

### Ⅲ. 単純集計表

F1. あなたのお住まいを教えてください。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	足立区	137	4.6
2	荒川区	51	1.7
3	板橋区	142	4.7
4	江戸川区	145	4.8
5	大田区	162	5.4
6	葛飾区	88	2.9
7	北区	80	2.7
8	江東区	102	3.4
9	品川区	85	2.8
10	渋谷区	57	1.9
11	新宿区	77	2.6
12	杉並区	152	5.1
13	墨田区	51	1.7
14	世田谷区	220	7.3
15	台東区	33	1.1
16	中央区	41	1.4
17	千代田区	14	0.5
18	豊島区	65	2.2
19	中野区	83	2.8
20	練馬区	169	5.6
21	文京区	57	1.9
22	港区	52	1.7
23	目黒区	63	2.1
24	昭島市	12	0.4
25	あきる野市	11	0.4
26	稲城市	17	0.6
27	青梅市	24	0.8
28	清瀬市	12	0.4
29	国立市	15	0.5
30	小金井市	30	1.0
31	国分寺市	25	0.8
32	小平市	45	1.5
33	狛江市	27	0.9
34	立川市	42	1.4

35 多摩市	35	1.2
36 調布市	50	1.7
37 西東京市	69	2.3
38 八王子市	122	4.1
39 羽村市	6	0.2
40 東久留米市	19	0.6
41 東村山市	30	1.0
42 東大和市	12	0.4
43 日野市	33	1.1
44 府中市	62	2.1
45 福生市	9	0.3
46 町田市	80	2.7
47 三鷹市	47	1.6
48 武蔵野市	27	0.9
49 武蔵村山市	6	0.2
50 大島町	0	0.0
51 奥多摩町	1	0.0
52 八丈町	0	0.0
53 日の出町	2	0.1
54 瑞穂町	2	0.1
55 青ヶ島村	0	0.0
56 小笠原村	0	0.0
57 神津島村	1	0.0
58 利島村	0	0.0
59 新島村	0	0.0
60 檜原村	0	0.0
61 御蔵島村	0	0.0
62 三宅村	1	0.0
サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

## F2. あなたの誕生年月を教えてください。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	15歳以上～20歳未満	250	8.3
2	20歳以上～25歳未満	250	8.3
3	25歳以上～30歳未満	250	8.3
4	30歳以上～35歳未満	250	8.3
5	35歳以上～40歳未満	250	8.3
6	40歳以上～45歳未満	250	8.3
7	45歳以上～50歳未満	250	8.3
8	50歳以上～55歳未満	250	8.3
9	55歳以上～60歳未満	250	8.3
10	60歳以上～65歳未満	250	8.3
11	65歳以上～70歳未満	250	8.3
12	70歳以上～75歳未満	250	8.3
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

## F3. あなたの性別を教えてください。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	男性	1,500	50.0
2	女性	1,500	50.0
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

## F4. あなたの職業を教えてください。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	会社員・公務員・団体職員等	1,119	37.3
2	パート、アルバイト・契約・嘱託・派遣等	430	14.3
3	自営業・自由業	247	8.2
4	専業主婦(専業主夫)	460	15.3
5	生徒・学生	381	12.7
6	無職(年金生活者を含む)	338	11.3
7	その他	25	0.8
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

F5. あなたは以下の情報端末機器をお持ちですか。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	パソコン	2,609	87.0
2	タブレット	873	29.1
3	スマートフォン	2,430	81.0
4	携帯電話(従来型)	535	17.8
5	その他	4	0.1
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

F6. あなたは今回の調査について、どの端末を利用して回答していますか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	パソコン	1,846	61.5
2	タブレット	109	3.6
3	スマートフォン	1,043	34.8
4	その他	2	0.1
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

F7. あなたは情報端末機器を何のために利用していますか。(通話は除く)

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	ニュース・情報の入手	2,644	88.1
2	オンラインショッピング	2,312	77.1
3	インターネットバンキング	1,591	53.0
4	メール	2,526	84.2
5	ツイッター、フェイスブック、LINE などの SNS	1,852	61.7
6	ゲーム	972	32.4
7	ブログや掲示板	804	26.8
8	動画・音楽等の視聴	1,752	58.4
9	インターネットオークション(フリマサイトを含む)などの個人売買	805	26.8
10	その他	51	1.7
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

F8. あなたが日常的に活用している SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を教えてください。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	フェイスブック	919	30.6
2	ツイッター	1,241	41.4
3	LINE	1,935	64.5
4	インスタグラム	861	28.7
5	ミクシィ	138	4.6
6	その他の SNS	29	1.0
7	何も利用していない	615	20.5
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

F9. あなたの新聞の購読状況を教えてください。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	紙で読んでいる	1,346	44.9
2	電子版で読んでいる	528	17.6
3	新聞は読んでいない	1,399	46.6
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

F10. あなたは、東京都又はあなたがお住まいの区市町村に「消費生活センター」又は「消費生活相談窓口」があることを知っていますか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	知っている	1,093	36.4
2	内容までは知らないが、名前は知っている	1,230	41.0
3	知らない	677	22.6
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問1 次の消費生活情報のうち、あなたに関心があるものはどれですか。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	悪質商法の手口と対処方法	1,682	56.1
2	金融商品・投資	1,081	36.0
3	家計管理	718	23.9
4	架空・不当請求	1,072	35.7
5	インターネット・オンラインゲームなどの通信	697	23.2
6	クーリング・オフ制度	879	29.3
7	不動産	423	14.1
8	終活(相続・遺言・葬儀など)	665	22.2
9	食品の安全と表示	1,140	38.0
10	身の回りの商品・サービスについての安全性	1,015	33.8
11	エシカル消費	395	13.2
12	その他	6	0.2
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問2 あなたは、日ごろ、消費生活情報について、どの程度情報を得ていると思いますか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	十分に得ていると思う	131	4.4
2	ある程度得ていると思う	943	31.4
3	あまり得ていないと思う	1,060	35.3
4	ほとんど得ていないと思う	866	28.9
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問3 あなたは、消費生活情報を主にどの媒体から入手していますか。(3つまで選択可)

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	ウェブサイト	1,361	63.8
2	ツイッターやフェイスブックなどの SNS	432	20.2
3	テレビ(CMを含む)	1,270	59.5
4	ラジオ(CMを含む)	143	6.7
5	新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)	740	34.7
6	広報紙(誌)	340	15.9
7	チラシ・リーフレット・パンフレット	183	8.6
8	町会・自治会の掲示板・回覧板	185	8.7
9	交通広告(駅・電車・バスなどの広告)	104	4.9
10	その他	15	0.7
	サンプル数 (% ベース)	2,134	100.0

問4 今後、東京都が消費生活情報を発信して行く上で、力を入れてほしい媒体はどれですか。 (MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	ウェブサイト	1,775	59.2
2	ツイッターやフェイスブックなどの SNS	740	24.7
3	テレビ CM	1,199	40.0
4	ラジオ CM	162	5.4
5	新聞広告	510	17.0
6	雑誌広告(フリーペーパーを含む)	201	6.7
7	広報紙(誌)	631	21.0
8	チラシ・リーフレット・パンフレット	488	16.3
9	交通広告(駅・電車・バスなどの広告)	486	16.2
10	その他	38	1.3
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問5-1 あなたは、「東京くらしWEB」を見たことがありますか。 (SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	よく見る	58	1.9
2	ときどき見る	136	4.5
3	見たことはある	291	9.7
4	見たことがない	2,515	83.8
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問5-2 「東京くらしWEB」のサイトの中で、どの記事をよくご利用になりますか。 (MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	相談窓口はこちら	64	33.0
2	ご注意ください(消費者注意情報・危害危険情報など)	80	41.2
3	消費生活相談 FAQ・基礎知識	70	36.1
4	講座・イベント情報	60	30.9
5	消費者教育教材等検索サイト	39	20.1
6	悪質事業者通報サイト	52	26.8
7	最新情報	27	13.9
8	架空請求対策・架空請求事業者一覧	26	13.4
9	動画配信中!	12	6.2
10	その他	0	0.0
	サンプル数 (% ベース)	194	100.0

問5-3 「東京くらしWEB」を見たきっかけについて教えてください。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	インターネットの検索サイトで検索した結果で	177	36.5
2	消費生活行政ツイッターのリンクから	58	12.0
3	消費生活行政フェイスブックのリンクから	59	12.2
4	広報紙「広報東京都」を見て	147	30.3
5	消費生活情報誌「東京くらしねっと」をみて	85	17.5
6	東京都のチラシ・グッズから	77	15.9
7	東京都の他のウェブサイトから	71	14.6
8	消費者庁・国民生活センター・区市町村などの他の行政機関のウェブサイトから	37	7.6
9	ニュースサイトの記事リンクから	32	6.6
10	その他	6	1.2
	サンプル数 (% ベース)	485	100.0

問5-4 あなたが、「東京くらしWEB」を見る際に、主に利用される情報端末はどれですか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	パソコン	289	59.6
2	スマートフォン	165	34.0
3	タブレット端末	29	6.0
4	その他	2	0.4
	サンプル数 (% ベース)	485	100.0

問5-5 あなたは、「東京くらしWEB」をどのような時に利用したいと思いますか。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	消費生活センターなどの相談窓口を調べたい時	1,708	56.9
2	悪質商法の被害にあったので、対応方法を調べたい時	1,093	36.4
3	悪質商法の被害にあわないために、手口や注意点について知りたい時	952	31.7
4	業務停止等の処分を受けた事業者の名前や処分の内容を知りたい時	537	17.9
5	架空請求の事業者名や手口を知りたい時	900	30.0
6	悪質事業者、虚偽・誇大表示、架空請求等の情報提供・通報をしたい時	749	25.0
7	広告などにおける虚偽・誇大表示の規制について知りたい時	449	15.0
8	身近な商品等における危険・危害情報について知りたい時	807	26.9
9	商品等の安全性に関する調査の結果を知りたい時	587	19.6
10	消費生活講座やイベント情報について知りたい時	358	11.9
11	消費者教育教材の内容を知りたい時	166	5.5
12	消費生活に関する情報を幅広く身に付けたい時	395	13.2
13	エンカル消費について知りたい時	231	7.7
14	正しい計量について知りたい時	147	4.9
15	その他	50	1.7
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問6-1 あなたは「消費生活行政ツイッター」を見たことがありますか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	見ている	57	1.9
2	ときどき見る	120	4.0
3	見たことはないが、知っている	174	5.8
4	見たこともないし、知らない	2,649	88.3
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問6-2 あなたが、「消費生活行政ツイッター」を見る際に、主に利用される情報端末はどれですか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	パソコン	94	53.1
2	スマートフォン	72	40.7
3	タブレット端末	11	6.2
4	その他	0	0.0
	サンプル数 (% ベース)	177	100.0

問6-3 「消費生活行政ツイッター」を知ったきっかけを教えてください。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	東京暮らし WEB から	116	33.0
2	東京暮らしねっとの記事から	85	24.2
3	東京都のチラシ・グッズから	79	22.5
4	インターネットの検索サイトで検索した結果から	82	23.4
5	他のアカウントのリツイートから	60	17.1
6	トレンドやモーメント、ハッシュタグから	23	6.6
7	わからない	29	8.3
8	その他	2	0.6
	サンプル数 (% ベース)	351	100.0

問6-4 「消費生活行政ツイッター」でどのような情報を発信してほしいですか。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	架空請求事業者の情報	1,649	55.0
2	悪質商法の被害にあわないための注意喚起情報	1,592	53.1
3	商品等使用した際の危害・危険についての注意喚起	1,380	46.0
4	事業者の処分(業務停止命令等)情報	742	24.7
5	消費生活講座・イベントの開催情報	665	22.2
6	その他	93	3.1
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問7-1 あなたは消費生活行政フェイスブックを見たことがありますか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	見ている	46	1.5
2	ときどき見る	106	3.5
3	見たことはないが、知っている	157	5.2
4	見たこともないし、知らない	2,691	89.7
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問7-2 あなたが、「消費生活行政フェイスブック」を見る際に、主に利用される情報

(SA)

端末はどれですか。

No.	カテゴリ	実数	%
1	パソコン	86	56.6
2	スマートフォン	56	36.8
3	タブレット端末	10	6.6
4	その他	0	0.0
	サンプル数 (% ベース)	152	100.0

問7-3 「消費生活行政フェイスブック」を知ったきっかけを教えてください。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	東京暮らし WEB から	116	37.5
2	東京暮らしねっとの記事から	78	25.2
3	東京都のチラシ・グッズから	80	25.9
4	インターネットの検索サイトで検索した結果から	78	25.2
5	他のアカウントの「いいね」やシェアから	32	10.4
6	わからない	27	8.7
7	その他	2	0.6
	サンプル数 (% ベース)	309	100.0

問7-4 「消費生活行政フェイスブック」の印象についてお聞かせください。

(SA)

(1)一つの投稿に対する情報量について

No.	カテゴリ	実数	%
1	多い	89	3.0
2	どちらかと言えば多い	392	13.1
3	ちょうどよい	2,041	68.0
4	どちらかと言えば少ない	322	10.7
5	少ない	156	5.2
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問7-4 「消費生活行政フェイスブック」の印象についてお聞かせください。

(SA)

(2)内容のわかりやすさについて

No.	カテゴリ	実数	%
1	わかりやすい	384	12.8
2	どちらかと言えばわかりやすい	1,809	60.3
3	どちらかと言えば難しい	625	20.8
4	難しい	182	6.1
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問7-5 「消費生活行政フェイスブック」でどのような情報を発信してほしいですか。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	架空請求事業者の情報	1,615	53.8
2	悪質商法の被害にあわないための注意喚起情報	1,608	53.6
3	商品等使用した際の危害・危険についての注意喚起	1,369	45.6
4	事業者の処分(業務停止命令等)情報	792	26.4
5	消費生活講座・イベントの開催情報	708	23.6
6	東京都の消費生活行政の取組	524	17.5
7	エシカル消費に関する情報	326	10.9
8	その他	99	3.3
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問8-1 WEB版「東京らしねっと」をご覧いただき、印象についてお聞かせください。

(SA)

(1)レイアウト(見やすさ)について、どう思いますか。

No.	カテゴリ	実数	%
1	見やすい	629	21.0
2	どちらかという見やすい	1,688	56.3
3	どちらかと言えば見にくい	480	16.0
4	見にくい	203	6.8
	サンプル数(%ベース)	3,000	100.0

問8-1 (2)WEB版「東京らしねっと」で興味を持った記事はどれですか。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	今月の話題	1,198	39.9
2	安全シグナル	931	31.0
3	お知らせ	555	18.5
4	講座案内	459	15.3
5	相談の窓口から	461	15.4
6	フレッシュ市場	193	6.4
7	特にない	761	25.4
	サンプル数(%ベース)	3,000	100.0

問9 一目で高齢者の消費者被害を防止することを目的としたリーフレットだと伝わりますか

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	よく伝わる	586	19.5
2	何となく伝わる	1,693	56.4
3	あまり伝わらない	496	16.5
4	伝わらない	225	7.5
	サンプル数(%ベース)	3,000	100.0

問10-1 一目で若者の消費者被害を防止することを目的としたリーフレットだと伝わりますか

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	よく伝わる	551	18.4
2	何となく伝わる	1,547	51.6
3	あまり伝わらない	669	22.3
4	伝わらない	233	7.8
	サンプル数(%ベース)	3,000	100.0

問10-2 若者向け悪質商法被害防止啓発動画「悪質商法に負けない！」をご覧になってお答えください。この動画を見て、「悪質商法」に気を付けようと思いましたか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	思った	866	28.9
2	少し思った	1,178	39.3
3	あまり思わなかった	628	20.9
4	思わなかった	328	10.9
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問10-3 若者に対する悪質商法の被害防止のために、どのような広告媒体が適切だと思いますか。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	リーフレット	877	29.2
2	電車の車内広告(ポスター)	1,315	43.8
3	電車の車内広告(映像モニター)	1,227	40.9
4	インターネットのバナー広告	1,213	40.4
5	屋外広告(街頭ビジョン等)	626	20.9
6	キャラクター(着ぐるみ)による街頭イベント	333	11.1
7	ツイッターやフェイスブックなどの SNS を活用した広告	1,016	33.9
8	その他	79	2.6
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問10-4 若者向け悪質商法被害防止キャンペーンキャラクター「ボク、カモかも…。」を知っていますか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	知っている	432	14.4
2	知らない	2,568	85.6
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問11 あなたが DVD「住まいの知識は一生の知識～安全で快適な住生活のために～」を視聴する場合、どの方法を希望しますか。

(MA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	東京都や区市町村の消費生活センターでDVDを借りて視聴する	266	8.9
2	東京都や区市町村の図書館でDVDを借りて視聴する	435	14.5
3	東京都のウェブサイトで動画を視聴する	1,566	52.2
4	YouTubeなどの動画サイトで動画を視聴する	1,721	57.4
5	その他	60	2.0
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問12 あなたは、四コマ漫画を使った啓発について、消費者被害防止に向けた取組として良いと思いますか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	そう思う	777	25.9
2	どちらかと言えばそう思う	1,495	49.8
3	どちらかと言えばそう思わない	467	15.6
4	そう思わない	261	8.7
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問13 あなたは、動画「くらしの安全に役立つ動画」を見てわかりやすいと思いましたか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	わかりやすいと思った	750	25.0
2	どちらかと言えばわかりやすいと思った	1,563	52.1
3	どちらかと言えばわかりにくいと思った	486	16.2
4	わかりにくいと思った	201	6.7
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0

問14 最後に、これまで挙げたような東京都が提供している消費生活情報(ウェブサイト、SNS、消費生活情報誌、リーフレット等)を、今までに見たことがありましたか。

(SA)

No.	カテゴリ	実数	%
1	よく見ている	119	4.0
2	ときどき見ている	356	11.9
3	見たことはある	643	21.4
4	見たことがない	1,882	62.7
	サンプル数 (% ベース)	3,000	100.0