

# 情報発信ツールに関する調査 報告書

令和5年1月

東京都生活文化スポーツ局



# 目 次

I.	調査の概要	1
1.	背景と目的	1
2.	調査内容・方法	1
3.	集計・分析にあたっての留意事項	2
II.	アンケート調査結果	3
1.	回答者の属性	3
2.	消費生活情報への接触状況	12
3.	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	36
	<巻末資料①>アンケート調査票	69
	<巻末資料②>アンケート結果単純集計	85



# I. 調査の概要

## 1. 背景と目的

東京都（以下「都」という。）が持つ情報発信ツールの利用実態等を調査し、消費者にとって、より「分かりやすい」「見やすい」「必要な情報が手に入る」情報発信を検討し、もって「伝わる」情報発信を行うための基礎資料とする。

## 2. 調査内容・方法

都内に在住する 15 歳から 74 歳までを対象としたインターネットアンケート調査を行った。

### (1) 調査項目

- 消費生活情報への接触状況
- 東京くらしWEBの利用状況
- 消費生活行政ツイッター・フェイスブックの利用状況
- その他都が行う事業に関する設問

### (2) 調査対象

都内に在住する 15 歳から 74 歳までの 2,400 人

ただし、満 15 歳に達した日以後の最初の 3 月 31 日に到達していない人は除く。

### (3) 調査方法

WEB モニタ調査

### (4) 調査実施期間

令和 4 年 9 月 1 日（木）～令和 4 年 9 月 26 日（月）

### (5) 回収

予め設定した回収数を以下の男女別に年齢区分ごとに設定し、男性、女性及び自認性「その他」の合計で 2,400 名の回答を得た。

No	男性・年齢区分	回収数(人)
1	15-19 歳	99
2	20-24 歳	97
3	25-29 歳	99
4	30-34 歳	100
5	35-39 歳	100
6	40-44 歳	99
7	45-49 歳	100
8	50-54 歳	100
9	55-59 歳	100
10	60-64 歳	100
11	65-69 歳	100
12	70-74 歳	100
男性・計		1,194

No	女性・年齢区分	回収数(人)
13	15-19 歳	99
14	20-24 歳	100
15	25-29 歳	100
16	30-34 歳	99
17	35-39 歳	100
18	40-44 歳	100
19	45-49 歳	99
20	50-54 歳	100
21	55-59 歳	100
22	60-64 歳	99
23	65-69 歳	100
24	70-74 歳	100
女性・計		1,196

No	自認性(その他)・年齢区分	回収数(人)
1	15-19 歳	2
2	20-24 歳	3
3	25-29 歳	1
4	30-34 歳	1
5	35-39 歳	-
6	40-44 歳	1
7	45-49 歳	1
8	50-54 歳	-
9	55-59 歳	-
10	60-64 歳	1
11	65-69 歳	-
12	70-74 歳	-
自認性(その他) 計		10

### 3. 集計・分析にあたっての留意事項

- 回答比率（％）は、小数点第2位を四捨五入して算出しており、回答比率を合計しても100％にならない場合がある。
- 複数回答の設問の場合、回答比率の合計が100％を超える場合がある。
- グラフに表記される「n=数字」は、集計対象の母数を表す。
- グラフや表の中での選択肢の文章が長い場合は、簡略化して表現しているため、アンケート調査票の文章とは一致していない場合がある。
- クロス分析において、回答者数の少ない属性についてのコメントは控えている。
- 各設問において、「その他」として回答のあった内容は、回答の多かったものを整理して記載した。
- クロス分析表中の網掛け欄は、それぞれの属性（行）の全体に対し割合（％）が高い項目、または集計表全体で特徴的な項目を示している。