」が 19.8%、「パート・アルバイト」が 12.3%、「自営業・自由業」が 10.3%、「専業主婦（主夫）」が 23.3%、「無職（年金生活を含む）」が 33.6%、「その他」が 0.7%であった。

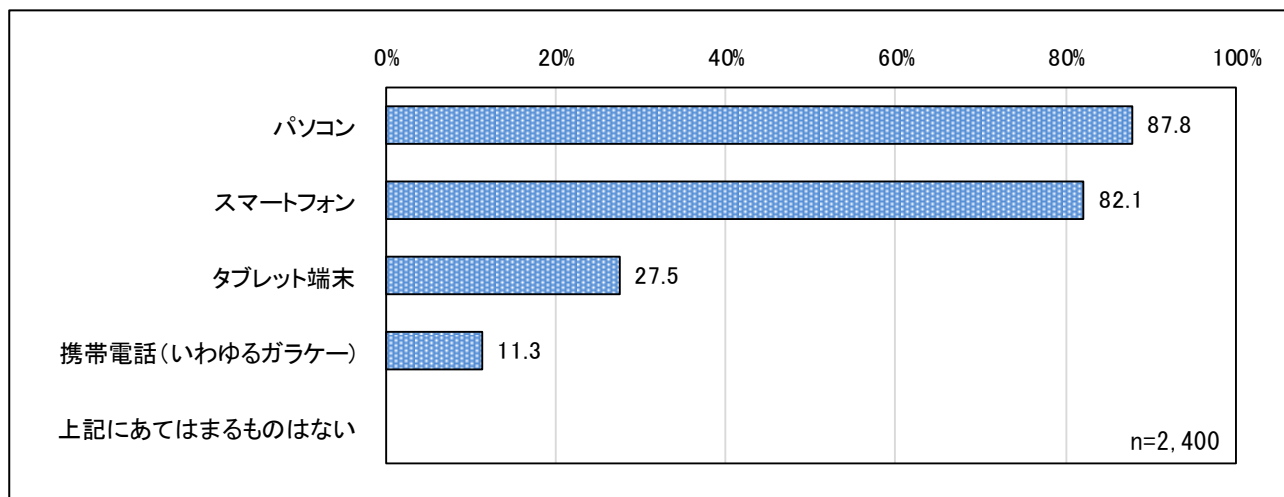
図表 1-2. 職業



(3) 情報端末機器の所有状況

情報端末機器の所有状況は、「パソコン」が 87.8%、「スマートフォン」が 82.1%、「タブレット端末」が 27.5%、「携帯電話（いわゆるガラケー）」が 11.3%であった。

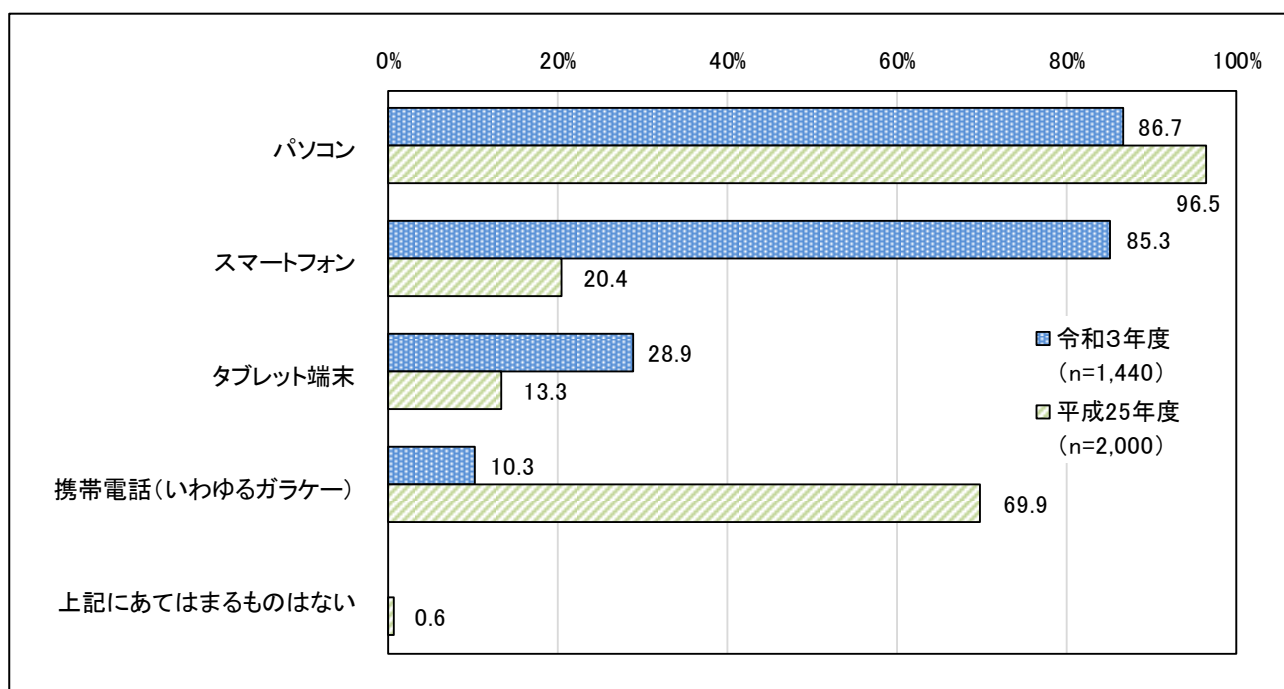
図表 1-3. 情報端末機器の所有状況(複数回答)



【経年比較(60～69 歳のみ)】

「スマートフォン」は、前回調査の 20.4%から 85.3%と、64.9 ポイントの大幅な増加であった。また、「携帯電話（いわゆるガラケー）」は 69.9%から 10.3%と、59.6 ポイントの大幅な減少であった。

図表 1-4. 情報端末機器の所有状況(複数回答) <経年比較(60～69 歳のみ)>



※経年比較のため、令和3年度は 60～69 歳のみで集計した

【情報端末機器の組合せ】

所有している情報端末機器の組合せは、「パソコン、スマートフォン」が 48.3%と最も高かった。次いで、「パソコン、タブレット端末、スマートフォン」が 20.5%であった。複数の情報端末機器の所有が 8 割を超える一方、「パソコン」のみの所有が 8.0%、「スマートフォン」のみの所有が 7.9%であった。

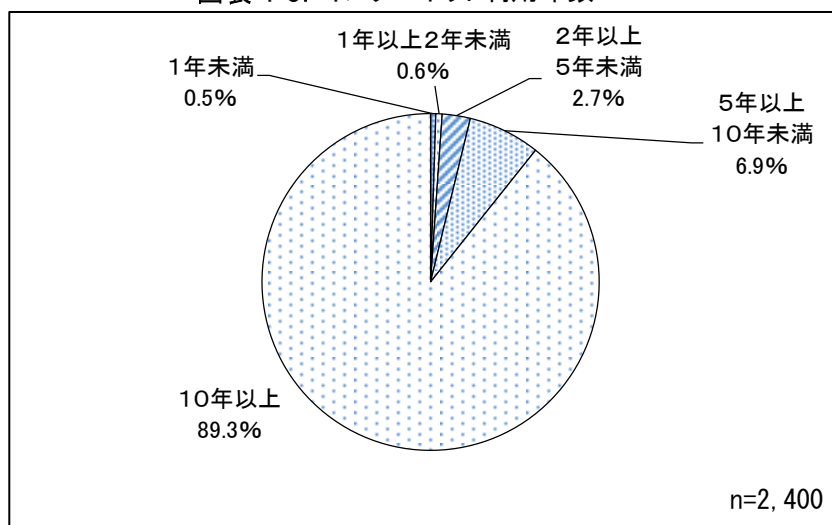
図表 1-5. 所有している情報端末機器の組合せ

所有している情報端末機器	端末数	人数	割合 (%)
パソコン、スマートフォン	2	1,159	48.3
パソコン、タブレット端末、スマートフォン	3	493	20.5
パソコン	1	193	8.0
スマートフォン	1	189	7.9
パソコン、携帯電話	2	166	6.9
タブレット端末、スマートフォン	2	74	3.1
パソコン、タブレット端末、携帯電話	3	39	1.6
パソコン、タブレット端末、スマートフォン、携帯電話	4	27	1.1
パソコン、スマートフォン、携帯電話	3	26	1.1
タブレット端末	1	17	0.7
携帯電話	1	5	0.2
タブレット端末、携帯電話	2	5	0.2
パソコン、タブレット端末	2	4	0.2
タブレット端末、スマートフォン、携帯電話	3	2	0.1
スマートフォン、携帯電話	2	1	0.0
計		2,400	100.0

(4) インターネット利用年数

インターネット利用年数は、「10 年以上」が最も高く 89.3%であった。

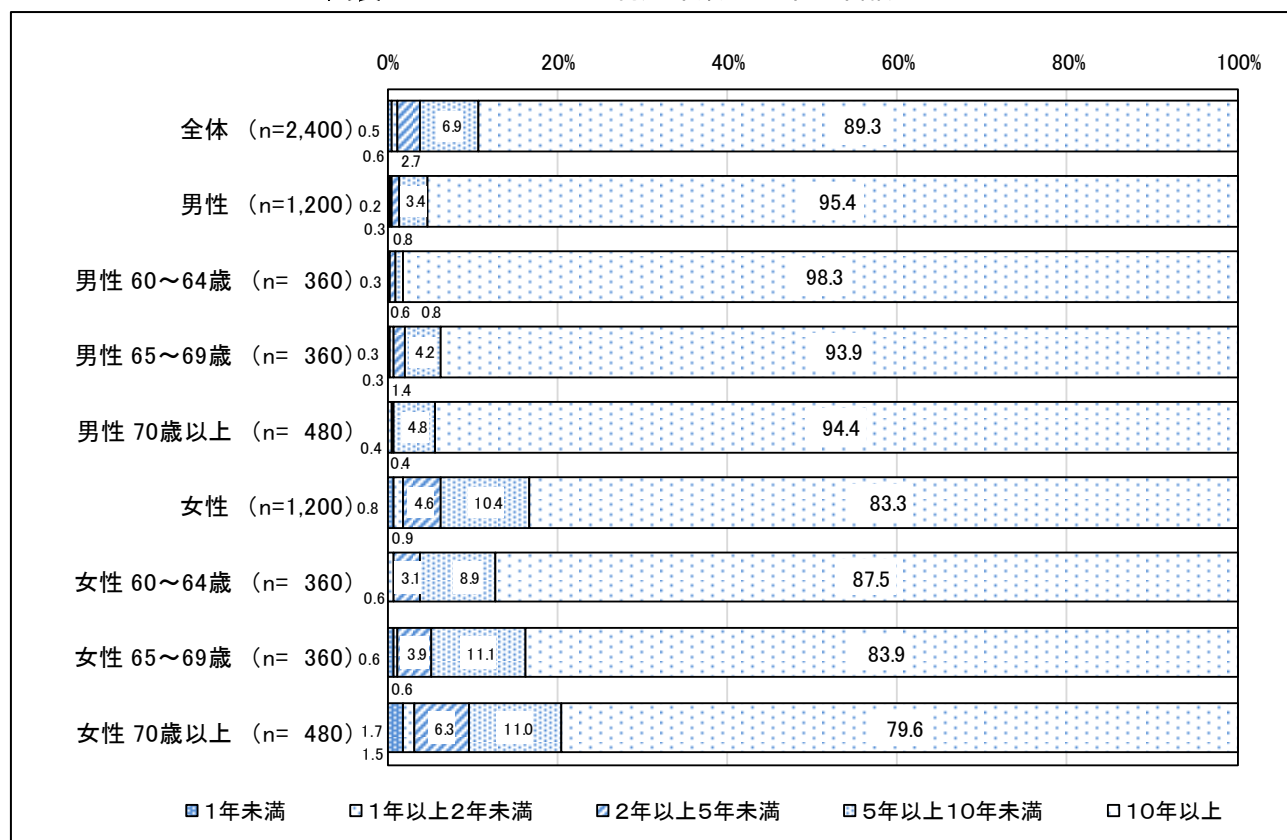
図表 1-6. インターネット利用年数



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「10 年以上」は、男性が 95.4%で、女性の 83.3%よりも 12.1 ポイント高かった。また、「男性 60～64 歳」が 98.3%と最も高く、「女性 70 歳以上」が 79.6%と最も低かった。

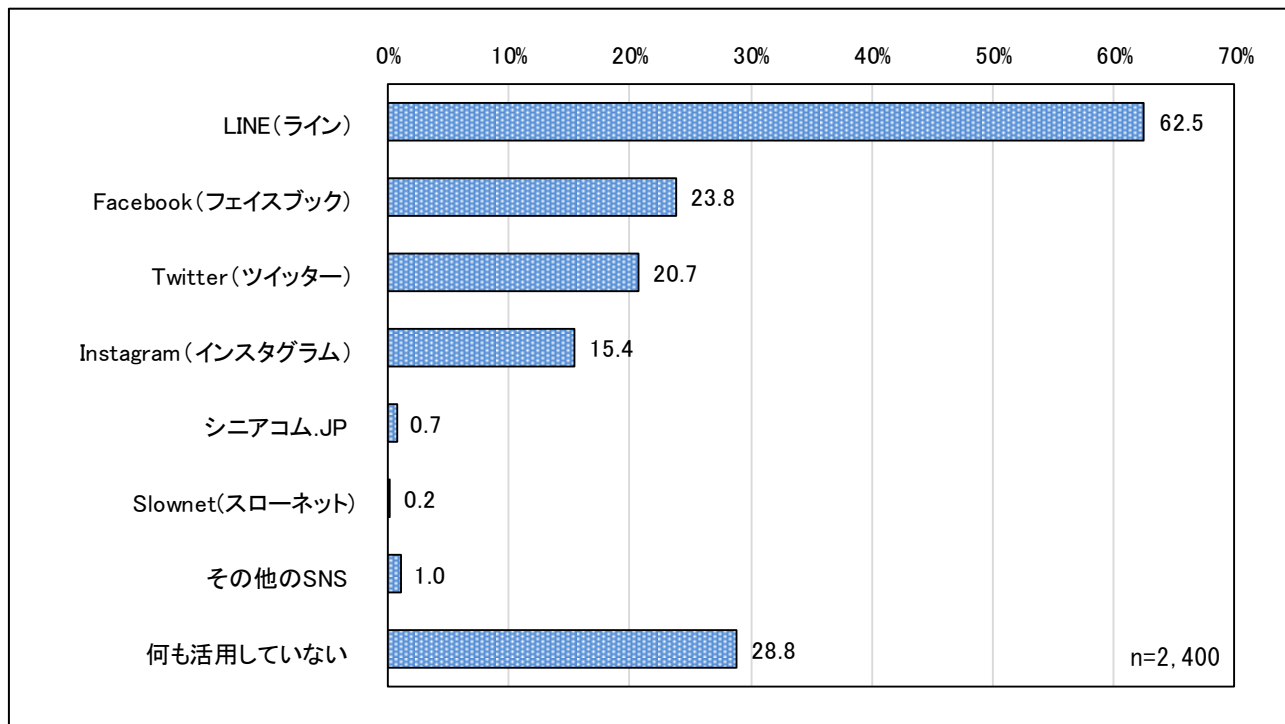
図表 1-7. インターネット利用年数 <性・年齢別>



（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 62.5%と最も高く、次いで「Facebook（フェイスブック）」が 23.8%、「Twitter（ツイッター）」が 20.7%であった。

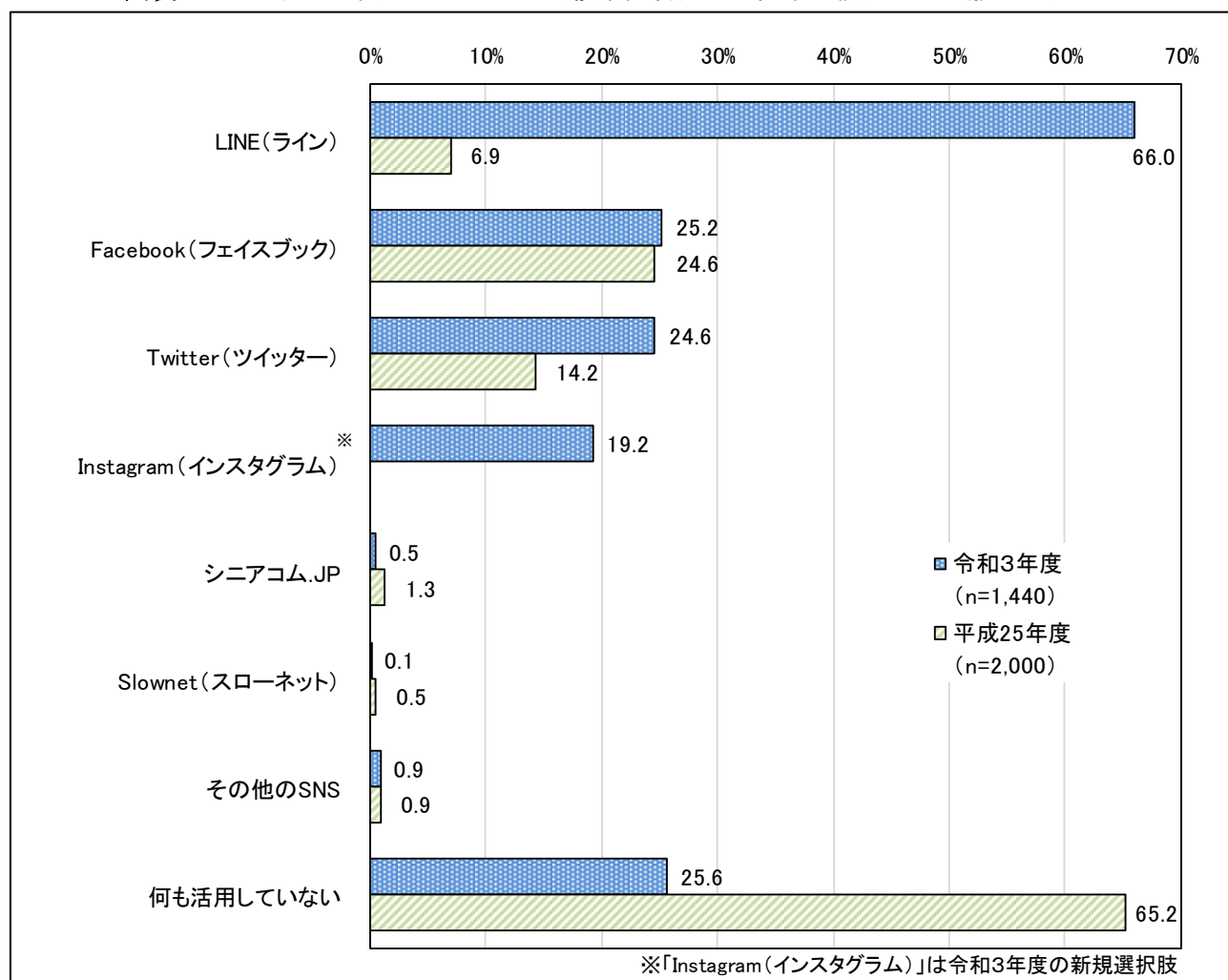
図表 1-8. 日常的に活用している SNS(複数回答)



【経年比較(60～69 歳のみ)】

「LINE (ライン)」は、前回調査の 6.9%から 66.0%と、59.1 ポイントの大幅な増加であった。また、「何も活用していない」は 65.2%から 25.6%と、39.6 ポイントの大幅な減少であった。

図表 1-9. 日常的に活用している SNS(複数回答) <経年比較(60～69 歳のみ)>

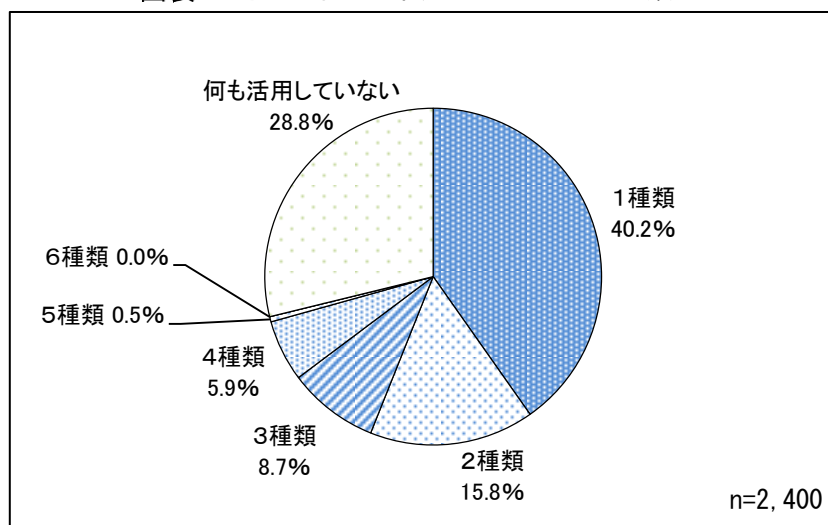


※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

【日常的に活用している SNS の数】

日常的に活用している SNS の数は、「1 種類」が 40.2%と最も高く、「2 種類」が 15.8%であった。

図表 1-10. 日常的に活用している SNS の数



【SNS の組合せ】

日常的に活用している SNS の組合せは、「LINE」のみが 34.9%と最も高かった。また、上位 5 位まで、いずれも「LINE」が含まれた。

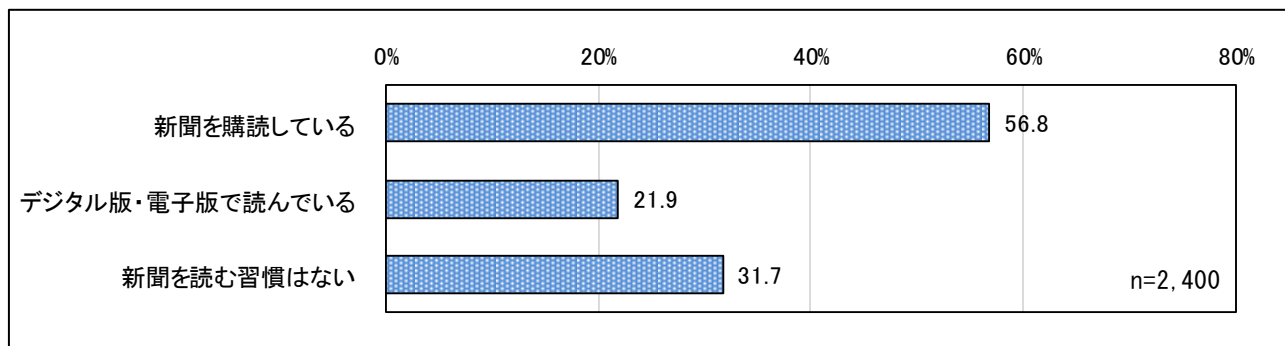
図表 1-11. 日常的に活用している SNS の組合せ

日常的に活用している SNS	SNS 数	人数	割合 (%)
LINE	1	837	34.9
Facebook、LINE	2	156	6.5
Facebook、Twitter、LINE、Instagram	4	138	5.8
Twitter、LINE	2	100	4.2
Facebook、Twitter、LINE	3	77	3.2
Facebook	1	68	2.8
LINE、Instagram	2	60	2.5
Facebook、LINE、Instagram	3	51	2.1
Twitter、LINE、Instagram	3	51	2.1
Twitter	1	47	2.0
Facebook、Twitter	2	28	1.2
Facebook、Twitter、Instagram	3	22	0.9
Twitter、Instagram	2	16	0.7
割合 0.5%未満の組合せ (22 パターンの合計)		57	2.4
何も活用していない		692	28.8
計		2,400	100.0

(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 56.8%、「デジタル版・電子版で読んでいる」が 21.9%、「新聞を読む習慣はない」が 31.7%であった。

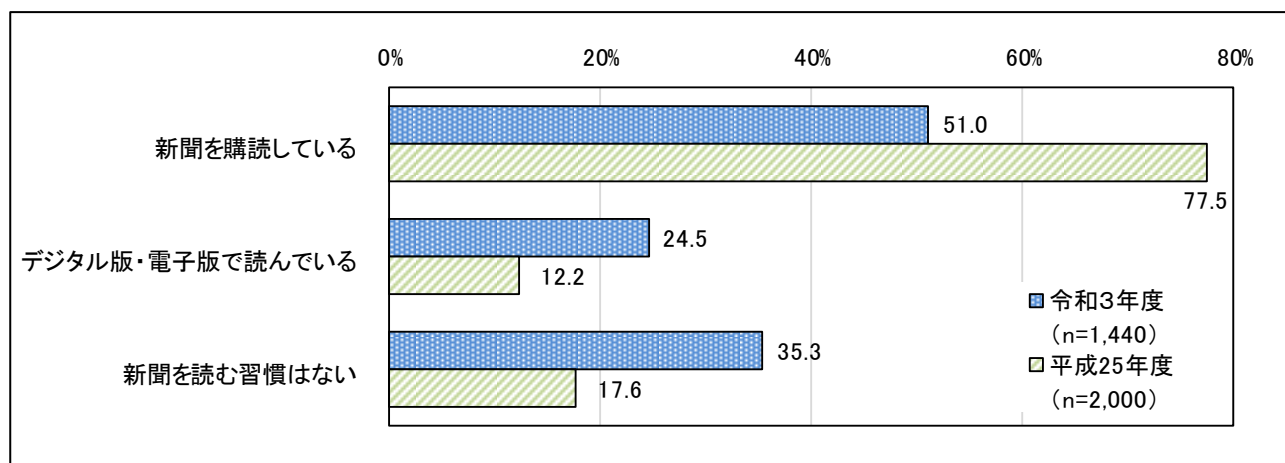
図表 1-12. 新聞の購読状況(複数回答)



【経年比較(60～69 歳のみ)】

「新聞を購読している」は前回調査の 77.5%から 51.0%と、26.5 ポイントの大幅な減少であった。一方で、「デジタル版・電子版で読んでいる」は 12.2%から 24.5%と、12.3 ポイント増加した。また、「新聞を読む習慣はない」は 17.6%から 35.3%と、17.7 ポイント増加した。

図表 1-13. 新聞の購読状況(複数回答) <経年比較(60～69 歳のみ)>



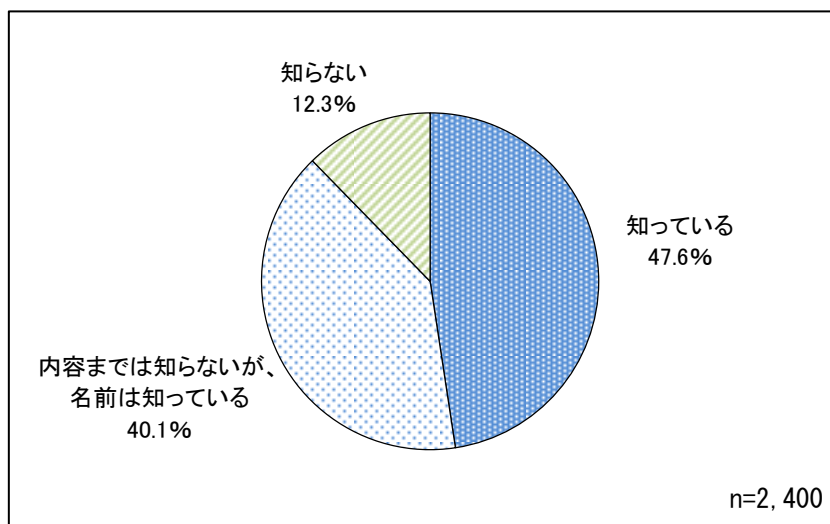
※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

（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 47.6%、「内容までは知らないが、名前は知っている」が 40.1%、「知らない」が 12.3%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 9 割（87.7%）であった。

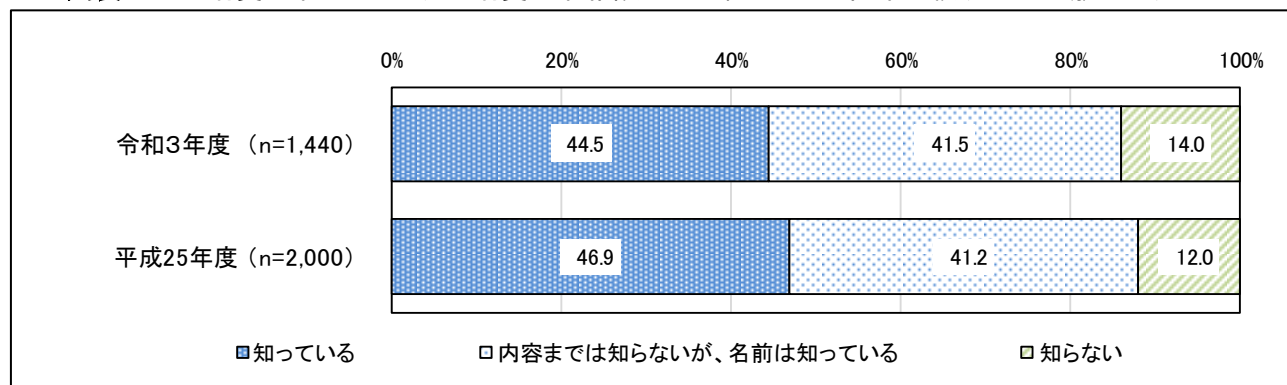
図表 1-14. 消費生活センター及び消費生活相談窓口の認知



【経年比較(60～69 歳のみ)】

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 88.1%から 86.0%と、2.1 ポイント減少した。

図表 1-15. 消費生活センター及び消費生活相談窓口の認知 ＜経年比較(60～69 歳のみ)＞



※経年比較のため、令和 3 年度は 60～69 歳のみで集計した

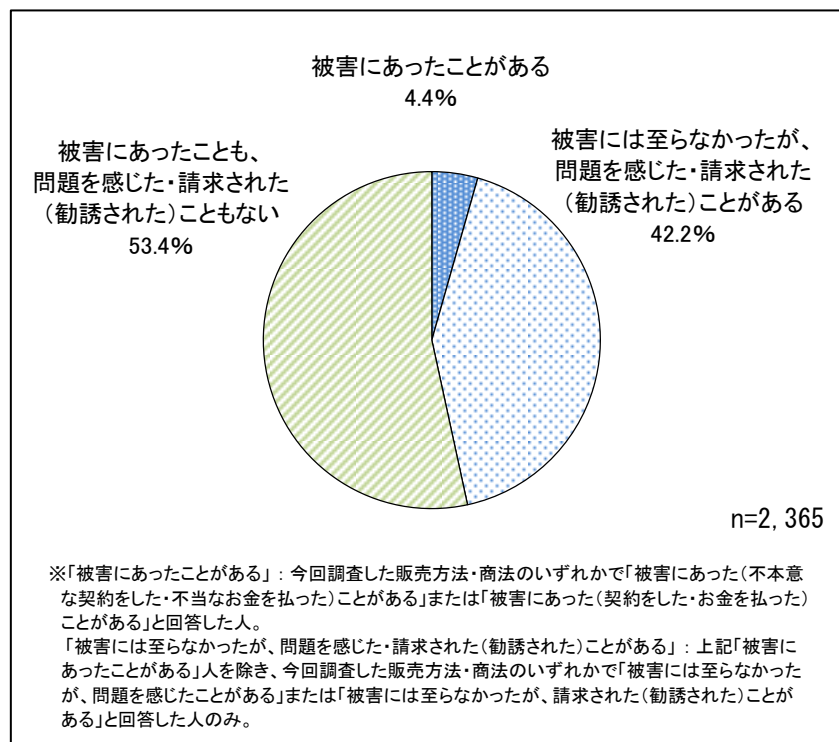
2. 消費者被害の状況

(1) 消費者被害について（総論）

① 消費者被害の経験

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みると、「被害にあったことがある」が4.4%、「被害には至らなかったが、問題を感じた・請求された（勧誘された）ことがある」が42.2%、「被害にあったことも、問題を感じた・請求された（勧誘された）こともない」が53.4%であった。

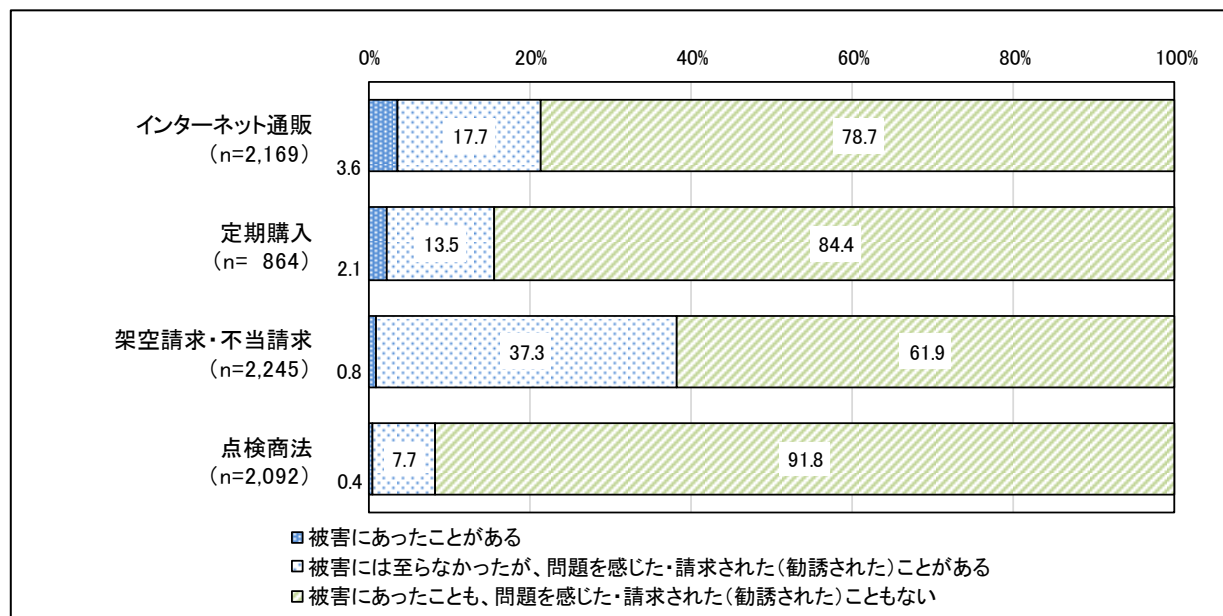
図表 2-1. 消費者被害の経験



※n=2,365 は、今回調査した販売方法・商法のいずれも「利用したことがない」または「知らない」と回答した人を除く

消費者被害の経験を、今回調査した販売方法・商法それぞれについてみると、「被害にあったことがある」は、「インターネット通販」が 3.6%、「定期購入」が 2.1%、「架空請求・不当請求」が 0.8%、「点検商法」が 0.4%であった。

図表 2-2. 今回調査した販売方法・商法における消費者被害の経験

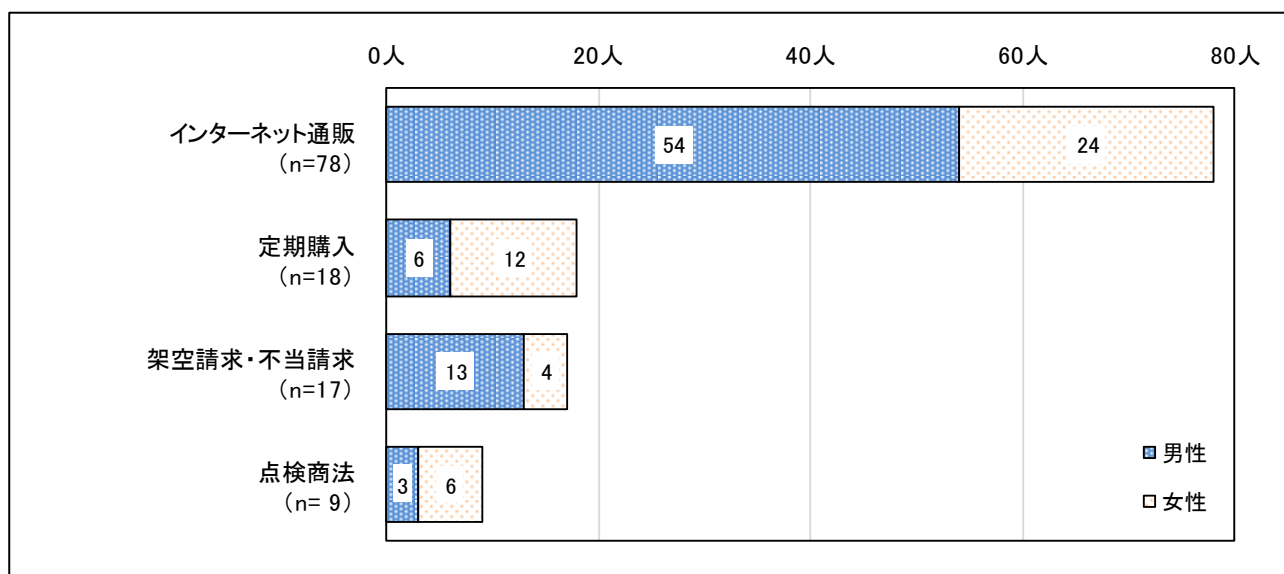


※n はそれぞれ今回調査した販売方法・商法で「利用したことがある」または「知っている」と回答した人のみ

【消費者被害にあった人数】

消費者被害の経験人数は、「インターネット通販」78 人（男性 54 人、女性 24 人）、「定期購入」18 人（男性 6 人、女性 12 人）、「架空請求・不当請求」17 人（男性 13 人、女性 4 人）、「点検商法」9 人（男性 3 人、女性 6 人）であった。

図表 2-3. 今回調査した販売方法・商法における消費者被害にあった人数



※n はそれぞれ今回調査した販売方法・商法で「被害にあったことがある」と回答した人のみ

【消費者被害の組合せ】

被害にあった販売方法・商法の組合せは、「インターネット通販」のみが 62.5%と最も高く、被害数が 1 つのみの割合は 9 割近く (87.5%) であった。また、被害数が 2 つ以上の組合せには、いずれも「インターネット通販」が含まれた。

図表 2-4. 消費者被害の組合せ

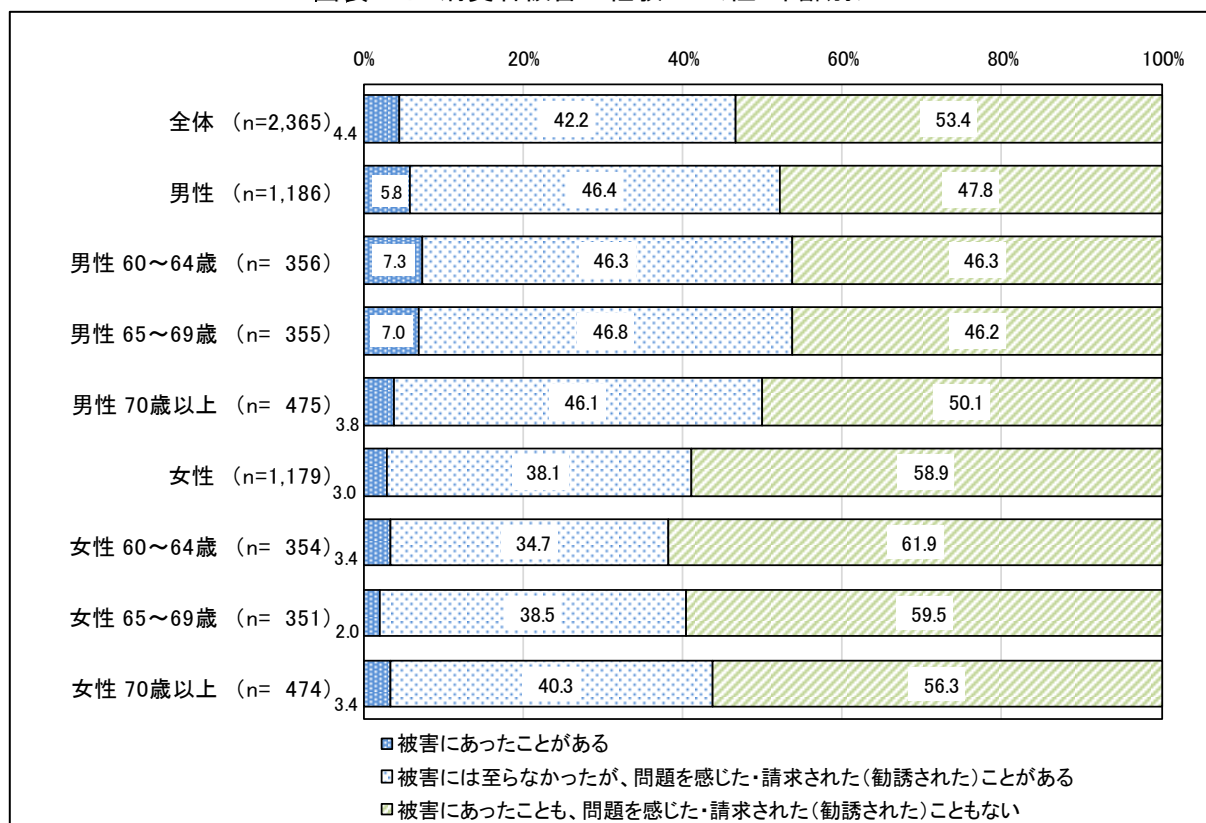
被害にあった販売方法・商法	被害数	人数	割合 (%)
インターネット通販	1	65	62.5
架空請求・不当請求	1	10	9.6
定期購入	1	9	8.7
点検商法	1	7	6.7
インターネット通販、定期購入	2	5	4.8
インターネット通販、架空請求・不当請求	2	4	3.8
インターネット通販、定期購入、架空請求・不当請求	3	2	1.9
インターネット通販、定期購入、点検商法	3	1	1.0
インターネット通販、定期購入、架空請求・不当請求、点検商法	4	1	1.0
計		104	100.0

※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】

性別・年齢別にみると、「被害にあったことがある」は、男性が 5.8%、女性が 3.0%であった。また、「男性 60～64 歳」が 7.3%と最も高かった。「被害には至らなかったが、問題を感じた・請求された（勧誘された）ことがある」は、男性が 46.4%、女性が 38.1%であった。

図表 2-5. 消費者被害の経験 ＜性・年齢別＞

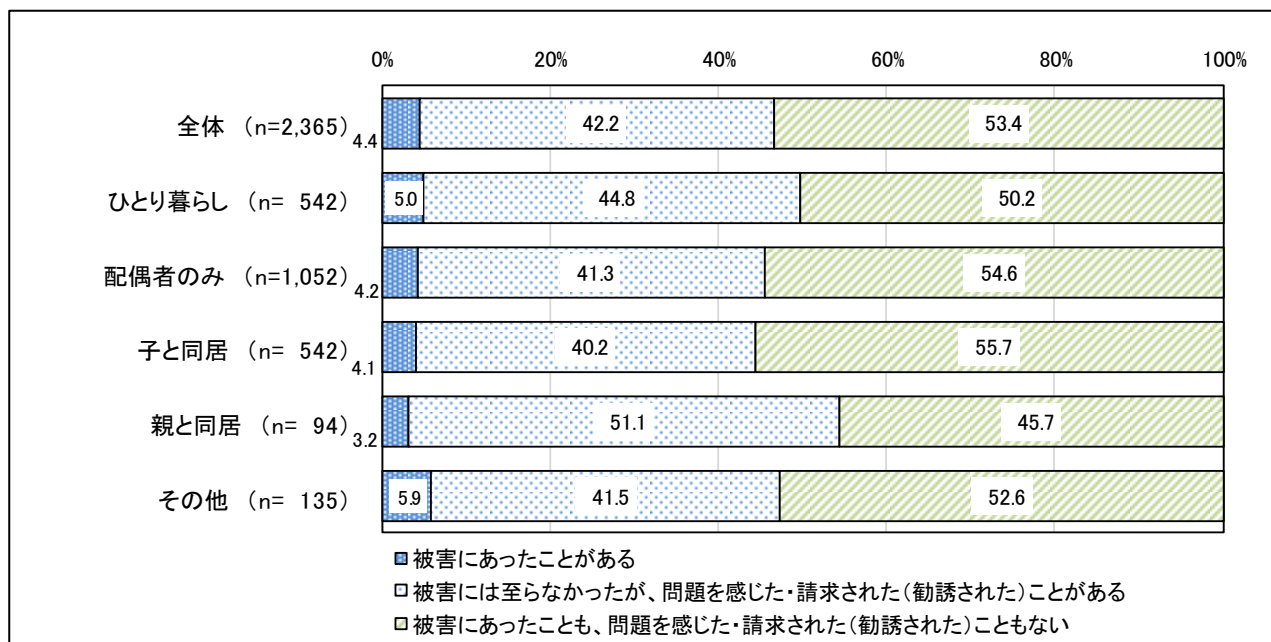


※n=2,365 は、今回調査した販売方法・商法のいずれも「利用したことがない」または「知らない」と回答した人を除く

【家族構成別】

家族構成別にみると、「被害にあったことがある」は、「その他」を除き「ひとり暮らし」が5.0%と最も高く、次いで「配偶者のみ」が4.2%であった。「被害には至らなかったが、問題を感じた・請求された（勧誘された）ことがある」は、「親と同居」が51.1%と最も高かった。

図表 2-6. 消費者被害の経験 ＜家族構成別＞

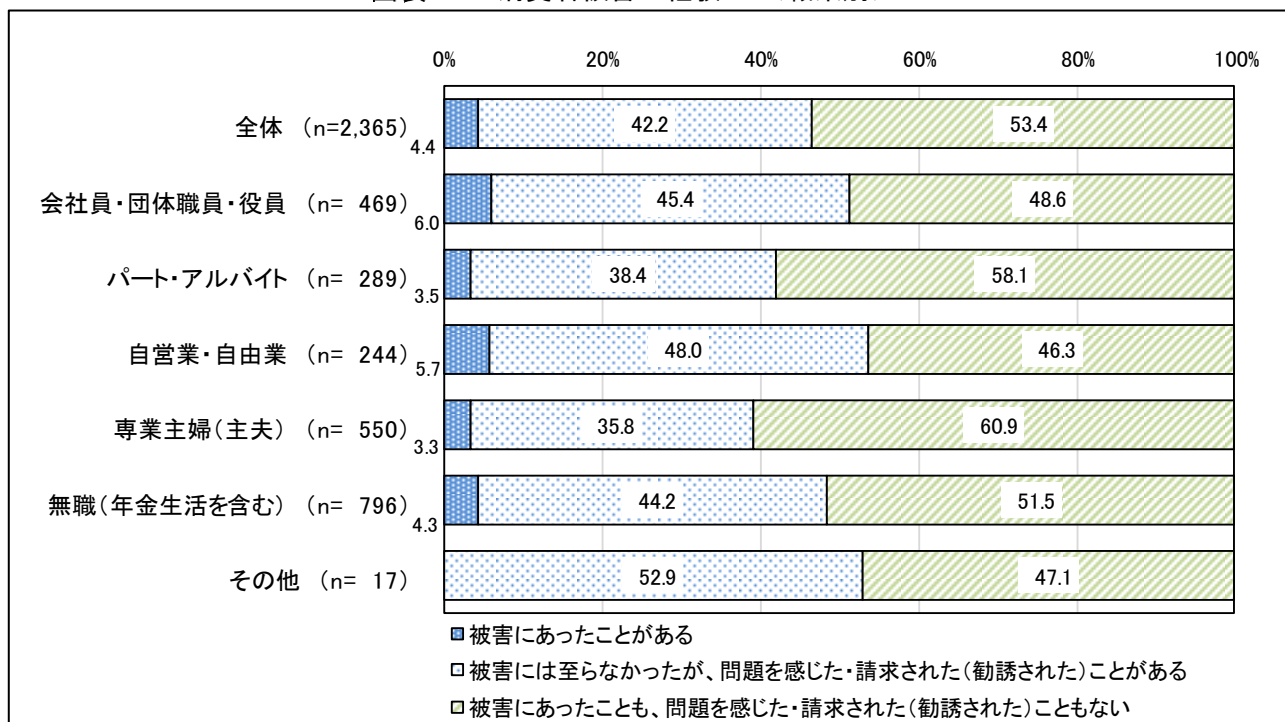


※n=2,365 は、今回調査した販売方法・商法のいずれも「利用したことがない」または「知らない」と回答した人を除く

【職業別】

職業別にみると、「被害にあったことがある」は、「会社員・団体職員・役員」が6.0%と最も高く、次いで「自営業・自由業」が5.7%であった。「被害には至らなかったが、問題を感じた・請求された（勧誘された）ことがある」は、「その他」を除き「自営業・自由業」が48.0%と最も高かった。

図表 2-7. 消費者被害の経験 ＜職業別＞

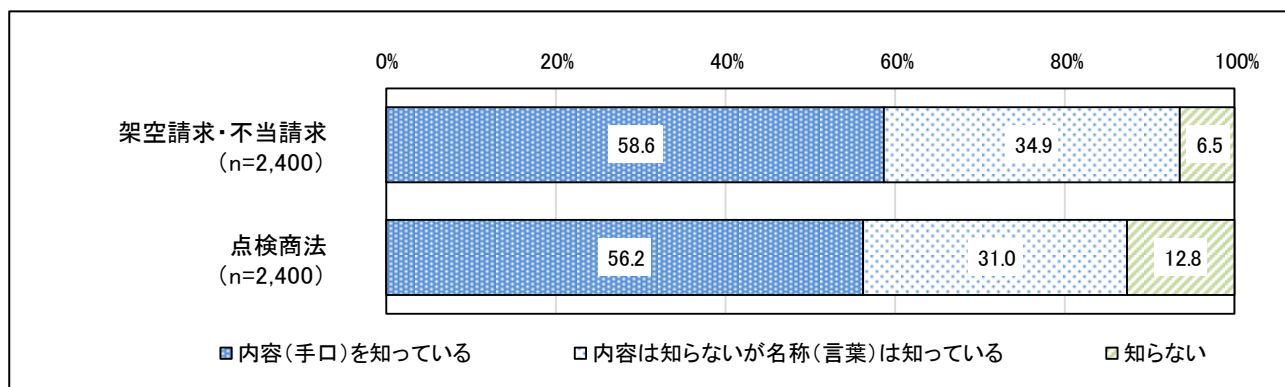


※n=2,365 は、今回調査した販売方法・商法のいずれも「利用したことがない」または「知らない」と回答した人を除く

② 今回調査した商法の認知

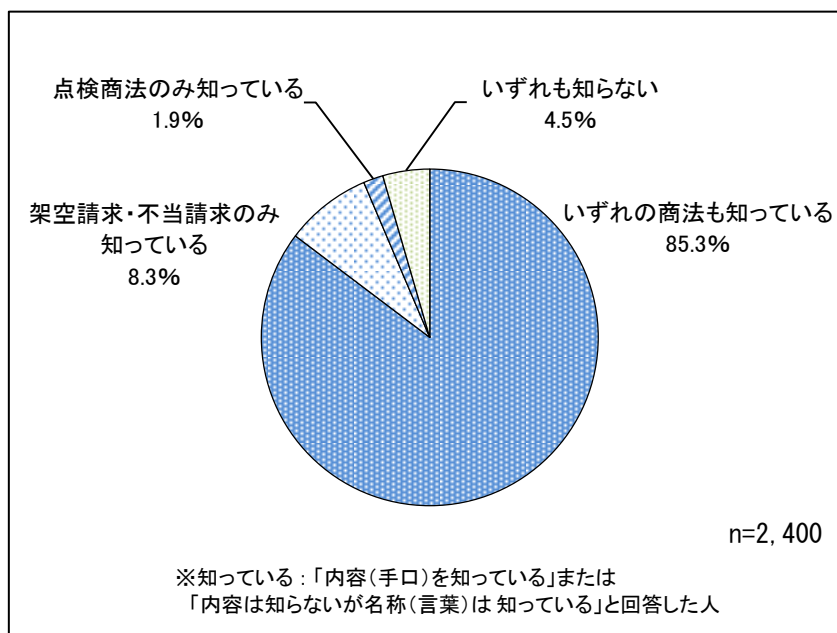
「架空請求・不当請求」及び「点検商法」の認知度（「内容（手口）を知っている」＋「内容は知らないが名称（言葉）は知っている」）は、「架空請求・不当請求」が 93.5%、「点検商法」が 87.2%で、いずれも 9 割前後であった。

図表 2-8. 今回調査した商法の認知



今回調査した商法の認知は、「いずれの商法も知っている」が 85.3%、「架空請求・不当請求のみ知っている」が 8.3%、「点検商法のみ知っている」が 1.9%、「いずれも知らない」が 4.5%であった。

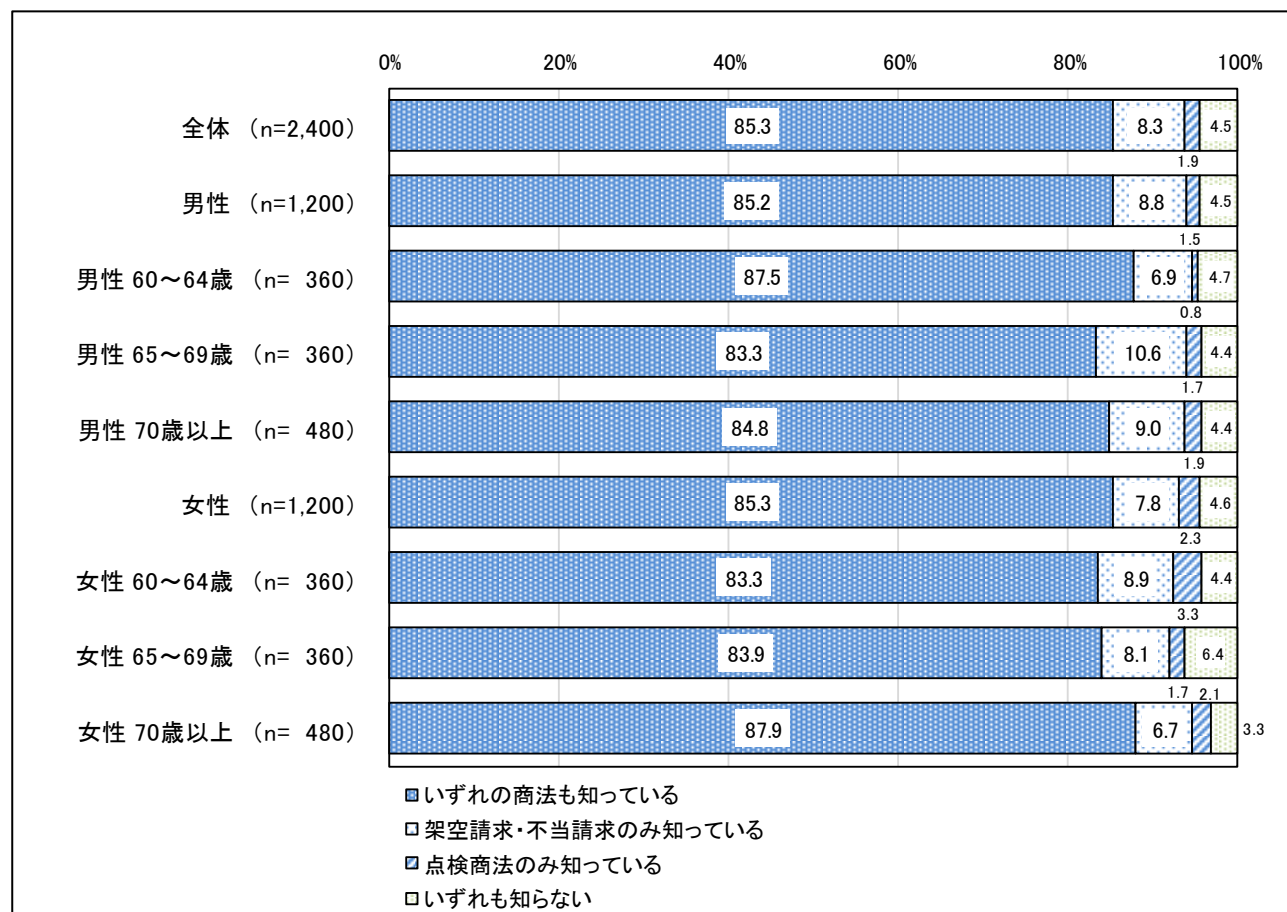
図表 2-9. 今回調査した商法の認知



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、今回調査した商法について、「いずれの商法も知っている」がいずれも 8 割を超えた。また、「いずれも知らない」は、「女性 65～69 歳」が 6.4%と最も高かった。

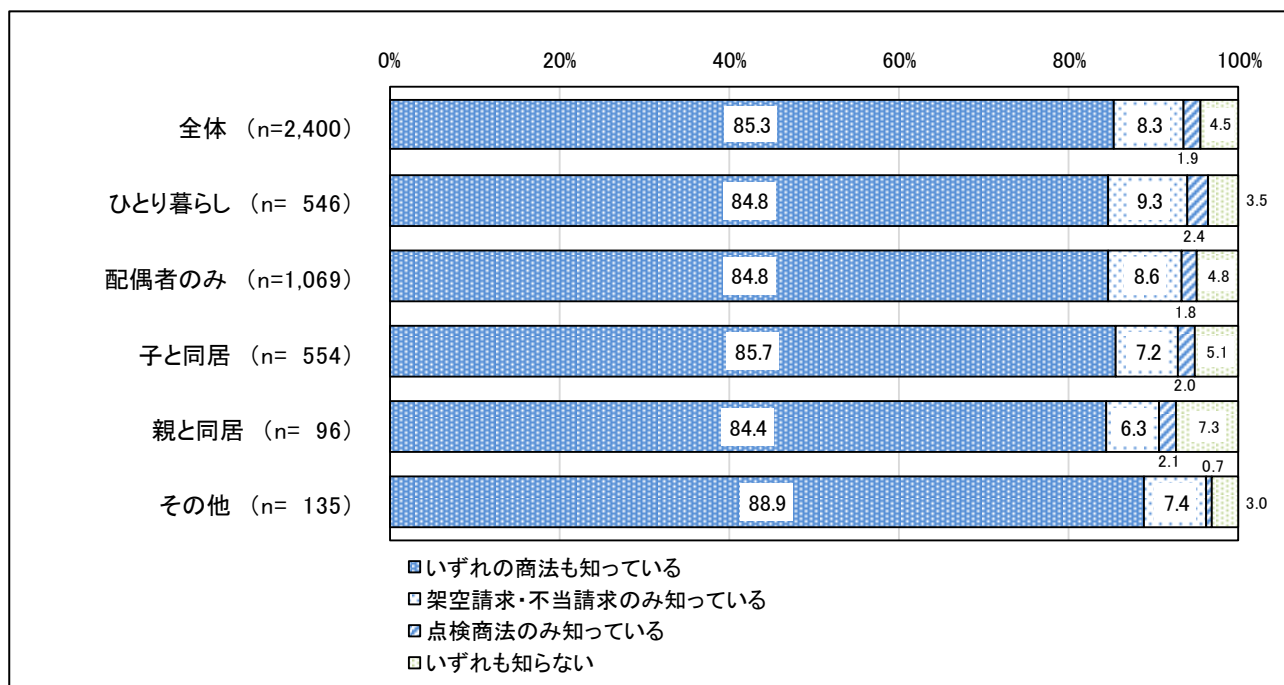
図表 2-10. 今回調査した商法の認知 <性・年齢別>



【家族構成別】

家族構成別にみると、今回調査した商法について、「いずれの商法も知っている」がいずれも 8 割を超えた。また、「いずれも知らない」は、「親と同居」が 7.3%と最も高かった。

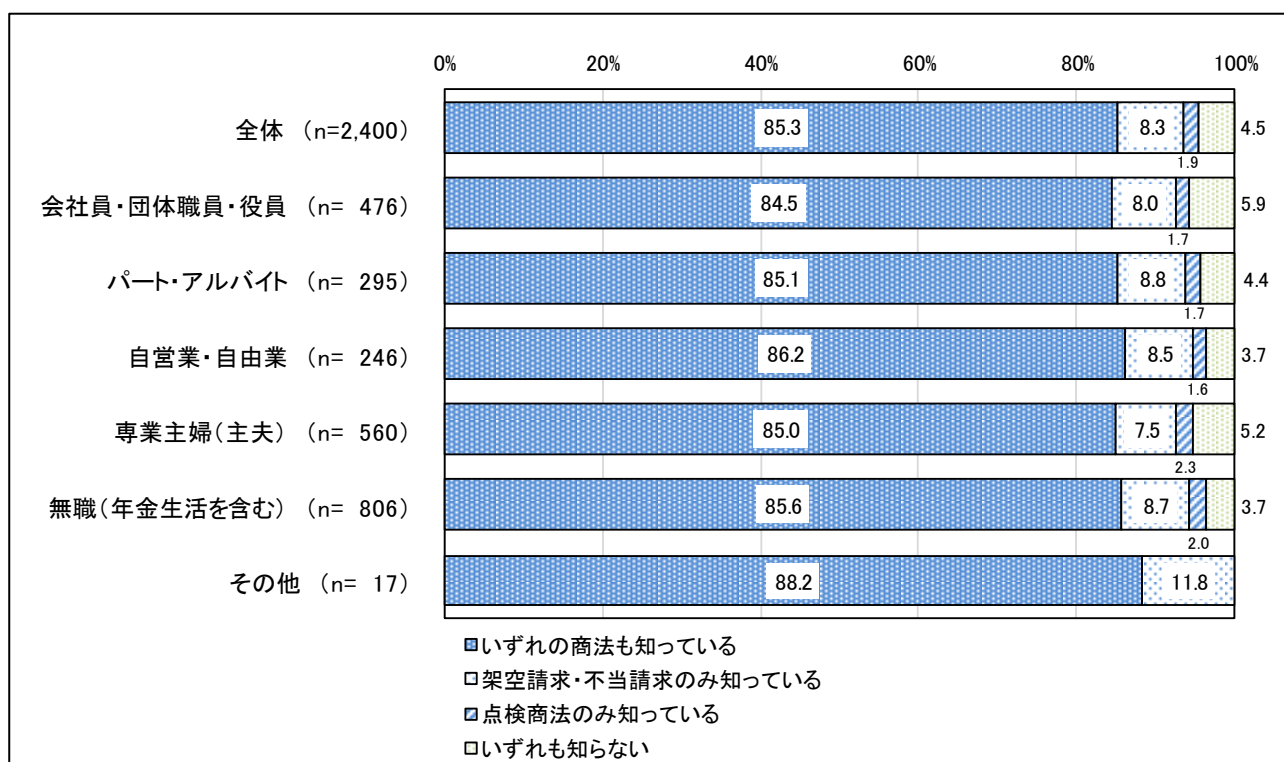
図表 2-11. 今回調査した商法の認知 ＜家族構成別＞



【職業別】

職業別にみると、今回調査した商法について、「いずれの商法も知っている」がいずれも 8 割を超えた。また、「いずれも知らない」は、「会社員・団体職員・役員」が 5.9%と最も高かった。

図表 2-12. 今回調査した商法の認知 ＜職業別＞

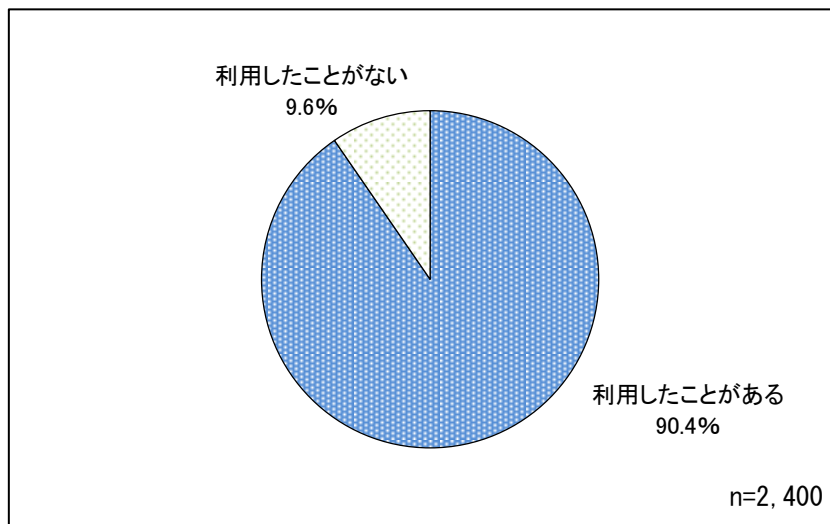


（２）消費者被害の経験（インターネット通販）

① 60 歳を過ぎてからのインターネット通販の利用経験

60 歳を過ぎてからのインターネット通販の利用経験は、「利用したことがある」が 90.4%、「利用したことがない」が 9.6%であった。

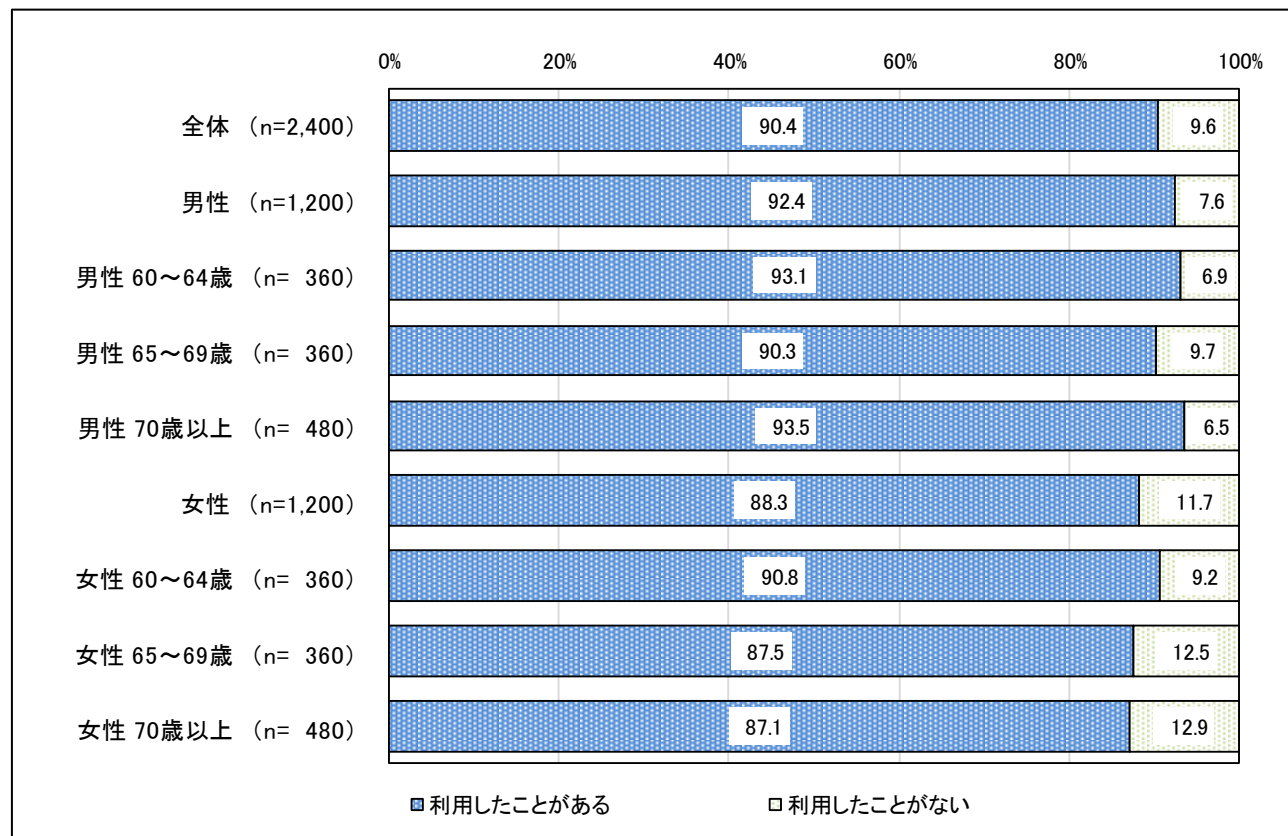
図表 2-13. 60 歳を過ぎてからのインターネット通販の利用経験



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「利用したことがある」がいずれも 8 割を超えた。また、「男性 70 歳以上」が 93.5%と最も高く、次いで「男性 60～64 歳」が 93.1%であった。

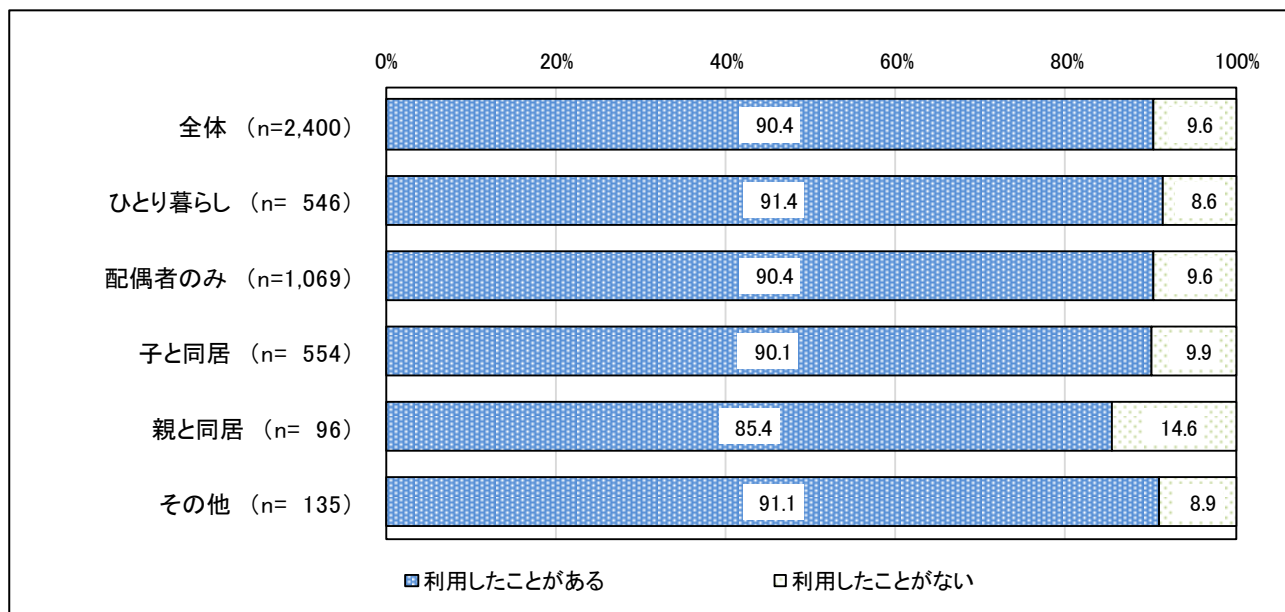
図表 2-14. 60 歳を過ぎてからのインターネット通販の利用経験 ＜性・年齢別＞



【家族構成別】

家族構成別にみると、「利用したことがある」は、「親と同居」を除きいずれも9割を超え、そのうち「ひとり暮らし」が91.4%と最も高く、次いで「その他」が91.1%であった。

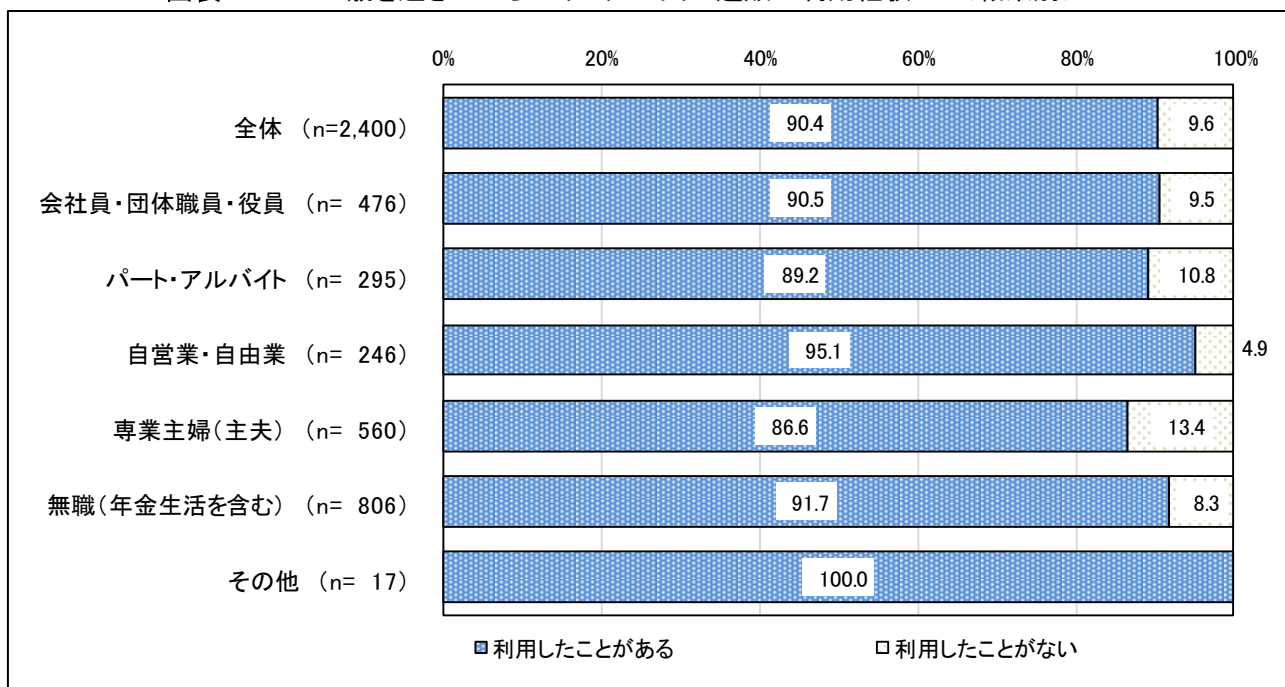
図表 2-15. 60歳を過ぎてからのインターネット通販の利用経験 <家族構成別>



【職業別】

職業別にみると、「利用したことがある」がいずれも8割を超えた。また、「その他」を除き「自営業・自由業」が95.1%と最も高く、次いで「無職（年金生活を含む）」が91.7%であった。

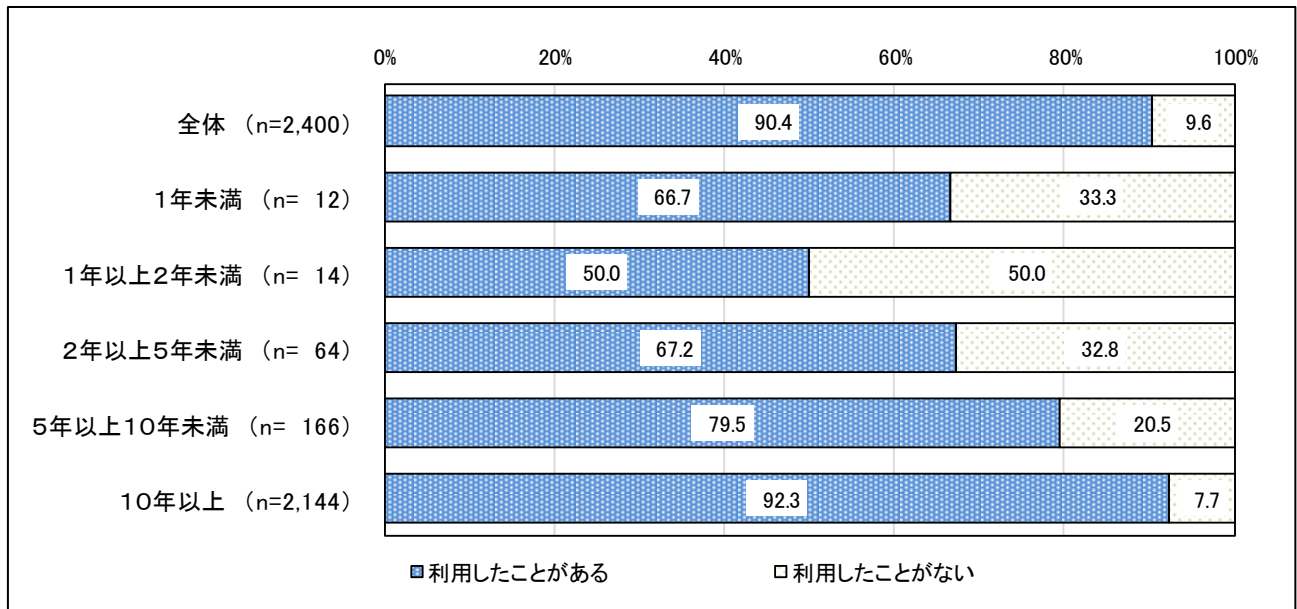
図表 2-16. 60歳を過ぎてからのインターネット通販の利用経験 <職業別>



【インターネット利用年数別】

インターネット利用年数別にみると、「利用したことがある」は、「10年以上」が92.3%と最も高く、次いで「5年以上10年未満」が79.5%であった。

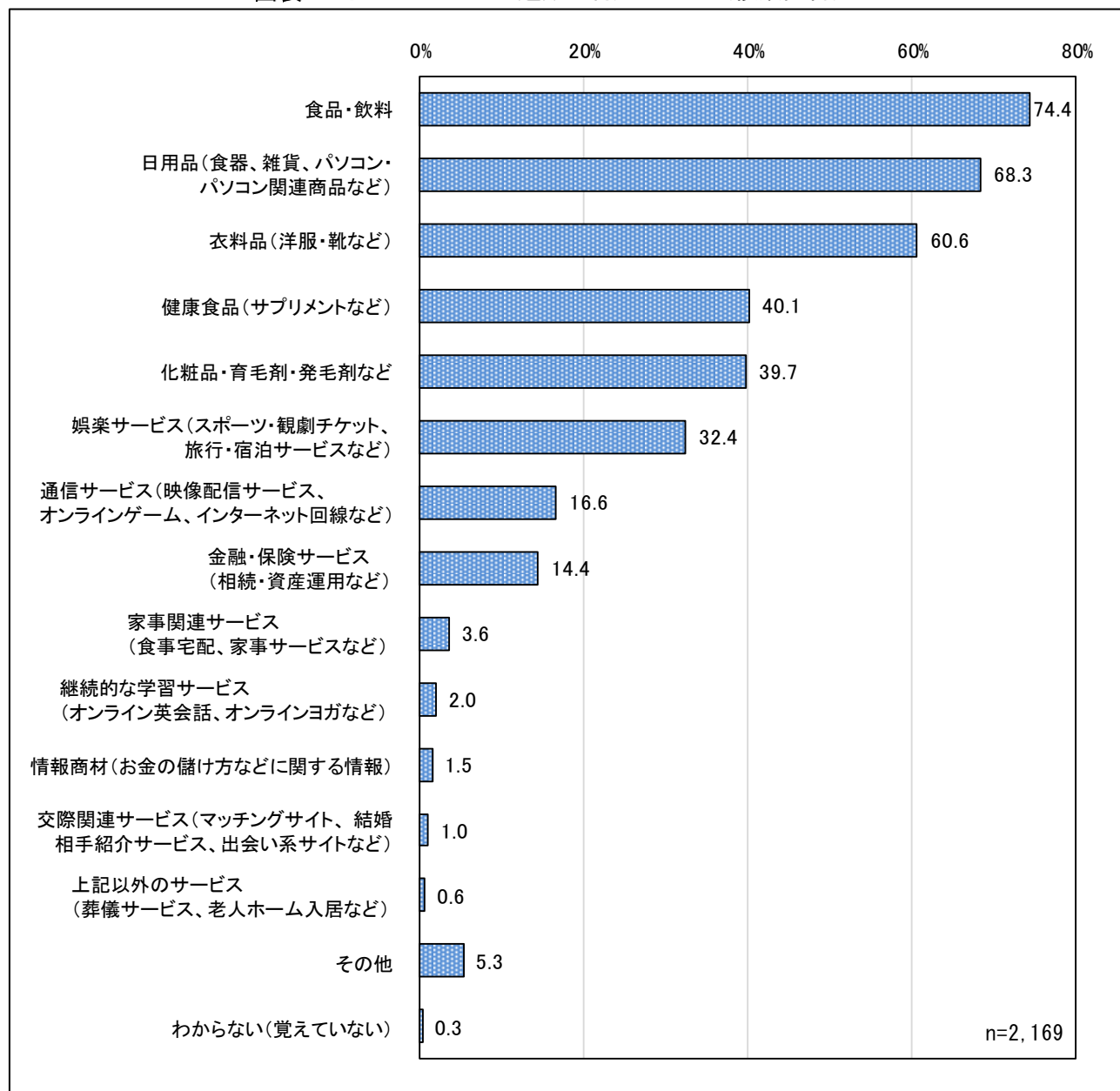
図表 2-17. 60歳を過ぎてからのインターネット通販の利用経験 <インターネット利用年数別>



② 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ものは、「食料・飲料」が74.4%と最も高く、次いで「日用品（食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品など）」が68.3%、「衣料品（洋服・靴など）」が60.6%であった。

図表 2-18. インターネット通販で利用したもの（複数回答）



※n=2,169 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

性別・年齢別にみると、男性は「日用品（食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品など）」が 74.6%と最も高く、「男性 65～69 歳」では 77.8%であった。また、女性は「食品・飲料」が 76.6%と最も高く、「女性 70 歳以上」では 8 割を超えた。「化粧品・育毛剤・発毛剤など」は、女性が 58.1%で、男性の 22.2%よりも 35.9 ポイント高かった。

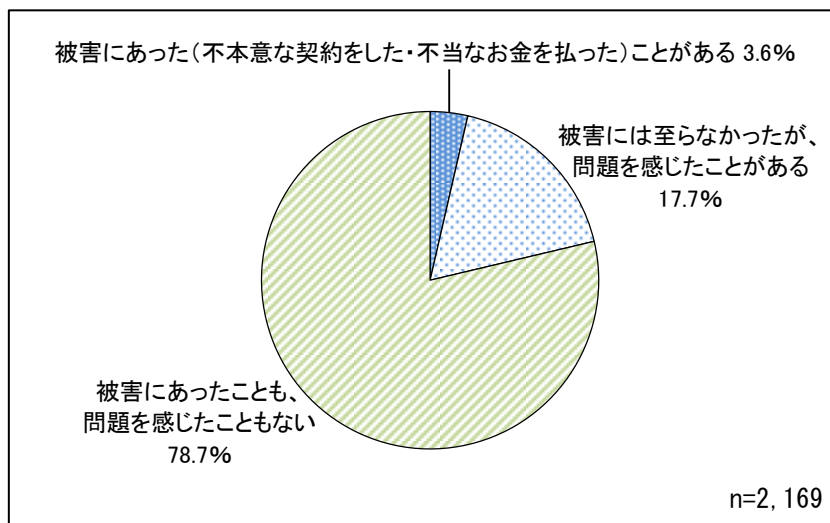
図表 2-19. インターネット通販で利用したもの(複数回答) <性・年齢別、家族構成別>

※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=2,169 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 3.6%、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」が 17.7%、「被害にあったことも、問題を感じたこともない」が 78.7%であった。被害経験人数は 78 人であった。

図表 2-20. インターネット通販での被害経験

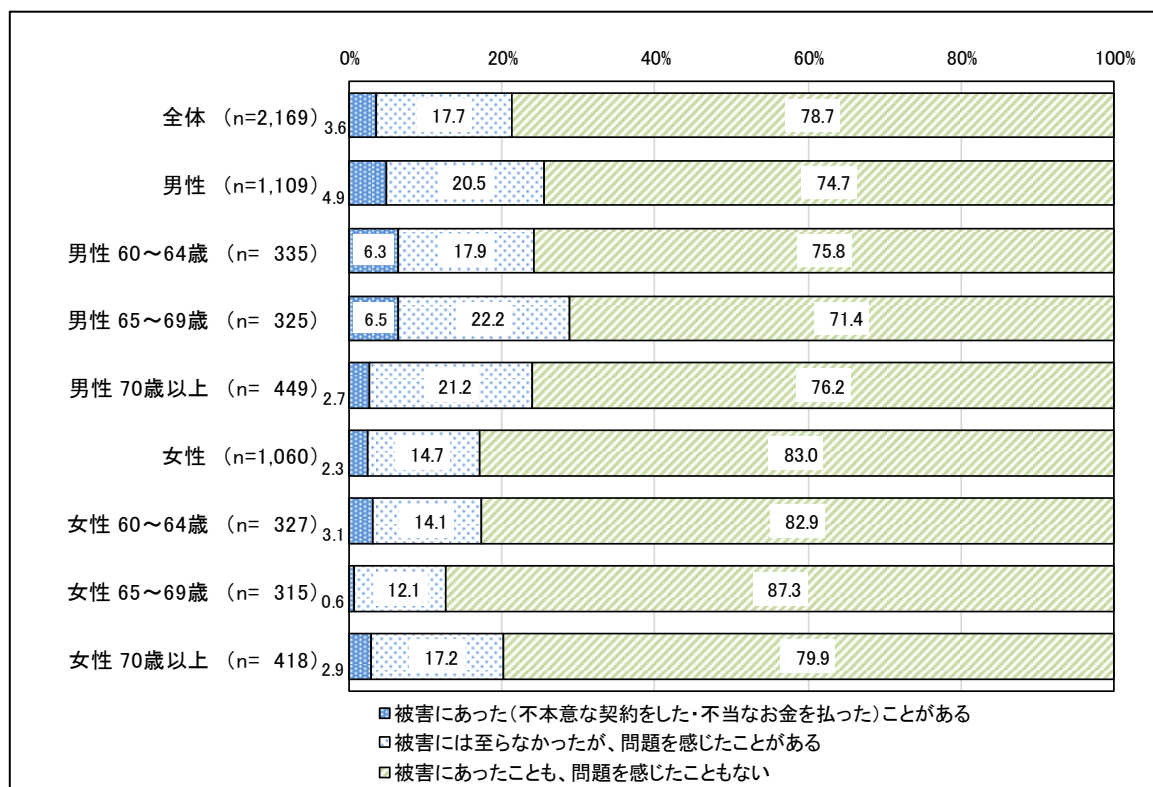


※n=2,169 は、インターネット通販を「利用したことがある」と回答した人のみ

【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 4.9%、女性が 2.3%であった。また、「男性 65～69 歳」が 6.5%と最も高く、次いで「男性 60～64 歳」が 6.3%であった。

図表 2-21. インターネット通販での被害経験 ＜性・年齢別＞

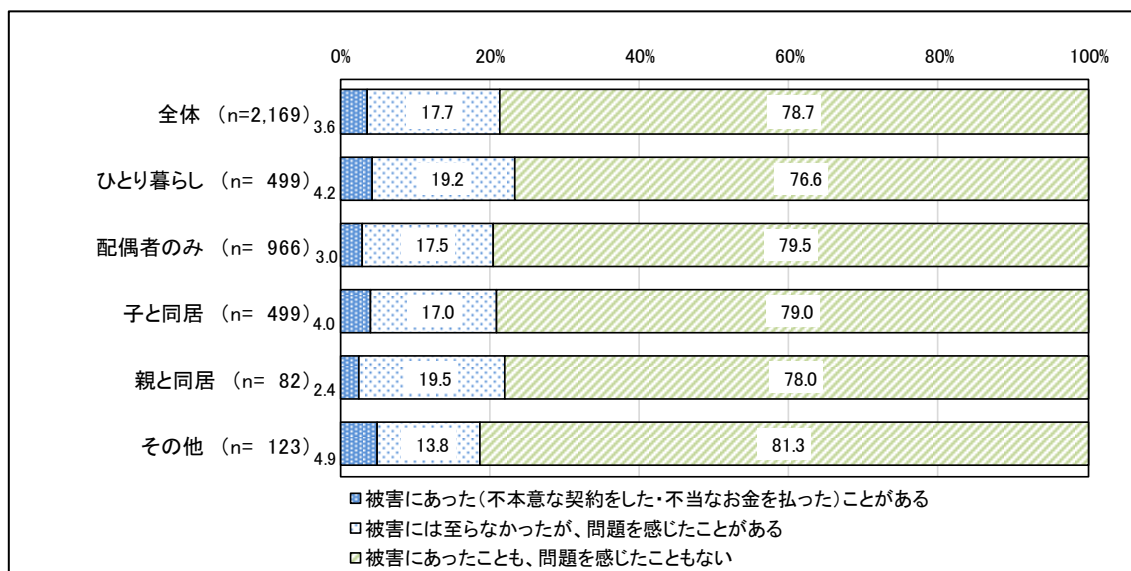


※n=2,169 は、インターネット通販を「利用したことがある」と回答した人のみ

【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 4.2%と最も高く、次いで「子と同居」が 4.0%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、「親と同居」が 19.5%と最も高く、次いで「ひとり暮らし」が 19.2%であった。

図表 2-22. インターネット通販での被害経験 <家族構成別>

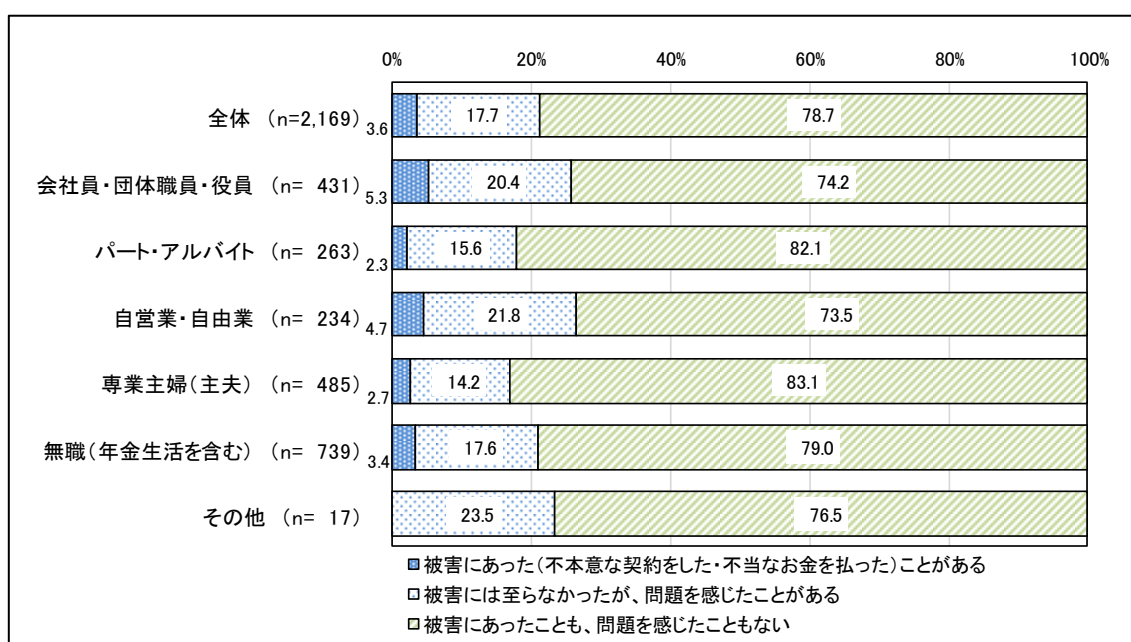


※n=2,169 は、インターネット通販を「利用したことがある」と回答した人のみ

【職業別】

職業別にみると、「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、「会社員・団体職員・役員」が 5.3%と最も高く、次いで「自営業・自由業」が 4.7%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、「その他」を除き「自営業・自由業」が 21.8%と最も高く、次いで「会社員・団体職員・役員」が 20.4%であった。

図表 2-23. インターネット通販での被害経験 <職業別>

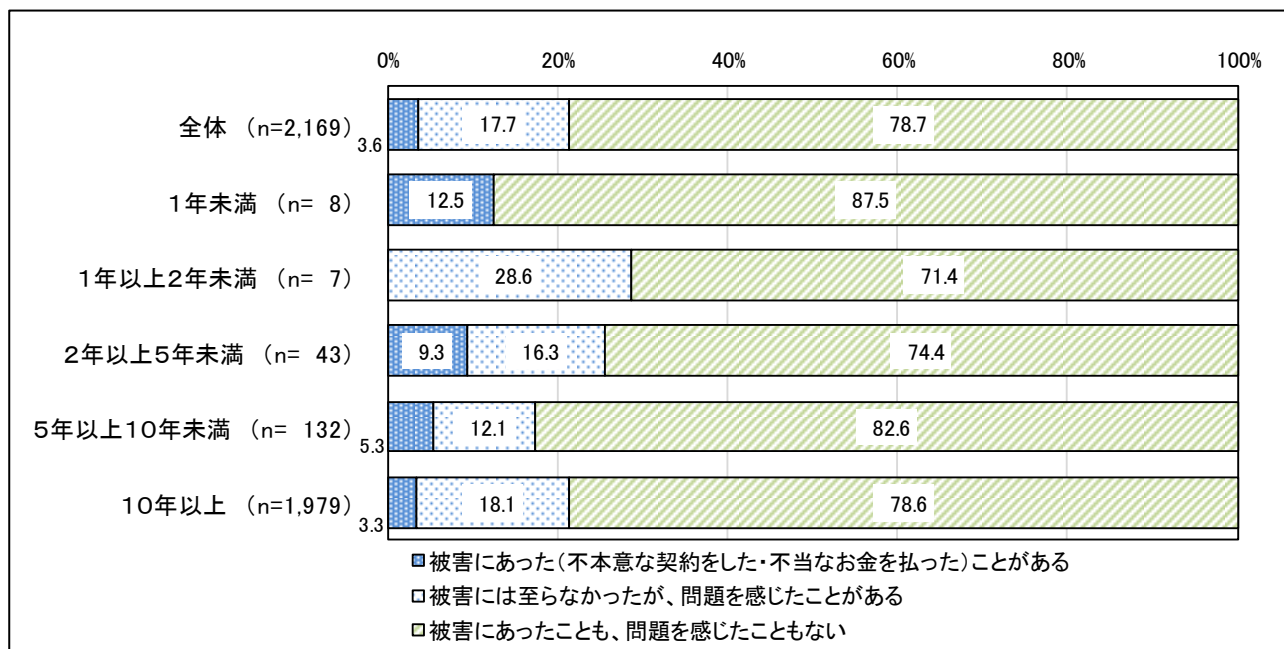


※n=2,169 は、インターネット通販を「利用したことがある」と回答した人のみ

【インターネット利用年数別】

回答者数が30人以下の属性を除き、インターネット利用年数別にみると、「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、「2年以上5年未満」が9.3%と最も高く、次いで「5年以上10年未満」が5.3%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、「10年以上」が18.1%と最も高く、次いで「2年以上5年未満」が16.3%であった。

図表 2-24. インターネット通販での被害経験 ＜インターネット利用年数別＞

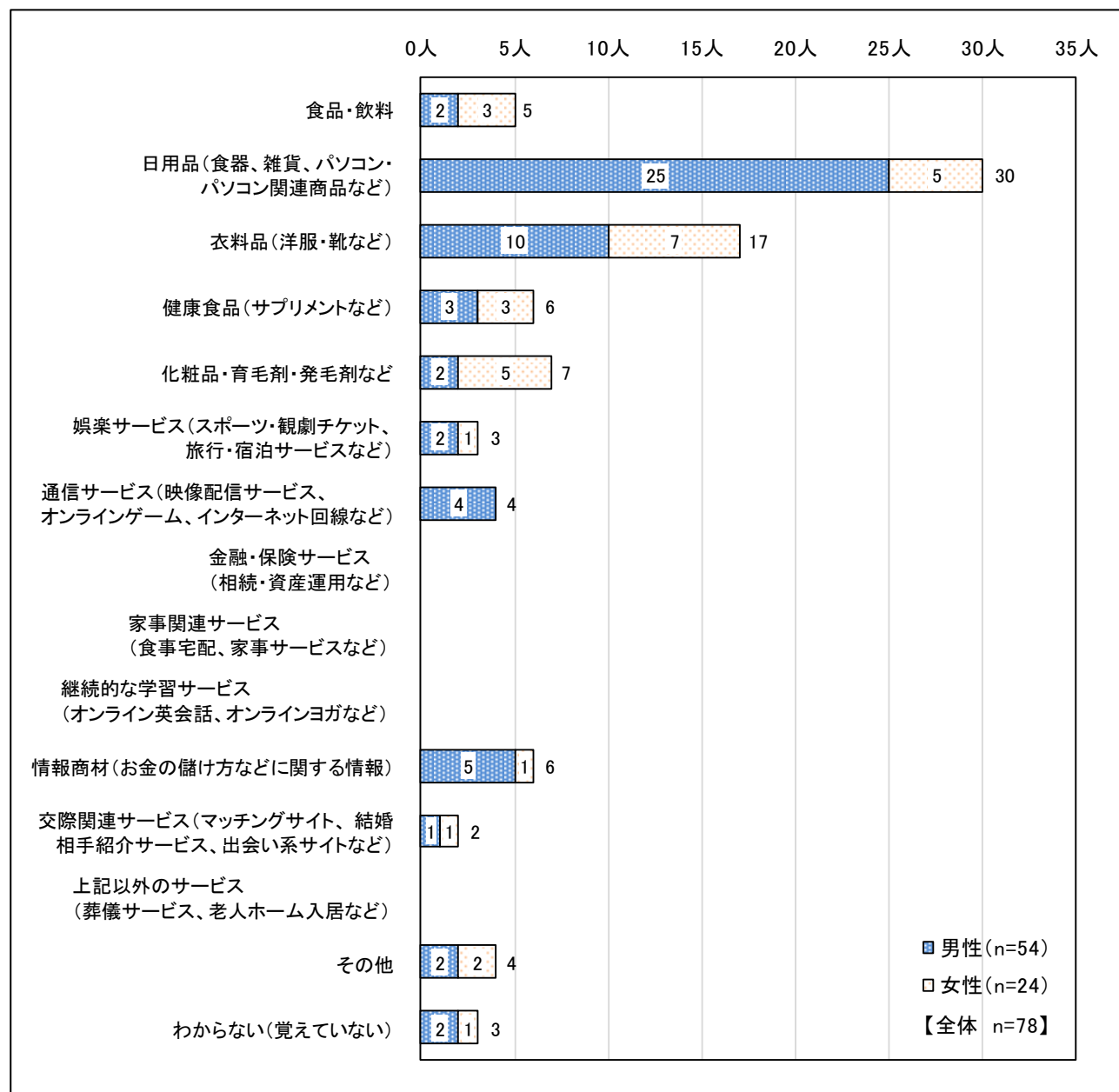


※n=2,169 は、インターネット通販を「利用したことがある」と回答した人のみ

④ 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・パソコン関連商品など）」が 30 人（男性 25 人、女性 5 人）と最も多く、次いで「衣料品（洋服・靴など）」が 17 人（男性 10 人、女性 7 人）、「化粧品・育毛剤・発毛剤」が 7 人（男性 2 人、女性 5 人）であった。

図表 2-25. 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）

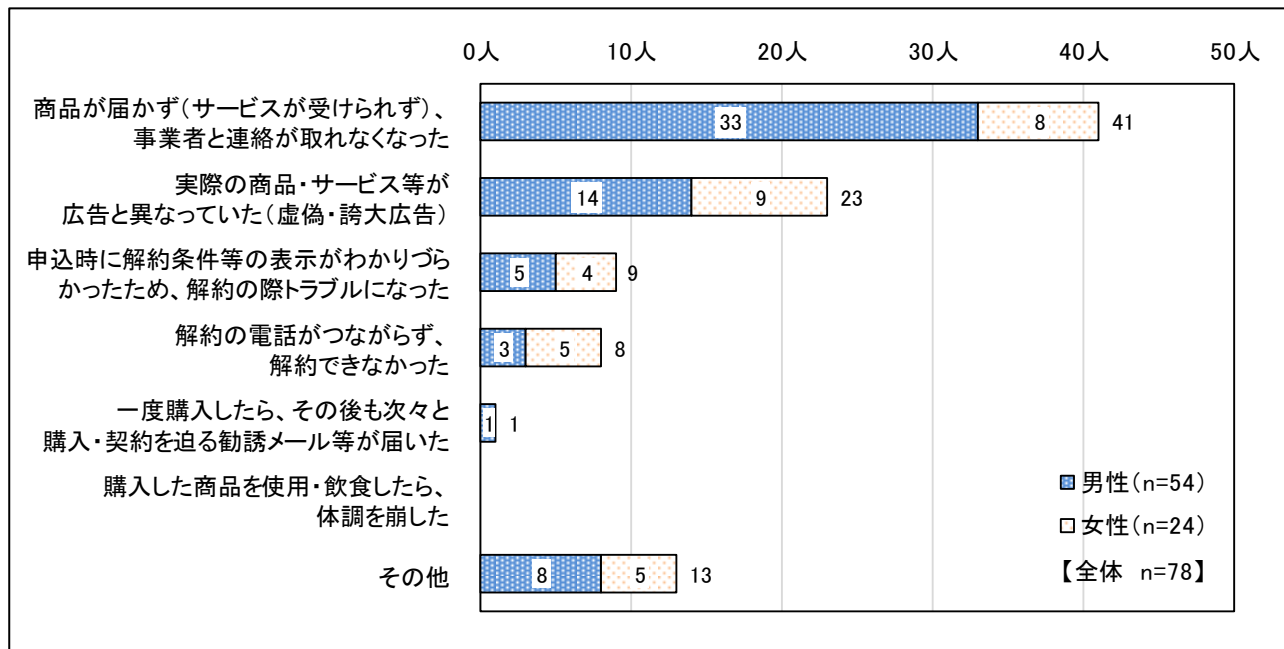


※n=78 は、インターネット通販で「被害にあった(不本意な契約をした・不当なお金を払った)ことがある」と回答した人のみ

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41人（男性33人、女性8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23人（男性14人、女性9人）であった。

図表 2-26. インターネット通販での被害内容(複数回答)

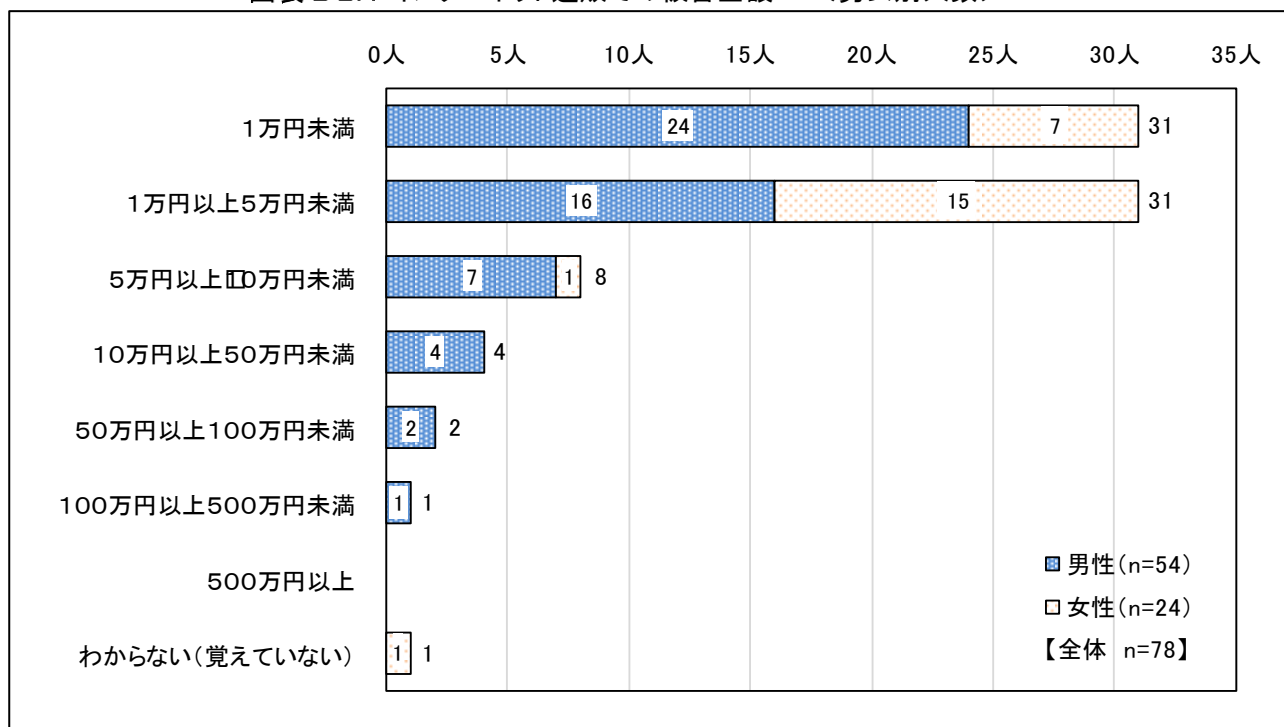


※n=78 は、インターネット通販で「被害にあった(不本意な契約をした・不当なお金を払った)ことがある」と回答した人のみ

⑥ 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 78 人（男性 54 人、女性 24 人）の被害金額は、「1 万円未満」が 31 人（男性 24 人、女性 7 人）、「1 万円以上 5 万円未満」が 31 人（男性 16 人、女性 15 人）と同数で最多であった。次いで「5 万円以上 10 万円未満」が 8 人（男性 7 人、女性 1 人）であった。

図表 2-27. インターネット通販での被害金額 <男女別人数>



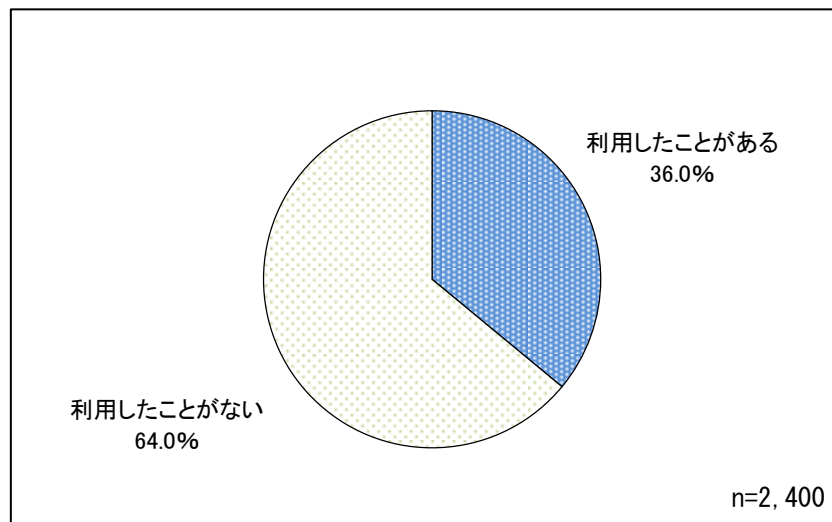
※n=78 は、インターネット通販で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

(3) 消費者被害の経験（定期購入）

① 60 歳を過ぎてからの定期購入の利用経験

60 歳を過ぎてからの定期購入の利用経験は、「利用したことがある」が 36.0%、「利用したことがない」が 64.0%であった。

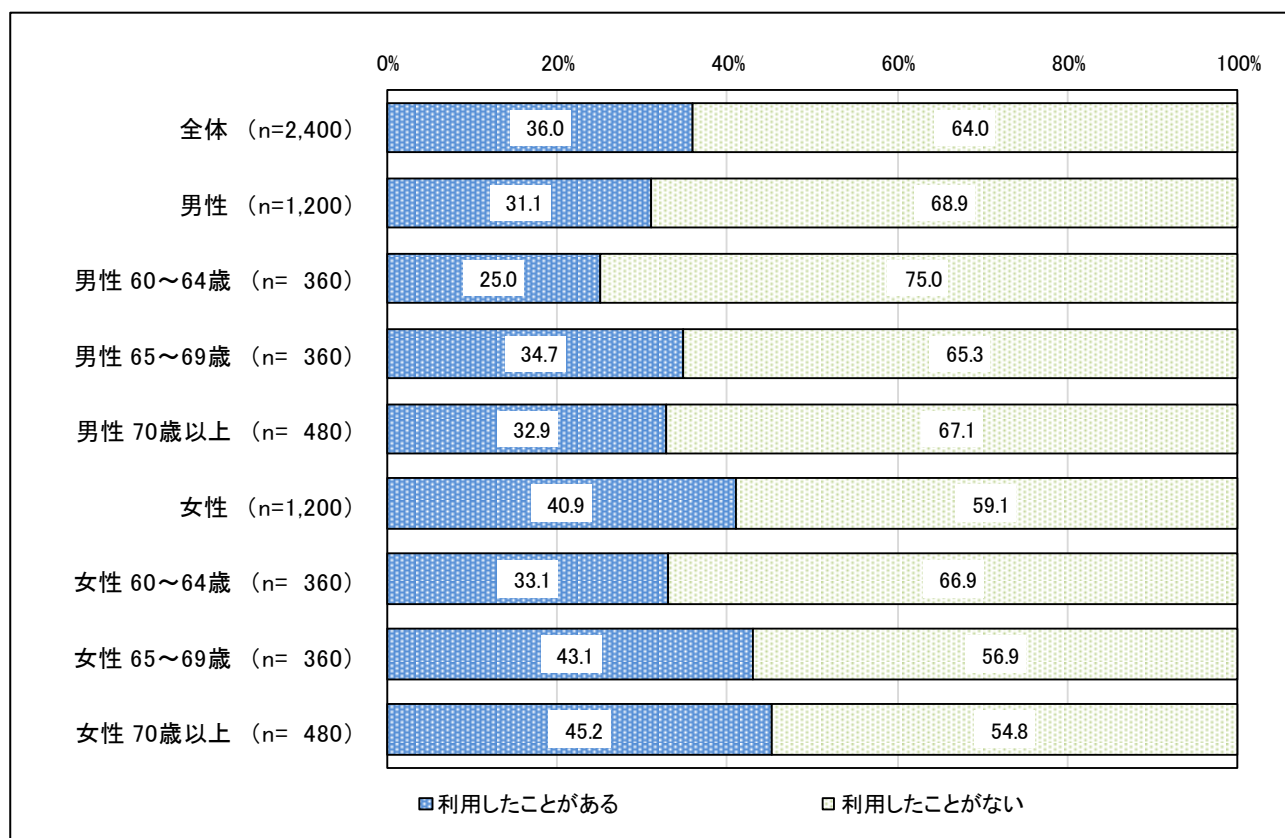
図表 2-28. 60 歳を過ぎてからの定期購入の利用経験



【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「利用したことがある」は、女性が 40.9%で、男性の 31.1%よりも 9.8 ポイント高かった。また、「女性 70 歳以上」が 45.2%と最も高く、「男性 60～64 歳」が 25.0%と最も低かった。

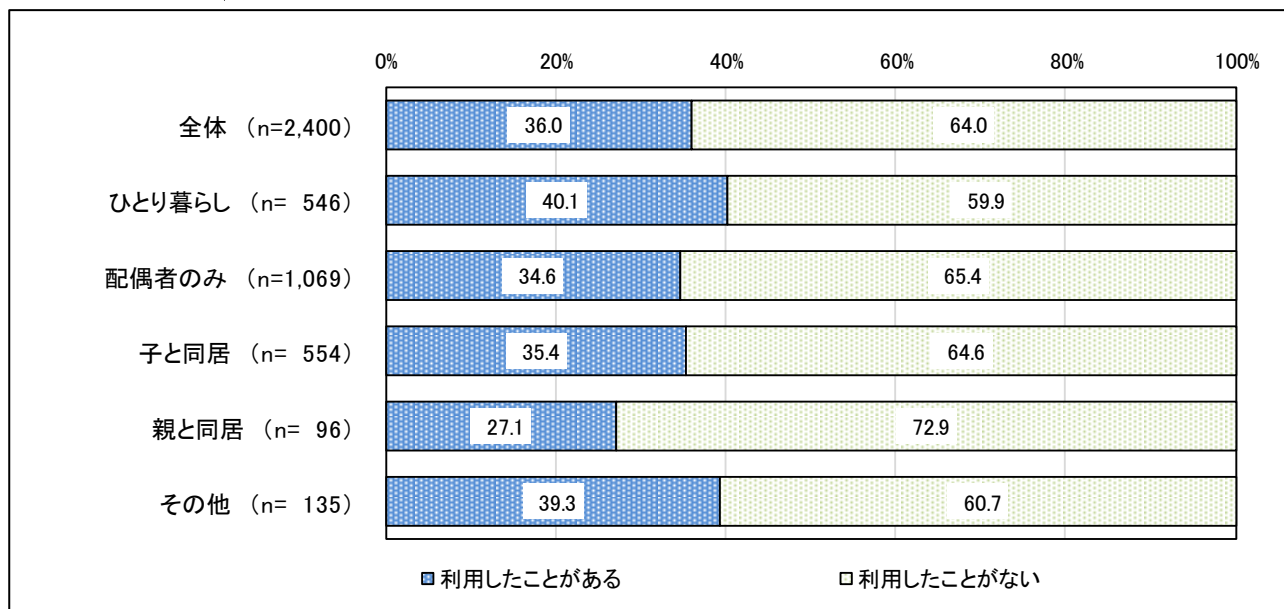
図表 2-29. 60 歳を過ぎてからの定期購入の利用経験 ＜性・年齢別＞



【家族構成別】

家族構成別にみると、「利用したことがある」は、「その他」を除き「ひとり暮らし」が40.1%と最も高く、次いで「子と同居」が35.4%であった。

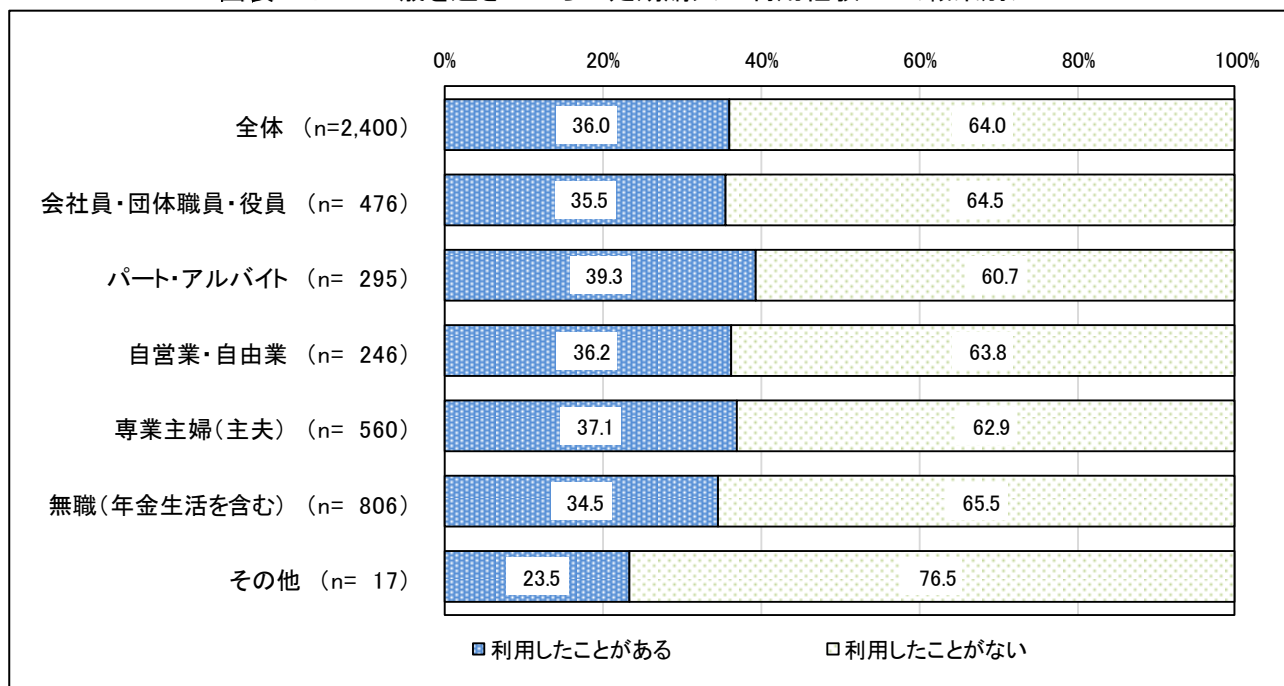
図表 2-30. 60歳を過ぎてからの定期購入の利用経験 <家族構成別>



【職業別】

職業別にみると、「利用したことがある」は、「パート・アルバイト」が39.3%と最も高く、次いで「専業主婦（主夫）」が37.1%であった。

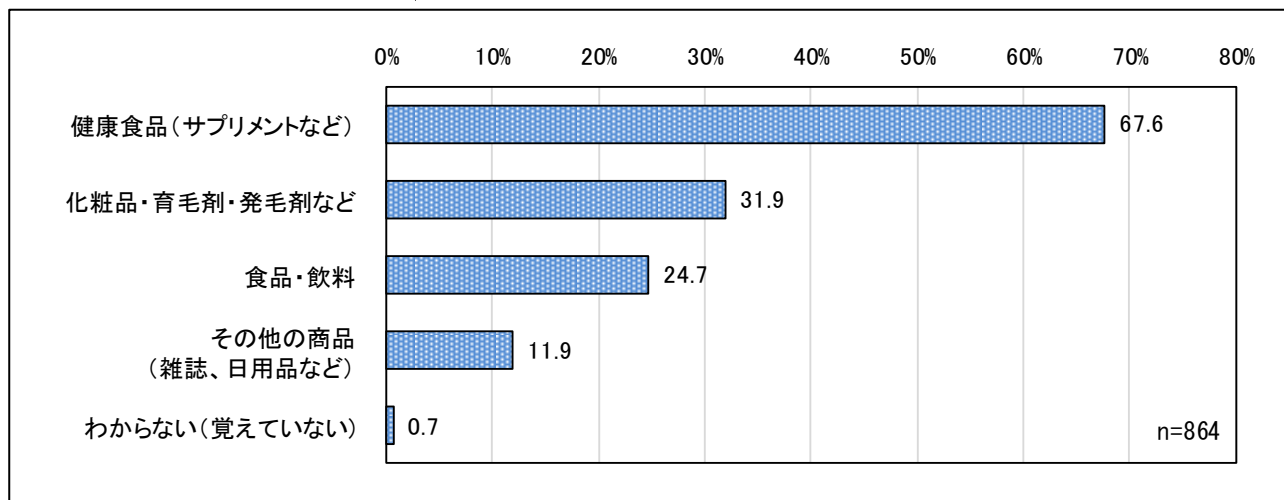
図表 2-31. 60歳を過ぎてからの定期購入の利用経験 <職業別>



② 定期購入したもの

定期購入したものは、「健康食品（サプリメントなど）」が 67.6%と最も高く、次いで「化粧品・育毛剤・発毛剤など」が 31.9%、「食品・飲料」が 24.7%であった。

図表 2-32. 定期購入したもの（複数回答）



※n=864 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

【性・年齢別、家族構成別、職業別】

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 65～69 歳」では 75.2%と最も高かった。「化粧品・育毛剤・発毛剤など」は、女性が 46.6%で、男性の 12.6%よりも 34.0 ポイント高かった。

図表 2-33. 定期購入で買ったもの(複数回答) <性・年齢別、家族構成別、職業別>

		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 (雑誌、日用品など)	わからない (覚えていない)
全体		864	67.6	31.9	24.7	11.9	0.7
性・年齢別	男性	373	71.0	12.6	26.0	14.2	0.5
	60～64歳	90	67.8	13.3	23.3	16.7	1.1
	65～69歳	125	75.2	17.6	20.8	16.8	—
	70歳以上	158	69.6	8.2	31.6	10.8	0.6
	女性	491	65.0	46.6	23.6	10.2	0.8
	60～64歳	119	59.7	43.7	26.1	11.8	0.8
	65～69歳	155	63.2	45.2	20.6	9.7	1.9
	70歳以上	217	69.1	49.3	24.4	9.7	—
家族構成別	ひとり暮らし	219	67.1	39.3	21.0	12.3	0.5
	配偶者のみ	370	68.1	29.5	25.1	11.4	0.5
	子と同居	196	66.3	30.1	27.6	11.2	1.0
	親と同居	26	73.1	19.2	34.6	15.4	3.8
	その他	53	67.9	32.1	20.8	15.1	—
職業別	会社員・団体職員・役員	169	71.0	21.9	24.3	10.1	1.2
	パート・アルバイト	116	61.2	40.5	23.3	6.0	0.9
	自営業・自由業	89	70.8	28.1	16.9	15.7	—
	専業主婦(主夫)	208	65.9	41.8	28.4	12.0	1.0
	無職(年金生活を含む)	278	68.3	27.3	24.8	14.4	0.4
	その他	4	75.0	100.0	50.0	—	—

(人) (%)

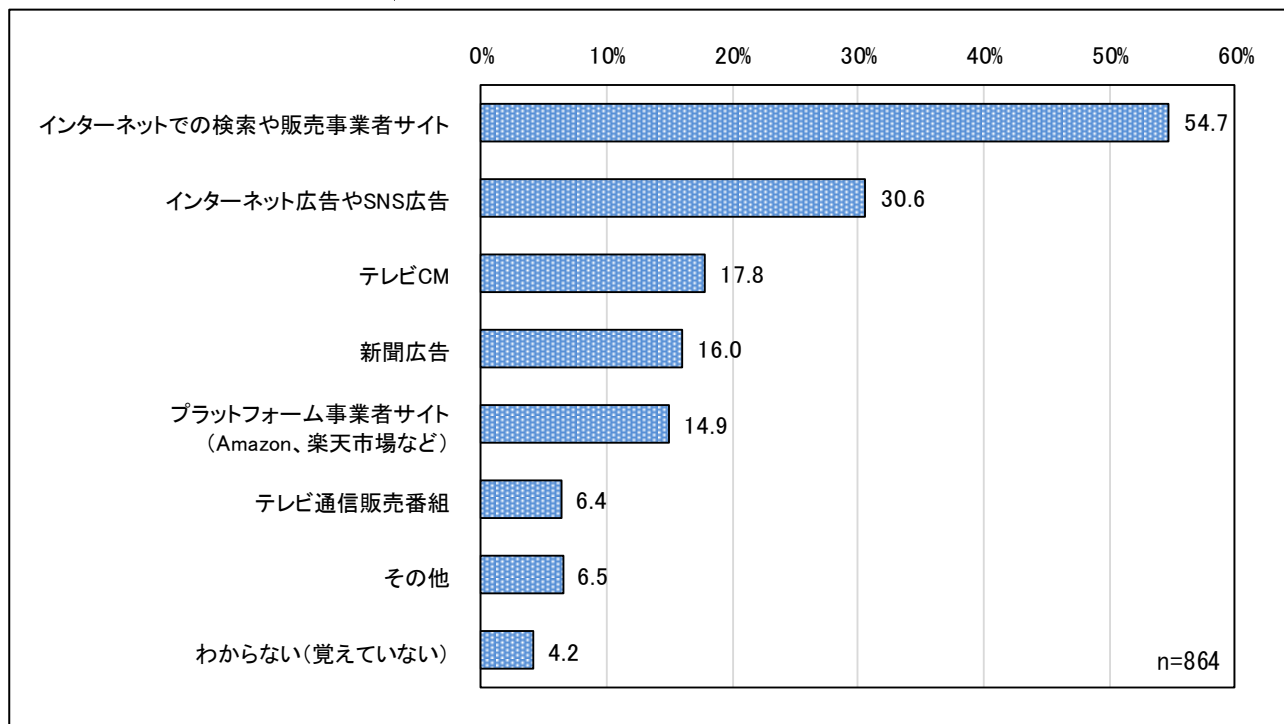
※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す

※n=864 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

③ 定期購入の認知経路

定期購入を認知している人（864 人）の認知経路は、「インターネットでの検索や販売事業者サイト」が 54.7%と最も高く、次いで「インターネット広告や SNS 広告」が 30.6%であった。

図表 2-34. 定期購入の認知経路（複数回答）



※n=864 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

【性・年齢別、家族構成別、職業別】

性別・年齢別にみると、男女ともにすべての年齢で「インターネットでの検索や販売事業者サイト」が1位となり、そのうち「男性 60～64 歳」では 64.4%と最も高く、次いで「女性 60～64 歳」では 62.2%であった。

図表 2-35. 定期購入の認知経路(複数回答) <性・年齢別、家族構成別、職業別>

		n	事業者サイト インターネットでの 検索や販売	インターネット 広告やSNS 広告	テレビCM	新聞 広告	プラット フォーム 事業者 サイト (Amazon、 楽天市場 など)	テレビ 通信販 売番組	その他	わからない (覚えていない)
全体		864	54.7	30.6	17.8	16.0	14.9	6.4	6.5	4.2
性・ 年齢別	男性	373	56.8	29.8	16.9	15.0	19.8	4.0	4.0	2.9
	60～64歳	90	64.4	25.6	10.0	12.2	30.0	2.2	—	1.1
	65～69歳	125	48.8	32.8	23.2	16.0	20.0	5.6	3.2	4.0
	70歳以上	158	58.9	29.7	15.8	15.8	13.9	3.8	7.0	3.2
	女性	491	53.2	31.2	18.5	16.7	11.2	8.1	8.4	5.1
	60～64歳	119	62.2	35.3	10.1	7.6	15.1	5.9	6.7	1.7
	65～69歳	155	51.0	27.7	17.4	18.1	11.6	6.5	8.4	5.8
	70歳以上	217	49.8	31.3	24.0	20.7	8.8	10.6	9.2	6.5
家族 構成 別	ひとり暮らし	219	55.7	36.1	19.2	11.4	14.6	7.3	4.1	5.5
	配偶者のみ	370	54.9	30.3	17.6	18.6	13.8	6.2	7.6	2.7
	子と同居	196	54.6	23.0	15.8	15.3	16.8	5.1	6.6	5.6
	親と同居	26	57.7	30.8	26.9	23.1	15.4	7.7	7.7	3.8
	その他	53	49.1	37.7	17.0	15.1	17.0	7.5	7.5	3.8
職業 別	会社員・団体職員・役員	169	63.3	29.0	14.8	11.2	17.2	5.3	4.7	3.0
	パート・アルバイト	116	54.3	38.8	19.0	19.0	12.9	6.9	3.4	3.4
	自営業・自由業	89	53.9	39.3	13.5	15.7	15.7	6.7	3.4	1.1
	専業主婦(主夫)	208	52.4	24.5	17.3	16.3	11.5	7.2	11.5	5.3
	無職(年金生活を含む)	278	52.2	29.5	20.9	17.3	16.9	5.8	5.8	5.4
	その他	4	25.0	50.0	25.0	25.0	—	25.0	25.0	—

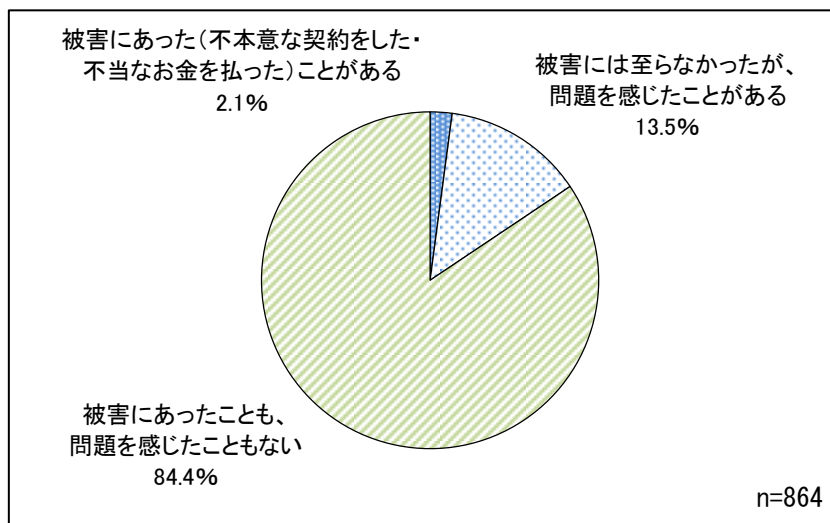
(人) (%)

※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=864 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

④ 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 2.1%、「被害には至らなかったが、問題を感じたことがある」が 13.5%、「被害にあったことも、問題を感じたこともない」が 84.4%であった。被害経験人数は 18 人であった。

図表 2-36. 定期購入での被害経験

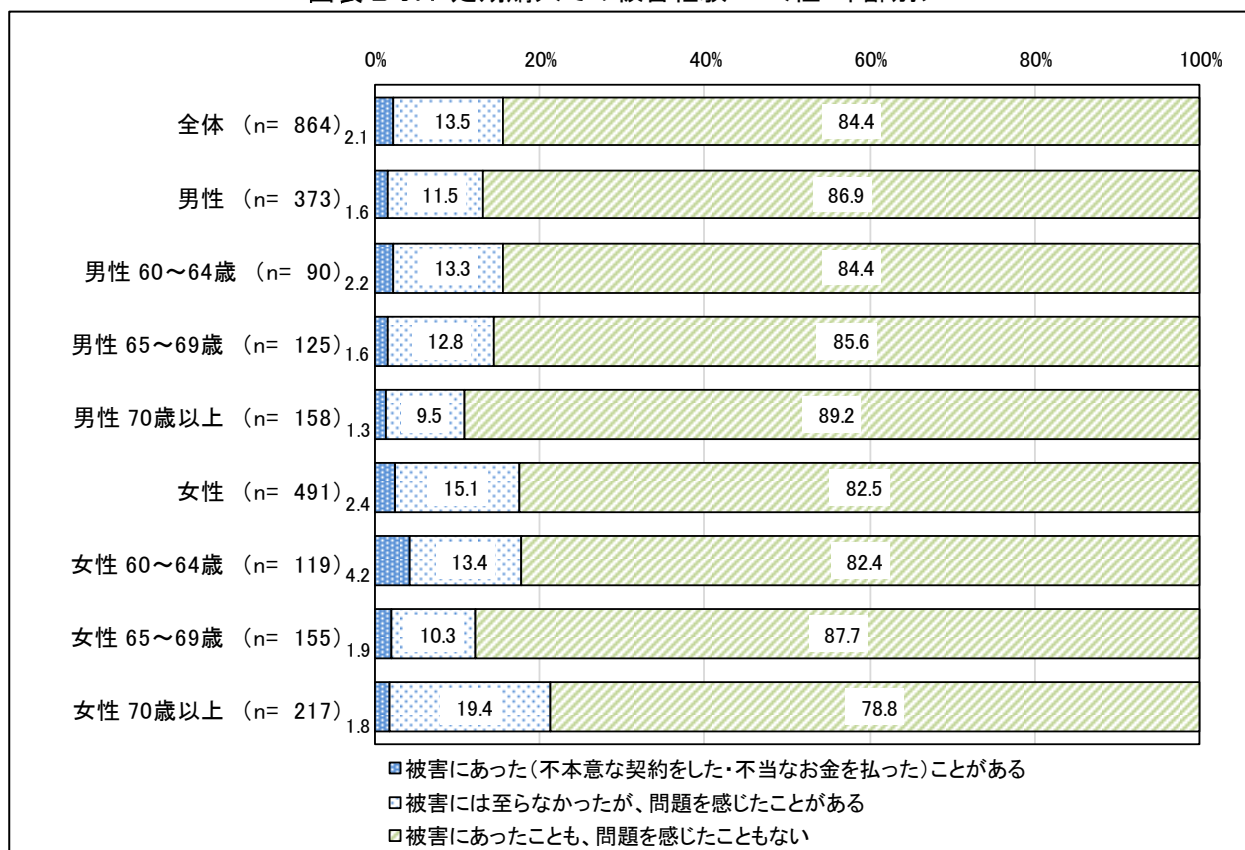


※n=864 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

【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 60～64 歳」が 4.2%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、「女性 70 歳以上」が 19.4%と最も高かった。

図表 2-37. 定期購入での被害経験 ＜性・年齢別＞

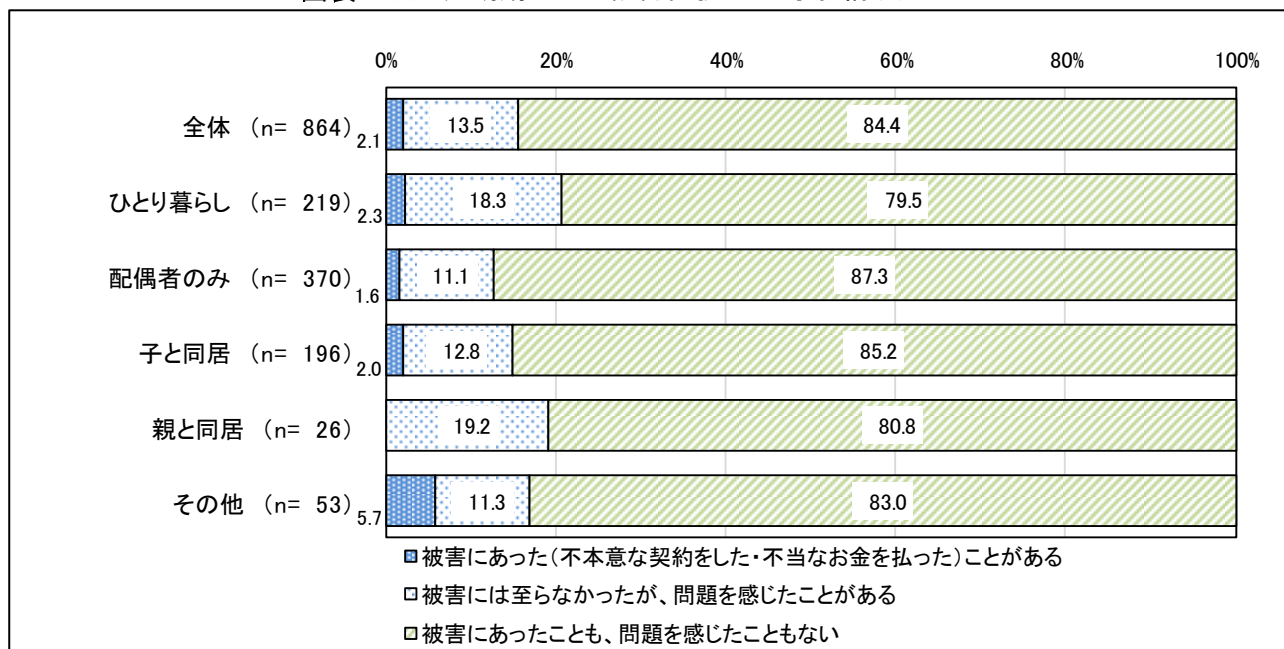


※n=864 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

【家族構成別】

回答者数が30人以下の属性及び「その他」を除き、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2.3%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「ひとり暮らし」が18.3%と最も高かった。

図表 2-38. 定期購入での被害経験 ＜家族構成別＞

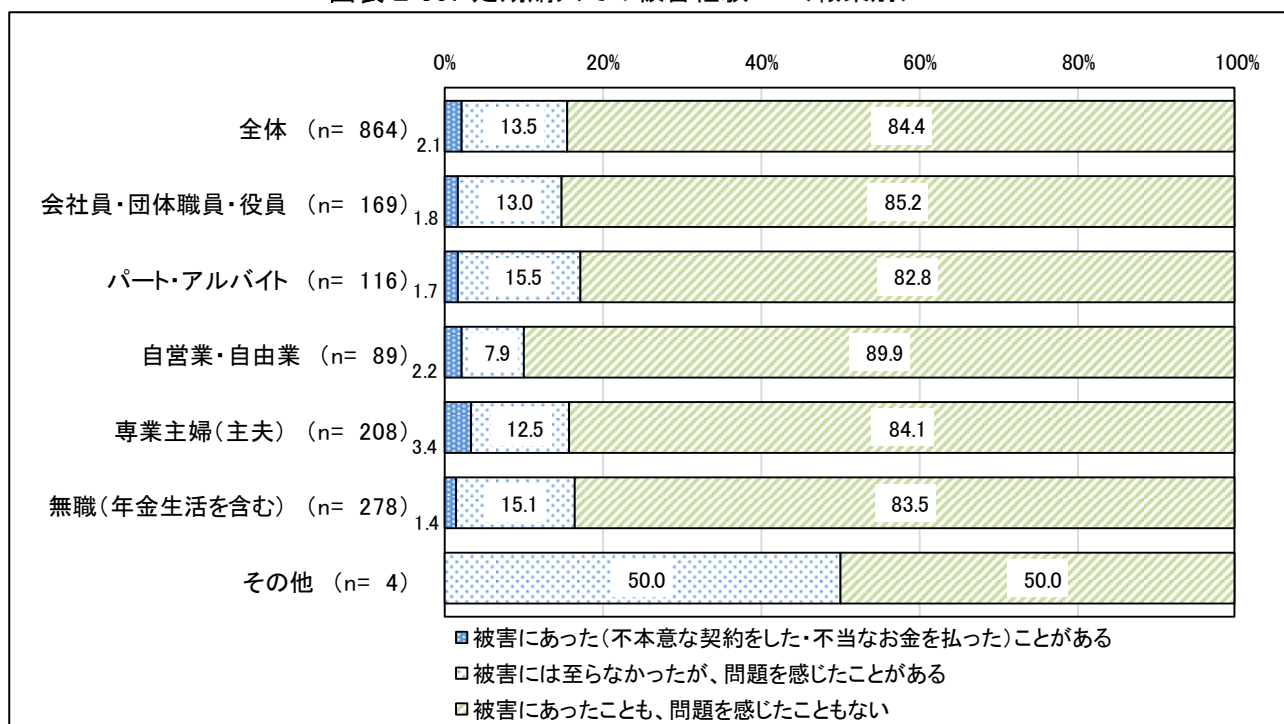


※n=864 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

【職業別】

職業別にみると、「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、「専業主婦（主夫）」が3.4%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」を除き「パート・アルバイト」が15.5%と最も高かった。

図表 2-39. 定期購入での被害経験 ＜職業別＞

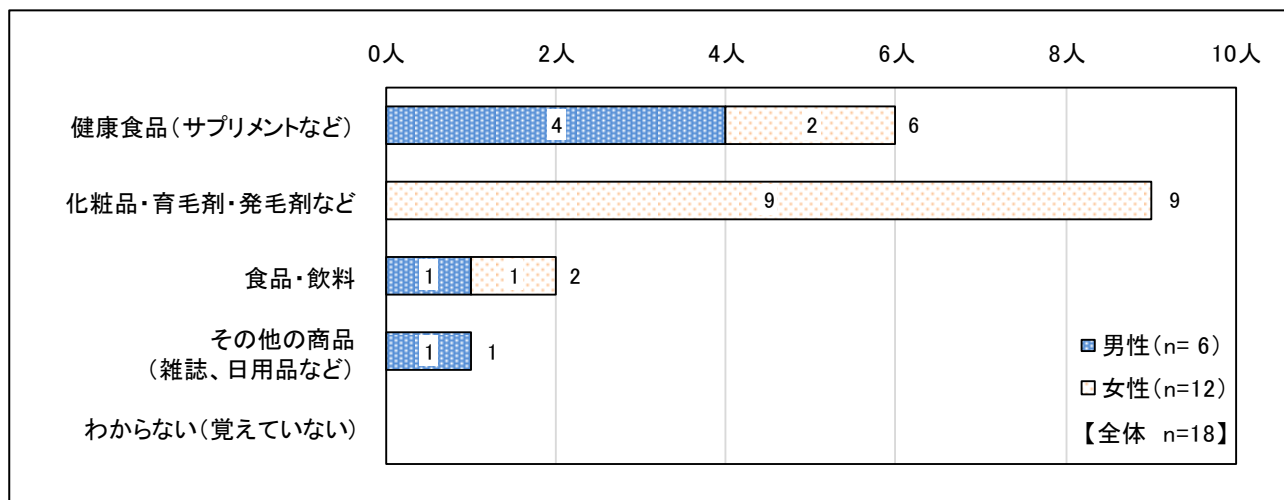


※n=864 は、定期購入を「利用したことがある」と回答した人のみ

⑤ 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、「化粧品・育毛剤・発毛剤など」が女性 9 人と最も多く、次いで「健康食品（サプリメントなど）」が 6 人（男性 4 人、女性 2 人）、「食品・飲料」が 2 人（男性 1 人、女性 1 人）であった。

図表 2-40. 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）

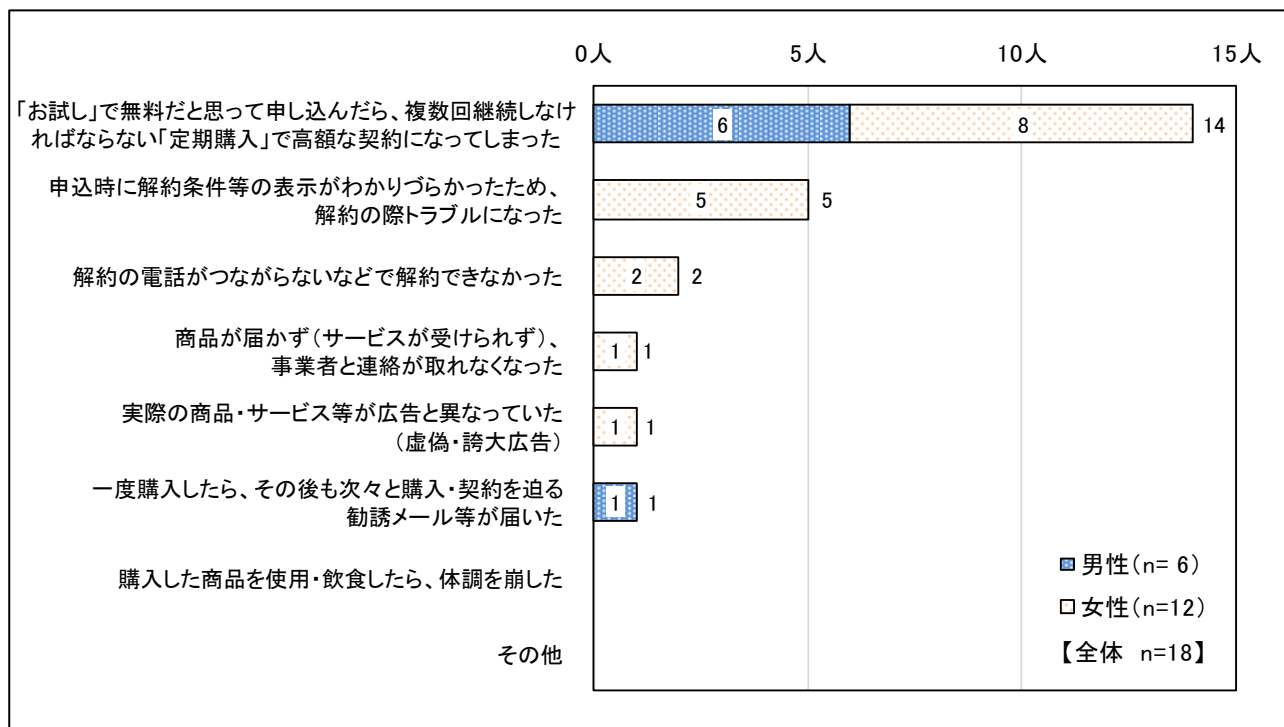


※n=18 は、定期購入で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

⑥ 定期購入での被害内容

定期購入での被害内容は、『お試し』で無料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」が 14 人（男性 6 人、女性 8 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」が女性 5 人、「解約の電話が繋がらないなどで解約できなかった」が女性 2 人であった。

図表 2-41. 定期購入での被害内容(複数回答)

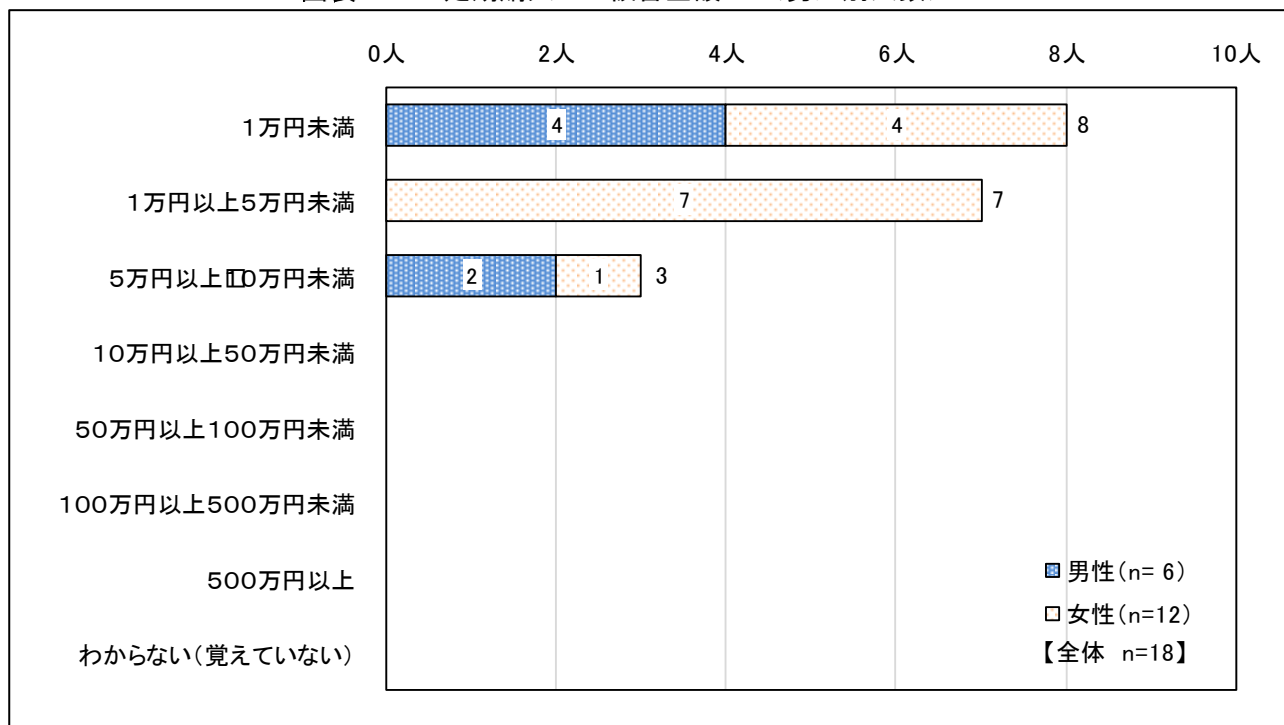


※n=18 は、定期購入で「被害にあった(不本意な契約をした・不当なお金を払った)ことがある」と回答した人のみ

⑦ 定期購入での被害金額

定期購入での被害経験者 18 人（男性 6 人、女性 12 人）の被害金額は、「1 万円未満」が 8 人（男性 4 人、女性 4 人）と最も多く、次いで「1 万円以上 5 万円未満」が女性 7 人、「5 万円以上 10 万円未満」が 3 人（男性 2 人、女性 1 人）であった。また、10 万円以上の被害はなかった。

図表 2-42. 定期購入での被害金額 <男女別人数>



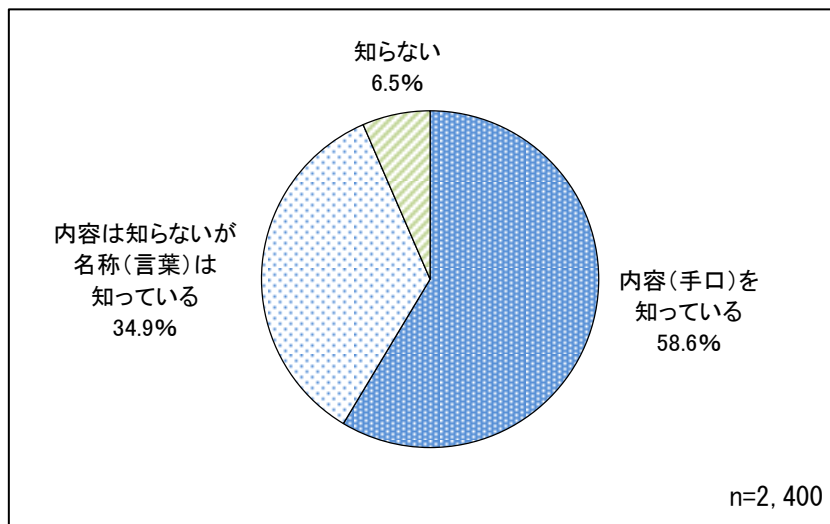
※n=18 は、定期購入で「被害にあった（不本意な契約をした・不当なお金を払った）ことがある」と回答した人のみ

(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 58.6%、「内容は知らないが名称（言葉）は知っている」が 34.9%、「知らない」が 6.5%であった。

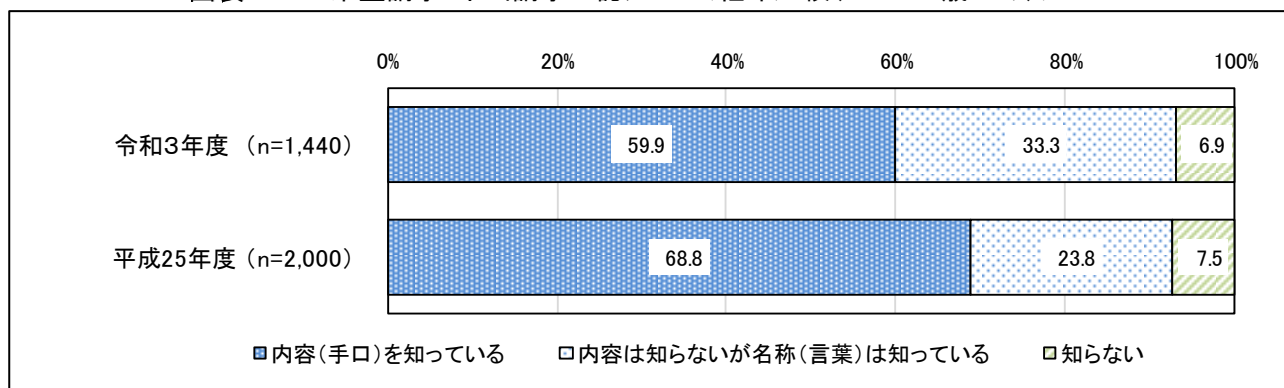
図表 2-43. 架空請求・不当請求の認知



【経年比較(60～69 歳のみ)】

架空請求・不当請求の認知度（「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」）は、前回調査の 92.6%から 93.2%と、0.6 ポイントの小幅な増加であった。

図表 2-44. 架空請求・不当請求の認知 ＜経年比較(60～69 歳のみ)＞

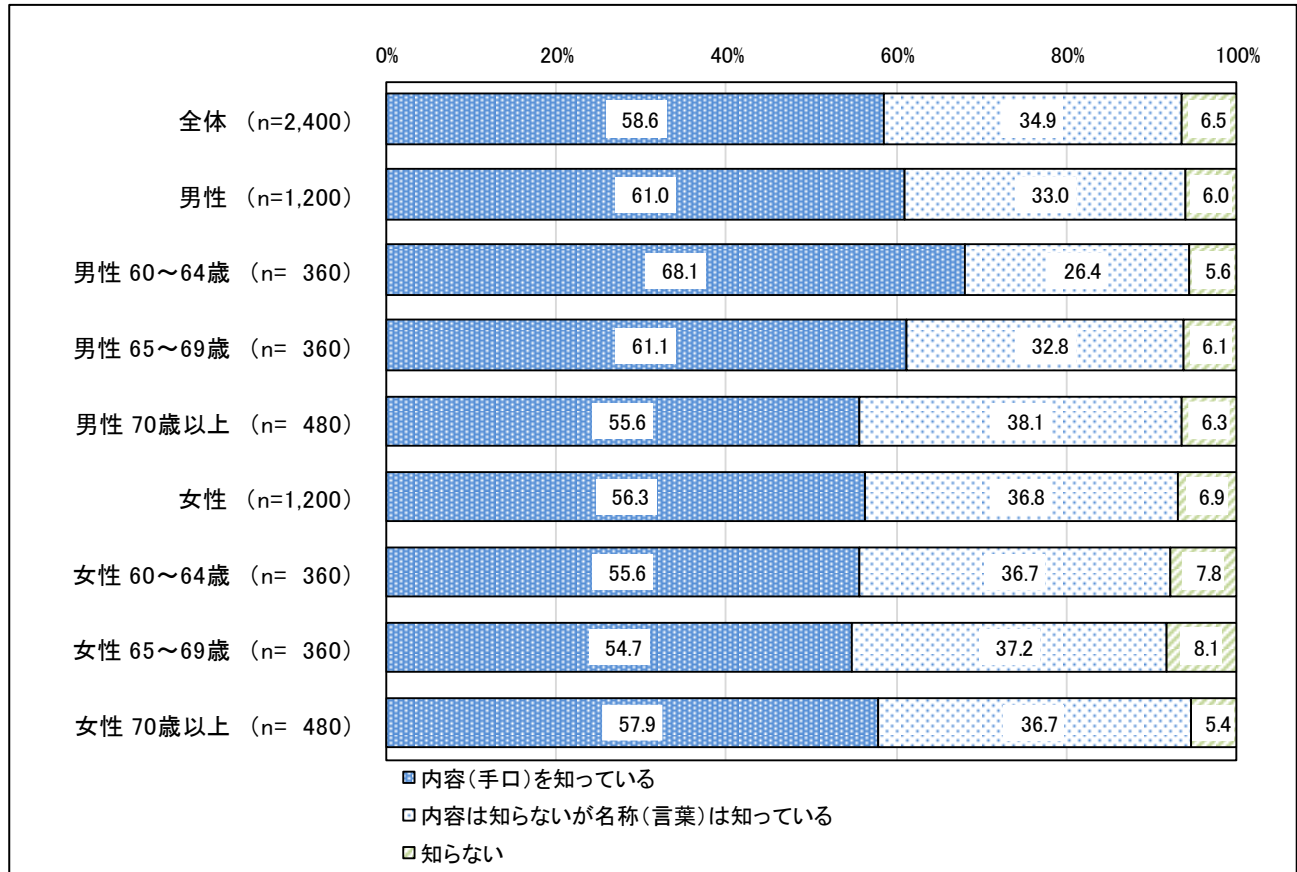


※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

【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 60～64 歳」が 68.1%と最も高かった。

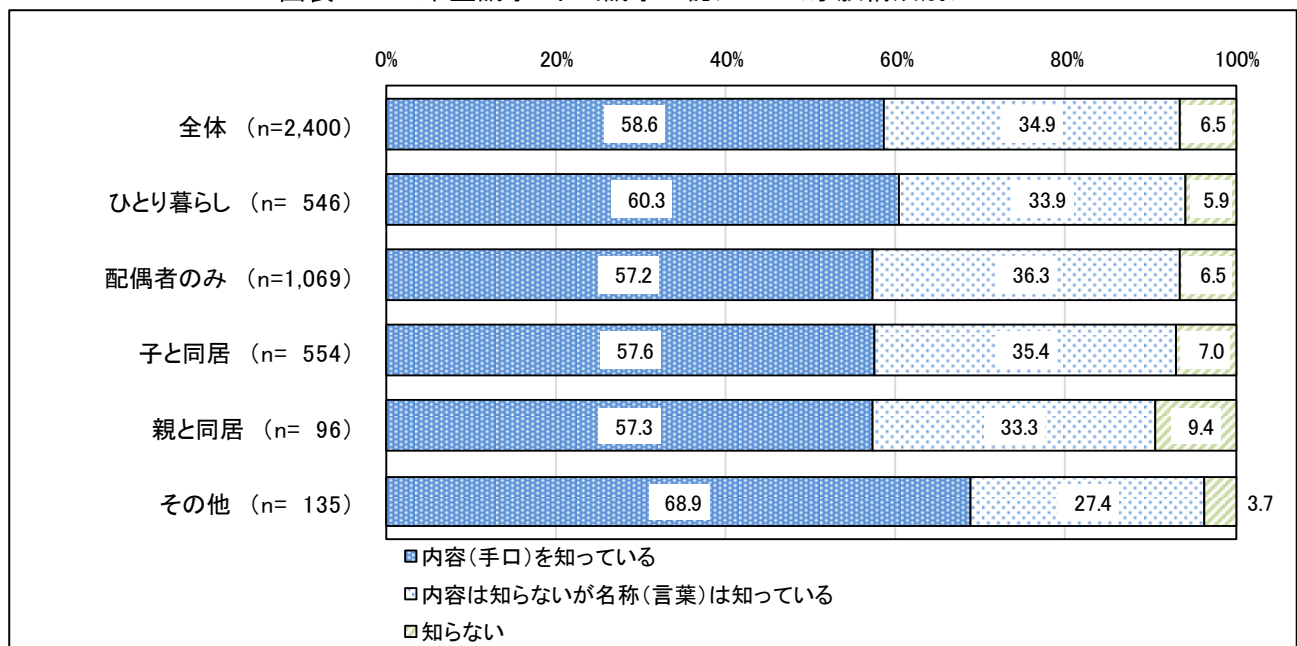
図表 2-45. 架空請求・不当請求の認知 ＜性・年齢別＞



【家族構成別】

家族構成別にみると、「内容（手口）を知っている」がいずれも5割を超えた。

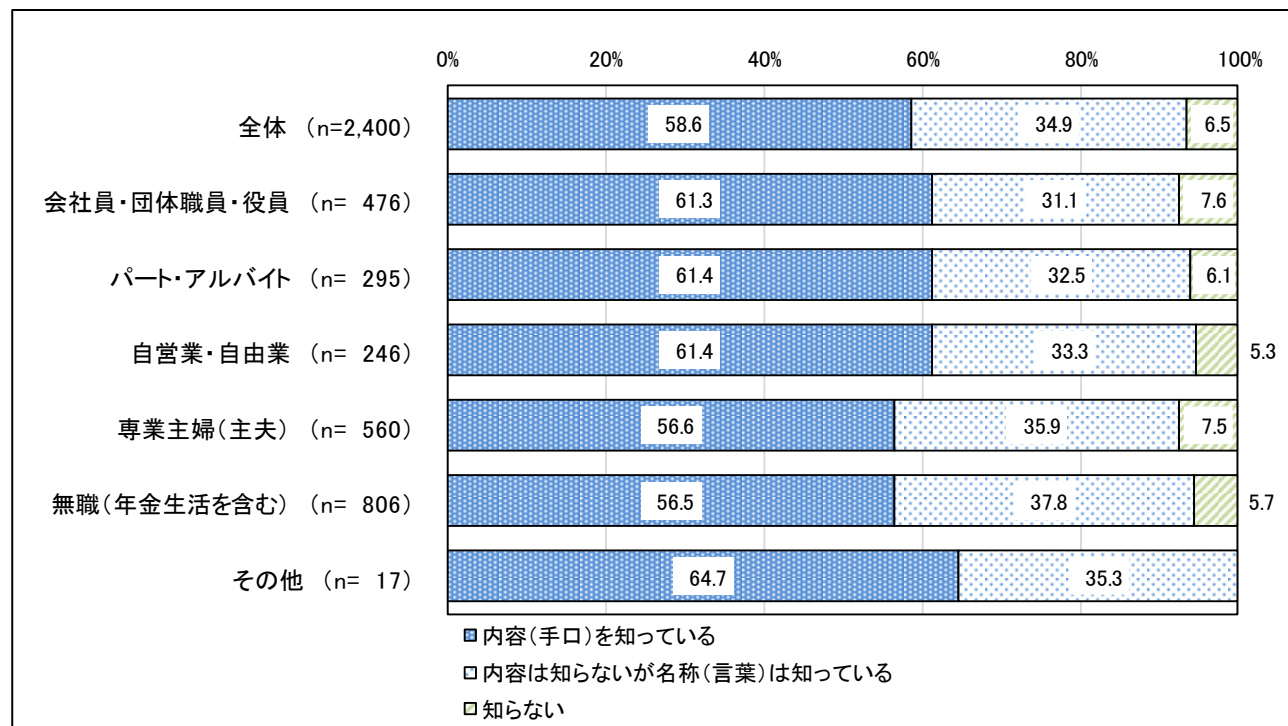
図表 2-46. 架空請求・不当請求の認知 ＜家族構成別＞



【職業別】

職業別にみると、「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「パート・アルバイト」と「自営業・自由業」がともに61.4%と同率で最も高かった。

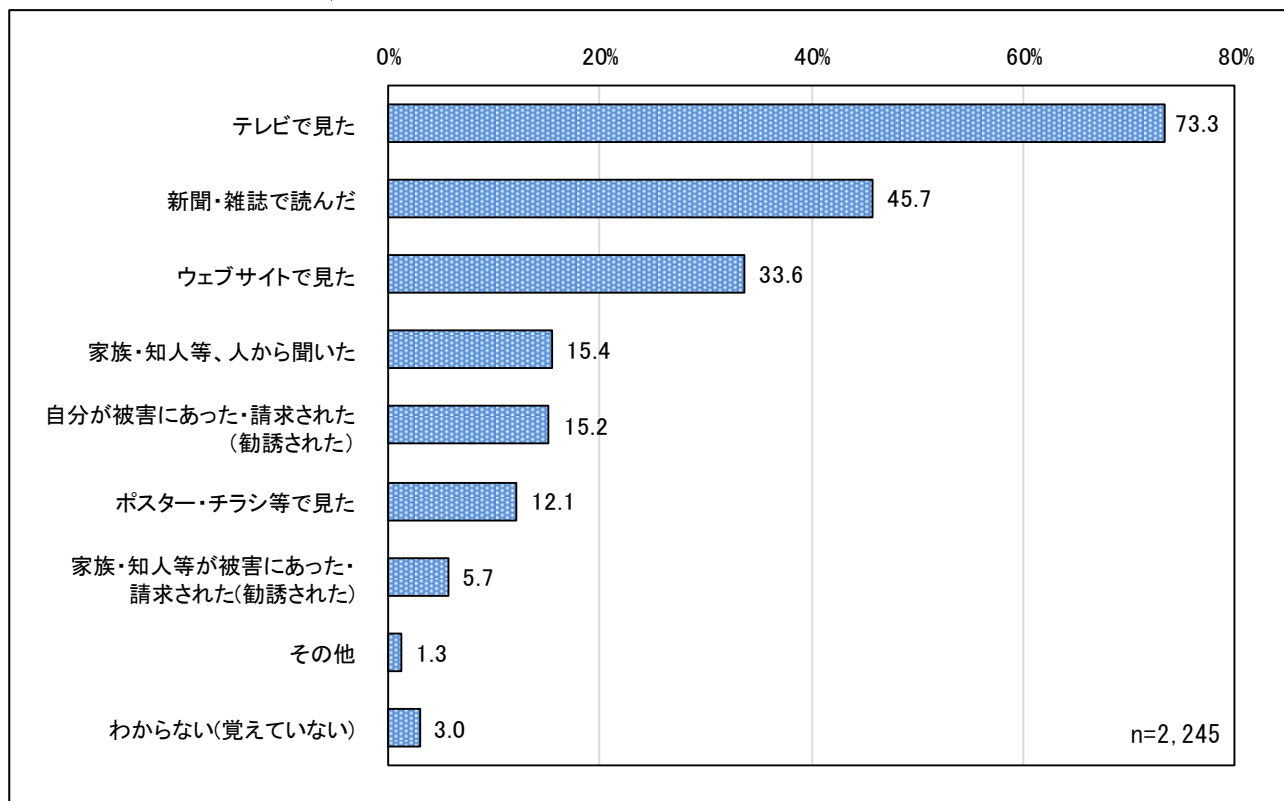
図表 2-47. 架空請求・不当請求の認知 <職業別>



② 架空請求・不当請求の認知経路

架空請求・不当請求を認知している人（2,245 人）の認知経路は、「テレビで見た」が 73.3%と最も高く、次いで「新聞・雑誌で読んだ」が 45.7%、「ウェブサイトで見た」が 33.6%であった。

図表 2-48. 架空請求・不当請求の認知経路(複数回答)

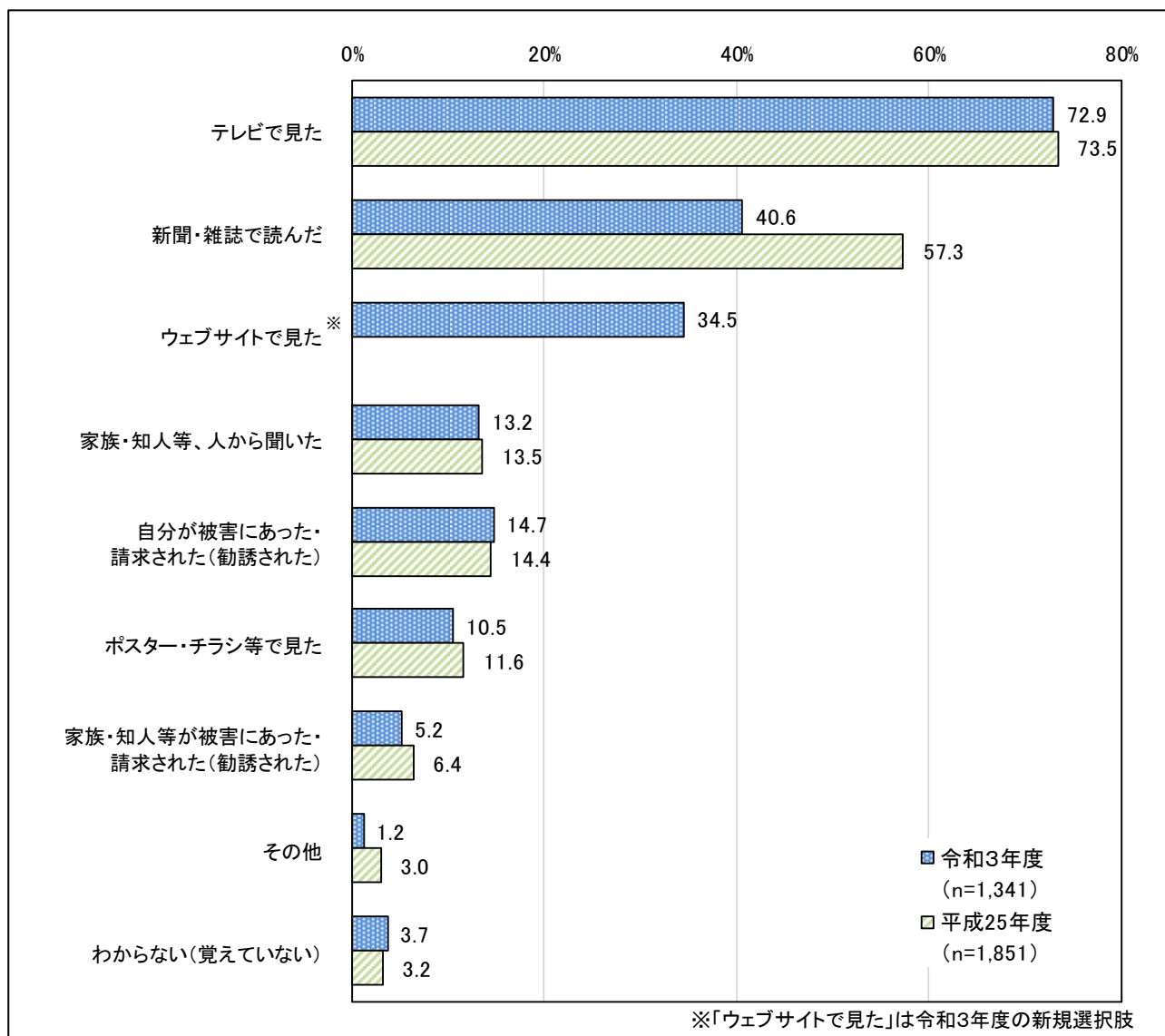


※n=2,245 は、架空請求・不当請求を「知らない」と回答した人を除く

【経年比較(60～69 歳のみ)】

「テレビで見た」は、前回調査の 73.5%から 72.9%と、0.6 ポイントの小幅な減少であったが、「新聞・雑誌で読んだ」は、57.3%から 40.6%と、16.7 ポイント減少した。

図表 2-49. 架空請求・不当請求の認知経路(複数回答) <経年比較(60～69 歳のみ)>



※架空請求・不当請求を「知らない」と回答した人を除く

※経年比較のため、令和3年度は 60～69 歳のみで集計した

【性・年齢別、家族構成別、職業別】

性別・年齢別にみると、男女ともにすべての年齢で「テレビで見た」が1位となり、そのうち「女性 60～64 歳」では 76.5%と最も高く、次いで「女性 70 歳以上」では 76.0%であった。

家族構成別にみると、いずれも「テレビで見た」が最も高く、職業別にみると、「その他」を除き「テレビで見た」が最も高かった。

図表 2-50. 架空請求・不当請求の認知経路(複数回答) <性・年齢別、家族構成別、職業別>

		n	テレビで見た	新聞・雑誌で読んだ	ウェブサイトで見た	家族・知人等、人から聞いた	自分が被害にあった・請求された (勧誘された)	ポスター・チラシ等で見た	家族・知人等が被害にあった・ 請求された(勧誘された)	その他	わからない(覚えていない)
全体		2,245	73.3	45.7	33.6	15.4	15.2	12.1	5.7	1.3	3.0
性・年齢別	男性	1,128	72.2	51.7	43.0	11.2	15.2	13.2	4.7	1.0	3.2
	60～64歳	340	70.9	42.6	45.9	11.5	16.2	11.8	5.3	0.6	3.8
	65～69歳	338	74.3	51.5	41.1	8.6	15.1	14.2	4.1	1.5	3.6
	70歳以上	450	71.6	58.7	42.2	12.9	14.7	13.6	4.7	0.9	2.4
	女性	1,117	74.4	39.7	24.2	19.6	15.1	10.9	6.6	1.6	2.9
	60～64歳	332	76.5	32.2	27.1	14.2	13.3	7.2	6.9	0.6	3.3
	65～69歳	331	70.1	35.6	23.3	18.7	14.2	8.8	4.5	2.1	3.9
	70歳以上	454	76.0	48.2	22.7	24.2	17.2	15.2	7.9	2.0	1.8
家族構成別	ひとり暮らし	514	69.6	32.5	33.9	12.5	15.4	10.3	6.8	2.1	3.7
	配偶者のみ	999	72.7	50.2	32.4	15.9	16.0	12.0	5.2	1.1	3.3
	子と同居	515	77.7	49.9	32.2	17.9	12.6	14.6	5.0	0.8	2.7
	親と同居	87	73.6	51.7	39.1	12.6	16.1	13.8	8.0	1.1	1.1
	その他	130	74.6	43.8	43.8	14.6	17.7	8.5	5.4	1.5	0.8
職業別	会社員・団体職員・役員	440	70.0	47.0	44.1	15.5	14.5	14.1	3.9	0.7	3.2
	パート・アルバイト	277	75.8	36.5	30.3	13.7	13.4	14.1	5.4	1.8	2.9
	自営業・自由業	233	72.1	44.6	43.8	10.3	12.4	9.9	4.3	0.9	3.0
	専業主婦(主夫)	518	76.3	45.9	20.7	23.0	15.6	11.4	7.9	1.0	3.5
	無職(年金生活を含む)	760	73.0	48.9	33.9	12.5	16.3	11.2	5.7	1.7	2.6
	その他	17	52.9	29.4	58.8	5.9	35.3	17.6	5.9	5.9	5.9

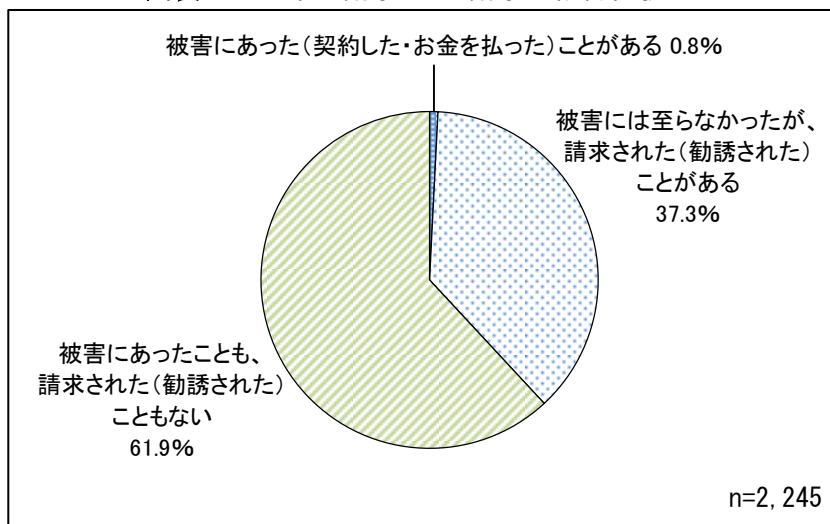
(人) (%)

※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
※n=2,245 は、架空請求・不当請求を「知らない」と回答した人を除く

③ 架空請求・不当請求の被害経験

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 0.8%、「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 37.3%、「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 61.9%であった。被害経験人数は 17 人であった。

図表 2-51. 架空請求・不当請求の被害経験

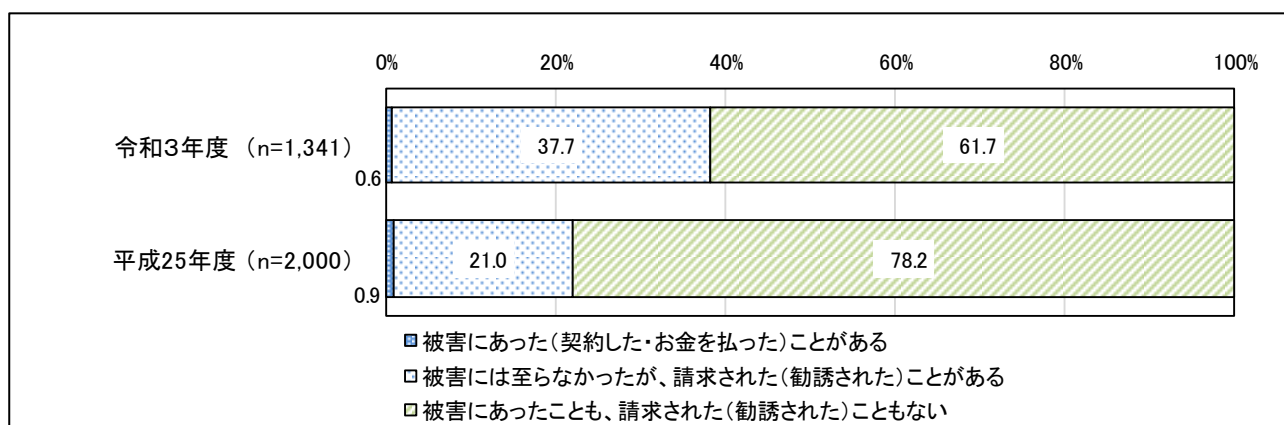


※n=2,245 は、架空請求・不当請求を「知らない」と回答した人を除く

【経年比較(60～69 歳のみ)】

「被害にあった（契約した・お金を払った）ことがある」は、前回調査の 0.9%から 0.6%と、0.3 ポイントの小幅な減少であった。また、「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 21.0%から 37.7%と、16.7 ポイント増加した。

図表 2-52. 架空請求・不当請求の被害経験 <経年比較(60～69 歳のみ)>



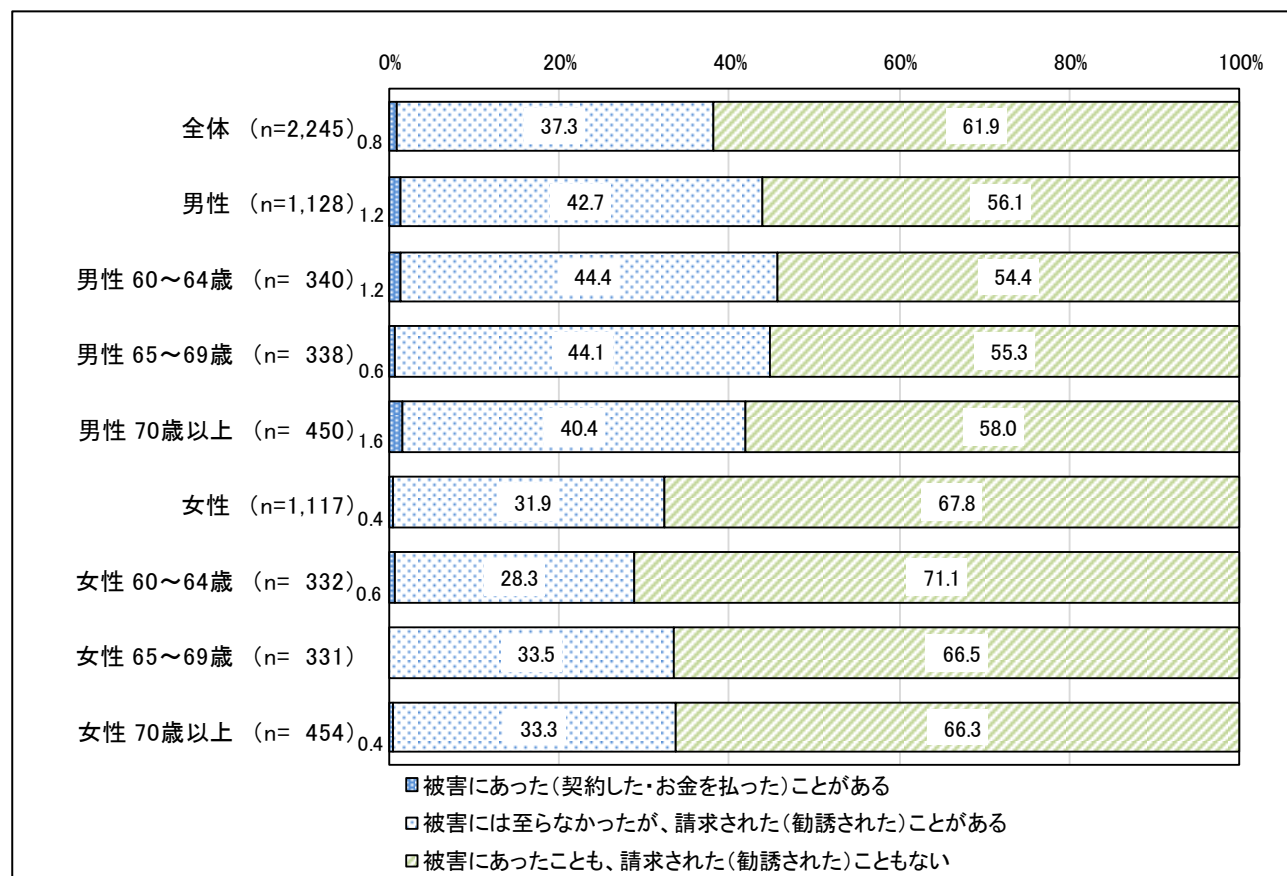
※架空請求・不当請求を「知らない」と回答した人を除く

※経年比較のため、令和3年度は 60～69 歳のみで集計した

【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1.2%で女性の0.4%よりも0.8ポイント高く、「男性70歳以上」が1.6%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60～64歳」が44.4%と最も高く、次いで「男性65～69歳」が44.1%であった。

図表 2-53. 架空請求・不当請求の被害経験 ＜性・年齢別＞

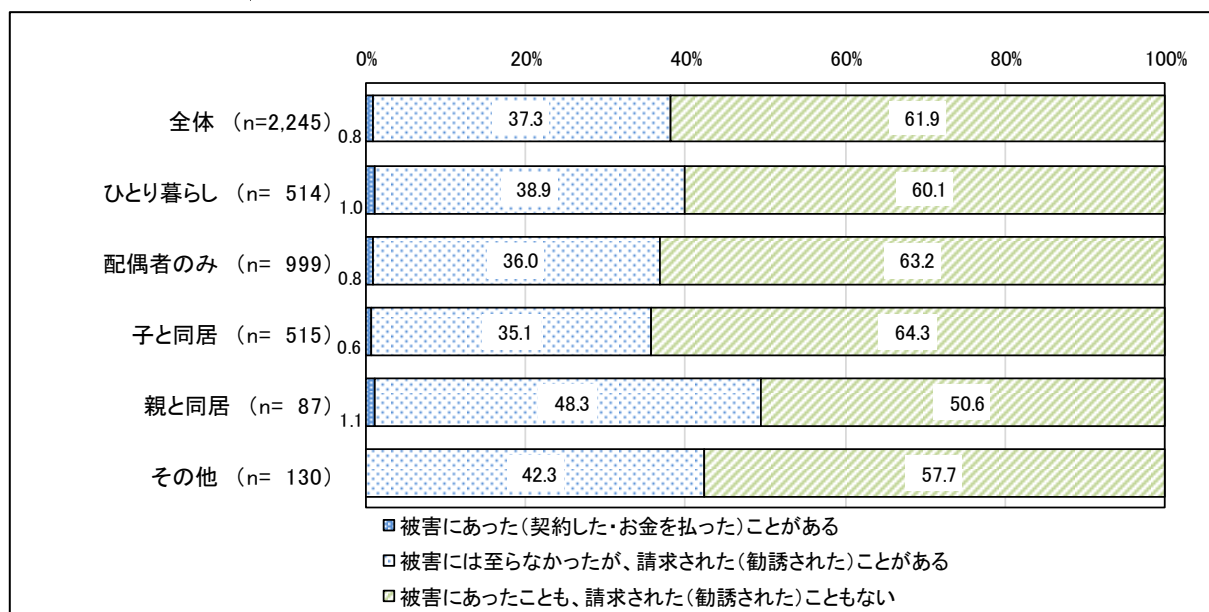


※n=2,245 は、架空請求・不当請求を「知らない」と回答した人を除く

【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、「親と同居」が1.1%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48.3%と最も高く、次いで「ひとり暮らし」が38.9%であった。

図表 2-54. 架空請求・不当請求の被害経験 ＜家族構成別＞

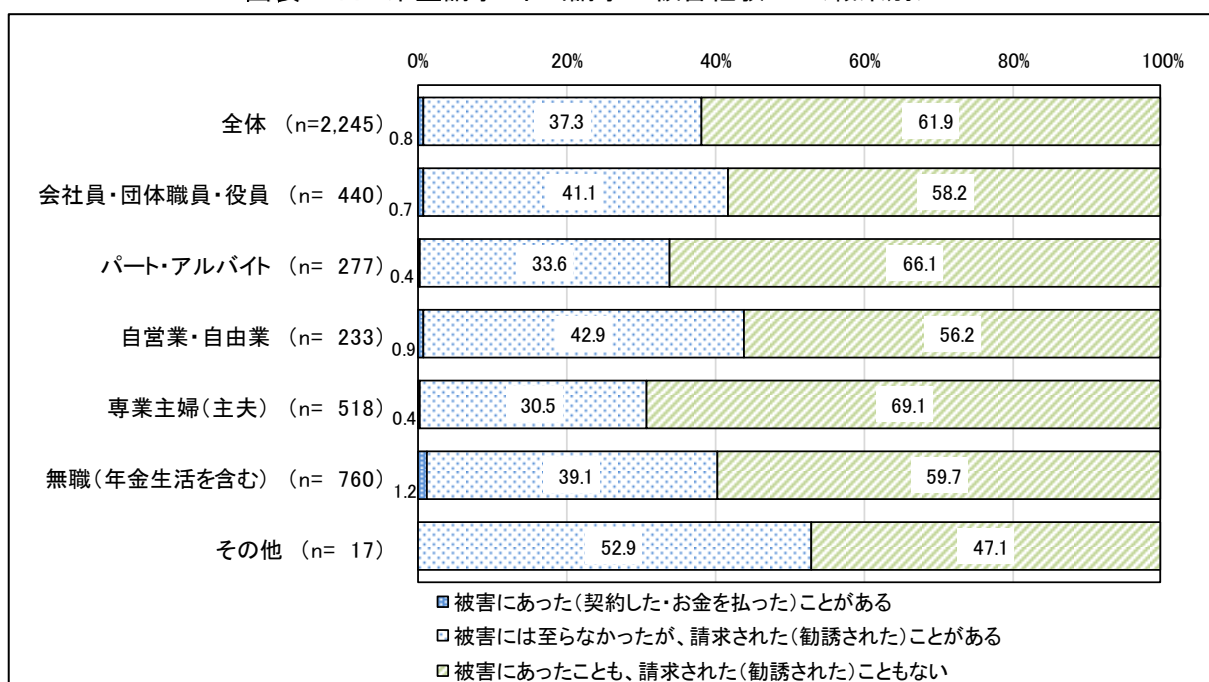


※n=2,245 は、架空請求・不当請求を「知らない」と回答した人を除く

【職業別】

職業別にみると、「被害にあった（契約した・お金を払った）ことがある」は、「無職（年金生活を含む）」が1.2%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「自営業・自由業」が42.9%と最も高く、次いで「会社員・団体職員・役員」が41.1%であった。

図表 2-55. 架空請求・不当請求の被害経験 ＜職業別＞

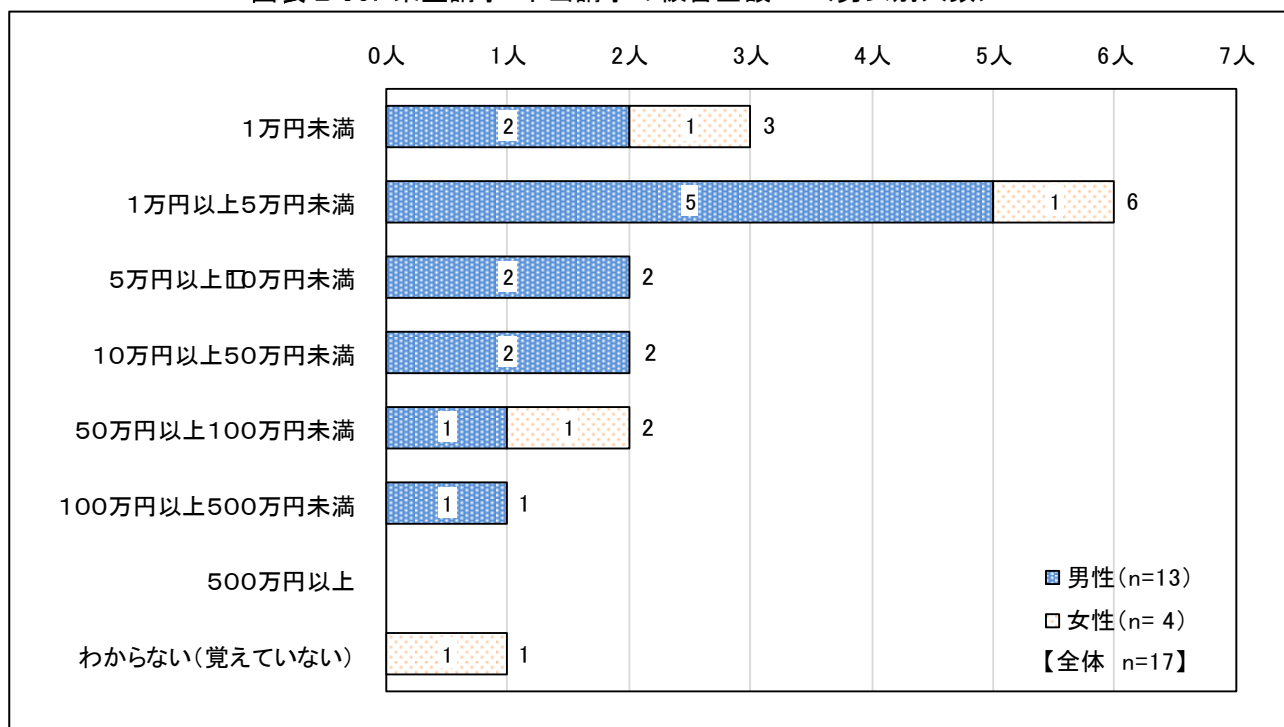


※n=2,245 は、架空請求・不当請求を「知らない」と回答した人を除く

④ 架空請求・不当請求の被害金額

架空請求・不当請求の被害経験者 17 人（男性 13 人、女性 4 人）の被害金額は、「1 万円以上 5 万円未満」が 6 人（男性 5 人、女性 1 人）と最も多く、次いで「1 万円未満」が 3 人（男性 2 人、女性 1 人）、「5 万円以上 10 万円未満」と「10 万円以上 50 万円未満」が男性 2 人、「50 万円以上 100 万円未満」が 2 人（男性 1 人、女性 1 人）、「100 万円以上 500 万円未満」が男性 1 人であった。

図表 2-56. 架空請求・不当請求の被害金額 <男女別人数>



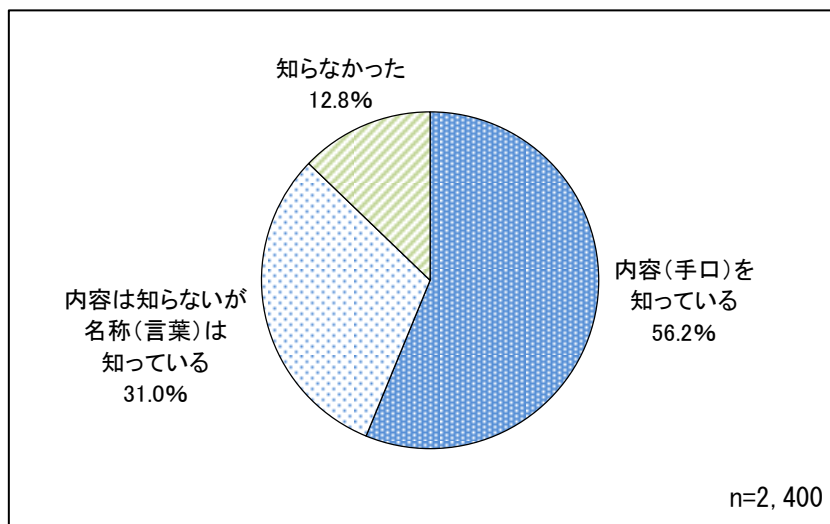
※n=17 は、架空請求・不当請求で「被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した人のみ

（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 56.2%、「内容は知らないが名称（言葉）は知っている」が 31.0%、「知らなかった」が 12.8%であった。

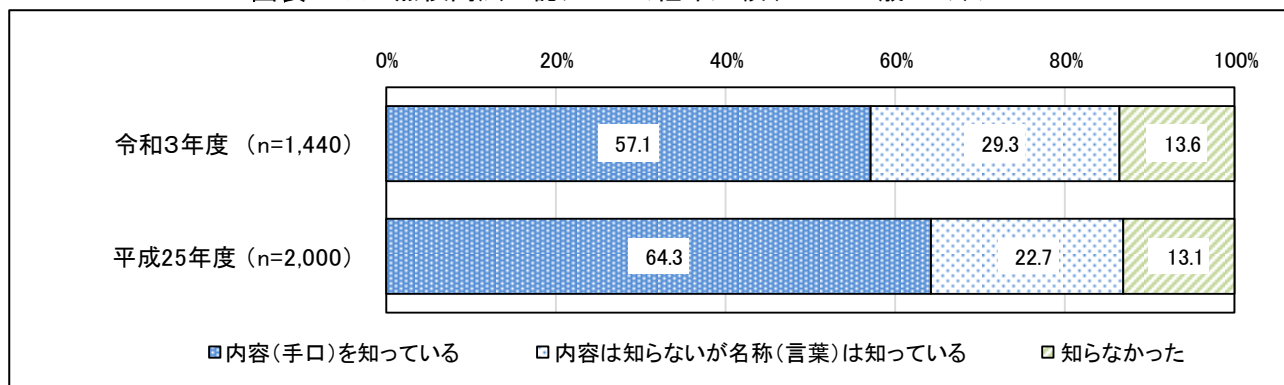
図表 2-57. 点検商法の認知



【経年比較(60～69 歳のみ)】

点検商法の認知度（「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」）は、前回調査の 87.0%から 86.4%と、0.6 ポイントの小幅な減少であった。

図表 2-58. 点検商法の認知 ＜経年比較(60～69 歳のみ)＞

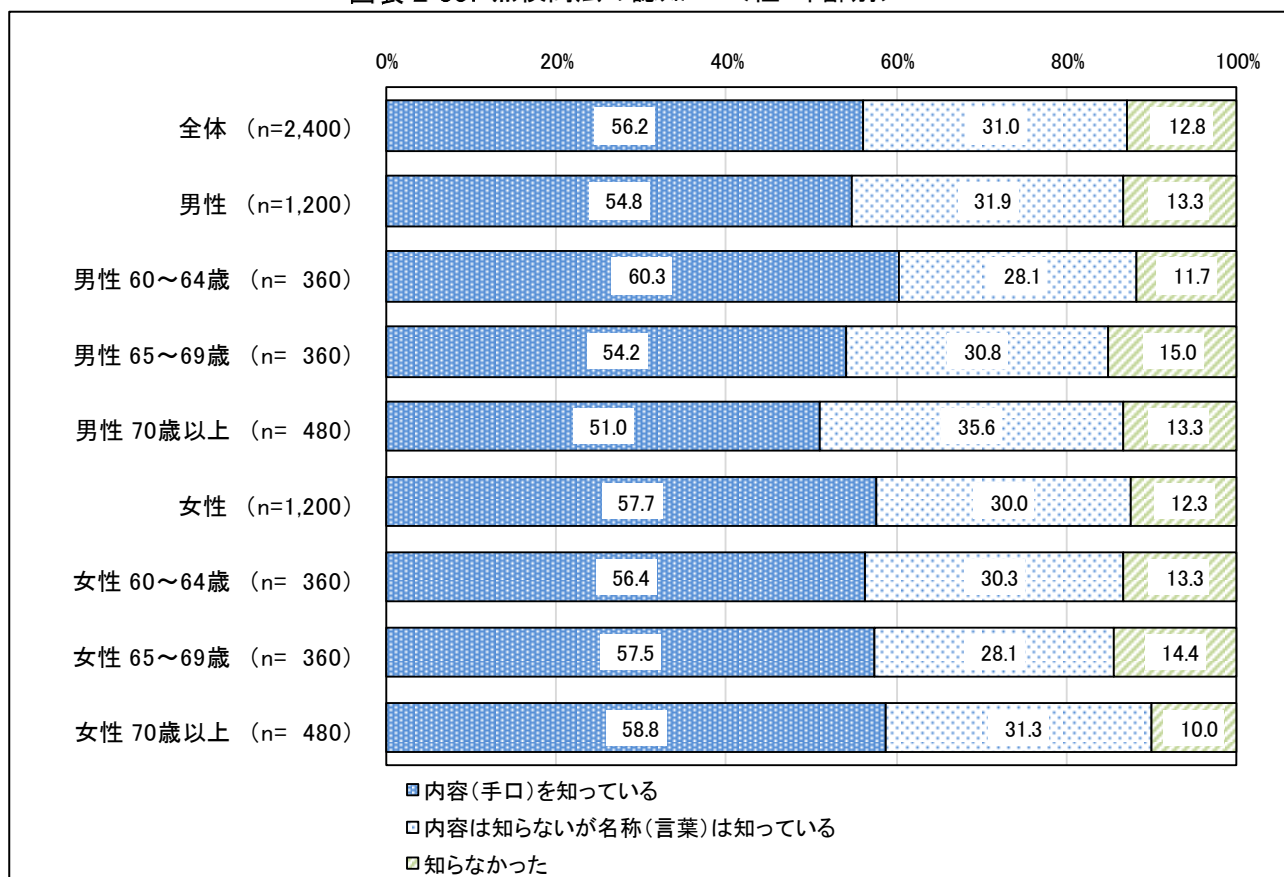


※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

【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60～64歳」が60.3%と最も高かった。

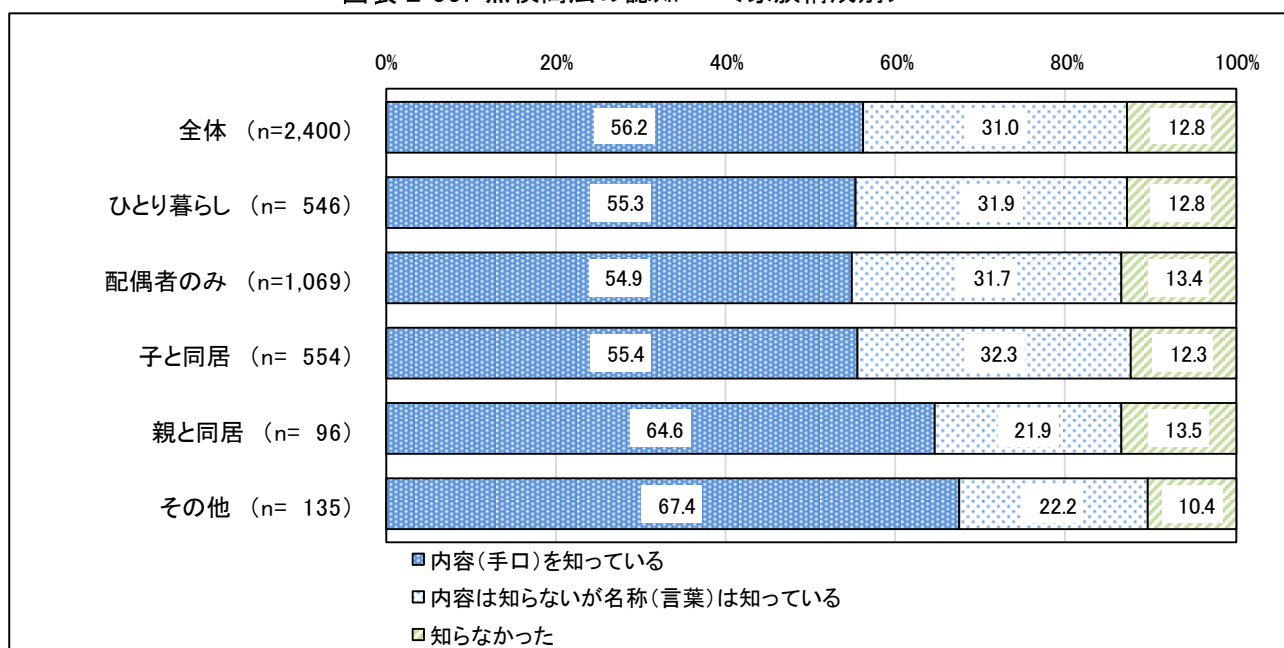
図表 2-59. 点検商法の認知 ＜性・年齢別＞



【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「親と同居」が64.6%と最も高く、次いで「子と同居」が55.4%であった。

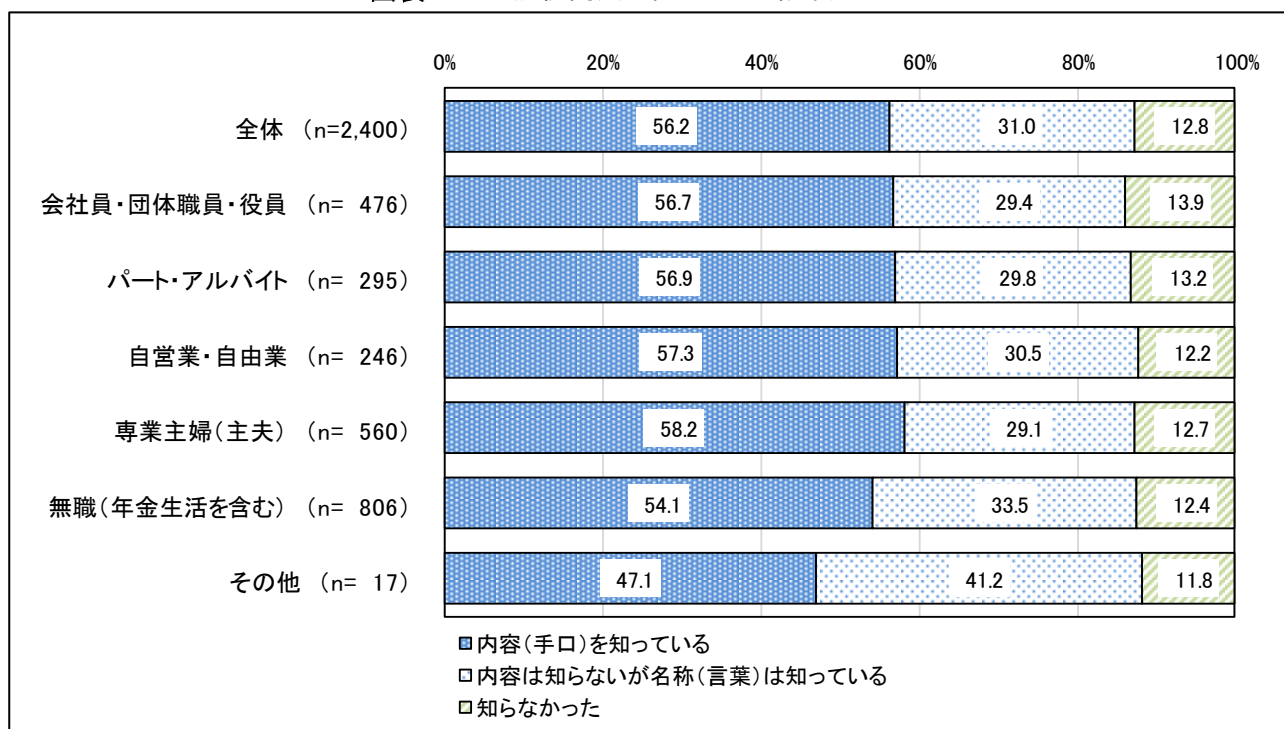
図表 2-60. 点検商法の認知 ＜家族構成別＞



【職業別】

職業別にみると、「その他」を除き「内容（手口）を知っている」はいずれも 5 割を超え、そのうち「専業主婦（主夫）」が 58.2%と最も高く、次いで「自営業・自由業」が 57.3%であった。

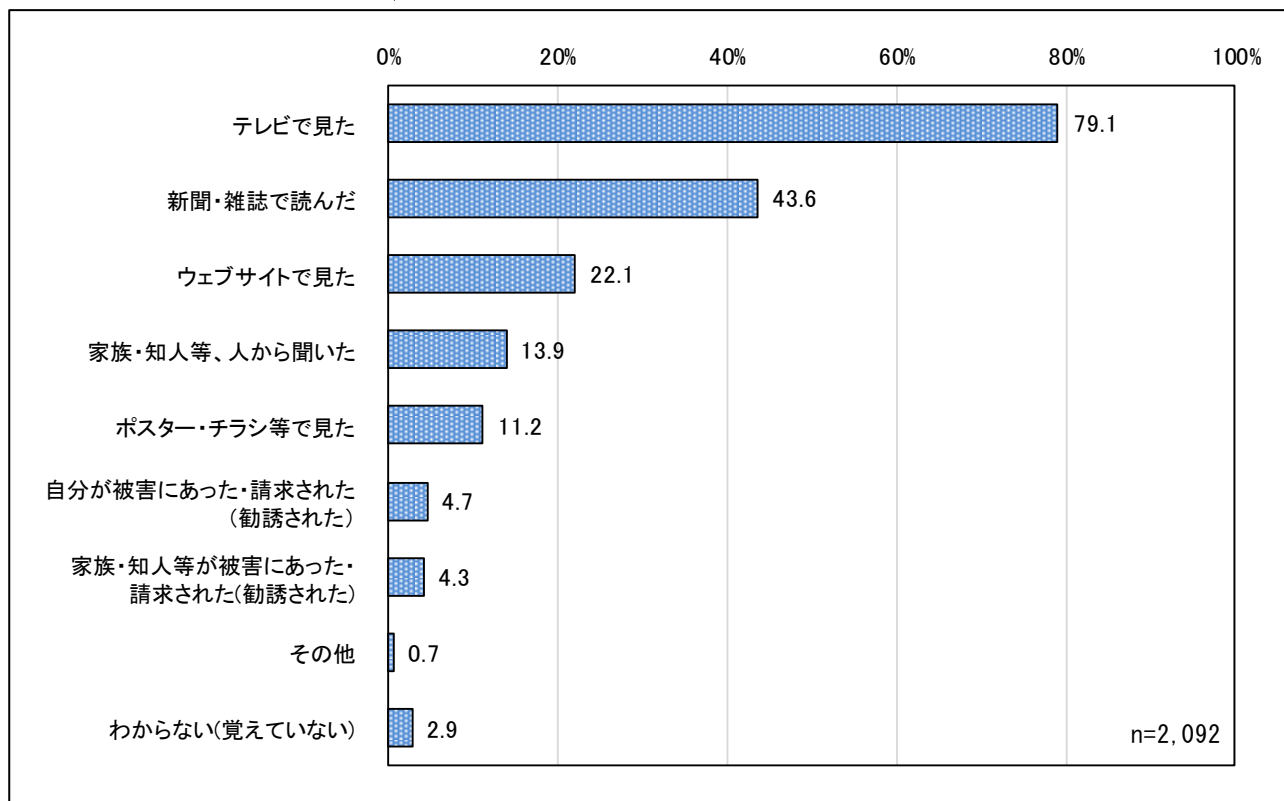
図表 2-61. 点検商法の認知 ＜職業別＞



② 点検商法の認知経路

点検商法を認知している人（2,092 人）の認知経路は、「テレビで見た」が 79.1%と最も高く、次いで「新聞・雑誌で読んだ」が 43.6%、「ウェブサイトで見た」が 22.1%であった。

図表 2-62. 点検商法の認知経路(複数回答)

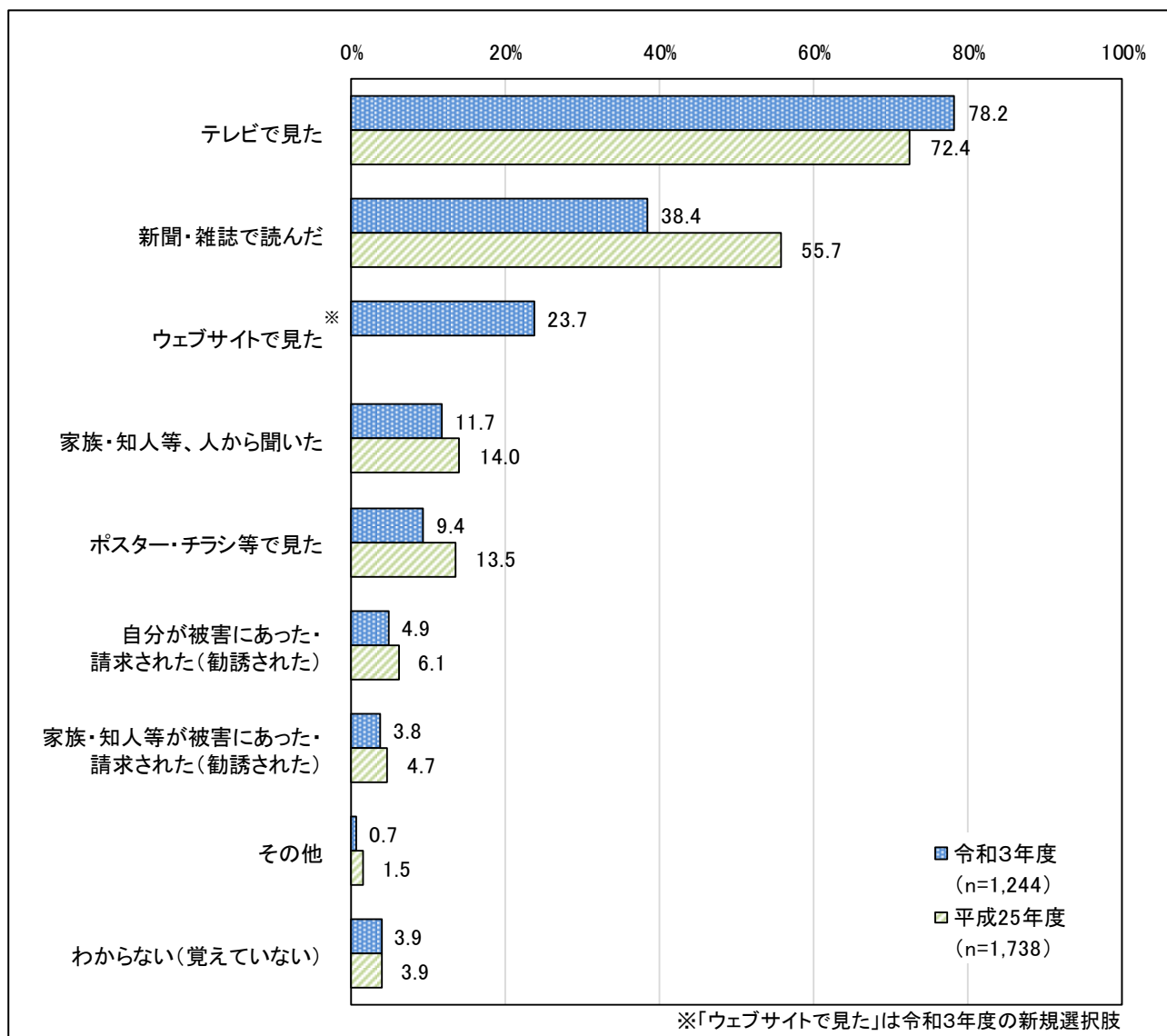


※n=2,092 は、点検商法を「知らない」と回答した人を除く

【経年比較(60～69 歳のみ)】

「テレビで見た」は、前回調査の 72.4%から 78.2%と、5.8 ポイント増加したが、「新聞・雑誌で読んだ」は、55.7%から 38.4%と、17.3 ポイント減少した。

図表 2-63. 点検商法の認知経路(複数回答) <経年比較(60～69 歳のみ)>



※点検商法を「知らない」と回答した人を除く

※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

【性・年齢別、家族構成別、職業別】

性別・年齢別にみると、男女ともにすべての年齢で「テレビで見た」が1位となり、そのうち「男性70歳以上」と「女性65～69歳」では、ともに80.8%と同率で最も高かった。

家族構成別、職業別でみると、いずれも「テレビで見た」が最も高かった。

図表 2-64. 点検商法の認知経路(複数回答) <性・年齢別、家族構成別、職業別>

		n	テレビで見た	新聞・雑誌で読んだ	ウェブサイトで見た	家族・知人等、人から聞いた	ポスター・チラシ等で見た	自分が被害にあった・請求された (勧誘された)	家族・知人等が被害にあった・請求された (勧誘された)	その他	わからない(覚えていない)
全体		2,092	79.1	43.6	22.1	13.9	11.2	4.7	4.3	0.7	2.9
性・年齢別	男性	1,040	78.1	49.6	29.2	10.2	12.1	4.0	3.3	0.5	2.9
	60～64歳	318	72.6	39.9	34.3	10.1	9.1	6.0	3.5	0.6	4.1
	65～69歳	306	80.1	48.7	28.8	8.5	13.1	3.9	3.3	0.3	3.9
	70歳以上	416	80.8	57.7	25.7	11.5	13.7	2.6	3.1	0.5	1.2
	女性	1,052	80.1	37.6	15.0	17.5	10.4	5.4	5.4	1.0	2.9
	60～64歳	312	79.5	32.1	17.9	11.2	7.4	4.2	6.1	0.3	4.2
	65～69歳	308	80.8	33.1	13.6	17.2	8.1	5.5	2.3	1.6	3.2
	70歳以上	432	80.1	44.9	13.9	22.2	14.1	6.3	7.2	0.9	1.6
家族構成別	ひとり暮らし	476	77.3	29.6	24.4	10.3	8.4	5.7	4.6	1.5	3.6
	配偶者のみ	926	80.2	48.3	19.2	14.3	11.9	4.1	4.1	0.5	2.7
	子と同居	486	80.2	49.4	23.9	15.8	12.8	3.3	3.9	0.4	2.7
	親と同居	83	68.7	39.8	20.5	12.0	13.3	13.3	8.4	1.2	2.4
	その他	121	80.2	42.1	28.9	18.2	9.9	5.8	4.1	－	2.5
職業別	会社員・団体職員・役員	410	74.6	46.1	32.9	12.0	12.9	3.2	3.7	1.0	3.4
	パート・アルバイト	256	82.8	36.7	18.4	13.7	14.8	2.7	4.3	0.8	3.5
	自営業・自由業	216	81.9	37.0	28.7	8.8	10.2	2.3	2.3	0.9	2.8
	専業主婦(主夫)	489	81.8	44.0	14.1	21.3	11.5	6.1	6.7	0.4	1.8
	無職(年金生活を含む)	706	77.9	46.5	20.1	11.5	9.2	6.2	3.7	0.7	3.0
	その他	15	66.7	40.0	46.7	13.3	6.7	－	6.7	－	6.7

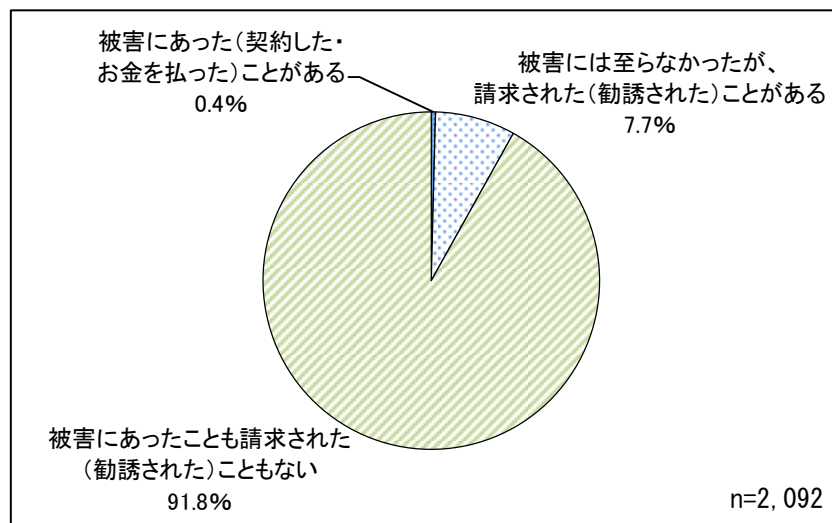
(人) (%)

※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=2,092 は、点検商法を「知らない」と回答した人を除く

③ 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（契約した・お金を払った）ことがある」が 0.4%、「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 7.7%、「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 91.8%であった。被害経験人数は 9 人であった。

図表 2-65. 点検商法の被害経験

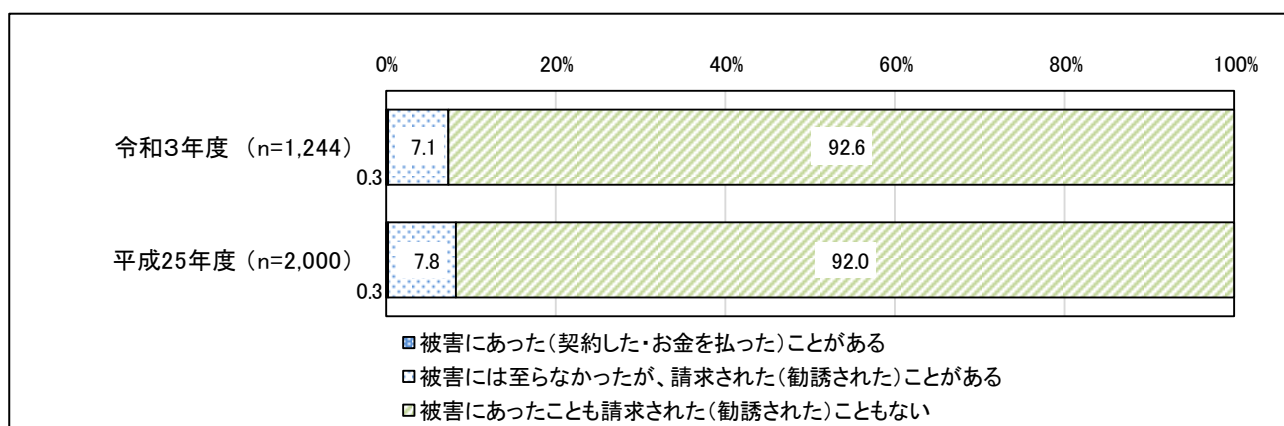


※n=2,092 は、点検商法を「知らない」と回答した人を除く

【経年比較(60～69 歳のみ)】

「被害にあった（契約した・お金を払った）ことがある」は、前回調査の 0.3%と同率の 0.3%であった。また、「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 7.8%から 7.1%と、0.7 ポイントの小幅な減少であった。

図表 2-66. 点検商法の被害経験 <経年比較(60～69 歳のみ)>



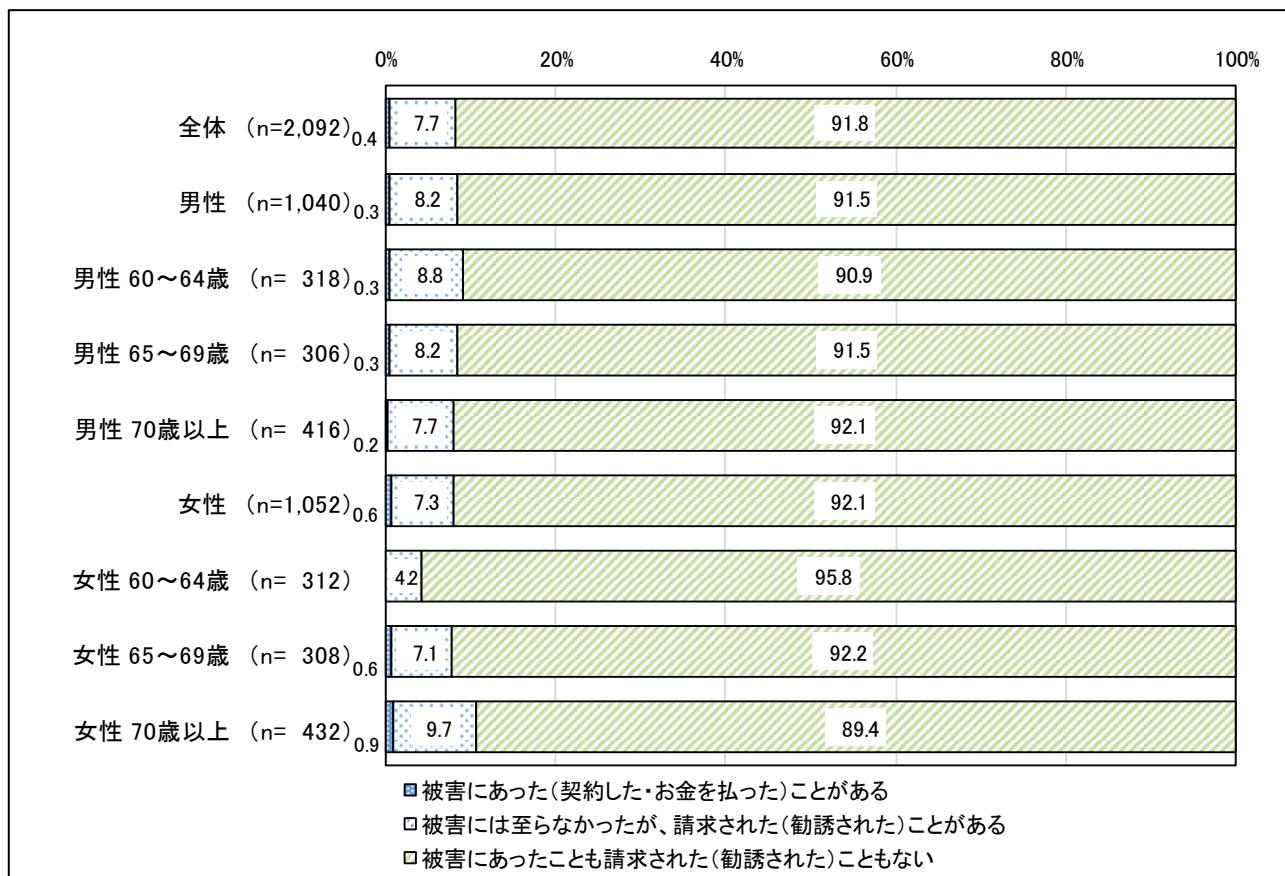
※点検商法を「知らない」と回答した人を除く

※経年比較のため、令和 3 年度は 60～69 歳のみで集計した

【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「被害にあった（契約をした・お金を払った）ことがある」は、女性が0.6%で男性の0.3%よりも0.3ポイント高く、「女性70歳以上」が0.9%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、「女性70歳以上」が9.7%と最も高く、次いで「男性60～64歳」が8.8%であった。

図表 2-67. 点検商法の被害経験 ＜性・年齢別＞

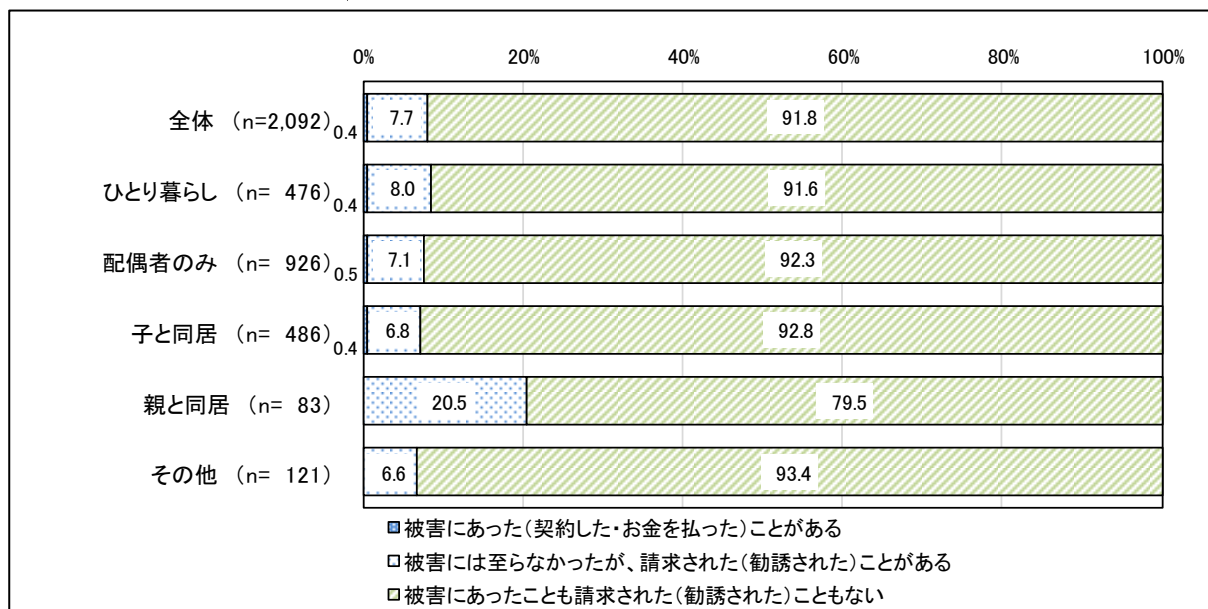


※n=2,092 は、点検商法を「知らない」と回答した人を除く

【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、「配偶者のみ」が0.5%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、「親と同居」が20.5%と最も高く、次いで「ひとり暮らし」が8.0%であった。

図表 2-68. 点検商法の被害経験 <家族構成別>

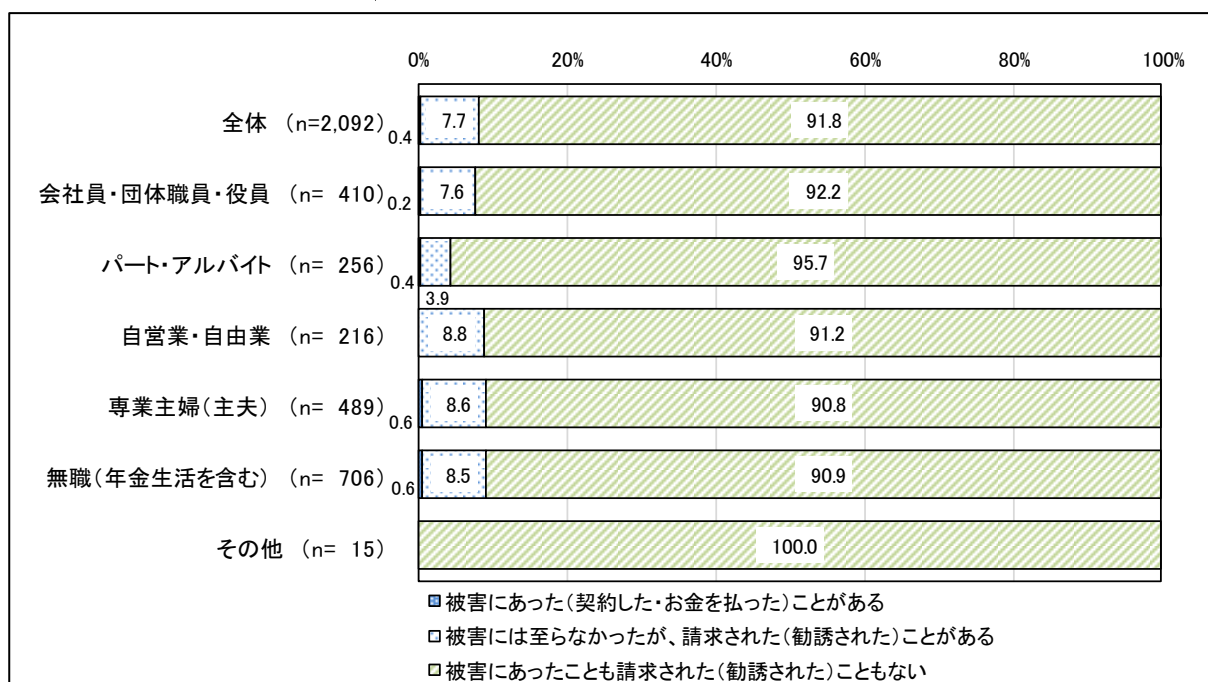


※n=2,092 は、点検商法を「知らない」と回答した人を除く

【職業別】

職業別にみると、「被害にあった（契約した・お金を払った）ことがある」は、「専業主婦（主夫）」と「無職（年金生活を含む）」がともに0.6%と同率で最も高かった。「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、「自営業・自由業」が8.8%と最も高く、次いで「専業主婦（主夫）」が8.6%であった。

図表 2-69. 点検商法の被害経験 <職業別>

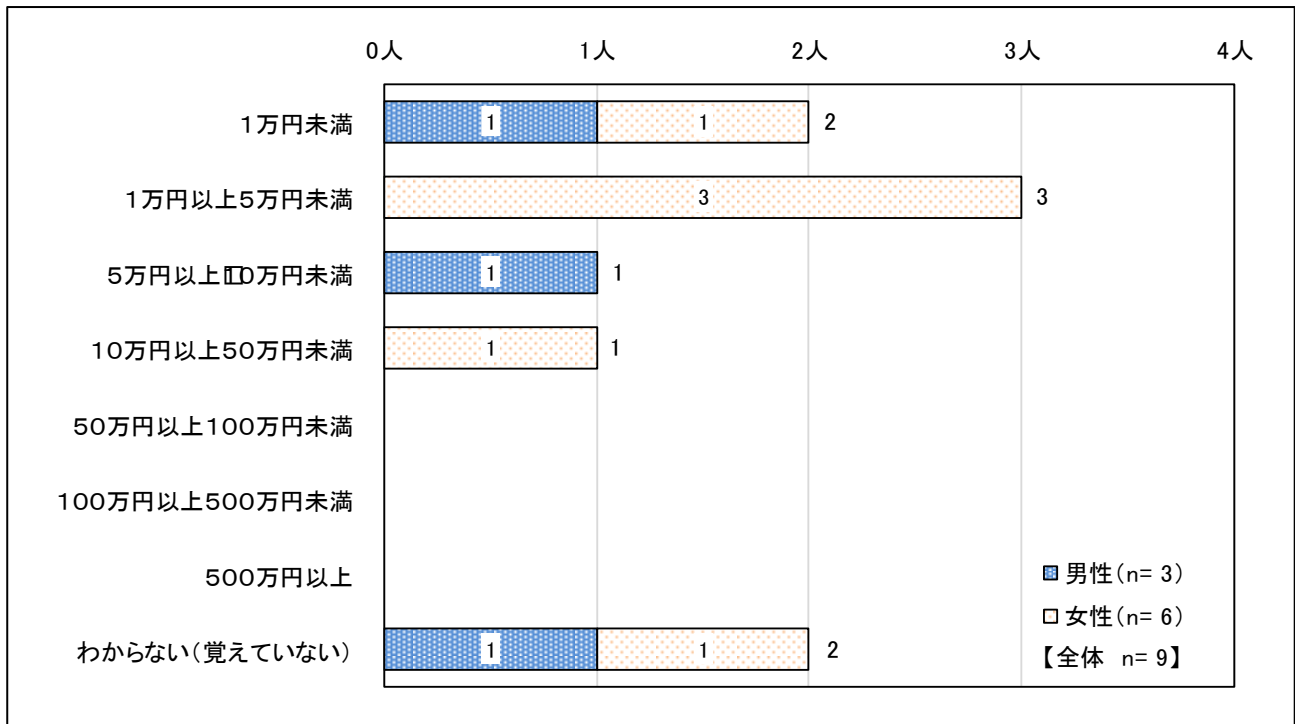


※n=2,092 は、点検商法を「知らない」と回答した人を除く

④ 点検商法の被害金額

点検商法の被害経験者 9 人（男性 3 人、女性 6 人）の被害金額は、「1 万円以上 5 万円未満」が女性 3 人と最も多く、次いで「1 万円未満」が 2 人（男性 1 人、女性 1 人）、「5 万円以上 10 万円未満」が男性 1 人、「10 万円以上 50 万円未満」が女性 1 人であった。また、50 万円以上の被害はなかった。

図表 2-70. 点検商法の被害金額 <男女別人数>



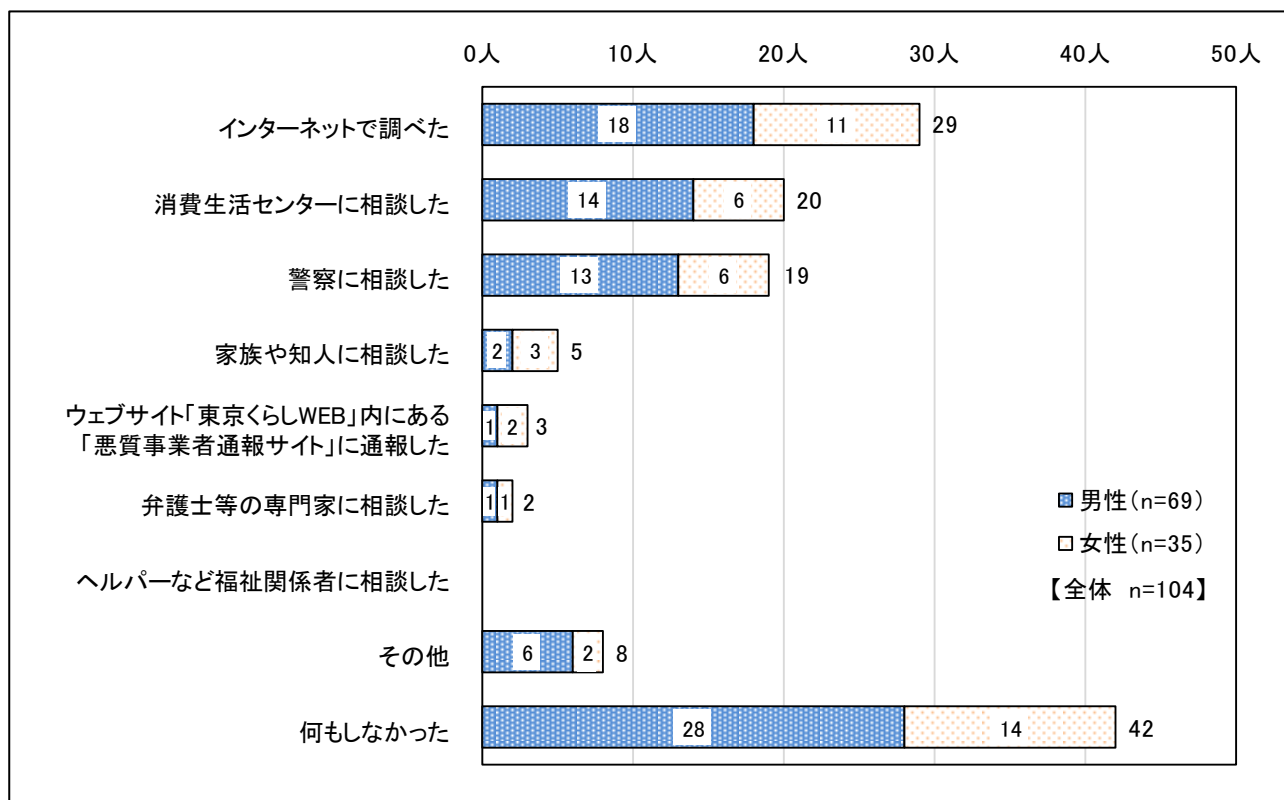
※n=9 は、点検商法で「被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した人のみ

（６）被害後の行動について

① 被害後の行動

被害経験者 104 人のうち、被害後に何らかの行動を行ったのが 62 人、何もしなかったのが 42 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 29 人（男性 18 人、女性 11 人）と最も多く、次いで「消費生活センターに相談した」が 20 人（男性 14 人、女性 6 人）、「警察に相談した」が 19 人（男性 13 人、女性 6 人）であった。

図表 2-71. 被害後の行動(複数回答) <男女別人数>



※n=104 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、職業別】

性別・年齢別にみると、男女ともにすべての年齢で「何もしなかった」が高い傾向にあるが、「女性 70 歳以上」では「インターネットで調べた」が 43.8%と最も高かった。具体的な行動では、男女ともに「インターネットで調べた」が高い傾向にあった。また、「男性 65～69 歳」では「消費生活センターに相談した」が 28.0%と最も高く、「男性 60～64 歳」では「警察に相談した」が 26.9%と最も高かった。

家族構成別にみると、いずれも「何もしなかった」が最も高かった。

職業別にみると、いずれも「何もしなかった」が最も高かった。具体的な行動では、「インターネットで調べた」が高い傾向にある一方、「自営業・自由業」では「警察に相談した」が 35.7%と最も高かった。

図表 2-72. 被害後の行動(複数回答) <性・年齢別、家族構成別、職業別>

		n	インターネットで調べた	消費生活センターに相談した	警察に相談した	家族や知人に相談した	内にある「悪質事業者通報サイト」に通報した	弁護士等の専門家に相談した	ヘルパーなど福祉関係者に相談した	その他	何もしなかった
全体		104	27.9	19.2	18.3	4.8	2.9	1.9	-	7.7	40.4
性・年齢別	男性	69	26.1	20.3	18.8	2.9	1.4	1.4	-	8.7	40.6
	60～64歳	26	19.2	15.4	26.9	3.8	3.8	-	-	7.7	38.5
	65～69歳	25	24.0	28.0	12.0	-	-	4.0	-	8.0	44.0
	70歳以上	18	38.9	16.7	16.7	5.6	-	-	-	11.1	38.9
	女性	35	31.4	17.1	17.1	8.6	5.7	2.9	-	5.7	40.0
	60～64歳	12	8.3	16.7	16.7	16.7	8.3	8.3	-	8.3	41.7
	65～69歳	7	42.9	14.3	14.3	-	-	-	-	14.3	42.9
	70歳以上	16	43.8	18.8	18.8	6.3	6.3	-	-	-	37.5
家族構成別	ひとり暮らし	27	25.9	25.9	22.2	3.7	7.4	7.4	-	7.4	37.0
	配偶者のみ	44	31.8	15.9	13.6	4.5	2.3	-	-	11.4	40.9
	子と同居	22	27.3	22.7	22.7	9.1	-	-	-	4.5	36.4
	親と同居	3	-	33.3	33.3	-	-	-	-	-	33.3
	その他	8	25.0	-	12.5	-	-	-	-	-	62.5
職業別	会社員・団体職員・役員	28	28.6	25.0	14.3	3.6	3.6	-	-	14.3	35.7
	パート・アルバイト	10	30.0	10.0	-	10.0	-	-	-	-	50.0
	自営業・自由業	14	14.3	14.3	35.7	-	-	7.1	-	-	42.9
	専業主婦(主夫)	18	22.2	22.2	22.2	5.6	5.6	-	-	11.1	33.3
	無職(年金生活を含む)	34	35.3	17.6	17.6	5.9	2.9	2.9	-	5.9	44.1
	その他	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(人) (%)

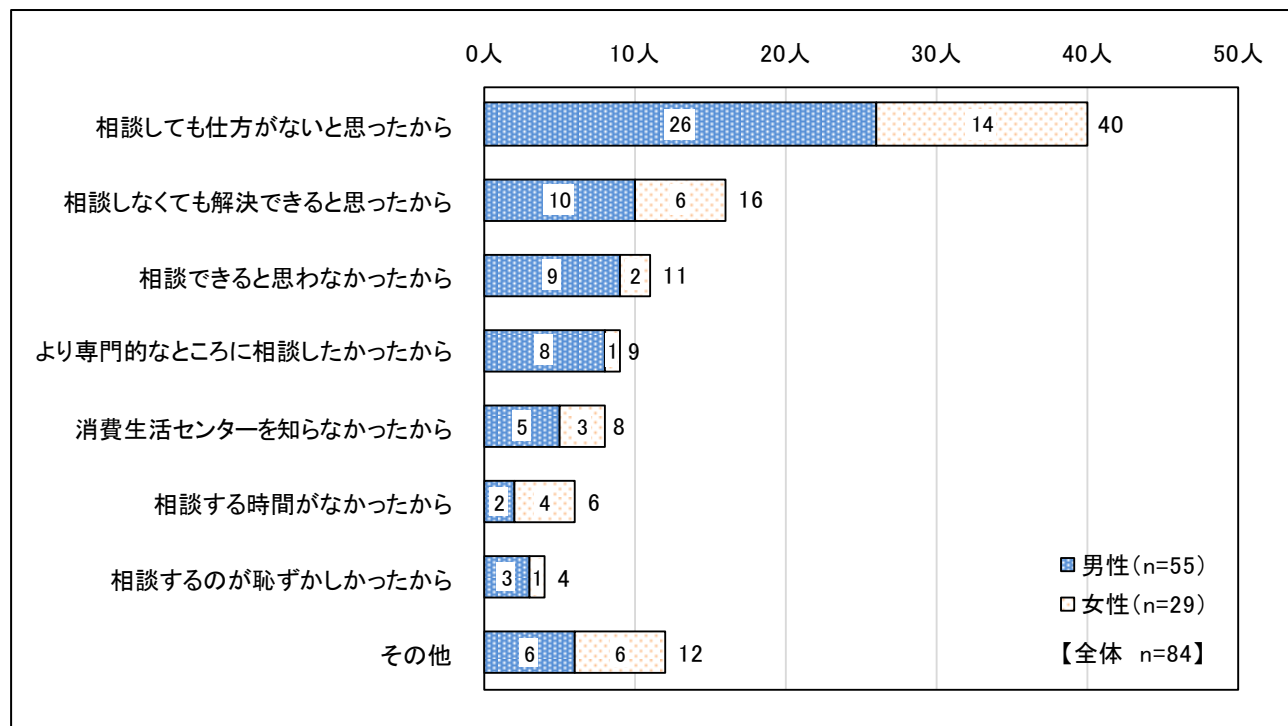
※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す

※n=104 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

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 84 人（男性 55 人、女性 29 人）の理由は、「相談しても仕方がないと思ったから」が 40 人（男性 26 人、女性 14 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 16 人（男性 10 人、女性 6 人）であった。

図表 2-73. 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=84 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、職業別】

性別・年齢別にみると、男女ともにすべての年齢で「相談しても仕方がないと思ったから」が1位となり、そのうち「女性70歳以上」が53.8%と最も高かった。「より専門的なところに相談したかったから」は、男性では14.5%で、女性の3.4%よりも11.1ポイント高かった。

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。

職業別にみると、いずれも「相談しても仕方がないと思ったから」が高い傾向にあるが、「会社員・団体職員・役員」では、「相談しても仕方がないと思ったから」と「相談しなくても解決できると思ったから」がともに28.6%と同率で最も高かった。

図表 2-74. 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、職業別>

		n	から相談しても仕方がないと思った	た相談しなくても解決できると思った	相談できると思わなかったから	かつたからより専門的なところに相談した	から消費生活センターを知らなかった	相談する時間がなかったから	相談するのが恥ずかしかったから	その他
全体		84	47.6	19.0	13.1	10.7	9.5	7.1	4.8	14.3
性・年齢別	男性	55	47.3	18.2	16.4	14.5	9.1	3.6	5.5	10.9
	60～64歳	22	50.0	18.2	18.2	13.6	18.2	-	13.6	4.5
	65～69歳	18	44.4	22.2	16.7	16.7	5.6	5.6	-	11.1
	70歳以上	15	46.7	13.3	13.3	13.3	-	6.7	-	20.0
	女性	29	48.3	20.7	6.9	3.4	10.3	13.8	3.4	20.7
	60～64歳	10	50.0	10.0	10.0	-	10.0	20.0	-	20.0
	65～69歳	6	33.3	-	-	16.7	16.7	-	-	33.3
	70歳以上	13	53.8	38.5	7.7	-	7.7	15.4	7.7	15.4
家族構成別	ひとり暮らし	20	45.0	20.0	10.0	25.0	5.0	10.0	-	15.0
	配偶者のみ	37	43.2	24.3	16.2	5.4	10.8	8.1	5.4	21.6
	子と同居	17	58.8	11.8	17.6	11.8	5.9	-	11.8	-
	親と同居	2	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	その他	8	37.5	12.5	-	-	25.0	12.5	-	12.5
職業別	会社員・団体職員・役員	21	28.6	28.6	19.0	4.8	19.0	4.8	4.8	14.3
	パート・アルバイト	9	44.4	11.1	-	11.1	11.1	11.1	-	11.1
	自営業・自由業	12	50.0	16.7	16.7	41.7	8.3	-	-	8.3
	専業主婦(主夫)	14	50.0	21.4	14.3	-	7.1	7.1	-	42.9
	無職(年金生活を含む)	28	60.7	14.3	10.7	7.1	3.6	10.7	10.7	3.6
	その他	0	-	-	-	-	-	-	-	-

(人) (%)

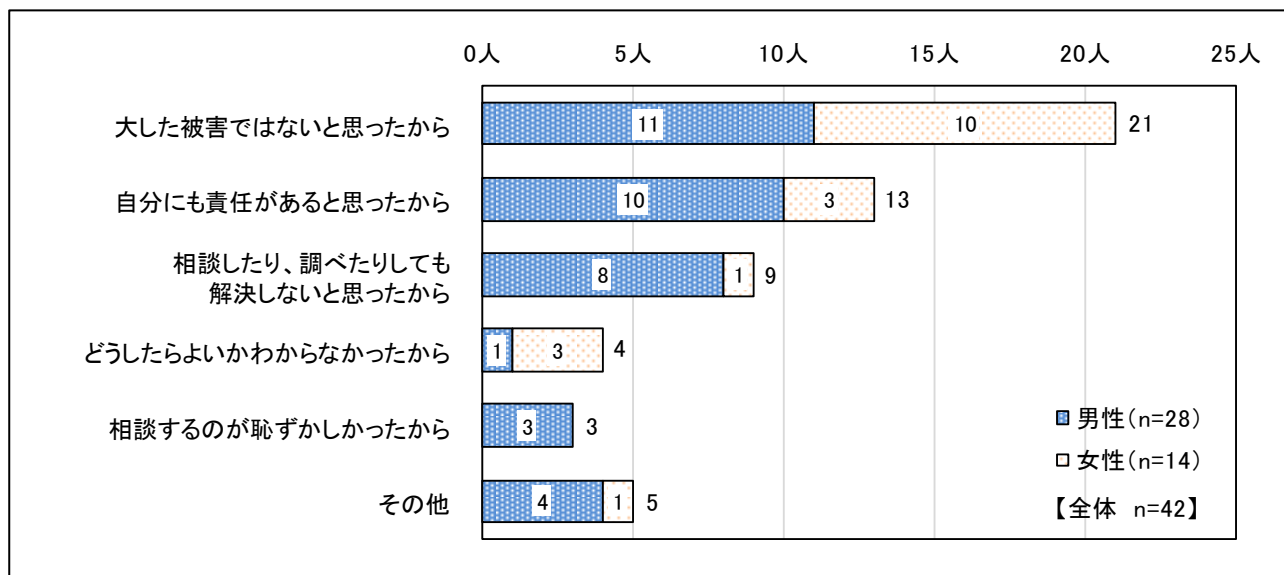
※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す

※n=84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」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 被害後に何もなかった理由

被害後に何もなかった 42 人（男性 28 人、女性 14 人）の理由は、「大した被害ではないと思ったから」が 21 人（男性 11 人、女性 10 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 13 人（男性 10 人、女性 3 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 9 人（男性 8 人、女性 1 人）であった。

図表 2-75. 被害後に何もなかった理由（複数回答） ＜男女別人数＞



※n=42 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「何もなかった」と回答した人のみ

【性・年齢別、家族構成別、職業別】

性別・年齢別にみると、男女ともにすべての年齢で「大した被害ではないと思ったから」が高い傾向にあるが、「男性 70 歳以上」では「自分にも責任があると思ったから」が 42.9%と最も高く、「女性 65～69 歳」では「どうしたらよいかわからなかったから」が 66.7%と最も高かった。

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。

職業別にみると、いずれも「大した被害ではないと思ったから」が高い傾向にあるが、「自営業・自由業」では「相談したり、調べたりしても解決しないと思ったから」が 50.0%と最も高かった。

図表 2-76. 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、職業別>

		n	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	相談したり、調べたりしても解決しないと思ったから	どうしたらよいかわからなかったから	相談するのが恥ずかしかったから	その他
全体		42	50.0	31.0	21.4	9.5	7.1	11.9
性・年齢別	男性	28	39.3	35.7	28.6	3.6	10.7	14.3
	60～64歳	10	40.0	30.0	40.0	—	10.0	—
	65～69歳	11	45.5	36.4	27.3	9.1	9.1	18.2
	70歳以上	7	28.6	42.9	14.3	—	14.3	28.6
	女性	14	71.4	21.4	7.1	21.4	—	7.1
	60～64歳	5	80.0	20.0	—	20.0	—	20.0
	65～69歳	3	33.3	33.3	—	66.7	—	—
	70歳以上	6	83.3	16.7	16.7	—	—	—
家族構成別	ひとり暮らし	10	50.0	40.0	30.0	20.0	—	10.0
	配偶者のみ	18	55.6	38.9	11.1	5.6	5.6	11.1
	子と同居	8	62.5	25.0	25.0	—	25.0	—
	親と同居	1	100.0	—	—	—	—	—
	その他	5	—	—	40.0	20.0	—	40.0
職業別	会社員・団体職員・役員	10	40.0	30.0	20.0	10.0	10.0	20.0
	パート・アルバイト	5	20.0	40.0	—	40.0	—	20.0
	自営業・自由業	6	33.3	16.7	50.0	—	16.7	16.7
	専業主婦(主夫)	6	83.3	33.3	16.7	16.7	—	—
	無職(年金生活を含む)	15	60.0	33.3	20.0	—	6.7	6.7
	その他	0	—	—	—	—	—	—

(人) (%)

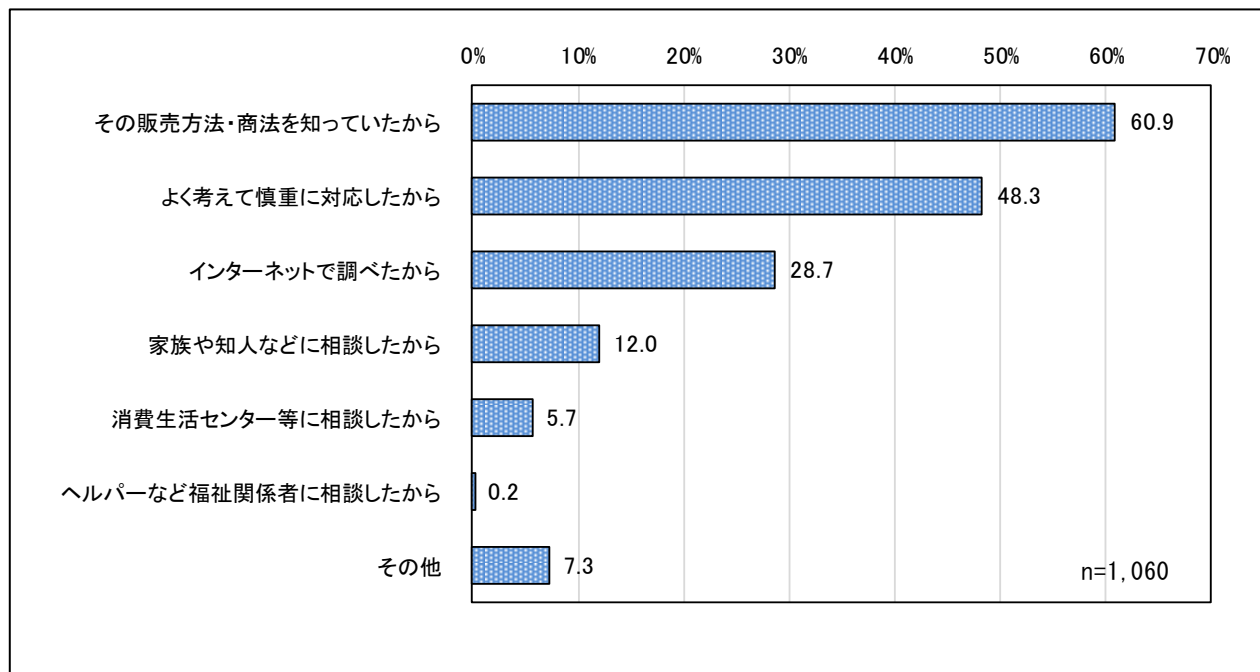
※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す

※n=42 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」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、請求又は勧誘されたにもかかわらず、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 1,060 人の理由は、「その販売方法・商法を知っていたから」が 60.9%と最も高く、次いで「よく考えて慎重に対応したから」が 48.3%、「インターネットで調べたから」が 28.7%、「家族や知人などに相談したから」が 12.0%、「消費者生活センター等に相談したから」が 5.7%、「ヘルパーなど福祉関係者に相談したから」が 0.2%であった。

図表 2-77. 問題を感じた、請求又は勧誘されたにもかかわらず、被害に至らなかった理由（複数回答）



※n=1,060 は、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」と回答した人のみ

【性・年齢別、家族構成別、職業別】

性別・年齢別にみると、男女ともにすべての年齢で「その販売方法・商法を知っていたから」が1位となり、そのうち「男性 60～64 歳」では 67.6%と最も高かった。

家族構成別、職業別にみると、いずれも全体の傾向と大きな差異はみられなかった。

図表 2-78. 問題を感じた、請求又は勧誘されたにもかかわらず、被害に至らなかった理由(複数回答)

＜性・年齢別、家族構成別、職業別＞

		n	その販売方法・商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	消費生活センター等に相談したから	ヘルパーなど福祉関係者に相談したから	その他
全体		1,060	60.9	48.3	28.7	12.0	5.7	0.2	7.3
性・年齢別	男性	590	64.9	50.8	31.5	6.3	4.2	0.2	5.9
	60～64歳	182	67.6	52.2	31.3	4.4	3.8	－	3.3
	65～69歳	180	65.0	46.7	38.3	5.6	3.9	0.6	6.7
	70歳以上	228	62.7	53.1	26.3	8.3	4.8	－	7.5
	女性	470	56.0	45.1	25.1	19.1	7.4	0.2	8.9
	60～64歳	130	60.0	46.2	25.4	18.5	4.6	－	8.5
	65～69歳	140	57.1	40.7	27.9	17.9	8.6	0.7	9.3
	70歳以上	200	52.5	47.5	23.0	20.5	8.5	－	9.0
家族構成別	ひとり暮らし	260	56.2	46.2	33.1	7.3	6.5	－	11.5
	配偶者のみ	458	62.4	49.1	26.9	14.2	6.1	0.4	6.8
	子と同居	230	59.1	49.1	29.1	14.8	4.3	－	3.9
	親と同居	49	65.3	57.1	24.5	6.1	8.2	－	2.0
	その他	63	73.0	41.3	25.4	9.5	1.6	－	9.5
職業別	会社員・団体職員・役員	229	61.6	45.9	31.0	8.7	4.4	－	6.6
	パート・アルバイト	117	62.4	41.0	28.2	12.0	8.5	－	5.1
	自営業・自由業	126	63.5	53.2	33.3	8.7	0.8	－	7.1
	専業主婦(主夫)	210	57.1	47.1	23.3	24.3	8.1	0.5	7.1
	無職(年金生活を含む)	369	61.0	50.7	29.0	8.4	6.0	0.3	7.9
	その他	9	77.8	66.7	22.2	－	－	－	33.3

(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=1,060 は、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」と回答した人のみ

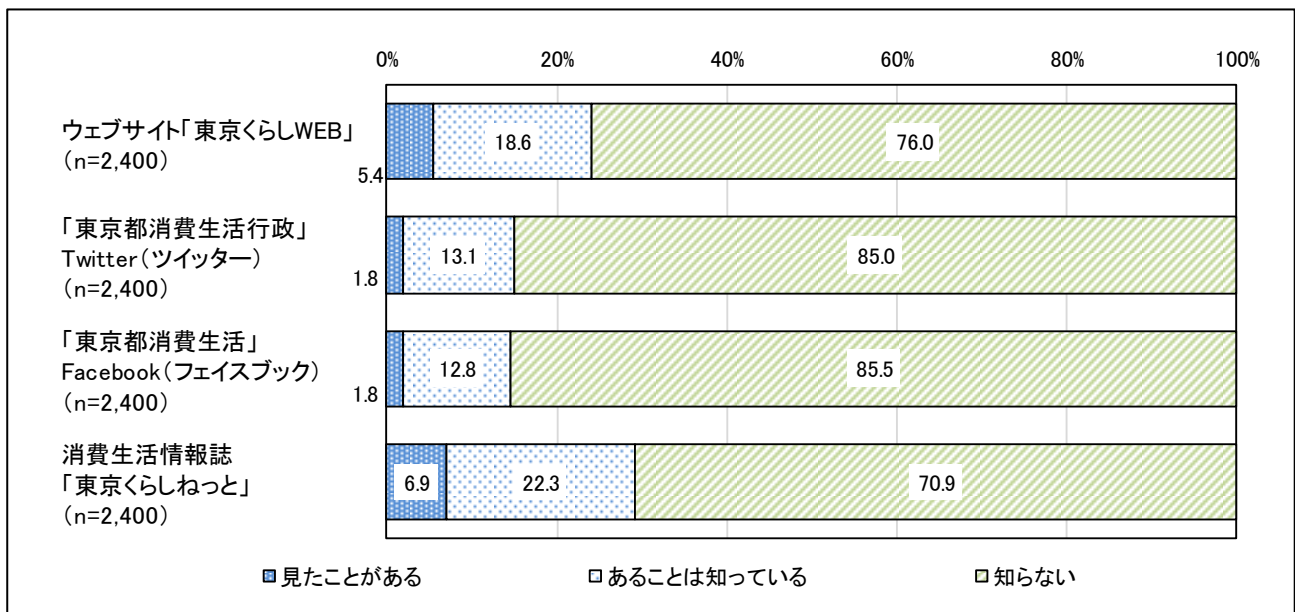
3. 消費者被害防止に向けた情報発信・消費者教育

(1) 東京都が行っている情報発信について

① 東京都が行っている取組の認知

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（「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『東京くらしねっと』」が29.2%と最も高く、次いで「ウェブサイト『東京くらしWEB』」が24.0%、「『東京都消費生活行政』Twitter（ツイッター）」が14.9%、「『東京都消費生活』Facebook（フェイスブック）」が14.6%であった。

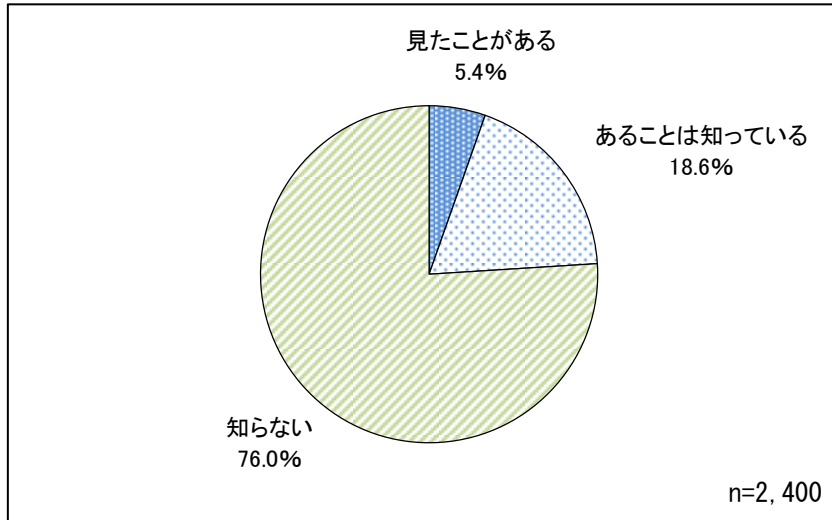
図表 3-1. 東京都が行っている取組の認知



1) ウェブサイト「東京くらし WEB」

ウェブサイト「東京くらし WEB」の認知は、「見たことがある」が 5.4%、「あることは知っている」が 18.6%、「知らない」が 76.0%であった。

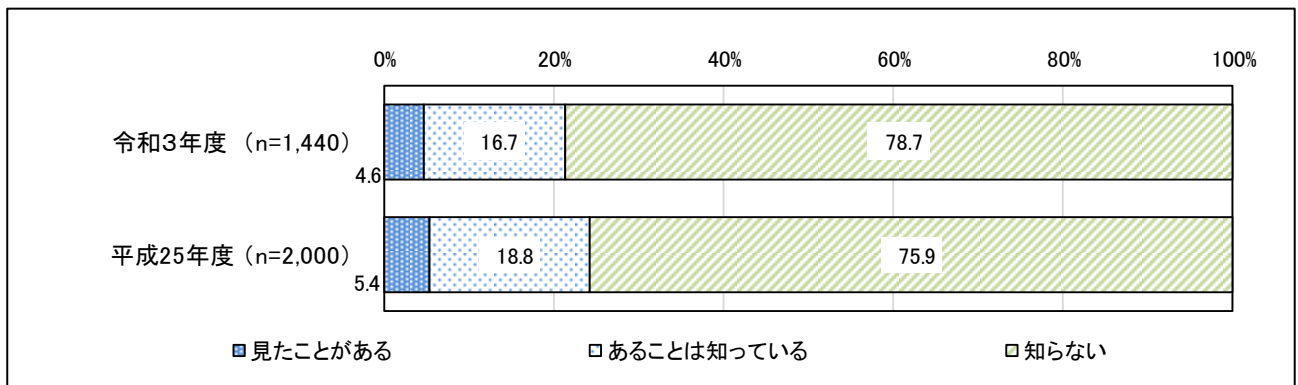
図表 3-2. ウェブサイト「東京くらし WEB」の認知



【経年比較(60～69 歳のみ)】

認知度（「見たことがある」+「あることは知っている」）は、前回調査の 24.2%から 21.3%と、2.9 ポイント減少した。

図表 3-3. ウェブサイト「東京くらし WEB」の認知 <経年比較(60～69 歳のみ)>

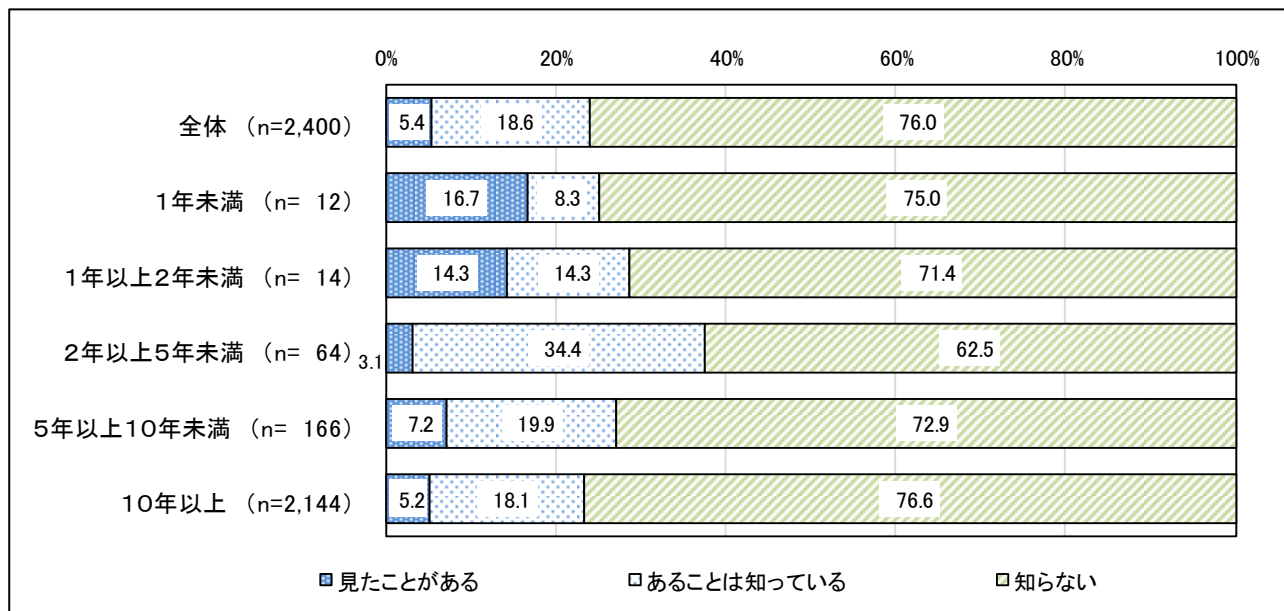


※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

【インターネット利用年数別】

回答者数が30人以下の属性を除き、インターネット利用年数別にみると、「見たことがある」は、「5年以上10年未満」が7.2%と最も高く、次いで「10年以上」が5.2%であった。「あることは知っている」は、「2年以上5年未満」が34.4%と最も高く、次いで「5年以上10年未満」が19.9%であった。

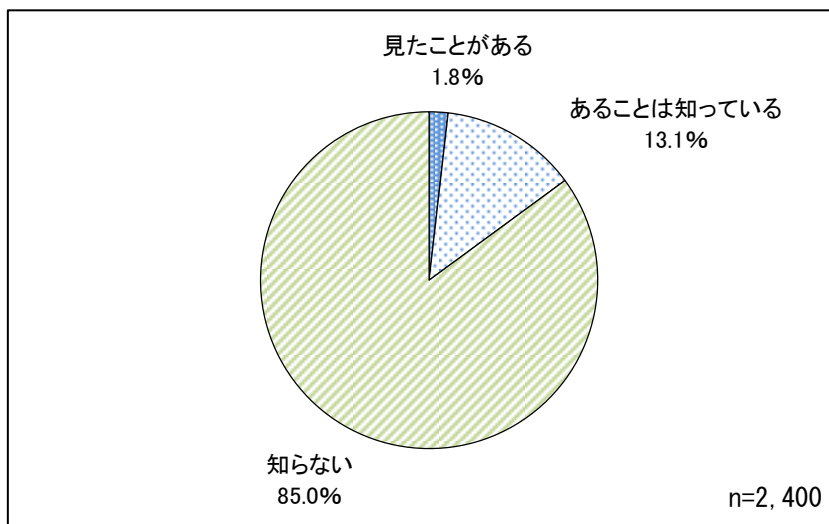
図表 3-4. ウェブサイト「東京くらし WEB」の認知 ＜インターネット利用年数別＞



2) 「東京都消費生活行政」Twitter (ツイッター)

「東京都消費生活行政」Twitter の認知は、「見たことがある」が 1.8%、「あることは知っている」が 13.1%、「知らない」が 85.0%であった。

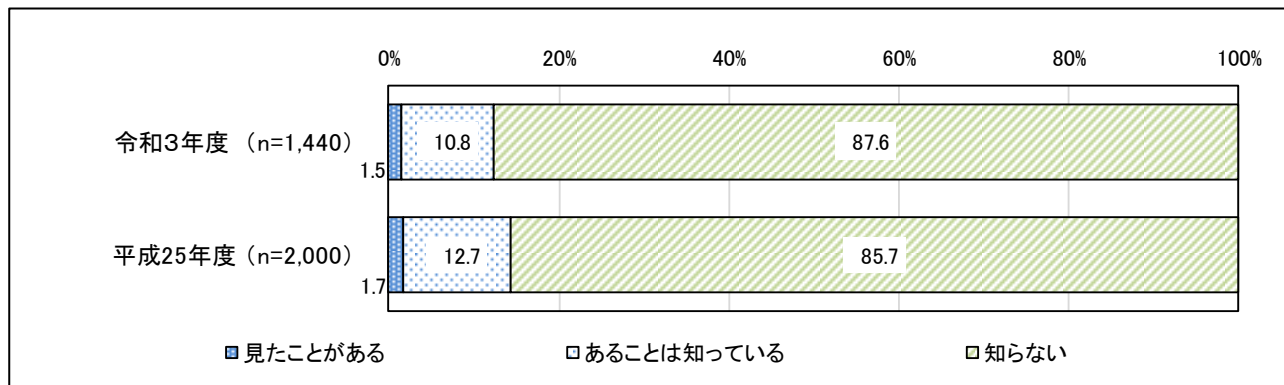
図表 3-5. 「東京都消費生活行政」Twitter の認知



【経年比較(60～69 歳のみ)】

認知度(「見たことがある」+「あることは知っている」)は、前回調査の 14.4%から 12.3%と、2.1 ポイント減少した。

図表 3-6. 「東京都消費生活行政」Twitter の認知 <経年比較(60～69 歳のみ)>

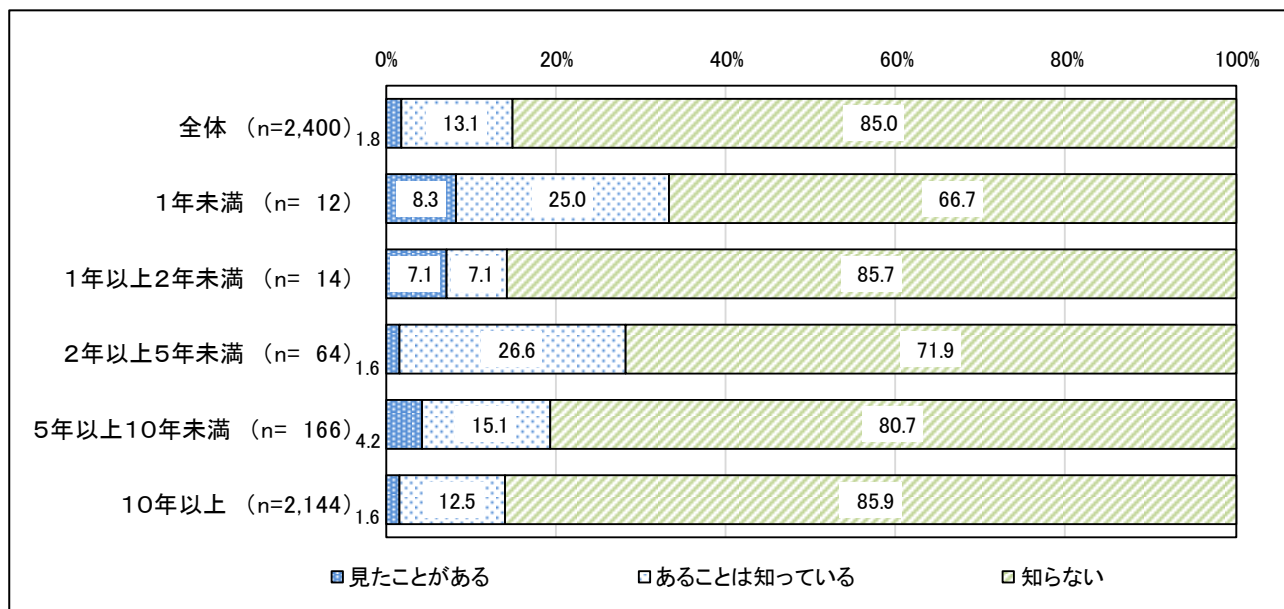


※経年比較のため、令和3年度は 60～69 歳のみで集計した

【インターネット利用年数別】

回答者数が30人以下の属性を除き、インターネット利用年数別にみると、「見たことがある」は、「5年以上10年未満」が4.2%と最も高く、次いで「2年以上5年未満」と「10年以上」がともに1.6%と同率であった。

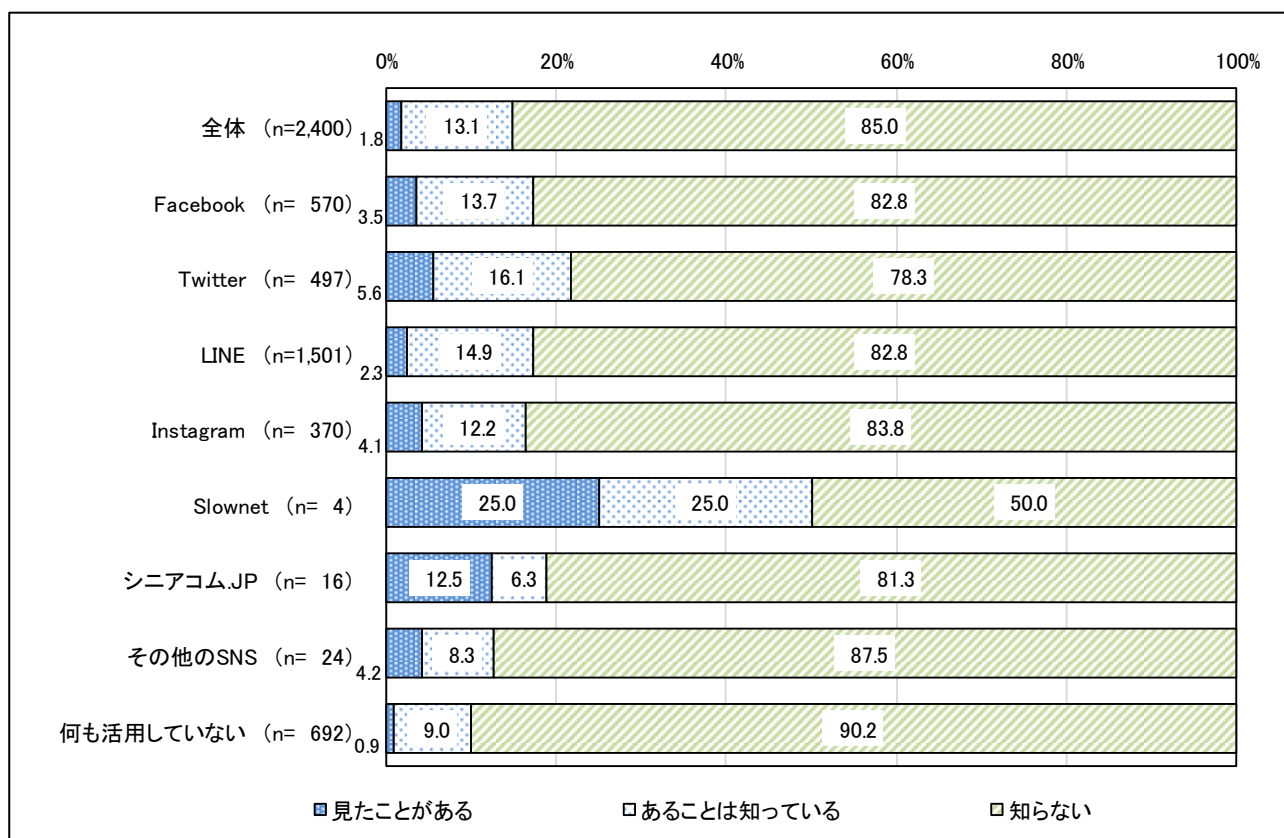
図表 3-7. 「東京都消費生活行政」Twitter の認知 ＜インターネット利用年数別＞



【SNS利用別】

「Twitter」利用者についてみると、「見たことがある」が5.6%、「あることは知っている」が16.1%、「知らない」が78.3%であった。

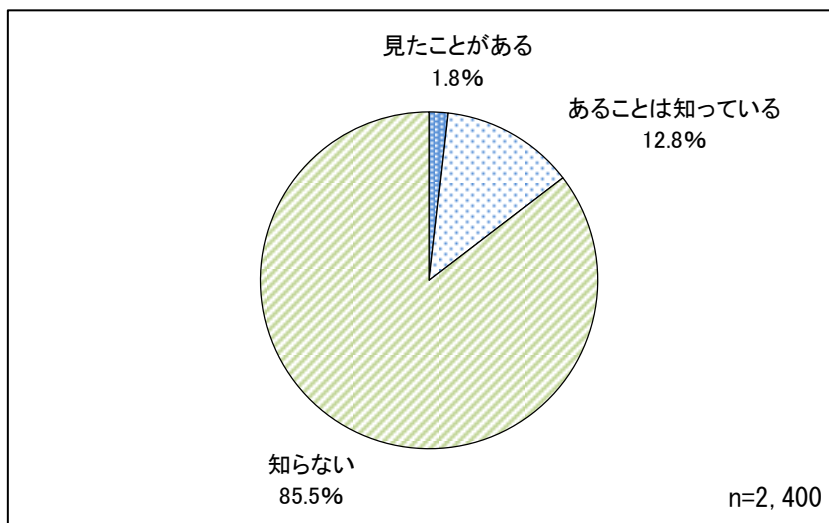
図表 3-8. 「東京都消費生活行政」Twitter の認知 ＜SNS 利用別＞



3) 「東京都消費生活」Facebook（フェイスブック）

「東京都消費生活」Facebook の認知は、「見たことがある」が 1.8%、「あることは知っている」が 12.8%、「知らない」が 85.5%であった。

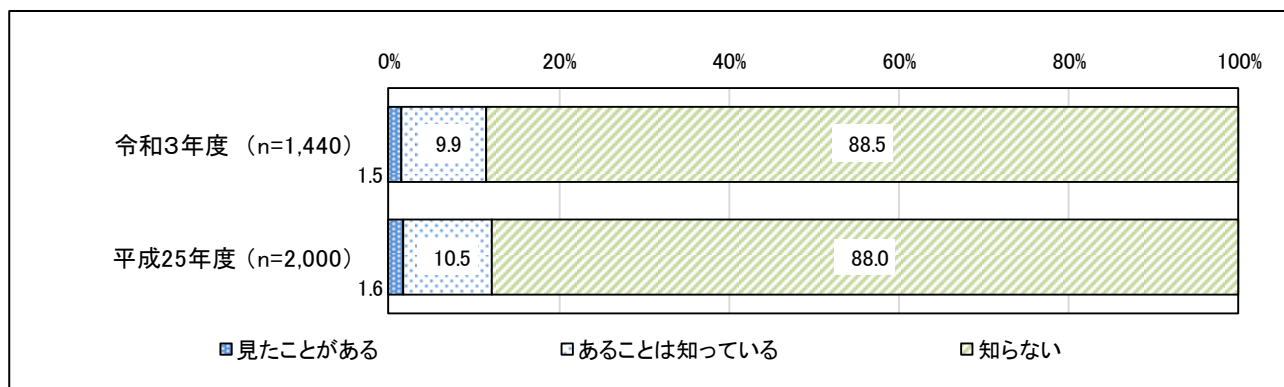
図表 3-9. 「東京都消費生活」Facebook の認知



【経年比較(60～69 歳のみ)】

認知度（「見たことがある」＋「あることは知っている」）は、前回調査の 12.1%から 11.4%と、0.7 ポイントの小幅な減少であった。

図表 3-10. 「東京都消費生活」Facebook の認知 ＜経年比較(60～69 歳のみ)＞

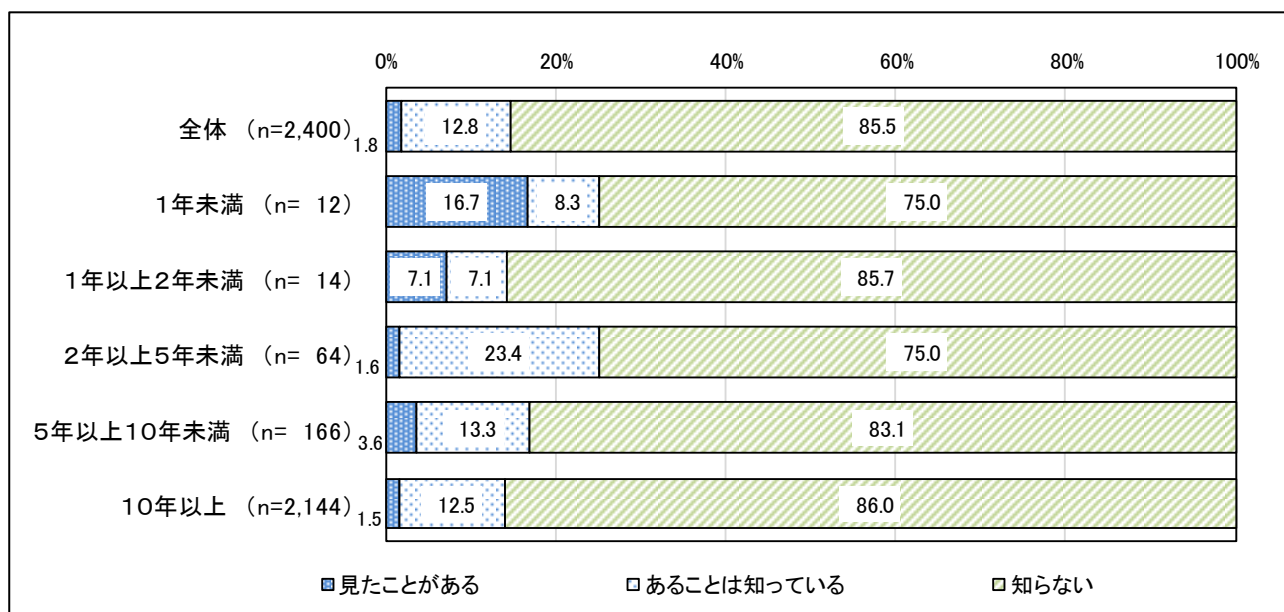


※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

【インターネット利用年数別】

回答者数が30人以下の属性を除き、インターネット利用年数別にみると、「見たことがある」は、「5年以上10年未満」が3.6%と最も高く、次いで「2年以上5年未満」が1.6%であった。

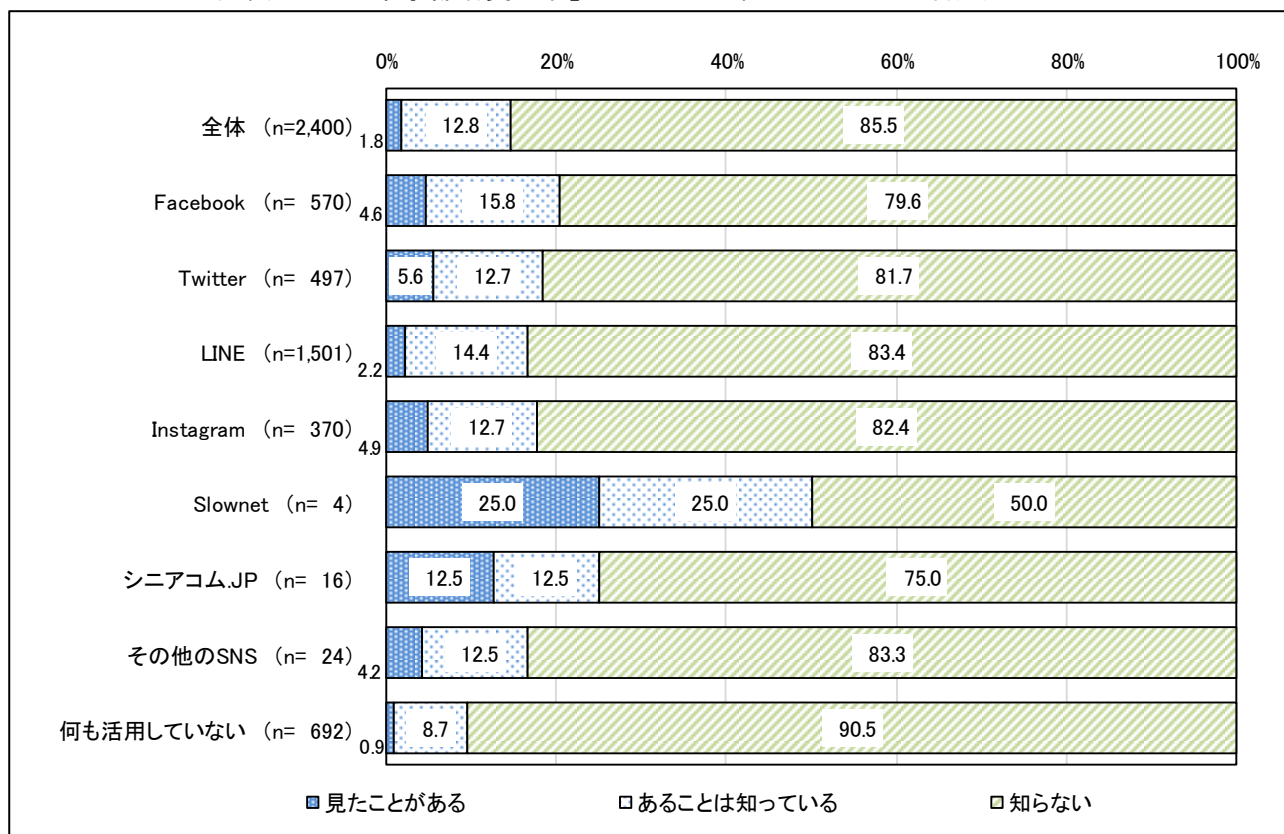
図表 3-11. 「東京都消費生活」Facebook の認知 ＜インターネット利用年数別＞



【SNS利用別】

「Facebook」利用者についてみると、「見たことがある」が4.6%、「あることは知っている」が15.8%、「知らない」が79.6%であった。

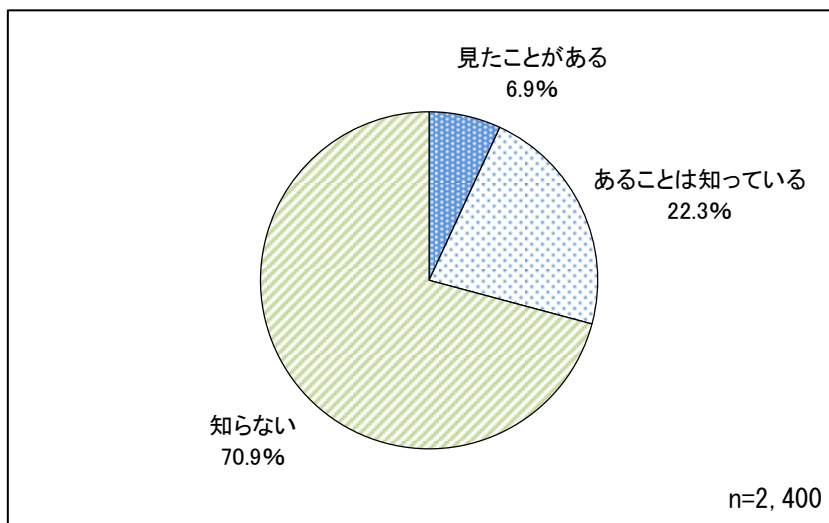
図表 3-12. 「東京都消費生活」Facebook の認知 ＜SNS 利用別＞



4) 消費生活情報誌「東京くらしねっと」

消費生活情報誌「東京くらしねっと」の認知は、「見たことがある」が 6.9%、「あることは知っている」が 22.3%、「知らない」が 70.9%であった。

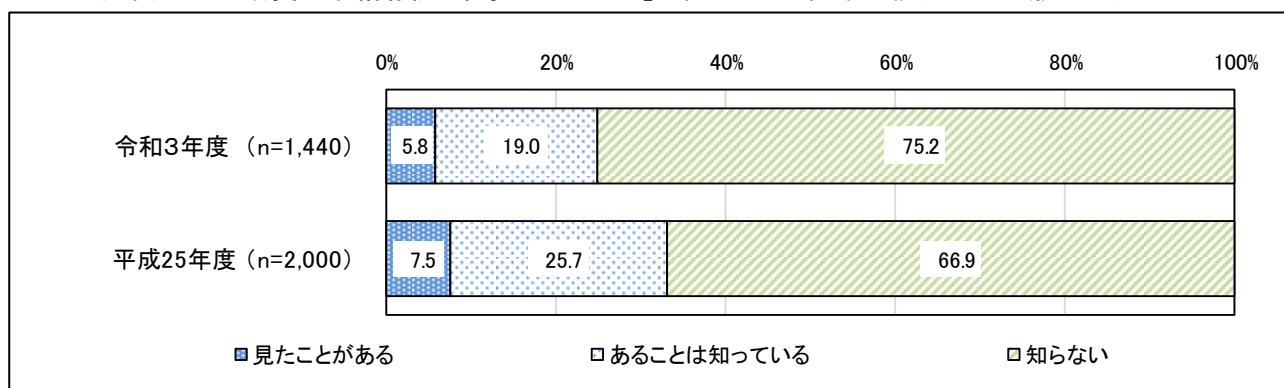
図表 3-13. 消費生活情報誌「東京くらしねっと」の認知



【経年比較(60～69 歳のみ)】

認知度（「見たことがある」+「あることは知っている」）は、前回調査の 33.2%から 24.8%と、8.4 ポイント減少した。

図表 3-14. 消費生活情報誌「東京くらしねっと」の認知 <経年比較(60～69 歳のみ)>

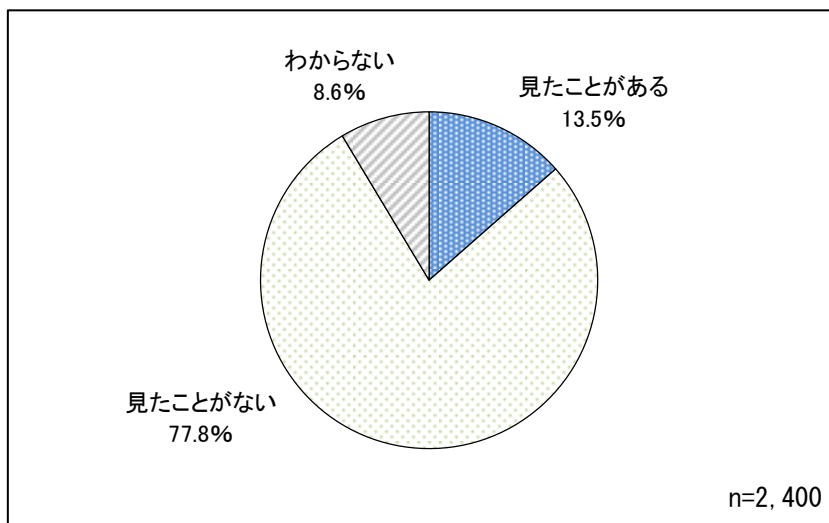


※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

② 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知

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 13.5%、「見たことがない」が 77.8%、「わからない」が 8.6%であった。

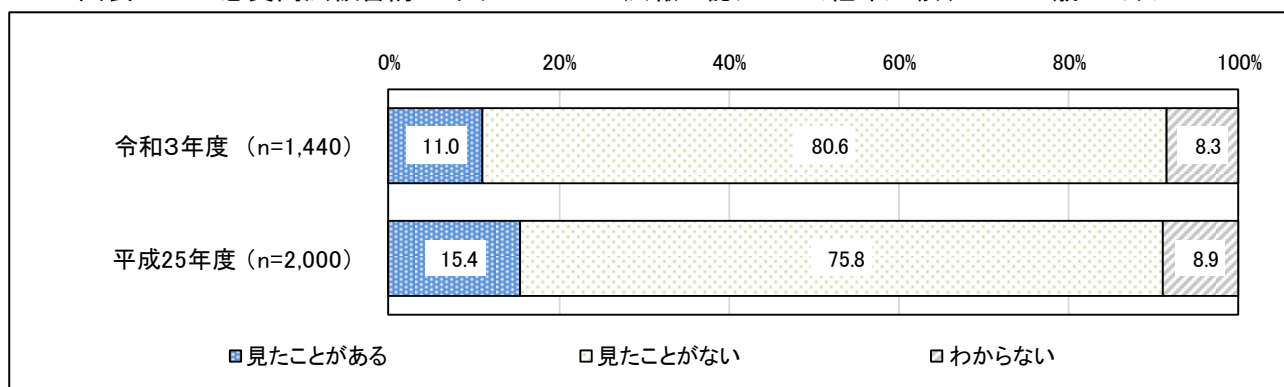
図表 3-15. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知



【経年比較(60～69 歳のみ)】

「見たことがある」は、前回調査の 15.4%から 11.0%と、4.4 ポイント減少した。

図表 3-16. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知 <経年比較(60～69 歳のみ)>

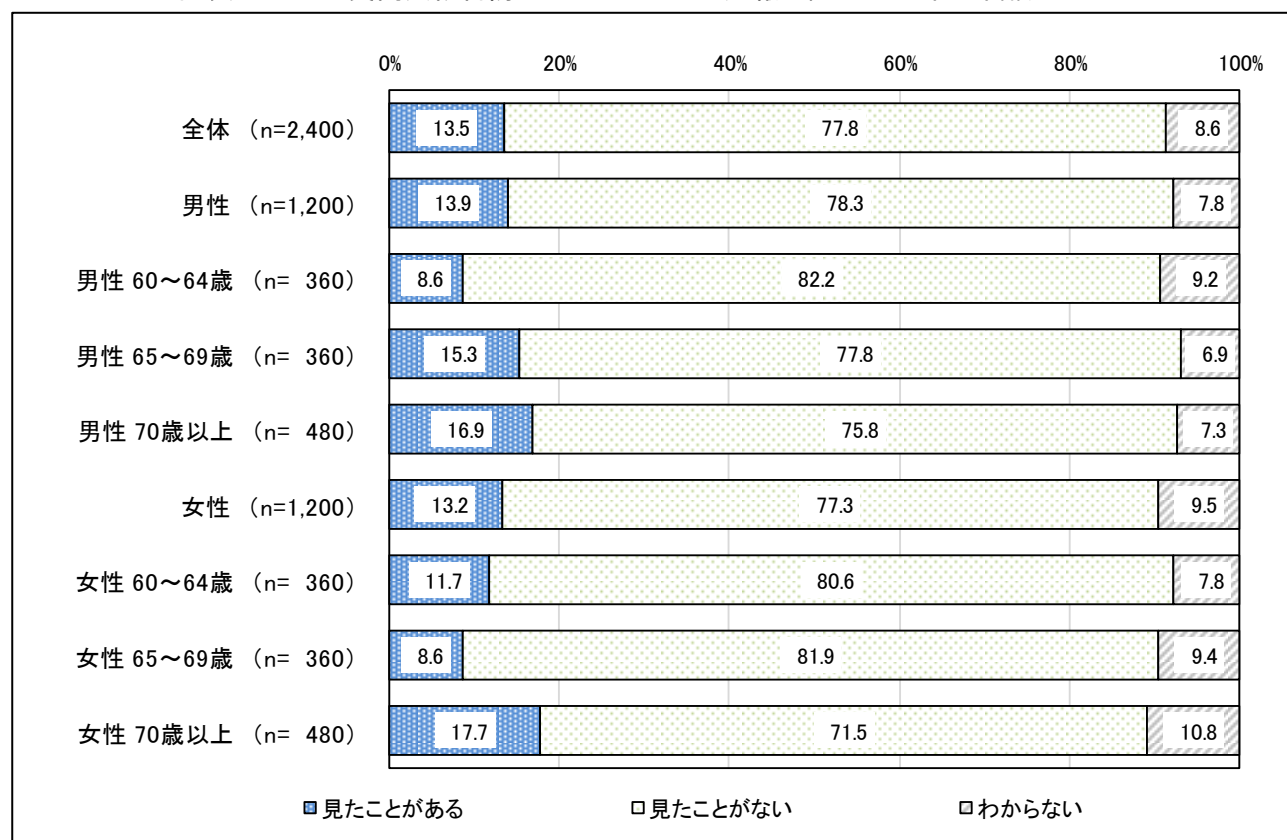


※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

【性・年齢別】

性別・年齢別にみると、「見たことがある」は、「女性 70 歳以上」が 17.7%と最も高く、次いで「男性 70 歳以上」が 16.9%であった。

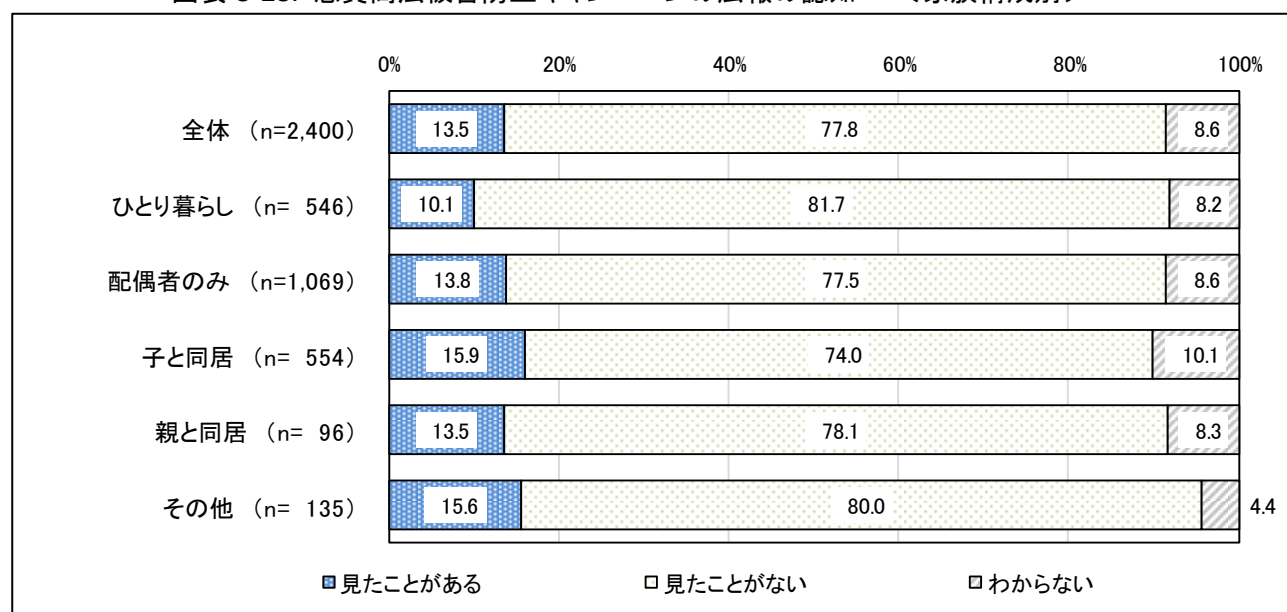
図表 3-17. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知 ＜性・年齢別＞



【家族構成別】

家族構成別にみると、「見たことがある」は、「その他」を除き「子と同居」が 15.9%と最も高く、次いで「配偶者のみ」が 13.8%、「親と同居」が 13.5%であった。

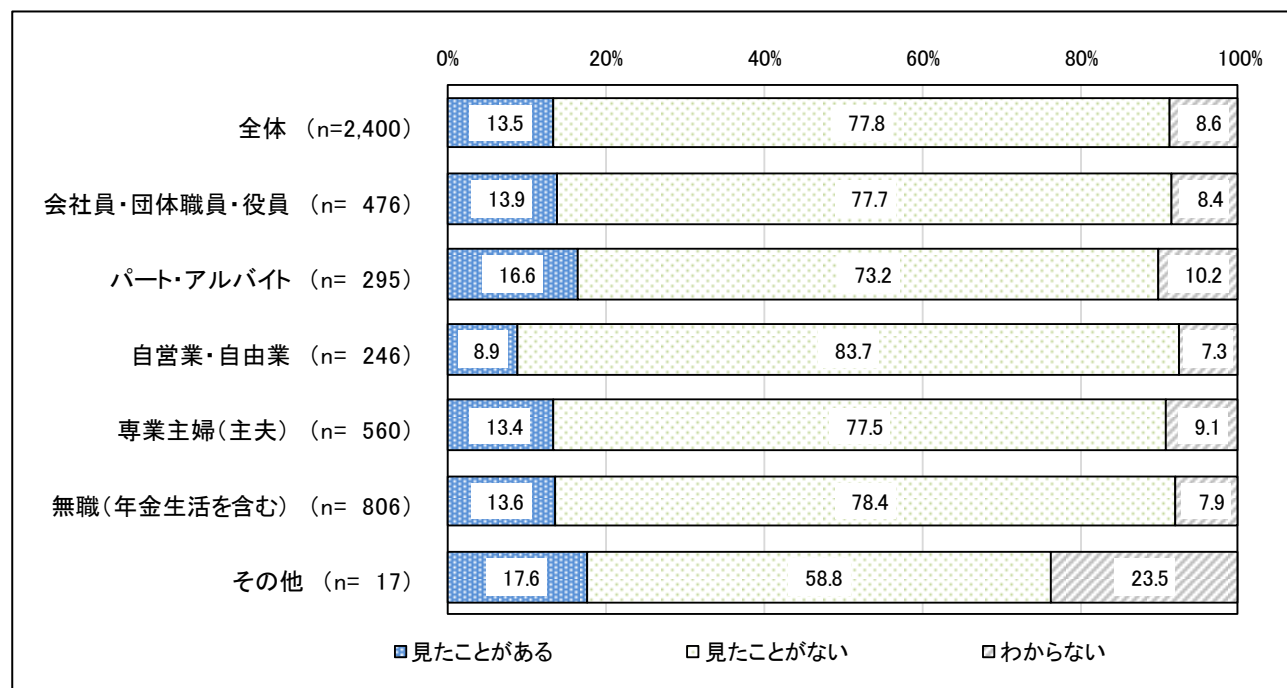
図表 3-18. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知 ＜家族構成別＞



【職業別】

職業別にみると、「見たことがある」は、「その他」を除き「パート・アルバイト」が16.6%と最も高く、次いで「会社員・団体職員・役員」が13.9%、「無職（年金生活を含む）」が13.6%であった。

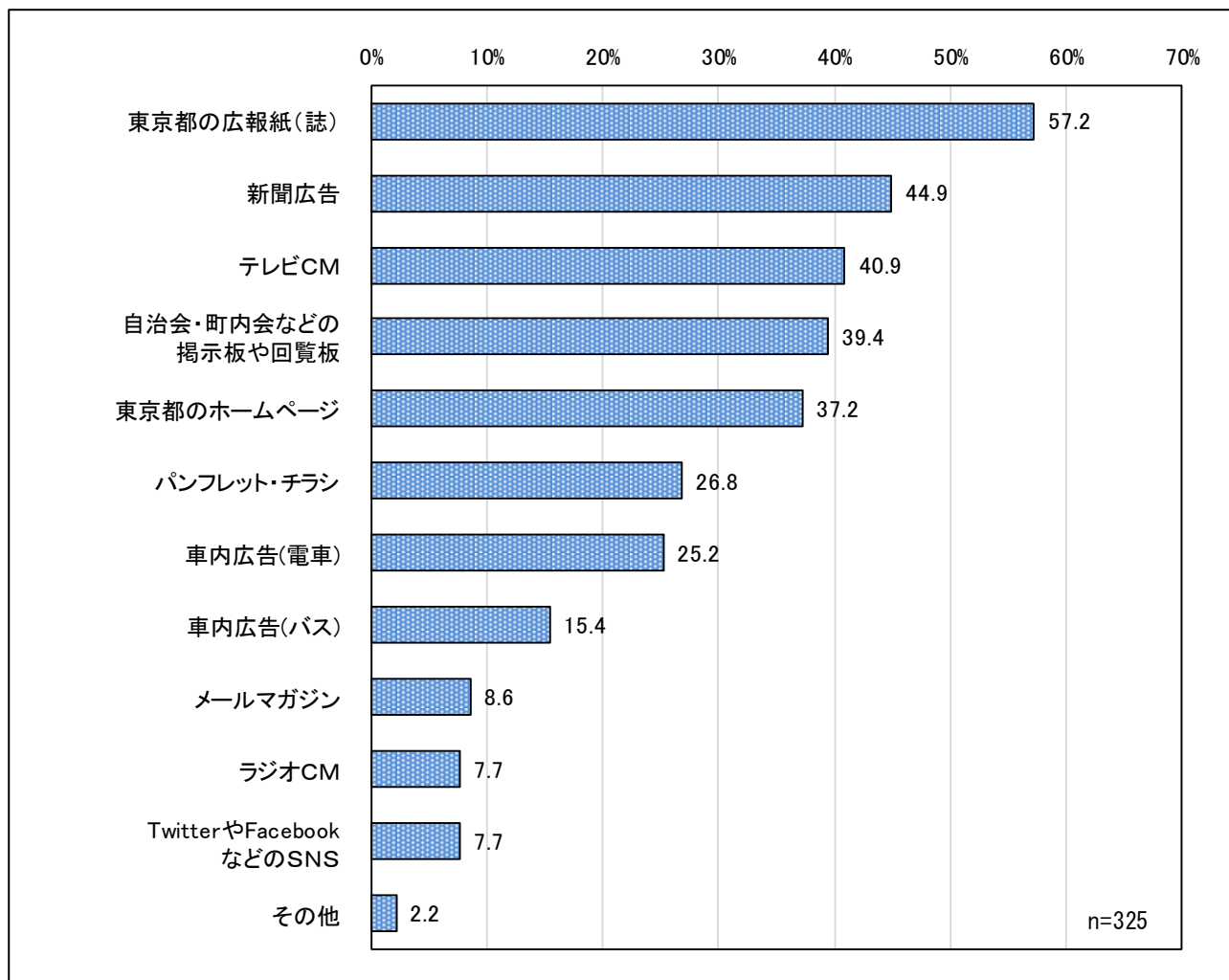
図表 3-19. 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知 ＜職業別＞



③ 悪質商法被害防止キャンペーンの広報の認知経路

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 57.2%と最も高く、次いで「新聞広告」が 44.9%、「テレビ CM」が 40.9%であった。

図表 3-20. 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)

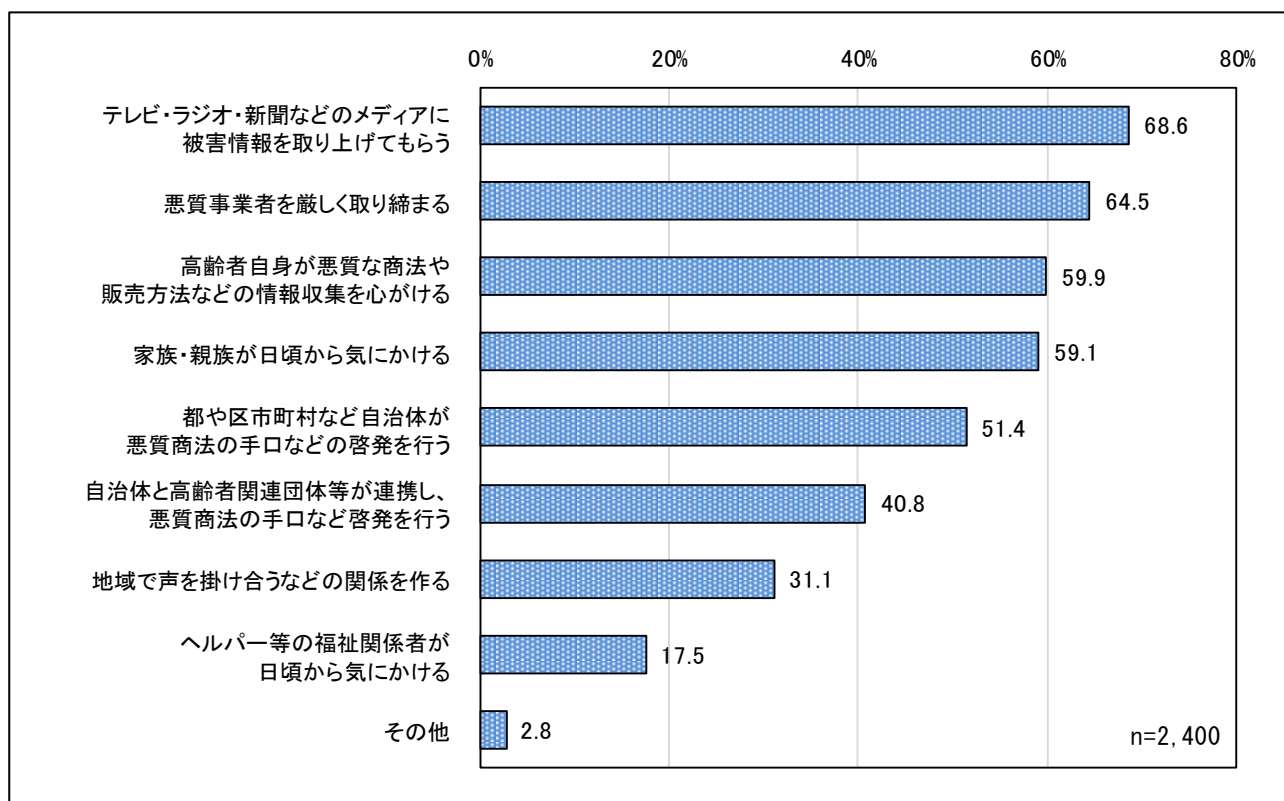


※n=325 は、悪質商法被害防止キャンペーンの広報を「見たことがある」と回答した人のみ

④ 高齢者が消費者被害にあ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、「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68.6%と最も高く、次いで「悪質事業者を厳しく取り締まる」が64.5%、「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59.9%、「家族・親族が日頃から気にかける」が59.1%であった。

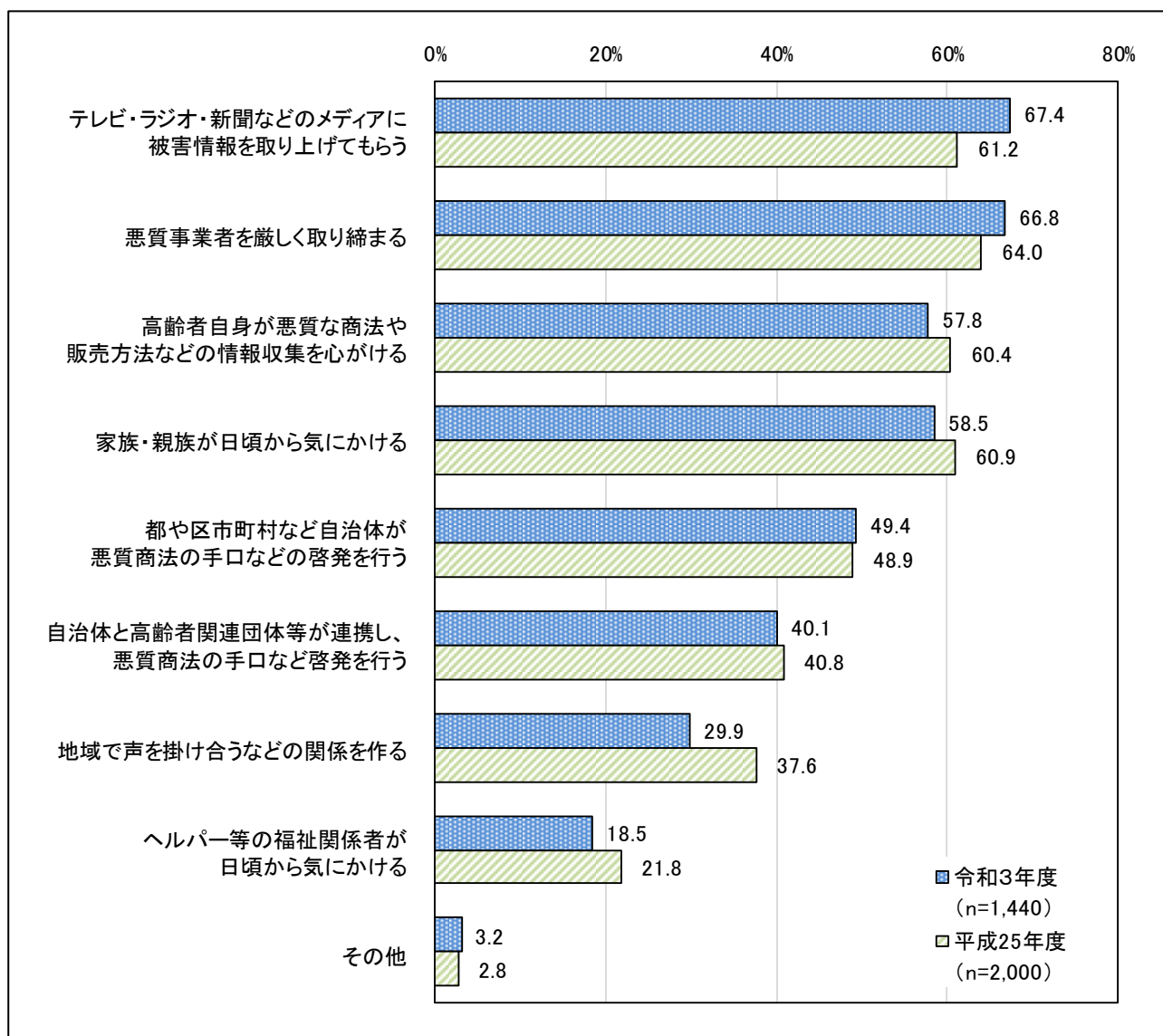
図表 3-21. 高齢者が消費者被害にあわないために必要な対策(複数回答)



【経年比較(60～69 歳のみ)】

「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」は、前回調査の 61.2%から 67.4%と、6.2 ポイント増加した。一方で、「地域で声を掛け合うなどの関係を作る」は 37.6%から 29.9%と、7.7 ポイント減少した。

図表 3-22. 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) <経年比較(60～69 歳のみ)>



※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

【性・年齢別、家族構成別、被害経験別】

性別・年齢別にみると、男性はいずれの年齢でも「悪質業者を厳しく取り締まる」が最も高く、女性はいずれの年齢でも「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」が最も高かった。

家族構成別にみると、「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」が高い傾向にあるが、「親と同居」では「悪質業者を厳しく取り締まる」が76.0%と最も高く、「その他」では「家族・親族が日頃から気にかける」が72.6%と最も高かった。

被害経験別にみると、「被害経験あり」では「悪質業者を厳しく取り締まる」が76.9%と最も高く、「問題を感じた・請求（勧誘）経験あり」では「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72.2%と最も高かった。

図表 3-23. 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、被害経験別>

			もらう メディアに被害情報を取り上げて	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	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	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	その他
全体		2,400	68.6	64.5	59.9	59.1	51.4	40.8	31.1	17.5	2.8
性・年齢別	男性	1,200	62.3	68.7	57.0	54.0	47.0	35.9	25.3	13.3	3.2
	60～64歳	360	59.7	72.5	52.5	52.5	42.5	35.6	27.2	16.9	4.4
	65～69歳	360	62.2	70.0	59.2	51.7	44.7	35.0	22.8	11.7	3.6
	70歳以上	480	64.4	64.8	58.8	56.9	52.1	36.9	25.6	11.9	1.9
	女性	1,200	74.8	60.3	62.7	64.2	55.8	45.7	36.9	21.6	2.5
	60～64歳	360	74.7	63.9	60.0	63.6	54.7	45.0	32.2	24.7	2.5
	65～69歳	360	72.8	60.8	59.7	66.1	55.8	44.7	37.2	20.8	2.2
	70歳以上	480	76.5	57.3	67.1	63.1	56.7	46.9	40.2	19.8	2.7
家族構成別	ひとり暮らし	546	71.8	63.7	62.5	44.3	54.2	43.6	30.4	19.6	4.0
	配偶者のみ	1,069	67.4	63.1	61.0	62.4	51.7	40.5	30.3	15.4	2.3
	子と同居	554	68.1	66.1	57.0	63.5	50.4	40.4	33.4	19.1	2.0
	親と同居	96	63.5	76.0	51.0	61.5	39.6	31.3	26.0	14.6	3.1
	その他	135	71.1	63.7	58.5	72.6	50.4	40.0	34.1	20.0	5.2
被害経験別	被害経験あり	104	66.3	76.9	65.4	36.5	48.1	41.3	26.0	15.4	6.7
	問題を感じた・請求(勧誘)経験あり	999	72.2	65.6	66.1	60.7	55.5	45.6	30.9	17.3	3.2
	いずれの経験もなし	1,262	67.0	62.9	55.6	60.5	49.4	37.8	32.3	18.1	2.3

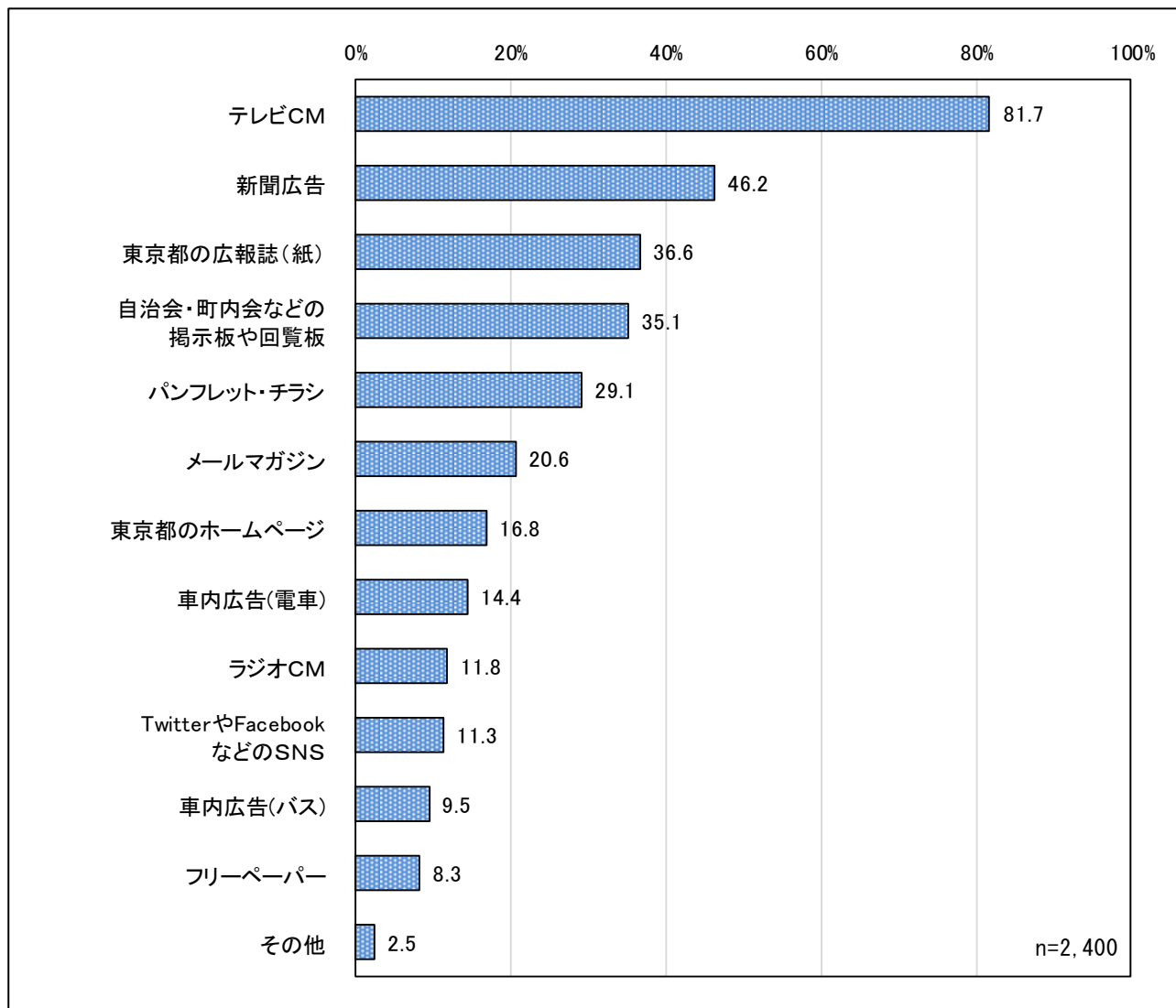
(人) (%)

※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

⑤ 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

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 CM」が 81.7%と最も高く、次いで「新聞広告」が 46.2%、「東京都の広報紙（誌）」が 36.6%、「自治会・町内会などの掲示板や回覧板」が 35.1%であった。

図表 3-24. 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)

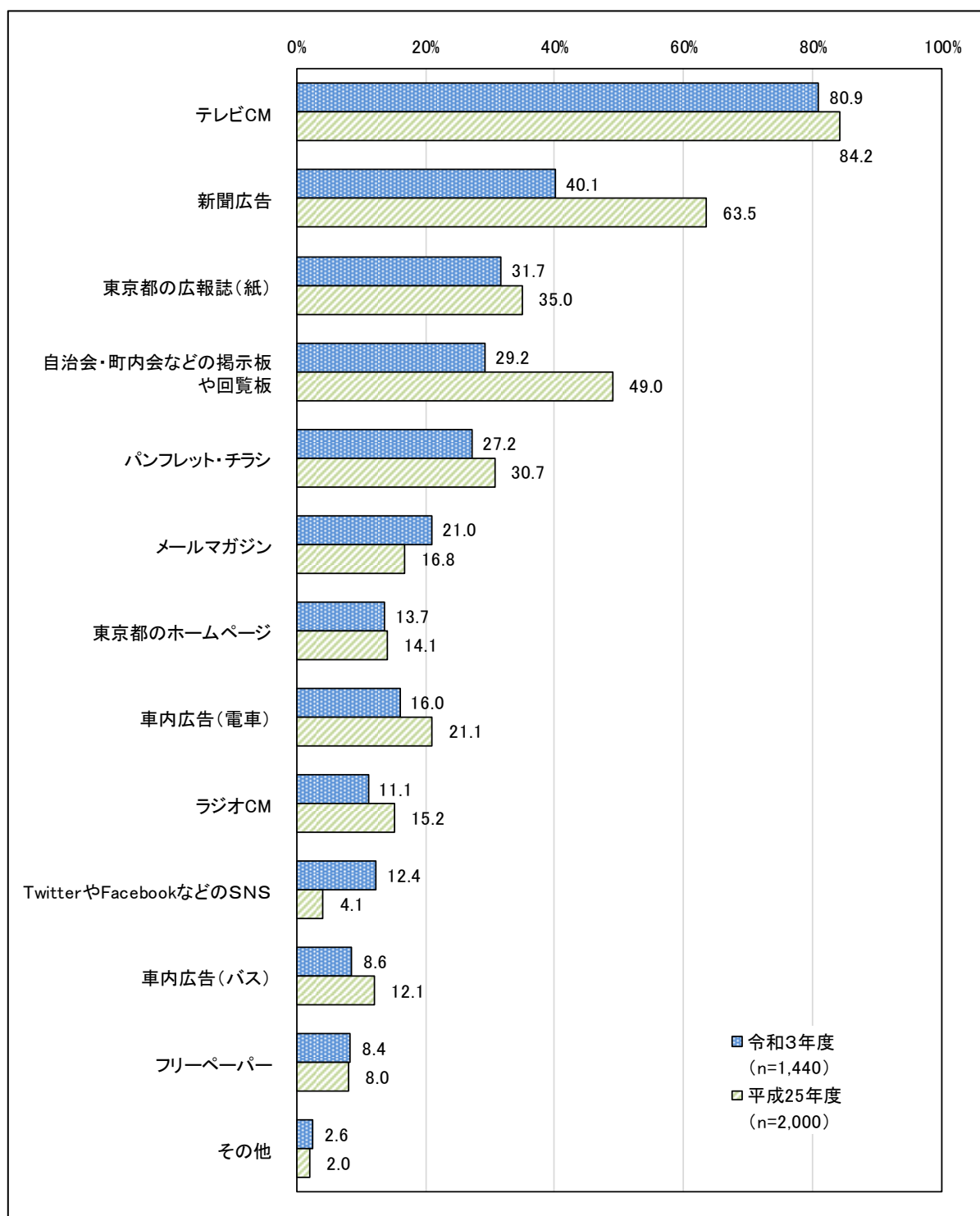


【経年比較(60～69 歳のみ)】

「Twitter や Facebook などの SNS」は前回調査の 4.1%から 12.4%と、8.3 ポイント増加した。また、「メールマガジン」は 16.8%から 21.0%と、4.2 ポイント増加した。一方で、「新聞広告」は、63.5%から 40.1%と、23.4 ポイントの大幅な減少であった。また、「自治会・町内会などの掲示板や回覧板」も 49.0%から 29.2%と、19.8 ポイント減少した。

図表 3-25. 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)

<経年比較(60～69 歳のみ)>



※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

【性・年齢別、家族構成別、被害経験別】

性別・年齢別にみると、男女ともにすべての年齢で「テレビCM」が1位となり、そのうち「女性70歳以上」では5.4%と最も高かった。

家族構成別、被害経験別にみると、いずれも「テレビCM」が最も高かった。

図表 3-26. 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、被害経験別＞

		n	テレビCM	新聞広告	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	メールマガジン	東京都のホームページ	車内広告(電車)	ラジオCM	FacebookなどのSNS	車内広告(バス)	フリーペーパー	その他
全体		2,400	81.7	46.2	36.6	35.1	29.1	20.6	16.8	14.4	11.8	11.3	9.5	8.3	2.5
性・年齢別	男性	1,200	78.9	50.7	32.3	31.7	28.5	23.8	17.5	14.3	13.2	11.3	8.8	7.7	2.3
	60～64歳	360	78.6	40.8	27.5	23.9	23.1	24.4	12.2	18.1	13.3	11.7	9.7	8.6	3.1
	65～69歳	360	77.5	45.6	26.7	27.5	27.8	23.6	16.1	15.6	12.8	13.1	8.1	8.1	1.9
	70歳以上	480	80.2	62.1	40.2	40.6	33.1	23.5	22.5	10.6	13.3	9.8	8.8	6.7	2.1
	女性	1,200	84.4	41.7	40.9	38.6	29.8	17.3	16.2	14.4	10.5	11.2	10.3	8.8	2.8
	60～64歳	360	83.1	33.9	33.6	28.9	27.8	17.5	13.9	16.4	8.9	15.0	8.1	9.2	2.5
	65～69歳	360	84.4	40.0	38.9	36.4	30.3	18.6	12.5	14.2	9.4	10.0	8.6	7.8	2.8
	70歳以上	480	85.4	48.8	47.9	47.5	30.8	16.3	20.6	13.1	12.5	9.2	13.1	9.4	2.9
家族構成別	ひとり暮らし	546	76.0	27.1	31.7	28.4	25.1	22.9	17.9	15.2	13.6	14.7	11.5	8.4	4.8
	配偶者のみ	1,069	83.1	52.8	40.5	38.8	29.7	19.4	17.7	12.3	11.5	10.1	8.7	8.8	2.1
	子と同居	554	84.3	48.6	33.9	34.5	32.7	19.5	15.9	17.7	11.0	10.8	8.8	7.2	1.3
	親と同居	96	80.2	59.4	33.3	28.1	30.2	24.0	10.4	12.5	12.5	6.3	8.3	8.3	—
	その他	135	83.7	52.6	39.3	40.7	25.9	23.0	14.1	14.8	10.4	11.9	11.9	7.4	4.4
被害経験別	被害経験あり	104	74.0	35.6	31.7	27.9	25.0	27.9	13.5	15.4	11.5	15.4	11.5	10.6	4.8
	問題を感じた・請求(勧誘)経験あり	999	83.1	51.2	40.9	37.6	32.1	24.4	18.3	16.2	12.4	13.4	10.9	9.9	3.0
	いずれの経験もなし	1,262	81.8	43.7	34.2	34.5	27.9	17.4	15.8	12.9	11.3	9.4	8.4	6.9	2.1

(人) (%)

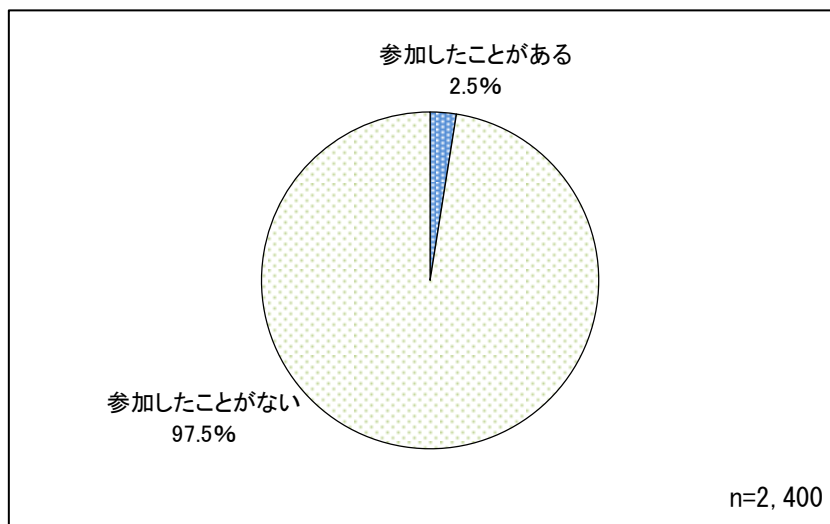
※表中の網掛けの部分は、各区分の中で最も高い回答割合であることを示す

(2) 消費者教育について

① 都又は区市町村が開催している消費者生活講座等の参加経験

消費生活講座等の参加経験は、「参加したことがある」が 2.5%、「参加したことがない」が 97.5%であった。

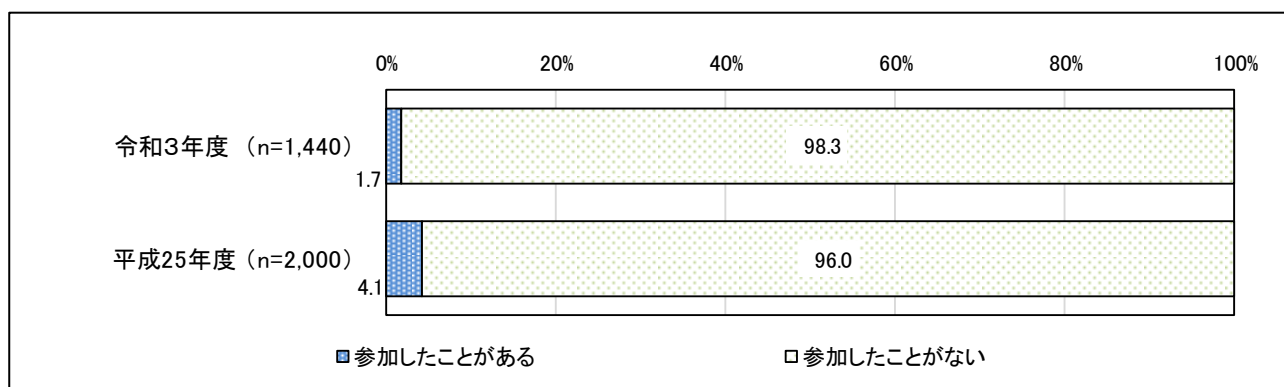
図表 3-27. 消費者生活講座等の参加経験



【経年比較(60～69 歳のみ)】

「参加したことがある」は、前回調査の 4.1%から 1.7%と、2.4 ポイント減少した。

図表 3-28. 消費者生活講座等の参加経験 <経年比較(60～69 歳のみ)>

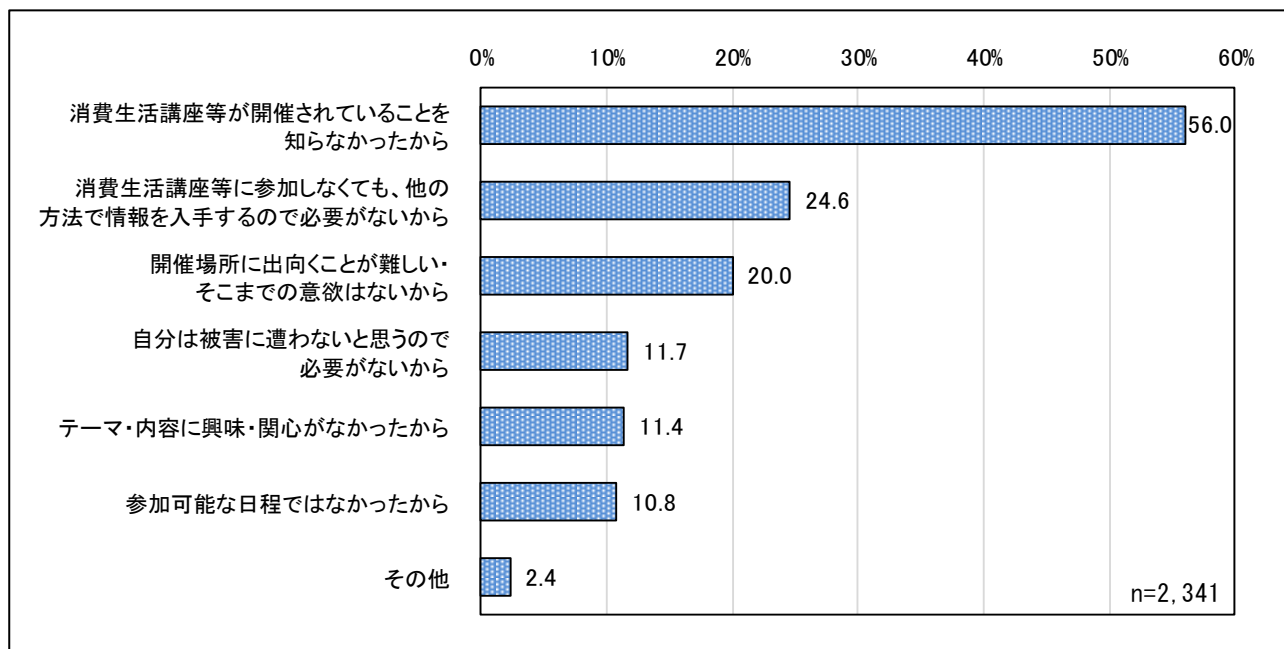


※経年比較のため、令和3年度は60～69歳のみで集計した

② 消費生活講座等に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（2,341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56.0%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24.6%、「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20.0%であった。

図表 3-29. 消費生活講座等に参加したことがない理由（複数回答）

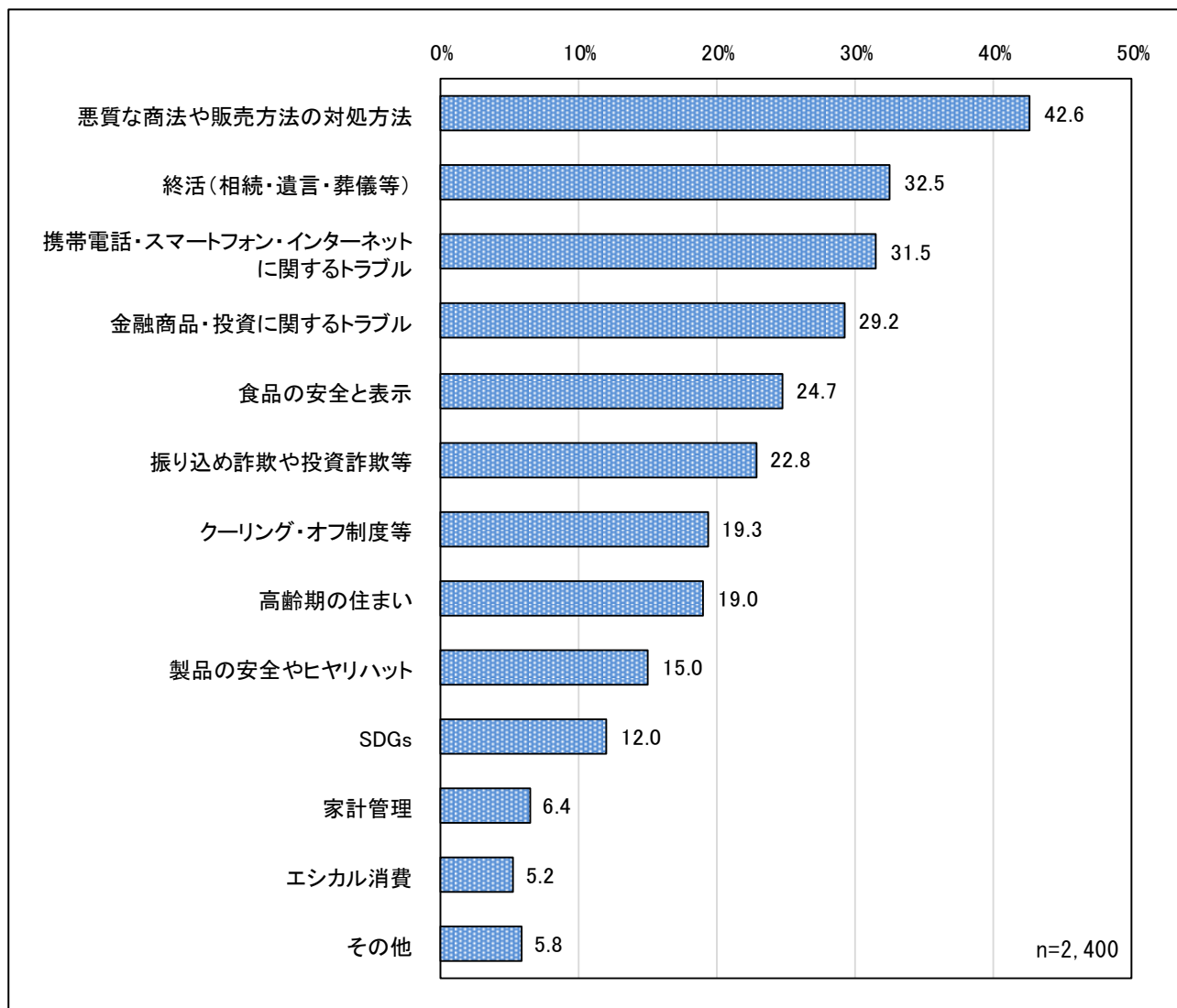


※n=2,341 は、消費生活講座等に「参加したことがない」と回答した人のみ

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 42.6%と最も高く、次いで「終活（相続・遺言・葬儀等）」が 32.5%、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が 31.5%であった。

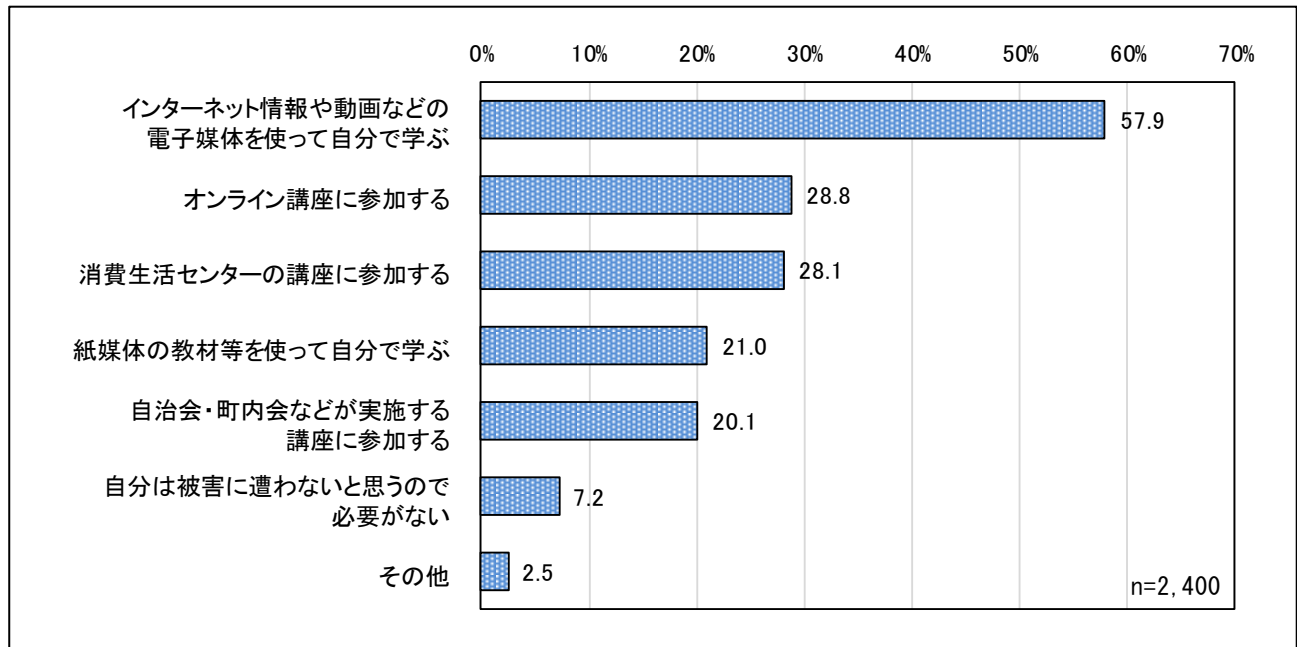
図表 3-30. 学びたい消費生活情報（複数回答）



④ 消費生活情報について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、「インターネット情報や動画などの電子媒体を使って自分で学ぶ」が 57.9%と最も高く、次いで「オンライン講座に参加する」が 28.8%、「消費者生活センターの講座に参加する」が 28.1%であった。

図表 3-31. 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)



【性・年齢別、職業別、インターネット利用年数別】

性別・年齢別、職業別にみると、いずれも「インターネット情報や動画などの電子媒体を使って自分で学ぶ」が最も高かった。

インターネット利用年数別にみると、回答者数が30人以下の属性を除き、「5年以上10年未満」と「10年以上」では「インターネット情報や動画などの電子媒体を使って自分で学ぶ」がいずれも5割を超え、最も高かった。また、「2年以上5年未満」では「消費生活センターの講座に参加する」が42.2%と最も高かった。

図表 3-32. 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)

＜性・年齢別、職業別、インターネット利用年数別＞

		n	電子 媒体 を使 って 自 分 で 学 ぶ な ど の	オ ン ラ イ ン 講 座 に 参 加 す る	消 費 生 活 セ ン タ ー の 講 座 に 参 加 す る	紙 媒 体 の 教 材 等 を 使 っ て 自 分 で 学 ぶ	講 座 に 参 加 す る 自 治 会 ・ 町 内 会 な ど が 実 施 す る	必 要 が な い 自 分 は 被 害 に 遭 わ な い と 思 う の で	そ の 他
全体		2,400	57.9	28.8	28.1	21.0	20.1	7.2	2.5
性・ 年 齢 別	男性	1,200	59.8	32.8	27.3	20.3	15.8	9.1	1.8
	60～64歳	360	61.7	33.9	22.8	16.4	9.2	10.8	2.5
	65～69歳	360	60.0	34.7	30.3	20.0	13.6	7.2	2.2
	70歳以上	480	58.3	30.4	28.3	23.3	22.3	9.2	1.0
	女性	1,200	56.0	24.8	28.9	21.7	24.5	5.4	3.3
	60～64歳	360	56.7	28.1	27.8	22.5	18.6	6.4	2.8
	65～69歳	360	57.5	22.8	26.9	21.9	21.9	6.1	1.9
	70歳以上	480	54.4	24.0	31.3	20.8	30.8	4.2	4.6
職 業 別	会社員・団体職員・役員	476	57.6	38.0	26.5	18.9	15.1	9.5	2.7
	パート・アルバイト	295	54.9	29.2	27.8	21.0	17.6	7.5	3.4
	自営業・自由業	246	61.0	28.9	26.8	17.1	11.4	8.1	2.0
	専業主婦(主夫)	560	55.5	22.1	28.6	23.8	28.2	3.8	2.0
	無職(年金生活を含む)	806	60.3	27.7	29.0	21.0	21.1	8.2	2.5
	その他	17	41.2	35.3	35.3	41.2	17.6	—	11.8
イ ン タ ー ネ ッ ト 利 用 年 数 別	1年未満	12	8.3	16.7	16.7	8.3	41.7	8.3	—
	1年以上2年未満	14	28.6	21.4	42.9	7.1	35.7	14.3	—
	2年以上5年未満	64	40.6	12.5	42.2	34.4	31.3	4.7	4.7
	5年以上10年未満	166	50.6	19.3	31.9	18.1	28.3	4.2	3.6
	10年以上	2,144	59.5	30.1	27.3	20.9	18.9	7.5	2.4

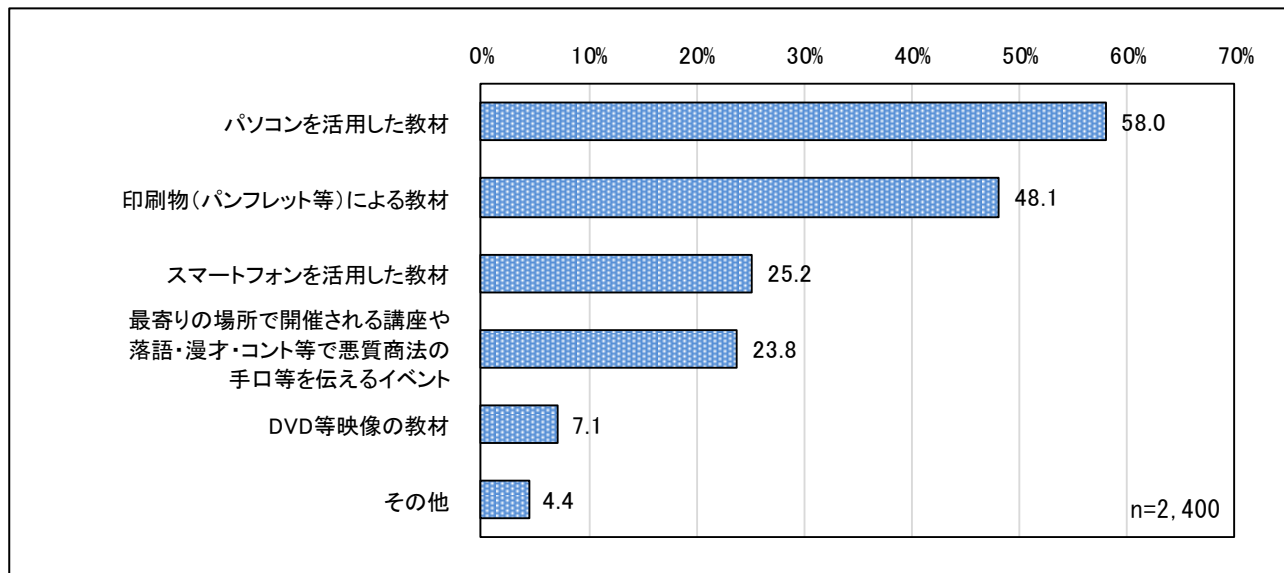
(人) (%)

※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

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58.0%と最も高く、次いで「印刷物（パンフレット等）による教材」が48.1%、「スマートフォンを活用した教材」が25.2%、「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23.8%であった。

図表 3-33. 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、職業別、インターネット利用年数別】

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。

職業別にみると、「その他」を除き「パソコンを活用した教材」が高い傾向にあるが、「専業主婦（主夫）」では「印刷物（パンフレット等）による教材」が57.3%と最も高かった。

インターネット利用年数別にみると、「10年以上」では「パソコンを活用した教材」が61.5%と最も高かった。10年未満の属性では、いずれも「印刷物（パンフレット等）による教材」が最も高かった。

図表 3-34. 消費生活トラブルへの対処法など知るために利用したいと思うもの(複数回答)

＜性・年齢別、職業別、インターネット利用年数別＞

			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	スマートフォンを活用した教材	最寄りの場所で開催される講座や落語・漫才・コント等で悪質商法の手口等を伝えるイベント	D V D 等映像の教材	その他
		n						
全体		2,400	58.0	48.1	25.2	23.8	7.1	4.4
性・年齢別	男性	1,200	69.9	42.5	20.8	21.8	8.2	4.6
	60～64歳	360	68.3	36.4	26.4	18.9	6.9	6.4
	65～69歳	360	70.3	41.4	24.7	20.3	8.3	4.7
	70歳以上	480	70.8	47.9	13.5	25.0	9.0	3.1
	女性	1,200	46.0	53.8	29.6	25.8	6.1	4.2
	60～64歳	360	45.6	47.8	34.4	25.0	5.3	3.9
	65～69歳	360	46.4	52.2	28.3	25.3	5.0	4.4
	70歳以上	480	46.0	59.4	26.9	26.9	7.5	4.2
職業別	会社員・団体職員・役員	476	69.1	37.8	26.7	23.1	8.0	4.0
	パート・アルバイト	295	48.8	44.7	33.6	25.8	7.5	5.4
	自営業・自由業	246	64.2	40.2	19.5	19.9	6.9	6.1
	専業主婦（主夫）	560	45.9	57.3	28.7	25.4	6.4	3.0
	無職（年金生活を含む）	806	61.8	51.0	20.2	23.7	6.8	4.3
	その他	17	29.4	70.6	35.3	17.6	17.6	17.6
インターネット 利用年数別	1年未満	12	16.7	75.0	33.3	33.3	－	－
	1年以上2年未満	14	28.6	64.3	14.3	42.9	7.1	－
	2年以上5年未満	64	21.9	59.4	45.3	26.6	7.8	－
	5年以上10年未満	166	31.9	54.2	31.9	29.5	12.0	1.8
	10年以上	2,144	61.5	47.1	24.1	23.1	6.8	4.8

(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

Ⅲ. 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	1,630	67.9
多摩地域・島しょ部	770	32.1
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	720	30.0
65歳～69歳	720	30.0
70歳以上	960	40.0
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	546	22.8
配偶者のみ	1,069	44.5
子と同居	554	23.1
親と同居	96	4.0
その他	135	5.6
n	2,400	100.0

F 5. 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	476	19.8
パート・アルバイト	295	12.3
自営業・自由業	246	10.3
専業主婦(主夫)	560	23.3
無職(年金生活を含む)	806	33.6
その他	17	0.7
n	2,400	100.0

F 6. 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	2,107	87.8
タブレット端末	661	27.5
スマートフォン	1,971	82.1
携帯電話(いわゆるガラケー)	271	11.3
上記にあてはまるものはない	0	0.0
n	2,400	100.0

F 7. あなたのインターネットの利用年数を教えてください。

	件数	割合(%)
1年未満	12	0.5
1年以上2年未満	14	0.6
2年以上5年未満	64	2.7
5年以上10年未満	166	6.9
10年以上	2,144	89.3
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・ネットワークワーキング・サービス) を教えてください。【複数選択可】

	件数	割合(%)
Facebook(フェイスブック)	570	23.8
Twitter(ツイッター)	497	20.7
LINE(ライン)	1,501	62.5
Instagram(インスタグラム)	370	15.4
Slownet(スローネット)	4	0.2
シニアコム.JP	16	0.7
その他のSNS	24	1.0
何も活用していない	692	28.8
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	1,362	56.8
デジタル版・電子版で読んでいる	526	21.9
新聞を読む習慣はない	761	31.7
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	1,142	47.6
内容までは知らないが、名前は知っている	962	40.1
知らない	296	12.3
n	2,400	100.0

Q 1-1. あなたは 60 歳を過ぎてからインターネット通販を利用したことはありますか。

	件数	割合 (%)
利用したことがある	2,169	90.4
利用したことがない	231	9.6
n	2,400	100.0

Q 1-2. あなたが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)	1,315	60.6
食品・飲料	1,613	74.4
健康食品(サプリメントなど)	870	40.1
日用品(食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品など)	1,482	68.3
化粧品・育毛剤・発毛剤など	862	39.7
情報商材(お金の儲け方などに関する情報)	32	1.5
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)	44	2.0
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)	703	32.4
金融・保険サービス(相続・資産運用など)	313	14.4
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)	361	16.6
家事関連サービス(食事宅配、家事サービスなど)	77	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)	21	1.0
上記以外のサービス(葬儀サービス、老人ホーム入居など)	13	0.6
その他	114	5.3
わからない(覚えていない)	6	0.3
n	2,169	100.0

Q 1-3. 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	78	3.6
被害には至らなかったが、問題を感じたことがある	383	17.7
被害にあったことも、問題を感じたこともない	1,708	78.7
n	2,169	100.0

Q 1-4. 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)	17	21.8
食品・飲料	5	6.4
健康食品(サプリメントなど)	6	7.7
日用品(食器、雑貨、パソコン・パソコン関連商品など)	30	38.5
化粧品・育毛剤・発毛剤など	7	9.0
情報商材(お金の儲け方などに関する情報)	6	7.7
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)	3	3.8
金融・保険サービス(相続・資産運用など)	0	0.0
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)	4	5.1
家事関連サービス(食事宅配、家事サービスなど)	0	0.0
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	2.6
上記以外のサービス(葬儀サービス、老人ホーム入居など)	0	0.0
その他	4	5.1
わからない(覚えていない)	3	3.8
n	78	100.0

Q 1-5. 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	41	52.6
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)	23	29.5
解約の電話がつながらず、解約できなかった	8	10.3
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	9	11.5
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	1	1.3
その他	13	16.7
n	78	100.0

Q 1-6. 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	31	39.7
1万円以上5万円未満	31	39.7
5万円以上10万円未満	8	10.3
10万円以上50万円未満	4	5.1
50万円以上100万円未満	2	2.6
100万円以上500万円未満	1	1.3
500万円以上	0	0.0
わからない(覚えていない)	1	1.3
n	78	100.0

Q 2-1. あなたは 60 歳を過ぎてから定期購入を利用したことはありますか。

	件数	割合(%)
利用したことがある	864	36.0
利用したことがない	1,536	64.0
n	2,400	100.0

Q 2-2. あなたが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	213	24.7
健康食品(サプリメントなど)	584	67.6
化粧品・育毛剤・発毛剤など	276	31.9
その他の商品(雑誌、日用品など)	103	11.9
わからない(覚えていない)	6	0.7
n	864	100.0

Q 2-3. その定期購入については何で知りましたか。【複数選択可】

	件数	割合(%)
インターネットでの検索や販売事業者サイト	473	54.7
インターネット広告やSNS広告	264	30.6
プラットフォーム事業者サイト(Amazon、楽天市場など)	129	14.9
新聞広告	138	16.0
テレビCM	154	17.8
テレビ通信販売番組	55	6.4
その他	56	6.5
わからない(覚えていない)	36	4.2
n	864	100.0

Q 2-4. 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	18	2.1
被害には至らなかったが、問題を感じたことがある	117	13.5
被害にあったことも、問題を感じたこともない	729	84.4
n	864	100.0

Q 2-5. 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	2	11.1
健康食品(サプリメントなど)	6	33.3
化粧品・育毛剤・発毛剤など	9	50.0
その他の商品(雑誌、日用品など)	1	5.6
わからない(覚えていない)	0	0.0
n	18	100.0

Q 2-6. 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	5.6
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)	1	5.6
「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	14	77.8
解約の電話が繋がらないなどで解約できなかった	2	11.1
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	5	27.8
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	1	5.6
その他	0	0.0
n	18	100.0

Q 2-7. 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	8	44.4
1万円以上5万円未満	7	38.9
5万円以上10万円未満	3	16.7
10万円以上50万円未満	0	0.0
50万円以上100万円未満	0	0.0
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	18	100.0

Q 3-1. あなたは架空請求・不当請求を知っていますか。

	件数	割合(%)
内容(手口)を知っている	1,407	58.6
内容は知らないが名称(言葉)は知っている	838	34.9
知らない	155	6.5
n	2,400	100.0

Q 3-2. あなたは架空請求・不当請求についてどこで知りましたか。【複数選択可】

	件数	割合(%)
新聞・雑誌で読んだ	1,027	45.7
ポスター・チラシ等で見た	271	12.1
テレビで見た	1,645	73.3
ウェブサイトで見た	755	33.6
家族・知人等、人から聞いた	345	15.4
自分が被害にあった・請求された(勧誘された)	341	15.2
家族・知人等が被害にあった・請求された(勧誘された)	127	5.7
その他	29	1.3
わからない(覚えていない)	68	3.0
n	2,245	100.0

Q 3-3. 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	17	0.8
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	838	37.3
被害にあったことも、請求された(勧誘された)こともない	1,390	61.9
n	2,245	100.0

Q 3-4. 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	3	17.6
1万円以上5万円未満	6	35.3
5万円以上10万円未満	2	11.8
10万円以上50万円未満	2	11.8
50万円以上100万円未満	2	11.8
100万円以上500万円未満	1	5.9
500万円以上	0	0.0
わからない(覚えていない)	1	5.9
n	17	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	1,349	56.2
内容は知らないが名称(言葉)は知っている	743	31.0
知らなかった	308	12.8
n	2,400	100.0

Q 4-2. 点検商法についてどこで知りましたか。【複数選択可】

	件数	割合(%)
新聞・雑誌で読んだ	912	43.6
ポスター・チラシ等で見た	235	11.2
テレビで見た	1,655	79.1
ウェブサイトで見た	462	22.1
家族・知人等、人から聞いた	290	13.9
自分が被害にあった・請求された(勧誘された)	99	4.7
家族・知人等が被害にあった・請求された(勧誘された)	91	4.3
その他	15	0.7
わからない(覚えていない)	60	2.9
n	2,092	100.0

Q 4-3. 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(契約した・お金を払った)ことがある	9	0.4
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	162	7.7
被害にあったことも請求された(勧誘された)こともない	1,921	91.8
n	2,092	100.0

Q 4-4. 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	2	22.2
1万円以上5万円未満	3	33.3
5万円以上10万円未満	1	11.1
10万円以上50万円未満	1	11.1
50万円以上100万円未満	0	0.0
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)	2	22.2
n	9	100.0

Q 5-1. 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	20	19.2
弁護士等の専門家に相談した	2	1.9
家族や知人に相談した	5	4.8
ヘルパーなど福祉関係者に相談した	0	0.0
警察に相談した	19	18.3
インターネットで調べた	29	27.9
ウェブサイト「東京くらしWEB」内にある「悪質事業者通報サイト」に通報した	3	2.9
その他	8	7.7
何もなかった	42	40.4
n	104	100.0

Q 5-2. 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	8	9.5
より専門的なところに相談したかったから	9	10.7
相談するのが恥ずかしかったから	4	4.8
相談する時間がなかったから	6	7.1
相談できると思わなかったから	11	13.1
相談しなくても解決できと思ったから	16	19.0
相談しても仕方がないと思ったから	40	47.6
その他	12	14.3
n	84	100.0

Q 5-3. 何もなかった理由は何ですか。【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	4	9.5
相談したり、調べたりしても解決しなかったから	9	21.4
相談するのが恥ずかしかったから	3	7.1
大した被害ではないと思ったから	21	50.0
自分にも責任があると思ったから	13	31.0
その他	5	11.9
n	42	100.0

Q 5-4. 問題を感じた、請求又は勧誘されたにもかかわらず、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(%)
その販売方法・商法を知っていたから	646	60.9
よく考えて慎重に対応したから	512	48.3
家族や知人などに相談したから	127	12.0
ヘルパーなど福祉関係者に相談したから	2	0.2
消費生活センター等に相談したから	60	5.7
インターネットで調べたから	304	28.7
その他	77	7.3
n	1,060	100.0

Q 6. 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「東京くらし WEB」

	件数	割合(%)
見たことがある	130	5.4
あることは知っている	447	18.6
知らない	1,823	76.0
n	2,400	100.0

2. 「東京都消費生活行政」Twitter（ツイッター）

	件数	割合(%)
見たことがある	44	1.8
あることは知っている	315	13.1
知らない	2,041	85.0
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(%)
見たことがある	42	1.8
あることは知っている	307	12.8
知らない	2,051	85.5
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(%)
見たことがある	165	6.9
あることは知っている	534	22.3
知らない	1,701	70.9
n	2,400	100.0

Q7-1. 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	325	13.5
見たことがない	1,868	77.8
わからない	207	8.6
n	2,400	100.0

Q7-2. 見たたり聞いた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(%)
新聞広告	146	44.9
車内広告(電車)	82	25.2
車内広告(バス)	50	15.4
テレビCM	133	40.9
ラジオCM	25	7.7
東京都のホームページ	121	37.2
Twitter(ツイッター)やFacebook(フェイスブック)などのSNS	25	7.7
メールマガジン	28	8.6
東京都の広報紙(誌)	186	57.2
パンフレット・チラシ	87	26.8
自治会・町内会などの掲示板や回覧板	128	39.4
その他	7	2.2
n	325	100.0

Q8. 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	1,548	64.5
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	1,437	59.9
地域で声を掛け合うなどの関係を作る	746	31.1
ヘルパー等の福祉関係者が日頃から気にかける	419	17.5
家族・親族が日頃から気にかける	1,418	59.1
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	1,234	51.4
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	979	40.8
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	1,646	68.6
その他	68	2.8
n	2,400	100.0

Q9. 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(%)
新聞広告	1,109	46.2
車内広告(電車)	345	14.4
車内広告(バス)	229	9.5
テレビCM	1,960	81.7
ラジオCM	284	11.8
東京都のホームページ	404	16.8
Twitter(ツイッター)やFacebook(フェイスブック)などのSNS	270	11.3
メールマガジン	494	20.6
自治会・町内会などの掲示板や回覧板	843	35.1
東京都の広報誌(紙)	879	36.6
パンフレット・チラシ	699	29.1
フリーペーパー	198	8.3
その他	61	2.5
n	2,400	100.0

Q10-1. 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	59	2.5
参加したことがない	2,341	97.5
n	2,400	100.0

Q10-2. 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	1,311	56.0
参加可能な日程ではなかったから	252	10.8
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	469	20.0
テーマ・内容に興味・関心がなかったから	266	11.4
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	577	24.6
自分は被害に遭わないと思うので必要がないから	274	11.7
その他	56	2.4
n	2,341	100.0

Q 1 1. 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	1,022	42.6
金融商品・投資に関するトラブル	701	29.2
家計管理	154	6.4
振り込み詐欺や投資詐欺等	546	22.8
携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル	755	31.5
クーリング・オフ制度等	464	19.3
高齢期の住まい	456	19.0
終活(相続・遺言・葬儀等)	780	32.5
食品の安全と表示	592	24.7
製品の安全やヒヤリハット	359	15.0
エシカル消費	125	5.2
SDGs	288	12.0
その他	138	5.8
n	2,400	100.0

Q 1 2. あなたが消費生活情報について学ぶとしたら、どのような形がよいですか。【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	674	28.1
自治会・町内会などが実施する講座に参加する	483	20.1
オンライン講座に参加する	691	28.8
紙媒体の教材等を使って自分で学ぶ	503	21.0
インターネット情報や動画などの電子媒体を使って自分で学ぶ	1,390	57.9
自分は被害に遭わないと思うので必要がない	174	7.2
その他	61	2.5
n	2,400	100.0

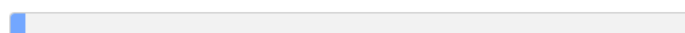
Q 1 3. 消費生活トラブルへの対処法など知るために、あなたが利用したいと思うものはどれですか。【複数選択可】

	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	571	23.8
DVD等映像の教材	171	7.1
パソコンを活用した教材	1,391	58.0
スマートフォンを活用した教材	604	25.2
印刷物(パンフレット等)による教材	1,155	48.1
その他	105	4.4
n	2,400	100.0

IV. 調査票

高齢者の消費者被害に関する調査

- 回答は匿名で、個人が特定されることはありません。
- 回答を修正する場合は、ブラウザの[戻る]ボタンは使用せず、画面下部の[前へ]をクリックして戻ってください。
「ページの有効期限切れ」等のメッセージが表示されてしまった場合は、キーボードの[F5キー]またはブラウザの[更新]ボタンでブラウザの再読み込みを行い、再度回答してください。
- 回答を取り消したい場合は、同じ選択肢を再度クリックすることで取り消すことができます。
- すべての質問が**回答必須**です。いずれかの選択肢を選んで「次へ」をクリックしてください。
「その他」を選択した方は、所定の入力ボックス内に具体的な内容を入力してください。

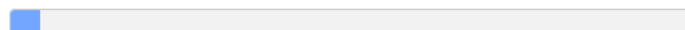
 2%

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

【あなたのことについてうかがいます】

F 1. あなたのお住まいを教えてください。
(東京都以外にお住まいの方は「東京都以外」を選択してください。)

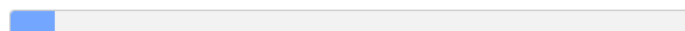
 4%

前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

F 2. あなたの年齢を教えてください。

 6%

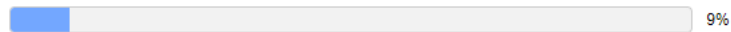
前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

F 3. あなたの性別を教えてください。

- ☐ 男性
- ☐ 女性



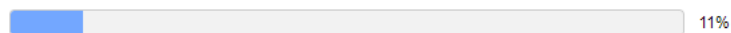
前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

F 4. 同居しているご家族の構成を教えてください。

- ☐ ひとり暮らし
- ☐ 配偶者のみ
- ☐ 子と同居
- ☐ 親と同居
- ☐ その他（具体的に）



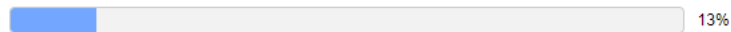
前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

F 5. あなたの職業を教えてください。

- ☐ 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（具体的に）



前へ

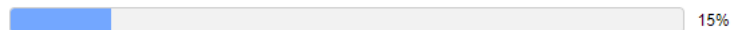
次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

F 6. 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



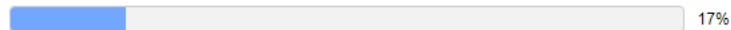
前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

F 7. あなたのインターネットの利用年数を教えてください。

- ☐ 1年未満
- ☐ 1年以上2年未満
- ☐ 2年以上5年未満
- ☐ 5年以上10年未満
- ☐ 10年以上



前へ

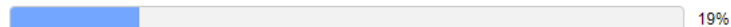
次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

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

- ☐ Facebook（フェイスブック）
- ☐ Twitter（ツイッター）
- ☐ LINE（ライン）
- ☐ Instagram（インスタグラム）
- ☐ Slownet（スローネット）
- ☐ シニアコム.JP
- ☐ その他のSNS（具体的に）

- ☐ 何も活用していない



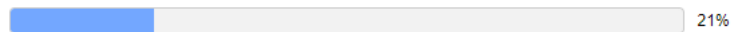
前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

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】

- ☐ 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



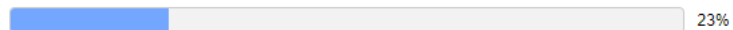
前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

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。

- ☐ 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



前へ

次へ

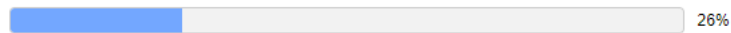
高齢者の消費者被害に関する調査

【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、架空請求・不当請求、点検商法、増加しているものとして、インターネット通販、定期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。

※Q 1～Q 4はランダムで出題されます。



前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

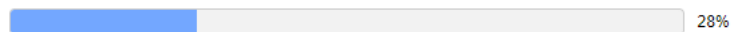
Q 1

【インターネット通販】

■インターネットによる申込みを受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。

Q 1 - 1. あなたは60歳を過ぎてからインターネット通販を利用したことはありますか。

- ☐ 利用したことがある
- ☐ 利用したことがない



前へ

次へ

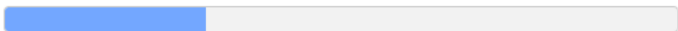
高齢者の消費者被害に関する調査

【インターネット通販】

■インターネットによる申込みを受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。

Q 1 - 2. あなたが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】

- ☐ 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（葬儀サービス、老人ホーム入居など）
- ☐ その他（具体的に）
- ☐ わからない（覚えていない）

 30%

前へ

次へ

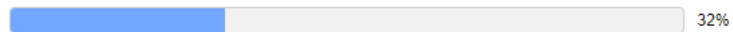
高齢者の消費者被害に関する調査

【インターネット通販】

■インターネットによる申込みを受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。

Q 1 - 3. インターネット通販で被害にあったことがありますか。

- ☐ 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



前へ

次へ

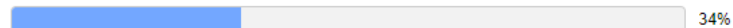
高齢者の消費者被害に関する調査

【インターネット通販】

■インターネットによる申込みを受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。

Q 1－4. 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（葬儀サービス、老人ホーム入居など）
- ☐ その他（具体的に）
- ☐ わからない（覚えていない）



前へ

次へ

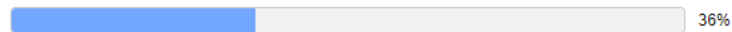
高齢者の消費者被害に関する調査

【インターネット通販】

■インターネットによる申込みを受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。

Q 1 - 5. 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等が届いた
- ☐ その他（具体的に）



前へ

次へ

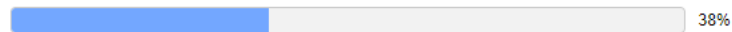
高齢者の消費者被害に関する調査

【インターネット通販】

■インターネットによる申込みを受けて商品の販売やサービスの提供を行う販売方法。

Q 1－6. 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）



前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

Q 2

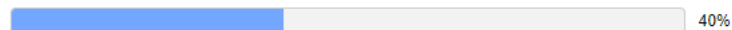
【定期購入】

■販売業者が定期的に継続して購入者に商品を引き渡し、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

Q 2－1. あなたは60歳を過ぎてから定期購入を利用したことはありますか。

- ☐ 利用したことがある
- ☐ 利用したことがない



前へ

次へ

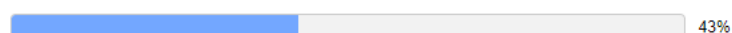
高齢者の消費者被害に関する調査

【定期購入】

- 販売業者が定期的に継続して購入者に商品を引き渡し、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

Q 2 - 2. あなたが定期購入で買ったものは何ですか。【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（雑誌、日用品など）
- ☐ わからない（覚えていない）

[前へ](#)[次へ](#)

高齢者の消費者被害に関する調査

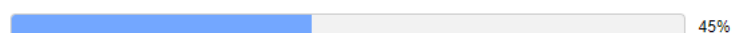
【定期購入】

- 販売業者が定期的に継続して購入者に商品を引き渡し、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

Q 2 - 3. その定期購入については何で知りましたか。【複数選択可】

- ☐ インターネットでの検索や販売事業者サイト
- ☐ インターネット広告やSNS広告
- ☐ プラットフォーム事業者サイト（Amazon、楽天市場など）
- ☐ 新聞広告
- ☐ テレビCM
- ☐ テレビ通信販売番組
- ☐ その他（具体的に）

- ☐ わからない（覚えていない）

[前へ](#)[次へ](#)

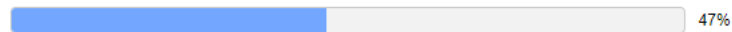
高齢者の消費者被害に関する調査

【定期購入】

- 販売業者が定期的に継続して購入者に商品を引き渡し、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

Q 2 - 4. 定期購入で被害にあったことがありますか。

- ☐ 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



前へ

次へ

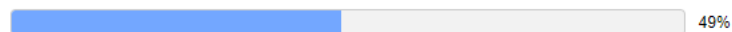
高齢者の消費者被害に関する調査

【定期購入】

- 販売業者が定期的に継続して購入者に商品を引き渡し、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

Q 2 - 5. 何を購入したときに被害にあいましたか。【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（雑誌、日用品など）
- ☐ わからない（覚えていない）



前へ

次へ

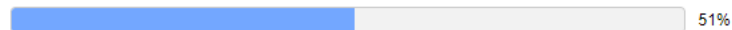
高齢者の消費者被害に関する調査

【定期購入】

- 販売業者が定期的に継続して購入者に商品を引き渡し、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

Q 2－6. 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、その後も次々と購入・契約を迫る勧誘メール等が届いた
- ☐ その他（具体的に）



前へ

次へ

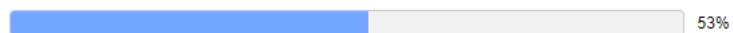
高齢者の消費者被害に関する調査

【定期購入】

- 販売業者が定期的に継続して購入者に商品を引き渡し、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

Q 2－7. 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）



前へ

次へ

Q3

【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て請求するという商法。
総合消費料金、有料サイト利用料金、情報サイト料金など。

詳しくはこちら

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/campaign/kourei.html#fudou>

Q3－1. あなたは架空請求・不当請求を知っていますか。

- ☐ 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
- ☐ 知らない



前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

【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て請求するという商法。総合消費料金、有料サイト利用料金、情報サイト料金など。

Q 3 - 2. あなたは架空請求・不当請求についてどこで知りましたか。【複数選択可】

- ☐ 新聞・雑誌で読んだ
- ☐ ポスター・チラシ等で見た
- ☐ テレビで見た
- ☐ ウェブサイトで見た
- ☐ 家族・知人等、人から聞いた
- ☐ 自分が被害にあった・請求された（勧誘された）
- ☐ 家族・知人等が被害にあった・請求された（勧誘された）
- ☐ その他（具体的に）

- ☐ わからない（覚えていない）



前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

【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て請求するという商法。総合消費料金、有料サイト利用料金、情報サイト料金など。

Q 3 - 3. 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。

- ☐ 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



前へ

次へ

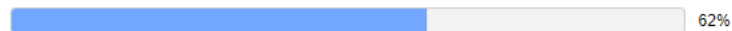
高齢者の消費者被害に関する調査

【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て請求するという商法。総合消費料金、有料サイト利用料金、情報サイト料金など。

Q 3 - 4. 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）



前へ

次へ

Q 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、「この商品は壊れている」「家屋に亀裂がある」などと不安をあおり、商品やサービスを契約させること。
- 主な商品やサービス：ふとん類、浄水器、リフォーム工事、建物清掃サービスなど

詳しくはこちら

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/campaign/kourei.html#tenken>

Q 4 - 1. 点検商法を知っていますか。

- ☐ 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



前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

【点検商法】

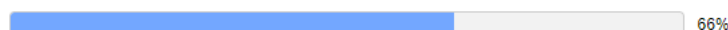
■「点検に来た」「無料で点検する」と言って家に上がり込み、「この商品は壊れている」「家屋に亀裂がある」などと不安をあおり、商品やサービスを契約させること。

■主な商品やサービス：ふとん類、浄水器、リフォーム工事、建物清掃サービスなど

Q 4 - 2. 点検商法についてどこで知りましたか。【複数選択可】

- ☐ 新聞・雑誌で読んだ
- ☐ ポスター・チラシ等で見た
- ☐ テレビで見た
- ☐ ウェブサイトで見た
- ☐ 家族・知人等、人から聞いた
- ☐ 自分が被害にあった・請求された（勧誘された）
- ☐ 家族・知人等が被害にあった・請求された（勧誘された）
- ☐ その他（具体的に）

- ☐ わからない（覚えていない）



66%

前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

【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、「この商品は壊れている」「家屋に亀裂がある」などと不安をあおり、商品やサービスを契約させること。

■主な商品やサービス：ふとん類、浄水器、リフォーム工事、建物清掃サービスなど

Q 4 - 3. 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。

- ☐ 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



68%

前へ

次へ

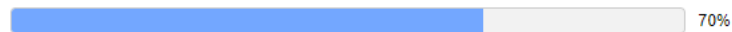
高齢者の消費者被害に関する調査

【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、「この商品は壊れている」「家屋に亀裂がある」などと不安をあおり、商品やサービスを契約させること。
- 主な商品やサービス：ふとん類、浄水器、リフォーム工事、建物清掃サービスなど

Q 4 - 4. 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）



前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

【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】

のいずれかで「被害にあったことがある」と回答した方にうかがいます。

Q 5 - 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

☐ ヘルパーなど福祉関係者に相談した

☐ 警察に相談した

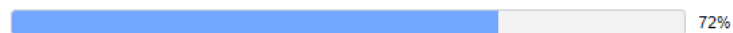
☐ インターネットで調べた

☐ 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（※）」に通報した

☐ その他（具体的に）

☐ 何もしなかった

※参考：悪質事業者通報サイト <https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/tsuho/>



72%

前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

Q 5 - 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。

Q 5 - 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
- ☐ 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（具体的に）



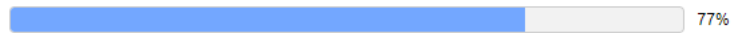
前へ

次へ

Q 5 - 1 で「何もしなかった」と回答した方にうかがいます。

Q 5 - 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かったから
- ☐ 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（具体的に）



前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

【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】

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／請求された（勧誘された）ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q 5 - 4. 問題を感じた、請求又は勧誘されたにもかかわらず、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
- ☐ 消費生活センター等に相談したから
- ☐ インターネットで調べたから
- ☐ その他（具体的に）



前へ

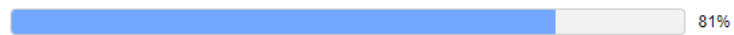
次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

ここからは消費者被害防止の取組や消費者教育についてうかがいます。

Q 6. 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。

	見たことがある	あることは知っている	知らない
1. ウェブサイト「東京暮らしWEB」 https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/	☐	☐	☐
2. 「東京都消費生活行政」Twitter（ツイッター） https://twitter.com/tocho_shouhi	☐	☐	☐
3. 「東京都消費生活」Facebook（フェイスブック） https://www.facebook.com/tocho.shouhi	☐	☐	☐
4. 消費生活情報誌「東京くらしねっと」 https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/kurashi/	☐	☐	☐



前へ

次へ

Q 7. 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。

参考：高齢者に対する悪質商法被害防止キャンペーン

https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/campaign/documents/leaflet_2021.pdf

高齢者に対する悪質商法被害防止キャンペーン ポスター



平成28年度 ポスター



平成29年度 ポスター



平成30年度 ポスター



令和元年度 ポスター



令和2年度 ポスター

Q 7 - 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。

- ☐ 見たことがある
- ☐ 見たことがない
- ☐ わからない



前へ

次へ

Q 7 - 2. 見たり聞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】

- ☐ 新聞広告
- ☐ 車内広告（電車）
- ☐ 車内広告（バス）
- ☐ テレビCM
- ☐ ラジオCM
- ☐ 東京都のホームページ
- ☐ Twitter（ツイッター）やFacebook（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（具体的に）



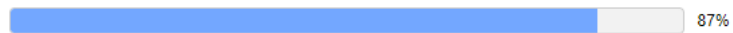
前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

Q 8. 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
- ☐ 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（具体的に）



前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

Q 9. 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】

- ☐ 新聞広告
- ☐ 車内広告（電車）
- ☐ 車内広告（バス）
- ☐ テレビCM
- ☐ ラジオCM
- ☐ 東京都のホームページ
- ☐ Twitter（ツイッター）やFacebook（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
- ☐ その他（具体的に）



前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

Q 10 - 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。

- ☐ 参加したことがある
- ☐ 参加したことがない

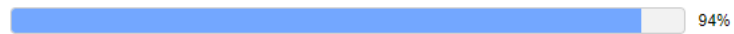


前へ

次へ

Q 1 0 - 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
- ☐ 開催場所に出向くことが難しい・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で必要がないから
- ☐ 自分は被害に遭わないと思うので必要がないから
- ☐ その他（具体的に）



前へ

次へ

Q 1 1. 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（具体的に）



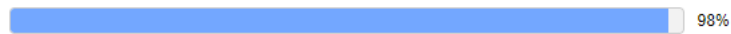
前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

Q 1 2. あなたが消費生活情報について学ぶとしたら、どのような形がよいですか。【複数選択可】

- ☐ 消費生活センターの講座に参加する
- ☐ 自治会・町内会などが実施する講座に参加する
- ☐ オンライン講座に参加する
- ☐ 紙媒体の教材等を使って自分で学ぶ
- ☐ インターネット情報や動画などの電子媒体を使って自分で学ぶ
- ☐ 自分は被害に遭わないと思うので必要がない
- ☐ その他（具体的に）



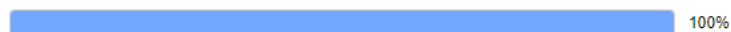
前へ

次へ

高齢者の消費者被害に関する調査

Q 1 3. 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（具体的に）



前へ

完了