

訪問販売及び電話勧誘販売に 関する市民アンケート調査 中間報告書

平成 23 年 9 月
京 都 市

目 次

第 1 章 調査概要	1
------------------	---

第 2 章 調査結果

I 訪問販売に関する経験について	4
------------------------	---

- 問 1 あなたは最近 1 年間に訪問販売業者の訪問を受けたことがありますか
- 問 2 最近 1 年間に訪問販売による勧誘を受けた商品等はどのようなものでしたか
- 問 3 訪問販売業者の訪問を受けたとき、どのように対処していますか
- 問 4 最近 1 年の間で訪問を受けた際、どのような経験をしましたか
- 問 5 最近 1 年間に、訪問販売により商品等の購入・契約をしたことがありますか

II 電話勧誘に関する経験について	11
-------------------------	----

- 問 6 あなたは最近 1 年間に商品等の購入を勧誘する電話を受けたことがありますか
- 問 7 最近 1 年間に電話による勧誘を受けた商品等はどのようなものでしたか
- 問 8 電話を受けたとき、どのように対処していますか
- 問 9 最近 1 年の間で電話による勧誘を受けたとき、どのような経験をしましたか
- 問 10 最近 1 年間に、電話勧誘により商品等の購入・契約をしたことがありますか

III 相談機関の利用について	18
-----------------------	----

- 問 11 最近 1 年間に訪問や電話による勧誘を受けたとき、どこかに相談したことがありますか
- 問 12 どこに相談しましたか
- 問 13 どのような内容の相談をしましたか
- 問 14 なぜ、どこにも相談しなかったのですか

IV 消費者被害の防止について	21
-----------------------	----

- 問 15 京都市が「訪問販売お断りシール」を作成、配布することについてご意見を
お聞かせください
- 問 16 あなたはクーリング・オフ制度を知っていますか
- 問 17 京都市消費生活総合センターを知っていますか
- 問 18 あなたは悪質商法、製品事故、食品偽装表示等の消費者被害の情報をどこから
入手していますか
- 問 19 あなたは訪問販売及び電話勧誘販売に対する禁止や制限についてどのように
考えられますか

問 20 訪問販売又は電話勧誘販売により被害やトラブルに遭った経験がある方は、
差し支えない範囲で結構ですので、そのときの状況や対応結果等について
ご記入ください（自由記述）

V あなたご自身及びお住まいについて…………… 26

問 21 あなたご自身のことについてお答えください

問 22 あなたの住まいについてお答えください

I 調査の概要

第1章 調査概要

1 調査目的

平成23年3月に策定した京都市消費生活基本計画（第2次計画）では、悪質商法による消費者被害の防止に向けて、不招請勧誘に関する対応等について検討することとしている。このため、訪問販売や電話勧誘販売の実態等を把握するとともに、市民の意見を聴くことにより、市民のニーズに沿った施策の実施に反映させることを目的としてアンケート調査を実施することとした。

2 調査項目

（1）訪問販売に関する経験

- ・最近1年間における訪問販売業者の訪問の有無及び訪問頻度
- ・最近1年間に勧誘を受けた商品等の種類
- ・訪問販売業者の訪問を受けたときの対処方法
- ・訪問を受けた際の経験
- ・最近1年間における商品等の購入・契約経験

（2）電話勧誘に関する経験

- ・最近1年間における電話勧誘の有無及び頻度
- ・最近1年間に勧誘を受けた商品等の種類
- ・電話勧誘を受けたときの対処方法
- ・電話勧誘を受けた際の経験
- ・最近1年間における商品等の購入・契約経験

（3）相談機関の利用について

- ・最近1年間に勧誘を受けた際の相談の有無
- ・相談先と相談内容
- ・相談しなかった理由

（4）消費者被害の防止について

- ・「訪問販売お断りシール」の作成・配布についての意見
- ・クーリング・オフ制度の認知度
- ・京都市消費生活総合センターの認知度
- ・消費者被害情報の入手先
- ・訪問販売及び電話勧誘販売に対する禁止や制限についての意見
- ・被害やトラブルの状況及び対応等

（5）属性等

- ・性別、年齢層、職業、単身世帯における家族の訪問頻度・地域活動等の参加状況・近所付き合いの程度・居住地域や住居形態・防犯設備等

3 調査対象

住民基本台帳及び外国人登録データを基に、各行政区の男女別人口構成比により、京都市在住の20歳以上の市民3,000人を無作為抽出した。

	抽出数	有効回収数	有効回収率
男性	1,408	405	28.8
女性	1,592	766	48.1
無記入	0	15	—
合計	3,000	1,186	39.5

4 調査時期

平成23年7月14日から7月29日

5 調査方法

郵送調査法（郵送配布・郵送回収）

6 回収結果

行政区別抽出・発送数・有効回収数・有効回収率

	抽出数	回収数	回収率	抽出割合	回収割合
北区	240	97	40.4	8.0	8.2
上京区	167	77	46.1	5.6	6.5
左京区	333	126	37.8	11.1	10.6
中京区	219	79	36.1	7.3	6.7
東山区	86	24	27.9	2.9	2.0
山科区	278	113	40.6	9.3	9.5
下京区	166	58	34.9	5.5	4.9
南区	209	84	40.2	7.0	7.1
右京区	408	147	36.0	13.6	12.4
西京区	311	126	40.5	10.4	10.6
伏見区	583	229	39.3	19.4	19.3
※行政区不詳	—	26	—	—	2.2
計	3,000	1,186	39.5	100.0	100.0

7 図表の見方

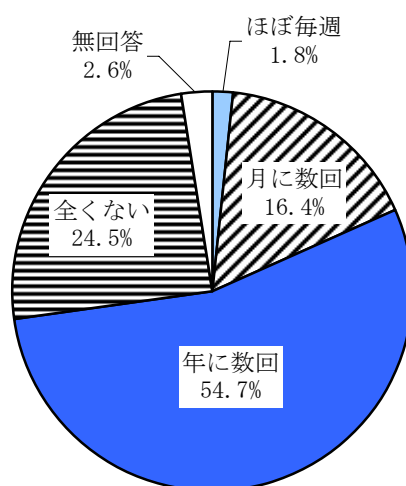
- (1) 集計結果はすべて、小数点第2位を四捨五入しており、比率の合計が100%にならないことがある。
- (2) 回答比率(%)は、その質問の回答者数を基数(n=number of case)として算出した。
- (3) 図表では、回答の選択肢の表記を短縮している場合がある。また棒グラフにおいては選択肢順に並べている。
- (4) グラフにMA%という表示がある場合は、複数回答を依頼した質問である。
MA% (Multiple Answer) = 回答選択肢の中から当てはまるものを
すべて選択する場合
- (5) 表中の数字は上段が実数、下段が比率を表す。
- (6) 表中、比率が最も高い選択肢には  二番目に比率が高い選択肢には  の色付けをしている。設問によっては最も比率が高い選択肢のみ色付けをしていることがある。

Ⅱ 調査結果

I 訪問販売に関する経験についてお答えください。

問1 あなたは最近1年間に訪問販売業者の訪問を受けたことがありますか。
(当てはまるもの1つに○を付けてください。)

図1 最近1年間にける訪問販売業者の訪問の有無及び訪問頻度



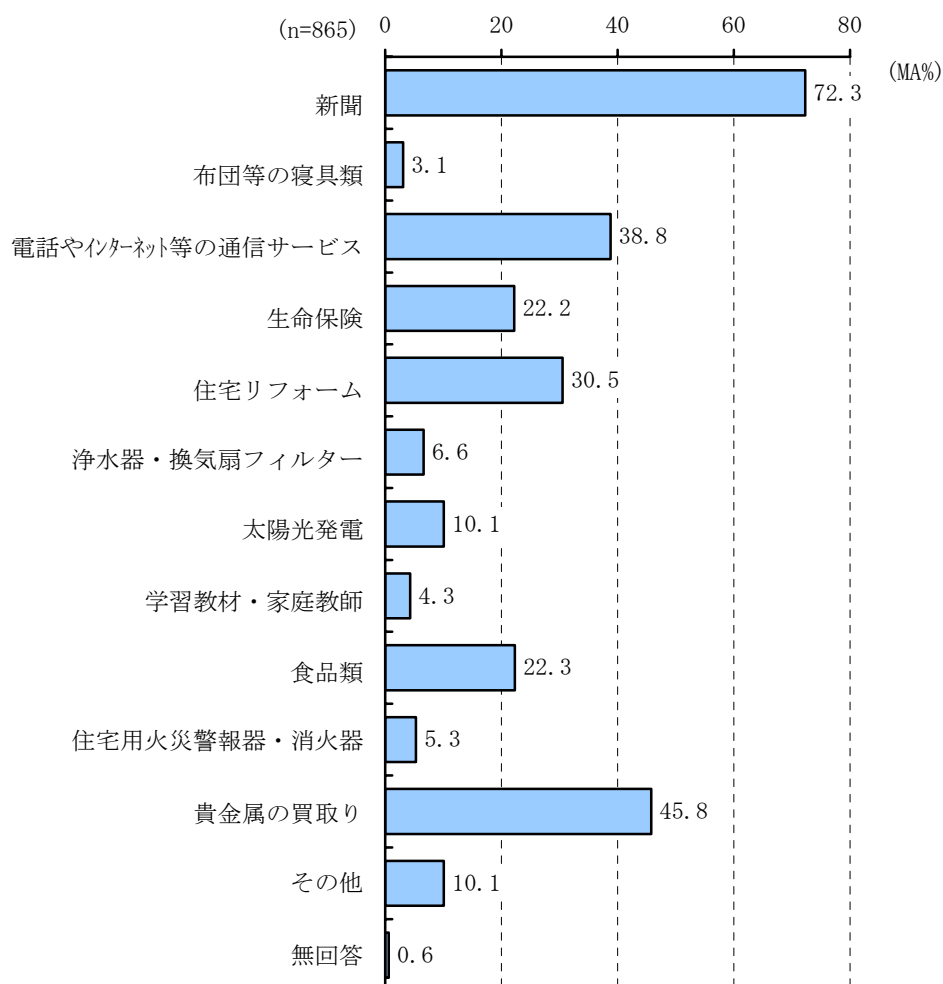
(n=1,186)

訪問販売業者の訪問を受けたことがある方は72.9%、「全くない」方は24.5%である。

訪問頻度については、「年回数」が54.7%（訪問を受けたことがある方の75.0%）で大半を占めており、「月に数回」の16.4%（訪問を受けたことがある方の22.5%）、「ほぼ毎週」の1.8%（訪問を受けたことがある方の2.5%）を大きく上回っている。

問2 最近1年間に訪問（販売）による勧誘を受けた商品やサービス（以下「商品等」といいます。）はどのようなものでしたか。（当てはまるものすべてに○を付けてください。）

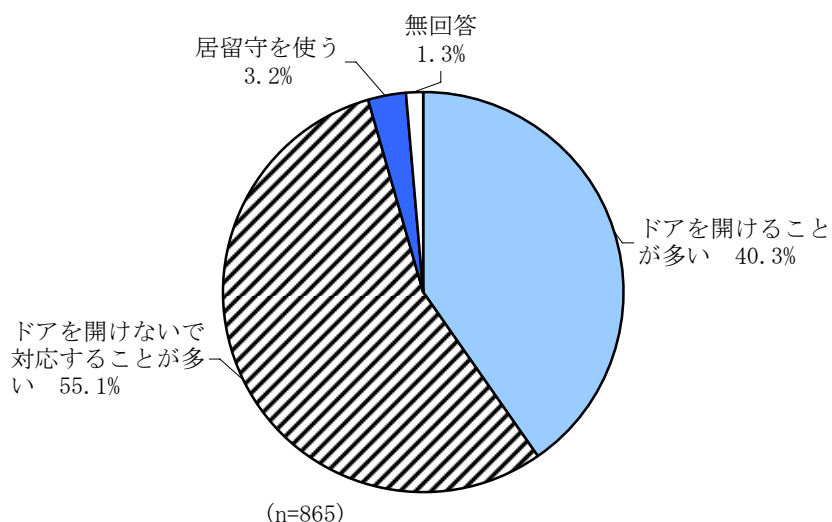
図2 最近1年間に訪問（販売）による勧誘を受けた商品やサービス



訪問（販売）による勧誘を受けた商品等としては、「新聞」が72.3%と最も多く、「貴金属の買取り」（45.8%）、「電話やインターネット等の通信サービス」（38.8%）、「住宅リフォーム」（30.5%）と続く。

問3 訪問販売業者の訪問を受けたとき、どのように対処していますか。
(複数回の訪問を受けたことがある方は、主な対応を想定してお答えください。)

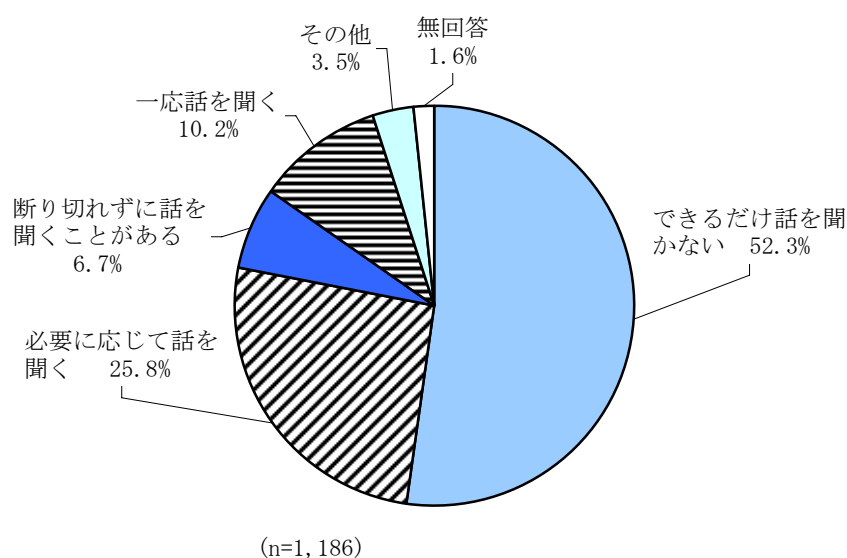
図3 (1) 販売業者の訪問を受けたときの対応



販売業者の訪問を受けたときの対応では、「ドアを開けないで対応する」が最多の55.1%で、「ドアを開けることが多い」が40.3%と続く。

また、「居留守を使う」は3.2%である。

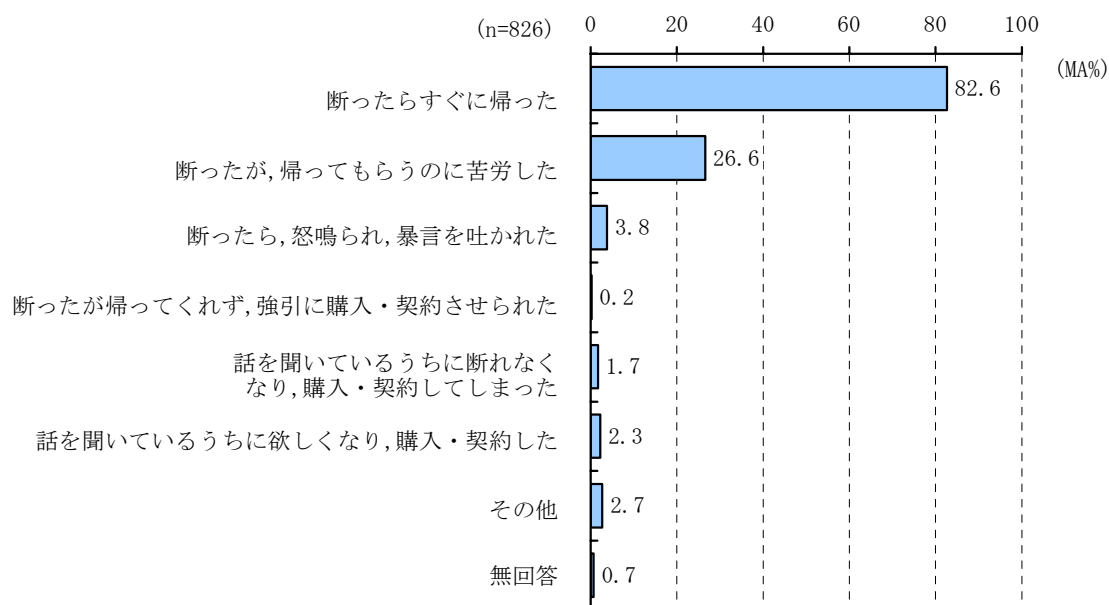
図3 (2) 訪問を受けたときの対処方法



訪問を受けたときの対処方法としては、「できるだけ話を聞かない」が52.3%を占める一方、「必要に応じて話を聞く」が25.8%、「一応話を聞く」が10.2%、「断り切れずに話を聞くことがある」が6.7%となっており、『話を聞かない』(52.3%)が、一定『話を聞く』(42.7%)を9.6ポイント上回っている。

問 4 最近 1 年の間で訪問販売業者の訪問を受けた際、どのような経験をしましたか。
(当てはまるものすべてに○を付けてください。)

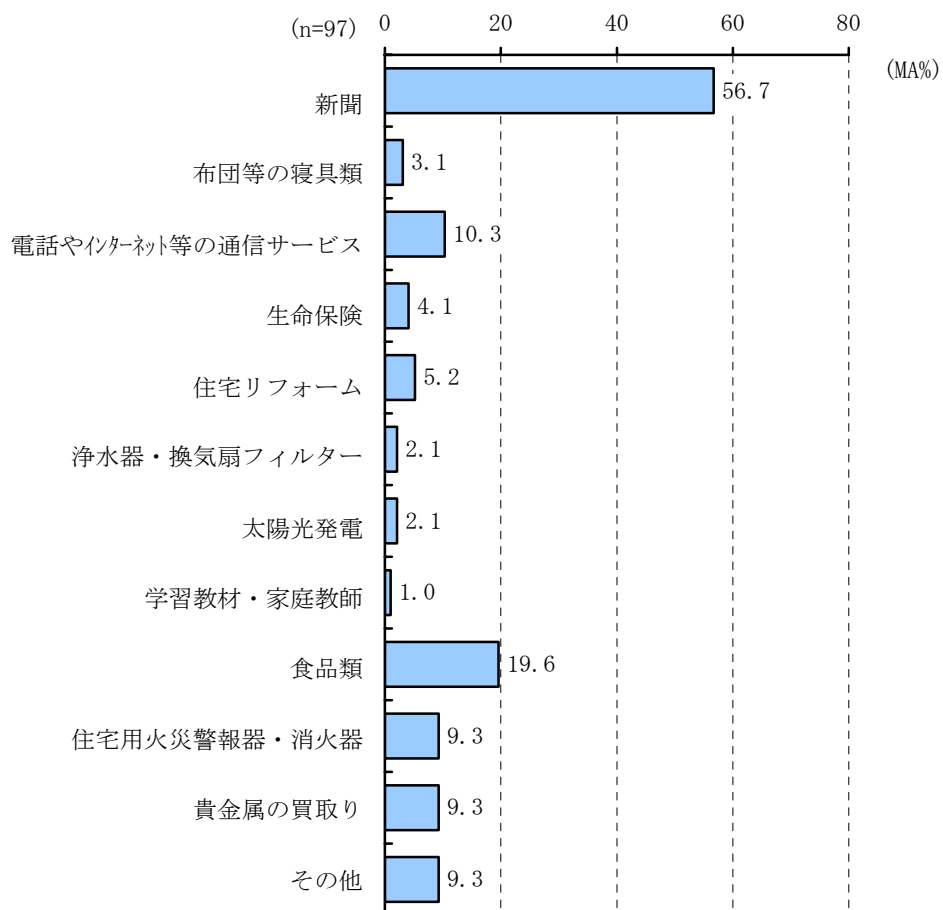
図 4 最近 1 年の間で訪問を受けた際の経験



訪問を受けた際の経験としては、「断ったらすぐに帰った」が82.6%で最も多いが、「断ったが、帰ってもらうのに苦労した」(26.6%)、「断ったら、怒鳴られ、暴言を吐かれた」(3.8%) など、不快な思いをした事例も一定数見受けられる。

問5 最近1年間に、訪問（販売）により商品等の購入・契約をしたことがある方にお尋ねします。（当てはまる番号すべてに○を付けてください。）

図5 （1） 最近1年間に購入・契約をしたことがある商品等



購入・契約をしたことがある商品等は、「新聞」が56.7%と最多であり、「食品類」(19.6%), 「電話やインターネット等の通信サービス」(10.3%), 「住宅用火災警報器・消火器」及び「貴金属の買取り」(9.3%) と続く。

表5 (2) 商品等を購入・契約した理由

単位：上段(件), 下段(%)

単位：上段(件)、下段(%)

	全 体	勧 め ら れ 気 に 入 っ た	以 前 か ら 欲 し い と 思 っ た	通 よ り か っ た	執 約 し な か っ た	「特別に値引きする」 「景品がある」と言わ れた	生 じ な か っ た	契 約 し な か っ た	そ の 他	無 回 答
全体	97 100.0%	27 27.8%	19 19.6%	8 8.2%	21 21.6%	29 29.9%	6 6.2%	13 13.4%	28 28.9%	
新聞	55	8	6	2	12	27	-	5	7	
布団等の寝具類	3	1	1	2	1	-	-	-	-	
電話やインターネット等の通信サービス	10	2	3	2	1	-	-	2	2	
生命保険	4	-	-	-	-	-	-	-	4	
住宅リフォーム	5	-	1	-	1	1	2	-	1	
浄水器・換気扇フィルター	2	-	-	-	2	-	-	-	-	
太陽光発電	2	1	1	1	-	-	-	-	-	
学習教材・家庭教師	1	-	-	-	1	-	-	-	-	
食品類	19	10	4	1	1	-	-	3	3	
住宅用火災警報器・消火器	9	1	2	-	1	1	3	1	2	
貴金属の買取り	9	3	1	-	-	-	-	2	3	
その他	9	1	-	-	1	-	1	-	6	

商品等を購入・契約した理由は、「「特別に値引きする」「景品がある」と言われた」という回答が29.9%で最も多く、「勧められ気に入った」(27.8%)、「執約しなかった」(21.6%)、「以前から欲しいと思っていた」(19.6%)と続く。

表5 (3) 購入・契約をした際の被害・トラブル

単位：上段(件), 下段(%)

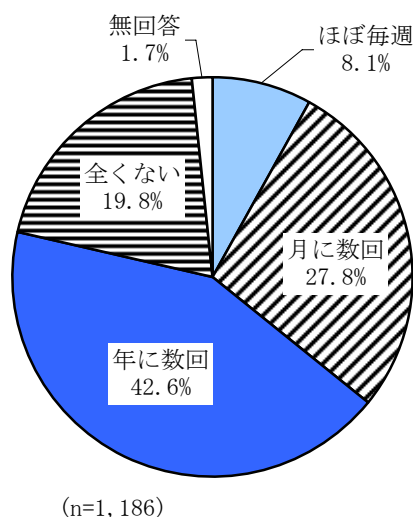
	全体	商品が していた	品質が悪かった	通 より高かった	の商品等が 思っていたもの	必要以上に 多く買わされた	商品が、 約に 応じてく	特になし	その他	無 回答
全体	97 100.0%	- -	4 4.1%	5 5.2%	4 4.1%	5 5.2%	4 4.1%	49 50.5%	5 5.2%	55 56.7%
新聞	55	-	1	-	2	1	3	30	1	18
布団等の寝具類	3	-	1	1	-	-	-	1	-	1
電話やインターネット等の通信サービス	10	-	-	-	-	-	-	3	3	4
生命保険	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4
住宅リフォーム	5	-	-	-	-	2	-	1	-	2
浄水器・換気扇フィルター	2	-	1	1	-	1	-	-	-	-
太陽光発電	2	-	-	-	-	-	-	2	-	-
学習教材・家庭教師	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-
食品類	19	-	1	1	1	-	-	6	1	9
住宅用火災警報器・消火器	9	-	-	2	-	-	1	2	-	4
貴金属の買取り	9	-	-	-	-	-	-	3	-	6
その他	9	-	-	-	-	1	-	1	-	7

購入・契約をした際の被害・トラブルについては、「特になし」が50.5%で最も多く、「通より高かった」、「必要以上に多く買わされた」がそれぞれ5.2%、「品質が悪かった」、「商品等が思っていたものとは違っていった」、「商品、約に応じてくれなかった」がそれぞれ4.1%と続く。

Ⅱ 電話勧誘に関する経験についてお答えください。

問 6 あなたは最近 1 年間に商品等の購入を勧誘する電話を受けましたことがありますか。
(当てはまるもの 1 つに○を付けてください。)

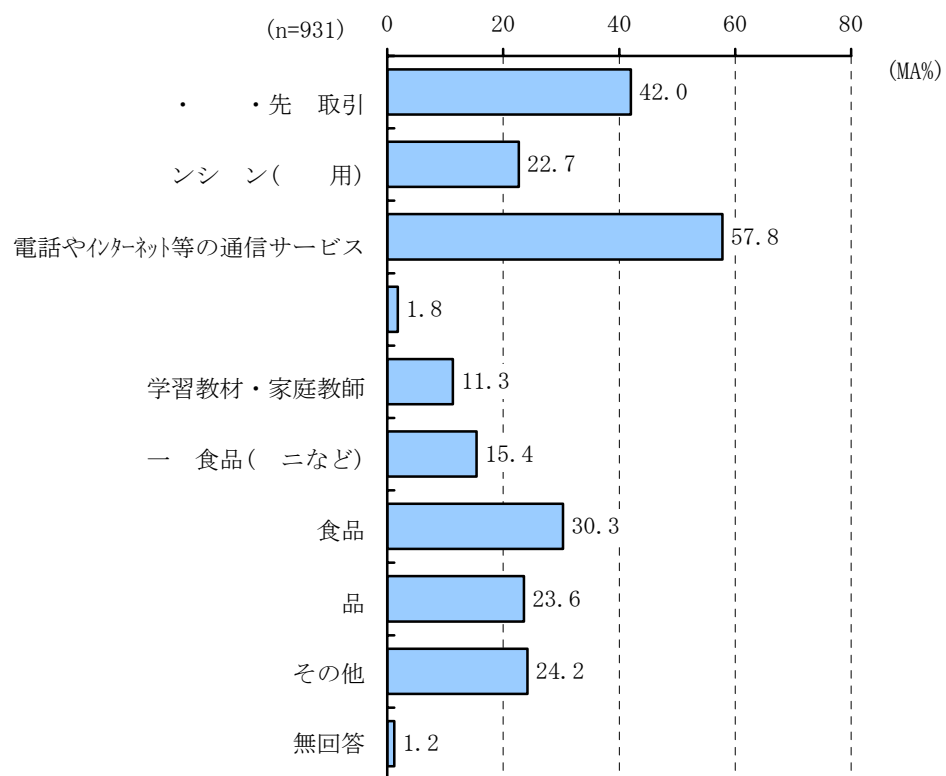
図 6 最近 1 年間における電話勧誘の有無及び頻度



電話による勧誘を受けたことがある方は78.5%,「全くない」方は19.8%である。勧誘頻度については,「年数次回」が42.6%(勧誘を受けたことがある方の54.3%),「月に数回」が27.8%(勧誘を受けたことがある方の35.4%),「ほぼ毎週」が8.1%(勧誘を受けたことがある方の10.3%)となっており,訪問販売よりも勧誘頻度が高くなっている。

問 7 最近 1 年間に電話による勧誘を受けた商品等はどのようなものでしたか。
(当てはまるものすべてに○を付けてください。)

図 7 最近 1 年間における電話勧誘を受けた商品等

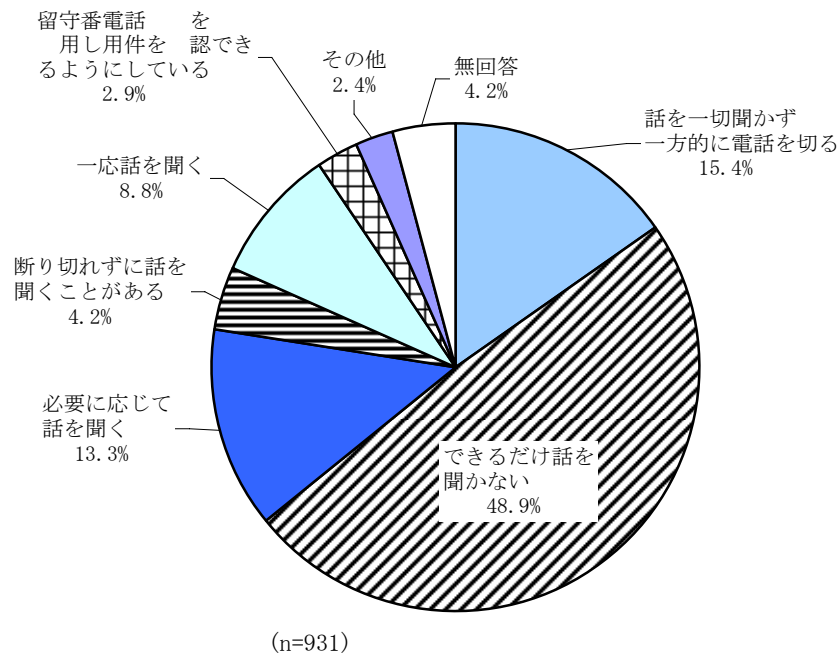


電話勧誘を受けた商品等では、「電話やインターネット等の通信サービス」が57.8%と最も多く、「・先取引」(42.0%)、「食品」(30.3%)、「品」(23.6%)、「シン(用)」(22.7%)と続く。

問 8 電話を受けたとき、どのように対処していますか。

(電話による勧誘を複数回受けたことがある方は、主な対応を1つ選んで○を付けてください。)

図 8 電話を受けたときの対処方法

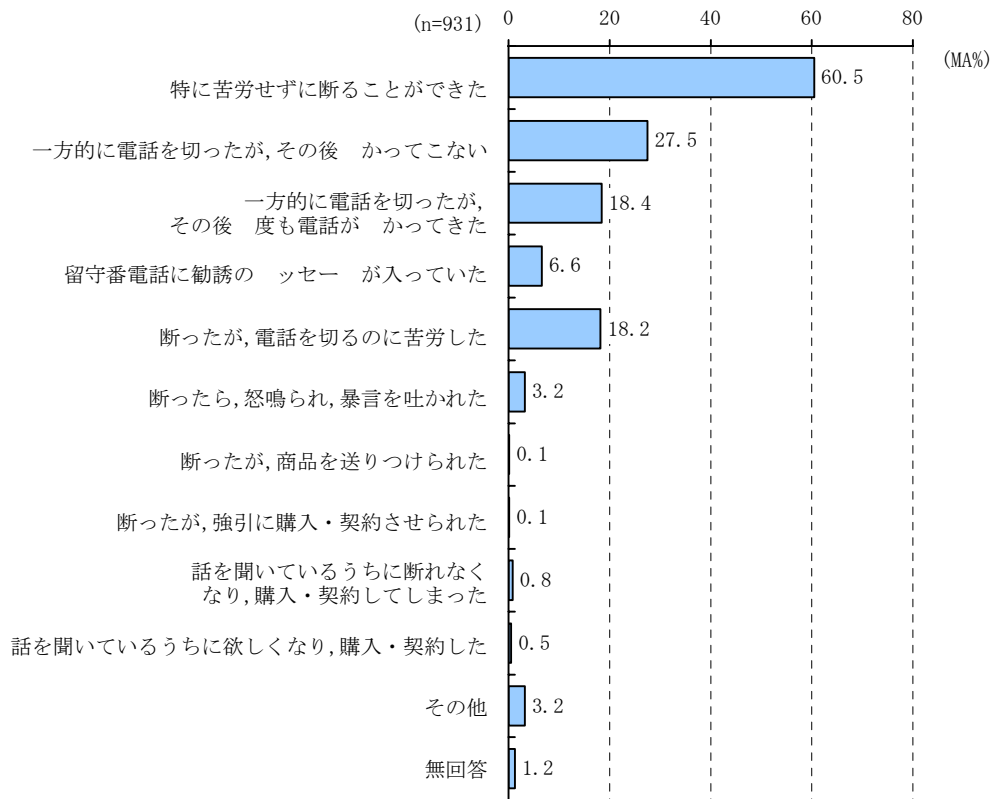


電話を受けたときの対処方法としては、「できるだけ話を聞かない」と答えた方が最多の48.9%で、「話を一切聞かず一方的に電話を切る」(15.4%),「必要に応じて話を聞く」(13.3%),「一応話を聞く」(8.8%),「断り切れずに話を聞くことがある」(4.2%)と続く。また、電話を取らずに「留守番電話を用し用件を確認できるようにしている」という回答が2.9%ある。

以上から、一定程度『話を聞く』(26.3%)に対し、『話を聞かない』が67.2%となっており、訪問販売に比べ、当から対応をしている状況がうかがえる。

問 9 最近 1 年の間で電話による勧誘を受けたとき、どのような経験をしましたか。
(当てはまるものすべてに○を付けてください。)

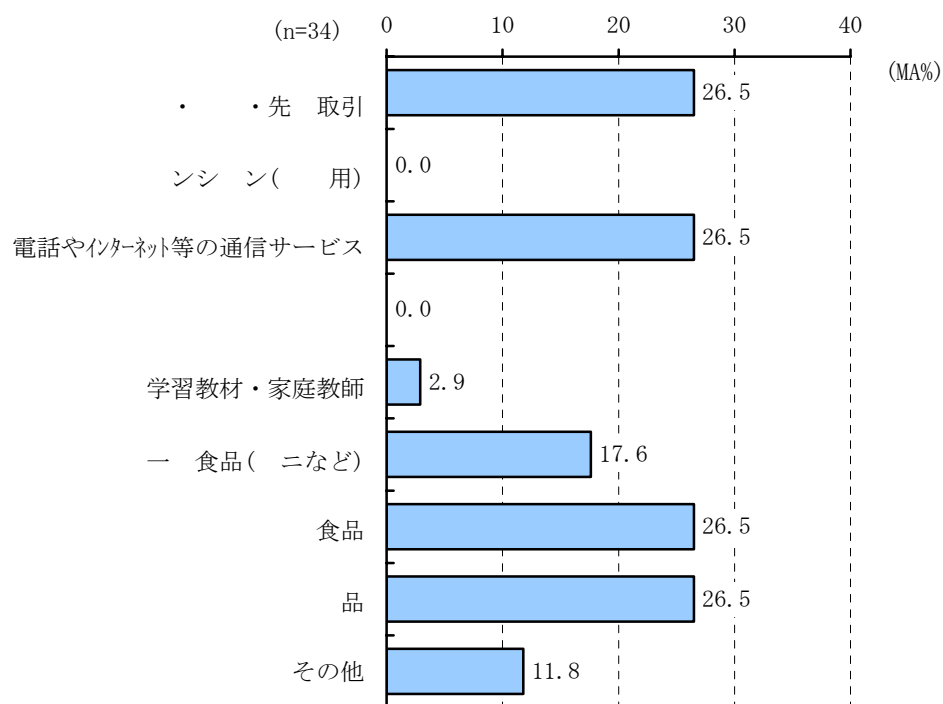
図 9 電話を受けた際の経験



電話を受けた際の経験としては、「特に苦労せずに断ることができた」が60.5%と最多であり、「一方的に電話を切ったが、その後 かってこない」(27.5%)、「一方的に電話を切ったが、その後 度も電話が かってきた」(18.4%)、「断ったが、電話を切るのに苦労した」(18.2%)と続く。

問10 最近1年間に、電話勧誘により商品等の購入・契約をしたことがある方にお尋ねします。(当てはまるものすべてに○を付けてください。)

図10 (1) 最近1年間に電話勧誘により購入・契約をしたことがある商品等



電話勧誘により購入・契約をしたことがある商品等は、「・先取引」「電話やインターネット等の通信サービス」「食品」「品」がそれぞれ26.5%となっている。

表10 (2) 商品等を購入・契約した理由

単位：上段(件), 下段(%)

	全体	勧められ 気に入った	以前から 欲しいと思 つた	通 より かった	執 れよう に勧め られ断 り	「景 品が 値引 きす る」 と言 わ	そ の 他	無 回 答
全体	34 100.0%	8 23.5%	6 17.6%	8 23.5%	9 26.5%	5 14.7%	2 5.9%	17 50.0%
・先取引	9	3	1	1	2	-	-	3
ンション(用)	-	-	-	-	-	-	-	-
電話やインターネット等の通信サービス	9	2	1	3	1	2	1	1
	-	-	-	-	-	-	-	-
学習教材・家庭教師	1	-	-	-	1	-	-	-
一 食品(ニなど)	6	-	1	-	-	1	-	4
食品	9	1	2	2	2	-	1	3
品	9	1	1	2	2	2	-	4
その他	4	1	-	-	1	-	-	2

商品等を購入・契約した理由としては、「執ように勧められ断り切れなかった」が26.5%で最も多く、「勧められ気に入った」、「通より かった」(に23.5%)、「以前から欲しいと思っていた」(17.6%) と続く。

表10 (3) 購入・契約をした際の被害・トラブル

単位：上段(件), 下段(%)

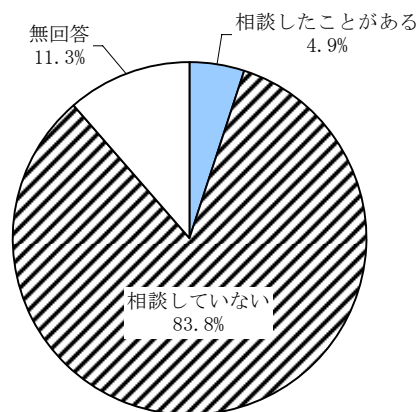
	全体	商品が していた	品質が 悪かった	通 より高 かった	商品等 が思っ ていた	必要以 上に多 く買わ された	商品 が かつ た	商品 が かつ た	商品 が かつ た	商品 が かつ た	特 になし	そ の 他	無 回 答
全体	34 100.0%	- -	5 14.7%	4 11.8%	- -	3 8.8%	3 8.8%	- -	- -	- -	16 47.1%	3 8.8%	20 58.8%
・先 取引	9	-	-	-	-	1	1	-	-	-	4	-	4
ンシ ン(用)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
電話やインターネット等の通信サービス	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2	3
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
学習教材・家庭教師	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
一 食品(ニなど)	6	-	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	4
食品	9	-	1	1	-	1	1	-	-	-	4	-	3
品	9	-	1	1	-	1	1	-	-	-	3	-	4
その他	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	2

購入・契約をした際の被害・トラブルについては、「特になし」が47.1%で最も多く、「品質が悪かった」(14.7%)、「通より高かった」(11.8%)、「必要以上に多く買わされた」, 「商品の が かった」(に8.8%) と続く。

Ⅲ 相談機関の利用についてお答えください。

問11 最近1年間に訪問や電話による勧誘を受けたとき、どこかに相談したことがありますか。
(いずれか1つに○を付けてください。)

図11 最近1年間に訪問や電話による勧誘を受けたときの相談状況

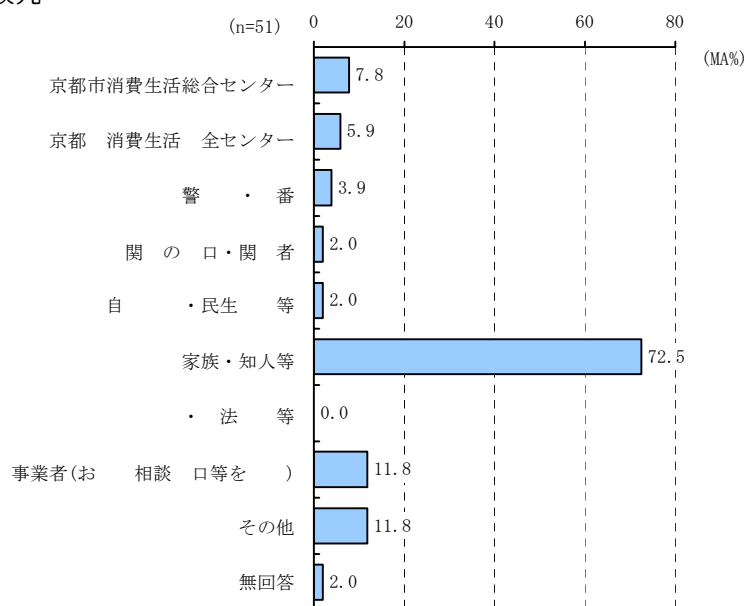


(n=1,037)

最近1年間に訪問や電話による勧誘を受けたときの相談状況については、「相談していない」が83.8%を占め、「相談したことがある」の4.9%を大きく上回る。

問12 どこに相談しましたか。(当てはまるものすべてに○を付けてください。)

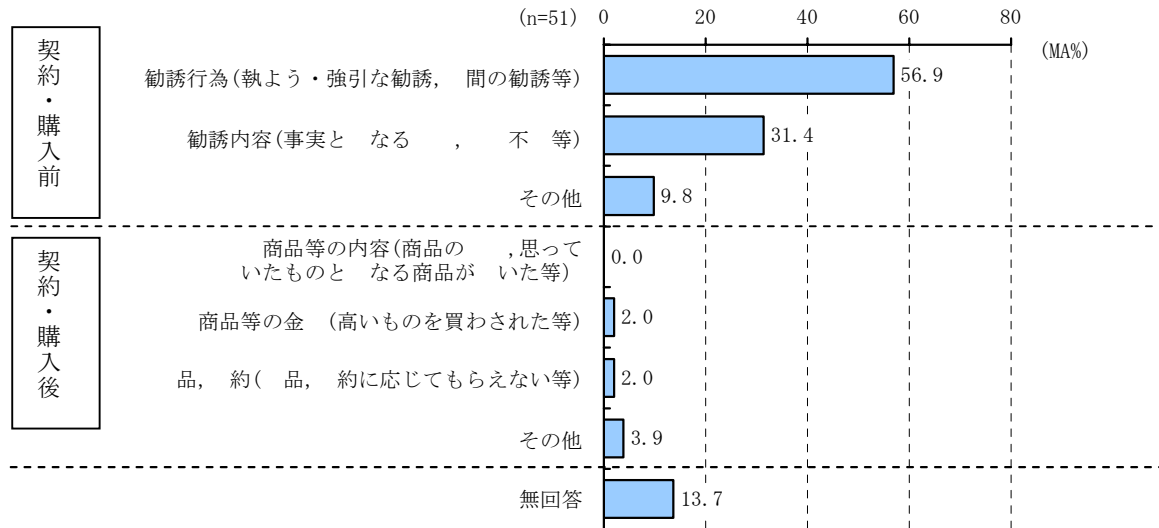
図12 相談先



「相談したことがある」方の相談先については、「家族・知人」が72.5%を占め、「事業者(お相談口等を)」(11.8%),「京都市消費生活総合センター」(7.8%),「京都消費生活全センター」(5.9%)と続く。

問13 どのような内容の相談をしましたか。
(当てはまるものすべてに○を付けてください。)

図13 相談内容 (購入・契約の前後)

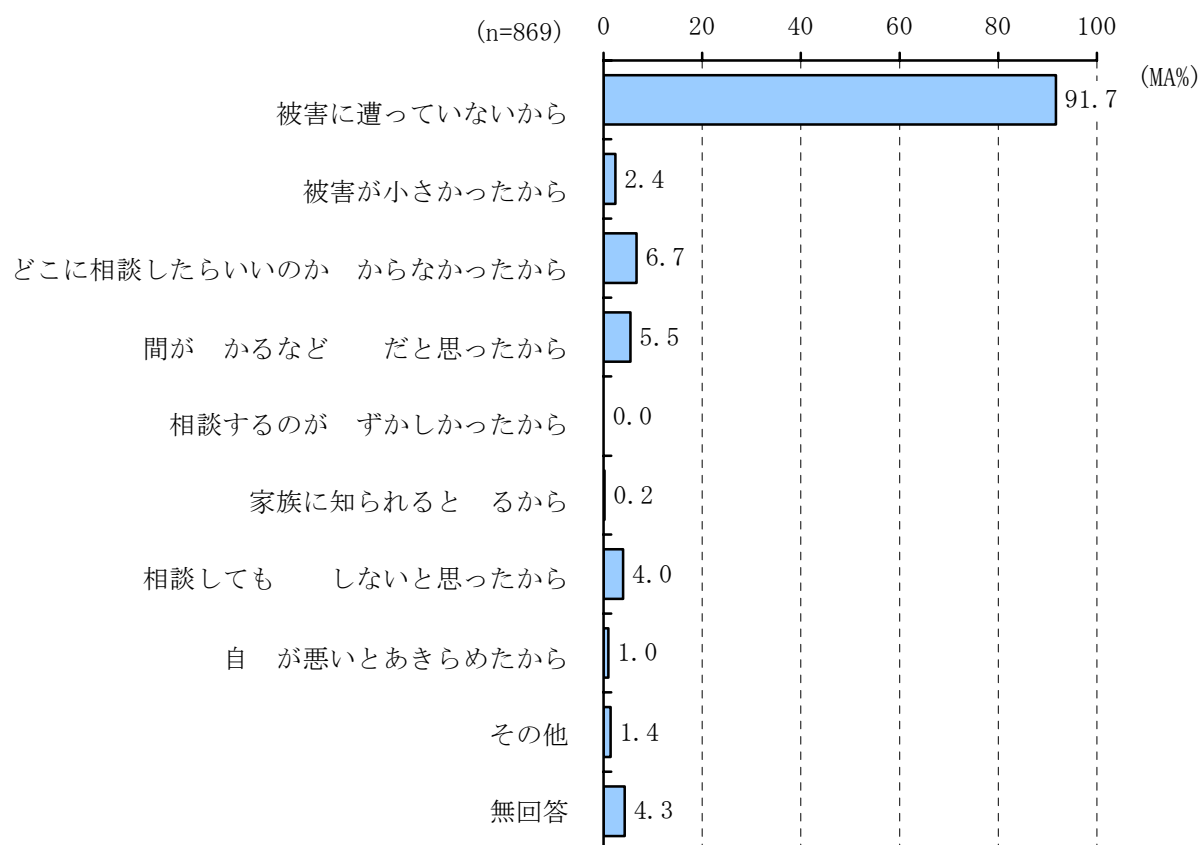


「相談したことがある」方の相談内容としては「勧誘行為(執ような勧誘等)」が56.9%, 「勧誘内容(事実と なる 等)」が31.4%となっており, 購入・契約前の勧誘に る相談が大半を占めている。

なお, 購入・契約後の相談では, 「商品等の金 (高いものを買わされたなど)」及び「品, 約(応じてもらえないなど)」が に2.0%となっている。

問14 なぜ、どこにも相談しなかったのですか。
(当てはまるものすべてに○を付けてください。)

図14 相談しなかった理由

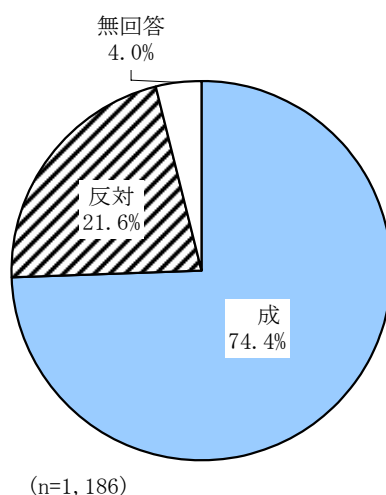


「相談していない」方の理由としては、「被害に遭っていないから」が91.7%を占める。他の理由としては、「どこに相談したらいいのかわからなかったから」(6.7%), 「間がかるなどだと思ったから」(5.5%), 「相談してもしないと思ったから」(4.0%), 「被害が小さかったから」(2.4%) となっている。

Ⅳ 消費者被害の防止についてお答えください。

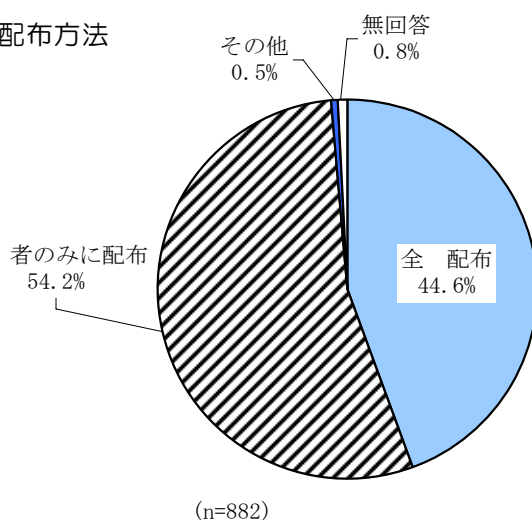
問15 京都市が「訪問販売お断りシール」を作成、配布することについてのご意見をお聞かせください。（いずれか1つに○を付けてください。）

図15 (1) 「訪問販売お断りシール」の作成



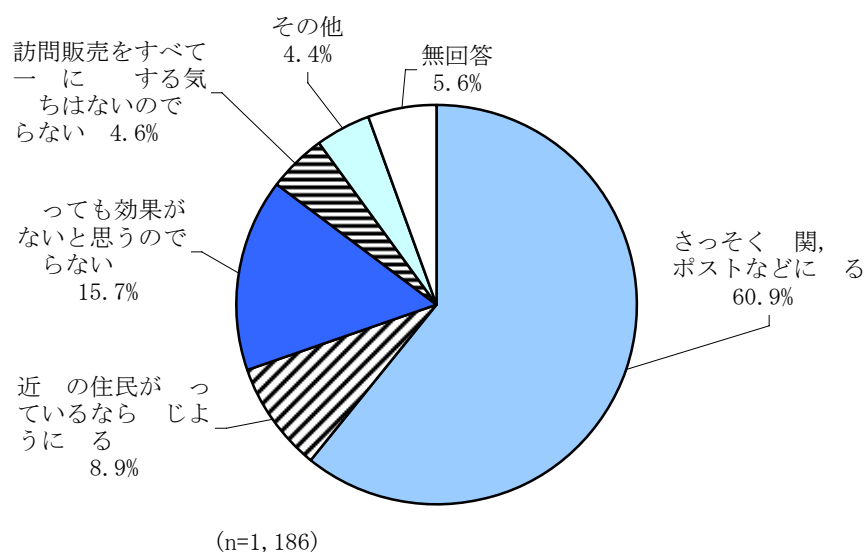
「訪問販売お断りシール」の作成については、「成」が74.4%と、「反対」の21.6%を大きく上回っている。

図15 (2) 望ましい配布方法



「訪問販売お断りシール」の作成に「成」の方に対し、望ましい配布方法を問うたところ、
「者のみに配布」が54.2%と多く、「全 配布」の44.6%を9.6ポイント上回っている。

図15 (3) 「訪問販売お断りシール」を受け取った場合の対応

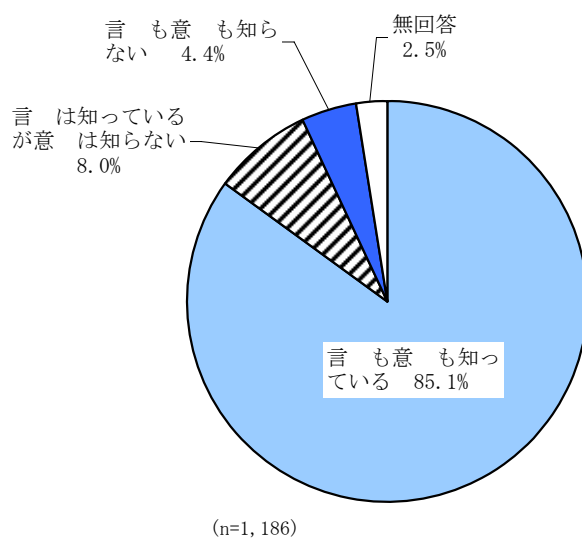


「訪問販売お断りシール」を受け取った場合の対応としては、「関係、ポストなどに貼る」が60.9%と最多である。一方、「とても効果がないと思うので」は15.7%である。

なお、「近隣の住民がやっているならじょうずに」(8.9%)、「訪問販売をすべて一にしないので」(4.6%)をそれぞれ加えて見ると、『貼る』(69.8%)が、『貼らない』(20.3%)を大きく上回っている。

問16 あなたはクーリング・オフ制度を知っていますか。
(いずれか1つに○を付けてください。)

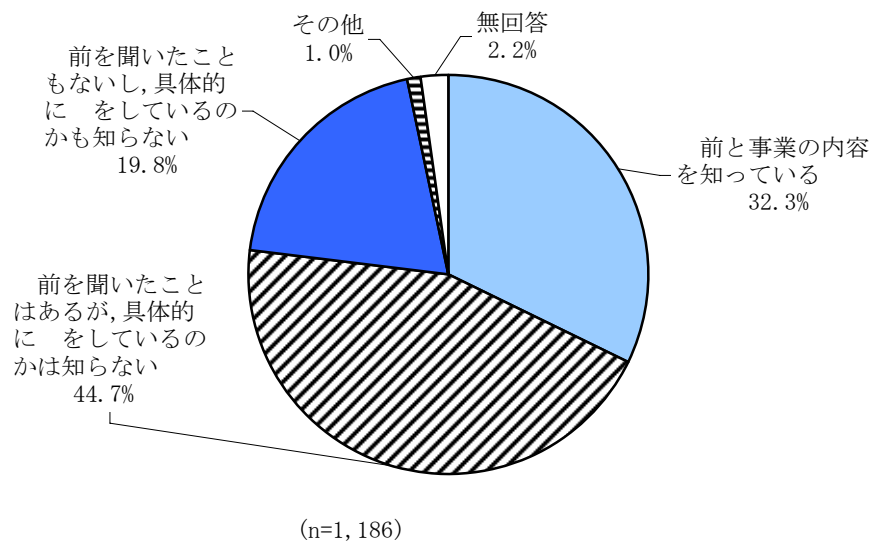
図16 クーリング・オフ制度の認知度



クーリング・オフ制度については、「知っている」が85.1%を占めており、認知度は高い。

問17 京都市消費生活総合センターを知っていますか。
(当てはまるもの1つに○を付けてください。)

図17 京都市消費生活総合センターの認知度

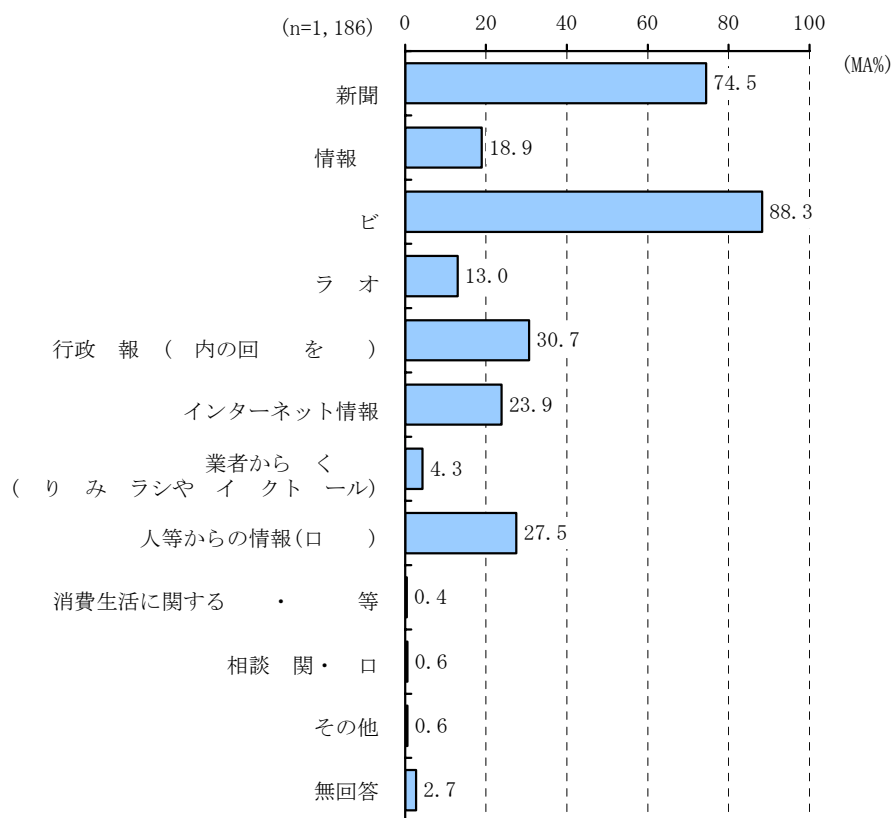


京都市消費生活総合センターの認知度については、「前を聞いたことはあるが、具体的にしているのかは知らない」が44.7%、「前と事業の内容を知っている」が32.3%である。

なお、「前を聞いたこともないし、具体的にしているのかも知らない」は19.8%となっている。

問18 あなたは悪質商法，製品事故，食品偽装表示等の消費者被害の情報をどこから入手していますか。（当てはまるものすべてに○を付けてください。）

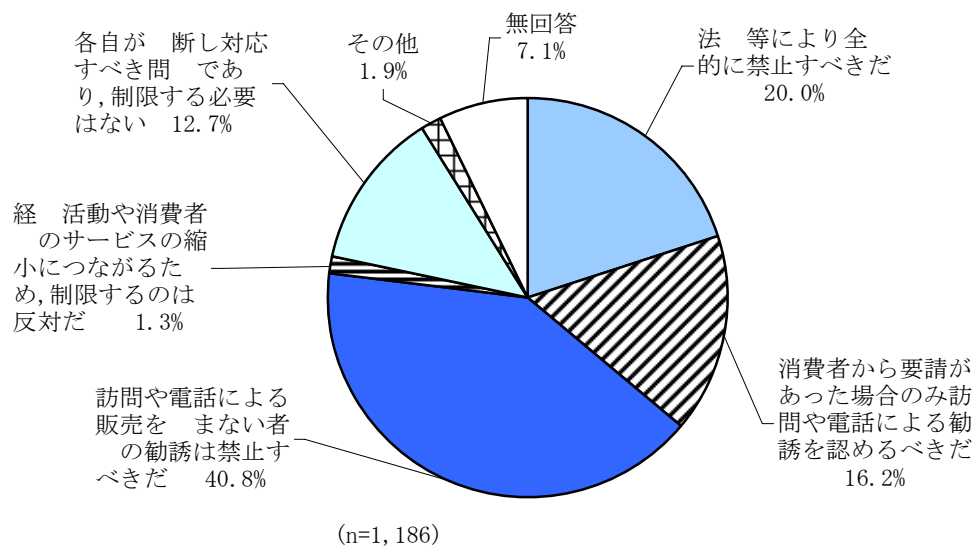
図18 消費者被害等の情報の入手先



悪質商法等の消費者被害情報の入手先については、「テレビ」が88.3%、「新聞」が74.5%と、メディアの二大 体が大半の方の情報 となっており、「行政 報 (回 を)」(30.7%)、「人等からの情報 (口)」(27.5%)、「インターネット情報」(23.9%)と続く。

問19 あなたは訪問販売及び電話勧誘販売に対する禁止や制限についてどのように考えられますか。（あなたの考えに最も近い意見を1つ選んで○を付けてください。）

図19 訪問販売及び電話勧誘販売に対する禁止・制限措置



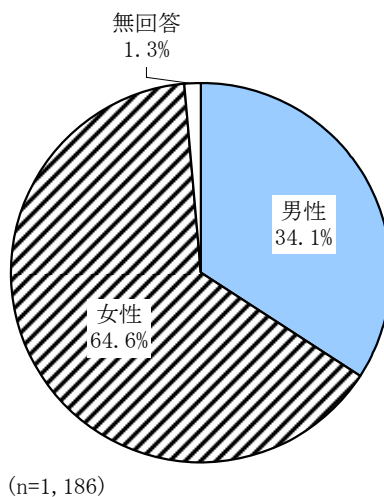
訪問販売及び電話勧誘販売に対する禁止・制限 については、「訪問や電話による販売を まない者 の勧誘は禁止すべきだ」が40.8%と最多であり、「法 等により全 的に禁止すべきだ」が20.0%、「消費者から要請があった場合のみ訪問や電話による勧誘を認めるべきだ」が16.2%となっており、 らかの禁止・制限 を める方が77.0%を占める。

一方、「各自が 断し対応すべき問 であり, 制限する必要はない」が12.7%、「経 活動や消費者 のサービスの縮小につながるため, 制限するのは反対だ」が1.3%となっており、禁止・制限 に対する不要又は反対の意見は14.0%となっている。

V あなたご自身及びお住まいについてお答えください。

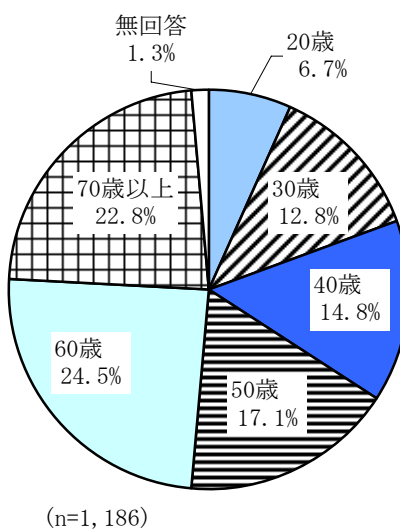
問21 あなたご自身のことについてお答えください。
(いずれか1つに○を付けてください。)

図21 (1) 性別



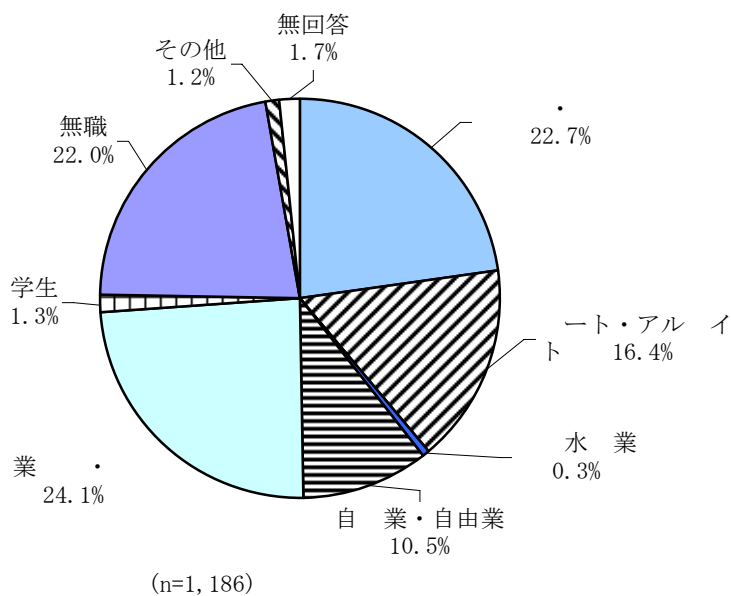
回答者の性別では、男性の34.1%に対し、女性が64.6%と大きく上回っている。

図21 (2) 年齢



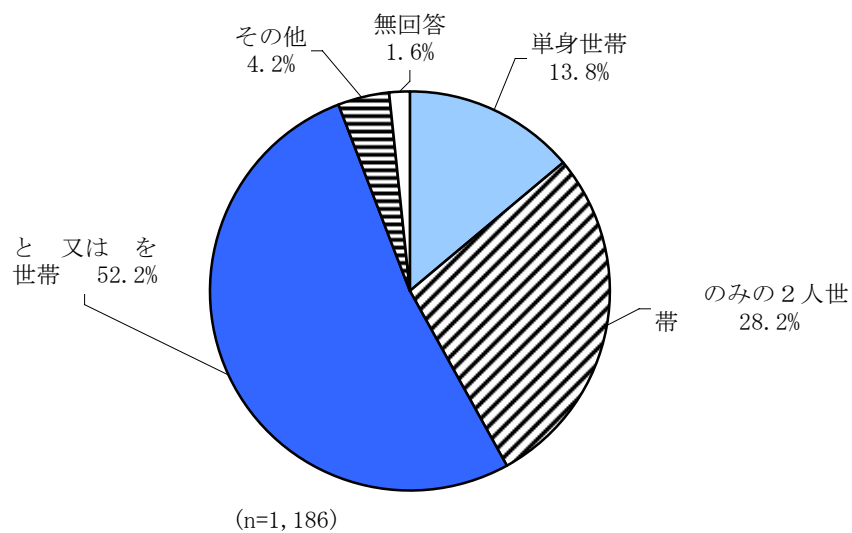
回答者の年齢層では、高齢層（60歳 及び70歳以上）の回答が47.3%を占め、 年層（40 50歳 ）の31.9%、 年層（20 30歳 ）の19.5%と比べ、多くなっている。

図21 (3) 現在の職業等



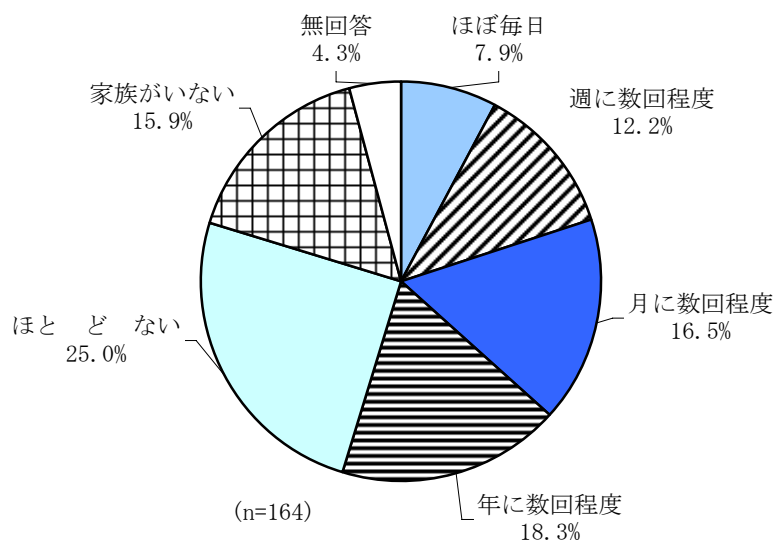
回答者の職業等では、「業」が24.1%で最多であり、「パート・アルバイト」(22.7%), 「無職」(22.0%), 「パート・アルバイト」(16.4%), 「自業・自由業」(10.5%)と続く。

図21 (4) 世帯構成



回答者の世帯構成では、「と又はを世帯」が52.2%で最多であり、「のみの2人世帯」(28.2%), 「単身世帯」(13.8%)と続く。

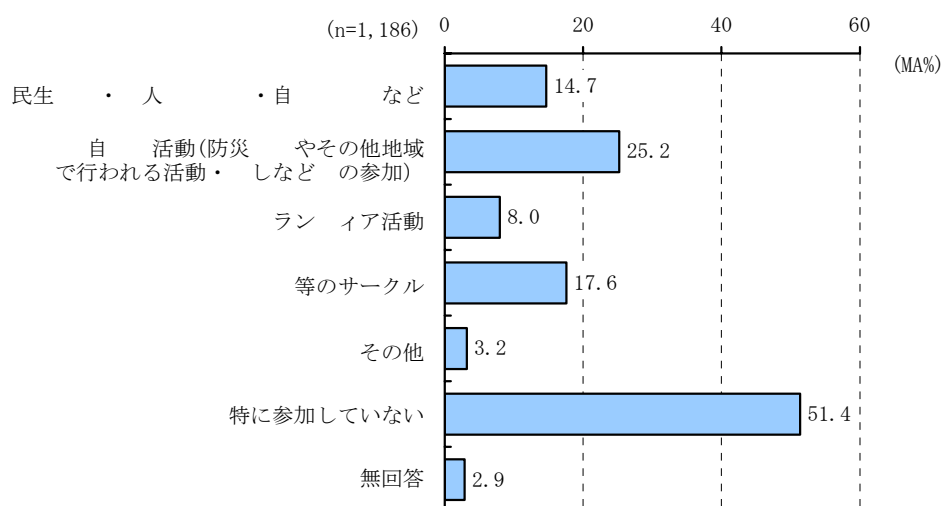
図2-1 (5) 単身世帯における家族の訪問頻度



単身世帯における家族の訪問頻度では、「ほとんどない」が25.0%と最多で、「年に数回程度」(18.3%)、「月に数回程度」(16.5%)の頻度訪問が59.8%を占める。一方、「ほぼ毎日」(7.9%)、「週に数回程度」(12.2%)の高頻度訪問は20.1%となっている。

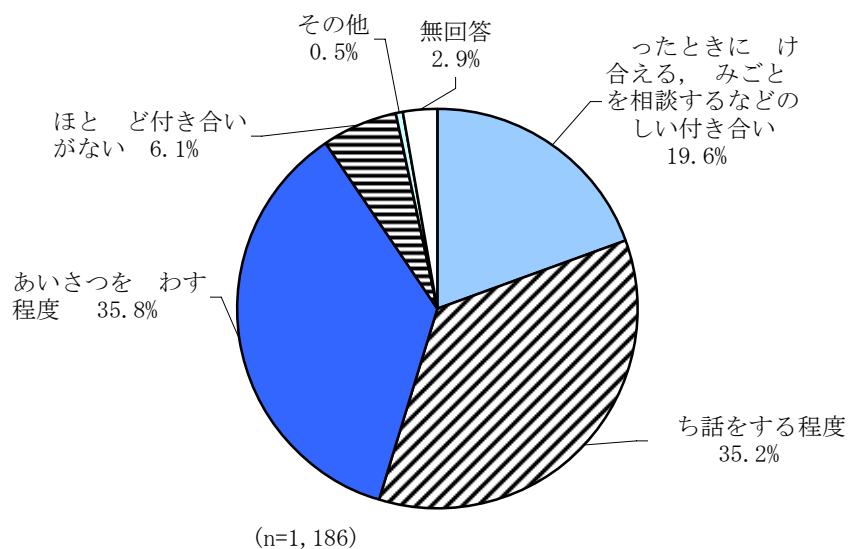
なお、「家族がいない」方は15.9%であった。

図2-1 (6) 地域活動や社会活動への参加状況



との関わり方を示す地域活動や活動の参加状況では、「特に参加していない」が51.4%と半数を占める。一方、参加している方のうちでは、「自活動」が25.2%で最も多く、「等のサークル」(17.6%)、「民生等」(14.7%)、「ラン・ィア活動」(8.0%)と続く。

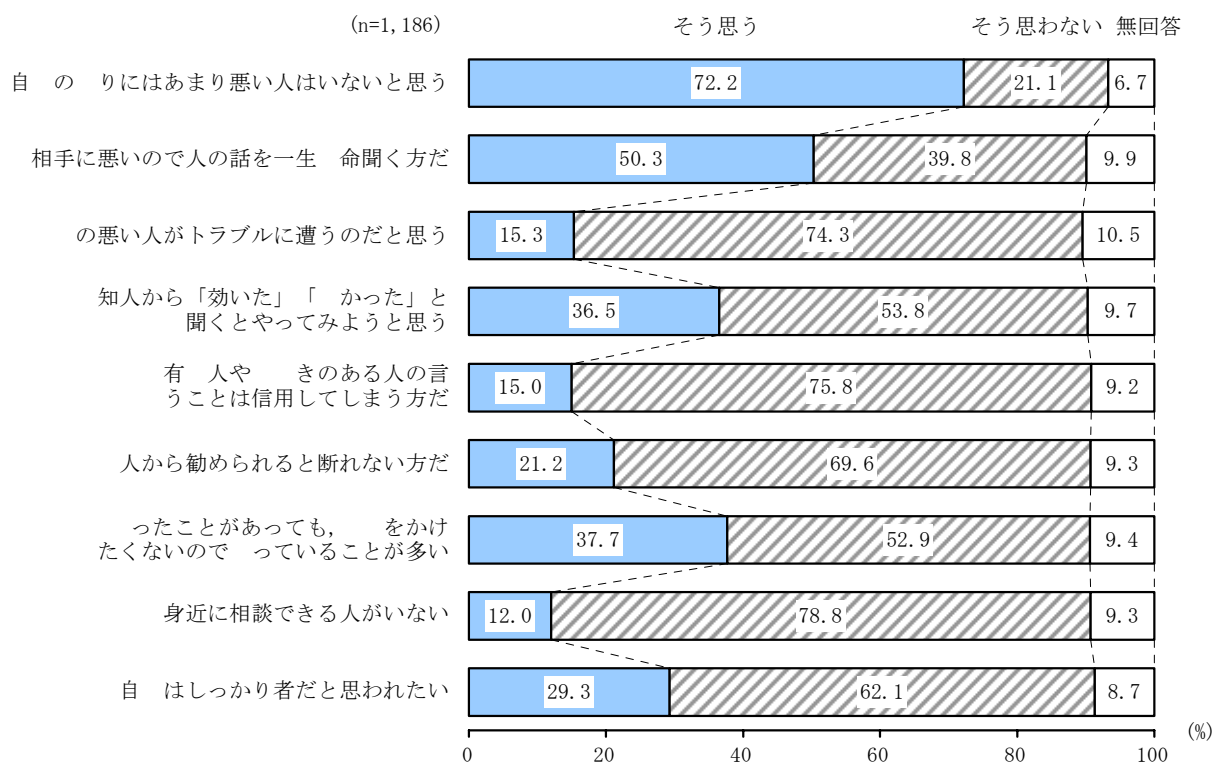
図21 (7) ご近所との付き合いの程度



ご近所との付き合いの程度では、「あいさつを わす程度」が35.8%、「ち話をする程度」が35.2%と しているものの、比 的 い付き合いの程度が71.0%を占め、「ほとんど付き合いがない」という方も6.1%あった。

一方、「ったときに け合える, みごとを相談するなどの しい付き合い」は19.6%にとどまっている。

図21 (8) ご自身のことをどのように思いますか



問22 あなたの住まいについてお答えください。

図22 (1) お住まいの行政区

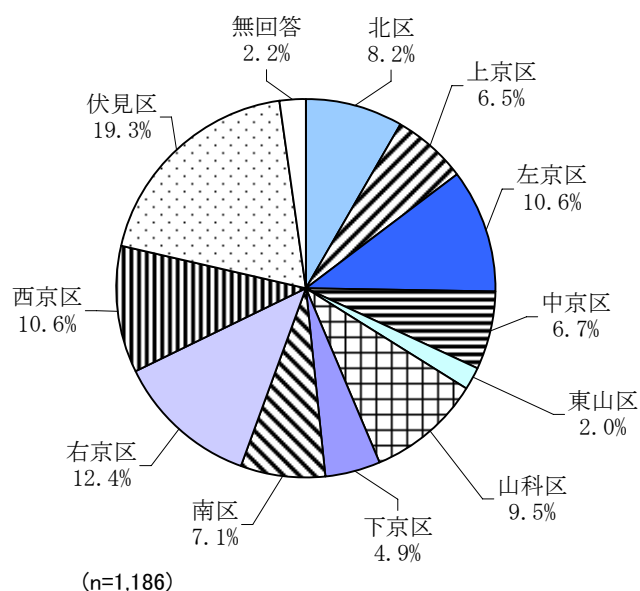
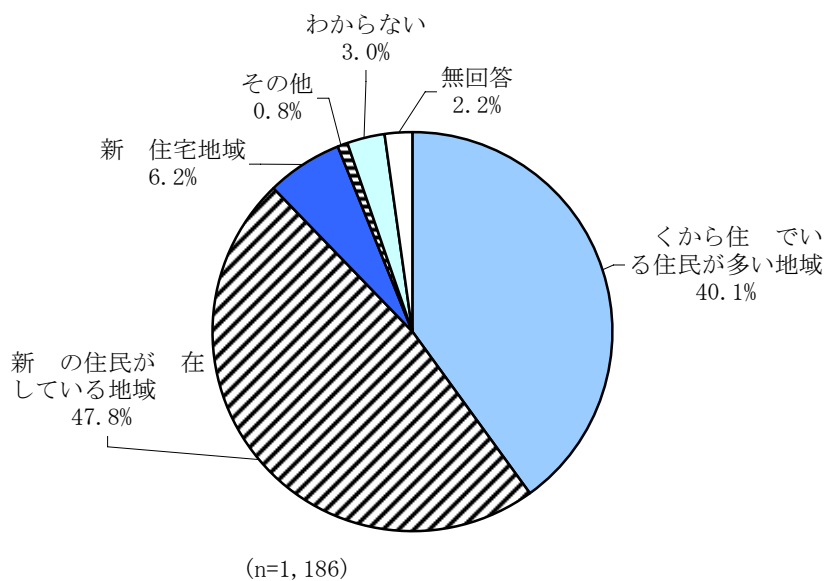
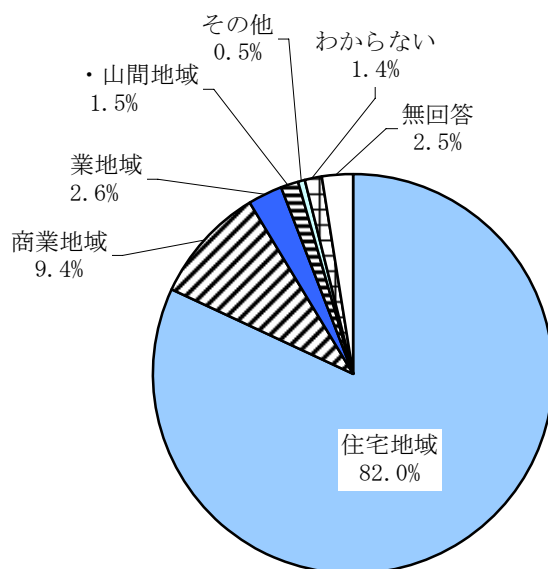


図22 (2) 居住地域の特性



居住地域の特性については、「新の住民が在している地域」が47.8%で最多であり、「くから住でいる住民が多い地域」(40.1%),「新住宅地域」(6.2%)と続く。

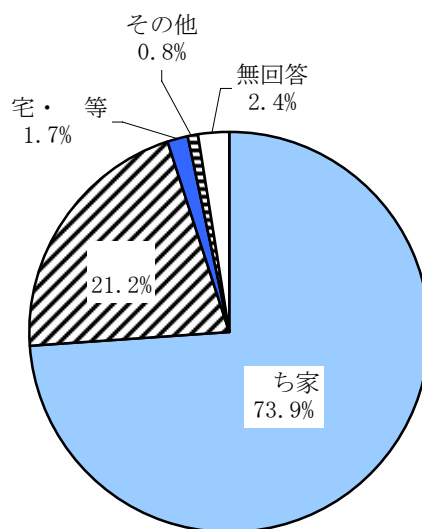
図22 (3) 用途地域等区分



(n=1, 186)

回答者の居住地の特性については、「住宅地域」が82.0%を占め、次いで「商業地域」の9.4%となっている。

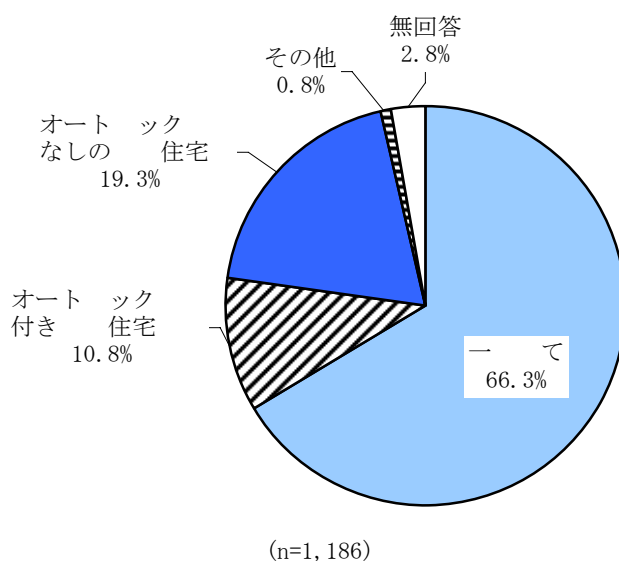
図22 (4) ①住居の所有形態



(n=1, 186)

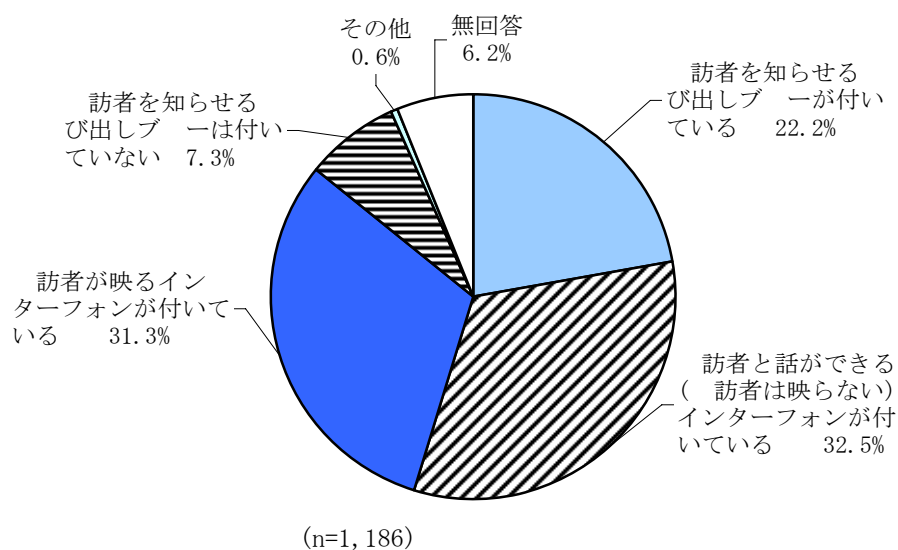
住居の所有形態については、「ち家」が73.9%を占め、次いで「 」の21.2%となっている。

図2.2 (4) ②住居形態



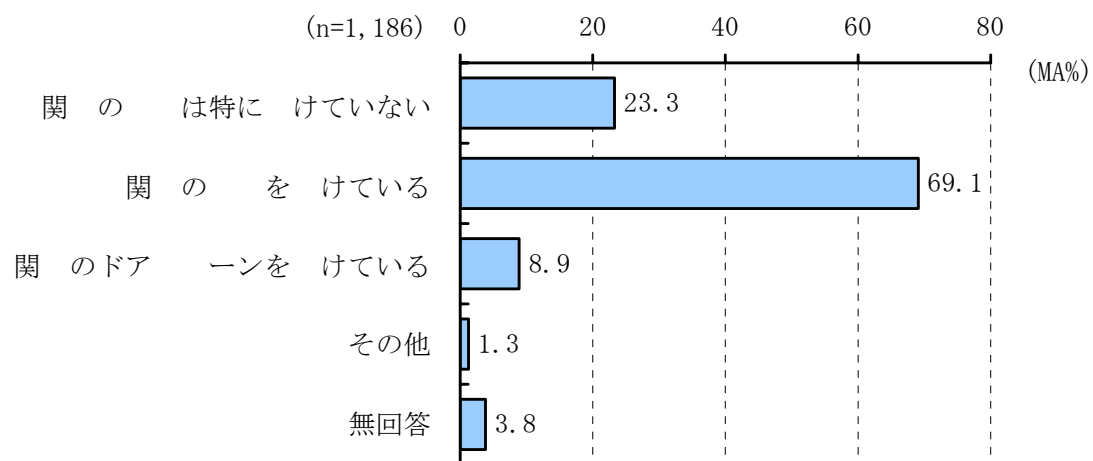
住居形態については、「一軒建て」が66.3%を占め、「オートックなしの住宅」(19.3%)、「オートック付きの住宅」(10.8%)と続く。

図2.2 (5) 住民の防犯設備等 ①玄関設備



住居の防犯設備等における玄関設備については、「映るの映らないインターフォン付き」が32.5%で、「映るが映るインターフォン付き」(31.3%)としており、「びだしブザー付き」(22.2%)、「びだしブザーなし」(7.3%)と続く。

図22 (6) 住民の防犯設備等 ②在宅時の対応



在宅 の対応については、「 関 の を けている」が69.1%を占めており、「 関 の は特に けていない」の23.3%を大きく上回っている。
また、「 関 のドア ーンを けている」は8.9%であった。