**おおさかＱネット[ＪＫビジネス」に関するアンケート**

**分析結果概要**

■実施期間　平成29年10月27日（金）～10月30日（月）

■サンプル数　国勢調査結果（平成27年）に基づく性・年代・居住地（4地域）の割合で割り付けた15歳以上の大阪府民1,000サンプル



大阪市域　　：大阪市

北部大阪地域：豊中市、池田市、吹田市、高槻市、茨木市、箕面市、摂津市、島本町、豊能町、能勢町

東部大阪地域：守口市、枚方市、八尾市、寝屋川市、大東市、柏原市、門真市、東大阪市、四條畷市、交野市

南部大阪地域：堺市、岸和田市、泉大津市、貝塚市、泉佐野市、富田林市、河内長野市、松原市、和泉市、羽曳野市、高石市、藤井寺市、泉南市、大阪狭山市、阪南市、忠岡町、熊取町、田尻町、岬町、太子町、河南町、千早赤阪村

**1.　調査目的**

　近年、繁華街を中心に、主として女子高校生に、マッサージ等を行わせたり、会話やゲームの相手をさせたりするなどのサービスを提供する、いわゆる「ＪＫビジネス」が出現し、一部の店舗では、裏オプションと呼ばれる性的サービスが行われていることが確認されるなど、青少年の健全育成に影響を及ぼしている。大阪府警察では、違法な営業を行う「ＪＫビジネス」に対しては、厳正な取締りを行うとともに、「ＪＫビジネス」で稼働する青少年に対する街頭補導を強化推進している。今後、条例改正の検討をはじめ、警察、学校や福祉関係機関とも連携して対応していく必要があり、専門家も交えた「大阪府青少年健全育成審議会」で議論を進めるにあたっての基礎資料とするとともに、効果的な啓発・教育の方向性を探るための資料とするため、ＪＫビジネスに関する意識等について調査する。

**2.　主な調査（検証）項目**

仮説１　ＪＫビジネスについて見聞きしたことがある人のほうが、見たことのない人よりも、社会全体が問題意識をもつことが必要だと感じている。

仮説２　年代等によって、必要と感じる啓発の広報媒体（手法）が異なる。

**3.　主な調査（検証）結果**

仮説１　ＪＫビジネスの認知度による、ＪＫビジネスの被害防止に必要なこと（社会全体の問題意識の重要性）の考えに差はなかった。

仮説２　広報するための効果的な手法としては、「学校等での授業・講演」では女性60代が、「チラシや冊子」では男性60代以上が、「ＳＮＳによる発信」では男性より女性、女性の中では15歳～29歳以下の年代で、それぞれ最も効果的とする割合が他の年代に比べ高かった。

（注）

1.　「おおさかＱネット」の回答者は、民間調査会社に登録するインターネットモニターであり、回答者の構成は無作為抽出サンプルのように「府民全体の縮図」ではない。そのため、アンケート調査の「単純集計（参考）」は、無作為抽出による世論調査のように「調査時点での府民全体の状況」を示すものではなく、あくまで本アンケートの回答者の回答状況にとどまる。ただし、性別、年齢、地域に関しては、直近の国勢調査の大阪府の構成比に合わせている。

2.　割合を百分率で表示する場合は、小数点第2位を四捨五入した。四捨五入の結果、個々の比率の合計と全体を示す数値とが一致しないことがある。

3.　図表中の表記の語句は、短縮・簡略化している場合がある。

4.　図表中の上段の数値は人数（n）、下段の数値は割合（％）を示す。

5.　図表下にカイ2乗検定の値（p値）を記載しているものは、信頼度5％水準で統計上の有意差がみられたもの。

6.　複数回答のクロス集計については、カイ2乗検定を行っていない。

1. **ＪＫビジネスの認知**
2. **「ＪＫビジネス」という言葉や意味の認知度について（参考）**

　本調査では、まず、「ＪＫビジネス」という概念をどの程度の人が認識しているかを質問した。その結果、回答者の4割以上の人が「ＪＫビジネス」について言葉も内容も知っていると回答した(図表1-1)。

* **言葉も内容も知っていた・・・４３．４％**
* **言葉のみ、内容のみ知っていた人を含めると・・・７１．６％**

**【図表1-1】**

****

1. **性年代、家族構成別認知度**

ＪＫビジネスは、主に女子高校生がサービスの提供者であり、その年代の女性がトラブルや被害に巻き込まれる危険性が高い。ここでは、性年代や家族構成でＪＫビジネスの認知に差があるのかを検証した。

検証にあたっては、「言葉も内容も知っていた」を【認知層】とし、「言葉は見聞きしたことがあるが、内容は知らなかった」「内容は聞いたことがあるが、言葉は知らなかった」（【中間層】とする）と、「言葉も内容も知らなかった」（【非認知層】とする）を比較した。

その結果、男性の方が【認知層】の割合が高く、男性では40代で60代以上に比べ、女性では30代で20代以下及60代以上に比べ高かった。家族構成（女子中高生等の有無）では差はなかった（図表1-2、3）。

* **男性の方が女性に比べ、ＪＫビジネスについて【認知層】の割合が高かった。**
* **男性では、40代で【認知層】の割合が高く、60代以上で低かった。**
* **女性では、30代で【認知層】の割合が高く、15歳～29歳以下や60代以上で低かった。**
* **同居の家族に中学生以上18歳以下の女性がいるかどうかでは、差は確認できなかった。**

**【図表1-2】**





**【図表1-3】**





1. **ＪＫビジネスによる被害を未然に防ぐための取組み等について**
	1. **被害を未然に防ぐために重要と思うこと（参考）**

まず、ＪＫビジネスの被害などを踏まえ、どのようなことが被害の未然防止のために重要と考えるかについて、質問した。

その結果、「高校生やその周囲が危険性を認識し、注意を払うとともに、社会全体でも問題意識を持つことが重要（40.1%）」を選択した人が最も多く、次いで「社会全体が問題意識を持つことは必要ではあるが、高校生やその周囲が危険性を認識し、注意を払うことが最も重要（31.6%）」が多かった。「本人の意思なので、周囲や社会全体ではどうしようもない（8.1%）」、高校生やその周囲が危険性を認識し、注意を払えばいいこと（4.7%）」は少数であった。回答者の7割以上が、本人等の認識が大切としながらも、社会全体が関わっていくことの必要性を感じていることが窺えた（図表2-1）。

【図表2-1】





* 1. **社会全体の問題意識と本人等の認識（性年代別、家族構成別）**

上記（1）のとおり、回答者の7割以上（717人）が、社会全体の問題意識が必要であるという結果となった。そこで、社会全体の関わり方の重要度に性年代や家族構成で差があるのかどうかを検証した。

具体的には、「高校生やその周囲が危険性を認識し、注意を払うとともに、社会全体でも問題意識を持つことが重要」を、より社会全体の関りが必要と考えているとして【社会全体の問題意識】層とし、「社会全体が問題意識を持つことは必要ではあるが、高校生やその周囲が危険性を認識し、注意を払うことが最も重要」を【本人等の認識】層として比較検証した。

その結果、男女での差はなかったが、男性では40代以上では60代以上に比べ【社会全体の問題意識】層の割合が高かった。また、女性では40代が他の年の年代に比べ、【本人等の意識】層の割合が高かったが、統計的に有意といえる程度の差は確認できなかった。また、家族構成では、中学生以上18歳以下の女性がいる家庭では、いない家庭に比べ、【社会全体の問題意識】層の割合が若干高かったが、統計的に有意といえる程度の差は確認できなかった（図表2-2～3）。

* **男女で差はなかった。**
* **男性では、40代以上で【社会全体の問題意識】層の割合が高かった。**
* **ＪＫビジネスの認知度や働いている人を知っているかどうかで差はなかった**
* **同居の家族に中学生以上18歳以下の女性がいるかどうかで差はなかった。**

**【図表2－2】**





【図表2-3】





1. **被害を防止するための取組みについて**

ＪＫビジネスの被害を未然に防止するために、具体的にどういった取組みが必要と考えるか、また最も必要と考えるかについて質問した。

* 1. **必要と思う取組みと、最も必要と思う取組み（参考**）

ＪＫビジネスによる被害等を未然防止するために必要と思う取組みでは、最も多かったのが、「警察等による悪質な事業者の取締まりの強化（75.1％）」であり、次いで「ＪＫビジネスによる被害を未然に防止するための教育や啓発（67.7％）」、「行政や警察等による地域の補導・見回りの強化（62.6％）」、「利用者（客）への注意喚起（46.2％）」と続いた（図表3-1）。

　複数回答では上位３つの割合に大きな差はなかったが、最も必要な取組みを選択する単一回答では、「警察等による悪質な事業者の取締まりの強化（34.7％）」と「ＪＫビジネスによる被害を未然に防止するための教育や啓発（30.8％」が他に比べ高かった（図表3-1）。

【図表3-1】



1. **最も必要と思う取組み（性年代別、家族構成別等）**

次に、先述の２（2）と同様に、性年代やＪＫビジネスの認知度及び家族構成別に、最も重要と考える取組みに差があるかを検証した。

検証にあたっては、「警察等による悪質な事業者の取締まりの強化」と「行政や警察等による地域の補導・見回りの強化」を【警察等の取締り・補導の強化】とし、「ＪＫビジネスによる被害を未然に防止するための教育や啓発」と「利用者（客）への注意喚起」を【教育・啓発・注意喚起等】として比較した。なお、「その他」及び「個人の問題であり、取組む必要はない」については少数であり、集計から除いた。

その結果、男性の方が【警察等の取締り・補導の強化】と答えた人の割合が高く、女性では50代で、30代、40代、60代以上に比べて高かった（図表3-2～4）。

* **男性の方が女性に比べ、【警察等の取締り・補導の強化】と答えた人の割合が高かった。**
* **年代では、男性では差は確認できなかったが、女性では、50代で【警察等の取締り・補導の強化】と答えた人の割合が高く、60代で【教育・啓発・注意喚起等】が高くなる傾向がみられた。**
* **ＪＫビジネスの認知度や働いている人を知っているかどうかで差はなかった。**
* **同居の家族に中学生以上18歳以下の女性がいるかどうかでは、差はなかった。**

**【図表3-2】**





**【図表3-3】**





**【図表3-4】**





1. **被害を防止するために効果的な広報手法**

　今後、ＪＫビジネスの被害を未然に防止するためには、これまでの補導や取締りの強化に加え、警察や学校等の関係機関と連携した教育・啓発などを進める必要があり、正しい情報の広報・周知の取組みが重要となってくる。そこで本調査では、府民が効果的と思う広報手法について検証した。

1. **効果的だと思う取組みと、最も効果的だと思う取組み（参考）**

効果的と思う取組みで最も多かったのが、「学校での授業・講演（64.6％）」であり、次いで「ＪＫビジネスの実態や実際の被害を掲載したチラシ・冊子（48.2％）」「ＪＫビジネスの実態や実際の被害についての短編動画（47.4％）」と続いた（図表4-1）。

　最も必要な取組みでは、最も多かったのが「学校での授業・講演（37.6％）」で、次が「ＪＫビジネスの実態や実際の被害についての短編動画（15.5％）」、「SNS（メルマガやTwitterなど）による注意喚起の定期的な発信（10.9％）」となった（図表4-1）。

【図表4-1】



1. **最も効果的だと思う広報手法（性年代別、認知度別等）**

次に、性年代やＪＫビジネスの認知度、家族構成別及び重要性の認識別に差があるかを検証した。

検証にあたっては、効果的な広報手法として上位となった、「学校での授業・講演」、「ＪＫビジネスの実態や実際の被害を掲載したチラシ・冊子」、「ＪＫビジネスの実態や実際の被害についての短編動画」、「SNS（メルマガやTwitterなど）による注意喚起の定期的な発信」の４項目について、最も効果的と回答した人を比較した。

* 学校での授業・講演（図表4-2）
* 性年代別では、女性60代以上で高かった。

**【図表4-2】**





* ＪＫビジネスの実態や実際の被害を掲載したチラシ・冊子（図表4-3）
* 男性で、60代以上が40代に比べ高かった。

【図表4-3】





* ＪＫビジネスの実態や実際の被害についての短編動画（図表4-4）
* ＪＫビジネスの認知層の方が、非認知層・中間層に比べ高かった。

【図表4-4】





* SNS（メルマガやTwitterなど）による注意喚起の定期的な発信（図表4-5）
* 女性の方が男性に比べ、高かった。
* 女性では、20代以下が60代以上に比べ高かった。

【図表4-5】





1. **ＪＫビジネスの実態の理解度について（参考）**

本調査では、「ＪＫビジネス」の認知の有無、知ったきっかけおよび具体的に知っている事柄について質問した。参考までに、知っている（聞いたことがある）と回答した人と、そのきっかけや、具体的な事柄との関係をみた。

1. **見聞きした媒体やきっかけ**

全体では、「テレビでの報道・特集番組（81.0%）」が最も高く、次いで「インターネット（ネットニュース等）(37.3%)」「新聞記事(19.1%)」となった（図表5-1）。

**【図表5-1】**





1. **具体的に知っている事柄**

全体では、「表向きには会話や散歩をするだけの気楽なバイトとして勧誘されることが多いが、裏オプションとして性的サービスが組み込まれていることがある（55.4%）」が最も高く、次いで「ＪＫビジネスの営業形態は様々に変化しており、現在は【リフレ】【散歩】【見学・撮影】【コミュ】【カフェ】などと呼ばれるものがある（43.0%）」、「ＪＫビジネスで働いていることを本人が隠していることが多く、家族も含め、周囲は気づきにくい（41.1%）と続いた（図表5-2）。

**【図表5-2】**





本調査では、ＪＫビジネス被害を未然に防ぐためには、本人や周囲以外にも社会全体として問題意識を持つことの必要性を感じている人が大半だった。一方で、ＪＫビジネスの認知や問題意識について、15歳～29歳以下のＪＫビジネスの対象となる年齢層に比較的近い層の認知が、他に比べ低い傾向がみられたり、同居家族に中学生以上18歳以下の女性がいる場合といない場合でも、認識等に違いはあまりなかった。ＪＫビジネスという言葉はある程度浸透してきているが、危険性など、どの程度理解されているかは不明であり、引き続き本人や周囲をはじめ、被害防止の取組みを強化していくことは必要である。