

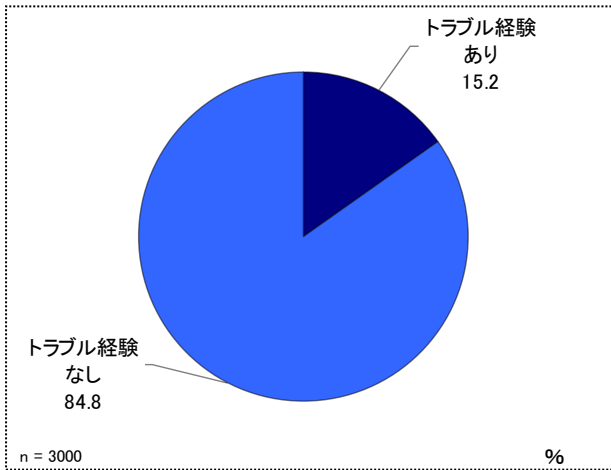
都民の消費生活に関する意識調査を実施しました！

東京都では、都民の消費生活における意識や行動について把握し、今後の施策展開の参考とするため、都内に住む20歳以上の男女3,000人を対象に「都民の消費生活に関する意識調査」を実施しました。その結果をお知らせします。

【調査結果のポイント】

直近1年間で15%の人が消費生活トラブルを経験

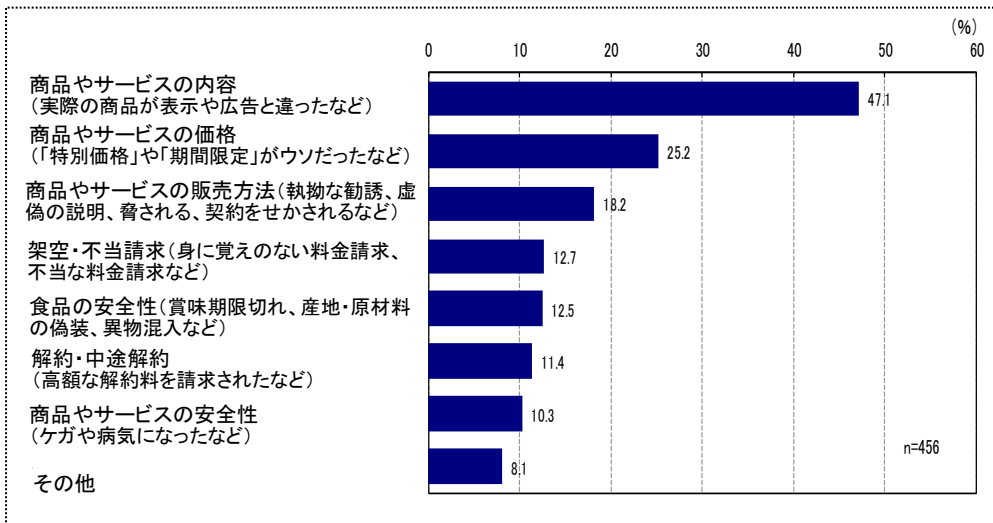
【直近1年間で消費生活トラブルの経験】



直近1年間で消費生活トラブルの経験について尋ねたところ、15.2%の人が消費生活トラブルの経験があった。トラブルの経験がなかった人は84.8%。
(概要版P8)

トラブルの内容は、「商品やサービスの内容（実際の商品が表示や広告と違ったなど）」が約5割

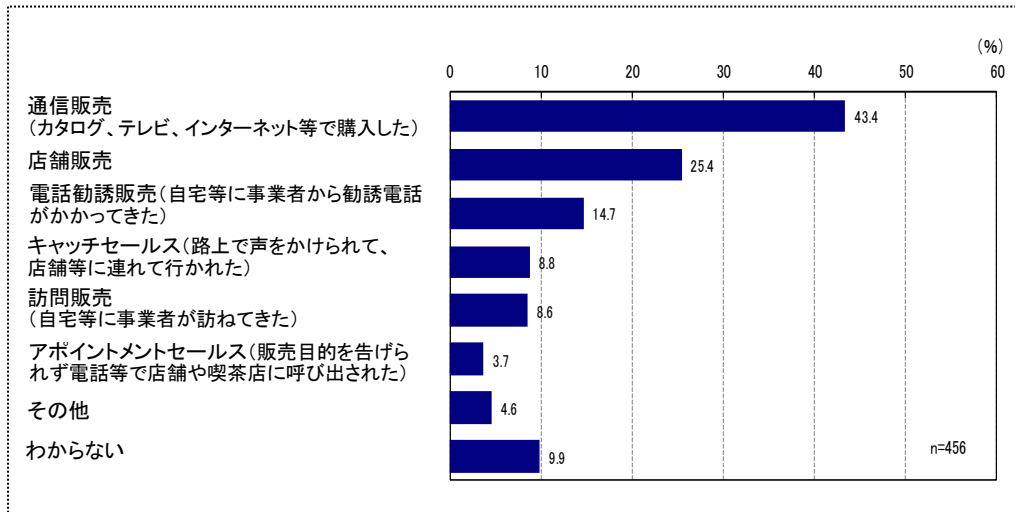
【直近1年間で消費生活トラブルの内容】（複数回答）



消費生活トラブルの内容は、「商品やサービスの内容」が47.1%で最も高い。以下、「商品やサービスの価格」が25.2%、「商品やサービスの販売方法」が18.2%と続く。
(概要版P9)

トラブルの原因となった商品・サービスの販売形態は、「通信販売」が約4割

【消費生活トラブルの原因となった商品・サービスの販売形態】（複数回答）

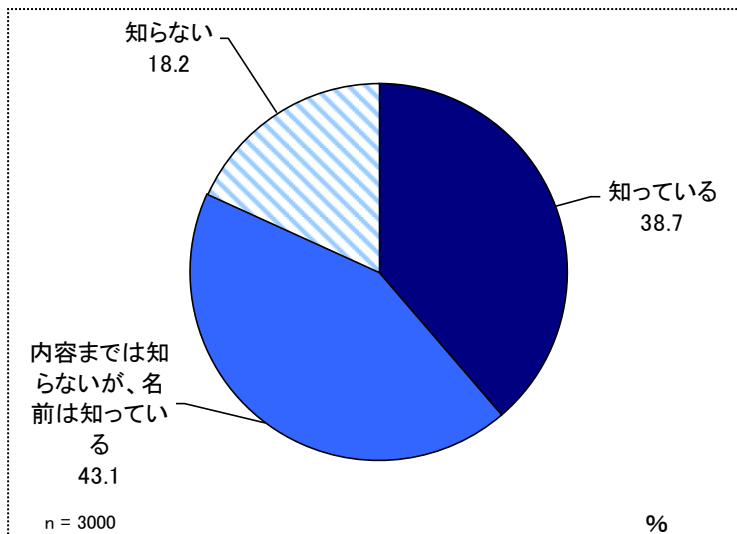


消費生活トラブルの原因となった商品・サービスの販売形態を尋ねたところ、「通信販売」が最も高く43.4%。

以下、「店舗販売」が25.4%、「電話勧誘販売」が14.7%と続く。
(概要版P9)

消費生活センター等の認知は約8割

【消費生活センター等の認知】『東京都』または『区市町村』



消費生活センター等の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』のいずれかの認知は、知っている計（「知っている」＋「内容までは知らないが、名前は知っている」）が81.8%であった。

(概要版P12)

※調査結果の概要は、別添資料を御覧ください。

※調査結果報告書(全文)は、こちらを御覧ください。⇒「東京暮らしWEB」<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>

【資料】

調査実施の概要

調査対象：東京都内に住む20歳以上の男女3,000人

調査期間：平成27年12月4日から同月8日まで

調査方法：インターネットアンケート

問合せ先：生活文化局消費生活部企画調整課
(電話) 03-5388-3076