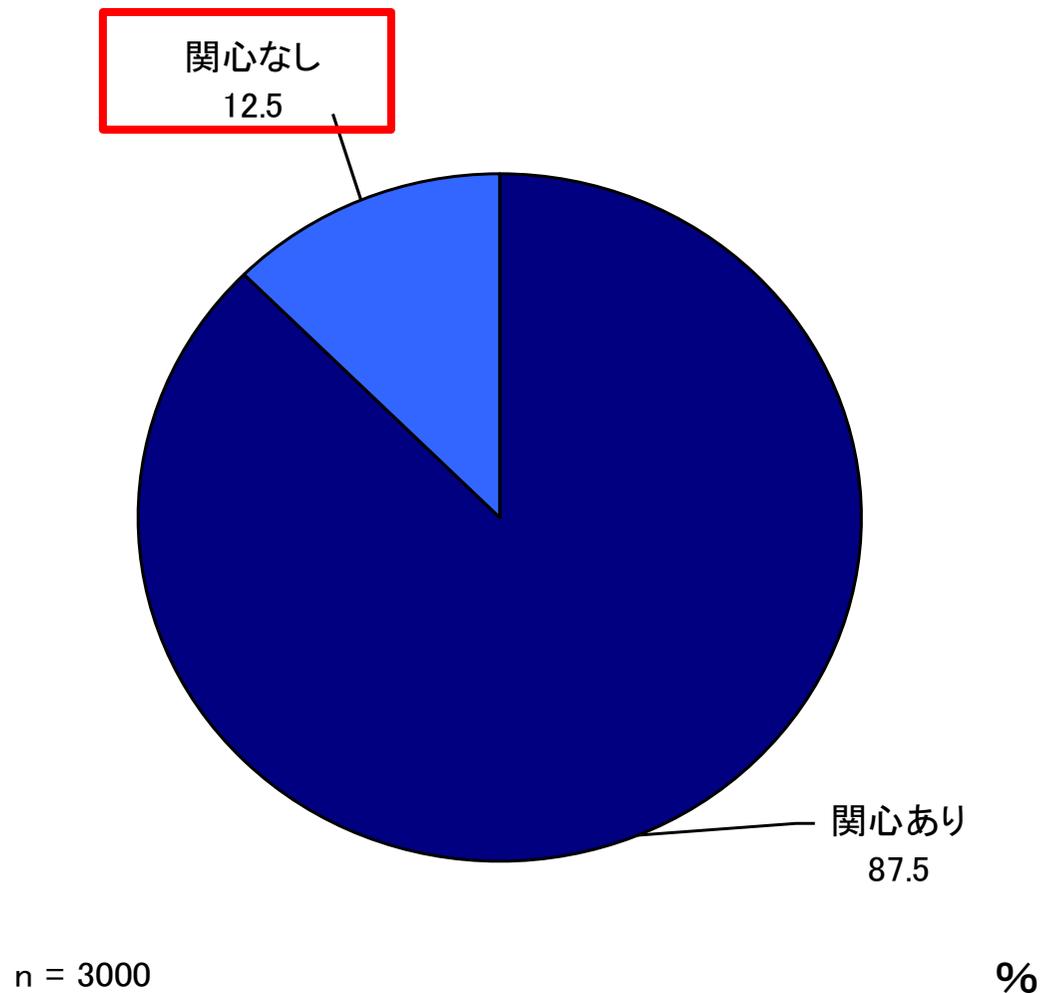


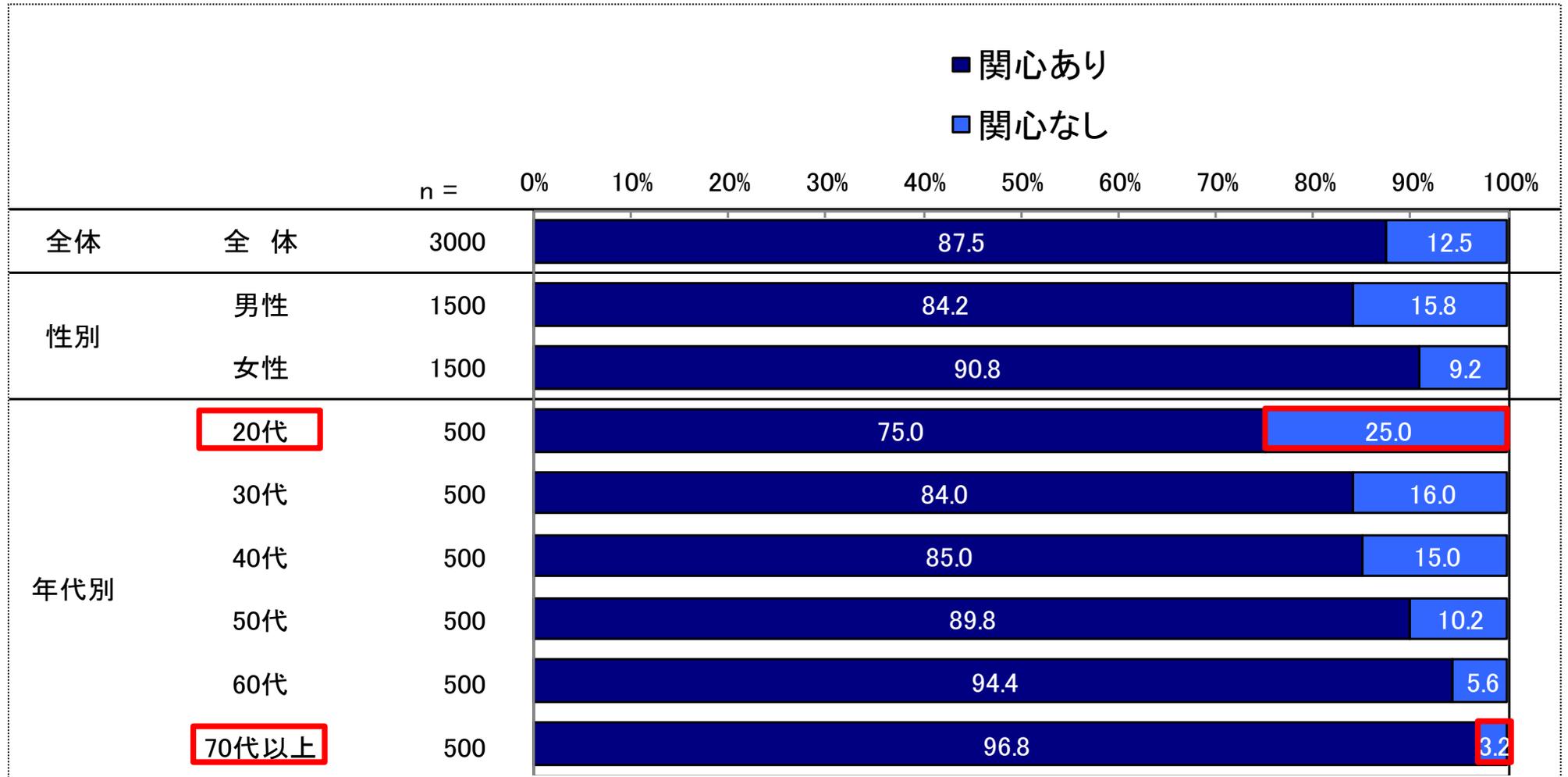
消費生活問題への関心

消費生活問題への関心について尋ねたところ、「関心なし」の層が12.5%いた。



消費生活問題への関心(性別・年代別)

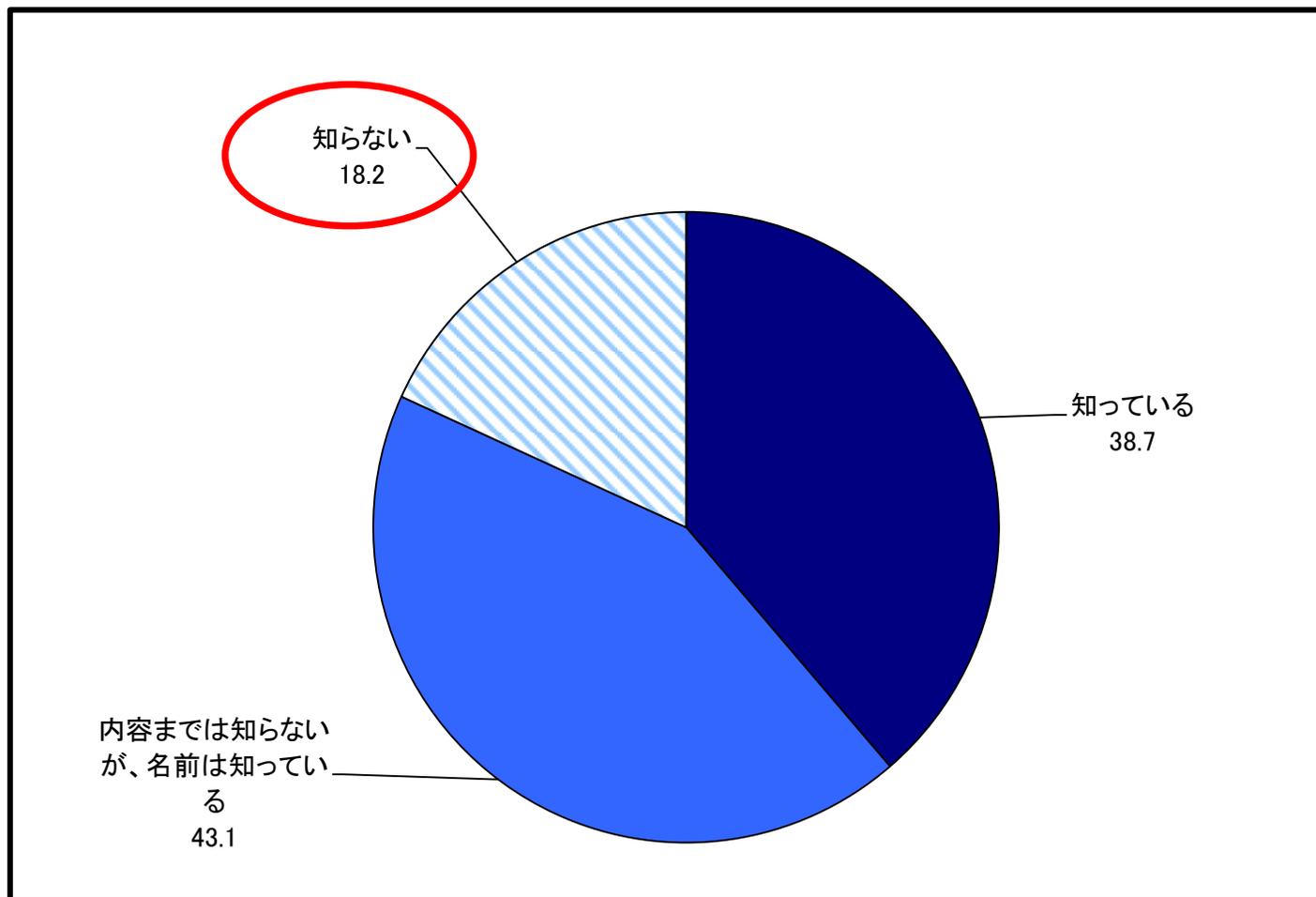
年代別では、「関心なし」の割合が最も高い層は【20代】で25.0%、最も低い層は【70代以上】で3.2%、その差は21.8ポイントであった。年代が若いほど関心のない割合が高くなっている。



資料:「都民の消費生活に関する意識調査」(平成28年3月)(東京都生活文化局)から作成

消費生活センター・消費生活相談窓口の認知

消費生活センター等に認知について尋ねたところ、「東京都の消費生活センター」または「お住まいの区市町村の消費生活センターや消費生活相談窓口」について「知らない」人が2割弱(18.2%)いる。



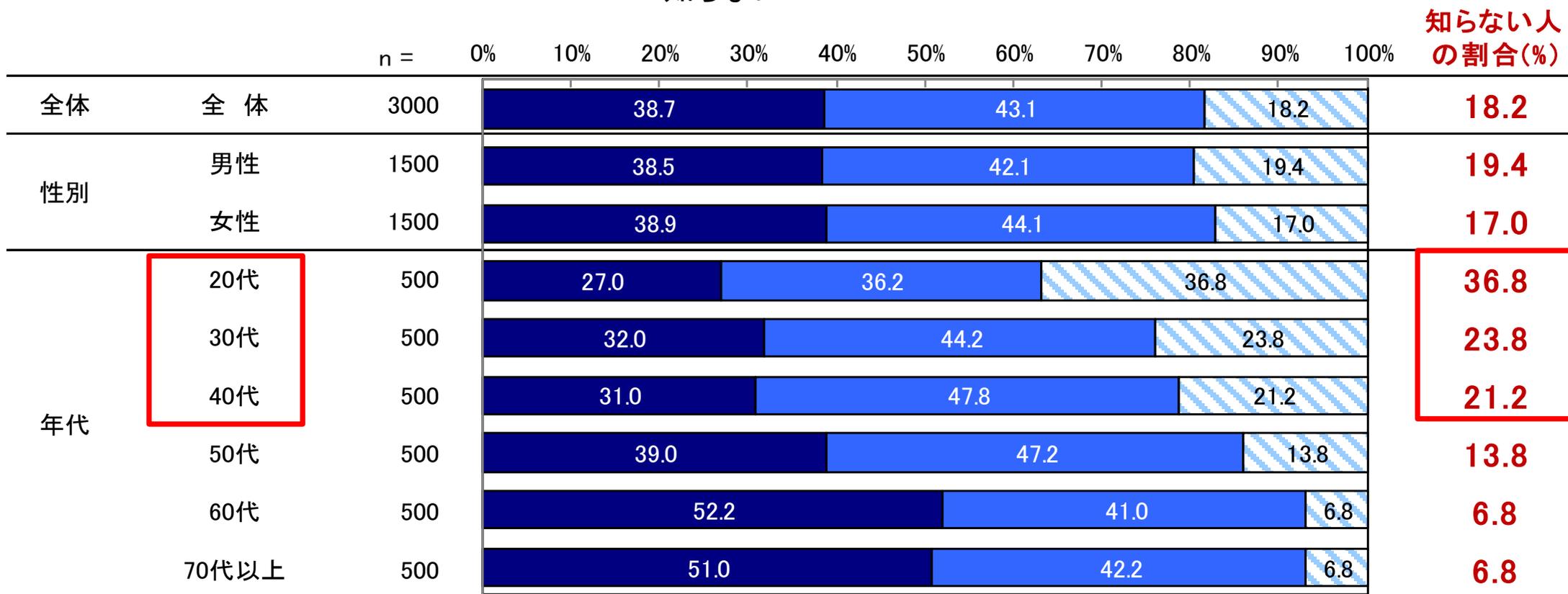
N=3,000 単位%

資料:「都民の消費生活に関する意識調査」(平成28年3月)(東京都生活文化局)から作成

消費生活センター・消費生活相談窓口の認知(性別・年代別)

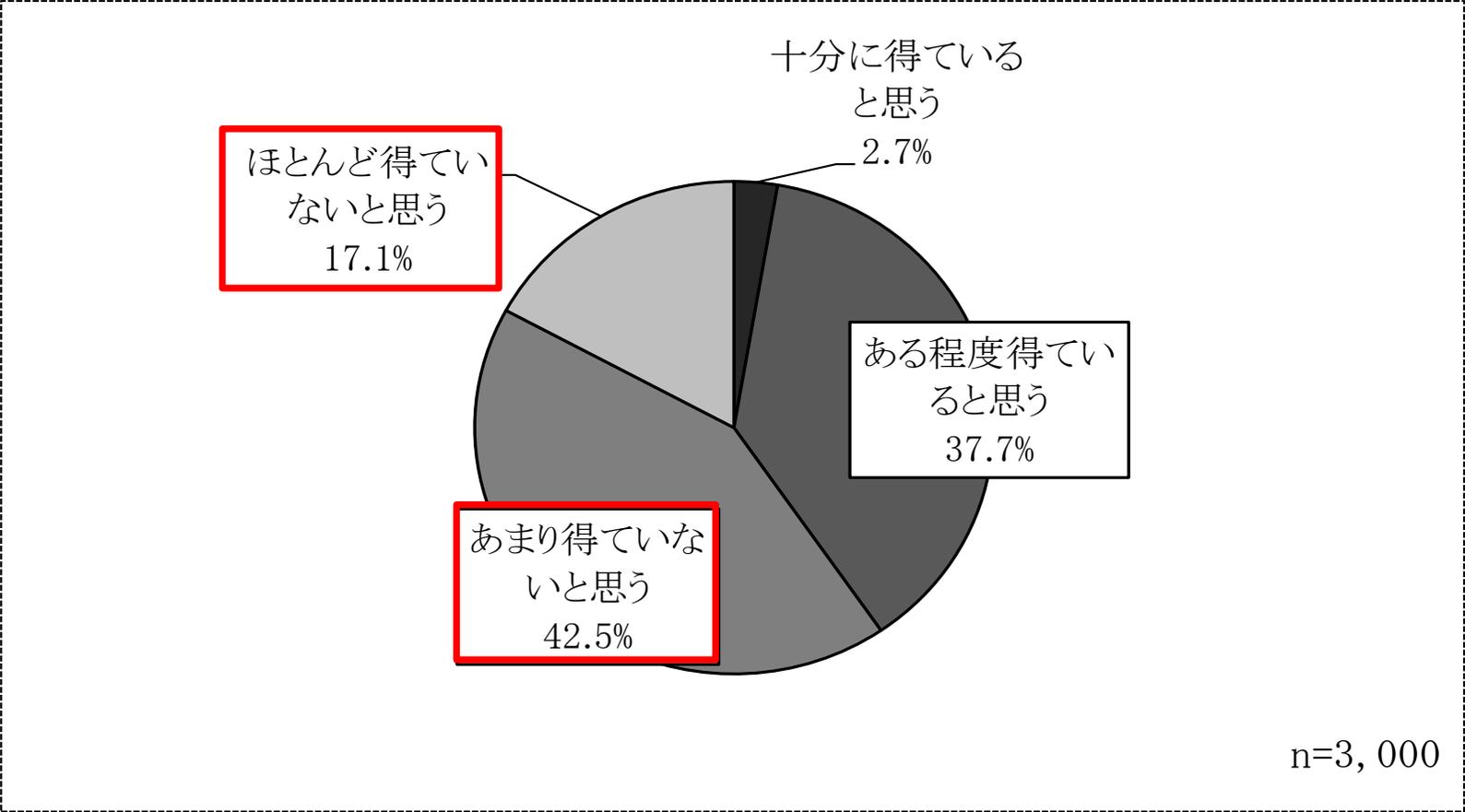
「東京都の消費生活センター」または「お住まいの区市町村の消費生活センターや消費生活相談窓口」を知らない人のうち、年代別に見て知らない割合が最も高いのは20代で3割強(36.8%)、次いで30代と40代が2割(30代23.8%、40代が21.2%)となっており、年代が若い層ほど知らない人が多い。

- 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



消費生活情報についてどの程度情報を得ているか

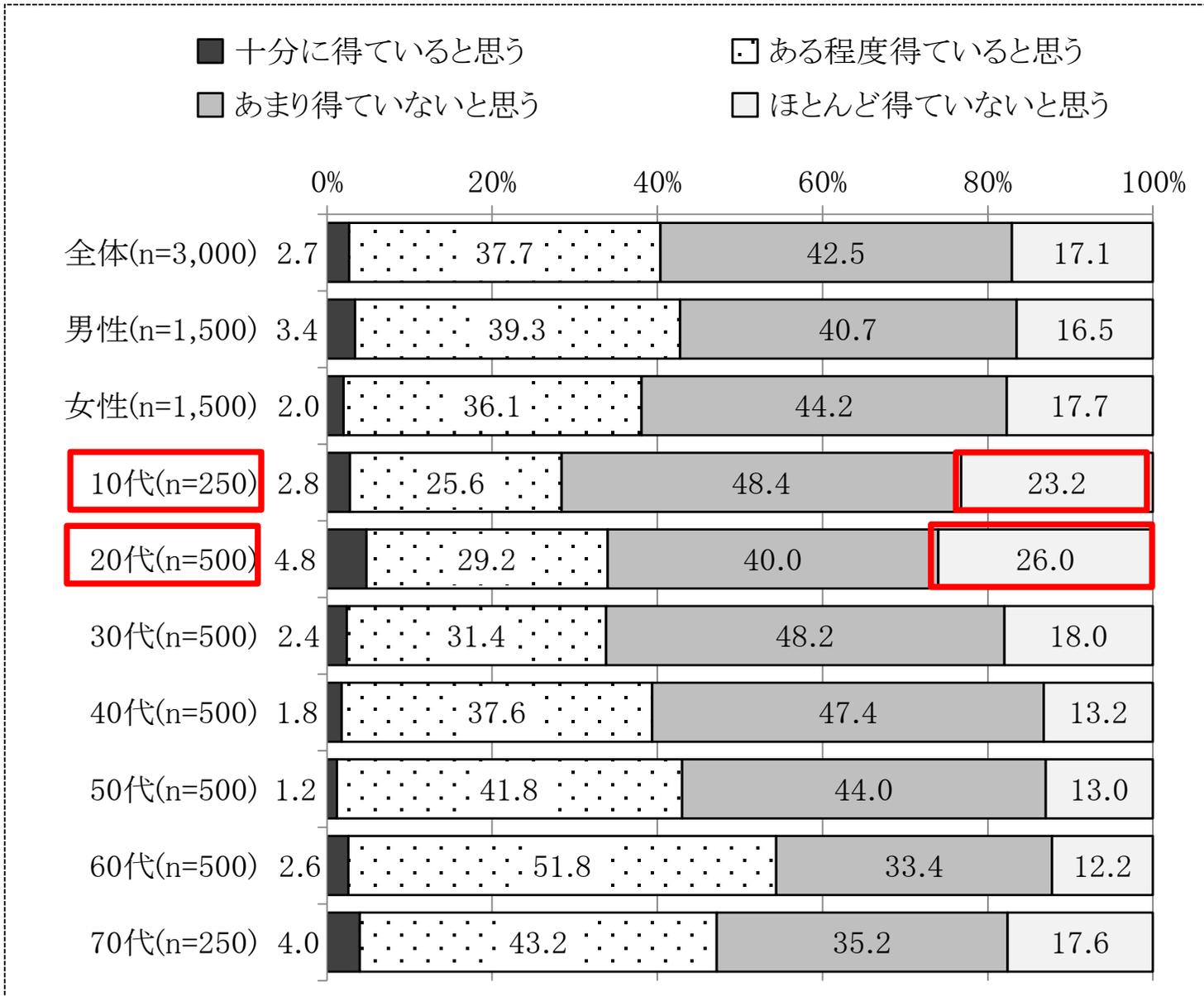
消費生活情報についてどの程度情報を得ているかについて尋ねたところ、“得ていない”と思っている層（「あまり得ていないと思う42.5%」+「ほとんど得ていないと思う17.1%」=59.6%）が約6割いる。



資料:「情報発信ツールに関する調査報告書」(平成26年12月)(東京都生活文化局)から作成

消費生活情報についてどの程度情報を得ているか(性別・年代別)

消費生活情報についてどの程度情報を得ているかについて尋ねたところ、「ほとんど得ていないと思う」と答えた割合が高いのが10代(23.2%)と20代(26.0%)でどちらも2割を超えている。



資料:「情報発信ツールに関する調査報告書」(平成26年12月)(東京都生活文化局)から作成