

特殊詐欺等の消費者被害における 心理・行動特性に関する研究

令和5年3月15日

消費者庁新未来創造戦略本部



プロジェクトの背景と目的

問題意識・課題

- 2021年の全国での特殊詐欺認知件数は14,498件（徳島県：39件）、被害額は282.0億円（徳島県：1.3億円）、**高齢者を中心に被害が高い水準で発生**
- 詐欺的手口に関する高齢者の消費生活相談件数も上昇傾向
- 特殊詐欺等の詐欺的手口による消費者被害を防ぐ対策が重要



実施する取組

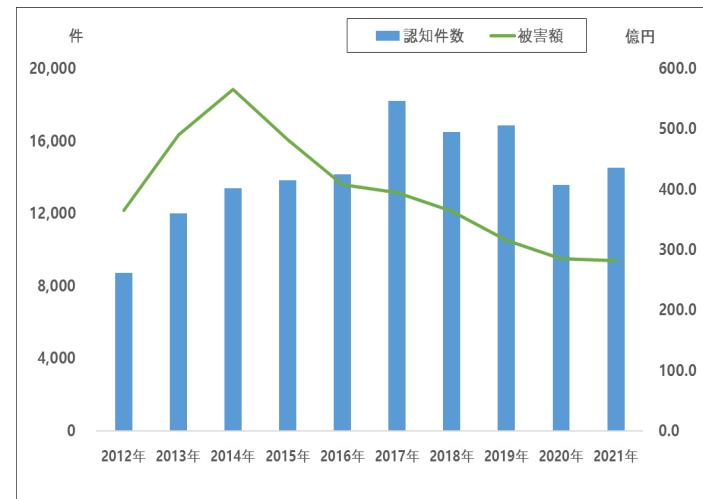
以下の対象者にアンケート調査を実施

- 徳島県警察への被害相談者・情報提供者
- 徳島県消費者情報センターへの相談者
- 徳島県運転免許センターの講習受講者
- とくしま生協の組合員 等

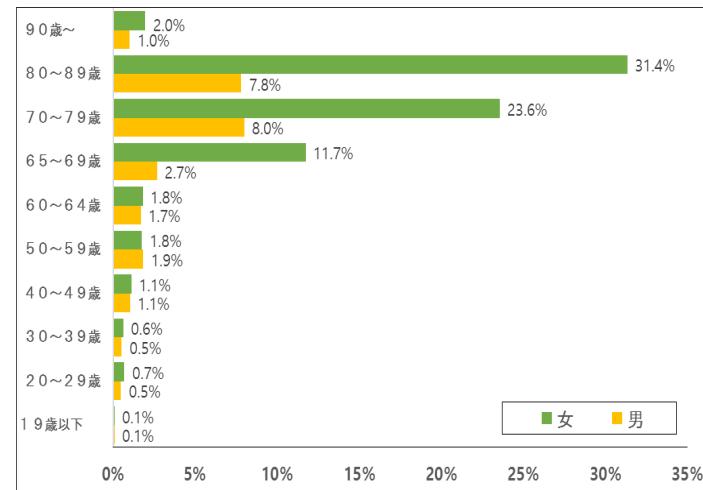


成果イメージ・効果

- 被害に遭いやすい人の特徴・傾向を解明し、特殊詐欺被害防止に資する効果的周知・広報を提案
- 情報提供者の特徴・傾向を解明し、地域住民が情報提供しやすくなる効果的周知・広報を提案



特殊詐欺の認知状況の変化（全国）



被害者の年齢・性別構成（全国）（2021年）

アンケート調査の概要

【概要】

- ・消費者被害を防ぐための効果的な情報発信の方法を検討することを目的とし、徳島県警察及び徳島県の協力のもと、特殊詐欺や消費者トラブルについての経験や考え方などを問うアンケート調査を実施。
- ・自分は他者と比較してネガティブな事象が起きにくいという「**楽観性バイアス**」が消費者被害に与える影響や、消費者被害防止への効果的な情報提供を促す手法について調査。

【調査対象者】

- ・一般消費者
- ・被害届提出者(消費者被害※に遭い、警察へ被害届を提出した方)
- ・看破者(詐欺の疑いのある電話やメール等について、警察や消費者センターに情報提供を行った方)

※本研究では特殊詐欺と消費者トラブルを併せたものを「消費者被害」と定義

調査対象者(1)

とくしま生協組合員（一般消費者）へアンケート調査を実施。

【調査の概要】

【調査期間】

調査票配布：2022年1月17日（月）～2022年1月21日（金）

調査票回収：2022年1月24日（月）～2022年2月4日（金）

【調査対象者】

とくしま生協で宅配を利用している組合員

【調査方法】

無記名・選択式質問紙調査

配送担当者が商品配達・カタログ配布時に調査票の配布及び回収を実施

【調査項目】

年齢、性別等の基本的な属性のほか、外出頻度、消費者被害経験、詐欺脆弱特性尺度等消費者の心理・行動特性を問う項目

【対象データ】

配布者数：60,777人

有効回答者数：13,252人

有効回答率：21.8%

	対象者数	備考
調査依頼数	60,777	
回答者数	16,887	調査への同意があり、1問でも回答のあった調査票 16,887 (1) いづれかの間に無回答 (2) いづれかの間に不正回答 (3) 不正回答と推測される問※を含むもの (※問4（居住形態）において、「一人暮らし」と「親と同居」両方にチェックがあるもの等)
除外対象データ	3,662	(1)～(3)のいづれかに該当
分析対象データ	13,252	回答者数から除外対象データを減じたもの

→ 分析結果は、中間報告として、2022年11月公表のプログレッシブ・レポートにて報告

調査対象者(2)

運転免許センター等にてアンケート調査を実施。

【調査の概要】

【調査実施日】

県運転免許センター：2021年11月30日、2021年12月17日、2021年12月21日、2022年1月26日、2022年1月31日、2022年3月15日

県シルバー大学校：2021年12月6日、2022年7月16日

ボランティア講座受講者：2022年1月17日

くらしのサポートー・消費者コーディネーター交流会：2022年1月28日

※調査票回収については運転免許センター実施分については未来本部職員が回収、それ以外については徳島県が回収したものを未来本部が後日受領。

【調査対象者】

一般消費者（被害未経験者・被害経験者）

【調査方法】

無記名・選択式質問紙調査

【調査項目】

年齢、性別等の基本的な属性のほか、外出頻度、消費者被害経験、詐欺脆弱特性尺度等消費者の心理・行動特性を問う項目

【対象データ】

調査依頼数：501人

有効回答者数：406人

有効回答率：81.0%

	対象者数	備考
調査依頼数	501	
回答者数	492	調査への同意があり、1問でも回答のあった調査票
	86	(1) 不正回答と推測される問※を含むもの (※問4（居住形態）において、「一人暮らし」と「親と同居」両方にチェックがあるもの等)
除外対象データ	86	(1)に該当
分析対象データ	406	回答者数から除外対象データを減じたもの

→ 分析結果は2023年3月以降公表予定のリサーチ・ディスカッション・ペーパーにて報告

調査対象者(3)

徳島県警等に協力いただきアンケート調査を実施。

【調査の概要】

【調査期間】

2021年11月～2022年7月

【調査対象者】

被害届提出者・看破者

(警察に被害届を提出した方や、警察や消費生活センターに不審な電話があった等の相談をした方)

※調査票回収について、県警実施分は県警より受領、消費生活センター実施分については徳島県が回収したものを未来本部が後日受領。

【調査方法】

無記名・選択式質問紙調査

【調査項目】

年齢、性別等の基本的な属性のほか、外出頻度、消費者被害経験、詐欺脆弱特性尺度等消費者の心理・行動特性を問う項目に加え消費者被害の手口や被害状況、詐欺と見破った状況を問う項目を追加

【対象データ】

調査依頼数：91人

有効回答者数：87人

有効回答率：95.6%

	対象者数	備考
調査依頼数	91	
回答者数	88	調査への同意があり、1問でも回答のあった調査票
	1	(2) 被害届提出者・看破者のどちらの者の回答なのが不明なもの ただし、欠損値については、完全にランダムな欠損値 (LittleのMCAR検定 ; $\chi^2 (150) = 68.76$, $p = .99$) であったため、尺度の欠損値数が50%未満の場合、その点における線型トレンドにより置換した。また、尺度の欠損値数が50%以上の場合や設問が1つで欠損の場合は対象者自体は除外せず、ペアワイズ除去法を用いて、その尺度や設問の回答は不明とした。
除外対象データ	1	(2)に該当
分析対象データ	87	回答者数から除外対象データを減じたもの

→ 分析結果は2023年3月以降公表予定のリサーチ・ディスカッション・ペーパーにて報告

調査票の内容

設問	対象者	調査項目
問1	回答者全員	年齢
問2		性別
問3		最終学歴
問4		居住形態
問5		外出頻度
問6		消費者被害経験
問7		楽観性バイアス
問8		自己効力感
問9		情報提供・相談の認知
問10		詐欺脆弱性尺度
問11		被害の手口について
問12		被害届提出者の気付き(被害状況)
問13	被害届提出者及び看破者のみ	看破者の気付き(見破った状況)
問14		

使用したアンケート調査票（全員回答）

問1 あなたの年齢を教えてください。		
_____歳		
問2 あなたの性別を教えてください。あてはまる番号1つに○をつけてください。		
1. 男性	2. 女性	3. 答えたくない
問3 あなたが最後に通った（または現在通っている）学校について、あてはまる番号1つに○をつけてください。		
1. 小学校（尋常小学校、高等小学校を含む）	2. 中学校	3. 高等学校（旧制中学校、女学校、実業学校、師範学校を含む）
4. 短期大学、専門学校（高専等を含む）	5. 四年制大学（旧制高校、旧制高等専門学校を含む）	6. 大学院、六年制学部
7. その他		
問4 あなたの居住形態は次のうちどれですか？複数にあてはまる場合は、あてはまる全ての番号に○をつけてください。		
1. 一人暮らし（相談できる親族がいる）	2. 一人暮らし（相談できる親族がない）	3. 夫婦・パートナーと同居
4. 息子・娘と同居	5. 親と同居	6. その他（さしつかえなければ具体的に：）
問5 あなたは普段、自宅やマンションの敷地外にどの程度外出しますか？もっとも近い番号1つに○をつけてください。		
1. 毎日1回以上	2. 2~3日に1回程度	3. 1週間に1回程度
4. ほとんどない		

問6-1 あなたの過去5年間の消費者被害（※）経験についてうかがいます。 次の質問aとbについて、あてはまる番号1つにそれぞれ○をつけてください。		
<p>a 消費者被害にあったことがある</p> <p>1. はい 2. いいえ</p> <p>※ここでいう消費者被害とは、特殊詐欺と消費者トラブルをあわせたものです。</p> <p>・特殊詐欺とは、被害者が電話をかけるなどして対面することなく偽情報を、指定した預貯金口座への振り込みなどにより、不特定多数の者が詐欺などをたまし取る犯罪。 (例) オレオし詐欺、架空料金請求詐欺、運賃金詐欺など。</p> <p>・消費者トラブルとは、消費者が商品やサービスを購入する時に不正な契約をさせられたり、注文した商品の価格や品質が違うものが届いたりするなど、消費者に被害が生じること。 (例) 過量な販売詐欺、電話勧説詐欺、点検詐法、無料商法、インターネットでの購入トラブルなど。</p>		
<p>問6-1のaとbに「2. いいえ」に2つともをされた方は、問7に進んでください。</p> <p>問6-2 問6-1のaとbに1つでも「1. はい」に○をされた方にうかがいます。 あなたが消費者被害にあった（もしくは、あいそうになった）きっかけは何でしたか？ 複数にあてはまる場合は、あてはまる全ての番号に○をつけてください。</p>		
<p>1. 居宅訪問 2. 固定電話 3. 携帯電話・スマートフォン（SMS・電子メール含む） 4. FAX 5. SNS（LINE、twitter、FBなど） 6. PCメール 7. WEBサイト 8. PC画面に表示 9. 封書 10. はがき 11. 雑誌などの掲載広告 12. その他（具体的に：） 13. 不明</p>		
<p>問7 あなたと同年代の同性の人が、1年間に消費者被害にあう確率は何パーセント程度だと思いま すか？あてはまる目感の数字に○をつけてください。</p> <p>被害にあわない 絶対に被害にあう 0 5 10 15 20 25 30 35 40 45 50 55 60 65 70 75 80 85 90 95 100 %</p>		
<p>問8 あなた自身が、この1年間に消費者被害にあう確率は何パーセント程度だと思いませんか？ あてはまる目感の数字に○をつけてください。</p> <p>被害にあわない 絶対に被害にあう 0 5 10 15 20 25 30 35 40 45 50 55 60 65 70 75 80 85 90 95 100 %</p>		
<p>問9 あなたは人生において「非常に困難な状況の中でも、私ならそこから抜け出すことができると思 う」とどの程度思いますか？あてはまる数字1つに○をつけてください。</p> <p>全く思わない とても思う 1 2 3 4 5</p>		

問10 特殊詐欺や消費者トラブルを警察や行政に情報提供や相談することについてうかがいます。 以下のそれぞれの項目について、「そう思う」から「そう思わない」のうち、あてはまる数字1つにそれぞれ○をつけてください。		
<p>a 情報提供や相談することで、被害を減らすことができる</p> <p>5 4 3 2 1</p>		
<p>b 情報提供や相談することで、犯人の逮捕につながる</p> <p>5 4 3 2 1</p>		
<p>c 情報提供や相談することで、安心することができる</p> <p>5 4 3 2 1</p>		
<p>d 情報提供や相談するには窓口の連絡先などを調べなければならず、手間がかかる</p> <p>5 4 3 2 1</p>		
<p>e 情報提供や相談をすると事情を聞かれて、面倒なことになる</p> <p>5 4 3 2 1</p>		
<p>f 情報提供や相談をしてもよいのか、ためらう</p> <p>5 4 3 2 1</p>		
問11 以下のそれぞれの項目について、「ほとんどあてはまる」から、「あてはまらない」のうち、あてはまる数字1つにそれぞれ○をつけてください。		
<p>a 自分は、詐欺にあわない自信がある</p> <p>ほとんどあてはまる あてはまらない 3 2 1 0</p>		
<p>b 知らない人が訪ねてきたら、彼らの話を聞かないようにしている</p> <p>ほとんどあてはまる あてはまらない 3 2 1 0</p>		
<p>c 不満があっても、相手に押し切られてしまう</p> <p>ほとんどあてはまる あてはまらない 3 2 1 0</p>		
<p>d 電話がなったら、すぐに受話器を取る</p> <p>ほとんどあてはまる あてはまらない 3 2 1 0</p>		
<p>e うまい話に興味がある</p> <p>ほとんどあてはまる あてはまらない 3 2 1 0</p>		
<p>f 相手の話を怪しいと思っても、良い方向に考える</p> <p>ほとんどあてはまる あてはまらない 3 2 1 0</p>		
<p>g 知らない人に強い口調で言われると、おびえてしまう</p> <p>ほとんどあてはまる あてはまらない 3 2 1 0</p>		
<p>h 自分だけ褒められたり、特別な待遇を受けるうれしくなる</p> <p>ほとんどあてはまる あてはまらない 3 2 1 0</p>		
<p>i お金に関する相談をすることは、家族や友人の信用を失いそうで不安である</p> <p>ほとんどあてはまる あてはまらない 3 2 1 0</p>		

使用したアンケート調査票（被害届提出者及び看破者のみ回答）

問12 手口について、あてはまる番号に○をつけてください。			
a 相手はどのような身分を名乗りましたか？（複数回答可）			
1. 訪問販売業者	2. 通信販売業者	3. サービス提供業者	
4. ネットオークション	5. SNSなどで知り合った個人・知人	6. 債権回収会社	
7. 投資関連企業	8. 役所職員	9. 金融機関職員	
10. 警察職員	11. その他（具体的に：）		
12. 不明			
b 最初、相手はどのように接触して来ましたか？（もっともあてはまる番号1つに○）			
1. 居宅訪問	2. 固定電話		
3. 携帯電話・スマートフォン（SMS・電子メール含む）	5. SNS（LINE、twitter、FBなど）		
4. FAX	7. WEBサイト		
6. PCメール	9. 封書		
8. PC画面に表示	11. 雑誌などの掲載広告		
10. はがき			
12. その他（具体的に：）	13. 不明		
b-1 上の質問で「2.固定電話」に○をされた方にうかがいます。 固定電話の防犯機能の利用状況について、あてはまる番号に○をつけてください。			
1-1. 留守番電話機能がある（必要に応じて留守番設定をしている）			
1-2. 留守番電話機能がある（いつも留守番設定をしている）			
2. 録音警告機能がある、または不審電話撃退装置がついている			
3. 電話番号通知サービスを利用している			
4. その他の機能がある（具体的に：）			
5. 機能はない			
b-2 質問b-1で「1-1.」から「4.」に○をされた方にうかがいます。 今回、電話に応答したのは、どうしてですか？			
理由（具体的に：）			
c あなたは相手の接触に対して、どのような反応をしましたか？			
1. 対面忾対	2. 着信電話に忾答		
3. （連絡先番号に）折り返し電話	4. メール送信		
5. SNSなどに返信	6. PC画面に従う		
7. その他（具体的に：）	8. 不明		
d 相手からの説明は、どのような内容でしたか？			
1. 商品購入→(1)印鑑	(2)布団	(3)衣類	(4)貴金属
(5) 医療（健康）器具	(6) 健康食品（サプリメント）	(7) チケット	
2. 役務利用→(1)リフォーム	(2)害虫駆除	(3)開運	(4)健康
(5) 除霊	(6) 旅行		
3. 還付金	4. 未納料金	5. PCウイルス感染	
6. 犯罪性指摘（あなたの行為は犯罪）		7. 融資保証金	
8. トラブル発生→(1)個人情報流出被害	(2)カード不正利用被害		
9. 権利獲得→(1)高額当選	(2)職業紹介	(3)ギャンブル必勝	
(4)異性紹介	(5)チケット		
10. その他（具体的に：）		11. 不明	

e 現金や電子マネーを渡した（ATMでの振り込みを含む）回数は、合計何回でしたか？		
0回の方は、問13に進んでください。		回
f 最初の犯人接触から金銭支払いまでの時間は、どれくらいでしょうか？		
1. 30分以内	2. 30分～1時間	
3. 1時間以上	4. () 時間・日後	
問13 被害状況について、あてはまる番号に○をつけてください。		
a 犯人からの要求に反応（折り返し連絡、金銭支払いなど）した理由はどれでしょうか？（複数回答可）		
1. とりあえず電話をかけてみた	2. 債務があると考えた	3. 相手の身分を信用した
4. 自分にとって「得なこと」がある（願いを叶えてくれる）と思った		
5. 自分にとって「困ったこと」を解決しなければと考えた		
6. 相手を助けてあけなければと考えた		
7. 支払っているつもりはなかった（還付金を受領するつもり）		
8. 期限が迫っているので早く手続きしなければと焦った		
9. 家族や第三者（警察など）に知られれば大変なことになると思った		
10. 「後に返金される」という言葉を信用した		
11. その他（具体的に：）		
b 犯人があなたに要求した行動（ATMや銀行に行く、振り込むなど）が変だと感じましたか？		
1. 感じなかった		
2. 感じた（具体的に：）		
c あなたがあつた（あいかけた）詐欺の手口を知っていましたか？		
1. 知らなかつた	2. 知つていた	
↓		
2-1. どこで (1) 新聞 (2) テレビのニュース (3) チラシや掲示物 (4) 防犯講座		
(5) その他（具体的に：）		
2-2. どの程度 (1) 人に説明できる (2) 聞いたことがあるが、人に説明できない		
問14 見破った状況について、あてはまる番号に○をつけてください。		
a 犯人の説明が嘘だと見破った理由はどれでしょうか？（複数回答可）		
1. 常識的に考えてありえなかつた	2. 詐欺手口だと知つていた	
3. 身に覚えのない話だった	4. 金銭要求が続いたことで変だと感じた	
5. 説明内容と事実が矛盾していた（身分、電話番号表示、なまりなど）		
6. 家族や第三者に相談したところ、見破ってくれた	7. 見破れなかつた	
8. その他（具体的に：）		
b 詐欺を見破った人は誰でしょうか？（複数回答可）		
1. あなた自身	2-1. 同居の家族	2-2. 別居の家族
4. 金融機関職員	5. コンビニ店員	6. 福祉関係者
7. その他（具体的に：）		

分析結果（一般消費者）①

【一般消費者の消費者被害経験について】

消費者被害の経験について

	消費者被害に遭いそうになったことがある	消費者被害に遭いそうになったことはない	合計
消費者被害に遭ったことがある	224人 (1.7%)	63人 (0.5%)	287人 (2.2%)
消費者被害に遭ったことはない	1,664人 (12.6%)	11,301人 (85.3%)	12,965人 (97.8%)
合計	1,888人 (14.2%)	11,364人 (85.8%)	13,252人 (100.0%)

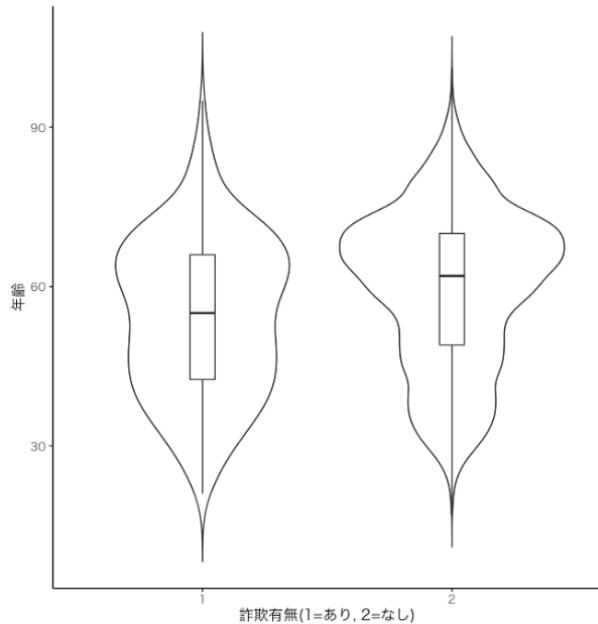
回答者の14.7%が消費者被害に遭った又は遭いそうになったと回答

被害経験の有無ごとの各変数の統計量

	被害経験者	被害未経験者
年齢	54.32 (14.76)	59.64 (14.90)
性別	女性 (93%)	女性 (92%)
最終学歴	高校卒業 (35%)	高校卒業 (40%)
居住形態	同居 (86%)	同居 (88%)
外出頻度	毎日1回以上 (67%)	毎日1回以上 (71%)
楽観性バイアス	16.69 (19.41)	13.20 (17.78)
自己効力感	3.19 (1.06)	3.14 (0.95)
詐欺脆弱特性3項目合計	3.30 (1.53)	3.66 (1.54)
項目1（問11a）	1.22 (0.90)	1.56 (0.87)
項目2（問11b）	1.15 (0.89)	1.14 (0.89)
項目3（問11d）	0.93 (1.09)	0.96 (1.08)
情報提供・相談メリット	12.70 (2.89)	13.25 (2.16)
情報提供・相談デメリット	10.33 (3.26)	9.78 (3.24)

年齢、楽観性バイアス、自己効力感、詐欺脆弱特性3項目、情報提供・相談メリット、情報提供・相談デメリットは平均を掲載している。性別、最終学歴、居住形態、外出頻度は最頻値の選択肢名を掲載している。（ ）内は標準偏差もしくはパーセンテージを掲載している。

分析結果（一般消費者）②



消費者被害経験、情報提供・相談の認知と心理・行動特性との関連性

	消費者被害経験	楽観性バイアス	自己効力感	詐欺脆弱特性3項目	情報提供・相談 メリット	情報提供・相談 デメリット
消費者被害経験	—	.029 (.0010)	.008 (.366)	.033 (.0001)	.037 (.0001)	.025 (.0046)
楽観性バイアス		—	.107 (.0001)	.041 (.0001)	.033 (.0001)	-.021 (.016)
自己効力感			—	.081 (.0001)	.124 (.0001)	-.137 (.0001)
詐欺脆弱特性3項目				—	.012 (.174)	-.006 (.473)
情報提供・相談メリット					—	-.123 (.0001)
情報提供・相談デメリット						—

()内はp値を記載している。

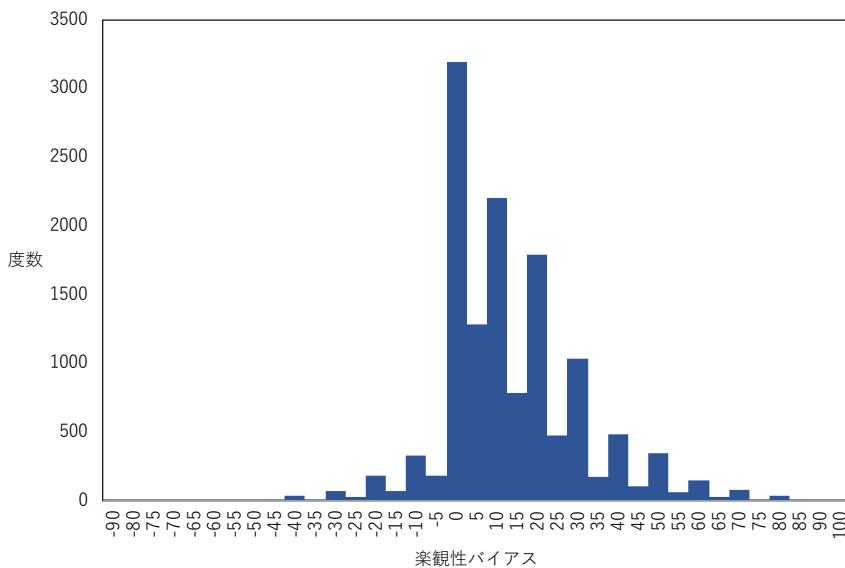
消費者被害の有無と年齢の箱ヒゲ図とバイオリンプロット

- ・消費者被害経験は、年齢と有意な連関がみられ、年齢が若いほど、消費者被害の経験がある傾向がみられた。
- ・楽観性バイアス、情報提供・相談のメリット、情報提供・相談のデメリット、詐欺脆弱特性と有意な連関がみられたことから、消費者被害の経験がある方ほど、楽観性バイアスが強く、情報提供・相談のメリット及びデメリットを高く認識しており、詐欺脆弱特性は低い傾向がみられた。

分析結果（一般消費者）③

【一般消費者の楽観性バイアスについて】

楽観性バイアスのヒストグラム



楽観性バイアスが強い方が全体の68.6%、
楽観性バイアスがない方は24.1%、
悲観性バイアスが強い方が7.2%となった。

	楽観性バイアスとの連関
年齢	.164(.0001)
性別	.018(.042)
最終学歴	.077(.0001)
居住形態	.033(.0001)
外出頻度	.065(.0001)
消費者被害の経験	.029(.0010)
自己効力感	.107(.0001)
詐欺脆弱特性	.041(.0001)
情報提供・相談のメリット	.033(.0001)
情報提供・相談のデメリット	-.021(.016)

楽観性バイアスは、年齢、最終学歴、居住形態、外出頻度、消費者被害の経験、自己効力感と有意な関係がみられた。

- ・消費者被害の経験がある方が、楽観性バイアスが強く、情報提供・相談のメリット及びデメリットを高く認識しており、詐欺脆弱特性は低い傾向がみられた。
- ・**楽観性バイアスは、年齢とともに強くなっています**、詐欺脆弱特性と同様の傾向がみられた。
楽観性バイアスは、学歴が低いほど強くなり、独居世帯が同居世帯よりも強くなり、外出頻度が少ない方が強くなる傾向がみられた。
- ・防護動機理論の観点から、**楽観性バイアスが高い**と、脅威をアピールする情報（例：被害の深刻さ）を過小評価し、防護動機（例：自分の身を守ろうと思う）が低下し、**対処行動（例：録音機能付き電話を設置する）が起こりにくい**と考えられている。
- ・本調査では、**楽観性バイアスが高かった者（指標が1以上）が全体の68.6%**であり、大多数は**被害の深刻さを過小評価している可能性**があり、楽観性バイアスに応じて、啓発内容を変える必要性が示唆される。

分析結果（被害届提出者・看破者）①

被害届提出者群及び看破者群の各変数の統計量

【被害届提出者】

- 被害届提出者は43名（平均年齢61.21歳、標準偏差16.31、女性22名）。
- この5年の消費者被害経験のあった者は14名、なかつた者は29名であった。この5年の消費者被害未遂経験のあった者は17名、なかつた者は24名、不明は2名であった。

【看破者】

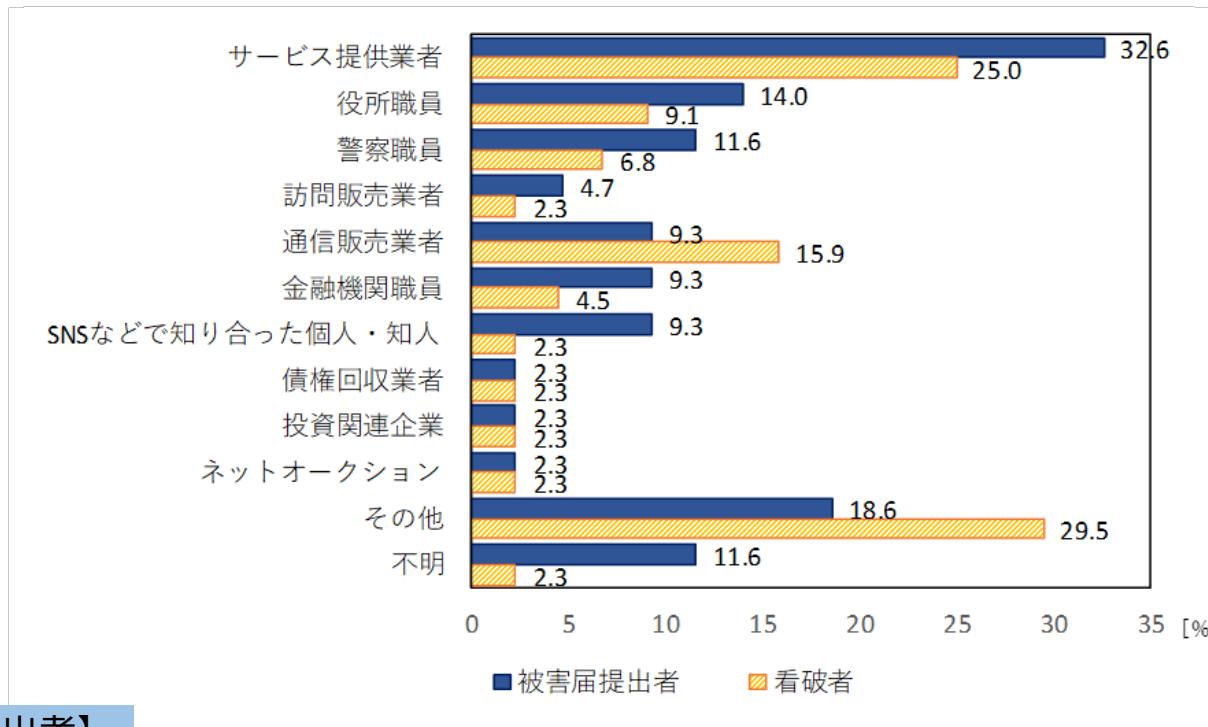
- 看破者は44名（平均年齢68.95歳、標準偏差14.81、女性23名）。
- この5年の消費者被害経験のあった者は0名、不明は2名であった。この5年の消費者被害未遂経験のあった者は19名、なかつた者は24名、不明は1名であった。

- 「年齢」「最終学歴」は、被害届提出者の方が看破者に比べて低かった。
- 「性別」「居住形態」「外出頻度」では、統計的に有意な差はみられなかった。

	被害届提出者	看破者
人数	43 (49.4%)	44 (50.6%)
年齢	61.21 (16.31)	68.95 (14.81)
性別	女性 (51.2%)	女性 (52.3%)
最終学歴	高校卒業 (37.2%)	高校卒業 (52.3%)
居住形態	同居 (79%)	同居 (66%)
外出頻度	毎日1回以上 (69.8%)	毎日1回以上 (59.1%)
楽観性バイアス	9.40 (19.54)	12.12 (22.11)
自己効力感	3.14 (1.28)	3.21 (1.18)
詐欺脆弱特性3項目合計	4.21 (1.54)	3.40 (1.79)
項目1（問11a）	1.21 (1.01)	1.28 (1.05)
項目2（問11b）	1.60 (0.93)	0.95 (0.87)
項目4（問11d）	1.37 (1.07)	1.16 (1.21)
情報提供・相談メリット	12.74 (2.01)	13.45 (1.52)
情報提供・相談デメリット	9.95 (2.73)	7.43 (3.56)

年齢、楽観性バイアス、自己効力感、詐欺脆弱特性3項目、情報提供・相談メリット、情報提供・相談デメリットは平均を掲載している。消費者被害経験、最終学歴、居住形態、外出頻度は最頻値の選択肢名を掲載している。（ ）内は標準偏差もしくはパーセンテージを掲載している。

相手が名乗った身分



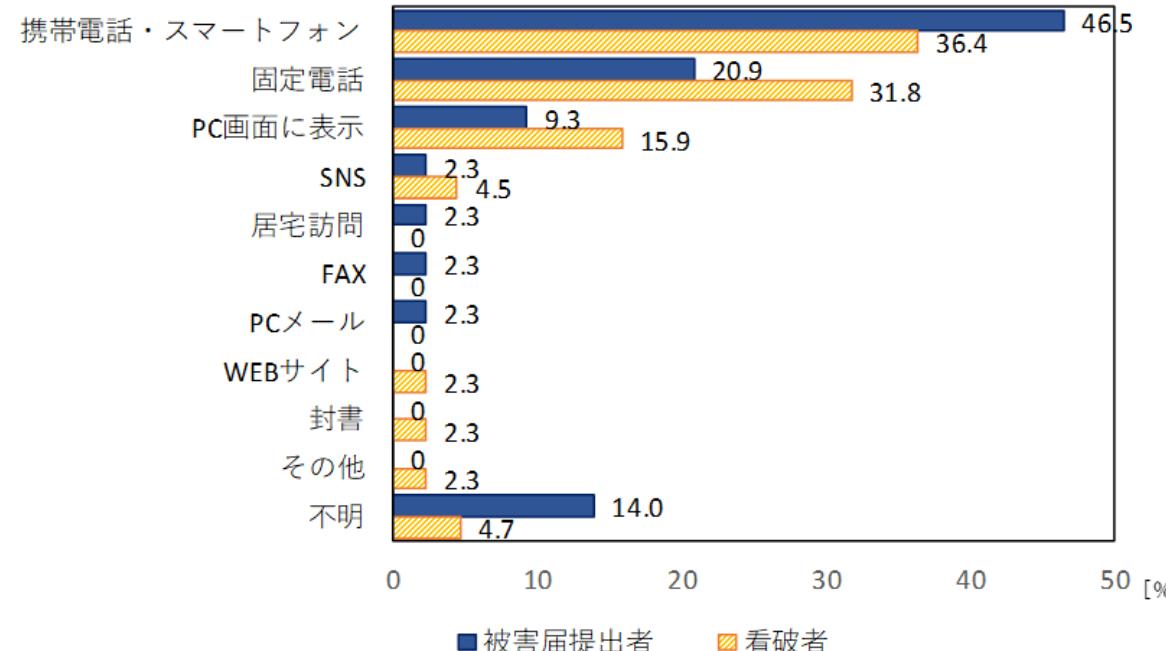
【被害届提出者】

- 「サービス提供業者」が32.6%で最も多く、次いで「役所職員」が14.0%であった。
- 「その他」に回答した8名の詳細は、「インターネットセキュリティ団体」3名、「実兄」、「老人ホームの入所権を取り扱う介護施設運営会社」、「出会い系サイト」、「通信事業社サポートセンター」、「不明」であった。

【看破者】

- 「その他」が29.5%で最も多かった。
- 「その他」の詳細は、「米国のIT関連有名企業」3名、「郵便事業所」2名、「老人ホームの入所権を取り扱う会社及び建築業者」、「ソフトウエア会社のサポート担当者」1名、「地震による家屋損害調査（地震損害保険会社）」、「通信サービス等料金の請求・回収業者」、「PC・インターネットの修理業者」、「芸能人」であった。

最初の接触方法



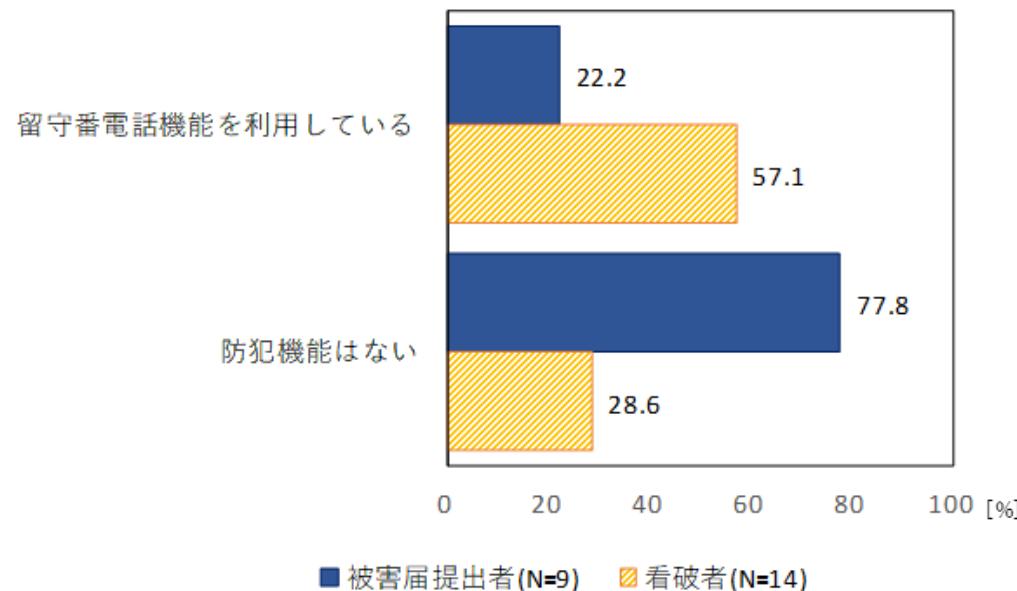
【被害届提出者】

「携帯電話・スマートフォン（SMS・電子メール含む）」が46.5%で最も多く、次いで「固定電話」が20.9%で電話での接触方法が被害者の約67%を占めていた。

【看破者】

「携帯電話・スマートフォン（SMS・電子メール含む）」が36.4%で最も多く、次いで「固定電話」が31.8%で電話での接触方法が看破者の約68.2%を占めていた。

固定電話の防犯機能



【被害届提出者】

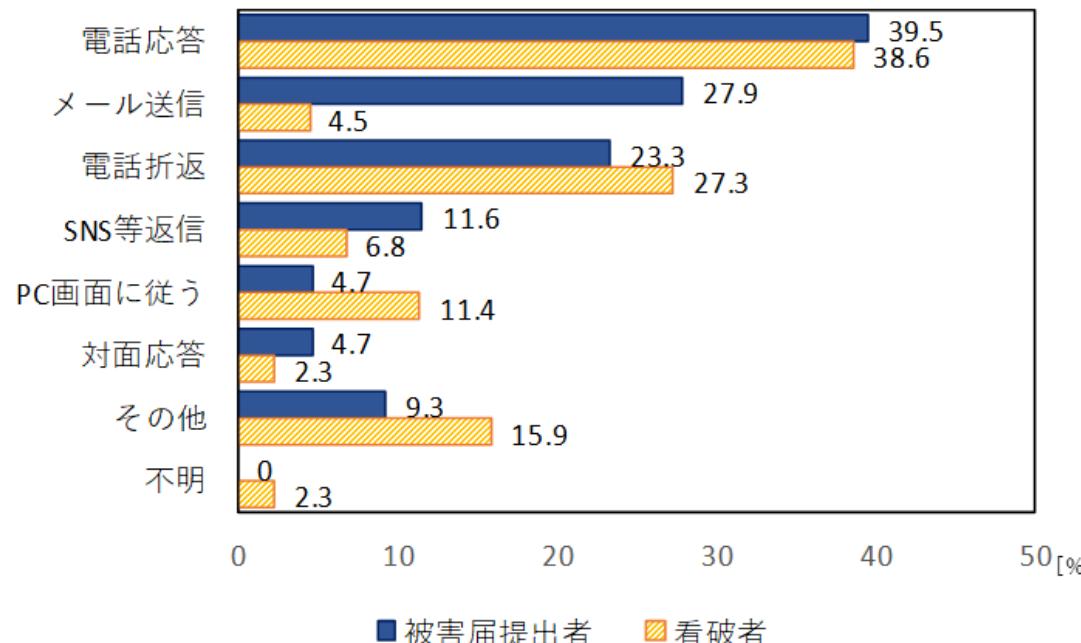
- 「留守番電話機能利用者」が22.2%であり、いつも留守番機能を設定しているかは不明であった。
- 「電話に応答した理由」について、被害届提出者では1名は不明であった。

【看破者】

- 「留守番電話機能利用者」が57.1%であり、8名のうち、3名は「いつも留守番機能を設定」しており、2名は「必要に応じて留守番機能を設定」しており、3名は「不明」であった。
- 「電話に応答した理由」について、3名は不明であったが、2名は「留守番電話機能を設定しなかった」、2名は「電話の近くにいた」、1名は「姉がすでに通話していた」であった。

分析結果（被害届提出者・看破者）⑤

相手の接触に対しての反応



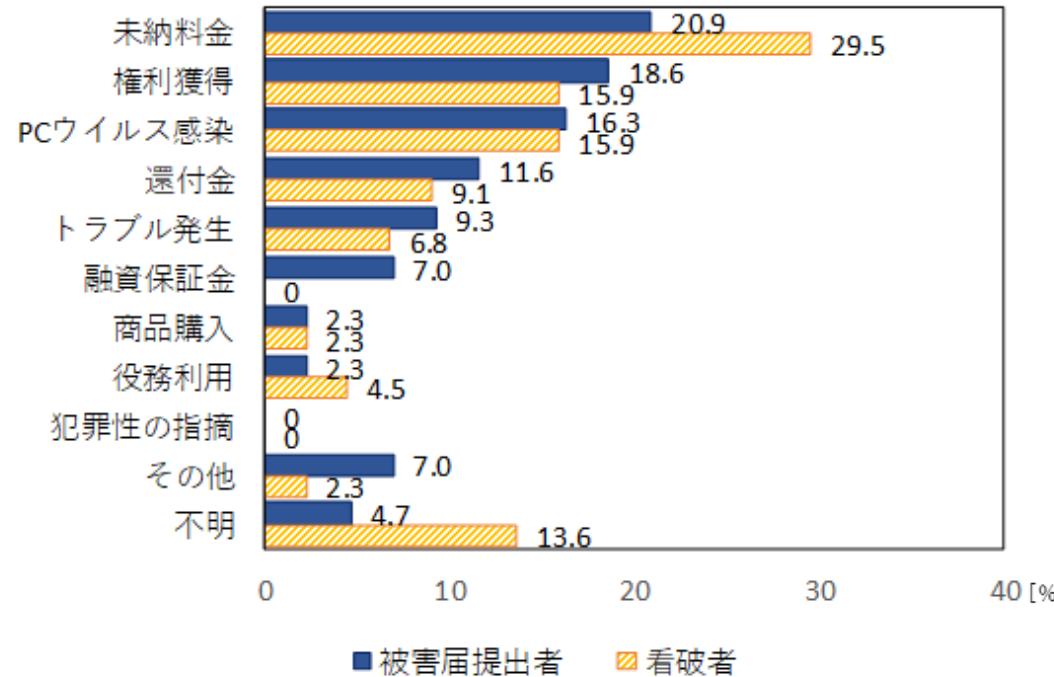
【被害届提出者】

- 「電話応答」が39.5%で最も多く、次いで「メール送信」が27.9%であった。
- 「その他」に回答した4名の詳細は、「支払い表示のメールに従った」、「URLにアクセスした」、「消費者センターに相談した」、「電話に出るのを拒否した」であった。

【看破者】

- 「電話応答」が38.6%で最も多く、次いで「電話折返」が27.3%であった。
- 「その他」に回答した7名の詳細は、「警察に相談した」3名、「何もしていない」2名、「携帯通信事業社の店舗に確認しに行った」、「SMSのURLをクリックした」であった。

相手からの説明



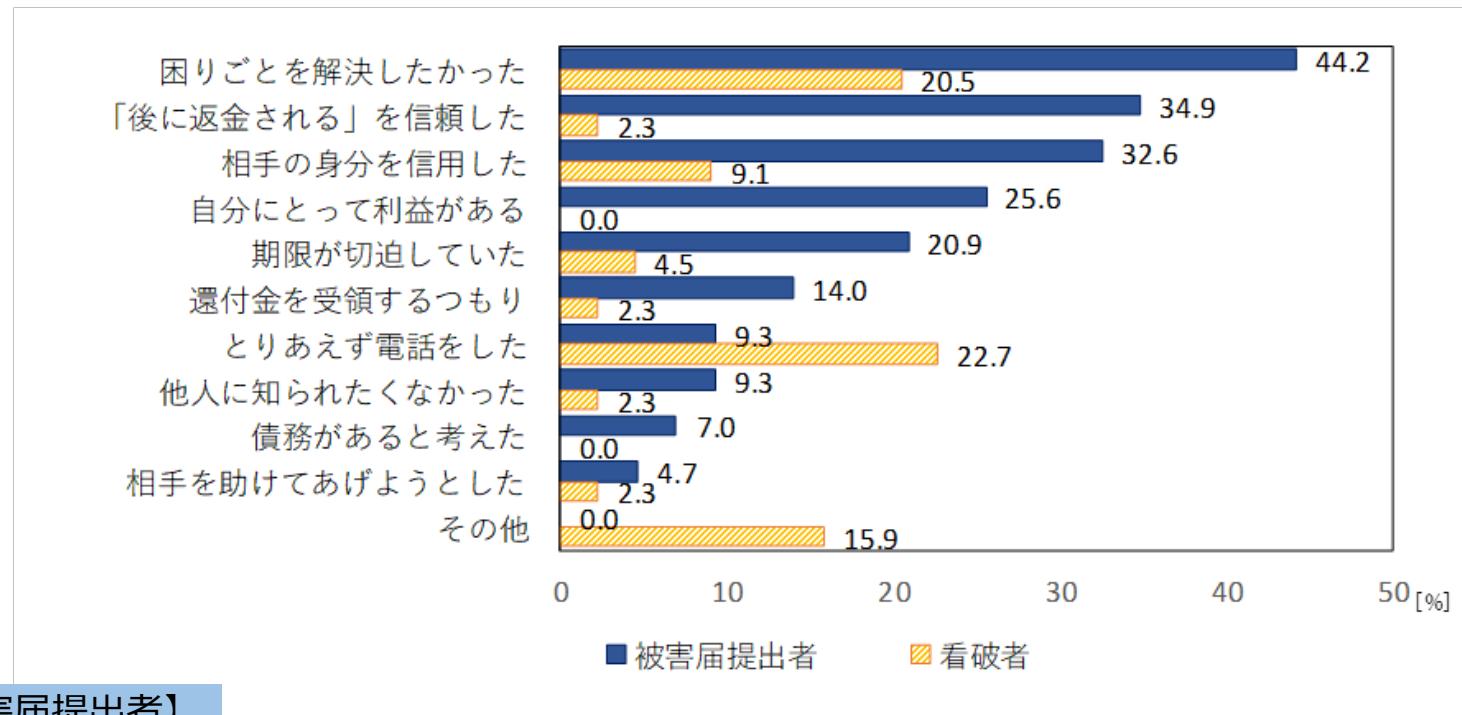
【被害届提出者】

被害届提出者では、「未納料金」が20.9%で最も多く、次いで「権利獲得」（詳細は、「高額当選」7名、「不明」1名）が18.6%であった。

【看破者】

「未納料金」が29.5%で最も多く、次いで「権利獲得」（詳細は、「高額当選」3名、老人ホームの入居権関連）が2名、「異性紹介」、「不明」）及び「PCウイルス感染」が15.9%であった。

犯人からの要求に反応した理由



【被害届提出者】

「困りごとを解決しなければと思った」が44.2%で最も多く、次いで「後に返金されるという言葉を信用した（キャッシュカード含む）」が34.9%、「相手の身分を信用した」が32.6%であった。

【看破者】

- 「とりあえず電話をした」が22.7%で最も多く、次いで「困りごとを解決しなければと思った」が20.5%であった。
- 「その他」に回答した7名の詳細は、「かかってきた電話に応答したものの犯人の要求には応じなかつた」3名、「コンビニや警察に確認した」が2名、「個人情報を守るという言葉を信用した」、「スマホの対策アプリが起動した」であった。

考察（被害届提出者・看破者）

- ・相手が名乗る身分、最初の接触方法、相手からの説明内容については、被害届提出者と看破者で統計的に有意な違いはみられなかった。
- ・被害届提出者は犯人からの要求に対してとりあえず電話に応答した割合が多い傾向があるものの、看破者と比較して、固定電話の防犯機能を利用する割合が少なく、最初の接触に対してメールを送信している割合が多かった。
- ・犯人からの要求に応答した理由としては、被害届提出者は看破者と比較して、自分にとって利益があることや後に返金されるといった利益追求の動機付けが強い傾向があった。
- ・今後の消費者被害防止の対策として、犯人と接触しない環境整備が急務である。具体的には、犯人が接触してきた時を想定して、固定電話の防犯機能の周知と設置を徹底とともに、メール等自分と相手以外の人物以外が介在しにくい連絡手段で見知らぬ人と接触することを避けることを周知する必要がある。
- ・利益が得られそうな誘いに接触した時を想定して、誘いの断り方や第三者に相談する際の具体的な方法を練習する機会を提供し、接触しても咄嗟に対応できるようになることも必要である。

御清聴ありがとうございました