

## <巻末資料②> アンケート結果単純集計

性・年齢別回収数		回答数	%
全体		2400	100.0
1	男性／15-19歳	100	4.2
2	男性／20-24歳	100	4.2
3	男性／25-29歳	100	4.2
4	男性／30-34歳	100	4.2
5	男性／35-39歳	100	4.2
6	男性／40-44歳	100	4.2
7	男性／45-49歳	100	4.2
8	男性／50-54歳	100	4.2
9	男性／55-59歳	100	4.2
10	男性／60-64歳	100	4.2
11	男性／65-69歳	100	4.2
12	男性／70-74歳	100	4.2
13	女性／15-19歳	100	4.2
14	女性／20-24歳	100	4.2
15	女性／25-29歳	100	4.2
16	女性／30-34歳	100	4.2
17	女性／35-39歳	100	4.2
18	女性／40-44歳	100	4.2
19	女性／45-49歳	100	4.2
20	女性／50-54歳	100	4.2
21	女性／55-59歳	100	4.2
22	女性／60-64歳	100	4.2
23	女性／65-69歳	100	4.2
24	女性／70-74歳	100	4.2

あなたの職業を教えてください。(SA)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	会社員、公務員、団体職員（役員等を含む。）	990	41.3
2	パート、アルバイト・契約・嘱託・派遣等	316	13.2
3	自営業・自由業	167	7.0
4	専業主婦（専業主夫）	316	13.2
5	中学生	0	0.0
6	高校生	97	4.0
7	大学生	190	7.9
8	無職（年金生活者を含む）	301	12.5
9	その他	23	1.0

あなたは以下の情報端末機器をお持ちですか。(MA)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	パソコン	1804	75.2
2	タブレット	675	28.1
3	スマートフォン	2200	91.7
4	携帯電話(ガラケー/フィーチャーフォン)	147	6.1
5	その他	2	0.1

あなたは情報端末機器をどのような目的で利用していますか。(MA)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	ニュース・情報の入手	1974	82.3
2	オンラインショッピング	1622	67.6
3	インターネットバンキング	1082	45.1
4	メール	1855	77.3
5	ツイッター、フェイスブック、LINEなどのSNS	1464	61.0
6	ゲーム	779	32.5
7	ブログや掲示板	444	18.5
8	動画・音楽等の視聴	1391	58.0
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	528	22.0
10	その他	28	1.2

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)

		回答数	%
全体		1464	100.0
1	フェイスブック	434	29.6
2	ツイッター	943	64.4
3	LINE	1304	89.1
4	インスタグラム	794	54.2
5	TikTok	255	17.4
6	リンクトイン	46	3.1
7	ミクシィ	48	3.3
8	その他のSNS	6	0.4

あなたは新聞を読んでいますか。(MA)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	紙で読んでいる	758	31.6
2	電子版で読んでいる	393	16.4
3	新聞は読んでいない	1432	59.7

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。（S A）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	知っている	730	30.4
2	内容までは知らないが、名前は知っている	867	36.1
3	知らない	803	33.5

あなたは、これまでに消費者トラブルにあったことはありますか。（S A）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	トラブルにあったことがある	261	10.9
2	トラブルには至らなかったが、問題を感じた・請求（又は勧誘など）されたことがある	435	18.1
3	トラブルにあったことも、問題を感じた・請求（又は勧誘など）されたこともない	1233	51.4
4	よく覚えていない・わからない	471	19.6

Q1 あなたが普段から関心を持っている情報はどれですか。（M A）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	金融商品・投資・資産運用	721	30.0
2	家計管理・節約	598	24.9
3	悪質商法の手口と対処方法	294	12.3
4	架空・不当請求	237	9.9
5	インターネット通販利用に関する注意点	439	18.3
6	サブスクリプションサービス利用に関する注意点（ゲームや音楽など）	190	7.9
7	SNSに関するルール・マナー	321	13.4
8	デジタル技術（ブロックチェーンや家電機器のIoTなど）に関する留意点	206	8.6
9	クーリング・オフ制度	185	7.7
10	不動産（家・土地の賃貸や売買）に関する注意点	205	8.5
11	終活（相続・遺言・葬儀など）に関する注意点	266	11.1
12	食品の安全と表示	562	23.4
13	身の回りの商品・サービスについての安全性	445	18.5
14	エシカル消費（注1）やSDGs（注2）についての情報	209	8.7
15	くらしに役立つ豆知識	690	28.8
16	その他	6	0.3
17	これらの情報には興味がない	780	32.5

Q2 あなたは、Q1で掲げたような情報について、日ごろ、どの程度情報を得ていると思いますか。（S A）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	十分に得ていると思う	80	3.3
2	ある程度得ていると思う	946	39.4
3	あまり得ていないと思う	828	34.5
4	ほとんど得ていないと思う	546	22.8

Q3 Q2で、消費生活情報を「十分に得ていると思う」「ある程度得ていると思う」と答えた方にお聞きします。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。(MA)

		回答数	%
全体		1026	100.0
1	ウェブサイト	780	76.0
2	ツイッターやフェイスブックなどのSNS	329	32.1
3	テレビ(CMを含む)	576	56.1
4	ラジオ(CMを含む)	108	10.5
5	新聞・雑誌(フリーペーパーを含む)	346	33.7
6	東京都や区市町村が発行する広報紙(誌)	313	30.5
7	チラシ・リーフレット・パンフレット	144	14.0
8	自治会の回覧や商店街・地域の施設などの掲示板	114	11.1
9	交通広告(駅・電車・バスなどの広告)	113	11.0
10	その他	15	1.5

Q4 Q3で、「ウェブサイト」「ツイッターやフェイスブックなどのSNS」と答えた方にお聞きします。次の中で、あなたが情報を入手したことのあるウェブサイトやSNSはどれですか。(MA)

		回答数	%
全体		852	100.0
1	消費者庁のウェブサイト又はSNS	198	23.2
2	国民生活センターのウェブサイト又はSNS	168	19.7
3	金融庁のウェブサイト又はSNS	110	12.9
4	東京都ウェブサイト「東京くらしWEB」又は「東京都消費生活行政」SNS	240	28.2
5	区市町村・官公庁のウェブサイト又はSNS	300	35.2
6	製品評価技術基盤機構(NITE)のウェブサイト又はSNS	49	5.8
7	その他の団体のウェブサイト又はSNS	274	32.2
8	その他	42	4.9

Q5 Q2で、消費生活情報を「あまり得ていないと思う」「ほとんど得ていないと思う」と答えた方にお聞きします。消費生活情報を得ていない理由は何ですか?(MA)

		回答数	%
全体		1374	100.0
1	必要な知識は既に持っているから	57	4.1
2	時間がないから	237	17.2
3	調べてまで知ろうと思う情報ではないから	343	25.0
4	トラブルにあったときや必要なときには調べるから	343	25.0
5	調べても、情報が難しくてよく分からないから	216	15.7
6	どこから情報を入手したらよいか分からないから	278	20.2
7	消費生活情報に関心はないから	399	29.0
8	その他	5	0.4

Q6\_1 消費生活情報のうち、「A：あなたが主体的・積極的に調べたことのあるもの」、「B：消費生活情報のうち、あなたが受動的に知っていると考えるもの」についてお答えください。／Aあなたが主体的・積極的に調べたことのあるもの（MA）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	金融商品・投資・資産運用	678	28.3
2	家計管理・節約	456	19.0
3	悪質商法の手口と対処方法	236	9.8
4	架空・不当請求	206	8.6
5	インターネット通販利用に関する注意点	320	13.3
6	サブスクリプションサービス利用に関する注意点（ゲームや音楽など）	213	8.9
7	SNSに関するルール・マナー	218	9.1
8	デジタル技術（ブロックチェーンや家電機器のIoTなど）に関する留意点	182	7.6
9	クーリング・オフ制度	203	8.5
10	不動産（家・土地の賃貸や売買）に関する注意点	214	8.9
11	終活（相続・遺言・葬儀など）に関する注意点	190	7.9
12	食品の安全と表示	321	13.4
13	身の回りの商品・サービスについての安全性	259	10.8
14	エシカル消費やSDGsについての情報	141	5.9
15	暮らしに役立つ豆知識	398	16.6
16	その他	2	0.1
17	特になし	1069	44.5

Q6\_2 消費生活情報のうち、「A：あなたが主体的・積極的に調べたことのあるもの」、「B：消費生活情報のうち、あなたが受動的に知っていると考えるもの」についてお答えください。／Bあなたが受動的に知っていると考えるもの（MA）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	金融商品・投資・資産運用	240	10.0
2	家計管理・節約	350	14.6
3	悪質商法の手口と対処方法	509	21.2
4	架空・不当請求	505	21.0
5	インターネット通販利用に関する注意点	427	17.8
6	サブスクリプションサービス利用に関する注意点（ゲームや音楽など）	332	13.8
7	SNSに関するルール・マナー	476	19.8
8	デジタル技術（ブロックチェーンや家電機器のIoTなど）に関する留意点	297	12.4
9	クーリング・オフ制度	477	19.9
10	不動産（家・土地の賃貸や売買）に関する注意点	262	10.9
11	終活（相続・遺言・葬儀など）に関する注意点	289	12.0
12	食品の安全と表示	364	15.2
13	身の回りの商品・サービスについての安全性	316	13.2
14	エシカル消費やSDGsについての情報	410	17.1
15	暮らしに役立つ豆知識	349	14.5
16	その他	7	0.3
17	特になし	1170	48.8

Q7 消費生活情報を主体的・積極的に調べた理由は何ですか。(MA)

		回答数	%
全体		1331	100.0
1	悪質商法等について身近に見聞きしたから	303	22.8
2	悪質商法等で被害・損害を受けたから	111	8.3
3	契約上の問題に対応する必要があったから	170	12.8
4	生活上のトラブルや安全に関する知識を得たいと考えたから	674	50.6
5	生活をより豊かにしたいと考えたから	488	36.7
6	ライフイベント上で必要となったから	174	13.1
7	社会貢献したいと考えたから	67	5.0
8	その他	21	1.6

Q8 今後、東京都が消費生活情報を発信していく上で、力を入れてほしい媒体はどれですか。(MA)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	ウェブサイト	1301	54.2
2	ツイッターやフェイスブックなどのSNS	572	23.8
3	テレビCM	811	33.8
4	ラジオCM	108	4.5
5	新聞広告	259	10.8
6	雑誌広告(フリーペーパーを含む)	121	5.0
7	東京都や区市町村が発行する広報紙(誌)	563	23.5
8	チラシ・リーフレット・パンフレット	245	10.2
9	自治会の回覧や商店街・地域の施設の掲示板など	228	9.5
10	交通広告(駅・電車・バスなどの広告)	337	14.0
11	その他	54	2.3

Q9\_1 あなたは、「東京くらしWEB」を見たことがありますか。(SA)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	よく見る	40	1.7
2	ときどき見る	146	6.1
3	見たことはある	278	11.6
4	見たことがない	1936	80.7

Q9\_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、どのコンテンツをよくご利用になりますか。(MA)

		回答数	%
全体		186	100.0
1	相談窓口	49	26.3
2	注意喚起情報(消費者注意情報・危害危険情報)	64	34.4
3	消費生活相談FAQ・基礎知識	67	36.0
4	講座・イベント情報	36	19.4
5	消費者教育教材等検索サイト	47	25.3
6	悪質事業者通報サイト	49	26.3
7	最新情報	48	25.8
8	架空請求対策・架空請求事業者一覧	30	16.1
9	WEB版消費者教育読本	24	12.9
10	動画配信中	16	8.6
11	エシカル消費	18	9.7
12	その他	0	0.0

Q9\_3 「東京くらしWEB」を「よく見る」、「ときどき見る」、「見たことはある」と回答された方にお聞きします。「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)

		回答数	%
全体		464	100.0
1	インターネットの検索サイトで検索した結果で	186	40.1
2	消費生活行政ツイッターのリンクから	53	11.4
3	消費生活行政フェイスブックのリンクから	51	11.0
4	広報紙「広報東京都」を見て	131	28.2
5	消費生活情報誌「東京くらしねっと」をみて	83	17.9
6	東京都のチラシ・グッズから	72	15.5
7	東京都の他のウェブサイトから(都庁公式HP、「MY TOKYO」等)	84	18.1
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	58	12.5
9	ニュースサイトの記事リンクから	56	12.1
10	所属先から(学校の授業、会社での研修など)	29	6.3
11	その他	7	1.5

Q9\_4 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)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	消費生活センターなどの相談窓口を調べたい時	970	40.4
2	悪質商法の被害にあったので、対応方法を調べたい時	527	22.0
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	487	20.3
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	260	10.8
5	架空請求の事業者名や手口を知りたい時	379	15.8
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	315	13.1
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	225	9.4
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	407	17.0
9	商品等の安全性に関する調査の結果を知りたい時	267	11.1
10	消費生活講座やイベント情報について知りたい時	182	7.6
11	消費者教育教材の内容を知りたい時	93	3.9
12	消費生活に関する情報を幅広く身に付けたい時	230	9.6
13	エシカル消費やSDGsについて知りたい時	184	7.7
14	正しい計量について知りたい時	133	5.5
15	くらしに役立つ豆知識など日常生活に身近な情報を知りたい時	802	33.4
16	その他	82	3.4

Q9\_5 あなたは、「東京暮らしWEB」を利用しやすくするために、どのようなことが必要だと思いますか。(M A)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	知りたい情報がどこにあるかを分かりやすくしてほしい	1097	45.7
2	短い文章・分かりやすい言葉で簡潔に説明してほしい	749	31.2
3	専門的に詳しく説明してほしい	312	13.0
4	絵やクイズなどで楽しみながら読めるものにしてほしい	313	13.0
5	現状のままでも利用しやすい	763	31.8
6	その他	58	2.4

Q10\_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。(S A)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	見ている	37	1.5
2	ときどき見る	99	4.1
3	見たことはないが、知っている	190	7.9
4	見たこともないし、知らない	2074	86.4

Q10\_2 「消費生活行政ツイッター」を「見ている」、「ときどき見る」と回答された方にお聞きします。「東京都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。(M A)

		回答数	%
全体		136	100.0
1	東京暮らしWEBから	50	36.8
2	東京暮らしねっとの記事から	47	34.6
3	東京都のチラシ・グッズから	44	32.4
4	インターネットの検索サイトで検索した結果から	60	44.1
5	他のアカウントのリツイートから	30	22.1
6	トレンドやモーメント、ハッシュタグから	15	11.0
7	その他	0	0.0
8	わからない	3	2.2

Q10\_3 「東京都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。(M A)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	架空請求事業者の情報	802	33.4
2	悪質商法の被害にあわないための注意喚起情報	799	33.3
3	商品等使用した際の危害・危険についての注意喚起	650	27.1
4	事業者の処分(業務停止命令等)情報	393	16.4
5	消費生活講座・イベントの開催情報	331	13.8
6	エシカル消費やSDGsについての情報	276	11.5
7	暮らしに役立つ豆知識など日常生活に身近な情報	1068	44.5
8	その他	135	5.6

Q11\_1 あなたは消費生活フェイスブックを見たことがありますか。(SA)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	見ている	37	1.5
2	ときどき見る	82	3.4
3	見たことはないが、知っている	136	5.7
4	見たこともないし、知らない	2145	89.4

Q11\_2 「消費生活フェイスブック」を「見ている」、「ときどき見る」と回答された方にお聞きします。「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)

		回答数	%
全体		119	100.0
1	東京暮らしWEBから	46	38.7
2	東京暮らしねっとの記事から	48	40.3
3	東京都のチラシ・グッズから	59	49.6
4	インターネットの検索サイトで検索した結果から	49	41.2
5	他のアカウントの「いいね」やシェアから	13	10.9
6	その他	0	0.0
7	わからない	7	5.9

Q11\_3 「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)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	架空請求事業者の情報	740	30.8
2	悪質商法の被害にあわないための注意喚起情報	758	31.6
3	商品等使用した際の危害・危険についての注意喚起	598	24.9
4	事業者の処分(業務停止命令等)情報	372	15.5
5	消費生活講座・イベントの開催情報	330	13.8
6	東京都の消費生活行政の取組	337	14.0
7	エシカル消費やSDGsについての情報	286	11.9
8	暮らしに役立つ豆知識など生活に身近な情報	1043	43.5
9	その他	159	6.6

Q12\_1 レイアウト(見やすさ)について、どう思いますか。(SA)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	見やすい	384	16.0
2	どちらかというで見やすい	1285	53.5
3	どちらかと言えば見にくい	512	21.3
4	見にくい	219	9.1

Q12\_2 WEB版「東京くらしねっと（9・10月号）」で興味を持った記事はどれですか。（MA）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	今月の話題	663	27.6
2	安全シグナル	491	20.5
3	お知らせ	362	15.1
4	講座案内	228	9.5
5	相談の窓口から	245	10.2
6	特にない	1068	44.5

Q13\_1 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）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	よく伝わる	423	17.6
2	何となく伝わる	1081	45.0
3	あまり伝わらない	570	23.8
4	伝わらない	326	13.6

Q14\_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）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	よく伝わる	421	17.5
2	何となく伝わる	1022	42.6
3	あまり伝わらない	622	25.9
4	伝わらない	335	14.0

Q14\_3 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）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	思った	801	33.4
2	少し思った	872	36.3
3	あまり思わなかった	474	19.8
4	思わなかった	253	10.5

Q14\_5 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）

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	リーフレット	620	25.8
2	電車の車内広告（ポスター、映像モニター）	996	41.5
3	駅構内広告（デジタルサイネージ）	593	24.7
4	屋外広告（街頭ビジョン等）	510	21.3
5	インターネットのバナー広告	976	40.7
6	ツイッターやフェイスブックなどのSNSを活用した広告	909	37.9
7	キャラクター（着ぐるみ）による街頭イベント	351	14.6
8	その他	126	5.3

Q14\_6 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)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	知っている	252	10.5
2	知らない	2148	89.5

Q15 あなたが知識を得る場合、利用しやすいのはどちらですか。(MA)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	DVD教材	645	26.9
2	消費者教育読本WEB版	1752	73.0
3	その他	146	6.1

Q16 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。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)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	そう思う	462	19.3
2	どちらかと言えばそう思う	1188	49.5
3	どちらかと言えばそう思わない	432	18.0
4	そう思わない	318	13.3

Q17 あなたは、動画を見てわかりやすいと思いましたか。(SA)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	わかりやすいと思った	557	23.2
2	どちらかと言えばわかりやすいと思った	1192	49.7
3	どちらかと言えばわかりにくいと思った	424	17.7
4	わかりにくいと思った	227	9.5

Q18\_1 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)

		回答数	%
全体		2400	100.0
1	よく見ている	46	1.9
2	ときどき見ている	221	9.2
3	見たことはある	483	20.1
4	見たことがない	1650	68.8

Q18\_2 Q18\_1で「よく見ている」「ときどき見ている」「見たことはある」と答えた方にお聞きます。見たことのある消費生活情報は、「東京暮らしWEB」に掲載されているものだと知っていましたか。(SA)

		回答数	%
全体		750	100.0
1	知っている	74	9.9
2	知っているものと知らなかったものがある	355	47.3
3	知らなかった	321	42.8