

Ⅲ. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

★F1-1.
あなたのお住まいを教えてください。(1つ選択)

▼▼▼選択して下さい▼▼▼

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

23区内にお住まいの方にお伺いいたします。

★F1-2-1.
具体的なお住まいの地域をお選びください。(1つ選択)

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="radio"/> 千代田区 | <input type="radio"/> 渋谷区 |
| <input type="radio"/> 中央区 | <input type="radio"/> 中野区 |
| <input type="radio"/> 港区 | <input type="radio"/> 杉並区 |
| <input type="radio"/> 新宿区 | <input type="radio"/> 豊島区 |
| <input type="radio"/> 文京区 | <input type="radio"/> 北区 |
| <input type="radio"/> 台東区 | <input type="radio"/> 荒川区 |
| <input type="radio"/> 墨田区 | <input type="radio"/> 板橋区 |
| <input type="radio"/> 江東区 | <input type="radio"/> 練馬区 |
| <input type="radio"/> 品川区 | <input type="radio"/> 足立区 |
| <input type="radio"/> 目黒区 | <input type="radio"/> 葛飾区 |
| <input type="radio"/> 大田区 | <input type="radio"/> 江戸川区 |
| <input type="radio"/> 世田谷区 | |

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

23区外にお住まいの方にお伺いいたします。

★F1-2-2.
具体的なお住まいの地域をお選びください。(1つ選択)

- | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> 八王子市 | <input type="radio"/> 日野市 | <input type="radio"/> 稲城市 |
| <input type="radio"/> 立川市 | <input type="radio"/> 東村山市 | <input type="radio"/> 羽村市 |
| <input type="radio"/> 武蔵野市 | <input type="radio"/> 国分寺市 | <input type="radio"/> あきる野市 |
| <input type="radio"/> 三鷹市 | <input type="radio"/> 国立市 | <input type="radio"/> 西東京市 |
| <input type="radio"/> 青梅市 | <input type="radio"/> 福生市 | <input type="radio"/> 西多摩郡 |
| <input type="radio"/> 府中市 | <input type="radio"/> 狛江市 | <input type="radio"/> 瑞穂町 |
| <input type="radio"/> 昭島市 | <input type="radio"/> 東大和市 | <input type="radio"/> 日の出町 |
| <input type="radio"/> 調布市 | <input type="radio"/> 清瀬市 | <input type="radio"/> 檜原村 |
| <input type="radio"/> 町田市 | <input type="radio"/> 東久留米市 | <input type="radio"/> 奥多摩町 |
| <input type="radio"/> 小金井市 | <input type="radio"/> 武蔵村山市 | <input type="radio"/> それ以外の地域 |
| <input type="radio"/> 小平市 | <input type="radio"/> 多摩市 | |

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

★F1-2.
あなたは、東京のどちらにお住まいですか。(1つ選択)

- 23区内
 それ以外

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

Ⅲ. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

★F2.
あなたの年齢を教えてください。(数値記入)
※半角数字でご記入ください。

歳

★F3.
あなたの性別を教えてください。(1つ選択)

- 男性
 女性

★F4.
あなたの職業を教えてください。(1つ選択)

- 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
 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

★F5.
あなたは情報端末機器をお持ちですか。(複数選択可)

- パソコン(デスクトップ型)
 パソコン(ノート型)
 タブレット端末(OSはiOS)
 タブレット端末(OSはAndroid)
 タブレット端末(OSはWindows)
 スマートフォン(OSはiOS)
 スマートフォン(OSはAndroid)
 スマートフォン(OSはWindows)
 携帯電話(従来型)
 何も持っていない

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

★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)

- フェイスブック
 ミクシィ
 ツイッター
 LINE
 その他のSNS⇒具体的に()
 何も利用していない

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

★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)

- フェイスブック
- ミクシィ
- ツイッター
- LINE
- その他のSNS
- 日常的には何も利用していない

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

★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)

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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

★F9.
あなたは、東京都及びあなたが**お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。(1つ選択)

- 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 >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

Ⅲ. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

■ 商法名称【架空請求】

■ 商法の概要、手口など パソコンや携帯電話のアダルトサイトなどで、利用料金や利用規約を明確にせず、消費者がクリックすると「契約完了」「料金請求」などと表示し、高額な料金を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

★Q1-1.

あなたは「架空請求」を知っていましたか。(1つ選択)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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」と回答した方にうかがいます。

★Q1-2.

あなたは「架空請求」についてどこで知りましたか。(複数選択可)

- 新聞・雑誌で読んだ
- ポスター、チラシ等を見た
- 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.

あなたは「架空請求」の被害にあったことがありますか。(1つ選択)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「架空請求」の被害金額は、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。(1つ選択)

- 1万円未満
- 1万以上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)

★Q1-5.
「架空請求」の被害にあった後、どのような行動をとりましたか。(複数選択可)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「架空請求」の被害にあった時、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)

- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

Ⅲ. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「何もしなかった」と回答した方にうかがいます。

★Q1-7.
「架空請求」の被害にあった時、何もしなかった理由は何ですか。(複数選択可)

- 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
- その他⇒具体的に()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「架空請求」で請求された(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)

- その商法の手口を知っていたから
- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

■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う商品・サービスの取引。新規加盟者の支払う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

★Q2-1.
あなたは「マルチ商法」を知っていましたか。(1つ選択)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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」と回答した方にうかがいます。

★Q2-2.
あなたは「マルチ商法」についてどこで知りましたか。(複数選択可)

- 新聞・雑誌で読んだ
- ポスター、チラシ等で見た
- 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.
あなたは「マルチ商法」の被害にあったことがありますか。(1つ選択)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

Ⅲ. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「マルチ商法」の被害金額は、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。(1つ選択)

- 1万円未満
- 1万以上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)

★Q2-5.
「マルチ商法」の被害にあった後、どのような行動をとりましたか。(複数選択可)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「マルチ商法」の被害にあった時、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)

- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「何もしなかった」と回答した方にうかがいます。

★Q2-7.
「マルチ商法」の被害にあった時、何もしなかった理由は何ですか。(複数選択可)

- 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
- その他⇒具体的に()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「マルチ商法」で請求された(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)

- その商法の手口を知っていたから
- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

「マルチ商法」について、「被害にあったことがある」
「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」と回答した方にうかがいます。

★Q2-9.
「マルチ商法」の相手先からの最初のアプローチはどのようなものでしたか。(複数選択可)

- 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
- ウェブサイト(アダルトサイトや出会い系など)を見ていて、ボタンやリンクをクリックした
- ブログやツイッターを見ていて、リンクをクリックした
- わからない(覚えていない)
- その他

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

III. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

■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、しつこく勧誘し、拂れない状況や不安をお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

★Q3-1.

あなたは「キャッチセールス」を知っていましたか。(1つ選択)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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」と回答した方にうかがいます。

★Q3-2.

あなたは「キャッチセールス」についてどこで知りましたか。(複数選択可)

- 新聞・雑誌で読んだ
- ポスター、チラシ等を見た
- 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)

★Q3-3.

あなたは「キャッチセールス」の被害にあったことがありますか。(1つ選択)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「キャッチセールス」の被害金額は、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。(1つ選択)

- 1万円未満
- 1万以上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)

★Q3-5.
「キャッチセールス」の被害にあった後、どのような行動をとりましたか。(複数選択可)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「キャッチセールス」の被害にあった時、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)

- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「何もしなかった」と回答した方にうかがいます。

★Q3-7.
「キャッチセールス」の被害にあった時、何もしなかった理由は何ですか。(複数選択可)

- 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
- その他⇒具体的に()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

Ⅲ. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.

「キャッチセールス」で請求された(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)

- その商法の手口を知っていたから
- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

■ 商法名称【デート商法】

■ 商法の概要、手口など 出会い系サイトや故意の間違い電話・メールで販売目的を隠して近づき、勧誘時に言葉巧みな話術で好意を抱かせ、それに付け込んで商品等を販売する商法。異性の感情を利用して断りにくい状況で勧誘し、契約を迫る。契約後、行方をくらますケースが多い。

■ 主な商品やサービス アクセサリー 婦人洋服・絵画 など

★Q4-1.

あなたは「デート商法」を知っていましたか。(1つ選択)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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」と回答した方にうかがいます。

★Q4-2.

あなたは「デート商法」についてどこで知りましたか。(複数選択可)

- 新聞・雑誌で読んだ
- ポスター、チラシ等で見たと
- 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)

★Q4-3.

あなたは「デート商法」の被害にあったことがありますか。(1つ選択)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

Ⅲ. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「**デット商法**」の被害金額は、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。(1つ選択)

- 1万円未満
- 1万以上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)

★Q4-5.
「**デット商法**」の被害にあった後、どのような行動をとりましたか。(複数選択可)

- 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()
- 何もなかった

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「**デット商法**」の被害にあった時、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)

- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「何もなかった」と回答した方にうかがいます。

★Q4-7.
「**デット商法**」の被害にあった時、何もなかった理由は何ですか。(複数選択可)

- 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
- その他⇒具体的に()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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.
「デット商法」で請求された(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)

- その商法の手口を知っていたから
- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

「デット商法」について、「被害にあったことがある」、
「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」と回答した方にうかがいます。

★Q4-9.
「デット商法」の相手先からの最初のアプローチはどのようなものでしたか。(複数選択可)

- 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
- ウェブサイト(アダルトサイトや出会い系など)を見ていて、ボタンやリンクをクリックした
- ブログやツイッターを見ていて、リンクをクリックした
- わからない(覚えていない)
- その他

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

III. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

■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怖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 アクセサリー 自己啓発講座 絵画 など

★Q5-1.
あなたは「アポイントメントセールス」を知っていましたか。(1つ選択)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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」と回答した方にうかがいます。

★Q5-2.
あなたは「アポイントメントセールス」についてどこで知りましたか。(複数選択可)

- 新聞・雑誌で読んだ
 ポスター、チラシ等で見た
 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)

★Q5-3.
あなたは「アポイントメントセールス」の被害にあったことがありますか。(1つ選択)

- 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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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。

★Q5-4.
「アポイントメントセールス」の被害金額は、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。(1つ選択)

- 1万円未満
- 1万以上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)

★Q5-5.
「アポイントメントセールス」の被害にあった後、どのような行動をとりましたか。(複数選択可)

- 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()
- 何もなかった

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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。

★Q5-6.
「アポイントメントセールス」の被害にあった時、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)

- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「何もなかった」と回答した方にうかがいます。

★Q5-7.
「アポイントメントセールス」の被害にあった時、何もなかった理由は何ですか。(複数選択可)

- 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
- その他⇒具体的に()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

Ⅲ. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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。

★Q5-8.
「アポイントメントセールス」で請求された(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)

- その商法の手口を知っていたから
- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

「アポイントメントセールス」について、「被害にあったことがある」、
「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」と回答した方にうかがいます。

★Q5-9.
「アポイントメントセールス」の相手先からの最初のアプローチはどのようなものでしたか。(複数選択可)

- 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
- ウェブサイト(アダルトサイトや出会い系など)を見ていて、ボタンやリンクをクリックした
- ブログやツイッターを見ていて、リンクをクリックした
- わからない(覚えていない)
- その他

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

すべての方にうかがいます。

★Q6.
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。(1つ選択)

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

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「たぶん相談しないと思う」、「相談しないと思う」と回答した方にうかがいます。

★Q6-1.
相談しないと思う理由は何ですか。(複数選択可)

- 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()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

ここからは東京都が行っている消費者被害防止の取組についてうかがいます。

★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。(それぞれ1つずつ選択)

※それぞれの項目の下にあるURLをクリックすると、URL先をご覧ください。

ヨコへ回答→	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/techo_shouhi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
メールマガジン「東京くらしニュース」 http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/mail_mag/	<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」 (都内の公共施設や主要百貨店等で配布)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

Ⅲ. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

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。

関東甲信越ブロック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」

<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/wakamono/campaign.html>

※こちらの設問は、上記URLをご確認いただかないと次へ進むことができません。

★Q8-1.

あなたは、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。(1つ選択)

- 見たことがある
- 見たことがない
- わからない

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

前問で「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)

※URLをクリックすると、URL先をご覧ください。

- 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
- <http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/douga/>
※こちらのページから動画『カモかもvsサギだもんレース編』をご覧ください。
- 電車内液晶ディスプレイでの映像
※上記のページから動画『カモずきんちゃん気をつけて』をご覧ください。
- 電車内中吊り広告
- グッズ(ボールペンや手帳など)
- わからない(覚えていない)
- その他⇒具体的に()

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

★Q9.
あなたは消費者教育のために東京都が作成した次の教材について、見たことがありますか。(それぞれ1つずつ選択)

- A. Web版消費者教育読本**
1. 「放課後セッション！！」
<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/kyoiku/web/kou02/>
 2. 「竜馬と行く！契約クイズの旅」
<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/kyoiku/web/ryouma01/>
 3. 「みゃーもと先生の『できる消費者』パーフェクトガイド」
<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/kyoiku/web/kou01/>

- B. 映像教材 (DVD)**
- <http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/wakamono/publication.html>
1. 明日のためのクレジット活用法～賢い大人のカード利用術～
 2. 女子サッカー部員と男子マネージャーが考えた食事戦略
 3. 緊急リポート美容医療 キレイのリスク

※上記URLをクリックすると、URL先をご覧ください。

ヨコに回答→	見たことがある	あることは知っている	知らない
◆A. Web版消費者教育読本			
放課後セッション！！	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
竜馬と行く！契約クイズの旅	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
みゃーもと先生の『できる消費者』パーフェクトガイド	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
◆B. 映像教材 (DVD)			
明日のためのクレジット活用法～賢い大人のカード利用術～	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
女子サッカー部員と男子マネージャーが考えた食事戦略	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
緊急リポート美容医療 キレイのリスク	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

★Q10.
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)

- 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()
- 特にない

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

III. 調査票

日常の消費生活に関するアンケート

★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つまで選択可)

- 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
- 振り込み詐欺や投資詐欺等
- 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()
- 特にない

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.

日常の消費生活に関するアンケート

★Q12.
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を選択してください。(3つまで選択可)

- ウェブサイト(PC)
- ウェブサイト(スマートフォン)
- ウェブサイト(従来型携帯電話)
- メールマガジン
- ツイッター
- SNS(フェイスブック、ミクシィなど)
- 新聞
- 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()
- 特にない

次へ >>

Copyright© 2013 marsh Co.,Ltd. ALL Rights Reserved.