

## 都民の消費生活に関する意識調査を実施しました！

東京都では、毎年度、今後の施策展開の参考とするため、消費生活基本調査を実施しています。今年度は、都民の消費生活における意識や行動等を把握することを目的として、「都民の消費生活に関する意識調査」を実施しました。その結果のポイントをお知らせします。

なお、平成27年度にも同テーマで調査を実施しましたが、結果に大きな変化は見られませんでした。

### 《調査の概要》

調査対象：都内に在住する18歳以上の男女3,000人

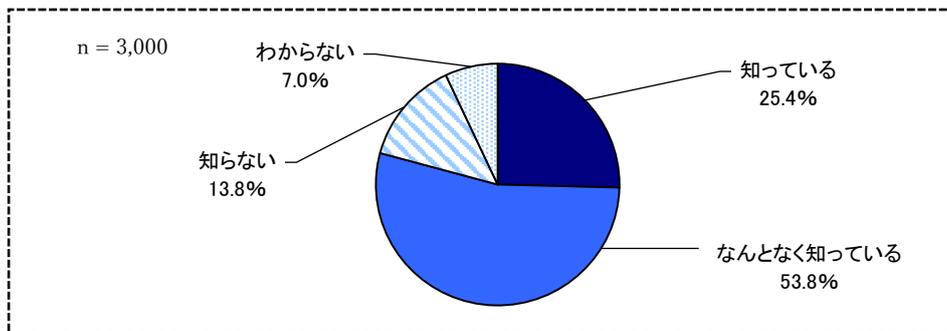
調査時期：令和元年10月18日（金）から同月21日（月）まで

調査実施方法：WEBアンケート調査

### 消費行動が社会・経済・環境等に影響を及ぼす可能性を約8割の人が認知

#### 【消費行動が社会・経済・環境等に影響を及ぼす可能性の認知】〈概要版 P7、報告書 P18〉

- 「知っている計」79.2%（知っている25.4%+なんとなく知っている53.8%）

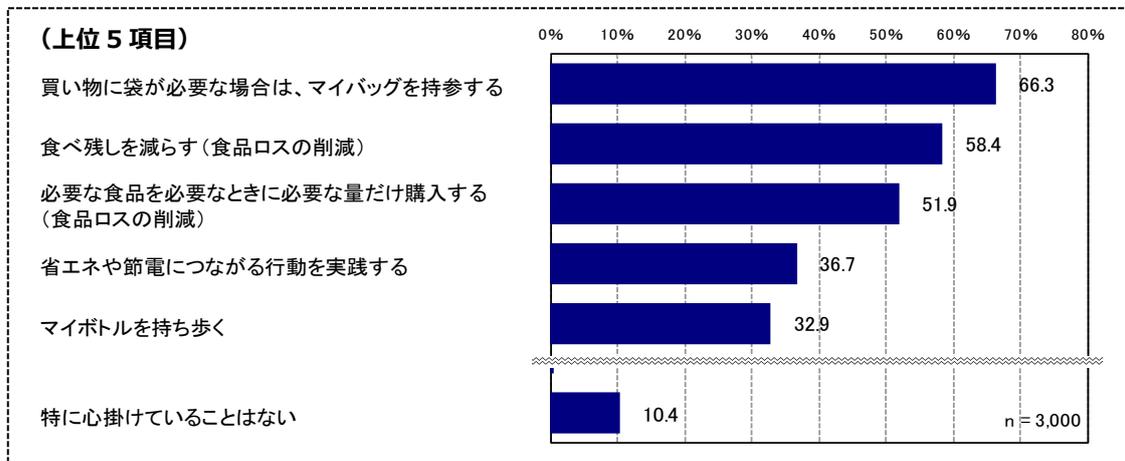


- 20代以上では年代が上がるにつれて認知度が高くなっており、20代が67.8%で最も低く、70代が89.8%で最も高い。なお、18・19歳は83.3%であった。

### 日常生活で心掛けていることがある人は約9割

#### 【日常生活で心掛けていること】（複数回答）〈概要版 P9、報告書 P21〉

- 「買い物に袋が必要な場合は、マイバッグを持参する」が66.3%と最も多い。



詳しくはこちらをご覧ください。

東京暮らしWEB

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>



【問合せ先】

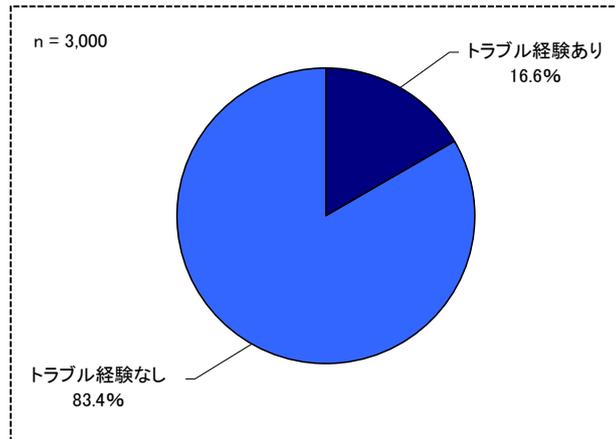
生活文化局消費生活部企画調整課  
電話 03-5388-3076（直通）

## 直近 1 年間で約 17%の人が消費生活トラブルを経験

トラブルの内容は「商品・サービスの内容」が 44.7%、トラブルの原因となった販売形態は「カタログ、テレビ、インターネット等で購入した」が 46.9%と最も多い。

### 【直近 1 年間の消費生活トラブルの経験】〈概要版 P11、報告書 P28〉

- ・ トラブル経験あり 16.6%、トラブル経験なし 83.4%



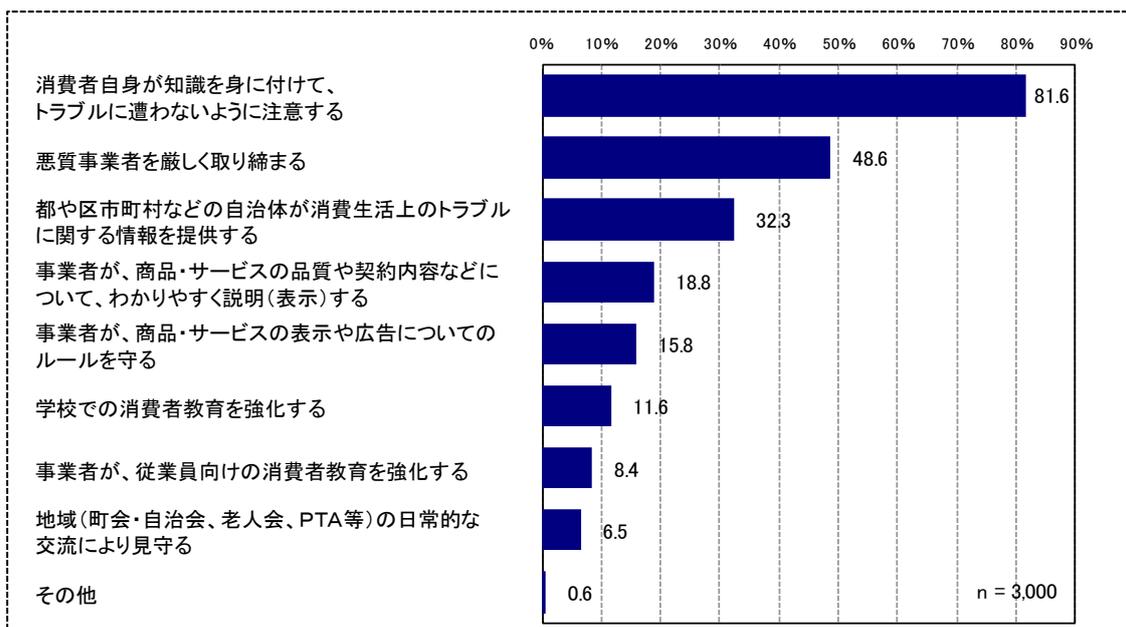
### 【直近 1 年間の消費生活トラブルの内容】（複数回答）〈概要版 P12、報告書 P29〉

### 【消費生活トラブルの原因となった商品・サービスの販売形態】（複数回答）

〈概要版 P13、報告書 P32〉

### 【消費生活トラブルに遭わないために必要なこと】（複数回答）〈概要版 P17、報告書 P54〉

- ・ 「消費者自身が知識を身に付けて、トラブルに遭わないように注意する」が 81.6%と最も多い。



※ 調査結果の概要は、別添資料をご覧ください。

※ 調査結果報告書の全文はこちらをご覧ください。 ⇒

[https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/chousa/chousa\\_etc/](https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/chousa/chousa_etc/)

