

高齢者等の消費者被害未然防止事業実績報告書（概要）

1 これまでに実施してきた高齢者等の消費者被害未然防止事業とその効果

消費者被害：平成24年 10件 約3,160万円

平成25年 16件 約7,040万円

- ・消費者啓発パンフレットの作成・配布
- ・消費生活情報誌の広報への挟み込みによる全戸配布
- ・出前講座「悪質商法にご用心」の実施
- ・消費生活講座及び特別消費生活講座による啓発

以上の事業を実施、啓発に努めてきたが、消費者被害件数及び被害金額を減らすことができていない現状にある。次から次へと新種の詐欺が出る中、一朝一夕に予防が図られるものではなく、自身が被害者となる可能性がある点の意識を変革するよう引き続き啓発等を実施していく必要がある。

2 新たな手法「迷惑電話チェッカー」を活用したモデル事業の実施

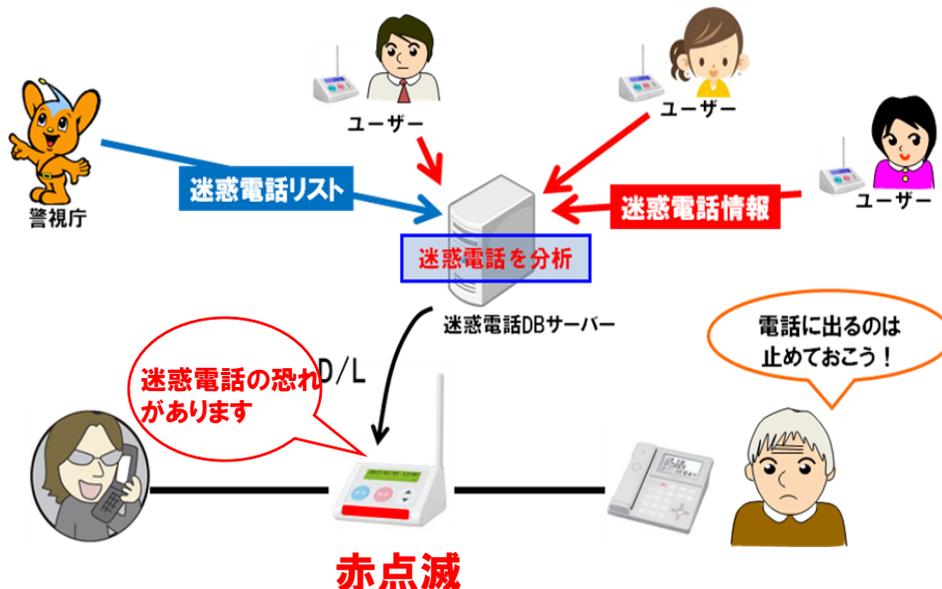
○既存事業の効果検証を踏まえ、新たな手法として、「迷惑電話チェッカー」を活用した高齢者等の消費者被害未然防止事業を実施することとした。

- ・期間：平成25年10月1日から平成26年3月31日まで
- ・募集数：1,000世帯
- ・結果：参加世帯／222世帯

○募集数に対して、参加世帯が低調であった理由として、①私は大丈夫 ②電話には出ない ③ナンバーディスプレイに加入するのはもったいない などの事がよく聞かれた。

「迷惑電話チェッカーとは」

迷惑電話チェッカーとは、下図のように、迷惑電話から着信を受けた場合、着信時に「迷惑電話の恐れがあります」と音声ガイドを流すと同時に、LEDが赤点灯し、利用者に警告を促す装置である。インターネット契約等が不要であり、(株)ウィルコムとのPHS無線網を通じて自動でブラックリストを更新する仕組みであるため、シニア世帯にも設置しやすい機器である。



3 「迷惑電話チェッカー」を活用した高齢者等の消費者被害未然防止事業実施結果

<赤ランプでブロックした件数>

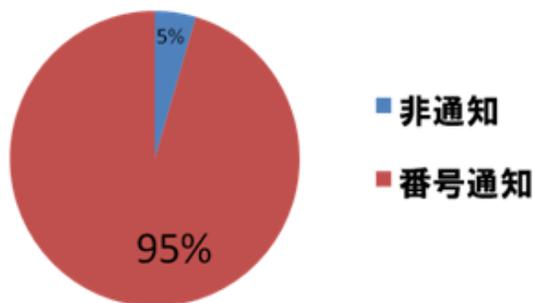
対象月	平成25年10月	平成25年11月	平成25年12月	平成26年1月	平成26年2月17日時点
台数	184	209	222	222	222
拒否・警告件数	319	875	1148	940	541
番号非通知	13	32	24	43	14
番号通知	306	843	1124	897	527
リスト番号	269	726	974	783	476
警察番号	0	5	3	6	9
自身で拒否	37	112	147	108	42

●迷惑電話の種類

平成26年1月の全国での迷惑電話の種類は、90%が番号通知されたものである。このことから、大半の迷惑電話は、番号通知がされるため、迷惑電話チェッカーで防止することができると言える。

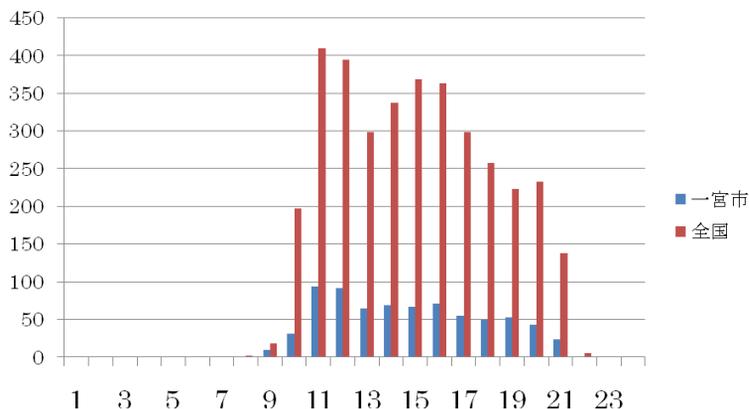
一宮市に限定してみると、迷惑電話の95%が番号通知されたものであるため、より迷惑電話チェッカーの効果が発揮されるものと期待できる。

一宮市平成26年1月



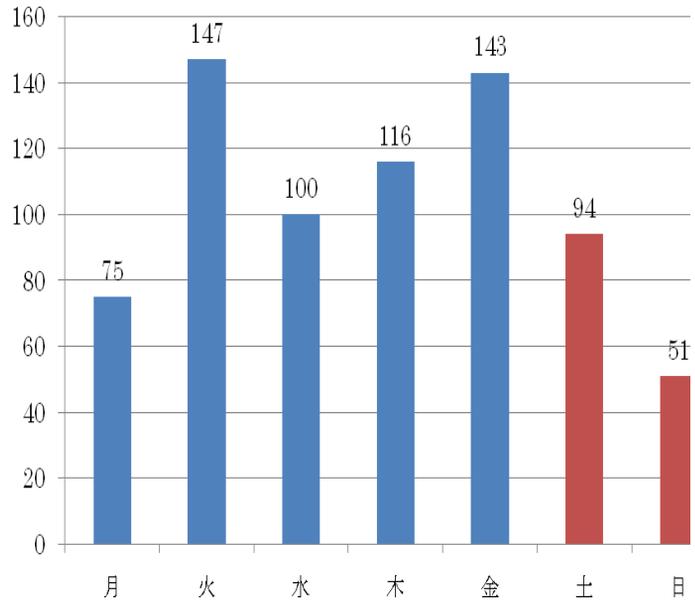
●迷惑電話の着信時間帯

迷惑電話の着信する時間帯には、特徴がある。それは、ほぼ日中にかかってくることだ。特にお昼前の時間帯にピークを迎える。グラフは、全国の迷惑電話の発生時間帯と一宮市の迷惑電話の発生時間帯を比べたものである（いずれも抽出期間は平成25年11月1日～11月30日）。全国でも一宮市でもこの傾向は変わらない。これは、主婦やシニア層（高齢者のみ）が在宅をしている時間帯をターゲットにしていると推測できる。



●迷惑電話の着信曜日

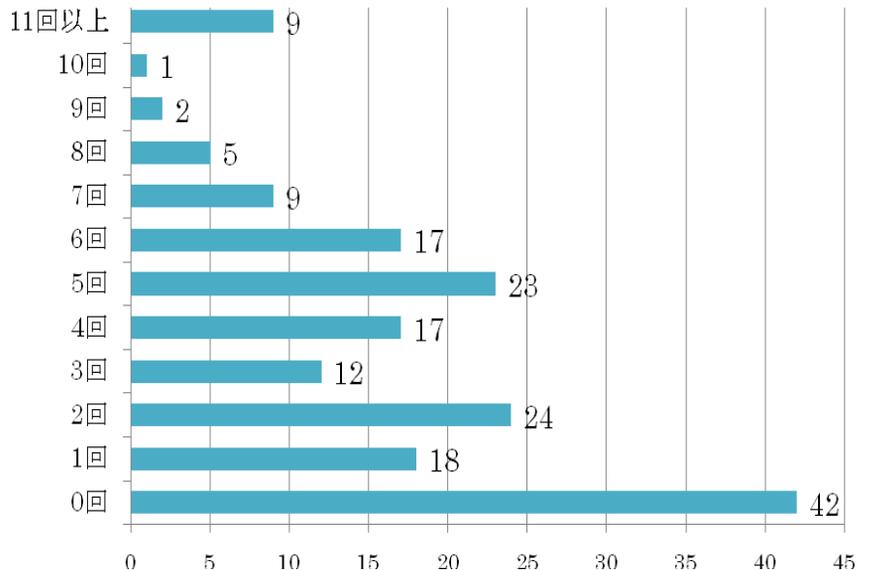
1ヶ月間（抽出期間は平成25年11月1日～11月30日）を曜日別にまとめたのが以下のグラフである。特定の曜日に集中しているわけではなく、平日に比較的多く発生している。それに対して、日曜日は最も少なく、家族が家にいる可能性が高く、金融機関の窓口が閉まっている曜日は迷惑電話の発生が少ないと推測できる。



●迷惑電話の着信回数

サンプル数179

1ヶ月間（抽出期間は平成25年11月1日～11月30日）に赤点灯した迷惑電話チェッカーの回数別の分布をグラフにまとめた。以下グラフから、最下段の0回、つまり迷惑電話が一度も着信していない世帯が42件と全体の23%となっているが、それ以外の77%において、1回以上、多い世帯では11回以上迷惑電話が着信する世帯も9件にのぼった。



●使用に関しての利用者アンケート結果

【設置に関して】

- 当初の予想を上回り、9割近くの方は、問題なく設置できている。
- 設置ができない方の理由の大半は、配線に関することである。

【操作に関して】

- 「許可」「拒否」等の操作方法について5割の方は認識している。

【使用感に関して】

- 7割以上の方が、赤ランプ（迷惑電話）の認識している。
- 8割以上の方が、黄ランプに注意をしている。
- 6割の方が、迷惑電話が減ってきていると感じている。

アンケート結果でも、7割～8割の方が赤ランプの認識をし、黄ランプに注意を払っているとのコメントもあり、まだまだ短い期間のデータではあるが、確実に「迷惑電話チェッカー」の効果は出始めている。

引き続き、傾向を見ていくとともに、「設置」「操作」に関してうまく出来ていない方々には個別に対応していく必要もある。

4 今後の施策及び事業展開に向けての考察・方向性

①当該モデル事業の評価

- ・対象を1,000台としていたが、結果として222台のモニター申込で終わった。事前告知等では募集開始前より、多くの問い合わせを受けていたが、1,000台には到達しなかった。要因のひとつとしては、先述したように「番号表示サービス（ナンバーディスプレイ）」の理解・申し込みなどが考えられる。
- ・モニター台数は222台であったが、新聞等で取り上げられたり、集中的に募集PRを行ったりしたことにより、消費者被害に関する市民の認知が高まった。
- ・222台であったが、毎月約1,000件の迷惑電話をブロックし、消費者被害を防いだ。
- ・222台のモニターデータにより、一定の有効な情報が得られた。これが1,000台のデータとなれば、更に精緻かつ有効な情報となるであろうことが推察される。

② 今後必要となる事業展開等

- ・消費者被害を直接防止できる当該事業は一定の効果があり、今後は住民自身により「迷惑電話チェッカー」の設置に向けた検討がなされるよう、市として本事業の成果と課題について周知を図るなどの対応を図っていく。
- ・出前講座等の機会を活用して、本事業の成果を周知するとともに、更なる消費者被害防止意識の高揚を図るなどよりいっそうの消費者教育の充実に取り組んでいく。

高齢者等の消費者被害未然防止事業実績報告書(概要)

平成26年3月

編集 一宮市経済部経済振興課
TEL 0586-28-9148
FAX 0586-73-9135