

Ⅲ. 調査票

F1-1 あなたのお住まいの都道府県を教えてください。

[必須]

選択して下さい ▼

F1-2 あなたのお住まいの区市町村を教えてください。

[必須]

選択して下さい ▼

F2 あなたの年齢を教えてください。

[必須]

歳

F3 あなたの性別を教えてください。

[必須]

- 男性
 女性

F4 あなたの職業を教えてください。

[必須]

- フルタイム労働者(会社員、自営業、家業従事者等)
 パート、アルバイト・非常勤・嘱託・派遣等
 専業主婦(主夫)
 学生(短大・大学・大学院、専門学校等)
 高校生
 無職
 その他

F5 あなたは情報端末機器をお持ちですか。(複数選択可)

[必須]

- パソコン
 タブレット端末(iPad, Nexusなど)
 スマートフォン
 携帯電話(従来型)
 その他
 何も持っていない

F6 あなたが登録している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。(複数選択可)

[必須]

- フェイスブック
 ミクシィ
 ツイッター
 LINE
 インスタグラム
 その他のSNS
 何も登録していない

F7 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。(複数選択可)

[必須]

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

F8 あなたの新聞の購読状況を教えてください。(複数選択可)

[必須]

- 新聞を定期購読している
- デジタル版・電子版で読んでいる
- 新聞を読む習慣はない

F9 あなたは、東京都又はあなたが住まいの区市町村に消費生活センターもしくは消費生活相談窓口があることを知っていますか。

[必須]

- 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

OA 【ここからは、消費者被害の状況についてうかがいます】

若者の被害が多い悪質商法には、

Q1架空請求、**Q2**マルチ商法、**Q3**キャッチセールス、**Q4**アポイントメントセールス
などがあげられます。これからこれらの4種類の悪質商法についてうかがいます。

Q1～Q4は、ランダムで出題されます。

最初に、それぞれの商法についての説明がありますので、よく読んでからお答えください。

Q1

■商法名称【架空請求】

■商法の概要、手口など：

身に覚えのないサイトの利用料金等について「連絡がなければ法的措置を取ります」「最終通告」
などと書かれたメールやハガキが届いて請求するという商法。

■主な商品やサービス：アダルト情報サイト、出会い系サイト など

詳しくはこちら→<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/campaign/wakamono.html#kakuu>

Q1-1 あなたはこの商法を知っていましたか。

[必須]

回答前に上記リンク先をご確認ください。

- 内容(手口)を知っている
- 内容は知らないが、名称(言葉)は知っている
- 知らない

Q1-1で「1.内容(手口)を知っている」「2.内容は知らないが、名称(言葉)は知っている」と回答した方にうかがいます。

Q1-2 あなたはこの商法についてどこで知りましたか。(複数選択可)

[必須]

- 新聞・雑誌で読んだ
- ポスター、チラシ等を見た
- ウェブサイトを見た
- テレビで見た
- 学校で習った
- 家族・知人等、人から聞いた
- 家族・知人等が被害にあった・請求された(勧誘された)
- 自分が被害にあった・請求された(勧誘された)
- その他⇒具体的に
- わからない(覚えていない)

Q1-3 この商法の被害にあったことがありますか。

[必須]

- 被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある
- 被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある
- 被害にあったことも、請求された(勧誘された)こともない

Q1-3で「1.被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q1-4 被害金額は、いくらですか。複数の被害にあっていいる場合は、最も大きいものを選んでください。

[必須]

- 1万円未満
- 1万円以上5万円未満
- 5万円以上10万円未満
- 10万円以上50万円未満
- 50万円以上100万円未満
- 100万円以上500万円未満
- 500万円以上
- わからない(覚えていない)

Q1-3で「1.被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q1-5 被害にあった後、どのような行動をとりましたか。(複数選択可)

[必須]

- 消費生活センターに相談した
- 弁護士等の専門家に相談した
- 家族や知人に相談した
- 警察に相談した
- インターネット等により自分で調べた
- その他⇒具体的に
- 何もしなかった

Q1-5で「1.消費生活センターに相談した」を選択しなかった方にうかがいます。

Q1-6 消費生活センターに相談しなかったのは、なぜですか。(複数選択可)

[必須]

- 消費生活センターを知らなかったから
- より専門的なところに相談したかったから
- 相談するのが恥ずかしかったから
- 相談する時間がなかったから
- 相談できると思わなかったから
- 消費生活センターに相談しなくても解決できると思ったから
- 相談しても仕方がないと思ったから
- その他⇒具体的に

Q1-5で「7.何もしなかった」と回答した方にうかがいます。

Q1-7 何もしなかった理由は何ですか。(複数選択可)

[必須]

- どうしたらよいか、わからなかったから
- 相談したり調べたりしても解決しなかったから
- 相談するのが恥ずかしかったから
- 大した被害ではないと思ったから
- 自分にも責任があると思ったから
- その他⇒具体的に

Q1-3で「2.被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q1-8 請求された(勧誘された)にもかかわらず、被害に至らなかった理由は何ですか。(複数選択可)

[必須]

- その商法について知っていたから
- よく考えて慎重に対応したから
- 消費生活センターに相談したから
- 家族や知人に相談したから
- インターネット等で調べたから
- その他⇒具体的に

Q2

■商法名称【マルチ商法】

■商法の概要、手口など:

学校の友人やSNS等で知り合った友人に「いい仕事がある」「もうかる」などと誘われて販売組織に入会させられた人がさらに別の加盟者を誘引するという連鎖によって組織を拡大して行く商品・サービスの取引。

新規加盟者の支払つ加盟料や商品購入代金等によって、自分の利益が得られると勧誘される。

ネットワークビジネスなどと説明する場合もある。勧誘時の話と違い、商品は売れず、加盟者を勧誘できず、損をすることが多い。

■主な商品やサービス:健康食品・化粧品 商品一般 学習教材 投資商品 講座・会員制クラブ など

詳しくはこちら→<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/campaign/wakamono.html#multi>

Q2-1 あなたはこの商法を知っていましたか。

[必須]

回答前に上記リンク先をご確認ください。

- 内容(手口)を知っている
 内容は知らないが、名称(言葉)は知っている
 知らない

Q2-1で「1.内容(手口)を知っている」「2.内容は知らないが、名称(言葉)は知っている」と回答した方にうかがいます。

Q2-2 あなたはこの商法についてどこで知りましたか。(複数選択可)

[必須]

- 新聞・雑誌で読んだ
 ポスター、チラシ等を見た
 ウェブサイトで見た
 テレビで見た
 学校で習った
 家族・知人等、人から聞いた
 家族・知人等が被害にあった・請求された(勧誘された)
 自分が被害にあった・請求された(勧誘された)
 その他⇒具体的に
 わからない(覚えていない)

Q2-3 この商法の被害にあったことがありますか。

[必須]

- 被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある
 被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある
 被害にあったことも、請求された(勧誘された)こともない

Q2-3で「1.被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q2-4 被害金額は、いくらですか。複数の被害にあっている場合は、最も大きいものを選んでください。

[必須]

- 1万円未満
 1万円以上5万円未満
 5万円以上10万円未満
 10万円以上50万円未満
 50万円以上100万円未満
 100万円以上500万円未満
 500万円以上
 わからない(覚えていない)

Q2-3で「1.被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q2-5 被害にあった後、どのような行動をとりましたか。(複数選択可)

[必須]

- 消費生活センターに相談した
- 弁護士等の専門家に相談した
- 家族や知人に相談した
- 警察に相談した
- インターネット等により自分で調べた
- その他⇒具体的に
- 何もしなかった

Q2-5で「1.消費生活センターに相談した」を選択しなかった方にうかがいます。

Q2-6 消費生活センターに相談しなかったのは、なぜですか。(複数選択可)

[必須]

- 消費生活センターを知らなかったから
- より専門的などところに相談したかったから
- 相談するのが恥ずかしかったから
- 相談する時間がなかったから
- 相談できると思わなかったから
- 消費生活センターに相談しなくても解決できると思ったから
- 相談しても仕方がないと思ったから
- その他⇒具体的に

Q2-5で「7.何もしなかった」と回答した方にうかがいます。

Q2-7 何もしなかった理由は何ですか。(複数選択可)

[必須]

- どうしたらよいか、わからなかったから
- 相談したり調べたりしても解決しないと思ったから
- 相談するのが恥ずかしかったから
- 大した被害ではないと思ったから
- 自分にも責任があると思ったから
- その他⇒具体的に

Q2-3で「2.被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q2-8 請求された(勧誘された)にもかかわらず、被害に至らなかった理由は何ですか。(複数選択可)

[必須]

- その商法について知っていたから
- よく考えて慎重に対応したから
- 消費生活センターに相談したから
- 家族や知人に相談したから
- インターネット等で調べたから
- その他⇒具体的に

Q2-3で「1.被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」「2.被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q2-9 この商法の相手先からの最初のアプローチはどのようでしたか。(複数選択可)

[必須]

- 知らない人から路上で声をかけられた
- 知らない人から電話がかかってきた
- 覚えのない差出人から郵便が届いた
- 覚えのない差出人からメールが届いた
- SNSや出会い系サイトで知り合った人から誘われた
- (以前から知っている)友人・知人から誘われた
- わからない(覚えていない)
- その他⇒具体的に

Q3

■商法名称【キャッチセールス】

■商法の概要、手口など：

駅や繁華街の路上で「無料サービス」「無料体験」「アンケート調査」などと称して呼び止めて、喫茶店や営業所へ連れていき、不安をあおるなどして商品やサービスを契約させる。

■主な商品やサービス：化粧品・美顔器 エステ・絵画 など

詳しくはこちら

→<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/campaign/wakamono.html#catchsale>

Q3-1 あなたはこの商法を知っていましたか。

【必須】

回答前に上記リンク先をご確認ください。

- 内容(手口)を知っている
- 内容は知らないが、名称(言葉)は知っている
- 知らない

Q3-1で「1.内容(手口)を知っている」「2.内容は知らないが、名称(言葉)は知っている」と回答した方にうかがいます。

Q3-2 あなたはこの商法についてどこで知りましたか。(複数選択可)

【必須】

- 新聞・雑誌で読んだ
- ポスター、チラシ等で見た
- ウェブサイトで見た
- テレビで見た
- 学校で習った
- 家族・知人等、人から聞いた
- 家族・知人等が被害にあった・請求された(勧誘された)
- 自分が被害にあった・請求された(勧誘された)
- その他⇒具体的に
- わからない(覚えていない)

Q3-3 この商法の被害にあったことがありますか。

【必須】

- 被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある
- 被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある
- 被害にあったことも、請求された(勧誘された)こともない

Q3-3で「1.被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q3-4 被害金額は、いくらですか。複数の被害にあっていいる場合は、最も大きいものを選んでください。

【必須】

- 1万円未満
- 1万円以上5万円未満
- 5万円以上10万円未満
- 10万円以上50万円未満
- 50万円以上100万円未満
- 100万円以上500万円未満
- 500万円以上
- わからない(覚えていない)

Q3-3で「1.被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q3-5 被害にあった後、どのような行動をとりましたか。(複数選択可)

[必須]

- 消費生活センターに相談した
- 弁護士等の専門家に相談した
- 家族や知人に相談した
- 警察に相談した
- インターネット等により自分で調べた
- その他⇒具体的に
- 何もしなかった

Q3-5で「1.消費生活センターに相談した」を選択しなかった方にうかがいます。

Q3-6 消費生活センターに相談しなかったのは、なぜですか。(複数選択可)

[必須]

- 消費生活センターを知らなかったから
- より専門的などころに相談したかったから
- 相談するのが恥ずかしかったから
- 相談する時間がなかったから
- 相談できると思わなかったから
- 消費生活センターに相談しなくても解決できると思ったから
- 相談しても仕方がないと思ったから
- その他⇒具体的に

Q3-5で「7.何もしなかった」と回答した方にうかがいます。

Q3-7 何もしなかった理由は何ですか。(複数選択可)

[必須]

- どうしたらよいか、わからなかったから
- 相談したり調べたりしても解決しなかったから
- 相談するのが恥ずかしかったから
- 大した被害ではないと思ったから
- 自分にも責任があると思ったから
- その他⇒具体的に

Q3-3で「2.被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q3-8 請求された(勧誘された)にもかかわらず、被害に至らなかった理由は何ですか。(複数選択可)

[必須]

- その商法について知っていたから
- よく考えて慎重に対応したから
- 消費生活センターに相談したから
- 家族や知人に相談したから
- インターネット等で調べたから
- その他⇒具体的に

Q4

■商法名称【アポイントメントセールス】

■商法の概要、手口など:

「特別モニターに選ばれた」などと販売目的を明らかにしないで、または著しく有利な条件で取引できると言って、電話や郵便で喫茶店や事務所へ呼び出し、消費者に契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービスを契約させる。最近ではSNSや、出会い系サイトなどで知り合った人から誘われるケースが見られる。

■主な商品やサービス:アクセサリ 自己啓発講座 絵画 など

詳しくはこちら

→<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/campaign/wakamono.html#appointment>

Q4-1 あなたはこの商法を知っていましたか。

[必須]

回答前に上記リンク先をご確認ください。

- 内容(手口)を知っている
- 内容は知らないが、名称(言葉)は知っている
- 知らない

Q4-1で「1.内容(手口)を知っている」「2.内容は知らないが、名称(言葉)は知っている」と回答した方にうかがいます。

Q4-2 あなたはこの商法についてどこで知りましたか。(複数選択可)

[必須]

- 新聞・雑誌で読んだ
- ポスター、チラシ等を見た
- ウェブサイトを見た
- テレビを見た
- 学校で習った
- 家族・知人等、人から聞いた
- 家族・知人等が被害にあった・請求された(勧誘された)
- 自分が被害にあった・請求された(勧誘された)
- その他⇒具体的に
- わからない(覚えていない)

Q4-3 この商法の被害にあったことがありますか。

[必須]

- 被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある
- 被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある
- 被害にあったことも、請求された(勧誘された)こともない

Q4-3で「1.被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q4-4 被害金額は、いくらですか。複数の被害にあっていいる場合は、最も大きいものを選んでください。

[必須]

- 1万円未満
- 1万円以上5万円未満
- 5万円以上10万円未満
- 10万円以上50万円未満
- 50万円以上100万円未満
- 100万円以上500万円未満
- 500万円以上
- わからない(覚えていない)

Q4-3で「1.被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q4-5 被害にあった後、どのような行動をとりましたか。(複数選択可)

【必須】

- 消費生活センターに相談した
- 弁護士等の専門家に相談した
- 家族や知人に相談した
- 警察に相談した
- インターネット等により自分で調べた
- その他⇒具体的に
- 何もしなかった

Q4-5で「1.消費生活センターに相談した」を選択しなかった方にうかがいます。

Q4-6 消費生活センターに相談しなかったのは、なぜですか。(複数選択可)

【必須】

- 消費生活センターを知らなかったから
- より専門的なところに相談したかったから
- 相談するのが恥ずかしかったから
- 相談する時間がなかったから
- 相談できると思わなかったから
- 消費生活センターに相談しなくても解決できると思ったから
- 相談しても仕方がないと思ったから
- その他⇒具体的に

Q4-5で「7.何もしなかった」と回答した方にうかがいます。

Q4-7 何もしなかった理由は何ですか。(複数選択可)

【必須】

- どうしたらよいか、わからなかったから
- 相談したり調べたりしても解決しなかったから
- 相談するのが恥ずかしかったから
- 大した被害ではないと思ったから
- 自分にも責任があると思ったから
- その他⇒具体的に

Q4-3で「2.被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q4-8 請求された(勧誘された)にもかかわらず、被害に至らなかった理由は何ですか。(複数選択可)

【必須】

- その商法について知っていたから
- よく考えて慎重に対応したから
- 消費生活センターに相談したから
- 家族や知人に相談したから
- インターネット等で調べたから
- その他⇒具体的に

Q4-3で「1.被害にあった(契約した・お金を払った)ことがある」

「2.被害には至らなかったが、請求された(勧誘された)ことがある」と回答した方にうかがいます。

Q4-9 この商法の相手先からの最初のアプローチはどのようなでしたか。(複数選択可)

【必須】

- 知らない人から路上で声をかけられた
- 知らない人から電話がかかってきた
- 覚えのない差出人から郵便が届いた
- 覚えのない差出人からメールが届いた
- SNSや出会い系サイトで知り合った人から誘われた
- (以前から知っている)友人・知人から誘われた
- わからない(覚えていない)
- その他⇒具体的に

すべての方にかかっています。

Q5 今後、もしあなたが悪質商法の被害にあったら、あなたは消費生活センターに相談すると思いますか。 [必須]

- 相談すると思う
- たぶん相談すると思う
- どちらともいえない
- たぶん相談しないと思う
- 相談しないと思う

Q5で「4.たぶん相談しないと思う」「5.相談しないと思う」と回答した方にかかっています。

Q5-1 相談しないと思う理由は何ですか。(複数選択可) [必須]

- 相談しても仕方がないと思うから
- 相談するのが恥ずかしいから
- 相談する時間がないから
- 自分で解決できると思うから
- その他⇒具体的に

ここからは消費者被害を防止するための情報発信等についてかかっています。

Q6 消費者被害に関する注意喚起などの生活情報について、あなたが入手しやすいと思うメディア(広告媒体)を選択してください。(3つまで) [必須]

- ウェブサイト(PC)
- ウェブサイト(スマートフォン・タブレット)
- ウェブサイト(従来型携帯電話)
- メールマガジン
- SNS(ツイッター、フェイスブックなど)
- 新聞
- 車内広告(電車・バス)
- 印刷物(パンフレット・チラシ)
- 市販の雑誌
- フリーペーパー
- テレビ
- ラジオ
- その他⇒具体的に
- 特になし

Q7 あなたは消費者被害を防止するために東京都が行っている次の取組について、どの程度知っていますか。 [必須]

回答前にそれぞれのリンク先をご確認ください。

| | | 登録して利用している・ | 見たことがある | あることは知っている | 知らない |
|--|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ウェブサイト「東京くらしWEB」 http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/ | → | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 東京都消費生活ツイッター https://twitter.com/tocho_shouhi | → | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 東京都消費生活フェイスブック https://www.facebook.com/tocho_shouhi | → | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 消費生活情報誌「東京くらしねっと」(印刷版・Web版含む) http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/kurashi/ | → | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Q8

若者に対する悪質被害防止キャンペーンについてうかがいます。

「若者向け悪質商法被害防止共同キャンペーン」 ※キャンペーンキャラクター「カモかも」

https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/campaign/wakamono_press.html



Q8-1 あなたは、若者向け悪質商法被害防止キャンペーンのキャラクター「カモかも」を見たことがありますか。

[必須]

回答前に上記リンク先をご確認ください。

- 見たことがある
- 見たことがない
- わからない

Q8-1で「1.見たことがある」と回答した方にうかがいます。

Q8-2 悪質商法被害防止キャンペーン(キャラクター「カモかも」)について、見たことがあるものを選んでください。(複数選択可)

[必須]

- リーフレット
- ポスター
- インターネットのバナー広告
- 東京くらしWEB
- 映画館でのCM
- 電車内液晶ディスプレイでの映像
- 電車内中吊り広告
- グッズ(ボールペンや付箋、カレンダー、手帳など)
- 自動車学校でのCM
- 着ぐるみ
- わからない(覚えていない)
- その他⇒具体的に

Q9

東京都では、若者の消費者被害防止に向け、学生芸人・若手芸人が「悪質商法」をテーマに作成した漫才・コントを活用する取組を実施しています。

平成27年度は、池袋のサンシャインシティで公開収録イベントを行うとともに、収録した作品はインターネット上に掲載しました。また、関連イベントとして、大学祭でのミニライブも開催しました。

→お笑いで悪いヤツらをぶっとばせ！サンシャインシティでパワー全開！

https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/tieup/geinin/2015_eventreport.html

→お笑いで悪いヤツらをぶっとばせ！ガ・ク・サ・イでパワー全開！

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/tieup/geinin/gakusai2015.html>



Q9-1 あなたは上記の取組を知っていますか。

[必須]

回答前に上記リンク先をご確認ください。

- 知っている
- 知らない

Q9-2 若者の消費者被害防止に向けた取組として、どう思いますか。

[必須]

- 良いと思う
- どちらかと言えば良いと思う
- どちらかと言えば良くないと思う
- 良くないと思う
- わからない

Q10 あなたは4コマ漫画で楽しく学べる「飯田橋四コマ劇場 ～アニキとコ・ブンが指南!? 輝かしい社会人への第一歩～」を知っていますか。 [必須]

詳しくは下記リンクより

→http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/4koma/wakamono_dokuhon.html



回答前に上記リンク先をご確認ください。

- 知っている
- 知らない

Q10-1 若者の消費者被害防止に向けた取組としてどう思いますか。 [必須]

- 良いと思う
- どちらかと言えば良いと思う
- どちらかと言えば良くないと思う
- 良くないと思う
- わからない

Q11 あなたが消費者教育を受けるとしたら、どのようなテーマを希望しますか。(3つまで) [必須]

- 契約とは何か
- 悪質商法
- お金について(お金の役割等)
- 金融商品・投資に関するトラブル
- 多重債務・家計管理
- 振り込め詐欺や投資詐欺等
- 携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル
- クーリング・オフ制度等
- クレジットカードの仕組みについて
- 食品や製品の安全と表示について
- グリーンコンシューマー
- フェアトレード
- その他⇒具体的に
- 特になし

Q12 あなたは「エシカル消費」を知っていますか。

【必須】

→エシカル消費とは、地球環境や社会貢献といったより広い視野での効用を求める消費スタイルのことで、単に商品やサービスを購入することだけでなく、それらを購入することで将来にどのような影響、派生効果が出るか意識しながら商品を購入すること。

- 知っている
- 言葉は聞いたことがあるが、内容までは知らない
- 知らない

Q13 あなたが消費者教育を受けるとしたら、どのような形で受けたいと思いますか。(複数選択可)

【必須】

- 消費生活センターの講座に参加する
- 学校や職場での講座や研修に参加する
- DVD教材を利用して学ぶ
- インターネット上の教材を利用して学ぶ
- 印刷物の教材を利用して学ぶ
- その他⇒具体的に
- 特になし

ここからは今後の消費者被害防止に向けた取組についてうかがいます。

Q14 若者に注意喚起情報を届けるには、どのような取組が効果的だと思いますか。

【必須】

Q15 若者の消費者被害防止に向けた取組として、東京都に力を入れて欲しいことはなんですか。(複数選択可)

【必須】

- 消費者教育・啓発の充実
- 消費者被害に関する迅速な情報提供の充実
- 消費生活相談窓口の更なる周知
- 消費生活相談体制の充実
- 悪質事業者の取締の強化
- その他(具体的に:)
- わからない