

公的相談窓口の認知と犯罪被害相談意向に関する 町内会加入の効果

山 本 功^{※1}, 佐々木 利 奈^{※2}
青 柳 涼 子^{※3}, 渡 辺 由 希^{※4}

この論文は、犯罪被害に関する公的な相談窓口の認知と、相談意向に関して、町内会に加入していることの効果を分析する。自治体や警察の広報紙などによる広報活動によって、公的な相談窓口の存在は市民に周知がなされている。そうした広報活動とは別に、町内会加入者は、公的相談窓口を認知している可能性がある。これは、社会学上の知見である、「コミュニケーションの二段階の流れ」(Lazarsfeld et al. 1944=1987) が犯罪予防という領域でも同様に観察されえるということである。

千葉市民2204人を対象としたインターネット調査によるデータを分析し、広報紙との接触、メディア接触などと並び、町内会加入の効果を分析した。その結果、町内会加入の有意な効果がみられた相談窓口と、そうでない相談窓口があることが見出された。

キーワード：町内会、犯罪予防、被害者支援

はじめに

山本・島田ほか(2023)は、特殊詐欺に関する知識、意識、対策行動において、自治体広報紙接触の有無や、年齢・性別といったデモグラフィック変数を統制したうえで、町内会加入群は特殊詐欺に関する知識をより多くもち、対策の必要性認知が高く、被害にあう脆弱性認知も高く、特殊詐欺等を等閑視しないという結果を報告している。対策行動に関しては、75歳以上の高齢者との同居世帯では効果がみられなかったが、65-74歳の高齢者が同居している世帯に関しては、町内会加入群の方が対策行動をとっているという結果となっている。

この知見は、公的機関等による広報啓発活動とは別に、町内会を媒介として、防犯に関しても、

※1 淑徳大学コミュニティ政策学部教授

※2 千葉大学子どものこころの発達教育研究センター特任研究員

※3 淑徳大学大学院総合福祉研究科 コミュニティ政策学部教授

※4 淑徳大学総合福祉学部兼任講師

ラザースフェルドらのいう「コミュニケーションの二段階の流れ」(two-step flow of communication model)が存在していることを示唆している(Lazarsfeld et al. 1944=1987)。ラザースフェルドらのこの有名な研究は、1940年の米国大統領選挙の際の投票行動の研究であった。政党の広報活動という直接的なコミュニケーションとは別に、地域や職場での「オピニオン・リーダー」との対面的接触の効果が大きいという知見であった。

本稿は、このような町内会・自治会加入の効果が、特殊詐欺以外の犯罪被害等の相談窓口の認知にもみられるかどうかを観察する。すなわち、領域を拡張した観察を行う研究である。具体的には、様々な被害に関する公的相談窓口の認知の有無に焦点をあてる。被害にあった際の相談窓口を認知していることは、犯罪予防における二次予防の一部として位置づけることが可能であろう¹。

ついで、相談窓口の認知が、相談意向に結びついているかどうかを観察する。「知っていれば相談する」というほど人びとの行動は単純ではないであろう。だが、相談窓口の認知と相談意向がどの程度関連するか／しないかを観察することは、相談意向のメカニズムを分析するためには一定の意義があるように思える。

島田(2021)は、犯罪予防の促進方策の研究意義について、このように述べている。「警察や自治体といった公的機関は、一般市民に対してチラシや啓発物の配布といった防犯キャンペーン、防犯教室の開催、戸別訪問・電話による注意喚起といった介入を実施している。…これらの犯罪予防行動を促進するための介入は、行政や警察、学校といった公的主体の人員や予算を使って実施されており、その原資は市民の納める税金である。…このため、より効果的に犯罪予防行動を喚起させる介入方法を見出し、社会に普及させる必要がある」(島田2021:8)。本研究は、行動レベルの変容までには至らないが、被害にあった際の相談窓口の認知と相談意向のメカニズムの一端を明らかにするという点で、島田の提起した課題設定に部分的に呼応するものである。

また、人々の犯罪予防にかかる行動変容を促進する方策の研究は、犯罪学の一部として定着した領域ではある。たとえばLab(2004=2006)は邦訳のある包括的なテキストであり、章のひとつとして「マスメディアと犯罪防止」がとりあげられている。また、Bowers and Johnson(2005)は「犯罪予防のための広報の活用」というタイトルで、様々なタイプの広報と、その効果のメカニズムを検討している。

分析に使用するデータ

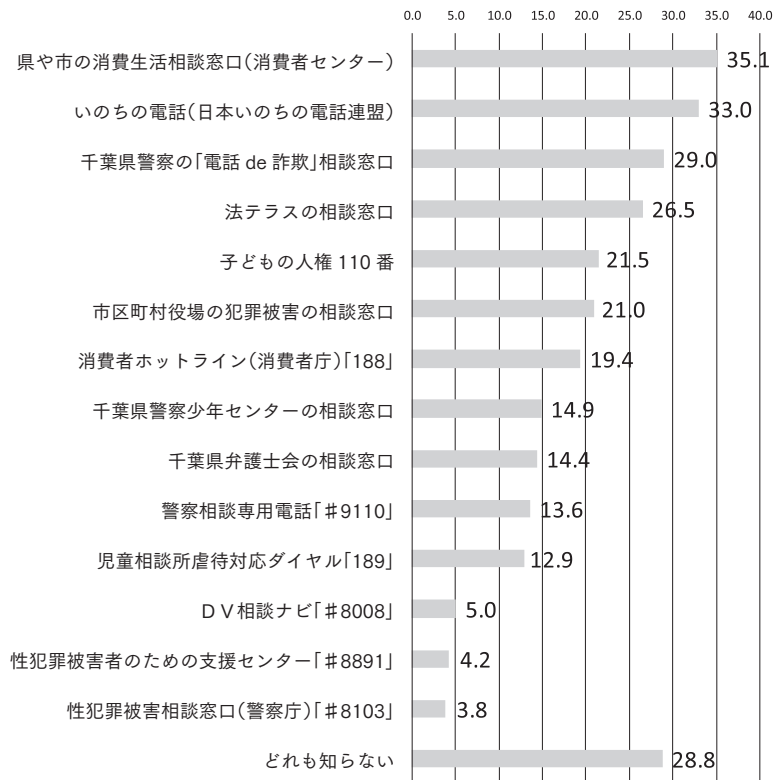
2021年度に淑徳大学コミュニティ政策学部の授業「社会調査実習」で実施した調査のデータを使用する²。千葉県内に在住する20歳～69歳を調査対象としたweb調査である。調査課題は「公的相談窓口の認知・信頼・相談意向」であった³。調査期間は2021年6月4日(金)～6月7日(月)であった。千葉県の年齢層(10歳刻み)かつ男女人口に比例させ、回収目標数を2000サンプルとした。2208サンプルを回収し、すべてを分析に使用した。調査機関は、株式会社マクロミルである。

1. 公的相談窓口の認知

1-1 公的相談窓口の認知率

複数回答で、公的相談機関の窓口の認知についてたずねた。設問文は以下のとおりである。「犯罪被害や悩みごとを相談する窓口として、知っているものすべてを選んでください」。調査画面では、「どれも知らない」以外の項目をランダムイズした。

認知率がもっとも高かったのは、「県や市の消費生活相談窓口（消費者センター）」35.1%であった。ついで「いのちの電話」33.0%であった。なお、ほかの公的相談窓口は何らかの被害に関する相談窓口であるが、「いのちの電話」を設問項目として採用したのは、歴史的に古く、全国的に活動している窓口との比較のためであった。千葉県警察の「電話de詐欺」相談窓口は29.0%であり、この三者はおおむね3割前後の認知率であった⁴。



図表1-1 公的相談窓口の認知率 (N=2208) (報告書：6)

1-2 「どれも知らない／どれか一つ以上は知っている」という回答者の分析

図表1-1で、「どれも知らない」という回答は28.8%であった。逆にいえば、7割強の人は、少なくとも何かひとつは知っている。何かひとつでも知っていれば、少なくとも何らかの相談窓口というものがあることは認知している。そこでまずは、概要を把握するために、「どれも知らない」という回答者の特性を分析したい。

図表1-2 公的相談窓口を「どれも知らない」という回答

			どれも知らない	1つ以上は知っている	p 値
性別	全体	全体 (n=2208)	28.8%	71.2%	$p<0.001^{***}$
	男性	男性 (n=1138)	35.0%	65.0%	
	女性	女性 (n=1070)	22.2%	77.8%	
年代	20代	20代 (n=368)	31.0%	69.0%	$p<0.001^{***}$
	30代	30代 (n=414)	32.6%	67.4%	
	40代	40代 (n=542)	31.5%	68.5%	
	50代	50代 (n=464)	28.4%	71.6%	
	60代	60代 (n=420)	20.0%	80.0%	
性別・年代	男性 20代	男性 20代 (n=191)	35.6%	64.4%	$p<0.001^{***}$
	男性 30代	男性 30代 (n=215)	39.1%	60.9%	
	男性 40代	男性 40代 (n=283)	35.7%	64.3%	
	男性 50代	男性 50代 (n=240)	37.5%	62.5%	
	男性 60代	男性 60代 (n=209)	26.3%	73.7%	
	女性 20代	女性 20代 (n=177)	26.0%	74.0%	
	女性 30代	女性 30代 (n=199)	25.6%	74.4%	
	女性 40代	女性 40代 (n=259)	27.0%	73.0%	
	女性 50代	女性 50代 (n=224)	18.8%	81.3%	
	女性 60代	女性 60代 (n=211)	13.7%	86.3%	

(報告書:10)

図表1-2をみると、性別では、男性の方が「どれも知らない」割合が高い。三人にひとり以上である。年代別にみると、60代では2割であるが、20代～50代では3割前後となっており、これら年齢層による違いはみられない。60代においてどれか一つ以上は知っている割合が高くなる。

性別かつ年齢別にみると、20代～50代の男性が「どれも知らない」割合が高かった。4割弱程度がどれも知らないという回答であった。女性では20代～40代において四分の一強が「どれも知らない」という回答であった。50代、60代では2割以下となった。

図表1-3 情報接触と公的相談窓口を「どれも知らない」という回答

		どれも知らない	1つ以上は知っている	p 値
自分専用のパソコン所持	あてはまる (n=1488)	28.3%	71.7%	0.446
	あてはまらない (n=720)	29.9%	70.1%	
家族共用のパソコン所持	あてはまる (n=988)	25.2%	74.8%	0.001**
	あてはまらない (n=1220)	31.7%	68.3%	
スマートフォン所持	あてはまる (n=2043)	28.0%	72.0%	0.006**
	あてはまらない (n=165)	38.2%	61.8%	
自宅の固定電話	あてはまる (n=1372)	26.8%	73.2%	0.008**
	あてはまらない (n=836)	32.1%	67.9%	

		どれも知らない	1つ以上は知っている	p 値
テレビニュースを毎日視聴	あてはまる (n=1653)	25.4%	74.6%	$p<0.001^{***}$
	あてはまらない (n=555)	38.9%	61.1%	
新聞の購読	あてはまる (n=767)	23.9%	76.1%	$p<0.001^{***}$
	あてはまらない (n=1441)	31.4%	68.6%	
県市町村の広報紙閲覧	あてはまる (n=962)	19.1%	80.9%	$p<0.001^{***}$
	あてはまらない (n=1246)	36.3%	63.7%	
警察の広報紙閲覧	あてはまる (n=374)	14.2%	85.8%	$p<0.001^{***}$
	あてはまらない (n=1834)	31.8%	68.2%	
Twitter 利用	あてはまる (n=907)	25.2%	74.8%	0.002**
	あてはまらない (n=1301)	31.3%	68.7%	
フェイスブック利用	あてはまる (n=626)	25.4%	74.6%	0.026*
	あてはまらない (n=1582)	30.2%	69.8%	
インスタグラム利用	あてはまる (n=835)	25.1%	74.9%	0.003**
	あてはまらない (n=1373)	31.0%	69.0%	
LINE 利用	あてはまる (n=1728)	25.0%	75.0%	$p<0.001^{***}$
	あてはまらない (n=480)	42.5%	57.5%	
よく読書する	あてはまる (n=704)	22.9%	77.1%	$p<0.001^{***}$
	あてはまらない (n=1504)	31.6%	68.4%	

(報告書:11)

ついで、様々な情報接触の有無と、相談窓口認知との関連をみていく。図表1-3をみると、ほぼすべての媒体において、何らかの情報接触をもつ群の方が相談窓口認知率が高いということがみてとれる。とりわけ、テレビニュースの視聴、新聞購読、県市町村の広報紙閲覧、警察の広報紙閲覧といったメディア接触に注目したい。様々な広報啓発活動にどの程度の効果があるのかの検証研究が活発になされているとは言い難いが、この集計結果からは、メディア接触が相談窓口の認知をもたらしていることが示唆される。広報啓発活動には、一定の効果がありそうであるという結果である。

図表1-3のクロス集計を踏まえ、相談窓口をどれか一つ以上は知っている／どれも知らないの別を従属変数としたロジスティック回帰分析を行った。調整変数として性別、年代、大卒学歴、自身や同居家族の犯罪被害経験を投入した。

情報接触変数としてテレビニュース視聴、新聞購読、県市町村の広報紙、警察広報紙を投入した。公的機関によるpush型の広報活動に活用されているという観点から、SNSとしてTwitter（現X）を投入した。分析上の関心の焦点は、これらの要因を統制したうえで、町内会加入の効果が観察されるかどうかにある。

図表1-4 相談窓口を「どれか一つ以上は知っている」(=1)のロジスティック回帰

	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値
性別 (男=1, 女=0)	0.53	0.000***	0.54	0.000***
30代ダミー	0.90	0.534	0.90	0.511
40代ダミー	0.88	0.436	0.86	0.356
50代ダミー	0.97	0.842	0.94	0.707
60代ダミー	1.34	0.138	1.30	0.184
町内会・自治会 (加入=1)	1.27	0.026*	1.28	0.020*
大学卒業・在学	1.17	0.130		
自分や家族の犯罪被害経験	2.24	0.030*	2.28	0.027*
テレビニュース視聴	1.46	0.001**	1.45	0.001**
新聞購読	0.92	0.508		
県市町村の広報紙閲覧	1.63	0.000***	1.62	0.000***
警察広報紙閲覧	1.79	0.001**	1.76	0.001**
Twitter利用	1.58	0.000***	1.59	0.000***
	n=2208		n=2208	
	p<0.001		p<0.001	
	HL=0.728		HL=0.717	

図表1-4の左は、全変数を投入したモデルである。右は、性別と年代は調整変数として投入したうえで、有意ではなかった変数を除去したモデルである。結果として、デモグラフィック変数や情報接触を統制したうえでも、町内会加入群は、公的相談窓口をどれか一つ以上は知っている確率が有意に高かった。このことは、公的相談窓口の認知に関して、町内会が「コミュニケーションの二段の流れ」の媒介者となっている可能性を示唆する。

1-3 町内会・自治会加入と個別の相談窓口認知の分析

ついで、町内会・自治会加入の有無と、個別の相談窓口のクロス集計を行った。その結果が図表1-5である。

有意な関連がみられた相談窓口は、以下である。千葉県・千葉県警察の電話de詐欺相談窓口、千葉県警察少年センターの窓口、市町村の犯罪被害相談窓口、県や市の消費生活相談窓口、千葉県弁護士会の相談窓口、消費者ホットライン188、子どもの人権110、いのちの電話。いずれも、町内会加入群の方が認知率が高かった。比較的認知率の高い相談窓口において有意な差があるように思える。例外的なのは法テラスであり、町内会を媒介としたコミュニケーションの二段の流れにのっていないことが考えられる。そもそもの認知率が低い相談窓口では、有意な差はみられなかった。

図表1-5 町内会・自治会加入と個別の相談窓口認知のクロス分析

		知っている	知らない	p 値
千葉県_電話de詐欺	町内会加入 (n=1278)	33.2%	66.8%	$p<0.001^{***}$
	町内会非加入 (n=930)	23.2%	76.8%	
千葉県警察_少年センター	町内会加入 (n=1278)	17.1%	82.9%	0.001**
	町内会非加入 (n=930)	11.9%	88.1%	
市町村犯罪被害相談	町内会加入 (n=1278)	23.9%	76.1%	$p<0.001^{***}$
	町内会非加入 (n=930)	17.1%	82.9%	
県市消費生活相談窓口	町内会加入 (n=1278)	40.1%	59.9%	$p<0.001^{***}$
	町内会非加入 (n=930)	28.4%	71.6%	
法テラス	町内会加入 (n=1278)	27.7%	72.3%	0.133
	町内会非加入 (n=930)	24.8%	75.2%	
千葉県弁護士会	町内会加入 (n=1278)	16.3%	83.7%	0.003**
	町内会非加入 (n=930)	11.7%	88.3%	
性犯罪性被害# 8891	町内会加入 (n=1278)	4.6%	95.4%	0.215
	町内会非加入 (n=930)	3.5%	96.5%	
警察相談# 9110	町内会加入 (n=1278)	14.0%	86.0%	0.500
	町内会非加入 (n=930)	13.0%	87.0%	
警察庁_性被害# 8103	町内会加入 (n=1278)	4.0%	96.0%	0.592
	町内会非加入 (n=930)	3.5%	96.5%	
消費者ホットライン188	町内会加入 (n=1278)	22.4%	77.6%	$p<0.001^{***}$
	町内会非加入 (n=930)	15.3%	84.7%	
児童虐待189	町内会加入 (n=1278)	13.8%	86.2%	0.135
	町内会非加入 (n=930)	11.6%	88.4%	
DV相談# 8008	町内会加入 (n=1278)	5.2%	94.8%	0.644
	町内会非加入 (n=930)	4.7%	95.3%	
子どもの人権110番	町内会加入 (n=1278)	23.3%	76.7%	0.013*
	町内会非加入 (n=930)	18.9%	81.1%	
いのちの電話	町内会加入 (n=1278)	37.1%	62.9%	$p<0.001^{***}$
	町内会非加入 (n=930)	27.4%	72.6%	
		ひとつ以上 知っている	どれも知らない	
どれも知らない	町内会加入 (n=1278)	75.4%	24.6%	$p<0.001^{***}$
	町内会非加入 (n=930)	65.4%	34.6%	

ついで、個別の相談窓口の認知を従属変数としたロジスティック回帰分析を行った。認知している=1, 認知していない=0である。図表1-4と同様に、独立変数として性別、年代（20代を基準とした10歳刻み）、町内会加入、自身と同居家族の犯罪被害（過去1年間）、テレビニュース視聴、県や市町村の広報紙閲覧、警察広報紙閲覧、Twitter利用を投入した。

図表1-6 各相談窓口の認知を従属変数としたロジスティック回帰

	千葉県_電話de詐欺		千葉県警_少年センター		市町村犯罪被害相談		県市消費生活相談窓口	
	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値
性別 (男=1, 女=0)	0.87	0.145	1.06	0.649	0.78	0.020 *	0.66	0.000 ***
30代ダミー	0.92	0.604	0.71	0.116	1.25	0.249	1.23	0.222
40代ダミー	0.87	0.402	0.88	0.537	1.06	0.782	1.08	0.657
50代ダミー	0.60	0.005 **	0.63	0.039 *	1.23	0.300	1.43	0.036 *
60代ダミー	0.93	0.680	0.80	0.349	1.24	0.314	2.00	0.000 ***
町内会・自治会 (加入=1)	1.38	0.003 **	1.27	0.087 †	1.24	0.071 †	1.25	0.033 *
自分や家族の犯罪被害	1.92	0.014 *	1.39	0.301	1.62	0.089 †	1.32	0.299
テレビニュース視聴	1.15	0.272	1.36	0.067 †	1.29	0.076 †	1.20	0.129
県市町村の広報紙閲覧	1.58	0.000 ***	1.20	0.225	1.39	0.011 *	1.80	0.000 ***
警察広報紙閲覧	1.65	0.000 ***	2.55	0.000 ***	1.53	0.003 **	1.02	0.880
Twitter利用	1.09	0.405	1.19	0.198	1.35	0.010 *	1.29	0.012 *
	n=2208		n=2208		n=2208		n=2208	
	p<0.001		p<0.001		p<0.001		p<0.001	
	HL=0.733		HL=0.756		HL=0.367		HL=0.265	
	法テラス		千葉県弁護士会		性犯罪支援# 8891		警察相談# 9110	
	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値
性別 (男=1, 女=0)	0.78	0.010 *	1.20	0.145	0.84	0.408	0.97	0.801
30代ダミー	1.58	0.008 **	2.03	0.007 **	0.69	0.311	0.98	0.914
40代ダミー	1.84	0.000 ***	2.41	0.001 **	0.61	0.170	0.88	0.551
50代ダミー	1.73	0.003 ***	2.78	0.000 ***	0.34	0.010 *	0.80	0.346
60代ダミー	1.67	0.009 ***	3.12	0.000 ***	0.50	0.090 †	1.14	0.578
町内会・自治会 (加入=1)	1.07	0.543	1.01	0.942	1.18	0.504	0.85	0.234
自分や家族の犯罪被害	1.32	0.311	0.96	0.916	0.91	0.883	1.35	0.370
テレビニュース視聴	1.01	0.936	1.18	0.316	1.42	0.241	1.38	0.062 †
県市町村の広報紙閲覧	1.18	0.162	1.23	0.168	1.19	0.536	1.57	0.004 **
警察広報紙閲覧	0.98	0.862	1.87	0.000 ***	2.74	0.000 ***	1.77	0.000 ***
Twitter利用	1.93	0.000 ***	1.39	0.014 *	0.86	0.532	1.41	0.013 *
	n=2208		n=2208		n=2208		n=2208	
	p<0.001		p<0.001		p=0.002		p<0.001	
	HL=0.259		HL=0.441		HL=0.432		HL=0.173	

	警察庁_性被害# 8103		消費者 188		虐待対応 189		DV相談# 8008	
	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値
性別 (男=1, 女=0)	1.20	0.417	0.79	0.028 *	0.47	0.000 ***	0.564	0.005 **
30代ダミー	0.73	0.451	0.57	0.005 **	1.33	0.196	1.114	0.739
40代ダミー	0.66	0.308	0.59	0.007 **	0.80	0.342	0.871	0.681
50代ダミー	0.68	0.361	0.72	0.095 †	0.61	0.051 †	0.404	0.023 *
60代ダミー	1.39	0.432	1.02	0.931	0.91	0.716	0.563	0.145
町内会・自治会 (加入=1)	0.73	0.226	1.30	0.040 *	1.02	0.910	0.979	0.925
自分や家族の犯罪被害	1.05	0.942	1.37	0.292	0.93	0.858	1.010	0.985
テレビニュース視聴	0.96	0.905	1.34	0.052 †	1.10	0.597	1.109	0.692
県市町村の広報紙閲覧	1.94	0.028 *	1.59	0.001 **	1.71	0.001 **	1.289	0.318
警察広報紙閲覧	2.48	0.001 **	1.34	0.045 *	1.90	0.000 ***	2.828	0.000 ***
Twitter利用	1.26	0.348	1.19	0.155	1.21	0.184	0.964	0.868
	n=2208		n=2208		n=2208		n=2208	
	p<0.001		p<0.001		p<0.001		p<0.001	
	HL=0.110		HL=0.464		HL=0.284		HL=0.617	

	子どもの人権110番		いのちの電話	
	Exp(B)	p 値	Exp(B)	p 値
性別 (男=1, 女=0)	0.50	0.000 ***	0.42	0.000 ***
30代ダミー	0.72	0.083 †	1.18	0.322
40代ダミー	0.85	0.353	1.08	0.654
50代ダミー	0.63	0.017 *	1.30	0.123
60代ダミー	0.78	0.239	1.21	0.300
町内会・自治会 (加入=1)	1.13	0.311	1.35	0.004 **
自分や家族の犯罪被害	0.71	0.306	0.96	0.890
テレビニュース視聴	1.35	0.036 *	1.17	0.195
県市町村の広報紙閲覧	1.35	0.019 *	1.38	0.004 **
警察広報紙閲覧	1.69	0.000 ***	1.16	0.285
Twitter利用	1.11	0.376	1.25	0.029 *
	n=2208		n=2208	
	p<0.001		p<0.001	
	HL=0.229		HL=0.033	

まずは町内会・自治会加入の効果に注目してみたい。電話de詐欺相談窓口、県・市の消費生活相談窓口、消費者ホットライン、いのちの電話の4項目において有意な効果がみられた。町内会加入群は有意にこれらの相談窓口を認知している確率が高かった。いのちの電話以外は、財産犯、悪質商法系の相談窓口という点で共通している。この変数が有意であるということは、警察や自治体の広報啓発活動とは独立した、間接効果の存在を示唆している。また、千葉県警察少年センター、市町村犯罪被害相談窓口の認知に対して有意傾向がみられた。

この結果は、山本・島田ほか（2023）によって指摘された「犯罪予防の2段階の流れ」と部分的には一致する。ただし、町内会・自治会加入は、あらゆるトラブル・困りごとの相談窓口認知に効果があるわけではなく、領域が限定的であることも見てとれる。

以下、他の独立変数の効果についてみていきたい。自身や家族の犯罪被害（過去1年間）は、電話de詐欺相談窓口にのみ有意であった。市町村の犯罪被害相談窓口認知に対しては有意傾向であった。このことは、犯罪被害経験が、直接に相談窓口認知につながっていないことを示している。

テレビのニュース視聴は、子どもの人権110番に対して有意な効果であった。千葉県警察少年センター、市町村犯罪被害相談窓口、警察相談#9110、消費者ホットラインに対して有意傾向であった。複数の相談窓口認知に対する、弱い効果があることが見てとれる。

県や市町村の広報紙の閲覧は、電話de詐欺相談窓口、市町村犯罪被害相談窓口、県や市の消費生活相談窓口、警察相談#9110、警察性被害相談#8103、消費者ホットライン、児童虐待189、子どもの人権110番、いのちの電話に対して有意な効果がみられた。様々な相談窓口の認知に対して、安定的な効果があることが見てとれる。

警察広報紙閲覧は、電話de詐欺相談窓口、県警少年センター相談窓口、市町村犯罪被害相談窓口、千葉県弁護士会相談窓口、性犯罪被害者支援#8891、警察相談#9110、警察性被害相談#8103、消費者ホットライン、児童虐待189、DV相談#8008、子どもの人権110に対して有意な効果が観察された。複数の相談窓口の認知に対して安定的な効果があったという結果である。

県や市町村広報紙、警察広報紙は相談窓口の認知を高めるための直接効果を狙った媒体であり、当然といえば当然の結果ではある。だが、これら公的な広報媒体の効果の有無、その程度を実証データで確認できることの意味は小さくないであろう。

Twitter利用は、市町村犯罪被害相談窓口、県や市の消費生活相談窓口、法テラス、千葉県弁護士会相談窓口、警察相談#9110、いのちの電話認知に対して有意な効果がみられた。とりわけ、法テラスに関しては、他の情報経路と有意な関連はみられなかったが、Twitter利用は $\text{Exp}(B)=1.93$ と比較的強い効果がみられた。

いわば古典的な、push型の紙媒体である自治体広報紙、警察広報紙には一定の効果があるということが観察された。他方、こうした紙媒体の効果がみられず、TwitterというSNSのみに関連がみられた相談窓口（法テラス）があったことは興味深い。

犯罪等の被害に対する二次予防策を機能させるには、多くの人々がその公的相談窓口を認知していることは重要であろう。また、自身の被害相談のみならず、親族、友人・知人といったソーシャル・ネットワークを通して、他者の被害回復に資する効果も期待できる。

ただし、公的相談窓口の認知と、相談意向があるかどうかは別のことである。公的相談窓口の認知と、相談意向との関連は明らかではないし、認知していることが必ずしも相談に結びつくとは限らない。そこで、次のセクションでは、相談窓口認知と相談意向との関連、そして町内会加入と相談意向との関連を分析していく。

2. 被害の相談意向の分析

図表2-1 相談意向の単純集計 (N=2208)

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		家族や 親戚	会社や 学校の人	友人	警察	市町村役場 などの相談 窓口や専門 機関	弁護士(会) など法律の 専門家	カウンセラー 等心の専門 家	精神科医 や心療内 科医	Twitterな どのSNS に投稿し て相談	誰にも 相談し ない
1	あなたや同居家族が、悪質商法で10万円くらいの被害にあったとしたら	36.5	4.8	9.9	73.7	21.2	18.9	0.5	0.8	1.9	8.8
2	あなたや同居家族が、知人から暴力を受けて全治10日くらいのケガをしたら	39.3	6.8	11.0	78.0	12.3	21.6	2.7	2.4	1.1	7.6
3	あなたや同居家族が、ネット上で個人情報を出されて誹謗中傷されたら	36.0	5.6	12.5	62.3	18.7	28.1	3.4	2.3	3.4	10.3
4	あなたや同居家族が、交通事故の被害に遭って大怪我をしたら	42.3	10.1	11.3	74.8	11.0	23.0	1.9	1.8	1.2	7.2
5	あなたや同居家族が、性被害に遭ったら	31.5	3.0	7.3	76.2	13.3	19.9	12.9	11.1	1.6	9.0
6	あなたや同居家族が、強盗被害に遭ったら	37.1	5.5	9.3	83.6	7.9	11.9	1.2	1.0	1.0	6.7
7	あなたや同居家族が、つきまといなどのストーカー行為をされたら	38.2	7.4	13.1	80.7	14.5	15.1	2.2	1.5	1.7	7.4
8	近所で、虐待されているのではないかとと思われる子どもを見かけたら	30.7	5.6	9.2	55.9	40.4	3.9	1.7	0.9	1.5	10.6
9	近所で、DV被害ではないかと思われる人を見かけたら	30.3	4.8	9.6	57.0	33.5	4.9	1.6	1.0	1.4	11.9

(報告書：20)

図表2-1は、「もし以下のようなことがあった場合、あなたはそれぞれの人や機関に相談すると思いますか。相談すると思われるものすべてを選んで下さい。(いくつでも)」と相談意向をたずねた結果である。調査画面では、設問項目1～7、8～9でそれぞれランダムイズした。

相談意向を左右する要素は少なくない。どのような被害なのか(罪種・手口)、被害の程度(金額、傷害の程度)、加害者との関係性(面識の有無等)、そして、相談相手は誰・どんな機関なのか、である。これらの要素をすべて網羅しようとする、その設問は膨大な量のものになってしまう。

本調査では、相談窓口の認知の調査が主眼であったため、被害の種類、程度、加害者との関係性等を網羅することは断念し、その代わりに警察以外の相談相手・相談先を列挙した。全項目を集計すると繁雑な集計表になるため、以下の要領で集約した。

相談相手として、家族や親戚、会社や学校の人、友人の3者を統合し、「私的關係」とした。警察、市町村役場などの相談窓口や専門機関、弁護士(会)など法律の専門家の3者を統合し、「公的機関」とした。両者の組み合わせで、私的關係・公的機関両方に相談、私的關係のみに相談、公的機関のみに相談、相談しない、と4類型に整理できる。心理職、医師、SNSはオミットした。

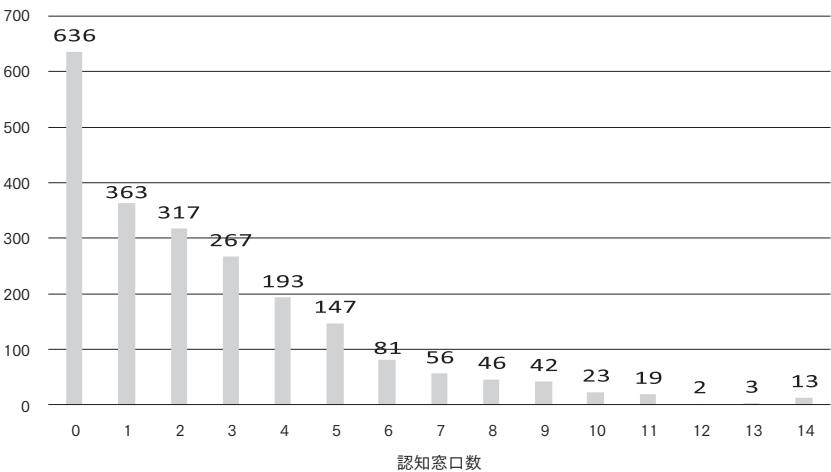
図表2-2 相談意向の4類型

	私的關係・公的機関 両方に相談	私的關係のみに相談	公的機関のみに相談	相談しない
悪徳商法	30.5	9.6	50.3	9.6
暴力	32.4	10.3	49.2	8.1
ネット誹謗中傷	27.9	13.5	46.7	11.8
交通事故	33.0	12.3	46.7	7.9
性被害	26.1	9.4	53.9	10.6
強盗	32.1	7.4	53.3	7.2
ストーカー	33.6	9.1	49.3	8.0
児童虐待疑い	22.9	11.7	53.8	11.5
DV被害疑い	21.5	13.2	52.4	12.8

私的關係・公的機関両方に相談するという回答は概ね2～3割程度であった。私的關係のみに相談するという回答は1割前後であり、多くはない。公的機関のみに相談は5割前後、相談しないが1割前後となった。概ね8割程度は、公的機関への相談意向をもっていることが分かる。

さて、本稿の関心の焦点は町内会・自治会加入の効果と、公的相談窓口認知の効果を観察することにあった。最初に、公的機関への相談意向に従属変数としたクロス集計をみていくこととしたい。相談意向は9項目、窓口認知は14項目あるので、両者の組み合わせは126通りになる。これら全てをクロス集計するのは冗長である。そこでまずは、相談窓口の性質を捨象し、数の多寡だけで分析していく。

相談窓口の認知の総和は、以下のようになった。平均値2.54、中央値2、標準偏差2.73。分布を図表2-3に示した。



図表2-3 窓口認知数の分布

(報告書:12)

この認知数の総和の四分位をとった。第一四分位は認知数0で636ケース（28.8%）、第二四分位は認知数1で363ケース（16.4%）、第三四分位は認知数2～3で584ケース（26.4%）、第四四分位は認知数4以上で625ケース（28.3%）となった。この認知数の四分位を独立変数としたクロス分析を行った。その結果が図表2-4である。

このクロス集計表から、以下のことが読みとれる。認知窓口数の多寡と公的機関への相談意向には、ほぼ直線的な関連があった。公的相談窓口の存在を知っているほど、公的機関への相談意向をもつ割合は高くなっていく⁵。この結果をみると、公的相談窓口の認知は、公的機関への相談意向とつながっているようにみえる。

図表2-4 相談窓口数の多寡と公的機関への相談意向

		相談する	相談しない	p 値
悪徳商法_公的機関	認知数 0(n=636)	63.2%	36.8%	p<0.001***
	認知数 1(n=363)	81.3%	18.7%	
	認知数 2～3(n=584)	86.3%	13.7%	
	認知数 4以上(n=625)	93.3%	6.7%	
暴力_公的機関	認知数 0(n=636)	63.5%	36.5%	p<0.001***
	認知数 1(n=363)	82.9%	17.1%	
	認知数 2～3(n=584)	87.3%	12.7%	
	認知数 4以上(n=625)	93.9%	6.1%	
ネット誹謗中傷_公的機関	認知数 0(n=636)	57.7%	42.3%	p<0.001***
	認知数 1(n=363)	72.7%	27.3%	
	認知数 2～3(n=584)	80.5%	19.5%	
	認知数 4以上(n=625)	87.5%	12.5%	
交通事故_公的機関	認知数 0(n=636)	60.8%	39.2%	p<0.001***
	認知数 1(n=363)	79.3%	20.7%	
	認知数 2～3(n=584)	87.8%	12.2%	
	認知数 4以上(n=625)	91.7%	8.3%	
性被害_公的機関	認知数 0(n=636)	63.2%	36.8%	p<0.001***
	認知数 1(n=363)	78.2%	21.8%	
	認知数 2～3(n=584)	86.6%	13.4%	
	認知数 4以上(n=625)	91.8%	8.2%	
強盗_公的機関	認知数 0(n=636)	68.2%	31.8%	p<0.001***
	認知数 1(n=363)	86.5%	13.5%	
	認知数 2～3(n=584)	91.6%	8.4%	
	認知数 4以上(n=625)	96.2%	3.8%	
ストーカー_公的機関	認知数 0(n=636)	66.0%	34.0%	p<0.001***
	認知数 1(n=363)	80.4%	19.6%	
	認知数 2～3(n=584)	89.6%	10.4%	
	認知数 4以上(n=625)	95.2%	4.8%	
児童虐待疑い_公的機関	認知数 0(n=636)	59.0%	41.0%	p<0.001***
	認知数 1(n=363)	75.2%	24.8%	
	認知数 2～3(n=584)	81.2%	18.8%	
	認知数 4以上(n=625)	91.5%	8.5%	
DV被害疑い_公的機関	認知数 0(n=636)	57.9%	42.1%	p<0.001***
	認知数 1(n=363)	72.5%	27.5%	
	認知数 2～3(n=584)	76.9%	23.1%	
	認知数 4以上(n=625)	88.5%	11.5%	

図表2-5 公的相談窓口への相談意向のロジスティック回帰

	悪徳商法_公的機関		暴力_公的機関		ネット誹謗中傷_公的機関		交通事故_公的機関	
	Exp(B)	有意確率	Exp(B)	有意確率	Exp(B)	有意確率	Exp(B)	有意確率
性別(男=1, 女=0)	0.74	0.014 *	0.78	0.045 *	0.86	0.152	0.81	0.067 †
30代ダミー	1.12	0.512	1.04	0.812	1.05	0.751	1.26	0.183
40代ダミー	1.47	0.027 *	1.54	0.017 *	1.56	0.006 **	1.74	0.001 **
50代ダミー	1.96	0.000 ***	2.03	0.000 ***	1.90	0.000 ***	2.10	0.000 ***
60代ダミー	2.55	0.000 ***	2.44	0.000 ***	1.92	0.000 ***	2.38	0.000 ***
認知数1ダミー	2.48	0.000 ***	2.76	0.000 ***	1.92	0.000 ***	2.45	0.000 ***
認知数2～3ダミー	3.25	0.000 ***	3.56	0.000 ***	2.78	0.000 ***	4.26	0.000 ***
認知数4以上ダミー	6.79	0.000 ***	7.51	0.000 ***	4.54	0.000 ***	6.19	0.000 ***
町内会・自治会(加入=1)	1.76	0.000 ***	1.84	0.000 ***	1.51	0.000 ***	1.56	0.000 ***
大学卒業(=1)	1.31	0.024 *	1.70	0.000 ***	1.54	0.000 ***	1.35	0.011 *
	n=2208		n=2208		n=2208		n=2208	
	p<0.001		p<0.001		p<0.001		p<0.001	
	HL=0.230		HL=0.924		HL=0.154		HL=0.669	
	性被害_公的機関		強盗_公的機関		ストーカー_公的機関		児童虐待疑い_公的機関	
	Exp(B)	有意確率	Exp(B)	有意確率	Exp(B)	有意確率	Exp(B)	有意確率
性別(男=1, 女=0)	0.91	0.415	0.72	0.014 *	0.75	0.020 *	0.99	0.906
30代ダミー	1.01	0.937	1.28	0.205	1.25	0.213	1.01	0.946
40代ダミー	1.42	0.045 *	1.50	0.035 *	1.79	0.002 **	1.43	0.031 *
50代ダミー	1.71	0.004 **	2.35	0.000 ***	2.24	0.000 ***	2.00	0.000 ***
60代ダミー	1.91	0.002 **	2.54	0.000 ***	2.62	0.000 ***	2.46	0.000 ***
認知数1ダミー	2.06	0.000 ***	2.96	0.000 ***	2.08	0.000 ***	2.11	0.000 ***
認知数2～3ダミー	3.44	0.000 ***	4.50	0.000 ***	3.95	0.000 ***	2.77	0.000 ***
認知数4以上ダミー	5.72	0.000 ***	9.61	0.000 ***	8.57	0.000 ***	6.85	0.000 ***
町内会・自治会(加入=1)	1.87	0.000 ***	2.18	0.000 ***	1.95	0.000 ***	1.41	0.003 **
大学卒業(=1)	1.46	0.001 **	1.41	0.011 *	1.63	0.000 ***	1.21	0.078 †
	n=2208		n=2208		n=2208		n=2208	
	p<0.001		p<0.001		p<0.001		p<0.001	
	HL=0.056		HL=0.326		HL=0.408		HL=0.366	
	DV疑い_公的機関							
	Exp(B)	有意確率						
性別(男=1, 女=0)	1.04	0.725						
30代ダミー	0.92	0.608						
40代ダミー	1.49	0.011 *						
50代ダミー	1.80	0.001 **						
60代ダミー	2.78	0.000 ***						
認知数1ダミー	1.91	0.000 ***						
認知数2～3ダミー	2.24	0.000 ***						
認知数4以上ダミー	5.15	0.000 ***						
町内会・自治会(加入=1)	1.30	0.016 *						
大学卒業(=1)	1.22	0.055 †						
	n=2208							
	p<0.001							
	HL=0.214							

ついで、公的機関への相談意向の有無を従属変数としたロジスティック回帰分析を行った。性別と年代を調整変数として投入した。年代は20代を基準とし、10歳刻みのダミー変数として投入した。

相談窓口の認知数は、認知数0を基準とし、認知数1、認知数2～3、認知数4以上をそれぞれダミー変数として投入した。ところで、公的相談窓口認知に正の効果が観察されたとしても、それは背後に隠れた第三の要因が隠れている見せかけの効果である可能性は否定できない。たとえば、SES（社会経済的地位）の高さが相談窓口認知に正の効果があり、同じく相談意向にも正の効果があつたとしたら、窓口認知と相談意向の関連は擬似的なものにすぎない。この点を考慮し、SESの指標のひとつとして、学歴（大卒か否か：在学中含む）を調整変数として投入した。

さらに、公的相談窓口認知の効果と、町内会・自治会加入の加入の効果を分離するために、町内会加入の有無を変数として投入した。以上の分析結果が、図表2-5である。

公的相談窓口の認知に、公的機関への相談意向に対して正の効果が観察された。どの仮想事例であっても、相談窓口認知数が多いほど、相談意向をもつ確率は高まり、直線的な関連がみとれた。したがって、相談窓口の認知を高めることは、二次予防として一定の意義が見込めそうである。

全ての仮想事例において、町内会加入は有意に公的機関に相談するという結果であつた。相談窓口認知数をコントロールしても町内会加入に有意な効果が見られるという結果は、さらなる説明を必要とする。いかなる因果連関がそこにあるのか、の説明である。

他の変数をコントロールしても、大卒であることは相談意向に対して正の効果が観察された。社会経済的地位の高さが公的機関へのアクセス可能性を高めている。社会経済的地位によって、二次予防レベルで早期の対応速度に差があることが示唆される。ただし、本稿において社会経済的地位を測定する変数は大卒学歴のみであるため、他の指標をも組み込んだより精緻な分析が必要であろう。

3. 考察

本稿の第一の分析で、公的相談窓口の認知に対する町内会加入の効果を観察した。全ての相談窓口に対して有意な効果があつたわけではなく、効果のみられた窓口とそうではないものがあった。また、自治体広報紙や警察広報紙の効果も一様ではなく、その接触の効果がみられた窓口とそうでない窓口があることが観察された。

町内会加入が相談窓口認知に与える効果は観察できたが、その内部メカニズムは本稿では検討されていない。だが、いくつかの可能性を指摘することができる。近隣とのコミュニケーション、町内会内部の回覧板や口コミ、会合など、コミュニケーションの二段階の流れ（Lazarsfeld

et al., 1944=1987) の媒介項として町内会が機能している, という可能性である。

他方, 町内会加入が公的相談窓口への相談意向に対して正の効果をもつのはなぜか, そのメカニズムはさらなる分析と研究が必要である。あえて仮説を提示するなら, 公的機関への「信頼」が両者を媒介している可能性をあげることができる。この点は, 今後の課題としたい。

【注】

- 1 さらに附記すれば, 本研究は山本 (2021), 山本・島田ほか (2022), 山本・島田ほか (2023) に続く一連の調査研究の成果の上に位置付いている。
- 2 本調査の報告書 (淑徳大学コミュニティ政策学部, 2022, 『令和3年度社会調査実習報告書』第10号) は, 淑徳大学HPで全文公開されている。同報告書からの引用図表は (報告書: 該当頁) で示す。
- 3 調査票の設計, 設問項目の選定にあたって千葉県環境生活部くらし安全推進課防犯対策室及び千葉県警察犯罪被害者支援室からリクエストとアドバイスを頂戴した。授業に参加いただき, 犯罪被害者支援について講義していただき, どんな調査が必要かをいっしょに考えていただいた。ただし, 本調査の責任はすべてこの授業の担当教員にある。
- 4 本調査でたずねた公的相談窓口の認知について, 千葉県が2020年に実施した「県政に関する世論調査」(以下, 「千葉県調査」とする) においても同様の調査項目がある。千葉県が実施した調査は, 千葉県全域の満18歳以上の3,000人を対象とした調査である。千葉県をブロックごとに層化し, 住民基本台帳からサンプリングした層化二段階抽出法が用いられており, 郵送法・オンライン調査法の併用で実施されている。調査時期は2020年11~12月であり, 本報告書の調査時点から半年程度の先行する。有効回収数1529件, 有効回収率は50.97%。サンプルの年代別構成をみると, 65歳以上が527人 (34.5%) と, 高齢者層がやや多いサンプル構成となっている。

千葉県調査においては, 以下の設問が用いられた。「あなたは, 犯罪被害者等のための相談窓口を知っていますか。名前を知っているものをすべて選んでください。(〇はいくつでも)」。その結果, 「法律相談窓口 (千葉県弁護士会・法テラス)」の認知率は23.1%であった。本調査では法テラスと千葉県弁護士会の相談窓口を別々にたずねており, 法テラス26.5%, 千葉県弁護士会の相談窓口14.4%となっていた。法テラスの認知率に注目すれば, ほぼ同水準であった。

千葉県調査では「市町村の犯罪被害者等に関する総合的対応窓口」という項目があり, この認知率は6.5%であった。本調査では「市町村役場の犯罪被害相談の窓口」という項目でたずねており, この認知率は21.0%であった本調査の方が高い数値となった。

千葉県調査では「性犯罪被害相談に係る全国共通番号#8103 (ハートさん)」という項目もあり, この認知率は3.2%であった。本調査では「性犯罪被害相談窓口 (警察庁) #8103 (ハートさん)」という項目でたずねており, 認知率は3.8%と同水準であった。

調査方法が異なり, 単純な比較はできないが, 異なる調査手法で近接した時期に実施され

た調査であり、参考のために記しておきたい。(千葉県調査の出典：千葉県『令和2年度 第61回県政に関する世論調査報告書』2021年)

<https://www.pref.chiba.lg.jp/kouhou/yoron/yoronchousa/r02-61/yoron61.html> (報告書:6-7)

- 5 これと同様のクロス集計を、私的関係への相談を従属変数として行ったところ、全て有意な結果ではあったが、直線的な関連はみてとれなかった。認知数0群において私的関係への相談意向が少なかったが、認知数が多くなるほど私的関係への相談割合が高くなるということとはなかった。

【注記】

本調査研究は、2021年6月に淑徳大学研究倫理審査委員会の承認を受けている。研究課題名「公的相談窓口の認知・信頼・相談意向」(申請番号2021-201)。

【文献】

- ・ Bowers, Kate., and Shane Johnson, 2005, 'Using publicity for preventive purposes' in Nick Tilley(ed.) *Handbook of Crime Prevention and Community Safety*(1st Edition), Willan, London.:329-354.
- ・ 千葉県,2021,『令和2年度 第61回県政に関する世論調査報告書』<https://www.pref.chiba.lg.jp/kouhou/yoron/yoronchousa/r02-61/yoron61.html> (2023年10月1日閲覧).
- ・ Lab, Steven P.,2004, *Crime Prevention, Fifth Edition, Approaches, Practices and Evaluations*,Matthew Bender & Co., (=2006, 渡辺昭一・島田貴仁・齊藤知範・菊池城治 [訳]『犯罪予防一方法, 実践, 評価一』(財)社会安全研究財団)
- ・ Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson, and Hazel Gaudet., 1944, *The People's Choice:How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, Columbia University Press. (=1987,有吉広介 [監訳]『ピープルズ・チョイス アメリカ人と大統領選挙』芦書房).
- ・ 島田貴仁,2021,『犯罪予防の社会心理学 被害リスクの分析とフィールド実験による介入』ナカニシヤ出版.
- ・ 淑徳大学コミュニティ政策学部, 2022,『令和3年度社会調査実習報告書』第10号. <https://www.shukutoku.ac.jp/academics/seisaku/seisaku/curriculum.html#anchor04> (2023年10月1日閲覧).
- ・ 山本功, 2021,「特殊詐欺に対する不安感・リスク知覚と一次予防ー第6回犯罪に対する不安感等に関する調査研究からー」日本犯罪社会学会『第47回大会報告要旨集』41-2.
- ・ 山本功・島田貴仁・青柳涼子・渡辺由希,2022,「特殊詐欺に対する知識・意識・対策行動」日本犯罪社会学会『第48回大会報告要旨集』70-1.
- ・ 山本功・島田貴仁・青柳涼子・渡辺由希,2023,「犯罪予防の2段階の流れ仮説：特殊詐欺対策における町内会の機能に注目して」『淑徳大学大学院総合福祉研究科研究紀要』30:19-37.

Neighborhood Associations as Mediators of Acknowledgement of Crime Victim Consultation Services

Isao YAMAMOTO, Rina SASAKI,
Ryoko AOYAGI, Yuki WATANABE

This study analyzes the effect of neighborhood association membership on awareness of public consultation services for crime victimization and the intention to seek consultation. Public relations activities, such as newsletters of local governments and police, create awareness of public consultation services among citizens. Members of neighborhood association may be aware of public consultation services independent of such public relations activities. This means that the sociological knowledge of “two-step flow of communication” (Lazarsfeld et al. 1944) can also be observed in the field of crime prevention.

Data from an Internet survey of 2,204 Chiba residents were analyzed to ascertain the relationship between neighborhood association membership and exposure to newsletters and media. The results show that there were consultation services for which neighborhood association membership had a significant effect, and others for which it did not.

Keywords: Neighborhood Association, Crime Prevention, Victim Support