

女性の防犯意識と行動に関する
マーケティングデータ

朝日大学マーケティング研究所

調査概要

調査方法 Webアンケート

調査期間 2009年3月27日(金)～3月30日(月)

調査対象 首都圏在住の20歳～69歳の女性

有効回答 合計400名(均等割付)

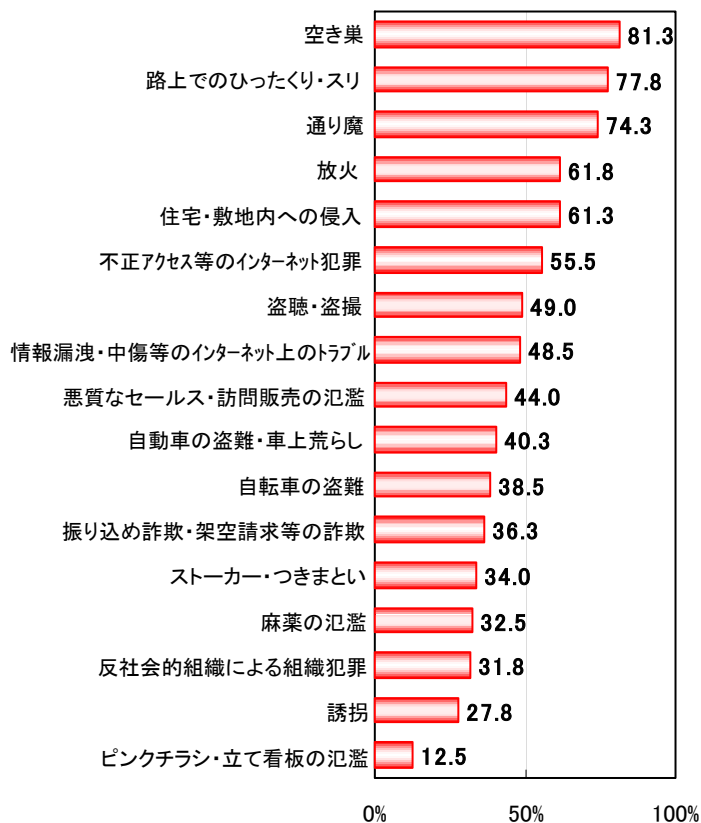
| 年代 | サンプル数 |
|-----|-------|
| 20代 | 80名 |
| 30代 | 80名 |
| 40代 | 80名 |
| 50代 | 80名 |
| 60代 | 80名 |
| 合計 | 400名 |

1. 生活の中で不安に思うもの、防犯対策として行っているもの

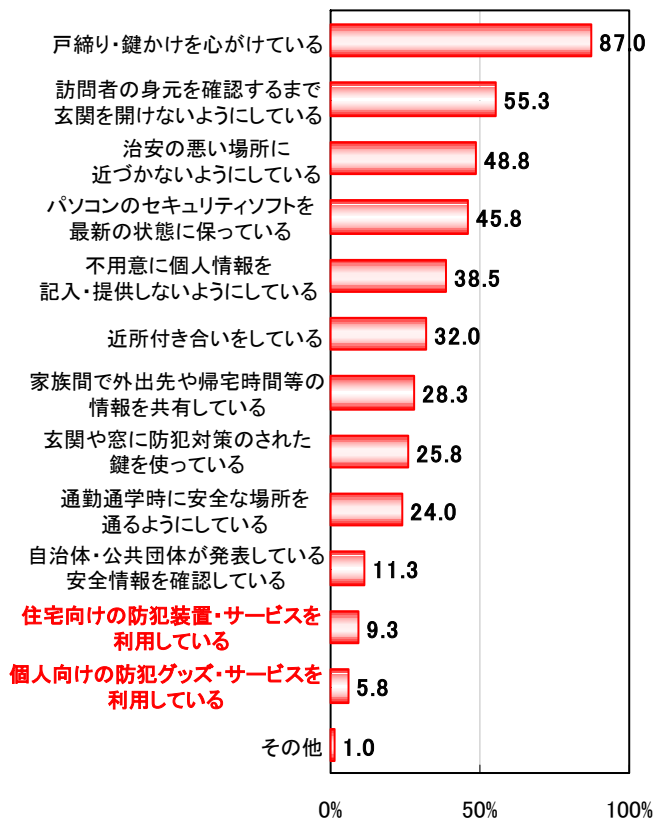
不安なものとして「空き巣」「ひったくり・スリ」「通り魔」が高い。防犯対策は、お金よりも心がけ。

- 生活の中で不安に思うものを尋ねると、上位から「空き巣(81.3%)」「路上でのひったくり・スリ(77.8%)」「通り魔(74.3%)」となった。
- 属性別にみた場合、「盗聴・盗撮」は若い女性ほど不安に思う割合が高く、特に1人暮らしの女性で70.8%と高い。
- 「誘拐」は30代女性で最も高く、特に高校生以下の子のいる女性が53.2%と高い。
- 「振り込め詐欺・架空請求等の詐欺」は、高齢の女性ほど高い傾向があり、60代女性では48.8%であり約半数が不安に感じている。
- 防犯対策として行っているものでは、「戸締り・鍵かけ」といった心がけのものが多く、「住宅向けの防犯装置・サービス」「個人向けの防犯グッズ・サービス」は10%未満である。

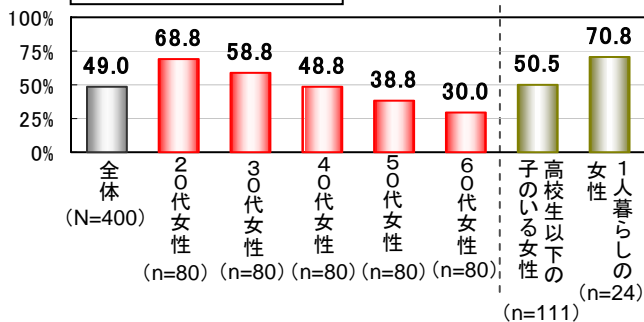
生活の中で不安に思うもの



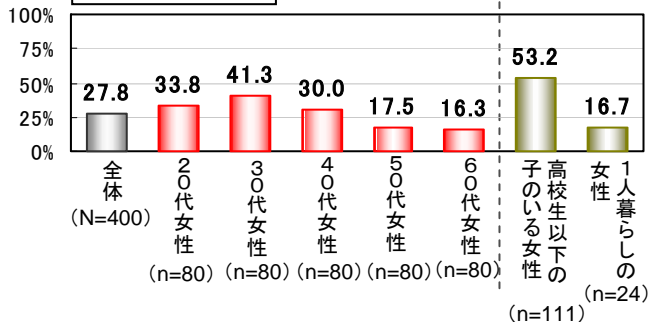
防犯対策として行っているもの



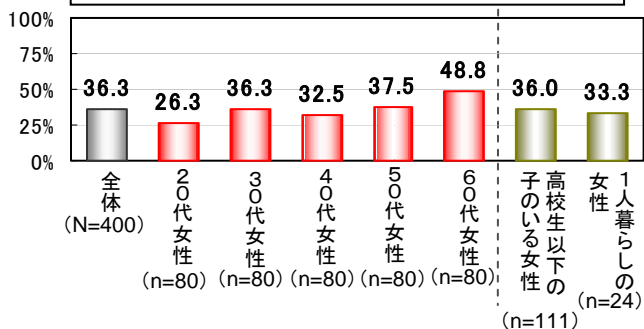
盗聴・盗撮(属性別)



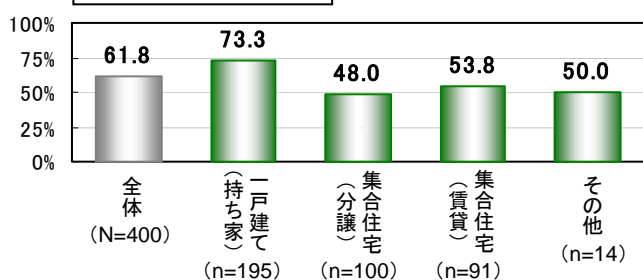
誘拐(属性別)



振り込め詐欺・架空請求等の詐欺(属性別)



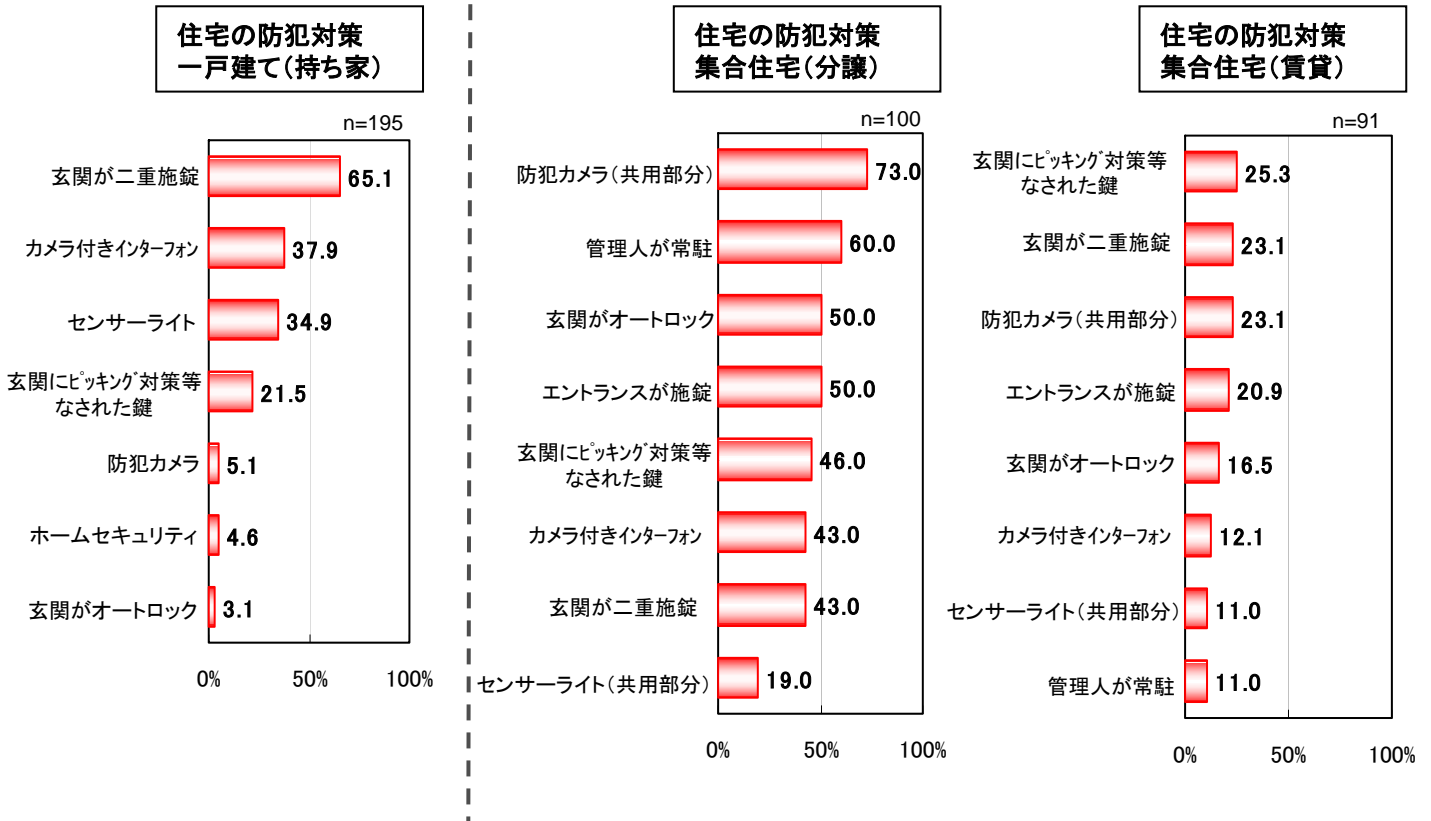
放火(住居形態別)



2. 住宅の防犯対策

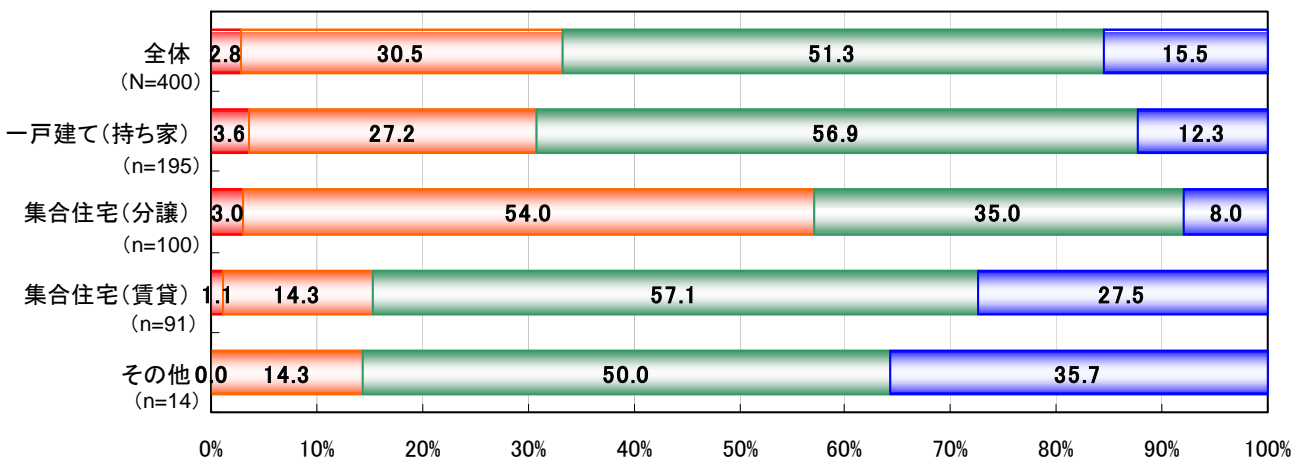
対策の整っている集合住宅(分譲)は最も住宅の防犯対策に対する満足度が高い。

- 住宅の防犯対策について、住居形態ごとにみると、一戸建て(持ち家)は「玄関が二重施錠(65.1%)」「カメラ付きインターフォン(37.9%)」「センサーライト(34.9%)」が高い。
- 集合住宅(分譲)は「防犯カメラ(共用部分)(73.0%)」「管理人が常駐(60.0%)」「玄関がオートロック(50.0%)」「エントランスが施錠(50.0%)」と、対策がとられている割合が高い。
- 集合住宅(賃貸)では、どの対策も低い。集合住宅(分譲)と比較すると「防犯カメラ(共用部分)」「管理人が常駐」などの集合住宅特有の防犯対策も低い。
- このような住宅の防犯対策の状況を反映して、満足度の高さは集合住宅(分譲)、一戸建て(持ち家)、集合住宅(賃貸)の順となっている。



住宅の防犯対策に対する満足度(住居形態別)

- 満足(充分)である
- どちらかといえば満足(充分)である
- どちらかといえば不満(不充分)である
- 不満(不充分)である



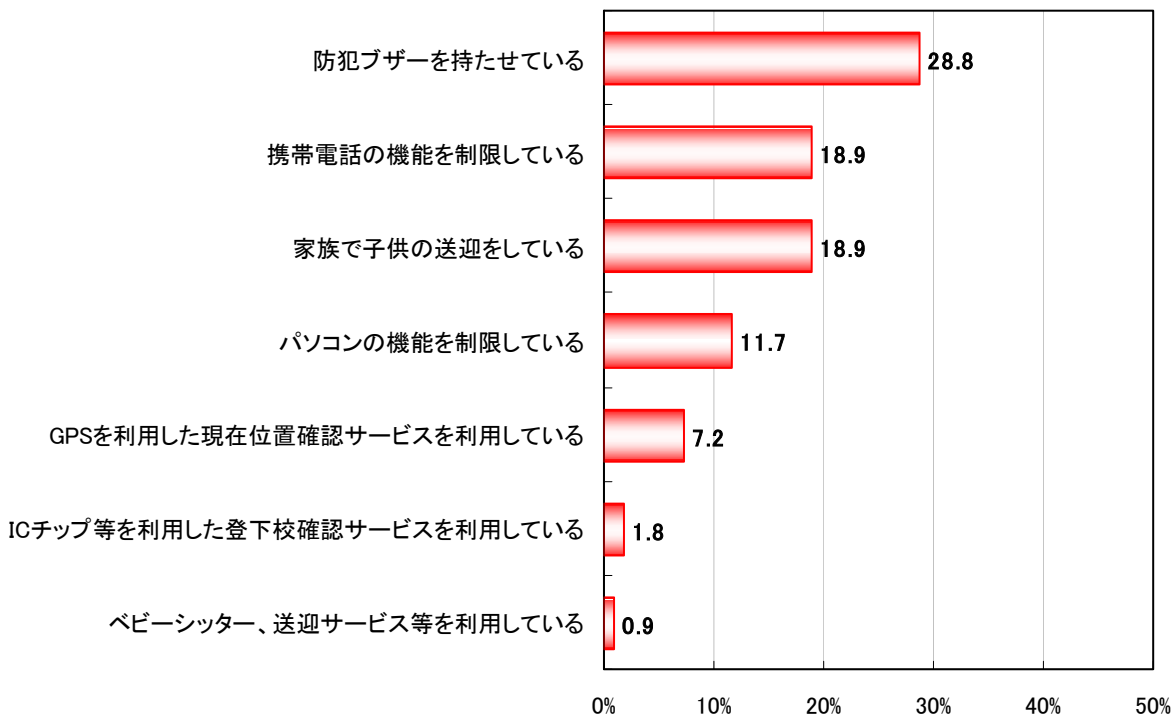
3. 子どもの防犯対策

防犯ブザーは28.8%が持たせている。高校生以下の子のいる女性の6割が子どもの防犯対策に不満を持っている。

- 高校生以下の子のいる女性に子どもの防犯対策として行っていることを尋ねると、「防犯ブザーを持たせている」が28.8%と高い。学校によっては配布しているところもあるためと考えられる。
- 「携帯電話の機能を制限している(18.9%)」「家族で子供の送迎をしている(18.9%)」が続く。
- 「GPSを利用した現在位置確認サービス(7.2%)」「ICチップ等を利用した登下校確認サービス(1.8%)」は、まだまだ普及していない。
- 子どもの防犯対策に対する満足度を尋ねると「満足(充分)である(3.6%)」「どちらかといえば満足(充分)である(33.3%)」「どちらかといえば不満(不充分)である(52.3%)」「不満(不充分)である(10.8%)」となっており、不満割合は63.1%と高い。

子どもの防犯対策として行っていること

(n=111)



子どもの防犯対策に対する満足度

- 満足(充分)である
- どちらかといえば満足(充分)である
- どちらかといえば不満(不充分)である
- 不満(不充分)である

高校生以下の子のいる女性
(n=111)

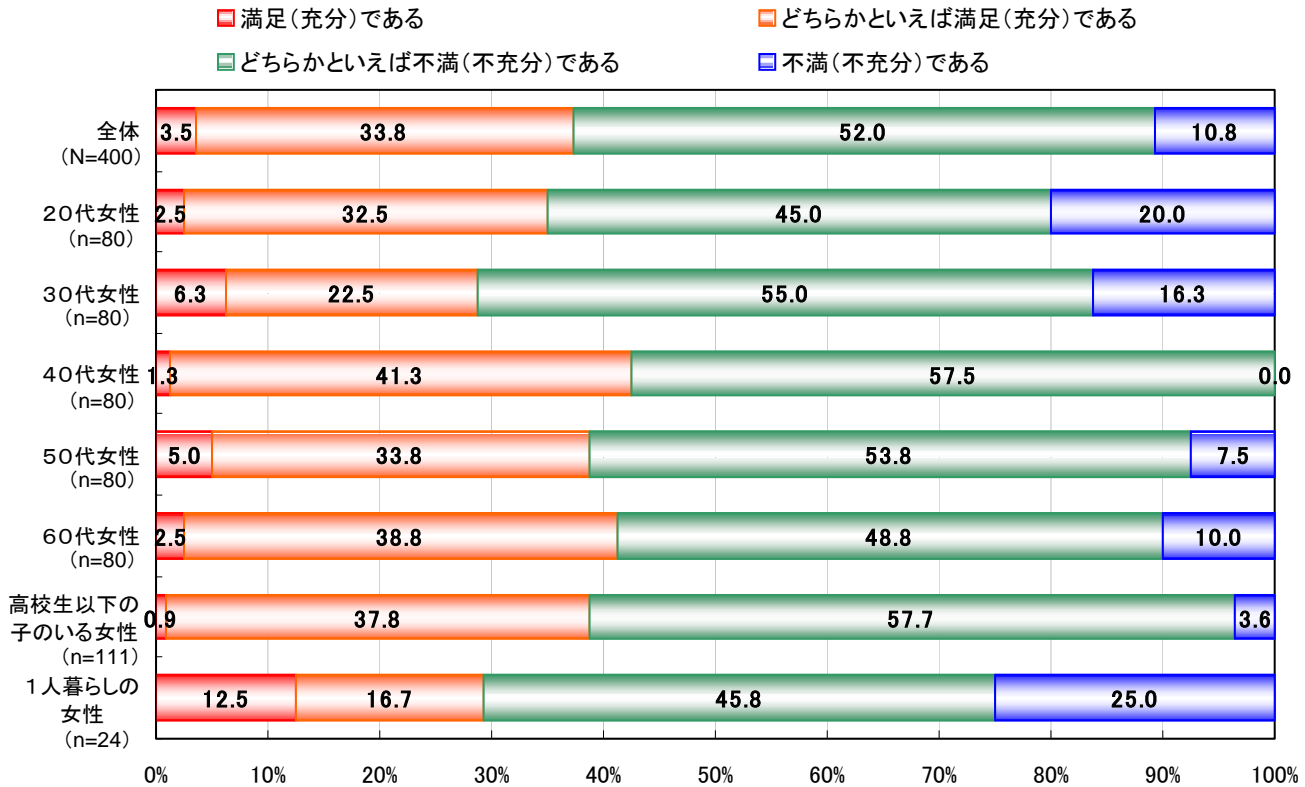


4. 防犯対策全般に対する満足度、防犯対策への支出

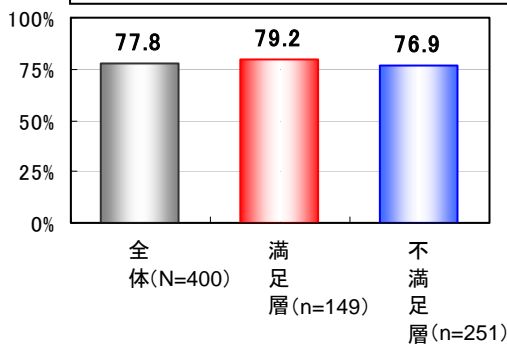
最近1年間に防犯対策に払った金額の平均、満足層:31,203円、不満足層:16,533円。倍近い差。

- 防犯対策全般に対する満足度は、全体では約6割の人が不満を持っていることがわかる。また30代女性が最も不満割合が高い。
- 「満足(充分)である」「どちらかといえば満足(充分)である」と答えた層を満足層とし、同様に不満足層とし、それぞれで防犯対策に払ってもよい金額をみると、満足層・不満足層ともに約8割の人がお金を払ってもよいとしており、その人たちの払ってもよい金額(年間)の平均も、満足層:25,136円、不満足層:23,132円と差が小さい。
- 一方で、最近1年間に防犯対策にお金を払った人は、満足層:32.9%、不満足層:17.9%となっている。また実際にお金を払った人の払った金額の平均は、満足層:31,203円、不満足層:16,533円と倍近い差になっている。

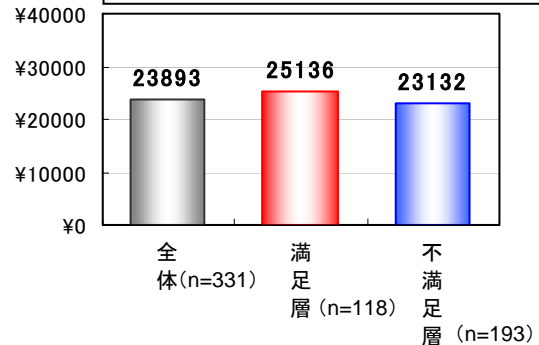
防犯対策全般に対する満足度



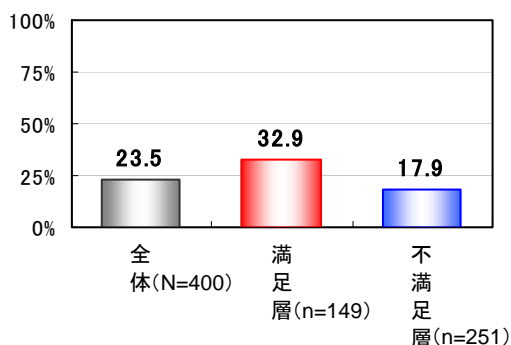
防犯対策にお金を払ってもよい人の割合



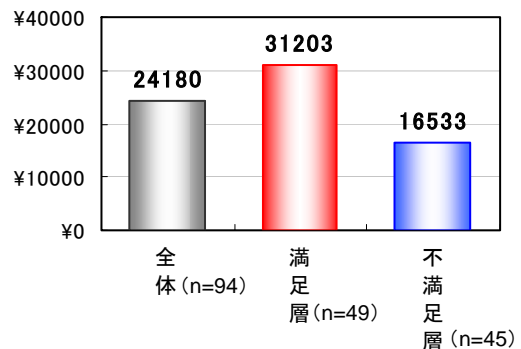
防犯対策にお金を払ってもよい金額(年間)



最近1年間に防犯対策にお金を払った人の割合

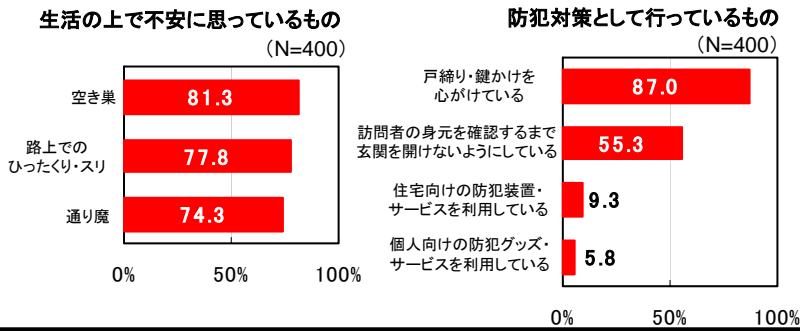


最近1年間に防犯対策に払った金額



データの総括

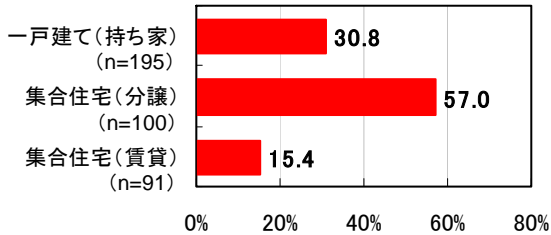
結果① 「空き巣」「ひったくり・スリ」「通り魔」が主な不安。「盗聴・盗撮」「誘拐」「放火」など属性固有の不安も。



生活の中で不安に思うものでは、「空き巣」「ひったくり・スリ」「通り魔」が属性に関わらず高い。若い女性・1人暮らしの女性で高い「盗聴・盗撮」や、高校生以下の子のいる女性で高い「誘拐」といったライフステージ固有の不安もある。また、「放火」は一戸建て(持ち家)居住者で特に高く、このようにライフステージのみならず、ライフスタイルによっても不安に思うものに違いがある。一方で、防犯対策として行っているもので上位に来るのは心がけに関するものであり、お金を使う防犯対策を行っている人は少ない。

結果② 集合住宅(分譲)は防犯対策が充実しており、住宅の防犯対策に対する満足度に反映されている。

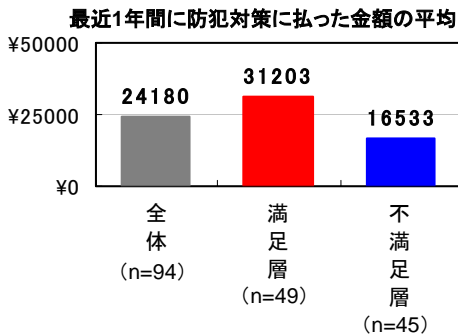
住宅の防犯対策に「満足」「どちらかといえば満足」と答えた割合



住宅形態による住宅の防犯対策の違いが大きい。集合住宅(分譲)が最も防犯対策が充実しており、防犯対策に対する満足度も高かった。

最近の集合住宅(分譲)では、防犯カメラやエントランスの施錠は常識となっており、「買うなら防犯対策の整っている物件」という意識があると推測される。

結果③ 防犯対策に対する満足度が高い人は実際に防犯対策にお金を払っている人。



防犯対策全般に対する満足度が高い人ほど、防犯対策にお金を費やしている人である。住宅や子どもの防犯対策に関しても同様であり、まさに「安心は買える」と言える。

全体の8割の人が、防犯対策にお金を払ってもよいと考えているが、最近1年間で実際にお金を払った人は全体の4分の1程度。平均は約2万4000円(月あたり2,000円)である。

結果から推測される仮説

■ 社会の傾向として、リスクに対する目が厳しくなっている。巷に溢れる情報からも、リスクに対する対策をとらなければと思いつつ、実際には行えていないという現状があり、それが不満となっている。特にお金を使う防犯対策では、消費者それぞれライフスタイル・ライフステージに応じて不安に感じていることが異なっており、その違いがマーケティング戦略の切り口になる。特に1人暮らしの女性、子持ちの女性、高齢者の3つは特徴が明らかであり重要である。

■ 賃貸に比べ分譲の集合住宅居住者の防犯に対する満足度は高い。経済不況により治安の悪化が懸念されており、防犯に対する意識は益々高まると考えられるため、賃貸住宅においても内装だけでなく、玄関のドアやエントランスに防犯対策を施すことで、物件の付加価値を大きく向上させることが必要となる。

■ 全体の8割の人が防犯にお金を払ってもよいとしているが、実際に最近1年間でお金を払った人は、全体の4分の1程度である。防犯意識としては高いが、実際にお金を使って対策をとっているのは一部である。鍵交換や防犯ブザーのような、あまり大きくない初期投資だけで済む対策はとられているが、継続支出と伴うサービスへのニーズは、まだ顕在化していない。月あたり2,000円程度まで価格が下がれば、防犯サービスへ支出する消費者が増えるだろう。

トピックスリサーチ

女性の防犯意識と行動に関する
マーケティングデータ

発行日 2009年 4月10日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所
〒460-0002
愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20
朝日丸の内ビル2F
TEL : 052-961-4576

お問い合わせ apost@dance.ocn.ne.jp