

IV. 調査票

情報発信ツールに関する調査

ID..

PASSWORD.

ログイン

情報発信ツールに関する調査

【あなたのことについてうかがいます】

F1. あなたのお住まいを教えてください。

F2. あなたの誕生年月を教えてください。

西暦 年 月

F3. あなたの性別を教えてください。

男性

女性

F4. あなたの職業を教えてください。 **(1つだけお選びください)**

会社員、公務員、団体職員（役員等を含む。）

パート、アルバイト・契約・嘱託・派遣等

自営業・自由業

専業主婦（専業主夫）

生徒・学生

無職（年金生活者を含む）

その他

F5. あなたは以下の情報端末機器をお持ちですか。 **(複数可)**

パソコン

タブレット

スマートフォン

携帯電話（従来型）

その他

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。 **(1つだけお選びください)**

パソコン

タブレット

スマートフォン

その他

F 7. 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) (複数可)

- ニュース・情報の入手
- オンラインショッピング
- インターネットバンキング
- メール
- ツイッター、フェイスブック、LINEなどのSNS
- ゲーム
- ブログや掲示板
- 動画・音楽等の視聴
- 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
- その他

F 8. 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。(複数可)

- フェイスブック
- ツイッター
- LINE
- インスタグラム
- ミクシイ
- その他のSNS
- 何も利用していない

F 9. あなたの新聞の購読状況を教えてください。(複数可)

- 紙で読んでいる
 - 電子版で読んでいる
 - 新聞は読んでいない
- ※なお、Yahoo!、MSN等のニュースサイトは新聞に含みません。

F 10. 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。(1つだけお選びください)

- 知っている
- 内容までは知らないが、名前は知っている
- 知らない

次へ

情報発信ツールに関する調査

【ここからは、消費生活情報への接触状況等についてお伺いします。】

問1 次の消費生活情報のうち、あなたが関心があるものはどれですか。(複数可)

- 購買手法の手口と対処方法
- 金融商品・投資
- 家計管理
- 架空・不当請求
- インターネット・オンラインゲームなどの通信
- クーリング・オフ制度
- 不動産
- 終活（相続・遺言・葬儀など）
- 食品の安全と表示
- 身の回りの商品・サービスについての安全性
- エシカル消費（注）
- その他
- 消費生活情報には興味がない

（注）「エシカル消費」とは、人や社会、環境に配慮した消費行動のことをいいます。

<エシカル消費の例>

1. 環境に配慮した商品やリサイクル製品を購入する
2. 地元の特産物を購入する（地産地消）
3. 被災地の生産物を購入する（被災地支援）
4. 福祉施設で作られた製品を購入する（障害者の自立支援）
5. フェアトレード商品を購入する
6. 必要な食品を必要なときに必要な量だけ購入する（食品ロスの削減）

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。(1つだけお選びください)

- 十分に得ていると思う →問3に
- ある程度得ていると思う →問3に
- あまり得ていないと思う →問3に
- ほとんど得ていないと思う →問4に

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)

- ウェブサイト
- ツイッターやフェイスブックなどのSNS
- テレビ（CMを含む）
- ラジオ（CMを含む）
- 新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）
- 広報紙（誌）
- チラシ・リーフレット・パンフレット
- 町会・自治会の掲示板・回覧板
- 交通広告（駅・電車・バスなどの広告）
- その他

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。(複数可)

- ウェブサイト
- ツイッターやフェイスブックなどのSNS
- テレビCM
- ラジオCM
- 新聞広告
- 雑誌広告(フリーペーパーを含む)
- 広報紙(誌)
- チラシ・リーフレット・パンフレット
- 交通広告(駅・電車・バスなどの広告)
- その他

【ここからは、東京都が情報発信等を行っている具体的なツールについてお伺いします。】

<東京くらしWEB>

問5 東京都では、ウェブサイト「東京くらしWEB」にて、消費生活情報を提供しています。
東京くらしWEB: <https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/> リンク先をご覧の上、ご回答ください。

5-1 あなたは、「東京くらしWEB」を見たことがありますか。(1つだけお選びください)

- よく見る →問5-2に
- ときどき見る →問5-2に
- 見たことはある →問5-3に
- 見たことがない →問5-5に

5-2 (「東京くらしWEB」を「よく見る」、「ときどき見る」と回答された方にお聞きします。)
「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。(複数可)

- 相談窓口はこちら
- ご注意ください(消費者注意情報・危険危険情報など)
- 消費生活相談FAQ・基礎知識
- 講座・イベント情報
- 消費者教育教材等検索サイト
- 専門事業者情報サイト
- 最新情報
- 架空請求対策・架空請求事業者一覧
- 動画配信中!
- その他

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。(複数可)

- インターネットの検索サイトで検索した結果で
- 消費生活行政ツイッターのリンクから
- 消費生活行政フェイスブックのリンクから
- 広報紙「広報東京都」を見て
- 消費生活情報誌「東京くらしねっと」をみて
- 東京都のチラシ・グッズから
- 東京都の他のウェブサイトから
- 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
- ニュースサイトの記事リンクから
- その他

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。(1つだけお選びください)

- パソコン
- スマートフォン
- タブレット端末
- その他

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。(複数可)

- 消費生活センターなどの相談窓口を調べたい時
- 悪質商法の被害にあったので、対応方法を調べたい時
- 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
- 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
- 架空請求の事業者名や手口を知りたい時
- 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
- 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
- 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
- 商品等の安全性に関する調査の結果を知りたい時
- 消費生活講座やイベント情報について知りたい時
- 消費者教育教材の内容を知りたい時
- 消費生活に関する情報を幅広く身に付けたい時
- エシカル消費について知りたい時
- 正しい計量について知りたい時
- その他

<消費生活行政ツイッター・フェイスブック>

問6 東京都では、ツイッター及びフェイスブックで、消費生活情報を発信しています。

「消費生活行政ツイッター」をご覧ください。

消費生活行政ツイッター：https://twitter.com/tocho_shouhi リンク先をご転の上、ご回答ください。

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。(1つだけお選びください)

- 見ている →問6-2に
- とときどき見る →問6-2に
- 見たことはないが、知っている →問6-3に
- 見たこともないし、知らない →問6-4に

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。(1つだけお選びください)

- パソコン
- スマートフォン
- タブレット端末
- その他

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。(複数可)

- 東京くらしWEBから
- 東京くらしねっこの記事から
- 東京都のチラシ・グッズから
- インターネットの検索サイトで検索した結果から
- 他のアカウントのリツイートから
- トレンドやモーメント、ハッシュタグから
- わからない
- その他

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。(複数可)

- 架空請求事業者の情報
- 悪質商法の被害にあわないための注意喚起情報
- 商品等使用した際の危害・危険についての注意喚起
- 事業者の処分(業務停止命令等)情報
- 消費生活講座・イベントの開催情報
- その他

問7 「消費生活行政フェイスブック」をご覧ください、お答えください。

消費生活行政フェイスブック：<https://www.facebook.com/tocho.shouhi> リンク先をこの上、ご回答ください。

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。(1つだけお選びください)

- 見ている →問7-2へ
- とときどき見る →問7-2へ
- 見たことはないが、知っている →問7-3へ
- 見たこともないし、知らない →問7-4へ

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端末はどれですか。(1つだけお選びください)

- パソコン
- スマートフォン
- タブレット端末
- その他

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。(複数可)

- 東京暮らしWEBから
- 東京暮らしねっとの記事から
- 東京都のチラシ・グッズから
- インターネットの検索サイトで検索した結果から
- 他のアカウントの「いいね」やシェアから
- わからない
- その他

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。

(1) 一つの投稿に対する情報量について (1つだけお選びください)

- 多い
- どちらかと言えば多い
- ちょうどよい
- どちらかと言えば少ない
- 少ない

(2) 内容のわかりやすさについて (1つだけお選びください)

- わかりやすい
- どちらかと言えばわかりやすい
- どちらかと言えば難しい
- 難しい

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。(複数可)

- 架空請求事業者の情報
- 悪質商法の被害にあわないための注意喚起情報
- 商品等使用した際の危害・危険についての注意喚起
- 事業者の処分(業務停止命令等)情報
- 消費生活講座・イベントの開催情報
- 東京都の消費生活行政の取組
- エシカル消費に関する情報
- その他

<東京くらしねっと>

問8 東京都では、主に高齢者を対象としたくらしに役立つ都民のための消費生活情報誌「東京くらしねっと」のWEB版をウェブサイトに掲載しています。

東京くらしねっと: <https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/kurashi/> リンク先をご覧の上、ご回答ください。

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

(1) レイアウト(見やすさ)について、どう思いますか。(1つだけお選びください)

- 見やすい
- どちらかというで見やすい
- どちらかと言えば見にくい
- 見にくい

(2) WEB版「東京くらしねっと」で興味を持った記事はどれですか。(複数可)

- 今月の話題
- 安全シグナル
- お知らせ
- 講座案内
- 相談の窓口から
- フレッシュ市場
- 特にない

8-2 主に高齢者向けの情報提供として、「東京くらしねっと」で今後取り上げたらよいと思うテーマとそのテーマを選定した理由を教えてください。

(1) テーマ **【自由記述】** **(※必須回答)**

(2) そのテーマを選定した理由 **【自由記述】** **(※任意回答)**

問9 東京都では、毎年9月に高齢者被害防止キャンペーンとして、ポスター・リーフレット等による啓発を行っています。

下記に画像を添付しますので、ご覧になってお答えください。

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

(1つだけお選びください)

- よく伝わる
- 何となく伝わる
- あまり伝わらない
- 伝わらない



画像をクリックすると拡大します。

問10 東京都では、毎年1月～3月を中心に、若者の消費者被害防止キャンペーンとして、ポスター・リーフレット・動画等による啓発を行っています。下記に画像・動画を添付しますので、ご覧になってお答えください。

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が（1つだけお選びください）

- よく伝わる
- 何となく伝わる
- あまり伝わらない
- 伝わらない



画像をクリックすると拡大します。

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が。（1つだけお選びください）

- 思った
- 少し思った
- あまり思わなかった
- 思わなかった



画像をクリックするとYouTubeにリンクします。

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。（複数可）

- リーフレット
- 電車の車内広告（ポスター）
- 電車の車内広告（映像モニター）
- インターネットのバナー広告
- 屋外広告（街頭ビジョン等）
- キャラクター（着ぐるみ）による街頭イベント
- ツイッターやフェイスブックなどのSNSを活用した広告
- その他

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。（1つだけお選びください）

- 知っている
- 知らない



画像をクリックすると拡大します。

問11 東京都では、消費生活に役立つ情報を楽しくわかりやすく学習するための教材として、DVDを作成しています。
 （平成29年度作成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～」）
 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～：https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/kyoiku_video/
 リンク先をご覧の上、ご回答ください。

あなたがDVDを視聴する場合、どの方法を希望しますか。（複数可）

- 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
- 東京都や区市町村の図書館でDVDを借りて視聴する
- 東京都のウェブサイト動画で視聴する
- YouTubeなどの動画サイトで動画を視聴する
- その他

問 1 2 東京都では、悪質商法の手口や対処法や暮らしに役立つ知識などを、四コマ漫画で紹介する「飯田橋四コマ劇場」を世代別に作成しています。



以下のリンクから冊子を読むことができます。ご興味がありましたら、ぜひご覧ください。

シニア世代向け

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/4koma/documents/iidabashi4koma2014all.pdf>

ミドル層向け

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/4koma/documents/yonkomageki/jo-3.pdf>

若者向け

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/4koma/documents/dokuhon1.pdf>

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/4koma/documents/dokuhon2.pdf>

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。(1つだけお選びください)

- そう思う。
- どちらかと言えばそう思う。
- どちらかと言えばそう思わない。
- そう思わない。

問 1 3 東京都では、身近に起こりうる危害・危険情報を動画で紹介しています。

暮らしの安全に役立つ動画：<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/douga/anzen/>

リンク先をご覧の上、ご回答ください。

上記リンクより、動画を1つご覧になってからお答えください。

あなたは、動画を見てわかりやすいと思いましたが。(1つだけお選びください)

- わかりやすいと思った。
- どちらかと言えばわかりやすいと思った。
- どちらかと言えばわかりにくいと思った。
- わかりにくいと思った。

問 1 4 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。(1つだけお選びください)

- よく見ている。
- ときどき見ている。
- 見たことはある。
- 見たことがない。

完了する

情報発信ツールに関する調査

御協力ありがとうございました。

消費者被害等に関する情報に関心をもった方は、ぜひ、ツイッターやフェイスブックにご登録ください。

東京都消費生活行政  @tocho_shouhi https://twitter.com/tocho_shouhi

東京都消費生活  @tocho.shouhi <https://www.facebook.com/tocho.shouhi>